

小規模事業者

経済動向調査報告書

<常陸大宮市>

2024年4月～6月期

常陸大宮市商工会

1. 目的

常陸大宮市内の小規模事業者の景気動向等を分析し、その詳細な実態を把握し、市内小規模事業者に開示することで、経営に活用していただく。

2. 方法

市内の製造業、建設業、小売・卸売業及びサービス業の小規模事業者から計 15 社をサンプルとして選出し、聞き取り調査を行う。

3. 調査事業者

| 業種 売上規模 | 製造業 | 建設業 | 小売・卸売業 | サービス業 | 合計 |
|------------|-----|-----|--------|-------|------|
| ~1,000 万円 | 0 社 | 0 社 | 1 社 | 2 社 | 3 社 |
| ~3,000 万円 | 1 社 | 1 社 | 2 社 | 1 社 | 5 社 |
| ~1 億円 | 1 社 | 1 社 | 0 社 | 1 社 | 3 社 |
| ~3 億円 | 1 社 | 2 社 | 1 社 | 0 社 | 4 社 |
| 合計 | 3 社 | 4 社 | 4 社 | 4 社 | 15 社 |

4. 調査項目

- ① 売上高、販売単価、利用客数、仕入単価、在庫数、採算（経常利益）、従業員、外部人材、資金繰り及び景況感を聴取し、DI 値を業種別・売上規模別に比較。
- ② 設備投資状況の調査。
- ③ 現在認識している問題点・経営課題について業種別・売上規模別を調査。

DI（業況判断指数）

景気局面の判断や、予測と景気転換点の判断に利用される景気動向指標のひとつ。業況下や景況感といった明確に数値化しにくい対象を、比較化することで景況を判定する。

「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パーセンテージで表し、プラスは良好、マイナスは悪化として、その度合いで判定する。

I. DI 分析

表 1 : 2024 年 4 月～6 月の DI 値 (業種別)

| | 合計 | 製造業 | 建設業 | 小売・卸売業 | サービス業 |
|------|--------|---------|---------|--------|--------|
| 売上高 | -60.0% | -100.0% | -100.0% | -50.0% | 0.0% |
| 販売単価 | -26.7% | 0.0% | -50.0% | -50.0% | 0.0% |
| 利用客数 | -13.3% | 0.0% | -50.0% | -25.0% | 25.0% |
| 仕入単価 | -53.3% | -33.3% | -50.0% | -50.0% | -75.0% |
| 在庫数 | -13.3% | 0.0% | -25.0% | 0.0% | -25.0% |
| 経常利益 | -40.0% | -66.7% | -50.0% | -25.0% | -25.0% |
| 従業員 | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 外部人材 | -6.7% | 0.0% | -25.0% | 0.0% | 0.0% |
| 資金繰り | -33.3% | 0.0% | -25.0% | -50.0% | -50.0% |
| 景況感 | -66.7% | -66.7% | -50.0% | -75.0% | -75.0% |

表 2 : 2024 年 4 月～6 月の DI 値 (売上規模別)

| | 合計 | ～1千万円 | ～3千万円 | ～1億円 | ～3億円 |
|------|--------|---------|--------|--------|---------|
| 売上高 | -60.0% | -66.7% | -20.0% | -66.7% | -100.0% |
| 販売単価 | -26.7% | -33.3% | -40.0% | 0.0% | -25.0% |
| 利用客数 | -13.3% | -33.3% | 0.0% | 0.0% | -25.0% |
| 仕入単価 | -53.3% | -66.7% | -60.0% | -66.7% | -25.0% |
| 在庫数 | -13.3% | 0.0% | -40.0% | 0.0% | 0.0% |
| 経常利益 | -40.0% | -33.3% | -20.0% | -66.7% | -50.0% |
| 従業員 | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 外部人材 | -6.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | -25.0% |
| 資金繰り | -33.3% | -100.0% | -40.0% | 0.0% | 0.0% |
| 景況感 | -66.7% | -100.0% | -80.0% | -33.3% | -50.0% |

- 前回 (2024 年 1 月～3 月) 調査に比べ、全体的に若干ながら業況が改善しつつある様子が窺える。ただし、業況が厳しい状況に変わらない。
- 仕入単価の高騰はすべての業種で影響が大きいままだが、全体的に多少落ち着いてきている様子も垣間見れる。ただし、前回比較的影響の小さかったサービス業においては影響が増大している。
- 業種別には、小売・卸売業が回復傾向にあるのに対し、製造業において売上高の低下が顕著となっており、景況感も悪化している。販売単価と利用客数に変化がないことから、顧客ごとの取引件数が減少していると推測できる。
- 建設業も売上高の低下が著しく、経常利益の低下につながっている。販売単価の悪化が大きく影響していると推測できる。やはり、仕入価格や人件費等の経費増大をいかに販売単価に転嫁させるか

が重要だと分析できる。

- 売上規模別で分析すると、前回著しく悪化していた売上規模が小さい企業において改善傾向である。一方で、売上規模の大きい企業においては、売上高の悪化が顕著になっている。特に、～3億円の企業においては全企業が売上高悪化を回答している。

II. 設備投資の状況

- 2024年4月～6月にかけて設備投資した企業は、15件中3件あった。
- いずれの企業も業況は芳しくなく、投資内容や課題意識から、事業拡大のための投資ではなく、設備の不足や老朽化に伴う消極的な投資と推測できる。

III. 課題意識調査

図1 2024年4月～6月の課題意識（業種別）

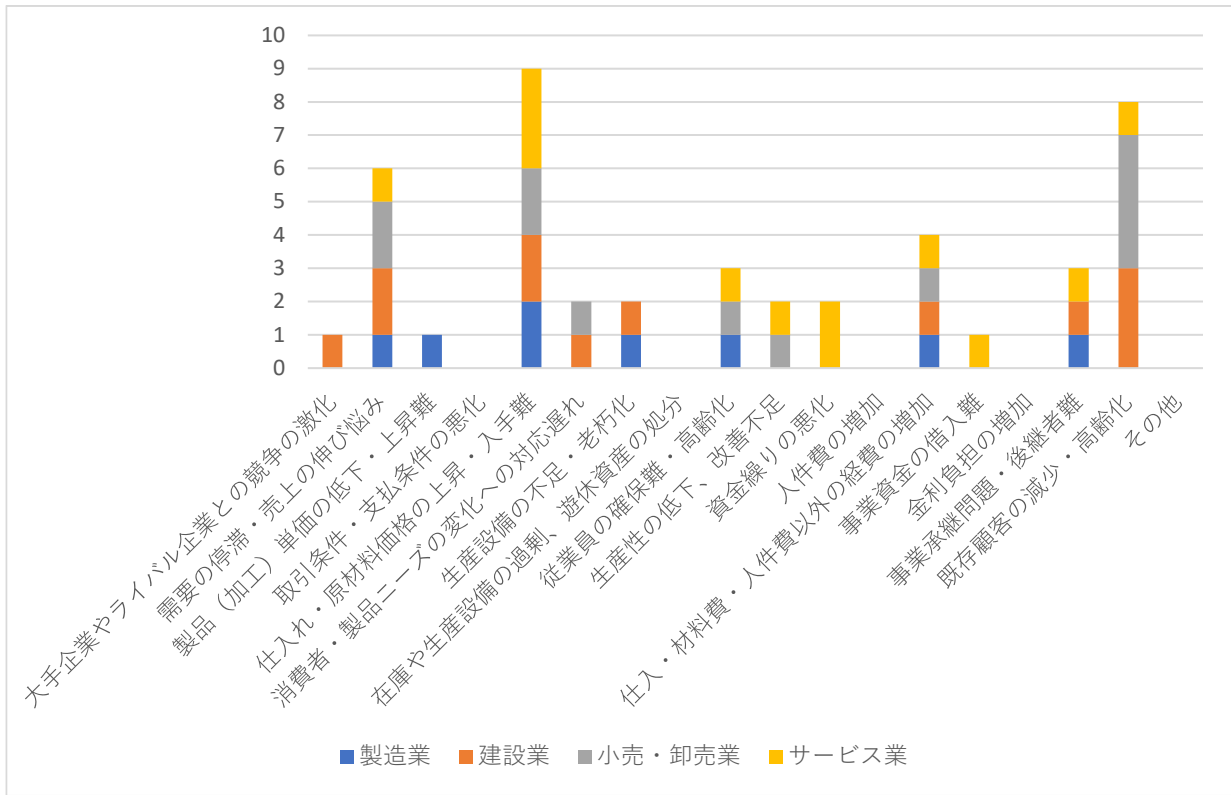
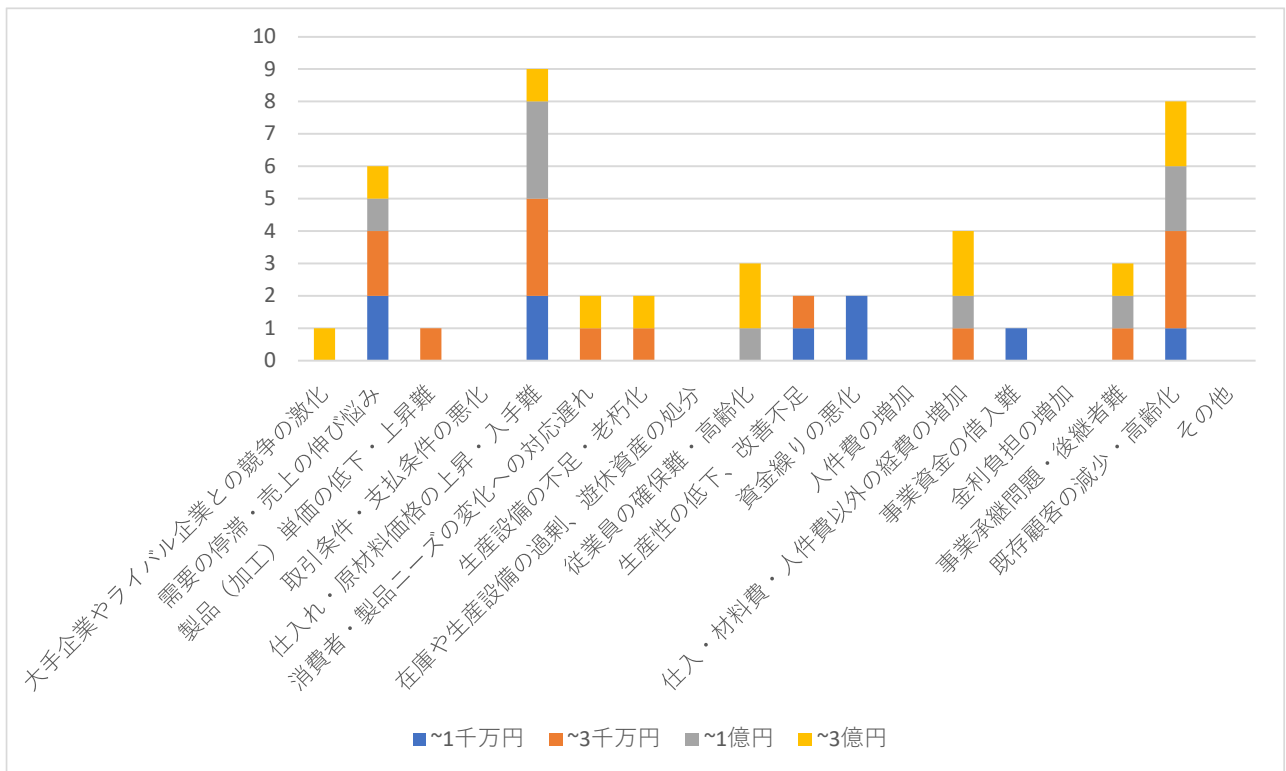


図2 2024年4月～6月の課題意識（売上規模別）



- 課題意識は、前回とほぼ変わっていない。
- 相変わらず、仕入れ・原材料価格の上昇・入社難が多いが、わずかに減少している様子も垣間見られる。
- また、前回同様、需要の停滞・売上の伸び悩み、既存顧客の減少・高齢化が続いており、今後も売上悪化が懸念される。
- 顕著な変化としては、事業承継を経営課題とする企業が増加傾向にある。

以上