

景気見通し調査(平成29年3月期)

調査結果

福井商工会議所
中小企業総合支援センター

【調査の概要】

当調査は、福井商工会議所管内の小規模事業所の短期的な景気動向を把握するため、毎年3月・6月・9月・12月の年4回実施している。

調査時期 平成29年3月13日(月)～3月17日(金)

調査方法 FAXによる送付、回収

調査対象 福井商工会議所 会員小規模事業所より 364件を抽出

(製造業・建設業・・・従業員20人以下の事業所

卸売業・小売業、商業・サービス業・その他・・・従業員5人以下の事業所)

回答数 200件 (回収率54.9%)

	製造業	建設業	卸売業	小売業	サービス業	合計
5名以内	15	16	18	8	15	72(39.1%)
6～10名以内	14	14	4	4	4	40(21.8%)
11名以上	18	16	11	6	21	72(39.1%)
計	47(25.6%)	46(25.0%)	33(17.9%)	18(9.8%)	40(21.7%)	184

※業種未回答16件除く

DI値とは

ディフュージョン・インデックス(Diffusion Index)の略で、景気動向を示す指標。「良い」「上昇」したとする企業割合から、「悪い」「下落」したとする企業割合を差し引いた値。「現在」DI値は3か月前を基準とした現在の状況、「先行」DI値は今後3か月後の状況を予測したもの。

【調査結果の概要】

業界・自社の景況ともに悪化するも、改善見込む

～売上高・採算の悪化目立ち、製造・建設業間で大きな差～

■業界の景況

- ・3期ぶりの悪化
- ・製造業、卸売業のみ改善
- ・製造業、卸売業は悪化の見込

■仕入価格

- ・わずかな改善
- ・建設業、サービス業のみ悪化
- ・小売業以外は悪化の見込み

■自社の景況

- ・2期ぶりの悪化
- ・製造業、卸売業のみ改善
- ・製造業、卸売業は悪化の見込み

■販売価格

- ・わずかな悪化
- ・建設業、小売業は悪化
- ・製造業のみ悪化の見込み

■売上高(受注高)

- ・2期ぶりの悪化
- ・製造業、小売業のみ改善
- ・卸売業、サービス業のみ改善の見込み

■採算(収支)

- ・3期ぶりの悪化
- ・製造業、小売業は改善
- ・製造業、建設業は悪化の見込み

■業界別の動向

業種	コメント	前回調査との比較					
		業界の景況	自社の景況	売上高 (受注高)	仕入価格 (商品、資材、 原材料等)	販売価格 (受注単価)	採算(収支)
全業種		↓	↓	↓	↑	↓	↓
製造業	+ 取引先の業績回復	↑	↑	↑	↑	↑	↑
	+ 半年先まで受注がある	↑	↑	↑	↑	↑	↑
	- 受注減	↓	↓	↓	↓	↓	↓
建設業	- 原材料の高騰	↓	↓	↓	↓	↓	↓
	+ 受注が安定している	↑	↑	↑	↑	↑	↑
	+ 受注が多い	↑	↑	↑	↑	↑	↑
卸売業	- 競争激化	↓	↓	↓	↓	↓	↓
	- 受注減	↓	↓	↓	↓	↓	↓
	+ 輸出面が回復	↑	↑	↑	↑	↑	↑
小売業	- 設備投資がない	↓	↓	↓	↓	↓	↓
	- 消費が非常に悪い	↓	↓	↓	↓	↓	↓
	- 受注がほとんどない	↓	↓	↓	↓	↓	↓
	+ 展示会の開催	↑	↑	↑	↑	↑	↑
サービス業	+ シーズン要因	↑	↑	↑	↑	↑	↑
	- 個人消費の低下	↓	↓	↓	↓	↓	↓
	- 仕入価格の値上げ	↓	↓	↓	↓	↓	↓
	+ 受注見込みあり	↑	↑	↑	↑	↑	↑
サービス業	- 受注増の見込みなし	↓	↓	↓	↓	↓	↓
	- 資金不足	↓	↓	↓	↓	↓	↓
	- 人手が足りない	↓	↓	↓	↓	↓	↓

※青の矢印は改善を、赤の矢印は悪化を表している。

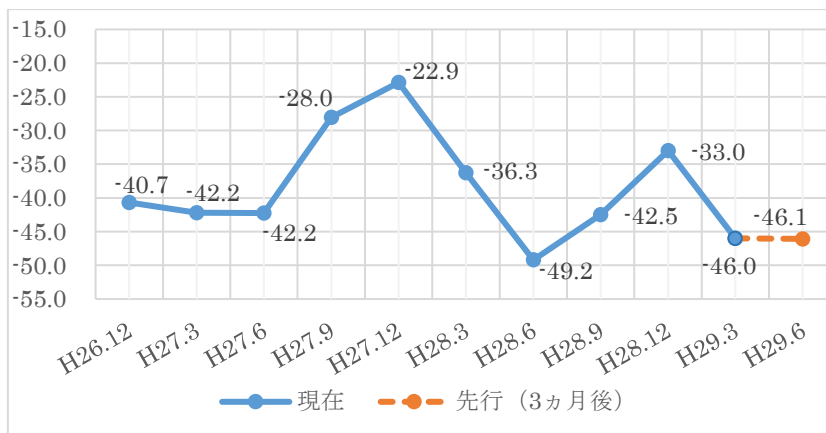
■調査結果概要(調査項目)

	現在DI値	前期比	先行DI値	見込み (先行DI値－現在DI値)
業界の景況	-46.0	-13.0	-46.1	-0.1
製造業	-42.3	10.6	-51.0	-8.7
建設業	-34.7	-45.6	-34.0	0.7
卸売業	-57.1	12.9	-63.6	-6.5
小売業	-61.9	-16.9	-47.6	14.3
サービス業	-46.5	-23.7	-39.0	7.5
自社の景況	-36.5	-12.7	-32.5	4.0
製造業	-30.8	12.4	-34.7	-3.9
建設業	-28.6	-37.3	-18.2	10.4
卸売業	-51.4	8.6	-58.6	-7.2
小売業	-47.6	-16.0	-26.3	21.3
サービス業	-34.9	-32.0	-25.0	9.9
売上高	-30.1	-12.4	-32.8	-2.7
製造業	-28.8	0.6	-37.3	-8.5
建設業	-19.6	-32.6	-27.9	-8.3
卸売業	-51.4	-1.4	-48.5	2.9
小売業	-19.0	21.0	-19.0	0.0
サービス業	-31.0	-31.0	-26.8	4.2
仕入価格	-26.0	0.4	-31.4	-5.4
製造業	-23.1	6.9	-32.0	-8.9
建設業	-22.4	-2.9	-30.6	-8.2
卸売業	-25.7	4.3	-28.6	-2.9
小売業	-28.6	1.4	-28.6	0.0
サービス業	-33.3	-8.3	-35.9	-2.6
販売価格	-4.6	-0.1	-1.0	3.6
製造業	-5.8	2.1	-5.9	-0.1
建設業	-6.3	-6.3	-4.2	2.1
卸売業	-11.4	9.3	-5.7	5.7
小売業	-4.8	-14.8	0.0	4.8
サービス業	4.9	4.9	12.2	7.3
採算(収支)	-31.7	-8.0	-29.4	2.3
製造業	-31.4	3.9	-32.7	-1.3
建設業	-24.5	-22.3	-28.6	-4.1
卸売業	-54.3	-11.0	-40.0	14.3
小売業	-28.6	1.4	-19.0	9.6
サービス業	-23.3	-9.0	-23.3	0.0

※青の塗潰しは改善を、赤の塗潰しは悪化を表している。

【業界の景況】

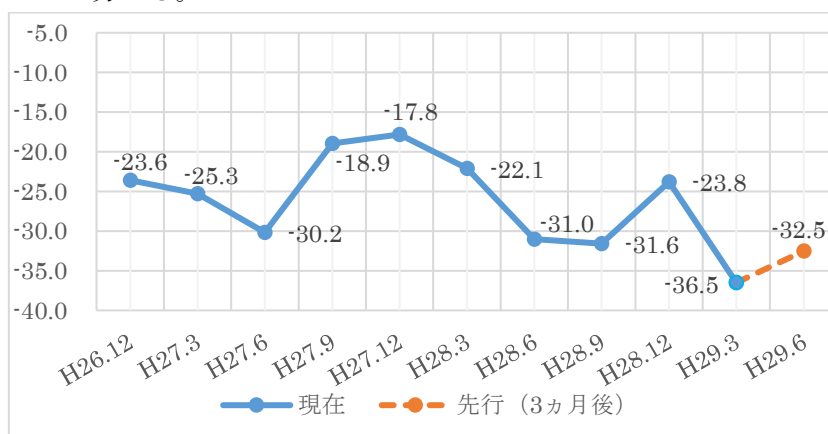
業界全体の現在 DI 値は▲46.0 を示し、前回調査（H28.12 期）から 13.0 ポイント悪化し、3 期ぶりの悪化となった。3 ヶ月後の動向を表す先行 DI 値は▲46.1 で、わずかな悪化を見込んでいる。業種別では、製造業が▲42.3、建設業が▲34.7、卸売業が▲57.1、小売業が▲61.9、サービス業が▲46.5 となっている。前回調査と比較すると、製造業、卸売業では回復が見られた。



業界の景況	現在DI値	前期比	先行DI値	見込み (先行DI値-現在DI値)
全体	-46.0	-13.0	-46.1	-0.1
製造業	-42.3	10.6	-51.0	-8.7
建設業	-34.7	-45.6	-34.0	0.7
卸売業	-57.1	12.9	-63.6	-6.5
小売業	-61.9	-16.9	-47.6	14.3
サービス業	-46.5	-23.7	-39.0	7.5

【自社の景況】

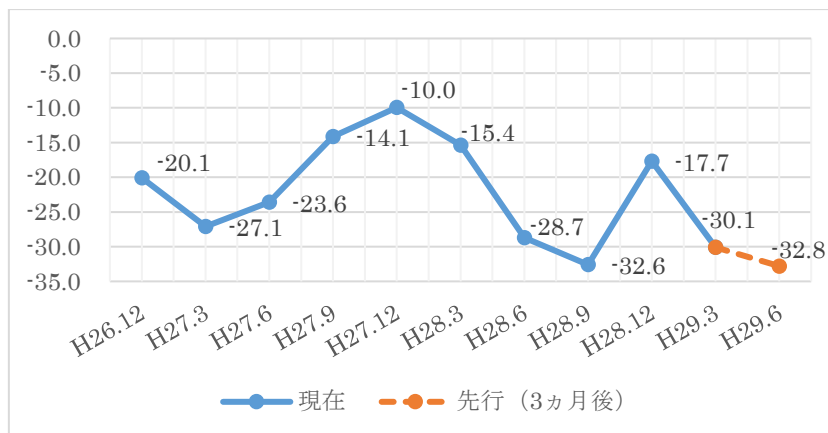
自社の景況は、現在 DI 値▲36.5 となり、前回調査より 12.7 ポイント悪化した。3 ヶ月後の先行 DI 値は▲32.5 で、現在より 4.0 ポイントの改善を見込んでいる。業種別では、製造業が▲30.8、建設業が▲28.6、卸売業が▲51.4、小売業が▲47.6、サービス業が▲34.9 を示した。先行 DI 値からは建設業、小売業、サービス業において改善が見込まれていることが分かる。



自社の景況	現在DI値	前期比	先行DI値	見込み (先行DI値-現在DI値)
全体	-36.5	-12.7	-32.5	4.0
製造業	-30.8	12.4	-34.7	-3.9
建設業	-28.6	-37.3	-18.2	10.4
卸売業	-51.4	8.6	-58.6	-7.2
小売業	-47.6	-16.0	-26.3	21.3
サービス業	-34.9	-32.0	-25.0	9.9

【売上高(受注高)】

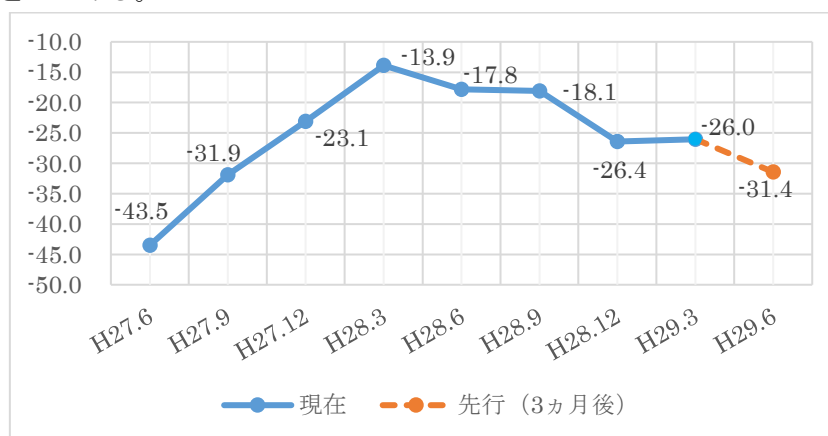
売上高(受注高)状況を表す現在DI値は▲30.1となり、前回調査から12.4ポイントの悪化となった。3ヶ月後の先行DI値は、▲32.8と現在より2.7ポイントの悪化を予測している。業界別には、製造業が▲28.8、建設業が▲19.6、卸売業が▲51.4、小売業が▲19.0、サービス業が▲31.0となった。前回調査と比較して、建設業が32.6ポイントの大幅減であった。今後3ヶ月後の見通しは、卸売・サービス業が改善する見込みである。



売上高	現在DI値	前期比	先行DI値	見込み (先行DI値-現在DI値)
全体	-30.1	-12.4	-32.8	-2.7
製造業	-28.8	0.6	-37.3	-8.5
建設業	-19.6	-32.6	-27.9	-8.3
卸売業	-51.4	-1.4	-48.5	2.9
小売業	-19.0	21.0	-19.0	0.0
サービス業	-31.0	-31.0	-26.8	4.2

【仕入価格】

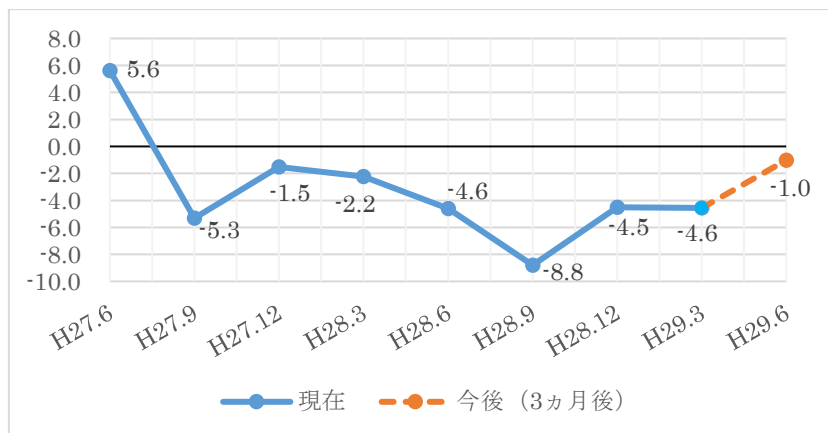
仕入価格の現在DI値は▲26.0で、前回調査から0.4ポイント増となり、若干ではあるが4期ぶりの改善となった。3ヶ月後の先行DI値は▲31.4と、現在と比べ5.4ポイント減を予測している。業種別では、製造業が▲23.1、建設業が▲22.4、卸売業が▲25.7、小売業が▲28.6、サービス業が▲33.3となった。3ヶ月後は小売業以外の業種は悪化する見通しである。



仕入価格	現在DI値	前期比	先行DI値	見込み (先行DI値-現在DI値)
全体	-26.0	0.4	-31.4	-5.4
製造業	-23.1	6.9	-32.0	-8.9
建設業	-22.4	-2.9	-30.6	-8.2
卸売業	-25.7	4.3	-28.6	-2.9
小売業	-28.6	1.4	-28.6	0.0
サービス業	-33.3	-8.3	-35.9	-2.6

【販売価格】

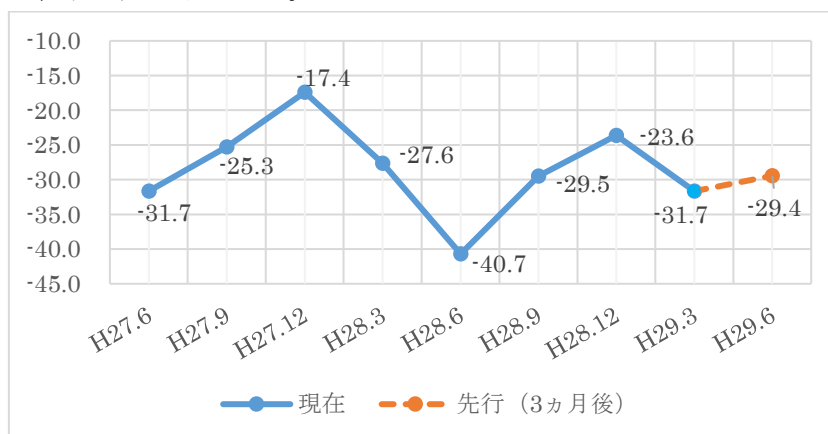
販売価格の現在 DI 値は▲4.6 となり、前回調査から 0.1 ポイント悪化している。3 ヶ月後の先行 DI 値は▲1.0 で、3.6 ポイントの回復が予測される。業種別では、製造業が▲5.8、建設業が▲6.3、卸売業が▲11.4、小売業が▲4.8、サービス業が 4.9 となった。業種別の先行 DI 値については、製造業を除いて改善を見込んでいる。



販売価格	現在DI値	前期比	先行DI値	見込み (先行DI値－現在DI値)
全体	-4.6	-0.1	-1.0	3.6
製造業	-5.8	2.1	-5.9	-0.1
建設業	-6.3	-6.3	-4.2	2.1
卸売業	-11.4	9.3	-5.7	5.7
小売業	-4.8	-14.8	0.0	4.8
サービス業	4.9	4.9	12.2	7.3

【採算(収支)】

採算(収支) 状況を表す現在 DI 値は▲31.7 と、前回調査から 8.0 ポイント減、3 期ぶりの悪化となった。3 ヶ月後の先行 DI 値は▲29.4 で、現在と比べ 2.3 ポイントの改善を見込んでいる。業種別では、製造業が▲31.4、建設業が▲24.5、卸売業が▲54.3、小売業が▲28.6、サービス業が▲23.3 となった。3 ヶ月後の見通しは、製造業・建設業で悪化する見込みである。

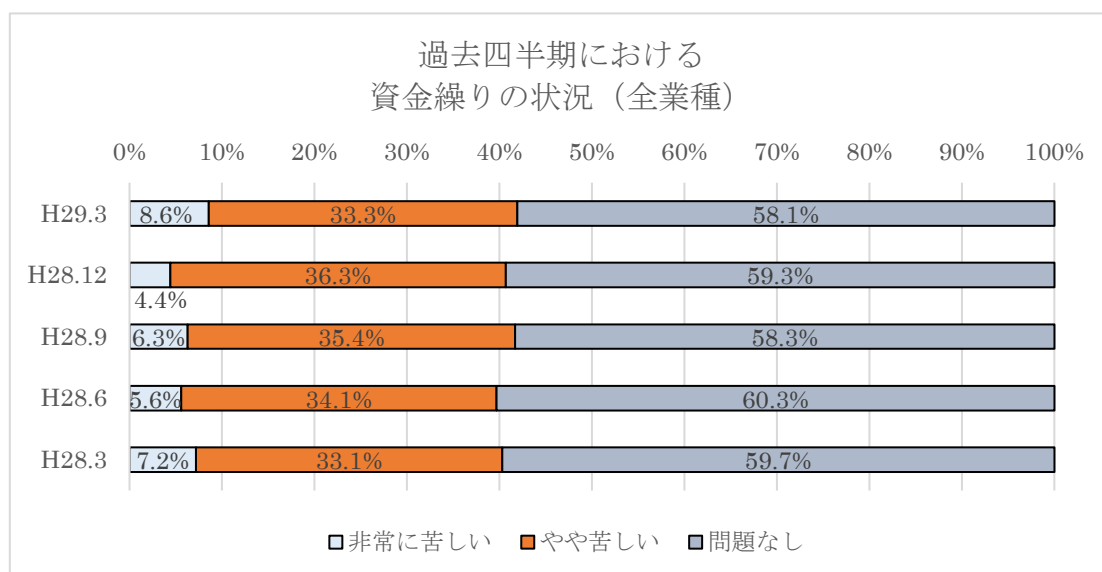
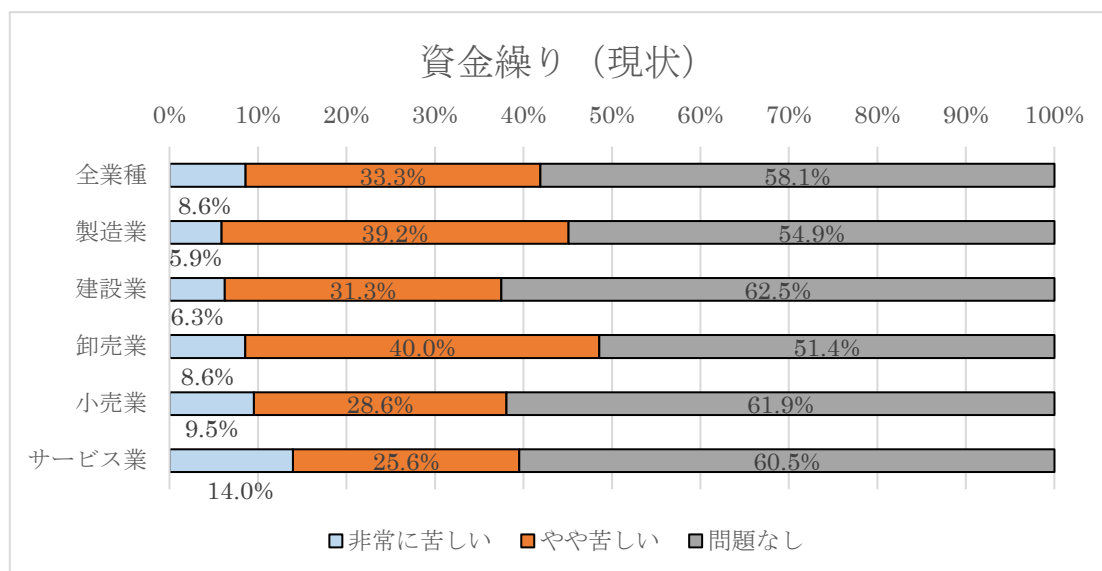


採算(収支)	現在DI値	前期比	先行DI値	見込み (先行DI値－現在DI値)
全体	-31.7	-8.0	-29.4	2.3
製造業	-31.4	3.9	-32.7	-1.3
建設業	-24.5	-22.3	-28.6	-4.1
卸売業	-54.3	-11.0	-40.0	14.3
小売業	-28.6	1.4	-19.0	9.6
サービス業	-23.3	-9.0	-23.3	0.0

【資金繰り】

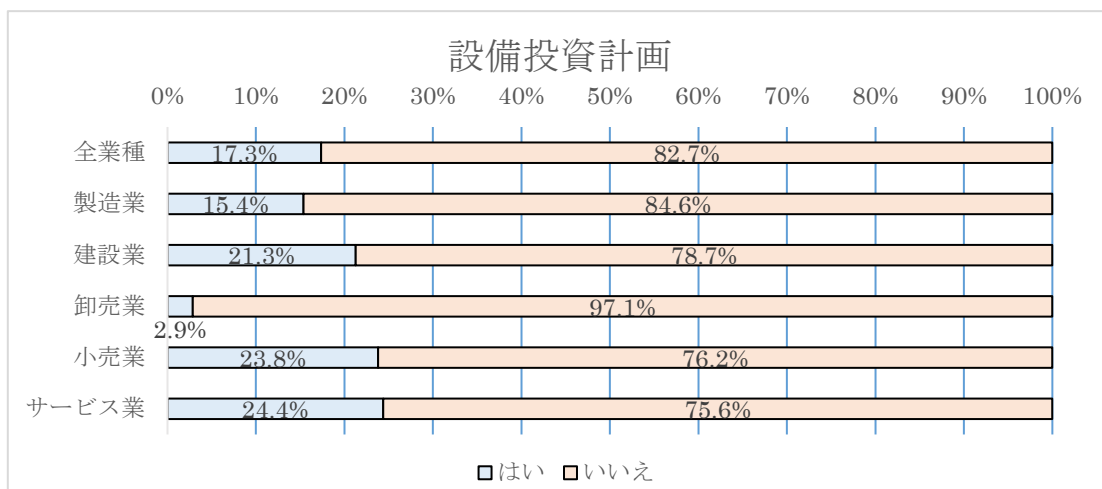
資金繰りの状況は、全業種の58.1%が「問題なし」と回答しており、業種別では、製造業と卸売業は資金繰りが比較的厳しく、サービス業では14.0%の事業者が「非常に苦しい」と回答している。

過去四半期の資金繰り状況と比較すると、「非常に苦しい」と回答した事業者の割合は、H29.3が最も多く、「問題なし」の割合は最も低いことから、平成29年に入り資金繰りが厳しくなっている。



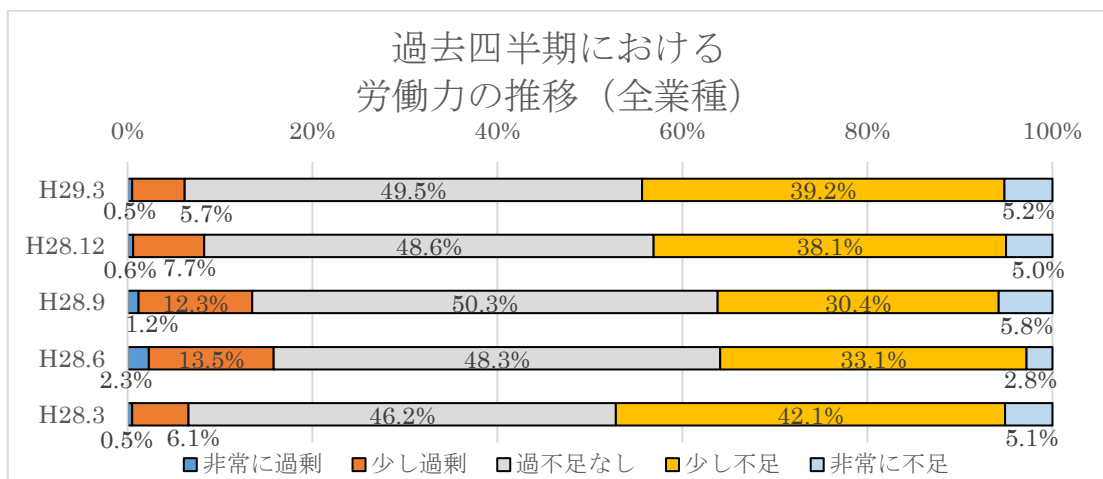
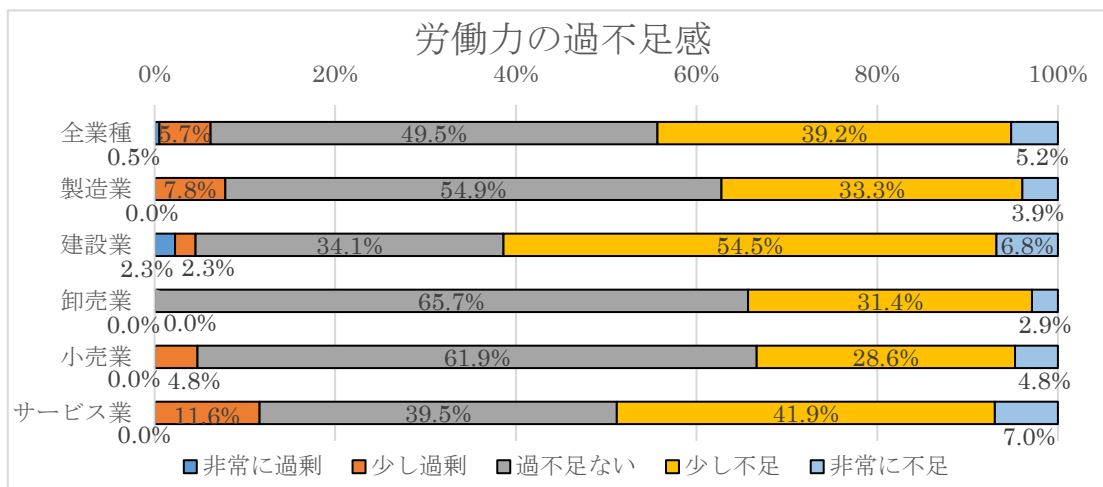
【設備投資】

今後3ヶ月以内に設備投資の予定があるかどうか伺ったところ、全業種では17.3%が「はい」と回答している。業種別では「はい」と回答した事業所は、小売業が23.8%、サービス業が24.4%となっており、他業種と比べると高い結果となった。卸売業では「はい」と回答した事業所が2.9%のみとなっている。卸売業においては資金繰りの厳しさが設備投資の少なさにもつながっている。



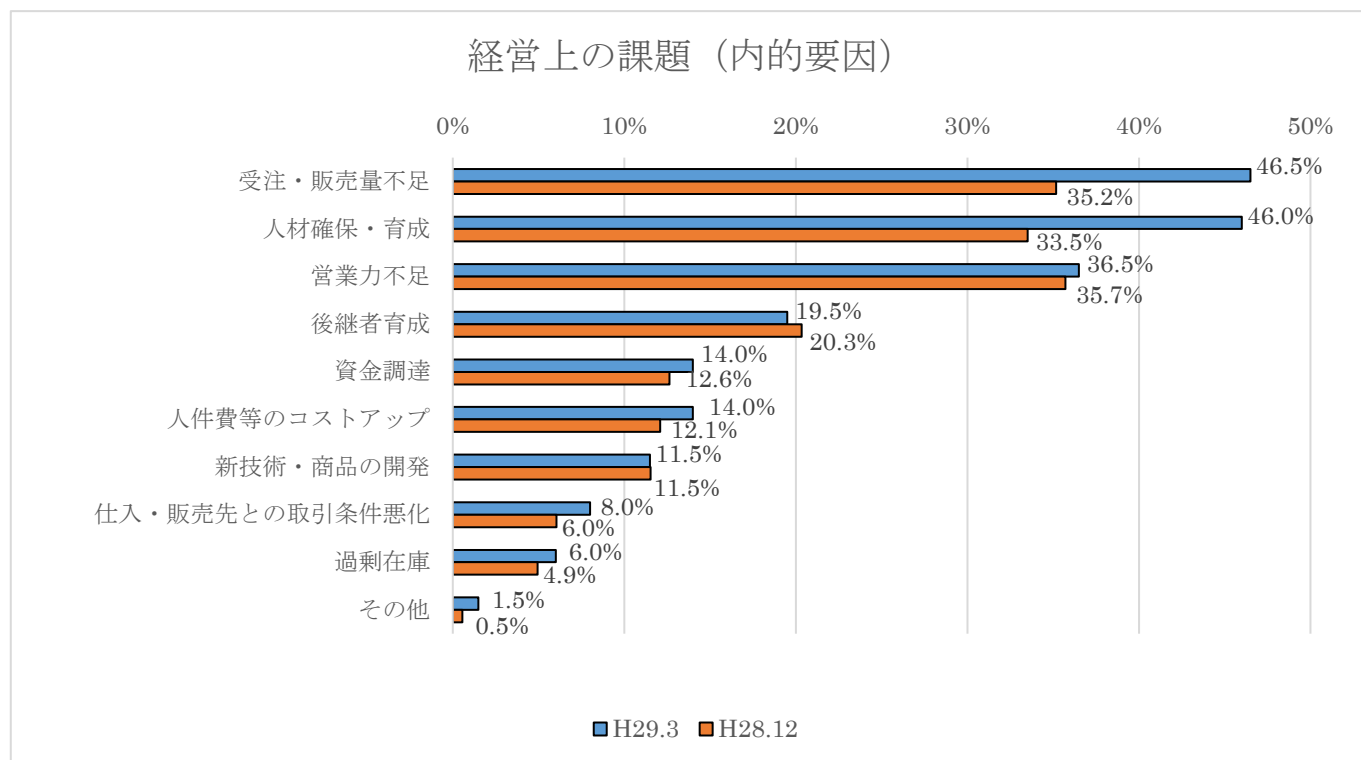
【労働力】

労働力の過不足感については、全業種では約半数の49.5%の事業所が「過不足ない」と答えた。業種別では、建設業・サービス業が「不足している（「少し不足」＋「非常に不足」）」と回答する割合が高く、建設業の労働力の不足感が特に目立つ。



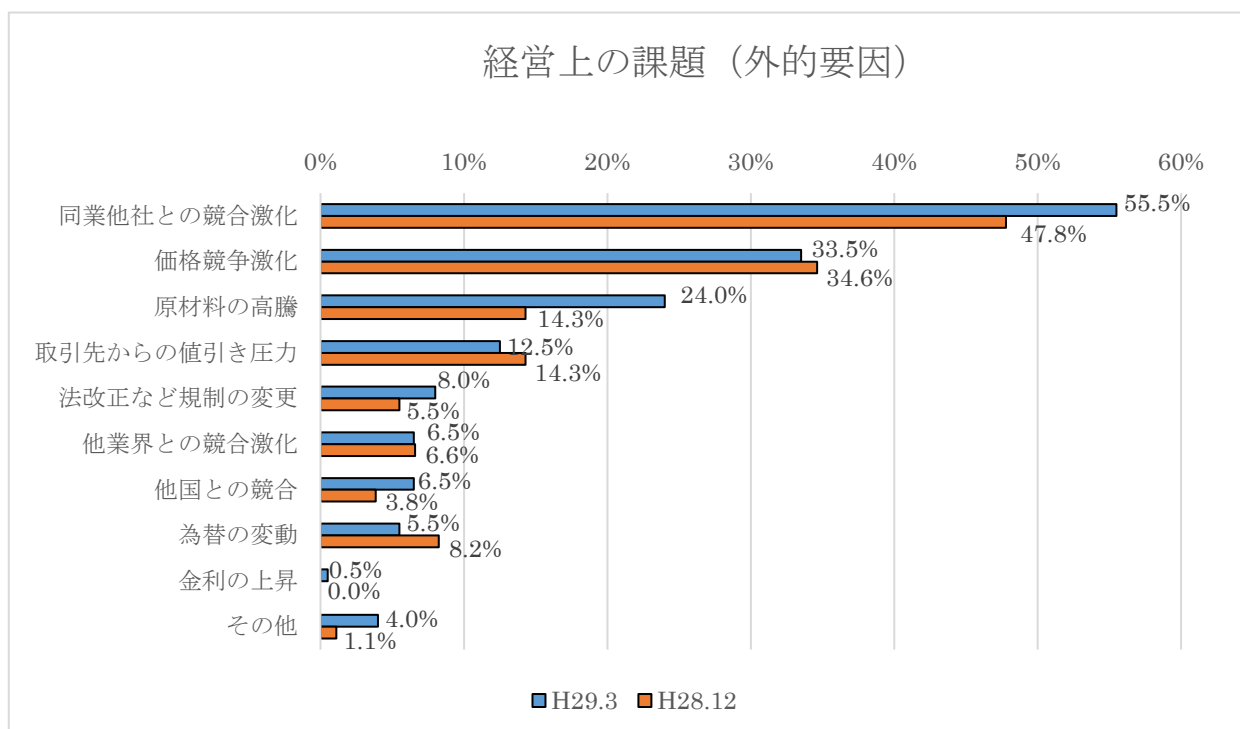
【経営課題(内的)】

経営上の課題（内的要因）については、「受注・販売量不足」「人材確保・育成」を課題にしている事業所の割合が前回調査から大幅に高まり、それぞれ46.5%、46.0%となった。一方で「営業力不足」と回答した事業所の割合は依然高く、36.5%となった。また、「資金調達」「人件費等のコストアップ」と回答した事業所の割合も高まっている。



【経営課題(外的)】

経営上の課題（外的要因）として、最も挙げられたのが前回調査時と同じく「同業他社との競争激化」であった。前回調査と比べると「同業他社との競争激化」が7.7ポイント、「原材料の高騰」が9.7ポイント増えている。

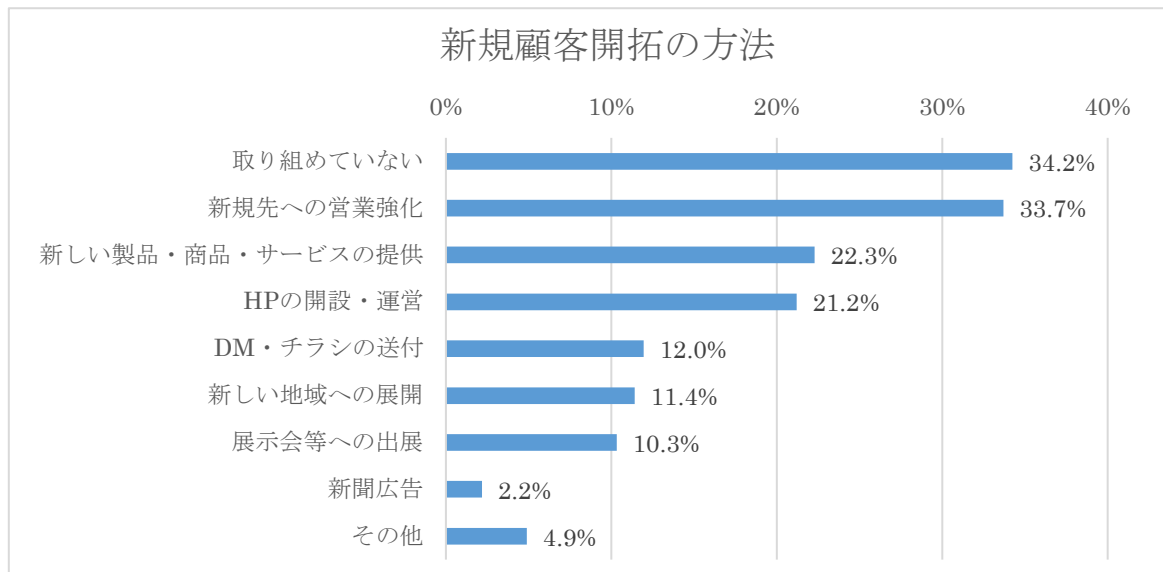


トピックス調査【新規顧客開拓について】

小規模事業所として新規顧客開拓に取り組めているのか、どのような方法で新規顧客開拓に取り組んでいるのか、各事業所に伺った。

《新規顧客開拓の方法は？》

新規顧客開拓の方法として何に取り組んでいるかという項目で、「取り組めていない」と回答した事業所が34.2%、「新規先への営業強化」が33.7%と3分の1以上を占め、「新しい製品・商品・サービスの提供」が22.3%、「HPの開設・運営」が21.2%であった。「DM・チラシの送付」「新しい地域への展開」「展示会等への出展」は比較的低く、HPの活用事業所が目立った。



《新規顧客開拓に取り組めていない理由》

新規顧客開拓に取り組めていない事業所に、その理由を伺ったところ、「取り組むための人材がない」と回答した事業所が53.8%と最も多く、「取り組んでいる時間が無い」が33.8%、「方法や手段が分からない」が10.8%という結果になった。

「その他」と回答した事業所の中には、新規顧客開拓は必要ないと回答している事業所もあった。

