

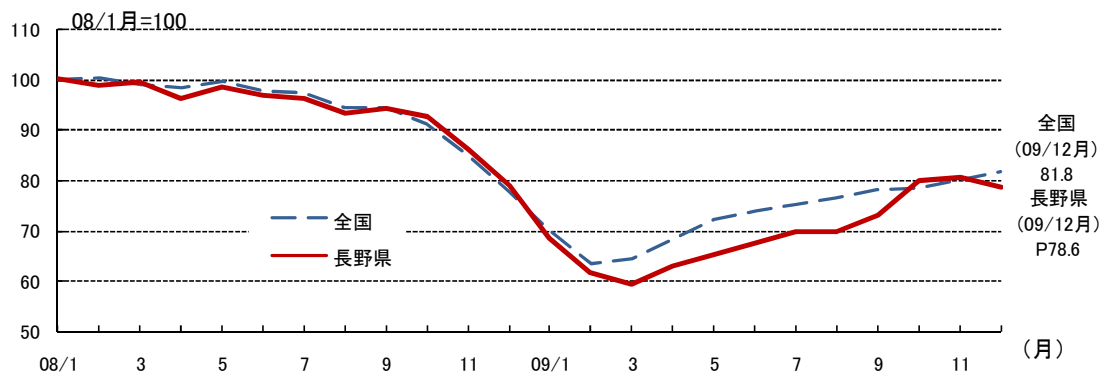
県内製造業の現状と今後の課題

1. 生産動向

県内製造業の生産は、業種によって水準にばらつきはあるものの、総じて持ち直し傾向。

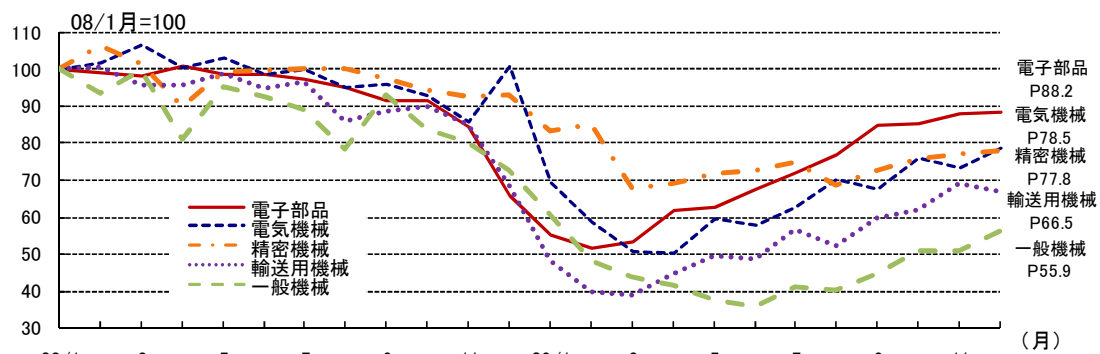
—— 持ち直しの動きがはっきりしているのは、IT関連等の電子部品、電気機械、輸送用機械など内外における自動車や家電製品の買い換え促進策の効果が波及している業種。また、一般機械についても、中国を中心とした新興国需要の増加を背景に漸く持ち直しに向けた動きがみられ始めている。

鉱工業生産指数(季節調整済)



(注) 08/1月を100として指数化。Pは速報
《資料出所》経済産業省、長野県「鉱工業生産指数」

長野県における主要業種の鉱工業生産指数(季節調整済)



(注) 08/1月を100として指数化。Pは速報
《資料出所》長野県「鉱工業生産指数」

今後についても、当面、国内におけるエコカー減税・補助金やエコポイント制度、中国における各種内需刺激策といった内外の政策効果のほか、中国をは

はじめとする新興国における需要の拡大等を背景として、緩やかな持ち直しが続くとみている先が多い。

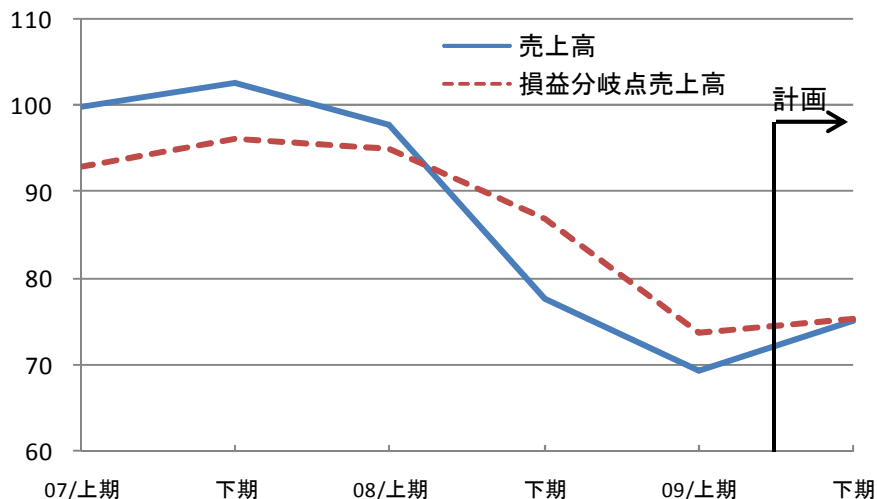
▽当面の生産見通し

A社 (電気機械)	デジタル家電や自動車等の需要が引き続き増加することから、生産は緩やかに回復していく見通し。
B社 (輸送用機械)	エコカー補助金の延長(10/3月末→9月末)に加え、新興国需要の拡大により、生産は緩やかに持ち直していく見通し。
C社 (一般機械)	国内での設備投資は弱いものの、中国を中心とする新興国での設備投資が回復していくことから、生産は低水準ながら緩やかに持ち直していく見通し。

2. 収益動向

県内製造業では、リーマンショック以降、売上高が大幅に落ち込む中、人件費の削減や設備投資の抑制などによるコスト圧縮を行うことで、損益分岐点売上高を2割程度引き下げた(07/上期売上高を100とした場合の損益分岐点売上高は07/上期に93であったが、09/上期には74まで低下)。09/下期には、生産の持ち直しにより売上高が増加する見込みにあるものの、それでも漸く損益分岐点売上高に達する水準であり、収益的には引き続き厳しい状況が続いている。

県内製造業における売上高と損益分岐点売上高

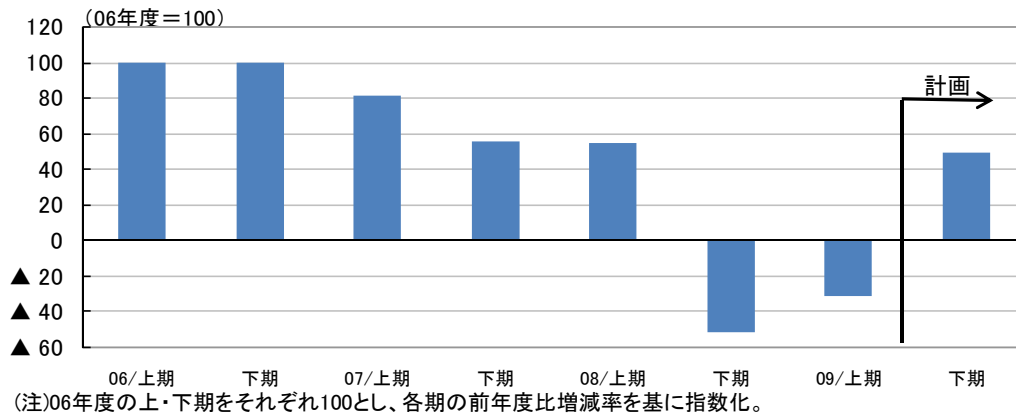


(注) 07/上期の売上高を100として売上高および損益分岐点売上高を個社ごとに指数化し、それを単純平均したもの。なお、損益分岐点売上高とは、損益がゼロとなる売上高のことで、この額より売上高が多ければ黒字に、少なければ赤字になるもの。ここでは、短観データをもとに次式により算出。

$$\begin{aligned} \text{損益分岐点売上高} &= \text{固定費} / \{1 - (\text{変動費} / \text{売上高})\} \\ \text{固定費} &= \text{人件費} + \text{減価償却費} + \text{金融費用} + \text{その他費用} \\ \text{変動費} &= \text{材料費} \end{aligned}$$

《資料出所》日本銀行松本支店「日銀短観(長野県分)」

県内製造業における上期・下期別の経常利益



《資料出所》日本銀行松本支店「日銀短観(長野県分)」

▽損益分岐点売上高引き下げの具体的な事例

D社 (電気機械)	派遣社員の削減や正社員の関係会社への出向等により、損益分岐点売上高を売上高ピーク時の7割程度まで引き下げ。売上はピーク時の7割弱までしか回復していないものの、何とか黒字を確保しつつある。
E社 (一般機械)	人件費の削減や設備投資の抑制・中止等により損益分岐点売上高を売上高ピーク時の7割弱まで引き下げ。もっとも、売上高は同半以下に過ぎないため、未だ黒字化には至っていない。

先行きの収益動向については、生産の緩やかな持ち直しを背景として、基本的には徐々に回復していくものとみられる。しかしながら、足もとにおける景気の持ち直しの動きは、未だ内外の政策効果に支えられている面が大きく、自律的なものとは言えない状況にある中で、そうした政策効果が剥落した場合の影響を懸念する声が聞かれている。また、中国を中心とした新興国との競争激化による価格低下や、為替円高といった収益の下振れリスクも指摘されており、先行き収益については、引き続き慎重な見方を示す先が多い。

▽先行き収益に対する具体的な懸念材料

F社 (電気機械)	これまでの生産持ち直しに対する自動車向け製品の寄与を踏まえると、政策効果剥落の影響を単純に計算した場合、売上が5%程度減少する。
G社 (輸送用機械)	これまでの自動車需要の増加は政策効果に支えられている面が大きく、エコカー補助金が終了した場合の影響を単純に計算すると、売上が15%程度減少する可能性がある。

H社 (電気機械)	技術力が向上した中国現地メーカーの台頭による競争激化を懸念。汎用品については、既に当社と同レベルの製品を生産する企業も出てきており、多くの製品分野で脅威になるのは時間の問題。市場のパイを奪われるのみならず、激しい価格競争に巻き込まれる可能性が高いとみている。
I社 (一般機械)	中国メーカーが機能的には当社と同水準の製品を作れるようになったため、競合先として台頭してきている。そのため、販売数量を確保するためには価格を引き下げざるを得ない状況。先行き、こうした傾向がさらに強まることを懸念。
J社 (電気機械)	09/下期の想定為替レートは90円。当社は輸出割合が7割と高く、仮に1ドル=85円以上の円高になると、赤字になる計算。

3. 収益力強化に向けた取り組みと今後の課題

県内製造業は、政策効果等を背景に生産が総じて持ち直し傾向にあるものの、収益面では未だ厳しい状況が続いており、先行きの収益についても前述した各種下振れリスクを懸念しているのが実情。こうした状況の下、製造業では、人員削減や給与カットによる人件費等のコスト削減に加え、中期的な収益力の向上を図るため、①海外への生産シフトや、②販路拡大、③新分野への進出などに取り組む動きが広がっている。

—— 新分野への進出については、環境・省エネ分野に対する新規参入の動きが続いているほか、医療分野への参入を模索する動きもみられ始めている。

① 中国を中心とした海外への生産シフト

K社 (電気機械)	現地生産によるコスト削減を企図して、中国向けの汎用製品の生産は現地の日系メーカーへの委託生産にシフトする計画。
L社 (一般機械)	コスト削減を企図して、09年から中国工場での生産を開始。今後は、中国での販売分は極力現地で生産する方針。

② 販売子会社の設立や現地ニーズに応じたサービスの充実などによる海外での販路拡大

M社 (電気機械)	中国での営業を強化するため、09年に現地販売子会社を設立。部品の内製化を進めるほか、現地ニーズを踏まえつつ機能を絞るなどにより、販売価格を抑えた低価格製品を販売する予定。
N社 (一般機械)	台湾に代理店を新設。海外ではこれまで日系メーカーを中心に営業してきたが、今後は地元メーカーも含め、販路を拡大していく方針。
O社 (電気機械)	既に中国向け製品の輸出を行っているが、更なる販売の強化を目指して、現地ニーズに応じたアフターサービス事業に着手。

③ 新分野への進出

P社 (一般機械)	半導体製造装置の製造技術を活かして、太陽光関連分野に進出。既に国内外から受注を獲得。
Q社 (精密機械)	これまで培ってきた精密部品の製造ノウハウを活用し、医療機器向け機械を開発。中期的には自動車や電子機器分野への応用も検討。
R社 (電気機械)	電気自動車向け電力制御デバイスの技術実績を活かして、太陽光発電を主電源とする充電システムを開発。

もっとも、こうした施策により、収益面で効果が出始めるには相応の時間を要するものと思われる。県内製造業においては、以下の点にも留意しつつ、引き続き自社の強みを活かしながら技術力や営業力・販売力を粘り強く強化することで、新興国市場や環境分野等の市場の成長を取り込んでいくことを期待したい。

① 海外への生産シフト等の進捗に伴う国内拠点の役割の明確化

中国を中心とした海外への生産シフトや販路拡大の動きが広がっている中、今後、国内拠点の役割をどう位置付けていくのかを明確化していくことが求められる。内外の需要、顧客ニーズの変化を肌理細かくウォッチし、それらのニーズに柔軟に対応しつつ、自社の経営資源を最大限に有効活用することが重要である。

② 企業間連携等の強化

更なる技術力の向上や、経営効率のアップを図るために企業間連携をより強化することが求められる。既に新興国等で営業を展開している企業と連携することで、販路拡大への足掛かりとすることも考えられる。また、M&Aの活用により、技術力の向上、販路の拡大を目指すことも有用と思われる。

③ 金融機関との連携強化

研究開発や新しい販路の開拓等、収益力強化に向けた取り組みを推し進めるためには追加的な金融支援が必要となるケースが少なくない。金融機関との連携を従来以上に深め、経営基盤強化に向けて二人三脚で取り組んでいくことが望まれる。また、金融機関によるビジネスマッチング等を企業間連携の構築や販路拡大の機会として活用することも有用と思われる。

以 上