

最近の経済情勢

(企業訪問調査の結果)

- ◇ 調査期間 平成28年10月27日～11月8日
- ◇ 対 象 県内企業60社
(製造業30社、非製造業30社)
- ◇ 方 法 訪問による聴き取り調査

産業労働部

企業訪問調査の概要

目 的

- 企業の景気認識の把握
- 企業が“今”直面している経営課題、挑戦しようとしている新事業・新分野を直接聴き、施策の検討に活かす

調査企業と実施方法

- 県内事業所の中から、製造業・非製造業各60社の計120社を選定
- 120社を2グループ(製造業・非製造業各30社)に分け、Aグループを5月と11月、Bグループを8月と1月に、それぞれ年2回調査を実施
- 調査企業120社は、適宜見直しを実施

1. 現在の景況感

- 「上向き」と回答した企業は15社(25.0%)、「悪化」と回答した企業が7社(11.7%)となっており、熊本地震の影響が縮小したこともあり前回調査(5月)と比して悪化が大幅に減少。

5月調査(60社) (単位:社、%)

	企業数(割合)	うち製造業	うち非製造業
上向き	10 (16.7%)	7	3
横ばい	35 (58.3%)	18	17
悪化	15 (25.0%)	5	10

11月調査(60社) (単位:社、%)

	企業数(割合)	うち製造業	うち非製造業
上向き	15 (25.0%)	7	8
横ばい	38 (63.3%)	20	18
悪化	7 (11.7%)	3	4

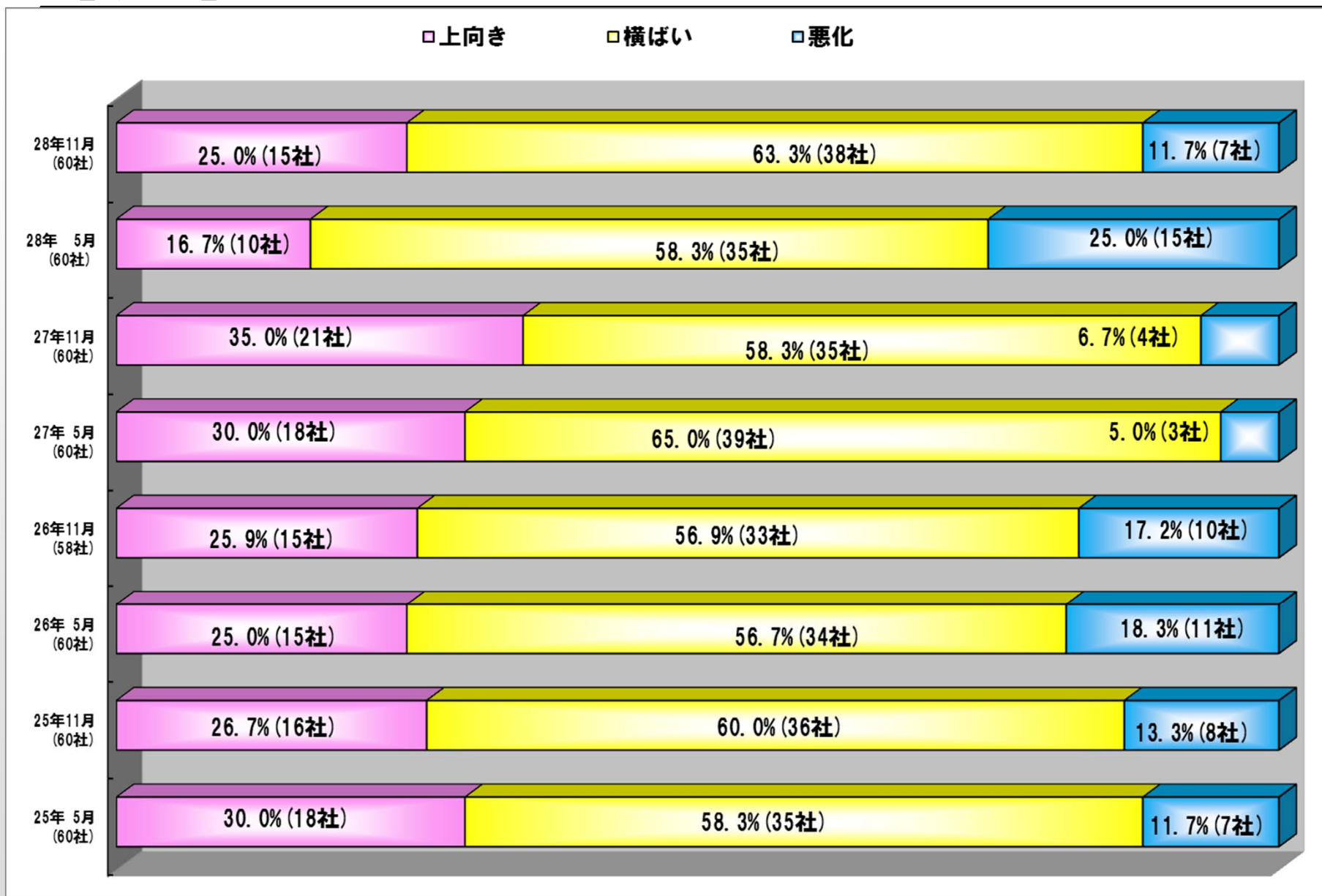
(参考)
1月調査(60社) (単位:社、%)

	企業数(割合)	うち製造業	うち非製造業
上向き	11 (18.3%)	4	7
横ばい	43 (71.7%)	23	20
悪化	6 (10.0%)	3	3

8月調査(60社) (単位:社、%)

	企業数(割合)	うち製造業	うち非製造業
上向き	13 (21.7%)	5	8
横ばい	36 (60.0%)	20	16
悪化	11 (18.3%)	5	6

【参考】景況感の推移



注：景況感は「上向き」「悪化」などの足元の変化の方向性を調査

企業の主なコメント

- ・熊本地震による売上増減はピーク時から比すと大幅に減少しほぼ影響がなくなった。
- ・全体的に売り上げは好調。横ばいの企業も前年対比では増加している傾向がある。
- ・製造業に大手企業の子会社・孫会社が多く本体企業の指示で生産調整しているため売り上げの増減があるが、経営自体に問題はない。

製造業



7社

- 通常7月～8月は売り上げが落ちるが、今期は通常より売り上げが多く、今後売り上げが伸びる期間となるので全体的に上向き。
- 現在力を入れている製品が好評で大学病院に納入が続いている。来年は東大病院への納入も決定。東大病院への納入で今以上に評価アップ。



20社

- 法人向けの受注は増加しているものの、家庭向けの消費の落ち込みが激しいため横ばいとなっている。
- 海外プラントの建設件数の減少が続いており、当社も徐々に影響を受け始めているものの、現状は売り上げの落ち込みはない。



3社

- 親会社による生産工場の配置転換(他所に新工場完成)のため受注減。
- 5～9月で前年比20百万円ほど売り上げアップ。しかしながら、10月単月で10百万円のマイナスとなった。今後も読めないため悪化と判断。

非製造業



8社

○再稼働に向けた玄海原発の関係で受注が好調。今後も期待できる。
また、熊本地震の復興需要で建設用資材等を唐津にプールし熊本に運んでいる。

○新規出店が好調。
○売り上げは上がっている。要因は企業の景品や有田焼創業400年事業関連。



18社

○例年夏の時期は動きが悪く今年も同様であった。今月からよくなると期待。

○例年比110%であるが、要因はふっこう割。国内増で海外減。

○販売量は減少するも、高単価商品の売り上げで横ばい。



4社

○モノが売れず、営業利益が予想より下回っている。
○宿泊は横ばいであるが、会議の利用や宴会が減少。要するに地元の利用が減少している。
○7月～9月の主力商品が10%減。全体でも前年の95%で通年で取り返すのは難しい。原因は検討しているが決定できるものはない。

2. 現在の経営課題（複数回答）

- 経営課題としては割合の変動はあるものの前回同様「求人難」(51.7%)が最も多く、次いで「販路拡大」(30.0%)となっている。(販路拡大・海外進出は前向き思考)
- 海外進出(13.3%)も前向き思考で製造業で検討中が多い。

5月調査

	企業数(割合)	うち製造業	うち非製造業
求人難	31 (51.7%)	14	17
設備等の老朽	21 (35.0%)	10	11
販路拡大	16 (26.7%)	11	5
過当競争	15 (25.0%)	6	9
売上不振	13 (21.7%)	7	6
利益減少	12 (20.0%)	7	5
為替変動	10 (16.7%)	6	4
原材料・原油高	9 (15.0%)	6	3
新技術の開発・研究	6 (10.0%)	6	0
その他	4 (6.7%)	2	2
販売経費増	3 (5.0%)	3	0
電気料金値上げ	2 (3.3%)	2	0
仕入作変更	1 (1.7%)	0	1
借入難	1 (1.7%)	1	0



11月調査(60社)

(単位:社、%)

	企業数(割合)	うち製造業	うち非製造業
求人難	31 (51.7%)	14	17
販路拡大	18 (30.0%)	12	6
設備等の老朽	13 (21.7%)	8	5
過当競争	8 (13.3%)	0	8
売上不振	8 (13.3%)	3	5
利益減少	8 (13.3%)	3	5
海外進出	7 (11.7%)	6	1
原材料・原油高	5 (8.3%)	2	3
為替変動	4 (6.7%)	4	0
電気料金値上げ	3 (5.0%)	1	2
新技術の開発・研究	3 (5.0%)	3	0
借入金返済	2 (3.3%)	0	2
事業承継	1 (1.7%)	1	0
仕入先変更	1 (1.7%)	1	0
借入難	1 (1.7%)	1	0

企業の主なコメント

製造業

- (求人難)派遣社員がなかなか集まらない。他メーカーとの派遣社員の奪いあいになっている。
- (販路拡大・海外進出) 国内の受注が減少してきており海外に販路を求めざるを得なくなっている。
- (設備老朽等)設備についての老朽化は実感しているものの、そこまでの資金負担は難しく買い替えの余裕はない。

非製造業

- (求人難)希望通りの採用人数を確保できない。県外にも視野を向けて採用活動しているが関係学部の学生が集まらない。同業他社からの採用も。
- (過当競争)競合店多く過当競争にならざるを得ない。
- (販路拡大)主に国内市場をターゲットとして家具店・雑貨店の取引先拡大や百貨店のテコ入れを実施。

3. 今後の設備投資（製造業）

- 「積極的な設備投資」(33.3%)が前回調査とほぼ同様。「昨年並み」(46.7%)が前回より6.7ポイント増加となった。また、「控える」「計画なし」が合算して3.3ポイント減少した。
- 設備投資の目的としては、「設備更新」が最も多い。

5月調査(30社) (単位:社、%)

	企業数(製造業)(割合)
積極的	11 (36.7%)
昨年並み	12 (40.0%)
控える	4 (13.3%)
計画なし	3 (10.0%)



11月調査(30社) (単位:社、%)

	企業数(製造業)(割合)
積極的	10 (33.3%)
昨年並み	14 (46.7%)
控える	4 (13.3%)
計画なし	2 (6.7%)

(参考)

1月調査(30社) (単位:社、%)

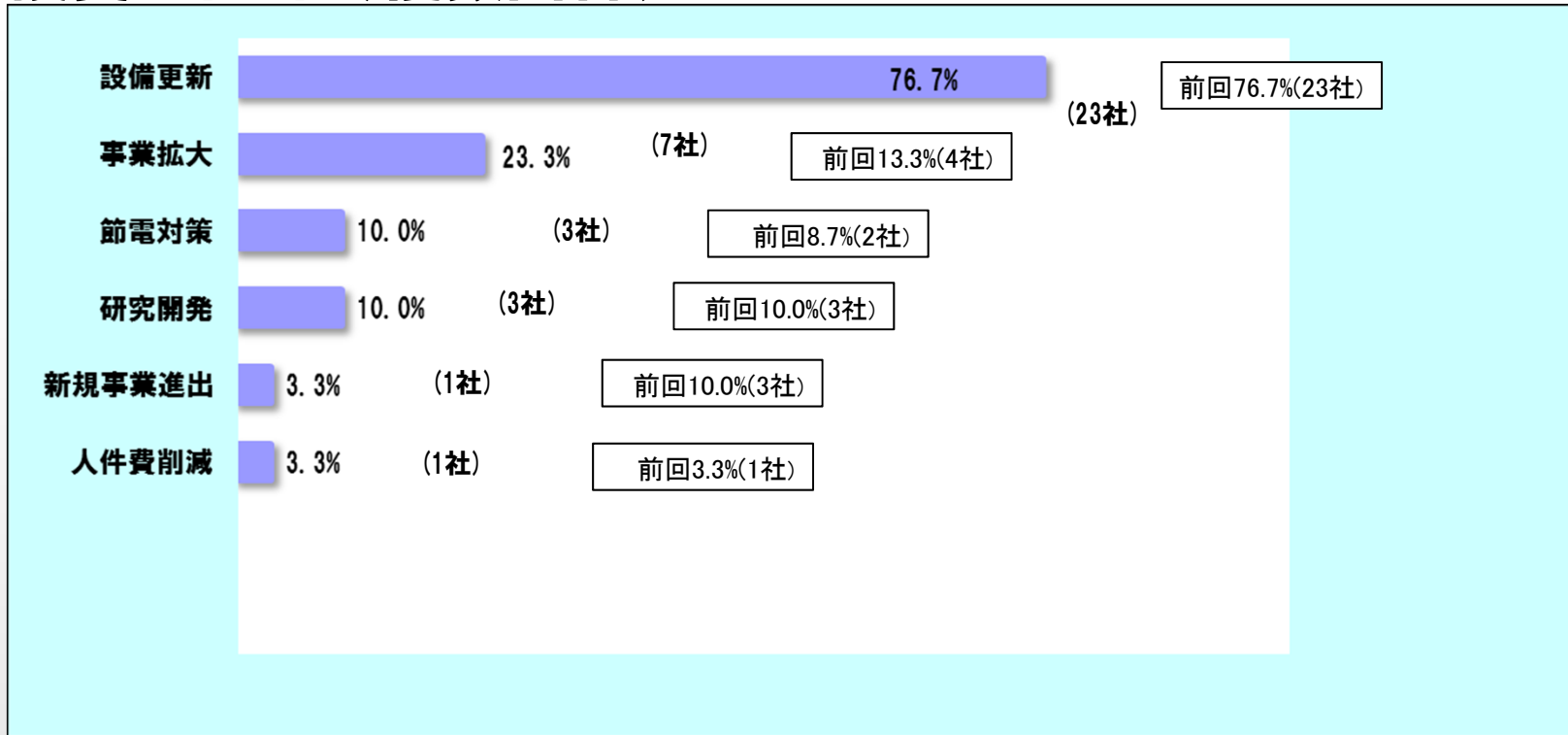
	企業数(製造業)(割合)
積極的	6 (20.0%)
昨年並み	17 (56.7%)
控える	3 (10.0%)
計画なし	4 (13.3%)



8月調査(30社) (単位:社、%)

	企業数(製造業)(割合)
積極的	12 (40.0%)
昨年並み	7 (23.3%)
控える	5 (16.7%)
計画なし	6 (20.0%)

設備投資の目的（複数回答）



企業の主なコメント

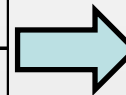
- 新規取引先が増えたため積極的に投資。古い設備についても更新予定・
- 9月～10月に予定通り設備を入れ替えたが、年明けに再度入れ替え予定。
- これまで抑えていた修繕や更新が予定されている。新規機種の投資も実施。将来に向けてしっかりやっていく企業が残り、その後は淘汰されていくだろう。

4. 雇用状況

- 製造業では60.0%の企業が不足と回答し、5月調査時点より拡大した。依然不足感が続いている。
- 非製造業においても63.3%の企業が不足と回答しており、5月調査時点の66.7%を3.4ポイント下回ったものの不足感が続いている。

5月調査(60社) (単位:社、%)

	企業数(割合)	うち製造業(割合)	うち非製造業(割合)
過剰	3 (3.3%)	0 (0.0%)	3 (10.0%)
適正	23 (45.0%)	16 (53.3%)	7 (23.3%)
不足	34 (56.7%)	14 (46.7%)	20 (66.7%)

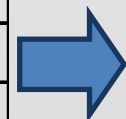


11月調査(60社) (単位:社、%)

	企業数(割合)	うち製造業(割合)	うち非製造業(割合)
過剰	1 (1.7%)	1 (3.3%)	0 (0.0%)
適正	22 (36.7%)	11 (36.2%)	11 (36.7%)
不足	37 (61.7%)	18 (60.0%)	19 (63.3%)

1月調査(60社) (単位:社、%)

	企業数(割合)	うち製造業(割合)	うち非製造業(割合)
過剰	2 (3.3%)	0 (0.0%)	2 (6.7%)
適正	27 (45.0%)	15 (50.0%)	12 (40.0%)
不足	31 (51.7%)	15 (50.0%)	16 (53.3%)



8月調査(60社) (単位:社、%)

	企業数(割合)	うち製造業(割合)	うち非製造業(割合)
過剰	3 (5.0%)	1 (3.3%)	2 (6.7%)
適正	26 (43.3%)	16 (53.3%)	10 (33.3%)
不足	31 (51.7%)	13 (43.3%)	18 (60.0%)

企業の主なコメント

製造業

- 営業を強化したいため採用を考えているが、誰でも良いのではなく 即戦力が求められるので同業種からの転職や紹介で探したいと考えている。
- 単純工と事務が足りない。ワークシェア(労働時間の分割)や年齢制限の引き上げで対応したい。
- 1月～2月の試用期間で正社員として登用するようにした。工場の応募は増えたが営業職の応募はゼロの状態。
- 長崎県(佐世保・波佐見地区)まで募集範囲を広げている。

非製造業

- Uターンの説明会(来年の3月、東京)に参加予定。唐津工業の内定者を長期インターシップとして受け入れ予定。
- 正社員は縁故関係にも声をかけ積極的に採用するが、単純工であるパートについては鳥栖地区にはもうキャパがないのではと思われる。募集地域を拡大しているがそれでも集まらない。
- 専門学校を回っているが、卒業者の希望は東京・大阪、最低でも福岡を向いておりブランド志向が強い。