

景気見通し調査(平成30年12月期)

調査結果

福井商工会議所
中小企業総合支援センター

【調査の概要】

当調査は、福井商工会議所管内の小規模事業所の短期的な景気動向を把握するため、毎年3月・6月・9月・12月の年4回実施している。

- 調査時期** 平成30年12月3日(月)～12月7日(金)
調査方法 FAXによる送付、回収
調査対象 福井商工会議所 会員小規模事業所より 347件を抽出
(製造業・建設業・その他・・・従業員20人以下の事業所
卸売業・小売業・サービス業・・・従業員5人以下の事業所)
回答数 179件 (回答率51.6%)

	製造業	建設業	卸売業	小売業	サービス業	合計
5名以内	16	17	14	8	14	69(38.6%)
6～10名以内	14	12	7	4	8	45(25.1%)
11名以上	21	15	6	6	17	65(36.3%)
計	51(28.4%)	44(24.6%)	27(15.1%)	18(10.1%)	39(21.8%)	179

DI値とは

ディフュージョン・インデックス(Diffusion Index)の略で、景気動向を示す指標。「良い」「上昇した」とする企業割合から、「悪い」「下落した」とする企業割合を差し引いた値。「現在」DI値は3か月前を基準とした現在の状況、「先行」DI値は今後3か月後の状況を予測したもの。

【調査結果の概要】

全体では改善傾向にあるが、今後は悪化の見込み

トピックス調査:経営課題(内部要因)への対策について

① 業界の景況

北陸新幹線沿線工事に伴う、工事受注増加により建設業が好調。

④仕入価格

天候不良による収穫量減少や工事量増加による原材料の不足により、仕入価格が高騰。

②自社の景況

国体の特需による受注増加で建設業と小売業が好調。

⑤販売価格

仕入価格が高騰するも、販売価格へ転嫁することで、建設業のみ改善。

③売上高(受注高)

輸出向けの製品の受注増加に伴い製造業が改善。小売業も僅かに回復。

⑥採算(収支)

仕入価格の高騰による、他社との価格競争の影響で卸売業、小売業が悪化。

■業界別の動向

業種	コメント	前回調査との比較					
		①業界の景況	②自社の景況	③売上高 (受注高)	④仕入価格 (商品、資材、 原材料等)	⑤販売価格 (受注単価)	⑥採算 (収支)
全業種		↑	↑	↑	↓	↓	↑
製造業	+ 受注の増加	↑	↑	↑	↓	↓	↑
	+ 輸出向けの高級品が好調	↑	↑	↑	↓	↓	↑
	+ 新事業が好調	↑	↑	↑	↓	↓	↑
建設業	- 人手不足による納期の遅れ	↑	↑	↑	↓	↓	↑
	+ 公共事業の受注増加	↑	↑	↓	↓	↑	↑
	+ 大雪、台風関係の復旧工事の増加	↑	↑	↓	↓	↑	↑
卸売業	- 気候不良	↑	↑	↓	↓	↑	↑
	- 仕入価格の高騰	↑	↑	↓	↓	↑	↑
	- 仕入価格の高騰	↓	↓	↓	→	↓	↓
小売業	- 消費が回復していない	↓	↓	↓	→	↓	↓
	+ 売上の増加	↓	↓	↑	↓	↓	↓
	- 仕入価格の高騰	↓	↓	↑	↓	↓	↓
サービス業	- 天候不良	↓	↓	↓	↓	↓	↓
	- 顧客の減少	↓	↓	↓	↓	↓	↓
	+ 国体消費による売上の増加	↓	↑	↓	↓	↓	↓
サービス業	- 仕入価格の高騰	↓	↑	↓	↓	↓	↓
	- 人手不足	↓	↑	↓	↓	↓	↓
	- 景気低迷	↓	↑	↓	↓	↓	↓

※青の矢印は改善を、赤の矢印は悪化、白の矢印は維持を表している。

■トピックス調査(概要)

- ・「人材確保・育成」に向けた対策としては、半数近くの事業所がまず「ハローワーク等支援機関での募集」を行い、強化を図る傾向。
- ・「受注・販売量不足」に関しては、既存顧客に対する取り組みよりも、新規顧客開拓で改善を図る傾向。
- ・「営業力不足」では、新規従業員の採用よりも、今いる社員のレベルアップで営業力の強化を図る傾向。

■調査結果概要(調査項目)

①業界の景況	現在DI値	前期比	先行DI値	見込み (先行DI値－現在DI値)
全体	-16.8	6.4	-26.7	-9.9
製造業	-21.6	5.9	-28.6	-7.0
建設業	18.2	13.1	4.5	-13.6
卸売業	-48.1	-1.1	-58.3	-10.2
小売業	-55.6	-11.1	-55.6	0.0
サービス業	-10.3	-3.6	-27.0	-16.7
②自社の景況	現在DI値	前期比	先行DI値	見込み (先行DI値－現在DI値)
全体	-12.8	7.1	-16.7	-3.9
製造業	-7.8	9.8	-13.0	-5.2
建設業	9.1	11.7	-7.7	-16.8
卸売業	-48.1	-9.9	-30.4	17.7
小売業	-55.6	-11.1	-40.0	15.6
サービス業	0.0	3.3	-12.1	-12.1
③売上高	現在DI値	前期比	先行DI値	見込み (先行DI値－現在DI値)
全体	-12.4	3.2	-25.6	-13.2
製造業	-7.8	21.6	-5.9	1.9
建設業	2.3	-18.8	-21.4	-23.7
卸売業	-37.0	-1.7	-59.3	-22.3
小売業	-41.2	1.1	-47.1	-5.9
サービス業	-5.1	-11.8	-23.1	-18.0
④仕入価格	現在DI値	前期比	先行DI値	見込み (先行DI値－現在DI値)
全体	-48.9	-2.9	-45.1	3.8
製造業	-52.0	-0.1	-46.9	5.1
建設業	-55.8	-3.3	-58.1	-2.3
卸売業	-66.7	0.0	-59.3	7.4
小売業	-44.4	-3.3	-38.9	5.5
サービス業	-25.0	-2.8	-19.4	5.6
⑤販売価格	現在DI値	前期比	先行DI値	見込み (先行DI値－現在DI値)
全体	1.1	-5.0	3.4	2.3
製造業	2.0	-5.8	2.0	0.0
建設業	4.5	7.1	4.5	0.0
卸売業	-11.1	-17.2	3.7	14.8
小売業	16.7	-6.4	11.1	-5.6
サービス業	-2.6	-2.6	0.0	2.6
⑥採算(収支)	現在DI値	前期比	先行DI値	見込み (先行DI値－現在DI値)
全体	-14.6	3.1	-27.0	-12.4
製造業	-11.8	13.7	-23.5	-11.7
建設業	2.3	10.0	-11.4	-13.7
卸売業	-44.4	-12.1	-74.1	-29.7
小売業	-41.2	-19.0	-35.3	5.9
サービス業	-5.1	-8.5	-12.8	-7.7

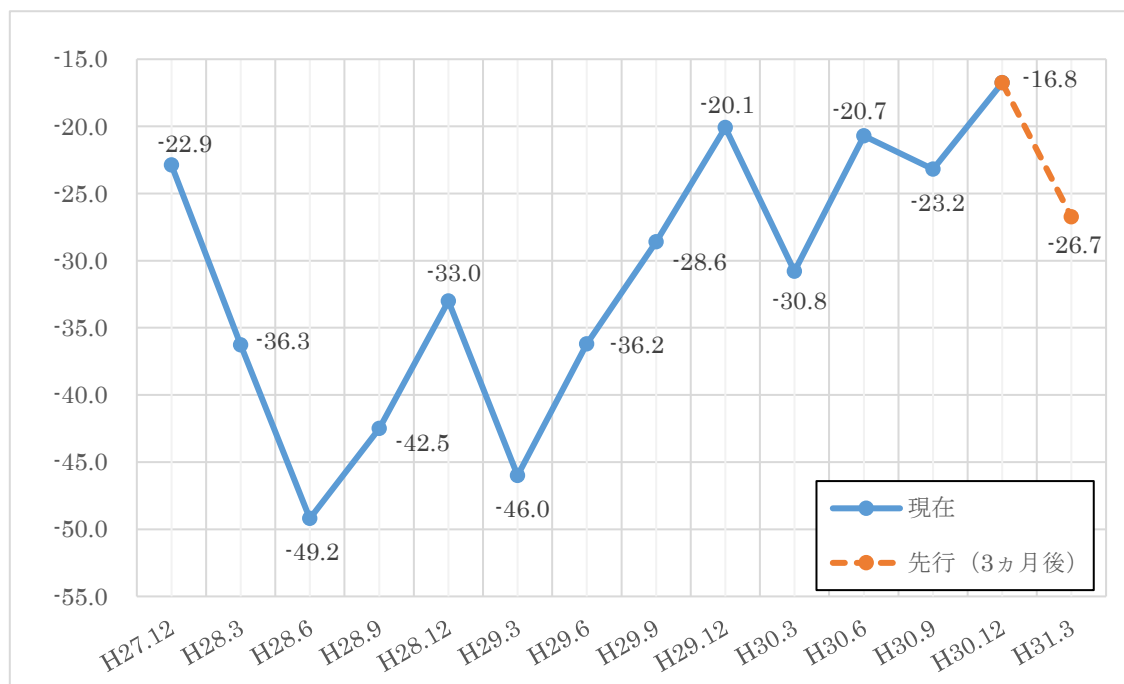
※青の塗潰しは改善を、赤の塗潰しは悪化を、白の塗潰しは維持を表している。

①【業界の景況】

業界全体の現在 DI 値は▲16.8 を示し、前回調査（H30.9 期）から 6.4 ポイント改善した。景況はH28.6 期から徐々に改善し、今回の調査ではH27.12 期以降最高値を示した。しかしながら 3 か月後の先行 DI は▲26.7 と大幅な下落の見通しとなっている。大幅な下落の見通しとなった要因としては、昨年の豪雪の際に生じた「受注量の減少」や「仕入価格の高騰」などの影響を今年も危惧する企業もみられた。

業種別では製造業▲21.6（前回▲27.5）、建設業 18.2（前回 5.1）は改善。一方、卸売業▲48.1（前回▲47.0）、小売業▲55.6（▲44.5）、サービス業▲10.3（前回▲6.7）は悪化となった。

今回の調査で好調であった建設業では、大雪・台風の復旧工事や公共事業などの受注により景況 DI が唯一プラスにでたものの、なかには受注が短期間に集中することによる受注機会ロスも発生していた。

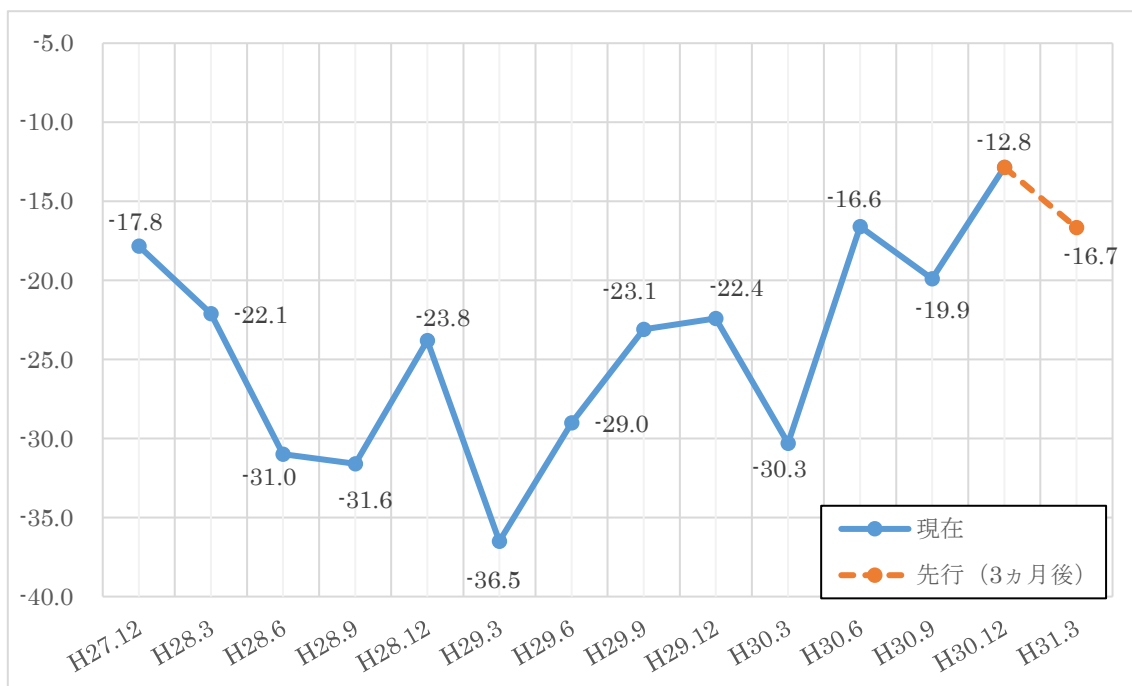


①業界の景況	現在DI値	前期比	先行DI値	見込み (先行DI値－現在DI値)
全体	-16.8	6.4	-26.7	-9.9
製造業	-21.6	5.9	-28.6	-7.0
建設業	18.2	13.1	4.5	-13.6
卸売業	-48.1	-1.1	-58.3	-10.2
小売業	-55.6	-11.1	-55.6	0.0
サービス業	-10.3	-3.6	-27.0	-16.7

②【自社の景況】

自社の景況は、現在 DI 値▲12.8 となり、前回調査より 7.1 ポイント改善した。今回の DI 値は「業界の景況」と同じく H27.12 期以降最高値を示す結果となり、景況は緩やかな改善傾向にあるようである。しかし、「業界の景況」と同様に 3 か月後の先行 DI は▲16.7 と現在 DI より 3.9 ポイント悪化する見込みとなっている。

業種別では、製造業▲7.8（前回▲17.6）、建設業 9.1（前回▲2.5）、サービス業 0.0（前回▲3.3）が改善。一方、卸売業▲48.1（前回▲38.2）、小売業▲55.6（▲44.5）が悪化した。しかしながら、現在 DI で改善した業種は先行 DI では悪化を、反対に現在 DI で悪化した業種は先行 DI で改善を見込んでいる。一喜一憂の状態にある。

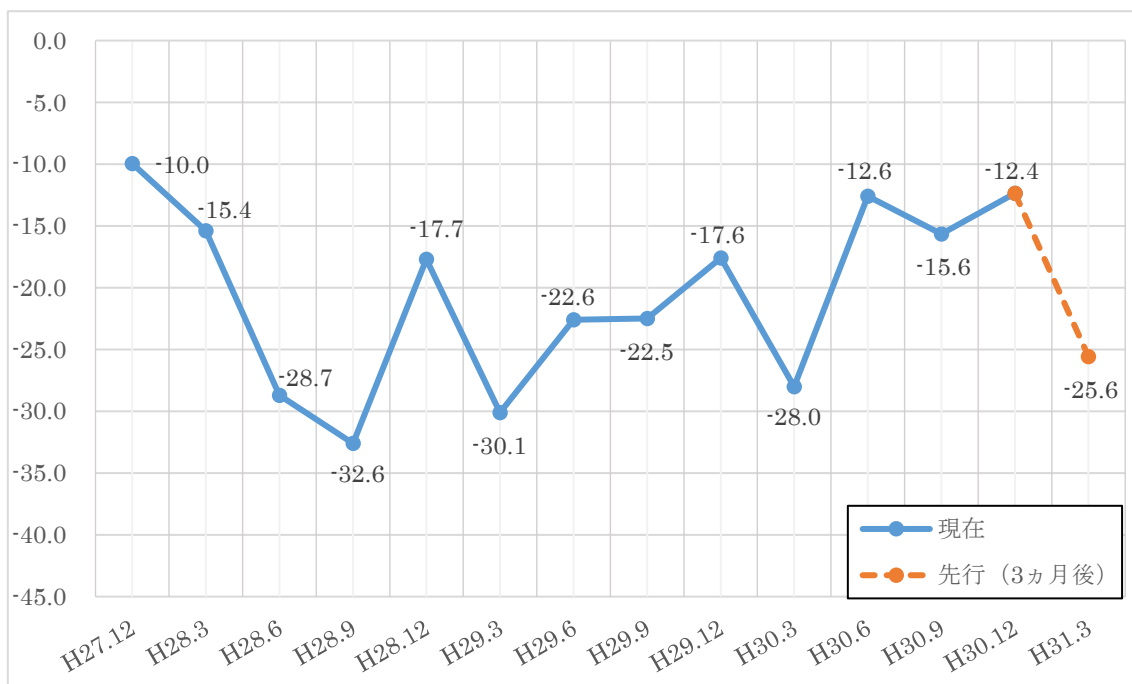


②自社の景況	現在DI値	前期比	先行DI値	見込み (先行DI値－現在DI値)
全体	-12.8	7.1	-16.7	-3.9
製造業	-7.8	9.8	-13.0	-5.2
建設業	9.1	11.7	-7.7	-16.8
卸売業	-48.1	-9.9	-30.4	17.7
小売業	-55.6	-11.1	-40.0	15.6
サービス業	0.0	3.3	-12.1	-12.1

③【売上高(受注高)】

売上高(受注高)の状況を表す現在DI値は▲12.4となり、前回調査から3.2ポイントの改善となった。3か月後の先行DIは▲25.6と大幅な減少の見通しとなっている。大幅な下落の見通しとなった要因としては「業界の景況」と同様に、昨年の豪雪の際に生じた「受注量の減少」や「仕入価格の高騰」など雪と天候不良の影響を今年も危惧しているためと思われる。

業界別では製造業▲7.8(前回▲29.4)、小売業▲41.2(前回▲42.3)が改善、建設業2.3(前回21.1)、卸売業▲37.0(前回▲35.3)、サービス業▲5.1(前回6.7)は悪化となった。製造業が大きく改善した要因としては、「輸出向け商品の受注増加」、「取引先が雪の影響を危惧して受注を早めた」ことが挙げられた。一方、最も減少が大きかった建設業では「受注単価の下落」、「人手不足により対応ができない」などの回答が得られた。

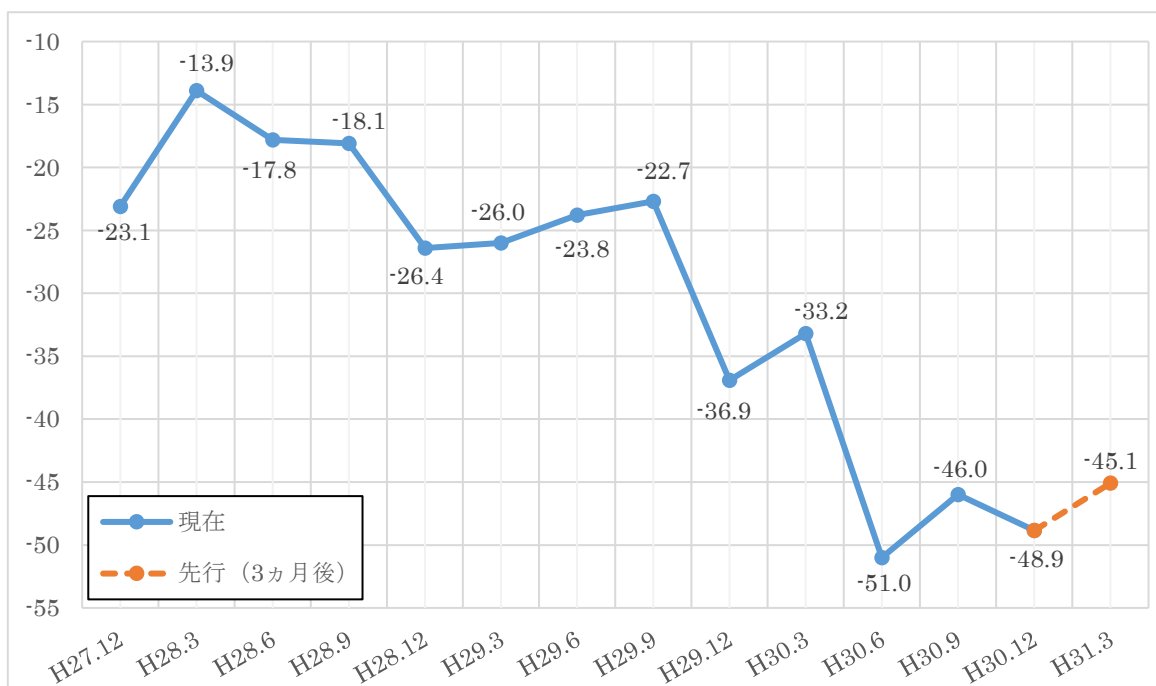


③売上高	現在DI値	前期比	先行DI値	見込み (先行DI値-現在DI値)
全体	-12.4	3.2	-25.6	-13.2
製造業	-7.8	21.6	-5.9	1.9
建設業	2.3	-18.8	-21.4	-23.7
卸売業	-37.0	-1.7	-59.3	-22.3
小売業	-41.2	1.1	-47.1	-5.9
サービス業	-5.1	-11.8	-23.1	-18.0

④【仕入価格】

仕入価格の現在 DI 値は▲48.9 で、前回調査から 2.9 ポイント悪化している。

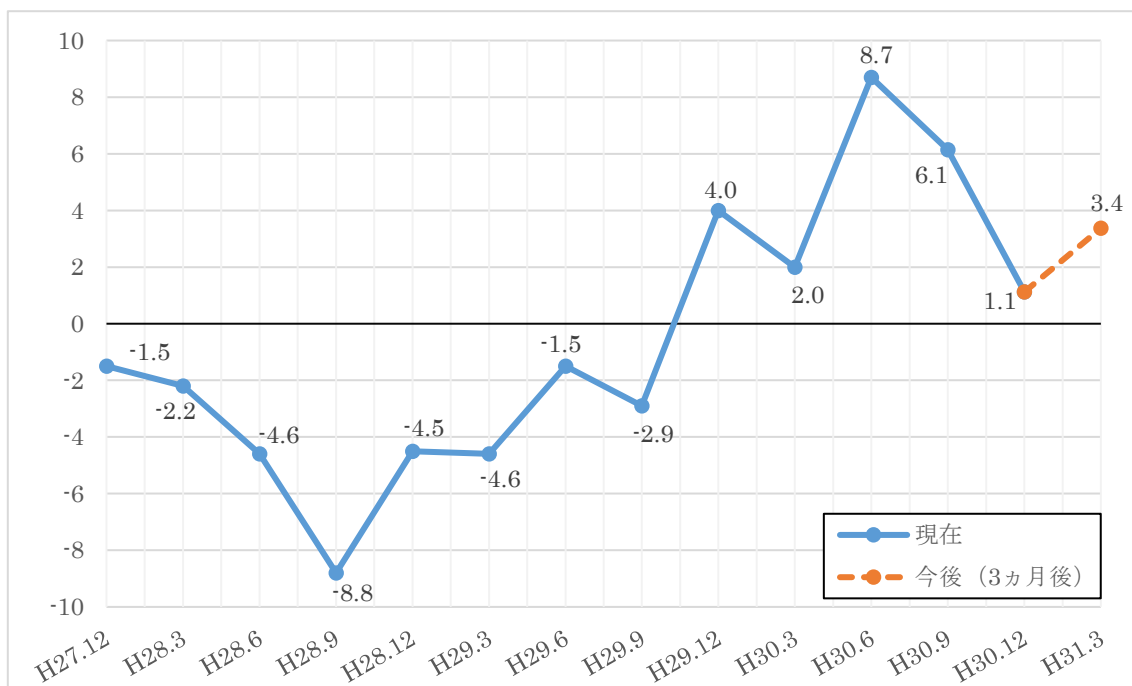
業種別では製造業▲52.0（前回▲51.9）、建設業▲55.8（前回▲52.5）、卸売業▲66.7（前回▲66.7）、小売業▲44.4（前回▲41.2）、サービス業▲25.0（前回▲22.2）と卸売業を除くすべてで悪化した。しかし、3 か月後の先行き DI 値は建設業を除くすべての業種で改善傾向になると見込まれた。また、建設業における現在・先行き DI 値の減少については、北陸新幹線沿線工事に伴う原材料費（コンクリート等）の高騰や人員不足による外注費の増加によるものと推測でき、今後もしばらくは悪化傾向にあると予想される。



④仕入価格	現在DI値	前期比	先行DI値	見込み (先行DI値－現在DI値)
全体	-48.9	-2.9	-45.1	3.8
製造業	-52.0	-0.1	-46.9	5.1
建設業	-55.8	-3.3	-58.1	-2.3
卸売業	-66.7	0.0	-59.3	7.4
小売業	-44.4	-3.3	-38.9	5.5
サービス業	-25.0	-2.8	-19.4	5.6

⑤【販売価格】

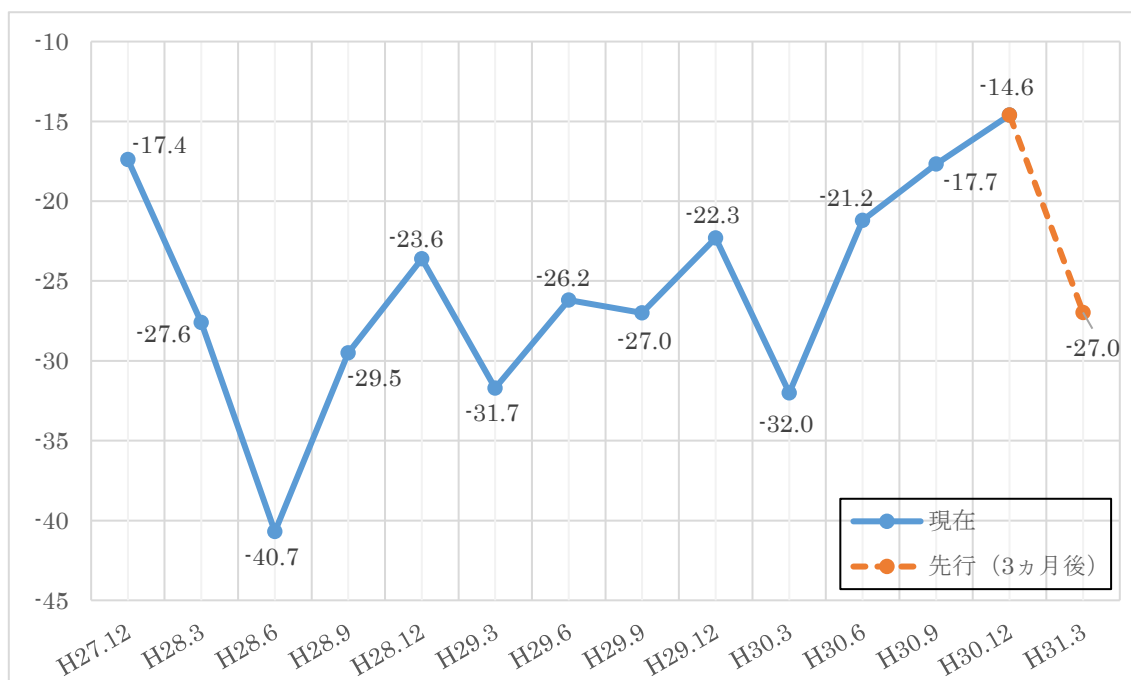
販売価格の現在 DI 値は 1.1 となり、前回調査から 5.0 ポイント悪化したものの、H29.12 以降の DI 値はプラスを維持している。業種別では建設業の現在 DI 値が 4.5（前回▲2.6）となり改善した一方、製造業 2.0（前回 7.8）、卸売業▲11.1（前回 6.1）、小売業 16.7（前回 23.1）、サービス業▲2.6（前回 0.0）は悪化となった。業種別の先行 DI 値は 3.4 と 2.3 ポイントの上昇が見込まれ、業種別では卸売業とサービス業が改善の傾向にあった。しかしながら、卸売業では単に改善したのではなく、「国体期間内に止まっていた大口の注文が入る予定（食品関係）」との回答が得られたことから、今回の調査で大幅に下落したため、その反動で回復するものようである。



⑤販売価格	現在DI値	前期比	先行DI値	見込み (先行DI値－現在DI値)
全体	1.1	-5.0	3.4	2.3
製造業	2.0	-5.8	2.0	0.0
建設業	4.5	7.1	4.5	0.0
卸売業	-11.1	-17.2	3.7	14.8
小売業	16.7	-6.4	11.1	-5.6
サービス業	-2.6	-2.6	0.0	2.6

⑥【採算(収支)】

採算(収支)状況を表す現在DI値は▲14.6と、前回調査から3.1ポイント改善している。業種別では製造業▲11.8(前回▲25.5)、建設業2.3(前回▲7.7)と改善、特に建設業は全業種で唯一現在DIがプラスとなった。一方、卸売業▲44.4(前回▲32.3)、小売業▲41.2(前回▲22.2)、サービス業▲5.1(前回3.4)は悪化となった。3ヶ月後の見通しは、3ヶ月後の先行DI値は▲27.0、12.4ポイント減少の見通しであり、業種別に見ても小売業を除く全業種で悪化の見通しとなっている。悪化の要因として「仕入価格の上昇が後を絶たない」ことや、昨年豪雪の際に生じた「受注量の減少」や「仕入価格の高騰」などの「雪の影響」を心配する回答が多くみられた。



⑥採算(収支)	現在DI値	前期比	先行DI値	見込み (先行DI値-現在DI値)
全体	-14.6	3.1	-27.0	-12.4
製造業	-11.8	13.7	-23.5	-11.7
建設業	2.3	10.0	-11.4	-13.7
卸売業	-44.4	-12.1	-74.1	-29.7
小売業	-41.2	-19.0	-35.3	5.9
サービス業	-5.1	-8.5	-12.8	-7.7

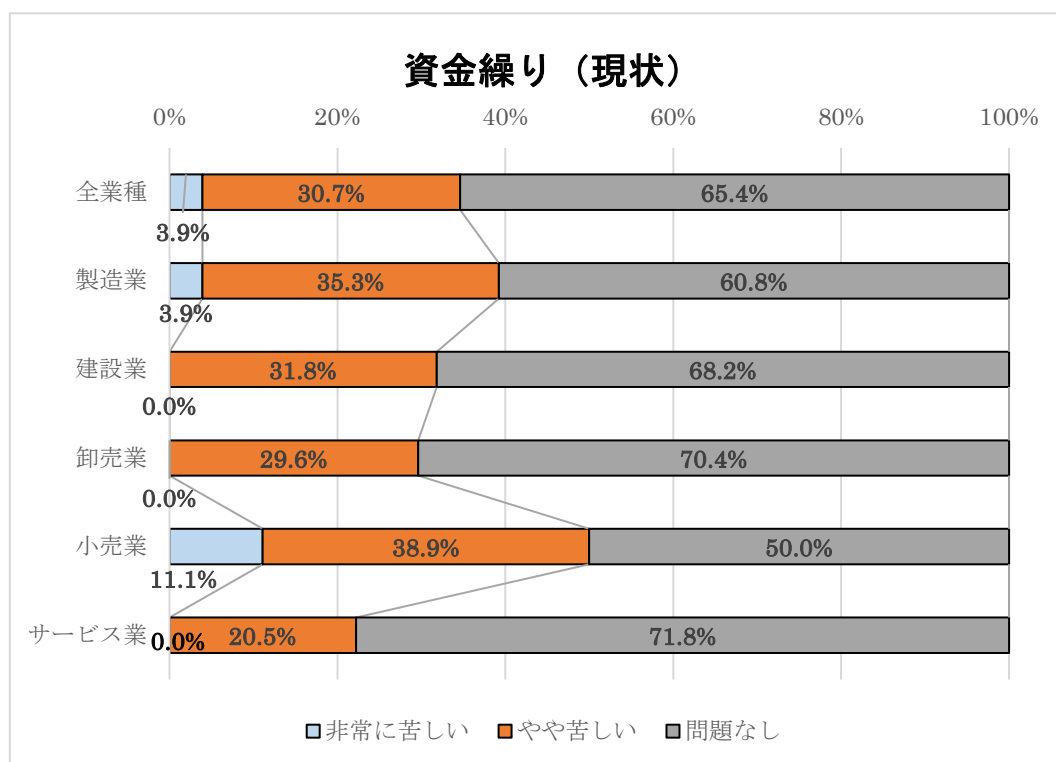
【資金繰り】

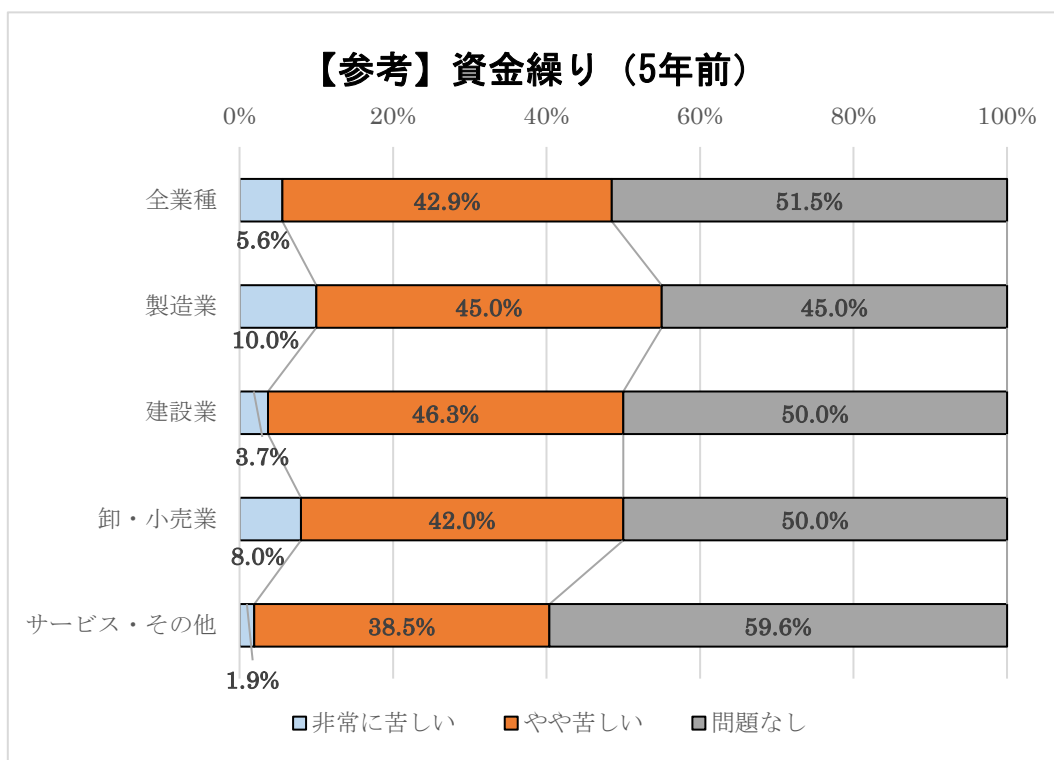
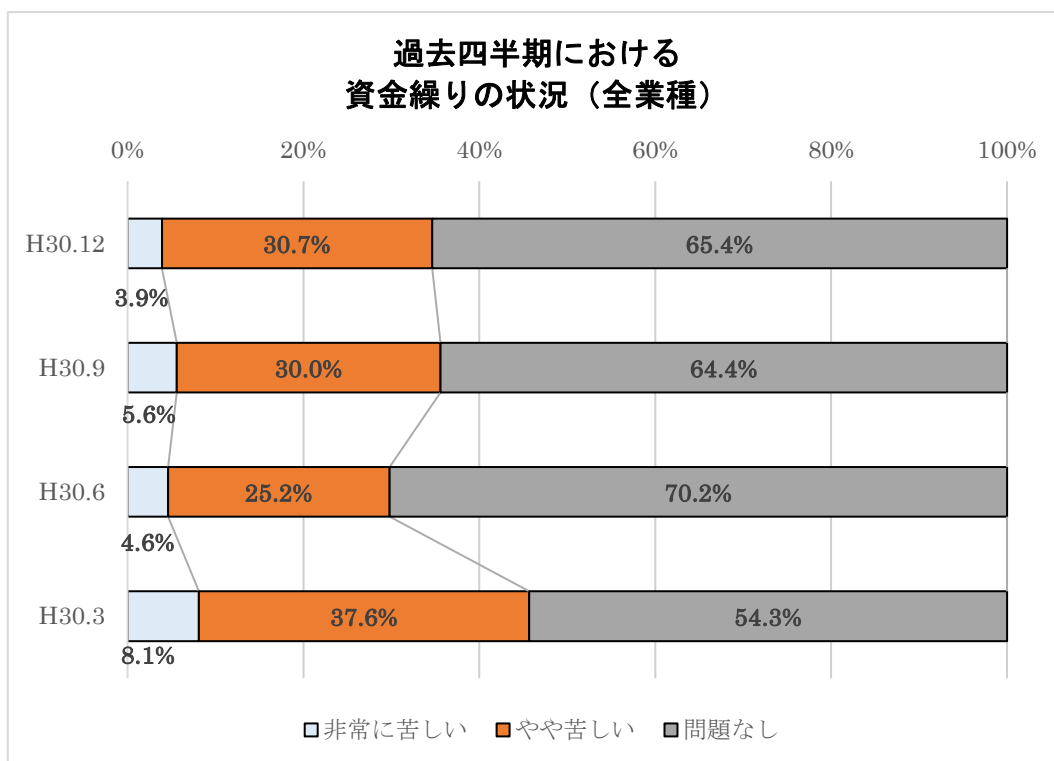
資金繰りの状況は、全業種の65.4%が「問題なし」と回答し、特にサービス業である71.8%が「問題なし」となった。

業種別にみると、小売業が他業種に比べて資金繰りが苦しい（「非常に苦しい」＋「やや苦しい」と回答する割合が多く見られた。しかし、製造業においては「やや苦しい（35.3%）」が5.9%増加したものの、「非常に苦しい（3.9%）」が7.9%減少、また、建設業においては、「非常に苦しい」が0.0%（前回調査時2.6%）、「やや苦しい」が31.8%（前回調査時35.9%）と減少し資金繰りがやや改善されていることが分かる。

今回の調査では、高騰する仕入価格を販売価格に転嫁することができ、資金繰りを改善することのできた製造業と建設業に対して、うまく販売価格に転嫁できず、資金繰りを悪化させた卸売業、小売業とに明暗が分かれる形となった。

5年前の資金繰りの状況と比較すると、ほとんどの業種において資金繰りが苦しいと回答した割合が減少しており、資金繰りが改善してきている。しかし、小売業においては5年前からほとんど変わらず厳しい状況が続いているようである。

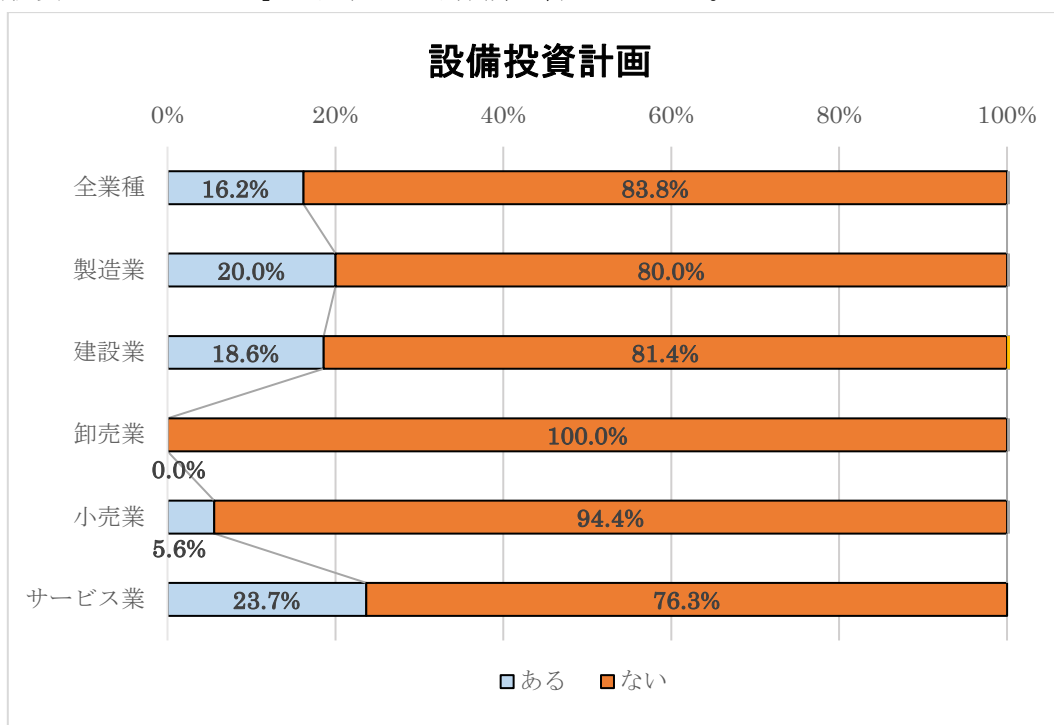




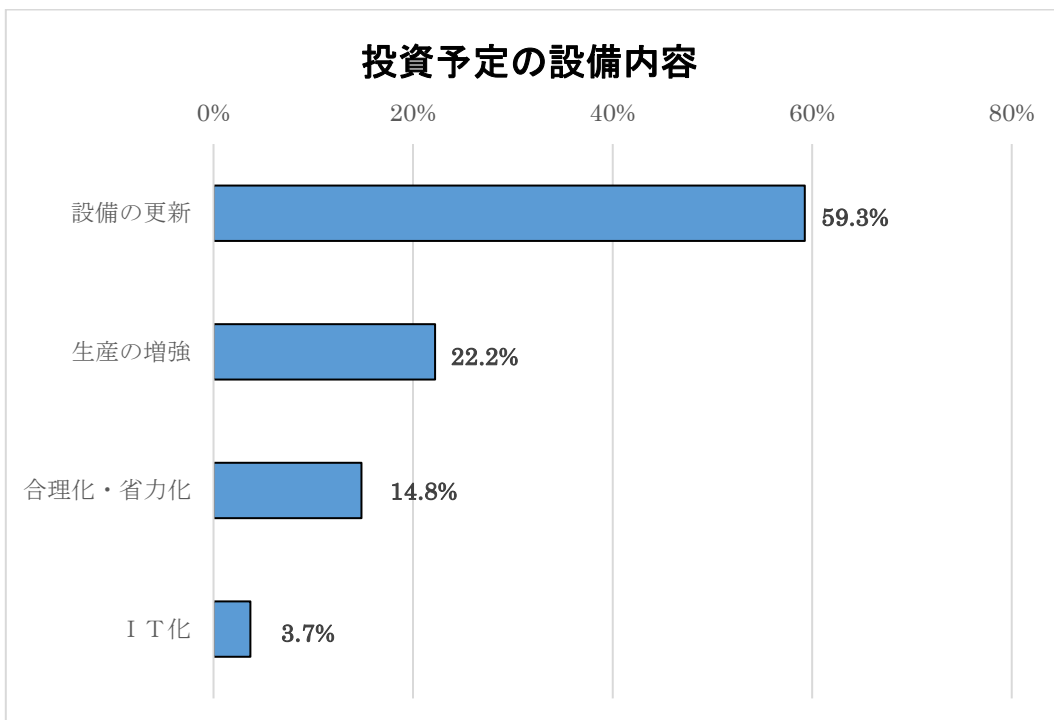
【設備投資】

今後3ヶ月以内に設備投資計画では、前回(3ヶ月前)調査とほぼ同じく全業種で16.2%(前回16.1%)が「投資予定あり」と回答した。

業種別ではサービス業の23.7%(前回14.3%)が今後3ヶ月以内の設備投資が「ある」となった一方で、卸売業では、設備投資の予定が「ある」と回答した事業所は皆無であった。



今後3ヶ月以内に設備投資の予定があると回答した方に対して、投資予定の内容を伺ったところ、59.3%は「設備の更新」であり、前回調査時(74.1%)に比べ大幅に減少している。「設備の更新」が14.8ポイント減少した一方で、「生産の増強22.2%(前回18.5%)」と「IT化3.7%(前回0.0%)」は僅かではあるが増加している。

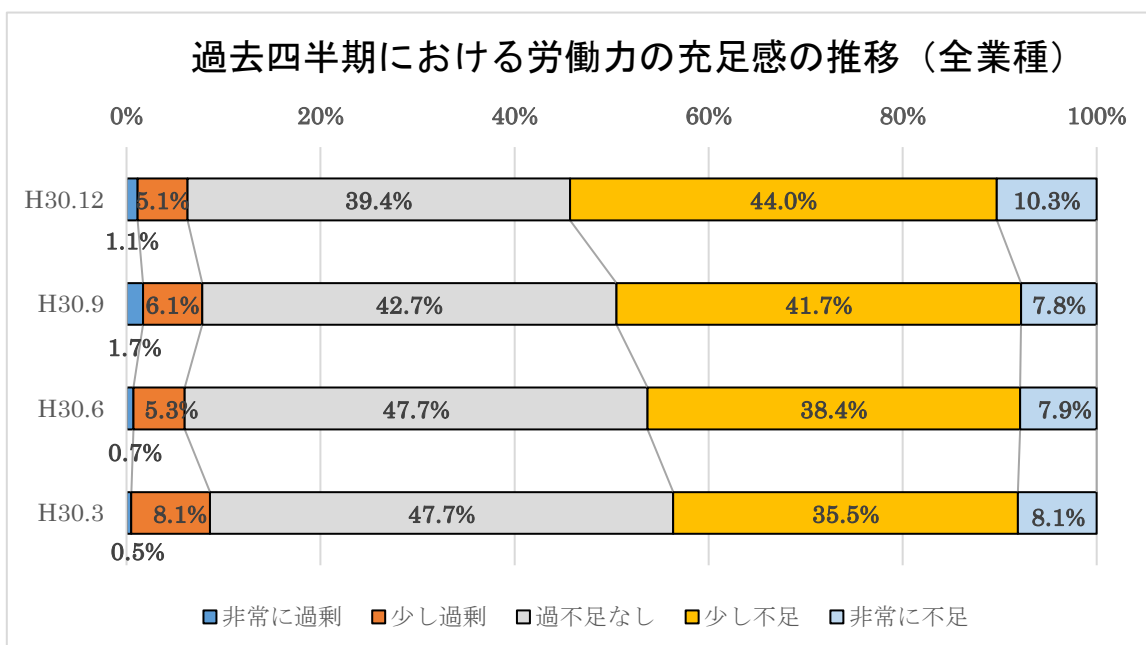
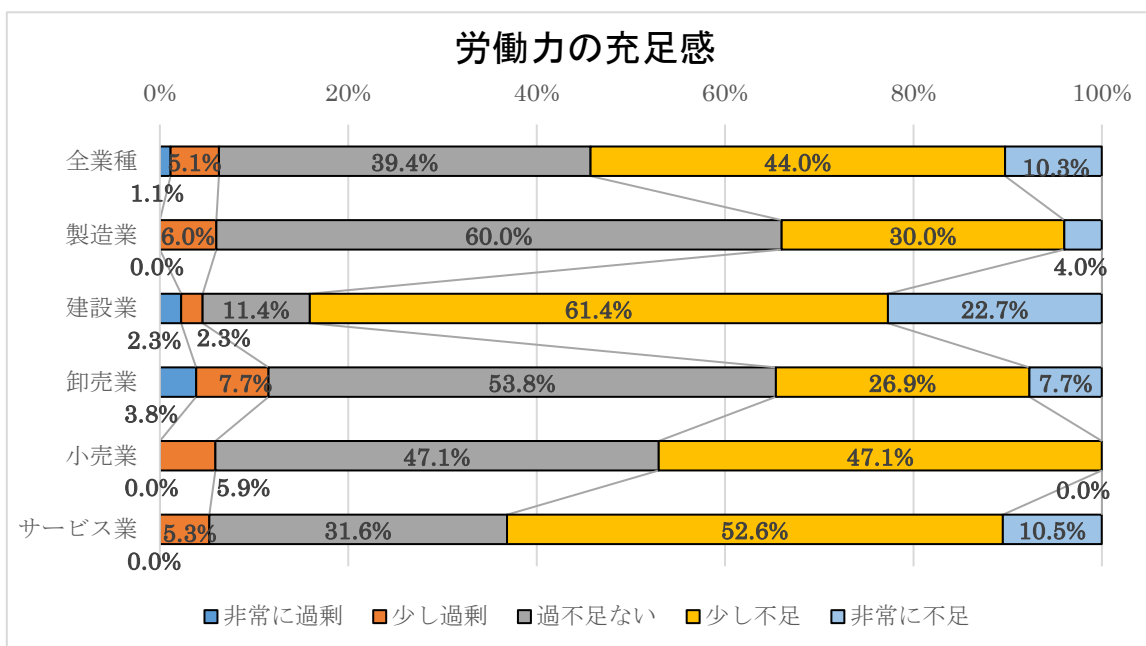


【労働力】

労働力については、一番多いのは「少し不足（44.0%）」で、「非常に不足（10.3%）」と合わせると過半数の事業所が労働力に関して不足と感じている結果となった。

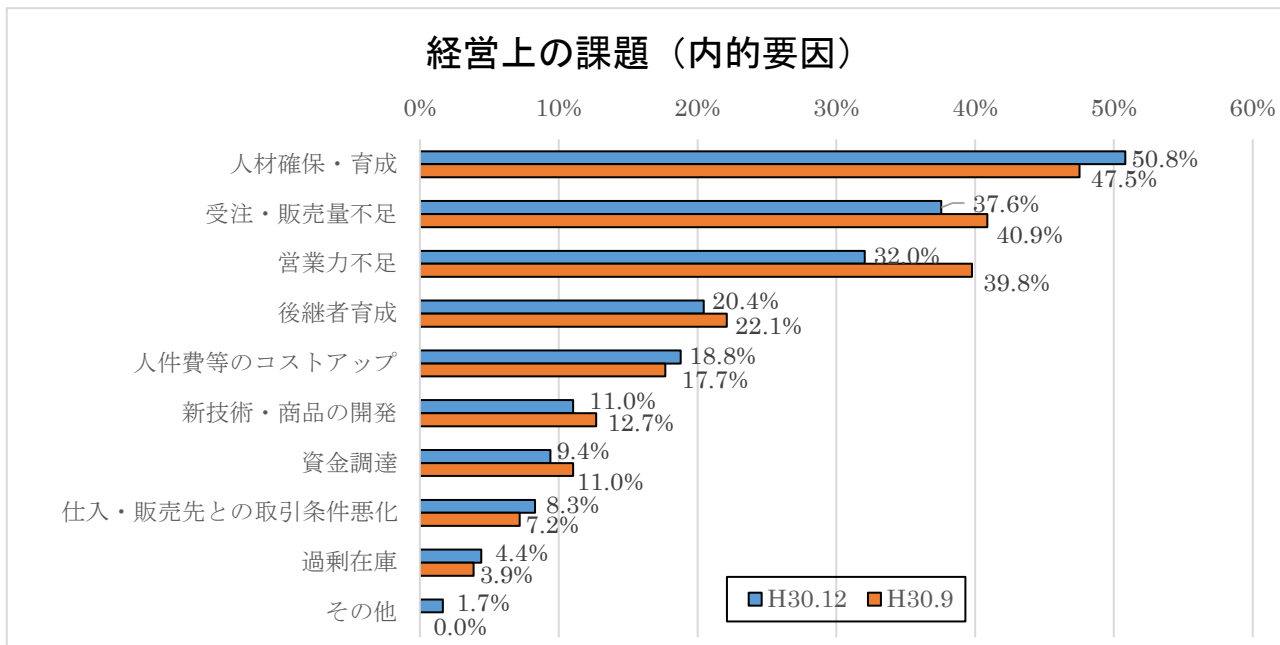
業種別では、製造業以外の業種で労働力が「不足している（「少し不足」＋「非常に不足」）」と回答した割合が増加している。特に建設業では「不足している」と回答した割合が84.1%（前回76.9%）と他業種に比べて人手不足が深刻化しており、「受注があるものの、人手不足のため対応できない」、「同業者が人手不足のため、普段より受注が増加している」との回答も見られ、人手不足が受注の増減に影響を与えていた。サービス業においても「不足している」が63.1%と前回（53.3%）より大きく増えており、建設業、サービス業で人手不足が深刻化している様子がわかる。

過去四半期の労働力の充足感（全業種）をみると、「不足している」との回答が増加中であり、今回（H30.12）では過半数となった。また、5年前との労働力の充足感を比較しても、すべての業種で「不足している」と回答した割合は増加しており、特に卸・小売業では大幅に増加している（5年前：卸・小売業20.0%）。

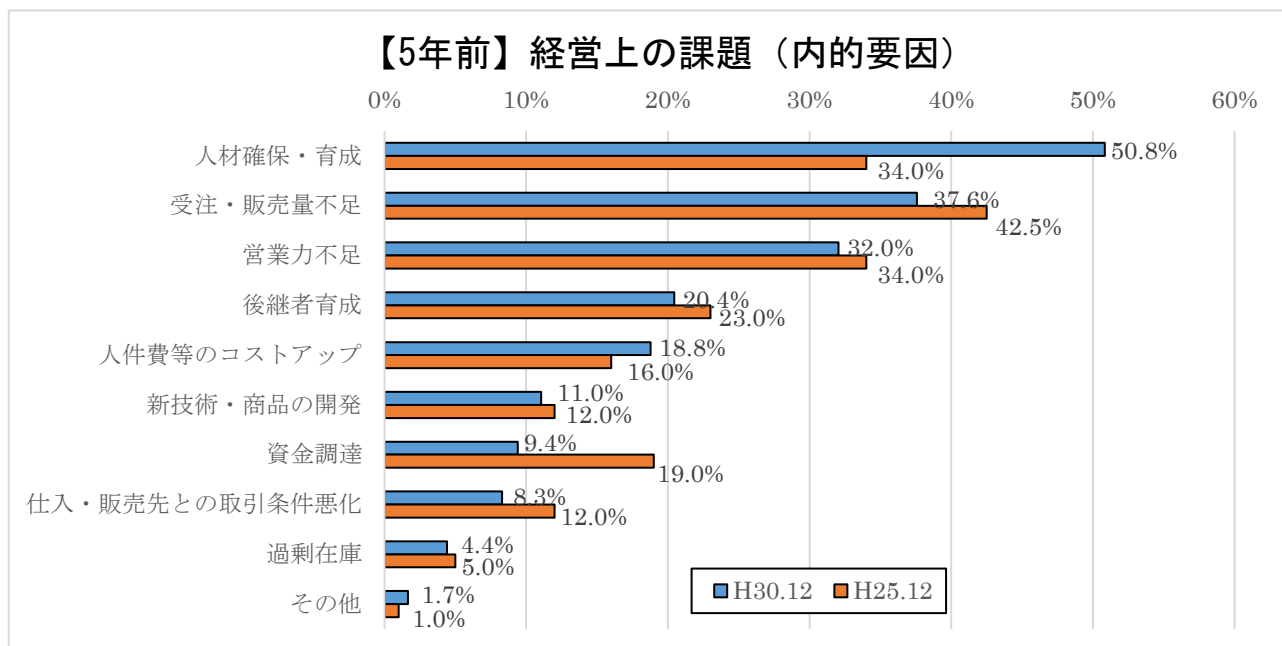


【経営課題(内的要因)】

経営上の課題(内的要因)については、前回調査同様に「人材確保・育成(50.8%)」、「受注・販売量不足(37.6%)」、「営業力不足(32.0%)」を課題として挙げている事業所が多くなっている。前回調査時に比べ「受注・販売量不足」、「営業力不足」は減少し、「人材育成・確保」が増加している。人材の確保や受注・販売量の不足が課題として挙げられる中、その打開策として、売上増加に向けた「人材確保・育成」を意識している事業所が見受けられた。またその他の回答として「事務所の老朽化」や「作業機械の不足」、「高齢化による事業縮小」が挙げられた。

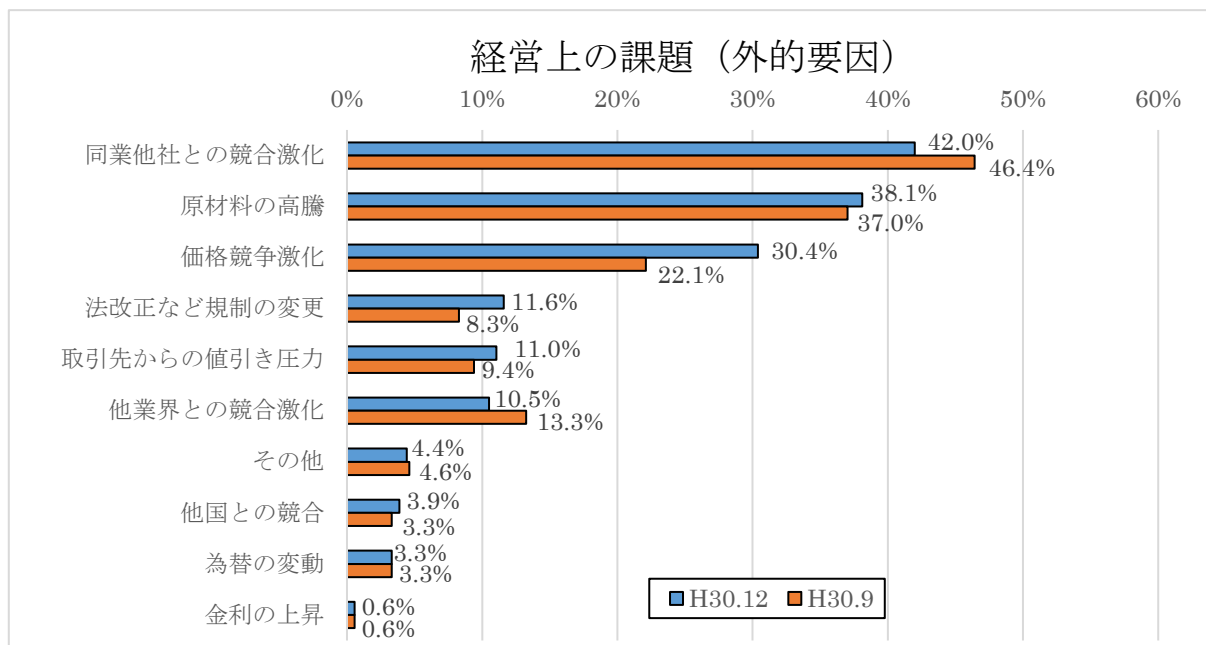


5年前の調査結果と比較しても「人材確保・育成」を課題とする事業所が50.8%（5年前34.0%）と急増していることが分かる。また、「資金調達」を課題として挙げる事業所の割合は大幅に減少していることから、5年前より景気が改善しており、金融機関等からの借入も容易になってきているようである。

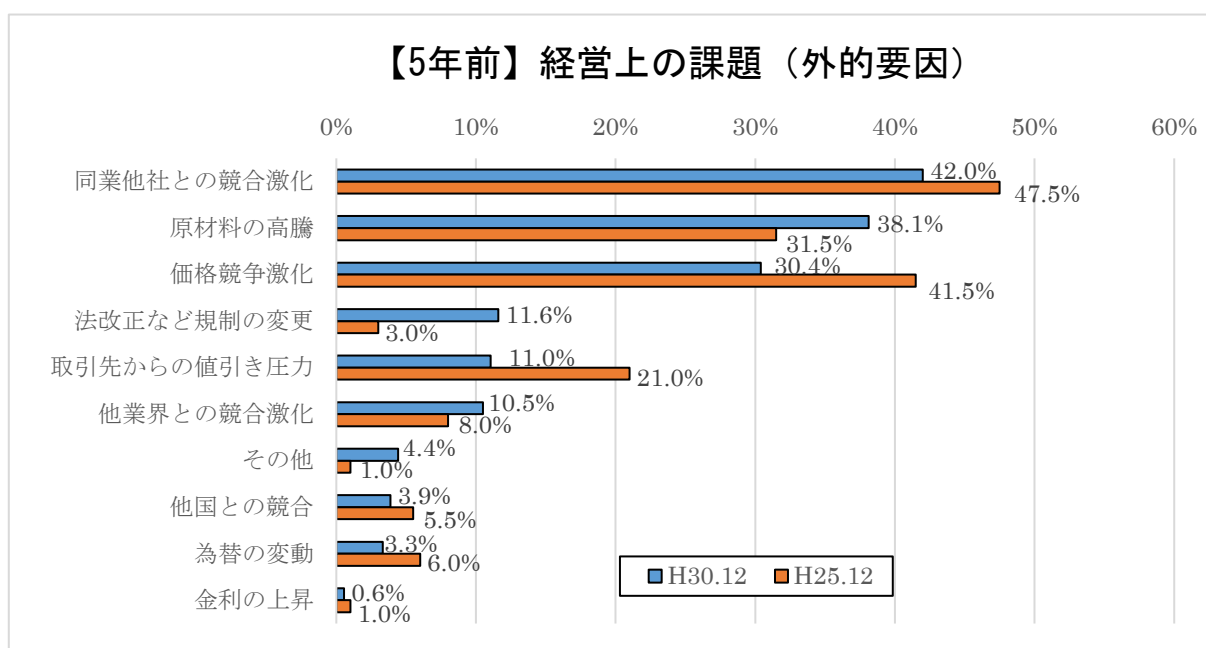


【経営課題(外的要因)】

経営上の課題(外的要因)としては、前回調査同様に「同業他社との競争激化(42.0%)」、「原材料の高騰(38.1%)」の占める割合が多い。また、今回の調査ではクリスマス商戦や年末年始を控え「価格競争激化」30.4%(前回 22.1%)が大幅な増加となった。その他の項目では「売掛金の未回収」や「海外情勢」、「繁忙期と閑散期の差(忙しい時に仕事が重なる)」といった回答が挙げられた。



5年前の調査結果との比較を行うと、景気回復の影響もあり「同業他社との競争激化」、「価格競争激化」、「取引先からの値引き圧力」と価格競争の面への懸念が大幅に減少している。一方、「原材料の高騰」、「法改正など規制の変更」が急増しており、昨今の仕入価格の高騰や働き方改革、消費税軽減税率の導入等によるものと推測した。



トピックス調査

「経営課題(内部要因)への対策について」

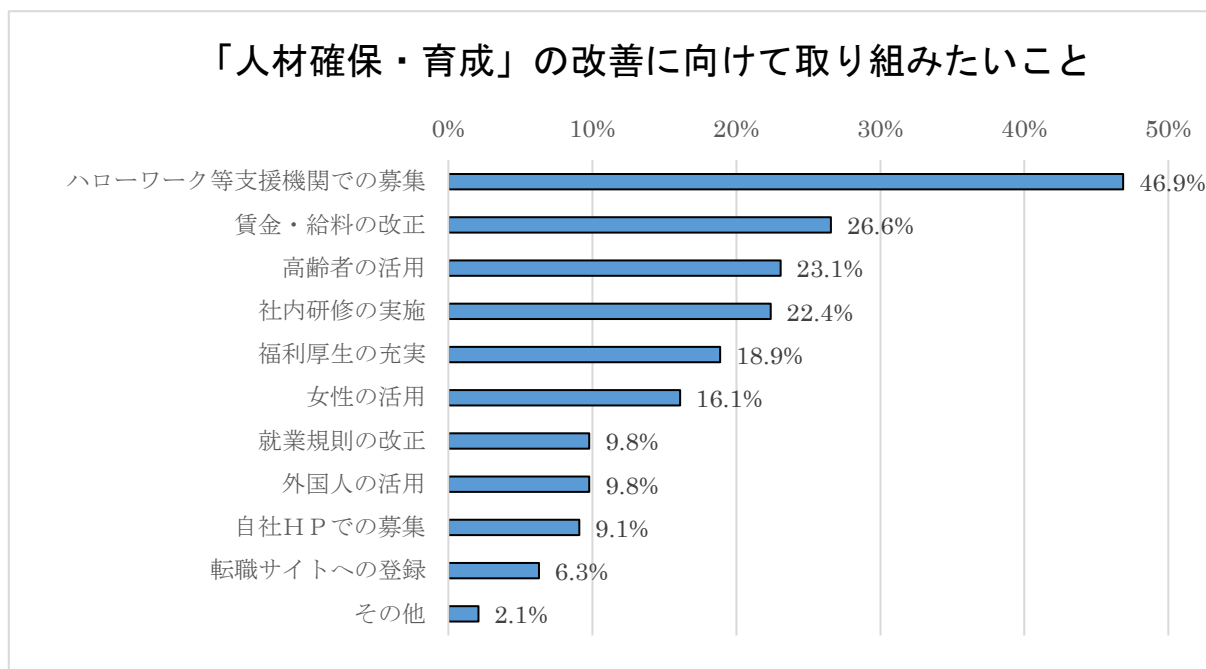
調査内容

今回のトピックス調査では、前問にある「経営課題【内部要因】」に着目し、その中でも年間を通して回答が多かった「人材確保・育成」、「受注・販売量不足」、「営業力不足」の3つの課題に対する今後の取り組みについて調査した。

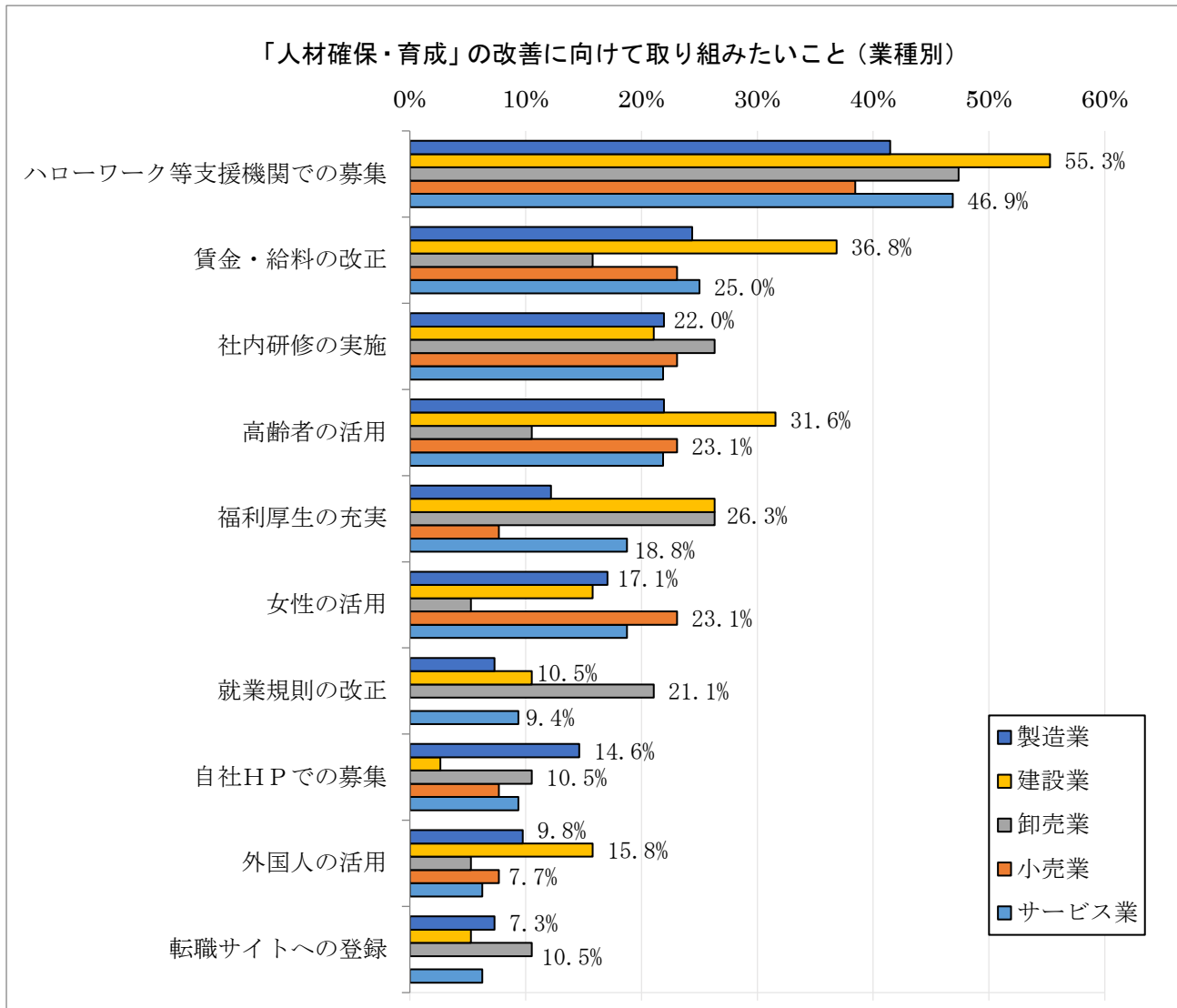
【「人材確保・育成」の改善に向けて取り組みたいこと】

「人材確保・育成」の改善に向けて取り組みたいこととしては、「ハローワーク等支援機関での募集」が46.9%と、半数近くの事業所がまずは募集強化を図りたいようである。続いて「賃金・給料の改正（26.6%）」、「高齢者の活用（23.1%）」、「社内研修の実施（22.4%）」となった。一方、ハローワーク以外の募集方法である「自社HP募集」、「転職サイトの利用」は費用等の理由からか1桁以下と少なかった。「その他」の意見では「社員の年齢に合わせた取り組みを行う」、「働き方改革を意識する」といった回答も得られた。

今回の回答結果を見ると、対象の中小企業は「ハローワーク等支援機関」で人材確保を行いながら、「高齢者・女性の活用」、「賃金・福利厚生の改正」、等の労働条件の改善を行い、「社員研修」を実施し人材を育成しているとわかる。また、今回調査を行った事業所では「外国人」人材の活用を検討している割合は少なかった。

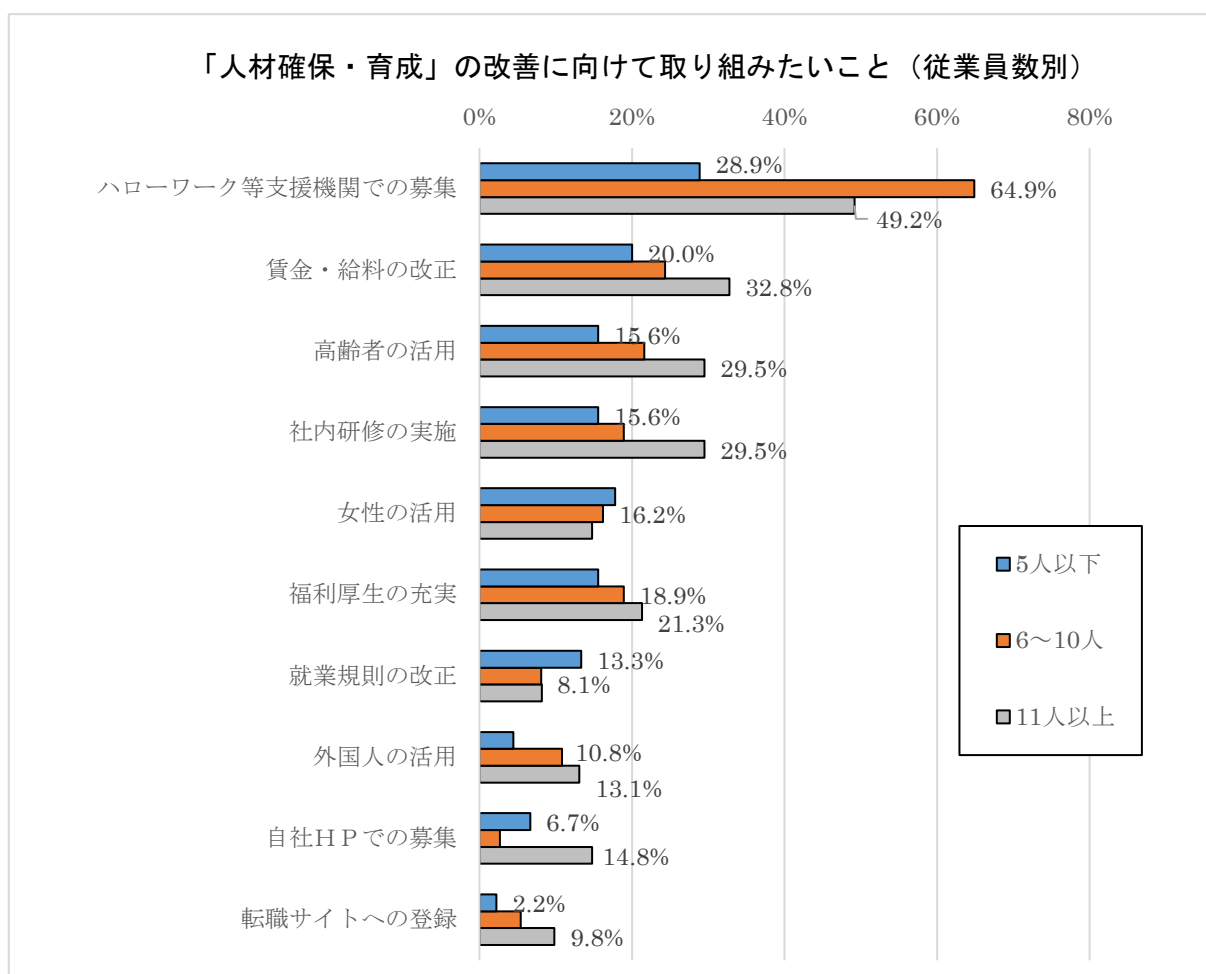


業種ごとの結果を見ると、本調査結果「労働力」で最も不足しているとの回答が多かった建設業では、ほとんどの項目において他業種に比べ割合が高く労働力不足の深刻さが伺えたが、一方、近年就職活動において必須コンテンツとなっている「自社HPでの募集」は他業種よりも少なかった。また、小売業では「女性の活用」が他よりも高かった一方、「転職サイトへの登録」、「就業規則の改正」の回答は無かった。



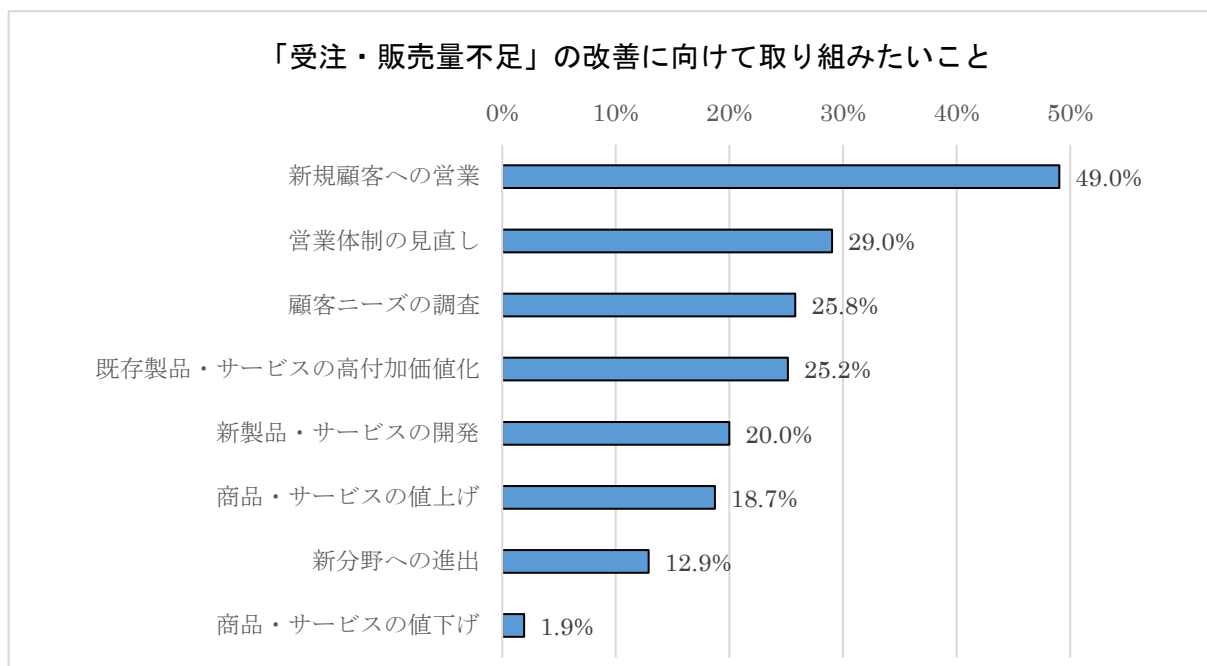
業種	1位	2位	3位
製造業	ハローワーク等支援機関での募集 (41.5%)	賃金・給料の改正 (24.4%)	社内研修の実施 (22.0%)、 高齢者の活用 (22.0%)
建設業	ハローワーク等支援機関での募集 (55.3%)	賃金・給料の改正 (36.8%)	高齢者の活用 (31.6%)
卸売業	ハローワーク等支援機関での募集 (47.4%)	社内研修の実施 (26.3%)、福利厚生の実施 (26.3%)	
小売業	ハローワーク等支援機関での募集 (38.5%)	社内研修の実施 (23.1%)、賃金・給料の改正 (23.1%)、 女性の活用 (23.1%)、高齢者の活用 (23.1%)	
サービス業	ハローワーク等支援機関での募集 (46.9%)	賃金・給料の改正 (25.0%)	社内研修の実施 (21.9%)、 高齢者の活用 (21.9%)

従業員数別に見ると、「ハローワーク等支援機関での募集」については、全てで高い割合を占め、特に従業員数が「6～10人」規模の事業所では回答者の64.9%を占める結果となった。多くの項目で従業員規模が増えるにつれ回答の割合が高くなっている一方、「就業規則の改正」、「女性の活用」については従業員数が多くなるにつれ割合が低くなっており、一定の規模の事業所では既に導入済みであることが推測される。

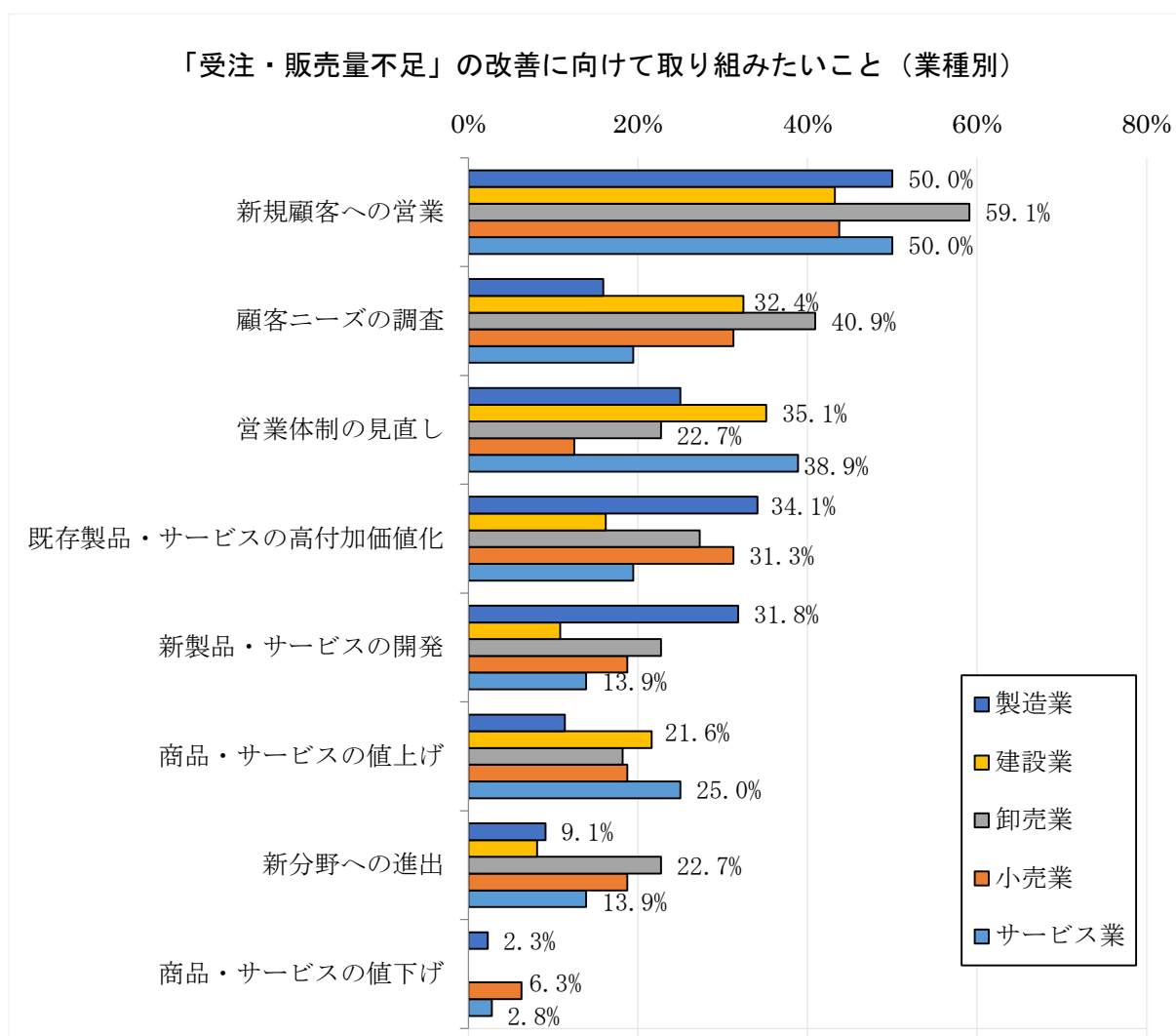


【「受注・販売量不足」の改善に向けて取り組みたいこと】

受注・販売量不足への対策では、「新規顧客への営業（49.0%）」が約半数と最も多く、「営業体制の見直し（29.0%）」、「顧客ニーズの調査（25.8%）」、「既存製品・サービスの高付加価値化（25.2%）」が続く結果となった。今回の調査では、既存顧客に対する取り組みよりも、新規顧客を開拓することで「受注・販売量不足」の改善を図る傾向が強いという結果となった。

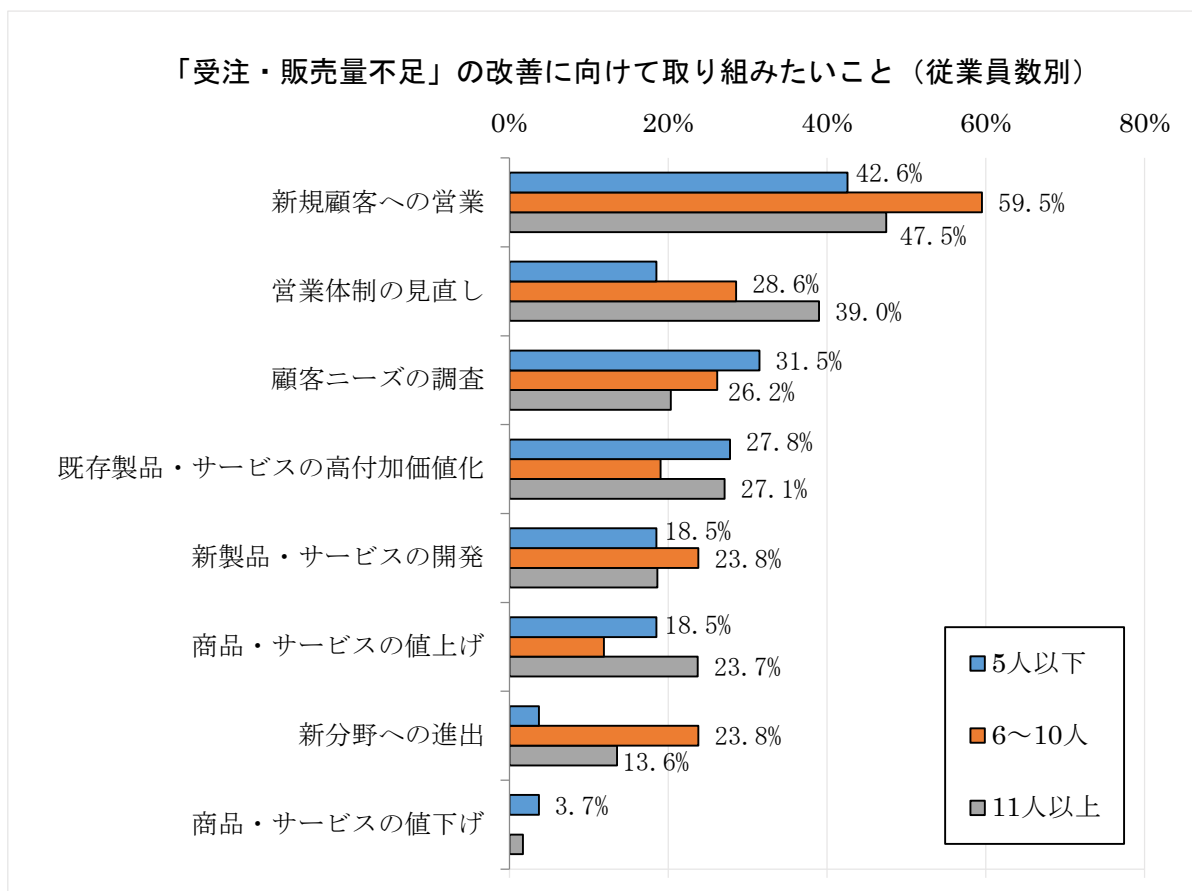


業種ごとの結果をみると、全ての業種で最も割合が多かった「新規顧客への営業」に加えて、製造業では「既存製品の高付加価値化」と「新製品の開発」、建設業では「営業体制の見直し」、卸売業では「顧客ニーズの調査」、小売業では「顧客ニーズの調査」と「顧客ニーズの調査」、既存製品・サービスの高付加価値化」、サービス業では「営業体制の見直し」が多かった。



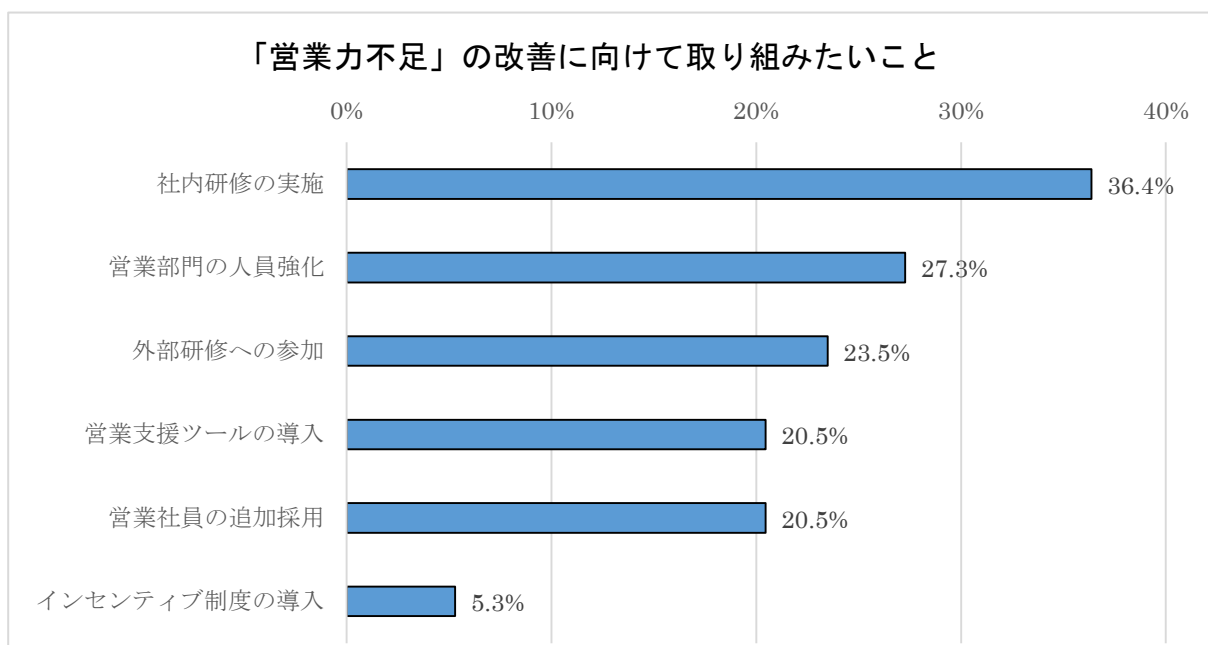
業種	1位	2位	3位
製造業	新規顧客への営業 (50.0%)	既存製品・サービスの高付加価値化 (34.1%)	新製品・サービスの開発 (31.8%)
建設業	新規顧客への営業 (43.2%)	営業体制の見直し (35.1%)	顧客ニーズの調査 (32.4%)
卸売業	新規顧客への営業 (59.1%)	顧客ニーズの調査 (40.9%)	既存製品・サービスの高付加価値化 (27.3%)
小売業	新規顧客への営業 (43.8%)	顧客ニーズの調査 (31.3%)、 既存製品・サービスの高付加価値化 (31.3%)	
サービス業	新規顧客への営業 (50.0%)	営業体制の見直し (38.9%)	商品・サービスの値上げ (25.0%)

従業員数ごと見ると、従業員数が多くなると「営業体制の見直し」を検討する事業所が多くなることが分かる。また、「顧客ニーズの調査」については従業員数が少ないほど検討している事業所が多いことから、限られた人員を効率良く稼働させることに注力していると考えられる。

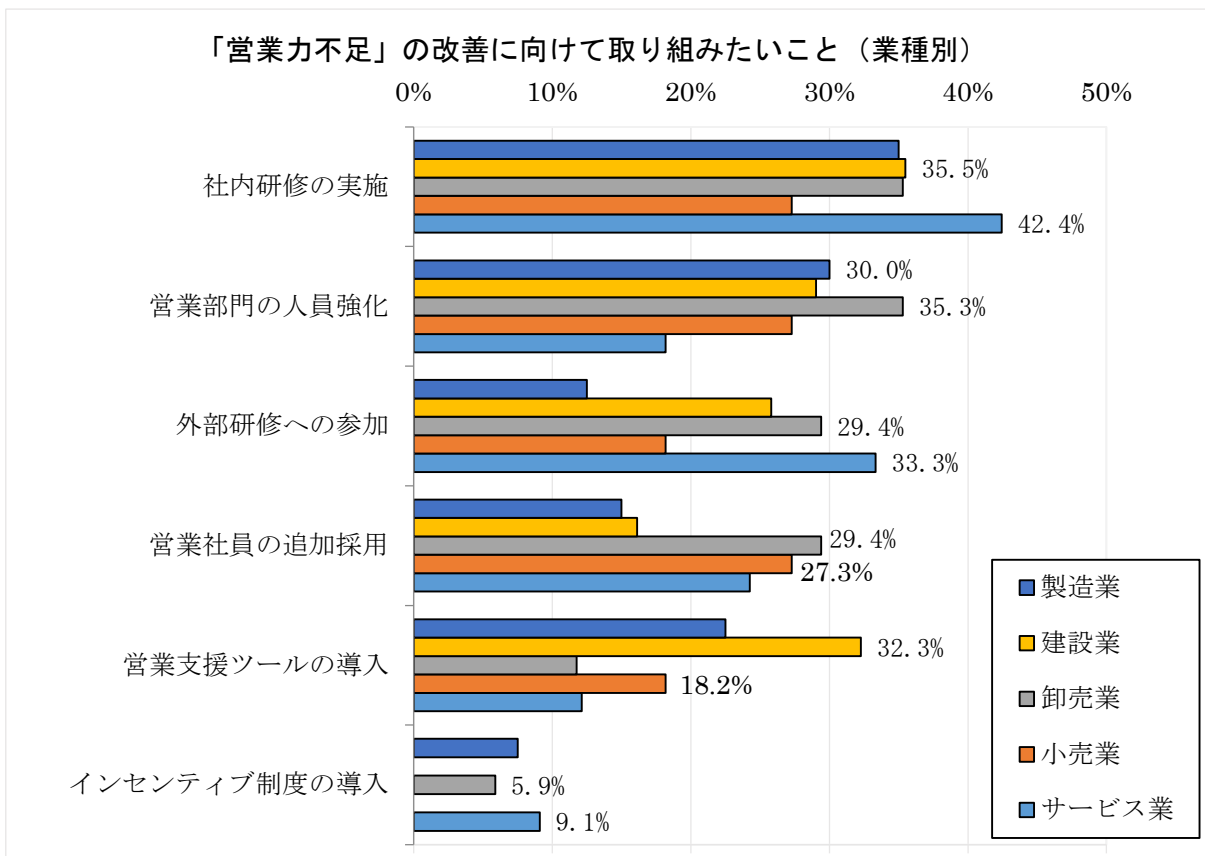


【「営業力不足」の改善に向けて取り組みたいこと】

営業力不足対策としては、「社内研修の実施（36.4%）」が最も多く、「営業部門の人員強化（27.3%）」、「外部研修への参加（23.5%）」が続く結果となった。新しく従業員を採用して営業力強化を図ることよりも、今いる社員に対して「社内研修」を実施し、社員のレベルアップで「営業力不足」の改善を図ろうとしているようである。



業種ごとの結果をみると、製造業、建設業、サービス業では「社内研修の実施」が最も多かったが、卸売業や小売業では「営業部門の人員強化」、「営業社員の追加採用」が、サービス業では「社内研修の実施」、「外部研修への参加」も高い傾向であった。



従業員数ごとに見ると、ほとんどの項目で従業員が多くなるにつれ回答の割合が高くなっている。一方、「営業支援ツールの導入」の項目について従業員数が少ないほど、回答の割合が高い結果となった。少ない人数でも効率良く営業を行うために、従業員数が少ない事業所ほど「営業支援ツールの導入」を検討しているようである。

