

## 第 143 回京都市中小企業経営動向実態調査の結果概要について

京都市では、市内の中小企業者の経営実態や経営動向を把握するため、四半期ごとにアンケート調査を実施しています。このたび、第 143 回（令和 4 年度第 1 四半期）調査を実施し、その結果をまとめましたので、お知らせします。

また、今回は付帯調査として、ロシア・ウクライナ情勢に係る影響及び価格転嫁等について調査しましたので、その結果の概要も併せてお知らせします。

### <市内中小企業の景況について（別紙 1 参照）>

#### 1 今期（令和 4 年 4 月～6 月期）実績

- ・ 今期の企業景気 DI は、全産業で+12.9 ポイント（39.5→52.4）。コロナ禍のまん延防止等重点措置（令和 4 年 1 月 27 日～3 月 21 日）の解除などに伴い、製造業、非製造業ともに上昇に転じた。前回調査で基準値である 50.0 ポイントを下回った企業景気 DI は、再び基準値を上回る結果となった。
- ・ 業種別では、製造業で+8.4 ポイント（43.9→52.3）、非製造業で+16.6 ポイント（35.9→52.5）。
- ・ 製造業については、「西陣」「化学」を除く 6 業種において DI が上昇（「西陣」「化学」は下降）。非製造業では、「情報通信」を除く 5 業種で DI が上昇した（「情報通信」は下降）。
- ・ また、観光関連※についても+41.4 ポイント（34.5→75.9）と上昇し、基準値の 50 ポイントを上回った。

#### (1) 製造業（DI：52.3（前回調査比+8.4 ポイント））

➢ DI 上昇：6 業種（染色、印刷、窯業、金属、機械、その他の製造）

DI 下降：2 業種（西陣、化学）

【事業者の声】 「設備投資関連の仕事が好調」（南区／金属）

「コロナが落ち着き元の売り上げに戻りつつある」（上京区／その他の製造）

「前年度に比べ仕入単価は増加しているが、加工単価の値上げにより経常利益は増加」（南区／染色）

「仕事量が少なく価格競争も厳しい。ガスや電気、資材も値上がりしている」（南区／印刷）

#### (2) 非製造業（DI：52.5（前回調査比+16.6 ポイント））

➢ DI 上昇：5 業種（卸売、小売、飲食・宿泊、サービス、建設）

DI 下降：1 業種（情報通信）

【事業者の声】 「ややコロナも落ち着き外出する機会も増え、繊維業界にとってはプラス」（上京区／卸売）

「コロナが少し収束する中、人の動きが活発になりつつある」（山科区／サービス）

「コロナで去年は規制があったが、今年は回復」（山科区／建設）

「値上げにより販売量が下降」（下京区／卸売）

#### <参考> 観光関連※（DI：75.9（前回調査比+41.4 ポイント））

【事業者の声】 「コロナの沈静化で一部の旅行者が戻ってきている」（中京区／飲食・宿泊）

「観光客が増えている。インバウンドがないが、日本人向け売上が良い」（東山区／飲食・宿泊）

「営業部門の強化、新製品の投入」（中京区／印刷）

※ 観光関連とは…観光客を対象とする製品を作る製造業、商品を扱う卸売業、小売業及びサービスを提供するサービス業のうち、観光関連の売上高が、総売上高の 25%以上を占める事業者を指す。

## 2 来期（令和4年7月～9月期）見通し

- ・ 来期の見通しについて、全産業の企業景気DIは、今期実績と比較して▲5.1ポイント（52.4→47.3）。不安定な世界情勢に伴う資材価格高騰、円安やコロナ禍への不安の声が多く寄せられた。
- ・ 業種別では、製造業が▲4.4ポイント（52.3→47.9）、非製造業が▲5.7ポイント（52.5→46.8）。
- ・ 製造業のDIについては、「窯業」「化学」「機械」で上昇し、「西陣」「染色」「印刷」「金属」「その他の製造」は下降した。非製造業のDIについては、「情報通信」「サービス」が上昇し、「卸売」「小売」「飲食・宿泊」「建設」は下降した。
- ・ 観光関連では、インバウンド需要の増加が見込めないことを懸念する意見等が寄せられ、▲16.5ポイント（75.9→59.4）となったが、基準値の50ポイントは上回っている。

### (1) 製造業（DI：47.9（今期実績比▲4.4ポイント）／3業種が上昇、5業種が下降を見込む）

- 【事業者の声】 「コロナの落ち着きで、発注が増加」（上京区／印刷）  
「以前から取り組んでいた試作品の量産化や新規取引先からの受注増が見込まれる」（南区／金属）  
「部品が入荷できないため、受注が遅れると予想される」（下京区／機械）  
「薬品やエネルギー価格、外注費が高騰している」（伏見区／染色）

### (2) 非製造業（DI：46.8（今期実績比▲5.7ポイント）／2業種が上昇、4業種が下降を見込む）

- 【事業者の声】 「外国人観光客の回帰に期待」（中京区／飲食・宿泊）  
「昨年より大きな人の流れがある」（中京区／情報通信）  
「燃料価格が落ち着く見通しが立たない」（中京区／サービス）

### <参考> 観光関連（DI：59.4（今期実績比▲16.5ポイント））

- 【事業者の声】 「コロナ禍が小康状態であってもインバウンド増加が見込めない」（下京区／飲食・宿泊）  
「修学旅行生が依然少なく、またホテルも乱立し競争が激化している」（北区／飲食・宿泊）

## 3 当面の経営戦略

- ・ 当面の経営戦略として、「営業力の強化（60.4%）」を挙げる企業が、前回調査に引き続いて最も大きな割合を占めている。
- ・ 順位は次いで「人材確保・育成（55.3%）」、「生産・経営の合理化（34.2%）」となっている。「人材確保・育成」は順位に変動はないものの、前期から割合が増加（+6.6ポイント）しており、経営戦略上の重要性が高まっていることがうかがわれる。

## 4 経営上の不安要素

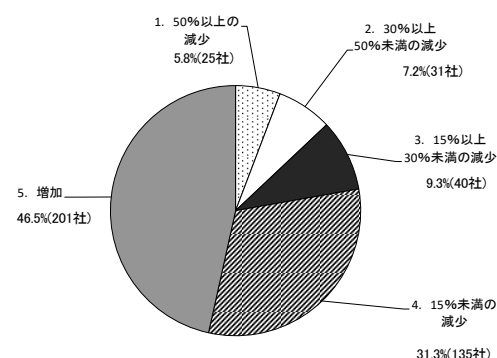
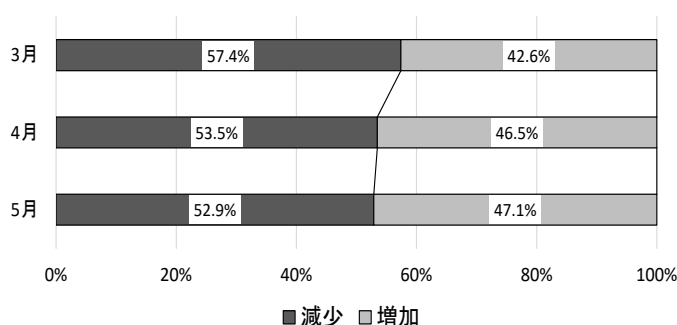
- ・ 経営上の不安要素は、「原材料価格上昇（47.1%）」が9四半期連続で割合が増加（+7.0ポイント）し、最も高い割合を占めている。これまでの経営上の不安要素は、「売上不振」が最も大きな割合を占めていたが、今回の調査で順位が入れ替わった。
- ・ 不安要素として「為替動向（9.5%）」と回答した企業の割合が増加（+6.3ポイント）しており、昨今の円安に危機感を募らせる企業が増加している。
- ・ なお、「売上不振（41.3%）」は依然として不安要素として高い割合を占めているが、割合は減少傾向にある。

## 5 新型コロナウイルス感染症による売上の減少（令和4年3月～令和4年5月）

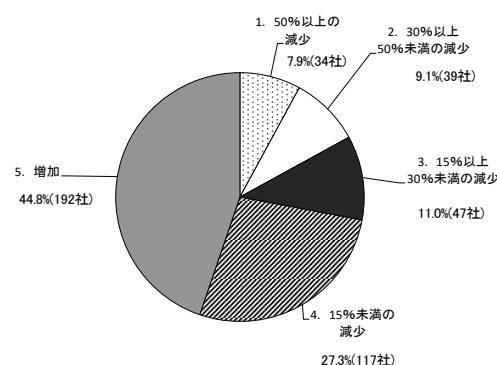
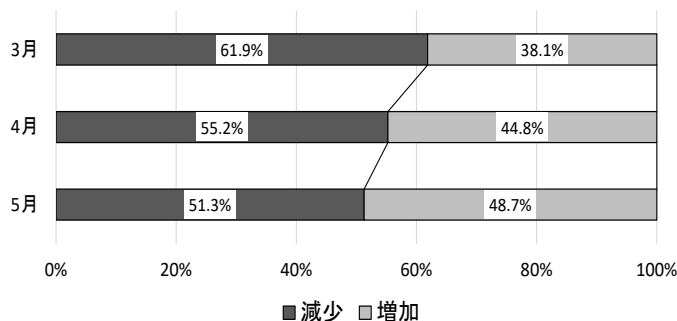
- 企業の直近の売上（令和4年3月、4月、5月）について、コロナ前の平成31（令和元）年の同月と比較した場合、7割強の企業が、売上が減少していると回答した。令和2年及び令和3年の同月との比較では、売上が減少したと回答した企業は5～6割となっており、コロナ前と比較した場合に比べて割合は縮小している。（下図参照）。
- 令和2年及び令和3年の同月と売上を比較した場合、売上の減少率としては「15%未満の減少」の割合が最も多かった。売上の減少率が「50%以上」と回答した企業は、いずれの月も1割未満、「30%以上50%未満」と回答した企業も、令和2年3月との比較を除いては1割未満という結果になった。
- コロナ前の平成31（令和元）年と売上を比較した場合、売上の減少率としては「15%未満の減少」と回答した企業の割合が最も多いが、「50%以上」又は「30%以上50%未満」と回答した企業の割合も、1.5～2割程度を占めているという結果となった。

<令和3年、令和2年及び平成31（令和元）年との売上比較に係る割合>

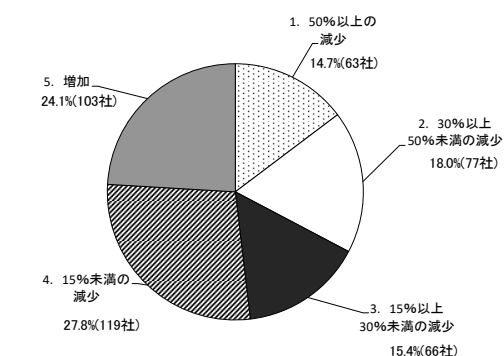
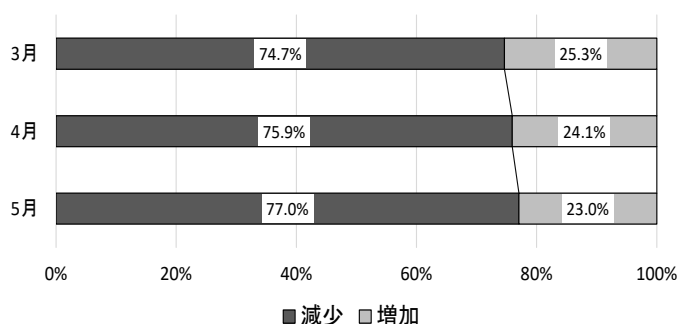
- 令和3年との比較（円グラフは4月分）



- 令和2年との比較（円グラフは4月分）



- 平成31（令和元）年との比較（円グラフは4月分）



（参考）1 調査対象企業数800社。うち482社が回答（回答率 60.3%）

$$2 \quad \left[ \text{企業景気DI} = \frac{(\text{上昇, 増加と回答した企業割合}) - (\text{低下, 減少と回答した企業割合})}{2} + 50 \right]$$

## <付帯調査：ロシア・ウクライナ情勢に係る影響及び価格転嫁等に関する調査（別紙2参照）>

### 1 ロシア・ウクライナ情勢に係る影響について

#### ● ロシア・ウクライナ情勢に係る影響を受けているか？

～「既にマイナスの影響を受けている」と回答した企業が39.7%で最多～

- ・ ロシア・ウクライナ情勢に係る影響については、「既にマイナスの影響を受けている」と回答した企業が39.7%と最も多く、以下「今後マイナスの影響を受けることが見込まれる」が23.2%、「わからない」が21.1%、「影響はない」が16.0%となり、「プラスの影響がある」との回答はゼロであった。

#### ● 具体的にどのようなマイナスの影響を受けているか？

（前問で「既にマイナスの影響を受けている」又は「今後見込まれる」を選択した企業）

～「原材料（原油除く）高騰による利益圧迫」と回答した企業が62.5%で最多～

- ・ ロシア・ウクライナ情勢に係る影響について、「既にマイナスの影響を受けている」または「今後見込まれる」と回答した企業のうち、「原材料（原油除く）高騰による利益圧迫」と回答した企業が62.5%と最も多く、以下「仕入れ（輸入含む）に支障」（50.9%）、「原油高騰による利益圧迫」（45.0%）と続いた。

### 2 原油・原材料高騰に伴う価格転嫁の状況及び省エネ化への対応について

#### ● 原油・原材料高騰に伴い価格転嫁を実施できているか？（該当するもの1つ）

～「段階的に価格転嫁を行っているところ」と回答した企業が48.8%で最多～

- ・ 価格転嫁については、「段階的に価格転嫁を行っているところ」と回答した企業が48.8%で最多だった。以下「価格転嫁できていない」（27.1%）、「価格転嫁を実施した」（12.7%）、「価格転嫁する必要がない（原油・原材料高騰の影響がない）」（11.4%）と続いた。

#### ● 価格転嫁できていない理由は？（前問で「価格転嫁できていない」を選択した企業）

～契約条件による制約や、様子見を続ける企業等、様々な意見が見られる～

- ・ 価格転嫁できていない理由としては、「価格転嫁の必要性は感じているものの、もう少し様子を見てから検討したい」と状況判断に努める企業が見られたほか、「年単位の契約のため、途中での価格改定が困難」など契約条件の制約により難航しているとの意見もあった。

#### ● 原油高騰に対応した省エネ化の必要性を感じているか？（該当するもの1つ）

～「必要性は感じているが、省エネ化に着手できていない」と回答した企業が51.6%で最多～

- ・ 原油高騰に対応した省エネ化の必要性については、「必要性は感じているが、省エネ化に着手できていない」と回答した企業が51.6%で最も多く、以下「必要性を感じており、既に省エネ化を進めている」（34.5%）、「必要性を感じていない」（14.0%）と続いた。

#### ● 省エネ化に着手できていない理由は？

（前問で「必要性は感じているが、着手できていない」を選択した企業）

～「省エネ化のための資金的余裕がない」と回答した企業が37.3%で最多～

- ・ 省エネ化に着手できていない理由としては、「省エネ化のための資金的余裕がない」（37.3%）が最多で、次いで「省エネ化のための具体的な取組がわからない」（34.6%）、「省エネ化の効果（成果）がわかりにくい」（33.8%）となった。