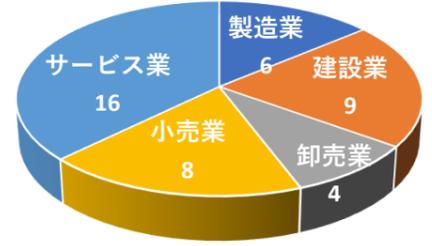


弘前商工会議所企業景況調査結果【令和5年10月～12月期】

1 調査対象・・・弘前商工会議所会員企業

2 調査対象期間・・・令和5年10月～12月期

3 調査方法及び回答方法・・・当所1月会報に折込発送、FAX並びに回答フォームにて回答



4 回答企業の内訳・・・

業種	製造業	建設業	卸売業	小売業	サービス業	合計
回答数(件)	6	9	4	8	16	43
構成比	14%	21%	9%	19%	37%	100%

5 業況について・・・

※DI値(景況判断指数)について $DI = (\text{増加・好転などの回答割合}) - (\text{減少・悪化などの回答割合})$

DI値は、業況・売上・採算などの各項目についての、判断の状況を表します。ゼロを基準として、プラスの値で景気の上向き傾向を表す回答の割合が多いことを示し、マイナスの値で景気の下向き傾向を表す回答の割合が多いことを示します。したがって、売上高などの実数値の上昇率を示すものではなく、強気・弱気などの景況感の相対的な広がりを含みます。

○「売上額」について

・10月～12月の「売上額」実績は、昨年同期と比較して
<全業種>

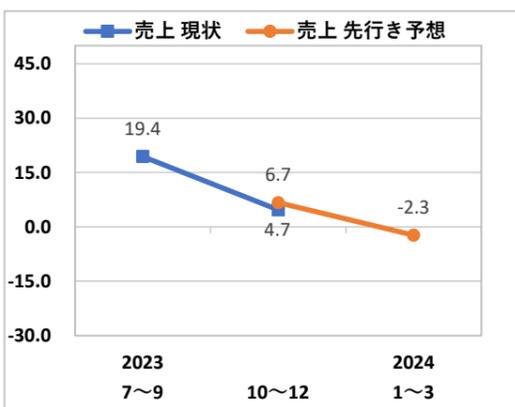


業種	増加	不変	減少	DI値
製造業	83.3%	0.0%	16.7%	66.7
建設業	22.2%	33.3%	44.4%	-22.2
卸売業	25.0%	25.0%	50.0%	-25.0
小売業	50.0%	12.5%	37.5%	12.5
サービス業	37.5%	25.0%	37.5%	0.0

・1月～3月の「売上額」予想は、昨年同期と比較して
<全業種>



業種	増加	不変	減少	DI値
製造業	66.7%	0.0%	33.3%	33.3
建設業	33.3%	44.4%	22.2%	11.1
卸売業	0.0%	50.0%	50.0%	-50.0
小売業	12.5%	75.0%	12.5%	0.0
サービス業	25.0%	37.5%	37.5%	-12.5



◇DI(前年同期比)が前回調査(7～9月期:19.4)より14.7ポイント縮小して4.7となりました。

◇先行き(1～3月期)の予想については、前回調査(10～12月期:6.7)より9.0ポイント縮小して▲2.3となりました。

○製造業・小売業の今期の売上額増加

今期の売上額について、増加と回答した企業は、製造業が83.3%、小売業では50%となりました。要因としては、新型コロナウイルスが5類感染症へ移行し、年末による需要の回復が挙げられます。

○「採算(純利益)」について

・10月～12月の「採算」実績は、昨年同期と比較して
<全業種>

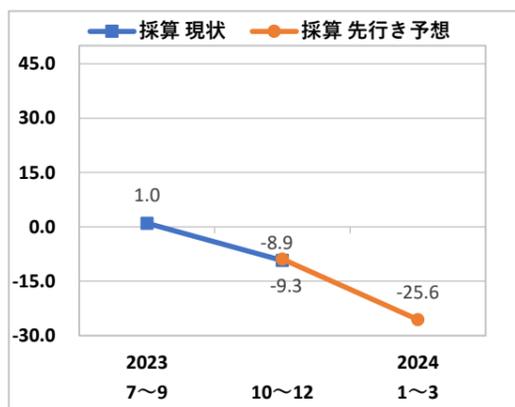


業種	好転	不変	悪化	DI値
製造業	50.0%	16.7%	33.3%	16.7
建設業	0.0%	44.4%	55.6%	-55.6
卸売業	25.0%	0.0%	75.0%	-50.0
小売業	37.5%	37.5%	25.0%	12.5
サービス業	37.5%	31.3%	31.3%	6.3

・1月～3月の「採算」予想は、昨年同期と比較して
<全業種>



業種	好転	不変	悪化	DI値
製造業	50.0%	0.0%	50.0%	0.0
建設業	0.0%	66.7%	33.3%	-33.3
卸売業	0.0%	25.0%	75.0%	-75.0
小売業	12.5%	75.0%	12.5%	0.0
サービス業	12.5%	43.8%	43.8%	-31.3



◇DI(前年同期比)が前回調査(7～9月期:1.0)より10.3ポイント縮小して▲9.3となりました。

◇先行き(1～3月期)の予想については、前回調査(10～12月期:▲8.9)よりマイナス幅が16.7ポイント拡大して▲25.6となりました。

○建設業・卸売業の今期採算が悪化

今期の採算(純利益)について、悪化と回答した企業は、建設業が55.6%、卸売業が75%となりました。要因としては、物価、仕入価格上昇による利益の圧迫が挙げられます。

○「資金繰り」について

・10月～12月の「資金繰り」実績は、昨年同期と比較して
<全業種>

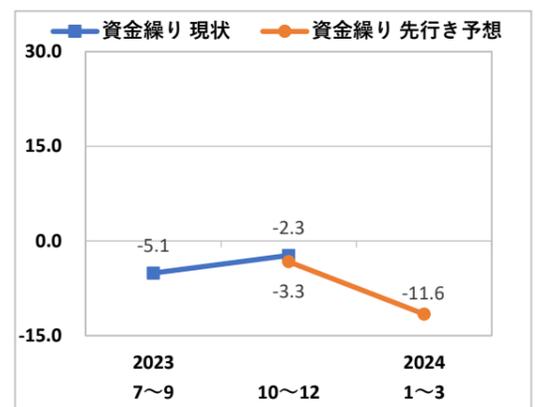


業種	好転	不変	悪化	DI値
製造業	16.7%	66.7%	16.7%	0.0
建設業	0.0%	88.9%	11.1%	-11.1
卸売業	25.0%	50.0%	25.0%	0.0
小売業	25.0%	50.0%	25.0%	0.0
サービス業	25.0%	50.0%	25.0%	0.0

・1月～3月の「資金繰り」予想は、昨年同期と比較して
<全業種>



業種	好転	不変	悪化	DI値
製造業	16.7%	66.7%	16.7%	0.0
建設業	0.0%	88.9%	11.1%	-11.1
卸売業	25.0%	50.0%	25.0%	0.0
小売業	0.0%	87.5%	12.5%	-12.5
サービス業	12.5%	56.3%	31.3%	-18.8



◇DI(前年同期比)が前回調査(7～9月期:▲5.1)よりマイナス幅が2.8ポイント縮小して▲2.3となりました。

◇先行き(1～3月期)の予想については、前回調査(10～12月期:▲3.3)よりマイナス幅が8.3ポイント拡大して▲11.6となりました。

○企業の5割以上の資金繰りが不変

今期・予想の資金繰りについて、企業の5割以上が不変と回答しています。長引く物価・仕入れ高騰や、従業員の賃金引き上げの対応によって、今後の資金繰りに影響を及ぼす可能性があります。

○「仕入単価」について

・10月～12月の「仕入単価」実績は、去年同期と比較して
<全業種>



DI値= 86.0

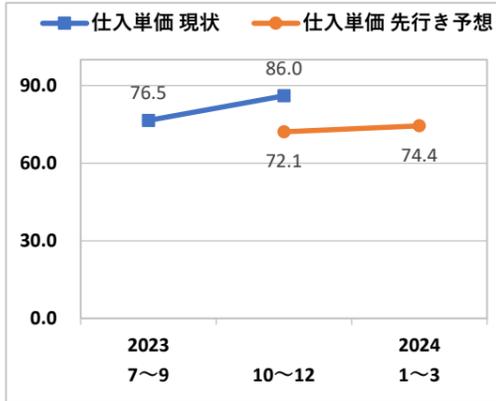
業種	上昇	不変	低下	DI値
製造業	83.3%	16.7%	0.0%	83.3
建設業	88.9%	11.1%	0.0%	88.9
卸売業	100.0%	0.0%	0.0%	100.0
小売業	87.5%	12.5%	0.0%	87.5
サービス業	81.3%	18.8%	0.0%	81.3

・1月～3月の「仕入単価」予想は、去年同期と比較して
<全業種>



DI値= 74.4

業種	上昇	不変	低下	DI値
製造業	83.3%	16.7%	0.0%	83.3
建設業	88.9%	11.1%	0.0%	88.9
卸売業	100.0%	0.0%	0.0%	100.0
小売業	62.5%	37.5%	0.0%	62.5
サービス業	68.8%	25.0%	6.3%	62.5



◇DI (前年同期比) が前回調査 (7～9月期: 76.5) より9.5ポイント拡大して86.0となりました。

◇先行き (1～3月期) の予想については、前回調査 (10～12月期: 72.1) より2.3ポイント縮小して74.4となりました。

○約8割の企業が今期の仕入単価が増加
昨年同期に比べ、物価が高い状況です。今後も物価が安定化する見通しが立たないため、予想も約8割近くが増加と回答しています。

○「製品・商品在庫」について

・10月～12月の「製品・商品在庫」実績は去年同期と比較して
<全業種>



DI値= 16.3

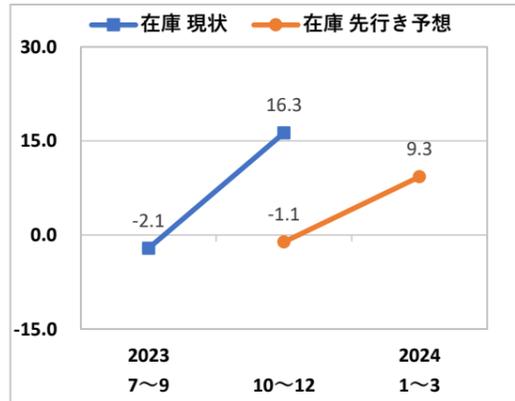
業種	増加	不変	減少	DI値
製造業	33.3%	50.0%	16.7%	16.7
建設業	11.1%	88.9%	0.0%	11.1
卸売業	50.0%	50.0%	0.0%	50.0
小売業	62.5%	37.5%	0.0%	62.5
サービス業	0.0%	87.5%	12.5%	-12.5

・1月～3月の「製品・商品在庫」予想は、去年同期と比較して
<全業種>



DI値= 9.3

業種	増加	不変	減少	DI値
製造業	16.7%	66.7%	16.7%	0.0
建設業	0.0%	100.0%	0.0%	0.0
卸売業	50.0%	50.0%	0.0%	50.0
小売業	25.0%	75.0%	0.0%	25.0
サービス業	6.3%	87.5%	6.3%	0.0



◇DI (前年同期比) が前回調査 (7～9月期: ▲2.1) より18.4ポイント拡大して16.3となりました。

◇先行き (1～3月期) の予想については、前回調査 (10～12月期: ▲1.1) より10.4ポイント拡大して9.3となりました。

○卸売業・小売業で在庫が増加
今期の製品・商品の在庫について、卸売業・小売業では約5割が増加と回答しています。要因としては、物価高による一部顧客の買い控えが挙げられます。

○「従業員数」について

・10月～12月の「従業員数」実績は、去年同期と比較して
<全業種>



DI値= -20.9

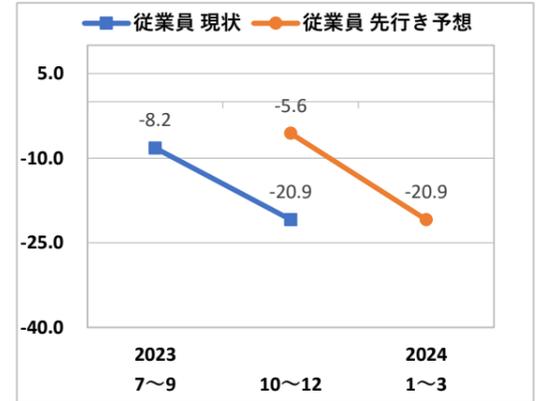
業種	増加	不変	減少	DI値
製造業	33.3%	50.0%	16.7%	16.7
建設業	0.0%	77.8%	22.2%	-22.2
卸売業	0.0%	50.0%	50.0%	-50.0
小売業	0.0%	75.0%	25.0%	-25.0
サービス業	6.3%	62.5%	31.3%	-25.0

・1月～3月の「従業員数」予想は、去年同期と比較して
<全業種>



DI値= -20.9

業種	増加	不変	減少	DI値
製造業	16.7%	83.3%	0.0%	16.7
建設業	0.0%	77.8%	22.2%	-22.2
卸売業	0.0%	50.0%	50.0%	-50.0
小売業	0.0%	75.0%	25.0%	-25.0
サービス業	6.3%	62.5%	31.3%	-25.0



◇DI (前年同期比) が前回調査 (7～9月期: ▲8.2) よりマイナス幅が12.7ポイント拡大して▲20.9となりました。

◇先行き (1～3月期) の予想については、前回調査 (10～12月期: ▲5.6) よりマイナス幅が15.3ポイント拡大して▲20.9となりました。

○企業の5割以上の従業員数が不変
今期・予想ともに5割以上の企業が従業員数不変と回答しています。しかし、企業からは人手不足の声が多く、2024年問題など

○「自社景況」について

・10月～12月の業況 (貴社) 実績は、去年同期と比較して
<全業種>



DI値= -18.6

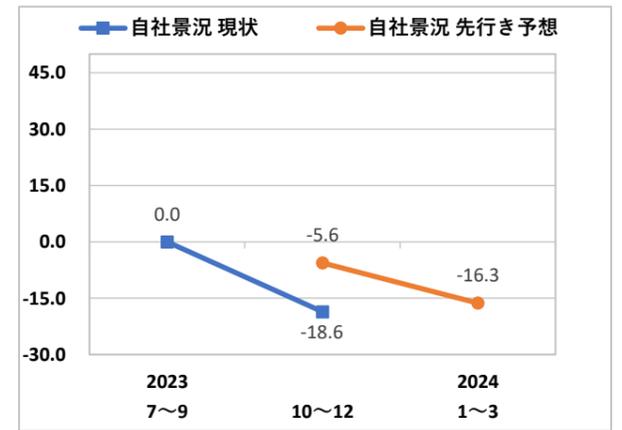
業種	好転	不変	悪化	DI値
製造業	66.7%	0.0%	33.3%	33.3
建設業	11.1%	33.3%	55.6%	-44.4
卸売業	0.0%	25.0%	75.0%	-75.0
小売業	12.5%	50.0%	37.5%	-25.0
サービス業	31.3%	31.3%	37.5%	-6.3

・1月～3月の業況 (貴社) 予想は去年同期と比較して
<全業種>



DI値= -16.3

業種	好転	不変	悪化	DI値
製造業	50.0%	33.3%	16.7%	33.3
建設業	0.0%	66.7%	33.3%	-33.3
卸売業	0.0%	25.0%	75.0%	-75.0
小売業	0.0%	87.5%	12.5%	-12.5
サービス業	25.0%	37.5%	37.5%	-12.5



◇DI (前年同期比) が前回調査 (7～9月期: 0) より18.6ポイント縮小して▲18.6となりました。

◇先行き (1～3月期) の予想については、前回調査 (10～12月期: ▲5.6) よりマイナス幅が10.7ポイント拡大して▲16.3となりました。

○製造業以外の自社景況が今期・予想ともに悪化
自社景況について製造業以外の業種で「好転」を「悪化」が上回っており、景気悪化傾向の中なか人手不足や価格転嫁対応など経営課題が多い状況です。

○「業界景況」について

・10月～12月の「業界景況」実績は、昨年同期と比較して

<全業種>



■好転 ■不変 ■悪化

DI値= -27.9

業種	好転	不変	悪化	DI値
製造業	33.3%	33.3%	33.3%	0.0
建設業	0.0%	44.4%	55.6%	-55.6
卸売業	0.0%	25.0%	75.0%	-75.0
小売業	12.5%	50.0%	37.5%	-25.0
サービス業	25.0%	37.5%	37.5%	-12.5

・1月～3月の「業界景況」予想は、昨年同期と比較して

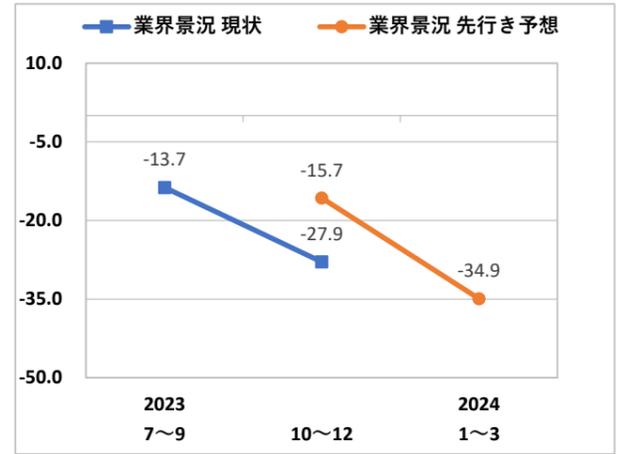
<全業種>



■好転 ■不変 ■悪化

DI値= -34.9

業種	好転	不変	悪化	DI値
製造業	33.3%	33.3%	33.3%	0.0
建設業	0.0%	44.4%	55.6%	-55.6
卸売業	0.0%	25.0%	75.0%	-75.0
小売業	0.0%	75.0%	25.0%	-25.0
サービス業	12.5%	43.8%	43.8%	-31.3



◇DI（前年同期比）が前回調査（7～9月期：▲13.7）よりマイナス幅が14.2ポイント拡大して▲27.9となりました。

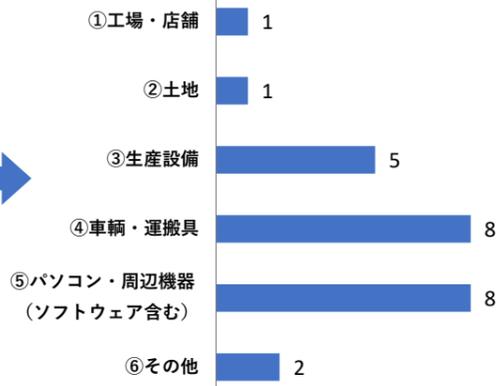
◇先行き（1～3月期）の予想については、前回調査（10～12月期：▲15.7）よりマイナス幅が19.2ポイント拡大して▲34.9となりました。

○製造業以外の自社景況が今期・予想ともに悪化

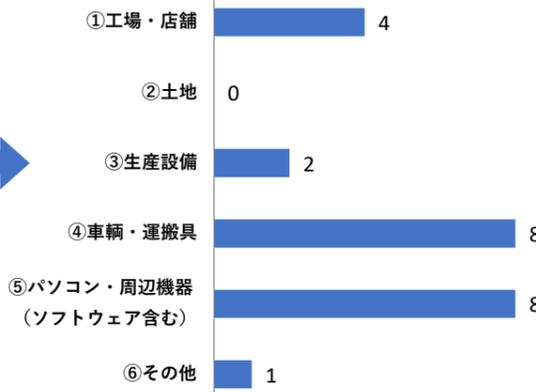
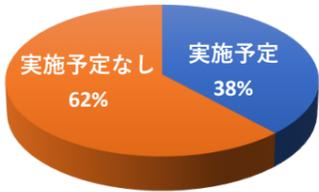
業界景況において、製造業以外で「好転」が「悪化」を上回っている状況です。長引く物価高による買い控えやコスト増の伴う企業収益の圧迫により、全産業で悪化の見通しです。

○設備投資の実施状況及びその内容について ※複数回答

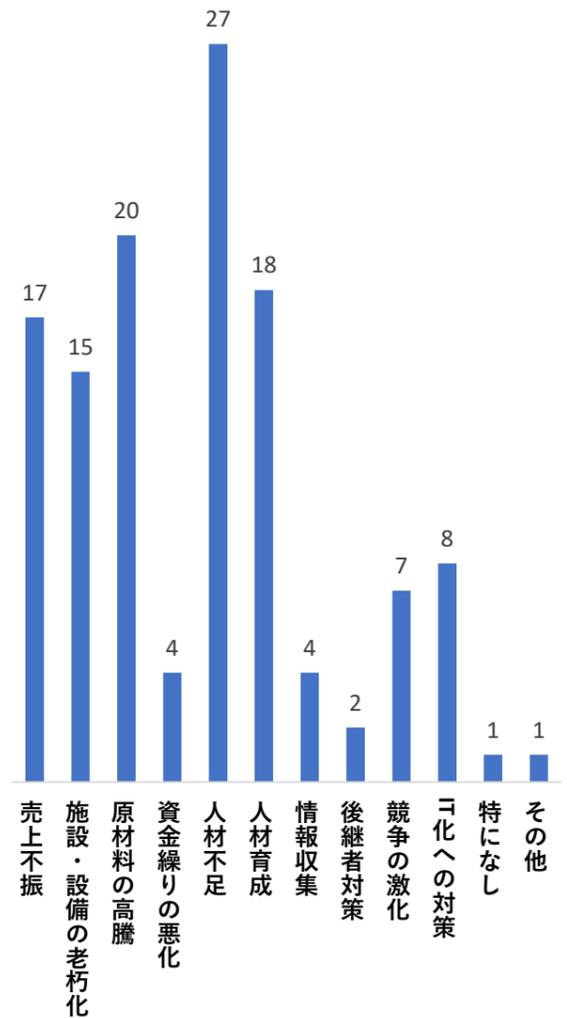
・10月～12月の設備投資について



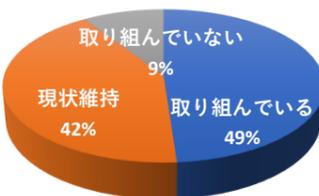
・1月～3月の設備投資の見通しについて



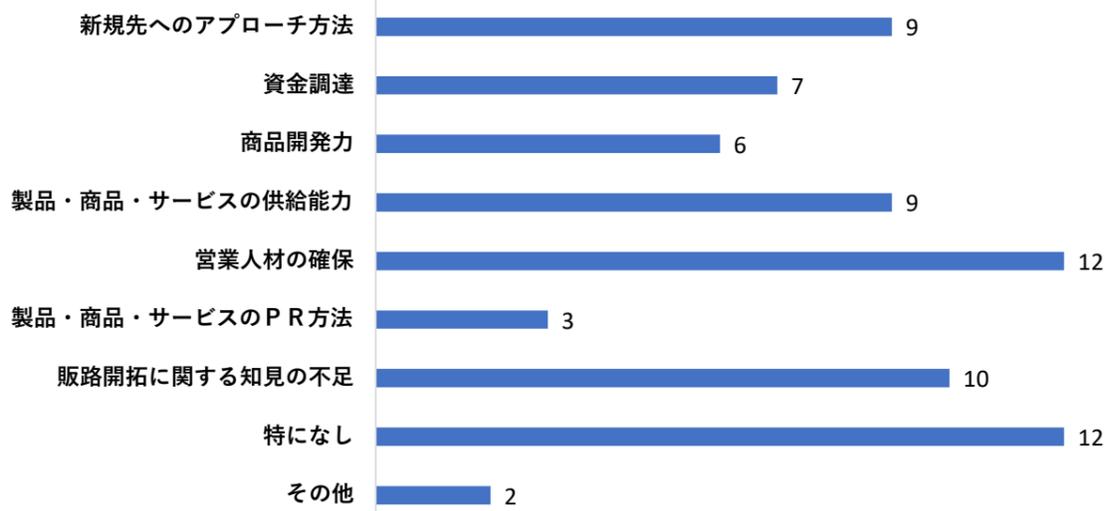
○経営上の課題について（業種別）※複数回答



○販路開拓の状況について



販路開拓の課題について

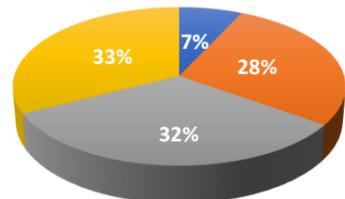


○販路開拓に取り組んでいると回答した事業者が約半数

◇販路開拓の課題として、営業人材の確保が課題との回答が最も多く、次いで販路開拓に関する知見の不足との回答がありました。特定の産業でのみ営業人材の確保が課題というわけではなく、全産業で営業人材の確保が必要であるとの回答でした。

◇販路開拓をするには、ターゲットの明確化や競争力のある商品、販路開拓方法、それにかかわる情報収集など資金だけでなく、時間と労力が必要です。

○商品開発について



- 行っている、または実施に向けて準備中
- 検討中
- 機会があれば行いたい
- 行う予定はない

商品開発の課題について



○商品開発力に課題を感じる事業者が多数

◇商品開発の課題として、商品開発力が課題との回答が最も多く、続いて営業人材の確保、製品・商品・サービスの供給能力が多数でした。

◇商品開発するにあたって3つのポイントを押さえることが重要です。

①消費者ニーズの調査・分析

情報収集し、消費者ニーズを理解。また、ターゲットを明確化し、競合商品との差別化ができるか検討。

②自社の強みを活かした商品コンセプトを策定

自社の強み（技術力、ブランド力、販売力など）を活かせる商品コンセプトの策定。独創性や革新性のある商品開発で、競合との差別化を図る。

③開発プロセスの効率化

市場調査、企画、設計、試作、テスト、量産、販売など商品開発の各ステップの各予算、スケジュールの明確化。連携を密にし、スムーズな開発に努める。

◇以上のポイントの他にも、情報集収、開発企画するための人員・人材、開発費用や宣伝費用、生産設備などの資金など事前準備に必要なものは多いです。

○経営上の問題について（企業の生の声）

カテゴリー	企業の生の声（一部抜粋）	業種
人出関係	部署の引継ぎが進んでいない。高齢化。	製造業
	従業員の年齢が上がっており、若い人材が不足している。随時求人募集しているが若い求人がない。	建設業
	人材を募集しても人が集まらず、仕事はあるが遂行できない。	サービス業
	人材、人員不足	サービス業、小売業
	就職説明会に積極的に参加し、高齢化に伴う予めの募集をしているが、営業職の募集に苦戦している。中途採用で対応。	製造業
	優秀な人材確保	小売業
	医師不足	サービス業
	後継者がいない	サービス業
その他	弊社の主力商品のメリット部分が、国内に浸透しにくく代替商品で価格・認知度の違いにより他社商品と比較されることで購入まで行きつきにくい。海外から浸透させて国内浸透を考えているが国内よりは商品への理解力はあるが、価格でなかなか商談が進みにくく、購入まで時間がかかる。	製造業
	2024年4月からの時間外上限規制の適応についての対策	建設業
	人材の確保と育成、IT化による業務効率化が課題。全く出来ていないわけではないものの、長い目で考えた時に非常に危機感を覚える。企業努力はもちろんだが行政や学校など一体となった取り組み、IT投資を継続的かつ強力に行わなければ根本的な解決が困難な時期。現状維持で進めると手遅れになる可能性が高いのではないかと。現役世代や権限を有している方がもっと若い世代の認識や考え方に耳を傾ける必要がある。	卸売業
	駐車場の確保	建設業
	仕入食品の値上げ	サービス業
	資金繰り	サービス業
	時代の流れをつかめない	小売業
	地域経済の衰勢	建設業
売上低下	建設業	

トピックス ～2024年問題とは～

「2024年問題」とは働き方改革関連法による時間外労働の上限規制によって発生する様々な問題のことです。働き方改革関連法により時間外労働や休日出勤についての制限が厳密になり、上限を超えて時間外労働、休日出勤させた場合、罰則の対象となります。

従業員の働く環境にとっては良い法律ですが、人材不足・長時間労働になりやすい建設業、運送・物流業にとっては深刻な問題であります。

作業員の労働時間の減少によって工期の遅れが生じる可能性があります。それに対し、人員を増やして対応しますが人件費が高くなるため、結果的に工事費も高くなってしまいう可能性があります。

トラック運送会社の売上減少やトラックドライバーの賃金減少・離職の影響で、荷主側は運賃を高くせざるをえない状況になる可能性があります。運賃が高くなることで、商品への価格転嫁がなされ、私たち消費者の負担が増える可能性があります。

分類	令和6年3月31日まで	令和6年4月1日から
建設事業 (この事業における交通誘導警備業務を含む)	上限規制は適用されない。 ※上限規制とは (時間外労働の上限)	○災害の復旧・復興の事業を除き、上限規制をすべて適用。 ※災害の復旧・復興の場合は、時間外・休日労働について 「月100時間未満/2～6か月平均80時間内」の規制が適用されない。
自動車運転の業務	○原則 ・月45時間、年間360時間 ○特別条項を利用した場合 ・年間720時間、月100時間未満 ・複数月平均80時間以内	○特別条項付き協定を締結する場合の時間外労働の上限は年960時間 (休日労働を含まない) 以下の規制は適用されない。 ・月100時間未満 ・2～6か月平均80時間以内 ・月45時間を超えることができるのは年6か月まで