

「デフレの影響」について

～約8割の企業が「マイナス影響を受けている」と回答～

はじめに

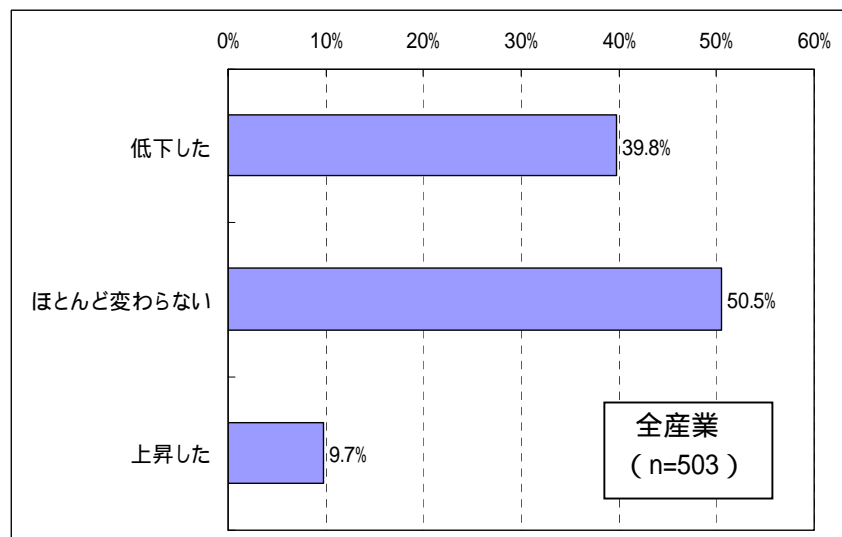
2008年（平成20年）中頃に原油価格が高騰し消費者物価指数は上昇したが、その後、原油価格の下落とともに物価は下落傾向が続いている。政府は昨年11月の月例経済報告で「緩やかなデフレ状況にある」との認識を示した。

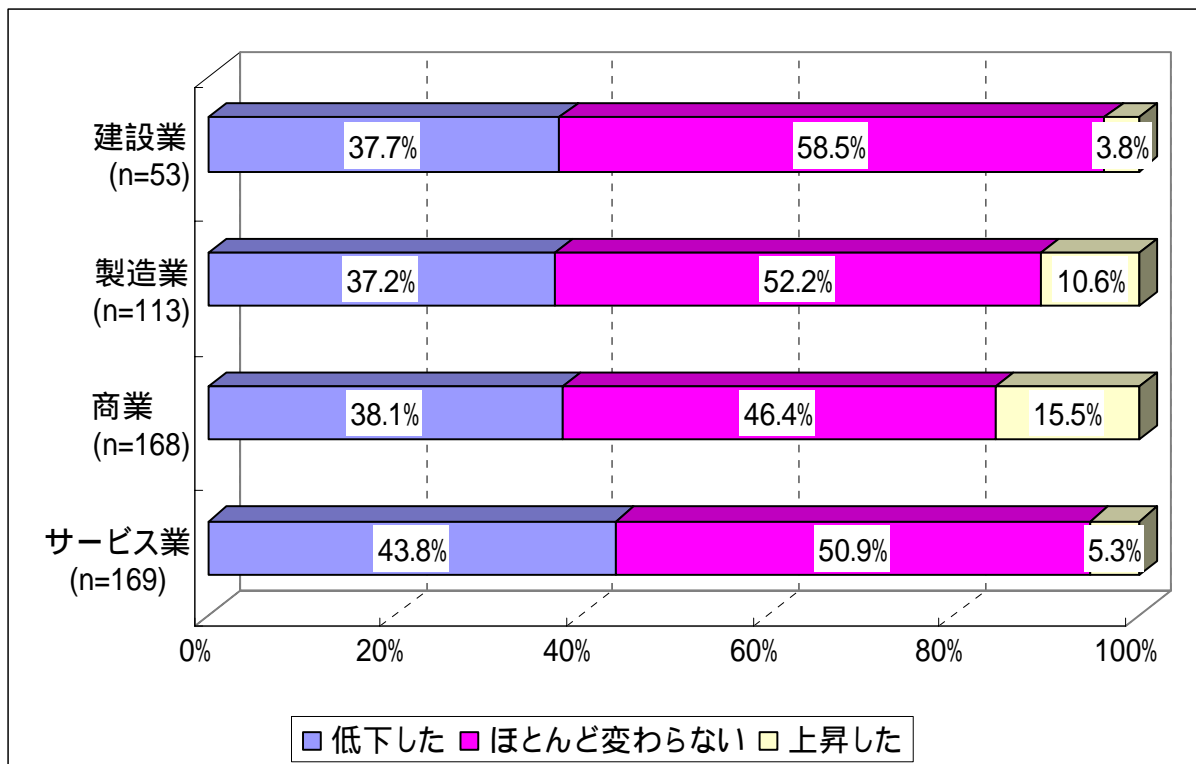
景気は回復傾向にあるといわれているが、物価の下落は企業収益を悪化させ個人消費の減少につながる。そこで今回は、景気低迷の要因といわれる「デフレ」の影響について調査・分析を行った。

主要な商品・サービスの価格について（2年前の原油価格の高騰時と比較して）

	全産業	建設業	製造業	商業	サービス業
低下した	200	20	42	64	74
ほとんど変わらない	254	31	59	78	86
上昇した	49	2	12	26	9
合計	503	53	113	168	169

全産業では、「ほとんど変わらない」が50.5%で、最も多く、次いで「低下した」が39.8%、逆に「上昇した」が9.7%となっている。





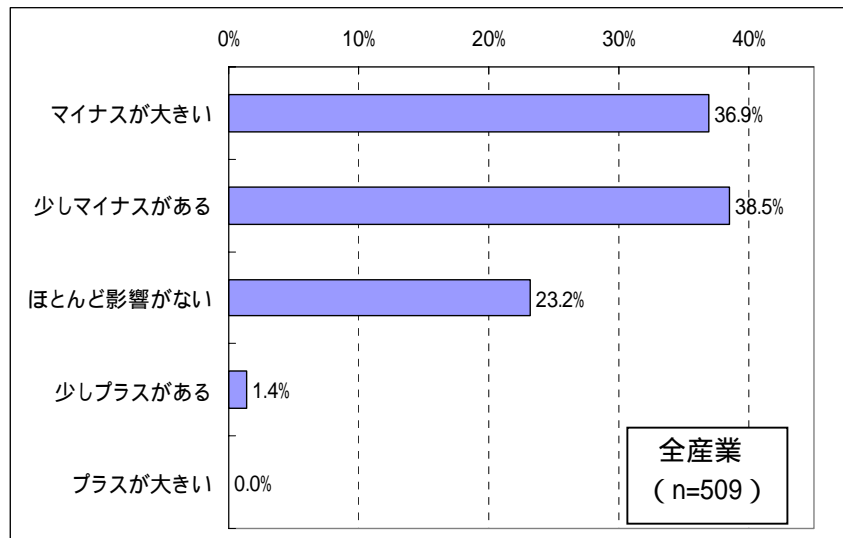
産業別で見ると、全ての業種で「ほとんど変わらない」が約5割、また「低下した」が約4割となっている。逆に「上昇した」では、商業、製造業で1割を超えている。

デフレの企業経営への影響について

	全産業	建設業	製造業	商業	サービス業
マイナスが大きい	188	21	46	66	55
少しマイナスがある	196	15	42	69	70
ほとんど影響がない	118	16	25	32	45
少しプラスがある	7	2	1	2	2
プラスが大きい	0	0	0	0	0
合計	509	54	114	169	172

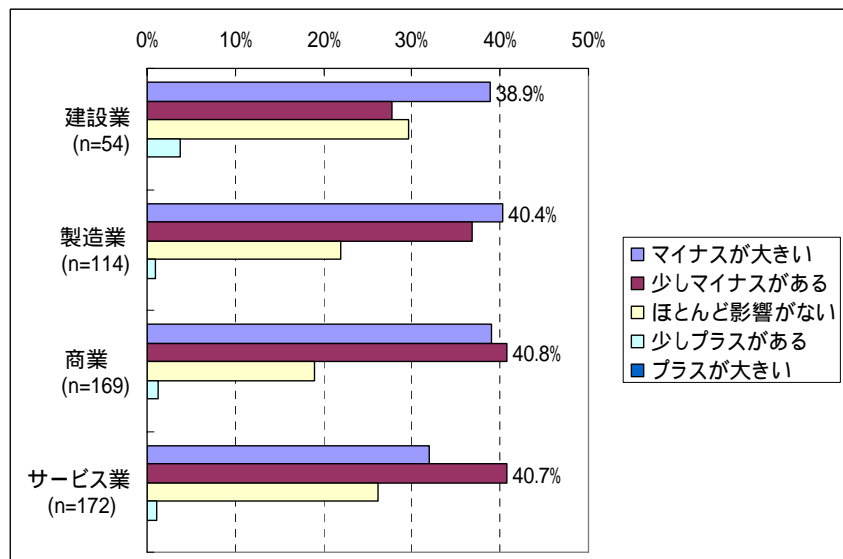
全産業では、「マイナスが大きい」36.9%と「少しマイナスがある」38.5%で、マイナス影響を受けている企業は、あわせて8割近くを占めている。

一方、「少しプラスがある」は1.4%で、「プラスが大きい」はなかった。



産業別では、建設業と製造業においては「マイナスが大きい」が1位となっている。

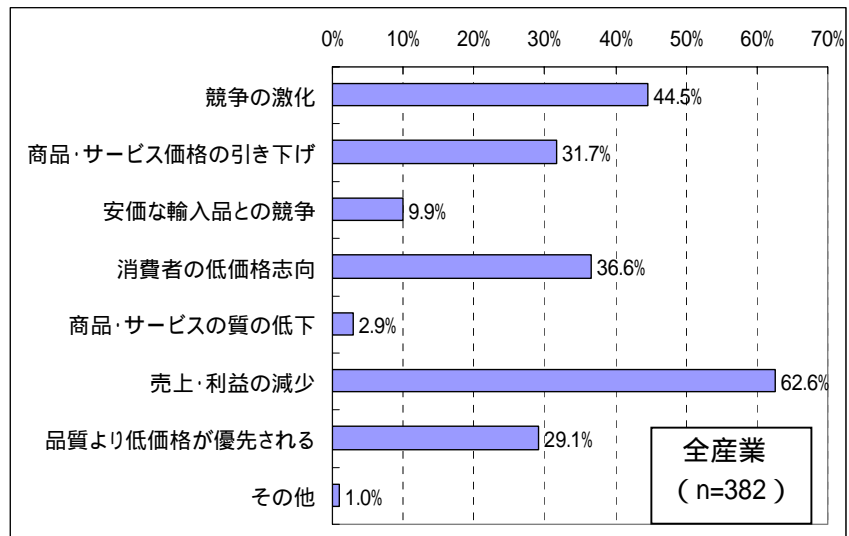
商業とサービス業では「少しマイナスがある」が1位で、ともに約4割を占めている。



マイナスの影響を受けた内容について【複数回答】

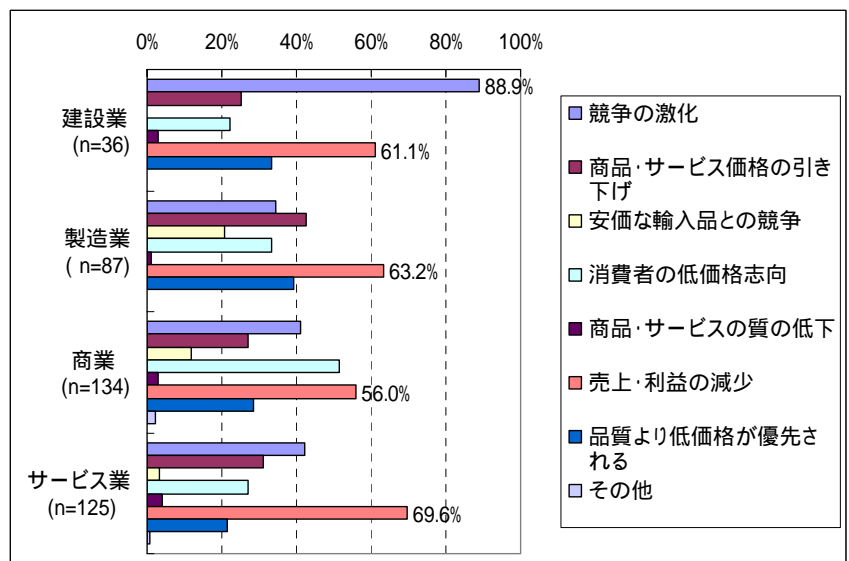
	全産業	建設業	製造業	商業	サービス業
競争の激化	170	32	30	55	53
商品・サービス価格の引き下げ	121	9	37	36	39
安価な輸入品との競争	38	0	18	16	4
消費者の低価格志向	140	8	29	69	34
商品・サービスの質の低下	11	1	1	4	5
売上・利益の減少	239	22	55	75	87
品質より低価格が優先される	111	12	34	38	27
その他	4	0	0	3	1
回答企業数	382	36	87	134	125

全産業では、「売上・利益の減少」が62.6%で最も多く、次いで「競争の激化」(44.5%)、「消費者の低価格志向」(36.6%)、「商品・サービス価格の引き下げ」31.7%となっている。



産業別で見ると、建設業では「競争の激化」が88.9%で最も高く、次いで「売上・利益の減少」61.1%となっている。

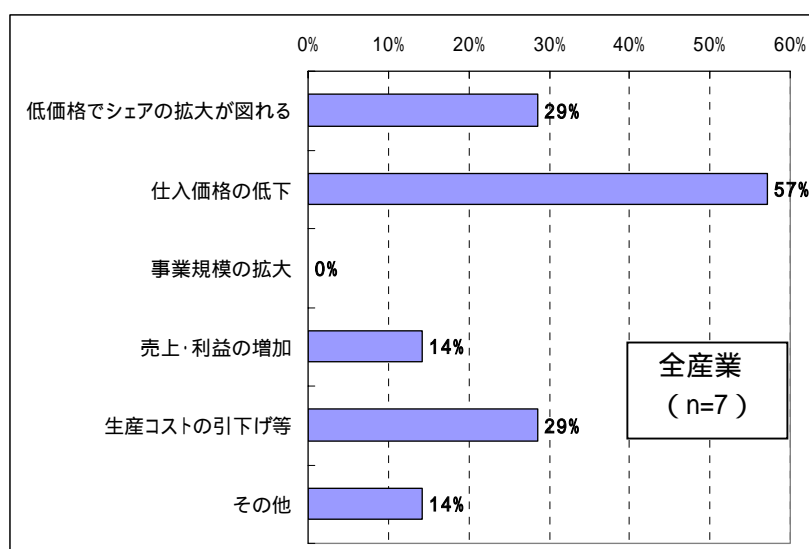
製造業、商業、サービス業では「売上・利益の減少」が最も高くなっている。



プラス影響があった内容について。【複数回答】

	全産業	建設業	製造業	商業	サービス業
低価格でシェアの拡大が図れる	2	0	0	2	0
仕入価格の低下	4	1	1	0	2
事業規模の拡大	0	0	0	0	0
売上・利益の増加	1	1	0	0	0
生産コストの引下げ等	2	2	0	0	0
その他	1	1	0	0	0
回答企業数	7	2	1	2	2

プラスの影響があった企業は、7社と少なかったが、その理由としては「仕入価格の低下」が大きな要因となっている。

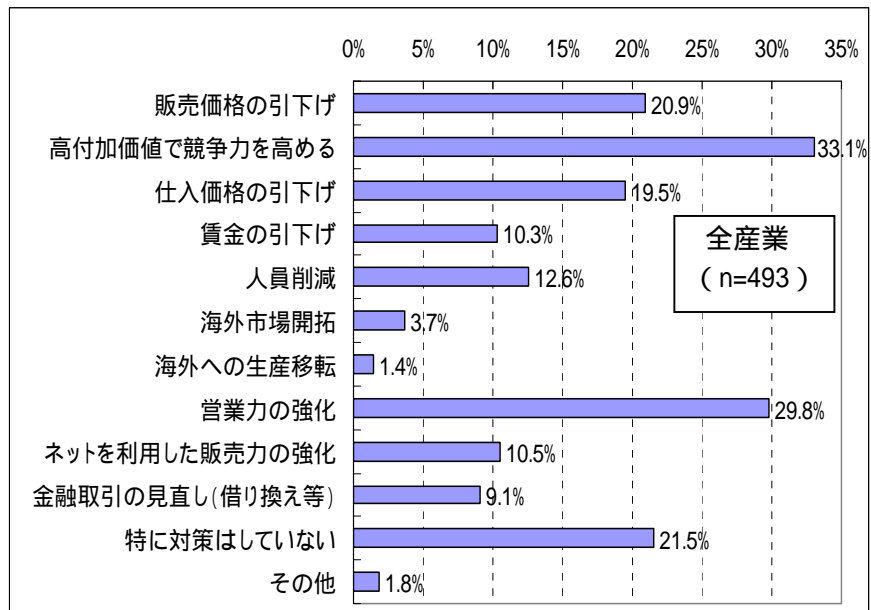


デフレへの対応策について【複数回答】

	全産業	建設業	製造業	商業	サービス業
販売価格の引下げ	103	17	27	36	23
高付加価値で競争力を高める	163	7	44	72	40
仕入価格の引下げ	96	14	24	32	26
賃金の引下げ	51	10	7	15	19
人員削減	62	11	12	20	19
海外市場開拓	18	0	8	10	0
海外への生産移転	7	0	4	2	1
営業力の強化	147	16	30	54	47
ネットを利用した販売力の強化	52	0	17	16	19
金融取引の見直し(借り換え等)	45	4	14	14	13
特に対策はしていない	106	13	19	24	50
その他	9	1	4	3	1
回答企業数	493	52	109	163	169

全産業では、「高付加価値で競争力を高める」(33.1%)、「営業力の強化」(29.8%)、「販売価格の引下げ」(20.9%)などが多くなっている。

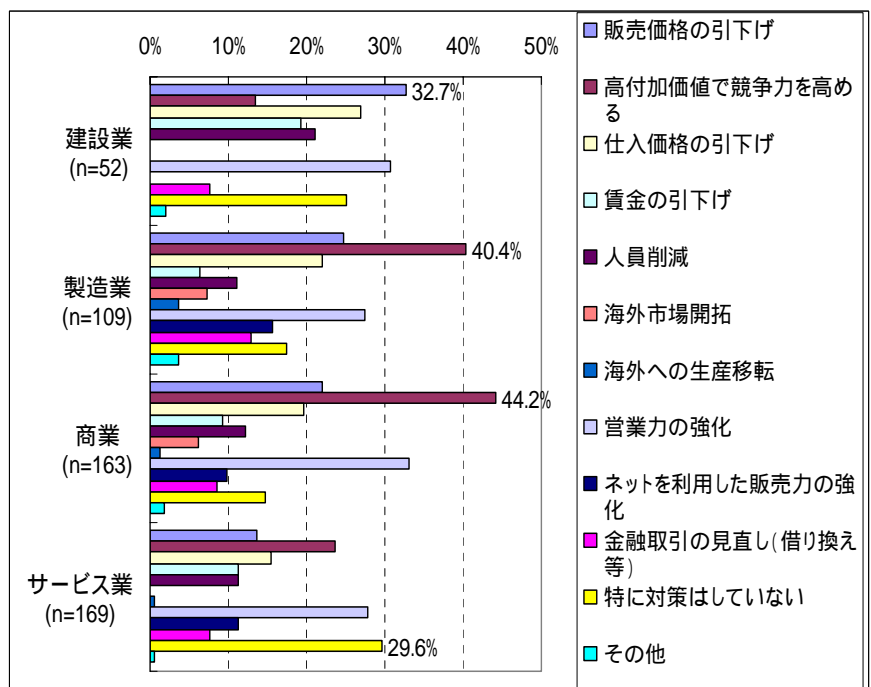
一方で「海外市場の開拓」や「海外への生産移転」は少なく、「特に対策はしていない」企業は、21.5%となっている。



産業別で見ると、建設業では「販売価格の引下げ」が1位となっている。

製造業、商業では「高付加価値で競争力を高める」が約4割超となっている。

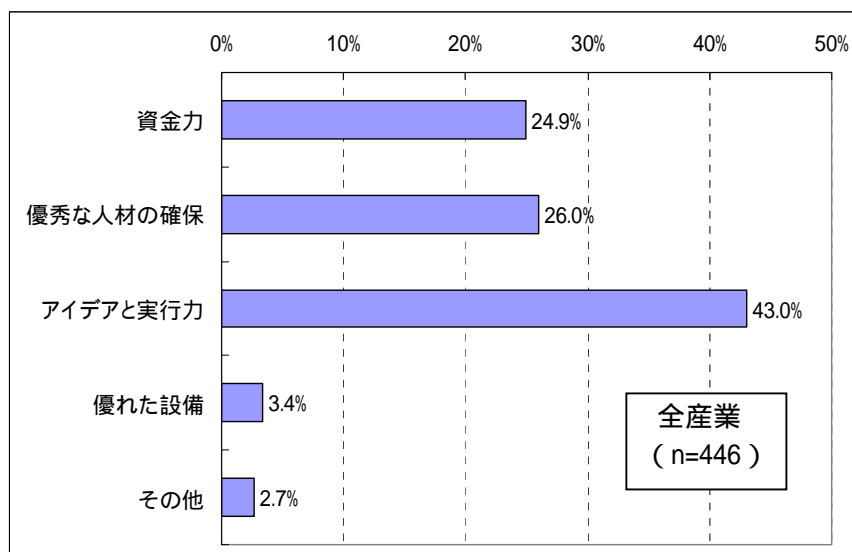
一方で、サービス業は「特に対策はしてない」が3割を占めており業種間で対応が別れている。



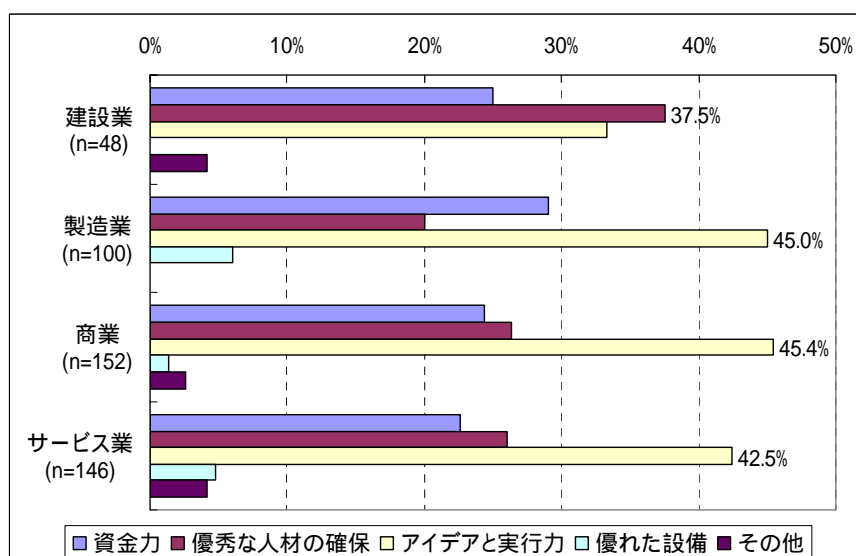
デフレの対応策で最も重要視するものについて

	全産業	建設業	製造業	商業	サービス業
資金力	111	12	29	37	33
優秀な人材の確保	116	18	20	40	38
アイデアと実行力	192	16	45	69	62
優れた設備	15	0	6	2	7
その他	12	2	0	4	6
合計	446	48	100	152	146

全産業では、「アイデアと実行力」が43.0%と最も高く、次いで「優秀な人材の確保」26.0%、「資金力」24.9%となっている。



産業別では、建設業では「優秀な人材の確保」が37.5%で1位となっているが、製造業、商業、サービス業では「アイデアと実行力」が、4割を超えて1位となっている。

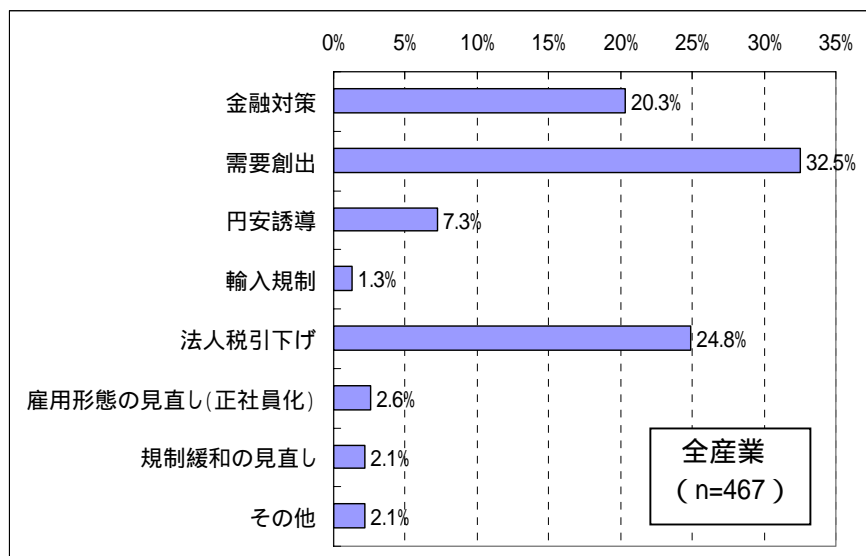


デフレ対策で最も効果があると思われる施策について

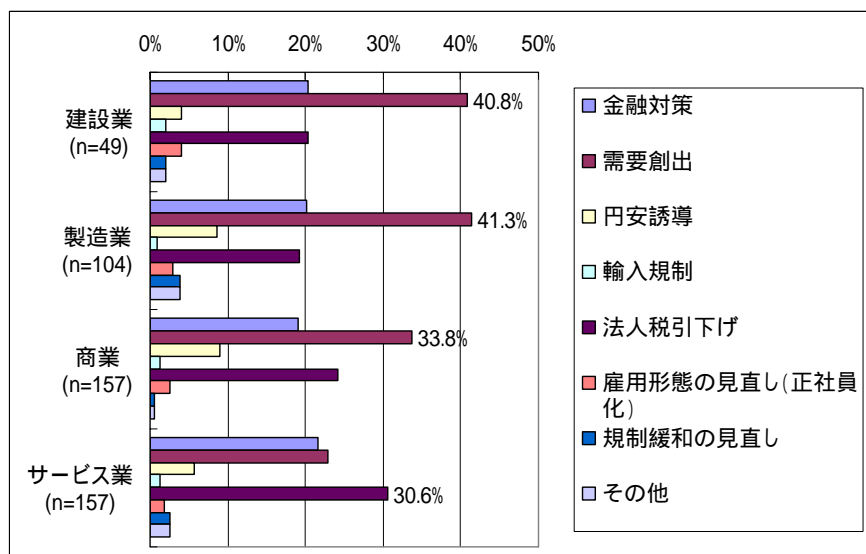
	全産業	建設業	製造業	商業	サービス業
金融対策	95	10	21	30	34
需要創出	152	20	43	53	36
円安誘導	34	2	9	14	9
輸入規制	6	1	1	2	2
法人税引下げ	116	10	20	38	48
雇用形態の見直し(正社員化)	12	2	3	4	3
規制緩和の見直し	42	3	3	15	21
その他	10	1	4	1	4
合計	467	49	104	157	157

全産業では、「需要創出」が32.5%で1位となっている。次いで「法人税引下げ」が24.8%、「金融対策」が20.3%が続いている。

逆に、「輸入規制」や「雇用形態見直し」「規制緩和の見直し」などは5%未満となっている。また、その他の意見では「消費税撤廃」などがあつた。



産業別でみると、建設業、製造業、商業で「需要創出」が1位となっている。サービス業では「法人税引下げ」が30.6%で1位となっている。



おわりに

今回の調査ではデフレの進展が企業経営にどのような影響を与えているのかを聞いた。デフレの認識としては、商品・サービスの価格が「低下した」と答えた企業が4割、「ほとんど変わらない」とした企業が5割であった。

しかし、デフレの影響について、「マイナスが大きい」と「少しマイナスがある」の回答を合わせると約8割の企業がマイナスの影響を受けていることがわかった。また産業別では建設業と製造業が特にマイナス影響が大きいことがわかった。

これらのマイナス影響の内容は、「売上・利益の減少」が62.6%を占めて最も高く、次いで「競争の激化」、「消費者の低価格志向」、「商品・サービス価格の引下げ」と続き、消費動向の落ち込みや低価格志向の拡大など厳しい事業環境が反映されての結果であると考えられる。

また、デフレに対して最も効果があると思われる施策としては「需要創出」32.5%、「法人税引下げ」24.8%、「金融対策」20.3%となっており、消費拡大や消費を刺激する税制改革や金融対策などの要望が多く、デフレ脱却に向けた施策に期待したい。