

No.50

# 真庭商工会景況調査

令和2年7～9月期

真庭商工会

〒719-3214 岡山県真庭市鍋屋6  
Tel0867-42-4325 Fax0867-42-4337

## 調査要領

調査方法	経営指導員の直接訪問による調査
調査項目	売上高、売上単価、仕入単価、在庫、資金繰り、借入難度、収益状況、業況判断、雇用人員
調査対象期間	令和2年7～9月期の現状 令和2年10～12月期の見通し
調査時期	令和2年10月
調査対象	真庭商工会の会員企業100社
有効回答数	100社

内訳

業種別	製造業	建設業	卸小売業	サービス業
	25社	25社	25社	25社
従業員規模別	1人以下	2～9人	10人以上	
	21社	47社	32社	
経営組織別	法人	個人		
	63社	37社		

DI Diffusion Index の略。売上高、仕入単価、業況判断など各調査項目について、前年の同時期と比較した判断の状況を表す。  
 $DI = (\text{増加} \cdot \text{上昇} \cdot \text{好転等の回答割合}) - (\text{減少} \cdot \text{低下} \cdot \text{悪化等の回答割合})$   
DI がプラスの時は増加・上昇・好転等を表す回答の割合が多いことを示し、マイナスの時は減少・低下・悪化等を表す回答の割合が多いことを示している。

## 目次

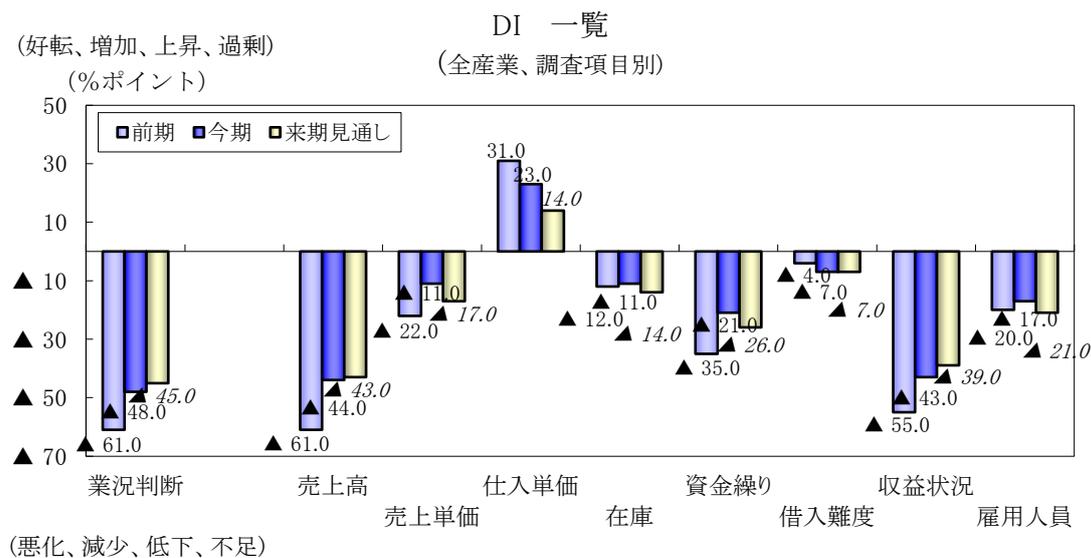
概況 .....	1
1. 今期の状況と来期の見通し.....	3
a) 業況判断-----	3
b) 売上高(完成工事高、加工高等)-----	4
c) 売上単価(加工・受注単価等)-----	5
d) 仕入単価(原材料、商品等)-----	6
e) 在庫(商品、製品等)-----	7
f) 資金繰り-----	8
g) 借入難度(含む手形割引)-----	9
h) 収益状況(経常利益)-----	10
i) 雇用人員(人手)-----	11
2. 今期直面している経営上の問題点 .....	12
3. 現在(今後)進めている(いく)経営改善対策 .....	14
4. その他(景気動向に関するコメント、財政・金融政策に対する要望等) .....	16

## 概況

令和2年7～9月期の業況判断DIは▲48.0と前期比13.0ポイント上昇し、3期ぶりに改善した。新型コロナウイルス感染症による悪影響は、緊急事態宣言が発令されていた前期に底を打ち、景況感の方向は持ち直しへと舵を切った。もっとも、新型コロナの影響が出始めた1～3月期のDI（▲46.0）並みの水準であることから、依然として厳しい状況に変わりはない。

今回の調査でも、直面している経営上の最重要の問題点として「民間需要の停滞」が突出する結果となった。新型コロナが当地にもたらした最も大きな影響は、需要の喪失であるが、その需要の戻りは業種別にまだらであった。当初からコロナの影響が大きかった卸小売業、サービス業の戻り幅は大きかった一方、製造業、建設業では緩やかであった。とりわけ、政府の需要喚起策の効いたサービス業は大きく改善した。

コロナ・ショックは底入れし、先行き10～12月期の業況判断DIは、3.0ポイント上昇の▲45.0と改善が見込まれている。もっとも、その持ち直しは非常に緩やかなうえ、卸小売業、サービス業では再び悪化の方向となっている。国内の感染状況は落ち着きつつあるも、コロナ下で制約される経済活動が続くことから、とりわけ消費者マインドの影響を受けやすい事業者において、先行きの不透明感が強く意識されている。



### 今期直面している経営上の問題点

最重要として挙げられたもの

総合	上位項目	回答企業の割合 (%)
1位	民間需要の停滞	37.8
2位	人手不足・確保難	14.3
3位	官公庁の需要の停滞	7.1

### 現在（今後）進めている（いく）経営改善対策

最重要として挙げられたもの

総合	上位項目	回答企業の割合 (%)
1位	販売・受注・出荷数量の増加	29.0
2位	人材の育成	15.0
3位	経費の削減	12.0

## 業況天気図

	全産業	製造業	建設業	卸小売業	サービス業
2/1～3	 ▲ 46.0	 ▲ 48.0	 ▲ 12.0	 ▲ 72.0	 ▲ 52.0
4～6	 ▲ 61.0	 ▲ 72.0	 ▲ 40.0	 ▲ 68.0	 ▲ 64.0
7～9	 ▲ 48.0	 ▲ 64.0	 ▲ 44.0	 ▲ 56.0	 ▲ 28.0
10～12	 ▲ 45.0	 ▲ 56.0	 ▲ 20.0	 ▲ 68.0	 ▲ 36.0

判定基準 業況判断 DI の水準

					
20以上	0以上 20未満	▲20以上 0未満	▲40以上 ▲20未満	▲60以上 ▲40未満	▲60未満

### (製造業)

令和2年7～9月期の業況判断 DI は、前期比 8.0 ポイント上昇の▲64.0 と 5 期ぶりに改善した。経済活動の再開が生産面に波及したことで持ち直したものの、卸小売業やサービス業に比べると戻りは鈍くなっている。先行きについては、世界及び日本経済の持ち直しを背景に域外需要が動き出したことから、8.0 ポイント上昇の▲56.0 と緩やかに持ち直しが続く見込みである。

### (建設業)

令和2年7～9月期の業況判断 DI は 3 期連続で悪化し、前期比 4.0 ポイント低下の▲44.0 となった。受注量はさほど悪化していないものの、工事単価下落や人手確保難など、利益水準の厳しさが景況感を押し下げた。足元の受注は堅調なことから工事採算の確保を図ることで、先行きは 24.0 ポイント上昇の▲20.0 と改善を見込んでいる。

### (卸小売業)

令和2年7～9月期の業況判断 DI は、▲56.0 と前期比 12.0 ポイント上昇し、2 期連続で改善した。新型コロナによる消費の減少が和らぎ、事業者向けビジネスでも持ち直しの動きがみられた。もっとも、先行きについては多くの事業者が懐疑的な見方をしており、10～12月期は▲68.0 と 12.0 ポイント低下し、今回の改善幅は丸々消失する見込みである。

### (サービス業)

令和2年7～9月期の業況判断 DI は、▲28.0 と前期比 36.0 ポイント上昇し、3 期ぶりに改善した。外出の動きが戻りつつあるのに加え、「Go To トラベル」など政府の需要喚起策が大きく奏功した。もっとも、官製の需要創出による押し上げには持続性に懐疑感もあり、先行きは▲36.0 と 8.0 ポイントの低下が見込まれている。

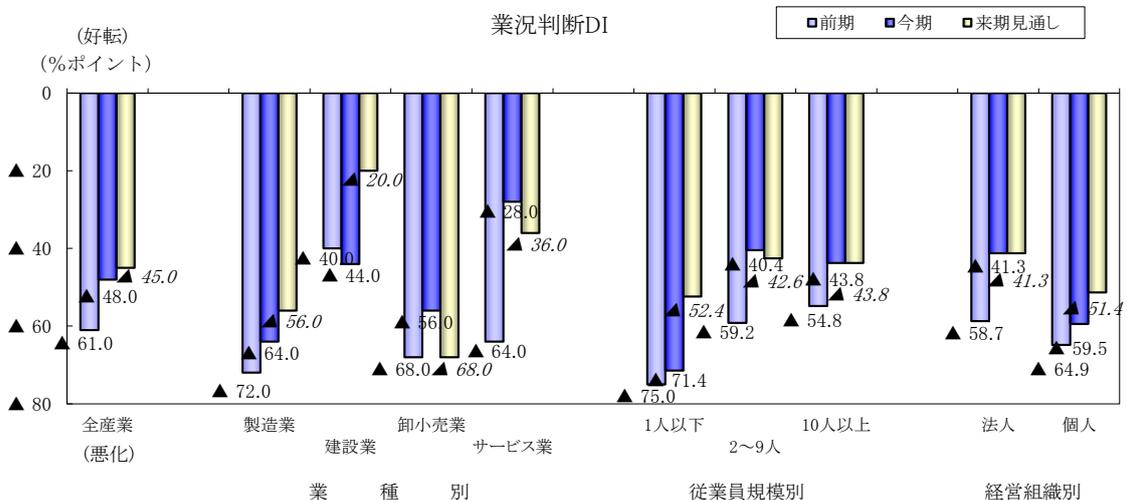
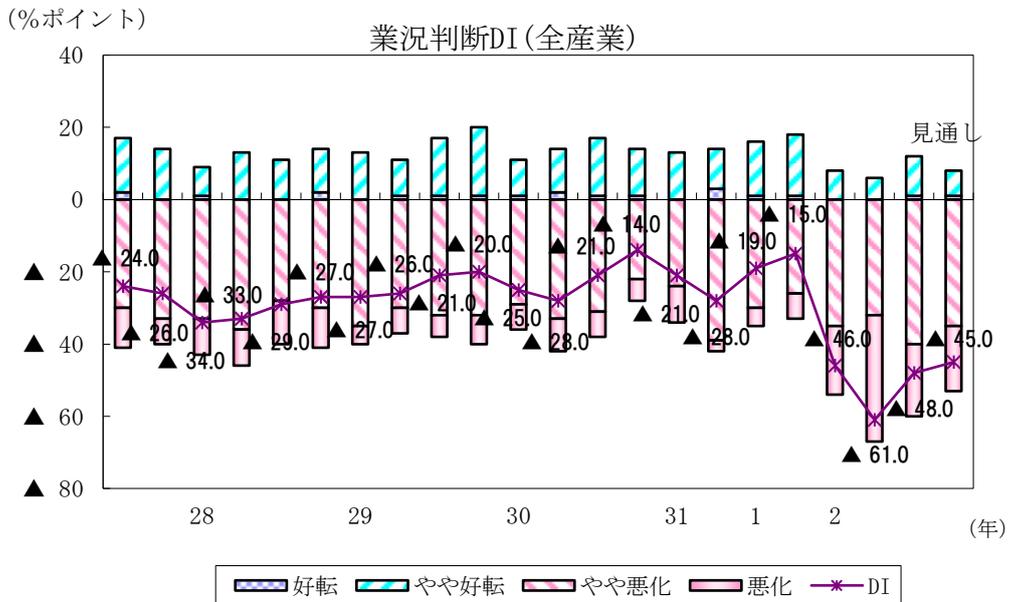
# 1. 今期の状況と来期の見通し

## a) 業況判断

### コロナ・ショックは底入れへ

令和2年7～9月期の業況判断DIは、前期比13.0ポイント上昇の▲48.0と3期ぶりに改善した。「悪化」の回答割合は前回の35.0%から20.0%まで減少し、今般のコロナ・ショックによる景気悪化は底入れがうかがえる。とりわけサービス業は36.0ポイントの大幅改善となり、外出自粛の緩和や「Go To トラベル」などの政策効果がみられる。同様に製造業、卸小売業も改善した一方で、建設業は悪化した。建設業ではコロナの影響が後追いとなっていることと、工事採算の厳しさが理由である。従業員規模別にみると、1人以下、2～9人、10人以上のいずれも3期ぶりの改善となった。経営組織別にみると、法人は4期ぶり、個人は3期ぶりに改善した。

先行き10～12月期は、新型コロナによる悪影響は緩やかながら和らぎ、3.0ポイント上昇の▲45.0と改善を見通している。

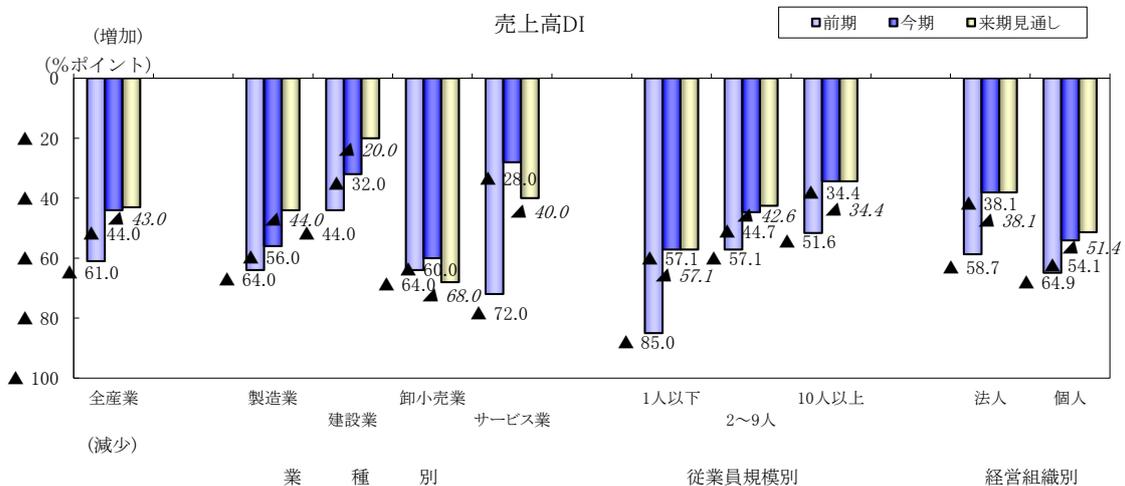
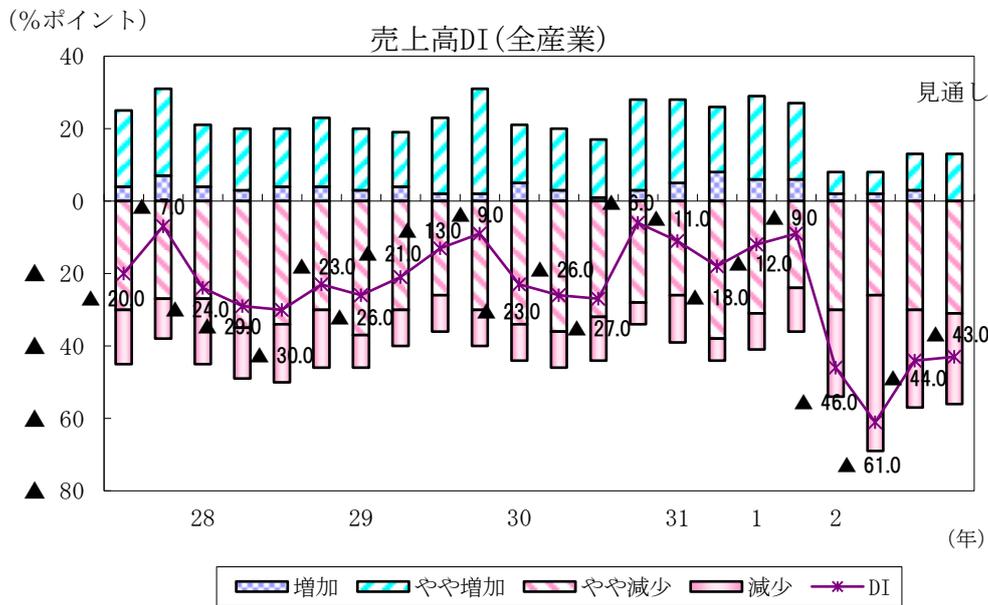


b) 売上高(完成工事高、加工高等)

売上高DIは、3期ぶり上昇も低水準

令和2年7~9月期の売上高DIは前期比17.0ポイント上昇の▲44.0と3期ぶりに上昇した。もっとも、1~3月期(▲46.0)並みの水準にとどまり、需要の減退は続いている。業種別にみると、製造業とサービス業は3期ぶり、建設業は4期ぶり、卸小売業は2期連続で上昇した。上昇幅をみると、サービス業の44.0ポイントが際立った。従業員規模別にみると、1人以下、2~9人は3期ぶり、10人以上は5期ぶりの上昇となった。経営組織別にみると、法人は4期ぶり、個人は3期ぶりに上昇した。

先行き10~12月期は1.0ポイント上昇の▲43.0を見込むものの、卸小売業、サービス業はそれぞれ低下を見越しており、両業種では一本調子の回復に懐疑的な見方が強い。

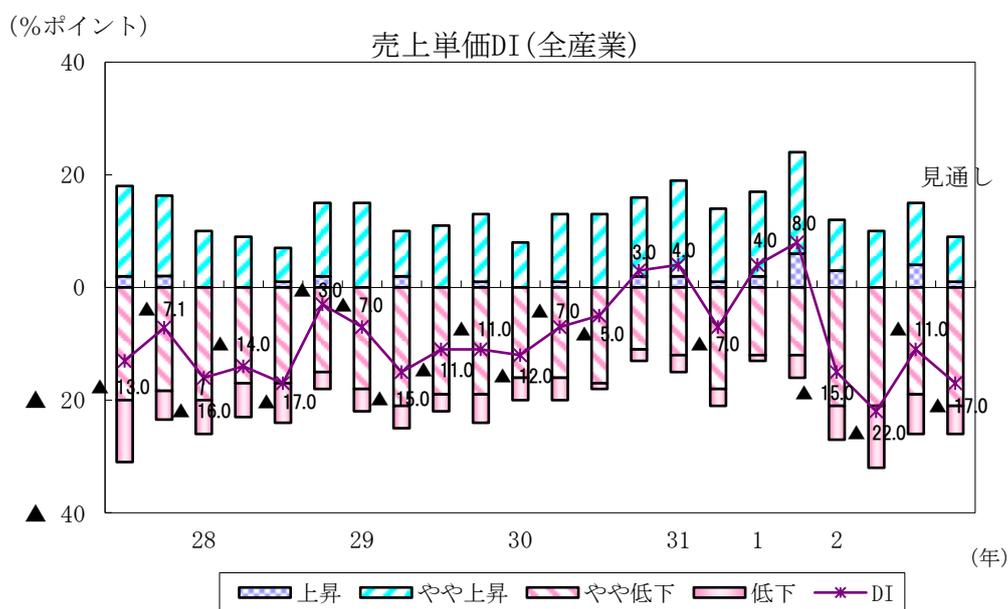


### c) 売上単価(加工・受注単価等)

#### 売上単価DIは、低下の動きが持ち直し

令和2年7～9月期の売上単価DIは、前期比11.0ポイント上昇の▲11.0となり、3期ぶりに上昇した。新型コロナ感染拡大に伴う景気悪化で加速した売上単価低下の動きは、一旦持ち直した。もっとも、コロナで隠れていた消費増税の影響がここに来て出ている可能性もある。業種別にみると、建設業は2期ぶりに低下したものの、製造業、サービス業は3期ぶり、卸小売業は4期ぶりに上昇した。サービス業は28.0ポイント上昇し0.0となり、低下超を脱した。従業員規模別にみると、1人以下は4期ぶり、2～9人、10人以上は3期ぶりに上昇した。経営組織別にみると、法人、個人ともに3期ぶりに上昇した。

先行き10～12月期は建設業を除くすべての業種で低下し、全産業では6.0ポイント低下の▲17.0となり、すんなりと上昇の弧を描く見通しにはない。

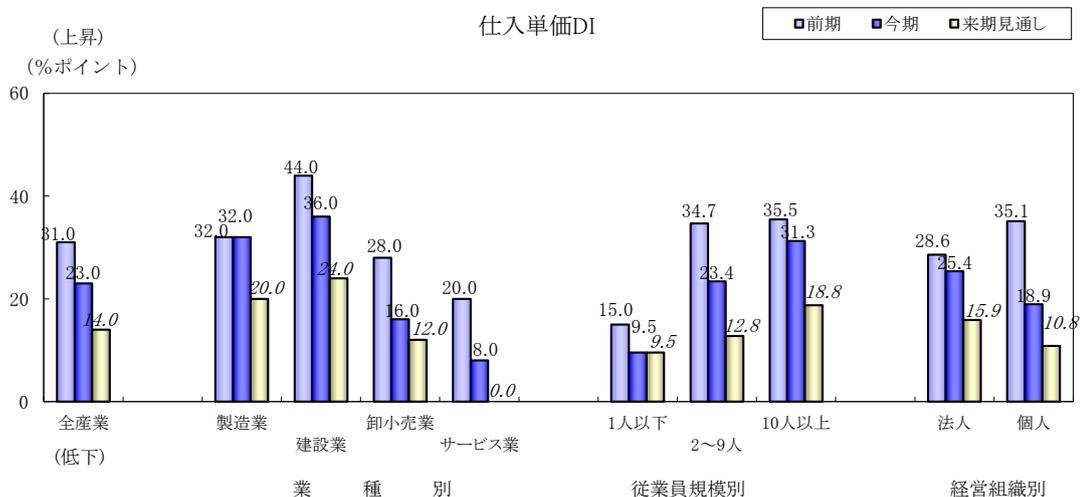
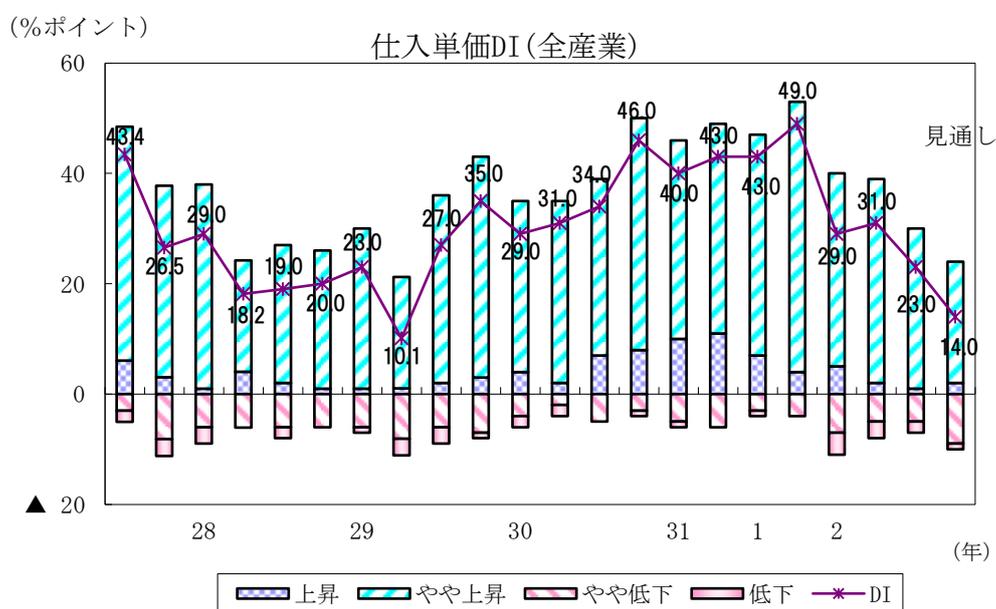


#### d) 仕入単価(原材料、商品等)

##### 仕入単価DIは、上昇の動きがさらに緩和

令和2年7～9月期の仕入単価DIは、前期比8.0ポイント低下の23.0と2期ぶりに低下した。消費増税で上がるべき仕入単価を新型コロナが下押ししていることがうかがえる。業種別にみると、製造業は横ばいだったものの、建設業は2期連続、卸小売業、サービス業は2期ぶりに低下した。従業員規模別にみると、1人以下、10人以上は2期ぶり、2～9人は3期連続で低下した。経営組織別にみると、法人、個人ともに2期ぶりに低下した。

先行き10～12月期は9.0ポイントの低下の14.0と、仕入単価上昇の動きは緩和のトレンドが鮮明となっている。

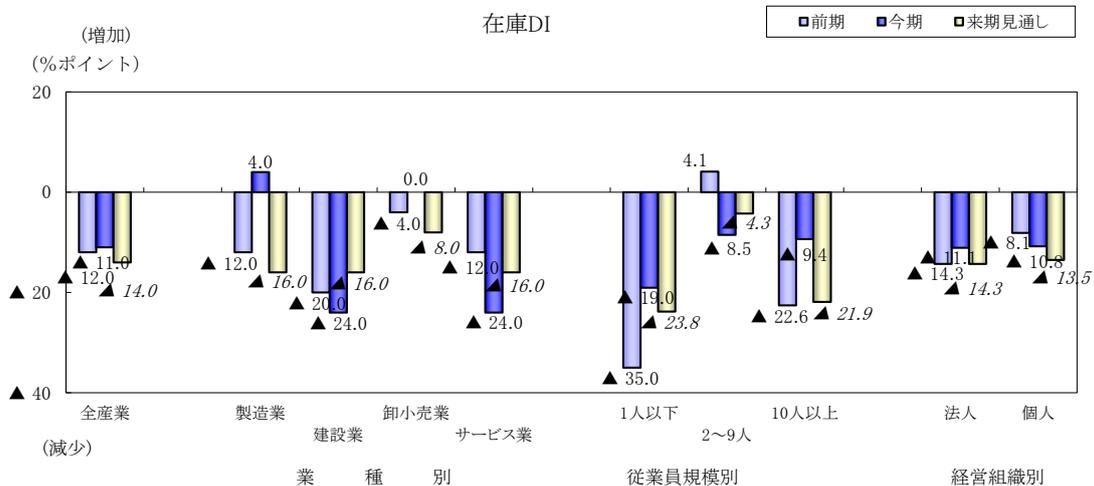
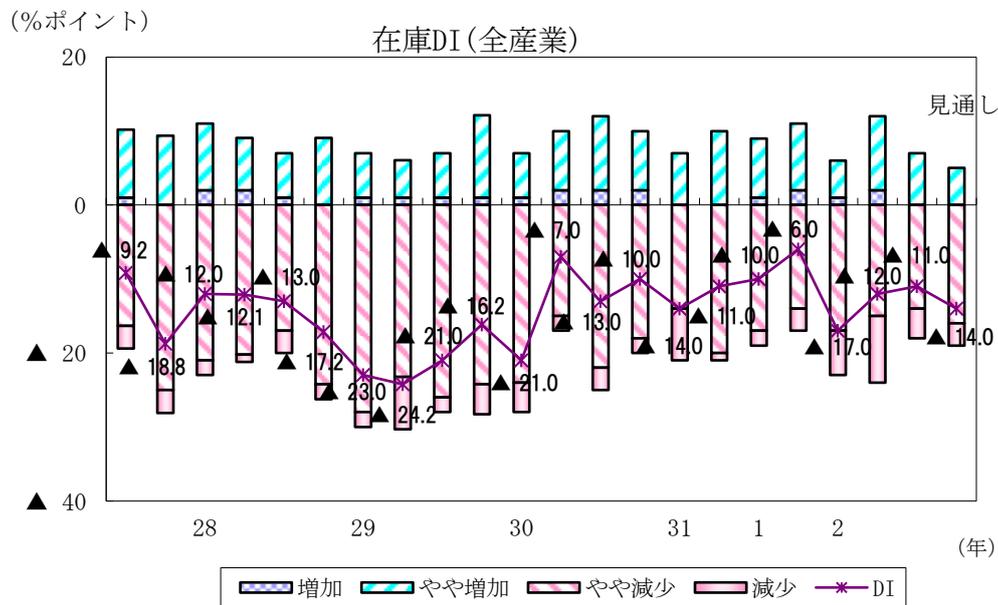


e) 在庫(商品、製品等)

在庫DIは、減少超幅が縮小

令和2年7~9月期の在庫DIは、前期比1.0ポイント上昇の▲11.0となった。概ね横ばいであるが、前回比較的割合の高かった「増加」「減少」がそれぞれ減少し、一部事業者でみられた在庫急増減の混乱が落ち着いたようだ。業種別にみると、建設業、サービス業は2期ぶりに低下した一方、製造業は2期ぶり、卸小売業は2期連続で上昇した。製造業は12期ぶりに「増加超」に転じた。従業員規模別にみると、2~9人は2期ぶりに低下したものの、1人以下は3期連続、10人以上は3期ぶりに上昇した。経営組織別にみると、個人は2期ぶりに低下した一方、法人は3期ぶりに上昇した。

先行き10~12月期は3.0ポイント低下の▲14.0と、在庫抑制の動きは再び強まる見込みである。

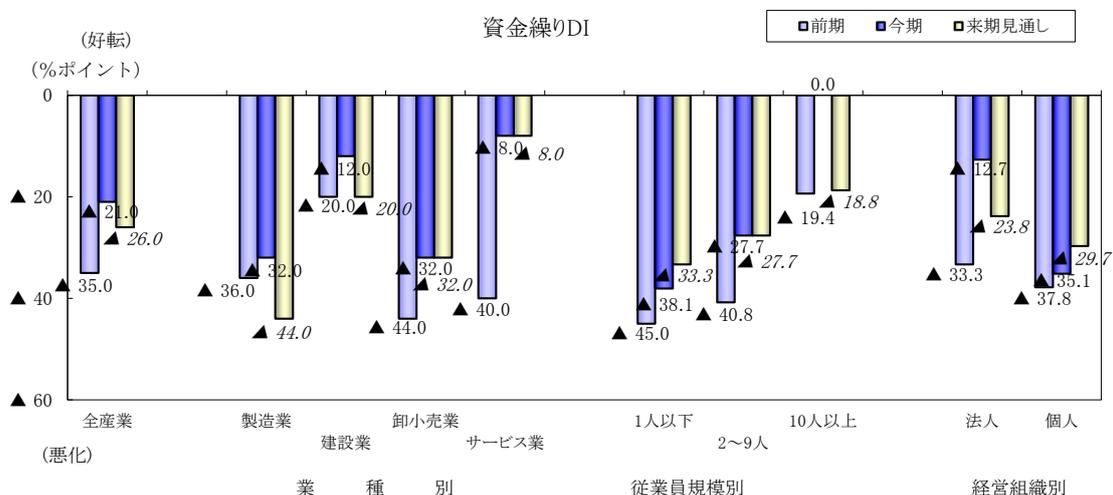
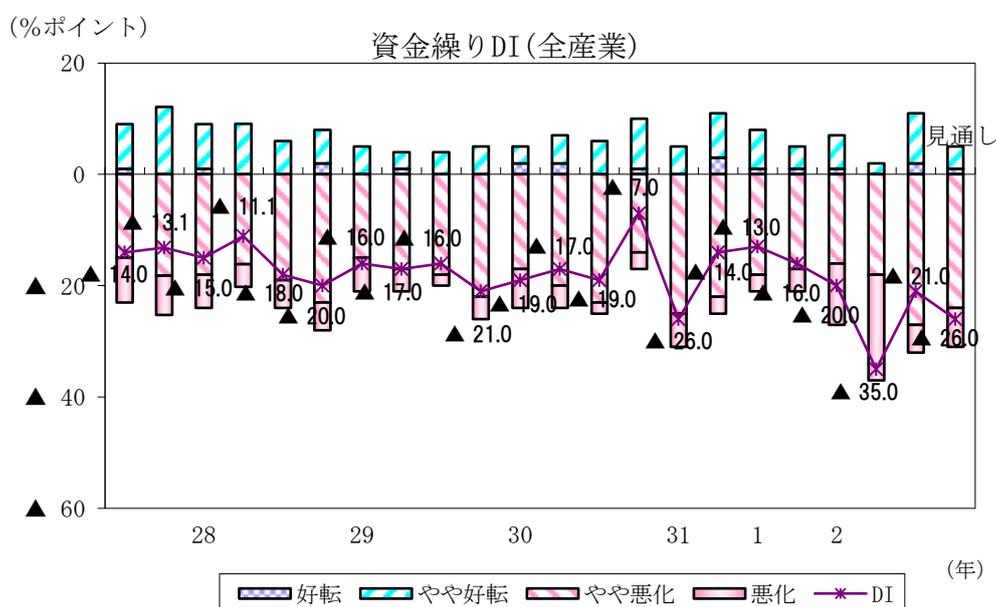


## f) 資金繰り

### 資金繰りDIは改善も、悪化トレンド続く

令和2年7～9月期の資金繰りDIは、前期比14.0ポイント上昇の▲21.0と4期ぶりに改善した。「やや悪化」と回答した割合が増加した一方で、「悪化」の回答割合が大きく減少したうえ「好転」の回答割合が増加した。業種別にみると、製造業は2期ぶり、建設業は4期ぶり、卸小売業は5期ぶり、サービス業は3期ぶりの改善となった。従業員規模別にみると、1人以下は3期ぶり、2～9人は4期ぶり、10人以上は2期ぶりに改善した。経営組織別にみると、法人は4期ぶり、個人は3期ぶりに改善した。

もっとも、資金繰りDIはコロナ前の平成30年10～12月期(▲7.0)をピークに悪化のトレンドを辿っている。先行き10～12月期は5.0ポイント低下の▲26.0と悪化し、悪化トレンドを脱するまでには至らない見通しとなっている。

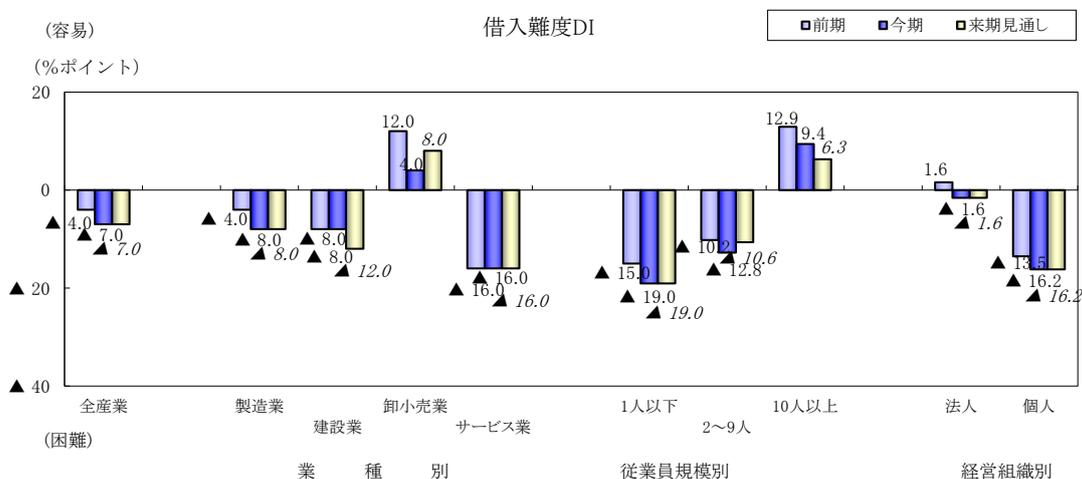
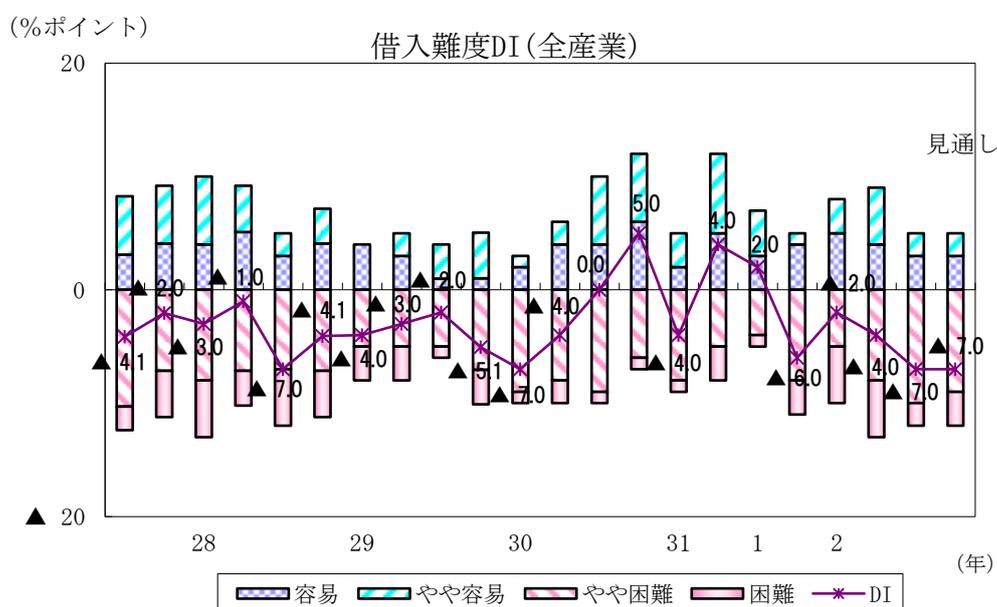


### g) 借入難度(含む手形割引)

#### 借入難度DIは、2期連続で悪化

令和2年7～9月期の借入難度DIは3.0ポイント低下の▲7.0と2期連続で悪化した。業種別にみると、建設業、サービス業は横ばいだったものの、製造業、卸小売業は3期ぶりに悪化した。従業員規模別にみると、1人以下は3期ぶり、2～9人は5期連続、10人以上は2期連続で悪化した。経営組織別にみると、法人は3期ぶり、個人は2期連続で悪化した。水準をみると、サービス業は▲16.0、1人以下は▲19.0、個人は▲16.2となっており、業種や規模による格差がうかがえ、前期に続き、より個々の事業者へ目配りしての資金繰り支援が必要となっている。

先行き10～12月期は横ばいの▲7.0と、借入難度の悪化傾向に歯止めがかかる見通しである。

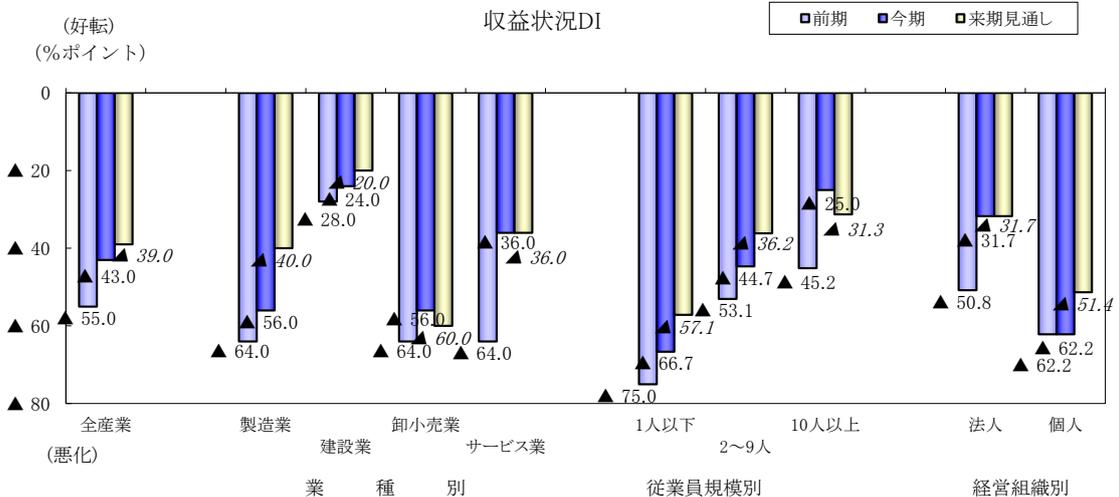
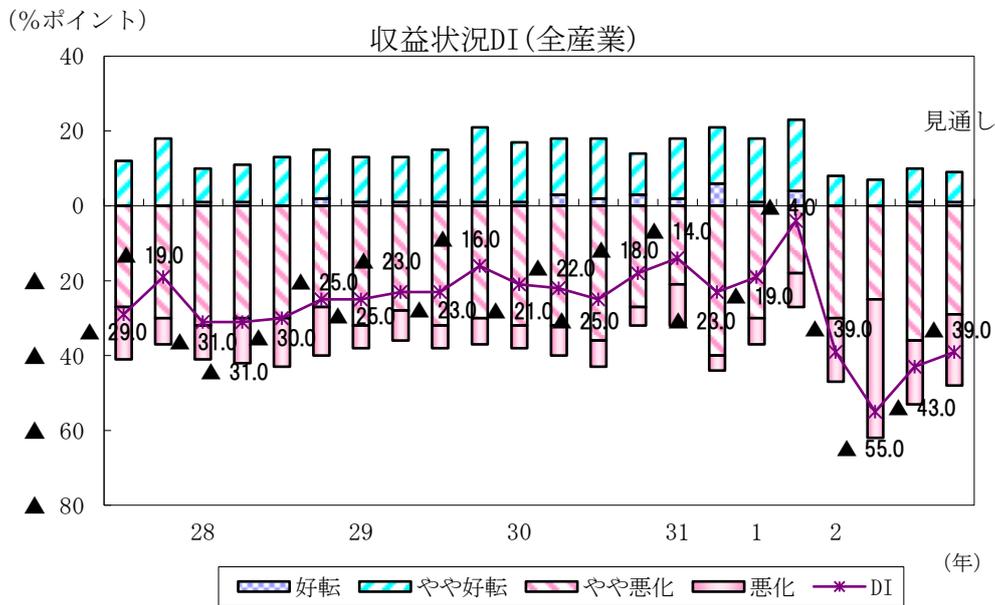


## h) 収益状況(経常利益)

### 収益状況 DI は、持ち直すも低水準

令和2年7～9月期の収益状況 DI は▲43.0 と3期ぶりに改善したものの、1～3月(▲39.0)の水準までは戻らず、依然低水準となっている。業種別にみると、すべての業種で3期ぶりの改善となった。とりわけサービス業は28.0ポイント上昇し、上昇幅を同じくした売上単価 DI の上昇が利益改善に寄与していることがうかがえた。従業員規模別にみると、すべての規模で3期ぶりの改善となった。経営組織別にみると、個人は横ばい、法人は3期ぶりに改善した。

先行き10～12月期は4.0ポイント上昇の▲39.0と小幅改善見込みであるが、依然として低めの水準を見通している。

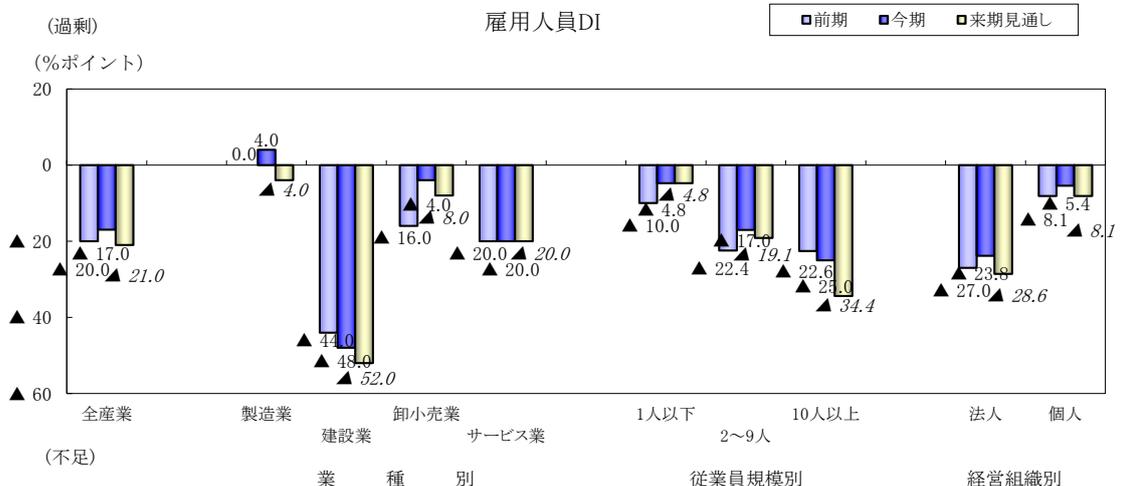
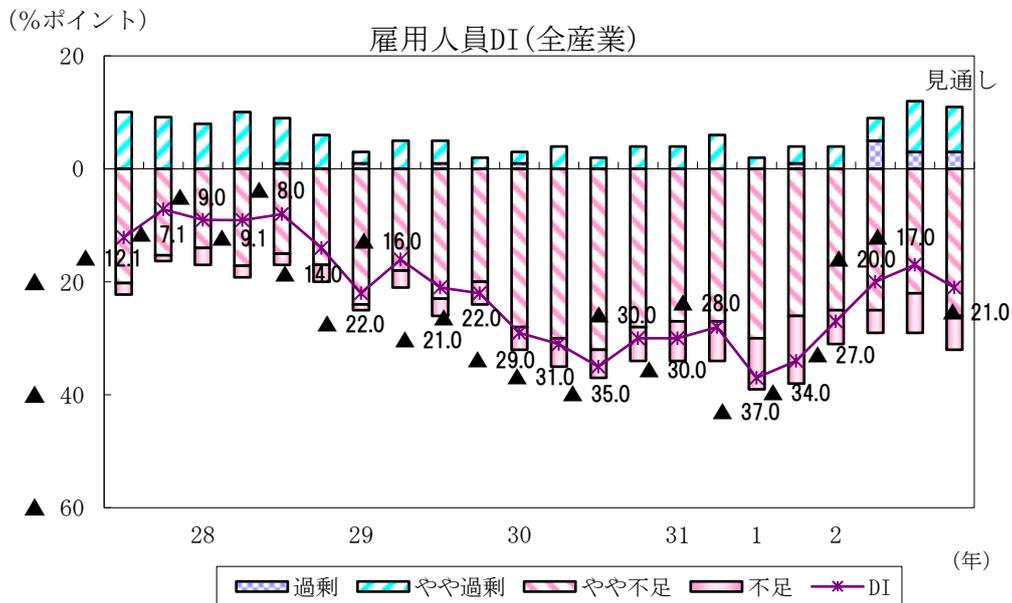


## i) 雇用人員(人手)

### 人手不足感は引き続き和らぐ

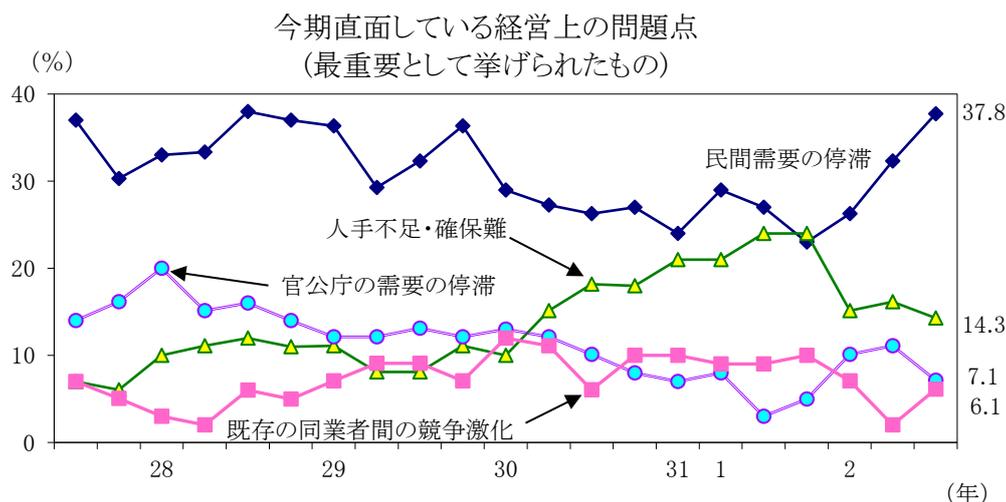
令和2年7～9月期の雇用人員DIは、前期比3.0ポイント上昇の▲17.0と4期連続で上昇した。「不足超」は33期連続となったものの、不足超幅の縮小傾向が鮮明となっている。業種別にみると、サービス業は横ばい、建設業は不足超幅が4期ぶりに拡大したものの、製造業は4期連続で上昇し過剰超に転じ、卸小売業は2期ぶりに不足超幅が縮小した。従業員規模別にみると、10人以上は4期ぶりに不足超幅が拡大したものの、1人以下は3期ぶり、2～9人は4期連続で不足超幅が縮小した。経営組織別にみると、法人は3期連続、個人は3期ぶりに不足超幅が縮小した。

先行き10～12月期は4.0ポイント不足超幅が拡大の▲21.0と、人手不足緩和の動きは一服する見通しである。



## 2. 今期直面している経営上の問題点

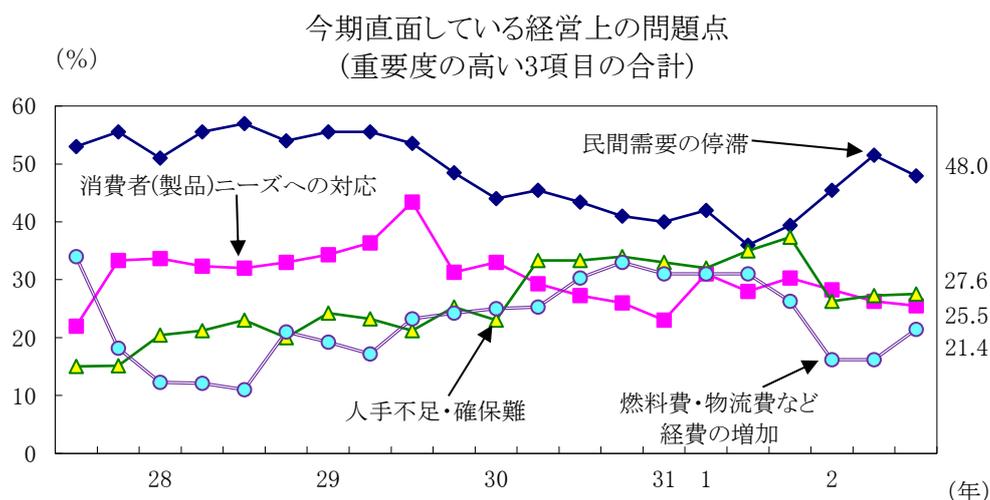
今期直面している経営上の問題点のうち最重要として挙げられた項目をみると、最多は「民間需要の停滞」（37.8％）で、2位に「人手不足・確保難」（14.3％）、3位に「官公庁の需要の停滞」（7.1％）が続いた。業種別にみると、「民間需要の停滞」は製造業、卸小売業、サービス業で、「人手不足・確保難」は建設業でそれぞれ最多となった。「民間需要の停滞」は総合の回答割合が5.5ポイント上昇したほか、従業員規模別、経営組織別でもすべての区分において1位となっており、前期からの突出ぶりが続いている。



今期直面している経営上の問題点  
最重要として挙げられたもの

総合	上位項目	回答企業の割合 (%)
	1位 民間需要の停滞	37.8
	2位 人手不足・確保難	14.3
	3位 官公庁の需要の停滞	7.1
業種別		
製造業	1位 民間需要の停滞	36.0
	2位 販売・受注価格(商品、製品等)の低下、上昇難	8.0
	〃 人手不足・確保難	8.0
	〃 官公庁の需要の停滞	8.0
	〃 人件費の増加	8.0
建設業	1位 人手不足・確保難	28.0
	2位 民間需要の停滞	24.0
卸小売業	1位 民間需要の停滞	60.0
	2位 人手不足・確保難	8.0
	〃 人件費の増加	8.0
サービス業	1位 民間需要の停滞	28.0
	2位 既存の同業者間の競争激化	16.0
従業員規模別		
1人以下	1位 民間需要の停滞	47.6
	2位 消費者(製品)ニーズへの対応	9.5
	〃 既存の同業者間の競争激化	9.5
	〃 仕入価格の上昇(商品、原材料等)	9.5
2人～9人	1位 民間需要の停滞	38.3
	2位 人手不足・確保難	14.9
10人以上	1位 民間需要の停滞	28.1
	2位 人手不足・確保難	21.9
経営組織別		
法人	1位 民間需要の停滞	33.3
	2位 人手不足・確保難	20.6
個人	1位 民間需要の停滞	43.2
	2位 消費者(製品)ニーズへの対応	8.1

今期直面している経営上の問題点のうち、重要度の高い3項目として指摘されたものを見ると、最多は「民間需要の停滞」(48.0%)で、2位に「人手不足・確保難」(27.6%)、3位に「消費者(製品)ニーズへの対応」(25.5%)が続いた。業種別にみると、製造業、卸小売業、サービス業では「民間需要の停滞」が前回に続き1位となった。建設業は「人手不足・確保難」が2期ぶりに最多となった。「民間需要の停滞」は従業員規模別、経営組織別において、すべての区分で前回同様1位となっている。

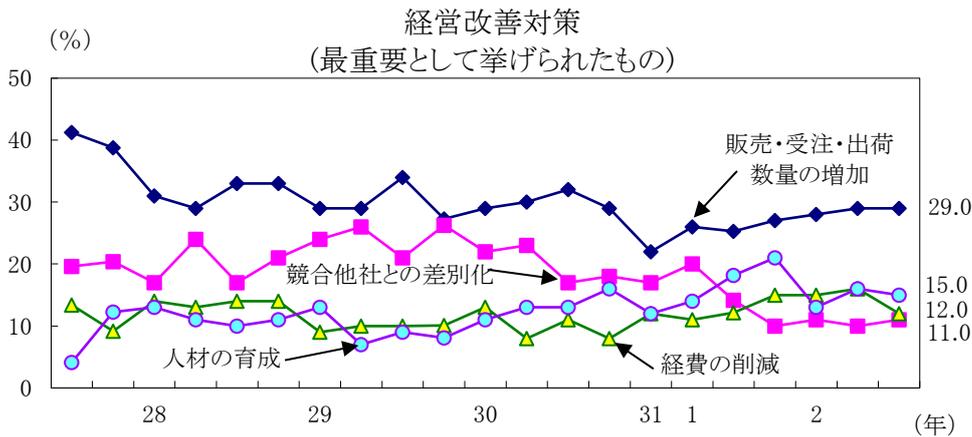


今期直面している経営上の問題点  
重要度の高い3項目の合計

総合	上位項目		回答企業の割合 (%)
	1位	2位	
総合	1位	民間需要の停滞	48.0
	2位	人手不足・確保難	27.6
	3位	消費者(製品)ニーズへの対応	25.5
業種別			
製造業	1位	民間需要の停滞	52.0
	2位	販売・受注価格(商品、製品等)の低下、上昇難	24.0
建設業	1位	人手不足・確保難	48.0
	2位	既存の同業者間の競争激化	40.0
卸小売業	1位	民間需要の停滞	64.0
	2位	消費者(製品)ニーズへの対応	40.0
サービス業	1位	民間需要の停滞	36.0
	2位	人手不足・確保難	32.0
	〃	仕入価格の上昇(商品、原材料等)	32.0
従業員規模別			
1人以下	1位	民間需要の停滞	57.1
	2位	消費者(製品)ニーズへの対応	38.1
2人～9人	1位	民間需要の停滞	44.7
	2位	人手不足・確保難	31.9
10人以上	1位	民間需要の停滞	43.8
	2位	人手不足・確保難	37.5
経営組織別			
法人	1位	民間需要の停滞	46.0
	2位	人手不足・確保難	39.7
個人	1位	民間需要の停滞	48.6
	2位	消費者(製品)ニーズへの対応	40.5

### 3. 現在(今後)進めている(いく)経営改善対策

現在(今後)進めている(いく)経営改善対策のうち、最重要として挙げられた項目は、「販売・受注・出荷数量の増加」(29.0%)が最多となり、次いで「人材の育成」(15.0%)、「経費の削減」(12.0%)と続いた。業種別にみると、製造業、建設業、卸小売業は「販売・受注・出荷数量の増加」が1位となった。サービス業は「競合他社との差別化」が1位となり、他の業種に比べ需要の回復が進んだことを物語っている。従業員規模別にみると、1人以下のみ「経費の削減」が1位となった。

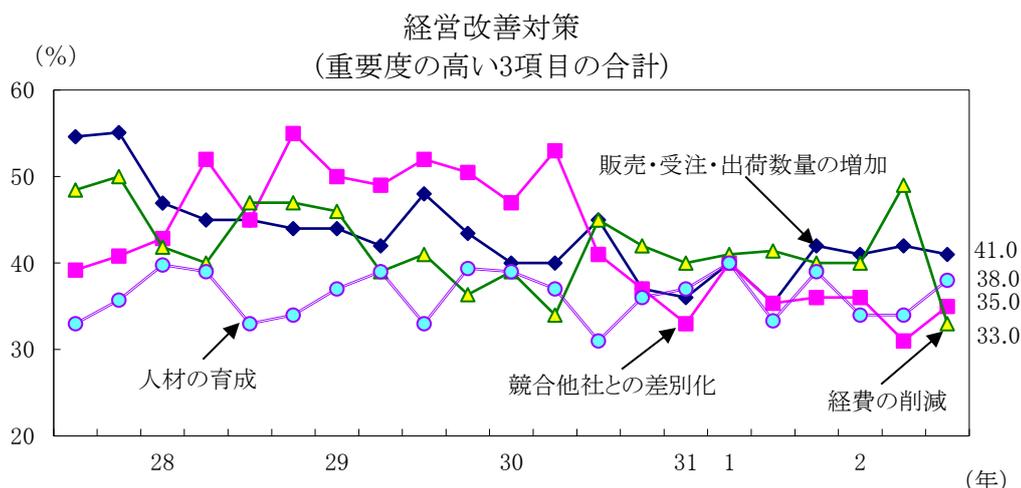


#### 現在(今後)進めている(いく)経営改善対策

最重要として挙げられたもの

総合		上位項目	回答企業の割合 (%)
	1位	販売・受注・出荷数量の増加	29.0
	2位	人材の育成	15.0
	3位	経費の削減	12.0
業種別			
製造業	1位	販売・受注・出荷数量の増加	40.0
	2位	経費の削減	16.0
建設業	1位	販売・受注・出荷数量の増加	28.0
	2位	人材の育成	20.0
	〃	雇用の拡大	20.0
卸小売業	1位	販売・受注・出荷数量の増加	36.0
	2位	人材の育成	12.0
サービス業	1位	競合他社との差別化	24.0
	2位	人材の育成	16.0
	〃	経費の削減	16.0
従業員規模別			
1人以下	1位	経費の削減	28.6
	2位	競合他社との差別化	23.8
2人～9人	1位	販売・受注・出荷数量の増加	76.2
	2位	人材の育成	33.3
10人以上	1位	販売・受注・出荷数量の増加	42.9
	2位	人材の育成	33.3
経営組織別			
法人	1位	販売・受注・出荷数量の増加	33.3
	2位	人材の育成	17.5
個人	1位	販売・受注・出荷数量の増加	21.6
	2位	競合他社との差別化	18.9

現在(今後)進めている(いく)経営改善対策のうち、重要度の高い3項目として指摘されたものは、「販売・受注・出荷数量の増加」(41.0%)が最多となり、次いで「人材の育成」(38.0%)、「競合他社との差別化」(35.0%)と続いた。前回最多の「経費の削減」(33.0%)は4位となった。従業員規模別にみると1人以下は「経費の削減」、2人～9人は「販売・受注・出荷数量の増加」、10人以上は「人材の育成」が1位となっている。「経費の削減」は外部要因による需要急減時に回答割合が高くなる傾向にあり、足元の回復感に企業規模による差異が生じていることがうかがえる。



現在 (今後) 進めている (いく) 経営改善対策  
重要度の高い3項目の合計

総合	上位項目		回答企業の割合 (%)
	1位	販売・受注・出荷数量の増加	41.0
	2位	人材の育成	38.0
	3位	競合他社との差別化	35.0
業種別			
製造業	1位	販売・受注・出荷数量の増加	60.0
	2位	人材の育成	40.0
建設業	1位	人材の育成	48.0
	2位	競合他社との差別化	40.0
卸小売業	1位	販売・受注・出荷数量の増加	44.0
	2位	人材の育成	36.0
サービス業	1位	競合他社との差別化	52.0
	2位	経費の削減	36.0
従業員規模別			
1人以下	1位	経費の削減	42.9
	2位	販売・受注・出荷数量の増加	28.6
	〃	販売単価の引上げ	28.6
2人～9人	1位	販売・受注・出荷数量の増加	48.9
	2位	人材の育成	34.0
10人以上	1位	人材の育成	59.4
	2位	販売・受注・出荷数量の増加	37.5
	〃	競合他社との差別化	37.5
経営組織別			
法人	1位	人材の育成	47.6
	2位	販売・受注・出荷数量の増加	46.0
個人	1位	競合他社との差別化	40.5
	2位	経費の削減	32.4
	〃	販売・受注・出荷数量の増加	32.4

#### 4. その他(景気動向に関するコメント、財政・金融政策に対する要望等)

##### 【製造業】

- ・コロナ禍の為、色々と何かを助成してほしい。補助金の情報等良いものがあれば又教えてほしい。
- ・会社内部で課題はないが、コロナの影響で売上が減っているため、対抗策がない。

##### 【建設業】

- ・慢性的に人手不足。

##### 【卸小売業】

- ・本当に困っている業界、会社の支援は必要ですが、便乗は困ったものと思います。未来につけを回すことになることを懸念しています。
- ・追加の経済対策を求めます。
- ・祭りの中止により売上大幅減。
- ・コロナにより自然減。
- ・少しは動き出したが、急な仕事以外は避けている感じ。一般客の売上が低下している。
- ・コロナ対策が大変。
- ・レジのフードをつけた (アクリル板)。

##### 【サービス業】

- ・コロナによる売上値引あり。
- ・Go To キャンペーンと修学旅行客の取り込みにより、かなり戻ったがまだ例年通りではない。
- ・Go To キャンペーンは大きな影響あり。