

愛媛大学・愛媛県中小企業家同友会景況調査（EDOR）報告

第 21 回（2008 年 4-6 月期）

2008 年 8 月 4 日

愛媛大学総合地域政策研究会・愛媛県中小企業家同友会共同実施
問合先：曾我亘由（愛媛大学総合地域政策研究会）tel.089-927-9238
池田尚子（愛媛県中小企業家同友会） tel.089-968-8802
文 章：丹下晴喜（愛媛大学法文学部准教授 社会政策論）

県内中小企業の景況、コスト上昇圧力から一段と悪化

【調査要領】

- | | |
|----------|-------------------------------------|
| (1)調査期間 | 2008 年 6 月 11 日～7 月 11 日 |
| (2)対象企業 | 愛媛県中小企業家同友会会員企業 |
| (3)調査方法 | 郵送による自計記入 |
| (4)回答企業数 | 調査対象企業数 424 社、回答企業 149 社（回答率 35.1%） |

【経済概況】

日本経済は現在、景気の転換局面、いわば「正念場」を迎えている。政府の月例経済報告は、この間の景気回復について、戦後最長となった 06 年 11 月以降 08 年 1 月まで、生産あるいは消費など「一部に弱さ」がみられるものの「回復している」という判断を維持していた。しかし 2 月には「回復が緩やかになっている」と下方修正がなされ、3・4・5 月には「足踏み状態にある」とし、景気が一時的に停滞する「踊り場」にあるとの認識がしめされた。そして最新の 6 月の景気判断では、「足踏み状態」にはあるが「一部に弱い動きが見られる」との下方修正が行われ、「薄氷の上の踊り場」状態にあると言われている。戦後最長の景気回復局面において、一時的な停滞状況を示す「踊り場」を迎えたのは 3 回目（イラク情勢緊迫の 02 年、IT 関連財生産調整の 04 年後半）とされるが、今回の「踊り場」では、まさに「局面変化」の可能性を排除できないものと指摘されている。

以上のような景気動向のもと、企業の景気業況判断についても「悪化」という状況が鮮明になってきている。7 月 1 日に日銀が発表した企業短期経済観測調査（短観）によれば、原油などの資源価格の高騰によって大企業・中小企業ともコスト圧力が増大し、米サブプライム住宅ローン問題による米経済の後退懸念などから自動車など主要産業の景況感が大きく悪化しており、中小企業の景況判断も軒並み振るわないものであった。

日銀松山支店の県内企業の短観においても、「製造業は底堅い新興国需要に支えられているが、食料品や鋼材値上げの影響が広がっており、原油・原材料高の懸念から先行きは一段と厳しくなり、全産業で慎重な見方が強まった」（支店長談）とし、先行き予想の悪化が見込まれた。

さらにまた、いよぎん地域経済研究センターが行った県内企業に対するアンケート調査によれば、原油と原材料価格高騰の自社への「影響がある」と答えた企業が全体の 9 割に

上ったのに対して、「なんらかの対策をとった」企業は少なく、状況に対応しきれない現状が示された。

今後、世界的にはインフレ懸念の声があるものの、物価の上昇は原材料価格の高騰による側面が強く、需要は弱いままであり、景気の不透明感は増大する一方となっている。さらにいえば賃金の上昇が見られないもとでデフレからの脱出が行われないうまま、予想のつかないほどの価格転嫁の動きもあり、景気の先行き把握の困難が生じていると言わざるを得ない。

【EDOR 調査結果概要】

(売上高、採算、採算水準、業況)

今回の EDOR 調査結果での DI の動向の特徴は以下の 4 点である。第 1 に、前期と比較した売上高、採算(経常利益)、自社業況判断のそれぞれの DI で上昇が見られる。第 2 に前年同期と比較した売上高、採算(経常利益)、自社業況判断のそれぞれの DI では低下が見られるが、次期見通しについては上昇予想がされている。第 3 に、当期の採算水準については低下がみられる。最後に前期比と前年同期比の業界業況判断であるが、前期比が低位水準のままさらに悪化しており、前年同期比に至っては急落という状況である。さらに以上の DI を時系列的におおまかな傾向として見た場合、ちょうど一年前の第 四半期あたりを境に低下傾向が強まっている状況が伺える。

以上の DI の動きについてのおおまかな評価であるが、説明を要する点は第 1 の諸指標の上昇と第 2 以降の諸指標の低下の関係をどう見るか、ということである。調査対象の中小企業は、前期にあたる第 1 四半期での売上高および採算での DI の大幅な低下への対応から、今期においては売上高の拡大に現実的努力が行われ、それが前期比での採算(経常利益)の上昇へとつながったものと思われる。しかしながら当期の採算水準が低下したままというのは、その背景に相当のコスト圧力が存在していることを表しているといえよう。さらにいえば、前年同期比の自社業況判断および業界業況判断は都市と地方の格差、そのもとでの県内中小企業の相当な厳しさを率直に表しており、調査対象中小企業の次期見通しの上昇は経営者の「逆境での強き姿勢」の表れであるが、明るい要因は少ないものと思われる。

(経営上の問題点・力点)

「経営上の問題点」は、仕入れ単価の上昇がもっとも多く 65 であり、今日の経済情勢の反映である。続いて同業者相互の価格競争の激化が 53、民間需要の停滞が 47 と続いている。なお、仕入先からの値上げ要請は 37 となっている。

「経営上の力点」では新規受注(顧客)の確保が 80 でもっとも多く、続いて付加価値の増大が 57、社員教育 46、人件費以外の経費節減 37 とつづいている。

上記の指標を時系列的に見た場合、「経営上の問題点」では同業他社との価格競争の激化が急落する一方、仕入れ先からの値上げ要請が急上昇、民間需要の停滞、仕入れ単価の上昇が上昇している。川下からは販売価格の値下げ圧力、川上からは購買価格の値上げ圧力と、調査対象の中小企業における板挟み状況が明確となっている。

「経営上の力点」については、新規受注(顧客)の確保が僅かに上昇しているが他の上

位選択項目はそれぞれ低下ないし横ばいで推移している。これは回答数に占める各項目の割合が低下している（上位3つまでを選択可）ことを意味しており、このような傾向となっているのは、アンケート回答項目に「コスト上昇分の製品価格への転嫁」「打つ手なし」などの該当項目がなく、まさに中小企業経営者の混迷を表しているものと思われる。

（特別調査）

今回の特別調査では、調査対象企業の環境問題に関する意識と取り組みをみた。時代的風潮のなかで環境問題への意識および取り組み度合いの高さが見られた。具体的取り組みとしては、日常的なもの、誰でもどこでもできるものへの取り組みの高さが見て取れた。

他方、取り組みが行われていない企業では「時間的余裕がない」、「コストがかかる」をあげる企業が多いことがわかった。

経営者の声

松本 光市（（有）パケットフード 代表）

今回の調査結果も前回に引き続き原材料費の高騰が一番の経営課題として指摘されていますが、弊社でもそれはかなりの大打撃となっています。

今年3月にフランチャイズから独立し、自社ブランドでのお弁当店を展開しているのですが、来年4月の値上げを想定して単価設定をし、1年間で様々なサービスや商品の開発を行う計画を立てていました。

ところが開店からわずか2ヶ月で来年に想定していた原価率を超えてしまい、手を打つ間もなく厳しい状況に追い込まれています。

今後は同業者間での共同購入により、原材料費の現状維持をしたり、顧客争奪から顧客共有への方向転換などをしていくことで、価格転嫁を少しでも先送りにし、自社を必要とされる会社に成長させていくことで、この危機を乗り越えていきたいと考えています。

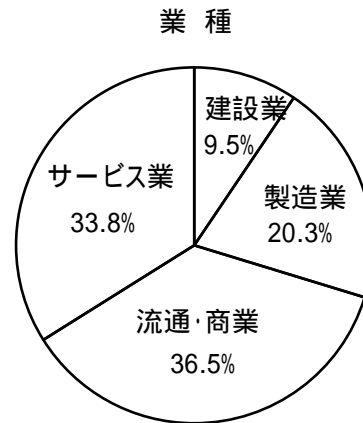
失業率、高齢者負担、燃料費など数字をみるとあまり将来性を感じさせない社会になってきていますが、私達などとは比べ物にならないくらい過酷な状況の中で将来に希望をもって生きている人達もいるのですから、夢をしっかりと持ち、常に学習し、努力することを怠らず、より良くなる方法を探して実践すればなんとか生き残っていけるのではないかと考えています。

第21回(2008年4-6月期) EDOR 調査結果

回答企業の基本情報

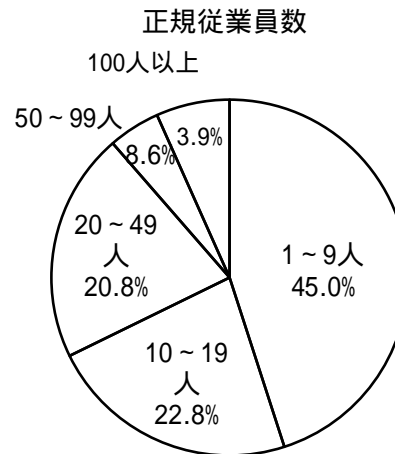
業種(4業種分類)

	社	%
建設業	14	9.4
製造業	30	20.1
流通・商業	54	36.2
サービス業	50	33.6
合計	149	100.0



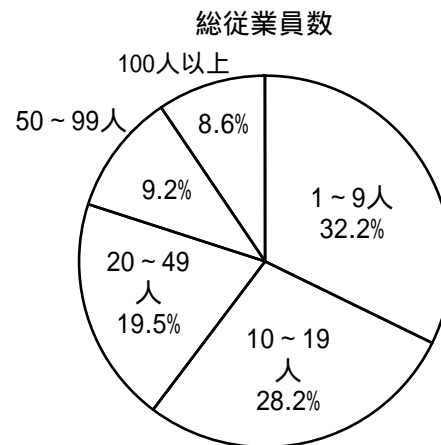
常勤役員を含む正規従業員数

	社	%
1~9人	67	45.0
10~19人	34	22.8
20~49人	31	20.8
50~99人	7	4.7
100人以上	10	6.7
合計	149	100.0



臨時・パート・アルバイトを含む総従業員数

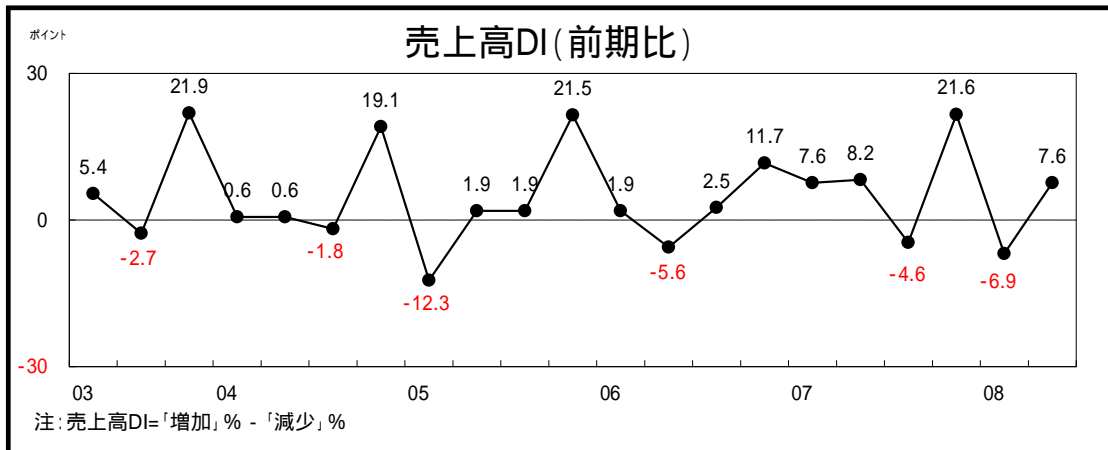
	社	%
1~9人	48	32.2
10~19人	42	28.2
20~49人	29	19.5
50~99人	16	10.7
100人以上	14	9.4
合計	149	100.0



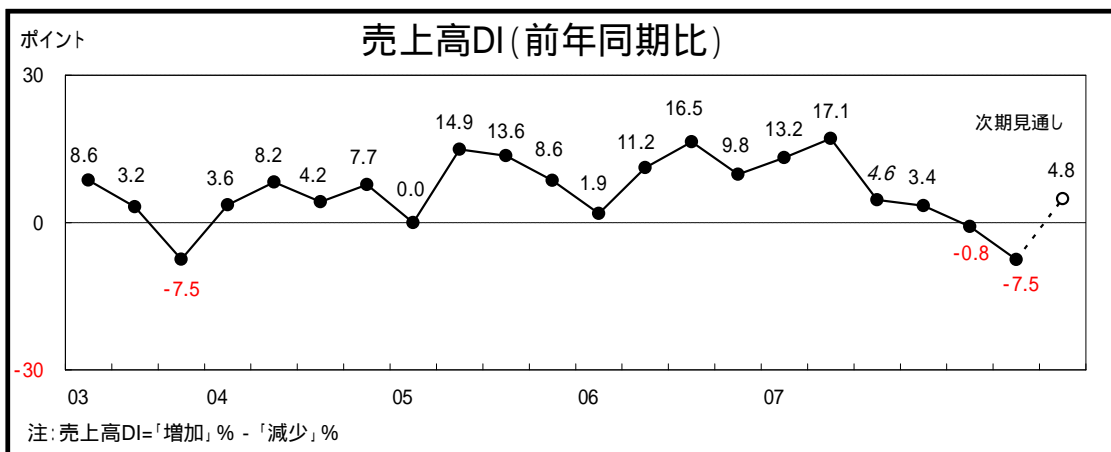
従業員数の平均と中央値

	人
常勤役員を含む正規従業員数	
平均	27.1
中央値	10
臨時・パート・アルバイトを含む総従業員数	
平均	44.0
中央値	14

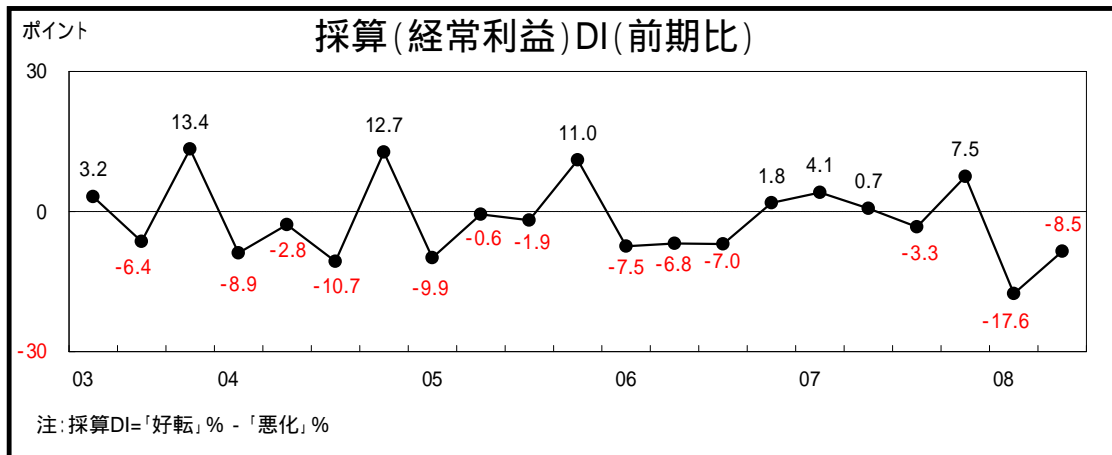
売上高DI(前期比)



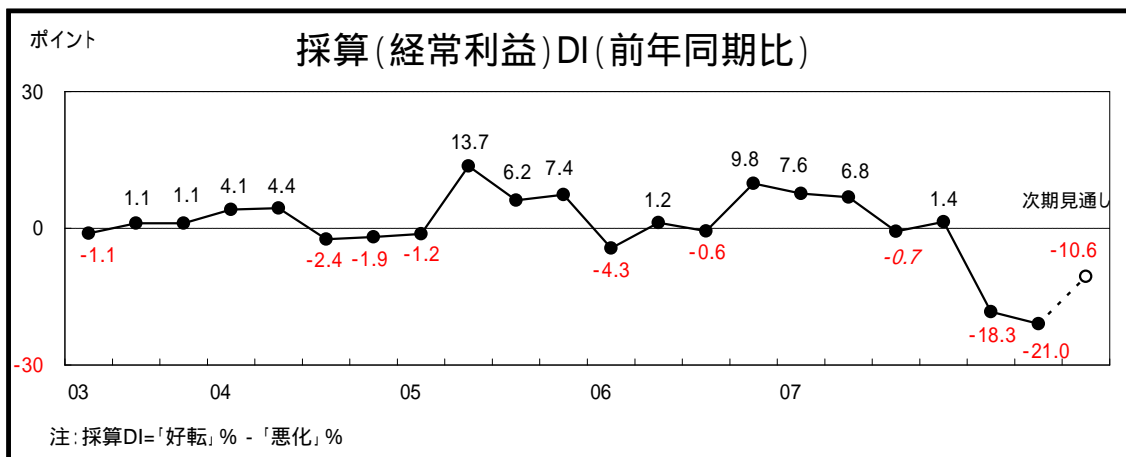
売上高DI(前年同期比)



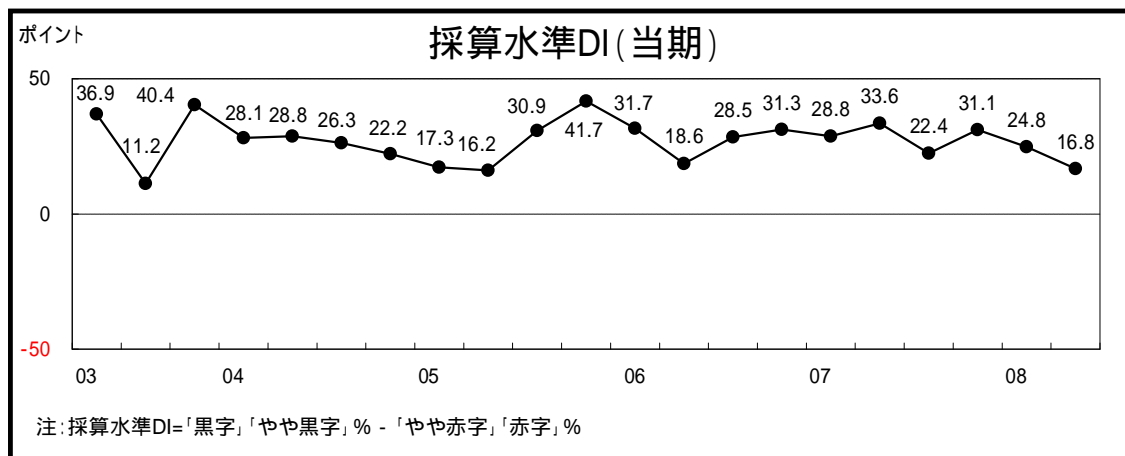
採算DI(前期比)



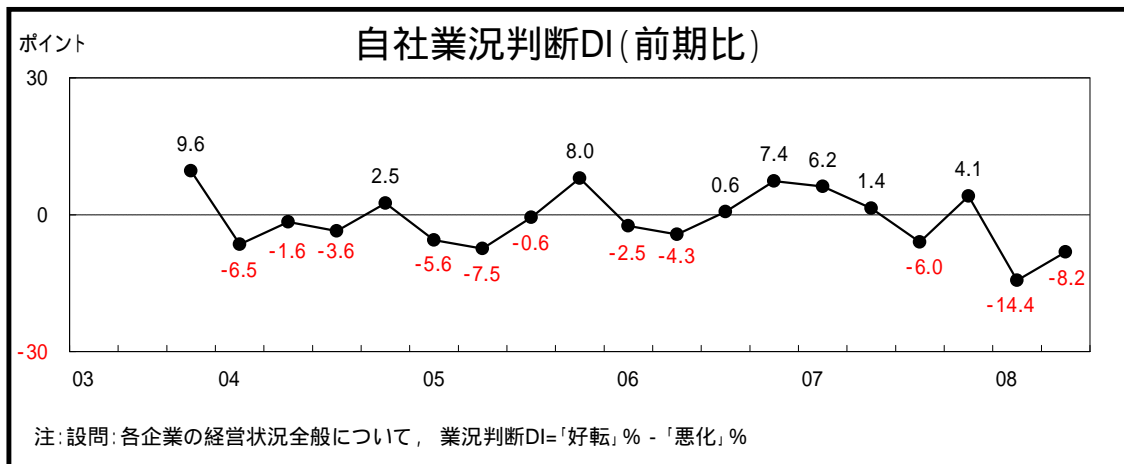
採算DI(前年同期比)



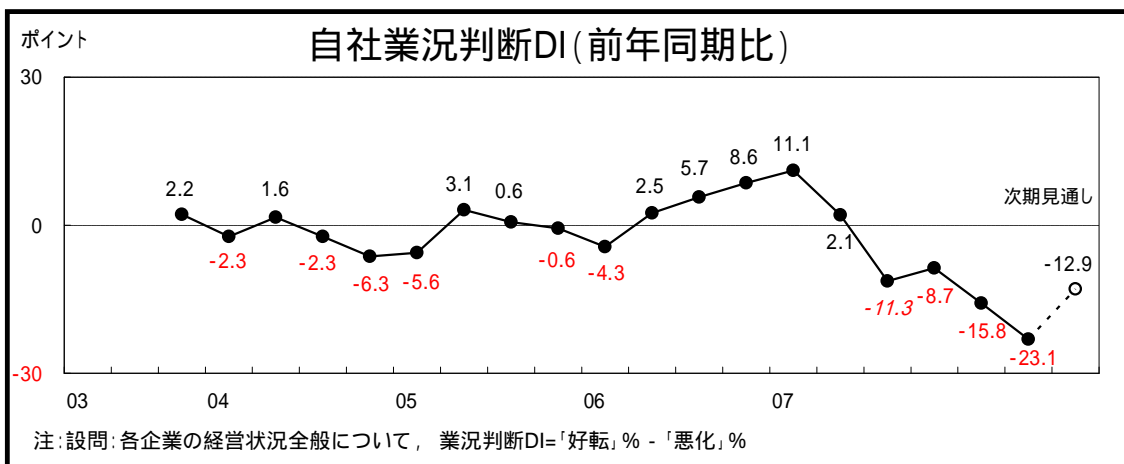
採算水準DI



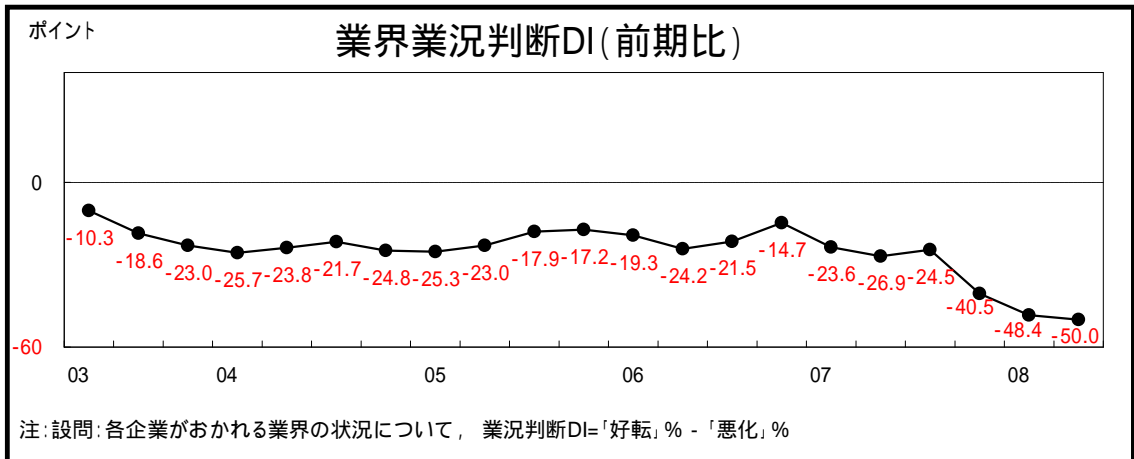
自社業況判断DI(前期比)



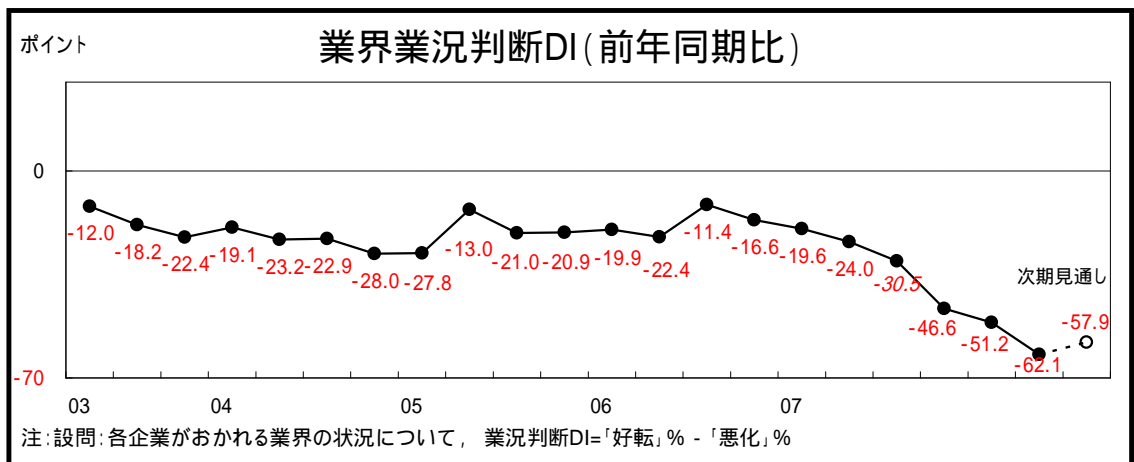
自社業況判断DI(前年同期比)



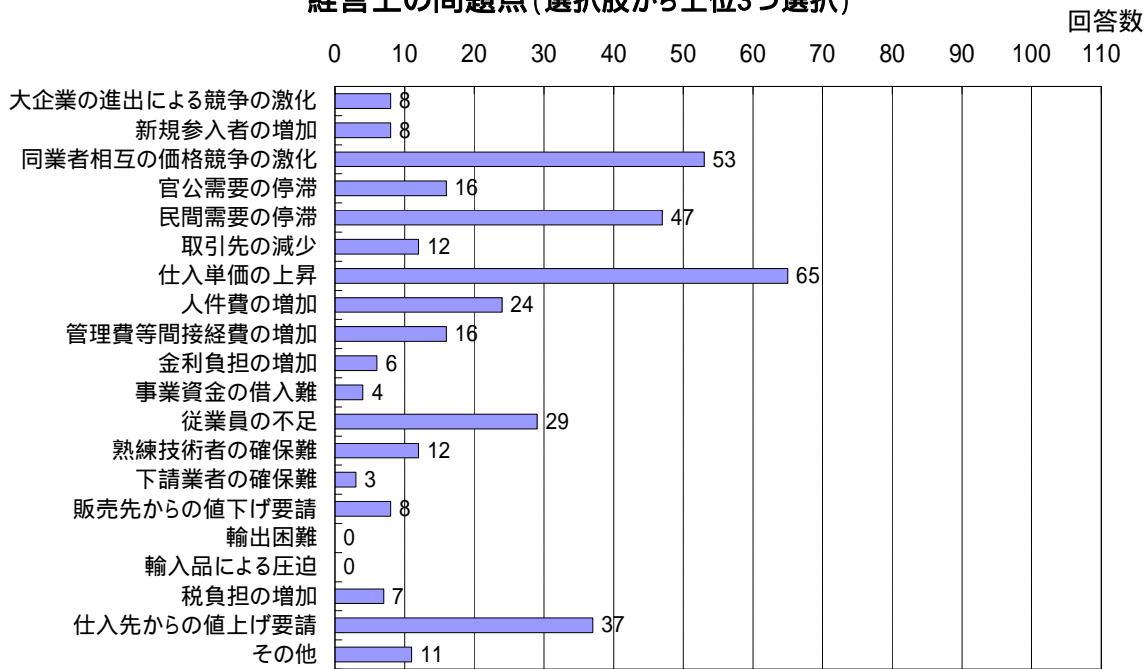
業界業況判断DI(前期比)



業界業況判断DI(前年同期比)



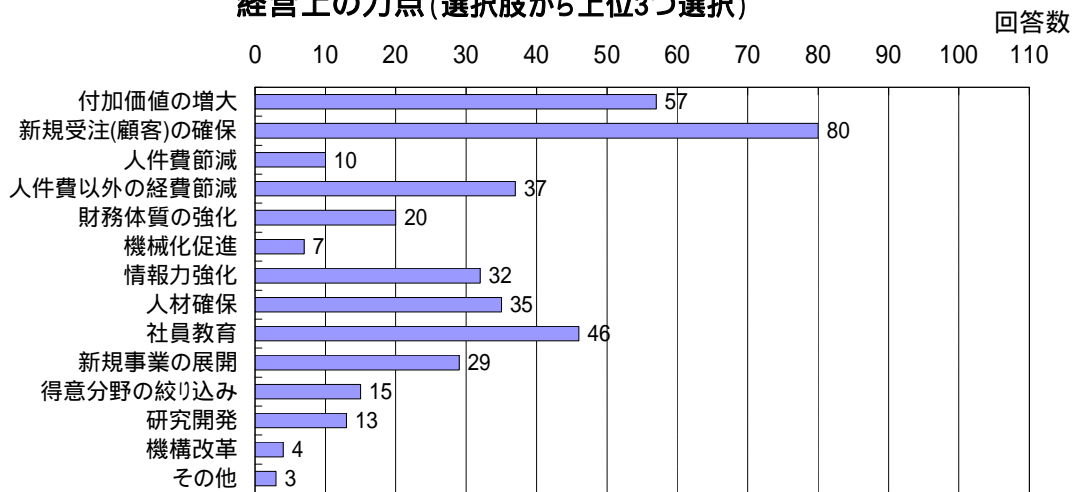
経営上の問題点(選択肢から上位3つ選択)



【その他(経営上の問題点)】

- 介護保険制度の変更
- 個人顧客の新規加入減少
- 自身の健康管理
- 保険会社の手数料水準の引き下げ
- 販売先の不振による不渡不安
- 社会保険料が高すぎる
- 医療費抑制政策
- 競合他社との差別化
- 燃料費up
- 創業直後で取引先もビジネスモデルも何もない
- 社員の退職

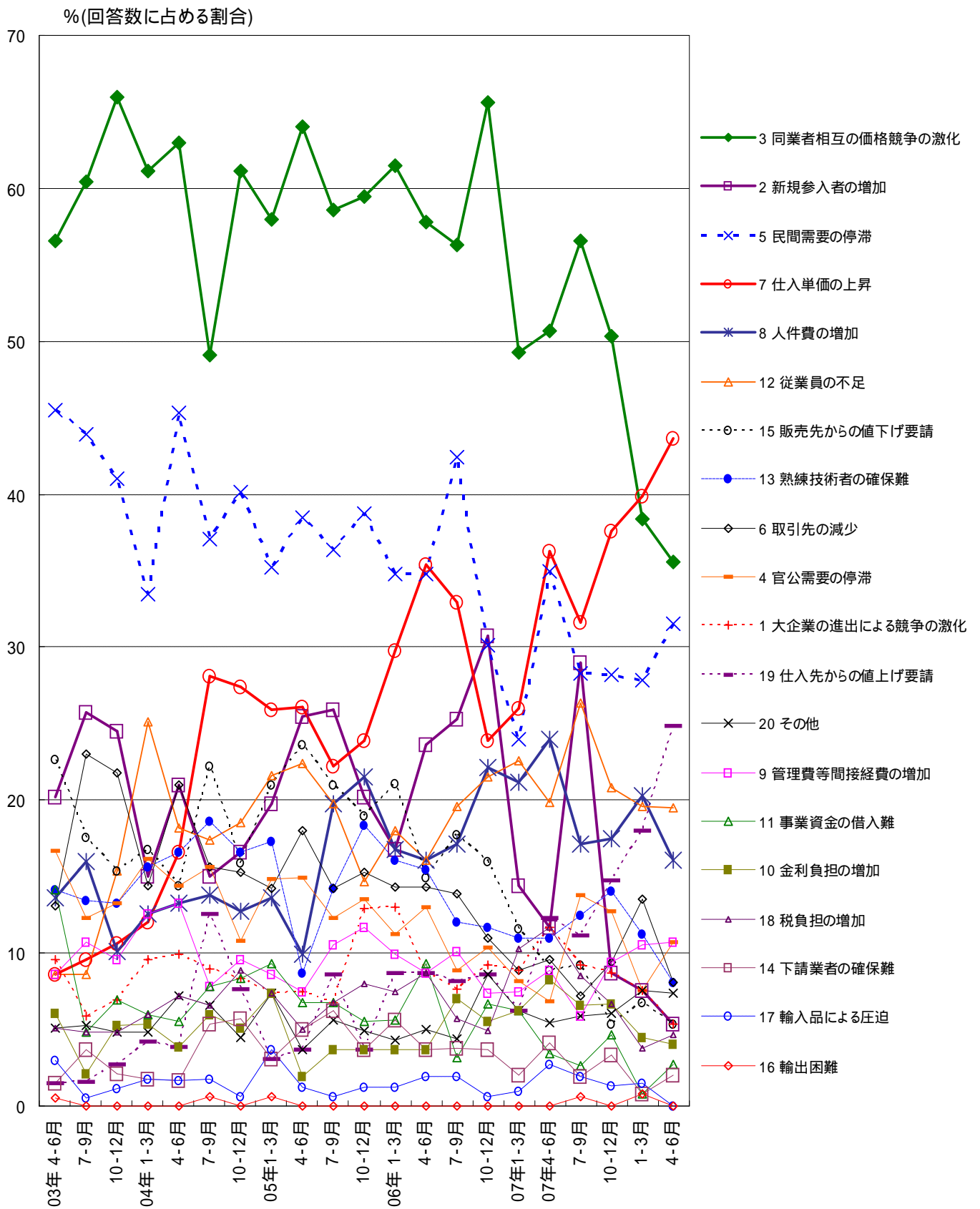
経営上の力点(選択肢から上位3つ選択)



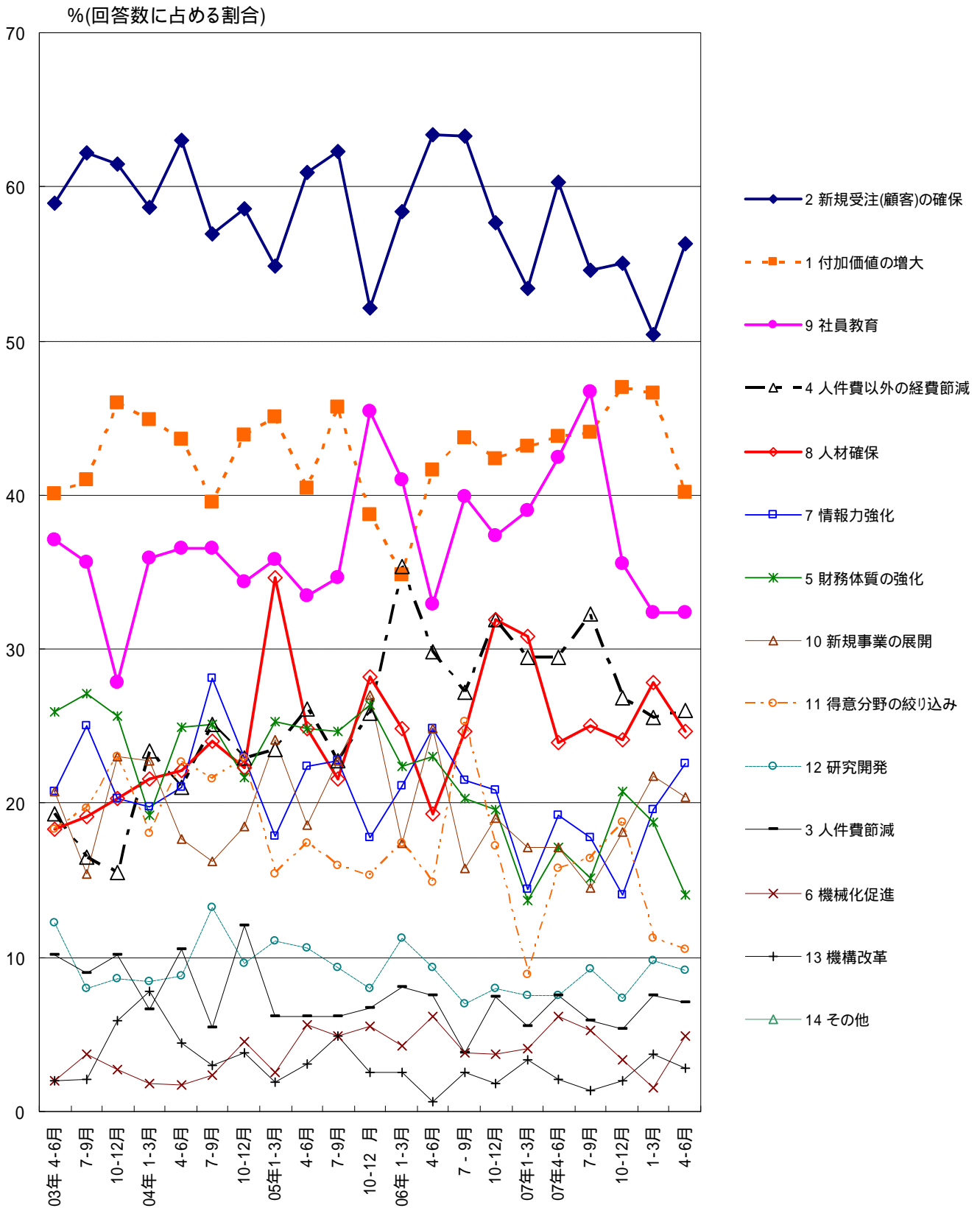
【その他(経営上の力点)】

- 販売価格への転嫁
- 値上げ
- 自身の健康管理

今期における「経営上の問題点」の推移(2003年4-6月～2008年4-6月)



次期に考える「経営上の力点」の推移 (2003年4-6月～2008年4-6月)



【経営上の努力(自由記述回答)】

一品集中販売

周囲の意見に流されない。閉塞感のある地方の雰囲気にも染まらない。四半期毎の戦略を絶えず変えていく。

新商品の提案。新規まわり。

社員のスキルアップにより、顧客のニーズに幅広く対応し、売上アップと安定を目指しました。まずまずの結果も出ており、今後益々の充実を図り、顧客満足を深めたいと考えます。

新たな需要である官公需要に対して、積極的に取り組み関係を強化した。

社員教育・社員のモチベーションupを試みました。今後も意識改革を重点に置き、あらゆる角度から新事業へ挑戦したいと考えております。

近所の小売店と協力体制を作りながら、仕入れを工夫し、原価の維持をしている。既製品の使用を減らし、作業効率を上げ、原価率を下げた。

組織の再編成。モチベーションの強化(朝礼の強化)

価格競争力のある商品を持つ仕入先の確保。ロジスティックをメインとした他企業とのコラボ推進。新規事業への参入による販売チャンネルの拡大。愛媛県内または四国内企業との協力体制をつくることにより、当社のもつ販売力の底上げと全国に向けた新たな商材を投入し、通販としての適者生存を目指す。

技術の向上。今後新しい収入源をつくる。

組織力の徹底。社員のスキルup。社員のモチベーションup。

新商品開発、人材育成。

取引先候補企業を1軒ずつ訪問し、改善課題を教えていただき、一つ一つ丁寧に対応してゆく。御用達に徹する。

取引件数の増加に対して、新人雇用せず。社長の作業参加で対応。売上増と人件費削減により、利益増を試みる。

新規開拓。製品の値上げ交渉。

カウンセリング 提案 紫外線対策。天候、くもり時にも外出時よりサングラスの着用。

良質な製品製造を心がけ、歩留りを上げることでムダを少なくし、効率化を進めてきました。設備の見直しを通して、上記を維持していきます。

アウトソーシングによる業務の簡略化。

『環境』に関する設問にも書いているが、いかにコストをどうするかがこれからのものであり、逆にそれをいかにすることが大切である。

美容の技術料金 + (プラス)ホームケア商品を買っていただけるようにアドバイスの向上を心がけました。

従業員教育の充実

リクルートを使った設計の募集。パソコンの更新。新規客からの受注。

価格改訂が行われたが、一切の値引きを行わず、改訂を推し進めた。結果ほぼ当初の目的を達した。

資材の値上げによる販売先への価格交渉。

提案件数が減少しているのが気がかりであったが、原因としては、底辺を広げる活動が不足していたと思う。結局、営業というのは、どれだけ自社のことを知ってもらっている人を増やすかにかかると思う。効率性追求はその次である。いわゆる普通預金口座を開設する活動をすれば、効率性はついてくると考えられる。

物価上昇に伴い、オイル等の原料費の値上げ要請が継続的に仕入先からきている。また、車両の(技術)革新に伴う機械・設備・工具等の仕入・見直しが迫られている。仕事そのものの社会的有用性が問われる結果となり、ますます会社および社員の質が他社との差別化に最も必要となっていると思われる。引き続き、この問題を改善していきたい。

原燃料コスト高に伴い、大幅な価格転嫁。継続して取引先に価格交渉。

法人先の契約推進。諸経費の見直し。

手数料水準の引き上げ。収益性の高い商品の販売強化。

社員のスキルの向上。顧客満足向上のために社員満足を高める努力。

材料費のロス発生を極力おさえる対策を考えた。なるべく機械化をすることにより、人的ミスによる不良発生をおさえる。前年に計画した利益をオーバーした場合、現金でその部署の人間に協力度合にあわせ還元するシステムにしようと考えている。

試乗会などには進んで参加し、体験も含めた商品知識の向上をはかることによって、お客様に分りやすい商品説明ができるように努力している。また簡単な広告を自前で作り、一見のお客様などに配ることにより、当社を選んでいただけるような努力もしている。仕入価格の上昇に対応し、利益確保できるように努力している。

経費削減を考え、配送ルート、営業の訪問ルートの見直し、配達等の作業効率を考え、リフト付きトラック(2t)一台購入など。

6月から19時退社の実施を決定(19時以降、原則残業しない)時間の意識が生まれ、業務の効率化が図られつつある。

新規事業・顧客開拓のために取り組んでいる在宅医療関連のニーズを掘り起こすための営業活動および専門分野についての地域住民対象の出前講座などを実施している。

ヘルスケア部門の体制づくりに取り組み、地域に出かけて「薬の出前講座」を行っている。薬局・薬剤師機能を地域の人々に理解して頂き、活用してもらえるようアピールしている。

情報サービスの提供。携帯電話モバイルでの配車サービス 配車情報サービス 配車の効率アップ。ホームページの作成 認知度アップ。今後は異業種との提携、社員教育の強化を図る。

入った情報をより早く活用する。接客力の強化。

終礼時間の確保、充実。

作業効率のアップ。

販売・サービスの技術向上。スピード対応。

既存顧客のアフターフォローによるサービス品質提供および囲い込み。スタッフの教育指導。

楽しく仕事ができる環境づくりと仕事を楽しめる人材確保。

在庫回転率向上とさらなる在庫コントロール術の探求。

昨年11月より外部の方の意見も取り入れる。工程会議を毎週行い、各監督員に作業の工程管理だけでなく、原価の管理も行わせ、少しでも無駄を省く計画をたてさせた。継続することにより、日々の無駄な部分を少しでもなくしていく。

新規社員の雇い入れ、およびそれに伴う受注の確保。

業績アップに関する仕組みづくりを行いました。体制は整ったので、仕組みをまわしていくことが大切です。

新しいサービスの提供。新しいお得意先の開拓。

新商品の市場を拡大すべく努力する。

床版原寸に特化し、6人のチーム体制を確保し、受注活動を行った。

今年1月から行っている毎月の商品提案を継続していること。今後もこの案内を続け、お客様へ少しでも菅元できる商品を探すこと。

人材育成として人事考課を導入した。サービス業として、人材育成は最大の課題として考えている。

利用者の増加を目指し、関係機関に広報を出す。インターネットでの情報収集量の拡大。

4月に総合展示会開催

段々と仕事量が増大している。社員(人材確保を行いたい)

原燃料の単価上昇を受け、製品価格の改訂を発表。取引先との交渉。

当社は3月が決算期ですが、昨年年間を通じて苦慮していた、ステンレス等材料の価格上昇、仕入価格が月ごとに急カーブで値上がりしたため、業者間の価格競争に加え、間接費用も上昇等、三重苦のような状態の中での決算をむかえ、営業利益は赤字となりました。税を払えば何もできない内容で反省しきりです。

同友会先輩Tさんのアドバイス「とにかく(今の事業を)長続きさせよう」という言葉を念頭にひたすら実践!

仕入単価・経費見直し。新卒社員(15名)の社員教育を行った(正社員の増となる。)

全国CGCグループ協業化によるCGC開発PB商品の販売強化(売上好調)

営業の回数を増やした。(営業ツールを増やす) スタッフの業務内容をより明確にした。(スタッフがチームで動けるように会社全体でとりくむ) 自社に対する社外の声を多く聞いた。(よりニーズを把握していく)

経費節減

「待ち」の業者ではなく「作る」業者を目指しています。施工業者にしか分からない部分で、環境問題やコストダウンにつながる材料を提供することによって、一つの事業の最初の段階からの参加を目指しています。

価格の変更(値上げ)、効率化

新規顧客の確保、営業活動。新商品の開発・営業・販売

住宅完成見学会の開催。看板の設置。ホームページの活用で企業イメージを上げること。

会員へのサービスの向上。経費の節減。

医療法により利益が左右される業界です。国に守られている反面、医療費の圧縮が始まるにつれ、年々利益が下がり、人を減らして会社を守る道しか残らない状態にある。医療サービスの低下やむなし、でしょう。

今年度の決算より、先代から付き合いのあった税理士さんに辞めていただきました。年齢も離れていたし、経営等の相談にも全然のってもらえませんでした。今回、同友会のメンバーの秋川会計事務所さんをお願いすることにしました。担当の方は年も近く、いろいろと相談に乗っていただけそうです。

毎月、仕入単価高等による得意先への価格転嫁を行った。

新規顧客の開拓。

本来の事業と新規事業の人事配分バランスをどうすべきかで、思案中。今後は本来の事業への人材増、割当の強化検討中。

組織の見直しをして、個人がより力を発揮できるようにした。

経営品質の向上。社内でスローガンを掲げモチベーションを上げる。

コスト削減。品質向上。

更なるコストダウン。社員教育。

販売価格の修正および新規先の開拓活動の更なるスピードアップ。仕入先の新規開拓。

品質管理体制の強化(ルール・設備機器)

新規受注先の開拓。

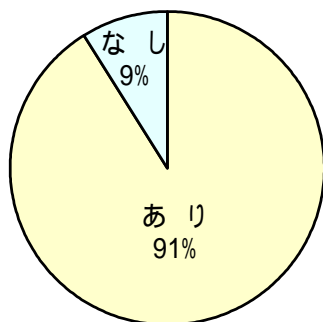
民間参入に向けて、新規仕入先の開拓や新商品の勉強会を行った。会社案内のパンフレットで紹介している商品のラインナップもより民間を意識したものに变更すべく準備中である。

お客様となるべく多く会い(回数)話をするようにしている。親しくなり、次の営業につなげるため。

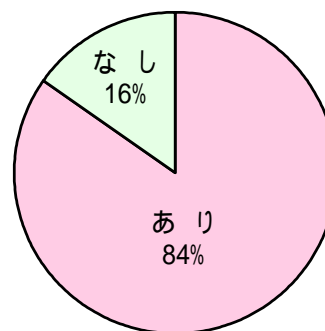
経費など人件費の削減を行いました。

特別調査『環境』

経営における環境意識の有無

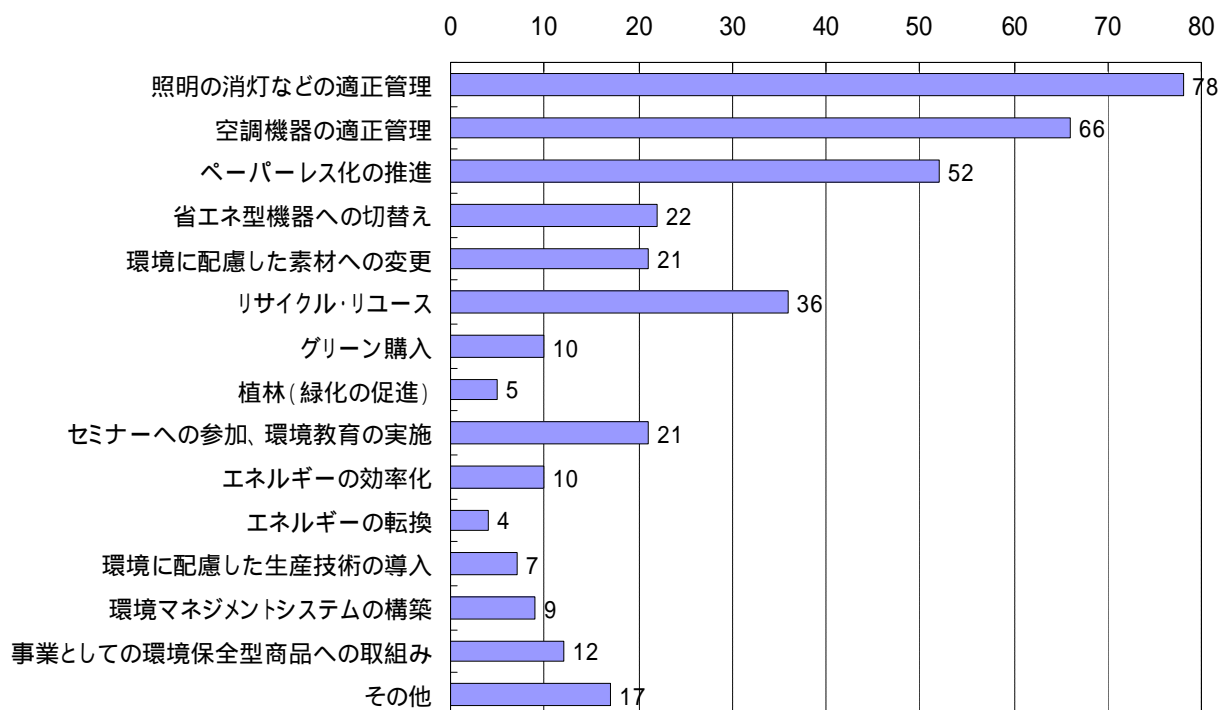


環境に対するの取組みの有無



環境に対する具体的取り組み(「はい」と答えた場合)

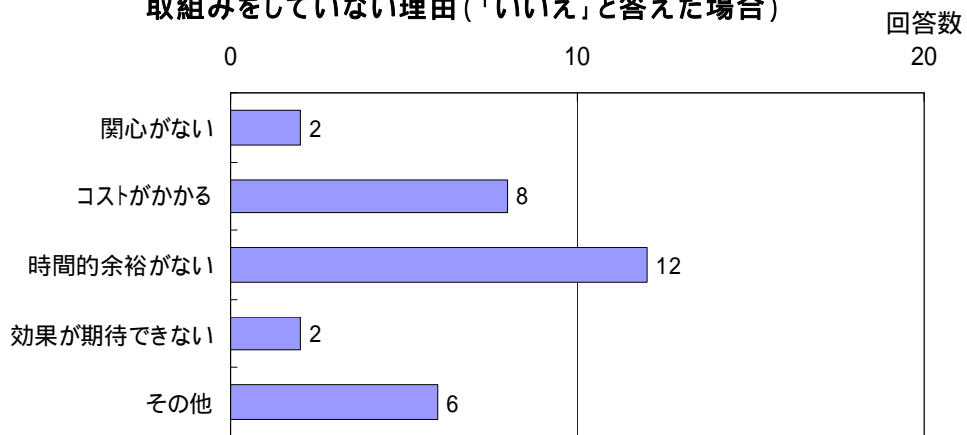
回答数



【その他(環境にたいする具体的取組み)】

- 「環境」を意識した具体的行動 「棚田」での米づくり。
- 商品開発・研究。
- ISO14001継続運用中。
- エコアクション21を取得。
- コピー用紙の再利用。
- 紙を扱う仕事なので、紙の再生・リサイクル。インキはノンVOCタイプのものを使用しています。
- 社員研修の中に環境教育を取り入れることも必要になってくると思います。
- 農業(出身が農家)にとりくみ農商連携の研究をしている。
- 空調機・テレビ、客室照明器具を高効率の機種に更新。今後も空調機を更新する予算を取る。来年、ボイラを重油からガス焚きに変更予定。
- マイバケット、マイバックの推進。トレー・牛乳パックの有料回収を15年前から実施している(有料回収は全国的にも本店のみと思う)
- 環境パンフレットの配布など。
- 生ゴミ処理。
- GreenPrintingの認定を受けた。
- 作業員の働きやすい環境を取り入れる。

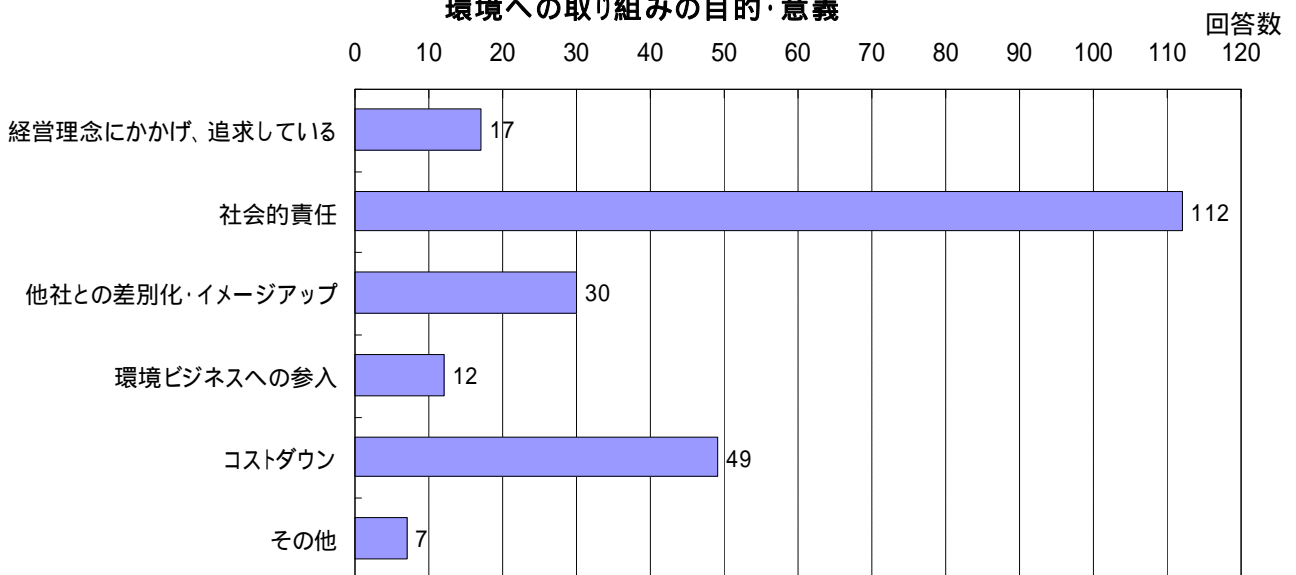
取組みをしていない理由(「いいえ」と答えた場合)



【その他(取組みをしていない理由)】

各人が意識はしているが、具体的にという、ゴミの分別くらいです。
 考えているが、まだ実行までに至っていない。
 関心はあるが、社内の体制が整っていない。取り組むきっかけがない。
 余裕がない。
 基本的なことはやっているつもりである。
 意識はしているつもりだが、現実には何も取り組めていない。
 どのような事からスタートするか。またそれがどんな成果を生み出すか分からない。

環境への取り組みの目的・意義



【その他(環境への取り組みの目的・意義)】

社員のプライドづくり。
 人として、法人として、この地球で生きているうえで、当然のこと。
 生活環境を守りたいため。
 経営戦略を立てる上での要因のひとつである。
 子供や孫さらにその先の子孫にも住みやすい環境を残したい。
 社員教育。
 作業員の意識改革。
 後世への引き継ぎ(地球を守る)。