

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(179企業)をまとめた

小売業

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	2023年 1月～3月	4月～6月	7月～9月	10月～12月	2024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

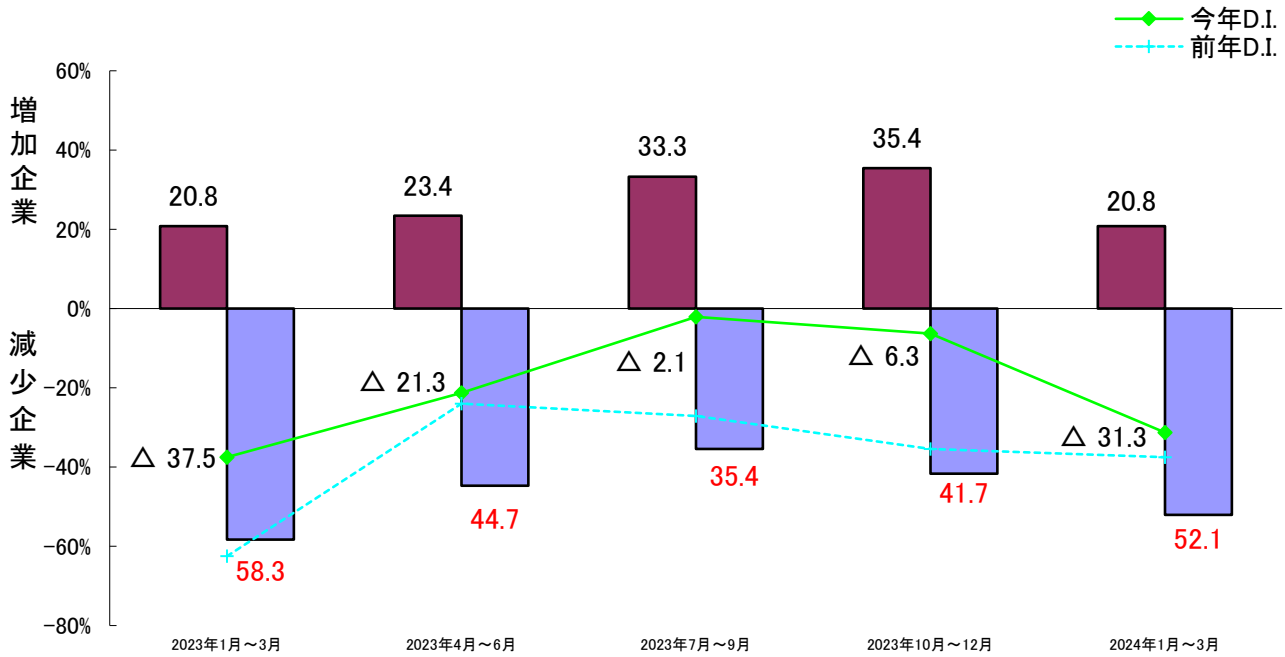
雨 D・I △50.1～△100

〔調査対象企業のコメント〕

製造業	<ul style="list-style-type: none"> 円安によって原材料費が高止まりしている。【石工品製造業】 都市圏外、市外の一般消費者は価格を見て商品購入を行うため、自社商品への価格転嫁できず苦しい状況である。【蒸留酒・混成酒製造業】 コロナ禍から脱して、受注は増えたが、人材の確保が難しく、受注を減らすしかない状態になっている。求人募集しているが、なかなか応募がなく、人手不足に困っている。【他に分類されない金属製品製造業】 1月になり受注が減少しており、2月までは低調になると思う。原材料の不足による価格の上昇で、厳しい生産となっている。今後、引き合いが増加傾向にある見込み。【めん類製造業】
建設業	<ul style="list-style-type: none"> 年始めの工事が少なく苦しいが、2～3月にかけて公共事業の仕事が増えてきている。【建築工事業(木造建築工事業を除く)】 年末年度末で急な仕事の依頼も有り忙しい時期で、3月末まで工事を消化する事が大変。相変わらず各業種の職人が不足しており、人材の確保が難しい状況である。【一般土木建築工事業】 従業員の高齢化が進む中、若手従業員の確保が困難である。【給排水・衛生設備工事業】 働き方改革や2024年問題で工事を受注しても予算内で生産できるのか心配である。【鉄骨工事業】
小売業	<ul style="list-style-type: none"> 店舗を改装して新規事業を起こしたいが、資金力と高齢のために細々と継続していく方が良いのか迷っている。【婦人服小売業】 クーポンや旅行キャンペーン等が終了し、景気が相当落ち込んでいる。特にこの時期は冷え込みが厳しく、市場を広げるか販売行動に出るか、経費との兼ね合いで前に進めない。【菓子小売業(製造小売)】 外部環境の影響で仕入値高騰による価格転嫁ができず、採算が取りづらい状況にある。【花・植木小売業】 売上については回復傾向にある。しかし、価格の上昇、経費の上昇を商品価格に転嫁できていない状況。販売価格は上げているが、その影響で他社競合の状況により取引が少なくなっている。【各種食料品小売業】 国が補助金によって主燃料の販売価格を安定させる措置を4月末日まで延長してくれているが、依然として高止まりの状況である。今期は、公共工事等の突発的な要因でカバーできたが、実質の需要は減退している。【ガソリンスタンド】
サービス業	<ul style="list-style-type: none"> 物価高騰によりお客様のメニューの選び方も変化している。仕入額が安定しないため利益がどれくらいなのか把握できていない。従業員の意見などもあり、中々新しいことを組み立てることができない現状である。【他に分類されない飲食店】 コロナの自粛が終わり冠婚葬祭が増えてきたことで前年よりは少し仕事量が増えている。しかし、仕入れや燃料費、人件費の上昇で利益率は変わっていない気がする。【普通洗濯業】 昨年と変わらない状況である。常連客に安心することなく新規顧客が増えるような戦略も考える必要がある。【理容業】 コロナも明けて売上は上昇しているが、材料費、人件費等上昇により、利益の確保には至っていない。借入金の返済も始まり、設備投資にまわせる資金が少なく、厳しい状況は続いている。【料亭】 コロナ禍明けの正月休みで、帰省する人が多かった。春休みあたりの予約や問い合わせが増えているので、今のうちに車の点検などをして繁忙期に備えたい。【自動車賃貸業】

①【小売業】売上の動向

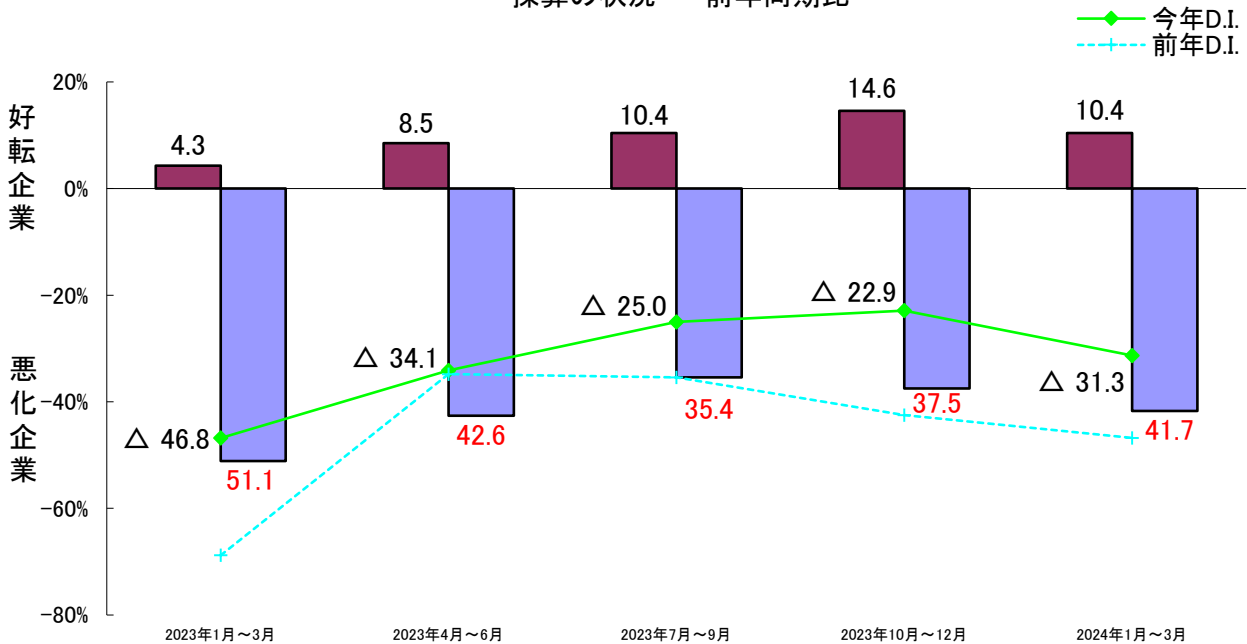
売上額の状況 ー前年同期比ー



今期、売上が「増加した」と答えた企業は20.8%と、前期の35.4%から14.6ポイント減少した。また、「減少した」と答えた企業は52.1%と、前期の41.7%から10.4ポイント増加した。したがって、今期D・I値はΔ31.3と、前期のΔ6.3から25.0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は18.8%、減少すると予測した企業は47.9%で、これにより来期のD・I値はΔ29.1と、今期のΔ31.3から2.2ポイントの改善を予測している。

②【小売業】採算の動向

採算の状況 ー前年同期比ー



今期、採算が「好転した」と答えた企業は10.4%と、前期の14.6%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41.7%と、前期の37.5%から4.2ポイント増加した。したがって、今期のD・I値はΔ31.3と、前期のΔ22.9から8.4ポイント悪化した。「来期の見通し」では、好転を予測した企業は12.5%、悪化を予測した企業は41.7%で、これにより来期のD・I値はΔ29.2と、今期のΔ31.3から2.1ポイント改善の見込みである。

③【小売業】新規設備投資の状況

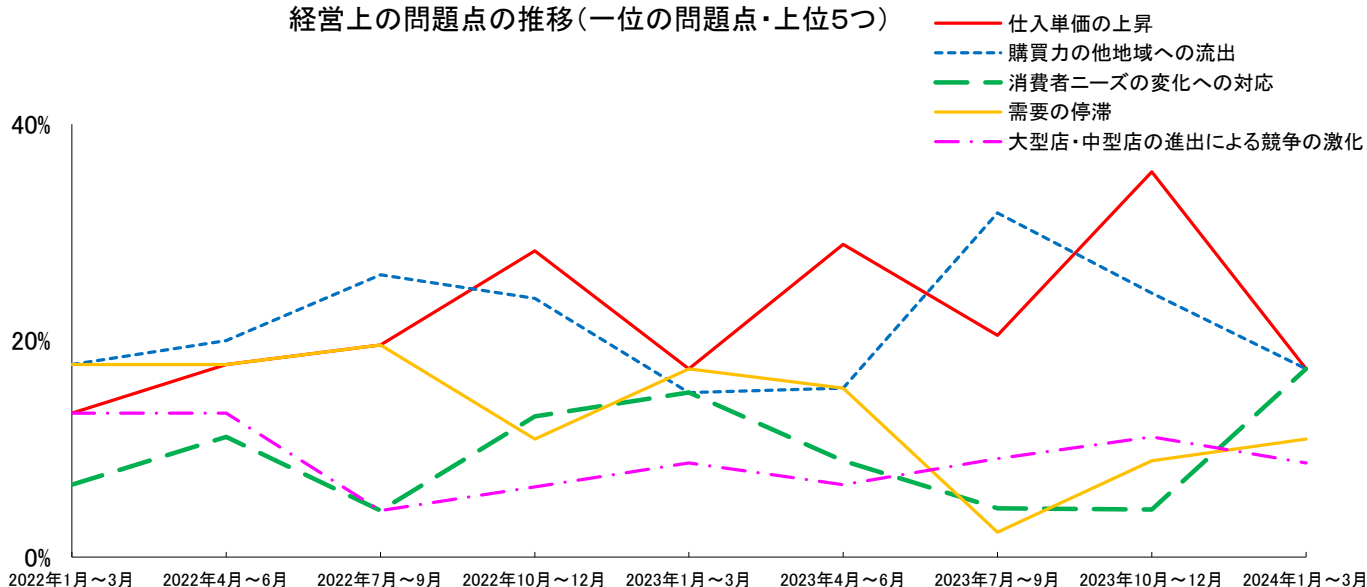
※投資内容は複数回答 (%)

項目 期	実施 して ・ 計 画 る	土 地	店 舗	販 売 設 備	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 ・ 計 画 い ない
今 期 (2024年1~3月)	10.4	0.0	40.0	60.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	89.6
来 期 (2024年4~6月)	10.4	0.0	0.0	40.0	20.0	40.0	40.0	0.0	20.0	89.6

今期、設備投資を行った企業は10.4%で、前期に設備投資を行った企業(8.3%)を上回った。来期は10.4%の企業が設備投資を計画している。

④【小売業】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「仕入単価の上昇」、「購買力の他地域への流出」、「消費者ニーズの変化への対応」の3項目で17.4%、第4位は「需要の停滞」で10.9%、第5位は「大型店・中型店の進出による競争の激化」で8.7%であった。購買力の他地域への流出や、大型店・中型店の進出による競争の激化が問題として挙げられている中、消費者ニーズの変化を的確に捉えて対応していく必要がある。

⑤【小売業】来期の見通し

売上(収入)額			採算			資金繰り			業況		
2023年 10~12月期	2024年 1~3月期	2024年 4~6月期	2023年 10~12月期	2024年 1~3月期	2024年 4~6月期	2023年 10~12月期	2024年 1~3月期	2024年 4~6月期	2023年 10~12月期	2024年 1~3月期	2024年 4~6月期
△ 6.3	△ 31.3	△ 29.1	△ 22.9	△ 31.3	△ 29.2	△ 6.3	△ 20.8	△ 25.0	△ 19.2	△ 29.2	△ 35.4
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、「売上(収入)額」、「採算」の2項目で増加・好転を示しているが、「資金繰り」、「業況」の2項目で減少・悪化を示している。

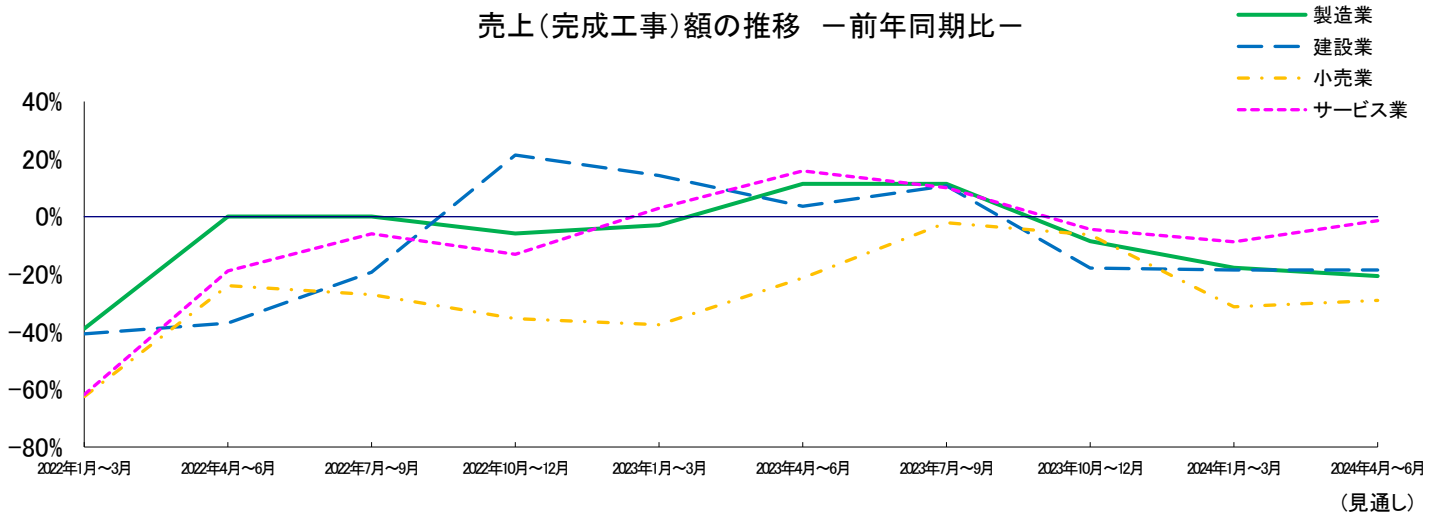
調査対象企業のコメントでは、前期からの売上、客数の伸びが続いている。現在の消費者の動向を注意深く見ながら、消費者ニーズの変化に即対応できるようにしたいという声が寄せられている。

【売上】

今期、「製造業」（9.2ポイントの悪化）、「建設業」（0.6ポイントの悪化）、「小売業」（25.0ポイントの悪化）、「サービス業」（4.3ポイントの悪化）の4業種すべてで悪化を示した。

来期の見通しで改善を示したのは、「小売業」（2.2ポイントの改善）、「サービス業」（7.3ポイントの改善）の2業種で、「建設業」は不変を示した。また、悪化を示したのは、「製造業」（2.9ポイントの悪化）であった。

売上(完成工事)額の推移 ー前年同期比ー

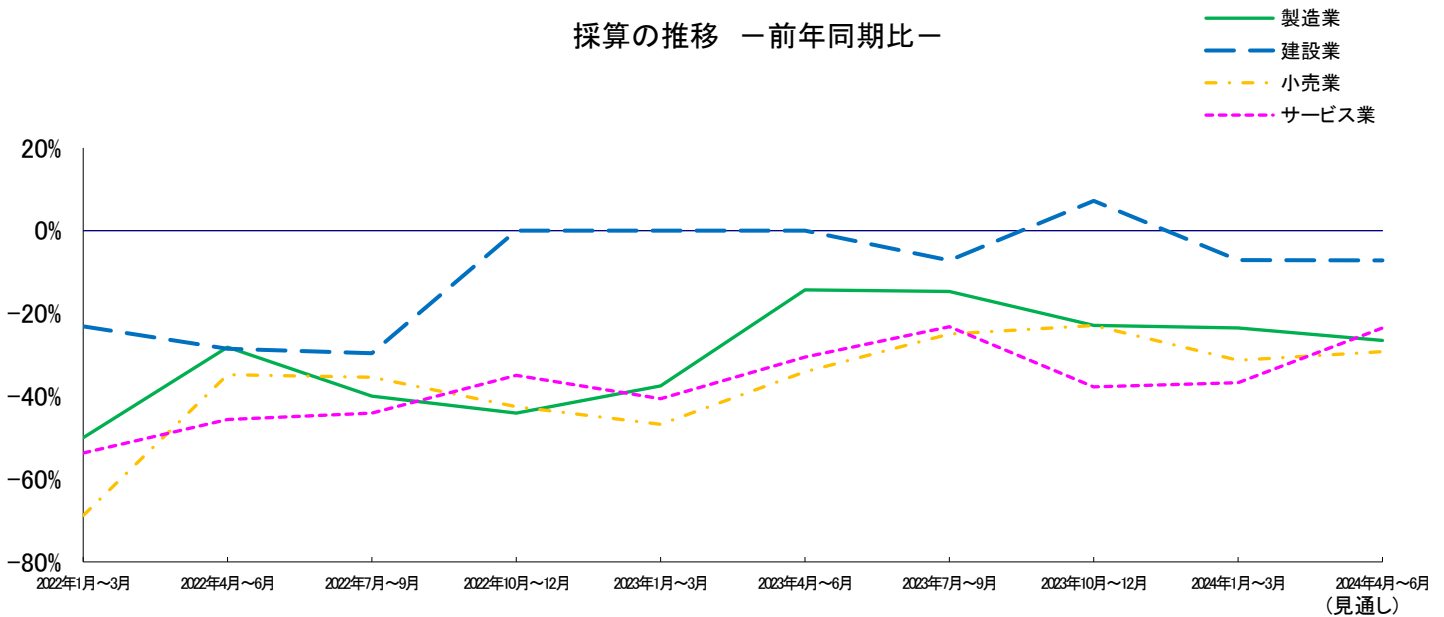


【採算】

今期、改善を示したのは、「サービス業」（1.0ポイントの改善）で、悪化を示したのは、「製造業」（0.6ポイントの悪化）、「建設業」（14.3ポイントの悪化）、「小売業」（8.4ポイントの悪化）の3業種であった。

来期の見通しで改善を示したのは、「小売業」（2.1ポイントの改善）、「サービス業」（13.2ポイントの改善）の2業種で、悪化を示したのは、「製造業」（3.0ポイントの悪化）、「建設業」（0.1ポイントの悪化）の2業種であった。

採算の推移 ー前年同期比ー



〔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。