

第 144 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 144 回（令和 4 年度第 2 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、脱炭素経営に係る取組状況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 7 月～9 月期）実績

- ・ 今期の企業景気 DI は、全産業で+1.1 ポイント（52.4→53.5）。コロナ禍に係るまん延防止等重点措置や緊急事態宣言の期間を含んでいた前年同期との比較となった今期実績は、行動制限の緩和に伴う生産活動の回復等もあり、製造業を中心に企業景気 DI が上昇し、基準値の 50 ポイントを上回った。
- ・ 業種別では、製造業で+3.8 ポイント（52.3→56.1）。非製造業は▲1.3 ポイント（52.5→51.2）と低下しているものの、前回調査で基準値である 50.0 ポイントを上回った企業景気 DI は、引き続き基準値を上回る結果となった。
- ・ 製造業については、「染色」「印刷」「化学」「機械」の 4 業種で DI が上昇（他 4 業種は低下）。非製造業では、「卸売」「情報通信」「建設」の 3 業種で DI が上昇した（他 3 業種は低下）。
- ・ また、観光関連※については▲0.4 ポイント（75.9→75.5）と低下したが、基準値の 50 ポイントを上回った。

(1) 製造業（DI：56.1（前回調査比+3.8 ポイント））

➢ DI 上昇：4 業種（染色、印刷、化学、機械）

DI 低下：4 業種（西陣、窯業、金属、その他の製造）

- 【事業者の声】 「欧米向け輸出が好調で売上が増加傾向」（南区／機械）
「コロナ禍からの需要増が続き好調」（山科区／その他の製造）
「コロナによる行動制限がなくなり、人流が回復してきた」（上京区／印刷）
「原材料の値上げの影響があり販売品への価格転嫁も容易ではない」（南区／その他の製造）

(2) 非製造業（DI：51.2（前回調査比▲1.3 ポイント））

➢ DI 上昇：3 業種（卸売、情報通信、建設）

DI 低下：3 業種（小売、飲食・宿泊、サービス）

- 【事業者の声】 「昨年から新規客の開拓を行ってきた分の成果が表れてきた」（山科区／卸売）
「コロナ禍が落ち着き、客足が戻ってきた」（南区／小売）
「売上は増加したが、仕入・人件費負担の増加により利益が減少」（中京区／飲食・宿泊）
「物価高により消費行動が鈍い」（下京区／小売）

<参考> 観光関連※（DI：75.5（前回調査比▲0.4 ポイント））

- 【事業者の声】 「コロナの影響が少しずつ緩和され、通常通りとは言えないが観光客も戻ってきている」（左京区／飲食・宿泊）
「5 月以降、国内観光客及び修学旅行生が増加している」（東山区／その他の製造）
「前年同様、コロナ禍の影響を受けている」（右京区／その他の製造）

※ 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10月～12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▲1.8 ポイント（53.5→51.7）で、基準値の 50 ポイントは上回った。観光需要に期待する意見等が寄せられた一方で、物価高騰の影響を懸念する声も多く寄せられた。
- ・ 業種別では、製造業が▲3.1 ポイント（56.1→53.0）、非製造業が▲0.6 ポイント（51.2→50.6）。
- ・ 製造業のDIについては、「西陣」「印刷」「その他の製造」で上昇し、「化学」「金属」「機械」は低下した。「染色」「窯業」は増減がなかった。非製造業のDIについては、「小売」「サービス」が上昇し、「卸売」「情報通信」「飲食・宿泊」「建設」は低下した。
- ・ 観光関連は、▲4.7ポイント（75.5→70.8）と低下しているが、全国旅行支援の実施等による需要回復への期待など前向きな意見等が寄せられ、基準値の50ポイントは上回っている。

(1) 製造業（DI：53.0（今期実績比▲3.1 ポイント）／3 業種が上昇、3 業種が低下を見込む）

- 【事業者の声】 「宿泊施設の設備投資などによる需要が見込まれる」（伏見区／その他の製造）
「インバウンド需要による受注増が見込まれる」（南区／染色）
「仕入価格上昇により販売価格も上げざるを得ないため、受注減が見込まれる」（中京区／その他の製造）
「受注は概ね好調だが、電子部品の不足が懸念される」（南区／機械）

(2) 非製造業（DI：50.6（今期実績比▲0.6 ポイント）／2 業種が上昇、4 業種が低下を見込む）

- 【事業者の声】 「with コロナへと世情が変わってきて、実店舗での売上が延びると期待」（中京区／小売）
「売上は前期よりプラスになるが、経費・人件費アップのため、利益はマイナス予想」（中京区／飲食・宿泊）
「物価上昇の影響がより大きくなると思われる」（中京区／建設）

<参考> 観光関連（DI：70.8（今期実績比▲4.7 ポイント））

- 【事業者の声】 「全国旅行割、インバウンドの水際対策により、予約が大幅に伸びてきた」（東山区／飲食・宿泊）
「物価高騰の影響により、買い控え傾向が少し出始めている」（右京区／その他の製造）

3 当面の経営戦略

- ・ 当面の経営戦略として、「営業力の強化（61.7%）」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おり、割合も前期から増加（+1.3 ポイント）している。
- ・ 順位は次いで「人材確保・育成（54.2%）」、「生産・経営の合理化（32.5%）」となっており、前回調査から順位に変動はなかった。

4 経営上の不安要素

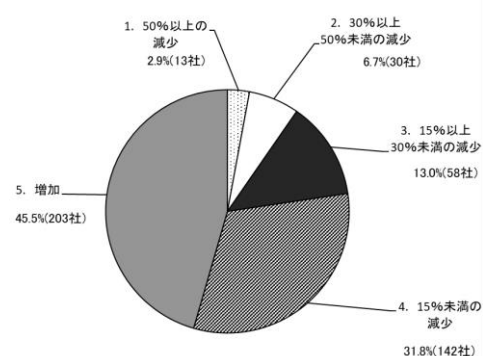
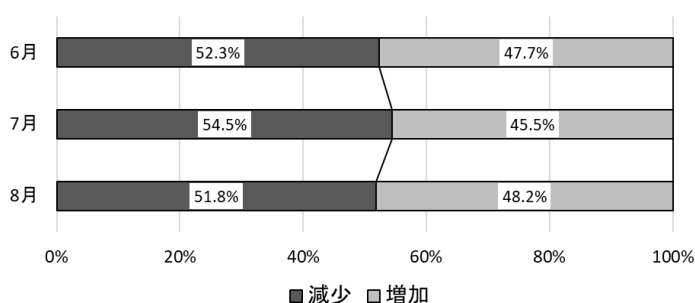
- ・ 経営上の不安要素は、「仕入値上要求（42.2%）」が9 四半期連続で割合が増加（+2.4 ポイント）し、最も高い割合を占めている。前回調査で最も大きな割合を占めていた「原材料価格上昇（41.9%）」も、引き続き高順位に位置しており、企業の経営上の不安要素として、昨今の物価高に起因するものが1位、2位を占める結果となっている。
- ・ 「為替動向（11.2%）」と回答した企業は全体の1割程度ではあるものの、前年同期と比較して9.1 ポイント増加しており、昨今の円安に不安感を募らせる企業が増加している。
- ・ なお、「売上不振（36.4%）」は依然として高い割合を占め、要素別の順位では4位となっているが、前年同期と比較して▲18.3 ポイントと減少傾向にある。

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6月～令和4年8月）

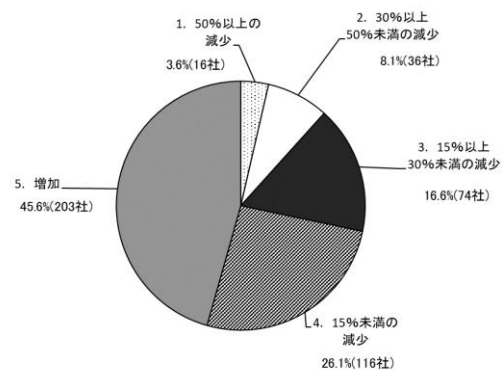
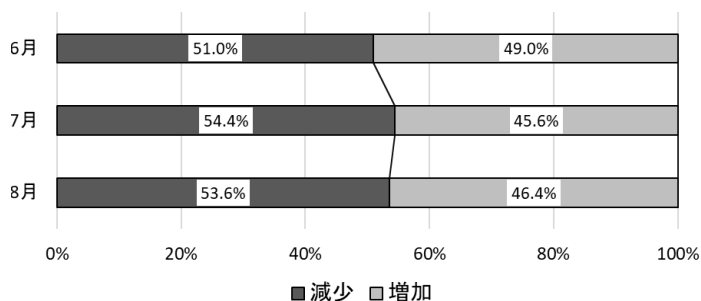
- 企業の直近の売上（令和4年6月、7月、8月）について、コロナ前の令和元（2019）年の同月と比較した場合、約7割の企業が、売上が減少していると回答した。令和2（2020）年及び令和3（2021）年の同月との比較では、売上が減少したと回答した企業は5割強と、コロナ前と比較した場合に比べて割合は縮小。約半数の企業は、売上が増加している（下図参照）。
- 令和2年及び令和3年との比較で売上が減少している企業のうち、売上の減少率としては「15%未満の減少」の割合が最も多かった。減少率が「50%以上」と回答した企業は、いずれの月も5%未満、「30%以上 50%未満」と回答した企業も、1割未満という結果になった。
- コロナ前の令和元年との比較で売上が減少している企業のうち、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、「15%以上 30%未満」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>

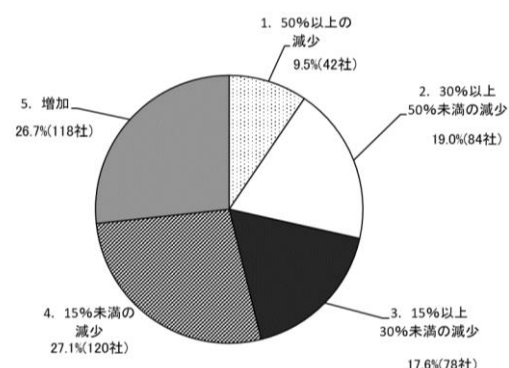
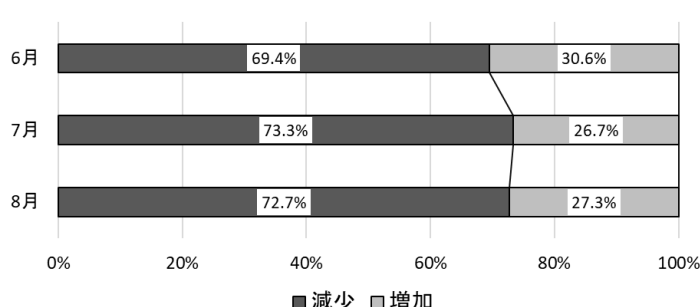
- 令和3年との比較（円グラフは7月分）



- 令和2年との比較（円グラフは7月分）



- 令和元年との比較（円グラフは7月分）



（参考）1 調査対象企業数800社。うち480社が回答（回答率 60.0%）

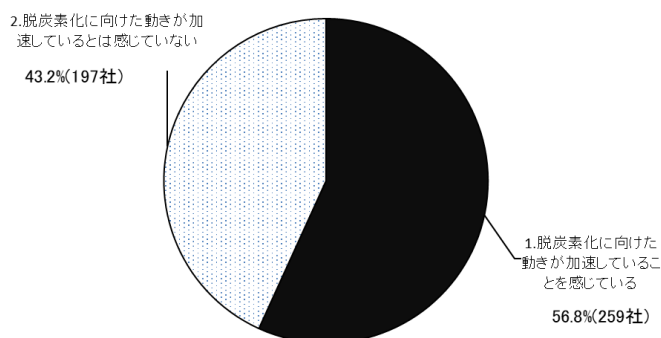
$$2 \left[\frac{\text{（上昇、増加と回答した企業割合）} - \text{（低下、減少と回答した企業割合）}}{2} + 50 \right]$$

<付帯調査：脱炭素経営に係る取組状況に関する調査（別紙2参照）>

● 脱炭素化に向けた社会の変化についてどのように感じているか？（該当するもの1つ）

～「脱炭素化に向けた動きが加速していると感じている」と回答した企業が56.8%～

- 脱炭素化に向けた動きが「加速していると感じている」と回答した企業が56.8%であり、「加速しているとは感じていない」(43.2%)と回答した企業を上回った。

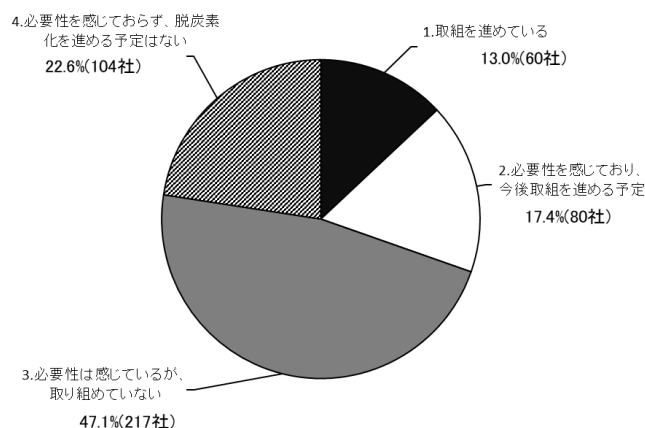


● 脱炭素化に向けた自社の取組状況は？（該当するもの1つ）

～「必要性は感じていないが、取り組めていない」と回答した企業が47.1%で最多～

- 脱炭素化に向けた取組状況については、「必要性は感じていないが、取り組めていない」と回答した企業が47.1%と最も多く、以下「必要性を感じておらず、脱炭素化を進める予定はない」(22.6%)、「必要性を感じており、今後取組を進める予定」(17.4%)、「取組を進めている」(13.0%)と続いた。

取組状況に差はあるものの、脱炭素化の「必要性を感じている」企業は、全体の77.5%となっている。

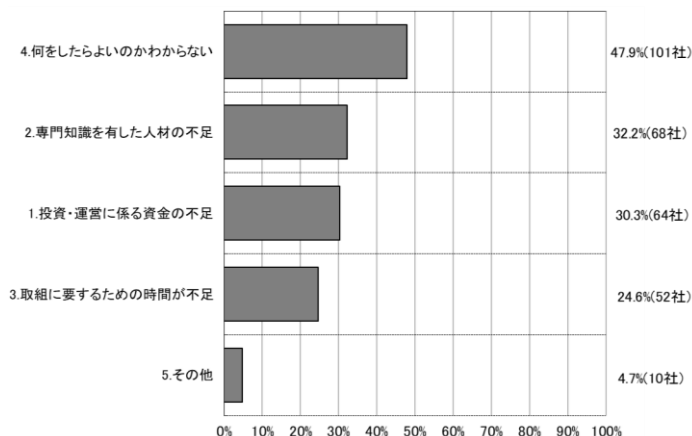


- 脱炭素化に向けた具体的な取組（予定を含む）としては、ISO14001 や KES などの認証に係る取組から、LED 照明や EV（電気自動車）等の省エネ機器への入れ替え、太陽光発電設備などの再エネ設備の導入といった取組など、様々な回答があった。

● 脱炭素化に取り組めていない要因は？（「脱炭素化の必要性は感じていないが、取り組めていない」と回答した企業）

～「何をしたらよいのかわからない」と回答した企業が47.9%で最多～

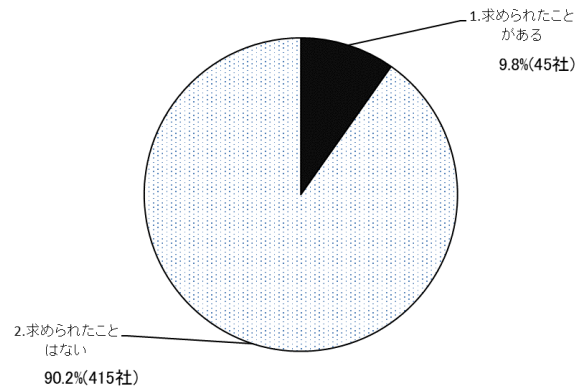
- 脱炭素化に取り組めていない要因としては、「何をしたらよいのかわからない」と回答した企業が47.9%と最も多く、以下「専門知識を有した人材の不足」(32.2%)、「投資・運営に係る資金の不足」(30.3%)、「取組に要する時間が不足」(24.6%)と続いた。



● 取引先から脱炭素化の取組を求められたことがあるか？（該当するもの1つ）

～「求められたことはない」と回答した企業が90.2%～

- ・ 取引先からの、脱炭素化の求めについては、「求められたことはない」と回答した企業が90.2%で、「求められたことがある」と回答した企業は9.8%であった。

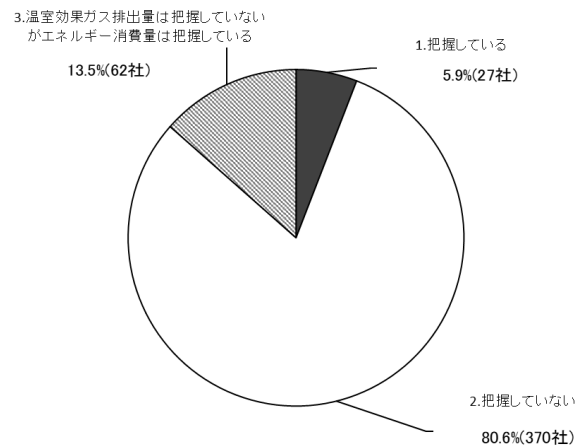


2 自社の温室効果ガス（CO₂等）排出量やエネルギー消費量の把握・削減目標について

● 自社の温室効果ガス排出量を把握できているか？（該当するもの1つ）

～「温室効果ガス排出量を把握していない」と回答した企業が80.6%～

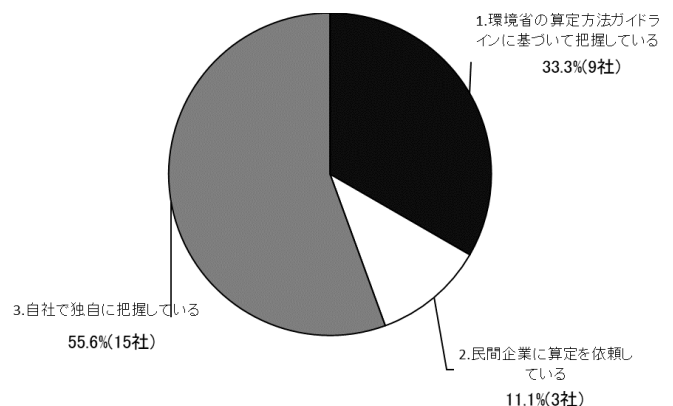
- ・ 温室効果ガス排出量の把握については、「把握していない」と回答した企業が80.6%で、「把握している」と回答した企業は5.9%にとどまった。なお、残りの企業は、「温室効果ガス排出量は把握していないが、エネルギー消費量は把握している」（13.5%）と回答した。



● どのような方法で温室効果ガス排出量を把握しているか？（「把握できている」と回答した企業）

～「自社で独自に把握している」と回答した企業が55.6%と最多～

- ・ 自社の温室効果ガス排出量を把握できているとした企業の排出量把握方法については、「自社で独自に把握している」と回答した企業が55.6%と最多で、次いで「環境省の算定方法ガイドラインに基づいて把握」（33.3%）、「民間企業に算定を依頼」（11.1%）となった。

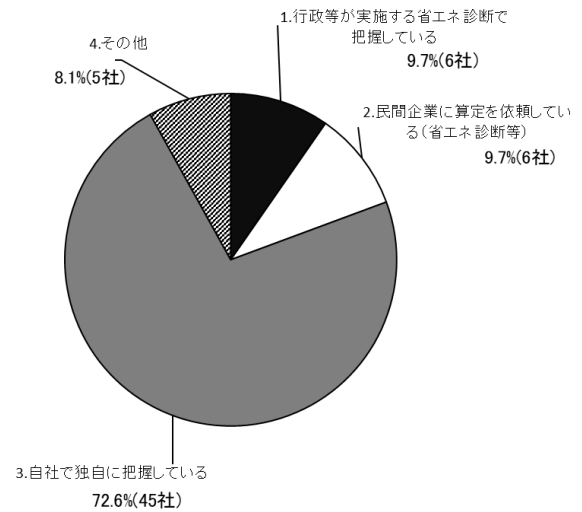


● どのような方法でエネルギー消費量を把握しているか？

（「温室効果ガス排出量は把握していないが、エネルギー消費量は把握している」と回答した企業）

～「自社で独自に把握している」と回答した企業が72.6%と最多～

- エネルギー消費量は把握しているとした企業のエネルギー消費量把握方法については、「自社で独自に把握している」と回答した企業が72.6%と最多で、次いで「行政等が実施する省エネ診断で把握」及び「民間企業に算定を依頼（省エネ診断等）」が共に9.7%であった。



● 自社の温室効果ガス排出量の削減目標を設定しているか？（「把握できている」と回答した企業）

～「設定している」(48.0%)、「設定していない」(52.0%) がほぼ同数～

- 温室効果ガス排出量の削減目標については、「設定している」と回答した企業が48.0%、「設定していない」と回答した企業が52.0%となった。

