

## 中小企業における デフレの実感等について

「デフレ脱却は目前である」との首相発言(9月24日の記者会見)や、「デフレ状況ではなくなった」との日銀総裁の発言(10月7日金融政策決定会合後の記者会見)などにより、デフレは終息に向かっていることが示唆されている。しかし、企業物価指数は直近の10月まで7ヵ月連続で下落(前年同月比)している。それでは中小企業経営者におけるデフレの実感はどうか、アンケート調査で探ってみた。

調査時点：2015年11月上旬(4~11日)

調査対象：大阪シティ信用金庫取引先企業  
(大阪府内一円)

調査方法：聞き取り法

依頼先数：1,400社

有効回答数：1,366社

有効回答率：97.6%

有効回答内訳：下の表のとおり

業種	実数	構成比
製造業	590社	43.2%
卸売業	220	16.1
小売業	120	8.8
建設業	211	15.5
運輸業	73	5.3
サービス業	152	11.1
計	1,366	100.0

従業員	実数	構成比
10人未満	834社	61.1%
10~49人	473	34.6
50人以上	59	4.3
計	1,366	100.0

## 1. コストと価格転嫁の状況

### (1) 総コストの状況

- 「上昇している」が 46.8%

はじめに、最近 1 年程度の方法・光熱費のほか人件費なども含んだ自社の総コストの状況はどうか、すべての企業に聞いた結果が第 1 表 - (1) である。

全体として見ると、「ほぼ横ばい圏」と答えた企業が 51.7%と 5 割強になっている。一方、「上昇している」と答えた企業も 46.8%と多く、「減少している」とする企業は 1.5%に過ぎない。

従業者規模別に見ると、「上昇している」とする企業は規模が大きくなるほど多くなっており、10 人未満の 40.8%に対し、50 人以上では 57.6%と 6 割近くになっている。

以上のように、中小企業全体では半数以上が経営努力により総コストを「横ばい圏」まで抑制できているものの、他方、5 割近くの企業は総コストが抑えきれず上昇している。

第 1 表 - (1) 総コストの状況

(%)

区分		項目	上昇している	ほぼ横ばい圏	減少している	計
業 種 別	製造業		48.5	50.3	1.2	100.0
	卸売業		52.7	45.0	2.3	100.0
	小売業		46.7	53.3	0	100.0
	建設業		47.9	51.2	0.9	100.0
	運輸業		38.4	56.1	5.5	100.0
	サービス業		34.2	63.8	2.0	100.0
規 模 別	10 人未満		40.8	57.8	1.4	100.0
	10~49 人		56.0	42.3	1.7	100.0
	50 人以上		57.6	40.7	1.7	100.0
全 体			46.8	51.7	1.5	100.0

## (2) 価格転嫁の状況

- 「ほとんど転嫁できない」が 55.1%

次に、10月以降の電気料金値上げの実例も踏まえ、自社ではコストが上昇した場合、その上昇分を販売価格に転嫁できる状況になっているかどうか、すべての企業に聞いた結果が第1表 - (2)である。

全体では、「ほぼ全て転嫁できる状況」と答えた企業はわずか 5.9%である。「一部だけ転嫁できる状況」とする企業は 39.0%で、「ほとんど転嫁できない状況」と答えた企業が 55.1%と過半数を占める。

従業者規模別に見ると、「ほとんど転嫁できない」と答えた企業は規模が小さくなるほど多くなっており、50人未満の 37.3%に対し、10人未満では 61.0%となっている。

前項で、総コストが抑制できず上昇している企業が 5割近くあったが、上昇したコストを十分に価格転嫁できない企業がほとんどとなっており、中小企業の厳しい状況がうかがえる。

第1表 - (2) 価格転嫁の状況

(%)

区分		項目	ほぼ全て 転嫁できる	一部だけ 転嫁できる	ほとんど 転嫁できない	計
業 種 別	製造業		4.2	39.2	56.6	100.0
	卸売業		4.5	42.7	52.8	100.0
	小売業		5.0	34.2	60.8	100.0
	建設業		9.5	46.4	44.1	100.0
	運輸業		8.2	42.5	49.3	100.0
	サービス業		8.6	25.0	66.4	100.0
規 模 別	10人未満		5.9	33.1	61.0	100.0
	10~49人		5.3	47.8	46.9	100.0
	50人以上		10.2	52.5	37.3	100.0
全 体			5.9	39.0	55.1	100.0

## 2. 「値下げ圧力」と対応状況

### (1) 値下げ圧力の状況

- 「圧力を感じている」が 70.7%

デフレの下、中小企業は親企業など取引先から自社の製・商品、サービス等の価格引下げを厳しく要求され苦しんできたが、現在も「値下げ圧力」を感じているかどうか、その強さの程度も併せ聞いた結果が第2表 - (1)である。

全体として見ると、「圧力を感じている」と答えた企業は 70.7%と多い。また、このうち「非常に強い圧力を感じている」と答えた企業が 47.1%と全体の 5 割近くになっている。

この「値下げ圧力」が弱まらないと、中小企業ではデフレの終息が実感しづらいと思われる。

第2表 - (1) 「値下げ圧力」の状況

(%)

区分	項目	圧力を感じている		とくに圧力は感じない	計
			[内、非常に強い]		
業種別	製造業	76.8	[50.9]	23.2	100.0
	卸売業	76.8	[55.4]	23.2	100.0
	小売業	47.5	[28.3]	52.5	100.0
	建設業	77.2	[48.8]	22.8	100.0
	運輸業	69.9	[46.6]	30.1	100.0
	サービス業	48.0	[32.9]	52.0	100.0
規模別	10人未満	68.6	[47.6]	31.4	100.0
	10～49人	74.4	[45.4]	25.6	100.0
	50人以上	71.2	[52.6]	28.8	100.0
全体		70.7	[47.1]	29.3	100.0
(2014年11月調査)		(71.1)	([54.7])	(28.9)	(100.0)
(2013年9月調査)		(69.0)	([46.4])	(31.0)	(100.0)

(2) 販売価格の変更状況

- 「据え置いた」が 87.1%

前項のとおり、「値下げ圧力」は続いているが、ここ 1 年程度を振り返り、実際に自社の製・商品、サービス等の販売価格の変更状況はどうか、すべての企業に聞いた結果が第 2 表 - (2) である。

全体では、「引き上げた」と答えた企業は 10.9%にとどまり、「据え置いた」と答えた企業が 87.1%でほとんどとなっている。また、「引き下げた」と答えた企業は 2.0%あった。

これを昨年、一昨年の調査結果と比べて見ると、「引き上げた」とする企業が昨年より 10.8 ポイント減少しており、この 1 年の間に販売価格引き上げがしにくい方向に幾分逆戻りしたようだ。

第 2 表 - (2) 販売価格の変更状況

(%)

区分		項目	引き上げた	据え置いた	引き下げた	計
業 種 別	製 造 業		11.4	87.1	1.5	100.0
	卸 売 業		15.9	82.3	1.8	100.0
	小 売 業		14.2	85.0	0.8	100.0
	建 設 業		8.5	90.6	0.9	100.0
	運 輸 業		9.6	87.7	2.7	100.0
	サ-ビス業		3.3	90.8	5.9	100.0
規 模 別	10 人未満		9.8	87.8	2.4	100.0
	10 ~ 49 人		12.5	86.0	1.5	100.0
	50 人以上		13.6	86.4	0	100.0
全 体			10.9	87.1	2.0	100.0
(2014 年 11 月)			(21.7)	(72.2)	(6.1)	(100.0)
(2013 年 9 月調査)			(4.1)	(90.0)	(5.9)	(100.0)

### 3. デフレの実感と価格戦略

#### (1) デフレの実感

- 「続いている」が 95.7%

すべての企業に対し、自社の仕事を通しデフレの動向をどのように実感しているか、ストレートに聞いた結果が第3表 - (1)である。

全体として見ると、デフレについて「変わらず続いている」と答えた企業が 36.2%あった。また、「やや弱まったが続いている」と答えた企業が59.5%あり、これら「デフレは続いている」とする企業の合計は 95.7%にのぼる。これに対し、「もはやデフレではない」と答えた企業は 4.3%に過ぎない。

これを昨年、一昨年に行った同様の調査の結果と比較して見ると、「やや弱まったが続いている」と答えた企業が増加してきているものの、「デフレは続いている」とする企業は 95%程度で変わらず、中小企業では依然として経済はデフレ基調にあるとの実感が根強い。

第3表 - (1) デフレの実感

(%)

区分		項目	変わらず 続いている	弱まったが 続いている	もはや デフレではない	計	+ デフレは 続いている
業 種 別		製造業	39.2	57.4	3.4	100.0	96.6
		卸売業	36.4	59.5	4.1	100.0	95.9
		小売業	41.7	55.0	3.3	100.0	96.7
		建設業	29.4	65.4	5.2	100.0	94.8
		運輸業	30.1	65.8	4.1	100.0	95.9
		サービス業	32.2	59.9	7.9	100.0	92.1
規 模 別		10人未満	39.4	56.0	4.6	100.0	95.4
		10~49人	31.1	65.1	3.8	100.0	96.2
		50人以上	30.5	64.4	5.1	100.0	94.9
		全体	36.2	59.5	4.3	100.0	95.7
		(2014年2月調査)	(43.8)	(51.7)	(4.5)	(100.0)	(95.5)
		(2013年7月調査)	(57.0)	(38.1)	(4.9)	(100.0)	(95.1)

(2) 当面の価格戦略

- 「現状価格を据え置く」が 65.2%

最後に、自社の製・商品、サービス等の販売価格を今後どのようにしていこうと考えているか、当面の価格戦略について聞いた結果が第3表 - (2)である。

全体として見ると、「現状価格を据え置く」と答えた企業が 65.2%で圧倒的に多い。これに対し、「引き上げる」と答えた企業は 34.0%と3社に1社程度だった。

ただ、昨年、一昨年の調査結果と比較して見ると、「引き上げる」とする企業は増加してきており、中小企業でも、販売価格引き上げの機運は高まりつつあるようだ。

第3表 - (2) 当面の価格戦略

(%)

区分		項目	引き上げる	現状価格を据え置く	引下げる	計
業種別	製造業		38.5	60.8	0.7	100.0
	卸売業		35.0	64.1	0.9	100.0
	小売業		25.8	71.7	2.5	100.0
	建設業		36.0	64.0	0	100.0
	運輸業		24.7	75.3	0	100.0
	サービス業		23.0	75.7	1.3	100.0
規模別	10人未満		28.7	70.7	0.6	100.0
	10~49人		41.9	56.8	1.3	100.0
	50人以上		45.8	54.2	0	100.0
全体			34.0	65.2	0.8	100.0
(2014年11月調査)			(32.9)	(65.7)	(1.4)	100.0
(2013年9月調査)			(18.1)	(79.6)	(2.3)	(100.0)