景気動向調査

令和６年度７～９月期

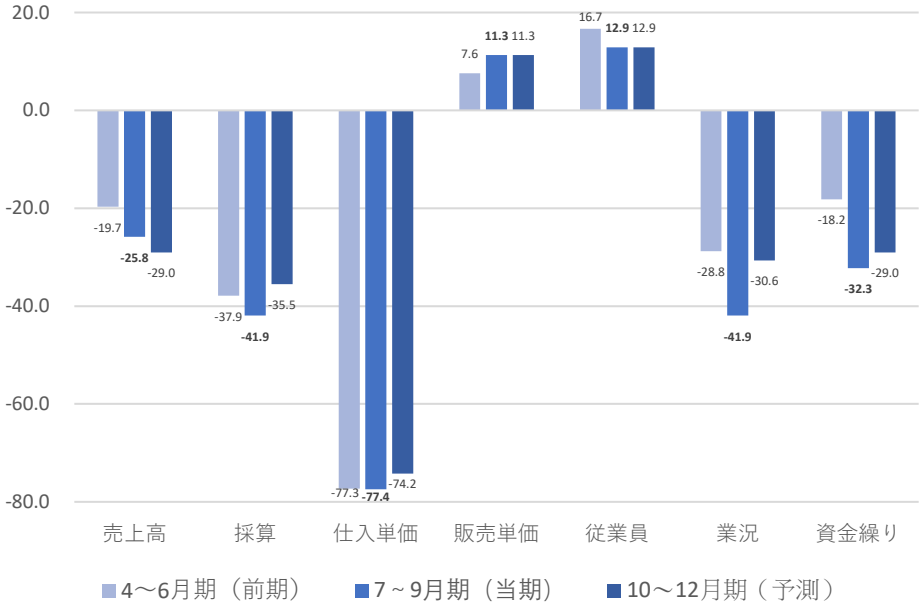
塩釜商工会議所

1．調査総評

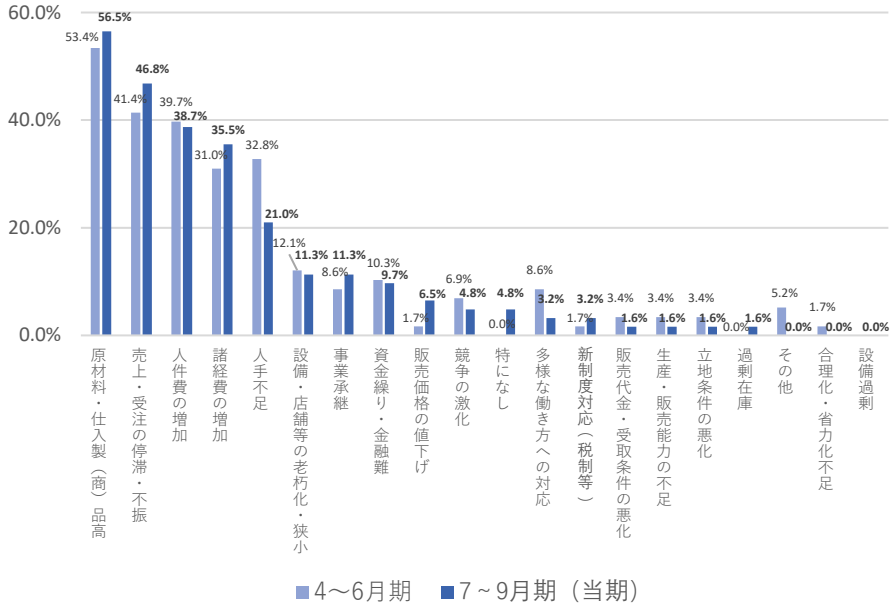
塩釜商工会議所

▼全業種平均D.I値

※単位：パーセントポイント（%pt）



▼経営上の課題



・「売上高」は、-25.8(前期-19.7、前期差6.1ポイント減)となり、マイナス幅が拡大した。次期予測は、-29.0と更にマイナス幅が拡大する結果となった。

・「採算」や「業況」、「資金繰り」の項目は、前期と比較してマイナス幅が拡大したが、次期予測は縮小する結果となった。

・「仕入単価」は、-77.4(前期-77.3、前期差0.1ポイント減)とほぼ横ばい。依然として状況は厳しいが、次期予測はマイナス幅が縮小する結果となった。

・「原材料・仕入製（商）品高」、「売上・受注の停滞・不振」が前回より若干増加し、依然として高い回答割合にある。

・「人件費の増加」は、前期の39.7%から1.0%減の38.7%を記録した。

・「諸経費の増加」は、前期の31.0%から4.5%増の35.5%を記録した。

・「人手不足」は前期の32.8%から11.8%減の21.0%を記録。大幅に減少した。

2．D.I調査　設問別特記事項

塩釜商工会議所

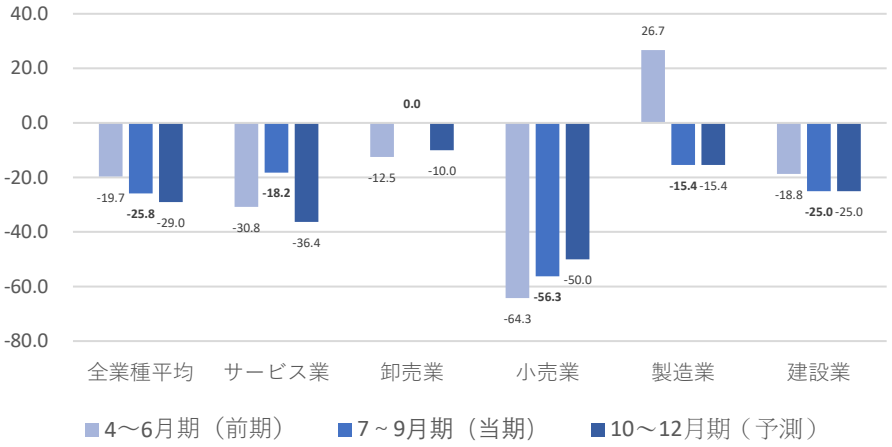
売上高	・卸売業が±0.0（前期-12.5、前期差12.5ポイント増）となった一方、他の業種はマイナスの値となり、依然として低迷している。 ・サービス業が-18.2(前期-30.8、前期差12.6ポイント増)とマイナス幅が縮小したが、次期予測は-36.4(当期-18.2、当期差18.2ポイント減)とマイナス幅が拡大する結果となった。
採算	・全業種が引き続きマイナスの値となり、特に卸売業は -50.0(前期-25.0、前期差25.0ポイント減)と落ち込んだ。 ・小売業は、-56.3(前期-71.4、前期差15.1ポイント増)を記録し、マイナス幅が縮小した。 ・次期予測についても全業種でマイナス値となり、依然として厳しい状況が続く見込みである。
仕入単価	・依然として全業種がマイナスの値となった。サービス業と卸売業は前期よりマイナス幅が縮小したが、一方で小売業と製造業はマイナス幅が拡大した。 ・次期については、サービス業でマイナス幅が拡大する一方、卸売業は横ばい。その他の業種はわずかにマイナス幅が縮小している。
販売単価	・小売業が±0.0(前期-35.7、前期差35.7ポイント増)とマイナス幅が大幅に縮小した。 ・次期予測については、卸売業が横ばい。サービス業と小売業はプラス幅が拡大している。一方、製造業はプラス幅が縮小し、建設業はマイナス幅が拡大している。
従業員	・卸売業が-10.0(前期12.5、前期差22.5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している。 ※ 0を除く正の値は従業員数「不足」、負の値は従員数「過剰」を表す
業況	・全業種が引き続きマイナスの値となり、特に卸売業が -60.0（前期-25.0、前期差35.0ポイント減)とマイナス幅が拡大した。 ・サービス業は-36.4(前期-46.2、前期差9.8ポイント増)とマイナス幅が縮小した。
資金繰り	・卸売業-50.0(前期12.5、前期差62.5ポイント減)と製造業-15.4(前期0.0、前期差15.4ポイント減)が、マイナスに転じた。 ・サービス業で-36.4(前期-46.2、前期差9.8ポイント増) を記録し、マイナス幅が縮小した。一方、小売業は-37.5(前期-35.7、前期差1.8ポイント減)、建設業は-25.0(前期-12.5、前期差12.5ポイント減)とマイナス幅が拡大した。 ・次期予測について、小売業と建設業が更にマイナス幅が拡大する一方、製造業は横ばい。その他の業種のマイナス幅は縮小した。

2．設問別　D.I調査

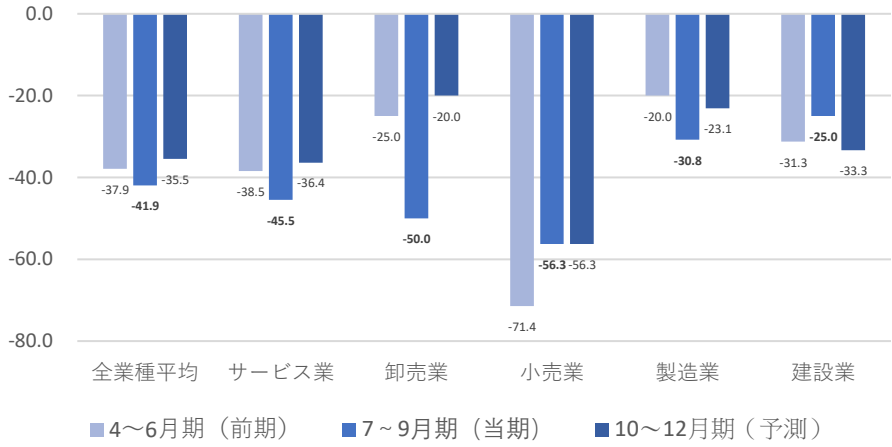
塩釜商工会議所

※単位：パーセントポイント（%pt）

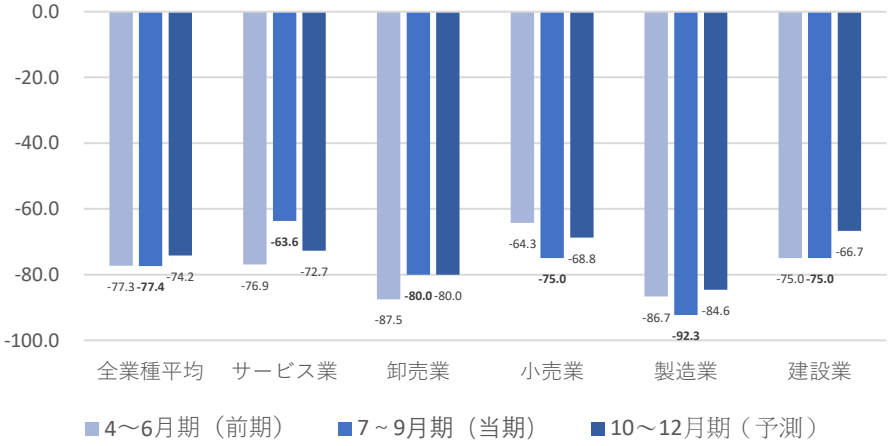
売上高



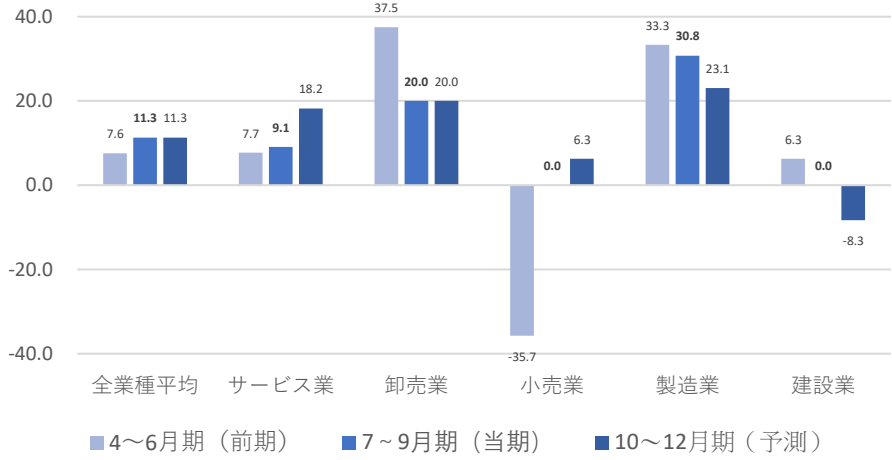
採算



仕入単価



販売単価

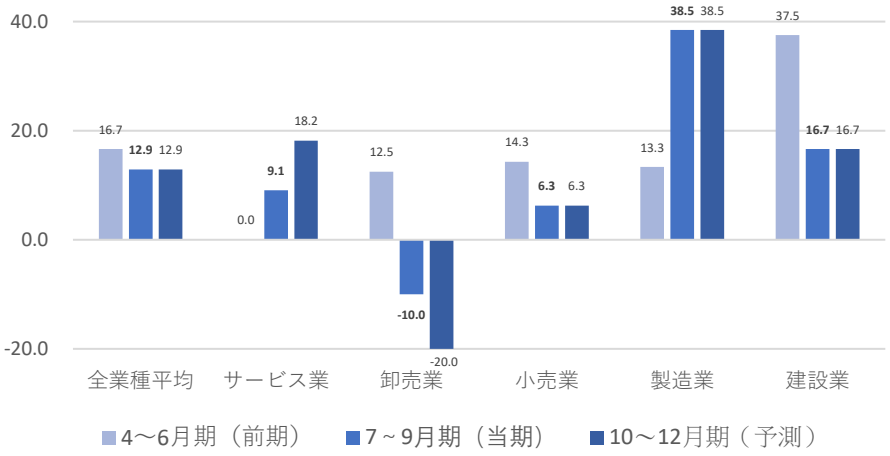


2．設問別　D.I調査

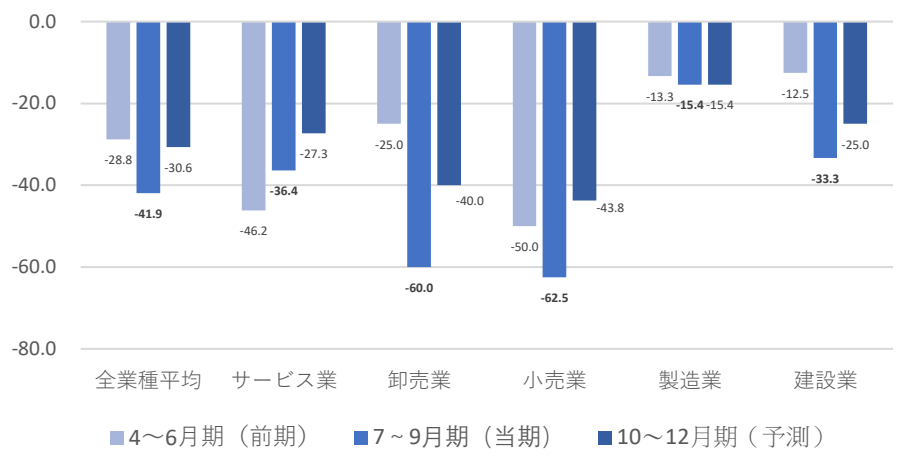
塩釜商工会議所

※単位：パーセントポイント（%pt）

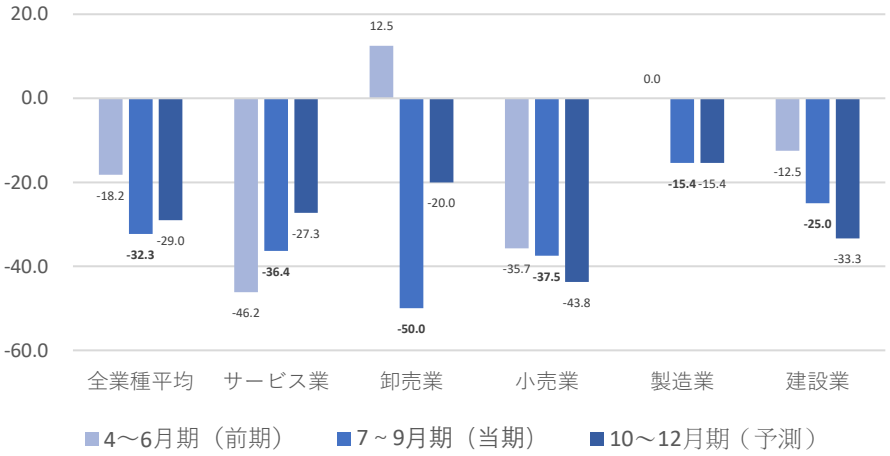
従業員



業況



資金繰り

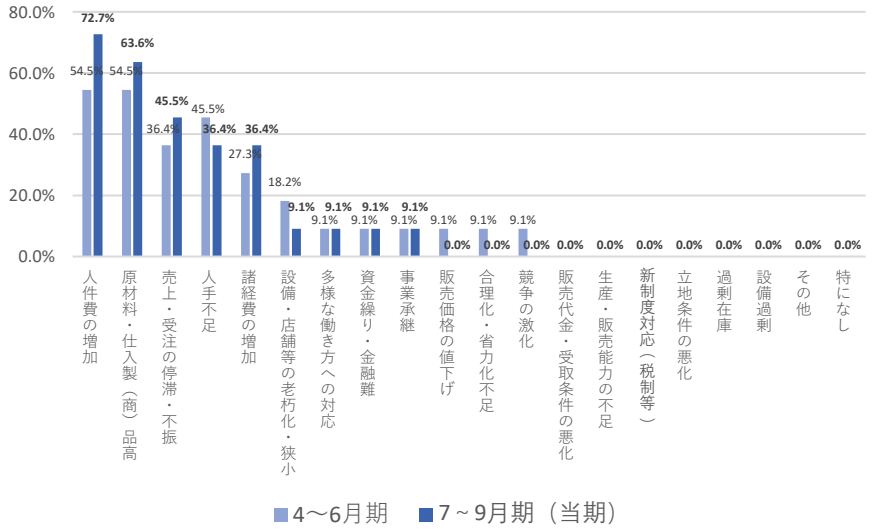


3．経営上の課題

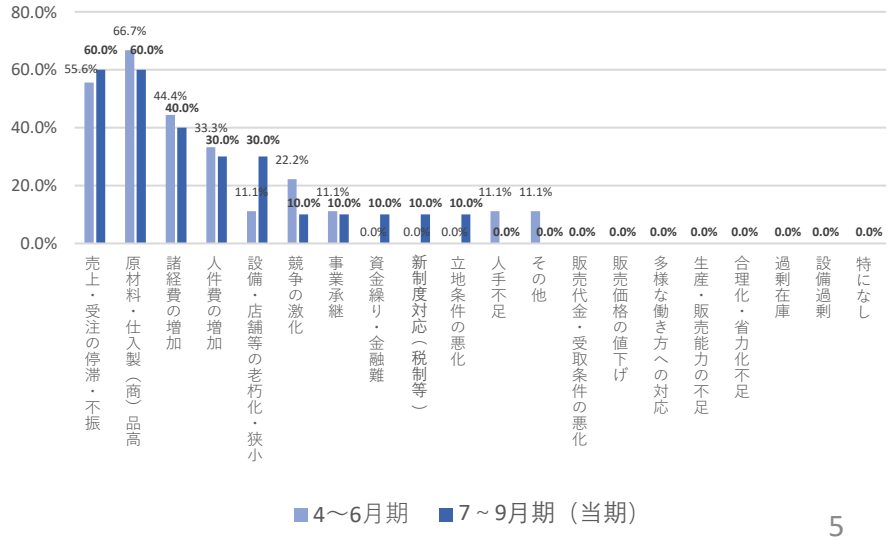
塩釜商工会議所

サービス業	・「人件費の増加」に最も多くの回答が集まり、前回調査時より18.2％増の72.7％を記録した。
卸　売　業	・「売上・受注の停滞・不振」、「原材料、仕入製（商）品高」に最も多くの回答が集まり、60.0％を記録した。 ・「設備・店舗等の老朽化・狭小」が前回調査時の11.1％から18.9％増の30.0％を記録。
小　売　業	・「原材料・仕入製（商）品高」が最も多くの回答を集め、56.3％を記録。前回調査時より10.1%増となった。 ・「売上・受注の停滞・不振」が前回調査時の69.2％から25.4％減の43.8％を記録。
製　造　業	・「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、61.5％を記録した。なお、「原材料、仕入製（商）品高」は前回調査時の84.6％から23.1％減となった。
建　設　業	・「売上・受注の停滞・不振」が最も多くの回答を集め、前回調査時の25.0％から大きく増加し58.3％を記録した。 ・「原材料・仕入製（商）品高」が、前回調査時の16.7％から25.0%増の41.7％を記録。 ・前回調査時、最も多くの回答が集まった「人手不足」は、25.0％減の33.3％となった。

サービス業



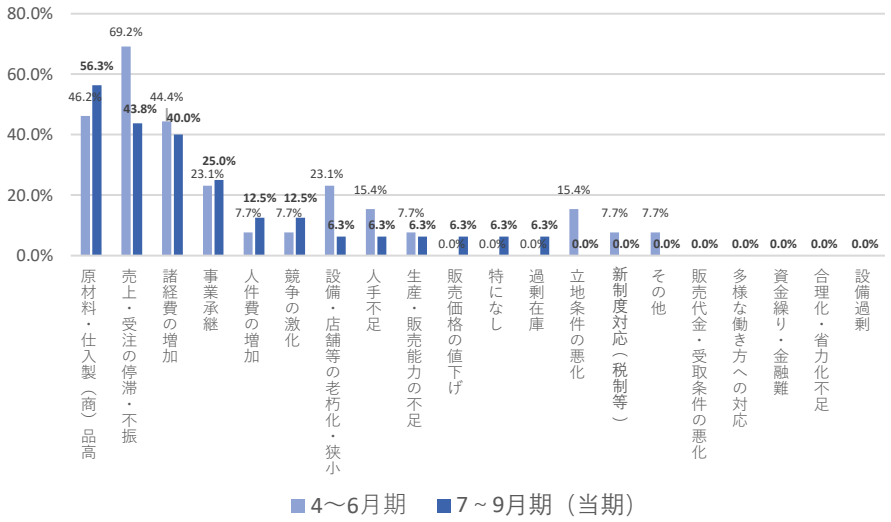
卸売業



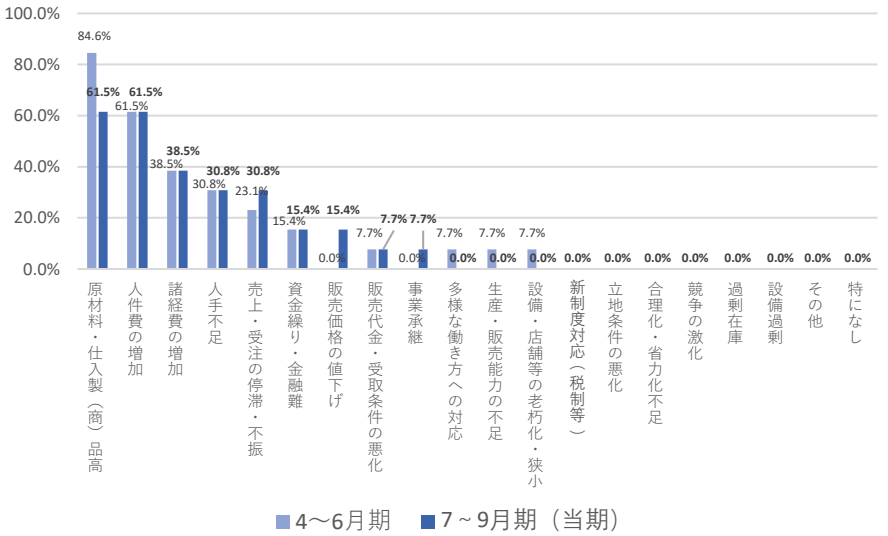
3．経営上の課題

塩釜商工会議所

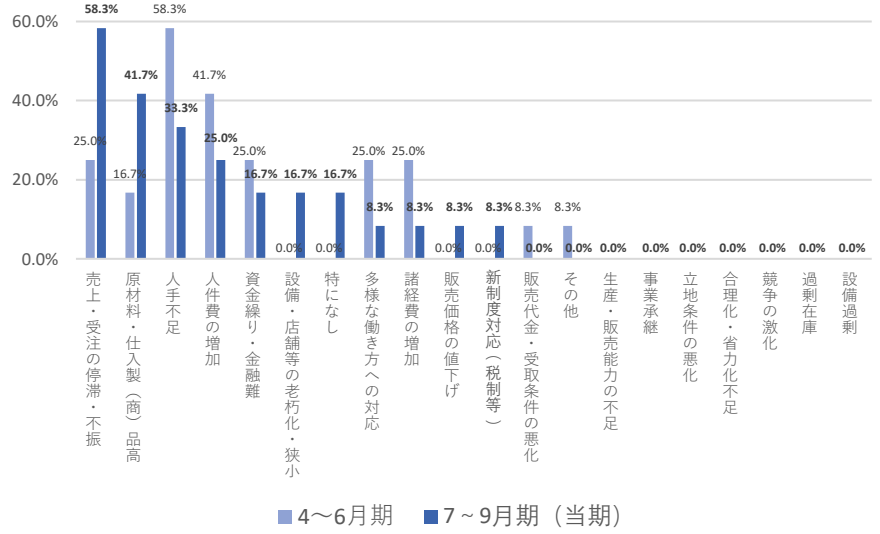
小売業



製造業



建設業



4．国や県、市等の行政に望む支援

塩釜商工会議所

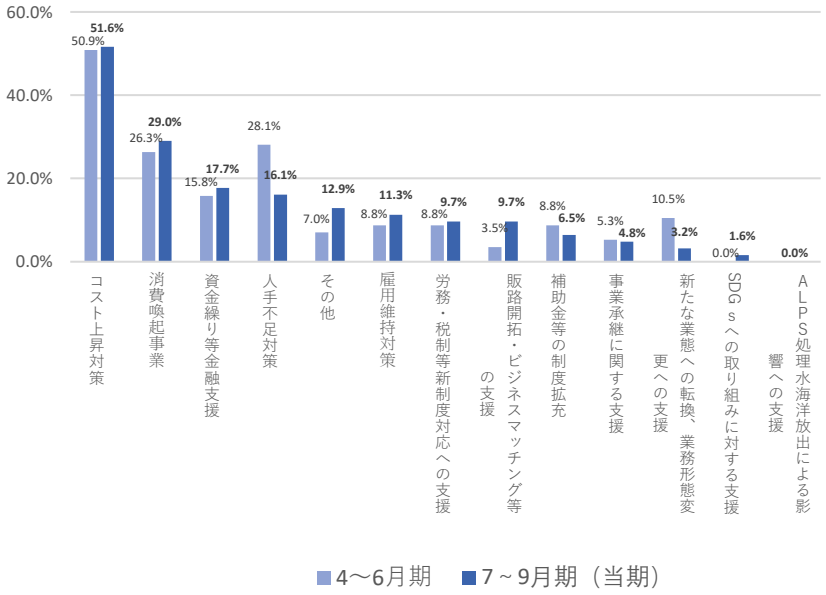
▼ 全業種平均の「コスト上昇対策」が前回より0.7％増の51.6％を記録。小売業以外の全業種で最も多くの回答を集めた選択肢となった。

▼ 小売業では、「消費喚起事業」が前回の46.2％から10.1％増の56.3 ％を記録した。

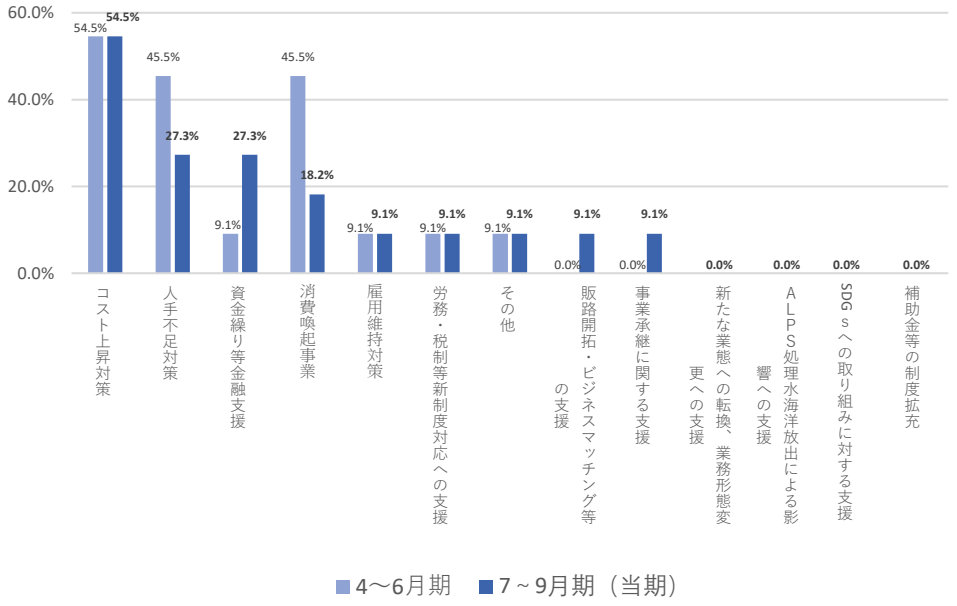
▼ 建設業では、「コスト上昇対策」と同率で「人手不足対策」と「雇用維持対策」に最も多くの回答が集まり、33.3％を記録。特に、「雇用維持対策」は前回の8.3％から25.0％増加した。

▼ 「コスト上昇対策」について、製造業では前回の41.7％ から大きく増加して76.9％を記録した。

全業種平均値



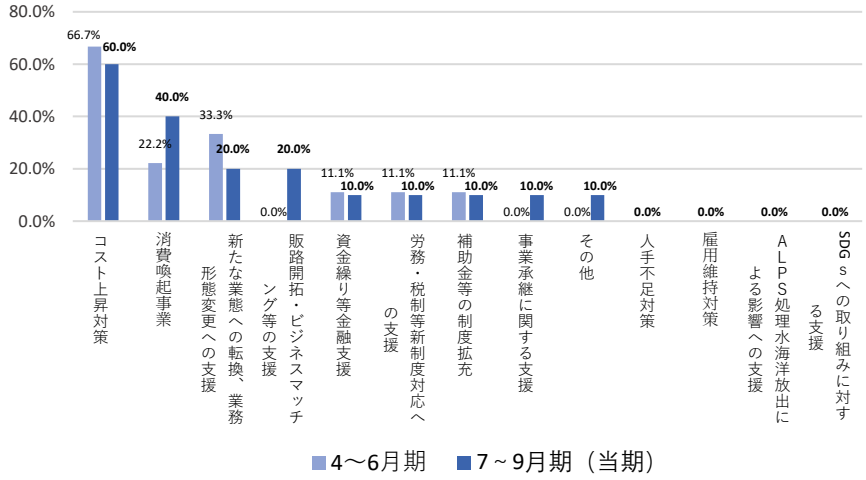
サービス業



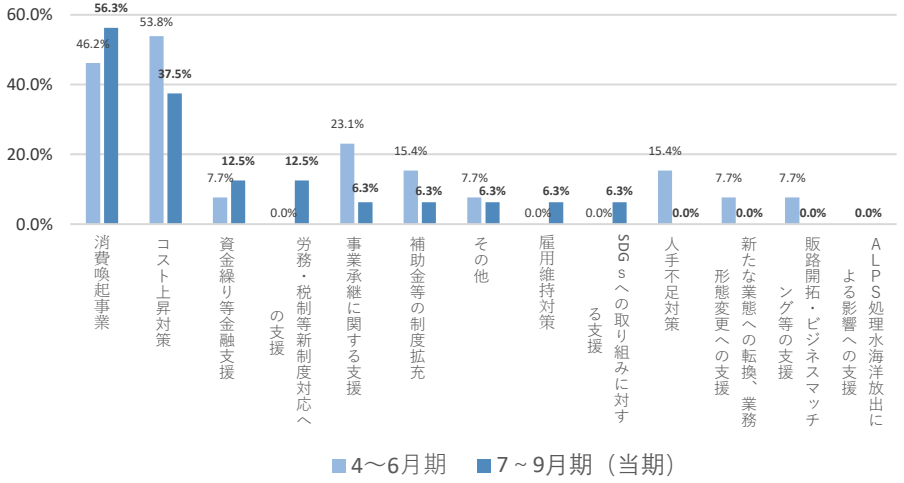
4．国や県、市等の行政に望む支援

塩釜商工会議所

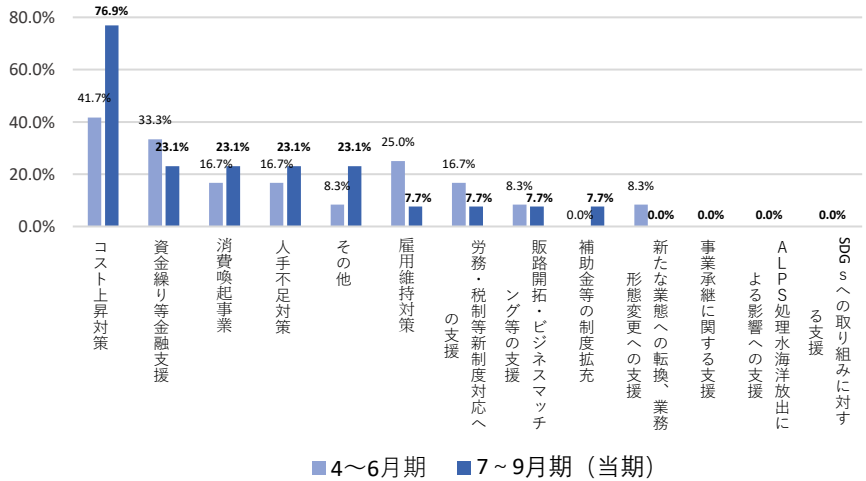
卸売業



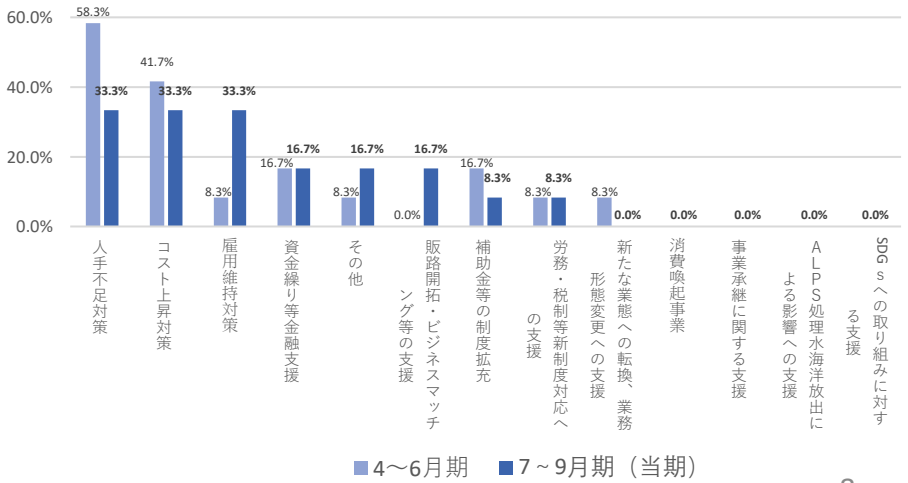
小売業



製造業



建設業



5．自由記述

塩釜商工会議所

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。	全業種
補助金もだが、税制について今一度見直してほしい。	サービス業
コロナ禍以降、一般消費者の生活スタイルの変化により、同業他社が軒並み廃業に追い込まれていて、日々不安を感じている。	サービス業
後継者対策が深刻な課題である。	卸売業、小売業
仕入価格や光熱費等の高騰と、人口減少による相対的購買力の低下が課題である。	卸売業
大手スーパーの過剰進出により、１ヵ所で買い物を済ませる風潮のためか、商店街がとても寂しいのが残念。	小売業
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
従業員の高齢化が深刻な課題である。	小売業
個人商店では出来ることも限られる。多くのユーザーを取り込むより、コアなリピーターを増やすことが先決だと考える。	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
消費者の節約志向の高まりを感じる。	製造業
仕入価格や運賃、光熱費の高騰が続いている。	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7～9月期　※「次期予測」対象は令和6年10月～12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	62.0%
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グーグルフォームの選択式）
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＝（増加・好転などの回答割合）－（減少・悪化などの回答割合）

DI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。