

中小企業に対する円高の影響調査

(全国中小企業動向調査2011年10-12月期特別調査)

円高の影響で5%以上の減益となった中小企業は17.1%

- 2011年7月以降の円高による影響で、前年比「5%以上の減益」と回答した企業割合は17.1%となった。
- 円高による減益の具体的な内容を見ると、「円高で取引先の業績が悪化したことによる販売・受注量の減少」(34.7%)、「取引先からの値下げ要請」(17.5%)などとなっている。
- 5%以上の減益と回答した企業の円高対策をみると、これまでの対策、今後の対策とも「コストの削減」が最も多いが、今後については「高付加価値製品・商品への転換による競争力の維持」や「工場や店舗等の海外展開」を挙げる企業の割合がこれまでより上昇している。
- 2011年7月以降の円高によって、自社や自社とつながりのある企業(販売先や仕入先など)の海外展開が加速しているかについては、「強くそう思う」「そう思う」と回答した企業が合わせて33.1%と、「そう思わない」企業割合(23.8%)を上回っている。

<お問い合わせ先>

日本政策金融公庫 総合研究所 中小企業研究第一グループ
(担当: 藤田、武士俣) TEL: 03(3270)1703

[調査の実施要領]

調査時点 2011年12月中・下旬
 調査対象 当公庫取引先(原則従業員20人以上) 12,605 社
 有効回答数 5,628 社 [回答率 44.6 %]

〈業種構成〉

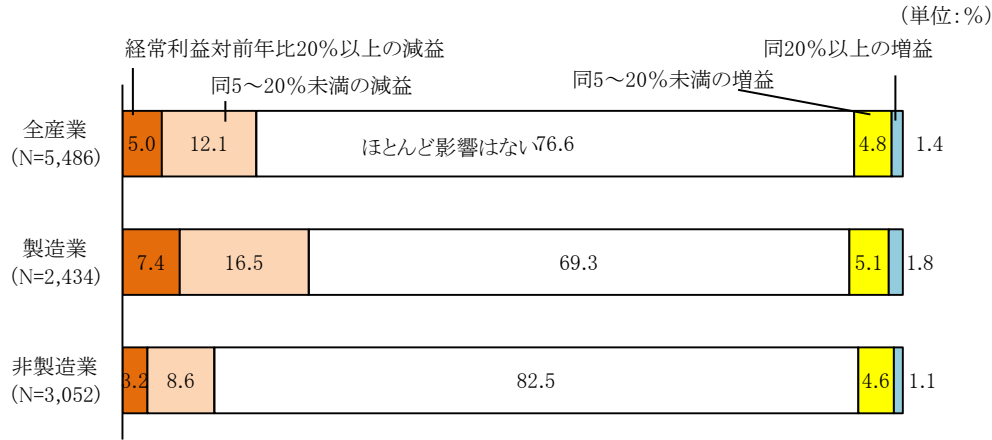
	調査対象	有効回答数		
製造業	5,291 社	2,492 社	(構成比	44.3 %)
鉱業	26 社	10 社	(同	0.2 %)
建設業	836 社	404 社	(同	7.2 %)
運送業(除水運)	641 社	285 社	(同	5.1 %)
水運業	164 社	81 社	(同	1.4 %)
倉庫業	80 社	39 社	(同	0.7 %)
情報通信業	243 社	105 社	(同	1.9 %)
ガス供給業	23 社	15 社	(同	0.3 %)
不動産業	1,051 社	359 社	(同	6.4 %)
飲食宿泊業	468 社	178 社	(同	3.2 %)
卸売業	1,693 社	772 社	(同	13.7 %)
小売業	912 社	380 社	(同	6.8 %)
サービス業	1,177 社	508 社	(同	9.0 %)

(参考)

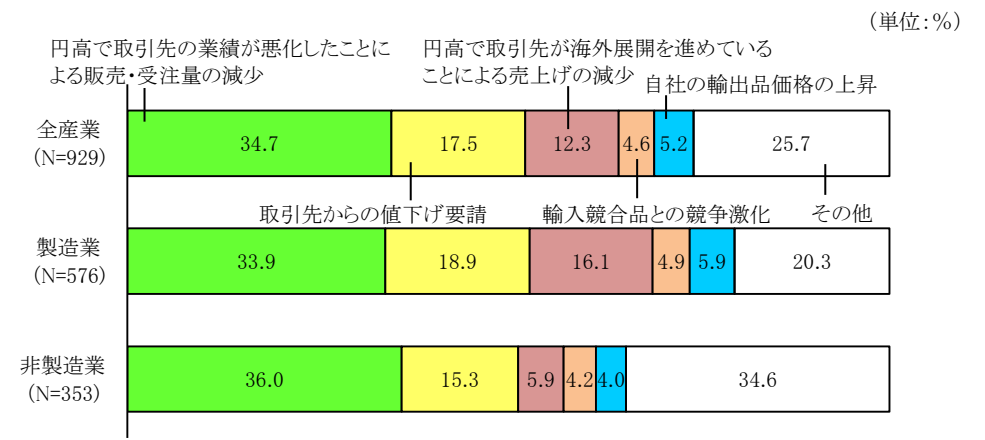
従業員数	29 人	以下	2,494 社	(構成比	44.3 %)
同	30 ~ 49 人		1,018 社	(同	18.1 %)
同	50 ~ 99 人		1,169 社	(同	20.8 %)
同	100 ~ 199 人		606 社	(同	10.8 %)
同	200 ~ 299 人		184 社	(同	3.3 %)
同	300 人以上		157 社	(同	2.8 %)

- 2011年7月以降の円高による経常利益への影響をみると、「5%以上の減益」と回答した企業の割合は17.1%となった。業種別にみると、製造業で減益となった企業割合が高く、23.9%に上っている。
- 円高による減益の具体的な理由をみると、「円高で取引先の業績が悪化したことによる販売・受注量の減少」が34.7%と最も多く、次いで「取引先からの値下げ要請」（17.5%）、「円高で取引先が海外展開を進めていることによる売上げの減少」（12.3%）の順となっている。

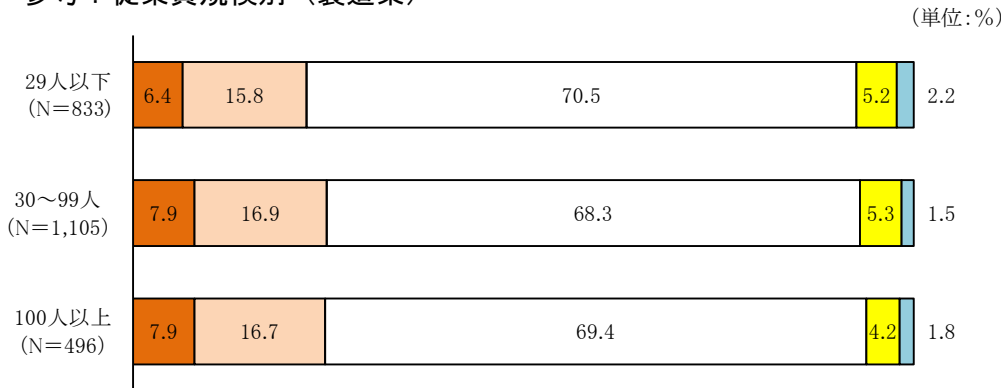
図－1 2011年7月以降の円高による経常利益への影響



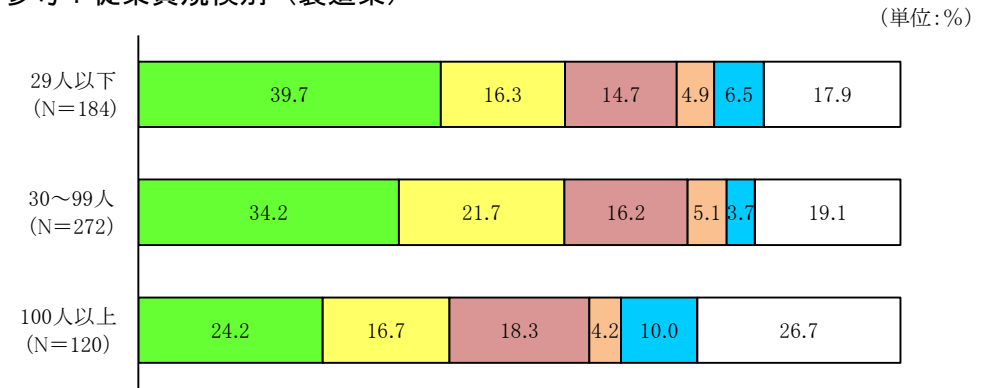
図－2 円高による減益の具体的な理由



参考：従業員規模別（製造業）



参考：従業員規模別（製造業）



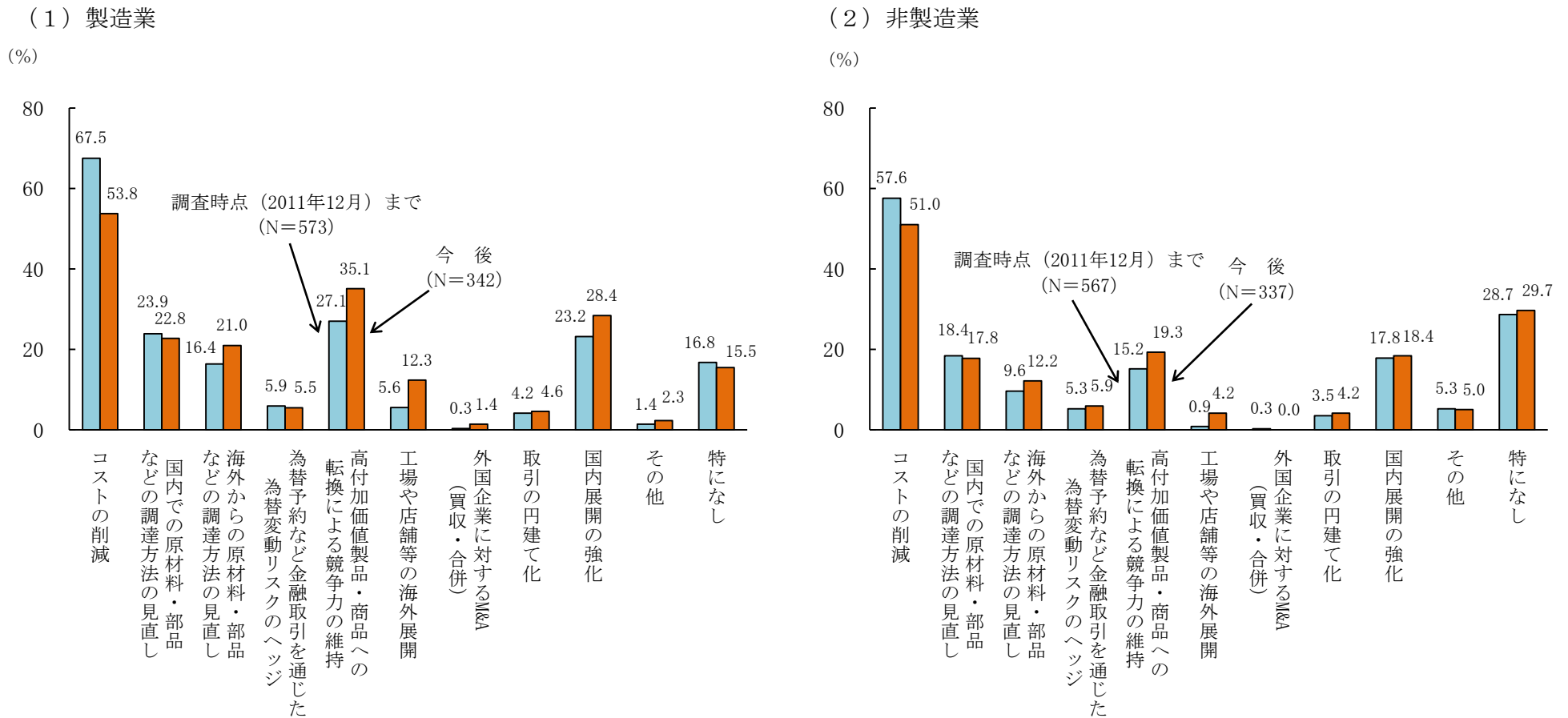
(注) 1 2011年7月以降の円高によって、2011年10～12月期の経常利益は前年同期と比較してどのような影響があったか尋ねたもの。

2 「ほとんど影響はない」には、5%未満の増減益と、影響が相殺されている場合を含む。

(注) 図－1で「5%以上の減益」と回答した企業に対して、減益の理由について最も当てはまるものを一つ尋ねたもの。

- 5%以上の減益と回答した企業について円高への対応策をみると、製造業では調査時点（2011年12月）までは「コストの削減」が67.5%と最も多く、次いで「高付加価値製品・商品への転換による競争力の維持」（27.1%）、「国内での原材料・部品などの調達方法の見直し」（23.9%）などの順となっている。今後の対応策についてみると、引き続き「コストの削減」が最も多いものの、回答割合は低下し、「高付加価値製品・商品への転換による競争力の維持」「工場や店舗等の海外展開」などが上昇している。
- 同じく非製造業について円高への対応策をみると「コストの削減」が最も多いなど、製造業とおおむね同様の傾向がみられるが、「特になし」と回答した企業の割合が製造業よりも高くなっている。

図－3 円高への対応策（業種別・複数回答）



(注) 1 3つまでの複数回答のため、合計は100%を超える。
 2 図－1で「5%以上の減益」と回答した企業について集計した。

○ 2011年7月以降の円高によって、自社や自社とつながりのある企業（販売先や仕入先など）の海外展開は加速しているか尋ねたところ、「強くそう思う」「そう思う」と回答した企業の割合は合わせて33.1%となり、「そう思わない」と回答した企業の割合（23.8%）を上回った。業種別にみると、製造業で「強くそう思う」「そう思う」が43.6%に達している。

○ 東日本大震災以降、自社や自社とつながりのある企業（販売先や仕入先など）の海外展開は加速しているか尋ねたところ、「強くそう思う」「そう思う」が合わせて25.5%となった。業種別では、やはり製造業の方が高い割合（33.9%）となっている。

図-4 2011年7月以降の円高によって海外展開は加速しているか

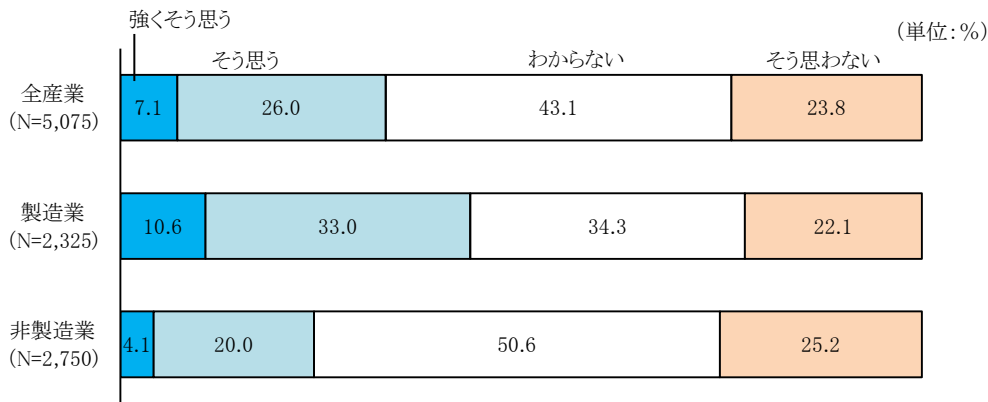
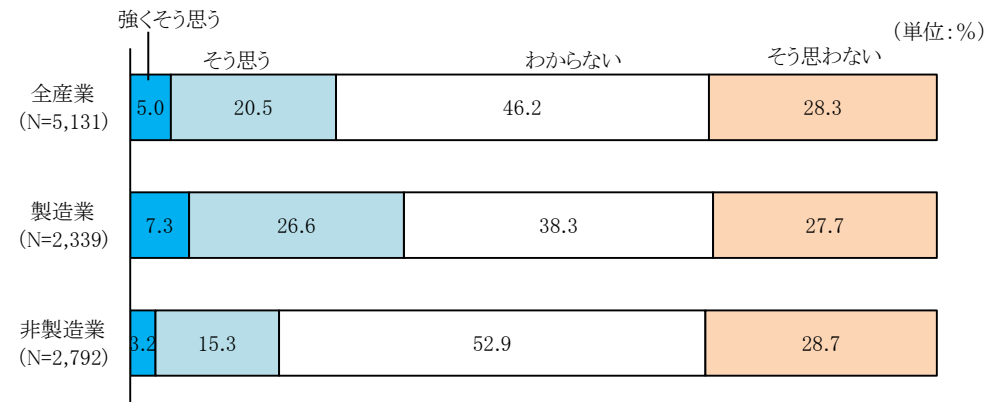
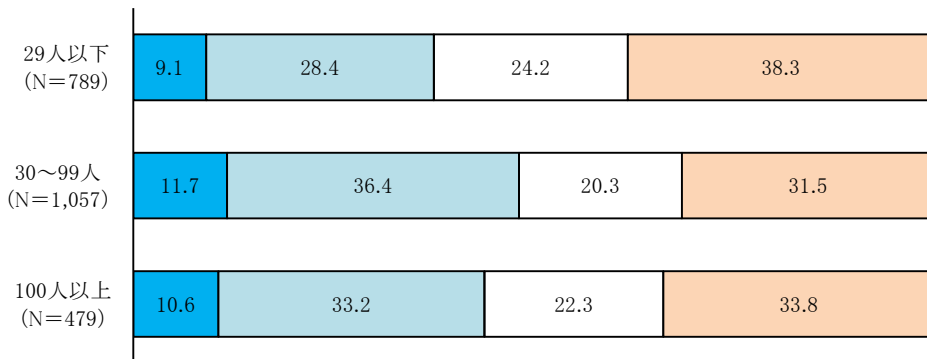


図-5 東日本大震災以降、海外展開は加速しているか



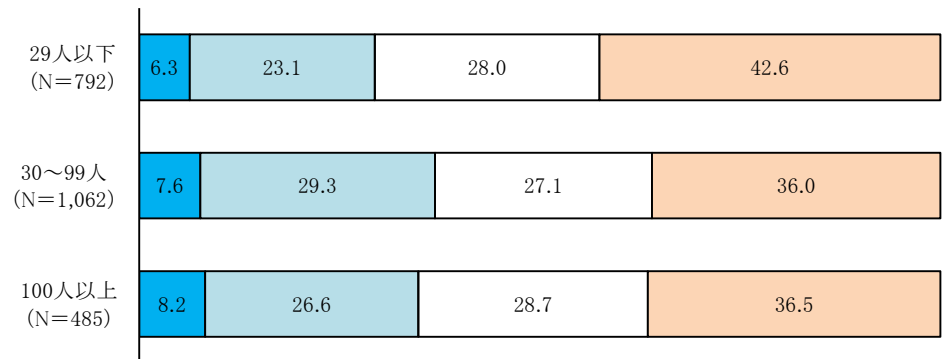
参考：従業員規模別（製造業）

(単位:%)



参考：従業員規模別（製造業）

(単位:%)



(注) 2011年7月以降の円高によって、自社や自社とつながりのある企業（販売先や仕入先）の海外展開は加速しているか尋ねたもの。

(注) 東日本大震災以降、自社や自社とつながりのある企業（販売先や仕入先）の海外展開は加速しているか尋ねたもの。