

第 141 回中小企業景況調査

～中小企業経営者は、今の景気をどのように感じているのか～

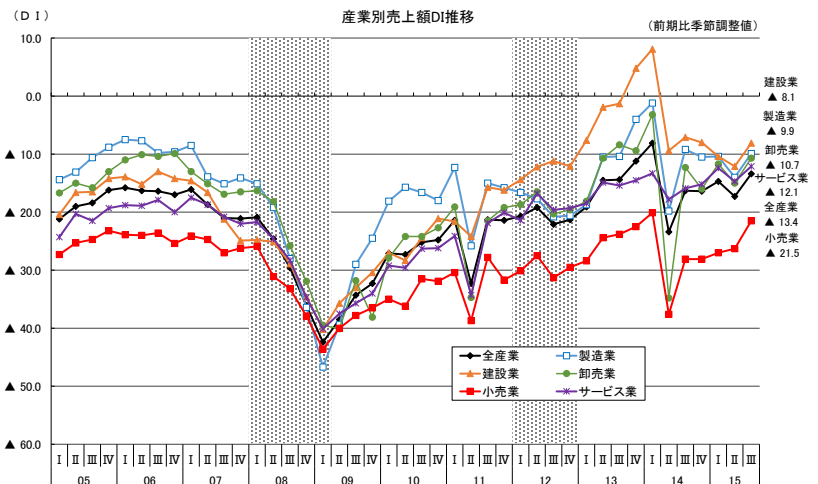
海外需要を模索する中小企業経営者

2015 年 7-9 月期の中小企業景況調査では、全産業・製造業・非製造業の業況 DI においてマイナス幅が縮小し、持ち直しの動きが示された。また、円安や原材料費の高騰、人材不足が叫ばれる中、全産業・製造業・非製造業の売上額 DI が 1 年ぶりに足並みをそろえて改善した。この状況の背景として何が起きているのか。経営者から寄せられた声から検討する。

1. 1 年ぶりに各産業の売上額 DI が足並みをそろえて改善

今期の全産業の主要 DI（前期比季節調整値）を見ると、業況判断 DI▲15.5（前期 DI との差（以下、前期差）3.2 ポイント増）、売上額 DI▲13.4（前期差 3.9 ポイント増）、資金繰り DI▲13.0（前期差 1.6 ポイント増）と、前期から一転し、各 DI に持ち直しの動きが示された。

今期の産業別の売上額 DI（前期比季節調整値）の水準を見ると、製造業▲9.9（前期差 4.1 ポイント増）、建設業▲8.1（前期差 4.0 ポイント増）、卸売業▲10.7（前期差 4.3 ポイント増）、小売業▲21.5（前期差 4.8 ポイント増）、サービス業▲12.1（前期差 2.6 ポイント増）となっている。各産業の売上高 DI（前期比季節調整値）が足並みをそろえて改善したのはちょうど 1 年前だった。当時（前年同期）の水準と比較すると、製造業と建設業は下回っているものの、それ以外の産業では上回っており、消費増税後の 1 年間における経営者の試行錯誤が販売活動において実を結んだ状況が確認できる。



2. 需要拡大を支えているのはだれか。

1 年ぶりの売上額 DI の改善にはどのような背景があるのか。今期の調査において寄せられた経営者のコメントからその振動を探っていきたい。

【コメント】

- ・ 夏休み期間中の観光客（外国人含む）が増えており、売上高は微増しているが、シーズンが終わった時の状況は現時点では予測できず、売上高が伸び悩む可能性が高いと思っています。（水産練製品製造業 道南・道央）
- ・ インバウンド向け（「爆買」向け）の生産があり中国の景況に大きく左右される。（他に分類されないその他の製造業 山形）
- ・ 国内市況は停滞していると感じるが、海外需要が少し回復してきた。但し替為の動向により大きく変動するので、大きく期待は出来ない。輸入資材の値上りによるコスト上昇が今後心配される。（陶磁器・ガラス器卸売業 岐阜）
- ・ 海外のお客様に対する商品プレゼン及び展示会による成果を期待しているところであり、新規の取引先からの確定受注を見込んでいる。（プラスチック製日用雑貨・食卓用品製造業 奈良）
- ・ 国内の受注は全く期待できず、外国（主に台湾ヨーロッパ方面、アメリカ）からの注文が多い。（その他の繊維粗製品製造業 京都）
- ・ インバウンド効果による売上増が見込める商材、売り場、企業といかにかうまくマッチング出来るかが既に明暗を分けている。（紙卸売業 兵庫）
- ・ 出雲大社の遷宮効果の継続、インバウンドの効果、地域の営業努力による（旅館、ホテル 島根）
- ・ インバウンド需要の増加がこの夏の時期さらに増加傾向にある。購買単価は低いが、集団でまとめて同一の物を購入され、昨年同期とは異なって来ている。（かばん・袋物小売業 福岡）
- ・ 円安による輸入商品の高騰による販売価格の値上げで一時的には売上増につながっているが、高級品等の買い控えは未だ続いているようだ。景気の回復は見通せない。（各種食料品小売業 熊本）

3. 見通し：外国との接し方の中から今後の経営の在り方を探る

円安を背景に、国内では海外からの観光客の増加を伝えるニュースを頻繁に耳にする。しかし、訪日する外国人には、観光以外にビジネスを目的としている人々もいる。小売業や宿泊業をはじめとした対個人サービス業だけでなく、製造業や卸売業も国内の活動の幅を広げることにより、ビジネスチャンスとなる海外との取引を行うことができる。今期の調査において経営者から寄せられたコメントではこの点が強調されていた。

一方、海外からの需要に対して、一過性のものになることを危惧するコメントも寄せられている。このチャンスをいかに継続させていくか。これが今後の中小企業経営において大きなポイントとなるかもしれない。（文責：ナレッジアソシエイト 平田博紀）