

～第40回～

# 景気動向調査結果

— 令和3年4月分 —

[ 調査概要 ]

1 調査対象期間 令和3年1月～令和3年3月

2 調査対象企業数(H27～)

・卸・小売業	16
・建設業	16
・製造業	36 (うち伝統産業 20)
・宿泊・飲食業	16
・サービス業	16
計	100 社

3 調査方法 訪問による聞き取り調査

4 回答率 100% (100社)

飯田商工会議所 中小企業相談所

この調査は、平成27年度から調査対象企業数を増やし、5業種(卸・小売業、建設業、製造業、宿泊・飲食業、サービス業)における最近3ヶ月の状況(前年同期と比較した状況、3ヶ月後の予想など)について、訪問面接により聞き取り調査をしておりますが、令和3年1月分は100社へ訪問した結果です。

◆ お問い合わせ先

飯田商工会議所 中小企業相談所

TEL:0265-24-1500

# 令和3年4月分(1～3月対象)の景気動向

## 1 総論

売上については、全体として増加に転じていますがDI値は依然マイナス域にあり、厳しい状況が続いています。

今回、増加回答に改善した要因には昨年同期は新型コロナウイルスの影響が一気に広がり、急激な悪化があったことやコロナ禍による地道な経済活動の努力により向上したものとされます。

コストの状況については、全項目で上昇との回答が増加していますが、特に原材料は世界的な半導体不足の影響から原材料価格の上昇やメーカーの値上げ等により前回と比べて大幅な上昇率となっています。

資金繰りについては、新型コロナウイルスの収束が見えない中で、売上減少に加えコストの上昇により、利益が減少し、その状況が長期化することにより「引き続き苦しい」という回答が更に上昇しています。

経営課題については、「顧客の減少」が最も多く、次いで「受注・商品単価の低下」は依然高い水準での課題となっています。一方で原材料の高騰は新たな課題の局面としてとらえています。

今後の事業の方向性については、「現状強化」と「現状維持」が最も高く、ビジネスモデルの再構築にしても現状の事業を軸にした新分野展開であったり、又、「事業再編」や「事業・業種転換」という姿勢が見られました。国の支援策である事業再構築については、新事業を中心に事業計画の策定への必要性を感じ、各社での検討が今後進められていくかと思われます。

## 2 売上

全業種で、前回調査から改善はしていますが、DI値はマイナス26.0と依然として低い水準にあり、新型コロナウイルスの影響により前年比での売上減少が続いています。

業種別の状況は、卸・小売業では消費税10%の引き上げ時の駆け込み需要の時期よりも高い数値となっており商品券発行による効果等もあったかと思われます。建設業では、期末における受注増や特需があり43.7ポイントの上昇、製造業では半導体関係での受注増等により全体では30.6ポイントの上昇ですが、水引・食品関係では横ばいまたはマイナス域での推移と引き続き厳しい状況となっています。また、宿泊・飲食業では微増はしたもののDI値はマイナス87.5と厳しい状況が続いており、旅行のキャンセルや宴会を伴う会議等の中止・宴会から弁当へのシフトによる減少等と様々な要因が出されています。

### 【主なコメント】

#### ◆増加・減少要因

- ・コロナの影響による減少－卸・小売、製造、宿泊・飲食
- ・トイレットペーパー、マスクの特需減－卸・小売
- ・前期はコロナによる休校で自宅消費が多くあったが、今期は減少－卸・小売
- ・イベント自粛、通販の利用拡大による減少－卸・小売
- ・昨年が悪かったことで増加だが、前々年比では減少－卸・小売、製造

- ・地元食品工場の動きがまだ良くなって来ない。早い回復を望むー建設
- ・期末という事もあって土木関係の製作物が増えたー建設
- ・特需による増加ー建設
- ・民間工事の単価は良いー建設
- ・2月の契約件数が過去最高であったー建設
- ・半導体関係、工作機械関係の動きはあるが、それ以外は依然低調ー製造
- ・注引量が未だかつてないほど多い状況ではあるが、部品等が間に合わず仕事が止まることもあり、部品の取り合いが起こっている状況ー製造
- ・新しいものは順調(5G関連等)ー製造
- ・中国の仕事が好調で1,000単位のロットでの受注がある。国内向けも動き出しているー製造
- ・大阪方面の仕事が動かないー製造
- ・年末需要の低迷による減少ー製造
- ・生活様式の変化による影響があり減少ー製造
- ・飲食店等向けの業務用の需要が減少ー製造
- ・回復に期待していたが思ったよりもしなかったー製造
- ・国産製品の売上は増加したが、その他の売上は減少ー製造
- ・国内販売、輸出共に低調ー製造
- ・緊急事態宣言の影響を受け、コロナ禍での旅行取りやめの影響があるー宿泊・飲食、サービス
- ・コロナ禍で飲食店利用が悪という風潮がある。テイクアウトでの売上もあるが焼け石に水程度であり、コロナ前の売上規模にははとも戻らないー宿泊・飲食
- ・宴会から弁当にシフトしたことによる単価減少ー宿泊・飲食
- ・団体を主な顧客としており、上部団体の意向で中止が多くなっているー宿泊・飲食
- ・2月までは団体客もあり良かった(海外・県外が主)ーサービス
- ・昨年4月に値上げをした関係で増加ーサービス
- ・利用件数は増えているが、単価は低いーサービス
- ・旅行のキャンセル等の影響大。現状だとゴールデンウィークも見込めないーサービス
- ・工業系の取引先が順調であり増加しているが、今後どうなるかは分からないーサービス

◆今後3ヶ月予想

- ・昨年の4～6月は大幅減少の為、そこと比べると増加だが一昨年よりは減少ー卸・小売
- ・昨年ほどの自宅消費は見込めず、祭事等の特需も見込み不明の為、悪化予想ー卸・小売
- ・国がどのように予算を使うかによるので不明ー卸・小売
- ・天候によりプラス・マイナスの影響を受けるため不明ー卸・小売
- ・材料費が上昇し、総額が増えてしまう。修理などでは金額の値引きが今まで以上に増えー建設
- ・県外も含め2～3年後まで仕事の予定はあり好転見込みー建設
- ・公共工事の発注見通し悪いー建設
- ・受注回復傾向が鮮明。但し、夏以降については注意が必要ー製造
- ・悪化見込み、コロナの収束が見えないー製造、宿泊・飲食、サービス
- ・9月頃までは受注があるー製造
- ・昨年同期には大口の受注があったー製造
- ・営業活動ができない。訪問は断られる。ー製造
- ・神社等の祭事が無く、縁起物も動かないー製造
- ・連休はある程度は動くと考えているが、総合的には少ないと思うー製造
- ・生活スタイルの変化でお取り寄せなどの需要が見込まれるー製造
- ・コロナで昨年は営業していなかった為、好転予想だがコロナの状況で変わるー宿泊・飲食
- ・直近でもキャンセル有。高齢者は控える傾向顕著、企業等の単位での利用は無いが家族単位等での利用は増加。商品券の利用も多少だがあったー宿泊・飲食
- ・プロパガンダに洗脳されているうちは変わらないー宿泊・飲食
- ・飲食関係のお客様が多少コロナの影響を受けていると予想ーサービス
- ・昨年の4月は10日ほどの営業のみ。今年はコロナ慣れもあり来客有り予想ーサービス
- ・ゴールデンウィークの稼働がある為、増加見込みーサービス
- ・4月中旬から悪化しているーサービス
- ・ワクチン等の効果に期待が高く、回復見通しーサービス

### 3 コスト状況

コストの状況については、原材料において世界的な価格の上昇・メーカーによる値上げ、また一部商品・部品の品薄による影響があり、前回調査と比較して上昇回答が倍近い数値となっています。その他の項目については上昇回答が微増という状況となりました。

人件費については、コロナ禍で売上がなかなか伸びない中ですが、新規採用・ベースアップと雇用維持・人材確保への企業努力が伺えました。

#### 【主なコメント】

##### ◆原材料

- ・世界的な原材料価格の上昇－卸・小売、建設
- ・コロナ特需による一部商品の品薄あり上昇－建設
- ・メーカー側による原材料費の一方的な値上げがあり上昇－建設
- ・一部電子部品が入手困難により、ルートを変えて購入したことでコスト上昇－製造
- ・4月から油・肉・小麦粉の単価上昇－宿泊・飲食

##### ◆人件費

- ・コロナ禍で仕事が少ないが、雇用維持も大事な為、給与手当を増額し費用上昇－建設
- ・今は雇用調整助成金をもらっていない為、人件費負担上昇－建設
- ・残業・休日出勤による影響及び新規採用により人件費上昇－製造

##### ◆その他経費

- ・広告費削減による下降－卸・小売
- ・外注品の上昇－建設
- ・総額表示義務化によるメニュー印刷費用の上昇－宿泊・飲食
- ・売上に対する社員人件費の占有率が大幅に上昇－宿泊・飲食
- ・新規採用・働く人の気持ちを考え、ベースアップをしたことで人件費上昇－サービス

### 4 資金繰り

前回調査と比較して、「良好」との回答が増加しましたが、「引続き苦しい」と「最近苦しい」との回答の合計は前回と変化はなく、一部で受注増等による改善は見られます。全体としてはまだまだ回復には遠い状況であると思われます。

制度資金の検討では運転資金にて伝統産業、宿泊・飲食業、サービス業を中心に希望があり、新型コロナウイルスの状況によっては資金繰りへの更なる影響が懸念されます。

#### 【主なコメント】

- ・特需の減少による資金繰りの悪化－卸・小売
- ・忙しさが利益に繋がらない、楽になった感覚ない－製造

## 5 経営課題

前回に引き続き「顧客の減少」が最多回答で、次いで「受注・商品単価の低下」の回答となりました。3番目に多い回答では「人手不足・技術者不足」があがってきており、建設業・製造業を中心とした受注増が要因と見られますが、他の業種においては従業員過多や採算悪化というコメントもあり、業種によって差があることが窺えます。

### 【主なコメント】

- ・個別訪問ができないことに苦戦しているー卸・小売
- ・今の業務量で見ると人員過剰。但し、通常であれば適正人員ー卸・小売
- ・人材不足1～2名採用したいー建設
- ・木材輸入量の減少により工事の遅延も想定されるー建設
- ・ロットの少量化による採算の悪化ー製造
- ・従業員の高齢化ー製造
- ・原材料の品薄(一部半導体の入手が困難)と価格高騰の影響ありー製造
- ・県外の卸先の廃業(小売店)ー製造
- ・人が動かないのが最大の問題(売上に直結)ー宿泊・飲食
- ・受注が回復し、人手不足だが応募者が減り、長期間の募集で広告費の負担上昇ーサービス
- ・在庫が思ったほど出荷できなかった為、在庫過多ーサービス
- ・顧客減少による競争激化、営業一人一人の負担上昇ーサービス
- ・この先、仕事量が戻った時に人材不足により対応ができない可能性があるーサービス

## 6 今後の事業の方向性について

昨年の10～12月と今年の1～3月の売上増減比較については、全体の半数以上となる54%が減少、増加は16%でした。業種別で見ても建設業を除く4つの業種で減少回答が50%を超える結果となり、前回調査時における同じ質問に対する回答の「減少26%・増加44%」がほぼ逆転した状況で、当地域での年末年始の新型コロナウイルス感染者増加による影響が表れています。

新型コロナウイルスの収束時期の予測としては、希望的観測も含めて「年内」との回答が7%、「来年中」という回答が44%、「3～5年」が29%となっています。まだ収束時期を中長期に見ており、収束の見通しに時間がかかるとの認識を多くの企業が持っています。

このような状況の中で、事業の今後の方向性については現状強化の回答が最多で、3番目には現状維持となっており、まずは現在の事業を継続・強化しながらコロナ前に戻していくという結果となりました。

また、2番目には新分野展開、その他に事業再編、事業・業種転換や、中には現状を維持・強化をしながら、新分野への展開も進めて行くという回答も見られ、各社コロナの影響による生活様式の変化への対応や不採算部門の見直しなど事業の再構築に取り組む状況も窺えました。

その中で、事業計画の策定状況に関する質問においては「策定済」は22%に留まり、コロナ禍において計画策定の必要性を感じてはいるが取り組みはこれからで、今後、税理士や支援機関の支援も受けながら策定したいという状況でした。

【主なコメント】

◆現状を踏まえた今後の方向性について

- ・店舗内での展示会を実施(強化)。年3回程度を予定ー卸・小売
- ・店舗数を増やすー卸・小売
- ・頭の中では構想があるが、実現性が低いー卸・小売
- ・ギャラリーを撮影用などの多目的スタジオに改装ー製造
- ・従来の仕事を継続しながら、土木・建築分野へのPR強化、従来の製作方法と違った方法を説明し、利用してもらえるよう営業をかけていきたいー建設
- ・法人成りを見据えて進めて行くー建設
- ・技術力を向上させるべく、社員教育・訓練に時間を割く。公共工事→民間工事へー建設
- ・まだ他社が手を出していない需要のある分野への進出を考えたいー製造
- ・新商品開発には現状では設備が伴わない(新たな投資が必要)、売れ筋商品の生産強化と人手不足の解消も必要となるー製造
- ・事業承継が一番の課題ー製造
- ・電動化(自動化)。ロボットによる作業効率の向上などに取り組むー製造
- ・新規取引先の開拓を急いでいるー製造
- ・今までの分野を強化しながら、独自の路線を進んでいきたい。新分野へのプランを進めているので、助成金などを活用し、機材を揃えるなど活動しやすくしていきたいー製造
- ・付加価値の高い商品を BtoB から BtoC へ進めて行きたいー製造
- ・コロナ収束後の世の中がどう変わるかによって考えたいー製造
- ・伸びしろはまだまだあると考えている。神社関連の商品を伸ばしたいー製造
- ・新製品の開発を継続強化していくー製造
- ・研究開発の補助金を有効に活用したい。各部署の担当者が考え、申請していくー製造
- ・他の事業者との連携・新事業展開・海外展開を考えたいー製造
- ・海外からの実習生受入増員予定ー製造
- ・現在食事提供をストップし、宿泊のみ受け入れているが、朝食のみ再開してB&B形式で継続していきたいー宿泊・飲食
- ・持続化補助金申請による販路拡大ー宿泊・飲食
- ・店舗売上減少をテイクアウトで補うよう、強化を行ないたいー宿泊・飲食
- ・小売での販売を行なう。場所は確保できている(コロナ補助金を活用)ー宿泊・飲食
- ・菓子製造許可を取得し、デザート製造販売をおこなうー宿泊・飲食
- ・投資額が大きい事業はできない。会社が潰れないよう耐えるだけですー宿泊・飲食
- ・先が分からないのでどうしようもないーサービス
- ・合併等による現状維持と見直しをして、効率の良い働き方を進めて行くーサービス
- ・何とか今をどうするか。お客様が来てくれないことにはどうにもならないーサービス
- ・団体旅行から個人(小規模)旅行へのシフト(商品提案)ーサービス
- ・24時間申込受付が出来るシステムの導入、飯田の旅行商品提案による誘客をおこなうーサービス
- ・コロナの影響を受けており、現状を強化していく以外ないーサービス
- ・受注回復傾向。人材確保を行ない、売上増につなげたいーサービス
- ・紙媒体の情報提供+SNS等の電子媒体を使い物販も含め地域貢献したいーサービス
- ・不採算部門の見直しーサービス

◆自社の事業計画策定状況について

- ・あるにはあるが、社外に向けて出せるものではないー製造

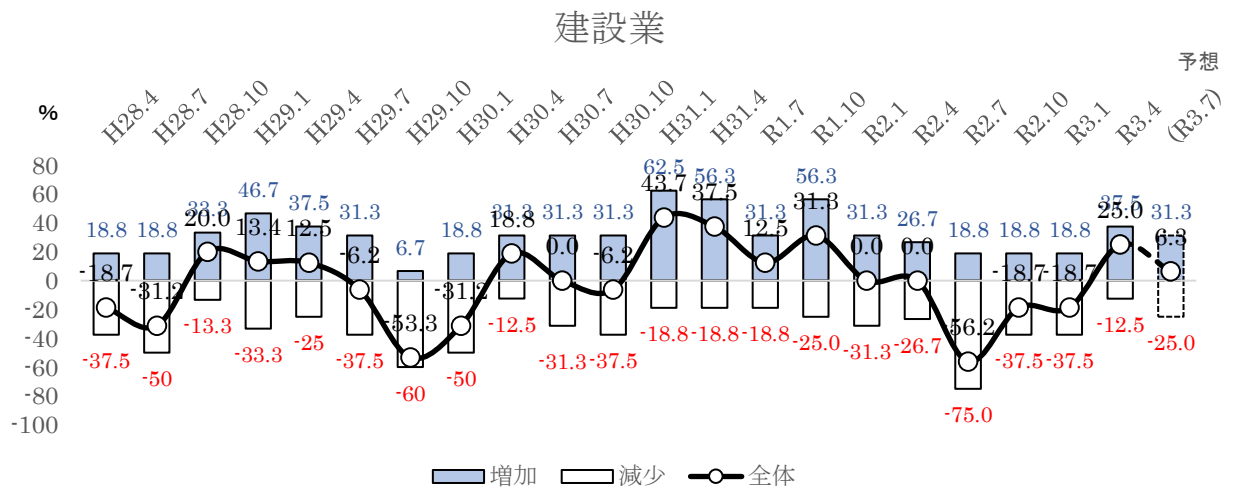
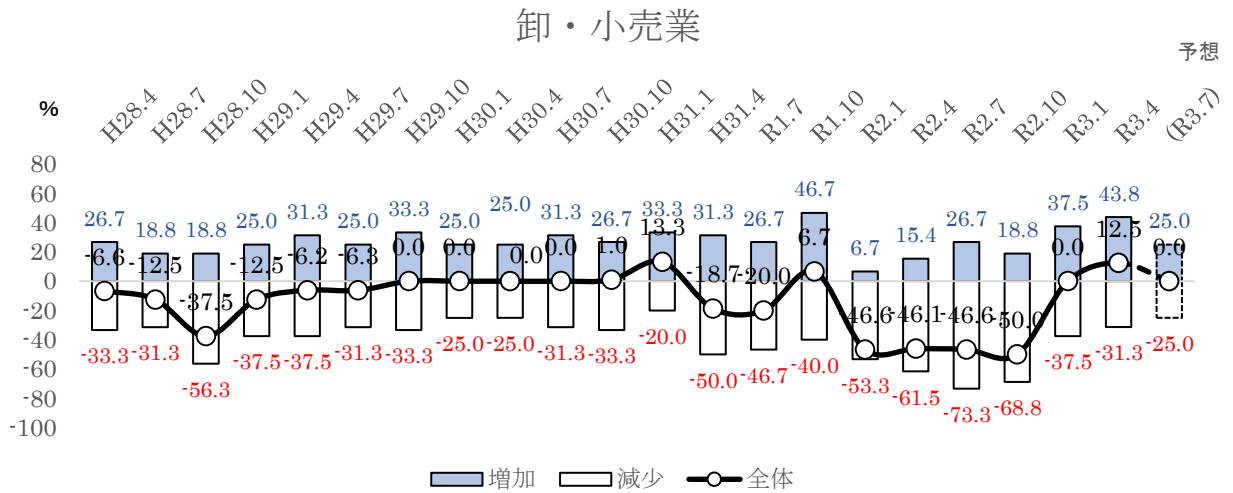
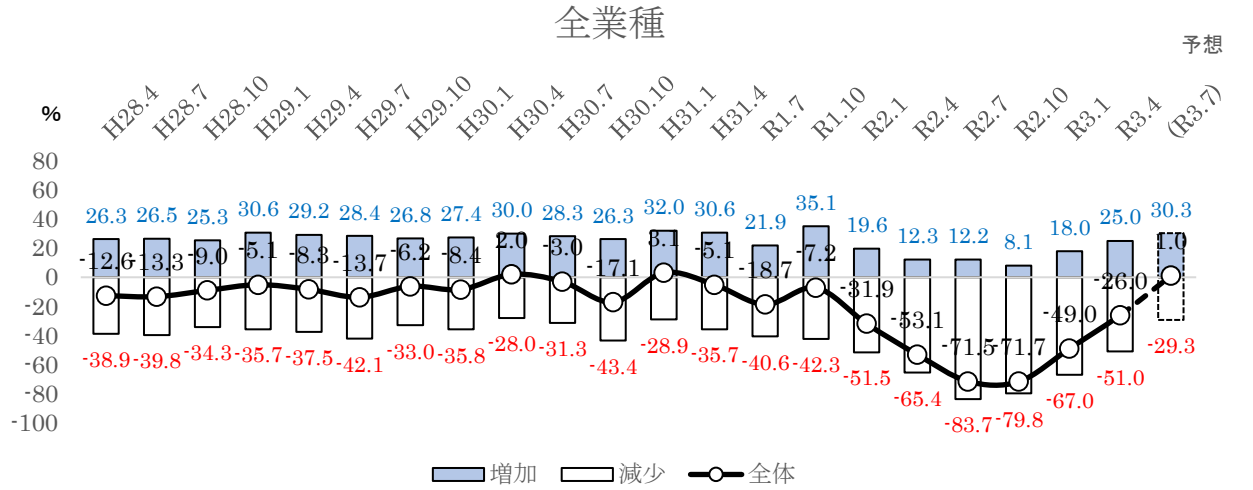
◆今後考えている自社方向性について相談を希望する支援先について

- ・コンサルタントによるマーケティング分析ー卸・小売
- ・メーカーと一体となってやっていくー卸・小売
- ・税理士と事業再構築の計画を策定中ー建設
- ・HP業者ー製造
- ・ハローワークとの連携ーサービス

# 景気動向調査集計結果

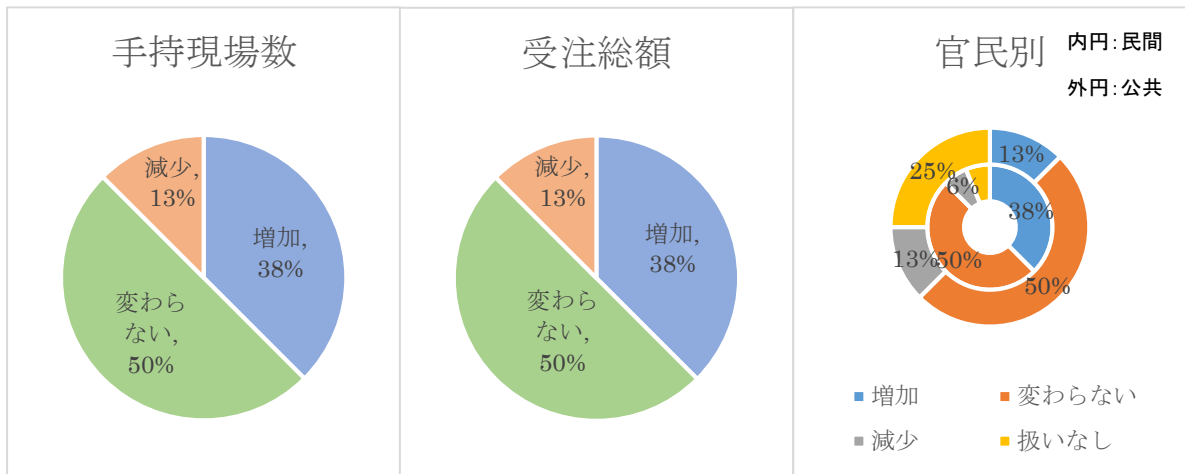
## I 売上・受注高

■ 最近3か月、前年同期と比べて及び今後3か月の予想

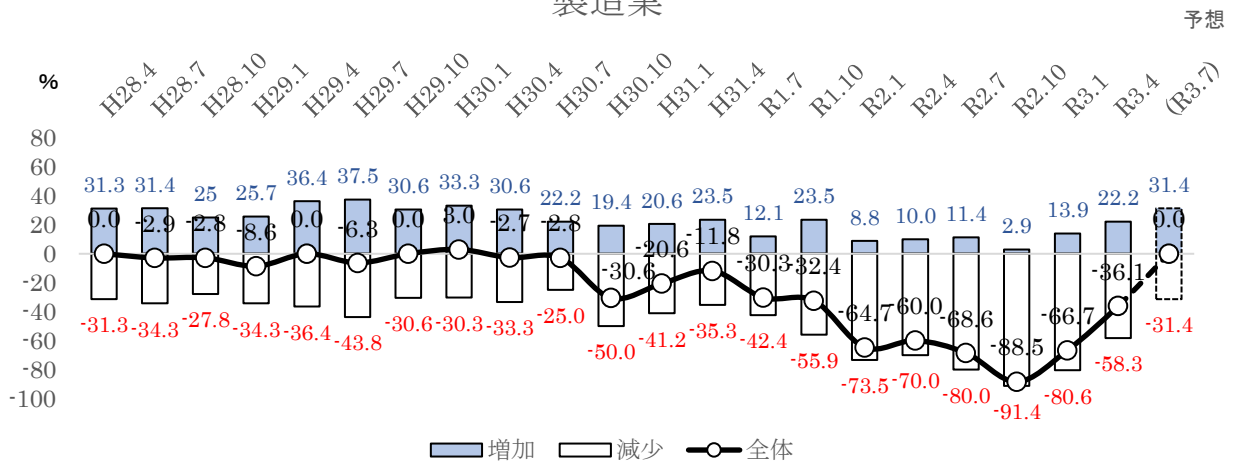




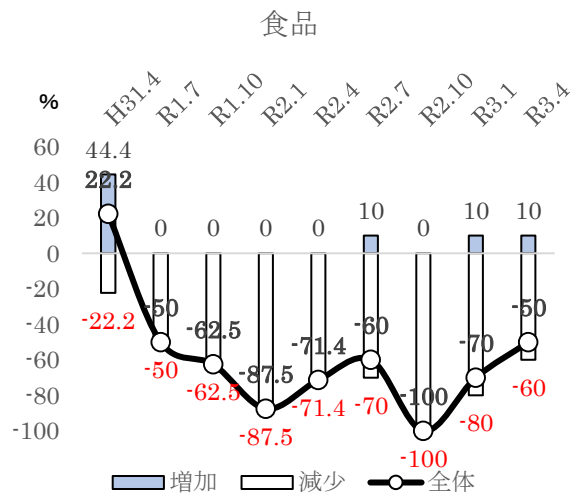
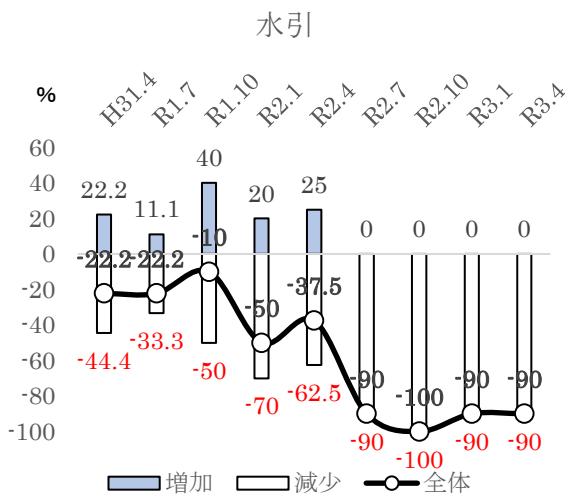
(建設業)



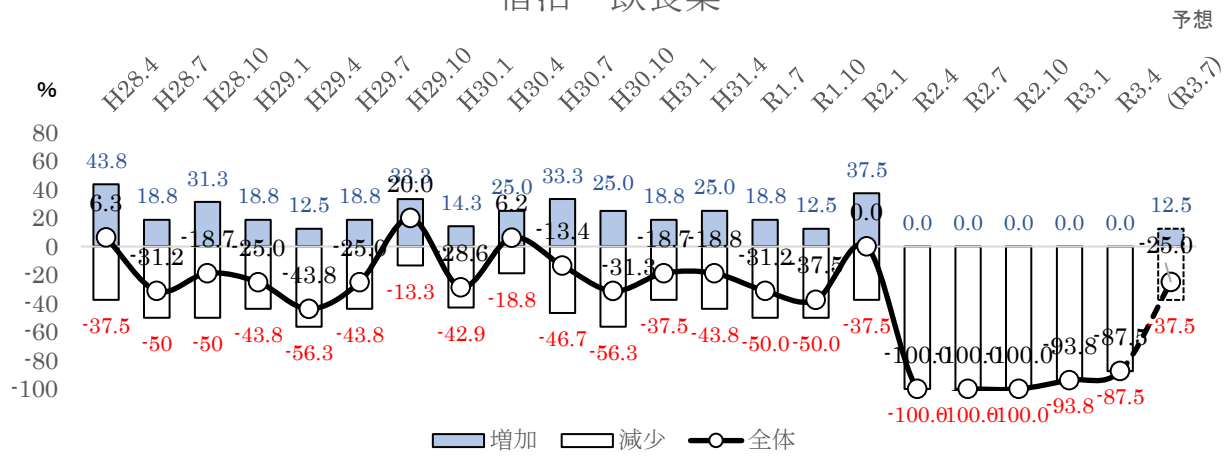
製造業



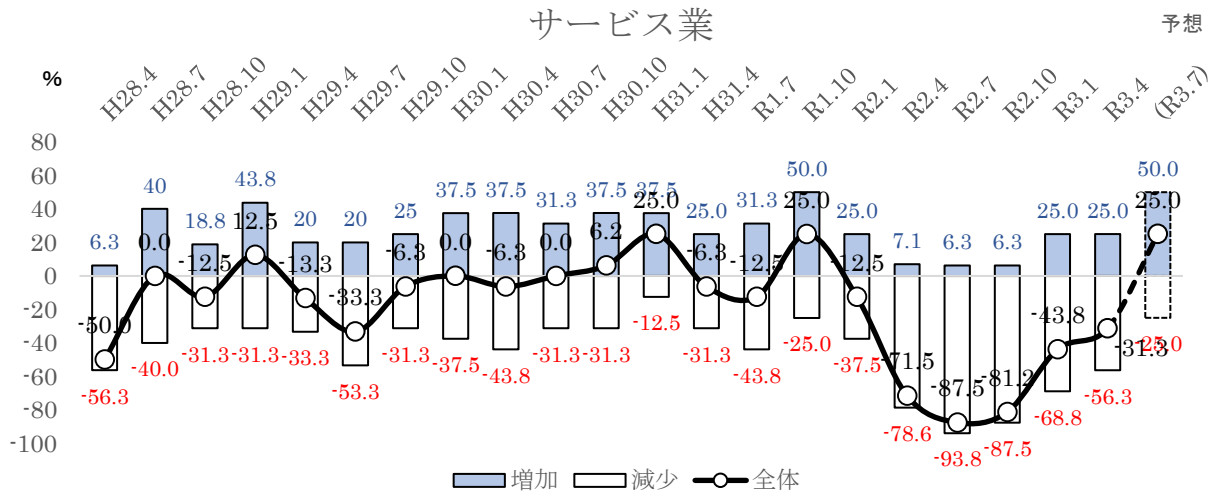
(伝統産業)



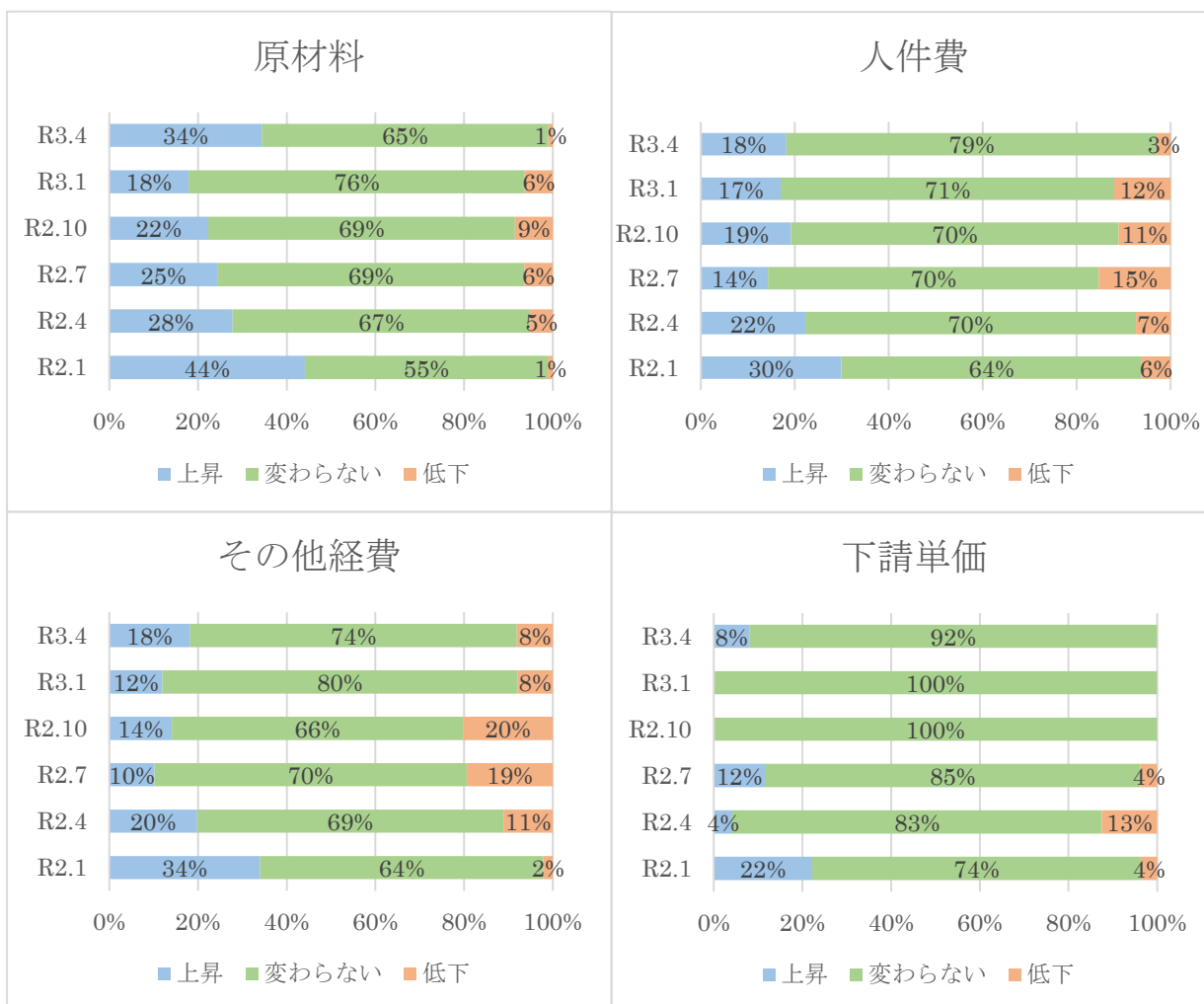
### 宿泊・飲食業



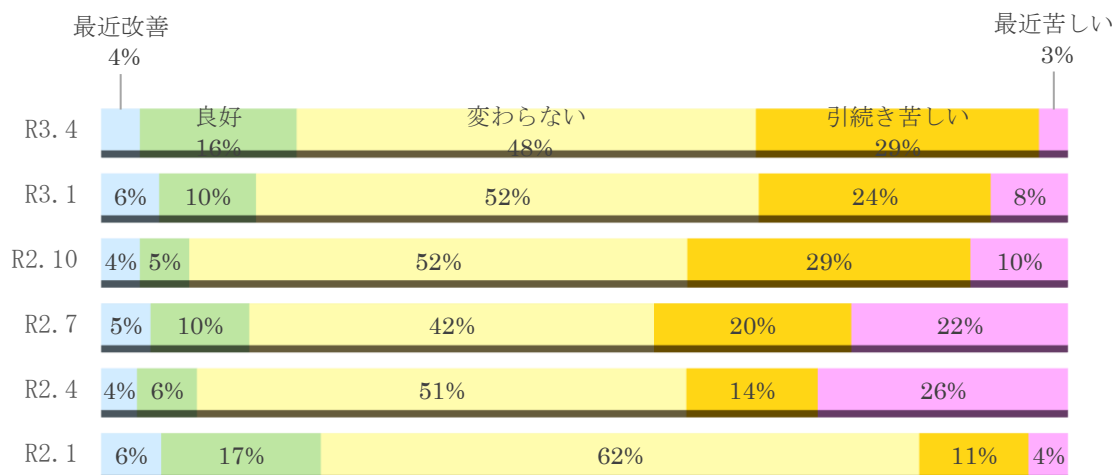
### サービス業



## Ⅱ コストの状況 ー前年同期と比べてー(全業種)



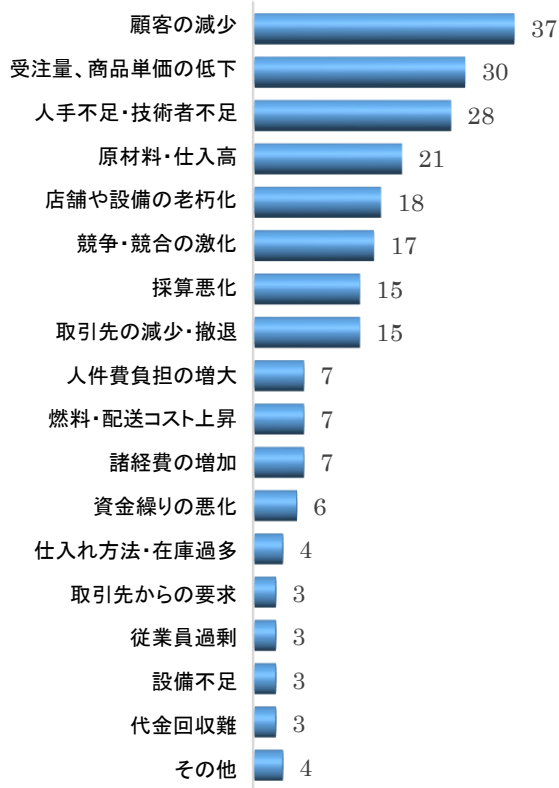
## Ⅲ 資金繰りの状況 ー前年同期と比べてー(全業種)



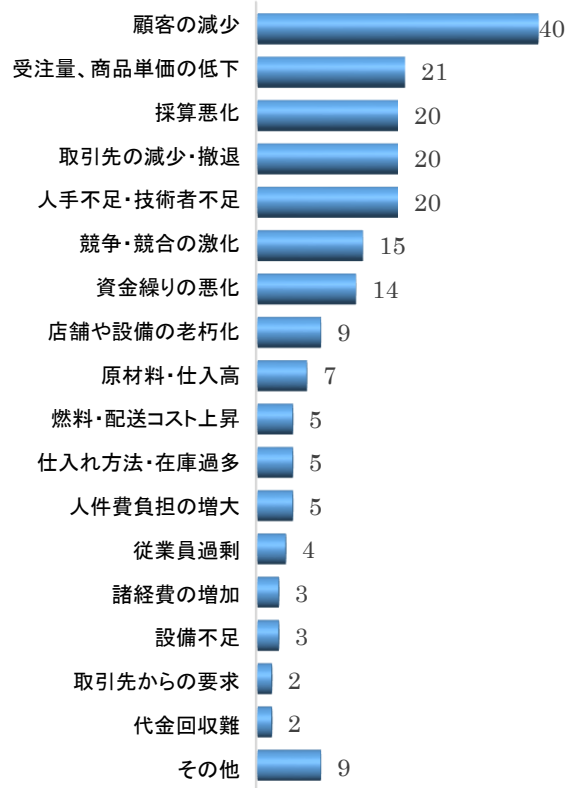
#### IV 経営上の課題(全業種)

※3つまでの複数回答

【 R3.4 】

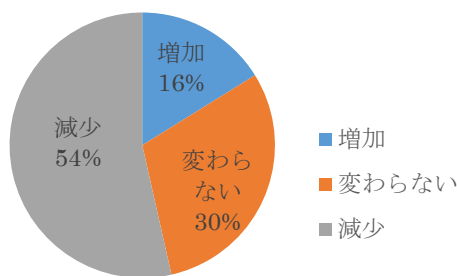


【 R3.1 】

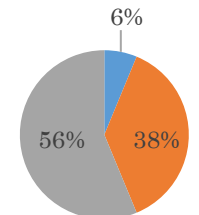


#### V 今後の事業の方向性について

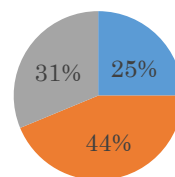
2021年1～3月の売上増減  
(前年10～12月期比較)



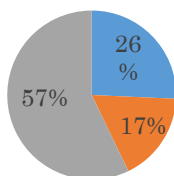
卸・小売業



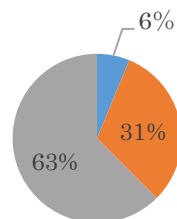
建設業



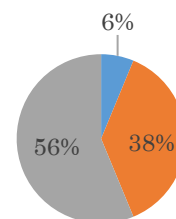
製造業



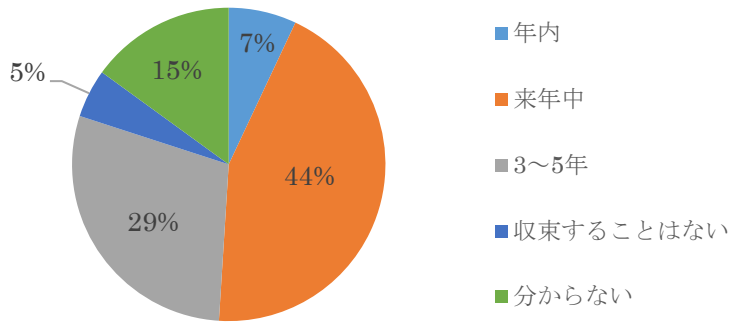
宿泊・飲食業



サービス業

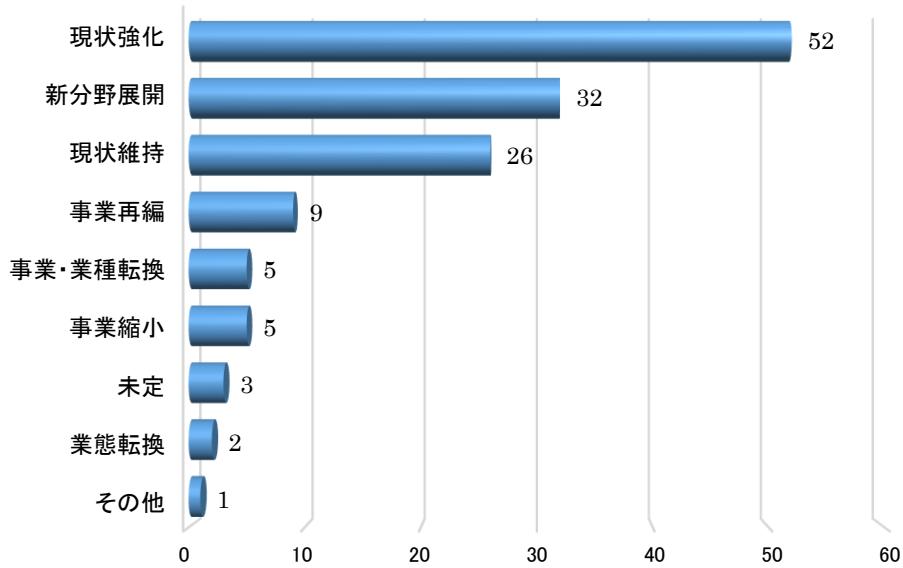


### 新型コロナウイルス感染症収束時期予測

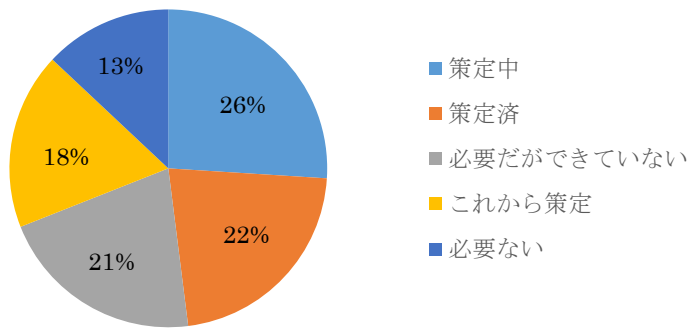


### 現状を踏まえた今後の方向性

※複数回答



自社の事業計画策定状況



事業計画策定にあたっての支援希望先

※複数回答

