

中小企業景況情報

本情報は、県内12商工会で実施した中小企業景況調査の集計結果(180企業)をまとめた

建設業

発行・長崎県商工会連合会
長崎市桜町4-1
長崎商工会館8階
問い合わせ先 TEL 095(824)5413

〔主要景況項目の動向〕

期 主要項目	2022年 1月～3月	4月～6月	7月～9月	10月～12月	2023年 1月～3月	4月～6月 (見通し)
売上額						
採算						
資金繰り						
業況の動向						

晴 D・I 50.1～100

晴時々曇 D・I 20.1～50

曇 D・I 20～△20

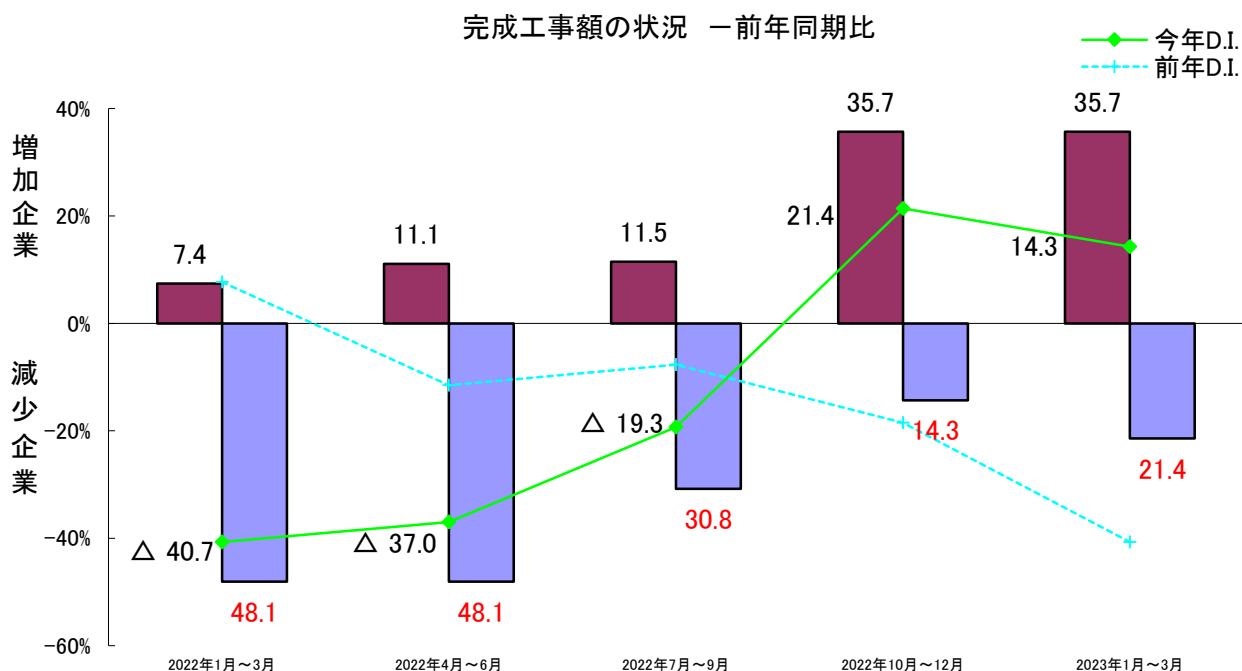
曇時々雨 D・I △20.1～△50

雨 D・I △50.1～△100

〔調査対象企業のコメント〕

製造業	<ul style="list-style-type: none"> 販売単価は上昇しているが、原料が不足しているため、原料単価も高い。また、設備の老朽化で修理費がかさむ。【その他の水産食品製造業】 昨年中頃より受注増加して、本年も好調が続いている。ただ、原材料の値上げがすごいので、今年は値上げをして利益の確保が必要である。また、機械設備の老朽化が進んでいるので設備投資をする予定である。【その他のパン・菓子製造業】 コロナ禍に続きウクライナ戦争勃発後、ありとあらゆる物価が上昇し、製造業は続けていけるのか不安である。少しでも経費を節約したいところだが、インボイス制度導入でまたもや経費負担増である。【めん類製造業】 今年に入って、毎月ベニヤの単価が上がっている。原材料もなかなか手に入らない状況である。【建築用木製組立材料製造業】
建設業	<ul style="list-style-type: none"> 全体的に仕事量の増加は見られるが、前工程の遅れにより作業効率が悪く、残業や休日出勤等で人件費が増加傾向にある。【鉄骨工事業】 木材以外の材料も依然として値上がり止まらない。下請け単価も上がっており、上がった分全部をお客様からいただけないので、利益が下がっている。【木造建築工事業】 材料費・電力料、他の値上げに伴い、やっと受注価格があがって、少しずつ利益につながってきた。今後、残業時間の規制、従業員の賃上げが心配である。【一般管工事業】 公共事業も3月期末を迎えて大詰めに来ているが土木災害工事、下水道工事に於いては、冬場の天候に左右されて、又、周囲の状況により遅延している。さらに、技術者等の高齢化とも重なり厳しい状況である。来期に向けて対策を立てる予定である。【一般土木建築工事業】
小売業	<ul style="list-style-type: none"> 昨年より少しだが、売り上げが伸びてきている。売り上げのほとんどは法事用の折詰が主流になっている。しかし、材料費が値上げしており、純利益は少ない。かといって、値上げはできないので何とか工夫している。【すし店】 コロナによる生活スタイルの変化が定着してきているようだ。家庭が中心となってきて、その変化に対応した企業が業績を伸ばしているため、当社もこの流れにあうような商品づくりなど対応が必要である。【菓子小売業(製造小売)】 新規のお客様が少しではあるが増加してきているので、その分プラスになっていくと思う。特定のある商品がコロナやインフルエンザにより使用率が上がった事も好転する1つの要因である。【医療品小売業(調剤薬局を除く)】 生活必需品全てにおいて高騰しているので、豊にお金が回ってこない。また、この冬は寒さが厳しいので余計に豊替えをしない。【量小売業】 国が補助金によって販売価格を安定させてくれる措置をとってくれているが、依然として高止まりの状況である。さらに、他の商品も値上がりしていることから、需要の停滞が今後も続くことが予想される。【ガソリンスタンド】
サービス業	<ul style="list-style-type: none"> コロナの状況の変化からか、売上は昨年を上回るが、仕入価格の上昇もあり、思っていた程の利益は出ていない。また、客数の増加に対し、従業員の対応が追い付かない場面が出てきており、対策が必要である。【料亭】 時期的に仕事が増えてきて従業員だけでは応じきれないのでアルバイトを雇っている。忙しい時期と暇な時期があるので正社員を増やすのはなかなか難しい。【ビルメンテナンス業】 食料品をはじめ、あらゆる物が値上げとなると、ヘアスタイルに使うお金は後回しにしている人が多くなっていると感じる。給料を上げたいができないのが現状である。【理容業】 オフシーズンに悪天候も重なり、客足が伸び悩んでいる。春休みやゴールデンウィーク期間の問い合わせが多いので、3月以降に期待している。今のうちにできる限りの準備をしておきたい。【自動車賃貸業】 旅行支援の効果もあり、少しずつ旅行者の来店が戻りつつある。地元客の宴会利用等も久しぶりに数件あり、売上増加につながった。しかしながら、仕入額の上昇で利益が残らない状態は変わらない。【他に分類されない飲食店】

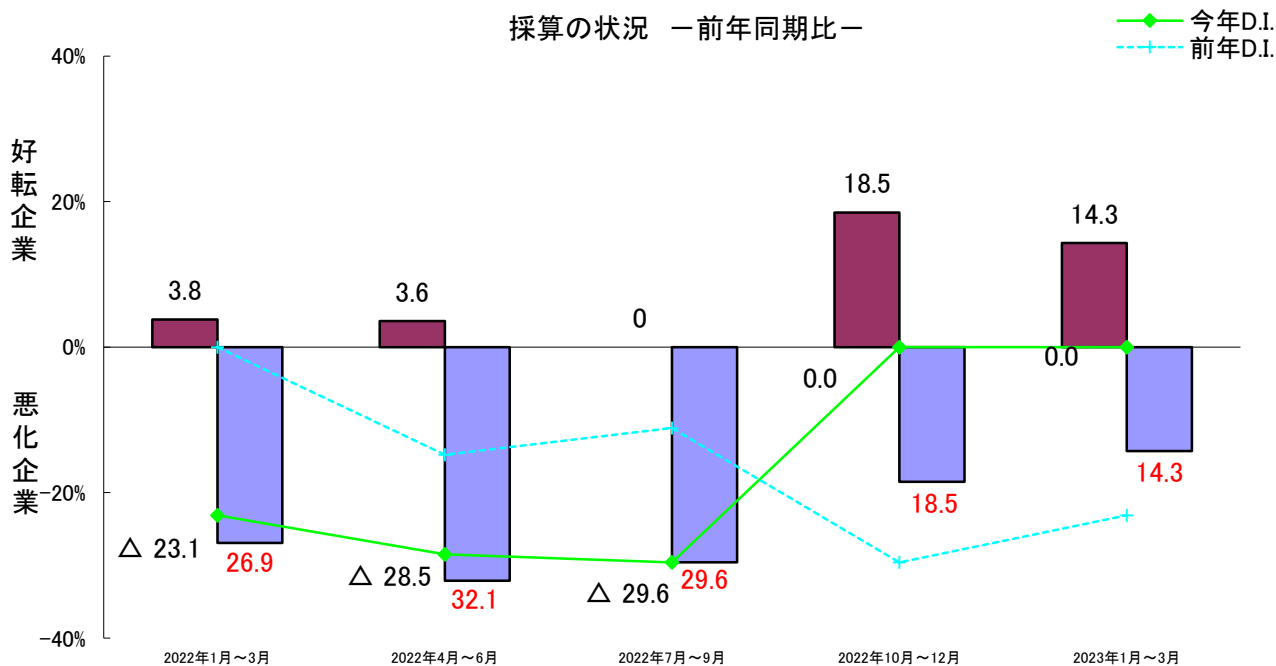
①【建設業】売上の動向



今期、売上が「増加した」と答えた企業は35.7%で前期と同じであった。また、「減少した」と答えた企業は21.4%と、前期の14.3%から7.1ポイント増加した。したがって、今期のD・I値は14.3と、前期の21.4から7.1ポイント悪化した。

「来期の見通し」では、増加すると予測した企業と、減少すると予測した企業はいずれも21.4%で、これにより来期のD・I値は0.0と、今期の14.3から14.3ポイントの悪化を予測している。

②【建設業】採算の動向



今期、採算が「好転した」と答えた企業は14.3%で、前期の18.5%から4.2ポイント減少した。また、「悪化した」と答えた企業は14.3%で、前期の18.5%から4.2ポイント減少した。したがって、今期のD・I値は0で、前期と不変であった。

「来期の見通し」では、好転を予測した企業は7.1%、悪化を予測した企業は14.3%で、これにより来期のD・I値はΔ7.2で、今期の0から7.2ポイントの悪化を予測している。

③【建設業】新規設備投資の状況

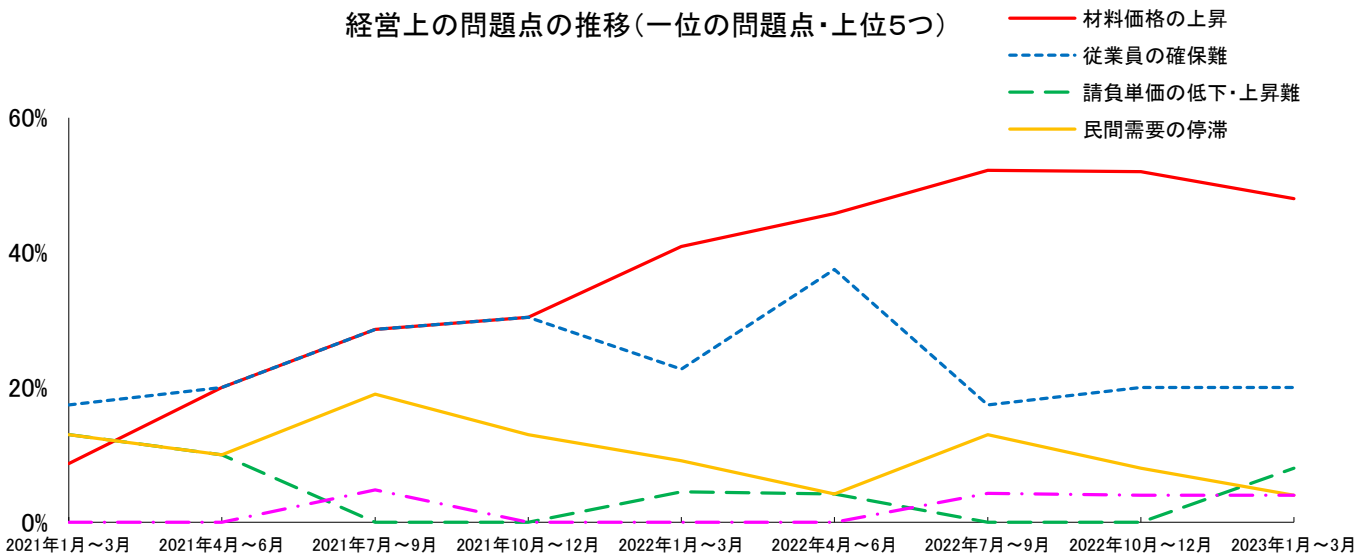
※投資内容は複数回答 (%)

項目 期	実施 して 計 画 る	土 地	建 物	建 設 機 械	車 両 ・ 運 搬 具	付 帯 施 設	O A 機 器	福 利 厚 生 施 設	そ の 他	実施 して い 計 画 い
今 期 (2023年1~3月)	11.1	0.0	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	88.9
来 期 (2023年4~6月)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

今期、設備投資を行った企業は11.1%で、前期に設備投資を行った企業(11.5%)を下回った。来期の設備投資を計画している企業はない。

④【建設業】経営上の問題点

経営上の問題点の推移(一位の問題点・上位5つ)



今期の経営上の問題点は、第1位が「材料価格の上昇」で48.0%、第2位は、「従業員の確保難」で20.0%、第3位は「請負単価の低下、上昇難」で8.0%だった。材料価格は上昇しているが、請負単価に転嫁できていないことがうかがえる。

⑤【建設業】来期の見通し

売上(収入)額			採 算			資 金 繰 り			業 況		
2022年 10~12月期	2023年 1~3月期	4~6月期	2022年 10~12月期	2023年 1~3月期	4~6月期	2022年 10~12月期	2023年 1~3月期	4~6月期	2022年 10~12月期	2023年 1~3月期	4~6月期
21.4	14.3	0.0	0.0	0.0	△7.2	0.0	3.7	△3.6	10.8	△3.6	3.6
傾向	↘	↘	傾向	→	↘	傾向	↗	↘	傾向	↘	↗

(注) ↗ 増加・好転、→ 不変、↘ 減少・悪化を示す。

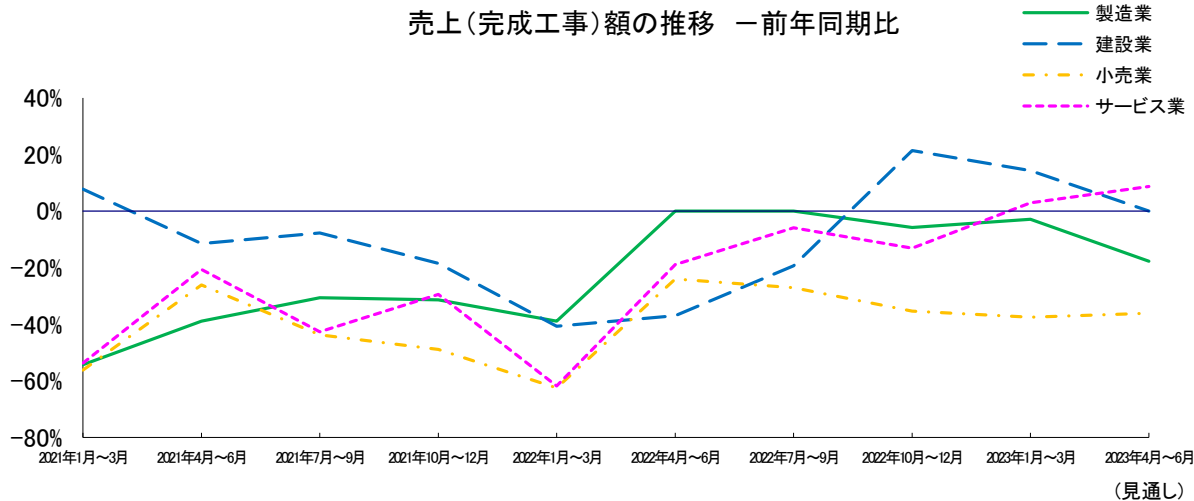
来期の見通しは、「業況」で増加・好転を示しているが、「売上(収入)額」、「採算」、「資金繰り」の3項目では、減少・悪化を示している。調査対象企業のコメントでは、依然として資材価格の値上がりが止まらないものの、見積金額への加味は難しくなっているとの声が寄せられている。

【売上】

今期、改善を示したのは、「サービス業」（16.0ポイントの改善）、「製造業」（2.9ポイントの改善）、悪化を示したのは「建設業」（7.1ポイントの悪化）、「小売業」（2.1ポイントの悪化）であった。

来期の見通しでは、「サービス業」（5.8ポイントの改善）、「小売業」（1.4ポイントの改善）の2業種で改善を示しており、「製造業」（14.8ポイントの悪化）、「建設業」（14.3ポイントの悪化）の2業種では悪化を示している。

売上(完成工事)額の推移 - 前年同期比

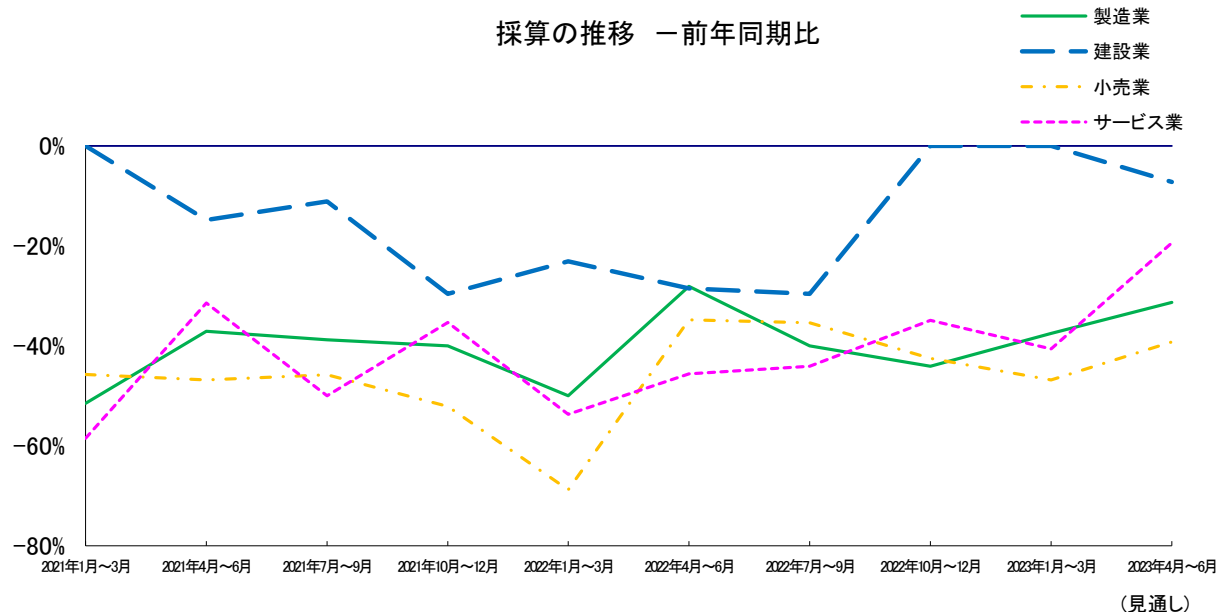


【採算】

今期、改善を示したのは、「製造業」（6.6ポイントの改善）で、不変を示したのは、「建設業」だった。悪化を示したのは、「サービス業」（5.7ポイントの悪化）、「小売業」（4.3ポイントの悪化）、の2業種であった。

来期の見通しでは、「サービス業」（21.2ポイントの改善）、「小売業」（7.6ポイントの改善）、「製造業」（6.2ポイントの改善）の3業種で改善を示しており、「建設業」（7.2ポイントの悪化）は悪化を示している。

採算の推移 - 前年同期比



【注】本レポートの中で「D・I」とある記号は、デフュージョン・インデックス(景気動向指数)の略です。例えば各調査項目について増加(又は上昇、好転、長期化)と答えた企業の割合から、減少(又は低下、悪化、短期化)と答えた企業の割合を差し引いた値を示す表示です。マクロ指標等では表れにくい経営者マインドを敏感につかむ事ができます。