

大阪産業創造館ネットモニター調査 —No.65 '17年12月期—

(ご協力いただいたモニター数: 207社、調査時期: 2018年1月5日～14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
1/18 <http://www.sansokan.jp/tyousa/> tel:06-6264-9855

《 12月の景況判断に関する要点 》(図1)

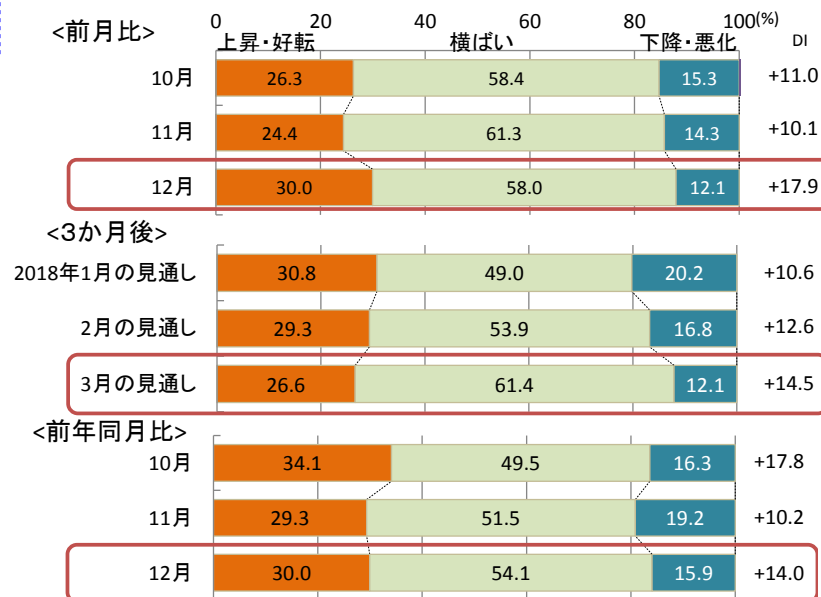
「 時節柄もあいまって、拡大のペースを加速 」

- ・ 12月の景況(前月比)をみると、「上昇・好転」の割合は増加し30.0%、「下降・悪化」は減少し12.1%、この結果、DIは7.8ポイント増加し+17.9の高水準。業種別DIは、製造業が6.9ポイント下降し18.2、非製造業は8.4ポイント上昇し17.7(図なし)。
- ・ [上昇・好転]した主な理由は、「内需が増大したから」が4割台半ばで最多、次いで「時期的、季節的な要因」が4割強。[下降・悪化]した主な理由は、「時期的、季節的な要因」が4割台半ばで最多、次いで「内需が減少したから」が2割(図なし)。
- ・ 3ヵ月後(2018年3月)の見通しは、「上昇・好転」の割合は小幅減少となるも、「下降・悪化」がそれ以上に減少し、DIは1.9ポイント上昇し+14.5。今月は季節的な影響で明るい見通しが持続。
- ・ 12月の前年同月比は、「上昇・好転」がほぼ横ばい、「下降・悪化」は小幅減少で、DIは前月よりも3.8ポイント増の+14.0。2桁台のプラスが3ヵ月維持し、拡大傾向が定着化。

《 現状の経営上の「重要な問題」 》(図2)

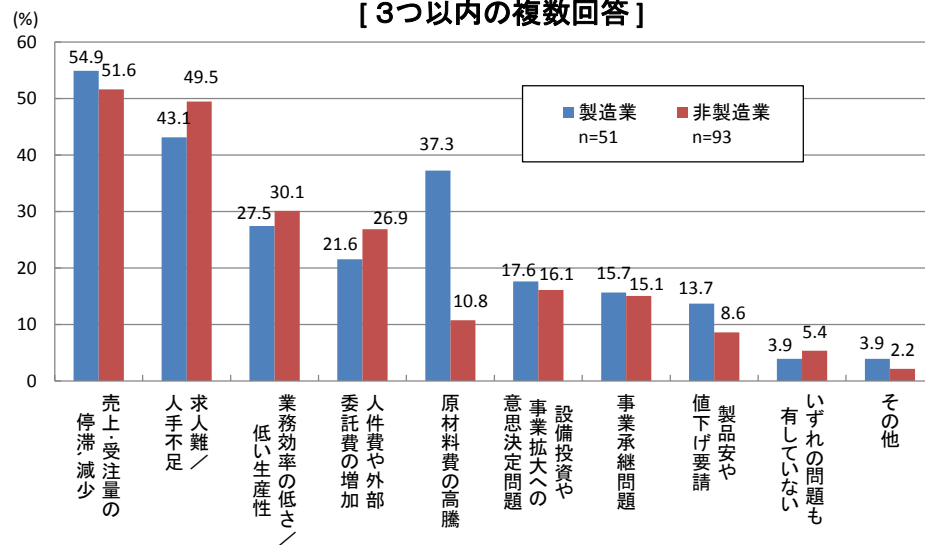
- ・ 12月調査では3年連続でこの質問をしたが、第1位は「売上・受注量の停滞/減少」で不変であるが、製造業で5割台半ば、非製造業で5割強と、各々13、及び7ポイント下降した。第2位は前年と同じく「求人難/人手不足」で、製造業で4割台半ば、非製造業で約5割と、それぞれ7～8ポイント上昇し、1位に接近した。
- ・ 第3位は業種により異なり、製造業では大幅上昇となった「原材料費の高騰」が3割台後半。非製造業では「業務効率の低さ/低い生産性」で3割、これは製造業でも第4位で2割台後半。非製造業の第4位は「人件費や外部委託費の増加」で2割台後半。

図1 景況判断



* DI(Diffusion Index)は、「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。

図2 現状の経営上の「重要な問題」
[3つ以内の複数回答]



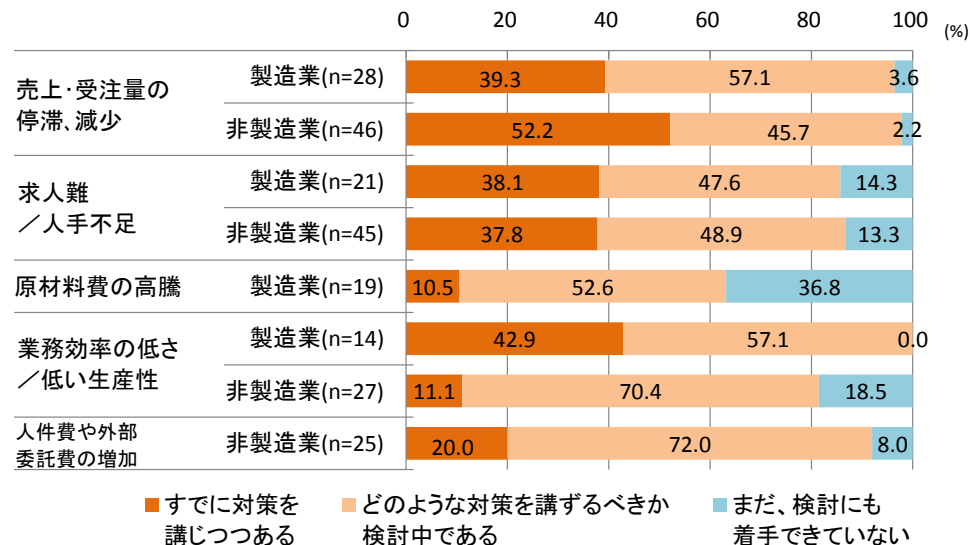
《 主たる「重要な問題」(図2の上位5項目)への対策の実施状況 》(図3)

- ・「重要な問題」に対する対策の実施状況を、図2の上位5項目に関して示すと、各問題に共通して“どのような対策を講ずるべきか検討中”が5割弱～7割強を占め、殆どで最多である。ただし、前年、前々年の調査結果と比較すると、問題によっては徐々に対策を講じている状況が認められる。
- ・図2で第1位の「売上・受注量の停滞、減少」では、“すでに対策を講じつつある”が製造業で約4割、非製造業で5割強と、両業種ともに対策実施割合が高く、特に、非製造業では前年比28ポイントと大幅上昇した。第2位の「求人難/人手不足」も対策が比較的講じられており、非製造業では前年比14ポイント上昇を実現し、製造業と同レベルに回復した。
- ・製造業の「原材料費の高騰」は対策実施割合が約1割に過ぎず、“まだ、検討にも着手できていない”が突出して多い。
- ・「業務効率の低さ/低い生産性」は対策実施割合が製造業で4割台前半に達するのに対し、非製造業では1割強に過ぎず、有効な対策に苦慮していると言える。同様に、非製造業の「人件費や外部委託費の増加」でも対策実施割合はかなり低く、“対策を検討中”が7割強を占め最大となっている。

《 2018年に注力する見込みの経営力強化分野 》(図4)

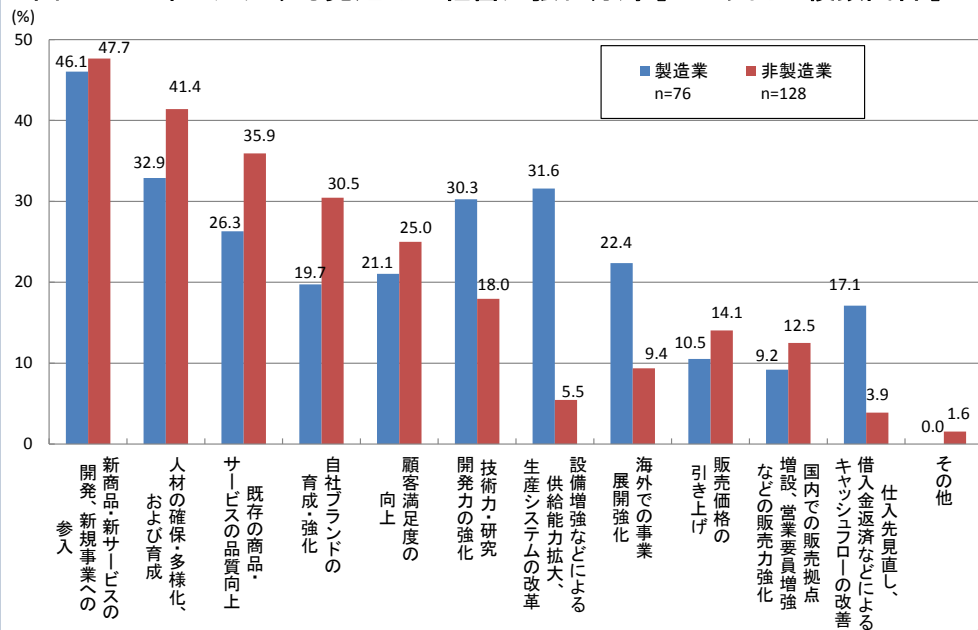
- ・この質問も3年連続であり、第1位は不変の「新商品・新サービスの開発、新規事業への参入」で、ともに4割台半ばであるが、製造業では指摘割合が12ポイント下降、非製造業は前年と変わらず。第2位も「人材の確保・多様化、および育成」で不変であり、依然、非製造業の方がかなり多いが、製造業、非製造業ともに小幅上昇となり深刻さが増した。
- ・第3位以下の項目は業種によって異なり、製造業では「設備増強などによる供給能力拡大など」と「技術力・研究開発力の強化」が3割台で第2位に肉薄。次いで「既存の商品・サービスの品質向上」が2割台半ば。非製造業の第3位は「既存の商品・サービスの品質向上」で3割台半ば、以下、「自社ブランドの育成・強化」が前年より9ポイント上昇して約3割、「顧客満足度の向上」が2割台半ばと続く。

図3 主たる「重要な問題」(図2の上位5項目)への対策の実施状況



* 図2において、「3つ以内」と明記していたが、「4つ以上」選択した回答(n=43)はこの設問では集計から除外している。また、図2において、各問題を「重要な問題」と指摘した企業のみ、本質問に回答している。

図4 2018年に注力する見込みの経営力強化分野 [3つ以内の複数回答]



《「地域未来牽引企業」の”評価の観点”に対する、自社の該当ランクの自己評価》(図5)

- ・経済産業省が選定した『地域未来牽引企業』に関して、その公募要領に示された“評価の観点”を参考に10個の項目を設定し、自己評価をお願いした。この結果、**＜A:事業の特徴＞**と**＜B:経営の特徴＞**に関して、最も該当する項目は「事業の成長性」であり、“当てはまる(”やや“も含む)”割合は6割台半ばに達する。次いで該当割合が多いのは、約5割の「事業の新規性、独創性」と「特筆すべき点のある経営者」の2つである。これらよりやや下がる4割台半ばには、「顧客層の新規性、独創性」と「優れた点のある経営手法」がある。以上の5項目に関しては“当てはまらない(”やや“も含む)”割合よりも“当てはまる(”やや“も含む)”割合の方が多い。
- ・**＜C:地域貢献期待＞**に関しては、3項目ともに“少しは貢献している”が最大で4割弱～4割代半ばあり、5%前後の“大いに”と1割強の“かなり”を合わせると5割台半ば～6割台半ばに達する。3項目を比べると、「事業所間取引額増への貢献」と「事業者の売上増への貢献」がほぼ同水準であるのに対して、「他事業所の雇用者数増への貢献」がやや少ない。このことから、取引額等の増加の程度が、新規雇用を生むほどの金額には達していないことが伺える。
- ・**＜D:表彰、報道＞**に関しては、この3年間で1回以上ある企業は3割弱に達し、5回以上の企業も7%弱ある。この割合をA～Cの項目の該当割合、貢献割合と比較すると、事業や経営の特徴を有し、かつ、地域貢献が相当程度以上ある企業の殆どは、表彰や報道実績があるものと推察される。
- ・以上を総合すると、本モニター企業に関して、1割前後の企業は十分に『地域未来牽引企業』に準ずる優良企業であると判断される。

図5 「地域未来牽引企業」の”評価の観点”に対する、自社の該当ランクの自己評価

