

横浜市景況・経営動向調査 第 39 回

特別調査 ー市内企業の雇用環境と取引形態の変化についてー

横 浜 市 経 済 局 2001 年 12 月
(財) 横 浜 ・ 神 奈 川 総 合 情 報 セ ン タ ー

ホームページ <http://zaidan.iris.or.jp/research>

特別調査 結果の概要

- 市内企業における雇用環境と取引形態の変化について -

特別調査回収数 449社 (回収率: 45.1%)

	市内本社企業			市外本社企業	合計
	大企業	中堅企業	中小企業		
製造業	20 (44)	28 (60)	156 (324)	27 (54)	231 (482)
非製造業	29 (71)	99 (229)	59 (121)	31 (92)	218 (513)
合計	49 (115)	127 (289)	215 (445)	58 (146)	449 (995)

注 下段の()内は発送企業数

I 人材の過不足感について

(1) 正社員

正社員の過不足感は、「適正」と回答した企業は56.6%であったが、「過剰」も24.5%と「不足」(12.7%)を10ポイント以上上回っている。業種別でみると製造業は非製造業と比較してより過剰感が強くなっており、特に、鉄鋼・金属等、石油・化学等、電気・精密等で「過剰」が大きく「不足」を上回っているのをはじめとして、ほとんどの業種で「過剰」超となっている。非製造業では、建設業、小売業で「不足」超となっているが、逆に、情報サービス業、不動産業では「不足」超となっている。

規模別では、大企業、中小企業、市外本社企業では「過剰」が「不足」を上回っており、特に大企業では「不足」と回答した企業がなく、39.0%の企業が「過剰」と回答している。中堅企業では「過剰」と「不足」は同程度となっている。

表1 正社員の過不足感 (%)

	不足	適正	過剰	該当なし	「不足」 - 「過剰」	回答企業数
全産業	12.7	56.6	24.5	6.2	-11.8	339
製造業	10.5	49.4	33.1	7.0	-22.6	172
食料品等	8.3	58.3	33.3	-	-25.0	12
繊維・衣服等	-	100.0	-	-	0.0	5
石油・化学等	10.0	40.0	40.0	10.0	-30.0	10
鉄鋼・金属等	12.1	36.4	45.5	6.1	-33.4	33
一般機械	7.1	57.1	25.0	10.7	-17.9	28
電機・精密等	10.9	47.8	39.1	2.2	-28.2	46
輸送用機械	15.4	38.5	38.5	7.7	-23.1	13
その他製造業	10.5	52.6	15.8	21.1	-5.3	19
非製造業	15.0	64.1	15.6	5.4	-0.6	167
建設業	3.6	71.4	21.4	3.6	-17.8	28
運輸・倉庫業	11.8	76.5	11.8	-	0.0	17
卸売業	10.7	71.4	10.7	7.1	0.0	28
小売業	12.5	52.5	25.0	10.0	-12.5	40
不動産業	25.0	75.0	-	-	25.0	4
情報サービス業	35.0	55.0	10.0	-	25.0	20
その他非製造業	20.7	62.1	10.3	6.9	10.4	29
大企業	-	61.0	39.0	-	-39.0	41
中堅企業	14.4	67.0	14.4	4.1	0.0	97
中小企業	14.9	49.4	26.0	9.7	-11.1	154
市外本社企業	12.8	55.3	27.7	4.3	-14.9	47

(2) 年齢別

年齢別にみると、「36～45歳」以下の年齢層では、「不足」が「過剰」を上回っている一方で、「46～55歳」以上の年齢層では「過剰」が「不足」を大きく上回っており、正社員の過不足感は年齢層によって大きな差異がみられる。規模別にみると、「36～45歳」以下の層で不足感が強く、「46～55歳」以上の層で過剰感が強くなっていることは各規模ともに同様であるが、大企業、市外本社企業では各年齢層において「過剰」回答が相対的に高くなっている。

図1 人材の過不足感(年齢別)

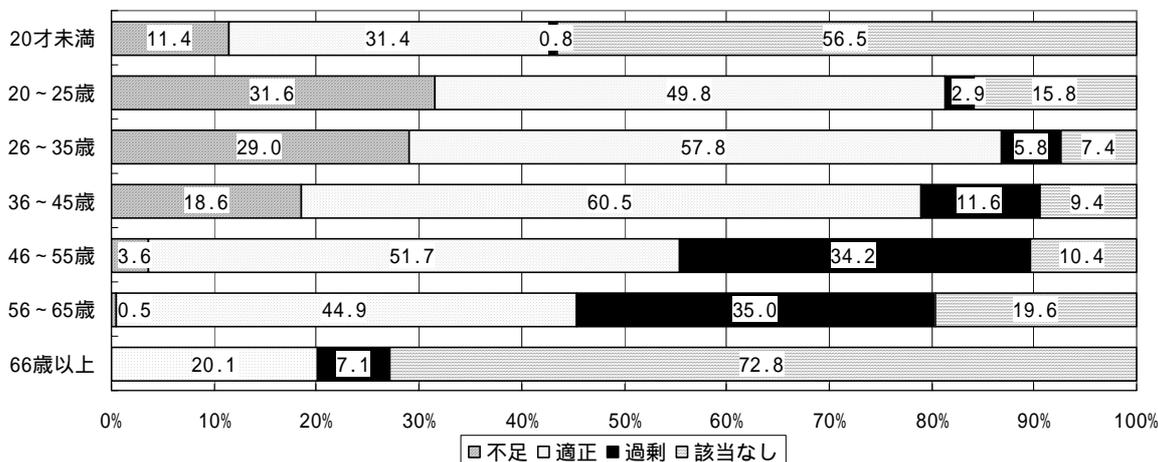
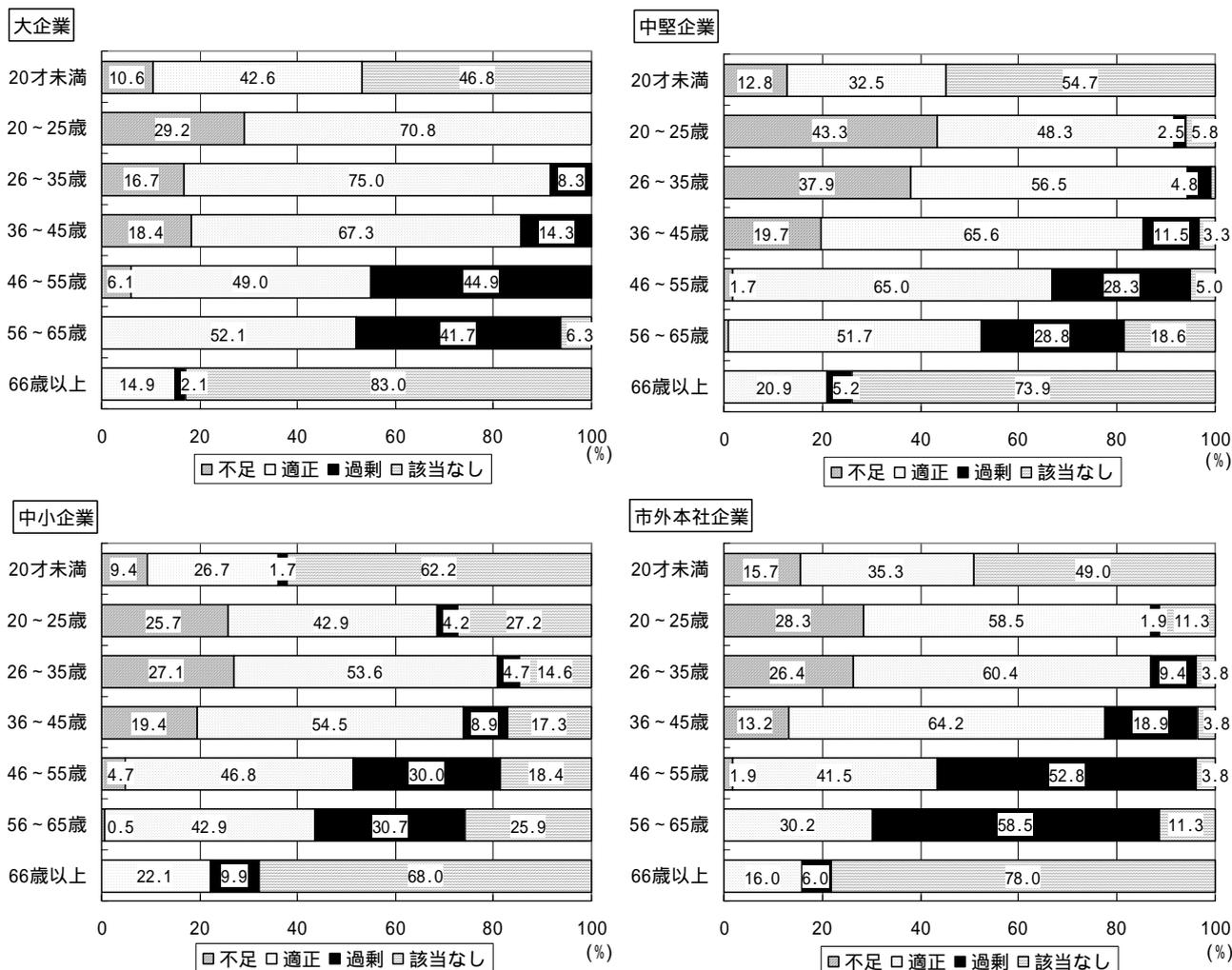


図2 人材の過不足感(年齢別): 企業規模別



(3) 職種別

職種別にみると、「管理職」、「製造、建設・土木等の現業部門」では、「過剰」が「不足」を上回っており、特に「管理職」は「過剰」回答の割合が32.4%と非常に高くなっている。その他の職種については、事務系では、「総務部門」、「財務・経理部門」で「適正」の回答割合が非常に高く、「不足」と「過剰」の回答割合もほぼ同程度となっているのに対し、「営業・販売」、「事務系の専門職」では、10ポイント以上「不足」が「過剰」を上回っている。また、技術系の職種は全体的に、事務系と比較して「不足」回答の割合が高くなっており、特に「研究開発・設計・生産・技術等の技術職」、「SE・プログラマー等のソフト技術職」で「不足」が「過剰」を大きく上回っている。

規模別にみると、「管理職」は全ての規模で「過剰」が「不足」を上回っており、特に大企業、市外本社企業においては過剰感が強い。事務系の職種については、大企業、市外本社企業においては、ほとんどの職種で「過剰」が「不足」を上回っているのに対し、中堅企業、中小企業ではいずれも「不足」超となっており、規模によって過不足感に差異がみられる。中でも、「営業・販売」は、大企業、市外企業では「不足」と「過剰」がほぼ同程度となっているのに対して、中堅企業、中小企業で「不足」が「過剰」を大きく上回っている。一方、技術系の職種については、いずれの規模においても、「不足」が「過剰」を上回っており、特に、大企業及び中小企業における「研究開発・設計・生産技術等の技術職」の不足感が強くなっている。

図3 人材の過不足感（職種別）

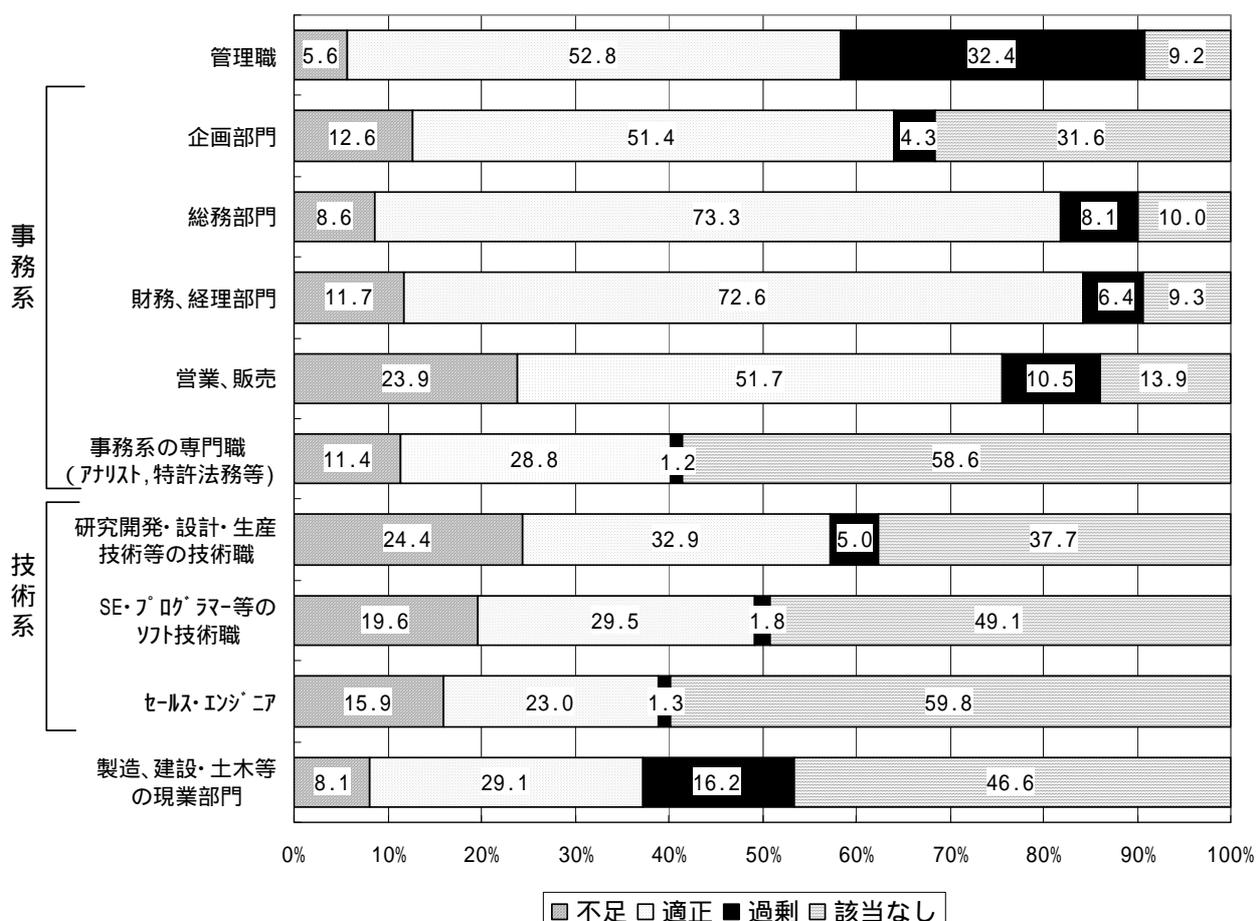
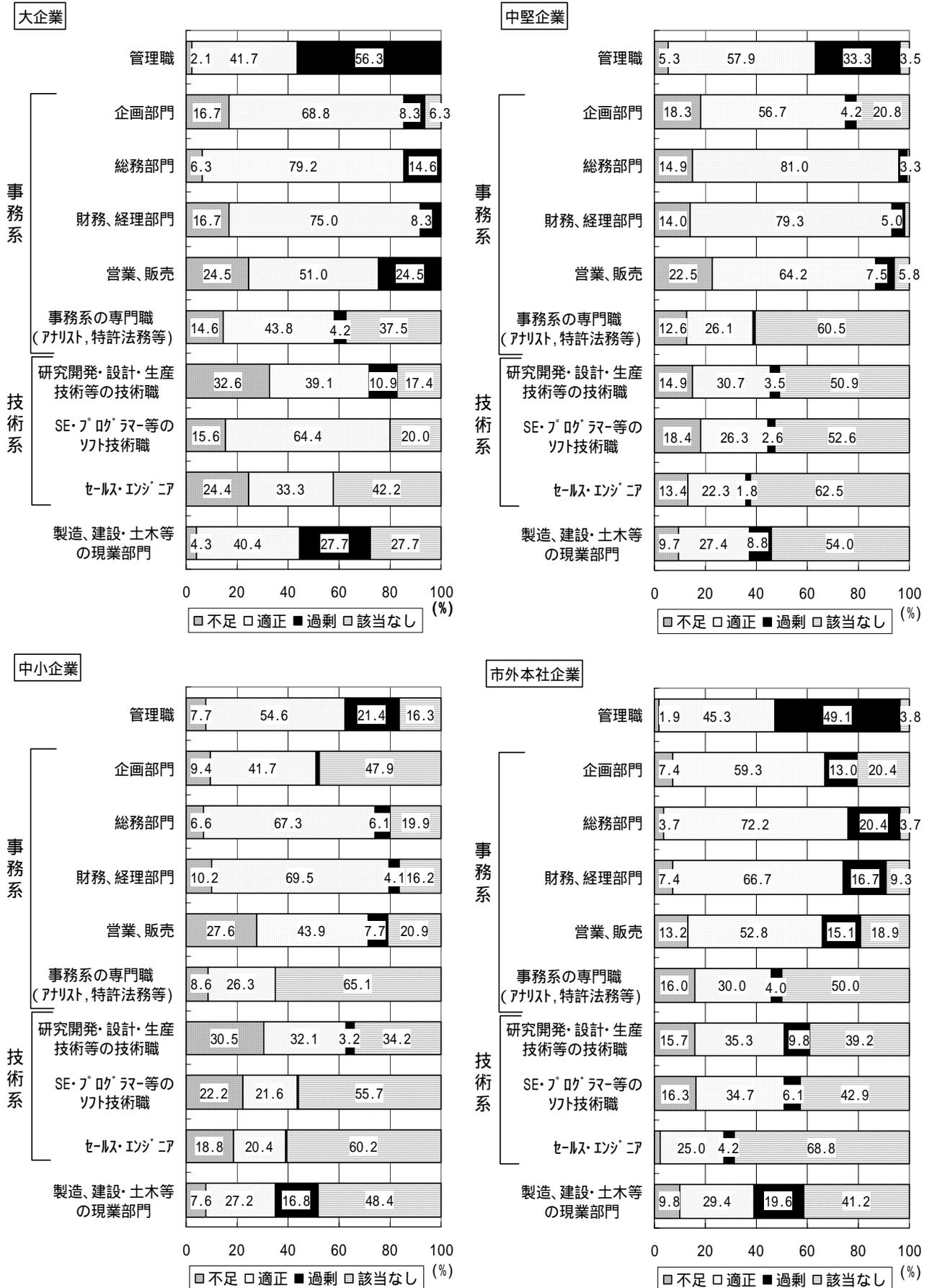


図4 人材の過不足感(職種別): 企業規模別



取引形態の変化について

(1) 主要受注先の売上比率の変化

過去3年間における主要受注先との売上比率の変化(主要製品の販売先が「企業・団体」と回答した企業のみ)については、「やや減少」、「大幅に減少」を合わせると54.8%の企業が減少したと回答しており、主要受注先との関係に変化が起きている企業が多くなっている。業種別にみると、製造業において、より減少回答の割合が高くなっており、規模別では、規模が小さくなるほど減少回答割合が高くなるという特徴がみられる。

主要受注先の売上比率が減少した理由としては、「受託企業間の競争激化」が39.1%ともっとも高くなっており、次いで「受注先による委託企業の絞り込み」16.7%、「受注先の海外進出」14.6%となっている。これを業種別にみると、製造業では、「受注先の海外進出」が非製造業に比べて高くなっており、非製造業では「受託企業間の競争激化」が製造業と比較して高い。また、規模別では、市外本社企業、中堅企業において、特に「受託企業間の競争激化」が高くなっている。

図5 主要受注先の売上比率の変化：3年前～現在

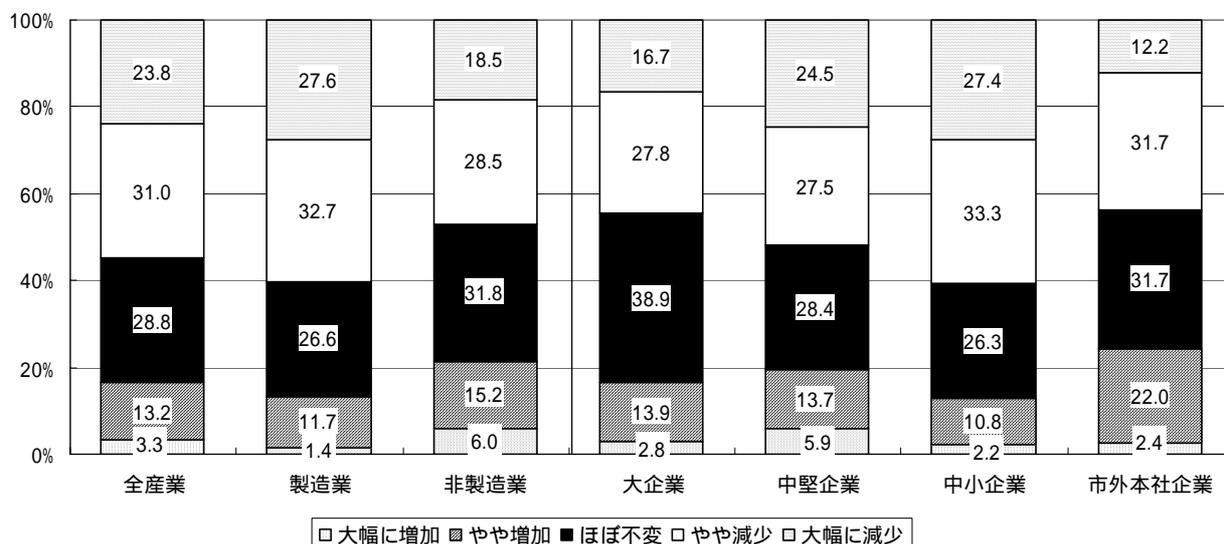
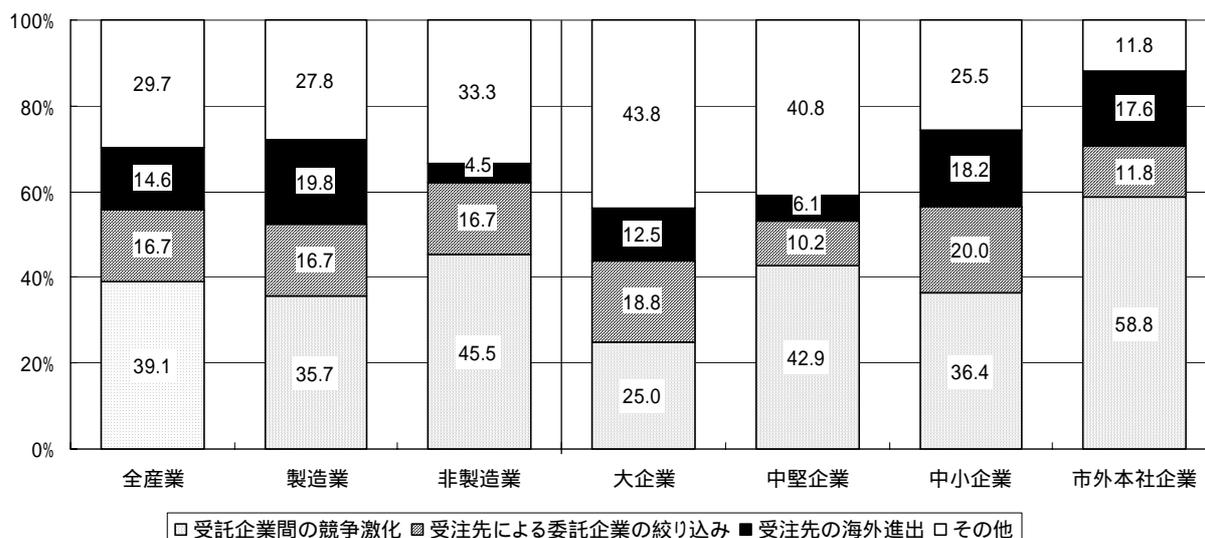
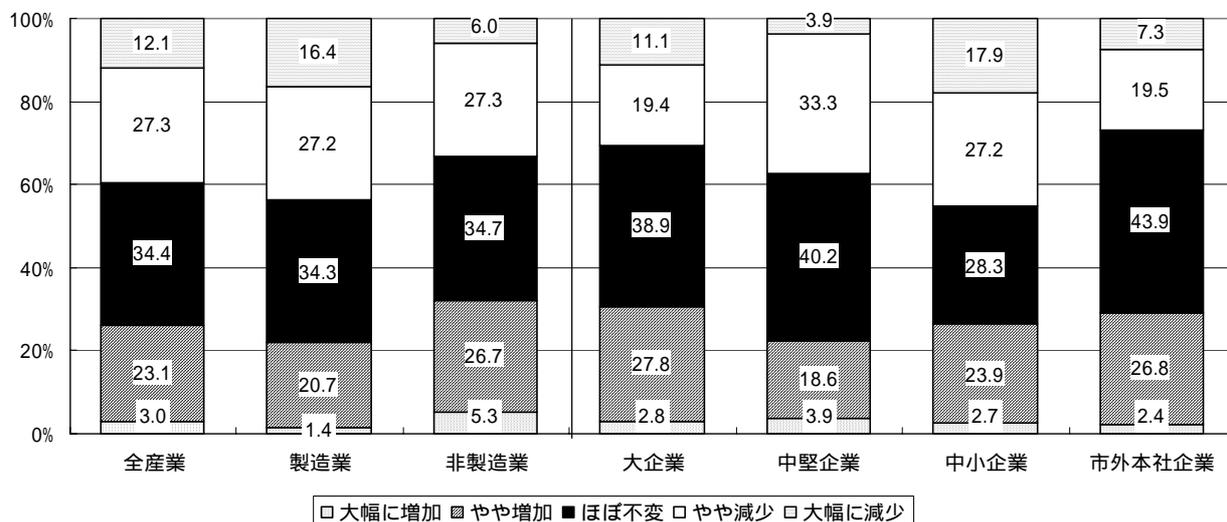


図6 主要受注先の売上比率減少理由



今後の3年間については、増加回答の割合は26.1%と3割近くに達しており、過去3年間(図5)と比較すると高くなっているものの、「大幅に減少」、「やや減少」も合わせて39.4%と4割近くに達している。業種別では、製造業では、減少回答が増加回答を上回っているのに対し、非製造業では増加回答と減少回答の割合がほぼ同程度となっている。また、規模別では、規模が小さくなるほど、減少回答が高くなる傾向がみられる。

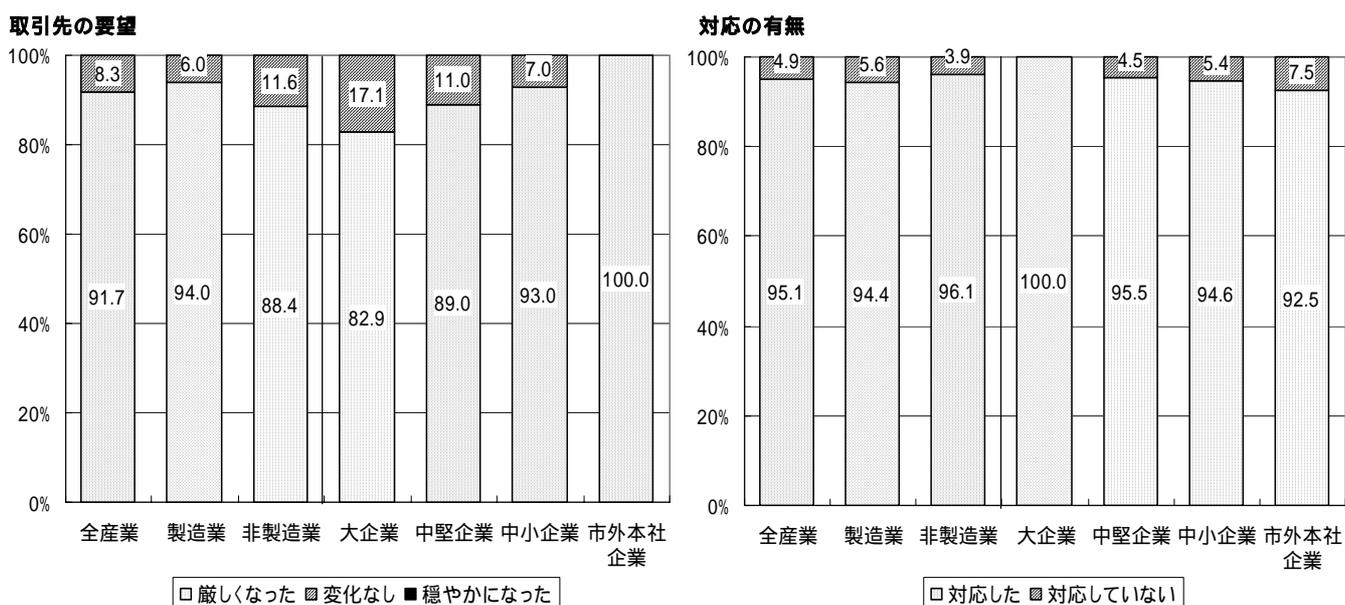
図7 主要受注先の売上比率の変化：現在～3年後



(2) 取引条件や取引先の要望の変化

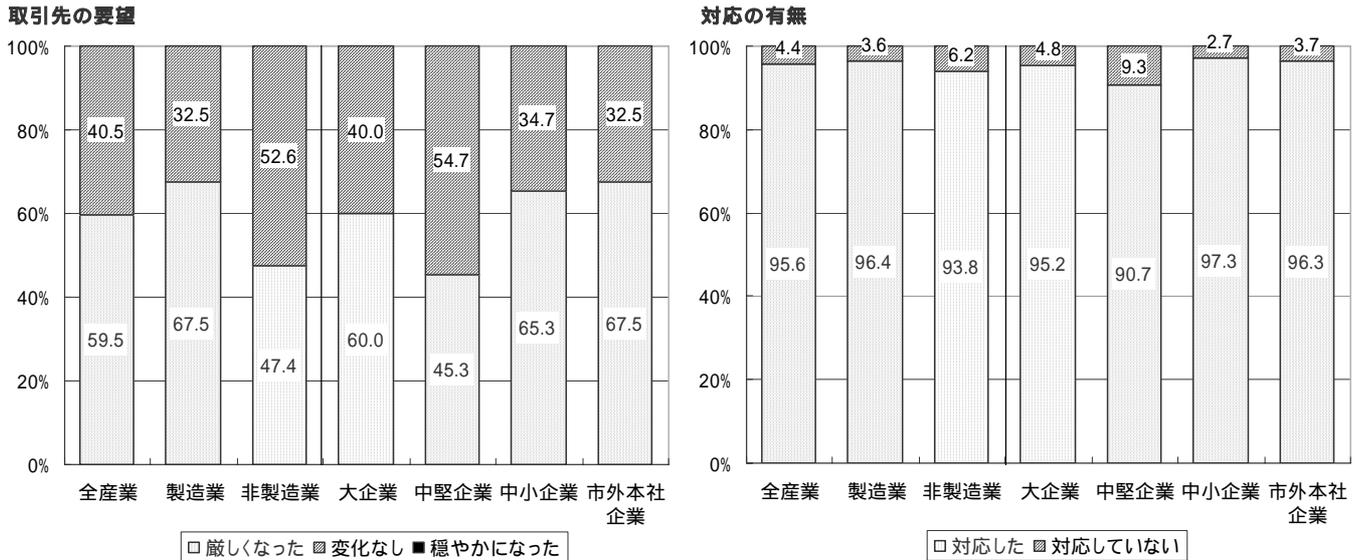
過去3年間における取引条件や取引先の要望の変化をみると(主要製品の販売先が「企業・団体」と回答した企業のみ)、コスト削減要求については、「厳しくなった」とする企業が91.7%にのぼっている。業種別にみると、「厳しくなった」とする企業の割合が製造業は94.0%に達し、非製造業の88.4%より若干高くなっている。規模別にみても、全ての規模で8割以上が「厳しくなった」としており、市外本社企業では100%に達している。また、コスト削減要求が「厳しくなった」とする企業について、対応の有無を確認したところ、「対応した」は95.1%にのぼっており、大企業では100%に達している。

図8 コスト削減要求(業種別, 規模別)



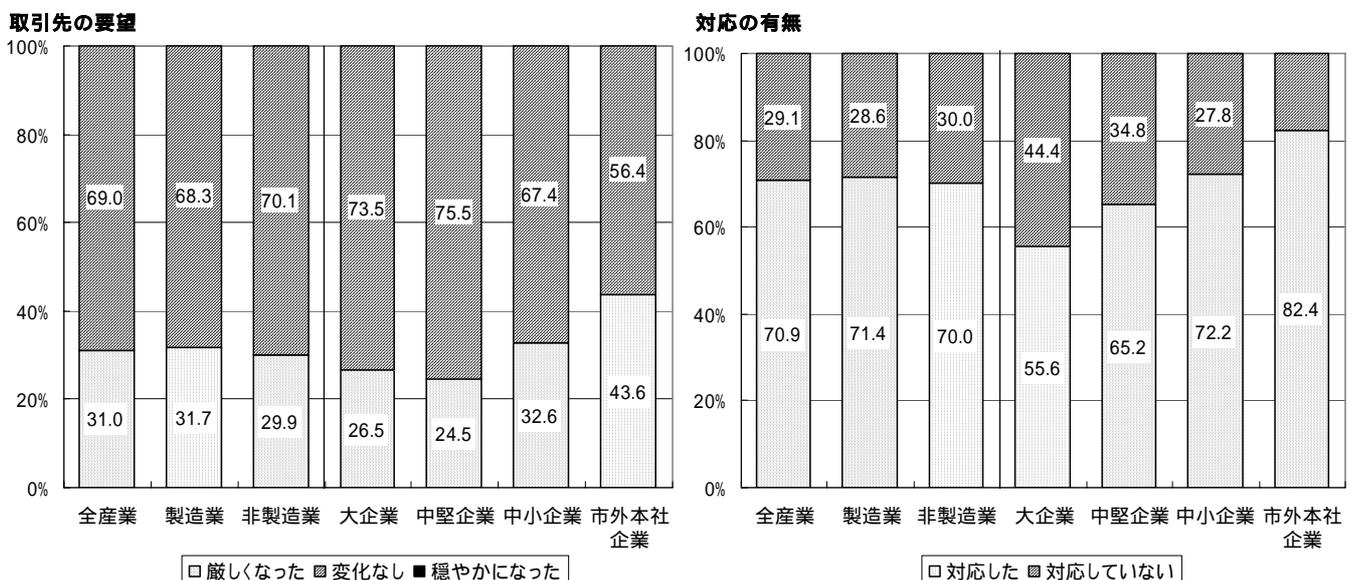
過去3年間における納期の短縮要求をみると、59.5%の企業が「厳しくなった」としており、「変化なし」とする企業の40.5%を上回っている。業種別にみると、製造業では「厳しくなった」が67.5%となっており、非製造業と比較して高い割合となっているのに対し、非製造業では「変化なし」が52.6%と「厳しくなった」(46.4%)を上回っている。規模別にみると、大企業、中小企業、市外本社企業は「厳しくなった」が「変化なし」を上回り6割以上の割合を示しているのに対し、中堅企業では「変化なし」が「厳しくなった」を上回っている。また、納期の短縮要求が「厳しくなった」とする企業について、対応の有無を確認したところ、「対応した」は95.6%にのぼっており、全ての業種、規模で9割以上が「対応した」と回答している。

図9 納期の短縮要求(業種別, 規模別)



過去3年間における電子決済・取引の要求をみると、「変化なし」とする企業が69.0%で、「厳しくなった」とする企業は31.0%となっている。業種別、規模別にみても、大きな差異はみられないが、市外本社企業において、「厳しくなった」とする回答が他規模と比較して高くなっている。また、「厳しくなった」とする企業について、対応の有無を確認したところ、「対応した」は70.9%、「対応していない」は29.1%となっている。また、規模が小さくなるほど「対応した」という回答が高くなるという傾向がみられ、中小企業では「対応した」が7割を超えているのに対し、大企業では、5割強にとどまっている。

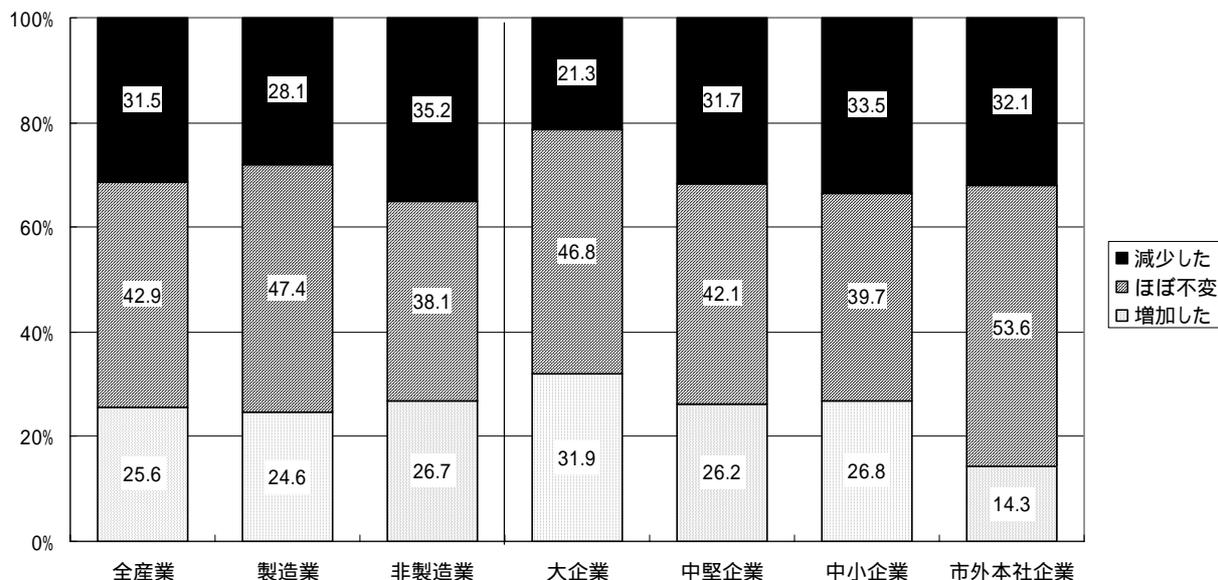
図10 電子決済・取引の要求(業種別, 規模別)



(3) 取引先企業数，顧客数の変化

過去3年間における取引先企業数，顧客数の変化についてみると，「ほぼ不変」が42.9%で最も高く，次いで「減少した」(31.5%)，「増加した」(25.6%)の順となっており，「減少した」が「増加した」をやや上回っている。業種別にみると，製造業では，「ほぼ不変」の割合が相対的に高くなっており，「減少」と「増加」の差も非製造業と比較して小さくなっている。一方，非製造業は，製造業と比較すると「減少した」という回答が高く，10ポイント近く「減少」が「増加」を上回っている。規模別にみると，全ての規模で「ほぼ不変」が最も多いが，大企業では「増加した」が「減少した」を上回る割合となっている。

図11 取引先企業数，顧客数の変化：3年前～現在（業種別，規模別）

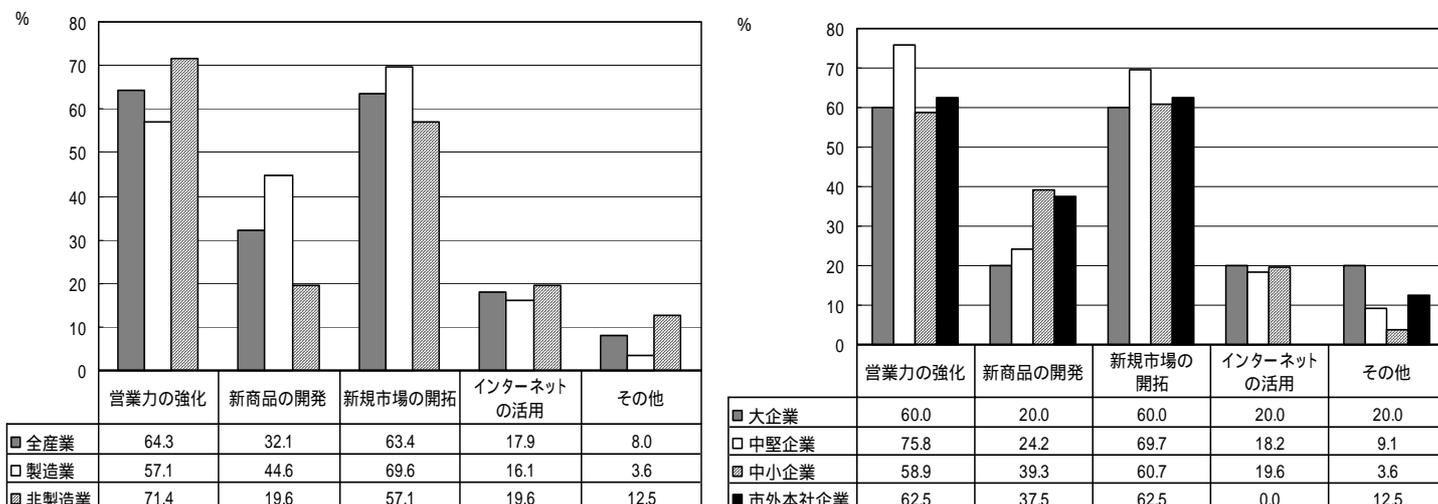


過去3年間における取引先企業数，顧客数の変化で「増加した」と回答した企業の増加理由としては，「営業力の強化」(64.3%)，「新規市場の開拓」(63.4%)の回答割合が高くなっている。

業種別にみると，製造業では「新規市場の開拓」，「新商品の開発」が非製造業と比較して高くなっており，非製造業では「営業力の強化」が7割を超えて最も多い回答となっている。

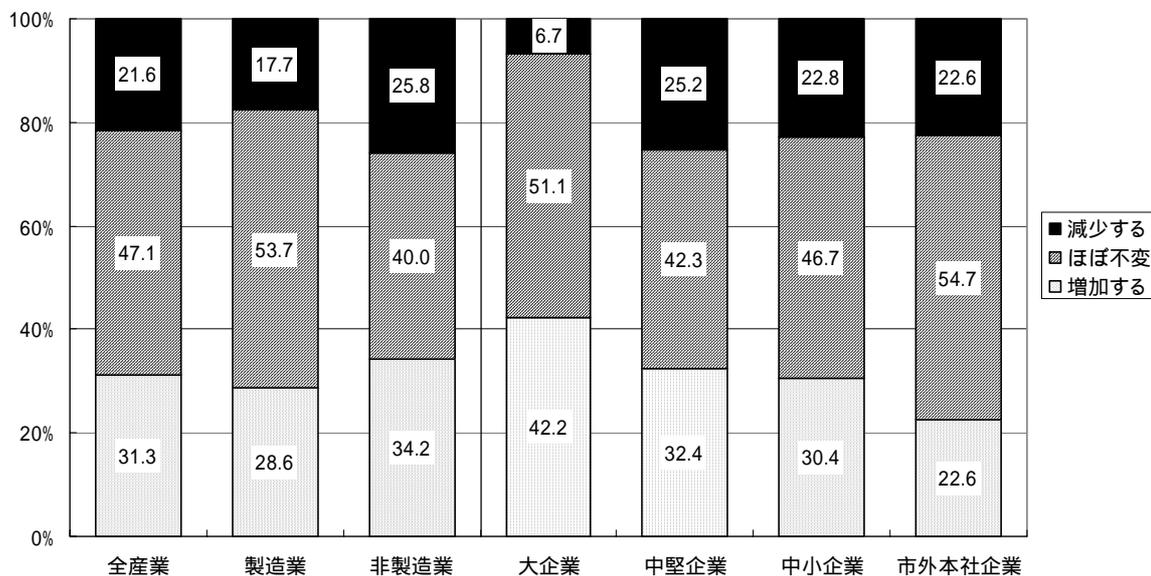
規模別にみても，「営業力の強化」と「新規市場の開拓」が高い割合を示しているが，中堅企業では「営業力の強化」が特に高くなっており，また，中小企業，市外本社企業では「新商品の開発」が他の規模と比較して高い割合となっている。

図12 増加理由：3年前～現在（複数回答）



今後3年間の取引先企業数，顧客数についてみると，「ほぼ不変」が47.1%で最も高く，次いで「増加する」(31.3%)，「減少する」(21.6%)の順となっており，「増加」が「減少」を上回っている。業種別では大きな差異はみられないが，製造業でより「ほぼ不変」の回答割合が高くなっている。規模別にみると，規模が大きいほど「増加する」という回答が高く，大企業では「増加する」が42.2%と，「減少する」(6.7%)を大きく上回っている。

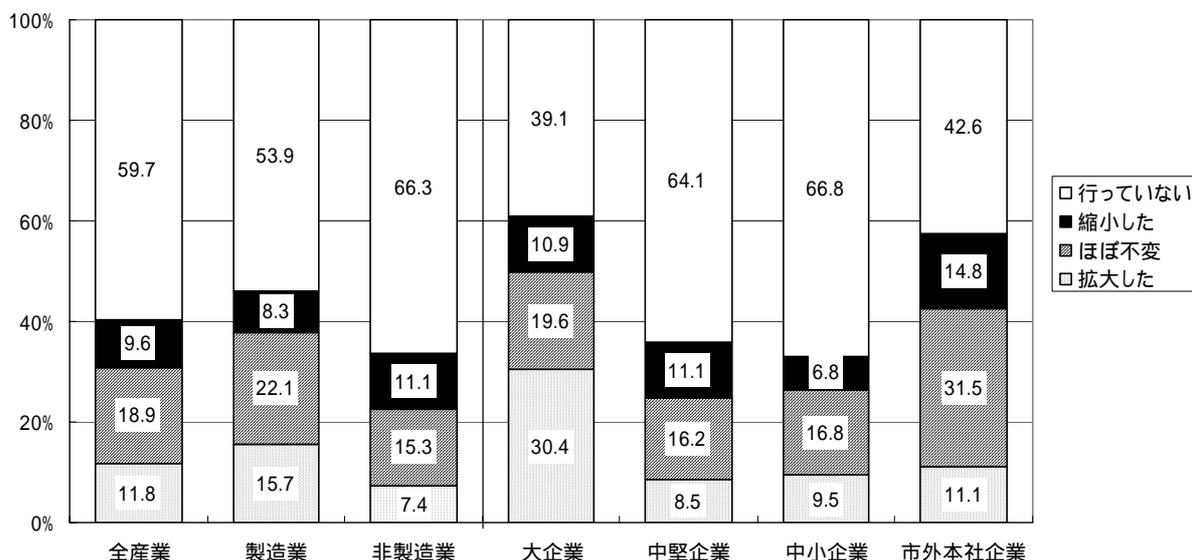
図13 取引先企業数，顧客数の変化：現在～3年後



(4) 海外との取引の変化

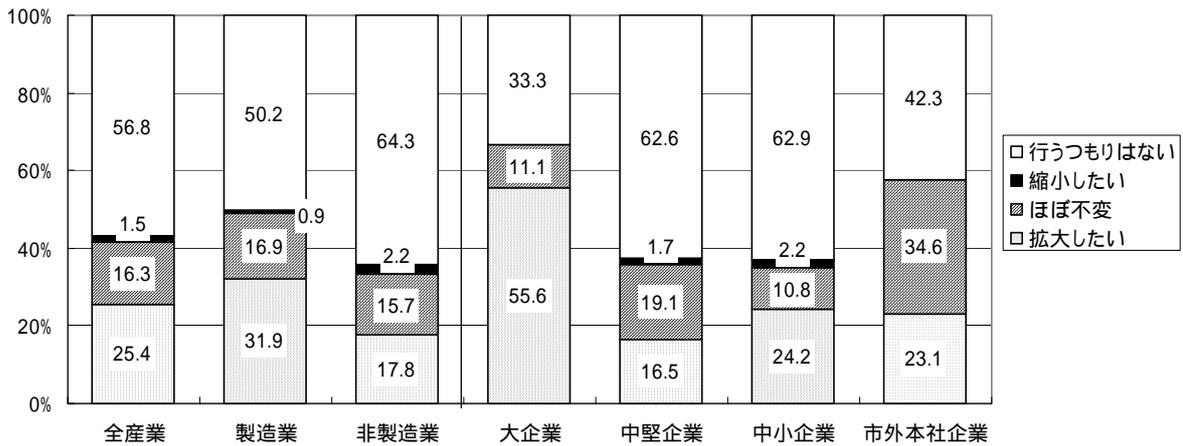
過去3年間における海外との取引の変化についてみると，「行っていない」が59.7%で最も高く，次いで「ほぼ不変」(18.9%)，「拡大した」(11.8%)の順となっている。業種別にみると，製造業では，非製造業と比較して，海外と取引を行っている企業の割合が高く，「拡大した」という回答は非製造業の2倍以上高くなっている。規模別にみると，中堅企業，中小企業では「行っていない」が6割を超えているのに対し，大企業，市外本社企業では，「行っていない」は4割程度となっている。大企業では「拡大した」と回答した企業も3割を超え，他の規模に比べて高い割合となっている。

図14 海外との取引の変化(業種別，規模別)



今後3年間の海外との取引の意向についてみると、「行うつもりはない」が56.8%で最も高く、次いで「拡大したい」(25.4%)、「ほぼ不変」(16.3%)の順となっている。現在(図14)と将来意向を比較すると、「行っていない」と「行うつもりはない」の回答割合はほぼ同水準となっている。業種別にみると、製造業では「拡大したい」とする企業が3割を超え、非製造業に比べ高い割合となっているのに対し、非製造業では「行うつもりはない」が製造業に比べ高い回答割合となっている。規模別にみると、大企業では「拡大したい」が55.6%と5割を超えている一方で、中堅企業、中小企業では「行うつもりはない」が6割を超えており、海外取引についての将来意向は、企業規模によって大きな差異がみられる。

図15 海外との取引の変化(現在~3年後)(業種別,規模別)

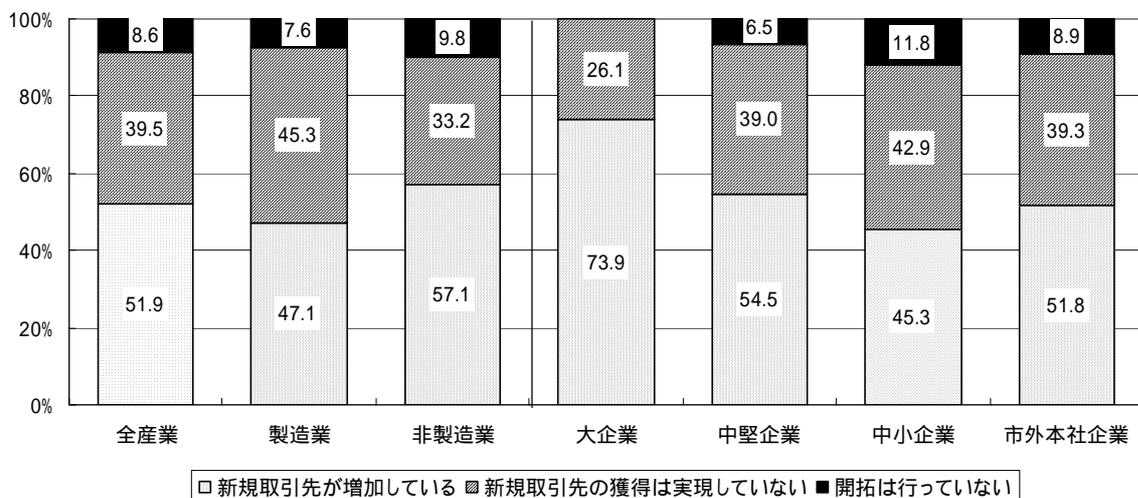


(5) 新規取引先の開拓

新規取引先の開拓については、「開拓を行っており、新規取引先が増加している」が51.9%で最も高い回答となっているが、「開拓を行っているが、新規取引先の獲得は実現していない」も39.5%と4割近くにのぼっている。また、「開拓を行っていない」とした企業は全体の1割弱となっている。

業種別にみると、非製造業では製造業と比較して「開拓を行っており、新規取引先が増加している」が高くなっており、逆に、製造業では「開拓を行っているが、新規取引先の獲得は実現していない」が非製造業と比較して高くなっている。また、規模別にみると、中小企業では「開拓を行っており、新規取引先が増加している」の回答が45.3%にとどまっているのに対して、大企業では73.9%に達している。

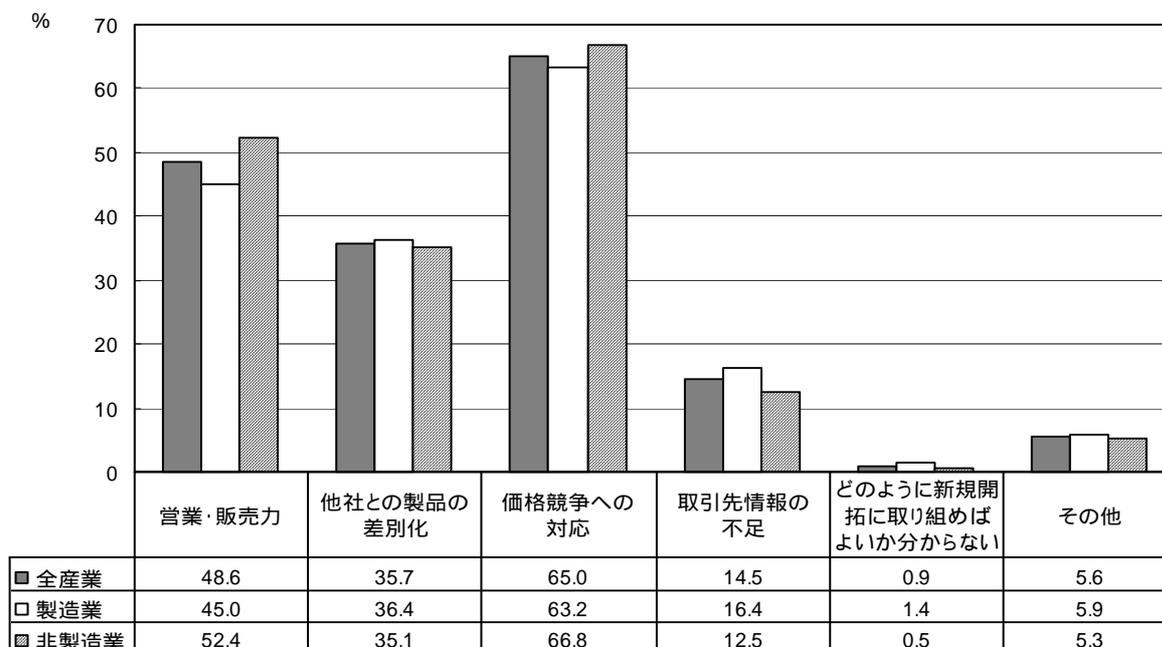
図16 新規取引先の開拓(業種別,規模別)



(6) 新規取引先の開拓にあたっての問題点

新規取引先の開拓にあたっての問題点としては、「価格競争への対応」が65.0%で最も高く、次いで「営業・販売力」(48.6%)、「他社との製品の差別化」(35.7%)の回答割合が高くなっている。業種別にみても、ほぼ同じ回答割合となっており業種別差異はみられない。

図 17 新規取引先の開拓にあたっての問題点 (業種別：2つまで回答)



新規取引先の開拓にあたっての問題点を規模別にみると、全ての規模で「価格競争への対応」が最も高くなっているが、大企業では「他社との製品の差別化」が6割近くと、他の規模と比較して回答割合が高くなっている。

図 18 新規取引先の開拓にあたっての問題点 (規模別：2つまで回答)

