

# 大阪産業創造館ネットモニター調査 -No.15 '13年10月期-

(ご協力いただいたモニター数:115社、調査時期:2013年11月14日~21日)

公益財団法人 大阪市都市型産業振興センター 経済調査室  
11/27 <http://www.sansokan.jp/tyousa/> tel:06-6264-9816

## 《10月の景況判断に関する要点》

### 「順調に持ち直し基調を継続」

- ・10月の景況(前月比)をみると、「上昇・好転」と「横ばい」とする回答の割合が増加、「下降・悪化」が大幅に減少し、DI\*は前月よりも**上昇**して+31.3(図1)。
- ・「上昇・好転」した理由は、「内需が増大したから」が4割強で最多、次いで「時期的、季節的な要因で」が3割強。他方、「下降・悪化」した理由は「時期的・季節的な要因で」が5割(図なし)。
- ・3ヵ月後(2014年1月)の見通しは、10月のDI(+31.3)と比べて2.6ポイント低い+28.7で**やや下降するも高水準**(図1)。
- ・10月の前年同月比をみると、「上昇・好転」が増加して、「下降・悪化」が減少、DIは**2ヵ月連続で大幅に上昇**して+23.5(図1)。

\*DI(Diffusion Index)「上昇・好転」の割合から、「下降・悪化」の割合を引いた数字。景気動向を表す指標のひとつ。

## 《2008年度からの景気低迷期の数年間において、売上高の確保に向けて取り組んだこと》

- ・取組みのうち、もっとも多かったのは、「販売先の開拓」で製造業で6割強、非製造業で5割強を占めた。次いで「新規事業、新商品の開発・導入」、「顧客への迅速な対応、短納期」(非製造業では「インターネットの活用・促進」が第3位)が続く。全般的に非製造業よりも製造業の取組みの割合がやや高い(図2)。

図1 景況判断

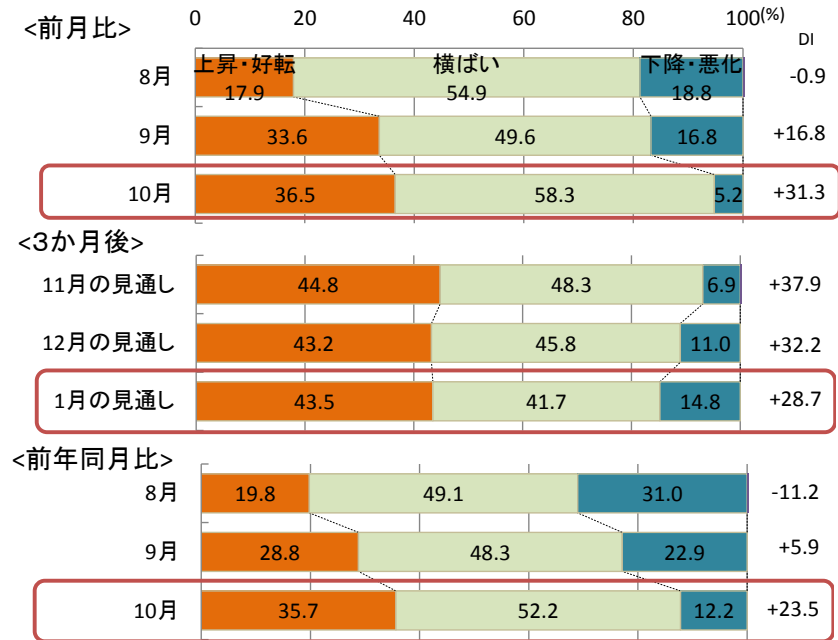
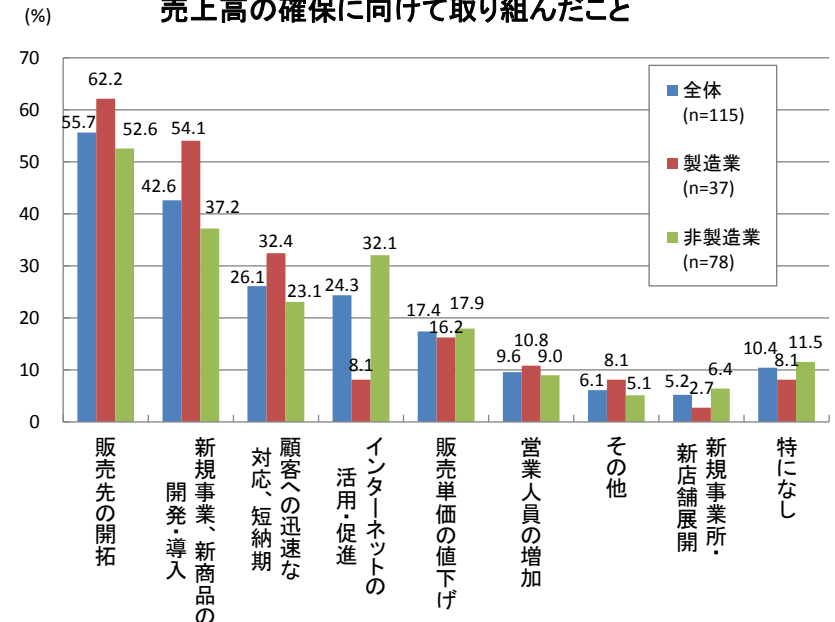


図2 2008年度からの景気低迷期の数年間において、売上高の確保に向けて取り組んだこと



## 《景気低迷期の数年間における取組み》

- 効率化やコストダウンに向けた取組みとして、最多は「仕入先、外注先の単価の見直し」で4割台半ば、次いで「作業体制の見直しによる改良・改善」と「省エネ、節電」が3割強。全般的に、非製造業よりも製造業で活発な取組みがみられる。ただし、「業務プロセスにおけるITシステムの導入・改善」「社屋の移転」については非製造業が製造業を上回った(図3)。
- 人材育成や労務等での取組みの最多は「人材育成の強化」で製造業で6割強、非製造業では4割強で、製造業が上回った。次ぐ「給与・賞与のカット」と「従業員数の削減」でも製造業の3割前後に対して、非製造業では2割未満に過ぎず、製造業で活発な取組み姿勢がうかがわれる(図4)。
- 経営改善につながった取組みは、製造業では「経営計画の見直し・実践」、「有望な市場への切り替え」「新規事業の立ち上げ」など、非製造業では「人材の採用」「新規事業の立ち上げ」「ブランド化」などで、厳しい状況下においても守りよりも積極姿勢による経営改善への取組みが複数見られる(表1)。

図4 人材育成、労務管理等で実施したこと

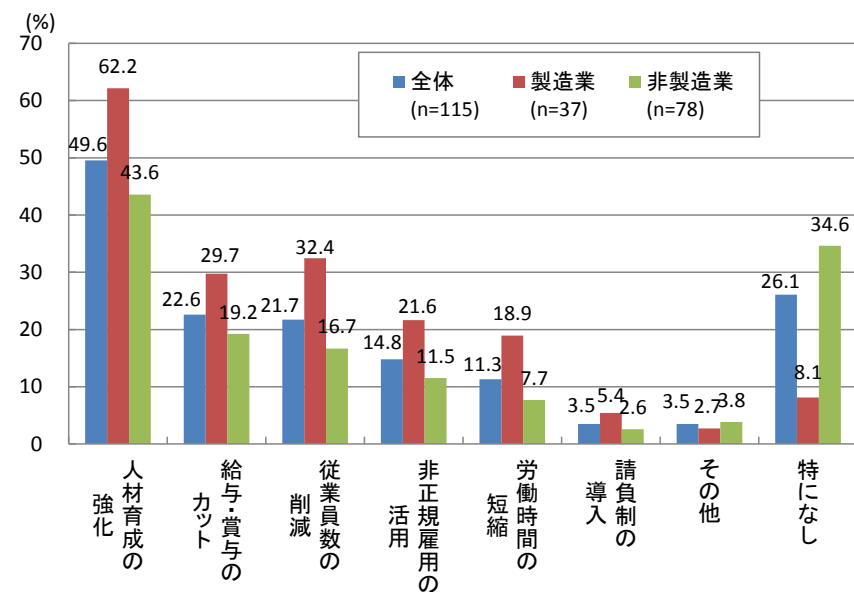
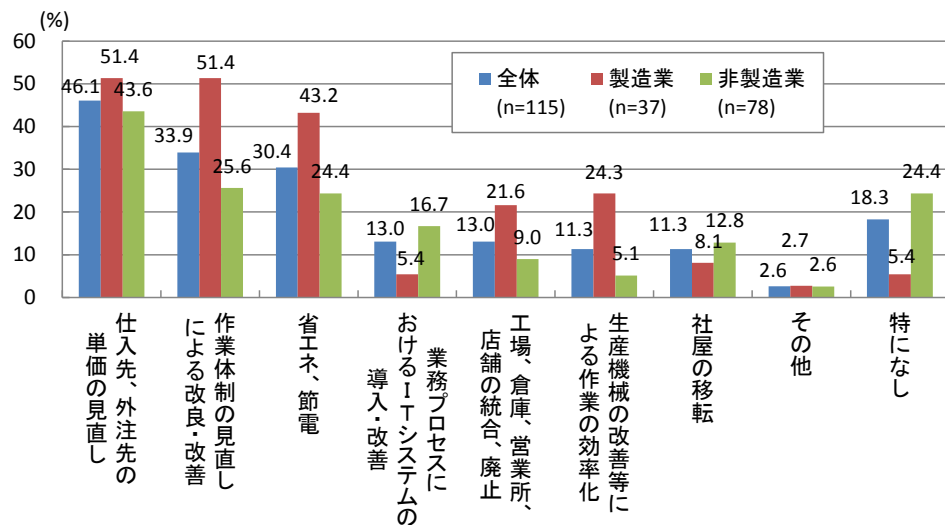


表1 この数年間で経営改善につながった重点的な取組みについて [自由意見の集約]

図3 効率化やコストダウンに向けて取り組んだこと



### 製造業

重点的な取組み	回答数
経営計画の見直し・実践	3
有望な市場への切り替え	2
新規事業の立ち上げ	2
社内教育・意識改革	1
組織体制の再構築	1
労働時間削減	1
コスト削減	1
不採算部門の整理	1

### 非製造業

重点的な取組み	回答数
人材の採用	4
新規事業の立ち上げ	3
ブランド化	2
社内教育・意識改革	2
コスト削減	2
営業先への提案	2
営業先の選抜・効率化	2
営業先の拡充	2
不採算部門の整理	1
値下げ	1
セミナー等での学習・実践	1
経営計画の見直し・実践	1
インターネットの活用	1
ITでの効率化	1

## 《売上高、損益分岐点の変化》

- 金融危機以前の2007年度と比較した今年度(見込み)の売上高をみると「減少」の3割強に対して「増加」は3割に届かず、「減少」が僅かに上回った。業種別にみると、製造業では「減少」が4割以上を占めたのに対して、非製造業では「増加」と「減少」がほぼ同じ割合となった。(図5)。
- 今年度(見込み)の損益分岐点売上高に対する売上高の状況では、「黒字」が「赤字」を多少上回った。製造業では「ほぼ同じ水準」とする回答が2割強と非製造業より低く、黒字と赤字の二極化がみられる(図6)。
- 2007年度と比較した今年度の損益分岐点の状況をみると、「ほぼ同じ水準」が3割、「上昇」、「下降」がほぼ2割台半ばとなった。特に製造業では「下降」が3割強と高くなっており、経営改善の取組みの成果とも考えられる(図7)。
- なお、損益分岐点売上高が上昇している企業の前頁設問での回答をみると、「営業人員の増加」「人材育成の強化」などでより積極的で、「非正規雇用の活用」という回答は1件もなかった。逆に、下降企業では、「販売単価の値下げ」「省エネ」「工場、店舗等の統合、廃止」「社屋の移転」「従業員数の削減」「給与のカット」の割合が上昇企業よりも高い(図なし)。

図5 今年度(見込み)の売上高 <2007年度との比較>

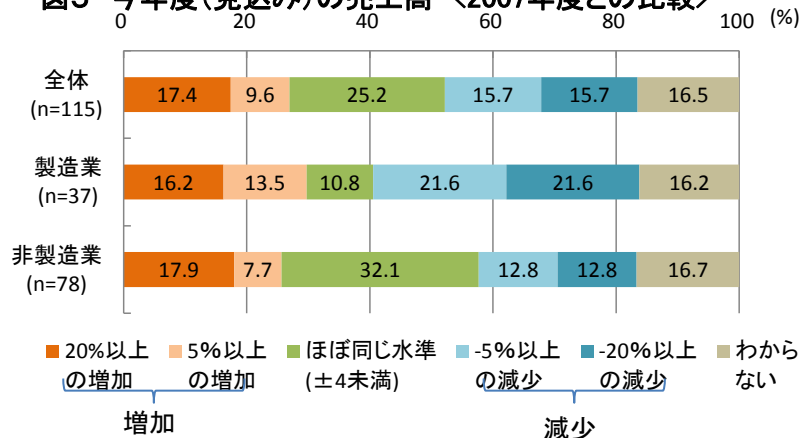


図6 今年度(見込み)の損益分岐点売上高に対する売上高

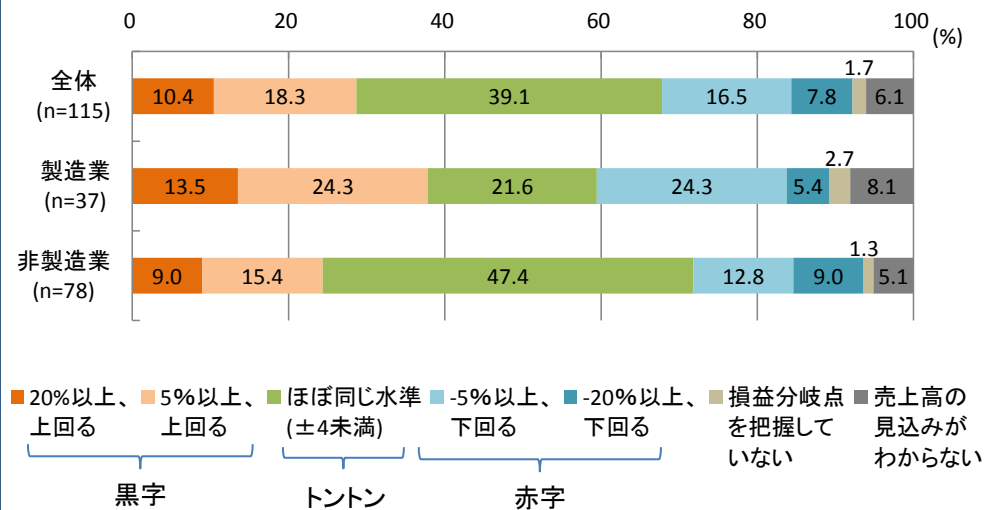


図7 今年度(見込み)の損益分岐点売上高 <2007年度との比較>

※図6で「損益分岐点を把握していない」と答えた人以外

