

景気動向調査結果

－ 平成30年7月分 －

[調査概要]

1 調査対象期間 平成30年4月～6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 99% (99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いますが、平成30年7月分は99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

平成30年7月の景気動向

1 総論

売上については前回調査から減少し、一進一退感があるものの足元の動向は良いと言えるでしょう。特にどの業種が良好というわけでもなく、全体として増減が拮抗しています。但し、製造業では地場産業を除けば精密部品を中心に引き続き良好であると言えます。

コスト面では原材料が前回に続いて高騰しています。金属、資材、食材と全般に値上がりが継続し、経費では運送費や燃料の高騰が継続しています。人件費も人手不足から時間外労働やベースアップのため上昇しています。これは経営課題として最も多く、依然人手不足は深刻、人が確保できないために設備の更新が遅れていること、運送業の人手不足から流通コスト増と連鎖的な課題となっています。

一方で販路開拓による売上拡大策では、HP等の IT による情報発信が多く、続いて本来の訪問営業が堅実な取り組みとなっています。新商品開発や商談会への参加、広告による情報発信と続いており、こうした取り組みで一定の効果が表れているようです。この点をふまえ、出展への支援や情報発信、専門家による助言等の支援が必要であり積極的に周知を図る必要があります。

2 売上

売上は全業種では前回調査から 5.0 ポイント減少し、マイナス 3.0%となりました。業種別にみると前回調査で回復が見られた建設業が 18.8 ポイント落ち込み、「増加」回答と「減少」回答が同数となっています。前回調査と比較して、公共工事等の発注が減少しており、受注規模の縮小が見られる事から売上減少に繋がっています。同様に、前回調査で回復した宿泊・飲食業も、宴会の減少や天候が影響しているとの声があり 19.6 ポイント減少し、再びマイナスに転じています。卸・小売業とサービス業は「増加」回答と「減少」回答が同数の結果となっています。製造業では前回調査から大きな変化は見られませんが、伝統産業を見ると水引産業が大きく減少しており、人手不足等を要因として業界全体的に売上減少とのコメントが挙がっています。一方で食品産業については新商品が売上好調と答えた企業もあり 28 年の 10 月調査以来、約 1 年半ぶりにマイナスから脱却しています。今回調査では、異常気象についてのコメントを挙げた企業が多く、今夏の猛暑が今後の売上にも影響を与えることが予想されます。

【主なコメント】

- ・FC 変更により売上増加ー卸・小売
- ・梅雨明けが早かったため、季節商品に期待ー卸・小売
- ・同業他社の倒産により新規取引先が増えたー卸・小売
- ・ギフトの需要減少ー卸・小売
- ・イベントにより来店を促しているー卸・小売
- ・暑さゆえに来店が減少ー卸・小売
- ・公共工事の発注が少ないー建設
- ・舗装工事が多いー建設

- ・受注規模が小さいー建設
- ・受注が好調で次期は好転予想ー建設
- ・納期のずれが売上に影響ー製造
- ・新商品の菓子が売上好調ー製造
- ・仕事量は増加したが、単価が厳しく売上増に結びつかないー製造
- ・モーター、FA、センサーが今後減少見込みー製造
- ・異常気象が影響し、今後は売上減少見込みー製造
- ・行政の宴会自粛による売上減少ー宿泊・飲食
- ・地元宴会の減少、団体客の少人数化ー宿泊・飲食
- ・暑気払い等で夜は良いが暑すぎて昼の入りが悪いー宿泊・飲食
- ・天候の関係で5月は悪かったーサービス
- ・人員増により営業力アップーサービス

3 コスト状況

原材料は「上昇」回答が 57%と引き続き増加し、本年 1 月調査以来連続の 50%超えとなっています。コメントからも前回同様に金属、紙類、食材全般と様々な原材料の値上がりの声があり、原油高の影響によるものも多く見受けられます。人件費についても「上昇」回答が前回調査から増加し 35%となっています。コメントからは引き続き人材不足に関するコメントを挙げる企業が多く、従業員確保のためにベースアップを行った企業もありました。更にはその他経費についても、前回同様石油価格の上昇による物流コストや光熱費の増加を挙げる企業が多く、「上昇」回答が 41%へと増加しています。全体的にコストが増加傾向にあり、利益の圧迫が懸念されます。

【主なコメント】

(原材料)

- ・石油製品の上昇ー卸・小売、サービス
- ・円安とメーカー値上げにより上昇ー卸・小売
- ・原油高の影響によりー卸・小売、製造、宿泊・飲食
- ・メーカーからの値上げー卸・小売、製造
- ・生コン価格の上昇ー建設
- ・資材の価格上昇は落ち着いたー建設
- ・建材、資材の価格上昇ー建設
- ・包材部門の値上げー製造
- ・金属関係上昇ー製造
- ・アルミ材の値上がり止まらないー製造
- ・電子部品がものによっては倍近くまで上昇ー製造
- ・安い原料で対応しており低下ー製造
- ・紙類の値段上昇ー卸・小売、製造
- ・米の中国での値上げが全世界に波及しているー製造
- ・食材の上昇ー宿泊・飲食
- ・ビールの値上がりー宿泊・飲食
- ・牛肉、野菜の価格上昇ー製造、宿泊・飲食
- ・災害の影響で上昇ーサービス

(人件費)

- ・ベースアップによる上昇ー卸・小売、製造、宿泊・飲食、サービス
- ・離職による低下ー卸・小売
- ・人材確保のための上昇ー製造、宿泊・飲食

- ・パートの時給を上げたー製造
- ・残業増による上昇ー製造
- ・人材不足のため季節雇用を前倒して雇い入れているー製造
- ・社員の増加による上昇ー建設、製造、サービス
- ・人手不足に伴って上昇ー卸・小売、サービス

(その他経費)

- ・運賃の上昇ー卸・小売、製造、宿泊・飲食
- ・燃料の上昇ー卸・小売、建設、宿泊・飲食、サービス
- ・梱包資材の値上がりー製造
- ・新工場立ち上げに伴う設備導入ー製造
- ・商品の小型化によるコスト上昇ー製造
- ・減価償却費の上昇ー製造
- ・機械修理により上昇ー製造、宿泊・飲食
- ・運賃の上昇により、品物によっては売値上げー製造
- ・販促費用の上昇ー卸・小売、宿泊・飲食

4 資金繰り

「最近改善」回答が微増していますが、「最近苦しい」との回答が前回調査より増加し、5%となっています。表には現れていませんが、制度資金による資金繰りは約2割の企業で検討の回答があり、特に製造業から設備資金の利用についての回答が多く挙がっています。

【主なコメント】

- ・設備資金にて4,000万機械導入予定ー製造
- ・顧客から個室化への要望あり、検討中ー宿泊・飲食
- ・入金が1ヵ月遅れのため苦しいーサービス

5 経営課題

「人手不足・技術者不足」の回答が38件に増加し、生産力の低下や従業員の高齢化等、引き続き最も多くの企業が課題に挙げています。関連するコメントも多く、外国人実習生の受け入れや、人材育成にシフトした課題の解決を行っている企業も見られます。また、コストの状況にも現れているとおり、「原材料・仕入高」の課題が増加してきており、今回調査では人手不足に次いで多い33件の回答がありました。原材料や運賃の上昇を価格に転嫁できず、利益を圧迫しているとのコメントも寄せられています。「店舗や設備の老朽化」「顧客の減少」「競争・競合の激化」と回答する企業も依然として多い状況です。

【主なコメント】

- ・人材が集まっても掛け持ち多く、シフトに入れにくいー卸・小売
- ・店舗改装による諸経費の増加ー卸・小売
- ・資材や運賃の上昇が価格に転嫁できていないー卸・小売
- ・営業の即戦力不足ー卸・小売
- ・事務所の老朽化により一部建替えー卸・小売
- ・入札制度が厳しいー建設

- ・食品業界全体の動きが活発化しており、競争が激化しているー製造
- ・中国も人手不足により仕事を請けてもらえないー製造
- ・原材料の上昇により利益率の低下ー卸・小売、製造
- ・人手不足により特定の従業員に負担が偏っているー製造
- ・従業員高齢のため、これから人手不足が懸念されるー製造
- ・技術者の不足については順番に研修を受けているー製造
- ・電気部品入手難しいー製造
- ・若い社員の退職ー製造
- ・人手あと2~3人欲しいー製造
- ・人手不足により外国人実習生の受け入れー製造
- ・人材の老齢化と育成ー製造
- ・資材の調達がスムーズでないー製造
- ・西日本の災害の影響が懸念されるー宿泊・飲食
- ・取引先の技工士が不足ーサービス
- ・人手不足による受注制限ーサービス

6 販路開拓について

本年度支援施策の重点テーマの一つとして掲げている「販路開拓」への取り組みについて調査しました。自己の取組内容については44件の「ホームページによる情報発信」に続き、「直接訪問による営業」、「新商品・サービスの開発」との回答が多く、特に何も行っていない企業は14社にとどまりました。取り組みによる効果は「やや効果がある」と回答した企業が61%と最も多く、「効果がある」と答えた事業所と合わせて87%の事業所で効果を感じています。「効果がない」と回答があった理由としては、ここでも「人手不足」が最も多く、慢性的な人材不足等の問題により販路開拓に注力できない状況が現れています。

【主なコメント】

(取組内容)

- ・予約販売の積極的な声掛けー卸・小売
- ・新規取引先には信用調査をかけているー卸・小売
- ・市場調査によりトレンドや商品表示の確認ー製造
- ・新分野の立ち上げー製造
- ・平日昼間の集客のための新メニューの開発ー宿泊・飲食
- ・フェイスブック、Instagramによる情報発信ーサービス

(効果が出ない理由)

- ・時間がかかるー製造
- ・SNSの使い方、発信のノウハウがないーサービス

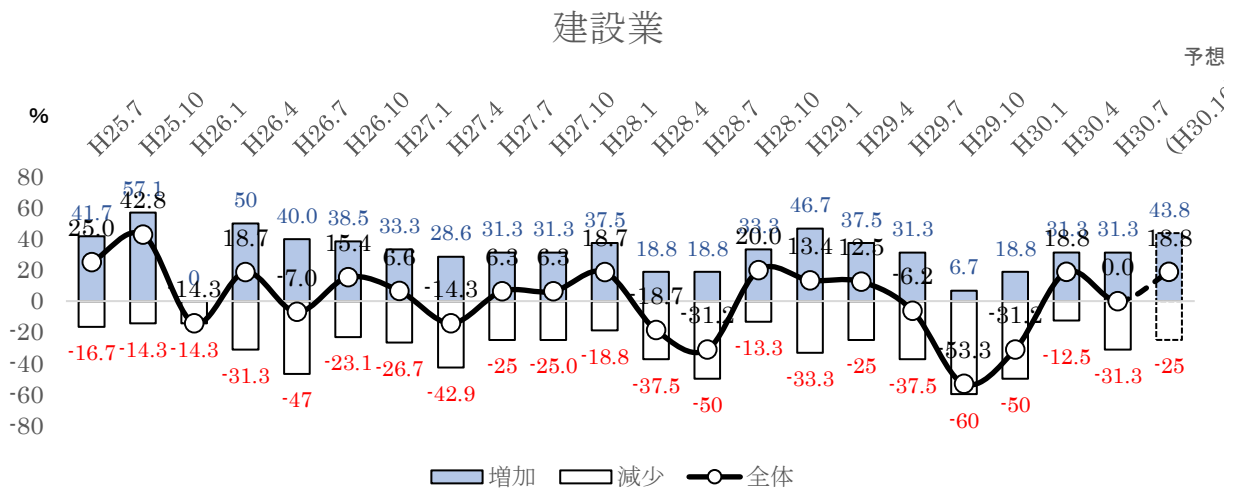
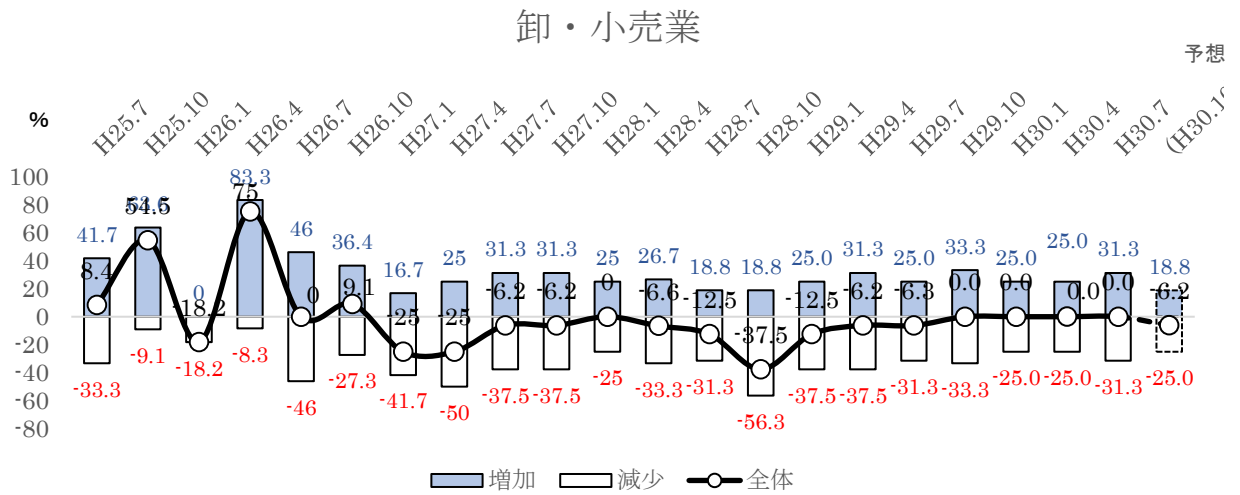
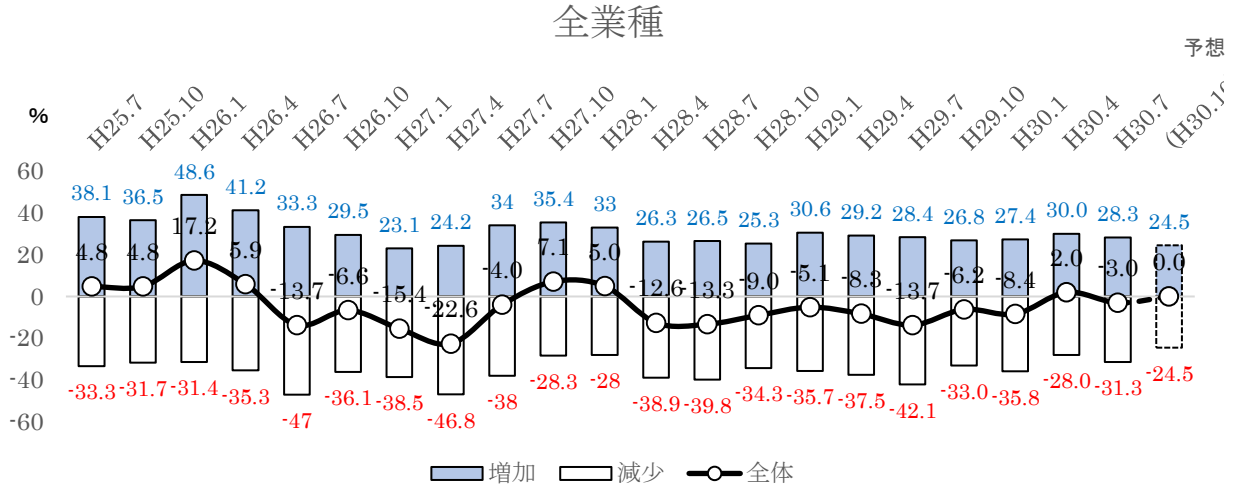
(必要な支援策)

- ・マーケティング調査のノウハウの支援ー卸・小売
- ・展示会や見本市等でのブースの確保ー卸・小売
- ・地場産品の情報発信ー製造
- ・業者紹介ー製造
- ・商談会の開催ー製造
- ・補助金の情報が欲しいー製造
- ・海外への販路開拓についてー製造
- ・自社パンフレット制作に関わる専門家派遣ー製造
- ・SNSの見せ方やデザインの専門家指導ーサービス

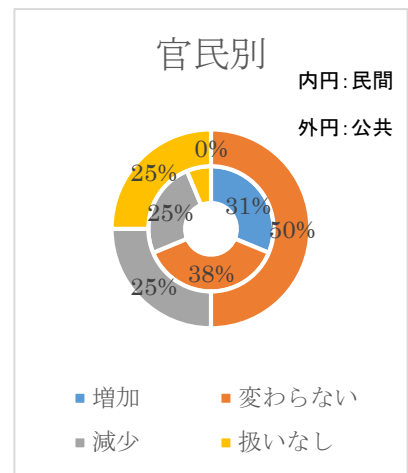
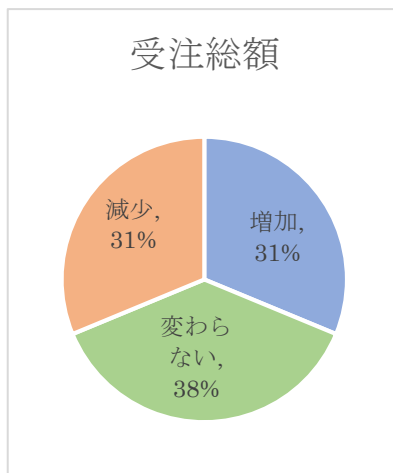
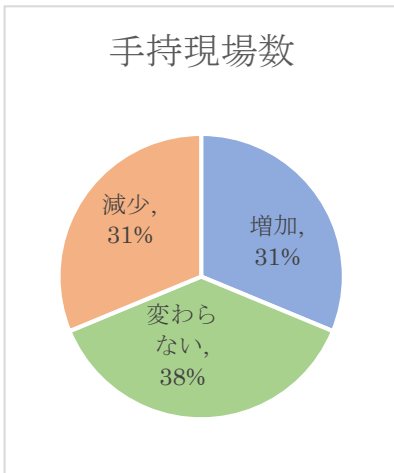
景気動向調査集計結果

I 売上・受注高

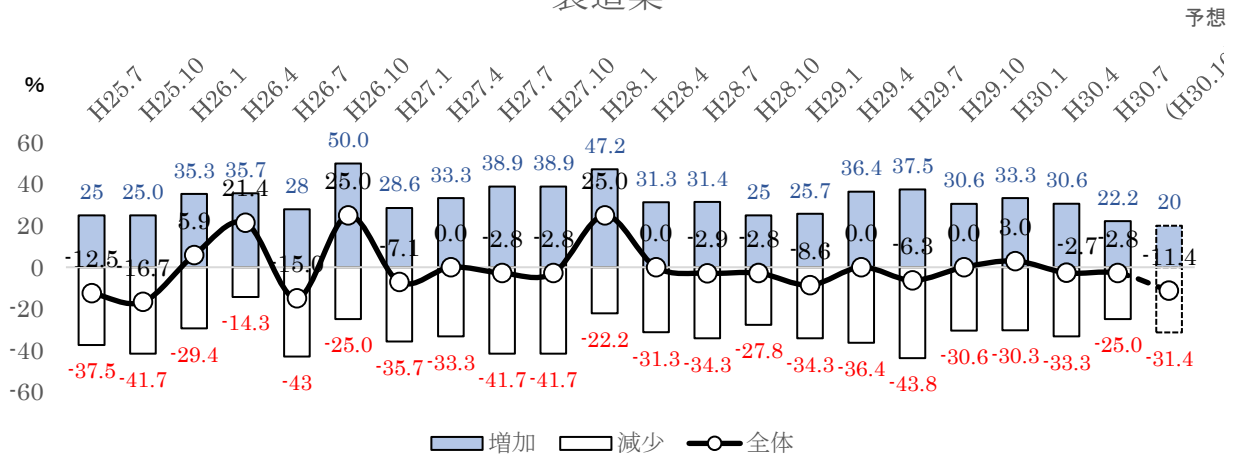
■ 最近3か月、前年同期に比べて及び今後3か月の予想



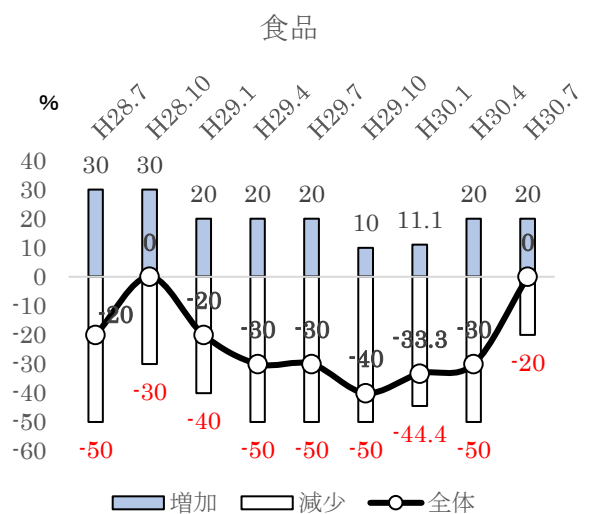
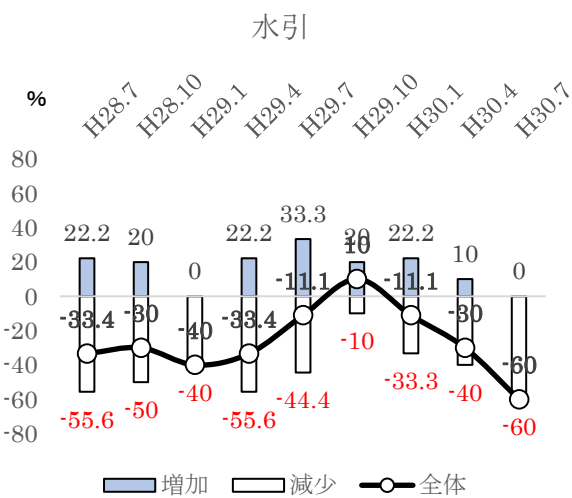
(建設業)



製造業

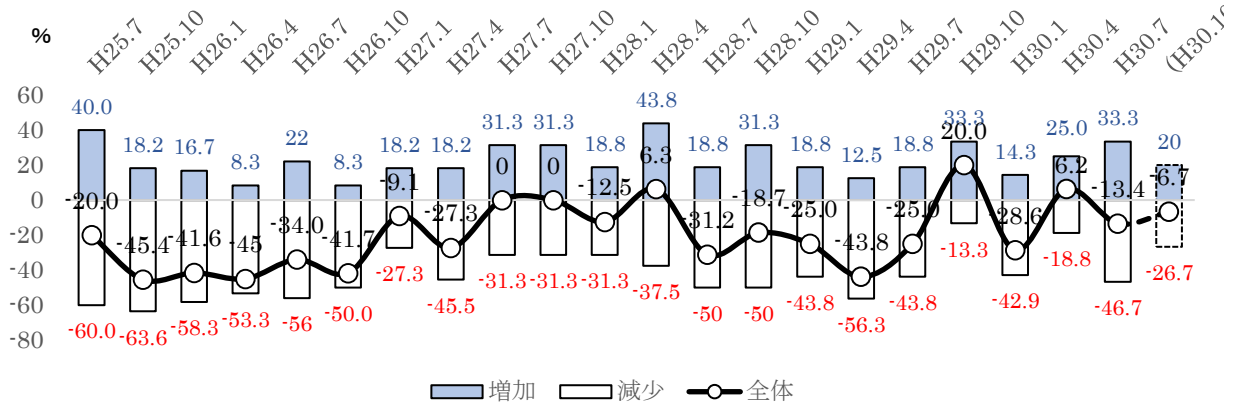


(伝統産業)



宿泊・飲食業

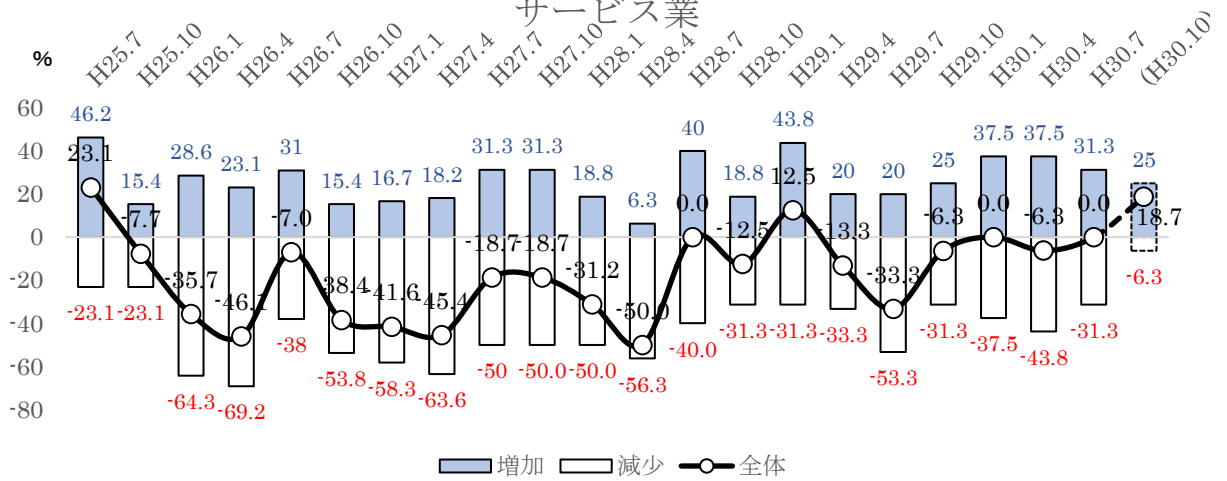
予想



■ 増加 □ 減少 ● 全体

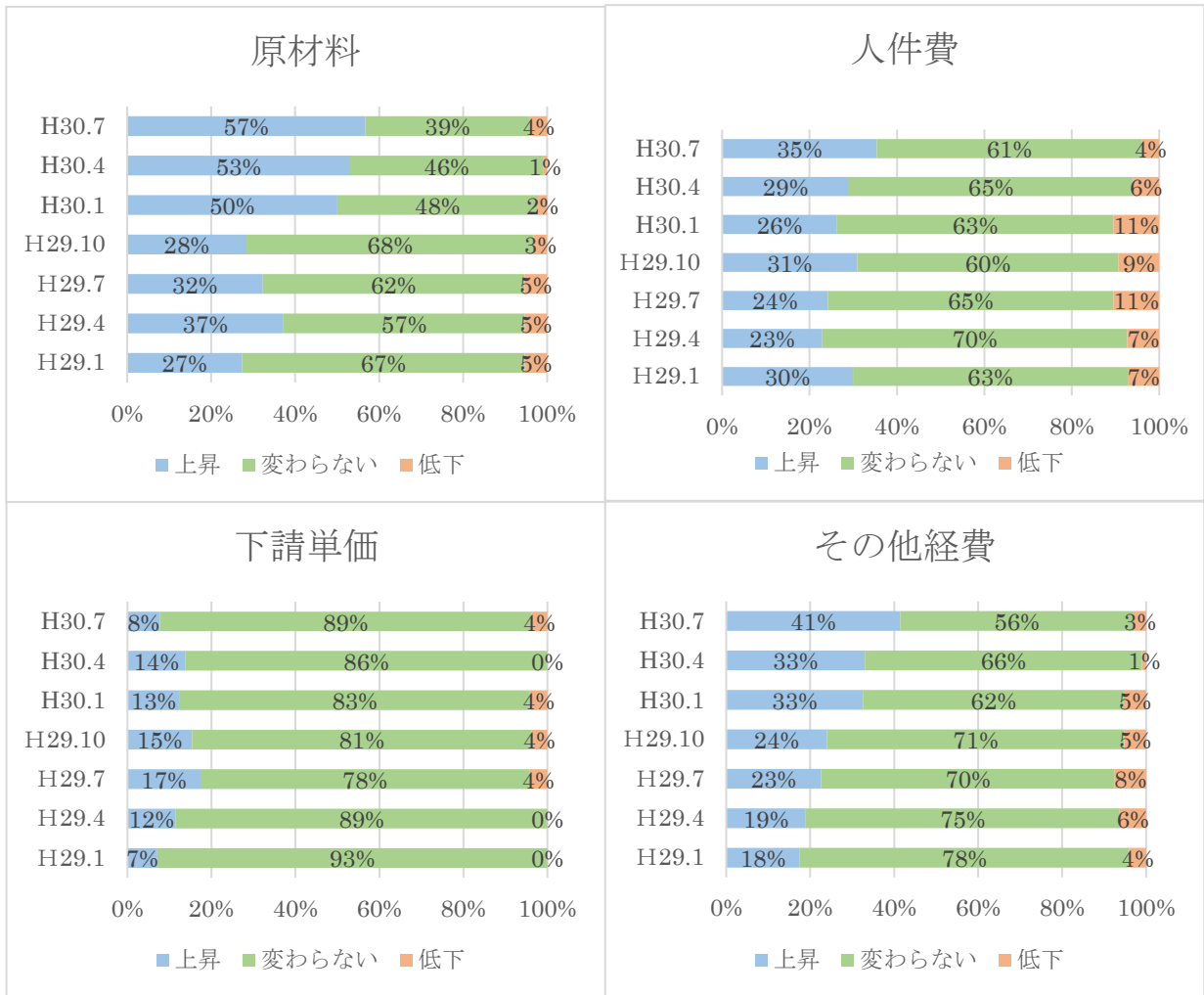
サービス業

予想

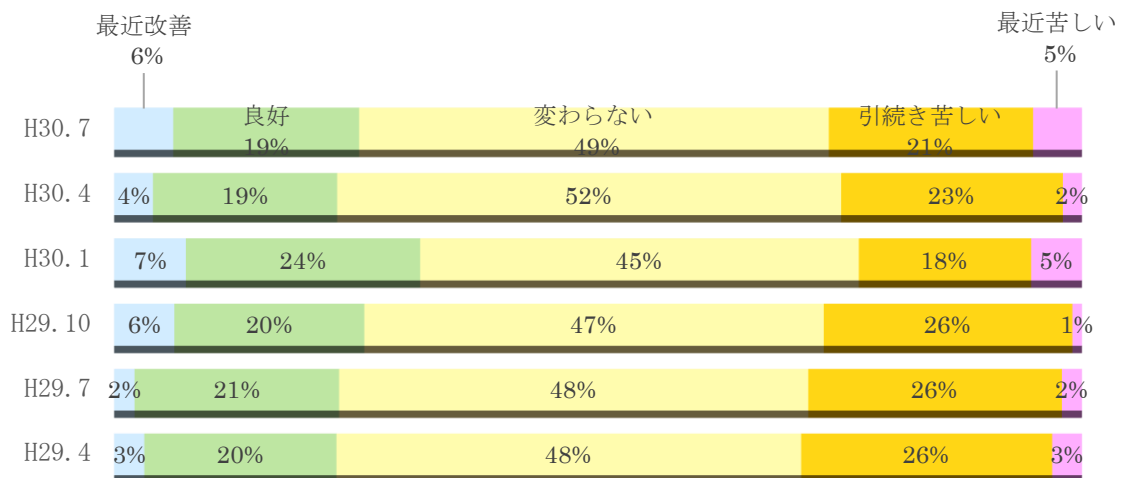


■ 増加 □ 減少 ● 全体

Ⅱ コストの状況 —昨年同期に比べて—(全業種)

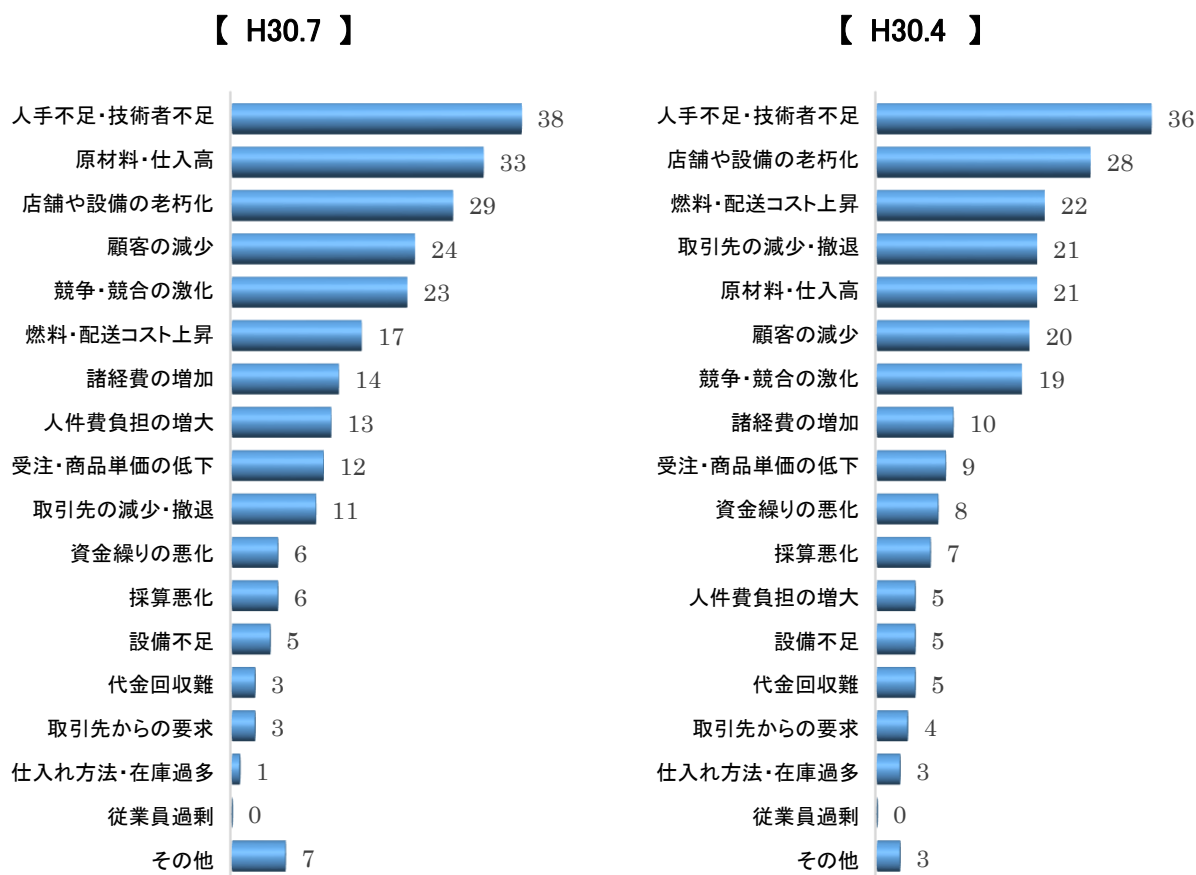


Ⅲ 資金繰りの状況 —昨年同期と比べて—(全業種)



IV 経営上の現在の課題(全業種)

※3つまでの複数回答



V 販路開拓について

