

# 地域経済動向調査報告書

令和5年度 第一四半期

<令和5年4月から令和5年6月まで>

令和6年3月

調布市商工会

## <要旨>

令和5年度 第一四半期は3年余のコロナ禍による行動制限等の規制が解除されたことで、全業種で売上単価・客単価、売上件数・客数、売上数量が前年度同時期を上回る規模で増大し、売上高は大きな増加を示した。その一方で、製造業、建設業においては原材料費や光熱費等の高騰等による生産コストの上昇、小売業、飲食業、サービス業においては仕入単価や人件費等の上昇による経費の増大により、総体的には採算(営業利益)面では全体でマイナス20%と依然厳しい数値となっている。

事業の持続的発展に向けた新たな設備投資を実行したり計画している事業者が3割ほどあり、その中身を見ると建物・店舗、機械・設備・備品、IT機器への投資と、市場の回復を見通した競争力強化に取り組む経営姿勢が見える。そのことで当面の経営課題としてあがっているコスト増に対応した採算(営業利益)面の改善を図る販売価格の設定等を進めるとの回答が見られる。

資金繰り、借入難易度は依然厳しい状況にあることが伺われる。

## 1. 調査の概要

本調査は、当商工会会員である小規模事業者の業種構成比率を基に抽出した市内の製造業 8 社、建設業 7 社、小売業 14 社、飲食業 10 社、サービス業 21 社の小規模事業者計 60 社に対し、経営指導員・巡回相談員を通じ別紙「中小企業景況調査票」への記入によって実施した地域経済の動向を調査したものである。本報告書は、2023年(令和 5 年)度第一四半期<2023年(令和5年)4月1日から2023年(令和 5 年)6 月 30 日まで>の調査結果をまとめたものである。

## 2. 第一四半期の状況

調査期間の状況を前年度同期2022年(令和 4 年)4月1日から2022年(令和4年)6 月 30 日までと調査期間直前3か月2023年(令和 5 年)1 月 1 日から2023年(令和 5 年)3 月 31 日までとの比較で調査した。

### 2.1. 売上高の動向

#### 2.1.1. 売上高

(単位:%)

	全体	製造業	建設業	小売業	飲食業	サービス業
2022.4~6 月比	26.7	25.0	28.6	35.7	50.0	9.5
2023.1~3 月比	1.7	12.5	△14.3	28.6	0.0	△14.3

2022.4~6 月比ではコロナ禍による行動制限等の規制が解除された影響から全業種で売上高は大きな増加を示し、特に飲食業、小売業ではその増加が顕著であった。調査期間直前 3 か月の 2023.1~3 月比においては全体の増加率は低く、期末・期首という年度替わりという市場環境の影響等から建設業、サービス業では減少となった。

#### 2.1.2. 売上単価・客単価、売上件数・客数、売上数量

(単位:%)

	売上単価・客単価	売上件数・客数	売上数量
2022.4~6 月比	32.8	16.4	6.5
2023.1~3 月比	15.5	14.5	4.3

2022.4~6 月比においても 2023.1~3 月比においても売上高を構成するいずれの要素も増加した。売上高の根幹をなす売上件数・客数が前年度同期比で 16.4%と大きな増加率となっていて、本調査実施時期後においても引き続き売上高の増加が見込まれる伸長率で、売上の基盤ができつつあることを示す。

## 2.2. 仕入動向 (単位:%)

	仕入単価
2022.4~6 月比	72.9
2023.1~3 月比	62.2

仕入単価の上昇率が大きい。事業所内での生産性を高める経営努力と仕入価格を売価に反映させる営業努力、マーケティングの工夫等が求められる厳しい状況にあり、それらの成果が得られないと採算面に悪影響が生じ経営を圧迫しかねない事態が生じる恐れがある。

## 2.3. 採算(営業利益) (単位:%)

	全体	製造業	建設業	小売業	飲食業	サービス業
2022.4~6 月比	△20.0	△25.0	△28.6	△ 14.3	△30.0	△14.3
2023.1~3 月比	△ 8.9	40.0	△ 40.0	0.0	△30.0	△6.7
2023.4~6 月比 の水準	△2.8	50.0	0.0	△12.5	△55.6	33.3

2022.4~6 月比ではすべての業種で採算が悪化していた。調査期間直前 3 か月の 2023.1~3 月比においては製造業、サービス業が回復基調にあり、建設業が何とか底から脱出する数値を示している。小売業、飲食業では事業の持続的発展に不可欠な採算面の状況は依然厳しい。

## 2.4. 業況(自社) (単位:%)

	全体	製造業	建設業	小売業	飲食業	サービス業
2022.4~6 月比	△ 1.7	0.0	0.0	14.3	0.0	△14.3
2023.1~3 月比	△1.7	12.5	0.0	7.1	0.0	△14.3
2023.4~6 月比 の水準	△ 23.7	0.0	△20.0	0.0	△70.0	△7.7

2022.4~6 月比でみると全体ではやや悪化を示すなかで、小売業は前記したような市場環境の良化で 14%余の改善が見られる一方で、サービス業では消費市場の環境変化がプラスの影響を及ぼさず業況は依然厳しい状況にあるが、調査したサービス事業者の業態間ではその事業内容によって業況のバラツキがみられた。調査期間直前3か月の 2023.1~3 月比における業況は依然厳しく、調布市全体の市場回復が進んでいないことが読み取れる。

売上高を構成する要素である売上単価・客単価、売上件数・客数、売上数量は増加傾向を示しているものの仕入価格の上昇等、仕入原価や販売費及び一般管理費のコスト増をカバーするだけの販売価格への転嫁が進まず、採算性の改善が容易ではないことが業況の現状となっていることが推察される。

## 2.5. 資金繰り、借入難度

(単位:%)

	資金繰り	借入難度
2022.4~6 月比	△ 3.3	
2023.1~3 月比	△ 3.3	△ 9.4

資金繰りについては総じて改善しつつあるもの、事業運営を安定させるまでには更なる経営努力が求められていることが見てとれる。借入難度については、低金利ではあっても景況感が上向かない現下での返済の見通しが立て難いこともあり、借入が容易ではないことが見てとれる。

## 2.6. 人材

### 2.6.1. 従業員(含む 臨時・パート)

(単位:%)

	全体	製造業	建設業	小売業	飲食業	サービス業
2022.4~6 月比	△8.5	△12.5	△28.6	7.1	0.0	△14.3
2023.1~3 月比	△11.4	△20.0	0.0	10.0	△22.2	△20.0
2023.4~6 月比 の水準	△27.0	0.0	△ 60.0	0.0	△30.0	△ 30.8

全体では人手不足にあることを示しているが、2022.4~6 月比では建設業、サービス業、製造業での人材不足が際立っていることが拝察され、目の前の需要を取り切れていないことが伺われる。2023.4~6 月比の水準でみると、そのひっ迫度はさらに高まっていて人材の確保が容易ではないことが見てとれる。

### 2.6.2. 外部人材(請負・派遣)

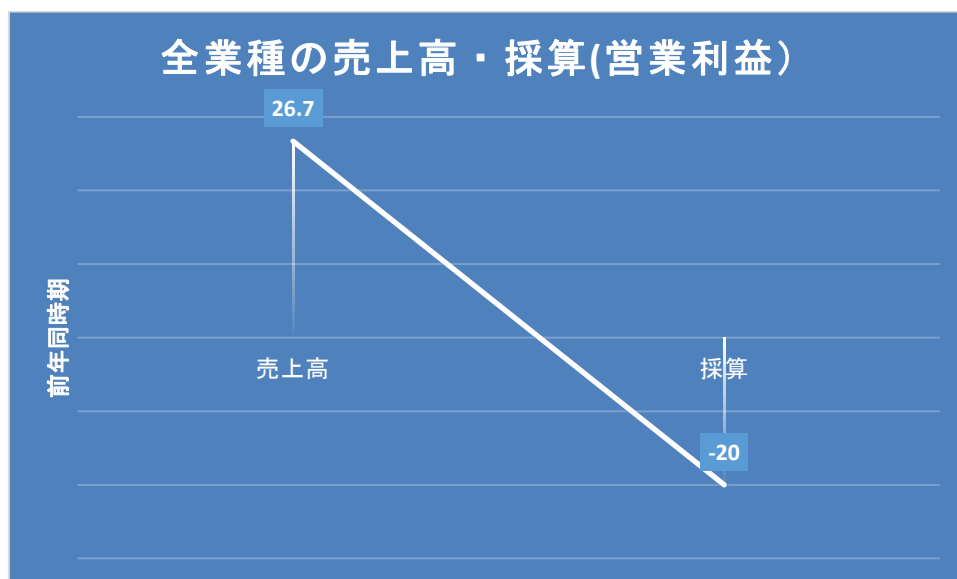
(単位:%)

	全体	製造業	建設業	小売業	飲食業	サービス業
2022.4~6 月比	△2.1	△20.0	△20.0	0.0	0.0	5.3
2023.1~3 月比	△5.9	0.0	10.0	0.0	0.0	△15.4

全体では減少傾向にあるが、2022.4~6 月比では製造業、建設業で、2023.1~3 月比ではサービス業で特にその数値が大きく、外部人材の活用の難しさが伺われる。

## 2.7. 推移

業種全体の売上高、および採算(営業利益)推移は次のとおりである。



## 3. 第二四半期の見通し

第二四半期(2023年7月~2023年9月)の見通しを前年度同期(2022年7月~2022年9月)と今年度第一四半期との比較を調査した。

### 3.1. 売上高の見通し

#### 3.1.1. 売上高

(単位:%)

	全体	製造業	建設業	小売業	飲食業	サービス業
2022.7~9月比	23.3	△ 25.0	0.0	28.6	60.0	28.6
2023.4~6月比	8.9	△ 60.0	20.0	10.0	50.0	0.0

2022.7~9月比で見ると製造業の減少が大きい一方で飲食業、小売業、サービス業の増加は大きい。3年余に渡ったコロナ禍による行動制限等の規制が解除されたことで外出の機会が昨年同時期と比較して格段に増加することが想定され、そのことが客数の増加に結び付くという期待が大きいことが想定される。製造業においては消費財製造業の他はその想定されるプラスの影響を受けないことが推察される。市内全体としては、第一四半期に引き続き売上の増加が見込まれる。

### 3.1.2. 売上単価・客単価、売上件数・客数、売上数量 (単位:%)

	売上単価・客単価	売上件数・客数	売上数量
2022.7～9 月比	34.5	21.8	4.3
2023.4～6 月比	13.3	△2.2	△2.3

売上の構成要因をみると、2022.7～9 月比ではいずれの数値も増加を見込む回答となっているが、第一四半期比では単価の上昇は想定するものの、売上高の根幹をなす件数・客数、および数量が減少する見込みとの回答結果である。

### 3.2. 仕入動向 (単位:%)

	仕入単価
2022.7～9 月比	64.4
2023.4～6 月比	68.9

前年同期比も第一四半期比もいずれも仕入単価が上昇するとの回答が多く、国際関係の緊張による資源高と円安、光熱費の上昇等による生産コストおよび流通コストの増大が見込まれ、仕入単価の上昇に歯止めがかかっていない状況にあることが推察される。

### 3.3. 採算(営業利益) (単位:%)

	全体	製造業	建設業	小売業	飲食業	サービス業
2022.7～9 月比	△16.7	△ 25.0	28.6	△ 28.6	△20.0	0.0
2023.4～6 月比	△27.3	△ 40.0	△40.0	△30.0	△40.0	△7.1

上記に見られるように売上高が伸び悩む一方で、生産コストや流通コストの増大を販売価格に転嫁しにくい市場競争環境下に置かれていること等により、採算(営業利益)は悪化するとの回答が全業種を通じて多い。

### 3.4. 業況(自社) (単位:%)

	全体	製造業	建設業	小売業	飲食業	サービス業
2022.7～9 月比	1.7	0.0	0.0	7.1	△ 11.1	4.8
2023.4～6 月比	△3.4	△12.5	0.0	0.0	△22.2	4.8

前年同期比では、全体的には若干の好転が見込まれているものの、飲食業は依然厳しいとの回答が多かった。第一四半期比ではサービス業の他は大きな変化はないか減少を見込む回答が多かった。業種間でのバラツキが大きくなっている。

2023 年度上半期の見通しを総じて分析すれば、売上高を構成する件数・客数、および数量の減少が見込まれる一方で客単価は上昇する見込みで、売上高は前年同時期比でプラスとなることが想定されるものの、仕入単価の上昇を販売価格にそのまま反映させることが容易ではないことから採算(営業利益)面では依然厳しい

状態となるとの回答が多く、市内事業者の事業の持続的発展に向けた展望が依然見えにくい状況にある。

### 3.5. 資金繰り、借入難度 (単位:%)

	資金繰り	借入難度
2022.7~9月比	6.7	
2023.4~6月比	△4.4	△11.5

資金繰りについては、前年同期比では好転しているものの第一四半期比では悪化の兆候がみられる。借入難度については依然高いことが伺われる。

### 3.6. 人材

#### 3.6.1. 従業員(含む 臨時・パート) (単位:%)

	全体	製造業	建設業	小売業	飲食業	サービス業
2022.7~9月比	△ 6.8	△12.5	△14.3	0.0	△ 11.1	4.8
2023.4~6月比	△ 9.1	△20.0	△20.0	0.0	△ 22.2	4.8

全体としては人手不足の傾向が続くとみられる。特に製造業、建設業、飲食業での採用難が高くなっている。

#### 3.6.2. 外部人材(請負・派遣) (単位:%)

	全体	製造業	建設業	小売業	飲食業	サービス業
2022.7~9月比	△2.1	△20.0	△40.0	0.0	0.0	10.5
2023.4~6月比	△5.9	0.0	△66.7	0.0	0.0	0.0

前項の従業員と同様に全体としては人材確保ができていない状況にある。特に建設業では人手の確保が現下の経営の最大の課題となっていることが推察される。

#### 4. 設備投資

(単位:上段:件数、下段:構成比)

	実施 ／計画 して いない	実施した / 計画している							
		土地	建物 店舗	機械 設備 備品	車両 ・運 搬具	付帯 施設	IT 機器	福利 厚生 施設	その 他
今期実績	44	1	1	11	1	1	3	0	0
	71%	2%	18%	2%	2%	2%	5%	0%	0%
来期計画	43	1	2	6	2	2	4	0	1
	70%	2%	3%	10%	3%	3%	7%	0%	2%

コロナ禍が落ち着き始めたことで約 3 割の事業者が事業の成長発展へ取り組むと回答している。設備投資の中身を見ると、機械設備備品への投資、ITへの投資を進める事業者が多い一方で福利厚生施設への投資はゼロと、まずは事業経営の基盤強化を最優先に取り組む姿勢が顕著に伺われる。

#### 5. 経営上の問題点

第一四半期に直面している経営上の問題点(重要度の高い順に3つ以内)を調査した。回答率の高かった項目は次の通り。

(単位:%)

内 容 <sup>1</sup>	1位の問題点	1位～3位の問題点
仕入(外注)単価の上昇	17	17
設備・機器・店舗の老朽化	15	12
売上(取引)件数(客数)の減少	13	12
人件費の増加	8	10
人件費以外の経費の増加	8	9
従業員(含パート等)の確保難	8	9
売上単価の低下・上昇難	7	7
事業資金の借入難	7	6
熟練技術者(販売員)の確保難	5	3
需要の停滞	3	6

仕入単価の上昇を販売価格に反映させることが容易ではないこと、設備や機器、店舗の更新のための投資資金とその回収問題、取引件数・客数の回復と増加に向けた具体策等々、スマホによるネット社会のなかでコロナ禍によって生じた生活価



値観、生活様式、そして購買行動の変化へどのように対応していけばいいのか試行  
錯誤する経営状況にあることが推察される。

以上