

# 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

## 製造業

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 10月～12月	2023年 1月～3月	4月～6月	7月～9月	10月～12月	2024年 1月～3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

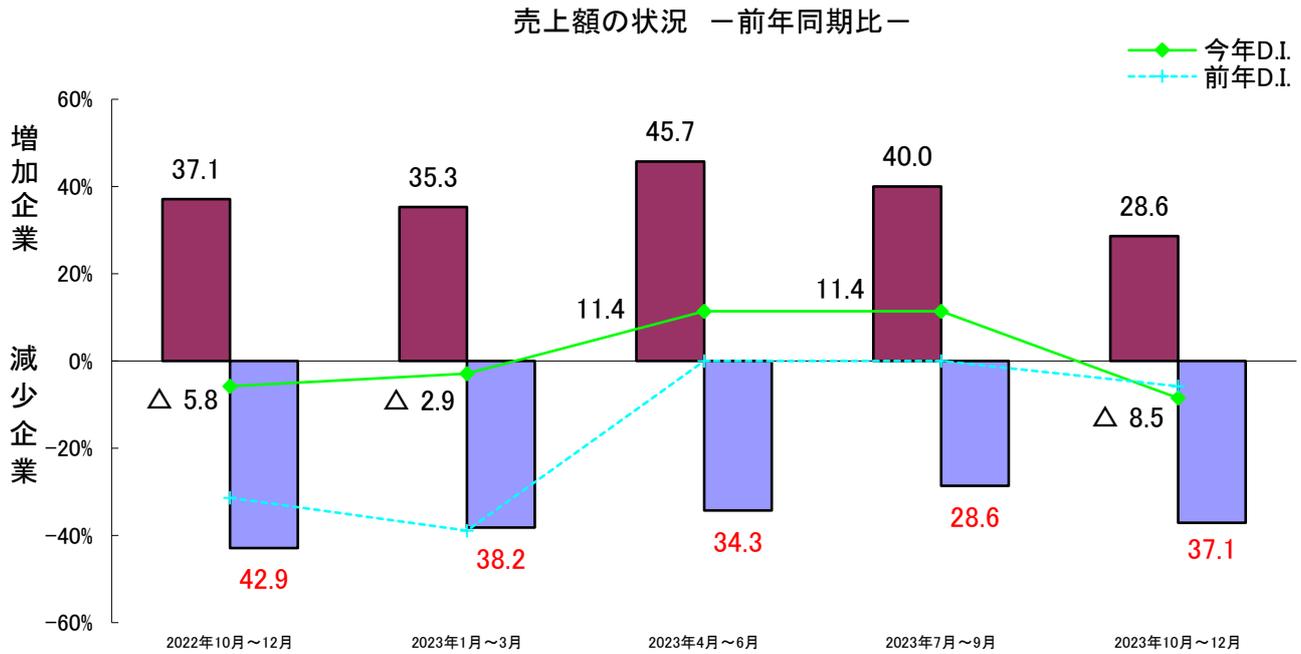
曇時々雨 D・I △20.1～△50

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"> <li>円安による仕入単価の高騰に頭を悩ませている。【コンクリート製品製造業】</li> <li>受注数の低調が続いている。商品の値上げを行ったが、現在も材料の値上げが続いているため、思った利益が出にくい状況である。【その他のパン・菓子製造業】</li> <li>今期に大手食品会社との取引が決まり、年間通しての商品供給が可能となり、売上高の増加が期待できるが、現在、干物製品にする原材料不足が続いており、不安である。【めん類製造業】</li> <li>気候変動による漁獲量不足が原材料不足に繋がっている。【その他の水産食品製造業】</li> </ul>
建設業	<ul style="list-style-type: none"> <li>地元依存の体制では工事量のアップは望めない。積極的な県外への営業展開と同業他社との情報共有を推し進めて事業の継続を図っていく様な体制強化に努めたい。【熱絶縁工事業】</li> <li>店舗の内装工事と宿泊施設の改修を並行して工事する事になり、職人の確保が難しい時期だった。全体的に皆忙しく、人出不足が進んでいる。【一般土木建築工事業】</li> <li>インボイス制度が実施され、今まで単発で発注していた個人事業主でインボイス登録されていない個人事業主との関わり方が難しい。長年の付き合いがあり、簡単には関係を切れない。【給排水・衛生設備工事業】</li> <li>売上金額が下がったものの、仕入、人件費も減少しているため、資金繰りに大きな変化はない。【内装工事業】</li> </ul>
小売業	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規事業に着手するにも、年齢と掛かる費用のバランスが難しいのと、後継者に出せる給料が確約できにくく思えない。【婦人服小売業】</li> <li>景気の停滞と通販、量販店、百貨等の流通の変化に対応出来ない。【紙・文房具小売業】</li> <li>物価高、相場高だったため、売上は上昇している。しかし、売価に反映できず利益の確保が難しい。仕入額の上昇が少しずつ資金繰りを難しくしている。【各種食品小売業】</li> <li>酒類市場もコロナの影響も前期よりも更に薄れて各行事も戻りつつある。その関係で懇親会も戻りつつあり、売上の前年を上回りそうだ。お歳暮、忘年会を控えてその成り行きを期待し注視していきたい。【酒小売業】</li> <li>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延長してくれてはいるが、依然として高止まりの状況である。高価格である上に暖冬との予想もあることから、季節商品である灯油の売れ行きが期待できない。【ガソリンスタンド】</li> </ul>
サービス業	<ul style="list-style-type: none"> <li>仕入額が増加し、利益の減少に悩んでいる。12月に売上が増えても、利益が薄いと仕事量だけが増えて辛いことになる。また、店舗の老朽化については、この先何年働けるか不明なので、改装に手が出せない状況である。【すし店】</li> <li>今年の秋はコロナ禍からの完全な収束へ世の中の動きが変化し、お祝いが復活したことを感じる。ただ、仕入れ単価の上昇と人件費の増加で利益率は好転していないような気がする。【普通洗濯業】</li> <li>コロナ前に戻りつつあるが、常にニーズの変化の対応は求められる。効率的な設備投資と資金繰りが必要であり、生き残るポイントとなる。【旅館、ホテル】</li> <li>通常の日常に戻りつつも仕入れ高騰が続いているため採算面が厳しい。忙しい時に限って人手不足になっている自分たちに対する負担が大きい。【食堂、レストラン(専門料理店を除く)】</li> <li>物価高騰に伴う顧客の利用頻度低下及び顧客数減少が発生している。新しい取組の構想はあるが従業員の確保が困難でありチャレンジできない。【美容業】</li> </ul>

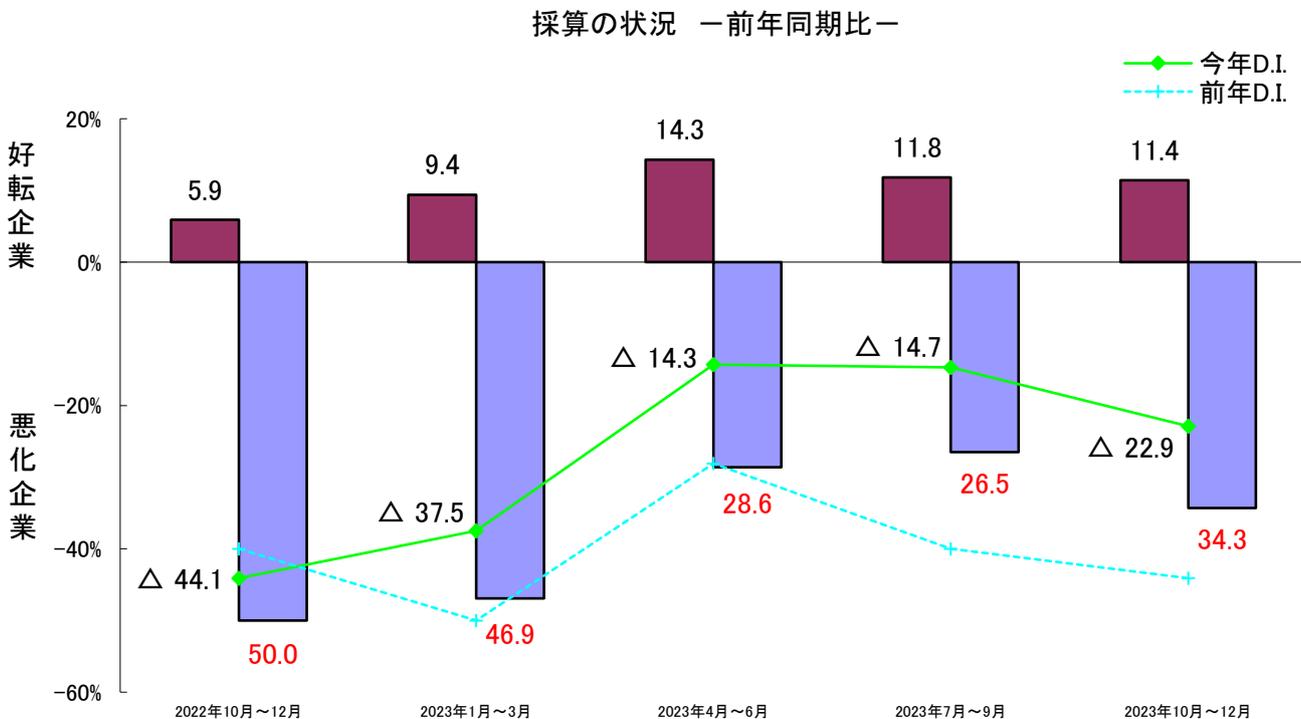
## ①【製造業】売上の動向



今期、売上が「増加した」と答えた企業は28.6%で、前期の40.0%から11.4ポイント減少した。また、「減少した」と答えた企業は37.1%で、前期の28.6%から8.5ポイント増加した。したがって、今期のD・I値は△8.5と、前期の11.4から19.9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14.3%、減少すると予測した企業は31.4%で、これにより来期のD・I値は△17.1と、今期の△8.5から8.6ポイントの悪化を予測している。

## ②【製造業】採算の動向



今期、採算が「好転した」と答えた企業は11.4%で前期の11.8%から0.4ポイント減少した。また、「悪化した」と答えた企業は34.3%と、前期の26.5%から7.8ポイント増加した。したがって、今期のD・I値は△22.9と、前期の△14.7から8.2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11.4%、悪化を予測した企業は31.4%で、これにより来期のD・I値は△20.0と、今期の△22.9から2.9ポイントの改善を予測している。

### ③【製造業】新規設備投資の状況

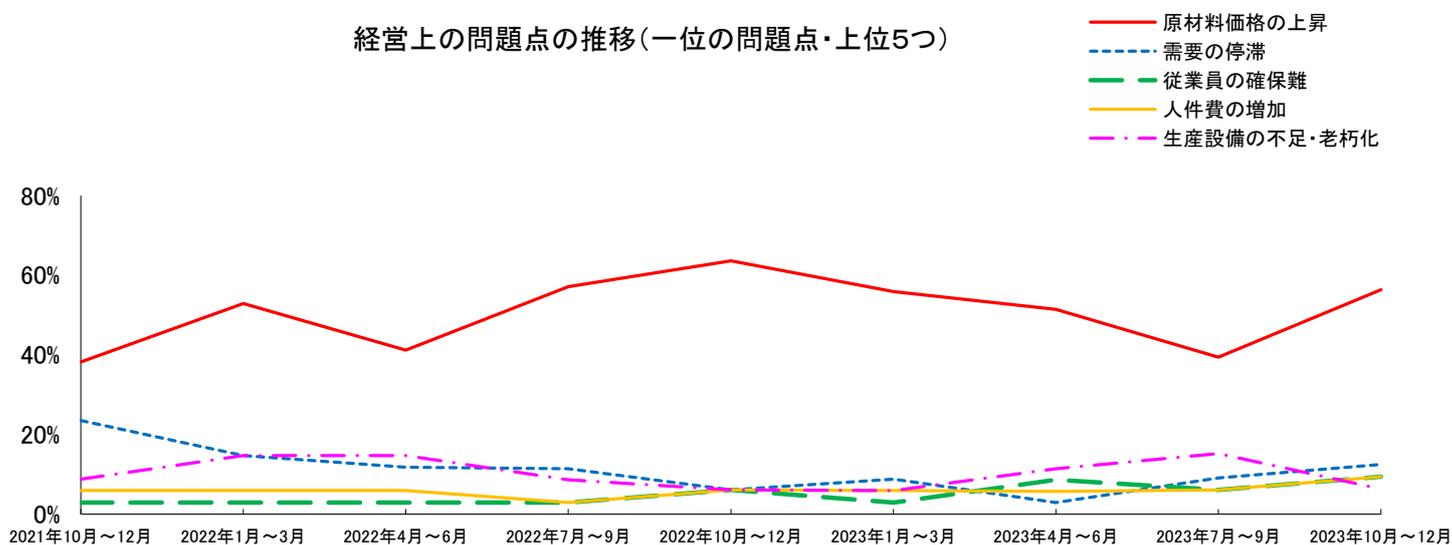
※投資内容は複数回答 (%)

項目 期	実施 して 計 画 る	土 地	工 場 建 物	生 産 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 い 計 画 い
今 期 (2023年10～12月)	5.7	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	94.3
来 期 (2024年1～3月)	28.6	0.0	10.0	70.0	10.0	10.0	10.0	0.0	20.0	71.4

今期、設備投資を行った企業は5.7%で、前期に設備投資を行った企業(14.3%)を下回った。来期は28.6%の企業が設備投資を計画している。

### ④【製造業】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「原材料価格の上昇」で56.3%、第2位は「需要の停滞」で12.5%、第3位は「従業員の確保難」、「人件費の増加」の2項目で9.4%、第5位は「生産設備の不足・老朽化」で6.3%であった。原材料価格の高止まりが、依然として深刻な問題となっていることがうかがえる。

### ⑤【製造業】来期の見通し

売上(収入)額			採算			資金繰り			業況		
2023年 7～9月期	2023年 10～12月期	2024年 1～3月期									
11.4	△ 8.5	△ 17.1	△ 14.7	△ 22.9	△ 20.0	△ 2.9	△ 14.3	△ 17.1	5.7	△ 17.6	△ 5.9
傾向	↘	↘	傾向	↘	↗	傾向	↘	↘	傾向	↘	↗

(注) ↗ 増加・好転、→ 不変、↘ 減少・悪化を示す。

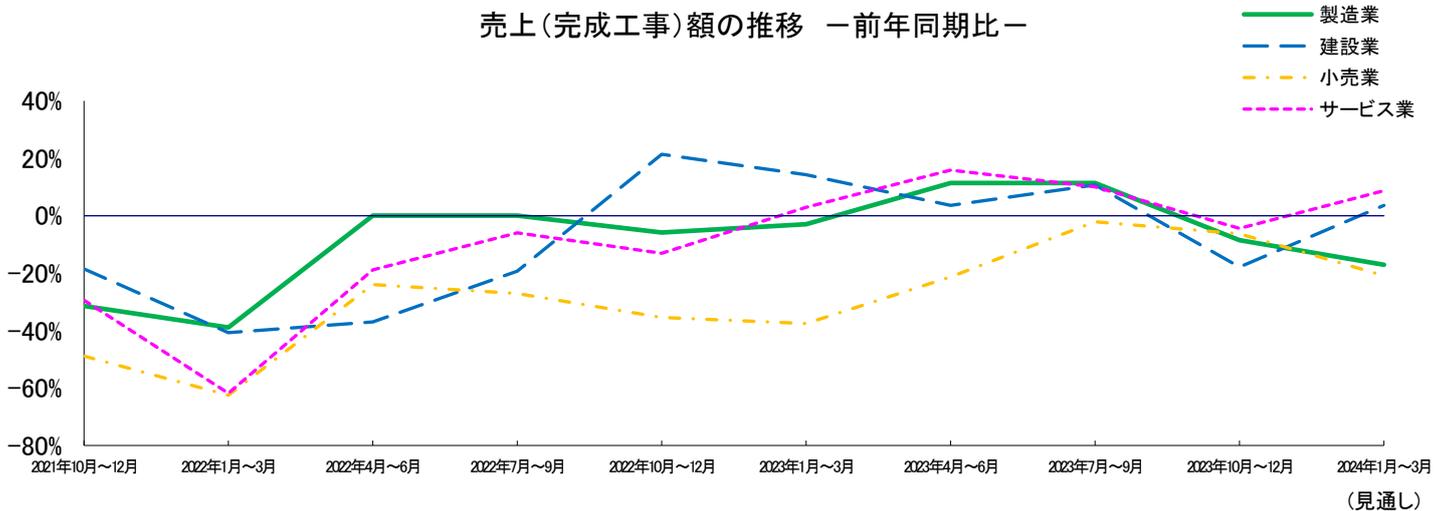
来期の見通しは、「採算」、「業況」の2項目で増加・好転を示しているが、「売上(収入)額」、「資金繰り」の2項目で減少・悪化を示している。

調査対象企業のコメントでは、物価高の影響が大きく、値上げをおこなったものの、さらなる物価高騰により価格転嫁できていないとの声が寄せられている。

### 【売上】

今期、「製造業」（19.9ポイントの悪化）、「建設業」（28.6ポイントの悪化）、「小売業」（4.2ポイントの悪化）、「サービス業」（14.5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、「建設業」（21.5ポイントの改善）、「サービス業」（13.1ポイントの改善）の2業種で、悪化を示したのは、「製造業」（8.6ポイントの悪化）、「小売業」（14.5ポイントの悪化）、の2業種であった。

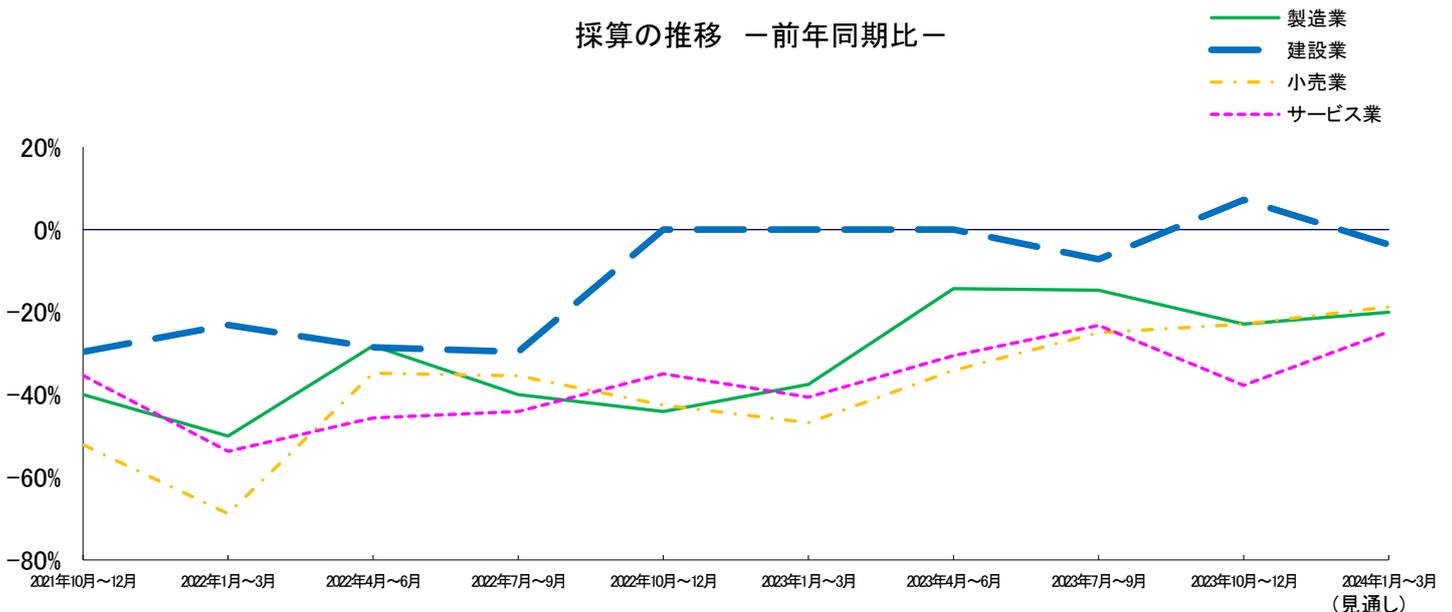
売上(完成工事)額の推移 ー前年同期比ー



### 【採算】

今期、改善を示したのは、「建設業」（14.4ポイントの改善）、「小売業」（2.1ポイントの改善）の2業種で、悪化を示したのは、「製造業」（8.2ポイントの悪化）、「サービス業」（14.5ポイントの悪化）、の2業種であった。  
 来期の見通しで改善を示したのは、「製造業」（2.9ポイントの改善）、「小売業」（4.2ポイントの改善）、「サービス業」（13.0ポイントの改善）の3業種で、悪化を示したのは、「建設業」（10.8ポイントの悪化）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、ディフュージョン・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。