

「デフレ下における経営上の取組み状況」に関するアンケート調査

2003年4月30日

琉球銀行 調査部

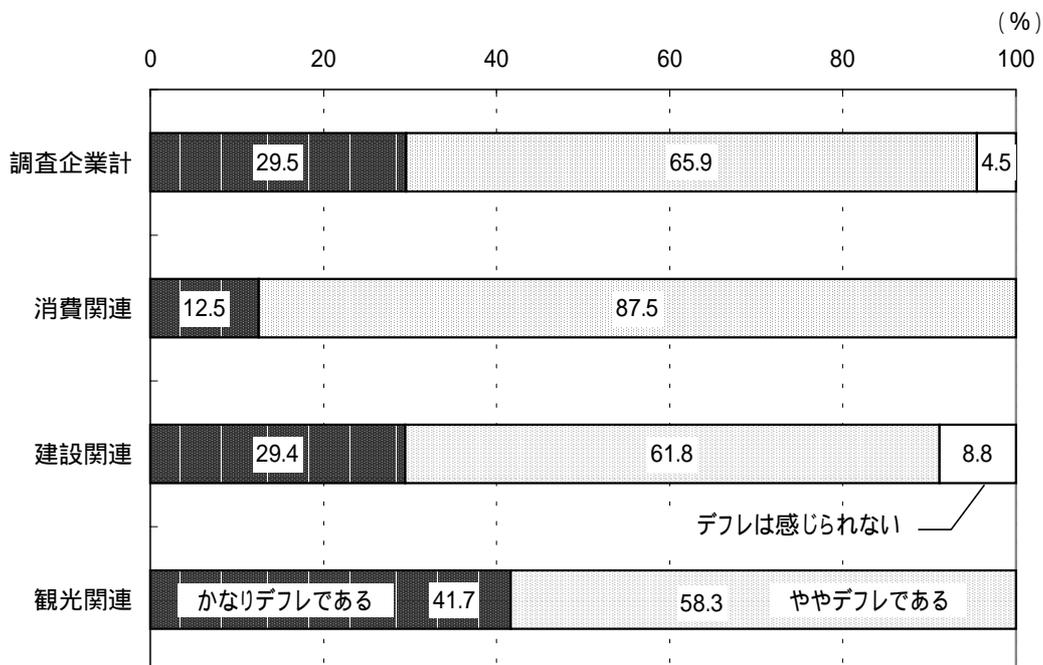
調査概要

- 調査期間：2003年3月19日～3月31日
- 調査先数：88社
(うち消費関連24社、建設関連34社、観光関連24社、マスコミ6社[†])

調査結果

1. デフレの実感：95%以上の企業がデフレを実感

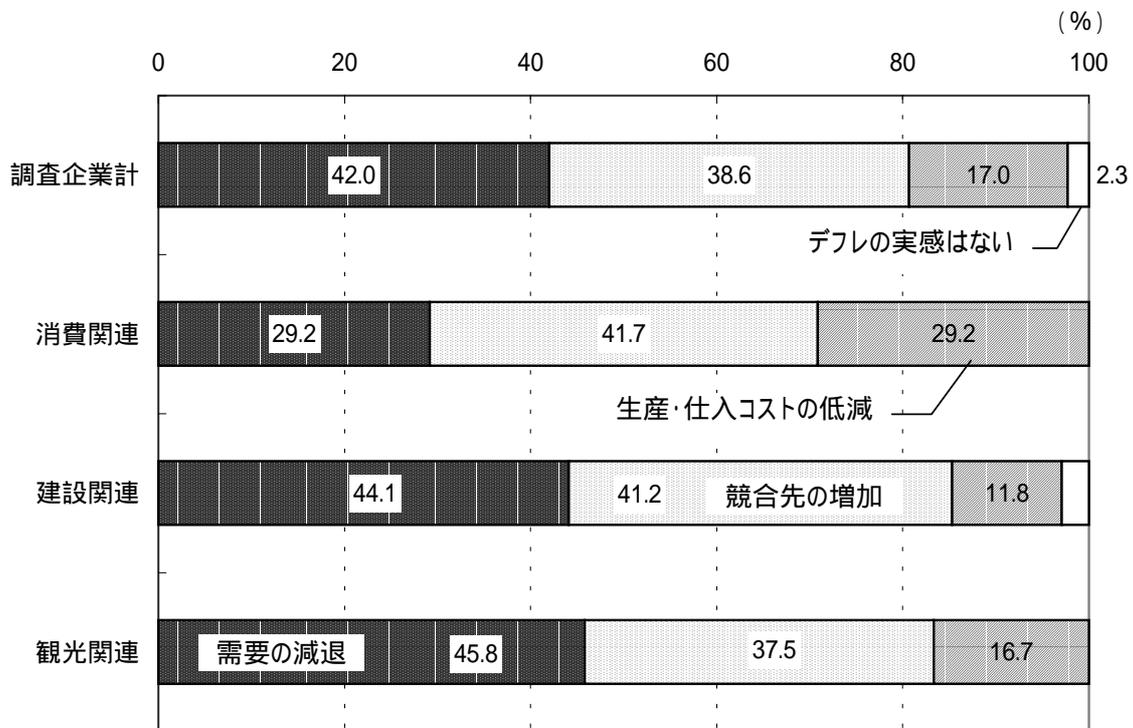
- 現在の経営環境からみたデフレの実感についてたずねたところ、「かなりデフレである」と回答した企業が約3割、「ややデフレである」と回答した企業まで含めると、95%以上の企業がデフレを実感していると回答。
- 主要三業界別にみると、いずれの業界でも「ややデフレである」と回答した企業が最も多いが、他業界と比べ観光関連で「かなりデフレ」であるとした企業の割合が高い。



[†] 消費関連：百貨店、スーパー、自動車小売業、電気製品卸売業、食品等卸売業
建設関連：建設業、建設資材製造業、建設資材卸売業
観光関連：ホテル、ゴルフ場、観光施設

2. デフレの要因：「需要の減退」、「競合先の増加」がそれぞれ約4割

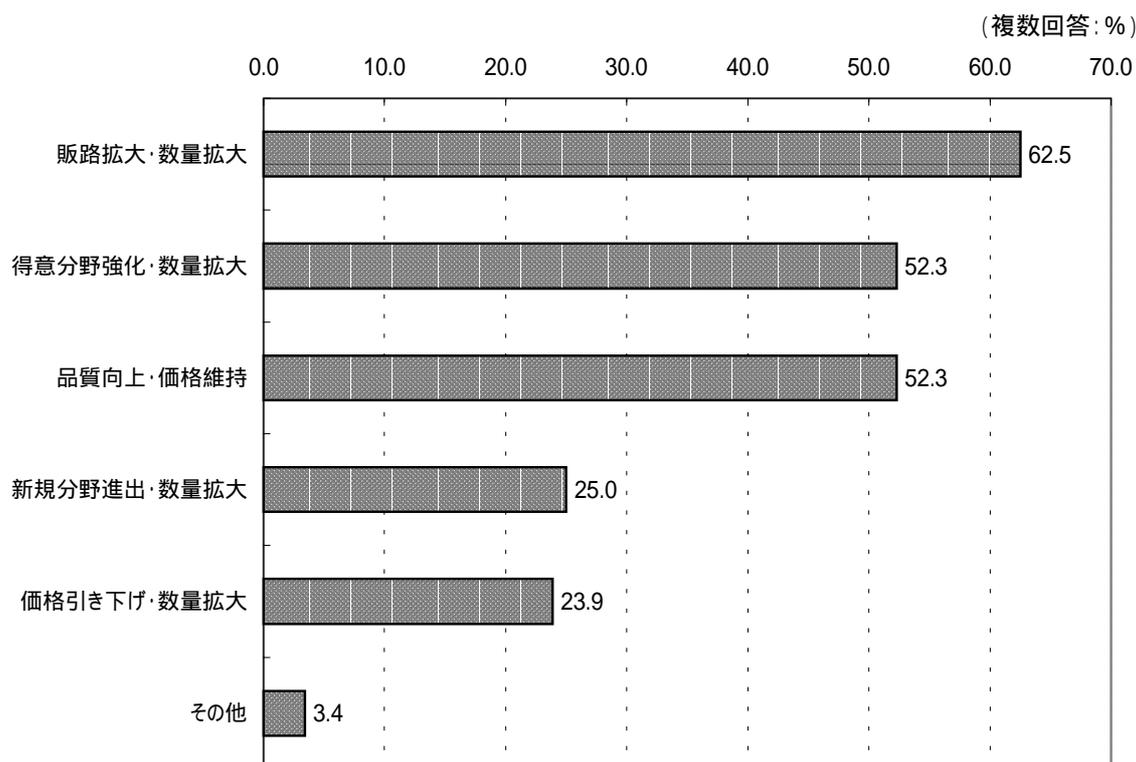
- ・ 現在の経営環境からみたデフレの要因についてたずねたところ、「需要の減退」、「競合先の増加」と回答した企業がそれぞれ約4割、「生産・仕入コストの低減」と回答した企業が2割弱を占めた。
- ・ 主要三業界別にみると、消費関連で「生産・仕入コストの低減」を挙げる企業の割合が高く、「需要の減退」を挙げる企業と同じ約3割となっている。



3 . デフレ下の売上増加・維持戦略：販路拡大による数量増加策が最多

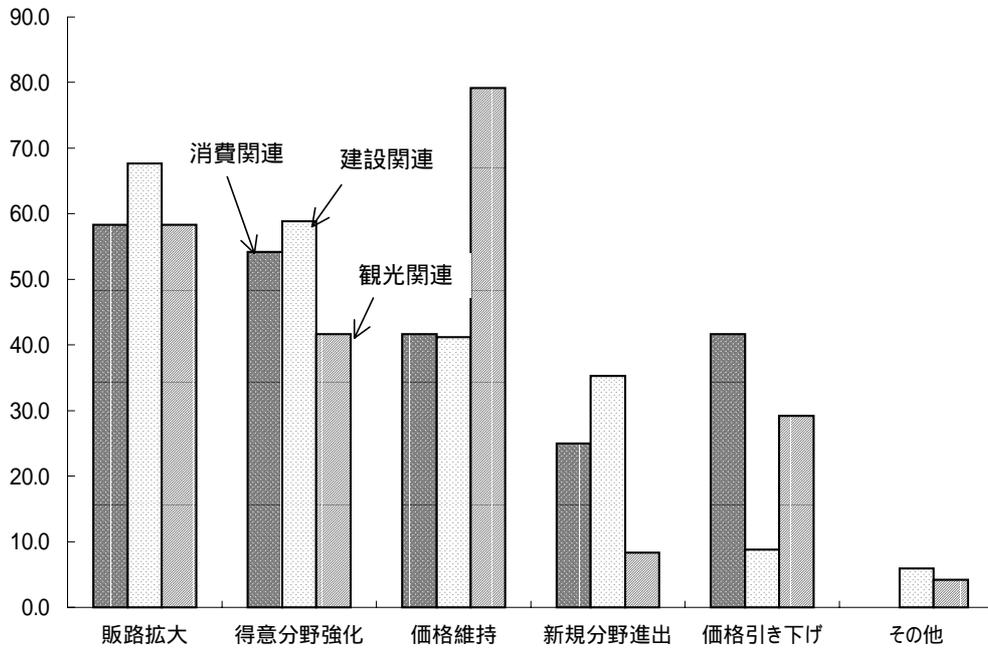
- ・ デフレ下で売上高を増加・維持するために行っている戦略をたずねたところ（3つ以内）、「販路・受注先を開拓し、販売数量を増加させる」と回答した企業が最も多く、「販売価格を下げ、販売数量を増加させる」と回答した企業は少ない。
- ・ 主要三業界別にみると、いずれの業界でも「販路拡大」と回答する企業の割合が高いものの、観光関連では「品質・サービスの向上により、価格を下げないようにする」と回答した企業の割合が高い。
- ・ 問2の「デフレの要因」についての回答別に戦略をみると、「需要の減退」、「競合先の増加」と回答した企業ではともに「販路拡大」を挙げる企業が最も多く、「生産・仕入コストの低減」と回答した企業では「得意分野の強化」、「価格維持」を挙げる企業が最も多い。

3 - 調査企業計



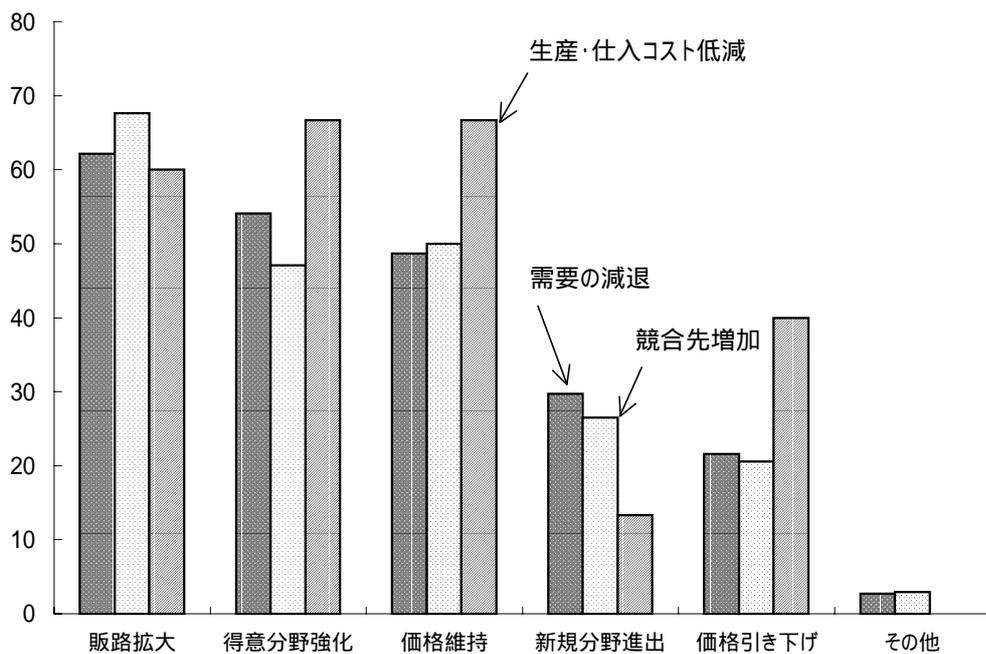
3 - 主要三業界別

(複数回答：%)



3 - 「デフレの要因」についての回答別

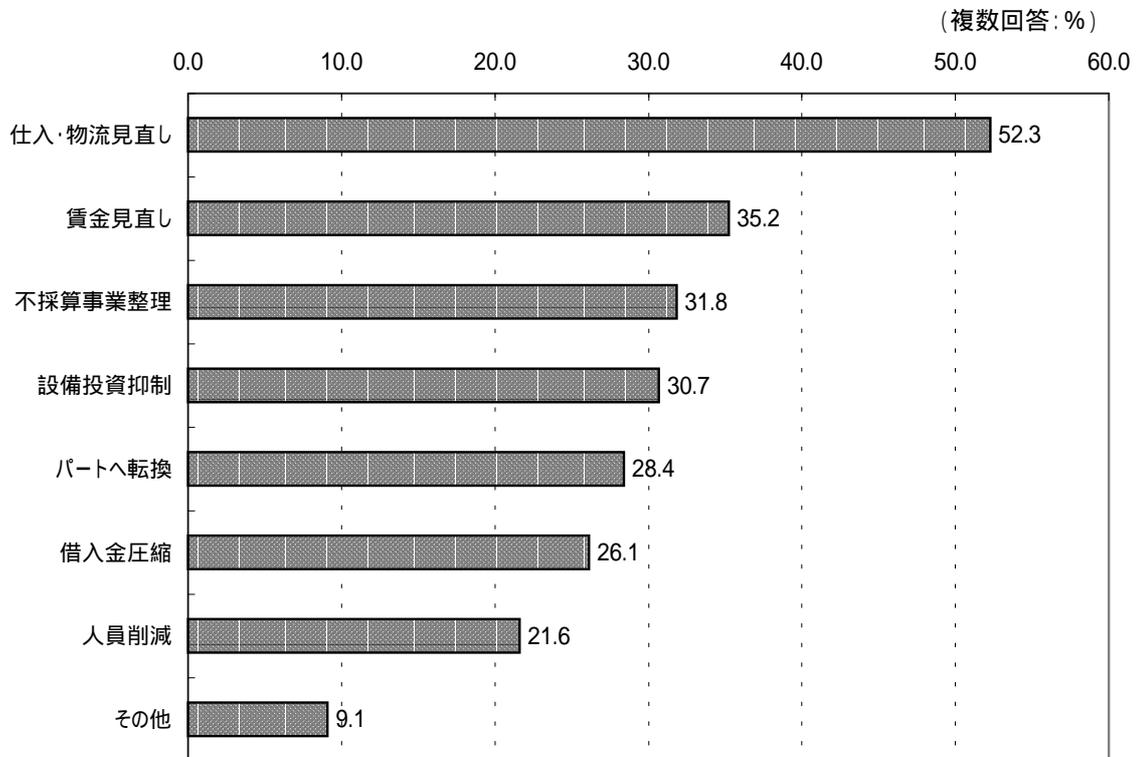
(複数回答：%)



4. デフレ下における利益確保のための取組み：物流方法の見直しが最多

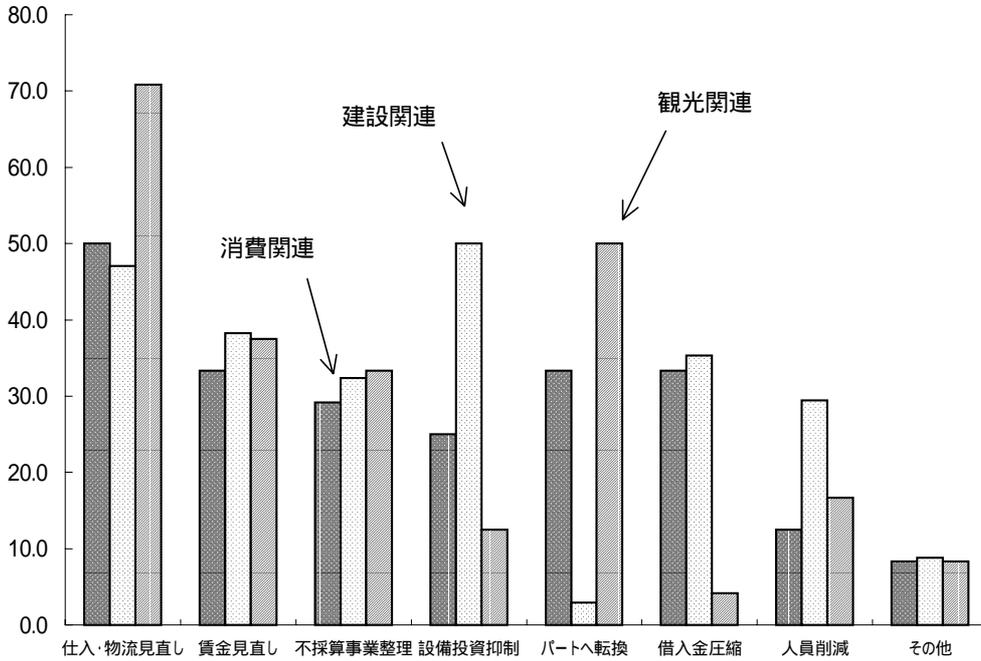
- ・ デフレ下で利益を確保するために行っている取組みについてたずねたところ（3つ以内）「仕入ルートや物流方法の見直し」を挙げた企業が最も多い。
- ・ 主要三業界別にみると、消費関連、観光関連では「物流の見直し」を挙げる企業が最も多く、建設関連では「設備投資の抑制」を挙げる企業が最も多い。
- ・ 問1の「デフレの実感」についての回答別にみると、「かなりデフレである」と回答した企業で「賃金体系の見直し」を挙げた企業が多くなっている。

4 - 調査企業計



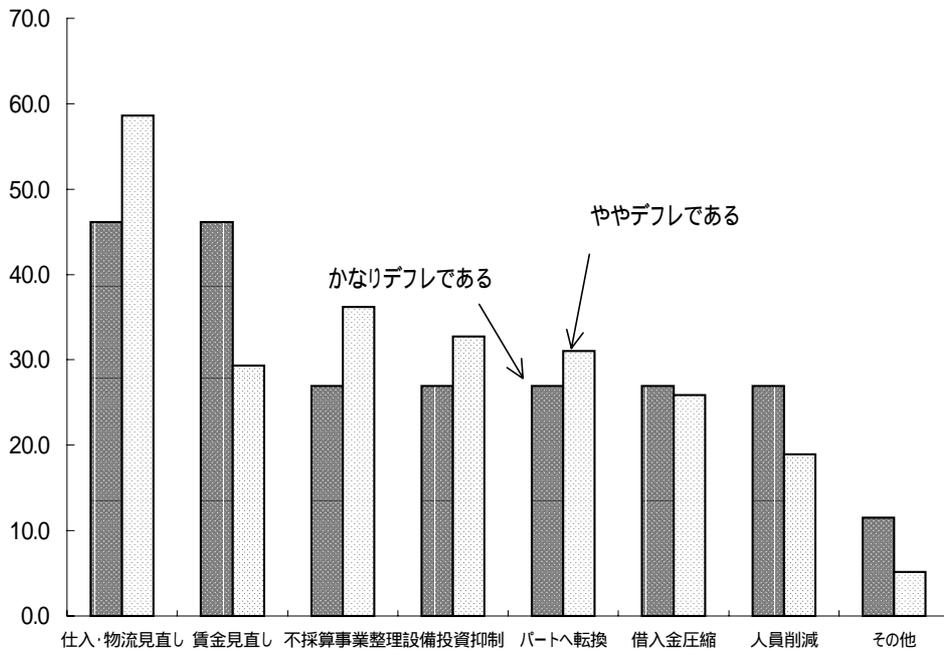
4 - 主要三業界別

(複数回答: %)



4 - 「デフレの実感」についての回答別

(複数回答: %)



- 質 問 票 -

各設問に対して、該当する番号を で囲んで下さい。

問1 . 現在のわが国は物価が持続的に下落する「デフレ」の状況にありますが、現在の貴社の経営環境からみて最も実感に近いものを、以下の中からお選び下さい (1つ)

- かなりデフレである。(29.5%)
- ややデフレである。(65.9%)
- デフレは感じられない(4.5%)

問2 . デフレにはさまざまな要因があるといわれておりますが、現在の貴社の経営環境からみて最も実感に近いものを、以下の中からお選び下さい (1つ)

- 製・商品、サービスに対する需要が減退していることによる。(42.0%)
- 需要はあまり変わらないが、競合先が増加していることによる。(38.6%)
- 技術進歩や安価な県外・海外製商品の調達により生産(仕入)コストが低減されたことによる。(17.0%)
- デフレの実感はない。(2.3%)

問3 . 「デフレ下では売上高が伸びにくい」といわれますが、このような中で売上高を増加・維持するために貴社のとられている戦略を以下の中からお選び下さい (3つ以内)

- 販売価格を下げ、販売数量を増加させる(23.9%)
- 新規分野へ進出し、販売数量を増加させる(25.0%)
- 販路・受注先を開拓し、販売数量を増加させる(62.5%)
- 得意分野をより強化し、販売数量を増加させる(52.3%)
- 品質・サービスの向上により、販売価格を下げないようにする(52.3%)
- その他(具体的に:) (3.4%)

問4 . 「デフレ下では利益をあげるのが難しい」といわれますが、このような中で利益を確保するために貴社の行っている取組みを以下の中からお選び下さい (3つ以内)

- 不採算事業の整理・縮小(31.8%)
- 仕入ルートや物流方法の見直し(52.3%)
- 人員の削減(21.6%)
- 正社員を減らし、パート・アルバイトを増やす(28.4%)
- 賃金体系の見直し(35.2%)
- 設備投資の抑制(30.7%)
- 借入金の圧縮(26.1%)
- その他(具体的に:) (9.1%)