



## 福島県内の経営者による 平成22年の景気見通し

平成21年の国内景気は、内閣府発表の実質 GDP の推移でみると、内外の各種経済対策の効果により回復の兆しもあり最悪期を脱したとみられる。

しかし、急激な需要の減少による国内経済全体の供給力と総需要との乖離（GDP ギャップ）は大きく、設備や雇用に過剰感が残るなかで為替相場の急変動、緩やかなデフレの進行などから先行きの不透明感は払しょくされない状況にある。

福島県内景気についても、企業の生産活動はやや持ち直しているが、雇用情勢は大幅に悪化し所得環境も改善はみられず、個人消費は低調に推移するなど力強さに欠け厳しい状況にある。

本稿は、新年を迎えるにあたり、恒例の「景気見通しアンケート」を福島県内各地の主要な企業に依頼し、59社からの回答を集計・分類して、福島県内企業トップの景気動向に関する考えを紹介するものである。

アンケートにご協力いただきました経営者の皆様には誌面をもって御礼申し上げますとともに、益々のご活躍を祈念申し上げます。

今年の国内景気および県内景気の見通しについて、「やや好転する」とする意見が前年比で大きく割合を増やし、景気が幾分持ち直しの動きにあるとみている県内経営者は増加した。しかし、一方では世界同時不況などによる生産の落ち込みや販売低迷から回復せず「変わらない」、「やや悪化する」、「悪化する」とする意見も、国内景気で約7割、県内景気で約8割と依然大きな割合となった。自社の所属業界の市場の回復度合いや販売価格低下などが反映されて、景気を持ち直しを実感できない企業も多く、厳しい時代となっている。

### 1. 国内景気見通し

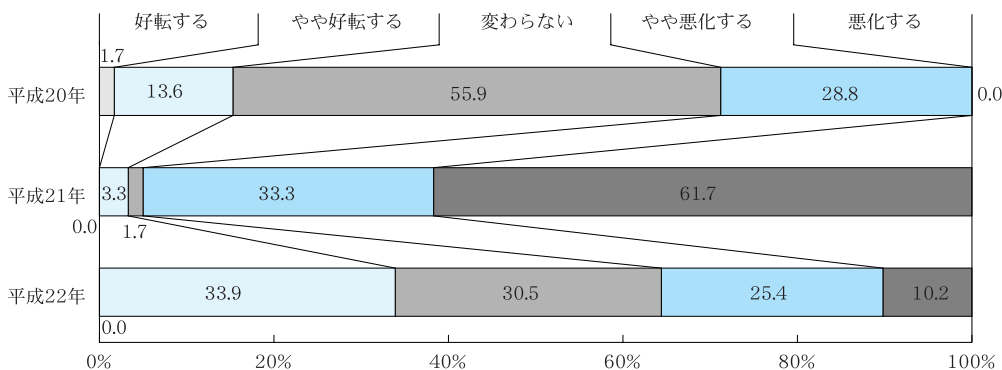
本誌アンケートによる「国内景気見通し」の

経年変化は、「好転・やや好転」の回答が平成20年15.3%、平成21年3.3%、平成22年33.9%と、前年と比べて30.6ポイント上昇した。

一方、「やや悪化・悪化」は平成20年28.8%、平成21年95.0%、平成22年35.6%と、同59.4ポイント低下した。「変わらない」は平成20年55.9%、平成21年1.7%、平成22年30.5%と、同28.8ポイント上昇した（図1）。

この回答割合の推移からみると、景気は底打ちし僅かながらも持ち直すと見る向きが約3割、なお悪くなるとみる向きが約4割、悪いまま横ばいとみる向きが約3割と、国内景気回復の安定性に懸念を持ち、依然先行きを厳しく見通している企業が全体の約7割となった。

図1 国内景気見通し



政府は11月の月例経済報告（我が国経済の基調判断）で、「景気は持ち直してきているが、自律性に乏しく、失業率が高水準にあるなど依然として厳しい状況にある。先行きについては、当面、厳しい雇用情勢が続くとみられるものの、海外経済の改善などを背景に景気の持ち直し傾向が続くことが期待される。一方、雇用情勢の一層の悪化や海外景気の下振れ懸念、デフレや金融資本市場の変動の影響など、景気を下押しするリスクが存在することに留意する必要がある。」と発表した。この11月の報告内容は雇用情勢の表現を悪化傾向から厳しいと変え、景気下押しリスク要因に2006年6月以来約3年半ぶりとなる「デフレ」を加えて警戒感を強めている。

## 2. 県内景気見通し

「県内景気見通し」の経年変化は、「好転・やや好転」の回答が平成20年10.2%、平成21年1.7%、平成22年20.3%と、前年と比べて18.6ポイント上昇した。一方、「やや悪化・悪化」は平成20年28.8%、平成21年63.3%、平成22年39.0%と、同57.6ポイント低下した。「変わらない」は平成20

年61.0%、平成21年1.7%、平成22年40.7%と、同39.0ポイント上昇した（図2）。

この回答割合の推移からみると、県内景気は底打ちし僅かながらも持ち直すとする向きが約2割、なお悪くなるとみる向きが約4割、悪いまま横ばいとみる向きが約4割と、県内景気の先行きを厳しく見通している企業が依然全体の約8割を占めた。「国内景気見通し」と比較してみると、「好転・やや好転」は10ポイント超下回り、県内景気の先行きについて国内景気よりも厳しく認識している回答結果となった。

## 3. 売上・生産の見通し

「売上・生産の見通し」の経年変化は、「好転・やや好転」の回答が平成20年40.7%、平成21年16.7%、平成22年37.3%と、前年と比べて20.6ポイント上昇した。一方、「やや悪化・悪化」は平成20年22.0%、平成21年63.3%、平成22年32.2%と、同31.1ポイント低下した。「変わらない」は平成20年37.3%、平成21年20.0%、平成22年30.5%と、同10.5ポイント上昇した（図3）。景気見通しの僅かではあるが改善傾向を受けて、

図2 県内景気見通し

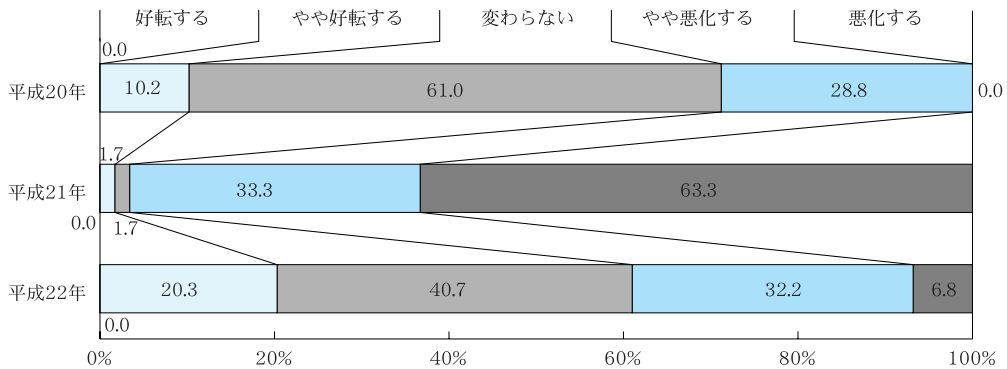
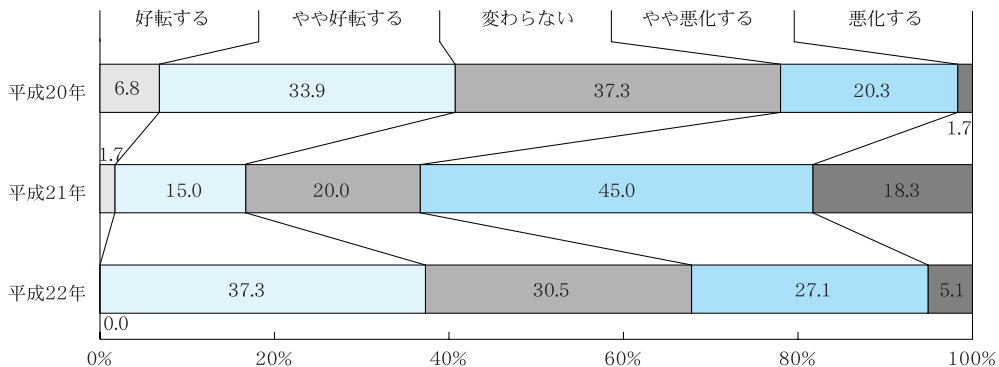


図3 売上・生産の見通し



売上・生産の見通しについて好転とする意見はなかったものの、やや好転するは前年の2倍を超える約4割の回答となった。

「好転・やや好転」の理由については、在庫調整の進展などから「受注増」、「需要の拡大」を挙げる企業が多かった。一方、「やや悪化・悪化」の理由については、自社の所属している厳しい市場環境から「需要減」、「市場環境悪化」、「販売価格の低下」が多かった（表1）。

#### 4. 採算見通し

「採算見通し」の経年変化は、「好転・やや好転」の回答が平成20年30.5%、平成21年15.0%、平成22年37.3%と、前年と比べて22.3ポイント上昇し

た。一方、「やや悪化・悪化」は平成20年33.9%、平成21年66.6%、平成22年37.3%と、同29.3ポイント低下した。

「変わらない」は平成20年35.6%、平成21年18.3%、平成22年25.4%と、同7.1ポイント上昇した（図4）。

需要の回復のテンポは緩慢であり、一方で価格の下落は続いていることから売上高増加は小幅なものになると予測され、厳しい収益環境は継続する見込みである。アンケート結果からも、「やや悪化」と「変わらない」で5割、「悪化する」が1割超と約6割の企業が採算の改善の動きは鈍いと感じている回答であった。

「好転・やや好転」の理由については、「改善・

表1 売上・生産見通しの理由

「好転・やや好転」の理由		「変わらない」の理由		「やや悪化・悪化」の理由	
受注増	7	現状維持	7	需要減	9
需要の拡大	6	低迷状況の継続	6	市場環境悪化	6
営業戦略	3	市場環境の変化	2	販売価格の低下	5
設備投資の効果	2	受注確保	2	海外事情	3
国内生産への回帰	1	店舗政策	1	競争激化	1
海外進出	1	海外景気	1		
独自製品・新商品	1				
その他	1				
	22		19		24

※一部複数回答

図4 採算見通し

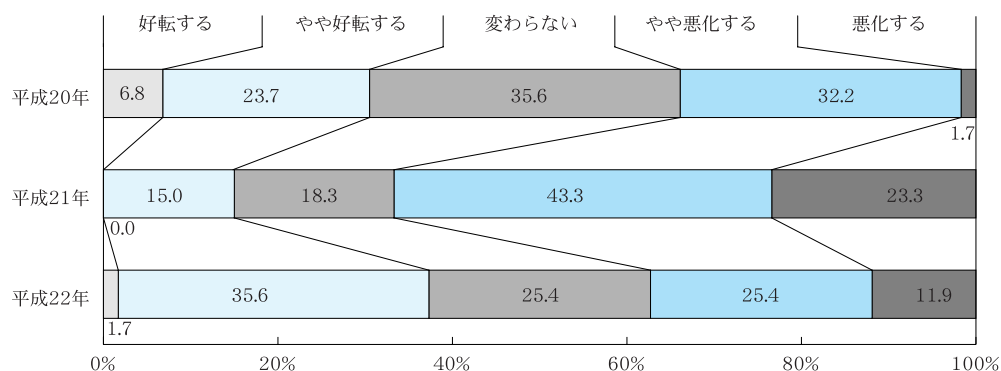


表2 採算見通しの理由

「好転・やや好転」の理由		「変わらない」の理由		「やや悪化・悪化」の理由	
改善・効率化	8	収益減をコスト削減でカバー	7	価格競争	8
コスト削減	8	競争激化	6	受注減	8
売上アップ	6	コスト上昇	2	コスト上昇	5
新製品・新商品	2	効率化でコスト上昇をカバー	1	市場環境悪化	5
市況回復	2	市場環境低迷	1	海外移管	1
経営戦略	1	新規出店	1		
	27		18		27

※一部複数回答

効率化]、「コスト削減」、「売上アップ」を挙げる企業が多かった。一方、「やや悪化・悪化」の理由については、更なる「価格競争」、「受注減」、「コスト上昇」、および「市場環境悪化」が多かった(表2)。

### 5. 今年の課題

「今年の課題」として「コスト対応」を16社、次いで「採算性」を12社が挙げ、生産、売上の伸びが期待できず、諸コストの見直し・削減努力により、厳しい経営環境を乗り切ろうとする意見が多かった。また、「社内体制」が11社あり、社内の体制強化により難局に立ち向かって行こうとする企業もみられた。さらに受注構造等の変化に向けて「商品企画力の充実、付加価値の高い新商品開発」という「商品開発・独自製品」に関する意見も10社と数多く寄せられた(表3)。

表3 今年の課題

項目	件数	項目	件数
コスト対応	16	顧客対応	5
採算性	12	構造変化・環境変化	4
社内体制	11	経営計画・管理	3
商品開発・独自製品	10	安全性	3
人事・人材	7	設備投資	1
生産性の向上	6	品質管理	1
受注・営業	6		
新規事業	6	合計	91

※一部複数回答

### 6. 実施予定の事業・施策

各企業の予定する事業・施策は、「コスト対策」が12社と、原材料コスト等の削減徹底、営業拠点の再編などにより厳しい環境に立ち向かう意見が最も多かった。

表4 実施予定の事業・施策

項目	件数	項目	件数
コスト対策	12	海外進出・連携	4
事業戦略	8	顧客対応	3
商品開発	8	環境対策	3
営業戦略	7	店舗戦略	2
人材育成・人事管理	7	品質管理	2
生産管理	6	設備投資	1
効率化推進	6	経営計画	1
新規事業	5		
社内体制	4	合計	79

※一部複数回答

さらに「事業戦略」、「商品開発」、「営業戦略」、「人材育成・人事管理」など社内の体制整備と効率化の推進を挙げる意見も多数寄せられた(表4)。

### 7. 最大関心事

最大関心事は、喫緊の問題である「景気動向」、次いで政権が交代したことから「政策関連」となった。また、世界経済の大きな後退から「市場動向」、「海外景気・市況」については特にアメリカと中国の経済に関心を寄せる企業が多くみられた。

また今後の県内経済の動向とともに低迷する個人消費やデフレの進行から消費の動向にも多くの意見が寄せられた(表5)。

表5 最大関心事

項目	件数	項目	件数
景気動向	19	人口・過疎問題	3
政策関連	13	投資動向	2
市場動向	8	原油価格・エネルギー	2
海外景気・市況	8	人材確保・人事	2
県内経済	7	競争激化	1
消費動向	7	金融情勢	1
原料価格	4	新技術	1
為替動向	4	公共事業	1
同業者の動向	4		
環境対策	4	合計	91

※一部複数回答

### 8. おわりに

今回のアンケートでは、「やや好転する」が国内で3割、県内で2割となり前年の調査ではほとんど「変わらない」、「やや悪化・悪化」とする回答が大半であったことからみれば、県内企業経営者の景況感には僅かではあるが好転した。これを受けて「売上・生産」、「採算」とも僅かではあるが好転を予想する回答が増加した。一方で、平成22年の経済は不透明感を増しており、平成21年に大きく落ち込んだ生産・販売からは回復せず、横ばいや一段の悪化を予測する経営者も多いという結果になった。

こうした中、既存店のリニューアルや新市場の開拓、技術力・営業力などを強化して、厳しい環境を乗り越えて行くとする企業経営者の皆様のご意見を参考にいただければ幸いです。

(担当 白石)