

REPORT I

長期化するデフレ経済下の企業経営

- ニッセイ景況アンケート 2002年2月調査結果 -

経済調査部門 小本 恵照

1. はじめに

消費者物価が1999年から3年連続で下落し、2002年に入っても下げ止まりの傾向はみられないなど、デフレ現象が依然として続いている。デフレの進行は、企業にとっては仕入価格の低下などのメリットを持つ反面、販売価格の下落、人件費負担の増大、実質支払金利の上昇といったデメリットを有しており、企業経営に大きな影響を与えている。

日本生命とニッセイ基礎研究所では、今年1月中旬から2月末にかけて、「ニッセイ景況アンケート調査」(全国3,361社から回答)を実施し、デフレ経済に対する企業の見方を調べてみた。

それによると、8割を超える企業が自社の販売単価が下落していると回答し、デフレが企業にとってマイナス効果を持っていると判断している。デフレの今後の見通しについては、37%の企業が今後3年以上続くと回答するなど、デフレが長期化するという悲観的な見方が多い。販売単価下落の原因としては、国内他社との競争を挙げる企業が5割を超え、3割の企業は需要の落ち込みを指摘している。デフレへの対策としては、仕入れコストの削減、製品・サービスの高付加価値化、人件費の削減などを挙げる企業が多い。

2. 8割を超える企業が販売単価が下落していると回答

自社の製品・サービスの販売単価について、「下落傾向にある」とする企業(81.0%)が「下落傾向にない」とする企業(17.9%)を大きく上回った(図表-1)。

図表-1 販売単価の動向

		(構成比: %)	
		下落傾向にある	下落傾向にない
全産業		81.0	17.9
特徴的な業種	非鉄金属・金属製品	93.3	6.7
	一般機械・精密	87.8	11.0
	電気機械	92.3	7.7
	建設・設備工事	88.1	10.4
	個人向けサービス	62.7	37.3
規模別	電気・ガス・水道	53.7	41.5
	大企業	83.6	15.1
	中堅企業	80.6	18.0
	中小企業	81.0	18.3

(注) 若干の無回答のため合計は100とならない。

業種別にみると、「下落傾向にある」とする企業の割合が、非鉄金属・金属製品(93.3%)、電気機械(92.3%)、建設・設備工事(88.1%)、一般機械・精密(87.8%)などで特に高くなっている。電気・ガス・水道(53.7%)、個人向けサービス(62.7%)などでは「下落傾向にある」とする企業の割合が比較的低くなっている。規模別では明確な傾向は見られないものの、「下落傾向にある」とする企業の割合が大企業(83.6%)

図表 - 2 販売単価下落の原因

(構成比：%)

		国内他社との競合	需要の落ち込み	安価な外国製品の流入	電子商取引など流通革新	その他
全産業		54.0	30.3	9.5	0.5	5.6
特徴的な業種	繊維・衣服	13.9	25.0	61.1	0.0	0.0
	鉄鋼	38.1	40.5	9.5	0.0	11.9
	食品	68.9	17.0	9.6	0.0	4.4
	通信	64.7	23.5	0.0	0.0	5.9
	不動産	32.4	48.6	2.7	0.0	16.2
	個人サービス	63.5	26.9	0.0	0.0	9.6
	電気・ガス・水道	77.3	4.5	0.0	0.0	18.2
規模別	大企業	58.8	27.8	6.2	1.5	5.7
	中堅企業	54.0	29.4	9.6	0.3	6.5
	中小企業	53.4	30.8	9.8	0.5	5.3

(注) 若干の無回答のため合計は100とならない。

に対し、中堅企業(80.6%)、中小企業(81.0%)と、大企業に販売単価の下落を感じている企業がやや多い。

3. 販売単価下落の原因の過半を占める「国内他社との競合」

販売単価が下落している原因として、「国内他社との競合」を挙げる企業(54.0%)が最も多く、「需要の落ち込み」30.3%がこれに続く。「安価な外国製品の流入」9.5%、「電子商取引など流通革新」0.5%を挙げる企業は少数に止まる(図表 - 2)。

業種別にみると「需要の落ち込み」を挙げる企業の割合が不動産(48.6%)、鉄鋼(40.5%)で高

いのははじめ、「国内他社との競合」では電気・ガス・水道(77.3%)、食品(68.9%)、通信(64.7%)、個人サービス(63.5%)などが高くなっている。繊維・衣服では「安価な外国製品の流入」を挙げる企業(61.1%)が多くなっている。

規模別の明確な傾向は見られないものの、「国内他社との競合」を挙げる企業の割合は規模の大きい企業ほど高く、逆に「需要の落ち込み」、「安価な外国製品の流入」を挙げる企業の割合は、規模が小さいほど多い。「電子商取引など流通革新」を挙げる企業は少ないが、その中で大企業(1.5%)は相対的に高い割合となっている。

図表 - 3 販売単価下落に関する今後の見通し

(構成比：%)

		今後3年以上続く	3年以内に収まる	2年以内に収まる	1年以内に収まる	半年以内に収まる	既に底打ち感が出つつある
全産業		36.7	20.1	26.8	10.0	0.8	3.7
特徴的な業種	繊維・衣服	58.3	5.6	25.0	8.3	0.0	2.8
	鉄鋼	14.3	21.4	26.2	33.3	2.4	0.0
	食品	26.7	22.2	26.7	11.1	0.7	5.9
	電気機械	42.6	14.8	27.2	9.5	1.2	4.1
	輸送用機器	52.6	25.0	17.2	2.6	0.0	1.7
	不動産	54.1	21.6	21.6	2.7	0.0	0.0
	飲食	21.2	24.2	21.2	18.2	3.0	12.1
規模別	大企業	39.7	16.5	25.3	11.3	1.0	2.1
	中堅企業	36.5	19.8	25.3	10.5	1.0	5.2
	中小企業	36.4	20.6	27.5	9.7	0.7	3.3

(注) 若干の無回答のため合計は100とならない。

4. 37%の企業が今後3年以上デフレが続くと予想

デフレ傾向の今後の見通しについては、「今後3年以上続く」36.7%とする企業の割合が最も多く、「2年以内に収まる」26.8%、「3年以内に収まる」20.1%がこれに続く（前ページ、図表 - 3）。「1年以内に収まる」10.0%、「半年以内に収まる」0.8%、「既に底打ち感が出つつある」3.7%など、デフレ傾向が短期間で収束するとの見方は少数に止まる。

業種別では「今後3年以上続く」とする企業の割合が、繊維・衣服(58.3%)、不動産(54.1%)、輸送用機器(52.6%)で過半を占める一方、鉄鋼(14.3%)、飲食(21.2%)、食品(26.7%)などでは少なくなっている。

5. 8割以上の企業がデフレをマイナスと捉える

デフレが企業経営に与える影響については、「どちらかといえばマイナス」46.1%が最も多く、「マイナス」34.1%とあわせると8割以上の企業がデフレによってマイナスの影響を受けてとしている（図表 - 4）。

業種別では「どちらかといえばマイナス」、「マイナス」の合計が鉱業・石油・窯業・土石(91.4%)、家具・装備品・木製品(90.5%)、織

維・衣服(89.6%)、非鉄金属・金属製品(86.5%)などでは高く、電気・ガス・水道(41.5%)、金融(62.0%)、情報サービス(66.2%)などの業種では比較的低い割合となっている。

6. デフレはプラスとする企業の約6割が「仕入れコストの低下」によるメリットを指摘

デフレが経営にプラスに作用するとした企業にその理由を尋ねると、「原材料などの仕入れコストの低下」を挙げる企業の割合(59.4%)が最も多く、「低価格化による需要増」28.7%、「名目金利の低下」19.8%、「不動産価格・賃料の低下」17.8%、「新規採用時の人件費の低下」17.8%がこれに続く（次ページ、図表 - 5）。

業種別でみると、「低価格化による需要増」を挙げた企業の割合がサービス業(42.9%)が高く、「原材料などの仕入れコストの低下」で加工型製造業(85.7%)が高い。「不動産価格・賃料の低下」については非製造業(22.4%)が、「新規採用時の人件費の低下」ではサービス業(21.4%)、「名目金利の低下」では素材型製造業(27.3%)が相対的に高い割合となっている。

規模別では「原材料などの仕入れコストの低下」を挙げる企業の割合が大企業(33.3%)では低いのに対し、中堅企業(63.3%)、中小企業

図表 - 4 デフレの企業経営に対する影響

		プラス	どちらかといえばプラス	どちらでもない	どちらかといえばマイナス	マイナス
全産業		0.4	2.6	15.8	46.1	34.1
特徴的な業種	鉱業・石油・窯業・土石	0.0	4.3	4.3	50.0	41.4
	繊維・衣服	0.0	2.1	8.3	33.3	56.3
	非鉄金属・金属製品	0.0	3.0	9.7	50.7	35.8
	家具・装備品・木製品	0.0	9.5	0.0	52.4	38.1
	情報サービス	1.3	3.9	27.3	50.6	15.6
	金融	0.0	10.3	27.6	44.8	17.2
	電気・ガス・水道	0.0	7.3	43.9	24.4	17.1
規模別	大企業	0.9	3.0	12.9	50.0	31.9
	中堅企業	0.4	3.2	16.4	44.6	34.1
	中小企業	0.4	2.3	15.9	46.3	34.2

(注) 若干の無回答のため合計は100とならない。

図表 - 5 デフレがプラスの効果をもたらす理由

(構成比：%)

	原材料などの 仕入れコスト の低下	低価格化に よる需要増 の低下	名目金利の 低下	不動産価格・ 賃料の低下	新規採用時 の人員費の 低下	その他	
全産業	59.4	28.7	19.8	17.8	17.8	21.8	
業 種 別	製造業計	76.9	23.1	15.4	10.3	17.9	12.8
	素材型製造業	54.5	9.1	27.3	9.1	18.2	27.3
	加工型製造業	85.7	28.6	10.7	10.7	17.9	7.1
	非製造業計	46.6	32.8	22.4	22.4	17.2	29.3
	サービス業	42.9	42.9	7.1	21.4	21.4	35.7
規 模 別	大企業	33.3	33.3	0.0	33.3	22.2	44.4
	中堅企業	63.3	26.7	20.0	20.0	13.3	10.0
	中小企業	61.3	29.0	22.6	14.5	19.4	24.2

(注) 若干の無回答、複数回答のため合計は100とならない。

(61.3%)は高い。「不動産価格・賃料の低下」については大企業(33.3%)、中堅企業(20.0%)、中小企業(14.5%)と規模が大きいほどプラスの理由に挙げる企業の割合が増えている。

7. デフレをマイナスと捉える企業の大半が「販売単価の下落」をその原因と指摘

デフレが経営にマイナスに作用するとした企業はその最大の理由として、「販売単価の下落」77.9%を挙げている。これに「仕入れコストが販売価格ほどには下落しない」47.5%、「既存従業員人件費の高止まり」29.3%などが続く(図表 - 6)

業種別では「販売単価の下落」を挙げた企業

の割合が非鉄金属・金属製品(84.5%)、繊維・衣服(83.7%)で高く、「仕入れコストが販売価格ほどには下落しない」では食品(59.9%)、非鉄金属・金属製品(55.2%)、「既存従業員人件費の高止まり」では情報サービス(43.1%)、鉄鋼(41.5%)、飲食(40.0%)などが高くなっている。規模別では「仕入れコストが販売価格ほどには下落しない」を挙げる企業の割合は中小企業(49.4%)、中堅企業(44.4%)、大企業(41.1%)と規模が小さいほど大きく、「既存従業員人件費の高止まり」では大企業(33.2%)、中堅企業(32.0%)、中小企業(27.8%)と規模が大きいほど大きくなっている。

図表 - 6 デフレがマイナスの影響を与える理由

(構成比：%)

	販売単価の 下落	仕入れコストが 販売価格ほど には下落しない	既存従業員 人件費の高 止まり	土地・建物など 保有固定資産 価格の下落	実質金利の 高止まり	その他	
全産業	77.9	47.5	29.3	9.9	2.8	3.9	
特 徴 的 な 業 種	繊維・衣服	83.7	46.5	39.5	11.6	0.0	2.3
	鉄鋼	80.5	36.6	41.5	7.3	2.4	0.0
	非鉄金属・金属製品	84.5	55.2	28.4	6.0	0.9	0.0
	食品	81.0	59.9	21.2	7.3	0.7	2.9
	不動産	69.8	23.3	7.0	58.1	4.7	0.0
	飲食	80.0	42.9	40.0	2.9	0.0	2.9
	情報サービス	74.5	33.3	43.1	2.0	5.9	7.8
規 模 別	大企業	78.4	41.1	33.2	13.7	3.7	5.3
	中堅企業	81.4	44.4	32.0	9.4	2.1	3.8
	中小企業	76.6	49.4	27.8	9.6	2.9	3.9

(注) 若干の無回答、複数回答のため合計は100とならない。

図表 - 7 政府に期待するデフレ対策

(構成比：%)

		公共事業の追加	一段の金融緩和	為替の円安誘導	特段の政策対応は不要	その他
全産業		21.9	21.1	13.1	12.6	21.6
特 徴 的 な 業 種	鉱業・石油・窯業・土石	51.4	11.4	7.1	10.0	14.3
	繊維・衣服	8.3	27.1	31.3	16.7	12.5
	鉄鋼	42.9	14.3	14.3	8.2	8.2
	一般機械・精密	24.9	17.7	23.2	8.8	18.2
	輸送用機器	14.6	25.5	22.6	14.6	13.1
	建設・設備工事	60.1	8.8	6.2	5.2	14.5
	不動産	13.2	37.7	7.5	13.2	20.8
規 模 別	大企業	18.1	18.5	14.2	9.9	28
	中堅企業	21.9	19.1	14.3	12.2	22.8
	中小企業	22.2	22.2	12.5	13.0	20.6

(注) 若干の無回答のため合計は100とならない。

8. 政府に期待するデフレ対策は業種によりまちまち

政府に期待するデフレ対策については、「公共事業の追加」21.9%と「一段の金融緩和」21.1%が相半ばし、「為替の円安誘導」13.1%がこれに続く。「特段の政策対応は不要」とする意見(12.6%)もある(図表 - 7)。

期待する政策は業種ごとにまちまちで、「為替の円安誘導」を求める企業の割合は繊維・衣服(31.3%)、一般機械・精密(23.2%)、輸送用機器(22.6%)で、「一段の金融緩和」では不動産(37.7%)、「公共事業の追加」では建設・設備工事(60.1%)、鉱業・石油・窯業・土石(51.4%)、

鉄鋼(42.9%)がそれぞれ高くなっている。

9. 中長期の対策として3割の企業が「製品・サービスの高付加価値化」を指摘

既に実施しているデフレ対策として、「仕入れコストの削減」31.4%の割合が最も高く、「製品・サービスの高付加価値化」26.7%、「人件費の削減」24.7%、「新商品の開発」(21.9%)などがこれに続く(図表 - 8)。

業種別にみると「新商品の開発」で繊維・衣服(41.7%)、電気機械(35.5%)、「製品・サービスの高付加価値化」で繊維・衣服(41.7%)、「仕入れコストの削減」で電気機械(41.5%)、「人件費の削減」で電気機械(33.3%)などが高くなっ

図表 - 8 既に実施している自社のデフレ対策

(構成比：%)

		取引先の見直しなどによる仕入れコスト削減	製品・サービスの高付加価値化	人件費の削減	新商品の開発	借入金の返済	設備投資・更新の抑制	低価格化による販売数量の拡大	遊休土地・建物の売却	特段の対策は講じていない	その他
全産業		31.4	26.7	24.7	21.9	15.0	13.8	12.1	3.3	5.4	0.9
特 徴 的 な 業 種	繊維・衣服	22.9	41.7	25.0	41.7	8.3	8.3	6.3	2.1	0.0	0.0
	鉄鋼	30.6	14.3	30.6	12.2	22.4	22.4	10.2	4.1	6.1	2.0
	電気機械	41.5	22.4	33.3	35.5	6.0	16.9	9.8	2.2	2.2	1.1
	建設・設備工事	39.9	19.7	31.1	18.1	13.0	11.4	10.9	6.7	7.3	0.0
	通信	4.8	28.6	14.3	19.0	9.5	28.6	23.8	0.0	9.5	0.0
	不動産	18.9	13.2	22.6	1.9	18.9	17.0	9.4	13.2	17.0	1.9
	情報サービス	20.8	41.6	5.2	20.8	10.4	7.8	3.9	2.6	10.4	0.0
規 模 別	大企業	25.9	30.6	30.6	25.0	17.7	19.4	10.8	5.6	4.3	0.9
	中堅企業	34.8	29.7	24.7	23.0	15.1	16.1	10.5	3.7	3.1	1.1
	中小企業	30.8	25.3	24.0	21.3	14.7	12.3	12.8	2.9	6.4	0.7

(注) 若干の無回答、複数回答のため合計は100とならない。

図表 - 9 今後実施予定のデフレ対策

(構成比：%)

	取引先の見直しなどによる仕入れコスト削減	製品・サービスの高付加価値化	人件費の削減	新商品の開発	借入金の返済	設備投資・更新の抑制	低価格化による販売数量の拡大	遊休土地・建物の売却	特段の対策は講じていない	その他	
全産業	21.6	30.8	28.3	25.1	15.5	10.4	8.2	8.4	4.2	1.9	
特徴的な業種	鉄鋼	12.2	24.5	49.0	20.4	22.4	12.2	10.2	8.2	2.0	4.1
	化学	15.4	37.3	20.1	47.9	8.9	8.3	8.9	2.4	3.0	0.0
	一般機械・精密	21.5	42.5	22.7	47.5	9.4	7.2	7.2	3.9	2.2	1.1
	電気機械	20.2	43.7	21.9	44.8	7.1	7.1	7.1	4.4	2.2	2.7
	運輸・倉庫	17.9	26.6	39.3	6.6	23.1	13.5	7.0	13.1	4.8	1.7
	情報サービス	20.8	49.4	24.7	18.2	7.8	6.5	6.5	3.9	6.5	2.6
	専門サービス	17.6	32.4	38.2	20.6	2.9	2.9	5.9	2.9	2.9	0.0
規模別	大企業	21.6	31.9	25.0	27.2	18.5	12.5	7.8	11.2	3.0	2.6
	中堅企業	21.1	33.3	32.1	26.7	16.0	11.2	6.7	9.5	2.9	1.8
	中小企業	21.9	29.7	27.3	24.3	15.0	9.8	8.8	7.6	4.8	1.9

(注) 若干の無回答、複数回答のため合計は100とならない。

ている。

規模別では全般に規模の大きな企業ほどデフレ対策の実施割合が高まる傾向がある。

今後中長期的に実施しようとしているデフレ対策としては、既に実施済みの対策とやや異なり、「製品・サービスの高付加価値化」30.8%の割合が最も高くなり、これに「人件費の削減」28.3%、「新商品の開発」25.1%が続く(図表-9)

業種別にみると、「製品・サービスの高付加価値化」を挙げた企業の割合については電気機械(43.7%)、一般機械・精密(42.5%)、「人件費の削減」では鉄鋼(49.0%)、運輸・倉庫(39.3%)、「新商品の開発」では化学(47.9%)、一般機械・精密(47.5%)、電気機械(44.8%)などが高くなっている。

[ニッセイ景況アンケート・調査概要]

調査時点：2002年1月中旬～2月末

回答企業数：3,361社

回答企業の属性：

企業規模別状況

	社数(社)	構成比(%)
大企業	232	6.9
中堅企業	839	25.0
中小企業	2,279	67.8
無回答・その他	11	0.3
合計	3,361	100.0

(注) 企業規模の区分

大企業：従業員数1,000名超
中堅企業：同300名超～1,000名以下
中小企業：同300名以下

地域別状況

	社数	構成比
北海道	88	2.6
東北	213	6.3
関東	765	22.8
甲信越・北陸	369	11.0
東海	538	16.0
近畿	655	19.5
中国	306	9.1
四国	130	3.9
九州	200	6.0
無回答・その他	97	2.9
合計	3,361	100.0