

第60回企業経営に関するアンケート調査結果

BSIはプラスを維持するも先行きは足踏み

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ご報告いたします。

A. 調査概況

東北の平成18年度下期の景況感実績は、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（18年10月）に比べ3.9ポイント低下の3.0となったものの、前回調査に続きプラスを維持しております。

業態別には、製造業が前回調査に比べ0.5ポイント低下し、15.6となりました。17年下期以降4期連続プラスとなりましたが、電気機械、一般機械・輸送機械など6業種において景況感が低下しました。一方、非製造業は前回調査に比べ6.1ポイント低下し、7.1となりました。運輸および不動産が前期に比べ低下し、卸・小売がマイナスに転じるなどマイナス幅が拡大しております。

19年度上期見通しについては、金利引き上げ、原油価格高や素材価格などの先行き不透明感を反映し、BSIが0.0と18年度下期実績に比べ低下する結果となっております。

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「財務体質の強化」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 4月 2日

〔回収〕平成19年 5月10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18年10月～19年 3月期

（平成18年4月～18年9月期と比較）

〔見通し〕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）

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	203社	（90社）	（113社）
回答率	72.5%	69.8%	74.8%

〔県別内訳〕

	青森	岩手	宮城	秋田	山形	福島	新潟	合計
発送社数	25	29	98	26	36	26	40	280
回答社数	21	21	73	17	21	21	29	203
回答率%	84.0	72.4	74.5	65.4	58.3	80.8	72.5	72.5

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	36	17.7
51～100百万	50	24.6
101～300百万	26	12.8
301～1,000百万	18	8.9
1,000百万超	73	36.0
合計	203	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	90	69.8	44.3
飲・食料品	21	13	61.9	6.4
木材・木製品・家具	5	5	100.0	2.5
パルプ・紙・同加工品	7	4	57.1	2.0
化学・医薬品	10	8	80.0	3.9
石油・プラスチック製品	5	5	100.0	2.5
窯業・土石	10	7	70.0	3.4
鉄鋼	7	6	85.7	3.0
非鉄金属	6	3	50.0	1.5
金属製品	8	6	75.0	3.0
一般機械・輸送機械	18	10	55.6	4.9
電気機械	24	16	66.7	7.9
その他製造	8	7	87.5	3.4
非製造業	151	113	74.8	55.7
運輸	20	15	75.0	7.4
卸・小売	49	42	85.7	20.7
不動産	5	4	80.0	2.0
その他サービス	26	14	53.8	6.9
鉱業	6	4	66.7	2.0
建設	45	34	75.6	16.7
合計	280	203	72.5	100.0

D. 調査結果の概要

1. 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〕 - プラスを維持するも2期連続低下 -

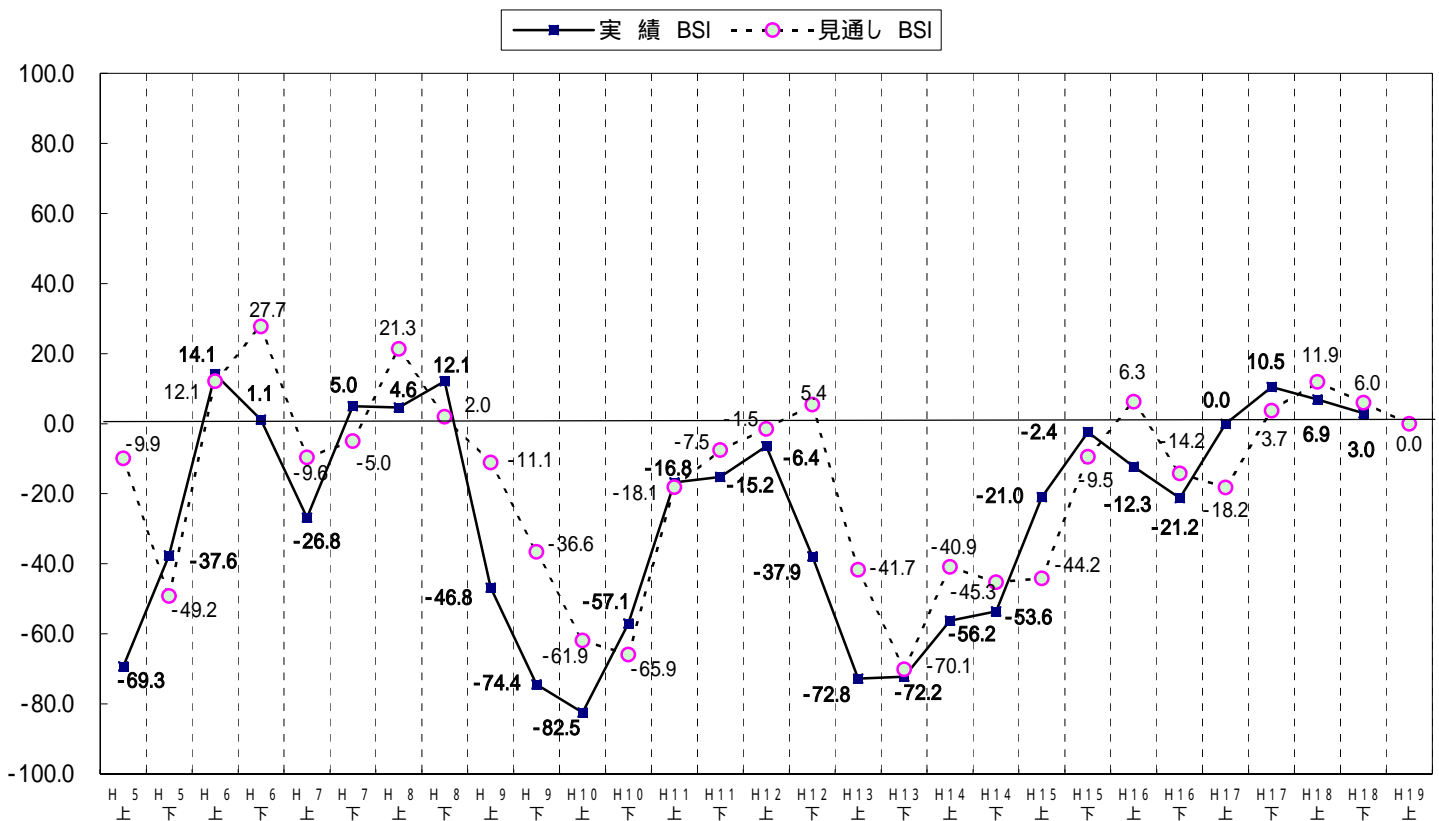
東北地方の平成18年度下期の景況感は、景気が「上昇した」とする企業は21.2%、「下降した」とする企業は18.2%で、BSIは3.0となった。3期連続プラスとなったが、18年度上期実績に比べ3.9ポイント低下し、2期連続でプラス幅は縮小している。

業態別にみると、製造業は15.6と4期連続プラスを維持し、18年度上期実績(16.1)とほぼ同水準であった。一方、非製造業は7.1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6.1ポイント低下し、マイナス幅が拡大した。

〔見通し〕 - 先行き不透明感から低下の見通し -

平成19年度上期の景況感見通しは、「上昇する」が19.2%、「下降する」が19.2%で、BSIは0.0となった。金利引上げ、原油価格高や素材価格などの先行き不透明感から、18年度下期実績に比べ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10.0と18年度下期実績に比べ5.6ポイントの低下、非製造業は8.0と0.9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

	18年度上期	18年度下期		19年度上期
	実績	実績	前回比	見通し
全産業	6.9	3.0	3.9	0.0
製造業	16.1	15.6	0.5	10.0
非製造業	1.0	7.1	6.1	8.0

2. 業種別の景況感

- 製造業は電気機械など6業種で低下、非製造業はその他サービスなどで上昇、卸・小売は低下 -
業種別の景況感をみると、製造業では飲・食料品、鉄鋼など4業種で上昇したが、窯業・土石がマイナスに転じ、電気機械や一般・輸送機械などでも生産の伸び悩みなどから低下し、合計6業種で低下した。非製造業では、その他サービスおよび建設の2業種において上昇したが、卸・小売がマイナスに転じるなど、運輸、不動産の合計3業種で低下した。

見通しについては、製造業ではプラスを維持しているものの下降を見込む業種も多く、BSIのプラス幅は縮小している。一方、非製造業では上昇と低下の業種数が均衡し、BSIは若干の低下となった。

業種別景況感BSIの動向

	18年度上期	18年度下期		19年度上期
	実績	実績	前回は	見通し
製造業	16.1	15.6	0.5	10.0
飲・食料品	21.5	23.1	1.6	7.7
木材・木製品・家具	0.0	0.0	0.0	20.0
パルプ・紙・同加工品	0.0	0.0	0.0	50.0
化学・医薬品	55.6	37.5	18.1	50.0
石油・プラスチック製品	25.0	20.0	5.0	20.0
窯業・土石	25.0	14.3	39.3	0.0
鉄鋼	0.0	33.3	33.3	16.6
非鉄金属	40.0	33.3	6.7	0.0
金属製品	33.3	50.0	83.3	66.7
一般機械・輸送機械	30.0	10.0	20.0	0.0
電気機械	12.5	0.0	12.5	0.0
その他製造	16.7	14.3	31.0	14.3
非製造業	1.0	7.1	6.1	8.0
運輸	14.3	0.0	14.3	13.3
卸・小売	13.5	4.7	18.2	2.3
不動産	80.0	25.0	55.0	50.0
その他サービス	6.7	7.1	13.8	7.1
鉱業	50.0	50.0	0.0	25.0
建設	38.3	29.4	8.9	29.4

経営概況

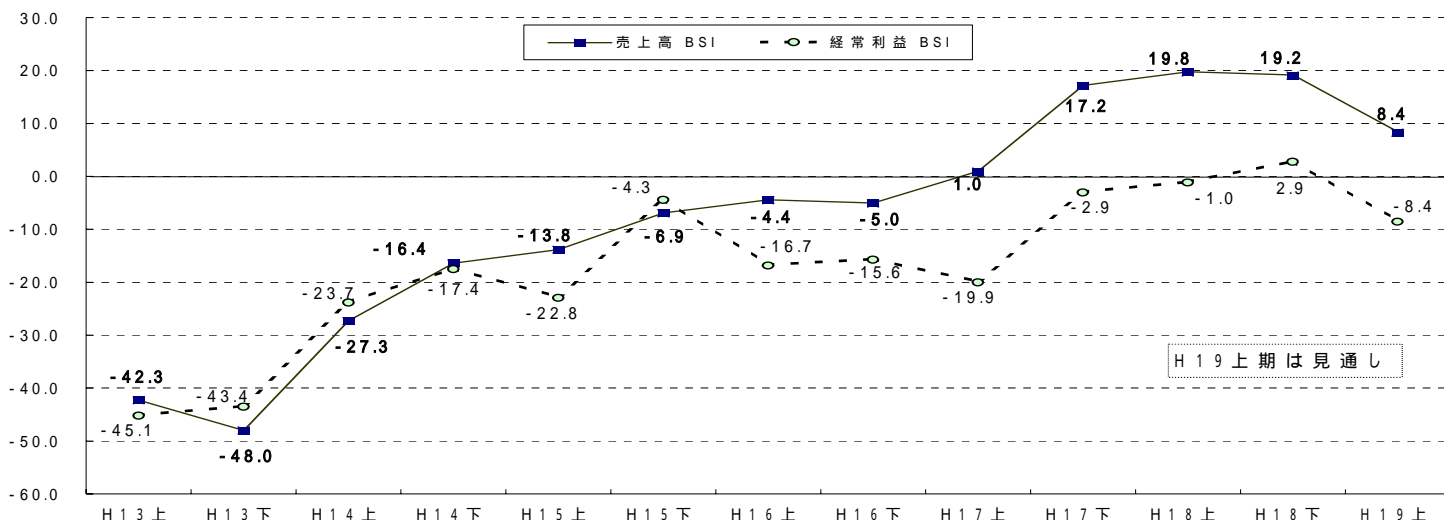
1. 売上高・経常利益

- 収益環境は、実績は改善するも、見通しは厳しさを増す -

平成18年度下期の売上高・経常利益実績をみると、売上高は「増加した」とする企業が44.3%、「減少した」とする企業が25.1%で、BSIは19.2となり、前回調査に比べ0.6ポイント低下した。業態別には、製造業が前回調査比8.7ポイント上昇の37.7、非製造業が前回調査比7.4ポイント低下の4.5となった。一方、経常利益は「増加した」とする企業が36.9%、「減少した」とする企業が34.0%で、BSIは2.9となった。前回調査に比べ3.9ポイント上昇し、プラスに転じた。業態別には、製造業が前回調査比10.0ポイント上昇の8.9、非製造業が前回調査比0.9ポイント低下の1.8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28.1%、「減少する」が19.7%で、BSIは8.4となり、18年度下期実績に比べ10.8ポイント低下する結果となった。一方、経常利益は「増加する」が19.2%、「減少する」が27.6%で、BSIは8.4となり、18年度下期実績に比べ11.3ポイント低下し、製造業6.7、非製造業9.7と共にマイナスとなった。

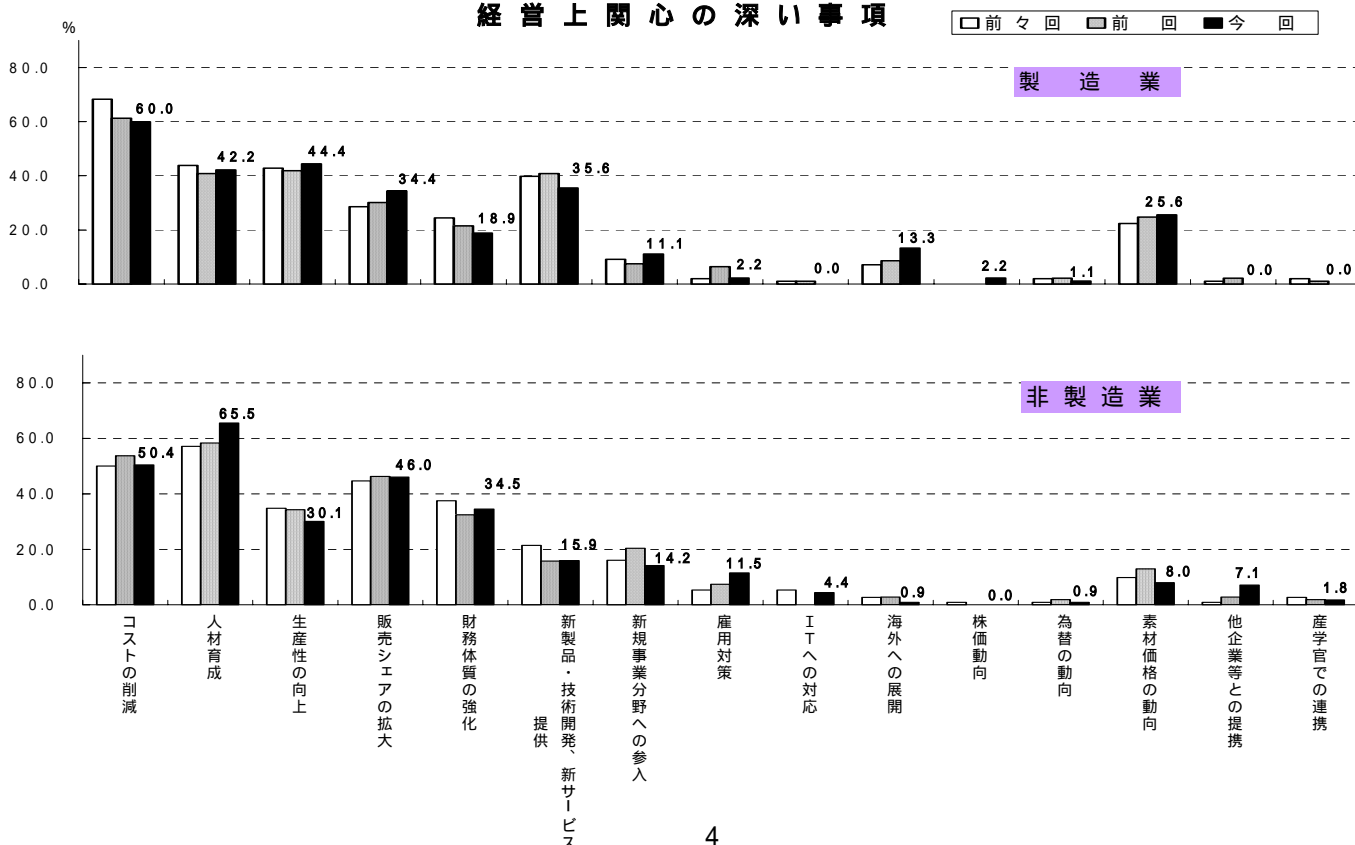
売上高BSI、経常利益BSI(全産業)



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」(60.0%)への関心が最も高く、次いで「生産性の向上」(44.4%)、「人材育成」(42.2%)が比重を高めながら続いている。以下、「新製品・技術開発、新サービス提供」(35.6%)、「販売シェアの拡大」(34.4%)となっている。一方、非製造業では「人材育成」(65.5%)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」(50.4%)、「販売シェアの拡大」(46.0%)、「財務体質の強化」(34.5%)、「生産性の向上」(30.1%)と続いており、「雇用対策」(11.5%)および「他企業等との提携」(7.1%)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）

暖冬・少雪が企業経営に与えた影響について

この冬は全国的にみても記録的な暖冬・少雪となったが、このような気候が企業経営にどのような影響を与えたかを今回調査した。

結果は、暖冬・少雪を自社経営に「**プラス**」とするところが31.0%（製造業：26.7%、非製造業：34.5%）、「**ほぼ拮抗した**」とするところが44.3%（製造業：57.8%、非製造業：33.6%）、「**マイナス**」とするところが24.6%（製造業：15.6%、非製造業：31.9%）という結果となった。

業種別では、建設や機械関連および金属関連等でプラスとする企業が多く、一方、卸・小売、石油・プラスチック製品、その他製造等でマイナスとする企業が多かった。

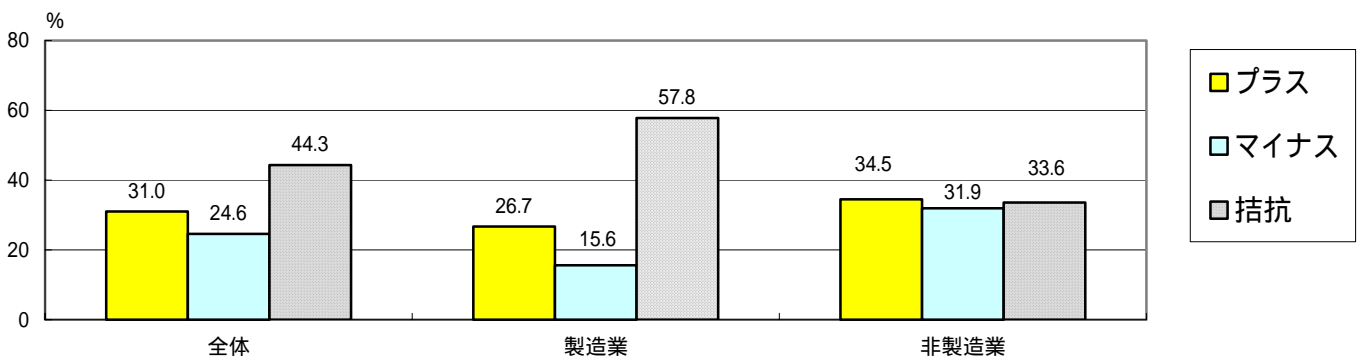
県別にみると、「**プラス**」が「**マイナス**」を上回った県は、青森県、山形県、福島県、新潟県の各県で、岩手県、秋田県、宮城県は同水準であった。「**マイナス**」が「**プラス**」を上回った県はなかった。

業種別、県別ともに「**ほぼ拮抗した**」の割合が高く、全体を通して見ると若干「**プラス**」作用が強かったように思料される。

暖冬・少雪を「**プラス**」とする理由（自由回答）については、除雪費の減少、暖房費の減少との指摘が大半であった。このほか、凍結・雪によるトラブルの減少や作業効率のアップなどが指摘された。一方、暖冬・少雪を「**マイナス**」とする理由については、冬物商品・製品の販売不振が圧倒的であった。ほかに、売上減にともない在庫が増加し、来期への影響も大きいとする指摘も見られた。

暖房費コスト減少、利用客増（ゴルフ場）でプラス要因とし、逆に灯油販売の不振、利用客減（スキー場）でマイナス要因とする企業もあり、業種別および同業種内においても取扱い商品・製品によって影響の違いが現れた結果となった。

暖冬・少雪の企業経営に与えた影響



暖冬・少雪の県別影響

