

今期業況天気図

期間:平成30年7～9月（売上・採算・資金繰り・従業員・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「小雨」。
産業別にみると、製造業は「薄曇り」、建設業、小売業・卸売業は「雨」、飲食業・サービス業は「小雨」であった。
推移をみると、全産業では1 四半期前の「薄曇り」から今期の「小雨」に悪化。建設業や小売業・卸売業の影響大きく2 四半期前の水準に逆戻りしている。

	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	▲ 15	13	▲ 33	▲ 29	▲ 12
採 算	▲ 17	▲ 16	▲ 20	▲ 24	▲ 12
資 金 繰 り	▲ 15	▲ 9	▲ 23	▲ 18	▲ 12
従 業 員	23	28	23	6	31
今 期 業 況 (総合判断)	▲ 19	▲ 3	▲ 33	▲ 32	▲ 12
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 H29.10月～ H29.12月期					
2 四半期前 H30.1月～ H30.3月期					
1 四半期前 H30.4月～ H30.6月期					
今 期 H30.7月～ H30.9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10～12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「小雨」。
産業別にみると、製造業、建設業、飲食業・サービス業では「薄曇り」と予測する中、小売業・卸売業は「雨」と悲観的な見通し。
今期と次期を産業別に比較すると、建設業（今期▲33・次期▲7）が大幅に好転、飲食業・サービス業（今期▲12・次期▲10）が好転。製造業（今期▲3・次期▲9）と小売業・卸売業（今期▲32・次期▲38）が悪化と予測されている。

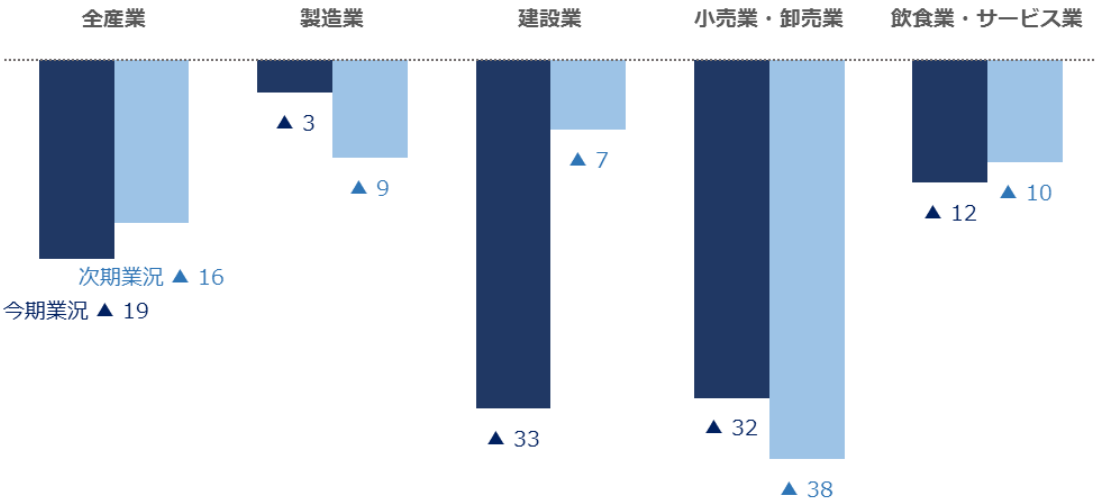
	全産業	製造業	建設業	小売業 卸売業	飲食業 サービス業
売 上	▲ 3	▲ 3	0	▲ 24	8
採 算	▲ 12	▲ 3	0	▲ 38	▲ 6
資 金 繰 り	▲ 10	▲ 16	▲ 3	▲ 15	▲ 6
従 業 員	28	34	33	9	33
次 期 業 況 (総合判断)	▲ 16	▲ 9	▲ 7	▲ 38	▲ 10
次 期 業 況 天 気 図					

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
---	--	--	--	---

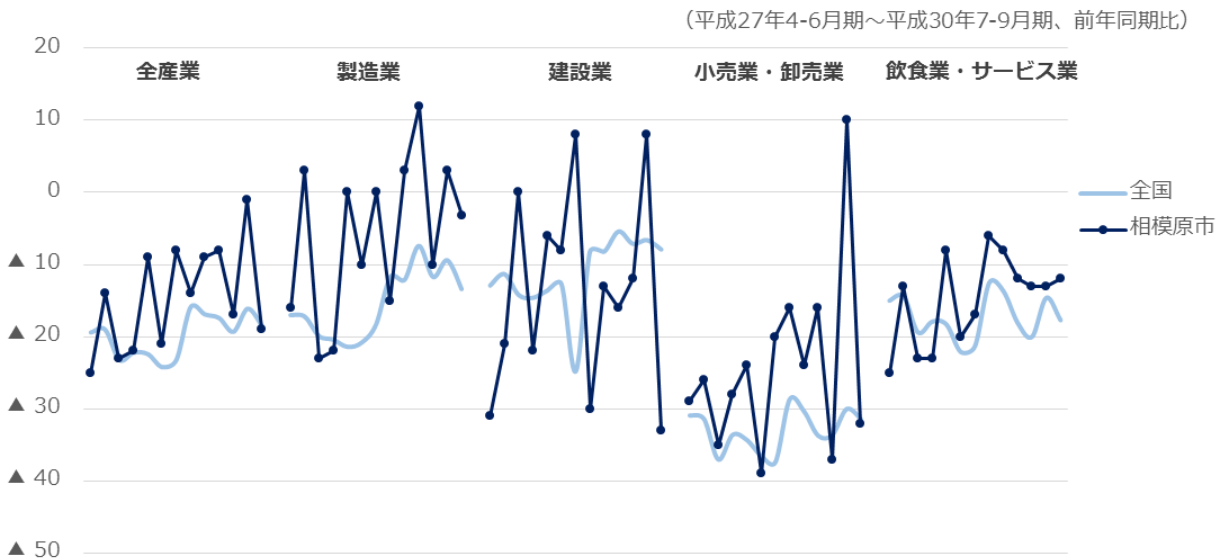
《景気観測調査》
前年度同時期との業況を比較し、「良い/悪い」などの指標を数値化し景気動向を調査。
「良い」の回答数の割合から「悪い」の回答数の割合を引いて算出した数値(DI値)を用いる。

参考）今期と次期の業況DI



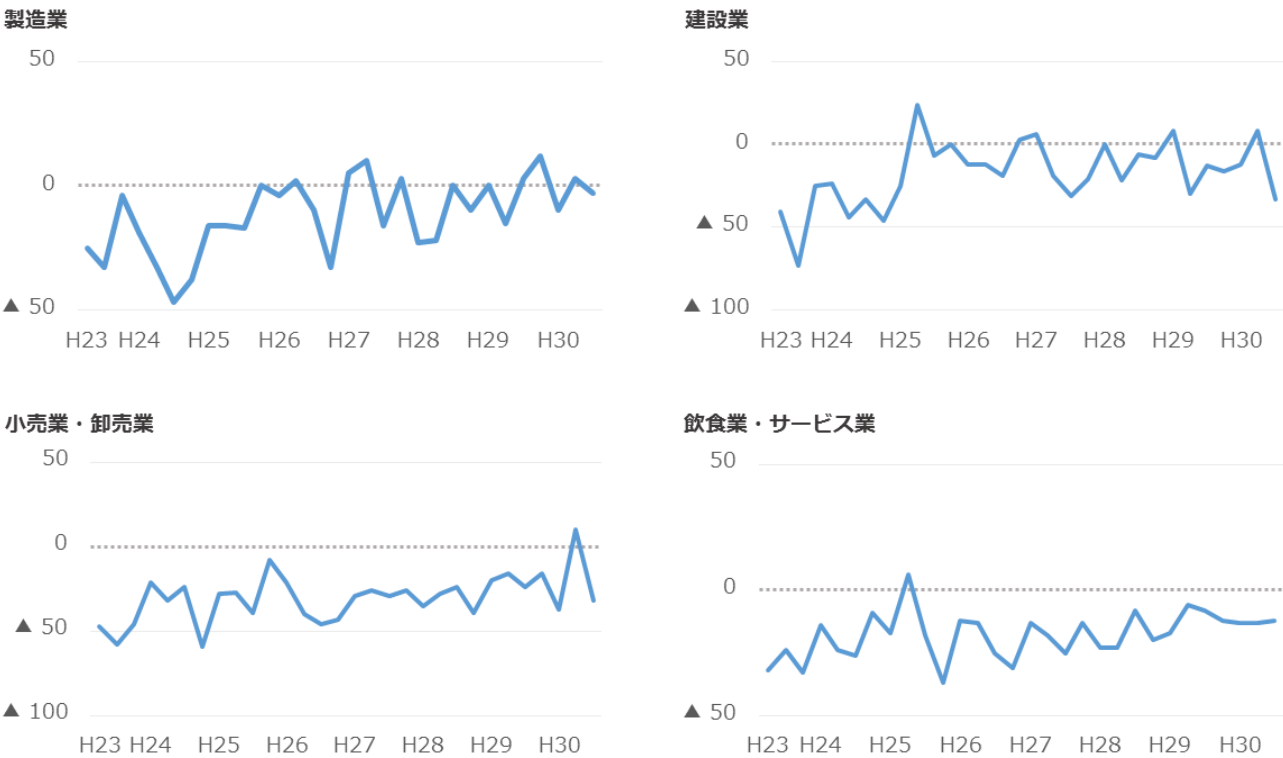
業況D I（前年同期比）の推移

全産業の業況D I は、前期▲1 から▲19（前期差18ポイント減）とマイナス幅が拡大した。
産業別にみると、製造業で▲3（前期差6ポイント減）、建設業で▲33（前期差41ポイント減）、
小売業・卸売業で▲32（前期差42ポイント減）と押しなべてマイナス値に転換。飲食業・サービス業は▲12（前期差1ポイント増）と微増で推移した。
産業別に今期の数値を全国値と比較すると、製造業、飲食業・サービス業は全国値を上回っている一方、建設業、小売業・卸売業は全国値を下回っている。



※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
※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】

- ・ 業界内における受注の増加はあるものの加工賃が低い。【軟質ポリウレタンフォーム加工およびチップウレタンフォーム製造販売】
- ・ 材料入荷がよくない。欠品のものが多い。人件費が増加している。【ゴムパッキン加工】
- ・ 電気設計、ソフトウェア設計等、技術者が少ない。（どちらかと言えない）【F A・メカトロニクス関連の電気設計、ソフトウェア設計および制御盤等の製造】

【建設業】

- ・ 発注先の見通しおよび予算減少が確実なため、業界全体が不況気味。【公共建設工事】
- ・ 大規模工事の依頼が少ない。【防水工事】
- ・ 雇用状況、従業員の高齢化、若い人が入ってこない。【解体工事業】

【小売業・卸売業】

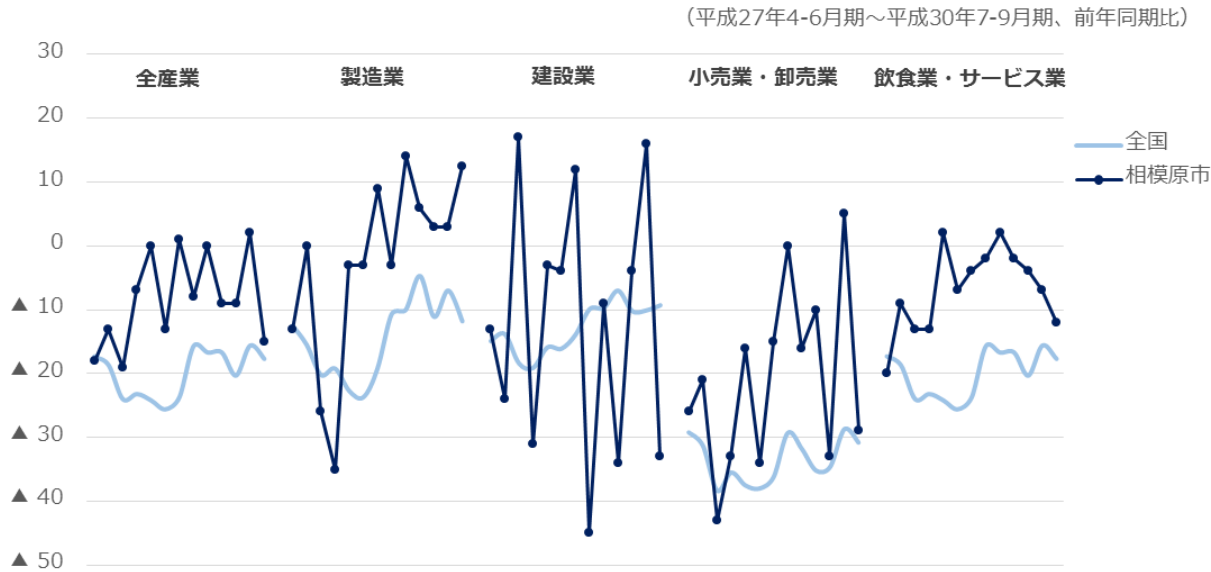
- ・ 石油価格上昇に伴う卸仕入価格高騰【L P Gおよびガス関連器具販売】
- ・ 酷暑と台風による不況感【釣具】
- ・ 異常気象のため外出する人が少なくなりさらに耐久消費財の買換えが少ない。【メガネ、コンタクト、補聴器】
- ・ 野菜・果物を扱っているので、天候の影響を受けやすい。【青果卸売業】
- ・ 業者の元請からの材料支給が多くなり、かなり販売が低下している。【建築、建設外構材料販売】

【飲食業・サービス業】

- ・ 最低賃金上昇と原価率の増加により収益率の減少【弁当・惣菜等製造販売業】
- ・ 販売価格の不安定化、仕入れ価格の高騰、消費税の増税と軽減税率制度への対応不安。【ホテル、サービス業】
- ・ 採用賃金単価の高騰を委託料へ反映させるべく値上げ交渉を行っているが、比較的顧客の理解が得やすい環境となってきた。【ビルメンテナンス、ビルマネジメント】
- ・ 不況感が強い。顧客からの販促経費削減による受注量減。【広告代理店（販促ツール関連デザインおよび制作、イベント提案・運営、H P等W E B関連）】
- ・ 繁盛期のみ人材がほしいが、良い人材（外注）がいない。【消防用設備保守・工事、消化器、防災用品】
- ・ 公共工事が減少している。【測量設計】

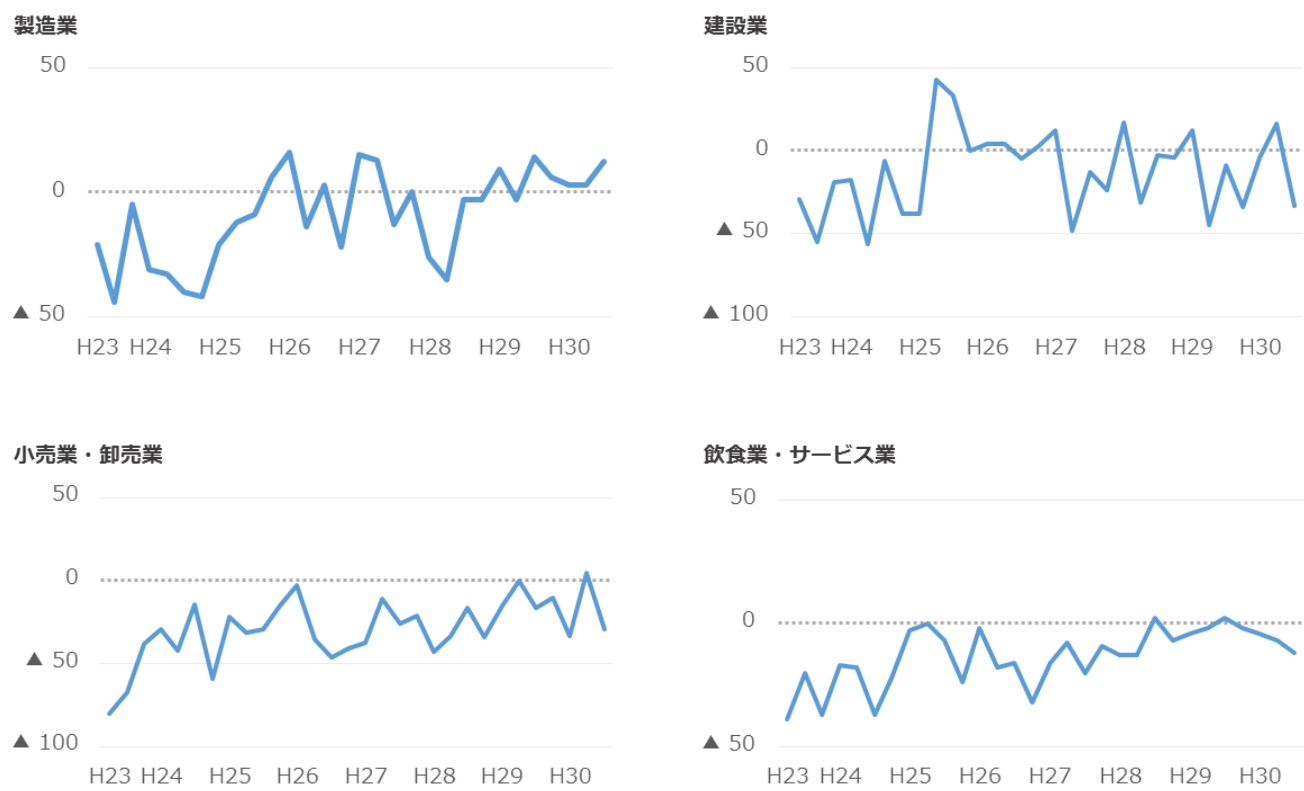
売上D I（前年同期比）の推移

全産業の売上D I は、前期 2 から▲15（前期差17ポイント減）とマイナス値に転じた。
産業別にみると、製造業は13（前期差10ポイント増）と好転したが、建設業で▲33（前期差49ポイント減）、小売業・卸売業で▲29（前期差34ポイント減）、飲食業・サービス業は▲12（前期差5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、建設業のみ全国値を下回っている。



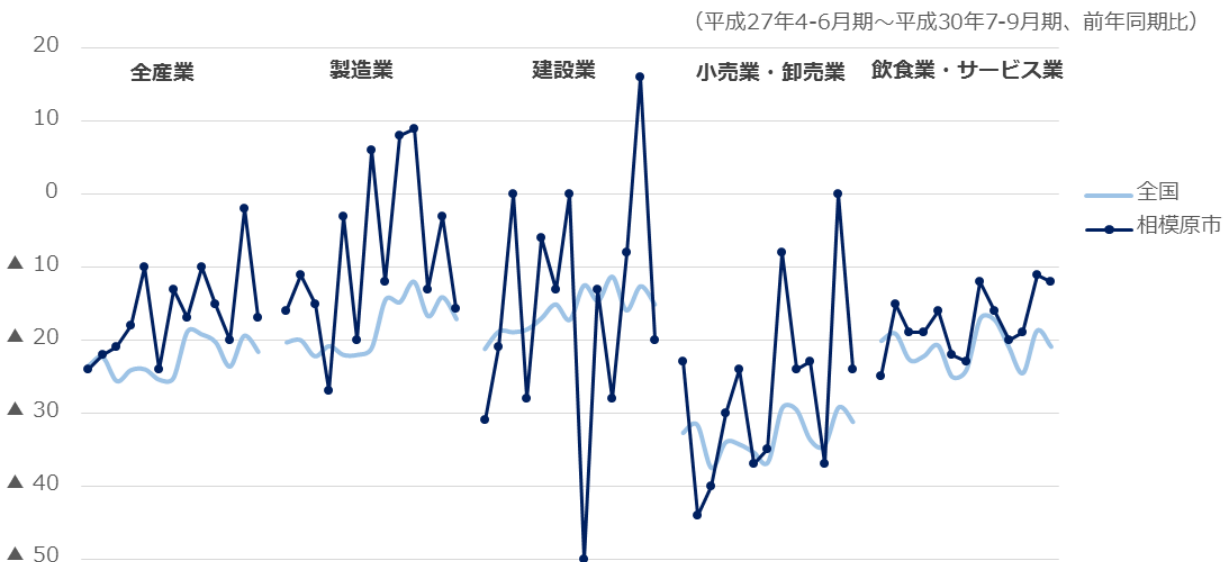
※全国値は、中小企業庁「中小企業景況調査報告書」より引用
※小売業・卸売業について全国値は「小売業」分類、飲食業・サービス業について全国値は「サービス業」分類の値を使用

参考）売上D I（前年同期比）の長期推移（業種別）



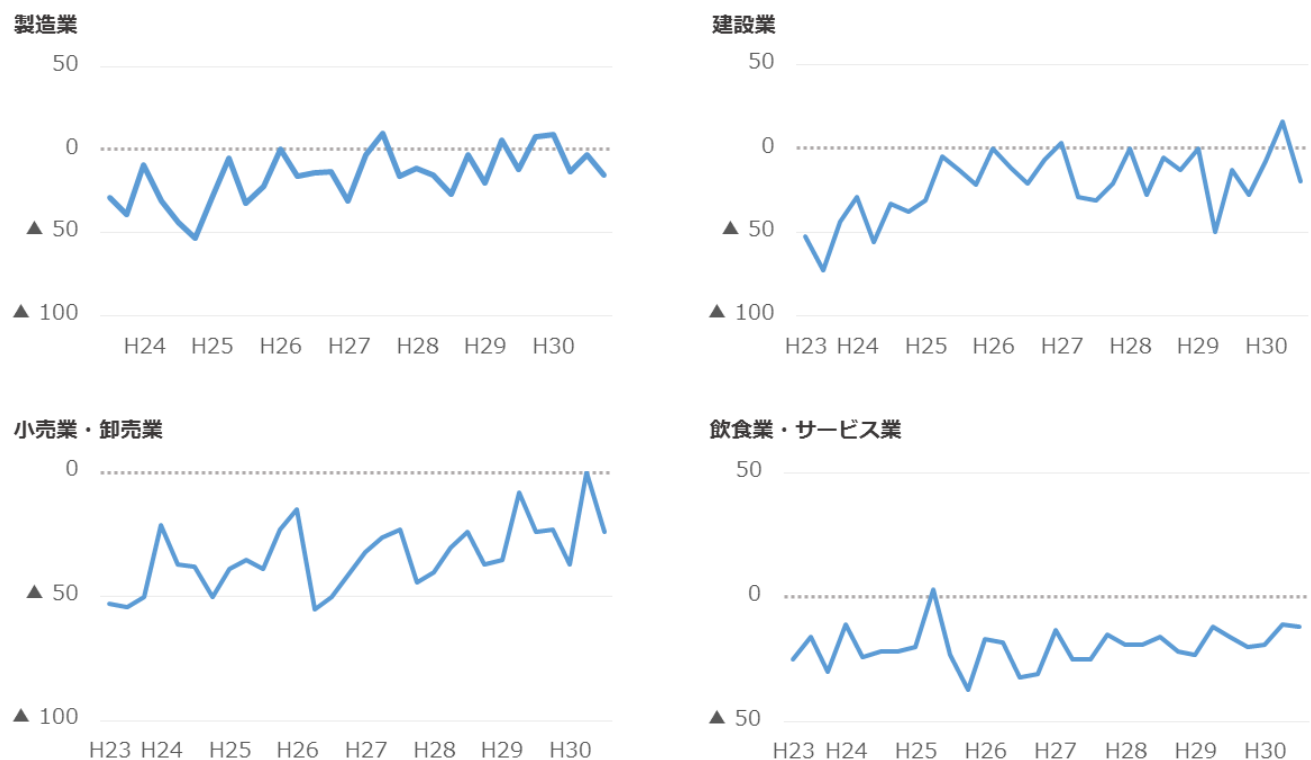
採算D I（前年同期比）の推移

全産業の採算D I は、前期▲2から▲17（前期差15ポイント減）とマイナス幅が拡大した。
産業別にみると、製造業で▲16（前期差13ポイント減）、建設業で▲20（前期差36ポイント減）、
小売業・卸売業で▲24（前期差24ポイント減）、飲食業・サービス業で▲12（前期差1ポイント減）と、全ての産業で悪化がみられた。
産業別に今期の数値を全国値と比較すると、建設業を除く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
※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

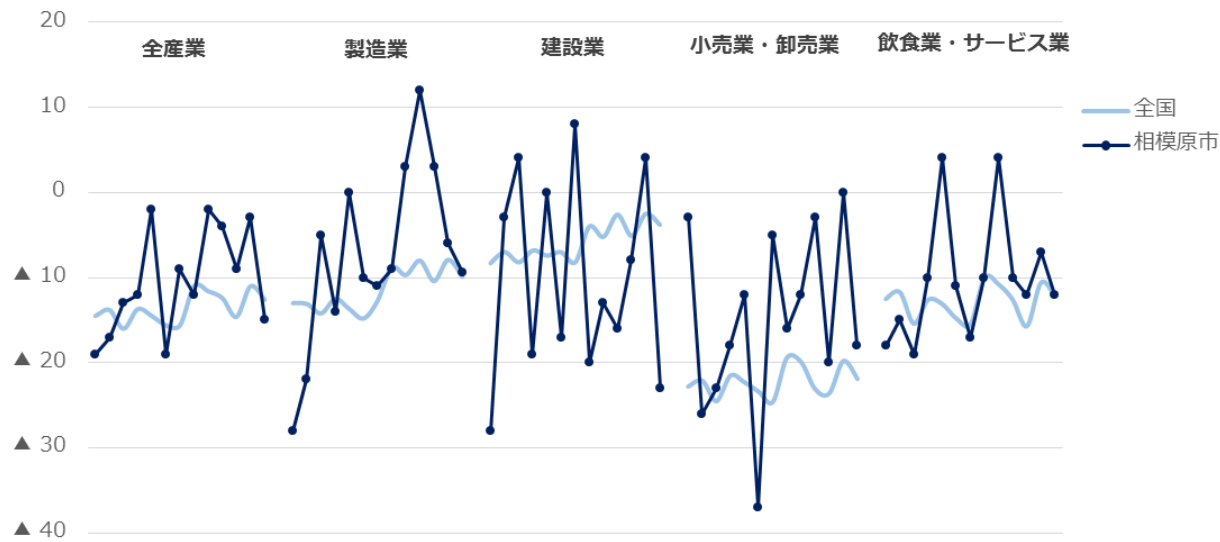
参考）採算D I（前年同期比）の長期推移（業種別）



資金繰りD I（前年同期比）の推移

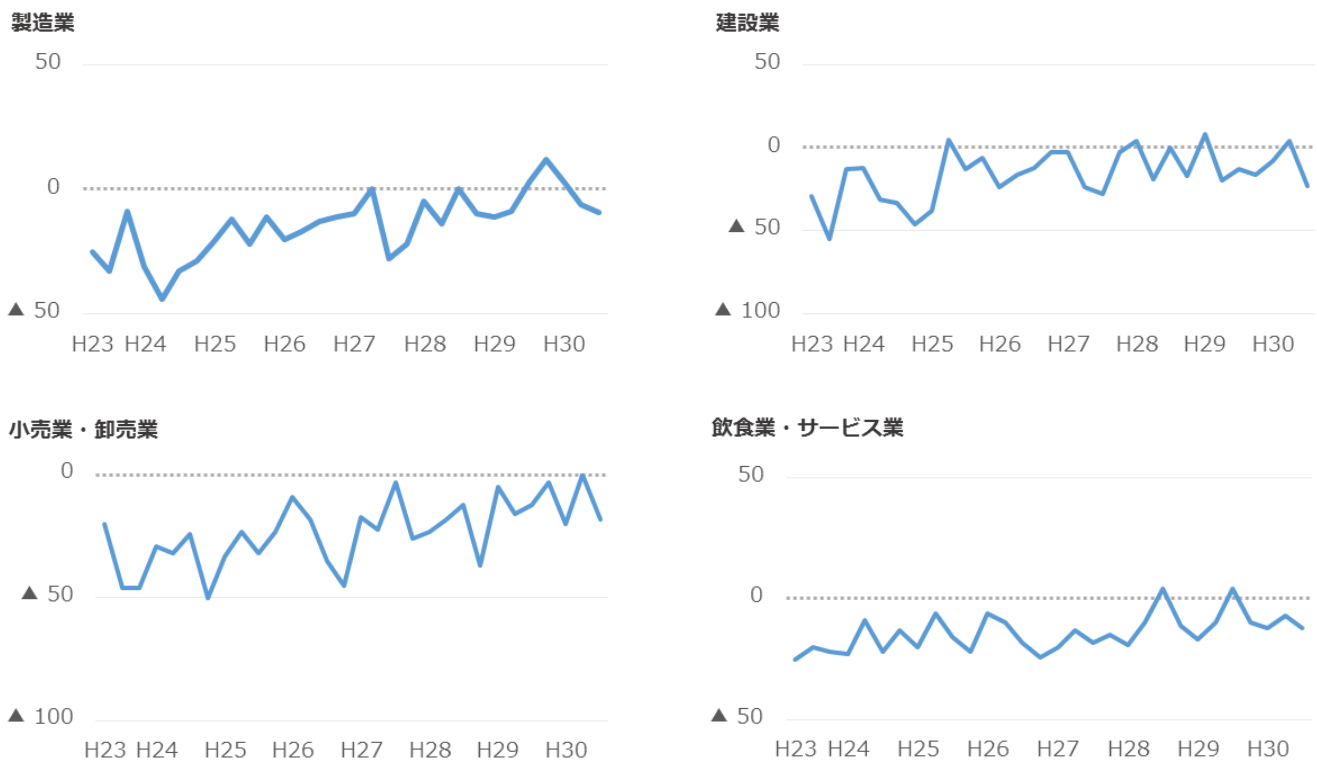
全産業の資金繰りD I は、前期▲3から▲15（前期差12ポイント減）とマイナス幅が拡大した。産業別にみると、製造業で▲9（前期差3ポイント減）、建設業で▲23（前期差27ポイント減）、小売業・卸売業で▲18（前期差18ポイント減）、飲食業・サービス業で▲12（前期差5ポイント減）と総じて悪化。産業別に今期の数値を全国値と比較すると、製造業、小売業・卸売業が全国値を上回り、飲食業・サービス業は同値、建設業は下回っている。

（平成27年4-6月期～平成30年7-9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

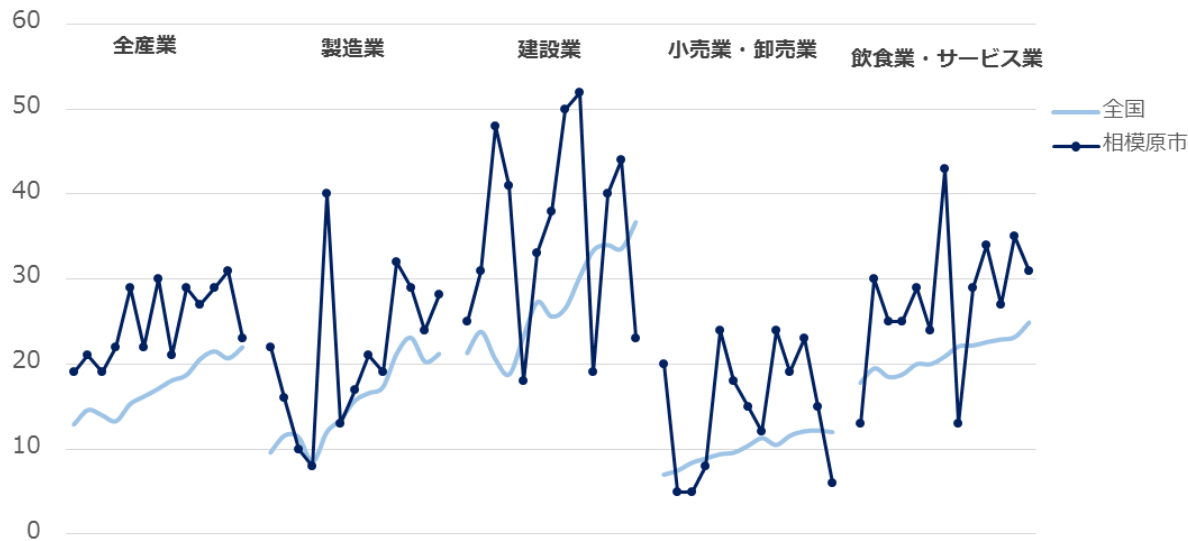
参考）資金繰りD I（前年同期比）の長期推移（業種別）



従業員D I（前年同期比）の推移

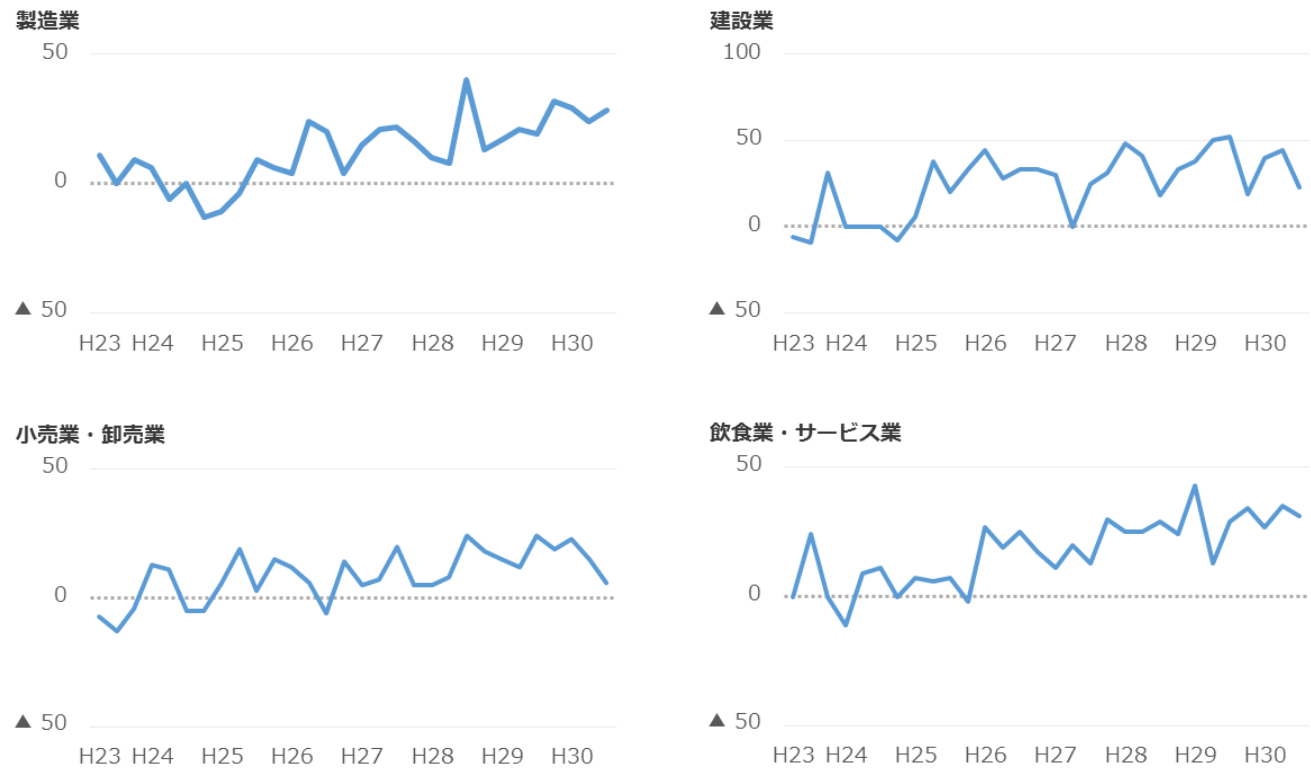
全産業の従業員D Iは、前期31から23（前期差 8 ポイント減）と減少した。
産業別にみると、製造業で28（前期差 4 ポイント増）と増加。一方、建設業で23（前期差21ポイント減）、小売業・卸売業で6（前期差 9 ポイント減）、飲食業・サービス業で31（前期差 4 ポイント減）と減少した。産業別に今期の数値を全国値と比較すると、製造業、飲食業・サービス業で全国値を上回っている。

（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. 7～H30. 9）				次期見通し（H30. 10～H30. 12）			
			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	10	16	6	32	7	17	8	32
		構成比	31	50	19	13	22	53	25	▲ 3
	採算	サンプル数	4	19	9	32	7	17	8	32
		構成比	13	59	28	▲ 16	22	53	25	▲ 3
	資金繰り	サンプル数	2	25	5	32	2	23	7	32
		構成比	6	78	16	▲ 9	6	72	22	▲ 16
	従業員	サンプル数	9	23	0	32	11	21	0	32
		構成比	28	72	0	28	34	66	0	34
	業況	サンプル数	4	23	5	32	7	15	10	32
		構成比	13	72	16	▲ 3	22	47	31	▲ 9
建設業	売上	サンプル数	3	14	13	30	9	12	9	30
		構成比	10	47	43	▲ 33	30	40	30	0
	採算	サンプル数	3	18	9	30	7	16	7	30
		構成比	10	60	30	▲ 20	23	53	23	0
	資金繰り	サンプル数	2	19	9	30	4	21	5	30
		構成比	7	63	30	▲ 23	13	70	17	▲ 3
	従業員	サンプル数	8	21	1	30	10	20	0	30
		構成比	27	70	3	23	33	67	0	33
	業況	サンプル数	1	18	11	30	7	14	9	30
		構成比	3	60	37	▲ 33	23	47	30	▲ 7
小売業・卸売業	売上	サンプル数	6	12	16	34	5	16	13	34
		構成比	18	35	47	▲ 29	15	47	38	▲ 24
	採算	サンプル数	5	16	13	34	3	15	16	34
		構成比	15	47	38	▲ 24	9	44	47	▲ 38
	資金繰り	サンプル数	1	26	7	34	3	23	8	34
		構成比	3	76	21	▲ 18	9	68	24	▲ 15
	従業員	サンプル数	4	28	2	34	4	29	1	34
		構成比	12	82	6	6	12	85	3	9
	業況	サンプル数	1	21	12	34	3	15	16	34
		構成比	3	62	35	▲ 32	9	44	47	▲ 38
飲食業・サービス業	売上	サンプル数	12	21	18	51	17	21	13	51
		構成比	24	41	35	▲ 12	33	41	25	8
	採算	サンプル数	9	27	15	51	10	28	13	51
		構成比	18	53	29	▲ 12	20	55	25	▲ 6
	資金繰り	サンプル数	5	35	11	51	5	38	8	51
		構成比	10	69	22	▲ 12	10	75	16	▲ 6
	従業員	サンプル数	18	31	2	51	19	30	2	51
		構成比	35	61	4	31	37	59	4	33
	業況	サンプル数	7	31	13	51	9	28	14	51
		構成比	14	61	25	▲ 12	18	55	27	▲ 10
全産業	売上	サンプル数	31	63	53	147	38	66	43	147
		構成比	21	43	36	▲ 15	26	45	29	▲ 3
	採算	サンプル数	21	80	46	147	27	76	44	147
		構成比	14	54	31	▲ 17	18	52	30	▲ 12
	資金繰り	サンプル数	10	105	32	147	14	105	28	147
		構成比	7	71	22	▲ 15	10	71	19	▲ 10
	従業員	サンプル数	39	103	5	147	44	100	3	147
		構成比	27	70	3	23	30	68	2	28
	業況	サンプル数	13	93	41	147	26	72	49	147
		構成比	9	63	28	▲ 19	18	49	33	▲ 16

集計表（トピックス）

製造業
建築関連の受注増【工業用化成品加工、販売（ポリエチレン、ウレタン各発砲体、ゴム）】
従業員を募集するも全く反応なし。また、最低賃金も高くなり中小には厳しい現状となっています。【美味しい手造り豆腐店】
人材確保、設備投資による受注確保、収益改善したいが予算問題あり。【非鉄金属加工】
企業による内製化（ネット印刷という低価格の業者に直接印刷データを持ち込む）【編集、デザイン、印刷、サイン】
業界内における受注の増加はあるものの平均低価格の加工賃が負担となっている。仕事や加工業の増加に反するように人手は採用できず、手間をかけて加工しているが低価格。【軟質ポリウレタンフォーム加工およびチップウレタンフォーム製造販売】
電気設計、ソフトウェア設計等、技術者が少ない。（どちらかと言えばいない）【F A・メカトロニクス関連の電気設計、ソフトウェア設計および制御盤等の製造】
材料入荷がよくない。欠品のものが多い。人件費の増加。【ゴムパッキン加工】
今期は、夏の猛暑もあり受注が例年の1.2倍に増え、対応に苦慮した。今後の状況は、先々人口が減っていくことに不安は感じるものの、即、受注には影響ない。雇用に関しては、新卒の応募に16人あり内定2人したが、1人は辞退、再度募集をかけたが、社風に合う者がおらず、次年度に再度行う予定。【ヘアゴム、装粧品、日用品雑貨】
先行き不透明感。材料仕入れ価格の上昇。【機械加工、修理】
受注が伸びてこないこと。【機械部品の製造・販売】

建設業
人員不足、従業員高齢化、雇用状況【造園工事業、土木工事業】
オリンピック後までの景気（仕事）は多くなると思うが、消費税増税、オリンピック終了後建設不況が不安である。【内装業】
発注先の見通しおよび予算減少が確実なため、業界全体が不況気味。【公共建設工事】
雇用状況、従業員の高齢化、若い人が入ってこない。【解体工事業】
天気に左右される仕事なので、好不況がわかりにくい。【塗装、防水】
大規模工事の依頼が少ない。【防水工事】
景気に関係なく受注は低迷状態である。【木造建設、総合請負】
従業員不足、後継者不足【宅地造成、道路舗装工事等】

小売業・卸売業
野菜・果物を扱っているので、天候の影響を受けやすい。【青果卸売業】
お客様の高齢化による来店者の減少【医薬品、化粧品販売】
大型店の乱立【食品類】
高齢家族が多くなり減少している。【ＬＰガス、灯油】
徐々に上昇してきている。【機械工具等】
業者の元請からの材料支給が多くなり、かなり販売が低下していること。【建築、建設外構材料販売】
単価の上昇【酒、タバコ】
好天気と気温の上昇によるガソリンと洗車の増加。アルバイト不足による賃金上昇（最低賃金の上昇）【ガソリンスタンド、レンタカー】
顧客の高齢化【寝具用品販売】
安い品に向いてしまう。【印鑑作成】
石油価格上昇に伴う卸仕入価格高騰【ＬＰＧおよびガス関連器具販売】
酷暑と台風による不況感【釣具】
異常気象のため外出する人が少なくなりさらに耐久消費財の買換えが少ない。【メガネ、コンタクト、補聴器】

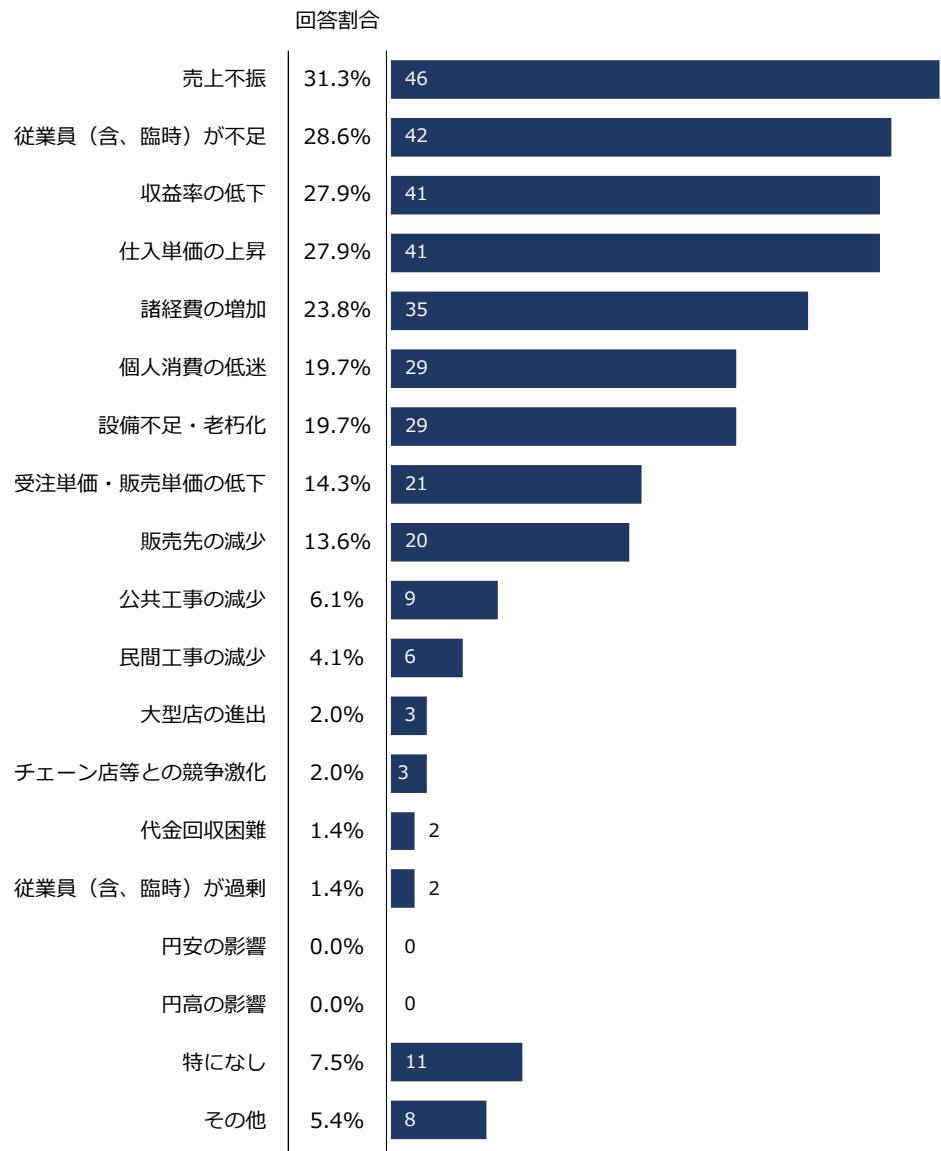
集計表（トピックス）

飲食業・サービス業
飲食業、建設業は比較的上向きの感じを受けるが、人材不足であると感じる。【税務業務】
運送料金の値上がり【多国籍料理】
価格競争【士業、コンサルタント】
技術者がほしい。【運輸業（車検、自動車板金・修理、販売）】
景気の兆しが不透明なので、消費者の買い控え（来店回数の減少）【イタリアン】
公共工事の減少【測量設計】
高齢化の加速【クリーニング】
最低賃金の高騰きびしいです。（受注金額の反映せず）【ビルメンテナンス業】
最低賃金上昇と原価率の増加により収益率の減少【弁当・惣菜等製造販売業】
採用賃金単価の高騰を委託料へ反映させるべく値上げ交渉を行っているが、比較的顧客の理解が得やすい環境となってきた。【ビルメンテナンス、ビルマネジメント】
仕入単価の上昇により経費圧迫。【運輸業（建築資材、機械部品）】
従業員が退職し、補充ができる見込みなし。【物流サービス、ピッキング納品代行】
少子化による将来の経営不安。若者たちのライフスタイルの変化。世界情勢の変化による日本経済の将来性。【不動産（戸建住宅分譲、売買仲介、賃貸仲介管理、不動産コンサルティング、子育て支援の家運営（内閣府認可））】
消費者が必要以上のお金を使わなくなった。（シェービングやシャンプーなしなど）店販品が売れなくなった。（量販店などで安く売っている）【理美容一般】
食材原価上昇、人手不足【和食】
食費のおさえ、レジャーなどの出費、給料の減少など【魚介類、肉】
人材育成【運輸業（工業製品、一般雑貨）】
人手不足【運輸業向けソフトウェアの開発・販売・保守】
戦力となる人員の減少で受注量減。苦手や未経験者の育成に注力。【子会社の経営支援】
全体的に沈んでいる。【ラーメン店】
東京オリンピックに向けての投資が間接的に好影響に働いているのか9月～11月までは受注が多い。【給排水ポンプ、空調用ポンプ、消防用ポンプ、送風機のメンテナンス】
同業者過剰のためのダンピング等でのユーザーの取り合いの傾向に向かっている。【自動車硝子施工販売】
売上は増加していますが、燃料が高騰しており、収益は厳しいです。労働時間削減のため、高速道路使用額も増加しています。【一般貨物自動車運送事業】
繁盛期のみ人材がほしいが、良い人材（外注）がいない。【消防用設備保守・工事、消化器、防災用品】
販売価格の不安定化、仕入れ価格の高騰、消費税の増税と軽減税率制度への対応不安。【ホテル、サービス業】
不況感が強い。顧客からの販促経費削減による受注量減。【広告代理店（販促ツール関連デザインおよび制作、イベント提案・運営、HP等WEB関連）】
不景気は変わらず。大手会社以外は不況感がある。【司法書士業務】
来年、消費税増税などされたら、さらに業績が悪化する。【経営コンサルタント】

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=147）



「その他」の内容

製造業	倉庫不足、人材育成
建設業	従業員の高齢化
運輸業	燃料高騰
専門・技術サービス業	繁盛期と閑散期のバランス（月によって違う）
	売上は伸びているが設備の改善等経費がかかるようになった。
	業務効率が悪い

経営上の問題点（業種別）

製造業

今回調査をみると、「設備不足・老朽化」「仕入単価の上昇」「収益率の低下」「諸経費の増加」の割合が高い。1年前（平成29年7～9月期）と比較すると、前述の項目の伸びが大きく、製造業は新たな課題に直面していると言える。

	H29年7～9月期 n=37	H29年10～12月期 n=34	H30年1～3月期 n=31	H30年4～6月期 n=33	今回調査 n=32
売上不振	27.0%	35.3%	22.6%	36.4%	21.9%
受注単価・販売単価の低下	13.5%	23.5%	22.6%	21.2%	21.9%
収益率の低下	16.2%	20.6%	32.3%	21.2%	31.3%
個人消費の低迷	2.7%	5.9%	9.7%	6.1%	3.1%
販売先の減少	10.8%	2.9%	3.2%	15.2%	6.3%
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%	3.2%	0.0%	0.0%
公共工事の減少	2.7%	0.0%	0.0%	3.0%	0.0%
民間工事の減少	2.7%	5.9%	0.0%	0.0%	0.0%
仕入単価の上昇	18.9%	26.5%	41.9%	39.4%	34.4%
円安の影響	0.0%	8.8%	0.0%	3.0%	0.0%
円高の影響	2.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
代金回収困難	0.0%	0.0%	3.2%	0.0%	0.0%
諸経費の増加	18.9%	17.6%	19.4%	15.2%	31.3%
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	37.8%	38.2%	38.7%	36.4%	28.1%
設備不足・老朽化	16.2%	26.5%	25.8%	21.2%	40.6%
特になし	10.8%	11.8%	9.7%	9.1%	3.1%
その他	2.7%	8.8%	9.7%	6.1%	6.3%

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」「売上不振」の割合が高い。1年前（平成29年7～9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だが、その割合は47.8%から36.7%に減少、また「公共工事の減少」の割合が30.4%から20.0%に減少している。景況に関しての見方は悲観的な傾向があるが、今後は改善が見込まれる。

	H29年7～9月期 n=23	H29年10～12月期 n=32	H30年1～3月期 n=25	H30年4～6月期 n=25	今回調査 n=30
売上不振	30.4%	31.3%	12.0%	16.0%	26.7%
受注単価・販売単価の低下	13.0%	18.8%	36.0%	24.0%	10.0%
収益率の低下	26.1%	12.5%	24.0%	20.0%	23.3%
個人消費の低迷	4.3%	6.3%	8.0%	4.0%	10.0%
販売先の減少	8.7%	12.5%	0.0%	0.0%	10.0%
大型店の進出	4.3%	6.3%	0.0%	0.0%	0.0%
チェーン店等との競争激化	4.3%	9.4%	0.0%	0.0%	0.0%
公共工事の減少	30.4%	12.5%	32.0%	16.0%	20.0%
民間工事の減少	21.7%	25.0%	24.0%	12.0%	13.3%
仕入単価の上昇	13.0%	15.6%	16.0%	28.0%	13.3%
円安の影響	4.3%	0.0%	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%	6.3%	0.0%	0.0%	3.3%
諸経費の増加	26.1%	15.6%	20.0%	36.0%	26.7%
従業員（含、臨時）が過剰	0.0%	0.0%	4.0%	0.0%	3.3%
従業員（含、臨時）が不足	47.8%	25.0%	44.0%	44.0%	36.7%
設備不足・老朽化	4.3%	15.6%	4.0%	8.0%	10.0%
特になし	4.3%	6.3%	8.0%	8.0%	13.3%
その他	0.0%	3.1%	4.0%	8.0%	3.3%

小売業・卸売業

今回調査をみると、「売上不振」「個人消費の低迷」「収益率の低下」の割合が高い。1年前（平成29年7～9月期）と比較すると、「収益率の低下」の割合が20.0%から35.3%、「個人消費の低迷」の割合が28.0%から41.2%に増加する一方、「受注単価・販売単価の低下」の割合が24.0%から8.8%に減少、「諸経費の増加」の割合が24.0%から11.8%に減少してきている。問題意識が価格競争やコスト削減といった企業同士の競争の課題から顧客の動向へと移りつつある。

	H29年7～9月期 n=25	H29年10～12月期 n=31	H30年1～3月期 n=30	H30年4～6月期 n=20	今回調査 n=34
売上不振	40.0%	38.7%	53.3%	25.0%	50.0%
受注単価・販売単価の低下	24.0%	9.7%	10.0%	15.0%	8.8%
収益率の低下	20.0%	9.7%	23.3%	30.0%	35.3%
個人消費の低迷	28.0%	51.6%	36.7%	20.0%	41.2%
販売先の減少	24.0%	19.4%	20.0%	15.0%	32.4%
大型店の進出	12.0%	3.2%	6.7%	10.0%	8.8%
チェーン店等との競争激化	0.0%	12.9%	16.7%	10.0%	5.9%
公共工事の減少	0.0%	0.0%	3.3%	0.0%	0.0%
民間工事の減少	8.0%	3.2%	6.7%	0.0%	0.0%
仕入単価の上昇	36.0%	32.3%	26.7%	35.0%	29.4%
円安の影響	8.0%	6.5%	3.3%	5.0%	0.0%
円高の影響	8.0%	0.0%	0.0%	5.0%	0.0%
代金回収困難	0.0%	6.5%	0.0%	0.0%	0.0%
諸経費の増加	24.0%	16.1%	20.0%	15.0%	11.8%
従業員（含、臨時）が過剰	0.0%	3.2%	3.3%	0.0%	0.0%
従業員（含、臨時）が不足	16.0%	19.4%	13.3%	30.0%	14.7%
設備不足・老朽化	12.0%	12.9%	6.7%	10.0%	17.6%
特になし	16.0%	6.5%	6.7%	0.0%	8.8%
その他	4.0%	19.4%	6.7%	5.0%	0.0%

飲食業・サービス業

今回調査をみると、「売上不振」「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7～9月期）と比較すると、「受注単価・販売単価の低下」の割合が17.6%から9.8%へと減少、「収益率の低下」の割合が27.5%から19.6%へと減少しており、需給が安定してきたことが伺える。

	H29年7～9月期 n=51	H29年10～12月期 n=41	H30年1～3月期 n=52	H30年4～6月期 n=46	今回調査 n=51
売上不振	25.5%	24.4%	25.0%	30.4%	27.5%
受注単価・販売単価の低下	17.6%	12.2%	15.4%	13.0%	9.8%
収益率の低下	27.5%	34.1%	25.0%	26.1%	19.6%
個人消費の低迷	13.7%	17.1%	7.7%	13.0%	11.8%
販売先の減少	15.7%	4.9%	1.9%	4.3%	2.0%
大型店の進出	0.0%	0.0%	3.8%	0.0%	0.0%
チェーン店等との競争激化	9.8%	7.3%	7.7%	6.5%	5.9%
公共工事の減少	0.0%	2.4%	3.8%	0.0%	0.0%
民間工事の減少	2.0%	0.0%	1.9%	0.0%	0.0%
仕入単価の上昇	19.6%	14.6%	23.1%	15.2%	11.8%
円安の影響	2.0%	2.4%	0.0%	2.2%	2.0%
円高の影響	0.0%	2.4%	0.0%	0.0%	0.0%
代金回収困難	3.9%	0.0%	0.0%	2.2%	2.0%
諸経費の増加	21.6%	22.0%	23.1%	30.4%	21.6%
従業員（含、臨時）が過剰	0.0%	2.4%	1.9%	0.0%	0.0%
従業員（含、臨時）が不足	31.4%	31.7%	34.6%	32.6%	21.6%
設備不足・老朽化	13.7%	9.8%	19.2%	13.0%	11.8%
特になし	13.7%	19.5%	15.4%	13.0%	7.8%
その他	13.7%	17.1%	5.8%	4.3%	3.9%

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。

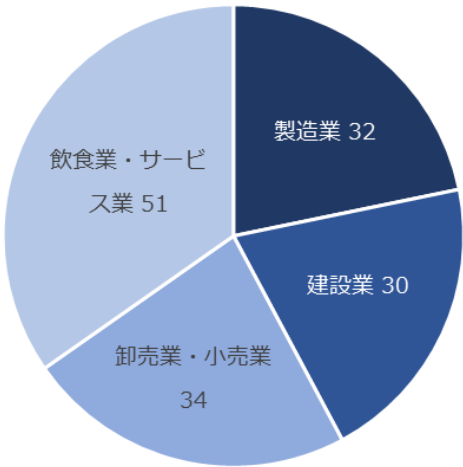
本景気観測調査では、特別調査として「雇用の状況」「新商品（製品）・新サービス開発等」についてのアンケート調査を実施する。収集した情報は、事業者提供だけでなく、当所としても事業者に対する効果的な支援策の立案に役立てるものである。

アンケート調査概要

調査期間	平成30年9月1日～平成30年9月28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	147社	回答率	29.4%

回答者の属性

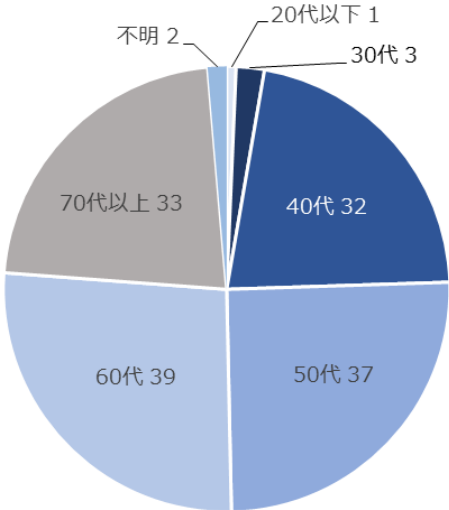
業種



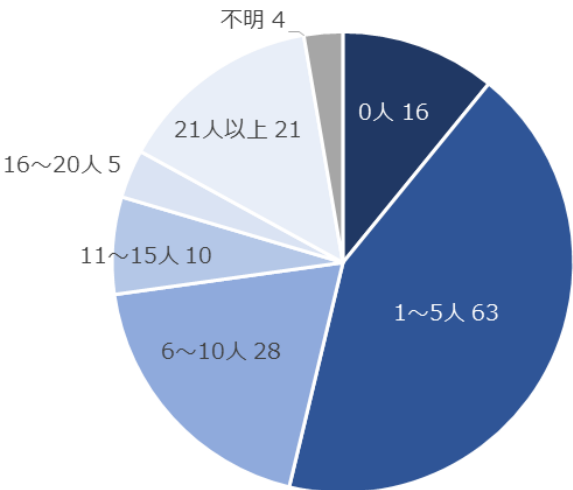
業種（細分類）

業種（細分類）	回答数	回答割合
製造業	32	23.2%
建設業	30	21.7%
小売業・卸売業	34	24.6%
小売業	28	20.3%
卸売業	6	4.3%
飲食業・サービス業	42	30.4%
飲食業	8	5.8%
運輸業	5	3.6%
情報通信業	2	1.4%
不動産業	4	2.9%
生活関連サービス業	5	3.6%
専門・技術サービス業	18	13.0%
その他の業種	9	6.5%
合計	138	100.0%

代表者の年齢

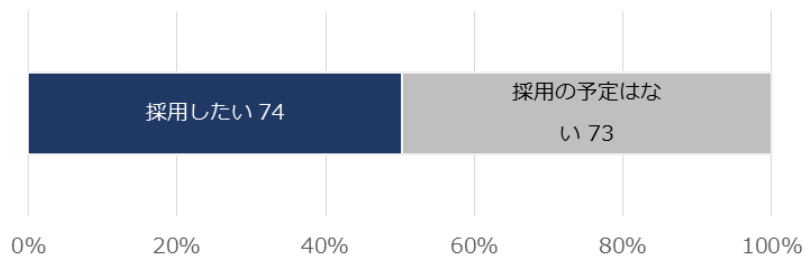


従業員数

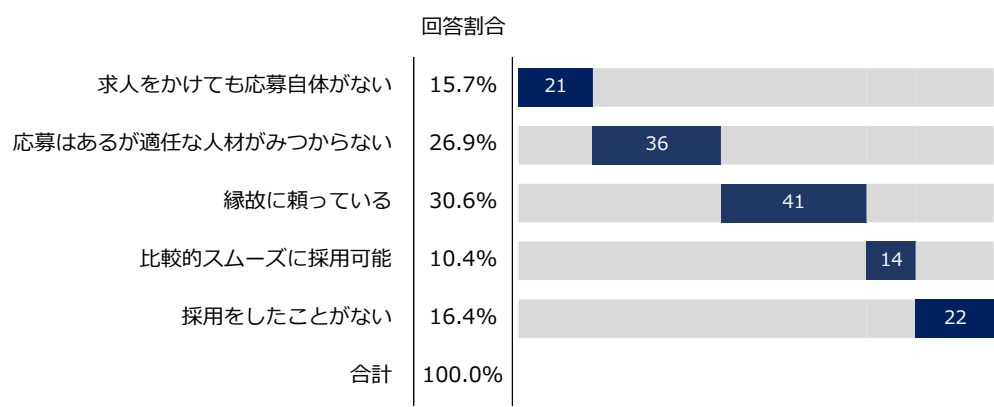


I. 単純集計

今後の採用の予定（n=147）



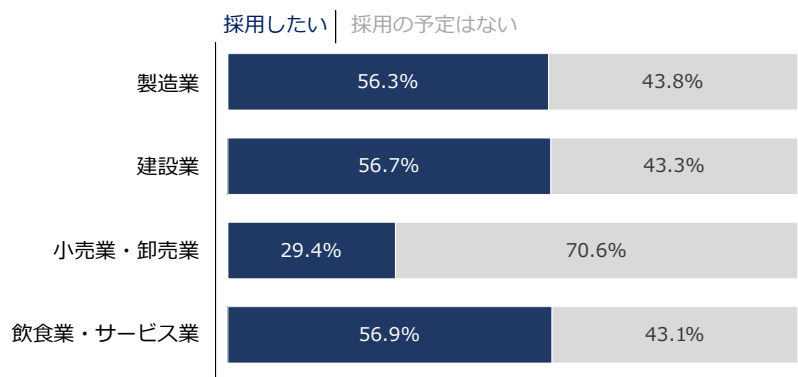
採用の状況（n=134）



II. 経営力向上に向けたアドバイス

①製造業と建設業、飲食業・サービス業では5割以上の事業者が採用を予定

全産業で見ると今後採用予定があるとした企業は全体の50.3%となり前期53.7%に比べ3.4ポイントの減少となった。また、業種別にみると飲食業・サービス業（前期48.9%・51.1%）は前期よりも「採用したい」の回答割合が前回よりも増加している。また、製造業（前期64.5%・今期56.3%）、建設業（前期60.0%・今期56.7%）は前回よりもわずかに下がったが、採用に対して依然として積極的な傾向を示している。一方で、小売業・卸売業（前期40.0%・今期29.4%）では10.6ポイントの減少がみられ、人材への需要が落ち着いてきたことが伺える。



②採用の課題はどう変化してきているか？

次に、採用に関する状況を業種別にみる。前回に比べ、変化が大きい部分に着目すると、小売業・卸売業で「比較的スムーズに採用可能」（前期5.3％・今期25.0％）が19.7ポイント増加。建設業で「求人をかけても応募自体がない」（前期26.1％・今期37.0％）が10.9ポイント増加。一方、同回答でも小売業・卸売業は18.9ポイントの減少となっている（前期36.8％・今期17.9％）。

業種ごとに、採用における状況は大きく異なっていると言える。

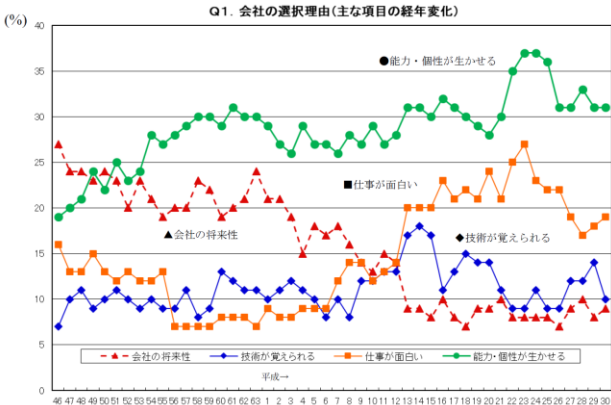
	製造業 n=31	建設業 n=27	小売業・卸売業 n=28	飲食業・サービス業 n=48
比較的スムーズに採用可能	9.7%	7.4%	25.0%	18.8%
応募はあるが適任な人材が見つからない	29.0%	25.9%	17.9%	31.3%
求人をかけても応募自体がない	35.5%	37.0%	17.9%	31.3%
縁故に頼っている	9.7%	18.5%	14.3%	4.2%
採用をしたことがない	16.1%	11.1%	25.0%	14.6%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

③採用活動における企業PRのポイント

ア) 新卒者は「能力・個性が生かせる」会社

公益財団法人日本生産性本部が平成30年度の新入社員1,644人に実施したアンケートをまとめた資料『平成30 年度新入社員「働くことの意識」調査結果』によれば、会社を選んだ理由のトップは「能力・個性が生かせる」（31.0％）だった。次に「仕事が面白い」（19.0％）と続く。一方で「会社の将来性」「技術が覚えられる」は10％前後と低い水準である。

新卒採用の採用活動を行う際には、まず求める能力・個性がどのようなものかを明確にし、入社後もそれが生かせる職場であることをアピールすることが必要と考えられる。



『平成30 年度新入社員「働くことの意識」調査結果』
公益財団法人日本生産性本部より引用

イ) 転職者は「仕事」「技能・能力」「条件」

厚生労働省の資料『平成27年転職者実態調査の概況』によれば、転職者が転職先を選ぶ要因として、「仕事の内容・職種に満足がいくから」（40.8％）、「自分の技能・能力が活かせるから」（37.5％）、「労働条件（賃金以外）がよいから」（24.9％）となっている。

中途採用を行う場合には、仕事の内容、求める技能・能力を明確にするほか、どのような労働条件なのか（週休、残業時間、福利厚生等）についてメリットを発信していきたい。

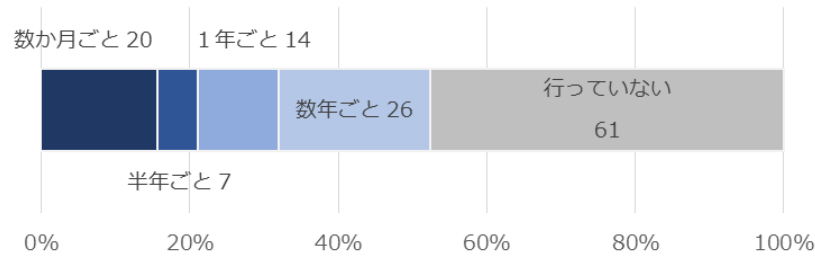
現在の勤め先を選んだ理由（3つまでの複数回答）

回答	回答割合
仕事の内容・職種に満足がいくから	40.8%
自分の技能・能力が活かせるから	37.5%
労働条件（賃金以外）がよいから	24.9%
転職が少ない、通勤が便利だから	21.5%
地元だから（Uターンを含む）	17.2%
会社に将来性があるから	12.9%
賃金が高いから	12.6%
会社の規模・知名度のため	8.5%
前の会社の紹介	4.2%
その他	19.9%
不明	1.1%

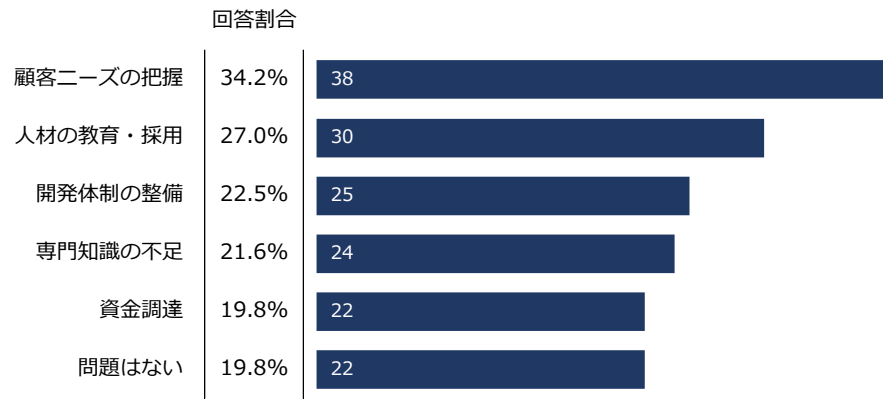
『平成27年転職者実態調査の概況』
厚生労働省より数値を引用

I. 単純集計

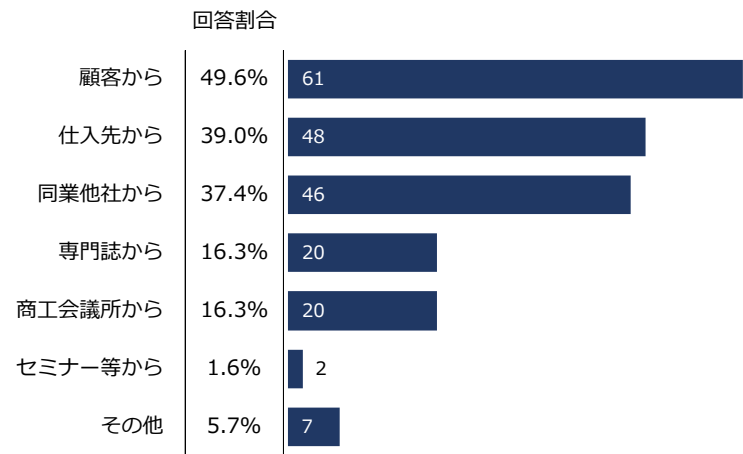
開発頻度（n=107）



開発にあたっての問題点（2つまで回答可、n=111）



開発にあたっての情報の入手先（2つまで回答可、n=123）

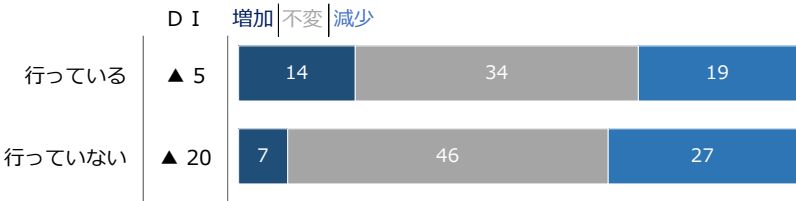


Ⅱ. 経営力向上に向けたアドバイス

①開発を行う事業者は採算において優位の傾向

前期と同様に新商品等を開発している事業者のD Iについて比較したところ、売上D Iについて差は見られなかったが、採算について 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15ポイント高い。

新商品（製品）・新サービスの開発が経営に好影響を与えていると考えられる。



②開発にあたっての問題点は「顧客ニーズの把握」がトップ

開発にあたっての問題点について、「顧客ニーズの把握」（前期30.2％・今期34.2％）がトップとなっており、「人材の教育・採用」（前期27.1％・今期27.0％）、「開発体制の整備」（前期27.1％・今期22.5％）と続く。

また、年代別に分析を行ったところ、特に30代、40代において、「顧客ニーズの把握」が課題と感じている経営者が多いことが分かった。若い年代の経営者は事業についての知識や顧客との関係性において熟年経営者に比べると成熟しておらず、ニーズをくみ取ることが難しいことが伺える。

	20代 n=1	30代 n=2	40代 n=11	50代 n=20	60代 n=21	70代以上 n=12
顧客ニーズの把握	0.0%	100.0%	81.8%	45.0%	57.1%	41.7%
開発体制の整備	0.0%	0.0%	63.6%	30.0%	33.3%	41.7%
人材の教育・採用	0.0%	50.0%	54.5%	40.0%	52.4%	33.3%
資金調達	0.0%	0.0%	36.4%	40.0%	38.1%	33.3%
専門知識の不足	0.0%	50.0%	36.4%	25.0%	28.6%	41.7%
問題はない	100.0%	0.0%	54.5%	20.0%	19.0%	58.3%

③それではどのように対応するべきか

ア) マーケティングに関する基礎知識の取得

顧客ニーズがどこにあるのかを探るためには、まずマーケティングの基本的な考え方から学ぶ必要があるだろう。特に、開発経験の少ない事業者は、自身の想いを重視して商品・サービスを開発する「プロダクトアウト」の発想におちいりやすいため、顧客ニーズを重視した考え方である「マーケットイン」を理解する必要がある。

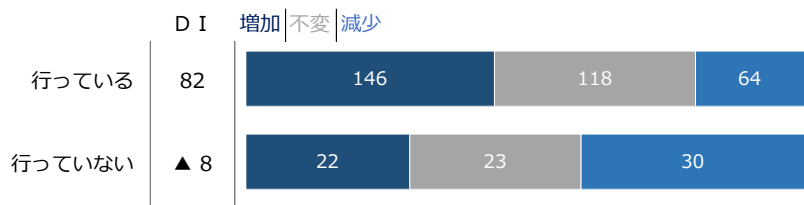
マーケティングの基本的な考え方を学ぶには、関連書籍を読む他、研修に参加するのが有効だろう。

このような研修は商工会議所等が実施しているものを活用することができる。

研修に参加することで基本的な考え方が学べる他、顧客ニーズの調査方法等、開発に関わる知見も得ることが出来るだろう。

尚、株式会社野村総合研究所が公表している「平成28年度中小企業・小規模事業者の成長に向けた事業戦略等に関する調査に係る委託事業事業報告書」によれば、マーケティング活動を行う事業者の経常利益は増加傾向にあるという調査結果が出ており、業績の向上にもプラスの影響を与えることが期待できる。

マーケティング活動有無別に見た経常利益率の傾向



『中小企業の成長に向けた事業戦略等に関する調査』株式会社野村総合研究所より数値を引用

イ) 顧客ニーズの調査方法

顧客ニーズの調査方法は、顧客に対して直接ヒアリングやアンケート調査等を行う他、調査機関が発表している消費者や市場の動向についてのレポート、業界紙やビジネス誌、インターネット上の情報メディア等から収集することが考えられる。

例えば、消費者ニーズの動向を探る場合には消費者庁が年一回実施している「消費者意識基本調査」や、神奈川県が実施している「県民ニーズ調査」を参考にすることが出来るだろう。

また、実際に開発に着手している場合でも、試作品や開発中のサービスについて、顧客に意見を聞く必要がある。顧客ニーズに基づいて製品・サービスを開発したとしても、出来上がった製品・サービスが顧客のニーズをどこまで充足できているかは顧客に使用してもらい、声を聞いてみないとわからないからである。

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=104）

