

2023年10月～12月期中小企業景況調査結果について ～中小企業の景況感、小幅改善～

愛知県では、県内の中小企業の景況を把握するため、製造業、卸・小売業、建設業及びサービス業を営む県内の中小企業2,000社を対象とし、四半期ごとにアンケート方式により経営の動向などを調査しています。

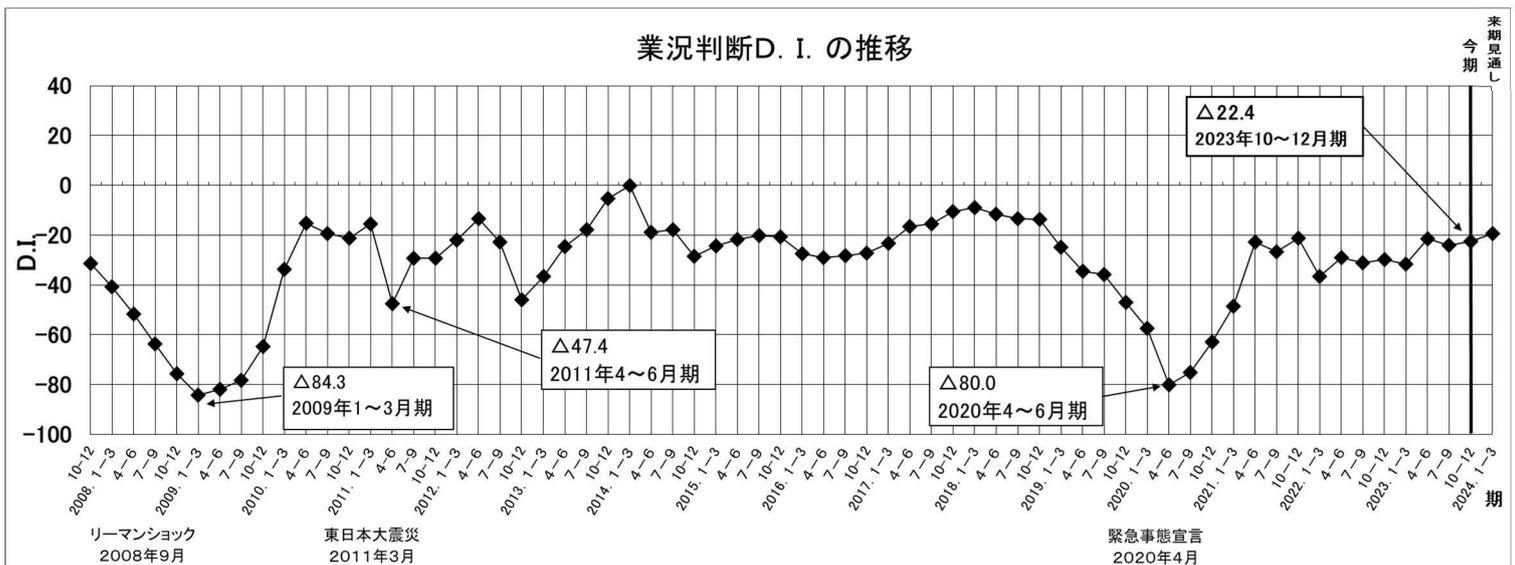
この度、2023年10月～12月期の調査結果を別添のとおり取りまとめましたのでお知らせします。

調査結果を見ると、今期は業況判断、売上及び採算の各D.I.で前期実績を上回りました。来期は業況判断及び採算の各D.I.で前期実績を上回り、売上D.I.で前期実績を下回る見通しです。

- ・調査期間 2023年12月1日から12月10日まで
- ・調査対象 愛知県に本社を置く中小企業から2,000社を無作為抽出
- ・調査業種 製造業、卸・小売業、建設業、サービス業（物品賃貸業、情報サービス業、広告業の3業種。宿泊業、飲食サービス業は調査対象外）
- ・調査回答数 1,168社（58.4%）

○業況判断D.I.（p.3）

- ・業況判断D.I.は $\Delta 22.4$ ポイントで、前期（2023年7月～9月期）に比べ1.8ポイント上昇しました。
- ・産業別で見ると、製造業で1.1ポイント、卸・小売業で4.7ポイント、サービス業で2.5ポイント上昇し、建設業で5.1ポイント低下しました。
- ・来期（2024年1月～3月期）は、全産業で $\Delta 19.4$ ポイントとなり、3.0ポイント上昇する見通しとなりました。



<エネルギー・原材料価格の高騰の影響>

○仕入価格等 D. I. (p. 8)

- ・製造業の主要原材料価格 D. I. は 78.9 と、前期実績から 0.1 ポイント、卸・小売業の仕入価格 D. I. は 81.5 と、前期実績から 3.5 ポイント、建設業の主要資材価格 D. I. は 74.6 と、前期実績から 6.7 ポイント上昇超幅が縮小しました。

| 仕入価格等 「上昇」-「低下」 | 業種 | 2022年10-12月期 | 2023年1-3月期 | 2023年4-6月期 | 2023年7-9月期 | 2023年10-12月期 (今期) |
|--------------------|-------|--------------|------------|------------|------------|----------------------|
| 主要原材料 価格D. I. | 製造業 | 89.5 | 88.4 | 82.5 | 79.0 | 78.9 |
| 仕入価格 D. I. | 卸・小売業 | 83.4 | 84.4 | 85.3 | 85.0 | 81.5 |
| 主要資材 価格D. I. | 建設業 | 90.0 | 92.4 | 86.2 | 81.3 | 74.6 |

○利益への影響 (p. 11)

- ・全産業では「減少」と回答した企業の割合が 77.7%となりました。
影響の程度については、「10%以上の減少」と回答した企業の割合が 31.7%と最も高い結果となりました。

| 業種 | 利益への影響 | | | | | | |
|-------|------------------|----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 減少 | 50%以上 | 30%以上 | 10%以上 | 10%未満 | 影響はない | 分からない |
| 全産業 | 77.7% (80.7%) | 4.8% (6.3%) | 17.2% (18.1%) | 31.7% (33.9%) | 24.0% (22.4%) | 10.5% (7.7%) | 11.8% (11.6%) |
| 製造業 | 84.0% (85.3%) | 6.4% (6.9%) | 19.0% (20.9%) | 35.1% (36.1%) | 23.5% (21.4%) | 7.1% (5.0%) | 8.9% (9.7%) |
| 卸・小売業 | 72.1% (78.1%) | 3.3% (7.1%) | 13.9% (18.3%) | 27.0% (31.1%) | 27.9% (21.6%) | 12.7% (9.1%) | 15.2% (12.8%) |
| 建設業 | 73.4% (76.2%) | 2.9% (4.8%) | 17.6% (11.1%) | 33.8% (33.3%) | 19.1% (27.0%) | 7.4% (4.8%) | 19.2% (19.0%) |
| サービス業 | 55.3% (61.4%) | 0.0% (1.9%) | 13.4% (3.8%) | 20.5% (26.9%) | 21.4% (28.8%) | 27.7% (24.0%) | 17.0% (14.6%) |

※カッコ内は前期調査 (2023年7月~9月期)

○価格転嫁の状況 (p. 11)

- ・全産業では、「2割以上5割未満」と回答した企業の割合が 27.8%と最も高い結果となりました。

| 業種 | 価格転嫁の状況 | | | | | |
|-------|--------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 全くできていない (2割未満) | 2割以上5割未満 | 5割以上8割未満 | 8割以上 | 分からない | 価格転嫁の 必要がない |
| 全産業 | 22.6% (25.6%) | 27.8% (26.4%) | 19.0% (20.5%) | 15.8% (13.6%) | 10.0% (8.9%) | 4.8% (5.0%) |
| 製造業 | 18.4% (22.4%) | 31.3% (30.5%) | 22.7% (23.3%) | 16.1% (13.5%) | 8.2% (8.1%) | 3.3% (2.2%) |
| 卸・小売業 | 23.9% (28.5%) | 26.3% (21.9%) | 16.0% (19.0%) | 20.6% (18.6%) | 11.6% (6.2%) | 1.6% (5.8%) |
| 建設業 | 25.0% (21.0%) | 22.1% (21.0%) | 16.2% (17.7%) | 17.6% (12.9%) | 19.1% (20.9%) | 0% (6.5%) |
| サービス業 | 44.1% (43.1%) | 13.5% (12.7%) | 4.5% (6.9%) | 2.7% (2.9%) | 11.8% (13.8%) | 23.4% (20.6%) |

※カッコ内は前期調査 (2023年7月~9月期)

< デジタル化・DXの取組 >

○ デジタル化・DXの取組状況 (p. 12)

- ・全産業では、「未着手」と回答した企業の割合が 36.3%と最も高い結果となりました。「着手済み」と回答した企業では、「紙文書を電子データ化している」と回答した割合が 27.6%となりました。

| 業種 | デジタル化・DXの取組状況 | | | | |
|-------|---------------|----------------|--------------------|--------------------------------|-------|
| | 未着手 | 紙文書を電子データ化している | 個別業務プロセスをデジタル化している | 全社的に業務プロセスをデジタル化し、事業の変革を実現している | 分からない |
| 全産業 | 36.3% | 27.6% | 19.1% | 5.0% | 12.0% |
| 製造業 | 35.8% | 28.8% | 20.5% | 4.2% | 10.7% |
| 卸・小売業 | 44.0% | 22.6% | 14.8% | 6.2% | 12.4% |
| 建設業 | 29.0% | 30.4% | 17.4% | 7.2% | 16.0% |
| サービス業 | 27.0% | 29.7% | 21.6% | 5.4% | 16.3% |

○ デジタル化・DXに取り組む際の課題 (p. 12)

- ・全産業では、「人材の採用や育成が難しい」と回答した企業の割合が 24.3%と最も高い結果となりました。

| 業種 | 順位 | デジタル化・DXに取り組む際の課題 | |
|-------|----|-----------------------|-------|
| 全産業 | 1位 | 人材の育成や採用が難しい | 24.3% |
| | 2位 | セキュリティ対策 | 19.2% |
| | 3位 | 資金が不足している | 16.3% |
| 製造業 | 1位 | 人材の育成や採用が難しい | 25.2% |
| | 2位 | セキュリティ対策 | 19.8% |
| | 3位 | 必要性や利点が分からない | 15.8% |
| 卸・小売業 | 1位 | 人材の育成や採用が難しい | 20.5% |
| | 2位 | 必要性や利点が分からない | 18.7% |
| | 3位 | 資金が不足している | 17.9% |
| 建設業 | 1位 | 人材の育成や採用が難しい | 31.0% |
| | 2位 | 進め方が分からない セキュリティ対策 | 17.5% |
| | 3位 | 資金が不足している | 15.1% |
| サービス業 | 1位 | 人材の育成や採用が難しい | 23.0% |
| | 2位 | セキュリティ対策 | 21.9% |
| | 3位 | 資金が不足している | 17.6% |

< 調査方法 > 以下の項目から、5つまで選択。

- ・必要性や利点が分からない
- ・進め方が分からない
- ・資金が不足している
- ・人材の育成や採用が難しい
- ・セキュリティ対策
- ・検討したことがない
- ・課題はない

<テレワークの導入意向>

○テレワークの導入状況 (p. 13)

- ・「既に導入済み」と回答した企業の割合は、全産業で 21.4%と、前回 (2022年10月～12月期) 調査から 3.3ポイント上昇しました。

| 業種 | テレワークの導入状況 | | | | | |
|-------|------------|----------|---------|--------------------|----------|---------|
| | 今回調査 | | | 前回(2022年10-12月期)調査 | | |
| | 既に導入済み | 今後、導入したい | 導入の予定なし | 既に導入済み | 今後、導入したい | 導入の予定なし |
| 全産業 | 21.4% | 4.5% | 74.1% | 18.1% | 8.8% | 73.1% |
| 製造業 | 18.6% | 4.2% | 77.2% | 15.9% | 7.7% | 76.5% |
| 卸・小売業 | 21.7% | 3.7% | 74.6% | 12.9% | 10.4% | 76.8% |
| 建設業 | 11.8% | 10.3% | 77.9% | 11.8% | 16.2% | 72.1% |
| サービス業 | 43.6% | 4.5% | 51.9% | 46.2% | 8.4% | 45.4% |

○テレワークの導入予定がない場合、その理由 (p. 13)

- ・「導入の予定なし」と回答した企業に対し、理由を尋ねたところ、全産業で「対象業務が限定的」の回答割合が 46.6%と、最も高い結果となりました。

| 業種 | 順位 | テレワークの導入について、「予定なし」と回答した理由 | |
|-------|----|----------------------------|-------|
| 全産業 | 1位 | 対象業務が限定的 | 46.6% |
| | 2位 | 適正な労務管理 | 16.8% |
| | 3位 | 導入効果 | 13.2% |
| 製造業 | 1位 | 対象業務が限定的 | 49.6% |
| | 2位 | 適正な労務管理 | 15.8% |
| | 3位 | 情報セキュリティの確保 | 12.3% |
| 卸・小売業 | 1位 | 対象業務が限定的 | 46.2% |
| | 2位 | 導入効果 | 21.0% |
| | 3位 | 社員間のコミュニケーション 適正な労務管理 | 17.5% |
| 建設業 | 1位 | 対象業務が限定的 | 39.6% |
| | 2位 | 適正な労務管理 | 22.9% |
| | 3位 | 導入効果 | 16.7% |
| サービス業 | 1位 | 対象業務が限定的 | 29.2% |
| | 2位 | テレワークに対応した社内制度作り | 20.0% |
| | 3位 | 適正な労務管理 | 18.5% |

<調査方法> 以下の項目から、3つまで選択。

- ・情報セキュリティの確保
- ・社員間のコミュニケーション
- ・適正な労務管理
- ・適正な人事評価
- ・対象業務が限定的
- ・テレワークに対応した社内制度作り
- ・導入効果
- ・導入・運用コスト
- ・その他

○回答者の主なコメント

- ・為替変動、貿易環境の変化を懸念。(印刷製造業)
- ・物価高騰の長期化を懸念。(窯業・土石製品製造業)
- ・物価高、円安、インフレで、先行きの見通しが困難。(木材・木製品製造業)
- ・物価高騰による消費低迷を懸念。(家具・家電小売業)
- ・人件費の高騰により、必要な人員の確保が出来ない。(家具・家電小売業)
- ・人材確保が困難。(衣服卸売業)
- ・人手不足の長期化を懸念。(窯業・土石製品製造業)