

# 岩手県内企業景況調査

—平成29年7月調査—

当研究所では定例の「県内企業景況調査」を実施し、県内企業の最近の景況感や実績、今後の見通し等のほか、プレミアムフライデーの導入状況について調査した。調査要領は以下の通りである。

## ○調査内容

平成29年4～6月期の前年同期と比較した業績および7～9月期の前年同期と比較した県内企業の業況見通し等

## ○調査時期

平成29年7月

## ○調査対象企業

県内企業 395社

## ○回収状況

回収率	51・6%
製造業	69 建設業
卸売業	39 小売業
運輸業	6 サービス業
合計	204社

(注) BSI (Business Survey Index: 景況判断指数) は、企業の業績実績や企業経営者の業況見通し等を指標化したもので、「プラス(増加)上昇、過剰等」と回答した企業割合から、「マイナス(減少、下降、不足等)」と回答した企業割合を差し引いた値である。

## 〈調査結果の要約〉

### 景況感は4期ぶりに悪化

○ 県内企業の業況判断BSIはマイナス22・1と前回調査(平成29年4月)を3・6ポイント下回った。

○ 「悪い」の割合は横ばいだったが、「良い」が減少したため全体では4期(1年)ぶりに悪化した。

○ 建設業などで改善の動きもあったが、12業種中8業種が悪化し、前回プラスとなった金属製品などがマイナスに転じるなど厳しい景況感が示された。

○ 本県経済は、生産活動の回復に向けた動きや個人消費の持ち直しなど、全体では回復の動きとなっているが、個々の企業における継続的な景況感の改善までには至っていないとみられる。

○ 今後3カ月間の先行きのBSIはマイナス21・1と現状から1・0ポイント改善する見通しである。非製造業は悪化するが、製造業は大幅に改善するとみられる。

○ 売上高BSIはマイナス15・7と前期(29年1～3月期)を2・8ポイント上回った。製造業、非製造業ともマイナス幅が縮小した。

○ 経常利益BSIはマイナス26・5と前期を0・3ポイント下回った。製造業が改善した一方、非製造業は悪化した。

○ 資金繰りBSIはマイナス4・9と悪化した。製造業、非製造業ともマイナス幅が拡大した。

○ 雇用人員BSIはマイナス22・1と不足感が弱まった。6業種で強まったが、一部で大きく不足感が弱まった。

### プレ金は県内に浸透せず

○ 29年2月のプレミアムフライデー(プレ金)の導入から6カ月が経過したものの、県内企業における導入は僅か5社(全社、一部の合計)にとどまり、プレ金が浸透していない結果となった。

○ 導入している5社のうち実施当初後に導入した企業は2社にとどまり、県内企業への広がりには極めて限定的である。

○ 導入していない199社のうち「導入を検討した」企業は11社に過ぎず、大半は検討すらしていない状況となった。

○ 導入していない(できない)理由は「業務の特性上対応が困難」や「月末金曜」の導入が非現実的のような「業務」や「設定日」を理由とする回答が多く、浸透へのハードルは相当高いとみられる。

1 景況感

(1) 最近の業況

県内企業の最近の業況は、「良い」と回答した割合が8・3%、「悪い」が30・4%となり、業況判断BSIはマイナ22・1と前回調査（平成29年4月）を3・6ポイント下回った（図表1、2）。「悪い」の割合が前回調査比0・1ポイント増と横ばいだったが、「良い」が同3・5ポイント減となったため4期（1年）ぶりに悪化した。

建設業がプラスとなるなど改善の動きもあったが、12業種中8業種が悪化し、前回大幅なプラスとなった金属製品や一般機械がマイナスに転じるなど、厳しい景況感が示された。

本県経済は、生産活動で回復に向けた動きがみられるほか個人消費も持ち直してきているなど、全体では回復の動きとなっているが、個々の企業における継続的な景況感の改善までには至っていないとみられる。

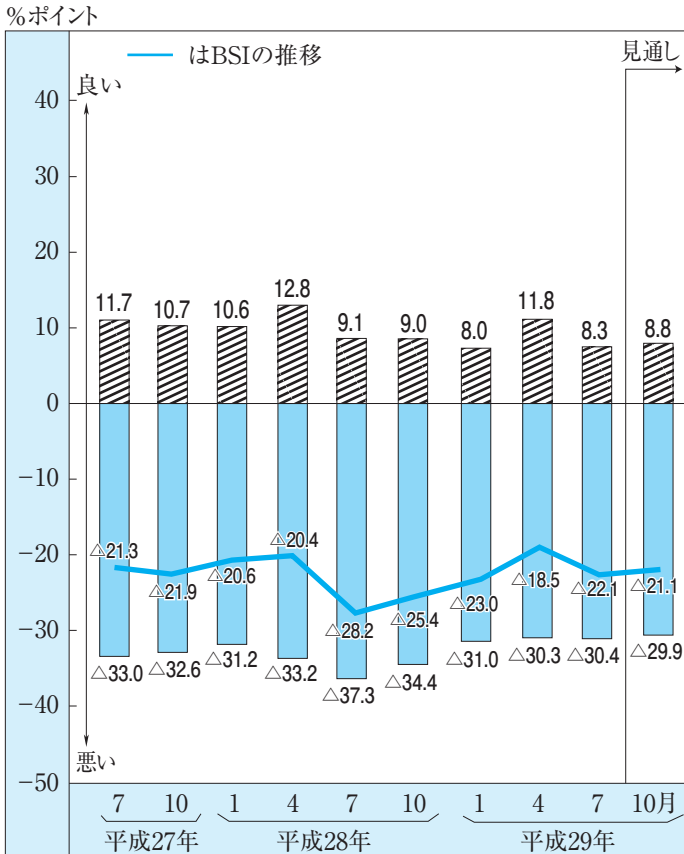
産業別では、製造業はマイナス26・1と前回は5・5ポイント下回った。7業種中6業種が悪化し、前回3業種だったプラスは1業種に減少した。窯業・土石は底堅い需要からプラスを維持したものの、金属製品、一般機械、電気機械がいずれもマイナスに転じたほか、唯一、改善した食料品も依然として二桁のマイナスであり、厳しい景況感を持つ企業が多い。

非製造業はマイナス20・0と前回は2・6ポイント下回った。建設業は売上高BSIではマイナスが続いているものの、販売管理費等のコスト圧縮が進んでいることや資金繰りの安定がみられることから4期（1年）ぶりのプラスとなった。一方、小売業は個人消費全体では持ち直しているものの、衣料品や文具などの不振を要因にマイナス幅が拡大した。また、卸売業、運輸業、サービス業は横ばいとなった。

図表1 業況判断BSI（「良い」-「悪い」・%ポイント）

業種	期		先行き 今後3カ月間
	平成29年4月調査	平成29年7月調査	
全産業	△18.5	△22.1	△21.1
製造業	△20.6	△26.1	△14.5
食料品	△55.0	△23.8	△28.6
木材・木製品	△50.0	△55.6	△22.2
窯業・土石	33.4	12.5	37.5
金属製品	40.0	△14.3	0.0
一般機械	25.0	△20.0	△20.0
電気機械	0.0	△14.3	△14.3
その他	△40.0	△50.0	△25.0
非製造業	△17.4	△20.0	△24.4
建設業	0.0	10.3	3.4
卸売業	△27.8	△28.2	△25.6
小売業	△22.8	△35.0	△40.0
運輸業	△33.3	△33.3	△33.3
サービス業	△15.0	△14.3	△28.6

図表2 業況判断BSIの推移（全産業）



(2) 先行き見通し

今後3カ月間の先行きのBSIはマイナス21・1と現状を1・0ポイント上回り、若干改善する見通しである。非製造業の景況感は悪化するが、製造業は大幅に改善するとみられる。

産業別では、製造業は7業種中4業種が改善しマイナス14・5となり、大幅にマイナス幅が縮小する見通しである。食料品は原材料価格の高騰などが響き悪化するものの、売上高および経常利益BSIの見通しも良好な窯業・土石はプラス幅が拡大し、金属機械も0・0に改善するなど、全体では依然としてマイナスではあるものの持ち直しが予想される。

一方、非製造業は5業種中3業種が悪化し、マイナス24・4と現状を4・4ポイント下回る見通しである。建設業はプラスを維持するものの、人手不足が続くサービス業のほか、収益環境が厳しい小売業や運輸業のマイナスが響き、全体では悪化が予想されている。

2 経営実績

(1) 売上高

① 実績

平成29年4～6月期（以下、今期）はマイナス15・7と前期（1～3月期）を2・8ポイント上回った。販売価格が低下したとする回答の割合がやや高かったものの、売上高BSIは3期（9カ月）連続の改善となった（図表3、4）。

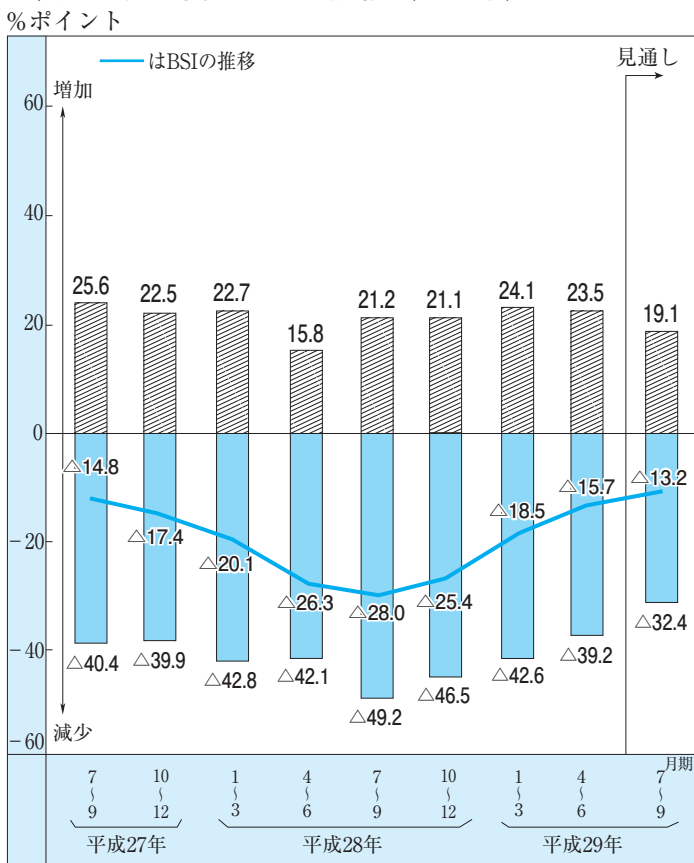
産業別では、製造業はマイナス17・4と前期を4・7ポイント上回った。一般機械がマイナスに転じた一方、金属製品と電気機械がプラスであったほか、食料品などのマイナス幅が縮小した。

非製造業はマイナス14・8と前期を1・8ポイント上回った。サービス業はプラスを維持し、残り4業種のマイナス幅は軒並み縮小した。

② 先行き見通し

今後3カ月間の先行きはマイナス13・2と現状を2・5ポイント上回り改善傾向が続くとみ

図表4 売上高BSIの推移（全産業）



図表3 売上高BSI（「増加」-「減少」・%ポイント）

業種	実績		先行き
	平成29年1～3月期	平成29年4～6月期	平成29年7～9月期
全産業	△ 18.5	△ 15.7	△ 13.2
製造業	△ 22.1	△ 17.4	5.8
食料品	△ 45.0	△ 23.8	△ 9.5
木材・木製品	△ 50.0	△ 44.4	△ 11.1
窯業・土石	△ 11.1	△ 12.5	37.5
金属製品	40.0	28.6	0.0
一般機械	25.0	△ 40.0	20.0
電気機械	0.0	28.6	28.6
その他	△ 33.4	△ 33.3	8.3
非製造業	△ 16.6	△ 14.8	△ 23.0
建設業	△ 9.1	△ 6.9	△ 10.3
卸売業	△ 22.2	△ 20.5	△ 23.1
小売業	△ 25.7	△ 22.5	△ 37.5
運輸業	△ 100.0	△ 33.3	△ 33.3
サービス業	10.0	4.8	△ 9.5

られる。ただし、製造業と非製造業とで方向性が分かれる見通しとなっている。

産業別では、製造業がプラス5・8と現状を23・2ポイント上回る見通しである。プラスが窯業・土石や電気機械など7業種中4業種を占め、食料品や木材・木製品のマイナス幅が縮小するなど、大幅な改善が予想されている。

一方、非製造業はマイナス23・0と現状を8・2ポイント下回る見通しである。5業種ともマイナスとなり、小売業のマイナス幅の拡大やサービス業がマイナスに転じることを主因に悪化するとみられる。

(2) 経常利益

① 実績

今期はマイナス26・5と前期を0・3ポイント下回った(図表5、6)。販売価格の動向と相反し、仕入価格や製造費用・販売管理費が上昇あるいは増加したとする回答の割合が高く、コスト面の上昇を価格転嫁できていない現状が伺える。

産業別では、製造業はマイナス26・1と前期を1・9ポイント上回った。金属製品、一般機械がマイナスに転じた一方、電気機械がプラスとなり、食料品のマイナス幅は縮小した。

非製造業はマイナス26・7と前期を1・5ポイント下回った。サービス業のプラス幅が拡大したものの、卸売業、小売業の悪化が響き、全体ではマイナス幅がやや拡大した。

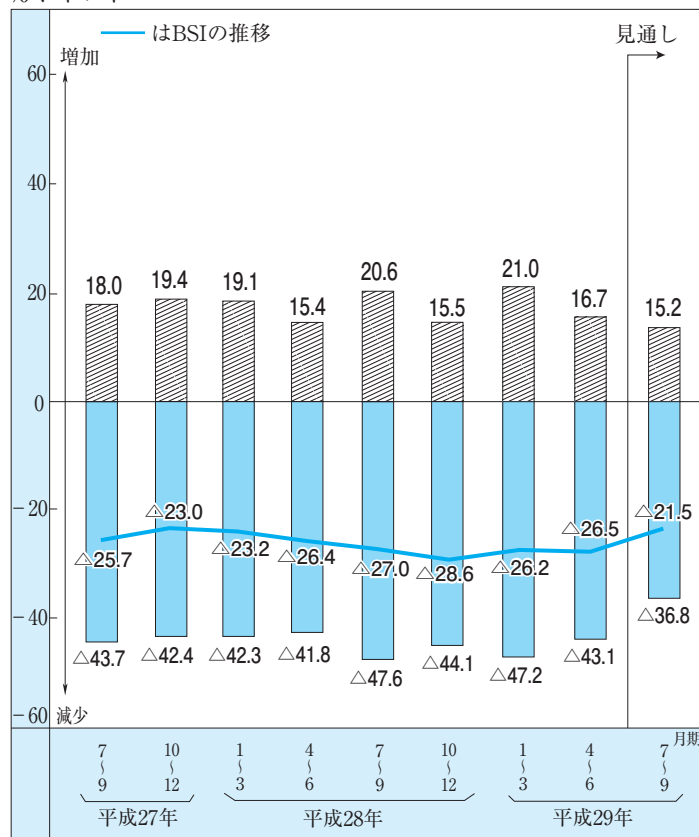
② 先行き見通し

先行きはマイナス21・6と現状を4・9ポイント上回る見通しである。

産業別では、製造業はマイナス13・0と現状を13・1ポイント上回る見通しである。窯業・土石や一般機械が牽引しマイナス幅が縮小するとみられる。

非製造業はマイナス25・9と現状を0・8ポイント上回る見通しである。若干の改善となるが、運輸業や小売業のマイナス幅は大きく、厳しい収益環境に変わりはないとみられる。

図表6 経常利益BSIの推移(全産業)  
%ポイント



図表5 経常利益BSI (「増加」-「減少」・%ポイント)

業種	期		先行き
	平成29年1~3月期	平成29年4~6月期	
全産業	△26.2	△26.5	△21.6
製造業	△28.0	△26.1	△13.0
食料品	△50.0	△9.5	△23.8
木材・木製品	△50.0	△77.8	△22.2
窯業・土石	△11.1	△12.5	37.5
金属製品	60.0	△28.6	△28.6
一般機械	0.0	△40.0	0.0
電気機械	△33.4	14.3	0.0
その他	△33.4	△41.7	△25.0
非製造業	△25.2	△26.7	△25.9
建設業	△39.4	△24.1	△27.6
卸売業	△13.9	△28.2	△20.5
小売業	△37.2	△42.5	△37.5
運輸業	△66.7	△66.7	△83.3
サービス業	5.0	14.3	4.8

3 在庫・設備・資金繰り・雇用

(1) 製品・商品の在庫水準

① 現状

現状はプラス10・7と過剰感が弱まった(以下、図表7参照)。製造業、非製造業とも弱まり、窯業・土石は不足に転じた。

② 先行き見通し

先行きはプラス5・9と過剰感がさらに弱まる見通しである。製造業、非製造業とも弱まり、適正(0・0)は金属製品など4業種に増加するとみられる。

(2) 生産・営業用設備

① 現状

現状はマイナス2・9と不足感が弱まった。業種によりバラつきがみられ、建設業などが過剰となった一方、卸売業、サービス業は不足に転じた。

② 先行き見通し

先行きはマイナス5・4と不足感がやや強まる見通しである。製造業、非製造業とも強まり、そのうち窯業・土石と建設業は不足に転じるとみられる。

(3) 資金繰り

① 現状

現状はマイナス4・9と資金繰りが悪化した。製造業、非製造業ともマイナス幅が拡大し、プラス(楽)は2業種にとどまった。

② 先行き見通し

先行きはマイナス8・8とさらに悪化する見通しである。製造業は横ばいとなるが、非製造業は悪化するとみられる。

(4) 雇用人員

① 現状

現状はマイナス22・1と不足感が弱まった。運輸業など6業種で強まったものの、金属製品や一般機械、小売業の弱まりが目立ち、全体では小幅ながら不足感が弱まった。

② 先行き見通し

先行きはマイナス29・9と不足感が強まる見通しである。製造業、非製造業とも強まり、一般機械(0・0)を除く11業種でマイナスとなるなど全体では不足傾向が続くとみられる。

図表7 製品・商品在庫、生産・営業用設備、資金繰り、雇用人員BSI

(%・ポイント)

業種	製品・商品在庫BSI (「過剰-不足」)			生産・営業用設備BSI (「過剰」-「不足」)			資金繰りBSI (「楽」-「苦しい」)			雇用人員BSI (「過剰-不足」)		
	実績		先行き	実績		先行き	実績		先行き	最近		先行き
	平成29年4月調査	平成29年7月調査	今後3ヵ月間	平成29年4月調査	平成29年7月調査	今後3ヵ月間	平成29年4月調査	平成29年7月調査	今後3ヵ月間	平成29年4月調査	平成29年7月調査	今後3ヵ月間
全産業	15.1	10.7	5.9	△ 7.2	△ 2.9	△ 5.4	△ 3.1	△ 4.9	△ 8.8	△ 24.6	△ 22.1	△ 29.9
製造業	13.2	5.8	1.4	△ 8.8	△ 1.4	△ 5.8	△ 2.9	△ 7.2	△ 7.2	△ 19.1	△ 20.3	△ 23.2
食料品	5.0	9.5	4.8	△ 15.0	△ 14.3	△ 9.5	△ 15.0	△ 9.5	△ 4.8	△ 25.0	△ 33.3	△ 23.8
木材・木製品	66.7	11.1	22.2	16.7	22.2	11.1	△ 33.3	△ 44.4	△ 33.3	16.6	11.1	△ 11.1
窯業・土石	0.0	△ 12.5	△ 25.0	0.0	0.0	△ 12.5	33.3	25.0	37.5	△ 11.1	△ 25.0	△ 37.5
金属製品	20.0	14.3	0.0	△ 20.0	△ 14.3	△ 14.3	20.0	△ 14.3	△ 14.3	△ 60.0	28.6	△ 28.6
一般機械	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	△ 25.0	0.0	0.0
電気機械	11.1	0.0	0.0	△ 33.3	△ 14.3	△ 14.3	△ 11.1	0.0	△ 14.3	△ 22.2	△ 14.3	△ 14.3
その他	13.3	8.3	0.0	0.0	16.7	0.0	△ 6.7	0.0	△ 16.7	△ 13.3	△ 25.0	△ 33.3
非製造業	16.5	14.0	9.0	△ 6.3	△ 3.7	△ 5.2	△ 3.2	△ 3.7	△ 9.6	△ 27.6	△ 23.0	△ 33.3
建設業	-	-	-	△ 9.1	3.4	△ 3.4	12.2	10.3	0.0	△ 39.4	△ 27.6	△ 34.5
卸売業	11.1	12.8	7.7	0.0	△ 10.3	△ 10.3	△ 2.8	△ 5.1	△ 10.3	△ 19.4	△ 20.5	△ 35.9
小売業	25.7	20.0	12.5	△ 17.1	△ 2.5	△ 2.5	△ 8.6	△ 7.5	△ 12.5	△ 22.9	△ 5.0	△ 17.5
運輸業	-	-	-	33.3	0.0	0.0	△ 33.3	0.0	0.0	△ 33.4	△ 83.3	△ 83.3
サービス業	10.0	4.8	4.8	0.0	△ 4.8	△ 4.8	△ 15.0	△ 14.3	△ 19.0	△ 30.0	△ 38.1	△ 42.9

4 プレミアムフライデーの導入動向

今年2月から政府や経済界が提唱する「プレミアムフライデー」(以下、プレ金)が実施され、個人消費喚起のため「働き方改革」とも連携し、月末の金曜日は午後3時にまでに仕事を終え、早めに退社することが奨励されている。

当初は大企業を中心に早めの退社に取組む企業が増加したものの、導入の広がりには手詰まり感があるともいわれている。そこでプレ金の導入から6カ月が経過し、県内ではどのような状況となっているのかを調査した。

(1) 導入動向

プレ金を全社または企業内の一部で導入している県内企業は204社中5社(導入率2.5%)にとどまった(以下、図表8参照)。消費喚起の受け皿となる小売業、サービス業を除いた業種において低調で、県内にプレ金浸透していない結果となった。具体的な導入企業の内訳は製造業が2社(窯業・土石、電気

機械、各1社)、非製造業が3社(建設業1社、小売業2社)で、このうち実施当初後に導入した企業は2社にとどまり、県内企業への広がりには極めて限定的なものとなっている。

(2) 導入、未導入の理由

導入した理由には「長時間労働の是正」や「福利厚生充実」など働き方改革の趣旨に沿った回答がみられた一方、「親会社方針」として、自社とは別の意思決定による受動的な導入もみられた。

一方、導入していない199社のうち「導入を検討した」企業は11社に過ぎず、大半は検討すらしていない状況となった。

導入していない(できない)理由では「業務の特性上対応が困難」が53.8%と最多を占め、次いで「月末金曜」の導入が非現実的」が44.7%などとなった。「業務」や「設定日」を理由にプレ金を導入していない企業が多く、浸透に向けたハードルは相当高いとみられる。

(研究員 佐藤 和孝)

図表8 プレミアムフライデーの導入状況およびその理由等 (回答企業数: 204社)

	プレ金 導入企業数 導入率	導入の範囲		導入時期		導入する理由 (複数回答)			
		全社	社内の一部	当初から (2月)	途中から (3月以降)	長時間労働 の是正	福利厚生 の充実	親会社方針	その他
		全産業	5 2.5%	1 (20.0%)	4 (80.0%)	3 (60.0%)	2 (40.0%)	2 (40.0%)	2 (40.0%)
うち小売業、 サービス業を除く	3 2.1%	1 (33.3%)	2 (66.7%)	1 (33.3%)	2 (66.7%)	2 (66.7%)	1 (33.3%)	1 (33.3%)	0 (0.0%)
製造業	2 2.9%	1 (50.0%)	1 (50.0%)	1 (50.0%)	1 (50.0%)	1 (50.0%)	1 (50.0%)	1 (50.0%)	0 (0.0%)
非製造業	3 2.2%	0 (0.0%)	3 (100.0%)	2 (66.7%)	1 (33.3%)	1 (33.3%)	1 (33.3%)	0 (0.0%)	1 (33.3%)

	プレ金 未導入企業数 未導入率	導入検討の有無		導入していない、導入できない理由 (複数回答)						
		した	していない	業務の特性上 対応が困難	「月末金曜」 の導入が 非現実的	サービスの 提供側で 導入は不要	顧客の理解・ 協力が 得られない	業務への シワ寄せを 懸念	時間給勤務者 への対応 が困難	その他
		全産業	199 97.5%	11 (5.5%)	188 (94.5%)	107 (53.8%)	89 (44.7%)	63 (31.7%)	55 (27.6%)	24 (12.1%)
うち小売業、 サービス業を除く	140 97.9%	6 (4.3%)	134 (95.7%)	77 (55.0%)	67 (47.9%)	27 (19.3%)	43 (30.7%)	22 (15.7%)	12 (8.6%)	13 (9.3%)
製造業	67 97.1%	3 (4.5%)	64 (95.5%)	37 (55.2%)	31 (46.3%)	8 (11.9%)	20 (29.9%)	11 (16.4%)	6 (9.0%)	5 (7.5%)
非製造業	132 97.8%	8 (6.1%)	124 (93.9%)	70 (53.0%)	58 (43.9%)	55 (41.7%)	35 (26.5%)	13 (9.8%)	9 (6.8%)	12 (9.1%)

(注)：( ) 内は導入または未導入と回答した企業に対する各割合