

第60回景況調査<2008年12月調査>

●「グローバル恐慌」の時代へ

アメリカのサブプライムローン問題に端を発した今回の世界的な不況は、昨年の秋までは「世界金融危機」と呼ばれていました。しかし、その影響は金融面だけにとどまらず、実体経済に一気に急速に広がりを見せたことから昨年秋からは「世界同時不況」と呼ばれることが増えてきました。

今年に入り同志社大学教授の浜矩子さんが『グローバル恐慌』（岩波新書）という本を刊行しました。この本では、現在の状況は好況-不況という景気循環の一局面ではなく、「恐慌」状態にあることを強調しています。「恐慌」というのは、経済学的には通常の不況期にとどまらず、倒産、失業が連鎖的に大規模に進んでいく状況を意味しますが、端的に言えば文字どおり「恐れ慌てる」状況です。日本を含めた第二次世界大戦後の先進国の経済システムは恐慌状態回避を可能にしたといわれていますが、今回のグローバル恐慌はそうではなかったことを示しています。

●「グローバル恐慌」への姿勢

グローバル恐慌の時代にいるわれわれは、どういった姿勢で対置すればよいのでしょうか。

第一に、戦後初めて直面したグローバル恐慌という時代の中にいること、そのため従来の経験だけでは対処できないこと、をしっかりと認識する必要があります。最近、直近の恐慌（つまり1929年の世界恐慌）に関する書籍の刊行や再刊が目立ちます。歴史に学ぶことは大切ですが、80年前の経験がそのまま活かせるはずはありません。われわれ自身が切り拓いていかなければならないのです。

第二に、厳しい経営環境にあるとはいえ、経営者と従業員の創意と工夫次第では克服は決して不可能でないこと、についてもしっかりと確信しておく必要があります。この点については、最後に触れることにします。

●厳しさ増した2008年10～12月期の景況～DOR最新版から

昨年末の景況は、同友会景況調査を初め、私が目にしたすべての調査で景況の悪化を指摘しています。

2007年終わりから景気動向について警鐘を発してきた同友会景況調査（DOR）では、「世界同時不況・受注止めの中、経営崩壊の危機」と中小企業をめぐる経営環境の厳しさをあらためて強調しています（「中小企業家しんぶん」09年2月5日）。DORでは、2008年10～12月期の業況判断が前期（6～9月期）と比べて大幅に悪化したことに加えて（DI値が▲33→▲49）、09年1～3月期、4～6月期についてもさらに大きな悪化が予測されています（いずれも▲58）。業況悪化のテンポは、一昨年まで日

本経済を引っ張っていた製造業、地域では東海や北陸地域で悪化が顕著になっています。

業況の悪化は、中小企業経営にも本格的に影響を与え始めています。DORでも、資金繰りの悪化、雇用調整の本格化、設備投資の下降など、業況の悪化が中小企業の企業活動のあらゆる側面にマイナスに影響していることが示されています。

同様な結果は、日本政策金融公庫総合研究所（旧国民生活金融公庫、中小企業金融公庫などが合併して昨年10月設立）の全国中小企業動向調査結果でも見られます。この調査では、企業規模別に小企業と中小企業を分けて業況判断を聞いていますが、「小企業の景況は厳しさを増している」「中小企業の景況は悪化している」としているように、いずれも状況悪化を示しています。特に、小企業と比べるとやや状況がよかった中小企業でも2008年後半から業況も売上も著しく低下していることが目立っています。業況判断DI値などのなかには、前回の景気の底（2002年）や前々回（1998年）に近い状況になっているものも見られます。

●大阪経済は？～大阪の10～12月期調査より

DORでも見られたように、地域別の業況判断DIでは、これまで好調であった東海地域や北陸地域で、今後の業況判断DIが最も悪くなっています。近畿圏は、関東などと並びその次に悪化予測の強い地域となっています。

大阪府立産業開発研究所の大阪府景気観測調査結果（大阪市以外）によると「景気は急速に悪化している」とあり、業況判断は大幅悪化、出荷・売上高は大幅低下、営業利益は大幅低下など厳しい状況を示しています。大阪市内（大阪市調査）については、「需要の急激な縮退により大企業中心に業況等が急降下」とされており、悪化が先行していた中小企業だけでなく、大企業でも厳しさが増していることを示しています。

大阪府下の中小企業景況を分析している大阪市信用金庫でも「悪化幅拡大し、過去最低水準に迫る」とあり、アジア通貨危機後の状況に匹敵する厳しさであるとしています。

大阪同友会の調査も他の調査とほぼ同様な結果を示しています。特に、2009年1～3月期の業況については今期以上の悪化が予想されており、予断を許さない状態になっています。資金繰りについては、同友会調査ではまだ深刻さは見られないものの、DORや大阪の他の調査では悪化の程度が拡大している状況にあることから、注意が必要です。価格については、仕入単価の上昇傾向が弱まっている反面、売上・客単価DIが昨季と異なり大きくマイナスになっていることが気になります。

●加速する景気後退の中でなすべきこと～DOR 85号から

DOR 85号では、厳しい状況の中で果敢に取り組んでいる中小企業の事例から事態を打開するための七つの方策を提起しています。この中で、次の三つの点を特に大阪の中小企業に強調して終わりにしたいと思います。

第一に、石橋を叩きながら前向きに進むことです。厳しい環境の中で慎重にならなければなりません、経営者の姿勢まで縮こまってははいけません。

第二に、「市場は縮小してもなくなるわけでない」ことを確信し、人間と市場を観察することに力と情熱を注いでいくことです。

第三に、不況の嵐に立ち向かうため現状認識を社員と共有し全社一丸の体制作りをすすめることです。認識を一致させた上でこれまで以上に社員の発想と力を有効に活用していくことです。

【1】業況、売上、採算

	2008年7～9月 に比べて(前期比)				2007年10～12月 に比べて(前年同期比)				2009年1～3月 の見通し (2008年1-3月に比べ)			
	好転	不変	悪化	□ 箇	好転	不変	悪化	□ 箇	好転	不変	悪化	□ 箇
実数	18	26	49	-	9	26	58	-	4	24	65	-
%	19	28	53	▲ 33	10	28	62	▲ 53	4	26	70	▲ 66
売上高	増加	横ばい	減少	□ 箇	増加	横ばい	減少	□ 箇	増加	横ばい	減少	□ 箇
%	26	26	48	▲ 23	16	27	57	▲ 42	6	33	60	▲ 54
経常利益	好転	横ばい	悪化	□ 箇	好転	横ばい	悪化	□ 箇	好転	横ばい	悪化	□ 箇
%	17	33	49	▲ 32	13	34	53	▲ 41	7	35	58	▲ 51

2008年10月～12月(当期)					2008年10月～12月(当期)				
経常利益	黒字	トントン	赤字	DI値	業況水準	良い	そこそこ	悪い	DI値
実数	33	17	29	-	実数	13	25	55	-
%	42	22	37	5	%	14	27	59	▲45

【2】経常利益の好転理由・悪化理由

経常利益の好転理由(前年同期比)		経常利益の悪化理由(前年同期比)	
売上数量・客数の増加	42	売上数量・客数の減少	88
売上単価・客単価の上昇	42	売上単価・客単価の低下	47
人件費の低下	17	人件費の上昇	14
原材料費・商品仕入額低下	8	原材料費・商品仕入額上昇	33
外注費の減少	25	外注費の増加	2
金利負担の低下	0	金利負担の増加	4
本業以外の部門の収益好転	8	本業以外の部門の収益悪化	4
その他	0	その他	2

(複数回答)%

【3】資金繰りの状況等

2008年10月～12月(当期)					2007年10月～12月に比べて (前年同期比)				
資金繰り	余裕有り	トントン	窮屈	DI値	借入金	増加	横ばい	減少	DI値
(%)	40	20	40	0	(%)	45	26	29	17
借入金利	2008年7月～9月に比べて				借難度	困難	不変	容易	DI値
	上昇	横ばい	低下	DI値	長期(%)	21	37	42	▲21
長期(%)	13	58	29	▲17	短期(%)	10	50	40	▲30
短期(%)	15	64	20	▲5					

【4】経営上の力点

3位まで選択 (9%)

付加価値の増大	43
新規受注の確保	67
社員教育	37
財務体質の強化	25
人件費削減	7
人件費を除く経費減	16
機械化促進	6
情報力強化	9
人材確保	12
新規事業の展開	20
得意分野の絞込み	15
研究開発	13
機構改革	1
その他	0

【5】経営上の問題点

3位まで選択 (9%)

同業者間の価格競争の激化	44
仕入単価の上昇	26
販売先からの値下げ要請	17
民間需要の停滞	58
大企業の進出	4
新規参入者の増加	12
官公需要の停滞	7
取引先の減少	18
人件費の増加	12
管理費等間接経費の増加	9
金利負担の増加	3
事業資金の借入難	9
従業員不足	4
熟練技術者の確保難	9
下請業者の確保難	4
輸出困難	5
輸入品による圧迫	2
税負担の増加	4
仕入先からの値上げ要請	17

【6】価格の動き

	2007年10月～12月に比べて (前年同期比)				2009年1月～3月の見通し (2008年1月～3月に比べ)				
	(%)	上昇	横ばい	下降	DI値	上昇	横ばい	下降	DI値
仕入単価		57	31	12	45	34	47	19	15
売上・客単価		21	42	37	▲16	12	42	47	▲35