

## 第151回京都市中小企業経営動向実態調査結果

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。第151回(令和6年4~6月期)調査を実施し、併せて「デジタル化・省力化の取組」についても調査しましたので、それぞれの結果を公開します。

### <市内中小企業の景況について(別紙1参照)>

#### 1 今期(令和6年4~6月期)実績

- ・ 今期の企業景気DIは、全産業で▲0.7ポイント(47.6→46.9)。2期連続で基準となる50ポイントを下回る結果となった。原材料価格の高騰や担い手不足等の影響により、厳しい状態であるという意見が多く見られた。一方で、インバウンド需要により受注が増加しているという意見も見られた。
- ・ 業種別では、製造業で▲1.3ポイント(47.3→46.0)。非製造業で▲0.2ポイント(47.8→47.6)。
- ・ 製造業では、「染色」「印刷」「窯業」「金属」の4業種でDIが上昇(他4業種は低下)。非製造業では、「小売」「飲食・宿泊」「サービス」「建設」の4業種でDIが低下(他2業種は上昇)。
- ・ 観光関連※については、原材料費や人件費の上昇により厳しい状態であるという意見があり、DIは▲7.6ポイント(72.8→65.2)となったが、一方で、国内外からの観光客が増え、業績が好調であるなどの意見も多く見られ、引き続き、高いDI値を維持している。

#### (1) 製造業(DI:46.0(前回調査比▲1.3ポイント))

➢ DI上昇:4業種(染色、印刷、窯業、金属)

DI低下:4業種(西陣、化学、機械、その他の製造)

- 【事業者の声】 「インバウンド需要が戻ってきている」(東山区/窯業)  
「既存の取引先の受注増」(南区/金属)  
「原料高騰と円安の影響を受けている」(北区/西陣)  
「すべての材料仕入価格が高騰。ユーザーの購買力は低下」(中京区/機械)

#### (2) 非製造業(DI:47.6(前回調査比▲0.2ポイント))

➢ DI上昇:2業種(卸売、情報通信)

DI低下:4業種(小売、飲食・宿泊、サービス、建設)

- 【事業者の声】 「コロナが明けて徐々に売上が戻ってきている」(南区/卸売)  
「米の仕入価格が上昇。価格の値上げができない」(下京区/小売)  
「物価上昇による消費マインドの低下」(東山区/飲食・宿泊)  
「従業員数不足及び経験値の少ない人が多い」(伏見区/サービス)

#### <参考> 観光関連※(DI:65.2(前回調査比▲7.6ポイント))

- 【事業者の声】 「前年はまだコロナの影響が残っていたが、今年はインバウンド・国内とも観光が回復し売上増になった」(上京区/印刷)  
「労働時間の調整のため、休館日を増やしたり人員を確保して負担増」(中京区/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等のうち、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6年7～9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▲1.6ポイント（46.9→45.3）。インバウンド需要により受注が安定しているなど前向きな声もある一方、物価高騰の継続や担い手不足の影響を懸念する声が見られ、2期連続で基準値である50ポイントを下回った。
- ・ 業種別では、製造業は+0.5ポイント（46.0→46.5）。非製造業は▲3.3ポイント（47.6→44.3）。
- ・ 製造業では、「西陣」「印刷」「化学」「金属」「その他の製造業」の5業種でDIが上昇（他3業種は低下）。非製造業では、「卸売」「小売」「情報通信」「サービス」「建設」の5業種でDIが低下（他1業種は上昇）。
- ・ 観光関連については、インバウンドによる観光客増加で売上増加を見込むなど前向きな意見が多く、DIは基準値である50ポイントを上回ったが、物価高騰や担い手不足の影響が続くという意見も見られ、▲7.7ポイント（65.2→57.5）となった。

### (1) 製造業（DI：46.5（今期実績比+0.5ポイント）／5業種が上昇、3業種が低下を見込む）

- 【事業者の声】 「受注が安定している」（伏見区／化学）  
「夏祭りや学校イベントが戻ってきたので上昇予想」（上京区／その他の製造）  
「従業員が少なくなり、営業能力が不足している」（山科区／染色）  
「市場の購買力の低迷」（南区／機械）

### (2) 非製造業（DI：44.3（今期実績比▲3.3ポイント）／5業種が低下、1業種が上昇を見込む）

- 【事業者の声】 「インバウンド需要がますますある」（中京区／飲食・宿泊）  
「商品の値上げによる買い控え」（中京区／卸売）  
「円安による物価の高騰」（下京区／小売）  
「閑散期であり、仕入高の影響で利益減少が予想される」（北区／サービス）

### <参考> 観光関連（DI：57.5（今期実績比▲7.7ポイント））

- 【事業者の声】 「インバウンドの増加」（中京区／印刷）  
「4～6月と比較して観光客が減るため」（東山区／窯業）  
「設備投資をしてさらに売上増加を見込む」（東山区／飲食・宿泊）  
「値上げラッシュで付加価値分をカットされている」（右京区／サービス）

## 3 当面の経営戦略

- ・ 当面の経営戦略として、「営業力の強化（56.7%）」と回答した企業が最も多かった（前回調査比+0.5ポイント）。次いで「人材確保・育成（53.4%）」、「生産・経営の合理化（32.7%）」、「新商品の開発・販売（28.8%）」であった。前回調査から「営業力の強化」と「人材確保・育成」の順位が入れ替わったが、引き続き、この2つを回答した企業が多かった。

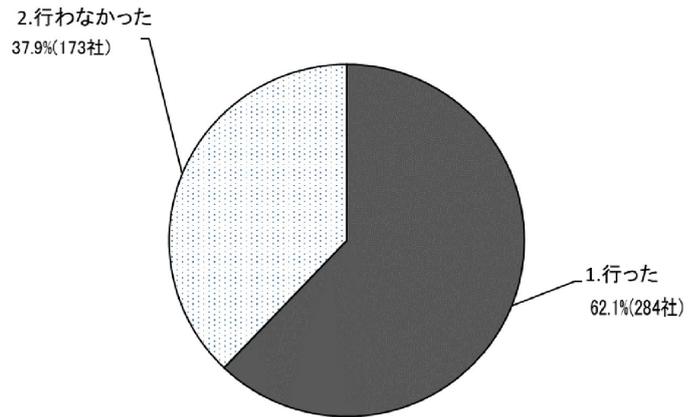
## 4 経営上の不安要素

- ・ 経営上の不安要素では、「人材育成（39.4%）」と回答した企業が、5四半期連続で最も多かった（前回調査比+1.9ポイント）。次いで「原材料価格上昇（36.3%）」、「売上不振（33.0%）」、「仕入値上要請（32.6%）」であった。
- ・ 製造業では、「原材料価格上昇（47.9%）」と回答した企業が最も多く、次いで「人材育成（38.6%）」、「売上不振」・「仕入値上要請」（同数で36.3%）であった。非製造業では、「人材育成（40.0%）」と回答した企業が最も多く、次いで「人手不足（35.9%）」、「人件費増加（32.2%）」であった。

＜付帯調査：デジタル化・省力化の取組について（別紙2参照）＞

**A 過去5年間（2019年度以降）にデジタル化・省力化の取組を行ったか？**

- ・ 「行った」と回答した企業が62.1%（284社）、「行わなかった」と回答した企業が37.9%（173社）であった。
- ・ 従業員規模別で見ると、9人以下の規模では、「行わなかった」と回答した企業が多く、10人以上の規模では、「行った」と回答した企業が多かった。



以下B～Eについては、Aで「行った」と回答した企業に対して回答を求めた。

**B どういった目的で取組を行ったか？（複数回答可）**

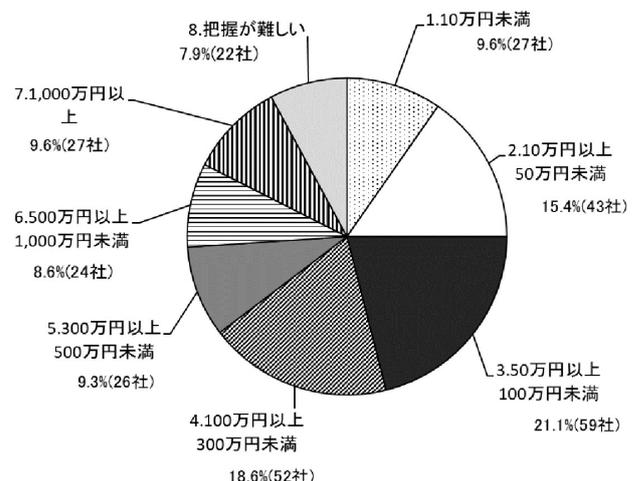
- ・ 「業務の効率化」と回答した企業が76.2%（211社）で最も多く、次いで「従業員の働きやすさ改善」が35.4%（98社）、「業務の標準化」が22.7%（63社）、「従業員の賃上げ」が21.3%（59社）であった。
- ・ すべての業種、従業員規模で「業務の効率化」と回答した企業が最も多かった。

**C どのような取組を行ったか？（複数回答可）**

- ・ 「ホームページ・SNSの整備」と回答した企業が52.7%（147社）で最も多く、次いで「Web会議システムの導入」が44.4%（124社）、「会計システムの導入」が27.2%（76社）、「勤怠・労務管理システムの導入」が26.9%（75社）であった。
- ・ 業種別で見ると、製造業では、「ホームページ・SNSの整備」と回答した企業が最も多く、8業種中7業種で最も多い回答であった。  
非製造業では、「ホームページ・SNSの整備」と回答した企業が多かったが、「飲食・宿泊」では、「決済システムの導入」と回答した企業が多かった。
- ・ 従業員規模別で見ると、49人以下の規模では、「ホームページ・SNSの整備」と回答した企業が多かったが、50人以上の規模では、「Web会議システムの導入」と回答した企業が多かった（「10～19人」の規模では、「ホームページ・SNSの整備」と回答した企業と、「Web会議システムの導入」と回答した企業数が同数であった）。

**D 取組を行うにあたり、初期費用（維持管理費を除く）はどのくらいかかったか？**

- ・ 「50万円以上100万円未満」と回答した企業が21.1%（59社）で最も多く、次いで「100万円以上300万円未満」が18.6%（52社）、「10万円以上50万円未満」が15.4%（43社）、「10万円未満」と「1,000万円以上」が9.6%（27社）であった。



- ・ 業種別でみると、製造業では、「10万円以上50万円未満」と回答した企業が最も多かったが、「化学」や「染色」など8業種中5業種では、「100万円以上300万円未満」と回答した企業が最も多かった。  
非製造業では、「50万円以上100万円未満」と回答した企業が最も多かった。
- ・ 従業員規模別でみると、49人以下の規模では、「50万円以上100万円未満」もしくは「100万円以上300万円未満」と回答した企業が最も多かった。また、50人以上の規模では、「1,000万円以上」と回答した企業が最も多かった。

#### **E 取組を行うにあたり、相談した相手は誰か？（複数回答可）**

- ・ 「特にない」と回答した企業が32.7%（92社）で最も多く、次いで「税理士・公認会計士」が28.8%（81社）、「IT系企業・団体」が22.4%（63社）、「経営者仲間」が13.2%（37社）であった。
- ・ 業種別でみると、製造業では、「特にない」と回答した企業が最も多かった。  
非製造業では、「特にない」と回答した企業が最も多かったが、「小売」、「飲食・宿泊」など6業種中4業種では、「税理士・公認会計士」と回答した企業が最も多かった。
- ・ 従業員規模別でみると、規模区分の多くでは、「特にない」と回答した企業が最も多かったが、「5～9人」、「10～19人」といった比較的小さな規模では、「税理士・公認会計士」と回答した企業が最も多かった。

以下Fについては、Aで「行わなかった」と回答した企業に対して回答を求めた。

#### **F 取組を行わなかった理由は何か？（複数回答可）**

- ・ 「必要がない」と回答した企業が33.5%（52社）で最も多く、次いで「導入コストが大きい」が32.3%（50社）、「社内を取組を主導する人材がない」が23.2%（36社）、「資金不足」が20.0%（31社）であった。
- ・ 業種別でみると、製造業では、「必要がない」と回答した企業が最も多かった。  
非製造業では、「導入コストが大きい」と回答した企業が最も多かった。

以下Gについては、再度すべての企業に対して回答を求めた。

#### **G 今後、デジタル化・省力化の取組を行う予定はあるか？（複数回答可）**

- ・ 「特に予定していない」と回答した企業が40.5%（151社）で最も多く、次いで「ホームページ・SNSの整備」が21.2%（79社）、「作業を自動化する機械・機器の導入」が9.1%（34社）、「ECサイトの整備」が8.8%（33社）であった。
- ・ 業種別でみると、製造業では、「特に予定していない」と回答した企業が最も多く、8業種中6業種で最も多い回答であったが、「西陣」と「染色」では、「作業を自動化する機械・機器の導入」と回答した企業が最も多かった。  
非製造業では、「特に予定していない」と回答した企業が最も多く、6業種すべての業種で最も多い回答であった。
- ・ 従業員規模別でみると、すべての規模で、「特に予定していない」と回答した企業が最も多かったが、「100人以上」の規模では、「決済システムの導入」と回答した企業も最も多かった。