

第7 2回企業経営に関するアンケート調査結果

— 景況判断BSIは小幅に低下し、先行きは上昇傾向 —

東経連産業経済グループ

A. 調査概況

平成25年度上期の景況感実績は、東日本大震災関連の復興需要が継続しているものの、エネルギー・資材・人件費の価格上昇などが影響し、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（25年4月）に比べ▲1.6ポイント低下し、8.4となった。業種別では、製造業が前回調査に比べ6.0ポイント上昇し、0.0となった。12業種中6業種で景況感が改善した。一方、非製造業は前回調査に比べ▲6.8ポイント低下し、13.7となった。6業種中3業種で景況感が低下した。平成25年度下半期見通しについては、引き続き復興需要が継続していることや、個人消費の増加期待の高まりなどから、BSIは上期実績に比べ3.2ポイント上昇の11.6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「財務体質の強化」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287社

2. 調査時期

〔配布〕平成25年10月8日
〔回収〕平成25年11月6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25年4月～25年9月期
（平成24年10月～25年3月期と比較）
〔見通し〕平成25年10月～26年3月期
（平成25年4月～25年9月期と比較）

5. 回収状況

〔業種別内訳〕

| | | | |
|------|-------|---------|---------|
| 発送社数 | 287社 | （115社） | （172社） |
| 回答社数 | 215社 | （84社） | （131社） |
| 回答率 | 74.9% | （73.0%） | （76.2%） |

 〔県別内訳〕
 （単位 社・%）

| | 青森 | 秋田 | 岩手 | 宮城 | 山形 | 福島 | 新潟 | 合計 |
|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| 発送社数 | 19 | 17 | 22 | 124 | 35 | 29 | 41 | 287 |
| 回答社数 | 15 | 12 | 16 | 95 | 24 | 26 | 27 | 215 |
| 回答率% | 78.9 | 70.6 | 72.7 | 76.6 | 68.6 | 89.7 | 65.9 | 74.9 |
| 構成比% | 7.0 | 5.6 | 7.4 | 44.2 | 11.2 | 12.1 | 12.6 | 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 | 58 | 27.0 |
| 51～100百万 | 60 | 27.9 |
| 101～300百万 | 22 | 10.2 |
| 301～1,000百万 | 19 | 8.8 |
| 1,000百万超 | 56 | 26.0 |
| 合計 | 215 | 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 | 115 | 84 | 73.0 | 39.1 |
| 飲・食料品 | 17 | 12 | 70.6 | 5.6 |
| 木材・木製品・家具 | 2 | 1 | 50.0 | 0.5 |
| パルプ・紙・同加工品 | 4 | 1 | 25.0 | 0.5 |
| 化学・医薬品 | 10 | 8 | 80.0 | 3.7 |
| 石油・プラスチック製品 | 8 | 5 | 62.5 | 2.3 |
| 窯業・土石 | 9 | 6 | 66.7 | 2.8 |
| 鉄鋼 | 5 | 4 | 80.0 | 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 | 18 | 14 | 77.8 | 6.5 |
| 電気機械 | 18 | 14 | 77.8 | 6.5 |
| その他製造 | 11 | 8 | 72.7 | 3.7 |
| 非製造業 | 172 | 131 | 76.2 | 60.9 |
| 運輸 | 25 | 20 | 80.0 | 9.3 |
| 卸・小売 | 48 | 37 | 77.1 | 17.2 |
| 不動産 | 9 | 6 | 66.7 | 2.8 |
| その他サービス | 31 | 21 | 67.7 | 9.8 |
| 鉱業 | 6 | 4 | 66.7 | 1.9 |
| 建設 | 53 | 43 | 81.1 | 20.0 |
| 合計 | 287 | 215 | 74.9 | 100.0 |

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〕－平成25年度上期実績は、業種によって判断が分かれた－

東北地方の平成25年度上期の景況感は、景気が「上昇した」とする企業は23.7%、「下降した」とする企業は15.3%で、BSIは8.4ポイントとなった。24年度下期実績に比べ▲1.6ポイント低下した。製造業は0.0ポイントと、前回調査との比較では、6.0ポイント上昇。一方、非製造業は13.7ポイントと、前回調査に比べ▲6.8ポイントの低下となった。製造業では円安による海外取引の収支改善により、BSIがプラスに転じる業種が見られる。

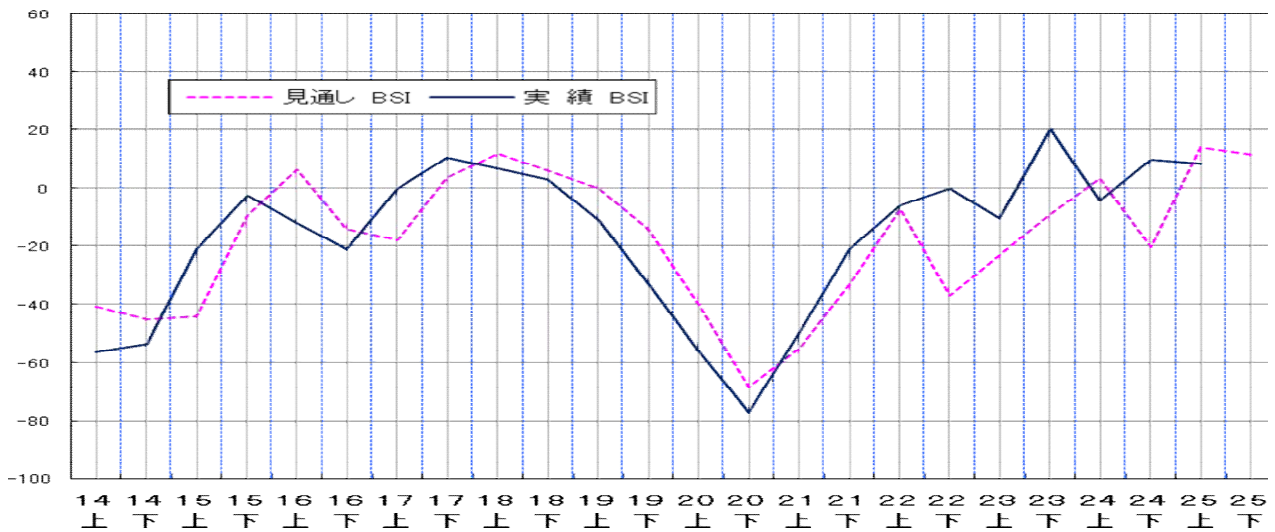
被災3県（岩手・宮城・福島）のBSIは、2.9ポイントと景況感判断は東北7県全体を▲5.5ポイント下回っており、福島県はBSIが▲3.9ポイントと景況感の後退が顕著となっている。

〔見通し〕－来期は復興需要等の継続と、円安傾向、個人消費増加への期待もあり上昇傾向－

平成25年度下期の景況感見通しは、「上昇する」が26.5%、「下降する」が14.9%で、BSIは11.6ポイントとなり、平成25年度上期実績に比べ3.2ポイント上昇する見通しとなった。復興需要等の継続と円安傾向、個人消費の増加期待の高まりなどから上昇傾向となっている。ただし、エネルギー・資材価格の動向については不安視する向きもある。業態別には、製造業が3.6ポイントと上期実績に比べ3.6ポイントの上昇、非製造業は16.8ポイントと同3.1ポイント上昇の見通しとなっている。

被災3県（岩手・宮城・福島）については、景況感見通しBSIは2.9ポイントと、東北7県全体を▲0.3ポイント下回った。福島県はBSIが▲7.7ポイントで、原発事故による影響が続いていると思われる。

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

| | 24年度下期実績 | 25年度上期実績 | (前回比) | 25年度下期見通し |
|------|----------|----------|--------|-----------|
| 全産業 | 10.0 | 8.4 | (▲1.6) | 11.6 |
| 製造業 | ▲6.0 | 0.0 | (6.0) | 3.6 |
| 非製造業 | 20.5 | 13.7 | (▲6.8) | 16.8 |

2. 業種別の景況感

－ 25年度下期見通しは、やや上昇 －

業種別の景況感上期実績をみると、製造業では12業種中、電気機械、化学・医薬品などの6業種で改善したが、飲・食料品、一般機械など5業種で低下した。非製造業では6業種中、運輸、建設の2業種で改善し、卸・小売など3業種で低下した。

25年度下期見通しについては、製造業では、飲・食料品、金属製品、電気機械等の6業種が上昇を見込んでおり、非製造業ではその他サービス以外の5業種で上昇すると予想している。復興需要等の継続と消費マインドの高まりへの期待感の表れと考えられる。ただし、エネルギー・資材・人件費等の高騰や、原発事故の影響が不安材料となっている。

業種別景況感BSIの動向

| | 24年度下期 | 25年度上期 | | 25年度下期 |
|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 実績 | 実績 | 前回比 | 見通し |
| 製造業 | ▲6.0 | 0.0 | 6.0 | 3.6 |
| 飲・食料品 | 0.0 | ▲8.3 | ▲8.3 | 8.3 |
| 木材・木製品・家具 | 100.0 | 0.0 | ▲100.0 | 0.0 |
| パルプ・紙・同加工品 | ▲33.3 | 0.0 | 33.3 | 0.0 |
| 化学・医薬品 | ▲14.3 | 12.5 | 26.8 | 12.5 |
| 石油・プラスチック製品 | ▲25.0 | 20.0 | 45.0 | 20.0 |
| 窯業・土石 | ▲16.7 | 33.3 | 50.0 | 0.0 |
| 鉄鋼 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| 非鉄金属 | ▲50.0 | ▲33.3 | 16.7 | ▲66.7 |
| 金属製品 | 22.2 | 0.0 | ▲22.2 | 25.0 |
| 一般機械・輸送機械 | 6.7 | ▲14.3 | ▲21.0 | ▲28.6 |
| 電気機械 | ▲25.0 | 14.3 | 39.3 | 21.4 |
| その他製造 | ▲16.7 | ▲25.0 | ▲8.3 | 12.5 |
| 非製造業 | 20.5 | 13.7 | ▲6.8 | 16.8 |
| 運輸 | 0.0 | 20.0 | 20.0 | 5.0 |
| 卸・小売 | 16.7 | 0.0 | ▲16.7 | 27.0 |
| 不動産 | 44.4 | 0.0 | ▲44.4 | 16.7 |
| その他サービス | 20.0 | ▲23.8 | ▲43.8 | ▲4.8 |
| 鉱業 | 25.0 | 25.0 | 0.0 | 25.0 |
| 建設 | 26.7 | 41.9 | 15.2 | 23.3 |

II. 経営概況

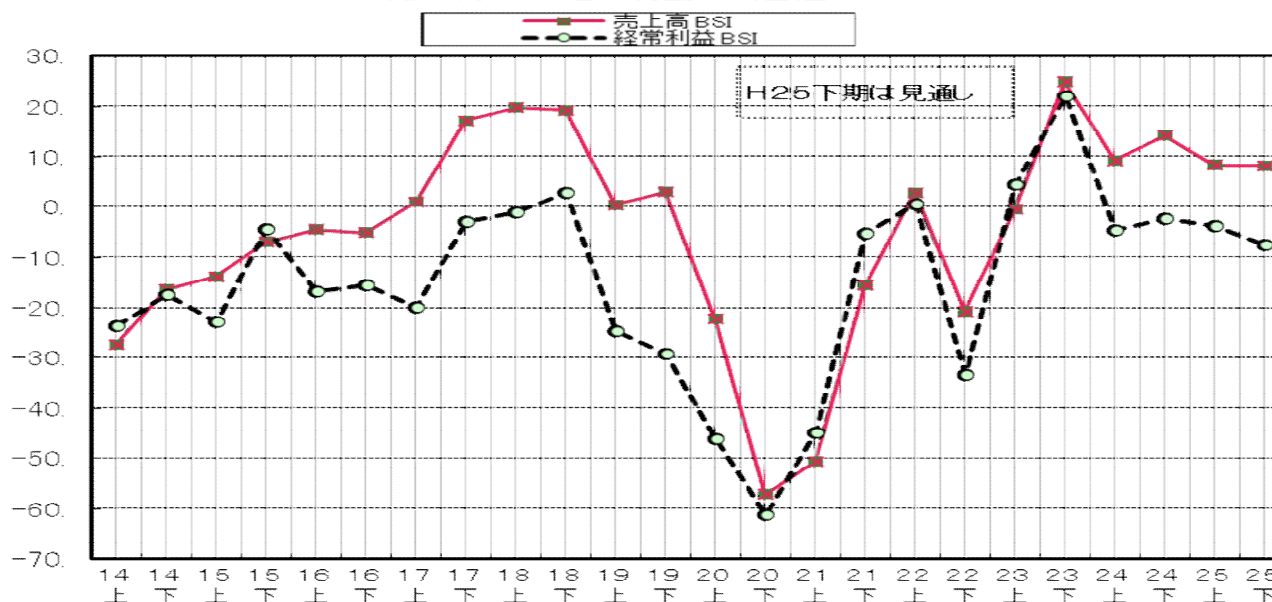
1. 売上高・経常利益

— 25年度上期実績、25年度下期見通しともに売上BSIはプラス、収益BSIはマイナス —

平成25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34.0%、「減少した」とする企業が25.6%で、BSIは8.4となり、前回は比べ▲5.8ポイント低下した。業種別では、製造業が前回比10.7ポイント上昇の3.6、非製造業では▲16.9ポイント低下の11.5となった。経常利益は「増加した」とする企業が27.0%、「減少した」とする企業が30.7%で、BSIは▲3.7となり、前期比▲1.3ポイントの低下となった。業種別では、製造業が前期比10.7ポイント上昇の▲2.4、非製造業は同▲9.3ポイント低下の▲4.6となった。

平成25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30.2%、「減少する」が21.8%で、BSIは8.4となり、平成25年度上期実績と同水準の見通しとなった。経常利益は、「増加する」が21.4%、「減少する」が28.8%で、BSIは▲7.4となり、平成25年度上期実績に比べ▲3.7ポイント低下となっている。業種別の売上高予想BSIは製造業7.1、非製造業9.2、経常利益予想BSIは、製造業3.6、非製造業▲14.5となった。

売上高BSI、経常利益BSI(全産業)



売上高BSIの動向

| | 24年度下期実績 | 25年度上期実績 | | 25年度下期見通し |
|------|----------|----------|-------|-----------|
| | | | 前回比 | |
| 全産業 | 14.2 | 8.4 | ▲5.8 | 8.4 |
| 製造業 | ▲7.1 | 3.6 | 10.7 | 7.1 |
| 非製造業 | 28.4 | 11.5 | ▲16.9 | 9.2 |

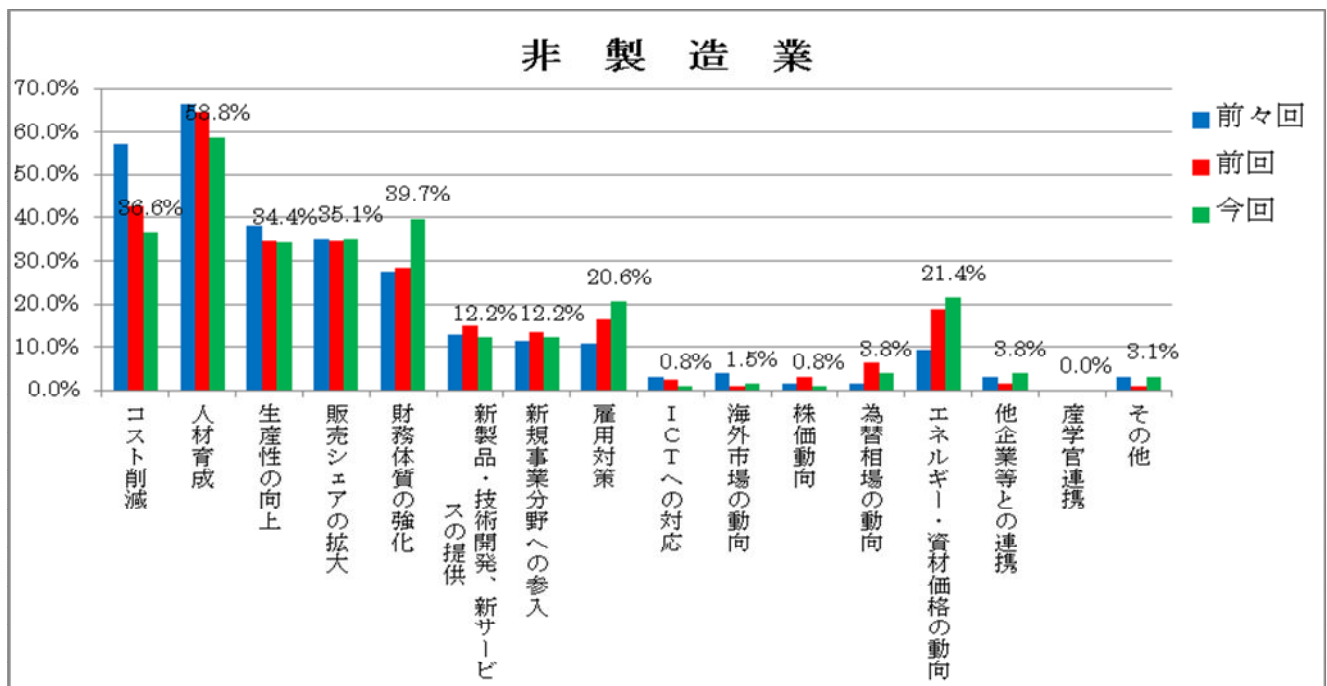
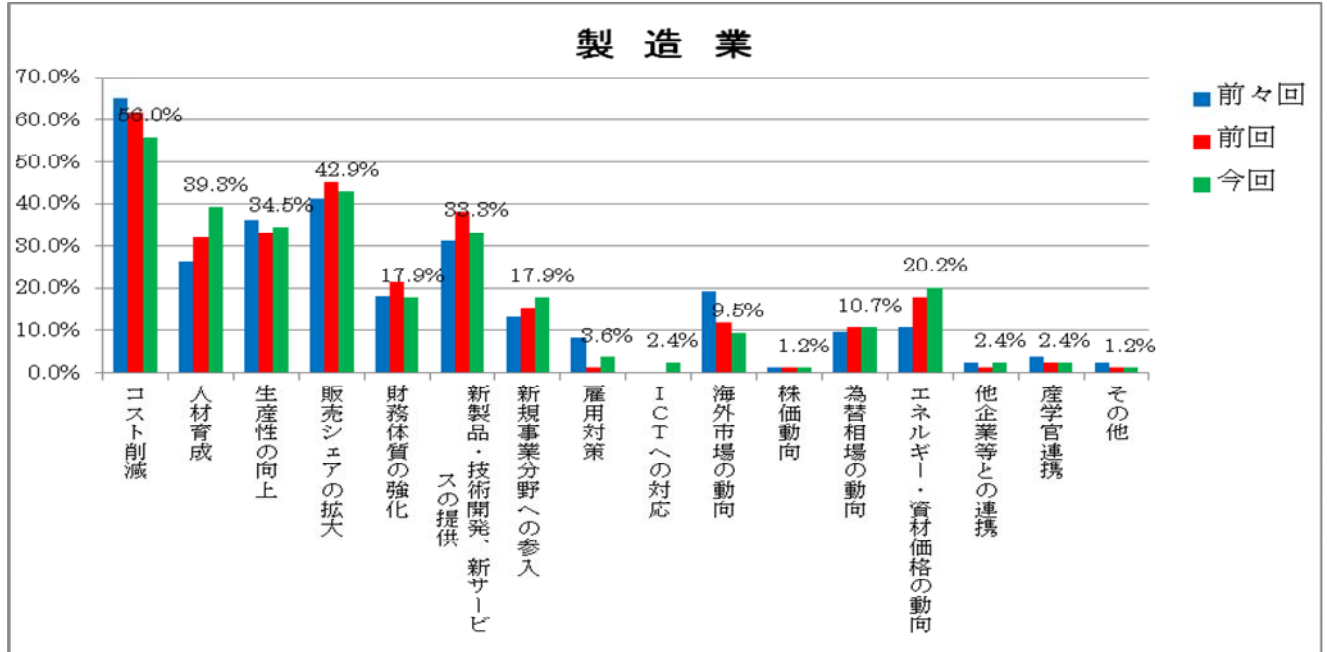
経常利益BSIの動向

| | 24年度下期実績 | 25年度上期実績 | | 25年度下期見通し |
|------|----------|----------|------|-----------|
| | | | 前回比 | |
| 全産業 | ▲2.4 | ▲3.7 | ▲1.3 | ▲7.4 |
| 製造業 | ▲13.1 | ▲2.4 | 10.7 | 3.6 |
| 非製造業 | 4.7 | ▲4.6 | ▲9.3 | ▲14.5 |

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」（56.0%）への関心が最も高く、次いで「販売シェアの拡大」（42.9%）、「人材育成」（39.3%）、「生産性の向上」（33.3%）と続いており、円安による輸入価格の上昇を受けて「エネルギー・資材価格の動向」（20.2%）も増加している。非製造業では前回調査同様、「人材育成」（58.8%）がトップで、次いで「財務体質の強化」（39.7%）は前回比11.4ポイントの増加、「コスト削減」（36.6%）、「販売シェアの拡大」（35.1%）と続いた。非製造業でも「エネルギー・資材価格の動向」（21.4%）が増加し、運輸、建設業を中心として「雇用対策」（20.6%）も増加している。

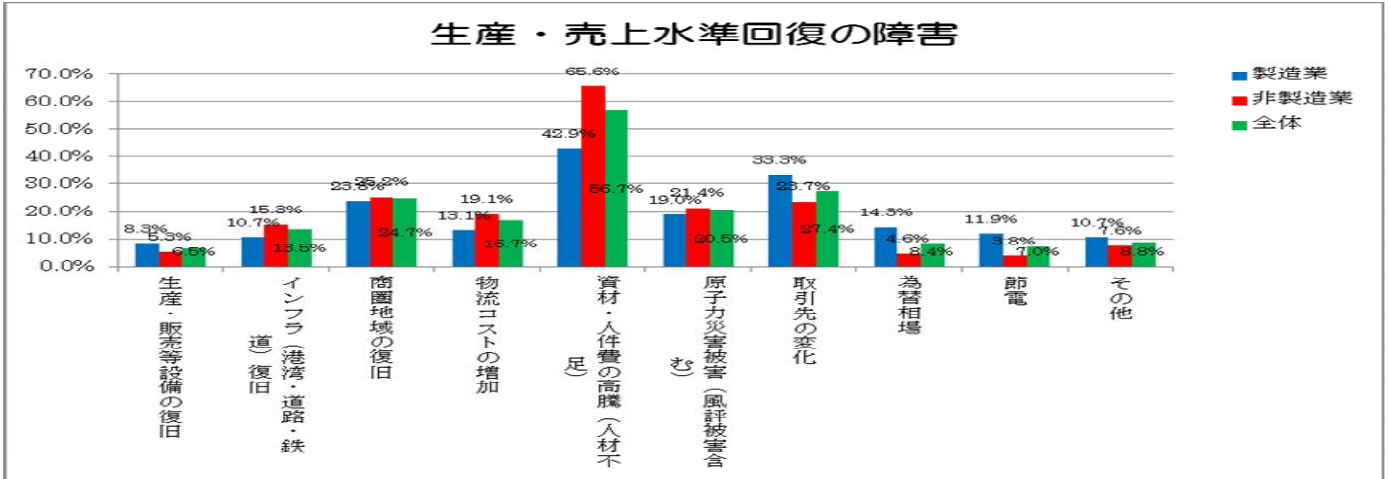
経営上関心の深い事項



Ⅲ. トピックス（東日本大震災関連）

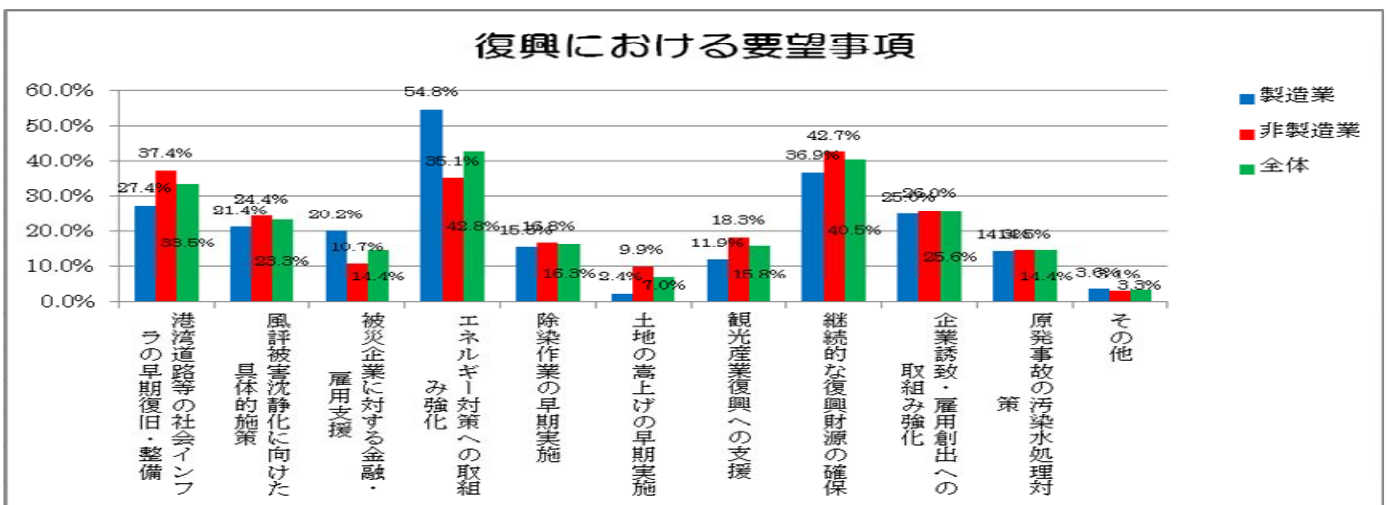
（１）現在、震災後の生産・売上回復の障害となっていること（複数回答）

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、「資材・人件費の高騰」（42.9%）、「取引先の変化」（33.3%）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」（23.8%）の順となった。非製造業においては、「資材・人件費の高騰」（65.6%）が圧倒的に多く、次いで「商圏地域の復旧」（25.2%）、「取引先の変化」（23.7%）の順となっている。全産業では、「資材・人件費の高騰」（56.7%）、「取引先の変化」（27.4%）、「商圏地域の復旧」（24.7%）、「原子力災害被害（風評被害を含む）」（20.5%）の順となった。



（２）今後の震災復興における要望事項（複数回答）

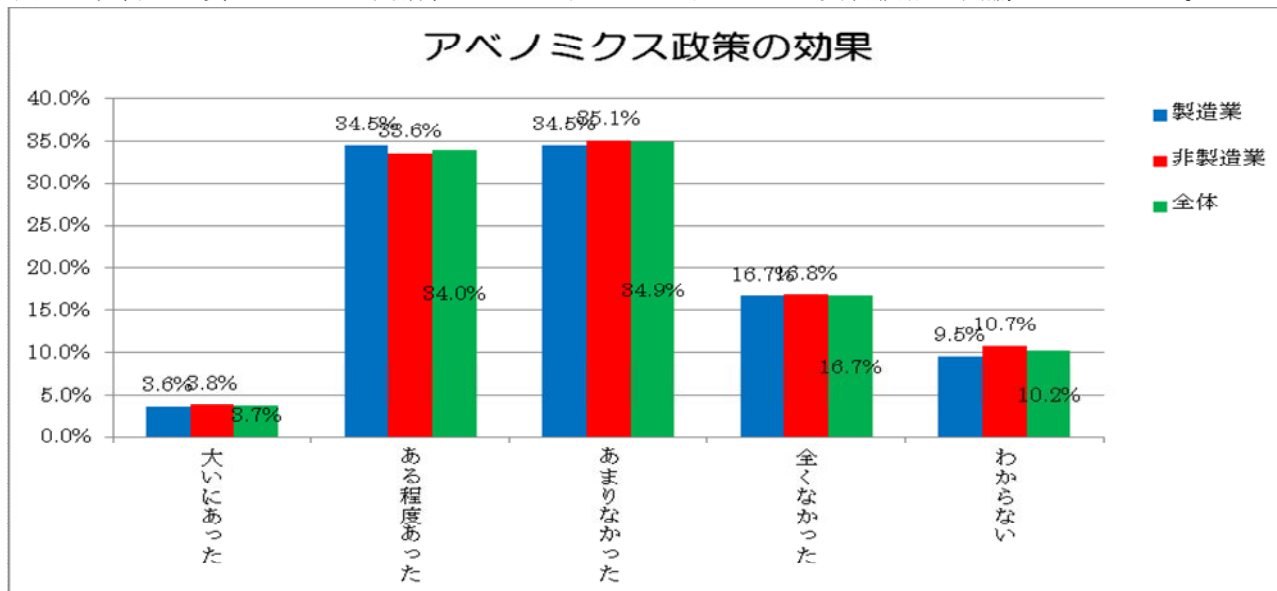
今後の震災復興に対する要望事項としては、製造業では、「エネルギー対策への取組み強化」（54.8%）に対する要望が最も高く、次いで「継続的な復興財源の確保」（36.9%）、「港湾道路等の社会インフラの早期復旧・整備」（27.4%）を望む声が大きかった。非製造業においては、「継続的な復興財源の確保」（42.7%）、「港湾道路等の社会インフラの早期復旧・整備」（37.4%）、「エネルギー対策への取組み強化」（35.1%）の順であった。全産業としては、「エネルギー対策への取組み強化」（42.8%）、「継続的な復興財源の確保」（40.5%）、「港湾道路等の社会インフラの早期復旧・整備」（33.5%）、「企業誘致・雇用創出への取組み強化」（25.6%）の順となった。



IV. その他（「アベノミクス政策」による影響について）

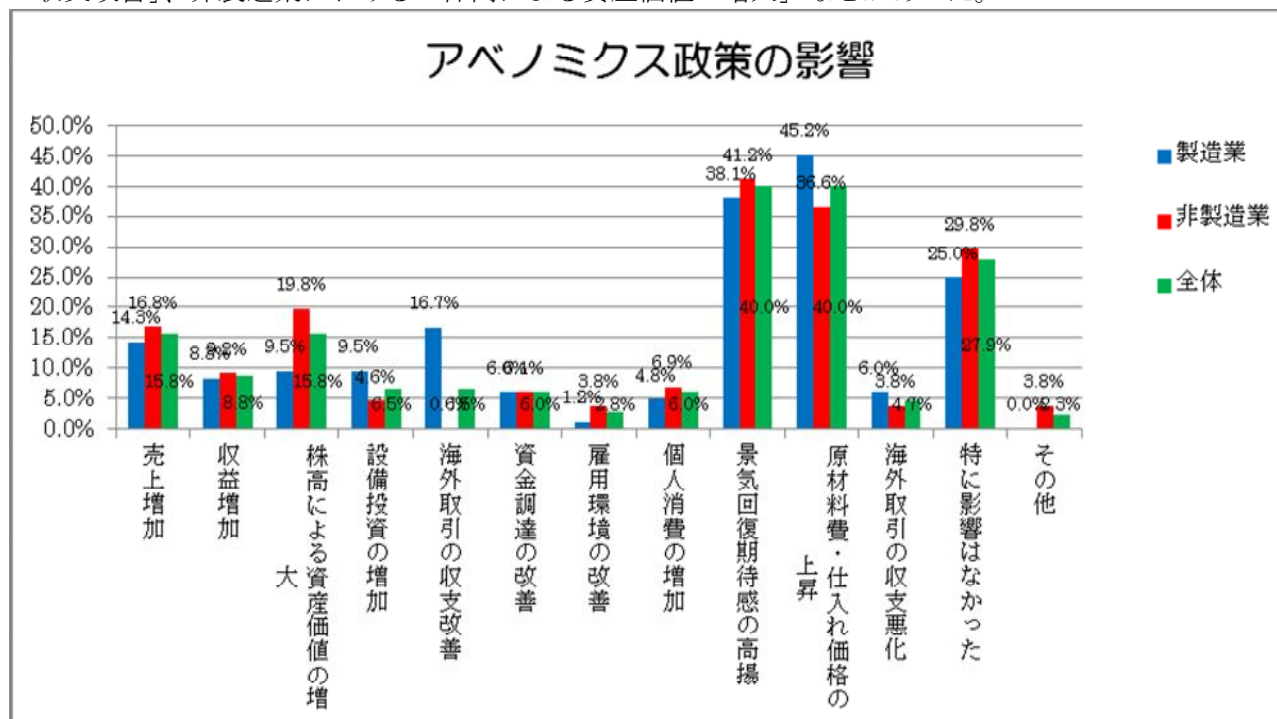
（1）「アベノミクス政策」による経営へのプラス効果について

「アベノミクス政策」の効果については、「大いにあった」「ある程度あった」が全産業で37.7%、「あまりなかった」「全くなかった」が51.6%となり、判断が分かれる結果となった。業種別にみると、製造業、非製造業ともに同様の回答内容となっている。プラス面では円安による為替収支の改善や消費マインドの高揚、マイナス面ではエネルギー・資材価格の高騰があげられる。



（2）「アベノミクス政策」が会社に及ぼした影響について（複数回答）

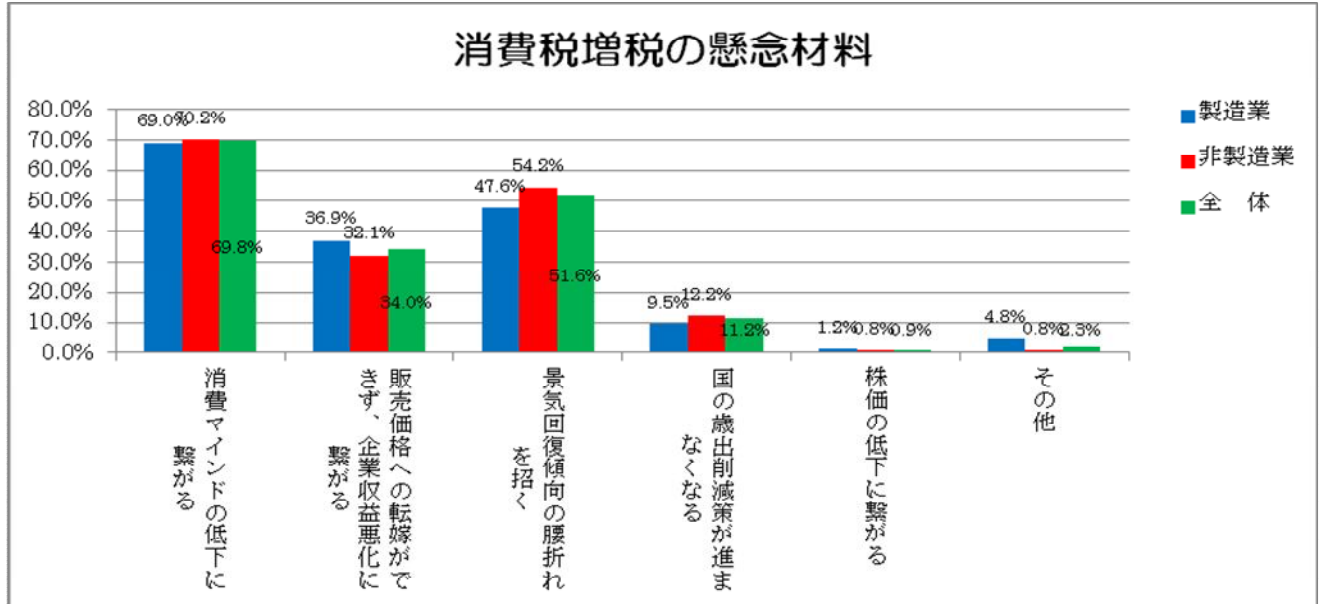
「アベノミクス政策」が会社に及ぼした影響については、全産業では「景気回復期待感の高揚」「原材料費・仕入れ価格の上昇」がともに40.0%でトップとなり、プラス・マイナス両面の影響が反映される結果となった。製造業では「原材料・仕入れ価格の上昇」（45.2%）、非製造業では「景気回復期待感の高揚」（41.2%）がトップとなった。業種ごとの特徴が現れた回答としては、製造業における「海外取引の収支改善」、非製造業における「株高による資産価値の増大」などがあつた。



V. その他（「消費税増税」による影響について）

（1）消費税増税にあたっての懸念材料（複数回答）

「消費税増税実施」による懸念材料については、製造業・非製造業ともに①「消費マインドの低下に繋がる」（69.0%、70.2%）、②「景気回復傾向の腰折れを招く」（47.6%、54.2%）、③「販売価格への転嫁ができず、企業収益悪化に繋がる」（36.9%、32.1%）の順番であった。景気回復傾向に期待しつつも、増税による影響を懸念している。



（2）懸念材料を払拭するために国に対して望む対策（複数回答）

国に対して望む対策については、製造業・非製造業ともに上位3位までは同順位となり、①「成長戦略の確実な実施」（50.0%、48.9%）、②「法人税などの減税実施」（47.6%、43.5%）、③「景気悪化を防ぐための予算措置」（26.2%、31.3%）の順番となった。

