

調査

# 県内企業経営者の2006年景気予測

わが国経済は、2003～2004年の外需と製造業主導による回復から2005年の国内民間需要（個人消費・設備投資）による回復へ移行し、景気回復の主役も製造業から非製造業に変わりつつある。2006年は、雇用や設備投資に占めるウェイトが高い非製造業の回復が本格化し始めそうである。

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「2006年景気予測アンケート」調査を2005年11月中旬に実施し、81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。

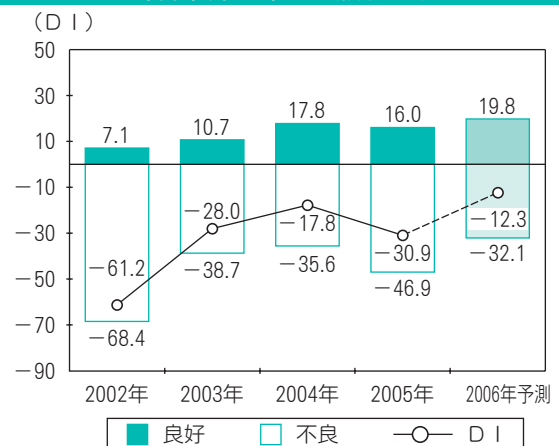
## 1 所属業界の状況について

2005年の所属業界の業況を聞くと、有効回答（81社）のなかで「良好」（＝「良くなった」＋「やや良くなった」）と回答した企業は13社（16.0%）、

「横ばい」が29社（35.8%）、「不良」（＝「やや悪くなった」＋「悪くなった」）と回答した企業は38社（46.9%）となった。所属業界の業況について2004年と2005年を比較すると、「良好」が1.8ポイント減少、「不良」が11.3ポイント増加し、DIが▲30.9となった。所属業界としては改善傾向が続いていたが、2005年は業況悪化に転じた。

2006年の所属業界の見通しが2005年実績と比較して「良くなる」とした企業はなく、「やや良くなる」は16社（19.8%）となっている。「横ばい」とした企業は39社（48.1%）、「やや悪くな

所属業界の業況（前回比）



2006年の自社・所属業界の業況予測

	良くなる		やや良くなる		横ばい		やや悪くなる		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	1 (1.9)		18 (34.6)	9 (17.3)	21 (40.4)	26 (50.0)	9 (17.3)	11 (21.2)	2 (3.8)	6 (11.5)	1 (1.9)		52 (100.0)
卸・小売業			1 (7.1)	1 (7.1)	5 (35.7)	5 (35.7)	7 (50.0)	8 (57.1)			1 (7.1)		14 (100.0)
建設業			3 (50.0)	4 (66.7)	1 (16.7)	1 (16.7)	2 (33.3)	1 (16.7)					6 (100.0)
不動産業			1 (33.3)	1 (33.3)	2 (66.7)	2 (66.7)							3 (100.0)
運輸・通信業													
サービス業	1 (16.7)		1 (16.7)	1 (16.7)	4 (66.7)	5 (83.3)							6 (100.0)
その他													
2006年全体	2 (2.5)		24 (29.6)	16 (19.8)	33 (40.7)	39 (48.1)	18 (22.2)	20 (24.7)	2 (2.5)	6 (7.4)	2 (2.5)		81 (100.0)
(2005年全体)	(4.9)	(3.7)	(22.2)	(12.3)	(34.6)	(35.8)	(23.5)	(25.9)	(13.6)	(21.0)	(1.2)	(1.2)	(100.0)

但し、上段は企業数〈社〉、下段は構成比〈％〉 2005年全体は構成比〈％〉

る」が20社(24.7%)、「悪くなる」が6社(7.4%)で、約3割の企業は2006年の所属業界の業況が2005年に比較して下降するとしている。業種別にみると、建設業は、「良好」と予測している企業が3分の2ある一方、卸・小売業では約6割が下降予測している。

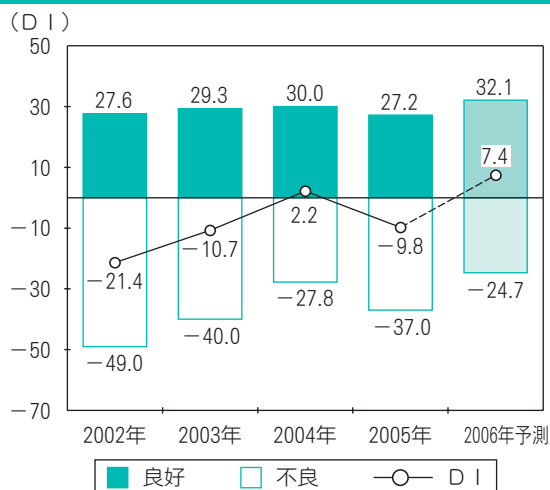
## 2 自社の業績について

2005年の自社の業績を前回(2004年11月下旬)と比較して回答を求めたところ、有効回答(81社)のなかで、「良好」と回答した企業は22社(27.2%)、「横ばい」と回答した企業は19社(34.6%)となった。一方、「不良」とした企業は30社(37.0%)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「不良」とした企業の割合は9.2ポイント増加、「良好」とした企業の割合は2.8ポイント減少という結果となった。

2006年の業績予測では、2005年より「良好」と回答した企業は26社(32.1%)、一方「不良」とした企業は20社(24.7%)となった。したがってDIが+7.4となり、2005年より17.2ポイント改善し、プラスになると予測している。

### 自社の業績(前回比)



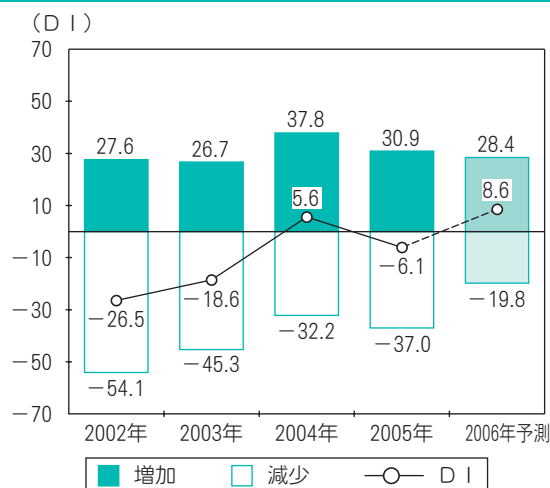
#### ①売上

2005年は「増加」(=「増加」+「やや増加」)した企業は30.9%、一方「減少」(=「やや減少」+

「減少」)した企業は37.0%となった。

2006年の業績予測では、「増加」するとした企業は28.4%、「減少」するとした企業が19.8%となった。DIが+8.6となり2005年より14.7ポイント増加しており、改善すると予測している。

### 自社の売上(前回比)

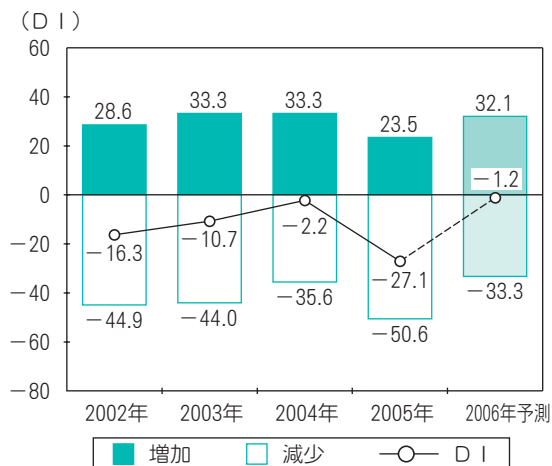


#### ②収益

2005年は前回より「増加」したとする企業は23.5%、「横ばい」とした企業が25.9%、「減少」とした企業は50.6%となった。「増加」するとした企業が減少し、一方、「減少」するとした企業が増加しており、収益が悪化したことがうかがえる。

2006年は「減少」すると予測する企業の割合が2005年より大きく減少(▲50.6%→▲33.3%)し、「増加」すると予測する企業も増えている。

### 自社の収益(前回比)



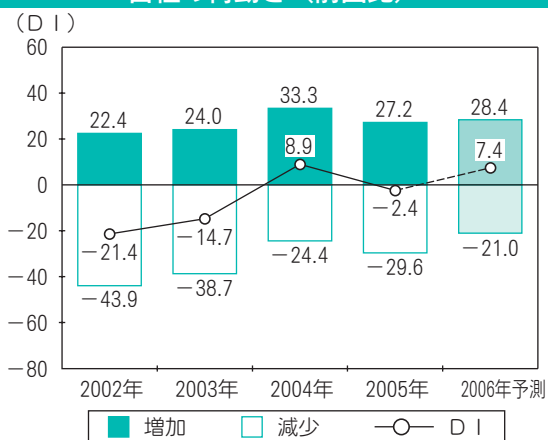
調査

③荷動き（小売・サービス業等の客数）

2005年は前回より「増加」した企業が27.2%、「減少」した企業が29.6%となり、DIも+8.9→▲2.4とマイナスに転じた。

2006年は「増加」するとした割合がほぼ横ばい、「減少」するとした割合が減ったことにより(▲29.6→▲21.0)、DIが+7.4とプラスに改善すると予測している。

自社の荷動き（前回比）

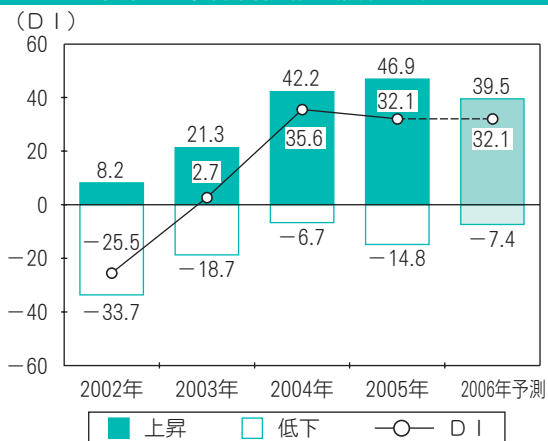


④原材料価格（仕入単価）

2005年は前回より「上昇」（＝「上昇」＋「やや上昇」）した企業が46.9%となり、「横ばい」の企業は37.0%、「低下」（＝「やや低下」＋「低下」）した企業は14.8%となった。景気の回復や原油高騰の影響で原材料（仕入単価）が上昇した業種もある一方、輸入原材料等の影響で低下した業種もみられる。

2006年は「上昇」するとした企業は39.5%、「低下」するとした企業が7.4%となりDIは2005年と同水準になると予測している。

自社の原材料価格（前回比）

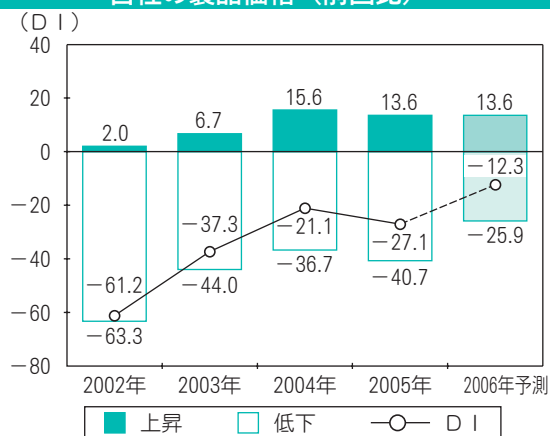


⑤製品価格

2005年は前回より「上昇」した企業は13.6%、「横ばい」という企業が43.2%、「低下」した企業が40.7%となった。

2006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、2005年に比べて「低下」するとした企業の割合が14.8ポイント減少した。DIが▲27.1→▲12.3になり、納入条件に改善がうかがえる。

自社の製品価格（前回比）

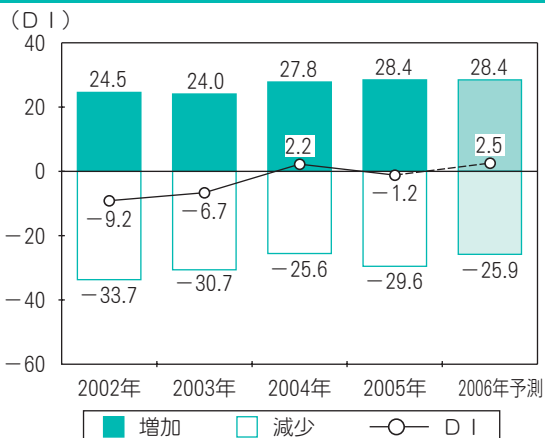


⑥設備投資

2005年は「増加」した企業が28.4%、「横ばい」とした企業が40.7%、「減少」した企業が29.6%となりDIが▲1.2とマイナスに転じた。

2006年は「増加」した企業は28.4%、「減少」した企業が25.9%、DIが+2.5となり設備投資にやや回復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

2006年春の予想賃上げ率は「賃上げなし」が最も多く56.8%（前回：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13.6%を占める。県内企業経営者は、2006年の業界の景気がやや回復すると予測しており、雇用・所得環境の緩和が期待できそうである。

#### 2006年春の予想賃上げ率

（単位：社）

	賃金		賃 金 引 上 げ							
	賃金 引下げ 3.0% 以上	賃上 げなし	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	不明	全体
製 造 業		29	2	5	8	4	2	1	1	52
卸・小売業	1	9		1	1	1	1			14
建 設 業		3	1	1		1				6
不 動 産 業		2			1					3
運 輸 ・ 通 信 業										0
サ ー ビ ス 業		3			1		2			6
そ の 他										0
合 計	1	46	3	7	11	6	5	1	1	81
	1.2%	56.8%	3.7%	8.6%	13.6%	7.4%	6.2%	1.2%	1.2%	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、高付加価値化や新製品開発、人件費削減などに注力しているという意見が多くみられた。

#### 【製造業】

- 取引先が中国からの仕入れを増やしている。受注量・単価ともに毎シーズン引き下げ要求があるため、人件費等の削減に努めている。  
（靴下製造販売業）
- 原油価格の高騰に伴い、原材料価格が上昇しているが、製品価格への転嫁が難しい。生産ロスを削減し、生産性向上に努めている。  
（印刷紙器業）
- 原材料の仕入価格高騰による収益圧迫が起きている。その対策として、合理化投資を実施し、

収益増に努めている。

（プラスチック製品製造販売業）

- 原材料価格の高騰による収益低下が長期間続いている。製品単価の引き上げ交渉の実施および高付加価値製品の開発を進めている。  
（プラスチック製品製造業）
- 販売組織網の確立、生産の効率化、社員の教育。  
（食料品製造販売業）
- 高付加価値製品の開発により新分野進出を計画しており、社内人材の育成と教育が課題である。そのための取組みとしてアウトソーシングやコラボレーション（共同製作）を検討している。  
（靴下製造販売業）
- 高度技術を必要とする業界のため、常に開発・設計要員を必要としている。優秀な人材確保が課題であり、求人活動を強化している。  
（産業用電子機器製造販売業）

#### 【卸・小売業】

- 少子高齢化、過疎化の中にあって、消費量の減少が減収要因を招いており、キメ細かいサービスで顧客の囲い込みを図っている。  
（食料品小売業）
  - 国産材需要の減少が著しく、経営が難しいため、規模縮小による合理化に取り組んでいる。  
（銘木市売業）
  - 新規採用は、営業部門のみ行い、他の部門はパート社員を採用し、人件費削減に努めている。  
（建築資材卸業）
  - 国内販売市場が頭打ちで、シェア争いが激化するなか、付加価値を高めた製品販売が不可欠である。  
（新車自動車販売業）
- #### 【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・開発事業等に取り組んでいる。  
（総合建設業）
  - 注文住宅にとって安全・安心・健康が特に大切であり、これらを主眼に置いて建築をしている。

## 調査

ローコスト建築やアフターフォローの充実等も推進している。（建設・不動産業）

- ・社員の営業力のレベルアップによる契約率の改善。営業社員の賃金形態（固定部分と歩合加算の比率等）の見直しによる人件費削減。仕入顧客（物件オーナー、家主）との結びつき強化を図っている。（不動産売買、賃貸仲介斡旋業）

## 【サービス業】

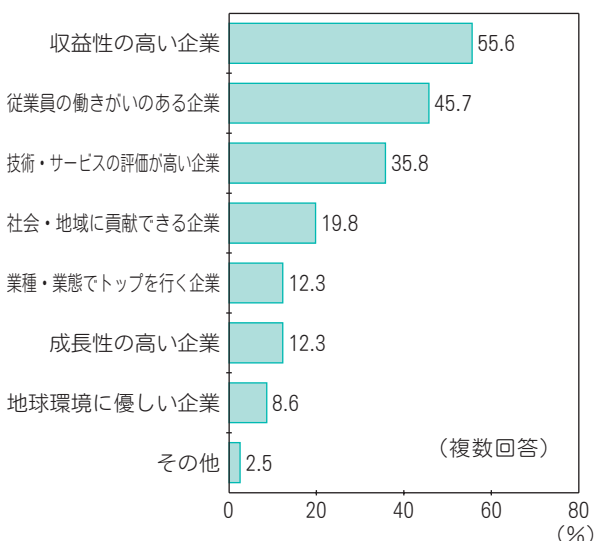
- ・売上高の減少が最も重要な課題。その対策として、ブランド力の強化および商品力の向上、そして新しい販売ルートの確立による収益確保に努めている。（旅館業）

## 4

## 自社の目指す企業形態について

今後、自らがどのような企業形態を目指しているのかを尋ねたところ（複数回答）、「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「従業員の働きがいのある企業」が45.7%、「技術・サービスの評価が高い企業」が35.8%の順となった。県内企業経営者は、収益性を高めるとともに、従業員も大切に作るバランスのとれた企業を目指していることがうかがえる。

## 自社の目指す企業形態



## 5

## 所属業界の将来性について

経営者に所属業界の将来性について意見を求めた。その結果を「明るいイメージのもの」と「暗いイメージのもの」に分けて、主なコメントをまとめてみた。意見の中に「海外」「競争激化」「減少」などの文言が多く、今後も各企業が生き残りをかけて、競争がさらに厳しくなることがうかがえる。

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】

- ・資本力により海外生産に進むか、商品や売りに独自性を発揮して国内での製造販売を進める方向しかない。将来性はやり方次第である。（スポーツウェア製造販売業）
- ・ファッション性・機能性のある高付加価値商品については国内生産へシフトしつつある。（パンティストッキング製造業）
- ・新素材の開発が進展し、実用化に目処が立てば、業界は大きく進展する可能性がある。（プラスチック製品製造販売業）
- ・食料品業界は、商品開発、販売方法によっては大きく飛躍できると思われる。（食料品小売業）

- ・量産できる商品は、中国をはじめ東アジア諸国に追われている状態である。日本企業は、高技術レベル商品にシフトすることで諸外国に対抗することが可能である。

（産業用電子機器製造販売業）

## 【卸・小売業】

- ・木材業界は先行き厳しいものがあるが、新建材・新住設機器および施工部門においては、展開次第では収益を上げることが可能である。（木材・建築材料卸業）
- ・大型小売店の出店により経営は厳しいが、地域に密着した営業ができれば、今後も生き残れる。

(食料品小売業)

#### 【サービス業】

- ・今後、益々複雑な流通になっていくと思う。その変化に対応できれば成長性のある業界のため、将来的には希望が持てる。(物流サービス業)

#### 【暗いイメージのもの】

##### 【製造業】

- ・今後も引き続き、中国をはじめ海外からの安価な製品の輸入により、国産品の価格低下が懸念される。(靴下製造卸売業)
- ・国内の靴下製造業は、体力を落としており、新しい機械を入れるのも難しい企業が出てきている。(靴下製造卸売業)
- ・販売先を国内のみならず、海外にも求めていかなければ、将来は悲観的である。(インナー製造業)
- ・県内の業界全体が一致団結して行動しなければ、他の産地メーカーとの競争に後れをとり、今後の展望が開けてこない。(素麺製造業)

##### 【卸・小売業】

- ・少子高齢化により住宅着工数が減少しており、将来的には決して明るくない。(木材製品卸売業)

##### 【建設業・不動産業】

- ・市場の拡大は望めないため、経営の合理化を図る必要がある。(総合建設業)
- ・賃貸入居希望顧客の減少化ならびに業法の改正など、今後、一段と厳しくなると思われる。(不動産売買、賃貸仲介斡旋業)

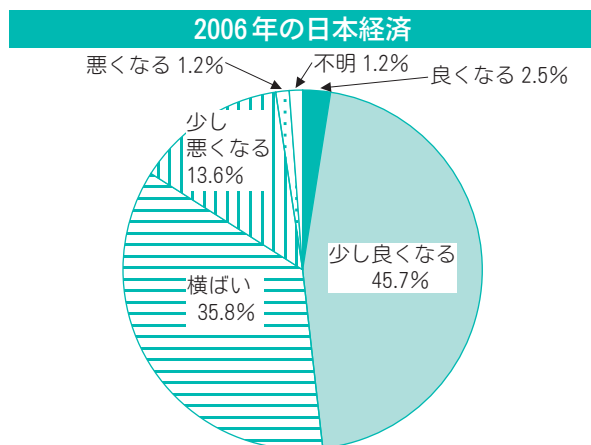
##### 【サービス業】

- ・県内には十分な観光資源が有りながら、官民ともに発信する機能が弱い。官民が一体となって観光客の受入体制を強化することが急がれる。(ホテル業)
- ・宿泊業界は、施設供給過剰気味であり、今後も経営が厳しい。(旅館業)

## 6

### 2006年の日本経済

2006年の日本経済について、2005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48.2%（前回31.1%）としている。一方、「少し悪くなる」「悪くなる」とした経営者は14.8%（前回20.0%）となり、総体的には2006年は2005年と比較して景気が回復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、売上高の減少、原材料費の高騰等に伴う収益減少および中国をはじめ東アジア諸国からの低価格輸入品の影響等により、県内企業経営者の2005年の景況感は業界・自社ともに悪化している。

一方、2006年は2005年に比較して、業界および自社ともに、売上増に伴う荷動き・客数がやや増加し、収益の回復が期待できるとしている。県内企業経営者は、グローバル化による競争激化の中で、経営の合理化を図り、収益を重視した経営体質強化に取り組むとともに、従業員の働きがいのある企業を目指している。今後も所属業界の動向を的確に分析し、時流に即した経営が行われることが望まれる。(武村 好俊)