

# 第70回企業経営に関するアンケート調査結果

## — 景況判断BSIは低下し、先行きも不透明感が漂う —

東経連産業経済グループ

### A. 調査概況

平成24年度上期の景況感実績は、東日本大震災関連の個人消費が一巡したことや、円高の影響を受け、BSI（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（24年4月）に比べ▲24.4ポイント低下の▲4.2となり、大きく後退した。業種別では、製造業が前回調査に比べ▲23.1ポイント低下し、▲20.5となった。12業種中7業種で景況感が悪化した。また、非製造業は前回調査に比べ▲24.3ポイント低下し、6.1となった。6業種中4業種で悪化した。平成24年度下半期見通しについては、復興需要が継続しているものの、円高や世界経済の減速懸念、日中関係の悪化等による影響から、BSIは今期に比べ▲16.4ポイント低下の▲20.6となった。また、経営施策については、製造業では「コストの削減」、非製造業では「人材の育成」を最重視しており、次いで製造業では「販売シェアの拡大」、非製造業では「コストの削減」を挙げている。

### 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296社

#### 2. 調査時期

〔配布〕平成24年10月2日  
〔回収〕平成24年10月23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24年4月～24年9月期  
（平成23年10月～24年3月期と比較）  
〔見通し〕平成24年10月～25年3月期  
（平成24年4月～24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	296社	(123社)	(173社)				
回答社数	214社	(83社)	(131社)				
回答率	72.3%	67.5%	75.7%				
	〔県別内訳〕			(単位 件・%)			

	青森	秋田	岩手	宮城	山形	福島	新潟	合計
発送社数	21	18	23	127	35	29	43	296
回答社数	16	15	17	82	24	27	33	214
回答率%	76.2	83.3	73.9	64.6	68.6	93.1	76.7	72.3
構成比%	7.5	7.0	7.9	38.3	11.2	12.6	15.4	100.0

### 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	55	25.7
51～100百万	59	27.6
101～300百万	22	10.3
301～1,000百万	21	9.8
1,000百万超	57	26.6
合計	214	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 (%)
<b>製造業</b>	<b>123</b>	<b>83</b>	<b>67.5</b>	<b>38.8</b>
飲・食料品	20	13	65.0	6.1
木材・木製品・家具	2	2	100.0	0.9
パルプ・紙・同加工品	5	4	80.0	1.9
化学・医薬品	12	9	75.0	4.2
石油・プラスチック製品	8	4	50.0	1.9
窯業・土石	9	6	66.7	2.8
鉄鋼	6	4	66.7	1.9
非鉄金属	4	3	75.0	1.4
金属製品	9	8	88.9	3.7
一般機械・輸送機械	19	13	68.4	6.1
電気機械	18	12	66.7	5.6
その他製造	11	5	45.5	2.3
<b>非製造業</b>	<b>173</b>	<b>131</b>	<b>75.7</b>	<b>61.2</b>
運輸	25	20	80.0	9.3
卸・小売	49	36	73.5	16.8
不動産	9	7	77.8	3.3
その他サービス	30	17	56.7	7.9
鉱業	6	5	83.3	2.3
建設	54	46	85.2	21.5
<b>合計</b>	<b>296</b>	<b>214</b>	<b>72.3</b>	<b>100.0</b>

## D. 調査結果の概要

### I. 景気動向

(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

#### 1. 東北の景況感

##### 〔実績〕 - 海外景気減速の影響による低下 -

東北地方の平成 24 年度上期の景況感は、景気が「上昇した」とする企業は 20.1%、「下降した」とする企業は 24.3%で、B S I は▲4.2 ポイントとなった。23 年度下期実績に比べ▲24.4 ポイント低下し、大幅に後退した。製造業は▲20.5 ポイントと、前回調査との比較では、▲23.1 ポイント後退。また、非製造業は 6.1 ポイントと、前回調査に比べ▲24.3 ポイントの後退となった。非製造業では復興需要が継続している影響から、B S I がプラスの業種が多く見られる。

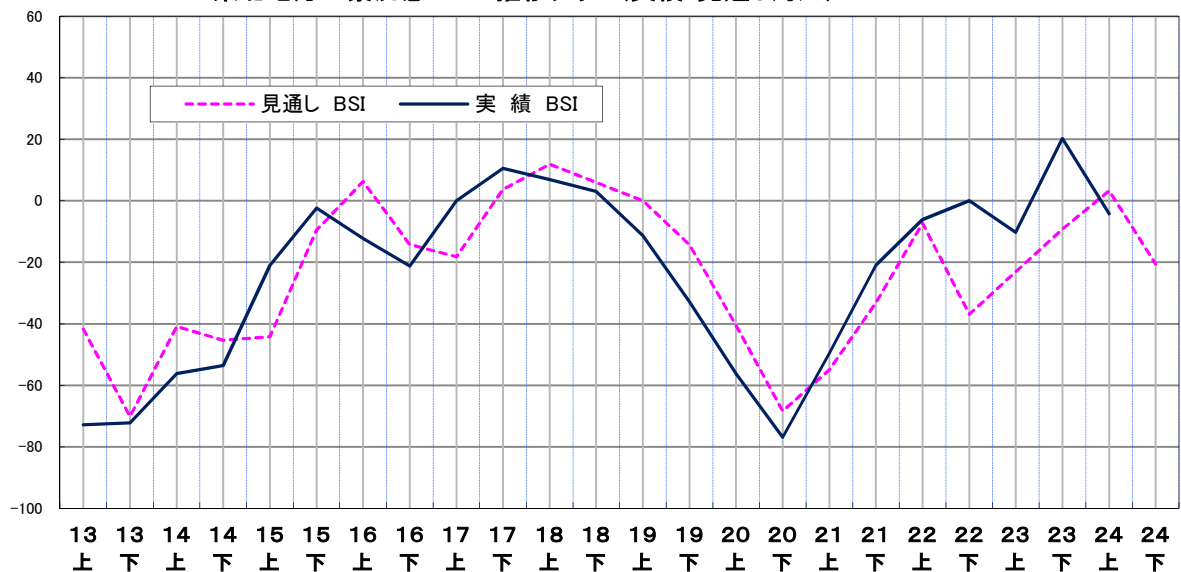
被災 3 県（岩手・宮城・福島）の B S I は、3.2 ポイントと景況感判断は東北 7 県全体を 7.4 ポイント上回ったものの、前回調査からは▲31.2 ポイントとなり、景況感は大幅に後退している。

##### 〔見通し〕 - 来期は個人消費の持続懸念と、円高・世界的な景気の減速など外需に対する懸念もある -

平成 24 年度下期の景況感見通しは、「上昇する」が 12.1%、「下降する」が 32.7%で、B S I は▲20.6 ポイントとなり、上期実績に比べ▲16.4 ポイント下降する見通しとなった。個人消費の持続懸念、円高や世界的な景気減速懸念、日中関係の悪化による影響等から、上期実績に比べ慎重な見通しとなっている。業態別には、製造業が▲22.9 ポイントと上期実績に比べ▲2.4 ポイントの低下、非製造業は▲19.1 ポイントと同▲25.2 ポイント低下の見通しとなっている。先行きについては不透明感が広がっている。

被災 3 県においても、景況感見通し B S I は▲14.3 ポイントと、東北 7 県を 6.3 ポイント上回っているものの、前回調査からは▲27.6 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・見通し対比)



#### 景況感BSIの動向

	23 年度下期実績	24 年度上期実績	(前回比)	24 年度下期見通し
全産業	20.2	▲4.2	(▲24.4)	▲20.6
製造業	2.6	▲20.5	(▲23.1)	▲22.9
非製造業	30.4	6.1	(▲24.3)	▲19.1

## 2. 業種別の景況感

－ 24年度下期見通しは、多くの業種で低下を見込んでいる －

業種別の景況感上期実績をみると、製造業では12業種中、木材・木製品・家具などの2業種で改善したが、一般機械・輸送機械など7業種で低下した。非製造業では6業種中、鉱業などの2業種で改善したが、運輸など4業種で低下した。

今期見通しについては、製造業では、木材・木製品・家具の1業種が上昇を見込んでおり、非製造業では不動産、鉱業の2業種で上昇すると予想している。ただし、震災関連個人消費の一巡や海外景気減速懸念などから、製造業・非製造業ともに厳しい見通しとなっており、全18業種中13業種で低下すると予想している。

### 業種別景況感BSIの動向

	23年度下期	24年度上期		24年度下期
	実績	実績	前回比	見通し
<b>製造業</b>	<b>2.6</b>	<b>▲20.5</b>	<b>▲23.1</b>	<b>▲22.9</b>
飲・食料品	41.7	▲23.1	▲64.8	0.0
木材・木製品・家具	▲100.0	0.0	100.0	50.0
パルプ・紙・同加工品	▲50.0	▲50.0	0.0	▲25.0
化学・医薬品	▲25.0	▲44.4	▲19.4	▲33.3
石油・プラスチック製品	25.0	▲25.0	▲50.0	▲25.0
窯業・土石	▲16.7	▲16.7	0.0	▲16.7
鉄鋼	0.0	▲50.0	▲50.0	▲50.0
非鉄金属	0.0	0.0	0.0	▲66.7
金属製品	0.0	▲12.5	▲12.5	0.0
一般機械・輸送機械	33.3	7.7	▲25.6	▲46.2
電気機械	▲33.3	▲50.0	▲16.7	▲16.7
その他製造	33.3	40.0	6.7	▲40.0
<b>非製造業</b>	<b>30.4</b>	<b>6.1</b>	<b>▲24.3</b>	<b>▲19.1</b>
運輸	5.3	▲25.0	▲30.3	▲30.0
卸・小売	41.5	2.8	▲38.7	▲41.7
不動産	77.8	28.6	▲49.2	14.3
その他サービス	21.1	23.5	2.4	▲23.5
鉱業	0.0	20.0	20.0	20.0
建設	27.9	10.9	▲17.0	▲4.3

## II. 経営概況

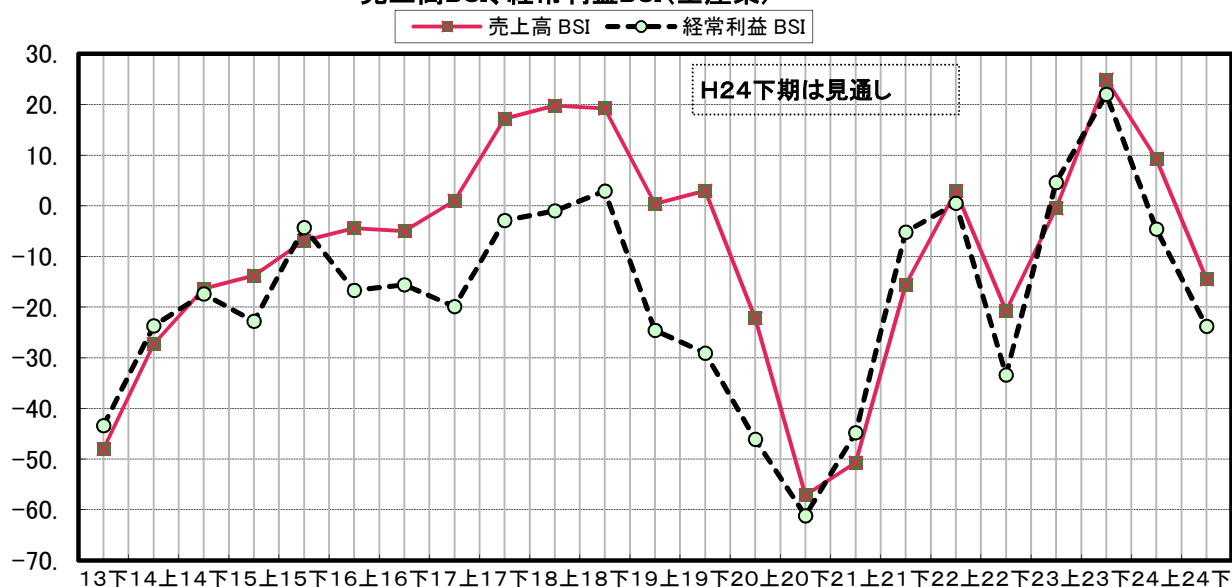
### 1. 売上高・経常利益

#### — 24年度上期実績、24年度下期予想ともに低下傾向 —

平成24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35.5%、「減少した」とする企業が26.2%で、BSIは9.3となり、前回に比べ▲15.6ポイント低下した。業種別では、製造業が同▲11.5ポイント低下の▲4.8、非製造業では▲16.8ポイント低下の18.3となった。経常利益は「増加した」とする企業が30.4%、「減少した」とする企業が35.1%で、BSIは▲4.7となり、前期比▲26.7ポイントの低下となった。業種別では、製造業が、前期比▲17.2ポイント低下の▲14.5、非製造業は同▲31.3ポイント低下の1.5となった。

平成24年度下期の売上高・経常利益の見通しについては、売上高は「増加する」が23.8%、「減少する」が38.3%で、BSIは▲14.5となり、平成24年度上期実績に比べ▲23.8ポイント低下する見通しとなった。経常利益は、「増加する」が19.2%、「減少する」が43.0%で、BSIは▲23.8となり、前期に比べ▲19.1ポイント低下となっている。業種別の売上予想は製造業▲15.7、非製造業▲13.7、経常利益予想は、製造業▲21.7、非製造業▲25.2となった。非製造業では、原材料費、人件費等の上昇で減益を見込む企業が多い。

売上高BSI、経常利益BSI(全産業)



売上高BSIの動向

	23年度下期実績	24年度上期実績		24年度下期見通
			前回比	
全産業	24.9	9.3	▲15.6	▲14.5
製造業	6.7	▲4.8	▲11.5	▲15.7
非製造	35.1	18.3	▲16.8	▲13.7

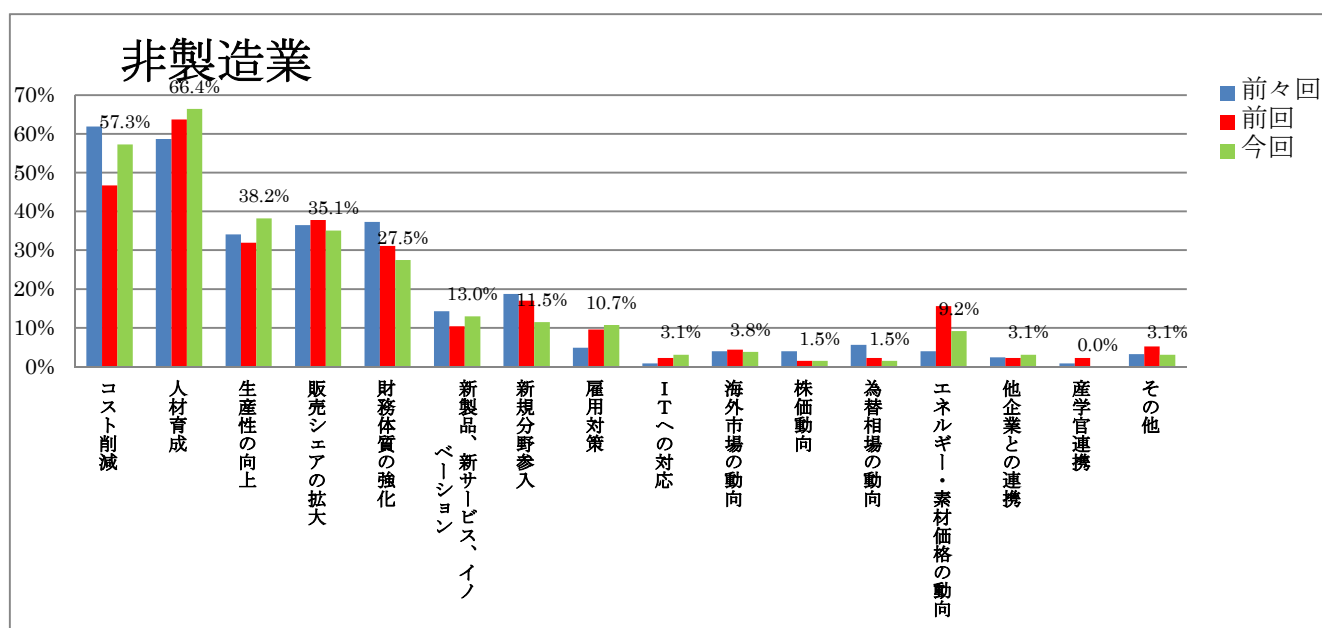
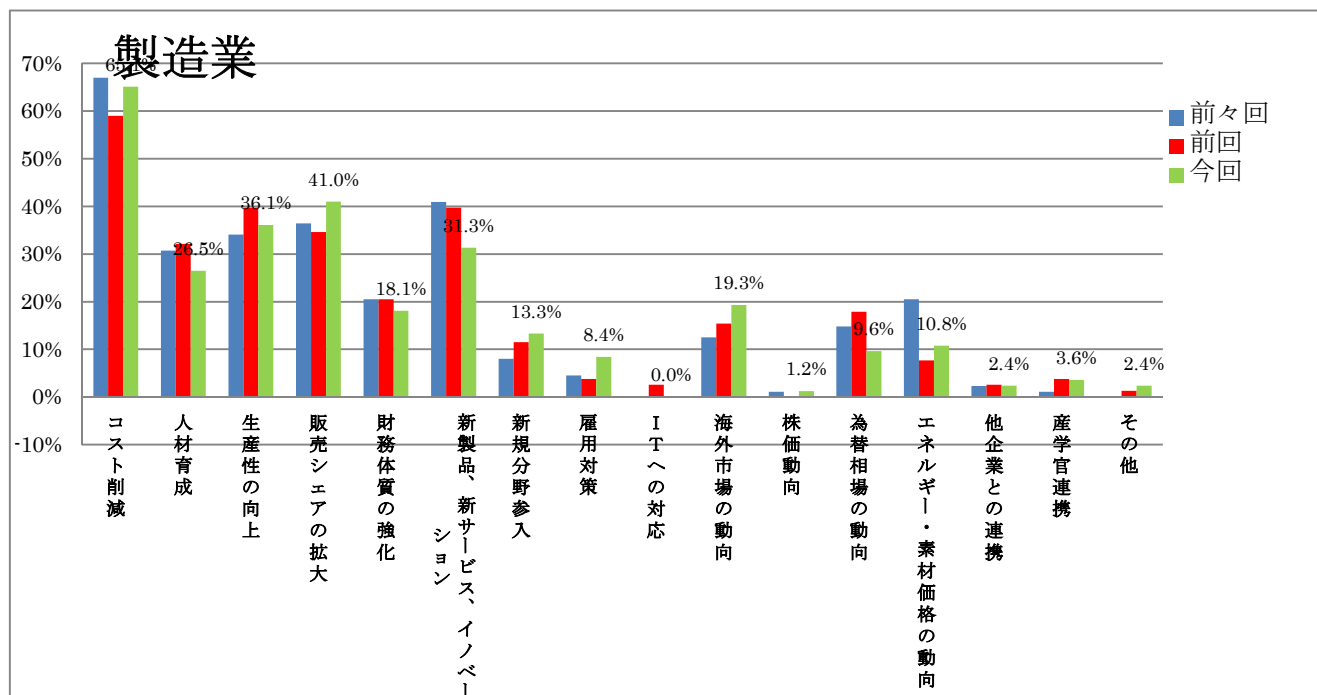
経常利益BSIの動向

	23年度下期実績	24年度上期実績		24年度下期見通
			前回比	
全産業	22.0	▲4.7	▲26.7	▲23.8
製造業	2.7	▲14.5	▲17.2	▲21.7
非製造	32.8	1.5	▲31.3	▲25.2

## 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」（65.1%）への関心が最も高く、次いで「販売シェアの拡大」（41.0%）、「生産性の向上」（36.1%）、「新製品・新サービス」（31.3%）と続いており、「海外市場の動向」（19.3%）との回答も増加した。また、非製造業では前回調査同様「人材育成」（66.4%）が一番の関心事項となり、次いで「コスト削減」（57.3%）が10ポイント以上の増加となった。以下「生産性の向上」（38.2%）「販売シェアの拡大」（35.1%）と続いている。

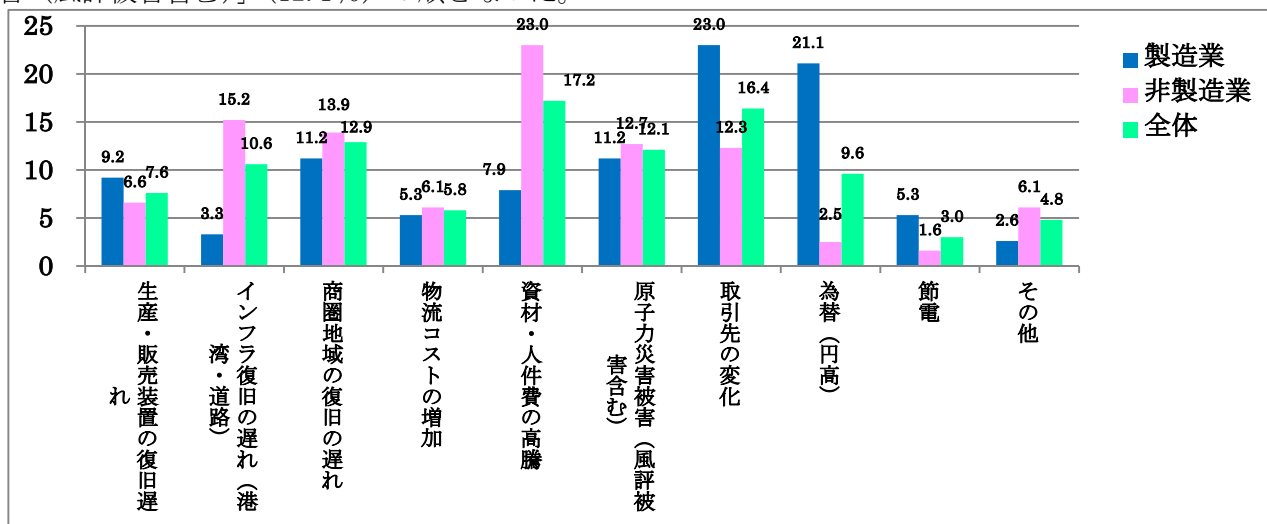
### 経営上関心の深い事項



### Ⅲ. トピックス（東日本大震災関連）

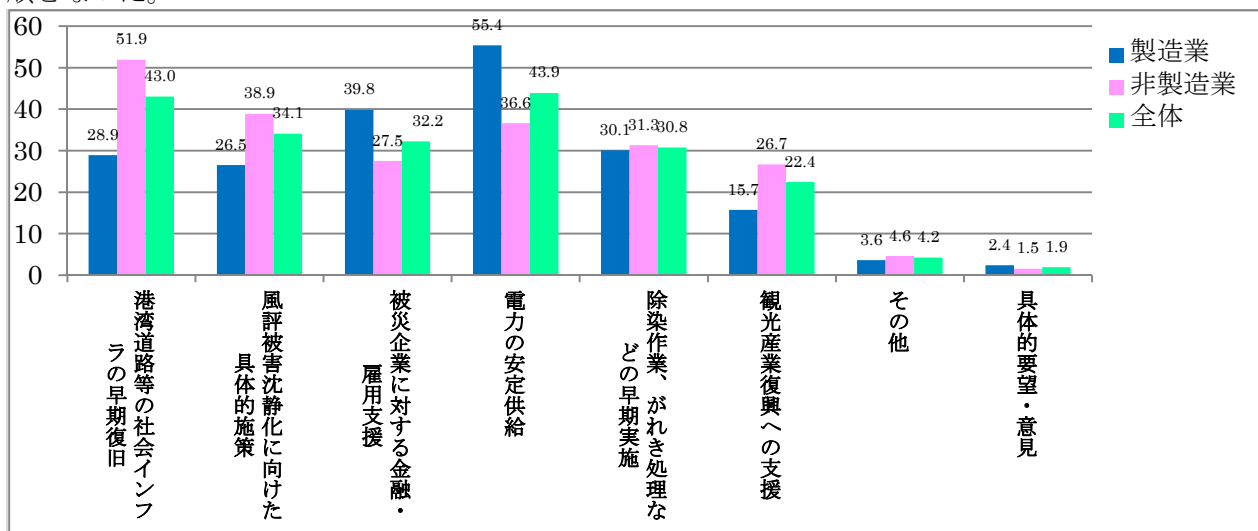
#### （１）現在、震災後の生産・売上回復の障害となっていること（複数回答）

震災後の生産・売上回復の障害となっていることについては、製造業においては、「取引先の変化」(23.0%)、「為替(円高)」(21.1%)が生産回復の障害となっているとする回答が多く、次いで「商圏地域の復旧」、「原子力災害被害(風評被害含む)」(11.2%)の順となった。非製造業においては、「資材・人件費の高騰」(23.0%)、「インフラ復旧の遅れ」(15.2%)、「商圏地域の復旧」(13.9%)の順となっている。その他としては、人材不足や企業間競争の激化を挙げる声もあった。全産業では、「資材・人件費の高騰」(17.2%)、「取引先の変化」(16.4%)、「商圏地域の復旧の遅れ」(12.9%)、「原子力災害被害(風評被害含む)」(12.1%)の順となった。



#### （２）今後の震災復興についての要望事項（複数回答）

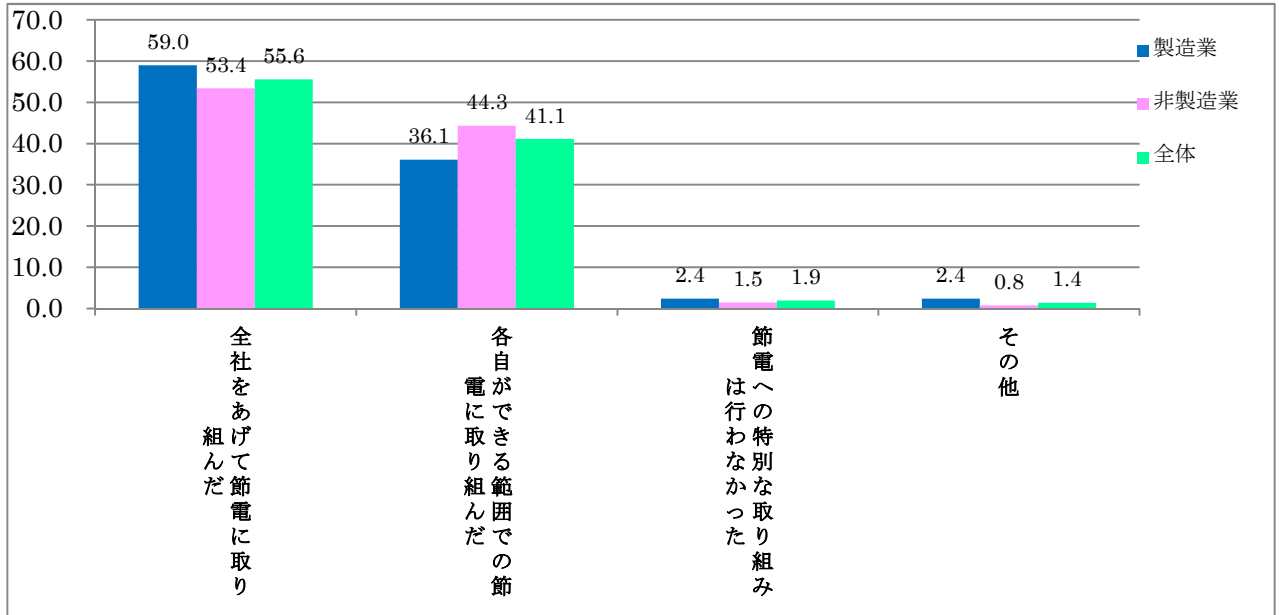
今後震災復興に対する要望事項としては、製造業では、「電力の安定供給」(55.4%)に対する要望が最も高く、次いで「被災企業に対する金融支援・雇用支援」(39.8%)、「除染作業・がれき処理などの早期実施」(30.1%)を望む声が大きかった。非製造業においては、「港湾・道路等社会インフラの早期復旧・整備」(51.9%)、「風評被害沈静化のための具体的施策」(38.9%)、「電力の安定供給」(36.6%)の順であった。その他要望事項として、避難住民の早期帰還実現に向けた施策の実施、エネルギー安定供給の実現、復興予算執行の適正化などの要望があった。全産業としては、「電力の安定供給」(43.9%)、「港湾道路等の社会インフラの早期復旧・整備」(43.0%)、「風評被害沈静化のための具体的施策」(34.1%)の順となった。



#### IV. その他（今夏の節電への取組）

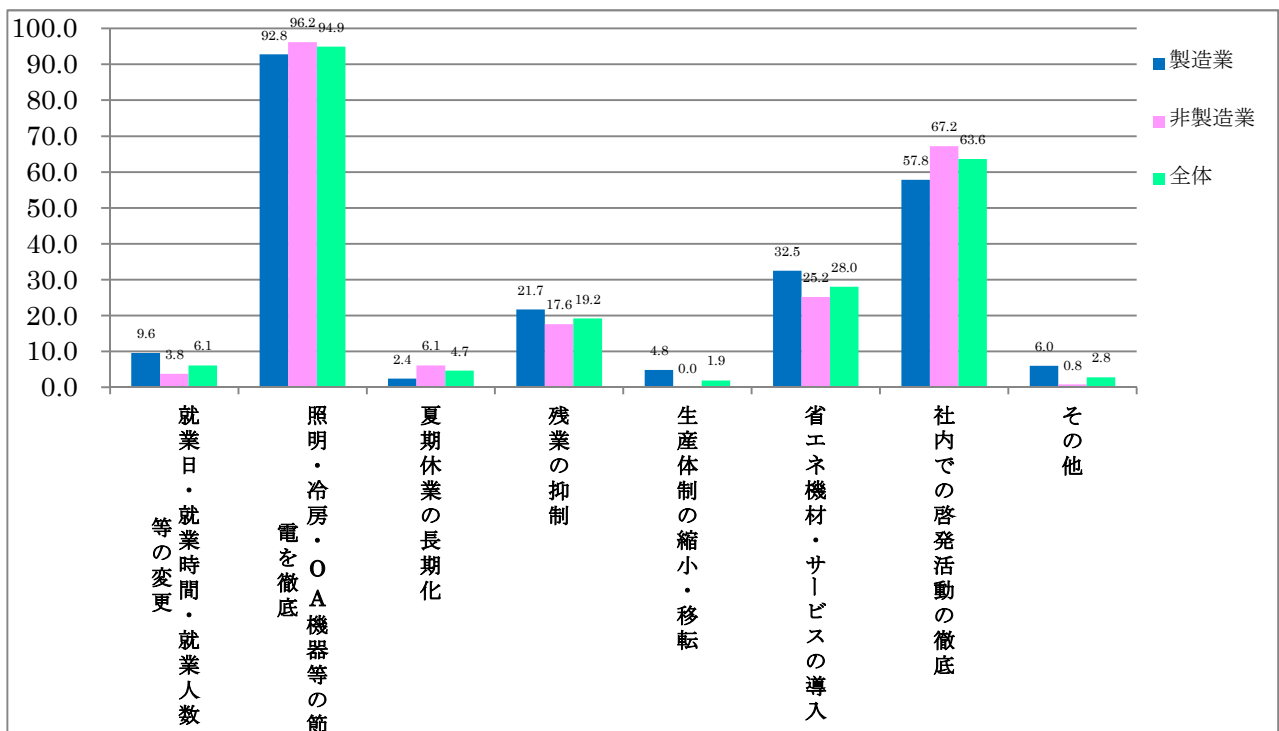
##### （１）今夏の「節電」への取組状況

今夏の「節電」への取組については、製造業で95.1%、非製造業で97.7%が取り組み、全産業で96.7%の企業が取り組んだ。改めてエネルギー問題への関心の高さがうかがえる回答となった。



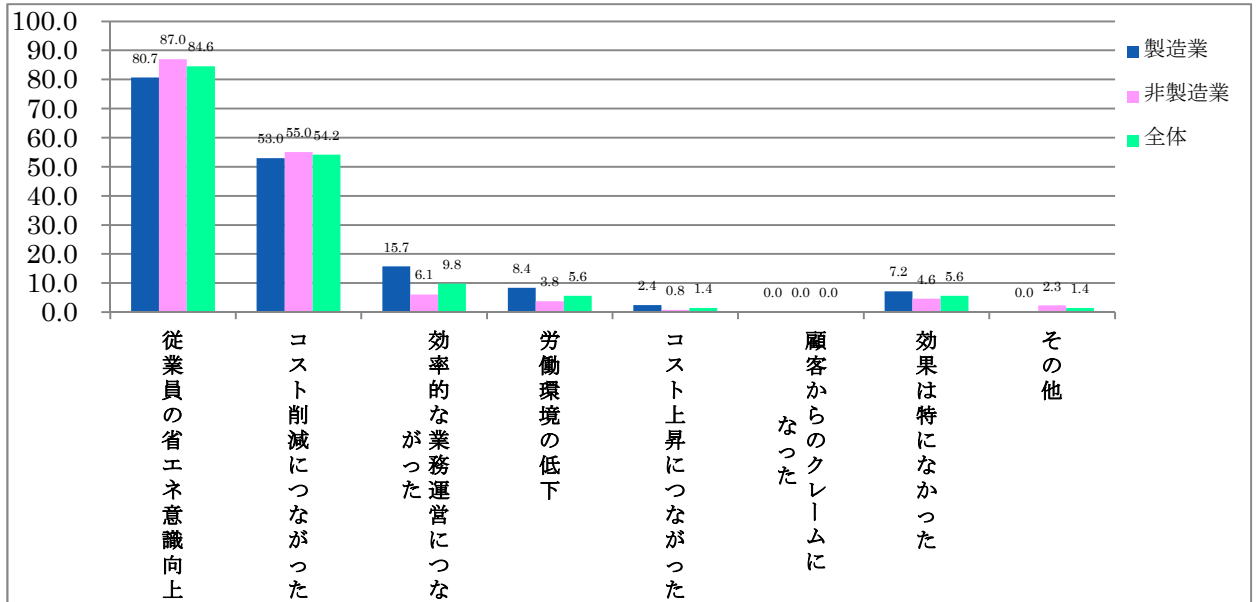
##### （２）「節電」への取り組みの主な内容（複数回答）

「節電」への主な取組内容については、製造業・非製造業ともに同順位となった。①「照明・冷房・O A機器等の節電を徹底」②「社内での啓発活動の徹底」③「省エネ機材・サービスの導入」④「残業の抑制」の順番である。その他として「クールビズの導入」「グリーンカーテンの実施」などもあげられた。



### (3) 「節電」に取り組んだことによる効果（複数回答）

「節電」の効果については、製造業・非製造業ともに同順位となった。①「従業員の省エネ意識向上」②「コスト削減につながった」③「効率的な業務運営につながった」とのプラス面での回答が多かった。一方、「労働環境が低下した」「効果は特になかった」などの回答も寄せられた。その他として「復興途上につき節電の余裕なし」「猛暑期間の長期化で効果がなかった」「生産性の低下に繋がっている」などもあげられた。



### (4) 長期的に「節電」が続く場合、経営に与える影響（複数回答）

長期的に「節電」が続く場合の経営に与える影響については、製造業・非製造業ともに同順位となった。①「生産活動・販売が縮小する恐れ」(42.2%, 29.0%)、②「主要取引先に影響が出る可能性」(24.1%, 27.1%) ③「自家発電の導入」(14.5%, 13.0%)等の影響があげられた。ただし、製造業・非製造業ともに「今のところ影響は予想できない」(36.1%) (45.0%)との回答が多く寄せられた。その他として「設備投資抑制の動きに繋がる」「生産性が悪化する」「労働環境が悪化する」「今後とも協力していく」などの意見があった。

