

調査

# 県内企業経営者の2005年景気予測

わが国経済が2003年以降、高い成長率を達成できた要因は、過剰設備や過剰債務の削減、米国や中国の高成長による海外需要の好調が重なったことにある。また、雇用・所得環境の改善が鈍いなか、消費者マインドが改善したことにより、個人消費は押し上げられた。

こうした状況のなか、当センターでは県内主要企業200社の経営者を対象に「2005年景気予測アンケート」調査を2004年11月中旬に実施し、90社から有効回答を得て、その集計結果を取りまとめた。

DIとは

アンケート結果の分散程度を指数化したもので、質問に対して「プラス（良好、増加等）」、「中立（横ばい）」、「マイナス（不良、減少等）」の3つの選択肢を用意して、「プラス」と回答した企業割合から「マイナス」と回答した企業割合を差し引きした指数をDI（Diffusion Index）という。

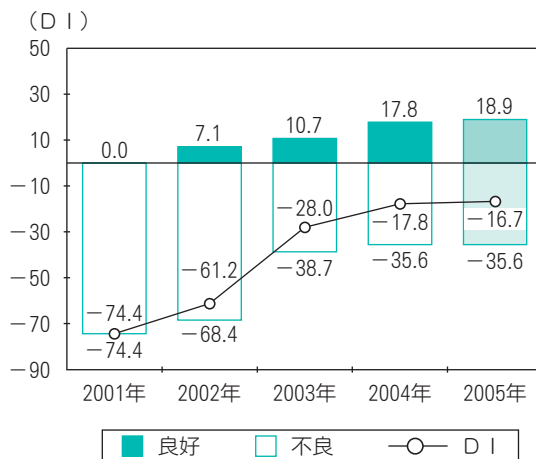
## 1 所属業界の状況について

2004年の所属業界の業況を聞くと、有効回答（90社）のなかで「良好」（＝「良くなった」＋「少し良くなった」）と回答した企業は16社（17.8%）、

「横ばい」が41社（45.6%）、「不良」（＝「少し悪くなった」＋「悪くなった」）と回答した企業は32社（35.6%）となった。所属業界の業況について2003年と2004年を比較すると、「良好」が7.1ポイント増加、「不良」が3.1ポイント減少し、DIが▲17.8となり、全般的に所属業界としては業況が改善傾向にあった。

2005年の所属業界の見通しが2004年実績と比較して「良くなる」とした企業は2社（2.2%）、「やや良くなる」は15社（16.7%）となっている。「横ばい」とした企業は41社（45.6%）、「少し悪

所属業界の業況（前回比）



2005年の自社・所属業界の業況予測

	良くなる		少し良くなる		横ばい		少し悪くなる		悪くなる		不明		合計
	自社	業界	自社	業界	自社	業界	自社	業界	自社	業界	自社	業界	
製造業	2 (4.2)	1 (2.1)	14 (29.8)	5 (10.6)	13 (27.7)	21 (44.7)	13 (27.7)	16 (34.0)	3 (6.4)	4 (8.5)	2 (4.2)		47 (100.0)
卸・小売業	1		7 (29.2)	7 (29.2)	12 (33.3)	9 (37.5)	3 (33.3)	6 (25.0)	1 (13.3)	2 (8.3)			24 (100.0)
建設業			1 (20.0)	1 (20.0)	2 (40.0)	3 (60.0)	1 (20.0)		1 (20.0)	1 (20.0)			5 (100.0)
不動産業			1 (50.0)		1 (50.0)	2 (100.0)							2 (100.0)
運輸・通信業			2 (25.0)	2 (25.0)	4 (50.0)	4 (50.0)	1 (12.5)	1 (12.5)	1 (12.5)	1 (12.5)			8 (100.0)
サービス業		1 (25.0)	1 (25.0)		3 (75.0)	2 (50.0)		1 (25.0)					4 (100.0)
その他													
2005年全体	3 (3.3)	2 (2.2)	26 (28.9)	15 (16.7)	35 (38.9)	41 (45.6)	18 (20.0)	24 (26.7)	6 (6.7)	8 (8.9)	2 (2.2)		90 (100.0)
(2004年全体)													

但し、上段は企業数〈社〉、下段は構成比〈%〉 2004年全体は構成比〈%〉

くなる」が24社(26.7%)、「悪くなる」が8社(8.9%)で、約3割の企業は2005年の所属業界の業況が2004年に比較して下降するとしている。業種別にみると、卸・小売業は、「良好」と予測している企業が約3割あるものの、製造業は約4割が下降予測している。

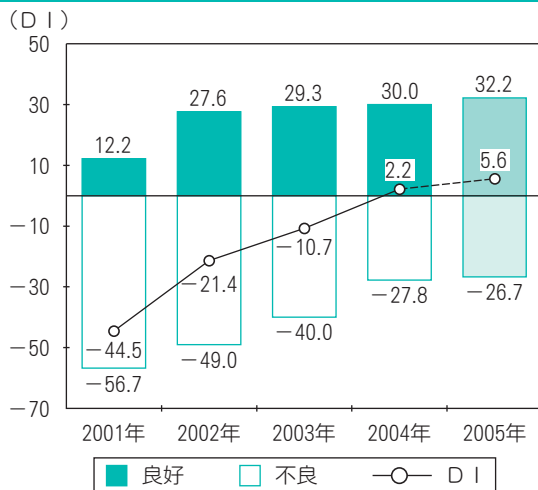
## 2 自社の業績について

2004年の自社の業績を前回(2003年11月下旬)と比較して回答を求めたところ、有効回答(90社)のなかで、「良好」と回答した企業は30.0%、「横ばい」と回答した企業は41.1%となった。一方、「不良」とした企業は27.8%となった。

前回に行った同じアンケート結果と比較すると、前年より業績が「良好」とした企業の割合は0.7ポイント増加。一方、業績が「不良」とした企業の割合は12.2ポイント減少し、「横ばい」とした企業の割合は10.4ポイント増加という結果となった。

2005年の業績予測では、2004年より「良好」と回答した企業は29社(32.2%)、一方「不良」とした企業は24社(26.7%)となった。したがってDIが5.6となり、前回より3.4ポイント増加して緩やかであるが改善すると予測している。

### 自社の業績(前回比)



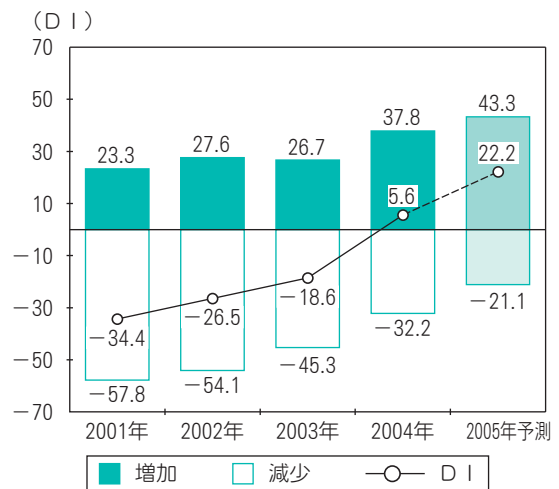
#### ①売上

2004年は「増加」(=「増加」+「やや増加」)した企業は37.8%、一方「減少」(=「やや減少」+

「減少」)した企業は32.2%となった。

2005年の業績予測では、「増加」するとした企業は43.3%、「減少」するとした企業が21.1%となった。DIが22.2となり前回より16.6ポイント増加しており改善傾向が顕著になると予測している。

### 自社の売上(前回比)

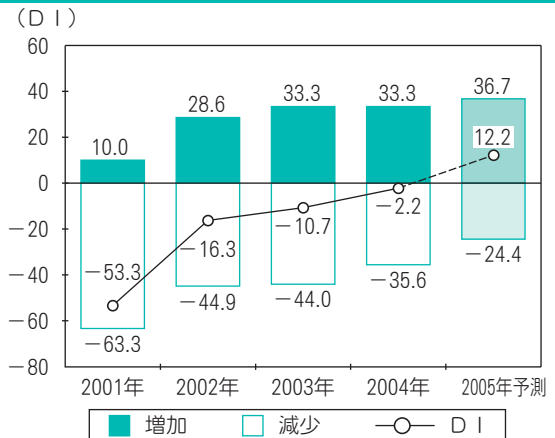


#### ②収益

2004年は前回より「増加」したとする企業は33.3%、「横ばい」とした企業が30.0%、「減少」とした企業は35.6%となった。「減少」するとした企業が減っており、収益の底上げができたことがうかがえる。

2005年は「減少」すると予測する企業の割合が2004年より大きく減少(▲35.6%→▲24.4%)しているため、DIが14.4ポイント改善され12.2になっている。

### 自社の収益(前回比)



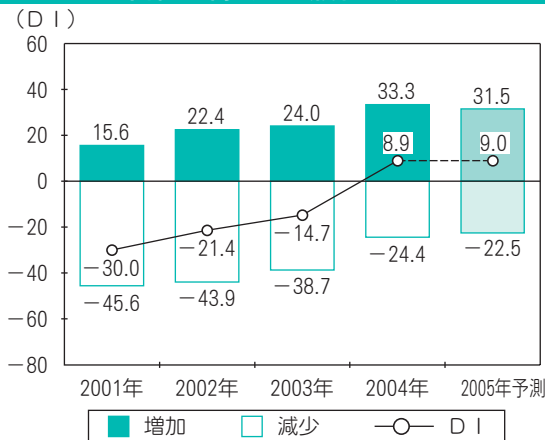
調査

③荷動き（小売・サービス業等の客数）

2004年は前回より「増加」した企業が33.3%、「減少」した企業が24.4%となり、DIも▲14.7→8.9と前回のマイナスより大きくプラスに転じた。

2005年は「増加」および「減少」とした割合がともに減り、DIが9.0とほぼ横ばいで推移すると予測している。

自社の荷動き（前回比）

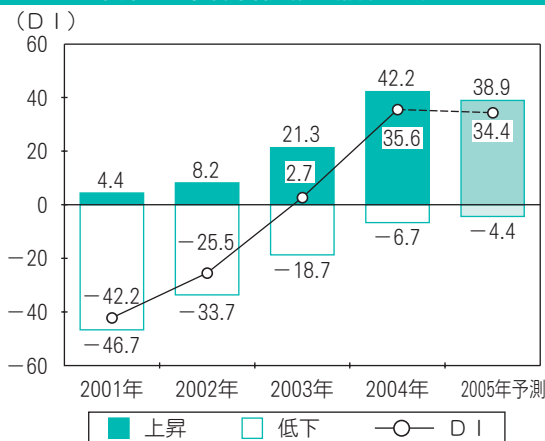


④原材料価格（仕入単価）

2004年は前回より「上昇」（＝「上昇」＋「やや上昇」）した企業が42.2%となり、「横ばい」の企業は46.7%、「低下」（＝「やや低下」＋「低下」）した企業は6.7%となった。売上、収益等の改善により原材料（仕入単価）の上昇が受け入れられていることが考えられる。

2005年は「上昇」とした企業は38.9%、「低下」とした企業が4.4%となり、2004年とほぼ同水準になると予測している。

自社の原材料価格（前回比）

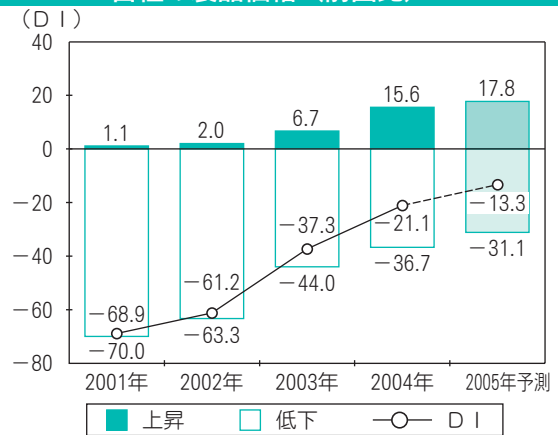


⑤製品価格

2004年は前回より「上昇」した企業は15.6%、「横ばい」という企業が45.6%、「低下」した企業が36.7%となった。

2005年も引き続き製品価格の引き下げが求められているものの、「低下」とした企業が31.1%（5.6ポイント減）、DI▲13.3と前回より7.8ポイント良くなり、やや納入条件に改善傾向がうかがえる。

自社の製品価格（前回比）

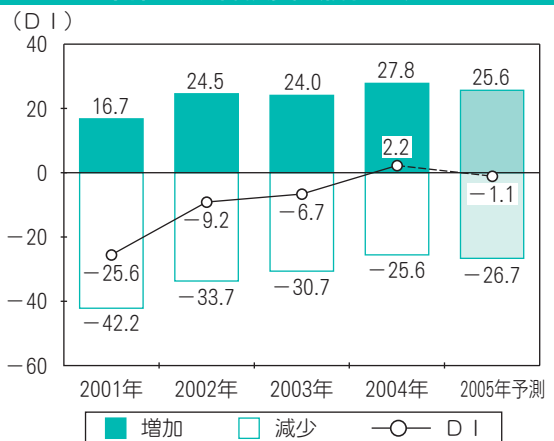


⑥設備投資

2004年は全般的な業績回復により「増加」した企業が27.8%、「横ばい」の企業が40.0%、「減少」した企業が25.6%となりDIが2.2とプラスに転じた。

2005年は「増加」とした企業は25.6%（前回比2.2ポイント減）、「減少」とした企業が26.7%（前回比1.1ポイント増）、DIが▲1.1となり設備投資にやや陰りが見られるとしている。

自社の設備投資（前回比）



### ⑦賃上げ率

2005年春の予想賃上げ率は「賃上げなし」が最も多く56.7%となっている。賃上げ予定企業では、「1.5～2.0%未満」とする企業が最も多く、全体の14.4%である。好業績企業においては、雇用・所得環境の緩和が期待される。

2005年春の予想賃上げ率

	賃金引下げ		賃上げなし	賃金引上げ							不明	全体
	1.5～2.0%未満	1.0～1.5%未満		1.0%未満	1.0～1.5%未満	1.5～2.0%未満	2.0～2.5%未満	2.5～3.0%未満	3.0%以上			
製造業	1	1	24	3	2	9	3	2	1	1	47	
卸・小売業			15	1	2	2	1	2		1	24	
建設業			4			1					5	
不動産業			1	1							2	
運輸・通信業			6					2			8	
サービス業			1			1		1		1	4	
その他											0	
合計	1	1	51	5	4	13	4	7	1	3	90	
	1.1%	1.1%	56.7%	5.6%	4.4%	14.4%	4.4%	7.8%	1.1%	3.3%	100.0%	

## 3

### 自社の経営課題と取組みについて

次に厳しい経営環境の中、自社の課題及び取り組み方を尋ね、主なものを業種ごとにまとめた。それによると、合理化や新製品開発などに注力しているという意見が多くみられた。

#### 【製造業】

- 問屋卸より小売店直販へ変更しており、将来的にはFCを構築し「自社で作ったものは自社で売る」という形態にしたい。(靴下製造販売業)
- 団塊世代の社員の件数費が重荷になってきており、社員の世代交代を早め、60歳以上の人材の採用と共に若年労働者の確保に努めている。(靴下製造業)
- お客様のニーズや弊社の技術・社会環境を考慮し、提案型営業の強化と新技術による商品開発に力を注いでいく。(プラスチック包装容器製造販売)
- 品質の向上により取引先に信頼される会社(無駄・ロス排除)、任せられる人作り(個人の能力アップ)と社長方針の徹底と実行。(プラスチック製品製造業)

- 商品のオリジナル性を発揮し付加価値を高める。同業者の中でも個性のある企業を目指す。(卸製造業)
- IT関連分野で好調に推移しているが、2005年下期より落込みが懸念されているため、新製品の開発・進出が急務である。(一般機械器具製造業)
- 当社が生き残るためには、やはり高品質の商品を提供し、消費者からの「指名商品」として販売できることを目指して努力している。(清酒製造・卸・小売業)

#### 【卸・小売業】

- 販売先の開拓、後継者の育成、従業員教育に重点を置いて努力している。(木材製品卸売業)
- 人材育成(教育)、業務システムの構築、営業力強化と生産性の向上に努めている。(内地材製材、木造建築)
- 業界の競争激化により販売価格が低下しており販売競争力の強化。不良債権発生の可能性が高くなっており、債権管理面の強化を図っている。(建築材料卸売業)
- 大手チェーンにないオリジナリティのある食品スーパーを目指してきたが、今後はより特色を出し、小商圏での充実した商いを目指す。また、中期経営計画を策定し、経営改善を行う。(食品小売業)

#### 【建設業・不動産業】

- 本業だけでは非常に厳しい状況が続いているため、遊休資産の利用(賃貸等)、リフォーム、開発事業等に取組んでいる。(総合建設業)
- 従業員の技術力の向上。(総合建設業)
- 請負の個別採算性を重視して受注を図る。(建設内装工事)
- 営業社員の営業力アップ。インターネット網の充実による集客力強化。(不動産業)

#### 【サービス業】

- お客様の満足度を維持・向上させる為、アンケート等の苦言を重視して、その改善に努力して行く。(旅館業)
- 装置産業であり、労働集約的な業界の中での合理化は僅かな部分の積み重ねを行うしかない。(ホテル業)

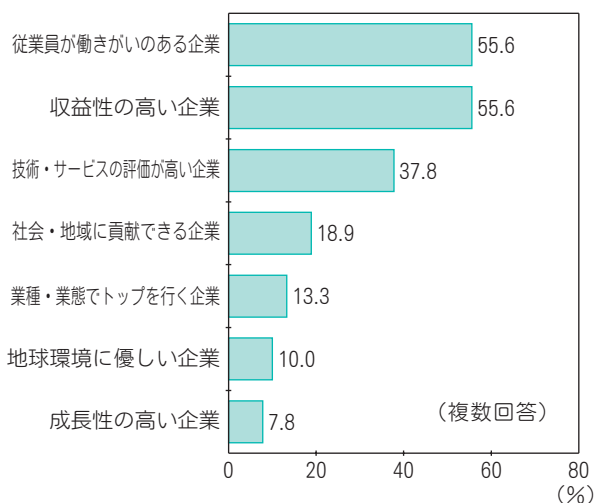
## 調査

- ・IT機器導入による効率化。電化攻勢の中での、お客様満足度の向上への取組み。他工事と同時施工をするなど設備投資の抑制。（ガス事業）

## 4 自社の目指す企業形態について

今後、自社がどのような企業形態を目指しているのかを尋ねた（複数回答）ところ、「従業員の働きがいのある企業」「収益性の高い企業」とする経営者が55.6%と半数以上で最も多く、次いで「技術・サービスの評価が高い企業」が37.8%の順となった。従業員を大切に、収益性も高めるバランスのとれた企業を目指している。

### 自社の目指す企業形態



## 5 所属業界の将来性について

所属業界の将来性について意見を求めたところ「中国」「競争激化」「縮小」などの文言が多く、今後は各企業が生き残りをかけて競争がさらに厳しくなると考えられる。こうした状況のなか、前向な経営者がいる一方、やや消極的な考えをしている経営者が相対的に多いことがうかがえる。主

なコメントは、次のとおりである。

### 【明るいイメージのもの】

#### 【製造業】

- ・高品質で短納期を目指せば十分生き残れると思う。（スポーツウェア製造業）
- ・日本の高品質な商品で海外展開が可能と考えており、グローバルな視点から見れば成長はあると考える。（プラスチック製品製造業）
- ・包装の簡素化と広告媒介としての包装についての見直し等を見越せば将来は無限に拡大すると思われる。（印刷紙器製造業）
- ・大型店の台頭拡大に伴い、中小小売店の縮小が顕著なため、消費者直販体制を整える。（スポーツウェア製造販売業）

#### 【卸・小売業】

- ・建築着工戸数の減少により、リフォームや工務店の支援体制を進めていける企業になれば生き残れる可能性はある。（建築材料卸業）
- ・安心、安全な製品は輸入品では無理と思うが、将来に備えてオンリーワン製品を多く持ちたい。（医薬品・医薬外品の製造業）

#### 【サービス業】

- ・将来のグローバルツーリズム的な動きが出てくればバラ色の将来も夢でない。（ホテル業）

### 【暗いイメージのもの】

#### 【製造業】

- ・輸入品が毎年増加する中、国内メーカーは減少せざるを得ない。縮小均衡の中で転廃業もやむを得ない。（靴下製造業）
- ・川下のアパレルが中国縫製の傾向が強く、国内の量的な経営は望めない。（釦製造業）
- ・配置製菓業の将来は、後継者難で先行きが厳しい。（医薬品製造業）

- ・ 少子高齢化、競争激化、価格競争など相当厳しい。  
(清涼飲料水製造業)
- ・ 益々、大手問屋が中国等の海外製品を輸入するため業界は良くならない。  
(スポーツ用品製造業)

#### 【卸・小売業】

- ・ 住宅様式が洋風化しており、国産材が減少しており、将来的には余り期待できない。  
(木材市売業)
- ・ 業界はオーバーストアになっている上、消費人口の減少により生存競争の激化。大手といえども倒産する企業も出てきており、中小スーパーは淘汰される。  
(食料品小売業)

#### 【建設業・不動産業】

- ・ 建設投資額は年々縮小傾向にある反面、業者数はピーク時のままであり、競争が激しく収益が得られなくなる。  
(土木建築請負業)
- ・ 飛躍的な市場の拡大は望めないため、経営の合理化をしていかなければ生き残れない。  
(建築土木総合建設業)

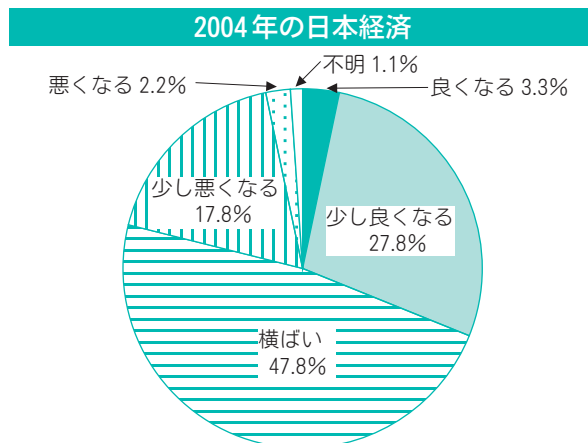
#### 【サービス業】

- ・ 少子高齢化の時代を迎えて、旅行のスタイルの変化になかなかついていけない。  
(旅館業)
- ・ 自由化による新規参入や電化攻勢など今以上に厳しくなると思う。  
(ガス事業)
- ・ 外資系会社の増加の為、今までの物流サービスの見直しが必要。  
(総合物流業)

## 6 2005年の日本経済

2005年の日本経済について、2004年と比べてどうなるかと尋ねたところ、「良くなる」「少し良くなる」と予測した経営者が31.1%（前回40.0

%）としている。一方、「少し悪くなる」「悪くなる」とした経営者は20.0%（前回16.0%）となり、総体的には2005年は景気が減速すると予測している。



## 7

## おわりに

アンケート結果によると県内企業経営者の2004年の景況感は、業界・自社ともに売上増に伴う業況の回復によりやや上昇している。一方、2005年は2004年に比較して業界および自社の業況の改善傾向に陰りがうかがえる。

県内企業経営者は、こうした競争激化の中で、合理化を図り、収益を重視した経営体質強化に取り組んでいる。

今後も自社の所属業界の動向を正確に察知・分析して、思い切った経営が行われることを期待したい。

(武村 好俊)