

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〕

主要項目	2022年		2023年			(見通し)
	7月～9月	10月～12月	1月～3月	4月～6月	7月～9月	10月～12月
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



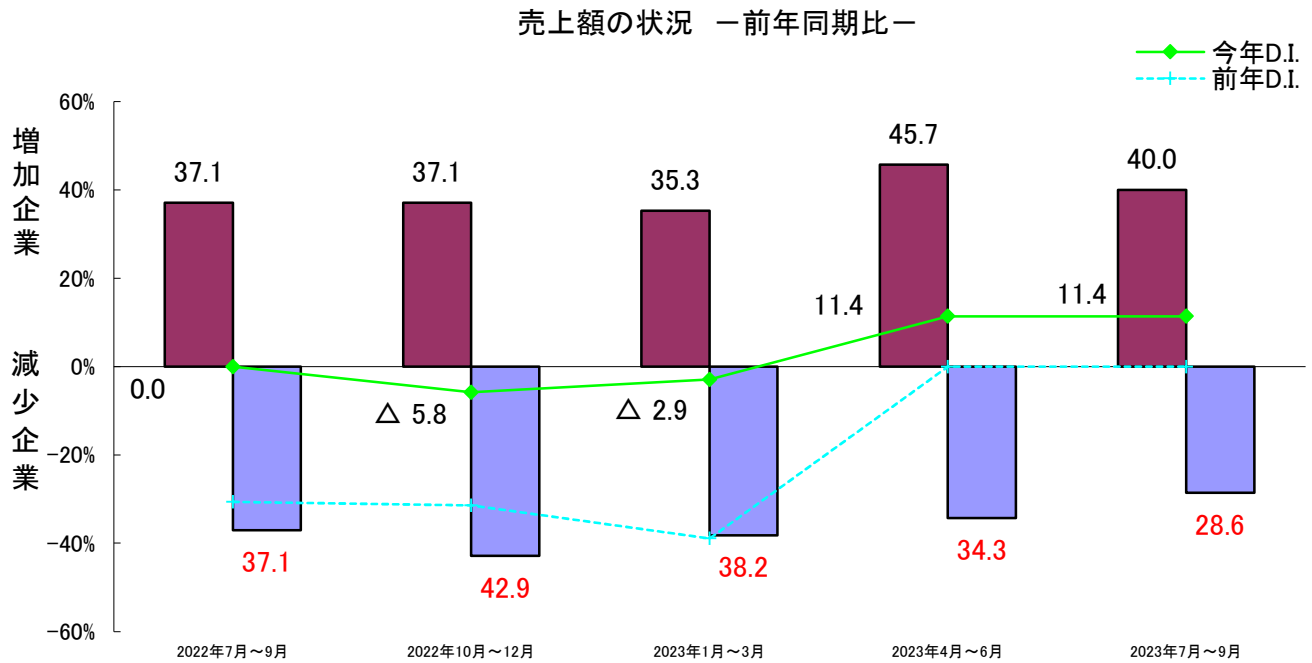
雨

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"> 前年よりも商品が売れず、売上が減少した。今年に入ってからの人の動きは出てきたが、食品(生活品)の動きは鈍いように感じる。【野菜漬物製造業(缶詰, 瓶詰, つぼ詰を除く)】 コロナ明けで、少しずつだが、売上が増加している。今後、取引の増加が見込まれるが、取引当初の設備等の費用が増加する見込みであり、資金繰りが厳しくなってくる。【めん類製造業】 製品の引合い、受注量が増加しているにも関わらず、利益率が低いのは比例して原材料費・人件費以外の経費増加によるところが大きく、今年度は経費節約を目標にして、利益率を伸ばしたいと思う。【その他水産食料品製造業】 原材料価格上昇のうえ、材木が取引先に無い状況。外材がなかなか手に入らない。【建築用木製組立材料製造業】
建設業	<ul style="list-style-type: none"> 県内工事よりも県外工事の比率が上がり、売上に貢献しているが、その反面、経費増加にも繋がっている。今後は自社と関連ある企業とのパートナー体制も必要と感じている。【熱絶縁工事業】 工事売上が減少しているものの、手数料等の必要経費の増加により状況は厳しい。【内装工事業】 前回同様、資材価格・燃料費の高騰に加え、若手人材確保の難しさがある。【給排水・衛生設備工事業】 今の時期は工事が停滞するのだが、島外からの依頼の見積りや新規の店舗等からの見積りや相談が増えてきた。大工等の段取りが難しい状況だが、来年の春までは工事受注でき、ありがたい状況である。【一般土木建築工事業】
小売業	<ul style="list-style-type: none"> 地域特有の事情による高齢化に伴い、老人ホームへの入居等で顧客の減少が著しく、新規のお客様の開拓によるチラシ等の費用の増加で経営の維持が少々難しくなりつつある。【時計・眼鏡・光学機械小売業】 コロナ禍の影響も少しずつ薄れて通常の社会へと戻りつつあるが、一度体験したコロナ禍での自粛生活の影響はできるだけ低価格商品へと移り、その力強さに欠け、以前の生活に戻るにはしばらくの期間を要すると思う。【酒小売業】 コロナも5類になってお客様の出足が良くなると思っていたところ、不買に慣れてしまい購買意欲が無くなったため、高額品に目がいかなくなり、単価がものすごく低くなっている。【婦人服小売業】 コロナ禍による売上減少の時に比べて、売上は微増だが回復に向かうものと思われる。しかし、原価、経費の増加が経営を圧迫している。10月からの人件費に加え、インボイスなどの不安も多い。【各種食料品小売業】 激変緩和措置による国からの補助金が段階的に縮減され、さらに原油価格の上昇や為替の影響で大幅に仕入れ価格が上がっている。後追いながら販売価格への転嫁はしているものの高価格になっているため、需要減退が懸念される。【ガソリンスタンド】
サービス業	<ul style="list-style-type: none"> ガソリンや燃料費の高止まりを受けて、未だに材料費の単価が上がっていることが心配である。値上げで済むような単純な状況ではないので、色々な面で工夫が必要だと感じている。【普通洗濯業】 客足は伸びているが、仕入れ値高騰のため利益は上がっていないように感じる。なお、人手不足で自分たちの業務負担がかなりある。【食堂、レストラン(専門料理店を除く)】 コロナが緩和され、人の動きの活性化は感じられるが、物価高騰で思うように売上は増加していない。最低賃金が上がり、ますます経営困難になってきた。【理容業】 観光客が急激に増加し、車両も人手も足りず、対応することができなかった。せっかくのチャンスを逃してしまい残念だが、人手不足が深刻な状況であり、秋の行楽シーズンに不安が出てきている。【自動車賃貸業】 今期は観光客の増加もあり、売上は増加したが、仕入高も上がっており、純利益が増加したという実感はない。人手不足ではあるが、人件費を考えると従業員を雇うだけの余裕はまだない。【他に分類されない飲食店】

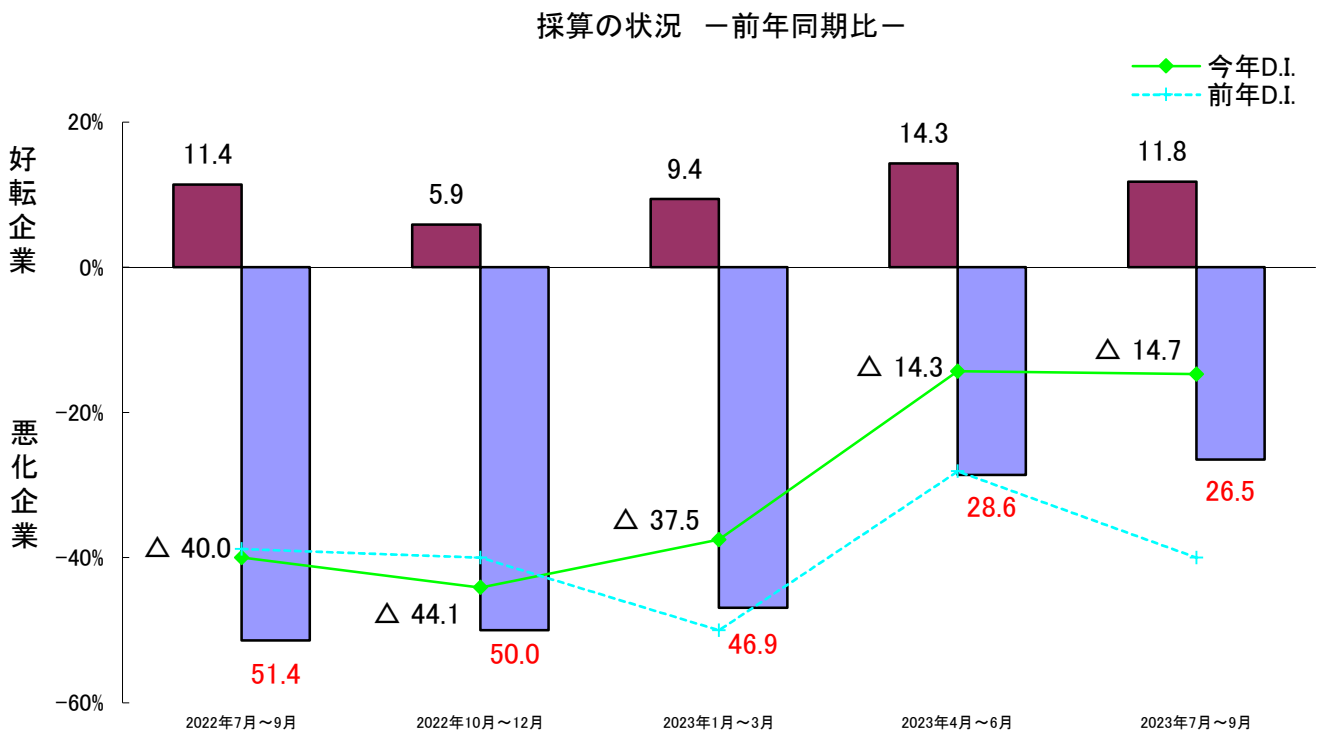
①【製造業】売上の動向



今期、売上が「増加した」と答えた企業は40.0%で、前期の45.7%から5.7ポイント減少した。また、「減少した」と答えた企業は28.6%で、前期の34.3%から5.7ポイント減少した。したがって、今期のD・I値は11.4で前期と不変であった。

「来期の見通し」では、増加すると予測した企業は22.9%、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△8.5と、今期の11.4から19.9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11.8%で前期の14.3%から2.5ポイント減少した。また、「悪化した」と答えた企業は26.5%と、前期の28.6%から2.1ポイント減少した。したがって、今期のD・I値は△14.7と、前期の△14.3から0.4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14.7%、悪化を予測した企業は23.5%で、これにより来期のD・I値は△8.8と、今期の△14.7から5.9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

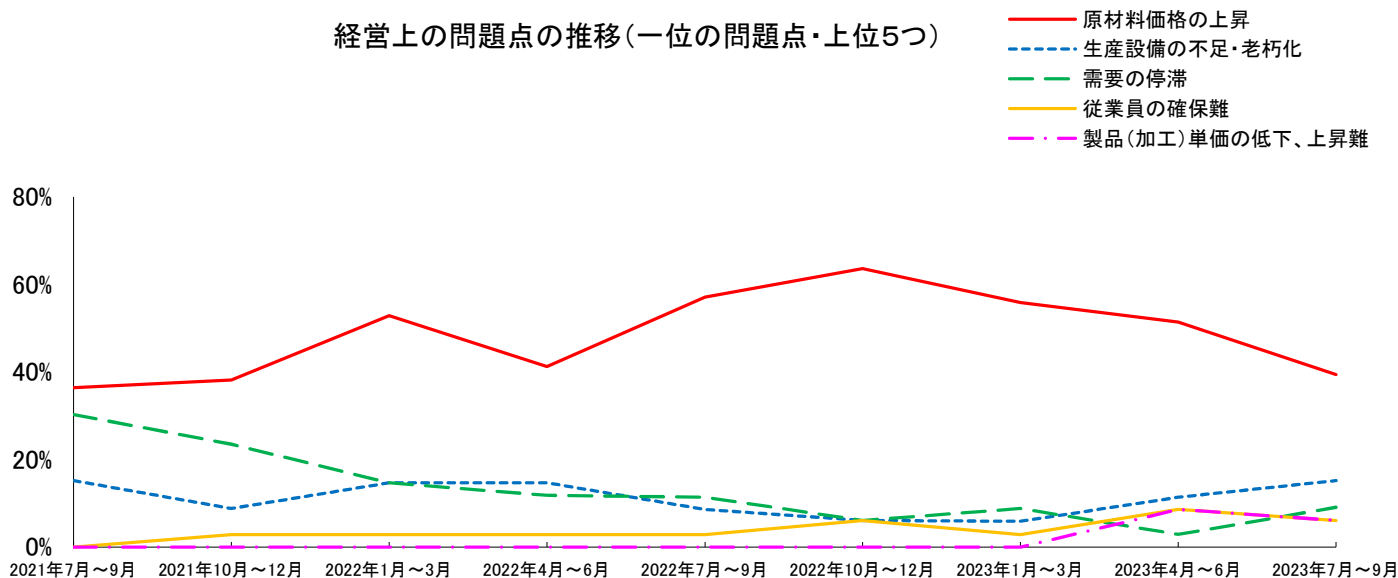
※投資内容は複数回答 (%)

項目 期	実施 して ・ 計 画 る	投資内容								実施 して ・ い 計 な 画 い
		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	
今 期 (2023年7～9月)	14.3	0.0	40.0	40.0	20.0	0.0	20.0	0.0	20.0	85.7
来 期 (2023年10～12月)	25.7	0.0	0.0	66.7	0.0	11.1	0.0	0.0	33.3	74.3

今期、設備投資を行った企業は14.3%で、前期に設備投資を行った企業(14.3%)と同数であった。来期は25.7%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39.4%、第2位は「生産設備の不足・老朽化」で15.2%、第3位が「需要の停滞」で9.1%であった。

原材料価格の上昇に加えて、依然として生産設備の不足・老朽化が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 4～6月期	7～9月期	10～12月期	2023年 4～6月期	7～9月期	10～12月期	2023年 4～6月期	7～9月期	10～12月期	2023年 4～6月期	7～9月期	10～12月期
11.4	11.4	△ 8.5	△ 14.3	△ 14.7	△ 8.8	△ 5.7	△ 2.9	△ 8.6	2.9	5.7	0.0
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」で増加・好転を示しているが、「売上(収入)額」、「資金繰り」、「業況」の3項目で減少・悪化を示している。

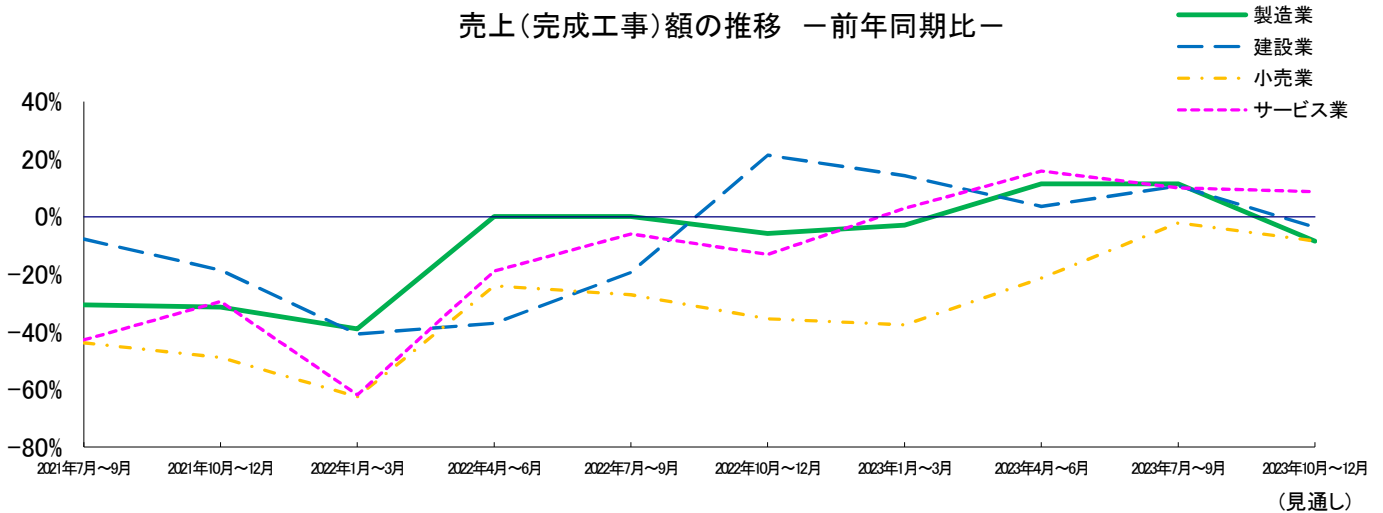
調査対象企業のコメントでは、原材料価格上昇のうえ、材料不足で仕入れが困難になってきているとの声が寄せられている。

【売上】

今期、改善を示したのは、「小売業」（19.2ポイントの改善）、「建設業」（7.1ポイントの改善）の2業種で、不変を示したのは「製造業」だった。悪化を示したのは「サービス業」（5.8ポイントの悪化）であった。

来期の見通しでは、「製造業」（19.9ポイントの悪化）、「建設業」（14.3ポイントの悪化）、「小売業」（6.3ポイントの悪化）、「サービス業」（1.4ポイントの悪化）の4業種すべてで悪化を示している。

売上(完成工事)額の推移 — 前年同期比 —

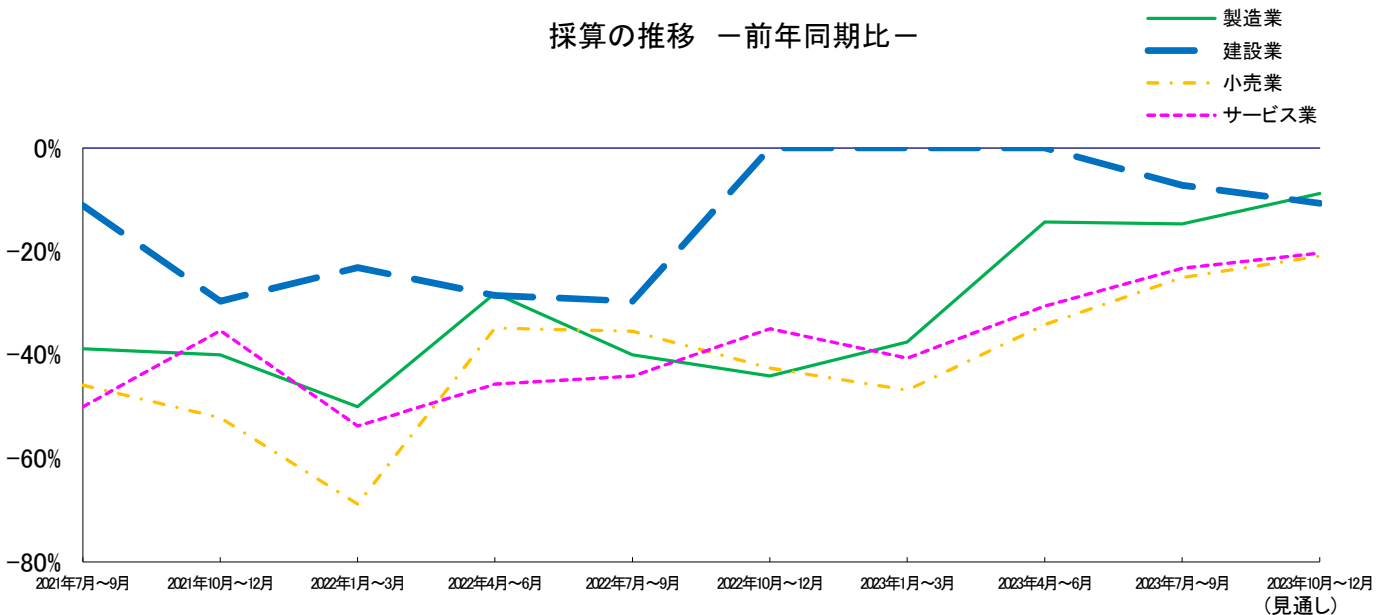


【採算】

今期、改善を示したのは、「小売業」（9.1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、悪化を示したのは、「建設業」（7.2ポイントの悪化）、「製造業」（0.4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」（5.9ポイントの改善）、「小売業」（4.1ポイントの改善）、「サービス業」（2.9ポイントの改善）の3業種で、悪化を示したのは、「建設業」（3.5ポイントの悪化）であった。

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。