景況感、3期連続改善

非製造業がコロナ前の水準に回復

中小企業景気動向調査（10～12月期）

当金庫が行った2023年10～12月期の「中小企業景気動向調査」の結果がまとまった。

調査期間は11月16日から12月4日。調査対象はお取引先企業995社。回答社数905社（回答率91・0％）。

業況

企業の景況感を表す業況判断DI（業況を「良い」と答えた企業の割合から「悪い」と答えた企業の割合を差し引いた値）は、全産業でマイナス7・9。原材料やエネルギー価格の高騰により企業にとって厳しい環境は続いているが、自動車の生産回復や小売の持ち直しから、前回調査にくらべ2・7ポイント改善した。DIは3四半期連続で改善。

製造業は0・6ポイント改善してマイナス13・9。5四半期連続の改善となった。

非製造業は4・4ポイント改善し、マイナス3・3。新型コロナウイルス前の2019年12月期調査のマイナス7・4を上回り、コロナ前の水準に回復した。

－製造業－

自動車部品は5・6ポイント改善し、6・6。半導体不足が概ね解消し、自動車メーカーの挽回生産が進んでいることが寄与した。

機械器具部品は3・9ポイント悪化し、マイナス27・3。材料価格が高止まりしている中、「中国景気後退の影響を受けている」との声もあった。

金属製品、木材・木製品、繊維製品、印刷、食料品は改善。窯業・土石は悪化した。

－非製造業－

卸売業は3・1ポイント悪化して、マイナス14・8。農畜産物・水産物卸、食料・飲料卸は大幅に悪化。水産物関連では、中国が日本水産物の輸入禁止措置を講じたことの影響を指摘する声もあった。

小売業は23・3ポイント改善し、マイナス19・1。改善幅は非製造業で最大。自動車ディーラーや家電販売などで持ち直しをみせた。

飲食業は43・8ポイント悪化し、マイナス20・0。7四半期ぶりに悪化した。販売価格の値上げに加え、物価高騰による外食離れもあり大幅な悪化となった。

建設業は9・1ポイント改善し、4・5。マイナス域を脱したのは、2020年3月期ぶり。官公庁、企業、個人向けすべてで上向いた。「大手ゼネコンからの受注単価が上昇傾向にある」との声が聞かれた。

不動産業は8・6。0・8ポイントの小幅悪化となった。

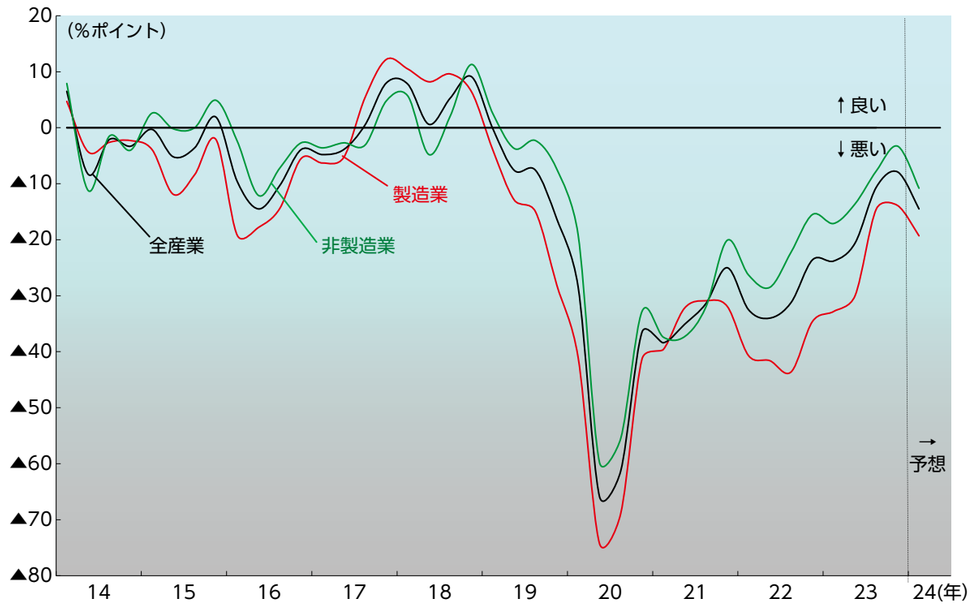
運輸業は6・5ポイント改善し12・5。DIの水準は全業種中最も高い。「取引先も来年からの残業規制問題を認識しているため、値上げへの理解が得やすくなった」との声が聞かれた。

サービス業は4・6ポイント改善し、3・4。2019年9月期以来約4年ぶりにマイナス域を脱した。

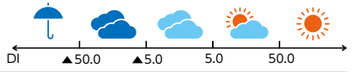
見通し

全産業の業況判断見通しDIはマイナス14・5。6・6ポイントの悪化を見込む。製造業は5・4ポイント、非製造業は7・5ポイント悪化する。円安や最低賃金の上昇などによるコストアップが企業の先行きの業況感のマイナス要因となっている。

業況判断DI（「良い」-「悪い」）



〔天気マークの見方〕



業種別天気図（数値は業況判断DI）

業　種	7～9月期（前回）	10～12月期（今回）	1～3月期（見通し）	業　種	7～9月期（前回）	10～12月期（今回）	1～3月期（見通し）
全産業	▲ 10.6	▲ 7.9	▲ 14.5	印　刷	▲ 54.5	▲ 22.2	▲ 33.3
製造業	▲ 14.5	▲ 13.9	▲ 19.3	食料品	4.2	8.7	▲ 26.1
非製造業	▲ 7.7	▲ 3.3	▲ 10.8	卸売業	▲ 11.7	▲ 14.8	▲ 21.0
自動車部品	1.0	6.6	1.9	小売業	▲ 42.4	▲ 19.1	▲ 26.2
機械器具部品	▲ 23.4	▲ 27.3	▲ 31.9	飲食業	23.8	▲ 20.0	▲ 16.0
金属製品	▲ 18.2	0.0	▲ 6.5	建設業	▲ 4.6	4.5	▲ 12.0
窯業・土石	▲ 41.2	▲ 50.0	▲ 55.5	不動産業	9.4	8.6	17.6
木材・木製品	▲ 16.7	0.0	0.0	運輸業	6.0	12.5	9.6
繊維製品	▲ 39.2	▲ 33.3	▲ 29.6	サービス業	▲ 1.2	3.4	▲ 1.2

特別調査

「2024年の経営見通し」

中小企業の経営者は2024年の景気や自社の業況をどのように見通しているのか。お取引先企業995社を対象にアンケートを行った（回答社数905社）。調査期間は11月16日から12月4日。

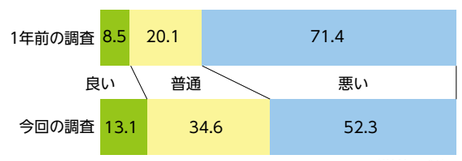
日本の景気見通し

悲観的な見方は減少

まず、2024年の日本の景気をどのように見通しているかについて聞いた。

「良い」が13・1％、「普通」が34・6％、「悪い」が52・3％となった。1年前の調査にくらべ「良い」が増加するとともに「悪い」が減少した。自動車の生産が回復していることや、個人消費が持ち直していることが景況感を押し上げたものとみられる。

日本の景気見通し



（単位：％）

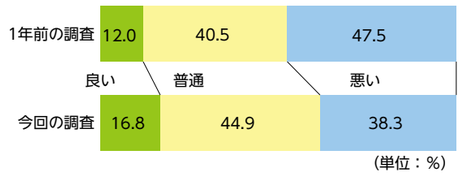
自社の業況見通し

自動車部品が好転

自社の業況見通しについては、「良い」が16・8％、「普通」が44・9％、「悪い」が38・3％。全体としてはまだ「悪い」超ではあるものの、国内景気の見通し同様、「良い」が増加した。

業種別にみると、「良い」の回答が多かったのは自動車部品で35・3％。自動車の生産回復により、1年前の調査の「悪い」超から「良い」超に好転した。

自社の業況見通し



（単位：％）

売上額の増減見通し

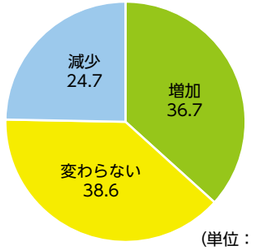
4割弱の企業が「増加」

売上額の増減見通しについては、「増加」が36・7％、「変わらない」が38・6％、「減少」が24・7％となった。

自動車部品では、「増加」が57・3％と半数を超えた。「増産による受注増加や、新規モデルの受注が期待できる」との声が聞かれた。

飲食業は昨年に引き続き非製造業の中で「増加」の回答が最も多く、40・0％となった。

売上額の増減見通し



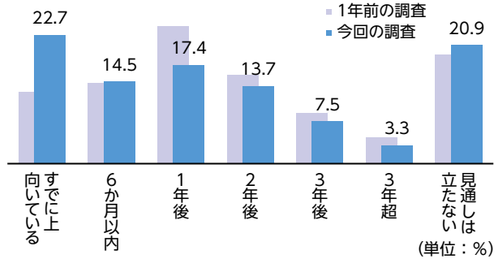
（単位：％）

業況が上向く転換点

「上向いている」昨年の倍

業況が上向く転換点はいつ頃になりそうかとの問に対しては、「すでに上向いている」と回答する企業が22・7％と最も多く、1年前の調査にくらべ10・1ポイント増えた。製造業は19・7％、非製造業は25・0％が「すでに上向いている」と答えており、非製造業の方が早く転換点を迎えたとする先が多い。

業況が上向く転換点はいつ頃か？



（単位：％）

一方、「見通しは立たない」と回答する企業も1年前の調査にくらべ1・6ポイント増え20・9％となった。

価格動向の見通し

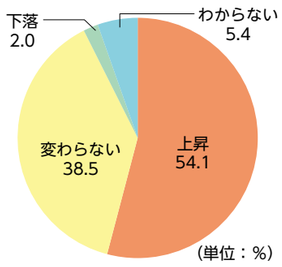
価格転嫁は控えめ

近年、仕入価格や販売価格の上昇が続いている。2024年の価格面の見通しを聞いた。

仕入価格、販売価格ともに、「上昇」と答えた企業が最も多かった。割合は仕入価格が74・2％、販売価格が54・1％と、仕入価格の方が「上昇」しているとする企業が多い。

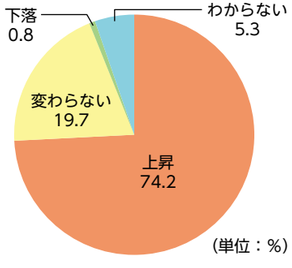
なお、本調査と同時に行った「景気動向調査」の原材料・仕入価格DIと販売価格DIの乖離の幅は、2022年3月期をピークに下降。少しずつ価格転嫁が進んでいるものとみられる。

販売価格の見通し



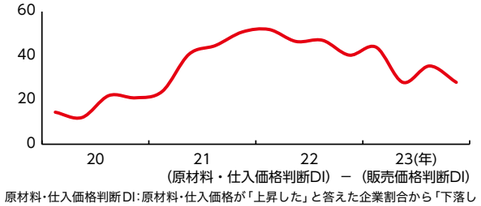
（単位：％）

仕入価格の見通し



（単位：％）

原材料・仕入価格DIと販売価格DIの乖離の幅



原材料・仕入価格判断DI：原材料・仕入価格が「上昇した」と答えた企業割合から「下落した」と答えた企業割合を差し引いた値
販売価格判断DI：販売価格が「上昇した」と答えた企業割合から「下落した」と答えた企業割合を差し引いた値