

第147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。この度、第147回（令和5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、担い手確保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5年4月～6月期）実績

- ・ 今期の企業景気DIは、全産業で+1.4ポイント（53.2→54.6）。引き続き、原材料の価格高騰等の影響により、厳しい状態であるという意見が見られたが、一方、コロナ禍からの改善・回復を示す前向きな意見も多く見られた。また、基準となる50ポイントを5期連続で上回る結果となった。
- ・ 業種別では、製造業で+0.9ポイント（50.7→51.6）。非製造業で+1.6ポイント（55.5→57.1）。
- ・ 製造業については、「西陣」「印刷」「機械」の3業種でDIが上昇（他5業種のうち4業種は低下、1業種は横ばい）。非製造業では、「卸売」「小売」「飲食・宿泊」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、人手不足を懸念する意見があり、DIについても▲1.4ポイント（87.1→85.7）となったが、コロナ禍の影響が緩和して観光客が増加した等前向きな意見が多く、引き続き、高いDI値を維持している。

(1) 製造業（DI：51.6（前回調査比+0.9ポイント））

- DI 上昇：3業種（西陣、印刷、機械）
DI 低下：4業種（染色、窯業、金属、その他の製造）
DI 横ばい：1業種（化学）

【事業者の声】 「原材料価格の高騰で苦しい状況」（伏見区／金属）
「消費者向け販売会を問屋小売屋が再開した」（上京区／西陣）
「得意先企業の部品調達（半導体等）が回復し生産調整が緩和された」（南区／金属）
「受注は活況で受注残が増えている」（伏見区／機械）

(2) 非製造業（DI：57.1（前回調査比+1.6ポイント））

- DI 上昇：3業種（卸売、小売、飲食・宿泊）
DI 低下：3業種（情報通信、サービス、建設）

【事業者の声】 「度重なる資材の値上げで需要が激減している」（伏見区／卸売）
「コロナ禍で落ち込んだ設備投資のリバウンド効果により商業施設関連の景況が好調である」（中京区／卸売）
「コロナの5類への変更により、日常生活が戻り、来店客が回復。売上も増加」（伏見区／小売）

<参考> 観光関連^{*}（DI：85.7（前回調査比▲1.4ポイント））

【事業者の声】 「コロナ感染の縮小、全国旅行支援の利用、訪日旅行者の増加」（中京区／飲食・宿泊）
「コロナ禍の収束で外国人観光客が増加」（左京区／小売）
「業績はコロナ前に戻ったが人手不足が深刻」（東山区／飲食・宿泊）

※ 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5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（54.6→49.5）。コロナ禍からの回復を示す前向きな声がある一方、仕入れ難やコスト高の継続を懸念する声もみられ、今期実績比でDIは低下して、基準値の50ポイントは下回った。
- ・ 業種別では、製造業が▲1.6ポイント（51.6→50.0）で基準値の50ポイントと同値。非製造業が▲8.1ポイント（57.1→49.0）で基準値の50ポイントを下回った。
- ・ 製造業のDIについては、「印刷」「窯業」「金属」の3業種でDIが上昇（他4業種が低下、1業種が横ばい）。非製造業では、「情報通信」「サービス」の2業種でDIが上昇した（他4業種は低下）。
- ・ 観光関連は、▲25.9ポイント（85.7→59.8）と低下しているが、基準値の50ポイントは上回った。外国人観光客の増加など前向きな意見がある一方、仕入コスト上昇や人手不足を懸念する声があった。

(1) 製造業（DI：50.0（今期実績比▲1.6ポイント）／3業種が上昇、4業種が低下を見込む）

- 【事業者の声】 「コロナ収束に伴って徐々に受注・売上上昇」（上京区／西陣）
「受注減少。ガス・電気代の大幅値上げ。仕入単価上昇」（左京区／染色）
「生産調整、在庫調整、景気降下、受注減」（伏見区／金属）

(2) 非製造業（DI：49.0（今期実績比▲8.1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】 「コロナ分類変更とともに市場が非常に活発になっている」（山科区／サービス）
「人流が戻りクリーニング需要が回復したが値上げで客減」（北区／サービス）
「各取引先からの値上げ要請に応じたため売上減少」（下京区／卸売）

<参考> 観光関連（DI：59.8（今期実績比▲25.9ポイント））

- 【事業者の声】 「水道光熱費等の値上がりに対して、商品の値上げが追いついていない」（東山区／飲食・宿泊）
「コロナが収束して旅行が戻っている」（中京区／サービス）
「外国人観光客の増加」（東山区／小売）

3 当面の経営戦略

- ・ 当面の経営戦略として、「営業力の強化（60.1%）」を挙げる企業が、前回調査に引き続いて最も多くなっている（割合は前期から▲2.8ポイント）。
- ・ 順位は次いで「人材確保・育成（59.1%）」、「生産・経営の合理化（30.8%）」、「新商品の開発・販売（30.2%）」となった。前期比では、「生産・経営の合理化」と「新商品の開発・販売」の順位が入れ替わった。

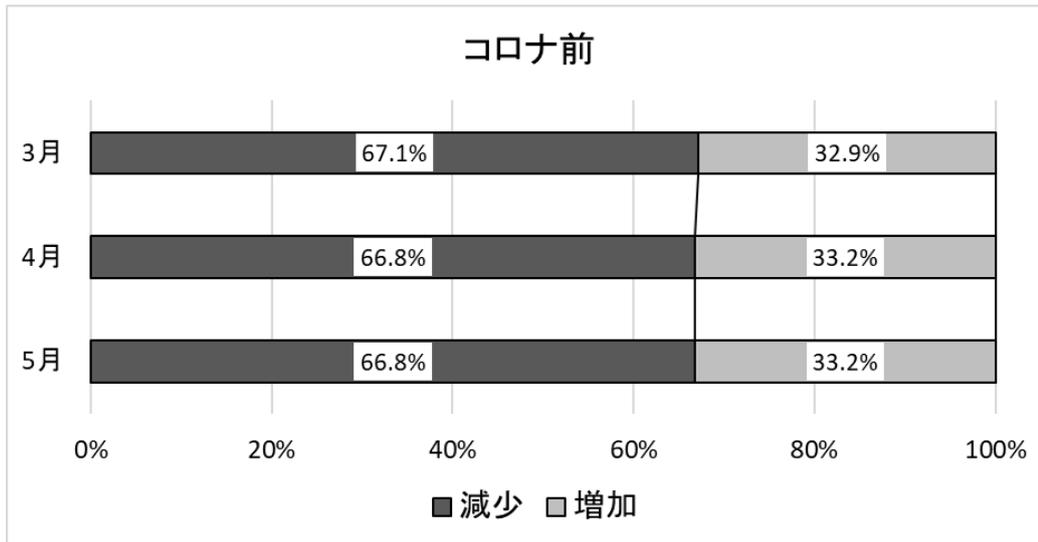
4 経営上の不安要素

- ・ 経営上の不安要素では、前期は、「原材料価格上昇」を挙げる企業が42.9%と最も多かったが、今期は「人材育成（40.9%）」（+6.3ポイント）が最も多く、次いで「原材料価格上昇（37.3%）」であった。物価高に起因する要素が1位ではなくなったが、引き続き影響は大きい。また「人手不足（29.0%）」は、前期比で4.4ポイント上昇。「飲食・宿泊」では、「人手不足（60.0%）」が不安要素の1位となった。
- ・ 製造業では8業種中4業種で「原材料価格上昇」が最も多かった。非製造業では6業種中4業種で「人材育成」が最も多く、採用や研修などを課題と考えていることが窺える。

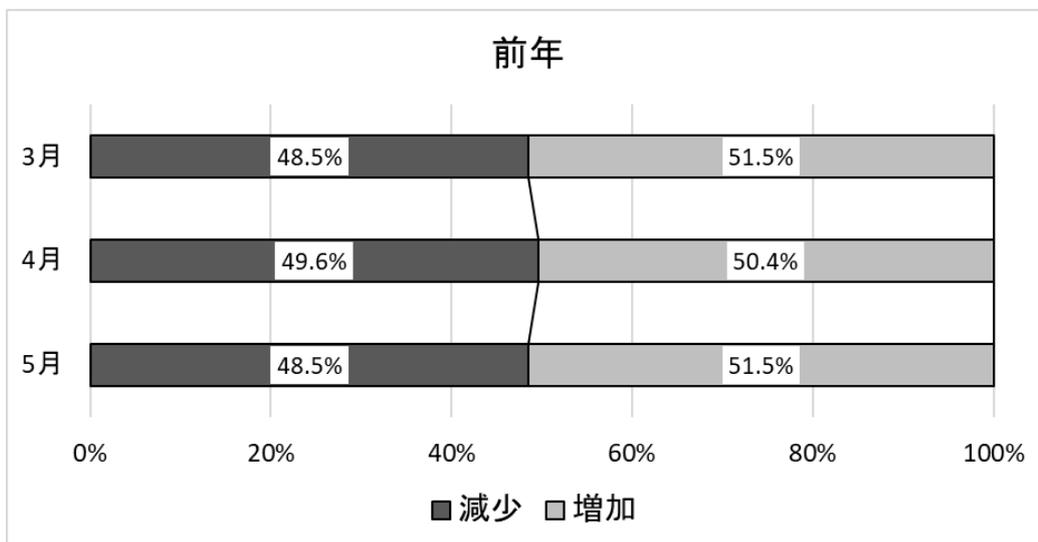
5 新型コロナウイルス感染症による売上の減少（令和5年3月～5月）

- ・ 企業の直近の売上（令和5（2023）年3月、4月、5月）について、約7割の企業が、コロナ前の平成31/令和元（2019）年の同月と比較して「売上が減少している」と回答した。
- ・ また、令和4（2022）年3月、4月、5月との比較では、「売上が減少した」と回答した企業が約5割（下図参照）。

<平成31（2019）年3月、4月、令和元年5月との売上比較に係る割合>



<令和4（2022）年3月、4月、5月との売上比較に係る割合>



(参考) 1 調査対象企業数800社。うち487社が回答（回答率 60.9%）

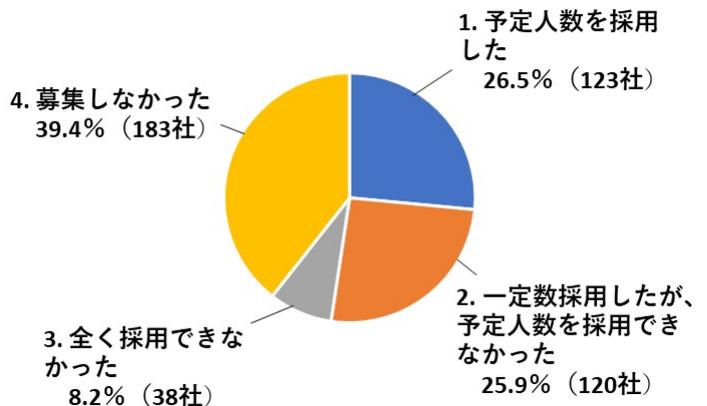
2

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

<付帯調査：担い手確保について（別紙2参照）>

A 令和4年度の貴社の採用実績は？

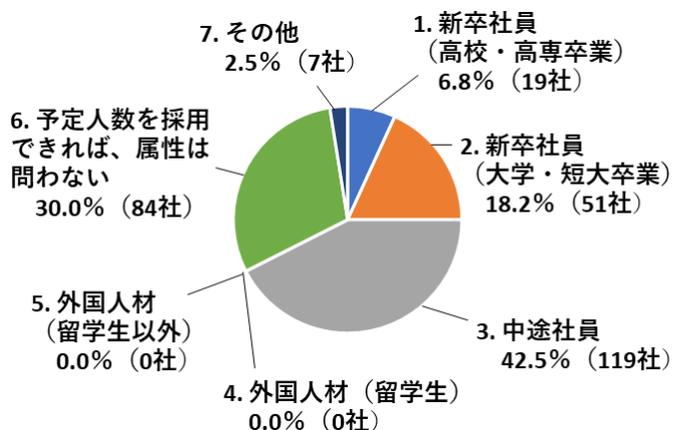
- 令和4年度の採用実績については、「募集しなかった」と回答した企業が39.4%（183社）、「予定人数を採用した」が26.5%（123社）であった。以下「一定数採用したが、予定人数を採用できなかった」が25.9%（120社）、「全く採用できなかった」が8.2%（38社）であった。
- 従業員規模別では、「0～4人」「5～9人」「10～19人」の規模の企業では、「募集しなかった」と回答した企業が最も多かった。「募集しなかった」と回答した割合が最も大きかったのは、「0～4人」の規模の企業であり、規模が大きくなるにつれて、採用を実施しているとみられる。



※以下B～Fは、Aで、「募集しなかった」と回答した企業以外に回答を求めた。

B 貴社が最も求める人材は？

- 最も求める人材については、「中途社員」と回答した企業が42.5%（119社）と最も多く、以下「予定人数を採用できれば、属性は問わない」が30.0%（84社）、「新卒社員（大学・短大卒業）」が18.2%（51社）、「新卒社員（高校・高専卒業）」が6.8%（19社）であった。
- 製造業では、8業種中7業種で「中途社員」と回答した企業が最も多く、非製造業では、6業種中4業種で「中途社員」と回答した企業が最も多かった。



C 貴社が実際に採用した人材は？（複数回答可）

- 実際に採用した人材については、「中途社員」が77.6%（204社）で最も多く、以下「新卒社員（大学・短大卒業）」が24.3%（64社）、「新卒社員（高校・高専卒業）」が12.5%（33社）であった。
- 製造業、非製造業いずれも、すべての業種で「中途社員」と回答した企業が最も多かった。
- 従業員規模別でみると、すべての規模の企業で、「中途社員」と回答した企業が最も多かった。次いで、すべての規模の企業で、「新卒社員（大学・短大卒業）」が多いが、「100人以上」の規模の企業以外では、割合は小さく、企業の規模が小さい場合、中途社員の採用が多いことが分かる。

D 貴社の採用情報の発信方法は？（複数回答可）

- 採用情報の発信方法については、「行政媒体（ハローワーク等）への掲載」と回答した企業が70.3%（196社）で最も多く、以下「民間媒体（就職サイトや就職情報誌等）への掲載」が64.9%（181社）、「自社HPでの情報発信」が29.0%（81社）であった。
- 製造業では、8業種中7業種で「行政媒体（ハローワーク等）への掲載」と回答した企業が最も多く、非製造業では、6業種中4業種で「民間媒体（就職サイトや就職情報誌等）への掲載」と回答した企業が最も多かった。

E 貴社の採用情報の発信方法で効果的と考えられるものは？（複数回答可）

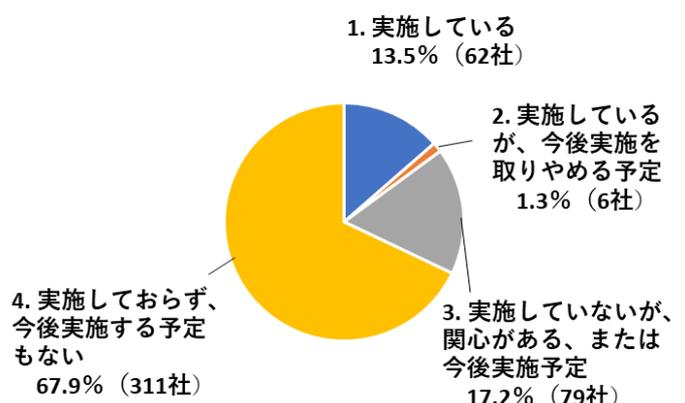
- 採用情報の発信方法で効果的と考えられるものについては、「民間媒体（就職サイトや就職情報誌等）への掲載」と回答した企業が64.8%（173社）で最も多く、以下「行政媒体（ハローワーク等）への掲載」が41.6%（111社）で、「自社HPでの情報発信」が16.1%（43社）であった。

F 貴社の採用活動の課題は？（複数回答可）

- 採用活動の課題については、「応募者の確保」と回答した企業が60.5%（161社）で最も多く、以下「応募者と求める人材のミスマッチ」が38.7%（103社）、「採用者の早期離職」が24.1%（64社）であった。
- 製造業では、8業種中7業種で「応募者の確保」と回答した企業が最も多く、非製造業においても、6業種すべてで「応募者の確保」と回答した企業が最も多かった。
- 従業員規模別でみると、すべての規模の企業で、「応募者の確保」と回答した企業が最も多かった。また、「100人以上」の規模の企業では、「応募者の確保」に次いで、「内定辞退」と回答した企業が多く、それ以外のすべての規模の企業では、「応募者の確保」に次いで、「応募者と求める人材のミスマッチ」と回答した企業が多かった。

G 令和4年度のインターンシップの実施状況は？

- 令和4年度におけるインターンシップの実施状況については、「実施しておらず、今後実施する予定もない」が67.9%（311社）、「実施していないが、関心がある、または今後実施予定」が17.2%（79社）であった。以下「実施している」が13.5%（62社）、「実施しているが、今後実施を取りやめる予定」が1.3%（6社）であった。
- 製造業、非製造業すべてで、「実施しておらず、今後実施する予定もない」と回答した企業が最も多かった。
- 従業員規模別でみると、「50～99人」以下の規模の企業では、「実施しておらず、今後実施する予定もない」と回答した企業が最も多かった。「100人以上」の規模の企業では、「実施している」と回答した企業が最も多かった。



※以下H～Kは、Gで、「実施している」、「実施しているが、今後実施を取りやめる予定」、「実施していないが、関心がある、または今後実施予定」と回答した企業に回答を求めた。

H インターンシップの募集対象は？（複数回答可）

- ・ インターンシップの募集対象については、「大学生（3回生）」と回答した企業が47.5%（67社）で最も多く、以下「大学生（4回生）」が44.0%（62社）、「高校生」が36.2%（51社）、「その他（中途等）」が30.5%（43社）であった。

I インターンシップの実施期間は？（複数回答可）

- ・ インターンシップの実施期間については、「2日～4日以内」と回答した企業が47.5%（67社）で最も多く、以下「5日以上2週間未満」が32.6%（46社）、「1日以内」が18.4%（26社）、「2週間以上」が14.9%（21社）であった。

J インターンシップのプログラム内容は？（複数回答可）

- ・ インターンシップのプログラム内容については、「仕事体験」と回答した企業が88.1%（126社）で最も多く、以下「職場見学」が55.9%（80社）、「社員との交流」が38.5%（55社）、「講義・レクチャー」が17.5%（25社）であった。

K インターンシップを実施する上での課題は？（複数回答可）

- ・ インターンシップを実施する上での課題については、「社内人員・時間の確保」と回答した企業が56.3%（80社）で最も多く、以下「プログラムの企画」が45.1%（64社）、「参加者の募集・確保」が38.7%（55社）であった。
- ・ 製造業では、8業種すべてで、「社内人員・時間の確保」と回答した企業が最も多かった。非製造業では、6業種中3業種で、「社員人員・時間の確保」、「プログラムの企画」と回答した企業が最も多かった。
- ・ 従業員規模別でみると、「0～4人」の規模の企業では、「プログラムの企画」と回答した企業が最も多かったが、それ以外の規模の企業では、「社内人員・時間の確保」と回答した企業が最も多かった。

L インターンシップを実施していない理由は？（複数回答可）

- ・ Gの質問で、インターンシップを「実施しておらず、今後実施する予定もない」と回答した企業において、インターンシップを実施しない理由について回答を求めたところ、「必要性を感じない」と回答した企業が56.0%（145社）で最も多く、以下「社内人員・時間を確保できない」が29.3%（76社）、「参加者の募集・確保ができない」が11.6%（30社）であった。
- ・ 製造業では、8業種中6業種で、また、非製造業では、6業種中5業種で、「必要性を感じない」と回答した企業が最も多かった。