

愛媛大学・愛媛県中小企業家同友会景況調査（EDOR）報告

第 62 回（2018 年 7-9 月期）

2018 年 10 月 12 日

愛媛大学総合地域政策研究会・愛媛県中小企業家同友会共同実施

問合先：曾我亘由（愛媛大学総合地域政策研究会）tel. 089-927-9238

安丸雄介（愛媛県中小企業家同友会）tel. 089-948-9920

文章：曾我亘由（愛媛大学社会共創学部産業マネジメント学科教授）

集計：松岡菜穂（愛媛大学法文学部総合政策学科）

県内中小企業、売上は好転するも採算は 4 期連続悪化

コストの増加が深刻化

【調査要領】

- (1) 調査期間 2018 年 9 月 1 日 ～ 2018 年 9 月 30 日
- (2) 対象企業 愛媛県中小企業家同友会会員企業
- (3) 調査方法 郵送による自計記入
- (4) 回答企業数 調査対象企業数 420 社、回答企業 107 社（回答率 25.5%）

【EDOR 調査結果概要】

（売上高、採算、採算水準、業況）

前回調査（2018 年 4-6 月期）では、多くの項目において、前年同期ではほぼ横ばいの傾向が見られ、採算 DI が 3 期連続で悪化超であること、それから、自社業況判断 DI が前期比、前年同期比とも前回から悪化していることから県内中小企業の景気は踊り場の状況、もしくは悪化傾向にあるとした。

まず、売上高 DI については、前期比で-1.8 から 10.3 へと 12.1 ポイント好転、前年同期比についても 1.8 から 10.3 へと 8.5 ポイント好転した。しかしながら、採算（経常利益）DI については、前期比で-3.7 から-4.7 へと 1.0 ポイント悪化、前年同期比については-4.4 から-0.9 へと 3.5 ポイント好転したが、4 期連続で悪化超となった。当期の採算水準 DI については 27.6 と前回の 33.9 から 6.3 ポイント悪化した。自社業況判断 DI については前期比で-0.9 から-3.8 へと-2.9 ポイント悪化、前年同期比では 0.9 から-4.8 へと 5.7 ポイント悪

化する結果となった。

採算が好転した企業にその理由をたずねたところ、売上数・客数の増加を挙げる企業ももっとも多く、次いで売上単価・客単価の上昇を挙げる企業の割合が多い結果となった。一方、採算が悪化した企業についてその理由をたずねたところ、売上数・客数の低下がもっとも多く、次いで原材料費・商品仕入額の上昇や人件費の増加を挙げる企業の割合が多い結果となった。とりわけ、原材料費・商品仕入額の上昇については前回までは低下傾向であったが、今期は17.1%から47.1%に増加した。

判定会議では、コストに関する意見が多く聞かれた。具体的には、「物流費、燃料費、人件費の増加が著しく、売上は増加してもコストの増加によって採算が伸び悩んでいる状況である」、「豪雨災害や猛暑の影響で野菜等の価格が増加している」といった意見が多く聞かれた。また、「8月は少し受注が落ちたものの9月から持ち直しの動きがみられ、年内は底堅く推移する見通しであるが、中国とアメリカの貿易戦争の影響で、中国への工作機械や半導体製造装置、生産設備の輸出は今後大幅に減少する見通し」といった意見も聞かれた。

(経営上の問題点・力点)

経営上の問題点については前回調査と同様、「従業員の不足」を挙げる企業の割合が48.6%と最も多い結果となった。次いで「仕入れ単価の上昇」と「人件費の上昇」を挙げる企業の割合が高く28.6%であった。この2つの項目は前回調査からその割合は低下したが依然として高止まりの傾向となっている。「同業者相互の価格競争の激化」は25.7%と4番目に多い結果であったが、「民間需要の停滞」を挙げる企業の割合16.2%と同様このところ、その値には一服感がみられる。前回調査と同様、経営上の問題点には従業員の不足、それから人件費や仕入れ単価といったコスト面の懸念要因が多い結果となった。

経営上の力点については前回と同様、「新規受注の確保」、「社員教育」、「人材確保」、を挙げる企業の割合が多い結果となった。経営上の問題点で挙がっていた従業員の不足については「社員教育」と「人材確保」で補う一方、コスト面の悪化については「新規受注の確保」に力を入れている状況が見受けられる。

以上の結果から、今回の調査では、売上DIは好転したが、その他の項目については悪化傾向の項目が多く、とりわけ採算DIは前年同期で3.5ポイント好転したが4期連続悪化超、また、自社業況判断DIは前期比、前年同期比とも悪化しており、県内中小企業の景気は後退局面に入っているかどうか、引き続き注視する必要がある。

【特別調査】

今回は、女性従業員の活躍を中心に、職場環境に関する調査を実施した。この調査は第54回（2016年7-9月期）依頼の調査である。まず、正規従業員に占める女性の割合は33.8%であり、前回調査の35.6%から1.8ポイント減少した。非正規従業員に占める女性の割合は80.5%であり、前回の79.7%とほぼ同様の結果であった。労働力調査によれば、2017年の全国の従業員に占める正規女性従業員の割合は32.5%、非正規従業員の割合は68.2%であり、どちらも全国平均を上回る結果となった。

正規従業員に占める女性管理職の割合は3.9%であり、前回の5.0%から1.1ポイント減少した。平成28年度雇用均等基本調査によれば、管理職に占める女性の割合は、係長相当職で14.7%、課長相当職で8.9%、部長相当職では6.5%であり、単純な比較はできないが、県内中小企業の従業員に占める管理職者の割合は低いと推測できる。

女性管理職者が少ない理由については、女性の雇用環境・雇用状況と、企業内における女性の資質・性質という2つの問題が浮き彫りとなった。回答企業90社のうち35.6%にあたる32社が、そもそも「女性従業員が少ない」という結果となった。また、28.9%にあたる26社が「女性が管理職になることを希望していない」、15.6%にあたる14社が「必要な知識・経験が乏しい」と回答しており、これらの結果は前回調査とほぼ同様であった。

職場風土について、中心的な仕事は男性、補助的な仕事は女性という慣習があるかたずねたところ、「ある」と回答した企業は13社（12.6%）、「多少ある」と回答した企業は31社（30.1%）、「ない」と回答した企業は57社（55.3%）となり、ないと回答した企業が半数を上回る結果となった。また、これらの結果についても、前回調査とほぼ同様の結果であった。

女性の積極的な活用については、101社のうち53.4%の54社が「行っている」と回答した一方、「行っていない」と回答した企業は24.8%の25社、今は行っていないが今後行う予定であると回答した企業は20.8%、21社という結果となった。

女性に昇進を望まない傾向があるかどうかについては、98社のうち、「ある」と回答した企業が16社（16.3%）、「どちらかといえばある」と回答した企業が37社（37.8%）、「どちらかといえばない」と回答した企業が22社（22.4%）、「ない」と回答した企業は23社（23.5%）という結果となり、女性が昇進を望まない傾向は53社（54.1%）、そうでない傾向は45社（45.9%）となった。

育児休業の取得環境については、全体の55.2%にあたる54社が「取得しやすい」、もしくは「どちらかといえば取得しやすい」と回答する一方、42.8%にあたる42社は「取得しづらい」、もしくは「どちらかといえば取得しづらい」と回答しており、半数以上の企業では育児休業を取得しやすい環境にあることが明らかとなった。

第62回(2018年7-9月期)EDOR 調査結果

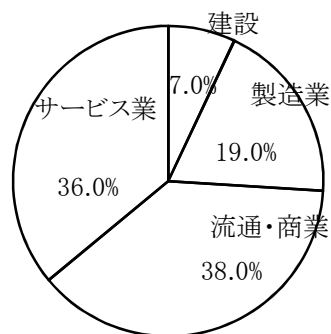
回答企業の基本情報

業種(4業種分類)

	社	%
建設業	7	7.0
製造業	19	19.0
流通・商業	38	38.0
サービス業	36	36.0
合計	100	100.0

※1社…農業

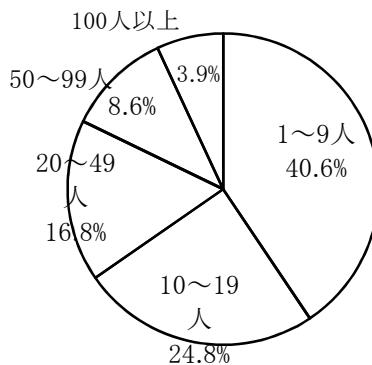
業種



常勤役員を含む正規従業員数

	社	%
1~9人	41	40.6
10~19人	25	24.8
20~49人	17	16.8
50~99人	11	10.9
100人以上	7	6.9
合計	101	100.0

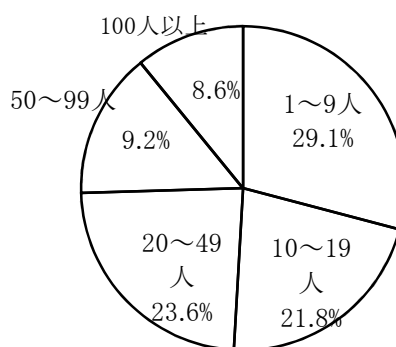
正規従業員数



臨時・パート・アルバイトを含む総従業員数

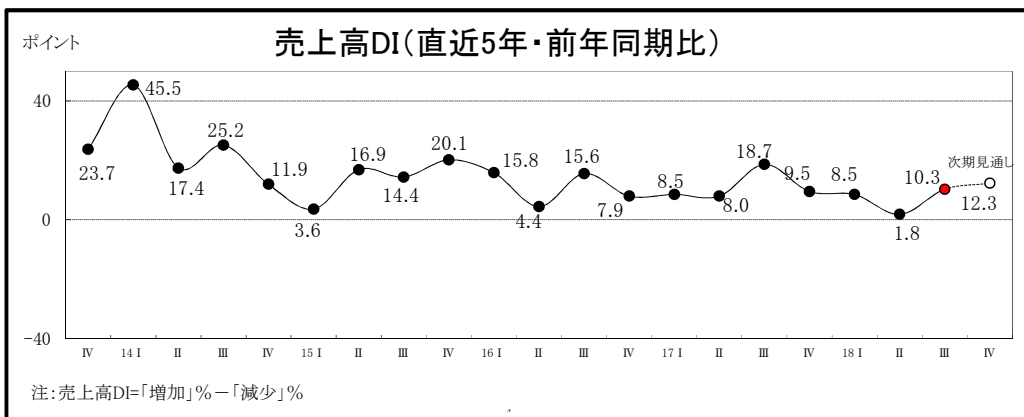
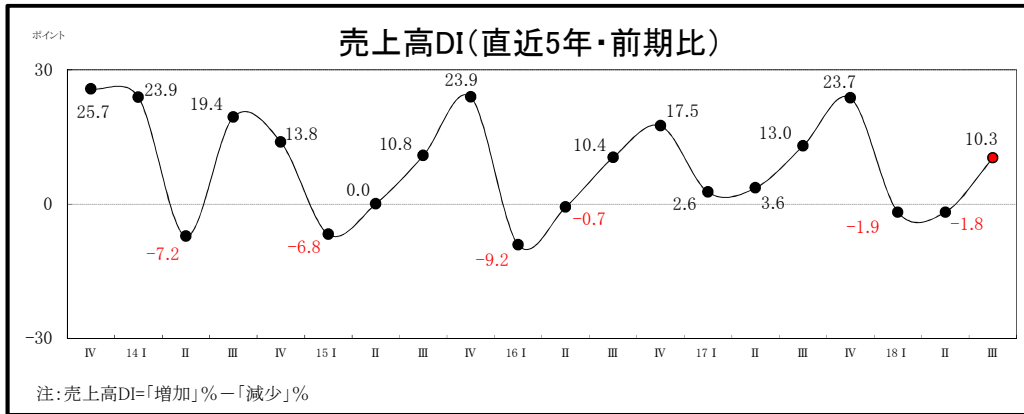
	社	%
1~9人	32	29.1
10~19人	24	21.8
20~49人	26	23.6
50~99人	16	14.5
100人以上	12	10.9
合計	110	100.0

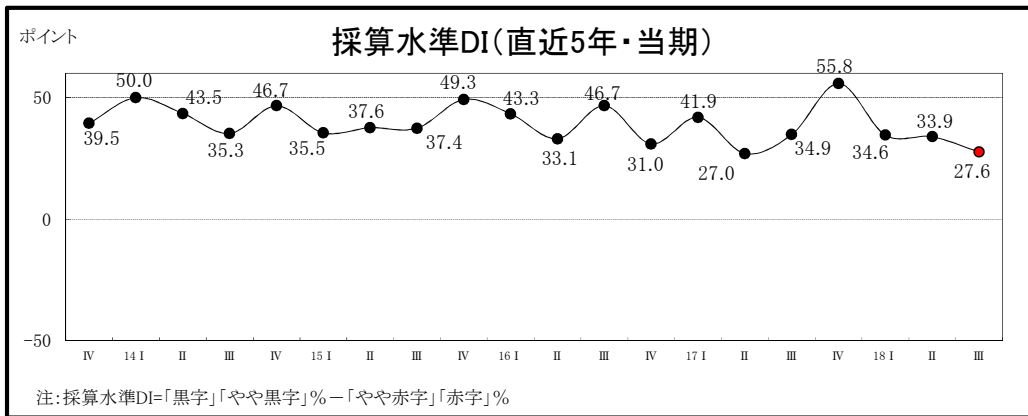
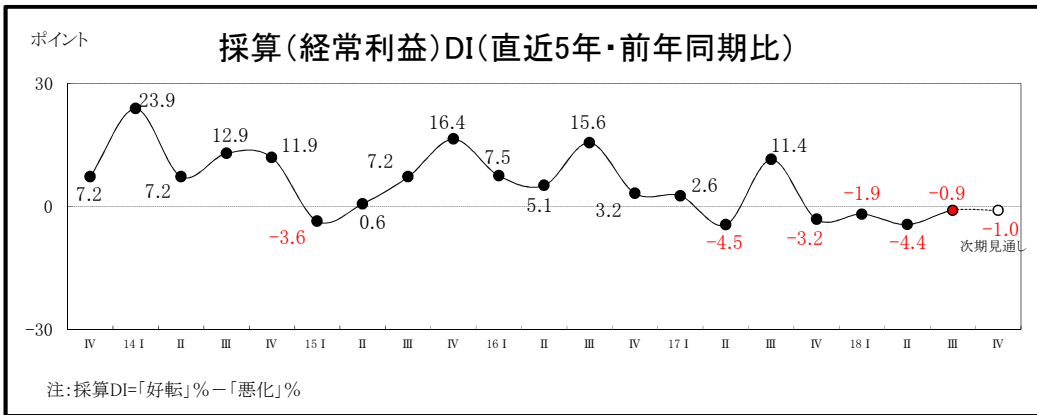
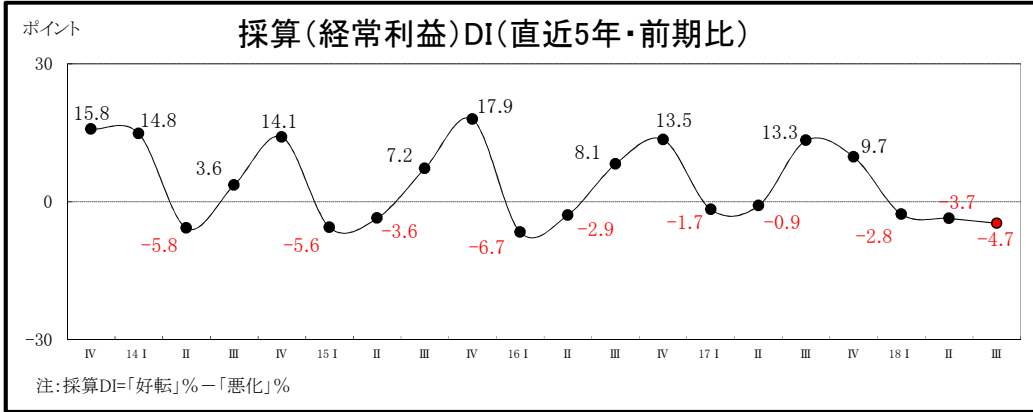
総従業員数

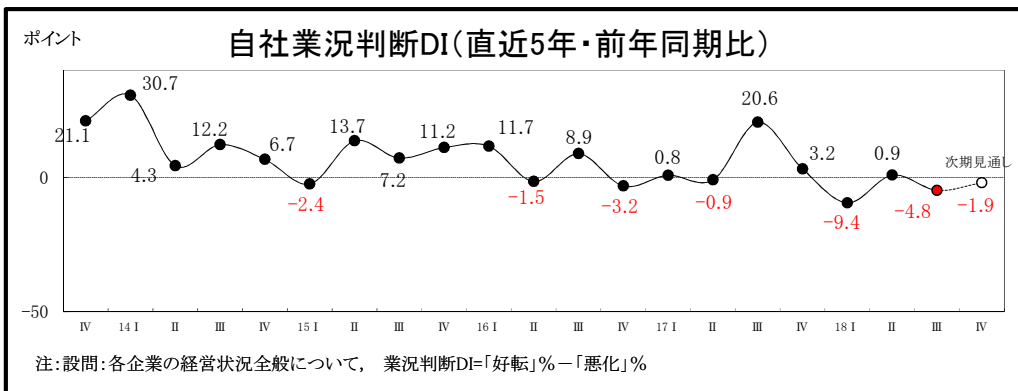
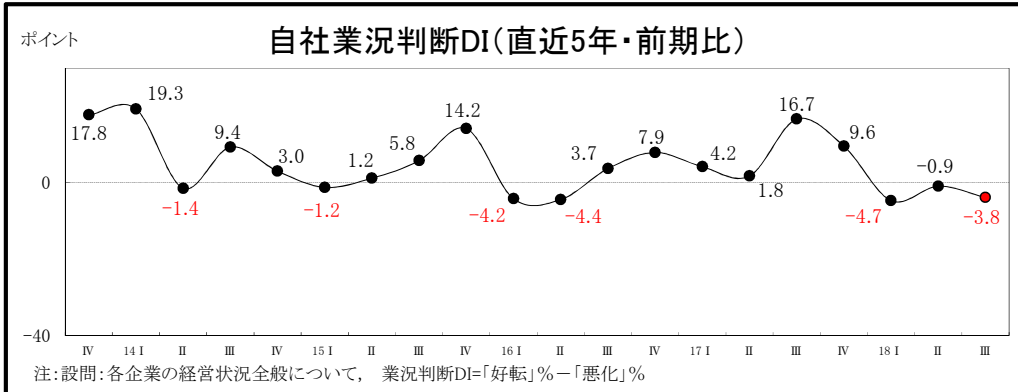


従業員数の平均と中央値

	人
常勤役員を含む正規従業員数	
平均	31.3
中央値	12
臨時・パート・アルバイトを含む総従業員数	
平均	52.5
中央値	17

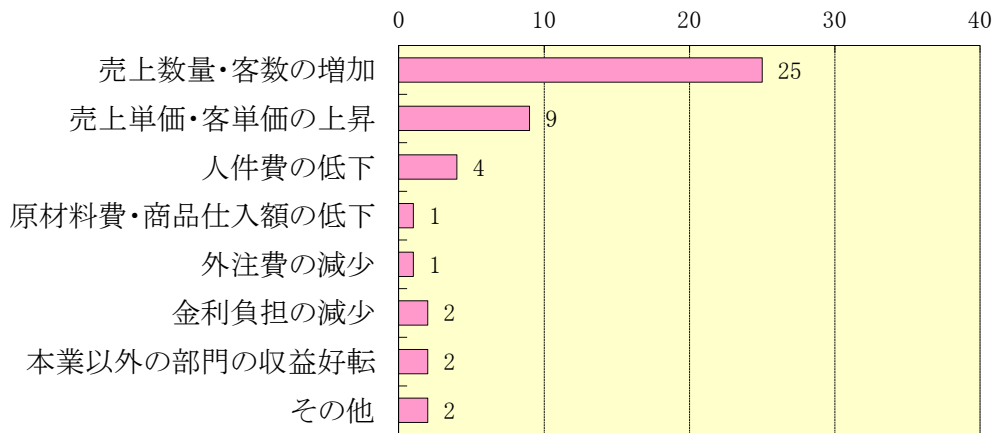






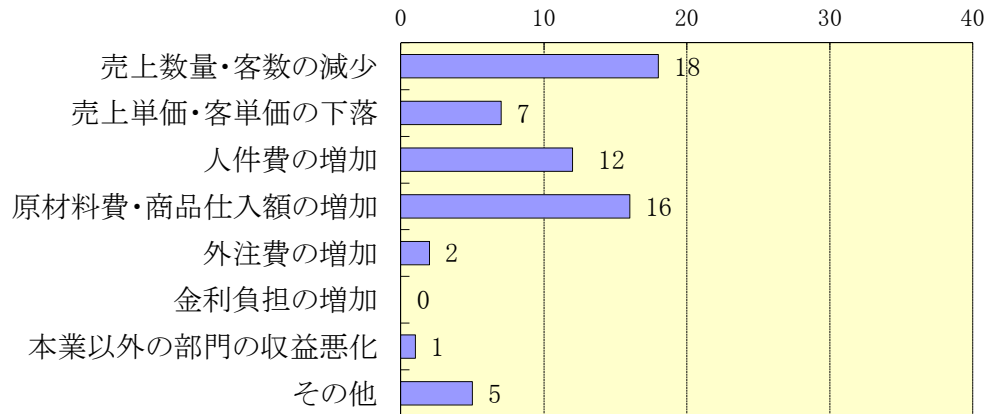
採算好転の理由

回答数

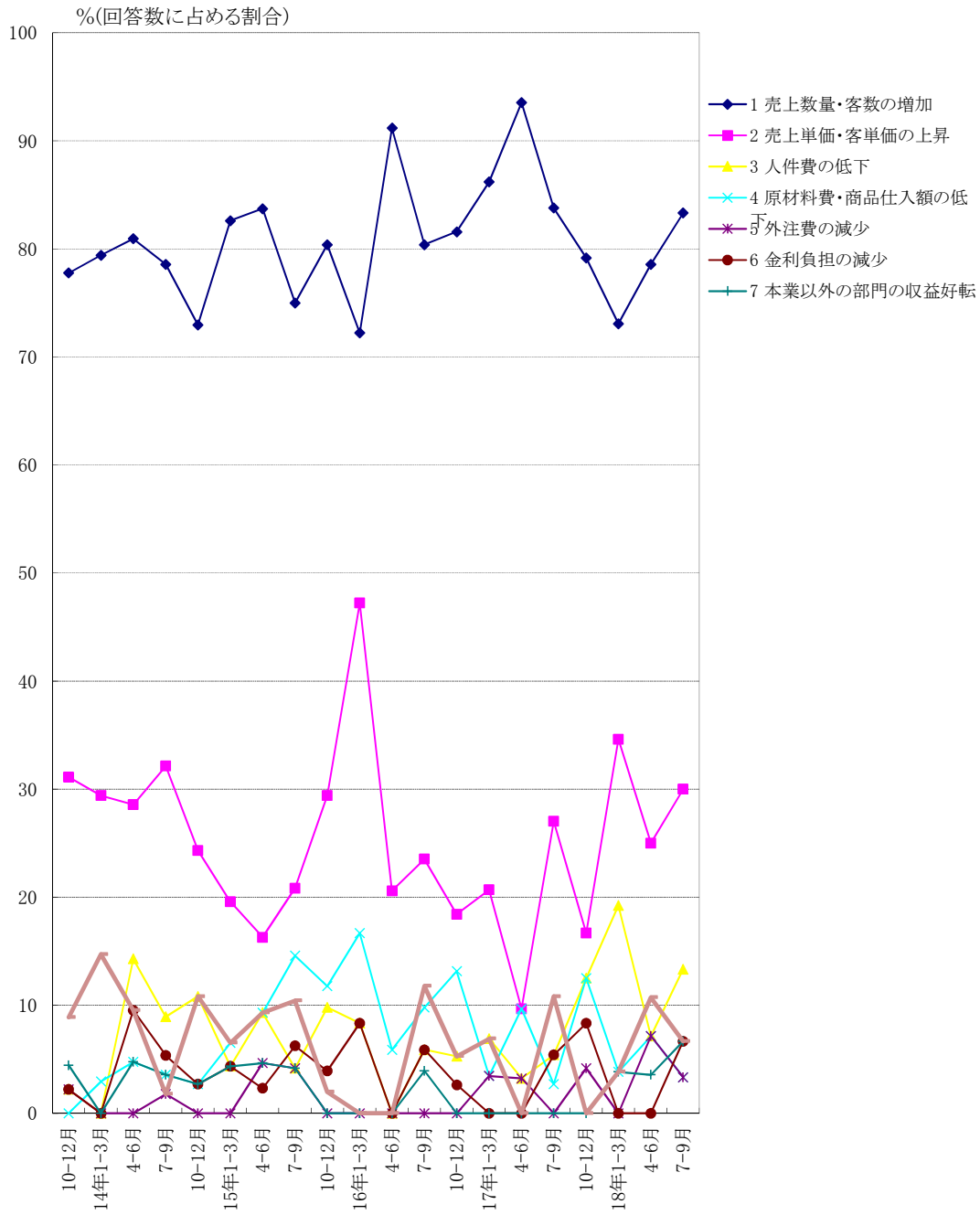


採算悪化の理由

回答数

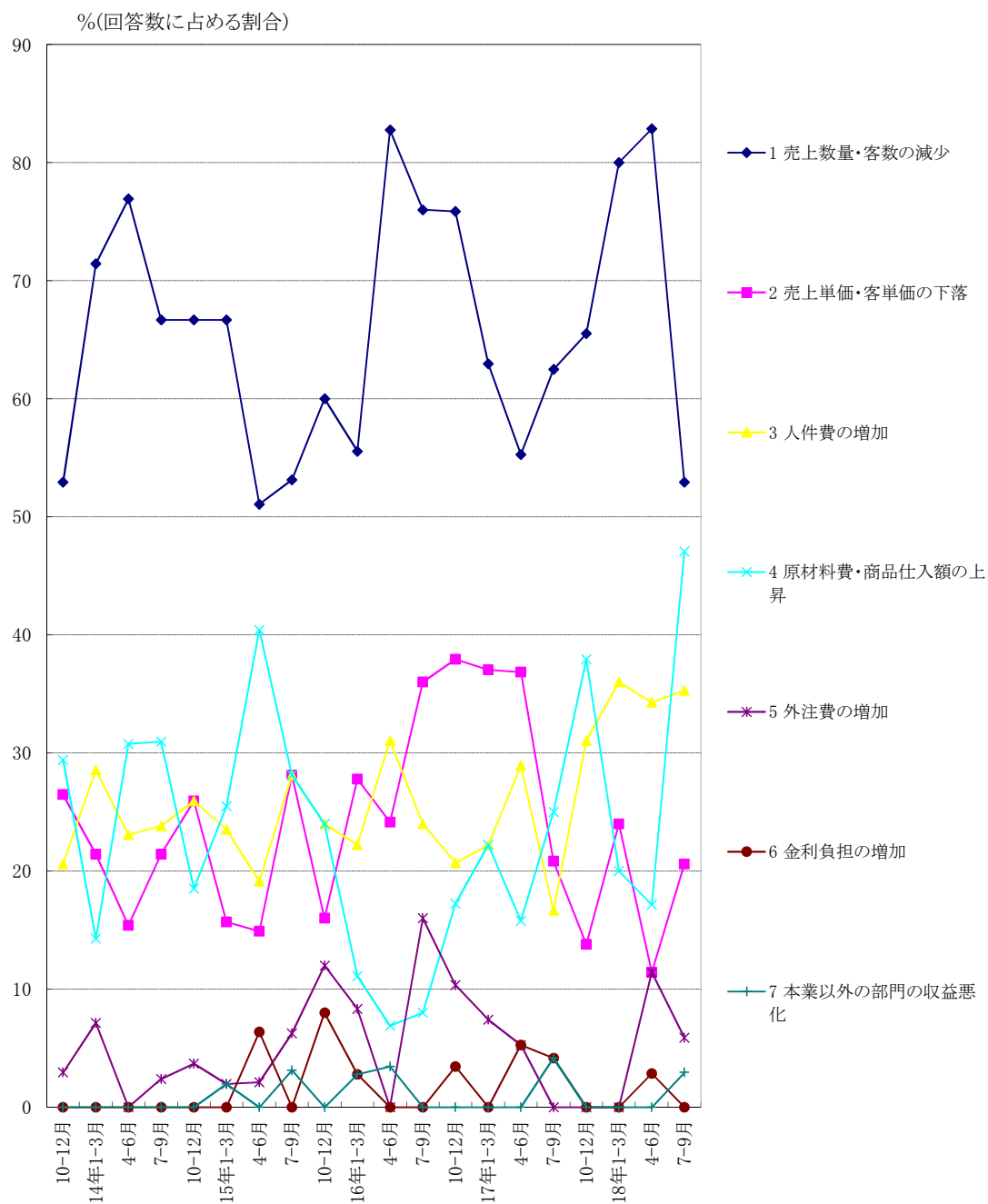


採算好転の理由の推移(直近5年)



(備考)選択肢から3つを選んだ際の選択率。凡例は選択率の高いものから並べた。番号は設問における各選択肢の番号。

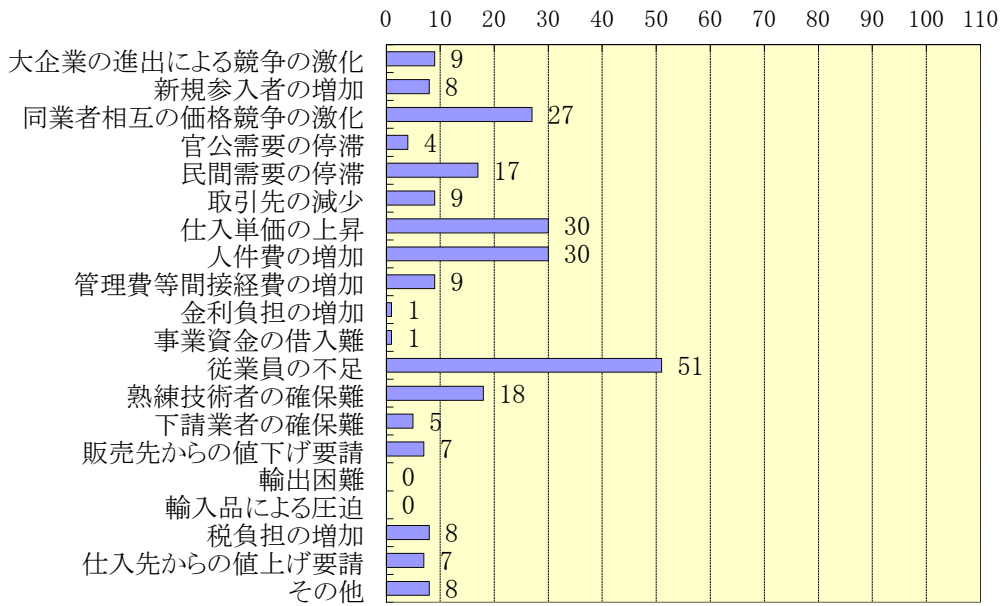
採算悪化の理由の推移(直近5年)



(備考)選択肢から3つを選んだ際の選択率。凡例は選択率の高いものから並べた。番号は設問における各選択肢の番号。

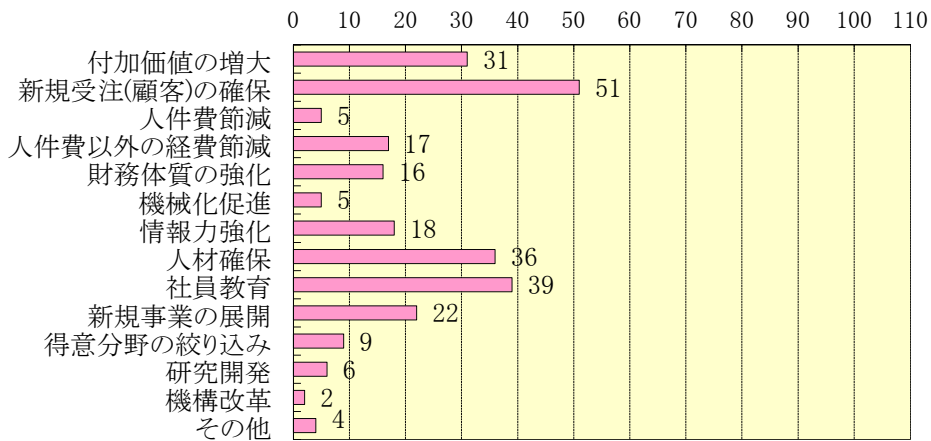
経営上の問題点(選択肢から上位3つ選択)

回答数

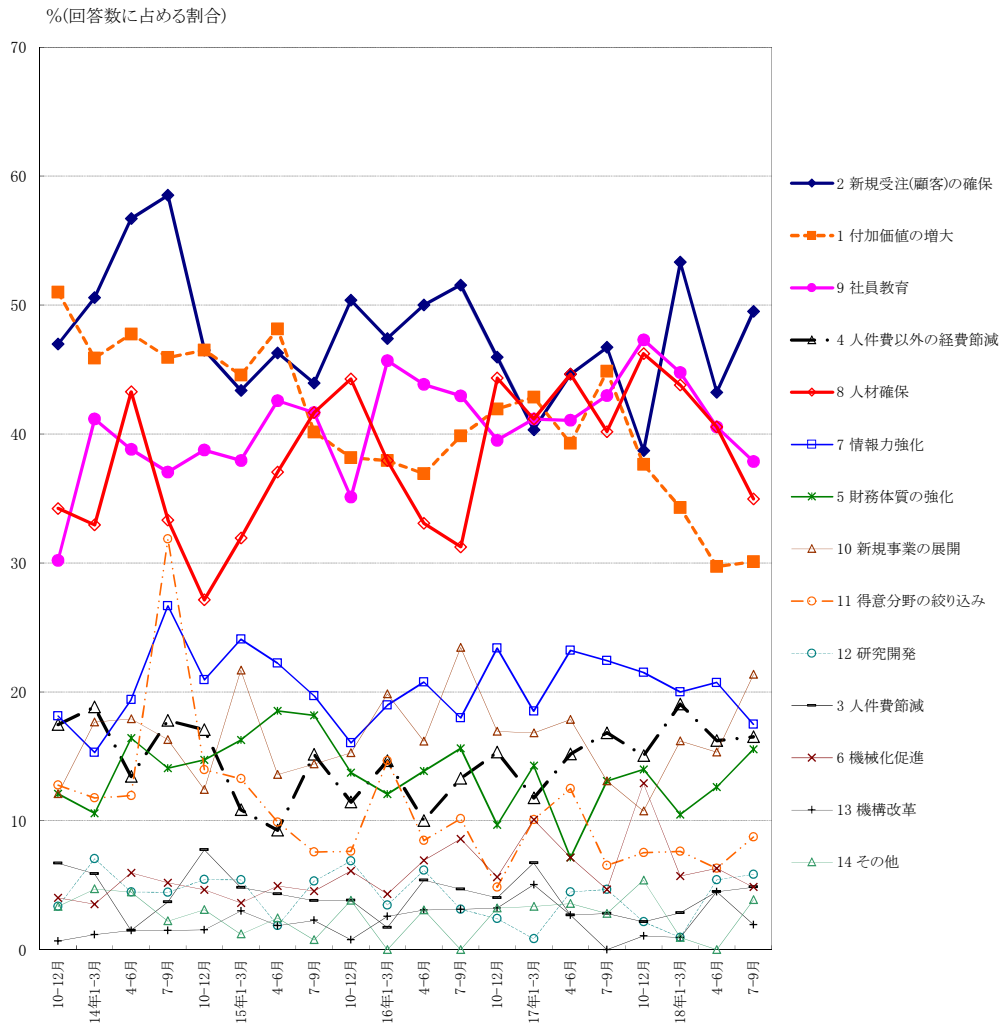


経営上の力点(選択肢から上位3つ選択)

回答数



次期に考える「経営上の力点」の推移(直近5年)



経営上の努力【自由記述】

No.	業種	
1	その他	スタッフへの売上、カスタマーサービスの落とし込み等レベルアップを目指し、数字につなげていきたいです。
2	その他	・案件管理や資金管理を充分にし、必要な資金を見えるようにした・見積りのスピードや重なる案件の工程などをもっと皆で話し合い無駄の無いように進めたい・得意分野の絞り込みを急ぎたい
3	その他	人員不足の解消
4	その他	お客様の問題を解決するための情報収集。未来に起こりうる問題に対しての情報収集。
5	その他	新規顧客の開拓に努め、着実に実績向上していった一方、既存顧客からの受注減少、販路拡大を背伸びしても処理能力が追いつかないため、現在の取引先を着実に確保し、少ない利益でも数を処理し安定化を図る。
6	その他	経営理念成文化
7	建設業	競合相手と自社を比べ良い所を伸ばし、社員の育成を行うこと。
8	建設業	入社時期、経験年数など幅が出てきたので、仕事に対する意欲、出勤状況などを加味した就業規則、賃金規定を改正中である。人材不足(業界全体)と企業価値増大に対応し、現在ホームページを新規に製作中である。
9	建設業	新規事業の取組み
10	建設業	採用に関してHPの作成と求人票定期見直し、及び新聞折り込み求人チラシの作成
11	建設業	・新規受注の確保と人材確保はできました・社内、社員教育と個々のレベルアップが必要
12	製造業	売上の確保と、利益が上がるようにと努力した。その為には、強み(ブランド)を活かすことを考えて、当社にとって、強み(ブランド)は何か考えたり、強み(ブランド)を創る努力をした。また、今後においても、同様である。
13	製造業	人材確保が難しいので機械化を押し進める。売りについては海外市場の確保に伺って進めていく。
14	製造業	・仕入先開拓・売上と業務のバランス
15	製造業	・新原価の運用・事業別試算表による管理・パレタイザー等設備導入
16	製造業	製造現場のオペレーションの見直し、1年計画を実行し段階的に計画通りに物事が進んでいること、PDCAサイクルの徹底
17	製造業	値上げの準備、中途採用
18	製造業	働き方改革。お金はないけど11月頃に新規機械の導入を目指しています。
19	製造業	ターゲット先を絞り込み、集中的な営業活動。
20	製造業	新製品と新ターゲットの開拓
21	製造業	設備増設により受注拡大をねらう、設備改善により高効率化、働きやすい環境作りをねらう、社長の実務負担軽減により考える時間を増やすねらい。
22	製造業	請負仕事の割合を減らすため、自社製品開発の糸口を社内では活発に協議し、行動に移す。
23	製造業	新しい知識の習得をして、情報化への対応をしていきたい。
24	流通・商業	無策でした。それを反省して、次期以降の営業の提案力を充実させるよう研究したい。
25	流通・商業	①海外への販路拡大 ②新規事業、コンテンツと企業コラボ(イベントのプロデュース)⇒継続して育て形にする
26	流通・商業	新商品開発を進める。
27	流通・商業	・経費の節減、製品歩留まりの向上(今後)・品質の良い原料を安く仕入れし、製品歩留まりの向上を継続していく。
28	流通・商業	社員教育、組織づくり、良い風土の醸成。それらを踏まえた上でのモチベーションアップ。
29	流通・商業	・業務の効率化・新商品投入
30	流通・商業	客先設備投資予定の聞き取り
31	流通・商業	西日本の水害により在庫車両増加
32	流通・商業	新規事業への参入及び参入計画(アフリカ事業、就労継続B型事業)
33	流通・商業	付加価値の増大に力を入れ新規顧客の確保に努力
34	流通・商業	人員確保、技術指導、新卒内定者の確保(若手の育成)
35	流通・商業	既存サービスの内容の見直し
36	流通・商業	採用活動
37	流通・商業	仕入単価の上昇に伴う、商品価格の値上げ
38	流通・商業	PDCAの見直し。各人の問題、問題点、課題の見直しと明確化。個別面談の実施
39	流通・商業	社員の確保のために、マイナビに掲載してもらった
40	流通・商業	豪雨災害地域の利用者(組合員)への丁寧な対応をすすめました。引き続き利用再開に向けて丁寧な対応と新たな利用者獲得の強化を図りたいと考えています。
41	流通・商業	取引先への値上げ交渉により売上の底上げを徐々に行っている
42	サービス業	新分野の開拓
43	サービス業	・仕事量の調整・とにかく一生懸命
44	サービス業	新規でリフトを導入し、安全かつ効率の良い職場環境づくりを取組んだ。今後はリフトを十分に活用できるよう、新規受注に励みたい。
45	サービス業	関連企業の悪化の清算と金融機関の調整などで改善する。
46	サービス業	他社との連携強化(広報、広告体制)

47	サービス業	既存顧客に対してのフォローと新規顧客開拓により10月～12月の 売上げの好転に繋がるとみています。
48	サービス業	新規事業の開拓
49	サービス業	新規事業
50	サービス業	人を生かす経営の「就業規則」作成に取り組んだ。
51	サービス業	豪雨災害によるキャンセル先への営業
52	サービス業	・組織再編・理念プロジェクト
53	サービス業	人材確保のため常に意識をする。そのことで人との出会いがあると確信している。 利用者(顧客)、従業員にとっての喜び、幸せは何かと真剣に考えたい。
54	サービス業	依頼があったお仕事は断らない
55	サービス業	現場作業者の暑さ対策(スポットクーラー、クーラーベスト、 全員での安全に対する声掛け)など社内での経営努力が7～9月は多かった。
56	サービス業	新規事業が軌道に乗るように、地域の活動を広げていく
57	サービス業	財務の正確さ(どんぶりとしな)
58	サービス業	・営業強化・経費見直し・新事業へ向けての情報収集
59	サービス業	グループ内ではあるが、新規受注を受けることができた。そのために、仕事量が増えて従業員の負担が 増えているので、業務内容を見直し合理化できるところは合理化し、負担の軽減をはかりたい！！
60	サービス業	社内の働き方改革、業務の効率を上げながら残業を減らしていく試み、 個人の意識改革→事業部の仕組み改革→法人全体の仕組み改革
61	サービス業	情報発信の強化。メニュー構成の見直しによるロス軽減。
62	サービス業	HPの見直し
63	サービス業	法人の付加価値を高めるため、積極的に地域に出向き社会貢献等を実施 地域行事参加(福祉関係の講義等) 認知症カフェの開催 民間通信会社との連携による独居高齢者の通報装置設置モデル事業等
64	サービス業	新業態の開発による新規オープン
65	サービス業	工事別工程の管理 受注時の工程で進まないため作業の重なりが出てきたのを調整する。
66	サービス業	従業員のスキルアップを図る