

横浜市景況・経営動向調査 第10回

特別調査 ー価格低下の影響についてー

横浜市経済局 1994年10月
(財)横浜・神奈川総合情報センター

ホームページ <http://zaidan.iris.or.jp/research>

横浜経済の動向（平成6年10月）

—第10回横浜市景況・経営動向調査報告— 経済局

〔調査の概要〕













- I. 目的・内容 『みなと経済人フォーラム』の一環として、横浜市の経済・産業政策の効果的な展開に必要な企業動向・ニーズを早期かつ的確に把握するために、フォーラム参画企業を対象にアンケート調査（指標調査、特別調査）及びヒアリング調査を一連の「景況・経営動向調査」として、四半期ごとに年4回（6月、9月、12月、3月）実施。
2. 調査対象 『みなと経済人フォーラム』参画企業758社
回収数364社（回収率：48.0%）

	市内本社企業			市外本社企業	合計
	大企業	中堅企業	中小企業		
製造業	25 (45)	17 (40)	68 (143)	26 (61)	136 (289)
非製造業	34 (61)	99 (184)	44 (104)	51 (120)	228 (469)
合計	59 (106)	116 (224)	112 (247)	77 (181)	364 (758)

3. 調査時期：平成6年9～10月実施

産業別動向







業種	景況・見通し	動向
1. 建設業	他業種に比べ、回復が遅れる傾向にあり、ここ2～3年は厳しい状況が続くものと思われる。これまで好調に推移してきたマンションもそろそろ供給過剰になりつつある。民間設備投資部門も業種によって格差があり、本格的な回復はまだ先だと推測される。今後の対応としては、円高メリットを活かした海外調達率のアップや量産化・規格化による低コスト化、さらには新規分野への参入等が重要となっている他、個人向け部門の検討も行っていく。	 
2. 電気・電子	猛暑よってもたらされたエアコンの伸びや秋口に各社から発表される白モノ（洗濯機等）の新製品の影響で今期から来期にかけ比較的荷動きは好調に推移すると思われる。半導体分野は国内外で堅調に推移しており、同様にカーナビや携帯電話機も堅調に推移しているものの各メーカー間の競争が激化してきている。業務用・商業用施設関連は本格的景気回復の見込みが立たないので依然としてあまり芳しくない状況が続いている。	 
3. 工作機械	トラックの過積載規制の強化などの一時的な要因や好調な米国等への輸出の増加等により3年以上続いていた前年割れもようやく底を打ったようだが、国内ではバブル期の過剰設備投資の影響で新規の投資よりも買い替え需要が主となっている。半導体を中心とする電機関連は好調だが、やはり自動車関連に活発な動きがないため国内市場は不透明感が拭えない。各社とも国内の不振を米国やアジアへの輸出でカバーしているが為替レートや貿易摩擦など不安定な要素も抱えている。	 
4. 自動車関連	部品業界は企業によってばらつきがでてははじめ、トラック過積載規制の強化などで当初計画を上方修正したところもでてきた。今年度下期の見通しは緩やかな上昇とする見方で、各社とも経営の多角化や新製品の開発が迫られている。また、自動車メーカーの低価格戦略に対応するためにも海外へも積極的に目を向ける時期にきている。塗装業界では自動車関連の落ち込みがひどく、事業の多角化で乗り切っているものの仕事が単発的で回復の兆しがみえない。	 
5. 繊維・スカーフ関連	スカーフ関連はほぼ横ばいで推移している。数量的には落ち込んでいないが、消費者のニーズの多様化により型数が増えていることや、中国や韓国からの輸入品が増加したことによる製品単価の低下のため利益にあまり結びついていない。服地関連は10月に入って来年の春モノの動きが出てきたが、スカーフ同様、小ロット化と輸入品の増加への対応が迫られている。ハンカチは依然として低迷している。	 
6. 運輸倉庫	運輸業は全般に猛暑の影響で海運業における火力発電用燃料や陸運業における飲料品の増加など輸送量自体は増えたものの、物流コストが抑えられていることから増益には結びついていない。倉庫業では昨期よりも若干プラスで推移している。円高や猛暑の影響で製品の輸入が増加したことにより、これからは多品種・小ロットの輸入にでも低コストで対応できる体制にしていくのが課題となっている。	 
7. 卸貿易業	貿易業では、円高の進行や商品の低価格化などにより、海外拠点を開拓していく時期にきている。しかし、商品によっては多品種化・小ロット化により商品自体が短期サイクルでまわる状況となり海外生産に向かない部分もある。卸売業では、かなり低価格化の影響が出ており、販売数量ほど売上が伸びない状況となっている。こうした中で、仕入れ・配送の共同化や卸他社との情報面での共同システム化を進めているところもある。	 
8. 大型売店	百貨店では、7月は贈答・法人需要の回復はまだだが、減税と猛暑の影響で前年割れ幅が減少したが、その後の反動減が大きく再び前年割れ幅が広がっている。スーパーでは減税、猛暑効果の他に大店法の改正による営業日数・時間の増加が売上の底上げに寄与しているようで、その後の反動減も予想より小さい。百貨店・スーパーとも、消費者の低価格志向への対応策として商品の独自開発や経営の合理化、さらには円高による輸入品の値下げ、海外拠点の設置等を積極的に行っていく方針で動いている。	 

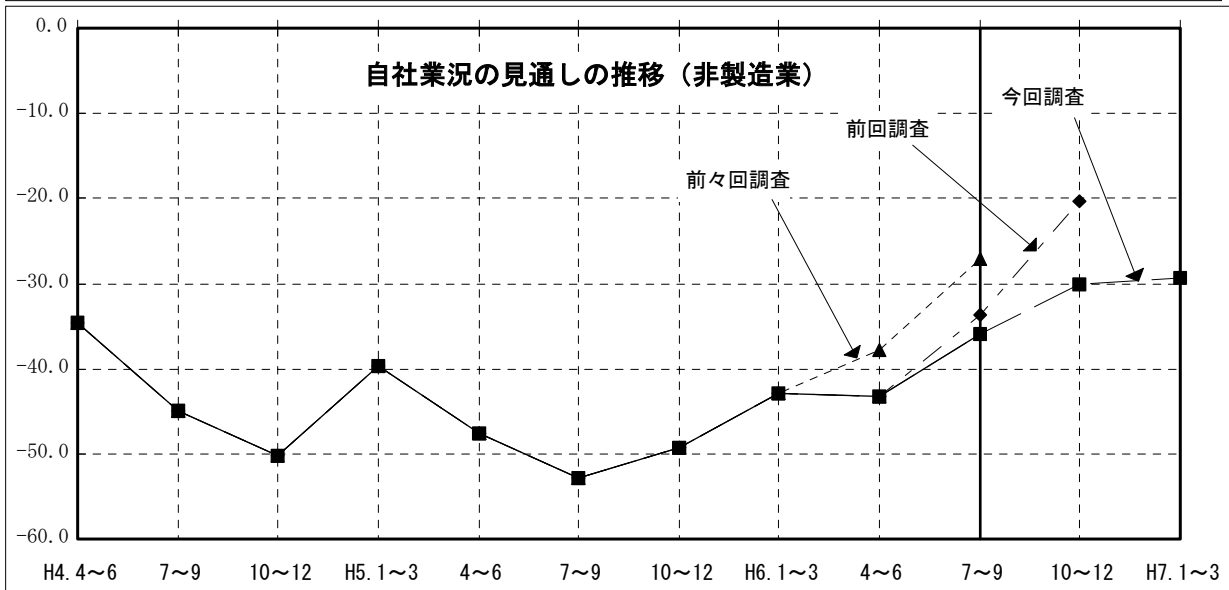
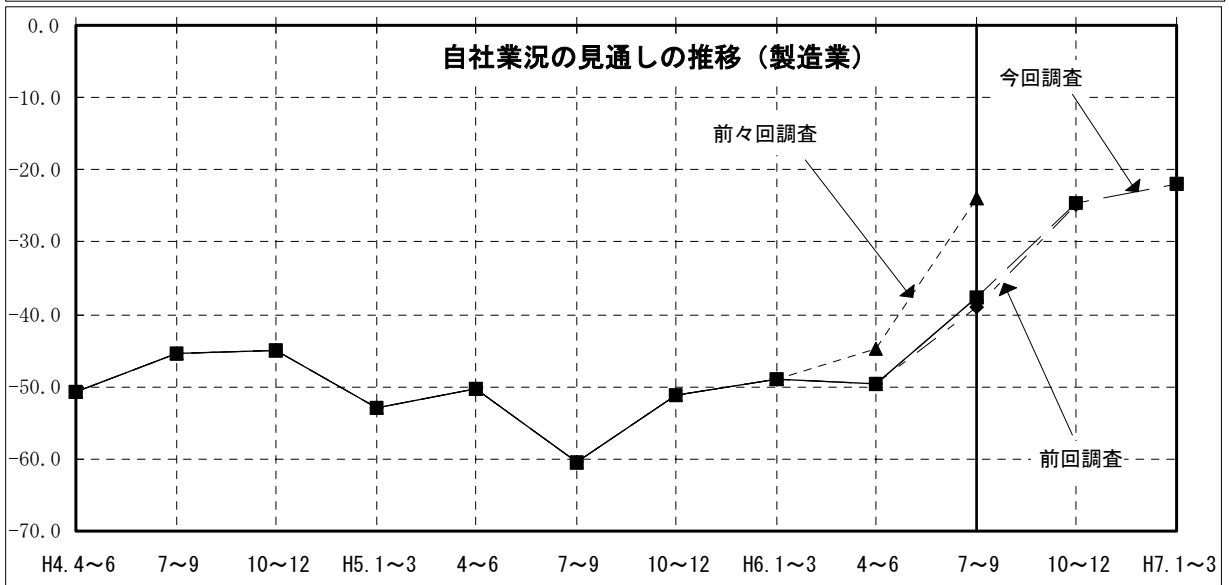
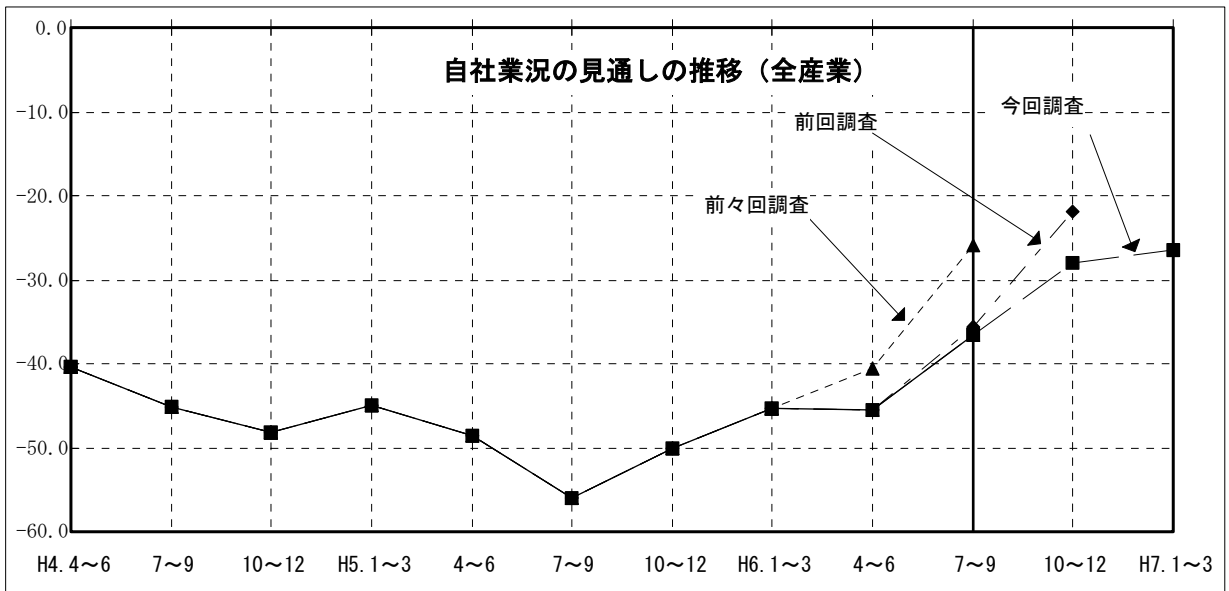
業種	景況・見通し	動向
9. 不動産	オフィス関連は供給過剰と賃料の値下げの影響でしばらくは非常に厳しい状況で推移するものと考えられる。住宅関連は一次取得者中心ではあるものの低金利等により需要の落ちはなく、好調に推移している。商業テナント関連では業種によりかなりばらつきがあり、薬、宝石、パンなどはかなり出店意欲が高い。しかし、客数の多さに比べ購入単価が下がっている影響で店舗維持が厳しいテナントも出てきている。	 
10. 情報サービス	業界全体の景気はようやく底を打ち、回復に向かいつつあるという時期にきている。情報化の設備投資は景気に対し遅行して動くので、大口ユーザーである製造業等の景気回復が望まれている。また、パソコン市場ではハードの低価格化とともにソフトの低価格化も進んでいる。その他、長期的展望に立ってみると、昨今何かと話題のマルチメディアに対する対応も必要となってきた。	 
11. ホテル・コンベンション関連	市内主要ホテルの今期の稼働状況は、天候に恵まれたことや大型のコンベンションの開催により順調で、秋口に入っても同様に推移している。市内の大規模貸ホールでも今期、稼働率は増加しており、企業等からの企画ものの予約が入り始めるなど、回復の兆しもみえ始めている。パンフィコ横浜の稼働状況をみると、会議センターは大規模な国際会議が開催され、昨年を上回るものと思われるが、展示ホールのほうは展示物による企業の宣伝広告活動がいまだに活発化しておらず、回復基調にまだ乗り切れていない。そういった中で市内の展示・装飾業者も受注合戦が激しくなっている。	 
12. コミュニティ産業	生協では、価格競争の影響で特に店舗部門で売上が伸び悩み、商品構成の見直しやより一層の販売促進を迫られている。猛暑の影響については、冷凍品やアイスクリーム等は伸びたものの、野菜類が品薄・高値となりトータルでややマイナスとなった。ワーカーズコレクティブでは、惣菜部門・仕出部門等は商品の低価格化や猛暑による生鮮食料品の価格上昇はあったものの、昨年並を維持したが、スナック部門の落ち込みがひどい。また、現在組織の細分化を図っており、働くもののより一層の参画意識を向上を求めている。	 
13. 生涯学習関連	スポーツクラブやカルチャーセンターでは、会員の増加がみられず、人件費や賃借料の節減で現状を乗り切っているという状況が続いている。教養や娯楽への家計からの出費が増加するためにも早急な景気の本格的回復が望まれている。専門学校では昨今の就職難の影響で、採用意欲のある企業を積極的に訪問しているものの、内定をもらっている卒業予定者は昨年よりも少なく、さらに厳しい状況となっている。	 
14. レジャー産業	今期のレジャー施設は天候に恵まれ、特にプールを持っている施設では冷夏の昨年と比べてかなり大幅な伸びを示した。しかし、消費単価自体が上がってきておらず、先行きに関しては依然不透明な状態で、大規模な設備投資等はできないといった状況。旅行業界では消費者のニーズに応え比較的価格の低い商品を準備している。また、コンベンションに絡んだ航空券や宿泊施設の手配等にも力を入れていく方針でいる。	 

※天気の上段は現状（94年7～9月）の業況、下段は将来見通し（95年1～3月）。

※天気は1～10の業種についてはB.S.I.値にヒアリング調査を加味して作成している（対応は下表の通り）。

また、11～14の業種についてはヒアリング調査をもとに作成している。

B. S. I.	天気	B. S. I.	天気	B. S. I.	天気
20.1		0		-20.1～-40.0	
0.1～20.0		-0.1～-20.0		-40.1以上	



1. 市内企業の景気見通し（概要）

〔市内企業の自社業況〕

市内企業の景気見通しは、全体としては今期（平成6年7～9月）はB. S. I. 値が▲36.6と調査開始（4年4～6月期）以降最高値となり、先行きも10～12月期(同▲28.0)，7年1～3月期(同▲26.6)と回復基調が見られるが、楽観的な見方となっている業界の景気や国内景気、また回復が顕著な生産・売上高、経常利益に比べると慎重な見方となっている。

製造業については前期（4～6月期）は横這いであったが、今期(7～9月期)は前回調査での予測以上に上向きB. S. I値も▲37.6と調査開始以降最高値となった。先行きは、10～12月期は上向くが、7年1～3月期はやや勢いを弱める予想となっている。主要業種では、電気・精密は7～9月期、一般機械、輸送用機械は10～12月期に上向く予想となっている。

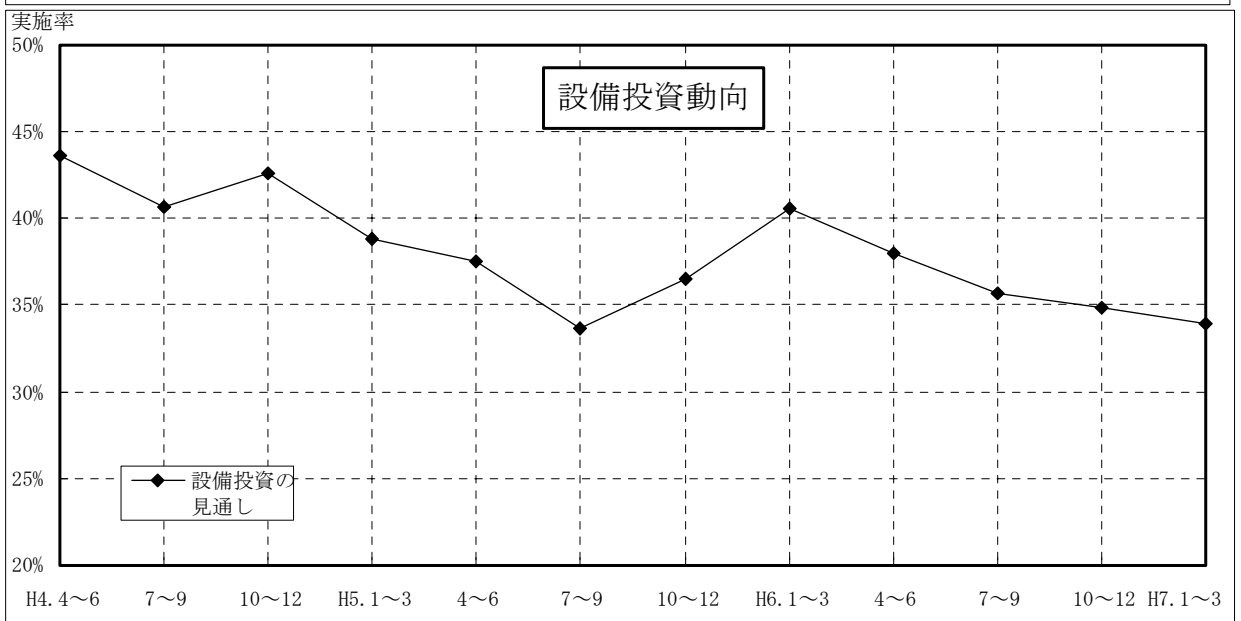
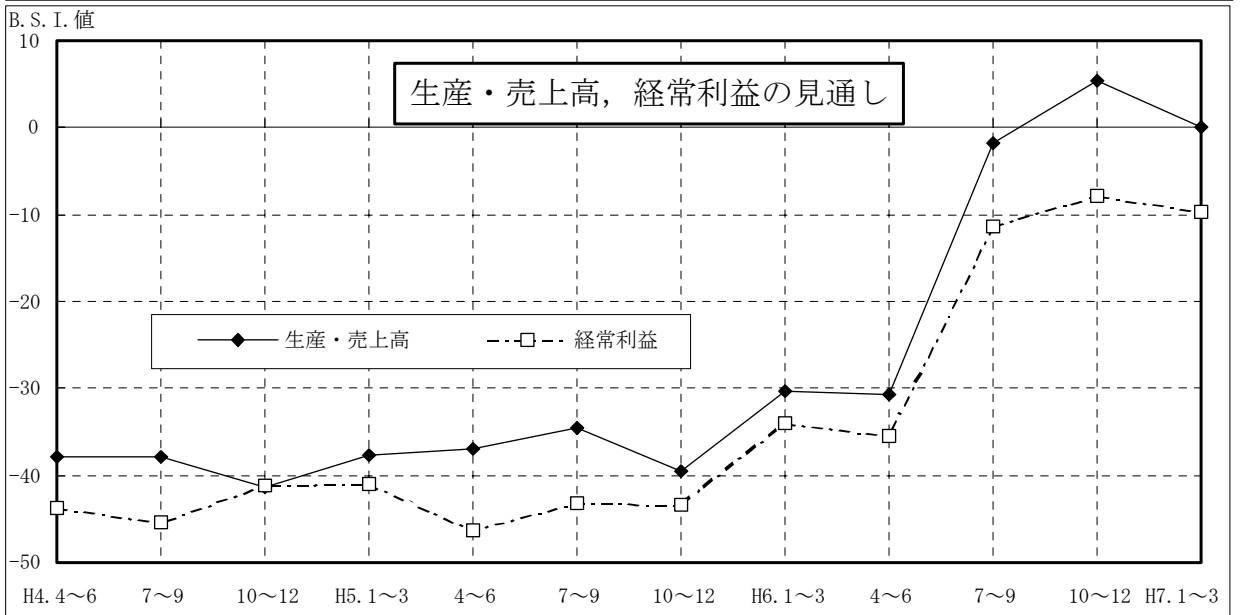
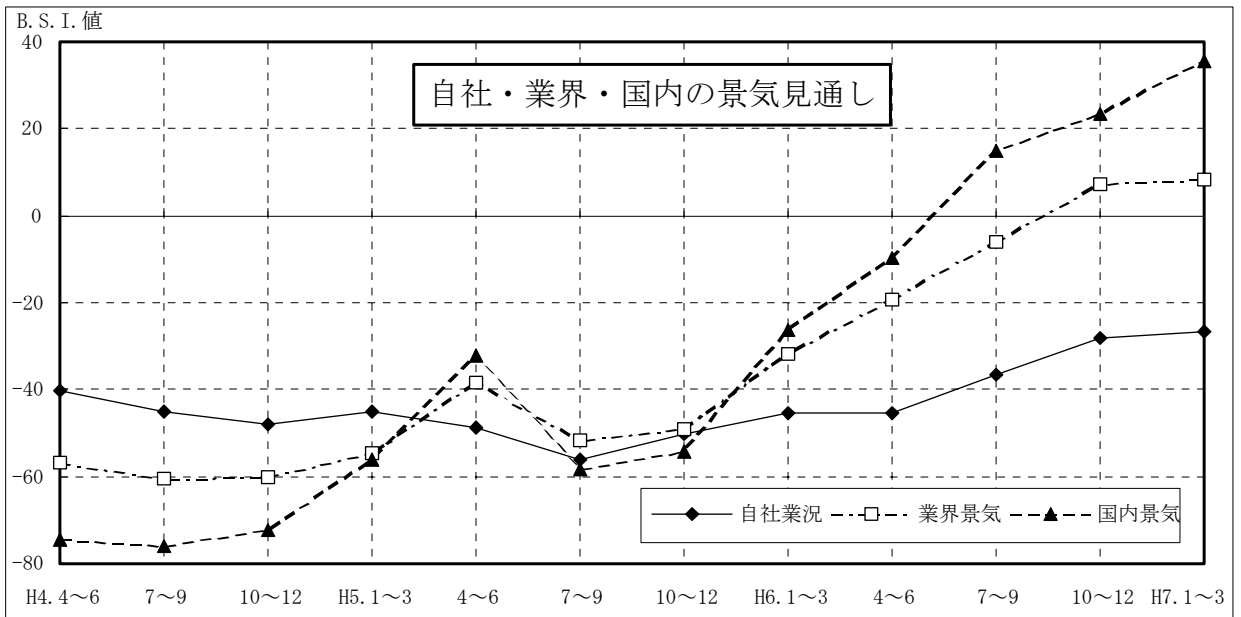
非製造業についても、前期は製造業と同様横這いとなったが、今期（7～9月期）は回復基調に戻り以降は緩やかな回復基調が予想されている。先行きは製造業と同様、10～12月期は緩やかに上向き、7年1～3月期は横這いとなっているが、製造業より若干勢いは弱くなっている。中では、卸売業、小売業では10～12月期には上向くという予想となっているが、建設業の回復が遅れるなど業種別の差異が出ている。

市内企業の自社業況の見通し

		平成6年 4～6月期	平成6年 7～9月期	平成6年 10～12月期	平成7年 1～3月期	(参考) 回答企業数
全産業		-45.5	-36.6	-28.0	-26.6	358
B. S. I		-49.6	-37.6	-24.6	-22.0	133
製 造 業	うち					
	食料品等製造	-30.0	-30.0	10.0	0.0	10
	繊維・衣服	-60.0	-83.3	-50.0	-50.0	6
	化学・石油	-37.5	12.5	0.0	12.5	8
	鉄鋼・金属	-64.3	-47.1	-31.3	-29.4	18
	一般機械	-61.5	-50.0	-15.8	-20.0	20
	電気・精密	-41.9	-25.7	-29.4	-23.5	35
	輸送用機械	-61.5	-41.7	-25.0	-33.3	12
B. S. I		-43.2	-36.0	-30.0	-29.3	225
非 製 造 業	うち					
	建設業	-48.3	-47.2	-52.8	-50.0	36
	倉庫業	-11.1	0.0	-22.2	-33.3	9
	卸売業	-44.4	-34.4	-9.1	-18.8	33
	小売業	-55.2	-41.4	-27.6	-28.6	29
	不動産	-71.4	-27.3	-27.3	-45.5	11
	情報サービス	-24.0	-40.7	-30.8	-22.2	27
	その他サービス	-48.1	-27.3	-43.8	-22.6	33

B. S. I. (Business Survey Index)は、景気の強弱感を次の算式により求めている。

B. S. I. = (上昇% - 下降%)



〔市内企業の景況判断〕

- 市内企業の、国内景気、業界景気に対する景気判断は、自社業況より楽観的で、国内景気は平成6年7～9月期にはB. S. I. 値で調査開始（4年4～6月期）以来初めてプラスとなる14.8となり、その後も着実に回復する見通しとなっている。業界景気も10～12月期にはB. S. I. 値で7.2とプラスに転換する見通しとなっている。

〔市内企業の経営判断〕

- 市内企業の生産・売上の判断も7～9月期にはB. S. I. 値で▲1.7と前期から大幅に改善され10～12月期は3年10～12月期（当時は経済環境モニタリング調査）以来の増収予想となっている。経常利益も7～9月期には▲11.3とこれも平成3年10～12月期のレベルまで回復し、その後も緩やかながら回復の予想となっている。ただし、平成7年1～3月期は季節的要因によって若干足踏みする予想となっている。
- 生産・売上や経常利益に関してはかなり回復が進んでいるが、設備投資に関しては依然慎重な見方となっている。
- 在庫の見通しについては、完成品在庫、原材料在庫ともに過剰感が薄れ、完成品在庫はかなり適正値に近づいている。
- 価格の見通しについては、製造業では製品価格、原材料価格ともに低下圧力が弱まり、原材料価格では10～12月期は上昇予想となっているが、非製造業では横這い実績・予想となっている。
- 雇用人員の水準に関しては、大企業を除き徐々に過大感が薄れてきている。また、生産・営業用設備水準も過大感が薄れ、10～12月期にはほぼ適正水準になるという予想となっており、生産要素のストック調整も着実に進捗していることが窺える。また、労働時間の減少傾向も徐々に低減し、製造業では10～12月期には増加予想となっている。
- 資金繰りに関しては若干悪化の見通しとなっている。

	平成6年 4～6月期	平成6年 7～9月期	平成6年 10～12月期	平成7年 1～3月期		平成6年 4～6月期	平成6年 7～9月期	平成6年 10～12月期	平成7年 1～3月期
国内景気	▲9.8	14.8	23.5	35.6	原材料在庫	5.5	6.8	5.2	-
業界景気	▲19.1	▲6.1	7.2	8.2	製品価格	▲41.0	▲38.8	▲34.3	-
生産・売上	▲22.2	▲1.7	5.4	0.0	雇用人員水準	21.2	18.5	14.6	-
経常利益	▲35.4	▲11.3	▲7.8	▲9.6	生産営業設備	10.7	6.7	2.2	-
設備投資	38.0%	35.7%	34.8%	33.9%	資金繰り	▲7.5	▲8.1	▲11.1	-
完成品在庫	8.5	2.5	1.4	-	労働時間	▲18.3	▲14.0	▲3.4	-

設備投資は実施・計画率、その他はB. S. I. 値、

市内企業の景気見通し（各論）

〔業界の景気見通し，国内景気〕

各業界の景気見通しは，自社業況より楽観的で5年7～9月期(B.S.I値=▲51.7)から回復し，6年7～9月期のB.S.I値は▲6.1と前回調査の当該期予想(同=▲2.9)より若干悪いが6年4～6月期(同=▲19.1)から順調な回復となり，先行きも，6年10～12月期(同=7.2)はプラスに転ずる予想となっているが，自社業況と同様7年1～3月期(同=8.2)にはやや増勢が弱まる予想となっている。

また，国内景気については，業界景気よりさらに楽観的な傾向があり，今期（6年7～9月期）のB.S.I値は14.8と前回調査の当該期予想(同=6.9)を上回る回復となった。先行き6年10～12月期(同=23.5)，7年1～3月期(同=35.6)と順調に回復する予想となっており，7年1～3月期に増勢が弱まると見ている自社業況，業界景気と比較すると国内景気の回復見込みは堅調なものとなっている。

企業規模別の景気見通し

項目 業種・規模	業界の景気見通し				国内の景気見通し			
	平成6年 4～6月期	平成6年 7～9月期	平成6年 10～12月期	平成7年 1～3月期	平成6年 4～6月期	平成6年 7～9月期	平成6年 10～12月期	平成7年 1～3月期
製造業	-16.5	-3.7	11.9	19.4	-9.6	16.0	24.4	44.3
大企業	0.0	8.0	33.3	33.3	10.5	33.3	52.2	52.2
中堅企業	-11.8	5.9	5.9	29.4	0.0	17.6	17.6	47.1
中小企業	-20.4	-17.9	3.0	4.5	-18.9	3.1	16.9	33.8
市外本社企業	-24.0	15.4	19.2	38.5	-12.0	30.8	23.1	61.5
非製造業	-20.6	-7.6	4.4	1.4	-9.9	14.1	23.0	30.2
大企業	-25.0	-2.9	-8.8	-2.9	0.0	24.2	27.3	33.3
中堅企業	-16.5	-5.2	11.2	0.0	-13.4	12.1	27.5	26.1
中小企業	-36.4	-11.4	11.4	6.8	-22.0	7.1	26.2	31.0
市外本社企業	-7.9	-12.2	-6.1	2.1	2.7	17.0	8.5	35.6
全産業	-19.1	-6.1	7.2	8.2	-9.8	14.8	23.5	35.6
大企業	-15.7	1.7	8.6	12.1	3.9	28.1	37.5	41.1
中堅企業	-15.7	-3.5	10.4	4.5	-11.1	13.0	25.9	29.4
中小企業	-27.6	-15.3	6.3	5.4	-20.2	4.7	20.6	32.7
市外本社企業	-14.3	-2.7	2.7	15.1	-3.2	21.9	13.7	45.1

(注) 1. B.S.I値とはBusiness Survey Index を略したもので景気の強弱感をあらわし，次の算式により求めている。B.S.I値＝(良い%－悪い%)

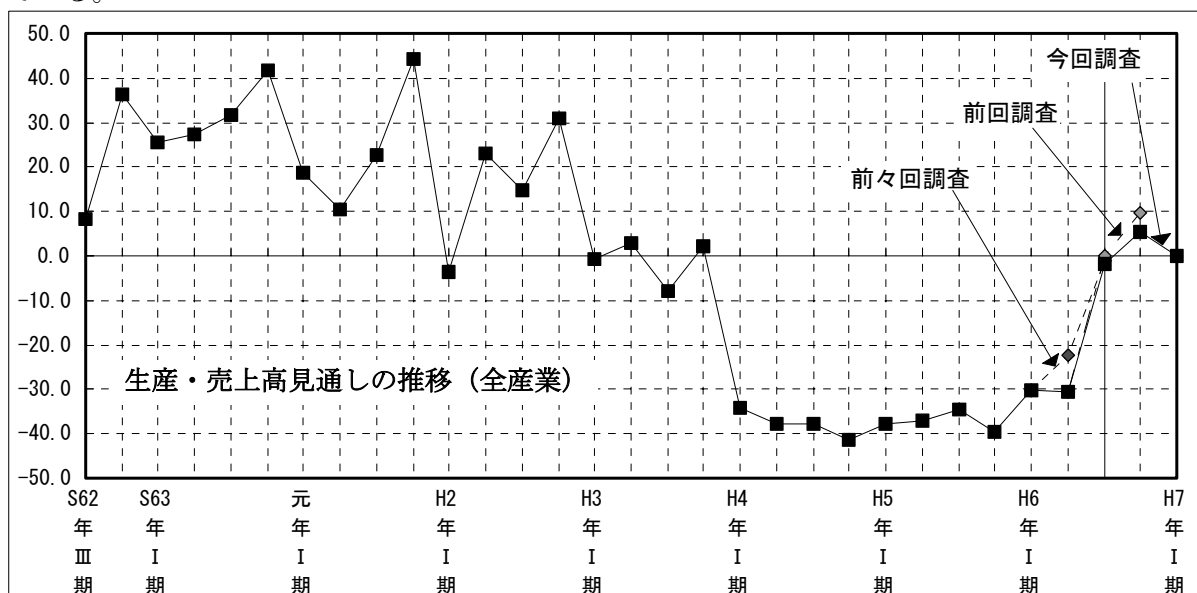
2. 平成6年4～6月期は前回調査による実績である

〔売上高， 経常利益， 設備投資〕

生産・売上高は， 6年7～9月期(B.S.I.値=▲1.7)と前回調査の当該期予測(同=0.0)より若干下方修正されたが前期(6年4～6月期；同=▲30.6)からは大幅な回復となり， 先行き10～12月期(同=5.4)にはプラス予想となっている。しかし， 7年1～3月期(同=0.0)には季節的要因もあり現状維持予測となっている。

規模別にみると， 製造業では6年7～9月期は中小企業以外はプラスに転じており， 6年10～12月期も大企業や中堅企業では増勢を強め， 7年1～3月期にも中小企業でマックス幅が拡大しているが， その他の規模では増勢を保っている。非製造業でも中小企業の回復が遅れており， 6年7～9月期は中小企業以外はプラスに転じている。6年10～12月期も中小企業以外はプラスあるいは現状維持であるが製造業ほど増勢は強くなく， 7年1～3月期には中堅企業で再びマックス予想となっている。

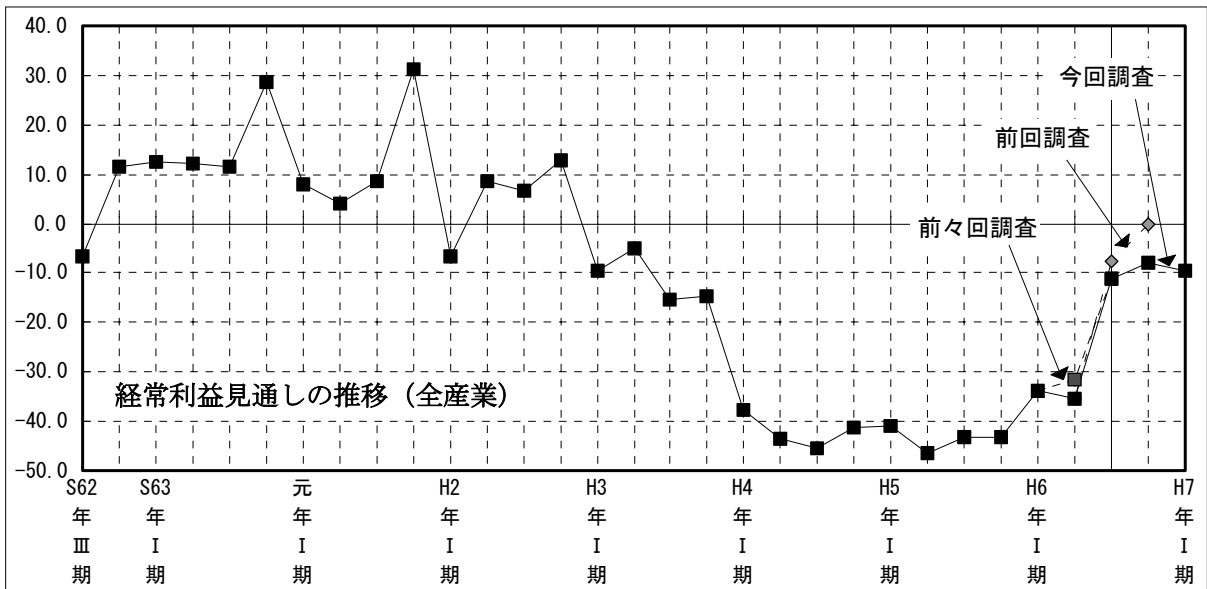
増加・減少要因としては継続的に大きな減少要因となっていた一般的需要減が7～9月期， 10～12月期と減少幅が徐々に縮小し， 季節的需要が3期連続増加要因となっている。



経常利益は， 生産の回復を背景に6年7～9月期(B.S.I.値=▲11.3)は前回調査の当該期予想(同=▲7.6)より若干低いですが， 前期(4～6月期；同=▲35.4)から大幅に改善されており， 平成3年レベルまで戻している。先行き6年10～12月期(同=▲7.8)は若干改善されるが， 7年1～3月期(同=▲9.6)は生産・売上の停滞予想からマックス予想となっている。

規模別にみると， 製造業では7年7～9月期は中堅企業と市外本社企業で増益に転じ， 6年10～12月期， 7年1～3月期は中小企業以外はB.S.I.値が二桁のプラスで， 6年10～12月期以降の停滞は生産・売上と同様中小企業に依るところが大きい。非製造業では大企業を除き依然マックス基調にあり特に中小企業でのマックス幅が大きい。

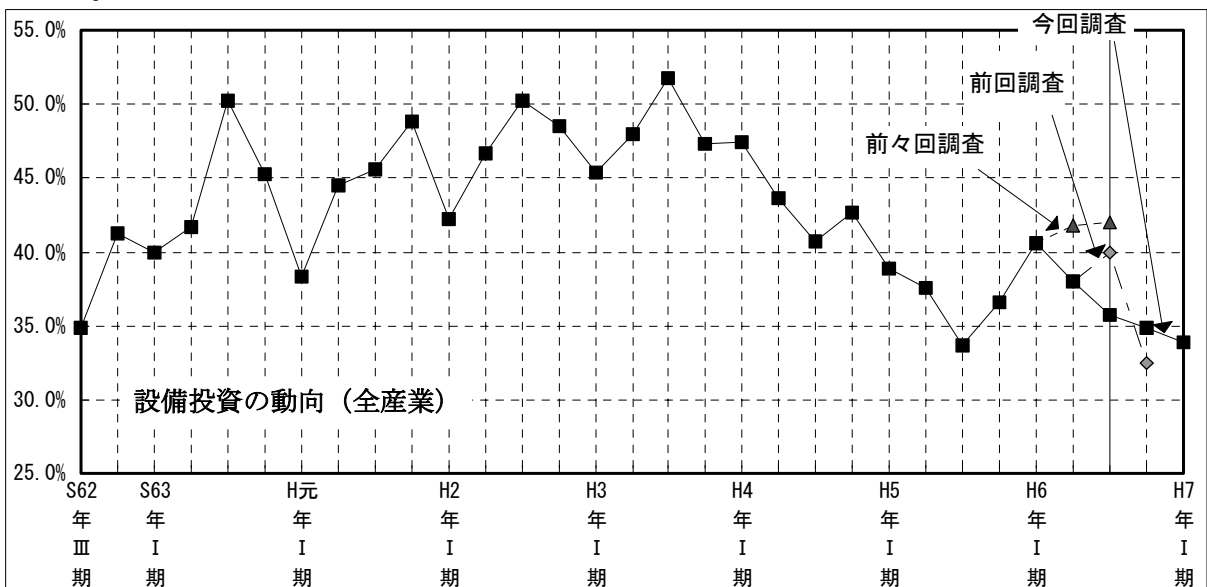
増減要因としては， 継続的に減少原因となっていた販売数量が6年10～12月期には増加要因となったが， 販売価格の下落は依然として大きく減益要因となっている。



設備投資の見通しは、6年7～9月期(設備投資実施率：35.7%)は4～6月期(同=38.0%)より若干減少している。6年10～12月期から向こう2四半期(計画比率：34.8%→33.9%)は計画値としてもやや慎重なものとなっている。

製造業の規模別で見ると、5年7～9月期から上向いていた中小企業の低下している他、中堅企業で6年7～9月期に一時的な低下が見られるが、中小企業以外は実施率、計画率ともに徐々に高まる傾向にある。

投資目的をみると、製造業では「合理化・省力化」(26.9%)が若干増加し1位となり、次いで「維持・補修」(25.2%)が依然上位を占めているが、「受注・需要増対応」(16.8%)が前回調査よりかなり増加している。非製造業でも「維持・補修」(31.2%)、「合理化・省力化」(28.4%)が多く、「受注・需要増対応」(16.5%)は前回調査より若干落ちている。



〔在庫, 価格, 雇用人員, 生産・営業用設備水準, 資金繰り, 労働時間の見通し〕

在庫の見通しについて, 完成品在庫判断では, 6年7~9月期 (B.S.I.値=2.5) は前期 (4~6月期; 同=8.5) より過剰感が薄れている。ただし, 製造業では若干過剰感が強まっている。この傾向は6年10~12月期も続く予想となっている。

原材料在庫判断は, 6年4~6月期 (同=5.5) から7~9月期 (同=6.8), 10~12月期 (同=5.2) とほぼ変化が見られず, 完成品在庫判断のような特定業種の影響は少なく, 傾向は製造業, 非製造業で一致している。

完成品・原材料在庫判断

業種・規模	項目 期	完成品在庫			原材料在庫		
		平成6年 4~6月期	平成6年 7~9月期	平成6年 10~12月期	平成6年 4~6月期	平成6年 7~9月期	平成6年 10~12月期
製造業		5.6	9.9	9.0	5.7	6.7	5.5
大企業		10.5	9.1	10.0	0.0	9.1	-5.0
中堅企業		0.0	6.7	0.0	6.7	20.0	16.7
中小企業		5.8	10.9	10.2	6.1	3.2	8.6
市外本社企業		4.5	10.0	10.0	9.1	5.0	0.0
非製造業		11.4	-5.0	-6.6	5.0	6.9	4.8
大企業		33.3	6.7	0.0	33.3	25.0	25.0
中堅企業		17.0	-1.7	-3.8	3.2	8.3	3.1
中小企業		0.0	7.4	4.8	0.0	-5.6	0.0
市外本社企業		-7.1	-42.1	-31.6	0.0	10.0	0.0
全産業		8.5	2.5	1.4	5.5	6.8	5.2
大企業		19.4	8.1	5.9	8.0	13.3	3.6
中堅企業		13.2	0.0	-3.1	4.3	11.8	6.8
中小企業		3.8	9.9	8.8	4.6	1.2	7.1
市外本社企業		0.0	-15.4	-10.3	6.9	6.7	0.0

価格の見通しについて, 製品価格水準は, 6年7~9月期 (同=▲38.8) は前期 (4~6月期; 同=▲41.0) から下降幅が縮小しているが, 前期までの傾向とは逆に非製造業 (前期▲34.0→今期▲35.3) は若干拡大し製造業 (同=▲50.0→▲43.2) では縮小している。先行きは6年10~12月期は非製造業でも縮小予想となっている。

原材料価格水準についても, 製造業では6年7~9月期には下げ止まり, 6年10~12月期には上昇超となっているが, 非製造業では依然として低下傾向の予想となっている。

製品・原材料価格判断

業種・規模	項目 期	製品価格			原材料価格		
		平成6年 4~6月期	平成6年 7~9月期	平成6年 10~12月期	平成6年 4~6月期	平成6年 7~9月期	平成6年 10~12月期
製造業		-50.0	-43.2	-41.5	-24.5	-10.1	1.7
大企業		-42.1	-45.5	-42.9	-21.1	-27.3	-19.0
中堅企業		-50.0	-56.3	-53.3	-35.3	0.0	14.3
中小企業		-52.8	-40.0	-40.0	-20.4	-3.3	3.3
市外本社企業		-50.0	-40.9	-36.4	-28.6	-19.0	9.5
非製造業		-34.0	-35.3	-28.5	-13.9	-16.0	-15.3
大企業		-21.1	-33.3	-26.1	10.0	-20.0	-20.0
中堅企業		-39.4	-32.4	-21.1	-14.7	-14.6	-12.8
中小企業		-32.3	-35.5	-36.7	-33.3	-33.3	-33.3
市外本社企業		-32.0	-44.4	-40.7	-7.7	6.7	6.7
全産業		-41.0	-38.8	-34.3	-20.2	-12.6	-5.4
大企業		-31.6	-39.1	-34.1	-10.3	-25.0	-19.4
中堅企業		-41.5	-36.7	-26.7	-21.6	-10.7	-5.7
中小企業		-45.2	-38.5	-38.9	-23.4	-11.0	-6.1
市外本社企業		-40.4	-42.9	-38.8	-20.6	-8.3	8.3

雇用人員の水準判断については、6年7～9月期（B.S.I.値=18.5）は前期（4～6月期；同=21.2）から過大感が弱まったが、製造業についてはほぼ横ばいであった。規模別に見ると前期は比較的過大感が薄かった中小企業の過大感が拡大しているのに対して中堅企業の過大感の緩和が目立っている。

生産・営業用設備水準判断については、6年7～9月期（同=6.7）は前期（4～6月期；同=10.7）から過大感が薄れ、6年10～12月期（同=2.2）にはほぼ適正水準になる予想となっている。業種別では、非製造業では中小企業で不足感が出ている。

雇用人員水準，生産・営業設備判断

項目 業種・規模	雇用人員水準			生産・営業設備		
	平成6年 4～6月期	平成6年 7～9月期	平成6年 10～12月期	平成6年 4～6月期	平成6年 7～9月期	平成6年 10～12月期
製造業	26.3	27.6	20.6	17.7	13.6	4.1
大企業	26.3	37.5	30.4	21.1	16.7	9.1
中堅企業	31.3	23.5	11.8	41.2	18.8	6.3
中小企業	22.2	28.4	21.2	11.1	11.8	3.2
市外本社企業	32.0	19.2	16.0	13.0	8.7	0.0
非製造業	18.2	13.1	11.0	6.2	2.6	1.0
大企業	25.8	24.2	26.5	11.5	3.8	3.8
中堅企業	19.8	4.2	6.4	7.6	2.3	1.2
中小企業	0.0	11.1	0.0	-2.5	-2.6	-2.7
市外本社企業	28.9	25.0	18.8	9.1	7.0	2.3
全産業	21.2	18.5	14.6	10.7	6.7	2.2
大企業	26.0	29.8	28.1	15.6	10.0	6.3
中堅企業	21.6	7.1	7.2	13.5	4.8	2.0
中小企業	12.4	21.4	12.8	5.3	6.5	1.0
市外本社企業	30.2	23.0	17.8	10.7	7.6	1.5

資金繰りについて、6年7～9月期（B.S.I.値=▲8.1）は前期（4～6月期；同=▲7.5）から若干の悪化となり、6年10～12月期（同=▲11.1）も引き続き若干の悪化予想となっている。

労働時間について、6年7～9月期（B.S.I.値=▲14.0）は前期（4～6月期；同=▲18.3）から減少超が縮小し、6年10～12月期（同=▲3.4）にはほぼ現状維持程度までになる予想となっており、特に製造業では6年10～12月期には増加予想となっている。

資金繰り，労働時間判断

項目 業種・規模	資金繰り			労働時間		
	平成6年 4～6月期	平成6年 7～9月期	平成6年 10～12月期	平成6年 4～6月期	平成6年 7～9月期	平成6年 10～12月期
製造業	-3.6	-3.0	-10.8	-24.3	-14.1	7.6
大企業	5.3	12.0	-4.3	-26.3	-16.7	26.1
中堅企業	-11.8	-5.9	-5.9	-23.5	0.0	5.9
中小企業	-3.7	-5.9	-17.9	-24.1	-19.1	0.0
市外本社企業	-4.8	-8.7	0.0	-24.0	-7.7	11.5
非製造業	-9.8	-11.2	-11.3	-14.7	-13.9	-9.9
大企業	-9.7	-3.2	-12.9	-29.0	-8.8	0.0
中堅企業	-3.5	-8.2	-9.3	-16.7	-19.6	-11.5
中小企業	-20.5	-23.3	-21.4	-6.8	0.0	-6.8
市外本社企業	-11.8	-11.9	-4.7	-7.9	-18.8	-16.7
全産業	-7.5	-8.1	-11.1	-18.3	-14.0	-3.4
大企業	-4.0	3.6	-9.3	-28.0	-12.1	10.5
中堅企業	-4.9	-7.8	-8.8	-17.8	-16.7	-8.8
中小企業	-11.2	-12.6	-19.3	-16.3	-11.6	-2.7
市外本社企業	-9.1	-10.8	-3.0	-14.3	-14.9	-6.8

2. 価格低下の影響（概要）

●市内企業の5割に及ぶ価格低下の影響

製品・サービスの価格低下による市内企業の影響としては「大きな影響を受けている」（14.4%）、「ある程度の影響がある」（38.9%）としており、合わせると53.3%の企業が影響を受けている。

業種	回答企業数	大きな影響	ある程度の影響	ほとんど影響なし	分からない	その他
全産業	347	14.4	38.9	40.3	6.1	0.3
製造業	133	20.3	35.3	38.3	5.3	0.8
非製造業	214	10.7	41.1	41.6	6.5	0.0

価格低下の影響を受けている企業の実態としては製造業では「自社生産（販売）品価格の低下」が88.9%、非製造業では「自社販売品価格の低下」が56.3%、「自社提供サービス価格の低下」が36.6%となっている。

業種	回答企業数	自社生産品価格低下	自社提供サービス価格低下	納入部品価格低下	下請けサービス価格低下	その他
全産業	184	69.0	28.3	13.6	4.3	11.4
製造業	72	88.9	15.3	12.5	5.6	5.6
非製造業	112	56.3	36.6	14.3	3.6	15.2

●価格低下によって7割が減収・減益

企業の現状の売上額への価格低下の影響としては、71.3%が「減少」としており、総収益額への影響も79.8%が「減少」となっている。

また、将来的にも減収・減益の予測となっている。

業種	回答企業数	現状の総売上額			現状の総収益額			将来の総売上額			将来の総収益額		
		増加	不変	減少	増加	不変	減少	増加	不変	減少	増加	不変	減少
全産業	178	5.6	23.0	71.3	3.4	16.9	79.8	8.9	23.9	67.2	6.2	19.7	74.2
製造業	71	5.6	26.8	67.6	4.2	15.3	80.6	6.9	18.1	75.0	2.8	19.7	77.5
非製造業	107	5.6	20.6	73.8	2.8	17.9	79.2	10.2	27.8	62.0	8.4	19.6	72.0

●価格低下は同業他社との競争や取引先からの価格低下圧力、消費者の意識変化など複合的な要因で起こっている

価格低下の原因として最も多いのが製造業、非製造業とも「国内同業他社との価格競争の激化」（76.7%、74.3%）であるが、2番目に製造業では「取引先からの価格低下圧力」（60.3%）となっているのに対し、非製造業では「消費者の意識変化」（54.1%）となっている。

業種	回答企業数	消費者の意識変化	生産部門の生産性向上	取引先からの価格低下圧力	国内同業他社との価格競争激化	円高による原材料価格低下	輸入品との価格競争激化	流通機構の生産性向上	規制緩和	その他
全産業	182	45.1	4.4	52.2	75.3	17.0	36.3	8.2	4.4	2.7
製造業	73	31.5	9.6	60.3	76.7	19.2	45.2	4.1	0.0	1.4
非製造業	109	54.1	0.9	46.8	74.3	15.6	30.3	11.0	7.3	3.7

●生産部門や販売流通部門の生産性向上など多様な対策が取られており、特に製造業では生産部門の生産性向上、自社製品の高度化を進める

対策としては製造業では、「自社の生産部門の生産性向上」が75.0%と圧倒的に多く、以下「自社製品の高度化」(47.2%)、「自社の販売・流通部門の生産性向上」(45.8%)と前向きな対策が多くなっている。一方、非製造業では「自社の販売・流通部門の生産性向上」(47.2%)が最も多く、次いで「労働賃金の上昇抑制」(33.0%)となっている。

業種	回答 企業数	販売流通部門 の生産性向上	生産部門の 生産性向上	自社製品の 高度化	非競争市場 への参入	取引会社の 見直し	海外生産 進出・増加	製品輸入 製品輸入	労働賃金の 上昇抑制	その他 その他
全産業	178	46.6	47.8	35.4	7.9	24.2	12.9	20.2	33.7	9.0
製造業	72	45.8	75.0	47.2	6.9	22.2	18.1	23.6	34.7	6.9
非製造業	106	47.2	29.2	27.4	8.5	25.5	9.4	17.9	33.0	10.4

●価格低下によって競争力の弱い企業が淘汰され、製造業の海外移転が促されるという見方に

価格低下の日本経済への影響については多岐にわたっているが、「競争力の弱い企業の淘汰」(76.7%)、「製造業の海外移転」(57.1%)を半数以上の企業が挙げている。業種別では、製造業で「企業の経営状況の悪化」が、非製造業では「内外価格差の是正」と「消費の回復」が目立っている。

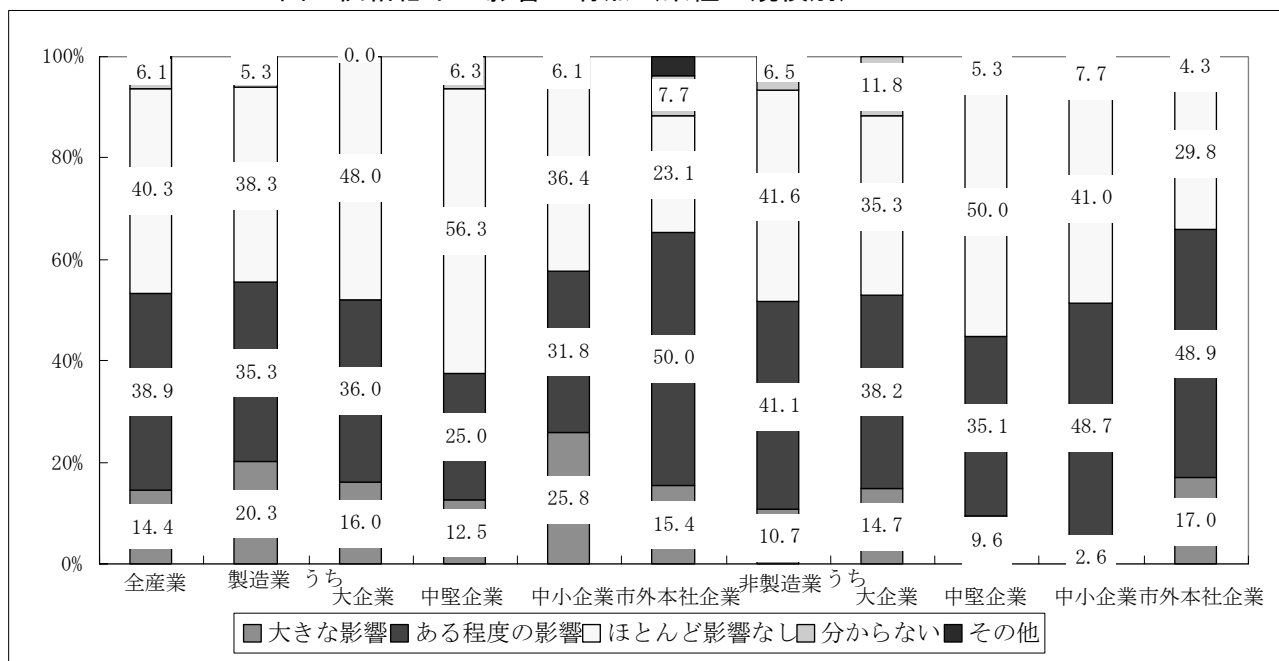
業種	回答 企業数	企業の経営 状況悪化	弱競争力 企業淘汰	製造業の 海外移転	内外価格 差是正	消費の 回復	合理化投資 の活発化	新規需要 発生	その他
全産業	347	44.1	76.7	57.1	41.2	28.8	17.6	12.4	3.2
製造業	131	51.1	77.9	61.1	32.8	20.6	13.0	11.5	2.3
非製造業	216	39.8	75.9	54.6	46.3	33.8	20.4	13.0	3.7

価格低下の影響について（各論）

（１）価格低下による影響の有無について

製品・サービスの価格低下によって市内企業（回答企業；347社）の14.4%は「大きな影響を受けている」と回答しており「ある程度の影響がある」（38.9%）を含めると53.3%が影響を受けていることになり、「ほとんど影響なし」は40.3%、「分からない」は6.1%となっている。業種・規模別には製造業（「大きな影響」20.3%、「ある程度の影響」35.3%）では市外本社企業（同15.4%、50.0%），中小企業（同25.8%、31.8%）で影響が大きく、大企業（同16.0%、36.0%），中堅企業（同12.5%、25.0%）では比較的影響が小さくなっている。非製造業（同10.7%、41.1%）は全体として製造業より影響は小さいが、中では大企業（同14.7%、38.2%），市外本社企業（同17.0%、48.9%）で影響が大きく、中堅企業（同9.6%、35.1%），中小企業（同2.6%、48.7%）では小さくなっている。

図 価格低下の影響の有無（業種・規模別）



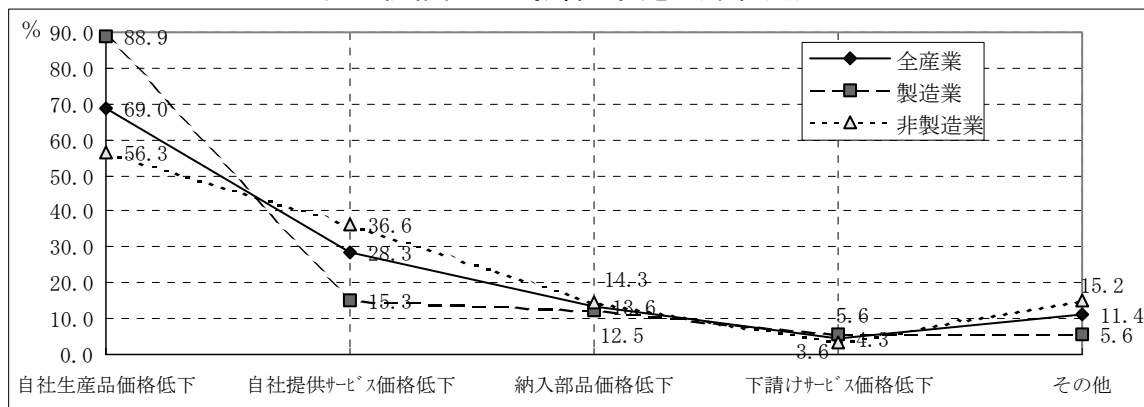
製造業の中では鉄鋼・金属等，化学・石油の素材産業では影響が大きく，一般機械，輸送用機械では影響が小さくなっている。製造業を製品の特性別にみると消費財産業（同23.8%、42.9%），生産財産業（同18.5%、40.0%）では影響が大きいが投資財産業（同23.3%、25.6%）では「大きな影響」こそ多いが、「ほとんど影響がない」（46.5%）も多くなっている。

非製造業では電気・ガス・運輸・通信業，その他サービス業，情報サービス業では影響が少なく，建設業，貿易業，卸売業，小売業，不動産業などでは影響が大きくなっている。

(2) 価格低下による影響の実態について

どのような形で価格低下が表れているかという点に関しては、(1)で「大きな影響を受けている」と「ある程度影響を受けている」と回答した企業(184社；複数回答)に対して聞いたが、「自社生産(販売)品価格の低下」(69.0%)が最も多く、次いで「自社提供サービス価格の低下」(28.3%)、「自社への納入部品(製品)価格の低下」(13.6%)、「下請けサービス価格の低下」(4.3%)となっている。

図 価格低下の影響の実態（業種別）



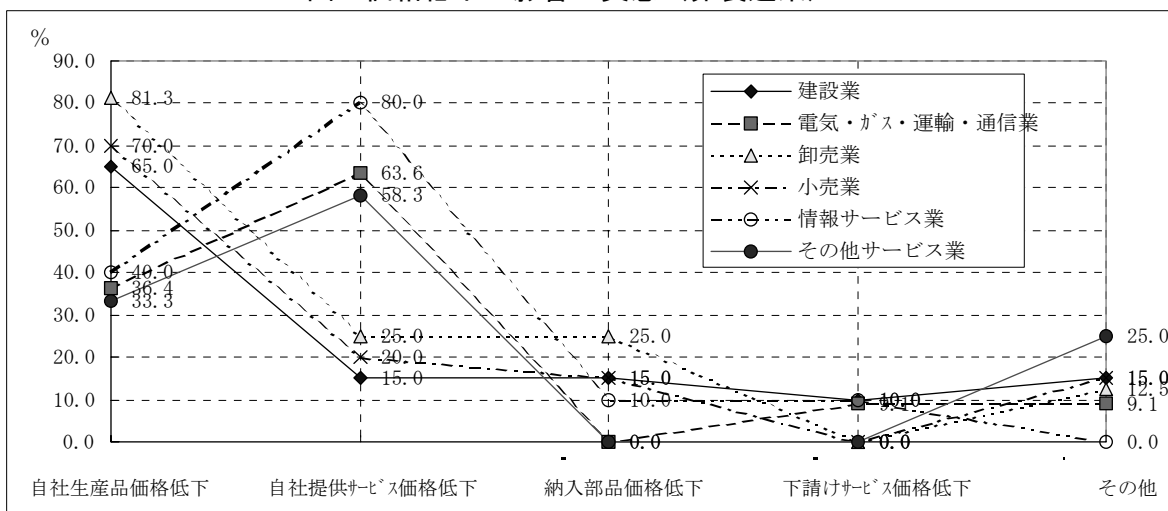
製造業では、中堅、中小企業より大企業、市外本社企業の方が「自社生産(販売)品価格の低下」を挙げる企業の割合が多くなっている。また、「納入部品の価格低下」は中堅企業、市外本社企業で多く、中小企業では少なくなっている。製品特性別に見ると、投資財産業では自社製品の価格低下がやや多く、納入部品、下請けサービス価格の低下も他業種より多くなっている。生産財産業では自社製品価格の低下は他業種よりやや少なくなっている。消費財産業では投資財と同様9割以上の企業が自社製品価格の低下で他には特徴的なものは見られない。

表 価格低下の影響の実態（製造業）

	回答企業数	自社生産品価格低下	自社提供サービス価格低下	納入部品価格低下	下請けサービス価格低下	その他
大企業	13	100.0	7.7	7.7	7.7	7.7
中堅企業	6	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0
中小企業	36	86.1	22.2	5.6	5.6	8.3
市外本社企業	17	94.1	11.8	23.5	5.9	0.0
投資財	19	94.7	5.3	21.1	10.5	10.5
消費財	14	92.9	14.3	7.1	0.0	7.1
生産財	38	86.8	21.1	7.9	5.3	2.6

非製造業では、建設業や流通業的な貿易業、卸売業、小売業はやや製造業に似た傾向にあり、自社製品価格の低下が多く、サービス業的な電気・ガス・運輸・通信業、情報サービス、その他サービス業は自社提供サービス価格低下が多くなっている。

図 価格低下の影響の実態（非製造業）



（3）価格低下による総売上額・総収益額への影響について

〔現状での総売上額・総収益額への影響〕

価格低下による各企業（影響を受けている企業178社回答）の現状の売上額への影響として、「増加」は5.6%、「不変」が23.0%、「減少」が71.3%となっている。この傾向は製造業（5.6%、26.8%、67.6%）と非製造業（5.6%、20.6%、73.8%）ではそれほど変わらない。

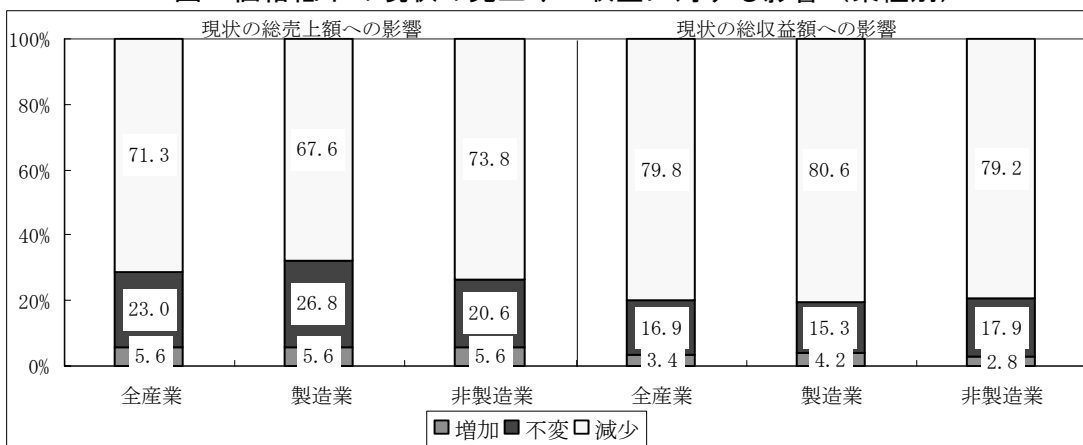
製造業では、規模別にみると、大企業、中堅企業では増加が全く無く（各0%）、中小企業では増加が見られるが、減少もやや多くなっている（増5.4%、減73.0%）。市外本社企業（同12.5%、50.0%）では増加も多く、減少が少なく減少の影響は他の規模より少なくなっている。製品特性別には増加の割合はそれほど変わりが無いが減少は消費財産業で多くなっている。

非製造業では貿易業、卸売業、その他サービス業で若干増加するという企業も見られるが、その他サービス業を除いて減少企業が多くなっている。

現状の総収益額は売上よりも減少影響が強く「増加」は3.4%、「不変」が16.9%、「減少」が79.8%となっている。この傾向は売上と同様製造業（4.2%、15.3%、80.6%）と非製造業（2.8%、17.9%、79.2%）ではそれほど差はない。

業種、規模別の傾向は売上高と変わらない傾向を示している。

図 価格低下の現状の売上げ・収益に対する影響（業種別）



〔将来的な総売上額・総収益額への影響〕

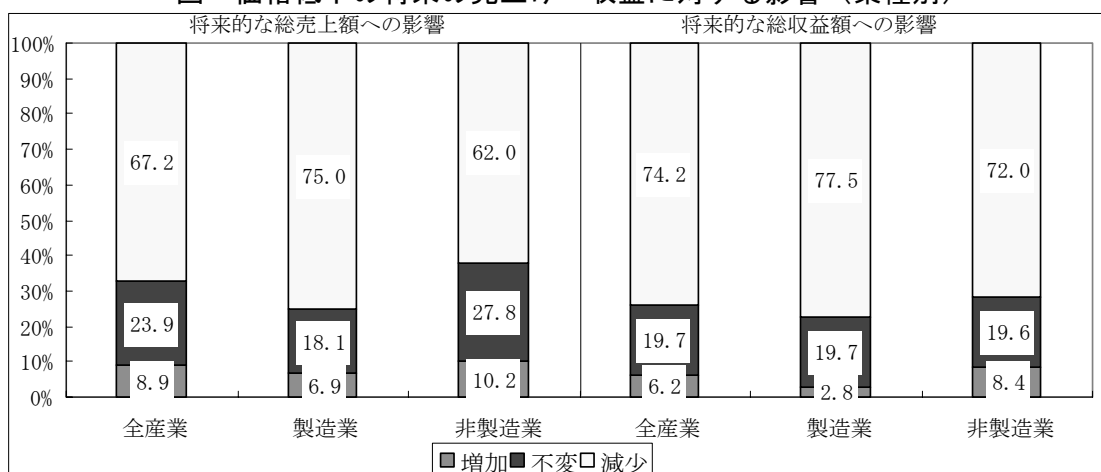
価格低下による**将来的な売上額**への影響として、「増加」は8.9%、「不変」が23.9%、「減少」が67.2%と現状よりは増加が多く、減少が少なくなっている。製造業(6.9%、18.1%、75.0%)は現状より減少が多くなっているのに対し、非製造業(10.2%、27.8%、62.0%)では増加が増え、減少が減っている。

製造業では、規模別にみると、大企業では増加と見る企業(7.7%)もいるが減少と回答した企業が現状より多くなり(69.2%→76.9%)、中小企業では逆に増加が増え(5.4%→7.9%)、減少が減った(73.0%→68.4%)が、現状ではそれほど減少がみられなかった市外本社企業では減少が大きく増えている(50.0%→80.0%)。製品特性別には現状で減少が最も多い消費財産業が一層減少が多くなっている(75.0%→92.3%)。

非製造業では特に小売業、卸売業で現状より売上が増えるという見方が多くなっている。

将来的な総収益額も売上額と同様、現状より増加予想が増えており、「増加」は6.2%、「不変」が19.7%、「減少」が74.2%となっている。総収益に関しては製造業(2.8%、19.7%、77.5%)、非製造業(8.4%、19.6%、72.0%)ともに現状より減少予想が減っている。

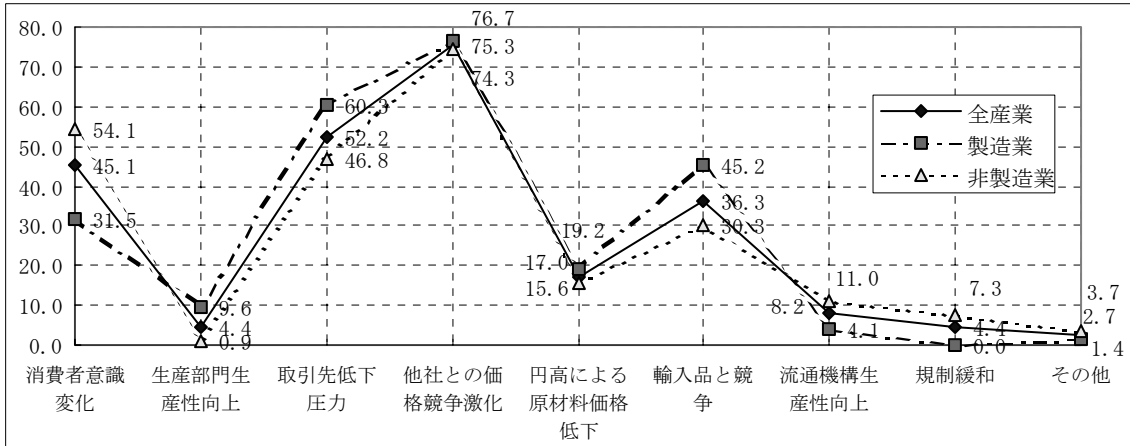
図 価格低下の将来の売上げ・収益に対する影響（業種別）



（４）価格低下の原因

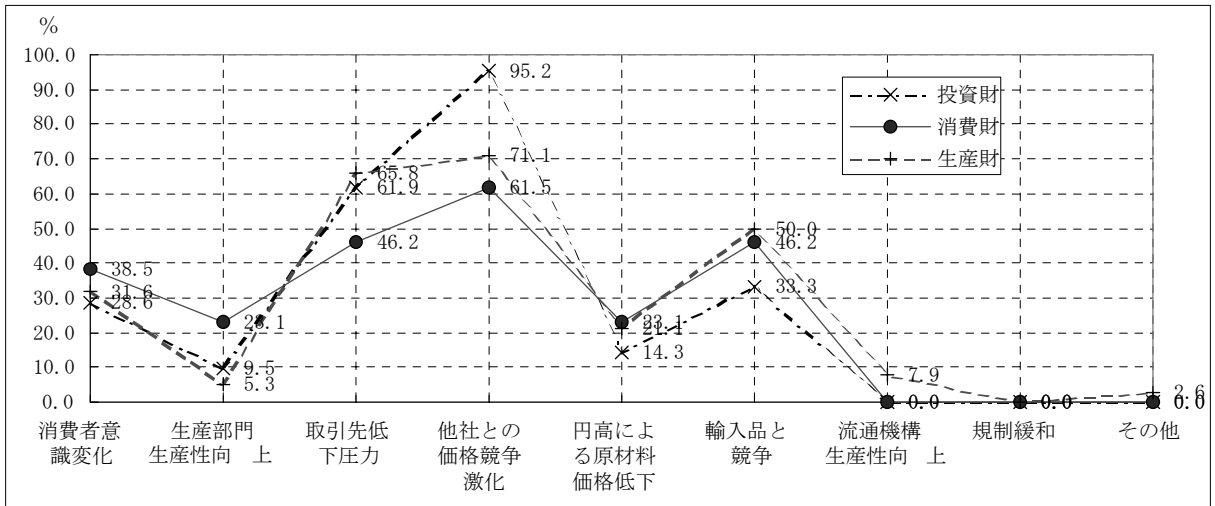
価格低下の原因としては（影響を受けている企業182社；複数回答）、「国内同業他社との価格競争の激化」が75.3%と最も多く、次いで「取引先からの価格低下圧力」(52.2%)、「消費者の意識変化」(45.1%)、「輸入品との価格競争の激化」(36.3%)、「円高による原材料価格の低下」(17.0%)の5項目が10%を超え複合的な要因で価格が低下していると判断されている。以下、「流通機構の生産性向上」(8.2%)、「製造部門の生産性の向上」(4.4%)、「規制緩和」(4.4%)となっている。

図 価格低下の原因（業種別）



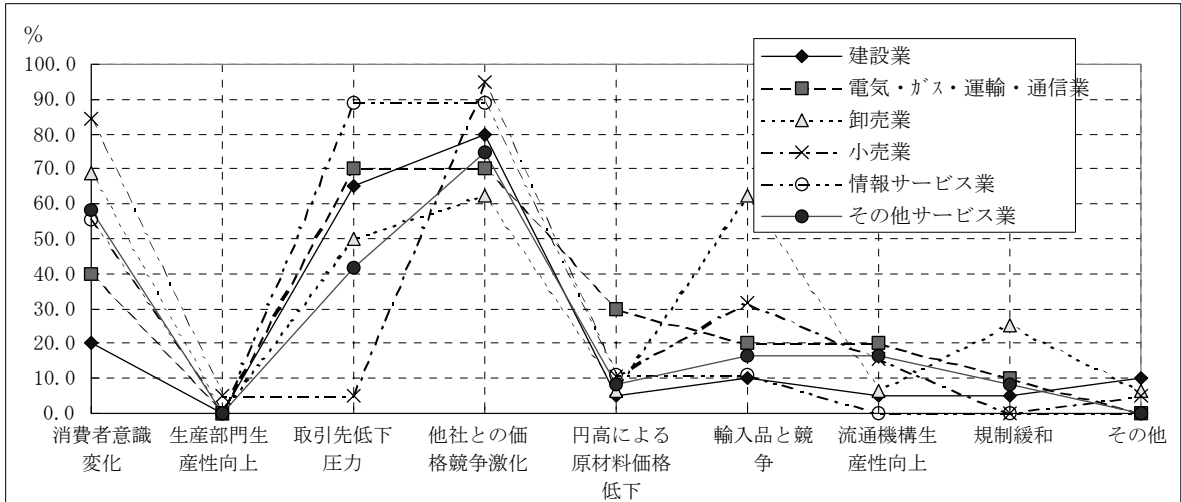
製造業では、規模別には「同業他社との価格競争の激化」は各規模で多くなっている。その他、中小企業で「取引先からの価格低下圧力」(71.1%)が多く「消費者の意識変化」(21.1%)、「円高による原材料価格低下」(10.5%)、「輸入品との価格競争激化」(36.8%)が他規模と比較すると少なくなっている。製品特性別に見ると、投資財産業では消費者の意識変化や円高による原材料安の影響は少なく、同業他社との価格競争の激化が指摘されている。消費財産業では同業他社との価格競争や取引先からの圧力は他業種と比較すると少なく、消費者の意識変化と円高による原材料安の影響に加え、生産部門の生産性向上と比較的多岐にわたっている。生産財産業では納入部品的な要素があるため、取引先からの圧力や、輸入品との競争が強くなっている。業種別にはほぼ特性別の傾向が反映されたものとなっている。

図 価格低下の原因（製造業）



非製造業では、業種別に特徴が出ており、主な業種では建設業では消費者の意識変化が少なく(20.0%)、同業他社との価格競争(80.0%)が主因であるとしている。卸売業では消費者の意識変化(68.8%)、輸入品との価格競争(62.5%)が他の業種より多くなっており、小売業では同業他社との価格競争(94.7%)と消費者意識の変化(84.2%)が多く、円高による原材料安(10.5%)はそれほど多くはない。情報サービスでは取引先からの圧力(88.9%)、同業他社との価格競争(88.9%)が多くなっている。

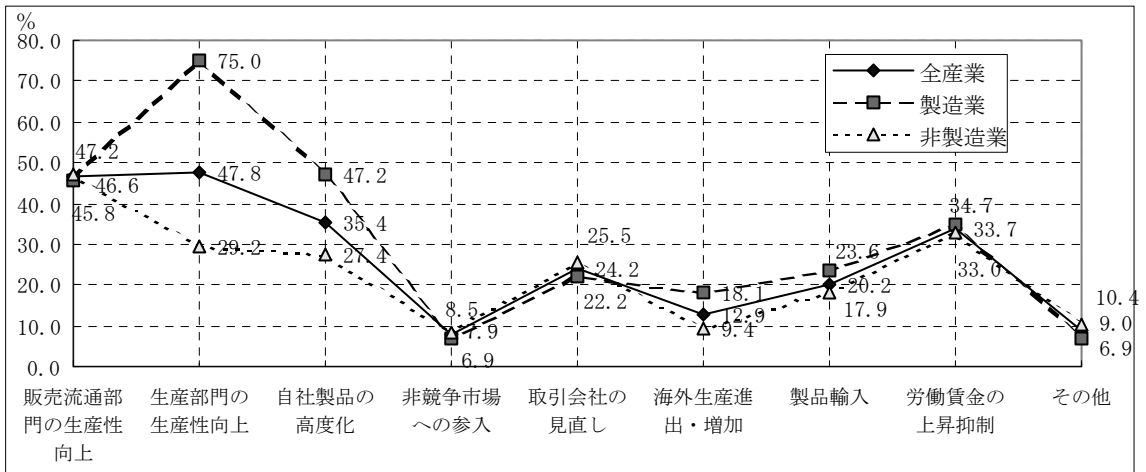
図 価格低下の原因（非製造業）



(5) 価格低下に対する対応

価格低下の影響を受けている企業（178社）の対応は、「自社の生産部門の生産性向上」（47.8%）、「自社の販売・流通部門の生産性向上」（46.6%）が4割を超え、「自社製品の高度化」（35.4%）、「労働賃金の上昇抑制」（33.7%）、「取引会社の見直し」（24.2%）、「海外からの製品輸入」（20.2%）が2割を超え多様な対応が見られ、「海外生産の進出・増加」（12.9%）、「価格競争の少ない市場への参入」（7.9%）となっている。

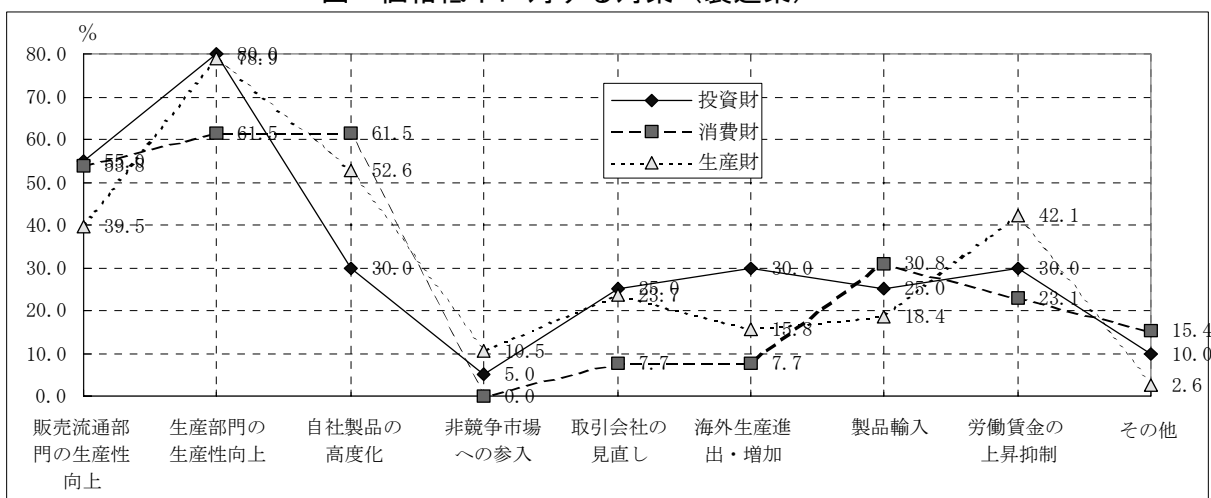
図 価格低下に対する対策（業種別）



製造業では、規模別には大企業では「生産部門の生産性向上」（92.3%）が著しく多く、「海外生産の進出・増加」（30.8%）が他規模と比較するとやや多く、逆に「取引会社の見直し」（7.7%）、「価格競争の少ない市場への参入」（0.0%）が少なくなっている。中堅企業では回答企業数が少ないが、自社製品の高度化を主とする企業（66.7%）や製品輸入（50.0%）が多くなっている。また、他規模と比較し取引会社の見直し（33.3%）が多く賃金上昇抑制（16.7%）が少ないという特徴もある。中小企業では全ての項目で10%を超えており様々な対策が取られているようであるが、中では、賃金抑制（37.8%）が他規模と比べ多いという特徴がある。市外本社企業は自社製品の高度化（37.5%）はやや少ないが、生

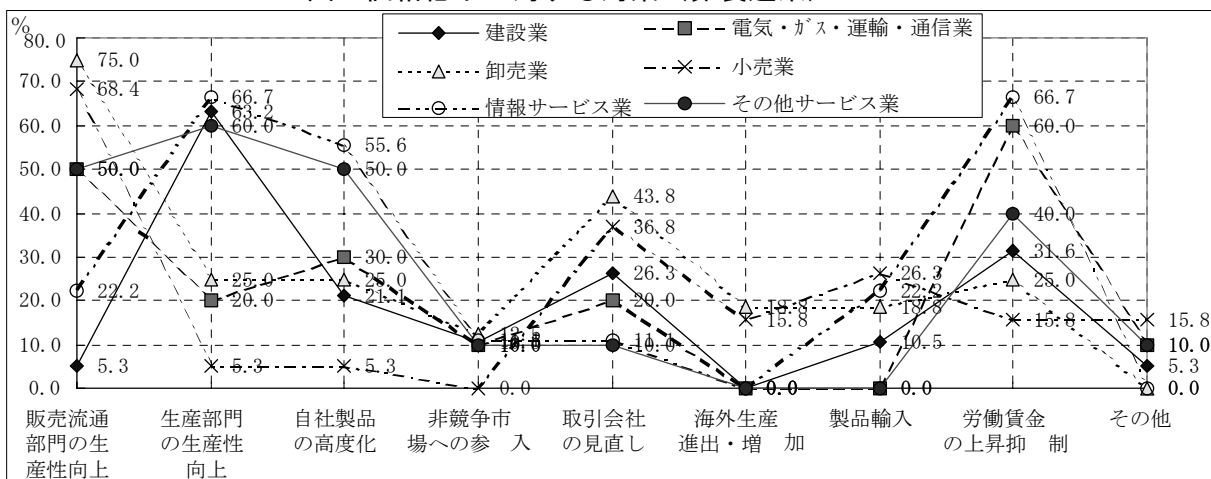
産部門の生産性向上(87.5%)は高くなっている。また、海外進出(31.3%)も比較すると多くなっている。製品特性別には投資財産業では生産部門の生産性向上(80.9%)，販売流通部門の生産性向上(55.0%)，海外進出(30.0%)が他の業種と比較するとやや多く，自社製品の高度化(30.0%)が少なくなっている。消費財産業では生産部門の生産性向上(61.5%)は他の業種と比較すると少なく，自社製品の高度化(61.5%)が多く，海外との関連では海外生産(7.7%)は少なく，製品輸入(30.8%)が多くなっている。また，賃金抑制(23.1%)も少なく他の2種とやや異なった傾向がある。生産財産業では全ての対策が10%を越えているが，中では生産性向上に関しては販売流通部門(39.5%)ではやや低く生産部門(78.9%)で高くなっている。また，製品輸入(18.4%)は少なくなっているが，賃金の上昇抑制(42.1%)はやや多くなっている。

図 価格低下に対する対策（製造業）



非製造業では，建設業が非製造業としては生産部門の生産性向上が多いが，販売流通部門の生産性向上は少ないという特徴を持っている。電気・ガス・運輸・通信業は賃金抑制，販売流通部門の生産性向上による対応が主となっている。卸売業，小売業では販売流通部門の生産性向上が主であるが，取引会社の見直し，海外生産，製品輸入が多い点や賃金上昇抑制が少ない点で共通している。情報サービス業，その他サービス業では生産部門の生産性向上，自社製品の高度化，賃金上昇抑制が多いという他の非製造業とは異なった傾向にある。

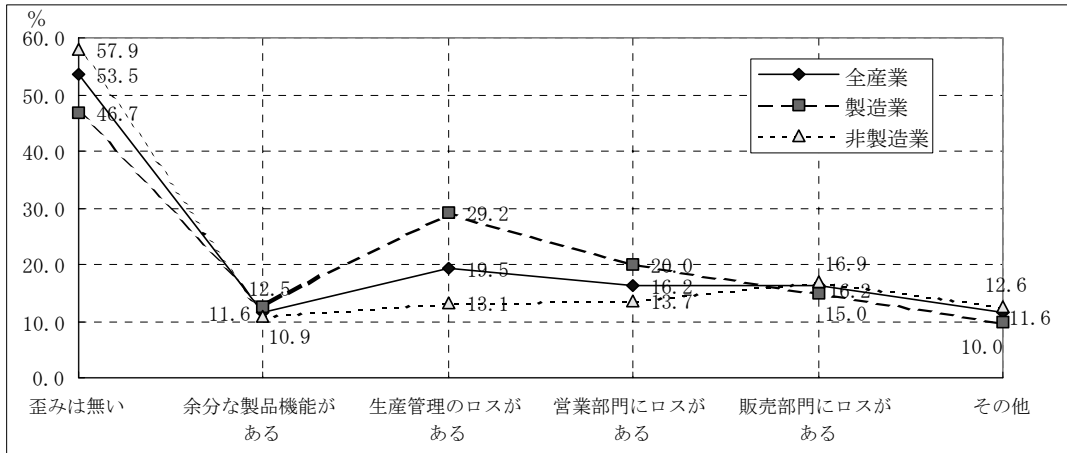
図 価格低下に対する対策（非製造業）



(6) 自社製品の価格構造の適正

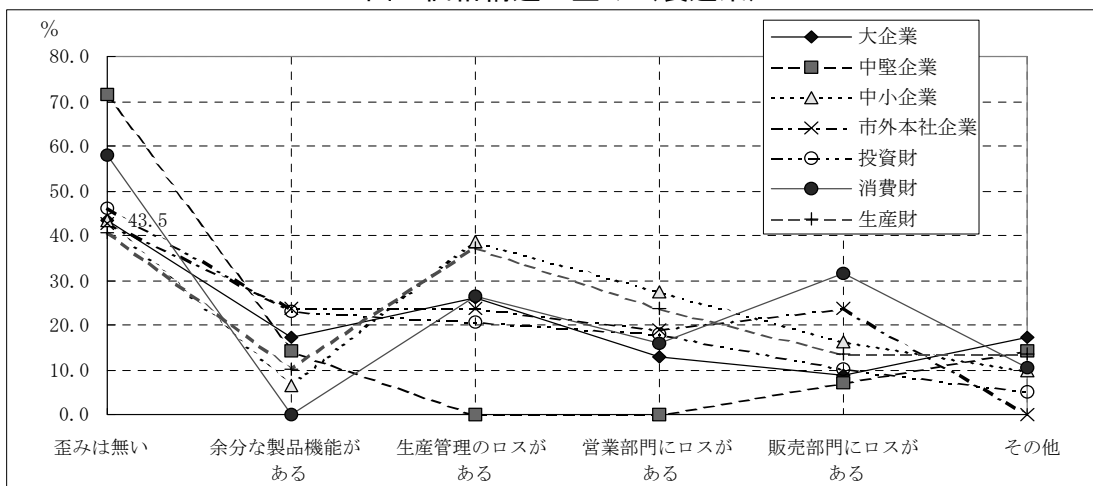
自社製品の価格構造については価格低下の影響を受けていない企業を含め303社が回答している。「価格の歪みがない」とする企業は全体の53.5%で、残りの46.5%の企業は何らかの歪みがあるとしている。最も多いのは「生産管理のロスがある」(19.5%)で、次いで「営業部門にロスがある」(16.2%)、「販売部門にロスがある」(16.2%)、「余分な製品機能がある」(11.6%)となっている。

図 価格構造の歪み（業種別）



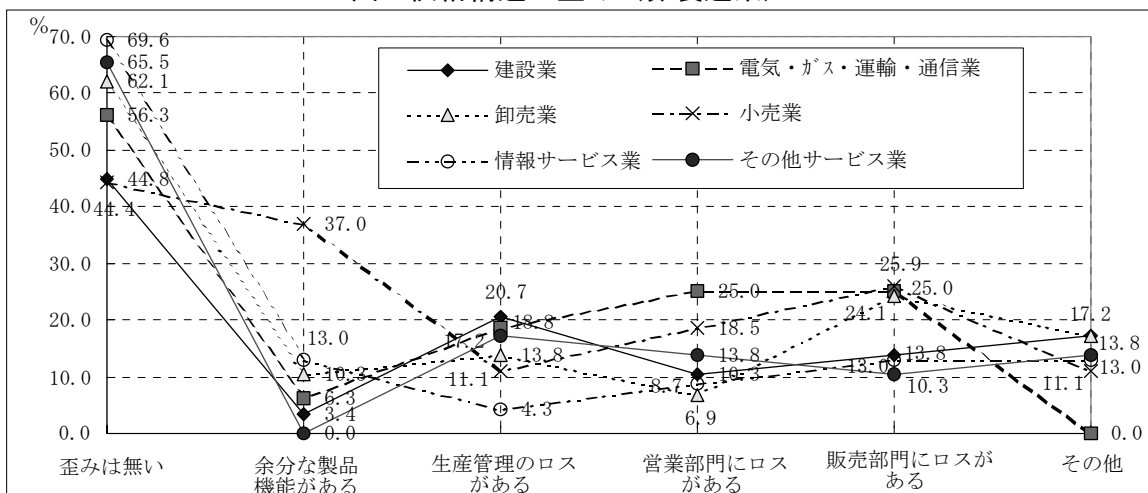
製造業では、規模別に中堅企業で歪みがないとする企業が多くなっている(71.4%)が、他の規模では過半の企業は何らかの歪みがあるとしている。大企業では余分な製品機能がある(17.4%)は若干多いが、営業部門(13.0%)、販売部門(8.7%)のロスを挙げる企業は少なくなっている。中小企業では余分な製品機能(6.5%)は少なく、生産管理(38.7%)、営業部門(27.4%)、販売部門(16.1%)のロスは他の規模より多くなっている。市外本社企業では余分な機能がある(23.8%)、販売部門にロスがある(23.8%)が多くなっている。製品特性別には投資財産業では生産管理(20.5%)、営業部門(17.9%)、販売部門(10.3%)のロスと回答した企業は少ないが、余分な製品機能がある(23.1%)と回答した企業が多くなっている。消費財産業では価格の歪みがないという企業の割合(57.9%)が多くなっているが、歪みとしては販売部門のロス(31.6%)を挙げる企業が多い。生産財は歪みがあるという企業が多く(59.3%)、生産管理部門(37.3%)と営業管理部門(23.7%)でのロスを挙げる企業が多い。

図 価格構造の歪み（製造業）



非製造業では、建設業、小売業で歪みがあるという企業が多く過半数となっており、建設業では生産管理のロス(20.7%)が、小売業では余分な製品機能(37.0%)、販売部門のロス(25.9%)を挙げる企業が多くなっている。

図 価格構造の歪み (非製造業)

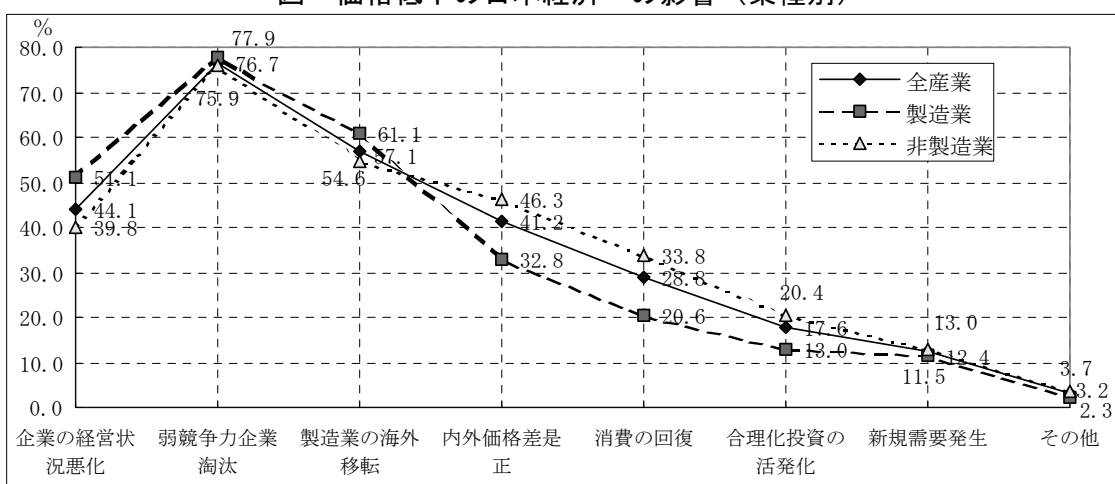


(7) 価格低下の日本経済への影響

価格低下の日本経済への影響(複数回答;回答企業347社)としては「競争力の弱い企業の淘汰」が76.7%と最も多く、次いで「製造業の海外移転」(57.1%)を半数以上の企業が挙げている。「企業の経営状況の悪化」(44.1%)、「内外価格差の是正」(41.2%)も4割を超え、「消費の回復」(28.8%)、「合理化投資の活発化」(17.6%)、「新規需要の発生」(12.4%)もある程度多く影響は多岐にわたると考えられている。

業種別に見ると、1、2位の「競争力の弱い企業の淘汰」、「製造業の海外移転」は両業種とも変わらないが、3位以下は製造業では「企業の経営状況の悪化」、「内外価格差の是正」、「消費の回復」となっているが非製造業では「内外価格差の是正」、「企業の経営状況の悪化」、「消費の回復」となっているが非製造業の方が全般的に分散されている。

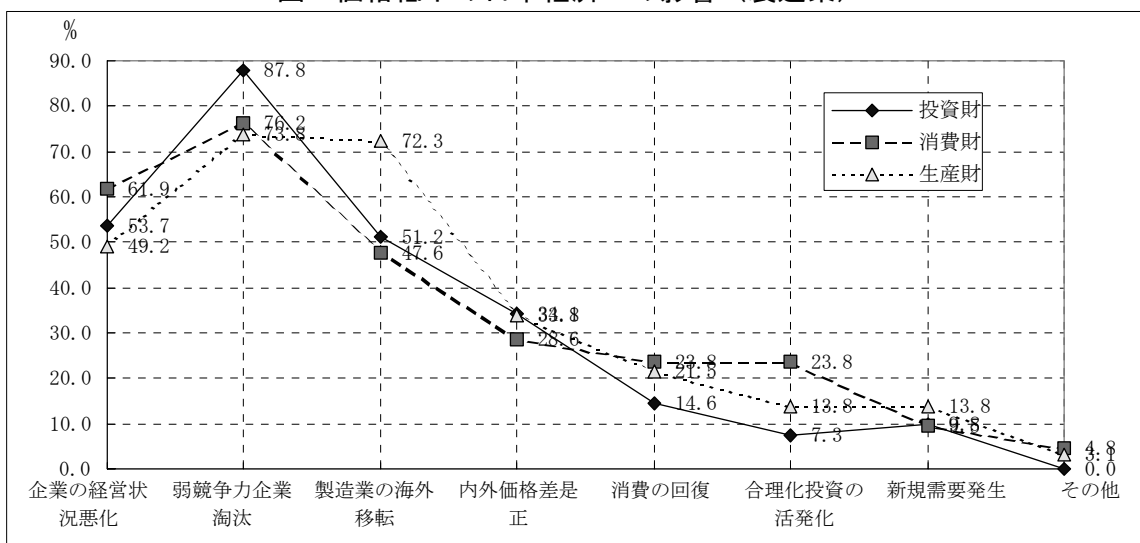
図 価格低下の日本経済への影響 (業種別)



製造業では、「弱競争力企業淘汰」は大企業(84.0%)、中堅企業(86.7%)では多く、中小(75.4%)、市外本社企業(73.1%)では比較的少なくなっている。「企業の経営状況悪化」は

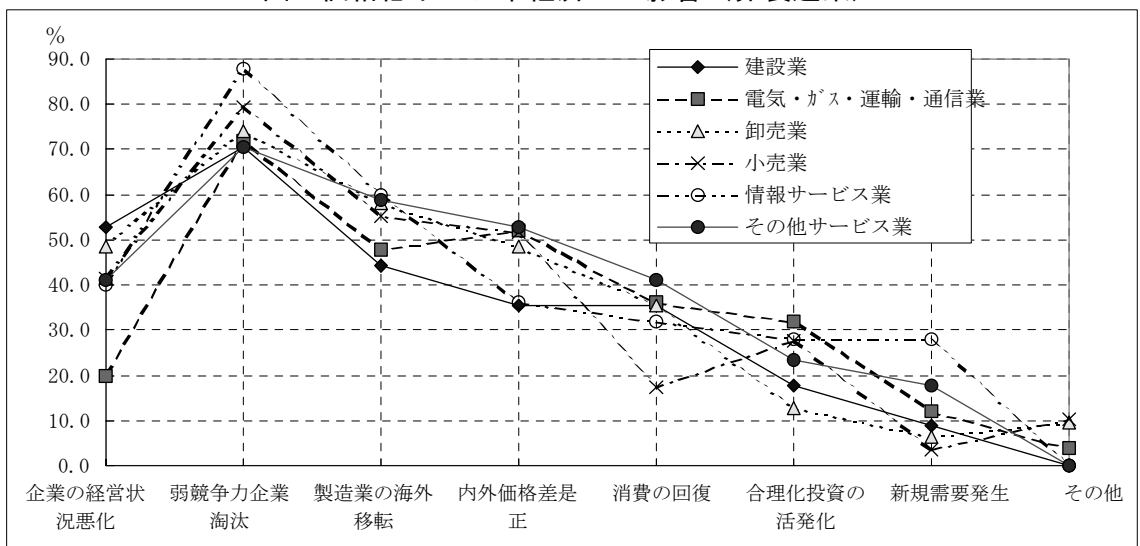
大企業では少なく(40.0%)、「製造業の海外移転」は中小企業で少ない(49.2%)。また、「合理化投資の活発化」,「新規需要発生」は大企業で少なくなっている(順に4.0%, 8.0%)。製品特性別には投資財産業で弱競争力企業の淘汰(87.8%)や企業の経営状況が悪化する(53.7%)という見方が多く,消費の回復(14.6%)や合理化投資の活発化(7.3%),新規需要の発生(9.8%)が少ないというやや消極的な見方となっている。消費財産業では企業の淘汰(76.2%)や企業の経営状況が悪化する(61.9%)という見方が多いが,製造業が海外移転する(47.6%)という企業はそれほど多くなく,消費の回復(23.8%),合理化投資の活発化(23.8%)がやや多いという点では現状に関しては悲観的であるが,見通しも感じられる。生産財産業では弱競争力企業淘汰(73.8%)や企業の経営状況悪化(49.2%)が他の業種より少ないが,製造業の海外移転(72.3%)が多いという特徴がある。

図 価格低下の日本経済への影響(製造業)



非製造業では,建設業は製造業と同傾向で企業経営の悪化(52.9%)を予想する割合が高く,内外価格差の是正(35.3%)の予想は少ない。卸売業,小売業は類似した傾向を持ち,おおよそ非製造業の特徴となっているが,小売業では消費の回復(17.2%),卸売業では合理化投資の活発化(12.9%)を予想する割合が低くなっている。

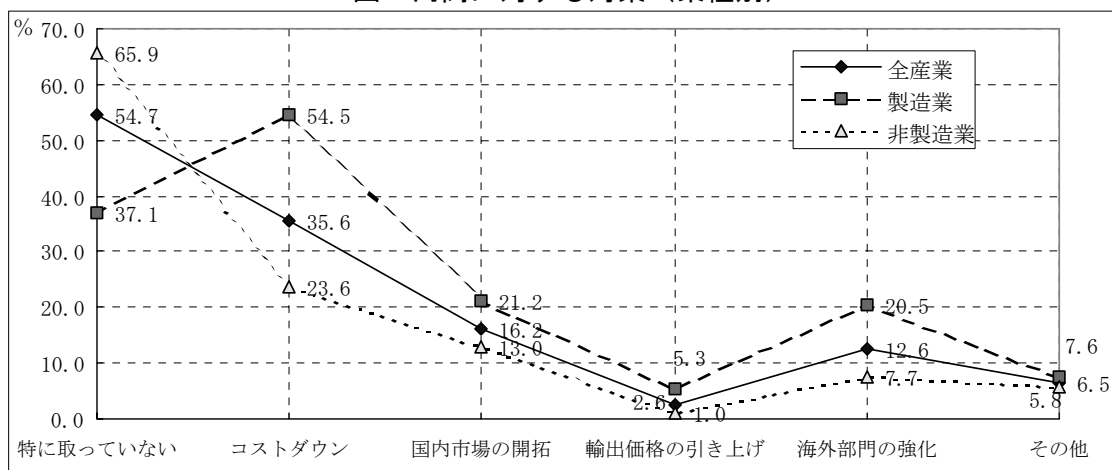
図 価格低下の日本経済への影響(非製造業)



(8) 円高に対する対応策

円高に対する対応策(回答企業；340社)としては、「特には取っていない」が54.7%となっている。平成5年7～9月期の調査では「特には取っていない」は36.7%であったが、これは5年4～6月期調査で円高の影響があると回答した49社に聞いたものであり単純に比較できないが後述のように製造業ではむしろ対応を取っている企業は増えていると考えられる。取っている対応(複数回答)としては、「コストダウン」(35.6%)が最も多く、次いで「国内市場の開拓」(16.2%)、「海外部門の強化」(12.6%)、「輸出価格の引き上げ」(2.6%)となっている。

図 円高に対する対策(業種別)

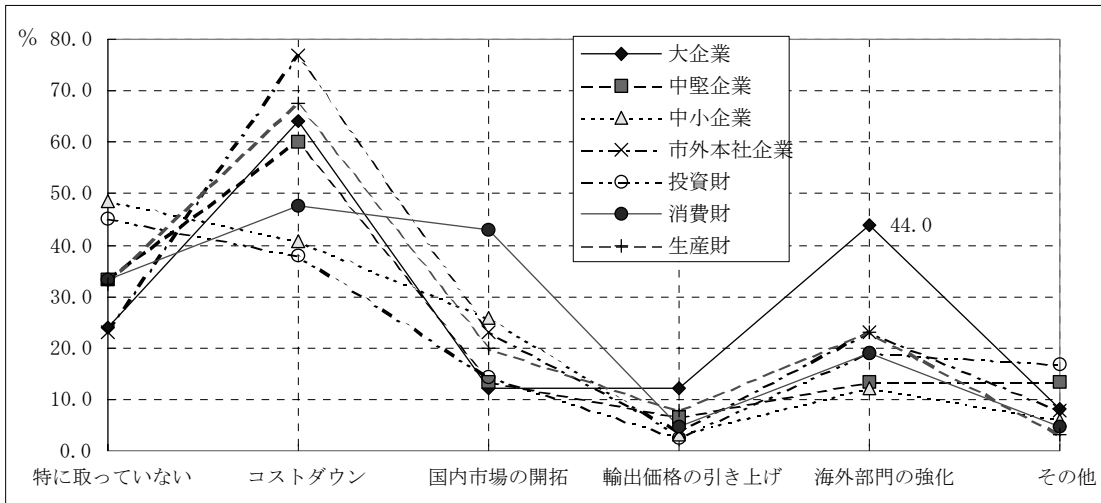


業種別には、製造業で「特には取っていない」企業が37.1%と5年7～9月期調査(36.7%)とほぼ同じである。これは前述のように前回調査が影響の強い企業を対象としたものであることを考慮すると対応を取っている企業は増加したと考えられる。対応としては「コストダウン」(今回54.5%, 前回50.0%)、「国内市場の開拓」(同21.2%, 29.4%)、「海外部門の強化」(同20.5, 2.9%)、「輸出価格の引き上げ」(同5.3%, 11.8%)となっており、「海外部門の強化」が増加し、「輸出価格の引き上げ」が減少している。非製造業では「特には取っていない」企業が65.9%とかなり多くなっている(5年7～9月期調査では非製造業に対してはほとんど聞いていない)。対策としては「コストダウン」(23.6%)、「国内市場の開拓」(13.0%)、「海外部門の強化」(7.7%)などが挙げられている。

製造業では大企業、市外本社企業で対応を取っている企業が多く、大企業ではコストダウン(64.0%)と並んで海外部門の強化(44.0%)が多く、市外本社企業ではコストダウン(76.9%)に次いで国内市場の開拓と海外部門の強化が23.1%で並んでいる。中小企業では対策を取っていない企業が多く(48.5%)、対応としてもコストダウン(40.9%)はそれほど多くなく、逆に国内市場の開拓(25.8%)が多くなっている。製品特性別みると、投資財産業では対策を取っていない企業の割合(45.2%)が他の業種より高い。消費財産業では対策を取っている企業が多く、対策としてコストダウン(47.6%)と、国内市場開拓(42.9%)が4割を越えている。生産財産業でも対策を取っている企業は多いが、対策としてはコストダウン(67.7%)が多く、国内市場の開拓(20.0%)よりも海外部門

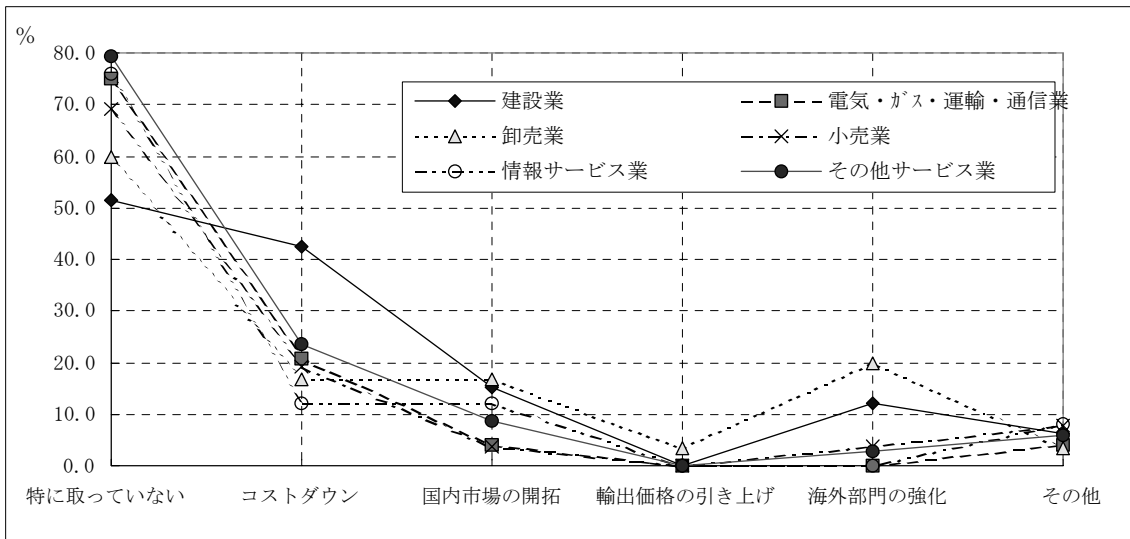
の強化(23.1%)が多くなっている。

図 円高に対する対策（製造業）



非製造業では、貿易業が対応を取っている企業が多く、対策としては国内市場の開拓(70.0%)が多く見られるが、これは円高で有利になる輸入の増強策と考えられる。また、海外部門の強化(40.0%)も多く、直接影響がある業種であることが分かる。建設業、卸売業でも比較的対策を取っている企業が多く、建設業はコストダウン(42.4%)による対策、卸売業は海外部門の強化(20.0%)が最も多くなっているのが特徴的である。小売業、情報サービス業、その他サービス業では対策を取っている企業は少なくなっており、影響自体が少ないと考えられる。

図 円高に対する対策（非製造業）



主要企業業界ヒアリング調査結果

〔建設業〕

建設業の景気は、受注残の関係で国内景気と1年半から2年程度のタイムラグがあるが、受注残の減少や経常利益の減少など、ここ2～3年は大変苦しい見込みとなっている。海外での売上げが多い企業の場合は、円高に加え、入札では激しい過当競争となり、苦しい状況が続いている。国内景気の下げ止まり感はあるが建設業の回復は遅れるだろう。

部門別では、マンションを中心に住宅関連は好調だが、供給過剰になりつつある。特に賃貸住宅では、マンションの低価格化や低金利等の影響で若年層にも購入の動きが強いため、空室が増えている。マンション1階のテナント部分は依然として不振で、入居率5割というデータもあり、さらに悪くなる見込みとなっている。民間設備投資は、売上げ先業種によっては下げ止まりともいわれているが、本格的な回復はまだ先だと思われる。

今後の対応としては、円高メリットを活かした海外調達比率アップ、量産化・規格化等低コスト化に努めることが重要となっている。また、次へのステップとして、新規分野へのチャレンジや、景気の下支えとなっている個人向け部門の検討・情報収集を行う。

(経済政策課)

〔電気・電子〕

電気業界では、景気回復の感触が実感として捉えられる状況になってきた。

荷動きでは、この猛暑の影響で季節もののエアコンが大幅な伸びを示した反面、これが白モノ(洗濯機、冷蔵庫等)、ワイド型テレビ、VTRの伸びに影響を与えた形となった。しかし、秋口からは白モノ等の新製品の発売も各メーカーで企画されており、荷動きも堅調に推移するものとみられている。

業務用AV機器関連では、相変わらず新設公共施設の需要があまり見込まれないため伸びがみられない状況にある。カーエレクトロ関連での、カーナビゲーションシステムについては、各メーカーとも好調に販売台数を伸ばしているが、低価格化傾向にありメーカー間の販売競争がより一層激化していくものとみられている。カーオーディオについては、市販部門に動きが出ているとともに、純正部門にも幾分だが動きが出てきた。移動体通信機器関連では、携帯電話機が活況を呈している。今後もこの好調は持続するものとみられている。コンピュータ端末情報機器関連は、官公庁の需要が見込め引き続き好調に推移している。

蛍光灯については、オフィス、商店などの商業施設関連での伸びが少なく引き続き低迷している。同様に、メンテナンス需要においても業務用での伸びがみられず引き続き低迷状況である。

半導体業界の景気動向は、国内では、業務用需要が4メガを中心に活況を呈しており、さらに各メーカーでは16メガの量産に向けて調整をしておき堅調に推移している。また、民生用需要も微増だが、同様に推移し始めている。国外では、依然として米国のパソコン需要をはじめ、東南アジアでのインフラの整備を含めて超繁忙状況が続いている。しかし、ここに来て、BBレシオが低落傾向をみせはじめているため、一部でその影響が来年1月～3月ごろにでるのではないかと先の先行き需要に対する警戒感がある。

(中小企業指導センター)

〔工作機械〕

平成2年度をピークに40ヶ月以上も落ち込みを続けた工作機械の受注も本年度上期に前年度下期比でプラスに転じるもようである。しかし、この要因も、トラックの過積載規制の強化に伴う一時的な生産増加に誘発されたものと好況を続ける米国等の輸出の増加に支えられたものであり、確かな景気回復の手応えとしては受け止められていない。

「機械を作る機械（マザーマシン）」といわれる工作機械の主なユーザーは、自動車、電機、精密機器業界等で、受注動向は各業界の設備投資意欲を敏感に反映している。各業界ともに、バブル期の過剰投資が尾を引いているため設備投資意欲はまだ低く、買い替え需要程度となっている。そうした中で、半導体が相変わらず好調な電機関連で活発な動きがあるが、大口ユーザーである自動車業界に動きがないため国内市場の先行きの不透明感はぬぐえない。

こうしたことから、各社ともに輸出比率が高まってきている。輸出先は米国が主力で好調であるが、今後は国内企業の進出に伴う需要増加が期待されているアジア市場が有望で、牽引力になるものと予想される。各社ともに国内販売の不振を輸出でカバーしているが、為替レートの影響や貿易摩擦の動向等の不安定な要因を抱えていること、さらに国内でも景気回復の起爆材となるものがないこと等により今後の景気動向に対して明確な展望を描けない状況となっている。

（産業開発）

〔自動車関連〕

自動車部品業界の対前年比での当初計画は、平均マイナス5%であったが、上半期では、大衆車が好調に推移したことや過積載取締強化によるトラックの生産増、輸出車種の生産増強等によって、部品メーカー各社の業績は、売上高で1～2%上方修正したところもあるが、マダラ雪状に格差が出ており、業界全体の生産増になっていないといえる。下期はゆるやかな上昇とする見方の中で、回復しても従来のような生産の伸びは期待できないとする意見が多く、各社とも経営の多角化や新製品開発など、低成長時代への新たな転換や企業体質の強化に本格的に取り組み始めている。

部品メーカーの国際化は、従来では自動車メーカーの海外生産拠点のバックアップのための進出であったが、現在は、国内自動車メーカーの低価格戦略、大幅なコストダウンの要請に対応するため、海外調達を含め真剣に検討する段階にはいっており、すでに中国進出を決定した企業も出ている。

また、塗装業界では、生産額は前年対比で10%ほど落ち、いまだ底の状況が続いている。自動車関連の落ち込みがひどく、内製化の影響も少なくないようである。カラオケ、ナビゲーションなどの電機関連の仕事は増えているが、単発で取引量は少ない。

取引単位が次第に小規模のものが増えているため、運賃コストの上昇が無視できないものとなっており、各種の輸送方法や効率化など検討しているところもある。

量産品を得意とする企業では、空洞化にもっとも恐れをもっており、情報収集や海外事業の方策の研究を行っている。

（産業振興課）

〔繊維・スカーフ関連〕

服地は10月に入って来年の春物のプリントが出てきているが、本格的な回復基調にあるかどうか

かはまだわからないが、東京の商社などでは、アパレル業界からプリント服地に対して手ごたえが感じられるといった話もでてきている。国産のスカーフは小サイズ（24×22 インチ）のものに動きがあり、数量的には落ちていないものの、低価格の商品が中心となっており、利益には結びついてこない。また、スーパーなどでは、円高を利用して中国や韓国からのノーブランドの輸入物が 2000～3000 円で売られている。ハンカチは、底を打ったといわれながら、依然として低迷が続いている。

（中小企業指導センター）

〔運輸・倉庫〕

運輸業については、全般的に各業種とも収益増加の傾向はみられず前期同様横ばいで推移し、業況としての変化はない。

海運業では、今夏の猛暑により火力発電所等での重油利用が増加したことや渇水による工業用水輸送が増加したこと等により若干上昇した。しかし、運賃値下げの影響により収益については横ばいの状況である。鉄道は、通勤客等については横ばい状況であり、また猛暑の影響により行楽地へ向かう乗降客数の大幅な増加があまり見られなかった。陸運業では、飲料品関連で伸びがみられるものの、海運業と同じように物流コストが抑えられていることから、期待するほどの収益増には結びついていない。円高による影響については、全般的にほとんど影響を受けていない状況である。

横浜の倉庫業全体の今夏の状況は、8月の入庫高、入庫残高ともに春（4月）と比較して若干増加しており、マインドとしては若干上向き気味の横ばいといったところだが、回復の実感を持つまでには至っていない。

今夏は猛暑の影響により、エアコンや輸入飲料品、飲料関連品などの季節的商品の取扱いが多かったが、輸入品の取扱い増には円高や商品の低価格化などの影響も大きいようで、季節品以外にも製品や半製品の形での輸入品の増加が普通倉庫、冷蔵倉庫に共通した倉庫業界の特徴となっている。

円高に伴う輸入の増加については、輸入取扱い（手続き）業務が堅調であることや、食料品については原料以外に輸入規制を踏まえた製品や半製品といった形での輸入が増加していることなどからもうかがえるが、製品などの輸入が増加することによって、業界としてもこれまでの単なるストックポイントから、多品種、小ロット、荷動きの多頻度化にいかにか低コストで対応できるかといったフローとしての考え方を持って対応していくことが大切になってくるであろう。

過積載の取締強化で輸送コストが増加した影響からか、流通経費削減の動きが倉庫業界に影響を及ぼして、一部では値下げ圧力が再び強まってきているなど、今後については今だ不透明な部分もあって、元来景気の変動に対して遅行して動くという業界でもあり、あまり急激な回復は期待できない。

（経済政策課）

〔卸・貿易業〕

業界の景気の動向については、回復の兆しがみえず、まだまだ先行き不透明な状況は続くものとみられており、本格的な回復は来年春以降になるものと思われる。

円高の進行も1ドル100円から90円台になり、輸出主導の企業ではいよいよストラが激しく

行われていくと思われる。また、商品単価の低価格化の影響による収益減に対する解決策として、海外への依存度を強めざるを得ない状況となってきている。しかし、消費者のニーズが多様化してきており、短期サイクルの商品展開が必要で海外で生産するには難しいという側面もある。

今年の猛暑の影響については、夏物商品の一部において好調なものもあったが、衣料などでは単価の高い秋物重衣料への移行が遅れる結果ともなった。

(国際経済)

〔大型小売店〕

7月は減税、猛暑により一時的に持ち直しの動きもみられたが、その後は反動減の影響もでて動きが鈍くなった。客単価は引き続き下落する傾向にあるが、来店客数は増加してきており、売上高は底離れの基調が続いている。

百貨店は、31か月連続して売上高前年割れの状態が続いている。7月は贈答需要、法人需要が不振であったが、減税効果に猛暑があいまって夏物衣料、エアコン等が好調で、下げ幅が縮小した。しかし、8、9月はその反動減と残暑による秋物衣料の出遅れから下げ幅が再び広がった。

スーパー業界は、売上高が前年水準を上回っている。特に7月は猛暑に減税が重なって売上を伸ばした。その後の反動減はあるものの、予想された程の大きさではないもよう。こうした中で、大店法の運用基準の緩和を受けて実施された営業日数の増加(百貨店、スーパー)、営業時間の延長(スーパー)が、売上の底上げに寄与している。

消費者の低価格志向に対し、百貨店、スーパーとも、低価格商品の独自開発や、すそ値商品の品ぞろえ強化等で顧客ニーズに応える一方、収益確保に向けて仕入れ先の集約、人件費・事務費・物流経費等のコスト削減を図っている。このほか百貨店では派遣店員に依存しない自主販売の拡大にも取り組んでいる。さらに、円高に対応して、輸入品の値下げによる差益還元、海外拠点の設置による商品の開拓、開発輸入に積極的に取り組んでいる。

(産業立地)

〔不動産〕

オフィス関連では、依然供給過剰が継続するとともに、今後数年の需要回復の基調は見られない見通しとなっている。全体として空室率の上昇がようやく落ち着いてきた中で、横浜駅周辺はさらに高率更新傾向が続いている。賃料の値引きは企業のリストラに伴う需要全体のパイの縮小に比例して急速に進みつつある。ビルのグレードなどによる選別があるなど供給過剰はビル供給者の経営悪化を招きつつある。

マンション関連では、一次取得者を中心とした好調な需要がみられる。需要の継続性と売れ残り危機感とで価格として練れているというのが業界の感触である。今後の見通しとして、金融公庫の限度額が8割に落ちたことによる心配もあるが、楽観的な見通しで、今後高原状態を維持するものと思われる。マンション住宅関連では、建築基準法等の諸規制によりなかなか低価格化を図れない状況で、他産業からの新規参入等に期待がかかる。

商業テナントでは、テナント状況をみると来客数は増えているが購入単価が落ちていることから1年余り前年同月比でマイナス状況となっていた。薬、宝石、パンなどの業種は元気で出店意欲も高いが、紳士もの、食料品が厳しくなっている。現行の状況では出店が厳しい状況となっているともろもあり、今後、郊外型大型店や価格破壊などがどのような影響を引き起こすか検討が必要となっている。

(経済政策課)

〔情報サービス〕

情報サービス産業の動向をみると、景気は底打ち（軟着陸）後の回復期に向かいつつあるといったところである。ユーザー別の受注状況を見ると、設備投資が本格化していないので、メーカーからのいわゆる大口受注はほとんどなく、金融機関（銀行）からのシステム拡大に伴う受注がようやく増えてきつつあるといったところである。今後、情報設備投資は、産業全体の景気の回復を待って徐々に上向くであろう。

パソコンの性能は日進月歩に向上し、大型コンピューターとの格差を縮めている。また、外国の安い製品にひきづられて国内でも激しい値引き競争が行われている。ソフトも低価格化の傾向にある。今後もしばらくはこの状態が継続し、価格破壊は続くものと思われる。なお、今後はマルチメディア関連の需要を見込んで対応していく必要がある。

（経済政策課）

〔ホテル・コンベンション〕

市内主要ホテルの今期の稼働率は、大型コンベンションの開催や天候に恵まれ観光客が増加したことにより、前年に比べ比較的好調に推移した。秋口にかけても、個人客やビジネス客の需要が動き始めており予約状況は順調に推移している。一部弱気な見方もあるが、景気の底入感が出てきたとの判断が強い。なお、年末にかけての料金は据置き、プランもので対応する様子で、ホテル需要の回復がみられるものの料金改訂まで強気になれないのが実情のようだ。

市内の大規模貸ホールの稼働については、今期、一時期に主催者側の事情により落ち込んだものの対前年同期比では伸び、好調であった。来期の予約状況も順調のため、本年1年間の稼働率は、60%位を確保できる見通しである。ただ売上では前年より落ち込みがみられ、物販ものも依然として低調だが、企業の大会などの予約が入って来ており、景気の底入感が出てきたようだ。

コンベンション関連業種の市内展示・装飾業の今期の営業実績は、当期の計画目標を下回ったようだ。また、来期の受注状況も1年間の目標を確保するにはかなり厳しい状況で、事業計画の見直しも迫られている。業界内での受注の動きは、企業の持つ企画・デザイン力などの専門的な技術力や運営ノウハウへの評価が軽視される中、新たな業務の発生が少なく、既存の業務に対する受注競争が激しくなっている。従って地元でのイベントの創出にける期待は一段と高まっている。

パシフィコ横浜の今期（7～9月）の稼働状況は、会議センターは対前年同期と比べて伸び、好調な稼働率を確保したが、展示ホールは同期比では、若干落ち込んでいる。今年度の会議センターの上期の業績は、大規模な国際会議が入ったため順調で、上期・下期を通じた年間では、昨年実績を上回る模様。

なお、下期から来年にかけての動きとして、会議・展示などの予約状況は順調との見通しだが、展示物による企業の広告宣伝活動はまだ活発化するまでには至っておらず、景気回復は目にみえてこない。今後も企業の大型コンベンション開催を目指し、セールス活動を今以上に強化したい意向だ。

（観光コンベンション課）

〔コミュニティ産業〕

生協は売上が伸び悩み、依然として厳しい状況が続いている。消費動向についても悲観的であ

り、しばらくの間は売上高の上昇は期待できないとの見方をしている。特に店舗部門は伸び悩み、競合する他業態の商品の低価格化の影響を受けており、商品構成の見直しや販売促進に努めている。店舗部門、共同購入部門ともに売上の伸び悩みから利益も落ちこんでいる。全体的にコスト見直しやリストラを進めているが、コスト削減については、よりよい暮らしを実現する一環としての低価格商品開発を目指している。猛暑の影響については、冷凍品・牛乳・アイスクリーム等の食品類の販売にはプラスとなったが、反面、野菜類の販売には高値・品薄となり悪影響が出た。全体としては、猛暑は生協にはややマイナスだった。

ワーカーズ・コレクティブは、惣菜部門、仕出し部門等には、大きな落ちこみはないが、スナック部門は、厳しい状況であり、営業コンセプトの見直し等が課題となってきた。猛暑については、客足を鈍らすなど悪影響が出た。

(消費経済課)

〔生涯学習関連〕

比較的景気の影響を受けにくい業種といわれていたが、趣味の多様化等の要因もあり、今回の不況が業界全体に与える影響は大きいようだ。そのため、いずれの企業も利用料金等の据置きを余儀なくされているが、会員数の増加につながらないため、人件費や賃借料等を節減することにより、利益の確保を図っている。利用料金等の引下げを考えている企業は少なく、むしろ需要の多いサービスを提供することにより、利益をあげようとする傾向が強い。

他産業においては、景気回復の見通しを持っているところもあるようだが、当業種では現在も減収減益が続いているところが多く、まだ景気の低迷期を脱していないようだ。日本経済は景気の底を脱したとされているが、景気回復局面における家計での娯楽教養費の支出は、反応が遅いとされているせいか、業界全体としては、業績の回復はまだ先との認識である。

教育産業では、経営には景気より、高校卒業生数の影響が大きいと、企業内におけるリストラ等により、企業の採用意欲が回復していないため、卒業生の企業内定状況が悪く、学校側は、卒業見込み生の進路確保に苦慮しているようだ。

(経済政策課)

〔レジャー産業〕

近隣レジャー施設の入場者数については、今夏の猛暑という天候要因をうけて、昨期に比較して若干持ち直してきている。特に、プールを持っているレジャー施設については、昨年比で大幅な増となった。

しかし、消費単価については相変わらず厳しいものがあり、消費者のレジャー関連への消費を手控えている傾向は相変わらず続いている。

景気回復の先行きが不透明な中で、大規模な設備投資は手控え、消費者の安・近・短のニーズに対応する商品・企画の開発に力を入れている。その一方で、大口の需要の開拓にむけての販売促進活動の強化にも力を入れている。

旅行業界についても、消費者の安・近・短のニーズ及び消費単価の低下に対応した商品開発に力をいれると同時に、特に大手旅行業界では、将来の消費者のニーズの先取り及び景気回復をにらんだ中・長期的な潜在需要動向の発掘に力を入れている予定でいる。

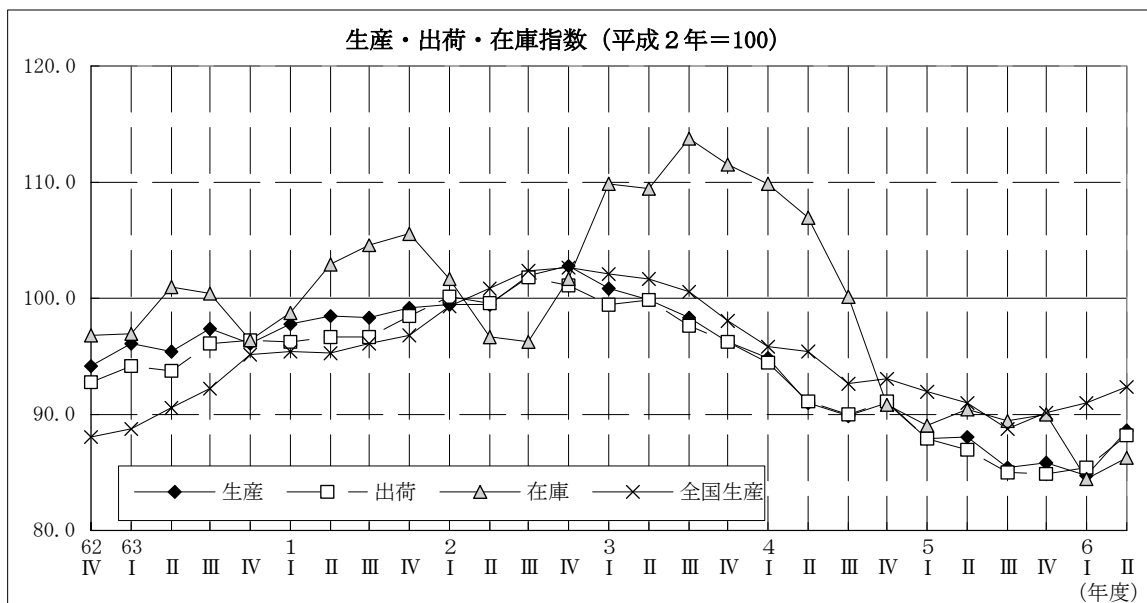
(観光コンベンション課)

※ ()内はヒアリング担当部署

横浜市主要経済指標の動き

1. 生産・出荷・在庫指数（通商産業省，神奈川県企画部統計課）

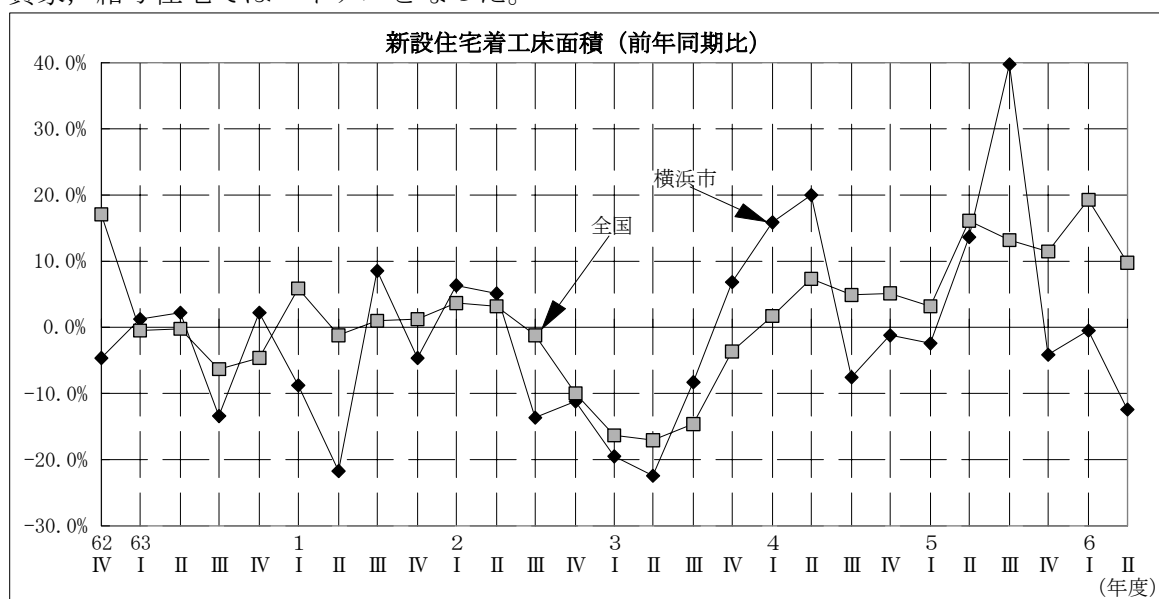
今期は，8月の数値が生産・出荷指数ともに平成5年3月並みの数値に戻ったことにより，前期比でわずかながらも上昇がみられた。業種別にみると，電機，金属製品，食料品・たばこ等が好調に推移している。



注) 平成6年度第II四半期の数値は7，8月の数値をもとに作成したもの。

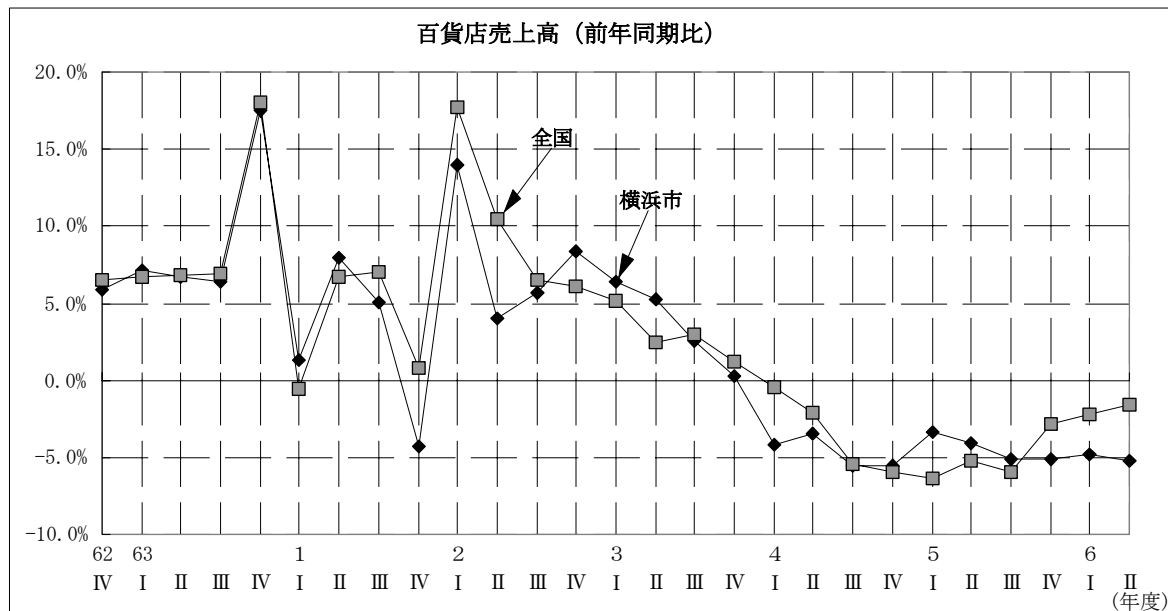
2. 新設住宅着工床面積（建設省）

今期の新設住宅の動向をみると，前年同月比で7月-10.0%，8月-22.3%となり3期連続のマイナスとなった。利用関係別にみるとマンション販売の好調な分譲住宅でやや上昇したものの，持家，貸家，給与住宅ではマイナスとなった。



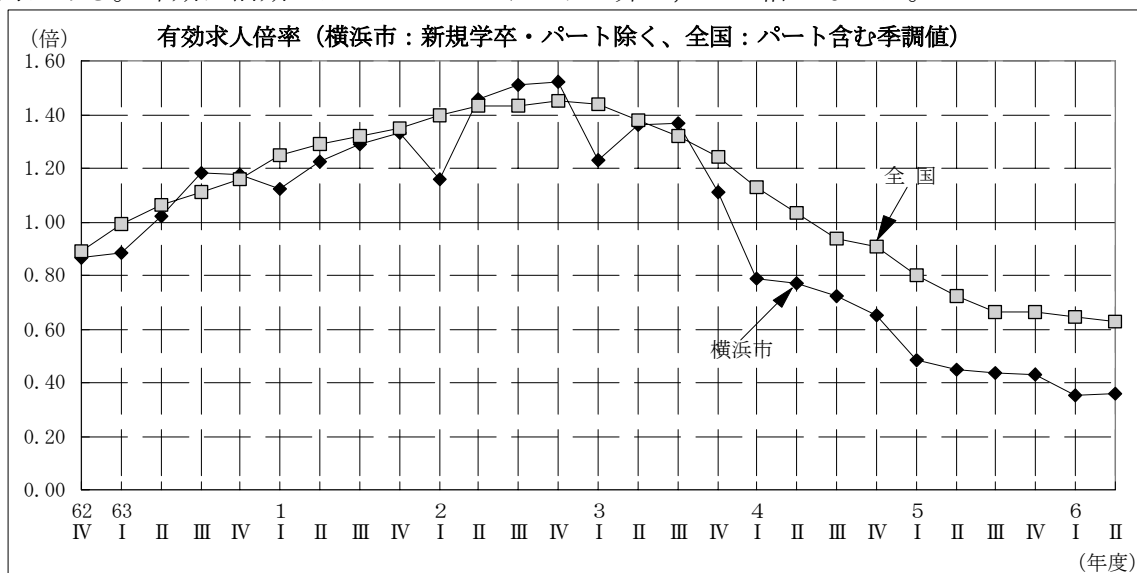
3. 百貨店売上高（百貨店協会）

市内の百貨店の売上は8月、9月と連続して減少幅が拡大し、今期は-5.2%となった。品目別にみると、婦人服は猛暑などの影響で7月は前年同月比でプラスとなっており、また食堂・喫茶も7月と9月が前年同月比でプラスとなった。前年同期割れの大きいものとしては、家具、家電、紳士服などが挙げられる。



4. 有効求人倍率（労働省、神奈川県労働部職業対策課）

市内の有効求人倍率は今年の5月に最低（0.35倍）を記録して以来、徐々にではあるものの上昇傾向にある。今期は前期と比べて0.01ポイント上昇し、0.36倍となった。



注) 平成6年度第II四半期の数値は7、8月の数値をもとに作成したもの。