

富士見町景気動向調査報告書

～小規模事業者・中小企業者景況基本調査～

2023年（令和5年）7月から9月

- 1 調査期間 2023年7月～9月（第2四半期）
- 2 調査対象 富士見町内小規模事業者・中小企業者
- 3 回答状況
製造業 10社
建設業 2社
小売業 1社
飲食業 2社
観光業 2社
サービス業 1社
計 18社
- 4 調査項目 ① 3か月前と比べて
② 前年同期と比べて
③ 3か月後の見通し
※ 経営者が受注額（販売額）・売上高・営業利益等から主観的に判断しています。
- 5 業況DI（Diffusion Index）とはゼロを基準として、プラスの値で景気の上向きを表し、マイナスの値で景気の下向きを表しています。

Volume 1 0

主管 ふじみまち産業振興センター

<概況>

3か月前と比べての全体の業況 DI は+5.6 ポイントである。前回は+10.5 ポイントであったため 4.9 ポイント勢いが落ちている。これは製造業が-40 であるため、全体の動きを鈍くしている。

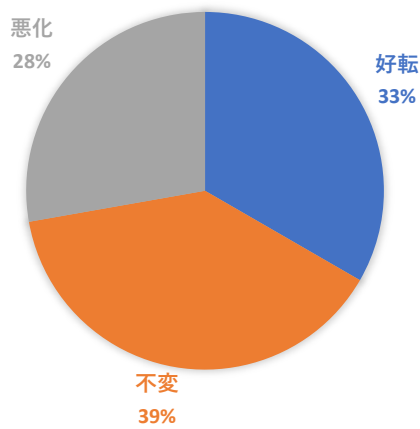
経営者の眼にもある通り、製造業の経営者は「先が見えなくて弱っている」・「停滞感を感じる」などのコメントもあり業界全体に停滞感があり回復基調になっていない。

前年同期比において、全体の業況 DI は-11.1 ポイントであり、前回は+15.8 ポイントであるため 27 ポイント以上の下降である。この数値においても製造業だけがマイナスポイントである。

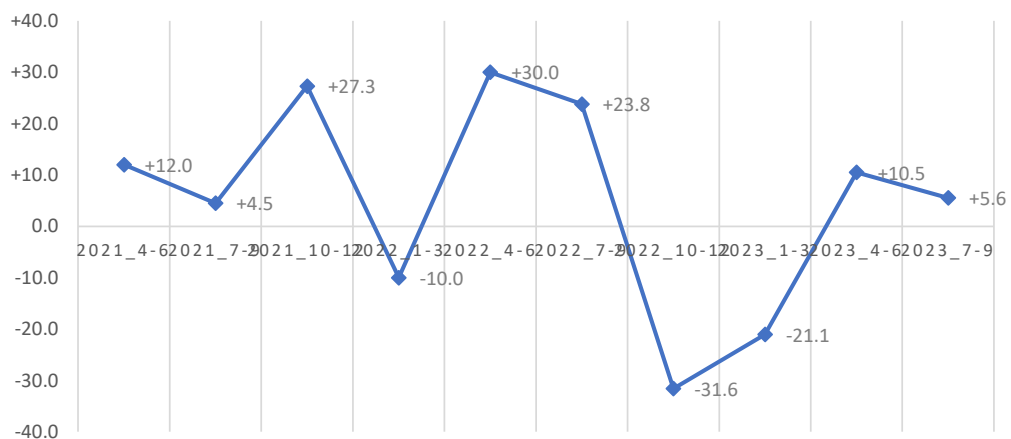
3か月後の見通しでは、全体の業況 DI は-50.0 である。前回は+10.5 であるため、60 ポイント以上の下降である。すべての業種において第 3 四半期の見通しは良くない。

<調査項目① 3か月前と比べて>

		好転	不変	悪化	計	業況DI	前回調査比
全体	実数	6	7	5	18		→
	構成比	33.3%	38.9%	27.8%		+5.6	
製造業	実数	1	4	5	10		→
	構成比	10.0%	40.0%	50.0%		-40.0	
建設業	実数	2	0	0	2		↗
	構成比	100.0%	0.0%	0.0%		+100.0	
小売業	実数	0	1	0	1		→
	構成比	0.0%	100.0%	0.0%		0.0	
飲食業	実数	2	0	0	2		→
	構成比	100.0%	0.0%	0.0%		+100.0	
観光業	実数	1	1	0	2		↗
	構成比	50.0%	50.0%	0.0%		+50.0	
サービス業	実数	0	1	0	1		↘
	構成比	0.0%	100.0%	0.0%		0.0	

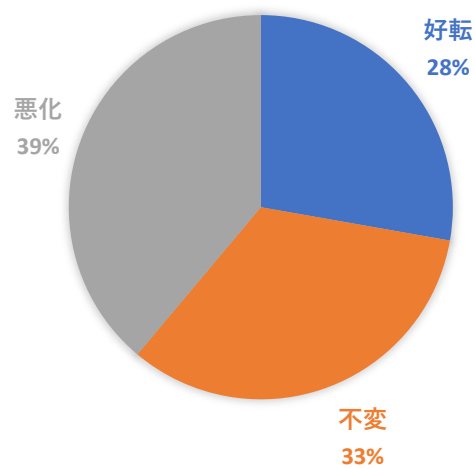


業況DI値推移（3か月前と比べて）

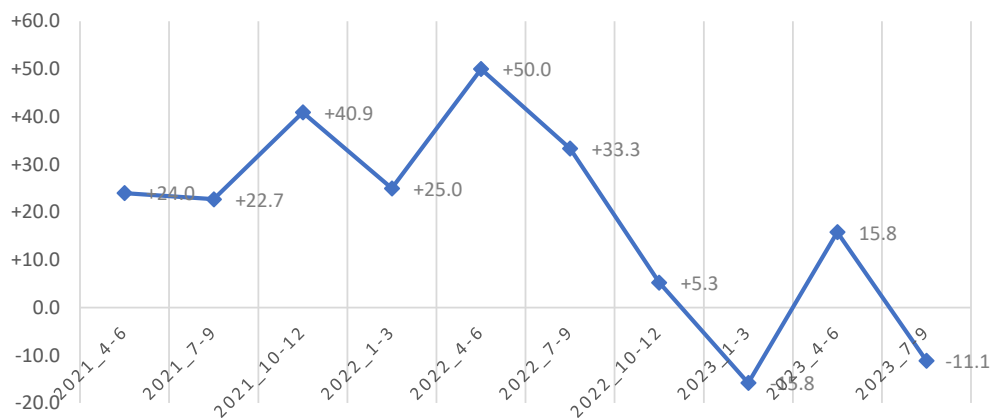


<調査項目② 前年同期と比べて>

		好転	不変	悪化	計	業況DI	前回調査比
全体	実数	5	6	7	18		➔
	構成比	27.8%	33.3%	38.9%		-11.1	
製造業	実数	0	3	7	10		➔
	構成比	0.0%	30.0%	70.0%		-70.0	
建設業	実数	2	0	0	2		↗
	構成比	100.0%	0.0%	0.0%		+100.0	
小売業	実数	0	1	0	1		➔
	構成比	0.0%	100.0%	0.0%		0.0	
飲食業	実数	2	0	0	2		➔
	構成比	100.0%	0.0%	0.0%		+100.0	
観光業	実数	1	1	0	2		➔
	構成比	50.0%	50.0%	0.0%		+50.0	
サービス業	実数	0	1	0	1		↘
	構成比	0.0%	100.0%	0.0%		0.0	

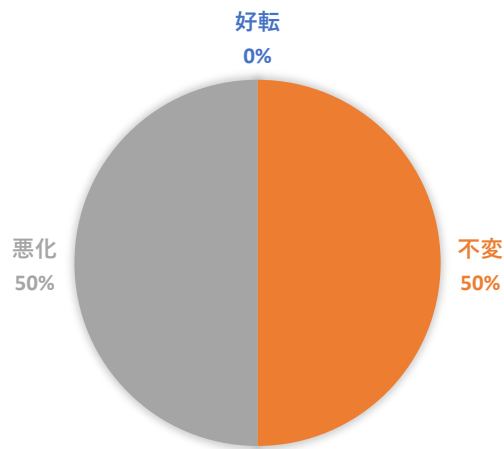


業況DI値推移（前年同期と比べて）

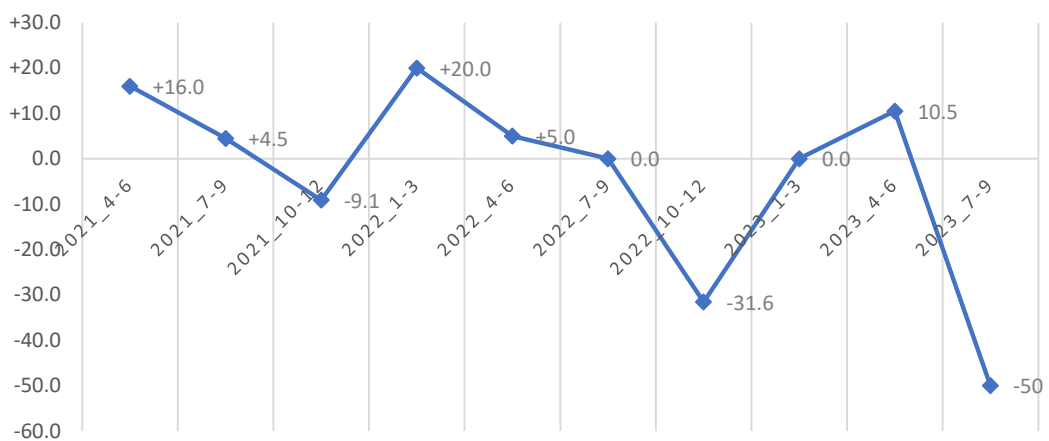


<調査項目③ 3か月後の見通し>

		好転	不変	悪化	計	業況DI	前回調査比
全体	実数	0	9	9	18		↘
	構成比	0.0%	50.0%	50.0%		-50.0	
製造業	実数	0	5	5	10		↘
	構成比	0.0%	50.0%	50.0%		-50.0	
建設業	実数	0	2	0	2		→
	構成比	0.0%	100.0%	0.0%		0.0	
小売業	実数	0	1	0	1		→
	構成比	0.0%	100.0%	0.0%		0.0	
飲食業	実数	0	1	1	2		↘
	構成比	0.0%	50.0%	50.0%		-50.0	
観光業	実数	0	0	2	2		↘
	構成比	0.0%	0.0%	100.0%		-100.0	
サービス業	実数	0	0	1	1		↘
	構成比	0.0%	0.0%	100.0%		-100.0	



業況DI値推移（3か月後の見通し）



<経営者の眼(見方)>

事業主コメント	業種
<p>冷え込んでいた消費者からの需要は徐々に持ち直しつつあり、先の見通しに期待が持てるようになりつつある。また、材木調達価格は順調に値下がってきており、完成引渡し価格も下落しつつあり、この点も需要回復に寄与していると思われる。ただ、円安が一段と進んできており輸入材に頼る当社としては今後再び仕入れが高騰することへの懸念は大きい</p>	建設業
<p>先が見えなくて弱っている。</p>	製造業
<p>業種的に大きな変化なく推移している。今後は先行き不透明。”今できること”、に注力していくしかないと思われる。</p>	小売業
<p>限られた業界の仕事のみ動いている感じがする。 コロナ過で営業ができず、現在の受注残ゼロのお客様あり</p>	製造業
<p>停滞感を感じるものの現状では前年並みに推移しています。</p>	製造業
<p>コロナの5類移行後、順調に回復傾向にあります。イベント回帰等売上増加要因もありますが、経費や人件費、材料費の増加が利益を圧縮し、売上の増加に比べて利益率は減少しています。</p>	飲食業
<p>年度初めから減少し始めた受注が夏場から一段と落ち込んだ。客先のエンドマーケットはアメリカで中国・インドで組み立てているが、どうも最終需要が落ちているということのようである。インフレ対策の高金利政策が影響しているのか、素人には原因はよくわからないが、なんとか好転してもらいたいところである。</p>	製造業
<p>上振れの兆しはあるが来年度になってから反応が出てくる。米中摩擦もあるが、やはり中国マーケットは大きく影響している。半導体工場建設が世界で150社以上建設中なので稼働時期が装置メーカーとしてはキーポイントになる。</p>	製造業
<p>世界全体の景気減速が製造業に影響大。また特に中国の不動産不況がまともに来ている。会社によっては30%の受注しかなく、週休が増えている。人余り現象があり、人員整理に入っている企業が出てきた。</p>	製造業
<p>夏季、かなりの人出があった分、冬季はどうなるか気になっています。物価の上昇等のせいか、日帰り客が増えたようにも感じます。</p>	観光業
<p>夏休み、観光シーズン等で人がよく動く季節だったと思う。お盆含め、周遊券の利用が多く見られた。個人でやっている飲食店では、繁忙期でも対応できる客数が限られ断らなくてはならない場面もあり、心苦しいが仕方なかったのが現状である。今後の3ヶ月は寒くなるにつれて来店客が減っていくのが例年の動きだが、残暑厳しいためどの程度例年と変わってくるか予想がつかない。</p>	飲食業
<p>物価高騰云々よりも、公共交通手段の無さ(雪道の運転の敬遠)、スキー客の減少など、山登り・紅葉以降の観光資源が乏しい為、冬季の景気が春夏に比べて好転することはないだろう。</p>	観光業
<p>1年前と比べて悪化してきている。</p>	製造業