

景気見通し調査

調査結果

令和5年9月期

特別調査【コストの上昇と利益に及ぼす影響】

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を中心とした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：令和5年8月28日(月)～9月8日(金)

調査方法：FAXによる送付・回収及びGoogleフォームによる回答

調査対象：福井商工会議所の会員 小規模事業所を中心に2,142件を抽出
(製造業・建設業・その他・・・従業員20人以下の事業所
卸売業・小売業・サービス業・・・従業員5人以下の事業所)

回答数：441件(回答率20.6%)

| 従業員数 | 製造業 | 建設業 | 小売業 | 卸売業 | サービス業 | 合計 |
|---------|------------|------------|-----------|-----------|------------|-------------|
| 5名以内 | 34 | 57 | 44 | 42 | 86 | 263(59.7%) |
| 6～10名以内 | 32 | 17 | 4 | 10 | 15 | 78(17.7%) |
| 11名以上 | 39 | 26 | 9 | 9 | 17 | 100(22.6%) |
| 小計 | 105(23.9%) | 100(22.6%) | 57(12.9%) | 61(13.9%) | 118(26.7%) | 441(100.0%) |

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ヵ月前を基準とした現在の状況、「先行」DI値は今後3ヵ月後の状況を予測したもの。

【調査結果の概要】

景況はわずかに悪化するも、4期連続でコロナ前（令和元年12月期）の水準を上回る

①業界の景況

わずかに悪化。先行きは改善する見通し。

②自社の景況

6期連続で改善。小売業で改善の幅大きく、記録的な猛暑の影響も。

③売上高(受注高)

2期連続で改善。建設業は4期ぶりに悪化に転じる。

④販売価格

6期ぶり下降に転じる。価格上昇は落ち着く見通し。

⑤仕入価格

2期連続で改善。先行きも改善する見通しも高止まりが続く。

⑥採算(収支)

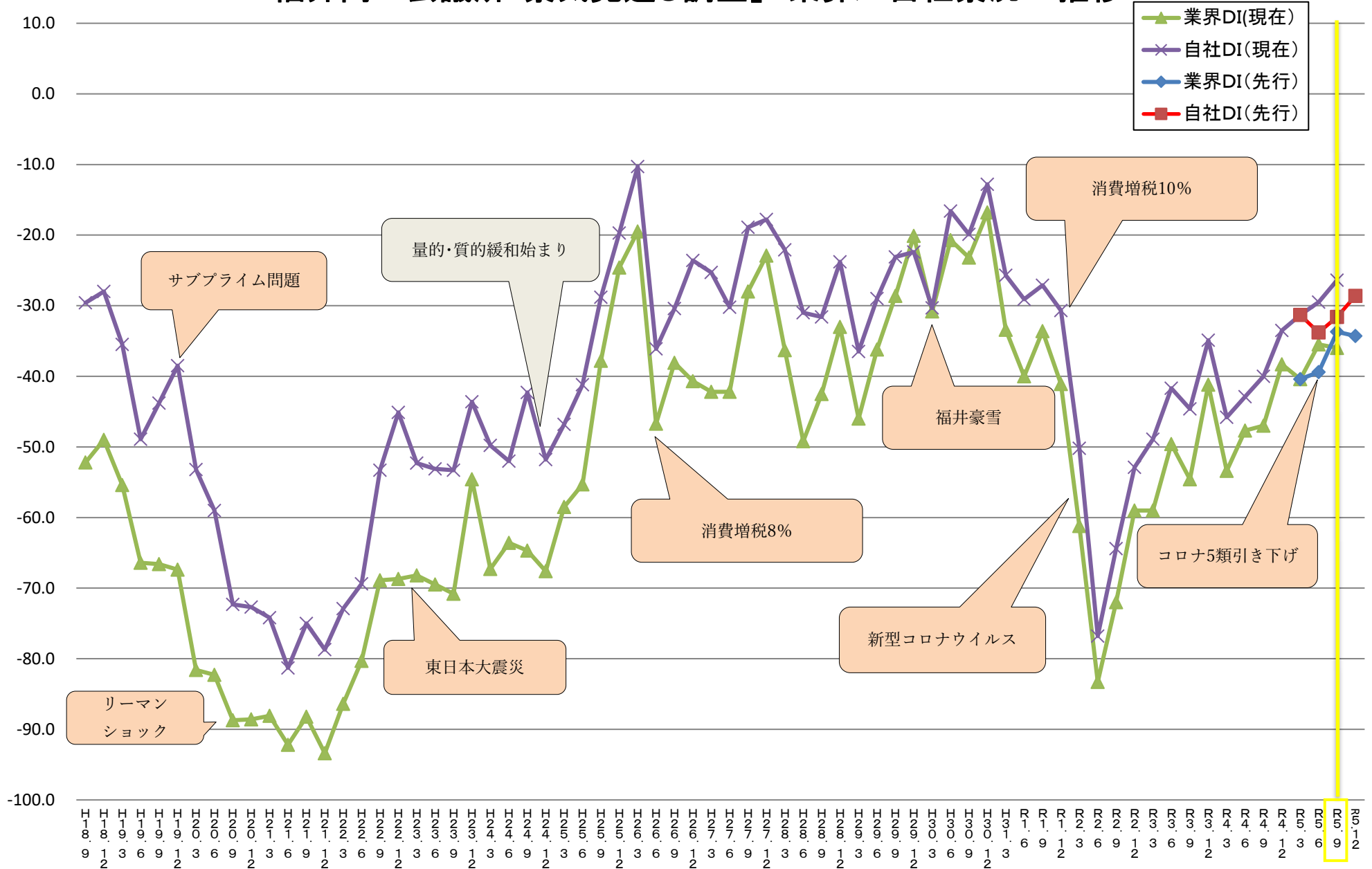
改善傾向が続くも、先行きは悪化の見通し。

【特別調査「コストの上昇と利益に及ぼす影響」の概要】

- 原材料費の上昇は、「1割以上3割未満」が55.4%と半数を超え最多となり、次に「3割以上5割未満」が21.6%と多かった。この2年間で9割以上の事業所で原材料費が上昇していることがわかった。
- 電気代の上昇は、「1割以上3割未満」が52.4%と最も多く、製造業は他業種と比べて上昇が顕著だった。
- 人件費の上昇は、「1割以上3割未満」が48.7%で最多となり、次いで「1割未満」が27.2%、「変化なし」が16.2%と続いた。8割を超える事業所で人件費が上昇し、人手不足を解消するための賃上げや毎年引き上げられている最低賃金などが背景にあると考えられた。
- 燃料費、運送コストの上昇は、原材料費や電気代と同様に「1割以上3割未満」が最も多く、業種による大きな違いは見られなかった。
- この2年間のコスト上昇に伴う利益*の変化は、「1割以上2割未満減少」が36.7%と最多で、8割超の事業所が最近のコスト上昇により利益が減少している状況が明らかになった。

*利益（営業利益）＝売上－仕入－経費（販売費及び一般管理費）

福井商工会議所「景気見通し調査」 業界／自社景況DI推移

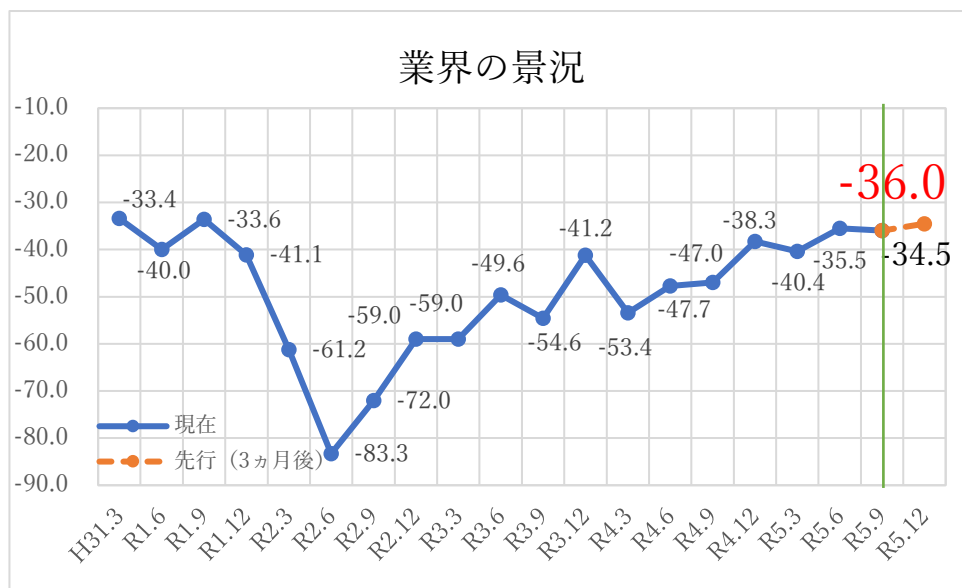


①—業界の景況—

【わずかに悪化、先行きは改善する見通し】

業界全体の現在DI値は、▲36.0（-0.5ポイント）とわずかに悪化した。4期連続でコロナ前（令和元年12月期）の水準を上回った。また、先行DI値は▲34.3（+1.7ポイント）と改善する見通しとなったものの改善幅は小さく、円安の加速や物価高騰の長期化、エネルギー価格の上昇など不安要素もあり、今後も予断を許さない状況が続くと見られた。

業種別にみると、現在DI値は卸売業で▲31.7（+6.0ポイント）、小売業で▲50.9（+3.9ポイント）、サービス業で▲27.1（+3.5ポイント）と改善した一方で、建設業は▲29.3（-6.8ポイント）、製造業は▲46.7（-6.7ポイント）と悪化し、業種間で差が見られた。印刷関連の事業所からは「価格競争が激化し、価格転嫁や値上げができる状況ではない」といった声も聞かれた。



| ① 業界の景況 | 2023年7~9月（今期） | | 2023年10~12月（見通し） | |
|---------|---------------|------|------------------|----------------------|
| | 現在DI値 | 変化幅 | 先行DI値 | 変化幅 (先行DI - 現在DI) |
| 全業種 | -36.0 | -0.5 | -34.3 | 1.7 |
| 製造業 | -46.7 | -6.7 | -38.2 | 8.4 |
| 建設業 | -29.3 | -6.8 | -36.0 | -6.7 |
| 小売業 | -50.9 | 3.9 | -47.4 | 3.5 |
| 卸売業 | -31.7 | 6.0 | -35.0 | -3.3 |
| サービス業 | -27.1 | 3.5 | -22.9 | 4.2 |

②—自社の景況—

【6期連続で改善、小売業で改善の幅大きく】

自社の景況は、現在DI値が▲26.4（+3.1ポイント）と6期連続で改善し、前回調査（令和5年6月期）に引き続きコロナ前の水準を上回った。一方、先行DI値は▲28.6（-2.2ポイント）と悪化の見通しとなった。

業種別にみると、小売業は現在DI値が▲31.6（+14.4ポイント）と大幅に改善した。家電販売の事業所は「エアコンの買い替えや修理の依頼が多い」と回答し、今年の記録的な猛暑が景況に影響している様子が窺えた。その一方で、建設業は現在DI値が▲20.0（-5.3ポイント）と前述した①の業界の景況と同様に悪化し、卸売業は先行DI値が▲34.4（-16.4ポイント）と大幅に悪化する見通しで、事業所からは「仕入先に度重なる値上げを要求されているが、販売先への再度の値上げ交渉は難航しており厳しい状況にある」といった先行きに対する不安の声もあった。



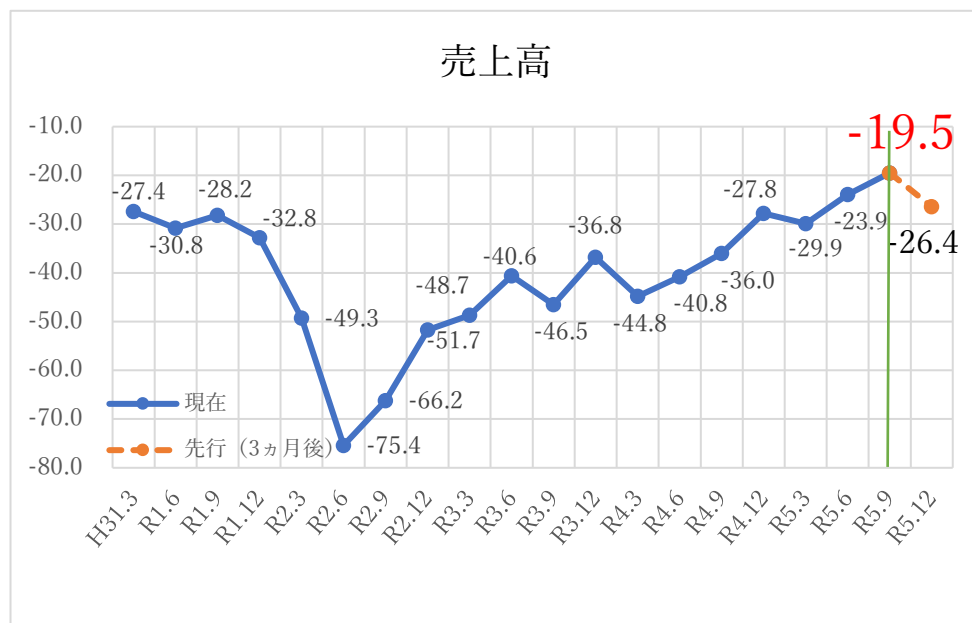
| ② 自社の景況 | 2023年7~9月（今期） | | 2023年10~12月（見通し） | |
|---------|---------------|------|------------------|----------------------|
| | 現在DI値 | 変化幅 | 先行DI値 | 変化幅 (先行DI - 現在DI) |
| 全業種 | -26.4 | 3.1 | -28.6 | -2.2 |
| 製造業 | -31.7 | -1.1 | -29.7 | 2.0 |
| 建設業 | -20.0 | -5.3 | -24.0 | -4.0 |
| 小売業 | -31.6 | 14.4 | -33.3 | -1.7 |
| 卸売業 | -18.0 | 7.4 | -34.4 | -16.4 |
| サービス業 | -28.8 | 6.4 | -26.3 | 2.5 |

③一売上高（受注高）

【2期連続で改善、建設業は4期ぶりに悪化】

売上高（受注高）の現在DI値は、▲19.5（+4.4ポイント）と2期連続で改善した。しかし、先行DI値は▲26.4（-6.9ポイント）と下降し、先行きは悪化に転じる見通しとなった。

業種別にみると、小売業は現在DI値が▲29.8（+17.0ポイント）となり、前述した②の自社の景況と同様に大幅に改善した。一方、建設業は現在DI値が▲17.0（-7.2ポイント）と4期連続の改善から悪化に転じ、事業所からは「例年と比べ見積もりの件数が減っており、今後の見通しも不透明である」といった回答も見られた。



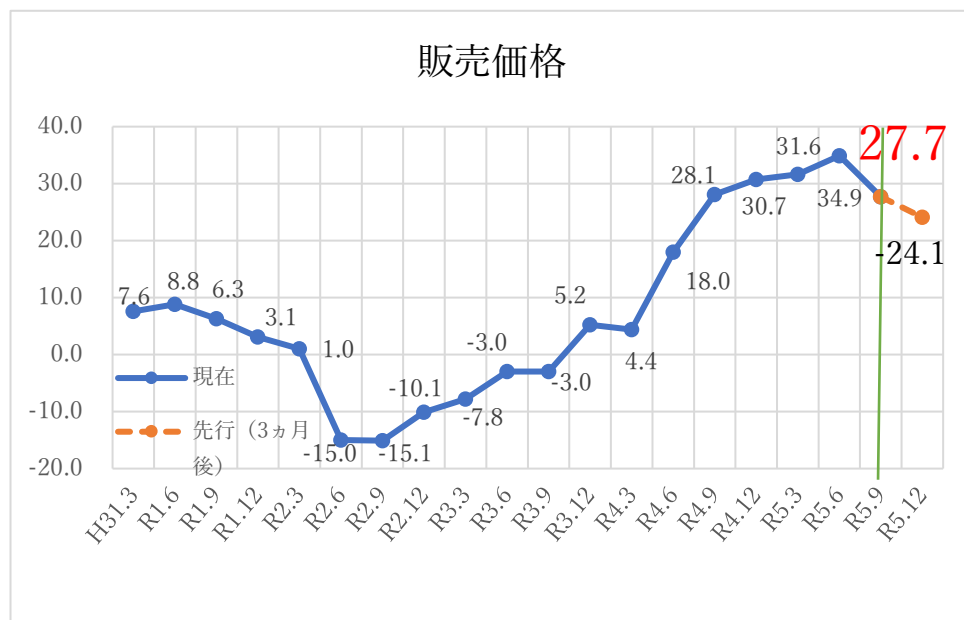
| ③ 売上高 | 2023年7~9月（今期） | | 2023年10~12月（見通し） | |
|-------|---------------|------|------------------|----------------------|
| | 現在DI値 | 変化幅 | 先行DI値 | 変化幅 (先行DI - 現在DI) |
| 全業種 | -19.5 | 4.4 | -26.4 | -6.9 |
| 製造業 | -21.0 | 3.0 | -27.7 | -6.8 |
| 建設業 | -17.0 | -7.2 | -24.2 | -7.2 |
| 小売業 | -29.8 | 17.0 | -33.3 | -3.5 |
| 卸売業 | -6.6 | 6.1 | -21.3 | -14.8 |
| サービス | -22.0 | 8.6 | -26.5 | -4.5 |

④—販売価格—

【6期ぶりに下降、価格上昇は落ち着く見通し】

販売価格の現在DI値は、27.7（-7.2ポイント）と6期ぶりに下降に転じた。また、先行DI値も24.1（-3.6ポイント）と下降し、価格上昇は落ち着く見通しとなった。

業種別にみると、小売業は現在DI値が49.1（+8.1ポイント）と2期連続で上昇し、衣料品販売の事業所からは「生地卸問屋、縫製業者からの仕入価格が上昇したため、一部の商品を値上げして対応している」といった声もあり、価格転嫁の取り組みなどが販売価格の上昇に繋がっている状況が窺えた。尚、小売業以外の業種は現在DI値が全て下降し、製造業で33.3（-11.1ポイント）、卸売業で39.3（-9.9ポイント）、建設業で21.2（-8.2ポイント）、サービス業で11.3（-5.7ポイント）となった。



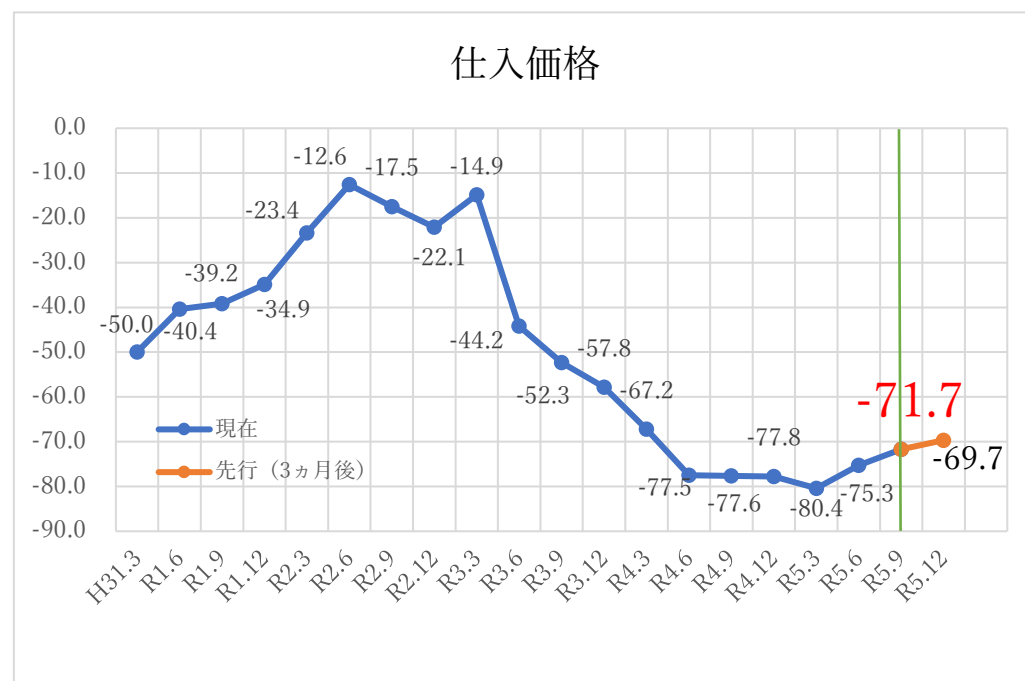
| ④販売価格 | 2023年7~9月（今期） | | 2023年10~12月（見通し） | |
|-------|---------------|-------|------------------|----------------------|
| | 現在DI値 | 変化幅 | 先行DI値 | 変化幅 (先行DI - 現在DI) |
| 全業種 | 27.7 | -7.2 | 24.1 | -3.6 |
| 製造業 | 33.3 | -11.3 | 18.3 | -15.0 |
| 建設業 | 21.2 | -8.2 | 17.2 | -4.0 |
| 小売業 | 49.1 | 8.1 | 45.5 | -3.9 |
| 卸売業 | 39.3 | -9.9 | 44.3 | 4.9 |
| サービス業 | 11.3 | -5.7 | 13.9 | 2.6 |

⑤—仕入価格—

【2期連続で改善、先行きも改善する見通しも高止まりが続く】

仕入価格の現在DI値は、▲71.7 (+3.6ポイント)と2期連続で改善(仕入価格が下降)し、先行DI値も▲70.0 (+1.7ポイント)と改善が続く見通しとなった。

業種別にみると、現在DI値は卸売業で▲75.4 (+8.5ポイント)、小売業で▲64.9 (+7.7ポイント)と改善が目立った一方で、サービス業は現在DI値が▲65.8 (-3.9ポイント)と全業種の中で唯一悪化(仕入価格が上昇)した。サービス業のうち飲食業の事業所は「食材の仕入価格は上昇し続けており、物価高騰が始まってからメニューの値上げはしなかったが、今後も上昇が続けば値上げに踏み切らなければならない」といった声も聞かれ、一般消費者を相手とする業種において企業努力で価格上昇分を吸収してきたが、それも限界に近づきつつある様子が窺えた。



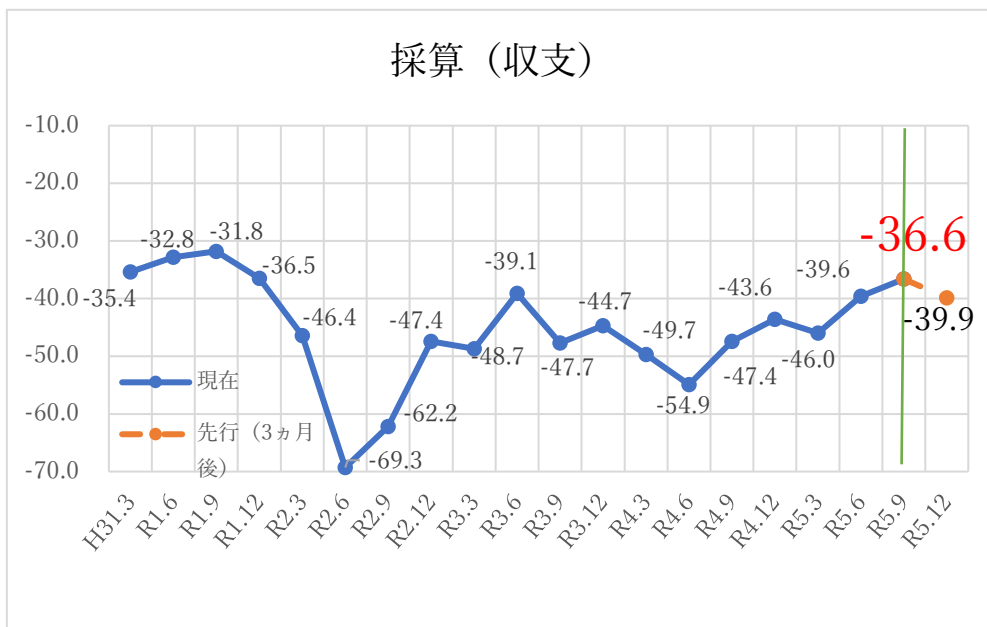
| ⑤仕入価格 | 2023年7~9月(今期) | | 2023年10~12月(見通し) | |
|-------|---------------|------|------------------|--------------------|
| | 現在DI値 | 変化幅 | 先行DI値 | 変化幅 (先行DI-現在DI) |
| 全業種 | -71.7 | 3.6 | -70.0 | 1.7 |
| 製造業 | -71.4 | 6.5 | -64.1 | 7.3 |
| 建設業 | -80.6 | 1.8 | -72.4 | 8.2 |
| 小売業 | -64.9 | 7.7 | -66.7 | -1.8 |
| 卸売業 | -75.4 | 8.5 | -83.6 | -8.2 |
| サービス業 | -65.8 | -3.9 | -67.5 | -1.7 |

⑥—採算（収支）—

【改善傾向が続くも先行きは悪化の見通し】

採算（収支）状況を表す現在DI値は、▲36.6（+3.0ポイント）と2期連続で改善した一方で、先行DI値は▲39.9（-3.3ポイント）と悪化する見通しとなった。

業種別にみると、現在DI値は卸売業で▲23.0（+15.1ポイント）、小売業で▲38.5（+6.6ポイント）と前述した⑤の仕入価格と同様に改善した。尚、卸売業は先行DI値が▲32.8（-9.8ポイント）と悪化する見通しで、繊維関連の事業所からは、「原材料や原油価格の高騰、円安の影響でコストは上がっているが、大手企業や中国、台湾の企業との価格競争で値上げは難しく、今後は採算の悪化が見込まれる」といった声も聞かれた。



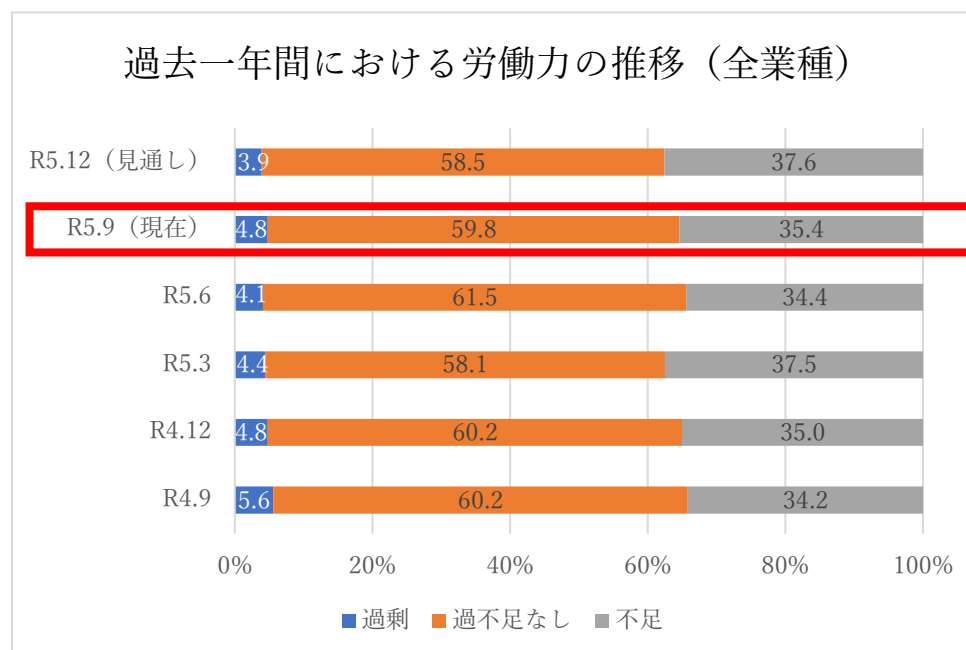
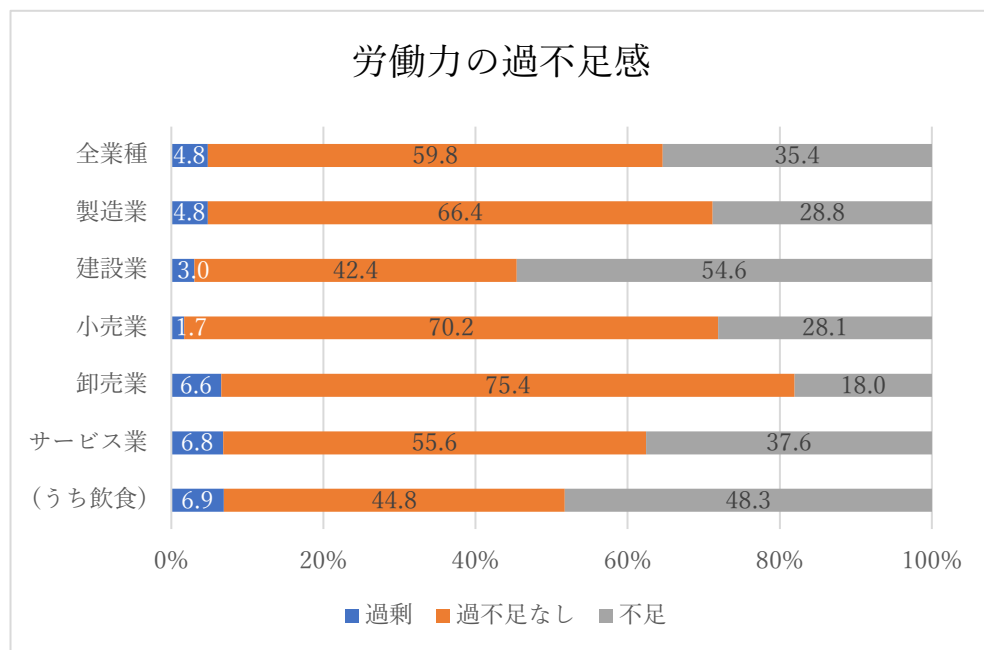
| ⑥採算 | 2023年7~9月（今期） | | 2023年10~12月（見通し） | |
|-------|---------------|------|------------------|----------------------|
| | 現在DI値 | 変化幅 | 先行DI値 | 変化幅 (先行DI - 現在DI) |
| 全業種 | -36.6 | 3.0 | -39.9 | -3.3 |
| 製造業 | -46.7 | 0.4 | -52.4 | -5.7 |
| 建設業 | -29.9 | -2.2 | -38.1 | -8.2 |
| 小売業 | -38.5 | 6.6 | -33.9 | 4.6 |
| 卸売業 | -23.0 | 15.1 | -32.8 | -9.8 |
| サービス業 | -39.3 | 0.5 | -36.8 | 2.5 |

⑦—労働力—

【2期ぶりに「不足」が増加、今後も不足感は強まる見通し】

労働力については、「不足」が35.4%（前回34.4%）と2期ぶりに増加した。また、3か月後は37.6%（+2.2ポイント）と不足感が強まる見通しとなった。

業種別にみると、「不足」は建設業で54.6%（前回46.6%）、製造業で28.8%（前回27.5%）と増加し、不足感が強まった。また、サービス業のうち飲食業は「不足」が48.3%（前回39.1%）と大幅に増加し、事業所からは「夏休みシーズンで来店客が増加したが人手が足りなかった」との回答も見られた。

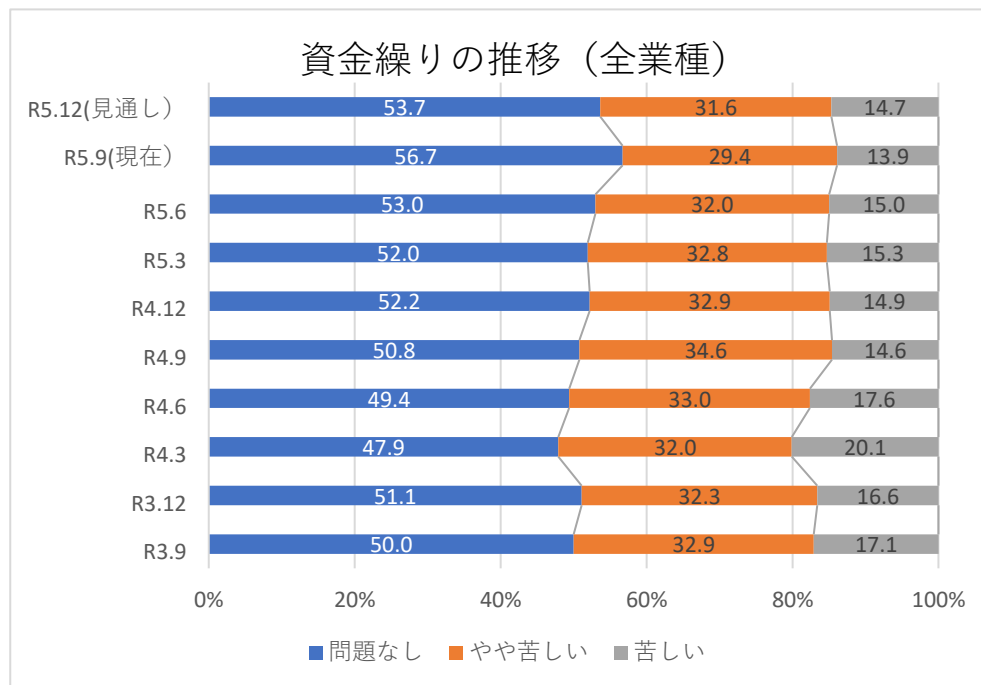
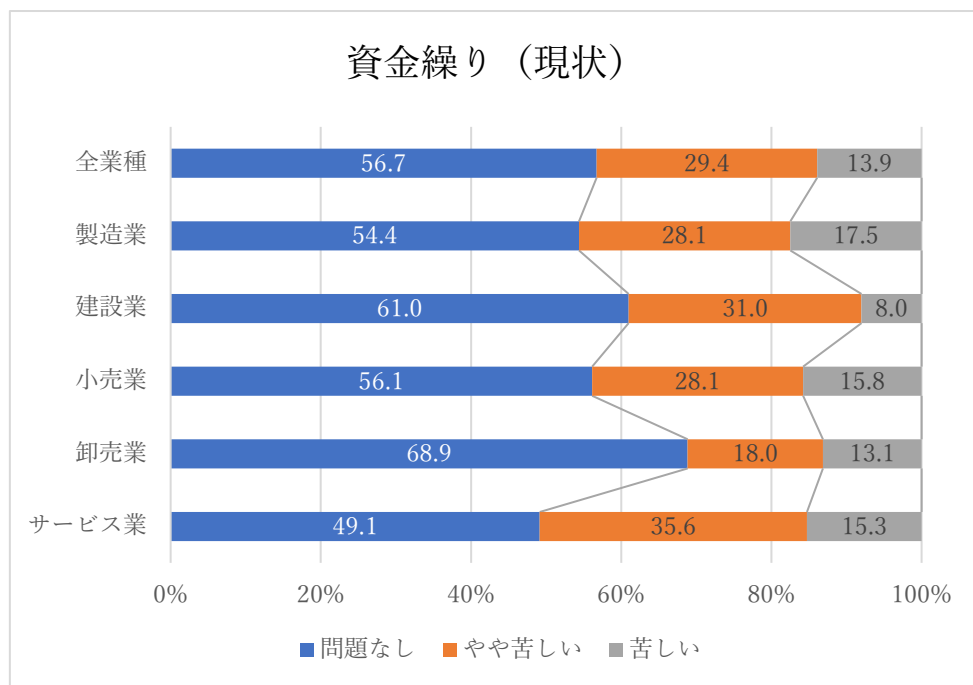


⑧—資金繰り—

【5期連続で「問題なし」が半数超】

現在の資金繰りの状況は、「問題なし」が56.7% (+3.7ポイント)と増加し、5期連続で半数を超えた。しかし、3か月後は「やや苦しい」が31.4% (+2.2ポイント)、「苦しい」が14.7% (+0.8ポイント)と増加し、今年度からコロナ対応融資（ゼロゼロ融資）の返済が始まっている事業者も多く、今後の返済に対する不安も窺えた。

業種別にみると、「問題なし」は小売業で56.1% (+9.3ポイント)、卸売業で68.9% (+8.6ポイント)、製造業で54.4% (+7.2ポイント)と増加し、改善が見られた。その一方で、サービス業のうち飲食業は「やや苦しい」が51.7% (+12.6ポイント)と大幅に増加した。尚、(株)東京商工リサーチの『2023年(1-8月)「飲食業の倒産動向」調査』においても、今年に入ってからの飲食業の倒産件数は既に前年の年間件数を上回っており、今後の動向を注視する必要があると考えられた。



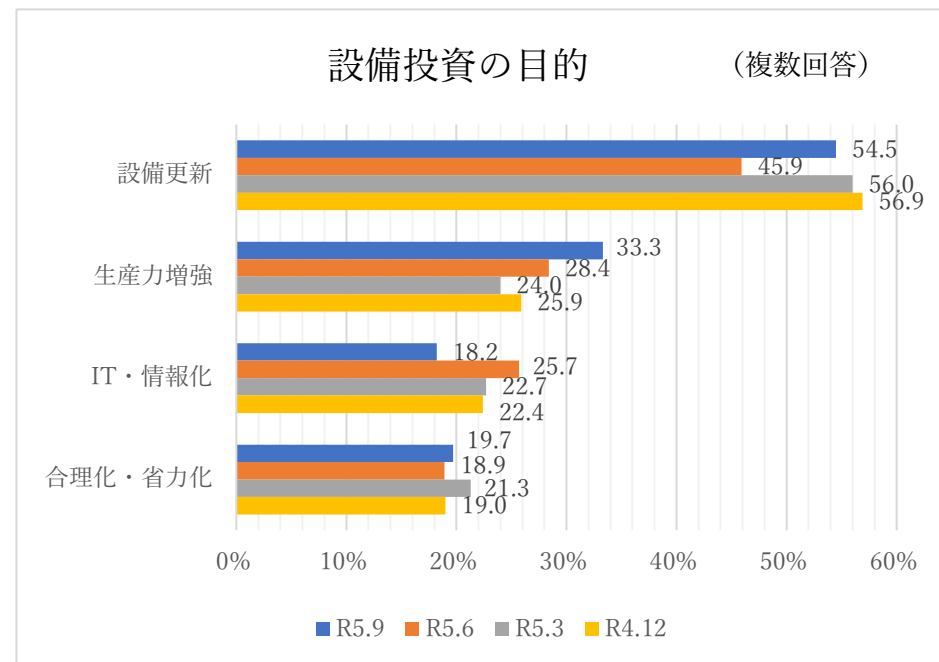
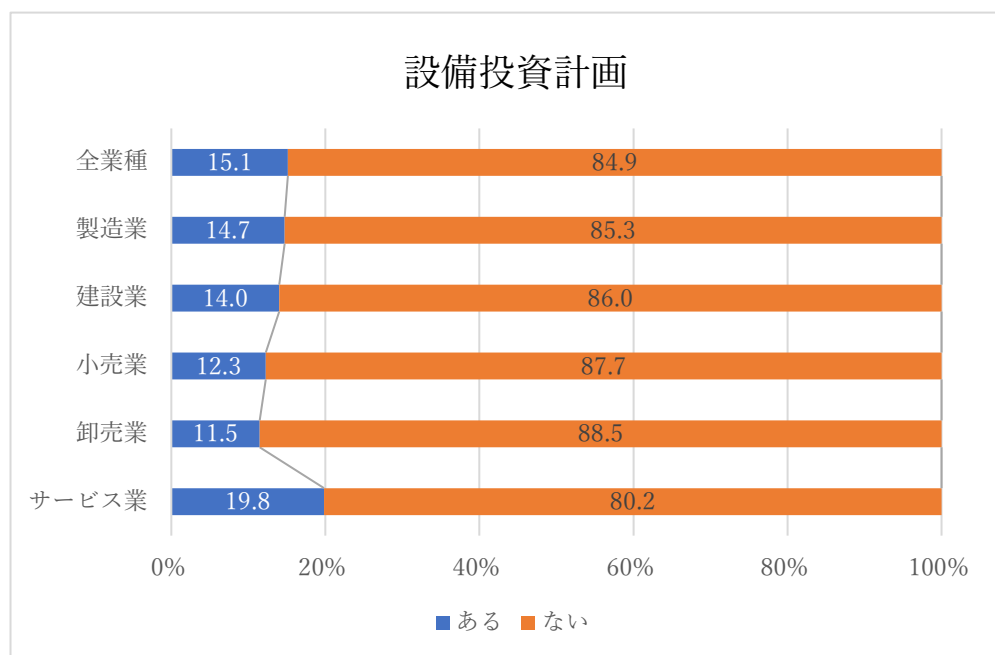
⑨—設備投資—

【設備投資の意欲低下が続く】

今後3か月以内の設備投資計画は、「投資計画あり」が15.3% (-0.8ポイント)、「投資計画なし」は84.7% (+0.8ポイント)と依然として設備投資意欲が低下している様子が窺える結果となった。

業種別にみると、建設業は「投資計画あり」が14.4% (+5.5ポイント)と全業種の中で唯一増加し、その投資内容は、「設備更新」を挙げる回答が最も多かった。

尚、「投資計画あり」と回答した事業所の投資内容では、「設備更新」が58.5% (+12.6ポイント)と最多で、次に「生産力の増強」が29.2% (+0.8ポイント)と多く、「合理化・省力化」が20.0% (+1.1ポイント)と続いた。



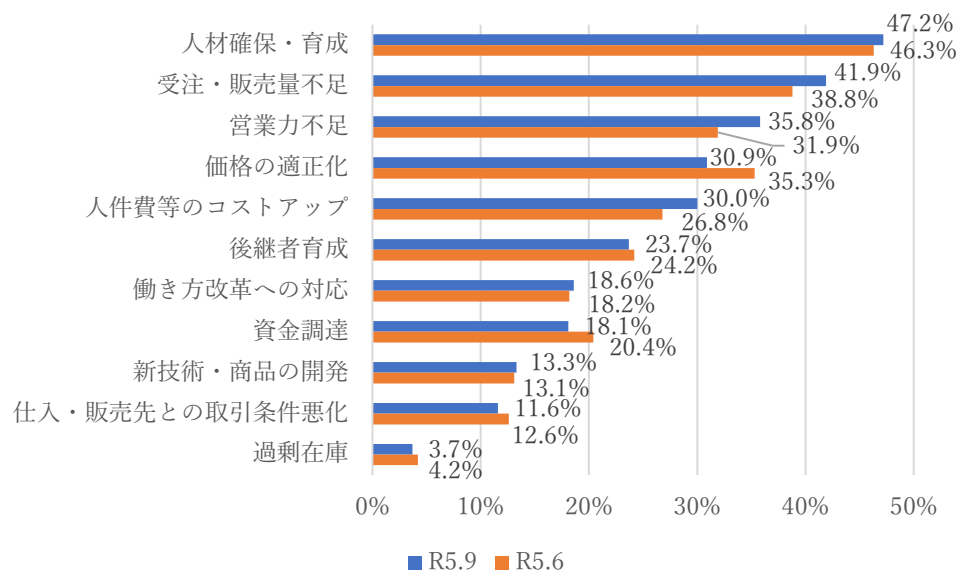
⑩—経営課題（内的要因）—

【「人材確保・育成」が4期連続で最多】

内的要因における経営上の課題は、「人材確保・育成」が47.2%（+0.9ポイント）と4期連続で最も多く、次に「受注・販売量不足」が41.9%（+3.1ポイント）と多かった。また、「価格の適正化」は30.9%（-4.4ポイント）と3期連続で減少し、代わって「営業力不足」が35.4%（+3.5ポイント）と3番目に多くなり、令和4年12月期調査以来、順位が逆転した。事業所からは、価格競争の激化により値上げは難しいといった回答がある一方で、取引先と交渉して徐々に価格転嫁を進めており問題は生じていないとの回答も見られ、価格転嫁の実現に差が生じている様子も推察された。

業種別にみると、建設業は「人材確保・育成」が62.9%（+4.9ポイント）と課題として最も多く挙げられた。また、製造業は「受注・販売量不足」が60.8%（+16.2ポイント）と急増して最も多くなり、食料品製造の事業所からは「物価の高騰や商品の値上げによる買い控えのため、スーパーマーケットへの卸が激減している」といった声も聞かれた。

経営上の課題（内的要因）（複数回答）



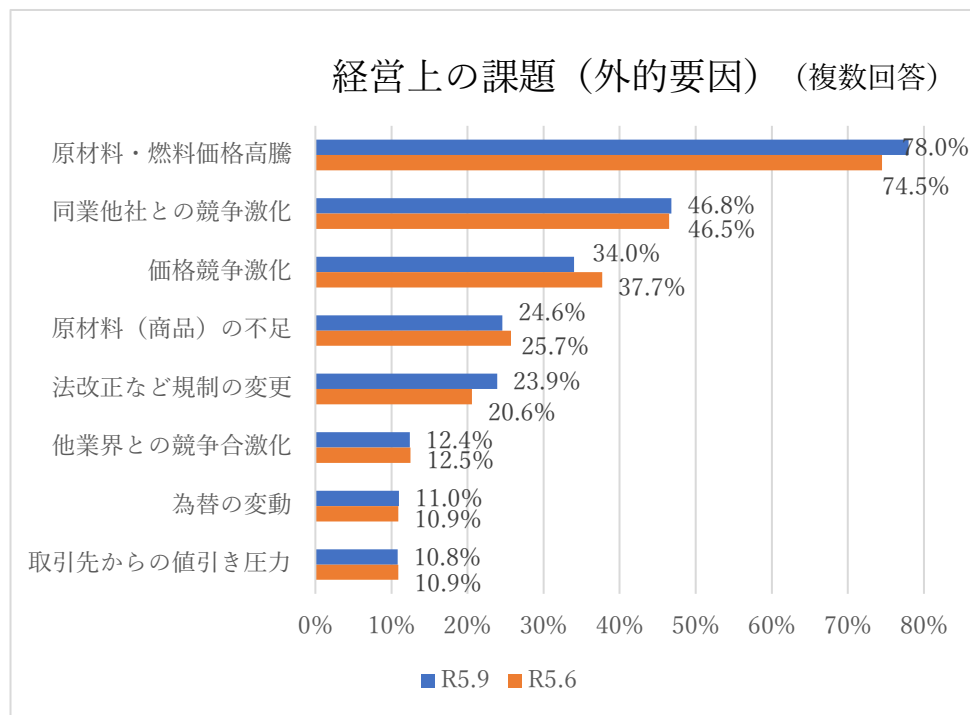
| 業種別経営課題 （内的要因） 【複数回答】 | | 人材確保・育成 | 受注・販売量不足 | 営業力不足 | 価格の適正化 |
|-----------------------------|------|---------|------------|-------|--------|
| | | 全業種 | R5.9 47.2% | 41.9% | 35.8% |
| | R5.6 | 46.3% | 38.8% | 31.9% | 35.3% |
| 製造業 | R5.9 | 47.1% | 60.8% | 42.2% | 30.4% |
| | R5.6 | 46.3% | 44.6% | 31.4% | 43.0% |
| 建設業 | R5.9 | 62.9% | 33.0% | 28.9% | 33.0% |
| | R5.6 | 58.0% | 36.0% | 22.0% | 34.0% |
| 小売業 | R5.9 | 29.1% | 58.2% | 27.3% | 29.1% |
| | R5.6 | 29.0% | 54.8% | 33.9% | 29.0% |
| 卸売業 | R5.9 | 38.3% | 41.7% | 38.3% | 31.7% |
| | R5.6 | 38.1% | 44.4% | 41.3% | 34.9% |
| サービス業 | R5.9 | 47.4% | 25.0% | 38.8% | 30.2% |
| | R5.6 | 50.5% | 21.9% | 35.2% | 31.4% |

⑪—経営課題（外的要因）—

【「原材料・燃料価格高騰」が依然として最も多く】

外的要因における経営上の課題は、「原材料・燃料価格高騰」を挙げる回答が78.0%（+3.5ポイント）と8期連続で最多となり、次に「同業他社との競争激化」が46.8%（+0.3ポイント）と多く、「価格競争激化」が34.0%（-3.7ポイント）と続いた。

業種別にみると、「原材料・燃料価格高騰」は全ての業種で最も多く課題として挙げられ、特に製造業で91.1%（+2.1ポイント）、建設業で86.2%（+3.9ポイント）、卸売業で81.7%（+2.0ポイント）と割合が高かった。尚、小売業は「原材料・燃料価格高騰」と「同業他社との競争激化」がともに56.1%と回答割合が高くなり、事業者からは「大手量販店の価格や専門店の品揃えで負けてしまうため、よりニッチな商品を販売して差別化を図っている」との声もあった。



| 業種別経営課題 （外的要因） 【複数回答】 | | 原材料・燃料価格高騰 | 同業他社との競争激化 | 価格競争激化 | 原材料（商品）の不足 |
|-----------------------------|------|------------|------------|--------|------------|
| | | 全業種 | R5.9 78.0% | 46.8% | 34.0% |
| 製造業 | R5.9 | 91.1% | 42.6% | 42.6% | 21.8% |
| | R5.6 | 89.0% | 45.8% | 36.4% | 24.6% |
| 建設業 | R5.9 | 86.2% | 46.8% | 28.7% | 28.7% |
| | R5.6 | 82.3% | 50.0% | 40.6% | 25.0% |
| 小売業 | R5.9 | 56.1% | 56.1% | 42.1% | 21.1% |
| | R5.6 | 58.3% | 58.3% | 46.7% | 30.0% |
| 卸売業 | R5.9 | 81.7% | 40.0% | 33.3% | 31.7% |
| | R5.6 | 79.7% | 32.2% | 32.2% | 37.3% |
| サービス業 | R5.9 | 68.7% | 50.4% | 27.0% | 21.8% |
| | R5.6 | 56.6% | 45.5% | 34.3% | 18.2% |

参考：回答者の声

- 省エネ家電割（ふく割）が新聞に掲載されたこともあり、問い合わせが増えて販売に繋がっている。また、猛暑が家電の買い替え、修理の理由の1つになっているとも考えている。（家電小売）➡
- 例年より仕事が増えている理由は猛暑が一番大きいと考えている。猛暑を機にエアコンの更新や修理を希望する顧客が増えている。（家電小売）➡
- これまで顧客先に自動車販売の営業を重ねており、取引につながる結果が多かった。（自動車小売）➡
- 昨年から価格転嫁を行っている。価格上昇を拒む取引先は、販売量を減らしたり産地を変えたりして価格の適正化を図っている。（食品製造）➡
- 今までは発注元からの価格設定があったが、現在は自社で価格設定し販売している。仕入価格上昇により、価格転嫁を行っている。（眼鏡製造）➡
- 住宅メーカーのショールームに自社が取り扱う家具を展示できるようになり、その住宅メーカーのホームページでも自社の名前を出してもらい、問合せや商談に繋がることが増えている。（家具小売）➡
- 今年の前半は受注が少なかったが、後半は受注が戻る見込みであり、影響は一時的なものと考えている。（機械製造）↘
- 物価高による仕入・経費増加もさることながら、中国向けに輸出する顧客が一定数あり、中国向けの輸出の減少が売上に影響し、今後も続くと考えている。（資材製造）↘
- 印刷物にかけられる予算がどの企業団体も下げられているようで、価格競争がより一層激化している。価格転嫁、値上げとは逆をいく状況となっており、売上は伸び悩んでいる。（印刷）↘
- 6月から販売価格を10%値上げしたが思うような売上にならず、販売量不足となった。（調味料製造）↘
- 猛暑の影響で需要が減少し、夏は販売量不足に陥った。（惣菜製造）↘
- 物価高によりスーパーに卸している商品の売上が激減した。菓子類を製造しているので、消費者からすると物価高に合わせて購入を控えやすい性質の消費だからだと考えている。（食品製造）↘

- 今年度に入って公共事業の入札件数は多くなっているが、自社の規模に合う工事が少ない状況。(建設工事) ➡
- 中小ゼネコンの発注件数が減っており、業界として今後の景況は悪くなっていくと予想している。(建設工事) ➡
- 例年と比べ見積もりの件数が減っており、今後の見通しも不透明。資材価格は上昇し続けており、苦しい状況が続いている。(塗装工事) ➡
- 猛暑の影響で水やりを頻繁にしなければならない状況。今後、枯れた草花を取り替える仕事が増えると予想している。(造園工事) ➡
- ゼネコンからの大規模な受注が減っているが、家電ふく割の影響で個人宅のエアコン工事の施工が増加。人手不足で利益率は下落。(電気工事) ➡
- 量販店で扱っている商品を販売すると価格競争で負けてしまうので、よりニッチな商品を販売することで差別化を図っている。(スポーツ用品小売) ➡
- ホームセンターや作業服の専門ショップは品揃えが豊富で、太刀打ちすることはなかなか難しい。(衣服小売) ➡
- 生地のお問屋、縫製業者からの仕入価格が上昇したため、一部商品を値上げして価格転嫁を行っている。(衣服小売) ➡
- 仕入先からは再度の値上げを要求されている一方で、販売先からは再度の値上げ受け入れは難しいとの声があり、採算悪化など経営への影響が懸念される。(織物卸売) ➡
- 原材料や原油価格の高騰、円安の影響でコストは上がっているが、大手企業や中国、台湾の企業との価格競争で値上げは難しく、今後は採算悪化が見込まれる。繊維関連の事業所は同じような経営課題を抱えているのではないかと。(織物卸売) ➡
- 使用する繊維の糸が特殊なため、大手メーカーなどは手を引いてしまい、仕入ができない状態。外国から仕入しようと思っても、円安の影響で仕入値が高くなってしまい、採算は悪くなる。(織物卸売) ➡
- 卵、魚の仕入価格が上がっている。大量に仕入すると価格が安くなる業者がいるのでそこで原価を調整している。(飲食) ➡
- 食材の仕入価格は上昇し続けており、物価高騰が始まってからメニューの値上げはしなかったが、今後も上昇が続けば値上げに踏み切らなければならない。(飲食) ➡
- 仕入先と交渉し、価格転嫁を行っている。しかし、個人消費が未だ低迷しているため、需要が戻らず厳しい状況。(繊維品卸売) ➡