

平成29年度内外価格動向等調査
(価格設定や投資等の企業活動の動向に関する調査)

報告書

平成30年3月

株式会社 日本アプライドリサーチ研究所

目次

はじめに	1
第1章 調査の概要	3
1-1. アンケート調査	3
1-2. ヒアリング調査	4
第2章 マクロ経済と企業業績の動向	6
2-1. 各種経済指標でみるマクロ経済の動向（2005年-2017年）	7
2-2. 企業活動基本調査からみる企業業績等の動向	12
2-3. 直近の動向	37
第3章 アンケート調査結果	55
3-1. 回答企業属性	56
3-2. 企業における主力商品の価格設定に関する分析	58
3-3. コスト増加分の価格転嫁状況と転嫁要因	77
3-4. 不確実性に対する認識	102
3-5. 事業投資の動向	106
3-6. 人的投資の動向	122
第4章 既存統計及び先行研究との比較による検討	138
4-1. 商品特性の予備的検討	140
4-2. 販売価格の改定状況	144
4-3. 価格設定で重視する要因と転嫁の状況	150
4-4. 価格が硬直化する（しない）原因	162
4-5. 不確実性の認識	170
4-6. 事業投資の動向と決定要因	178
4-7. 人的投資の動向と決定要因	185
4-8. 不確実性と企業の意思決定に関する先行研究との比較検討	193
添付資料： アンケート調査票	199
補足資料： 日銀調査(2000)との実施概要比較布	207

はじめに

本報告書は、経済産業省事業「平成29年度内外価格動向等調査（価格設定や投資等の企業活動の動向に関する調査）」の調査・分析結果をとりまとめたものである。報告書は次の4つの章から構成される。

第1章ではアンケート調査、ヒアリング調査等の調査の概要を説明する。

第2章では、各種の統計に基づき、マクロ経済と企業業績の動向をとりまとめる。はじめに2-1で、各種の公表統計により、2005年以降の長期的なマクロ経済動向を概観していく。次に2-2で、2005年度から2015年度までの企業活動基本調査の個票データの集計値により、業種ごとの企業業績の推移等を確認する。具体的には、売上高、利益（経常利益、営業利益、当期純利益）、雇用（従業者数、パートタイム比率、人件費、労働分配率、売上高人件費率）、投資（設備投資、研究開発投資）をとりあげる。2-3では、「短観」を中心に、四半期データにより足元の動向をみていく。

第3章では、アンケート調査の集計結果を示しつつ、各設問への回答の傾向を抽出する。まず3-1で回答企業の業種、売上高の分布を確認する。3-2では、主力商品の諸特性（ブランド浸透度、性能・品質、成長性、収益力）をまとめた上で、主力商品の価格の改定状況（5年前との比較、今後2年以内の予定）と価格設定において重視する要因を特定する。3-3では、はじめにコスト増加に対する価格の転嫁状況を見る。次に、コストを転嫁できた企業と転嫁できない企業のグループごとにそれぞれ、コスト転嫁できた理由とできない理由をとりまとめる。3-4では、国内外の経済情勢や市場の動向に関する不確実性の増減を企業がどう認識しているのかを整理する。3-5と3-6では、それぞれ、事業投資（5種類）と人的投資（6種類）の増減をみた上で、国内外の経済情勢や市場の動向が各投資にどの程度影響するかをまとめる。

第4章では、アンケート調査の結果をベースとしつつ、既存統計や先行研究との比較による検討を行う。4-1では、アンケート調査から得られた商品属性間の相関、及び収益力と企活による売上高純利益率との相関を求め、第3章の結果を補完する。次に、商品の成長性について、日本銀行による2000年の類似調査（日銀調査）と本調査の結果を比較し、2000年頃と現時点で成長期待がどう変化したかを検討する。4-2では、販売価格の改定状況を分析する。はじめに、アンケート調査による価格の改定状況と国内企業物価指数及び短観（販売価格DI及び物価見通し）による結果を比較して、アンケート調査の結果が、既存統計と整合するかどうかを確認する。次に、価格改定状況と商品特性の相関を求め、どの商品属性と価格設定の間に密な関係があるかを検討する。最後に、アンケート調査による価格の引き上げ・引き下げ状況を日銀調査と比較することにより、企業による価格改定のスタンスが2000年頃と比べてどう変化したかを検討する。4-3では、価格設定で重視する要因に関して、日銀調査との比較による検討を行う。次いで、価格の改訂と転嫁の状況に関する予備的な検証、価格転嫁するグループとしないグループ間で利益率の差異の検証、回帰分析による価格転嫁の度合いと商品属性の関係の検討などを行う。4-4では、価格が硬直化する（しない）原因について分析する。はじめに第3章の結論を補完する目的で、コストを転嫁できている企業と出来ていない企業をそれぞれ、コスト転嫁の程度に応じて二分し、転嫁理由の強弱を比較する。次に、日銀調査を用いて、価格転嫁の要因について、2000年頃との比較を行う。4-5では、不確実性への認識を整理する。まず不確実性の対象となる項目について、相関係

数を算出し、項目間の関係を検討する。次に、不確実性が增大している事象の上位 4 項目を規模別、業種別に抽出し、規模や業種で認識がどのように異なるかを確認する。最後に、森川(2016)との比較を踏まえた考察を行う。4-6 と 4-7 では、それぞれ事業投資と人的投資について、投資の種類ごとに影響を与える事象の上位 4 つを抽出し、規模別及び業種別の特徴を抽出する。最後の 4-8 では、森川(2016)による分析との比較を通して、「経済情勢・政策等への経営の影響度」及び「不確実性が影響する経営判断」について検討を行う。

第1章 調査の概要

本事業では、企業における価格設定要因や投資の動向、それらに対する国内外の経済情勢等の不確実性が及ぼす影響等を把握する目的で、アンケート調査及びヒアリング調査を実施した。

1-1. アンケート調査

1-1-1. アンケート調査の実施状況

(1) 調査方法

アンケート調査票を調査対象企業に送付し、Web 及び紙面により回答を回収した。

(2) 実施時期

第一回：平成 29 年 11 月 2 日～平成 29 年 11 月 17 日

第二回：平成 29 年 12 月 8 日～平成 29 年 12 月 22 日 ※未回答企業に対する督促・追加調査

(3) 回収状況

- アンケート調査票発送数：5,500 通
- アンケート回収数：1,556 通
- アンケート回収率：28.3%

(4) 有効回答率

- アンケート有効発送数：5,484 通（発送数 5,500 通のうち 16 通は不達）
- アンケート有効回答数：1,511 通（回収数 1,556 通のうち 45 通は無効票）
- アンケート有効回答率：27.6%

1-1-2. アンケート調査対象

「食料品」「飲料・たばこ・飼料」「医薬品」を除く、製造業を営む大企業 5,500 社。

なお、業種別の企業数及び構成比は、以下のとおり。

産業分類	企業数	構成比
03 パルプ・紙	194	3.5%
04 化学工業	467	8.5%
05 石油石炭製品	37	0.7%
06 プラスチック	386	7.0%
07 窯業・土石	235	4.3%
08 鉄鋼	286	5.2%
09 非鉄金属	206	3.7%
10 金属製品	441	8.0%
11 はん用機械	284	5.2%
12 生産用機械	470	8.5%
13 業務用機械	223	4.1%
14 電子部品・デバイス等	335	6.1%
15 電気機械	345	6.3%
16 情報通信機械	125	2.3%
17 輸送機械	770	14.0%
18 その他の製造業	696	12.7%
合計	5,500	100.0%

1-1-2. アンケート調査内容

本アンケート調査における設問構成は、以下のとおり。

なお、設問の詳細については、「添付資料：アンケート調査票」を参照されたい。

I. 業種、主力商品について

- 問1：業種
問2：主力とする商品品目
問3：主力商品の特性（ブランド、品質・性能、成長性、収益力）
問4：過去5年前と比較した、主力日商品の価格引き上げ、引き下げ状況とその程度（%）
問5：今後2年程度における、主力日商品の価格引き上げ、引き下げ予定とその程度（%）
問6：主力商品の価格設定における重視項目

II. 主力商品におけるコスト増加分の価格転嫁について

- 問7：過去、あるいは将来における主力商品のコスト増加分の価格転嫁状況
問8：主力商品のコスト増加分を価格転嫁できる理由
問9：主力商品のコスト増加分を価格転嫁できない理由

III. 国内外の経済情勢等における不確実性に関する認識について

- 問10：国内外の経済情勢等の予測の困難性（不確実性）に対する増減の認識

IV. 事業投資の状況等について

- 問11：事業投資額（国内外有形固定資産、研究開発、無形資産、M&A）の過去1年間の増減
問12：事業投資に対する国内外の経済情勢等の不確実性が及ぼす影響

V. 人的投資の状況等について

- 問13：人的投資額（社員の採用、定期昇給、ベースアップ、ボーナス、教育訓練）の過去1年間の増減
問14：人的投資に対する国内外の経済情勢等の不確実性が及ぼす影響

付問

- 問15：国の政策等に関する要望や意見等の自由意見
任意問：企業情報（社名、連絡先、担当者連絡先）、ヒアリング調査への協力の可否

1-2. ヒアリング調査

(1) ヒアリング調査方法

アンケートに回答した企業のうち、ヒアリング調査への協力を承諾した20社に対して、現地インタビュー形式で実施した。

(2) ヒアリング実施時期

平成29年12月27日～平成30年2月2日

(3) ヒアリング調査対象

ヒアリングはアンケート調査対象企業から20社を選定し実施。

(4) ヒアリング調査内容

ヒアリング調査にあたっては、アンケート調査項目に沿って、以下のような内容についてQ&A形式で実施した。

項目	内容
1. 企業活動の概況	過去 5 年程度の間に、取り組んできた課題やその対応策。現在、最も注視している社会・経済動向と、今後の対応予定等
2. 国内外の不確実性に対する認識や企業への影響	国内外の景気や政情など不確実な情勢がもたらす経営リスク等に関する認識
3. 価格設定に際する企業のスタンス	価格設定の際に重視する要因や、国内外の不確実な情勢が価格設定に及ぼす影響
4. 国内外の不確実性が投資や人材採用等に及ぼす影響	国内外の経済情勢等不確実性が、事業投資や人的投資等に及ぼす影響
5. 国内外の不確実性というリスクへの対応策	国内外の予期せぬ不確実な情勢がもたらす経営リスクを軽減するために講じている対策等
6. 今後の事業展開方針やデフレ脱却に向けたシナリオ	国内デフレ脱却に向けて、効果的と思われる施策やシナリオなどに関する意見
7. その他	単独では回避できない不確実な課題等についての意見や、国に求めたい要望・意見など

第2章 マクロ経済と企業業績の動向

本章では、統計に基づきマクロ経済と企業業績の動向をとりまとめる。

まず第1節で、各種の公表統計により、2005年以降の長期的なマクロ経済動向を概観していく。

次に第2節で、2005年度から2015年度までの企業活動基本調査の個票データの集計値により、業種ごとの企業業績の推移等を確認する。具体的には、売上高、利益（経常利益、営業利益、当期純利益）、雇用（従業者数、パートタイム比率、人件費、労働分配率、売上高人件費率）、投資（設備投資、研究開発投資）をとりあげる。

第3節では、「短観」を中心に、四半期データにより足元の動向をみていく。

章内目次

2-1. 各種経済指標でみるマクロ経済の動向（2005年-2017年）	7
2-1-1. 国内総生産	7
2-1-2. 雇用	7
2-1-3. 原油価格と為替レートの推移	8
2-1-4. 物価の動向（CPI、CGPI）	9
2-1-5. 設備投資の状況	9
2-1-6. 労働時間と現金給与	10
2-2. 企業活動基本調査からみる企業業績等の動向	12
2-2-1. 売上高と増減率	12
2-2-2. 利益	15
2-2-3. 従業者数	21
2-2-4. 人件費増減率と労働分配率	25
2-2-5. 労働分配率と売上高人件費率	28
2-2-6. 設備投資・研究開発投資	30
2-3. 直近の動向	37
2-3-1. 業況判断と企業業績	37
2-3-2. 生産動向	41
2-3-3. 雇用動向	41
2-3-4. 投資動向	44
2-3-5. 業種別の物価動向	46
2-3-6. 物価見通し	51

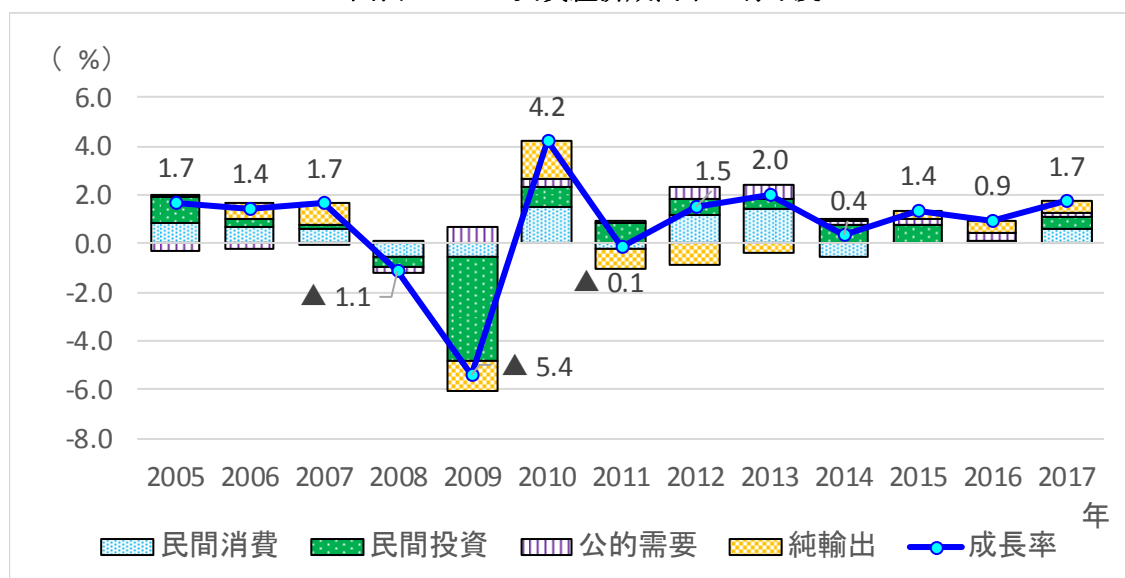
2-1. 各種経済指標でみるマクロ経済の動向（2005年-2017年）

2-1-1. 国内総生産

図表 2-1-1 は、実質国内総生産の伸び率（実質経済成長率）とその需要項目別寄与度を示したものである。2005年から2007年にかけて+1.4%から+1.7%で推移していた成長率は、2008年9月のリーマン・ショックを契機にマイナスに落ち込み、2009年には▲5.4%を記録した。翌2010年はプラスに転じ、東日本大震災が発生した2011年には▲0.1%と再びマイナス成長となったものの、2012年以降はプラス成長を維持している。

震災後の経済成長への寄与をみると、2012年と2013年の伸びは民間消費と民間投資が牽引しているが、2014年には消費税率引き上げの影響もあり、民間消費の寄与はマイナスとなり、2015年から2016年にかけては、ほぼゼロの水準に低迷している。民間投資は、2015年までは+0.4から+0.8ポイント程度の寄与を果たしたが、2016年には失速している。これに対して、震災以降、成長の足を引っ張っていた純輸出は、2015年からプラスに転じ、2016年には+0.5ポイントの寄与を果たしている。直近の2017年では、民間消費、民間投資、純輸出ともに寄与はプラスとなり、実質成長率は+1.7%に達した。

図表 2-1-1 実質経済成長率と寄与度



棒グラフは各項目の寄与度を表す。最終需要項目は以下のように集計した。

民間消費：民間最終消費支出

民間投資：民間住宅＋民間企業設備＋民間在庫変動

公的需要：政府最終消費支出＋公的固定資本形成＋公的在庫変動

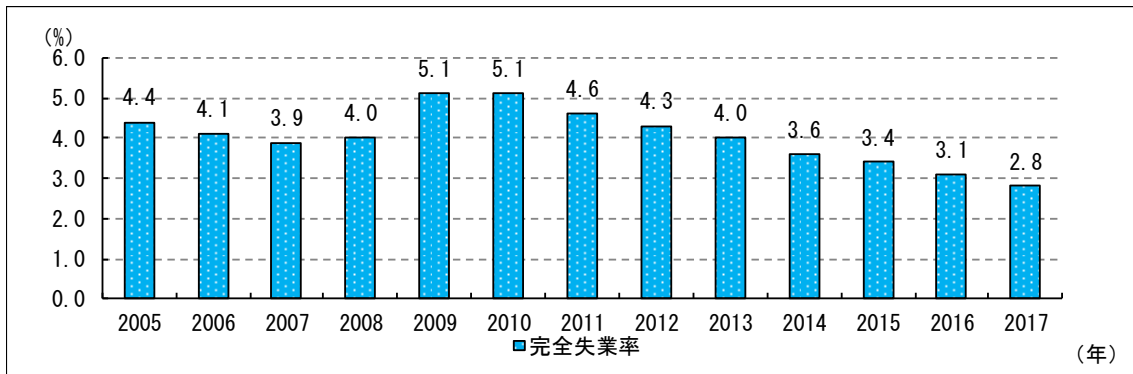
純輸出：輸出－輸入

出所：内閣府「国民経済計算 四半期別 GDP 速報」より計算

2-1-2. 雇用

完全失業率の推移を図表 2-1-2 に示す。完全失業率は、2009年から2010年にかけて5.1%まで上昇したが、その後は改善を続け、2017年時点では2.8%まで低下している。これは、1994年以降では最低の水準である。

図表 2-1-2 完全失業率の推移

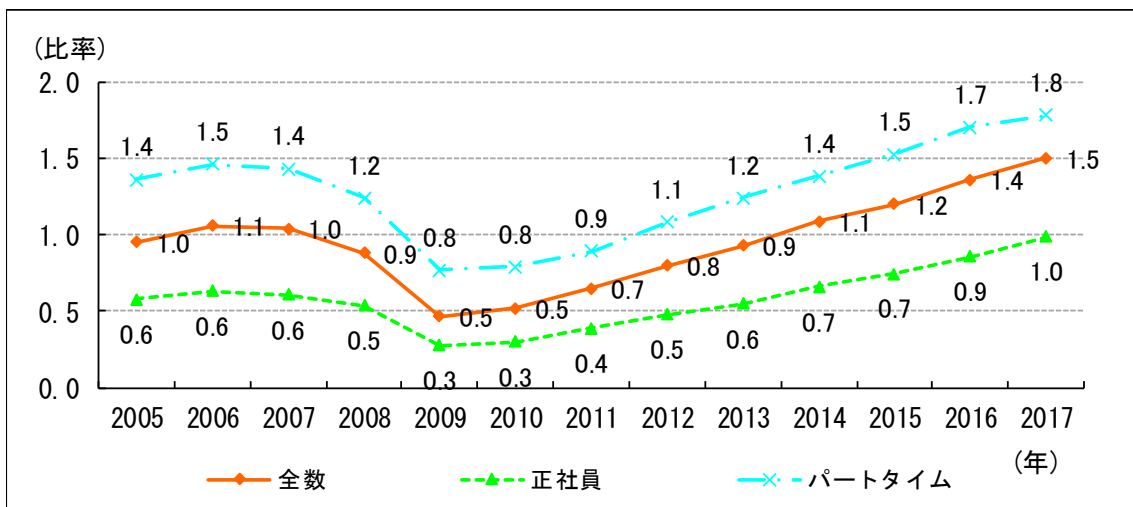


出所：総務省 「労働力調査」

図表 2-1-3 は、有効求人倍率を「全数」、「正社員」、「パートタイム」の別に示している。「パートタイム」の有効求人倍率は、「正社員」よりも一貫して、0.5 から 0.8 ポイント程度高くなっている。「全数」についてみると、有効求人倍率は、2009 年の 0.5 を底として以後は上昇を続けてきた。2014 年に 1 を超え、直近の 2017 年時点では 1.5 まで上昇している。また、「正社員」についても、2017 年にはじめて 1 に達した。

雇用環境は、完全失業率、有効求人倍率、いずれの指標でも、2000 年代半ばを上回る水準にまで回復していることが確認される。

図表 2-1-3 有効求人倍率の推移



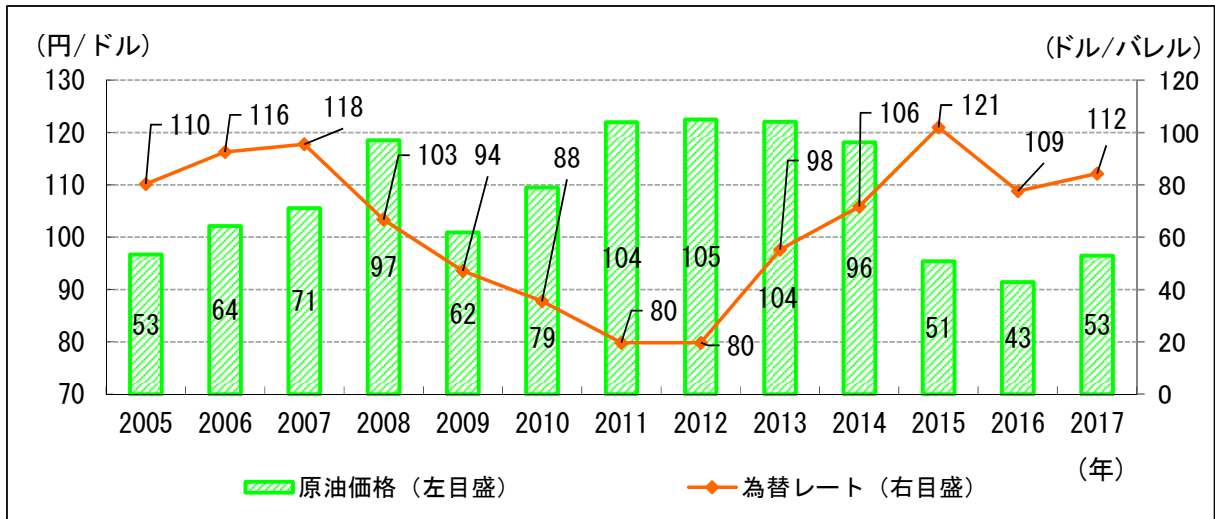
出所：厚生労働省「一般職業紹介状況(職業安定業務統計)」

2-1-3. 原油価格と為替レートの推移

図表 2-1-4 に原油価格と為替レートの動向を示す。2000 年代半ばに 1 ドル 110 円台で推移していた為替レートは、2008 年以降は円高が進み、2011 年から 2012 年にかけては戦後最高値となる 80 円をつけるに至った。その後、2013 年に入ってから、大規模な金融緩和の効果もあり円安に転じ、直近の 2017 年では 112 円となっている。

原油価格については、2008 年に 1 バレル 97 ドルまで上昇したものの、リーマン・ショック後の世界不況により 62 ドルに下落した。その後は再び上昇に転じ、2011 年から 2014 年までは概ね 100 ドル前後で推移した。2015 年には、それまでの半値の 51 ドルに急落し、2016 年には 50 ドルを割り込んだ。ただし 2017 年には再び上昇に向かい、年平均では 53 ドルとなっている。

図表 2-1-4 原油価格と為替レートの推移



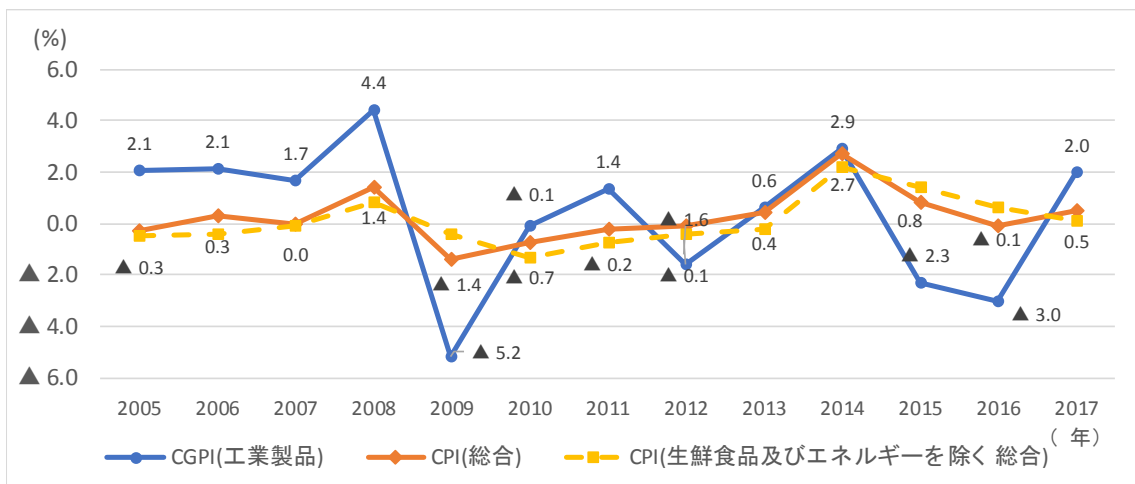
出所：日本銀行「外国為替相場状況」東京市場 ドル・円 スポット 中心相場/月中平均
IMF Primary Commodity Prices WTI、ブレント、ドバイの平均

2-1-4. 物価の動向 (CPI、CGPI)

図表 2-1-5 は国内企業物価指数 (CGPI) の「工業製品」と消費者物価指数 (CPI) の上昇率を示している。CPI については、「総合」に加え、「生鮮食品及びエネルギーを除く総合」(いわゆる、コアコア CPI) の2通りを示している。(図中の CPI の数値は「総合」に関するもの)

全期間を通じて、相対的に川上に近い CGPI は CPI よりも振れが大きい。2014 年についてはいずれも上昇率が高いが、これは同年 4 月に消費税率が 8% に引き上げられたことによる。2015 年以降について見ると、2015 年と 2016 年の CGPI の伸びは、原油価格下落の影響もあり、▲2.3% と ▲3.0% とマイナスになっている。これに対して CPI は +0.8% と ▲0.1% であり、CGPI の伸びを 3 ポイント程度上回っている。直近の 2017 年では、CGPI が +2.0%、CPI は +0.5% と共にプラスの伸びとなっている。

図表 2-1-5 国内企業物価指数と消費者物価指数の推移



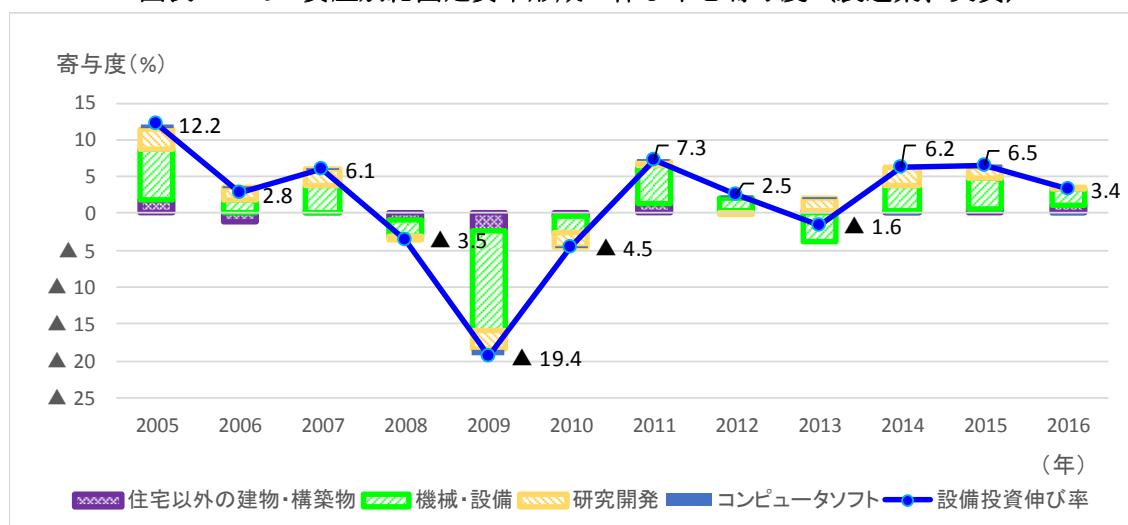
出所：日本銀行「国内企業物価指数」、総務省「消費者物価指数」

2-1-5. 設備投資の状況

図表 2-1-6 は、製造業に関する実質総固定資本形成(2011 年価格評価)の伸びと資産別の寄与度

を示したものである¹。実質総固定資本形成は、2009年に▲19.4%と大幅に減少したが、2011年以降は概ねプラスの伸びで推移している。また、2012年以前は、機械・設備の寄与が大きかったが、2013年以降は、研究開発の寄与も目立っている。

図表 2-1-6 資産別総固定資本形成の伸び率と寄与度（製造業、実質）

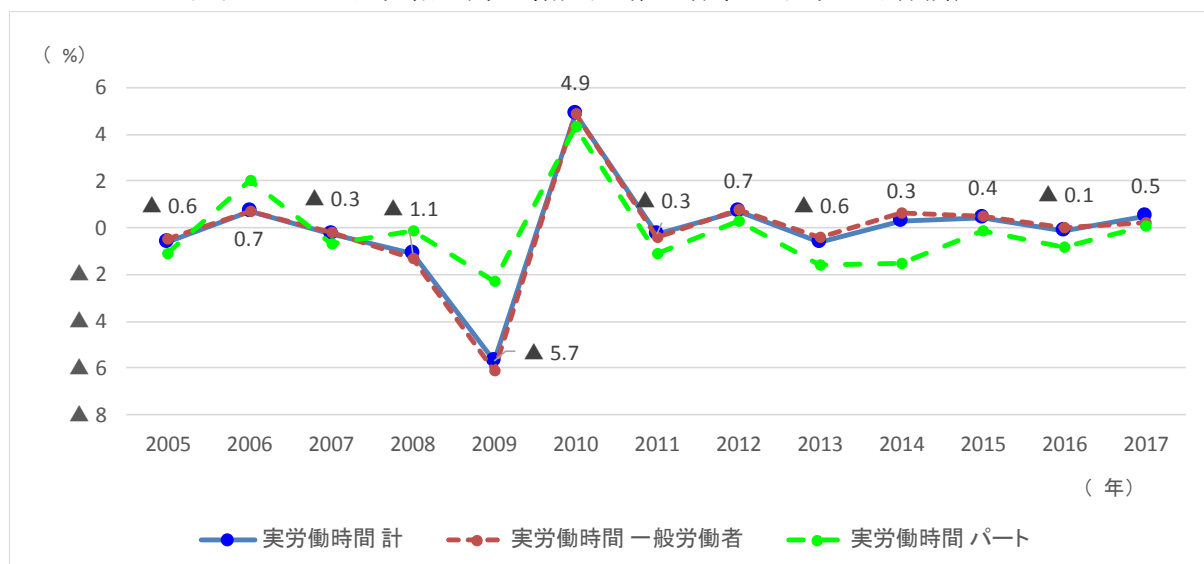


出所：内閣府「国民経済計算年報」フロー編 付表 22. 固定資本マトリックス（実質：連鎖方式）

2-1-6. 労働時間と現金給与

図表 2-1-7 は、製造業に関する実労働時間の増減率である。就業形態合計では、2011年以降は▲0.6から+0.7%で推移している。一方、パートタイムは、2011年以降は一般労働者よりも増加率が低く、一貫してマイナスとなっている。

図表 2-1-7 実労働時間の増減率（製造業、30人以上事業所）

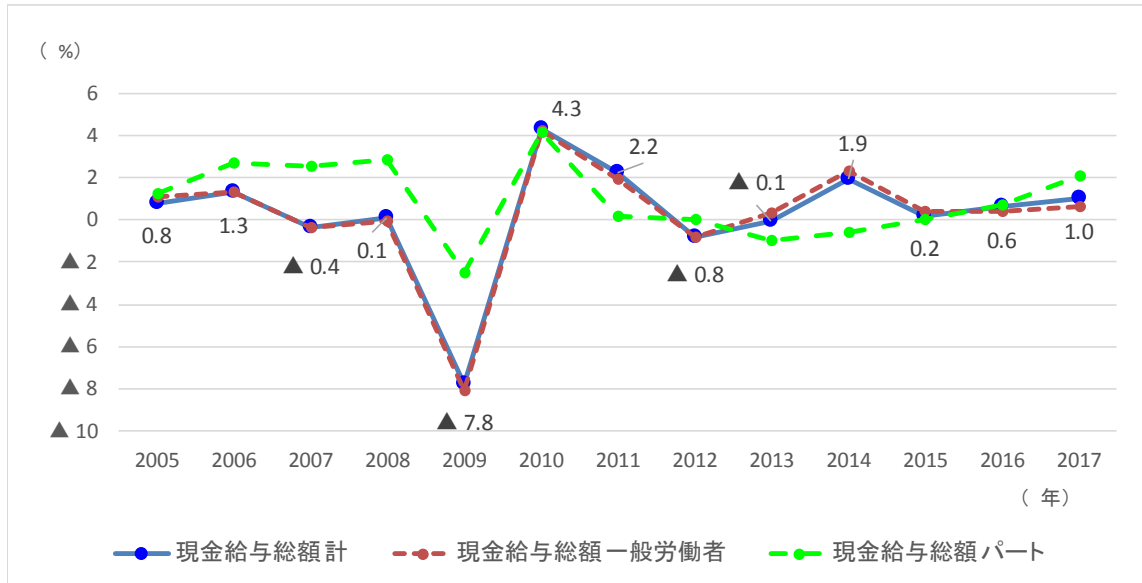


出所：厚生労働省「毎月勤労統計調査」

図表 2-1-8 は現金給与総額の増減率を示している。直近の2015年と2016年の増減率を就業形態合計で見ると、それぞれ+0.2%と+0.6%となっており、この傾向はパートタイムでも同じとなっている。

¹研究開発は08SNAから総資本形成に計上されている。

図表 2-1-8 現金給与総額の増減率（製造業、30人以上事業所）



出所：厚生労働省「毎月勤労統計調査」

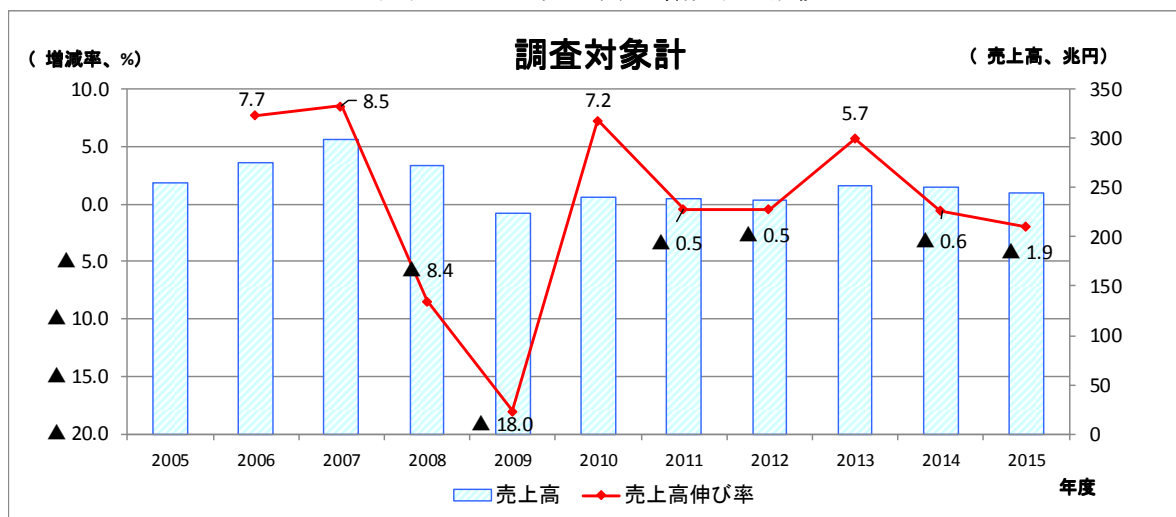
2-2. 企業活動基本調査からみる企業業績等の動向

2-2-1. 売上高と増減率

調査対象業種全体での売上高を図表 2-2-1 に示す。全体の売上高は 2007 年度に 300 兆円近くの水準に達したが、その後、リーマン・ショックを契機とする世界的な大不況期に入り、2009 年度には約 220 兆円まで減少した。2010 年度以降は、売上高は回復に転じたものの、2011 年の東日本大震災をはさんで一進一退を続け、概ね 250 兆円近くの水準で推移している。

増減率では、2009 年度には▲18.0%と大幅なマイナスを記録したが、2010 年度には+7.2%の増加に転じ、その後はプラスとマイナスの成長を繰り返している。

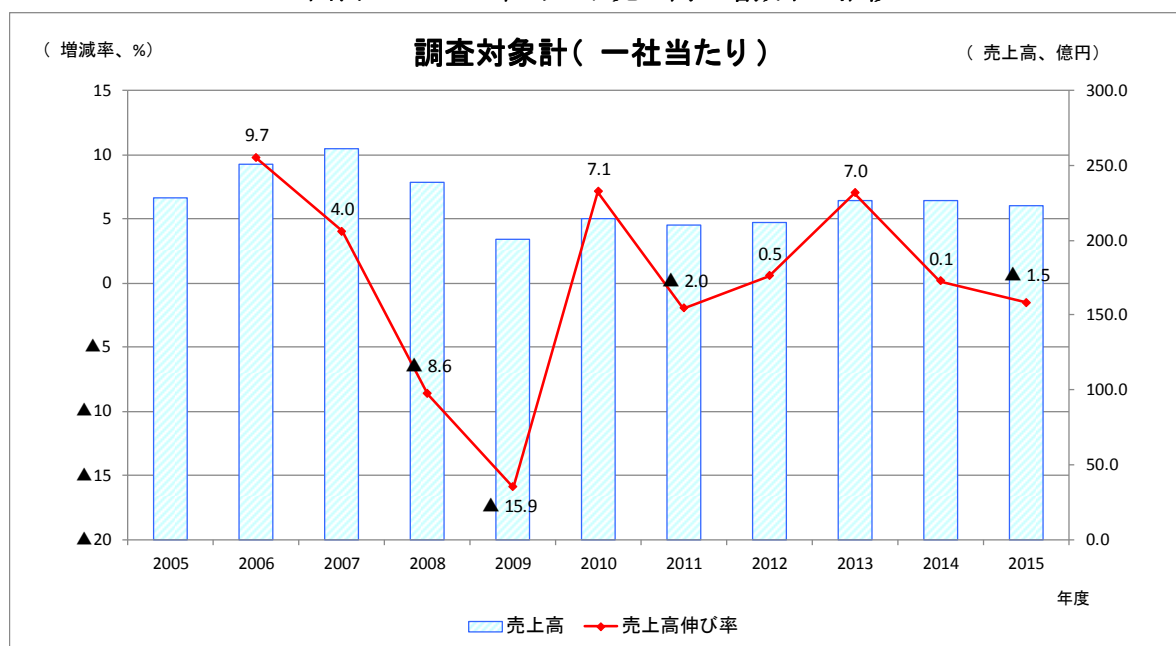
図表 2-2-1 売上高と増減率の推移



出所：経済産業省「企業活動基本調査」を再編加工して作成

図表 2-2-2 は、一社あたり売上高とその増減率を示したものである。売上高は、直近の 3 年間では、220 億円前後で推移している。経年での増減率は、合計額の図表 2-2-1 とほぼ同じ傾向となっている。

図表 2-2-2 一社あたり売上高と増減率の推移



出所：経済産業省「企業活動基本調査」を再編加工して作成

次に、図表 2-2-3 により、売上高と増減率の推移を業種別に確認する。2008 年度、2009 年度に売上高が大きく減少し、その後回復に転じている点は全ての業種で概ね共通しているが、細部では業種ごとに多少の特徴が見られる。

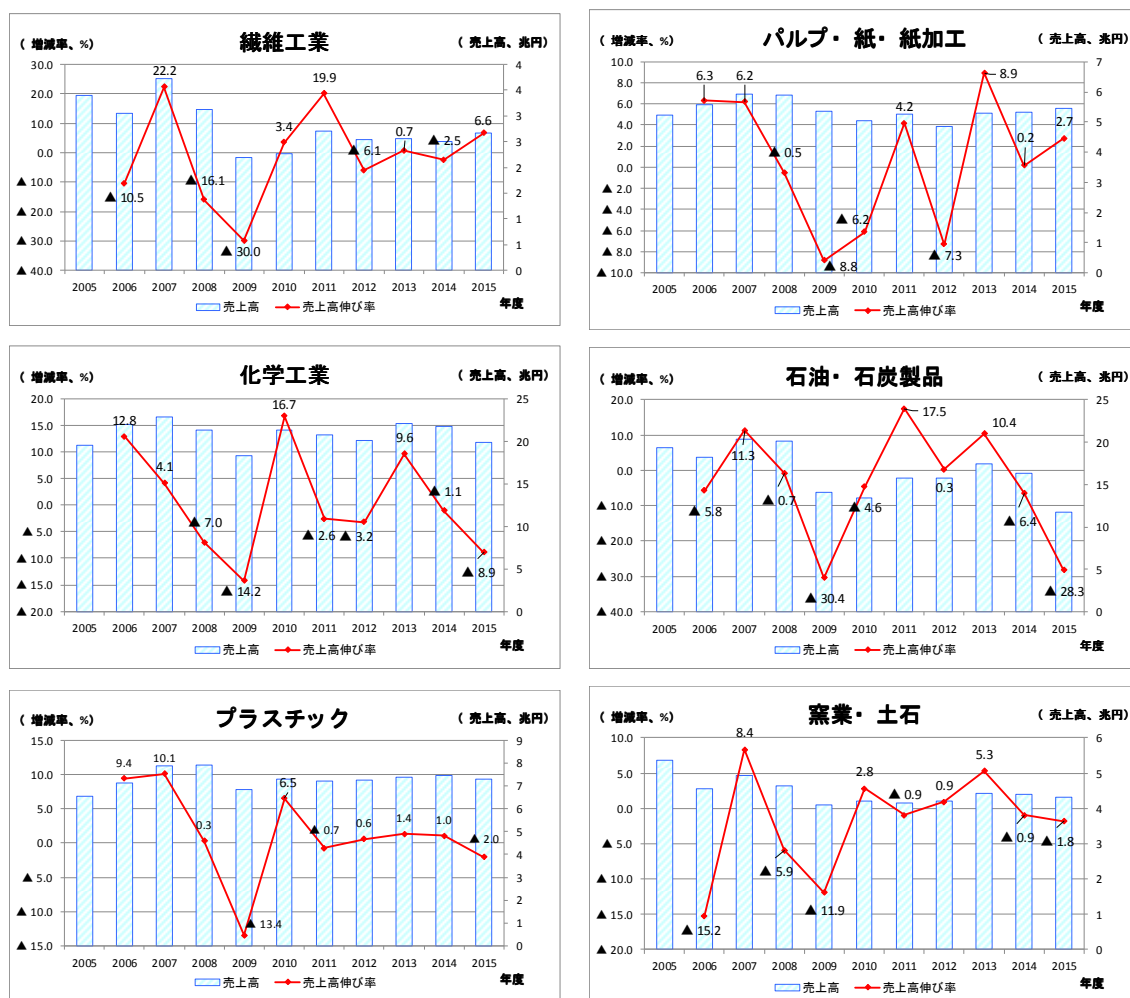
リーマン・ショックを契機とする 2009 年度の売上減の深度という意味では、生産用機械器具が最も大きく▲34.4%の減少、鉄鋼業の▲32.1%、石油・石炭製品の▲30.4%、繊維工業の▲30.0%がこれに続いている。一方で売上の減少率の大きな業種は、回復時の増加率も大きい傾向にあり、例えば、生産用機械器具の 2010 年の増減率は+41.7%となっている。

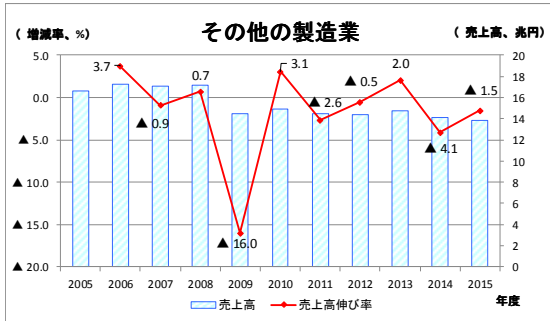
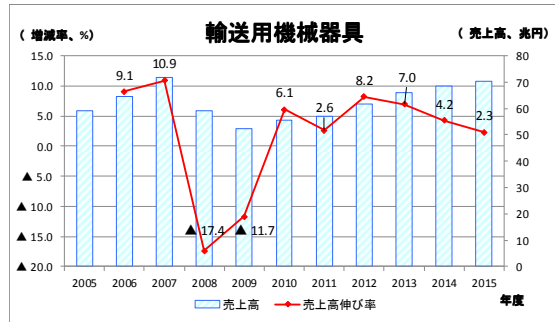
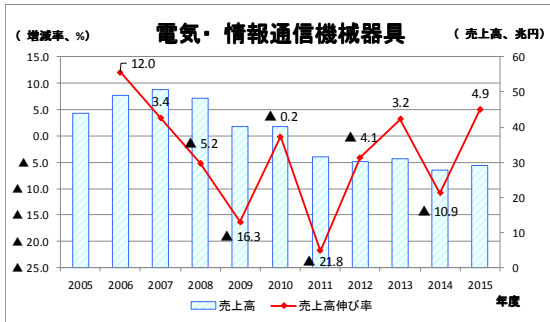
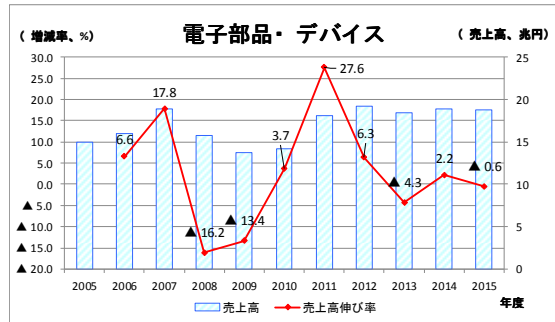
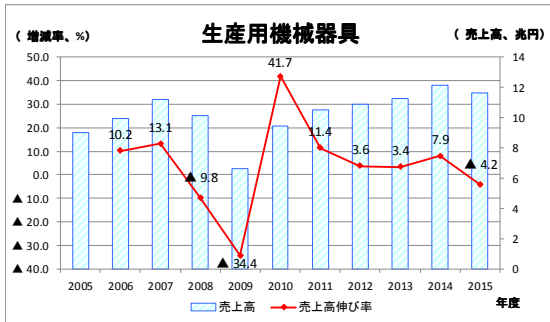
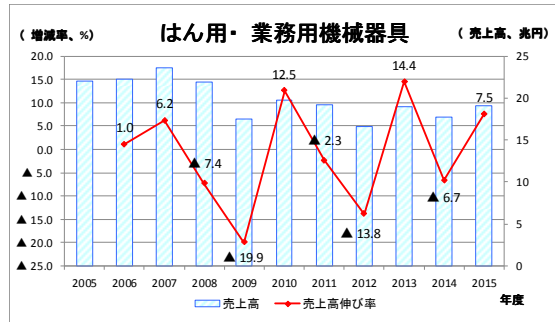
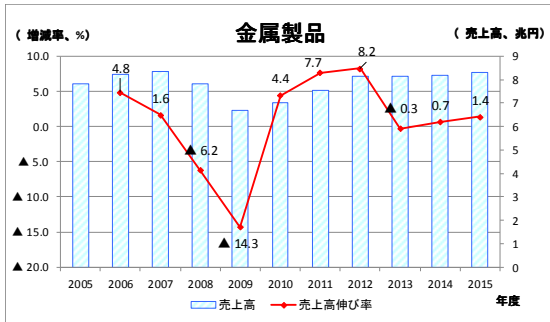
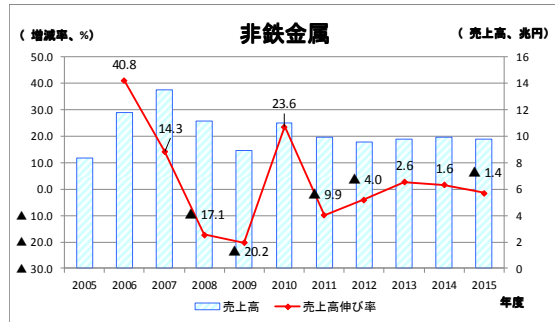
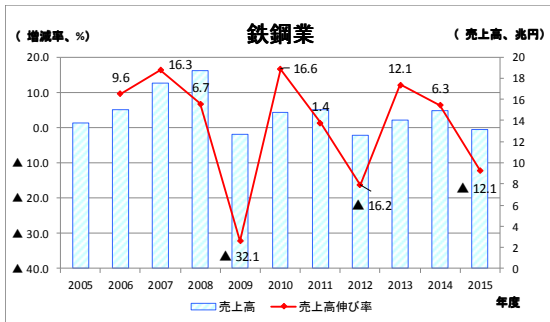
東日本大震災直後の 2011 年度については、顕著に売上が減少しているのは、電気・情報通信機械器具の▲21.8%などごく一部の業種に限られる。震災直後はサプライチェーンの寸断により多くの業種で生産が減少したが復旧に伴う生産回復も著しく、2011 年度を通してカウントすると、大きなマイナスに落ち込むことはなかったと言える。

震災後の 2013 年度から 2015 年度にかけては、売上高が減少している業種と増加している業種が混在しているが、総じて、2013 年度は増加している業種が多い。直近の 2015 年度をみると、売上高を大きく減少させているのが石油・石炭製品 (▲28.3%)、鉄鋼業 (▲12.1%)、化学工業 (▲8.9%) であり、特に石油・石炭製品の減少が大きい。

一方、2015 年度に売上高を伸ばしている業種としては、はん用・業務用機械器具 (+7.5%)、繊維工業 (+6.6%) 電気・情報通信機械器具 (+4.9%) などが挙げられる。

図表 2-2-3 売上高と増減率の推移 (業種別)





出所：経済産業省「企業活動基本調査」を再編加工して作成

2-2-2. 利益

(1) 利益額（経常利益・営業利益・当期純利益）

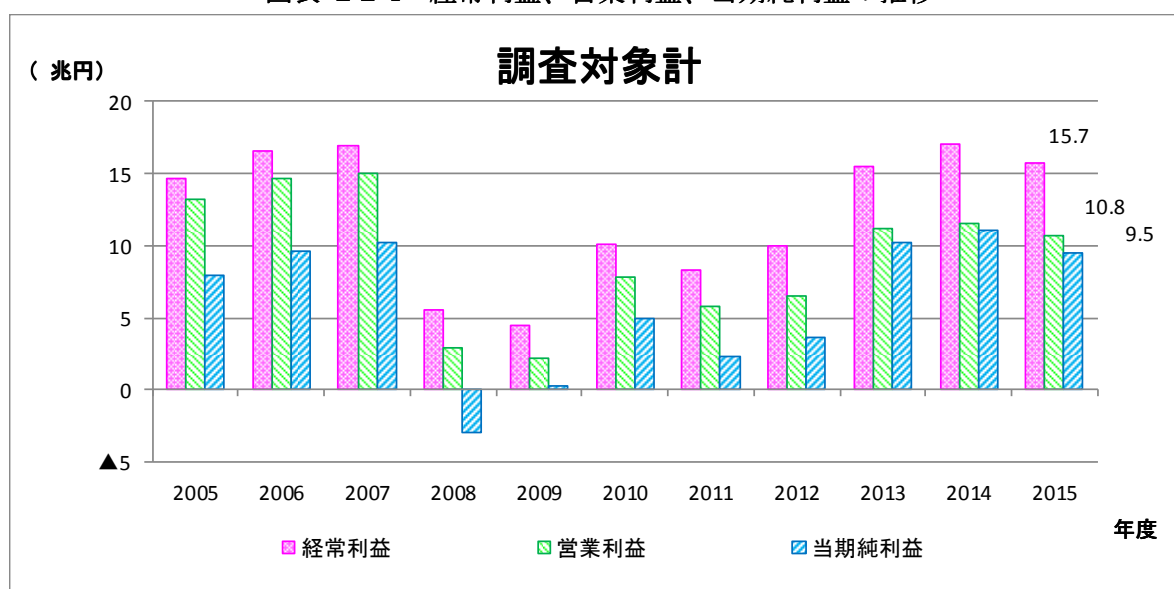
利益を表す指標として、ここでは、経常利益、営業利益、当期純利益をとりあげる²。図表 2-2-4 は、調査対象業種全体に関する利益の推移を示したものである。

2005 年度時点では、経常利益が約 15 兆円、営業利益が約 13 兆円、当期純利益が約 8 兆円であり、その後 2007 年度まで順調に拡大を続けた。しかし、2008 年度から 2009 年度には、利益は大きく縮小した。

2010 年度以降は、東日本震災等の影響による多少の足踏みはあったものの、概ね回復を続けてきた。ただし、直近の 2015 年度では、各利益は前年をやや下回っており、経常利益は約 15.7 兆円、営業利益は約 10.8 兆円、当期純利益は約 9.5 兆円となっている。

図表 2-2-5 は一社あたりに関する利益の推移である。経年の変化は、ほぼ図表 2-2-4 と同じであり、2015 年度における一社あたり利益額は、経常利益が約 14.3 億円、営業利益が約 9.8 億円、当期純利益が約 8.6 億円となっている。

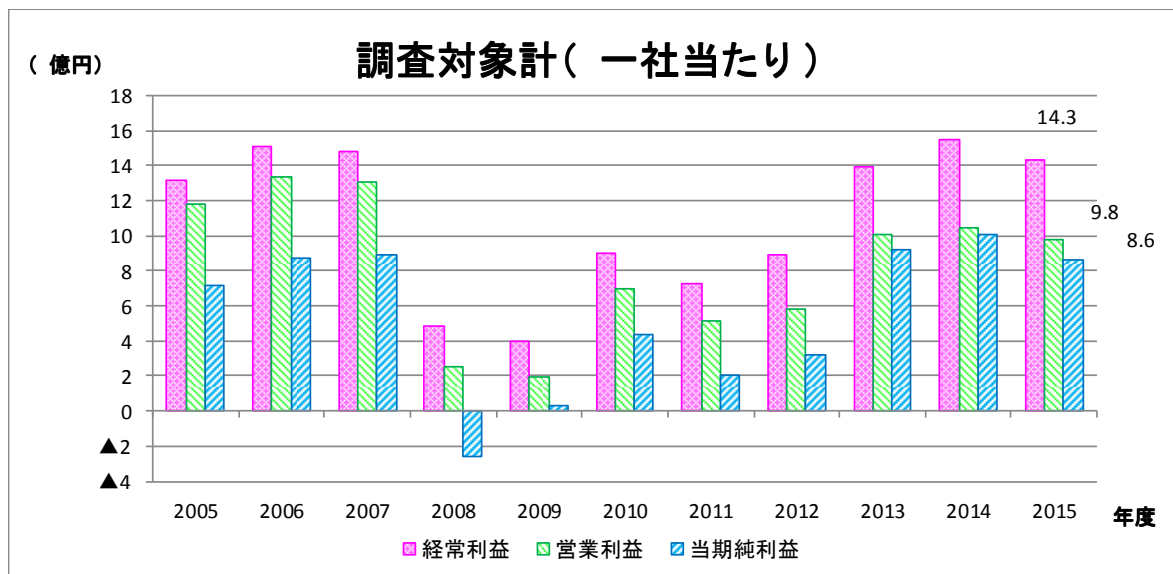
図表 2-2-4 経常利益、営業利益、当期純利益の推移



出所：経済産業省「企業活動基本調査」を再編加工して作成

² ここでの当期純利益は、税引き後の当期純利益である。

図表 2-2-5 一社あたり経常利益、営業利益、当期利益の推移（調査対象業種合計）



出所：経済産業省「企業活動基本調査」を再編加工して作成

次に、図表 2-2-6 により、業種別の動向を確認する。2008 年度から 2009 年度にかけて利益を大きく減らしているのは各業種で共通であるが、それ以外の面では、業種により様相は異なる。以下、いくつかの側面から、特徴を抽出する。

1) リーマン・ショック後の回復が順調

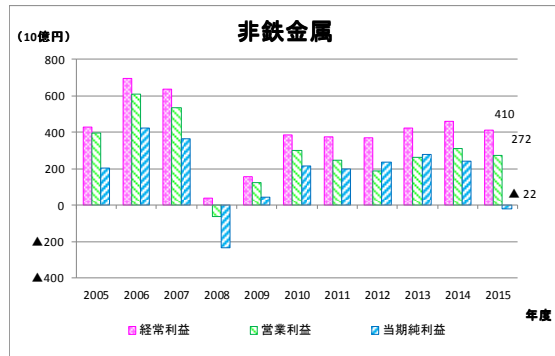
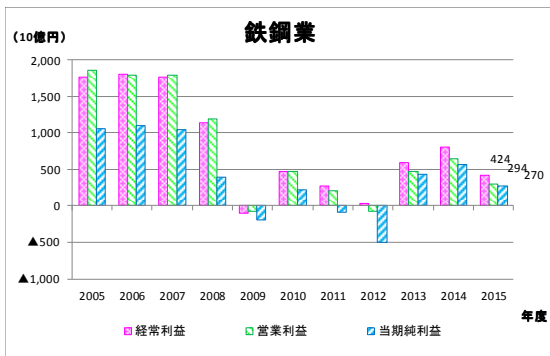
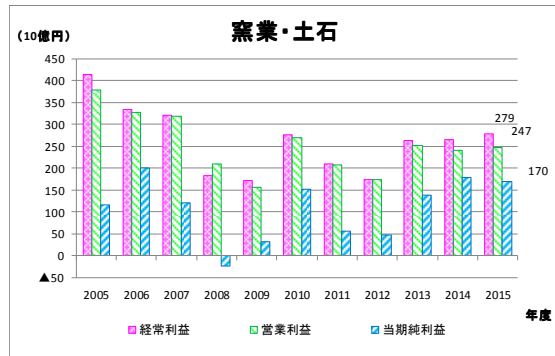
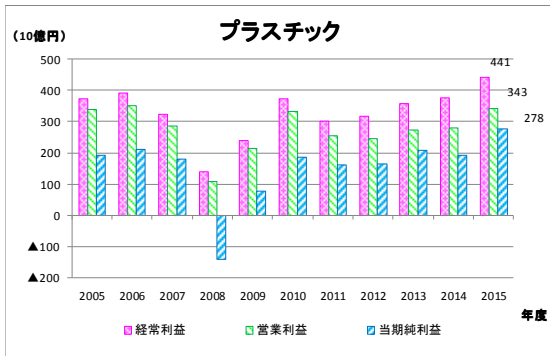
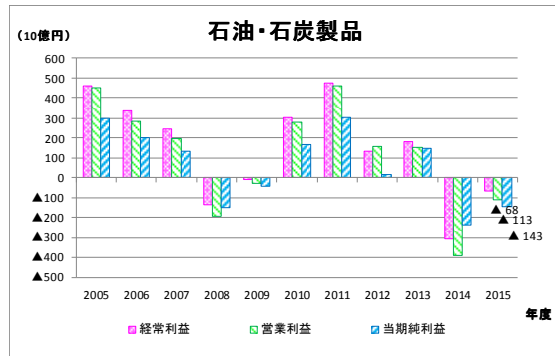
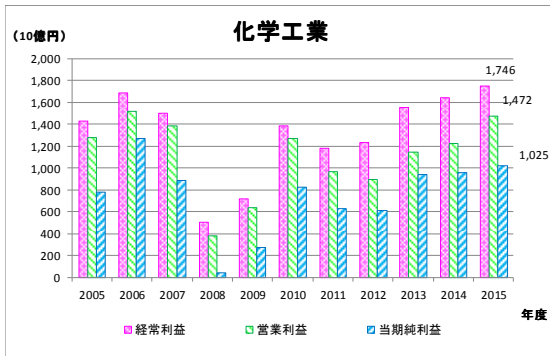
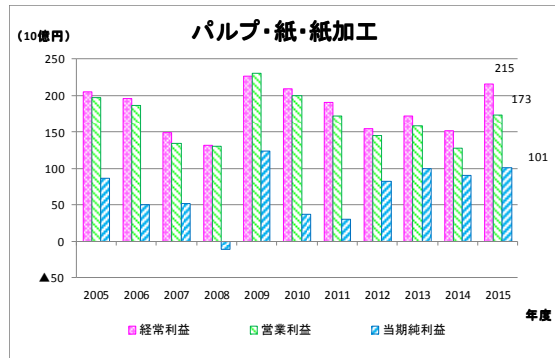
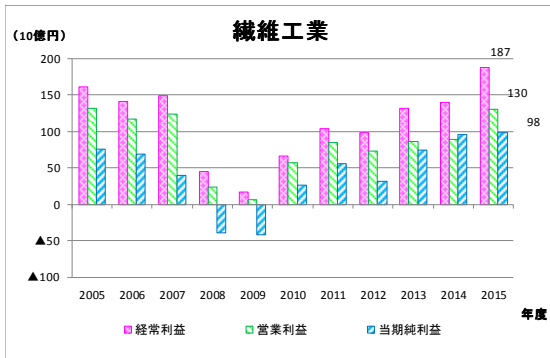
まず、2008～2009 年度の世界不況以後、順調に利益を回復させた業種を一つのグループにまとめることができる。これに該当するのは、パルプ・紙、化学工業、プラスチック、非鉄金属、金属製品、はん用・業務用機械器具、生産用機械器具、輸送用機械器具である。

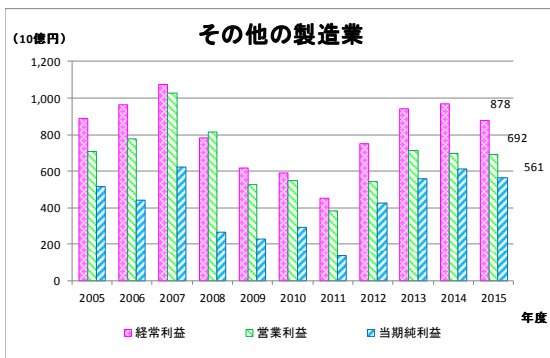
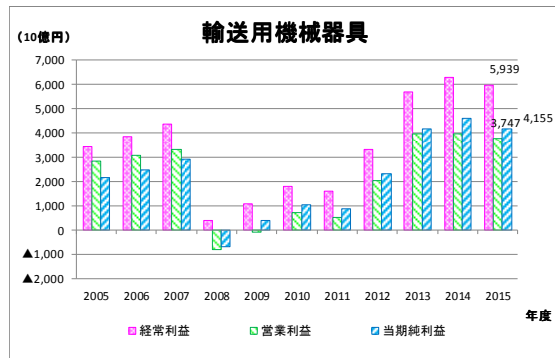
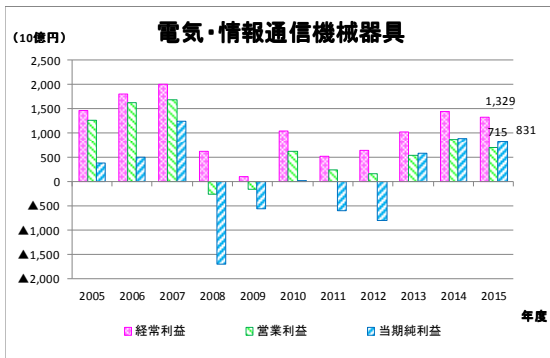
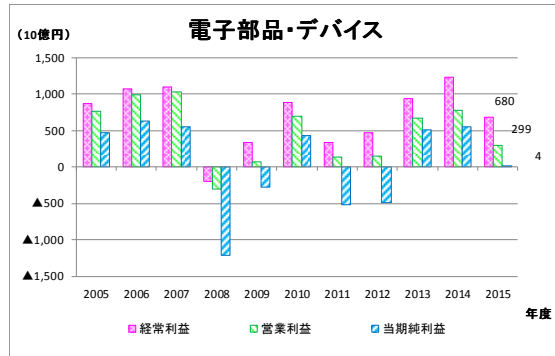
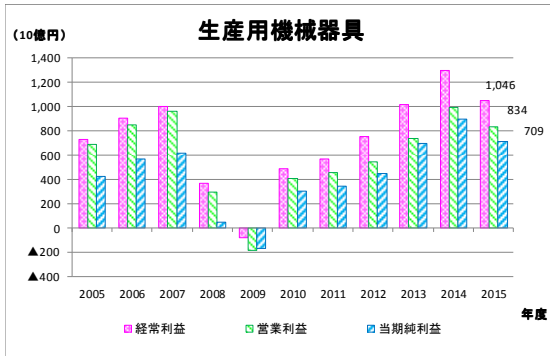
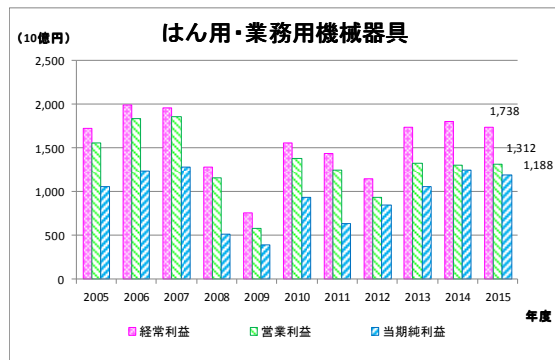
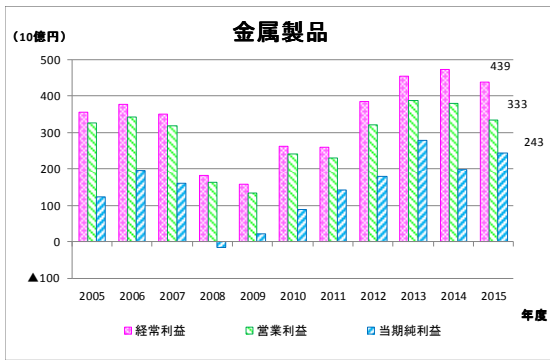
2) リーマン・ショック後の回復がスムーズに進まない

世界不況以後の利益の回復が順調に進んでいると言い難い業種も存在する。例えば、石油・石炭製品では、2014 年度と 2015 年度には、2008 年度以上の大幅な赤字を計上している。この時期の原油価格の急落が一因と考えられる³。また、2013 年度以降には黒字を計上しているものの、2012 年度頃まで回復が進まなかった業種もある。具体的には、鉄鋼業、電子部品・デバイス・電子回路、電気・情報通信機械器具が該当し、いずれも 2012 年度の当期純利益は、マイナスとなっている。また、電子部品・デバイス・電子回路、電気・情報通信機械器具については、2008 年度の減少が相対的に大きいこと、2011 年度と 2012 年度の減少が相対的に大きい点が特徴として挙げられる。

³ 2014 年 7 月まで原油価格（WTI）は 1 バレル 100 ドル近辺で推移していたが、半年後の 2015 年 1 月には約 50 ドルに下落した。

図表 2-2-6 経常利益、営業利益、当期純利益の推移（業種別）





出所：経済産業省「企業活動基本調査」を再編加工して作成

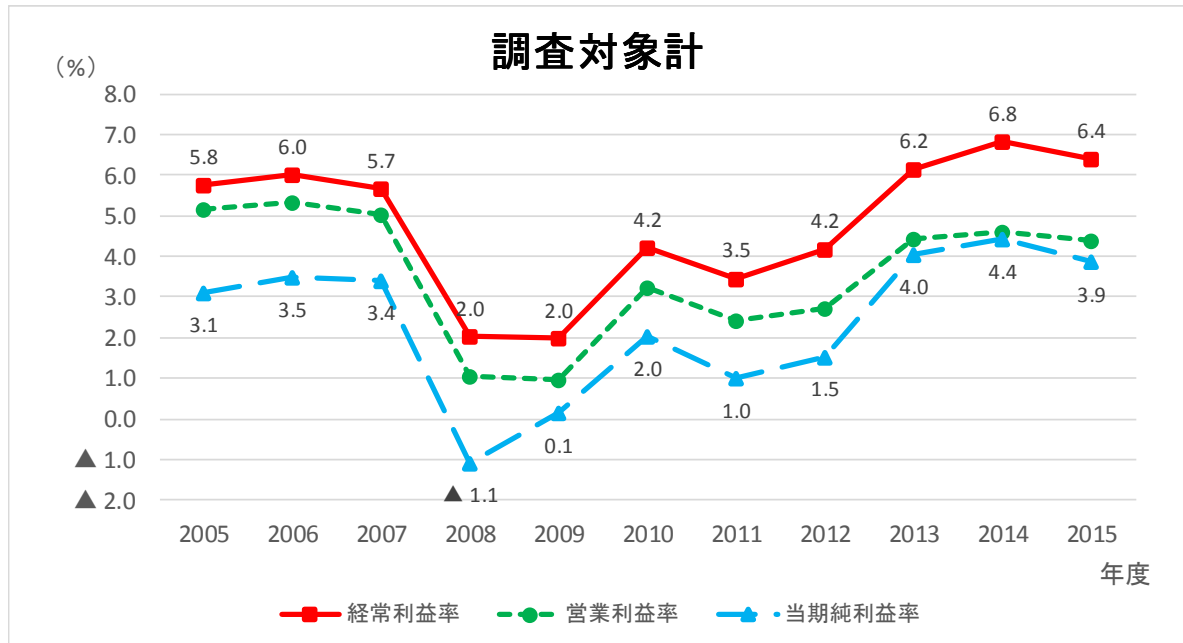
(2) 利益率（売上高経常利益率・売上高営業利益率・売上高当期純利益率）

売上高に対する利益の比率として、売上高経常利益率、売上高営業利益率、売上高当期純利益率を確認する。図表 2-2-7 は、調査対象業種全体に関する各利益率の推移である⁴。

⁴ ちなみに、長期の統計が利用可能な「法人企業統計（年度別調査）」によれば、かつては営業利益率が経常利益率を上回っていたが、近年は逆である。両者の大小関係が逆転したのは、2000年代の前半である。

2008年度を底として、利益率は回復傾向を維持していることが分かる。特に経常利益率は、2013年度から2015年度にかけて、6.2%、6.8%、6.4%で推移し、リーマン・ショック前の2000年代半ばを上回る水準にまで達している。

図表 2-2-7 売上高経常利益率、売上高営業利益率、売上高当期純利益率の推移

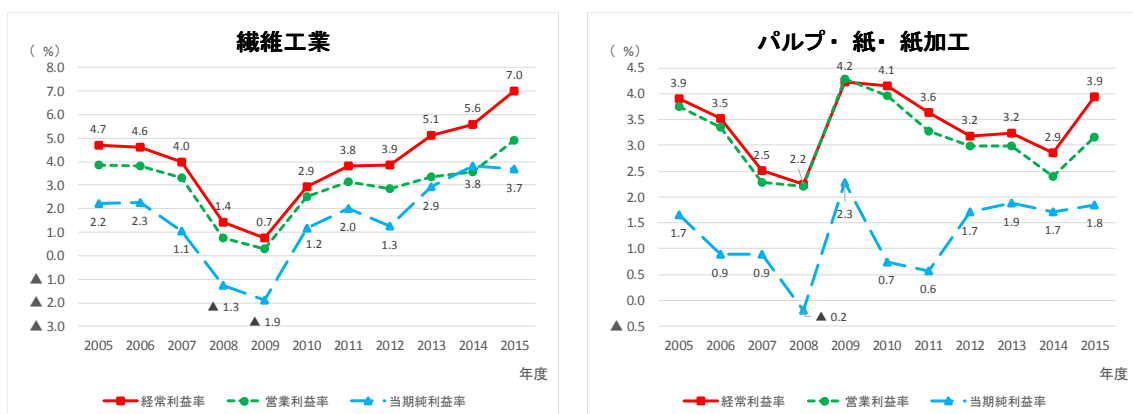


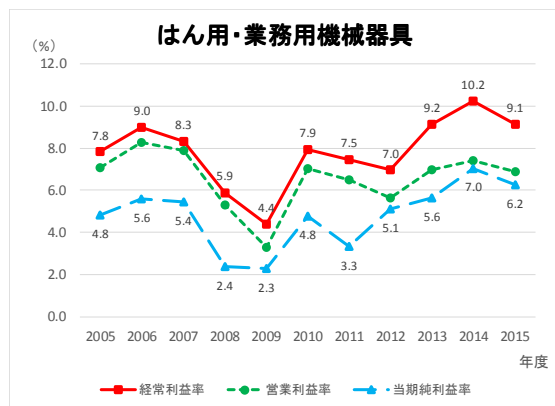
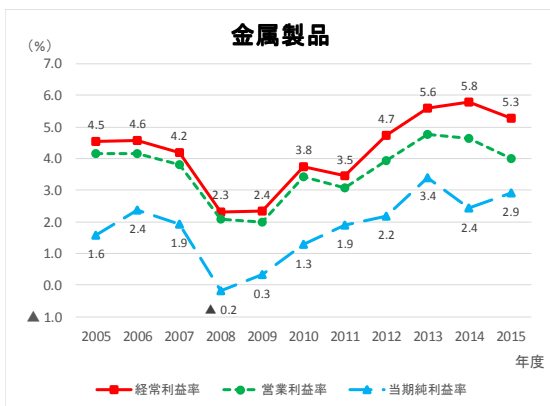
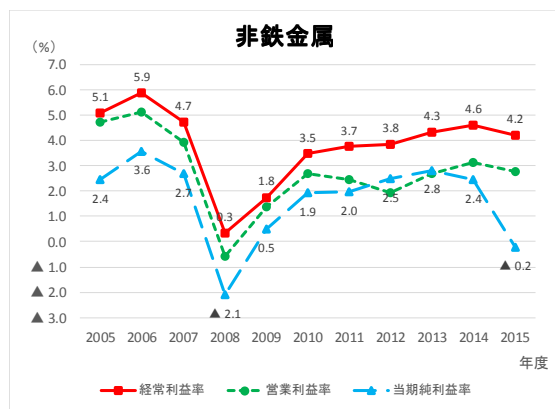
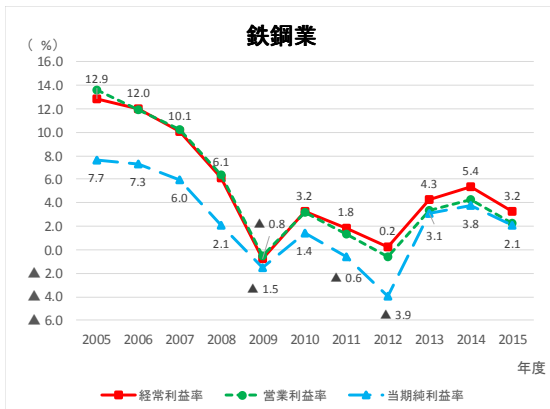
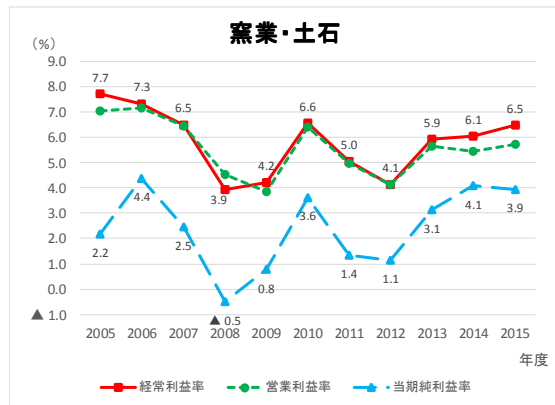
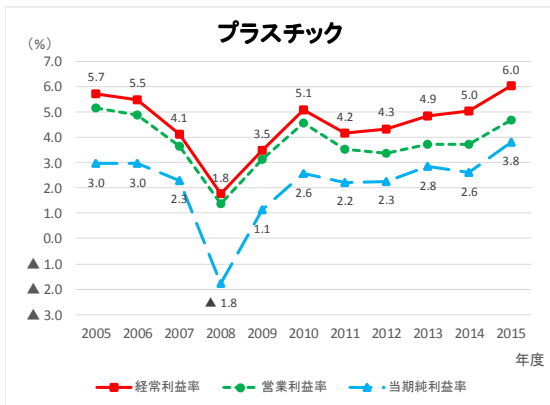
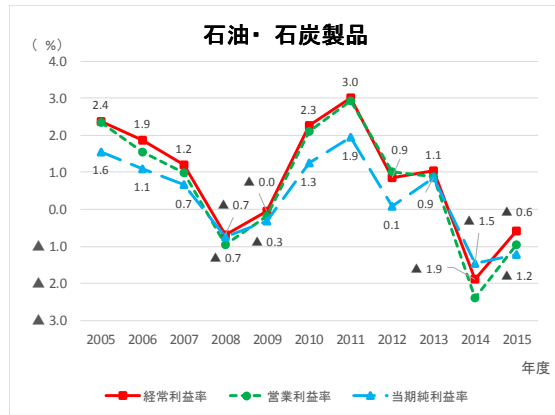
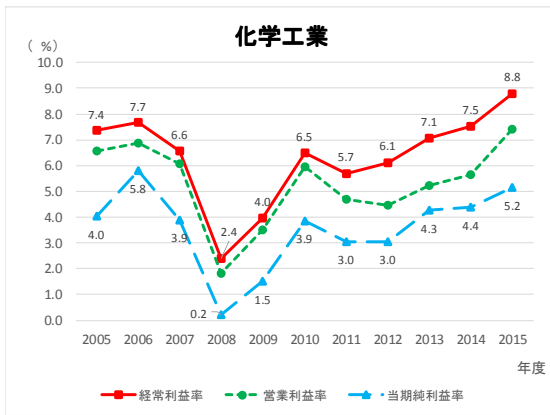
出所：経済産業省「企業活動基本調査」を再編加工して作成

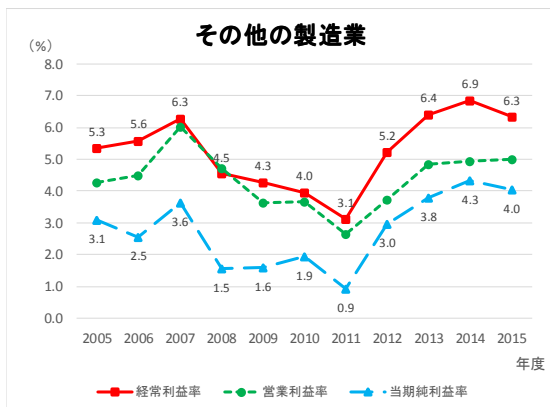
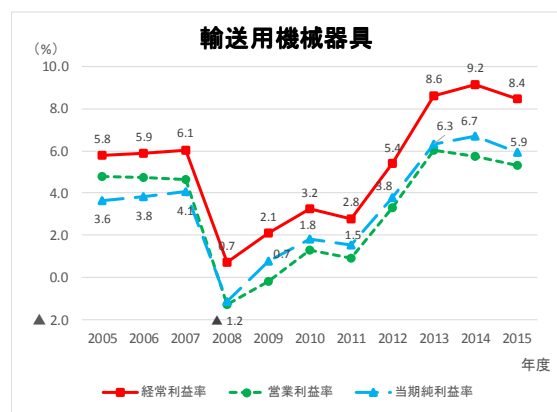
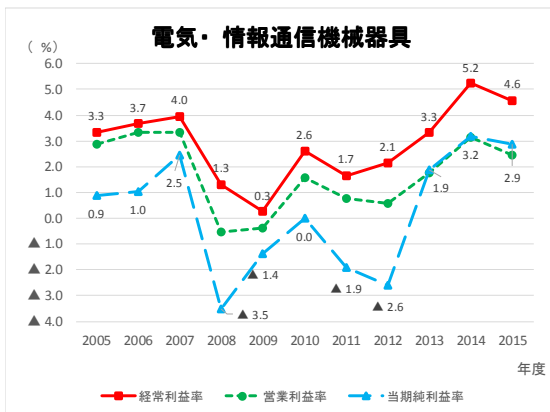
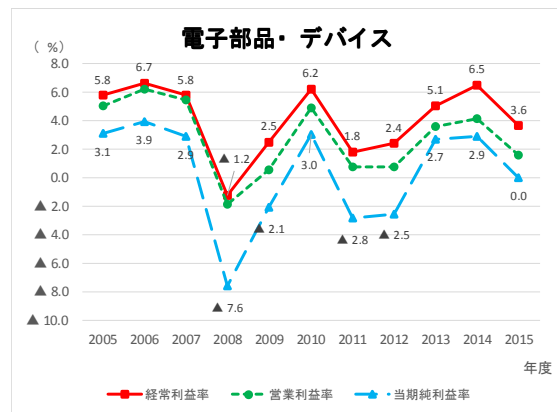
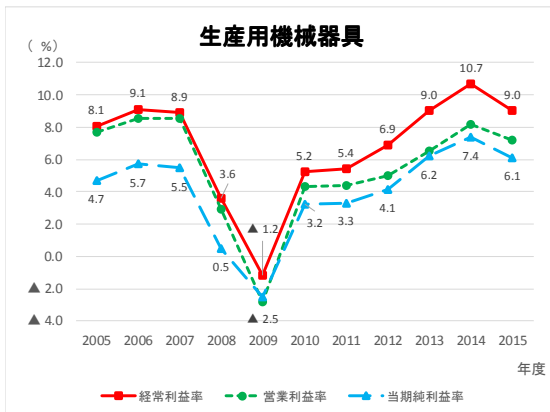
図表 2-2-8 は、利益率を業種別に示したものである。一次近似としては、図表 2-2-6 で見た利益額と利益率はよく似た動きを示している。売上高と利益額の増減は同方向に動くが、その変化の度合いは、利益額の方が相対的に大きいと言える。

3つの利益率の動きを比較すると、当期純利益率は、経常利益率や営業利益率よりも変動が大きい傾向にある。

図表 2-2-8 売上高経常利益率、売上高営業利益率、売上高当期純利益率の推移（業種別）







出所：経済産業省「企業活動基本調査」を再編加工して作成

2-2-3. 従業者数

次に雇用の動向を確認していく。図表 2-2-9 は、調査対象業種全体での従業者数とその増減率及び従業者数に占めるパートタイム比率を示したものである。また、参考として従業者数に対する「(受入れ) 派遣従業者」の割合も示している。ここでの従業者は、企活では「常時従業者」とよばれており、パートタイム従業者は常時従業者に含まれている⁵。一方、派遣従業者は、常時従業者には含まれていない。言い換えれば、パートタイムは従業者の内数であるが、派遣従業者は内数ではない。

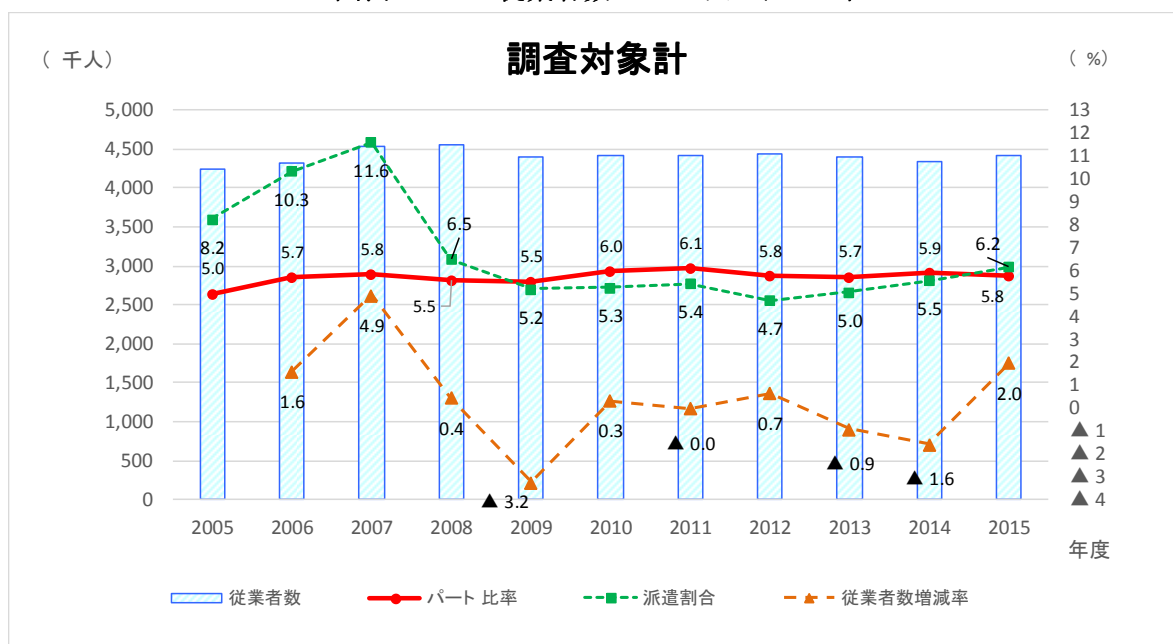
はじめに経年での動向に注目すると、従業者数は約 420 万人から 450 万人で推移している。増減率をみると、世界不況時の 2009 年度の▲3.2%が底となっている。ただし、2014 年度までは、年によってはマイナスの伸びを記録するなど伸び悩んでおり、従業者数が本格的に回復に転

⁵常時従業者とは、「有給役員、常用雇用者（正社員、正職員、パート、アルバイト、嘱託、契約社員等の呼称にかかわらず、期間を定めずに、又は 1 か月以上の期間を定めて雇用している者）」をいうと定義されている。

じたのは2015年度に入ってからと判断される。

パートタイム比率については、期間全体では、5.0%から6.1%で推移している。世界不況期の2008年度と2009年度には、2007年度の5.8%から0.3ポイント低下して5.5%となった。東日本大震災後の2011年時点に6.1%まで上昇したが、その後は5.7%から5.9%で推移している。なお、企業活動動向調査の調査産業全体でみたパートタイム比率は、2015年度において約31%であった。非製造業に比して、製造業のパートタイム比率は著しく低い。一方、派遣従業者の従業者に対する割合は、2007年度には10%を超えていたが、2008年度から2009年度にかけて急落した。2010年代は5%台のほぼ横ばいで推移し、2015年度には6.2%となった。

図表 2-2-9 従業者数とパートタイム比率



出所：経済産業省「企業活動基本調査」を再編加工して作成

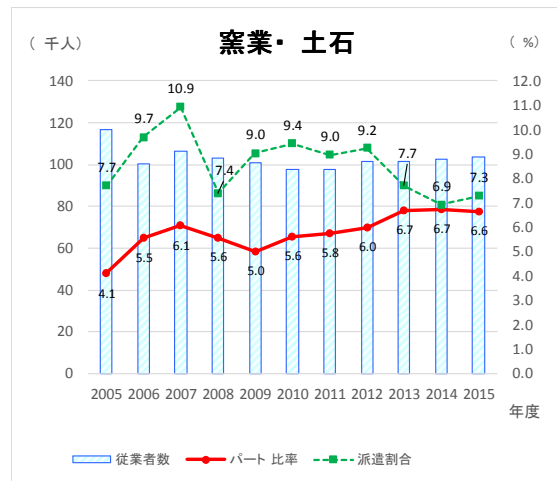
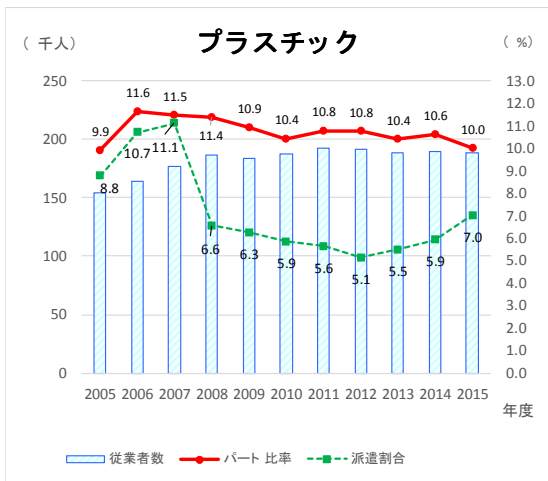
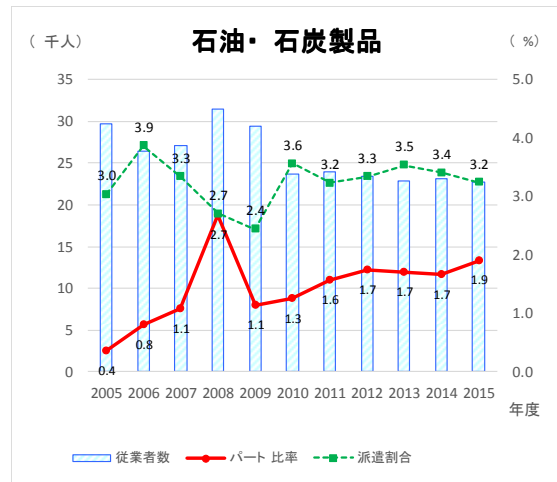
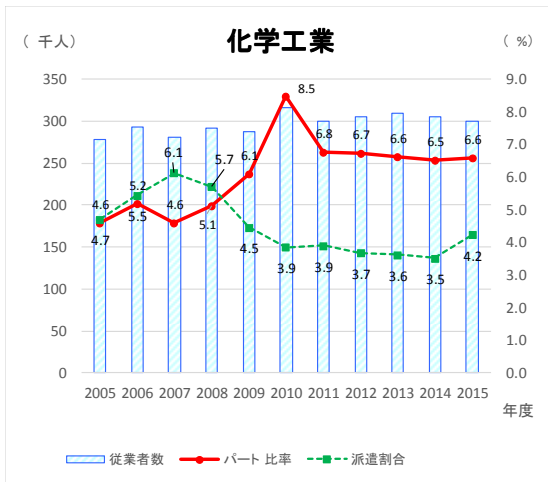
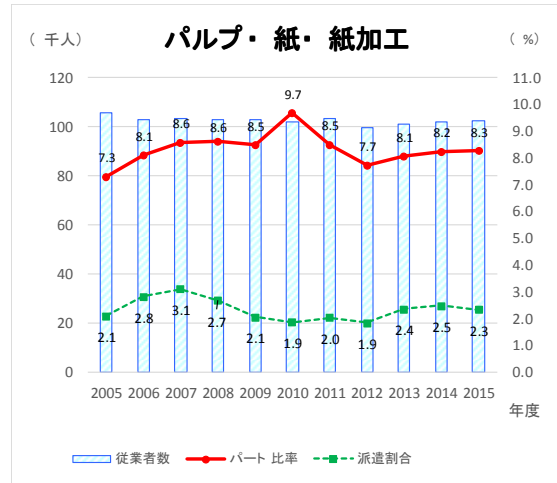
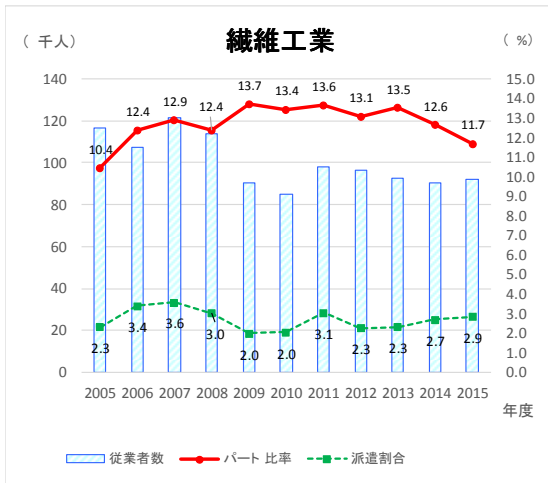
続いて、図表 2-2-10 により、業種別の動向をみていく。まず従業者数については、多くの業種で明確なトレンドは見出しにくい。

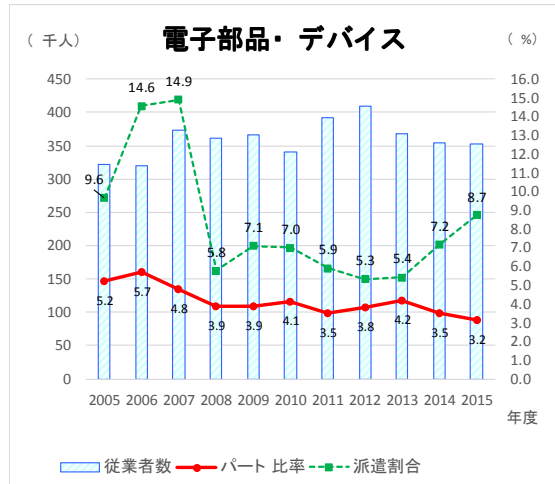
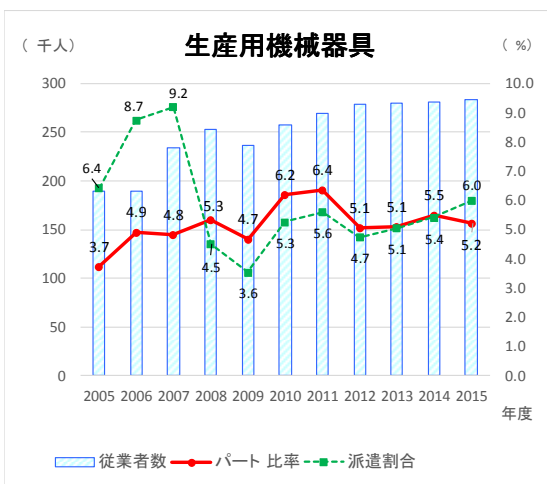
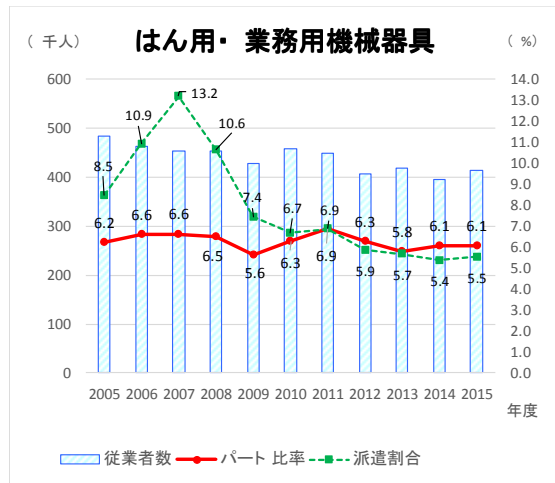
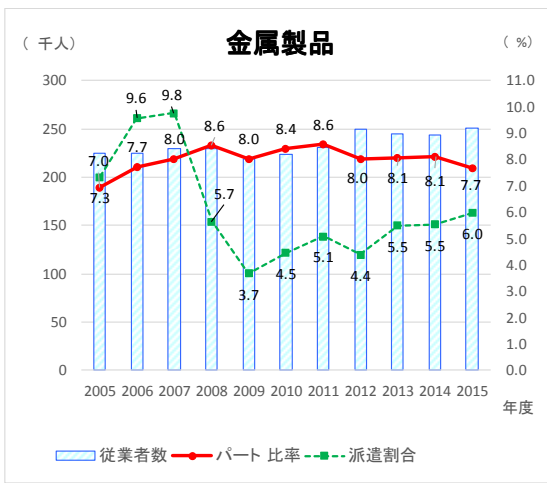
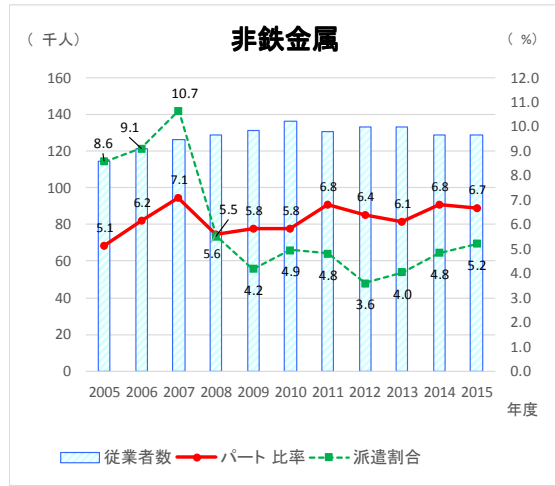
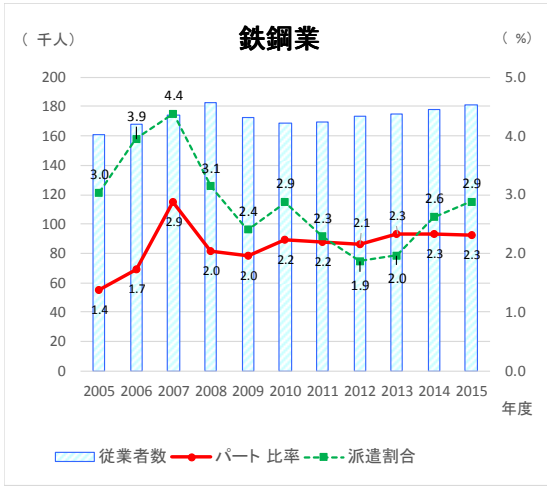
パートタイム比率については、業種間の比較でパートタイム比率が高いのは、繊維工業(2015年度で11.7%、以下同じ)、プラスチック(10.0%)、パルプ・紙(8.3%)、金属製品(7.7%)、非鉄金属(6.7%)などがある。反対にパートタイム比率が低い業種は、石油・石炭(1.9%)、鉄鋼(2.3%)などである。

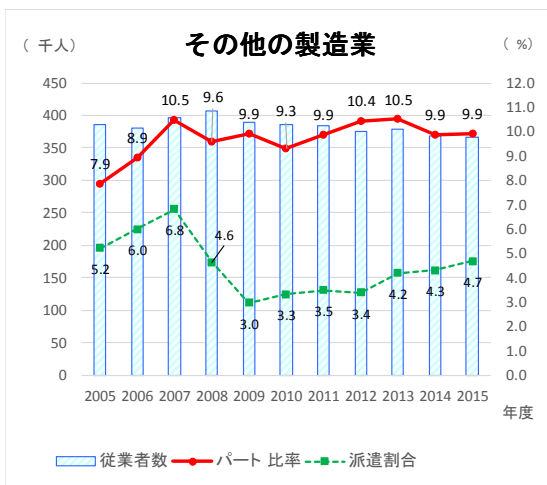
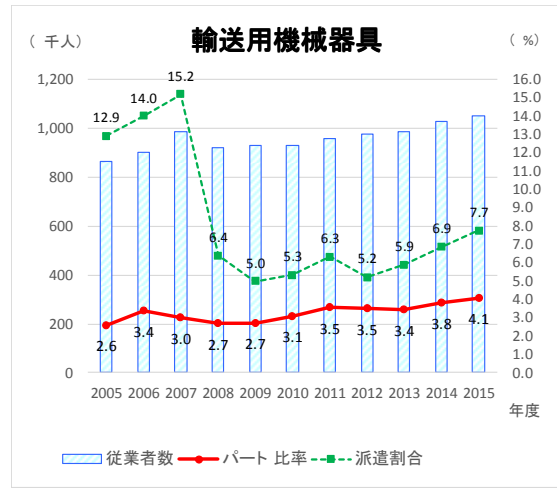
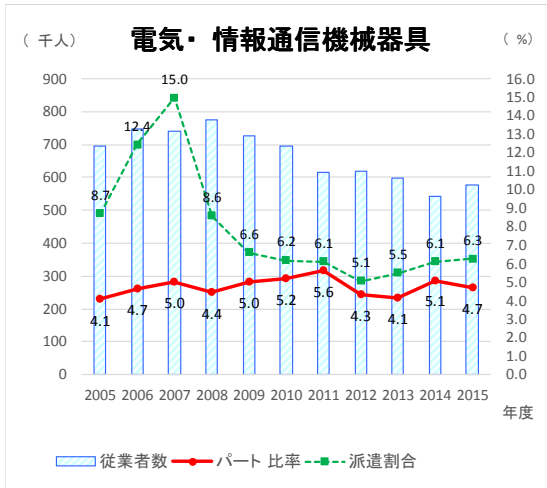
パートタイム比率の経年での変化をみると、上昇傾向にある業種としては、石油・石炭(0.4%→1.9%)、輸送用機械(2.6%→4.1%)などが挙げられる。低下傾向にある業種は、電子部品・デバイス(5.2%→3.2%)などである。

派遣従業者の割合が相対的に高い業種としては、プラスチック、窯業・土石、非鉄金属、金属製品、はん用・業務用機械、生産用機械、電子部品・デバイス、電気・情報通信機械、輸送用機械が挙げられる。これらの業種では、2007年度時点には派遣割合が概ね10%を超えていたが、2008年度、2009年度には半分近くまで激減した。(例えば輸送用機械の場合、2007年度の15.2%から2009年度の5.0%まで、10.2ポイントの低下であった。)その後、2015年度までは緩やかな上昇傾向にあるが、リーマン・ショック以前よりは、低い水準にとどまっている。

図表 2-2-10 従業者数とパートタイム比率（業種別）







出所：経済産業省「企業活動基本調査」を再編加工して作成

2-2-4. 人件費増減率と労働分配率

次に雇用の動向を人件費の増減率と労働分配率の観点から概観する。図表 2-2-11 は、調査対象業種全体に関する人件費増減率と労働分配率のグラフである。人件費の増減率は 2006 年度時点では+10.6%を記録していたが、2008 年度と 2009 年度には、それぞれ▲2.6%、▲5.2%まで低下した。2010 年度以降は上昇に転じたが、2000 年代半ばのような強さはなく、直近の 2015 年度では+1.7%の上昇となっている。

労働分配率は、2007 年度までは、61%から 62%で推移していた。世界不況時の 2008 年度～2009 年度には 72%程度に上昇したが、その後は低下傾向にあり、2015 年時点では 65%となっている。

グラフより、労働分配率と人件費の増加率は逆相関の関係にあることが見てとれる⁶。労働分配率は付加価値に対する人件費の割合として定義されているが、(分子の)人件費は(分母の)付加価値より変動の程度が緩やかであるため、人件費の上昇局面では(分子の伸びが分母の伸びを下回る結果)労働分配率が低下し、減少局面では労働分配率が上昇することが理由として考えられる。

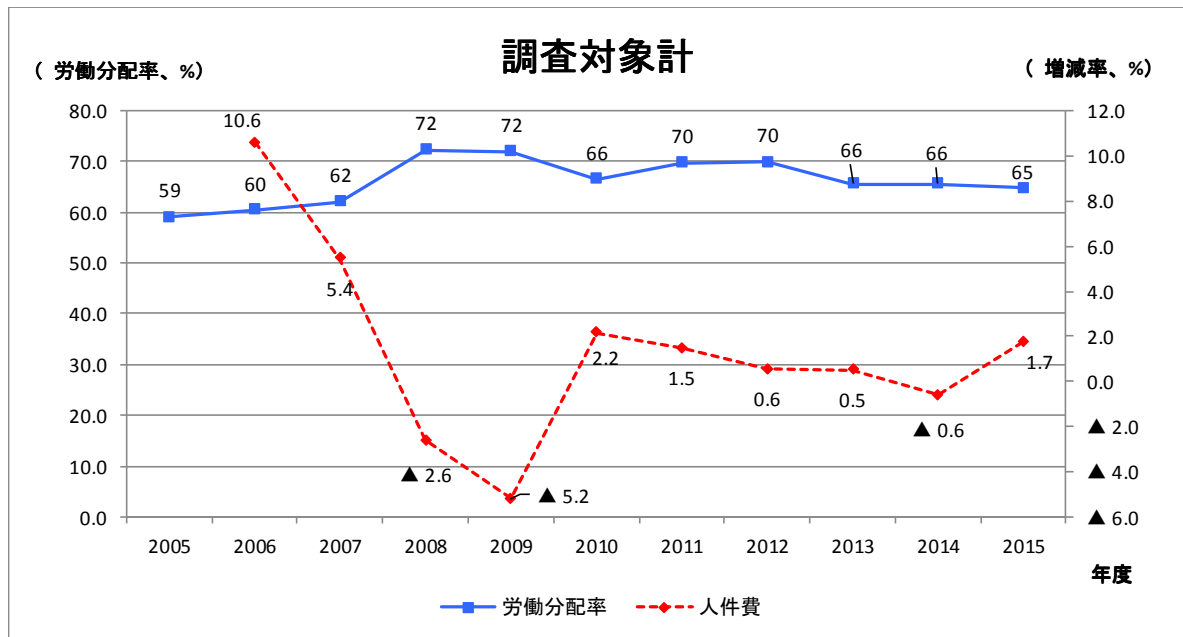
図表 2-2-12 から人件費の増減を業種別にみると、2008 年度や 2009 年度の世界不況期に人件費を減少させているのは全ての業種で共通であるが、その後スムーズに増加に転じているかという点、必ずしもそうとは言えない業種も目につく。例えば、パルプ・紙では、2011 年度と 2012 年度で、人件費の減少率はそれぞれ▲3.4%と▲3.1%となっており、2009 年度の▲1.2%よりも

⁶ 2006 年度から 2015 年度の期間で算出した相関係数は、▲0.771 であった。

大きな減少となっている。また化学工業では、2014年度と2015年度に連続で人件費はそれぞれ▲2.1%と▲3.3%減少している。

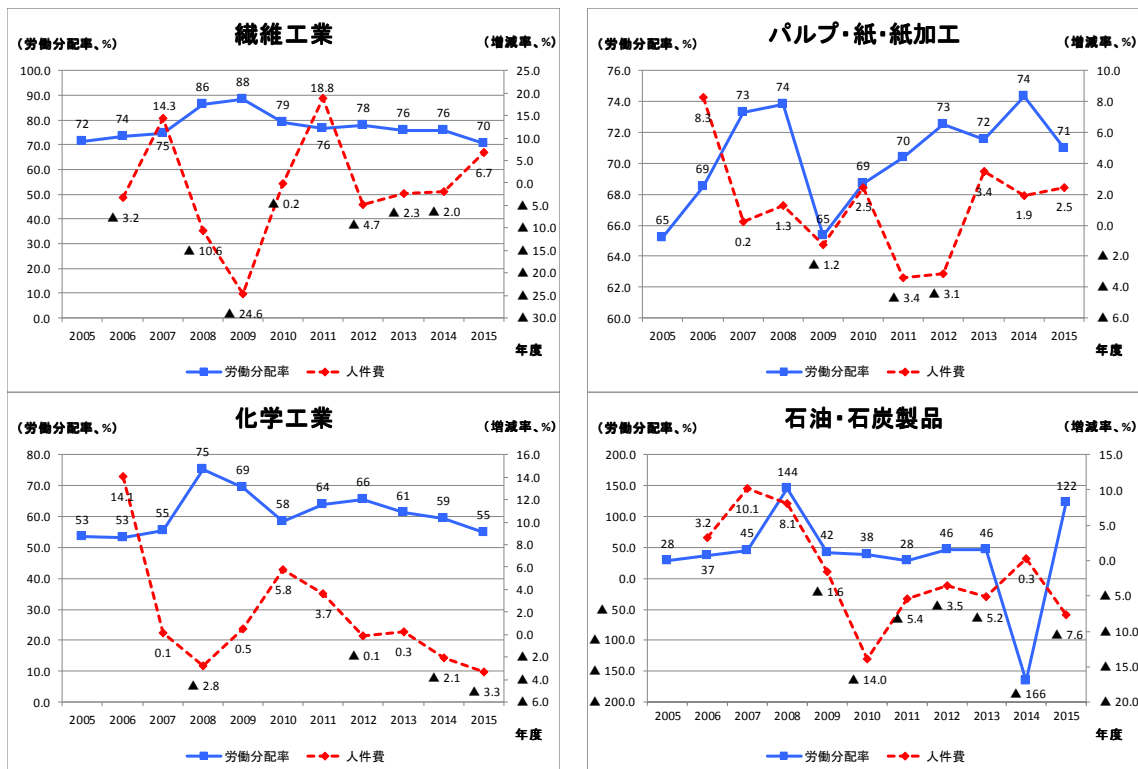
労働分配率は、多くの業種で60%から80%程度の範囲で推移しているが、石油・石炭、鉄鋼などでは非常に不安定な動きを示している。これは、分子の人件費というよりは、分母の付加価値が大きく変動したことによる。また、先に調査対象計からの比較で、労働分配率と人件費増加率は逆相関であることを指摘したが、近年の2013年度以降をみると、化学工業、金属製品、電子部品・デバイス、電気・情報通信機械など、同じ方向に動いている業種も少なくない。

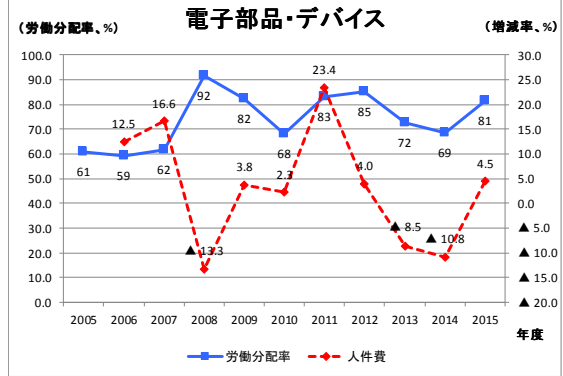
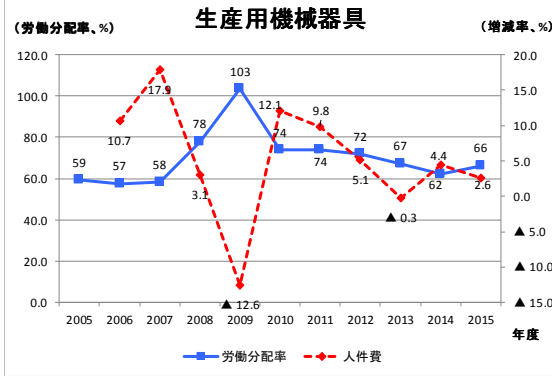
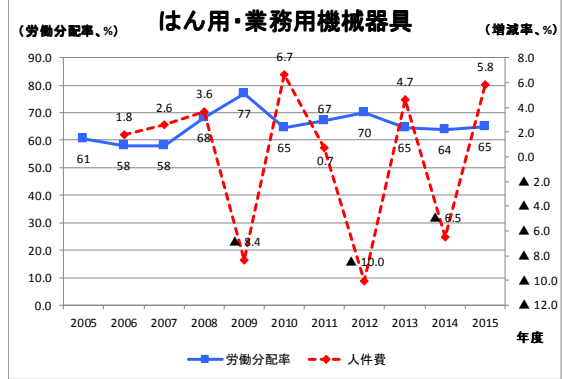
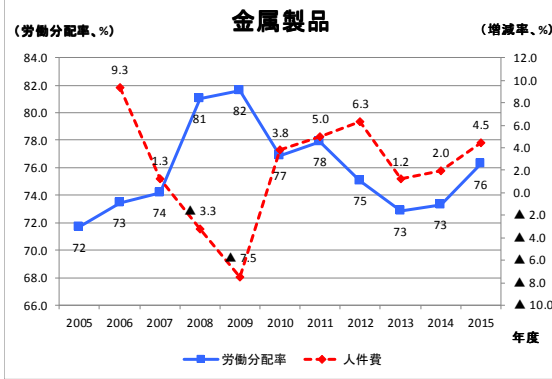
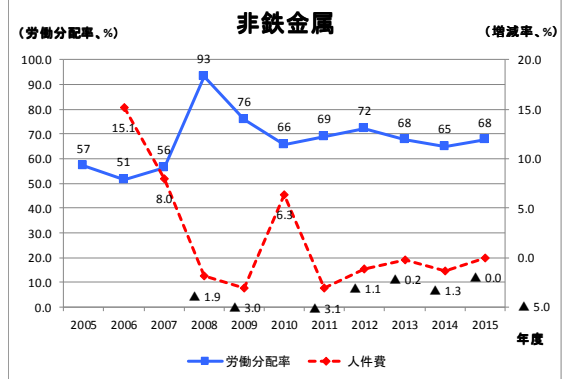
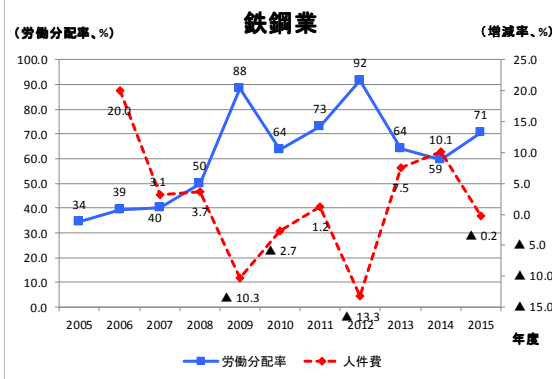
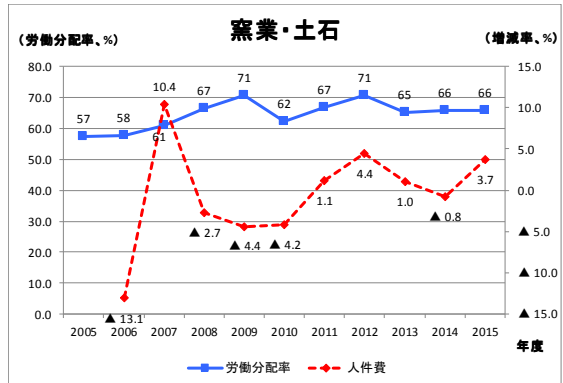
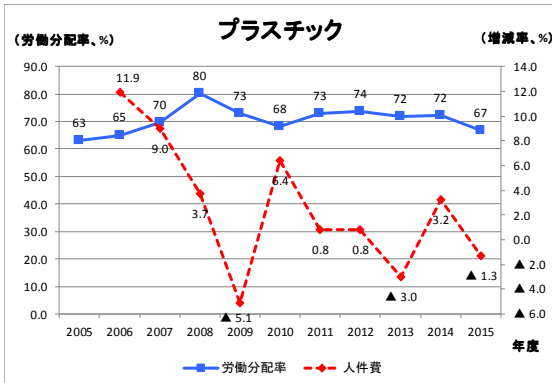
図表 2-2-11 労働分配率と人件費の増減率

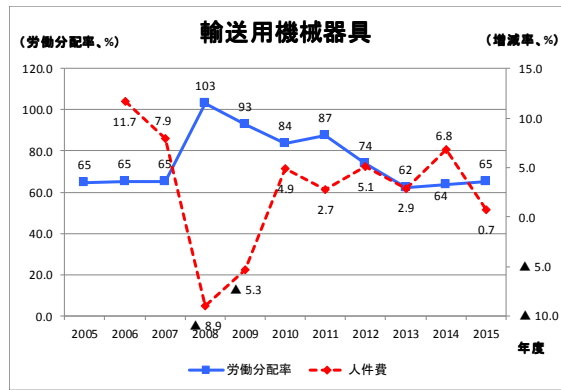
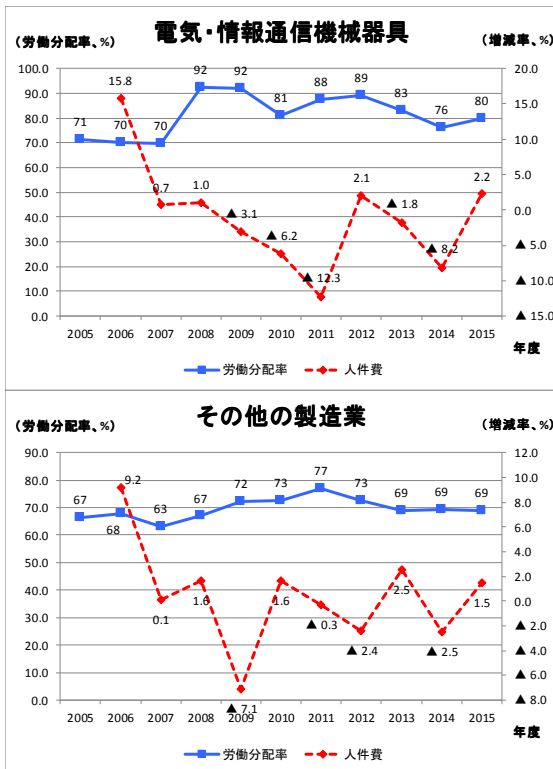


出所：経済産業省「企業活動基本調査」を再編加工して作成

図表 2-2-12 労働分配率と人件費の増減率（業種別）





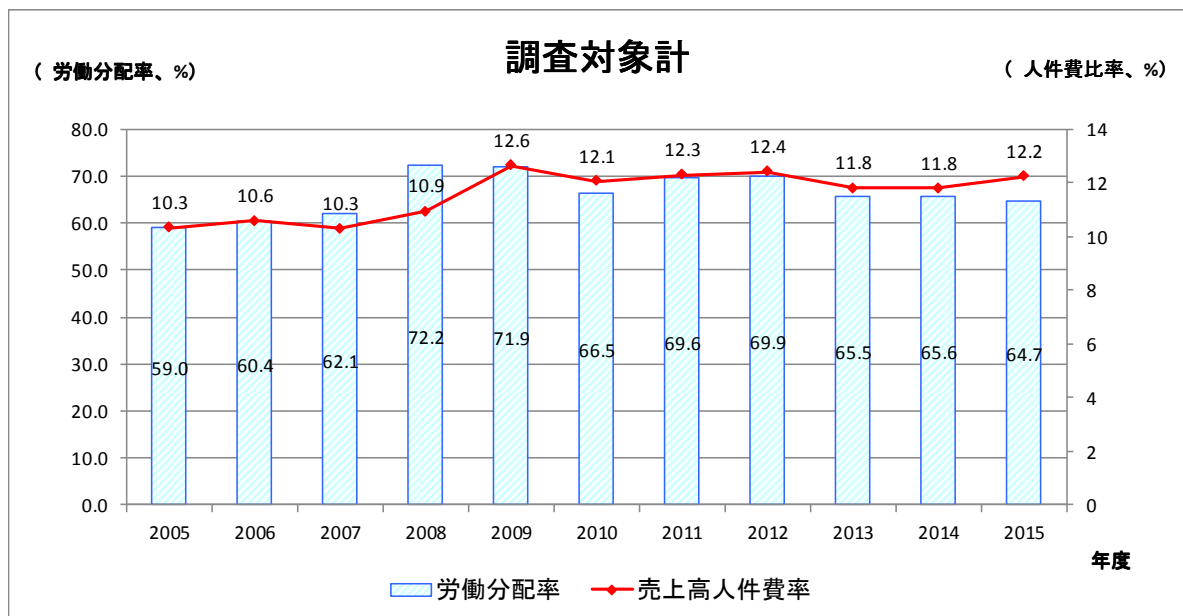


出所：経済産業省「企業活動基本調査」を再編加工して作成

2-2-5. 労働分配率と売上高人件費率

ここでは労働分配率と売上高人件費率を同じグラフに示す（図表 2-2-13、図表 2-2-14）。調査対象業種全体では、売上高人件費率は10%から13%程度で推移しており、労働分配率よりも安定した動きをしている。近年の2013年度以降に注目すると、労働分配率は低下しているが、売上高人件費率は上昇傾向にある。これは、付加価値の増加が売上高の増加を上回ることを意味しており、原価の伸びが相対的に抑制されているものと解釈される。

図表 2-2-13 労働分配率と売上高人件費率の推移

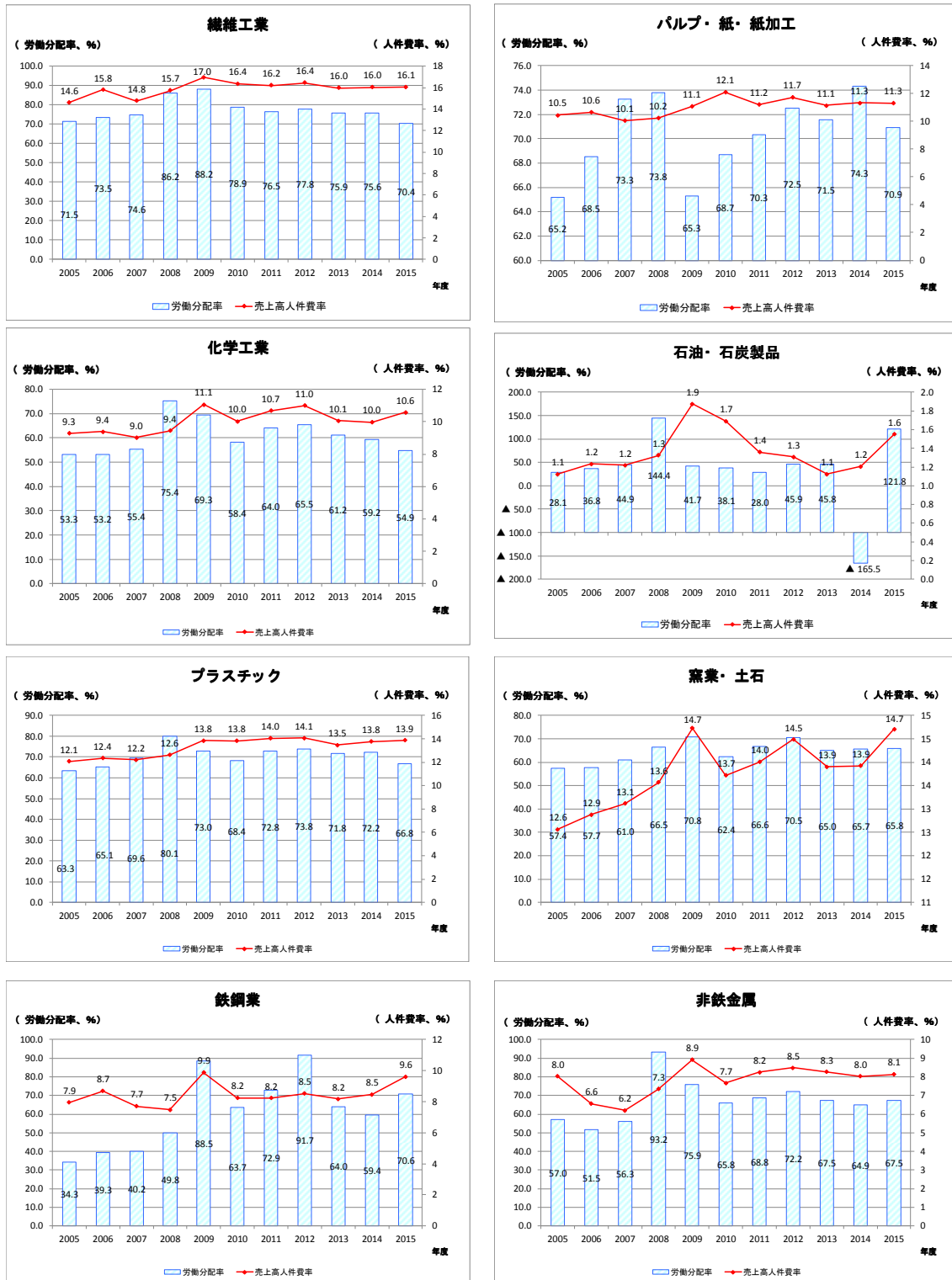


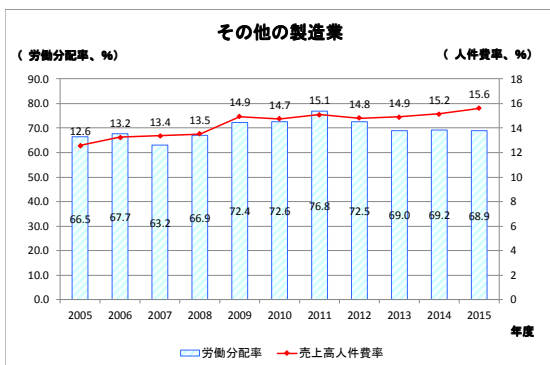
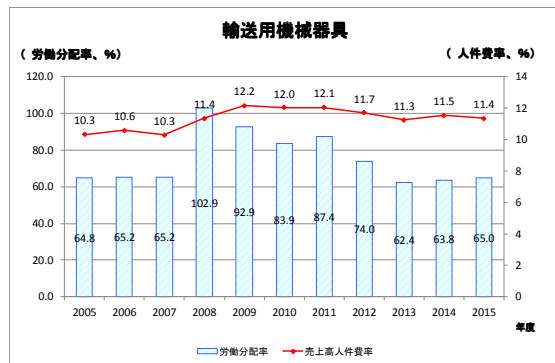
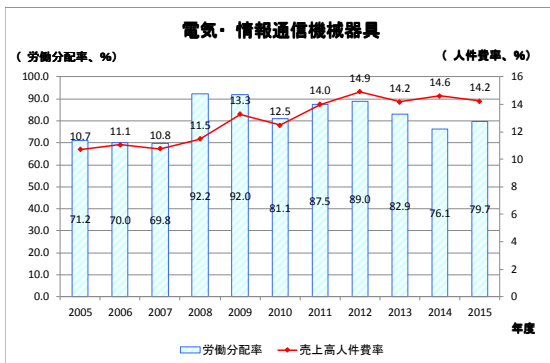
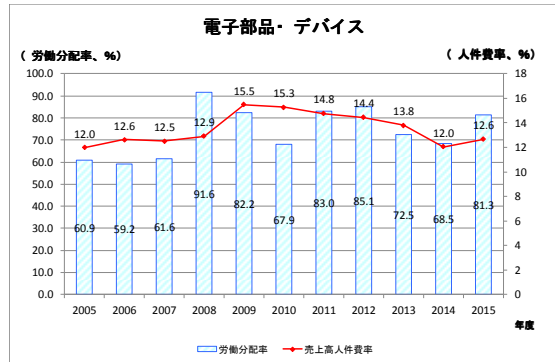
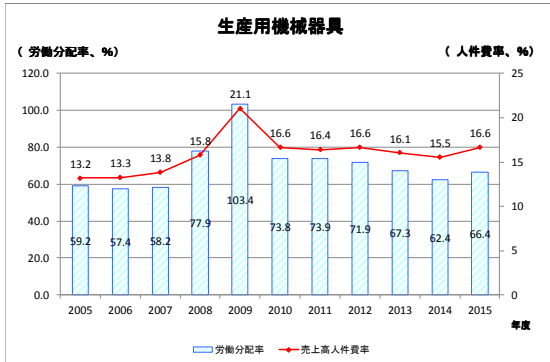
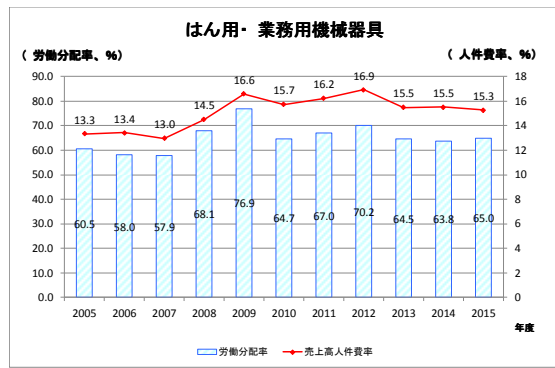
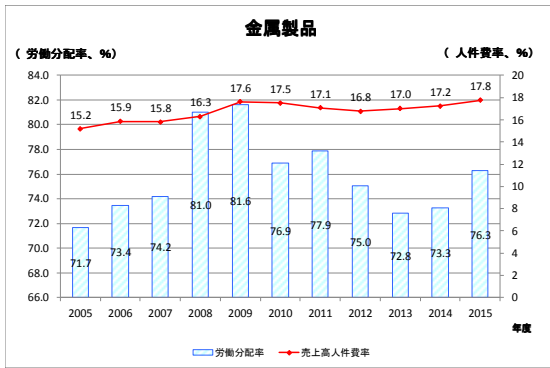
出所：経済産業省「企業活動基本調査」を再編加工して作成

業種別にみると、売上高人件費率が過去10年で横ばいの業種と上昇トレンドを持つ業種がそれぞれ存在する。

上昇傾向にある業種としては窯業・土石（2005年度：12.6%→2015年度：14.7%、以下同じ）、金属製品（15.2%→17.8%）、はん用・業務用機械（13.3%→15.3%）、生産用機械（13.2%→16.6%）、電気・情報通信機械（10.7%→14.2%）、その他の製造業（12.6%→15.6%）などが挙げられる。一方、売上高人件費率が明確な下降トレンドを持つ業種は存在しない。

図表 2-2-14 労働分配率と売上高人件費率の推移（業種別）





出所：経済産業省「企業活動基本調査」を再編加工して作成

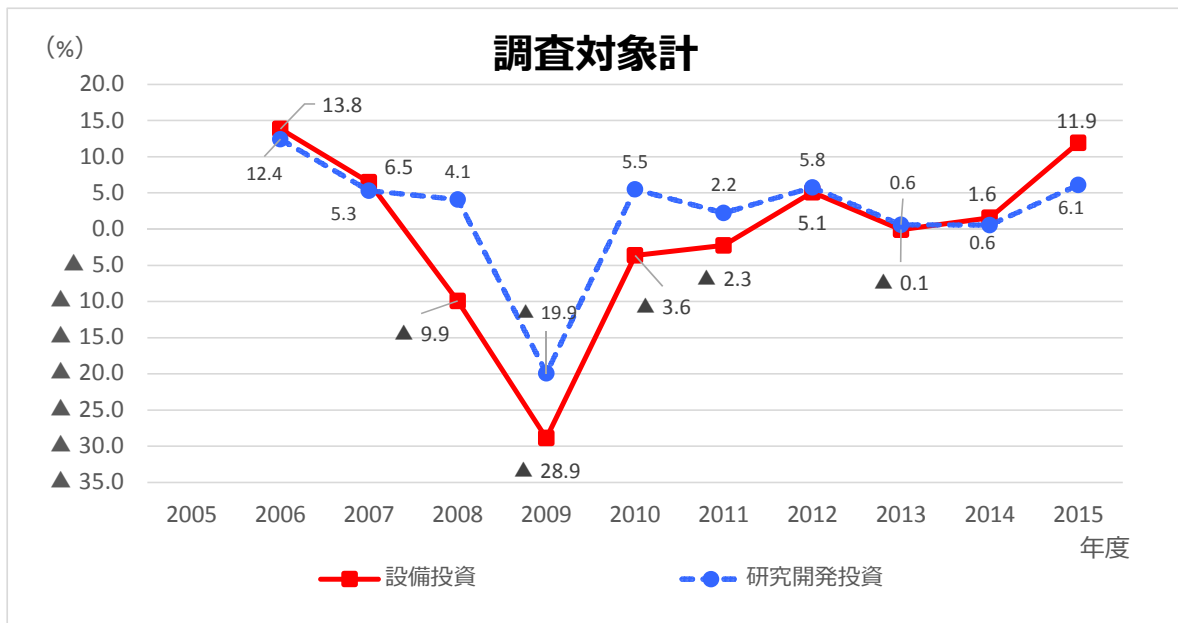
2-2-6. 設備投資・研究開発投資

(1) 増減率

次に設備投資と研究開発投資の動向を確認する。図表 2-2-15 は、それぞれの増減率を示したものである。設備投資は 2006 年度時点で 13.8%であったが、世界不況期の 2009 年度には▲28.9%まで減少し、その後は▲3.6%から 5.1%の間を推移し、2015 年度には+11.9%の増加とな

っている。研究開発投資の動きは、設備投資よりはやや緩やかで、2009年度の増減率は▲19.9%、2010年度には+5.5%まで回復し、2015年度には+6.1%の増加となっている。

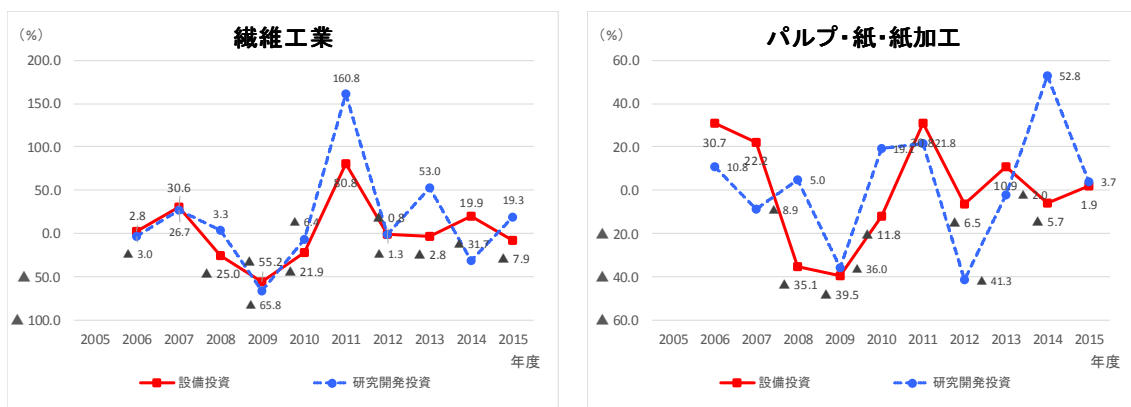
図表 2-2-15 設備投資と研究開発投資の増減率

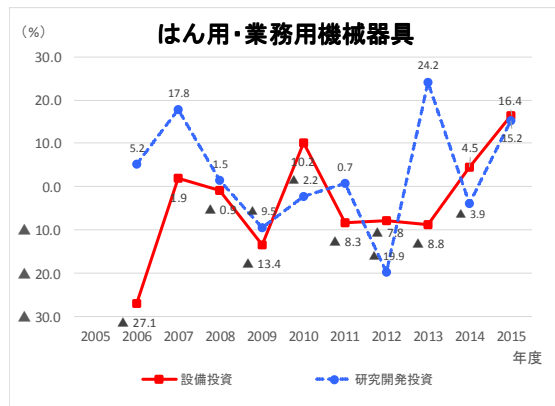
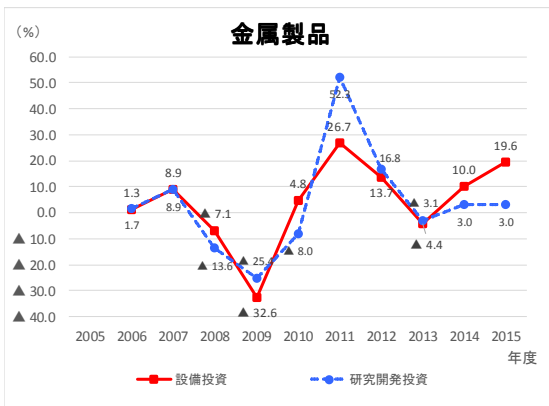
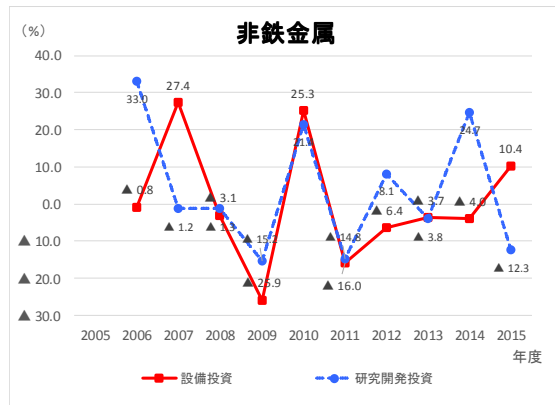
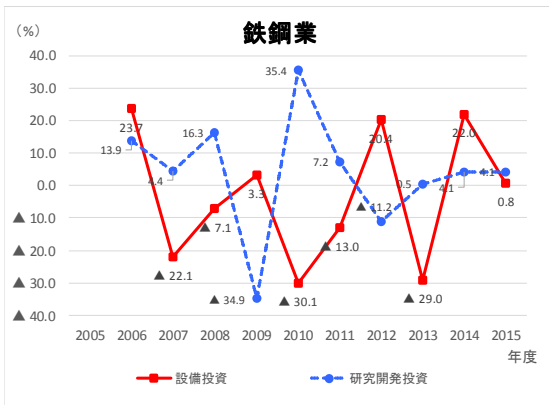
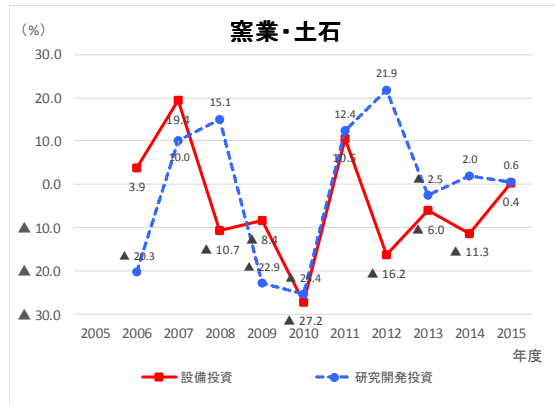
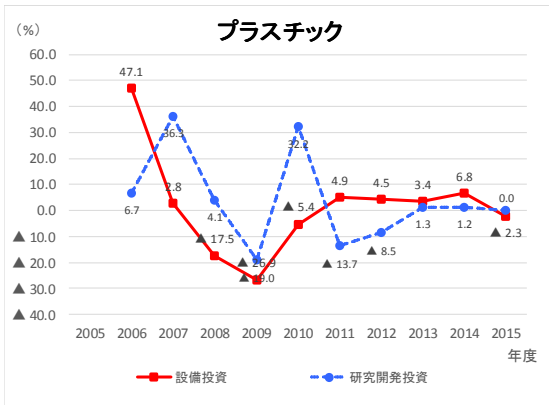
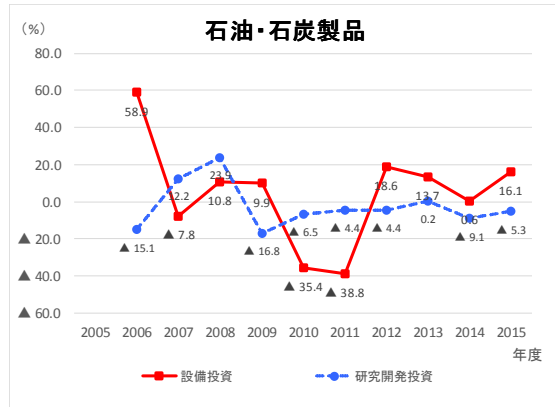
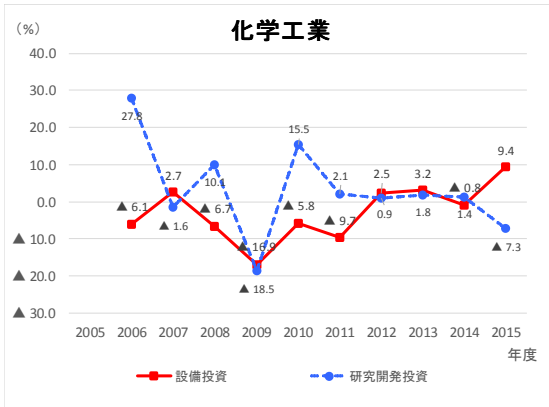


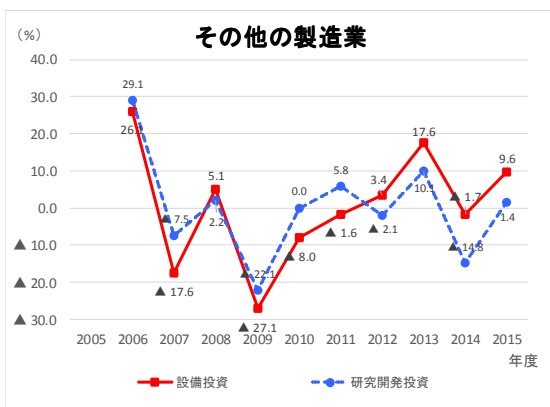
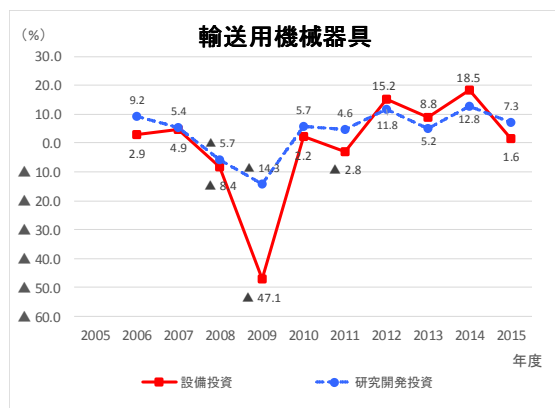
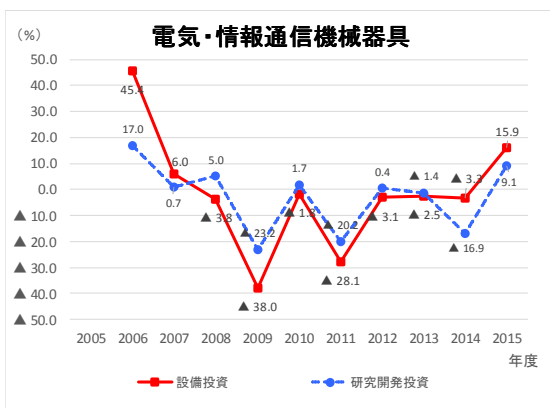
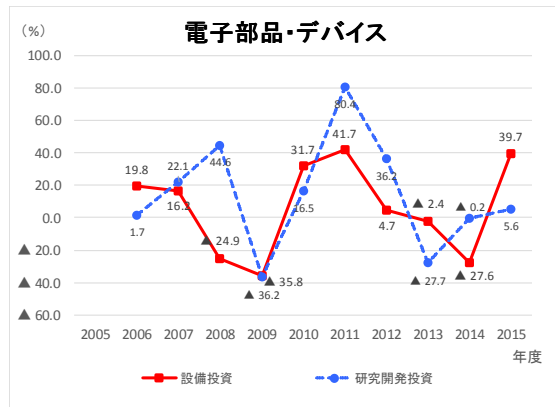
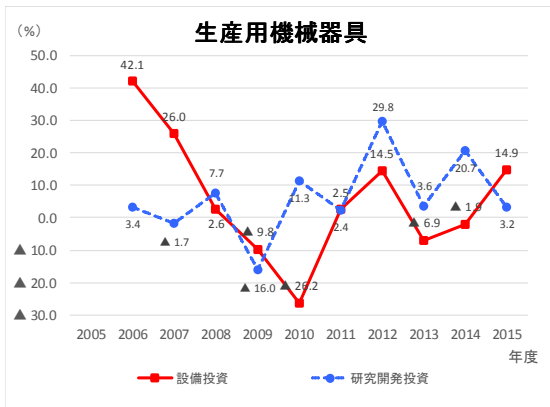
出所：経済産業省「企業活動基本調査」を再編加工して作成

図表 2-2-16 は、業種別の増減率である。調査対象計のケースと異なり、設備投資と研究開発投資の変化は、必ずしも同方向とはなっていない。例えば、世界不況後の2010年度または2011年度の研究開発投資と設備投資をみると、化学が+15.5%と▲5.8%(2010年度)、プラスチックが+32.2%と▲5.4%(2010年度)、鉄鋼が+35.4%と▲30.1%(2010年度)となっている。総じて見ると、世界不況後の2010年度、2011年度前後は、研究開発投資が盛んに行われる一方、設備投資は抑制気味であったと言えよう。直近の2015年度については、繊維工業、パルプ・紙、プラスチック、窯業・土石、鉄鋼、輸送用機械の6業種を除くすべての業種で設備投資が研究開発投資の伸びを上回っている。

図表 2-2-16 設備投資と研究開発投資の増減率（業種別）





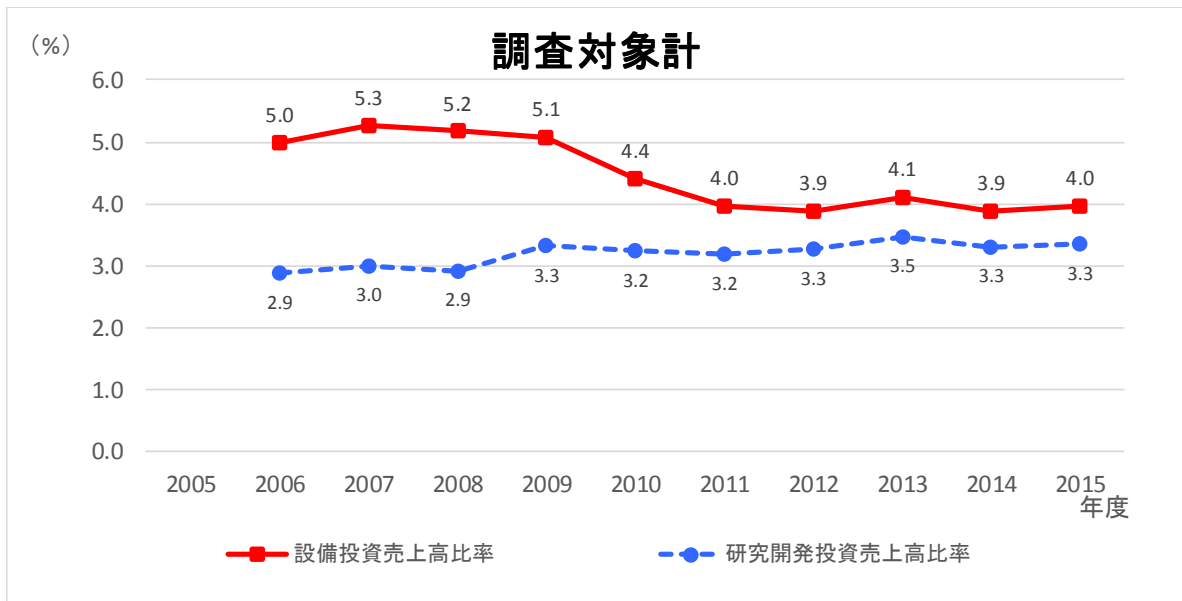


出所：経済産業省「企業活動基本調査」を再編加工して作成

(2) 売上高比率

次に設備投資と研究開発投資の売上高に対する比率を確認する。図表 2-2-17 の調査対象業種計をみると、リーマン・ショック以前には、設備投資比率が 5% 台前半、研究開発投資比率が 3% 前後で推移していた。世界不況期から 2014 年度までは、設備投資比率は 4% 前後の水準に落ち込む一方、研究開発投資比率は 3% 台前半の数字を維持した。直近の 2015 年度には、設備投資比率と研究開発投資比率はそれぞれ 4.0%、3.3% の水準まで上昇した。

図表 2-2-17 設備投資と研究開発投資の売上高比率

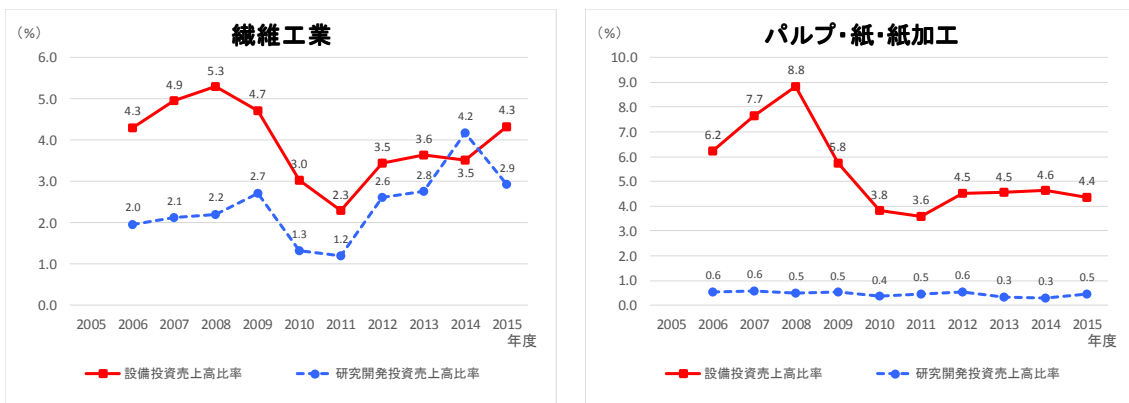


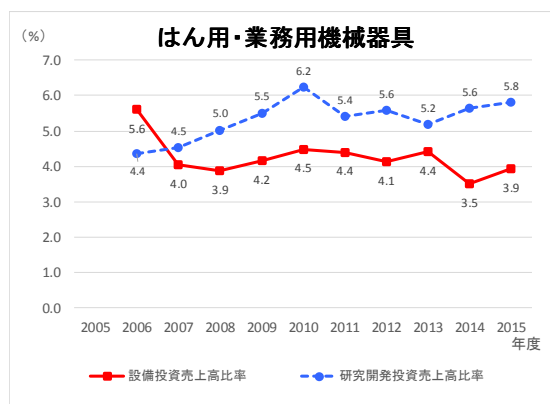
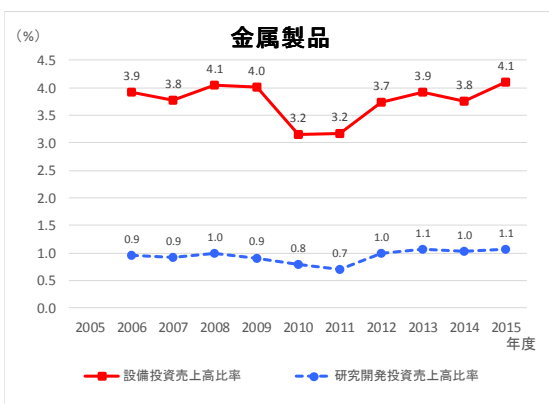
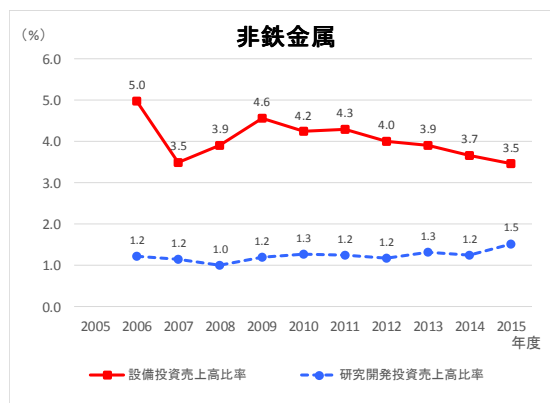
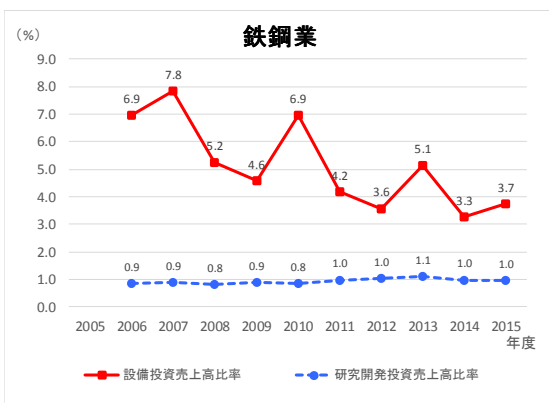
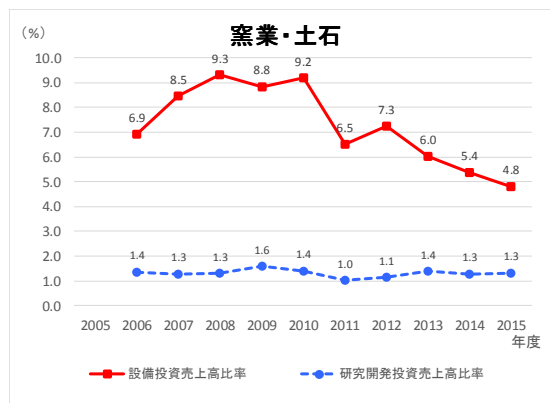
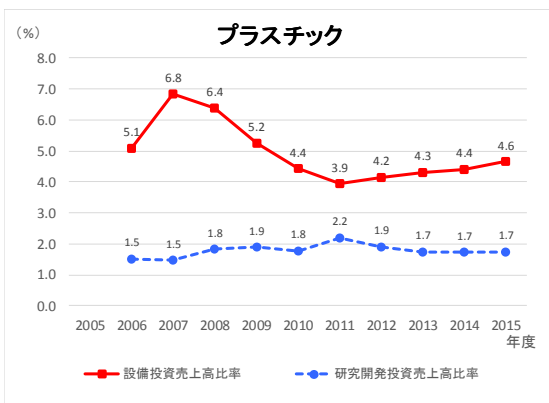
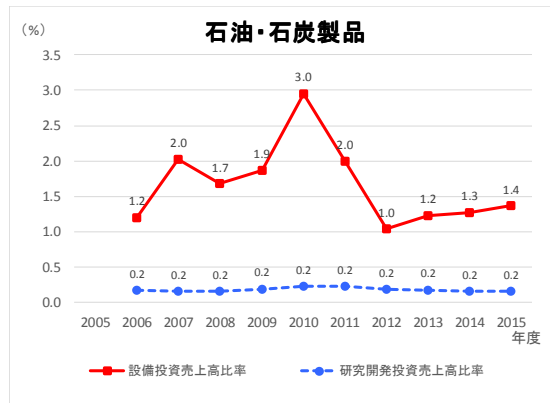
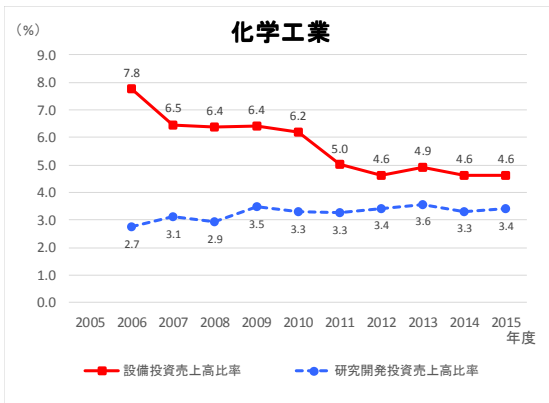
出所：経済産業省「企業活動基本調査」を再編加工して作成

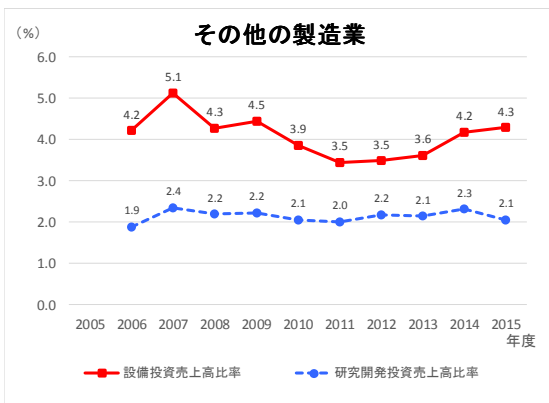
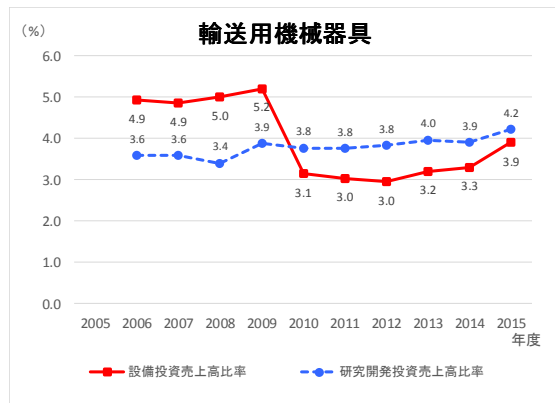
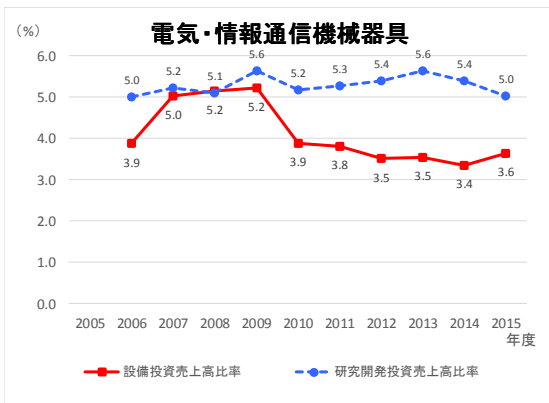
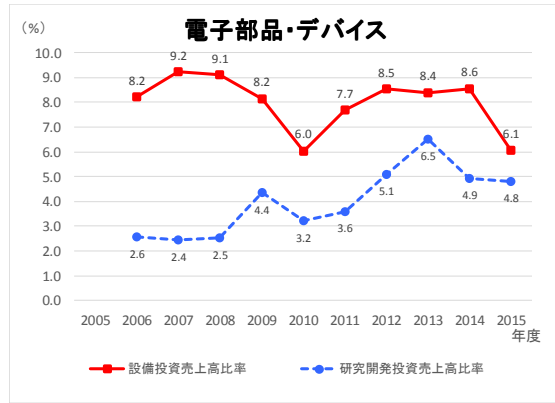
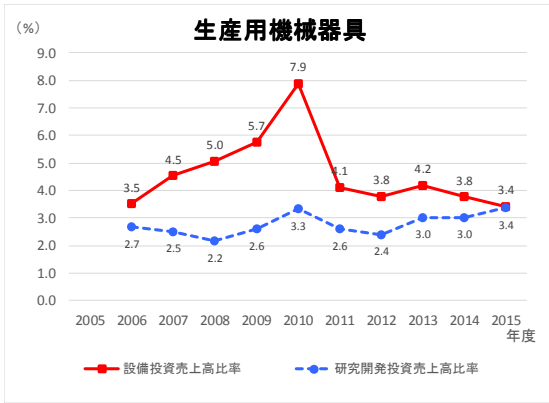
次に図表 2-2-18 で業種別の動向を確認する。二つの投資を比べると、多くの業種で設備投資比率が研究開発投資比率を上回っている。特に、パルプ・紙、石油・石炭、鉄鋼、金属製品などは、研究開発投資比率が 1%程度かそれに満たない水準である。一方、研究開発投資比率が高いのは、はん用・業務用機械(5.8%、2015 年度、以下同じ)、電気・情報通信機械(5.0%)であり、この 2 業種は 2006 年度以降、概ね研究開発投資比率が設備投資比率を上回っている。

設備投資比率については、2015 年度に多くの業種で上昇しているものの、長期的なトレンドとしての上昇傾向は観察されない。

図表 2-2-18 設備投資と研究開発投資の売上高比率（業種別）







出所：経済産業省「企業活動基本調査」を再編加工して作成

2-3. 直近の動向

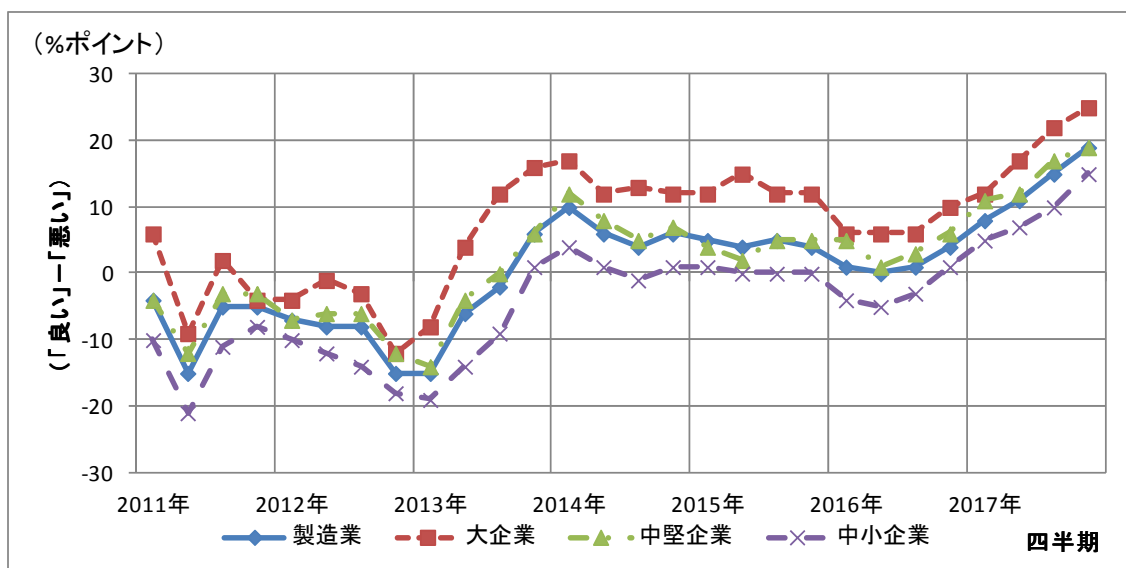
2-3-1. 業況判断と企業業績

(1) 業況判断（短観）

「全国企業短期経済観測調査」（以下、短観）による、製造業全体及び製造業の規模別の業況判断 DI に関する 2011 年以降の推移を図表 2-3-1 に示す⁷。製造業全体の DI は、2011 年初の▲4%ポイントから大幅に改善し、2017 年末には 19%ポイントに達している。期間を区切ってみると、東日本大震災の直後の 2011 年 6 月には▲15%ポイントの底をつけ、以後も低い水準で推移した。DI が本格的に上昇に転じたのは 2013 年に入ってからであり、2013 年 12 月には震災後初めてのプラスとなり、2014 年から 2016 年にかけては若干の低下傾向を持ちながらも概ね横ばいで推移した。直近の 2017 年には DI は再び上昇をはじめ、2017 年 3 月の 3%ポイントから 12 月の 19%ポイントまで、年初から年末にかけて 16 ポイントの上昇を示している。

企業規模別にみても、変化の方向は全体と同じような傾向にあるが、規模間の比較では、規模が大きいほど業況をより明るく捉えているといえる。

図表 2-3-1 業況判断 DI の推移（規模別）



出所：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」

次に、図表 2-3-2 より、2015 年以降の業種別の業況判断を見ていく。業種ごとの動向は、いくつかのパターンに類型化される。

一つ目は、他業種よりも業況判断が厳しく、経年でも改善がみられないもの。表中の全ての時点で二桁のマイナスをつけた繊維がこれに該当し、紙・パルプについても若干その傾向がみられる。

二つ目は、2015 年時点ではマイナスであったが 2017 年にはプラスの水準に改善したものであり、石油・石炭製品、金属製品、鉄鋼などがあてはまる。三つ目は、2015 年から 2016 年にかけて DI が低下し、2017 年に上昇した、いわば V 字型の軌跡を描いたグループである。電気機械、輸送用機械、はん用機械、生産用機械、業務用機械など多くの業種がこれに該当する。それほど顕著ではないが、化学や窯業・土石製品にも同様の V 字型の傾向がみられる。

⁷短観の判断項目は、「最近」と「先行き」について調査しているが、以下で示す判断項目に関する結果は、特に断りのない限り、全て「最近」に関するものである。

図表 2-3-2 業況判断DIの推移（業種別、全規模）

業種(全規模合計)	2015年				2016年				2017年			
	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月
製造業	5	4	5	4	1	0	1	4	8	11	15	19
繊維	▲13	▲15	▲11	▲7	▲11	▲10	▲14	▲16	▲18	▲15	▲15	▲14
紙・パルプ	▲13	▲8	1	▲1	▲7	▲7	▲3	0	▲7	▲3	▲3	▲1
化学	7	9	12	16	8	9	7	10	13	15	22	26
石油・石炭製品	▲4	▲9	▲12	▲9	▲19	▲16	▲9	3	2	5	7	7
窯業・土石製品	5	5	3	7	1	▲4	▲3	7	9	12	14	12
鉄鋼	7	2	▲5	▲5	▲21	▲15	▲7	0	13	15	24	37
非鉄金属	4	2	2	▲3	▲3	▲6	1	12	20	26	28	35
金属製品	4	▲2	▲2	▲3	▲4	▲3	▲2	▲1	10	14	16	20
電気機械	11	8	2	▲1	▲6	▲7	▲5	3	8	9	19	22
輸送用機械	15	12	11	12	7	2	5	7	14	15	17	18
その他製造業	▲9	▲6	▲7	▲3	▲2	▲7	▲5	0	0	2	4	8
はん用・生産用・業務用機械	17	18	17	12	9	5	4	5	13	17	25	29
はん用機械	16	14	12	8	4	▲1	0	7	13	20	27	33
生産用機械	18	20	24	14	12	7	3	3	16	17	27	33
業務用機械	16	16	13	13	11	5	9	7	9	12	21	20

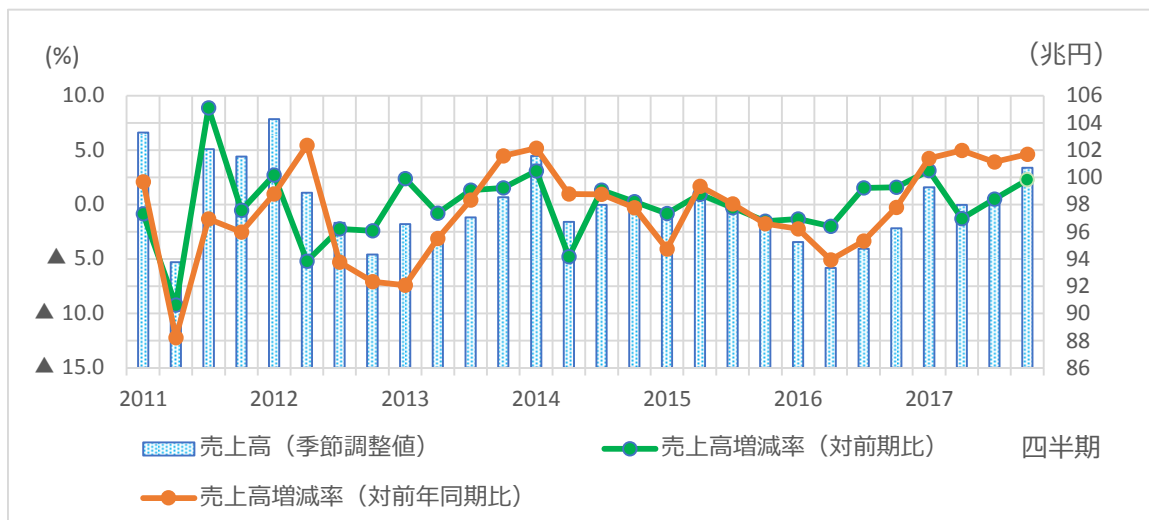
出所：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」

(2) 売上高（法人企業統計）

次に、法人企業統計により、企業業績の直近の状況を確認していく。図表 2-3-3 は、2011 年以降の製造業の売上高（四半期、季節調整済み）とその増減率の推移である。

過去 5 年間の売上高は低迷気味で、前年同期比でみた増減率はマイナスの年が多い。ただし、2016 年の第 2 四半期に底をつけた後には回復に向かっており、2017 年の各期の増減率は+3.9～+5.0%で推移している。

図表 2-3-3 法人企業統計でみる売上高の推移（製造業）



出所：財務省「法人企業統計四半期別調査」

図表 2-3-4 は、業種ごとの増減率の推移である⁸。表では増減率の絶対値が大きい欄に色付けしている。多くの業種で 2016 年の増減率がマイナスであったが、2017 年にはプラスに転じている。特に、繊維、鉄鋼、非鉄金属、金属製品、生産用機械などでは、2017 年の第 2 四半期から第 4 四半期にかけての伸びが 2 桁に達している。

⁸法人企業統計四半期別調査では、季節調整値は製造業の業種別には公表されていないため、表の数値は原系列に基づいている。

図表 2-3-4 法人企業統計でみる売上高増減率の推移（業種別）

業種(全規模)	売上高増減率(対前年同期比、%)												金額(10億円)	
	2015年				2016年				2017年					2017年 Q4
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4		
調査対象計	▲ 2.7	1.5	0.3	▲ 1.2	▲ 2.8	▲ 6.3	▲ 4.2	▲ 1.2	4.5	5.8	5.4	6.9	90,898	
繊維	▲ 8.1	7.5	3.9	7.1	▲ 8.8	▲ 14.2	▲ 13.1	▲ 18.3	2.0	18.2	10.5	12.0	2,113	
パルプ・紙	2.0	8.5	8.1	11.2	7.7	▲ 0.0	5.9	0.1	▲ 2.1	▲ 0.9	▲ 4.2	3.5	2,325	
化学	▲ 6.5	1.7	▲ 2.4	▲ 2.4	▲ 4.4	▲ 2.7	▲ 2.4	1.9	3.6	3.8	7.5	2.4	10,785	
石油・石炭	▲ 27.0	▲ 27.4	▲ 30.6	▲ 32.1	▲ 30.2	▲ 20.7	▲ 2.5	▲ 8.2	48.1	▲ 9.4	▲ 9.0	0.3	2,880	
窯業・土石	13.7	6.2	0.3	▲ 3.8	▲ 1.8	▲ 19.2	▲ 9.3	▲ 8.4	▲ 6.9	0.7	▲ 3.7	▲ 2.8	2,263	
鉄鋼	▲ 1.9	▲ 9.2	▲ 12.4	▲ 16.5	▲ 15.5	▲ 13.7	▲ 13.5	▲ 5.9	4.2	15.7	19.2	20.1	4,263	
非鉄金属	18.1	4.4	▲ 1.9	▲ 7.5	▲ 9.0	▲ 16.4	▲ 13.2	▲ 2.0	0.8	14.8	18.0	16.8	3,367	
金属製品	▲ 10.7	6.2	▲ 3.2	▲ 0.9	6.9	▲ 10.6	1.1	1.8	▲ 7.2	13.9	17.9	14.7	5,533	
はん用・業務用機械	2.5	11.0	7.3	0.2	▲ 3.9	▲ 11.3	▲ 12.5	▲ 4.9	▲ 6.0	3.3	4.3	2.2	4,934	
生産用機械	▲ 11.7	▲ 4.8	▲ 2.0	0.9	▲ 6.2	▲ 2.9	▲ 6.5	▲ 2.4	9.1	19.8	27.4	45.2	7,244	
電気・情報通信機械	7.0	8.9	5.1	▲ 2.4	▲ 2.1	▲ 9.0	▲ 5.3	▲ 3.5	1.0	2.1	▲ 0.5	0.8	16,387	
輸送用機械	3.6	6.2	7.4	5.6	1.1	▲ 1.4	0.7	3.8	8.2	5.4	3.5	5.4	20,277	
その他の製造業	▲ 17.6	▲ 9.3	1.7	9.9	8.6	7.8	▲ 3.1	1.1	8.5	2.6	▲ 1.2	▲ 0.9	8,526	

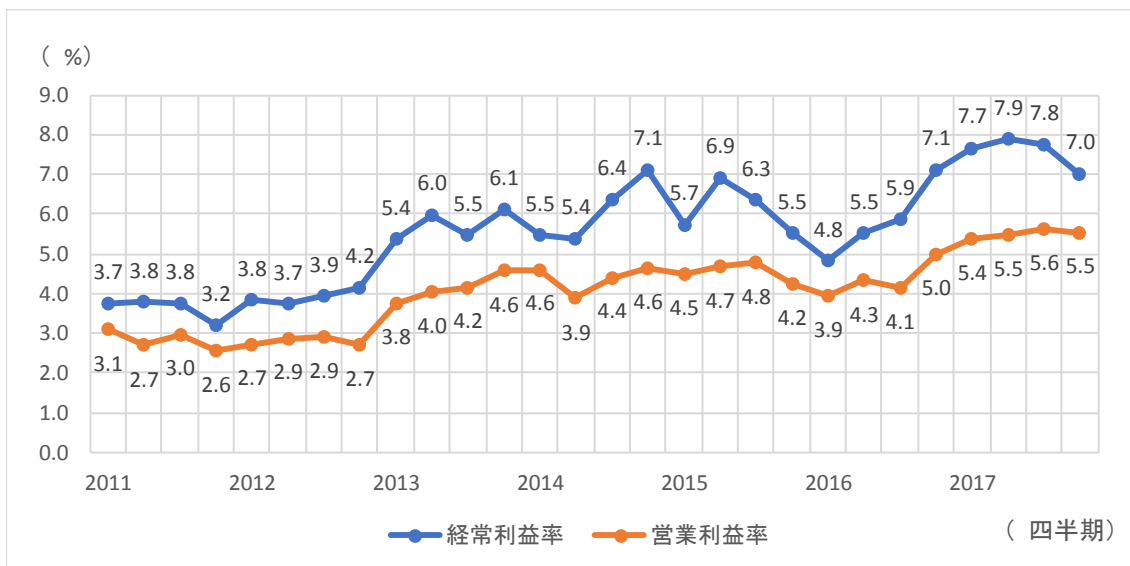
表の数値は原系列より作成

出所：財務省「法人企業統計四半期別調査」

(3) 経常利益率と営業利益率（法人企業統計）

図表 2-3-5 は、法人企業統計でみた経常利益率と営業利益率の推移である。2011 年第 1 四半期に 3.7%であった経常利益率は上昇トレンドで推移し、2017 年第 3 四半期には 7.9%に達している。その間、2015 年の後半から 2016 年の頭にかけて一時的に低下したが、2016 年から 2017 年にかけては急速な回復を示している。

図表 2-3-5 法人企業統計でみる利益率の推移（製造業）



季節調整済みの売上高と経常利益、営業利益を用いた

出所：財務省「法人企業統計四半期別調査」より計算

図表 2-3-6 は、業種別の経常利益率の推移である。比較的多くの業種では、2016 年に経常利益率が低下し、その後、上昇に転じている。例えば輸送用機械では、2015 年第 2 四半期の経常利益率が 10.1%であり、2016 年第 1 四半期に 4.4%まで低下し、その後 2017 年第 2 四半期には 10.0%まで上昇している。同様の傾向は、鉄鋼、非鉄金属、はん用・業務用機械、生産用機械、電気・情報通信機械でもみられる。

経常利益率が比較的高く、経年で順調に利益率を増加させてきた業種としては、化学が挙げられる。これとは反対に石油・石炭は、相対的に低迷しているが、2016 年第 2 四半期からはプラスを維持している。

図表 2-3-6 法人企業統計でみる利益率の推移（業種別）

業種（全規模）	経常利益率（％）											
	2015年				2016年				2017年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
調査対象計	5.7	8.2	5.5	6.3	4.5	6.5	5.1	8.0	7.6	9.2	7.2	7.7
繊維	3.1	2.4	0.3	3.7	2.8	4.1	3.6	6.3	4.1	6.3	2.8	3.6
パルプ・紙	2.6	4.5	3.6	4.9	2.8	3.7	5.2	5.0	3.0	4.7	2.1	3.6
化学	6.8	12.0	8.3	9.4	7.9	11.6	7.8	12.0	9.9	14.5	10.7	12.0
石油・石炭	▲ 1.6	4.8	▲ 2.6	▲ 1.0	▲ 0.9	3.9	1.6	5.7	4.2	1.8	3.9	5.3
窯業・土石	7.4	4.7	4.7	5.1	5.6	5.0	5.4	6.9	7.8	6.9	7.8	7.9
鉄鋼	4.9	6.4	2.5	3.3	1.2	1.8	1.2	4.8	3.1	8.2	2.4	4.0
非鉄金属	3.7	6.5	3.4	4.3	2.0	6.0	4.1	6.1	5.4	6.6	5.2	6.5
金属製品	5.4	5.4	5.0	6.5	6.8	4.7	5.6	8.2	6.6	7.1	6.2	6.3
はん用・業務用機械	9.5	9.6	6.3	7.9	6.9	6.3	7.0	8.3	10.6	9.9	8.9	8.3
生産用機械	8.2	9.8	6.6	6.0	5.8	6.3	4.9	7.5	7.7	9.7	9.3	7.8
電気・情報通信機械	5.0	7.7	4.0	4.1	2.4	5.2	4.4	6.7	8.6	8.4	7.3	7.3
輸送用機械	6.3	10.1	8.8	9.0	4.4	7.5	5.4	8.7	8.7	10.0	7.4	8.3
その他の製造業	5.7	6.7	5.1	6.2	6.4	6.5	4.8	8.5	5.9	8.5	6.9	7.7

表の数値は原系列を用いた

出所：財務省「法人企業統計四半期別調査」より計算

2-3-2. 生産動向

図表 2-3-7 は、鉱工業生産指数（IIP）の伸び率（対前年同期比）を業種別にまとめたものである。全体としては、2015年から2016年半ばまではIIPが低下している業種が多く、2016年後半からは、上昇する業種が増えてくる。

2017年に入ってから伸びが著しい業種としては、化学工業、はん用機械工業、生産用機械工業、電子部品・デバイス工業、輸送機械工業などが挙げられ、特に生産用機械工業、電子部品・デバイス工業などは、年間で10%を超える伸び率となっている。

2015年から2017年まで生産が低迷しているのは、繊維工業と情報通信機械工業である。繊維工業のIIPは大きな変動無しでコンスタントに低下しているのに対し、情報通信機械工業は大きな下落を伴っている。年間を通した2017年の伸び率は▲6.3%であり、低迷が際立っている。

図表 2-3-7 鉱工業生産指数の伸び率（業種別）

	鉱工業生産指数(2010年=100、季節調整済) 伸び率(対前年同期比) ※											
	2015年				2016年				2017年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
製造工業	▲2.6	▲0.8	▲0.3	▲1.1	▲3.1	▲1.5	0.8	2.8	4.0	5.7	4.7	4.5
繊維工業	▲2.2	▲2.3	▲1.5	▲1.6	▲1.9	▲2.5	▲2.7	▲2.0	▲3.9	▲0.5	▲1.0	0.2
パルプ・紙・紙加工品工業	▲3.6	0.3	0.9	0.3	0.5	1.0	0.5	0.2	0.8	1.1	0.5	1.5
化学工業(除.医薬品)	▲4.0	0.9	6.2	3.7	0.5	3.3	0.7	2.3	5.3	7.1	8.4	7.8
石油・石炭製品工業	▲3.0	2.9	2.7	▲2.6	▲0.7	1.7	▲0.7	0.1	▲0.9	▲4.5	0.0	▲0.9
プラスチック製品工業	▲5.4	▲3.0	0.1	2.6	0.1	1.3	2.8	1.7	3.2	4.3	3.0	1.9
窯業・土石製品工業	▲2.5	▲2.5	▲2.5	▲4.5	▲4.3	▲3.5	0.1	5.3	3.1	3.3	2.3	▲0.7
鉄鋼業	▲4.8	▲6.4	▲6.4	▲5.2	▲5.0	▲1.5	0.4	2.0	3.2	3.2	1.3	1.5
非鉄金属工業	▲0.3	▲2.1	▲1.2	▲3.0	▲1.9	1.1	2.1	7.1	2.0	3.2	2.8	3.8
金属製品工業	▲5.4	▲4.9	▲0.5	▲0.3	0.8	▲2.3	▲5.4	▲2.3	▲2.0	0.5	3.3	2.2
はん用機械工業	▲3.9	▲2.2	▲7.5	▲8.0	▲5.3	▲7.5	▲0.3	4.5	5.4	10.6	6.3	4.8
生産用機械工業	3.9	5.0	0.1	▲3.1	▲7.3	▲4.6	1.3	6.0	8.0	13.5	11.7	14.2
業務用機械工業	2.3	0.7	4.6	▲2.0	▲2.6	0.2	1.9	7.0	▲0.3	▲2.8	▲0.1	▲1.1
電子部品・デバイス工業	14.4	12.7	4.4	▲2.9	▲9.5	▲11.7	▲4.2	▲0.8	10.9	17.1	14.3	8.3
電気機械工業	▲4.3	▲2.0	▲0.3	▲1.5	▲2.2	▲2.3	0.8	▲0.2	0.5	2.4	2.2	5.5
情報通信機械工業	▲19.6	▲11.4	▲3.4	▲5.2	▲4.4	▲1.6	6.1	4.6	▲5.0	▲4.9	▲9.6	▲7.3
輸送機械工業	▲5.0	▲5.0	▲2.0	0.5	▲2.8	0.1	4.0	5.1	5.9	8.4	5.4	5.6
その他工業	▲4.2	▲2.9	▲3.0	▲2.4	▲2.5	▲1.1	▲0.2	0.9	▲0.6	▲0.8	▲0.9	0.4

※ 色の区分: ▲10%以下 ▲10%~▲5% ▲5%~▲1% +1%~+5% +5%~10% +10%以上

出所：経済産業省「鉱工業生産指数」より作成

2-3-3. 雇用動向

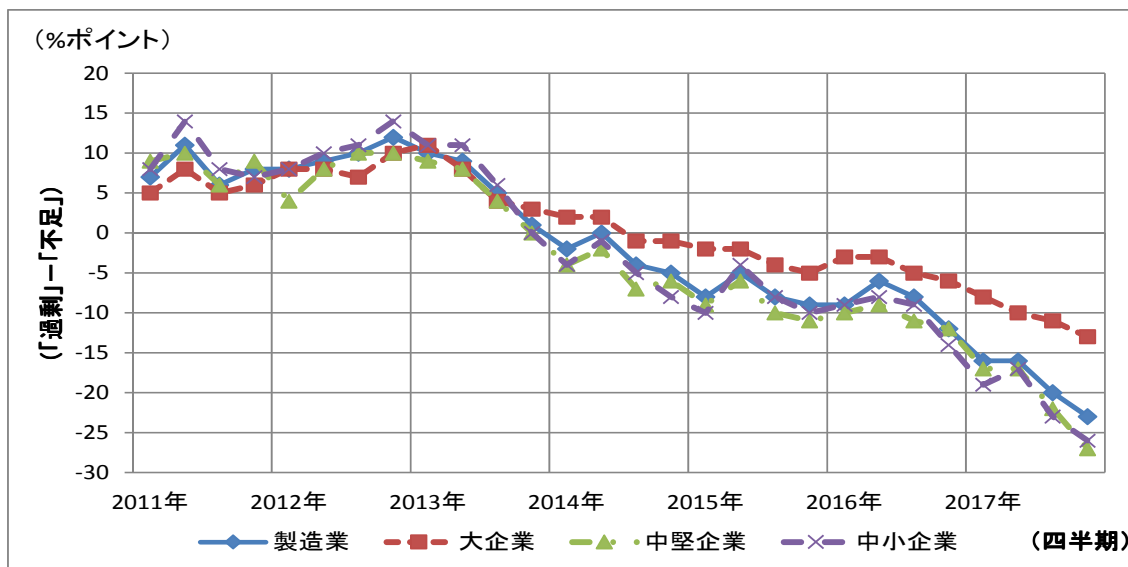
(1) 雇用人員判断（短観）

図表 2-3-8 は、短観による雇用人員 DI の推移である。2013年までは雇用人員を過剰と判断する企業の割合が多かったが、2014年以降は逆転した。2012年12月時点で+12%ポイント（製造業計、以下同じ）であったDIは、2016年6月時点では▲6%ポイント、2017年12月には▲23%ポイントまで低下している。2016年後半から、雇用の不足感が急速に強まったことがみてとれる。規模別には、近年では、相対的に大企業で不足と判断する割合が小さく、中小・中堅企業で大きくなっている。

図表 2-3-9 は、業種別のDIの推移である。2015年以降は、一部の例外を除けば、全ての業種で一貫して不足が過剰を上回っている。直近の2017年12月に注目すると、DIがマイナス方向に大きい（不足が過剰をより上回る）業種としては、鉄鋼（▲44）、金属製品（▲30）、はん用機械（▲28）、生産用機械（▲28）、非鉄金属（▲25）などが挙げられる。

時系列での変化を見ると、石油・石炭製品をはじめ、非鉄金属、金属製品などでは変動が大きい。一方、化学などでは、徐々に不足と判断する企業の割合が増加している。

図表 2-3-8 雇用人員 DI の推移（規模別）



出所：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」

図表 2-3-9 雇用人員 DI の推移（業種別、全規模）

業種(全規模合計)	2015年				2016年				2017年			
	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月
製造業	▲ 8	▲ 5	▲ 8	▲ 9	▲ 9	▲ 6	▲ 8	▲ 12	▲ 16	▲ 16	▲ 20	▲ 23
繊維	▲ 3	2	▲ 5	▲ 5	▲ 7	▲ 6	▲ 3	▲ 4	▲ 4	▲ 5	▲ 6	▲ 9
紙・パルプ	▲ 3	▲ 2	▲ 4	▲ 6	▲ 5	▲ 8	▲ 7	▲ 12	▲ 16	▲ 13	▲ 19	▲ 21
化学	▲ 6	▲ 4	▲ 9	▲ 9	▲ 9	▲ 10	▲ 11	▲ 13	▲ 18	▲ 15	▲ 17	▲ 21
石油・石炭製品	▲ 14	▲ 9	▲ 10	▲ 10	▲ 4	1	▲ 6	▲ 6	▲ 12	▲ 12	▲ 13	▲ 16
窯業・土石製品	▲ 4	▲ 2	▲ 1	▲ 3	0	▲ 3	▲ 6	▲ 7	▲ 11	▲ 10	▲ 17	▲ 20
鉄鋼	▲ 11	▲ 5	▲ 7	▲ 9	▲ 8	▲ 6	▲ 9	▲ 15	▲ 21	▲ 24	▲ 32	▲ 44
非鉄金属	▲ 8	▲ 1	▲ 1	▲ 3	▲ 1	1	▲ 6	▲ 11	▲ 21	▲ 19	▲ 22	▲ 25
金属製品	▲ 9	0	▲ 3	▲ 3	▲ 8	▲ 4	▲ 4	▲ 7	▲ 13	▲ 16	▲ 24	▲ 30
電気機械	▲ 7	0	▲ 2	▲ 5	▲ 2	▲ 3	▲ 3	▲ 9	▲ 11	▲ 13	▲ 18	▲ 20
輸送用機械	▲ 9	▲ 8	▲ 11	▲ 15	▲ 14	▲ 8	▲ 10	▲ 16	▲ 18	▲ 16	▲ 21	▲ 19
その他製造業	1	2	▲ 1	▲ 5	▲ 3	▲ 3	▲ 3	▲ 6	▲ 14	▲ 13	▲ 14	▲ 19
はん用・生産用・業務用機械	▲ 11	▲ 10	▲ 11	▲ 10	▲ 11	▲ 8	▲ 10	▲ 10	▲ 17	▲ 19	▲ 24	▲ 26
はん用機械	▲ 8	▲ 5	▲ 5	▲ 7	▲ 6	▲ 2	▲ 11	▲ 10	▲ 17	▲ 22	▲ 26	▲ 28
生産用機械	▲ 13	▲ 14	▲ 16	▲ 12	▲ 13	▲ 11	▲ 8	▲ 9	▲ 19	▲ 20	▲ 27	▲ 28
業務用機械	▲ 12	▲ 7	▲ 10	▲ 10	▲ 12	▲ 12	▲ 12	▲ 13	▲ 16	▲ 14	▲ 18	▲ 23

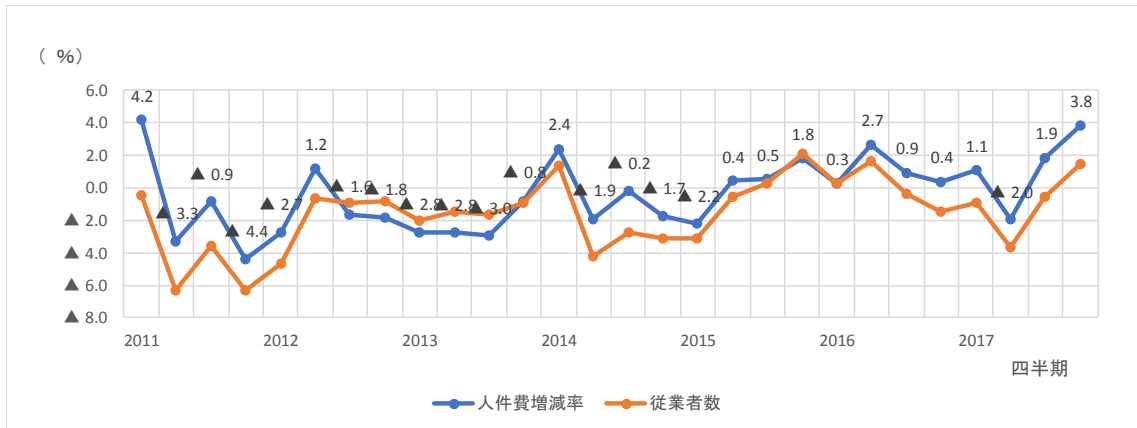
出所：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」

(2) 従業員数と人件費（法人企業統計）

図表 2-3-10 は、法人企業統計により算出した人件費と従業者数の増減率（対前年同期比）を示したものである。2015年以前は、人件費も従業者数もほとんどの期でマイナスの伸びとなっており、従業者数と人件費の抑制が進んでいたと判断される。

人件費と従業者数の関係については、2012年から2013年を例外として、人件費の伸びが従業者数の伸びを上回っており、直近の2017年では両者の差は2%程度である。このことは、従業員一人当たりの人件費が上昇していることを物語っている。

図表 2-3-10 法人企業統計でみる人件費と従業者数の増減率（製造業）



出所：財務省「法人企業統計四半期別調査」より計算

図表 2-3-11 は業種別にみた人件費、図表 2-3-12 は従業者数の増加率（対前年同期比）である。人件費、従業者数ともに 2016 年でマイナスの業種が多く、直近の 2017 年の第 3～第 4 四半期では多くの業種がプラスとなっている点は、売上高（図表 2-3-4）や IIP（図表 2-3-7）と同じである。ただし例えば、図表 2-3-4 の売上高で 2016 年第 1 四半期がマイナスの業種数は 9、図表 2-3-11 の人件費では 7 業種、図表 2-3-12 の従業者数では 6 業種、というように、売上高や IIP ほど時期による増減の特徴が明確ではない。

図表 2-3-11 法人企業統計でみる人件費の増減率（業種別）

業種（全規模）	人件費増減率（対前年同期比、%）												金額(10億円)
	2015年				2016年				2017年				
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	
調査対象計	▲1.5	0.3	0.9	2.0	0.2	1.8	0.4	▲0.1	1.1	0.0	2.7	4.6	12,809
繊維	▲3.1	3.7	▲0.8	8.3	0.4	1.9	0.5	▲2.5	5.2	10.4	20.8	8.9	374
パルプ・紙	▲9.5	▲1.3	2.8	0.5	11.6	▲1.0	1.5	4.5	▲3.8	9.2	4.2	7.7	297
化学	▲4.0	▲1.4	▲2.3	▲2.0	▲2.6	8.7	9.6	9.2	0.8	0.8	1.9	▲1.3	1,304
石油・石炭	2.8	2.3	5.6	▲5.9	4.6	5.2	▲1.1	▲2.2	13.8	▲12.6	15.9	▲3.8	60
窯業・土石	10.5	4.9	4.9	2.0	▲0.9	▲13.5	▲0.1	2.1	▲0.9	5.7	▲9.9	▲6.1	342
鉄鋼	▲0.1	▲4.3	1.3	▲10.5	▲2.7	4.5	▲3.2	▲2.0	▲0.1	1.3	7.0	12.0	421
非鉄金属	10.0	▲5.6	▲3.3	▲5.5	▲3.4	▲10.0	▲8.7	▲6.4	▲8.3	1.0	4.3	5.3	264
金属製品	0.8	7.5	10.7	7.3	9.1	▲0.2	▲0.9	▲0.4	▲0.6	▲1.4	3.0	5.3	1,066
はん用・業務用機械	3.6	2.4	0.7	1.3	▲2.2	▲1.2	▲4.0	▲4.2	▲3.6	▲2.0	5.3	2.2	905
生産用機械	▲16.8	▲4.2	0.3	▲1.6	▲2.8	7.2	5.0	1.0	9.7	8.0	7.8	30.8	1,189
電気・情報通信機械	4.6	▲1.9	▲3.9	▲1.6	▲5.9	▲1.8	0.0	▲3.4	▲0.7	1.6	1.0	2.4	2,482
輸送用機械	5.4	4.4	5.8	5.3	0.5	1.7	▲1.7	▲0.2	1.3	▲3.4	3.6	5.5	2,313
その他の製造業	▲13.0	▲2.1	▲0.5	9.8	10.1	7.3	0.1	0.7	4.3	▲5.0	▲2.3	▲2.4	1,791

※ 色の区分：
 ▲10%以下 (緑) ▲10%～▲5% (黄緑) ▲5%～▲1% (黄) +1%～+5% (白) +5%～10% (黄) +10%以上 (赤)

出所：財務省「法人企業統計四半期別調査」より計算

図表 2-3-12 法人企業統計でみる従業者数の増減率（業種別）

業種（全規模）	従業員数増減率（対前年同期比、%）												人数(千人) 2017年 Q4
	2015年				2016年				2017年				
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	
調査対象計	▲1.6	▲1.2	0.3	2.8	0.4	0.7	▲1.7	▲2.5	▲1.4	▲0.3	1.8	3.5	7,816
繊維	1.5	4.7	▲3.9	5.4	0.5	▲3.5	▲5.1	▲12.9	▲0.4	16.2	23.5	20.9	396
パルプ・紙	▲9.1	5.7	7.4	11.5	11.6	▲1.3	1.4	5.3	1.7	▲0.6	0.5	▲1.4	221
化学	▲1.6	▲2.7	▲0.5	▲3.2	▲7.7	11.3	8.1	8.1	4.6	▲0.1	1.8	1.5	654
石油・石炭	2.9	9.0	5.7	0.0	3.3	4.7	▲2.1	▲2.2	3.1	▲18.1	16.6	▲7.7	30
窯業・土石	8.5	15.1	3.3	4.4	2.5	▲17.6	▲0.3	▲4.1	▲10.1	▲3.6	▲14.3	▲11.7	222
鉄鋼	▲1.0	▲4.0	0.5	▲8.3	▲3.2	1.2	▲6.0	▲0.9	▲2.3	0.0	5.3	6.0	226
非鉄金属	10.0	▲4.9	▲5.2	▲4.5	▲5.6	▲12.3	▲10.1	▲11.1	▲9.1	▲0.5	1.3	1.4	148
金属製品	▲1.0	6.9	7.4	8.1	10.0	▲2.3	▲3.9	▲0.9	▲7.8	0.7	2.9	▲1.1	735
はん用・業務用機械	1.4	▲5.2	▲4.6	▲2.4	▲4.1	▲1.1	▲1.6	▲2.2	▲0.1	5.1	7.3	6.2	557
生産用機械	▲14.9	▲5.8	4.8	▲1.4	▲1.0	6.1	2.1	▲2.3	▲2.4	3.2	▲2.8	21.9	693
電気・情報通信機械	5.9	▲3.0	▲5.6	▲2.8	▲5.2	▲1.6	▲1.6	▲6.3	▲3.2	▲0.4	1.5	5.3	1,424
輸送用機械	7.7	4.5	5.4	3.5	1.0	▲1.6	▲1.7	▲0.3	0.5	▲3.2	3.4	3.0	1,197
その他の製造業	▲13.4	▲8.5	▲0.8	14.2	7.0	7.6	▲4.8	▲3.6	1.8	▲5.1	▲3.2	▲3.8	1,313

※ 色の区分： ▲10%以下 ▲10%～▲5% ▲5%～▲1% +1%～+5% +5%～10% +10%以上

出所：財務省「法人企業統計四半期別調査」より計算

図表 2-3-13 は、人件費の増減率（図表 2-3-11）と従業者数の増減率（図表 2-3-12）の差分をとったものである。2015 年では差がマイナスの（人件費の増減率を従業者数の増減率が上回る）業種が多かったが、2016 年と 2017 年には差がプラスの（従業者数の増減率を人件費の増減率が上回る）業種が増えている。

図表 2-3-13 人件費と従業者数の増減率の差分（業種別）

業種（全規模）	人件費増減率－従業員数増減率（対前年同期比、%）											
	2015年				2016年				2017年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
調査対象計	0.1	1.5	0.7	▲0.8	▲0.1	1.1	2.1	2.4	2.5	0.3	0.9	1.1
繊維	▲4.5	▲1.0	3.0	3.0	▲0.1	5.4	5.6	10.4	5.6	▲5.8	▲2.7	▲12.0
パルプ・紙	▲0.4	▲7.0	▲4.5	▲11.0	▲0.0	0.3	0.1	▲0.8	▲5.6	9.7	3.7	9.1
化学	▲2.5	1.2	▲1.8	1.3	5.1	▲2.6	1.4	1.1	▲3.7	0.9	0.1	▲2.8
石油・石炭	▲0.2	▲6.8	▲0.1	▲6.0	1.3	0.5	0.9	▲0.0	10.7	5.5	▲0.7	3.9
窯業・土石	2.0	▲10.3	1.6	▲2.4	▲3.4	4.0	0.2	6.1	9.2	9.2	4.5	5.5
鉄鋼	0.9	▲0.3	0.8	▲2.3	0.5	3.3	2.8	▲1.1	2.2	1.3	1.6	6.0
非鉄金属	▲0.0	▲0.7	1.9	▲1.0	2.2	2.4	1.4	4.7	0.8	1.5	3.0	3.9
金属製品	1.8	0.6	3.2	▲0.9	▲0.9	2.1	3.0	0.5	7.2	▲2.0	0.1	6.4
はん用・業務用機械	2.2	7.5	5.2	3.7	1.9	▲0.1	▲2.4	▲2.0	▲3.5	▲7.1	▲2.0	▲4.0
生産用機械	▲1.9	1.6	▲4.5	▲0.2	▲1.8	1.1	2.9	3.3	12.1	4.9	10.6	8.9
電気・情報通信機械	▲1.3	1.1	1.6	1.2	▲0.7	▲0.2	1.6	2.9	2.6	2.0	▲0.5	▲2.9
輸送用機械	▲2.3	▲0.1	0.4	1.8	▲0.5	3.3	0.0	0.1	0.8	▲0.3	0.1	2.5
その他の製造業	0.3	6.4	0.3	▲4.4	3.1	▲0.3	4.9	4.3	2.5	0.0	0.9	1.5

※ 色の区分： ▲10%以下 ▲10%～▲5% ▲5%～▲1% +1%～+5% +5%～10% +10%以上

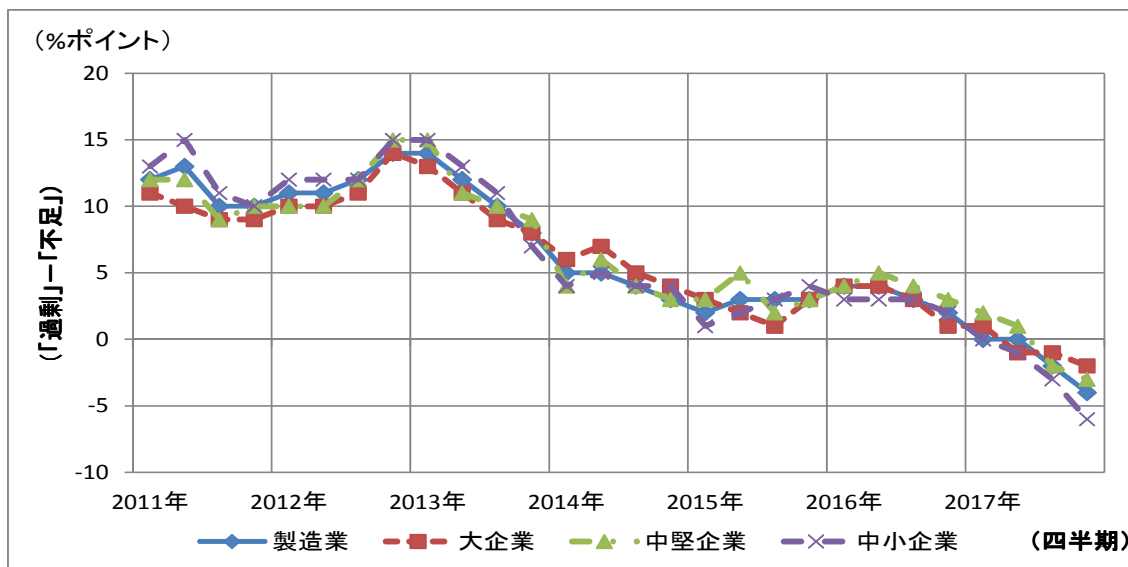
出所：図表 2-3-11 と図表 2-3-12 より計算

2-3-4. 投資動向

(1) 生産・営業用設備判断（短観）

図表 2-3-14 は、生産・営業用設備判断 DI の推移である。2011 年から 2012 年にかけて+10%ポイントから+15%ポイントで推移していた DI は、2013 年から低下を始めた。2014 年から 2016 年前半は概ね横ばいで推移した後、再び低下し、2017 年 9 月には全ての規模でマイナスとなった。他の判断項目で見られる企業規模による差異は、ここでは観察されない。また、直近の 2017 年 12 月時点を見ると、中小企業が▲6%ポイント、中堅企業が▲3%ポイント、大企業が▲2%ポイントとなっており、規模の小さな企業ほど設備が不足していると感じている。

図表 2-3-14 生産・営業用設備判断 DI の推移（規模別）



出所：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」

図表 2-3-15 は、業種別の DI である。相対的に設備が過剰と判断しているのは石油・石炭製品、窯業・土石製品、繊維であり、この 3 業種は、2015 年以降概ねプラスの水準を保っている。多くの業種では、2015 年の DI はプラスで 2017 年の後半ではマイナスに転じており、直近で相対的に不足と判断している業種としては、生産用機械（▲12）、業務用機械（▲8）、鉄鋼（▲9）などが挙げられる。業務用機械は 2015 年時点から一貫してマイナスである一方、鉄鋼は 2016 年 3 月から 2017 年 12 月にかけて大きく値を下げている。

図表 2-3-15 生産・営業用設備判断 DI の推移（業種別、全規模）

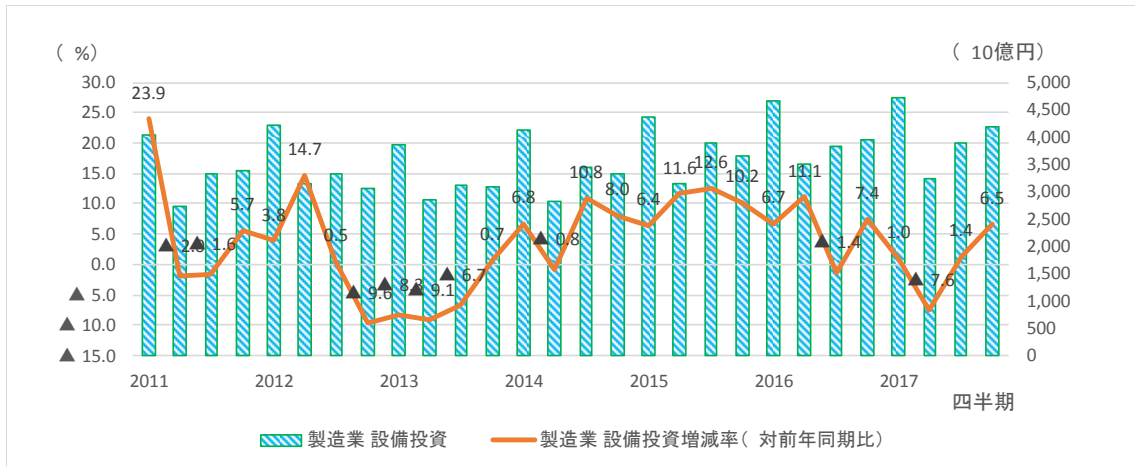
業種(全規模合計)	2015年				2016年				2017年			
	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月
製造業	2	3	3	3	4	4	3	2	0	0	▲2	▲4
繊維	4	3	2	1	2	▲4	1	3	8	5	5	5
紙・パルプ	8	8	5	4	3	4	5	5	▲2	1	1	▲6
化学	▲1	0	1	1	0	0	▲1	▲2	▲1	▲3	▲5	▲6
石油・石炭製品	9	10	10	9	10	14	12	11	6	6	9	5
窯業・土石製品	10	10	11	12	11	11	10	8	7	7	7	5
鉄鋼	0	4	6	8	12	11	11	7	3	0	▲1	▲9
非鉄金属	5	3	5	8	9	9	8	3	▲4	▲2	▲4	▲6
金属製品	0	6	4	8	5	7	1	3	2	1	▲4	▲6
電気機械	1	5	4	4	6	6	6	3	1	0	▲5	▲4
輸送用機械	0	0	1	2	3	5	3	3	1	2	0	▲2
その他製造業	6	7	4	3	4	6	4	3	1	0	0	▲3
はん用・生産用・業務用機械	▲2	▲2	▲3	▲1	▲2	1	0	▲1	▲3	▲5	▲8	▲9
はん用機械	2	2	1	5	6	6	3	3	▲1	▲3	▲6	▲4
生産用機械	▲1	▲3	▲3	0	▲1	0	4	1	▲2	▲6	▲11	▲12
業務用機械	▲7	▲5	▲6	▲4	▲7	▲3	▲6	▲6	▲5	▲8	▲6	▲8

出所：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」

(2) 設備投資（法人企業統計）

図表 2-3-16 は、法人企業統計による設備投資額と増減率（対前年同期比）の推移である。2013 年にはマイナスで推移していた増減率は、2014 年から 2015 年にかけてプラスに転じた。2016 年から 2017 年には一時減速した時期もあるが、直近の 2017 年第 4 四半期には+6.5%まで回復している。

図表 2-3-16 法人企業統計でみる設備投資と増減率の推移（製造業）



出所：財務省「法人企業統計四半期別調査」より計算

図表 2-3-17 は、業種別の増減率（対前年同期比）の推移である。総じて 2015 年頃の増減率がプラスに大きく、2017 年にマイナスになっている部門としては、はん用・業務用機械、輸送用機械などが挙げられる。反対に、2017 年の増減率がプラスに大きい部門は、鉄鋼、非鉄金属、金属製品などが該当する。また、振幅の大きな部門としては、石油・石炭（▲45.7%～+65.7%）や非鉄金属（▲16.7%～+85.2%）、はん用・業務用機械（▲29.1%～+40.8%）などがある。

図表 2-3-17 法人企業統計でみる設備投資と増減率の推移（業種別）

業種（全規模）	設備投資増減率（対前年同期比、%）												金額(10億円)
	2015年				2016年				2017年				
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	
調査対象計	9.4	14.2	12.7	10.6	5.7	11.7	▲1.9	5.1	0.9	▲9.1	0.8	6.7	3,751
繊維	20.7	35.3	▲0.7	32.0	▲29.4	▲11.1	▲10.9	▲4.7	18.5	23.3	▲15.2	▲22.5	44
パルプ・紙	▲13.2	9.9	15.5	▲5.9	45.1	13.3	33.7	3.6	▲22.4	▲22.6	▲5.0	62.8	125
化学	▲10.8	5.9	3.2	▲19.8	20.2	23.9	14.6	36.4	5.1	▲9.3	▲4.5	▲4.4	501
石油・石炭	60.9	8.2	54.3	▲30.5	▲30.4	▲12.1	▲37.3	29.2	54.4	▲22.6	65.7	▲45.7	32
窯業・土石	▲16.4	40.4	15.5	14.3	▲3.9	▲7.6	▲21.9	▲5.1	41.3	▲2.0	▲6.3	67.3	145
鉄鋼	5.0	▲1.3	11.1	0.6	12.5	21.7	▲8.7	16.8	8.3	1.5	21.3	2.8	228
非鉄金属	7.8	▲16.7	▲7.1	▲7.2	25.9	9.2	4.6	12.4	11.7	85.2	71.3	61.3	174
金属製品	11.2	42.5	▲3.5	▲0.3	▲0.3	▲27.9	▲13.6	5.4	8.8	▲0.9	12.3	12.2	211
はん用・業務用機械	7.6	40.8	12.0	32.0	8.3	▲28.8	▲4.9	▲18.8	▲29.1	14.7	▲15.1	▲23.6	152
生産用機械	▲0.6	▲6.8	19.9	43.5	4.5	23.7	▲15.2	▲13.6	▲19.7	▲25.0	▲9.9	19.1	238
電気・情報通信機械	24.3	16.3	28.7	22.4	1.4	9.0	▲12.6	▲9.5	▲1.9	▲10.0	5.6	30.6	865
輸送用機械	12.8	26.0	25.0	16.4	11.4	29.2	17.4	17.6	10.9	▲20.9	▲12.4	▲5.3	702
その他の製造業	15.3	▲0.8	▲12.1	21.3	▲9.2	22.7	▲11.5	1.7	▲14.6	▲14.8	4.1	▲15.1	335

出所：財務省「法人企業統計四半期別調査」より作成

2-3-5. 業種別の物価動向

(1) 国内企業物価指数（CGPI）

図表 2-3-18 は、製造業の品目別（類別）に CGPI の上昇率（対前年同期比）を示したものである。

2015 年から 2016 年にかけては、CGPI が低下している業種が多く、特に、石油・石炭製品、化学製品などで下落率が大きい。2015 年からの原油の値下がりが影響していると考えられる。2016 年には、鉄鋼、非鉄金属でも CGPI の大幅な低下がみられる。また、下落の程度はそれほど大きくないが、2015 年から 2016 年にかけて一貫して下がり続けている品目として、電子部品・デバイス、電気機器が挙げられる。

2017 年には、原油相場の回復にも後押しされ、石油・石炭製品の CGPI は大幅な上昇に転じた。鉄鋼、非鉄金属、化学製品も上昇に向かい、第 3 四半期まで下落を続けていた情報通信機器

も第4四半期にはプラスとなっている。

図表 2-3-18 国内企業物価指数(税抜き)の上昇率(業種別)

	国内企業物価指数(2015年=100)対前年(同期比)上昇率 ※											
	2015年				2016年				2017年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
工業製品	▲2.8	▲2.4	▲3.3	▲3.3	▲3.1	▲3.9	▲3.3	▲1.7	1.2	1.9	2.1	2.6
繊維製品	1.0	1.1	0.5	0.1	0.2	▲0.5	▲0.4	▲0.8	▲1.0	▲0.1	0.2	0.9
パルプ・紙・同製品	0.1	0.9	1.0	0.9	0.5	▲0.6	▲0.9	▲1.2	▲1.1	▲0.6	0.4	1.6
化学製品	▲7.5	▲6.0	▲8.0	▲8.3	▲5.5	▲8.9	▲8.4	▲5.6	▲0.3	3.0	3.1	3.8
石油・石炭製品	▲24.2	▲21.5	▲26.1	▲25.3	▲22.9	▲22.1	▲16.2	▲2.8	26.8	17.0	12.7	16.7
プラスチック製品	0.6	▲1.1	▲1.9	▲2.4	▲2.9	▲2.8	▲2.9	▲3.2	▲2.8	▲1.3	▲0.3	0.1
窯業・土石製品	1.2	1.1	0.9	0.6	▲0.0	▲0.4	▲0.6	▲0.6	▲0.3	0.1	0.3	0.5
鉄鋼	▲2.1	▲3.7	▲4.4	▲6.6	▲7.8	▲7.9	▲6.7	▲0.9	5.2	10.9	11.4	9.5
非鉄金属	3.7	6.8	▲1.7	▲9.6	▲13.8	▲17.5	▲14.0	▲5.5	7.4	10.0	16.3	16.8
金属製品	0.4	0.9	0.7	0.7	0.2	▲0.4	▲0.3	▲0.5	0.3	1.6	1.8	2.5
はん用機器	2.0	0.8	1.2	1.0	0.6	0.9	▲0.0	▲0.4	▲0.7	▲0.5	0.2	0.3
生産用機器	▲0.4	0.6	0.0	0.2	0.7	0.6	0.4	▲0.2	▲1.1	▲0.4	▲0.2	▲0.5
業務用機器	0.8	▲0.0	0.1	▲1.0	0.1	1.5	2.1	2.6	1.7	0.3	▲0.3	▲0.1
電子部品・デバイス	▲2.4	▲1.7	▲1.9	▲2.4	▲3.8	▲4.0	▲3.2	▲1.6	0.2	1.3	1.6	1.4
電気機器	▲1.0	▲0.6	▲1.1	▲0.3	▲0.8	▲2.5	▲3.0	▲3.4	▲3.0	▲1.8	▲1.0	▲0.9
情報通信機器	▲1.5	▲1.6	▲1.0	0.2	0.5	▲0.3	▲0.5	▲1.9	▲1.8	▲1.4	▲1.3	0.1
輸送用機器	0.2	0.3	0.5	0.4	▲0.2	▲0.7	▲1.0	▲1.2	▲1.2	▲0.6	▲0.4	0.1
その他工業製品	0.3	▲0.2	0.2	0.2	0.1	0.4	▲0.0	▲0.3	▲0.1	▲0.1	0.2	0.3

※ 色の区分: ▲10%以下 ▲10%~▲5% ▲5%~▲1% +1%~+5% +5%~10% +10%以上

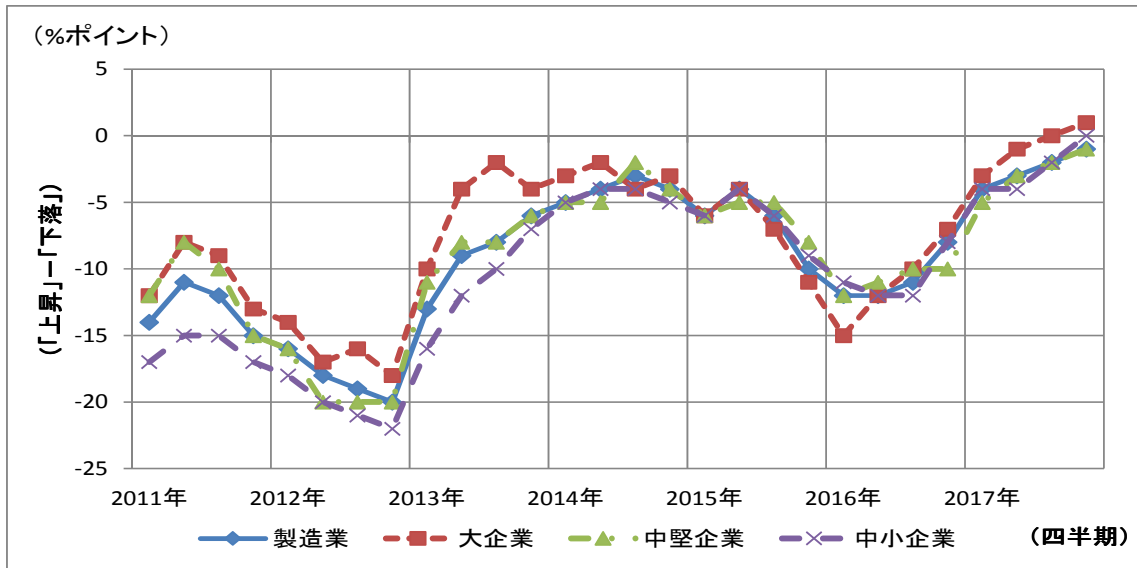
出所: 日本銀行「国内企業物価指数」

(2) 販売価格判断(短観)

図表 2-3-19 は、企業規模別の販売価格 DI の推移である。直近の大企業を除くと、下落と答えた企業が上昇と答えた企業を一貫して上回っていた。

期間別には、震災後の 2011 年 6 月から 2012 年 12 月にかけては、DI は 9 ポイント低下しており、相対的に販売価格が下落していると判断する企業が増えた時期である。2013 年から DI は上昇に転じ、2014 年 9 月時点では▲3%ポイントと 2012 年 12 月時点の▲20%ポイントから 17 ポイント上昇している。2014 年 12 月以降、DI は下落し、2016 年 6 月の▲12%ポイントを底として再び上昇に転じて今日に至っている。直近の 2017 年 12 月時点では、全規模の DI が▲1%ポイント、大企業は+1%ポイントとなっている。

図表 2-3-19 販売価格 DI の推移（規模別）



出所：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」

図表 2-3-20 は、業種別の販売価格 DI である。製造業全体では 2015 年から 2016 年 6 月まで DI は低下を続け、その後はゼロに近い水準まで上昇しているが、業種別の動きは様々である。2015 年から 2016 年まで低下しその後に上昇するという製造業全体と同様の動きを示しているのが、紙・パルプ、非鉄金属、金属製品である。はん用機械、生産業機械、業務用機械などもこれに当てはまるが、2017 年においても上昇と答えた企業が下落と答えた企業を依然として下回っている。一方、2015 年以降、DI がほぼ 2 桁のマイナスのまま大きく変化しないのが、電気機械、輸送用機械などである。最後に DI の変動が激しい業種としては、石油・石炭製品、鉄鋼が挙げられる。

図表 2-3-20 販売価格 DI の推移（業種別、全規模）

業種(全規模合計)	2015年				2016年				2017年			
	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月
製造業	▲ 6	▲ 4	▲ 6	▲ 10	▲ 12	▲ 12	▲ 11	▲ 8	▲ 4	▲ 3	▲ 2	▲ 1
繊維	4	4	9	6	1	▲ 1	▲ 4	▲ 3	▲ 2	▲ 4	▲ 4	▲ 4
紙・パルプ	6	6	▲ 1	▲ 4	▲ 9	▲ 16	▲ 16	▲ 15	▲ 12	▲ 14	1	7
化学	▲ 5	▲ 2	▲ 4	▲ 10	▲ 14	▲ 13	▲ 10	▲ 9	▲ 2	2	▲ 1	1
石油・石炭製品	▲ 13	1	▲ 20	▲ 18	▲ 32	▲ 9	▲ 14	0	3	4	5	11
窯業・土石製品	11	9	8	4	2	▲ 4	▲ 5	▲ 6	▲ 2	5	1	3
鉄鋼	▲ 19	▲ 14	▲ 27	▲ 42	▲ 41	▲ 24	▲ 14	2	26	23	27	30
非鉄金属	▲ 2	▲ 5	▲ 19	▲ 29	▲ 27	▲ 24	▲ 23	▲ 3	14	4	16	20
金属製品	▲ 4	▲ 5	▲ 6	▲ 14	▲ 14	▲ 12	▲ 12	▲ 11	▲ 1	4	5	4
電気機械	▲ 15	▲ 15	▲ 14	▲ 14	▲ 17	▲ 16	▲ 17	▲ 16	▲ 15	▲ 15	▲ 15	▲ 12
輸送用機械	▲ 12	▲ 8	▲ 8	▲ 14	▲ 15	▲ 18	▲ 13	▲ 13	▲ 12	▲ 10	▲ 9	▲ 10
その他製造業	▲ 12	▲ 11	▲ 11	▲ 8	▲ 12	▲ 11	▲ 12	▲ 11	▲ 10	▲ 3	▲ 5	▲ 4
はん用・生産用・業務用機械	▲ 9	▲ 9	▲ 8	▲ 8	▲ 10	▲ 11	▲ 11	▲ 9	▲ 8	▲ 8	▲ 6	▲ 6
はん用機械	▲ 11	▲ 11	▲ 10	▲ 10	▲ 14	▲ 13	▲ 12	▲ 12	▲ 10	▲ 8	▲ 6	▲ 6
生産用機械	▲ 8	▲ 4	▲ 5	▲ 5	▲ 11	▲ 9	▲ 12	▲ 10	▲ 10	▲ 8	▲ 7	▲ 7
業務用機械	▲ 11	▲ 13	▲ 10	▲ 11	▲ 8	▲ 12	▲ 8	▲ 5	▲ 7	▲ 8	▲ 6	▲ 8

出所：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」

(3) 仕入価格判断（短観）

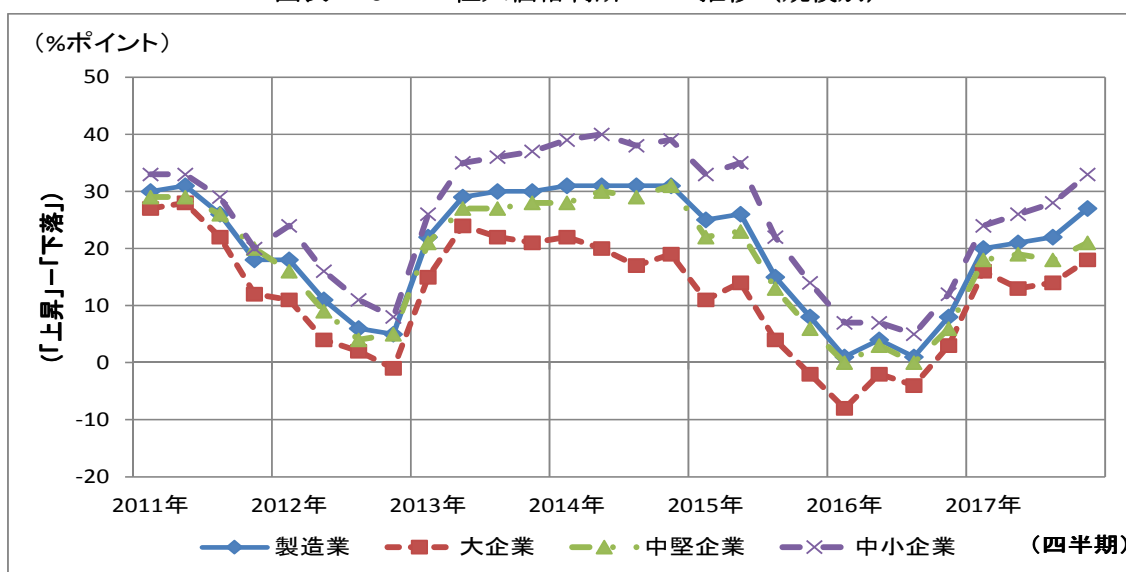
次に、図表 2-3-21 により、仕入価格判断 DI の推移を確認する。時系列での推移の傾向は販売価格と同じであるが、次の点で販売価格 DI とは異なる点がある。

販売価格 DI との違いの第 1 点は、DI の水準そのものである。販売価格は、2011 年以降のほぼ全期間を通じて DI はマイナスであったが、仕入れ価格は反対に、ほとんどの期間でプラスとなっている。すなわち、販売価格についてはより多くの企業が下落していると判断する一方、仕入れ価格についてはより多くが上昇していると判断していたことになる。

相違の第2点は、時系列での変化のパターンである。販売価格については、2011年以降、DIはアップダウンを繰り返しつつ、トレンドとしては上昇基調であった。つまり、販売価格が上昇していると判断する企業は増えつつあった。これに対して、仕入れ価格では、販売価格のような上昇トレンドはみられない。これは、仕入れ価格が上昇していると判断する企業は、傾向として増えているわけではないことを物語っている。

相違の第3点は、規模間の格差である。販売価格については、上昇時に大企業のDIが中小・中堅を上回る傾向が見られたが、その差は必ずしも顕著ではない。一方、仕入れ価格については、2011年以降の全期間で、企業規模が小さいほどDIが大きいことが明確に観察される。すなわち企業規模が小さいほど、仕入れ価格が上昇していると判断する割合が高い。規模の小さな企業ほど仕入れ価格の上昇圧力にさらされていることを示唆するものである。

図表 2-3-21 仕入れ価格判断 DI の推移 (規模別)



出所：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」

図表 2-3-22 は、業種別の仕入れ価格判断 DI である。2016年頃を底とする V 字型の推移は多くの業種で共通であるが、石油・石炭製品、鉄鋼、非鉄金属などの素材系業種で変動は大きい。

図表 2-3-22 仕入れ価格判断 DI の推移 (業種別、全規模)

業種(全規模合計)	2015年				2016年				2017年			
	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月
製造業	25	26	15	8	1	4	1	8	20	21	22	27
繊維	45	46	37	30	19	19	12	13	23	20	19	26
紙・パルプ	38	34	23	13	▲4	▲6	▲8	▲2	14	16	30	35
化学	23	27	17	8	▲8	▲2	0	2	19	23	17	23
石油・石炭製品	▲2	22	▲12	▲7	▲32	5	▲8	14	28	16	17	38
窯業・土石製品	30	30	20	14	4	5	2	8	19	18	19	27
鉄鋼	▲9	8	▲28	▲41	▲28	▲6	2	30	51	36	47	50
非鉄金属	26	17	▲6	▲23	▲20	▲14	▲21	8	38	20	37	44
金属製品	27	23	7	▲3	▲6	▲3	▲1	9	35	40	40	42
電気機械	21	20	11	8	4	3	2	6	10	10	12	17
輸送用機械	19	20	10	1	1	1	0	3	13	20	18	17
その他製造業	17	25	20	10	1	4	3	5	20	23	19	23
はん用・生産用・業務用機械	26	25	20	13	9	10	6	8	14	17	19	20
はん用機械	25	22	16	9	3	4	3	3	16	17	19	21
生産用機械	25	25	19	14	8	9	6	7	15	19	21	21
業務用機械	27	28	23	17	17	15	9	12	12	15	17	17

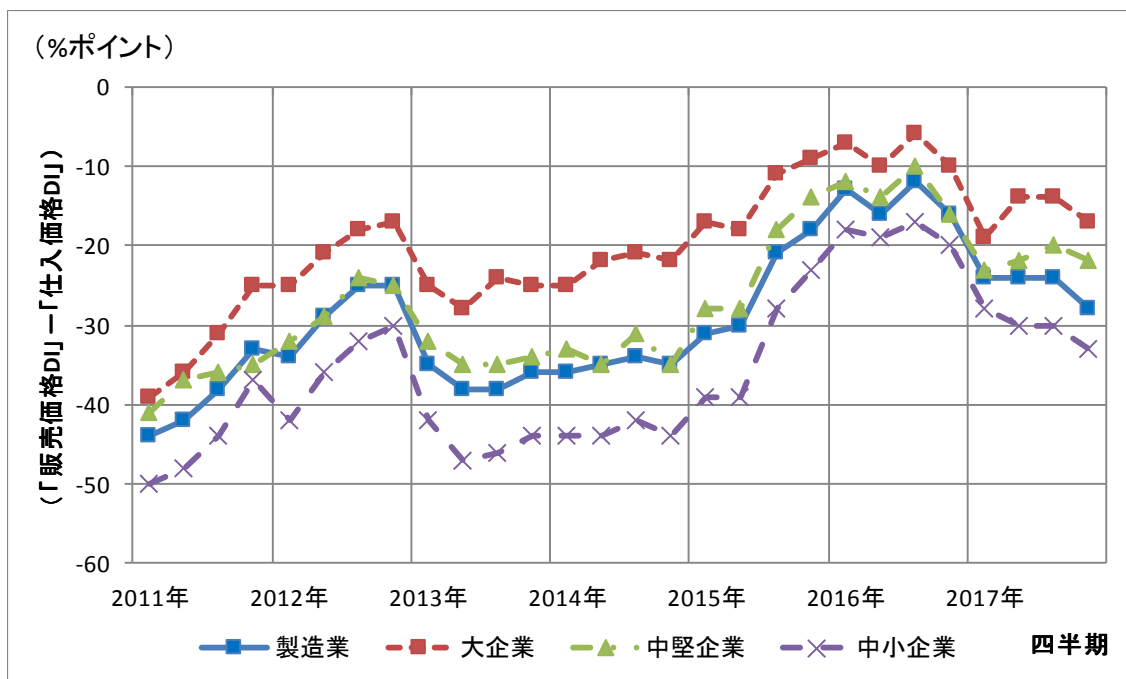
出所：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」

(4) 販売価格判断 DI－仕入価格判断 DI

最後に、販売価格判断 DI と仕入価格判断 DI の差分（以下、「販売・仕入価格差 DI」とする）をとり、販売価格判断 DI と仕入価格判断 DI が相対的にどのように動いているかを検討する。図表 2-3-23 と図表 2-3-24 は、それぞれ規模別、業種別にみた推移である。

販売・仕入価格差 DI は、2011 年以降の傾向としては上昇トレンドをもっている。これはラフな言い方をすると、販売価格と仕入価格の差分である利鞘が拡大傾向にあるとみなすことができよう。一方、販売・仕入価格差 DI は、2016 年後半からは下落に転じている。仕入価格の上昇が販売価格の上昇を上回り、利益の確保が難しくなっていることを示唆している。

図表 2-3-23 販売価格判断 DI－仕入価格判断 DI（規模別）



出所：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」より作成

図表 2-3-24 販売価格判断 DI－仕入価格判断 DI（業種別、規模別）

業種(全規模合計)	2015年				2016年				2017年			
	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月
製造業	▲ 31	▲ 30	▲ 21	▲ 18	▲ 13	▲ 16	▲ 12	▲ 16	▲ 24	▲ 24	▲ 24	▲ 28
繊維	▲ 41	▲ 42	▲ 28	▲ 24	▲ 18	▲ 20	▲ 16	▲ 16	▲ 25	▲ 24	▲ 23	▲ 30
紙・パルプ	▲ 32	▲ 28	▲ 24	▲ 17	▲ 5	▲ 10	▲ 8	▲ 13	▲ 26	▲ 30	▲ 29	▲ 28
化学	▲ 28	▲ 29	▲ 21	▲ 18	▲ 6	▲ 11	▲ 10	▲ 11	▲ 21	▲ 21	▲ 18	▲ 22
石油・石炭製品	▲ 11	▲ 21	▲ 8	▲ 11	0	▲ 14	▲ 6	▲ 14	▲ 25	▲ 12	▲ 12	▲ 27
窯業・土石製品	▲ 19	▲ 21	▲ 12	▲ 10	▲ 2	▲ 9	▲ 7	▲ 14	▲ 21	▲ 13	▲ 18	▲ 24
鉄鋼	▲ 10	▲ 22	1	▲ 1	▲ 13	▲ 18	▲ 16	▲ 28	▲ 25	▲ 13	▲ 20	▲ 20
非鉄金属	▲ 28	▲ 22	▲ 13	▲ 6	▲ 7	▲ 10	▲ 2	▲ 11	▲ 24	▲ 16	▲ 21	▲ 24
金属製品	▲ 31	▲ 28	▲ 13	▲ 11	▲ 8	▲ 9	▲ 11	▲ 20	▲ 36	▲ 36	▲ 35	▲ 38
電気機械	▲ 36	▲ 35	▲ 25	▲ 22	▲ 21	▲ 19	▲ 19	▲ 22	▲ 25	▲ 25	▲ 27	▲ 29
輸送用機械	▲ 31	▲ 28	▲ 18	▲ 15	▲ 16	▲ 19	▲ 13	▲ 16	▲ 25	▲ 30	▲ 27	▲ 27
その他製造業	▲ 29	▲ 36	▲ 31	▲ 18	▲ 13	▲ 15	▲ 15	▲ 16	▲ 30	▲ 26	▲ 24	▲ 27
はん用・生産用・業務用機械	▲ 35	▲ 34	▲ 28	▲ 21	▲ 19	▲ 21	▲ 17	▲ 17	▲ 22	▲ 25	▲ 25	▲ 26
はん用機械	▲ 36	▲ 33	▲ 26	▲ 19	▲ 17	▲ 17	▲ 15	▲ 15	▲ 26	▲ 25	▲ 25	▲ 27
生産用機械	▲ 33	▲ 29	▲ 24	▲ 19	▲ 19	▲ 18	▲ 18	▲ 17	▲ 25	▲ 27	▲ 28	▲ 28
業務用機械	▲ 38	▲ 41	▲ 33	▲ 28	▲ 25	▲ 27	▲ 17	▲ 17	▲ 19	▲ 23	▲ 23	▲ 25

出所：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」より作成

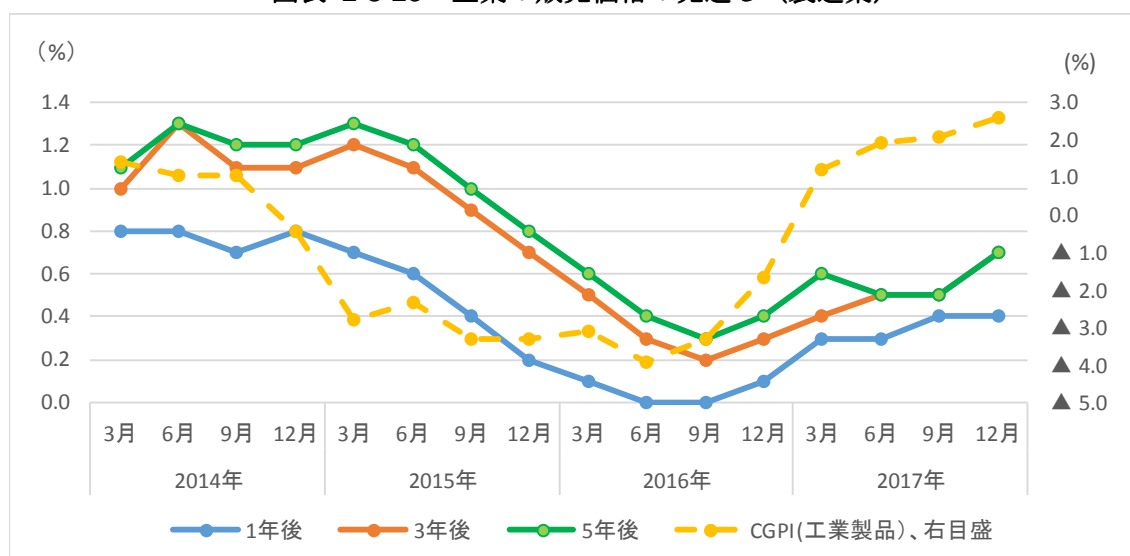
2-3-6. 物価見通し

図表 2-3-25 は、短観による物価見通しの（現在の水準と比べた）変化率の平均の推移である。参考として、同じ時期における CGPI の伸び率（対前年同期比）を点線で記している。

図表より、「1年後」より「3年後」、「3年後」より「5年後」というように、将来になるほど上昇率は高まると見通していることが分かる。

経年の変化としては、例えば「1年後」についてみると、2014年時点では0.8%程度であったものが、2015年から徐々に低下し、2016年半ばに0%まで低下した。2016年後半からは上昇に転じ、2017年12月時点の見通しは、0.4%となっている。「3年後」、「5年後」についても、この傾向は同様である。CGPIの変化と同じような動きをしており、確かに実際の価格変動が将来の価格予想傾向をたどっていることがうかがえる。

図表 2-3-25 企業の販売価格の見通し（製造業）

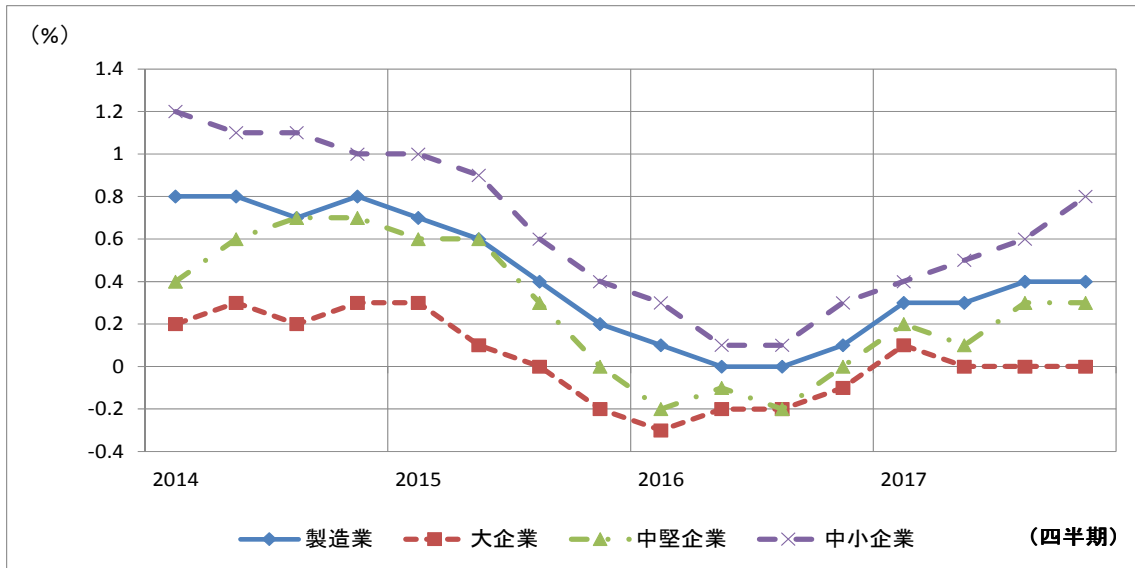


出所：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」、「国内企業物価指数」

図表 2-3-26 は、1年後の見通しを、大企業、中堅企業、中小企業の別に示したものである。

例えば、2017年12月の変化率の平均はそれぞれ、0.0%、0.3%、0.8%であり、企業規模が大きいほど、販売価格の上昇を低く見通していると言える。

図表 2-3-26 1年後の見通し（規模別）



出所：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」

図表 2-3-27 は、1年後の業種別の見通しである。2017年についてみると、比較的高い見通しを持っているのが鉄鋼や石油・石炭製品、低いのが電気機械である。これは、図表 2-3-18 に示した CGPI の動向とも符合する。

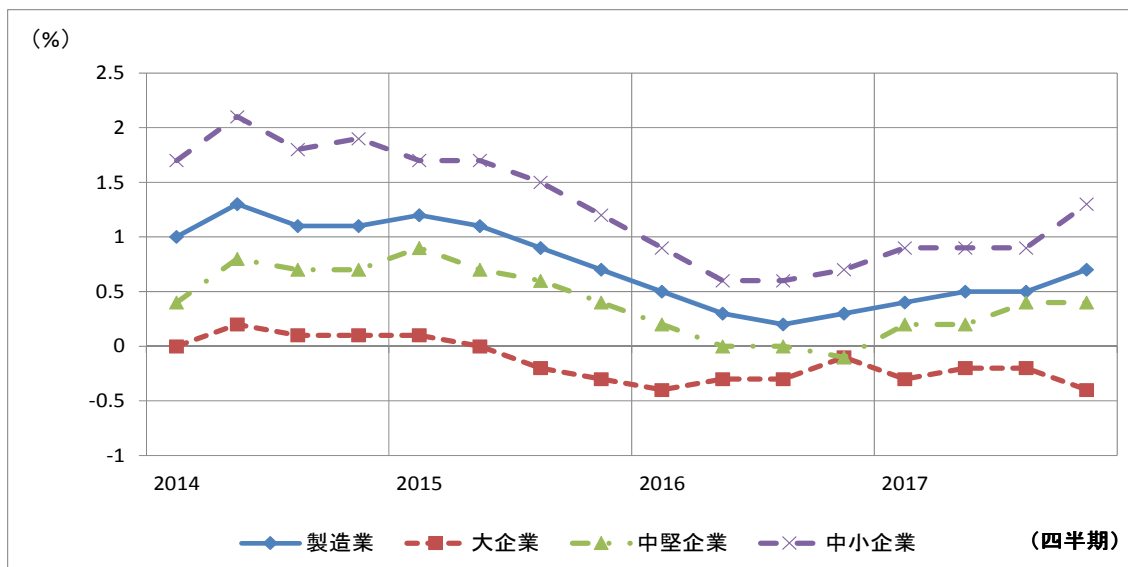
図表 2-3-27 全規模・業種別の1年後の見通し

業種(全規模合計)	2015年				2016年				2017年			
	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月
製造業	0.7	0.6	0.4	0.2	0.1	0.0	0.0	0.1	0.3	0.3	0.4	0.4
繊維	1.5	1.7	1.6	1.3	0.6	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
木材・木製品	1.6	1.3	1.4	1.1	0.9	0.4	0.2	0.9	0.8	0.7	0.8	0.8
紙・パルプ	1.3	1.4	0.7	0.4	0.0	0.2	▲0.1	▲0.2	▲0.2	0.3	1.7	1.8
化学	0.4	0.4	0.2	0.0	▲0.3	0.1	0.0	0.1	0.3	0.1	0.0	0.2
石油・石炭製品	0.9	1.2	0.7	0.5	0.2	1.1	0.5	0.9	1.8	1.6	1.8	2.4
窯業・土石製品	1.6	1.5	1.0	0.7	0.7	0.5	0.5	0.6	0.3	0.7	0.8	1.2
鉄鋼	0.6	0.8	▲0.4	▲0.4	0.0	0.1	0.5	1.6	2.3	1.5	1.5	1.9
非鉄金属	1.4	0.7	0.4	▲0.1	0.6	0.2	0.5	0.9	0.9	0.8	1.0	0.9
食料品	2.0	1.7	1.2	1.0	0.7	0.5	0.4	0.5	0.6	0.5	0.7	0.8
金属製品	0.8	0.8	0.5	0.2	0.2	0.1	0.3	0.3	0.6	0.7	0.7	0.8
一般機械	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
電気機械	▲0.6	▲0.6	▲0.7	▲0.9	▲0.9	▲1.0	▲1.0	▲0.9	▲0.8	▲0.8	▲0.8	▲0.7
輸送用機械	0.3	0.2	0.2	▲0.1	▲0.3	▲0.3	▲0.4	▲0.4	▲0.2	0.1	0.1	0.1
精密機械	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
その他製造業	0.5	0.6	0.4	0.4	0.4	0.0	▲0.1	0.0	0.4	0.4	0.3	0.4
素材業種	1.1	1.0	0.6	0.4	0.3	0.3	0.3	0.6	0.7	0.7	0.8	0.9
加工業種	0.5	0.4	0.3	0.1	▲0.1	▲0.2	▲0.2	▲0.1	0.0	0.1	0.1	0.2
はん用・生産用・業務用機械	0.4	0.4	0.3	0.1	0.0	▲0.1	▲0.1	0.0	0.0	0.1	0.2	0.2
はん用機械	0.4	0.2	0.2	0.0	0.0	▲0.2	▲0.3	▲0.1	0.0	0.0	0.2	0.1
生産用機械	0.6	0.6	0.5	0.3	0.0	▲0.1	▲0.2	0.0	▲0.1	0.2	0.2	0.2
業務用機械	0.2	0.2	0.1	0.1	▲0.2	0.0	0.1	0.0	0.0	0.2	0.2	0.2

出所：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」

図表 2-3-28 と図表 2-3-29 は、それぞれ規模別、業種別の3年後の見通し、図表 2-3-30 と図表 2-3-31 は、5年後の見通しである。大まかな傾向は、1年後と同様と言える。

図表 2-3-28 3年後の見通し（規模別）



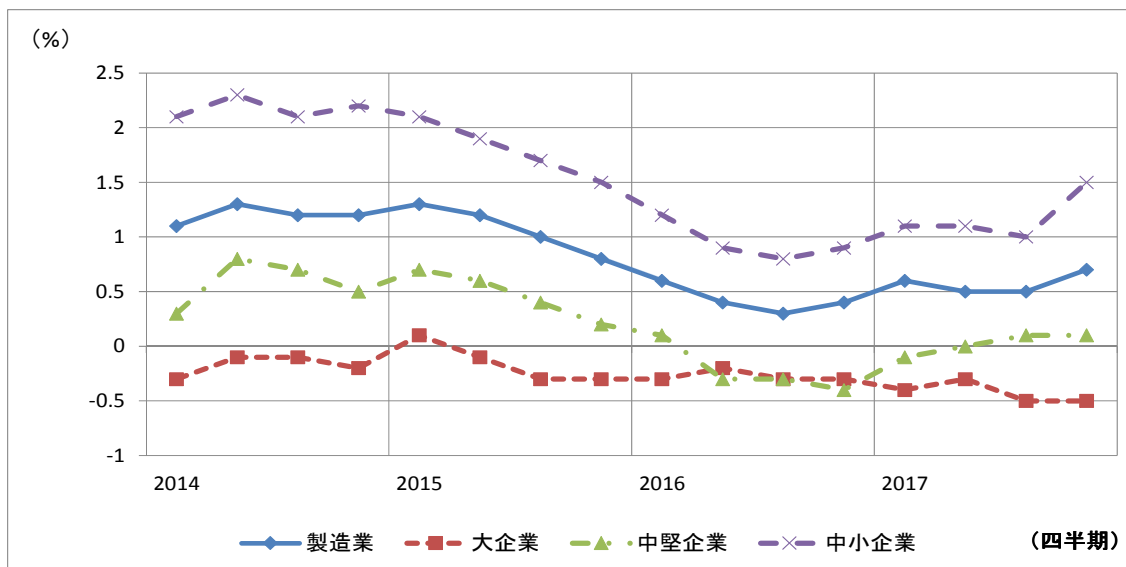
出所：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」

図表 2-3-29 全規模・業種別の3年後の見通し

業種(全規模合計)	2015年				2016年				2017年			
	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月
製造業	1.2	1.1	0.9	0.7	0.5	0.3	0.2	0.3	0.4	0.5	0.5	0.7
繊維	2.8	3.0	2.3	2.2	1.8	1.3	1.2	1.3	0.9	1.1	1.1	1.3
木材・木製品	3.4	2.4	2.6	2.4	1.7	1.5	1.7	2.3	1.5	2.0	1.9	1.9
紙・パルプ	2.6	2.1	1.9	1.5	0.8	0.7	0.7	0.5	0.6	1.1	1.4	2.2
化学	1.1	1.1	0.6	0.3	▲ 0.1	0.0	0.0	0.1	0.1	0.0	0.0	0.3
石油・石炭製品	2.6	3.0	2.9	2.9	2.1	1.9	2.1	2.0	2.0	2.1	2.5	3.1
窯業・土石製品	2.5	2.8	2.2	1.3	1.4	1.3	1.4	1.4	1.4	1.8	1.9	1.7
鉄鋼	1.7	2.2	0.5	1.0	1.5	1.0	1.0	1.6	2.0	1.6	1.5	1.8
非鉄金属	1.7	1.3	1.7	0.9	0.9	0.5	0.8	0.7	1.1	0.5	1.0	1.4
食料品	2.8	2.6	2.3	2.2	1.7	1.5	1.5	1.5	1.6	1.4	1.7	1.7
金属製品	1.3	1.4	1.1	0.6	0.7	0.5	0.5	0.5	1.1	0.9	1.0	1.2
一般機械	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
電気機械	▲ 1.3	▲ 1.4	▲ 1.4	▲ 1.4	▲ 1.6	▲ 1.6	▲ 1.8	▲ 1.8	▲ 1.5	▲ 1.6	▲ 1.5	▲ 1.4
輸送用機械	▲ 0.2	▲ 0.2	▲ 0.1	▲ 0.4	▲ 0.6	▲ 0.7	▲ 1.0	▲ 0.8	▲ 0.6	▲ 0.2	▲ 0.4	▲ 0.3
精密機械	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
その他製造業	1.5	1.3	1.4	1.4	0.9	0.8	0.8	0.7	1.0	1.1	1.0	1.1
素材業種	2.1	2.1	1.6	1.3	1.0	0.8	0.9	1.0	1.0	1.1	1.1	1.4
加工業種	0.6	0.6	0.5	0.3	0.1	▲ 0.1	▲ 0.2	▲ 0.1	0.1	0.2	0.2	0.3
はん用・生産用・業務用機械	0.7	0.8	0.8	0.5	0.4	0.1	0.1	0.4	0.2	0.3	0.5	0.7
はん用機械	0.3	0.6	0.4	0.0	0.2	▲ 0.6	▲ 0.7	▲ 0.3	▲ 0.1	0.0	0.3	0.5
生産用機械	1.3	1.3	1.3	1.1	0.6	0.7	0.6	0.7	0.5	0.5	0.9	1.0
業務用機械	0.3	0.5	0.5	0.3	0.4	0.0	0.1	0.5	0.2	0.3	0.3	0.6

出所：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」

図表 2-3-30 5年後の見通し（規模別）



出所：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」

図表 2-3-31 全規模・業種別の5年後の見通し

業種(全規模合計)	2015年				2016年				2017年			
	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月
製造業	1.3	1.2	1.0	0.8	0.6	0.4	0.3	0.4	0.6	0.5	0.5	0.7
繊維	3.3	3.2	3.1	2.4	2.0	1.6	1.4	1.3	1.2	1.5	1.5	1.6
木材・木製品	4.2	3.5	2.7	3.3	2.6	2.3	2.0	2.8	2.2	2.4	2.2	2.2
紙・パルプ	2.9	2.3	2.1	1.8	1.0	1.1	1.2	0.7	1.4	1.5	1.6	2.4
化学	0.9	0.7	0.7	0.6	0.2	0.3	0.1	0.2	0.3	0.0	▲ 0.3	0.1
石油・石炭製品	3.5	3.4	4.3	3.8	2.5	3.1	2.5	3.6	3.3	3.0	2.6	2.8
窯業・土石製品	3.0	3.9	2.8	2.4	2.2	2.0	1.9	2.1	1.8	2.9	2.7	2.7
鉄鋼	2.0	2.2	1.0	1.1	1.8	0.9	0.8	1.4	1.9	1.2	0.6	1.2
非鉄金属	2.0	1.5	2.1	0.7	0.3	0.5	0.8	0.6	0.8	0.2	0.6	0.9
食料品	3.4	3.3	3.1	2.6	2.2	1.9	2.0	2.0	2.1	2.1	2.4	2.4
金属製品	1.6	1.9	1.2	0.7	1.2	0.4	0.3	0.1	0.8	0.5	0.8	1.1
一般機械	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
電気機械	▲ 1.5	▲ 1.8	▲ 2.1	▲ 2.0	▲ 1.9	▲ 2.0	▲ 2.4	▲ 2.3	▲ 1.9	▲ 2.1	▲ 2.1	▲ 2.0
輸送用機械	▲ 0.8	▲ 1.0	▲ 0.7	▲ 0.5	▲ 0.8	▲ 1.1	▲ 1.2	▲ 1.1	▲ 0.8	▲ 0.4	▲ 0.8	▲ 0.7
精密機械	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
その他製造業	1.8	1.6	1.6	1.5	1.0	0.9	0.9	0.8	1.2	1.3	1.0	1.3
素材業種	2.4	2.3	2.1	1.7	1.3	1.2	1.1	1.3	1.3	1.2	1.1	1.5
加工業種	0.7	0.5	0.4	0.4	0.2	▲ 0.1	▲ 0.2	▲ 0.2	0.1	0.1	0.2	0.3
はん用・生産用・業務用機械	1.0	0.7	0.8	0.8	0.6	0.3	0.2	0.4	0.2	0.4	0.7	0.9
はん用機械	0.6	0.4	0.2	▲ 0.2	▲ 0.1	▲ 0.8	▲ 0.6	▲ 0.1	▲ 0.3	0.1	0.6	0.6
生産用機械	1.8	1.3	1.5	1.4	1.1	0.9	0.9	0.7	0.5	0.7	1.0	1.2
業務用機械	0.2	0.3	0.4	0.6	0.7	0.4	0.2	0.3	0.3	0.1	0.4	1.0

出所：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」

第3章 アンケート調査結果

第3章では、アンケート調査の結果を報告する。

まず第1節で回答企業の業種、売上高の分布を確認する。

第2節では、はじめに主力商品の諸特性（ブランド浸透度、性能・品質、成長性、収益力）をまとめた上で、主力商品の価格の改定状況（5年前との比較、今後2年以内の予定）と価格設定において重視する要因を特定する。

第3節では、はじめにコスト増加に対する価格の転嫁状況をみる。次に、コストを転嫁できた企業と転嫁できない企業のグループごとにそれぞれ、コスト転嫁できた理由とできない理由をとりまとめる。

第4節では、まず、国内外の経済情勢や市場の動向に関する不確実性の増減を企業がどう認識しているのかを整理する。

第5節と第6節では、それぞれ、事業投資（5種類）と人的投資（6種類）の増減をみた上で、国内外の経済情勢や市場の動向が各投資にどの程度影響するかをまとめる。

章内目次

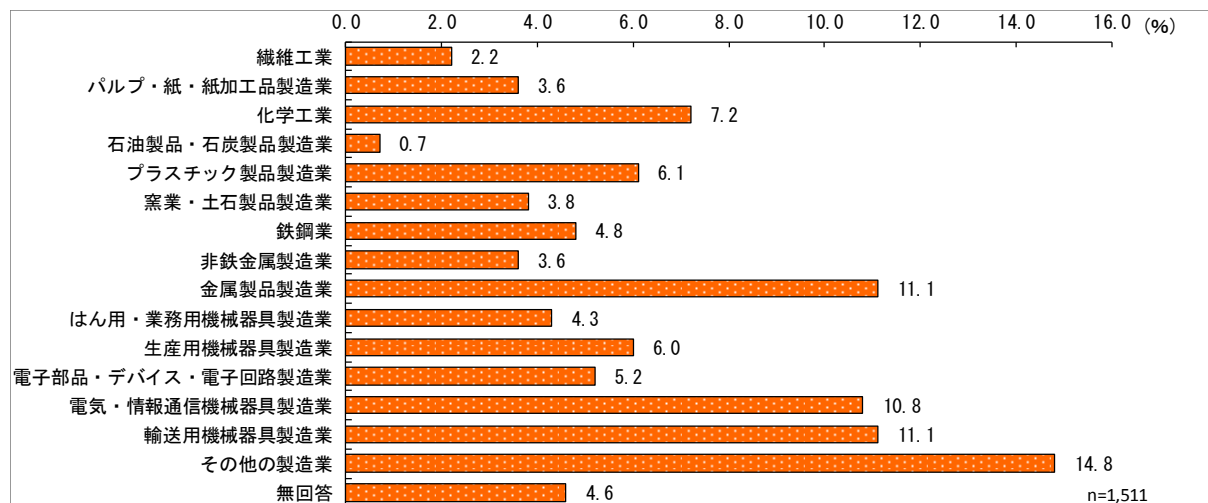
3-1. 回答企業属性	56
3-1-1. 業種分布	56
3-1-2. 業種別の売上高分布	57
3-2. 企業における主力商品の価格設定に関する分析	58
3-2-1. 主力商品市場における諸特性	58
3-2-2. 主力商品の価格設定	64
3-2-3. 主力商品価格設定での重視項目	71
3-3. コスト増加分の価格転嫁状況と転嫁要因	77
3-3-1. コスト増加分の主力商品への価格転嫁状況	77
3-3-2. コスト転嫁要因	83
3-4. 不確実性に対する認識	102
3-4-1. 不確実性の増減についての認識（概観）	102
3-4-2. 企業規模・業種別にみた不確実性増減についての認識	103
3-5. 事業投資の動向	106
3-5-1. 各種事業投資の動向	106
3-5-2. 国内外経済情勢が事業投資の増減に与える影響	109
3-6. 人的投資の動向	122
3-6-1. 各種人的投資の動向	122
3-6-2. 国内外経済情勢が人的投資の増減に与える影響	125

3-1. 回答企業属性

3-1-1. 業種分布

回答企業の業種分布は次の図表に示すとおり（図表 3-1-1）⁹。

図表 3-1-1 主な事業の業種



⁹ 以降の分析にあたっては、次のように整理・統合を行い、15の業種にまとめることとした。

「電気機械器具」と「情報通信機械器具」を統合して、「電気・情報通信機械器具」とする。

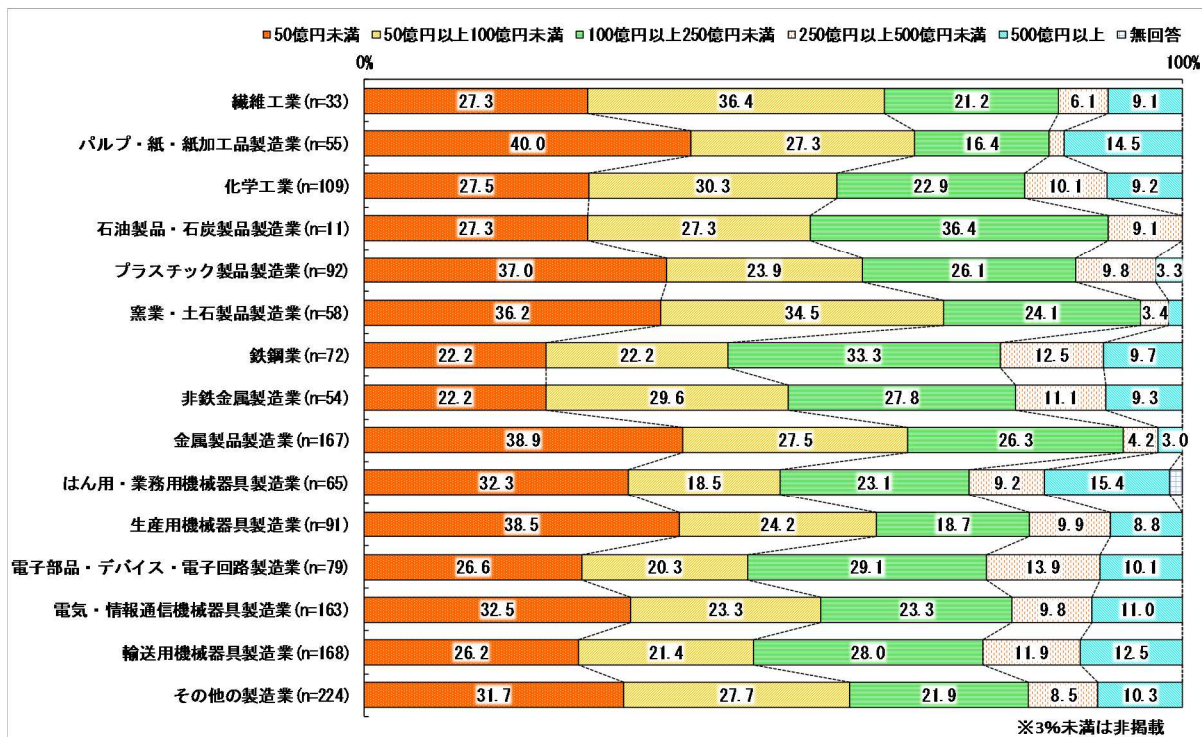
「はん用機械器具」と「業務用機械器具」を統合して、「はん用・業務用機械器具」とする。

「木材・木製品」、「家具・装備品」、「印刷・同関連」、「ゴム製品」、「なめし皮・同製品・毛皮」、「その他の製造業」を「その他製造業」とする。

3-1-2. 業種別の売上高分布

回答企業のデータを「企業活動基本調査」のデータと接合し、業種別（前記の整理・統合後）の売上高分布を集計した結果は、次の図表に示すとおり（図表 3-1-2）。

図表 3-1-2 業種別の売上高分布



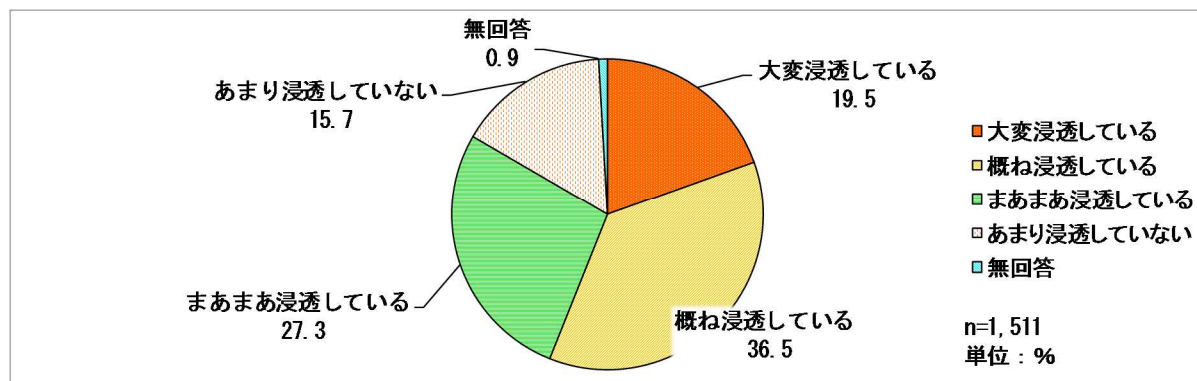
3-2. 企業における主力商品の価格設定に関する分析

3-2-1. 主力商品市場における諸特性

(1) ブランド浸透度（知名度）

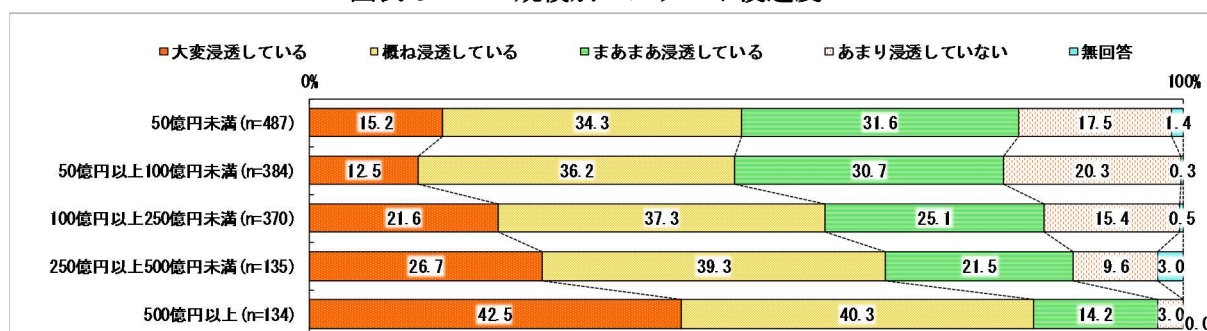
主力商品のブランド浸透度に関する企業自身の認識は、「大変浸透している」、「概ね浸透している」、「まあまあ浸透している」を合わせると80%を越えている（図表3-2-1）。

図表 3-2-1 ブランド浸透度（知名度）



この結果を規模（売上高）別にみると、規模が大きいほど、主力商品のブランド浸透度を企業自身が高く認識している傾向にあることが分かる（図表3-2-2）。例えば「大変浸透している」、「概ね浸透している」、「まあまあ浸透している」の合計値は、売上高500億円以上の企業では97.0%となっているのに対して、100億円未満の企業では80%前後となっている。また、「大変浸透している」という回答に絞ると、売上高500億円以上の企業では42.5%となっているのに対して、100億円未満の企業では15%前後と大きな差がある。

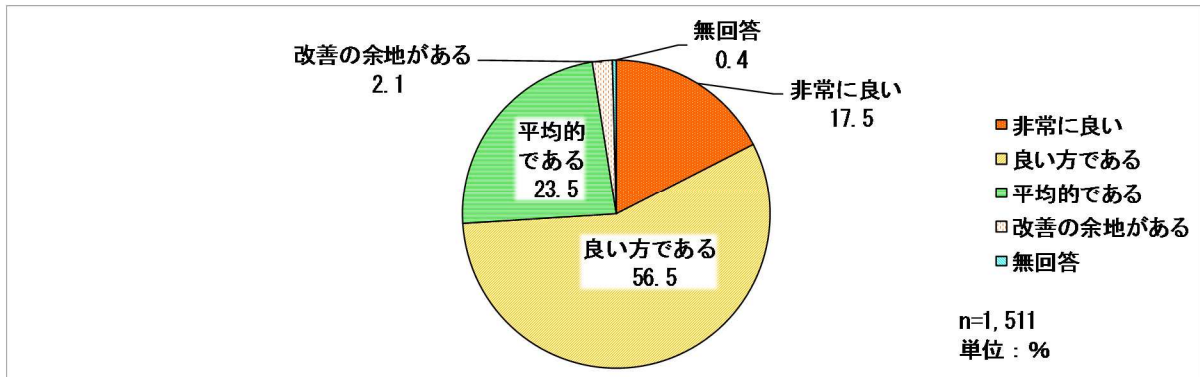
図表 3-2-2 規模別のブランド浸透度



(2) 性能・品質（評価）

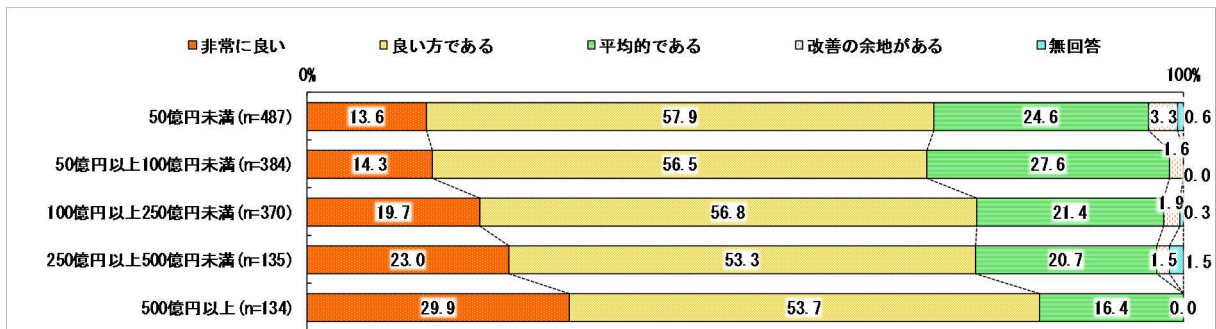
主力商品の性能・品質に関する企業自身の認識は、「非常に良い」、「良い方である」を合わせると70%を超える（図表3-2-3）。

図表 3-2-3 性能・品質（評価）



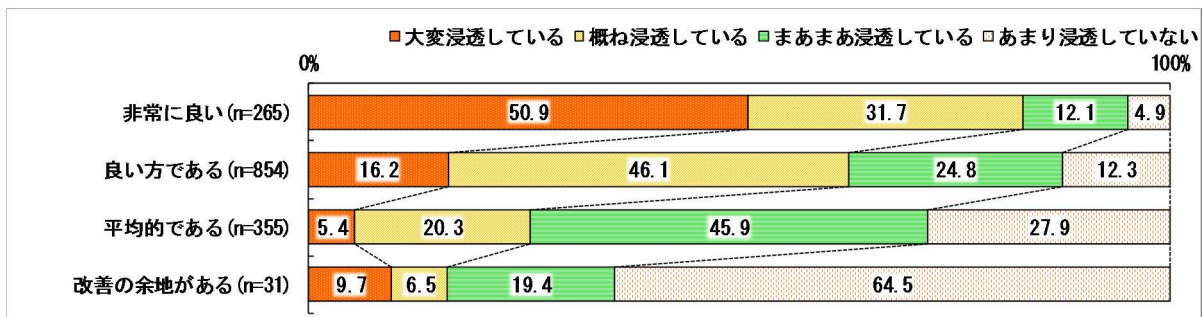
この結果を規模別にみると、ブランド浸透度と同様に、規模が大きいくほど、主力商品の性能・品質を企業自身が高く認識している傾向にあることが分かる（図表 3-2-4）。

図表 3-2-4 規模別の性能・品質（評価）



なお、ブランド浸透度と性能・品質の間に相関があることは、次の図表からも分かる（図表 3-2-5）。一般的な感覚として、商品の性能・品質が高まれば、ブランド浸透度も高まるという関係にあると企業が認識していることが窺える。

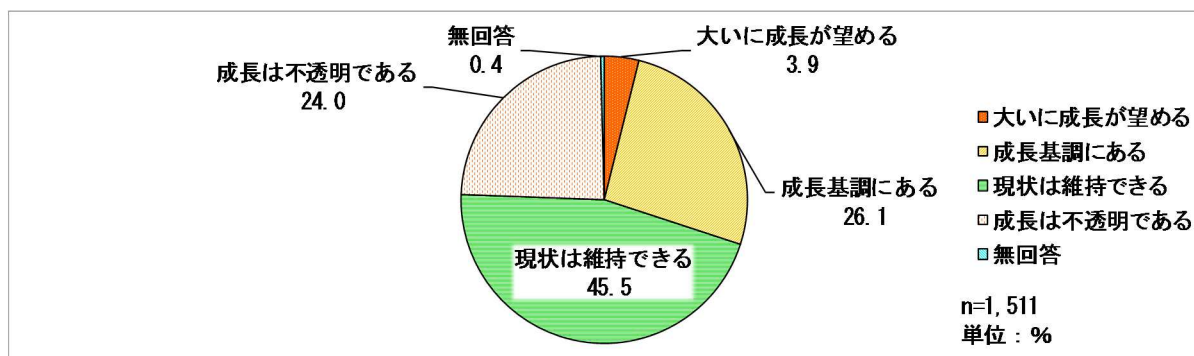
図表 3-2-5 性能・品質評価別のブランド浸透度



（3）将来的な成長性

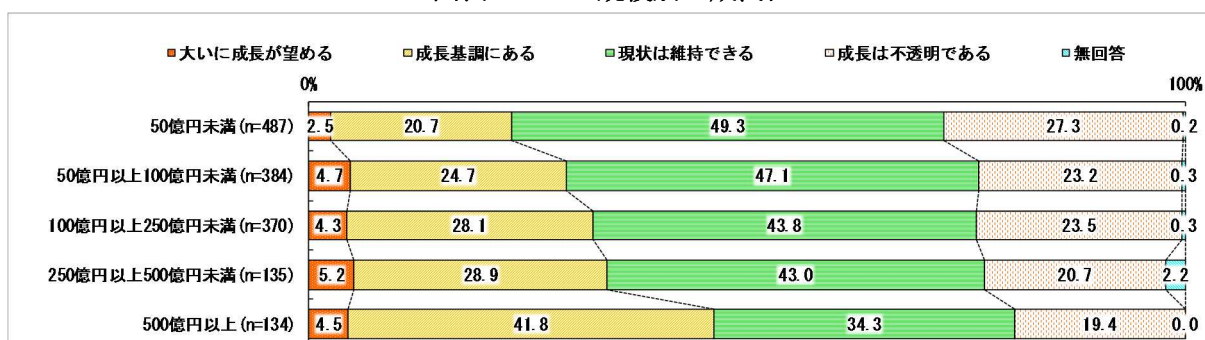
主力商品の将来的な成長性に関する企業自身の認識については、45.5%の企業が「現状は維持できる」と回答している。こうした中で、30.0%の企業（「大いに成長が望める」と「成長基調にある」の合計）が成長性を肯定的に捉えている一方で、24.0%の企業（「成長は不透明である」）が成長性を否定的に捉えていることが分かる（図表 3-2-6）。

図表 3-2-6 将来的な成長性



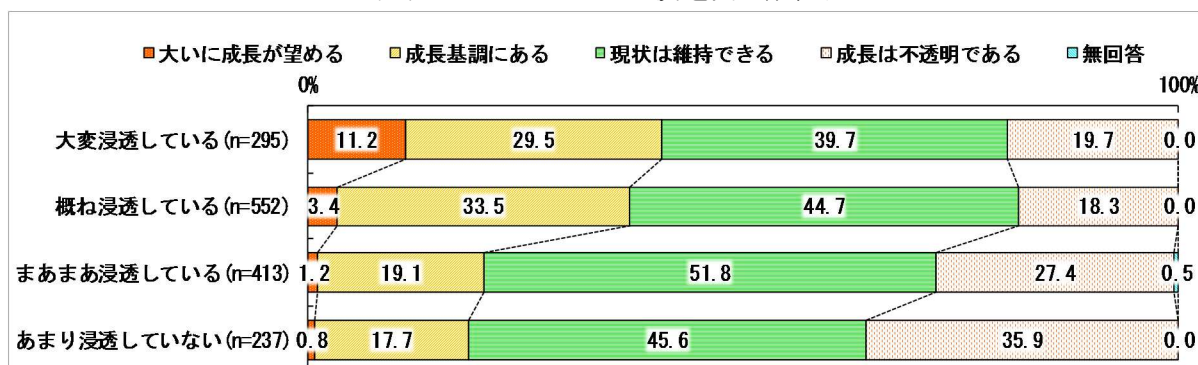
規模との関係を見ると、正の相関があるものの、ブランド浸透度や性能品質と比べ相関の度合いは弱いと読める。すなわち、規模が大きくなるほど「大いに成長が望める」、「成長基調にある」割合は多くなるが、その差はさほど大きくない（図表 3-2-7）。

図表 3-2-7 規模別の成長性



主力商品のブランド浸透度が成長性と概ね正の相関にあることは確認できるが、主力商品のブランド浸透度が高いからと言って、必ずしも当該商品の成長性を肯定的に捉えているわけではないことも分かる（図表 3-2-8）。例えば、主力商品のブランドが「大変浸透している」と認識している企業の4割強は「大いに成長が望める」又は「成長基調にある」と回答しているものの、ほぼ同数である約4割の企業が「現状は維持できる」とみており、「成長は不透明である」と回答している企業と合わせると成長性をプラスには捉えていない企業が多数派であることが分かる。

図表 3-2-8 ブランド浸透度と成長性

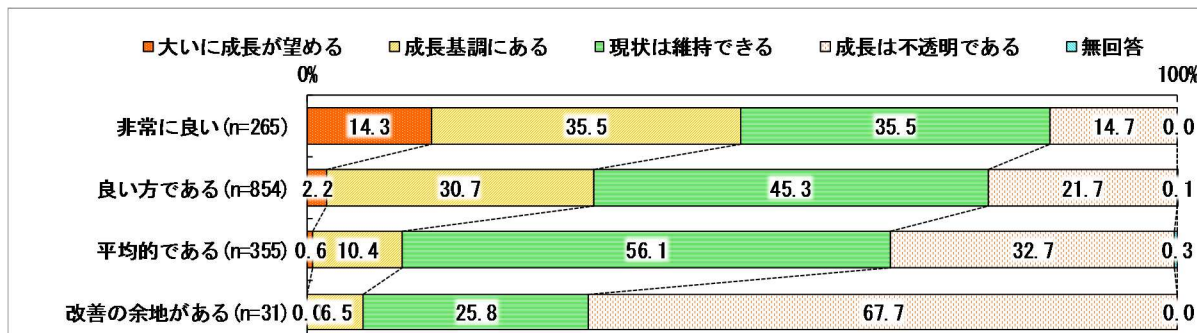


主力商品の性能・品質と成長性の相関は、ブランド浸透度と成長性の相関よりも明確に確認することができる（図表 3-2-9）。例えば、「大いに成長が望める」又は「成長基調にある」と回答した企業は、主力商品の性能・品質が「非常に良い」と認識している企業の約半数である一方

で、性能・品質が「平均的である」と認識している企業で 11.0%、「改善の余地がある」と認識している企業で 6.5%でしかない。

なお、主力商品の性能・品質が高いからと言って、必ずしも当該商品の成長性を肯定的に捉えているわけではないことは、ブランド浸透度と成長性の関係と同様である。

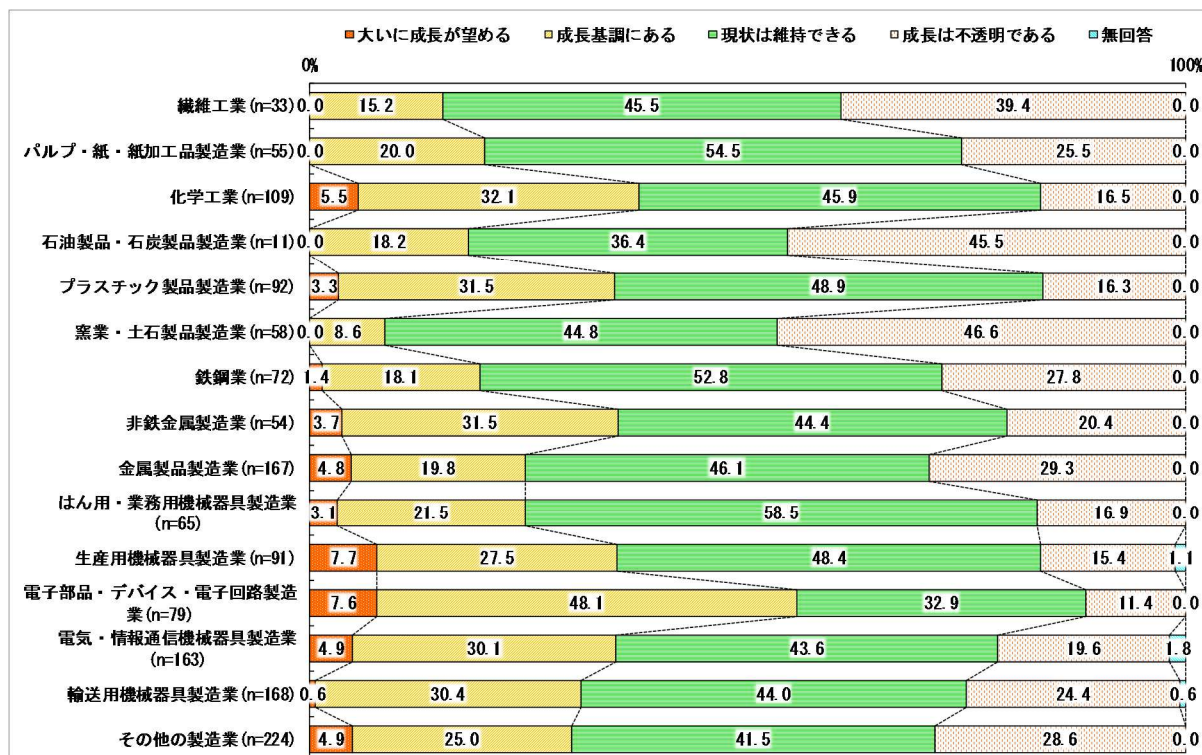
図表 3-2-9 性能・品質と成長性



主力製品の成長性を肯定的に捉えている企業は、「電子部品・デバイス・電子回路」、「化学工業」、「生産用機械器具」、「非鉄金属」、「電気・情報通信機械器具」、「プラスチック」といった業種に多い（図表 3-2-10）。

逆に「窯業・土石」、「石油・石炭製品」、「繊維工業」、「金属製品」、「鉄鋼業」といった業種では、主力製品の成長性を否定的に捉えている企業が多くなっている（図表 3-2-10）。

図表 3-2-10 業種別の成長性

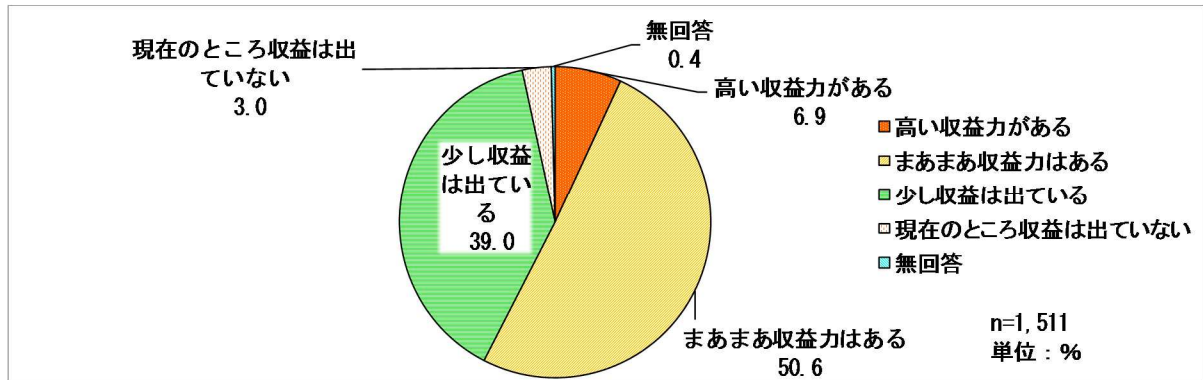


(4) 収益力

主力製品の収益力については、6.9%の企業が「高い収益力がある」、50.6%の企業が「まあまあ収益力はある」と回答している。一方で、主力商品の収益力であるにもかかわらず、「少し収益は出ている」と回答する企業が 39.0%もおり、更に「現在のところ収益は出ていない」と回

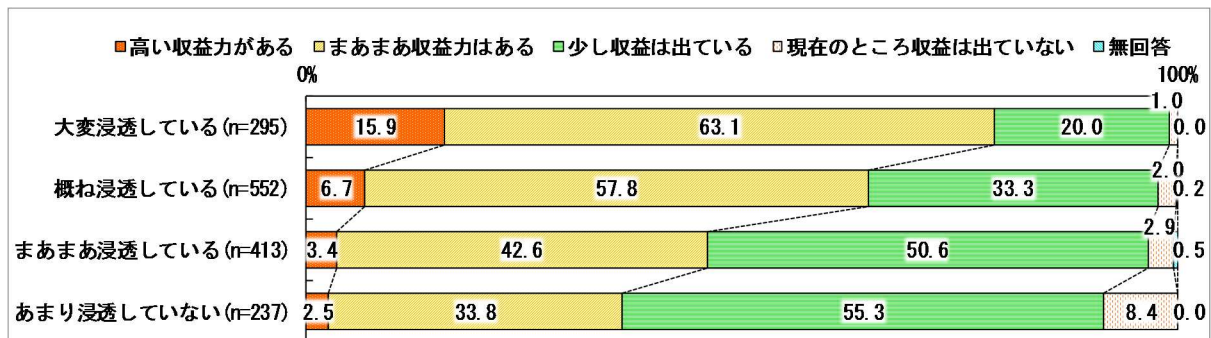
答する企業も 3.0%いる (図表 3-2- 11)。

図表 3-2- 11 収益力

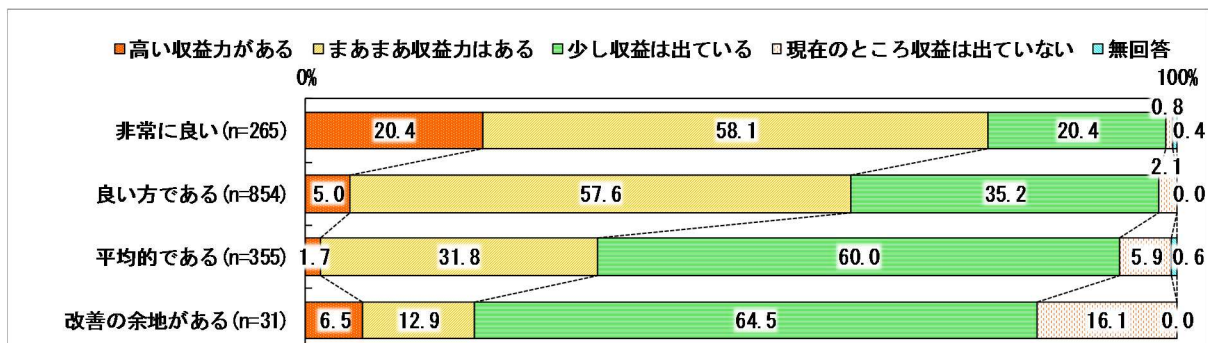


ブランド浸透度及び性能・品質評価は、次の図表に示されるとおり、それぞれ収益力との相関を確認できる (図表 3-2- 12、図表 3-2- 13)。

図表 3-2- 12 ブランド浸透度と収益力

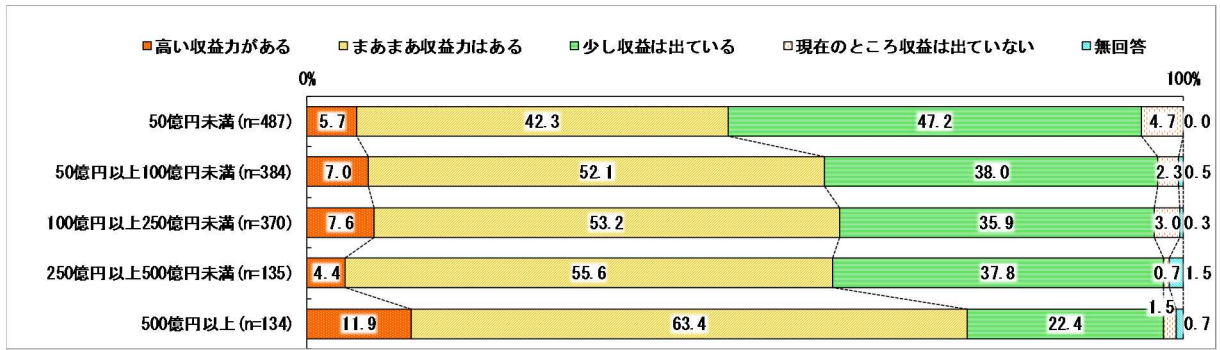


図表 3-2- 13 性能・品質と収益力



規模別にみると、企業規模と収益力の間には正の相関はみられる (図表 3-2- 14)。「高い収益力がある」あるいは「まあまあ収益力はある」と答えている企業は、売上高 500 億円以上では 75%強を占める一方、売上高 50 億円未満の企業では 50%弱である。

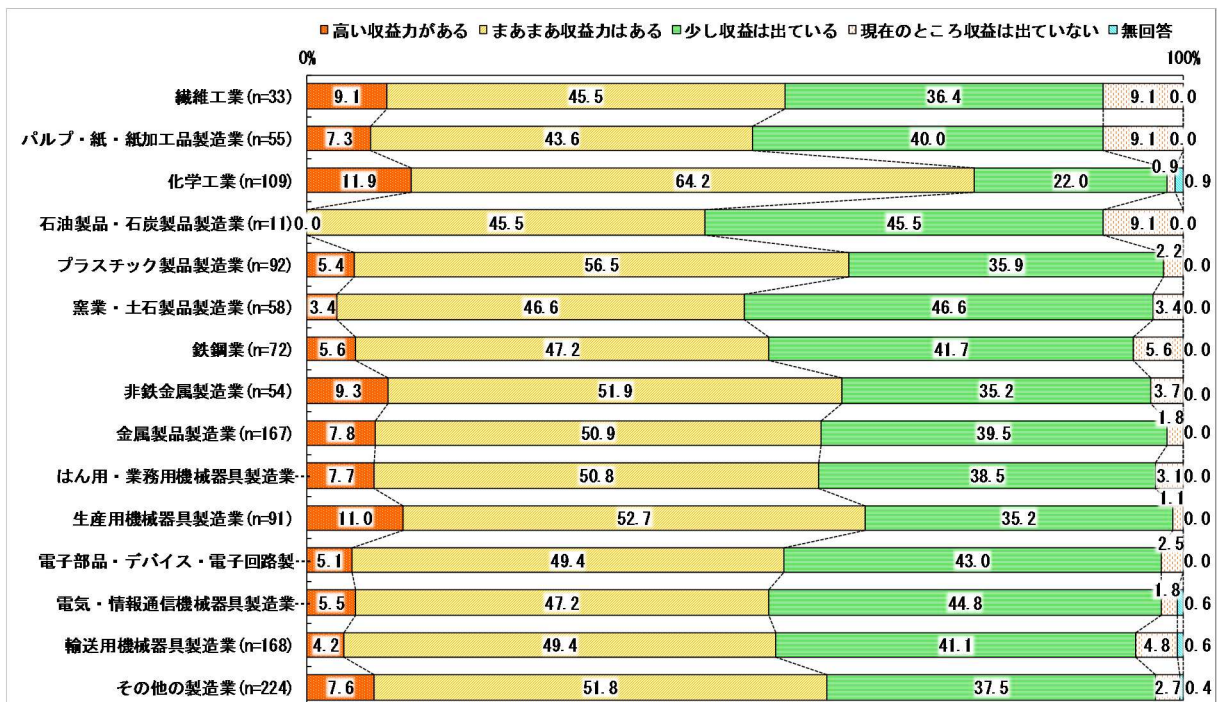
図表 3-2- 14 規模別の収益力



主力商品の収益力について、「高い収益力がある」又は「まあまあ収益力はある」とする企業は、「化学工業」、「生産用機械器具」、「プラスチック」、「非金属製品」、「金属製品」、「その他の製造業」といった業種に多い（図表 3-2- 15）。

逆に、「石油・石炭製品」、「窯業・土石」、「パルプ・紙・紙加工」、「鉄鋼業」、「電気・情報通信機械器具」、「輸送用機械器具」といった業種では、「少し収益は出ている」又は「現在のところ収益は出していない」とする企業が多くなっている。

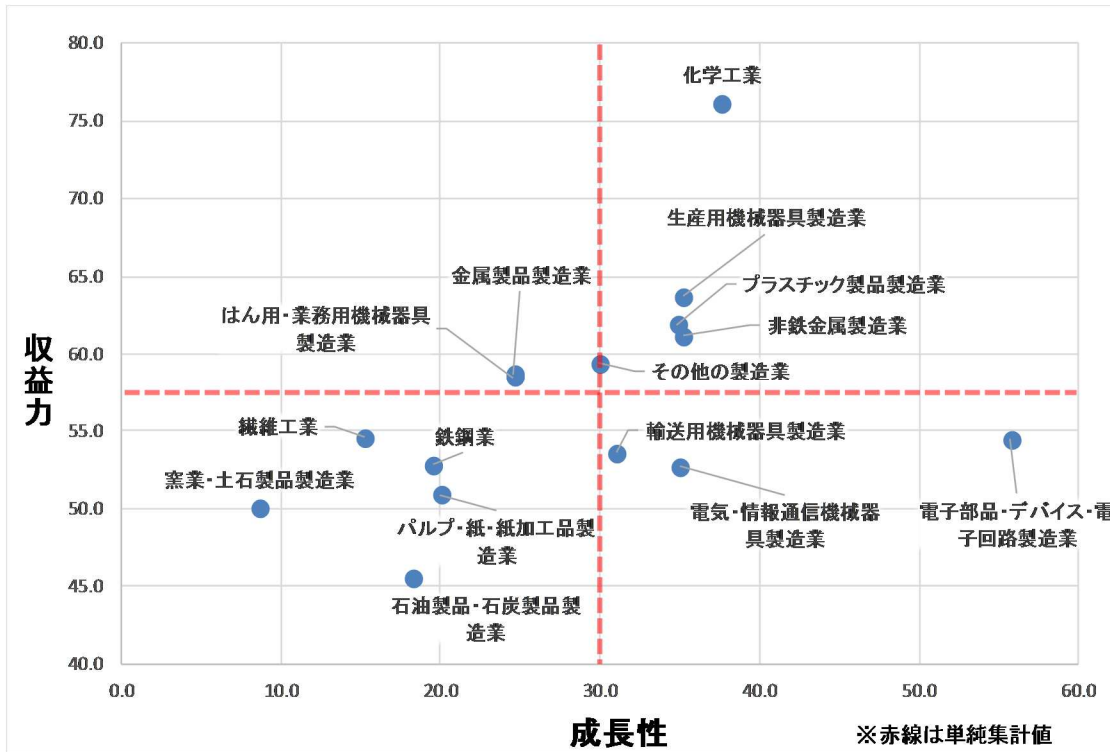
図表 3-2- 15 業種別の収益力



(5) 収益力と成長性

主力商品の成長性と収益力について、業種別の分布は次の図表のとおり（図表 3-2- 16）。収益力を縦軸、成長性を横軸とする散布図に示されるように、「化学工業」の高収益力、高成長性が目立っており、「生産用機械器具」、「プラスチック」等がこれに次ぐ。「電子部品・デバイス・電子回路」は収益力でこれらの業種にやや劣るものの、極めて高い成長が期待される。

図表 3-2- 16 収益力と成長性を軸とする業種分布



(注) 成長性は、「大いに成長が望める」と「成長基調にある」の回答率合計
 収益力は、「高い収益力がある」と「まあまあ収益力はある」の回答率合計

これを整理すると概ね次のように分類できる。

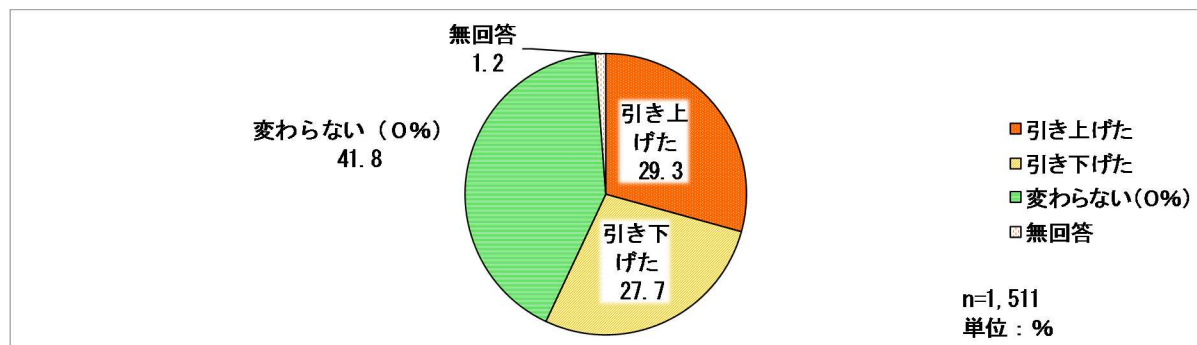
高成長・高収益力の業種	「化学工業」、「生産用機械器具」、「プラスチック」、「非鉄金属」
高成長・低収益力の業種	「電子部品・デバイス・電子回路」、「電気・情報通信機械器具」、「輸送用機械器具」
低成長・高収益力の業種	「金属製品」、「はん用・業務用機械器具」
低成長・低収益力の業種	「繊維工業」、「石油・石炭製品」、「鉄鋼業」、「パルプ・紙・紙加工」、「窯業・土石製品」

3-2-2. 主力商品の価格設定

(1) 主力商品の価格の引き上げ・引き下げ状況 (5年前との比較)

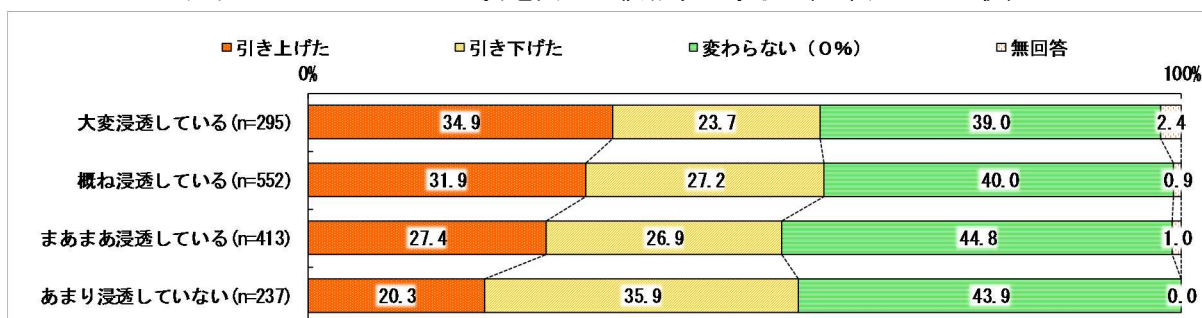
主力商品の価格については、41.8%の企業が5年前と「変わらない」と回答している中で、27.7%の企業が5年前より「引き下げた」と回答している一方で、29.3%の企業が5年前より「引き上げた」と回答している (図表 3-2- 17)。

図表 3-2- 17 価格改定状況（5年前との比較）



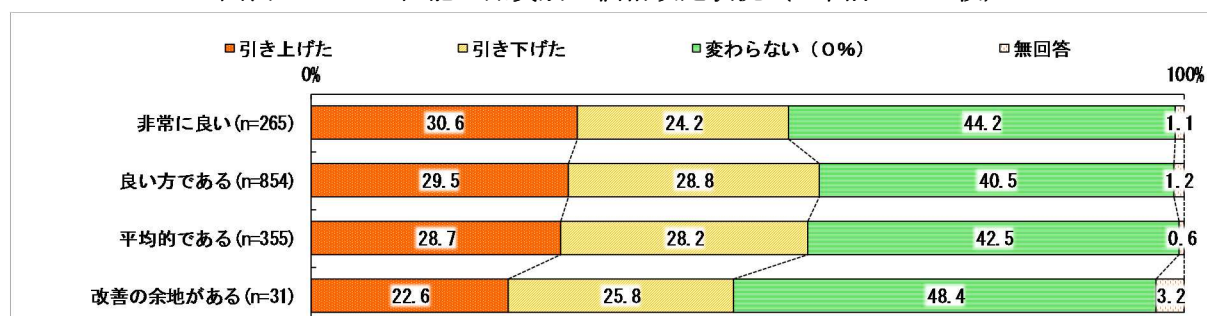
この結果をブランド浸透度別にみると、ブランド浸透度の高低にかかわらず、主力商品の価格が5年前と「変わらない」と回答する企業が40%前後を占める一方で、ブランド浸透度が高いほど価格を5年前より「引き上げた」企業が多く、逆にブランド浸透度が低いほど価格を5年前より「引き下げた」企業が多い傾向にあることが分かる（図表 3-2- 18）。

図表 3-2- 18 ブランド浸透度別の価格改定状況（5年前との比較）

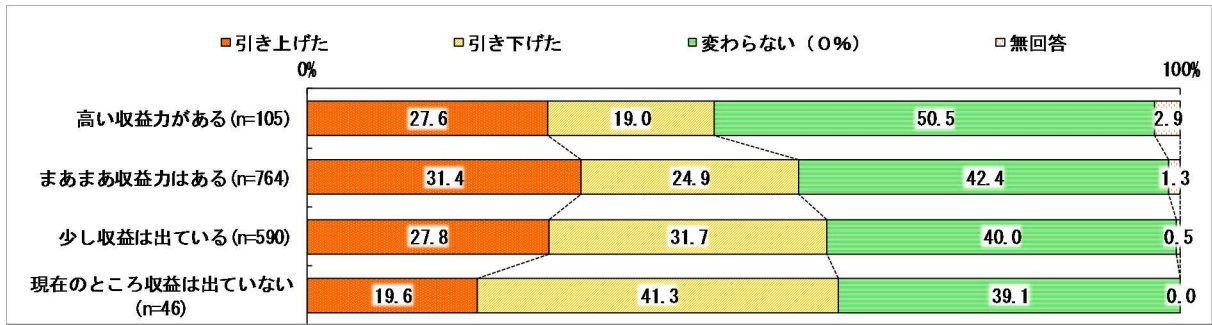


一方で、主力商品の価格改定状況と「性能・品質」、「収益力」との関係をも、ブランド浸透度のように明確ではないが、弱い相関は見いだせる（図表 3-2- 19、図表 3-2- 20）。また、「成長性」については、ほとんど無相関であり、図表は割愛している。

図表 3-2- 19 性能・品質別の価格改定状況（5年前との比較）



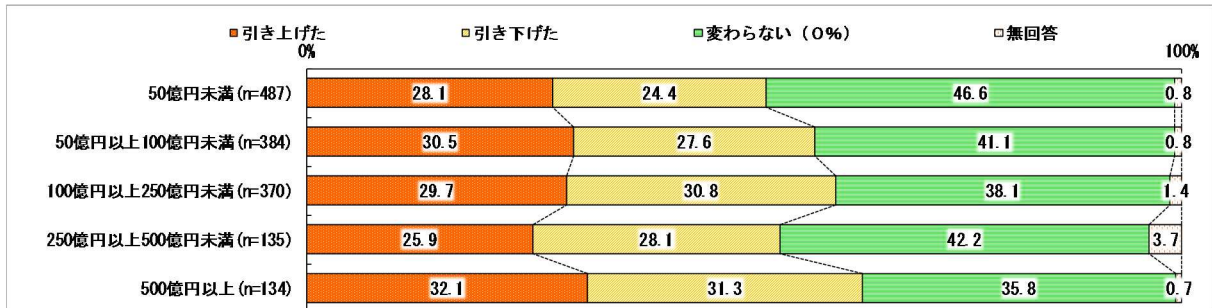
図表 3-2- 20 収益力別の価格改定状況（5年前との比較）



企業規模別にみると、売上高 500 億円以上の企業で「引き上げ」、「引き下げ」とともに多くなっており、しかも両者への回答率がほぼ拮抗しているという特徴が見てとれる。だが、他の規模カテゴリー企業との差は小さく、変化の方向性もランダムであり、有意な差とはいえない。

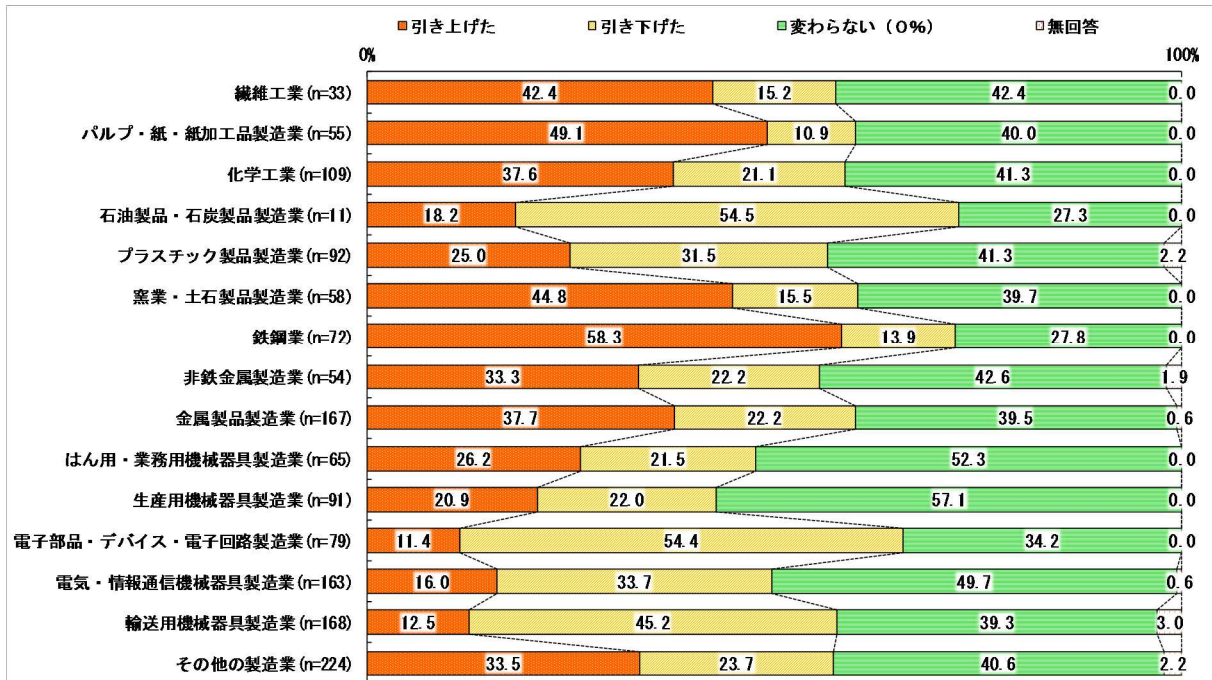
つまり、企業規模と価格改定の有無、方向性（引き上げか引き下げか）の間に明確な相関は見出しにくい（図表 3-2- 21）。

図表 3-2- 21 規模別・価格改定状況（5年前との比較）



業種別にみると、「引き上げた」とする企業は、「鉄鋼業」、「パルプ・紙・紙加工」、「窯業・土石」、「繊維工業」といった業種に多く、逆に、「石油・石炭製品」「電子部品・デバイス・電子回路」、「輸送用機械器具」といった業種では「引き下げた」とする企業が多くなっている（図表 3-2- 22）。

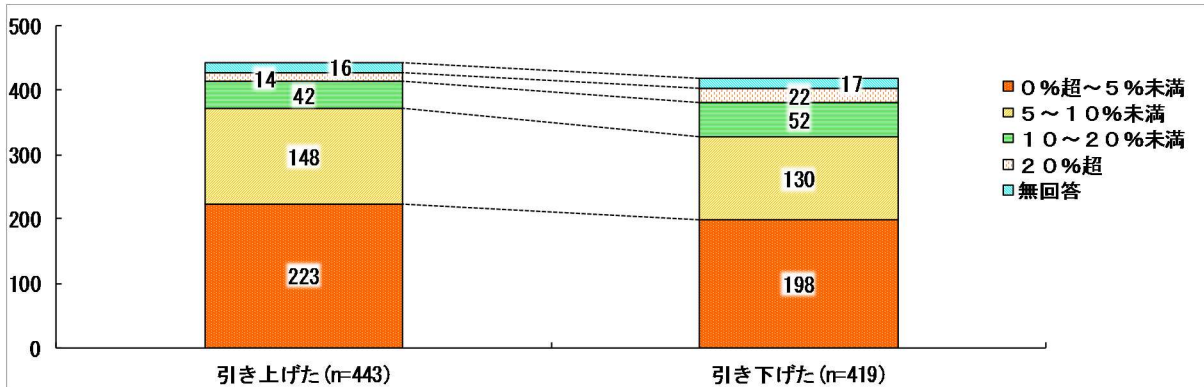
図表 3-2- 22 業種別の価格改定状況（5年前との比較）



(2) 引き上げ・引き下げ率（5年前との比較）

主力商品の価格を5年前よりも引き上げた（引き下げた）企業について、その引き上げた（引き下げた）程度を聞いたところ、0%超～5%未満の小幅な引き上げ（引き下げ）が半数を占める一方で、5～10%未満引き上げた（引き下げた）企業も1/3程度、10～20%未満引き上げた（引き下げた）企業も10%程度あった（図表 3-2- 23）。

図表 3-2- 23 引き上げ・引き下げ率

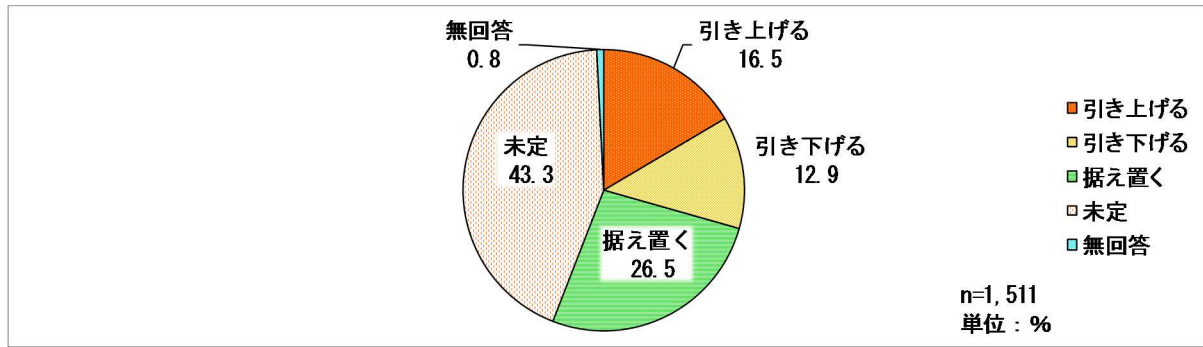


(3) 主力商品の価格改定予定（今後2年以内）

主力商品の価格に関する今後2年以内の価格改定の予定については、「未定」とする企業が多いが、価格改定（据え置きを含む）を予定している企業の中では、「引き上げる」意向の企業が29.5%、「引き下げる」意向の企業が23.0%、「据え置く」意向の企業が47.4%となっている。5年前と比較した価格改定の現状と比べると、価格を引き下げようとする企業が減少しつつあることが窺える（図表 3-2- 24¹⁰）。

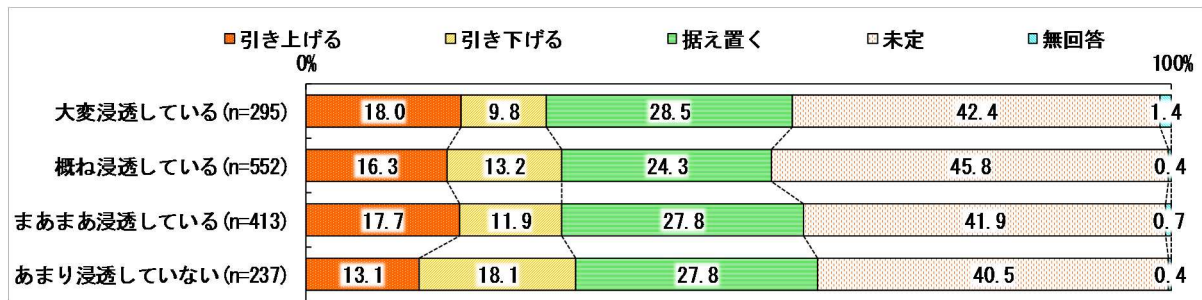
¹⁰ 図表 3-2- 24 の比率は「未定」と「無回答」を含んだ企業数に対する割合であり、本文中の比率はこれらを除いた企業数に対する割合である。

図表 3-2- 24 価格改定予定（今後 2 年以内）



ブランド浸透度の高い層ほど「引き上げる」傾向にあり、しかもいずれも「引き下げる」を上回っている（図表 3-2- 25）。逆に「あまり浸透していない」層では「引き上げる」割合が低く、「引き下げる」を下回っている。

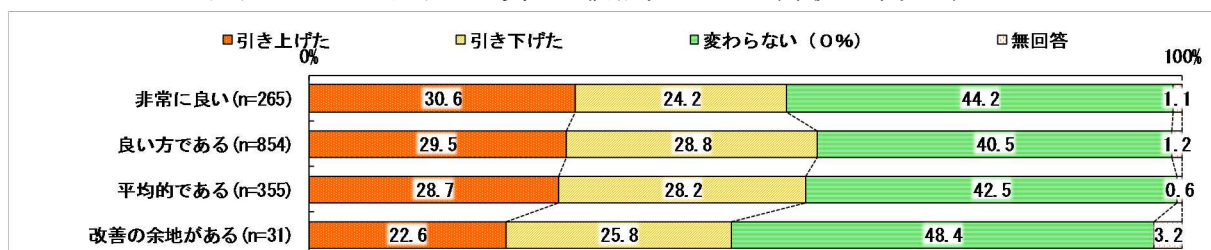
図表 3-2- 25 ブランド浸透度別の価格改定予定（今後 2 年以内）



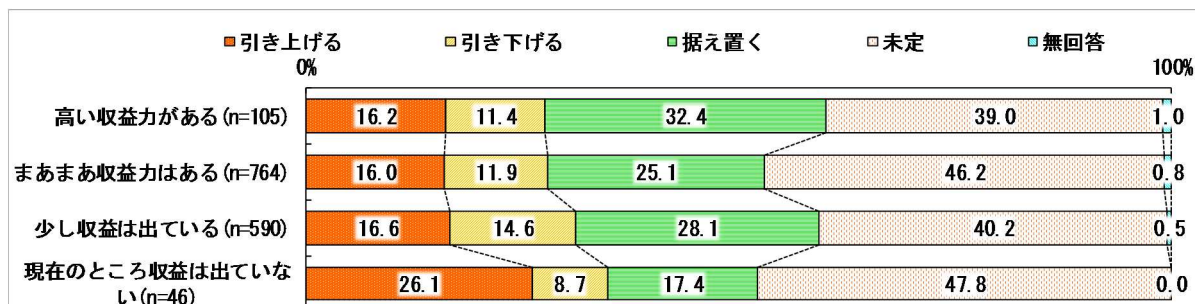
性能・品質、収益力との関係では、さほど明確な相関は見いだせないという点では、5年前と同様である（図表 3-2- 26、図表 3-2- 27）。ただ、「現在のところ収益は出ていない」層で「引き上げ」が「引き下げ」を大きく上回っている点が注目されるが、収益確保のため価格「引き上げ」に舵を切るしかないということであろう。

なお、成長性については、5年前と同様、ほとんど相関を見出せなかったため、図表は割愛している。

図表 3-2- 26 性能・品質別の価格改定予定（今後 2 年以内）



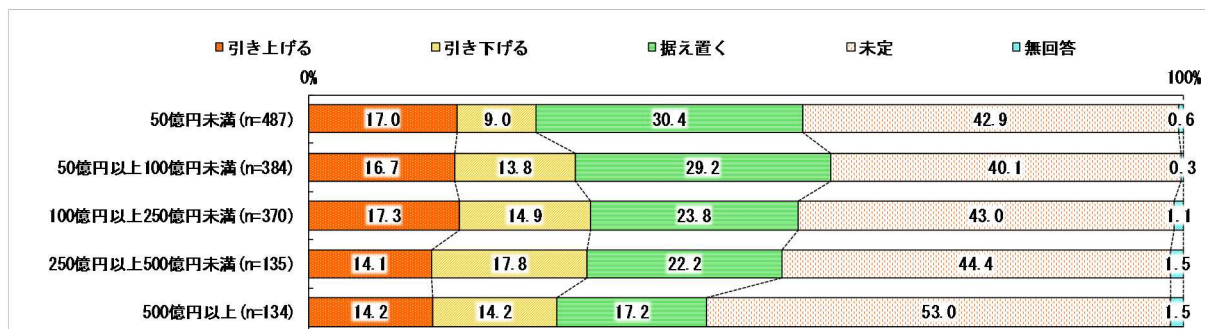
図表 3-2- 27 収益力別の価格改定予定（今後 2 年以内）



規模別には、売上高 250 億円未満の層で「引き上げ」の予定が「引き下げ」を上回っている。（図表 3-2- 28）

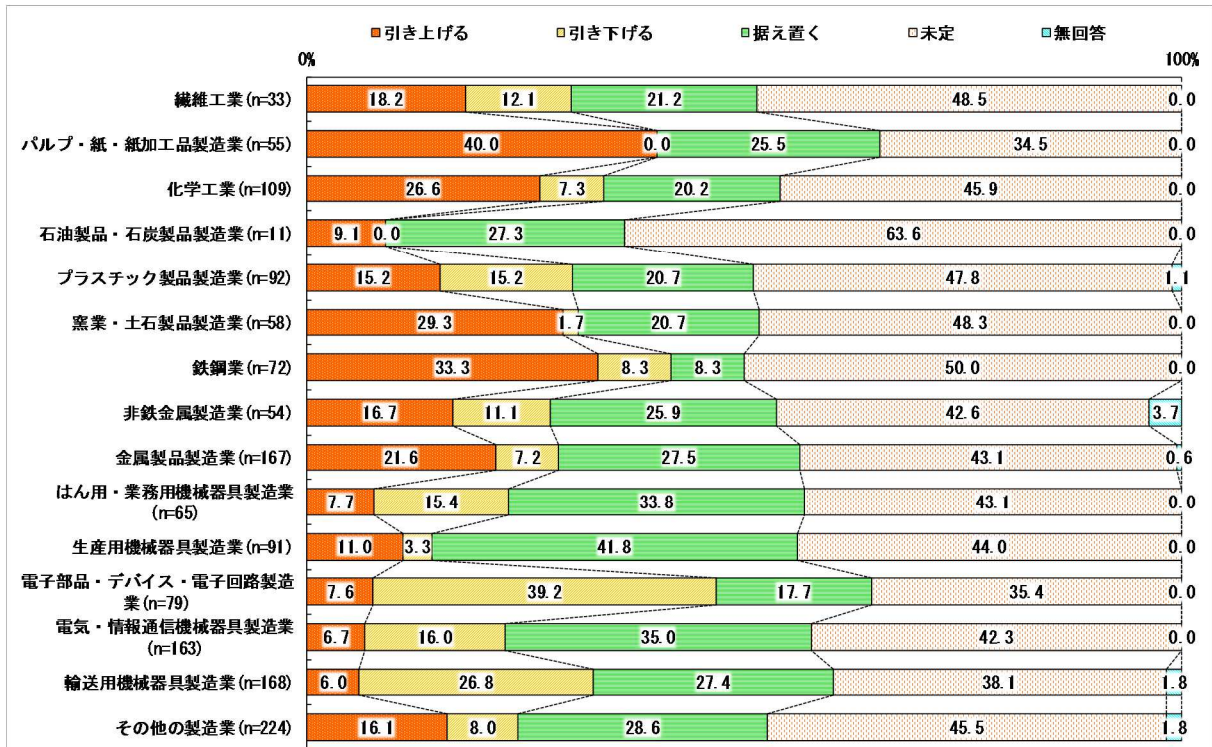
企業規模と価格改定の有無、方向性（引き上げか引き下げか）の間に明確な相関は見出しにくく、この点は 5 年前と同様である。ただし、売上高 500 億円以上の企業で未定が大きくなっており、今後の物価動向が読みにくくなっていることを示唆している。

図表 3-2- 28 規模別の価格改定予定（今後 2 年以内）



業種別にみると、主力商品の価格を今後 2 年以内に「引き上げる」意向の企業は、「パルプ・紙・紙加工」、「鉄鋼業」、「窯業・土石」、「化学工業」といった業種に多く、逆に、「電子部品・デバイス・電子回路」、「輸送用機械器具」、「電気・情報通信機械器具」、「はん用・業務用機械器具」といった業種では「引き下げる」意向の企業が多くなっている（図表 3-2- 29）。

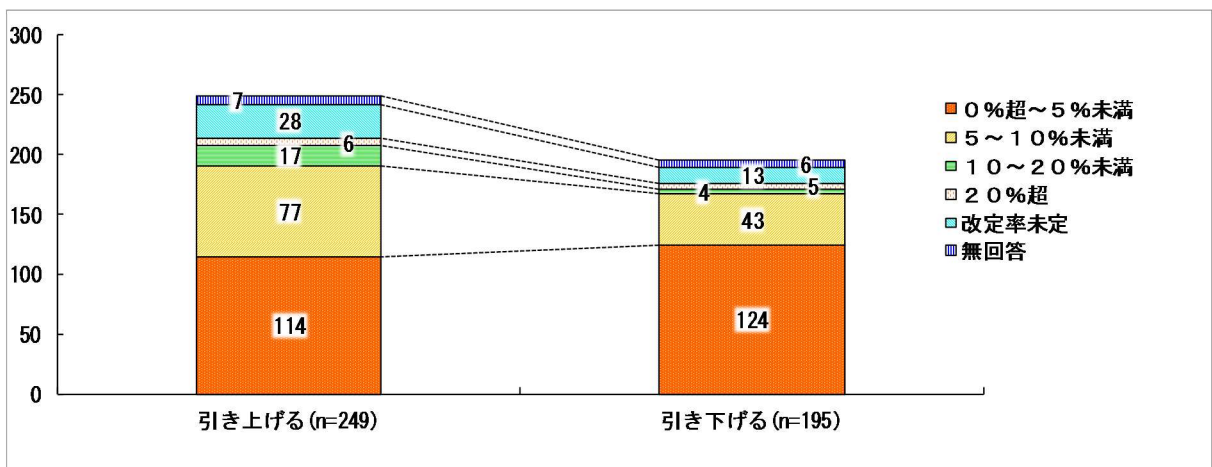
図表 3-2- 29 業種別の価格改定予定（今後 2 年以内）



(4) 引き上げ・引き下げ率（今後 2 年以内）

主力商品の価格を今後 2 年以内に引き上げる意向の企業について、その引き上げ率を聞いたところ、5 年前と比べた現状とほぼ同様に、「0%超～5%未満」の小幅な引き上げが半数を占める一方で、「5～10%未満」引き上げる意向の企業も 1/3 程度、「10～20%未満」引き上げる意向の企業も 7%程度あった（図表 3-2- 30）。一方で、引き下げる意向の企業については、「0%超～5%未満」が 70.5%、「5～10%未満」が 24.4%、「10～20%未満」が 2.3%と、5 年前と比べた現状からは引き下げ率が小さくなっていることが分かる。

図表 3-2- 30 引き上げ・引き下げ率の予定（今後 2 年以内）



以上の結果をまとめると、5 年前からの現在に至る過程、今後 2 年以内のいずれも引き上げ圧力が引き下げ圧力を上回っているものの、今後 2 年以内の方がより引き上げ圧力が強まりつつあることが分かる。

さらにここで「5 年前から現在」と「今後 2 年以内の予定」のそれぞれについて、「引き上

げ」の回答率 (%) から「引き下げ」の回答率 (%) を差し引いた値を業種別に示すと次のとおりである (図表 3-2-31)。「5年前との比較」については、引き上げ傾向が強い(「引き上げる」が「引き下げる」を大きく上回る)業種には「繊維工業」、「パルプ・紙・紙加工」、「窯業・土石」、「鉄鋼業」があり、「やや引き上げ傾向にある」(「引き上げる」が「引き下げる」を少し上回る)業種としては、「化学工業」、「非鉄金属」、「金属製品」、「はん用・業務用機械器具」、「その他の製造業」が挙げられる。

逆に引き下げ傾向が強い(「引き上げる」が「引き下げる」を大きく下回る)業種としては、「石油・石炭」、「電子部品・デバイス・電子回路」、「輸送用機械器具」が挙げられる。

今後2年以内では、「石油・石炭」、「プラスチック」、「生産用機械器具」が引き上げ傾向に転じている。

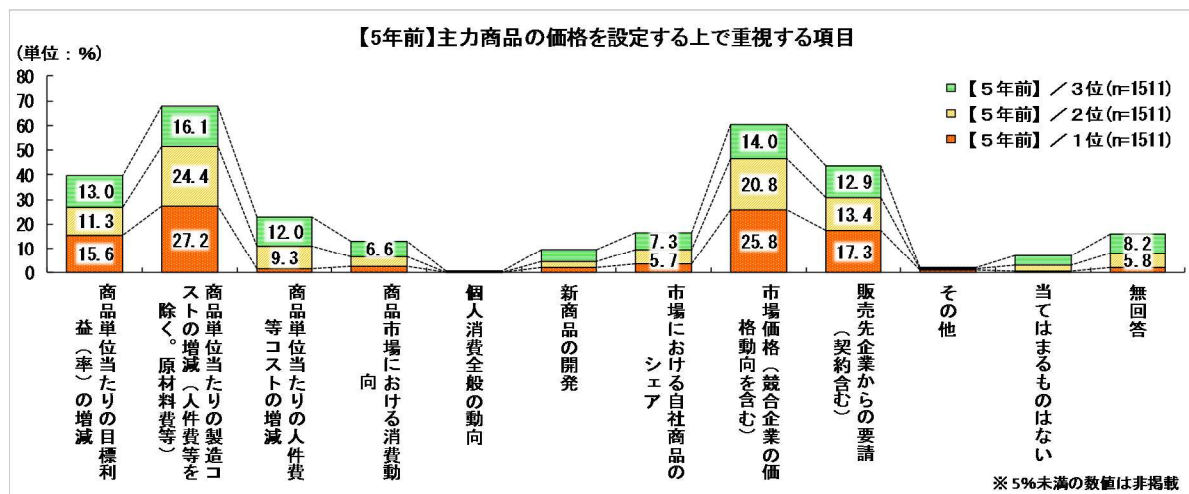
図表 3-2-31 「引き上げ」の回答率 (%) - 「引き下げ」の回答率 (%)

繊維	パルプ	化学	石油	プラ	窯業	鉄鋼	非鉄	金属製	汎用機	生産機	電子	電機	輸送機	その他
(5年前との比較)														
27.0	38.2	16.5	-36.3	-6.5	29.3	44.4	11.1	15.5	4.7	-1.1	-43.0	-17.7	-32.7	9.8
(今後2年以内の予定)														
6.1	40.0	19.3	9.1	0.0	27.6	25.0	5.6	14.4	-7.7	7.7	-31.6	-9.3	-20.8	8.1

3-2-3. 主力商品価格設定での重視項目

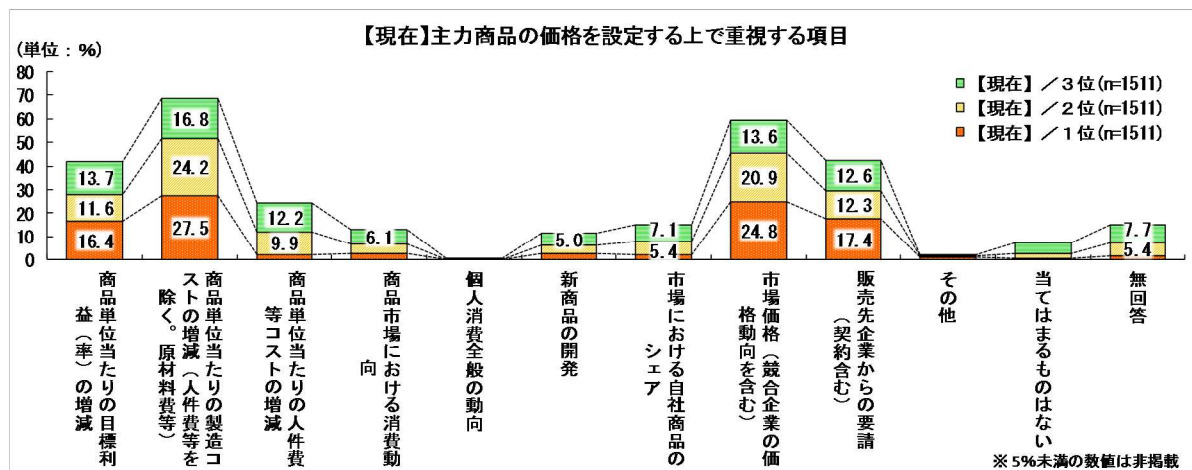
5年前において主力商品の価格を設定する上で重視している事項についてみると、「商品単位当たりの製造コストの増減」、「市場価格」の2つの要因が重視されており、「販売先企業からの要請」、「商品単位当たりの目標利益の増減」の2つがこれに次ぐことが分かる (図表 3-2-32)。

図表 3-2-32 主力商品の価格を設定する上で重視している事項 (5年前)



現在についても傾向はほとんど同じである (図表 3-2-33)。ただし、「商品単位当たりの製造コストの増減」のポイントは5年前が67.7%、「現在」が68.5%となるなど、わずかであるがコスト要因が増加している。

図表 3-2- 33 主力商品の価格を設定する上で重視している事項（現在）



業種別に主力商品の価格設定上の重視項目を整理するため、重視項目の1位を3ポイント、2位を2ポイント、3位を1ポイントとして点数化し、その加重平均値を業種別に試算すると、次の図表のような結果が得られた(図表 3-2- 34、図表 3-2- 35)。

図表 3-2- 34 より、「5年前」についてみると、「商品単位当たりの目標利益の増減」は全体(図表の単純平均)では4番目に重視される項目であるが、「電気・情報通信機械器具」、「生産用機械器具」では重視度が高くなっている。逆に、「石油・石炭製品」、「窯業・土石」での重視度は低い。

「商品単位当たりの製造コスト」は最も重視されている項目であり、とりわけ「石油・石炭製品」、「窯業・土石」、「プラスチック」、「鉄鋼業」での高い重視度が目立っている。

「商品単位当たりの人件費等コストの増減」はさほど重視されていない項目であるが、「非鉄金属」、「電子部品・デバイス・電子回路」、「繊維工業」、「輸送用機械器具」では重視度がやや高くなっている。逆に「パルプ・紙・紙加工」、「鉄鋼業」での重視度は低くなっている。いずれも「商品単位当たりのコストの増減」を最重視しており、原材料比率の高い業種でもある。

「商品市場における消費動向」もさほど重視度が低い項目であるが、「石油・石炭製品」、「繊維工業」、「鉄鋼業」では比較的重視されている。逆に「電子部品・デバイス・電子回路」、「輸送用機械器具」では全くといってよいほど重視されていない。

「個人消費全般の動向」はほとんど重視されていない項目であり、業種別にみても特記すべき差異はみられない。

「新商品の開発」の重視度も概して低いが、「繊維工業」、「電子部品・デバイス・電子回路」、「電気・情報通信機械器具」では、かなり重視度の高い項目とされている。

「市場における自社商品のシェア」も重視度はさほど高くないが、「生産用機械器具」、「化学工業」においてはかなり重視度の高い項目とされている。逆に「石油・石炭製品」、「パルプ・紙・紙加工」、「輸送用機械器具」ではほとんど重視されていない。

「市場価格の動向」は製造コストの増減と並ぶ最重視項目であり、とりわけ「はん用・業務用機械器具」、「パルプ・紙・紙加工製品」、「非鉄金属」、「石油・石炭製品」における重視度の高さが目立っている。

「販売先企業からの要請」を重視項目とする企業も少なくないが、特に「輸送用機械器具」、「電子部品・デバイス・電子回路」の2業種での重視度が特に大きい。逆に、これらの業種は「商品単位当たりの製造コストの増減」を重視しておらず、対照的である。

図表 3-2-34 業種別の価格設定における重視項目（5年前）

	商品単位当たりの目標利益（率）の増減	商品単位当たりの製造コストの増減（人件費等を除く。原材料費	商品単位当たりの人件費等コストの増減	商品市場における消費動向	個人消費全般の動向	新商品の開発	市場における自社商品のシェア	市場価格（競合企業の価格動向を含む）	販売先企業からの要請（契約含む）	その他	当てはまるものはない
単純集計	0.841	1.493	0.360	0.229	0.016	0.162	0.303	1.358	0.936	0.042	0.093
繊維工業	0.968	1.742	0.419	0.355	0.000	0.258	0.032	1.290	0.871	0.000	0.000
パルプ・紙・紙加工品製造業	0.891	1.655	0.291	0.200	0.055	0.091	0.200	1.636	0.764	0.000	0.091
化学工業	0.692	1.598	0.355	0.280	0.000	0.168	0.467	1.458	0.757	0.000	0.075
石油製品・石炭製品製造業	0.455	2.364	0.000	0.455	0.000	0.000	0.000	1.545	0.909	0.182	0.091
プラスチック製品製造業	0.867	1.800	0.278	0.178	0.067	0.189	0.311	1.367	0.822	0.033	0.033
窯業・土石製品製造業	0.500	1.828	0.293	0.310	0.000	0.121	0.397	1.466	0.655	0.052	0.121
鉄鋼業	0.871	1.786	0.214	0.271	0.000	0.014	0.329	1.486	0.700	0.100	0.057
非鉄金属製造業	0.679	1.566	0.623	0.226	0.000	0.094	0.226	1.547	0.566	0.094	0.151
金属製品製造業	0.890	1.595	0.350	0.202	0.018	0.123	0.276	1.264	0.853	0.080	0.129
はん用・業務用機械器具製造業	0.708	1.385	0.369	0.200	0.000	0.154	0.354	1.692	0.892	0.062	0.154
生産用機械器具製造業	1.023	1.307	0.261	0.136	0.000	0.125	0.545	1.455	0.932	0.034	0.080
電子部品・デバイス・電子回路製造業	0.861	1.291	0.430	0.076	0.000	0.215	0.354	1.316	1.266	0.038	0.051
電気・情報通信機械器具製造業	1.050	1.206	0.356	0.188	0.000	0.281	0.381	1.425	0.900	0.038	0.069
輸送用機械器具製造業	0.840	1.221	0.417	0.098	0.000	0.135	0.172	1.147	1.534	0.000	0.147
その他の製造業	0.780	1.468	0.339	0.408	0.041	0.174	0.220	1.312	0.972	0.041	0.083

注；斜体太字は単純集計（青字）の値よりかなり大きな値をとり、赤太字は逆に単純集計値より小さいことを示している。

「現在」のスコア（図表 3-2-35）であるが、業種間の相対的な関係は「5年前」とほぼ同じである。

図表 3-2-35 業種別の価格設定における重視項目（現在）

	商品単位当たりの目標利益（率）の増減	商品単位当たりの製造コストの増減（人件費等を除く。原材料費	商品単位当たりの人件費等コストの増減	商品市場における消費動向	個人消費全般の動向	新商品の開発	市場における自社商品のシェア	市場価格（競合企業の価格動向を含む）	販売先企業からの要請（契約含む）	その他	当てはまるものはない
単純集計	0.879	1.502	0.393	0.227	0.013	0.207	0.252	1.323	0.912	0.043	0.091
繊維工業	0.935	1.645	0.548	0.355	0.000	0.323	0.226	1.129	0.774	0.000	0.000
パルプ・紙・紙加工品製造業	0.964	1.818	0.400	0.273	0.018	0.091	0.091	1.455	0.673	0.000	0.091

化学工業	0.774	1.575	0.377	0.292	0.000	0.226	0.443	1.500	0.660	0.000	0.057
石油製品・石炭製品製造業	0.273	2.182	0.000	0.545	0.000	0.000	0.000	1.636	1.091	0.182	0.091
プラスチック製品製造業	0.844	1.733	0.378	0.200	0.056	0.322	0.200	1.411	0.744	0.033	0.022
窯業・土石製品製造業	0.569	1.914	0.345	0.293	0.000	0.103	0.276	1.362	0.724	0.052	0.121
鉄鋼業	0.900	1.829	0.214	0.343	0.029	0.014	0.243	1.471	0.657	0.100	0.029
非鉄金属製造業	0.755	1.642	0.679	0.170	0.000	0.057	0.189	1.491	0.547	0.094	0.151
金属製品製造業	0.902	1.665	0.384	0.207	0.018	0.189	0.207	1.201	0.817	0.079	0.128
はん用・業務用機械器具製造業	0.738	1.385	0.369	0.200	0.000	0.154	0.354	1.662	0.815	0.046	0.200
生産用機械器具製造業	1.090	1.270	0.326	0.157	0.000	0.213	0.382	1.404	0.966	0.034	0.079
電子部品・デバイス・電子回路製造業	0.962	1.215	0.380	0.114	0.000	0.241	0.266	1.316	1.241	0.076	0.089
電気・情報通信機械器具製造業	1.138	1.181	0.356	0.156	0.013	0.244	0.375	1.400	0.925	0.031	0.075
輸送用機械器具製造業	0.871	1.202	0.448	0.080	0.000	0.184	0.147	1.074	1.564	0.000	0.141
その他の製造業	0.772	1.484	0.374	0.384	0.018	0.256	0.205	1.297	0.927	0.041	0.082

注；斜体太字は単純集計（青地）の値よりかなり大きな値をとり、赤太字は逆に単純集計値より小さいことを示している。

次に業種別の違いをより明確にするため、各業種のスコアから総平均のスコアを差し引いた値（差分）を求め、比較してみた（図表 3-2-36、図表 3-2-37）。プラスの値は平均よりスコアが大きいことを意味し、絶対値は平均からの乖離度を示す。マイナスの値は逆に、平均よりスコアが小さいことを意味し、絶対値は平均からの乖離度を示すことは同様である。

「商品単位当たりの製造コストの増減」について、とりわけ「石油・石炭製品」、「窯業・土石」、「プラスチック」、「鉄鋼業」で高い重視度を示していることが明確である。

製造コストの増減と並ぶ最重要項目である「市場価格」は、とりわけ「はん用・業務用機械器具」、「パルプ・紙・紙加工」で特に高い重視度を示していることが歴然としている。

「販売先企業からの要請」に対して「輸送用機械器具」、「電子部品・デバイス・電子回路」の2業種での重視度が突出しているということも、図表 3-2-36、図表 3-2-37 より明確に読み取れる。

図表 3-2-36 業種別の価格設定での重視項目の単純集計値との差分（5年前）

	商品単位当たりの目標利益（率）の増減	商品単位当たりの製造コストの増減（人件費等を除く。原材料費	商品単位当たりの人件費等コストの増減	商品市場における消費動向	個人消費全般の動向	新商品の開発	市場における自社商品のシェア	市場価格（競合企業の価格動向を含む）	販売先企業からの要請（契約含む）	その他	当てはまるものはない
繊維工業	0.127	0.249	0.059	0.126	-0.016	0.096	-0.271	-0.068	-0.065	-0.042	-0.093
パルプ・紙・紙加工品製造業	0.050	0.162	-0.069	-0.029	0.039	-0.071	-0.103	0.278	-0.173	-0.042	-0.002
化学工業	-0.150	0.105	-0.005	0.051	-0.016	0.007	0.164	0.100	-0.179	-0.042	-0.018
石油製品・石炭製品製造業	-0.387	0.871	-0.360	0.225	-0.016	-0.162	-0.303	0.187	-0.027	0.140	-0.002
プラスチック製品製造業	0.026	0.307	-0.083	-0.051	0.051	0.027	0.008	0.008	-0.114	-0.009	-0.059
窯業・土石製品製造業	-0.341	0.335	-0.067	0.081	-0.016	-0.041	0.094	0.107	-0.281	0.010	0.028
鉄鋼業	0.030	0.293	-0.146	0.042	-0.016	-0.147	0.026	0.127	-0.236	0.058	-0.035
非鉄金属製造業	-0.162	0.073	0.262	-0.003	-0.016	-0.067	-0.076	0.189	-0.370	0.052	0.058
金属製品製造業	0.048	0.102	-0.011	-0.027	0.003	-0.039	-0.027	-0.095	-0.084	0.038	0.036
はん用・業務用機械器具製造業	-0.133	-0.108	0.009	-0.029	-0.016	-0.008	0.051	0.334	-0.044	0.020	0.061

生産用機械器具製造業	0.182	-0.186	-0.099	-0.093	-0.016	-0.037	0.243	0.096	-0.005	-0.008	-0.013
電子部品・デバイス・電子回路製造業	0.020	-0.202	0.070	-0.153	-0.016	0.054	0.052	-0.042	0.329	-0.004	-0.042
電気・情報通信機械器具製造業	0.209	-0.287	-0.004	-0.042	-0.016	0.120	0.078	0.067	-0.036	-0.004	-0.024
輸送用機械器具製造業	-0.001	-0.272	0.057	-0.131	-0.016	-0.027	-0.131	-0.211	0.597	-0.042	0.055
その他の製造業	-0.061	-0.025	-0.021	0.179	0.026	0.013	-0.083	-0.046	0.036	-0.001	-0.010

注；差が絶対値 0.2 以上の数値をハイライト

図表 3-2-37 業種別の価格設定での重視項目の単純集計値との差分（現在）

	商品単位当たりの目標利益（率）の増減	商品単位当たりの製造コストの増減（人件費等を除く。原材料費	商品単位当たりの人件費等コストの増減	商品市場における消費動向	個人消費全般の動向	新商品の開発	市場における自社商品のシェア	市場価格（競合企業の価格動向を含む）	販売先企業からの要請 契約含む	その他	当てはまるものはない
繊維工業	0.056	0.143	0.156	0.127	-0.013	0.115	-0.027	-0.194	-0.138	-0.043	-0.091
パルプ・紙・紙加工品製造業	0.084	0.316	0.007	0.045	0.005	-0.116	-0.161	0.131	-0.240	-0.043	-0.000
化学工業	-0.106	0.073	-0.015	0.065	-0.013	0.019	0.191	0.177	-0.252	-0.043	-0.034
石油製品・石炭製品製造業	-0.606	0.680	-0.393	0.318	-0.013	-0.207	-0.252	0.313	0.179	0.139	-0.000
プラスチック製品製造業	-0.035	0.231	-0.015	-0.027	0.043	0.115	-0.052	0.088	-0.168	-0.009	-0.069
窯業・土石製品製造業	-0.310	0.412	-0.048	0.066	-0.013	-0.104	0.024	0.039	-0.188	0.009	0.030
鉄鋼業	0.021	0.327	-0.178	0.115	0.016	-0.193	-0.010	0.148	-0.255	0.057	-0.063
非鉄金属製造業	-0.125	0.139	0.287	-0.058	-0.013	-0.151	-0.064	0.167	-0.365	0.052	0.060
金属製品製造業	0.023	0.163	-0.009	-0.020	0.005	-0.018	-0.045	-0.122	-0.095	0.037	0.037
はん用・業務用機械器具製造業	-0.141	-0.117	-0.023	-0.027	-0.013	-0.053	0.101	0.338	-0.097	0.004	0.109
生産用機械器具製造業	0.211	-0.232	-0.067	-0.070	-0.013	0.006	0.130	0.081	0.054	-0.009	-0.012
電子部品・デバイス・電子回路製造業	0.083	-0.287	-0.013	-0.113	-0.013	0.033	0.013	-0.007	0.328	0.033	-0.002
電気・情報通信機械器具製造業	0.258	-0.321	-0.036	-0.071	-0.000	0.037	0.123	0.077	0.013	-0.011	-0.016
輸送用機械器具製造業	-0.008	-0.300	0.055	-0.148	-0.013	-0.023	-0.105	-0.250	0.652	-0.043	0.050
その他の製造業	-0.108	-0.018	-0.018	0.156	0.005	0.049	-0.047	-0.026	0.015	-0.001	-0.009

注；差が絶対値 0.2 以上の数値をハイライト

以上の結果を整理すると次のようになる。まず、重視項目別に「相対的に」重視度の高い業種を列挙すると、次の通りである。

- 目標利益（率）重視型：生産用機械、電気・情報通信機械、繊維
- 製造コスト増減重視型：石油・石炭、プラスチック、窯業・土石、鉄鋼、
- 人件費コスト重視型：繊維製品、非鉄金属、電子部品・デバイス
- 商品市場の消費動向重視型：繊維、石油・石炭、鉄鋼
- 個人消費動向重視型：金属製品、プラスチック、電子部品・デバイス
- 新商品の開発重視型：繊維、電子部品・デバイス、電気・情報通信機械
- 自社商品シェア重視型：化学、生産用機械器具

市場価格重視型 : パルプ・紙、非鉄金属、はん用・業務用機械

販売先の要請重視型 : 電子部品・デバイス、輸送用機械、その他製造

次に、各業種の重視項目を①～⑤番目まで整理すると、次表のようになる（図表 3-2- 38）。概況としては、業種による際立った差異は見受けられず、概ね製造コストと市場価格が1位と2位を争い、目標利益と販売先要請が3位、4位争いというパターンが観察できる。そして5位には、人件費等コスト、自社製品シェア、あるいは商品市場の消費動向が入っている。

図表 3-2- 38 業種別の価格設定で重視する項目

繊維工業	①製造コスト、②市場価格、③目標利益、④販売先要請、⑤人件費等コスト
パルプ・紙・紙加工品	①製造コスト、②市場価格、③目標利益、④販売先要請、⑤人件費等コスト
化学工業	①製造コスト、②市場価格、③販売先要請、④目標利益、⑤自社製品シェア
石油製品・石炭製品	①製造コスト、②市場価格、③販売先要請、④目標利益、⑤商品市場の消費動向
プラスチック製品	①製造コスト、②市場価格、③販売先要請、④目標利益、⑤人件費等コスト
窯業・土石製品	①製造コスト、②市場価格、③目標利益、④販売先要請、⑤自社製品シェア
鉄鋼業	①製造コスト、②市場価格、③目標利益、④販売先要請、⑤商品市場消費動向
非鉄金属	①製造コスト、②市場価格、③目標利益、④人件費等コスト、⑤販売先要請
金属製品	①製造コスト、②市場価格、③目標利益、④販売先要請、⑤人件費等コスト
はん用・業務用機械器具	①市場価格、②製造コスト、③販売先要請、④目標利益、⑤人件費等コスト
生産用機械器具	①市場価格、②製造コスト、③目標利益、④販売先要請、⑤人件費等コスト
電子部品・デバイス・電子回路	①市場価格、②製造コスト、③販売先要請、④目標利益、⑤人件費等コスト
電気・情報通信機械器具	①市場価格、②製造コスト、③目標利益、④販売先要請、⑤自社製品シェア
輸送用機械器具	①販売先要請、②製造コスト、③市場価格、④目標利益、⑤人件費等コスト
その他の製造業	①製造コスト、②市場価格、③販売先要請、④目標利益、⑤商品市場の消費動向

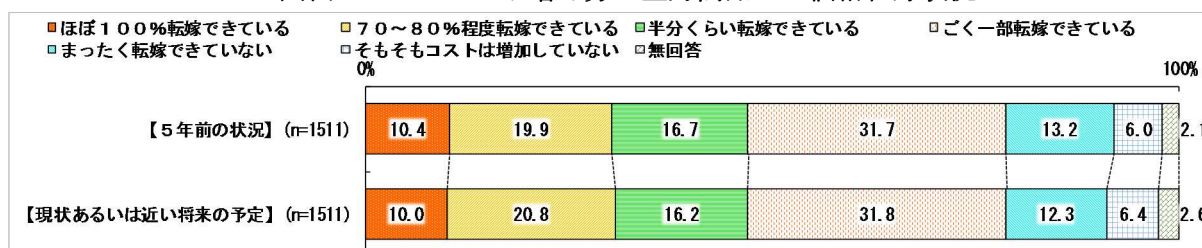
3-3. コスト増加分の価格転嫁状況と転嫁要因

3-3-1. コスト増加分の主力商品への価格転嫁状況

(1) 価格転嫁状況についての概観

コスト増を主力製品価格にへどの程度転嫁できているかについて、「5年前の状況」と「現状あるいは近い将来の予定」で傾向の変化はほとんど見られず、「5年前」、「現状あるいは近い将来の予定」のいずれについても、「ほぼ100%転嫁できている」又は「70~80%程度転嫁できている」企業は3割程度に過ぎず、逆に「ごく一部転嫁できている」又は「まったく転嫁できていない」企業が4割超あることが分かる（図表3-3-1）。

図表 3-3-1 コスト増加分の主力商品への価格転嫁状況



(2) 商品の市場における特性との関連

ブランド浸透度と価格転嫁状況には、ある程度の相関がうかがえる（図表3-3-2）。「大変浸透している」企業の約56%が転嫁できている（ほぼ100%、70~80%程度、半分くらい）のに対し、「あまり浸透していない」企業では40%弱転嫁できているに過ぎない。しかし、この差が決定的なものかどうかは判断が難しい。意外にその差は小さいともいえ、「あまり浸透していない」企業でも40%弱は転嫁できている、とも読める。

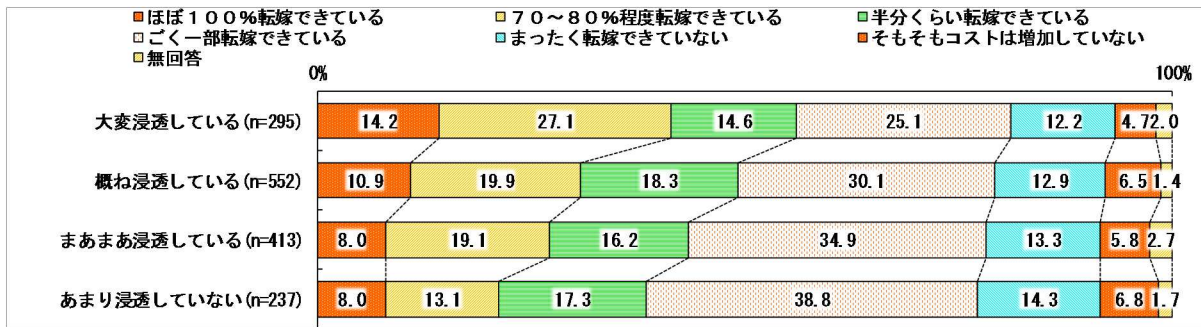
だが、「ほぼ100%転嫁できている」及び「70~80%程度転嫁できている」に限定すると両者の差はより大きくなり、決定的な差といえなくもない。価格転嫁できている割合は、「大変浸透している」企業の41.3%に対し、「あまり浸透していない」企業では21.1%に過ぎない。

性能・品質（評価）との、緩やかながら明確な相関も指摘できる。転嫁できている（「ほぼ100%転嫁できている」「70~80%程度転嫁できている」「半分くらい転嫁できている」の合計）割合は、「性能・品質が非常に良い」企業で52.8%、性能・品質が良い方である企業の47.7%、「性能・品質が平均的である企業の42.5%、性能・品質に改善の余地がある企業の35.5%と徐々に少なくなっている（図表3-3-3）。

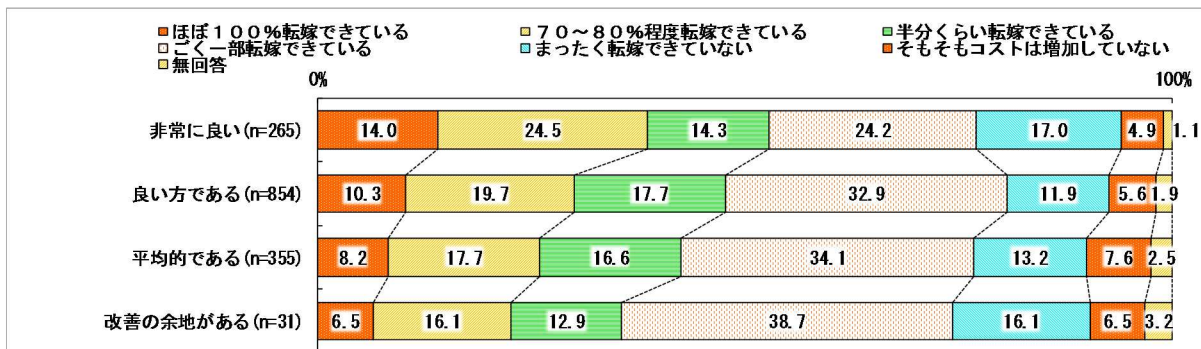
また、収益力についても、「少し収益は出ている」と「現在のところ収益は出していない」で転嫁の度合いが逆転しているものの、収益力が高いほど価格転嫁がスムーズな傾向にあると言えよう（図表3-3-4）。なお成長性については、価格転嫁状況との相関が見出せなかった。

以上のことより、高い性能・品質（評価）→ 高いブランド浸透度→ 高い収益力という好循環連鎖の中に高い「価格転嫁力」が位置づけられていると言えるであろう。

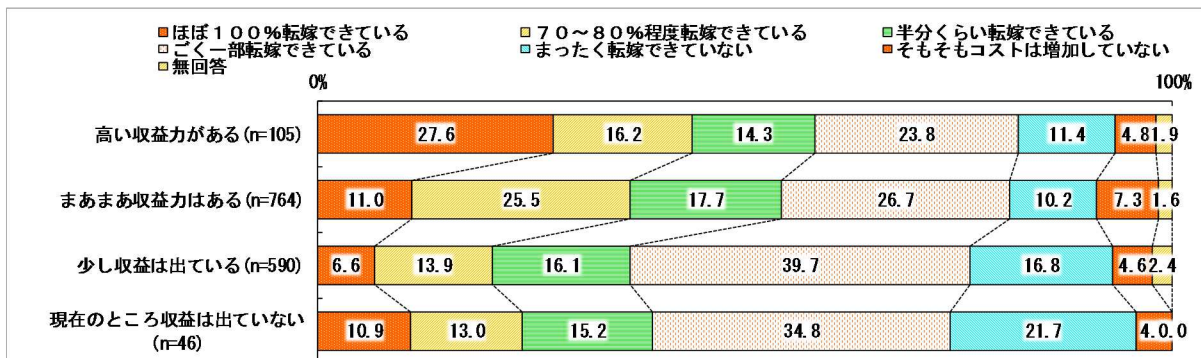
図表 3-3-2 ブランド浸透度別の価格転嫁状況（5年前）



図表 3-3-3 性能・品質別の価格転嫁状況（5年前）



図表 3-3-4 収益力別の価格転嫁状況（5年前）



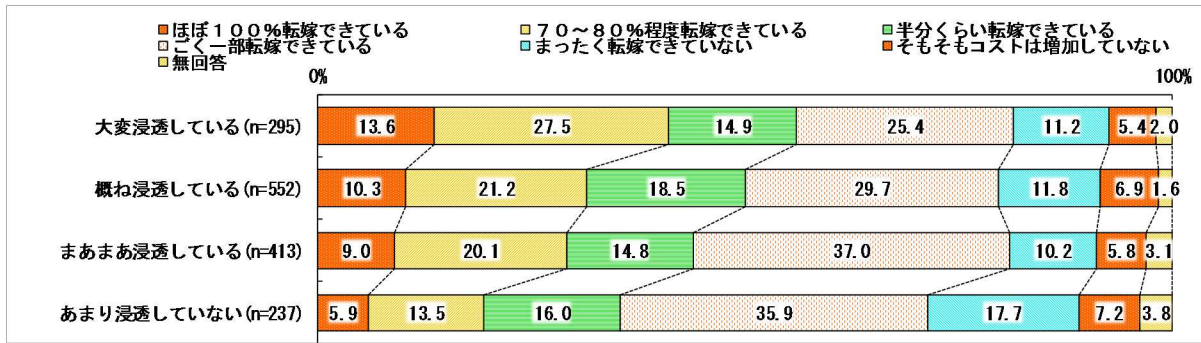
5年前との比較で現状あるいは近い将来の結果を見てみると、ブランド浸透度（図表 3-3-5）ではほとんど似通った結果となっており、「大変浸透している」層での転嫁の割合（「ほぼ100%転嫁できている」「70~80%程度転嫁できている」「半分くらい転嫁できている」の合計%）は55.9%と56.0%でほとんど変わらない。だが「あまり浸透していない」層ではわずかに下がっている（38.2%と35.4%）。

「性能・品質」（図表 3-3-6）でも、「非常に良い」層の転嫁の割合はわずかに下がっている（52.8%と51.3%）程度だが、「改善の余地がある」層の転嫁割合はより大きく下げている（35.5%と29.1%）。

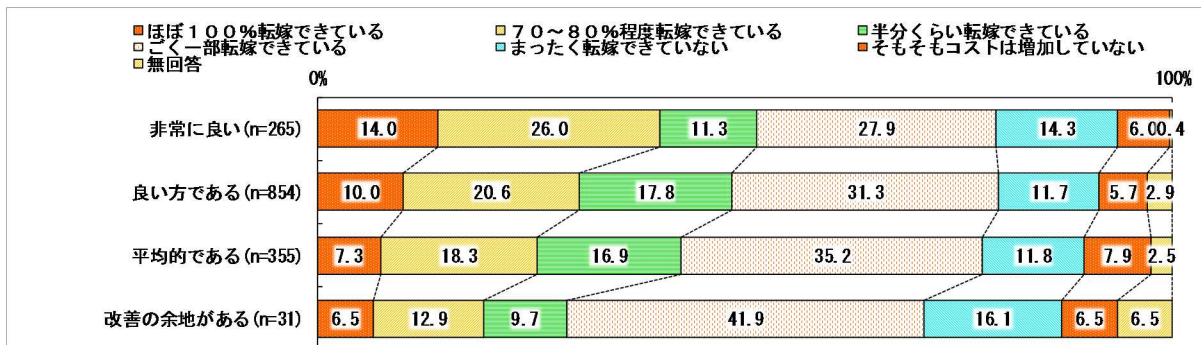
収益力（図表 3-3-7）でみても5年前とほとんど変わらないが、「高い収益力がある」層の転嫁割合はわずかに低下している（58.1%と57.2%）。しかし「現在のところ収益は出していない」層の転嫁割合の低下はより大きい（39.1%と32.6%）。

評価の最も低い層で5年前より価格を転嫁しづらくなったことが示唆される。

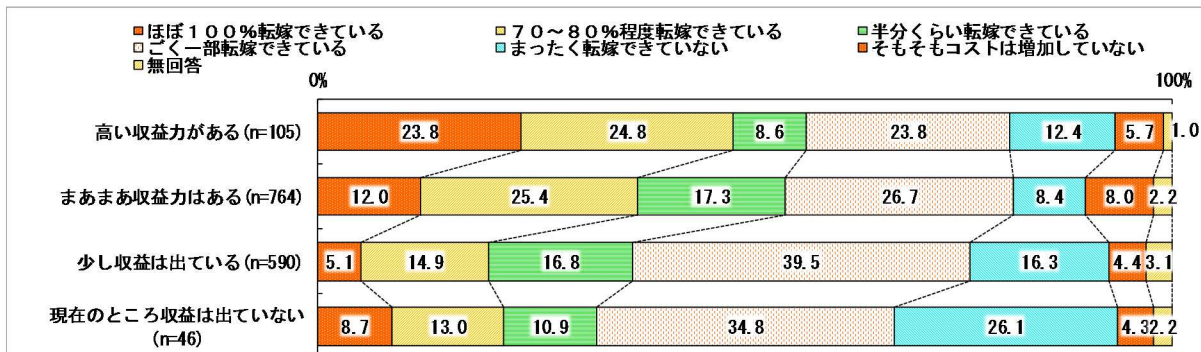
図表 3-3-5 ブランド浸透度別の価格転嫁状況（現状、近い将来）



図表 3-3-6 性能・品質別の価格転嫁状況（現状、近い将来）



図表 3-3-7 収益力別の価格転嫁状況（現状あるいは近い将来）

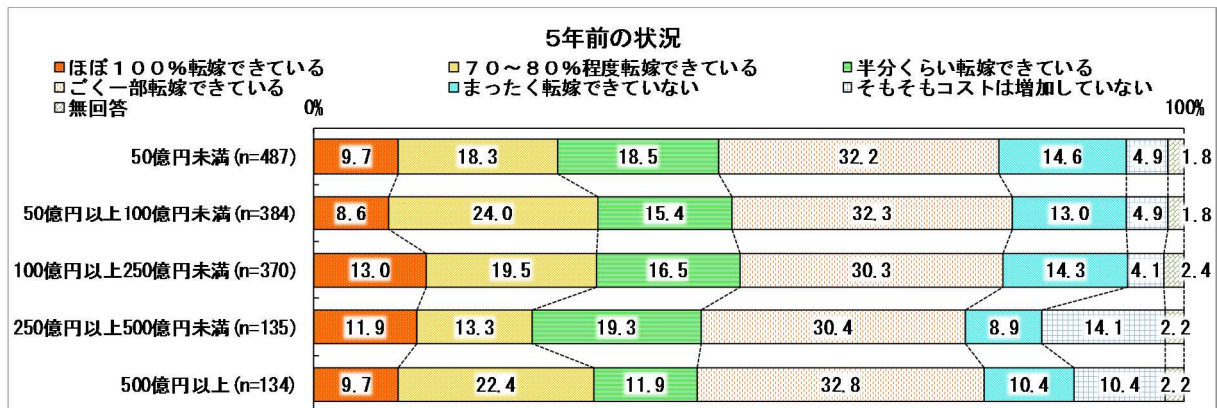


(3) 企業規模別にみた価格転嫁状況

5年前についてみると、企業規模と価格転嫁状況の間には明確な相関はみられない（図表 3-3-8）。あえてそうした関係を見出そうとすると、i) 売上高 50 億円以上 250 億円未満のいわば中堅企業の価格転嫁力の高さが目立つこと、ii) 総ての規模階層において、10%前後の企業が「ほぼ100%転嫁できている」と答えていること、iii) 売上高 250 億円以上の企業では、「そもそもコストは増加していない」という回答が他の規模階層に比べ多いこと等が指摘できる。

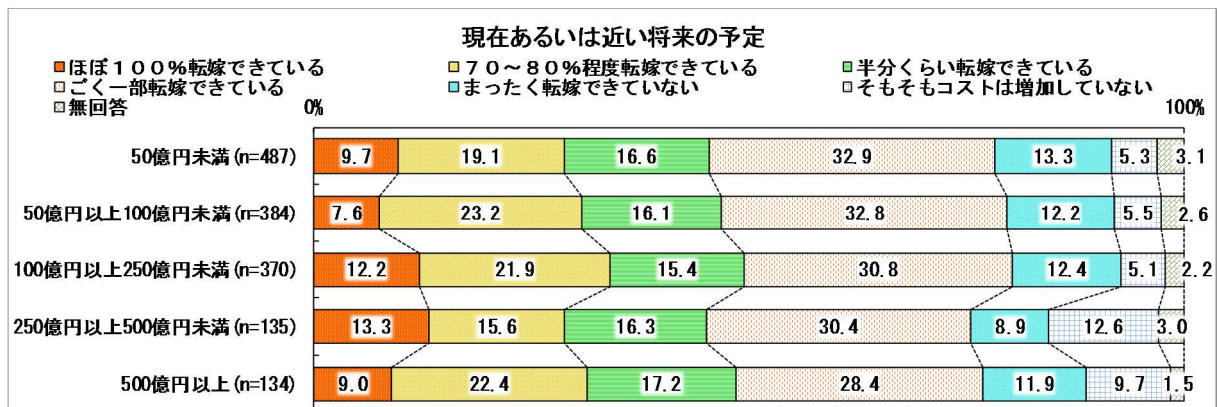
iii) の点については、大規模企業ほど i) 生産性の向上によるコスト上昇分の吸収余地が大きい、あるいは ii) 取引企業（下請け）に対し、納入品の価格抑制を要求しやすい、といった要因が背景にあるものと考えられる。

図表 3-3-8 規模別の価格転嫁状況（5年前）



現状あるいは近い将来についても規模別にみた特徴は、上記とほとんど似通った結果となっている（図表 3-3-9）。

図表 3-3-9 規模別の価格転嫁状況（現状、近い将来）

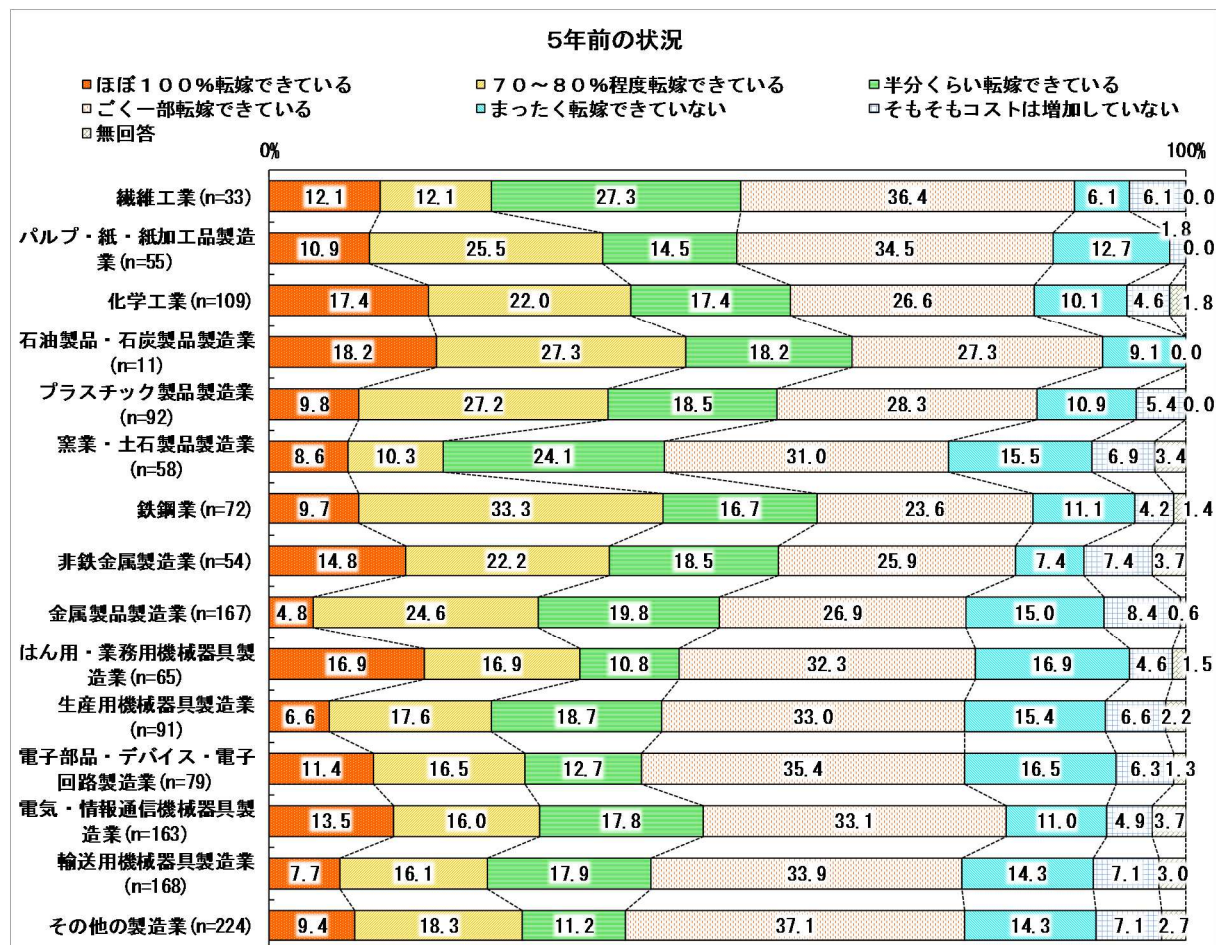


（4）業種別にみた価格転嫁状況

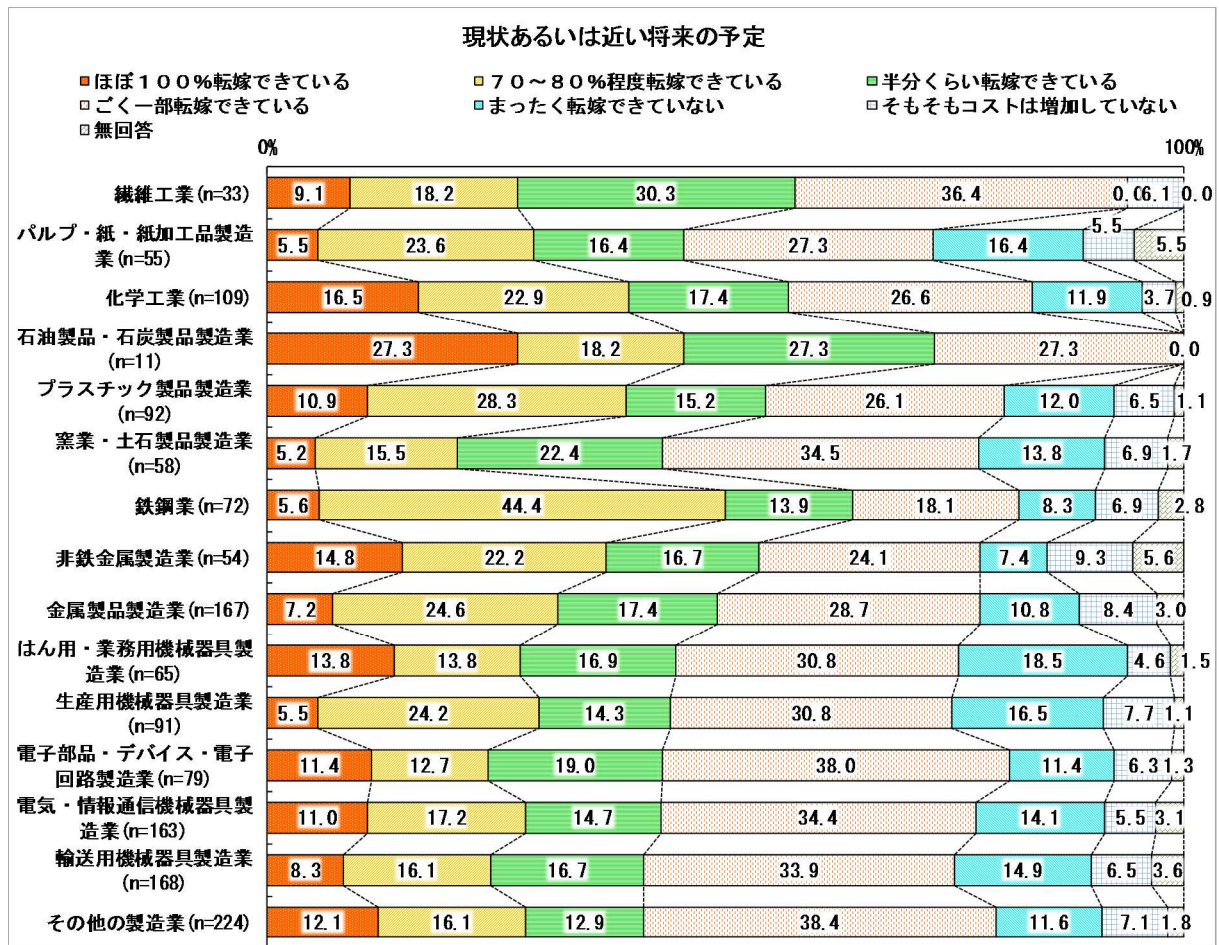
業種別に見ると、価格転嫁（「ほぼ100%転嫁できている」「70~80%程度転嫁できている」「半分くらい転嫁できている」の合計）の割合が高い企業は「石油・石炭製品」、「化学工業」、「鉄鋼業」、「プラスチック」、「非鉄金属」に多く、60~55%前後の高い値を示している（図表 3-3-10、図表 3-3-11）。一方、転嫁した企業の割合が少ない業種には、「窯業・土石」、「はん用・業務用機械器具」、「電子部品・デバイス・電子回路」、「輸送用機械器具」、「その他の製造業」が挙げられる¹¹。

¹¹ 図表 3-3-12 に示す割合が 45%以下の業種とした。

図表 3-3-10 業種別の価格転嫁状況（5年前）



図表 3-3- 11 業種別の価格転嫁状況（現状、近い将来）



「5年前」と「現状あるいは近い将来」で顕著な差は見られないが、「5年前」に比べ「現状あるいは近い将来」では価格転嫁力を強める業種が多くなっている（図表 3-3- 12）¹²。図表 3-3- 12 に示す価格転嫁企業の割合が2ポイント以上増加したのが「繊維工業」、「鉄鋼業」、「電子部品・デバイス・電子回路」、「その他の製造業」の4業種。2ポイント以上減少したのが、「パルプ・紙・紙加工」、「電気・情報通信機械器具」の2業種となっている。

図表 3-3- 12 業種別にみた価格転嫁企業割合

業種	繊維	パルプ	化学	石油	プラ	窯業	鉄鋼	非鉄	金属製	汎用機	生産機	電子	電機	輸送機	その他
(5年前)	51.5	50.9	56.8	63.7	55.5	43.0	59.7	55.5	49.2	44.6	42.9	40.6	47.3	41.7	38.9
(現状あるいは近い将来)	57.6	45.5	56.8	72.8	54.4	43.1	63.9	53.7	49.2	44.5	44.0	43.1	42.9	41.1	41.1

注：数値は「ほぼ100%転嫁できている」「70~80%程度転嫁できている」「半分くらい転嫁できている」の割合合計

¹² 図表 3-3- 12 は、価格を転嫁した企業の割合を示したものである。他の方法として、問7の選択肢の展開度合いに応じて1から5までの点数を与え、その加重平均を業種としての価格転嫁状況のスコアとすることも試みた。そこから得られた業種間の相対的な価格転嫁の強弱は、図表 3-3- 12 から得られた結果とほぼ同じであった。

(5) 規模別・業種別にみた価格転嫁状況

(3) で価格の転嫁状況と企業規模の間には、明確な相関がみいだせないことを確認した。ここでは規模別・業種別のクロス集計による価格転嫁状況をみることで、業種により規模の影響が異なるかどうかを確認する。

現状あるいは近い将来に関する、規模別・業種別の価格転嫁企業の割合を示している(図表 3-3-13)。ただし、規模については、図表に示す 3 区分(50 億円未満、50 億円以上 250 億円未満、250 億円以上)に集計している。最右列は当該業種の企業数である。価格転嫁企業の割合の計算方法は図表 3-3-12 に準じるが、図表 3-3-13 の計算では、「そもそもコストは増加していない」と「無回答」を除外している¹³。

層によっては企業数が少なく信頼性に問題のある業種もあるが、総じてみると、多くの業種で規模と価格転嫁の間に相関はみられない。例外的に、「化学工業」、「プラスチック」、「鉄鋼業」、「その他の製造業」で規模が大きいほど転嫁割合が高くなる傾向が観察される。

図表 3-3-13 規模別・業種別にみた価格転嫁企業割合(現状、近い将来)

	50 億円未満	50 億円以上 250 億円未満	250 億円以上	企業数
繊維工業	63%	61%	60%	31
パルプ・紙・紙加工品製造業	55%	48%	50%	49
化学工業	55%	60%	67%	104
石油製品・石炭製品製造業	100%	57%	100%	11
プラスチック製品製造業	53%	57%	82%	85
窯業・土石製品製造業	61%	38%	67%	53
鉄鋼業	64%	71%	77%	65
非鉄金属製造業	56%	67%	60%	46
金属製品製造業	53%	58%	50%	148
はん用・業務用機械器具製造業	43%	44%	64%	60
生産用機械器具製造業	58%	44%	36%	83
電子部品・デバイス・電子回路製造業	52%	44%	44%	73
電気・情報通信機械器具製造業	42%	51%	47%	149
輸送用機械器具製造業	45%	44%	50%	151
その他の製造業	37%	48%	53%	204

3-3-2. コスト転嫁要因

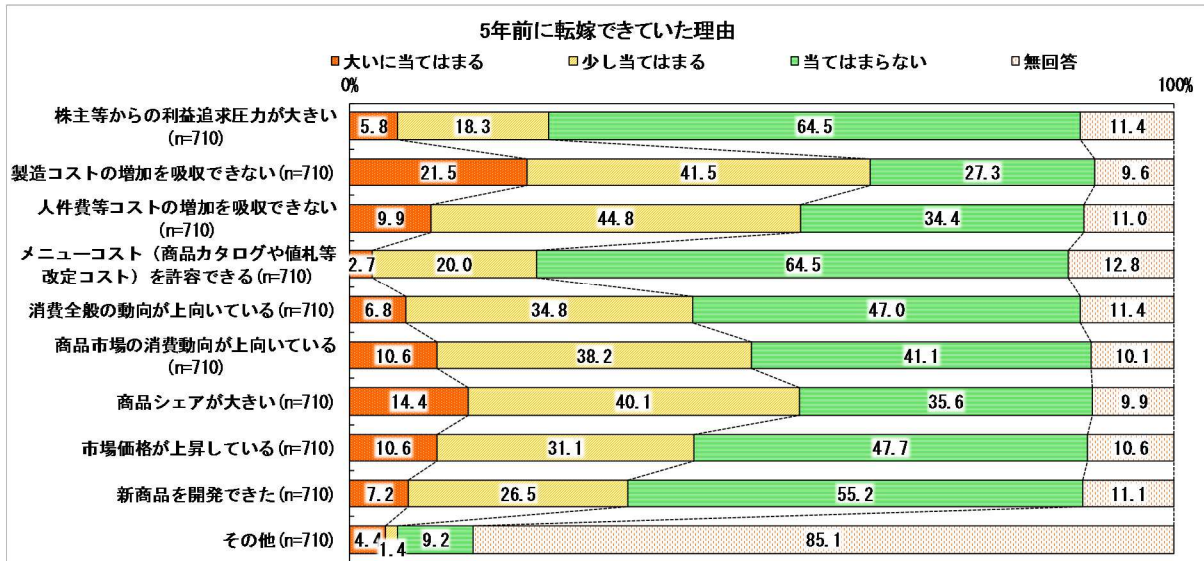
(1) コスト転嫁できている理由

① 概況

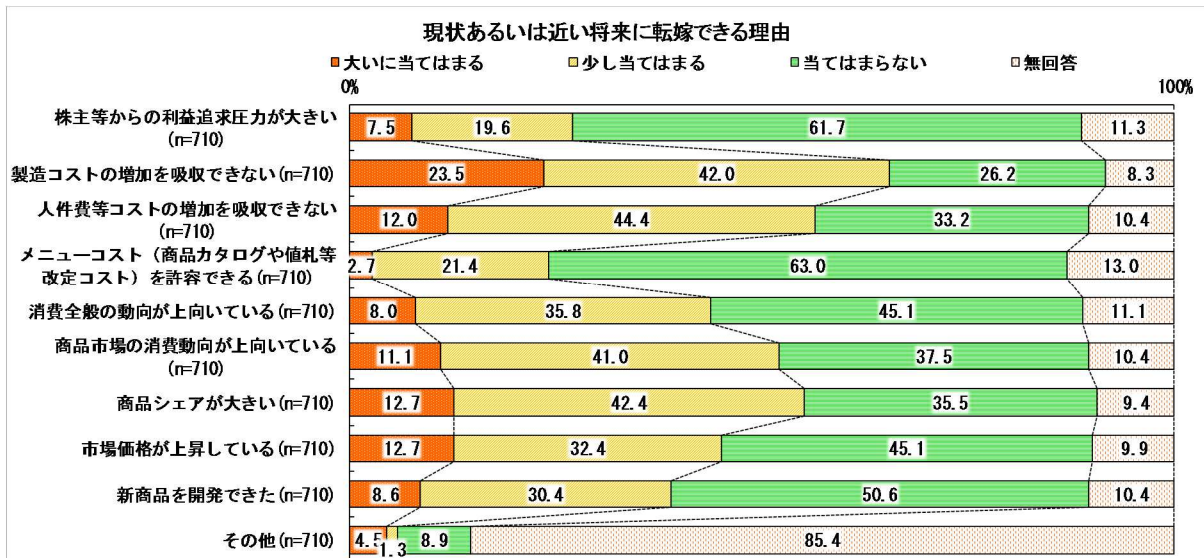
5 年前及び現状あるいは近い将来において主力商品のコストを転嫁できている理由は、次の図表のとおり(図表 3-3-14、図表 3-3-15)。

¹³ 図表 3-3-12 は、「そもそもコストは増加していない」と「無回答」を含めた割合となっている。

図表 3-3-14 5年前に転嫁できていた理由（度数分布）



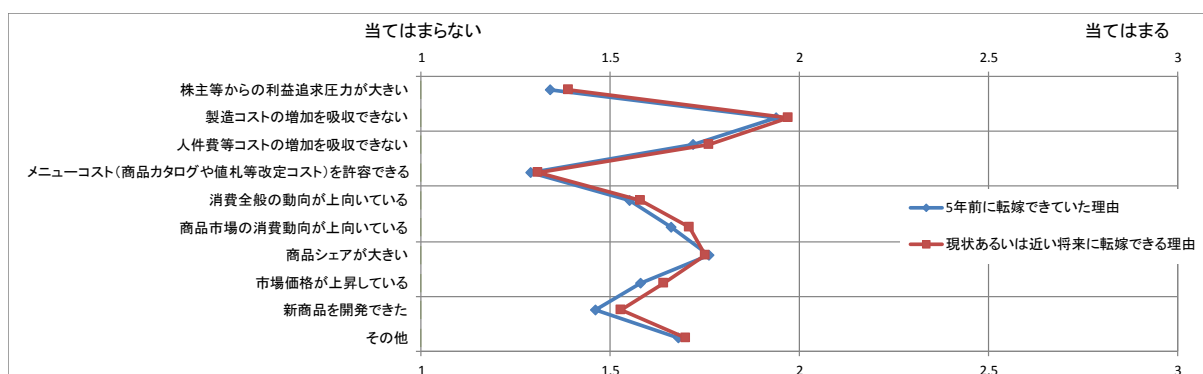
図表 3-3-15 現状あるいは近い将来に転嫁できる理由（度数分布）



この結果について、価格転嫁の理由のうち、「当てはまらない」を1ポイント、「少し当てはまる」を2ポイント、「大いに当てはまる」を3ポイントとして、それぞれの回答数で加重平均すると、次の図表のとおり整理できる（図表 3-3-16）。これをみると、5年前も、現状あるいは近い将来も、コストを転嫁できている理由としては、「製造コストの増加を吸収できない」及び「人件費等コストの増加を吸収できない」といった理由によるものが多い。

一方で、「商品シェアが大きい」という理由に加えて、「商品市場の消費動向が上向いている」や「市場価格が上昇している」といった積極的な理由も少なくなく、5年前と比べてこれらの理由を挙げる企業が増えつつあることが分かる。

図表 3-3-16 コストを転嫁できている理由（5年前、現状あるいは近い将来）



② 商品特性との関係でみた「コスト転嫁できている理由」

ブランド浸透度との関係を見ると、「大変浸透している」、「概ね浸透している」企業は、価格転嫁できた理由として「商品シェアが大きい」を挙げる割合が大きくなっている（図表 3-3-17、図表 3-3-18）。高いブランド浸透度 → 高い市場シェア という構図が、強い価格決定力につながっているものと考えられる。一方、ブランド浸透度の低い企業層では、「製造コストの増加を吸収できない」のみならず、「人件費等コストの増加を吸収できない」ことを理由に挙げる傾向が目立っている。

図表 3-3-17 ブランド浸透度別の価格転嫁できた理由（5年前）

	大変浸透している	概ね浸透している	まあまあ浸透している	あまり浸透していない
株主等からの利益追求圧力が大きい	1.37	1.37	1.27	1.31
製造コストの増加を吸収できない	1.95	1.90	1.96	2.00
人件費等コストの増加を吸収できない	1.65	1.72	1.78	1.78
メニューコストを許容できる	1.41	1.29	1.25	1.20
消費全般の動向が上向いている	1.60	1.58	1.49	1.46
商品市場の消費動向が上向いている	1.76	1.67	1.63	1.49
商品シェアが大きい	2.03	1.82	1.56	1.54
市場価格が上昇している	1.72	1.54	1.59	1.48
新商品を開発できた	1.56	1.53	1.36	1.26
その他	1.94	1.54	1.59	1.83

図表 3-3-18 ブランド浸透度別の価格転嫁できた理由（現状、近い将来）

	大変浸透している	概ね浸透している	まあまあ浸透している	あまり浸透していない
株主等からの利益追求圧力が大きい	1.36	1.44	1.37	1.31
製造コストの増加を吸収できない	2.02	1.95	2.00	1.91
人件費等コストの増加を吸収できない	1.69	1.77	1.83	1.75
メニューコストを許容できる	1.39	1.31	1.26	1.25
消費全般の動向が上向いている	1.62	1.64	1.52	1.48
商品市場の消費動向が上向いている	1.80	1.75	1.64	1.52
商品シェアが大きい	2.03	1.80	1.53	1.51
市場価格が上昇している	1.73	1.65	1.62	1.51
新商品を開発できた	1.63	1.62	1.43	1.31
その他	1.81	1.54	1.70	1.90

性能・品質との関係でも、「非常に良い」、「良い方である」と答えた企業は、5年前、現状あるいは近い将来とも「商品シェアが大きい」を転嫁できた（る）理由に挙げる割合が大きいという特徴が見られる（図表 3-3-19、図表 3-3-20）。

図表 3-3-19 性能・品質別の価格転嫁できた理由（5年前）

	非常に良い	良い方である	平均的である	改善の余地がある
株主等からの利益追求圧力が大きい	1.41	1.33	1.31	1.18
製造コストの増加を吸収できない	1.85	1.93	2.03	1.91
人件費等コストの増加を吸収できない	1.69	1.73	1.78	1.55
メニューコストを許容できる	1.34	1.29	1.26	1.09
消費全般の動向が上向いている	1.62	1.59	1.39	1.36
商品市場の消費動向が上向いている	1.76	1.71	1.46	1.45
商品シェアが大きい	2.06	1.80	1.43	1.18
市場価格が上昇している	1.53	1.62	1.55	1.18
新商品を開発できた	1.66	1.51	1.16	1.18
その他	1.80	1.59	1.73	2.00

図表 3-3-20 性能・品質別の価格転嫁できた理由（現状、近い将来）

	非常に良い	良い方である	平均的である	改善の余地がある
株主等からの利益追求圧力が大きい	1.42	1.35	1.46	1.33
製造コストの増加を吸収できない	1.92	1.94	2.10	1.89
人件費等コストの増加を吸収できない	1.72	1.75	1.86	1.56
メニューコストを許容できる	1.38	1.30	1.28	1.11
消費全般の動向が上向いている	1.70	1.62	1.40	1.67
商品市場の消費動向が上向いている	1.80	1.76	1.49	1.56
商品シェアが大きい	2.06	1.79	1.39	1.33
市場価格が上昇している	1.58	1.68	1.61	1.33
新商品を開発できた	1.78	1.56	1.28	1.22
その他	1.89	1.59	1.76	2.33

成長性との関係でみると、「大いに成長が望める」企業は「新商品を開発できた」を5年前、現状あるいは近い将来とも、転嫁できた（る）理由に挙げる割合が大きい（図表 3-3-21、図表 3-3-22）。

図表 3-3-21 成長性別の価格転嫁できた理由（5年前）

	大いに成長が望める	成長基調にある	現状は維持できる	成長は不透明である
株主等からの利益追求圧力が大きい	1.59	1.34	1.33	1.31
製造コストの増加を吸収できない	1.83	1.85	1.98	1.98
人件費等コストの増加を吸収できない	1.70	1.68	1.74	1.75
メニューコストを許容できる	1.50	1.32	1.27	1.26
消費全般の動向が上向いている	1.91	1.73	1.48	1.38
商品市場の消費動向が上向いている	2.04	1.87	1.60	1.43
商品シェアが大きい	1.91	1.91	1.73	1.60
市場価格が上昇している	1.59	1.56	1.60	1.58
新商品を開発できた	1.91	1.65	1.40	1.25
その他	2.00	1.71	1.70	1.56

図表 3-3-22 成長性別の価格転嫁できた理由（現状、近い将来）

	大いに成長 が望める	成長基調にあ る	現状は維持で きる	成長は不透明で ある
株主等からの利益追求圧力が大きい	1.59	1.39	1.36	1.41
製造コストの増加を吸収できない	1.87	1.90	1.98	2.08
人件費等コストの増加を吸収できない	1.65	1.71	1.79	1.81
メニューコストを許容できる	1.50	1.30	1.30	1.31
消費全般の動向が上向いている	1.91	1.83	1.51	1.35
商品市場の消費動向が上向いている	1.92	1.99	1.64	1.40
商品シェアが大きい	1.96	1.90	1.71	1.59
市場価格が上昇している	1.59	1.63	1.65	1.66
新商品を開発できた	2.08	1.76	1.45	1.29
その他	2.33	1.67	1.62	1.83

収益力との関係でみると、「高い収益力がある」企業は、ブランド浸透度や性能・品質との関係以上に、「商品シェアが大きい」を5年前、現状あるいは近い将来とも、転嫁できた（る）理由に挙げる割合が多い（図表 3-3-23、図表 3-3-24）。

図表 3-3-23 収益力別の価格転嫁できた理由（5年前）

	高い収益力 がある	まあまあ収益 力はある	少し収益は出 ている	現在のところ収 益は出ていない
株主等からの利益追求圧力が大きい	1.46	1.29	1.38	1.37
製造コストの増加を吸収できない	1.76	1.89	2.03	2.29
人件費等コストの増加を吸収できない	1.50	1.66	1.87	2.00
メニューコストを許容できる	1.39	1.27	1.31	1.25
消費全般の動向が上向いている	1.91	1.55	1.45	1.47
商品市場の消費動向が上向いている	1.98	1.70	1.54	1.25
商品シェアが大きい	2.25	1.83	1.55	1.31
市場価格が上昇している	1.70	1.60	1.53	1.41
新商品を開発できた	1.64	1.52	1.33	1.06
その他	1.50	1.81	1.50	1.00

図表 3-3-24 収益力別の価格転嫁できた理由（現状、近い将来）

	高い収益力 がある	まあまあ収益 力はある	少し収益は出 ている	現在のところ収 益は出ていない
株主等からの利益追求圧力が大きい	1.45	1.33	1.44	1.79
製造コストの増加を吸収できない	1.82	1.92	2.06	2.53
人件費等コストの増加を吸収できない	1.51	1.69	1.91	2.33
メニューコストを許容できる	1.38	1.28	1.35	1.29
消費全般の動向が上向いている	1.94	1.58	1.50	1.47
商品市場の消費動向が上向いている	2.04	1.74	1.58	1.33
商品シェアが大きい	2.27	1.78	1.58	1.29
市場価格が上昇している	1.70	1.65	1.58	1.93
新商品を開発できた	1.74	1.57	1.44	1.07
その他	1.50	1.80	1.56	1.00

③ 企業規模別にみた「価格転嫁できている理由」

前段では、企業規模と価格転嫁の状況（転嫁力）に明確な相関は見出しにくいことを指摘したが、転嫁できた理由を規模別にみると幾つか特徴的な傾向が指摘できる（図表 3-3-25、図表 3-3-26）。

まず最初に指摘したいのは、「商品シェアが大きい」点を理由に挙げる企業が、売上高 250 億円以上の層に多くなっているという事実である。冒頭にみたように当該層の企業は高いブランド浸透度を誇り、このことが大きい市場シェアにつながり、価格転嫁を実現させる大きなバネになっていることがうかがえる。

当該層の企業は、理由として市場の消費動向や消費全般の動向、市場価格を上げる割合も他より多く、市場環境をにらんだ戦略的価格設定を行っているのではないかとみられる。このことは、「新商品を開発できた」ことを価格転嫁要因として挙げる割合が高いこととも整合する。

図表 3-3-25 規模別の価格転嫁できた理由（5年前）

	50 億円未満	50 億円以上 100 億円未満	100 億円以上 250 億円未満	250 億円以上 500 億円未満	500 億円以上
株主等からの利益追求圧力が大きい	1.26	1.37	1.37	1.45	1.35
製造コストの増加を吸収できない	1.93	1.85	1.99	1.96	2.02
人件費等コストの増加を吸収できない	1.76	1.73	1.69	1.76	1.64
メニューコストを許容できる	1.29	1.31	1.25	1.29	1.35
消費全般の動向が上向いている	1.52	1.52	1.50	1.73	1.69
商品市場の消費動向が上向いている	1.65	1.65	1.62	1.73	1.79
商品シェアが大きい	1.74	1.75	1.65	1.96	2.08
市場価格が上昇している	1.50	1.53	1.66	1.60	1.81
新商品を開発できた	1.39	1.45	1.43	1.72	1.63
その他	1.35	1.56	2.12	2.10	1.67

図表 3-3-26 規模別の転嫁できた理由（現状、近い将来）

	50 億円未満	50 億円以上 100 億円未満	100 億円以上 250 億円未満	250 億円以上 500 億円未満	500 億円以上
株主等からの利益追求圧力が大きい	1.30	1.44	1.37	1.58	1.45
製造コストの増加を吸収できない	1.95	1.87	2.03	1.98	2.15
人件費等コストの増加を吸収できない	1.79	1.76	1.73	1.85	1.70
メニューコストを許容できる	1.32	1.29	1.29	1.37	1.30
消費全般の動向が上向いている	1.58	1.57	1.52	1.78	1.63
商品市場の消費動向が上向いている	1.73	1.65	1.67	1.84	1.76
商品シェアが大きい	1.74	1.69	1.68	1.94	1.98
市場価格が上昇している	1.55	1.59	1.73	1.68	1.81
新商品を開発できた	1.46	1.49	1.54	1.75	1.68
その他	1.47	1.61	1.93	2.11	1.67

⑤ 業種別にみた「価格転嫁できている理由」

業種と転嫁できた理由の関係を明確に析出することは難しいが、幾つか特徴的な点を指摘することはできる（図表 3-3-27、図表 3-3-28）。

まず 5 年前で「商品市場の消費動向が上向いている」を理由に挙げる（「当てはまる」の割合が大きい）企業は、「繊維工業」、「化学工業」、「窯業・土石製品」、「鉄鋼業」、「生産用機械器具」等に多く、「市場価格が上昇している」を挙げる企業は、「石油・石炭製品」、「窯業・土石」、「鉄鋼業」、「非鉄金属」等の企業に多い。いわば市況型業種といえよう。

「新商品を開発できた」ことを挙げる企業は、全体として決して多くないが、「生産用機械器具」、

「電子部品・デバイス・電子回路」の2業種においては、大きな価格転嫁要因となっている。

現状あるいは近い将来でも、5年前とほぼ同様の結果が見られるが、「商品市場の消費動向が上向いている」を理由に挙げる業種は、「プラスチック」、「金属製品」等の企業に広がっている。

「市場価格が上昇している」を挙げる企業は、「窯業・土石」でややポイントが下がっているものの、「石油・石炭製品」、「鉄鋼業」、「非鉄金属」等の業種では「当てはまる」とする企業が一層増えて

いる。これらの業種では、「市場価格の上昇」を背景にした価格上昇が予想されるのではないかと。

「新商品を開発できた」ことを挙げる企業は5年前に比べ全体的にやや多くなっており、「生産用機械器具」では一層その傾向が高まっている。

図表 3-3-27 業種別の価格転嫁できた理由（5年前）

	繊維工業	パルプ・紙・紙加工品製造業	化学工業	石油製品・石炭製品製造業	プラスチック製品製造業	窯業・土石製品製造業	鉄鋼業	非鉄金属製造業
株主等からの利益追求圧力が大きい	1.24	1.16	1.24	1.20	1.36	1.35	1.35	1.23
製造コストの増加を吸収できない	1.81	2.29	2.10	1.83	2.02	2.04	2.26	2.04
人件費等コストの増加を吸収できない	1.94	1.96	1.63	1.50	1.63	1.87	1.61	1.77
メニューコスト(商品カタログや値札等改定コスト)を許容できる	1.29	1.12	1.32	1.40	1.27	1.43	1.20	1.23
消費全般の動向が上向いている	1.59	1.54	1.62	1.71	1.66	1.61	1.72	1.50
商品市場の消費動向が上向いている	1.82	1.54	1.71	1.40	1.69	1.74	1.81	1.54
商品シェアが大きい	1.82	1.54	2.00	1.80	1.87	1.78	1.61	1.81
市場価格が上昇している	1.47	1.67	1.72	2.43	1.49	1.92	2.00	1.89
新商品を開発できた	1.53	1.21	1.49	1.40	1.44	1.35	1.12	1.48
その他	1.00	1.40	1.70	1.50	1.60	1.50	2.14	2.14
	金属製品製造業	はん用・業務用機械器具製造業	生産用機械器具製造業	電子部品・デバイス・電子回路製造業	電気・情報通信機械器具製造業	輸送用機械器具製造業	その他の製造業	
株主等からの利益追求圧力が大きい	1.33	1.43	1.25	1.52	1.40	1.38	1.36	
製造コストの増加を吸収できない	1.90	1.78	1.94	1.73	1.72	1.81	1.94	
人件費等コストの増加を吸収できない	1.61	1.59	1.81	1.64	1.68	1.83	1.81	
メニューコスト(商品カタログや値札等改定コスト)を許容できる	1.30	1.27	1.31	1.32	1.22	1.29	1.38	
消費全般の動向が上向いている	1.58	1.41	1.46	1.57	1.39	1.51	1.59	
商品市場の消費動向が上向いている	1.68	1.48	1.81	1.66	1.54	1.60	1.69	
商品シェアが大きい	1.80	1.79	1.84	1.76	1.70	1.68	1.78	
市場価格が上昇している	1.59	1.37	1.39	1.32	1.41	1.49	1.58	
新商品を開発できた	1.39	1.36	1.78	1.70	1.59	1.44	1.50	
その他	1.25	1.80	1.50	2.20	1.86	2.00	1.36	

図表 3-3-28 業種別の価格転嫁できた理由（現状、近い将来）

	繊維工業	パルプ・紙・紙加工品製造業	化学工業	石油製品・石炭製品製造業	プラスチック製品製造業	窯業・土石製品製造業	鉄鋼業	非鉄金属製造業
株主等からの利益追求圧力が大きい	1.33	1.46	1.29	1.17	1.44	1.39	1.32	1.35
製造コストの増加を吸収できない	2.00	2.35	2.16	1.71	2.04	2.13	2.36	2.19
人件費等コストの増加を吸収できない	1.82	2.00	1.72	1.43	1.72	1.96	1.73	1.85
メニューコスト(商品カタログや値札等改定コスト)を許容できる	1.39	1.13	1.35	1.33	1.24	1.39	1.18	1.24
消費全般の動向が上向いている	1.39	1.35	1.69	1.29	1.71	1.52	1.77	1.52
商品市場の消費動向が上向いている	1.61	1.43	1.79	1.37	1.76	1.61	1.92	1.65
商品シェアが大きい	1.72	1.48	1.95	1.67	1.86	1.83	1.67	1.77
市場価格が上昇している	1.56	1.70	1.78	2.29	1.49	1.79	2.29	1.96
新商品を開発できた	1.61	1.46	1.51	1.43	1.57	1.43	1.21	1.38
その他	1.00	1.00	1.55	2.00	1.25	1.50	2.29	2.60
	金属製品製造業	はん用・業務用機械器具製造業	生産用機械器具製造業	電子部品・デバイス・電子回路製造業	電気・情報通信機械器具製造業	輸送用機械器具製造業	その他の製造業	
株主等からの利益追求圧力が大きい	1.31	1.43	1.42	1.58	1.43	1.47	1.36	
製造コストの増加を吸収できない	1.91	1.81	1.97	1.87	1.69	1.77	1.93	
人件費等コストの増加を吸収できない	1.66	1.78	1.81	1.77	1.61	1.83	1.81	
メニューコスト(商品カタログや値札等改定コスト)を許容できる	1.35	1.31	1.31	1.30	1.20	1.36	1.41	
消費全般の動向が上向いている	1.71	1.44	1.57	1.68	1.45	1.63	1.53	
商品市場の消費動向が上向いている	1.78	1.56	1.86	1.87	1.57	1.67	1.67	
商品シェアが大きい	1.85	1.66	1.84	1.61	1.65	1.72	1.75	
市場価格が上昇している	1.66	1.37	1.50	1.39	1.40	1.50	1.62	
新商品を開発できた	1.46	1.63	1.86	1.62	1.66	1.50	1.57	
その他	1.40	2.00	1.67	2.17	1.86	1.91	1.53	

⑥ (参考) 規模別・業種別にみた「価格転嫁できている理由」

以下では、「価格転嫁できている理由」を規模別・業種別にみていく。ただし、本集計では規模は5区分、業種は15区分で設定している。このため、そのまま規模と業種をクロスさせると75の層ができることになり、個々の層に含まれる要素(企業)の数は著しく小さくなる。そこで、ここでは、規模を次の3区分、すなわち、「50億円未満」、「50億円以上250億円未満」、「250

億円以上」として、規模と業種のクロス表を作成する。

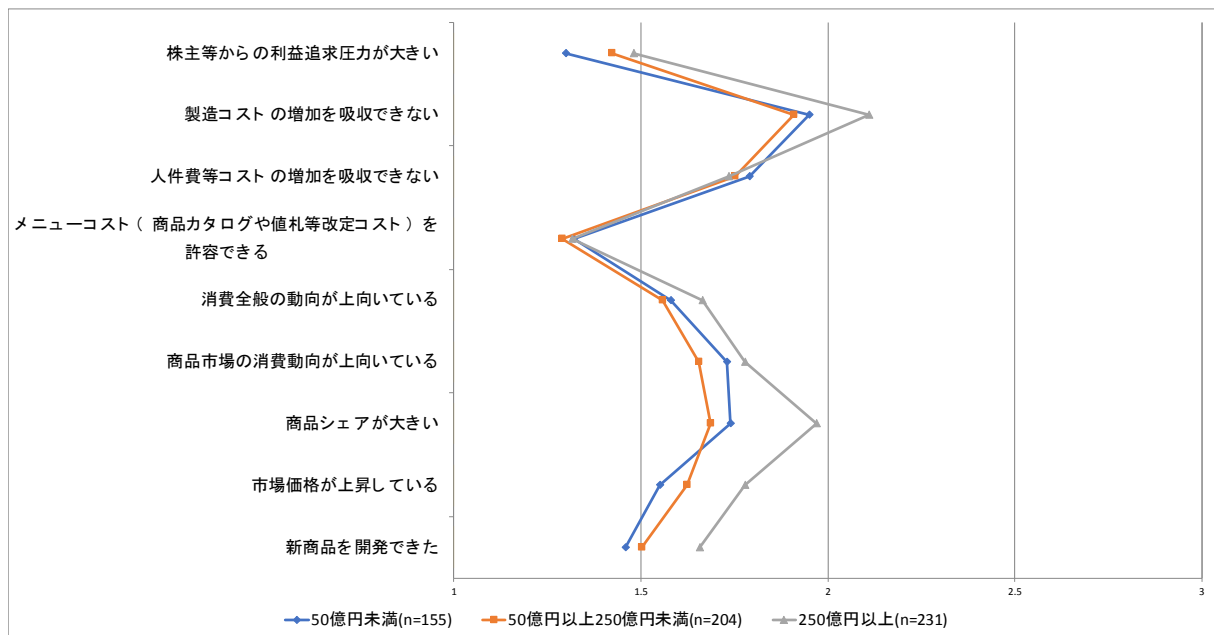
規模（3区分）×業種（15区分）のクロスでは、45の層ができるが、これでもまだ、企業数の少ない層が多数存在した。以下では、ある程度の信頼性を確保するために、各層に含まれるサンプルが10（社）以上ある業種のみを抽出して、その特徴を検討することとする。これに該当するのは、「化学工業」、「輸送用機械器具」、「電気・情報通信機械器具」の3業種であった。以下にはこの3業種に加えて、参考情報として、製造業の全業種に関する価格転嫁のスコアも示す。ただし、「5年前」と「現状あるいは近い将来」では、傾向はよく似ているため、「現状あるいは近い将来」に関する結果のみを示す。

全業種と上記3業種に関するスコアは次の図表のとおり（図表3-3-29、図表3-3-30、図表3-3-31、図表3-3-32）。先に規模別の比較（図表3-3-25と図表3-3-26）で、250億円以上の規模で「商品シェアが大きい」ことを価格転嫁できた理由に挙げる企業が多いことを示したが、このことは、以下に示した業種でみても当てはまる。ただし「化学工業」や「電気・情報通信機械器具」では250億円以上と250億円未満の層の差は大きいですが、「輸送用機械器具」では差がごく小さいなど、強弱に違いはある。

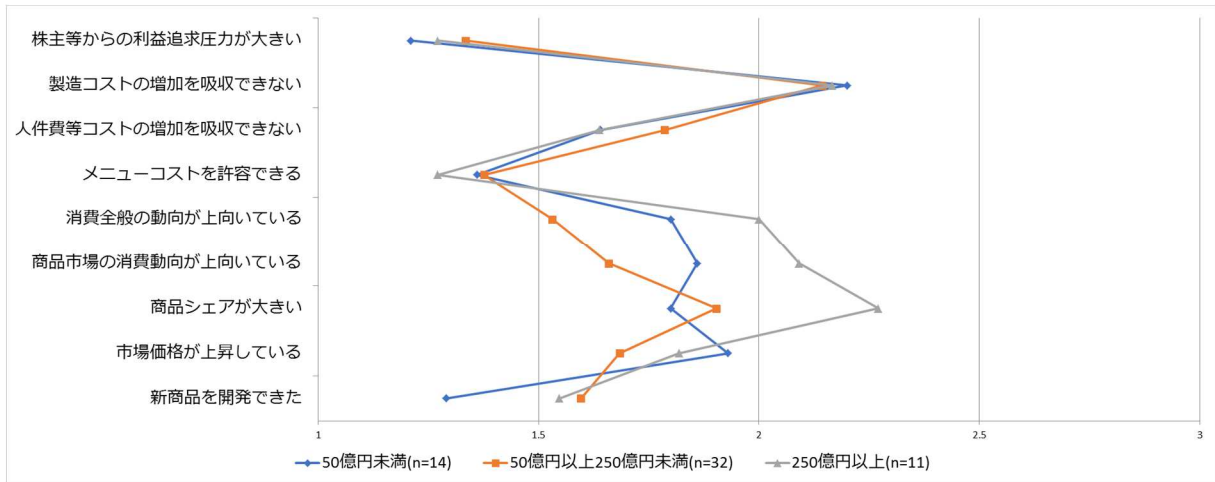
規模別の比較では、「消費全般の動向が上向いている」と「商品シェアが大きい」点も250億円以上の規模でスコアが高いことを述べたが、業種別にみるとこの点は一枚岩ではない。「化学工業」では規模が大きいほど上記の理由を挙げる企業の割合が多くなるが、「電気・情報通信機械器具」や「輸送用機械器具」では、傾向は反対になっている。

規模別の比較でやはり差がみられた「新商品を開発できた」についても、業種と規模のクロスでは、見え方が異なる。「電気・情報通信機械器具」では規模が大きいほど、これを理由とする企業の割合が顕著に高まるのに対して、「輸送用機械器具」では規模間の相違はごく小さい。「化学工業」では、「50億円以上250億円未満」と「250億円以上」でスコアが逆転している。

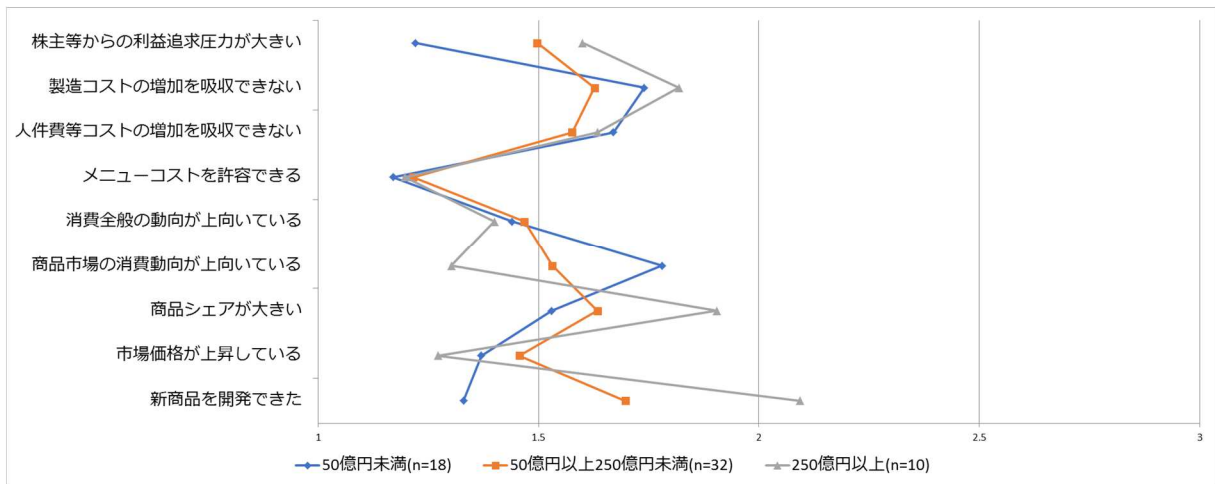
図表 3-3-29 規模別の価格転嫁できた理由（全業種：現状、近い将来）



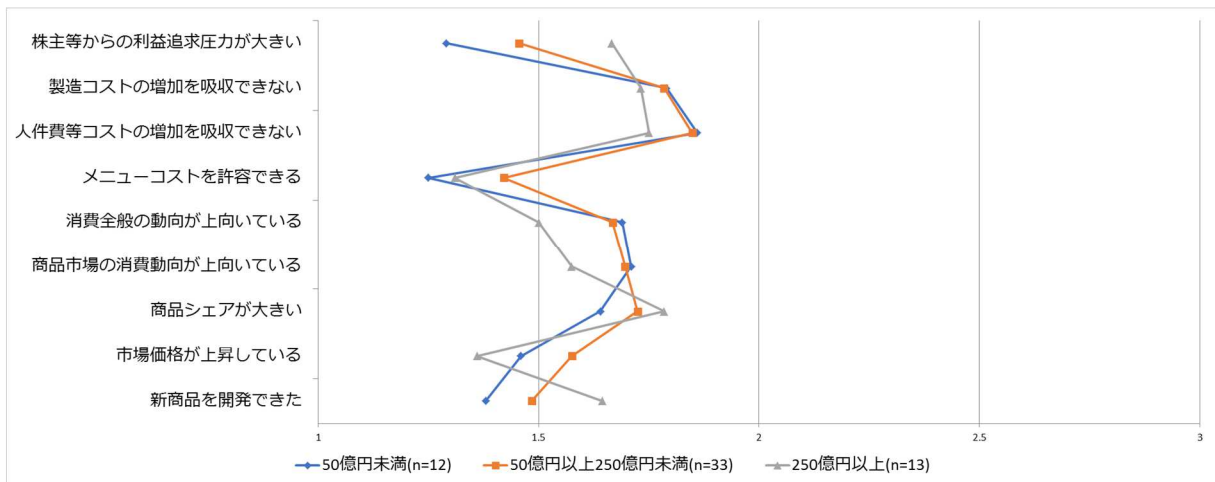
図表 3-3-30 規模別の価格転嫁できた理由（化学工業：現状、近い将来）



図表 3-3-31 規模別の価格転嫁できた理由（電気・情報通信機械器具：現状、近い将来）



図表 3-3-32 規模別の価格転嫁できた理由（輸送用機械器具：現状、近い将来）

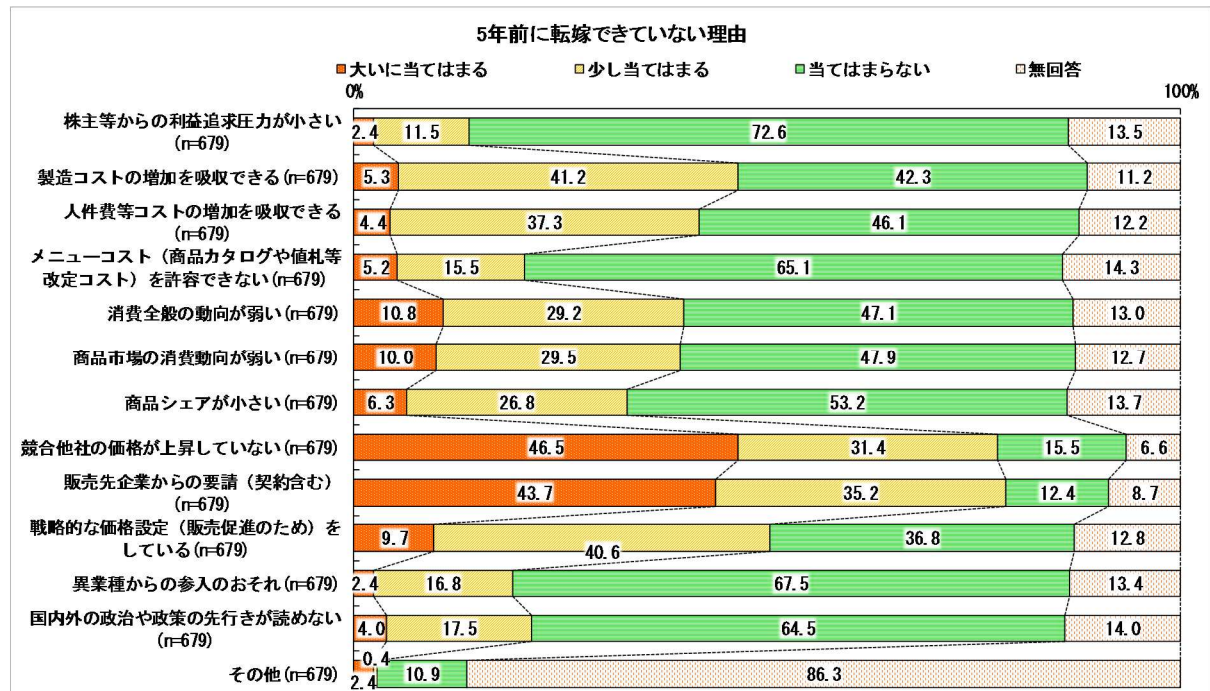


(2) コストを転嫁できていない理由

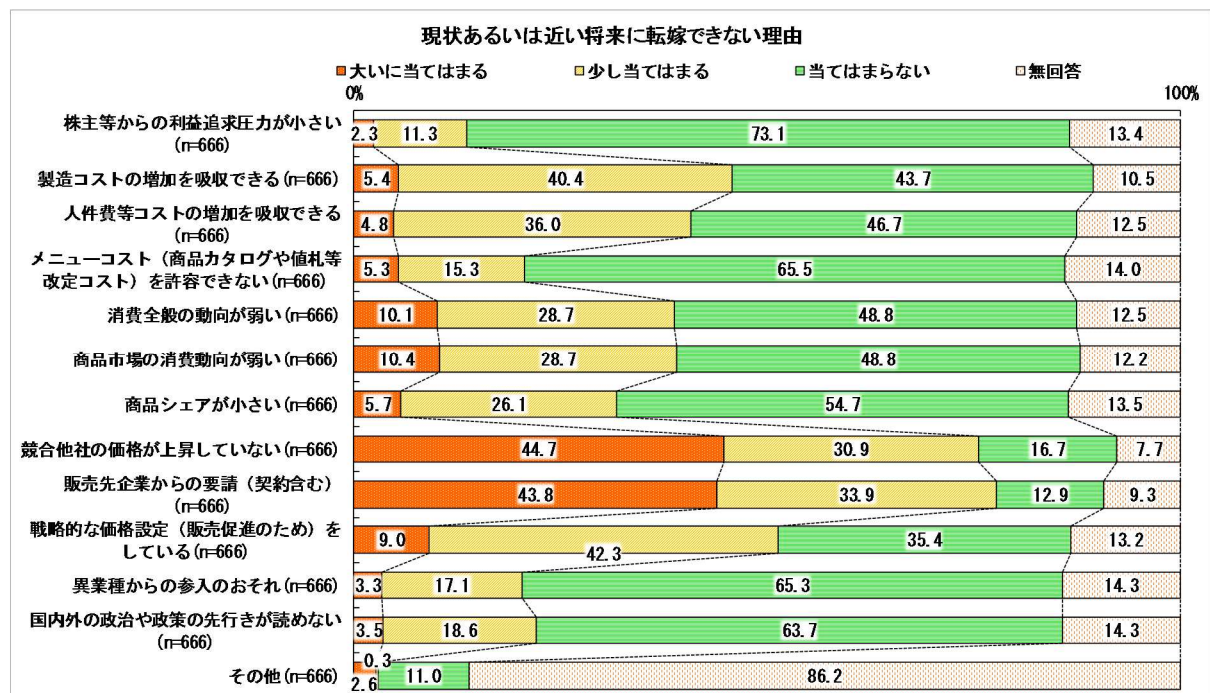
① 概況

5年前及び現状あるいは近い将来において主力商品のコストを転嫁できていない理由は、次の図表のとおり（図表 3-3-33、図表 3-3-34）。

図表 3-3-33 5年前に転嫁できていない理由（度数分布）

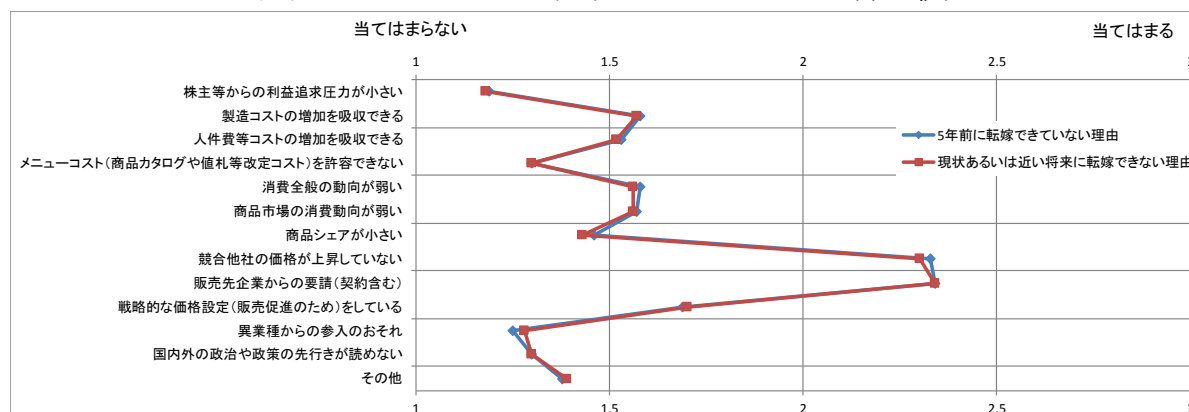


図表 3-3-34 現状あるいは近い将来に転嫁できない理由（度数分布）



この結果について、価格転嫁できていない理由のうち、「当てはまらない」を1ポイント、「少し当てはまる」を2ポイント、「大いに当てはまる」を3ポイントとして、それぞれの回答数で加重平均すると、次の図表のとおり整理できる（図表 3-3-35）。これをみると、5年前も、現状あるいは近い将来も、コストを転嫁できていない理由としては、「販売先企業からの要請」及び「競合他社の価格が上昇していない」という理由が群を抜いて高い。

図表 3-3-35 コストを転嫁できていない理由（平均値）



② 商品特性との関係でみた「コストを転嫁できていない理由」

ブランド浸透度との関係でみると、ブランド浸透度の高い層では「戦略的な価格設定をしている」がために価格転嫁しなかった能動的な価格据え置きが相対的に多くなっている点が挙げられる（図表 3-3-36、図表 3-3-37）。だがこうした高ブランド浸透層においても「競合他社の価格が上昇していない」や「販売先企業からの要請」が決して無視できない要因（＝足かせ）となっている。

一方、低ブランド浸透層においては「商品シェアが小さい」を転嫁できない要因として挙げる企業が相対的に多く、受動的な価格据え置きを余儀なくされていることがうかがえる。

図表 3-3-36 ブランド浸透度別の価格転嫁できなかった理由（5年前）

	大変浸透している	概ね浸透している	まあまあ浸透している	あまり浸透していない
株主等からの利益追求圧力が小さい	1.16	1.17	1.24	1.16
製造コストの増加を吸収できる	1.54	1.64	1.56	1.57
人件費等コストの増加を吸収できる	1.50	1.58	1.46	1.55
メニューコストを許容できない	1.31	1.33	1.28	1.27
消費全般の動向が弱い	1.46	1.61	1.63	1.58
商品市場の消費動向が弱い	1.51	1.63	1.59	1.44
商品シェアが小さい	1.29	1.41	1.60	1.50
競合他社の価格が上昇していない	2.29	2.35	2.43	2.14
販売先企業からの要請（契約含む）	2.28	2.30	2.36	2.44
戦略的な価格設定（販売促進のため）をしている	1.76	1.66	1.70	1.67
異業種からの参入のおそれ	1.21	1.21	1.31	1.28
国内外の政治や政策の先行きが読めない	1.34	1.29	1.27	1.31
その他	1.40	1.73	1.32	1.05

図表 3-3-37 ブランド浸透度別の価格転嫁できない理由（現状、近い将来）

	大変浸透している	概ね浸透している	まあまあ浸透している	あまり浸透していない
株主等からの利益追求圧力が小さい	1.17	1.17	1.20	1.18
製造コストの増加を吸収できる	1.60	1.62	1.53	1.55
人件費等コストの増加を吸収できる	1.52	1.57	1.46	1.55
メニューコストを許容できない	1.31	1.31	1.32	1.25
消費全般の動向が弱い	1.48	1.56	1.62	1.53
商品市場の消費動向が弱い	1.56	1.60	1.60	1.42
商品シェアが小さい	1.25	1.37	1.58	1.50
競合他社の価格が上昇していない	2.30	2.31	2.41	2.12
販売先企業からの要請（契約含む）	2.31	2.28	2.34	2.48
戦略的な価格設定（販売促進のため）をしている	1.77	1.67	1.70	1.67
異業種からの参入のおそれ	1.23	1.25	1.31	1.33
国内外の政治や政策の先行きが読めない	1.33	1.32	1.25	1.31
その他	1.50	1.73	1.25	1.12

性能・品質との関係でみると、ブランド浸透度と違い、「非常に良い」企業で「戦略的な価格設定をしている」がために価格転嫁しなかったと答える割合は決して多くない（図表 3-3-38、図表 3-3-39）。「競合他社の価格が上昇していない」や「販売先企業からの要請」が最大の非転嫁要因であり、しかもこの点は性能・品質評価如何によらない。ただ、「改善の余地がある」層においては「商品シェアが小さい」を転嫁できない要因として挙げる企業が相対的に多いという特徴が見られる。

こうした特長は、5年前、現状あるいは近い将来ともにみられる。

図表 3-3-38 性能・品質別の価格転嫁できなかった理由（5年前）

	非常に良い	良い方である	平均的である	改善の余地がある
株主等からの利益追求圧力が小さい	1.20	1.19	1.15	1.37
製造コストの増加を吸収できる	1.60	1.64	1.43	1.69
人件費等コストの増加を吸収できる	1.52	1.56	1.43	1.73
メニューコストを許容できない	1.37	1.33	1.18	1.43
消費全般の動向が弱い	1.51	1.60	1.57	1.87
商品市場の消費動向が弱い	1.52	1.61	1.49	1.75
商品シェアが小さい	1.35	1.43	1.58	1.69
競合他社の価格が上昇していない	2.33	2.32	2.38	2.12
販売先企業からの要請（契約含む）	2.33	2.35	2.32	2.56
戦略的な価格設定（販売促進のため）をしている	1.65	1.72	1.65	1.62
異業種からの参入のおそれ	1.24	1.24	1.24	1.56
国内外の政治や政策の先行きが読めない	1.30	1.31	1.25	1.44
その他	1.50	1.40	1.27	1.33

図表 3-3- 39 性能・品質別の価格転嫁できない理由（現状、近い将来）

	非常に良い	良い方である	平均的である	改善の余地がある
株主等からの利益追求圧力が小さい	1.18	1.19	1.13	1.53
製造コストの増加を吸収できる	1.60	1.62	1.43	1.76
人件費等コストの増加を吸収できる	1.51	1.55	1.45	1.71
メニューコストを許容できない	1.37	1.33	1.18	1.37
消費全般の動向が弱い	1.54	1.55	1.53	2.12
商品市場の消費動向が弱い	1.55	1.58	1.50	1.82
商品シェアが小さい	1.34	1.42	1.49	1.76
競合他社の価格が上昇していない	2.35	2.28	2.34	2.29
販売先企業からの要請（契約含む）	2.36	2.34	2.33	2.47
戦略的な価格設定（販売促進のため）をしている	1.67	1.73	1.66	1.47
異業種からの参入のおそれ	1.29	1.27	1.26	1.59
国内外の政治や政策の先行きが読めない	1.29	1.29	1.29	1.41
その他	1.50	1.44	1.29	1.25

成長性でみると、「大いに成長が望める」層では、5年前、現状あるいは近い将来ともに「戦略的な価格設定をしている」を挙げる割合が他の層より多いが、やはり「競合他社の価格が上昇していない」や「販売先企業からの要請」が最大の非転嫁要因であるという点では他の市場特性項目と変わるところがない（図表 3-3- 40、図表 3-3- 41）。

また、5年前、現状あるいは近い将来ともに、成長が不透明である層で「商品シェアが小さい」を上げる割合が多いという点も指摘できる。

図表 3-3- 40 成長性別の価格転嫁できなかった理由（5年前）

	大いに成長が望める	成長基調にある	現状は維持できる	成長は不透明である
株主等からの利益追求圧力が小さい	1.08	1.21	1.16	1.21
製造コストの増加を吸収できる	1.76	1.61	1.65	1.43
人件費等コストの増加を吸収できる	1.62	1.56	1.58	1.40
メニューコストを許容できない	1.17	1.29	1.34	1.28
消費全般の動向が弱い	1.42	1.39	1.58	1.76
商品市場の消費動向が弱い	1.46	1.53	1.57	1.61
商品シェアが小さい	1.33	1.31	1.45	1.61
競合他社の価格が上昇していない	2.48	2.22	2.32	2.43
販売先企業からの要請（契約含む）	2.32	2.33	2.30	2.41
戦略的な価格設定（販売促進のため）をしている	1.92	1.72	1.72	1.58
異業種からの参入のおそれ	1.25	1.25	1.23	1.28
国内外の政治や政策の先行きが読めない	1.25	1.29	1.26	1.36
その他	1.00	1.38	1.37	1.40

図表 3-3- 41 成長性別の価格転嫁できない理由（現状、近い将来）

	大いに成長 が望める	成長基調に ある	現状は維持 できる	成長は不透 明である
株主等からの利益追求圧力が小さい	1.15	1.23	1.16	1.18
製造コストの増加を吸収できる	1.71	1.63	1.64	1.42
人件費等コストの増加を吸収できる	1.55	1.57	1.57	1.41
メニューコストを許容できない	1.29	1.30	1.31	1.29
消費全般の動向が弱い	1.43	1.33	1.55	1.74
商品市場の消費動向が弱い	1.50	1.51	1.55	1.63
商品シェアが小さい	1.30	1.28	1.42	1.58
競合他社の価格が上昇していない	2.38	2.23	2.30	2.37
販売先企業からの要請（契約含む）	2.36	2.31	2.30	2.42
戦略的な価格設定（販売促進のため）をしている	1.91	1.78	1.69	1.62
異業種からの参入のおそれ	1.35	1.30	1.25	1.30
国内外の政治や政策の先行きが読めない	1.30	1.32	1.27	1.32
その他	1.00	1.44	1.41	1.35

収益力でみると、5年前、現状あるいは近い将来ともに「高い収益力がある」層でも「販売先企業からの要請」が最大の非転嫁要因であるが、同時に「製造コストの増加を吸収できる」、「人件費コストの増加を吸収できる」、「戦略的な価格設定をしている」への回答も多い点が特徴といえる（図表 3-3- 42、図表 3-3- 43）。

「現在のところ収益は出ていない」層では、5年前、現状あるいは近い将来ともに「競合他社の価格が上昇していない」という回答が多い他、「市場シェアが小さい」を挙げる割合も相対的に多いという特徴がみられる。

図表 3-3- 42 収益力別の価格転嫁できなかった理由（5年前）

	高い収益力 がある	まあまあ収 益力がある	少し収益は 出ている	現在のところ 収益は出 ていない
株主等からの利益追求圧力が小さい	1.18	1.22	1.16	1.18
製造コストの増加を吸収できる	1.89	1.71	1.47	1.06
人件費等コストの増加を吸収できる	1.91	1.62	1.43	1.00
メニューコストを許容できない	1.27	1.35	1.28	1.12
消費全般の動向が弱い	1.33	1.52	1.65	1.76
商品市場の消費動向が弱い	1.48	1.52	1.62	1.53
商品シェアが小さい	1.21	1.35	1.57	1.58
競合他社の価格が上昇していない	1.94	2.27	2.43	2.36
販売先企業からの要請（契約含む）	2.21	2.31	2.39	2.22
戦略的な価格設定（販売促進のため）をしている	1.77	1.73	1.65	1.56
異業種からの参入のおそれ	1.24	1.22	1.28	1.12
国内外の政治や政策の先行きが読めない	1.21	1.28	1.33	1.20
その他	2.00	1.27	1.43	1.50

図表 3-3- 43 収益力別の価格転嫁できない理由（現状、近い将来）

	高い収益力 がある	まあまあ収 益力がある	少し収益は 出ている	現在のところ収益は出 ていない
株主等からの利益追求圧力が小さい	1.21	1.20	1.16	1.16
製造コストの増加を吸収できる	1.89	1.70	1.46	1.10
人件費等コストの増加を吸収できる	1.92	1.62	1.43	1.05
メニューコストを許容できない	1.29	1.33	1.29	1.11
消費全般の動向が弱い	1.34	1.50	1.60	1.88
商品市場の消費動向が弱い	1.53	1.53	1.59	1.67
商品シェアが小さい	1.18	1.34	1.53	1.52
競合他社の価格が上昇していない	1.85	2.25	2.40	2.28
販売先企業からの要請（契約含む）	2.21	2.30	2.40	2.14
戦略的な価格設定（販売促進のため）をしている	1.80	1.72	1.67	1.58
異業種からの参入のおそれ	1.35	1.26	1.29	1.16
国内外の政治や政策の先行きが読めない	1.29	1.27	1.32	1.26
その他	2.00	1.22	1.49	1.40

③ 企業規模との関係でみた「コストを転嫁できていない理由」

規模別にみると、売上高 500 億円以上の企業に「戦略的な価格設定をしている」への回答比率が高いという特徴がうかがえる（図表 3-3- 44、図表 3-3- 45）。すなわち能動的な価格据え置きは主として大企業に見受けられる価格行動といえよう。その他の項目については規模による顕著な差異は見受けられない。「競合他社の価格が上昇していない」は総ての規模の企業にとって価格決定の最大のポイントであり、また「販売先企業からの要請」は、大企業といえども決して無視できない要因であることが分かる。

図表 3-3- 44 規模別の転嫁できていない理由（5 年前）

	50 億円未 満	50 億円以 上・100 億 円未満	100 億円 以上・250 億円未満	250 億円 以上・500 億円未満	500 億円 以上
株主等からの利益追求圧力が小さい	1.23	1.18	1.17	1.22	1.08
製造コストの増加を吸収できる	1.60	1.58	1.58	1.63	1.50
人件費等コストの増加を吸収できる	1.52	1.51	1.52	1.58	1.50
メニューコストを許容できない	1.29	1.29	1.28	1.38	1.36
消費全般の動向が弱い	1.66	1.61	1.58	1.36	1.43
商品市場の消費動向が弱い	1.62	1.51	1.63	1.41	1.49
商品シェアが小さい	1.49	1.46	1.45	1.35	1.44
競合他社の価格が上昇していない	2.30	2.37	2.30	2.32	2.48
販売先企業からの要請（契約含む）	2.32	2.37	2.36	2.31	2.33
戦略的な価格設定（販売促進のため）をしている	1.56	1.76	1.72	1.70	1.92
異業種からの参入のおそれ	1.28	1.27	1.22	1.22	1.14
国内外の政治や政策の先行きが読めない	1.34	1.29	1.27	1.28	1.22
その他	1.46	1.17	1.44	1.00	2.00

図表 3-3- 45 規模別の転嫁できない理由（現状、近い将来）

	50 億円未 満	50 億円以 上・100 億 円未満	100 億円以 上・250 億 円未満	250 億円以 上・500 億 円未満	500 億円以 上
株主等からの利益追求圧力が小さい	1.23	1.17	1.15	1.20	1.11
製造コストの増加を吸収できる	1.58	1.55	1.57	1.63	1.57
人件費等コストの増加を吸収できる	1.52	1.50	1.50	1.60	1.56
メニューコストを許容できない	1.29	1.30	1.27	1.33	1.41
消費全般の動向が弱い	1.63	1.59	1.54	1.29	1.44
商品市場の消費動向が弱い	1.59	1.57	1.58	1.37	1.53
商品シェアが小さい	1.43	1.45	1.46	1.28	1.49
競合他社の価格が上昇していない	2.29	2.36	2.22	2.27	2.53
販売先企業からの要請（契約含む）	2.30	2.41	2.34	2.29	2.35
戦略的な価格設定（販売促進のため）をしている	1.58	1.77	1.71	1.62	2.00
異業種からの参入のおそれ	1.30	1.28	1.26	1.22	1.28
国内外の政治や政策の先行きが読めない	1.31	1.35	1.25	1.28	1.26
その他	1.39	1.31	1.50	1.00	2.00

④ 業種との関係でみた「コストを転嫁できていない理由」

5年前に転嫁できていない理由については、「競合他社の価格が上昇していない」、「販売先企業からの要請」の2つが価格転嫁できない最大の要因であることは前記の通りであるが、この点に関しては業種による顕著な差異は見受けられない（図表 3-3- 46）。

ただ、「石油製品・石炭製品」では、「競合他社の価格が上昇していない」とともに、「消費全般の動向が弱い」ことを理由に挙げる企業が多い反面、「戦略的な価格設定をしている」をあげる企業は少ないこと、戦略的価格設定の結果として価格転嫁していない能動的な価格据え置き型の企業は、「生産用機械器具」、「繊維工業」、「はん用・業務用機器器具」等の業種で多く見受けられるといった特徴はうかがえる。

現状あるいは近い将来に転嫁できない理由についても、業種別にみた傾向は5年前とほぼ同様であるが、「戦略的な価格設定をしている」による能動的な価格据え置き型の企業は「繊維工業」、「輸送用機械器具」等の業種企業で5年前に比べ少なくなっており、逆に「化学工業」、「はん用・業務用機械器具」で増えている（図表 3-3- 47）。

図表 3-3- 46 業種別の転嫁できていない理由（5年前）

	繊維工業	パルプ・紙・紙加工品製造業	化学工業	石油製品・石炭製品製造業	プラスチック製品製造業	窯業・土石製品製造業	鉄鋼業	非鉄金属製造業
株主等からの利益追求圧力が小さい	1.00	1.04	1.17	1.00	1.17	1.23	1.21	1.24
製造コストの増加を吸収できる	1.54	1.60	1.63	1.00	1.58	1.52	1.52	1.41
人件費等コストの増加を吸収できる	1.38	1.52	1.51	1.00	1.48	1.40	1.50	1.35
メニューコスト(商品カタログや値札等改定コスト)を許容できない	1.15	1.16	1.26	1.00	1.37	1.36	1.04	1.19
消費全般の動向が弱い	1.85	1.84	1.57	2.25	1.53	1.81	1.54	1.41
商品市場の消費動向が弱い	1.69	1.96	1.53	1.25	1.52	1.81	1.56	1.56
商品シェアが小さい	1.69	1.52	1.43	1.75	1.35	1.76	1.42	1.25
競合他社の価格が上昇していない	2.43	2.50	2.48	2.50	2.50	2.38	1.96	2.56
販売先企業からの要請(契約含む)	2.57	2.40	2.28	2.25	2.50	2.12	2.04	2.28
戦略的な価格設定(販売促進のため)をしている	1.85	1.60	1.71	1.25	1.63	1.52	1.42	1.47
異業種からの参入のおそれ	1.23	1.16	1.26	1.75	1.30	1.20	1.08	1.12
国内外の政治や政策の先行きが読めない	1.38	1.32	1.17	1.00	1.27	1.52	1.43	1.29
その他	1.00	1.67	1.00	1.00	1.50	1.33	1.60	1.00
	金属製品製造業	はん用・業務用機械器具製造業	生産用機械器具製造業	電子部品・デバイス・電子回路製造業	電気・情報通信機械器具製造業	輸送用機械器具製造業	その他の製造業	
株主等からの利益追求圧力が小さい	1.21	1.13	1.27	1.18	1.26	1.15	1.20	
製造コストの増加を吸収できる	1.57	1.48	1.70	1.52	1.65	1.47	1.68	
人件費等コストの増加を吸収できる	1.50	1.48	1.62	1.54	1.57	1.48	1.61	
メニューコスト(商品カタログや値札等改定コスト)を許容できない	1.23	1.25	1.22	1.21	1.47	1.28	1.45	
消費全般の動向が弱い	1.70	1.54	1.51	1.26	1.61	1.21	1.77	
商品市場の消費動向が弱い	1.66	1.57	1.46	1.36	1.56	1.34	1.65	
商品シェアが小さい	1.45	1.52	1.45	1.33	1.52	1.22	1.54	
競合他社の価格が上昇していない	2.32	2.29	2.25	2.30	2.34	2.10	2.37	
販売先企業からの要請(契約含む)	2.31	2.10	2.28	2.55	2.32	2.44	2.39	
戦略的な価格設定(販売促進のため)をしている	1.71	1.77	1.89	1.74	1.79	1.63	1.71	
異業種からの参入のおそれ	1.22	1.17	1.11	1.23	1.49	1.12	1.31	
国内外の政治や政策の先行きが読めない	1.46	1.40	1.32	1.28	1.36	1.17	1.16	
その他	1.56	-	1.57	2.00	1.14	1.33	1.25	

図表 3-3- 47 業種別の転嫁できない理由（現状、近い将来）

	繊維工業	パルプ・紙・紙加工品製造業	化学工業	石油製品・石炭製品製造業	プラスチック製品製造業	窯業・土石製品製造業	鉄鋼業	非鉄金属製造業
株主等からの利益追求圧力が小さい	1.18	1.05	1.23	1.00	1.16	1.15	1.18	1.31
製造コストの増加を吸収できる	1.45	1.57	1.67	1.00	1.56	1.56	1.56	1.37
人件費等コストの増加を吸収できる	1.45	1.55	1.51	1.00	1.47	1.40	1.59	1.31
メニューコスト(商品カタログや値札等改定コスト)を許容できない	1.09	1.23	1.26	1.00	1.39	1.28	1.12	1.19
消費全般の動向が弱い	2.18	1.83	1.58	2.00	1.72	1.81	1.53	1.31
商品市場の消費動向が弱い	2.09	1.65	1.54	1.33	1.58	1.74	1.72	1.37
商品シェアが小さい	1.55	1.65	1.51	2.00	1.35	1.81	1.24	1.12
競合他社の価格が上昇していない	2.50	2.46	2.46	2.33	2.55	2.38	1.89	2.35
販売先企業からの要請(契約含む)	2.50	2.30	2.27	2.00	2.52	2.12	2.00	2.24
戦略的な価格設定(販売促進のため)をしている	1.64	1.52	1.83	1.33	1.65	1.58	1.37	1.56
異業種からの参入のおそれ	1.27	1.22	1.29	2.00	1.58	1.12	1.19	1.06
国内外の政治や政策の先行きが読めない	1.55	1.35	1.17	1.00	1.35	1.48	1.50	1.25
その他	1.00	2.33	1.33	-	1.50	1.33	1.75	1.00
	金属製品製造業	はん用・業務用機械器具製造業	生産用機械器具製造業	電子部品・デバイス・電子回路製造業	電気・情報通信機械器具製造業	輸送用機械器具製造業	その他の製造業	
株主等からの利益追求圧力が小さい	1.19	1.13	1.22	1.16	1.25	1.14	1.18	
製造コストの増加を吸収できる	1.49	1.45	1.57	1.53	1.67	1.49	1.69	
人件費等コストの増加を吸収できる	1.43	1.45	1.46	1.57	1.58	1.49	1.62	
メニューコスト(商品カタログや値札等改定コスト)を許容できない	1.20	1.30	1.27	1.22	1.43	1.26	1.40	
消費全般の動向が弱い	1.60	1.57	1.51	1.22	1.54	1.19	1.72	
商品市場の消費動向が弱い	1.56	1.68	1.49	1.41	1.59	1.34	1.65	
商品シェアが小さい	1.38	1.52	1.46	1.27	1.43	1.24	1.50	
競合他社の価格が上昇していない	2.21	2.29	2.30	2.18	2.36	2.07	2.35	
販売先企業からの要請(契約含む)	2.24	2.19	2.34	2.58	2.36	2.48	2.35	
戦略的な価格設定(販売促進のため)をしている	1.79	1.87	1.81	1.76	1.78	1.52	1.73	
異業種からの参入のおそれ	1.25	1.20	1.11	1.24	1.49	1.11	1.32	
国内外の政治や政策の先行きが読めない	1.40	1.40	1.30	1.24	1.39	1.19	1.15	
その他	1.44	1.00	1.50	1.40	1.12	1.40	1.37	

⑤（参考）規模・業種との関係でみた「コストを転嫁できていない理由」

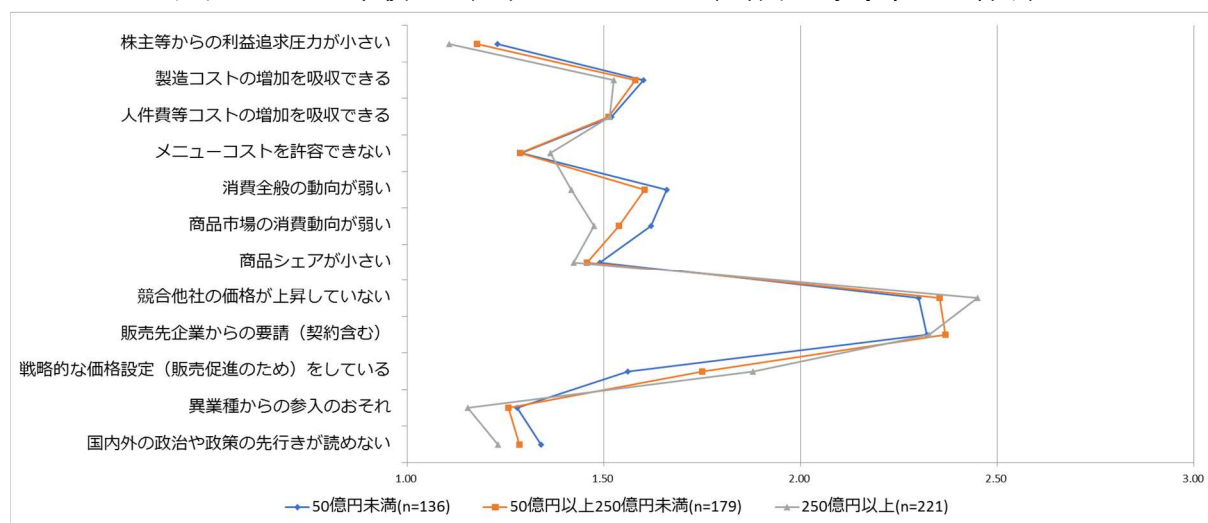
以下では、「コストを転嫁できていない理由」について、規模別・業種別に「コストを転嫁できていない理由」をみていく。「コストを転嫁できている理由」では、サンプル数の都合上、製造業の全業種と「化学工業」、「輸送用機械器具」、「電気・情報通信機械器具」の3業種の結果を示したが、ここでも同様の扱いをする。

全業種と上記3業種に関する、価格を転嫁できない理由のスコアは次の図表のとおり¹⁴（図表3-3-48、図表3-3-49、図表3-3-50、図表3-3-51）。

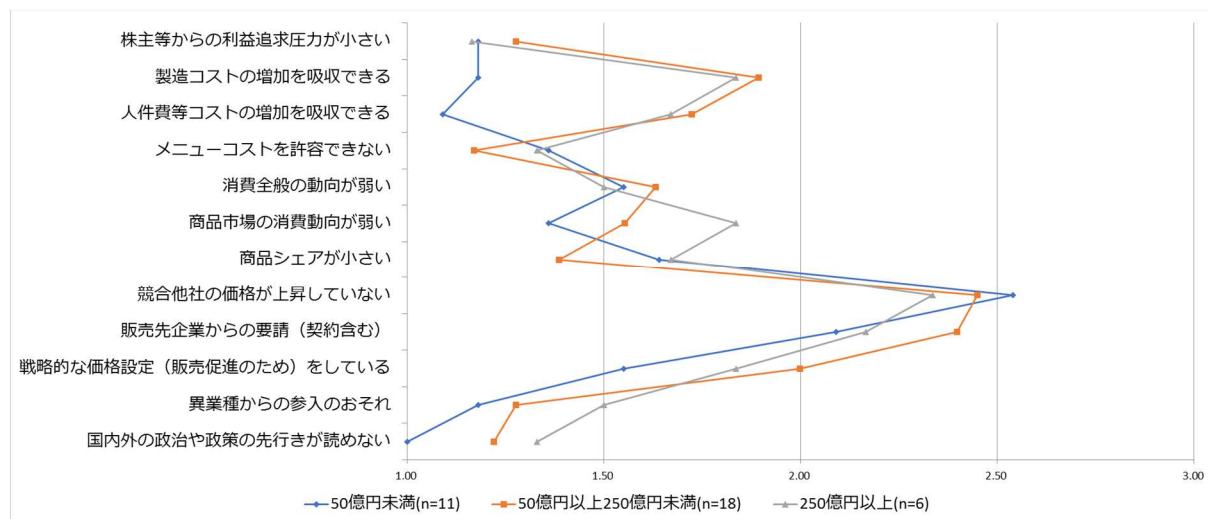
先に規模別の比較（図表3-3-44、図表3-3-45）で、売上高500億円以上の企業に「戦略的な価格設定をしている」への回答比率が高いことをみだが、これは業種によっては成り立たないことが分かる。「化学工業」と「電気・情報通信機械器具」では、「50億円以上250億円未満」が「250億円以上」を上回っており、「輸送用機械器具」では「50億円以上」のスコアが最大となっている。

業種別にみて規模の差が顕著なのは、「製造コストの増加を吸収できる」と「人件費等コストの増加を吸収できる」のコスト吸収力である。具体的には、「化学工業」では「50億円未満」が顕著に小さくなっており、「輸送用機械器具」では「250億円以上」が他より明確に上回っている。一方、「電気・情報通信機械器具」では、「250億円以上」でコスト吸収力が最も小さくなっている。

図表 3-3- 48 規模別の転嫁できない理由（全業種：現状、近い将来）

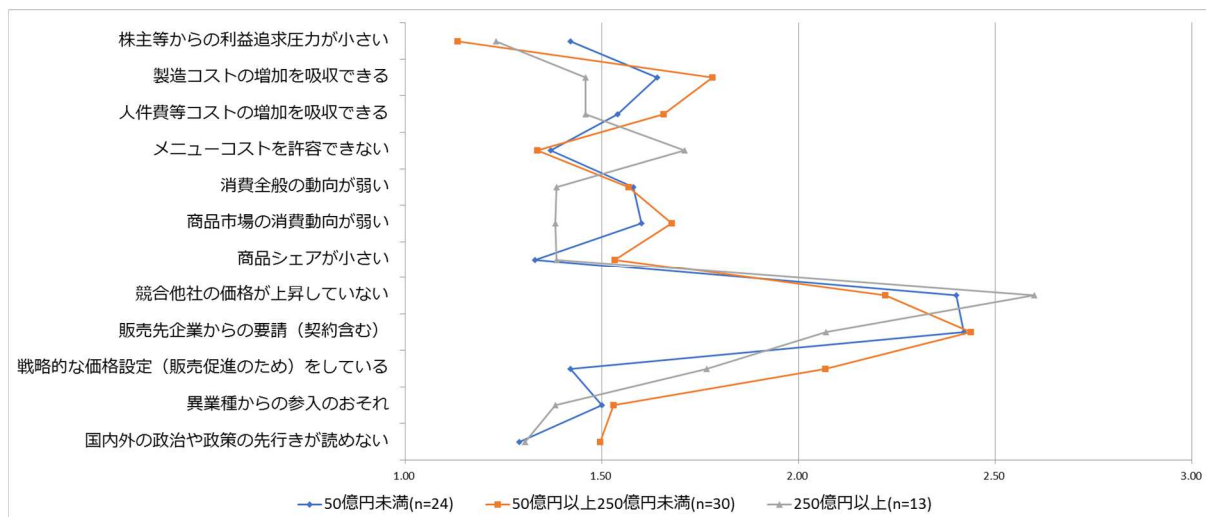


図表 3-3- 49 規模別の転嫁できない理由（化学工業：現状、近い将来）

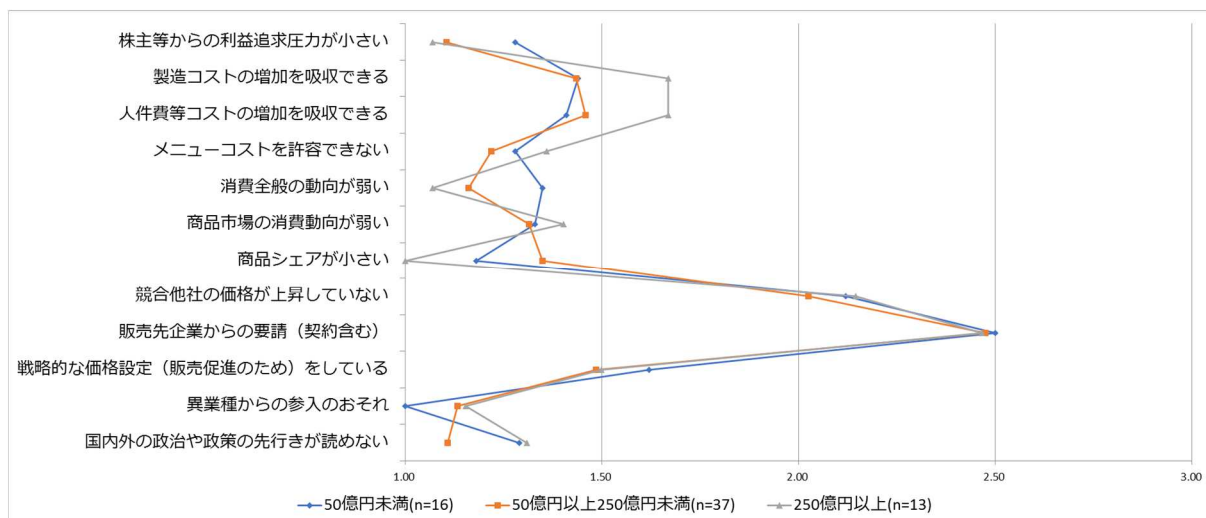


¹⁴ 図表 3-3- 49 にあるように、「化学工業」については、250 億円以上の企業は 6 社であり 10 社に満たないが、より多くの業種の結果を示すために、ここに提示している。

図表 3-3- 50 規模別の転嫁できない理由（電気・情報通信機械器具：現状、近い将来）



図表 3-3- 51 規模別の転嫁できない理由（輸送用機械器具：現状、近い将来）



3-4. 不確実性に対する認識

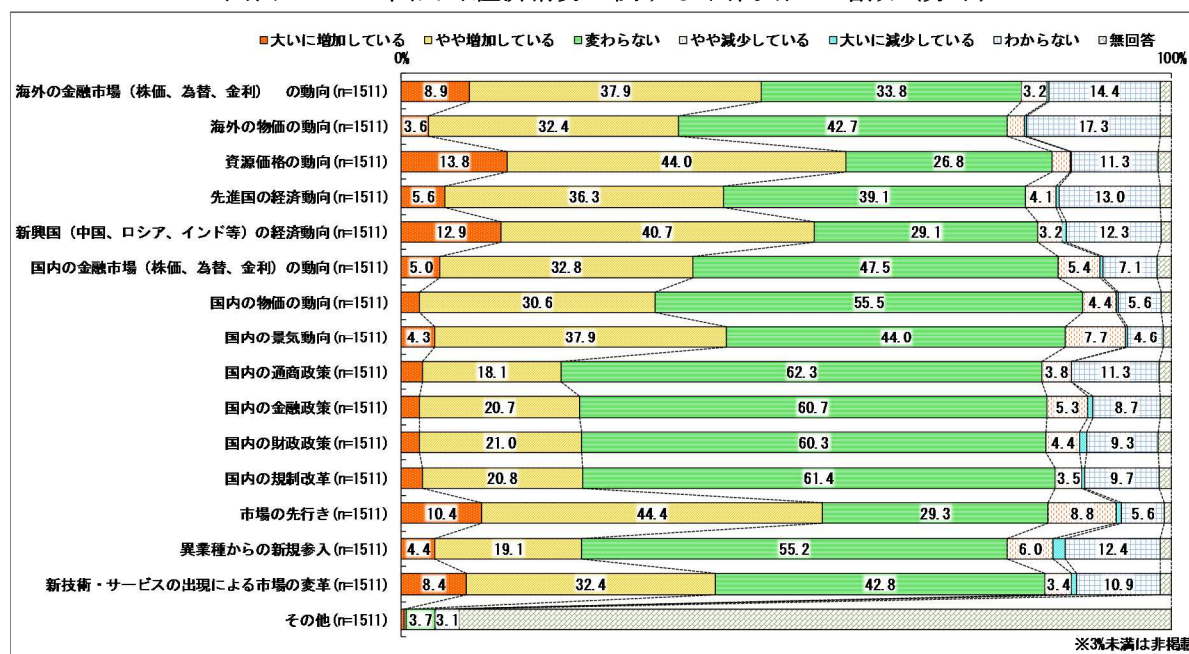
3-4-1. 不確実性の増減についての認識（概観）

次の表の4分類15項目について、足下の不確実性の増減を企業がどう認識しているのかを調査した。

カテゴリー	設問の選択肢
I. 海外経済要因	「海外の金融市場の動向」、「海外の物価の動向」、「資源価格の動向」、「先進国の経済動向」、「新興国の経済動向」
II. 国内経済要因	「国内の金融市場の動向」、「国内の物価の動向」、「国内の景気動向」
III. 国内政策要因	「国内の通商政策」、「国内の金融政策」、「国内の財政政策」、「国内の規制改革」
IV. 市場要因	「市場の先行き」、「異業種からの新規参入」、「新技術・新サービスの出現による市場の変革」

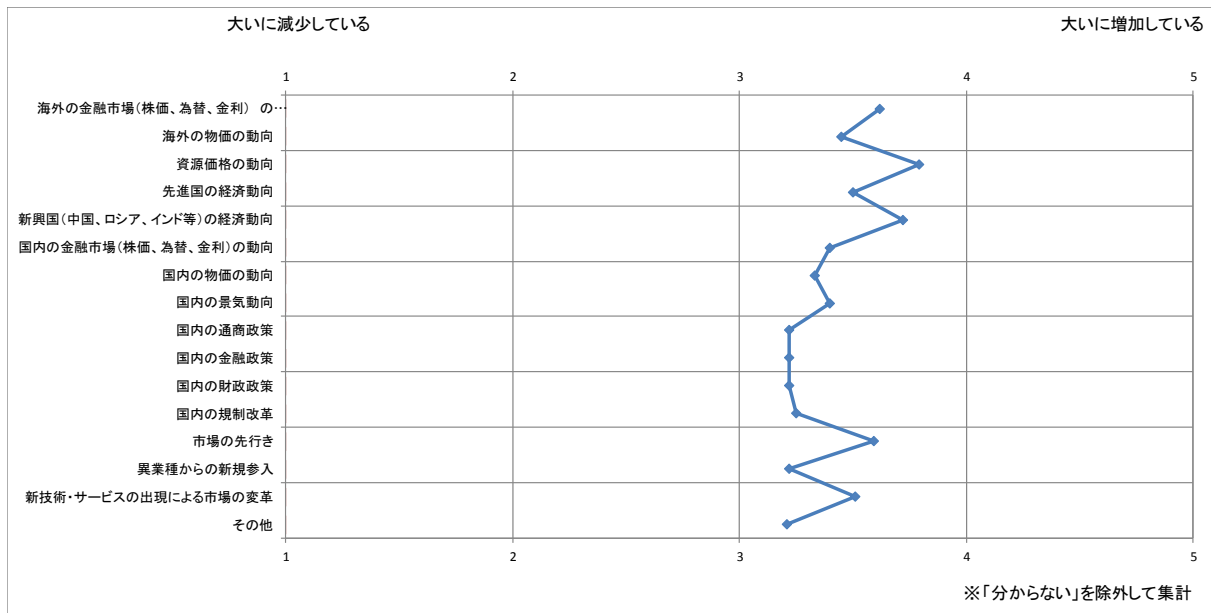
企業が足下で認識する不確実性の増減は、次の図表のとおり（図表 3-4-1）。

図表 3-4-1 国内外経済情勢に関する不確実性の増減（分布）



この結果について、各項目の不確実性について、「大いに減少している」を1ポイント、「やや減少している」を2ポイント、「変わらない」を3ポイント、「やや増加している」を4ポイント、「大いに増加している」を5ポイントとして、それぞれの回答数で加重平均すると、次の図表のとおり整理できる（図表 3-4-2）。これをみると、「資源価格の動向」、「新興国の経済動向」、「海外の金融市場の動向」、「市場の先行き」について不確実性がやや増加しつつあることが分かる。一方で、「国内経済要因」や「国内政策要因」についての不確実性はあまり変わっていないことが分かる。

図表 3-4-2 国内外経済情勢に関する不確実性の増減



3-4-2. 企業規模・業種別にみた不確実性増減についての認識

(1) 企業規模別にみた不確実性増減についての認識

企業規模別にみた不確実性の増減は、次のとおり(図表 3-4-3)。不確実性増加が顕著な「海外経済要因」であるが、企業規模との相関はうかがえない。企業規模との関係についてあえて言及すれば、「資源価格の動向」に関する不確実性は企業規模のより小さい企業の方が増加するとみる割合が高くなっているということぐらいであろうか。

「国内経済要因」について企業規模との相関をみると、わずかながら負の相関がうかがえる。

つまり中堅・中小規模企業ほど「国内経済要因」、なかでも「国内の物価動向」、「国内の景気動向」に関する不確実性が増大すると考える傾向が強い。

「国内政策要因」の不確実性は概してあまり増加しないものの、企業規模との関係でわずかながら負の相関がみられるという点で「国内経済要因」に通じるものがある。

「市場要因」のうち、「市場の先行き」は企業規模に拘らず不確実増大項目とみられており、「新技術・新サービスの出現による市場の変革」、「異業種からの新規参入」は企業規模との明確な正の相関がみられる数少ない項目といえる。

図表 3-4-3 規模別の不確実性の状況

	50 億円未満	50 億円以上 100 億円未満	100 億円以上 250 億円未満	250 億円以上 500 億円未満	500 億円 以上
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	3.58	3.64	3.65	3.61	3.60
海外の物価の動向	3.41	3.47	3.53	3.45	3.36
資源価格の動向	3.76	3.84	3.87	3.76	3.63
先進国の経済動向	3.48	3.50	3.52	3.59	3.40
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	3.69	3.73	3.75	3.79	3.68
国内の金融市場（株価、為替、金利）の動向	3.39	3.49	3.36	3.39	3.31
国内の物価の動向	3.37	3.35	3.32	3.30	3.17
国内の景気動向	3.41	3.48	3.39	3.39	3.20
国内の通商政策	3.20	3.28	3.22	3.25	3.12
国内の金融政策	3.20	3.28	3.22	3.25	3.12
国内の財政政策	3.22	3.28	3.18	3.28	3.12
国内の規制改革	3.22	3.33	3.24	3.28	3.12
市場の先行き	3.54	3.63	3.60	3.69	3.52
異業種からの新規参入	3.21	3.23	3.16	3.23	3.32
新技術・サービスの出現による市場の変革	3.47	3.49	3.49	3.53	3.70
その他	3.23	3.00	3.12	3.40	4.00

（２）業種別にみた不確実性増減についての認識

業種別の不確実性の増減を示す（図表 3-4-4）。はじめに表を縦方向に読むと次のような傾向が抽出できる。

まず、「パルプ・紙・紙加工」、「鉄鋼業」、「非鉄金属」、「生産用機械器具」は多くの要因について「不確実性が増加する」と考える企業が相対的に多い。反対に「化学工業」、「窯業・土石」、「金属製品」、「はん用・業務用機械器具」、「電気・情報通信機械器具」、「その他の製造業」は不確実性が増加すると考える企業が相対的に少ない。

次に表を横方向に読むと、次のようなことが言える。

「海外経済要因」のうち、「海外の金融市場の動向」に関する不確実性が増加すると考える企業は「繊維工業」と「パルプ・紙・紙加工」、「海外物価の動向」に関する不確実性は「パルプ・紙・紙加工」、「資源価格の動向」に関する不確実性は「パルプ・紙・紙加工」、「石油・石炭製品」、先進国の経済動向は「非鉄金属」、「新興国の経済動向」は「パルプ・紙・紙加工」で最も多くなっている。

「国内経済要因」に関しては概して業種による際立った差はみられない。

「国内政策要因」についても同様であるが、「パルプ・紙・紙加工」では、同要因の不確実性が増加するとみる企業が他業種に比べ多いという特徴が指摘できる。これは、表を縦方向に読んだ場合の結果からも明らかである。

「市場要因」全般に対して不確実性の増加を最も強く意識しているのは「輸送用機械器具」であり、そのうち「市場の先行き」については他に「パルプ・紙・紙加工」、「非鉄金属」、「はん用・業務用機械器具」で、「異業種からの新規参入」については「石油・石炭製品」、「プラスチック」、「電気・情報通信機械器具」で、「新技術・新サービスの出現による市場の変革」については「生産用機械器具」、「電子部品・デバイス・電子回路」、「電気・情報通信機械器具」で不確実性の増加を意識している企業が多くなっている。

図表 3-4-4 業種別の不確実性増減についての認識

	繊維工業	パルプ・紙・紙加工品製造業	化学工業	石油製品・石炭製品製造業	プラスチック製品製造業	窯業・土石製品製造業	鉄鋼業	非鉄金属製造業
海外の金融市場(株価、為替、金利)の動向	3.79	3.73	3.66	3.50	3.68	3.63	3.56	3.71
海外の物価の動向	3.56	3.67	3.57	3.50	3.52	3.44	3.52	3.50
資源価格の動向	3.90	4.20	3.88	4.20	3.89	3.98	3.97	3.92
先進国の経済動向	3.44	3.60	3.47	3.30	3.42	3.50	3.61	3.63
新興国(中国、ロシア、インド等)の経済動向	3.81	4.04	3.74	3.60	3.69	3.57	3.88	3.81
国内の金融市場(株価、為替、金利)の動向	3.25	3.58	3.41	3.36	3.47	3.40	3.32	3.52
国内の物価の動向	3.28	3.70	3.34	3.36	3.31	3.29	3.41	3.33
国内の景気動向	3.34	3.67	3.42	3.36	3.33	3.29	3.38	3.49
国内の通商政策	3.10	3.45	3.20	3.20	3.20	3.19	3.28	3.29
国内の金融政策	3.10	3.45	3.20	3.20	3.20	3.19	3.28	3.29
国内の財政政策	3.25	3.49	3.25	3.20	3.24	3.28	3.22	3.27
国内の規制改革	3.13	3.54	3.34	3.00	3.22	3.21	3.17	3.21
市場の先行き	3.59	3.59	3.47	3.36	3.57	3.42	3.54	3.61
異業種からの新規参入	3.28	3.14	3.16	3.36	3.30	3.08	2.97	3.11
新技術・サービスの出現による市場の変革	3.43	3.35	3.46	3.33	3.48	3.27	3.27	3.46
その他	-	3.00	3.50	3.00	3.67	3.00	3.29	3.00
	金属製品製造業	はん用・業務用機械器具製造業	生産用機械器具製造業	電子部品・デバイス・電子回路製造業	電気・情報通信機械器具製造業	輸送用機械器具製造業	その他の製造業	
海外の金融市場(株価、為替、金利)の動向	3.48	3.62	3.71	3.67	3.62	3.60	3.57	
海外の物価の動向	3.31	3.47	3.42	3.57	3.46	3.39	3.35	
資源価格の動向	3.75	3.66	3.69	3.80	3.66	3.69	3.70	
先進国の経済動向	3.43	3.50	3.51	3.54	3.51	3.51	3.47	
新興国(中国、ロシア、インド等)の経済動向	3.67	3.73	3.73	3.70	3.73	3.74	3.60	
国内の金融市場(株価、為替、金利)の動向	3.30	3.33	3.44	3.44	3.37	3.35	3.44	
国内の物価の動向	3.29	3.22	3.36	3.28	3.29	3.25	3.35	
国内の景気動向	3.36	3.38	3.45	3.38	3.32	3.38	3.40	
国内の通商政策	3.19	3.22	3.28	3.24	3.14	3.22	3.25	
国内の金融政策	3.19	3.22	3.28	3.24	3.14	3.22	3.25	
国内の財政政策	3.18	3.25	3.26	3.19	3.17	3.18	3.18	
国内の規制改革	3.26	3.27	3.26	3.14	3.20	3.25	3.24	
市場の先行き	3.58	3.62	3.77	3.57	3.57	3.74	3.53	
異業種からの新規参入	3.06	3.22	3.15	3.28	3.37	3.36	3.26	
新技術・サービスの出現による市場の変革	3.41	3.49	3.55	3.62	3.62	3.78	3.53	
その他	3.00	3.00	3.00	3.50	3.40	3.40	2.90	

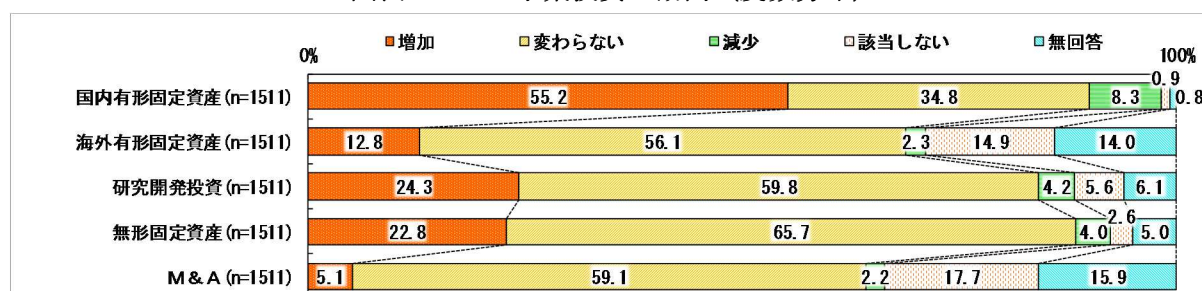
3-5. 事業投資の動向

3-5-1. 各種事業投資の動向

(1) 事業投資動向についての概観

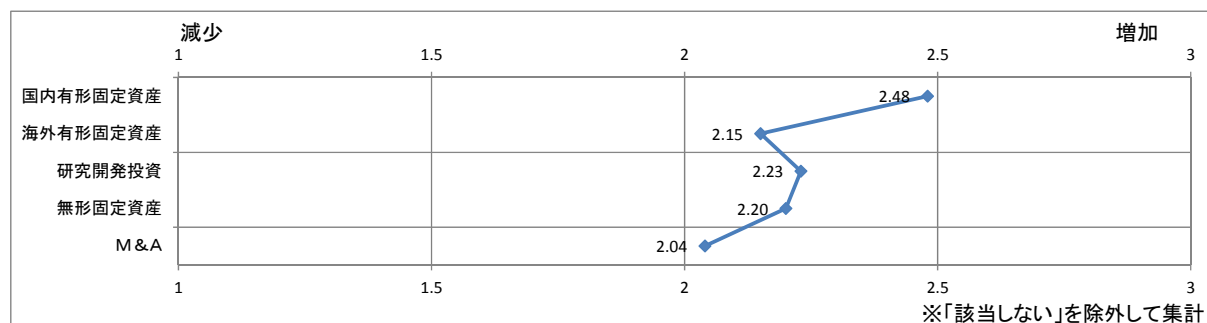
足下の事業投資の増減の状況は、次の図表のとおり（図表 3-5-1）。

図表 3-5-1 事業投資の動向（度数分布）



この結果について、各事業投資について、「減少」を1ポイント、「変わらない」を2ポイント、「増加」を3ポイントとして、それぞれの回答数で加重平均すると、次の図表のとおり整理できる（図表 3-5-2）。これをみると、全体的に増加傾向にあり、特に「国内有形固定資産」が増加していることが分かる。一方で、「M&A」はほとんど変わっていないことが分かる。

図表 3-5-2 事業投資の動向



(2) 主力商品の諸特性との関係でみた事業投資動向

商品市場での諸特性（ブランド浸透度、性能・品質、成長性、収益力）との関係でみると、まず、特性によって「研究開発投資」に顕著な差がみられることが指摘できる（図表 3-5-3、図表 3-5-4、図表 3-5-5、図表 3-5-6）。

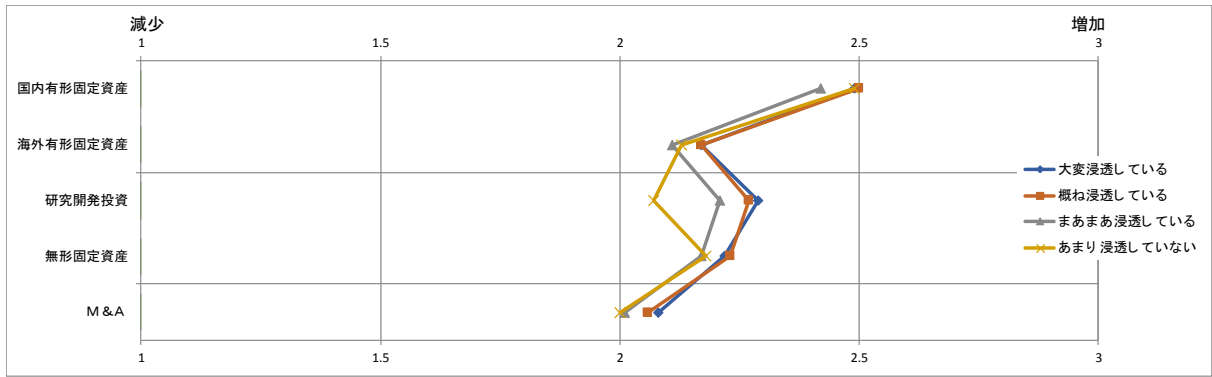
各特性で高スコアの企業ほど、研究開発投資に積極的であることが明確である。とりわけ性能・品質、成長性、収益力で高スコア企業における積極性が目立っている。

全体的に活発な「国内有形固定資産」投資であるが、成長性、収益力の両指標での高スコア企業においては積極性がとりわけ顕著に観察できる。

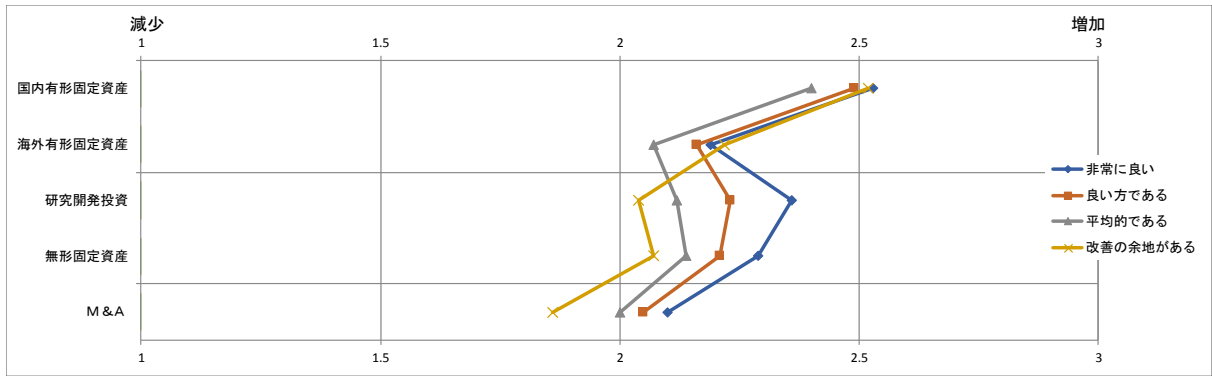
「海外有形固定資産」投資についても概ね同様な傾向は観察されるものの、その差は小さい。

全体的に低調な「無形固定資産」投資や「M&A」についても、性能・品質、成長性、収益力での高スコア企業に限れば、かなり積極的な取り組みがなされていることがうかがえる。

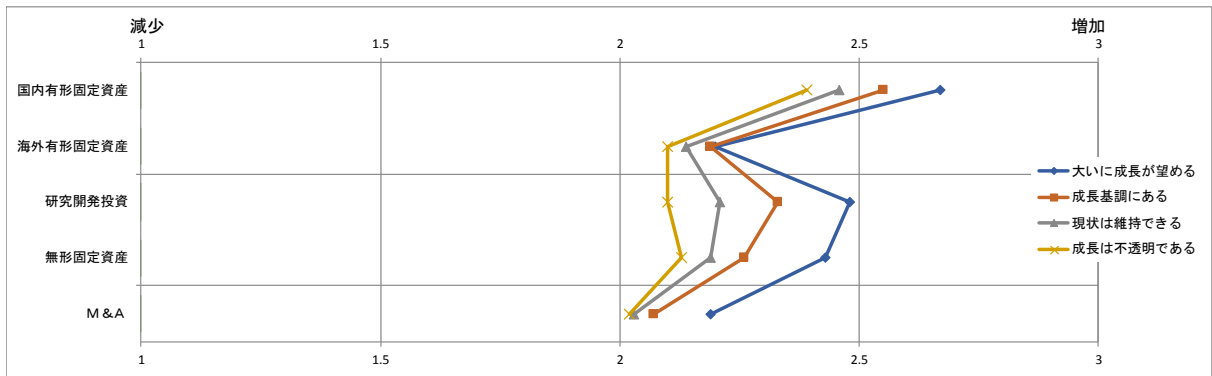
図表 3-5-3 ブランド浸透度別の事業投資動向



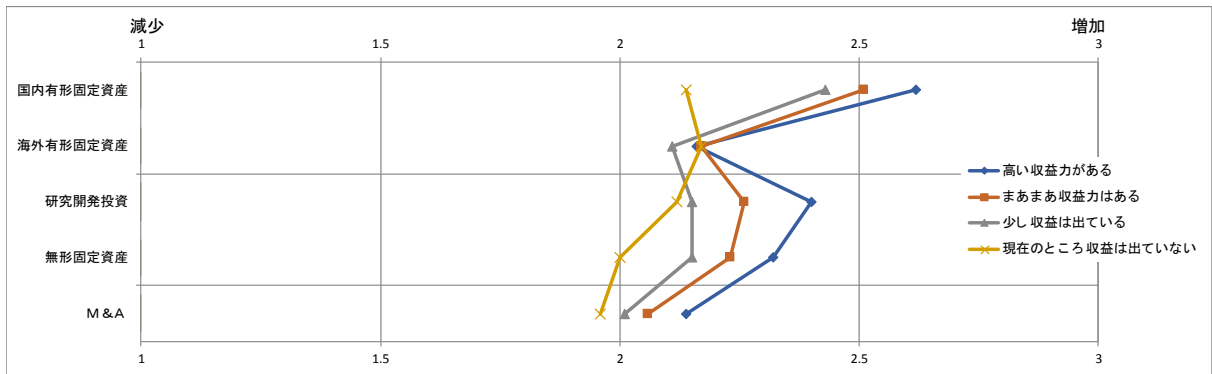
図表 3-5-4 性能・品質評価別の事業投資動向



図表 3-5-5 成長性別の事業投資動向



図表 3-5-6 収益力別の事業投資動向



(3) 企業規模・業種別にみた事業投資動向

① 企業規模別にみた事業投資動向

企業規模別に事業投資動向をみると、売上高規模が「500億円未満」の企業と、「500億円以上」の企業とで傾向に差があることが分かる（図表 3-5-7）。つまり、「500億円未満」の企業では「国内有形固定資産」への投資が比較的增加している一方で、「500億円以上」の企業ではそれ以外の投資（「海外有形固定資産」、「研究開発投資」、「無形固定資産」、「M&A」）が比較的增加している。

図表 3-5-7 規模別の事業投資動向

	50 億円未満	50 億円以上 100 億円未満	100 億円以上 250 億円未満	250 億円以上 500 億円未満	500 億円以上
国内有形固定資産	2.47	2.52	2.48	2.49	2.36
海外有形固定資産	2.07	2.13	2.16	2.20	2.34
研究開発投資	2.19	2.22	2.20	2.26	2.41
無形固定資産	2.16	2.19	2.21	2.26	2.29
M & A	1.98	2.02	2.03	2.07	2.27

② 業種別にみた事業投資動向

業種別に事業投資動向をみると、次のような特徴が指摘できる（図表 3-5-8）。

まず「国内有形固定資産」投資は全体的に増加傾向が目立つが、なかでも「鉄鋼業」の増加が著しく、ついで「非鉄金属」、「輸送用機械器具」で活発な投資が行われている。「繊維工業」、「石油・石炭製品」の「国内有形固定資産」投資はこれらの業種に比してやや控えめといえる。

「海外有形固定資産」投資は「国内有形固定資産」投資に比べるとやや低調だが、「鉄鋼業」、「プラスチック」、「輸送用機械器具」ではかなり積極的な投資がみられた。対して「窯業・土石」の「海外有形固定資産」投資は低調であったといえる。

「研究開発投資」については、業種による差が比較的大きいことがまず指摘できる。最も活発な投資が行われたのは「生産用機械器具」であり、「非鉄金属」がこれに次ぐ。後者の隣接業種である「鉄鋼業」の研究開発投資の低調さは、「国内有形固定資産」投資の牽引車的行動と対照的である。

「無形固定資産」投資については、「研究開発投資」と同様、「生産用機械器具」の積極性が目立っている。次いで「はん用・業務用機械器具」、「電気・情報通信機械器具」で活発な投資が行われており、これらに対して「窯業・土石」、「その他の製造業」の「無形固定資産」投資は低調である。

「M&A」については、「石油・石炭製品」、「パルプ・紙・紙加工」で比較活発な動きがみられている他は、全体的に低調であり、とりわけ「繊維工業」では低調というよりむしろ減少傾向にあるといえる。

図表 3-5-8 業種別の事業投資動向

	繊維工業	パルプ・紙・紙加工 用品製造業	化学工業	石油製品・石炭 製品製造業	プラスチック製品 製造業	窯業・土石製品 製造業	鉄鋼業	非鉄金属製造業
国内有形固定資産	2.27	2.35	2.44	2.27	2.51	2.34	2.64	2.61
海外有形固定資産	2.12	2.03	2.19	2.00	2.21	1.97	2.21	2.17
研究開発投資	2.13	2.19	2.27	2.25	2.25	2.15	2.02	2.31
無形固定資産	2.03	2.22	2.16	2.20	2.25	2.00	2.15	2.24
M&A	1.91	2.12	2.07	2.20	2.07	2.03	2.02	2.00
	金属製品製造業	はん用・業務用 機械器具製造業	生産用機械器具 製造業	電子部品・デバ イス・電子回路 製造業	電気・情報通信 機械器具製造業	輸送用機械器具 製造業	その他の製造業	
国内有形固定資産	2.50	2.56	2.47	2.51	2.37	2.60	2.42	
海外有形固定資産	2.19	2.15	2.09	2.18	2.11	2.20	2.13	
研究開発投資	2.15	2.23	2.33	2.25	2.21	2.28	2.26	
無形固定資産	2.21	2.27	2.30	2.21	2.27	2.19	2.19	
M&A	2.04	2.03	2.01	2.04	2.11	2.03	2.04	

3-5-2. 国内外経済情勢が事業投資の増減に与える影響

(1) 事業投資の増減に与える影響（概観）

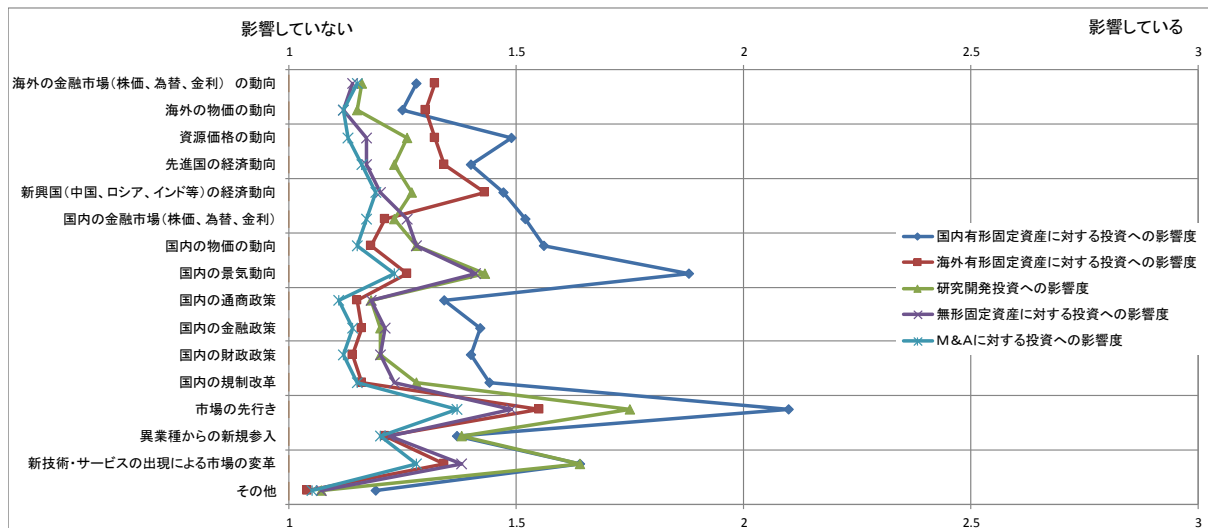
国内外経済情勢に関する不確実性の増減が事業投資の増減に与える影響について、「ほとんど影響はない」を1ポイント、「やや影響している」を2ポイント、「大いに影響している」を3ポイントとして、それぞれの回答率で加重平均すると、次の図表のとおり整理できる（図表3-5-9、3-5-10）。これをみると、多くの項目で、国内有形固定資産に対する投資への影響度が最も大きくなっている。図表3-5-10より、「その他」を除く表側の15の項目について、国内有形固定資産に対する投資への影響度のスコアが最も大きいのは、12項目であり、残りの3項目も2番目にスコアが大きい。

「海外有形固定資産に対する投資」は、海外経済要因が比較的大きな影響度を有している。

「研究開発投資への影響度」と「無形固定資産投資に対する影響度」は、傾向としてはほぼ等しく、「国内経済要因」、「国内政策要因」、「市場要因」の多くで、「国内有形固定資産に対する投資の影響度」に次ぐスコアをつけている。

「M&Aに対する投資の影響度」は、ほとんどの項目で最低のスコアとなっている。

図表3-5-9 国内外の経済情勢等が事業投資の増減に与える影響（平均値）①



図表 3-5-10 国内外の経済情勢等が事業投資の増減に与える影響（平均値）②

	国内有形固定資産に対する投資への影響度	海外有形固定資産に対する投資への影響度	研究開発投資への影響度	無形固定資産に対する投資への影響度	M&Aに対する投資への影響度
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1.28	1.32	1.16	1.14	1.15
海外の物価の動向	1.25	1.30	1.15	1.12	1.12
資源価格の動向	1.49	1.32	1.26	1.17	1.13
先進国の経済動向	1.40	1.34	1.23	1.17	1.16
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1.47	1.43	1.27	1.20	1.19
国内の金融市場（株価、為替、金利）	1.52	1.21	1.23	1.26	1.17
国内の物価の動向	1.56	1.18	1.28	1.28	1.15
国内の景気動向	1.88	1.26	1.43	1.41	1.23
国内の通商政策	1.34	1.15	1.18	1.18	1.11
国内の金融政策	1.42	1.16	1.20	1.21	1.14
国内の財政政策	1.40	1.14	1.20	1.20	1.12
国内の規制改革	1.44	1.16	1.28	1.23	1.15
市場の先行き	2.10	1.55	1.75	1.49	1.37
異業種からの新規参入	1.37	1.21	1.38	1.22	1.20
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.64	1.34	1.64	1.38	1.28
その他	1.19	1.04	1.07	1.07	1.05

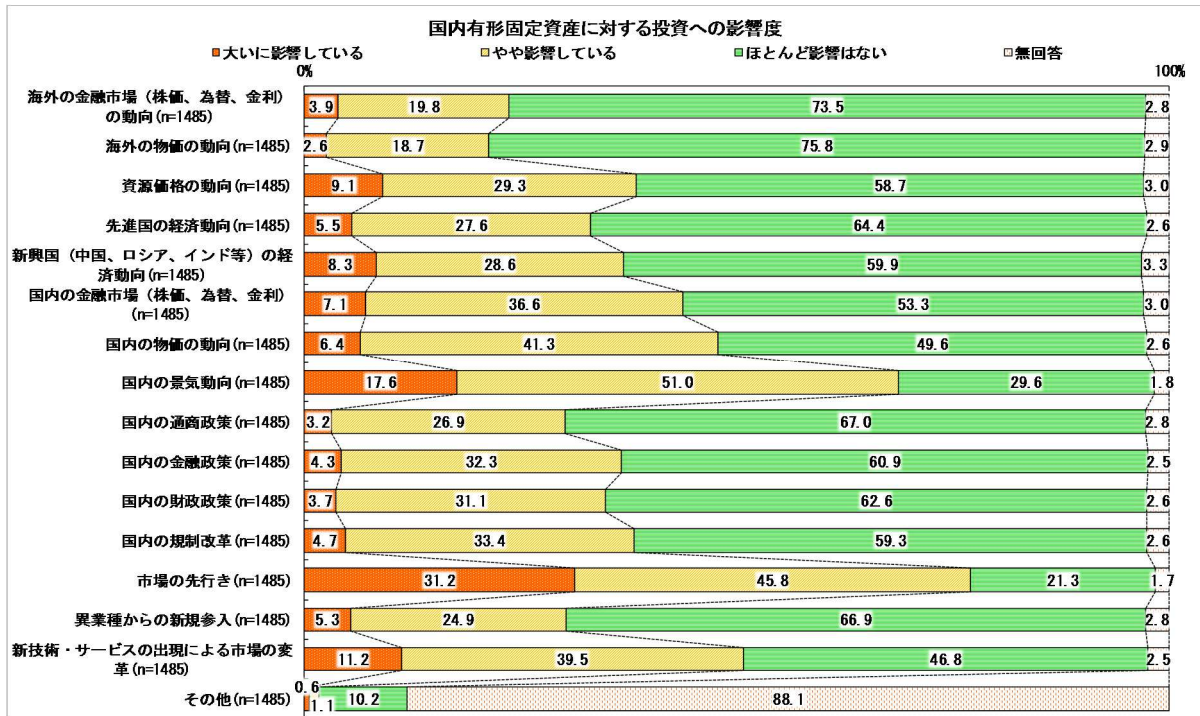
（２）国内有形固定資産投資に与える影響度

① 影響度についての概観

国内有形固定資産投資に対しては、「市場の先行き」、「新技術・サービスの出現による市場の変革」といった「市場要因」が大きな影響を与えていることが指摘できる（図表 3-5-11）。その他には「国内の景気動向」の影響度も大きいですが、これら以外の要因については「ほとんど影響はない」という回答が 50%を超えている。

「海外経済要因」、「国内政策要因」の影響度は小さいといえる。ただし「海外経済要因」の中でも、「資源価格の動向」と「新興国の経済動向」は、「大いに影響している」がそれぞれ 9.1%と 8.3%を占めており、比較的重要な位置づけにあると言える。

図表 3-5- 11 国内有形固定資産に対する投資への影響度（度数分布）



② 規模別・業種別にみた影響度

【規模別】

まず、規模別に影響度をみる（図表 3-5- 12）。売上高 500 億円以上の大規模企業ほど、総じて「海外経済要因」の影響度を重視する傾向がみられる。しかし、このうち「資源価格の動向」だけについては、企業規模との相関は明確なものではなく、あえていえば中堅規模の企業の国内有形固定資産投資により大きな影響を与えているといえる。

「国内経済要因」の影響度については、企業規模との相関は見受けられない。「国内政策要因」についてもほぼ同様であるが、あえて言えば大規模企業ほど「国内の規制改革」の影響度を重視する傾向にある点が注目される。

「市場の先行き」、「異業種からの参入」、「新技術、新サービスの出現による市場の変遷」といった「市場要因」に関する要因は、大規模企業ほどその影響度をより重視する傾向が指摘できる。

図表 3-5- 12 規模別の国内有形固定資産投資への影響度

	50 億円未満	50 億円以上 100 億円未満	100 億円以上 250 億円未満	250 億円以上 500 億円未満	500 億円 以上
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1.23	1.29	1.29	1.34	1.36
海外の物価の動向	1.22	1.23	1.27	1.31	1.28
資源価格の動向	1.44	1.50	1.52	1.55	1.50
先進国の経済動向	1.31	1.43	1.41	1.47	1.49
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1.41	1.46	1.48	1.52	1.60
国内の金融市場（株価、為替、金利）	1.51	1.54	1.52	1.53	1.55
国内の物価の動向	1.57	1.58	1.53	1.55	1.52
国内の景気動向	1.87	1.88	1.89	1.89	1.87
国内の通商政策	1.33	1.33	1.37	1.34	1.35
国内の金融政策	1.43	1.44	1.39	1.41	1.40
国内の財政政策	1.39	1.42	1.38	1.42	1.39
国内の規制改革	1.41	1.45	1.44	1.45	1.51
市場の先行き	2.01	2.13	2.11	2.19	2.28
異業種からの新規参入	1.37	1.34	1.37	1.39	1.40
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.56	1.63	1.66	1.68	1.85
その他	1.14	1.04	1.40	1.16	2.00

【業種別】

次に業種別の影響度をみる（図表 3-5-13）。影響度の大きい「市場要因」であるが、業種別にみると、「市場の先行き」は「電子部品・デバイス・電子回路」、「輸送用機械器具」、「石油製品・石炭製品」、「パルプ・紙・紙加工」、「プラスチック」等で特に影響度が大きく、「新技術・サービスの出現による市場の変革」については「繊維工業」、「電子部品・デバイス・電子回路」、「輸送用機械器具」等に対する影響度の大きさが顕著であることがわかる。

「国内経済要因」の影響度も総じて大きく、なかでも「国内の景気動向」は「鉄鋼業」、「石油・石炭製品」、「はん用・業務用機械器具」、「非鉄金属」等に対して特に大きな影響を与えている。

「海外経済要因」の影響度は概して小さく、「資源価格の動向」についても総じて大きな影響を与えていない要因といえるが、「石油・石炭製品」、「非鉄金属」、「鉄鋼業」の3業種については、大きな影響度を有している。

「国内政策要因」の影響度は概して小さいが、「パルプ・紙・紙加工」、「鉄鋼業」、「非鉄金属」、「金属製品」といった業種については、同要因の影響度がやや大きくなっている。

図表 3-5-13 業種別の国内有形固定資産投資への影響度

	繊維工業	パルプ・紙・紙加工 工業製造業	化学工業	石油製品・石炭 製品製造業	プラスチッ ク製品製 造業	窯業・土 石製品製 造業	鉄鋼業	非鉄金属 製造業
海外の金融市場(株価、為替、金利)の動向	1.18	1.13	1.26	1.36	1.27	1.12	1.31	1.50
海外の物価の動向	1.21	1.17	1.26	1.27	1.21	1.12	1.33	1.41
資源価格の動向	1.33	1.54	1.59	2.27	1.52	1.50	1.74	1.81
先進国の経済動向	1.36	1.23	1.34	1.45	1.27	1.25	1.57	1.67
新興国(中国、ロシア、インド等)の経済動向	1.33	1.45	1.49	1.64	1.36	1.22	1.62	1.61
国内の金融市場(株価、為替、金利)	1.48	1.59	1.43	1.55	1.51	1.56	1.49	1.75
国内の物価の動向	1.33	1.71	1.50	1.73	1.60	1.60	1.66	1.69
国内の景気動向	1.73	1.88	1.80	2.09	1.90	1.89	2.10	2.02
国内の通商政策	1.21	1.40	1.31	1.36	1.29	1.25	1.47	1.47
国内の金融政策	1.36	1.46	1.38	1.45	1.37	1.40	1.50	1.63
国内の財政政策	1.30	1.46	1.32	1.36	1.35	1.51	1.54	1.59
国内の規制改革	1.24	1.42	1.46	1.45	1.38	1.35	1.51	1.49
市場の先行き	2.12	2.15	2.12	2.18	2.15	1.98	2.13	2.13
異業種からの新規参入	1.45	1.40	1.28	1.36	1.42	1.22	1.34	1.39
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.79	1.49	1.61	1.64	1.58	1.44	1.61	1.67
その他	1.00	1.00	1.25	1.00	1.20	1.22	1.08	1.11
	金属製品 製造業	はん用・業 務用機械 器具製造 業	生産用機 械器具製 造業	電子部 品・デバイ ス・電子回 路製造業	電気・情 報通信機 械器具製 造業	輸送用機 械器具製 造業	その他の 製造業	
海外の金融市場(株価、為替、金利)の動向	1.26	1.29	1.29	1.45	1.26	1.33	1.27	
海外の物価の動向	1.23	1.22	1.28	1.40	1.23	1.25	1.21	
資源価格の動向	1.51	1.37	1.34	1.50	1.37	1.41	1.47	
先進国の経済動向	1.39	1.40	1.48	1.59	1.38	1.46	1.29	
新興国(中国、ロシア、インド等)の経済動向	1.51	1.41	1.56	1.74	1.43	1.54	1.33	
国内の金融市場(株価、為替、金利)	1.56	1.50	1.51	1.56	1.49	1.51	1.55	
国内の物価の動向	1.62	1.56	1.59	1.47	1.45	1.49	1.58	
国内の景気動向	1.94	2.03	1.89	1.95	1.76	1.85	1.82	
国内の通商政策	1.37	1.35	1.35	1.30	1.31	1.35	1.38	
国内の金融政策	1.48	1.38	1.38	1.23	1.37	1.43	1.47	
国内の財政政策	1.49	1.41	1.35	1.27	1.36	1.33	1.41	
国内の規制改革	1.50	1.51	1.38	1.29	1.47	1.49	1.45	
市場の先行き	2.01	2.06	2.12	2.34	2.06	2.21	2.04	
異業種からの新規参入	1.31	1.30	1.31	1.51	1.43	1.40	1.37	
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.54	1.62	1.71	1.78	1.71	1.73	1.65	
その他	1.22	1.00	1.00	1.80	1.24	1.18	1.26	

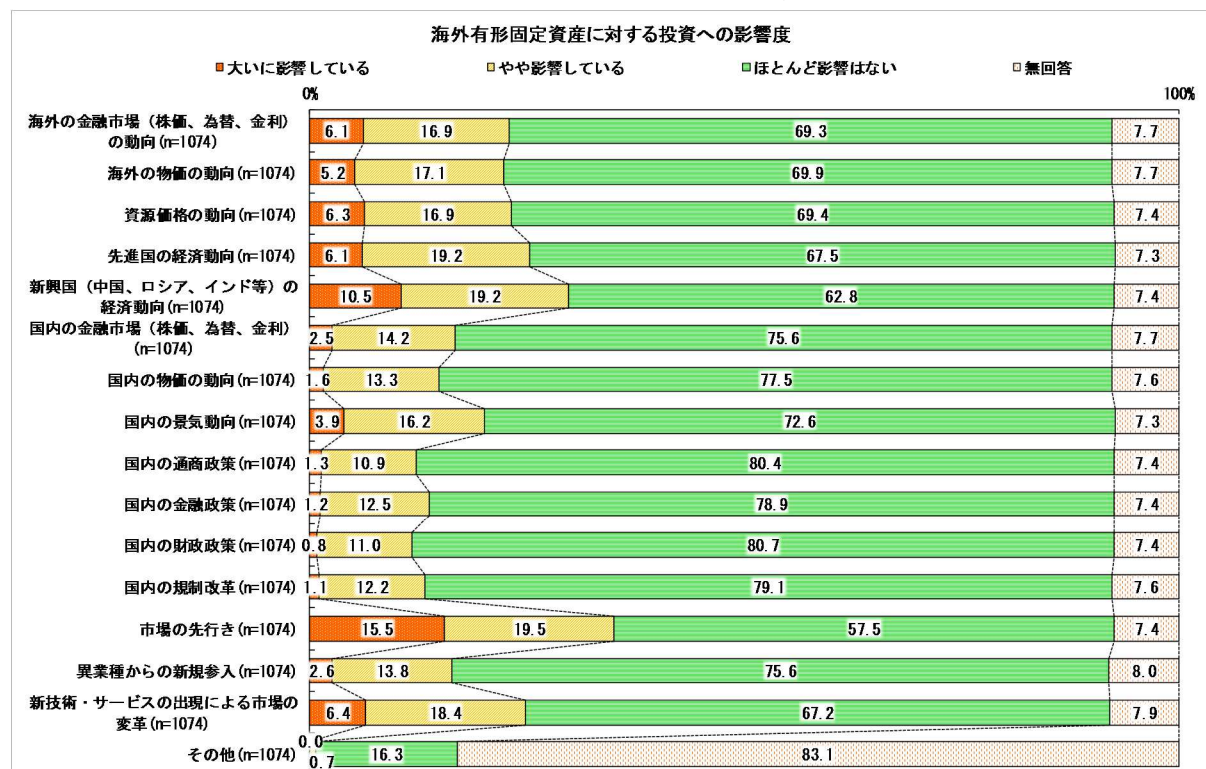
(3) 海外有形固定資産投資に与える影響

① 影響度についての概観

海外固定資産投資に与える外的環境の影響度についてみると「ほとんど影響はない」がほぼ総ての項目で60%を超えており、影響度は総じて低いとみられる(図表3-5-14)。その中では「市場の先行き」、「新技術・サービスの出現による市場の変革」といった「市場要因」が比較的大きな影響度を持っているといえよう。

「新興国の経済動向」を中心にした「海外経済要因」の影響度も相対的に大きい。一方「国内経済要因」、「国内政策要因」の影響度は小さく、「国内の景気動向」を除けば、影響はごく限られているといえる。

図表 3-5-14 海外有形固定資産投資への影響度(度数分布)



② 規模別・業種別にみた影響度

【規模別】

以下では規模別の影響度を確認する(図表3-5-15)。海外有形固定資産投資への「海外経済要因」の影響度は、大規模企業層ほど高い。

「国内経済要因」についても、国内有形固定資産投資の場合と異なり、企業規模が大きくなるほどその影響度を重視する傾向が強い。

「国内政策要因」や「市場要因」についてもほぼ同様の傾向がみられる。後者のうち「市場の先行き」、「新技術・新サービスの出現による市場の変革」に対する大企業への影響度は極めて大きくなっている。総じて影響度の低い「異業種からの新規参入」についても企業規模との正の相関があることは明確である。

図表 3-5-15 規模別の海外有形固定資産投資への影響度

	50 億円 未満	50 億円以上 100 億円未満	100 億円以上 250 億円未満	250 億円以上 500 億円未満	500 億円 以上
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1.21	1.27	1.33	1.42	1.58
海外の物価の動向	1.21	1.26	1.32	1.38	1.53
資源価格の動向	1.22	1.28	1.32	1.39	1.61
先進国の経済動向	1.22	1.24	1.36	1.50	1.70
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1.28	1.34	1.47	1.58	1.85
国内の金融市場（株価、為替、金利）	1.15	1.20	1.23	1.21	1.33
国内の物価の動向	1.15	1.15	1.23	1.17	1.25
国内の景気動向	1.23	1.20	1.28	1.29	1.40
国内の通商政策	1.11	1.11	1.19	1.14	1.25
国内の金融政策	1.13	1.14	1.19	1.14	1.24
国内の財政政策	1.10	1.13	1.16	1.14	1.23
国内の規制改革	1.11	1.13	1.18	1.16	1.28
市場の先行き	1.36	1.45	1.58	1.74	2.02
異業種からの新規参入	1.16	1.18	1.22	1.21	1.37
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.23	1.28	1.36	1.43	1.65
その他	1.01	1.02	1.09	1.00	1.50

【業種別】

次に業種別に影響度をみる（図表 3-5-16）。「海外経済要因」からの影響度は総じて大きい
が、業種別にみるとある程度の差も観察される。例えば「先進国の経済動向」は、「はん用・業
務用機械器具」、「非鉄金属」、「電子部品・デバイス・電子回路」、「輸送用機械器具」等の業種に
特に大きな影響を与えている。同じく「新興国の経済動向」は、「化学工業」、「電子部品・デバ
イス・電子回路」「輸送用機械器具」、「はん用・業務用機械器具」等に比較的大きな影響度を持
つ。

「市場要因」のうち「市場の先行き」は総じて最大の影響度を持っており、「繊維工業」、「は
ん用・業務用機械器具」、「輸送用機械器具」、「化学工業」等の業種に対して特に大きな影響を与
えている。同じ「市場要因」である「新技術・サービスの出現による市場の変革」は、「電子部
品・デバイス・電子回路」、「繊維工業」、「輸送用機械器具」、「電気・情報通信機械器具」等の業
種で影響度が大きくなっている。

図表 3-5-16 業種別の海外有形固定資産投資への影響度

	繊維工業	パルプ・紙・紙 加工品製造業	化学工業	石油製品・石 炭製品製造業	プラスチック製 品製造業	窯業・土石製 品製造業	鉄鋼業	非鉄金属製造 業
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1.25	1.25	1.36	1.00	1.18	1.19	1.13	1.45
海外の物価の動向	1.29	1.22	1.35	1.00	1.20	1.19	1.16	1.42
資源価格の動向	1.25	1.22	1.44	1.00	1.30	1.10	1.29	1.42
先進国の経済動向	1.33	1.09	1.33	1.00	1.27	1.06	1.33	1.45
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1.37	1.26	1.60	1.00	1.43	1.10	1.47	1.45
国内の金融市場（株価、為替、金利）	1.21	1.12	1.28	1.00	1.20	1.13	1.13	1.32
国内の物価の動向	1.17	1.09	1.17	1.00	1.16	1.10	1.13	1.23
国内の景気動向	1.33	1.09	1.23	1.00	1.25	1.13	1.20	1.39
国内の通商政策	1.08	1.03	1.11	1.00	1.16	1.00	1.13	1.29
国内の金融政策	1.17	1.06	1.16	1.00	1.11	1.03	1.13	1.23
国内の財政政策	1.17	1.06	1.14	1.00	1.09	1.10	1.13	1.23
国内の規制改革	1.12	1.03	1.16	1.00	1.14	1.03	1.11	1.23
市場の先行き	1.83	1.39	1.68	1.00	1.49	1.19	1.38	1.55
異業種からの新規参入	1.33	1.19	1.23	1.00	1.23	1.13	1.11	1.13
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.52	1.23	1.33	1.00	1.32	1.16	1.18	1.35
その他	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
	金属製品製造 業	はん用・業務 用機械器具製 造業	生産用機械器 具製造業	電子部品・デ バイス・電子 回路製造業	電気・情報通 信機械器具製 造業	輸送用機械器 具製造業	その他の製造 業	
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1.30	1.41	1.31	1.54	1.34	1.38	1.32	
海外の物価の動向	1.28	1.39	1.28	1.40	1.32	1.34	1.34	
資源価格の動向	1.36	1.39	1.24	1.33	1.31	1.35	1.35	
先進国の経済動向	1.28	1.54	1.35	1.43	1.38	1.41	1.34	
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1.40	1.52	1.40	1.54	1.48	1.53	1.41	
国内の金融市場（株価、為替、金利）	1.17	1.24	1.17	1.35	1.21	1.23	1.23	
国内の物価の動向	1.18	1.24	1.13	1.26	1.16	1.19	1.23	
国内の景気動向	1.28	1.35	1.23	1.31	1.24	1.29	1.28	
国内の通商政策	1.15	1.20	1.14	1.23	1.12	1.15	1.19	
国内の金融政策	1.19	1.20	1.15	1.12	1.14	1.20	1.21	
国内の財政政策	1.15	1.20	1.10	1.12	1.11	1.15	1.17	
国内の規制改革	1.15	1.30	1.11	1.17	1.14	1.19	1.21	
市場の先行き	1.48	1.72	1.59	1.65	1.57	1.70	1.52	
異業種からの新規参入	1.18	1.26	1.10	1.41	1.23	1.24	1.21	
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.31	1.41	1.24	1.53	1.43	1.47	1.32	

(4) 研究開発投資に与える影響

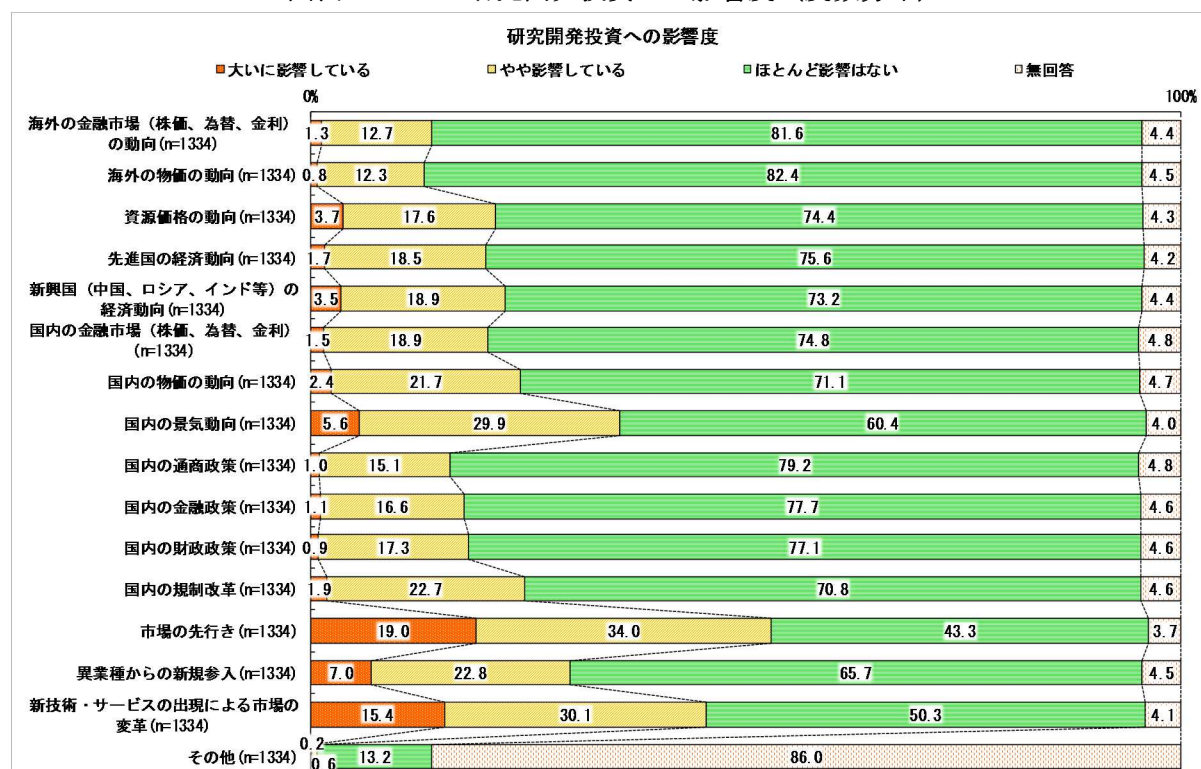
① 影響度についての概観

研究開発投資に与える影響は、次の図表のとおり（図表 3-5-17）。「市場要因」のうち、「市場の先行き」、「新技術・サービスの出現による市場の変革」の2つが、研究開発投資に対し大きな影響を与えている。「異業種からの新規参入」は前2者に比べるとやや影響度は小さいといえるが、それでも全体の中では、大きいほうである。

「海外経済要因」、「国内政策要因」の影響度は総じて小さく、「国内経済要因」も「国内の景気動向」の影響度がやや大きい他は、影響度が小さい。

上記の4つの項目以外は「ほとんど影響はない」という回答が70～80%を超えている。

図表 3-5-17 研究開発投資への影響度（度数分布）



② 規模別・業種別にみた影響度

【規模別】

規模別の影響度は次の図表のとおり（図表 3-3-18）。

「海外経済要因」の影響度は、「国内有形固定資産」、「海外有形固定資産」の場合と同様に、企業規模との相関がみられる。すなわち、大規模企業ほど「海外経済要因」の影響度を重視している。

「国内経済要因」については、企業規模との明確な相関はみられない。「国内政策要因」の影響度については、わずかながら企業規模との相関がみられるものの、さほど明確なものとはいえない。すなわち、大規模企業ほど「国内金融政策」、「国内規制改革」といった要因の影響度を重視している傾向がわずかにうかがえる程度である。

「市場要因」の影響度は3項目とも大きく、しかも企業規模との（正の）相関も明確である。

図表 3-5-18 規模別の研究開発投資への影響度

	50 億円未満	50 億円以上 100 億円未満	100 億円以上 250 億円未満	250 億円以上 500 億円未満	500 億円 以上
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1.14	1.15	1.17	1.17	1.25
海外の物価の動向	1.11	1.13	1.18	1.16	1.21
資源価格の動向	1.25	1.24	1.30	1.22	1.31
先進国の経済動向	1.18	1.21	1.23	1.26	1.40
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1.22	1.25	1.28	1.31	1.47
国内の金融市場（株価、為替、金利）	1.23	1.21	1.23	1.23	1.30
国内の物価の動向	1.28	1.24	1.32	1.24	1.31
国内の景気動向	1.43	1.38	1.44	1.48	1.48
国内の通商政策	1.19	1.15	1.21	1.16	1.19
国内の金融政策	1.19	1.19	1.22	1.17	1.21
国内の財政政策	1.17	1.18	1.24	1.21	1.24
国内の規制改革	1.24	1.28	1.31	1.26	1.37
市場の先行き	1.61	1.70	1.81	1.76	2.16
異業種からの新規参入	1.32	1.37	1.40	1.31	1.69
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.50	1.60	1.66	1.64	2.12
その他	1.03	1.00	1.19	1.09	2.00

【業種別】

次に業種別の影響度を確認する（図表 3-5-19）。

「市場要因」からの影響が大きいことが「研究開発投資」の特徴といえるが、業種別にみると同要因のうち「市場の先行き」は「電気・情報通信機械器具」、「繊維工業」、「電子部品・デバイス・電子回路」、「化学工業」、「生産用機械器具」、に対して、「新技術・サービスの出現による市場の変革」は「電気・情報通信機械器具」、「生産用機械器具」、「化学工業」、に対してそれぞれとりわけ大きな影響度を持っていることがわかる。

比較的多くの要因でスコアが高いのは「石油・石炭製品」であり、特に、「資源価格の動向」、「国内の物価動向」、「国内の景気動向」が大きな影響を与えている。また、「電気・情報通信機械器具」、「生産用機械器具」の2業種の研究開発投資も、多くの要因の影響を強く受けている。

図表 3-5-19 業種別の研究開発投資への影響度

	繊維工業	パルプ・紙・紙 加工品製造業	化学工業	石油製品・石 炭製品製造業	プラスチック製 品製造業	窯業・土石製 品製造業	鉄鋼業	非鉄金属製造 業
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1.16	1.14	1.16	1.00	1.12	1.12	1.12	1.16
海外の物価の動向	1.19	1.14	1.16	1.12	1.12	1.10	1.11	1.12
資源価格の動向	1.23	1.28	1.32	1.62	1.32	1.26	1.26	1.28
先進国の経済動向	1.19	1.16	1.23	1.25	1.20	1.14	1.18	1.30
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1.26	1.17	1.29	1.25	1.23	1.10	1.23	1.26
国内の金融市場（株価、為替、金利）	1.16	1.33	1.23	1.25	1.19	1.26	1.21	1.33
国内の物価の動向	1.23	1.42	1.31	1.62	1.28	1.28	1.23	1.28
国内の景気動向	1.52	1.47	1.48	1.50	1.42	1.40	1.37	1.52
国内の通商政策	1.16	1.14	1.23	1.25	1.11	1.16	1.25	1.16
国内の金融政策	1.19	1.21	1.24	1.37	1.14	1.16	1.19	1.28
国内の財政政策	1.16	1.23	1.23	1.37	1.15	1.26	1.30	1.21
国内の規制改革	1.19	1.19	1.34	1.37	1.26	1.22	1.30	1.19
市場の先行き	1.87	1.79	1.84	1.25	1.73	1.72	1.60	1.66
異業種からの新規参入	1.42	1.40	1.40	1.62	1.31	1.30	1.33	1.29
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.68	1.44	1.75	1.62	1.55	1.44	1.50	1.52
その他	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.12
	金属製品製造 業	はん用・業務 用機械器具製 造業	生産用機械器 具製造業	電子部品・デ バイス・電子 回路製造業	電気・情報通 信機械器具製 造業	輸送用機械器 具製造業	その他の製造 業	
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1.14	1.16	1.23	1.17	1.18	1.20	1.17	
海外の物価の動向	1.14	1.14	1.18	1.17	1.16	1.16	1.16	
資源価格の動向	1.19	1.21	1.22	1.20	1.27	1.25	1.30	
先進国の経済動向	1.18	1.24	1.32	1.29	1.29	1.28	1.21	
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1.22	1.29	1.37	1.38	1.32	1.33	1.24	
国内の金融市場（株価、為替、金利）	1.21	1.19	1.24	1.18	1.29	1.21	1.24	
国内の物価の動向	1.26	1.34	1.27	1.23	1.27	1.22	1.31	
国内の景気動向	1.43	1.47	1.44	1.38	1.49	1.37	1.43	
国内の通商政策	1.18	1.14	1.20	1.12	1.19	1.18	1.20	
国内の金融政策	1.17	1.21	1.21	1.11	1.21	1.19	1.23	
国内の財政政策	1.15	1.21	1.22	1.12	1.21	1.16	1.24	
国内の規制改革	1.24	1.29	1.32	1.18	1.37	1.29	1.30	
市場の先行き	1.66	1.73	1.81	1.86	1.91	1.73	1.72	
異業種からの新規参入	1.32	1.39	1.45	1.38	1.49	1.40	1.42	
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.53	1.71	1.76	1.67	1.85	1.68	1.65	
その他	1.07	1.00	1.00	1.33	1.12	1.12	1.17	

(5) 無形固定資産に対する投資への影響度

① 影響度についての概観

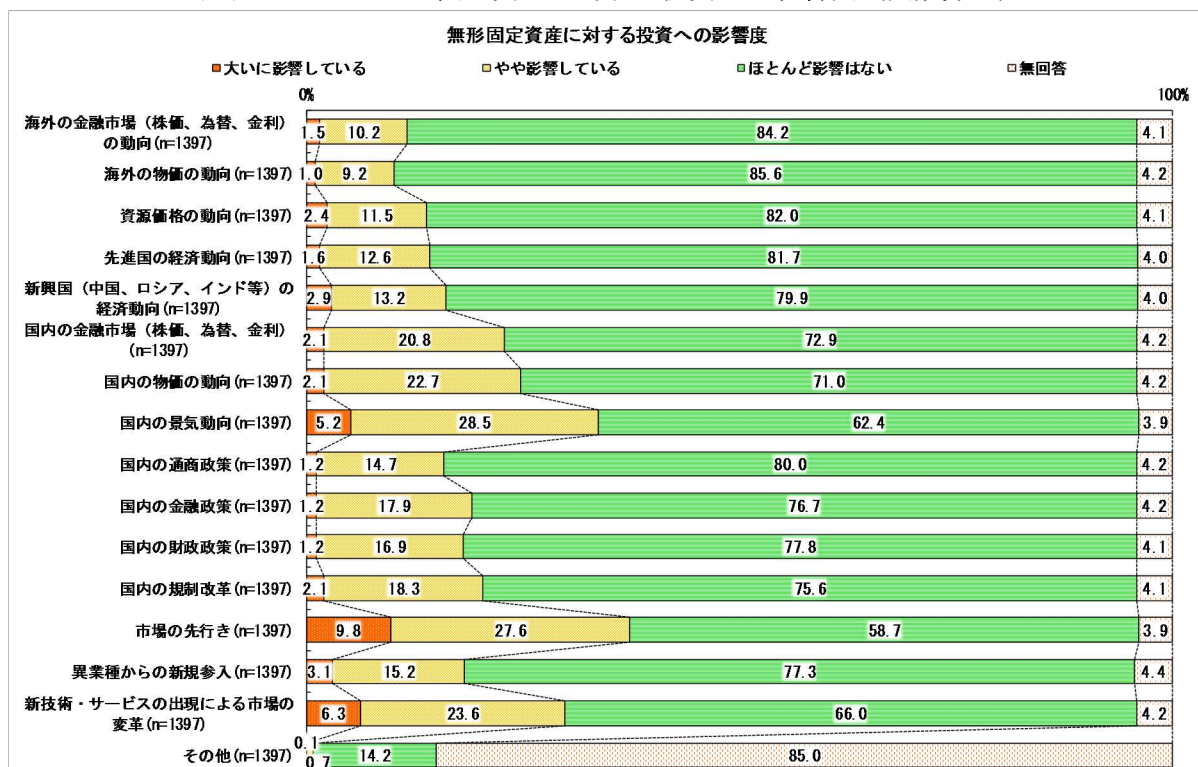
無形固定資産への影響度は次の図表に示すとおり（図表 3-5-20）。「海外固定資産」と同様、「ほとんど影響はない」が「市場の先行き」を除くほぼ総ての項目で 60%を超えている。総じて影響度は低いとみてよいであろう。

その中では「市場の先行き」、「新技術・サービスの出現による市場の変革」といった「市場要因」が比較的大きな影響度を持っているが、この点も「海外固定資産」の場合と共通している。

「国内経済要因」の影響度も比較的大きく、とりわけ「国内の景気動向」は、「市場の先行き」に次ぐ大きな影響度を示している。

「海外経済要因」、「国内政策要因」の影響度は、前 2 者に比べるとかなり小さい。

図表 3-5-20 無形固定資産に対する投資への影響度（度数分布）



② 規模別・業種別にみた影響度

【規模別】

規模別の影響度は次の図表に示すとおり（図表 3-5-21）。

まず、「海外経済要因」の影響度は絶対水準自体低いものの、「国内有形固定資産」、「海外有形固定資産」、「研究開発投資」の場合と同様、企業規模との間に弱い相関がみられる。すなわち、大規模企業ほど「海外経済要因」の影響度を重視する傾向があるとはいえ、重視度の水準自体は決して大きくない。

「国内経済要因」については、その影響度は概して大きいですが、企業規模との間には明確な相関はみられない。

「国内政策要因」の影響度は小さく、企業規模との相関もみられない。

「市場要因」の影響度は概して大きく、しかも企業規模との（正の）相関もみられる。

図表 3-5-21 規模別の無形固定資産投資への影響度

	50 億円未満	50 億円以上 100 億円未満	100 億円以上 250 億円未満	250 億円以上 500 億円未満	500 億円 以上
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1.11	1.13	1.14	1.17	1.24
海外の物価の動向	1.11	1.10	1.11	1.16	1.18
資源価格の動向	1.17	1.14	1.18	1.19	1.24
先進国の経済動向	1.14	1.13	1.17	1.21	1.33
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1.19	1.16	1.18	1.22	1.37
国内の金融市場（株価、為替、金利）	1.25	1.23	1.26	1.31	1.33
国内の物価の動向	1.31	1.24	1.27	1.31	1.29
国内の景気動向	1.42	1.34	1.41	1.48	1.45
国内の通商政策	1.18	1.15	1.19	1.22	1.19
国内の金融政策	1.21	1.20	1.21	1.24	1.25
国内の財政政策	1.19	1.18	1.21	1.24	1.24
国内の規制改革	1.23	1.23	1.22	1.28	1.25
市場の先行き	1.48	1.47	1.43	1.52	1.73
異業種からの新規参入	1.25	1.18	1.19	1.16	1.40
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.32	1.34	1.36	1.41	1.69
その他	1.00	1.04	1.14	1.04	2.00

【業種別】

次に業種別の影響度をみる（図表 3-5-22）。「市場要因」の影響度は概して大きいですが、業種別にみると、「市場の先行き」に大きく影響されるのは「パルプ・紙・紙加工」、「非鉄金属」、「電気・情報通信機械器具」、「生産用機械器具」といったいわゆる市況型あるいは先端技術型の業種であり、「新技術・サービスの出現による市場の変革」が与える影響度は「はん用・業務用機械器具」、「電気・情報通信機械器具」、「電子部品・デバイス・電子回路」といった業種に対してとりわけ大きい。後者については、「繊維工業」、「鉄鋼業」といったいわゆる素材系業種に対してもかなり大きな影響度を持っている点も目を引く。

「国内経済要因」のうち、「国内の景気動向」については、「生産用機械器具」、「非鉄金属」、「パルプ・紙・紙加工」、「金属製品」、「はん用・業務用機械器具」といった業種への影響が大きい。

この他、「石油・石炭製品」の無形固定資産への投資に対しては、「国内の物価の動向」も大きな影響を与えている。

図表 3-5-22 業種別の無形固定資産投資への影響度

	繊維工業	パルプ・紙・紙加工品製造業	化学工業	石油製品・石炭製品製造業	プラスチック製品製造業	窯業・土石製品製造業	鉄鋼業	非鉄金属製造業
海外の金融市場(株価、為替、金利)の動向	1.16	1.07	1.12	1.10	1.03	1.05	1.15	1.11
海外の物価の動向	1.22	1.07	1.11	1.10	1.05	1.07	1.15	1.11
資源価格の動向	1.22	1.15	1.15	1.20	1.09	1.16	1.23	1.22
先進国の経済動向	1.19	1.11	1.14	1.20	1.07	1.11	1.18	1.27
新興国(中国、ロシア、インド等)の経済動向	1.25	1.20	1.18	1.20	1.10	1.11	1.20	1.24
国内の金融市場(株価、為替、金利)	1.31	1.24	1.22	1.30	1.18	1.20	1.29	1.36
国内の物価の動向	1.25	1.37	1.24	1.50	1.18	1.27	1.30	1.29
国内の景気動向	1.44	1.48	1.34	1.40	1.26	1.38	1.48	1.49
国内の通商政策	1.19	1.17	1.21	1.30	1.09	1.13	1.26	1.16
国内の金融政策	1.28	1.20	1.21	1.30	1.16	1.22	1.24	1.22
国内の財政政策	1.22	1.22	1.19	1.30	1.17	1.24	1.27	1.20
国内の規制改革	1.19	1.20	1.26	1.20	1.17	1.22	1.27	1.22
市場の先行き	1.50	1.63	1.39	1.50	1.37	1.40	1.48	1.60
異業種からの新規参入	1.28	1.26	1.19	1.20	1.14	1.13	1.21	1.24
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.44	1.28	1.33	1.30	1.24	1.24	1.41	1.38
その他	1.00	1.00	1.08	1.00	1.00	1.00	1.08	1.00
	金属製品製造業	はん用・業務用機械器具製造業	生産用機械器具製造業	電子部品・デバイス・電子回路製造業	電気・情報通信機械器具製造業	輸送用機械器具製造業	その他の製造業	
海外の金融市場(株価、為替、金利)の動向	1.15	1.19	1.18	1.19	1.14	1.15	1.17	
海外の物価の動向	1.14	1.10	1.14	1.14	1.12	1.10	1.14	
資源価格の動向	1.22	1.14	1.18	1.14	1.18	1.13	1.20	
先進国の経済動向	1.18	1.19	1.21	1.22	1.16	1.15	1.18	
新興国(中国、ロシア、インド等)の経済動向	1.23	1.21	1.29	1.29	1.16	1.18	1.22	
国内の金融市場(株価、為替、金利)	1.27	1.29	1.30	1.22	1.29	1.23	1.32	
国内の物価の動向	1.31	1.33	1.33	1.19	1.34	1.21	1.33	
国内の景気動向	1.47	1.47	1.51	1.32	1.43	1.33	1.46	
国内の通商政策	1.19	1.21	1.19	1.16	1.20	1.11	1.23	
国内の金融政策	1.24	1.21	1.24	1.16	1.23	1.13	1.27	
国内の財政政策	1.22	1.19	1.25	1.18	1.23	1.11	1.22	
国内の規制改革	1.27	1.26	1.24	1.15	1.28	1.17	1.28	
市場の先行き	1.51	1.53	1.56	1.54	1.57	1.42	1.54	
異業種からの新規参入	1.24	1.23	1.23	1.27	1.32	1.18	1.24	
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.37	1.51	1.43	1.49	1.51	1.35	1.39	
その他	1.04	1.00	1.00	1.17	1.19	1.00	1.17	

(6) M&Aに対する投資への影響度

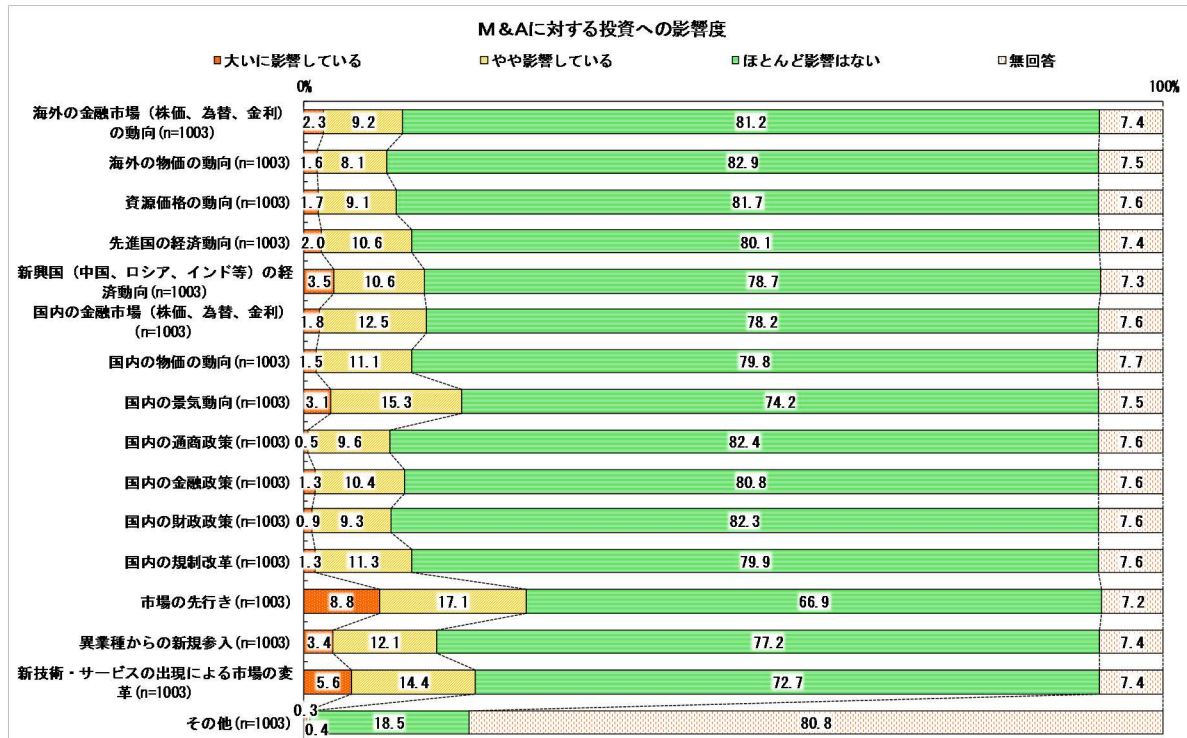
① 影響度についての概観

M&A投資への影響度を次の図表に示す(図表 3-5-23)。

「ほとんど影響はない」が「市場の先行き」を除くほぼ全ての項目で約70%を超えており、外的環境要因の与える影響度は5種類の投資内容のなかで最も小さい。「市場要因」の影響度は比較的大きいといえるが、「市場の先行き」の影響度は、最も大きくなっている。「新技術・サービスの出現による市場の変革」の影響度も大きく、「国内の景気動向」と並んで、「市場の先行き」に次ぐ影響度の大きさを示している。M&Aに関しては、「異業種からの新規参入」の影響度も大きくなっている点の特徴といえる。

「国内経済要因」のうち「国内の景気動向」が比較的大きな影響度を持っている点は「海外固定資産」、「無形固定資産」の場合と共通しているが、M&Aについては金融取引の側面も無視できないこともあり、「国内金融市場」の影響がやや大きい。

図表 3-5-23 M&Aに対する投資への影響度（度数分布）



② 規模別・業種別にみた影響度

【規模別】

規模別の影響度は、次の図表のとおりである（図表 3-5-24）。資源価格を含めた「海外経済要因」の影響度は、絶対水準自体さほど高くないものの、企業規模との間に明確な相関がみられる。すなわち、大規模企業ほど「海外経済要因」の影響度を重視している。

「国内経済要因」や「国内政策要因」についても、ほぼ同様の傾向（絶対水準の低さ、規模との正の相関）がみられる。

「市場要因」の影響度は概して大きく、しかも企業規模との（正の）相関もみられる。とりわけ、「市場の先行き」、「新技術・新サービスの出現による市場の変革」の両要因の大企業に与える影響度は大きい。

図表 3-5-24 規模別のM&Aへの影響度

	50 億円未満	50 億円以上 100 億円未満	100 億円以上 250 億円未満	250 億円以上 500 億円未満	500 億円 以上
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1.11	1.13	1.14	1.17	1.24
海外の物価の動向	1.11	1.10	1.11	1.16	1.18
資源価格の動向	1.17	1.14	1.18	1.19	1.24
先進国の経済動向	1.14	1.13	1.17	1.21	1.33
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1.19	1.16	1.18	1.22	1.37
国内の金融市場（株価、為替、金利）	1.25	1.23	1.26	1.31	1.33
国内の物価の動向	1.31	1.24	1.27	1.31	1.29
国内の景気動向	1.42	1.34	1.41	1.48	1.45
国内の通商政策	1.18	1.15	1.19	1.22	1.19
国内の金融政策	1.21	1.20	1.21	1.24	1.25
国内の財政政策	1.19	1.18	1.21	1.24	1.24
国内の規制改革	1.23	1.23	1.22	1.28	1.25
市場の先行き	1.48	1.47	1.43	1.52	1.73
異業種からの新規参入	1.25	1.18	1.19	1.16	1.40
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.32	1.34	1.36	1.41	1.69
その他	1.00	1.04	1.14	1.04	2.00

【業種別】

次に業種別の影響度を確認する（図表 3-5-25）。「市場要因」の影響度は大きいですが、業種別にみると「市場の先行き」は「電子部品・デバイス・電子回路」、「パルプ・紙・紙加工」、「その他製造」、「化学工業」等の業種企業に特に大きな影響を与え、「新技術・サービスの出現による市場の変革」は「電子部品・デバイス・電子回路」、「生産用機械器具」、「電気・情報通信機械器具」、「その他製造」、等の業種への影響度が相対的に大きくなっていることがわかる。

「異業種からの新規参入」の与える影響度も「化学工業」、「電子部品・デバイス・電子回路」、「生産用機械器具」「その他の製造業」、といった業種企業に対しては、やや大きくなっている。

「国内経済要因」の中では、「国内の景気動向」が「石油・石炭製品」、「その他の製造業」、「窯業・土石」、「電子部品・デバイス・電子回路」、「パルプ・紙・紙加工」等の業種企業に対する影響度が相対的に大きくなっている。なお、「石油・石炭製品」、「電子部品・デバイス・電子回路」の両業種は、多くの要因に影響を受けている。

図表 3-5-25 業種別のM&Aへの影響度

	繊維工業	パルプ・紙・紙加工品製造業	化学工業	石油製品・石炭製品製造業	プラスチック製品製造業	窯業・土石製品製造業	鉄鋼業	非鉄金属製造業
海外の金融市場(株価、為替、金利)の動向	1.05	1.14	1.20	1.20	1.14	1.03	1.07	1.21
海外の物価の動向	1.09	1.11	1.14	1.20	1.10	1.03	1.07	1.11
資源価格の動向	1.00	1.14	1.21	1.20	1.17	1.03	1.07	1.21
先進国の経済動向	1.05	1.11	1.17	1.20	1.17	1.03	1.10	1.21
新興国(中国、ロシア、インド等)の経済動向	1.09	1.19	1.26	1.20	1.22	1.06	1.10	1.29
国内の金融市場(株価、為替、金利)	1.09	1.19	1.18	1.40	1.17	1.21	1.14	1.21
国内の物価の動向	1.00	1.25	1.17	1.40	1.12	1.21	1.12	1.14
国内の景気動向	1.27	1.28	1.21	1.40	1.26	1.29	1.17	1.25
国内の通商政策	1.00	1.08	1.14	1.20	1.09	1.09	1.14	1.11
国内の金融政策	1.09	1.14	1.15	1.20	1.12	1.12	1.12	1.11
国内の財政政策	1.00	1.14	1.15	1.40	1.09	1.21	1.12	1.11
国内の規制改革	1.00	1.11	1.17	1.00	1.12	1.24	1.10	1.11
市場の先行き	1.36	1.56	1.45	1.20	1.29	1.41	1.24	1.36
異業種からの新規参入	1.14	1.19	1.27	1.00	1.10	1.18	1.14	1.14
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.23	1.28	1.33	1.00	1.16	1.21	1.21	1.29
その他	1.00	1.12	1.08	1.00	1.00	1.00	1.07	1.00
	金属製品製造業	はん用・業務用機械器具製造業	生産用機械器具製造業	電子部品・デバイス・電子回路製造業	電気・情報通信機械器具製造業	輸送用機械器具製造業	その他の製造業	
海外の金融市場(株価、為替、金利)の動向	1.09	1.17	1.13	1.30	1.17	1.10	1.23	
海外の物価の動向	1.09	1.17	1.11	1.23	1.13	1.06	1.21	
資源価格の動向	1.10	1.11	1.13	1.19	1.16	1.05	1.22	
先進国の経済動向	1.13	1.17	1.19	1.30	1.19	1.10	1.22	
新興国(中国、ロシア、インド等)の経済動向	1.17	1.23	1.27	1.33	1.22	1.10	1.22	
国内の金融市場(株価、為替、金利)	1.15	1.11	1.19	1.26	1.15	1.13	1.25	
国内の物価の動向	1.13	1.14	1.14	1.23	1.14	1.08	1.23	
国内の景気動向	1.19	1.23	1.21	1.28	1.21	1.14	1.35	
国内の通商政策	1.07	1.09	1.11	1.23	1.12	1.08	1.18	
国内の金融政策	1.14	1.14	1.13	1.21	1.13	1.07	1.23	
国内の財政政策	1.11	1.09	1.13	1.16	1.09	1.06	1.18	
国内の規制改革	1.12	1.11	1.16	1.21	1.16	1.11	1.26	
市場の先行き	1.26	1.34	1.44	1.57	1.39	1.30	1.49	
異業種からの新規参入	1.17	1.17	1.28	1.32	1.23	1.17	1.29	
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.21	1.29	1.38	1.43	1.36	1.22	1.35	
その他	1.08	1.00	1.00	1.00	1.13	1.00	1.04	

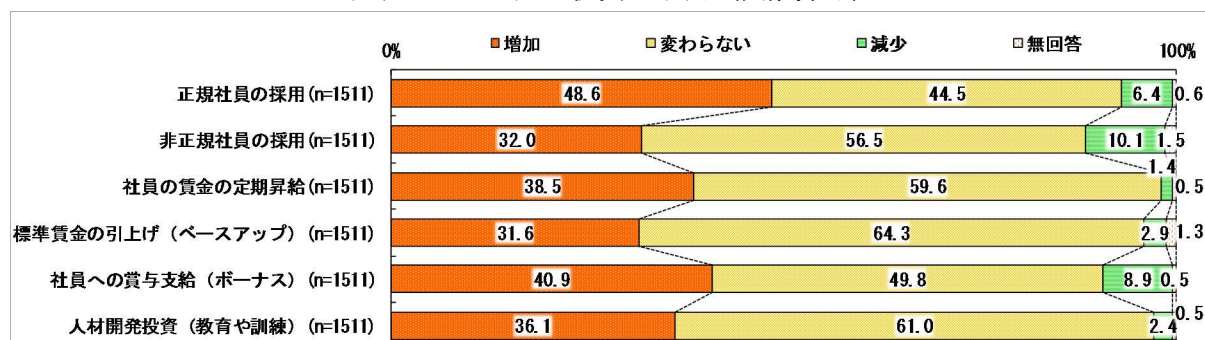
3-6. 人的投資の動向

3-6-1. 各種人的投資の動向

(1) 人的投資動向についての概観

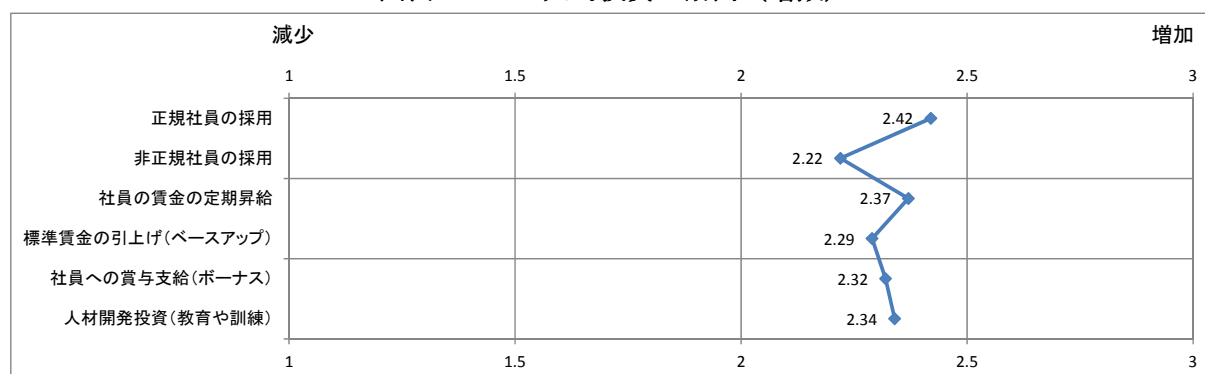
足下の人的投資の増減の状況は、次の図表のとおり（図表 3-6-1）。

図表 3-6-1 人的投資の動向（度数分布）



この結果について、各人的投資について、「減少」を1ポイント、「変わらない」を2ポイント、「増加」を3ポイントとして、それぞれの回答数で加重平均すると、次の図表のとおり整理できる（図表 3-6-2）。これをみると、全体的に増加傾向にある。特に「正規社員の採用」が増加しており、以下、「社員への賞与支給」、「社員の賃金の定期昇給」、「人材開発投資」、「非正規社員の採用」、「標準賃金の引上げ」、と続いている。

図表 3-6-2 人的投資の動向（増減）

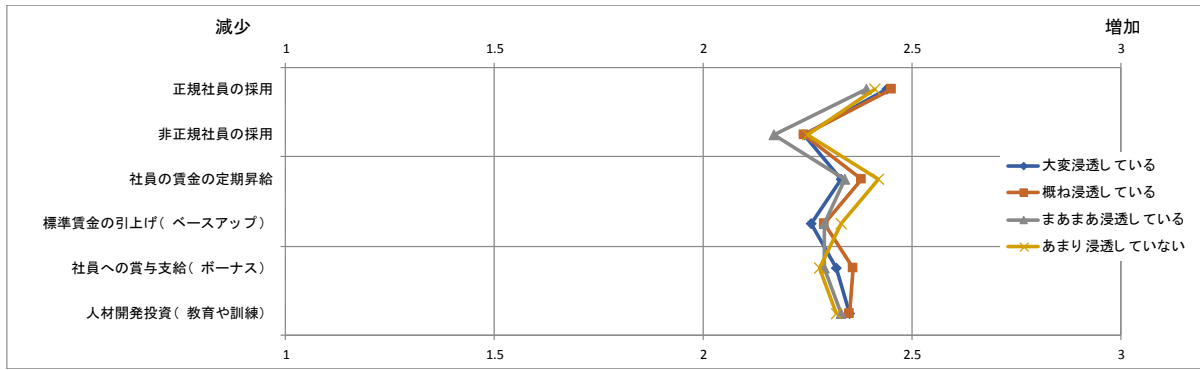


(2) 主力商品の諸特性との関係でみた人的投資動向

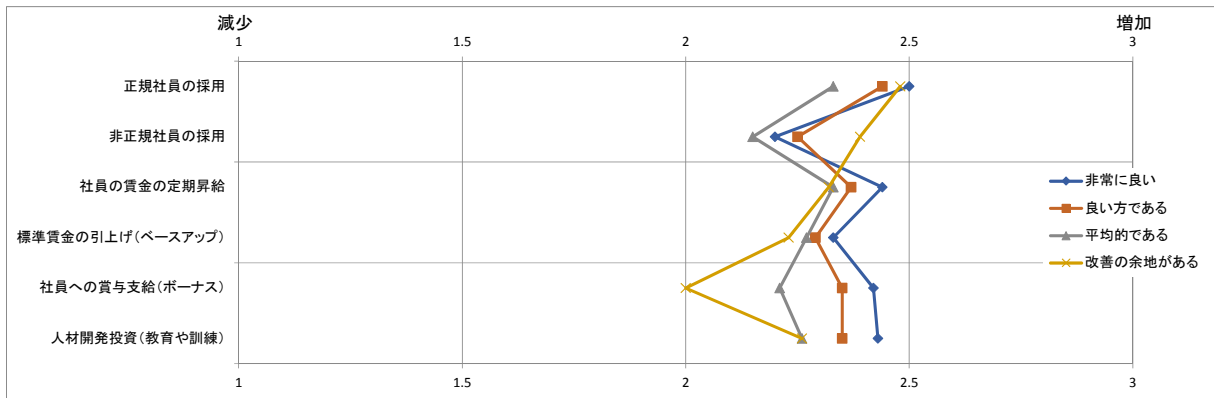
商品市場での諸特性（ブランド浸透度、性能・品質、成長性、収益力）と人的投資の関係を次の図表にまとめる（図表 3-6-3、図表 3-6-4、図表 3-6-5、図表 3-6-6）。

各特性で人的投資との関係が明確なのは収益力であり、これが大きいほど各種の人的投資に積極的である。成長性、性能・品質評価についてもある程度の相関が見られる一方、ブランド浸透度については、あまり関係が見られない。

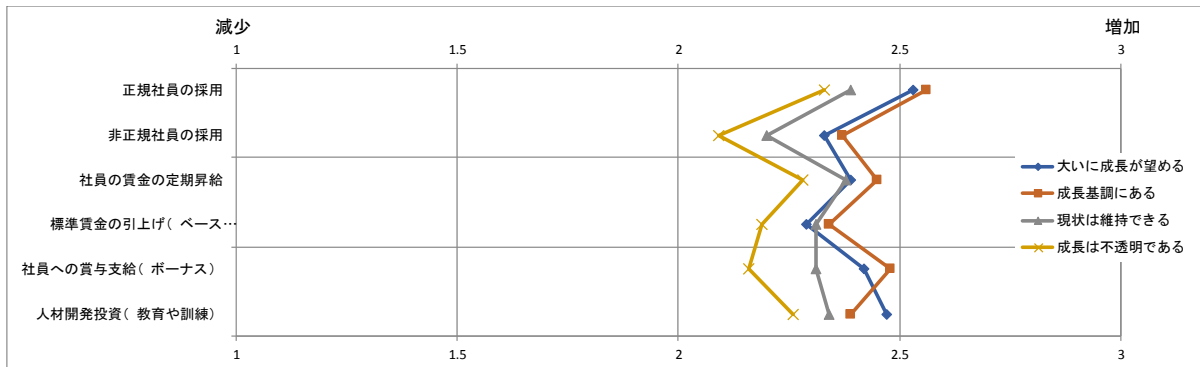
図表 3-6-3 ブランド浸透度別の人的投資動向



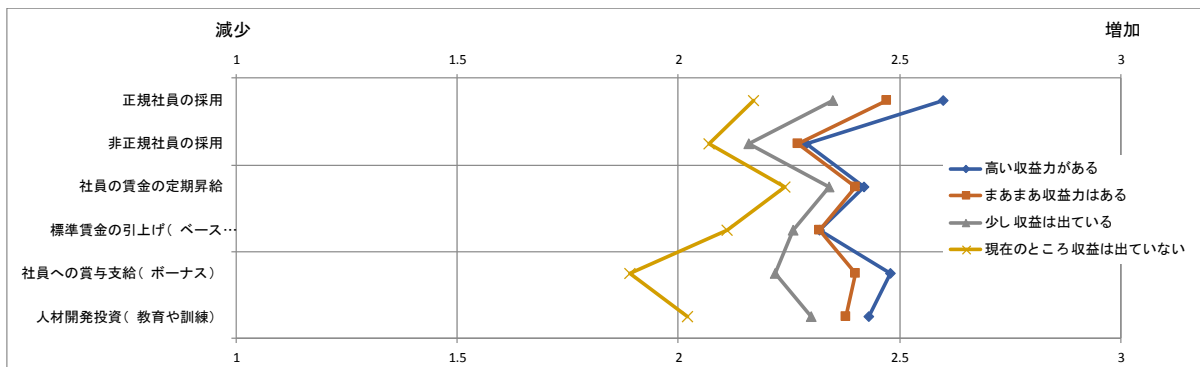
図表 3-6-4 性能・品質評価別の人的投資動向



図表 3-6-5 成長性別の人的投資動向



図表 3-6-6 収益力別の人的投資動向



(3) 企業規模・業種別にみた人的投資動向

① 企業規模別にみた人的投資動向

規模別に人的投資の動向をみていくと、「人材開発投資」以外のすべての項目で、企業規模と弱い負の相関がみられる(図表 3-6-7)。つまり、採用、給与向上ともに、中堅・中小企業が中心になって進められている、という傾向がみられる。

「人材開発投資」については逆に、大規模企業層の方が積極的であるが、その差は小さい。

図表 3-6-7 規模別の人的投資動向

	50 億円 未満	50 億円以上 100 億円未満	100 億円以上 250 億円未満	250 億円以上 500 億円未満	500 億円 以上
正規社員の採用	2.45	2.48	2.41	2.32	2.33
非正規社員の採用	2.22	2.26	2.22	2.19	2.18
社員の賃金の定期昇給	2.45	2.39	2.33	2.35	2.21
標準賃金の引上げ(ベースアップ)	2.31	2.28	2.29	2.32	2.23
社員への賞与支給(ボーナス)	2.39	2.31	2.33	2.22	2.17
人材開発投資(教育や訓練)	2.33	2.33	2.34	2.40	2.35

② 業種別にみた人的投資動向

業種別に人的投資の動向をみていくと、次のような特徴が見られる(図表 3-6-8)。

まず、「正規社員の採用」で最も積極的な(スコアが高い)業種は、「金属製品」であり、「鉄鋼業」、「化学工業」がこれに次いでいる。逆に相対的に積極的でない(スコアが低い)のは「パルプ・紙・紙加工」である。ただし、業種間の増加の程度に大きな差はない。

「非正規社員の採用」は、各人的投資の中で最もスコアが低いが、その中において、「電子部品・デバイス・電子回路」が最も積極的であり、「プラスチック製品」、「輸送用機械器具」がそれに次ぐ。反対に消極姿勢が目立つのは「窯業・土石」である。

「社員の賃金の定期昇給」に最も積極的な業種は「プラスチック」で、「生産用機械器具」、「非鉄金属」、「金属製品」がそれに次いでいる。「繊維工業」が最も消極的にみえるが、その差は大きいとはいえない。

「標準賃金の引き上げ」についても「プラスチック」が最も積極的であり、「生産用機械器具」、「はん用・業務用機械器具」がそれに次ぐ積極性をみせている。「石油・石炭製品」は「標準賃金の引き上げ」にやや消極的といえる。

「社員への賞与支給」に最も積極的なのは「プラスチック」で、「化学工業」がこれに次いでいる。「石油・石炭製品」はボーナスについてもやや消極的姿勢が目立つ一方で、「人材開発投資」には最も積極的となっている。

図表 3-6-8 業種別・人的投資の動向

	繊維工業	パルプ・紙・紙加工 工業製造業	化学工業	石油製品・石炭 製品製造業	プラスチック 製品製造業	窯業・土石 製品製造業	鉄鋼業	非鉄金属 製造業
正規社員の採用	2.37	2.25	2.52	2.36	2.51	2.37	2.54	2.43
非正規社員の採用	2.22	2.13	2.14	2.18	2.35	2.04	2.21	2.13
社員の賃金の定期昇給	2.16	2.39	2.38	2.27	2.47	2.26	2.38	2.41
標準賃金の引上げ(ベースアップ)	2.19	2.22	2.29	2.18	2.40	2.21	2.37	2.31
社員への賞与支給(ボーナス)	2.16	2.24	2.47	2.09	2.52	2.22	2.37	2.28
人材開発投資(教育や訓練)	2.16	2.19	2.39	2.55	2.42	2.22	2.35	2.44
	金属製品 製造業	はん用・業務用 機械器具製造業	生産用機 械器具製 造業	電子部 品・デバイ ス・電子回 路製造業	電気・情 報通信機 械器具製 造業	輸送用機 械器具製 造業	その他の 製造業	
正規社員の採用	2.55	2.49	2.43	2.43	2.31	2.40	2.37	
非正規社員の採用	2.25	2.30	2.27	2.40	2.14	2.34	2.19	
社員の賃金の定期昇給	2.41	2.37	2.43	2.24	2.36	2.37	2.39	
標準賃金の引上げ(ベースアップ)	2.29	2.37	2.38	2.19	2.24	2.35	2.26	
社員への賞与支給(ボーナス)	2.41	2.23	2.41	2.28	2.19	2.28	2.30	
人材開発投資(教育や訓練)	2.35	2.42	2.35	2.19	2.22	2.38	2.38	

3-6-2. 国内外経済情勢が人的投資の増減に与える影響

(1) 人的投資の増減に与える影響（概観）

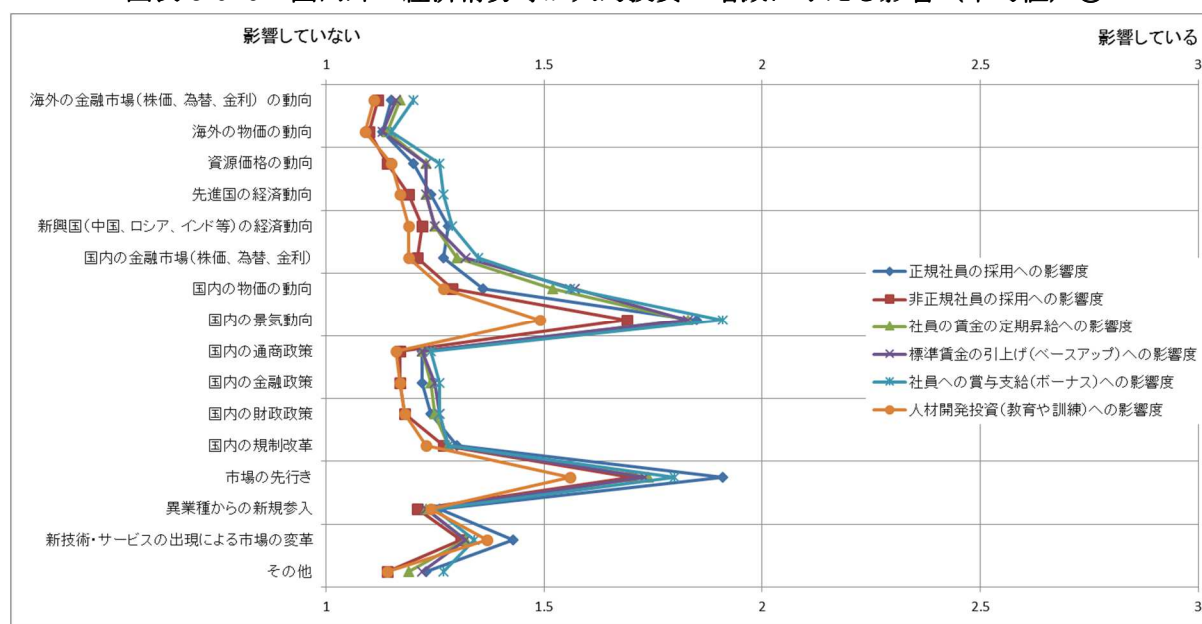
国内外経済情勢に関する不確実性の増減が事業投資の増減に与える影響について、事業投資と同様のスコアを作成すると、次の表ようになる（図表 3-6-9、図表 3-6-10）。

「国内の景気動向」と「市場の先行き」の2要因の影響度が圧倒的に大きい。前者は「社員への賞与支給」、「正規社員の採用」及び「非正規社員の採用」、「社員の賃金の定期昇給」への影響度が特に大きく、後者は「正規社員の採用」、「社員への賞与支給」、「社員の賃金の定期昇給」に対して特に大きい影響度を有している。

「市場要因」のうちでも「新技術・新サービスの出現による市場の変革」は、「市場の先行き」ほどの影響度はないが、長期的かつ将来的要因とみられる当該項目は、それがために「人材開発投資」にある程度大きい影響度を有している点が注目される。

「国内の景気動向」以外の「国内経済要因」と「国内政策要因」の影響度は小さい。

図表 3-6-9 国内外の経済情勢等が人的投資の増減に与える影響（平均値）①



図表 3-6-10 国内外の経済情勢等が人的投資の増減に与える影響（平均値）②

	正規社員の採用への影響度	非正規社員の採用への影響度	社員の賃金の定期昇給への影響度	標準賃金の引上げへの影響度	社員への賞与支給への影響度	人材開発投資（への影響度
海外の金融市場の動向	1.15	1.12	1.17	1.16	1.20	1.11
海外の物価の動向	1.13	1.10	1.14	1.13	1.15	1.09
資源価格の動向	1.20	1.14	1.23	1.23	1.26	1.15
先進国の経済動向	1.24	1.19	1.23	1.23	1.27	1.17
新興国の経済動向	1.28	1.22	1.25	1.25	1.29	1.19
国内の金融市場	1.27	1.21	1.30	1.32	1.35	1.19
国内の物価の動向	1.36	1.29	1.52	1.57	1.56	1.27
国内の景気動向	1.85	1.69	1.83	1.83	1.91	1.49
国内の通商政策	1.22	1.17	1.22	1.22	1.24	1.16
国内の金融政策	1.22	1.17	1.24	1.25	1.26	1.17
国内の財政政策	1.24	1.18	1.25	1.26	1.26	1.18
国内の規制改革	1.30	1.27	1.28	1.28	1.28	1.23
市場の先行き	1.91	1.70	1.74	1.73	1.80	1.56
異業種からの新規参入	1.26	1.21	1.23	1.23	1.25	1.24
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.43	1.31	1.32	1.32	1.34	1.37
その他	1.23	1.14	1.19	1.22	1.27	1.14

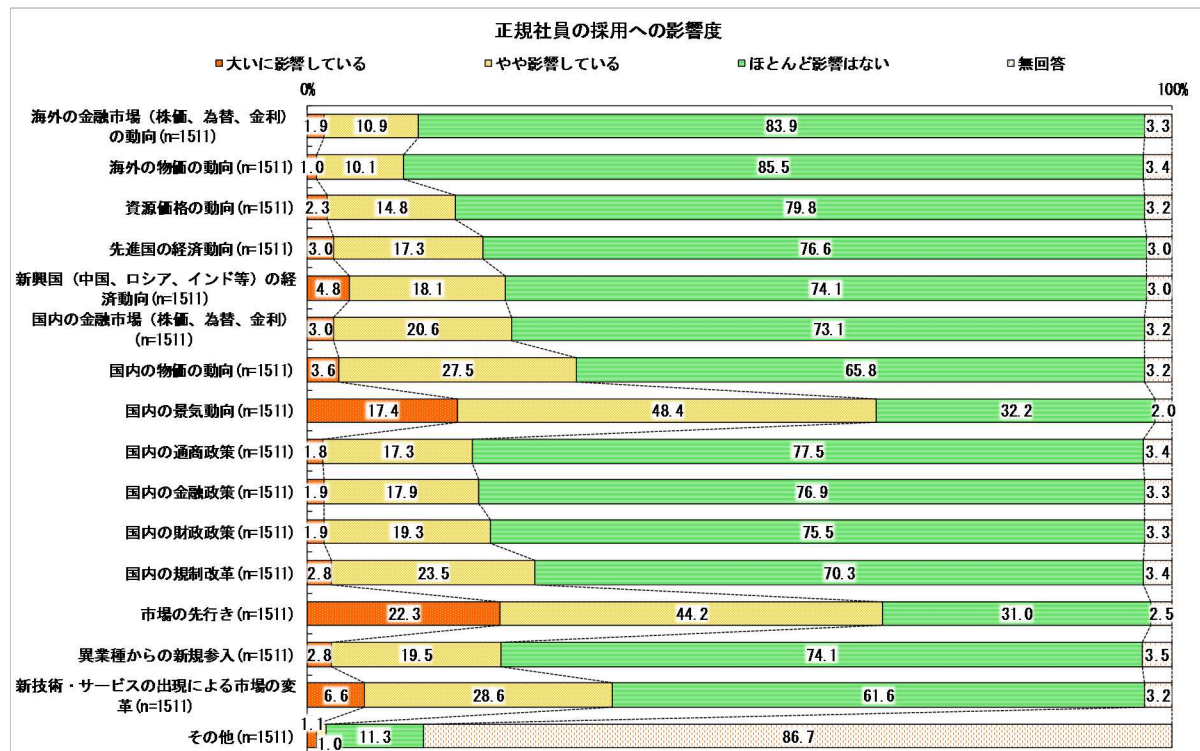
(2) 正規社員採用に与える影響

① 影響度についての概観

正規社員採用への影響度を概観する（図表 3-6- 11）。

正規社員の採用は、非正規社員の採用とともに、「市場要因」特に、「市場の先行き」という長期的動向と「国内の景気動向」という短期的状況に左右される。だが、前者は、「正規社員の採用」は「市場の先行き」さらには「新技術・新サービスの出現による市場の変革」といった長期かつ将来的要因にも大きく影響を受ける傾向が強い。

図表 3-6- 11 正規社員採用への影響度（度数分布）



② 規模別・業種別にみた影響度

【規模別】

企業規模別に正規社員採用への影響度をみる（図表 3-6- 12）。概して大規模企業ほど「海外経済要因」の影響度を重視する傾向がみられるものの、「資源価格の動向」については企業規模との相関は明確なものではなく、あえて言えば中堅規模の正規社員の採用に、より大きな影響を与えているといえる。

「国内経済要因」の影響度については、企業規模との相関は見受けられない。「国内政策要因」についてもほぼ同様であるが、あえて言えば大規模企業ほど「規制改革」の影響度をやや重視する傾向にあるともいえる。

「市場の先行き」、「異業種からの新規参入」、「新技術・サービスの出現による市場の変革」といった「市場要因」は概して影響度が大きいのが、大規模企業ほどその影響度をより重視する傾向も同時に指摘できる。

図表 3-6- 12 規模別の正規社員採用への影響度

	50 億円未満	50 億円以上 100 億円未満	100 億円以上 250 億円未満	250 億円以上 500 億円未満	500 億円以上
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1.12	1.13	1.17	1.20	1.22
海外の物価の動向	1.10	1.10	1.15	1.19	1.16
資源価格の動向	1.17	1.19	1.24	1.22	1.19
先進国の経済動向	1.19	1.21	1.27	1.29	1.38
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1.23	1.25	1.31	1.35	1.45
国内の金融市場（株価、為替、金利）	1.27	1.26	1.26	1.31	1.34
国内の物価の動向	1.37	1.37	1.35	1.33	1.33
国内の景気動向	1.87	1.86	1.82	1.81	1.86
国内の通商政策	1.22	1.20	1.23	1.24	1.19
国内の金融政策	1.23	1.22	1.22	1.22	1.24
国内の財政政策	1.23	1.24	1.23	1.26	1.29
国内の規制改革	1.28	1.31	1.30	1.33	1.33
市場の先行き	1.85	1.95	1.92	1.86	2.04
異業種からの新規参入	1.25	1.25	1.29	1.25	1.29
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.35	1.44	1.47	1.43	1.61
その他	1.29	1.13	1.24	1.26	1.40

【業種別】

業種別の影響度は次の図表に示すとおりである（図表 3-6- 13）。「国内経済要因」のうち「国内景気動向」の影響度が概して大きいのが、特に大きいのは「金属製品」、「パルプ・紙・紙加工」、「はん用・業務用機械器具」、「非鉄金属」といった業種に対してである。

「市場の先行き」の与える影響度は、特に「電子部品・デバイス・電子回路」、「はん用・業務用機械器具」、「生産用機械器具」、「非鉄金属」で大きくなっている。

新技術・新サービスの出現による市場の変革は全体としては前 2 者に比べ影響度はやや小さいが、「電子部品・デバイス・電子回路」、「電気・情報通信機械器具」、「繊維工業」といった市場の変遷の激しい業界では正規社員の採用に関しても強く意識されている要因といえそうである。

図表 3-6- 13 業種別の正規社員採用への影響度

	繊維工業	パルプ・紙・紙 加工品製造業	化学工業	石油製品・石炭 製品製造業	プラスチック製 品製造業	窯業・土石製品 製造業	鉄鋼業	非鉄金属製造 業
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1.13	1.07	1.12	1.09	1.04	1.03	1.22	1.22
海外の物価の動向	1.06	1.13	1.10	1.00	1.04	1.02	1.19	1.10
資源価格の動向	1.23	1.31	1.16	1.45	1.13	1.05	1.36	1.20
先進国の経済動向	1.16	1.17	1.17	1.09	1.09	1.03	1.28	1.35
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1.25	1.28	1.22	1.36	1.12	1.09	1.37	1.32
国内の金融市場（株価、為替、金利）	1.25	1.22	1.24	1.45	1.18	1.19	1.32	1.25
国内の物価の動向	1.22	1.50	1.26	1.55	1.30	1.31	1.43	1.33
国内の景気動向	1.87	2.02	1.79	1.91	1.73	1.79	1.89	1.96
国内の通商政策	1.06	1.26	1.18	1.27	1.20	1.09	1.29	1.16
国内の金融政策	1.25	1.24	1.18	1.27	1.20	1.14	1.31	1.25
国内の財政政策	1.12	1.24	1.20	1.27	1.16	1.28	1.33	1.27
国内の規制改革	1.12	1.36	1.32	1.27	1.29	1.22	1.36	1.24
市場の先行き	1.87	1.89	1.80	1.82	1.89	1.84	1.85	1.98
異業種からの新規参入	1.12	1.26	1.24	1.36	1.24	1.19	1.19	1.31
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.50	1.37	1.47	1.45	1.28	1.29	1.35	1.45
その他	1.00	1.10	1.54	1.00	1.82	1.18	1.29	1.00
	金属製品製造 業	はん用・業務用 機械器具製造 業	生産用機械器 具製造業	電子部品・デバ イス・電子回路 製造業	電気・情報通信 機械器具製造 業	輸送用機械器 具製造業	その他の製造 業	
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1.14	1.19	1.19	1.30	1.18	1.17	1.14	
海外の物価の動向	1.11	1.16	1.14	1.25	1.14	1.14	1.13	
資源価格の動向	1.23	1.17	1.16	1.31	1.18	1.18	1.18	
先進国の経済動向	1.20	1.27	1.39	1.42	1.32	1.32	1.19	
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1.28	1.32	1.44	1.52	1.35	1.36	1.18	
国内の金融市場（株価、為替、金利）	1.31	1.34	1.32	1.29	1.28	1.28	1.29	
国内の物価の動向	1.44	1.33	1.39	1.31	1.34	1.33	1.39	
国内の景気動向	2.01	1.97	1.83	1.88	1.82	1.88	1.78	
国内の通商政策	1.24	1.19	1.30	1.26	1.21	1.20	1.23	
国内の金融政策	1.25	1.21	1.24	1.21	1.19	1.20	1.26	
国内の財政政策	1.30	1.23	1.26	1.22	1.24	1.21	1.24	
国内の規制改革	1.32	1.27	1.34	1.29	1.29	1.32	1.31	
市場の先行き	1.93	2.08	2.06	2.09	1.89	1.97	1.87	
異業種からの新規参入	1.24	1.24	1.23	1.36	1.33	1.25	1.28	
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.40	1.46	1.44	1.58	1.51	1.49	1.43	
その他	1.27	1.10	1.17	1.43	1.05	1.37	1.07	

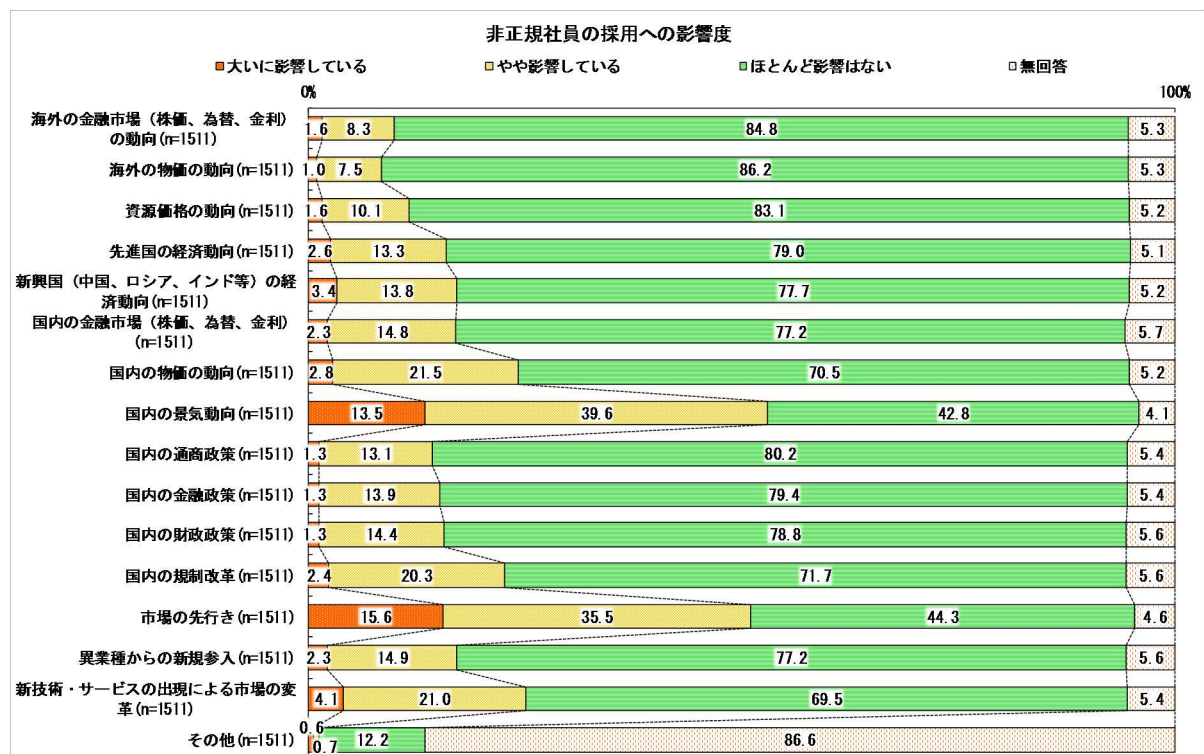
(3) 非正規社員の採用に与える影響度

① 影響度についての概観

非正規社員の採用への影響度を次の図表に示す（図表 3-6-14）。「国内経済要因」の中でも「国内の景気動向」という短期的かつ現在の状況に特に強く左右されやすいということは前段で述べた通りであるが、「市場の先行き」の影響度もそれに劣らず大きい。

総じて影響度の小さい「国内政策要因」の中では、「国内の規制改革」の影響度が大きい。

図表 3-6-14 非正規社員採用への影響度（度数分布）



② 規模別・業種別にみた影響度

【規模別】

企業規模別に非正規社員採用への影響度を見る（図表 3-6-15）。

非正規社員の採用への影響度の大きい「国内経済要因」の「国内の景気動向」、「市場要因」の「市場の先行き」はともに企業規模との正の相関が観察されるものの、後者についての明確な相関に対して、前者の相関度合いはさほど明確とはいえない。

図表 3-6-15 規模別の非正規社員採用への影響度

	50 億円 未満	50 億円以上 100 億円未満	100 億円以上 250 億円未満	250 億円以上 500 億円未満	500 億円 以上
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1.10	1.10	1.13	1.17	1.15
海外の物価の動向	1.08	1.07	1.13	1.18	1.08
資源価格の動向	1.13	1.12	1.16	1.18	1.12
先進国の経済動向	1.16	1.17	1.23	1.25	1.27
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1.17	1.18	1.25	1.29	1.31
国内の金融市場（株価、為替、金利）	1.20	1.19	1.20	1.25	1.25
国内の物価の動向	1.30	1.29	1.28	1.28	1.24
国内の景気動向	1.67	1.69	1.71	1.68	1.78
国内の通商政策	1.17	1.15	1.18	1.22	1.14
国内の金融政策	1.17	1.18	1.17	1.20	1.18
国内の財政政策	1.18	1.17	1.16	1.23	1.22
国内の規制改革	1.23	1.26	1.27	1.31	1.36
市場の先行き	1.67	1.69	1.69	1.75	1.81
異業種からの新規参入	1.20	1.19	1.22	1.22	1.22
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.26	1.32	1.29	1.34	1.46
その他	1.16	1.07	1.17	1.12	1.33

【業種別】

次に非正規社員の採用への影響度を業種別にみる（図表 3-6-16）。「国内経済要因」のうち「国内の景気動向」は「繊維工業」、「パルプ・紙・紙加工」、「金属製品」、「輸送用機械器具」といった業種への影響度が特に大きい。

全体として大きな影響度を与える要因である「市場要因」のうち、「市場の先行き」は、「はん用・業務用機械器具」、「電子部品・デバイス・電子回路」、「輸送用機械器具」、「生産用機械器具」で影響度が特に大きくなっている。同じ「市場要因」でも「新技術・新サービスの出現による市場の変革」の影響度は概して小さいものの、「電気・情報通信機械器具」、「輸送用機械器具」、「繊維工業」、「はん用・業務用機械器具」では高いスコアとなっており、比較的重視される要因の一つとなっていることがわかる。

図表 3-6-16 業種別の非正規社員採用への影響度

	繊維工業	パルプ・紙・紙 加工品製造業	化学工業	石油製品・石炭 製品製造業	プラスチック製 品製造業	窯業・土石製品 製造業	鉄鋼業	非鉄金属製造 業
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1.12	1.04	1.08	1.00	1.03	1.04	1.19	1.14
海外の物価の動向	1.06	1.06	1.06	1.00	1.03	1.02	1.16	1.10
資源価格の動向	1.16	1.21	1.09	1.18	1.09	1.05	1.24	1.14
先進国の経済動向	1.16	1.13	1.14	1.00	1.10	1.04	1.22	1.29
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1.19	1.21	1.16	1.00	1.12	1.09	1.28	1.27
国内の金融市場（株価、為替、金利）	1.16	1.17	1.12	1.18	1.14	1.12	1.24	1.25
国内の物価の動向	1.19	1.40	1.14	1.18	1.24	1.20	1.32	1.25
国内の景気動向	1.87	1.85	1.59	1.64	1.56	1.50	1.66	1.77
国内の通商政策	1.06	1.23	1.12	1.00	1.15	1.07	1.16	1.14
国内の金融政策	1.22	1.23	1.11	1.00	1.15	1.12	1.15	1.22
国内の財政政策	1.12	1.23	1.11	1.00	1.14	1.16	1.16	1.24
国内の規制改革	1.16	1.31	1.23	1.09	1.26	1.16	1.19	1.29
市場の先行き	1.66	1.77	1.57	1.27	1.61	1.55	1.56	1.75
異業種からの新規参入	1.12	1.25	1.16	1.18	1.18	1.11	1.15	1.22
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.37	1.31	1.29	1.09	1.20	1.20	1.19	1.31
その他	1.00	1.10	1.11	1.00	1.54	1.20	1.00	1.00
	金属製品製造 業	はん用・業務用 機械器具製造 業	生産用機械器 具製造業	電子部品・デバ イス・電子回路 製造業	電気・情報通信 機械器具製造 業	輸送用機械器 具製造業	その他の製造 業	
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1.11	1.20	1.14	1.22	1.14	1.16	1.11	
海外の物価の動向	1.08	1.19	1.12	1.18	1.12	1.13	1.08	
資源価格の動向	1.15	1.19	1.14	1.22	1.14	1.15	1.10	
先進国の経済動向	1.16	1.29	1.28	1.30	1.25	1.28	1.13	
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1.18	1.31	1.29	1.42	1.28	1.29	1.12	
国内の金融市場（株価、為替、金利）	1.24	1.27	1.26	1.19	1.25	1.23	1.22	
国内の物価の動向	1.36	1.25	1.32	1.23	1.31	1.32	1.32	
国内の景気動向	1.81	1.77	1.67	1.70	1.69	1.81	1.66	
国内の通商政策	1.18	1.17	1.21	1.18	1.15	1.17	1.22	
国内の金融政策	1.21	1.17	1.18	1.15	1.14	1.19	1.23	
国内の財政政策	1.22	1.20	1.21	1.16	1.19	1.17	1.20	
国内の規制改革	1.25	1.32	1.28	1.24	1.24	1.36	1.30	
市場の先行き	1.73	2.00	1.83	1.88	1.66	1.85	1.62	
異業種からの新規参入	1.20	1.22	1.22	1.27	1.30	1.22	1.19	
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.32	1.37	1.29	1.36	1.39	1.38	1.30	
その他	1.08	1.00	1.00	1.14	1.05	1.33	1.13	

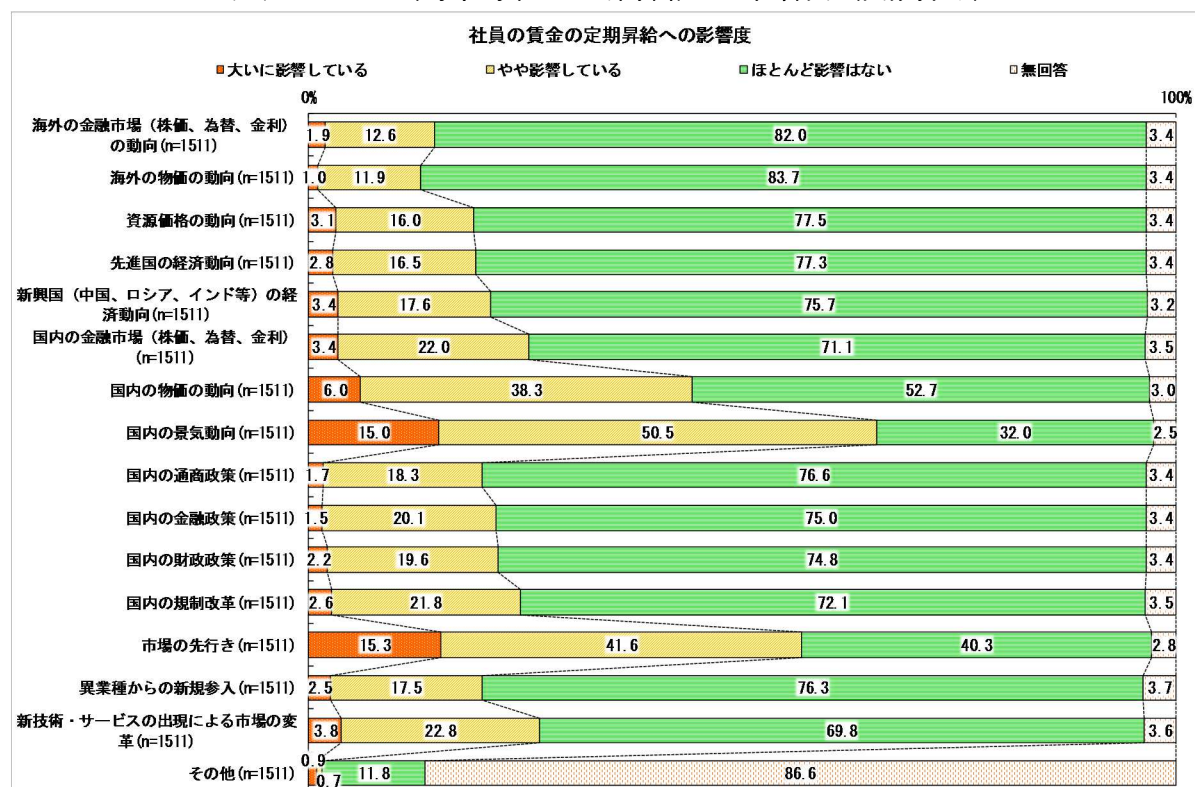
(4) 定期昇給に与える影響

① 影響度についての概観

定期昇給への影響度を次の図表に示す（図表 3-6-17）。

「国内の景気動向」、「市場の先行き」の2つが大きな影響を与えていることが確認できる。次いで前2者に比べると影響度は小さいとはいえ、「国内の物価の動向」の与える影響も無視できない大きさである。

図表 3-6-17 社員の賃金の定期昇給への影響度（度数分布）



② 規模別・業種別にみた影響度

【規模別】

定期昇給への規模別にみた影響度が次の図表である（図表 3-6-18）。

「海外経済要因」（「海外の金融市場」、「海外の物価の動向」、「資源価格の動向」、「先進国の経済動向」、「新興国の経済動向」）を規模が大きな企業ほどより重視する傾向がみられる。一方で、「国内経済要因」（「国内の金融市場」、「国内の物価の動向」、「国内の景気動向」）については、企業規模による有意な差は見出せない。

「国内政策要因」（通商、金融、財政、規制）については、大規模企業ほど影響度を大きくみる傾向がうかがえるものの、その差は小さく、有意なものとはいえないであろう。

「市場要因」（「市場の先行き」、「異業種からの新規参入」、「新技術・サービスの出現による市場の変革」）については、企業規模との相関は見出せない。

図表 3-6-18 規模別・定期昇給への影響度

	50 億円未満	50 億円以上 100 億円未満	100 億円以上 250 億円未満	250 億円以上 500 億円未満	500 億円以上
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1.15	1.14	1.19	1.22	1.22
海外の物価の動向	1.14	1.10	1.15	1.22	1.20
資源価格の動向	1.23	1.20	1.23	1.27	1.26
先進国の経済動向	1.20	1.18	1.24	1.31	1.38
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1.22	1.21	1.27	1.32	1.40
国内の金融市場（株価、為替、金利）	1.29	1.29	1.29	1.32	1.35
国内の物価の動向	1.54	1.52	1.49	1.51	1.53
国内の景気動向	1.85	1.83	1.79	1.86	1.79
国内の通商政策	1.22	1.20	1.22	1.27	1.25
国内の金融政策	1.25	1.24	1.21	1.24	1.26
国内の財政政策	1.23	1.24	1.24	1.28	1.32
国内の規制改革	1.26	1.28	1.29	1.32	1.30
市場の先行き	1.75	1.74	1.73	1.76	1.76
異業種からの新規参入	1.26	1.21	1.24	1.22	1.19
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.30	1.32	1.34	1.32	1.33
その他	1.24	1.04	1.17	1.21	1.87

【業種別】

定期昇給への業種別にみた影響度を次の図表に示す（図表 3-6-19）。

「国内の景気動向」は「非鉄金属」、「パルプ・紙・紙加工」、「はん用・業務用機械器具」といった業種に特に大きな影響を与え、「市場の先行き」は「はん用・業務用機械器具」、「パルプ・紙・紙加工」、「非鉄金属」、「生産用機械器具」に対しても大きな影響力を持っている。

「国内の物価の動向」の与える影響度は、業種別に顕著な差異は見られない。

「資源価格の動向」はさほど大きな影響度を持つ環境要因とはいえないものの、「非鉄金属」、「パルプ・紙・紙加工」、「石油・石炭製品」といった業種企業に対しては、影響度が大きくなっている。

図表 3-6-19 業種別・定期昇給への影響度

	繊維工業	パルプ・紙・紙 加工品製造業	化学工業	石油製品・石炭 製品製造業	プラスチック製 品製造業	窯業・土石製品 製造業	鉄鋼業	非鉄金属製造 業
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1.12	1.17	1.12	1.00	1.08	1.09	1.14	1.25
海外の物価の動向	1.06	1.17	1.12	1.00	1.10	1.02	1.12	1.20
資源価格の動向	1.16	1.36	1.25	1.36	1.21	1.07	1.33	1.40
先進国の経済動向	1.12	1.17	1.14	1.09	1.12	1.03	1.21	1.37
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1.16	1.28	1.22	1.18	1.15	1.07	1.31	1.33
国内の金融市場（株価、為替、金利）	1.31	1.34	1.26	1.55	1.22	1.19	1.25	1.45
国内の物価の動向	1.50	1.62	1.47	1.55	1.47	1.38	1.58	1.54
国内の景気動向	1.72	1.94	1.71	1.73	1.82	1.79	1.89	2.02
国内の通商政策	1.09	1.28	1.21	1.18	1.27	1.10	1.25	1.24
国内の金融政策	1.12	1.30	1.22	1.18	1.26	1.12	1.24	1.29
国内の財政政策	1.12	1.28	1.21	1.18	1.22	1.22	1.31	1.33
国内の規制改革	1.06	1.33	1.27	1.27	1.32	1.14	1.29	1.27
市場の先行き	1.72	1.83	1.55	1.73	1.70	1.66	1.61	1.83
異業種からの新規参入	1.19	1.25	1.18	1.45	1.28	1.14	1.15	1.24
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.25	1.32	1.26	1.36	1.22	1.24	1.23	1.33
その他	1.00	1.09	1.33	1.00	1.80	1.17	1.15	1.00
	金属製品製造 業	はん用・業務用 機械器具製造 業	生産用機械器 具製造業	電子部品・デバ イス・電子回路 製造業	電気・情報通信 機械器具製造 業	輸送用機械器 具製造業	その他の製造 業	
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1.16	1.19	1.23	1.27	1.18	1.21	1.17	
海外の物価の動向	1.12	1.16	1.16	1.23	1.16	1.18	1.13	
資源価格の動向	1.23	1.21	1.20	1.31	1.20	1.22	1.18	
先進国の経済動向	1.22	1.36	1.36	1.40	1.24	1.29	1.19	
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1.25	1.33	1.39	1.45	1.27	1.31	1.15	
国内の金融市場（株価、為替、金利）	1.29	1.44	1.36	1.34	1.25	1.33	1.29	
国内の物価の動向	1.54	1.61	1.58	1.51	1.47	1.53	1.53	
国内の景気動向	1.93	1.94	1.86	1.78	1.76	1.84	1.80	
国内の通商政策	1.22	1.21	1.27	1.26	1.19	1.20	1.26	
国内の金融政策	1.28	1.30	1.25	1.23	1.18	1.23	1.27	
国内の財政政策	1.28	1.36	1.24	1.22	1.20	1.23	1.27	
国内の規制改革	1.27	1.34	1.29	1.26	1.27	1.30	1.29	
市場の先行き	1.76	1.94	1.83	1.79	1.72	1.80	1.75	
異業種からの新規参入	1.25	1.16	1.18	1.29	1.27	1.21	1.25	
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.33	1.35	1.32	1.36	1.37	1.33	1.33	
その他	1.17	1.00	1.00	1.00	1.10	1.37	1.23	

(5) 標準賃金の引上げ（ベースアップ）に与える影響

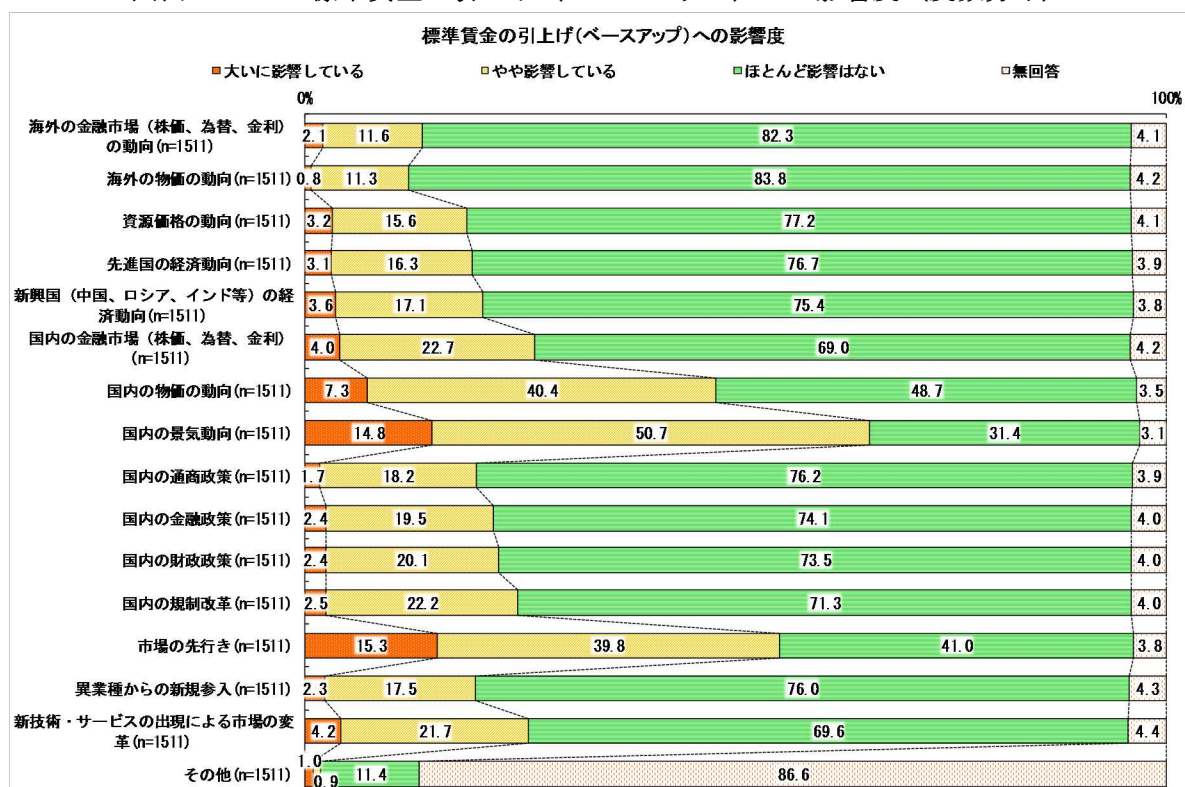
① 影響度についての概観

標準賃金の引上げ（ベースアップ）への影響度を次の図表に示す（図表 3-6-20）。

定期昇給の場合とほぼ同様、「国内経済要因」である「国内の景気動向」、「市場要因」である「市場の先行き」という2つの要因が大きな影響を与えており、さらに「国内経済要因」の「国内の物価の動向」の影響も強く意識されている。

他の項目については影響度の大きさで目立つものは少なく、とりわけ「海外の金融市場」、「海外の物価動向」、「資源価格の動向」、「先進国の経済動向」、「新興国の経済動向」といった「海外経済要因」や「国内政策要因」の影響度は小さい。

図表 3-6-20 標準賃金の引上げ（ベースアップ）への影響度（度数分布）



② 規模別・業種別にみた影響度

【規模別】

標準賃金引上げへの規模別の影響度をみる（図表 3-6-21）。

「海外経済要因」（「海外の金融市場」、「海外の物価の動向」、「資源価格の動向」、「先進国の経済動向」、「新興国の経済動向」）を、企業規模が大きくなるほどより重視する傾向がみられることがまず指摘できる。しかし、「国内経済要因」（「国内の金融市場」、「国内の物価の動向」、「国内の景気動向」）については、企業規模による有意な差は見出せない。

「国内政策要因」（通商、金融、財政、規制）については、大規模企業ほど影響度が大きくなる傾向がうかがえるものの、その差は小さく、有意なものとはいえないであろう。

「市場要因」（「市場の先行き」、「異業種からの新規参入」、「新技術・サービスの出現による市場の変革」）については、企業規模との相関は見出せない。

図表 3-6-21 規模別の標準賃金引上げへの影響度

	50 億円 未満	50 億円以上 100 億円未満	100 億円以上 250 億円未満	250 億円以上 500 億円未満	500 億円 以上
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1.15	1.12	1.20	1.19	1.22
海外の物価の動向	1.12	1.08	1.15	1.19	1.23
資源価格の動向	1.21	1.19	1.26	1.22	1.32
先進国の経済動向	1.20	1.19	1.26	1.28	1.38
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1.23	1.22	1.27	1.27	1.40
国内の金融市場（株価、為替、金利）	1.30	1.32	1.31	1.35	1.40
国内の物価の動向	1.58	1.57	1.54	1.54	1.68
国内の景気動向	1.82	1.84	1.81	1.83	1.89
国内の通商政策	1.23	1.21	1.23	1.25	1.22
国内の金融政策	1.24	1.27	1.24	1.30	1.28
国内の財政政策	1.24	1.25	1.25	1.28	1.34
国内の規制改革	1.27	1.28	1.28	1.31	1.34
市場の先行き	1.73	1.76	1.70	1.65	1.86
異業種からの新規参入	1.24	1.22	1.24	1.23	1.20
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.28	1.32	1.35	1.31	1.35
その他	1.17	1.08	1.30	1.21	2.12

【業種別】

標準賃金引上げへの業種別の影響は次の図表のとおり（図表 3-6-22）。

「国内の景気動向」の影響度は「はん用・業務用機械」を除くと、「パルプ・紙・紙加工」、
「非鉄金属」、「鉄鋼業」、「石油・石炭製品」といった素材系、市況型業種企業に特に強く、「市場の先行き」は、「繊維工業」、「はん用・業務用機械器具」、「生産用機械器具」にも大きな影響力を持っている点で定期昇給と同様の傾向を示している。「海外経済要因」の一つである「資源価格の動向」は全体として大きな影響度を持たないが、「石油・石炭製品」、「鉄鋼業」、「非鉄金属」、「パルプ・紙・紙加工」といった企業に対しては影響度が大きくなっている。この点でも定期昇給と同様の傾向を示している。

図表 3-6-22 業種別・「ベースアップ」への影響度

	繊維工業	パルプ・紙・紙 加工品製造業	化学工業	石油製品・石炭 製品製造業	プラスチック製 品製造業	窯業・土石製品 製造業	鉄鋼業	非鉄金属製造 業
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1.19	1.15	1.16	1.09	1.07	1.07	1.13	1.26
海外の物価の動向	1.12	1.11	1.15	1.09	1.10	1.02	1.11	1.16
資源価格の動向	1.19	1.34	1.29	1.55	1.21	1.10	1.35	1.35
先進国の経済動向	1.19	1.13	1.21	1.18	1.14	1.03	1.21	1.42
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1.22	1.21	1.27	1.18	1.16	1.10	1.28	1.44
国内の金融市場（株価、為替、金利）	1.41	1.32	1.31	1.55	1.20	1.33	1.23	1.40
国内の物価の動向	1.53	1.74	1.56	1.64	1.49	1.47	1.54	1.55
国内の景気動向	1.81	2.02	1.82	1.91	1.74	1.79	1.93	1.94
国内の通商政策	1.12	1.26	1.21	1.18	1.16	1.14	1.23	1.24
国内の金融政策	1.25	1.28	1.24	1.27	1.20	1.19	1.21	1.44
国内の財政政策	1.16	1.28	1.26	1.27	1.18	1.26	1.27	1.36
国内の規制改革	1.16	1.31	1.32	1.27	1.28	1.12	1.28	1.28
市場の先行き	1.94	1.83	1.59	1.64	1.69	1.71	1.62	1.80
異業種からの新規参入	1.28	1.21	1.20	1.36	1.24	1.19	1.13	1.22
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.31	1.25	1.32	1.45	1.27	1.26	1.20	1.32
その他	1.00	1.10	1.25	1.00	1.80	1.17	1.15	1.00
	金属製品製造 業	はん用・業務用 機械器具製造 業	生産用機械器 具製造業	電子部品・デバ イス・電子回路 製造業	電気・情報通信 機械器具製造 業	輸送用機械器 具製造業	その他の製造 業	
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1.16	1.20	1.21	1.28	1.18	1.17	1.16	
海外の物価の動向	1.11	1.15	1.15	1.18	1.16	1.15	1.13	
資源価格の動向	1.22	1.15	1.21	1.24	1.20	1.21	1.21	
先進国の経済動向	1.23	1.33	1.33	1.30	1.28	1.26	1.20	
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1.24	1.32	1.37	1.34	1.29	1.27	1.18	
国内の金融市場（株価、為替、金利）	1.33	1.41	1.30	1.33	1.34	1.33	1.32	
国内の物価の動向	1.63	1.69	1.60	1.47	1.54	1.57	1.58	
国内の景気動向	1.90	1.95	1.84	1.75	1.77	1.77	1.84	
国内の通商政策	1.27	1.16	1.25	1.25	1.22	1.22	1.26	
国内の金融政策	1.28	1.25	1.26	1.25	1.22	1.23	1.29	
国内の財政政策	1.30	1.28	1.28	1.26	1.23	1.23	1.27	
国内の規制改革	1.30	1.30	1.31	1.28	1.30	1.26	1.29	
市場の先行き	1.72	1.93	1.89	1.75	1.70	1.74	1.74	
異業種からの新規参入	1.26	1.20	1.21	1.29	1.30	1.17	1.23	
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.32	1.34	1.31	1.36	1.40	1.32	1.29	
その他	1.09	1.00	1.00	1.62	1.10	1.56	1.22	

(6) 社員への賞与支給（ボーナス）に与える影響

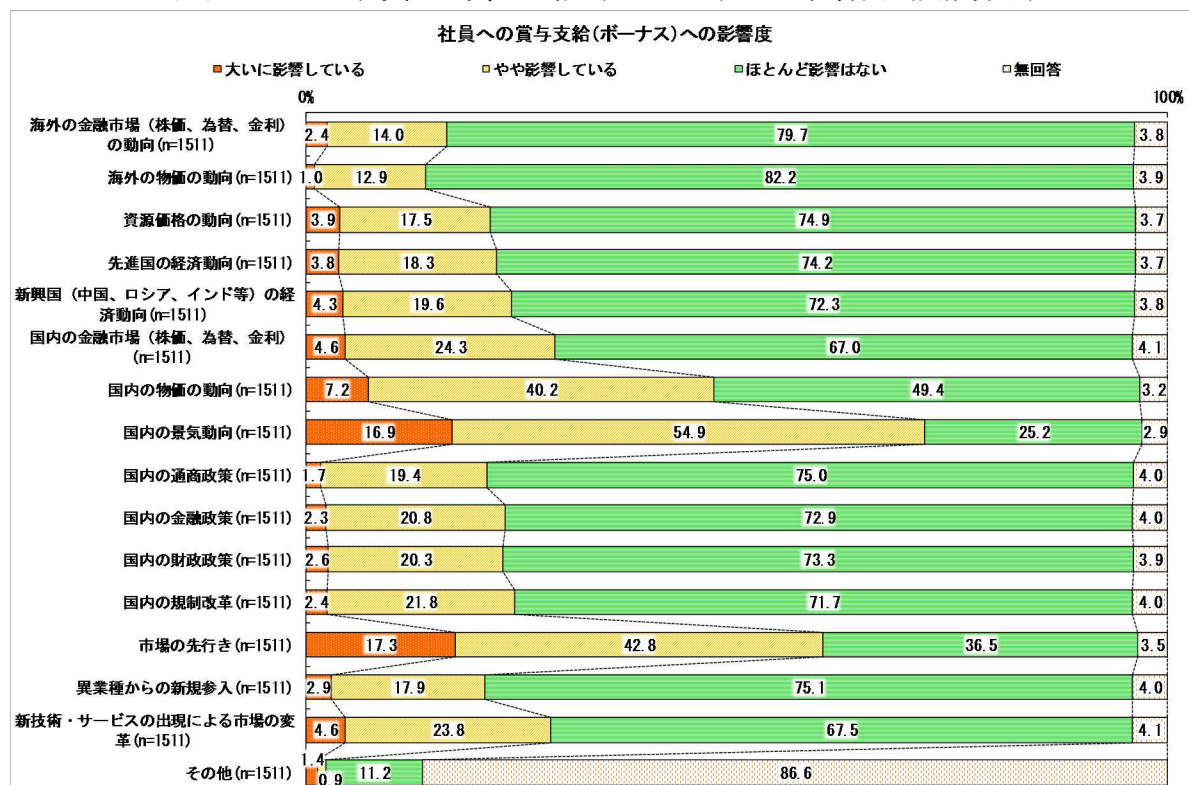
① 影響度についての概観

賞与支給（ボーナス）への影響度を次の図表に示す（図表 3-6-23）。

業績連動型の給与ともいえる「ボーナス」に対しては、「国内の景気動向」が圧倒的な影響力を示している。次いで、「市場の先行き」、「国内の物価動向」の影響度が強くなっている。前3者以外の環境要因については「ほとんど影響はない」という回答が6割以上を占め、影響度は極めて限定されたものとなっている。

特に、「海外経済要因」や「国内政策要因」の影響度は、概して小さいといえる。

図表 3-6-23 社員への賞与支給（ボーナス）への影響度（度数分布）



② 規模別・業種別にみた影響度

【規模別】

賞与に関する規模別の影響度を次の図表に示す（図表 3-6-24）。

「海外経済要因」を企業規模が大きくなるほど、強く重視する傾向がみられる。とりわけ「海外金融市場」や「海外物価の動向」については、そうした傾向がかなり明確である。

「国内経済要因」については、企業規模による有意な差は見出せない。むしろ「国内の物価の動向」や「国内の景気動向」に対する感応度は、中堅・中小企業のほうが大きいともいえる。

「国内政策要因」の影響度については、企業規模との明確な相関は見出しにくい。が、「国内の金融政策」、「国内の財政政策」、「国内の規制改革」については大規模企業ほど影響度をわずかながらより強くみる傾向がうかがえる。

「市場の先行き」、「異業種からの新規参入」、「新技術・サービスの出現による市場の変革」といった「市場要因」に関する項目については、企業規模との相関は見出せない。

図表 3-6-24 規模別のボーナスへの影響度

	50 億円 未満	50 億円以上 100 億円未満	100 億円以上 250 億円未満	250 億円以上 500 億円未満	500 億円 以上
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1.17	1.14	1.23	1.25	1.32
海外の物価の動向	1.14	1.10	1.17	1.25	1.26
資源価格の動向	1.22	1.22	1.29	1.34	1.41
先進国の経済動向	1.22	1.22	1.27	1.35	1.51
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1.25	1.24	1.29	1.37	1.55
国内の金融市場（株価、為替、金利）	1.35	1.33	1.33	1.38	1.44
国内の物価の動向	1.61	1.56	1.53	1.52	1.56
国内の景気動向	1.93	1.93	1.89	1.89	1.92
国内の通商政策	1.25	1.20	1.24	1.27	1.26
国内の金融政策	1.26	1.27	1.24	1.32	1.32
国内の財政政策	1.26	1.25	1.24	1.28	1.37
国内の規制改革	1.26	1.26	1.28	1.33	1.34
市場の先行き	1.80	1.83	1.77	1.75	1.87
異業種からの新規参入	1.26	1.22	1.26	1.25	1.23
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.31	1.34	1.36	1.35	1.40
その他	1.23	1.04	1.33	1.33	2.30

【業種別】

賞与に関する規模別の影響度を次の図表に示す（図表 3-6-25）。

業種別にみると、概して影響度の低い「海外経済要因」のなかでは、「資源価格の動向」に対して「非鉄金属」、「鉄鋼業」、「石油・石炭製品」といった業種企業が感応的である。

最大の影響度を持つ環境要因である「国内の景気動向」は「非鉄金属」、「パルプ・紙・紙加工」、「鉄鋼」、「はん用・業務用機械器具」といった業種にとりわけ大きな影響力を持っている。

「はん用・業務用機械器具」、「繊維工業」、「非鉄金属」といった業種のボーナスは、国内の景気動向に次いで影響度の大きい「市場の先行き」にも大きく左右されることがわかる。

「国内の物価の動向」の持つ影響度については業種による有意な差は見いだせない。一方、相対的に影響度の低い「国内の金融市場」に対しては、「非鉄金属」、「パルプ・紙・紙加工」、「金属製品」といった業種が、比較的高い感応度を示している。

図表 3-6-25 業種別のボーナスへの影響度

	繊維工業	パルプ・紙・紙 加工品製造業	化学工業	石油製品・石炭 製品製造業	プラスチック製 品製造業	窯業・土石製品 製造業	鉄鋼業	非鉄金属製造 業
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1.19	1.17	1.20	1.09	1.10	1.07	1.18	1.35
海外の物価の動向	1.09	1.11	1.17	1.09	1.14	1.02	1.15	1.24
資源価格の動向	1.22	1.42	1.33	1.45	1.25	1.14	1.49	1.50
先進国の経済動向	1.22	1.15	1.27	1.18	1.18	1.05	1.28	1.43
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1.28	1.19	1.33	1.18	1.22	1.14	1.35	1.41
国内の金融市場（株価、為替、金利）	1.41	1.36	1.36	1.64	1.22	1.31	1.26	1.49
国内の物価の動向	1.50	1.69	1.54	1.55	1.57	1.47	1.54	1.60
国内の景気動向	1.81	2.06	1.91	1.91	1.91	1.88	2.03	2.13
国内の通商政策	1.12	1.28	1.26	1.18	1.19	1.16	1.28	1.23
国内の金融政策	1.25	1.30	1.24	1.18	1.25	1.21	1.25	1.37
国内の財政政策	1.16	1.28	1.28	1.18	1.19	1.29	1.31	1.31
国内の規制改革	1.16	1.30	1.32	1.18	1.29	1.12	1.32	1.27
市場の先行き	2.03	1.96	1.68	1.73	1.78	1.74	1.65	2.00
異業種からの新規参入	1.25	1.23	1.21	1.36	1.26	1.19	1.18	1.25
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.34	1.30	1.34	1.45	1.30	1.24	1.21	1.35
その他	1.00	1.10	1.44	1.00	1.92	1.25	1.08	1.00
	金属製品製造 業	はん用・業務用 機械器具製造 業	生産用機械器 具製造業	電子部品・デバ イス・電子回路 製造業	電気・情報通信 機械器具製造 業	輸送用機械器 具製造業	その他の製造 業	
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1.16	1.30	1.25	1.30	1.21	1.22	1.17	
海外の物価の動向	1.13	1.20	1.18	1.20	1.18	1.18	1.13	
資源価格の動向	1.24	1.20	1.22	1.29	1.22	1.24	1.21	
先進国の経済動向	1.25	1.39	1.36	1.39	1.31	1.32	1.20	
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1.25	1.40	1.40	1.45	1.35	1.33	1.19	
国内の金融市場（株価、為替、金利）	1.34	1.46	1.36	1.34	1.38	1.37	1.33	
国内の物価の動向	1.61	1.66	1.53	1.46	1.53	1.56	1.59	
国内の景気動向	1.96	2.03	1.95	1.84	1.83	1.86	1.90	
国内の通商政策	1.26	1.20	1.24	1.25	1.21	1.25	1.26	
国内の金融政策	1.30	1.26	1.25	1.25	1.24	1.27	1.29	
国内の財政政策	1.31	1.28	1.28	1.24	1.23	1.24	1.27	
国内の規制改革	1.26	1.30	1.28	1.28	1.26	1.28	1.29	
市場の先行き	1.79	2.02	1.89	1.88	1.75	1.83	1.76	
異業種からの新規参入	1.28	1.21	1.23	1.31	1.31	1.17	1.25	
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.33	1.39	1.30	1.45	1.41	1.37	1.33	
その他	1.14	1.20	1.00	1.57	1.20	1.56	1.24	

(7) 人材開発投資（教育や訓練）への影響度

① 影響度についての概観

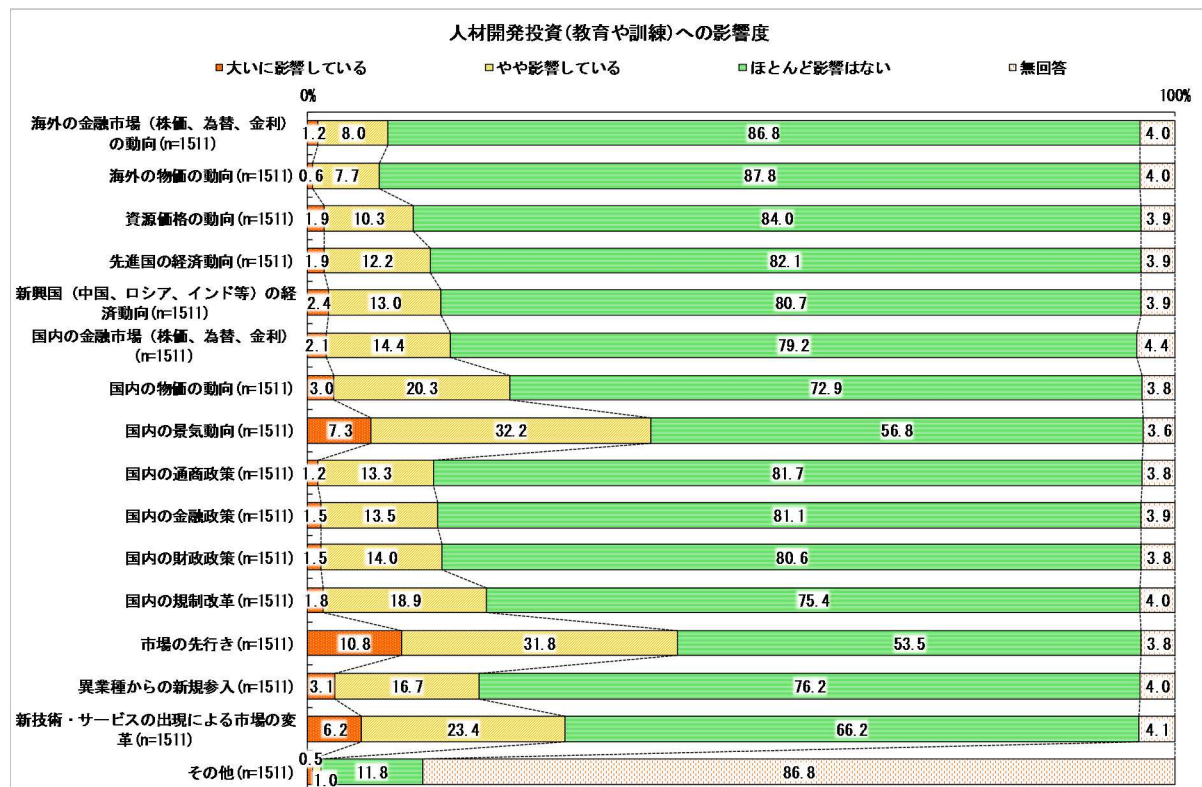
人材開発投資への影響度を次の図表に示す（図表 3-6-26）。

「市場要因」の「市場の先行き」や「新技術・サービスの出現による市場の変革」が人材開発投資に与える影響が大きい。これは、市場の変化 → 事業体制の変化 → 要求される人材の質・内容変化 といった状況に対応して行われるものと考えられる。

一方で、「国内の景気動向」がこれと同等に大きな影響を与えている。企業業績の好転 → 採用増 → 教育・訓練の必要性という、より直接的な流れに動かされたものと解釈できる。

なお「海外経済要因」や「国内政策要因」は極めて限定された影響力しか持っていない。

図表 3-6-26 人材開発投資（教育や訓練）への影響度（度数分布）



② 規模別・業種別にみた影響度

【規模別】

規模別の影響度は次の図表のとおり（図表 3-6-27）。

概して影響度の低い「海外経済要因」を企業規模が大きくなるとある程度重視するようになるという傾向は、他の人的投資項目と同様に観察できる。とりわけ「先進国の経済動向」や「新興国経済の動向」の影響度については、企業規模との相関がより明確である。

「国内経済要因」については、企業規模による有意な差は見出せない。むしろ「国内の物価の動向」に対する感応度は中堅・中小企業のほうがむしろ大きいともいえる。

「国内政策要因」の影響度については、企業規模との明確な相関は見出しにくい。

「市場要因」に関する項目については、企業規模との相関関係がある程度うかがえる。企業規模が大きくなれば、市場の変化動向をより強く意識し、人材開発を積極化することを示唆している。

図表 3-6- 27 規模別の人材開発投資への影響度

	50 億円未満	50 億円以上 100 億円未満	100 億円以上 250 億円未満	250 億円以上 500 億円未満	500 億円以上
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1.08	1.10	1.11	1.15	1.15
海外の物価の動向	1.07	1.07	1.10	1.15	1.14
資源価格の動向	1.13	1.12	1.15	1.20	1.18
先進国の経済動向	1.13	1.14	1.17	1.22	1.27
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1.15	1.16	1.19	1.25	1.30
国内の金融市場（株価、為替、金利）	1.19	1.18	1.18	1.25	1.20
国内の物価の動向	1.30	1.26	1.25	1.29	1.24
国内の景気動向	1.52	1.46	1.44	1.54	1.52
国内の通商政策	1.17	1.16	1.16	1.19	1.14
国内の金融政策	1.17	1.17	1.15	1.22	1.18
国内の財政政策	1.18	1.18	1.16	1.22	1.17
国内の規制改革	1.23	1.25	1.21	1.28	1.21
市場の先行き	1.55	1.57	1.50	1.59	1.67
異業種からの新規参入	1.24	1.25	1.21	1.26	1.26
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.32	1.41	1.35	1.39	1.50
その他	1.15	1.08	1.16	1.13	1.67

【業種別】

業種別の重要度をみる（図表 3-6- 28）。

「市場要因」のうち「市場の先行き」は「はん用・業務用機械器具」、「生産用機械器具」等の業種企業に特に大きな影響を与えていることがわかる。同じ「市場要因」でも「新技術・サービスの出現による市場の変革」は、全体としてはおしなべて強く意識されていない要因であるといえるが、「石油・石炭製品」、「電気・情報通信機械器具」、「はん用・業務用機械器具」等でやや大きな影響をもつ要因になっている。

「国内の景気動向」は「パルプ・紙・紙加工」、「金属製品」、「はん用・業務用機械器具」を筆頭におしなべて強い影響力を与えている。その他、「資源価格の動向」は総じて強い影響度を示していないが、「パルプ・紙・紙加工」に対しては比較的強い影響を与えている。

図表 3-6- 28 業種別の人材開発投資への影響度

	繊維工業	パルプ・紙・紙加工品製造業	化学工業	石油製品・石炭製品製造業	プラスチック製品製造業	窯業・土石製品製造業	鉄鋼業	非鉄金属製造業
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1.03	1.13	1.10	1.00	1.05	1.03	1.10	1.08
海外の物価の動向	1.03	1.09	1.10	1.00	1.06	1.02	1.10	1.06
資源価格の動向	1.09	1.28	1.16	1.18	1.17	1.03	1.15	1.13
先進国の経済動向	1.09	1.15	1.19	1.09	1.07	1.03	1.14	1.16
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1.16	1.23	1.22	1.09	1.12	1.05	1.17	1.16
国内の金融市場（株価、為替、金利）	1.16	1.23	1.18	1.36	1.13	1.16	1.11	1.14
国内の物価の動向	1.19	1.42	1.19	1.36	1.24	1.21	1.22	1.14
国内の景気動向	1.34	1.66	1.43	1.55	1.48	1.34	1.44	1.43
国内の通商政策	1.09	1.21	1.16	1.09	1.15	1.09	1.11	1.12
国内の金融政策	1.12	1.19	1.16	1.09	1.19	1.12	1.11	1.14
国内の財政政策	1.12	1.17	1.16	1.09	1.15	1.17	1.12	1.16
国内の規制改革	1.12	1.28	1.27	1.18	1.23	1.14	1.19	1.22
市場の先行き	1.56	1.62	1.46	1.55	1.63	1.45	1.40	1.50
異業種からの新規参入	1.19	1.19	1.17	1.45	1.25	1.16	1.12	1.20
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.35	1.28	1.38	1.45	1.28	1.19	1.30	1.29
その他	1.00	1.10	1.25	1.00	1.56	1.18	1.15	1.00
	金属製品製造業	はん用・業務用機械器具製造業	生産用機械器具製造業	電子部品・デバイス・電子回路製造業	電気・情報通信機械器具製造業	輸送用機械器具製造業	その他の製造業	
海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1.11	1.19	1.13	1.14	1.12	1.13	1.13	
海外の物価の動向	1.08	1.14	1.11	1.11	1.10	1.11	1.11	
資源価格の動向	1.14	1.15	1.14	1.16	1.13	1.13	1.16	
先進国の経済動向	1.19	1.20	1.25	1.20	1.21	1.19	1.14	
新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1.20	1.22	1.28	1.24	1.21	1.20	1.16	
国内の金融市場（株価、為替、金利）	1.22	1.25	1.20	1.17	1.21	1.20	1.22	
国内の物価の動向	1.32	1.31	1.24	1.24	1.26	1.30	1.33	
国内の景気動向	1.60	1.58	1.49	1.42	1.46	1.46	1.51	
国内の通商政策	1.23	1.13	1.16	1.14	1.18	1.14	1.21	
国内の金融政策	1.24	1.20	1.17	1.09	1.17	1.15	1.22	
国内の財政政策	1.26	1.20	1.18	1.11	1.17	1.15	1.22	
国内の規制改革	1.25	1.28	1.22	1.18	1.24	1.22	1.26	
市場の先行き	1.62	1.68	1.67	1.57	1.56	1.51	1.59	
異業種からの新規参入	1.26	1.23	1.23	1.29	1.34	1.22	1.26	
新技術・サービスの出現による市場の変革	1.38	1.43	1.40	1.35	1.47	1.40	1.41	
その他	1.05	1.00	1.00	1.33	1.11	1.29	1.15	

第4章 既存統計及び先行研究との比較による検討

第4章では、前章でみたアンケート調査結果を分析がてら、既存統計や先行研究との比較による検討を行う。

第1節では、アンケート調査から得られた商品属性間の相関、及び収益力と企活による売上高純利益率との相関を求め、第3章の結果を補完する。次に、商品の成長性について、日本銀行による2000年の類似調査（日銀調査）と本調査の結果を比較し、2000年頃と現時点で成長期待がどう変化したかを検討する。

第2節では、販売価格の改定状況を分析する。はじめに、アンケート調査による価格の改定状況と国内企業物価指数及び短観（販売価格DI及び物価見通し）による結果を比較して、アンケート調査の結果が、既存統計と整合するかどうかを確認する。次に、価格改定状況と商品特性の相関を求め、どの商品属性と価格設定の間に密な関係があるかを検討する。最後に、アンケート調査による価格の引き上げ・引き下げ状況を日銀調査と比較することにより、企業による価格改定のスタンスが2000年頃と比べてどう変化したかを検討する。

第3節では、まず、価格設定で重視する要因に関して、日銀調査との比較による検討を行う。次いで、価格の改訂と転嫁の状況に関する予備的な検証、価格転嫁するグループとしないグループ間で利益率の差異の検証、回帰分析による価格転嫁の度合いと商品属性の関係の検討などをおこなう。

第4節では、価格が硬直化する（しない）原因について分析する。はじめに第3章の結論を補完する目的で、コストを転嫁できている企業とできていない企業をそれぞれ、コスト転嫁の程度に応じて二分し、転嫁理由の強弱を比較する。次に、日銀調査を用いて、価格転嫁の要因について、2000年頃との比較を行う。

第5節では、不確実性への認識を整理する。まず不確実性の対象となる項目について、相関係数を算出し、項目間の関係を検討する。次に、不確実性が增大している事象の上位4項目を規模別、業種別に抽出し、規模や業種で認識がどのように異なるかを確認する。最後に、森川(2016)との比較を踏まえた考察を行う。

第6節と第7節では、それぞれ事業投資と人的投資について、投資の種類ごとに影響を与える事象の上位4つを抽出し、規模別及び業種別の特徴を抽出する。

最後の第8節では、森川(2016)による分析との比較を通して、「経済情勢・政策等への経営の影響度」及び「不確実性が影響する経営判断」について検討を行う。

なお、3節、5節、6節、7節の最後には、ヒアリング調査から得られた価格設定のスタンスや不確実性の認識等をまとめている。

章内目次

4-1. 商品特性の予備的検討	140
4-1-1. 商品属性間の相関	140
4-1-2. 収益力の検証	140
4-1-3. 商品の成長性に関する日銀調査(2000)との比較	141
4-2. 販売価格の改定状況	144
4-2-1. アンケート調査結果と国内企業物価指数の比較	144
4-2-2. アンケート調査結果と短観(販売価格DIと物価見通し)の比較	146
4-2-3. 価格設定と商品特性の相関	147
4-2-4. 価格の引き上げ・引き下げに関する日銀調査(2000)との比較	148
4-3. 価格設定で重視する要因と転嫁の状況	150
4-3-1. 価格設定で重視する要因に関する日銀調査(2000)との比較	150
4-3-2. 価格転嫁の状況	155
4-3-3. ヒアリング調査からみた価格設定・価格転嫁の状況	160
4-4. 価格が硬直化する(しない)原因	162
4-4-1. 転嫁の程度別の理由	162
4-4-2. 価格転嫁の要因に関する日銀調査との比較	164
4-5. 不確実性の認識	170
4-5-1. 不確実性項目間の相関	170
4-5-2. 規模・業種別の不確実性	171
4-5-3. 先行研究との比較による検討	172
4-5-4. ヒアリング調査からみた不確実性への認識	176
4-6. 事業投資の動向と決定要因	178
4-6-1. 各事業投資の動向	178
4-6-2. 国内外の経済情勢等が事業投資の増減に与える影響	178
4-6-3. 影響度の大きな事象(規模別・業種別)	179
4-6-4. ヒアリング調査からみた不確実性が事業投資に及ぼす影響	184
4-7. 人的投資の動向と決定要因	185
4-7-1. 各人的投資の動向	185
4-7-2. 国内外の経済情勢等が人的投資に与える影響	185
4-7-3. 影響度の大きな事象(規模別・業種別)	185
4-7-4. ヒアリング調査からみた不確実性が人的投資に及ぼす影響	191
4-8. 不確実性と企業の意思決定に関する先行研究との比較検討	193
4-8-1. 経済情勢・政策等の経営への影響度	193
4-8-2. 不確実性が影響する経営判断	196

4-1. 商品特性の予備的検討

アンケート調査より、主力商品の「ブランド浸透度」、「性能・品質」、「成長性」、「収益力」は、価格設定と関係を持つことが明らかとなった。第3章で示した結果をまとめると、以下のようになる。

- ブランド浸透度は、「大変浸透している」、「概ね浸透している」、「まあまあ浸透している」の合計が80%を超える。企業規模が大きいほど、ブランド浸透度は高い傾向にある。
- 性能・品質評価について「非常に良い」、「良い方である」の合計が7割を超える。企業規模が大きいほど、性能・品質への自己評価は高い傾向にある。
- ブランド浸透度と性能・品質評価には相関がある。高い性能・品質が高いブランド浸透度を築いている状況が窺える。
- 将来的な成長性については、回答企業の3割が「成長基調」または「大いに成長が望める」と考えている。一方で、成長は不透明とする企業も四分の一存在する。成長性と企業規模との相関は存在するが、あまり強くない。
- 成長性は、ブランド浸透度よりもむしろ、性能・品質評価と関係が強い。
- 収益力は6割弱が、「高い収益力がある」または「まあまあ収益力はある」と回答。
- ブランド浸透度、性能・品質評価は、収益力と明確に相関がある。
- 収益力と企業規模は、500億円以上を境に状況が劇的に変わる。

4-1-1. 商品属性間の相関

はじめに、上記のファインディングを数量的に検証していく。図表4-1-1の数値は、問3での調査項目、ブランド浸透度、性能・品質、将来の成長性、収益力について、最も高い評価を4、最も低い評価を1として点数付けして算出した相関係数である。

図表 4-1-1 主力商品の特性間の相関係数

	ブランド浸透度	性能・品質	将来の成長性	収益力
ブランド浸透度	1.000			
性能・品質	0.440	1.000		
将来の成長性	0.221	0.309	1.000	
収益力	0.318	0.351	0.354	1.000

出所：アンケート調査結果より算出

第3章では、高い性能・品質評価が高いブランド浸透度につながっていると解釈したが、相対的に高い相関係数（0.440）もこのことを裏付けている。

4-1-2. 収益力の検証

アンケート問3（4）では、主力商品の収益力を問うている。ここでの設問は、回答企業の主観に基づく評価であるため、事前の準備として、企活の利益率と整合するかを確認する。

まず、問3（4）の回答について、最も高い評価を4、最も低い評価を1として点数付けし、企活より得られる売上高純利益率との相関係数を計算する。相関係数は、企活と接合可能な1510件全てを用いるケースと外れ値を除外したケースの2通りについて行う。外れ値の除外は、売上高純利益率の1%タイル値と99%タイル値を閾値とし、その外側のレコードを削除することで行った。また、問3（4）の選択肢ごとに売上高純利益率の平均値をはじめとする基本統計量を求めた。その結果を図表4-1-2に示す。

図表 4-1-2 アンケートの収益力と企活の利益率の整合性チェック

＜アンケートの収益率と企活の売上高純利益率の相関係数＞

全データ（1510レコード）	外れ値を除外（1481レコード）
0.261	0.285

＜回答選択肢別の平均売上高純利益率＞

	高い収益力がある	まあまあ収益力がある	少し収益は出ている	現在のところ収益はない
平均	6.2%	3.7%	2.0%	0.6%
中央値	6.2%	3.0%	1.5%	0.4%
標準偏差	4.7%	4.2%	3.8%	4.5%

出所：アンケート調査と企業活動基本調査の個票情報を接合して算出

相関係数は外れ値を除外しないケースで0.261、除外するケースで0.285。また、アンケートの収益力の回答選択肢別の純利益率は、収益力が高い順に6.2%、3.7%、2.0%、0.6%となっている。アンケートの問3（4）の回答が、概ね企活の結果と整合することは明らかである。

4-1-3. 商品の成長性に関する日銀調査(2000)との比較

企業の価格設定行動については、日本銀行調査統計局が、2000年に本調査と類似の調査研究を行っている（以下、日銀調査(2000)とする）¹⁵。以下では、商品の成長性について、日銀調査(2000)との比較を行う。

商品の成長性は、本調査では調査票の問3（3）、日銀調査(2000)では1.「『商品』について」の1-5で問うている。以下、図表4-1-3に、両調査の設問の比較を示す。

図表 4-1-3 日銀調査(2000)との成長性に関する設問比較

	本調査	日銀調査(2000)
設問	問3（3） 貴社の主力商品の将来的な成長性は いかがですか？	1-5. 今後、国内の「商品」市場の成長をどの程度見込んでいますか。
選択肢	1. 大いに成長が望める 2. 成長基調にある 3. 現状は維持できる 4. 成長は不透明である	1. 高成長 2. ある程度のプラス成長 3. ほぼゼロ成長 4. マイナス成長

¹⁵ 日本銀行調査統計局(2010), 日本企業の価格設定行動－「企業の価格設定行動に関するアンケート調査」結果と若干の分析－, 「日本銀行調査月報」.

(1) 比較に際しての留意点

選択肢の1と2は、ほぼ同じ設問として比較可能だが、3と4については対応関係がクリアではない。(例えば、成長が不透明であるという場合、ゼロ成長もマイナス成長も含まれる¹⁶。)両調査の比較にあたっては、この点に留意する必要がある。

(2) 比較結果

1) 製造業全体での比較

図表 4-1-4 は、両調査における製造業の成長性に関する回答である。上記の留意事項を踏まえて、これを「成長」(1、2)、「現状維持またはマイナス成長」(3、4)の二区分に集計した結果が図表 4-1-5 となる。選択肢の表現が異なり、また調査対象も同じでないことから単純な比較はできないが、主力商品の成長期待は、2000年時点よりも低下しているということは言えそうである。

図表 4-1-4 成長性に関する集計結果 (製造業計)

本調査		日銀調査	
選択肢	割合	選択肢	割合
1. 大いに成長が望める	3.9%	1. 高成長	2%
2. 成長基調にある	26.1%	2. ある程度のプラス成長	39%
3. 現状は維持できる	45.5%	3. ほぼゼロ成長	43%
4. 成長は不透明である	24.0%	4. マイナス成長	16%

図表 4-1-5 「成長」と「現状維持またはマイナス成長」の二分による回答構成 (製造業計)

	本調査	日銀調査
成長	30%	41%
現状維持またはマイナス成長	70%	59%

2) 業種別の比較

ここでは比較可能な業種(11業種)を抽出して、対照表(図表 4-1-6)を作成する。図表で網をかけた一部の業種(「はん用・業務用機械」、「生産用機械」、「電子部品・デバイス・電子回路」、「電気・情報通信機械器具」)については、日銀調査の分類に近づけるように、本調査の結果を再集計している。なお、表の数値は、「成長」と回答(図表 4-1-4の選択肢1または2と回答)した企業の割合(%)である。

比較可能な11業種中、成長と回答した企業の割合が日銀調査(2000)より多いのは、窯業・土石、非鉄金属、金属製品、輸送用機械の4業種であり、他は日銀調査より少ない。

成長の回答割合が特に少なくなった業種としては、紙・パルプ(83.3%→20.9%)、繊維(31.4%→15.2%)、鉄鋼(32.2%→19.4%)、電気機械(63.7%→41.7%)などが挙げられる。

¹⁶ 同様に、本調査の3番目の選択肢「現状は維持できる」は、ニュアンスとしては、日銀調査の「2. ある程度のプラス成長」と「3. ほぼゼロ成長」の間あたりと考えられる。

図表 4-1-6 「成長」と回答した企業の割合（業種別）

(単位：%)

本調査		日銀調査	
業種	成長割合	業種	成長割合
繊維	15.2	繊維	31.4
紙・パルプ	20.0	紙・パルプ	83.3
化学	37.6	化学	47.5
石油・石炭製品	18.2	石油・石炭製品	27.3
窯業・土石	8.6	窯業・土石	6.7
鉄鋼	19.4	鉄鋼	32.2
非鉄金属	35.2	非鉄金属	26.7
金属製品	24.6	金属製品	13.4
はん用・業務用＋生産用機械	30.8	一般機械	46.0
電子部品等＋電気・情報通信機械	41.7	電気機械	63.7
輸送用機械	29.3	輸送用機械	11.1

出所：アンケート調査結果、日本銀行(2000)

4-2. 販売価格の改定状況

第3章で示したアンケート調査結果より、製造企業の主力商品の価格改定については、次のことが明らかとなった。

- (ア) 「5年前からの変化」では、企業数においては、引き上げと引き下げがほぼ拮抗している。また、変わらないとする企業が4割と最多を占めている。
- (イ) 引き上げと引き下げの程度を比較すると、「5年前からの変化」では、引き下げ率が引き上げ率を上回る。
- (ウ) これに対して、「今後2年以内の予定」では、引き上げ率が引き下げ率を上回る結果となった。今後は徐々に、引き上げ圧力が引き下げ圧力を上回ることが推測される。
- (エ) ブランド浸透度が高いほど価格を引き上げる傾向にある。一方、収益力と性能・品質については、価格改定との間に明瞭な関係は確認されない。

以下の4-2-1と4-2-2では、既存統計との比較により、上記の(ア)~(ウ)が成り立つかどうか、確認を行う。利用する公表統計は「国内企業物価指数 (CGPI)」と「短観」(日本銀行)である。4-2-3では、上記の(エ)を確認するために、商品特性と価格設定(引き上げ・引き下げ)の相関を計測する。最後に、4-2-4では日本銀行による類似調査との比較を行う。

4-2-1. アンケート調査結果と国内企業物価指数の比較

はじめに、アンケート調査結果と国内企業物価指数(以下、CGPI)の比較を行う。図表4-2-1は、CGPIの変化率とアンケート結果から算出した主力商品価格の変化率を示している。CGPIの変化率は、2012年第4四半期から2017年第4四半期の変化率である。本調査の変化率の「5年前から」は、問4の選択肢の中央値を回答企業数で加重平均して求めている¹⁷。「今後2年」は、問5の選択肢について、同様の操作を施して算出した。最下行の相関係数は、本調査(それぞれ「5年前から」と「今後2年」とCGPIの相関係数である。

図表4-2-2は、CGPIと本調査(「5年前から」)の変化率に関する、業種による散布図である。横軸が本調査による変化率、縦軸がCGPIによる変化率をあらわしている。

図表4-2-1と図表4-2-2より、CGPIの変化率と本調査による(5年前から現時点にかけての)価格の変化率は、概ね似たような動きをしていることが確認できる。相関係数は0.702であり、高い相関といえよう。

¹⁷ 「20%超」は20%として計算した。

図表 4-2-1 CGPI と本調査による販売価格の変化率

	CGPI	本調査	本調査
	変化率 (2012-2017)	変化率 (5年前から)	変化率 (今後2年)
製造業全体	1.6	▲ 0.1	2.0
繊維工業	7.8	2.1	3.0
パルプ・紙・紙加工品製造業	4.1	3.6	8.0
化学工業	▲ 5.6	1.3	3.8
石油製品・石炭製品製造業	▲ 8.0	▲ 6.3	1.0
プラスチック製品製造業	▲ 0.8	0.0	1.3
窯業・土石製品製造業	4.9	2.3	5.9
鉄鋼業	8.0	3.5	3.6
非鉄金属製造業	15.2	0.8	0.8
金属製品製造業	9.8	2.3	4.0
はん用・業務用機械器具製造業	5.4	0.7	0.3
生産用機械器具製造業	2.2	▲ 0.7	3.5
電子部品・デバイス・電子回路製造業	▲ 5.7	▲ 5.5	▲ 1.9
電気・情報通信機械器具製造業	▲ 4.4	▲ 3.5	▲ 1.4
輸送用機械器具製造業	1.4	▲ 3.2	▲ 0.3
その他の製造業	3.2	0.8	2.1
相関係数		0.702	0.340

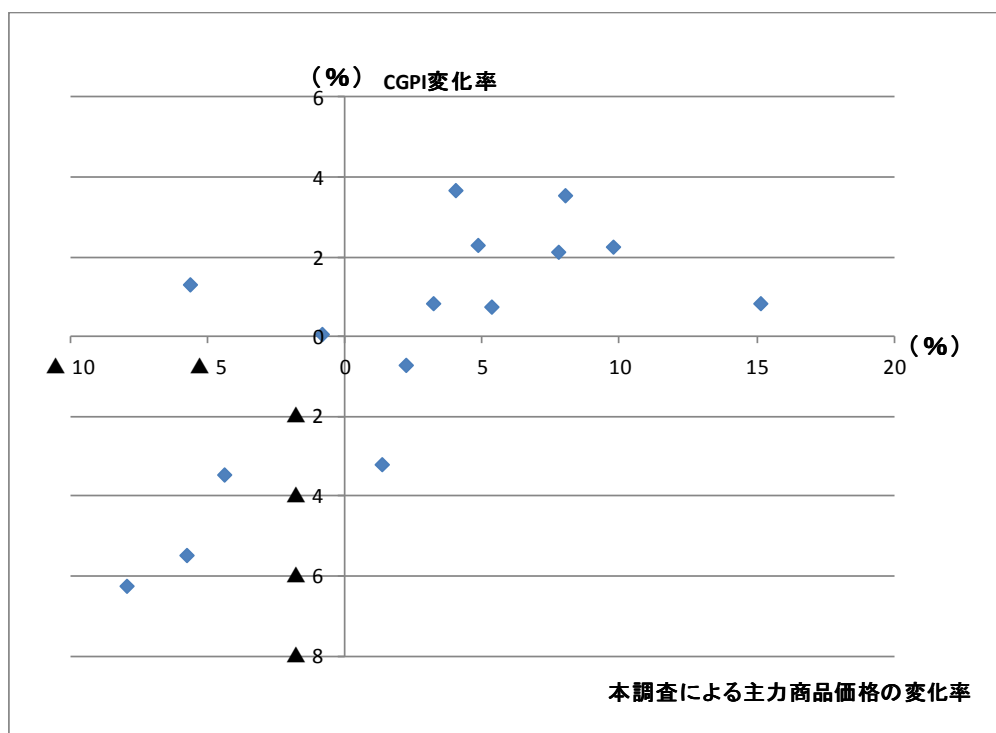
※CGPIについては、業種を以下のように調整した。

「はん用・業務用機械器具製造業」は、CGPIの「はん用機械業」と「業務用機械業」を単純平均した。

「電気・情報通信機械器具製造業」は、CGPIの「電気機器」と「情報通信機器産業」を単純平均した。

出所：日本銀行「国内企業物価指数」、アンケート調査結果より作成

図表 4-2-2 CGPIの5年前からの変化率と本調査による変化率の散布図



出所：日本銀行「国内企業物価指数」、アンケート調査結果より作成

4-2-2. アンケート調査結果と短観（販売価格 DI と物価見通し）の比較

次に、「短観」との比較を行う。図表 4-2-3 の①、②、③の列は、それぞれの年・期における短観の販売価格 DI である¹⁸。①と②は「最近」、③は「先行き」に関するものである¹⁹。①と②より、5年前は、販売価格が下落していると判断する企業が圧倒的に多かったが、直近の 2017 年末では、上昇と判断する割合が増えたことが分かる。

図表 4-2-3 の④と⑤はそれぞれ、本調査の問 4（5年前と比べた価格の改定）、問 5（今後 2年以内の改定予定）から作成した DI である。具体的には、「引き上げた」（「引き上げる」）と答えた企業の割合から「引き下げた」（「引き下げる」）と答えた企業の割合を引いた値であり、④が問 4、⑤が問 5 に関する DI である。図表 4-2-3 の⑥は、短観の 1年後の物価見通しの平均であり、表の数値は企業が予想する 1年後の販売価格の上昇率を表している。

図表 4-2-3 短観による販売価格 DI 及び物価見通しとの比較

	① ② ③			④ ⑤		⑥
	短観 販売価格DI			本調査DI		短観 物価見通し
	2012Q4 最近	2017Q4 最近	2017Q4 先行き	5年前から	今後2年	1年後(%)
製造業	▲ 20.0	▲ 1.0	▲ 2.0	1.8	3.6	0.4
繊維工業	▲ 13.0	▲ 4.0	▲ 2.0	27.2	6.1	0.3
パルプ・紙・紙加工品製造業	▲ 20.0	7.0	20.0	38.2	40.0	1.8
化学工業	▲ 10.0	1.0	▲ 2.0	16.5	19.3	0.2
石油製品・石炭製品製造業	2.0	11.0	4.0	▲ 36.3	9.1	2.4
プラスチック製品製造業	—	—	—	▲ 6.5	0.0	—
窯業・土石製品製造業	▲ 11.0	3.0	9.0	29.3	27.6	1.2
鉄鋼業	▲ 40.0	30.0	19.0	44.4	25.0	1.9
非鉄金属製造業	▲ 17.0	20.0	11.0	11.1	5.6	0.9
金属製品製造業	▲ 28.0	4.0	2.0	15.5	14.4	0.8
はん用・業務用機械器具製造業	▲ 24.5	▲ 7.0	▲ 6.5	4.7	▲ 7.7	0.2
生産用機械器具製造業	▲ 22.0	▲ 7.0	▲ 6.0	▲ 1.1	7.7	0.2
電子部品・デバイス・電子回路製造業	—	—	—	▲ 43.0	▲ 31.6	—
電気・情報通信機械器具製造業	▲ 31.0	▲ 12.0	▲ 18.0	▲ 17.7	▲ 9.3	▲ 0.7
輸送用機械器具製造業	▲ 25.0	▲ 10.0	▲ 12.0	▲ 32.7	▲ 20.8	0.1
その他の製造業	▲ 22.0	▲ 4.0	▲ 4.0	9.8	8.1	0.4

出所：アンケート調査及び日本銀行「全国企業短期経済観測調査」より作成

②と③を比較すると、DI の上昇・下落は、業種によりまちまちである。「パルプ・紙・紙加工」では、「最近」が 7.0 であるのに対して「先行き」は 20.0 となっており、3ヶ月後に価格は上昇すると考える企業が増えていることを示している。一方で、例えば「化学工業」では、「最近」が 1.0 で「先行き」が▲2.0 となっている。現在（2017 年 12 月時点）では、価格が上昇したと判断する企業が上回っているが、3ヶ月後には価格は下落すると判断する企業が上回ることを示している。製造業全体では「先行き」の DI が「最近」を 1 ポイント下回っており、企業の見通しは、価格上昇で統一されているわけではない様子が見えてくる。

図表 4-2-4 は、図表 4-2-3 の③、⑤、⑥をグラフにしたものである。ただし、③と⑤は DI である一方、⑥は伸び率であり、同列の比較はできないことから、⑥は右軸に目盛を設定している。

グラフより、3つの系列の業種間の相対的な関係は、よく似通っていることが見てとれる。③は

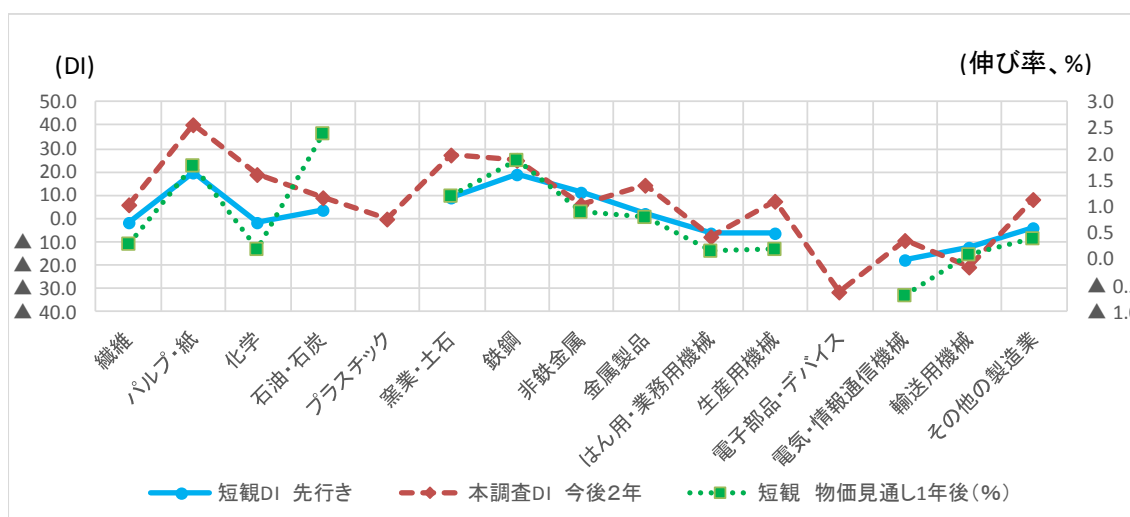
¹⁸ 正確には短観の Q4 は、12 月調査を指すが、ここでは便宜上、第 4 四半期として扱う。

¹⁹ 短観の判断項目には「最近」と「先行き」の 2 つの解答欄がある。販売価格の設問における「最近」とは「(3 か月前と比べた) 最近 (回答時点) の変化」、先行きとは「先行き (3 か月後まで) の変化」を意味している。

3ヶ月後、⑤は今後2年以内、⑥は1年後の価格という相違はあるものの、それぞれの業種が考
える将来的な価格の方向性は、概ね一致していると評価できよう。ただし「石油・石炭」につい
ては、短観による一年後の物価見通しの乖離が大きい。同業種の価格は資源価格に左右されると
ころが大きいため、先の見通しについても大きな振れが発生しやすいことが原因と考えられる。

本調査による今後2年以内のDI (⑤) と日銀のDI (③) の相関係数を計算すると0.831 とか
なり大きな値をとる。同様に⑤と日銀の物価見通し (⑥) の相関係数は0.651であった。

図表 4-2-4 先行きの見通し比較 (本調査と短観)



出所：アンケート調査及び日本銀行「全国企業短期経済観測調査」より作成

4-2-3. 価格設定と商品特性の相関

ここでは、商品特性と価格設定の関係を検討する。そのために、問4の価格設定と問3の商品
特性の回答をスコアにして、両者の相関係数を計算する。問4については、「引き下げた：20%超」
を1、「引き下げた：10~20%未満」を2、「変わらない」を5、「引き上げ：20%超」を9という
要領で、引き下げ・引き上げの程度に応じて、1点刻みで配点した。問3については、例えばブラ
ンド浸透度であれば、「あまり浸透していない」を1、「大変浸透している」を4というように、評
価の高い選択肢が大きくなるように1点刻みで配点した。

図表 4-2-5 の上段が、上記のスコアに基づき計算した相関係数である。下段は、価格設定の点
数をより簡素にして、具体的には「引き下げた」、「変わらない」、「引き上げた」の3区分でそれ
ぞれ、1、2、3と点数を与えて計算した相関係数である。

図表 4-2-5 の結果からは、上段、下段のいずれで見ても、ブランド浸透度との相関が0.1を上
回り最も高い。一方、性能・品質は、正の相関を持つものの、その相関係数は9区分のケースで
0.016であるなど、ブランド浸透度よりもはるかに小さい。このことは、実質的な機能・中身より
も、“外からどう見られているか”、言い換えれば、市場へのアピール度合いが価格設定ではより
重要な役割を果たしていることを示唆するものである。

図表 4-2-5 価格設定と各商品特性の相関係数

	ブランド浸透度	性能・品質	成長性	収益力
価格設定 9 区分	0.100	0.016	0.035	0.081
価格設定 3 区分	0.109	0.027	0.028	0.078

出所：アンケート調査結果より計算

4-2-4. 価格の引き上げ・引き下げに関する日銀調査(2000)との比較

以下では、価格の改定状況に関して、日銀調査(2000)との比較を行いつつ、企業行動の変化を検証する。価格の改定状況は、本調査では調査票の問 4 と問 5、日銀調査(2000)では「2.『商品』の価格設定方針について」の 2-2 で調査している。両調査の設問は、図表 4-2-6 に示すとおりである。

図表 4-2-6 日銀調査(2000)との価格改定に関する設問比較

	本調査	日銀調査(2000)
設問	問 4. 貴社では、主力商品の価格を、① 5 年前に比べて、引き上げましたか、または引き下げましたか。また、② その引き上げ・引き下げ率はどのくらいですか。 問 5. 貴社では、主力商品の価格を、① 今後 2 年以内に、価格を改定する予定はありますか。また、② その引き上げ・引き下げ率はどのくらいですか。	2-2 1 年前に比べて、「商品」の価格は実際どう変化しましたか。
選択肢	1. 引き上げた ⇒ (0%超～5%未満 5～10%未満 10～20%未満 20%超) 2. 引き下げた ⇒ (0%超～5%未満 5～10%未満 10～20%未満 20%超) 3. 変わらない (0%)	1. かなり上昇した 2. ある程度上昇した 3. あまり変わっていない 4. ある程度下落した 5. かなり下落した 6. わからない

(1) 比較に際しての留意点

比較に際しては、次の 2 点に留意する必要がある。第一に、本調査では 5 年前からの変化（問 4）及び今後 2 年以内の変化（問 5）を調査しているのに対して、日銀調査では 1 年前からの変化を調査している。第二に、本調査では、引き上げ・引き下げの程度の選択肢に数値を使用しているが、日銀調査では定性的な表現を用いている。

(2) 比較結果

1) 製造業全体での比較

(1) で指摘した第二の留意点を考慮し、価格の変化を「引き上げた」、「変わらない」、「引き下げた」の 3 区分に再集計し、両調査の結果を比較する。図表 4-2-7 は、製造業全体に関する結果である。

図表 4-2-7 日銀調査(2000)との価格改定状況の比較 (製造業)

	日銀調査	本調査(5年前に比べて)	本調査(今後2年以内)
引き上げた(る)	11%	30%	29%
変わらない	23%	42%	48%
引き下げた(る)	66%	28%	23%

出所：アンケート調査結果、日本銀行(2000)

日銀調査(2000年時点と1年前の比較)と本調査(2017年時点と5年前の比較)を比べると、「引き上げ」の割合が日銀調査では11%であるのに対して、本調査では30%。一方、「引き下げ」の割合は日銀調査の66%に対して本調査では28%となっている。この数字を見る限り、2000年時点に比べて、価格引き上げのスタンスが強まっていると判断できる。

2) 業種別の比較

次に業種ごとの比較を行う。図表 4-2-8 は、価格が上昇した(引き上げた)、下落した(引き下げた)企業数の割合とその差分を比較可能な業種別に示したものである。図表 4-1-6 と同様に、「一般機械」と「電気機械」については、本調査の結果を再集計して求めている。資源価格に大きく左右される「石油・石炭製品」を除けば、多くの業種で日銀調査(2000)時点よりも引上げの姿勢が強まっている。ただし、「電気機械」と「輸送用機械」については、本調査において未だ引き下げが引上げを上回った状態となっている。

図表 4-2-8 日銀調査(2000)との価格改定状況の比較 (業種別)

	日銀調査			本調査(5年前から)			本調査(今後2年)		
	上昇	下落	上昇-下落	引上げ	引下げ	引上げ-引下げ	引上げ	引下げ	引上げ-引下げ
繊維	8.6	65.7	▲ 57.1	42.4	15.2	27.2	35.3	23.5	11.8
紙・パルプ	58.3	33.3	25.0	49.1	10.9	38.2	61.1	0.0	61.1
化学	14.3	63.5	▲ 49.2	37.6	21.1	16.5	49.2	13.5	35.7
石油・石炭製品	58.3	41.6	16.7	18.2	54.5	▲ 36.3	25.0	0.0	25.0
窯業・土石	13.3	73.3	▲ 60.0	44.8	15.5	29.3	56.7	3.3	53.4
鉄鋼	28.6	53.5	▲ 24.9	58.3	13.9	44.4	66.7	16.6	50.1
非鉄金属	6.7	66.7	▲ 60.0	33.3	22.2	11.1	29.9	19.9	10.0
金属製品	7.1	78.5	▲ 71.4	37.7	22.2	15.5	38.1	12.7	25.4
一般機械	2.0	72.0	▲ 70.0	23.1	21.8	1.3	17.0	14.8	2.3
電気機械	3.0	77.3	▲ 74.3	14.5	40.5	▲ 26.0	11.7	39.3	▲ 27.6
輸送用機械	7.1	57.2	▲ 50.1	12.5	45.2	▲ 32.7	9.8	43.8	▲ 34.0

出所：アンケート調査結果、日本銀行(2000)より作成

4-3. 価格設定で重視する要因と転嫁の状況

第3章のアンケート調査結果によれば、企業が主力商品の価格を設定する上で重視する項目は、「商品単位当たりの製造コストの増減」、「市場価格」、「販売企業からの要請」、「商品単位当たりの目標利益」であった。一方、日銀調査(2000)においては、「その時々々の需給環境等に十分に配慮し、市場で許容される上限の水準に商品の価格を設定する」というスタンスを重視すると回答する企業が最も多かった。

本節では以下、第1項で本調査の結果を日銀調査(2000)と比較することにより、企業の価格設定行動を検討する。続く第2項では、価格の転嫁状況に関する考察を行う。

4-3-1. 価格設定で重視する要因に関する日銀調査(2000)との比較

価格設定で重視する要因については、本調査では調査票の問6で、日銀調査(2000)では「2. 『商品』の価格設定方針について」の2-4で調査している。両者の設問は、図表4-3-1のようにまとめられる。

図表 4-3-1 日銀調査(2000)との価格設定で重視する要因に関する設問比較

	本調査	日銀調査(2000)
設問と 選択肢	問6 貴社の主力商品の価格を設定する上で、以下のどの項目を重視していますか。5年前と現在で、重視しているものから順番に、上位3つの項目に該当する番号を記入してください。	2-4 「商品」価格を、通常どのように設定していますか。各選択肢について、 質問1（現在）：1（重要）、2（ふつう）、3（あまり考慮しない） 質問2（変化）：96～97年頃と比較して、1（重要性が増加した）、2（変わらない）、3（重要性が低下した）
項目	1. 商品単位当たりの目標利益（率）の増減 2. 商品単位当たりの製造コストの増減（人件費等を除く。原材料費等） 3. 商品単位当たりの人件費等コストの増減 4. 商品市場における消費動向 5. 個人消費全般の動向 6. 新商品の開発 7. 市場における自社商品のシェア 8. 市場価格（競合企業の価格動向を含む） 9. 販売先企業からの要請（契約含む） 10. その他（ ） 11. 当てはまるものはない	1. 利益重視 人件費・原材料費などのコストをベースに、利益が確保できるよう固定されたマークアップ率（上乘せ率）を乗じて価格を設定している。 2. その時々々の需給 市場で受け入れられる上限のレベルに設定している（人件費・原材料費などのコストとの関係は薄く、その時々々の需給で決まる） 3. シェア・将来の利益重視 マークアップ率（あるいは現在の利益）よりも市場シェアの確保（量的拡大）を重視し、競争企業（外国企業、輸入品を含む）の価格を強く意識する。 4. 主導権は購入する側にある 購入する側が設定する 5. 監督機関や法律によって定められている 6. その他（記入： ）

(1) 比較のための要因整理

本調査と日銀調査(2000)では、価格を設定する要因として用意されている選択肢が異なるため、事前の準備として、これらを図表 4-3-2 に示す共通の項目で類型化する。本調査における「6. 新商品の開発」は、日銀調査(2000)との対応がつけづらく、比較の対象から除外している。

図表 4-3-2 価格設定で重視する要因の整理

共通項目	本調査の項目	日銀調査の項目
1. 現在の利益・マークアップ	1. 商品単位当たりの目標利益(率)の増減 2. 商品単位当たりの製造コストの増減(人件費等を除く。原材料費等) 3. 商品単位当たりの人件費等コストの増減	1. 利益重視
2. 時々の需給	4. 商品市場における消費動向 5. 個人消費全般の動向	2. その時々の需給で決まる
3. シェア・将来の利益	7. 市場における自社商品のシェア 8. 市場価格(競合企業の価格動向を含む)	3. シェア・将来の利益重視
4. 主導権は購入側	9. 販売先企業からの要請(契約含む)	4. 主導権は購入する側にある

(2) 比較結果

1) 製造業全体での比較

図表 4-3-2 で示した「共通項目」にしたがって、本調査と日銀調査(2000)との比較を行ったのが図表 4-3-3 である。図表の棒グラフは、本調査の問 6 より作成した価格を設定する上で重視する項目のスコアであり、1位を3点、2位を2点、3位を1点として、回答企業数をウェイトとする加重平均を積み上げたものである。具体的には、下の表に示すように1位、2位、3位それぞれについて、各項目の平均点を計算し、それを合算した値を重視項目のスコアとする。

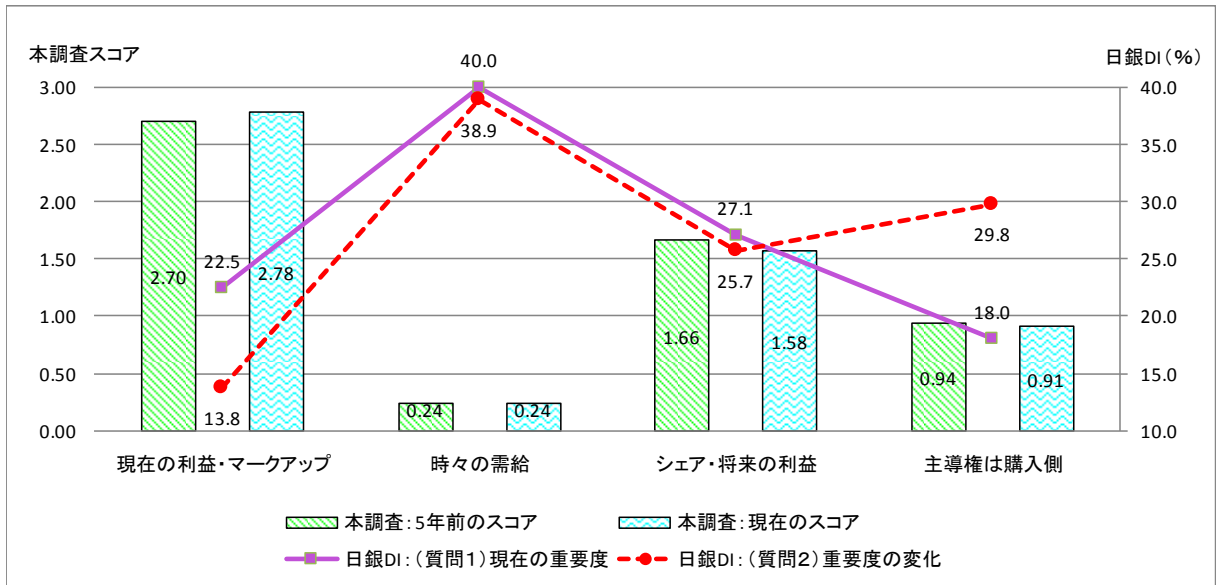
	1位	2位	3位	合計
現在の利益・マークアップ	1.41	0.93	0.44	2.78
時々の需給	0.08	0.09	0.07	0.24
シェア・将来の利益	0.83	0.54	0.21	1.58
主導権は購入側	0.53	0.25	0.13	0.91

折れ線は日銀調査(2000)の結果であり、それぞれのグラフの数値は、次のように計算したDIである。

質問1:「重要」－「あまり考慮しない」と答えた企業割合

質問2:「重要性が増加した」－「重要性が低下した」と答えた企業割合

図表 4-3-3 価格設定で重視する項目に関する日銀調査(2000)との比較 1 (製造業)



出所：アンケート調査結果、日本銀行(2000)より作成

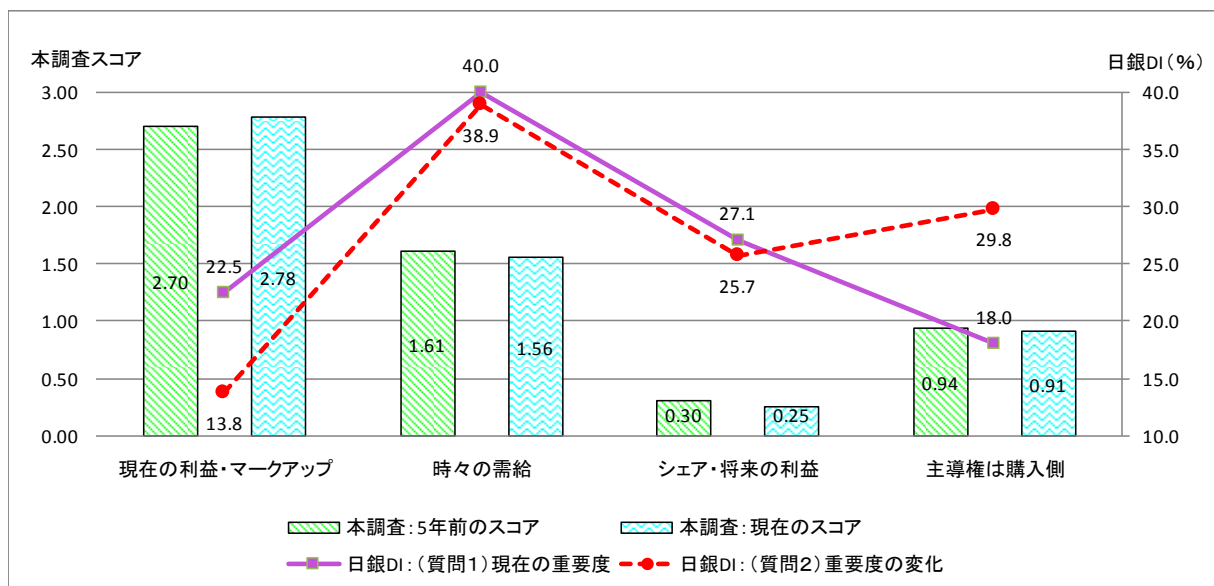
単純な比較はできないが、重視する項目については、本調査が「現在の利益・マークアップ」(2.78)、「シェア・将来の利益」(1.58)、「主導権は購入側」(0.91)、「時々の需給」(0.24)であるのに対して、日銀調査(質問1)では、「時々の需給」(40.0)、「シェア・将来の利益」(27.1)、「現在の利益・マークアップ」(22.5)、「主導権は購入側」(18.0)となっている。両調査結果の大きな違いは、時々の需給が、日銀調査では最重要項目であったのに対して、本調査ではこれがあまり意識されていない点である。本調査の方がオリジナルの設問での選択肢が多かったこと、本調査では「需給」という文言を直接的には使用していないことが乖離の最大の原因であると考えられる。したがって、この結果だけを見て、需給要因の重要度が低下したと結論付けるのは早計であろう。

図表 4-3-2 において、本調査の「8. 市場価格(競合企業の価格動向を含む)」を共通項目の「3. シェア・将来の利益」に含めたのは、日銀調査の3番目の項目「3. シェア・将来の利益重視」に競争企業の価格を強く意識するケースが該当する旨の記載があったためである²⁰。しかし一方で、日銀調査の3番目の項目は、競争企業の価格を意識するのは市場シェアを重視するための手段であるとも読める記述となっている。仮に市場シェアを保つための手段とは別の目的で競争企業の価格を意識するとすれば、本調査の「8. 市場価格(競合企業の価格動向を含む)」は、共通項目の「3. シェア・将来の利益」ではなく、「2. 時々の需給」に含めるべきとする考えも採りうるであろう。

上記の考えに基づき、試験的に、本調査の「8. 市場価格(競合企業の価格動向を含む)」を「2. 時々の需給」に含めて比較を行うと、図表 4-3-4 のようになる。「時々の需給」と「シェア・将来の利益」の順位が逆転している。

²⁰ 3番目の項目は、正確には、次のように記されている。「マークアップ率(あるいは現在の利益)」よりも市場シェアの確保(量的拡大)を重視し、競争企業(外国企業、輸入品を含む)の価格を強く意識する。」

図表 4-3-4 価格設定で重視する項目に関する日銀調査(2000)との比較 2 (製造業)



図表 4-3-3、図表 4-3-4 に示したように、「時々の需給」については、オリジナルの項目との対応付けの考え方で結果が変わってくる。そこで、以下では、「現在の利益・マークアップ」と「シェア・将来の利益」の相対的な関係に注目することにする。この二者については、本調査では前者の方が相対的に大きいですが、日銀調査(2000)では(図表 4-3-3、図表 4-3-4 どちらで見ても)後者の方が大きくなっている。以上で示した両調査結果からは、かつて(2000年頃)はどちらかと言えば「シェア・将来の利益」が重視されていたが、近年は「現在の利益・マークアップ」がより重視されるようになってきたという傾向が読みとれる。

次に企業が重視する項目の変化についてみる。日銀調査(2000)によれば、「96~97年頃と比較して」、図表 4-3-3 に掲げた項目はいずれも重要度が増加しているが、これは、本調査と比較できないため図表に入っていない項目である「監督機関や法律」が、大きく重要度を下げたことによる。図表 4-3-3 の項目では、「時々の需給」(38.9)が最も重要度を増しており、「主導権は購入側」(29.8)、「シェア・将来の利益」(25.7)、「現在の利益・マークアップ」(13.8)が続いている。日銀調査(2000)では、「現在の利益・マークアップ」は、重要度の変化という意味でも目立っていないが、この点は、近年との相違の一つと言える。

2) 業種別の比較

図表 4-3-5 は、価格調査で重視する項目を日銀調査(2000)と本調査の「5年前」、「現在」で業種別に比較したものである²¹。日銀調査については、業種別の DI が原典に掲載されておらず、代わりに順位を示している。本調査については、図表 4-3-3 と同じスコアである。

本調査における「時々の需給」は全ての業種で最下位であることから、以下、「現在の利益・マークアップ」と「シェア・将来の利益」に焦点をあてて、本調査と日銀調査の比較を行っていく。

²¹ 本調査の「はん用・業務用機械」と「生産用機械」の合計により「一般機械」、「電子部品・デバイス」と「電気・情報通信機械」の合計により「電気機械」のスコアを再計算している。

図表 4-3-5 より、本調査では、5 年前でも現在でも、全ての業種で「現在の利益・マークアップ」が最重要な要因となっていることが確認される。一方、日銀調査では、「現在の利益・マークアップ」が「シェア・将来の利益」より高い順位にくるのは、「繊維」、「化学」、「窯業土石」、「鉄鋼」、「金属製品」である。（これを「グループ 1」とする。）反対に、「石油・石炭」、「非鉄金属」、「一般機械」、「電気機械」、「輸送機械」では、「シェア・将来の利益」が「現在の利益・マークアップ」を上回っている。（これを「グループ 2」とする。）

試みに、グループ 1 とグループ 2 について、本調査(現在)の「現在の利益・マークアップ」のスコアから「シェア・将来の利益」のスコアを差し引いたものは、次に示す括弧内の値のようになる²²。

グループ 1（日銀調査： 「現在の利益・マークアップ」 > 「シェア・将来の利益」）

繊維(1.7)、化学(0.8)、窯業土石(1.2)、鉄鋼(1.2)、金属製品(1.5) 平均：1.3

グループ 2（日銀調査： 「シェア・将来の利益」 > 「現在の利益・マークアップ」）

石油石炭(0.8)、非鉄金属(1.4)、一般機械(0.7)、電気機械(0.9)、輸送機械(1.3) 平均：1.0

上述のように、グループ 1 の平均は 1.3、グループ 2 の平均は 1.0 となる。これは、日銀調査(2000)において、「シェア・将来の利益」の重要度が「現在の利益・マークアップ」を上回った業種が、本調査では、相対的に「現在の利益・マークアップ」を重視する傾向にあるとも解釈できるが、グループ 1 とグループ 2 の平均の差分は 0.3 と小さい。両者の差分が小さいことを重視するのであれば、過去時点（日銀調査時点）の重要度と現時点（本調査時点）の重要度には、目立った関係はないとも解釈できるであろう。

²² 丸め誤差により、小数点以下第 1 位による差分は、図表の値と一致しないことがある。

図表 4-3-5 価格設定で重視する項目の比較（業種別）

		現在の利益・ マークアップ	時々の需給	シェア・将来の 利益	主導権は購入 側
製造業	日銀調査	3	1	2	4
	本調査(5年前)	2.7	0.2	1.7	0.9
	本調査(現在)	2.8	0.2	1.6	0.9
繊維	日銀調査	2	1	4	3
	本調査(5年前)	3.1	0.4	1.4	0.9
	本調査(現在)	3.1	0.4	1.4	0.8
紙パルプ	日銀調査	2	1	2	4
	本調査(5年前)	2.8	0.3	1.8	0.8
	本調査(現在)	3.2	0.3	1.5	0.7
化学	日銀調査	2	1	3	4
	本調査(5年前)	2.6	0.3	1.9	0.8
	本調査(現在)	2.7	0.3	1.9	0.7
石油石炭	日銀調査	4	1	2	3
	本調査(5年前)	2.8	0.5	1.5	0.9
	本調査(現在)	2.5	0.5	1.6	1.1
窯業土石	日銀調査	1	2	2	4
	本調査(5年前)	2.6	0.3	1.9	0.7
	本調査(現在)	2.8	0.3	1.6	0.7
鉄鋼	日銀調査	2	1	3	4
	本調査(5年前)	2.9	0.3	1.8	0.7
	本調査(現在)	2.9	0.4	1.7	0.7
非鉄金属	日銀調査	4	1	2	3
	本調査(5年前)	2.9	0.2	1.8	0.6
	本調査(現在)	3.1	0.2	1.7	0.5
金属製品	日銀調査	3	2	4	1
	本調査(5年前)	2.9	0.2	1.5	0.9
	本調査(現在)	3.0	0.2	1.4	0.8
一般機械	日銀調査	3	2	1	4
	本調査(5年前)	2.5	0.2	2.0	0.9
	本調査(現在)	2.6	0.2	1.9	0.9
電気機械	日銀調査	4	1	2	3
	本調査(5年前)	2.6	0.2	1.8	1.0
	本調査(現在)	2.6	0.2	1.7	1.0
輸送機械	日銀調査	4	2	1	3
	本調査(5年前)	2.5	0.1	1.3	1.5
	本調査(現在)	2.5	0.1	1.2	1.6

注) 「日銀調査」は順位、本調査はスコアをあらわす

出所：アンケート調査結果、日本銀行(2000)より作成

4-3-2. 価格転嫁の状況

第3章でまとめたアンケート調査からは、価格の転嫁状況について、次のような結果が得られた。

- 5年前も現状も、47%が転嫁できていると回答。ただし、ほぼ100%は1割程度、70～80%程度と合わせても約3割。
- ブランド浸透度、収益力、性能・品質と価格転嫁は、相関がある。
- 価格転嫁と企業規模には明確な相関がみられない。

- 業種別には、「石油・石炭製品」、「化学工業」、「鉄鋼」、「非鉄金属」など、原材料の市況動向が見えやすい業種で転嫁が実現しやすい傾向にある。

以下では、上記の結果を踏まえ、さらに検討をおこなっていく。

(1) 価格の引き上げ・引き下げと価格転嫁の関係

本調査のアンケートでは、問4及び問5で価格の引き上げ・引き下げ状況を、問7で転嫁の可否を問うている。ここではまず、予備的な検証として、両者の関係を確認する。図表4-3-6は、問4の価格の引き上げ・引き下げに関する回答と問7の転嫁に関する「現在あるいは近い将来の予定」をクロスした度数分布である。各行の最頻値には黄色で網を掛けている。

図表 4-3-6 価格の設定と転嫁の状況

(企業数)

		問7-② (注)					総計
		概ね転嫁	半分転嫁	あまり転嫁できない	コスト上昇せず	無回答	
問4	+20% 超	10	2	1	0	1	14
	10~20% 未満	21	10	10	0	1	42
	5~10% 未満	65	34	40	5	4	148
	0% 超~5% 未満	73	51	88	5	5	222
	変わらない	183	95	287	56	11	632
	▲0% 超~▲5% 未満	44	26	107	15	6	198
	▲5~▲10% 未満	41	16	66	7	0	130
	▲10~▲20% 未満	13	5	29	5	0	52
	▲20% 超	3	1	15	2	1	22
	無回答	12	6	22	1	10	51
	総計	465	246	665	96	39	1,511
引き上げ		169	97	139	10	11	426
引き下げ		101	48	217	29	7	402

注) 概ね転嫁：ほぼ100% 転嫁できている+70~80%程度転嫁できている
 あまり転嫁できていない：ごく一部転嫁できている+まったく転嫁できていない

出所：アンケート調査結果より作成

図表4-3-6からは、価格の引き上げ率が高いほど、転嫁が進んでいる傾向がみてとれる。ただし一方で、価格を引き下げているにも係らず、「概ね転嫁」または「半分転嫁」と回答した企業も149社存在する。

これについては複数の解釈が可能である。一つは、回答者がコストの“減少”を転嫁したものと設問を（誤って）理解した可能性である。ただし、「6. そもそもコストは増加していない」という選択肢を設けているので、このケースはそれほど多くないと考えられる。むしろ、より多くの企業に該当すると考えられる原因は、時間軸の相違であろう。すなわち、問4では、5年前と比べた価格の上げ下げを聞いているが、問7では、現状または将来の転嫁を聞いている。このた

め例えば、“4年前に価格を下げたが、3ヶ月前からコストが上昇し、これを転嫁する形で価格を引上げた。ただし、5年前より価格の水準自体は未だに低い”というようなケースが考えられる。

(2) 価格転嫁と利益率

次に、価格の転嫁状況と利益率の関係を確認する。図表 4-3-7 は、価格の転嫁状況を 2 通りに区分し、2015 年度の売上高当期純利益に関する平均値をはじめとする基本統計量を算出したものである。上段が全データによる統計量、下段が利益率の 1% タイルと 99% タイルを臨界値として、その外側のレコードを除外したデータによる統計量である。外れ値を除外したケースでみると、「半分以上転嫁できた」グループでは利益率の平均が 3.4% であるのに対して、「あまり転嫁できない」グループでは平均は 2.7% である。

図表 4-3-8 は、両グループの利益率に関する確率密度分布（上段が問 7-①で区分した 2012 年度の利益率、下段が問 7-②で区分した 2015 年度の利益率）であるが、図からも、「半分以上転嫁できた」グループの利益率が、「あまり転嫁できていない」グループを有意に上回るとは見てとれる。なお、平均の差について t 検定を行ったところ、外れ値を除外したケースも除外しないケースも 1% 水準で有意であった。

ただ一方で、(統計的に有意ではあるものの) 両グループの差それ自体は意外に小さい、という見方もできるであろう。すなわち、価格転嫁をせずに企業努力で利益を確保している企業も少なからず存在するということが同時に言えるであろう。

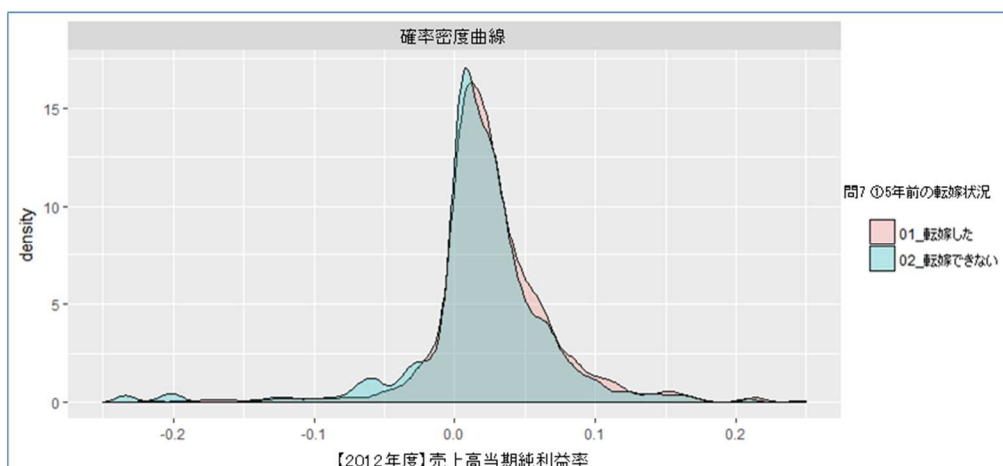
図表 4-3-7 価格転嫁の可否別の利益率の平均等

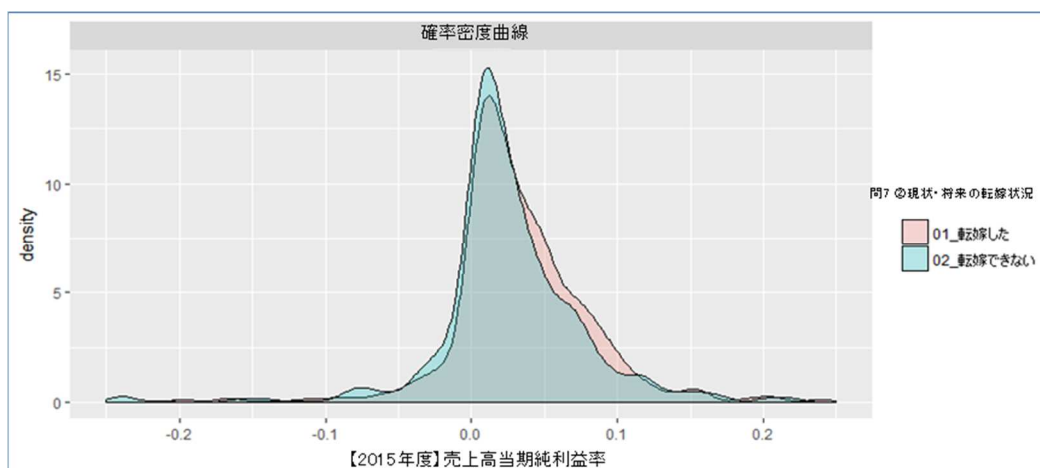
(単位：%)

		平均	中央値	最大値	最小値	標準偏差	変動係数
全データ	半分以上転嫁できた	3.4	2.7	41.4	▲40.0	5.3	1.549
	あまり転嫁できない	2.4	2.0	40.3	▲82.8	7.3	3.092
外れ値除外	半分以上転嫁できた	3.4	2.7	18.8	▲13.7	4.0	1.206
	あまり転嫁できない	2.7	2.0	17.4	▲16.1	4.3	1.586

半分以上転嫁できた：「1. ほぼ 100% 転嫁」、「2. 70~80% 程度転嫁」、「3. 半分くらい転嫁」
あまり転嫁できない：「4. ごく一部転嫁」、「5. まったく転嫁できていない」

図表 4-3-8 価格転嫁の可否別の利益率の密度分布





出所：経済産業省「企業活動基本調査」とアンケート調査結果を接合して作成

図表 4-3- 7、図表 4-3- 8 より、コストの価格転嫁がスムーズであるほど利益率は高くなる傾向があることが明らかになった。ただし、両者の因果関係については、二通りの可能性がありうる。一つは価格を転嫁した（できた）から高い利益率を達成したという因果関係。もう一つは、利益率が高い企業は、一定の規模・シェア・ブランド等を有しており、だからこそ価格転嫁が可能であったという因果である。

（3）価格転嫁の回帰式による検討

ここでは、価格転嫁と商品属性との関係を回帰分析により検討する。具体的には、アンケート調査結果を企活と接合したデータにより、問 7②の価格転嫁の程度を被説明変数とする回帰式を推計する。使用する変数は、図表 4-3- 9 に示す通りであり、括弧内の数値は、各変数に与えた数値である。

図表 4-3- 9 推計する回帰式の説明変数と被説明変数

被説明変数	問 7②の価格転嫁の程度 (ほぼ 100% : 5、70~80% : 4、半分くらい : 3、ごく一部 : 2、まったく : 1)
説明変数	問 3 (1) の主力商品のブランド浸透度 (大変浸透 : 4、概ね浸透 : 3、まあまあ浸透 : 2、あまり浸透していない : 1)
	問 3 (2) の主力商品の性能・品質 (非常に良い : 4、良い方である : 3、平均的 : 2、改善の余地あり : 1)
	問 3 (3) の主力商品の成長性 (大いに望める : 4、成長基調 : 3、現状は維持 : 2、不透明 : 1)
	問 3 (4) の主力商品の収益力 (高い収益力 : 4、まあまあ収益あり : 3、少し収益あり : 2、収益出ず : 1)
	企活の売上高純利益率 (値をそのまま使用)
	業種ダミー (15 業種、「その他の製造業」以外の業種にそれぞれ 1 を付与)
	規模ダミー (5 規模、「50 億円未満」以外の規模にそれぞれ 1 を付与)

推計結果は、図表 4-3-10 に示す通りである²³。商品属性で価格転嫁に有意に影響するのは、ブランド浸透度、成長性、収益力である。性能・品質は、有意ではなく、しかもパラメーターはマイナスで推計されている。先に図表 4-2-5 で、性能・品質と価格設定の相関係数が相対的に低いことを確認したが、価格の転嫁においても、高い性能・品質は必ずしもスムーズな転嫁に結びつくとは限らないことが示唆される結果である。

売上高純利益率は、プラスではあるが有意でない。利益率は 2015 年時点のものであり、時点の不一致が影響していることが考えられるが、そもそも利益率と価格転嫁の度合いには、あまり強い結びつきは存在しない可能性もある。

規模別のダミーは、いずれも有意ではない。業種ダミーは、「石油・石炭」と「鉄鋼」の 2 つがプラスに有意である。上流に位置する産業であり、価格を転嫁しやすい業種であることを示唆している。

図表 4-3-10 価格の転嫁具合に関する推計結果

説明変数	パラメーター	t値
定数項	0.585	3.1 **
売上高純利益率	0.812	1.5
主力商品のブランド浸透度	0.114	3.0 **
主力商品の性能・品質	-0.103	-1.9
主力商品の成長性	0.157	3.5 ***
主力商品の収益力	0.331	5.8 ***
規模ダミー	50億円以上100億円未満	-0.050 0.1
	100億円以上250億円未満	0.001 0.1
	250億円以上500億円未満	0.001 0.0
	500億円以上	-0.129 -1.0
業種ダミー	繊維	0.274 1.2
	パルプ・紙	0.009 0.0
	化学	0.138 1.0
	石油・石炭	0.821 2.2 *
	プラスチック	0.216 0.2
	窯業・土石	-0.083 -0.5
	鉄鋼	0.498 2.9 **
	非鉄金属	0.361 1.9
	金属製品	0.067 0.5
	はん用・業務用機械	-0.076 0.7
	生産用機械	-0.186 -1.2
	電子部品・デバイス	-0.086 -0.5
	電気・情報通信機械	-0.010 -0.1
	輸送用機械	-0.058 -0.4

自由度=1334 自由度調整済決定係数=0.07196

出所：アンケート調査結果と企活を接合して推計

²³ 企活と接合可能なレコードは 1500 であるが、無回答等の除いた結果、自由度は 1334 となっている。

4-3-3. ヒアリング調査からみた価格設定・価格転嫁の状況

ヒアリング調査結果から、価格設定及び価格転嫁の状況について、以下のようなことが示唆された。

ヒアリング調査結果を概観すると、過去5年程度では、市場シェア獲得のための戦略的な価格設定を行っている企業が多数あったようであるが、現在から今後の見通しでは、収益確保を優先した価格設定に移行している企業が多い。その背景として、国内における人口減少傾向等により消費の伸び悩みが予測され、市場の拡大が望めないことにある。その結果、製品製造企業の商品販売数が低迷、生産量も減少し、設備投資が抑制される。そのことが当該企業に部材や材料、あるいは生産設備を供給している企業においても同様に連鎖的に発生する。つまり、市場拡大期においては、市場パイのシェアを確保すれば、薄利多売であっても企業経営が成り立つ（市場あるいは事業セグメント別での利益率の管理＝いわゆるトンプリ勘定）。しかし、市場停滞・縮小期においては、シェアを確保しても経営が成立するほどの利益を確保できないため、製品自体の価格で確実に収益が上がるような構造に変化させる必要がある（製品別の利益率の管理）。

この傾向は、企業に厳密な製品コストの積み上げ思考を求めるため、原材料費等増減分を価格転嫁している。ほとんどの企業が製造工程におけるコスト圧縮努力をしても償却できない原材料費等のコスト変動を価格に転嫁している、あるいは価格に転嫁する必要があると回答している。

企業における価格設定のトレンドとしては以上のようなことが言える一方で、企業の業態の違いにより、価格設定のプロセスは変わってくる。

例えば、大手企業の製造子会社またはグループ企業など、下請けとしてのポジションにある企業では、親会社あるいは元請企業が一定量の製品購入を約束する代わりに、目標とする購入価格を提示することが多い。この場合は、価格設定の主導権は下請企業にはなく、原材料や製造コスト増減分を価格に転嫁することは難しい。その代わりに、親会社あるいは元請企業が原材料を大量購入して支給したり、原材料費が増減した場合の購入価格の設定ルールを予め約定（いわゆるサーチャージ）したりといった仕組みが存在している。下請企業が品質を保持しながら利益を上げるには、製造コストを低減化する努力が必要であるが、このようなプロセスの中で、国内の中小製造業の製造技術が向上したことも、また事実である。

また、製造している製品が消費財か生産財かによっても、価格設定に対する下げ圧力の度合いが違ってくるものと思われる。消費財製造企業が一定の収益確保を目標とする価格設定を行うとしても、市場価格を視野に入れるならば、自ずとその上限価格は決まってくる。一定の利益を保持して価格を設定すれば当然、製造コストと材料費の維持・低減化を強化する必要がある。その消費財製造企業に対して部材や材料、設備を提供する生産財製造企業は、他社との競合の中、販売価格の固定化あるいは下げ圧力を受けることになり、原材料費等増減分の価格転嫁や利益の十分な確保が難しくなることが想定される。

このように、企業の業態により価格設定のプロセスに違いはあるものの、昨今における設定価格のスタンスは、収益優先を指向していることに変わりはない。ちなみに、ここで言う「価格設定」とは、あくまでも企業内における目標価格であり、実売価格においては、市場特性や製品の競合状況等によって様々である。このことは、企業において同じ製品群であっても、市場や産業、事業セグメントにおける目標利益や実績で利益率に開きがあることでも分かる。いずれにしろ、実売価格の変動は、製品価格の利益部分の調整であり、製造コストを割り込むよ

うな、あるいは利益が出ないような販売価格は避けられていると考えられる。

それでは、収益優先の価格設定との親和性が高い企業とは、どのようなものか。アンケート調査結果でもあるように、製造コスト増減分の価格転嫁とブランド力、品質・性能、知名度との相関性が指摘できる。すなわち、市場で優位となる独自性を持つ製品を製造する企業、ひと言で言えば「研究開発型企业」の価格決定力は高いと推察できる。

ヒアリング調査においても、中長期事業計画で研究開発費の売上割合目標を10%程度と明言している研究開発型の企業では、企業規模の大小はあれ、収益優先の価格設定は徹底されており、逆に収益が確保出来ない製品の販売は控えるといった回答を得ている。

これらのことから、国内において今後しばらくは、企業単体あるいはグループ企業体で、研究開発型指向の体質を強化し、将来拡大するであろう市場への商品供給を目標として、収益確保型価格設定で事業展開している企業が、業績を伸ばしていくのであろう。

とは言え、現在のIT・ネット業界に見られるように、今後市場が拡大傾向に移行すると、再びシェア優先の戦略的価格設定を選択する企業が増えるのではないかとすることも想定される。

4-4. 価格が硬直化する（しない）原因

本節では、価格が転嫁できない（またはできる）理由について、日銀調査との比較も交えて分析を行う。第3章で示したアンケート調査から得られた結果を要約すると、以下のようになる。

- コスト増を転嫁できている理由として多いトップ3は、
 - 「製造コストの増加を吸収できない」
 - 「人件費等コストの増加を吸収できない」
 - 「商品シェアが大きい」
- 上記のことから、コストプッシュ型の要因が大きな価格転嫁のトリガーとなっていることがうかがえる。
- さらにアンケート結果からは、実際に価格転嫁を実現するためには、「商品市場の消費動向が上向いている」という状況のもと、「商品シェアが大きい」という条件が必要であることも示唆される。
- ブランド浸透度が高いほど、商品シェアを理由とする企業が多い。高いブランド浸透度 → 高い市場シェア が、強い価格決定力につながっている。
- コスト増を転嫁できない理由として多いのは、
 - 競合他社の価格が上昇していない（→できなかった、受動的）
 - 販売先企業からの要請（契約）（→できなかった、受動的）
 - 戦略的な価格設定をしている（→あえてしなかった、能動的）
- ブランド浸透度の高い層では、能動的な価格据え置き（戦略的価格設定）が相対的に多くなっている。しかしこれらの層でも、「競合他社の価格」や「販売先企業からの要請」が理由としては最大であり、高ブランドでも足かせとなっている。
- ブランド浸透度の低い層では、「市場シェアが小さい」ことを挙げる企業が相対的に多い。

4-4-1. 転嫁の程度別の理由

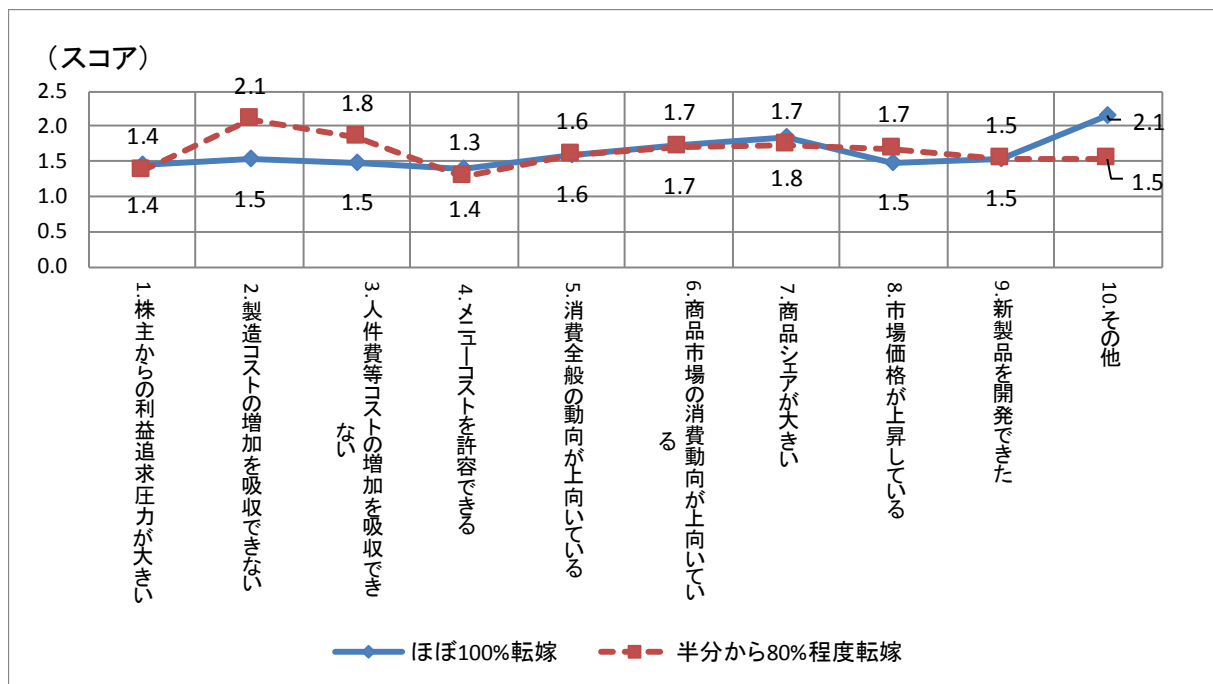
(1) コストを転嫁できている企業

図表 3-3-16 では、コストを半分以上転嫁できている企業（選択肢の1、2、3を選択）について、転嫁できる理由をスコアにして影響の大きさを評価した²⁴。ここでは「現状」について、コスト転嫁の程度を2つに区分して（「ほぼ100%転嫁」と「半分から80%程度転嫁」）、それぞれの区分でのスコアを算出する。その結果を示したのが、図表 4-4-1 である。

二つのグループでスコアが大きく異なるのは、「製造コストの増加を吸収できない」と「人件費等コストの増加を吸収できない」であり、いずれも「半分から80%程度転嫁」が「ほぼ100%転嫁」を大きく上回っている。コスト吸収力の強弱が、転嫁の程度を左右している様子が浮かび上がっている。

²⁴ 「大いに当てはまる」を3、「少し当てはまる」を2、「当てはまらない」を1として、企業数をウエイトとした加重平均を計算した。

図表 4-4-1 「ほぼ 100%転嫁」と「半分から 80%程度転嫁」のグループ別スコア



(注) 「半分から 80%程度転嫁」は、選択肢の「70~80%程度転嫁」と「半分くらい転嫁」の合算
出所：アンケート調査結果より作成

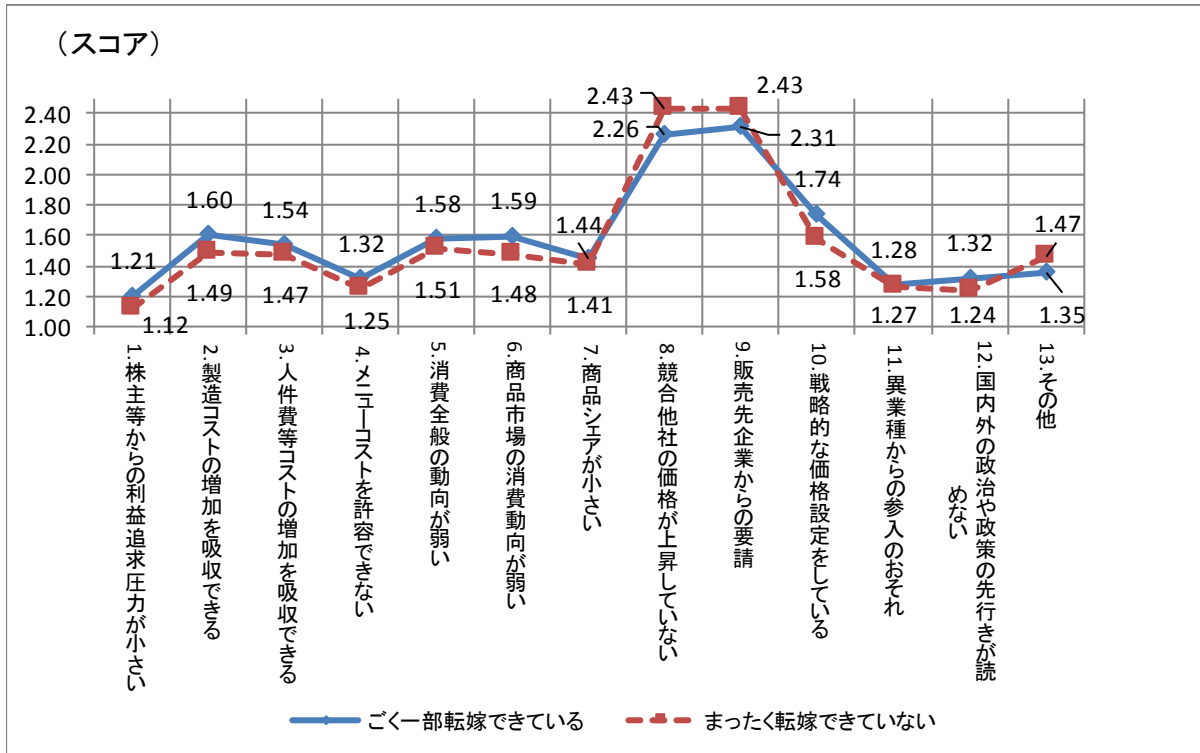
(2) コストを転嫁できていない企業

図表 4-4-2 は、コストを「ごく一部転嫁できている」企業と「まったく転嫁できていない」企業のスコアである。多くの項目で「ごく一部転嫁できている」の方がスコアは高い（当該項目がより重要な要因となっている）が、「競合他社の価格が上昇していない」と「販売先企業からの要請」については、「まったく転嫁できていない」のスコアがより大きくなっている²⁵。一方、「ごく一部転嫁できている」のスコアがより大きいのは、「戦略的な価格設定をしている」である²⁶。前二者の項目（競合他社、販売先企業）は当該企業にとっての“外部要因”であり、後者（戦略的）は“経営判断”である。まったくコストを転嫁できない（しない）企業は、自らの意思というよりは、市場や競合相手からの圧力等による外的な要因により転嫁の見送りを強いられている傾向があると言えよう。

²⁵ 「競合他社の価格が上昇していない」については、「まったく転嫁できていない」と「ごく一部転嫁できている」でスコアはそれぞれ 2.26 と 2.43 で、差分は 0.17、「販売先企業からの要請」については、それぞれ 2.31 と 2.43 で、差分は 0.12。

²⁶ スコアはそれぞれ 1.58 と 1.74 で、差分は▲0.16 となっている。

図表 4-4-2 「ごく一部転嫁できている」と「まったく転嫁できていない」のスコア



出所：アンケート調査結果より作成

4-4-2. 価格転嫁の要因に関する日銀調査との比較

日銀調査(2000)では、設問3で「価格を硬直化させる要因について」調査をしている。本節ではこの結果を本調査と比較することにより、価格転嫁の有無を決める要因に関する考察を行う。

はじめに両調査の設問を比較すると、図表 4-4-3 のようになる。

図表 4-4-3 日銀調査(2000)との価格転嫁できていない理由（価格硬直性）に関する設問比較

	本調査	日銀調査(2000)
設問と選択肢	<p>問8. 問7の①、②のいずれか、または両方について、“転嫁できている”(「1. ほぼ100%転嫁できている」「2. 70~80%程度転嫁できている」「3. 半分くらい転嫁できている」とお答えの方にお聞きします。コストを転嫁できている理由は何ですか。当てはまるものを○で囲んでください。</p> <p>問9. 問7の①、②のいずれか、または両方について、“転嫁できていない”(「4. ごく一部転嫁できている」または「5. まったく転嫁できていない」とお答えの方にお聞きします。コストを転嫁できていない理由は何ですか。当てはまるものを○で囲んでください。</p> <p>1. 大いに当てはまる</p>	<p>3. 価格には硬直性があるといわれます。すなわち、コストの増減等の価格変更圧力がかかっても、様々な「障害」があり、実際に価格を変更するには時間を要します。</p> <p>そこで、このセクションでは、価格変更の「障害」として通常挙げられる要因について、それらが日本の現状をどの程度説明しうるのか、また最近になって変化はあるのか、といった点を明らかにするための質問をさせていただきます。</p> <p>◎ 以下の 3-1~3-9 で表現されるような状況に関して、</p> <p>質問1 (現状) : 現在、これらの状況が、貴社にどれくらい当てはまるかについて、 1. 非常によく当てはまる</p>

	2. 少し当てはまる 3. 当てはまらない	2. よく当てはまる 3. 当てはまる場合もある 4. あまり当てはまらない 5. 全く当てはまらない 質問2（変化）： 96～97年頃と比較した場合、これらの状況について、 1. 当てはまり具合が上昇した 2. 変わらない 3. 当てはまり具合が低下した
項目	問8. 1. 株主等からの利益追求圧力が大きい 2. 製造コストの増加を吸収できない 3. 人件費等コストの増加を吸収できない 4. メニューコストを許容できる 5. 消費全般の動向が上向いている 6. 商品市場の消費動向が上向いている 7. 商品シェアが小さい 8. 市場価格が上昇している 9. 新商品を開発できた 10. その他（ ） 問9. 1. 株主等からの利益追求圧力が小さい 2. 製造コストの増加を吸収できる 3. 人件費等コストの増加を吸収できる 4. メニューコストを許容できない 5. 消費全般の動向が弱い 6. 商品市場の消費動向が弱い 7. 商品シェアが小さい 8. 競合他社の価格が上昇していない 9. 販売先企業からの要請 10. 戦略的な価格設定をしている 11. 異業種からの参入のおそれ 12. 国内外の政治や政策の先行きが読めない 13. その他（ ）	3-1. 取引契約 3-2. 取引慣行（暗黙の契約） 3-3. 需要の価格弾力性 3-4. 競争企業の動き 3-5. 戦略的価格設定 3-6. 価格変更に伴うコスト 3-7. 価格以外の要因（質、納入期間による調整） 3-8. 価格以外の要因（質、サービス内容が重視される） 3-9. 顧客の受け止め方

（1）比較にあたっての留意事項と要因整理

比較に際しては、次の三点で両調査は異なることに留意する必要がある。第一に、本調査では、コストの“増加”に対する転嫁の状況と理由を調べているが、日銀調査(2000)では、広く価格が硬直化する要因を調査している。このため日銀調査での項目は、コストの増減のみならず、例えば“「商品」に対する需要の増加”に対する価格の硬直の度合いを問う（設問3-7）など、転嫁の出発点をコストには限定していない。第二に、コストの変化を出発点とする設問であっても、日銀調査の設問では、コスト増加による転嫁とコスト減少による転嫁の両方が含まれている。第三に、本調査の選択肢は「大いに当てはまる」、「少し当てはまる」、「当てはまらない」の3択であるが、日銀調査は図表4-4-3に示す5択となっている。

以上の点に留意した上で、両調査の結果を比較する。比較にあたっては、質問文に掲げた項目を最大公約数で括った「共通項目」を図表4-4-4のように設定する。日銀調査で網を掛けた項目（3、8、9）は、どちらかと言えば価格の引き下げに関する硬直性（価格を引き下げない理由）

と考えられるものである。

本調査で使用した項目のうち、「1. 株主等からの利益追求圧力が小さい」、「2. 製造コストの増加を吸収できる」、「3. 人件費等コストの増加を吸収できる」、「5. 消費全般の動向が弱い」、「6. 商品市場の消費動向が弱い」、「7. 商品シェアが小さい」、「11. 異業種からの参入のおそれ」、「12. 国内外の政治や政策の先行きが読めない」については、比較は困難と思われるが、参考情報として、図表 4-4-4 の「共通項目」に示した括りで結果を示すこととする。

図表 4-4-4 価格転嫁できていない理由の整理

共通項目	本調査	日銀調査（注）
競争企業の価格	8. 競合他社の価格が上昇していない	4. 競争企業の動き ²⁷
契約・取引先の要請	9. 販売先企業からの要請	1. 取引契約 2. 暗黙の契約
戦略的価格設定	10. 戦略的な価格設定をしている	5. 戦略的価格設定
メニューコスト	4. メニューコストを許容できない	6. 価格変更に伴うコスト
—	—	8. 顧客が質・サービス重視
—	—	3. 需要の価格弾力性
—	—	9. 価格は質のシグナル
—	—	7. 納入期間等による調整
コストの吸収が可能	2. 製造コストの増加を吸収できる	—
	3. 人件費等コストの増加を吸収できる	—
需要が弱い	5. 消費全般の動向が弱い	—
	6. 商品市場の消費動向が弱い	—
その他	1. 株主等からの利益追求圧力が小さい	—
	7. 商品シェアが小さい	—
	12. 国内外の政治や政策の先行きが読めない	—
	11. 異業種からの参入のおそれ	—

（注）網掛けは、価格の引き下げを念頭においた硬直性の要因。

「共通項目」によるスコアの算出においては、一つの「共通項目」に複数のオリジナルの項目が含まれている場合には、日銀調査では両者の単純平均を採用した²⁸。

また、日銀調査のオリジナルのスコアは、「1 非常によくあてはまる」を1点、「まったく当てはまらない」を5点として与え、平均の数字が小さいほど、当該要因がよく当てはまるように計算されている。以下では、本調査と比較をしやすくするために、5から（オリジナルの文献に記載の）当該スコアを引いた値を用いることとする²⁹。

²⁷ 実際の設問は、競争企業の価格を問題にしている。このため、本調査の「11 異業種からの参入のおそれ」は、ここでの共通項目には含まない扱いをした。

²⁸ 例えば、共通項目「契約・取引先の要請」のスコアの算出では、日銀調査では「1. 取引契約」(3.11)と「2. 暗黙の契約」(2.80)の単純平均をとり、2.96とした。

²⁹ 例えば、「メニューコスト」のオリジナルのスコアは4.15であるが、本調査との比較では、0.85 (=5-4.15)を採用している。

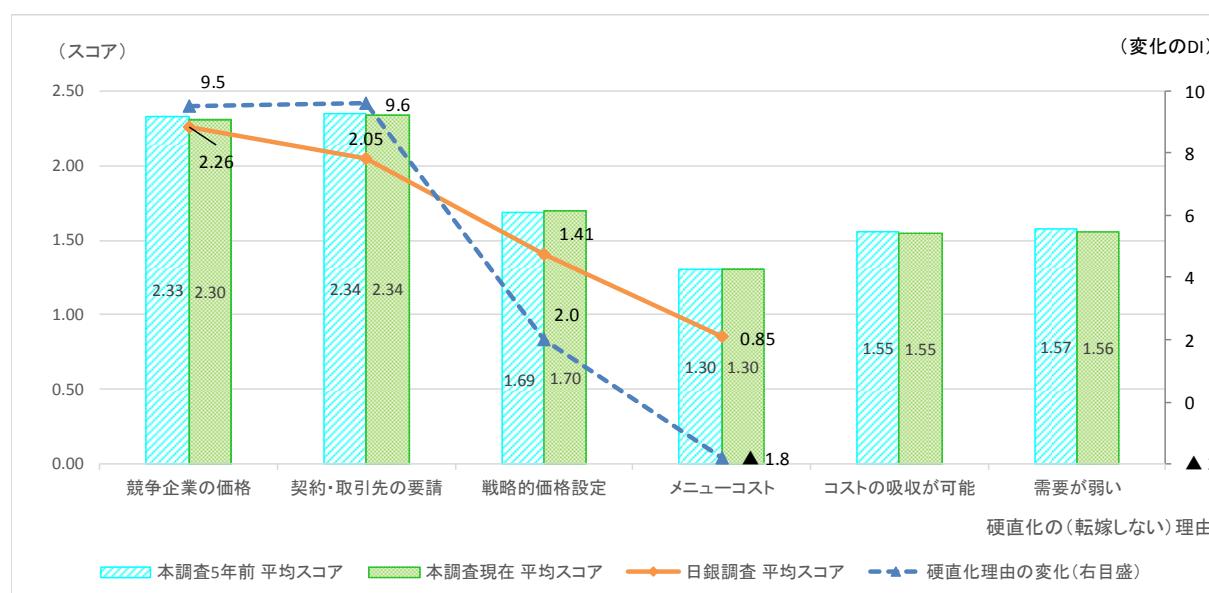
(2) 比較結果

1) 製造業全体での比較

図表 4-4-5 は、図表 4-4-4 で示した共通項目に基づくスコアを示している。棒グラフが本調査の「5年前」と「現状あるいは近い将来」に関する転嫁できない理由のスコア、折れ線グラフの実線は、日銀調査より算出した価格硬直性をもたらす要因のスコアであり、いずれも左目盛に対応する³⁰。折れ線グラフの点線は、価格の硬直化をもたらす要因の変化に関する DI であり、右目盛に対応する。

まず、本調査とスコアを比較すると、本調査の転嫁できない理由のスコアと日銀調査の硬直性をもたらす要因のスコアは、同じような傾向を持つことが分かる。本調査では「競争企業の価格」(2.30、現在、以下同じ)と「契約・取引先の要請」(2.34)がほぼ同じスコアで最上位に位置している。日銀調査では、「競争企業の価格」(2.26)が「契約・取引先の要請」(2.05)を若干上回っているが、その差はわずかである。比較可能な要因では、第3位に「戦略的価格設定」がつけ、「メニューコスト」はあまり影響を持たない点も両調査で共通している。

図表 4-4-5 価格転嫁できない理由・価格硬直性に関する日銀調査との比較（製造業）



出所：日本銀行(2000)、アンケート調査結果より作成

日銀調査の硬直化理由の変化については、1996～97年から当てはまり具合が上昇したのが「契約・取引先の要請」、「競争企業の価格」、「戦略的価格設定」の順であり、「メニューコスト」は低下している。当てはまり具合が上昇した上記の3項目は、本調査の方が日銀調査よりもスコアが大きくなっている。本調査と日銀調査のスコアを単純には比較できないが、1990年代後半から2000年代にかけて、「契約・取引先の要請」、「競争企業の価格」、「戦略的価格設定」の影響度が

³⁰ 同じ目盛で評価しているが、先述したように選択肢の与え方が異なるため、両調査のスコアの大きさを比較するのは慎重である必要がある。

増していたが、その流れは、現在に至るまで続いているという評価は可能であろう。

2) 業種別の比較

図表 4-4-6 は、業種別の比較である。日銀調査(2000)の原典には業種別のスコアが掲載されていないため、ここでは順位をのみを示している。

日銀調査の製造業全体では、「競争企業の価格」が「契約・取引先の要請」を若干上回っていたが、業種別には、両者の順位は一樣ではない。「契約・取引先の要請」が最上位であるのは「繊維製品」、「石油・石炭」、「窯業・土石」、「輸送用機械」であり、他の業種は「競争企業の価格」が最上位となっている。日銀調査と本調査の比較では、以下のようにまとめられる。

○日銀調査では「競争企業の価格」が最上位／本調査では「契約・取引先の要請」が最上位：

「鉄鋼」、「電気機械」

○日銀調査では「契約・取引先の要請」が最上位／本調査では「競争企業の価格」が最上位：

「石油・石炭」、「窯業・土石」

○日銀調査でも本調査でも「競争企業の価格」が最上位

「紙パルプ」、「化学」、「非鉄金属」、「一般機械」

○日銀調査でも本調査でも「契約・取引先の要請」が最上位

「繊維」、「輸送用機械」

なお、「金属製品」については、日銀調査では「競争企業の価格」が最上位であり、本調査でも「5年前」は同じであったが、「現在」は「契約・取引先の要請」が最上位となっている。

図表 4-4-6 価格転嫁できない理由・価格硬直性に関する日銀調査との比較（業種別）

		競争企業の 価格	契約・取引先 の要請	戦略的 価格設定	メニューコス ト	日銀調査との 順位比較
製造業	日銀調査	1	2	3	6	
	本調査(5年前)	2.33	2.34	1.69	1.30	逆
	本調査(現在)	2.30	2.34	1.70	1.30	逆
繊維	日銀調査	2	1	3	5	
	本調査(5年前)	2.43	2.57	1.85	1.15	同
	本調査(現在)	2.50	2.50	1.64	1.09	—
紙パルプ	日銀調査	1	2	5	8	
	本調査(5年前)	2.50	2.40	1.60	1.16	同
	本調査(現在)	2.46	2.30	1.52	1.23	同
化学	日銀調査	1	2	4	6	
	本調査(5年前)	2.48	2.28	1.71	1.26	同
	本調査(現在)	2.46	2.27	1.83	1.26	同
石油石炭	日銀調査	2	1	4	6	
	本調査(5年前)	2.50	2.25	1.25	1.00	逆
	本調査(現在)	2.33	2.00	1.33	1.00	逆
窯業土石	日銀調査	2	1	5	6	
	本調査(5年前)	2.38	2.12	1.52	1.36	逆
	本調査(現在)	2.38	2.12	1.58	1.28	逆
鉄鋼	日銀調査	1	2	5	8	
	本調査(5年前)	1.96	2.04	1.42	1.04	逆
	本調査(現在)	1.89	2.00	1.37	1.12	逆
非鉄金属	日銀調査	1	2	3	7	
	本調査(5年前)	2.56	2.28	1.47	1.19	同
	本調査(現在)	2.35	2.24	1.56	1.19	同
金属製品	日銀調査	1	2	3	4	
	本調査(5年前)	2.32	2.31	1.71	1.23	同
	本調査(現在)	2.21	2.24	1.79	1.20	逆
一般機械	日銀調査	1	2	3	6	
	本調査(5年前)	2.27	2.19	1.83	1.24	逆
	本調査(現在)	2.30	2.27	1.84	1.29	逆
電気機械	日銀調査	1	2	3	5	
	本調査(5年前)	2.32	2.44	1.77	1.34	逆
	本調査(現在)	2.27	2.47	1.77	1.33	逆
輸送機械	日銀調査	2	1	3	6	
	本調査(5年前)	2.10	2.44	1.63	1.28	逆
	本調査(現在)	2.07	2.48	1.52	1.26	逆

4-5. 不確実性の認識

本節では、企業による不確実性に対する認識を整理する。はじめに第3章のアンケート調査から得られた結果を要約すると、以下のようになる。

- 全ての要因で、増加が減少を上回る。
- 海外経済要因が総じて大きく、特に「資源価格の動向」と「新興国の経済動向」が大きい。
- 市場要因は、各要因の増減に差がある。「市場の先行き」、「新技術・新サービスの出現による市場の変革」の2つは増加が顕著であるが、「異業種からの新規参入」の増加は小さい。
- 不確実性の増減について、企業規模との相関はあまりない。ただし、「市場の変革」、「異業種からの新規参入」は企業規模との明確な正の相関がみられる。
- 業種別には、「パルプ・紙・紙加工」、「鉄鋼業」、「非鉄金属」、「生産用機械器具」で不確実性が増加すると考える企業が多い。反対に、「化学工業」、「窯業・土石」、「金属製品」、「はん用・業務用機械器具」、「電気・情報通信機械器具」、「その他の製造業」は、不確実性が増加すると考える企業が相対的に少ない。

以下、本節では不確実性に対する企業の認識を先行研究やヒアリング調査の結果も踏まえて整理していく。

4-5-1. 不確実性項目間の相関

はじめに予備的な検討として、本調査で企業の認識を尋ねた不確実性の項目間の相関係数を計算する。ここでは、「大いに増加している」に5、「大いに減少している」に1、その中間には2～4を付与し、相関係数を求めている。その結果を示したのが、図表4-5-1である。

図表 4-5-1 不確実性の項目間の相関係数

	海外の金融市場	海外の物価	資源価格	先進国の経済	新興国の経済	国内金融市場	国内物価	国内景気	国内通商政策	国内金融政策	国内財政政策	国内規制改革	市場の先行き	異業種から
海外の金融市場														
海外の物価	0.731													
資源価格	0.632	0.650												
先進国の経済	0.688	0.718	0.644											
新興国の経済	0.649	0.676	0.671	0.824										
国内金融市場	0.626	0.475	0.482	0.524	0.488									
国内物価	0.448	0.450	0.450	0.459	0.424	0.647								
国内景気	0.445	0.401	0.427	0.471	0.443	0.612	0.724							
国内通商政策	0.475	0.495	0.419	0.498	0.473	0.558	0.590	0.553						
国内金融政策	0.525	0.483	0.446	0.528	0.494	0.652	0.612	0.574	0.774					
国内財政政策	0.477	0.479	0.437	0.534	0.492	0.595	0.619	0.577	0.791	0.847				
国内規制改革	0.467	0.497	0.415	0.497	0.458	0.548	0.563	0.543	0.734	0.757	0.807			
市場の先行き	0.447	0.416	0.475	0.484	0.491	0.508	0.478	0.527	0.445	0.456	0.459	0.426		
異業種からの新規参入	0.431	0.416	0.336	0.429	0.367	0.416	0.394	0.348	0.449	0.456	0.466	0.464	0.471	
相関係数	0.4未満		0.4~0.5		0.5~0.6		0.6~0.7		0.8以上					

出所：アンケート調査結果より作成

相関係数が特に高い組み合わせとしては、二つのグループが挙げられる。一つは、「新興国の経済－先進国の経済」(0.824)、「先進国の経済－海外の物価」(0.718)、「海外の物価－海外の金融市場」(0.731)などである。これらは、海外経済要因に不確実性を感じる企業が、各選択肢に「増加」または「やや増加」で回答したことを反映していると考えられる。

相関係数が高いもう一つのグループは、「国内財政政策－国内金融政策」(0.847)、「国内規制改革－国内財政政策」(0.807)、「国内財政政策－国内通商政策」(0.791)などである。第3章では、国内政策要因への不確実性はあまり増加していないことを確認したが、ここでの結果は、多くの企業が、国内政策要因の各選択肢について、「変わらない」と回答したことを反映したものである。

「異業種からの新規参入」については、全般的に相関係数が小さい。他とはあまり関連を持たない、独立した項目であることがうかがえる。

4-5-2. 規模・業種別の不確実性

第3章とも多少重複するが、以下では規模別・業種別に増大している不確実性の項目を挙げていく。図表4-5-2は、企業規模別にスコアの大きな不確実性項目の上位4つを抜き出したものである。

売上高250億円未満の規模では、「資源価格」、「新興国の経済」、「海外金融市場」、「市場の先行き」の順に不確実性が増加している。250億円以上500億円未満では、新興国の経済がトップとなるが、上位4項目は、250億円未満と変わらない。一方、500億円以上では、海外経済要因を押さえて「市場の変革」がトップにつけている。直感的には、大企業ほど海外経済要因への感度が高いと思われる。しかしこの調査結果は、大企業が海外経済要因以上に、新技術・サービスの出現に関する不透明感を募らせていることを示しており興味深い。

図表4-5-2 不確実性が増大している事象（規模別）

売上規模別	第1位		第2位		第3位		第4位	
	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア
50億円未満	資源価格	3.76	新興国の経済	3.69	海外金融市場	3.58	市場の先行き	3.54
50億円以上 100億円未満	資源価格	3.84	新興国の経済	3.73	海外金融市場	3.64	市場の先行き	3.63
100億円以上 250億円未満	資源価格	3.87	新興国の経済	3.75	海外金融市場	3.65	市場の先行き	3.60
250億円以上 500億円未満	新興国の経済	3.79	資源価格	3.76	市場の先行き	3.69	海外金融市場	3.61
500億円以上	市場の変革	3.70	新興国の経済	3.68	資源価格	3.63	海外金融市場	3.60

出所：アンケート調査結果より作成

次に同様の要領で、業種別にみた不確実性のトップ4項目を図表4-5-3に示す。総じて全ての業種で海外経済要因の不確実性が増加しており、特に「資源価格」、「新興国の経済」、「海外金融市場」の3項目は、「輸送用機械」を除くすべての業種で4位以内に位置している。また「パルプ・紙・紙加工」と「石油・石炭製品」では、スコアが4.2と著しく高くなっているのも特徴的で

ある。

海外経済要因以外では、「生産用機械」で「市場の先行き」、「輸送用機械」で「市場の変革」が最も大きくなっている。

図表 4-5-3 不確実性が增大している事象（業種別）

業種別	第1位		第2位		第3位		第4位	
	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア
繊維	資源価格	3.90	新興国の経済	3.81	海外金融市場	3.79	市場の先行き	3.59
パルプ・紙	資源価格	4.20	新興国の経済	4.04	海外金融市場	3.73	国内物価	3.70
化学	資源価格	3.88	新興国の経済	3.74	海外金融市場	3.66	海外の物価	3.57
石油・石炭	資源価格	4.20	新興国の経済	3.60	海外金融市場	3.50	海外の物価	3.50
プラスチック	資源価格	3.89	新興国の経済	3.69	海外金融市場	3.68	市場の先行き	3.57
窯業・土石	資源価格	3.98	海外金融市場	3.63	新興国の経済	3.57	先進国の経済	3.50
鉄鋼	資源価格	3.97	新興国の経済	3.88	先進国の経済	3.61	海外金融市場	3.56
非鉄金属	資源価格	3.92	新興国の経済	3.81	海外金融市場	3.71	先進国の経済	3.63
金属製品	資源価格	3.75	新興国の経済	3.67	市場の先行き	3.58	海外金融市場	3.48
はん用・業務用機械	新興国の経済	3.73	資源価格	3.66	海外金融市場	3.62	市場の先行き	3.62
生産用機械	市場の先行き	3.77	新興国の経済	3.73	海外金融市場	3.71	資源価格	3.69
電子部品・デバイス	資源価格	3.80	新興国の経済	3.70	海外金融市場	3.67	市場の変革	3.62
電気・情報通信機械	新興国の経済	3.73	資源価格	3.66	海外金融市場	3.62	市場の変革	3.62
輸送用機械	市場の変革	3.78	新興国の経済	3.74	市場の先行き	3.74	資源価格	3.69
その他の製造業	資源価格	3.70	新興国の経済	3.60	海外金融市場	3.57	市場の先行き 市場の変革	3.53

4-5-3. 先行研究との比較による検討

森川(2016)では、アンケート調査をもとに企業の主観的不確実性や不確実性が経営に与える影響等を分析している^{31,32}。調査票の設計が異なるため、本調査と単純に比較することはできないが、以下では、関連する情報を抽出して示すことで、何らかのインプリケーションを得ることを試みる。両調査の実施概要は、図表 4-5-4 に示す通りである。

図表 4-5-4 本調査と森川(2016)の実施概要の比較

	本調査	森川論文
調査期間	2017年11～12月	2015年10～12月
調査対象先	企活の名簿情報より抽出した製造業5,500社（業種ごとに売上高の大きな企業を抽出）	上場企業・非上場企業、製造業・サービス産業をカバーする15,000社
調査手法	webアンケートと郵送の併用	—
有効回答数	1,511社（回収率28.3%）	3,438社（回収率22.9%） うち、製造業48.1%

(1) 設問の比較

ここでは、「経済情勢・政策等の不確実性の認識」に関する検討を行う。それに先立ち、確実性の認識に関する設問の相違を図表 4-5-4 にまとめておく。選択肢欄にある括弧内の数字は、不確

³¹ 森川(2016), 「政策の不確実性：企業サーベイに基づく観察事実」, RIETI Policy Discussion Paper, 16-P-005

³² 以下、「森川論文」とよぶ。

実性に関する平均値（スコア）を作成する際に与えた点数である。

図表 4-5-5 不確実性の認識に関する設問比較

	本調査（問 10）	森川論文
設問	下記のそれぞれの項目（国内外の経済情勢や貴社にとっての市場の動向）について、その予測の困難さ（不確実性）は、昨年以降、増加または減少していると感じますか。それぞれの項目について、当てはまるものを○で囲んでください。	中長期的な経営の観点からの先行き不透明感（不確実性）
選択肢	1. 大いに増加している (5.0) 2. やや増加している (4.0) 3. 変わらない (3.0) 4. やや減少している (2.0) 5. 大いに減少している (1.0)	1. 非常に不透明感がある (1.0) 2. やや不透明感がある (0.5) 3. あまり不透明感はない (0.0)
項目	1. 海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向 2. 海外の物価の動向 3. 資源価格の動向 4. 先進国の経済動向 5. 新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向 6. 国内の金融市場（株価、為替、金利） 7. 国内の物価の動向 8. 国内の景気動向 9. 国内の通商政策 10. 国内の金融政策 11. 国内の財政政策 12. 国内の規制改革 13. 市場の先行き 14. 異業種からの新規参入 15. 新技術・サービスの出現による市場の変革 16. その他（ ）	【経済環境】 ①世界経済の成長 ②為替レート ③金利 ④株価（株式市況） ⑤財政赤字 ⑥電力・エネルギー価格 ⑦外国との外交・通商関係 ⑧日本経済の成長率 ⑨物価 ⑩労働力の需給 【経済制度・経済政策】 ①税制（法人税、消費税等） ②社会保障制度 ③事業の許認可制度 ④労働市場制度（労働者派遣制度、最低賃金等） ⑤環境規制 ⑥土地利用規制・建築規制 ⑦消費者保護規制（個人情報保護制度を含む） ⑧会社法制・企業統治（情報開示、社外取締役制度等） ⑨通商政策（FTA、TPP 等） ⑩政府の財政支出 ⑪日本銀行の金融政策 ⑫地方創生に関する政策

（２）比較にあたっての留意点と検討方針

1) 留意点

本調査では不確実性の「増減」を問うているのに対し、森川論文では不確実性の「水準」そのものの大小を問うている。よって本来的には、同じ土俵で比較することはできない。

2) 方針

1) 留意点のとおり両調査の定義等を勘案すると、本来は厳密な比較は難しいものの、調査結果を見比べながら大まかな検討を行うことは、無意味ではないと思われる。そこで、以下の方針に基づき検討を行うこととする。

- 両調査の不確実性の水準または増減の値そのものではなく、項目ごとの相対的な大小関係に注目した比較を行う。
- 項目については、図表 4-5-6 の 1 列目に示すような共通項目を設定した。表の数値は、図表 4-5-6 で示した配点より計算した平均値を正規化した値である³³。データを正規化することにより、相対的な不確実性の大小関係を同じ土俵で評価することができる。(ただし、これにより見ることは項目間の相対的な大小関係に限られる。)
- 本調査と森川論文で比較が難しい項目は、比較の対象としない。具体的に比較対象としていない項目は次の通りである。

本調査：

市場の先行き、異業種からの新規参入、新技術・サービスの出現による市場の変革

森川論文：

労働力の需給、税制、社会保障制度、労働市場制度、会社法制・企業統治、地方創生に関する政策

図表 4-5-6 不確実性に関する共通項目の設定とスコア

共通項目	本調査	スコア※	森川論文	スコア※
① 世界経済の成長	先進国の経済動向	0.37	世界経済の成長率	1.76
	新興国(中国、ロシア、インド等)の経済動向	1.53		
② 日本経済の成長	国内の景気動向	▲ 0.15	日本経済の成長率	1.16
④ エネルギー・資源価格	資源価格の動向	1.89	電力・エネルギー価格	0.66
⑤ 金融市場	国内の金融市場(株価、為替、金利)の動向	▲ 0.15	為替レート	0.60
	海外の金融市場(株価、為替、金利)の動向	1.00	金利	▲ 1.06
			株価(株式市況)	0.68
③ 物価	国内の物価の動向	▲ 0.52	物価	▲ 0.42
	海外の物価の動向	0.11		
⑥ 国内財政政策	国内の財政政策	▲ 1.10	財政赤字・政府債務	1.35
			政府の財政支出	0.43
⑦ 国内金融政策	国内の金融政策	▲ 1.10	日本銀行の金融政策	▲ 0.28
⑧ 外交・通商	国内の通商政策	▲ 1.10	外交・通商関係	0.38
			通商政策	0.05
⑨ 規制	国内の規制改革	▲ 0.94	環境規制	▲ 0.86
			土地利用規制・建築規制	▲ 1.93
			消費者保護規制	▲ 0.77
			事業の許認可制度	▲ 1.79
比較対象外	市場の先行き	0.84	労働力の需給	0.30
	異業種からの新規参入	▲ 1.10	税制	0.03
	新技術・サービスの出現による市場の変革	0.42	社会保障制度	1.25
			労働市場制度	▲ 0.23
			会社法制・企業統治	▲ 1.34
			地方創生に関する政策	0.03

※ 平均ゼロ、標準偏差1に正規化したスコア。値が大きいほど、不確実性は大きい。

³³ 各項目(本調査では16項目、森川論文では22項目)のスコアについて、その平均がゼロ、標準偏差が1になるように変換した。

(3) 比較結果

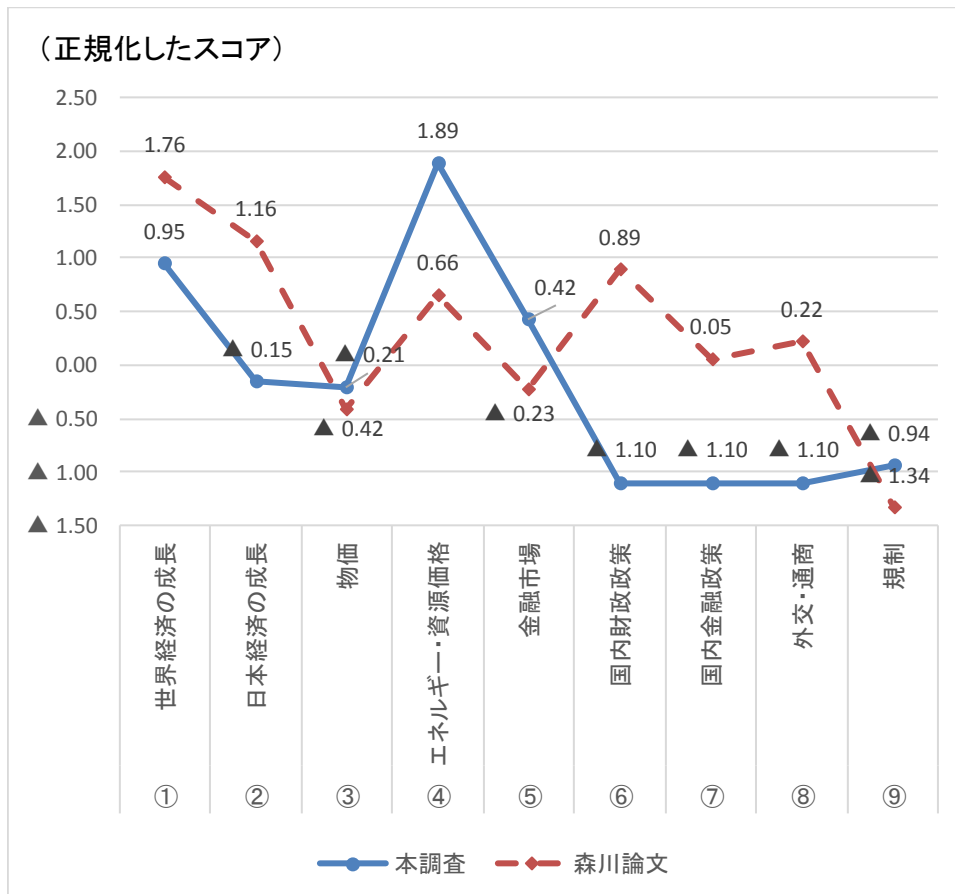
図表 4-5-6 に示したスコアを共通項目により再集計したのが図表 4-5-7 である。一つの共通項目に複数のオリジナルの項目が対応しているものについては、単純平均をとっている³⁴。以下、図表 4-5-7 から分かることを箇条書きで記す。

- 相対的な不確実性の程度が、本調査と森川論文で近いのは、以下の項目である。
 - ・物価（本調査：▲0.21、森川論文：▲0.42、差分は+0.21）
 - ・金融市場（本調査：+0.42、森川論文：▲0.23、差分は+0.65）
 - ・規制（本調査：▲0.94、森川論文：▲1.34、差分は+0.40）
 - ・世界経済の成長（本調査：+0.95、森川論文：1.76、差分は▲0.81）
- ただし、本調査の物価については、国内物価と海外物価の平均をとっており、国内物価のみでは▲0.52 と、より森川論文に近い値をとる。（図表 4-5-6。）金融市場についても同様で、本調査では国内金融市場と海外金融市場の平均をとっているが、国内金融市場のみでは▲0.15 であり、やはり森川論文に近くなる。また、世界経済の成長については、新興国だけを動向だけをみると、スコアは+1.53 となり、森川論文に近づいている。
- 世界経済の成長は、森川論文ではスコアが最も高いが、本調査では 2 番目である。（ただし、新興国のみでは、本調査でも不確実性は大きくなる。）一方で、エネルギー・資源価格のスコアは、森川論文では 2 番目で本調査ではトップである。2017 年から原油価格が上昇したことにより、エネルギー・資源価格の不確実性が上昇した可能性がある。
- 規制については、両調査とも、総じて相対的な不確実性の度合いは小さい。
- 不確実性の程度が、本調査と森川論文で比較的大きく異なるのは、以下の項目である。
 - ・国内財政政策（本調査：▲1.10、森川論文：+0.89、差分は▲1.99）
 - ・外交・通商（本調査：▲1.10、森川論文：+0.22、差分は▲1.32）
 - ・日本の経済成長（本調査：▲0.15、森川論文：+1.16、差分は▲1.31）
 - ・エネルギー・資源価格（本調査：1.89、森川論文：+0.66、差分は+1.24）
 - ・国内金融政策（本調査：▲1.10、森川論文：+0.05、差分は▲1.15）
- 特に乖離が目立つのは、国内財政政策である。図表 4-5-7 に示した森川論文のスコアは+0.89 であるが、これに「税制」を加えて平均を求めると+0.60 であり、乖離は縮まるものの依然として差は大きい。森川論文では、選択肢の「財政赤字・政府債務」など、具体的なイメージを伴いやすい項目であることにより、不確実性がより強く認識されたことが考えられる。
- 国内金融政策については、両調査の項目がほとんど同じ（本調査：国内の金融政策、森川論文：日本銀行の金融政策）であるにも係らず、本調査の方が不確実性は目に見えて小さい。大規模な金融緩和が常態化したことの“慣れ”によるものであろうか。
- 日本経済の成長については、図表 4-5-6 の本調査のスコアでは「国内の景気動向」のみを対応させているが、「市場の先行き」も加えるべきかもしれない。これを加えると、平均したスコアは、+0.34 となり、森川論文との乖離は大幅に縮まる。

³⁴ 例えば、本調査の共通項目「①世界経済の成長」は、0.37 と 1.53 の平均をとり、0.95 となっている。

- 外交・通商の不確実性も、森川論文よりも本調査で大幅に小さい。外交を除いて、本調査の「国内の通商政策」(▲1.10)と森川論文の「通商政策」(+0.05)だけで比べても、なお差が残る。“国内の”というワードの有無による違いが、両調査の乖離に影響していると推測される。

図表 4-5-7 共通項目による不確実性への認識の比較



出所：森川論文、アンケート調査結果より作成

4-5-4. ヒアリング調査からみた不確実性への認識

ヒアリング調査結果から、企業における不確実性の認識について、以下のようなことが示唆された。

概観的に言えば、まず、日本国内の政治経済の動向に関する不確実性（不安要素）の認識は低い。その理由として、日本の政治経済における政策決定プロセスが諸外国に比べて保守的で、慎重な合意形成のうえでの発動となることが企業の共通認識となっており、政変や金融不安、暴動、テロ等が起りにくい体制であることが挙げられる。

次に、海外の政治経済の動向に関する不確実性の認識は高い。

先進国で言えば、米国の自国主義政策の動向、それに伴う輸出入規制や TPP など通商政策の変更などの影響があると思われる。また、欧州においては英国の EU 離脱問題などが挙げられた。

新興国で言えば、大半の企業が中国を挙げる。巨大な市場を持つ中国には、多くに日本企業が

輸出しており、また生産拠点等で進出している企業も多い。その中国が過去のブラジルのように経済が急減速した場合、計り知れない影響を被ることへの不安感がある。また、中国の先進国とは違った政権体制や政策決定プロセス、国家権力の発動にも、予測不可能な不安を感じている。

為替変動や原油等原料の価格変動については、注視はしつつも、過去のオイルショックや急激な円高を経験してきた国内企業は、前兆をとらえる情報の収集や現地生産など対応策を、ある程度整備している模様で、特に大企業においては、それほど不確実性を感じていない。

企業が不確実性として一番認識しているのは、市場の先行きや異業種からの新規参入、新技術・サービスの出現など、業績に直接的な影響を及ぼす市場動向（事業環境）である。海外の政治経済動向に対する不確実性の認識が高い一因は、リーマン・ショック等に見られる世界的な経済減速が国内市場に及ぼす影響を警戒していることにもある。

企業の業態別では、海外への輸出割合が多い、または世界各国に進出している大企業においては、当然ながら海外の政治経済動向を注視している。

一方、国内販売を主業としている企業や、下請企業においても、販売先企業や元請企業が何らかの海外展開を行っているため、自社においても連鎖的間接的に影響を受けることから、海外動向の注視度は高い。

市場動向に関して重視する事象は、やはり国内景気の動向が挙げられる。国内における公共投資あるいは民間の設備投資の停滞・縮小は、直接的に企業業績に結び付くため、その関心度は高い。

また、異業種からの新規参入による市場の変動も関心度が高い。特に IT、AI、ネット業界の成長が著しいため、警戒度は高い。例えば、ネット業界における IoT 技術の進展により、接続するハードウェアのインターフェースのスタンダード化が進めば、既存製品仕様に及ぼす影響は大きい。また、自動車業界においては、自動車の EV 化は想定されたととしても、その市場変革スピードが予想以上に早ければ、ほとんどの部品仕様が変わる可能性があるため、対応が困難になるのではないかとの憶測がある。しかし一方で、それを予測して急成長を始めている研究開発型企業も存在する。

その他にも、鉄鋼に代る樹脂製品や非鉄金属に代わる炭素繊維などの新素材動向、自動車などを共同使用するシェアリングエコノミー事業や業務のサービス化によるホスティング事業など新業態の出現など、資源エコノミー社会に対応する素材や業態の著しい変化が注視されている。

不確実性に対する対応策として、自然災害等の不測の事態に対しては、各種保険の活用による損害の補てん、拠点の分散化やサプライチェーンの複数化などを盛り込んだ BCP（事業継続性計画）策定などが挙げられる。また、大企業においては不確実なリスクを事業計画や有価証券報告書等に掲載しており、それに対する行動規範を示している。

しかし最大の対応策は、「コンプライアンスを遵守し、企業的意思決定プロセスや経営ビジョン、中長期計画を明確にし、企業がとるべき行動規範を厳格にして筋肉体質することで、不測の事態への対応能力を高めること」であると、多くの企業が指摘している。

4-6. 事業投資の動向と決定要因

本節では事業投資の動向とその決定要因を整理する。

4-6-1. 各事業投資の動向

はじめにアンケート調査より得られた結果を以下にまとめておく。

- 国内有形固定資産、研究開発、海外有形固定資産、無形固定資産、M&A の順に投資が活発。
- ブランド浸透度、性能・品質、成長性が高いほど、研究開発投資を増やす企業が多い。特に、性能・品質、成長性での差が顕著である。
- 国内有形固定資産投資は、成長性、収益力が高いほど積極性が顕著である。
- 海外有形固定資産投資は、同様の傾向はあるものの、差は小さい。
- 無形固定資産投資、M&A は低調であるが、高スコア企業に限れば、かなり積極的。

4-6-2. 国内外の経済情勢等が事業投資の増減に与える影響

はじめにアンケート調査より得られた結果をまとめておく。事業投資の種類別に影響を与える主な要因（上位3項目）を挙げると、図表 4-6-1 のようであった。

図表 4-6-1 事業投資の増減に影響を与える主な要因

事業投資の種類	影響を与える主な要因
国内有形固定資産	市場の先行き、国内の景気動向、市場の変革
海外有形固定資産	市場の先行き、新興国の経済動向、先進国の経済動向
研究開発投資	市場の先行き、市場の変革、国内の景気動向
無形固定資産	市場の先行き、国内の景気動向、市場の変革
M&A	市場の先行き、市場の変革、国内の景気動向

いずれの事業投資についても、「市場の先行き」が最大の要因であり、海外有形固定資産を除くと、「国内の景気動向」や「市場の変革」が2位、3位につけている。各事業投資について、3章で示した内容を要約すると、以下のようになる。

- 国内有形固定資産に与える影響については、「海外経済要因」、「国内政策要因」の影響度は小さい。ただし、「資源価格の動向」だけは無視できない。
- 「市場要因」は、大企業ほどその影響度を重視する傾向がある。
- 海外有形固定資産に与える影響については、「市場の先行き」、「市場の変革」以外では、「海外経済要因」が大きい。「国内経済要因」・「国内政策要因」の影響度は低い。
- 「市場の先行き」、「市場の変革」、「異業種からの新規参入」は、企業規模と明確に正の相関がある。
- 研究開発投資に与える影響については、「市場の先行き」、「市場の変革」が大きな影響を与えている。
- 無形固定資産投資への影響は、全般として小さいが、「市場の先行き」、「市場の変革」、「国内の景気動向」が相対的に大きい。
- M&A への影響度は、「ほとんど影響はない」が7割以上を占めている。また、「国内の

「金融市場」による影響が、相対的には大きい。

4-6-3. 影響度の大きな事象（規模別・業種別）

（1）国内有形固定資産投資

図表 4-6-2 は、企業規模別に、国内有形固定資産投資への影響度の高い事象の上位 4 つを取り出したものである。すべての規模について「市場の先行き」、「国内景気」が 1 位と 2 位につけている。3 位と 4 位は、「市場の変革」、「国内物価」、「資源価格」、「新興国の経済」などが混在しているが、500 億円以上の規模を除けば、スコアはいずれも 1.7 以下と小さい。大まかにまとめると、「市場の先行き」と「国内景気」が国内有形固定資産投資に影響する主要因であり、500 億円以上の大規模企業については、更に「市場の変革」も少なからず影響を与える、と言えるであろう。

図表 4-6-2 国内有形固定資産投資への影響度の高い事象（規模別）

売上規模別	第 1 位		第 2 位		第 3 位		第 4 位	
	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア
50億円未満	市場の先行き	2.01	国内景気	1.87	国内物価	1.57	市場の変革	1.56
50億円以上 100億円未満	市場の先行き	2.13	国内景気	1.88	市場の変革	1.63	国内物価	1.58
100億円以上 250億円未満	市場の先行き	2.11	国内景気	1.89	市場の変革	1.66	国内物価	1.53
250億円以上 500億円未満	市場の先行き	2.19	国内景気	1.89	市場の変革	1.68	国内物価 資源価格	1.55
500億円以上	市場の先行き	2.28	国内景気	1.87	市場の変革	1.85	新興国の経済	1.60

（注）灰色の網掛けは、2 つの項目のスコアが同点のケース。以下同じ。

続いて、図表 4-6-3 により、業種別の影響度をみていく。第 1 位の事象は、「石油・石炭」以外では、すべての業種で「市場の先行き」となっており、第 2 位は「国内景気」である。ただし「繊維工業」については、わずかな違いであるが、「国内景気」を抑えて「市場の変革」が 2 位となっている。「市場の変革」はまた、「化学工業」と各種の機械系業種で 3 位につけるなど、一定の影響を持つことが示されている。

図表 4-6-3 国内有形固定資産投資への影響度の高い事象（業種別）

業種別	第1位		第2位		第3位		第4位	
	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア
繊維	市場の先行き	2.12	市場の変革	1.79	国内景気	1.73	国内金融市場	1.48
パルプ・紙	市場の先行き	2.15	国内景気	1.88	国内物価	1.71	国内金融市場	1.59
化学	市場の先行き	2.12	国内景気	1.80	市場の変革	1.61	資源価格	1.59
石油・石炭	資源価格	2.27	市場の先行き	2.18	国内景気	2.09	国内物価	1.73
プラスチック	市場の先行き	2.15	国内景気	1.90	国内物価	1.60	市場の変革	1.58
窯業・土石	市場の先行き	1.98	国内景気	1.89	国内物価	1.60	国内金融市場	1.56
鉄鋼	市場の先行き	2.13	国内景気	2.10	資源価格	1.74	国内物価	1.66
非鉄金属	市場の先行き	2.13	国内景気	2.02	資源価格	1.81	国内金融市場	1.75
金属製品	市場の先行き	2.10	国内景気	1.94	国内物価	1.62	国内金融市場	1.56
はん用・業務用機械	市場の先行き	2.06	国内景気	2.03	市場の変革	1.62	国内物価	1.56
生産用機械	市場の先行き	2.12	国内景気	1.89	市場の変革	1.71	国内物価	1.59
電子部品・デバイス	市場の先行き	2.34	国内景気	1.95	市場の変革	1.78	新興国の経済	1.74
電気・情報通信機械	市場の先行き	2.06	国内景気	1.76	市場の変革	1.71	国内金融市場	1.49
輸送用機械	市場の先行き	2.21	国内景気	1.85	市場の変革	1.73	新興国の経済	1.54
その他の製造業	市場の先行き	2.04	国内景気	1.82	市場の変革	1.65	国内物価	1.58

（2）海外有形固定資産投資

図表 4-6-4 と図表 4-6-5 は、それぞれ規模別、業種別に海外有形固定資産への影響度の高い事象を取り出したものである。

図表 4-6-4 によれば、すべての規模で、第1位が「市場の先行き」、第2位が「新興国の経済」となっているが、企業規模が小さいほどスコアも小さい。そもそも海外有形固定資産投資の影響云々は、相対的に規模の大きな企業に対して成り立つ議論と言えるであろう。

図表 4-6-4 海外有形固定資産投資への影響度の高い事象（規模別）

売上規模別	第1位		第2位		第3位		第4位	
	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア
50億円未満	市場の先行き	1.36	新興国の経済	1.28	市場の変革	1.23	国内景気	1.23
50億円以上 100億円未満	市場の先行き	1.45	新興国の経済	1.34	市場の変革	1.28	資源価格	1.28
100億円以上 250億円未満	市場の先行き	1.58	新興国の経済	1.48	市場の変革	1.36	先進国の経済	1.36
250億円以上 500億円未満	市場の先行き	1.74	新興国の経済	1.58	先進国の経済	1.50	市場の変革	1.43
500億円以上	市場の先行き	2.02	新興国の経済	1.85	先進国の経済	1.70	市場の変革	1.65

業種別には、「鉄鋼業」を除くすべての業種で「市場の先行き」が1位であり（ただし一部は複数業種が同スコアで1位）、「新興国の経済」、「先進国の経済」などが続いている。「新興国の経済」と「先進国の経済」の影響度の順位は業種によって異なり、後者が前者を上回るのは、「非鉄金属」、「はん用・業務用機械」の2業種であり、他の業種では、前者が後者を上回る。すなわち、多くの業種では、「先進国の経済」よりも「新興国の経済」による影響が大きいと考えていることが分かる。

図表 4-6-5 海外有形固定資産投資への影響度の高い事象（業種別）

	第1位		第2位		第3位		第4位	
	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア
繊維	市場の先行き	1.83	市場の変革	1.52	新興国の経済	1.37	先進国の経済 異業種参入 国内景気	1.33
パルプ・紙	市場の先行き	1.39	新興国の経済	1.26	海外金融市場	1.25	市場の変革	1.23
化学	市場の先行き	1.68	新興国の経済	1.60	資源価格	1.44	海外金融市場	1.36
石油・石炭	(スコアが全て1であり、順位付け不能)							
プラスチック	市場の先行き	1.49	新興国の経済	1.43	海外の物価	1.32	資源価格	1.30
窯業・土石	市場の先行き	1.19	海外金融市場	1.19	国内物価	1.19	市場の変革	1.16
鉄鋼	新興国の経済	1.47	市場の先行き	1.38	先進国の経済	1.33	資源価格	1.29
非鉄金属	市場の先行き	1.55	海外金融市場	1.45	先進国の経済	1.45	新興国の経済	1.45
金属製品	市場の先行き	1.48	新興国の経済	1.40	資源価格	1.36	市場の変革	1.31
はん用・業務用機械	市場の先行き	1.72	先進国の経済	1.54	新興国の経済	1.52	市場の変革 海外金融市場	1.41
生産用機械	市場の先行き	1.59	新興国の経済	1.40	先進国の経済	1.35	海外金融市場	1.31
電子部品・デバイス	市場の先行き	1.65	新興国の経済	1.54	海外金融市場	1.54	市場の変革	1.53
電気・情報通信機械	市場の先行き	1.57	新興国の経済	1.48	市場の変革	1.43	先進国の経済	1.38
輸送用機械	市場の先行き	1.70	新興国の経済	1.53	市場の変革	1.47	先進国の経済	1.41
その他の製造業	市場の先行き	1.52	新興国の経済	1.41	資源価格	1.35	先進国の経済 海外の物価	1.34

(3) 研究開発投資

図表 4-6-6 と図表 4-6-7 は、それぞれ規模別、業種別に研究開発投資への影響度の大きな事象を示している。

まず規模別には、すべての規模で第1位が「市場の先行き」、第2位が「市場の変革」となっている。第3位は、500億円未満のすべての規模が「国内景気」であるのに対して、「500億円以上」のみ「異業種からの参入」となっている。相対的に規模の小さな企業は、研究開発投資も現状の景気に左右されやすいが、規模の大きな企業は、現状というよりは将来的な業種・業態の垣根を越えた競争を意識していることがうかがえる。

図表 4-6-6 研究開発投資への影響度の高い事象（規模別）

売上規模別	第1位		第2位		第3位		第4位	
	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア
50億円未満	市場の先行き	1.61	市場の変革	1.50	国内景気	1.43	異業種参入	1.32
50億円以上 100億円未満	市場の先行き	1.70	市場の変革	1.60	国内景気	1.38	異業種参入	1.37
100億円以上 250億円未満	市場の先行き	1.81	市場の変革	1.67	国内景気	1.44	異業種参入	1.40
250億円以上 500億円未満	市場の先行き	1.76	市場の変革	1.64	国内景気	1.48	異業種参入 新興国の経済	1.31
500億円以上	市場の先行き	2.16	市場の変革	2.12	異業種参入	1.69	国内景気	1.48

研究開発投資への業種別の影響は、第1位が、石油・石炭を除いて「市場の先行き」となっている。この点は、国内有形固定資産投資と同じであるが、第2位はほとんどの部門で「市場の変革」となっており、(2位のほとんどが「国内景気」であった国内有形固定資産投資とは)この点が異なる。

図表 4-6-7 研究開発投資への影響度の高い事象（業種別）

業種別	第1位		第2位		第3位		第4位	
	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア
繊維	市場の先行き	1.87	市場の変革	1.68	国内景気	1.52	異業種参入	1.42
パルプ・紙	市場の先行き	1.79	国内景気	1.47	市場の変革	1.44	国内物価	1.42
化学	市場の先行き	1.84	市場の変革	1.75	国内景気	1.48	異業種参入	1.40
石油・石炭	資源価格	1.62	市場の変革	1.62	国内物価	1.62	異業種参入	1.62
プラスチック	市場の先行き	1.73	市場の変革	1.55	国内景気	1.42	資源価格	1.32
窯業・土石	市場の先行き	1.72	市場の変革	1.44	国内景気	1.40	異業種参入	1.30
鉄鋼	市場の先行き	1.72	市場の変革	1.44	国内景気	1.40	異業種参入	1.30
非鉄金属	市場の先行き	1.66	市場の変革	1.52	国内景気	1.52	国内金融市場	1.33
金属製品	市場の先行き	1.66	市場の変革	1.53	国内景気	1.43	異業種参入	1.32
はん用・業務用機械	市場の先行き	1.73	市場の変革	1.71	国内景気	1.47	異業種参入	1.39
生産用機械	市場の先行き	1.81	市場の変革	1.76	異業種参入	1.45	国内景気	1.44
電子部品・デバイス	市場の先行き	1.86	市場の変革	1.67	異業種参入 国内景気 新興国の経済	1.38	—	—
電気・情報通信機械	市場の先行き	1.91	市場の変革	1.85	異業種参入	1.49	国内景気	1.49
輸送用機械	市場の先行き	1.73	市場の変革	1.68	異業種参入	1.40	国内景気	1.37
その他の製造業	市場の先行き	1.72	市場の変革	1.65	国内景気	1.43	異業種参入	1.42

（4）無形固定資産投資

図表 4-6-8 と図表 4-6-9 は、無形固定資産投資への影響度の大きな事象を示している。すべての規模で1位は「市場の先行き」となっている。2位は500億円未満の規模がすべて「国内景気」であるのに対して、500億円以上の規模のみが「市場の変革」となっている。研究開発投資と同様に、規模の大きな企業ほど、目先の景気よりも、将来的な市場の環境変化を考慮して無形固定資産投資を行っていることがうかがえる。

図表 4-6-8 無形固定資産投資への影響度の高い事象（規模別）

売上規模別	第1位		第2位		第3位		第4位	
	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア
50億円未満	市場の先行き	1.48	国内景気	1.42	市場の変革	1.32	国内物価	1.31
50億円以上 100億円未満	市場の先行き	1.47	国内景気	1.34	市場の変革	1.34	国内物価	1.24
100億円以上 250億円未満	市場の先行き	1.43	国内景気	1.41	市場の変革	1.36	国内物価 国内金融市場	1.27
250億円以上 500億円未満	市場の先行き	1.52	国内景気	1.48	市場の変革	1.41	国内物価 国内金融市場	1.31
500億円以上	市場の先行き	1.73	市場の変革	1.69	国内景気	1.45	異業種参入	1.40

業種別にみると、すべての業種で「市場の先行き」が1位となっている。2位に位置する事象として最も多いのは「国内景気」であるが、「はん用・業務用機械」、「電子部品・デバイス・電子回路」、「電気・情報通信機器」、「輸送用機械」では「市場の変革」が2位となっている。これらの業種は、「国内有形固定資産投資」への影響度では、いずれも「国内景気」が2位につけていた（図表 4-6-3。）有形固定資産投資との比較では、無形固定資産投資は、現状の景気よりも市場環境の変化に影響されやすい、ということが言えるかもしれない。

図表 4-6-9 無形固定資産投資への影響度の高い事象（業種別）

業種別	第1位		第2位		第3位		第4位	
	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア
繊維	市場の先行き	1.50	国内景気	1.44	市場の変革	1.44	国内金融市場	1.31
パルプ・紙	市場の先行き	1.63	国内景気	1.48	国内物価	1.37	市場の変革	1.28
化学	市場の先行き	1.39	国内景気	1.34	市場の変革	1.33	国内規制改革	1.26
石油・石炭	市場の先行き	1.50	国内物価	1.50	国内景気	1.40	国内金融市場 国内通商政策 国内金融政策 国内財政政策 市場の変革	1.30
プラスチック	市場の先行き	1.37	国内景気	1.26	市場の変革	1.24	国内金融市場 国内物価	1.18
窯業・土石	市場の先行き	1.40	国内景気	1.38	国内物価	1.27	市場の変革 国内財政政策	1.24
鉄鋼	市場の先行き	1.48	国内景気	1.48	市場の変革	1.41	国内物価	1.30
非鉄金属	市場の先行き	1.60	国内景気	1.49	市場の変革	1.38	国内金融市場	1.36
金属製品	市場の先行き	1.51	国内景気	1.47	市場の変革	1.37	国内物価	1.31
はん用・業務用機械	市場の先行き	1.53	市場の変革	1.51	国内景気	1.47	国内物価	1.33
生産用機械	市場の先行き	1.56	国内景気	1.51	市場の変革	1.43	国内物価	1.33
電子部品・デバイス	市場の先行き	1.54	市場の変革	1.49	国内景気	1.32	新興国の経済	1.29
電気・情報通信機械	市場の先行き	1.57	市場の変革	1.51	国内景気	1.43	国内物価	1.34
輸送用機械	市場の先行き	1.42	市場の変革	1.35	国内景気	1.32	国内金融市場	1.23
その他の製造業	市場の先行き	1.54	国内景気	1.46	市場の変革	1.39	国内物価	1.33

(5) M&A

図表 4-6-10 と図表 4-6-11 は、M&A への影響度の大きな事象を並べたものである。「市場の先行き」が1位につけているが500億円以上の規模を除けば、スコアはごく小さい。

100億円以上の規模では、第2位が「市場の変革」となっており、この順位は、研究開発投資と同じである。また、「新興国の経済」と「異業種からの参入」は、500億円以上ではそれぞれ3位、4位となっており、一定の影響を持つことが分かる。

図表 4-6-10 M&A への影響度の高い事象（規模別）

売上規模別	第1位		第2位		第3位		第4位	
	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア
50億円未満	市場の先行き	1.19	国内景気	1.13	市場の変革	1.11	国内物価	1.10
50億円以上 100億円未満	市場の先行き	1.23	国内景気	1.17	市場の変革	1.16	異業種参入	1.14
100億円以上 250億円未満	市場の先行き	1.41	市場の変革	1.31	国内景気	1.30	異業種参入	1.23
250億円以上 500億円未満	市場の先行き	1.46	市場の変革	1.34	国内景気	1.30	新興国の経済	1.27
500億円以上	市場の先行き	2.04	市場の変革	1.86	新興国の経済	1.63	異業種参入	1.61

業種別には、「石油・石炭」以外のすべての業種で、「市場の先行き」が1位となっている。2位は、「国内景気」と「市場の変革」が混在しており、傾向は無形固定資産投資への影響と似たものになっている。

図表 4-6-11 M&A への影響度の高い事象（業種別）

業種別	第1位		第2位		第3位		第4位	
	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア
繊維	市場の先行き	1.36	国内景気	1.27	市場の変革	1.23	異業種参入	1.14
パルプ・紙	市場の先行き	1.56	国内景気	1.28	市場の変革	1.28	国内物価	1.25
化学	市場の先行き	1.45	市場の変革	1.33	異業種参入	1.27	新興国の経済	1.26
石油・石炭	国内金融市場	1.40	国内物価	1.40	国内景気	1.40	国内財政政策	1.40
プラスチック	市場の先行き	1.29	国内景気	1.26	新興国の経済	1.22	資源価格 先進国の経済 国内金融市場	1.17
窯業・土石	市場の先行き	1.41	国内景気	1.29	国内規制改革	1.24	国内金融市場 国内物価 国内財政政策 市場の変革	1.21
鉄鋼	市場の先行き	1.24	市場の変革	1.21	国内景気	1.17	国内金融市場 国内通商政策 異業種参入	1.14
非鉄金属	市場の先行き	1.36	新興国の経済	1.29	市場の変革	1.29	国内景気	1.25
金属製品	市場の先行き	1.26	市場の変革	1.21	国内景気	1.19	新興国の経済 異業種参入	1.17
はん用・業務用機械	市場の先行き	1.34	市場の変革	1.29	国内景気	1.23	新興国の経済	1.23
生産用機械	市場の先行き	1.44	市場の変革	1.38	異業種参入	1.28	新興国の経済	1.27
電子部品・デバイス	市場の先行き	1.57	市場の変革	1.43	新興国の経済	1.33	異業種参入	1.32
電気・情報通信機械	市場の先行き	1.39	市場の変革	1.36	異業種参入	1.23	新興国の経済	1.22
輸送用機械	市場の先行き	1.30	市場の変革	1.22	異業種参入	1.17	国内景気	1.14
その他の製造業	市場の先行き	1.49	国内景気	1.35	市場の変革	1.35	異業種参入	1.29

4-6-4. ヒアリング調査からみた不確実性が事業投資に及ぼす影響

ヒアリング調査結果から、不確実性が事業投資に及ぼす影響について、以下のようなことが示唆された。

概観すると、ほとんどの企業が「事業投資は企業成長の要であるため、不確実性が戦略的中長期的な事業投資計画に大きく影響することはない」としている。

一方で、国内及び海外への設備投資に関しては、政治経済動向に端を発する市場の変化が予測される場合には、投資のタイミングや規模の調整はあり得ると指摘している。

研究開発投資においては、大半の企業が売上の10%など、継続的な研究開発投資を設定しており、特に研究開発型企业においては、売上目標や利益目標とともに、研究開発投資割合を中長期計画に明示している。

また、M&A投資に関しては、市場や技術動向により、新市場への参入や新技術の効率的な取得を目的として適時に行うものであり、政治経済等の不確実性というよりも予測可能な市場の動きを捉えて実施されるものとしている。

研究開発投資やM&A投資は、新技術の出現や異業種の新規参入が予測されれば、必然的に増加する性質があるが、いずれにしても不確実な事象に対する投資はあり得ないと考えられる。

業態的に見れば、元請企業は新市場への進出や新製品・新技術分野の生産設備等への設備投資が、下請企業は生産効率向上のための既存設備の改善や増産設備への設備投資が主となる傾向がある。しかし、下請企業にあっては、今後の市場拡大が不透明なため、フル稼働状態にあっては設備の増強に踏み切れないとの意見もあり、市場動向の不確実性が影響していると言えなくもない。いずれにしても、事業投資は、中長期的な計画の基に実施されている性質を持っている。

4-7. 人的投資の動向と決定要因

本節では人的投資の動向とその決定要因を整理する。

4-7-1. 各人的投資の動向

はじめにアンケート調査より得られた結果を以下にまとめておく。

- 人的投資は、正規社員の採用、社員の賃金の定期昇給、人材開発投資、社員への賞与、標準賃金の引き上げ、非正規社員の採用の順に大きい。
- ブランド浸透度との関係はあまり見られないが、収益力、成長性には、明確な関係がある。特に収益力については、正規社員の採用、社員への賞与支給について、収益力のある企業ほど積極的であることがみてとれる。
- 規模との関連は薄い。正規社員の採用や社員への賞与支給では、むしろ規模の小さい企業の方が積極的な傾向にある。
- それぞれの人的投資に積極的な業種は、図表 4-7-1 ようにまとめられる。

図表 4-7-1 人的投資に積極的な業種

正規社員の採用	金属製品、鉄鋼、化学、プラスチック
非正規社員の採用	電子部品・デバイス・電子回路、プラスチック、輸送用機械
社員の賃金の定期昇給	プラスチック、生産用機械、非鉄金属、金属製品
標準賃金の引上げ（ベースアップ）	プラスチック、生産用機械、はん用・業務用機械、鉄鋼業
社員への賞与支給（ボーナス）	プラスチック、化学、金属製品、生産用機械
人材開発投資（教育や訓練）	石油・石炭製品

4-7-2. 国内外の経済情勢等が人的投資に与える影響

人的投資の増減に影響を与える主な要因は、図表 4-7-2 のようにまとめられる。

図表 4-7-2 人的投資の増減に影響を与える主な要因

正規社員の採用	市場の先行き、国内の景気動向、市場の変革
非正規社員の採用	市場の先行き、国内の景気動向
社員の賃金の定期昇給	国内の景気動向、市場の先行き、国内物価動向
標準賃金の引上げ（ベースアップ）	国内の景気動向、市場の先行き、国内物価動向
社員への賞与支給（ボーナス）	国内の景気動向、市場の先行き、国内物価動向
人材開発投資（教育や訓練）	市場の先行き、国内の景気動向、市場の変革

以下では、それぞれの人的投資について、規模別・業種別に影響度の大きな事象を確認していく。

4-7-3. 影響度の大きな事象（規模別・業種別）

（1）正規社員への採用

図表 4-7-3 は、正規社員の採用への影響度の高い事象の上位 4 つを示したものである。50 億円

以上のすべての規模で、1位が「市場の先行き」、2位が「国内景気」、3位が「市場の変革」となっている。50億円未満の規模の小さな企業を除けば、正規社員の採用にあたっては、短期的な景気よりは長期的な市場の動向を重視していることが分かる。

図表 4-7-3 正規社員の採用への影響度の高い事象（規模別）

売上規模別	第1位		第2位		第3位		第4位	
	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア
50億円未満	国内景気	1.87	市場の先行き	1.85	国内物価	1.37	市場の変革	1.35
50円億以上 100円億未満	市場の先行き	1.95	国内景気	1.86	市場の変革	1.44	国内物価	1.37
100円億以上 250円億未満	市場の先行き	1.92	国内景気	1.82	市場の変革	1.47	国内物価	1.35
250円億以上 500円億未満	市場の先行き	2.19	国内景気	1.89	市場の変革	1.68	新興国の経済	1.55
500円億以上	市場の先行き	2.04	国内景気	1.86	市場の変革	1.61	新興国の経済	1.45

図表 4-7-4 は、業種別にみた影響度の順位を示している。多くの業種で「市場の先行き」が1位となっているが、「パルプ・紙・紙加工」、「石油・石炭製品」、「鉄鋼業」、「金属製品」では、「国内景気」が1位となっている。すべての業種で上位2位は、「市場の先行き」と「国内景気」で占められており、また、第3位以下はスコアが大きく低下している。したがって、正規社員の採用は、業種を問わず、この2つの事象に影響されていることがうかがえる。

図表 4-7-4 正規社員の採用への影響度の高い事象（業種別）

業種別	第1位		第2位		第3位		第4位	
	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア
繊維	市場の先行き	1.87	国内景気	1.87	市場の変革	1.50	新興国の経済 国内金融市場 国内金融政策	1.25
パルプ・紙	国内景気	2.02	市場の先行き	1.89	国内物価	1.50	市場の変革	1.37
化学	市場の先行き	1.80	国内景気	1.79	市場の変革	1.47	国内規制改革	1.32
石油・石炭	国内景気	1.91	市場の先行き	1.82	国内物価	1.55	資源価格 国内金融市場 市場の変革	1.45
プラスチック	市場の先行き	1.89	国内景気	1.73	国内物価	1.30	国内規制改革	1.29
窯業・土石	市場の先行き	1.84	国内景気	1.79	国内物価	1.31	市場の変革	1.29
鉄鋼	国内景気	1.89	市場の先行き	1.85	国内物価	1.43	新興国の経済	1.37
非鉄金属	市場の先行き	1.98	国内景気	1.96	市場の変革	1.45	先進国の経済	1.35
金属製品	国内景気	2.01	市場の先行き	1.93	国内物価	1.44	市場の変革	1.40
はん用・業務用機械	市場の先行き	2.08	国内景気	1.97	市場の変革	1.46	国内金融市場	1.34
生産用機械	市場の先行き	2.06	国内景気	1.83	市場の変革	1.44	新興国の経済	1.44
電子部品・デバイス	市場の先行き	2.09	国内景気	1.88	市場の変革	1.58	新興国の経済	1.52
電気・情報通信機械	市場の先行き	1.89	国内景気	1.82	市場の変革	1.51	新興国の経済	1.35
輸送用機械	市場の先行き	1.97	国内景気	1.88	市場の変革	1.49	新興国の経済	1.36
その他の製造業	市場の先行き	1.87	国内景気	1.78	市場の変革	1.43	国内物価	1.39

(2) 非正規社員への採用

図表 4-7-5 は、非正規社員の採用について、規模別の影響度の順位とスコアを示したものである。上位2位が「市場の先行き」と「国内景気」であり、第3位の多くが「市場の変革」となっている点は、正規社員の採用と同様である。なおスコアは小さいものの、250億円以上の規模に

において、「国内規制改革」が第4位に位置しているのは注目される。

図表 4-7-5 非正規社員の採用への影響度の高い事象（規模別）

売上規模別	第1位		第2位		第3位		第4位	
	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア
50億円未満	国内景気	1.67	市場の先行き	1.67	国内物価	1.30	市場の変革	1.26
50億円以上 100億円未満	市場の先行き	1.69	国内景気	1.69	市場の変革	1.32	国内物価	1.29
100億円以上 250億円未満	国内景気	1.70	市場の先行き	1.69	市場の変革	1.29	国内物価	1.28
250億円以上 500億円未満	市場の先行き	1.75	国内景気	1.68	市場の変革	1.34	国内規制改革	1.31
500億円以上	市場の先行き	1.81	国内景気	1.78	市場の変革	1.46	国内規制改革	1.36

図表 4-7-6 は、非正規社員の採用に関する業種別の順位とスコアである。業種別に見ても、「はん用・業務用機械」を除いて、1位と2位を「市場の先行き」と「国内景気」が占めていることが確認できる。ただし、正規社員のケース（図表 4-7-4）では、「国内景気」が1位である業種は4業種であったが、非正規社員のケース（図表 4-7-6）では、9業種となっている。非正規社員の採用の方が、短期的な景気動向に影響されやすいことを示す結果である。

図表 4-7-6 非正規社員の採用への影響度の高い事象（業種別）

業種別	第1位		第2位		第3位		第4位	
	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア
繊維	国内景気	1.87	市場の先行き	1.66	市場の変革	1.37	国内金融政策	1.22
パルプ・紙	国内景気	1.85	市場の先行き	1.77	国内物価	1.40	市場の変革 国内規制改革	1.31
化学	国内景気	1.59	市場の先行き	1.57	市場の変革	1.29	国内規制改革	1.23
石油・石炭	国内景気	1.64	市場の先行き	1.27	資源価格 国内物価	1.18	国内金融市場 異業種参入	1.18
プラスチック	市場の先行き	1.61	国内景気	1.56	国内規制改革	1.26	国内物価	1.24
窯業・土石	市場の先行き	1.55	国内景気	1.50	国内物価	1.20	市場の変革	1.20
鉄鋼	国内景気	1.66	市場の先行き	1.56	国内物価	1.32	新興国の経済	1.28
非鉄金属	国内景気	1.77	市場の先行き	1.75	市場の変革	1.31	先進国の経済 国内規制改革	1.29
金属製品	国内景気	1.81	市場の先行き	1.73	国内物価	1.36	市場の変革	1.32
はん用・業務用機械	市場の先行き	2.00	市場の変革	1.37	国内規制改革	1.32	新興国の経済	1.31
生産用機械	市場の先行き	1.83	国内景気	1.67	国内物価	1.32	新興国の経済 市場の変革	1.29
電子部品・デバイス	市場の先行き	1.88	国内景気	1.70	新興国の経済	1.42	市場の変革	1.36
電気・情報通信機械	国内景気	1.69	市場の先行き	1.66	市場の変革	1.39	国内物価	1.31
輸送用機械	市場の先行き	1.85	国内景気	1.81	市場の変革	1.38	国内物価	1.32
その他の製造業	国内景気	1.66	市場の先行き	1.62	国内物価	1.32	市場の変革 国内規制改革	1.30

（3）社員の賃金の定期昇給

図表 4-7-7 は、企業規模別にみた、社員の賃金の定期昇給への影響度の順位とスコアを示している。いずれの規模においても、1位が「国内景気」、2位が「市場の先行き」、3位が「国内物価」となっている。定期昇給への影響が正規社員や非正規社員の採用と異なるのは、「国内物価」が企業規模に係らず一定の影響力を持つ点であろう。

図表 4-7-7 社員の賃金の定期昇給への影響度の高い事象（規模別）

売上規模別	第1位		第2位		第3位		第4位	
	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア
50億円未満	国内景気	1.85	市場の先行き	1.75	国内物価	1.54	市場の変革	1.30
50億円以上 100億円未満	国内景気	1.83	市場の先行き	1.74	国内物価	1.52	市場の変革	1.32
100億円以上 250億円未満	国内景気	1.79	市場の先行き	1.73	国内物価	1.49	市場の変革	1.34
250億円以上 500億円未満	国内景気	1.86	市場の先行き	1.76	国内物価	1.51	市場の変革 新興国の経済 国内金融市場 国内規制改革	1.32
500億円以上	国内景気	1.79	市場の先行き	1.76	国内物価	1.53	新興国の経済	1.40

図表 4-7-8 は、定期昇給への業種別の影響度を示している。「電子部品・デバイス・電子回路」で1位と2位が逆転している他は、「国内景気」、「市場の先行き」、「国内物価」と順位が揃っている。

図表 4-7-8 社員の賃金の定期昇給への影響度の高い事象（規模別）

業種別	第1位		第2位		第3位		第4位	
	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア
繊維	国内景気	1.72	市場の先行き	1.72	国内物価	1.50	国内金融市場	1.31
パルプ・紙	国内景気	1.94	市場の先行き	1.83	国内物価	1.62	資源価格	1.36
化学	国内景気	1.71	市場の先行き	1.55	国内物価	1.47	国内規制改革	1.27
石油・石炭	国内景気	1.73	市場の先行き	1.73	国内物価	1.55	国内金融市場	1.55
プラスチック	国内景気	1.82	市場の先行き	1.70	国内物価	1.47	国内規制改革	1.32
窯業・土石	国内景気	1.79	市場の先行き	1.66	国内物価	1.38	市場の変革	1.24
鉄鋼	国内景気	1.89	市場の先行き	1.61	国内物価	1.58	資源価格	1.33
非鉄金属	国内景気	2.02	市場の先行き	1.83	国内物価	1.54	海外金融市場	1.45
金属製品	国内景気	1.93	市場の先行き	1.76	国内物価	1.54	市場の変革	1.33
はん用・業務用機械	国内景気	1.94	市場の先行き	1.94	国内物価	1.61	海外金融市場	1.44
生産用機械	国内景気	1.86	市場の先行き	1.83	国内物価	1.58	新興国の経済	1.39
電子部品・デバイス	市場の先行き	1.79	国内景気	1.78	国内物価	1.51	新興国の経済	1.45
電気・情報通信機械	国内景気	1.76	市場の先行き	1.72	国内物価	1.47	市場の変革	1.37
輸送用機械	国内景気	1.84	市場の先行き	1.80	国内物価	1.53	海外金融市場 市場の変革	1.33
その他の製造業	国内景気	1.80	市場の先行き	1.75	国内物価	1.53	市場の変革	1.33

(4) 標準賃金の引き上げ（ベースアップ）

図表 4-7-9 は、標準賃金の引上げ（ベースアップ）への影響度に関する、規模別の順位とスコアを示したものである。定期昇給と同じく、すべての企業規模で影響度は、「国内景気」（1位）、「市場の先行き」（2位）、「国内物価」（3位）の順になっている。

スコアを標準賃金と比べてみても、定期昇給との明確な差は見出せない。

図表 4-7-9 標準賃金の引き上げへの影響度の高い事象（規模別）

売上規模別	第1位		第2位		第3位		第4位	
	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア
50億円未満	国内景気	1.82	市場の先行き	1.73	国内物価	1.58	国内金融市場	1.30
50円億以上 100円億未満	国内景気	1.84	市場の先行き	1.76	国内物価	1.57	国内金融市場 市場の変革	1.32
100円億以上 250円億未満	国内景気	1.81	市場の先行き	1.70	国内物価	1.54	市場の変革	1.35
250円億以上 500円億未満	国内景気	1.83	市場の先行き	1.65	国内物価	1.54	国内金融市場	1.35
500円億以上	国内景気	1.89	市場の先行き	1.86	国内物価	1.68	新興国の経済 国内金融市場	1.40

図表 4-7-10 は、業種別の影響度を示している。1位は「国内景気」が最多であるが、「繊維製品」、「生産用機械器具」、「電子部品・デバイス・電子回路」では「市場の先行き」の影響度が最も高くなっている。1位と2位が「国内景気」と「市場の先行き」で占められている点、「国内物価」がすべての業種で3位になっている点は、これまでに見てきた他の人的投資と同じである。

図表 4-7-10 標準賃金の引き上げへの影響度の高い事象（業種別）

業種別	第1位		第2位		第3位		第4位	
	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア
繊維	市場の先行き	1.94	国内景気	1.81	国内物価	1.53	国内金融市場	1.41
パルプ・紙	国内景気	2.02	市場の先行き	1.83	国内物価	1.74	資源価格	1.34
化学	国内景気	1.82	市場の先行き	1.59	国内物価	1.56	国内規制改革 市場の変革	1.32
石油・石炭	国内景気	1.91	市場の先行き	1.64	国内物価	1.64	国内金融市場 資源価格	1.55
プラスチック	国内景気	1.74	市場の先行き	1.69	国内物価	1.49	国内規制改革	1.28
窯業・土石	国内景気	1.79	市場の先行き	1.71	国内物価	1.47	国内金融市場	1.33
鉄鋼	国内景気	1.93	市場の先行き	1.62	国内物価	1.54	資源価格	1.35
非鉄金属	国内景気	1.94	市場の先行き	1.80	国内物価	1.55	新興国の経済 国内金融政策	1.44
金属製品	国内景気	1.90	市場の先行き	1.72	国内物価	1.63	国内金融市場	1.33
はん用・業務用機械	国内景気	1.95	市場の先行き	1.93	国内物価	1.69	国内金融市場	1.41
生産用機械	市場の先行き	1.89	国内景気	1.84	国内物価	1.60	新興国の経済	1.37
電子部品・デバイス	市場の先行き	1.75	国内景気	1.75	国内物価	1.47	市場の変革	1.36
電気・情報通信機械	国内景気	1.77	市場の先行き	1.70	国内物価	1.54	市場の変革	1.40
輸送用機械	国内景気	1.77	市場の先行き	1.74	国内物価	1.57	国内金融市場	1.33
その他の製造業	国内景気	1.84	市場の先行き	1.74	国内物価	1.58	国内金融市場	1.32

（5）社員への賞与支給

図表 4-7-11 は、社員への賞与支給に対する企業規模別の影響度を示している。すべての企業規模で、「国内景気」（1位）、「市場の先行き」（2位）、「国内物価」（3位）の順になっており、この点は定期昇給やベースアップと共通である。ただし、図表 4-7-11 では、「国内景気」と「市場の先行き」のスコアは総じて図表 4-7-7 や図表 4-7-9 よりも高くなっている。賞与支給は、定期昇給やベースアップよりも景気や市場環境の影響を受けやすいことが反映されていると考えられる。

図表 4-7-11 社員への賞与支給への影響度の高い事象（規模別）

売上規模別	第1位		第2位		第3位		第4位	
	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア
50億円未満	国内景気	1.93	市場の先行き	1.80	国内物価	1.61	国内金融市場	1.35
50億円以上 100億円未満	国内景気	1.93	市場の先行き	1.83	国内物価	1.56	市場の変革	1.34
100億円以上 250億円未満	国内景気	1.89	市場の先行き	1.77	国内物価	1.53	市場の変革	1.36
250億円以上 500億円未満	国内景気	1.89	市場の先行き	1.75	国内物価	1.52	国内金融市場	1.38
500億円以上	国内景気	1.92	市場の先行き	1.87	国内物価	1.56	新興国の経済	1.55

図表 4-7-12 は、業種別の影響度を示している。「繊維製品」と「電子部品・デバイス・電子回路」の2業種で「市場の先行き」が1位で、他の業種はすべて「国内景気」が1位となっている。3位はほとんどの業種で「国内物価」であるが、「石油・石炭製品」のみは、「国内金融市場」が位置している。

図表 4-7-12 社員への賞与支給への影響度の高い事象（業種別）

業種別	第1位		第2位		第3位		第4位	
	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア
繊維	市場の先行き	2.03	国内景気	1.81	国内物価	1.50	国内金融市場	1.41
パルプ・紙	国内景気	2.06	市場の先行き	1.96	国内物価	1.69	資源価格	1.42
化学	国内景気	1.91	市場の先行き	1.68	国内物価	1.54	国内金融市場	1.36
石油・石炭	国内景気	1.91	市場の先行き	1.73	国内金融市場	1.64	国内物価	1.55
プラスチック	国内景気	1.91	市場の先行き	1.78	国内物価	1.57	市場の変革	1.30
窯業・土石	国内景気	1.88	市場の先行き	1.74	国内物価	1.47	国内金融市場	1.31
鉄鋼	国内景気	2.03	市場の先行き	1.65	国内物価	1.54	資源価格	1.49
非鉄金属	国内景気	2.13	市場の先行き	2.00	国内物価	1.60	資源価格	1.50
金属製品	国内景気	1.96	市場の先行き	1.79	国内物価	1.61	国内金融市場	1.34
はん用・業務用機械	国内景気	2.03	市場の先行き	2.02	国内物価	1.66	国内金融市場	1.46
生産用機械	国内景気	1.95	市場の先行き	1.89	国内物価	1.53	新興国の経済	1.40
電子部品・デバイス	市場の先行き	1.88	国内景気	1.84	国内物価	1.46	新興国の経済 市場の変革	1.45
電気・情報通信機械	国内景気	1.83	市場の先行き	1.75	国内物価	1.53	市場の変革	1.41
輸送用機械	国内景気	1.86	市場の先行き	1.83	国内物価	1.56	国内金融政策 市場の変革	1.37
その他の製造業	国内景気	1.90	市場の先行き	1.76	国内物価	1.59	国内金融政策 市場の変革	1.33

（6）人材開発投資

図表 4-7-13 は、人材開発投資に関する、規模別の影響度の順位とスコアを示している。すべての企業規模で「市場の先行き」（1位）、「国内景気」（2位）、「市場の変革」（3位）となっている。企業規模によるスコアの大小は明確には観察されない。

また、他の人的投資と異なり、1位から3位までのスコアがかなり接近している。例えば500億円以上の規模でみると、1位と3位のスコアの差は、正規社員への採用が0.43、非正規社員への採用が0.35、賃金の定期昇給が0.26、標準賃金の引き上げが0.21、社員への賞与支給が0.36であるのに対して、人材開発投資は0.17となっている。

図表 4-7-13 人材開発投資への影響度の高い事象（規模別）

売上規模別	第1位		第2位		第3位		第4位	
	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア
50億円未満	市場の先行き	1.55	国内景気	1.52	市場の変革	1.32	国内物価	1.30
50億円以上 100億円未満	市場の先行き	1.57	国内景気	1.46	市場の変革	1.41	国内物価	1.26
100億円以上 250億円未満	市場の先行き	1.50	国内景気	1.44	市場の変革	1.35	国内物価	1.25
250億円以上 500億円未満	市場の先行き	1.59	国内景気	1.54	市場の変革	1.39	国内物価	1.29
500億円以上	市場の先行き	1.67	国内景気	1.52	市場の変革	1.50	新興国の経済	1.30

図表 4-7-14 は、業種別の影響度を示している。「市場の先行き」が1位、「国内景気」が2位の組み合わせが最多であるが、「パルプ・紙・紙加工」、「鉄鋼業」では「国内景気」が1位となっている。3位は「市場の変革」が多いが、「パルプ・紙・紙加工」、「窯業・土石」、など一部の業種では、「国内物価」が3位に位置している。

図表 4-7-14 人材開発投資への影響度の高い事象（業種別）

業種別	第1位		第2位		第3位		第4位	
	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア	項目	スコア
繊維	市場の先行き	1.56	市場の変革	1.35	国内景気	1.34	国内物価 異業種参入	1.19
パルプ・紙	国内景気	1.66	市場の先行き	1.62	国内物価	1.42	資源価格 国内規制改革 市場の変革	1.28
化学	市場の先行き	1.46	国内景気	1.43	市場の変革	1.38	国内規制改革	1.27
石油・石炭	国内景気	1.55	市場の先行き	1.55	市場の変革	1.45	異業種参入	1.45
プラスチック	市場の先行き	1.63	国内景気	1.48	市場の変革	1.28	異業種参入	1.25
窯業・土石	市場の先行き	1.45	国内景気	1.34	国内物価	1.21	市場の変革	1.19
鉄鋼	国内景気	1.44	市場の先行き	1.40	市場の変革	1.30	国内物価	1.22
非鉄金属	市場の先行き	1.50	国内景気	1.43	市場の変革	1.29	国内規制改革	1.22
金属製品	市場の先行き	1.62	国内景気	1.60	市場の変革	1.38	国内物価	1.32
はん用・業務用機械	市場の先行き	1.68	国内景気	1.58	市場の変革	1.43	国内物価	1.31
生産用機械	市場の先行き	1.67	国内景気	1.49	市場の変革	1.40	新興国の経済	1.28
電子部品・デバイス	市場の先行き	1.57	国内景気	1.42	市場の変革	1.35	異業種参入	1.29
電気・情報通信機械	市場の先行き	1.56	市場の変革	1.47	国内景気	1.46	異業種参入	1.34
輸送用機械	市場の先行き	1.51	国内景気	1.46	国内規制改革	1.22	異業種参入	1.22
その他の製造業	市場の先行き	1.59	国内景気	1.51	市場の変革	1.41	国内物価	1.33

4-7-4. ヒアリング調査からみた不確実性が人的投資に及ぼす影響

ヒアリング調査結果から、不確実性人的投資に及ぼす影響について、以下のようなことが示唆された。

概観的には、人的投資は政治経済の不確実性よりも、予測可能な市場動向や需要動向、業績に影響されるとしている。

正規社員採用は、企業の年齢構成や熟練度を均一化する必要があり、可能な限り定期的計画的に実施されている。一方、非正規社員は、正規社員の一時的な代替要員、繁閑への対応要員として活用されている。

社員賃金の定期昇給やベースアップは、ほとんどの企業で実施されているが、ボーナスに関しては業績連動としている。

また、新技術や新市場の変化スピードが近年早くなっていることを受けて、既存社員への教育訓練投資も増加傾向にある。特に市場の変化を正確にいち早く捉える能力を持つマーケティング人材と、新技術に対応できるエンジニアの育成が課題であるとする企業が多い。

企業規模で見ると、大企業においては、高い知名度と収益力を背景に、定期採用や定期昇給等の待遇に関して大きな課題はないとしているが、中小規模企業にあつては、大企業と賃金や職場環境の格差があるため、定期的な採用には苦慮している現実がある。労働人口が減少している現在、人手不足に対する危機感が高く、そのことが中小規模企業の賃上げ等での待遇改善を誘導しているようだ。

付論ではあるが、多くの企業が人材の確保に関して、国内における人材流動性の低さを指摘している。

近年のネットワーク社会では、情報の伝達拡散速度は速く、新技術や新市場の出現から拡大までのスピードは著しい。それに対応する体制を構築するには、人材を短期間で確保する必要があるが、国内では人材の流動性が低いため困難を伴う。そのことが原因で、諸外国との開発競争や市場開拓に後れを取り、市場を失うという事態が起きている。

このような状況に対応するために、一部の大企業においては、人材流動性の高い海外拠点での研究開発を試行したり、海外からの人材を活用したりといった取組を始めている。

4-8. 不確実性と企業の意思決定に関する先行研究との比較検討

本節では、不確実性と企業の意思決定について、森川論文の分析を要約しがてら、本調査の結果を検討していく。まず、4-8-1で経済情勢・政策等の経営への影響度をまとめ、次の4-8-2で不確実性が影響する経営判断についてまとめる。

4-8-1. 経済情勢・政策等の経営への影響度

(1) 設問の比較

経済情勢・政策等の経営への影響度に関する検討を行う。図表4-8-1は、両調査における設問の比較である。選択肢の欄にある数字は、影響度に関する平均値を作成する際に与えた点数である。本調査において、(●→◎)となっているが、●は元の分析で与えた点数、◎は森川論文との比較を行うために与えた点数である。(本節では、◎の数字を元にスコアを算出している。)

図表 4-8-1 経済情勢・政策等の影響度に関する設問比較

	本調査 (問 12、問 14)	森川論文
設問	国内外の経済情勢等や貴社にとっての市場の動向が、貴社の(問 12: 事業投資)(問 14: 採用や給与等社員への報酬、その他の人的投資)にどの程度影響を与えていますか。それぞれの項目について、項目ごとに、1~3までの中で、当てはまるものを○で囲んでください。	<設問の詳細は不明> 貴社の経営に与える影響
選択肢	1. 大いに影響している(●3.0→◎1.0) 2. やや影響している(●2.0→◎0.5) 3. ほとんど影響はない(●1.0→◎0.0)	1. 非常に影響がある(1.0) 2. やや影響がある(0.5) 3. あまり影響がない(0.0)
影響を与える項目	(不確実性と同じ)	(不確実性と同じ)
影響を受ける事業投資・人的投資項目	<ul style="list-style-type: none"> ・ 国内有形固定資産 ・ 海外有形固定資産 ・ 研究開発投資 ・ 無形固定資産投資 ・ M&A ・ 正社員の採用 ・ 非正規社員の採用 ・ 社員の賃金の定期昇給 ・ 標準賃金の引上げ (ベースアップ) ・ 社員への賞与支給 (ボーナス) ・ 人材開発投資 (教育や訓練) 	「経営への影響」と一括り

(2) 比較にあたっての留意点

本調査では、各不確実性から影響を受ける項目について、事業投資(5区分)、人的投資(6区分)の計11区分に設定し、それぞれの影響度を調査している。これに対して、森川論文では、「経営への影響」と一括りにしている。

(3) 比較方針

4-5-3 と同様に共通項目を設定し、比較を行う。4-5-3 ではスコアを正規化したがる、ここでは、同じ尺度で点を与えることが可能であるため、正規化はしない。よって、各数値は相対的な大小関係を示すのみならず、絶対的な影響度の強弱をある程度反映していると考えられる。

(4) 比較の結果

図表 4-8-2 は、算出した影響度のスコアである。図表 4-8-3 は、共通項目に関する本調査の事業投資と森川論文（経営への影響）のスコアをグラフにしたものである。図表 4-8-4 は、本調査の人的投資と森川論文のスコアのグラフである。

図表 4-8-3 の事業投資による比較からは、次のようなことが言える。

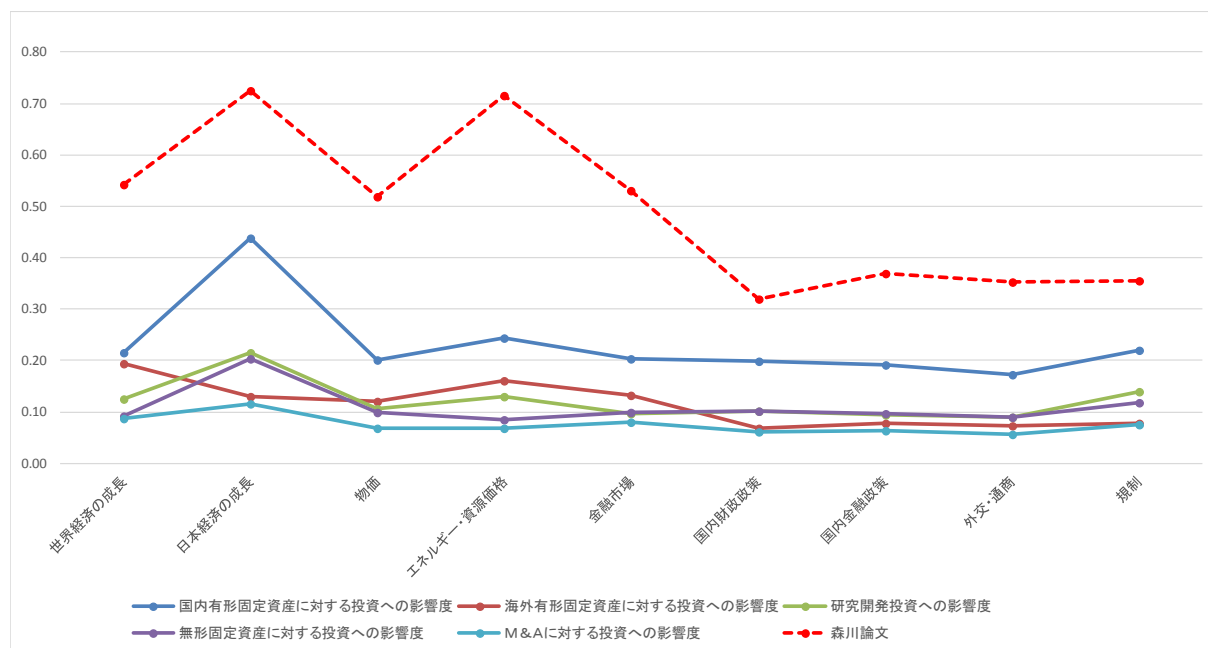
- 全般に、本調査のスコアによる影響度は、森川論文よりも小さい。森川論文では、「経営への影響」全般について問うているが、本調査では「国内有形固定資産に対する投資」などのように、経営判断に係る項目を細分化している。言い換えれば、本調査の影響度は個別の事項に限定したものであるために、影響度が小さく評価されている可能性がある。
- 森川論文では日本経済の成長が経営への影響として最大となっている。本調査では、日本経済の成長は、国内有形固定資産投資への影響が大きい。
- 森川論文で 2 番目に影響度の大きいエネルギー・資源価格は、本調査では、国内有形固定資産への投資、海外有形固定資産への投資、研究開発投資に対しては 2 番目に大きい影響度を有している。
- 森川論文で 3 番目に影響度の大きい世界経済の成長は、本調査では、国内有形固定資産への投資に対して最大の影響度を有している。
- 森川論文で 4 番目に影響度の大きい金融市場は、本調査の各投資項目でも相対的に中程度の影響度となっている。
- 物価についても同様であるが、図表 4-8-2 より本調査の国内の物価と海外の物価を分けると、海外有形固定資産への投資を除き、いずれの投資も国内物価の影響がより大きい。本調査の物価を国内物価ととらえれば、物価の影響は図表 4-8-3 よりも大きくなる。
- 国内財政政策、国内金融政策、外交・通商、規制については、森川論文では相対的に影響度が低い。本調査では海外有形固定資産に対する投資と M&A に対する投資がこれに近いが、他については明確に相対的な影響度が低いとまでは言えない。

図表 4-8-2 経済情勢・政策等の影響度比較

共通項目	本調査	スコア※										森川論文	スコア※	
		国内有形固定資産に対する投資への影響度	海外有形固定資産に対する投資への影響度	研究開発投資への影響度	無形固定資産に対する投資への影響度	M&Aに対する投資への影響度	正規社員の採用への影響度	非正規社員の採用への影響度	社員の賃金の定額昇給への影響度	標準賃金の引上げ(ベースアップ)への影響度	社員への賞与支給(ボーナス)への影響度			人材開発投資(教育や訓練)への影響度
① 世界経済の成長	先進国の経済動向	0.20	0.17	0.11	0.08	0.08	0.12	0.10	0.11	0.12	0.13	0.08	世界経済の成長率	0.54
	新興国(中国、ロシア、インド等)の経済動向	0.23	0.22	0.14	0.10	0.09	0.14	0.11	0.13	0.13	0.15	0.09		
② 日本経済の成長	国内の景気動向	0.44	0.13	0.21	0.20	0.12	0.42	0.35	0.41	0.41	0.46	0.24	日本経済の成長率	0.72
	資源価格の動向	0.24	0.16	0.13	0.09	0.07	0.10	0.07	0.12	0.11	0.13	0.07		
④ エネルギー・資源価格	国内の金融市場(株価、為替、金利)の動向	0.26	0.10	0.11	0.13	0.09	0.14	0.10	0.15	0.16	0.17	0.10	電力・エネルギー価格	0.72
	海外の金融市場(株価、為替、金利)の動向	0.14	0.16	0.08	0.07	0.07	0.08	0.06	0.09	0.08	0.10	0.05		
⑤ 金融市場	国内の金融市場(株価、為替、金利)の動向	0.26	0.10	0.11	0.13	0.09	0.14	0.10	0.15	0.16	0.17	0.10	為替レート	0.58
	海外の金融市場(株価、為替、金利)の動向	0.14	0.16	0.08	0.07	0.07	0.08	0.06	0.09	0.08	0.10	0.05		
③ 物価	国内の物価の動向	0.28	0.09	0.14	0.14	0.08	0.18	0.14	0.26	0.29	0.28	0.14	物価	0.52
	海外の物価の動向	0.12	0.15	0.07	0.06	0.06	0.06	0.05	0.07	0.07	0.08	0.05		
⑥ 国内財政政策	国内の財政政策	0.20	0.07	0.10	0.10	0.06	0.12	0.09	0.12	0.13	0.13	0.09	財政赤字・政府債務	0.30
	海外の財政政策	0.20	0.07	0.10	0.10	0.06	0.12	0.09	0.12	0.13	0.13	0.09		
⑦ 国内金融政策	国内の金融政策	0.21	0.08	0.10	0.11	0.07	0.11	0.09	0.12	0.13	0.13	0.09	政府の財政支出	0.34
	海外の金融政策	0.21	0.08	0.10	0.11	0.07	0.11	0.09	0.12	0.13	0.13	0.09		
⑧ 外交・通商	国内の通商政策	0.17	0.07	0.09	0.09	0.06	0.11	0.08	0.11	0.11	0.12	0.08	日本銀行の金融政策	0.40
	海外の通商政策	0.17	0.07	0.09	0.09	0.06	0.11	0.08	0.11	0.11	0.12	0.08		
⑨ 規制	国内の規制改革	0.22	0.08	0.14	0.12	0.07	0.15	0.13	0.14	0.14	0.14	0.12	環境規制	0.51
	海外の規制改革	0.22	0.08	0.14	0.12	0.07	0.15	0.13	0.14	0.14	0.14	0.12		
比較対象外	市場の先行き	0.55	0.27	0.37	0.25	0.19	0.46	0.35	0.37	0.37	0.40	0.28	労働力の需給	0.66
	異業種からの新規参入	0.18	0.10	0.19	0.11	0.10	0.13	0.10	0.12	0.11	0.12	0.12		
	新技術・サービスの出現による市場の変革	0.32	0.17	0.32	0.19	0.14	0.22	0.15	0.16	0.16	0.17	0.19		
													税制	0.69
													社会保障制度	0.49
													労働市場制度	0.55
													会社法制・企業統治	0.37
													地方創生に関する政策	0.30

※ ここでのスコアは正規化をしていない

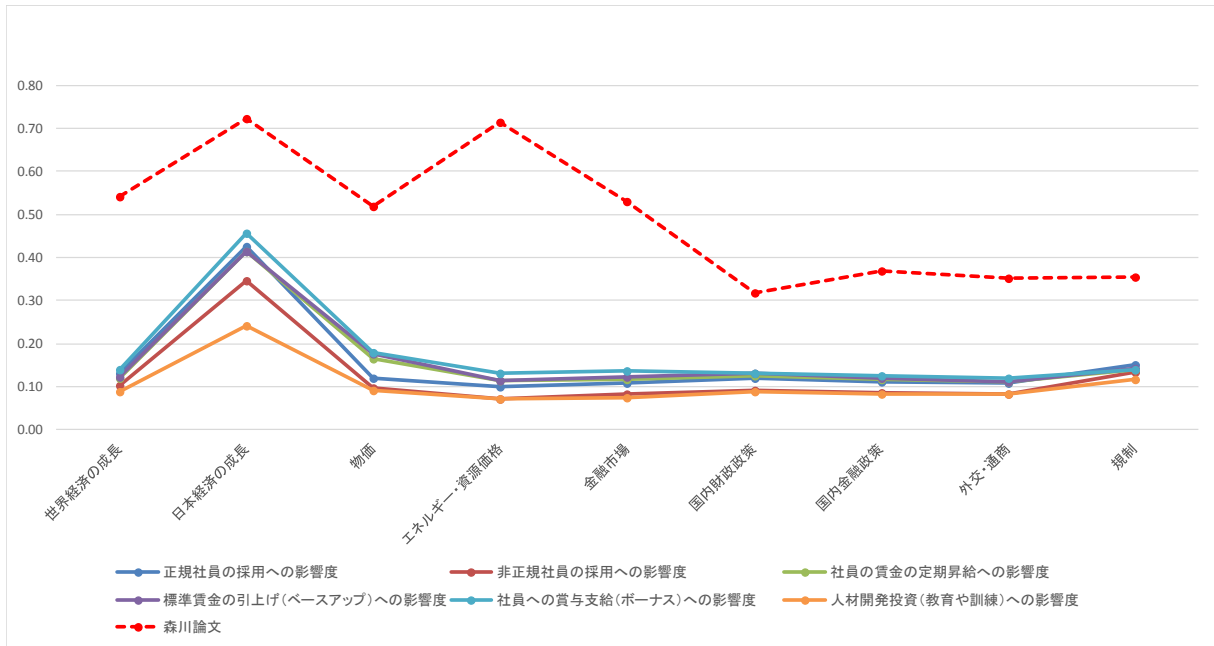
図表 4-8-3 経済情勢・政策等の影響度比較：事業投資の共通項目を抽出



図表 4-8-4 の人的投資による比較からは、次のようなことが言える。

- 「日本経済の成長」は森川論文で最大の影響を持つが、本調査の人的投資でも、いずれの投資についても相対的に最大の影響を有している。
- 「エネルギー・資源価格」の相対的影響度は、本調査ではいずれの投資に対しても低く、森川論文の結果とは対照的である。「金融市場」による影響も同様である。
- 「物価」による影響は、国内と国外を平均した結果(図表 4-8-4)によれば、相対的に中程度である。ただし国内物価に限定すると、いずれの投資でも影響度は大きくなる。特に、賃金、賞与への影響が大きい。

図表 4-8-4 経済情勢・政策等の影響度比較：人的投資の共通項目を抽出



4-8-2. 不確実性が影響する経営判断

(1) 設問の比較

森川論文では、政策の不確実性が大きく影響する経営判断について、以下の掲げる7つの項目のうち、上位2項目を選択する形で回答を求めている。本調査では、これと類似の設問は、問12と14であるが、図表4-8-5にまとめた点が森川論文とは異なる。

- 本調査では、影響を受ける事項を事業投資が5種類、人的投資が6種類、計11種類の事項について、それぞれへの影響を問うている。これに対して森川論文では、「経営判断」という1まとまりの事項への影響を問うている。
- 本調査では、影響を与える要因として採用されているのは、経済情勢や政策等そのものであり、それぞれの「不確実性」とはなっていない。森川論文では、各事項の不確実性の影響を明示的に問うている。

以下では、上記の不整合を理解した上で、比較検討を行っていく。

図表 4-8-5 不確実性が影響する経営判断に関する設問比較

	本調査 (問 12、問 14)	森川論文
設問	国内外の経済情勢等や貴社にとっての市場の動向が、貴社の (問 12 : 事業投資) (問 14 : 採用や給与等社員への報酬、その他人的投資) にどの程度影響を与えていますか。それぞれの項目について、項目ごとに、1~3 までの中で、当てはまるものを○で囲んでください。	<設問の詳細は不明> 税制・規制をはじめ、政府が決める法律や製作とその運用方針の先行きについての不透明性や不確実性が高まることによる貴社の経営上の意思決定への影響が大きい事項

選択肢	1. 大いに影響している(3.0) 2. やや影響している(2.0) 3. ほとんど影響はない(1.0)	以下の項目の2つを選択
項目	1. 海外の金融市場(株価、為替、金利)の動向 2. 海外の物価の動向 3. 資源価格の動向 4. 先進国の経済動向 5. 新興国(中国、ロシア、インド等)の経済動向 6. 国内の金融市場(株価、為替、金利) 7. 国内の物価の動向 8. 国内の景気動向 9. 国内の通商政策 10. 国内の金融政策 11. 国内の財政政策 12. 国内の規制改革 13. 市場の先行き 14. 異業種からの新規参入 15. 新技術・サービスの出現による市場の変革 16. その他()	「経営判断」と一括り
影響を受ける事業投資・人的投資項目	・国内有形固定資産 ・海外有形固定資産 ・研究開発投資 ・無形固定資産投資 ・M&A ・正社員の採用 ・非正規社員の採用 ・社員の賃金の定期昇給 ・標準賃金の引上げ(ベースアップ) ・社員への賞与支給(ボーナス) ・人材開発投資(教育や訓練)	①設備投資 ②研究開発投資 ③新規事業進出 ④海外進出・撤退 ⑤組織再編(M&A等) ⑥正社員の採用 ⑦非正規社員の採用

(2) 比較の方法

- 本調査では、事業投資、人的投資に影響を与える要因として16の項目を取り上げている。これらの16項目について、それぞれスコア(平均)を計算する。
- 上記の作業で得られた16のスコアについて、各項目を平均する。平均をとるにあたっては、16項目の全てを平均するケースと、上位の3項目のみを抽出してその平均をとるケースの2通りを行う。
- 上記の方法で計算した2通りの影響度のスコアを森川論文の表6に示された値と比較し、各事項への影響の強弱を検討する。

(3) 留意点

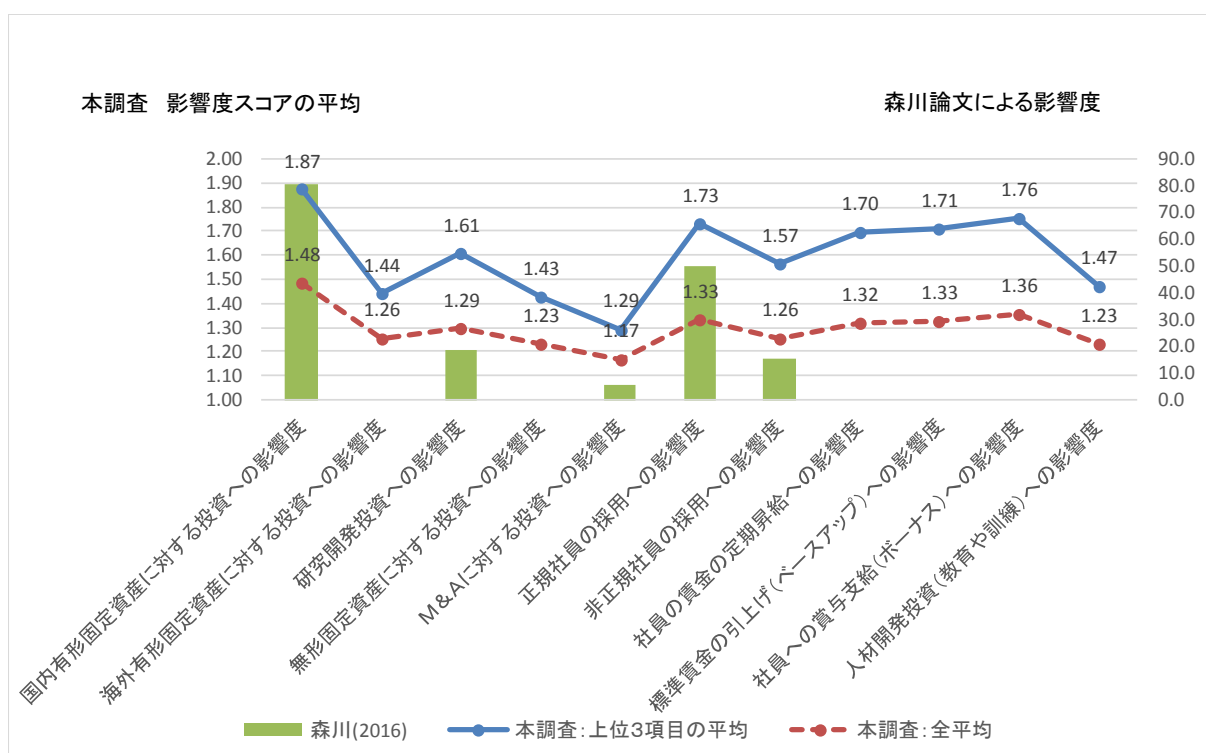
- (1)で挙げた問題に加えて、(2)の方法で算出した本調査のスコアは、影響を与える対象とした項目に依存する。(影響のある項目が多く含まれていればスコアも大きくなる。)
- 影響を受ける事項を本調査では11区分設定している。森川論文では7区分。

(4) 比較結果

図表 4-8-6 の折れ線グラフは、本調査の間 12、問 14 より、(2)で記した方法で計算したスコア（左目盛）である。棒グラフは、森川論文で示された、各事項について影響が大きいと回答された割合（右目盛）である。森川論文の①設備投資については、本調査の国内有形固定資産投資に対応させている。

比較可能な事項は、5つに限定されているが、影響度の順位を見ると、「国内有形固定資産に対する投資」、「正規社員の採用」、「研究開発投資」、「非正規社員の採用」、「M&A」とほぼ同じ順位になっていることが分かる。

図表 4-8-6 政策の不確実性が大きく影響する経営判断の比較



添付資料： アンケート調査票

経済産業省 委託

「平成 29 年度 価格設定や投資等の企業活動の動向に関する調査」

ご協力をお願い（再度のご依頼）

平成 29 年 11 月

本調査は、経済産業省からの委託を受けて、株式会社日本アプライドリサーチ研究所が実施させていただくものです。皆様の回答の一つひとつが、今後の経済産業政策の立案のもとになる実態把握にとって大変有用なものとなります。ご協力の程、何とぞよろしくお願い申し上げます。

経済産業省経済産業政策局調査課（委託元）

株式会社日本アプライドリサーチ研究所

～ ご記入にあたって ～

- 自由回答（記述式）以外は、選択肢（番号等）に○を付ける形で回答をお願いいたします。
- 本調査は統計的に処理いたしますので、個別にご回答いただいた内容が、経済産業省及び弊社以外に明らかにされることはありません。
- このアンケート用紙に記入いただきご返送いただく形に加えて、Web アンケートサイトによる回答もご用意しています。Web アンケートサイトによる回答の方が、返送等の手間がありませんので、こちらの利用もご検討ください。（推奨）
- このアンケート用紙にて回答いただく場合は、お手数ですが、同封の返信用封筒（切手不要）に入れて、**11月17日（金）**までにポストへの投かんをお願いします。
- ご回答いただいた方には、当アンケートの集計サマリーを差し上げます。アンケート末尾で、ご希望をお聞かせください。
- この調査に関するお問い合わせは、下記までお願い致します。

（調査事務局）株式会社日本アプライドリサーチ研究所

TEL：03-5259-9146 FAX：03-5259-6381 担当：今吉、白石 受付時間：10:00-18:00（土日祝日を除く）

I. 貴社の業種、主力商品についてお聞きします

問1. 貴社が行う主な事業の業種をお答えください。（複数の事業を行っている場合、最も売上高が大きい事業の業種をお答えください。）

業種（主なものに○を1つお付け下さい）	1. 食料品製造業	13. 窯業・土石製品製造業
	2. 飲料・たばこ・飼料製造業	14. 鉄鋼業
	3. 繊維工業	15. 非鉄金属製造業
	4. 木材・木製品製造業（家具を除く）	16. 金属製品製造業
	5. 家具・装備品製造業	17. はん用機械器具製造業
	6. パルプ・紙・紙加工品製造業	18. 生産用機械器具製造業
	7. 印刷・同関連業	19. 業務用機械器具製造業
	8. 化学工業	20. 電子部品・デバイス・電子回路製造業
	9. 石油製品・石炭製品製造業	21. 電気機械器具製造業
	10. プラスチック製品製造業	22. 情報通信機械器具製造業
	11. ゴム製品製造業	23. 輸送用機械器具製造業
	12. なめし革・同製品・毛皮製造業	24. 上記以外の製造業

問2. 貴社の主力商品の品目の名称を教えてください。

主力商品とは、最近の決算における売上高への寄与が大きい看板的な商品を指します（例えば、「テレビ」、「衣料品」など、あるいは、具体的な製品名・ブランド名などを回答ください）。なお、主力商品の特定が難しい場合には、本問への回答は空欄とし、貴社の取り扱う商品全般について回答をお願いします。

--

問3. ここでは、貴社の主力商品の市場における特性についてお伺いします。

(1) 貴社の主力商品の市場におけるブランド浸透度（知名度）は、いかがですか。（○は1つ）

1. 大変浸透している 2. 概ね浸透している 3. まあまあ浸透している 4. あまり浸透していない

(2) 貴社の主力商品の性能・品質を、他社と比較して自己評価してください。（○は1つ）

1. 非常に良い 2. 良い方である 3. 平均的である 4. 改善の余地がある

(3) 貴社の主力商品の将来的な成長性は、いかがですか。（○は1つ）

1. 大いに成長が望める 2. 成長基調にある 3. 現状は維持できる 4. 成長は不透明である

(4) 貴社の主力商品の収益力は、いかがですか。（○は1つ）

1. 高い収益力がある 2. まあまあ収益力はある 3. 少し収益は出ている 4. 現在のところ収益は出していない

問4. 貴社では、主力商品の価格を、①5年前に比べて、引き上げましたか、または引き下げましたか。また、②その引き上げ・引き下げ率はどのくらいですか。当てはまるものを○で囲んでください。ただし、消費税の影響は除きます。

1. 引き上げた ⇒ (0%超～5%未満 5～10%未満 10～20%未満 20%超)
2. 引き下げた ⇒ (0%超～5%未満 5～10%未満 10～20%未満 20%超)
3. 変わらない (0%)

問5. 貴社では、主力商品の価格を、①今後2年以内に、価格を改定する予定はありますか。また、②その引き上げ・引き下げ率はどのくらいですか。当てはまるものを○で囲んでください。ただし、消費税の影響は除きます。

1. 引き上げる ⇒ (0%超～5%未満 5～10%未満 10～20%未満 20%超 改定率未定)
2. 引き下げる ⇒ (0%超～5%未満 5～10%未満 10～20%未満 20%超 改定率未定)
3. 据え置く
4. 未定

問6. 貴社の主力商品の価格を設定する上で、以下のどの項目を重視していますか。5年前と現在で、重視しているものから順番に、上位3つの項目に該当する番号を記入してください。

5年前	⇒	1位		2位		3位	
現在	⇒	1位		2位		3位	

←
番号を記入

選択項目	
1. 商品単位当たりの目標利益（率）の増減	6. 新商品の開発
2. 商品単位当たりの製造コストの増減 (人件費等を除く。原材料費等)	7. 市場における自社商品のシェア
3. 商品単位当たりの人件費等コストの増減	8. 市場価格（競合企業の価格動向を含む）
4. 商品市場における消費動向	9. 販売先企業からの要請（契約含む）
5. 個人消費全般の動向	10. その他 ()
	11. 当てはまるものはない

II. 貴社の主力商品に関する価格転嫁についてお聞きます

問7. 製造コストや人件費等コストの増加分を、貴社の主力商品の価格に転嫁できていますか。

①5年前の状況と、②現状あるいは近い将来の予定、のそれぞれについて、当てはまるものを○で囲んでください。

①【5年前の状況】		②【現状あるいは近い将来の予定】	
1. ほぼ100%転嫁できている	} 問8①へ	1. ほぼ100%転嫁できている	} 問8②へ
2. 70~80%程度転嫁できている		2. 70~80%程度転嫁できている	
3. 半分くらい転嫁できている	} 問9①へ	3. 半分くらい転嫁できている	} 問9②へ
4. ごく一部転嫁できている		4. ごく一部転嫁できている	
5. まったく転嫁できていない	} 問10へ	5. まったく転嫁できていない	} 問10へ
6. そもそもコストは増加していない →		6. そもそもコストは増加していない →	

問8. 問7の①、②のいずれか、または両方について、“転嫁できている”(「1. ほぼ100%転嫁できている」「2. 70~80%程度転嫁できている」「3. 半分くらい転嫁できている」とお答えの方)にお聞きします。コストを転嫁できている理由は何ですか。当てはまるものを○で囲んでください。

転嫁できている理由	①5年前に 転嫁できていた場合			②現状あるいは 近い将来に転嫁できる場合		
	大いに当てはまる	少し当てはまる	当てはまらない	大いに当てはまる	少し当てはまる	当てはまらない
1. 株主等からの利益追求圧力が大きい	1	2	3	1	2	3
2. 製造コストの増加を吸収できない	1	2	3	1	2	3
3. 人件費等コストの増加を吸収できない	1	2	3	1	2	3
4. メニューコスト(商品カタログや値札等改定コスト)を許容できる	1	2	3	1	2	3
5. 消費全般の動向が上向いている	1	2	3	1	2	3
6. 商品市場の消費動向が上向いている	1	2	3	1	2	3
7. 商品シェアが大きい	1	2	3	1	2	3
8. 市場価格が上昇している	1	2	3	1	2	3
9. 新商品を開発できた	1	2	3	1	2	3
10. その他()	1	2	3	1	2	3

問9. 問7の①、②のいずれか、または両方について、“転嫁できていない”(「4. ごく一部転嫁できていない」または「5. まったく転嫁できていない」とお答えの方)にお聞きします。コストを転嫁できていない理由は何ですか。当てはまるものを○で囲んでください。

転嫁できていない理由	①5年前に 転嫁できていない場合			②現状あるいは 近い将来に転嫁できない場合		
	大いに当てはまる	少し当てはまる	当てはまらない	大いに当てはまる	少し当てはまる	当てはまらない
1. 株主等からの利益追求圧力が小さい	1	2	3	1	2	3
2. 製造コストの増加を吸収できる	1	2	3	1	2	3
3. 人件費等コストの増加を吸収できる	1	2	3	1	2	3
4. メニューコスト(商品カタログや値札等改定コスト)を許容できない	1	2	3	1	2	3
5. 消費全般の動向が弱い	1	2	3	1	2	3
6. 商品市場の消費動向が弱い	1	2	3	1	2	3
7. 商品シェアが小さい	1	2	3	1	2	3

(次頁に続く)

(問9. 続き)

8. 競合他社の価格が上昇していない	1	2	3	1	2	3
9. 販売先企業からの要請（契約含む）	1	2	3	1	2	3
10. 戦略的な価格設定（販売促進のため）をしている	1	2	3	1	2	3
11. 異業種からの参入のおそれ	1	2	3	1	2	3
12. 国内外の政治や政策の先行きが読めない	1	2	3	1	2	3
13. その他（ ）	1	2	3	1	2	3

Ⅲ. 国内外の経済情勢等に関する貴社の認識についてお聞きします

問10. 下記のそれぞれの項目（国内外の経済情勢等や貴社にとっての市場の動向）について、その発生や動向の予測の困難さ（不確実性）は、昨年以降、増加または減少していると感じますか。それぞれの項目について、当てはまるものを○で囲んでください。

国内外の経済情勢等の内容		不確実性の増減					
		大いに増加 している	やや増加 している	変わらない	やや減少 している	大いに減少 している	分からない
世界経済	1. 海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1	2	3	4	5	6
	2. 海外の物価の動向	1	2	3	4	5	6
	3. 資源価格の動向	1	2	3	4	5	6
	4. 先進国の経済動向	1	2	3	4	5	6
	5. 新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1	2	3	4	5	6
国内経済・政策	6. 国内の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1	2	3	4	5	6
	7. 国内の物価の動向	1	2	3	4	5	6
	8. 国内の景気動向	1	2	3	4	5	6
	9. 国内の通商政策	1	2	3	4	5	6
	10. 国内の金融政策	1	2	3	4	5	6
	11. 国内の財政政策	1	2	3	4	5	6
市場動向	12. 国内の規制改革	1	2	3	4	5	6
	13. 市場の先行き	1	2	3	4	5	6
	14. 異業種からの新規参入	1	2	3	4	5	6
	15. 新技術・サービスの出現による市場の変革	1	2	3	4	5	6
	16. その他（ ）	1	2	3	4	5	6

IV. 貴社の事業投資についてお聞きます

問11. 昨年以降、貴社のそれぞれの事業投資の動向（増減）について、当てはまるものを○で囲んでください。なお、実績のない投資項目については、お答えいただく必要はありません。

事業投資の種類	増加	変わらない	減少
1. 国内有形固定資産	1	2	3
2. 海外有形固定資産	1	2	3
3. 研究開発投資	1	2	3
4. 無形固定資産	1	2	3
5. M&A	1	2	3

問12. 国内外の経済情勢等や貴社にとっての市場の動向が、貴社の事業投資の増減にどの程度影響を与えていますか。それぞれの項目（国内外の経済情勢等の内容）について、投資項目（①～⑤）。例。「①国内有形固定資産」ごとに、1～3までの中で、当てはまるものを○で囲んでください。なお、実績のない投資項目については、お答えいただく必要はありません。

国内外の経済情勢等の内容	① 国内有形固定資産			② 海外有形固定資産			③ 研究開発投資			
	大いに影響している	やや影響している	ほとんど影響はない	大いに影響している	やや影響している	ほとんど影響はない	大いに影響している	やや影響している	ほとんど影響はない	
世界経済	1. 海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	2. 海外の物価の動向	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	3. 資源価格の動向	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	4. 先進国の経済動向	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	5. 新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1	2	3	1	2	3	1	2	3
国内経済・政策	6. 国内の金融市場（株価、為替、金利）	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	7. 国内の物価の動向	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	8. 国内の景気動向	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	9. 国内の通商政策	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	10. 国内の金融政策	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	11. 国内の財政政策	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	12. 国内の規制改革	1	2	3	1	2	3	1	2	3
市場動向	13. 市場の先行き	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	14. 異業種からの新規参入	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	15. 新技術・サービスの出現による市場の変革	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	16. その他（ ）	1	2	3	1	2	3	1	2	3

(問 12. 続き)

国内外の経済情勢等の内容		④ 無形固定資産			⑤ M&A		
		大いに影響 している	やや影響 している	ほとんど 影響はない	大いに影響 している	やや影響 している	ほとんど 影響はない
世界経済	1. 海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1	2	3	1	2	3
	2. 海外の物価の動向	1	2	3	1	2	3
	3. 資源価格の動向	1	2	3	1	2	3
	4. 先進国の経済動向	1	2	3	1	2	3
	5. 新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1	2	3	1	2	3
国内経済・政策	6. 国内の金融市場（株価、為替、金利）	1	2	3	1	2	3
	7. 国内の物価の動向	1	2	3	1	2	3
	8. 国内の景気動向	1	2	3	1	2	3
	9. 国内の通商政策	1	2	3	1	2	3
	10. 国内の金融政策	1	2	3	1	2	3
	11. 国内の財政政策	1	2	3	1	2	3
	12. 国内の規制改革	1	2	3	1	2	3
市場動向	13. 市場の先行き	1	2	3	1	2	3
	14. 異業種からの新規参入	1	2	3	1	2	3
	15. 新技術・サービスの出現による市場の変革	1	2	3	1	2	3
	16. その他（ ）	1	2	3	1	2	3

V. 貴社の人的投資（広義）についてお聞きます

問13. 昨年以降、貴社の採用や給与等社員への報酬、その他の人的投資の動向（増減）のそれぞれについて、当てはまるものを○で囲んでください。

人的投資の種類	増 加	変わらない	減 少
1. 正規社員の採用	1	2	3
2. 非正規社員の採用	1	2	3
3. 社員の賃金の定期昇給	1	2	3
4. 標準賃金の引上げ（ベースアップ）	1	2	3
5. 社員への賞与支給（ボーナス）	1	2	3
6. 人材開発投資（教育や訓練）	1	2	3

問14. 国内外の経済情勢等や貴社にとっての市場の動向が、貴社の採用や給与等社員への報酬、その他の人的投資にどのくらい影響を与えていますか。それぞれの項目（国内外の経済情勢等の内容）について、投資項目①～⑥。例. 「①正規社員の採用」ごとに、1～3までの中で、当てはまるものを○で囲んでください。

国内外の経済情勢等の内容		① 正規社員の採用			② 非正規社員の採用			③ 社員の賃金の定期昇給		
		大いに影響している	やや影響している	ほとんど影響はない	大いに影響している	やや影響している	ほとんど影響はない	大いに影響している	やや影響している	ほとんど影響はない
世界経済	1. 海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	2. 海外の物価の動向	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	3. 資源価格の動向	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	4. 先進国の経済動向	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	5. 新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1	2	3	1	2	3	1	2	3
国内経済・政策	6. 国内の金融市場（株価、為替、金利）	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	7. 国内の物価の動向	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	8. 国内の景気動向	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	9. 国内の通商政策	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	10. 国内の金融政策	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	11. 国内の財政政策	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	12. 国内の規制改革	1	2	3	1	2	3	1	2	3
市場動向	13. 市場の先行き	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	14. 異業種からの新規参入	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	15. 新技術・サービスの出現による市場の変革	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	16. その他（ ）	1	2	3	1	2	3	1	2	3

国内外の経済情勢等の内容		④ 標準賃金の引上げ（ベースアップ）			⑤ 社員への賞与支給（ボーナス）			⑥ 人材開発投資（教育や訓練）		
		大いに影響している	やや影響している	ほとんど影響はない	大いに影響している	やや影響している	ほとんど影響はない	大いに影響している	やや影響している	ほとんど影響はない
世界経済	1. 海外の金融市場（株価、為替、金利）の動向	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	2. 海外の物価の動向	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	3. 資源価格の動向	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	4. 先進国の経済動向	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	5. 新興国（中国、ロシア、インド等）の経済動向	1	2	3	1	2	3	1	2	3
国内経済・政策	6. 国内の金融市場（株価、為替、金利）	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	7. 国内の物価の動向	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	8. 国内の景気動向	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	9. 国内の通商政策	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	10. 国内の金融政策	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	11. 国内の財政政策	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	12. 国内の規制改革	1	2	3	1	2	3	1	2	3
市場動向	13. 市場の先行き	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	14. 異業種からの新規参入	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	15. 新技術・サービスの出現による市場の変革	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	16. その他（ ）	1	2	3	1	2	3	1	2	3

以下は、本アンケートの設問全般についてお伺いします。

問15. 本アンケートについて、補足でご説明いただけること等がありましたら、ご記入下さい。また、国の政策等へのご要望やご意見がございましたら、お聞かせください。(自由記述)

--

最後に、ご支障のない範囲で、貴社名、ご回答者の所属部署名・役職・連絡先等をご記入ください。

フリガナ	
貴社名	
所在地	〒
ご担当者氏名(フリガナ)	(フリガナ)
所属部署名・役職	(部署名) (役職)
ご担当者連絡先	TEL : FAX :
	メールアドレス : @

なお、ご回答いただいた事業者様には、当アンケートの集計サマリーをメールにて送付させていただきます。ご希望をお聞かせください。

- | | |
|----------------|-----------------|
| 1. 集計サマリーを希望する | 2. 集計サマリーを希望しない |
|----------------|-----------------|

(※集計サマリーをご希望の方は、必ずメールアドレスとお名前の記入をお願いします。)

インタビューへのご協力をお願い

アンケート調査に引き続き、現地でのインタビューを予定しております。

ご協力へのご意向をお聞かせください。(〇は1つ)

- | | | |
|------------|------------|------------|
| 1. 是非協力したい | 2. 協力してもよい | 3. 協力したくない |
|------------|------------|------------|

※ご協力の意向を示していただいたにも関わらず、インタビューにお伺いできない可能性もございます。お含みおきください。

以上でアンケートは終了です。
ご協力、誠にありがとうございました。

補足資料： 日銀調査(2000)との実施概要比較

	本調査	日銀調査(2000)
調査期間	2017年11月～12月	2000年4月～5月
調査対象先	企活の名簿情報より抽出した製造業 5,500社(業種ごとに売上高の大きな企業を抽出)	東証1部上場企業 1,206社
調査手法	webアンケートと郵送の併用	郵送
有効回答数	1511社	630社(回答率52.2%) うち、製造業が65%
業種	繊維工業 パルプ・紙・紙加工品製造業 化学工業 石油製品・石炭製品製造業 プラスチック製品製造業 窯業・土石製品製造業 鉄鋼業 非鉄金属製造業 金属製品製造業 はん用・業務用機械器具製造業 生産用機械器具製造業 電子部品・デバイス・電子回路製造業 電気・情報通信機械器具製造業 輸送用機械器具製造業 その他の製造業	繊維 紙・パルプ 化学 石油・石炭製品 窯業・土石 鉄鋼 非鉄金属 食料品 金属製品 一般機械 電気機械 輸送用機械 精密機械 その他製造業

平成29年度 内外価格動向等調査
(価格設定や投資等の企業活動の動向に関する調査)
報告書

平成30年3月

日本アプライドリサーチ研究所
〒101-0052 東京都千代田区神田小川町 3-8



この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。