

大阪府中小企業家同友会  
定点景況調査集計結果（2015年7月～9月期）に対するコメント

大阪産業構造研究会部長	三木得生
同志社大学商学部准教授	関 智宏
大阪経済法科大学経済学部准教授	高橋慎二
大阪市立大学創造都市研究科准教授	立見淳哉
立命館大学経営学部准教授	田中幹大
和歌山大学経済学部准教授	藤田和史
阪南大学経済学部准教授	松村幸四郎

**しばむ期待、会員企業にひろがる「景気の先行き悪化」の不安  
改善傾向に甘んじることなく、経済環境の変化に対応できる一層の創意工夫を**

今回調査のポイント

1. 全体的に、回答企業の景況は改善傾向にあり、堅調に推移しているといえる。ただし、前年ほどの伸びはみられず、低位安定へと変化をしつつある。また業種間でバラツキがみられる。
2. 景況感が2期連続でマイナスを記録しているだけでなく、景況感先行きが3期ぶりにマイナスへと転じている。ほとんどの業種において数値が悪化しており、景気に対する期待がしばみ、来期以降の景況に不安を感じている会員企業が多い。
3. 特設項目については、人材採用においては多くの業種で難航している様子が看取される。インバウンド消費についても、サービス・流通の2業種を中心に、周辺の関連業種へと波及効果がみられるが、全体への影響は小さい。今期の決算見通しについては、黒字51.7%、収支トントン37.4%合わせて89.1%の企業が堅実な企業経営を実践していることが明らかとなった。

1. データについて

今回（2015年7月～9月期）の景況調査データは、2015年8月26日～9月17日の間に回収されたものである。対象者2,596名に対し回答数は610名、回収率は23.5%であった。

2. 大阪同友会会員企業の景況について

(1) DI値の推移

DI値の推移をみると、売上・利益ともに堅調に推移している。具体的には、売上は2015年2期で7.2あった数値が、今期では10.8(+3.6)となっている。また、利益についても、2015年2期で3.3あったものが、今期では4.5(+1.2)となっている。なお、両数値とも、前年同期比でも改善傾向がみられるが、前年ほどの伸びはみられなくなりつつある。個別業種のDI値について検討すると、売上については運輸業・製造業・通信情報業で前期比、前年同期比では情報通信業がマイナスとなっている。とくに、前者は2期連続のマイナスであり、業種ごとの明暗

が分かれている。同様に利益のDI値を検討すると、前期比では建築業・製造業がマイナスとなっているほか、流通業についても他業種と比較すると改善の幅は小さい。前年同月期比では製造業のみが4期連続でマイナスを記録している。対照的であるので専門サービス業であり、3期連続で大幅なプラスを示している。これには後述するように、政府の地方創生施策が由来していると思われる。上記のように業種ごとにバラツキが大きいが、景況感のDIは全体としてマイナス、個別にみると専門サービス業を除くすべての業種でマイナスとなっている。景況感先行きDIについても、専門サービス業を除くすべての業種で悪化しており、それを反映して全体もマイナスへと3期ぶりに悪化している。これらから、現時点においては、会員企業の景況は低位安定で推移していると考えられるが、業種間でバラツキがあり、先行きに不安感を感じている会員が多数いることがわかる。

## (2) 売上・利益動向

売上動向についてみると、前期比で「横ばい」と回答する会員企業が多数を占める。今期では「増加」と回答する会員企業が、「減少」と回答する会員企業を11ポイント上回っている。前年同月期と比較すると、「横ばい」が最多となるが、「増加」が「減少」を13ポイント上回っており全体的には改善傾向にあるといえる。同様に利益動向について検討すると、前期比・前年同月期比とも「横ばい」を最多とし、「増加」がそれに次ぐ。ただ、売上動向とは異なり、「増加」と「減少」の差は4.5%にとどまる。その傾向は前年同月期比でも同様であり6.2%差と売上動向に比して小さい。

個別業種の売上動向については、前期比で運輸業・製造業・通信情報業で「減少」と回答する企業が「増加」を上回る。前年同月期比では、通信情報業を除くすべての業種で、「増加」と回答する企業が「減少」よりも多い。個別業種の利益動向は、前期比でみた場合には建築業と製造業、前年同月期比で製造業が減少と回答する企業が若干多くなっている。

売上が増加した企業においては、「営業力の強化・拡大(26.1%)」、「新規販路・新分野の開拓(15.1%)」、「人材育成・採用の強化(11.4%)」の3要因を主な増加要因としている。これらに次いで、今期では「高付加価値化(9.2%)」がみられる。個別のコメントでは「新規顧客の拡大と新商材の取組(サービス業)」、「地道な人脈づくり(土業)」、「新人採用・育成が奏功した(製造業)」など会員企業の創意・努力があったことに加え、一部の会員で「付加価値商品の売上増(サービス業)」、「単価上昇(流通業)」などコスト増の転嫁可能であったことが好作用している。また、前回調査からもみられるが、「国内生産回帰(製造業)」、「既存顧客の業績が良くなった」などアベノミクスの好影響を直接・間接的に受けている企業がみられるが、「消費増税の反動減が解消しただけ(製造業)」、「先行きの不透明感はさらに強くなった(製造業)」など慎重な見方は依然として根強い。

一方、売上が減少したと回答した会員の減少に繋がった要因についてみていくと、「国内需要の減少(34.5%)」、「他社との競合状態の悪化(20.2%)」、「販売・受注価格の減少(19.4%)」を挙げる会員企業が多い。業種別でみると、運輸業・製造業で国内需要の減少、サービス業・通信情報業・流通業では競合状態の悪化や販売・受注価格の減少を回答している会員が多くを占める。個別のコメントを確認すると、従来と同様に取引先の業務縮小・廃業・海外移転等によって国内の需要が減少していること、競合他社との価格競争の激化、他業種の景況悪化の波及を指摘する声が見られる。今期の特徴としては、「世界的な需要減(製造業)」など世界的な経済の停滞、「紙媒体離れ(サービス業)」、「紙媒体への印刷、製本需要が国内全体で減少(製造業)」など産業構造そのものの転換による影響を訴える会員がみられる。

昨年の消費増税の反動減が解消し、好循環に転換できている企業の多くは、会員企業自らの努力に依るところが大きい。アベノミクスの影響は一部の企業において直接・間接的にみられるが、負の影響として前期まで続いていた為替安にともなう原油高が解消したことが一部の企業で歓迎されている。ただ、原油高が解消した要因は、世界的な経済減速・需要減どの影響によるものでもあるため、今後の経済動向に注視が必要である状況は変わらない。

### (3) 投資計画・経営上の問題点・対応策

投資計画について、多くの会員企業においては現状での投資計画は持ち合わせていない。個別の業種については、運輸業と製造業で投資意欲が多少みられるものの、旺盛とは言いがたい。

経営上の問題点としては「従業員確保（13.1%）」、「社員教育（12.1%）」、「民間需要の停滞（10.4%）」、「幹部社員の不足（8.6%）」、「人件費負担（7.4%）」5項目を回答する企業が多かった。これらへの対応策については、「営業力の拡大（21.5%）」、「社員能力のアップ（13.1%）」、「人材採用（11.2%）」、「新規販路・分野開拓（9.9%）」、「技術力の強化（7.9%）」を5項目挙げる企業がみられる。これらのことから、景況が堅調に推移する中で人手不足が発生し、人材採用や採用した人材の教育・指導的社員の不足を課題とする会員企業がある一方で、需要が停滞する中で営業力や技術力を強化することで経営の安定化を図ろうとする会員企業があるという、会員企業の置かれた二つの困難が理解できる。また、「社員の高齢化にともなう補充（製造業）」、「会長の退任と30～40代の採用（流通業）」、「社員の若返りにともなう技術継承（製造業）」などのコメントに象徴されるように、高齢化する経営者・技術者の代わりをいかにして獲得・代替するかという事業承継面での人材確保・技術力の強化を考えている様子もみられる。

今期の特徴としては、多くの業種で人手不足・人材採用に関する記述がみられること、そして経営戦略・営業戦略に関する記述が具体的に述べられていることであろう。とりわけ、人材確保については昨年度の採用に関する課題から、採用した人材の教育、能力向上に課題へと変化している。また、これらの人材に関する課題は、経営戦略へと直結しており、経営上の両輪として会員企業に定着しつつあることがわかる。コメントも上記の動向を反映しており、「将来を見据えた幹部社員の採用と育成（製造業）」、「売上高確保と営業力をアップするには、人材採用・教育は不可欠（建築業）」、「社員教育（特に幹部社員）による理想の生産体制確立と、新規開拓・新規事業立ち上げの体制づくり（製造業）」、「新卒および中途採用のバランスのとれた雇用実施、幹部の育成と新卒が定着できる社内体制の構築（専門サービス業）」、「一律に質の高いサービスを提供できるよう能力アップ、カリキュラムを具体的に作成する必要がある（サービス業）」といった人材と経営に関わる考え方に関するコメントが多数を占めている。

## 3. 特別項目について

今回の調査では、特別項目として2016年採用新卒・中途・パート等の人材採用、インバウンド消費の影響、そして今期の決算見通しについて尋ねた。

人材採用については、各項目とも「募集していない」が最多の回答となった。(新卒:70.1%、中途:58.5%、パート:71.4%)採用を希望している企業でも、「募集通りの採用」ができているとする会員企業は各採用枠の全体の10%程度にとどまり、「募集の半分」や「採用が難しい」と回答する企業が残りの割合を占め、人材確保が難航している様子がうかがえる。業種別に検討すると、新卒・中途採用で順調に採用できているのは通信情報業である。それ以外の業種は、いずれの採用枠でも人材確保が難航している。個別に検討すると、新卒については30%の企業が新卒採用を希望しているが、「募集通りの採用」を見込める企業は8.8%であり、「募集の半分」採用・「採用が難しい」とする企業が、それぞれ7.2%と13.9%となっている。中途採用についても40%の企業が採用を希望しているが、「募集通り」9.4%、「半数」10.5%、「採用が難しい」21.6%である。パートについても30%の企業が採用を希望しつつも、「募集通り」9.6%、「半数」8.7%、「採用が難しい」10.3%と厳しい採用状況が垣間見える。

昨年第3期でも人材確保について特設項目として調査しているが、そこでも指摘したとおり人材確保は難航している。大企業を中心に景気が回復基調にある中で、新卒採用については大手企業へと人気が集集中し、かつ大卒採用については経団連加盟企業の採用活動解禁が後ろ倒しになったことで、中小企業にとってはより不利な状況が発生している。不足する人材を確保するべく中途採用・パート採用を強化することが昨年も指向されていたが、景気が拡大する中で多くの業種・業態・企業間での奪い合いが発生しており、こちらでも知名度のある大手企業が有利に作用していると考えられる。

インバウンド消費については、「影響なし(69.4%)」と回答する会員企業が最多となっている。影響の有無については、「プラスの影響があった」とする企業は8.1%であり、「マイナスの影響があった」企業はごくわずかである。また、「影響がわからない」と回答した企業が22.2%あった。インバウンド消費の直接的な影響がみられる業種はサービス業・流通業などに限られており、これらの業種の企業を中心に間接的な影響が製造業などでみられるというように、会員企業への影響はそれほど大きくない。コメントにおいては、「象印の炊飯器が売れているため生産での依頼が増えている(サービス業)」、「一部弱電メーカーの部品が増えている(製造業)」、「酵素ブームに乗って中国人が購入している(流通業)」など、中国からのいわゆる爆買いツアー客にかかる影響が散見される。大阪府観光局が旺盛なインバウンド観光需要を見込んで、大阪市内での宿泊施設増を計画しているが、今後それらの派生需要が発生すると考えられる。ただし、中国経済にブレーキが掛かり始めた現在、これまでの団体ツアーのような形態での需要が継続するかは不透明な部分も多い。

今期の決算見通しについては、「黒字(51.7%)」、「トントン(37.4%)」と回答する企業が89.1%を占め、多くの会員企業が堅実な企業経営を実践していることを示している。一方で、「赤字」の見通しと回答した企業が10.9%あり、業種別にはサービス業(12.1%)・運輸業(14.3%)・製造業(13.1%)など昨年度の消費増税やアベノミクスのマイナス影響を受けた業種がやや高い割合で並んでいる。しかし、これらの業種においても黒字経営を達成している会員企業が多数を占めている状況を考慮すれば、同友会での種々の活動が会員企業の経営においてプラスの作用をもたらしていると考えられる。

(文責：和歌山大学経済学部准教授 藤田和史)