

福知山市商工会 企業業況調査

平成31年4月調査結果(3月実績 調査対象 80件) (令和元年5月7日公表)

■景況感

	今回調査数	現状		先行3ヶ月		先行1年		
		今回	前回	今回	前回	今回	前回	
全体	80	33.6	40.3	38.1	41.2	33.1	37.3	
地域別	三和	19	27.6	46.2	32.9	50.0	30.3	47.9
	夜久野	24	32.3	35.4	39.6	35.4	38.5	32.3
	大江	37	40.5	44.6	39.9	45.3	31.1	37.2
業種別	製造業	24	39.6	45.5	41.7	50.0	38.5	45.5
	建設業	22	47.7	52.2	48.9	54.3	42.0	44.6
	卸小売業	12	22.9	22.5	20.8	20.0	16.7	20.0
	サービス業	22	23.9	30.7	33.0	28.4	27.3	22.7

景況感DIの算出方法

回答構成比(%)に、以下の点数を乗じてDIを算出
 良い+1.0、やや良い+0.75、どちらともいえない+0.5、やや悪い+0.25、悪い+0.0
 (すべてが「どちらともいえない」と回答した場合、DIは「50.0」)

景況感DIは38.6と前回調査よりも2.7ポイントのマイナスとなった。地域別では、三和が-18.6ポイントとマイナス幅が大きく、対照的に、夜久野と大江がそれぞれ-3.1ポイント、-4.1ポイントのマイナスになっているが、三和については、前回調査時の14.2ポイント増の反動も考えられる。業種別では、卸小売業が低いながらも横ばいを維持しているが、製造業が、-5.9ポイント、建設業が-4.5ポイント、サービス業もわずかながら-0.6ポイントとなっている。

先行調査においても、先行3ヶ月が38.1、先行1年が33.1であり、前回との対比ではそれぞれ-3.1ポイント、-4.2ポイントとなり、先行きについて不安材料が見える結果となった。地域別では夜久野地域、業種別ではサービス業の回復が目立ち、どちらも、先行調査においても期待感が表れている。

■経営動向

○製造業・建設業

	今期		前年同期比		前期比	
	今回	前回	今回	前回	今回	前回
引合			0.0	-11.1	-13.0	4.4
売上			-4.3	-28.9	-15.2	-11.1
採算	6.5	20.0	-6.5	-20.0	-23.9	-11.1
資金繰り	-17.4	-13.3				
業況	-17.4	-11.1				

経営動向DIの算出方法

「良い」とみる割合(%)から、「悪い」とみる割合(%)を引いてDIを算出

(「良い」と「悪い」の割合が同じ場合、DIは「0」)

(製造業・建設業)グループと、(卸小売業・サービス業)グループに分類して集計をしている。

○卸小売業・サービス業

	今期		前年同期比		前期比	
	今回	前回	今回	前回	今回	前回
売上			-41.2	-31.3	-55.9	-34.4
客数			-47.1	-46.9	-58.8	-46.9
客単価			-29.4	-37.5	-47.1	-40.6
採算			-38.2	-28.6		
資金繰り	-44.1	-34.4				
業況	-61.8	-46.9				

★今期の経営動向

採算においては、製造業・建設業の採算での-13.5ポイント、卸小売業・サービス業の業況での、-9.6ポイントとなっている。

また、資金繰りや業況についても、すべての業種でマイナスとなり、特に、卸小売業・サービス業の業況については、-14.9ポイントとマイナス幅が大きく、引き続き厳しい状況が続いている。

★前年同期比、前期比

製造業・建設業においては、前年同期比ではマイナス幅が減少し、改善傾向が伺えるが、前期比ではマイナス幅が増えた結果となった。また、卸小売業・サービス業においては、前年比及び前期比ともに、マイナス幅が増えており、特に、前期比では季節要因等も考えられるが、大幅なマイナスとなり厳しい数値となっている。

ただし、個々の今期の回答においては、製造業・建設業では、41%~61%が、卸小売業・サービス業の27~50%の事業者が不変と回答しており、製造業・建設業では約20%、卸小売業・サービス業では約8%の事業者が増加(好転)と回答している。

■今期直面している経営上の問題点 (業種別上位5項目 項目の後の()は前回順位、業種の後の数字は選択された数)

	製造業(43)		建設業(42)		卸小売業(37)		サービス業(56)	
1位	設備の不足、老朽化(1)	16.1%	従業員の確保難(1)	22.6%	競争の激化(1)	28.6%	設備の不足、老朽化(3)	20.8%
2位	従業員の確保難(3)	16.1%	競争の激化(2)	13.2%	需要の停滞(4)	21.4%	需要の停滞(2)	16.7%
3位	仕入価格の上昇(4)	11.3%	仕入価格の上昇(3)	13.2%	仕入価格の上昇(3)	7.1%	仕入価格の上昇(3)	16.7%
4位	人件費の増加(4)	9.7%	設備の不足、老朽化(4)	13.2%	消費者ニーズの変化への対応(2)	7.1%	従業員の確保難(4)	10.4%
5位	経費の増加(2)	9.7%	消費者ニーズの変化への対応(3)	9.4%	販売価格の低下(5)	7.1%	消費者ニーズの変化への対応(1)・人件費増(6)	8.3%

全体的な傾向としては、前回調査でも上位にあげられた事項が今回も上位を占めている。製造業、建設業、卸小売業の1位に変更はなく、サービス業においては、「消費者ニーズの変化への対応」に代わって、「設備の不足、老朽化」が1位が上がってきている。

特に、建設業の1位である「従業員の確保難」については深刻さを増している状況にあり、今後も引き続き厳しい状況が続くものと考えられる。

■向こう1年間の設備投資の計画

あり (17事業者 20案件)					なし
上段:投資金額 下段:投資対象					
1000万以上	~1000万	~500万	~100万	63事業者	
5	2	6	3		
土地	建物	機械重機	什器備品		
1	7	8	1		
			車両		

業種別	実施事業者数/事業者数			
	地域別			
製造業	8/24	三和	5/19	
建設業	5/22	夜久野	6/24	
卸小売業	0/12	大江	6/37	
サービス業	4/22			
合計	17/80	合計	17/80	

全体の21%である17事業者が、向こう1年間に20案件の設備投資を計画しており、内、5事業者で総額1000万円を超える計画を有している。設備投資の対象としては、製造業や建設業での計画が多いこともあり、建物、機械重機の割合が多くなっている。業種別では、サービス業の18%で設備投資計画があり、製造業での「設備の不足・老朽化」対策、建設業での「従業員の確保難」への対策の一環として、生産性向上への投資と考えられる。

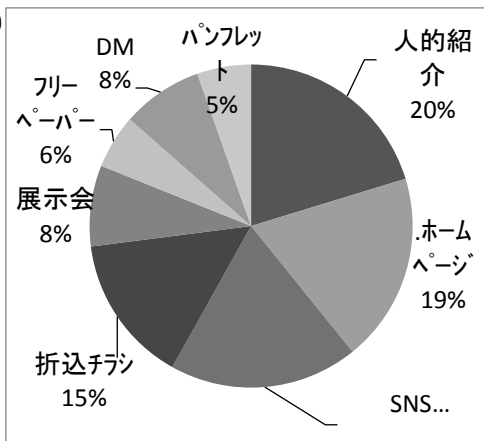
■過去1年間に実施した販路開拓ツール

(15個の選択肢から複数個選択回答 項目の後の数字は選択された数)

過去1年間に実施した販路開拓ツールとしては、80事業者の内、43事業者(54%)から、95点の販路開拓ツールを利用した旨の回答をであであり、実施した販路開拓ツール数が平均2.2点であった。前回調査(平成30年9月)の49%から5ポイントアップしており、半数の事業者が何らかの手段により販路開拓に努め、1事業で複数を実施しているところもある。

業種別では、建設業及びサービス業で実施する事業者が多く、卸小売業で少ない。地域別では夜久野及び大江地域が多くなっている。

「人的紹介」前回の12%から20%へと8ポイントアップしており、特に、建設業で目立ち、ホームページやSNS活用はすべての業種で実施されている。とりわけ、サービス業において実施しているとの回答が多い。

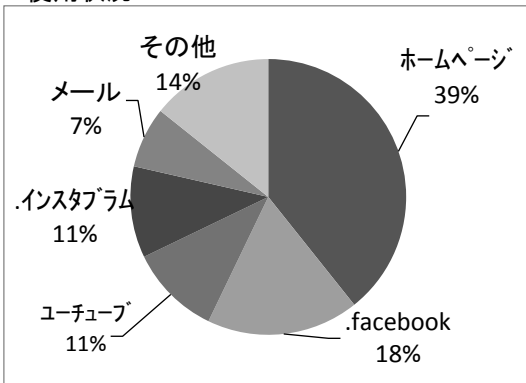


業種別		地域別	
製造業	11/24		
建設業	13/22		
卸小売業	6/12		
サービス業	13/22		
合計	43/80		
地域別			
三和	9/19		
夜久野	15/24		
大江	19/37		
合計	43/80		

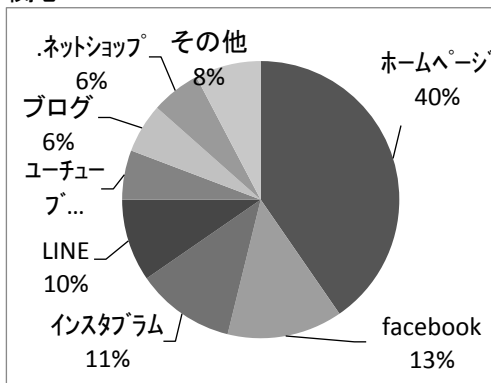
■インターネットツールの使用状況と関心

(複数個選択回答 項目の後の数字は選択された数)

使用状況



関心



業種別				地域別			
製造業	7/24	11/24					
建設業	7/22	8/22					
卸小売業	1/12	3/12					
サービス業	12/22	10/22					
合計	27/80	32/80					
地域別		使用		関心			
三和	5/19	8/19					
夜久野	14/24	11/24					
大江	8/37	13/37					
合計	27/80	32/80					

27事業者から、56点のインターネットツールの使用状況の回答を得た。概ね半数の事業者が平均2つのツールを使用しているとの結果となっている。使用が多いツールとしてはホームページが4割となり、次いでFacebook、ユーチューブ、インスタグラムと続いている。業種別、地域別には際だった特徴は見られない。

ツールへの関心があると回答した事業者は、現在使用している事業者と重なっている。このことから、現時点でインターネットツールを使用していない事業者の多くでは、今後も使用しない可能性が高いと推定される。関心があるツールとしては、ホームページ、Facebook、インスタグラムの選択が多いのが特徴である。

この調査は、福知山市商工会会員事業所を対象として、景気判断や経営動向等を明らかにし、売上向上を目指した事業計画の策定、販路開拓や商品開発、事業承継、経営改善等経営力向上を推進する基礎資料として活用することを目的に実施しています。

次回は令和元年4月~6月の状況について、令和元年7月に調査する予定です。商工会の支援員が調査にお伺いしますので、調査対象の事業所様には引き続きご協力のほどよろしくお願いいたします。