

景気動向調査結果報告書 【やお景況レポート】

2017年 第I・四半期(1～3月) VOL. 84

八尾商工会議所
八 尾 市

目 次

【調査実施の概要】	1
【調査結果の総括】	2
1. 製造業の景気動向	5
2. 非製造業の景気動向	9
3. 自社のPR方法について	12
4. 経営上の問題点・業界の動向など	15

【調査実施の概要】

本調査は、地域経済の総合的な動向を把握し、産業振興のための基礎資料の作成及び経営者への情報提供を目的として実施している。1996年7月に第1回目の景気動向調査を実施し、今回（2017年3月実施）の調査で84回目となる。

調査対象事業所は、八尾市内に立地する従業員5人以上の事業所を母集団として、その中から、製造業630社、非製造業（建設業、卸売業、小売業、サービス業）370社の合計1,000社を無作為に抽出した。

調査方法は、調査票を郵送し、回収をFAXで行った。

今回の回収率は、下表に示すとおり、製造業が30.2%、非製造業が29.7%、全体では30.0%である（表1～2参照）。

（注）2013年4～6月期調査より調査方法の変更を行った。2014年1～3月期調査より調査対象事業所数を削減した（従来1,300社→1,000社）。

表1. 業種別回答状況

業 種 名	発送数	回答数	回答率
金 属 製 品	166	51	30.7%
機 械 器 具	177	56	31.6%
その他の製造業	287	83	28.9%
製造業計	630	190	30.2%
建 設 業	120	34	28.3%
卸 売 業	69	33	47.8%
小 売 業	61	15	24.6%
サ ー ビ ス 業	120	28	23.3%
非製造業計	370	110	29.7%
合 計	1,000	300	30.0%

表2. 規模別回答状況

規模別	製 造 業			非 製 造 業			全 体		
	発送数	回答数	回答率	発送数	回答数	回答率	発送数	回答数	回答率
5～19人	356	97	27.2%	266	75	28.2%	622	172	27.7%
20～49人	179	60	33.5%	62	21	33.9%	241	81	33.6%
50～99人	55	19	34.5%	22	9	40.9%	77	28	36.4%
100～299人	32	11	34.4%	11	1	9.1%	43	12	27.9%
300人以上	8	3	37.5%	9	4	44.4%	17	7	41.2%
合 計	630	190	30.2%	370	110	29.7%	1,000	300	30.0%

【調査結果の総括】

～持ち直しの動きが見られる八尾の景気～

1～3月期の八尾市の業況判断DI¹は、全産業で14となり、前回調査から11ポイントの大幅改善となった（12月=3→3月=14）。業種別にみると、製造業では前回調査からの改善幅は16ポイント（12月=▲1→3月=15、▲はマイナスを表す、以下同様）と、回復ぶりが目立つ結果となった。非製造業では、小売業は前回調査から17ポイントの悪化となったが、卸売業やサービス業が改善し、非製造業全体では5ポイントの改善（12月=8→3月=13）となった。

DIの推移からここ1年ほどの八尾の景気動向を振り返ると、2016年3月=3→6月=▲8→9月=3→12月=3と、若干の「良い」超の水準で推移し、浮揚感の乏しい展開が続いた。しかし、足元でDIが大きく改善し、景気の持ち直しが明確になった。海外経済回復のもと輸出が増加傾向であることなど、製造業を取り巻く事業環境の好転が背景にあると考えられる。

図1. 業種別天気図(景気水準)

	2016年4～6月期		2016年7～9月期		2016年10～12月期		今回 2017年1～3月期		天気図 前回比較
全産業		<▲8>		<3>		<3>		<14>	
製造業		<▲11>		<3>		<▲1>		<15>	
金属製品		<▲12>		<▲10>		<4>		<21>	
機械器具		<▲13>		<4>		<▲7>		<20>	
その他の製造業		<▲11>		<11>		<1>		<8>	
非製造業		<±0>		<2>		<8>		<13>	
建設業		<22>		<15>		<31>		<27>	
卸売業		<▲21>		<▲11>		<▲15>		<13>	
小売業		<▲11>		<±0>		<9>		<▲8>	
サービス業		<±0>		<±0>		<±0>		<7>	

(注) <>内は業況判断DI。景況天気図で示した景況判断は、業況判断DI値によって判定。本設問は2012年4～6月期調査より開始しており、景況判断は暫定的に、DI値がプラス10以上であれば晴れ 、0～9は薄日 、▲10～▲11は曇り 、▲20～▲11は小雨 、▲21以下は雨 とした。図表における前回調査との比較の矢印マークは、景況天気図に基づくものであり、 が好転、 が横ばい、 が悪化を示す。

¹ DIは、各景況項目について、「良い、上昇、増加」などと答えた企業の割合から「悪い、下落、減少」などと答えた企業の割合を引いた数値。日銀短観や本調査における「業況判断DI」は「良い」から「悪い」を引いた「水準」調査であるのに対して、本調査における「業況判断DI」以外の項目（「生産額」、「出荷額」など）は前期・前年同期と比べての「増加」などから「減少」などを引いた「方向性」調査である。なお、本稿ではマイナスを「▲」と表している。

日銀短観²(2017年3月調査)における全国および近畿の業況判断D I (全産業・全規模)は、2016年央以降の双方の回復ペースが足並みを揃える形で推移しており、双方とも前回調査より3ポイントの改善となった。これに対し、八尾の業況判断D I (全産業・全規模)は、足元において全国および近畿を上回る改善幅となった。八尾のD Iは製造業を中心に想定外の出来事に対して敏感に反応しやすい傾向があるが、米国におけるトランプ新政権の経済運営への不安など、不確実性への懸念が目先薄らいだことなどを反映しているとみられる(図2～4)。

図2. 全産業・全規模の業況判断DI推移

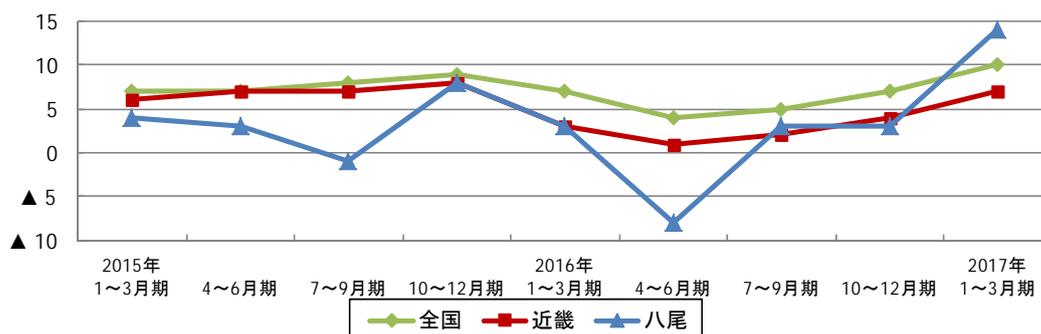


図3. 製造業・全規模の業況判断DI推移

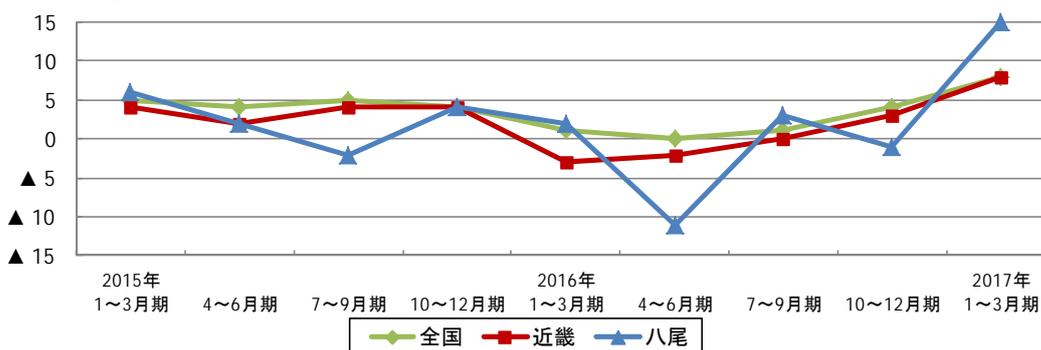
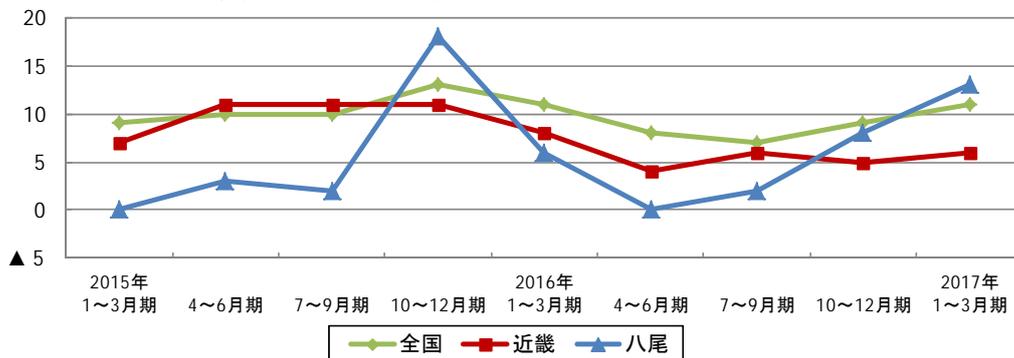


図4. 非製造業・全規模の業況判断DI推移



(資料) 日本銀行大阪支店「全国企業短期経済観測調査-近畿地区-」

² 日銀短観は日本銀行「全国企業短期経済観測調査」の略。

景気の方角感を八尾市の各種前年同期比のDI³で確認すると(図5～6)、製造業の「生産額」、「製品販売価格」や非製造業の「販売先数・客数」のマイナス幅が縮小しており、非製造業の「売上額」はプラスに転じるなど、業績面において下落傾向に歯止めがかかりつつある。「設備投資額」は、製造業ではプラスに転じ、非製造業もマイナス幅が大きく縮小するなど、持ち直しの動きがみられる。

図5. 製造業の各種「前年同期比」DI推移

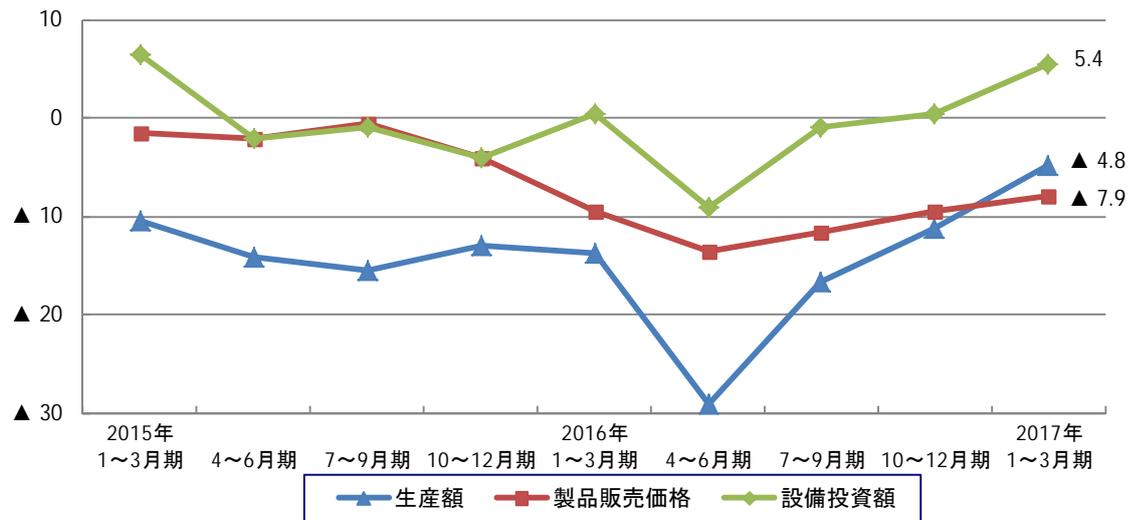
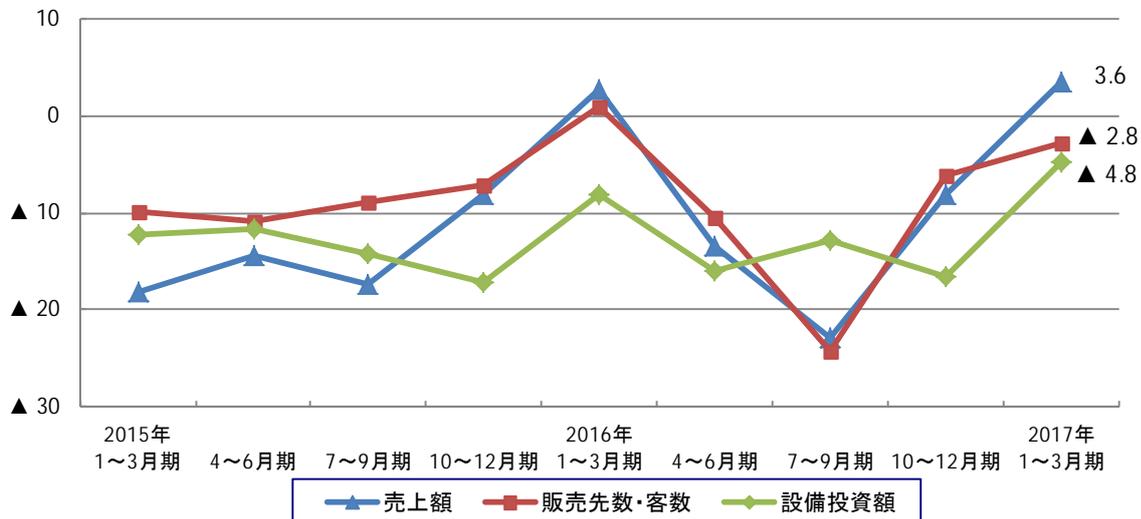


図6. 非製造業の各種「前年同期比」DI推移



3 「前年同期比」DIは、各景況項目について、前年同期と比較して「良い、増加」などと答えた企業の割合から「悪い、減少」などと答えた企業の割合を引いた数値。

1. 製造業の景気動向

景況天気図は

(前回)



晴れ

(今回)



【生産額】

製造業の2017年1～3月期における生産額D I（前期比、「増加」－「減少」）は2.1と、前回調査を下回ったものの（前々回▲17.4→前回3.5→今回2.1）、例年、1～3月期調査では年末要因の剥落でD Iは悪化しがちであることを考えれば（2006～2015年の悪化幅平均は▲17.0ポイント）、生産は例年対比好調であるとみられる。業種別には、金属製品でプラスが続き、機械器具がプラスに転じた。

表3. 生産額(前期比)

業種	当期の生産額は前期に比べて					
	回答数	構成比(%)			D I	前回D I
		増加	横這	減少		
金属製品	51	37.3	45.1	17.6	19.7	16.3
機械器具	56	37.5	30.4	32.1	5.4	▲7.6
その他の製造業	83	20.5	48.2	31.3	▲10.8	3.6
製造業計	190	30.0	42.1	27.9	2.1	3.5

前年同期と比べた生産額D Iは▲4.8とマイナス（減少超）であったが、マイナス幅は縮小した（前々回▲16.7→前回▲11.3→今回▲4.8）。業種別の内訳をみると、すべての業種がマイナスであったが機械器具ではマイナス幅が大きく縮小した。

表4. 生産額(前年同期比)

業種	当期の生産額は前年同期に比べて					
	回答数	構成比(%)			D I	前回D I
		増加	横這	減少		
金属製品	51	29.4	37.3	33.3	▲3.9	▲3.6
機械器具	56	30.4	33.9	35.7	▲5.3	▲30.8
その他の製造業	82	24.4	46.3	29.3	▲4.9	▲1.2
製造業計	189	27.5	40.2	32.3	▲4.8	▲11.3

【出荷額】

1～3月期の出荷額D I（前期比、「増加」－「減少」）は、生産額D Iと同じく年末要因の剥落で悪化傾向となりやすい項目ということもあり、▲2.7とマイナスに転じた（前々回▲20.3→前回3.5→今回▲2.7）。もっとも、生産額D I同様、例年の悪化幅に比較して（2006～2015年の悪化幅平均は▲14.8ポイント）小幅にとどまった。業種別では、その他の製造業はマイナスに転じたものの、金属製品はプラスが続き、機械器具はマイナス幅が縮小した。

表5. 出荷額

業種	当期の出荷額は前期に比べて					
	回答数	構成比(%)			D I	前回D I
		増加	横這	減少		
金属製品	51	35.3	47.1	17.6	17.7	20.0
機械器具	56	33.9	28.6	37.5	▲3.6	▲15.1
その他の製造業	83	20.5	44.6	34.9	▲14.4	7.3
製造業計	190	28.4	40.5	31.1	▲2.7	3.5

【製品在庫】

1～3月期の製品在庫D I（前期比、「不足」－「過剰」）は▲9.9と、マイナス（過剰超）が続き（前々回▲12.1→前回▲6.7→今回▲9.9）、在庫過剰感は残存している。業種別の内訳をみると、すべての業種がマイナスであった。

表6. 製品在庫

業種	当期の製品在庫は前期に比べて					
	回答数	構成比(%)			D I	前回D I
		不足	適正	過剰		
金属製品	46	6.5	84.8	8.7	▲2.2	4.0
機械器具	55	5.5	76.3	18.2	▲12.7	▲9.4
その他の製造業	80	8.8	69.9	21.3	▲12.5	▲11.2
製造業計	181	7.2	75.7	17.1	▲9.9	▲6.7

【原材料仕入価格】

1～3月期の原材料仕入価格D I（前期比、「値上」－「値下」）は37.4と、プラス（値上超）幅が前々回、前回と拡大傾向で推移しており、仕入価格は上昇している（前々回2.9→前回16.5→今回37.4）。業種別には、すべての業種でプラス幅が拡大した。

表7. 原材料仕入価格

業種	当期の原材料仕入価格は前期に比べて					
	回答数	構成比(%)			D I	前回D I
		値上	横這	値下		
金属製品	50	56.0	44.0	0.0	56.0	24.1
機械器具	55	38.2	60.0	1.8	36.4	23.1
その他の製造業	82	29.3	68.3	2.4	26.9	6.2
製造業計	187	39.0	59.4	1.6	37.4	16.5

【製品販売価格】

1～3月期の製品販売価格D I（前期比、「値上」－「値下」）は▲3.7と、マイナス（値下超）幅は若干縮小した（前々回▲9.3→前回▲5.9→今回▲3.7）。業種別では、すべての業種がマイナスとなったが、機械器具はマイナス幅が大きく縮小した。

表8. 製品販売価格(前期比)

業種	当期の製品販売価格は前期に比べて					
	回答数	構成比(%)			D I	前回D I
		値上	横這	値下		
金属製品	51	5.9	82.3	11.8	▲5.9	▲3.7
機械器具	55	5.5	85.4	9.1	▲3.6	▲16.7
その他の製造業	83	2.4	92.8	4.8	▲2.4	1.2
製造業計	189	4.2	87.9	7.9	▲3.7	▲5.9

前年同期と比べた製品販売価格D Iは▲7.9と、マイナス（値下超）で推移した（前々回▲11.7→前回▲9.5→今回▲7.9）。

表9. 製品販売価格（前年同期比）

業 種	当期の製品販売価格は前年同期に比べて					
	回答数	構成比(%)			D I	前回D I
		値上	横這	値下		
金 属 製 品	51	7.8	76.5	15.7	▲ 7.9	▲ 14.8
機 械 器 具	56	5.4	80.3	14.3	▲ 8.9	▲ 18.8
その他の製造業	82	2.4	87.8	9.8	▲ 7.4	1.2
製造業計	189	4.8	82.5	12.7	▲ 7.9	▲ 9.5

【 採算状況 】

1～3月期の採算状況D I（前期比、「好転」－「悪化」）は▲14.8と、仕入価格の上昇などが影響しているとみられ、マイナス幅は拡大した（前々回▲19.3→前回▲10.4→今回▲14.8）。業種別の内訳をみると、全ての業種がマイナスであった。

表10. 採算状況

業 種	当期の採算状況は前期に比べて					
	回答数	構成比(%)			D I	前回D I
		好転	横這	悪化		
金 属 製 品	51	7.8	74.6	17.6	▲ 9.8	▲ 1.8
機 械 器 具	56	21.4	50.0	28.6	▲ 7.2	▲ 24.3
その他の製造業	83	9.6	57.9	32.5	▲ 22.9	▲ 4.8
製造業計	190	12.6	60.0	27.4	▲ 14.8	▲ 10.4

【 資金繰り 】

1～3月期の資金繰りD I（前期比、「好転」－「悪化」）は▲6.4とマイナス（悪化超）が続き資金繰りには厳しさが残る（前々回▲8.7→前回▲3.5→今回▲6.4）。業種別の内訳をみると、金属製品やその他の製造業が再びマイナスに転じ、すべての業種がマイナスとなった。

表11. 資金繰り

業 種	当期の資金繰りは前期に比べて					
	回答数	構成比(%)			D I	前回D I
		好転	横這	悪化		
金 属 製 品	50	6.0	80.0	14.0	▲ 8.0	3.6
機 械 器 具	56	10.7	75.0	14.3	▲ 3.6	▲ 15.6
その他の製造業	82	8.5	75.6	15.9	▲ 7.4	1.2
製造業計	188	8.5	76.6	14.9	▲ 6.4	▲ 3.5

【 受注状況 】

1～3月期の受注状況D I（前期比、「好転」－「悪化」）は▲4.7と、マイナス（悪化超）が続いた（前々回▲21.2→前回▲2.9→今回▲4.7）。業種別の内訳をみると、金属製品はプラスで推移し、機械器具はプラスに転じたものの、その他の製造業はマイナス幅が拡大した。

表12. 受注状況

業 種	当期の受注状況は前期に比べて					
	回答数	構成比(%)			D I	前回D I
		好転	横這	悪化		
金 属 製 品	51	25.5	58.8	15.7	9.8	5.5
機 械 器 具	55	32.7	38.2	29.1	3.6	▲ 9.2
その他の製造業	83	14.5	51.8	33.7	▲ 19.2	▲ 3.6
製造業計	189	22.8	49.7	27.5	▲ 4.7	▲ 2.9

【 設備投資額 】

1～3月期の設備投資額D I（前年同期比、「増加」－「減少」）は5.4と、プラス（増加超）幅が前回より拡大し（前々回▲0.9→前回0.5→今回5.4）、設備投資は増加傾向である。業種別には、金属製品とその他の製造業はプラスが続き、機械器具で下げ止まりの動きがみられた。

表13. 設備投資額

業 種	当期の設備投資額は前年同期に比べて					
	回答数	構成比(%)			D I	前回D I
		増加	横這	減少		
金 属 製 品	50	16.0	70.0	14.0	2.0	11.1
機 械 器 具	55	21.8	56.4	21.8	±0	▲ 12.5
その他の製造業	81	19.8	71.6	8.6	11.2	3.9
製造業計	186	19.4	66.6	14.0	5.4	0.5

【 向こう3カ月の景況 】

1～3月期における向こう3カ月の景況判断D I（「好転」－「悪化」）は▲3.2と、マイナス（悪化超）で推移した（前々回▲8.2→前回▲4.5→今回▲3.2）。業種別の内訳をみると、その他の製造業はプラスに転じたものの、機械器具はマイナス幅縮小の動きにとどまり、金属製品はマイナスに転じた。

表14. 向こう3カ月の景況

業 種	向こう3カ月の景況					
	回答数	構成比(%)			D I	前回D I
		好転	横這	悪化		
金 属 製 品	51	17.6	54.9	27.5	▲ 9.9	5.5
機 械 器 具	55	21.8	52.7	25.5	▲ 3.7	▲ 7.8
その他の製造業	82	23.2	54.8	22.0	1.2	▲ 8.5
製造業計	188	21.3	54.2	24.5	▲ 3.2	▲ 4.5

2. 非製造業の景気動向

景況天気図は

(前回)



晴れ

(今回)



建設業

景況天気図は

(前回)



晴れ

(今回)



1～3月期の状況を各種DI（前期比）で見ると、売上額はプラス（増加超）で推移しているが、資材仕入価格や労務費の高止まりのもとで、採算状況はマイナス（悪化超）に転じた。工事引合件数、受注状況はマイナス（悪化超）に転じた。向こう3カ月の景況は前回のプラス（好転超）から±0となり、業況改善の見込みに弱さがみられる。

前年同期比DIをみると、売上額や受注状況はプラスが続いた。設備投資額はマイナス（減少超）であり、抑制的な動きとなっている。

表15. 建設業の景気動向

景気動向指標	回答数	構成比(%)			DI	前回DI	
		増加 不足 値上 好転	横這 適正	減少 過剰 値下 悪化			
前期比	売上額	34	29.4	50.0	20.6	8.8	5.7
	資材仕入価格	32	21.9	78.1	0.0	21.9	25.7
	労務費	32	9.4	84.3	6.3	3.1	20.0
	工事引合件数	32	21.9	53.1	25.0	▲ 3.1	±0
	受注単価	32	9.4	81.2	9.4	±0	2.8
	採算状況	32	9.4	71.8	18.8	▲ 9.4	2.9
	資金繰り	32	18.8	74.9	6.3	12.5	±0
	受注状況	32	15.6	62.5	21.9	▲ 6.3	2.9
向こう3カ月の景況	32	21.9	56.2	21.9	±0	2.8	
前同期年比	売上額	34	35.3	47.1	17.6	17.7	14.8
	受注状況	32	21.9	59.3	18.8	3.1	8.6
	設備投資額	31	12.9	71.0	16.1	▲ 3.2	▲ 3.1

卸売業

景況天気図は

(前回)



(今回)

晴れ



1～3月期を前期と比べると、客単価がプラス（増加超）に転じ、販売先数・客数はマイナス幅が縮小したことから、売上額はプラス（増加超）に転じた。商品仕入価格はプラス（値上超）が続き仕入コストは上昇傾向ながら商品販売価格がプラスに転じており、採算状況のマイナス（悪化超）幅は大きく縮小した。向こう3カ月の景況はプラス（好転超）となった。

前年同期とのD Iの比較でみると売上額、販売先数・客数ともプラスに転じた。業績環境は好転しているものの、設備投資額はマイナス（減少超）幅が拡大し、慎重な投資姿勢を崩していない。

表16. 卸売業の景気動向

景気動向指標	回答数	構成比(%)			DI	前回DI	
		増加 不足 値上 好転	横這 適正	減少 過剰 値下 悪化			
前期比	売上額	33	36.4	39.4	24.2	12.2	▲ 17.4
	販売先数・客数	33	9.1	72.7	18.2	▲ 9.1	▲ 21.8
	客単価	33	18.2	66.6	15.2	3.0	▲ 13.0
	商品仕入価格	33	24.2	75.8	0.0	24.2	13.1
	商品在庫	33	6.1	81.8	12.1	▲ 6.0	▲ 17.4
	商品販売価格	33	12.1	84.9	3.0	9.1	▲ 8.7
	採算状況	33	6.1	78.7	15.2	▲ 9.1	▲ 34.8
	資金繰り	33	3.0	81.8	15.2	▲ 12.2	▲ 17.4
	粗利益率	32	15.6	65.6	18.8	▲ 3.2	▲ 31.9
	向こう3カ月の景況	33	21.2	63.6	15.2	6.0	▲ 17.4
前年同期比	売上額	33	36.4	36.3	27.3	9.1	▲ 39.1
	販売先数・客数	32	15.6	71.9	12.5	3.1	▲ 21.8
	設備投資額	31	6.5	70.9	22.6	▲ 16.1	▲ 9.5

小売業

景況天気図は

(前回)



(今回)

曇り



1～3月期の各種D I（前期比）は、客単価はプラス（増加超）となったが、販売先数・客数がマイナス（減少超）に転じ、この結果、売上額はマイナスとなった。もともと、採算状況は±0（前期から変化なし）と落ち着いた動きとなっている。背景には、商品仕入価格はプラス（値上超）が続いているものの、同時に商品販売価格もプラスとなっており、価格転嫁が進んでいることがあげられる。向こう3カ月の景況はプラス（好転超）と、明るさがみられる。

前年同期との比較では、売上額、販売先数・客数はマイナス（減少超）となった。設備投資額はプラス（増加超）に転じた。

表17. 小売業の景気動向

景気動向指標		回答数	構成比(%)			DI	前回DI
			増加 不足 値上 好転	横這 適正	減少 過剰 値下 悪化		
前期比	売上額	15	13.3	46.7	40.0	▲ 26.7	±0
	販売先数・客数	15	6.7	40.0	53.3	▲ 46.6	18.2
	客単価	15	13.3	86.7	0.0	13.3	±0
	商品仕入価格	15	53.3	40.0	6.7	46.6	45.5
	商品在庫	15	6.7	93.3	0.0	6.7	±0
	商品販売価格	15	26.7	60.0	13.3	13.4	±0
	採算状況	15	13.3	73.4	13.3	±0	±0
	資金繰り	15	6.7	73.3	20.0	▲ 13.3	±0
	粗利益率	15	33.3	46.7	20.0	13.3	10.0
向こう3カ月の景況	15	26.7	53.3	20.0	6.7	▲ 40.0	
前同期年比	売上額	15	26.7	40.0	33.3	▲ 6.6	±0
	販売先数・客数	15	20.0	46.7	33.3	▲ 13.3	±0
	設備投資額	15	20.0	66.7	13.3	6.7	▲ 36.4

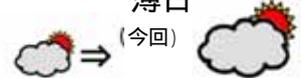
サービス業

景況天気図は

薄日

(前回)

(今回)



1～3月期を前期と比べると、客単価、客数ともにマイナス（減少超）で、この結果、売上額はマイナス（減少超）となった。向こう3カ月の景況はマイナス（悪化超）ではあるが、マイナス幅は縮小した。

前年同期との対比では、売上額と客数はマイナス（減少超）であった。収益環境の改善は遅れているものの、設備投資額は前回調査の大幅なマイナスから±0となり、下げ止まりの動きが見られた。

表18. サービス業の景気動向

景気動向指標		回答数	構成比(%)			DI	前回DI
			増加 不足 値上 好転	横這 適正	減少 過剰 値下 悪化		
前期比	売上額	27	14.8	51.9	33.3	▲ 18.5	3.2
	客数	28	10.7	57.2	32.1	▲ 21.4	3.4
	客単価	27	14.8	51.9	33.3	▲ 18.5	▲ 12.9
	採算状況	28	3.6	82.1	14.3	▲ 10.7	▲ 22.5
	資金繰り	28	7.1	75.0	17.9	▲ 10.8	▲ 6.5
	粗利益率	28	7.1	71.5	21.4	▲ 14.3	▲ 9.7
	向こう3カ月の景況	28	14.3	67.8	17.9	▲ 3.6	▲ 6.4
前同期年比	売上額	27	11.1	63.0	25.9	▲ 14.8	▲ 13.3
	客数	27	11.1	66.7	22.2	▲ 11.1	▲ 13.8
	設備投資額	27	11.1	77.8	11.1	±0	▲ 29.6

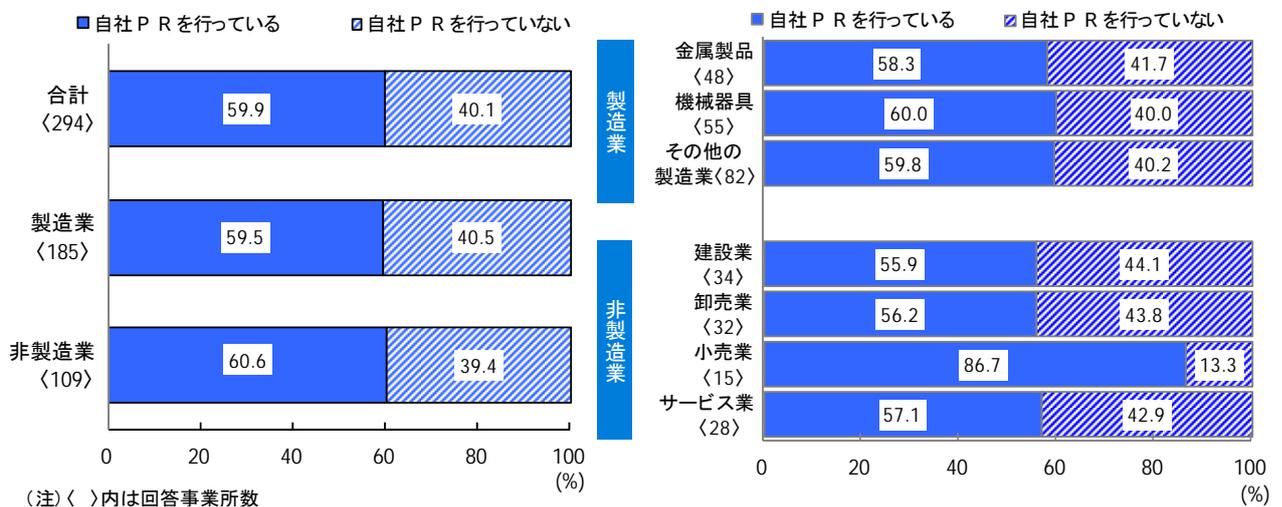
3. 自社のPR方法について

(1) 自社PRの実施有無

自社のPR方法について尋ねたところ、全体（回答事業所数は294）では、何らかの方法で自社PRを行っている事業所が59.9%を占め、行っていない事業所の割合（40.1%）を上回った（図7）。

業種別にみると、製造業、非製造業という括りではPRの実施有無についてそれぞれの事業所割合に大きな差はみられなかった。もっとも、業種別を詳細にみれば、非製造業・小売業で実施事業所の割合が86.7%と、全体平均を大きく上回った。

図7. 自社PRの実施有無(業種別)



従業員規模別にみると、規模が大きいほど実施事業所の割合は多くなり、5～19人規模は52.1%、20～49人と50～99人規模はともに66.7%、100人以上規模は89.5%を占めた（図8）。

事業形態別にみると、自社のPRを行っている事業所割合はB to B（企業を相手として行う取引）の場合は57.5%、B to C（消費者を相手として行う取引）の場合は85.1%であった（図9）。

図8. 自社PRの実施有無(従業員規模別)

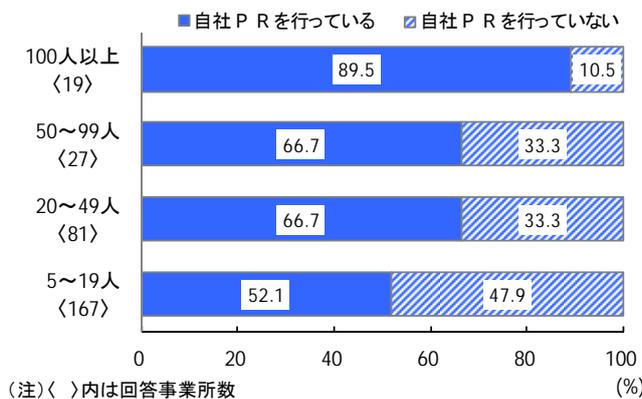
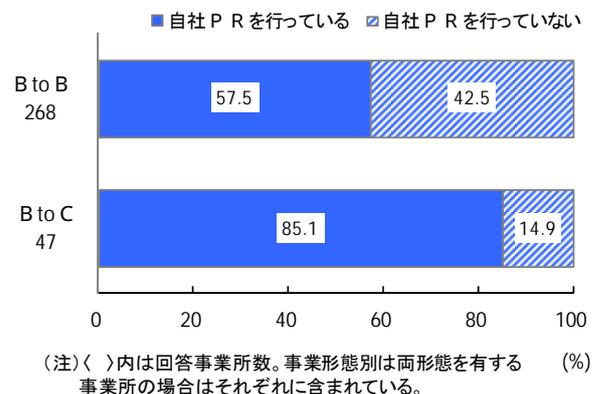


図9. 自社PRの実施有無(事業形態別)

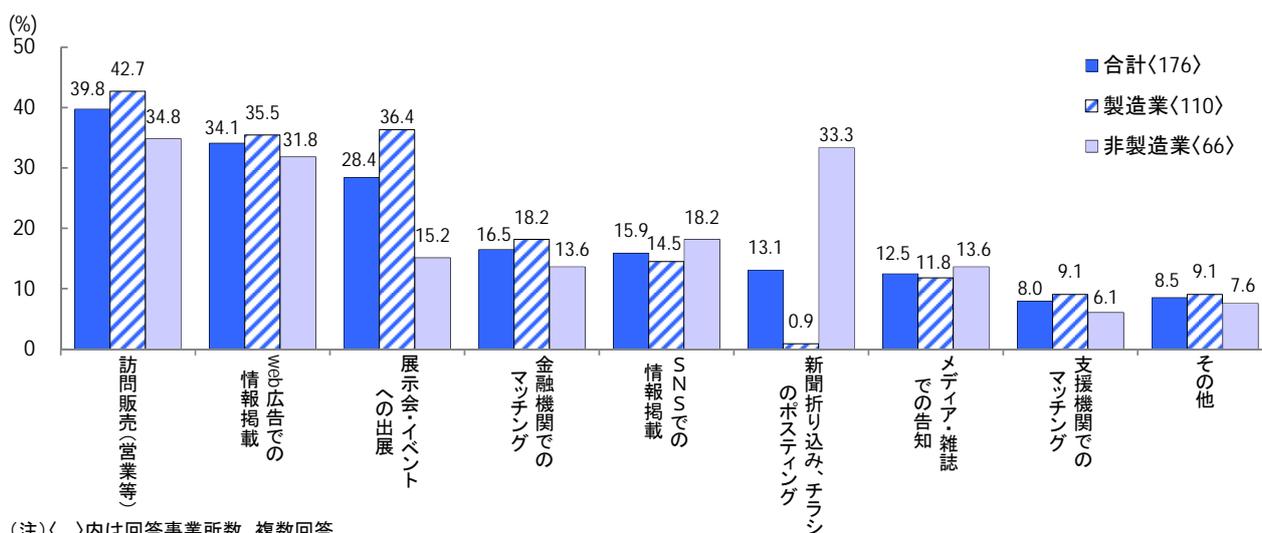


(2) 自社のPR方法

自社のPRを行っている事業所（回答事業所数は176）では、その方法として「訪問販売（営業等）」（39.8%）が最も多く、次いで「web 広告での情報掲載」（34.1%）、「展示会・イベントへの出展」（28.4%）が続いた（図10）。一方、金融機関や支援機関でのマッチングはそれぞれ16.5%、8.0%と第三者を介した自社紹介の機会はさほど活用されていない。また、「SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）での情報掲載」は15.9%と、「web 広告での情報掲載」ほどには普及しておらず、「メディア・雑誌での告知」（12.5%）とさほど差はなかった。

業種別にみると、製造業では「訪問販売（営業等）」が42.7%と最多で、次いで「展示会・イベントへの出展」（36.4%）、「web 広告での情報掲載」（35.5%）が多かった。非製造業では、製造業と同様に「訪問販売（営業等）」（34.8%）、「web 広告での情報掲載」（31.8%）が主要な方法に挙げられたが、加えて「新聞折り込み、チラシのポスティング」（33.3%）も上位にあげられた。

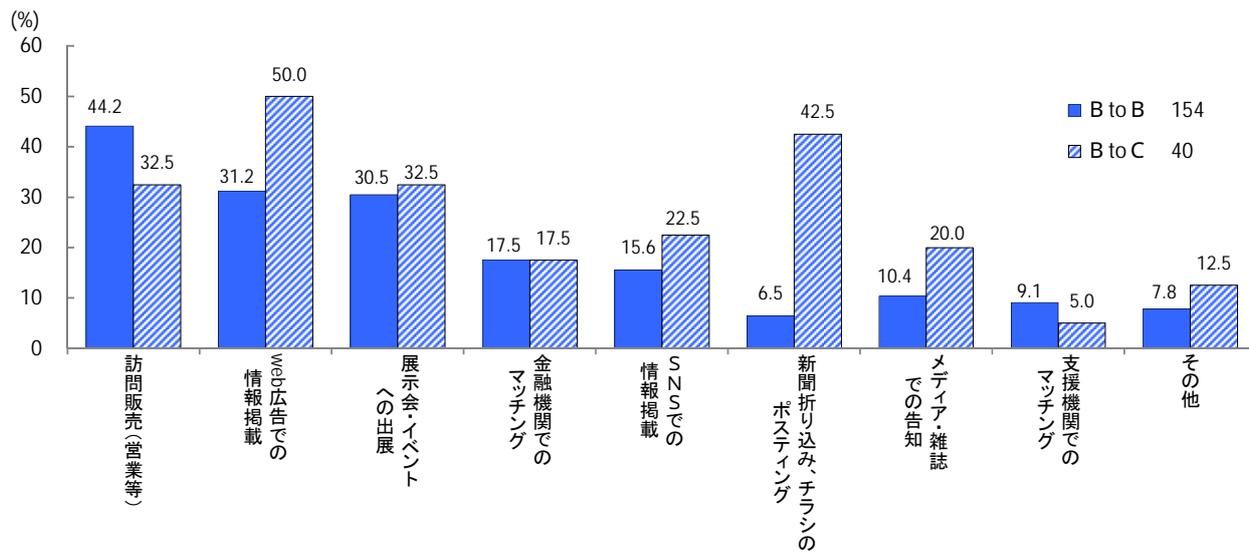
図10. 自社のPR方法(業種別)



(注)〈 〉内は回答事業所数。複数回答。

事業形態別では、BtoBの場合は「訪問販売（営業等）」（44.2%）が最も多く、次いで「web 広告での情報掲載」（31.2%）、「展示会・イベントへの出展」（30.5%）が多かった（図11）。BtoCの場合は「web 広告での情報掲載」（50.0%）が半数を占め、「新聞折り込み、チラシのポスティング」（42.5%）、「訪問販売（営業等）」（32.5%）、「展示会・イベントへの出展」（32.5%）を上回った。BtoC企業はBtoB企業に比べると、「web 広告での情報掲載」や「新聞折り込み、チラシのポスティング」、「メディア・雑誌での告知」、「SNSでの情報掲載」といった、不特定多数に訴求する方法の割合が上回るが、「SNSでの情報掲載」では他の手段に比べるとBtoBとBtoCとの差は僅かにとどまった。

図 11. 自社のPR方法(事業形態別)



(注) 〈 〉内は回答事業所数。複数回答。事業所形態別は両形態を有する事業所の場合はそれぞれに含まれている。

4. 経営上の問題点・業界の動向など

○各業種から寄せられた特徴的なコメントは以下のとおり。

業種	規模	コメント内容
製造業	A	国内生産は良くなると思う。世界の動きに注目。
製造業	B	人手不足で採用が行えない。
製造業	A	日本国内の設備投資は今年の8月から年末は良くなっていくように思う。中国の設備投資が良くなってきたので、その影響が日本にも出てくると考える。
製造業	A	今年に入って急に受注が増加した。今年は良い年になりそう。
製造業	A	先行きが不透明で得意先も最小限の仕入れしか行わない。
製造業	A	3月の仕入材料の大幅な値上がりだが、4月以降の収益にどの程度影響してくるか懸念しています。
製造業	A	受注先との信頼関係を大切にしている。手作りなので、いい物を作って納期内に納める。
建設業	B	なぜか予定物件が設計等の関係の遅延でズレ込み、仕事が重なってくる。無駄やロスが多い。
建設業	A	自社の特長を理解して営業活動を行う。
卸・小売業	B	3月期末、各取引先で景況が良くなった所が増えた。
卸・小売業	B	珍味関係（特にスルメイカ、北海道釧路港）の水揚げ量は前年比83%減。水産加工品は原材料が高騰、容量を半分にし価格の据置措置等は不透明。
卸・小売業	B	お客様のためにコンプライアンスを守ります。

業種	規模	コメント内容
卸・小売業	E	近隣に1店舗、自社競合店が出店した割には前年並みに推移しており、健闘していると思われる。
卸・小売業	B	昔は2・8（ニッパチ）と言われていた暇な月が忙しかったのですが、今年は全然忙しくなかった。どの様にしたら売上アップ出来るのかと社員の知恵を待っています。
サービス業	A	好・不況にはあまり左右されず一定の客数・売上でここ2、3年変わらず。得々チケットの効果は大変ある。新規客の来店もある。
サービス業	B	自社のPR方法について、メディア、雑誌については取材のみで無料掲載を利用している。

※規模

A=5～19人、B=20～49人、C=50～99人、D=100～299人、E=300人以上

※コメントは、できるだけ原文のまま掲載していますが、一部にご意見の主旨を曲げることなく加筆・修正している場合があります。また、調査を実施した2017年3月時点での表現となっています。

 **八尾商工会議所**

〒581-0006 八尾市清水町1-1-6 TEL (072)922-1181
<http://www.yaocci.or.jp>

 **八尾市** 経済環境部産業政策課

〒581-0006 八尾市清水町1-1-6 TEL (072)924-3845
八尾商工会議所会館内
<http://www.city.yao.osaka.jp>