

中小企業動向 トピックス

中小企業に対する円高の影響調査結果

「取引先の業績悪化」「値引き要請」などで17%の中小企業が減益

長引く円高が中小企業の収益に影響を及ぼしてきています。当公庫では、2011年12月に「全国中小企業動向調査」の特別調査として、中小企業に対する円高の影響についてアンケート調査を実施しました（調査対象は当公庫中小企業事業取引先12,605社、有効回答企業数5,628社、有効回答率44.6%）。今回はその結果について紹介します。

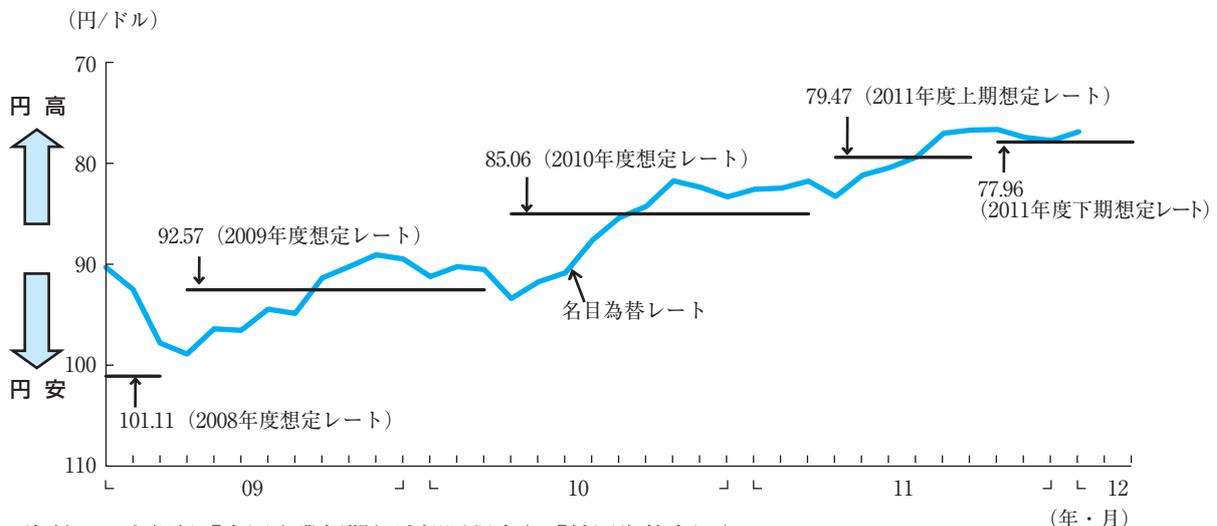
企業の想定を上回る円高が続いている

最近の著しい円高が日本経済への重圧となっています。図表-1は名目為替レート（ドル・円レート）の推移と、輸出に関する想定為替レートを示したものです。2008年度の想定為替レートは1ドル101.11円でしたが、2009年以降、少しずつ円高が進むにつれ、中小企業は想定為替レートを円高方向に修正してきています。2011年度下期の想定為替レートは77.96円と、2008年度に比べ30円以上も円高方向にあります。実際の為替相場はその想定をも上回る円高水準になっています。

一般的に、円高にはメリットとデメリットがあるといわれています。メリットの代表格は輸入品価格の下落です。例えば原油など輸入に依存する重要資源は、円高になればそれだけ円建てでの価格が低下しますから、日本経済に大きな恩恵があります。

デメリットの代表格は、輸出品価格が相対的に上がってしまうことです。そのため、円高が進行すると日本経済の牽引役でもある輸出に悪影響を及ぼすと考えられています。足元の為替レートは史上最高水準の円高であり、輸出に関わる中小企業も非常に厳しい状況に置かれています。

図表-1 名目為替レートと想定為替レートの推移

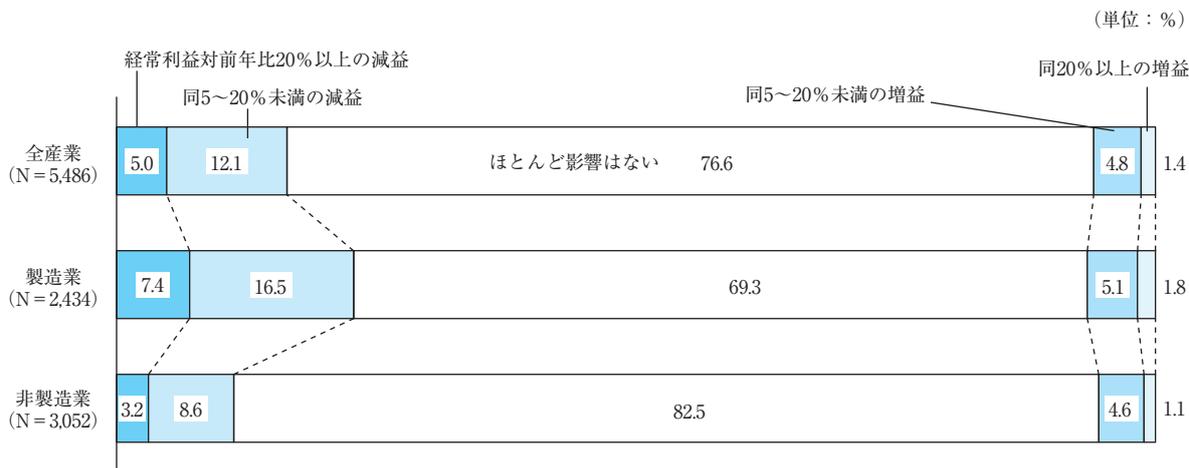


円高の影響で5%以上の減益となった中小企業は17.1%

想定を上回る円高は中小企業の収益にどのような影響を及ぼしているのでしょうか。2011年7月以降の円高が同年10-12月期の経常利益に与えた影響をみると、「5%以上の減益」と回答した企業が17.1%を占めています（図表-2）。「5%以上の増益」と回答した企業の割合は6.2%となっており、マイナスの影響を受けた企業の方が多いことがわかります。

業種別にみると、5%以上の減益企業は製造業で23.9%と、非製造業（11.8%）の約2倍に達しています。

図表-2 2011年7月以降の円高による経常利益への影響



資料：日本政策金融公庫「中小企業に対する円高の影響調査」（以下同じ）

(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。

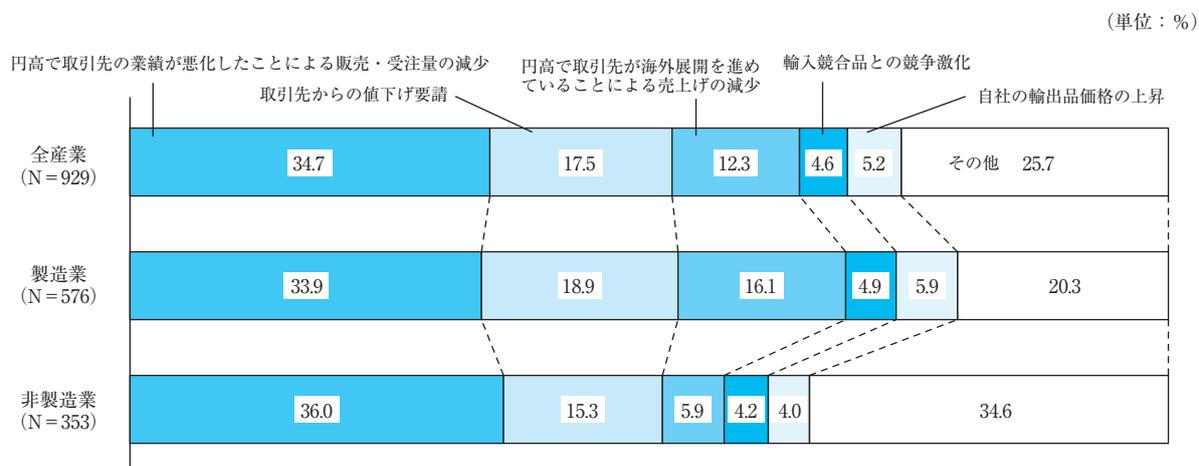
2 「ほとんど影響はない」には、5%未満の増減益と、影響が相殺されている場合を含む。

減益の理由は「取引先の業績悪化による販売・受注量の減少」や「値下げ要請」

円高で「5%以上の減益」になったと回答した企業に対して、減益の具体的な理由を尋ねたものが図表-3です。最も多い回答は「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%）、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%）となっています。

業種別にみると、「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」と回答した企業割合は非製造業に比べて製造業でかなり高くなっています。また、製造業では「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」の回答割合が、従業員規模の小さい企業ほど高くなる傾向にあります。

図表-3 円高による減益の具体的な理由



(注) 図表-2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。

今後の対応は「製品の高付加価値化」「工場等の海外展開」など攻めの姿勢も

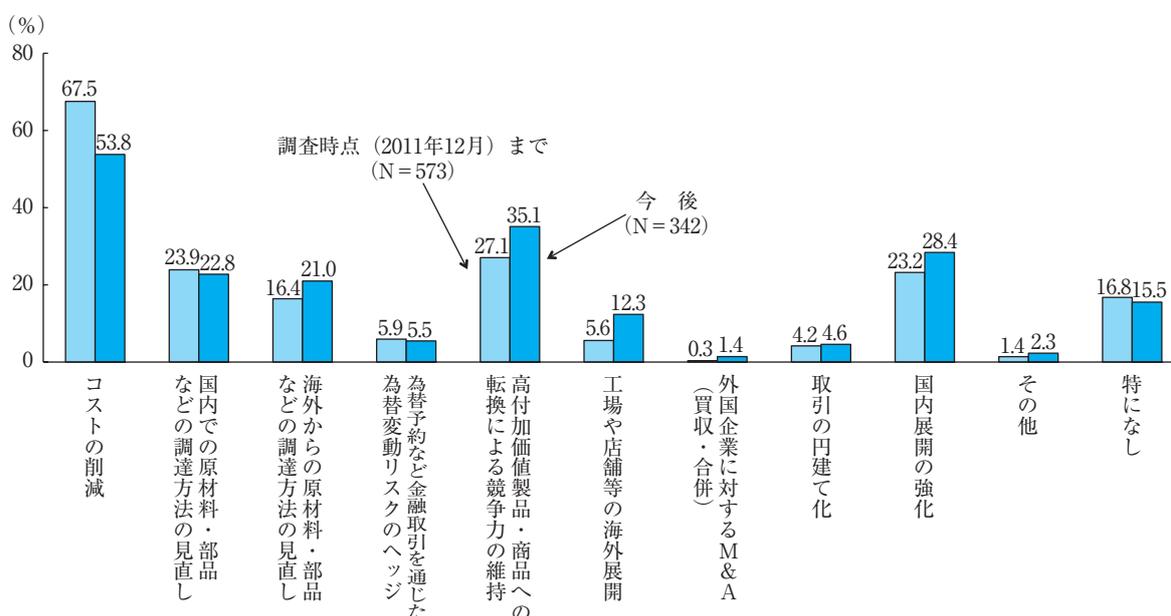
円高が収益を圧迫するなか、中小企業はどのような対応をとっているのでしょうか。図表-4は、円高への対応策を、調査時点（2011年12月）までと今後についてそれぞれ尋ねたものです。

まず製造業をみると、調査時点までは「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ます。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、その回答割合は53.8%に低下しています。一方で、「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」などの割合が上昇しています。円高が長期化し、コスト削減といった受け身の対応に限界がみえるなか、新たな需要を求めて、海外勢との差別化や海外展開を進めるなど攻めの姿勢に転じる中小企業が増えている様子が見えます。

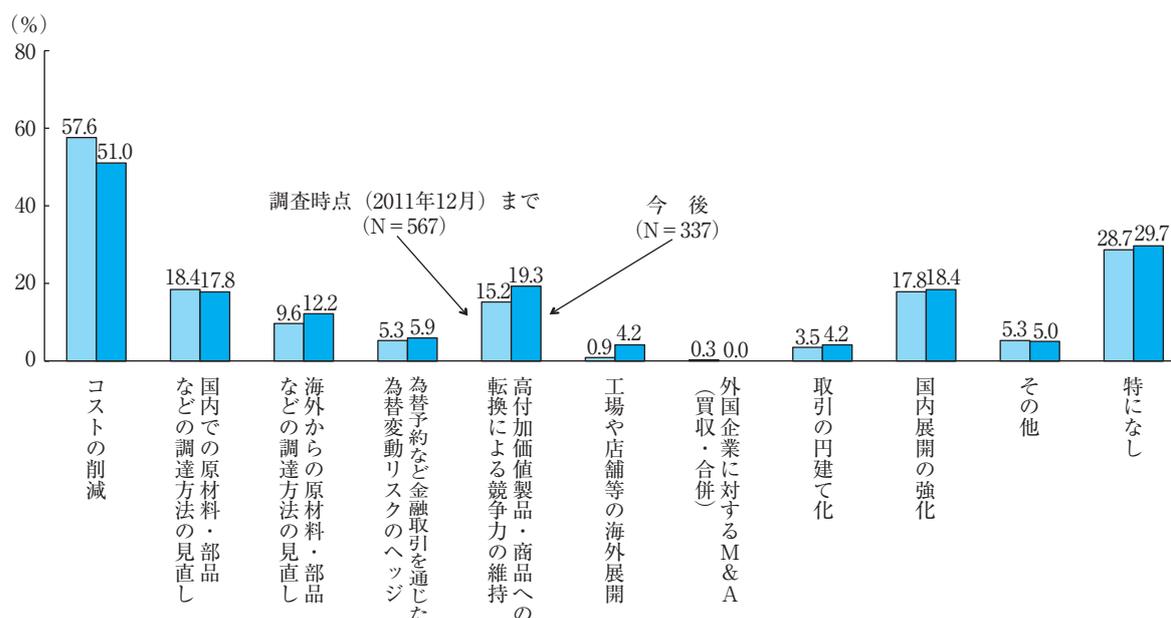
非製造業についてみると、「コストの削減」が57.6%と最も多いなど、製造業とおおむね同様の傾向がみられます。ただ、「特になし」と回答した企業の割合が製造業よりも高くなっています。

図表-4 円高への対応策（業種別・複数回答）

(1) 製造業



(2) 非製造業



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

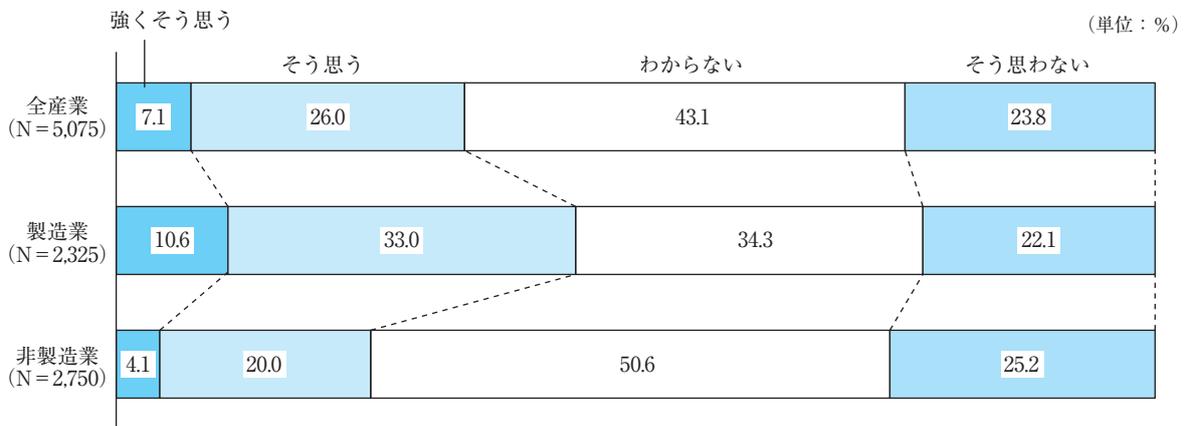
規模の小さい企業にも海外展開への意識が広がる

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を尋ねたものが図表－5です。「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%）を上回っています。業種別にみると、製造業では「強くそう思う」「そう思う」が合計43.6%に達しています。

さらに製造業について、従業員規模別にみたものが図表－6です。従業員規模30～99人の企業で「強くそう思う」「そう思う」が計48.1%と他の規模層よりも高くなっています。既に海外に進出している企業が多いと思われる100人以上層の43.8%を上回っており、今日の円高の影響を受けて、比較的規模の小さい中小企業にも海外展開への意識が広がってきている様子がうかがえます。

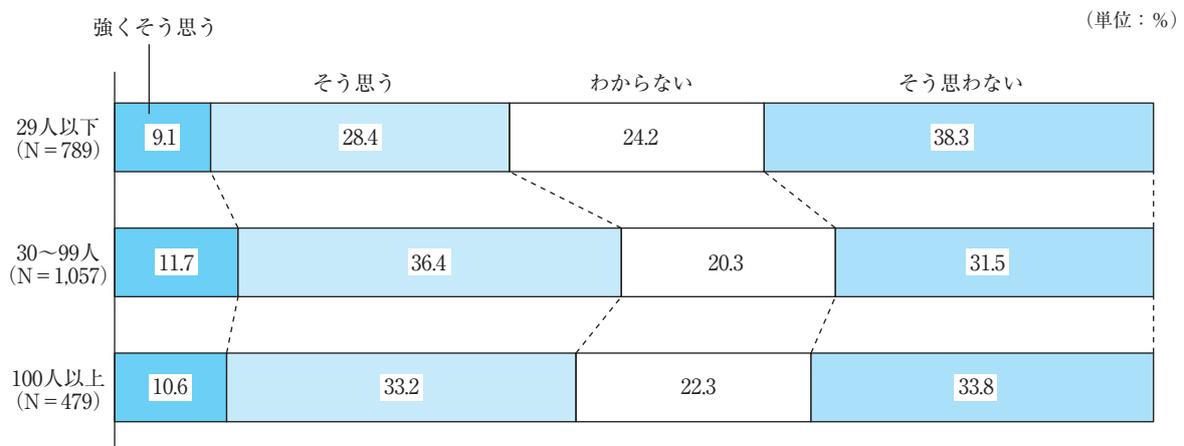
これまでみてきたように、長引く円高の影響は中小企業にも波及してきています。コストの削減を推し進める企業が多い一方、「製品の高付加価値化」や「工場等の海外展開」など攻めの姿勢に転じる中小企業も少なくありません。円高を悪材料としてとらえるだけではなく、新たな一歩を踏み出すきっかけとして受け止めることも重要でしょう。（藤田 一郎）

図表－5 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



(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。

図表－6 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（製造業、従業員規模別）



(注) 図表－5に同じ。

「中小企業動向トピックス」に関するご意見・ご要望等ございましたら、本支店窓口までお問い合わせください。

発行：日本政策金融公庫 総合研究所 ～ホームページ <http://www.jfc.go.jp/> ～