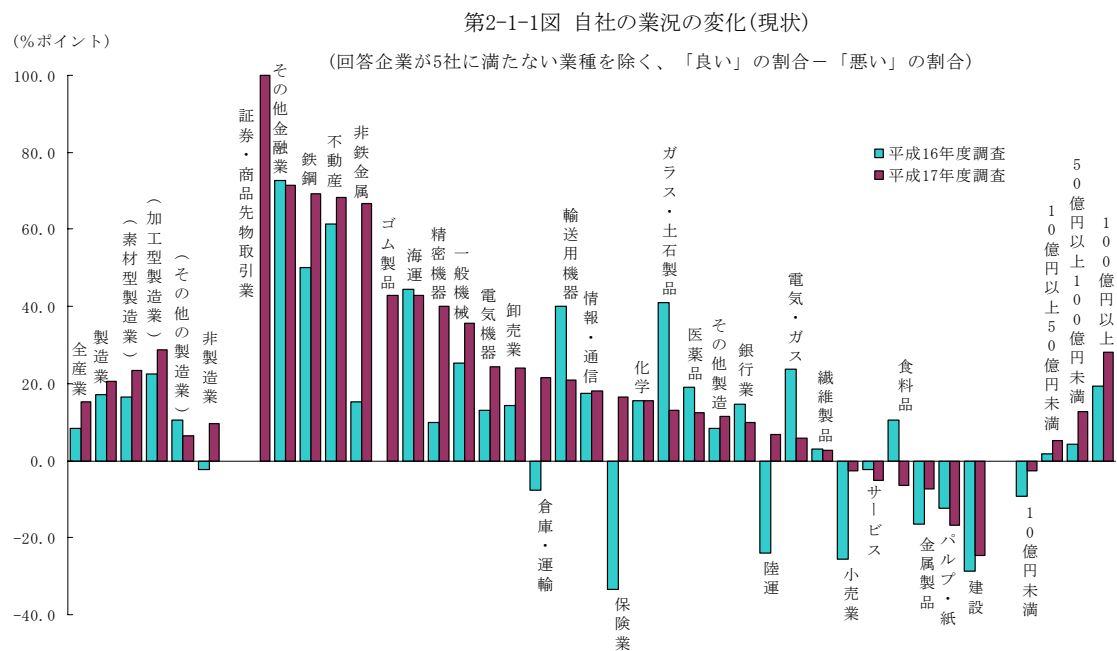


Ⅱ. 収益等の状況

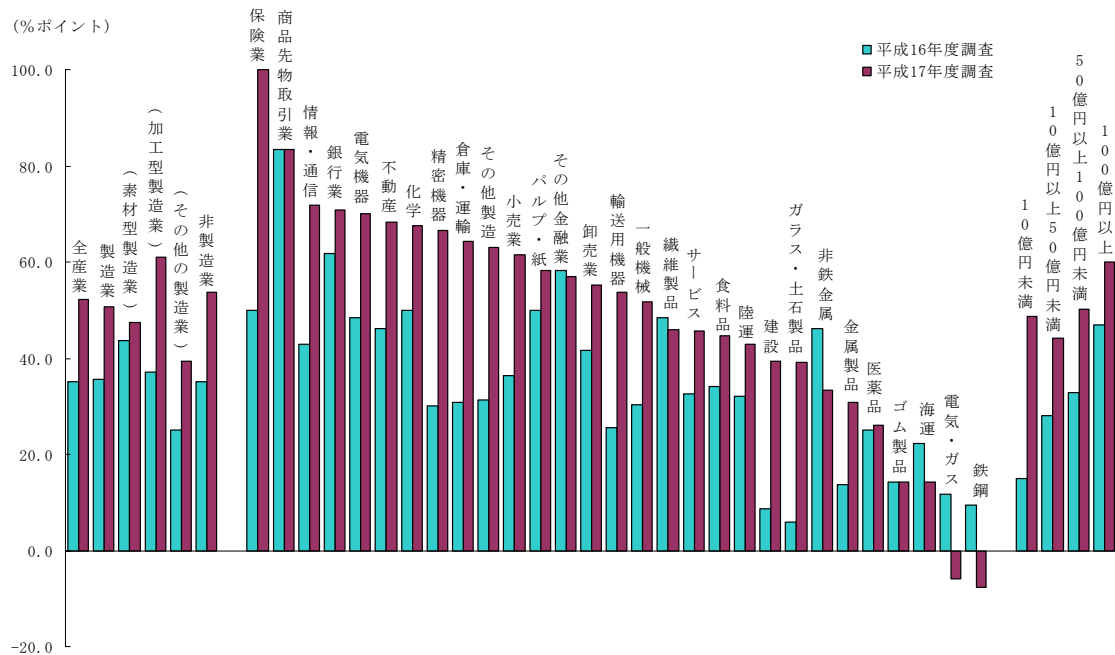
1. 今後3年間の業況は改善する見通し

自社の業況の現状について、「良い」と回答した企業の割合から「悪い」と回答した企業の割合を引いた値をみると、全産業の現状は前年度調査の 8.4%ポイントから 15.4%ポイントとなりプラス幅が拡大している。今後3年間も 52.1%ポイント（前年度調査は 35.2%ポイント）と更にプラス幅が拡大する見通しとなっている。現状について産業別にみると、「加工型製造業」（28.6%ポイント）、「素材型製造業」（23.3%ポイント）が相対的に高く、「その他の製造業」（6.5%ポイント）、「非製造業」（9.5%ポイント）が低くなっている。また、前年度調査でマイナスとなっていた「非製造業」がプラスに転じ、製造業、非製造業ともにプラスとなった（第2-1-1図）。今後3年間については、製造業、非製造業ともにプラス幅が拡大する見通しとなっている。業種別についてみると、現状では、5社以上の回答があった29業種中プラスが23業種、マイナスが6業種（前年度調査はプラスが19業種、マイナスが8業種）となっているが、今後3年間では、プラスが27業種、マイナスが「電気・ガス」、「鉄鋼」の2業種（前年度調査は29業種が全てプラス）となっている。資本金階級別にみると、概ね資本金階級が大きいほど高くなっている（第2-1-2図）。



第2-1-2図 自社の業況の変化(今後3年間)

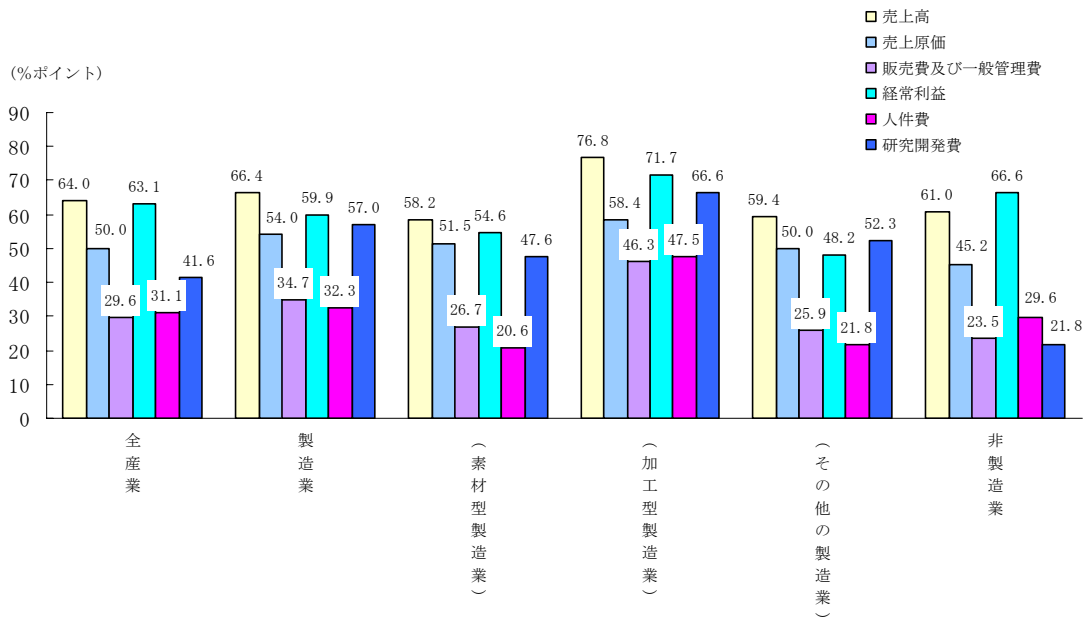
(回答企業が5社に満たない業種を除く、「良くなる」の割合－「悪くなる」の割合)



2. 今後 3 年間の売上高、経常利益は増加する見通し

今後 3 年間の全産業の売上高、売上原価、販売費及び一般管理費、経常利益、人件費、研究開発費について、「増加する」と回答した企業の割合から「減少する」と回答した企業の割合を引いた値でみると、いずれもプラスとなっているが、売上高、経常利益が比較的高く、販売費及び一般管理費、人件費が比較的低くなっている。産業別にみると、製造業の研究開発費の「増加する」と回答した企業の割合から「減少する」と回答した企業の割合を引いた値は 57.0%ポイントとなっているのに対して、非製造業の値は 21.8%ポイントと比較的低い（第 2-2-1 図）。

第2-2-1図 売上高、経常利益等の動向



(注) 「増加する」と回答した企業の割合－「減少する」と回答した企業の割合

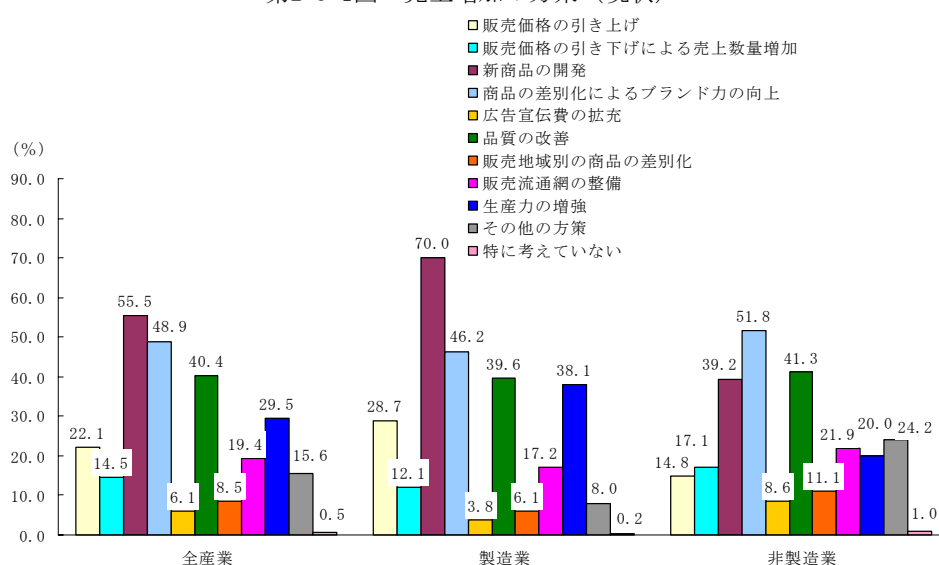
全産業について、今後 3 年間の業況が「良くなる」と回答した企業の 88.2%が、売上高が「増加する」と回答するなど、自社の業況に関する回答と売上高等に関する回答に関連がある。

また、製造業について、今後 3 年間の売上高が「増加する」と回答した企業の 3 年後の平均販売価格の増減率（年度平均）をみると、0.17%減となっていることから、売上数量の増加により売上の増加を見通している企業が多いと考えられる。

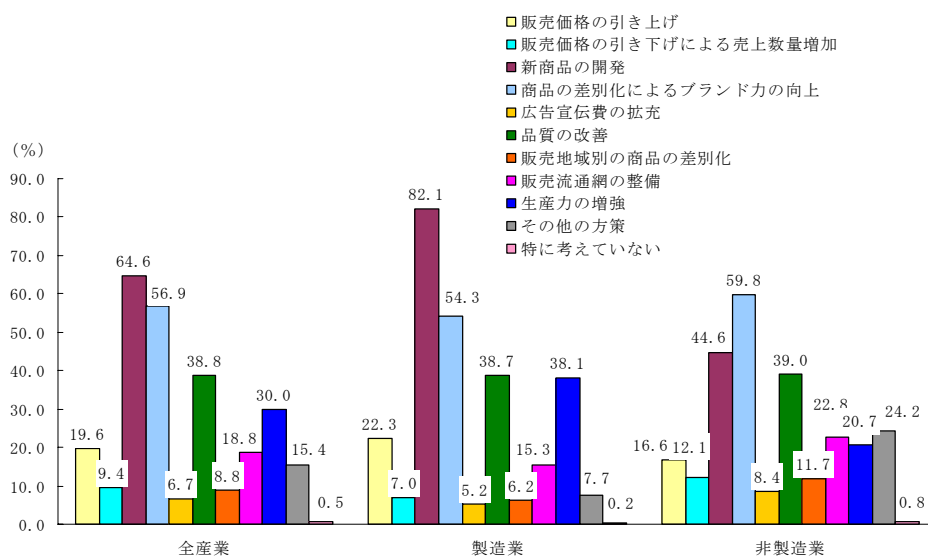
3. 売上増加の方策として新商品の開発が最も多く、次に商品の差別化によるブランド力の向上が多い

売上を増加させるための方策として、重視しているもの(複数回答)について全産業でみると、「新商品の開発」が現状(55.5%)、今後3年間(64.6%)ともに最も高く、次に「商品の差別化によるブランド力の向上」(現状48.9%、今後3年間56.9%)、「品質の改善」(現状40.4%、今後3年間38.8%)の順で高くなっている。産業別にみると、製造業では、現状、今後3年間ともに「新商品の開発」が最も高く、非製造業では、現状、今後3年間ともに「商品の差別化によるブランド力の向上」が最も高くなっている(第2-3-1図、第2-3-2図)。

第2-3-1図 売上増加の方策(現状)

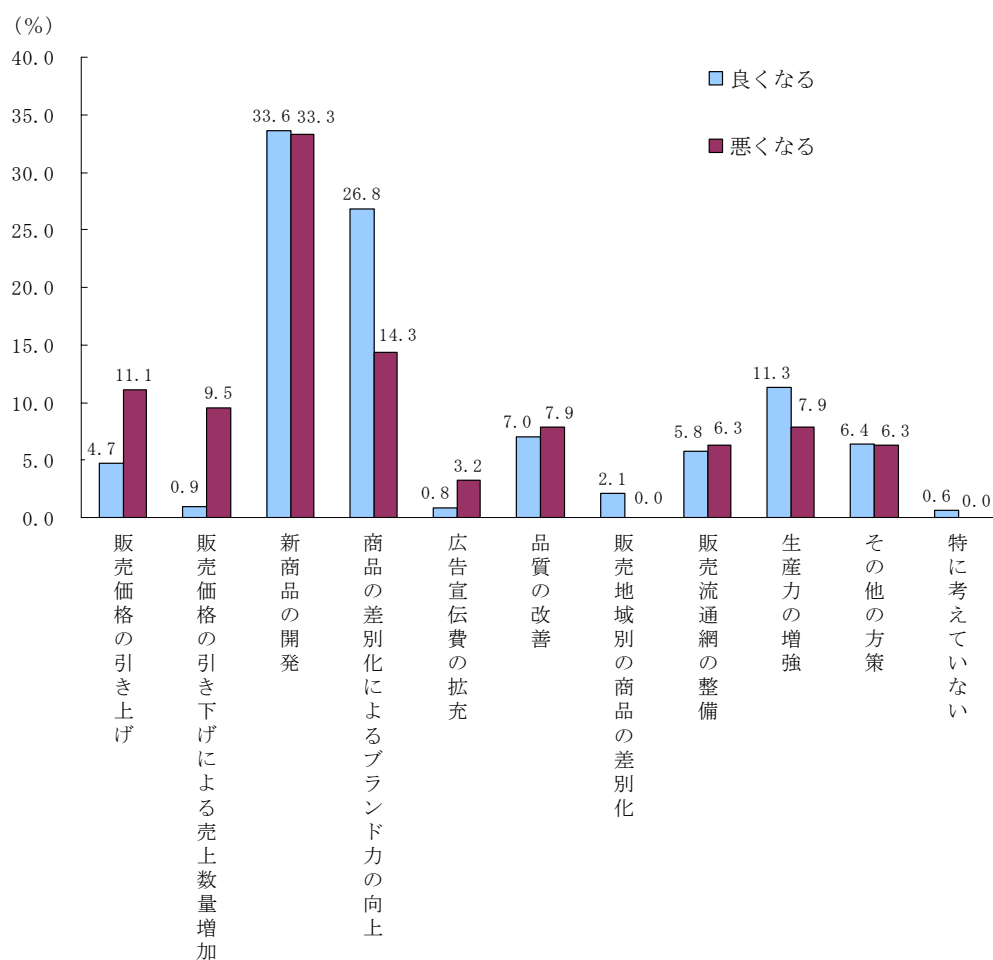


第2-3-2図 売上増加の方策(今後3年間)



最も重要度の高い売上増加の方策について、今後3年間の業況別に全産業でみると、「良くなる」と回答した企業は「新商品の開発」、「商品の差別化によるブランド力の向上」の2項目に集中している。これに対し、「悪くなる」と回答した企業では、「新商品の開発」が第1位となっているが、2位以下は相対的に差が小さい。

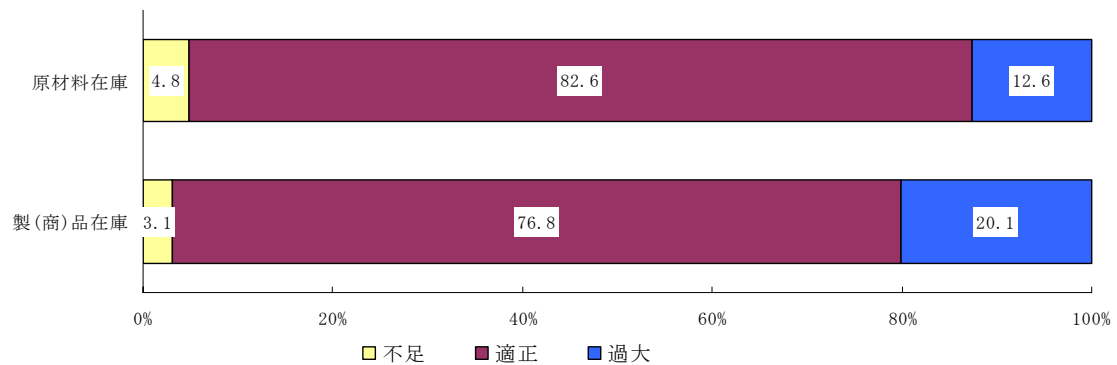
第2-3-3図 今後3年間の業況別最も重要度の高い売上増加の方策(全産業)



4. 在庫が適正な企業の割合は約 80%、過不足がある企業でも 2 年以内に約 80%が適正になる見通し

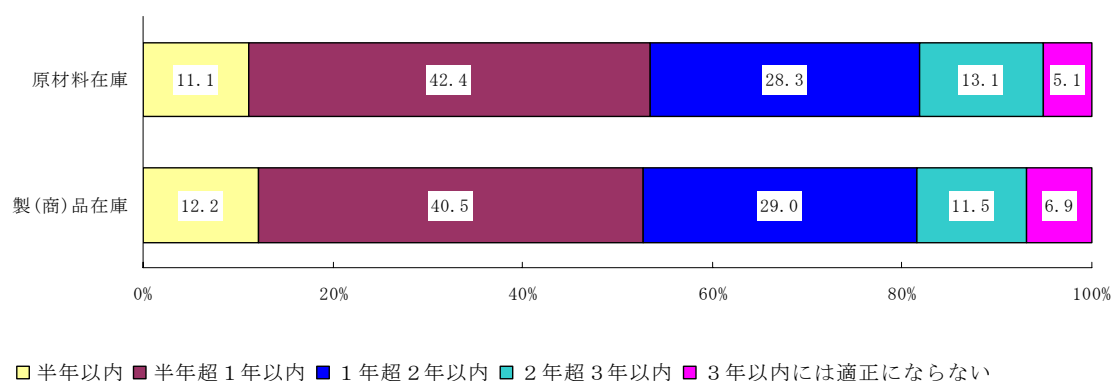
製造業全体の現状の在庫の不足感・過剰感について、「適正」と回答した企業の割合は、原材料在庫が 82.6%、製（商）品在庫が 76.8%となっている（第 2-4-1 図）。

第2-4-1図 在庫の不足感・過剰感（製造業）



「不足」又は「過大」と回答した企業の在庫が適正となる時期をみると、原材料在庫が 1 年以内に適正となると回答した企業の割合は 53.5%、2 年以内に適正となると回答した企業の割合は 81.8%、製（商）品在庫が 1 年以内に適正となると回答した企業の割合は 52.7%、2 年以内に適正となると回答した企業の割合は 81.7%となっている（第 2-4-2 図）。

第2-4-2図 在庫の過不足が適正になる時期（製造業）

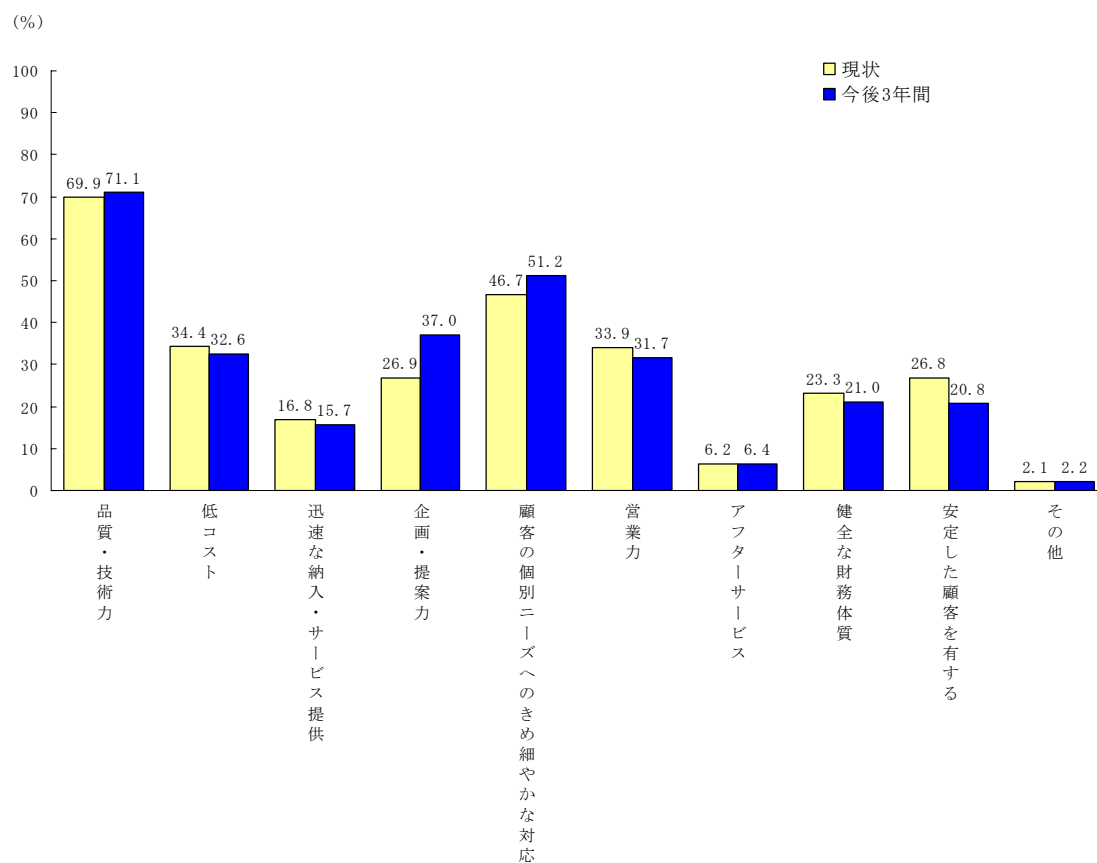


Ⅲ. 今後の企業戦略

1. 自社の競争力の源泉は、製造業が「品質・技術力」、非製造業が「顧客の個別ニーズへのきめ細やかな対応」の重要度が高い

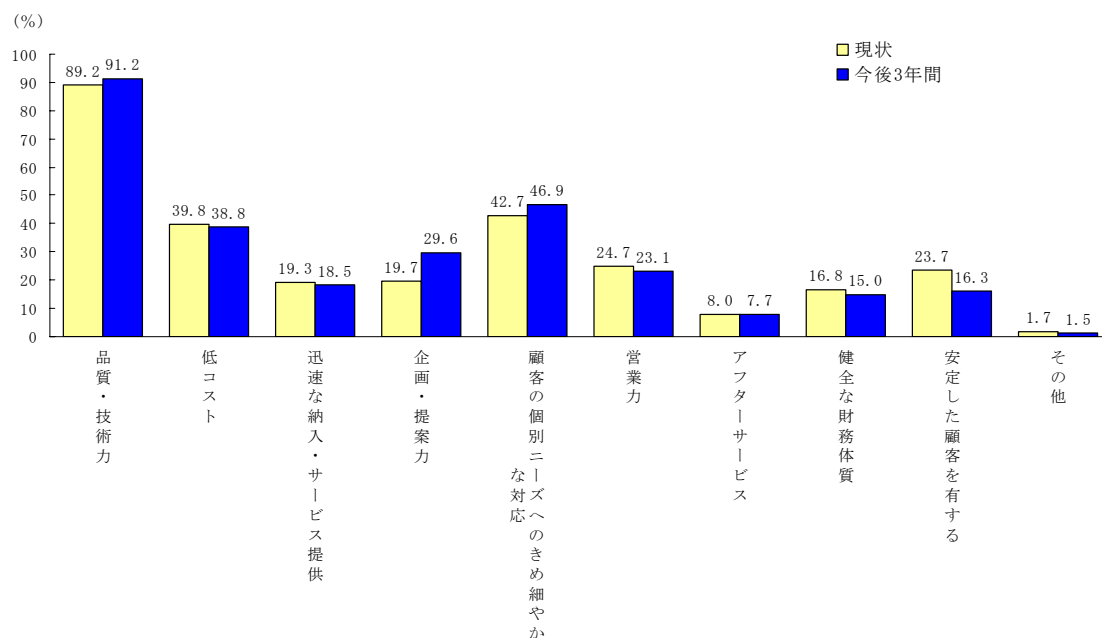
現状の企業の競争力の源泉について、重要度の高い項目（複数回答）を全産業で見ると、「品質・技術力」（69.9%）、「顧客の個別ニーズへのきめ細やかな対応」（46.7%）、「低コスト」（34.4%）、「営業力」（33.9%）の順で高くなっている。今後3年間では、「品質・技術力」（71.1%）、「顧客の個別ニーズへのきめ細やかな対応」（51.2%）、「企画・提案力」（37.0%）、「企画・提案力」（37.0%）、「低コスト」（32.6%）となっており、「企画・提案力」の重要度が高くなる見通しとなっている（第3-1-1図）。

第3-1-1図 企業の競争力の源泉（全産業）

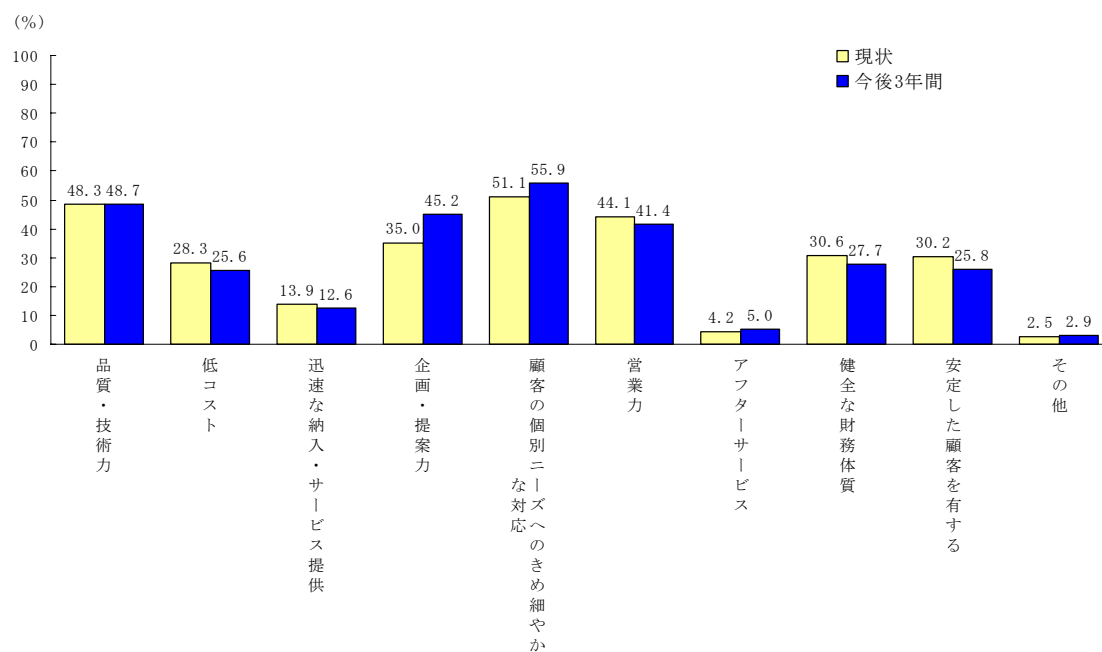


産業別にみると、製造業では、現状及び今後 3 年間ともに「品質・技術力」の重要度が最も高く、非製造業では、現状及び今後 3 年間ともに「顧客の個別ニーズへのきめ細やかな対応」の重要度が最も高くなる見通しとなっている（第 3-1-2 図、第 3-1-3 図）。

第3-1-2図 企業の競争力の源泉（製造業）

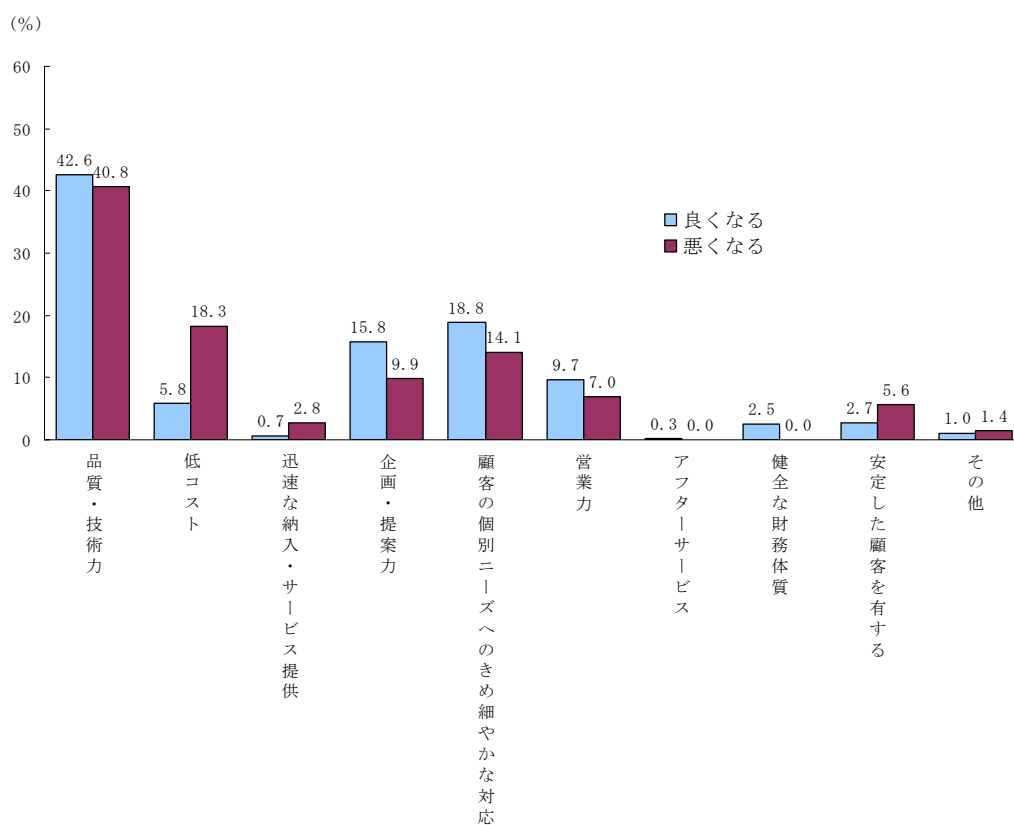


第3-1-3図 企業の競争力の源泉（非製造業）



最も重要度の高い企業の競争力の源泉について、今後3年間の業況別に全産業でみると、「良くなる」、「悪くなる」と回答した企業ともに「品質・技術力」が最も高くなっている。ついで「良くなる」と回答した企業は「顧客の個別ニーズへのきめ細かな対応」、「企画力・提案力」の順で高くなっており、「悪くなる」と回答した企業は「低コスト」、「顧客の個別ニーズへのきめ細かな対応」の順で高くなっている（第3-1-4図）。

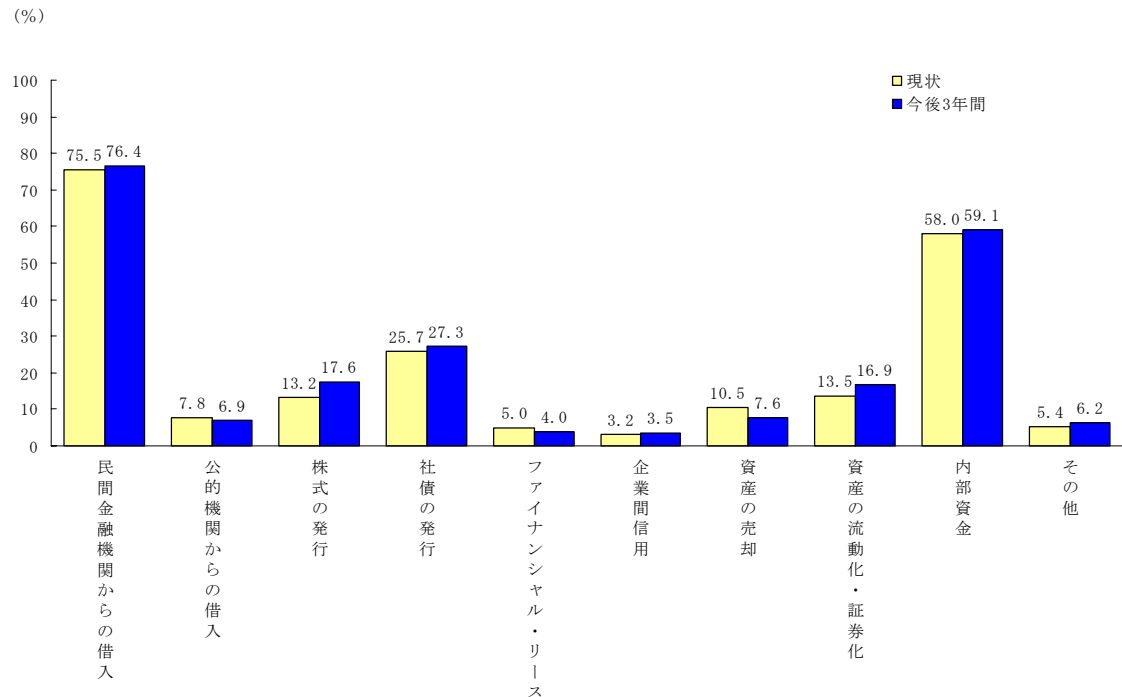
第3-1-4図 今後3年間の業況別最も重要度の高い企業の競争力の源泉(全産業)



2. 資金調達方法としては、民間金融機関からの借入、内部資金が多く、利益及び調達資金の使途は、設備投資、株主への配当が多い

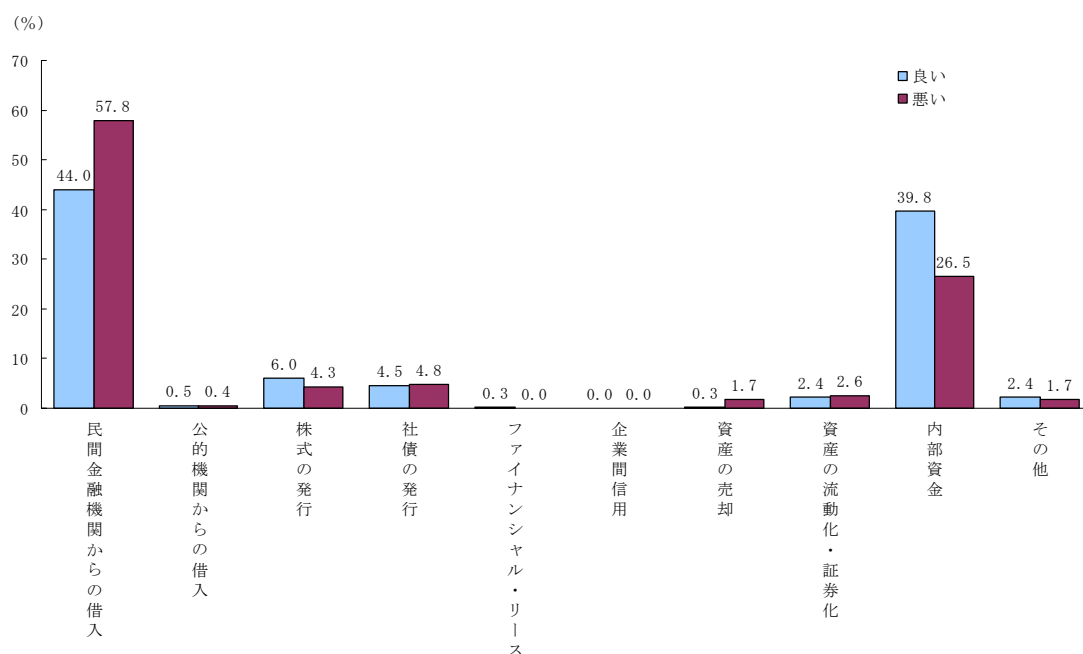
現状における重要度の高い資金調達方法（複数回答）について全産業でみると、「民間金融機関からの借入」（75.5%）が最も高く、次に「内部資金」（58.0%）が高くなっている。今後3年間についても同様に、「民間金融機関からの借入」（76.4%）、「内部資金」（59.1%）の順に高くなっている（第3-2-1図）。産業別、資本金階級別にみても同様の傾向となっている。

第3-2-1図 重要度の高い資金の調達方法（全産業）

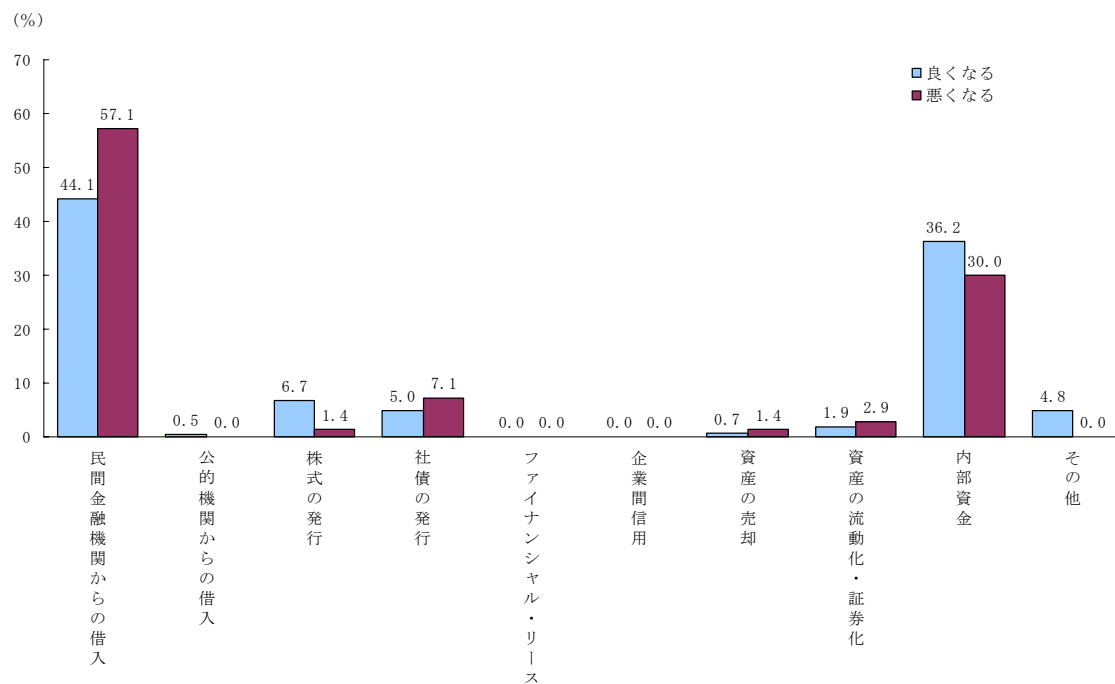


最も重要度の高い資金調達方法について業況別に全産業でみると、現状及び今後 3 年間にともに「良い」（あるいは「良くなる」）と回答した企業の方が「悪い」（あるいは「悪くなる」）と回答した企業より「民間金融機関からの借入」の割合が低く、「内部資金」の割合が高くなっている（第 3-2-2 図、第 3-2-3 図）。

第3-2-2図 現状の業況別最も重要度の高い資金の調達方法（全産業）



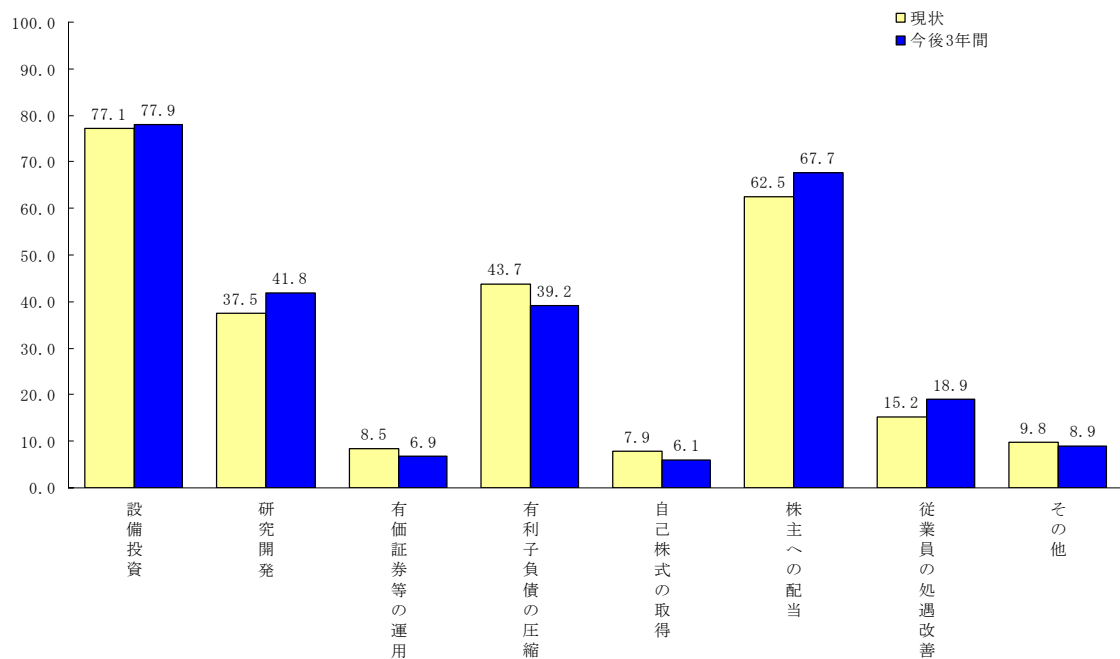
第3-2-3図 今後3年間の業況別最も重要度の高い資金の調達方法（全産業）



現状における重要度の高い営業活動から得た利益及び調達した資金の使途（複数回答）について全産業でみると、「設備投資」（77.1%）、「株主への配当」（62.5%）、「有利子負債の圧縮」（43.7%）、「研究開発」（37.5%）の順に高くなっている。今後3年間では、「設備投資」（77.9%）、「株主への配当」（67.7%）、「研究開発」（41.8%）、「有利子負債の圧縮」（39.2%）となっており、「有利子負債の圧縮」の重要度が低下し、「株主への配当」、「研究開発」の重要度が上昇している（第3-2-4図）。

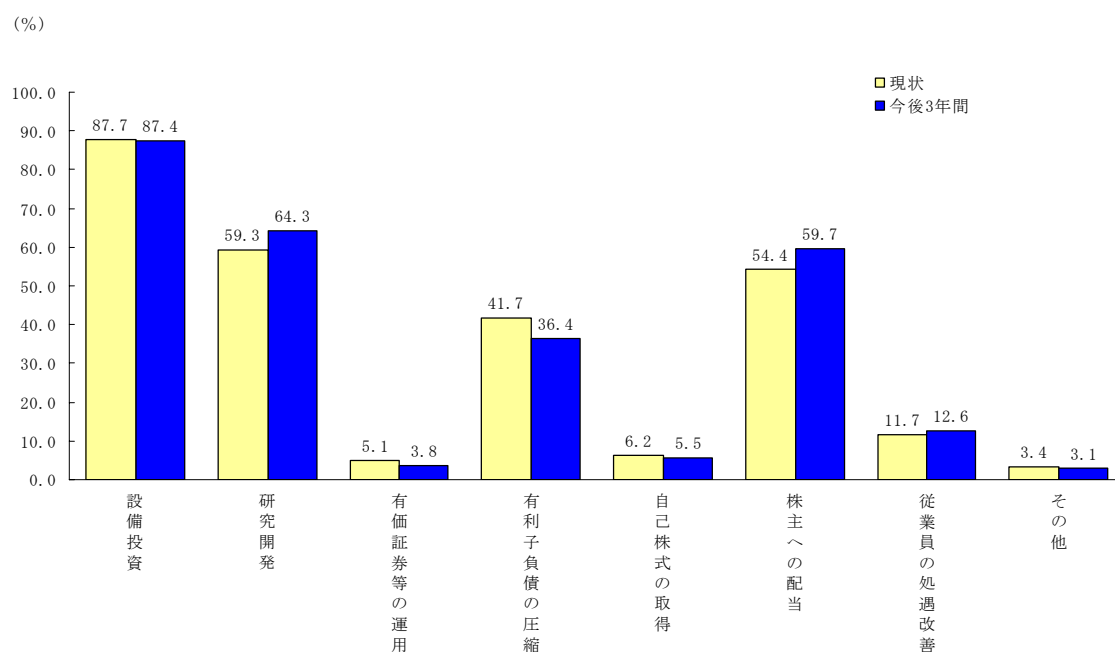
第3-2-4図 重要度の高い利益及び調達資金の使途（全産業）

(%)

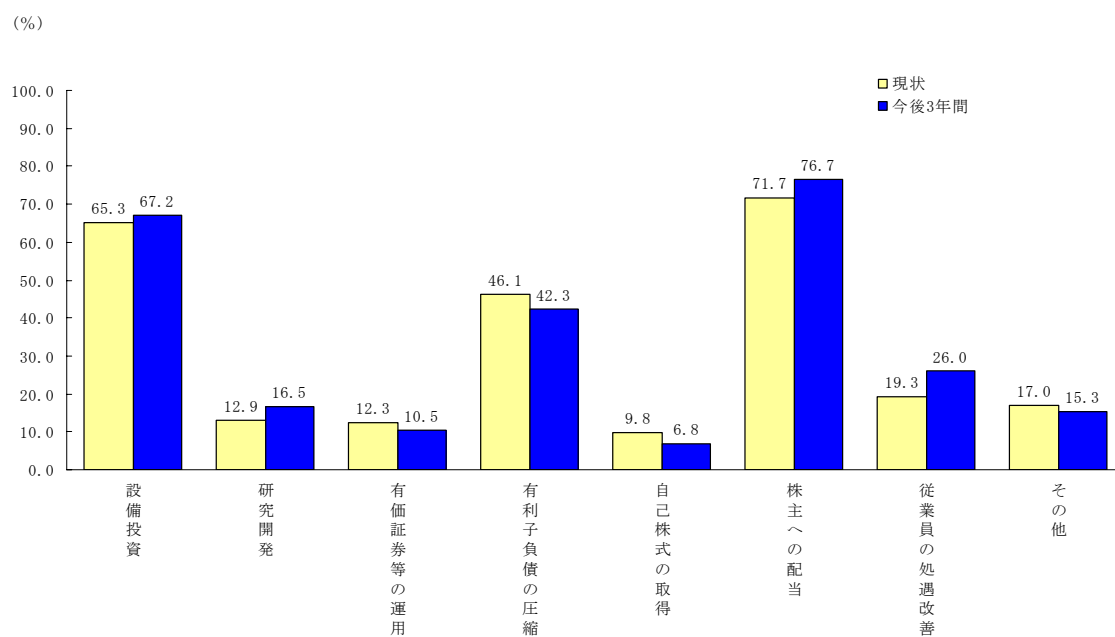


産業別にみると、製造業では、「設備投資」（現状が87.7%、今後3年間で87.4%）、「研究開発」（現状が59.3%、今後3年間で64.3%）、「株主への配当」（現状が54.4%、今後3年間で59.7%）、「有利子負債の圧縮」（現状が41.7%、今後3年間で36.4%）の順に重要度が高く、非製造業では、「株主への配当」（現状が71.7%、今後3年間で76.7%）、「設備投資」（現状が65.3%、今後3年間で67.2%）、「有利子負債の圧縮」（現状が46.1%、今後3年間で42.3%）、「従業員の処遇改善」（現状が19.3%、今後3年間で26.0%）の順に重要度が高くなっている（第3-2-5図、第3-2-6図）。

第3-2-5図 重要度の高い利益及び調達資金の使途（製造業）

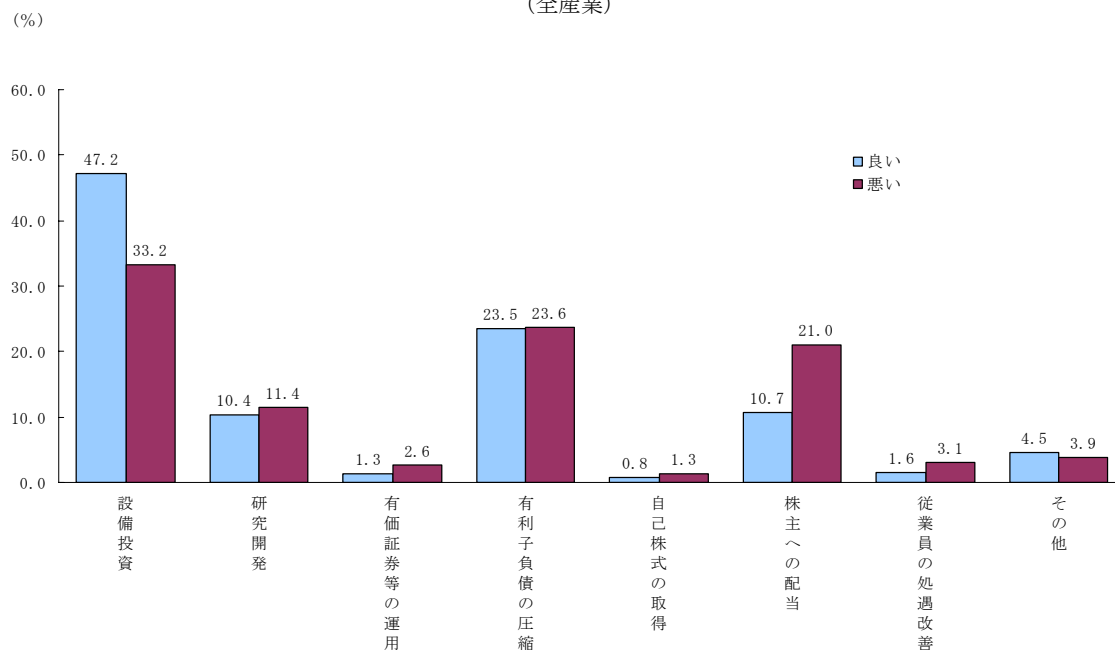


第3-2-6図 重要度の高い利益及び調達資金の使途（非製造業）

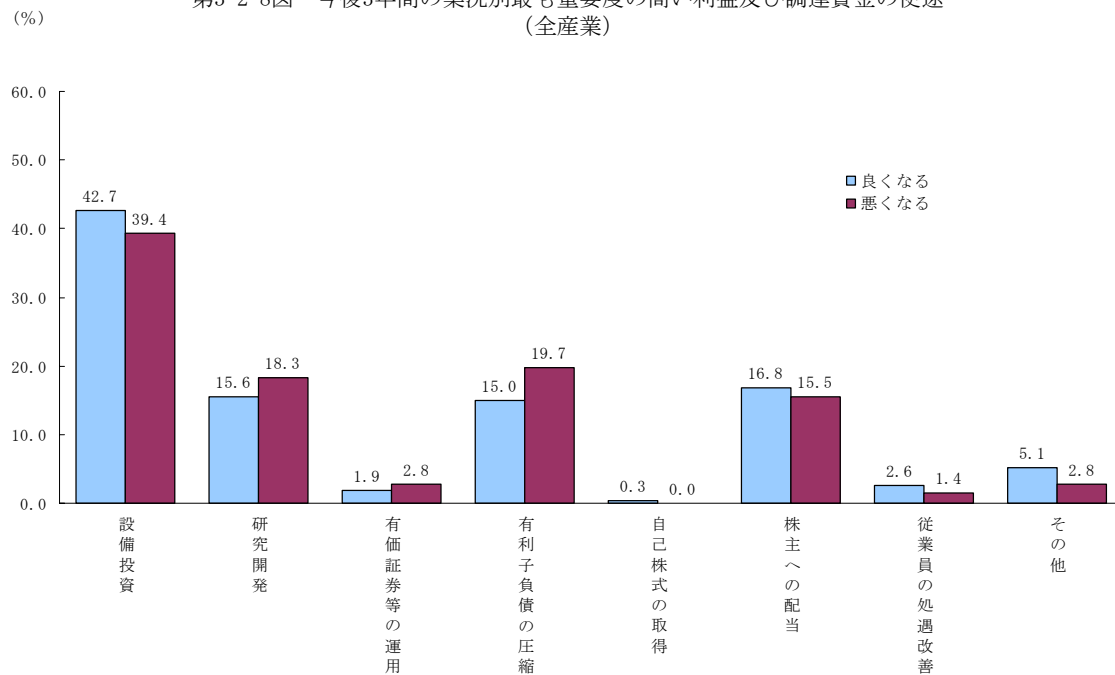


最も重要度の高い用途について業況別に全産業でみると、現状では「良い」と回答した企業の方が「悪い」と回答した企業より「設備投資」の割合が高く、「株主への配当」の割合が低くなっている。今後3年間では、「良くなる」と回答した企業と「悪くなる」と回答した企業であまり差はみられない（第3-2-7図、第3-2-8図）。

第3-2-7図 現状の業況別最も重要度の高い利益及び調達資金の用途
(全産業)



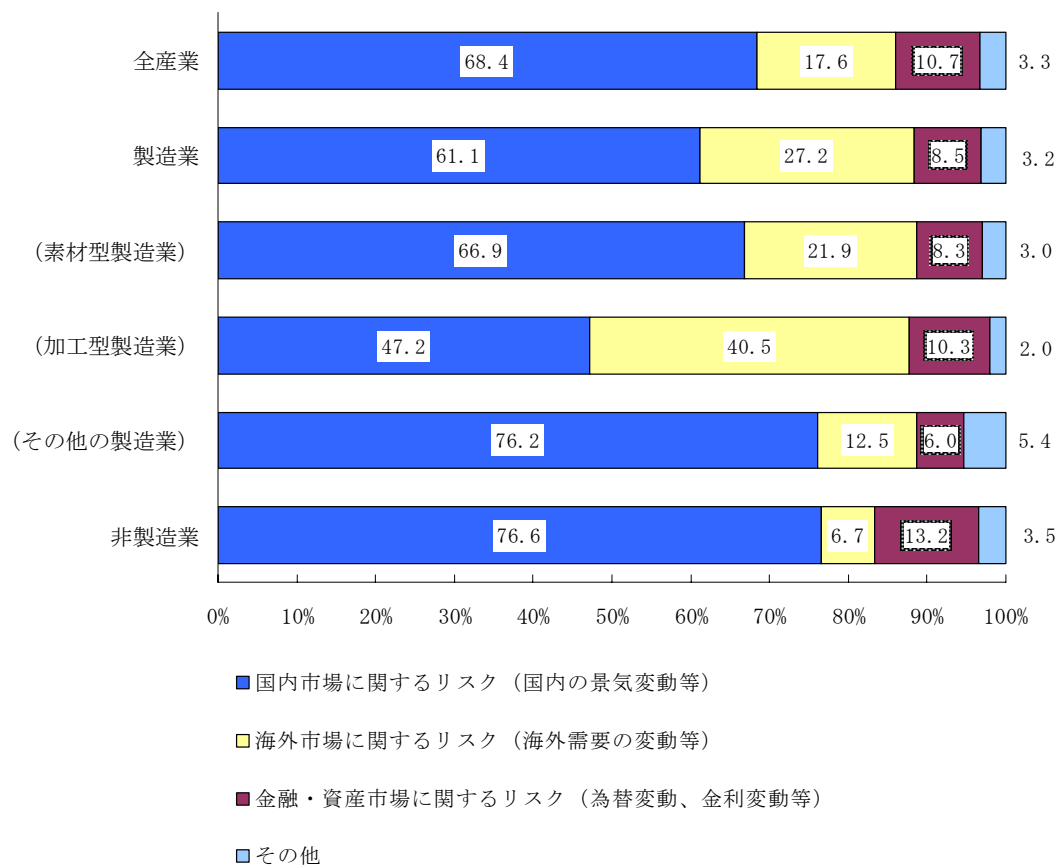
第3-2-8図 今後3年間の業況別最も重要度の高い利益及び調達資金の用途
(全産業)



3. 経済環境に関するリスクは、国内市場に関するリスクが最も高く、自社の経営に関するリスクは、商品価格に関するリスクが最も高い

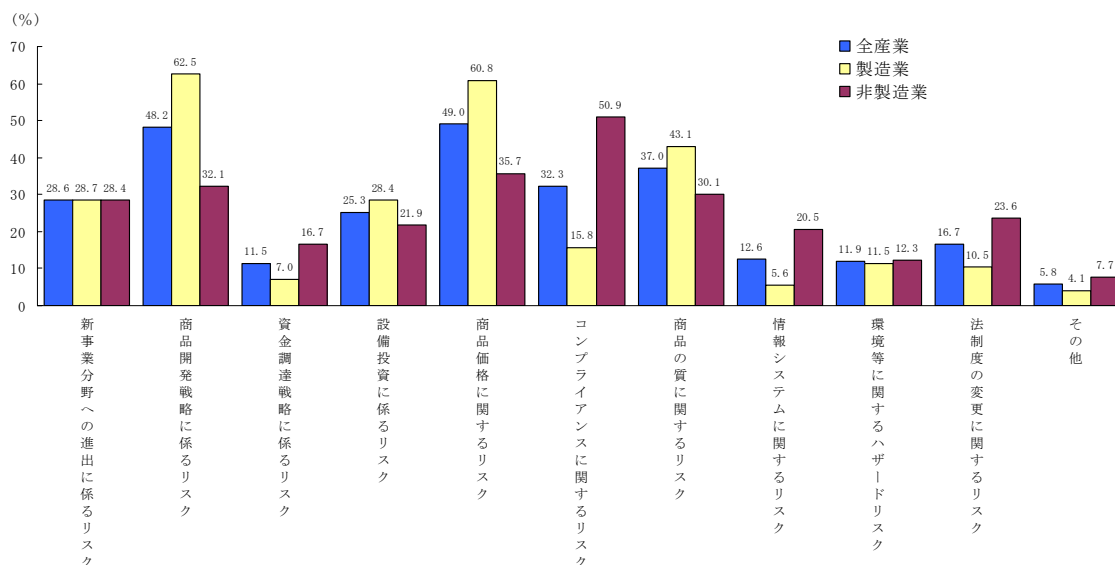
今後3年間の経済環境に関するリスクについて全産業で見ると、「国内市場に関するリスク（国内の景気変動等）」（68.4%）、「海外市場に関するリスク（海外需要の変動等）」（17.6%）、「金融・資産市場に関するリスク（為替変動、金利変動等）」（10.7%）の順に重要度が高いと回答した企業の割合が多くなっている。産業別にみると、製造業、素材型製造業、加工型製造業、その他の製造業、非製造業ともに同じ順位となっているが、加工型製造業は、「海外市場に関するリスク（海外需要の変動等）」（40.5%）と「国内市場に関するリスク（国内の景気変動等）」（47.2%）がほぼ同じ割合となっている（第3-3-1図）。

第3-3-1図 産業別経済環境に関するリスク（今後3年間）



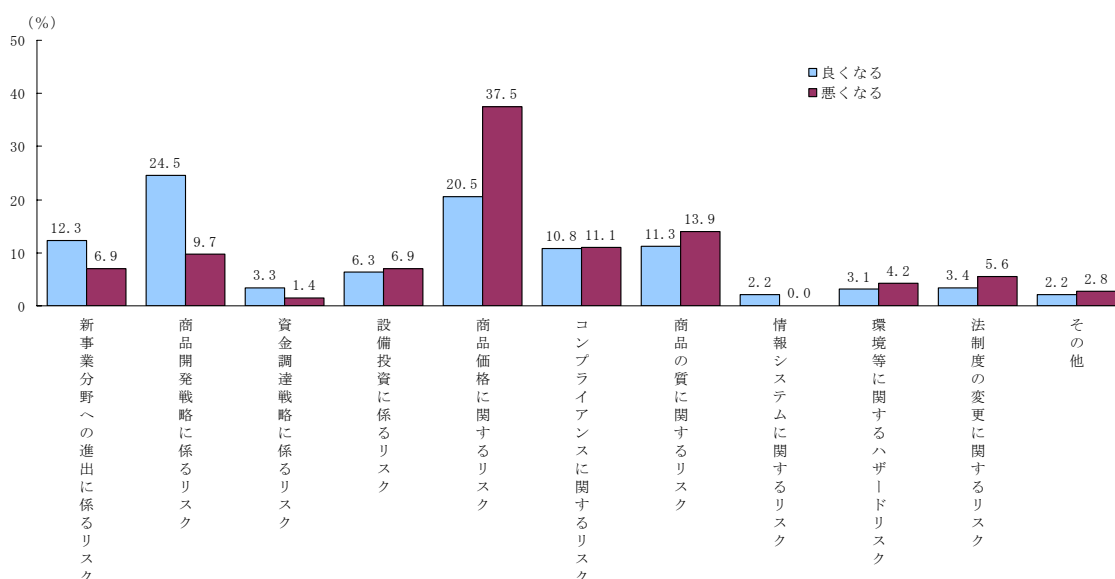
今後 3 年間の自社の経営に関して重要度が高いリスク（複数回答）について全産業でみると、「商品価格に関するリスク」（49.0%）、「商品開発戦略に係るリスク」（48.2%）を重要度が高いと回答した企業の割合が多い。産業別にみると、製造業では、「商品開発戦略に係るリスク」（62.5%）、「商品価格に関するリスク」（60.8%）、非製造業では、「コンプライアンスに関するリスク」（50.9%）、「商品価格に関するリスク」（35.7%）の重要度を高いと回答した企業の割合が多くなっている（第 3-3-2 図）。

第3-3-2図 産業別自社の経営に関するリスク



また、最も重要度が高いリスクについて業況別に全産業でみると、「良くなる」と回答した企業では、「新事業分野への進出に係るリスク」、「商品開発戦略に係るリスク」の割合が「悪くなる」と回答した企業に比べ高く、「商品価格に関するリスク」が低くなっている（第 3-3-3 図）。

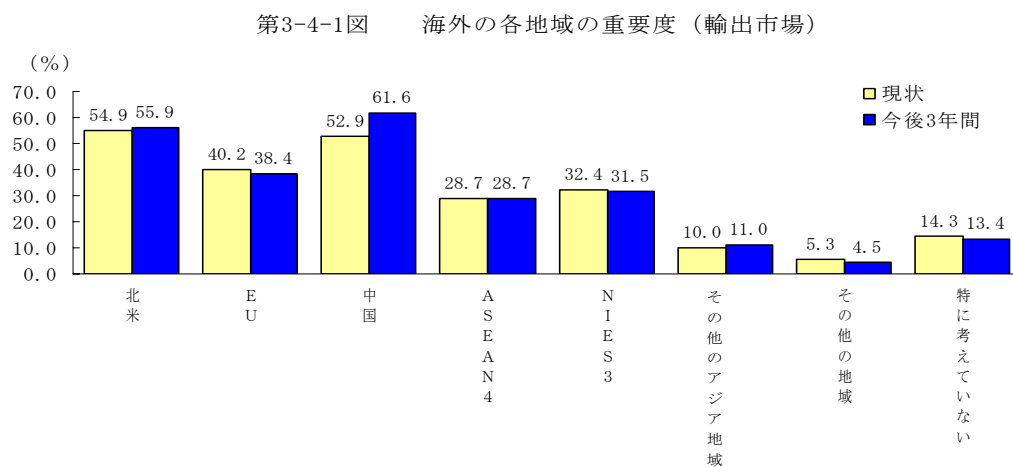
第3-3-3図 今後3年間の業況別最も重要度の高い自社の経営リスク（全産業）



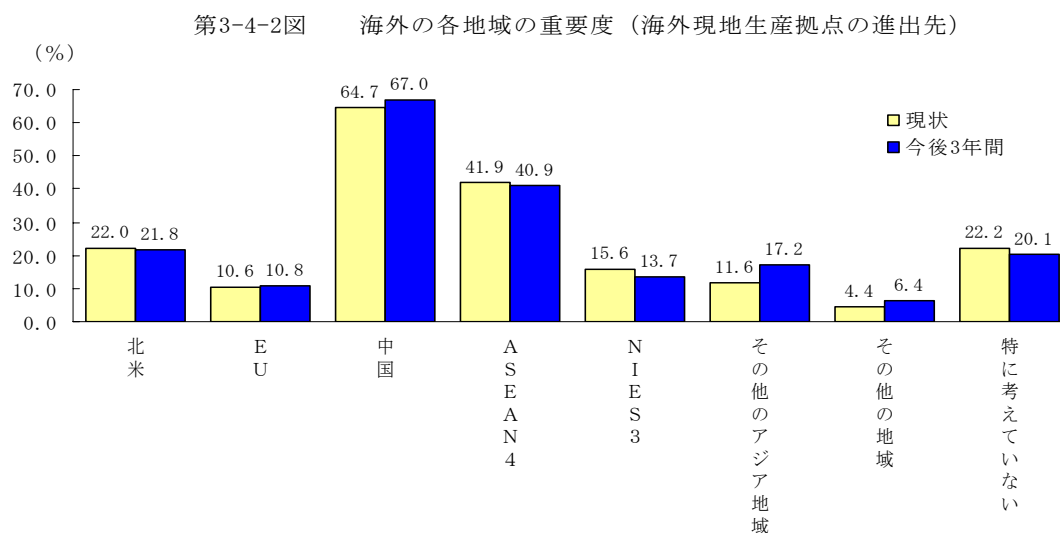
4. 今後3年間で中国の重要度がより高まる

海外の各地域の重要度（複数回答）について製造業⁴でみると、現状では、海外現地生産拠点の進出先、海外現地生産拠点からの出荷先、逆輸入のための現地生産拠点の進出先、輸入元（逆輸入を除く）、国内外の市場の競争相手で「中国」を重要度が高い地域と回答した企業の割合が最も多く、輸出市場でも2番目に多くなっている。今後3年間では、輸出市場でも「中国」が最も多くなる見通しとなっている（第3-4-1図～第3-4-6図）。

輸出市場における海外の各地域の重要度（複数回答）について製造業でみると、現状では「北米」（54.9%）、「中国」（52.9%）の順に重要度が高いと回答した企業の割合が多く、今後3年間では、「中国」（61.6%）、「北米」（55.9%）の順となり、中国の重要度が上昇する見通しとなっている（第3-4-1図）。

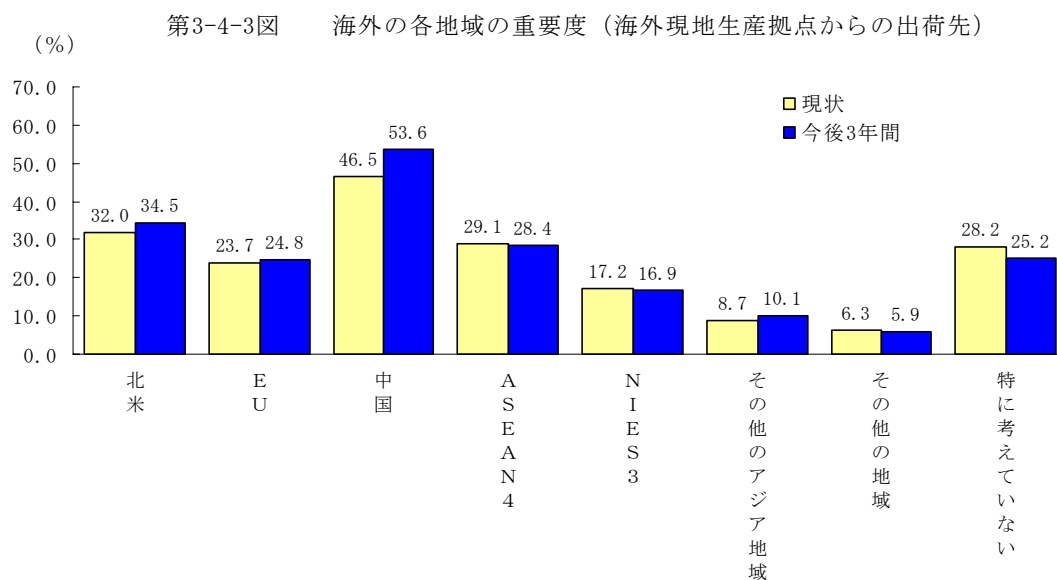


海外現地生産拠点の進出先としての海外の各地域の重要度（複数回答）について製造業でみると、現状及び今後3年間ともに「中国」（現状は64.7%、今後3年間は67.0%）、「ASEAN4」（現状は41.9%、今後3年間は40.9%）の順に重要度が高いと回答した企業の割合が多くなっている（第3-4-2図）。

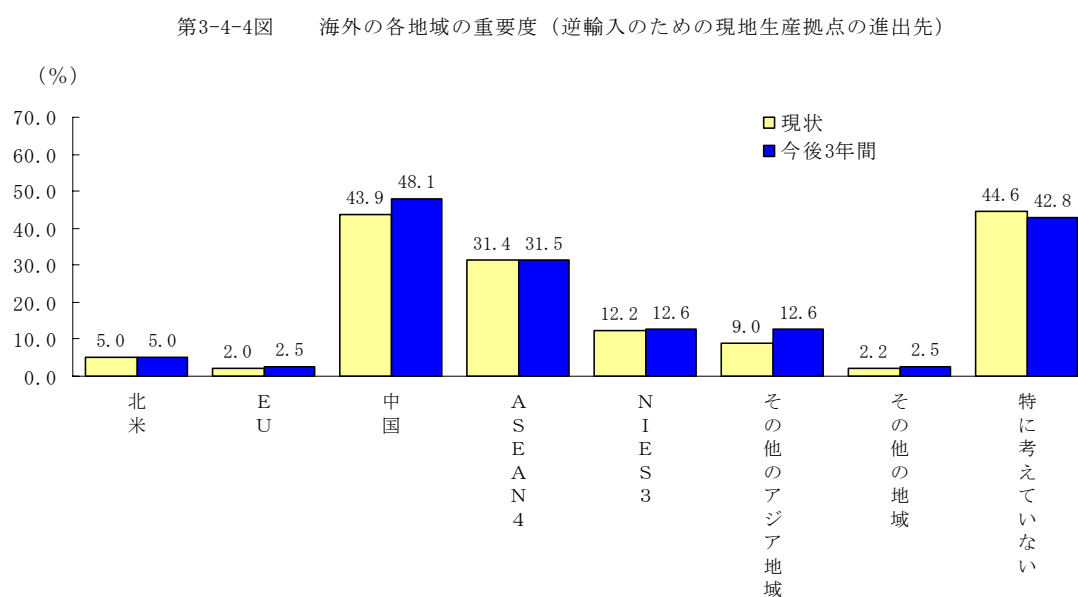


⁴ 各地域の重要度については、製造業のみ回答

海外現地生産拠点からの出荷先としての海外の各地域の重要度（複数回答）について製造業でみると、現状及び今後３年間ともに「中国」（現状は 46.5%、今後３年間は 53.6%）、「北米」（現状は 32.0%、今後３年間は 34.5%）の順に重要度が高いと回答した企業の割合が多くなっている（第 3-4-3 図）。

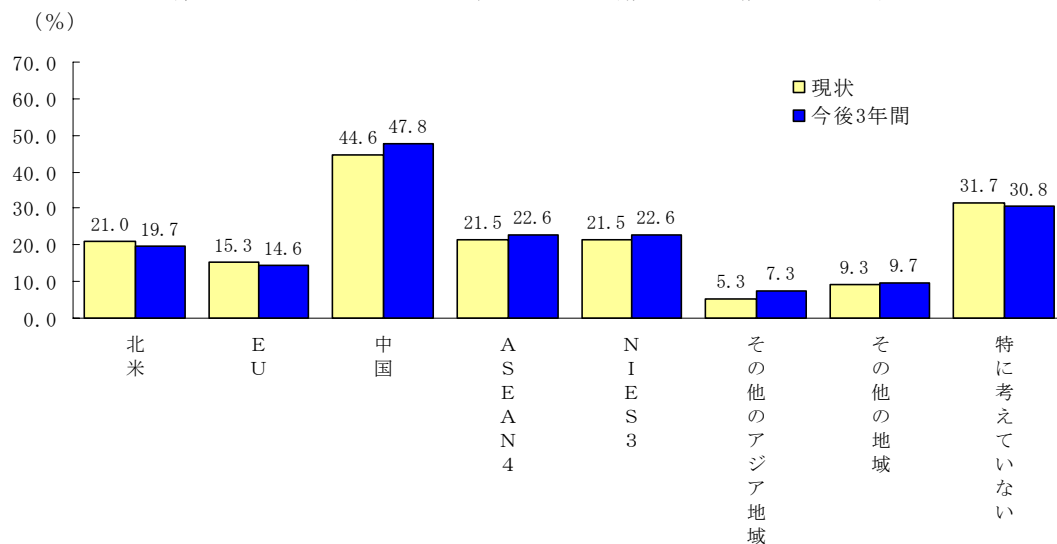


逆輸入のための現地生産拠点の進出先としての海外の各地域の重要度（複数回答）について製造業でみると、現状及び今後３年間ともに「中国」（現状は 43.9%、今後３年間は 48.1%）、「ASEAN4」（現状は 31.4%、今後３年間は 31.5%）の順に重要度が高いと回答した企業の割合が多くなっている（第 3-4-4 図）。



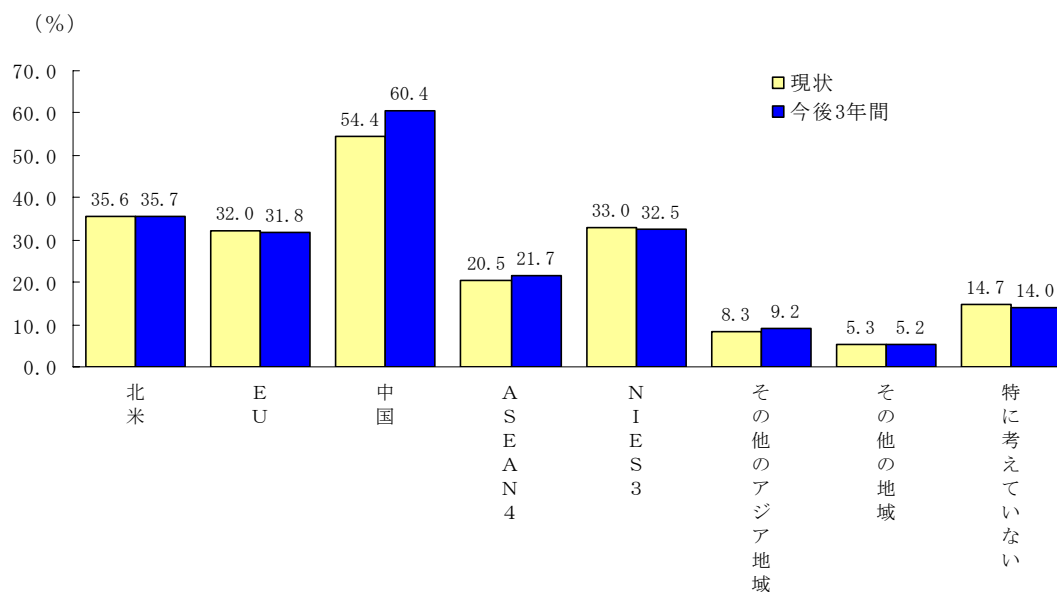
輸入元（逆輸入を除く）としての海外の各地域の重要度（複数回答）について製造業で見ると、現状及び今後３年間ともに「中国」（現状は 44.6%、今後３年間は 47.8%）、「ASEAN4」及び「NIES3」（現状は 21.5%、今後３年間は 22.6%）の順に重要度が高いと回答した企業の割合が多くなっている（第 3-4-5 図）。

第3-4-5図 海外の各地域の重要度（輸入元(逆輸入を除く)）



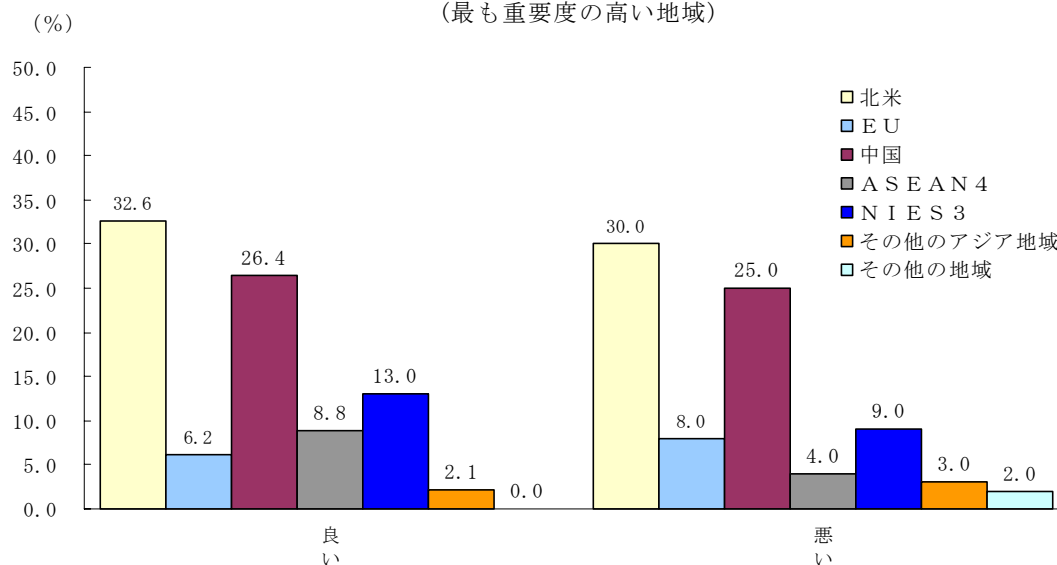
国内外の市場の競争相手としての海外の各地域の重要度（複数回答）について製造業で見ると、現状及び今後３年間ともに「中国」（現状は 54.4%、今後３年間は 60.4%）、「北米」（現状は 35.6%、今後３年間は 35.7%）の順に重要度が高いと回答した企業の割合が多くなっている（第 3-4-6 図）。

第3-4-6図 海外の各地域の重要度（国内外の市場の競争相手）

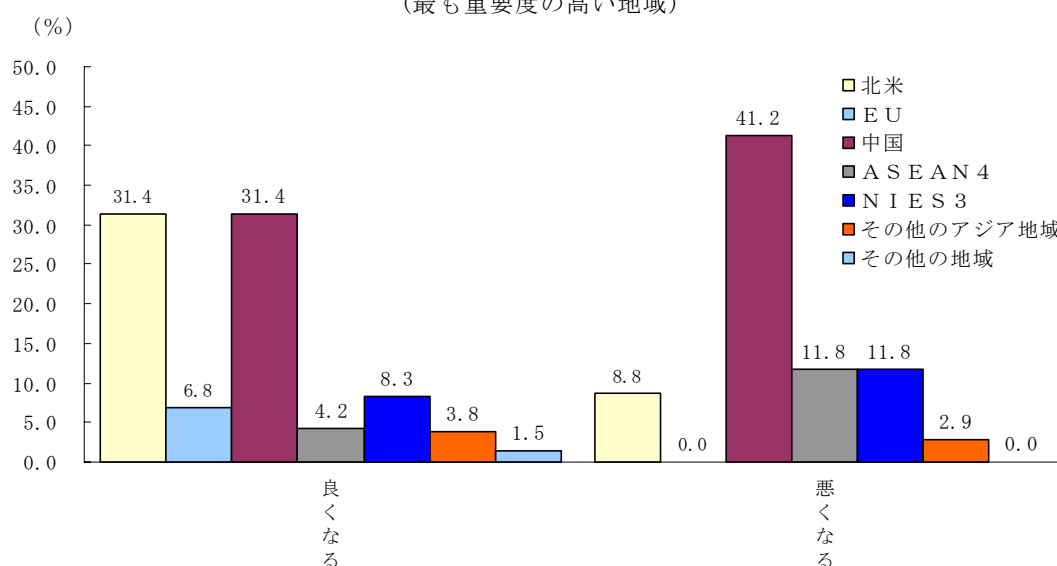


輸出市場における海外の各地域の重要度（最も重要度の高い地域）について、企業（製造業）の業況別にみると、業況（現状）が「良い」と回答した企業は、「北米」、「中国」を重要度の高い地域と見ている。また、業況（今後３年間）が「良くなる」と回答した企業も同様に、「北米」、「中国」を重要度の高い地域と見ている。他方、業況（現状）が「悪い」と回答した企業は、「北米」、「中国」の順で重要度が高いものの、業況（今後３年間）が「悪くなる」と回答した企業は、「中国」を重要度の高い地域と見ている（第３-４-７図、第３-４-８図）。

第3-4-7図 現状の業況別海外の各地域の重要度（輸出市場）
（最も重要度の高い地域）



第3-4-8図 今後3年間の業況別海外の各地域の重要度（輸出市場）
（最も重要度の高い地域）



海外現地生産拠点の進出先として最も重要と考える地域別に、海外生産拠点を置く理由をみると、北米・EUを最も重要と考える企業については、「現地の製品需要が旺盛又は今後の拡大が見込まれるから」と回答した企業の割合が46.3%と最も多く、ついで、「現地の顧客ニーズに応じた対応が可能だから」と回答した企業の割合が36.6%となっている。

中国を最も重要と考える企業については、「現地の製品需要が旺盛又は今後の拡大が見込まれるから」と回答した企業の割合が42.5%と最も多く、ついで、「良質で安価な労働力が確保できるから」と回答した企業の割合が37.1%となっている。

「北米・EU、中国」以外の地域を最も重要と考える企業については、「良質で安価な労働力が確保できるから」と回答した企業の割合が45.0%と最も多く、ついで「現地の製品需要が旺盛又は今後の拡大が見込まれるから」と回答した企業の割合が33.8%となっている。

第3-4-1表 海外の各地域の重要度別、海外に生産拠点を置く理由

単位：％

		海外に生産拠点を置く理由					
		記入社数合計(社)	良質で安価な労働力が確保できるから	技術者の確保が容易だから	現地の製品需要が旺盛又は今後の拡大が見込まれるから	現地の顧客ニーズに応じた対応が可能だから	その他
(海外現地生産拠点の進出先)	北米・EUを最も重要と考える企業	100.0 (41)	12.2	-	46.3	36.6	4.9
	中国を最も重要と考える企業	100.0 (167)	37.1	-	42.5	15.6	4.8
	北米・EU、中国以外の地域を最も重要と考える企業	100.0 (80)	45.0	-	33.8	16.3	5.0

まとめ

1. 今回の調査では、予想実質経済成長率、予想業界需要の実質成長率ともに、前年度調査を上回った。また、製造業における設備投資の伸びも平成 2 年度調査以来の高い伸びとなった。今後 3 年間ににおける利益や調達した資金の使途としても、設備投資の重要度が最も高いと回答している。雇用者数については、15～17 年度の 3 年間ににおける増加率がプラスに転じ、今後 3 年間はさらに増加する見通しとなっている。このほか、8 割の企業で在庫が適正と答え、7 割の企業で、今後 3 年間、売上高、経常利益が上昇すると答えている。

以上のように、過剰設備、過剰雇用等、バブル後の負の遺産が概ね処理されていることなどを背景に、我が国企業が中期的に積極的な見通しを立てている様子がうかがわれる。

企業は、1 年後の為替レートを 113.2 円/ドルとみており、調査直前月の為替レートに比べ、円高を予想している。なお、輸出企業の採算レートは 104.5 円/ドルであり、実際の為替レートが採算レートよりも円安になっている状況は、輸出企業の収益に寄与している。

2. 今後の企業戦略では、新商品の開発、商品の差別化、現地需要に応じた海外生産拠点の整備などによって成長を持続させようとしている。

まず、製（商）品について、販売価格は概ね現状を維持しつつ、新商品の開発、商品の差別化による売上げの増加を図るとしており、その際の企業の競争力の主な源泉は、品質・技術力および顧客ニーズへの対応であるとしている。

資金の調達については、民間金融機関からの借入、収益改善を背景とする内部資金の 2 つを重視している。利益及び調達資金の使途としては設備投資、株主への配当などで重要度が増加し、有利子負債の圧縮で減少している。産業別では、製造業で研究開発を重視し、非製造業で従業員の処遇改善を重視している。

グローバルの視点から見ると、海外現地生産を行う企業の割合、海外現地生産比率はいずれも増加傾向にある。

海外に生産拠点を置く理由としては、現地の製品需要に対応することを理由とするものが最も多く、この傾向は素材型製造業で強くなっている。地域別にみると、北米・EU、中国を重視する企業で、現地の製品需要に対応することを理由とするものが最も多いが、北米・EU、中国以外を重視する企業では、良質で安価な労働力の確保を理由とするものが最も多い。

また、今後 3 年間ににおける輸出市場、生産拠点の進出先、国内外の市場の競争相手等、いずれの項目においても、中国の重要度は、北米、EUなどを上回ると回答している。今後の日本経済を見通す上で、中国経済の動向に注意する必要がある。

3. 今後 3 年間、企業は成長を見込んでいるが、この見通しに影響を及ぼすリスクについては、原材料の価格変動等に関するリスクとの回答が約半数と最も多く、原油価格等の動向が今後の企業経営に影響するとしている。また、製造業では、商品開発戦略(新製品の成否)に関するリスク等、非製造業ではコンプライアンスに関するリスク等の回答が多かった。