

景気動向調査

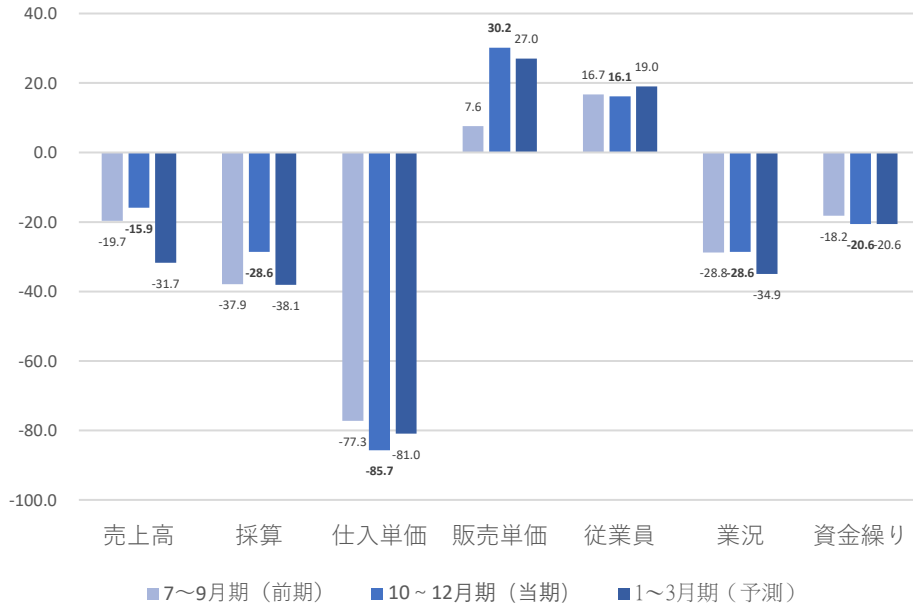
令和6年度10～12月期

塩釜商工会議所

1. 調査総評

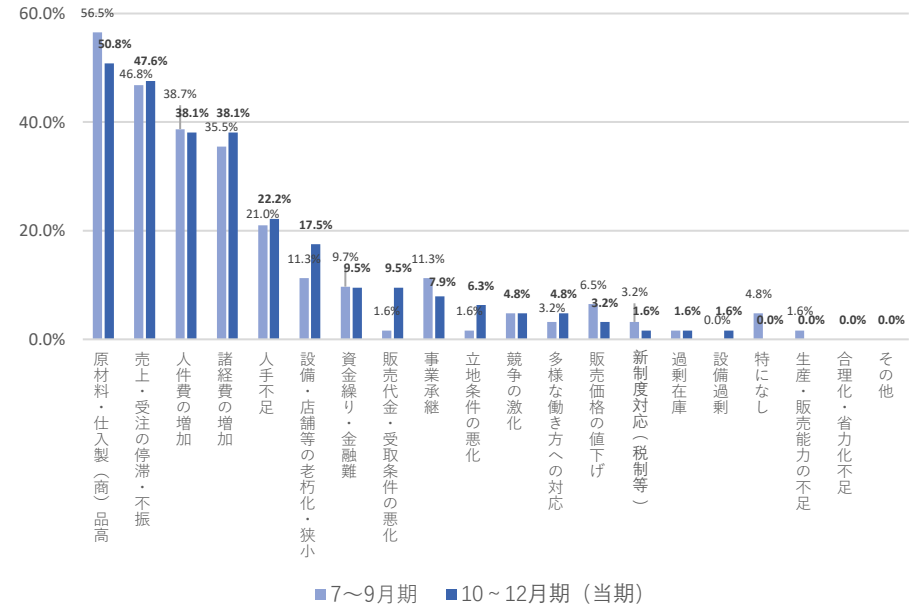
▼全業種平均D.I値

※ D.I = (増加・好転などの回答割合) - (減少・悪化などの回答割合)



- ・「売上高」は、-15.9(前期-19.7、前期差3.8ポイント増)となり、マイナス幅が縮小した。次期予測は、-31.7とマイナス幅が拡大する結果となった。
- ・「仕入単価」は、-85.7(前期-77.3、前期差8.4ポイント減)となり、マイナス幅が拡大した。次期予測は、-81.0とマイナス幅が縮小する結果となった。
- ・「販売単価」は、30.2(前期7.6、前期差22.6ポイント増)となり、プラス幅が拡大した。次期予測は、27.0とプラス幅が縮小する結果となった。

▼経営上の課題



- ・「原材料・仕入製(商)品高」への回答が前回より若干減少したが、依然として高い回答割合にある。
- ・「人件費の増加」は、前期の38.7%から0.6%減の38.1%を記録した。
- ・「諸経費の増加」は、前期の35.5%から2.6%増の38.1%を記録した。
- ・「設備・店舗等の老朽化・狭小」は、前期の11.3%から6.2%増の17.5%を記録した。

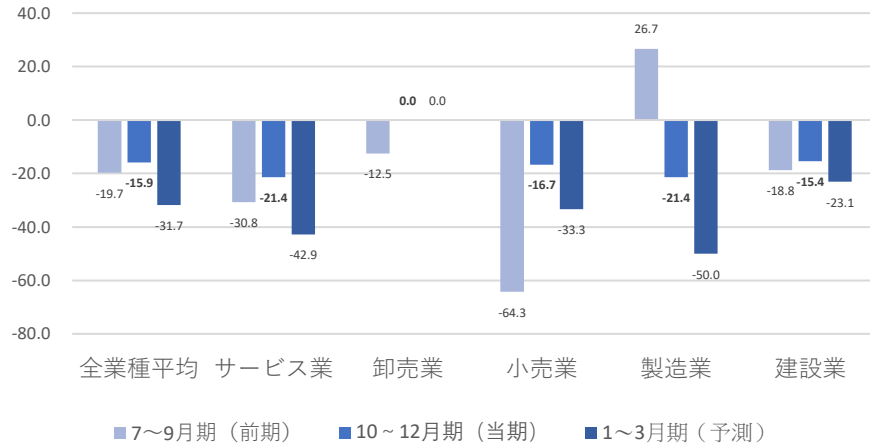
2. D.I 調査 設問別特記事項

売上高	<ul style="list-style-type: none">・卸売業が±0.0（前期-12.5、前期差12.5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。・製造業が-21.4(前期26.7、前期差48.1ポイント減)とマイナス幅の値に転じ、次期予測も-50.0とマイナス幅が拡大する結果となった。
採算	<ul style="list-style-type: none">・全業種が引き続きマイナスの値となった。特に卸売業と製造業がマイナスの値を拡大して落ち込んだ。・次期予測についても全業種でマイナス値となり、特に建設業は-53.8(今期-30.8、今期差23.0ポイント減)とマイナス幅が拡大する結果となった。
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。小売業は前期よりマイナス幅が縮小したが、一方、他の業種はマイナス幅が拡大した。特にサービス業は-100.0(前期-76.9、前期差23.1ポイント減)を記録。・次期については、卸売業と小売業でマイナス幅が縮小した一方、その他の業種は横ばいとなった。
販売単価	<ul style="list-style-type: none">・卸売業、小売業、製造業でプラス幅が拡大した。・次期予測については、製造業が横ばい。建設業がプラスに転じた一方、サービス業、卸売業、小売業はプラス幅が縮小している。
従業員	<ul style="list-style-type: none">・卸売業（前期12.5、前期差12.5ポイント減）と製造業（前期13.3、前期差13.3ポイント減）が±0.0となった一方、他の業種は依然プラスの値で推移している。 <p>※ 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</p>
業況	<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。・卸売業と製造業は前期よりマイナス幅が拡大したが、一方、他の業種はマイナス幅が縮小した。
資金繰り	<ul style="list-style-type: none">・製造業が-35.7(前期±0.0、前期差35.7ポイント減)を記録し、マイナスに転じた。・サービス業が-14.3(前期-46.2、前期差31.9ポイント増)、小売業が-25.0(前期-35.7、前期差10.7ポイント増)を記録し、マイナス幅が縮小した。一方、その他の業種ではマイナス幅が拡大した。・次期予測について、卸売業はプラスの値に転じる結果となったが、他の業種は依然マイナスの値で推移している。

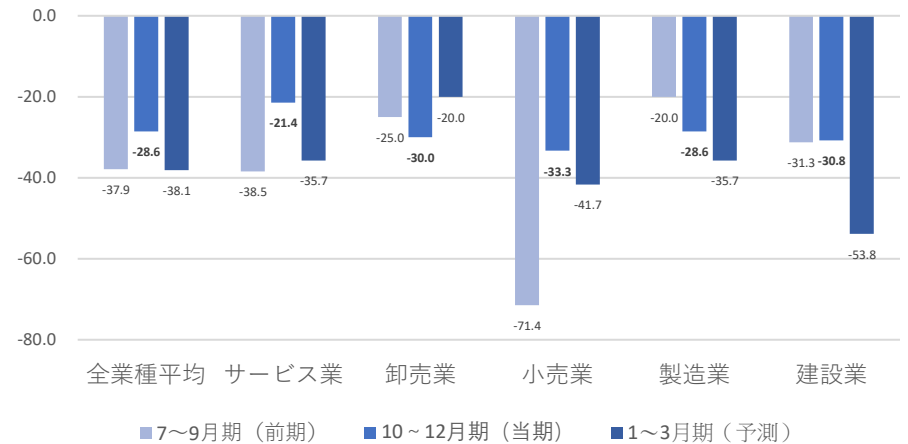
2. 設問別 D.I 調査

※ D.I = (増加・好転などの回答割合) - (減少・悪化などの回答割合)

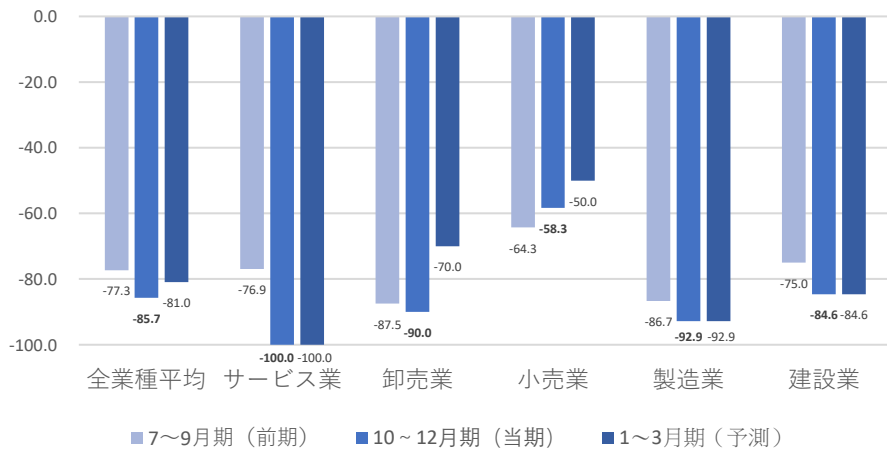
売上高



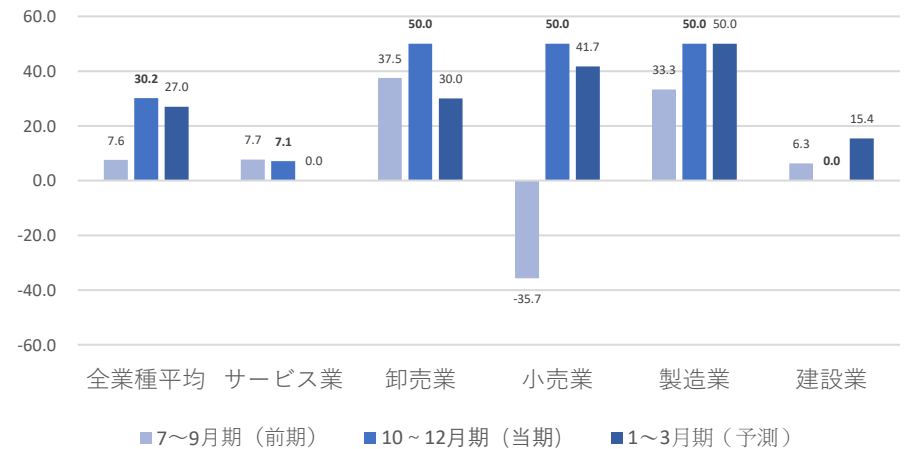
採算



仕入単価



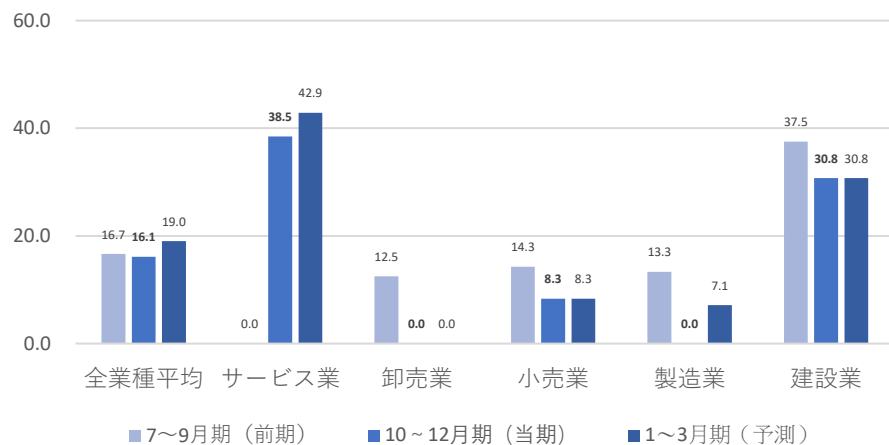
販売単価



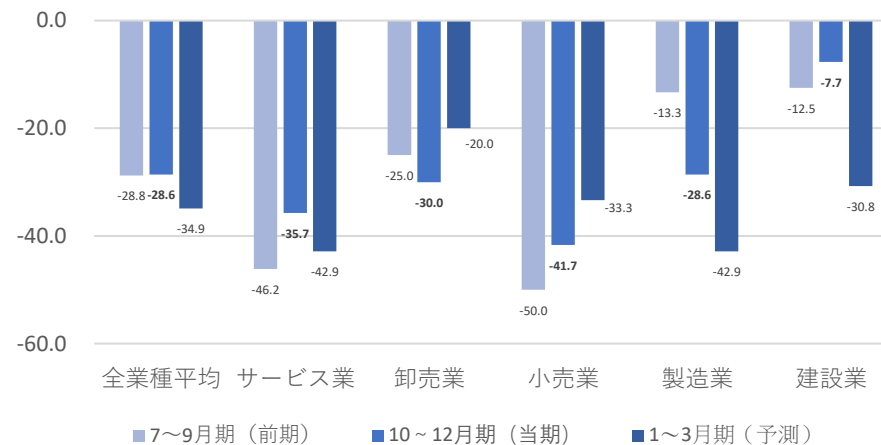
2. 設問別 D.I 調査

※ D.I = (増加・好転などの回答割合) - (減少・悪化などの回答割合)

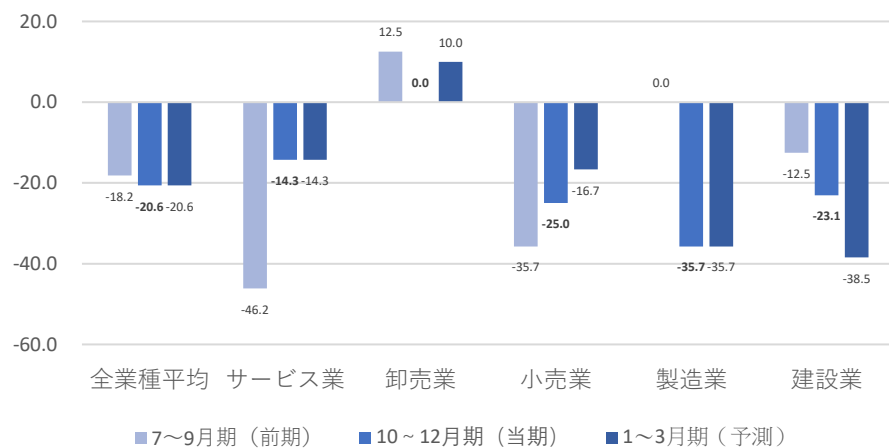
従業員



業況



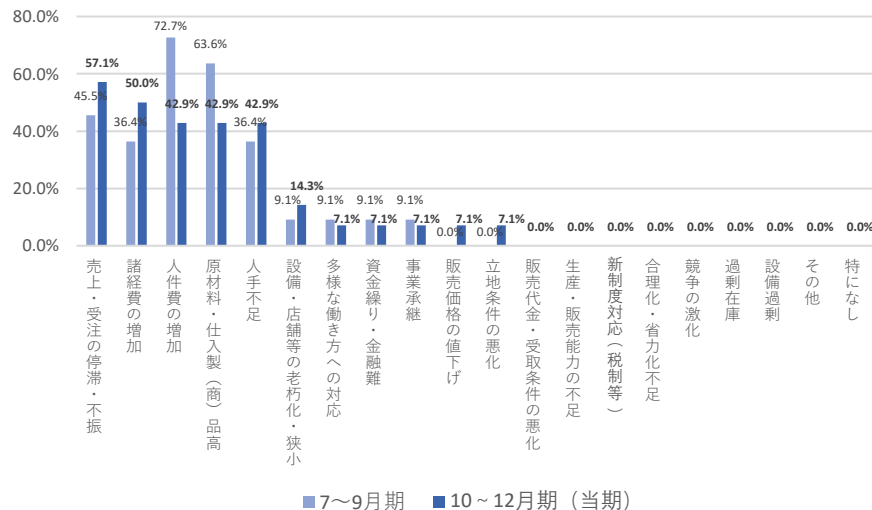
資金繰り



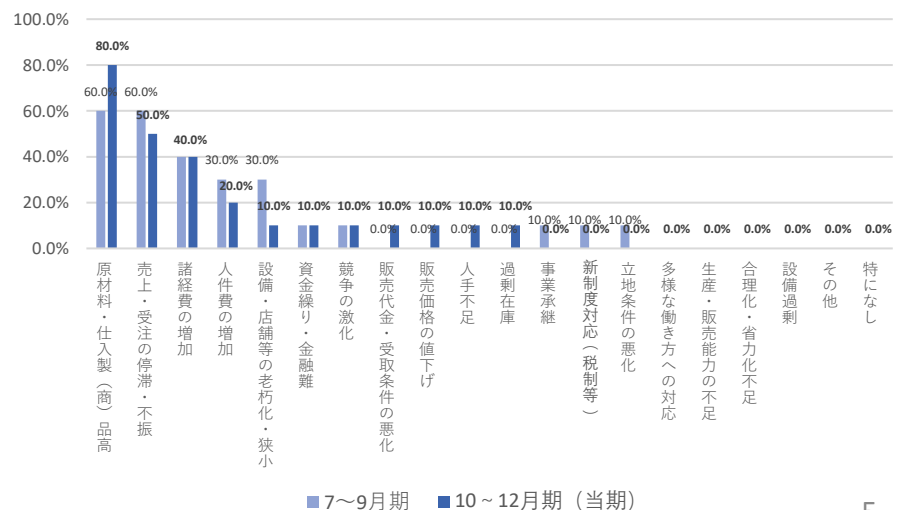
3. 経営上の課題

サービス業	<ul style="list-style-type: none"> 「売上・受注の停滞・不振」に最も多くの回答が集まり、前回調査時より11.6%増の57.1%を記録した。 前回調査時に最も多くの回答が集まった「人件費の増加」は、29.8%減の42.9%となった。
卸 売 業	<ul style="list-style-type: none"> 「原材料、仕入製（商）品高」に最も多くの回答が集まり、前回調査時より20.0%増の80.0%を記録した。 「設備・店舗等の老朽化・狭小」が、前回調査時の30.0%から20.0%減の10.0%となった。
小 売 業	<ul style="list-style-type: none"> 「原材料・仕入製（商）品高」に最も多くの回答が集まり、50.0%を記録した。 「販売代金・受取条件の悪化」が前回調査時の0.0%から25.0%増の25.0%を記録した。
製 造 業	<ul style="list-style-type: none"> 「原材料、仕入製（商）品高」に最も多くの回答が集まり、前回調査時より9.9%増の71.4%を記録した。 また、次に回答を集めた「人件費の増加」も、前回調査時の61.5%から2.8%増の64.3%を記録した。
建 設 業	<ul style="list-style-type: none"> 「売上・受注の停滞・不振」に最も多くの回答が集まり、38.5%を記録した。 なお、前回調査時は58.3%で、19.8%減と大きく減少した。

サービス業

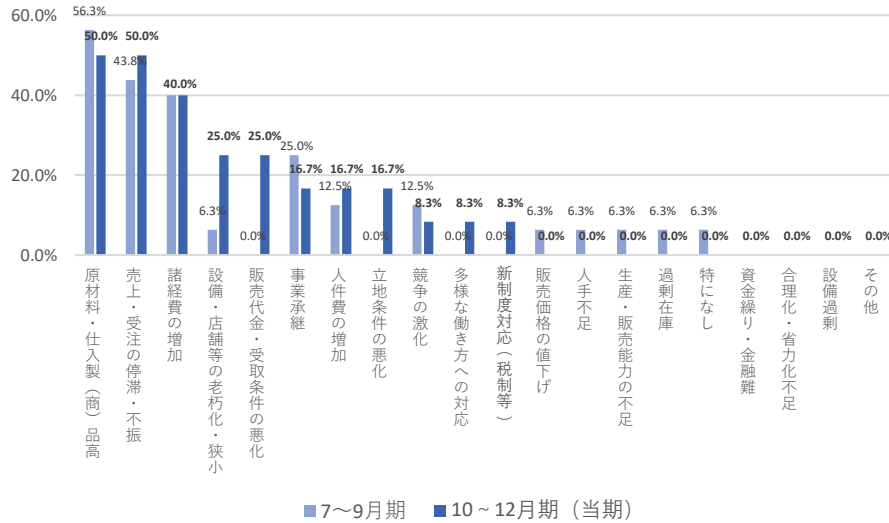


卸売業

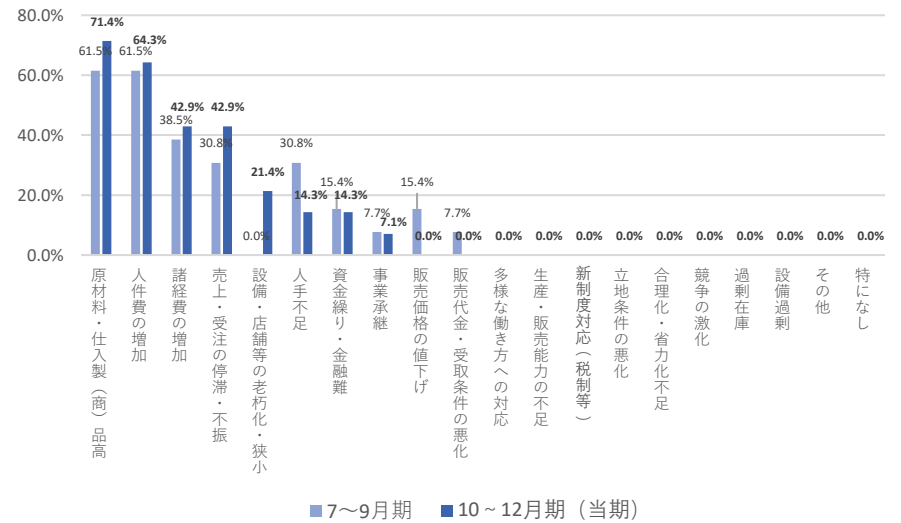


3. 経営上の課題

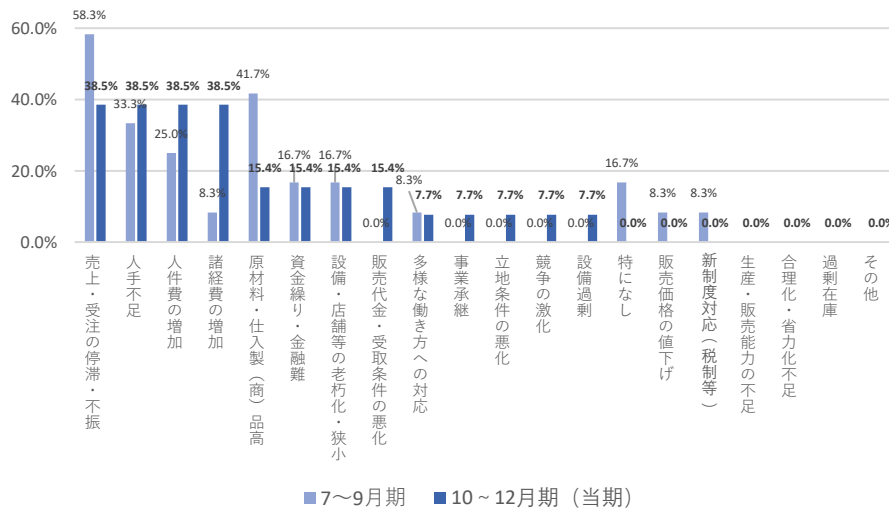
小売業



製造業



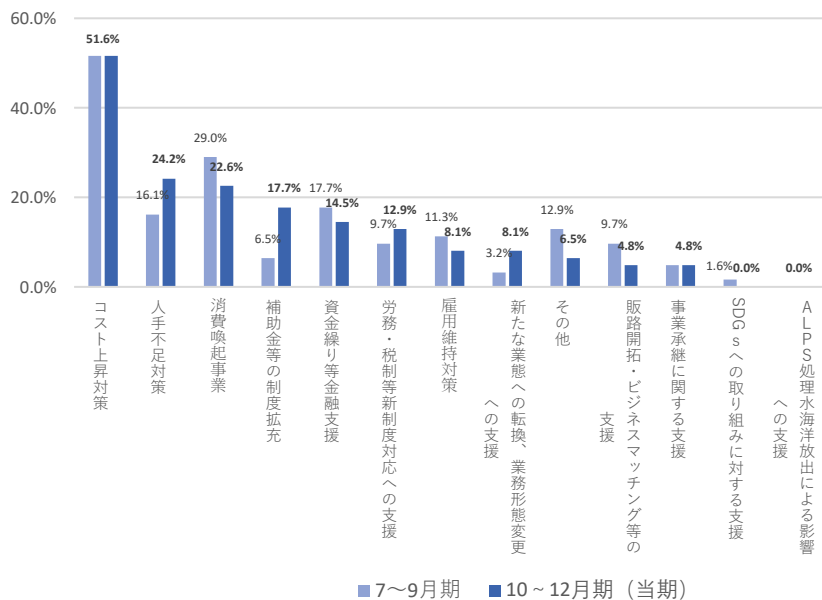
建設業



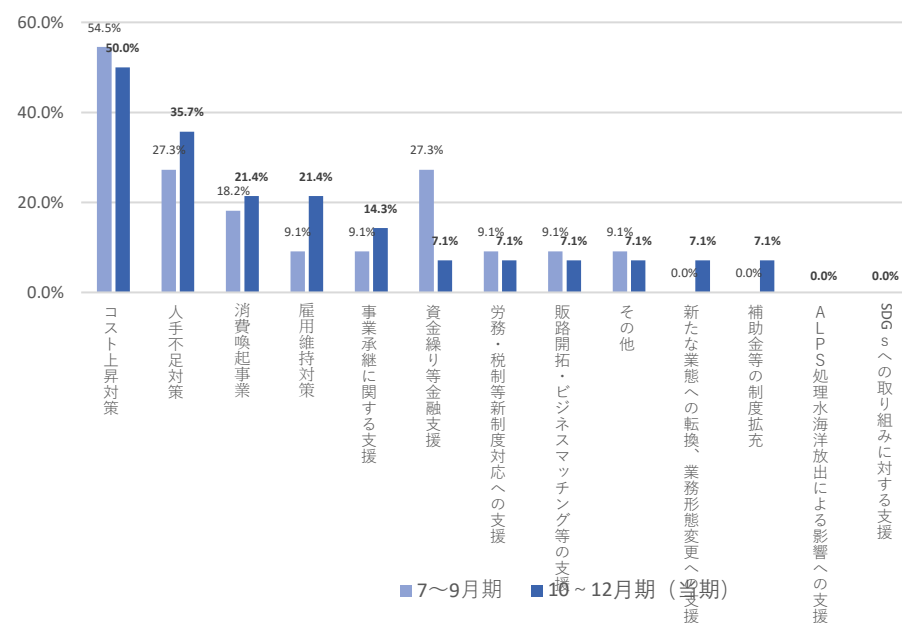
4. 国や県、市等の行政に望む支援

- ▼ 全業種平均の「コスト上昇対策」が、前回と横ばいの51.6%を記録。卸売業以外の全業種で最も多くの回答を集めた。
- ▼ 卸売業では、「消費喚起事業」が前回と横ばいの40.0%を記録した。また、「コスト上昇対策」は前回の60.0%から大きく減少して30.0%となった。
- ▼ 小売業では、「消費喚起事業」が前回の56.3%から大きく減少して36.4%となった。
- ▼ 建設業では、「コスト上昇対策」と同率で「人手不足対策」に最も多くの回答が集まり、38.5%を記録した。

全業種平均値

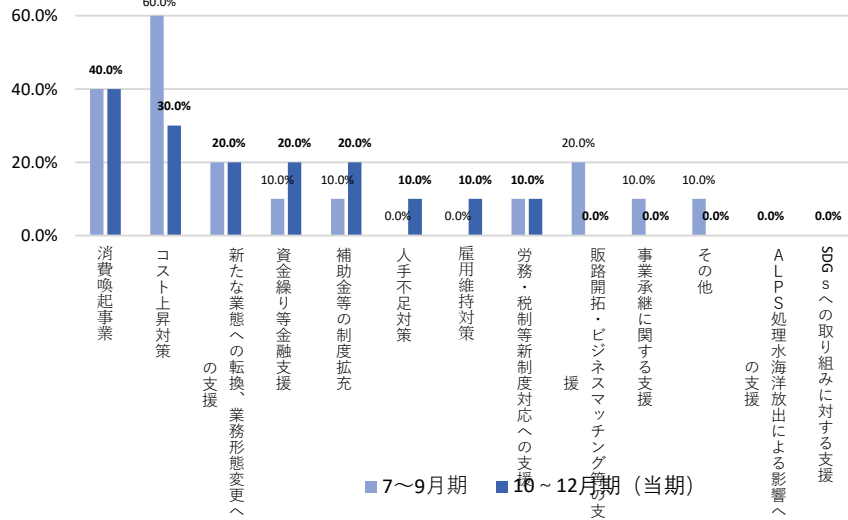


サービス業

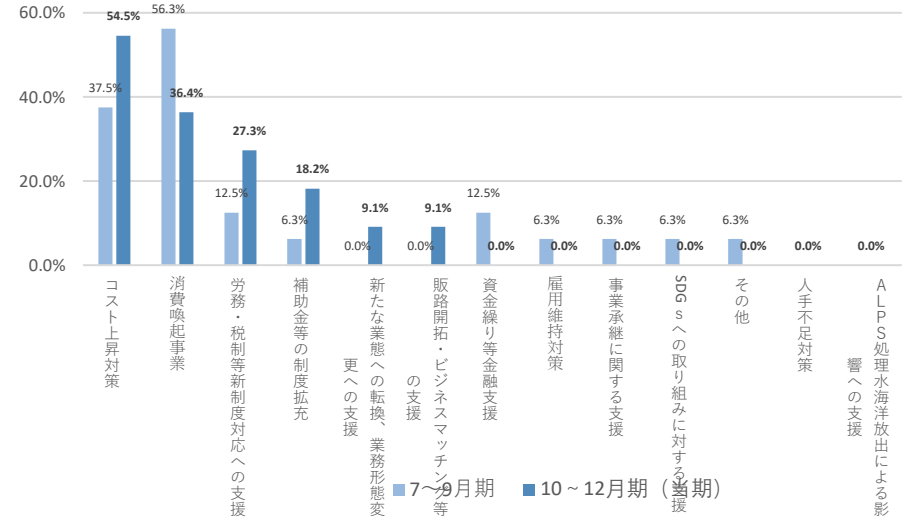


4. 国や県、市等の行政に望む支援

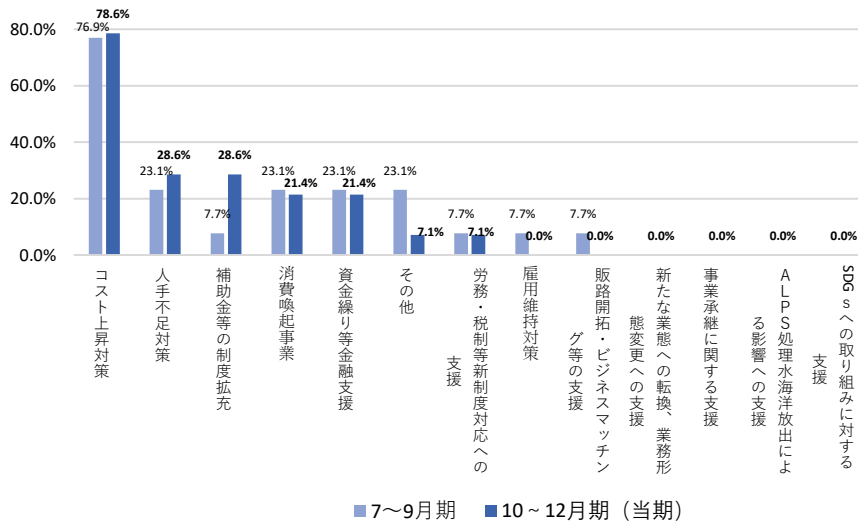
卸売業



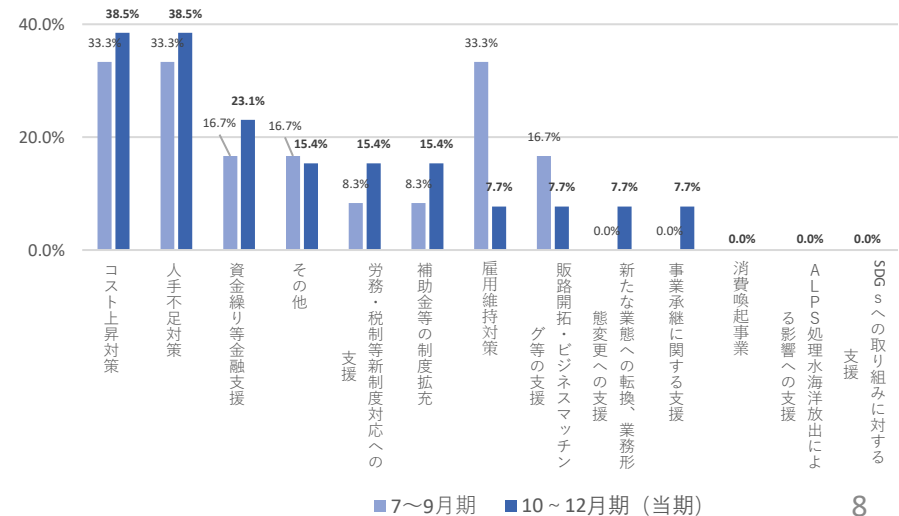
小売業



製造業



建設業



5. 自由記述

仕入や光熱費、ガソリン価格の高騰が続いており、利益が出ない	全業種
小規模事業者への販売促進対策（10割増商品券等）の頻度を上げてほしい	サービス業
税制について見直し、改善してほしい	サービス業
電子決済を導入したことにより、結果として純利益を圧迫している	卸売業・小売業
仕入価格を上げることが難しいため、品質を落とすしかない状況である	卸売業
米価や資材等の値上げにより、関連商品も値上がりが起きている	卸売業
現状を維持することで精いっぱい	卸売業
原材料の値上がりが大きく、今後値上げをせざるを得ない	小売業
現状を維持することで精いっぱい	小売業
商品値上げに踏み切ったが、売上が低迷している	小売業・製造業
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	製造業
後継者対策が深刻な課題である	製造業
人件費アップに対する補助金を新設してほしい	製造業
運賃や配送料の高騰が続いている	製造業
従業員の高齢化が深刻な課題である	製造業・建設業
円安傾向と日用品を含めたコストアップを食い止めてもらいたい	建設業

■調査概要

調査対象時期	令和6年10～12月期 ※「次期予測」対象は令和7年1月～3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	63.0%
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を意味する。