

今期業況天気図

期間:平成30年4～6月（売上・採算・資金繰り・従業員・今期業況のD I 値は前年同期との比較）

全産業の天気図は「薄曇り」。
産業別にみると、製造業、建設業、小売業・卸売業は「薄曇り」であるが、飲食業・サービス業のみ「小雨」であった。
推移をみると、全産業では1 四半期前の「小雨」から今期の「薄曇り」に好転。建設業や小売業・卸売業の業況好転が全体の景気を引き上げている。

	全産業	製造業	建設業	小売業 卸売業	飲食業 サービス業
売 上	2	3	16	5	▲7
採 算	▲2	▲3	16	0	▲11
資 金 繰 り	▲3	▲6	4	0	▲7
従 業 員	31	24	44	15	35
今 期 業 況 (総 合 判 断)	▲1	3	8	10	▲13
今 期 業 況 天 気 図					

業 況 天 気 図 凡 例

快晴  DI値:31以上	晴れ  DI値:30～11	薄曇り  DI値:10～▲10	小雨  DI値:▲11～▲30	雨  DI値:▲31以下
---	--	--	--	---

《景気観測調査》
前年度同時期との業況を比較し、「良い/悪い」などの指標を数値化し景気動向を調査。
「良い」の回答数の割合から「悪い」の回答数の割合を引いて算出した数値(DI値)を用いる。

参考）今期業況天気図の推移

	全産業	製造業	建設業	小売業 卸売業	飲食業 サービス業
3 四半期前 H29.7月～ H29.9月期					
2 四半期前 H29.10月～ H29.12月期					
1 四半期前 H30.1月～ H30.3月期					
今 期 H30.4月～ H30.6月期					

次期見通し業況天気図

次期見通し業況天気図

期間：平成30年7～9月（売上・採算・資金繰り・従業員・次期業況DI値は今期との比較）

全産業の天気図は「薄曇り」。
産業別にみても、すべての産業で「薄曇り」が予測されている。
今期と次期を産業別に比較すると、飲食業・サービス業（今期▲13・次期0）が好転。建設業（今期8・次期8）が横ばい、製造業（今期3・次期▲6）と小売業・卸売業（今期10・次期5）が悪化と予測されている。

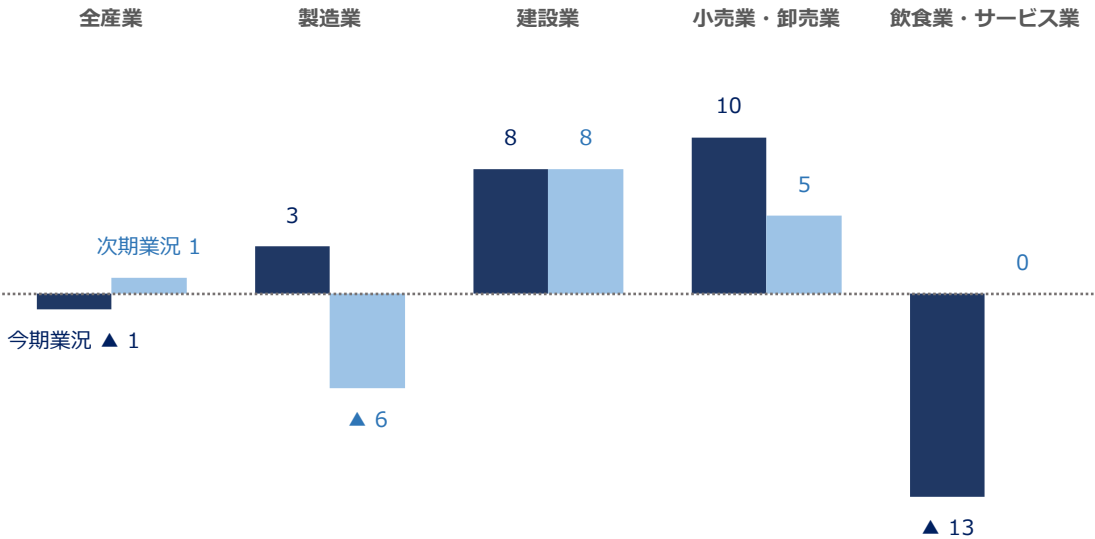
	全産業	製造業	建設業	小売業 卸売業	飲食業 サービス業
売 上	9	9	28	0	2
採 算	5	▲6	20	5	4
資 金 繰 り	0	▲12	12	5	0
従 業 員	26	18	48	10	26
次 期 業 況 (総合判断)	1	▲6	8	5	0
次 期 業 況 天 気 図					

業況天気図凡例

快晴  DI値:31以上	晴れ  DI値:30～11	薄曇り  DI値:10～▲10	小雨  DI値:▲11～▲30	雨  DI値:▲31以下
---	--	--	--	---

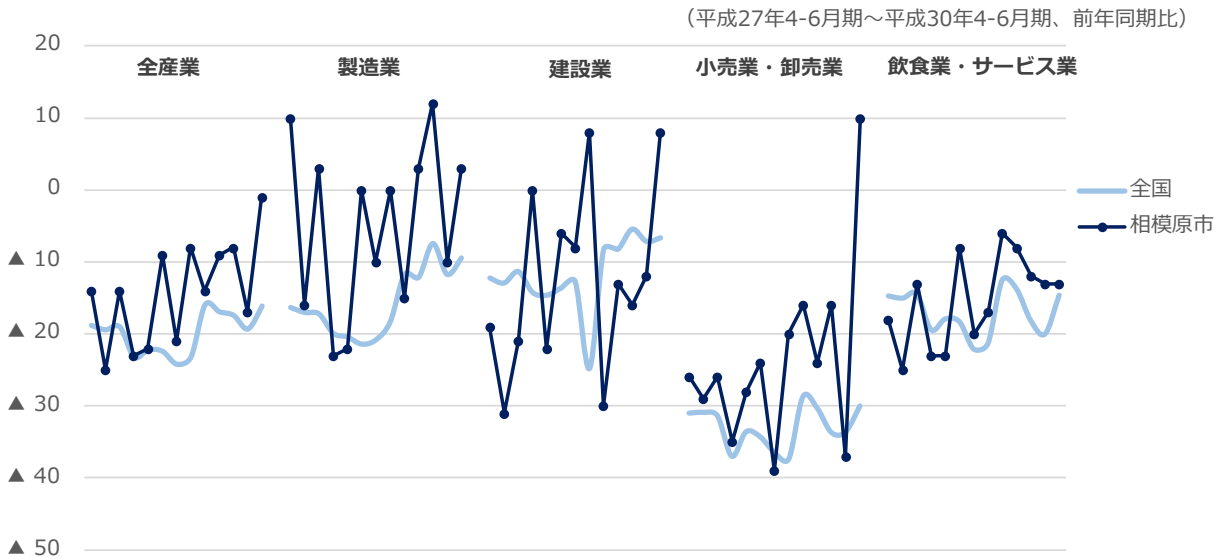
《景気観測調査》
前年度同時期との業況を比較し、「良い/悪い」などの指標を数値化し景気動向を調査。
「良い」の回答数の割合から「悪い」の回答数の割合を引いて算出した数値(DI値)を用いる。

参考）今期と次期の業況DI



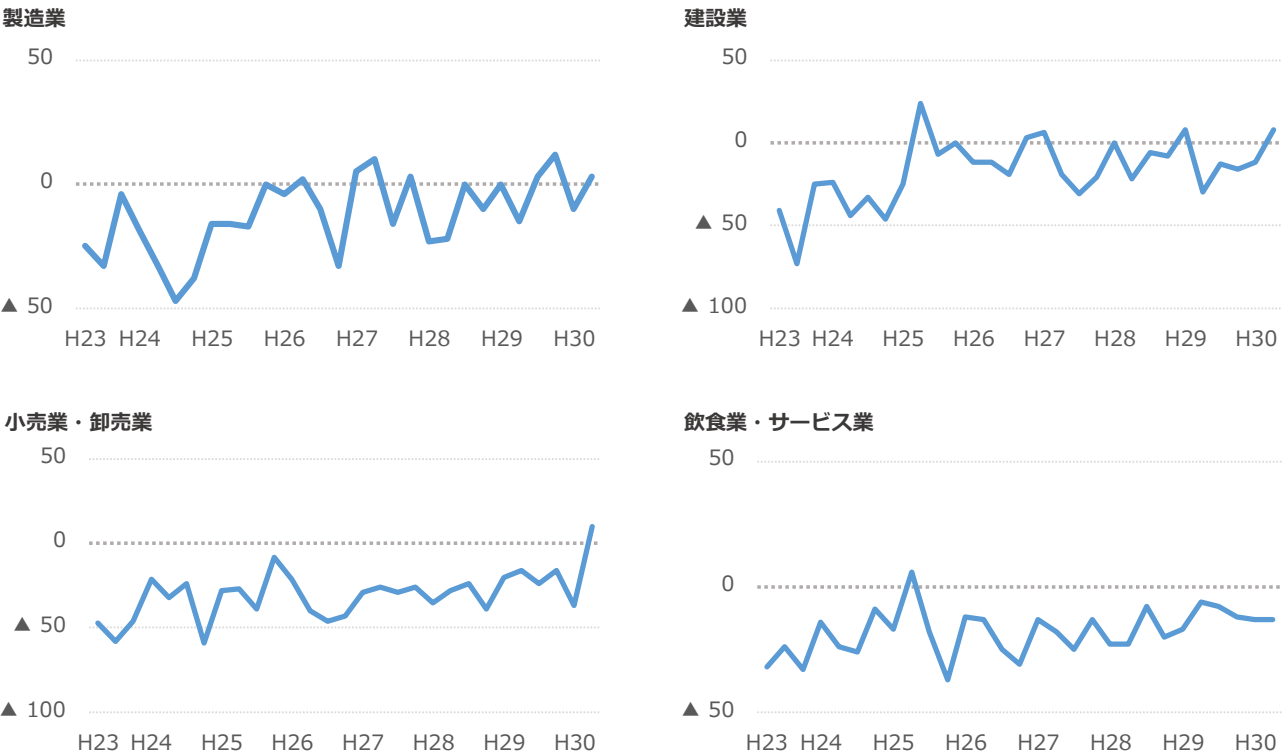
業況D I（前年同期比）の推移

全産業の業況D Iは、前期▲17から▲1（前期差16ポイント増）とマイナス幅が縮小した。
産業別にみると、製造業で3（前期差13ポイント増）、建設業で8（前期差20ポイント増）、小売業・卸売業で10（前期差47ポイント増）とプラス値に転換。飲食業・サービス業は▲13（前期と同値）と横ばいで推移した。
産業別に今期の数値を全国値と比較すると、製造業、建設業、小売業・卸売業は全国値を上回っている。飲食業・サービス業は同程度である。



※全国値は、中小企業庁「中小企業景況調査報告書」より引用
※小売業・卸売業について全国値は「小売業」分類、飲食業・サービス業について全国値は「サービス業」分類の値を使用
※業況D Iについて、当所では「総合判断」、中小企業庁は「業況（自社）」を質問項目としている

参考）業況D I（前年同期比）の長期推移（業種別）



業況D I（特徴的なトピックス）

産業別に寄せられた特徴的なトピックスは以下のとおりである。

【製造業】

- ものづくり補助金を活用して設備投資の活況感あり【テーブルスポット溶接機（抵抗溶接機）製造・販売・メンテナンス】
- 一時的な設備投資需要により引き合いが増加しているが、継続性は無しと見ている。雇用はその後を考えると踏み切れない【電機機器の開発製造業】
- 材料費の高騰、人件費の高騰【制御盤制作、ケーブル配線など】

【建設業】

- 住宅新築の水道工事業ですが、営業努力により売上拡大をしております。ただ、住宅新築の数が若干少なくなってきたかなとの印象です。特に宅地造成（開発行為）現場の数が市内で少なくなっています【管工事業（水道工事業）】
- 全面的に不況という会話がが多い。新築ではなくリフォームが多くなり、売上の減少となっている【リフォーム工事、新築工事】
- ガラスメーカーの値上げが6月よりあり、問屋も7月より価格の値上げが決まっているので、今後の販売価格調整が必要【板ガラス販売、修理】

【小売業・卸売業】

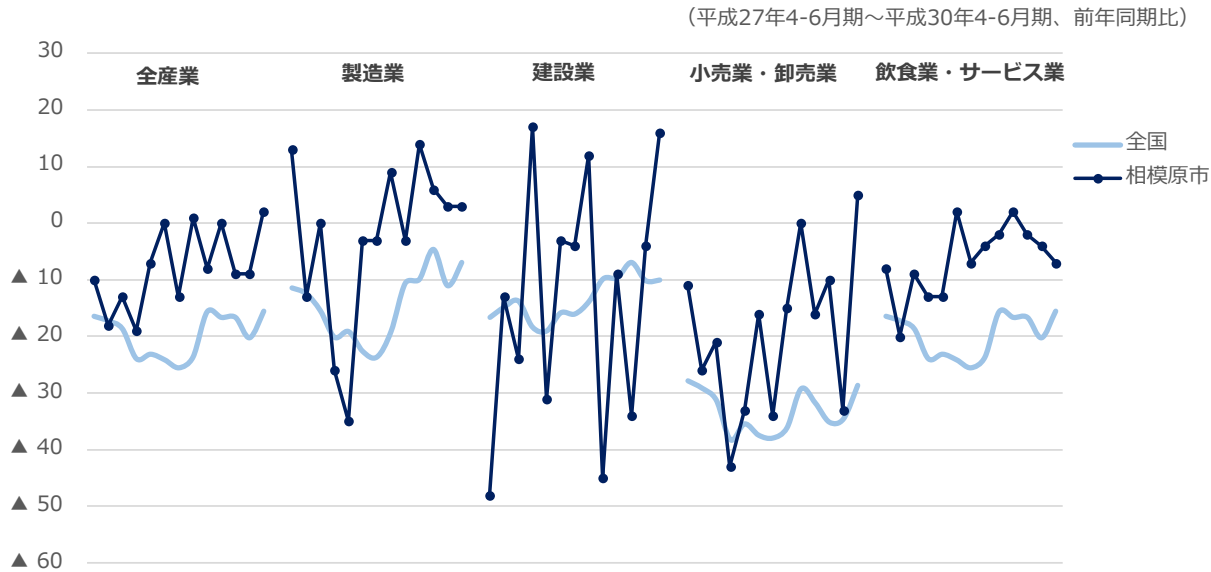
- 原材料の値上がり（輸入部品の上昇）、運賃等の値上がりにより販売価格の変更や運賃変更に伴い、サイトの変更等で売上が落ち込む【自動車部品販売】
- 求人を出してもなかなか集まらない【生花委託販売】
- 仕事の量に対する従業員の数が適正でないと感じている【自動車販売】

【飲食業・サービス業】

- 人手不足による人件費の上昇。食材、光熱費などの高騰が経営を圧迫しはじめている。業態開発、利益構造の見直し改善が必要とされる。いかにして生産性を上げていくか生き残るための必須条件【居酒屋業態、和食、肉バル、焼き鳥、もつ鍋】
- 需要層の購買意欲の減速による様子見が多く、契約率の減少につながっている【不動産売買（買取再販）・仲介】
- 好景気、人材難【CAD、CAM受託】
- 燃料費の値上がり（ガソリン、軽油）【産業廃棄物処理業】
- 経営上の変動はあるが、景気によるものなのかどうかの実感はない。消費行動、情報収集方法の変化を大いに感じる【学習塾、子育てサポート】

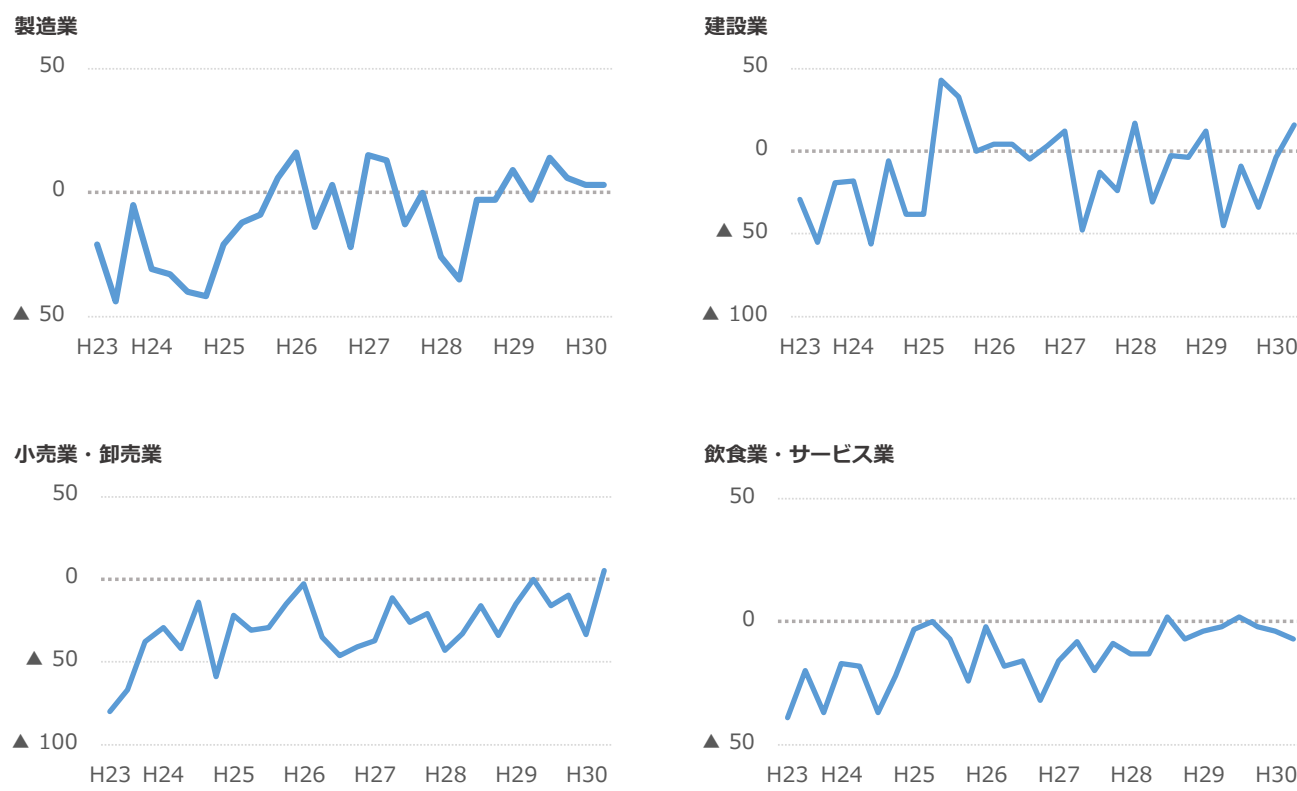
売上D I（前年同期比）の推移

全産業の売上D Iは、前期▲9から2（前期差11ポイント増）とプラス値に転じた。
産業別にみると、建設業で16（前期差20ポイント増）、小売業・卸売業で5（前期差38ポイント増）と好転。製造業は3（前期と同値）と横ばい。飲食業・サービス業は▲7（前期差3ポイント減）とマイナス幅が拡大した。
産業別に今期の数値を全国値と比較すると、すべての産業で全国値を上回っている。



※全国値は、中小企業庁「中小企業景況調査報告書」より引用
※小売業・卸売業について全国値は「小売業」分類、飲食業・サービス業について全国値は「サービス業」分類の値を使用

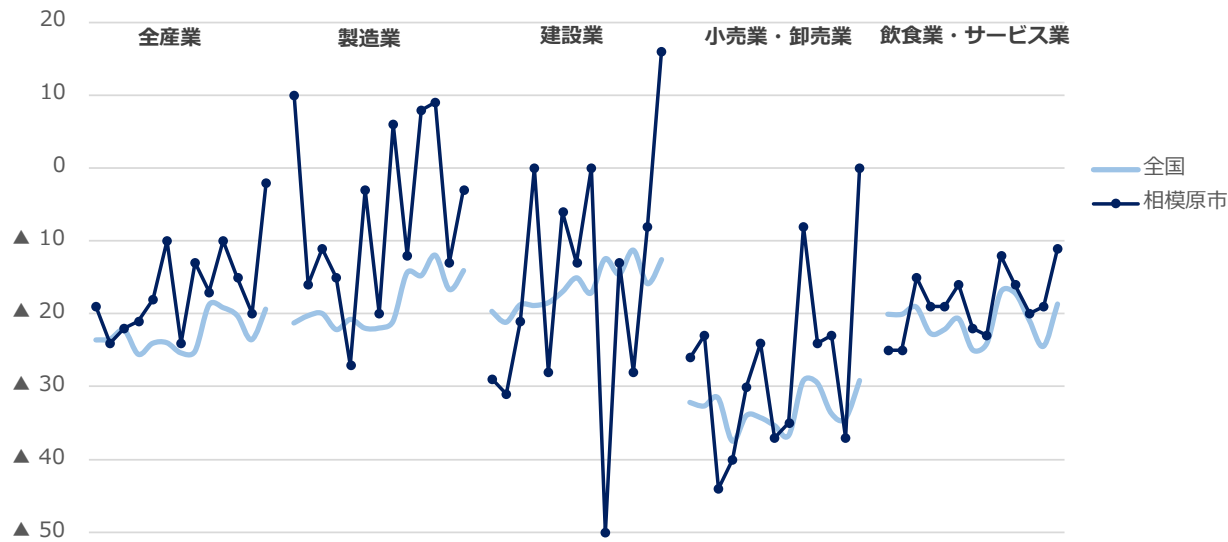
参考）売上D I（前年同期比）の長期推移（業種別）



採算D I（前年同期比）の推移

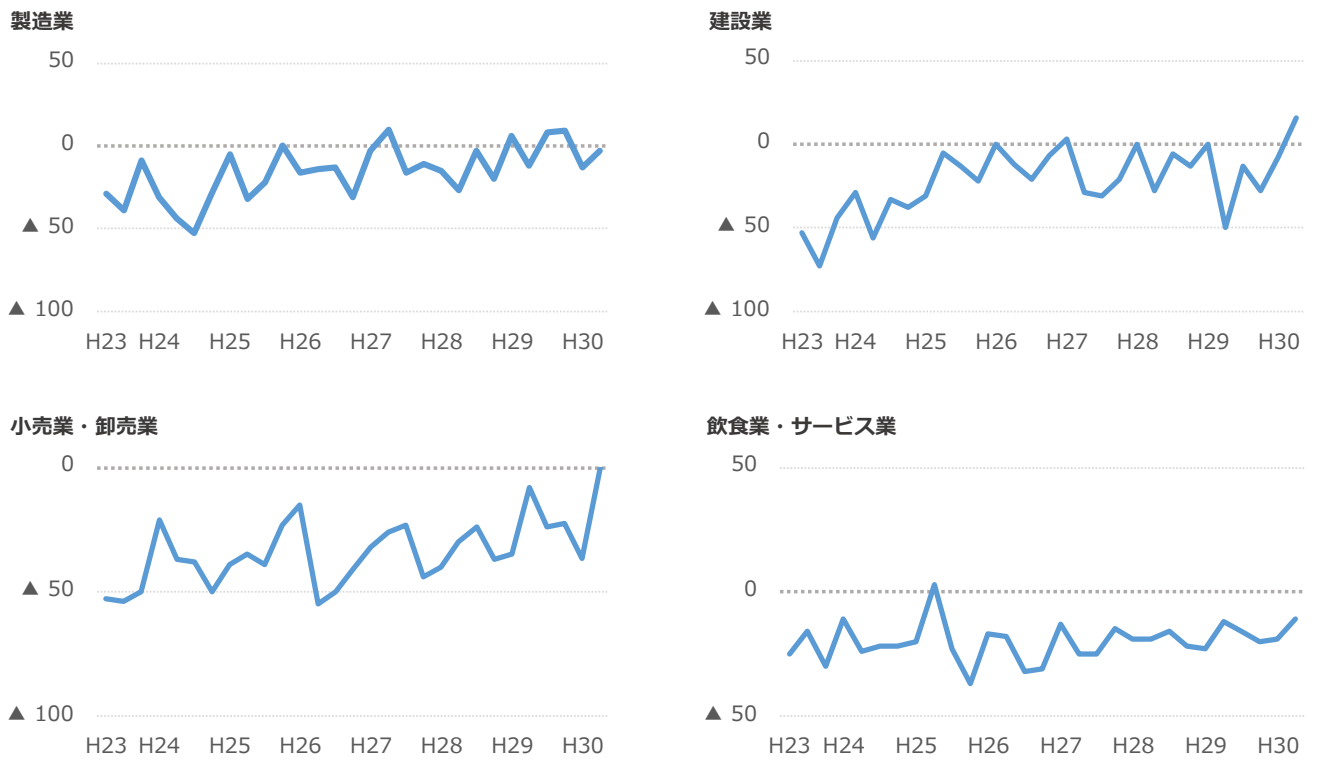
全産業の採算D I は、前期▲20から▲2（前期差18ポイント増）とマイナス幅が縮小した。
産業別にみると、製造業で▲3（前期差10ポイント増）、建設業で16（前期差24ポイント増）、
小売業・卸売業で0（前期差37ポイント増）、飲食業・サービス業で▲11（前期差8ポイント増）
と、すべての産業で好転がみられた。
産業別に今期の数値を全国値と比較すると、すべての産業で全国値を上回っている。

（平成27年4-6月期～平成30年4-6月期、前年同期比）



※全国値は、中小企業庁「中小企業景況調査報告書」より引用
※小売業・卸売業について全国値は「小売業」分類、飲食業・サービス業について全国値は「サービス業」分類の値を使用
※採算D Iについて、当所では「採算」、中小企業庁は「経常利益」を質問項目としている

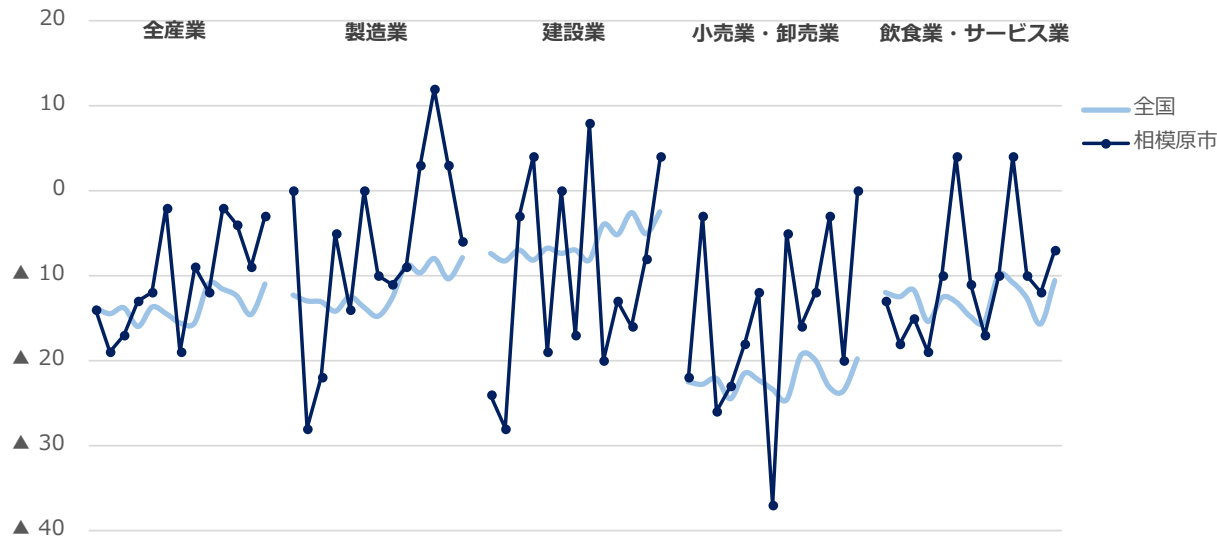
参考）採算D I（前年同期比）の長期推移（業種別）



資金繰りDI（前年同期比）の推移

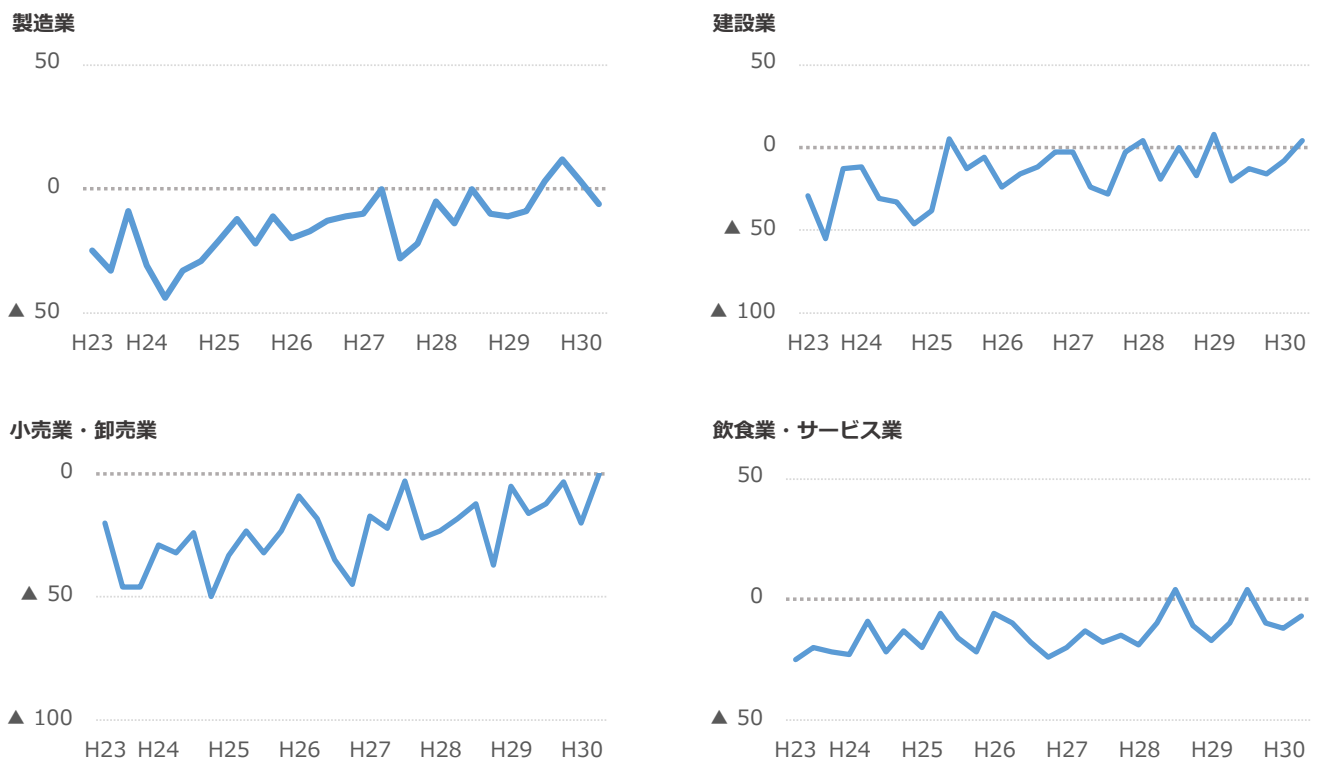
全産業の資金繰りDIは、前期▲9から▲3（前期差6ポイント増）とマイナス幅が縮小した。
産業別にみると、建設業で4（前期差12ポイント増）、小売業・卸売業で0（前期差20ポイント増）、飲食業・サービス業で▲7（前期差5ポイント増）と好転。一方、製造業では▲6（前期差9ポイント減）とマイナス値に転じた。
産業別に今期の数値を全国値と比較すると、すべての産業で全国値を上回っている。

（平成27年4-6月期～平成30年4-6月期、前年同期比）



※全国値は、中小企業庁「中小企業景況調査報告書」より引用
※小売業・卸売業について全国値は「小売業」分類、飲食業・サービス業について全国値は「サービス業」分類の値を使用

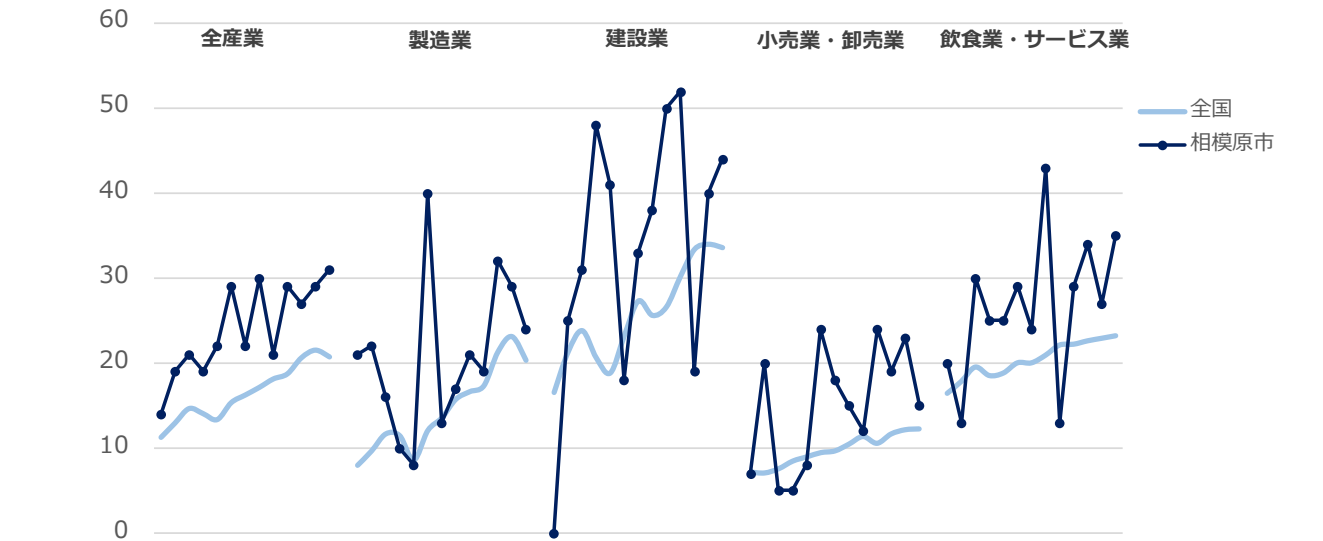
参考）資金繰りDI（前年同期比）の長期推移（業種別）



従業員D I（前年同期比）の推移

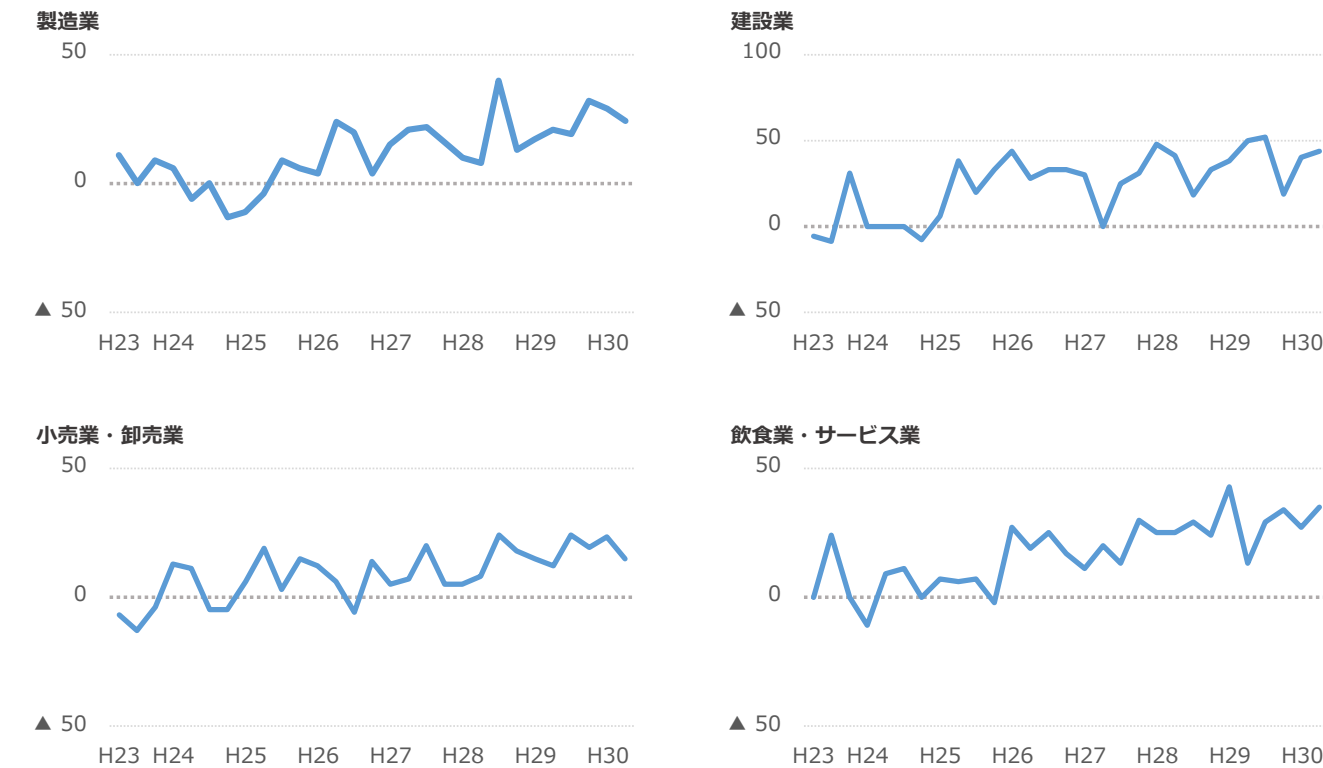
全産業の従業員D I は、前期29から31（前期差 2 ポイント増）と増加した。
産業別にみると、建設業で44（前期差 4 ポイント増）、飲食業・サービス業で35（前期差 8 ポイント増）と増加。一方、製造業で24（前期差 5 ポイント減）、小売業・卸売業で15（前期差 8 ポイント減）と減少した。
産業別に今期の数値を全国値と比較すると、すべての産業で全国値を上回っている。

（平成27年4-6月期～平成30年4-6月期、前年同期比）



※全国値は、中小企業庁「中小企業景況調査報告書」より引用
※小売業・卸売業について全国値は「小売業」分類、飲食業・サービス業について全国値は「サービス業」分類の値を使用
※従業員D Iについて、当所では「前年同期比」、中小企業庁は「今期の水準（過去との比較ではない）」を調査
※従業員D Iについて、当所では「D I=不足-過剰」、中小企業庁は「D I=過剰-不足」で算出。
比較にあたっては、全国値の符号を反転させている。

参考）従業員D I（前年同期比）の長期推移（業種別）



集計表（景気観測調査）

			今期（H30.4～H30.6）				次期見通し（H30.7～H30.9）			
			増加・好転・不足	不変	減少・悪化・過剰	合計／D I 値	増加・好転・不足	不変	減少・悪化・過剰	合計／D I 値
製造業	売上	サンプル数	12	10	11	33	11	14	8	33
		構成比	36	30	33	3	33	42	24	9
	採算	サンプル数	7	18	8	33	6	19	8	33
		構成比	21	55	24	▲ 3	18	58	24	▲ 6
	資金繰り	サンプル数	2	27	4	33	3	23	7	33
		構成比	6	82	12	▲ 6	9	70	21	▲ 12
	従業員	サンプル数	9	23	1	33	9	21	3	33
		構成比	27	70	3	24	27	64	9	18
	業況	サンプル数	8	18	7	33	6	19	8	33
		構成比	24	55	21	3	18	58	24	▲ 6
建設業	売上	サンプル数	8	13	4	25	9	14	2	25
		構成比	32	52	16	16	36	56	8	28
	採算	サンプル数	7	15	3	25	6	18	1	25
		構成比	28	60	12	16	24	72	4	20
	資金繰り	サンプル数	3	20	2	25	5	18	2	25
		構成比	12	80	8	4	20	72	8	12
	従業員	サンプル数	11	14	0	25	12	13	0	25
		構成比	44	56	0	44	48	52	0	48
	業況	サンプル数	6	15	4	25	6	15	4	25
		構成比	24	60	16	8	24	60	16	8
小売業・卸売業	売上	サンプル数	7	7	6	20	4	12	4	20
		構成比	35	35	30	5	20	60	20	0
	採算	サンプル数	5	10	5	20	4	13	3	20
		構成比	25	50	25	0	20	65	15	5
	資金繰り	サンプル数	4	12	4	20	4	13	3	20
		構成比	20	60	20	0	20	65	15	5
	従業員	サンプル数	4	15	1	20	3	16	1	20
		構成比	20	75	5	15	15	80	5	10
	業況	サンプル数	5	12	3	20	3	15	2	20
		構成比	25	60	15	10	15	75	10	5
飲食業・サービス業	売上	サンプル数	10	23	13	46	9	29	8	46
		構成比	22	50	28	▲ 7	20	63	17	2
	採算	サンプル数	8	25	13	46	7	34	5	46
		構成比	17	54	28	▲ 11	15	74	11	4
	資金繰り	サンプル数	5	33	8	46	5	36	5	46
		構成比	11	72	17	▲ 7	11	78	11	0
	従業員	サンプル数	16	30	0	46	12	34	0	46
		構成比	35	65	0	35	26	74	0	26
	業況	サンプル数	6	28	12	46	7	32	7	46
		構成比	13	61	26	▲ 13	15	70	15	0
全産業	売上	サンプル数	37	53	34	124	33	69	22	124
		構成比	30	43	27	2	27	56	18	9
	採算	サンプル数	27	68	29	124	23	84	17	124
		構成比	22	55	23	▲ 2	19	68	14	5
	資金繰り	サンプル数	14	92	18	124	17	90	17	124
		構成比	11	74	15	▲ 3	14	73	14	0
	従業員	サンプル数	40	82	2	124	36	84	4	124
		構成比	32	66	2	31	29	68	3	26
	業況	サンプル数	25	73	26	124	22	81	21	124
		構成比	20	59	21	▲ 1	18	65	17	1

集計表（トピックス）

製造業
前年度が多少良かったので今期の動きが鈍く感じる。【板金業】
景気の回復感はあるものの、業種による格差が大きい。【印刷業】
少しずつの進歩が今の経営状況に合っている。【医療機器用部品へのフッ素樹脂コート（ガイドワイヤー、鉗子等）】
営業を募集しているが集まらない。【カメラ、コピー部品】
一時的な設備投資需要により引き合いが増加しているが、継続性は無しと見ている。雇用はその後を考えると踏み切れない。【電機機器の開発製造業】
先行の不透明感【板金加工物の製造】
売り上げ不振ひどい【機械部品加工】
ケーブルの加工は非常に忙しいが、採算と人員の面で問題がある。【ケーブル加工、制御盤の作成】
ものづくり補助金を活用して設備投資の活況感あり。【テーブルスポット溶接機（抵抗溶接機）製造・販売・メンテナンス】
材料費の高騰、人件費の高騰【制御盤制作、ケーブル配線など】
年々売上悪化【電気機器製造】

建設業
ガラスメーカーの値上げが6月よりあり、問屋も7月より価格の値上げが決まっているので、今後の販売価格調整が必要。【板ガラス販売、修理】
東京オリンピック、パラリンピックへ向け、首都圏の大型工事の建設が本格化することによるコスト上昇と従業員、技能労働者の不足の懸念。【建設請負業、不動産事業】
今年度は良いが、来年度以降も続くとは思えず、現状の維持（採用等）を考えている。【内装仕上工事】
外国人留学制度の影響で請負金額の低下が発生している。【一般建築物の屋根、板金、タイル、レンガ、ブロック工事業】
住宅新築の水道工事業ですが、営業努力により売上拡大をしております。ただ、住宅新築の数が若干少なくなってきたかなとの印象です。特に宅地造成（開発行為）現場の数が市内で少なくなっています。【管工事業（水道工事業）】
技術力に対する評価の低さ【内装業】
慢性的な人材不足（新規）。新しい事業展開に支障がある。市や民間に専門業種を守る気概がない。【建築一式工事業、屋根工事業、板金工事業、防水工事業】
公共工事の減少【電気工事業】
全面的に不況という会話が多数。新築ではなくリフォームが多くなり、売上の減少となっている。【リフォーム工事、新築工事】
雇用者の社会保険加入義務が厳しい。【塗装、内装、防水工事】

集計表（トピックス）

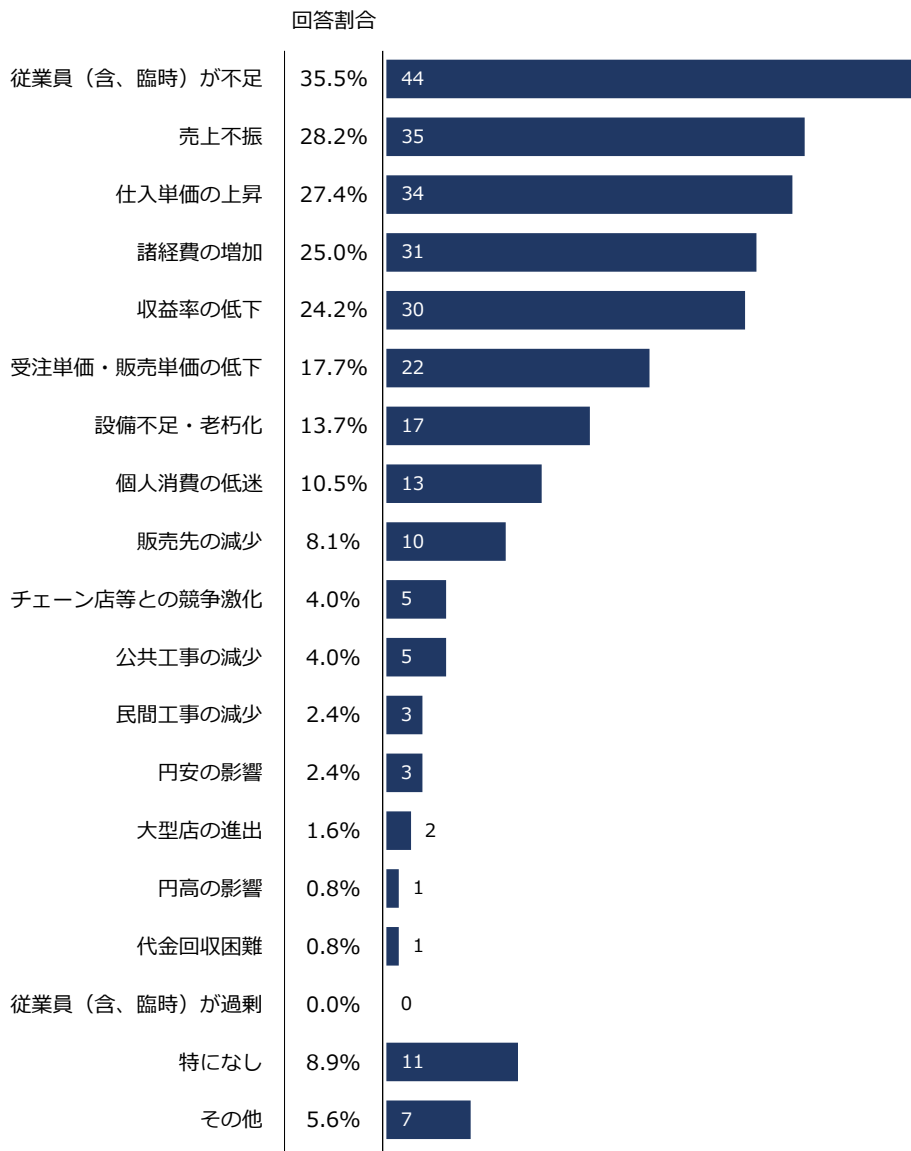
小売業・卸売業
販売先の減少【アイスクリーム卸売業】
求人を出しても応募がない。【食品卸売】
原材料の値上がり（輸入部品の上昇）、運賃等の値上がりにより販売価格の変更や運賃変更に伴い、サイトの変更等で売上が落ち込む。【自動車部品販売】
大手好景気、中小不景気、政策の問題。【省庁向特殊開発製品他】
求人を出してもなかなか集まらない。【生花委託販売】
仕事の量に対する従業員の数が適正でないと感じている。【自動車販売】
地場の建設会社、工務店の仕事が取れず、やはり大手メーカーしか新築工事が取れない状態。後は、ホームセンターの進出。そこに行けばすべて揃ってしまい、小売業も職人さん（専門職）も仕事が減っていると思います。【木材、新建材】
働くことへの意欲低下【日用品・食品】
仕入れが難しくなってきた。【インターネットで商品を販売】

飲食業・サービス業
人手不足。募集をしてもなかなか応募がないときがある。【給食】
日々売上の波が大きく、予想が立てにくい【ランチ食事、宅配】
人手不足による人件費の上昇。食材、光熱費などの高騰が経営を圧迫しはじめている。業態開発、利益構造の見直し改善が必要とされる。いかにして生産性を上げていくか生き残るための必須条件【居酒屋業態、和食、肉バル、焼き鳥、もつ鍋】
仕入れが全体的にアップ。売価は変えられない点が問題か。【酒、刺身、揚げ物、煮物他】
需要が減っている。【バス】
医療機関の二極化【医療情報処理システム】
金融機関の審査基準が厳しくなった。【賃貸経営、建売、土地分譲】
需要層の購買意欲の減速による様子見が多く、契約率の減少につながっている。【不動産売買（買取再販）・仲介】
石油製品の値上がりが経営に響いている。【クリーニング（衣類）】
経営上の変動はあるが、景気によるものなのかどうかの実感はない。消費行動、情報収集方法の変化を大いに感じる。【学習塾、子育てサポート】
人員の不足【犬のしつけ訓練】
今期公共事業を入札し、受注できたことは大きな成果であった。【電気保安業務受託（電気管理事務所）】
雇用状況が極めて悪化（人材不足）【警備業】
同業者が増えた。雇用状況は安定している。【全身美容業】
好景気、人材難【CAD、CAM受託】
燃料費の値上がり（ガソリン、軽油）【産業廃棄物処理業】

経営上の問題点

単純集計

経営上の問題点（3つまで回答可、n=124）



「その他」の内容

製造業	技術継承、若者のものづくり離れ
	東京オリンピック以降の不況
建設業	技能労働者の不足
	長期視点での人材不足
小売業	官需低迷
不動産業	日本経済の先行きリスクによる消費行動の萎縮
専門・技術サービス業	従業員の技術向上

経営上の問題点（業種別）

製造業

今回調査をみると、「仕入単価の上昇」「売上不振」「従業員（含、臨時）が不足」の割合が高い。1年前（平成29年4～6月期）と比較すると、ほぼ同傾向であるといえるが、「従業員（含、臨時）が不足」が24.2%から36.4%へと大きく増加している。

	H29年4～6月期 n=33	H29年7～9月期 n=37	H29年10～12月期 n=34	H30年1～3月期 n=31	今回調査 n=33
売上不振	39.4%	27.0%	35.3%	22.6%	36.4%
受注単価・販売単価の低下	24.2%	13.5%	23.5%	22.6%	21.2%
収益率の低下	18.2%	16.2%	20.6%	32.3%	21.2%
個人消費の低迷	9.1%	2.7%	5.9%	9.7%	6.1%
販売先の減少	9.1%	10.8%	2.9%	3.2%	15.2%
大型店の進出	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
チェーン店等との競争激化	0.0%	0.0%	0.0%	3.2%	0.0%
公共工事の減少	0.0%	2.7%	0.0%	0.0%	3.0%
民間工事の減少	0.0%	2.7%	5.9%	0.0%	0.0%
仕入単価の上昇	39.4%	18.9%	26.5%	41.9%	39.4%
円安の影響	9.1%	0.0%	8.8%	0.0%	3.0%
円高の影響	6.1%	2.7%	0.0%	0.0%	0.0%
代金回収困難	3.0%	0.0%	0.0%	3.2%	0.0%
諸経費の増加	24.2%	18.9%	17.6%	19.4%	15.2%
従業員（含、臨時）が過剰	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
従業員（含、臨時）が不足	24.2%	37.8%	38.2%	38.7%	36.4%
設備不足・老朽化	24.2%	16.2%	26.5%	25.8%	21.2%
特になし	9.1%	10.8%	11.8%	9.7%	9.1%
その他	6.1%	2.7%	8.8%	9.7%	6.1%

建設業

今回調査をみると、「従業員（含、臨時）が不足」「諸経費の増加」の割合が高い。1年前（平成29年4～6月期）と比較すると、「従業員（含、臨時）が不足」の割合が高い点は同じであるが、「売上不振」の割合が40.0%から16.0%に大きく減少、「諸経費の増加」の割合が20.0%から36.0%に増加していることがわかる。

	H29年4～6月期 n=20	H29年7～9月期 n=23	H29年10～12月期 n=32	H30年1～3月期 n=25	今回調査 n=25
売上不振	40.0%	30.4%	31.3%	12.0%	16.0%
受注単価・販売単価の低下	25.0%	13.0%	18.8%	36.0%	24.0%
収益率の低下	20.0%	26.1%	12.5%	24.0%	20.0%
個人消費の低迷	10.0%	4.3%	6.3%	8.0%	4.0%
販売先の減少	0.0%	8.7%	12.5%	0.0%	0.0%
大型店の進出	0.0%	4.3%	6.3%	0.0%	0.0%
チェーン店等との競争激化	0.0%	4.3%	9.4%	0.0%	0.0%
公共工事の減少	25.0%	30.4%	12.5%	32.0%	16.0%
民間工事の減少	5.0%	21.7%	25.0%	24.0%	12.0%
仕入単価の上昇	15.0%	13.0%	15.6%	16.0%	28.0%
円安の影響	0.0%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%
円高の影響	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
代金回収困難	0.0%	0.0%	6.3%	0.0%	0.0%
諸経費の増加	20.0%	26.1%	15.6%	20.0%	36.0%
従業員（含、臨時）が過剰	0.0%	0.0%	0.0%	4.0%	0.0%
従業員（含、臨時）が不足	40.0%	47.8%	25.0%	44.0%	44.0%
設備不足・老朽化	0.0%	4.3%	15.6%	4.0%	8.0%
特になし	15.0%	4.3%	6.3%	8.0%	8.0%
その他	0.0%	0.0%	3.1%	4.0%	8.0%

経営上の問題点（業種別）

小売業・卸売業

今回調査をみると、「仕入単価の上昇」「収益率の低下」「従業員（含、臨時）が不足」の割合が高い。1年前（平成29年4～6月期）と比較すると、「売上不振」の割合が40.0%から25.0%に大きく減少している。また、「個人消費の低迷」の割合も36.0%から20.0%に減少していることから、市内の消費は回復してきているといえる。一方、この需要増に対して「従業員（含、臨時）が不足」しており、経営上の問題点となっていると読み取れる。

	H29年4～6月期 n=25	H29年7～9月期 n=25	H29年10～12月期 n=31	H30年1～3月期 n=30	今回調査 n=20
売上不振	40.0%	40.0%	38.7%	53.3%	25.0%
受注単価・販売単価の低下	8.0%	24.0%	9.7%	10.0%	15.0%
収益率の低下	28.0%	20.0%	9.7%	23.3%	30.0%
個人消費の低迷	36.0%	28.0%	51.6%	36.7%	20.0%
販売先の減少	16.0%	24.0%	19.4%	20.0%	15.0%
大型店の進出	8.0%	12.0%	3.2%	6.7%	10.0%
チェーン店等との競争激化	16.0%	0.0%	12.9%	16.7%	10.0%
公共工事の減少	0.0%	0.0%	0.0%	3.3%	0.0%
民間工事の減少	8.0%	8.0%	3.2%	6.7%	0.0%
仕入単価の上昇	28.0%	36.0%	32.3%	26.7%	35.0%
円安の影響	0.0%	8.0%	6.5%	3.3%	5.0%
円高の影響	0.0%	8.0%	0.0%	0.0%	5.0%
代金回収困難	8.0%	0.0%	6.5%	0.0%	0.0%
諸経費の増加	20.0%	24.0%	16.1%	20.0%	15.0%
従業員（含、臨時）が過剰	4.0%	0.0%	3.2%	3.3%	0.0%
従業員（含、臨時）が不足	16.0%	16.0%	19.4%	13.3%	30.0%
設備不足・老朽化	8.0%	12.0%	12.9%	6.7%	10.0%
特になし	4.0%	16.0%	6.5%	6.7%	0.0%
その他	20.0%	4.0%	19.4%	6.7%	5.0%

飲食業・サービス業

今回調査をみると、「従業員（含、臨時）が不足」「売上不振」「諸経費の増加」の割合が高い。1年前（平成29年4～6月期）と比較すると、「従業員（含、臨時）が不足」が23.1%から32.6%へと大きく増加している。

「諸経費の増加」に着目すると、1年前（平成29年4～6月期）から四半期毎に割合が増えていることが読み取れる。経費の削減や生産性の向上などが必要であると考えられる。

	H29年4～6月期 n=52	H29年7～9月期 n=51	H29年10～12月期 n=41	H30年1～3月期 n=52	今回調査 n=46
売上不振	34.6%	25.5%	24.4%	25.0%	30.4%
受注単価・販売単価の低下	15.4%	17.6%	12.2%	15.4%	13.0%
収益率の低下	26.9%	27.5%	34.1%	25.0%	26.1%
個人消費の低迷	17.3%	13.7%	17.1%	7.7%	13.0%
販売先の減少	3.8%	15.7%	4.9%	1.9%	4.3%
大型店の進出	3.8%	0.0%	0.0%	3.8%	0.0%
チェーン店等との競争激化	5.8%	9.8%	7.3%	7.7%	6.5%
公共工事の減少	3.8%	0.0%	2.4%	3.8%	0.0%
民間工事の減少	0.0%	2.0%	0.0%	1.9%	0.0%
仕入単価の上昇	15.4%	19.6%	14.6%	23.1%	15.2%
円安の影響	3.8%	2.0%	2.4%	0.0%	2.2%
円高の影響	1.9%	0.0%	2.4%	0.0%	0.0%
代金回収困難	1.9%	3.9%	0.0%	0.0%	2.2%
諸経費の増加	13.5%	21.6%	22.0%	23.1%	30.4%
従業員（含、臨時）が過剰	1.9%	0.0%	2.4%	1.9%	0.0%
従業員（含、臨時）が不足	23.1%	31.4%	31.7%	34.6%	32.6%
設備不足・老朽化	7.7%	13.7%	9.8%	19.2%	13.0%
特になし	13.5%	13.7%	19.5%	15.4%	13.0%
その他	9.6%	13.7%	17.1%	5.8%	4.3%

目的

相模原市の地域経済を支える事業者は様々な経営上の問題点を抱えている。事業の継続的な発展のためには、これらの問題点を解決していく必要がある。

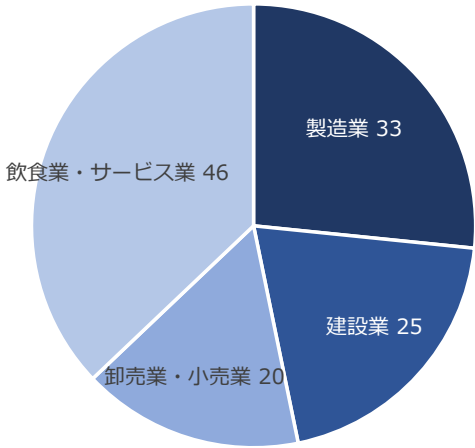
本景気観測調査では、特別調査として「雇用の状況」「新商品（製品）・新サービス開発等」についてのアンケート調査を実施する。収集した情報は、事業者提供だけでなく、当所としても事業者に対する効果的な支援策の立案に役立てるものである。

アンケート調査概要

調査期間	平成30年6月1日～平成30年6月29日		
調査対象	当所会員中小企業500社（業種別に無作為抽出）		
回答社数	124社	回答率	24.8%

回答者の属性

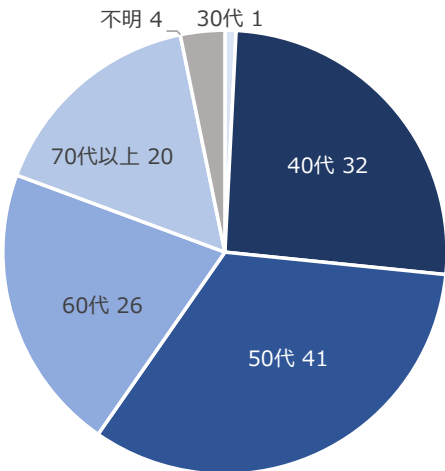
業種



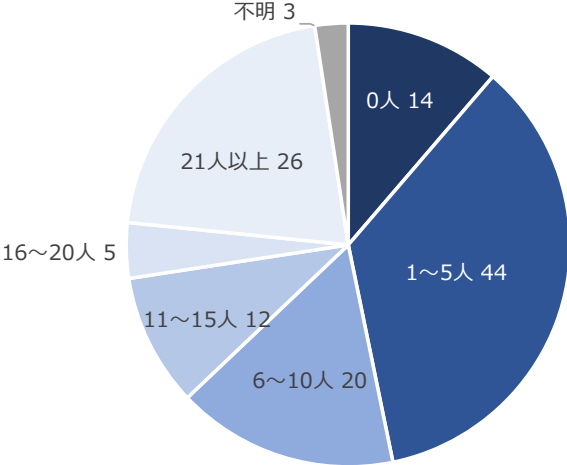
業種（細分類）

業種（細分類）	回答数	回答割合
製造業	33	26.6%
建設業	25	20.2%
小売業・卸売業	20	16.1%
小売業	10	8.1%
卸売業	10	8.1%
飲食業・サービス業	46	37.1%
飲食業	8	6.5%
運輸業	4	3.2%
情報通信業	2	1.6%
不動産業	8	6.5%
生活関連サービス業	3	2.4%
専門・技術サービス業	14	11.3%
その他の業種	6	4.8%
業種不明	1	0.8%
合計	124	100.0%

代表者の年齢

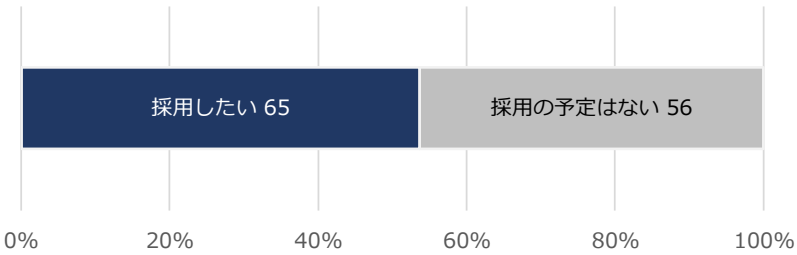


従業員数

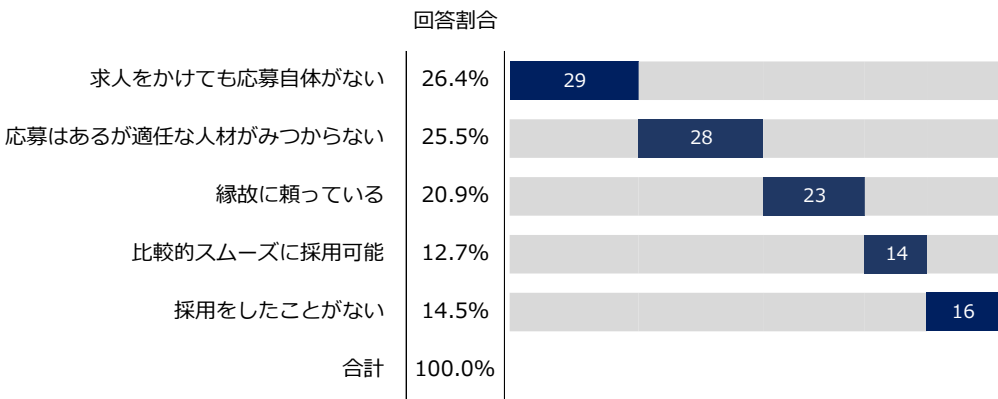


I. 単純集計

今後の採用の予定（n=121）



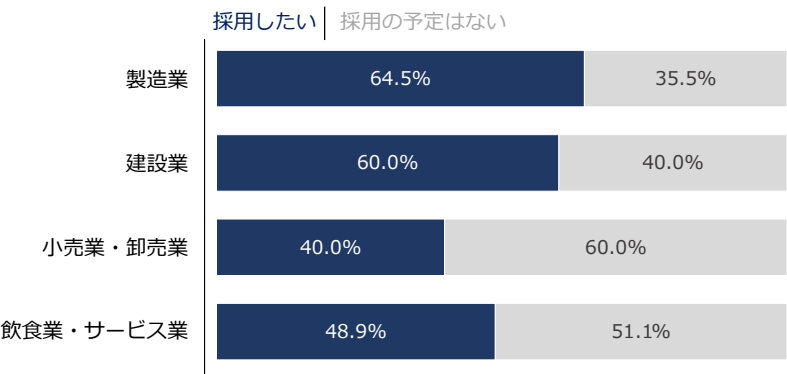
採用の状況（n=110）



II. 経営力向上に向けたアドバイス

①製造業と建設業では6割以上の事業者が採用を予定

業種別に今後の採用予定をみる。業種に関わらず、「採用したい」との回答割合が高いことが読み取れる。特に、製造業では64.5%、建設業は60.0%が「採用したい」と回答しており、人材の不足感が強いといえる。



②スムーズな採用はできるのか？

次に、採用に関する状況を業種別にみる。飲食業・サービス業以外では「比較的スムーズに採用可能」との回答が10%を下回っている。

採用意欲はあるが、人材が集まらない状況であるといえる。

	製造業 n=32	建設業 n=23	小売業・卸売業 n=19	飲食業・サービス業 n=36
比較的スムーズに採用可能	6.3%	8.7%	5.3%	25.0%
応募はあるが適任な人材が見つからない	34.4%	21.7%	15.8%	25.0%
求人をかけても応募自体がない	34.4%	26.1%	36.8%	13.9%
縁故に頼っている	18.8%	26.1%	26.3%	16.7%
採用をしたことがない	6.3%	17.4%	15.8%	19.4%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

③それではどのように対応すべきか

ア) 採用のための工夫をする

再度、上表をみてほしい。「比較的スムーズに採用可能」と回答する事業者はゼロではなく、一定数はいることがわかる。これらの事業者はおそらく、雇用条件（勤務形態や賃金）を良くするなどの工夫をしているのであろう。

また、近年は求職者が申し込みの前にその会社のホームページなどをチェックするケースが増えているといわれる。ハローワークや求人誌で募集をかけると同時に、自社のホームページで企業風土や労働環境に関する情報を提供するなどの工夫も加えたい。

イ) 女性や高齢者に活躍してもらう

ここ数年の人手不足を受け、「女性の活躍」「高齢者の活躍」といったニュースをみることが多い。『出産・育児等を機に離職した女性』や『高齢者』が働きやすい職場づくり（勤務時間の短縮等）をすることで採用の幅を広げるのも、人材募集のひとつの方法である。

実は、中小企業にとって女性や高齢者の採用はメリットが多い。その一つが、それらの人材の持つノウハウやネットワークを活かせる点である。一般的に、中小企業は人材育成にコストをかけることが難しい。だからこそ、経験やノウハウを持つ女性や高齢者を即戦力として採用することで、人材育成コストを削減できるのである。

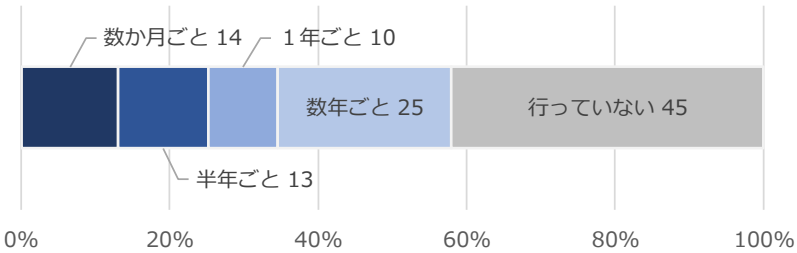
ウ) 採用せずに業務の生産性向上を図る

それでも採用が難しければ、次に考えるのが生産性の向上である。現在の業務を見直し、効率化を図れないか考えるのもひとつの方法といえるであろう。一般的に、中小企業はITの活用が遅れていると言われている。ITを活用することで、生産性向上が図ればあえて新規採用をする必要はないかもしれない。

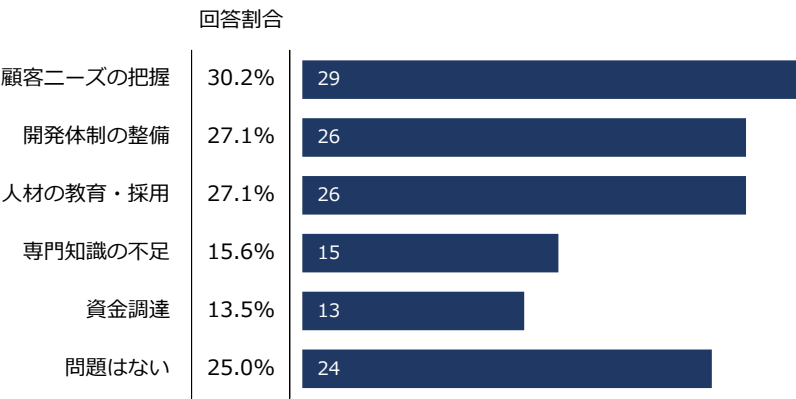
現在、この生産性向上を促すため、国も補助金などを出すことで中小企業をサポートしている。業務の圧縮と効率化により、現在の人員で業務が回るようにできないかも検討の余地がある。

I. 単純集計

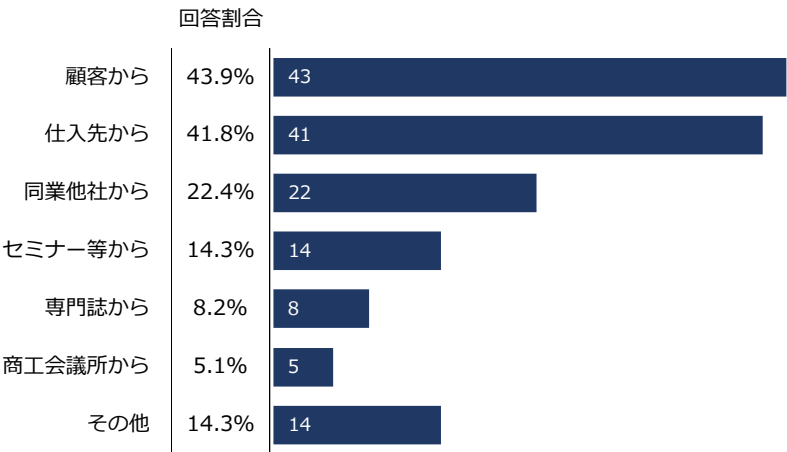
開発頻度（n=107）



開発にあたっての問題点（2つまで回答可、n=96）



開発にあたっての情報の入手先（2つまで回答可、n=98）



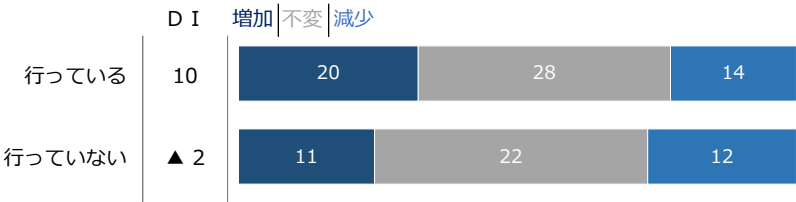
Ⅱ. 経営力向上に向けたアドバイス

①新商品等を開発している事業者の売上高は増加傾向

はじめに、新商品（製品）・新サービスの開発（以下、新商品開発等）の実施状況と足元の売上高（前年同期比）を分析する。

新商品開発等を「行っている」事業者の売上D Iは、「行っていない」事業者に比べて12ポイントも高い。新商品開発等の実施のみが売上高に影響する訳ではないが、ひとつの要因となっていると考えられる。

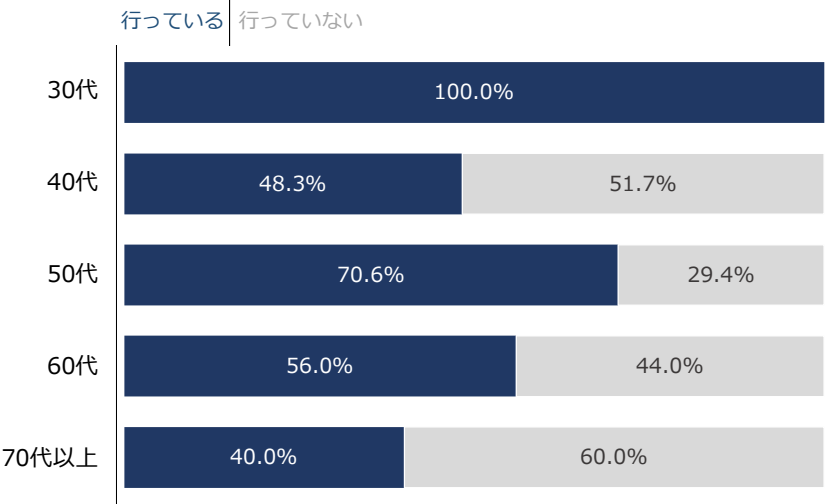
顧客ニーズにあった新商品等を継続的に開発することの重要性がわかる。



②代表者の年齢があがると新商品開発等に消極的になる

次に代表者の年齢と新商品開発等の状況を分析する。

ある程度事業を継続しているであろう“代表者50代以上”の事業者に着目すると、商品開発等を「行っている」事業者の割合は、50代で70.6%、60代で56.0%、70代以上で40.0%と年代が上がるにつれ、その割合が減少していく。つまり、代表者の年齢があがるほど、新商品開発等に消極的になっていくことが読み取れる。



③ それではどのように対応するべきか

ア) 若い世代を新商品開発等の担当者にする

新製品開発等における問題点を代表者の年齢別にみる。

「顧客ニーズの把握」という項目に着目すると、40代では16.7%であるものの、60代は42.9%、70代以上は33.3%となっている。つまり、代表者の年齢があがると、顧客との距離が生まれてしまい、顧客ニーズの把握が難しくなるといえる。

これを解消するため、若い世代の従業員を新商品開発等の担当者にすることを検討してはどうだろうか。

	30代 n=1	40代 n=24	50代 n=35	60代 n=21	70代以上 n=12
顧客ニーズの把握	100.0%	16.7%	28.6%	42.9%	33.3%
開発体制の整備	0.0%	37.5%	22.9%	38.1%	8.3%
人材の教育・採用	0.0%	41.7%	28.6%	19.0%	8.3%
資金調達	0.0%	8.3%	14.3%	23.8%	0.0%
専門知識の不足	100.0%	8.3%	20.0%	4.8%	25.0%
問題はない	0.0%	29.2%	22.9%	19.0%	33.3%

イ) 事業承継もひとつの方法

上記に付随して、事業承継という選択肢もある。代表者が若返れば、自然と顧客との年齢的な距離感が近づくであろう。中小企業の代表者の平均事業承継年齢は70歳であるといわれる。70歳を目処に事業承継できるよう、後継者の選定、育成なども検討していきたい。

参考調査：参加したいセミナーや事業

単純集計

参加したいセミナーや事業（3つまで回答可、n=96）

