

主要DIは横ばいで推移、依然として足踏み状態 第181回中小企業景況調査(7月～9月期)

今回調査では、主要なDIがマイナス圏で推移しており、依然として足踏み状態が続いている。若干ではあるが、採算DIが横ばいのなかプラスに転じた点が今期の特徴と言えるが、その背景には、多くの企業がコスト増を吸収するため販売価格への転嫁を進めたものの、その値上げが販売数量へ影響したことで、全体の売上としては拡大には繋がらない厳しい状況が浮き彫りとなった。

今期は、行楽需要など明るい材料があったものの、物価高への根強い警戒感から本格的な拡大には力強さを欠いた。来期は年末商戦や賞与シーズンを迎えるため、個人消費が向上くことが期待される。

今期 売上・業況DIはやや改善 来期は業況DIが改善の見通し 製造業

今期売上DIは5.4(前回△2.9)とやや改善した。業況DIも△8.1(前回△17.1)とやや改善した。

来期の見通しは、売上DIが△21.6(前回△11.4)とやや悪化した。業況DIは8.1(前回△20.0)と大幅に改善した。今期は、関税への懸念が和らいだことで、売上・業況ともに改善に繋がったが、来期は海外経済の減速懸念は依然として根強く、受注環境の先行きは不透明である。

今期売上DIは大幅悪化 来期も厳しい状況が続く見込み 建設業

建設業の今期売上DIは、△14.8(前回12.5)と大幅に悪化、業況DIも△7.4(前回8.3)とやや悪化した。

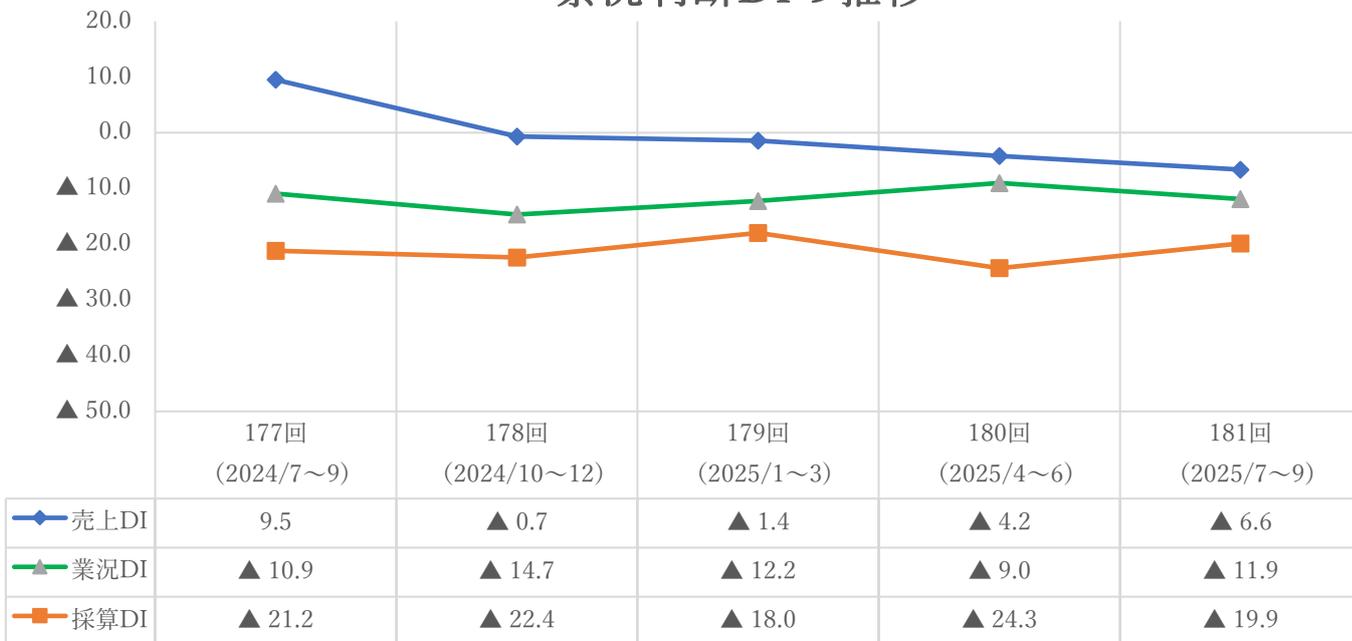
来期の見通しは、売上DIが△22.2(前回0.0)と大幅に悪化し、業況DIは△7.4(前回△4.2)と横ばいとなった。高止まりする資材価格と高騰を続ける人件費が採算を強く圧迫し、本格的な回復には時間を要する見通しだ。

今期売上DIはやや改善 来期も改善傾向が続く見通し 卸売業

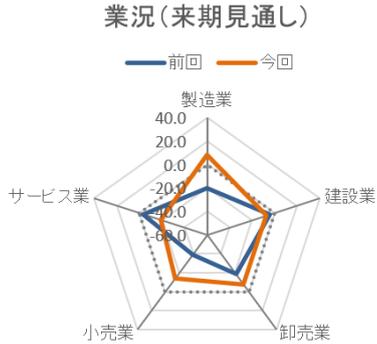
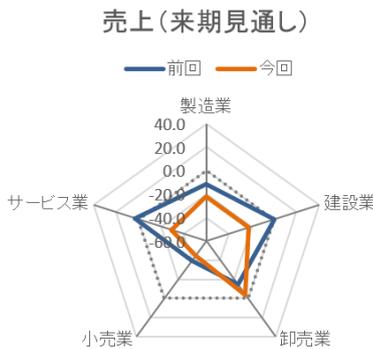
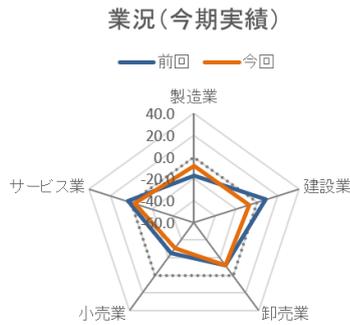
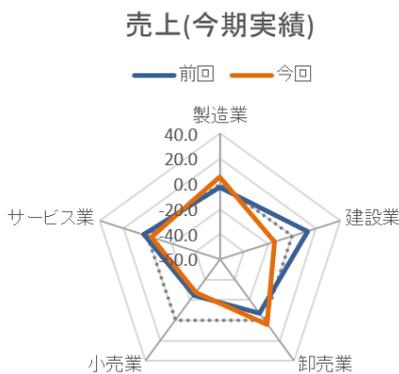
卸売業の今期売上DIは3.7(前回△7.4)とやや改善し、業況DIは△11.1(前回△11.1)と横ばいであった。

来期の見通しは、売上DIが△3.7(前回△14.8)とやや改善し、業況DIも△7.4(前回△18.5)とやや改善した。これまで収益を圧迫してきた仕入価格の高騰がやや落ち着き、来期は年末商戦に向けた受注増に期待し、更なる改善を見込む。

景況判断DIの推移



DI 値 (景気判断指数) = (増加・好転の回答割合) - (減少・悪化の回答割合)



前回調査比	売上		業況	
	今期実績	来期見通し	今期実績	来期見通し
製造業	↑	↓	↑	↑
建設業	↓	↓	↓	→
卸売業	↑	↑	→	↑
小売業	→	→	↓	↑
サービス業	↓	↓	↓	↓

凡例

~-16	-15~-6	±5	+6~15	+16~
↓	↘	→	↗	↑
大きく減少 悪化	やや減少 悪化	横ばい	やや増加 好転	大きく増加 好転

来期の見通しは、売上DIが△2.9、業況DIも△1.9、4(前回△3.3)と大幅に悪化した。宿泊や飲食を中心に客足は回復基調にあったものの、深刻な人手不足がボトルネックとなるが、来期は、忘年会やインバウンドの冬期観光需要など明るい材料もあり、人手不足が依然として懸念されるが、需要の取り込みがどこまで進むか注視される。

今期売上・業況DIともに悪化、来期も大幅な悪化が続く見通し サービス業

小売業の今期売上DIは、△27.6(前回△25.0)と横ばいとなり、業況DIは△31.0(前回△25.0)とやや悪化した。来期の見通しは、売上DIが△4.4、8(前回△39.3)とやや悪化した。業況DIは△13.8(前回△39.3)と大幅に改善した。夏休み期間中の観光客増加で、人出は回復したものの、物価高や記録的な猛暑、消費者の節約志向により、需要は限定された。客単価の伸び悩みが直撃し、光熱費や人件費の負担増も相まって業況は悪化した。来期は、年末年始を迎え、消費マインドの好転に期待したい。

今期売上DI横ばいも業況DIは悪化 来期は業況DI改善の見通し 小売業

事業者からの声

・北米の動向が業績に直結するので、外交面ではつきりとした方針を出してもらいたい。
(自動車部品・製造業)

・計画物件の中止及びスケールダウンなど先の見通しが難しい。
(建築・建設業)

・仕入単価の上昇分は、売上に転嫁できているが、その他の経費まで転嫁できるようにしたい。
(食品加工品・卸売業)

・仕入単価の上昇も少し落ち着いてきたように思うが、猛暑日が続いて熱中症アラートが出たこと、お客様が足が止まっているのを感じる。足が遠のくと、もどってくるのは思った以上に大変だと思う。
(菓子・小売業)

・あまり売上があがらない状況で、最低賃金があがっても、人件費に回す資金が不足していて悩ましい。
(惣菜・飲食業)

・広告の控え感が増大し、今後は目新しい企画力が必要不可欠です。
(広告・サービス業)