

感謝の心をこめて

Challenge & Smile



平成25年12月26日

No. 13-268

株式会社 いよぎん地域経済研究センター

第52回愛媛県内企業業況見通し調査結果について

—景況感は幅広い業種で大きく改善、消費税率引き上げにより先行きは悪化の見通し—

株式会社いよぎん地域経済研究センター（略称 I R C、社長 山崎 正人）では、このたび標記の調査結果を取りまとめましたので、その概要をお知らせします。

なお、詳細は2014年1月1日発行の「IRC Monthly」2014年1月号に掲載の予定です。

記

【調査要旨】

1. 愛媛県内企業の2013年下期（7～12月）の業況判断D Iは前期比20ポイント改善して▲6となった。部門別では、製造業が前期比23ポイント改善の▲10、非製造業も同17ポイント改善の▲4となった。
2. 2014年上期（1～6月）D Iの見通しは、2013年下期に比べて8ポイント悪化し▲14となった。製造業は同1ポイントの悪化、非製造業も同12ポイントの悪化となった。
3. 2013年下期の売上高実績見込みは、前年同期比2.6%の増収となった。2014年上期の売上高見通しも、2013年上期比0.2%の増収となった。
4. 2013年下期の設備投資実施企業の割合は、前期比0.6ポイント増の48.1%となった。投資目的は「既存設備の維持・補修・更新」が47.2%と最も多く、次いで「生産・販売力拡充」が16.0%であった。2014年上期の設備投資計画企業の割合は47.7%で、2013年下期に比べ0.4ポイント低下した。
5. 堅調な内需を背景に、県内企業の景況感は改善しており、売上高や設備投資にも持ち直しの動きが見られる。しかしながら、仕入価格の上昇や消費税率引き上げによる消費マインド悪化などから、先行きの業況判断D Iはやや悪化する見通しとなった。

以上

私たちはチャレンジします。みなさまの笑顔のために。

NEWS RELEASE

株式会社 **伊予銀行** 愛媛県松山市南堀端町1番地 〒790-8514 TEL(089) 941-1141

はじめに

県内経済は、2013年半ばから公共工事や住宅投資を中心に持ち直しの動きが広がった。生産は一進一退で推移しているものの、自動車販売がエコカー減税終了の反動減から持ち直すなど、回復が遅れていた個人消費にも明るさが見えてきた。

しかしながら、消費税率引き上げ後の景気腰折れが懸念されているほか、原材料価格の高騰や新興国の景気下振れなどリスク要因は多く、予断を許さない状況が続いている。

こうしたなか、愛媛県内企業の景況感を把握するためアンケートを実施し、分析した。

調査実施内容	
1. 調査目的	愛媛県内における景気動向の把握
2. 調査対象	愛媛県内に事業所をおく法人 920社
3. 調査方法	郵送によるアンケート方式
4. 調査時期	2013年11月上旬
5. 調査事項	業況全般、売上高、設備投資、雇用人員、仕入価格、販売価格など
6. 回答状況	有効回答企業 430社 有効回答率 46.7%

1. 業況判断DI

(1) 2013年下期実績見込み

景況感は大幅に改善

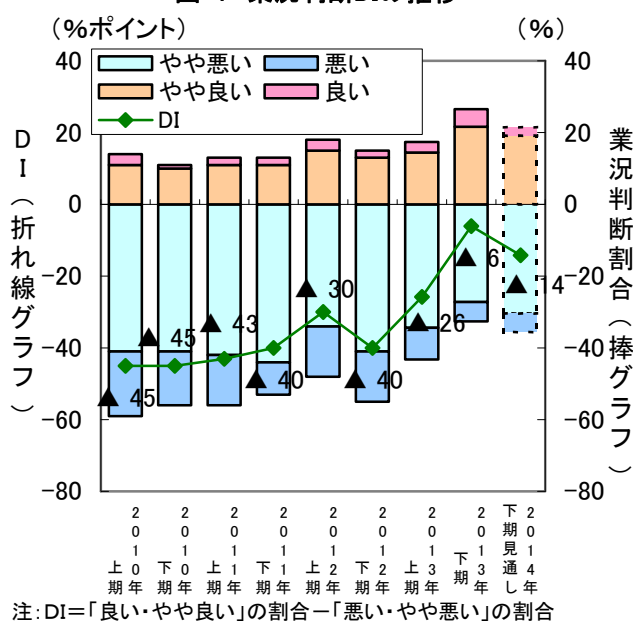
愛媛県内企業の2013年下期(7~12月)の業況判断DIは前期比20ポイント改善して▲6となった。部門別では、製造業は前期比23ポイント改善の▲10、非製造業も同17ポイント改善の▲4となった。製造業は、「木材・木製品」や「化学・石油」、「紙・パルプ・紙加工」など全ての業種が改善した。非製造業では、「小売業」などが悪化したものの、「卸売業」や「建設業」、「その他サービス業」などが改善した。

(2) 2014年上期見通し

消費税率引き上げの影響から見通しは悪化

2014年上期(1~6月)DIの見通しは、2013年下期に比べて8ポイント悪化し▲14となった。製造業は前期比1ポイント悪化し▲11、非製造業も同12ポイント悪化し▲16となった。製造業では「木材・木製品」や「食料品」が悪化した。また、非製造業では「建設業」や「その他サービス業」、「卸売業」などが悪化した。

図-1 業況判断DIの推移



2. 売上高

(1) 2013年下期実績見込み

2期連続で前年同期比増収の見込み

2013年下期の売上高実績見込みは、前年同期比2.6%の増収となった。製造業は、「繊維品」や「印刷」で減収となったものの、「金属・造船・機械」や「紙・パルプ・紙加工」、「化学・石油」などが増収となったことから、全体で2.8%の増収となった。また、非製造業も、「小売業」と「旅館・ホテル業」を除く全ての業種で増収となり、2.4%の増収となった。

(2) 2014 年上期見通し

製造業の弱含みから 2013 年上期比小幅増収

2014 年上期の売上高見通しは、2013 年上期比 0.2%の増収となった。製造業の見通しは、「金属・造船・機械」などが弱含み、2013 年上期比では0.6%の減収となった。非製造業では、「建設業」が減収となったものの、「運輸業」や「卸売業」が増収となり、2013 年上期比 1.2%の増収であった。

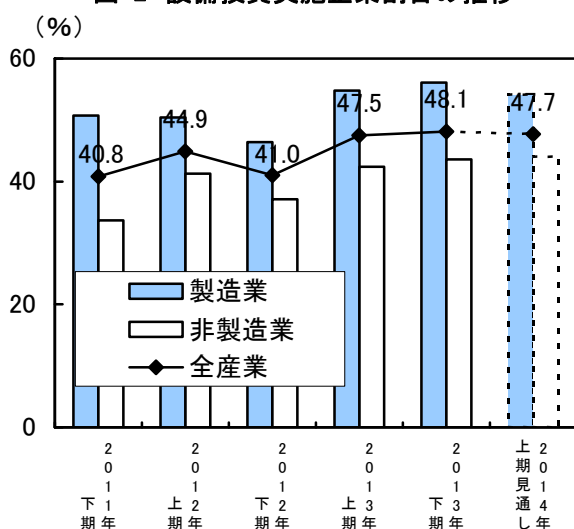
3. 設備投資

業績改善を背景に持ち直しの動き

2013 年下期の設備投資実施企業の割合は、前期比 0.6 ポイント上昇の 48.1%となった。部門別に見ると、製造業は 56.1%で前期比 1.3 ポイント上昇、非製造業も 43.6%で同 1.2 ポイント上昇した。設備投資を実施した企業の割合が高いのは、製造業では「紙・パルプ・紙加工」や「化学・石油」、非製造業では「運輸業」や「旅館・ホテル業」などであった。

投資目的は「既存設備の維持・補修・更新」が 47.2%と最も多く、次いで「生産・販売力拡充」が 16.0%となった。

図-2 設備投資実施企業割合の推移



2014 年上期の設備投資計画企業の割合は 47.7%で、2013 年下期に比べ 0.4 ポイント低下した。部門別に見ると、製造業は 2013 年下期比 2.0 ポイント低下して 54.1%、非製造業は同 0.4 ポイント上昇して 44.0%となった。

表-1 業種別業況判断DIの推移

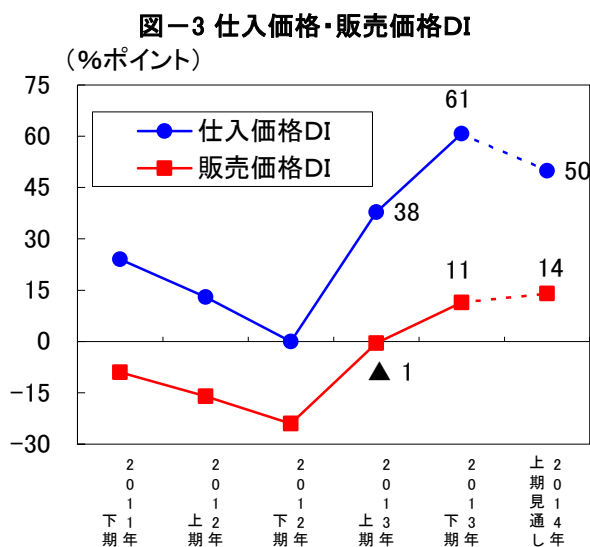
業 種	2013年 上期	2013年 下期	2014年 上期見通し
全 産 業	▲ 26	▲ 6	▲ 14
製 造 業	▲ 33	▲ 10	▲ 11
食 料 品	▲ 48	▲ 29	▲ 42
織 維 品	▲ 14	4	17
タ オ ル	0	25	31
縫 製	▲ 25	▲ 20	0
そ の 他	▲ 67	▲ 67	▲ 33
木 材 ・ 木 製 品	▲ 17	25	▲ 13
紙 ・ パ ル プ ・ 紙 加 工	▲ 28	0	5
印 刷	▲ 50	▲ 43	▲ 43
化 学 ・ 石 油	▲ 71	▲ 33	▲ 44
金 属 ・ 造 船 ・ 機 械	▲ 31	▲ 13	▲ 11
造 船	▲ 50	▲ 13	▲ 13
農 業 機 械	▲ 29	0	▲ 44
そ の 他	▲ 27	▲ 16	▲ 4
そ の 他 製 造 業	25	50	50
非 製 造 業	▲ 21	▲ 4	▲ 16
建 設 業	▲ 8	22	▲ 7
商 業	▲ 28	▲ 12	▲ 18
卸 売 業	▲ 33	5	▲ 10
食 料 品	▲ 57	0	▲ 38
衣 料 ・ 身 の 回 り 品	▲ 25	20	20
薬 品 ・ 化 粧 品	▲ 14	▲ 29	▲ 14
建 築 材 料	▲ 25	23	0
電 気 機 器	▲ 29	67	17
紙 ・ 紙 加 工 品	▲ 60	▲ 50	0
そ の 他	▲ 24	▲ 17	▲ 17
小 売 業	▲ 21	▲ 34	▲ 28
自 動 車	44	11	22
衣 料 品	▲ 50	▲ 67	▲ 50
機 械 ・ 電 器	▲ 38	▲ 33	▲ 50
大 型 小 売 店	▲ 63	▲ 50	▲ 63
そ の 他	▲ 20	▲ 39	▲ 22
運 輸 業	▲ 15	▲ 9	▲ 6
陸 運	▲ 28	▲ 26	▲ 11
海 運	0	13	0
旅 館 ・ ホ テ ル 業	▲ 30	▲ 31	▲ 46
そ の 他 サ ー ビ ス 業	▲ 17	0	▲ 17

4. 仕入価格・販売価格

仕入価格DIの「上昇」超が続く

2013年下期の仕入価格DIは前期比23ポイント上昇の+61となった。部門別では、製造業は前期比25ポイント上昇の+71、非製造業も同23ポイント上昇の+55であった。2014年上期見通しは、2013年下期比11ポイント低下し+50となった。部門別では、製造業は2013年下期比20ポイント低下の+51、非製造業も同6ポイント低下の+49であった。

2013年下期の販売価格DIは前期比12ポイント上昇の+11となり、10期ぶりに「上昇」超に転じた。2014年上期見通しも2013年下期比3ポイント上昇の+14となった。



注: DI=「上昇」の割合-「低下」の割合

5. 消費税率引き上げについて

定例調査項目に加え、今後の企業経営に影響を与えると考えられる消費税率引き上げの影響についても尋ねた。

(1) 消費税率引き上げ後に予想される影響

消費税率引き上げ後の影響について尋ねたところ、9割以上の企業で何らかの影響があると回答し、「影響はない」と答えた企業は約7%であった。項目別にみると、「仕入コスト等の増加 (49.3%)」

が最も多く、次いで「消費マインド悪化による売上の減少 (47.2%)」、「駆け込み需要の反動による売上の減少 (44.2%)」の順に割合が高かった。

(2) 価格転嫁の見通し

消費税率引き上げ分を、どの程度価格転嫁するかの見通しを尋ねたところ、「全額転嫁する (47.3%)」が約5割を占め、「一部を転嫁する (18.6%)」と併せ、7割弱の企業が価格転嫁する方針となっている。

業種別にみると、「紙・パルプ・紙加工」や「食料品」では「全額を転嫁する」または「一部を転嫁する」と答えた企業の割合が高かった。一方、「繊維品」では「ほとんど転嫁しない」または「全く転嫁しない」と答えた企業の割合が、全業種の中で最も高かった。

(3) 価格転嫁できない場合の対応策

消費税率引き上げ分の価格転嫁について、「一部を転嫁する」・「ほとんど転嫁しない」・「全く転嫁しない」と回答した企業に対して、どのような対応策を講じるか尋ねた。「(人件費を除く)経費の削減 (48.8%)」が最も多く、次いで「生産効率の向上 (43.9%)」、「仕入価格の見直し (34.1%)」の順に割合が高かった。

おわりに

過去の輸出主導型の景気回復と異なり、住宅や個人消費など内需が堅調であることから、内需依存型企業が大半を占める県内企業にも景況感の改善が見られる結果となったと考えられる。仕入価格の上昇を販売価格へ転嫁する動きが徐々に進みつつあるとは言え、引き続き仕入コストが上昇する見通しであるほか、消費税率引き上げによるマイナスの影響が懸念される中で、見通しは楽観できない状況が続くだろう。

(菊地 麻紀)