

No.51

真庭商工会景況調査

令和2年10～12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	メール、FAX、電話による調査
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10～12月期の現状 令和3年1～3月期の見通し
調査時期	令和3年1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	
	24社	44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。
 $DI = (\text{増加・上昇・好転等の回答割合}) - (\text{減少・低下・悪化等の回答割合})$
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

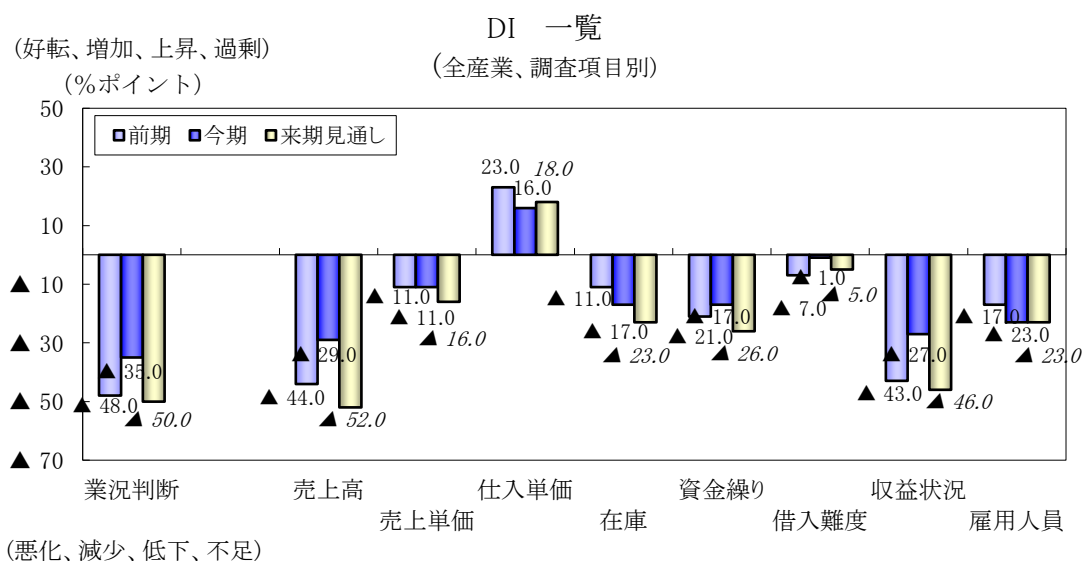
概況	1
1. 今期の状況と来期の見通し.....	3
a) 業況判断-----	3
b) 売上高(完成工事高、加工高等)-----	4
c) 売上単価(加工・受注単価等)-----	5
d) 仕入単価(原材料、商品等)-----	6
e) 在庫(商品、製品等)-----	7
f) 資金繰り-----	8
g) 借入難度(含む手形割引)-----	9
h) 収益状況(経常利益)-----	10
i) 雇用人員(人手)-----	11
2. 今期直面している経営上の問題点	12
3. 現在(今後)進めている(いく)経営改善対策	14
4. その他(景気動向に関するコメント、財政・金融政策に対する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

概況

令和2年10～12月期の業況判断DIは▲35.0と前期比13.0ポイント上昇し、2期連続で改善した。景況感は持ち直しが続いたものの、コロナ前の水準には戻っておらず、依然として新型コロナウイルスの影響が続いている。とりわけサービス業への影響は深刻で、期末に向け第3波の感染再拡大があったとはいえ、政府の需要喚起策もありながら、業種別では唯一、景況感が悪化した。

足元では首都圏を中心に緊急事態宣言が再発出されたこともあり、先行き令和3年1～3月期の業況判断DIは、15.0ポイント低下の▲50.0と、今回調査の改善幅を上回る悪化が見込まれている。見通しが特に厳しいのは、卸小売業、サービス業といった個人消費に関連する業種で、感染再拡大に伴って先行き不透明感が高まることは当然といえよう。

前期に続いて、経営上の問題点として「民間需要の停滞」、経営改善対策として「販売・受注・出荷数量の増加」を挙げる声が全体として多い中、今回調査では、前者に「人手不足・確保難」、後者に「人材の育成」を挙げる声が建設業では同程度以上あった。建設業は公共工事が下支えしていることもあり、最もコロナの影響が小さくなっている。コロナの影響は業種によって強弱があり、製造業も影響は総じて限定的である。感染再拡大による影響が大きい卸小売業、サービス業においては、二番底の懸念を抱えている。



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	33.0
2位	人手不足・確保難	14.0
3位	官公庁の需要の停滞	8.0
〃	消費者(製品)ニーズへの対応	8.0

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	32.3
2位	人材の育成	12.1
〃	経費の削減	12.1
〃	競合他社との差別化	12.1

業況天気図

	全産業	製造業	建設業	卸小売業	サービス業
2/4～6	 ▲ 61.0	 ▲ 72.0	 ▲ 40.0	 ▲ 68.0	 ▲ 64.0
7～9	 ▲ 48.0	 ▲ 64.0	 ▲ 44.0	 ▲ 56.0	 ▲ 28.0
10～12	 ▲ 35.0	 ▲ 48.0	 ▲ 8.0	 ▲ 52.0	 ▲ 32.0
3/1～3	 ▲ 50.0	 ▲ 44.0	 ▲ 24.0	 ▲ 68.0	 ▲ 64.0

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10～12月期の業況判断 DI は、前期比 16.0 ポイント上昇の▲48.0 と 2 期連続で改善した。制約を受けつつも、コロナ下での経済活動が定着し、持ち直しが続いた。先行き令和3年1～3月期も、感染再拡大は一部で悪影響を及ぼすものの、4.0 ポイント上昇の▲44.0 と、緩やかながら総じて持ち直しが続く見込みである。

(建設業)

令和2年10～12月期の業況判断 DI は、前期比 36.0 ポイント上昇の▲8.0 と 4 期ぶりに改善した。自動車道など大型工事も目立つ公共工事のほか、コロナで先送りされていた民間工事の後ずれで受注量が大きく上向いた。もっとも、先行き令和3年1～3月期は 16.0 ポイント低下の▲24.0 と、勢いは陰る見込みである。

(卸小売業)

令和2年10～12月期の業況判断 DI は、前期比 4.0 ポイント上昇の▲52.0 と、3 期連続で改善した。コロナ下での新しい消費活動の定着に加え、前年の消費増税による一時的な需要減少からの反動増もあるとみられる。もっとも、感染再拡大の影響から、先行き令和3年1～3月期は▲68.0 と 16.0 ポイント低下し、前回の緊急事態宣言発出時（令和2年4～6月期）の水準まで後退する見込みである。

(サービス業)

令和2年10～12月期の業況判断 DI は、▲32.0 と前期比 4.0 ポイント低下し、2 期ぶりの悪化となった。新型コロナ第3波の拡大により、年末に向け外出の自粛ムードが高まり、持ち直しの動きが腰折れした。感染再拡大の影響は、先行きをさらに悪化させ、令和3年1～3月期は▲64.0 と 32.0 ポイント低下し、前回の緊急事態宣言発出時（令和2年4～6月期）の水準まで後退する見込みである。

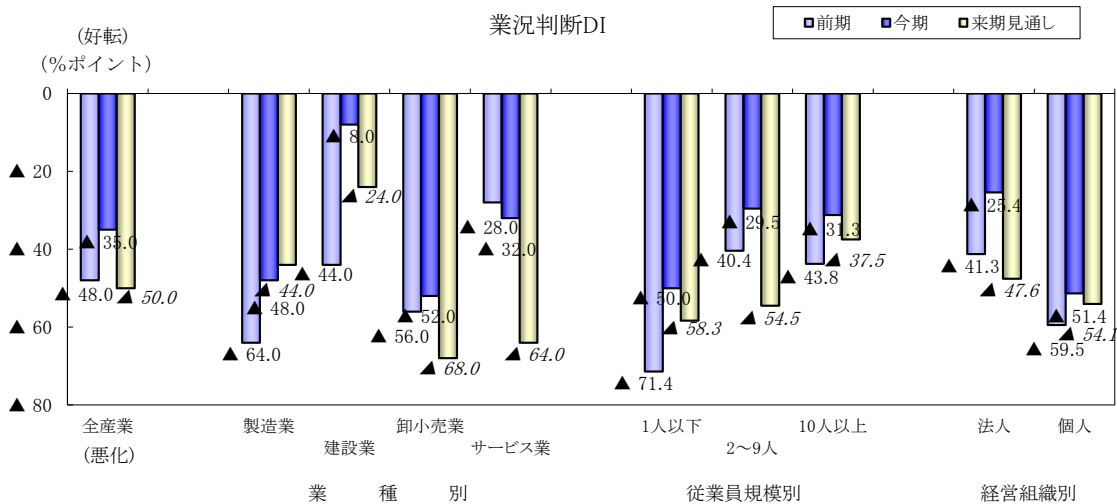
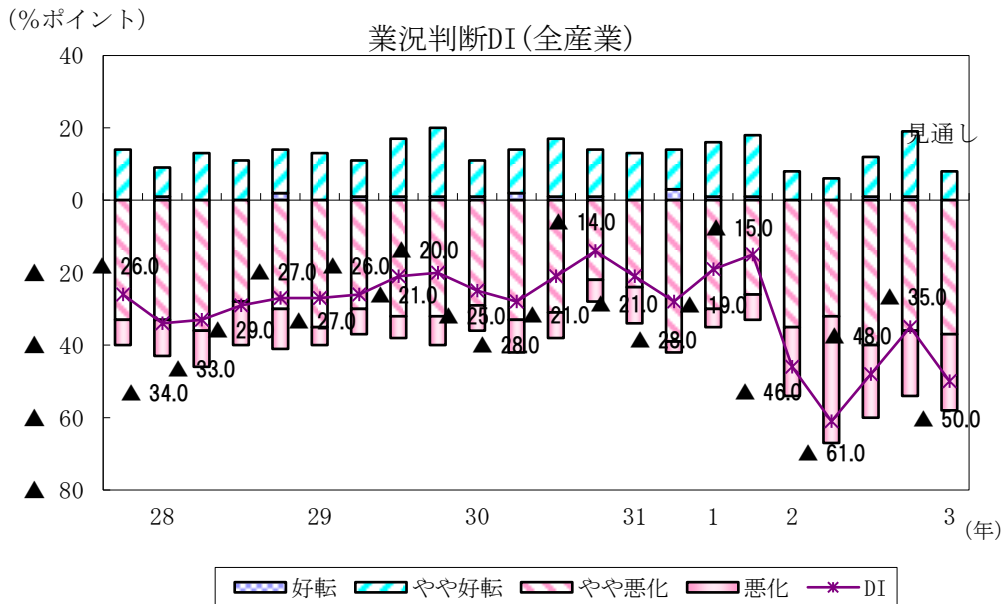
1. 今期の状況と来期の見通し

a) 業況判断

2 期連続の改善も、先行き二番底の懸念

令和2年10～12月期の業況判断DIは、前期比13.0ポイント上昇の▲35.0と2期連続で改善した。もっとも業種別にみると、その改善度合いに濃淡がみられる。建設業が36.0ポイント、製造業が16.0ポイントの上昇となる中、卸小売業の上昇幅は4.0ポイントにとどまった。さらに、新型コロナ第3波による感染再拡大の影響を最も受けたサービス業は悪化となった。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2期連続で改善した。経営組織別にみると、法人、個人ともに2期連続で改善した。

先行き令和3年1～3月期は、新型コロナ第3波の感染拡大が卸売業、サービス業で特に懸念されており、15.0ポイント低下した▲50.0と、悪化が見込まれている。

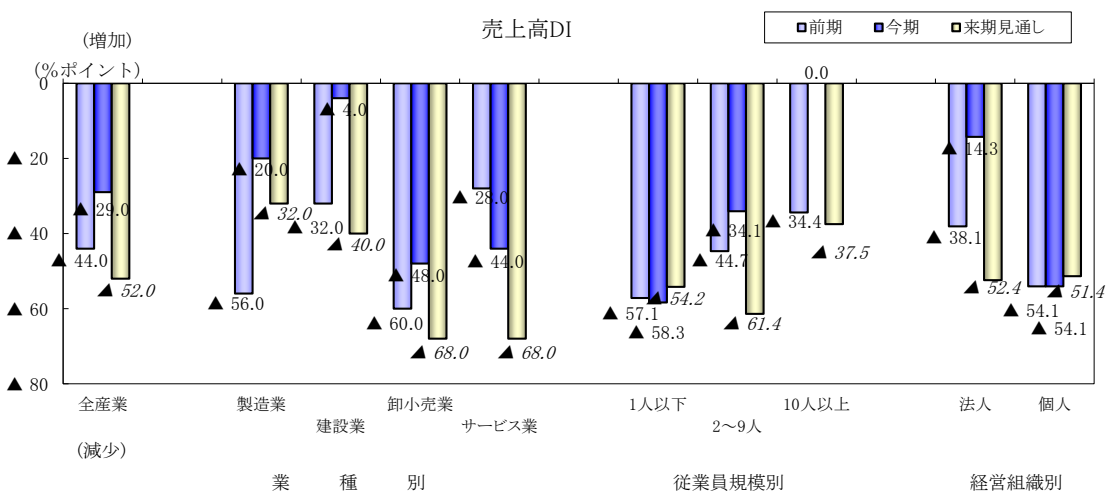
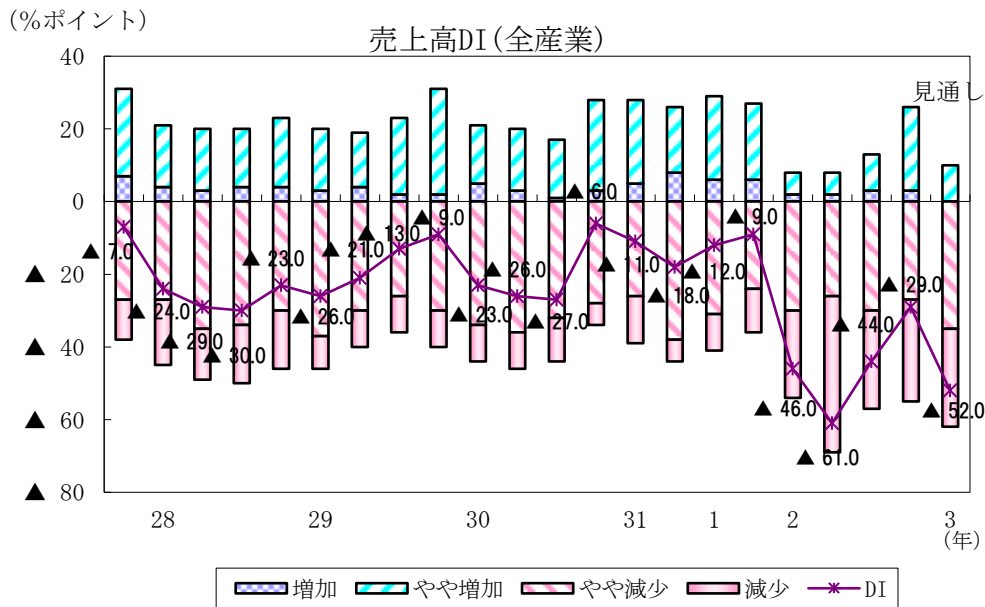


b) 売上高(完成工事高、加工高等)

売上高DIは、2期連続で上昇

令和2年10～12月期の売上高DIは前期比15.0ポイント上昇の▲29.0と2期連続で上昇した。「やや増加」と回答した割合(23.0%)が大きく上昇した。業種別にみると、サービス業は2期ぶりに低下したものの、製造業、建設業は2期連続、卸小売業は3期連続で上昇した。製造業は36.0ポイント、建設業は28.0ポイントの上昇幅であった。従業員規模別にみると、1人以下は2期ぶりに低下したものの、2～9人、10人以上は2期連続で上昇した。経営組織別にみると、法人は2期連続の上昇、個人は横ばいであった。

先行き令和3年1～3月期は▲52.0と、23.0ポイントの低下となり、かつ全業種で低下する見込みである。

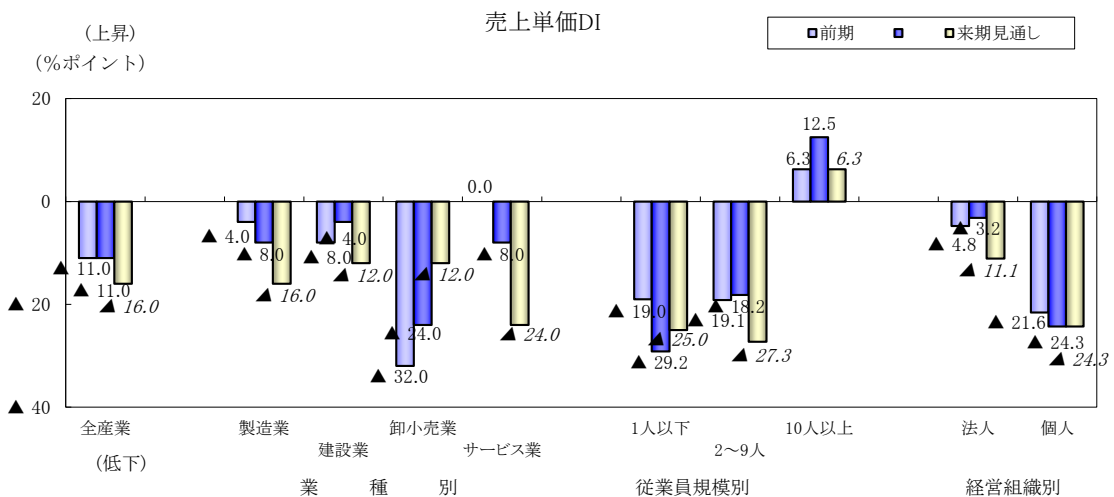
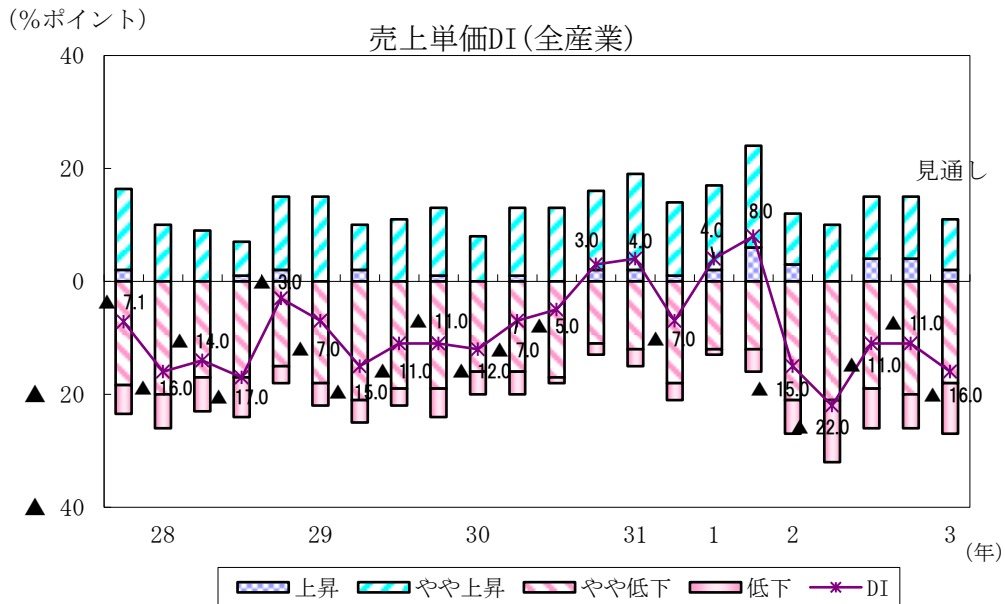


c) 売上単価(加工・受注単価等)

売上単価DIは、横ばい

令和2年10～12月期の売上単価DIは、前期比横ばいの▲11.0となった。新型コロナウイルス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、落ち着きつつある。業種別にみると、製造業は3期ぶり、サービス業は2期ぶりに低下した一方、建設業は4期ぶり、卸小売業は2期連続で上昇した。従業員規模別にみると、1人以下は2期ぶりに低下した一方、2～9人、10人以上は2期連続で上昇した。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2期連続で上昇した。

先行き令和3年1～3月期は卸小売業を除くすべての業種で低下し、全産業では5.0ポイント低下の▲16.0となり、3期ぶりに低下する見通しである。

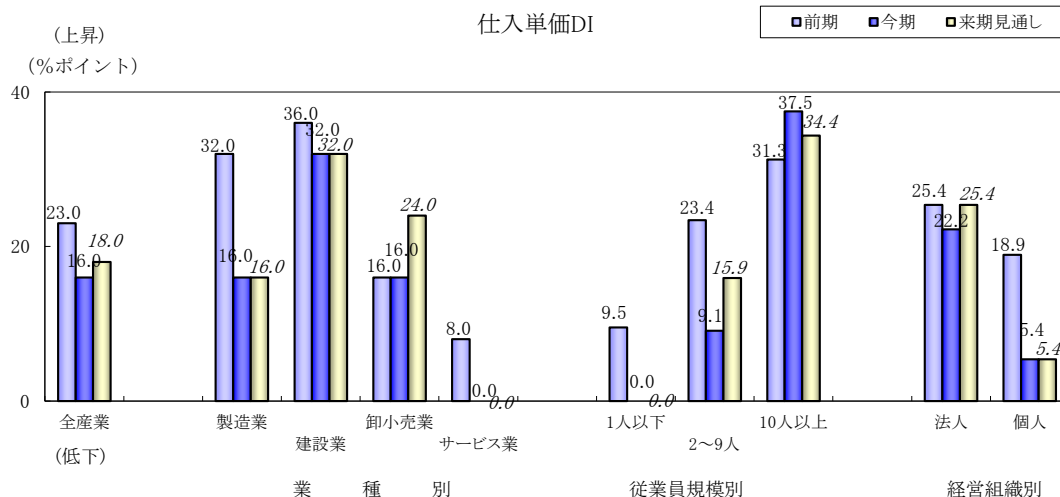
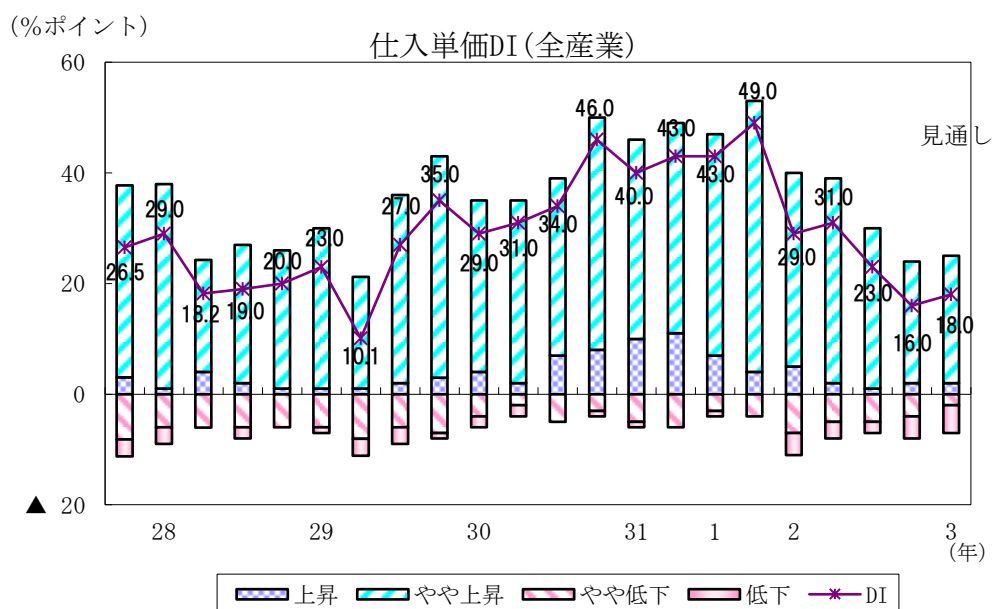


d) 仕入単価(原材料、商品等)

仕入単価DIは、上昇緩和が続く

令和2年10～12月期の仕入単価DIは、前期比7.0ポイント低下の16.0と2期連続で低下した。消費増税の影響が一巡する中で、需要の弱さを反映する結果となった。業種別にみると、卸小売業は横ばいとなったものの、製造業は3期ぶり、建設業は3期連続、サービス業は2期連続で低下した。従業員規模別にみると、10人以上は2期ぶりに上昇した一方、1人以下は2期連続、2～9人は4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期連続で低下した。

先行き令和3年1～3月期は2.0ポイント上昇の18.0と、仕入単価の上昇緩和の動きは、一旦休止する見込みである。

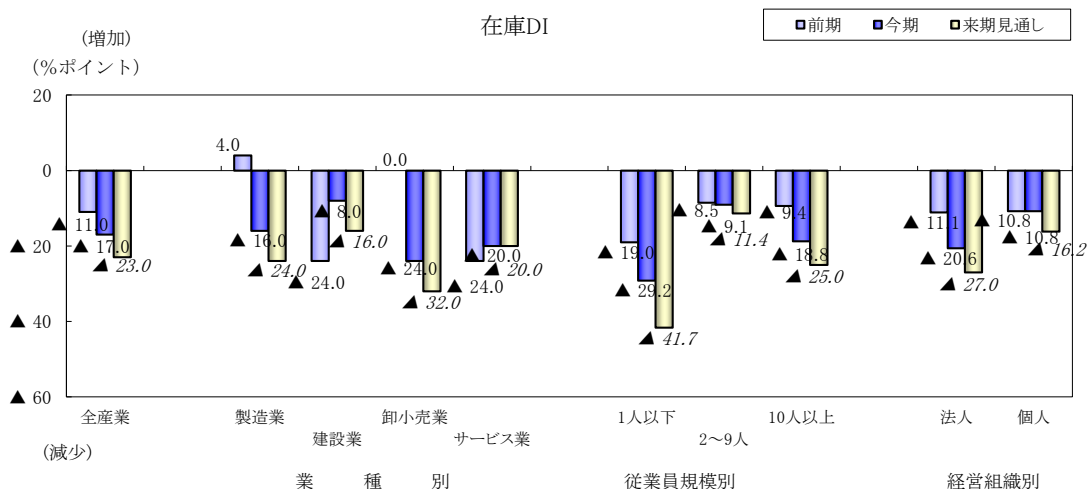
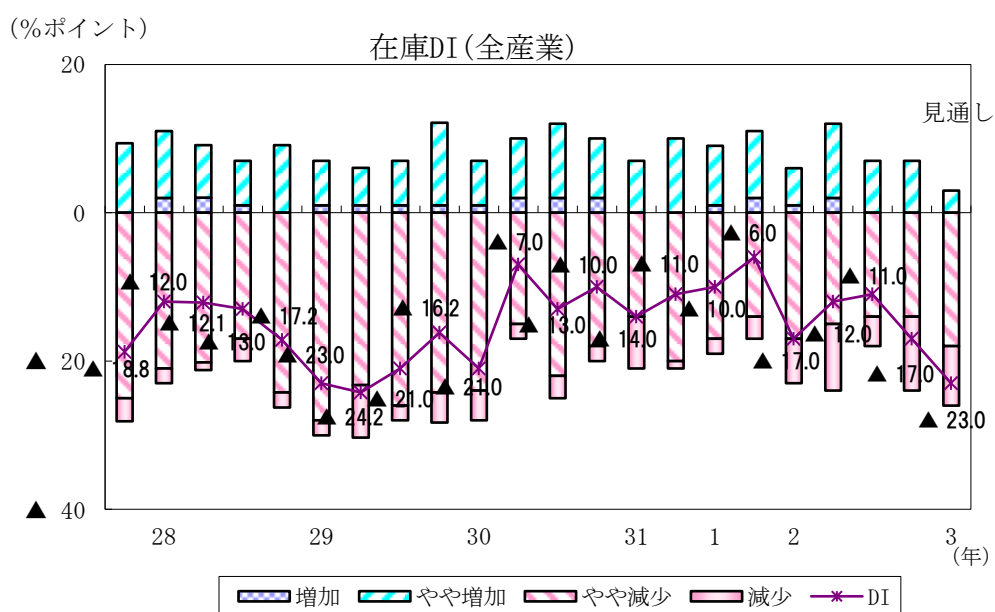


e) 在庫(商品、製品等)

在庫DIは、減少超幅が拡大

令和2年10～12月期の在庫DIは、前期比6.0ポイント低下の▲17.0と、3期ぶりに減少超幅が拡大した。「減少」の回答割合が増加し、とりわけ製造業、卸小売業で多かった。業種別にみると、建設業、サービス業は2期ぶりに減少超幅が縮小した一方、製造業は2期ぶり、卸小売業は3期ぶりに低下した。製造業は20.0ポイント、卸小売業は24.0ポイントの低下で、それぞれ「低下超」に転じた。従業員規模別にみると、1人以下は4期ぶり、2～9人は2期連続、10人以上は2期ぶりに低下した。経営組織別にみると、法人は2期ぶりの低下、個人は横ばいであった。

先行き令和3年1～3月期は6.0ポイント低下の▲23.0と、在庫抑制の動きはさらに加速する見込みである。

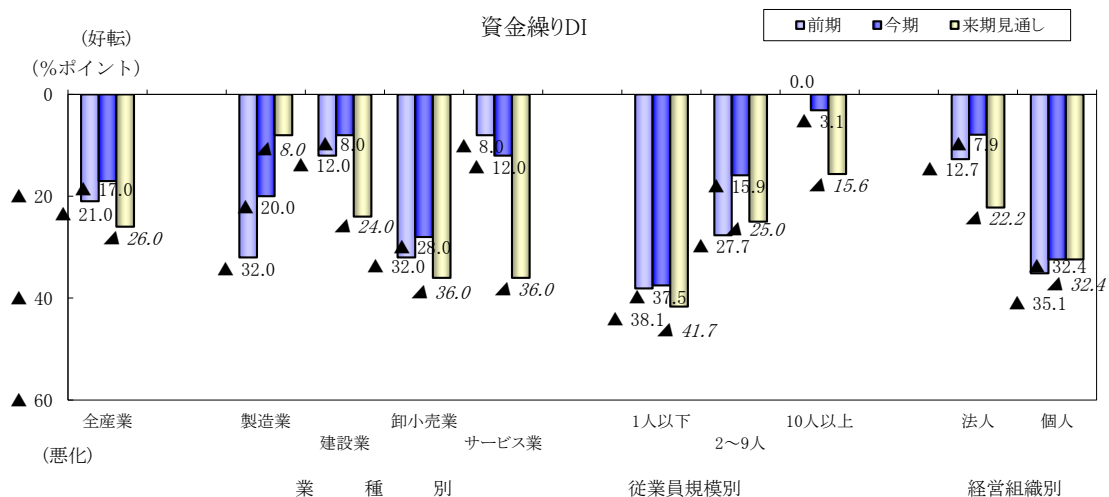
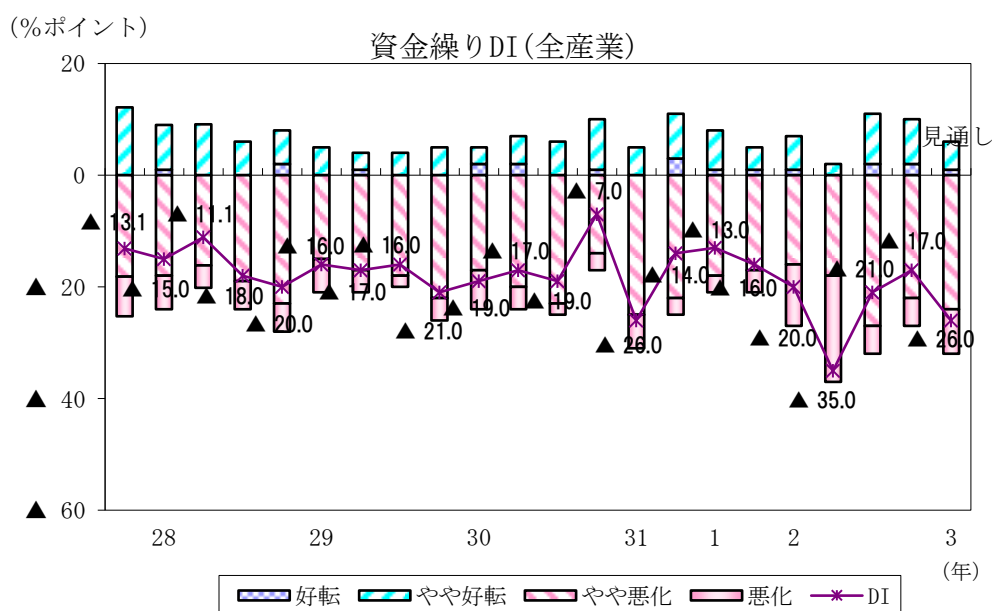


f) 資金繰り

資金繰りDIは2期連続で改善

令和2年10～12月期の資金繰りDIは、前期比4.0ポイント上昇の▲17.0と2期連続で改善した。「やや悪化」の回答割合が減少した。業種別にみると、サービス業は2期ぶりに悪化したものの、製造業、建設業、卸小売業は2期連続で改善した。従業員規模別にみると、10人以上は2期ぶりに悪化したものの、1人以下、2～9人は2期連続で改善した。経営組織別にみると、法人、個人ともに2期連続で改善した。

先行き令和3年1～3月期は、9.0ポイント低下の▲26.0と悪化し、改善は持続しない見通しである。

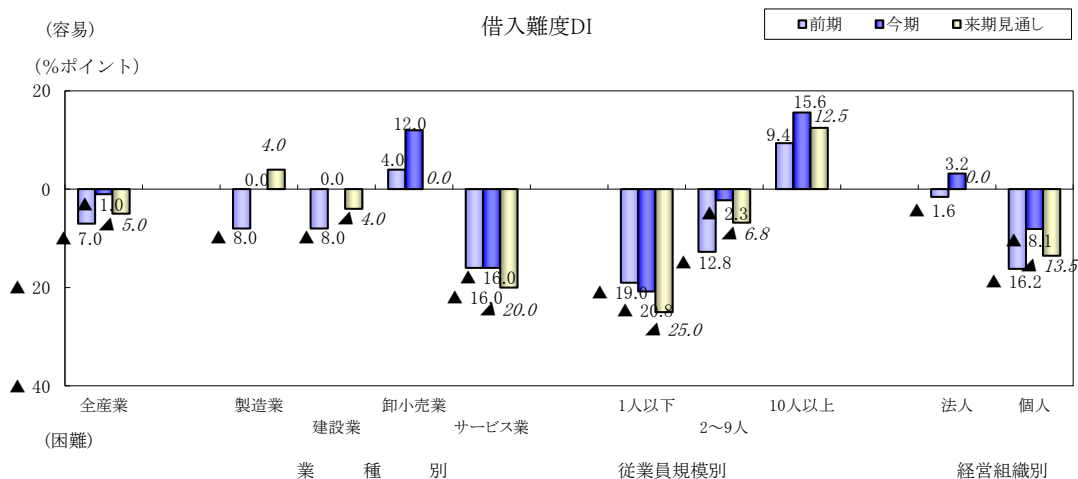
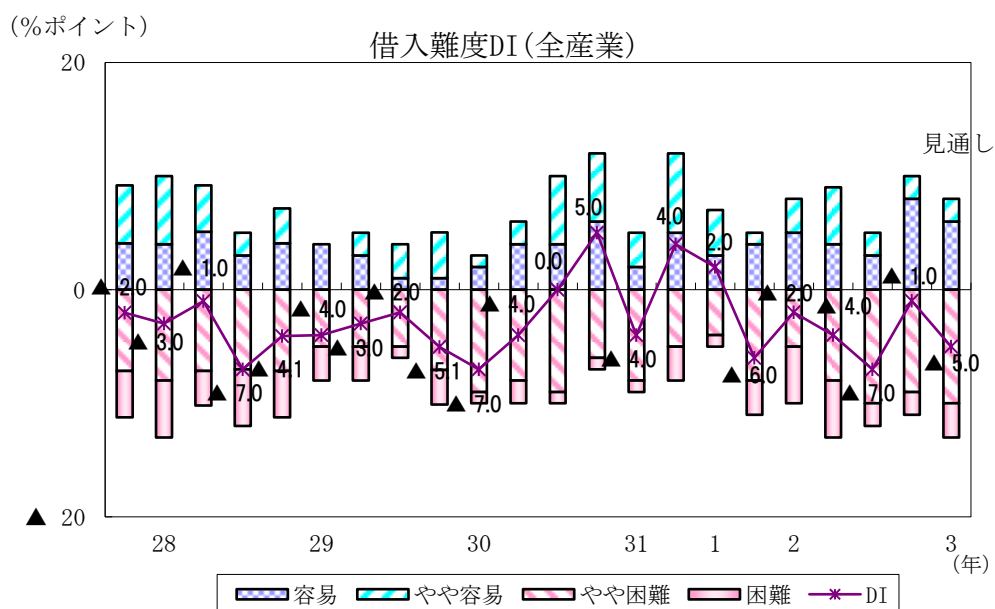


g) 借入難度(含む手形割引)

借入難度DIは、3期ぶりに改善

令和2年10～12月期の借入難度DIは6.0ポイント上昇の▲1.0と、3期ぶりに改善した。業種別にみると、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、建設業は2期ぶりに改善した。従業員規模別にみると、1人以下は2期連続で悪化したものの、2～9人は6期ぶり、10人以上は3期ぶりに改善した。経営組織別にみると、法人は2期ぶり、個人は3期ぶりに改善した。もっとも、水準をみると、サービス業は▲16.0、1人以下は▲20.8と、業種、規模による格差が続いている。

先行き令和3年1～3月期は4.0ポイント低下の▲5.0と、借入難度DIは一進一退の動きが見込まれている。

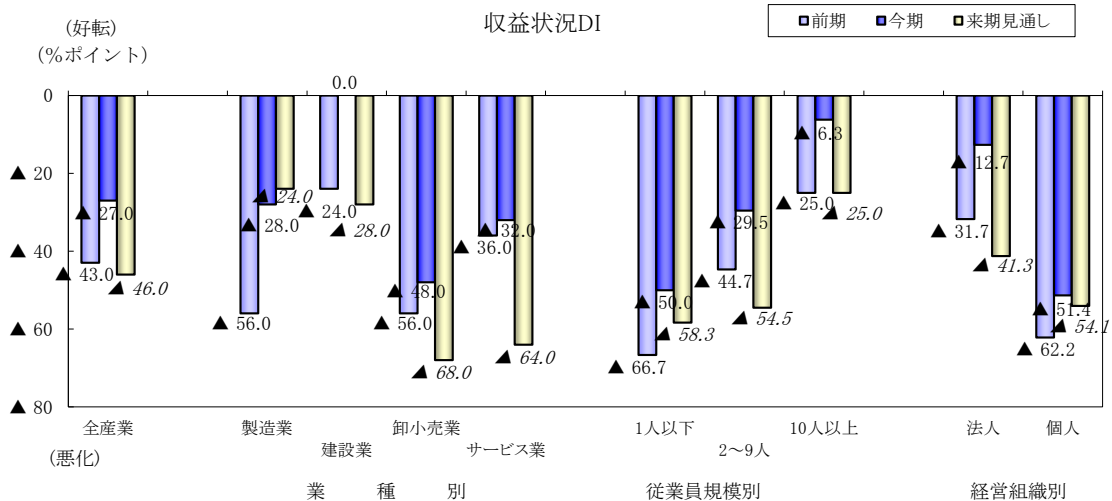
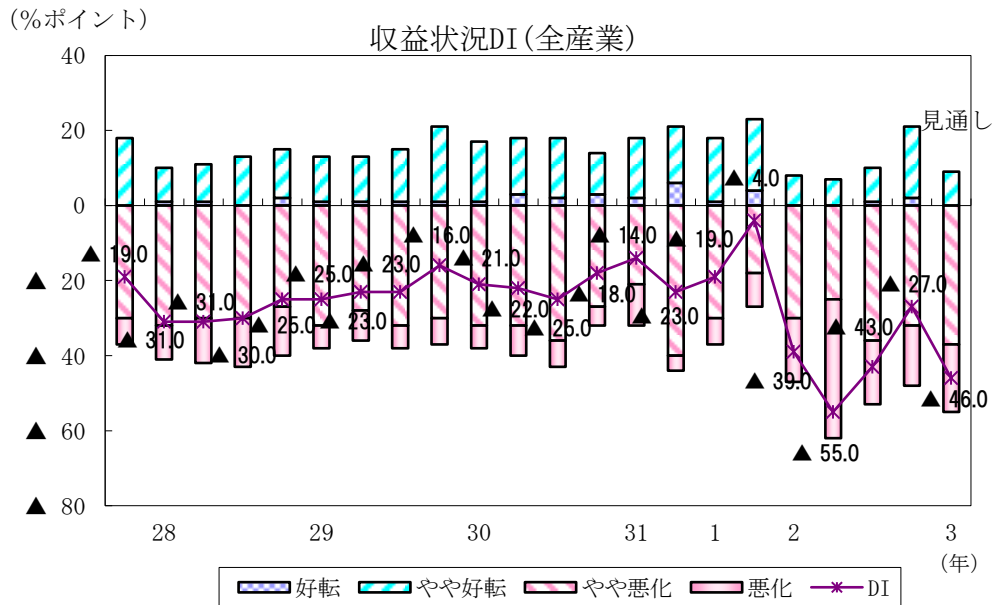


h) 収益状況(経常利益)

収益状況 DI は、持ち直しが続く

令和2年10～12月期の収益状況 DI は16.0ポイント上昇の▲27.0と、2期連続で改善した。「やや好転」が大きく増加し、コロナの影響が及び始めた令和2年以降で、最も高い値となった。業種別にみると、すべての業種で2期連続の改善となった。このうち製造業は28.0ポイント、建設業は24.0ポイントと大きく上昇した。従業員規模別にみても、すべての規模で2期連続の改善となった。経営組織別にみると、法人は2期連続、個人は4期ぶりに改善した。

先行き令和3年1～3月期は19.0ポイント低下の▲46.0と大きく悪化する見込みで、感染再拡大による売上高減少から、これに伴う収益悪化が強く懸念されている。

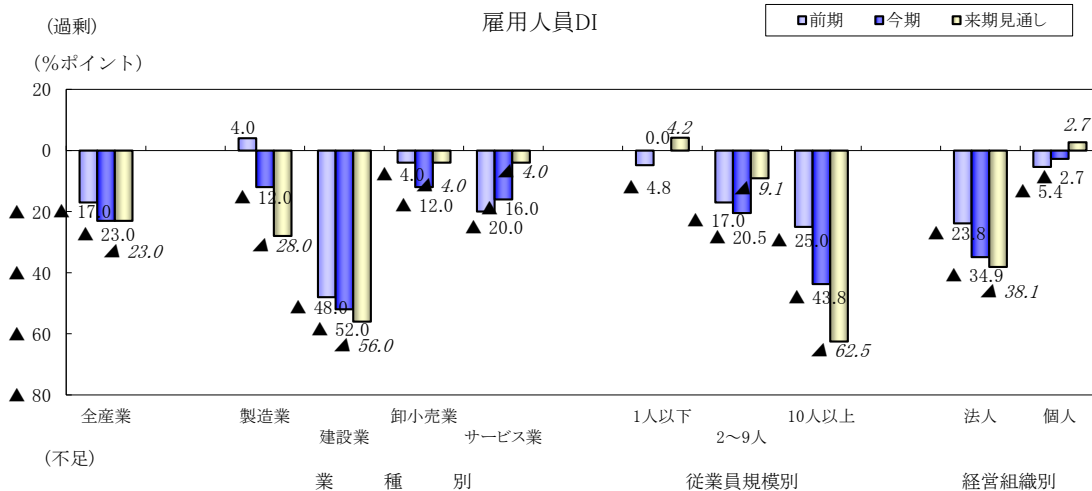
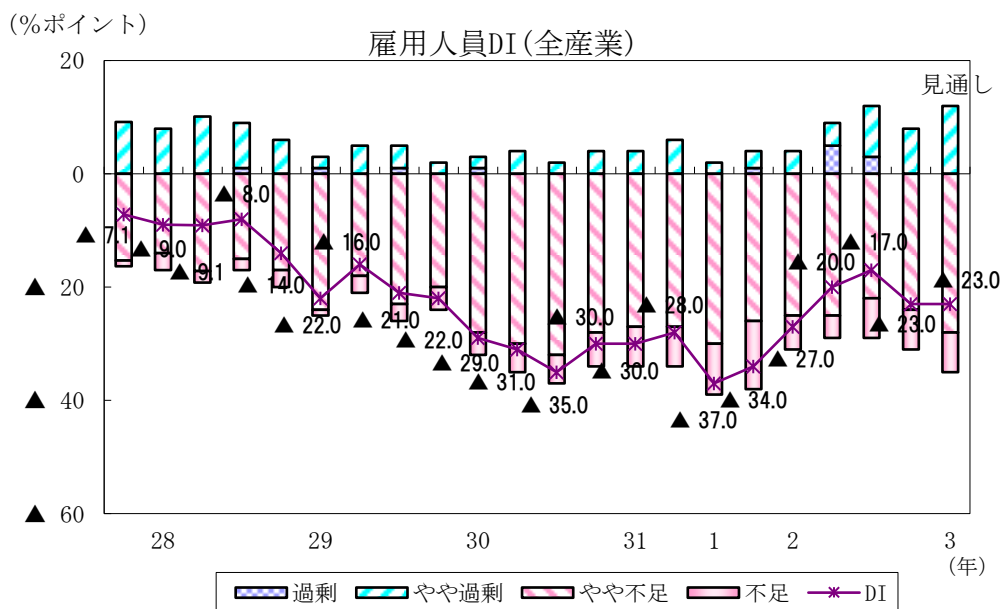


i) 雇用人員(人手)

人手不足感が強まる

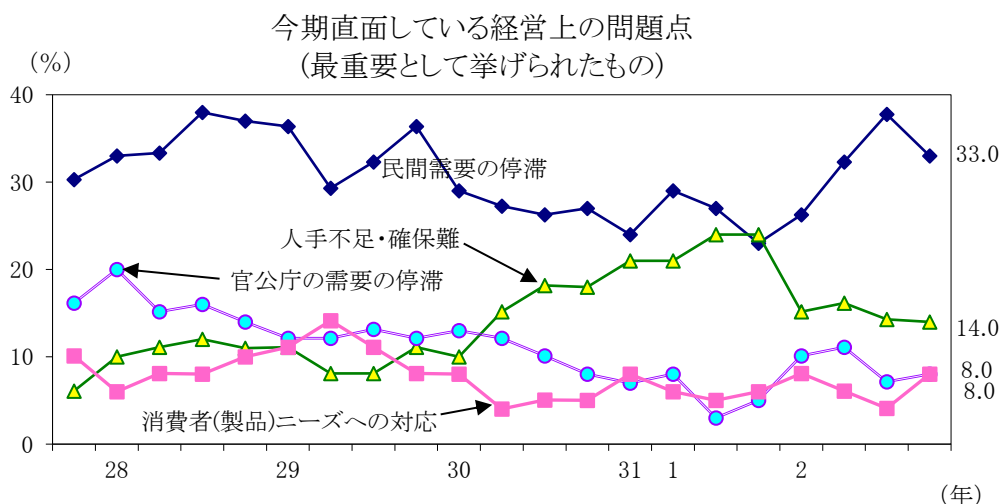
令和2年10～12月期の雇用人員DIは、前期比6.0ポイント低下の▲23.0と5期ぶりに不足超幅が拡大した。近時調査では不足超幅の縮小傾向が鮮明となっていたが、今回調査でその傾向は小休止した。業種別にみると、サービス業は2期ぶりに不足超幅が縮小したものの、製造業、卸小売業は5期ぶり、建設業は2期連続で不足超幅が拡大した。従業員規模別にみると、1人以下は2期連続で不足超幅が縮小したものの、2～9人は5期ぶり、10人以上は2期連続で不足超幅が拡大した。経営組織別にみると、個人は2期連続で不足超幅が縮小したものの、法人は5期ぶりに不足超幅が拡大した。

先行き令和3年1～3月期は横ばいの▲23.0と、景況感や売上高は悪化を見込んでいるものの、雇用人員DIの動きに変化はない見通しである。



2. 今期直面している経営上の問題点

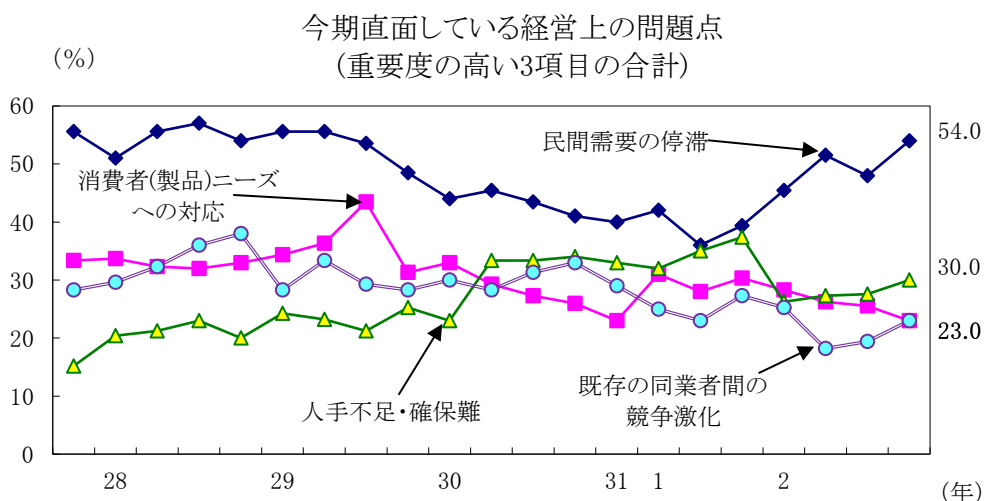
今期直面している経営上の問題点のうち最重要として挙げられた項目をみると、最多は「民間需要の停滞」（33.0％）で、2位に「人手不足・確保難」（14.0％）、3位に「官公庁の需要の停滞」、「消費者（製品）ニーズへの対応」（8.0％）と続いた。業種別にみると、「民間需要の停滞」は製造業、卸小売業、サービス業で、「官公庁の需要の停滞」は建設業でそれぞれ最多となった。「民間需要の停滞」は総合の回答割合が4.8ポイント低下し、4期ぶりに減少したものの、従業員規模別、経営組織別においてすべての区分で1位であった。



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	33.0
	2位 人手不足・確保難	14.0
	3位 官公庁の需要の停滞	8.0
	〃 消費者(製品)ニーズへの対応	8.0
業種別		
製造業	1位 民間需要の停滞	28.0
	2位 人手不足・確保難	16.0
建設業	1位 官公庁の需要の停滞	24.0
	2位 人手不足・確保難	20.0
卸小売業	1位 民間需要の停滞	40.0
	2位 消費者(製品)ニーズへの対応	12.0
サービス業	1位 民間需要の停滞	48.0
	2位 人手不足・確保難	12.0
従業員規模別		
1人以下	1位 民間需要の停滞	50.0
	2位 消費者(製品)ニーズへの対応	8.3
	〃 資金繰りの悪化	8.3
	〃 燃料費・物流費など経費の増加	8.3
2人～9人	1位 民間需要の停滞	31.8
	2位 人手不足・確保難	13.6
10人以上	1位 民間需要の停滞	21.9
	〃 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	27.0
	2位 人手不足・確保難	19.0
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	13.5

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」(54.0%)で、2位に「人手不足・確保難」(30.0%)、3位に「消費者(製品)ニーズへの対応」、「既存の同業者間の競争激化」(23.0%)が続いた。業種別、従業員規模別、経営組織別にみると、多くで「民間需要の停滞」が1位となっている一方、建設業、10人以上では「人手不足・確保難」が1位となっており、コロナ下での影響は限定的となっているようである。

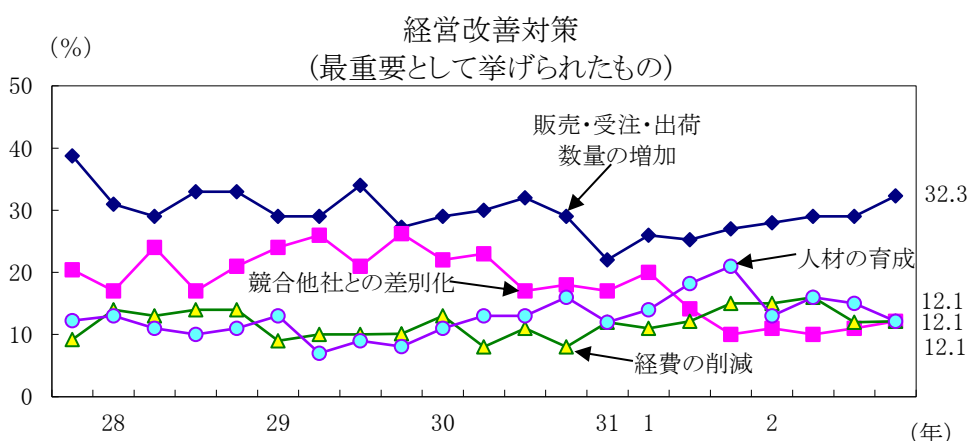


今期直面している経営上の問題点
重要度の高い3項目の合計

総合		上位項目	回答企業の割合 (%)
総合	1位	民間需要の停滞	54.0
	2位	人手不足・確保難	30.0
	3位	消費者(製品)ニーズへの対応	23.0
	〃	既存の同業者間の競争激化	23.0
業種別			
製造業	1位	民間需要の停滞	56.0
	2位	消費者(製品)ニーズへの対応	28.0
建設業	1位	人手不足・確保難	44.0
	〃	既存の同業者間の競争激化	44.0
卸小売業	1位	民間需要の停滞	56.0
	2位	消費者(製品)ニーズへの対応	32.0
サービス業	1位	民間需要の停滞	64.0
	2位	人手不足・確保難	28.0
従業員規模別			
1人以下	1位	民間需要の停滞	58.3
	2位	消費者(製品)ニーズへの対応	25.0
	〃	既存の同業者間の競争激化	25.0
	〃	他社(大手以外)の市場参入による競争の激化	25.0
2人~9人	1位	民間需要の停滞	61.4
	2位	人手不足・確保難	31.8
10人以上	1位	人手不足・確保難	46.9
	2位	民間需要の停滞	40.6
経営組織別			
法人	1位	民間需要の停滞	49.2
	2位	人手不足・確保難	38.1
個人	1位	民間需要の停滞	62.2
	2位	消費者(製品)ニーズへの対応	29.7

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」(32.3%)が最多となり、2位に「人材の育成」、「経費の削減」、「競合他社との差別化」(12.1%)が並んだ。業種別、従業員規模別、経営組織別にみると、すべてにおいて「販売・受注・出荷数量の増加」が1位となった。もともと、建設業は「人材の育成」、10人以上は「競合他社との差別化」が並立1位となっている。

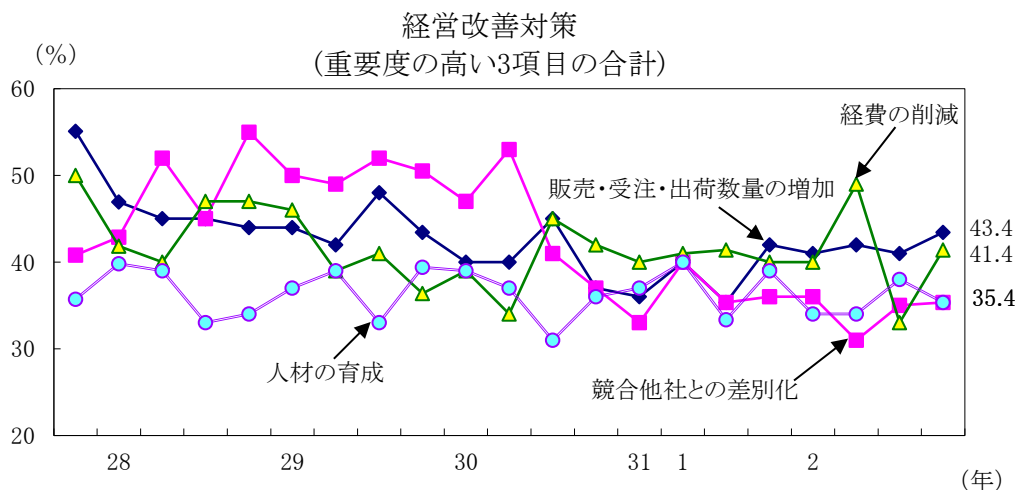


現在(今後)進めている(いく)経営改善対策
最重要として挙げられたもの

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	32.3
	2位	人材の育成	12.1
	〃	経費の削減	12.1
	〃	競合他社との差別化	12.1
業種別			
製造業	1位	販売・受注・出荷数量の増加	32.0
	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	20.0
	〃	人材の育成	20.0
卸小売業	1位	販売・受注・出荷数量の増加	32.0
	2位	人材の育成	12.0
	〃	競合他社との差別化	12.0
サービス業	1位	販売・受注・出荷数量の増加	44.0
	2位	競合他社との差別化	12.0
	〃	人材の育成	12.0
	〃	経費の削減	12.0
従業員規模別			
1人以下	1位	販売・受注・出荷数量の増加	33.3
	2位	経費の削減	12.5
2人～9人	1位	販売・受注・出荷数量の増加	70.8
	2位	人材の育成	25.0
10人以上	1位	販売・受注・出荷数量の増加	29.2
	〃	競合他社との差別化	29.2
経営組織別			
法人	1位	販売・受注・出荷数量の増加	30.2
	2位	競合他社との差別化	14.3
個人	1位	販売・受注・出荷数量の増加	35.1
	2位	経費の削減	10.8
	〃	人材の育成	10.8

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」(43.4%)が最多となり、2位に「経費の削減」(41.4%)、3位に「人材の育成」、「競合他社との差別化」(35.4%)と続いた。

業種別にみると、製造業、卸小売業、サービス業は「販売・受注・出荷数量の増加」が1位、建設業は「人材の育成」、「経費の削減」が1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位となった。経営組織別にみると、法人は「人材の育成」、個人は「販売・受注・出荷数量の増加」が1位となった。



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	43.4
	2位	経費の削減	41.4
	3位	人材の育成	35.4
	〃	競合他社との差別化	35.4
業種別			
製造業	1位	販売・受注・出荷数量の増加	48.0
	2位	経費の削減	40.0
建設業	1位	人材の育成	52.0
	〃	経費の削減	52.0
卸小売業	1位	販売・受注・出荷数量の増加	44.0
	2位	競合他社との差別化	40.0
サービス業	1位	販売・受注・出荷数量の増加	56.0
	2位	競合他社との差別化	52.0
従業員規模別			
1人以下	1位	経費の削減	54.2
	2位	販売・受注・出荷数量の増加	45.8
2人～9人	1位	販売・受注・出荷数量の増加	50.0
	2位	競合他社との差別化	34.1
10人以上	1位	人材の育成	62.5
	2位	経費の削減	43.8
経営組織別			
法人	1位	人材の育成	44.4
	2位	販売・受注・出荷数量の増加	41.3
個人	1位	販売・受注・出荷数量の増加	45.9
	2位	経費の削減	43.2

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】

- ・料飲店のコロナによる経営悪化が痛い！

【建設業】

- ・新型コロナウイルスによる先行きが不透明であり、機材修繕・更改費用の捻出が難しくなっている。公的な補助事業を必要とするほか、雇用の継続を図るべく本業、人件費等の支援を行って欲しい。
- ・外食部門においては、半分の売上となり悪化している。

【卸小売業】

- ・身近にコロナ感染が出ていないので、通常の工事ができているのが有難い。
- ・コロナで工場がフル稼働するも間に合わない。部品調達ができない。
- ・コロナ禍の経済対策を強く求めます。
- ・コロナではなく自然（減）が今後も続く見通し。
- ・Go To Travel 利用客で特産品は売れているが、絶対数が少ない。
- ・コロナ社会での事業転回。

【サービス業】

- ・飲食業はコロナの影響大であり、冬シーズン・春シーズンの期待が持てない。
- ・コロナで利用者が変わってきている。
- ・Go To キャンペーンのキャンセル料の処理などをもっとスピーディに実施してほしい。