

大子町における小規模事業者の

# 景況調査報告

平成 29 年 1 月～

令和 5 年 12 月

大子町商工会

**目的：**

大子町の小規模事業者の景況感を継続して調査することで、大子町における小規模企業者全体で景況感を共有することを目的とする。

**方法：**

製造業・建設業、小売・卸売業、サービス業（飲食店等を含む）からサンプルの小規模企業者を約 30 社選び、四半期ごとに景況感の聞き取り調査を行う。聞き取り方法は、直接面接もしくは電話にて行う。

**対象事業者：**

大子町にて事業を行っている小規模事業者

**調査項目：**

- ① 売上高、販売単価、粗利益、資金繰り、人材確保、景況感について前年度同時期と比較した。
- ② 近年の円安、原油高、戦争などの影響により、物価高となっている。そのため、どのような影響があるか、また、その対策として何をおこなっているかを調査した。
- ③ 令和5年10月からインボイス制度が始まった。インボイス制度の認知度や登録・非登録を調査した。

### 調査属性

製造業（食品加工業を含む）	6社
建設関連業	6社
小売業（卸売業を含む）	9社
サービス業（飲食、観光含む）	10社

### 事業者の規模

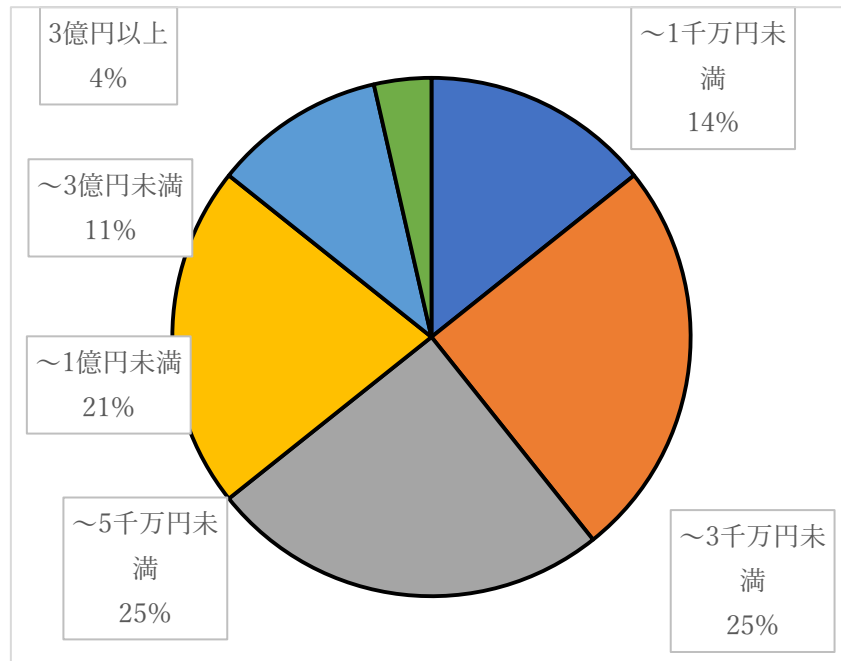


図1 売上規模による事業者の調査割合

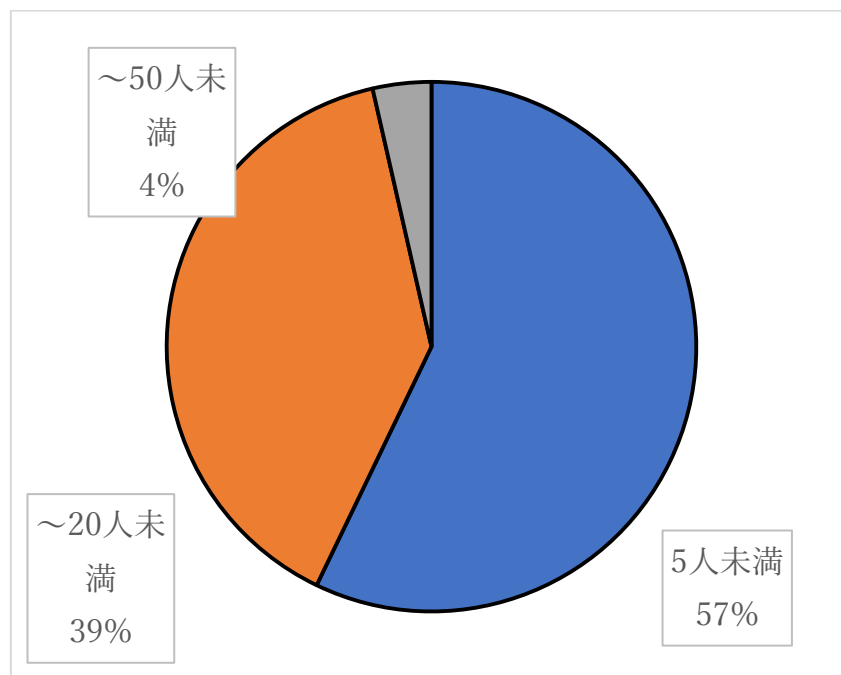


図2 従業員規模による事業者の割合

## 1. 直近のDIについて

全体的には景気回復の兆しが見えています。しかしながら、製造業の景況感が非常に悪いようです。今までの大子町では、製造業者が底を押し上げているイメージがありましたが、今年に入り落ち込んでいるようです。

全体的に価格転嫁が進んでいることが、表1の販売単価DIからも推測できます。そのようななかでサービス業が順調のようです。コロナ禍を過ぎて、観光客の戻りが増えてきた傾向が読み取れます。

表1 令和5年7月～9月間のDI※1

	売上高	販売単価	粗利益	資金繰り	人材確保	景況感
製造業 (食品加工含む)	▲ 33.3	33.3	▲ 83.3	▲ 33.3	▲ 16.7	▲ 33.3
建設関連業	▲ 66.7	▲ 50.0	▲ 50.0	▲ 33.3	▲ 16.7	▲ 50.0
小売業 (卸売業含む)	▲ 37.5	▲ 25.0	▲ 50.0	▲ 12.5	▲ 12.5	▲ 12.5
サービス業 (飲食、観光含む)	11.1	▲ 11.1	▲ 11.1	▲ 11.1	0.0	11.1
全業種計	▲ 27.6	▲ 13.8	▲ 44.8	▲ 20.7	▲ 10.3	▲ 17.2

### ※1 DI (Diffusion Index : 業況判断指数)

「景気が良い」と感じている企業の割合から、「景気が悪い」と感じている企業の割合を引いたものを%ポイントで表した景気判断指数の一つです。プラスは良くなった。マイナスは悪くなった。と、とらえることができます。

大子町における、業種別、項目別のD Iの推移を以下に示します。

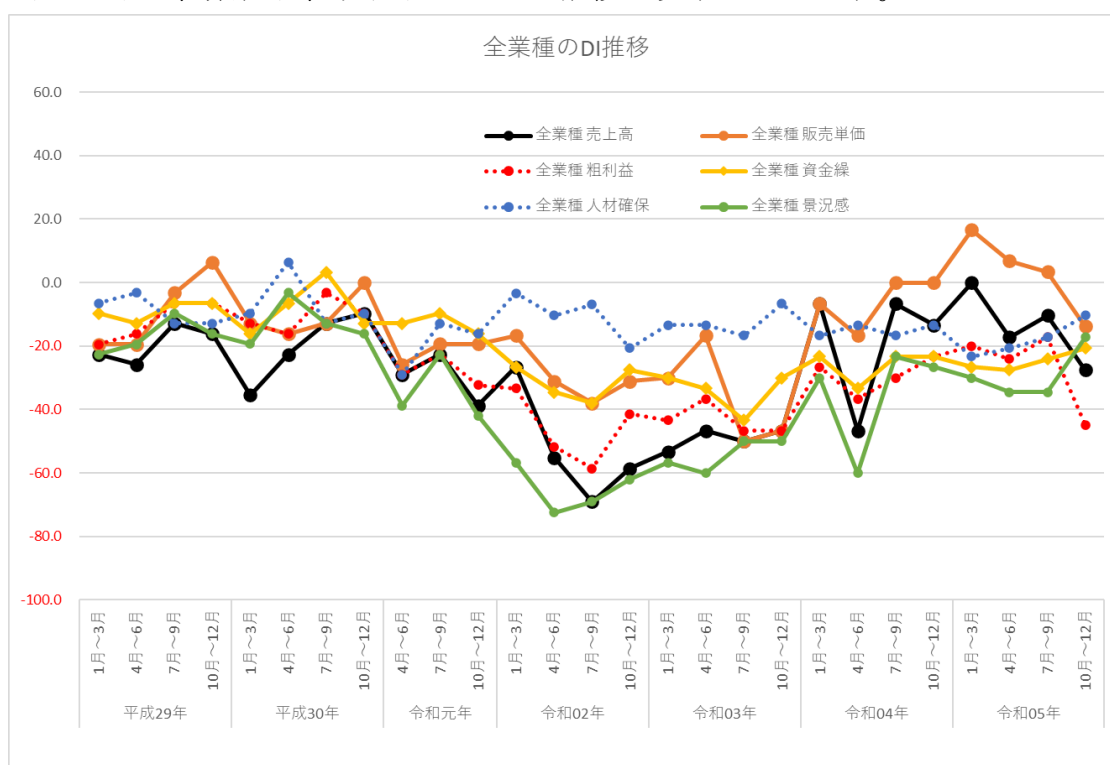


図1 大子町の全業種におけるD Iの推移

図1は、大子町における全業種のD I値の推移を示したものです。DI 値はマイナスであることには変わりませんが、回復傾向になっていることが分かります。特に世界的な物価高の影響もあり、販売単価の伸びが突出してしています。

ただし、ここにきて全体的な陰りも見え隠れしているように見て取れます。昨年後半からは、低下傾向がみえるようにも感じます。

今回は、業種ごとに分析しました。

図2は、大子町における製造業のDI 推移です。コロナ禍以後、順調な伸びを見せてきた製造業ですが、昨年当初から景況感を含む全体的に落ち込んでしまいました。多くは、日立製作所が子会社を手放したため、その影響により下請けをしていた製造業者への注文が減少したためであると言われてしています。とはいえ、足元では回復傾向にあります。

また、価格交渉もある程度進んでいるように見られます。製造単価が前年度と比較して上昇していることが分かります。

図3は、建設業のDI 推移です。一般的に建設業は景気に左右され難い業種です。しかしながら近年の物価高の影響と人材不足の影響をうけてか、令和5年10月~12月期ではすべての項目で低迷の兆しがあります。

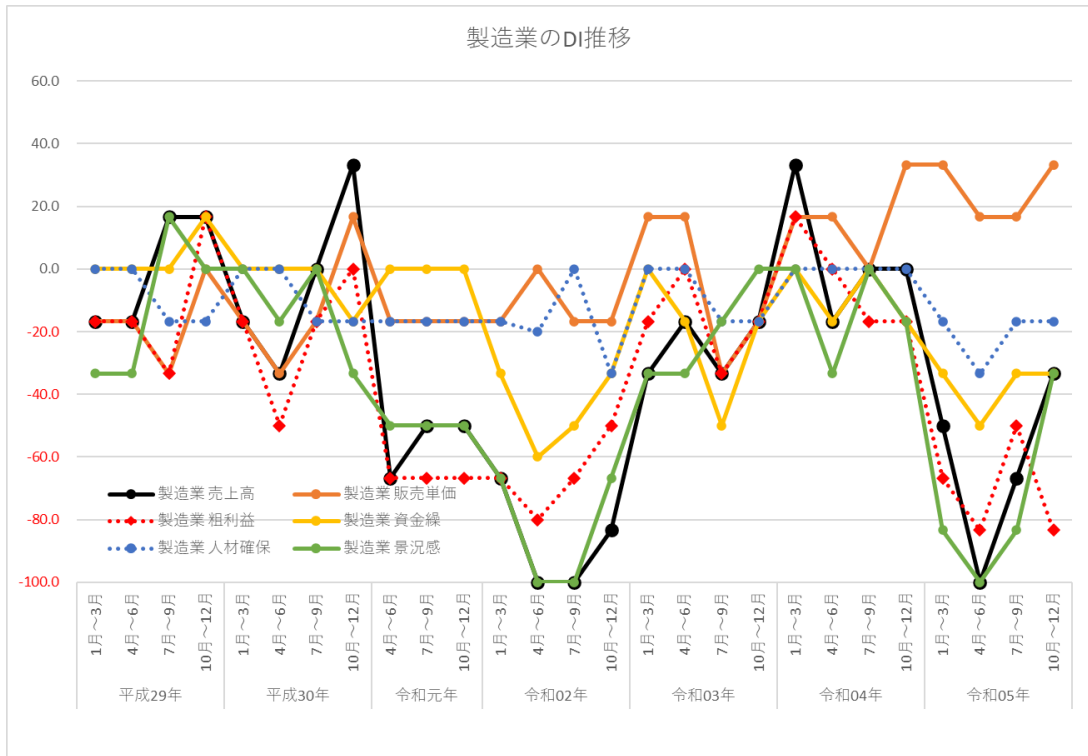


図2 大子町における製造業のDIの推移

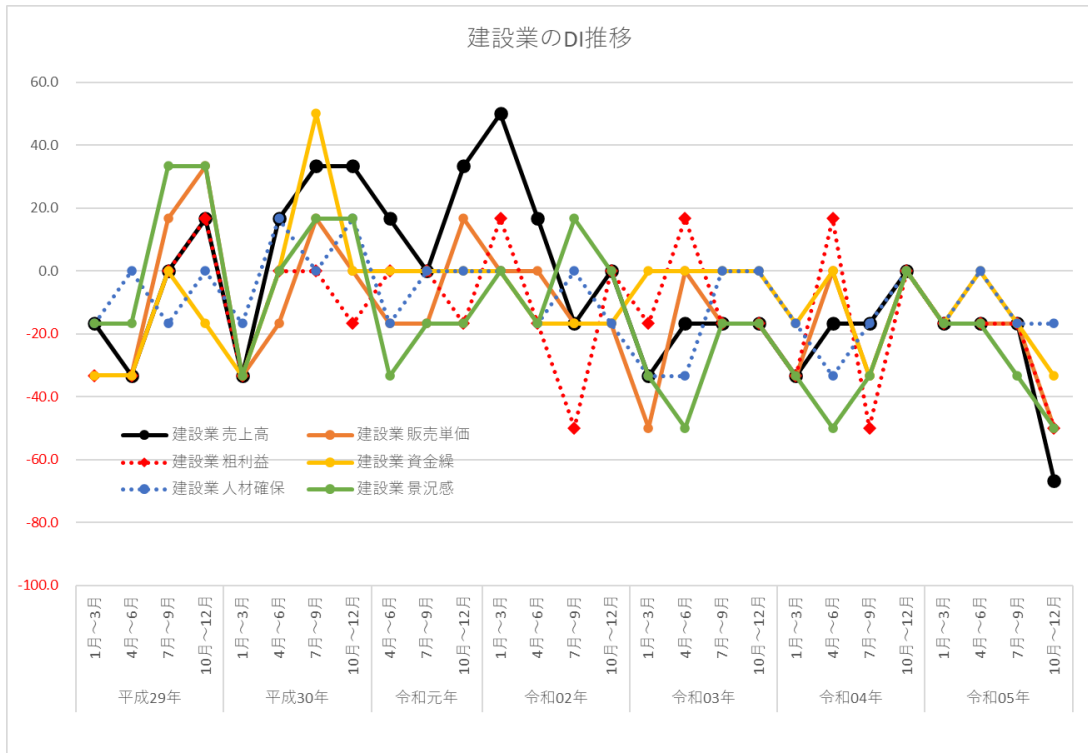


図3 大子町における建設業のDIの推移

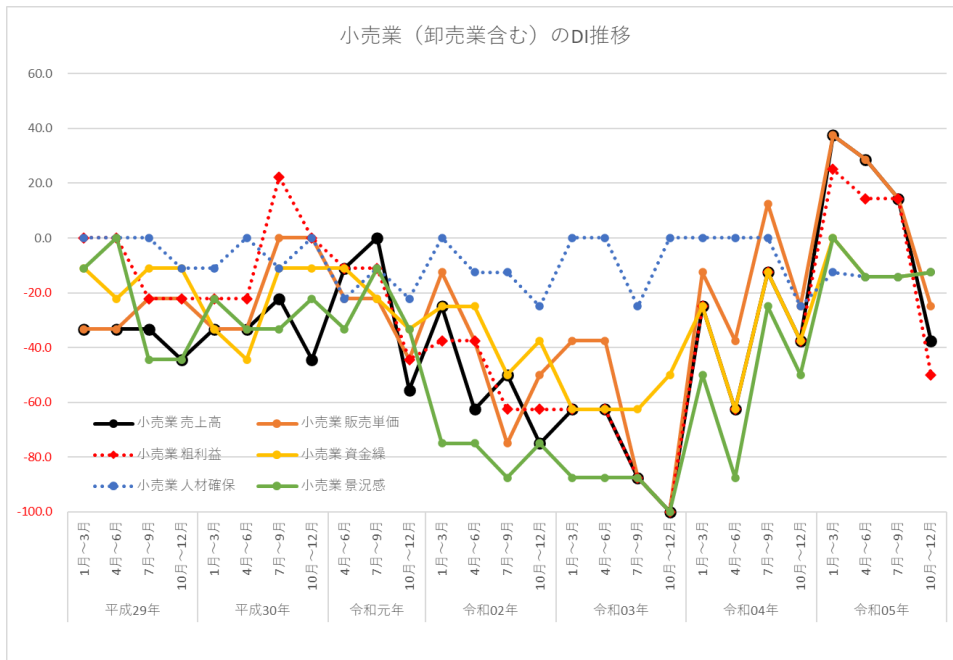


図4 大子町における小売業（卸売業を含む）のDIの推移

図4は、大子町における小売業のDI推移です。令和4年以降、順調に回復してきました。これは価格転嫁がやり易い業種であったということも理由の一つに挙げられると思います。ただし、令和5年に入り全体的な低下傾向がみられます。特に足元の令和5年10月～12月期での低下は著しいようです。DIが乱高下するなか、人材に関して安定しているかのように見えるのは、人材に関しては、今までの人員でやり繰りできる範囲であろうと推測できます。

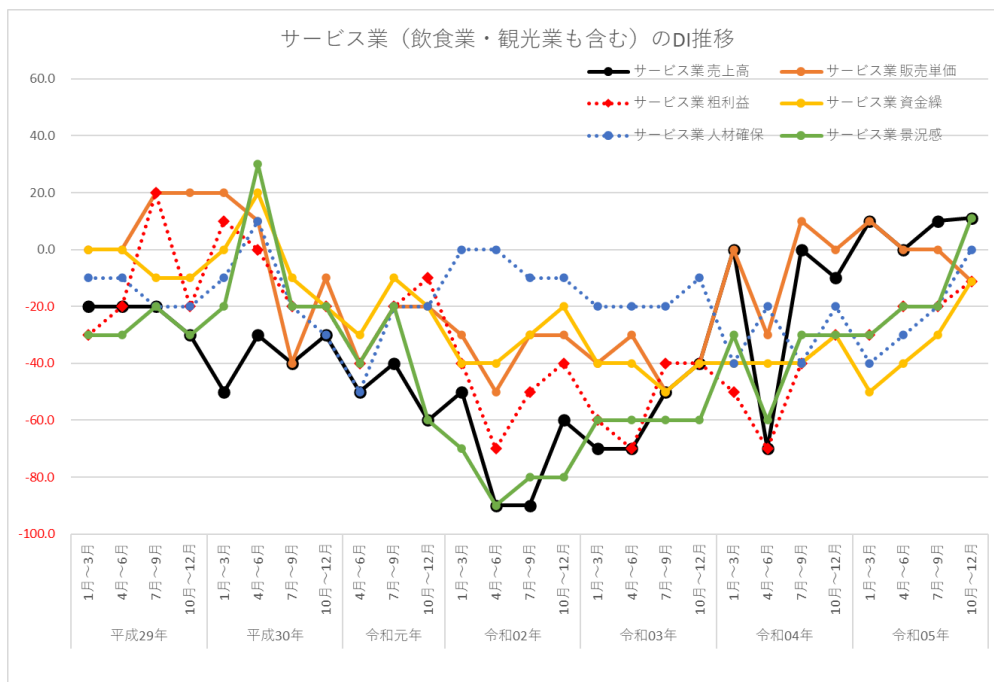


図5 大子町におけるサービス業（飲食業・観光業含む）のDIの推移

図5は、サービス業（飲食業、観光業含む）のDIの推移です。コロナが終息したこともあり、飲食業や観光業が活性化してきました。令和5年になってからは、価格転嫁もひと段落した感があります。特に景況感の意識が高まっています。景気回復の期待感があるようです。

## 2. 物価高の影響

図6は、仕入や経費がどの程度上がっているのかというのを、経営者の感覚的・体感的な視点でお答えいただきました。また、仕入・経費の値上がりに対して、どの程度値上げができていているという点も図7で合わせてお答えいただきました。全体の1/3程度は、仕入・経費が上がっても販売価格に転嫁できていないようです。

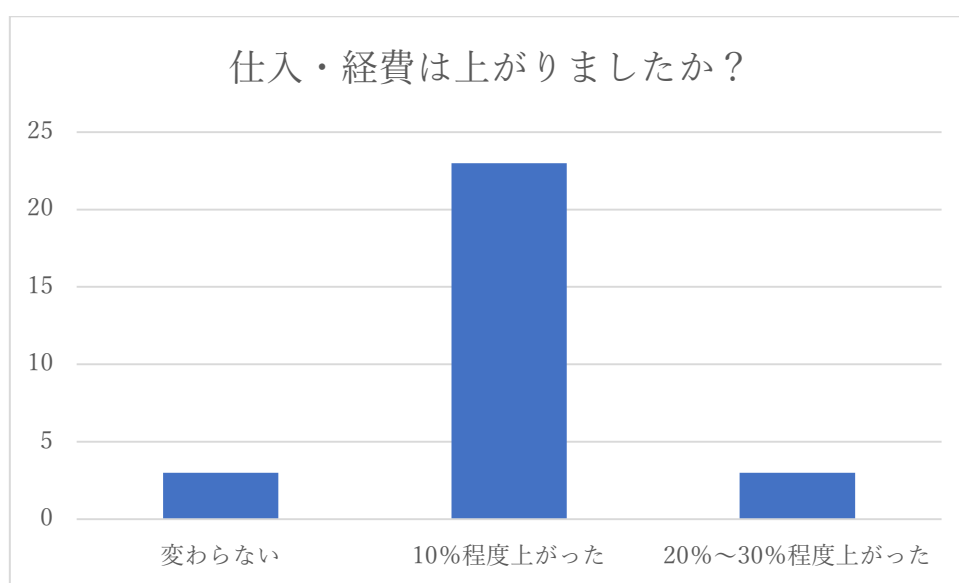


図6 仕入・経費の価格高騰の状況

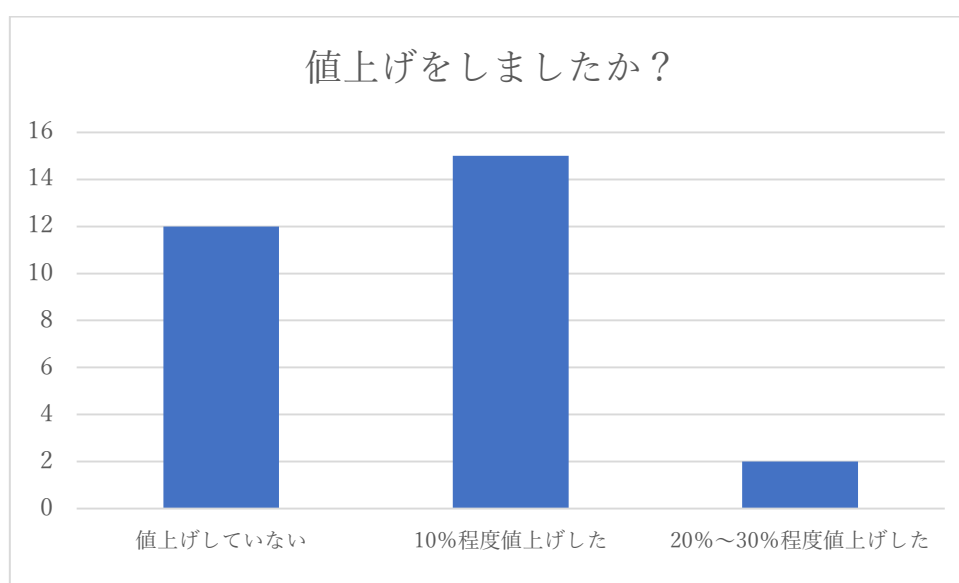


図7 値上げの状況



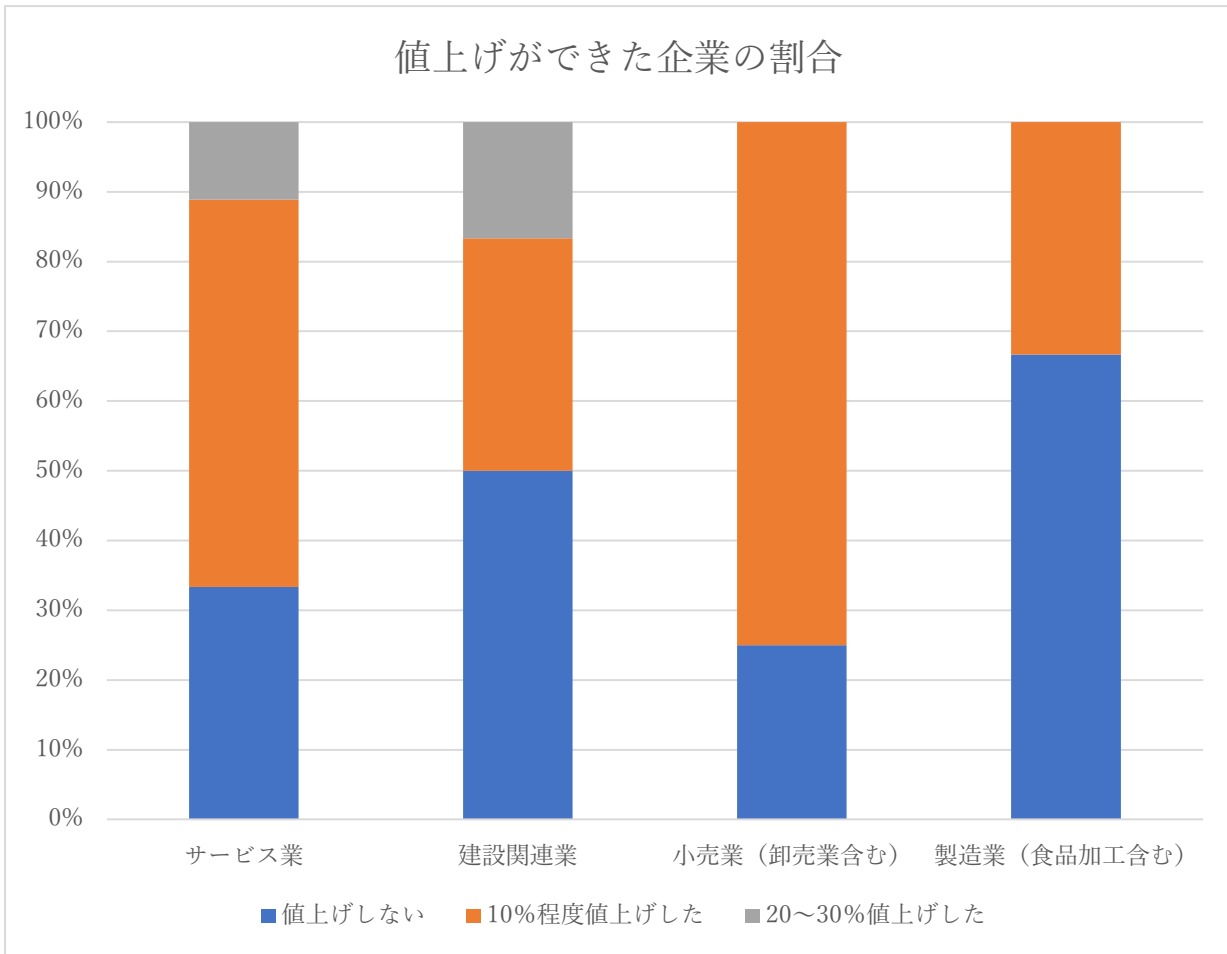


図8 値上げの実態

図8の業種別にみた値上げの実態をみると、建設業、製造業は値上げし難い業種であると言えます。小売業は値上げしやすい業種であることが分かります。

図9は、値上げをした場合と、しなかった場合の売上高と利益の変化についてまとめました。回答は財務分析によるものではなく、経営者の感覚的な回答を元としています。この結果から判断すると、値上げをしてもしなくてもあまり変わらないということが分かります。

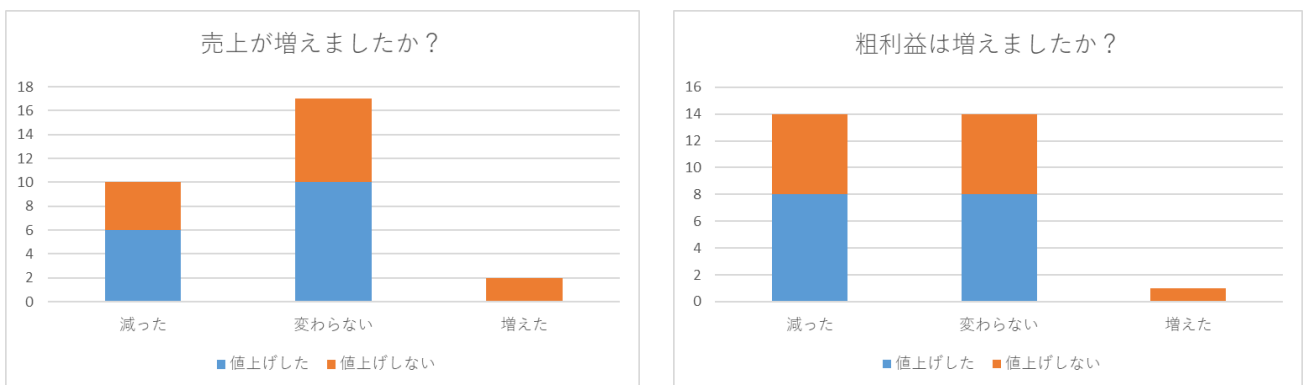


図9 値上げをした時の売上と利益額の増減 (感覚的な回答)

### 3. インボイスについて

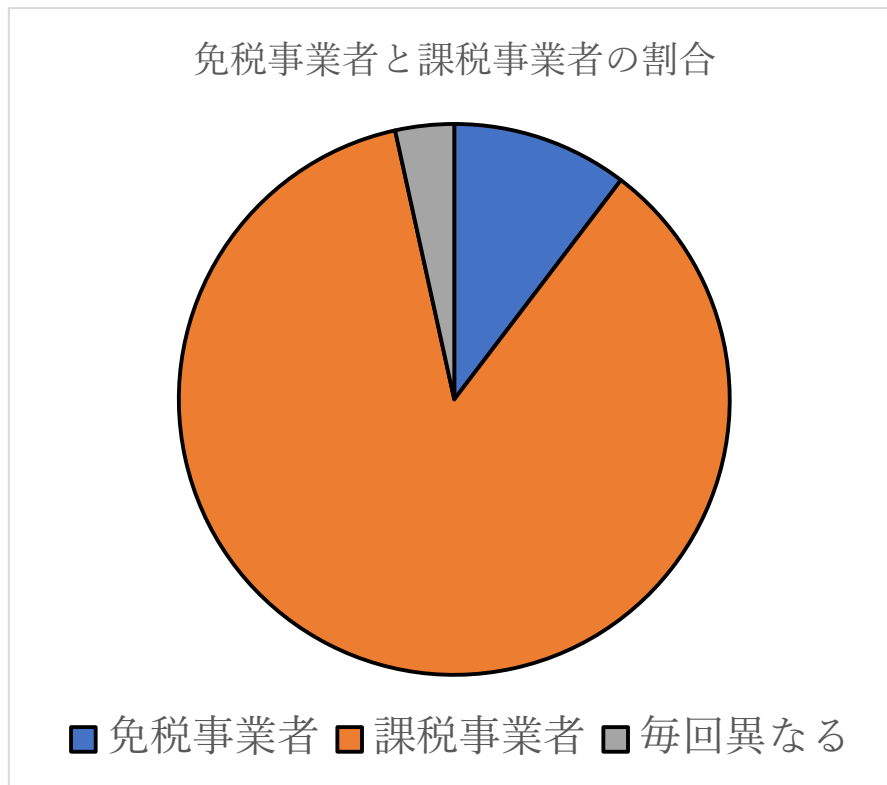


図 10 免税事業者と課税事業者の割合

協力いただいた方々の課税事業者と免税事業者の割合を示します。その中で、インボイス登録しない理由は、

- ① 元々免税事業者である。
- ② 消費税を納めることになる。
- ③ 会計が複雑になる。

という理由が大半になります。

なかには、課税事業者でもありながらインボイス登録しない事業者もいるようです。その理由は、顧客が一般消費者であるからという理由です。

#### まとめと考察

##### 【物価高について】

物価高の対策としては、販売単価を上げることが最も効果あると考えてます。しかしながら、長年のデフレ経済の中で、仕入・経費が上がっても自社の価格が上げられない、揚げにくいと考える人が全体の 1/3 程度いるようです。

また、値上げをしても、十分な値上げとは言えず、利益額に反映していないのではないのでしょうか。

資料を見る限りですが、消費者の買い物行動としては、ある程度の値上げは受け入れていて、値段をあげても、あげなくても売上に大きな変化はないのではないかと推測しています。