

広 報 資 料

(経済同時)

平成 29 年 10 月 31 日
京都市産業観光局

担当：産業戦略部産業政策課

TEL 075-222-3325

市内中小企業の景況について

第 124 回京都市中小企業経営動向実態調査【結果概要】

～今期企業景気 DI は 0.1 ポイント低下、来期見通しは 3.1 ポイント上昇～

市内中小企業の経営実態、経営動向などを把握するため、四半期ごとに郵送によるアンケート調査として実施しています「京都市中小企業経営動向実態調査」及び「付帯調査（経営と観光について）」の結果がまとまりましたので、御報告します。

<市内中小企業の景況について（別紙 1 参照）>

○今期（平成 29 年 7 月～9 月期）実績

- ・ 今期の企業景気 DI は、全産業で 0.1 ポイント低下（43.7→43.6）。製造業で 1.6 ポイント上昇（45.0→46.6）、非製造業は 1.4 ポイント低下（42.3→40.9）。
- ・ 業種別では、化学、機械の企業景気 DI が 60 を超える一方、非製造業の多くの業種で低下。

※調査は、前年同期比での「上昇・増加や下降・減少」を問うもの

・ 製造業（上昇：染色、印刷、化学、金属、機械 / 低下：西陣、窯業、その他の製造）

【主な上昇理由】・「取引先からの引合い好調」（山科区／金属）

・「受注量が 20%増で推移」（南区／機械）

【主な低下理由】・「原材料費の上昇による販売数量減少」（上京区／西陣）

・「取引先の減少」（山科区／窯業）

・ 非製造業（上昇：小売 / 低下：卸売、情報通信、飲食・宿泊、サービス、建設）

【主な上昇理由】・「インバウンド売上の上昇」（中京区／小売）

【主な低下理由】・「価格面で対抗できない状況が続いている」（中京区／飲食・宿泊）

・「入札における競争激化」（南区／建設）

・ 観光関連は、6.1 ポイント低下。

○来期（平成 29 年 10 月～12 月期）見通し

- ・ 来期の企業景気 DI は、全産業で 3.1 ポイント上昇（43.6→46.7）。製造業で 2.9 ポイント上昇（46.6→49.5）、非製造業で 3.3 ポイント上昇（40.9→44.2）。
- ・ 先行きについては、印刷、金属、サービスなど、幅広い業種で上昇の見込み。

・ 製造業（上昇：西陣、染色、印刷、化学、金属、その他の製造 / 低下：機械）

【主な上昇理由】・「取引先の引合い増」（南区／印刷）

・「輸出増」（中京区／化学）

【主な低下理由】・「取引企業からの仕事量の減少」（南区／機械）

・ 非製造業（上昇：卸売、小売、情報通信、サービス / 低下：飲食・宿泊、建設）

【主な上昇理由】・「リスクを取って販売した商品の受注が好調」（左京区／卸売）

・「IoT 分野の加速」（下京区／情報通信）

【主な低下理由】・「同業他社の新規参入が多く、競争激化」（東山区／飲食・宿泊）

・「25 歳から 50 歳の女性の人材不足が深刻」（中京区／建設）

・ 観光関連は、1.2 ポイント上昇。

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

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

＜経営上の不安要素＞

- ・ 経営上の不安要素は、上位から「人材育成」が42.5%、「売上不振」が42.1%、「競争激化」が38.2%、「人手不足」が28.9%、「人件費増加」が20.7%となっている。
- ・ 業種別にみると、「人材育成」を挙げる業種は、金属、機械、その他の製造、情報通信、サービスの5業種、「売上不振」を挙げる業種は、西陣、染色、印刷、窯業、小売の5業種。化学、卸売、建設の3業種は「競争激化」、飲食・宿泊は「人手不足」、観光関連では、「売上不振」と「人材育成」が最も多くなっている。
- ・ 全体で、人手不足を挙げる企業が最も増加（5.3ポイント増）した。

＜付帯調査：経営と観光について（別紙2参照）＞

- ・ 観光客の増加による経営への影響については、約7割の企業が「影響は感じない」もしくは、「分からない」と回答する一方、約2割の企業が「良い影響がある」と回答。
- ・ 良い影響については、約8割が「売上増・利益増」、約3割が「顧客・取引先増」とする一方、悪い影響については、「客層の変化（常連客の減少や一見客の増加）」、「人手不足（新規採用困難を含む）」などが挙げられた。
- ・ 観光客増加による京都への影響については、約7割の企業が「京都経済への寄与が大きい」と回答。

A 観光客増加による経営への影響

～「影響は感じない」が64.6%で最多～

- ・ 以下、「良い影響がある」が17.4%、「良い影響・悪い影響の両方がある」が8.5%、「分からない」が7.4%、「悪い影響がある」が2.2%と続く。

（1）良い影響について（複数回答可）

～約8割が「売上増・利益増」と回答～

- ・ 「良い影響がある」もしくは「良い影響・悪い影響がある」と回答した企業119社のうち、「売上増・利益増」と回答した企業が78.0%と最多。以下、「顧客・取引先増」が29.7%、「新商品・新サービスの開発等増」が8.5%、「事業規模の拡大（従業員増など）」が7.6%と続く。

（2）悪い影響について（複数回答可）

～「客層の変化（常連客の減少や一見客の増加）」が最多～

- ・ 「悪い影響がある」もしくは「良い影響・悪い影響がある」と回答した企業49社のうち、「客層の変化（常連客の減少や一見客の増加）」と回答した企業が44.9%で最多。以下、「人手不足（新規採用困難を含む）」が34.7%、「競争激化」、「混雑による輸送・配送時間等の増加」が各18.4%と続く。

B 観光客増加への対応

～6割以上が「特に対応は考えていない」と回答も、事業拡大の機会と捉える企業が23.5%～

- ・ 「特に対応は考えていない」と回答した企業が62.7%を占め、最多。以下、「今後事業拡大の機会としたい」が12.4%、「現在の事業活動に支障が出ないよう対応したい」が11.3%、「引き続き事業拡大の機会としたい」が11.1%と続き、2割以上の企業が事業拡大の機会と捉えている。

C 観光客増加による京都への影響（複数回答可）

～約7割が「京都経済への寄与が大きい」と回答～

- ・ 「京都経済への寄与が大きい」と回答した企業が68.5%と最多。以下、「京都のブランド向上につながる」が37.6%、「伝統文化・文化財等の維持・活用につながる」が29.6%、「市内での雇用創出につながる」が27.5%と続く。

D 観光関係の売上が占める割合

～5割以上が「観光関係の売り上げはない」と回答～

- ・ 「観光関係の売り上げはない」と回答した企業が56.6%を占め、最多。以下、「分からない」が13.1%、「ここ数年上がっている」が12.4%、「ここ数年横ばいである」が11.9%と続き、「ここ数年下がっている」と回答した企業は、1.4%にとどまる。