

特別調査「デフレ不況下の中小企業経営」

問1. 近年、物価や地価などの下落といった、いわゆる「デフレ」が進展していますが、貴社の企業経営にとってどのように影響していますか。下記の中から1つ選んでお答え下さい。

	悪影響ばかりである	どちらかといえば悪影響のほうが多い	好影響ばかりである	どちらかといえば好影響のほうが多い	好悪の影響は拮抗している	好悪とも影響ない
合計(構成比)	8.9	62.2	0.0	1.1	8.9	18.9
合計件数	16	112	0	2	16	34
製造	5	30	0	0	1	5
建設	4	24	0	0	4	14
卸売	0	5	0	0	1	2
小売	3	38	0	1	7	5
サービス	4	15	0	1	3	8

* デフレ進展による企業経営への影響については、「悪影響ばかり」が8.9%、「悪影響のほうが多い」が62.2%となり、合わせて7割超の企業からデフレについて「悪影響」との回答を得た。デフレについては悪影響が多いとの認識が強い。

問2. 貴社の企業経営上、デフレの進展によるマイナス面の影響度合いが大きいものについて、下記の中から3つ以内で選んでお答え下さい。

(複数回答)

	他社との価格競争の激化	販売価格・発注単価の引下げ要求	中国等海外からの安価な輸入品の脅威	低金利等による余剰資金の運用難	担保価値目減り等による資金調達難	遊休地の売却・活用が困難化	消費マインドの低迷	倒産・失業の増加など社会的不安定	商店街・地域経済の衰退	特になし
合計(構成比)	51.7	32.2	8.3	1.7	1.1	2.8	26.7	23.3	48.9	13.3
合計件数	93	58	15	3	2	5	48	42	88	24
製造	20	20	6	0	0	1	14	7	17	3
建設	26	11	0	1	1	1	9	16	12	12
卸売	3	2	2	0	0	1	4	1	6	0
小売	32	16	6	0	1	2	12	9	34	4
サービス	12	9	1	2	0	0	9	9	19	5

* デフレ進展によるマイナス面の影響としては、「他社との価格競争の激化」が51.7%と最も多く、次いで「商店街・地域経済の衰退」が48.9%と高い割合を占めた。以下、「販売価格・発注単価の引下げ要求」32.2%、「消費マインドの低迷」26.7%、「倒産・失業の増加など社会的不安定」23.3%と続いた。

問3 . デフレが進展する中、貴社ではどのような経営方針を採用しますか。下記の中から3つ以内で選んでお答え下さい。

(複数回答)

	販売価格・受注単価を引下げ	高付加価値化で差別化を図る	仕入原価の削減	設備投資の積極化	従業員数や賃金の見直し	外国人労働者の受入	中国等海外への進出・輸入の活用	借入金の返済	新商品開発・新分野進出	特にデフレ対策は講じない
合計(構成比)	20.6	36.1	40.6	3.3	23.9	0.0	0.6	11.1	10.6	32.8
合計件数	37	65	73	6	43	0	1	20	19	59
製造	7	21	18	1	8	0	1	6	7	12
建設	8	10	20	2	16	0	0	7	2	12
卸売	1	2	2	0	1	0	0	0	1	4
小売	16	21	22	0	12	0	0	5	6	18
サービス	5	11	11	3	6	0	0	2	3	13

* デフレ不況下の企業の経営方針については、「仕入原価の削減」が40.6%と最も多く、以下、「高付加価値化で差別化を図る」36.1%、「従業員数や賃金の見直し」23.9%、「販売価格・受注単価を引下げ」20.6%と続いた。また、「特にデフレ対策は講じない」とする回答も32.8%あり、3番目に多い割合となっている。

問4 . デフレ不況に対して政府のとるべき施策について、下記の中から3つ以内で選んでお答え下さい。

(複数回答)

	信用保証条件の緩和など金融対策	公共事業などによる需要創出策	規制緩和や民営化による需要喚起策	日銀による資金供給の拡大	円安への誘導策・株の高騰策	所得税・法人税などの税制改革	セーフガードなど輸入規制の発動	不当廉売など不正取引の規制強化	大型店の出店規制の強化	政府に期待していない
合計(構成比)	40.0	43.3	13.3	6.7	11.7	41.7	3.3	10.6	14.4	26.1
合計件数	72	78	24	12	21	75	6	19	26	47
製造	22	15	9	3	5	17	2	3	4	11
建設	13	30	6	4	3	14	2	2	2	14
卸売	3	4	0	0	2	3	0	1	1	2
小売	19	18	6	3	8	21	1	12	14	12
サービス	15	11	3	2	3	20	1	1	5	8

* 政府がとるべきデフレ対策としては、「公共事業などによる需要創出策」が43.3%と最も多く、次いで「所得税・法人税などの税制改革」41.7%、「信用保証条件の緩和など金融対策」40.0%と続き、いずれも4割台の回答割合で拮抗している。

問5 . 現在のデフレ不況から回復するきっかけとして、貴社が期待するものはありますか。下記の中から3つ以内で選んでお答え下さい。

(複数回答)

	政府による何らかの需要刺激策	選挙など日本の政治の変化	海外経済の回復・成長	大ヒット商品出現による社会構造の変化	医療・環境など新産業分野の振興	オリンピック万博などのイベント	地元特有のイベント	その他	きっかけはなくてもいずれ回復する	当面は回復しない
合計(構成比)	53.9	13.3	12.8	8.9	12.2	1.1	13.3	0.6	5.0	50.6
合計件数	97	24	23	16	22	2	24	1	9	91
製造	22	4	5	6	5	1	9	0	2	22
建設	29	5	6	1	3	1	1	0	2	18
卸売	4	1	1	1	2	0	1	0	1	3
小売	28	8	8	5	8	0	5	1	3	33
サービス	14	6	3	3	4	0	8	0	1	15

* デフレ不況から回復するきっかけとして期待するものについては、「政府による何らかの需要刺激策」が 53.9%を占め、2 位以下の「選挙など日本の政治の変化(13.3%)」、「地元特有のイベント(13.3%)」、「海外経済の回復・成長(12.8%)」に大きく差をつけた。また、「当面は回復しない」とする回答も 50.6%あり、トップの「政府による何らかの需要刺激策(53.9%)」に近い割合となっている。

～ 調査員のコメントから ～

- 販売先からの納品価格引下げ要請にこたえざるを得ないケースが増え利幅を減らしている。 (製造業)
- 昆布加工は、贈答品等需要が低迷するほか原料高も影響し売上、収益が落ち込むなどやや厳しい状況が続いている。 (製造業)
- 公共工事縮減による事業衰退など不安を抱え先の見通しも立たない状況。町内ボランティア活動に努めつつ政府支援策に期待を寄せている。 (建設業)
- 管内工事受注はやや増加したが同業者間の競争が厳しさを増している。他社との差別化を図り情報力強化に努めている。 (建設業)
- 卸先の地元小売店の不振など取扱高が減少傾向にある中、人員の見直しや経費節約を推し進め収益維持している。 (卸売業)
- 薄型テレビがエコポイント制度や地域商品券発売効果から好調を続け、これが売上、収益の支えとなっている。 (小売業)
- 大型店集客に押されるほか、顧客高齢化による購買力低下も進んでおり、新たな取組みとして高齢者向けの出張販売や配達サービスを始めた。 (小売業)
- 地場産業の衰退や商圏人口が減少する中、同業者間の競争が年々厳しさを強めており、従業員の技術力向上など体制を強化し顧客確保に努めている。 (サービス業)