

# 市内中小企業動向調査報告

(令和元年10月~12月期)

## 調査の概要

- |          |                                |
|----------|--------------------------------|
| 1 調査期間   | 令和元年10月~12月 (年4回実施 令和元年度第3四半期) |
| 2 調査対象企業 | 市内に事業所を置く企業 1,500社             |
| 3 調査方法   | 郵送によるアンケート調査                   |
| 4 調査票発送日 | 令和2年1月6日 (月)                   |

## 概況

**～製造業の景況感は前回に比べて悪化、非製造業は横ばい。受注の減少、消費増税に伴う個人消費や海外経済の影響の懸念が強く、引き続き注視が必要。～**

令和元年10月~12月期の市内中小企業動向調査(対象企業1,500社 回答企業459社)によると、製造業の「景況」DI(前年同期比)は、前回調査より12ポイント悪化の(-)40となった。また、「受注額」DI(前年同期比)は17ポイント悪化の(-)42、「生産・売上額」DI(前年同期比)は15ポイント悪化の(-)40、また「収益状況」DI(前年同期比)は8ポイント悪化の(-)35となった。

非製造業の「景況」DI(前年同期比)は、前回調査と横ばいの(-)22となった。また、前回調査と比べて、「受注額」DI(前年同期比)は3ポイント改善の(-)13、「生産・売上額」DI(前年同期比)は4ポイント悪化の(-)22、「収益状況」DI(前年同期比)は5ポイント改善の(-)15となった。

経営上の問題点として、「売上・受注の停滞減少」をあげた企業は、非製造業では前回調査より10%低下し、39%となった一方で、製造業では51%から56%へと5%増加したことから、製造業で「景況 DI」(前年同期比)が悪化したものと思われる。

市内中小企業の景況感は、製造業においては、来期予測(前年同期比)についても、(-)34から(-)36へと6期連続で悪化しており、消費増税による個人消費の動向や米中貿易摩擦に代表される海外経済の動向などの不安要素も含め、先行きについては厳しい見方が強まっている。

※DIとは、好況(増加、上昇、好転)と回答した企業の比率から不況(減少、下降、悪化)と回答した企業の比率を引いた数値であり、判断の目安となる指数である。売上高などの実数値の上昇率を示すものではなく、強気・弱気などの景気感の相対的な広がりの意味する。

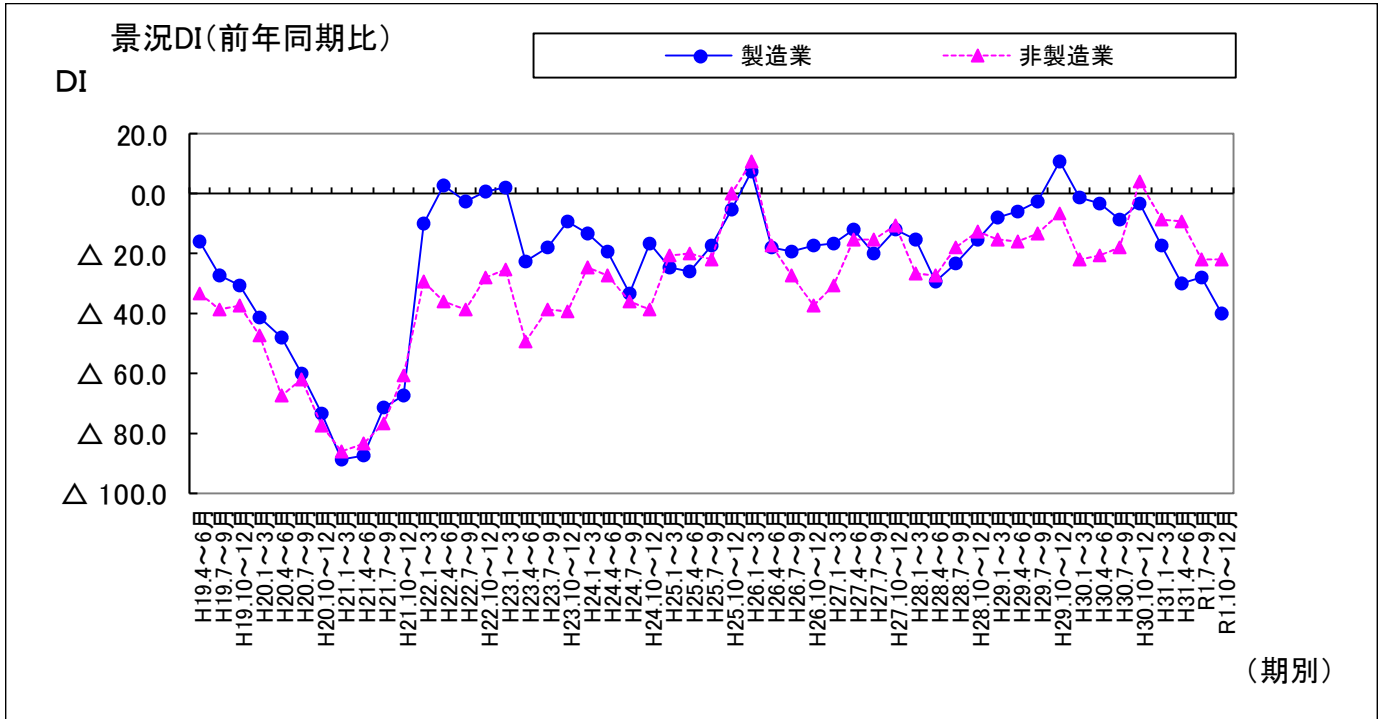
# 東大阪市経済部

◆ 「景況」・「受注額」・「生産・売上額」・「収益状況」・「販売単価」・「仕入単価」について

景況 DI

製造業の「景況」DI(前年同期比)は、前回調査より12ポイント減少の(-)40となった。

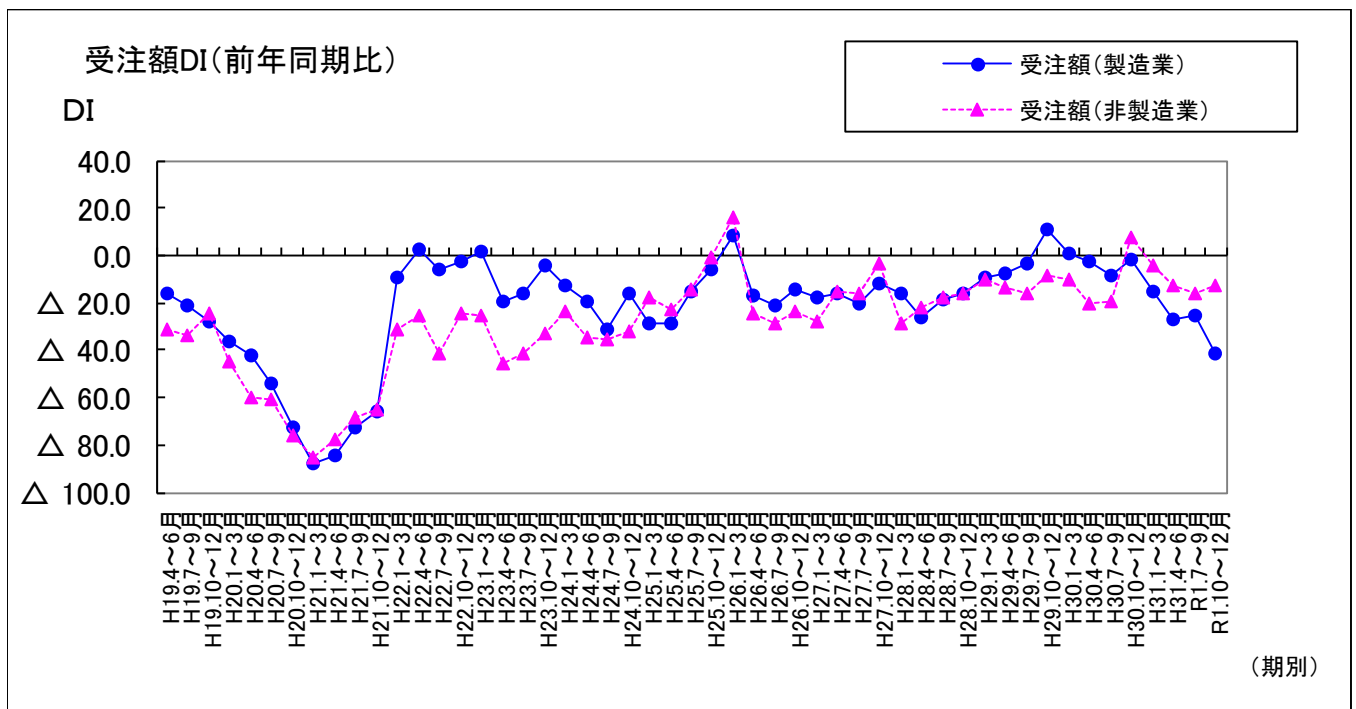
非製造業の「景況」DI(前年同期比)は、前回調査と横ばいの(-)22となった。



受注額 DI

製造業の「受注額」DI(前年同期比)は、前回調査より17ポイント減少の(-)42となった。

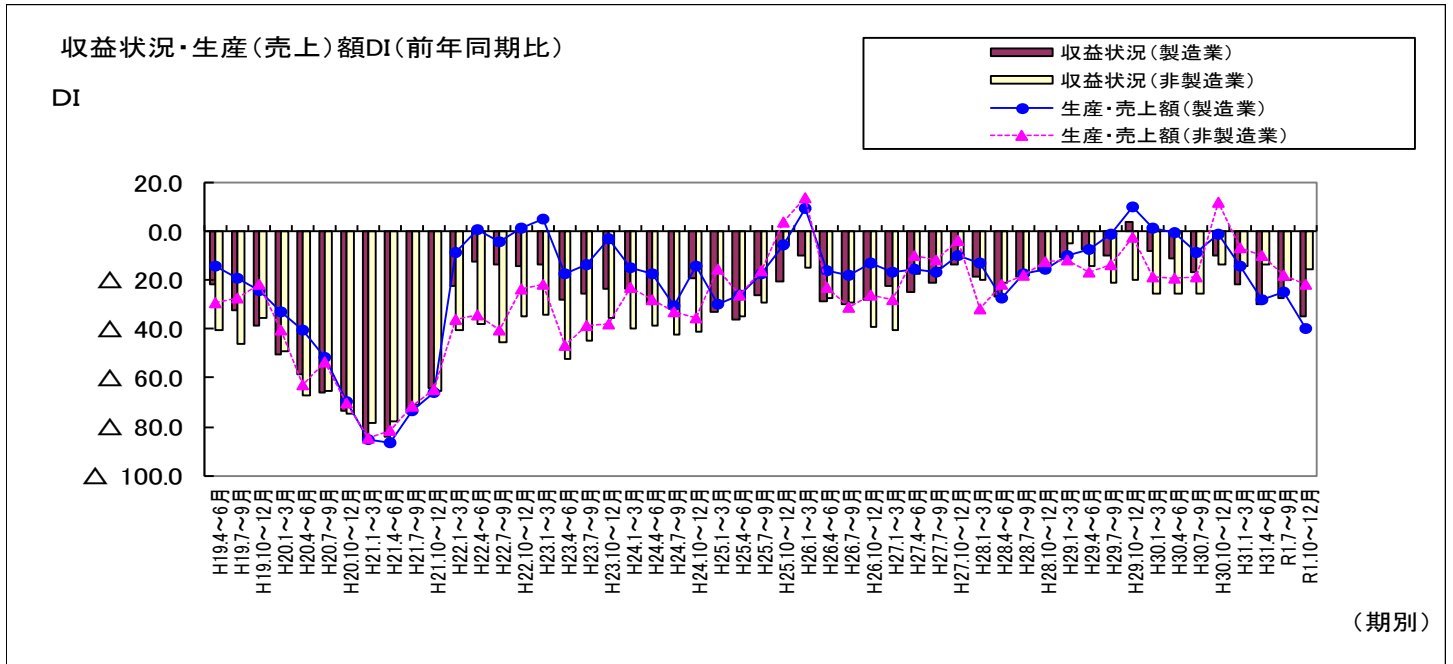
非製造業の「受注額」DI(前年同期比)は、前回調査より3ポイント増加の(-)13となった。



## 生産・売上額 DI 及び収益状況 DI

製造業の「生産・売上額」DI(前年同期比)は、15ポイント減少の(-)40となった。「収益状況」DI(前年同期比)は、8ポイント減少の(-)35となった。

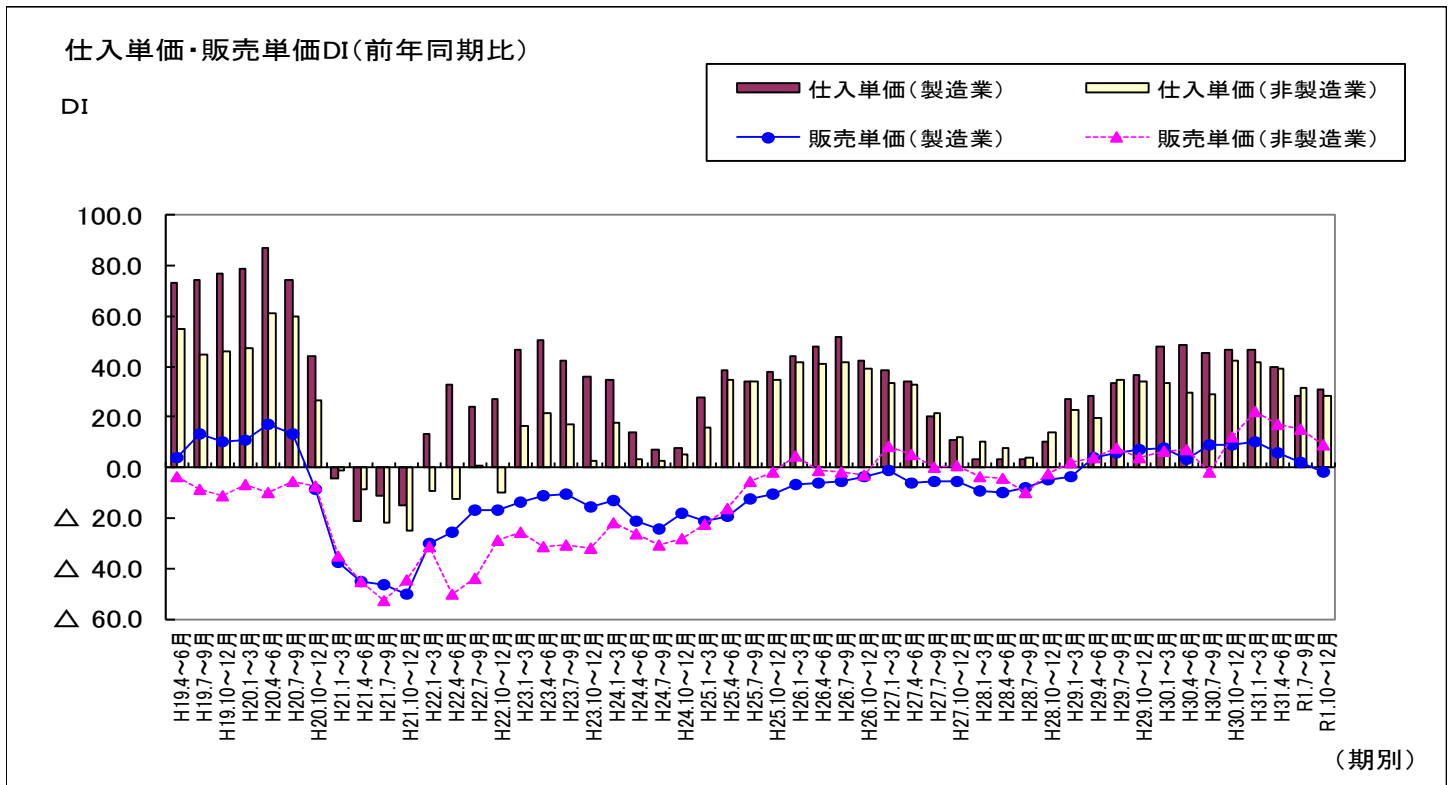
非製造業の「生産・売上額」DI(前年同期比)は、4ポイント減少の(-)22となった。「収益状況」DI(前年同期比)は、5ポイント増加の(+)-15となった。



## 販売単価 DI 及び仕入単価 DI

製造業の「販売単価」DI(前年同期比)は、4ポイント減少の(-)2となった。「仕入単価」DI(前年同期比)は3ポイント増加の(+)-31となった。

非製造業の「販売単価」DI(前年同期比)については6ポイント減少の(+)-9、「仕入単価」DI(前年同期比)は4ポイント減少の(+)-28となった。



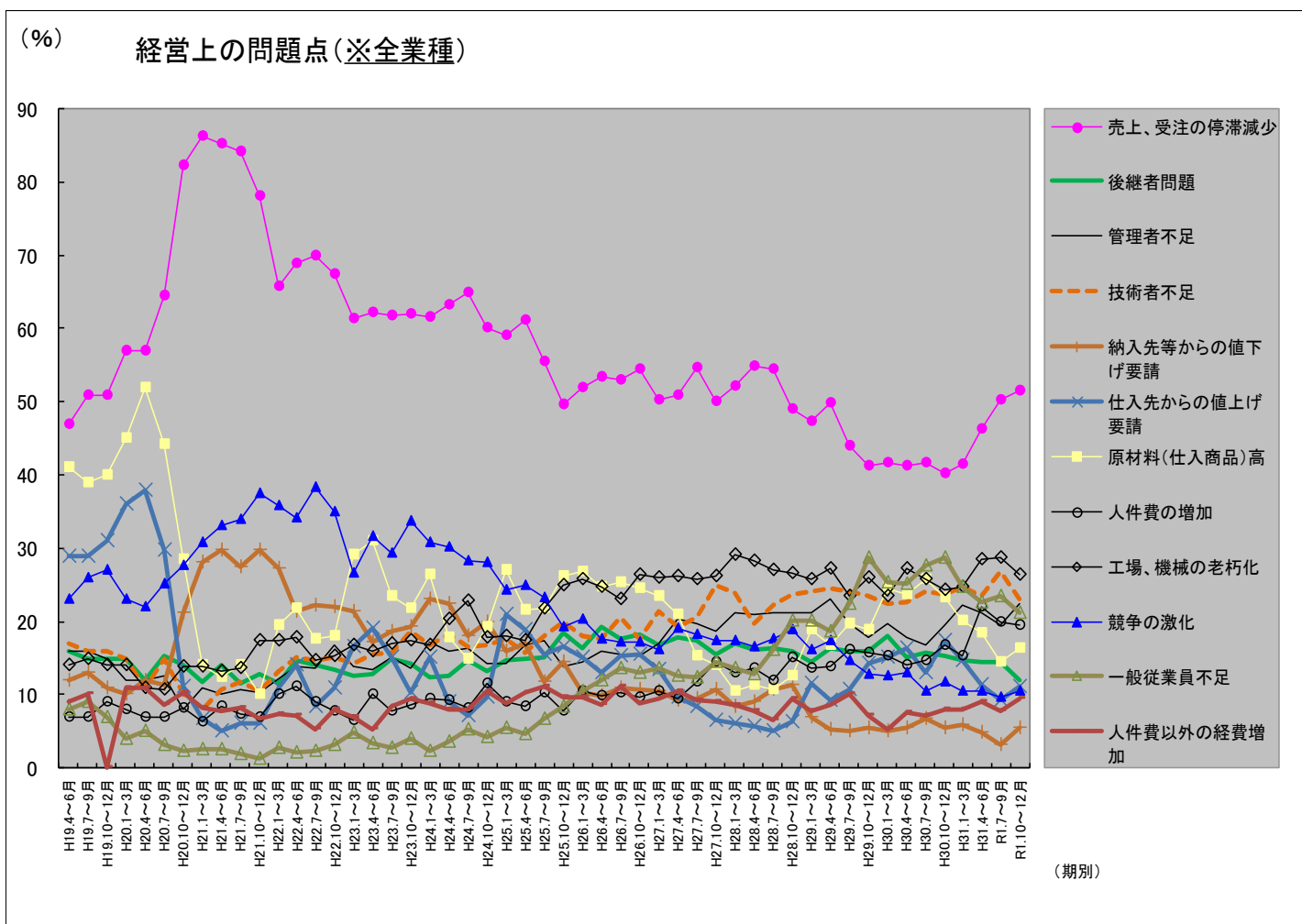
◆ 「経営上の問題点」について

製造業において、「売上、受注の停滞減少」が増加傾向に

製造業の経営上の問題点では、「売上、受注の停滞減少」が56%（前回より5%増加）と最も高く、続いて、「工場、機械の老朽化」が32%（前回より2%減少）、「技術者不足」が26%（前回より3%減少）、「管理者不足」が23%（前回より3%増加）、「人件費の増加」が20%（前回より1%増加）、という結果となった。

非製造業の経営上の問題点では、「売上、受注の停滞減少」が39%（前回より10%減少）と最も高く、続いて、「一般従業員不足」が28%（前回より2%増加）、「競争の激化」が24%（前回より2%増加）、「管理者不足」が22%（前回より5%増加）、「人件費の増加」が19%（前回より5%減少）と続いた。

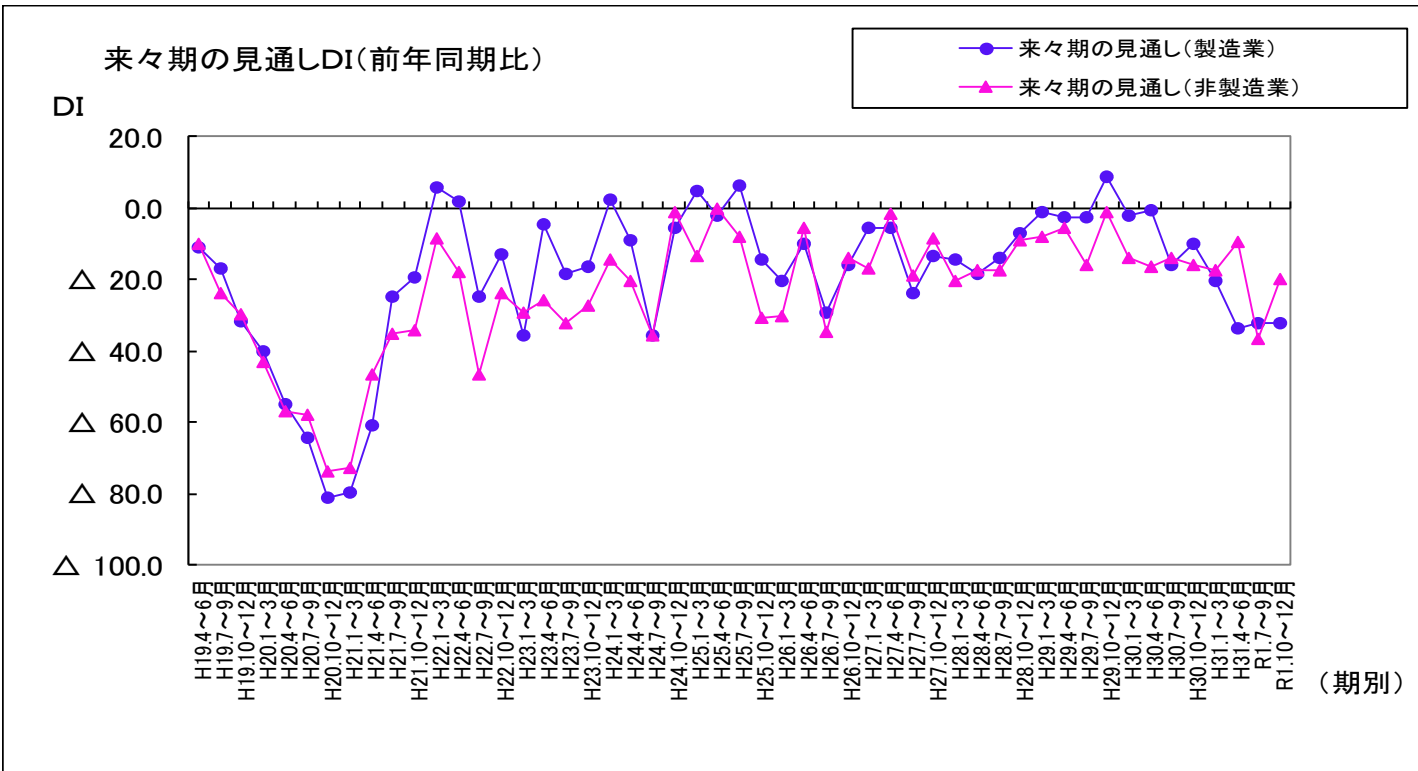
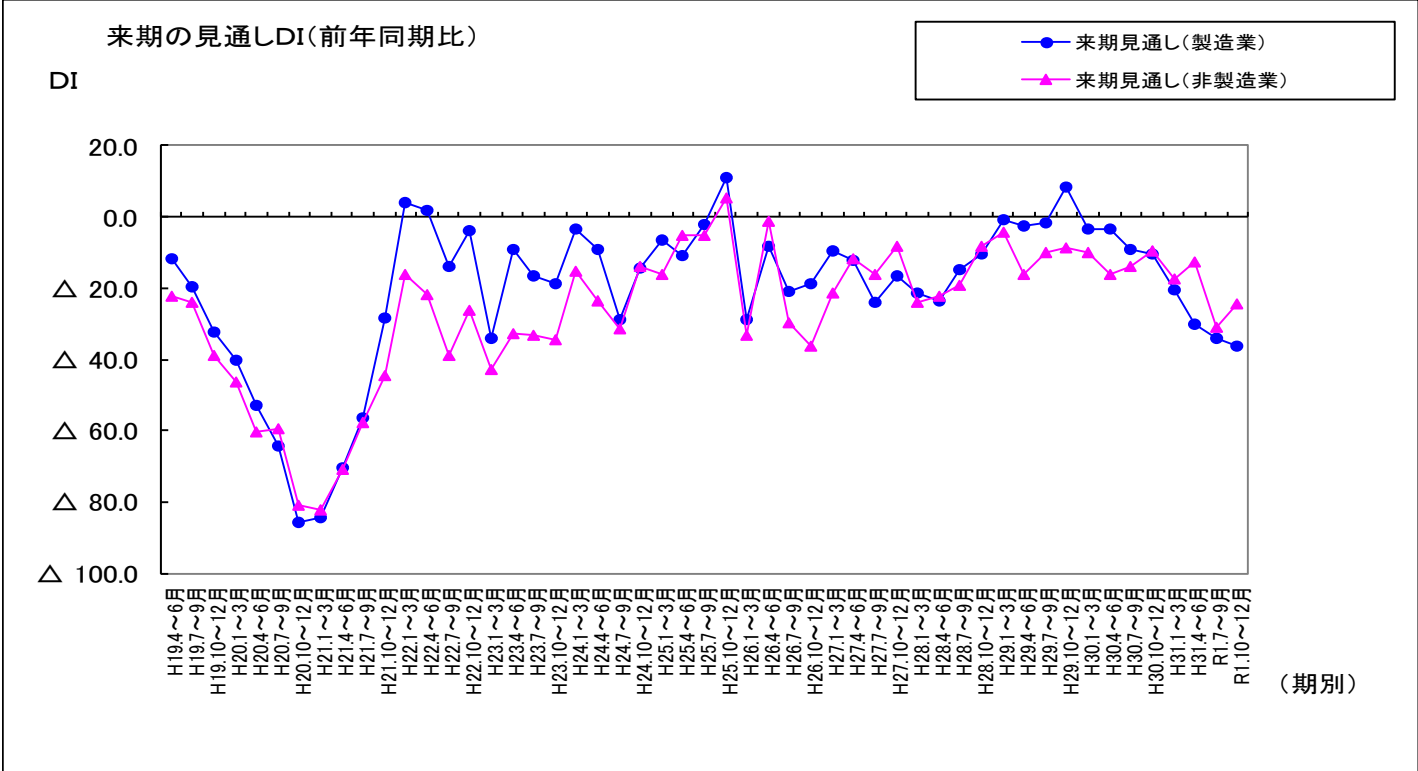
※以下グラフについては、全業種を掲載



◆ 「見通し」について

製造業は先行きの見通しに懸念、非製造業は来期以降に改善する見通し

製造業の「来期の見通し(令和2年1月～3月期)」DI(前年同期比)は(-)36、「来々期の見通し(令和2年4月～6月期)」DI(前年同期比)は(-)32となった。また、非製造業の「来期の見通し(令和2年1月～3月期)」DI(前年同期比)は(-)25、「来々期の見通し(令和2年4月～6月期)」DI(前年同期比)は(-)20となった。



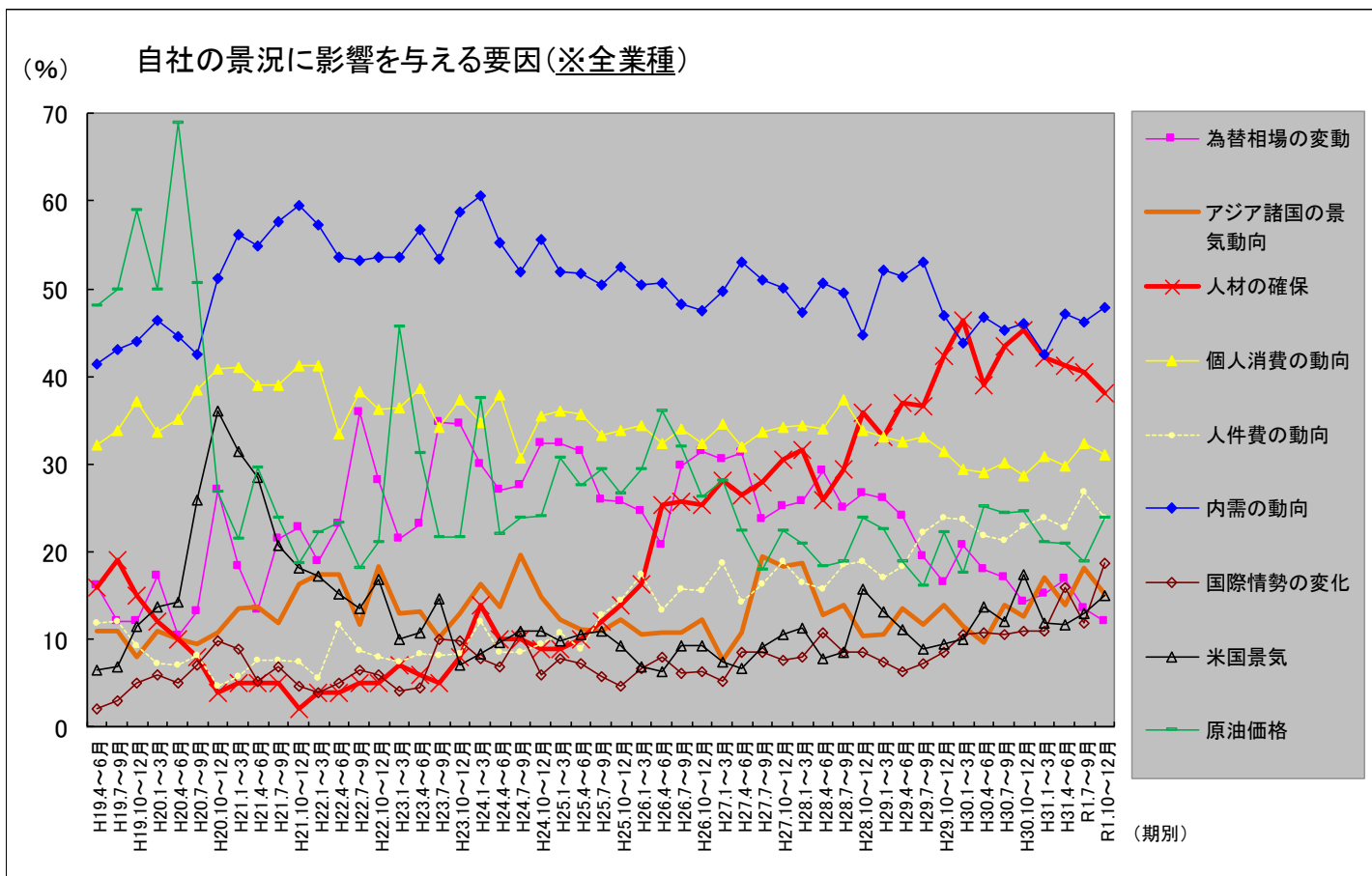
◆ 「今後の景況に影響を与える要因」について

製造業は「国際情勢の変化」、非製造業は「個人消費の動向」に注視が必要

製造業の今後の景況に影響を与える要因では、「内需の動向」が49%（前回より3%増加）と最も高く、続いて、「人材の確保」が37%（前回より1%減少）、「個人消費の動向」が27%（前回より3%減少）、「原油価格」が25%（前回より7%増加）、「人件費の動向」が23%（前回より4%減少）と続いた。

非製造業では、「個人消費の動向」が46%（前回より5%増加）と最も高く、続いて「内需の動向」が45%（前回より1%減少）、「人材の確保」が43%（前回より5%減少）、「人件費の動向」が26%（前回より2%減少）、「原油価格」が21%（前回と横ばい）と続いた。

※以下グラフについては、全業種を掲載



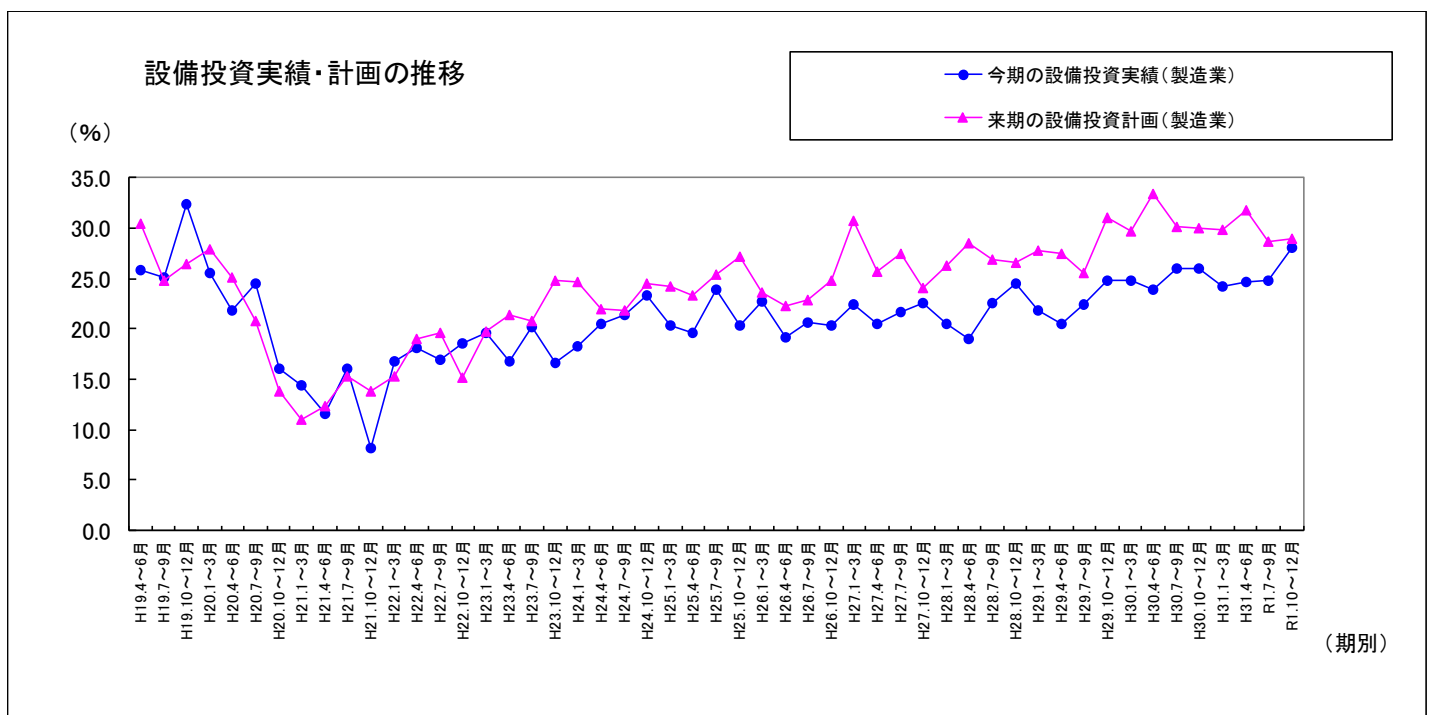
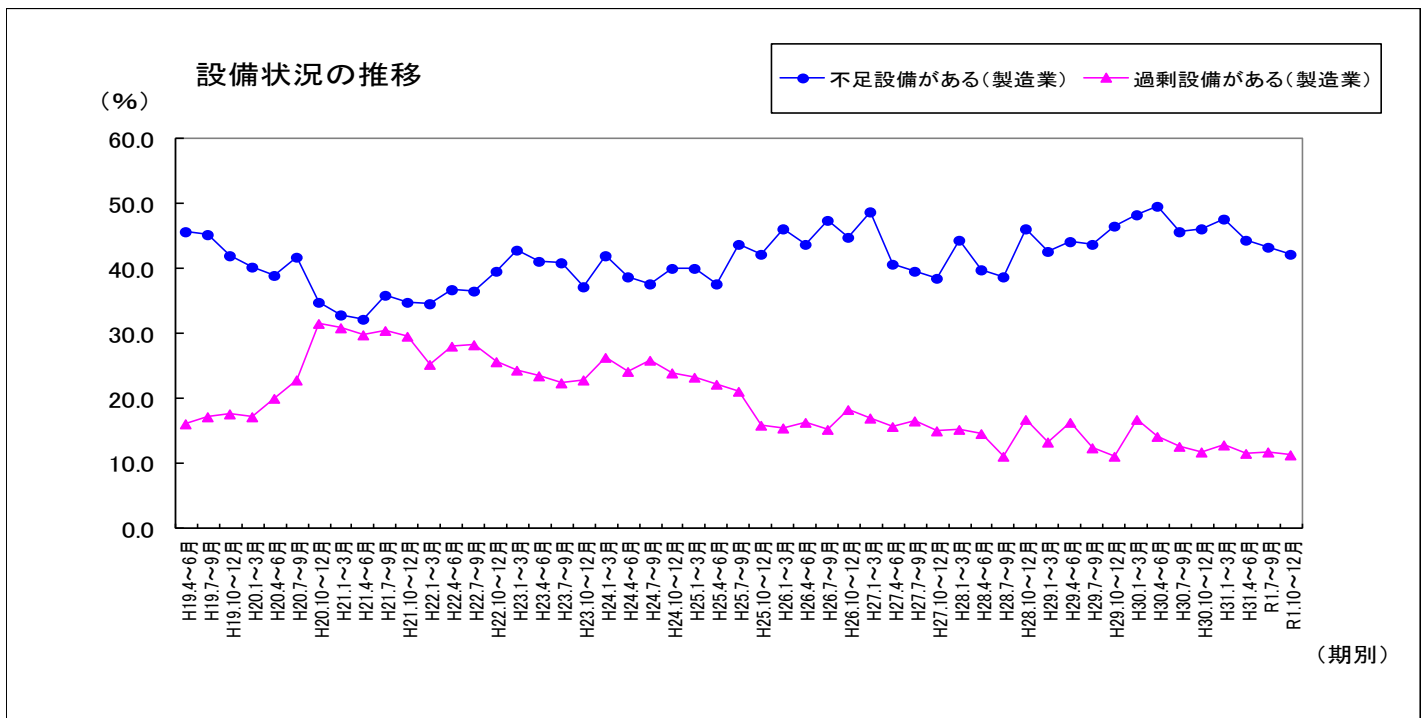
◆ 「設備状況」「設備投資実績・計画」「設備投資の目的」について

不足設備、過剰設備ともに緩やかに減少し、企業の設備入替えが進んでいる傾向がうかがえる

製造業の設備状況について、「過剰設備がある」と回答した企業は11%（前回より1%減少）となり、一方、「不足設備がある」と回答した企業は42%（前回より1%減少）となった。

また、製造業の「今期（令和元年10月～12月）に実績がある」と回答した企業は28%（前回より3%増加）、「来期以降（令和2年1月～6月）に投資計画がある」と回答した企業は29%（前回と横ばい）となった。

「設備投資の目的」では、「老朽設備の更新」が64%（前回より1%増加）と最も高く、次いで「製品の品質精度向上」が43%（前回と横ばい）、「生産性の向上」が39%（前回より2%増加）、「増産又は売上能力の拡充」が39%（前回より5%減少）、「新製品の生産又は取扱い」が23%（前回より3%の増加）と続いた。

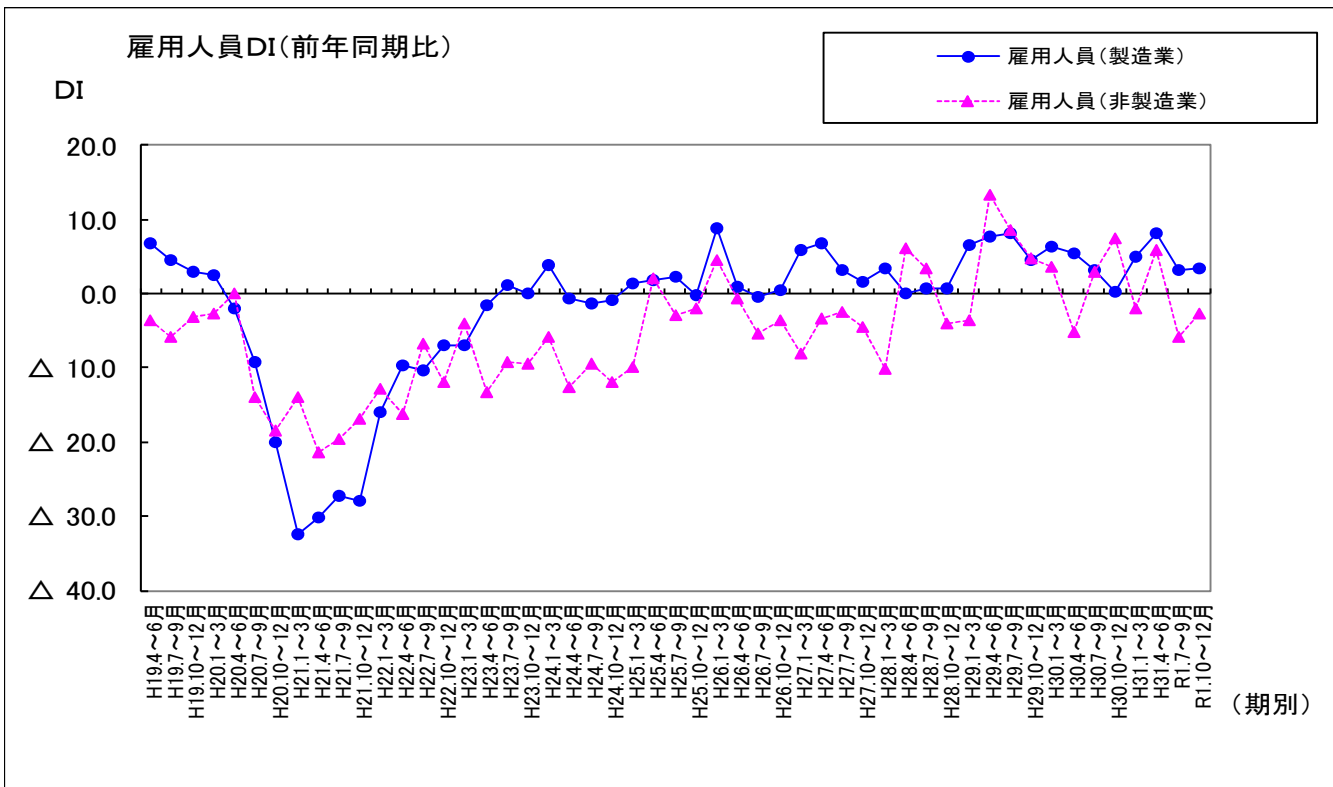
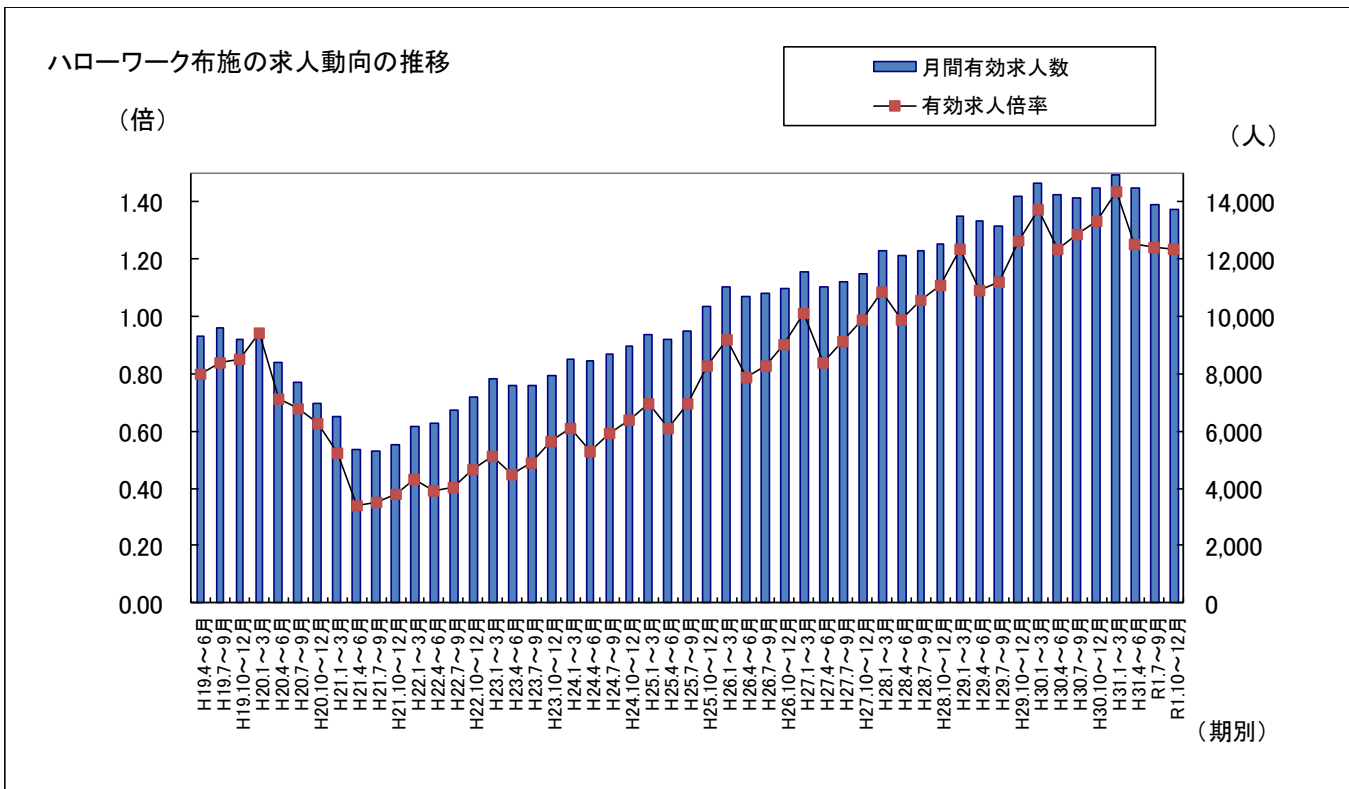


◆ 「有効求人倍率」「雇用人員」について

ハローワーク布施の有効求人倍率（3ヶ月平均）はほぼ横ばいとなり、高水準で推移

ハローワーク布施（東大阪市・八尾市管轄）の有効求人倍率（原数値）について、令和元年10月～12月期の3ヶ月平均は1.24となり、前期（令和元年7月～10月）の3ヶ月平均と比較すると、ほぼ横ばいとなった。

また、今回調査における製造業の「雇用人員」DI（前年同期比）は、前回調査時と横ばいの（+）3、非製造業は前回調査時より3ポイント増加の（-）3となった。





## ◆まとめ

今期における「景況」DI(前年同期比)については、市内中小企業の製造業の景況感は悪化し、非製造業においては横ばいという結果となった。

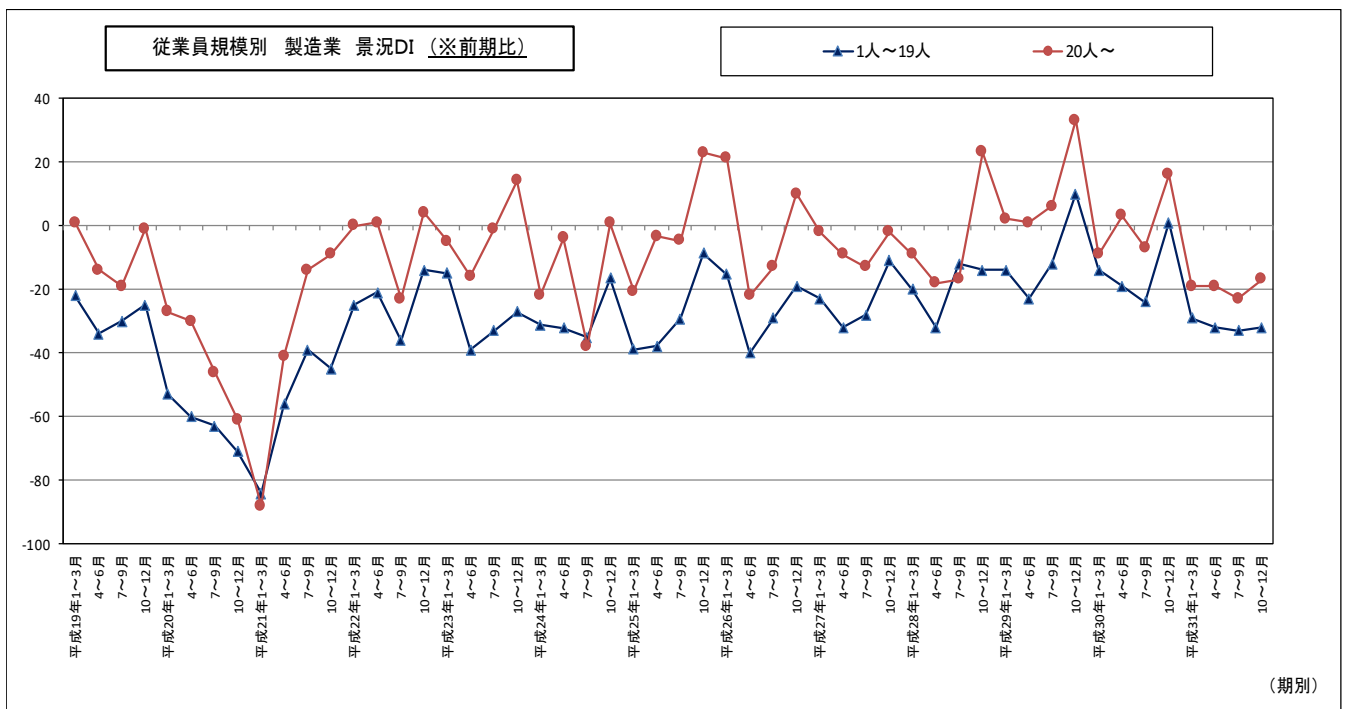
製造業については、「受注額」DI(前年同期比)、「生産・売上額」DI(前年同期比)、「収益状況」DI(前年同期比)の各DIが大幅に減少しており、その減少幅も大きいことから、受注の停滞減少が生じ、資金繰りDI(前年同期比)は(-)14から(-)18へと4ポイント減少し、4期連続で悪化している。

今後の見通しについては、消費増税による個人消費の動向や新型コロナウイルスによる中国経済の状況など、懸念材料が多く、引き続き注視が必要である。

## ◆回答数集計結果

業種	調査対象企業	回答企業	回答率(%)
製造業	1088	349	32.1%
建設業	72	14	19.4%
運輸業	46	10	21.7%
卸売業	117	44	37.6%
小売業	84	14	16.7%
飲食業	22	6	27.3%
不動産・サービス	71	22	31%
総計	1500	459	30.6%

### <参考>従業員規模別 製造業の景況DI(※前期比)について



◆令和元年10月の消費税増税にかかる影響について（令和2年1月時点）

＜概要＞

① 「消費税増税についての影響はあったか」の設問には、製造業・非製造業ともに、「あったかわからない」との回答が最も多く、約7割を占めた。なお、その理由については、「売上等に大きな変化がなかったことから、消費税増税の影響があったのかわからない」が約7割であった。

また、「マイナスの影響があった」と回答した企業は約3割で、その規模については「想定どおり」が約5割、「想定を上回った」が約3割と続き、影響期間については「わからない」が約7割と最も多かった。

② 「消費税増税分の価格転嫁ができていないか」との設問については、製造業・非製造業ともに、「価格転嫁ができていない」との回答が最も多く、約8割を占めた。なお、その理由については、「取引先において消費税増税分の価格引き上げを受け入れる理解が定着しているため」が約7割と最も多かった。

また、「価格転嫁できていない」と回答した企業は約1割で、その理由については、「価格を引き上げると他社に取引を奪われてしまうおそれがあるため」が約6割、「取引先の景況が悪く、消費税増税分の値上げを受け入れる余裕がなかった」・「取引先との関係で立場が弱かったため」がそれぞれ約2割と続いた。

以上より、今回の消費税増税については、企業での増税に対する理解が進んでいたことから、価格転嫁を行いやすい環境が一定整っていたと考えられる。

また、その影響については、キャッシュレス・消費者還元事業等の国の対策がとられていたこともあって、企業においても消費税増税による直接的な影響について把握しにくい状況であったと推察される。

ただし、今回の調査において、約3割の企業にマイナスの影響があり、影響がいつまで続くかについては「わからない」との回答が、その内の約7割を占めていることから、個人消費の動向について今後も注視していく必要がある。

（以下詳細）

### 1) 消費税増税後の影響

◆製造業…「わからない」と回答した企業が73%と最も多く、以下「マイナスの影響があった」が26%、「プラスの影響があった」が1%と続いた。

◆非製造業…「わからない」と回答した企業が63%と最も多く、以下「マイナスの影響があった」が35%、「プラスの影響があった」が2%と続いた。

### 2) 1) で「マイナスの影響があった」と回答した企業が、当初に予想していた影響との比較

◆製造業…「想定どおりの規模であった」が51%と最も多く、以下「想定を上回る規模であった」が26%、「わからない」が16%、「想定を下回る規模であった」が7%と続いた。

◆非製造業…「想定どおりの規模であった」が51%と最も多く、以下「想定を上回る規模であった」が24%、「想定を下回る規模であった」が14%、「わからない」が11%と続いた。

### 3) 1) で「マイナスの影響があった」と回答した企業が、想定している影響期間

◆製造業…「わからない」が70%と最も多く、以下「令和2年3月までに影響は無くなる」が15%、「すでに影響は無くなっている」が9%、「その他」が6%と続いた。

◆非製造業…「わからない」が55%と最も多く、以下「令和2年3月までに影響は無くなる」が28%、「すでに影響は無くなっている」が14%、「その他」が3%と続いた。

#### 4) 1) で「わからない」と回答した理由

- ◆製造業…「売上等に大きな変化が無かったことから、消費増税の影響があったのかわからない」が68%と最も多く、以下「売上等に影響があったが、消費増税によるものなのか不明」が30%、「その他」が2%と続いた。
- ◆非製造業…「売上等に大きな変化が無かったことから、消費増税の影響があったのかわからない」が66%と最も多く、以下「売上等に影響があったが、消費増税によるものなのか不明」が25%、「その他」が9%と続いた。

#### 5) 消費増税分の価格転嫁の可否

- ◆製造業…「価格転嫁できている」が76%と最も多く、以下「価格転嫁できていない」が15%、「経営戦略により価格転嫁しなかった」が7%、「その他」が2%と続いた。
- ◆非製造業…「価格転嫁できている」が77%と最も多く、以下「価格転嫁できていない」が13%、「経営戦略により価格転嫁しなかった」が8%、「その他」が2%と続いた。

#### 6) 5) で「価格転嫁できている」と回答した理由【複数回答可】

- ◆製造業…「取引先において消費増税分の価格引き上げを受け入れる理解が定着しているため」が73%と最も多く、以下「価格決定権が自社にあるため」が14%、「消費税転嫁拒否規制が強化されたため」が11%、「取引先の景況が良く、値上げを受け入れやすい環境にあるため」と「その他」が8%と続いた。
- ◆非製造業…「取引先において消費増税分の価格引き上げを受け入れる理解が定着しているため」が76%と最も多く、以下「その他」が15%、「取引先の景況が良く、値上げを受け入れやすい環境にあるため」と「消費税転嫁拒否規制が強化されたため」が8%、「価格決定権が自社にあるため」が6%と続いた。

#### 7) 5) で「価格転嫁できていない」と回答した理由【複数回答可】

- ◆製造業…「価格を引き上げると他社に取引を奪われてしまうおそれがあるため」が56%と最も多く、以下「取引先との関係で立場が弱かったため」が27%、「取引先の景況が悪く、消費増税分の値上げを受け入れる余裕が無かったため」が23%、「その他」が6%と続いた。
- ◆非製造業…「価格を引き上げると他社に取引を奪われてしまうおそれがあるため」が79%と最も多く、以下「取引先の景況が悪く、消費増税分の値上げを受け入れる余裕が無かったため」が29%、「取引先との関係で立場が弱かったため」が14%、「その他」が7%と続いた。