

2019春の500社企業訪問 実施結果について

令和元年4月中旬から7月中旬にかけて、商工観光労働部職員による企業訪問調査を実施した結果をまとめたもの。

(主な調査項目)

- ①現在及び半年後の景況感について
- ②経営上の課題について
- ③人材確保について
- ④働き方改革について
- ⑤消費税率引上げ対策について
- ⑥事業承継について

令和元年9月
商工観光労働部

1 概観

- ・訪問企業数は、520社
- ・景況感は、海外需要の減速などから製造業を中心に落ち込みが見られるものの、回復基調は継続

企業訪問時の各社の景況感

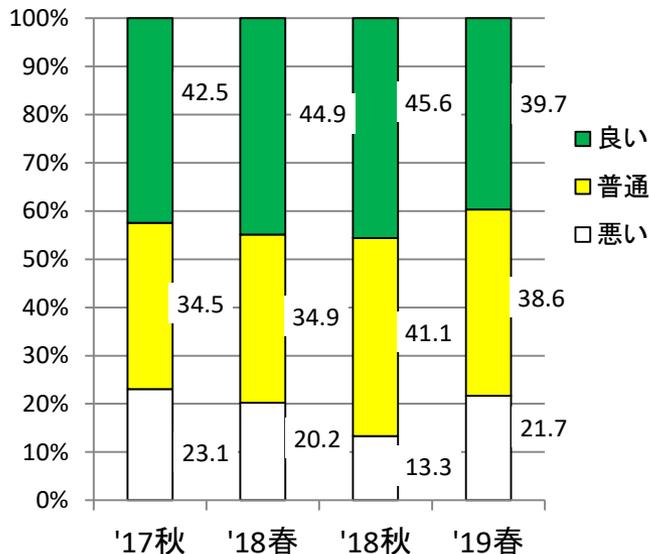
製造業＋非製造業	景況(現在) (%、ポイント)				景況(半年後) (%、ポイント)			
	良い	普通	悪い	D.I	良くなる	変化なし	悪くなる	D.I
2019春	39.7	38.6	21.7	18.0	40.2	49.1	10.7	29.5
2018秋	45.6	41.1	13.3	32.3	43.9	46.9	9.2	34.7
春－秋	▲5.9	▲2.5	8.4	▲14.3	▲3.7	2.2	1.5	▲5.2

○業況判断指数(D.I)は、電気機械や輸送機械といった製造業を中心に悪化し、過去最高であった半年前より下降したが、調査開始以来5番目の水準。

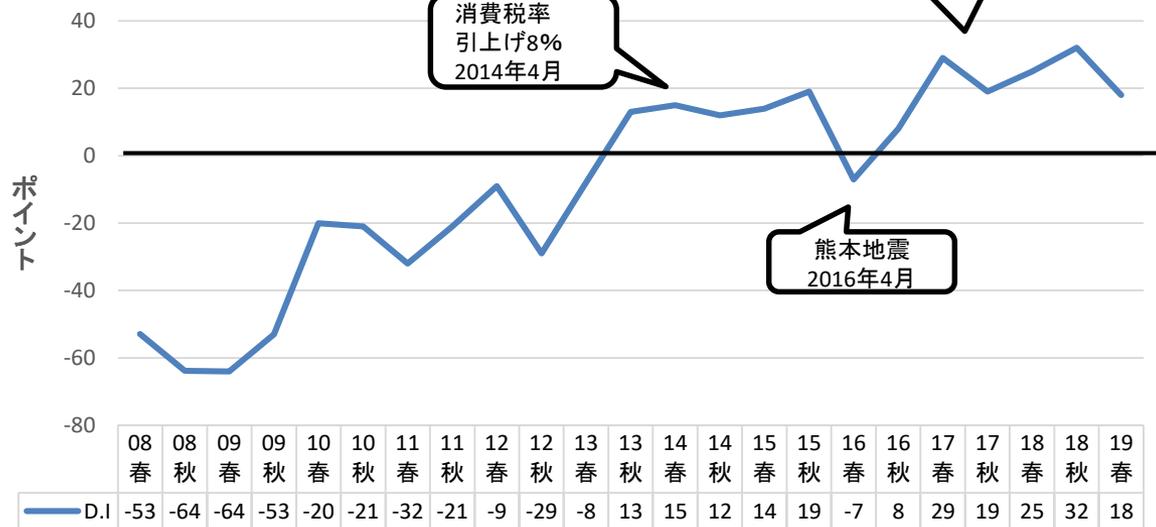
※D.Iは、景況が「良い」と答えた企業の割合から、「悪い」の割合を引いた値。

○半年後については、D.Iが前回調査よりも5.2ポイント下振れたが、29.5と高水準を維持。

製造業＋非製造業(現在の景況感)



D.Iの推移



2 現在及び半年後の景況感

① 製造業

企業訪問時の各社の景況感

製造業	景況(現在) (%、ポイント)				景況(半年後) (%、ポイント)			
	良い	普通	悪い	D. I	良くなる	変化なし	悪くなる	D. I
2019春	39.4	36.9	23.6	15.8	43.5	47.5	9.1	34.4
2018秋	48.5	39.5	11.9	36.6	47.5	45.7	6.9	40.6
春-秋	▲ 9.1	▲ 2.6	11.2	▲ 20.8	▲ 4.0	1.8	2.2	▲ 6.2

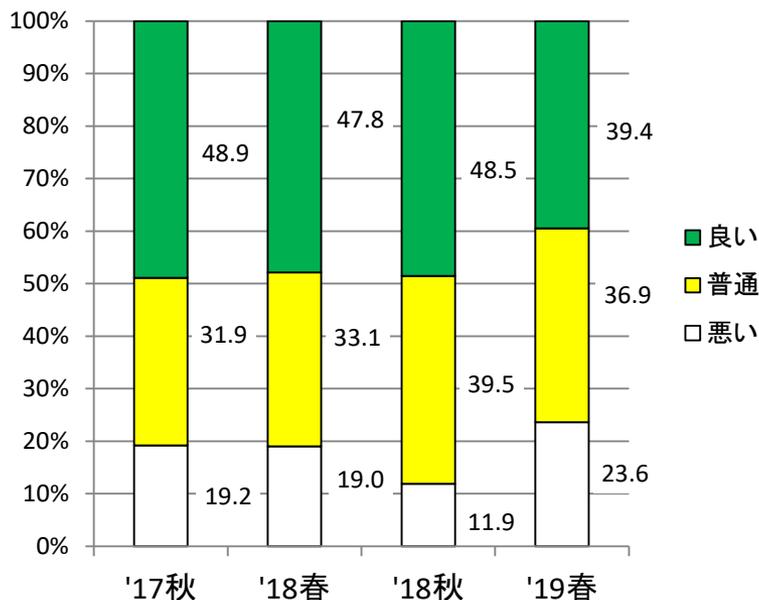
○景況感は、前回調査に比べ回復基調に足踏み感が見られる。

「良い」と回答した企業の割合が9.1ポイント減少し、「悪い」は11.2ポイント増加している。

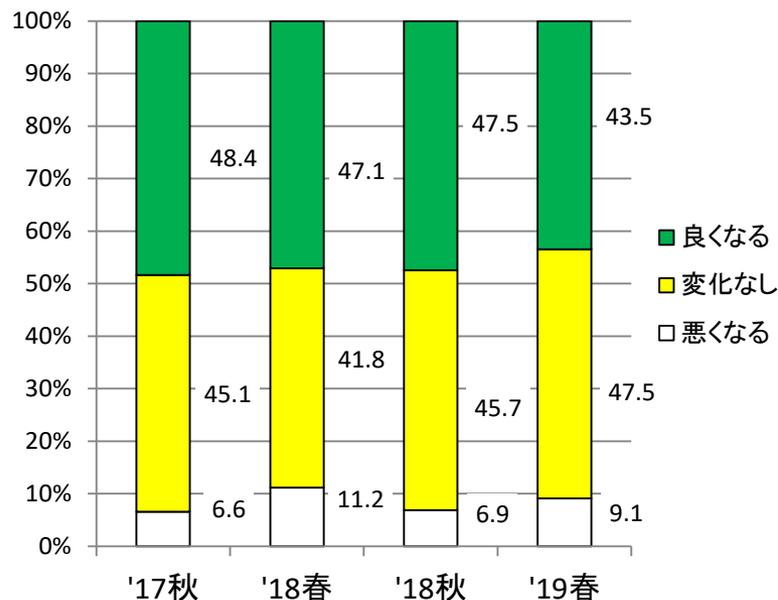
○業種別にみると、企業数の最も多い「食品加工」では堅調を維持しているが、「電気機械（半導体等）」、「輸送機械（自動車等）」で大きくD. Iを落としている。

○半年後の景況感は、D. Iが6.2。2ポイント低下しているが34.4と高水準を維持している。

製造業(現在の景況感)



製造業(半年後の景況感)



主な業種の傾向について(企業の声)

1 電気機械(半導体等) (30社) ↘ D.I 38 → 0 半年後 40 → 28

景況感は前回から大きく下げている。海外需要の減速等の影響が見受けられる。

- 中国の工作機械等の需要減を受けて、民生用半導体の売上が前年比減。
- 米中貿易摩擦の影響がある。

2 輸送機械(自動車等) (41社) ↘ D.I 34 → ▲3 半年後 56 → 43

景況感は前回から大きく下げている。大手自動車メーカーの減産の影響等が見受けられる。

- 1月ぐらいから下降している。一部大手メーカーの影響の落ち込みが激しい。
- 米中の貿易摩擦の影響や生産数量の減少が影響している。
- 現状は落ち込んでいるが、7月以降、復調の見通しとなっている。
- 新車立ち上げにより、売上げの見込み。

3 食品加工 (66社) → D.I 25 → 23 半年後 46 → 44

景況感は前回と大きく変わらず堅調を維持。人手不足に悩む企業も多い。

- 新規の販路開拓などで取引が増えている。
- ふるさと納税の商品として採用されたり、道の駅での取扱が増えたりしている。
- ひゅうが丼等の加工品が好調である。
- 新商品を開発し、売上げを伸ばしたいが、人材不足で行動に移せない。

② 非製造業

企業訪問時の各社の景況感

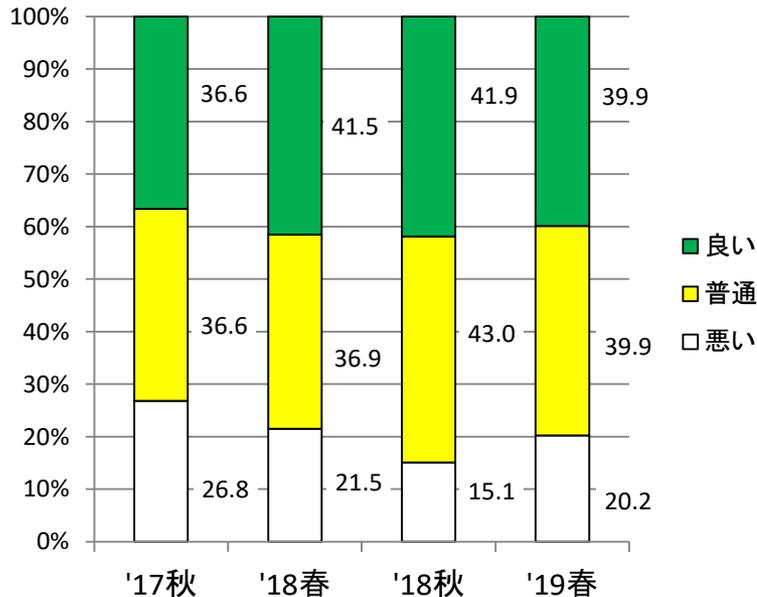
非製造業	景況(現在) (%)、ポイント				景況(半年後) (%)、ポイント			
	良い	普通	悪い	D.I	良くなる	変化なし	悪くなる	D.I
2019春	39.9	39.9	20.2	19.7	37.4	50.4	12.2	25.2
2018秋	41.9	43.0	15.1	26.8	39.3	48.6	12.1	27.2
春-秋	▲ 2.0	▲ 3.1	5.1	▲ 7.1	▲ 1.9	1.8	0.1	▲ 2.0

○景況感は、回復基調の足踏み感がやや見られる。
「良い」と回答した企業の割合が2.0ポイント減少し
「悪い」は5.1ポイント増加している。

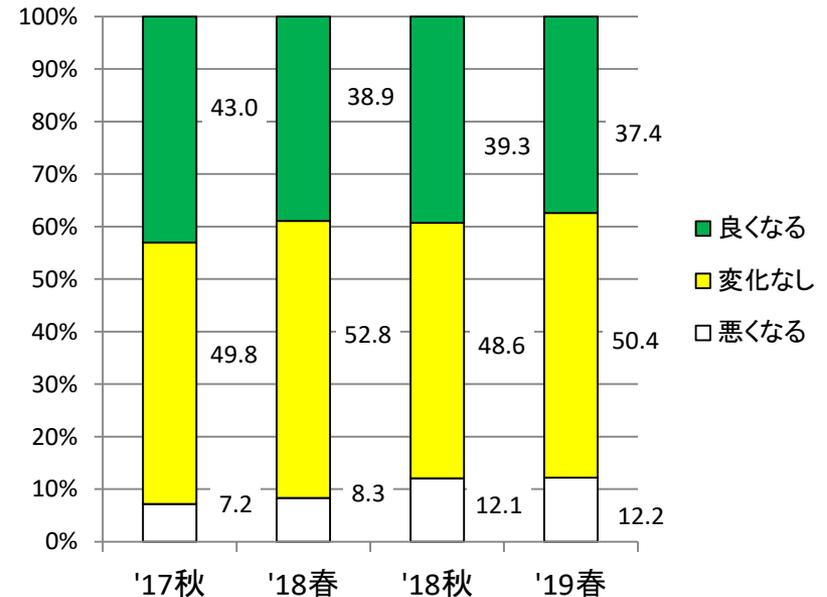
○業種別に見ると、「通信・情報」では引き続き改善傾向がみられるが、「飲食・宿泊」、「土木・建設」では大きくD.I値を落としている。

○半年後の景況感は、「飲食・宿泊」や「運輸」などで海外情勢を懸念する声があり若干下振れたものの、D.Iは25.2と高水準を維持している。

非製造業(現在の景況感)



非製造業(半年後の景況感)



主な業種の傾向について(企業の声)

1 通信・情報 (61社)  D.I 40 → 54 半年後 33 → 49

景況感は前回調査からさらに改善。業務効率化に向けたシステム需要等の増が好調の要因となっている。

- 最近は働き方改革への対応等から病院向けの労務管理システムが好調で売上増。
- 税率対応やWI-FIの設置等の取引が増えている。元号対応の受注もある。
- EdTech、ICT教育の分野で、全国各地から仕事の話が来ている。

2 飲食・宿泊 (30社)  D.I 8 → ▲10 半年後 47 → 23

景況感は前回から下げている。大型連休は盛況であったが、韓国からの観光客の減少等を指摘する声が多い。

- 5月の大型連休は、客足が多かった。
- 韓国からの宿泊客が減少傾向。韓国は団体客が多いので、個人客にシフトしてリスクヘッジを図りたい。

3 土木・建設 (38社)  D.I 46 → 11 半年後 0 → 0

景況感は前回から下がっているが、災害復旧工事が一段落し平年度化したとの声が多い。

- これまでが良すぎたため、現在が通常ベース。
- 民間、公共事業とも受注あり。人手不足により売り上げは昨年並み。
- 建築はどこも好調である。
- 消費税の周知期間が長かったため戸建の駆け込み需要や反動減の影響は特にはないと考えている。

4 運輸 (9社)  D.I ▲17 → ▲11 半年後 0 → ▲22

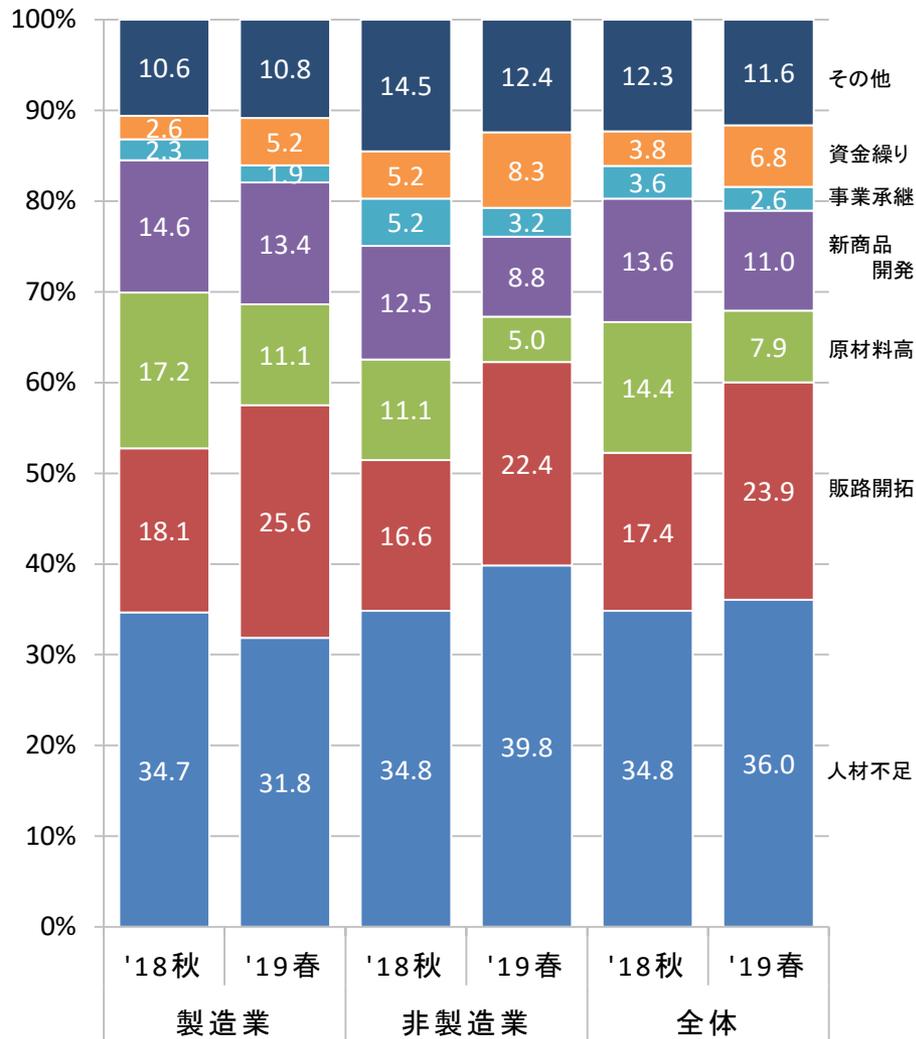
景況感はやや改善傾向にある。一部で運賃の改定が進んだことが要因となっている。

- 従来の取引先は運賃の値上げが進んでいないが、新規荷主の契約は適正価格での契約ができている。
- 米中の貿易戦争により、海上荷動きの減少を懸念。
- 米国とイラクの問題による燃料費の増加を懸念している。

3 経営上の課題について

- ・人材不足の割合が最も高い。特に、現場作業を伴う「土木・建設」や「運輸」、ソフト開発人材を求める「通信・情報」で顕著であるが、製造業、非製造業を問わず多くの業種で課題の第一に挙げられている。
- ・また、「卸・小売」や「食品加工」では、業績拡大に向け販路開拓や新商品開発を挙げる声が多い。
- ・このほか割合が多いのは、運輸業における原材料高であるが、これは燃油高を懸念してのものである。

経営上の課題



主な業種別の内訳

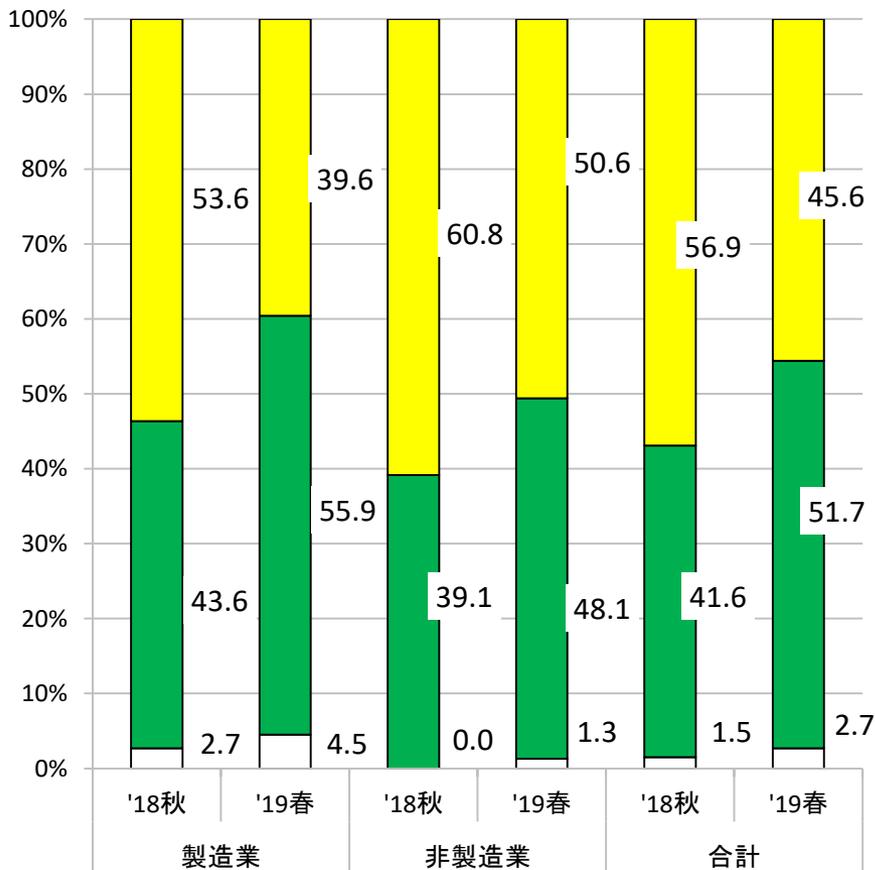
	人材不足	販路開拓	原材料高	新商品開発	事業承継	資金繰り	その他
食品加工	20.6	28.0	14.0	22.4	2.8	4.7	7.5
電気機械	34.6	19.2	11.5	7.8	11.5	3.9	11.5
輸送機械	42.1	24.6	10.5	3.5	3.5	3.5	12.3
通信・情報	50.0	14.3	0.0	14.3	1.4	8.6	11.4
飲食・宿泊	31.3	29.2	6.3	8.3	8.3	2.0	14.6
卸・小売	19.6	35.7	3.6	10.7	3.6	12.5	14.3
運輸	50.0	0.0	41.7	0.0	0.0	0.0	8.3
土木・建設	53.4	0.0	19.0	8.6	3.4	6.9	8.6

4 雇用状況について

- ・ 人員の過不足状況は、「不足」が45.6%。前回調査より11.3ポイント減少したものの、「運輸」、「土木・建設」、「通信・情報」、「輸送機械」、「飲食・宿泊」を中心に、引き続き人手不足感が強い。
- ・ 採用状況についても、「運輸」、「土木・建設」、「輸送機械」で過半を超える企業が、予定どおりに確保できない状況にあり、人材確保に向け処遇改善等に取り組む声が多く聞かれた。

雇用人員状況について

□不足 ■過不足なし □過剰



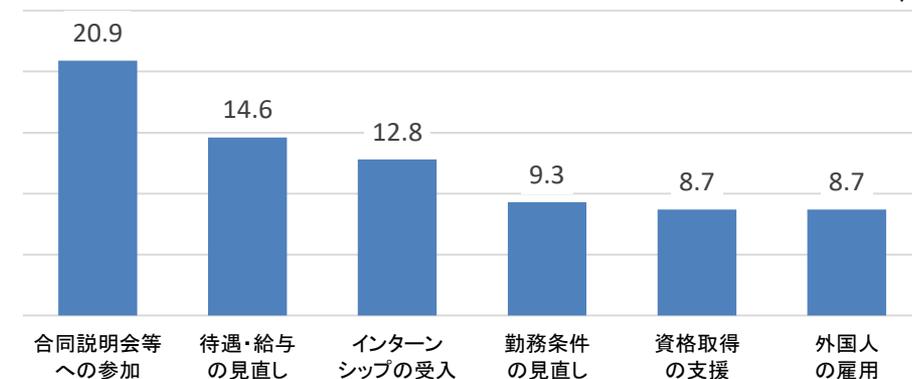
主な業種別の内訳

%

	人員の過不足状況			人材の採用状況		
	過剰	不足	過不足なし	予定どおり確保	予定どおりには確保できず	採用予定なし
食品加工	4.8	33.3	61.9	27.7	21.3	51.1
電気機械	5.3	42.1	52.6	43.8	37.5	18.8
輸送機械	5.3	52.6	42.1	29.4	55.9	14.7
土木・建築	0.0	62.2	37.8	21.6	56.8	21.6
卸・小売	2.9	22.9	74.3	17.6	11.8	70.6
運輸	0.0	66.7	33.3	28.6	57.1	14.3
通信・情報	3.4	60.3	36.2	55.4	28.6	16.1
飲食・宿泊	0.0	50.0	50.0	25.9	29.6	44.4

人材確保に向けた取組

%



(企業の声)

○人手不足の状況

- ・トラック運転手など現場で働く職員が不足。(リサイクル、運輸)
- ・技術人材の採用に苦戦。(一般機械、通信・情報)
- ・仕事のオファーがあっても、対応できる人がおらず受注できないのが課題。(通信・情報)
- ・採用しても数年での退職が多い。定着率が低いが、人手不足でフォローが難しい。(一般機械、運輸)
- ・年々新卒採用が難しくなっている。組織の若返りのため新人の採用が必要。(造船 その他製造)
- ・若者の採用に苦戦することがある。人材を福岡に採られていると感じる。(卸・小売)
- ・フルタイム勤務や平日18時以降、日祝日の雇用に苦戦している。(対個人サービス)

○人材確保の取組

- ・若年層を中心に給与見直しを実施している。(通信・情報)
- ・人材確保に向け社宅や寮を整備した。(土木・建設)
- ・フレックスタイム制や在宅勤務を導入している。(通信・情報)
- ・保護者向けの説明会を行った際に保護者から聞かれることは、仕事内容ではなく休みのことばかりである。(土木・建築)
- ・若手職員が中心となって企業紹介の冊子を作成し、冊子の効果により、学生が興味を向けてくれるようになった。(卸・小売)
- ・ニーズは若年者だが、実際の派遣人材は40代が多い。企業の派遣依頼条件は緩和傾向にある。(人材派遣業)

○外国人材

- ・技能実習生に対して、日本語試験に合格した際に賞金を渡す制度を創設。(食品加工)
- ・外国人技能実習生を雇用しており、新制度による採用にも興味を持っている。(食品加工)
- ・外国人雇用も考えているが、コミュニケーションの部分など不安がある。(通信・情報)

○障がい者雇用

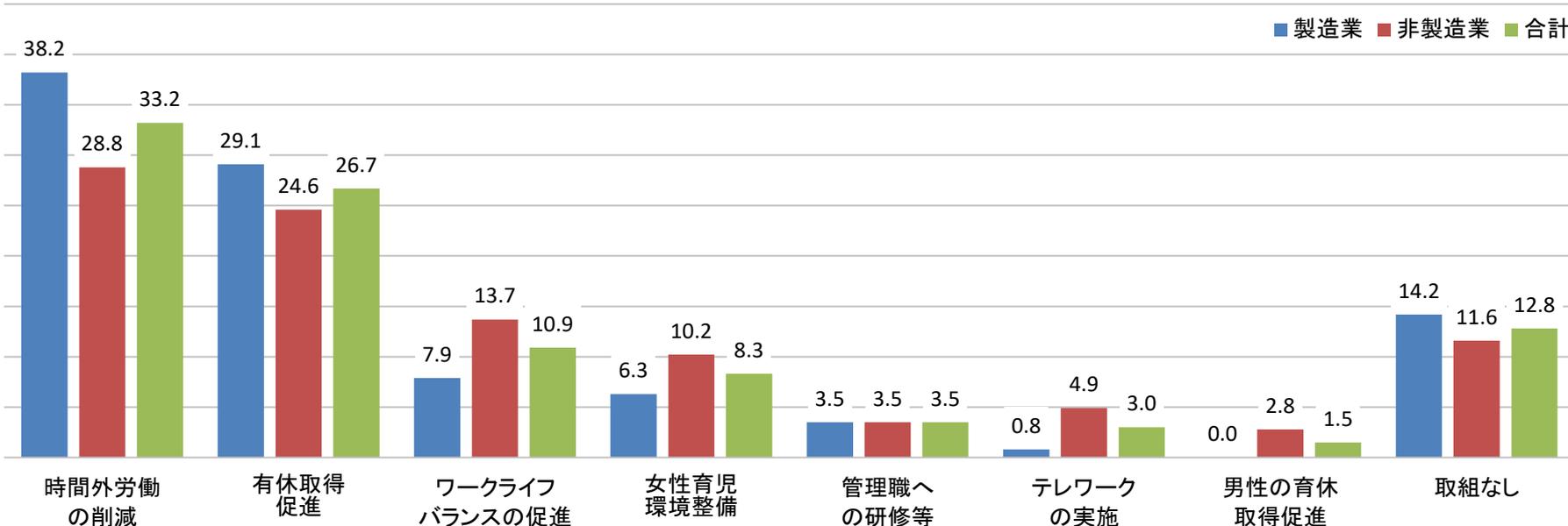
- ・日田高技専の障がい者訓練を受け入れ、その訓練生を採用した。訓練中に特性が理解でき、その特性に合った業務についてもらった。今後も働ける方がいたら紹介して欲しい。(対個人サービス)
- ・精神障がい者の求職が増えているが、雇用ノウハウがないことが課題。(電気機械)

6 働き方改革について

- ・働き方改革関連法の施行に伴い、「時間外労働の削減」や「有休取得促進」に取り組む企業が多い。
- ・「取組なし」の企業は、約1割と前回調査から半減し、約9割の企業が働き方改革に取り組んでいる一方、機械化が難しい業種等では、人手不足の中で時間外労働を削減することは困難との声もある。

働き方改革の取組

%



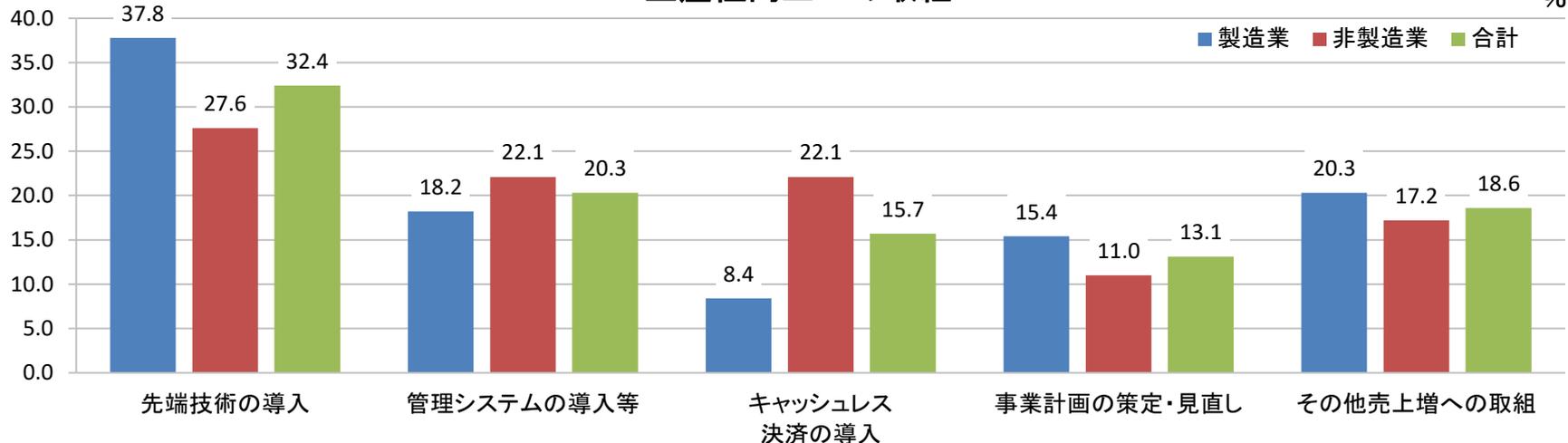
(企業の声)

- ・ワークライフバランスの取組が定着。「くるみん」マークを申請中。(通信・情報)
- ・ユースエールを認証取得した。ブラックでないということで、求人募集につながっている。(電気機械)
- ・事業所内託児所を開園。(対個人サービス)
- ・社内の制度を整備できるほどの知識と時間的余裕のある従業員がいない。(リサイクル)
- ・時給制で働く人にとって、勤務時間を減らすと給料減となる。(造船)
- ・働き方改革は、行き過ぎると経営に影響が出るので兼ね合いが必要。(木材・木製品)

7 生産性向上の取組について

- ・「先端技術の導入」が最も多かった。内訳ではドローンの導入が主で、RPAも情報産業等の一部で活用されている。また、非製造業では「キャッシュレス決済の導入」が着実に進みつつある姿が見受けられた。
- ・一方、「事業計画の策定・見直し」は1割強と低調で、経営革新等の理解促進の必要性が感じられる。

生産性向上への取組



【企業の声】

○先端技術の導入

- ・ドローンを冊子の表紙等撮影のために導入。(印刷)
- ・ドローンを測量や現場写真のために導入。(土木・建設)
- ・RPA対象業務を洗い出して効果が大きそうなものから順次導入している。(通信・情報)

○管理システムの導入等

- ・販売管理システムを導入した。(食品加工)
- ・テレワーク導入済み。(通信・情報)
- ・業務改善ソフトの導入し作業や工程に応じた業務改善に取り組んでいる。(土木・建設)

○キャッシュレス決済の導入

- ・本年度からチケットをバーコード化。PAYPAYなどのキャッシュレスも一部店舗で導入。(レジャー産業)
- ・キャッシュレス決済への対応をテナントの入居条件としており、端末は貸与している。(その他)

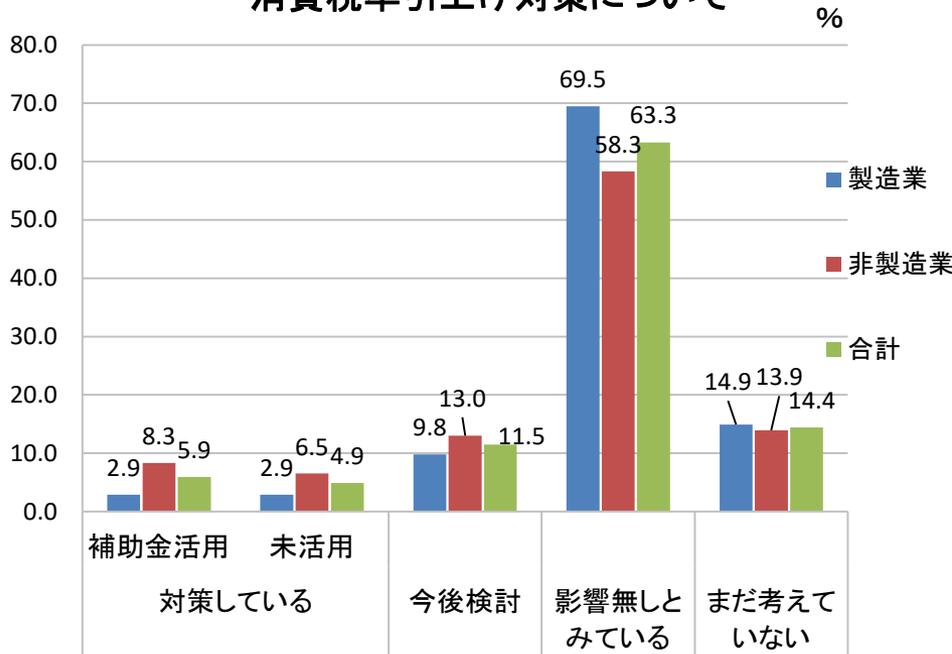
○事業計画の策定

- ・中期の事業計画を策定中であり、その中で工程の自動化などを検討していく。(一般機械)

8 消費税率引上げ対策について

- ・「対策している」と回答した企業は約1割にとどまり、「影響なしとみている」企業が約6割を占めるなど対策の意識は低い。
- ・特に軽減税率の影響が大きいと考えられる「卸・小売」、「飲食・宿泊」でも、対策済みは約3割と低調。
- ・10月までに間に合うよう、事業者の対応を促す取組を強化する必要がある。

消費税率引上げ対策について



主な業種別の内訳

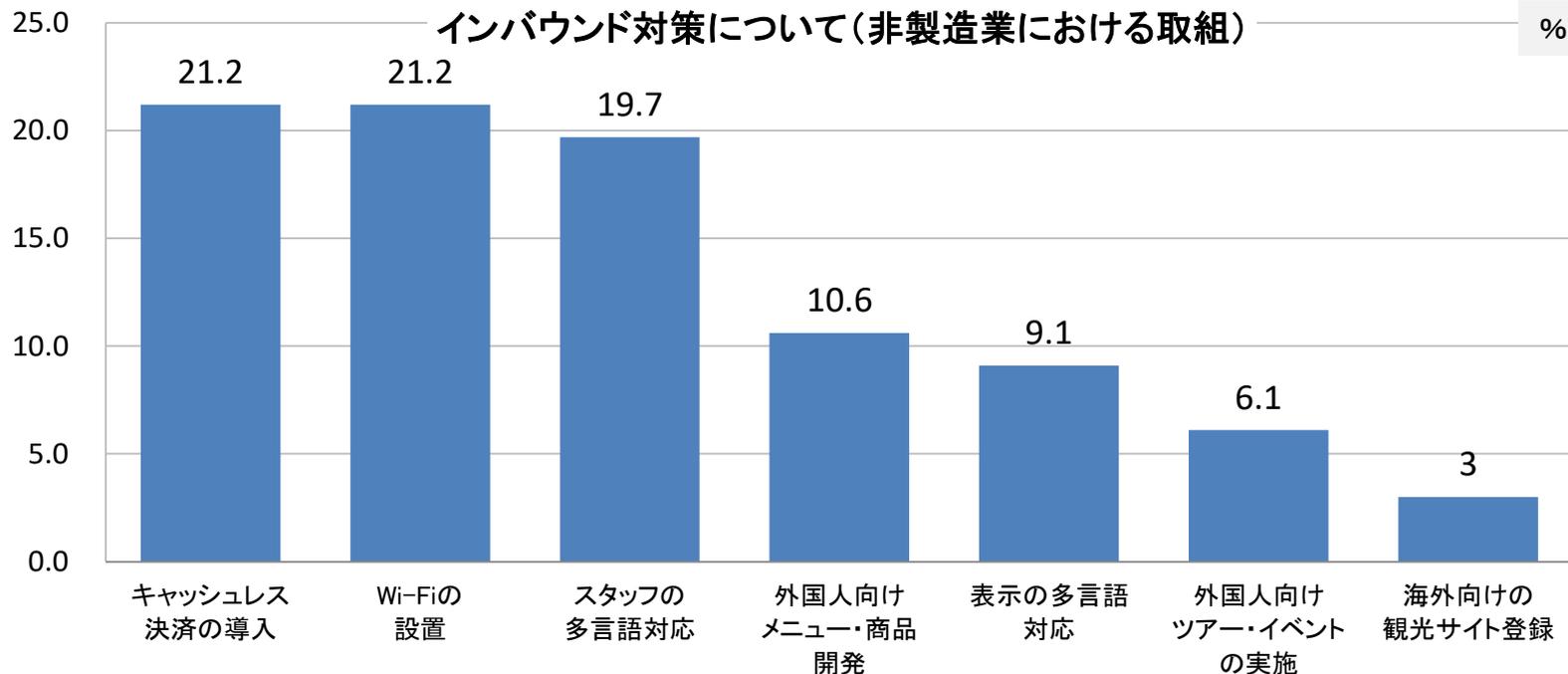
	対策している			今後検討	影響無しとみている	まだ考えていない
	補助金活用	未活用	計			
食品加工	7.7	3.8	11.5	17.3	52.0	19.2
電気機械	6.7	0.0	6.7	0.0	86.6	6.7
輸送機械	0.0	3.2	3.2	0.0	93.6	3.2
土木・建築	0.0	3.7	0.0	11.1	85.2	0.0
卸・小売	17.6	14.7	32.4	26.5	35.3	5.9
運輸	0.0	0.0	0.0	0.0	77.8	22.2
通信・情報	2.1	0.0	2.1	2.1	89.4	6.4
飲食・宿泊	26.0	7.4	33.3	18.5	40.7	7.4

(企業の声)

- ・レジ切替え済。納品書について増税に対応するものに変更する予定。(食品加工)
- ・消費税据え置きとなる飲食店のテイクアウトを強化し、政府が実施するポイント還元に対応するため、キャッシュレスを導入予定。(飲食・宿泊)
- ・経営状況については消費税が上がった分悪くなる。(食品加工)
- ・消費増税後の戸建の需要減があるとは考えている。逆に駆け込み需要はあまりない見込み。(土木・建設)
- ・駆け込み需要についてはさほど影響はないと考えている。(電気機械)
- ・増税のタイミングで価格改定予定。(電気機械、食品加工)

9 インバウンド対策について

- ・インバウンド対策を行っている非製造業企業の中で取り組まれている手段としては、「キャッシュレス決済の導入」「Wi-Fiの設置」「スタッフの多言語対応」が多い。
- ・キャッシュレス決済については、消費税のキャッシュレス・ポイント還元制度を契機に更に導入が進むものと考えられる。
- ・Wi-Fiの設置に積極的に取り組んでいるのは旅館・ホテルなどの宿泊業が多い。
- ・多言語対応では、外国語ができるスタッフの採用のほか、翻訳機やスマホの翻訳アプリを活用している例がみられた。

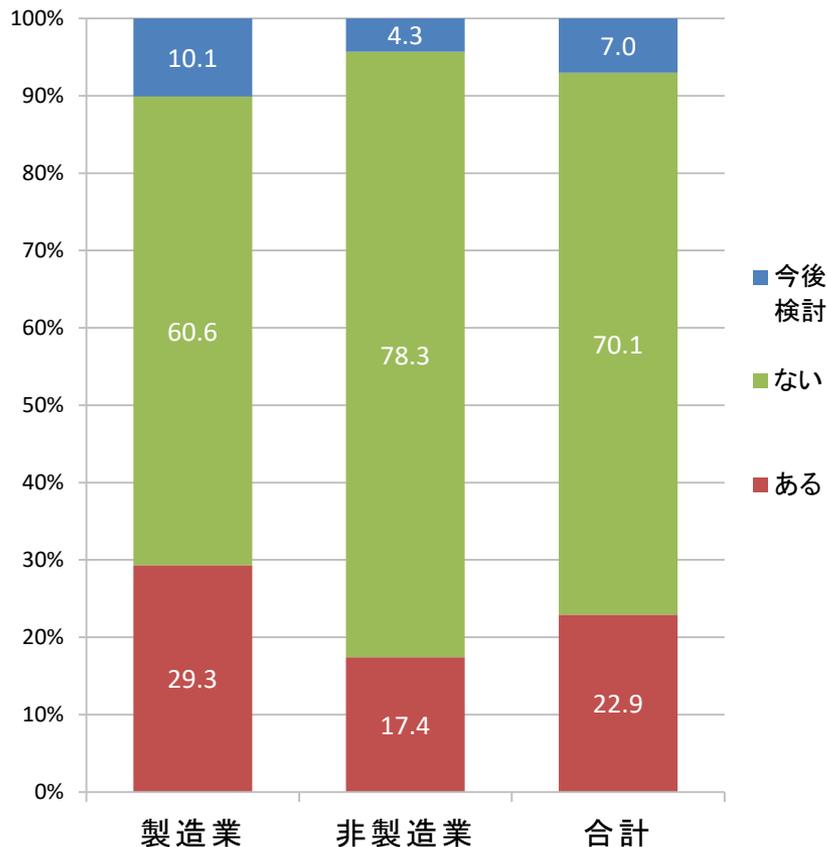


(企業の声)

- ・インバウンドは増加している。(飲食・宿泊)
- ・韓国からの観光客が減っている。(飲食・宿泊)
- ・体験サービス商品の提供など地域の良さを活かす取組が必要。(飲食・宿泊)
- ・交通手段がネック。レンタカーの有効利用など、地域全体で考えたい問題である。(飲食・宿泊)

10 海外取引について

海外取引の有無



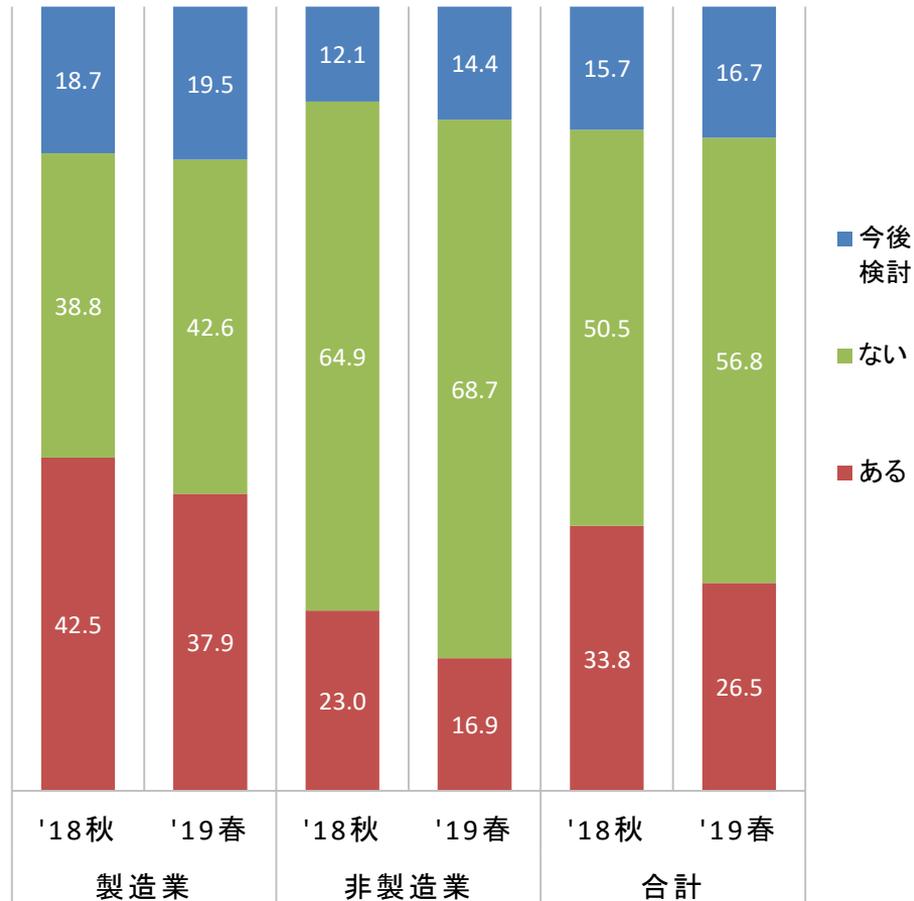
○アジア圏（中国・ベトナム・韓国・台湾）を取引先とする企業が多く、「取引先国」は、現状維持と回答した企業が多い。

（企業の声）

- ・ APUとのつながり、留学生を活用し、対象国に合わせた観光アプローチを行うソリューションの提供を行っている。（マーケティング）

11 設備投資について

設備投資計画の有無



○設備投資計画は、前回調査からは減少したものの引き続き、製造業での投資意欲は旺盛。

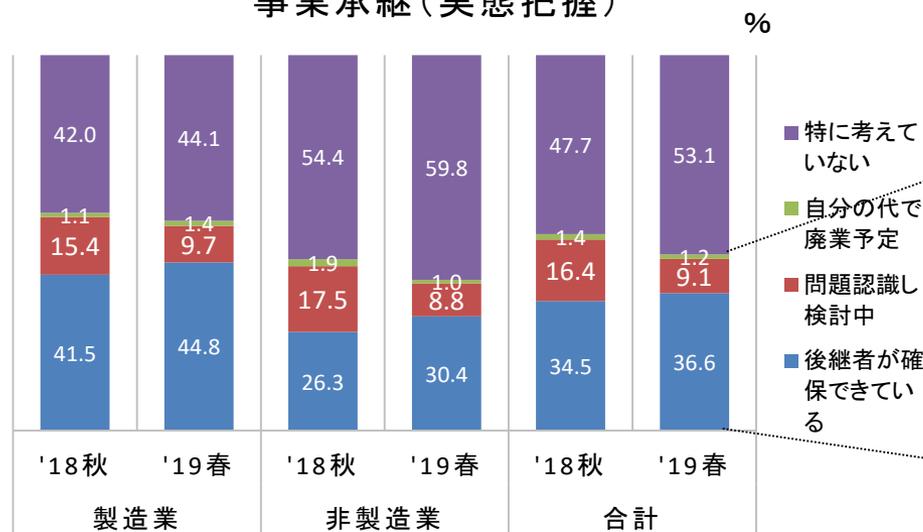
（企業の声）

- ・ 津波を想定し、高台への移転を検討している。（運輸）
- ・ 生産増により現工場はキャパオーバーのため将来は移設が必要。（食品加工）

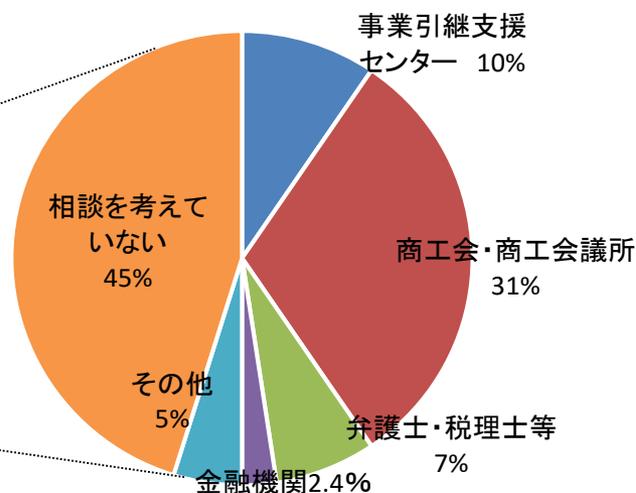
12 事業承継について

- ・「問題を認識し検討中」が前回調査より7ポイント減少するなど、事業承継の認識が依然として浸透していない状況にある。
- ・相談先については、「相談を考えていない」が45%を占めており、スムーズな承継に向けて引き続き支援機関の活用を促していく必要がある。
- ・また、廃業予定者等から事業を引き受けたいとの声も散見されており、後継者不在経営者に対し意識喚起を促し、第三者承継を推進させる必要が感じられる。

事業承継(実態把握)



事業承継の相談先



(企業の声)

- ・ 事務局長をしており、組合員の事業承継を大きな課題と認識しているが、組合員本人が関心を持っていない。(協業組合)
- ・ 代表者が高齢で、県外にいる息子と承継について話し合いたいようだができていない。(飲食・宿泊)
- ・ 事業引継支援センターに来てもらい、M&Aでの事業承継を予定している。(卸・小売)
- ・ 事業拡大に向け、同業他社やものづくり系企業で事業承継が難しいところの情報が欲しい。(印刷)
- ・ 事業承継される側のみならず事業を承継する側のセミナーが必要。話がまとまらず廃業した例を知っている。(食品加工)