

第6 1回企業経営に関するアンケート調査結果

B S I は2年半（5期）ぶりにマイナスに転じ先行きも不透明

東北経済の動向と企業経営の実態を把握し、国の政策に対する要望など今後の事業活動の参考に資するため実施している「企業経営に関するアンケート調査」の結果がまとまりましたので報告します。

A. 調査概況

東北の平成19年度上期の景況感実績は、原材料価格の上昇や個人消費が力強さを欠いたことなどから、B S I（景況感が「上昇した」と判断した企業の割合から「下降した」と判断した企業の割合を引いた値）が、前回調査（19年4月）に比べ14.3ポイント低下し11.3となり、2年半ぶりにマイナスに転じました。業態別には、製造業が前回調査に比べ26.2ポイント低下し、10.6となりました。17年上期以降4期連続プラスを維持してきましたが、ほとんどの業種において景況感が低下し、金属製品、電気機械など7業種でマイナスに転じました。一方、非製造業は前回調査に比べ4.9ポイント低下し、12.0となりました。運輸がマイナスに転じるなどマイナス幅が拡大しています。

19年度下期見通しについては、株価の低迷や原油価格高、素材価格などの先行き不透明感を反映し、B S Iが14.3と19年度上期実績に比べ低下する結果となっています。

一方、経営施策としては、製造業では「コストの削減」、非製造業では「人材育成」を最重視しておりますが、「生産性の向上」や「販売シェアの拡大」などを重視する傾向も強まっております。

B. 調査要領

1. 調査対象

当会会員のうち金融・保険業、電力・ガス熱供給・水道事業を除く280社

2. 調査時期

〔配布〕平成19年10月3日

〔回収〕平成19年10月29日

3. 調査方法

郵送によるアンケート方式

4. 調査対象期間

〔実績〕平成19年4月～19年9月期

（平成18年10月～19年3月期と比較）

〔見通し〕平成19年10月～20年3月期

（平成19年4月～19年9月期と比較）

5. 回収状況

〔業種別内訳〕	（内製造業）		（内非製造業）	
発送社数	280社	（129社）	（151社）	
回答社数	239社	（113社）	（126社）	
回答率	85.4%	87.6%	83.4%	

〔県別内訳〕

	青森	岩手	宮城	秋田	山形	福島	新潟	合計
発送社数	27	29	98	23	36	26	41	280
回答社数	24	25	86	19	29	23	33	239
回答率%	88.9	86.2	87.8	82.6	80.6	88.5	80.5	85.4

C. 調査企業の概要

1. 資本金別構成

資本金	回答数 （社）	構成比 （%）
50百万円以下	44	18.4
51～100百万	58	24.3
101～300百万	34	14.2
301～1,000百万	20	8.4
1,000百万超	83	34.7
合計	239	100.0

2. 当アンケートでの業種別構成と回答状況

	発送数 （社）	回答数 （社）	回答率 （%）	構成比 （%）
製造業	129	113	87.6	47.3
飲・食料品	20	17	85.0	7.1
木材・木製品・家具	5	5	100.0	2.1
パルプ・紙・同加工品	7	7	100.0	2.9
化学・医薬品	10	10	100.0	4.2
石油・プラスチック製品	5	5	100.0	2.1
窯業・土石	10	9	90.0	3.8
鉄鋼	7	6	85.7	2.5
非鉄金属	6	5	83.3	2.1
金属製品	8	6	75.0	2.5
一般機械・輸送機械	18	13	72.2	5.4
電気機械	25	22	88.0	9.2
その他製造	8	8	100.0	3.3
非製造業	151	126	83.4	52.7
運輸	20	16	80.0	6.7
卸・小売	48	42	87.5	17.6
不動産	4	3	75.0	1.3
その他サービス	27	22	81.5	9.2
鉱業	6	5	83.3	2.1
建設	46	38	82.6	15.9
合計	280	239	85.4	100.0

D. 調査結果の概要

. 景気動向

1. 東北の景況感

(注) B S I = Business Survey Index (企業業況判断指数)

「上昇」と回答した企業の割合 - 「下降」と回答した企業の割合

〔実績〕 - 3期連続低下でマイナスに -

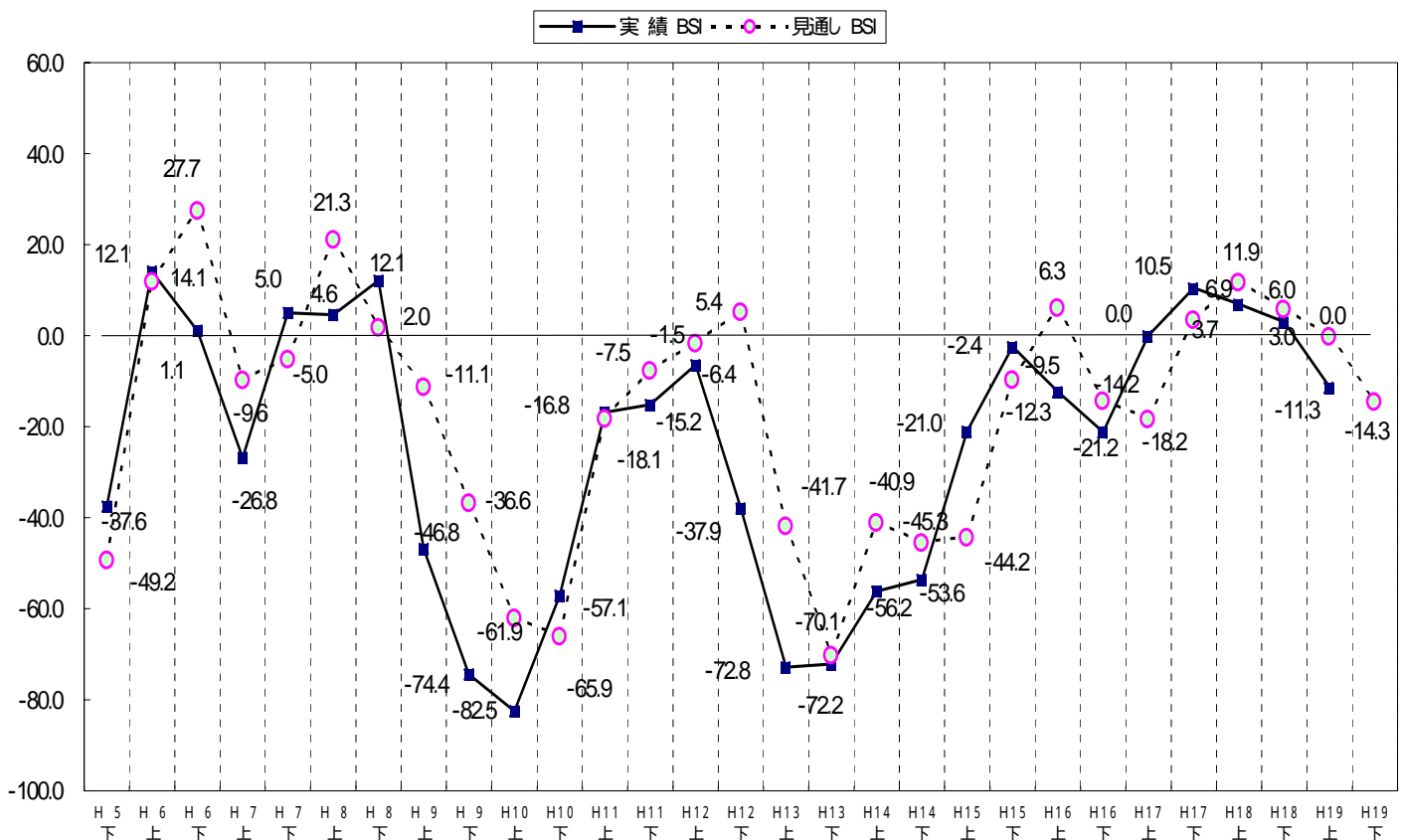
東北地方の平成19年度上期の景況感は、景気が「上昇した」とする企業は11.8%、「下降した」とする企業は23.1%で、BSIは11.3となった。3期連続で低下し、今回は18年度下期実績に比べ14.3ポイント下げ、2年半(5期)ぶりにマイナスに転じた。

業態別にみると、前回まで4期連続プラスを維持してきた製造業は10.6とマイナスに転じ、16年度下期実績(10.7)とほぼ同水準になった。一方、非製造業は12.0と引き続きマイナスの状況が続いており、前回調査に比べ4.9ポイント低下し、マイナス幅も拡大した。

〔見通し〕 - 先行き不透明感からマイナス続く -

平成19年度下期の景況感見通しは、「上昇する」が9.2%、「下降する」が23.5%で、BSIは14.3となった。株価低迷や原油価格高、素材価格などの先行き不透明感から、19年度上期実績に比べ3.0ポイント低下する結果となった。業態別には、製造業が11.5と19年度上期実績に比べ0.9ポイントの低下、非製造業は16.8と4.8ポイントの低下となった。

東北地方の景況感BSIの推移グラフ(実績・見直し対比)



景況感BSIの動向

	18年度下期	19年度上期	前回比	19年度下期
	実績	実績		見直し
全産業	3.0	11.3	14.3	14.3
製造業	15.6	10.6	26.2	11.5
非製造業	7.1	12.0	4.9	16.8

2. 業種別の景況感

- 製造業は窯業・土石を除き 11 業種で低下 非製造業は不動産などで上昇、運輸、卸・小売は低下 -
業種別の景況感をみると、製造業では窯業・土石の 1 業種が上昇したが、残りの 11 業種が低下し、木材・木製品・家具、金属製品など 7 業種でマイナスに転じた。飲・食料品や一般・輸送機械など 4 業種が辛うじてゼロ値に止まった。非製造業では、不動産など 3 業種において上昇したが、運輸がマイナスに転じるなど、卸・小売業、鉱業の合計 3 業種で低下した。

見通しについては、製造業では上昇と低下の業種が錯綜するものの、ゼロ値の 5 業種のほかはマイナスとなる。一方、非製造業では低下傾向が強まり、マイナス幅は拡大する。

業種別景況感 BSI の動向

	18 年度下期 実績	19 年度上期		19 年度下期 見通し
		実績	前回は	
製造業	15.6	10.6	26.2	11.5
飲・食料品	23.1	0.0	23.1	11.7
木材・木製品・家具	0.0	60.0	60.0	60.0
パルプ・紙・同加工品	0.0	42.8	42.8	14.3
化学・医薬品	37.5	0.0	37.5	20.0
石油・プラスチック製品	20.0	20.0	40.0	0.0
窯業・土石	14.3	0.0	14.3	0.0
鉄鋼	33.3	16.7	16.6	16.6
非鉄金属	33.3	20.0	53.3	0.0
金属製品	50.0	33.3	83.3	0.0
一般機械・輸送機械	10.0	0.0	10.0	23.1
電気機械	0.0	4.6	4.6	0.0
その他製造	14.3	25.0	39.3	12.5
非製造業	7.1	12.0	4.9	16.8
運輸	0.0	18.7	18.7	18.8
卸・小売	4.7	16.7	12.0	9.5
不動産	25.0	33.3	8.3	33.3
その他サービス	7.1	9.1	2.0	13.7
鉱業	50.0	40.0	10.0	40.0
建設	29.4	27.0	2.4	37.8

経営概況

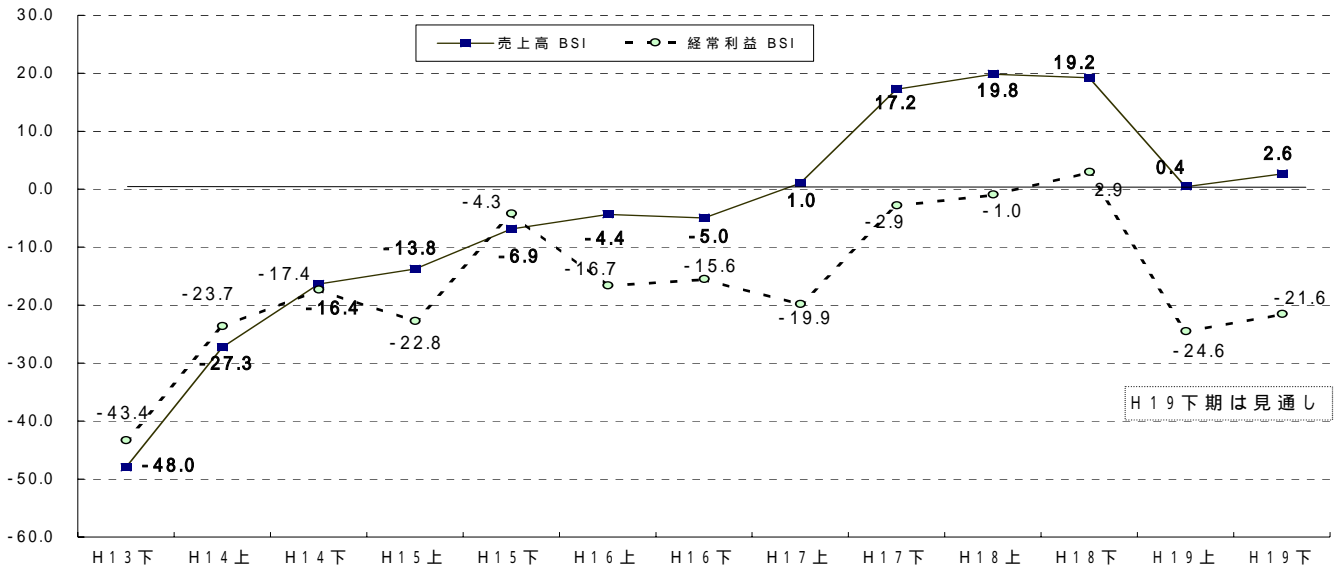
1. 売上高・経常利益

- 売上、収益環境とも悪化、厳しさ増す 見通しも足踏み状態 -

平成 19 年度上期の売上高・経常利益実績をみると、売上高は「増加した」とする企業が 30.7%、「減少した」とする企業が 30.3%で、BSI は 0.4 となり、前回調査に比べ 18.8 ポイント低下した。業態別には、製造業が前回調査比 35.1 ポイント低下の 2.6、非製造業が前回調査比 6.1 ポイント低下の 1.6 となった。一方、経常利益は「増加した」とする企業が 22.9%、「減少した」とする企業が 47.5%で、BSI は 24.6 となった。前回調査に比べ 27.5 ポイント低下し、マイナスに転じた。業態別には、製造業が前回調査比 30.7 ポイント低下の 21.8、非製造業が前回調査比 25.2 ポイント低下の 27.0 となった。

平成 19 年度上期の売上高・経常利益の見通しについては、売上高は「増加する」が 26.5%、「減少する」が 23.9%で、BSI は 2.6 となり、19 年度上期実績に比べ 2.2 ポイント上昇する結果となった。一方、経常利益は「増加する」が 19.5%、「減少する」が 41.1%で、BSI は 21.6 となり、19 年度上期実績に比べ 3.0 ポイント上昇するものの、製造業 18.2、非製造業 24.6 と共にマイナスのままである。

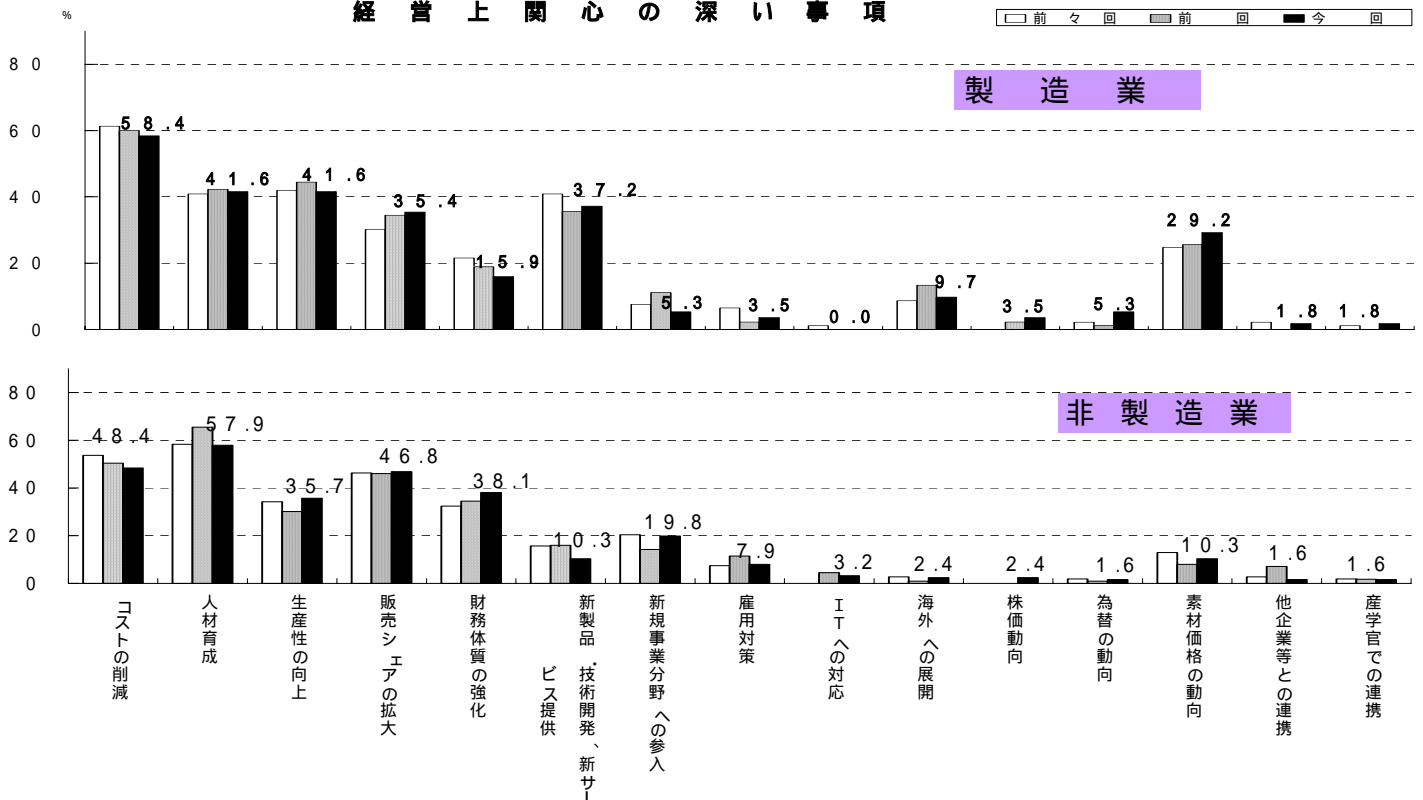
売上高BSI、経常利益BSI(全産業)



2. 企業経営上で特に関心の強い事項 (複数回答)

企業経営上で特に関心の高い事項についてみると、製造業では前回調査と同様に「コストの削減」(58.4%)への関心が最も高く、次いで「生産性の向上」(41.6%)、「人材育成」(41.6%)が依然として上位を占めている。以下、「新製品・技術開発、新サービス提供」(37.2%)、「販売シェアの拡大」(35.4%)、「素材価格の動向」(29.2%)が比重を高めながら続いている。一方、非製造業では「人材育成」(57.9%)への関心が前回調査と同様に最も高く、次いで「コストの削減」(48.4%)、「販売シェアの拡大」(46.8%)、「財務体質の強化」(38.1%)、「生産性の向上」(35.7%)と続いており、「新規事業分野への参入」(19.8%)への関心も高まっている傾向を示している。

経営上関心の深い事項



・その他（トピックス）

今回の景気拡大の実感について

平成14年に始まった今回の景気拡大は約5年半の期間に及んでおり、戦後最長であった「いざなぎ景気」を超える長さとなっていますが、企業経営において実感できるかを今回調査した。

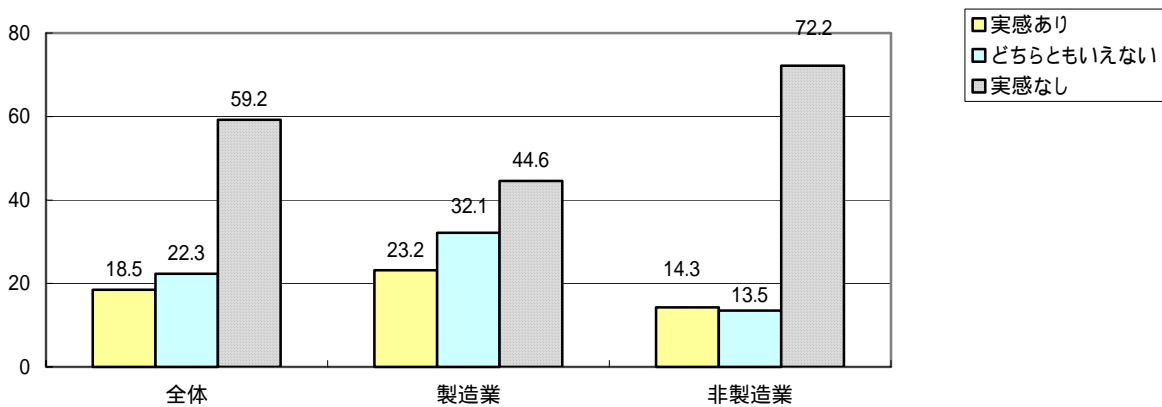
結果は、「**実感できる**」と回答した企業が18.5%（製造業：23.2%、非製造業：14.3%）、「**どちらとも言えない**」と回答した企業が22.3%（製造業：32.1%、非製造業：13.5%）、「**実感できない**」と回答した企業が59.2%（製造業：44.6%、非製造業：72.2%）という結果となった。

業種別では、鉄鋼や一般・輸送機械および不動産で「実感できた」とする企業の割合が高かったものの、半数以上の業種で「実感できない」とする企業が過半数を占め、特に建設、飲・食料品、卸・小売、運輸では約7割を超える企業が「実感できない」と回答した。

資本金別にみると、資本金10億円超の企業では「実感できる」と回答した企業の割合が約3割、「実感できない」が約4割となっているのに対し、資本金が小さくなるにしたがって、「実感できない」と回答した企業の割合が増えていく傾向が見られた。

景気拡大を実感できたとする理由（自由回答）については、旺盛な海外から需要、港湾貨物の取扱増加、首都圏での取引拡大、高額商品の売上好調などが寄せられた。一方、景気拡大を実感できないとする理由については、公共工事・公共投資の削減、地方における人口減少・事業所減少、原油・原材料の高騰、競争激化による価格破壊、規制緩和による需給バランス悪化、売上増加・利益縮小、個人消費低迷など数多く寄せられた。

今回の景気拡大に対する実感



今回の景気拡大に対する実感（資本金別）

