

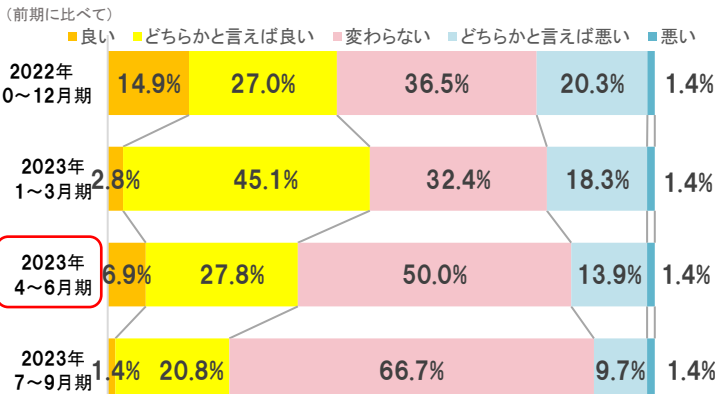
神戸商工会議所 経営経済四半期動向調査（2023年4～6月期）調査結果

●調査対象 神戸商工会議所会員72事業所 / 対象106事業所
●調査時期 2023年6月2日～27日

●調査内容 1～2：定期調査 / 3～4：付帯調査

1. 各社の業況について

- ◆今期(4～6月)は、「良い」「どちらかと言えば良い」が3割強を占めた。一方で「悪い」「どちらかと言えば悪い」は2期連続で2割を下回っており、業況は堅調に推移しているものの、前期と比べるとやや足踏みしている。
- ◆来期(7～9月)の予測は、7割弱が「変わらない」としており、慎重な見通しを示す向きが強い。



前期との比較 1～3月 →4～6月	良い / どちらかと言えば良い		どちらかと言えば悪い / 悪い	
	主な業種	47.9%→34.7%	▲13.2	19.7%→15.3%
	ホテル、商店街、旅行、食品小売、食品製造、運輸 など		土木工事、総合建設、ファッション小売 など	

(参考) 前回調査時 2023年4～6月期 予測



2. 各社・業界での特徴的な動きなど

(1) 個人消費の動向

- 脱コロナで外食産業が回復傾向にあり、主力の業務用製品の売上が増加。一方で家庭用製品は全般的に減少傾向にある。【食品製造】
- 人流が増えたことにより、土産物需要が増加している。【菓子製造】
- 大型クルーズ船をはじめ外航船舶の入出港が増え、全体的に上向きの状態。【運輸】
- インバウンド需要の回復が顕著。【菓子製造・販売/食品製造/商業施設運営/旅行】
- 海外旅行については、まだ回復に至ってない。【旅行】
- 電気代や生活必需品の値上げで、消費マインドが戻らない。【ファッション小売/不動産】

(2) 供給制約

- 車の生産が復調し、一時的に収益状況が良くなっている。【自動車小売】
- 深刻な卵不足で入荷に制限がかり、増産、取引拡大ができない。【菓子製造】
- 依然としてサプライチェーンが乱れ、部材が不足し、納期が長期化。【電気機械器具卸売】
- 資材の高騰・不足に伴う納期不確定により、工期が確定できない。【総合建設】

(3) 原材料・資源価格等コストの高騰・円安

- 資材価格高騰による事業予算オーバーの案件多く、低利益での受注が増加。【総合建設】
- 資材価格高騰に対する見積の見直し単価に、行政の単価が伴っていない。【総合建設】
- 民間取引では物価上昇に伴う追加金額の交渉が進まず、先行き不透明。【土木工事】
- 原材料費や人件費の高騰が、売上回復や価格転嫁による利益を相殺。【催会場装飾/建築材料卸売/印刷/飲食店】

(4) 価格転嫁

- 各工種の単価引き上げ交渉を強い姿勢で行っている。【総合建設】
- 価格改定による客離れが多いため、再改定は見込めず、販管費削減で対応。【飲料卸売】

(5) 人手不足・賃金

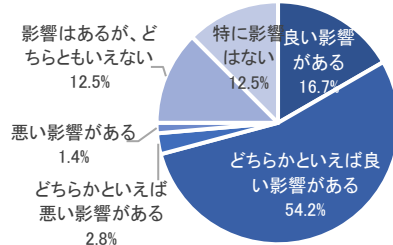
- 現場を中心に深刻な人手不足。機会損失の恐れあり。【鉄鋼/輸送用機械/旅館】
- 時給をアップしてもアルバイト等の人材が集まらない。【催会場装飾】
- 若手社員の退職が人員構成に影響し、積極的な受注活動が困難。【設計】
- 物価高に対応した賃金改定(賃上げ)が課題。【電気機械製造/化成品等製造】
- 採算厳しいが、従業員の期待が大きく、ある程度まとまった賃上げを実施。【食品加工】

(6) その他

- カーボンニュートラルに対応するため巨額の開発・設備投資費用を要する。【鉄鋼】
- 働き方改革関連法の適用まで1年を切り、業界全体で意識が高まっている。【電気工事】
- 物流業界の2024年問題が追い風になることを期待する。【フェリー運航】
- インバウンド対応で、ハラルやビーガン、ベジタリアン等の基礎知識取得が急務。【飲食店】

3. 新型コロナウイルス感染症5類移行の影響について

新型コロナウイルス感染症が5類に移行したことが経営に与える影響について尋ねたところ、「良い影響がある」が16.7%、「どちらかといえば良い影響がある」が54.2%と、全体の約7割が好影響と捉えていることが分かった。



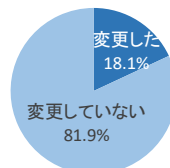
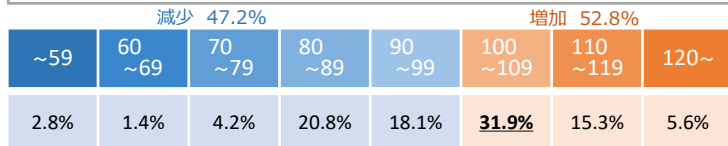
- 良い影響・どちらかといえば良い影響 ※ () は回答件数
○売上増加が見込まれる(25) ○テレワークの削減・廃止や対面営業の再開(20) ○経済全体の活性化による間接的な好影響(11) ○感染対策の緩和・廃止による経費削減(7)
- 悪い影響・どちらかといえば悪い影響
○家族にコロナ感染者がいても出勤可能となったことによる社内感染の発生(1)
- どちらともいえない
○(需要・売り上げ回復の一方で、)出張旅費・交際費等経費の増加(2) / ネット通販の伸び悩み(1) / 巣ごもり需要の減少(1) ○旅行業界等の急回復により、人員の確保、適正配置に懸念あり(1) ○店頭小売の売上は減少、レストランの売上は増加(1)

4. コロナ禍前(2019年以前)との比較について

コロナ禍前(2019年4～6月期)を「100」とした場合の今期売上上の程度については、「100～109」が3割強で最も多かった。全体で見ると、コロナ禍前と比べ減少したままなのは小売・サービス業を中心に47.2%、増加は卸売・建設・製造業などで52.8%と、業界で明暗が分かれる形となった。

また、「減少」と回答した事業所に、売上がいつ頃戻る見込みが尋ねると、「わからない」が67.6%、「戻る見込みがない」が14.7%と多数を占めた。

コロナ禍を契機とするビジネス形態の変更については、「変更した」企業は全体の18.1%に留まった。



- ビジネス形態変更の内容
- ・ネット販売(EC)の強化・拡充
 - ・リテール店舗の削減
 - ・法人部門におけるBPOビジネスの拡大
 - ・テイクアウトやデリバリー、ケータリングの強化
 - ・インサイドセールスの強化

コロナ禍で導入した制度の今後の運用について、「オンライン会議は「継続」「縮小して継続」が87.5%と、新たな会議スタイルとして定着したことが分かった。テレワーク・在宅勤務は「廃止」するとの回答が16.7%あったものの、およそ6割の企業で継続され、こちらも一定程度の定着が見える。

また、コロナ禍で休止していた制度の今後の運用については、社内懇親会の「廃止」が6.9%あったほかは、概ね再開されることが分かった。

