

V 特集アンケート

「円安が県内事業者に与える影響」について

アンケート趣旨

4月の消費増税以降の低迷する国内景気に対して、日本銀行は10月31日に追加の金融緩和を発表し、改めて脱デフレを目指す強い姿勢を示した。ただし、この金融緩和を受けて、対ドル円相場は急激に円安方向に向い(調査期間では120円前後)、海外製の原材料・商品を取り扱う事業者にとっては、仕入価格のさらなる上昇に直面する可能性が高く、県内経済への悪影響が懸念される。そこで、今回のアンケートでは、円安が県内事業者に与える影響やそれに対する事業者の取り組みなどについて質問を行う。

アンケート内容

- ①円安によるメリットとデメリットの比較
- ②円安によるメリット
- ③円安によるデメリット
- ④円安に伴う仕入価格上昇に対する価格転嫁
- ⑤効果的なコスト削減の取り組み
- ⑥望ましい為替水準
- ⑦今後の取り組みについて(事業展開の方向性)
- ⑧今後の取り組みについて(販路拡大の方向性)

《調査結果》

円安は「デメリットが大きい」との回答が4割弱で最多 「115円より円安」の為替水準を望ましいとする回答はごくわずか

(※)調査期間における為替水準は120円前後(対ドル)

- 円安は「デメリットが大きい」との回答が4割弱で最多。製造業、商業では約半数。デメリットとしては「原材料・商品の仕入価格上昇」が大半であり、メリットとしては「取引先の輸出増加による受注増」が一部で見られた
- 円安に伴う仕入価格上昇に対して、「十分に価格転嫁できている」との回答は1割程度
- 効果的なコスト削減の取り組みでは、「仕入材料・商品、サービス」や「販売先、仕入先の見直し」との回答が多い
- 望ましい為替水準は「96～105円」が4割強。「115円より円安」を望ましいとする回答はごくわずか
- 今後の事業展開の方向性については、製造業、商業で「製品開発」、「取扱商品の見直し・商品開発」を行うとの回答が前年に比べて増加
- 販路拡大の方向性については、「県内での売上高を増やす」が3.5割で最多、「県外での売上高を増やす」が3割で続く

① 円安によるメリットとデメリットの比較

円安は「デメリットが大きい」との回答が4割弱で最多 製造業、商業では半数に迫る

円安(対ドル)が事業者の業績等に与える影響について、メリットとデメリットを比較した結果について質問したところ、「デメリットが大きい」とする回答が4割弱で最も多く、「メリットが大きい」(3.9%)を大きく上回った。ただし、「影響はない」(32.9%)とする回答や「わからない」(17.0%)とする回答も多く見られた。

○「デメリットが大きい」とする回答は製造業、商業で半数近く

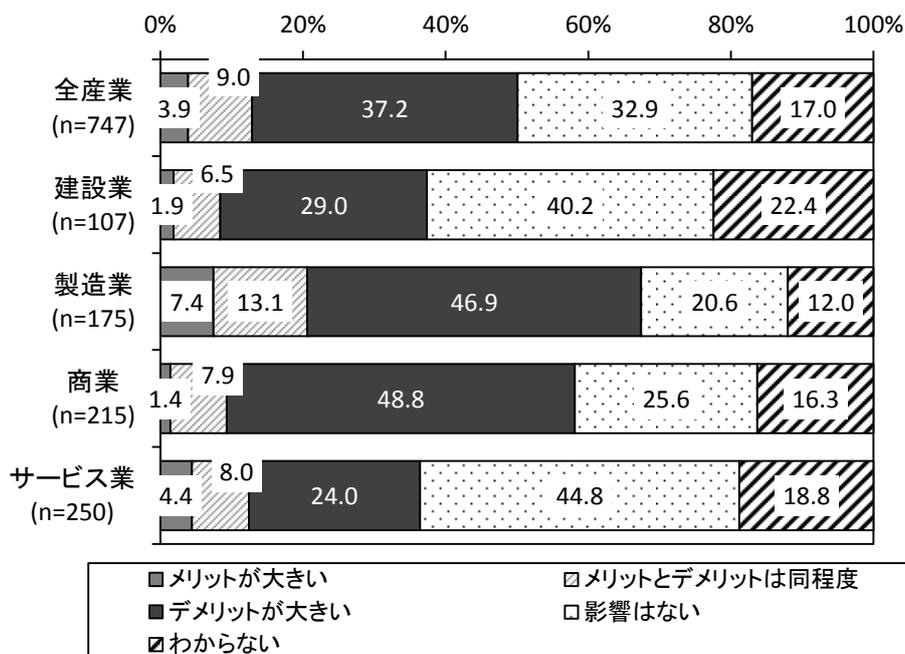
産業別に見た場合、「デメリットが大きい」とする回答は商業で48.8%、製造業で46.9%と比較的割合が高い。業種別では、製造業は繊維、木材・木工で、商業では飲食料品卸、飲食料品小売、衣料品小売、生活・文化用品小売で「デメリットが大きい」との回答が多く見られた。

メリットが大きいとする回答は、いずれの産業でも1割未満と少なくなっている。

○「影響はない」とする回答はサービス業、建設業で4割強

円安による「影響はない」とする回答は、サービス業、建設業で多く見られる。サービス業では、運輸業、飲食業において、「デメリットが大きい」とする回答が多いものの、不動産業、医療・福祉、教養・娯楽サービス業、生活関連サービス業などでは「影響はない」との回答が大きく、同じ産業内でも違いが見られる。

■図表 円安によるメリットとデメリットの比較（全産業747社）



※図中の各項目下の（ ）内の数値は、無回答を除く回答事業者数を示す。

② 円安によるメリット

円安によるメリットとしては

取引先の「輸出増加」や「国内生産回帰」による受注増がある

円安(対ドル)によるメリットについて質問したところ、「取引先の輸出増加による受注増」7.8% (※)、そして「取引先の国内生産回帰による受注増」(5.6%)、「その他」(「国内の設備投資が増える」、「海外向けの輸出車が高く売れる」など、5.1%)、「国産品の価格競争力向上による増収」(4.5%)がその後に続く。ただし、「メリットなし」とする回答が約4割(※)を占めた¹。

(※)表記の割合については、質問①「円安によるメリットとデメリットの比較」において、「メリットが大きい」、「メリットとデメリットは同程度」、「デメリットが大きい」と回答した374社に占める割合である。

○「取引先の輸出増加」、「取引先の国内生産回帰」は製造業で多い

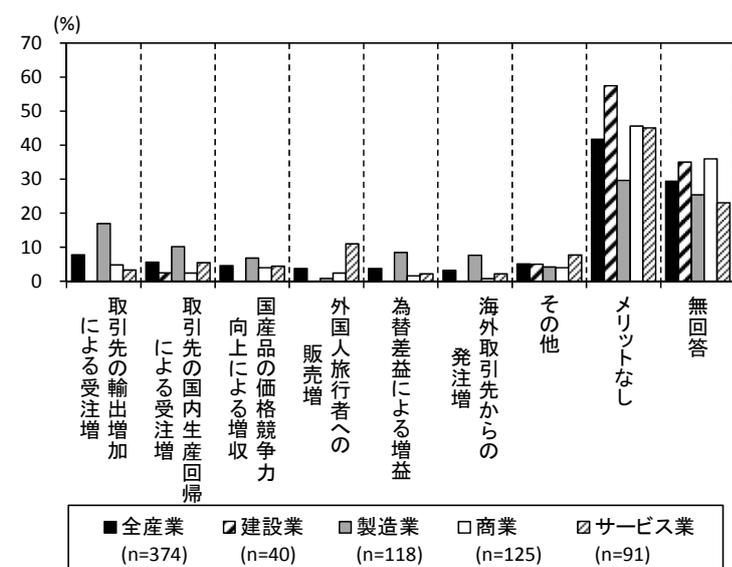
産業別では、製造業において、「取引先の輸出増加による受注増」(特に機械・機械部品、化学製品で多い)が16.9%、「取引先の国内生産回帰による受注増」(特に鉄鋼・金属製品で多い)が10.2%でその後に続く。

○商業では「取引先の輸出増加」、「国産品の価格競争力向上」との回答が見られる

商業では、「取引先の輸出増加による受注増」(特に機械器具卸売業で多い)が4.8%、その後は「国産品の価格競争力向上による受注増」(特に生活・文化用品小売業で多い)との回答が4.0%で続く。サービス業では「外国人旅行者への販売増」(特に旅館・ホテル業で多い)との回答が11.0%と他産業に比べて多くなっている。

■図表 円安によるメリットについて (全産業 374 社)

※「① 円安によるメリットとデメリットの比較」で「メリットが大きい」、「メリットとデメリットは同程度」、「デメリットが大きい」と回答した374社が対象。



※左図について、本頁ならびに次頁の図表に関しては、当該質問における「無回答」が110社と多くなっていることから、集計に際しては、「無回答」を含めた374社を対象としている。

¹ 「無回答」との回答割合が高いことから、各選択肢の割合については、参考値として参照されたい。

③ 円安によるデメリット

円安によるデメリットとしては 「原材料・商品の仕入価格上昇」が大半

円安(対ドル)によるデメリットについて質問したところ、「原材料・商品の仕入価格上昇」が 8割弱(※)で最も多く、「燃料価格の上昇」が 43.0%(※)で続く。

(※)表記の割合については、質問①「円安によるメリットとデメリットの比較」において、「メリットが大きい」、「メリットとデメリットは同程度」、「デメリットが大きい」と回答した 374 社に占める割合である。

○製造業、商業では 8 割強の事業者が「原材料・商品の仕入価格上昇」と回答

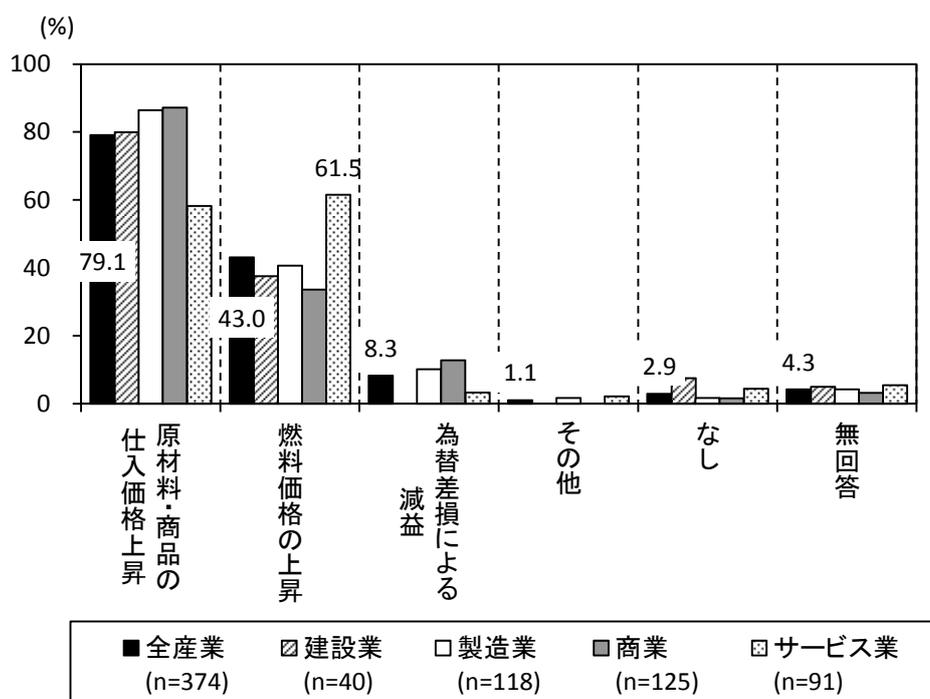
デメリットの具体的な内容について質問したところ、サービス業を除く産業では「原材料・商品の仕入価格上昇」が最も多い回答となった。

○サービス業を中心に「燃料価格の上昇」との回答も 4 割強見られる

円安によるデメリットとして、「燃料価格の上昇」を挙げる事業者が運輸業を中心にサービス業で 6 割強と多い。これらの事業者に関しては、原油価格の急落により、円安進行による「燃料価格の上昇」はやや抑制される可能性が高い。

■図表 円安によるデメリットについて（全産業 374 社）

※「① 円安によるメリットとデメリットの比較」で「メリットが大きい」、「メリットとデメリットは同程度」、「デメリットが大きい」と回答した 374 社が対象。



④ 円安に伴う仕入価格上昇に対する価格転嫁について

「十分に転嫁できている」との回答は1割程度で 多くの事業者で円安により収益環境が悪化している

2013年4月当時の対ドル93円の為替水準から2014年11月中旬における115円前後(調査期間においては120円前後)の円安進行において、このことに伴う原材料・商品の仕入価格上昇に対し、販売価格への転嫁状況を質問したところ、「十分に転嫁できている」との回答は1割程度で、「あまり転嫁できていない」(44.1%)、「全く転嫁できていない」(36.5%)との回答が多く見られた。

○いずれの産業においても「十分に転嫁できている」との回答は1割前後

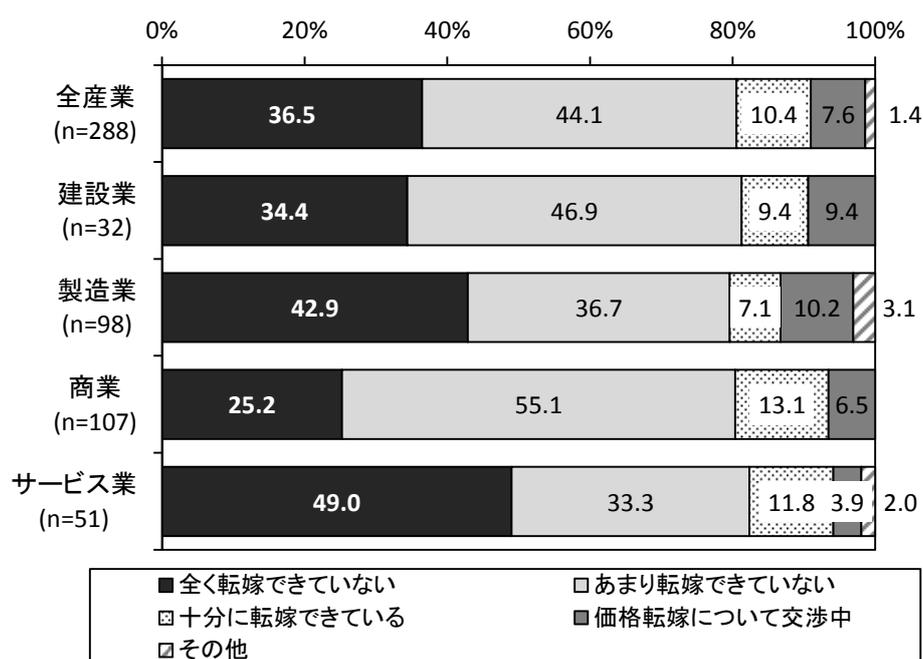
産業別に見ると、「十分に転嫁できている」との回答はいずれの産業でも1割前後と少なく、「全く転嫁できていない」との回答がサービス業では約5割、製造業で4割強と多い。商業に関しては、「全く転嫁できていない」との回答がやや少ないものの、「あまり転嫁できていない」との回答が5割強と多く、他産業と同様に多くの事業者で価格転嫁は進んでいない。

○多くの業種で、円安に伴う原材料・商品仕入価格の上昇が収益環境悪化の要因に

業種別に見ると、「十分に転嫁できている」との回答は、建設業では総合工事業、製造業では食料品、木材・木工、機械・機械部品、商業では飲食料品小売で皆無となっており、これらの業種では円安に伴う原材料・商品仕入価格の上昇が、収益環境を悪化させている可能性が高い。

■図表 円安に伴う仕入価格上昇に対する価格転嫁について (全産業 288社)

※「③ 円安によるデメリット」で「1. 原材料・商品の仕入価格上昇」を選択した296社のうち、無回答8社を除く288社が対象。



※図中の各項目下の()内の数値は、無回答を除く回答事業者数を示す。

⑤ 効果的なコスト削減の取り組み

効果的なコスト削減の取り組みでは

「仕入材料・商品、サービス」、「販売先、仕入先」の見直しが多い

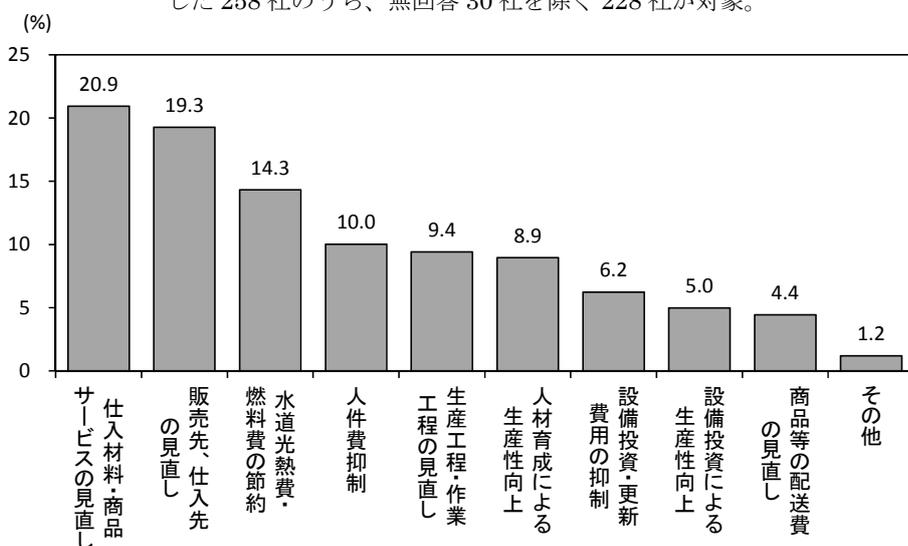
④で示したように、円安に伴う仕入価格上昇に対して、多くの事業者が価格転嫁を進められな
い中、どのようにして営業費用を削減しているのかを質問したところ、「仕入材料・商品、サー
ビスの見直し」が20.9%で最も高い割合となった。その後には「販売先、仕入先の見直し」(19.3%)
が続き、「水道光熱費・燃料費の節約」(14.3%)、「人件費抑制」(10.0%)といった回答が効果的
なコスト削減方法として多く見られた。

○「仕入材料・商品、サービス」、「販売先、仕入先」を見直す建設業がやや多い

産業別に見ると、「仕入材料・商品、サービスの見直し」は建設業(23.3%)、商業(24.7%)でや
や多く、「販売先、仕入先の見直し」は建設業(25.0%)で多く、製造業(15.2%)では少ない。「水道
光熱費・燃料費の節約」はサービス業(22.5%)で、「人件費抑制」は商業(14.8%)で多くなってい
る。

■図表 効果的なコスト削減の取り組みについて（全産業 228 社）

※「④円安に伴う仕入価格上昇に対する価格転嫁について」で「1.十分に転嫁できている」以外を選択
した258社のうち、無回答30社を除く228社が対象。



※この質問では、コスト削減効果の高いものから順に1~3位まで質問しており、集計では、1位の選択肢に3ポイント、2位の選択肢には2ポイント、3位の選択肢には1ポイントを配分し、各選択肢の合計ポイントが総ポイント数に占める割合を算出している。

■図表 効果的なコスト削減の取り組みについて（産業別）

	建設業 (n=26)	製造業 (n=80)	商業 (n=81)	サービス業 (n=41)
仕入材料・商品、サービスの見直し	23.3	19.3	24.7	15.3
販売先、仕入先の見直し	25.0	15.2	21.1	20.2
水道光熱費・燃料費の節約	12.2	12.0	13.3	22.5
人件費抑制	4.7	6.7	14.8	10.7
生産工程・作業工程の見直し	6.4	15.4	5.4	7.3
人材育成による生産性向上	14.5	9.8	7.3	6.9
設備投資・更新費用の抑制	7.0	5.4	5.0	9.9
設備投資による生産性向上	0.6	9.8	1.7	4.6
商品等の配送費の見直し	2.9	4.8	6.2	1.1

※図中の各項目下の()内の数値は、無回答を除く回答事業者数を示す。

⑥ 望ましい為替水準

望ましい為替水準を「96～105円」とする回答が4割強 「115円より円安」を望ましいとする回答はごくわずか

望ましい為替水準について質問したところ(調査期間の為替水準は120円前後)、「96～100円」とする回答が21.9%で多く、「101～105円」が19.3%で続く。「わからない」とする回答も25.6%を占めた。「115円より円安」を望ましいとする回答は4.0%にとどまった。

○「96～105円」を望ましいとする回答は製造業と商業で4割強

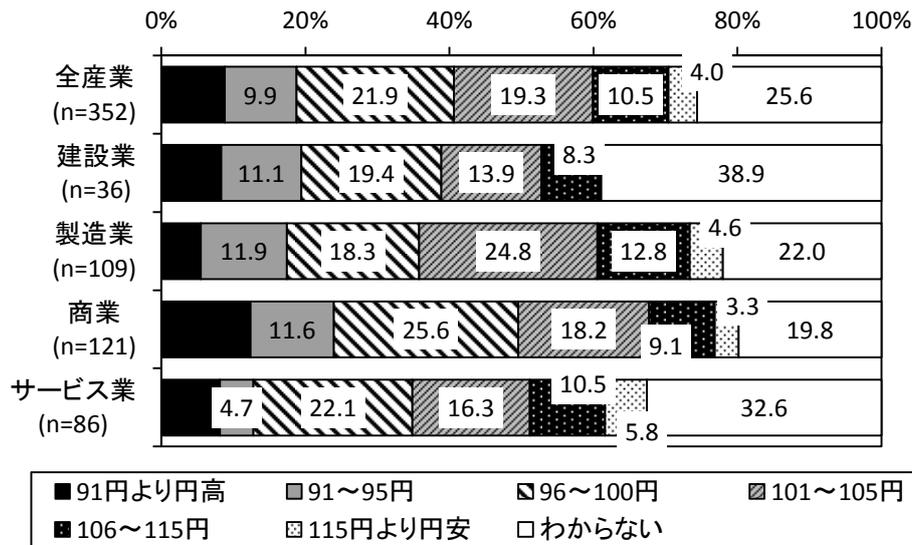
産業別に見ると、商業において望ましい為替水準を「96～100円」とする回答が25.6%と最多で、「101～105円」は18.2%。製造業では、「101～105円」とする回答が24.8%と最多で、「96～100円」は18.3%となっている。製造業と商業を比較すると、円安によるメリットを享受できる事業者がやや多い(29頁参照)製造業の方が、望ましい為替水準において、円安方向の回答となっている。

○「106円以上の円安」を望ましいとする回答が旅館・ホテル業などで多い

業種別に見た場合に、「106円以上の円安」を望ましいとする回答が、旅館・ホテル業、卸売業、機械・機械部品製造業などで比較的多く見られた。旅館・ホテル業は訪日外国人の増加が、卸売業は輸入商品の価格上昇に伴う国内品の競争力上昇、機械・機械部品製造業は取引先における輸出増などがその理由として考えられる。

■図表 望ましい為替水準について (全産業 352社)

※「① 円安によるメリットとデメリットの比較」で「メリットが大きい」、「メリットとデメリットは同程度」、「デメリットが大きい」と回答した374社のうち、無回答22社を除く352社が対象。



※図中の各項目下の () 内の数値は、無回答を除く回答事業者数を示す。

⑦ 今後の取り組みについて(事業展開の方向性)

今後の事業展開について、製造業、商業では
「製品開発」、「商品の見直し・商品開発」の動きが増加

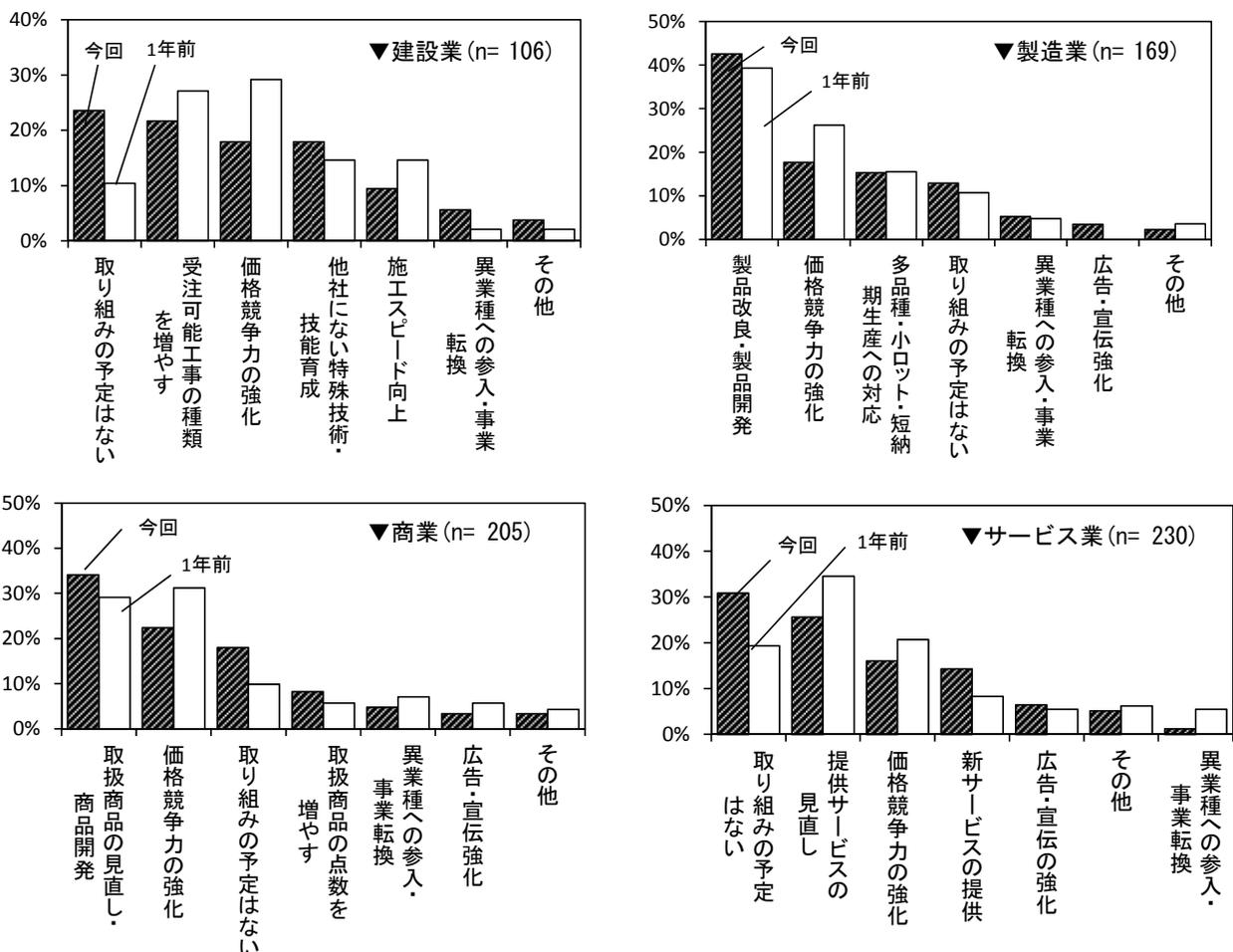
○製造業では「製品改良・製品開発」、商業では「取扱商品の見直し・商品開発」が最多

建設業では、「取り組みの予定はない」が2割強で最も多く、前年同時期の調査と比べて大幅に増加している。製造業では、「製品改良・製品開発」との回答が4割強で最も多く、前年に比べてやや増加した。商業では、「取扱商品の見直し・商品開発」との回答が3割強で最も多く、前年に比べてやや増加している。サービス業では、「取り組みの予定はない」が3割強で最も多く、前年に比べて増加している。

○いずれの産業においても「取り組みの予定はない」が増加し、「価格競争力の強化」が減少

「取り組みの予定はない」とする回答が増加している点に関しては、自由意見欄において、「消費増税、円安進行などの厳しい環境の中で対策が立てにくい状況にある」、「原資が乏しいため、対策が立てられない」、「人手不足、設備不足などから、これ以上の売上増は望めない」などの回答が見られた。

■図表 今後の取り組みについて(事業展開の方向性) ※選択肢が産業ごとに異なる



※図中の各項目下の()内の数値は、無回答を除く回答事業者数を示す。

⑧ 今後の取り組みについて(販路拡大の方向性)

販路拡大の方向性として「県内での売上高を増やす」が3.5割 「県外での売上高を増やす」が3割で続く

今後の取り組みについて、販路拡大の方向性について質問し、前年同時期に行った調査結果との比較を行った。全産業では、前年調査と同様に「県内での売上高を増やす」との回答が35.1%で最も多く、「県外での売上高を増やす」(30.7%)、「取り組みの予定はない」(25.5%)で続く。

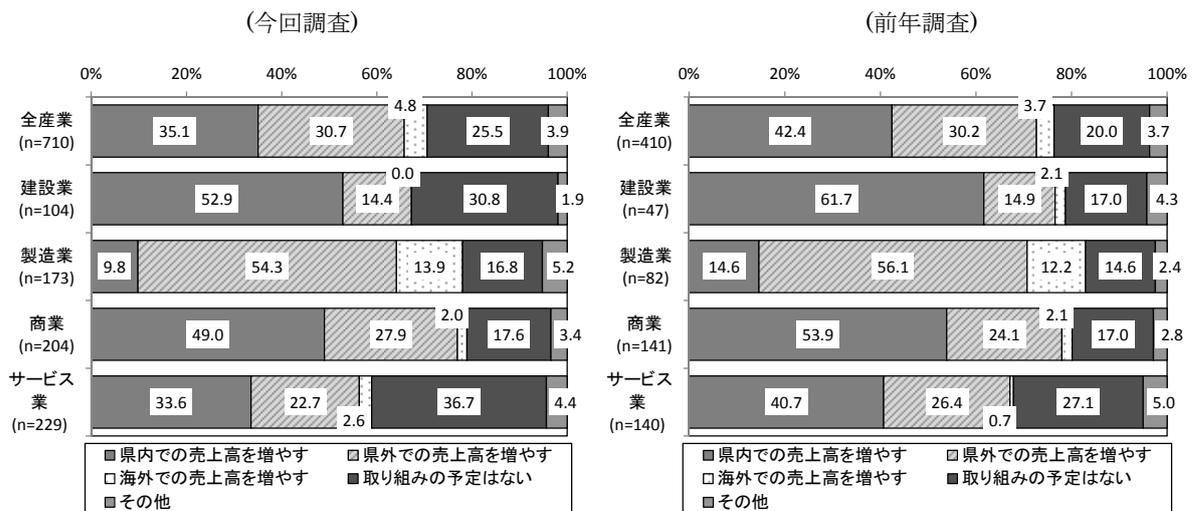
○建設業、商業、サービス業では「県内で売上高を増やす」との回答が多い

産業別では、建設業では「県内で売上高を増やす」との回答が5割強で最も多く、「取り組みの予定はない」が3割強で続く。製造業では、「県外での売上高を増やす」との回答が5.5割と最も多い。商業は「県内での売上高を増やす」が5割弱で最多。サービス業は「取り組みの予定はない」との回答が4割弱で最も多く、「県内での売上高を増やす」との回答が3割強で続く。

○いずれの産業においても「取り組みの予定はない」とする回答が前年から増加

産業別では、「取り組みの予定はない」とする回答が建設業、サービス業で前年調査に比べて増加しており、「県内での売上高を増やす」とする回答が減少している。製造業でも、「取り組みの予定はない」とする回答は増加しているが、増加幅は建設業、サービス業に比べると小さい。また、急激な円安進行を背景に、「海外での売上高を増やす」との回答は12.2%から13.9%とわずかながら増加した。商業では、「取り組みの予定はない」との回答割合に大きな変動はないものの、「県外での売上高を増やす」とする回答が24.1%から27.9%に増加している。

■図表 今後の取り組みについて(販路拡大の方向性) (全産業710社、前年調査は410社)



※図中の各項目下の()内の数値は、無回答を除く回答事業者数を示す。

おわりに

2014年4月の消費増税以降、2期連続での下降となっていた県内景況感は10～12月期になってようやく反転上昇となった。ただし、上昇の要因としては旺盛な公共工事の発注量を背景にした建設業の改善が大きく、日本国内と同様に、商業やサービス業などでは改善の動きが鈍い。今後については、2014年夏場以降の原油価格の急落が、仕入価格の上昇懸念を和らげ、燃料費の減少を事業者にもたらすと考えられるが、2014年10月の日本銀行による追加の金融緩和を受けた円安進行も急激に進んでおり、先行きに対する不透明感は強く、2015年1～3月期の見通しにも弱さが見られる。

このような状況ではあるが、34頁の通り、製造業や商業においては、「製品開発」や「取扱商品の見直し・商品開発」に注力すると回答した事業者が前年に比べて増加するなど、積極的な動きも見られている上に、円安進行に伴い製造業を中心に輸出増や国内生産回帰といった動きも出てきていることがわかった。

当研究所では、引き続き、県内事業者に対して、景気動向調査等の各種調査を通じて、有用な情報を提供することに努めてまいりたい。

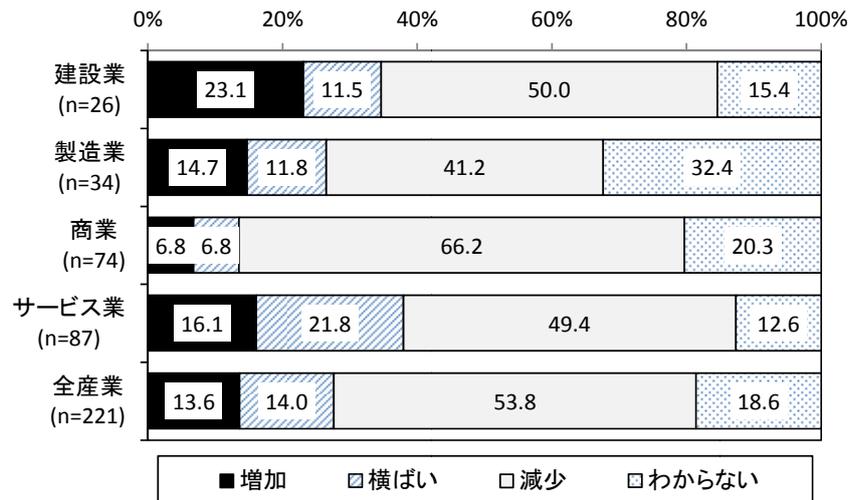
以下は、冒頭の「はじめに」で設定した調査課題に関して、その考察を整理したものである。なお、特集アンケート「円安が県内事業者に与える影響」については、27頁以降を参照されたい。

今後の家計所得の動向

県内事業者の収益環境は悪化している可能性が強まる 家計所得の改善は弱くなる見通し

前回の報告書において実施した同様の考察では、2014年度の収益は前年度に比べて「増加」とする割合が15.8%、「減少」が51.9%とだったが、今回の推計結果では、「増加」が13.6%、「減少」が53.8%と、「増加」が減少し、「減少」が増加している。このことから、賃上げによる県内家計所得の改善の動きは前年度に比べて弱まる可能性が強まっていると考えられる。

産業別では、サービス業、建設業で「減少」とする割合が上昇している。製造業では、「増加」との割合が上昇し、「減少」が下降するなど、前回に比べて収益状況は改善していると考えられる。



(注) 上記結果は、前々回以降3回連続で調査協力いただいた事業者221社を対象に、各四半期における収益増減の回答状況を参考に、当研究所で再集計した結果である。