

景気動向調査

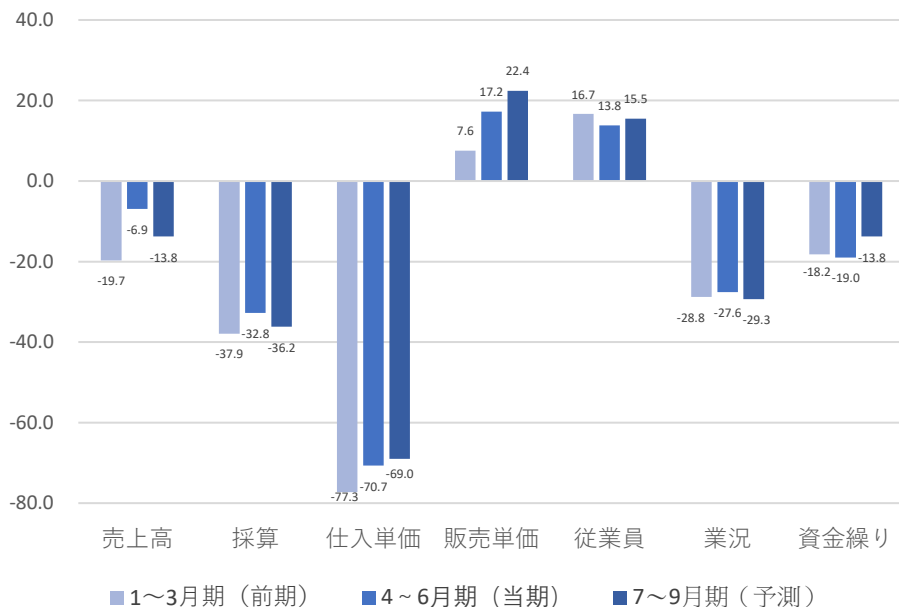
令和6年度4～6月期

塩釜商工会議所

1. 調査総評

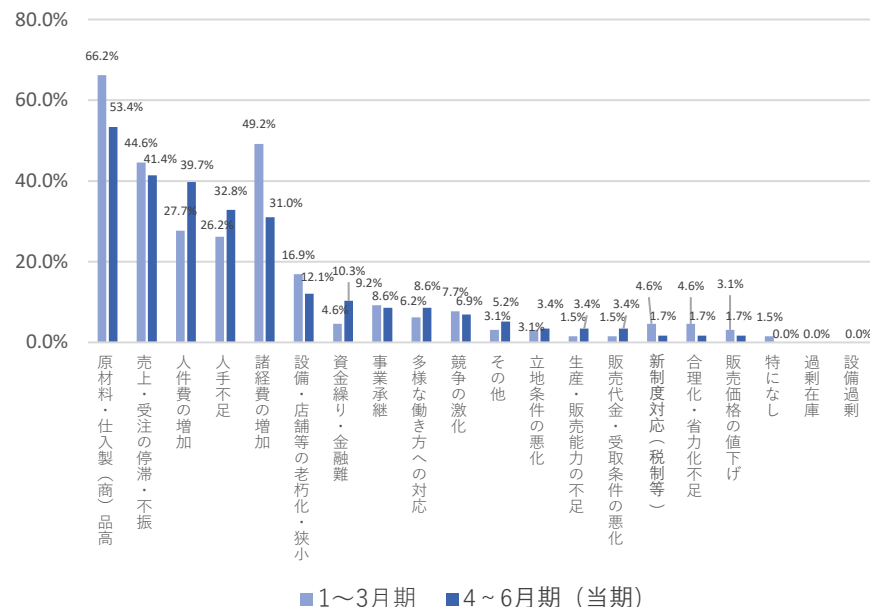
▼全業種平均D.I値

※単位：パーセントポイント（%pt）



- ・「売上高」や「採算」、「業況」の項目は前期と比較してプラスの値に転じたものの、次期は再度マイナス値となる予測結果となった。
- ・「仕入単価」は(前期77.3ポイント→)70.7ポイント(前期差6.6ポイント増)を記録。緩やかにプラスに転じているが、依然として状況は厳しい。
- ・「販売単価」は(前期7.6ポイント→)17.2ポイント(前期差9.6ポイント増)を記録。次期も増加の予測結果となった。

▼経営上の課題



- ・「原材料・仕入製（商）品高」や「売上・受注の停滞・不振」について、前回より若干改善したものの、依然として高い回答割合にある。
- ・「人件費の増加」は、前期の27.7%から12.0%増の39.7%を記録した。その一方、「諸経費の増加」は前期の49.2%から18.2%減の31.0%を記録。大幅に減少した。

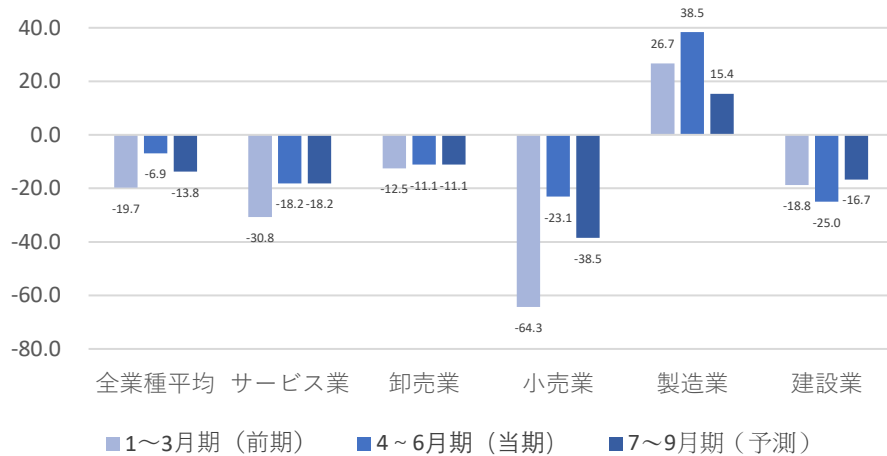
2. D. I 調査 設問別特記事項

売上高	<ul style="list-style-type: none">・製造業が(前期26.7ポイント→)38.5ポイント(前期差11.8ポイント増)となった一方、他の業種はマイナスの値となり、依然として低迷している。・小売業が(前期-64.3ポイント→)-23.1ポイント(前期差41.2ポイント増)を記録したが、次期は-38.5ポイント(前期差15.4ポイント減)となった。
採算	<ul style="list-style-type: none">・製造業が(前期-20.0ポイント→)7.7ポイント(前期差27.7ポイント増)となった一方で他の業種はマイナスの値となり、特に卸売業は(前期-25.0ポイント→)-66.7ポイント(前期差41.7ポイント減)と低迷している。・次期については全業種でマイナス値となり、依然として厳しい状況が続く見込みである。
仕入単価	<ul style="list-style-type: none">・依然として全業種がマイナスの値となったが、建設業は(前期-75.0ポイント→)-25.0ポイント(前期差50.0ポイント増)を記録し、マイナス幅を縮小した。・次期については、建設業が再びマイナス幅を拡大する一方、卸売業は横ばい。その他の業種はわずかにマイナス幅を縮小している。
販売単価	<ul style="list-style-type: none">・小売業が(前期-35.7ポイント→)15.4ポイント(前期差51.1ポイント増)を記録し、プラスに転じた。・次期については、全業種でプラスに転じている。
従業員	<ul style="list-style-type: none">・卸売業が(前期12.5ポイント→)-11.1ポイント(前期差23.6ポイント減)となった一方、他の業種は依然プラスの値で推移。 ※0を除く正の値は従業員数「不足」、負の値は従業員数「過剰」を表す
業況	<ul style="list-style-type: none">・卸売業が(前期-25.0ポイント→)-33.3ポイント(前期差8.3ポイント減)、また建設業が(前期-12.5ポイント→)-33.3ポイント(前期差20.8ポイント減)を記録し、マイナス幅を拡大した。・製造業は(前期-13.3ポイント→)7.7ポイント(前期差21.0ポイント増)を記録し、プラスに転じた。
資金繰り	<ul style="list-style-type: none">・サービス業が(前期-46.2ポイント→)-27.3ポイント(前期差18.9ポイント増)、また小売業が(前期-35.7ポイント→)-15.4ポイント(前期差20.3ポイント増)を記録し、マイナス幅を縮小した。一方、卸売業が(前期12.5ポイント→)-11.1ポイント(前期差23.6ポイント減)と、マイナスに転じた。・次期について、製造業と建設業は横ばいとなった一方、その他の業種でマイナス幅が縮小した。

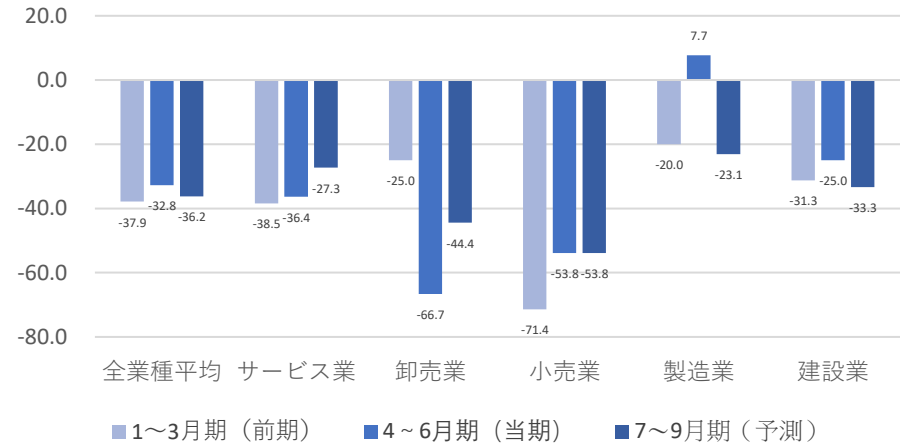
2. 設問別 D.I 調査

※単位：パーセントポイント（%pt）

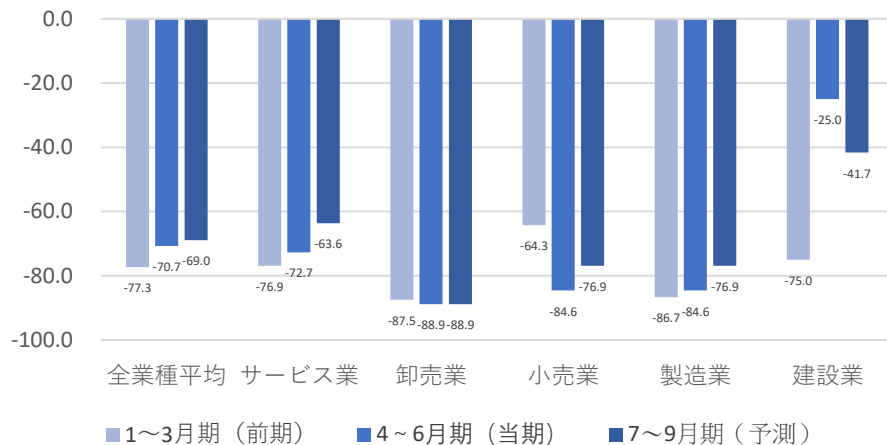
売上高



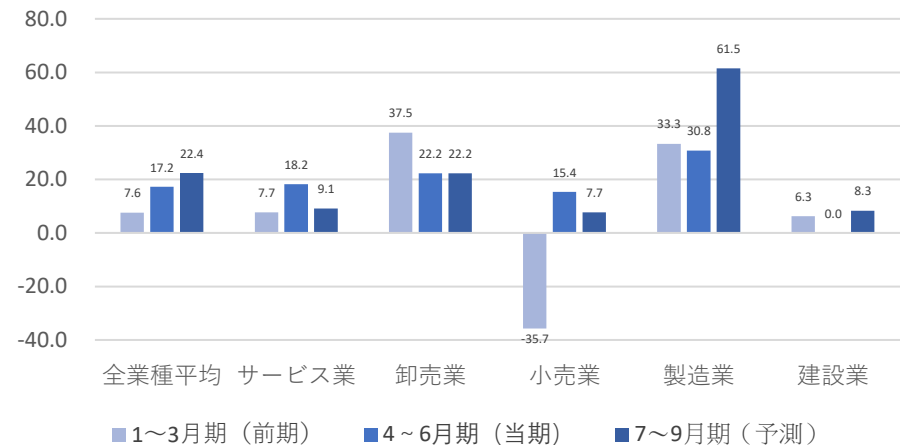
採算



仕入単価



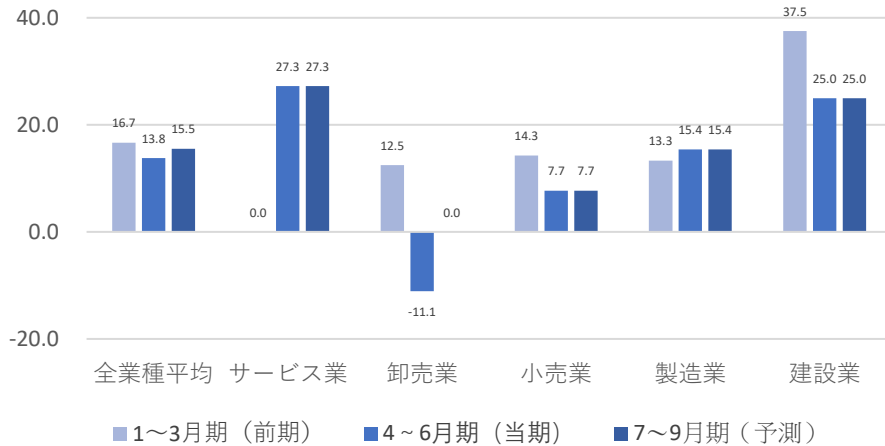
販売単価



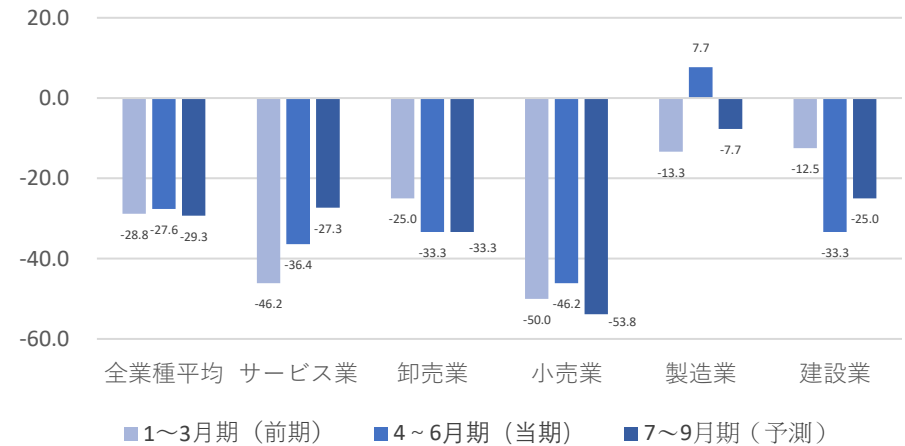
2. 設問別 D.I 調査

※単位：パーセントポイント（%pt）

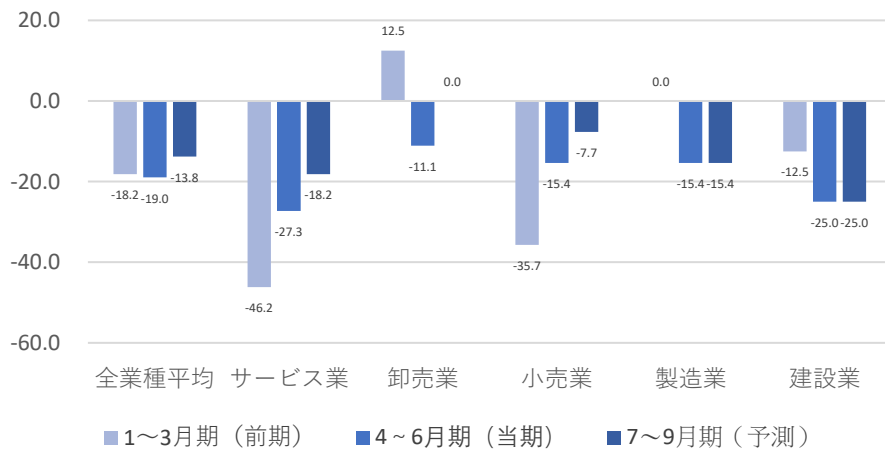
従業員



業況



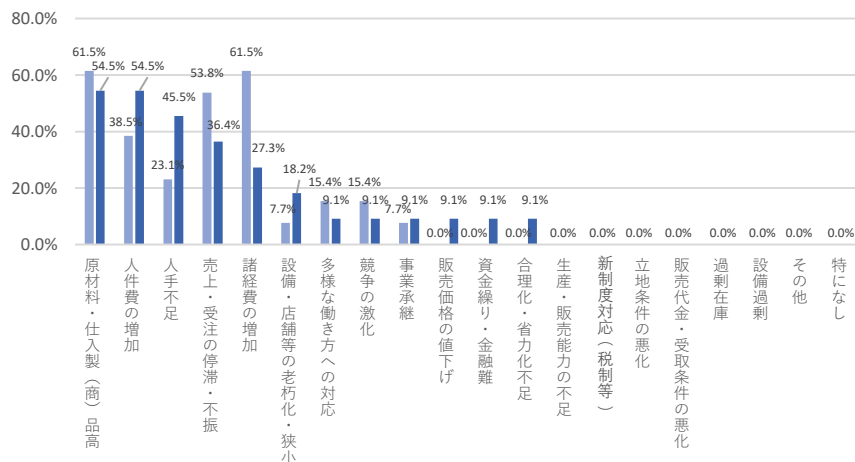
資金繰り



3. 経営上の課題

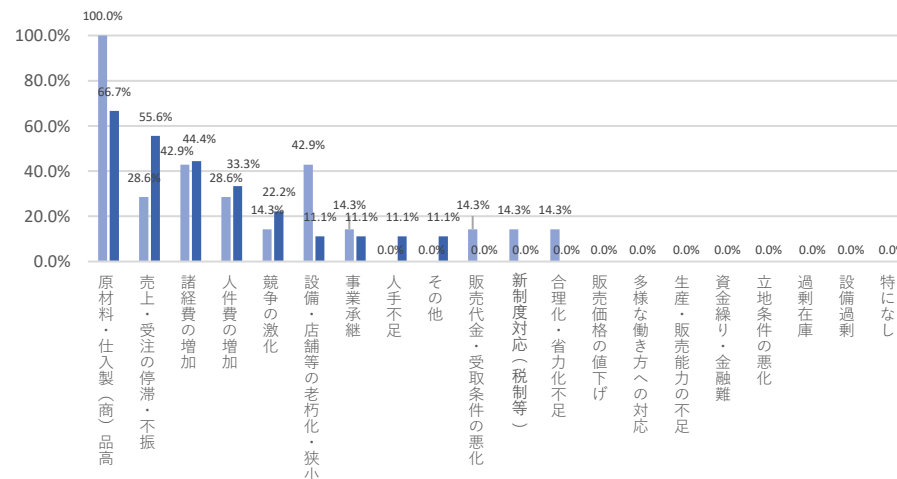
サービス業	<ul style="list-style-type: none"> 「原材料・仕入製（商）品高」、「人件費の増加」に最も多くの回答が集まり、54.5%を記録した。 前回調査時、最も多くの回答が集まった「諸経費の増加」は34.2%減の27.3%となった。
卸売業	<ul style="list-style-type: none"> 「原材料・仕入製（商）品高」が最も多くの回答を集めて66.7%を記録したが、前回調査時の100.0%から大きく減少した。 「売上・受注の停滞・不振」が前回調査時の28.6%から27.0%増の55.6%を記録。
小売業	<ul style="list-style-type: none"> 「売上・受注の停滞・不振」が最も多くの回答を集め、69.2%を記録。前回調査時より4.9%増となった。 「設備・店舗等の老朽化・狭小」が前回調査時の7.1%から16.0%増の23.1%を記録。
製造業	<ul style="list-style-type: none"> 「原材料・仕入製（商）品高」が最も多くの回答を集め、84.6%を記録。前回調査時より2.1%減となった。 「人件費の増加」が前回調査時の40.0%から21.5%増の61.5%を記録した。 一方、「諸経費の増加」は前回調査時の60.0%から21.5%減の38.5%を記録。
建設業	<ul style="list-style-type: none"> 「人手不足」が最も多くの回答を集め、58.3%を記録した。前回調査時より2.0%増となった。 「原材料・仕入製（商）品高」が、前回調査時の43.8%から27.1%減の16.7%を記録。

サービス業



■ 1~3月期 ■ 4~6月期 (当期)

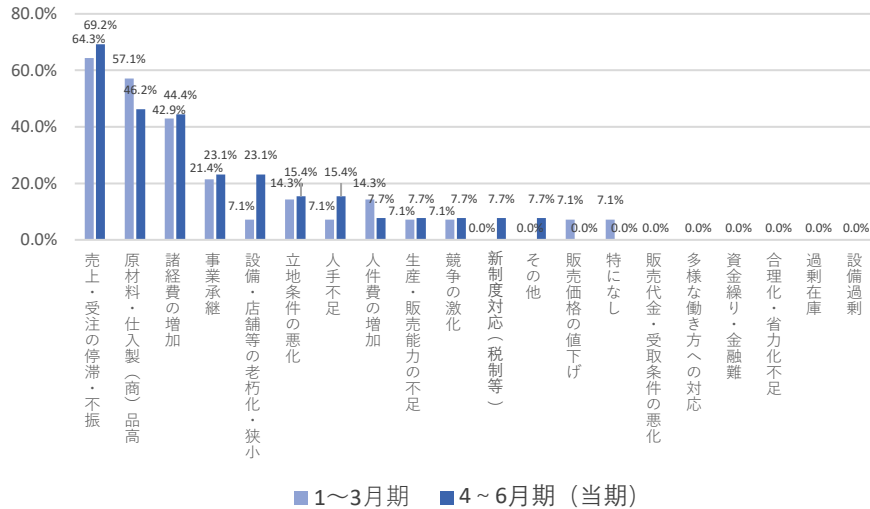
卸売業



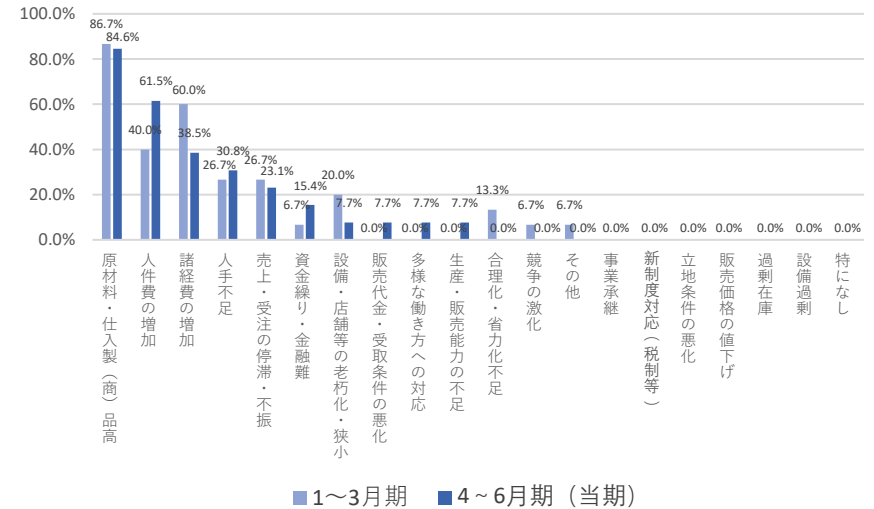
■ 1~3月期 ■ 4~6月期 (当期)

3. 経営上の課題

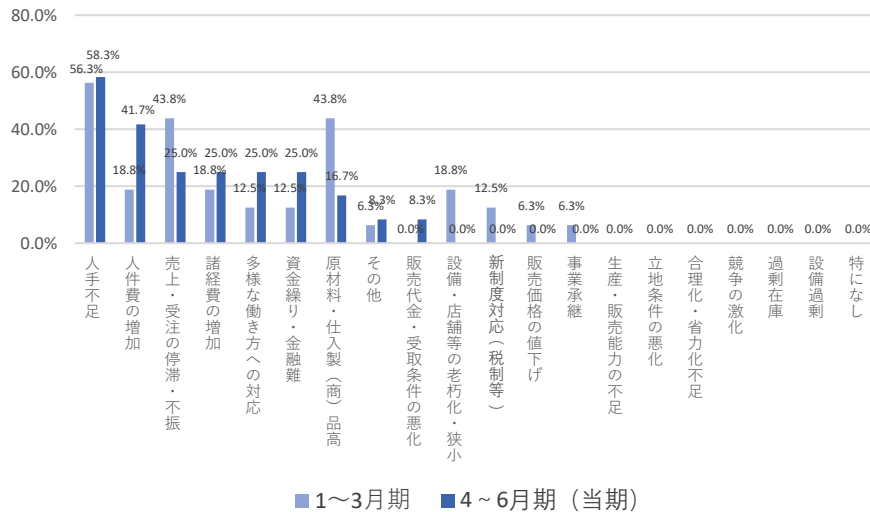
小売業



製造業



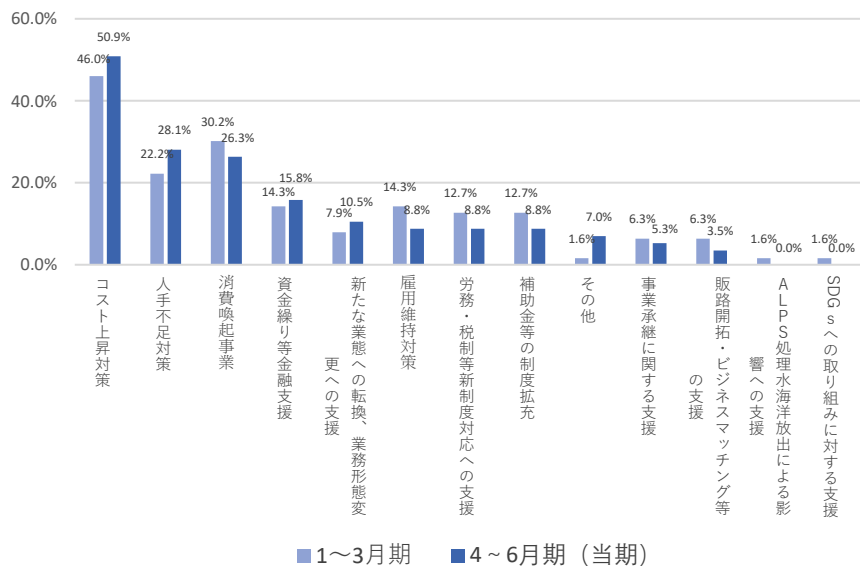
建設業



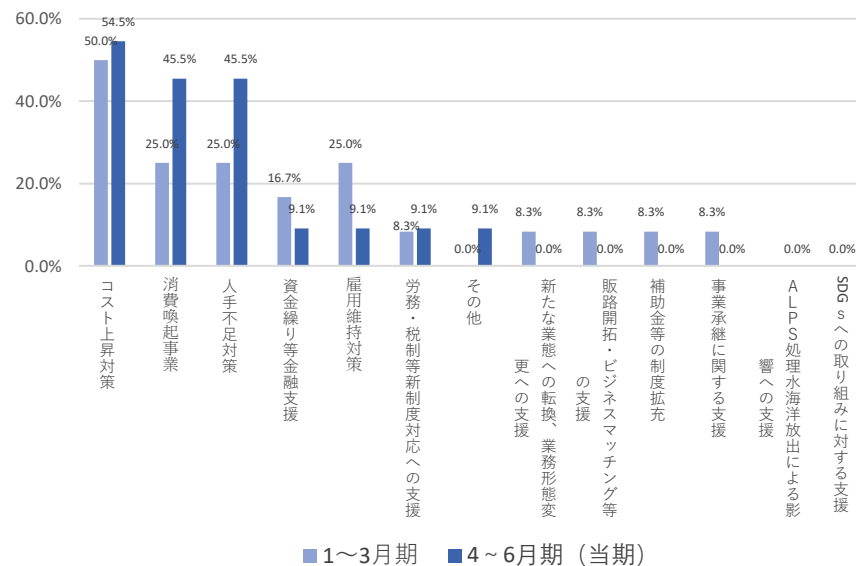
4. 国や県、市等の行政に望む支援

- ▼ 全業種平均の「コスト上昇対策」が前回より4.9%増の50.9%を記録。建設業を除いたすべての業種で、最も多くの回答を集めた選択肢となった。
- ▼ サービス業では、「消費喚起事業」と「人手不足対策」が前回の25.0%から各々20.5%増の45.5%を記録した。
- ▼ 建設業では、「人手不足対策」が前回に続いて最も多くの回答が集まり、58.3%を記録。
- ▼ 「コスト上昇対策」について、小売業では前回の23.1% から大きく増加して53.8%を記録した。

全業種平均値

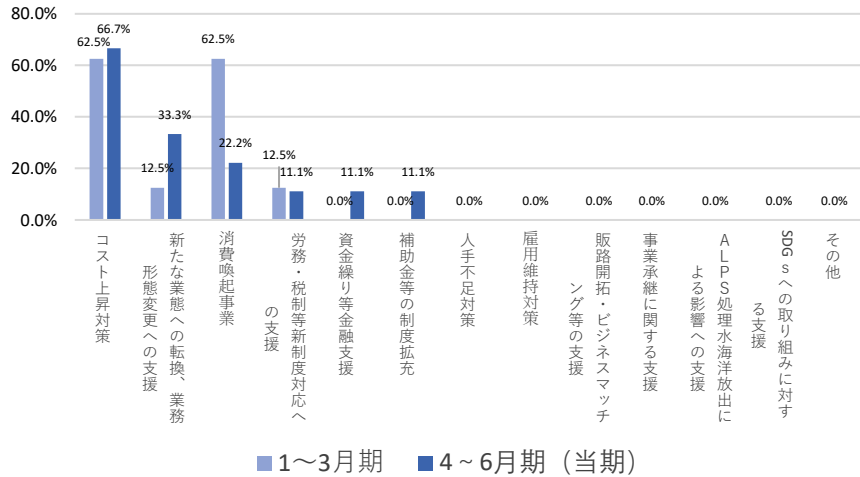


サービス業

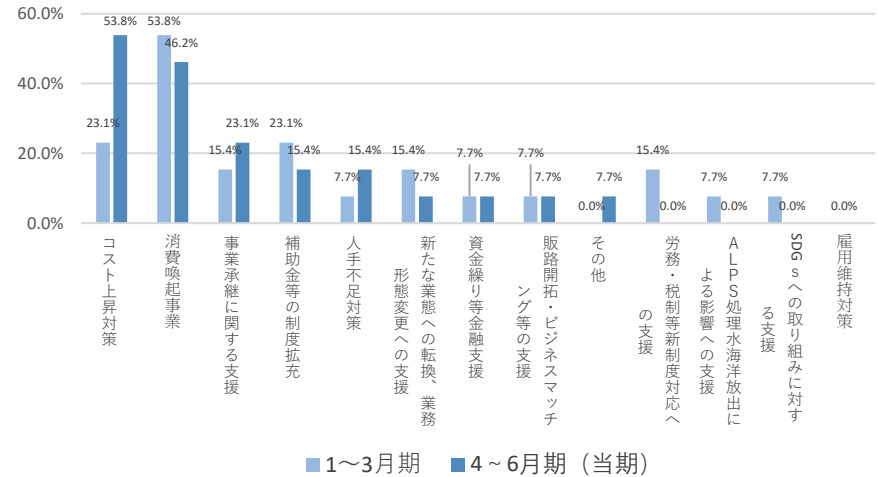


4. 国や県、市等の行政に望む支援

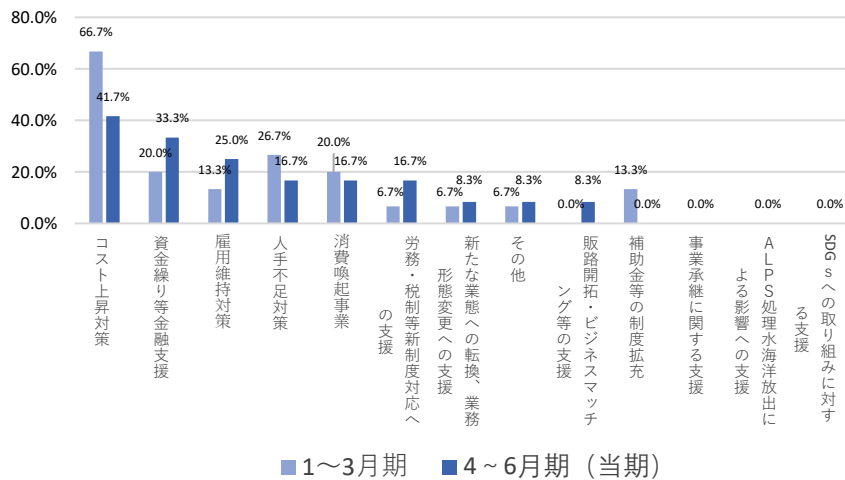
卸売業



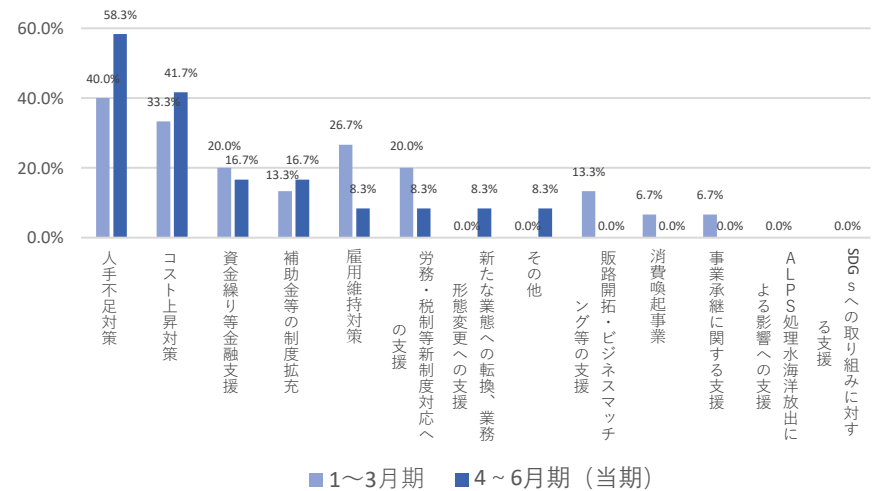
小売業



製造業



建設業



5. 自由記述

仕入単価、物価高と人件費高騰で利益が出ない。	全業種
消費税をはじめ、減税や税額の見直しを熱望している。	サービス業、小売業
複雑な減税措置ではなく、直接景気を刺激するような対策を零細企業（特に生活関連サービス業）に対して行って欲しい。	サービス業
電子決済の割合が高くなったことにより、手数料の負担額が増加し、経営を圧迫している。	卸売業、小売業
インボイス制度や電子帳簿保存など、事務負担が増加している。	卸売業
従業員の高齢化が深刻な課題である。	小売業、建設業
SNSの普及に伴い、同業他社との競争が激化する中、事業計画やブランディング再構築が必要だと感じる。今後、自社の強みを再確認し、活かしていくアドバイスやサポートの支援を求める。	小売業
後継者対策が深刻な課題である。	小売業
人手不足に頭を抱えている。労働者の確保と定着に課題がある。人手不足ゆえに先の事業計画を立てづらい。	製造業、建設業
自社商品の輸出に対し、地域単位で取り組める体制づくりを要望する。	製造業
政府は中小企業に価格転嫁を促すが、中小企業がスーパー等の大型店舗に対して価格転嫁するのは容易ではないのが現状である。今後も中小企業に対し値上げしろと言うなら、スーパー業界にも値上げを受け入れるよう、国をはじめ行政の強い指導を願う。	製造業
原料や包装資材、光熱費等の高騰がいつまで続くか予想できず、商品の値上げのタイミングが図れない。	製造業
働き方改革への対応（特に労働時間問題）で経営状況が厳しい。	建設業

■調査概要

調査対象時期	令和6年4～6月期 ※「次期予測」対象は令和6年7月～9月
調査対象	商工業者100者（サービス業、卸売業、小売業、製造業、建設業 各20者ずつ）
回答率	58.0%
調査方法	郵送によるアンケート方式（回答方法は紙媒体またはGoogleフォームの選択式）
調査内容	(1)業界景気、自社景況などの実績と次期予測
	(2)経営上の課題
	(3)国や県、市等の行政に望む支援
	(4)事業環境の変化や経営に関する困りごとなど

■D.I値（景況判断指数）について

$D.I = (\text{増加・好転などの回答割合}) - (\text{減少・悪化などの回答割合})$

D.I値は、業況・売上・採算などの各項目についての、判断の状況を表す。ゼロを基準として、プラスの値で景気の上向き傾向を表す回答の割合が多いことを示し、マイナスの値で景気の下向き傾向を表す回答の割合が多いことを示す。したがって、売上高などの実数値の上昇率を示すものではなく、強気・弱気などの景況感の相対的な広がりの意味する。

※日本商工会議所 LOBO調査 調査結果より