

再生と「企業家社会」への道

第二部 日本経済の再生と中小企業の役割

前号に引き続き、二〇〇三年版中小企業白書の概要をご紹介します。

第一部では、低迷を続ける経済情勢の下、中小企業が置かれていく厳しい状況について様々な角度から分析を行いました。それを受け第二部では、我が国の経済発展における中小企業の役割を再確認

するとともに、経済再生の担い手として今後に向けた期待を表すものとなっております。

本稿では、第二部「日本経済の再生と中小企業の役割」のポイントについてご紹介いたします。

第一章 我が国経済における中小企業の地位と

経済再生に果たす役割

長期的に見た中小企業の日本経済における地位とその背景としての中小企業の「強み」

一九六〇年～二〇〇〇年の間に、実質国民総生産は約十二倍、製造業出荷額は約二十倍に拡大し、我が国経済は量的・質的に大きく変化している。

しかし、このような経済環境の激変にもかかわらず、中小製造業の付加価値額、シェアや従業者数、シェアは極めて安定的に推移しており、四十年間の長期にわたって、中小企業が我が国の経済発展に大きく寄与し続けてきたことがわかる。

このような中小企業の存立分野は、軽工業分野や金属製品等の資本集約度が低く、多品種少量で、需要変動の激しい分野にある。さらに、取り組む

製品・サービスのライフサイクルは、従業者規模が小さい企業ほど短く、約六八%の中小企業が同じ中小企業を競合先として認識している。

このように、中小企業はその特性である柔軟性・機動性を発揮し、多品種少量分野を主な舞台として独自の活動を続け、大量生産等規模の経済性が発揮できる分野で活躍する大企業との「棲み分け」を行っていると言える。

中小企業のダイナミズム

企業規模ごとの棲み分けは、中小企業が多品種少量分野に一定規模で留まり続けることを意味するわけではない。中小企業は新製品開発等を通じて成長を実現しており、且つ、大企業に比べて成長する割合が大きい。実際、中小企業は、その成長過程での新製品開発等を通じて、シュレッダー等、多くのイノベーションを提供してきた。

また、成長する中小企業には、経営面で 同族

企業から非同族企業への脱皮等により外部人材を活用している、自らの対面する市場にあった水準の技術を洗練化している等の特徴が見られる。

このような「強み」を持った中小企業は、イノベーションの創出、雇用の創造等を通じて日本経済再生の担い手となる存在であり、今後ともその活躍が期待される。

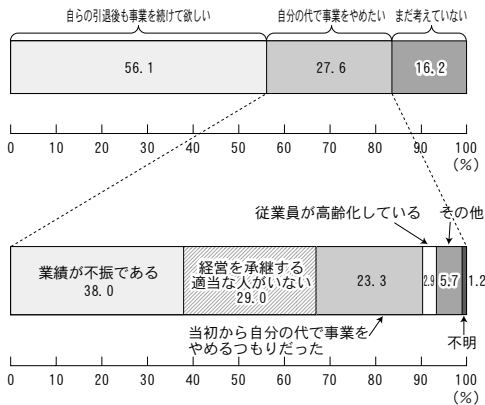
第二章 参入の活性化と円滑な退出、再生・再起

我が国の開業の動向と開業率低下の要因

日本経済再生のための重要課題の一つに、市場参入の円滑化、開業の促進がある。しかし、開業率は一九八〇年代以降、長期的に低下傾向にあり、最新の統計を見ても依然低迷している。とはいえ、業種によって開業率は大きく異なっており、情報化・高齢化、リサイクル問題といった分野では、直近においても極めて高い開業率を示している。

事業継続意思と事業継続を希望しない理由

～約3割の経営者が自分の代での廃業を考えており、その理由として業績不振が多数を占める～



資料：(財)中小企業総合研究機構「事業承継に関する実態調査」(2002年)
 (注)事業承継にあたっての問題点を把握するために、大田区と東京都大東市の約10,000企業(製造業)を対象として行ったアンケート調査(2002年12月実施)

開業率低迷の要因として、開業することと被雇用者でいることとの経済的不均衡に引き合わない状況にある点が指摘できる。但し、創業希望者は、九七年時点で二百二十四万人存在するなど、長期的にも底堅く推移しており、若年層ほど多くなっている。しかし、創業実現率は若年層ほど低く、特に資金調達、技術・専門知識の不足等が制约となっている。これらの解消を図ることが創業活性化のためには必要といえる。

我が国の廃業の動向

長引く経済停滞等の中、廃業率が開業率を上回る水準で推移しており、自営業者数も大きく減少している。この背景の一つとして、廃業を希望する経営者が多数存在し、自らの代で廃業を考えている経営者の多くが、業績不振を理由として上げて

いる。だが、廃業を希望しても経営状態の悪化が深刻になった場合、不本意に事業を継続せざるを得ない経営者も少なくない。こうした状態はかえって傷を深くすることにも繋がることから、事態を回避するためにも円滑に市場から退出し、機会をみて再挑戦ができる環境整備が重要となる。

倒産と再起の実態

事業継続意思を持ちながら、強制的に市場から退出させられる企業も多数存在する。倒産企業の特徴を見ると、経営危機を感じた際に一時的な資金繰り解決に走る傾向が強く、同様の危機を感じた際に、収益体質の改善に取組んだ企業が生存し続けていることと大きな差がある。

また、倒産経験者の中でも、少なくない数の経営者が事業再挑戦への意思を有しているが、経済的・非経済的コストを多く負担しているため、起業の際、倒産経験者特有の困難も存在する。現在、こうした再起業希望者に対し、様々な制度・環境の整備が進められているが、重要なのは周囲の理解と協力である。そのためにも経営者は、倒産時に周囲への影響を極力回避する形での対応をすることが必要であり、制度面では意欲と適切な事業計画を持つ再起業志望者に対し、必要な資金供給が行われる環境の整備が望まれる。

第二章 金融環境変化の中での中小企業の資金調達

中小企業金融の状況

中小企業の資金調達をみると、大企業に比べ借入金依存の割合が高い反面、小規模の企業ほど

希望額が借りられず、金利条件も厳しくなるという特徴がある。また、大部分の中小企業では担保及び保証を提供しているのが現状である。こうした背景には、中小企業金融の「情報の非対称性」の問題が存在していると考えられる。

金融機関の合併や経営統合により組織が大きくなることで、中小企業と金融機関の決裁権者との距離が遠くなり、「情報の非対称性」の問題が大きくなる。よって短期的には中小企業の資金調達に不利な影響を与える。

資金調達の円滑化に向けた中小企業側の課題
 中小企業において、借入資金の確保のために重要なことは、積極的な企業情報の公開や長期継続的取引等、金融機関とのリレーションシップ構築により、財務に現れない企業の情報が銀行に伝わる関係を醸成することと考えられる。自主的に企業情報を提出する企業は、申込額どおりに借入を行い易く、金利引き上げを受けにくくなる等、企業側の努力により「情報の非対称性」の問題を小さくすることができる。

また、取引先金融機関の多角化を図ることも重要である。複数の金融機関との取引は、メインバンクへの交渉力強化にも繋がる。さらに、銀行以外の資金調達手段についても、メリット・デメリットを勘案した上で、積極的に活用することも円滑な資金調達のためには必要と考えられる。

中小企業金融の円滑化に向けた金融機関側の課題

「情報の非対称性」の存在は、金融機関にとって中小企業向け貸出を推進する際の大きな障害と

なる。そこで金融機関側の対応としては、審査能力の向上やリレーションシップの再評価、新しい金融手法の開発等が考えられる。

現在、金融機関は、事業評価よりも、財務状況や保証等を重視する傾向にあるが、経常赤字や債務超過にあっても、経営努力により数年後には黒字化の達成や債務超過の解消を成し遂げる企業も多いことから、金融機関としては、財務に表れない経営能力等を見抜く力の向上が必要である。

第四章 事業連携による経営革新

垂直連携ネットワーク

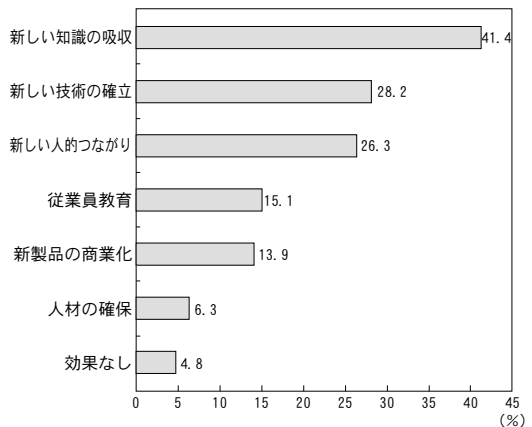
日本経済再生には、中小企業の経営革新への取組が重要である。従来、中小企業ネットワークの代表であった「垂直連携（下請関係）」は、そのメリットを「仕量の安定」から「取引のリスクがないこと」等へ変化しつつある。そのような中でも、下請中小企業は高付加価値製品開発やコストダウンへの取組を重視しており、取組を行う企業ほど高いパフォーマンスを示している。

しかし、もともと経営資源に乏しい下請企業にとって、自社単独での、このような経営革新への取組は困難な場合もある。また、下請企業は取引先が少数であることから、相対的に多様な技術知識に触れる機会が少ないため、取引先を増やしたり、異業種交流活動を行う等、積極的に情報の収集に努めることが重要といえる。

水平連携ネットワーク

相対的に経営資源に乏しい中小企業では、企業

産学連携に取り組んだことによる効果（製造業・中小企業）
～製品の商業化よりも、知識の吸収という点で産学連携の効果は大きい～



資料：中小企業庁「経営戦略に関する実態調査」（2002年11月）

間の共同開発や産学官連携などの事業連携活動への取組により、自社に不足する経営資源を補うことが経営革新への取組として重要になる。

事業連携活動には、多くの形態・内容が存在し、その活動内容や目的によって異なる効果が見られる。また、このような事業連携活動の苗床としての異業種交流活動は、規模が小さく、営業利益率が低い企業でも、積極的に事業連携活動の相手探しを行える場となっている可能性が高い。

しかし、単に連携活動に参加しているという意識では、何の効果も上がらないため、自らが目的意識を持ち、積極的に取り組むことが重要である。

一方、産学官連携活動も中小企業にとって重要であるが、規模の小さい企業の方が、売上高増加

の効果がより出やすい反面、取組は遅れているという「ねじれ現象」が起こっている。そこで、こうした層の企業の積極的な取組を促進するために、行政・大学等による「人的ネットワーク」形成の環境整備を行うことも必要だと考えられる。

第五章 まとめ

過去、中小企業が日本経済の基盤を支える役割を果たしてきたように、日本経済が再生を果たすためにも中小企業が「強み」を発揮することが必要である。元来、中小企業はダイナミズムに富む存在であり、僅かの期間で急変身を遂げる力を持っている。

しかしながら、それは全ての中小企業が自然に成し遂げることができるものではない。これまで述べてきた通り、本業における地道な経営努力を行うことが、生き残り、成長する道である。そして、このような活力と意欲に溢れた中小企業が多数、活躍する経済「企業家社会」が日本経済再生に繋がっていくのだと考えられる。

企業経営において、「倒産は終り」ではない。日本経済も現在は極めて厳しい状況にあるが、決してこれは終りの始まりではない。財政赤字、貿易赤字の「双子の赤字」に悩まされた七〇年代のアメリカ力は九〇年代以降、見事な復活を遂げている。それをみると、我が国にも再生の途は十分に存在する。悲観論に陥らずに、経済構造改革を着実に進め、日本経済の再生を実現して行かなければならない。

全国大会要望事項決定

関東甲信越静ブロック中央会会長会議

関東甲信越静ブロック中央会会長会議が、去る七月十七日、千葉県において開催されました。

同会議では、各都県から提出された中小企業対策に関する要望をもとに、来る十月三十日、東京都で開催される第五十五回全国大会に向け、関東甲信越静ブロック中央会としての要望事項がとりまとめられました。

本稿では、要望事項の要旨についてご紹介いたします。

総 合

1 デフレ不況が続く中、景気回復の実現に向けて、その牽引車となるべき中小企業の活力を引き出すため、財政のみならず、金融、税制改革などを有機的に結合し、補正予算も視野に入れたデフレ対策を含む機動的かつ大胆な景気対策を強力に推進すること。

2 平成十六年度の予算編成に当たっては、経営革新や創業・新事業の展開に積極的に取り組み、発展基盤の形成・強化を図ろうとする中小企業への強力な支援をはじめ、中小企業施策の抜本的な強化のための中小企業対策予算の大幅な増額を図ること。

3 中小企業への官公需発注を増大するため、地方公共団体等発注機関に対する官公需施策の周知徹底と「国等の契約の方針」の実効を確保するとともに、官公需適格組合の優先活用を図ること。また、次の措置を講ずること。

地元中小企業者への優先発注と分離・分割発注の促進を図ること。

組合随意契約制度を「工事施工、物品製造、役務提供」にも適用すること。

地方公共団体は、国と同様の官公需施策を講ずること。また、国はこれを強力に要請すること。

1 「経済産業大臣を中小企業担当と位置づけ、中小企業施策が国の最重要課題であることを明

確にすること。」を要望前文に盛り込むこと。
2 全国大会を中央会の位置づけと事業予算の確保のための決起大会とすること。

組 織

1 中小企業の創業・新事業展開や経営革新等を支援する中小企業連携組織対策事業の充実強化を図るため、十分な予算を確保すること。

また、国は、一般財源化された中小企業団体中央会の人件費が削減されぬよう、地方交付税面での所要の手当等に万全を期するとともに、県においても中小企業連携組織専門支援機関としての中央会の指導体制の整備・強化、事業の円滑な実施等について特段の配慮を行うこと。

2 中小企業組合が、時代の変化に対応した展開ができるよう、次の改正と運用の弾力化を図ること。

認可行政庁は、組合員の多数を占める業種を所管する行政庁が、都道府県に一元化すること。

組合制度の社会的信頼性を高めるために、設立認可基準等に新たな規則を設けること。

循環型社会の構築・安全対策など、社会的要請の強い問題や中小企業経営革新支援法に基づく経営基盤強化計画の策定については、業界単位での対応が極めて効果的であることから、商工組合等によるこれらの取り組みに対し、積極的な支援策を講ずること。

高度化

中小企業総合事業団による高度化融資については、新規借入分に限定されている低減金利の年一〇五%を既往借入組合にも適用すること。

また、金利の引下げ、無利子制度の拡充、償還期限の延長、返済の猶予等の措置を講ずるとともに、借入れ手続きの簡素化、迅速化を図ること。

金融

1 中小企業の信用保証需要の拡大に対応できるよう、中小企業総合事業団の保険準備基金、融資基金並びに信用保証協会の基金補助金を増額し、保証枠の拡大、信用保証補填率の引上げ、保険料・保証料の引下げ、無担保保証限度額の拡大、創業者・新業態への支援等、信用補完制度を拡充強化すること。

2 信用組合が経営の健全性を確保し、引き続き中小企業と地域社会の負託に因るため、地方公共団体等による資本金増強支援と低利預託金の増額など、信用基盤の確立と預金保険制度とは別途の保護策を講ずること。

3 中小企業の資金需要に因るため、商工中金をはじめとする政府系中小企業金融機関に対して、政府出資の大幅増額により十分な貸出資金量を確保し、現状レベルでの民業補充機能を今後とも堅持するとともに、貸付枠の拡大、金利の引下げ、返済期間の延長（返済途中での償還猶予期間の創設）、無担保貸付制度の拡大、繰上

償還による期限の利益損失による手数料負担の是正など、融資制度の拡充強化を図ること。

4 中小企業の資金調達に支障が生じないよう、民間金融機関の貸し渋りや貸し剥し、行き過ぎた選別融資等の抑制指導の強化を図るとともに、従来からの担保主義・保証主義からの脱却を図り、やる気と能力のある企業の経営力・知的財産権や機械・在庫等を融資判断材料とするなど、金融機関の審査能力の向上や柔軟な運用に対する指導監督を強化すること。

環境・安全

1 国は、地方公共団体等による産業廃棄物の最終処分場を始めとする廃棄物処理施設の設置・確保を強力に支援するとともに、中小企業が共同で取り組む廃棄物の減量化・リサイクル施設等の設置に対する支援策を拡充すること。

2 中小企業が地球環境保護や安全・エネルギー対策等の社会的課題に円滑に対応できるよう、ISO-14000シリーズの取得、環境負荷低減のための技術開発、リサイクルシステムの構築などに対する支援策（予算・金融・税制・技術・情報）を拡充強化すること。また、廃棄物と再生資源の区分の見直しやグリーン製品市場の拡大など、環境産業の育成を図ること。

3 産業廃棄物処理事業及び産業廃棄物処理施設設置に係る認可要件や手続きの見直しを行い、簡素化を図ること。また、事業協同組合等が市町村から委託を受け、一般廃棄物の収集・運搬業

務を共同受注する場合、通常の共同受注事業同様に組合員への配分が可能ならにすること。

税制

1 景気を減退させ、購買意欲を損なう消費税率の引き上げは、絶対に行わないこと。また、次の措置を講ずること。

消費税の中小企業者特例措置等の見直しにともなう納税・記帳実務などについては、中小企業者とりわけ小規模零細事業者の取引実態に配慮し、過大な負担とならないよう、きめ細かい支援を行うこと。

総額表示にともない、消費税分の価格転嫁がスムーズに行われるような政策措置を講ずること。

消費税の中小企業者特例措置は、今後とも維持・存続を図ること。

2 中小企業の事業承継の円滑化を図るため、次の措置を講ずること。

中小会社の取引相場のない株式等に係る評価方法の改善を図ること。

3 個人事業用資産の後継者への譲渡について、生前相続特例制度（贈与税の相続時まで納税の繰延べ）を創設すること。

4 固定資産税について、土地の評価方法の見直し、免税点の引上げ、税率の軽減、特例措置の拡大・創設等により、中小企業の税負担を軽減すること。

5 法人税について、中小法人の軽減税率適用所

得金額を大幅（二、〇〇〇万円）に引き上げること。

5 企業組合は普通法人として法人税が課税されているが、中小企業組合の趣旨及び創業支援等の観点から事業協同組合等と同様の法人税率を適用すること。

6 自動車関連税制は多岐にわたり、中小企業にとつてその負担は大きい。昨今、道路建設や整備に係る公共工事の減少に伴い、道路特定財源の一般財源化論議がなされているが、税目の性格及び税徴収の目的を無視した暴論であり、この際、道路特定財源を整理・縮小すること。

流通

1 中小企業の振興を図るため、次の措置を講ずること。

中小企業の振興を図るため、地方自治体は、「まちづくり三法」の趣旨を踏まえた「まちづくり条例・要綱」の制定、公共施設の設定、市街地におけるベンチャー企業の育成等、地域の実情にあった多様で個性ある魅力的な街づくりに積極的に取り組むこと。

中心市街地及び商店街等商業集積の活性化を図るため、ITを活用した多機能カド、バーチャルモール事業等に取り込む商店街組合等に対し、総合的な支援策を強力に推進するとともに、経営コンサルタントの長期派遣など、個店の経営力の強化に向けた支援を一層充実すること。

また、商店街の魅力づくりのためには街づくり及び消費者の視点に立った「あるべき街・店」のビジョンづくりが必要であり、商店街と店舗が共有のコンセプトに基づく集積づくりに取り組むための支援充実を図ること。

中心市街地に大型空き店舗が増加しており、地域の魅力及び集客力に深刻な影響を与えている。大型空き店舗を有効活用するためには、地元事業者だけの力では困難であり、都市経営の見地から地元市町村が事業主体となつて当該商業集積地の整備改善を推進する事業を創設するなど、空き店舗対策の一層の拡充強化を図ること。

2 大規模小売事業者等が行う不当販売、差別的対価、不当表示、優越的地位の濫用等の不公正な取引に対し、公正取引委員会は監視指導を強化し、厳正・迅速に対処すること。また、競争制限的行為により、中小企業の電子商取引への新規参入が不当に阻害されることがないようにすること。

3 中小卸売業が、流通構造の変化に的確かつ迅速に対応できるよう、ITの活用による店づくり・情報・マーケティングなどリテール・サポートの強化、情報マッチング機能の強化、共同化による物流の効率化など、経営革新への取組みに対する支援を強化すること。

1 中小企業雇用対策の充実強化を図るため、次

労働

の措置を講ずること。

パートタイム労働者に対する所得税等の非課税限度額の大幅な（年一五〇万円）引き上げと、これに連動する社会保険の適用年収基準の引き上げを行うこと。

また、パートタイム労働者の均衡処遇のためのガイドラインの策定等については、中小企業の人事・労務管理を阻害することのないよう、その必要性を含め、十分かつ慎重に協議・検討すること。

「中小企業労働力確保法」等に基づいて実施されている各種支援策（助成金、融資等）については、中小企業が負担なく制度利用ができるよう、申請手続き等の簡素化、利用条件の緩和及び指導員派遣等の措置を講ずること。また、労働施策の実施にあたっては、国庫負担等を引き上げるとともに、雇用創出に関する各種助成金事業等の見直しを行い、不要不急の事業を廃止するなど、効果的な事業執行に努めること。

2 最低賃金制度については、産業別最低賃金を廃止するとともに、地域別最低賃金についても、経済状況及び中小企業の経営実態等を十分配慮して運用すること。

3 雇用保険制度及び社会保険制度等の公的保険については、中小企業の経営実態を十分考慮し、事業主負担の増加になるような保険料のアップは絶対に行わないとともに、社会保障全体の枠組みの中で、制度の抜本的な見直しを行うこと。

「ぐんまにぎわいプラン」の概要

〜二〇〇万県民が創造する群馬の観光〜

県では、県民と行政の協働により様々な観光資源の連携を図り、本県全体が広がりを持った観光地として活性化していくことを目標に、「ぐんまにぎわいプラン」を策定しました。同計画では、「二百万県民が創造する群馬の観光」といった中心テーマの実現を図るため、三つの「大きな目標」と七つの「具体的な目標」を掲げるとともに、行政・市町村・県民それぞれ役割が明記されています。本稿では、その概要についてご紹介いたします。

観光について考える

第一節 群馬の観光の現状と課題

現在は「明治維新」、「戦後の改革」に続く「第三の改革期」と言われ、様々な分野で大きな転換を迎えようとしている。それは観光においても例外ではない。

ここ数十年の景気の低迷は観光の「安・近・短」と「高・遠・長」の二極分化の傾向を強め、首都圏からのアクセスに恵まれている本県は「安・近・短」のメリットを享受できる場所に位置し、本県観光の振興に追い風として働いていると思われる。

その一方、観光のグローバル化、高齢化、価値観やレジャーの多様化といった状況から、従来どおりの観光では人々は満足できなくなっている。人々の需要や状況に対応した、きめ細かいサービスやメニューの呈示が求められるの同時に、そ

れを積極的に発信していくことが求められている。

また、自然に対する人々の欲求の高まりや余暇時間の増大は、新しい形態での観光を生み出しつつある。特に農作業や森林ボランティアなどといった「体験型」、あるいは「時間消費型」の観光を求める傾向が強まるといえる。

以上により、二十一世紀を迎えた今日においては、観光においても大きな変革の波が押し寄せており、本県においてもそれは例外ではなく、観光の「構造改革」が求められているといえる。

第二節 観光振興の意義

1. 地域づくりと交流の観点から

地域には大小様々な観光資源が存在している。これらはダイヤの原石のようなものであり、地域の人々が「愛郷心」を持って掘り起こし、磨くことで「地域の誇り」として光り輝くようになる。これらを自らの地域のものとして整備し、宣伝

することにより、その地域には多くの人々が訪れ他の地域との交流が盛んになる可能性が生まれる。そうなると、その観光資源を整備、宣伝してきた人のやり甲斐に込めることになり、そのような人はより一層の意欲を持って地域を良くすることに力を注ぐだろう。それにより地域の観光資源はより一層光り輝くことになる。こうしたいわば「良い循環」が発生することにより、その地域はますます活性化していくことになる。

県内にあるそれぞれの地域がこのような「良い循環」を発生させ、お互いに切磋琢磨したり、あるいは連携させたり結合させたりすることにより、その地域が属する市町村、ひいては群馬県全体が活性化し、光り輝くことに繋がっていく。

2. 経済波及効果の観点から

観光産業と一口に言っても、その内容は多岐にわたる。旅行する時のことを考えてみると、交通費、宿泊費、食事代、各種施設の入場料、土産物代など、様々な分野に影響する支出を行っていることがわかる。これらが間接的に関わっている産業のことを考えれば、観光振興が本県経済に大きな波及効果を及ぼすことが容易に想像できる。

平成七年の群馬県の産業構造において、観光に対する総需要額は約二、五九〇億円と推計される。これは群馬県の産業全体の生産額の一・六%を占め、規模的には農業生産とほぼ同規模になる。

観光がもたらす経済効果を見てみると、例えば九五年時点において他県から本県に来た宿泊客数は約七百万人だが、この宿泊客数が倍になると想

定すると、これにより新たに約一、一〇一億円の一次需要が発生し、それに伴う生産誘発の約一、六六八億円を加えると、約二、七六九億円の新規需要が生じることになる。これは県内総生産を約三・六％増加させる規模の額であり、同時に約一万三千人の新規雇用が発生することになる。

また、観光業の生産誘発倍率もおよそ一・三五倍と大きなものとなり、更に宿泊施設において県内産の農産物を使ったり、土産品の原材料を県産品にすることなどで、より大きな生産誘発効果を期待することができる。

すなわち、観光を狭い分野で捉えるのではなくもつと広範な観点で捉えることが、より大きな経済効果を生み出すきっかけになると言える。

未来の観光振興に向けて

第一章で見たように、観光が地域の活性化に果たす役割は非常に大きい。その一方、観光そのものは時代の転換点に直面していると言える。

これからの観光振興を考える上で、観光の概念を従来より広げることが必要不可欠であり、そのためには、今まで「点」として存在していた情報や資源、あるいは人や市町村をネットワークで結び、「線」的に展開したり、「面」的に奥行きを持たせていくことで、県を全体として魅力あるものにして行くことが求められる。

この実現のためには、二百万県民が一致団結して群馬の観光を創造していくことが必要であり、このプランでは、二百万県民が創造する群馬の観

光」を目指すべき目標として掲げる。

1 群馬へいざなう

群馬を「発信」する

・群馬の魅力の世界に向けて発信する

・群馬の魅力を全国に向けて発信する

・群馬へ「呼ぶ」

・本県へのアクセスを向上させる

・観光地・観光施設へのアクセスを向上させる

・地域の観光をアクセス面から支援する

2 群馬で楽しむ

群馬で「憩う」

・群馬の豊かな自然と触れあえる機会を提供する

・群馬の景観を美しいものとする

・群馬で憩いの時間を過ごしてもらおう

群馬で「学ぶ」

・群馬の歴史的財産と触れあえる機会を提供する

・群馬の多様な農林業・農山村を体験する機会を提供する

・群馬の優れた芸術・文化と触れあえる機会を提供する

・群馬の伝統産業や伝統工芸を知ってもらおう

群馬で「買う」

・群馬の都市観光を推進する

・群馬の県産品を振興する

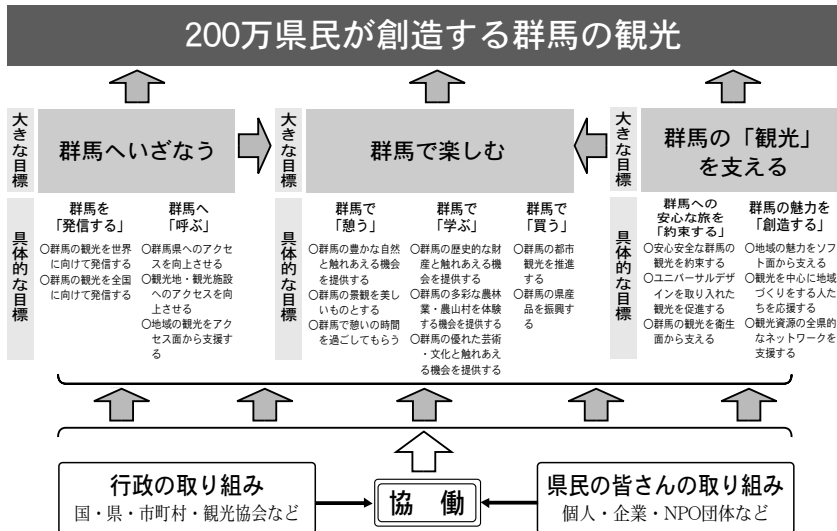
3 群馬の「観光」を支える

群馬への安心な旅を「約束する」

・安全安心な群馬の観光を約束する

・ユニバーサルデザインを取り入れた観光を促進する

200万県民が創造する群馬の観光









群馬の観光を衛生面から支援する
 群馬の魅力「創造する」
 地域の魅力の創出や再発見をソフト面から支援する
 観光を中心地域づくりをする人達を応援する
 観光資源の全体的なネットワーク化を支援する

平成15年4月 - 6月期

県内中小企業(製造業)景況動向

本会調査結果概要

| 14.4 - 6 | 14.7 - 9 | 14.10 - 12 | 15.1 - 3 | 15.4 - 6 | 来期見通し |
|---|---|---|---|--|---|
|  |  |  |  |  |  |
| (DI平均値 46.5) | (38.8) | (25.8) | (26.8) | (24.1) | (26.1) |

概況

売上高と収益性を合わせたDI平均値(前年同期比)は、一四・一で、前回(平成一五年一 - 三ヶ月)の二六・八から二・七ポイント上昇し、二〇台にて推移している。一方、来期見通しでは、二六・一と再び二・〇ポイント下降するものの、二〇台にて推移する見通しとなっている。

売上高DI(前年同期比)は、前回の二一・九から二・九ポイント上昇して、一九・〇となり、一〇台へと転じた。また、来期見通しでは二一・〇と再び二・〇ポイント下降、再び二〇台となる見通しとなっている。

収益性DI(前年同期比)は、前回の三一・六から二・四ポイント上昇し、二九・二となり、二〇台に転じている。一方、来期見通しにおいては三一・二と二・〇ポイント下降し、再び三〇台となる見通しとなっている。

業況(前年同期比)については、好転したとする企業が三三・八%、悪化が三七・八%でDIは二四・〇となり、前回の二四・八から〇・八ポイント上昇した。一方、来期見通しでは二六・二と二・二ポイント下降するものの、二〇台にて推移する見通し

となっている。

原材料価格DI(前期比)は、前回の二二・〇から六・四へと下降したものの、プラス域にて推移している。一方、販売価格DI(前期比)については、前回の二七・七から二〇・四へと二・七ポイント下降し、水面下での一進一退が続いている。

資金繰りDI(前期比)は、前回の二二・九から七・〇ポイント上昇して、一六・九となり、一〇台へと転じている。また、金融機関の態度DI(前期比)については、一四・四と前回の二一・四から〇・四ポイント上昇している。

設備投資実施率は一六・一%で前回の一九・六%から三・五ポイント下降し、一〇%台半ばの低調な実施率となった。業種別で見ると二〇%を上回ったのは木材・木製品(二〇・〇%)、機械・機器(三〇・六%)、プラスチック製品(三三・三%)の三業種となっている。尚、目的別では増産が三八・九%とトップとなっている。

業種別での売上高・収益性DI平均値(前年同期比)で見ると、プラスチック製品で二一・一とプラスの他は、食料品 三四・四、繊維・同製品 四四・一、木材・木製品 二〇・〇、紙

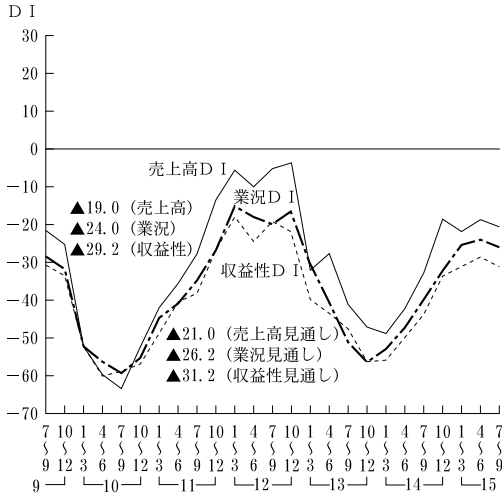
加工品 三三・七、窯業・土石製品 四五・四、金属・同製品 七・六、機械・機器 二一・一とマイナスになっている。一方、来期見通しでは全業種ともマイナとなり、窯業・土石製品では五四・五と大幅なマイナスになる見通しとなっている。

景況天気図でみると、全体では三期連続の「小雨」模様となり、来期見通しでも「小雨」模様が続く見通しとなっている。また、業種別で見るとプラスチック製品で「薄日」、機械・機器で「曇り」、木材・木製品と金属・同製品で「小雨」、食料品、繊維・同製品、紙加工品、窯業・土石製品で「雨」となっており、景況感の業種間格差が見られる。一方、来期見通しにおいては木材・木製品、紙加工品、窯業・土石製品で「雨」とする他は全て「小雨」となる見通しとなっている。

売上高

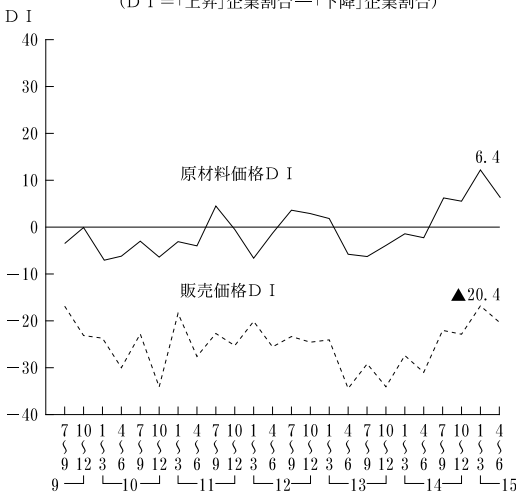
前年同期比で、売上増とする企業は二三・九%、売上減とする企業は四二・九%で、DIは一九・〇となり、前回の二一・九から二・九ポイント上昇し、一〇台へと転じている。また、来期見通しにおいては二一・〇と二・〇ポイント下降し、再び二〇

図表1 業況、売上高、収益性の動向(前年同期比)

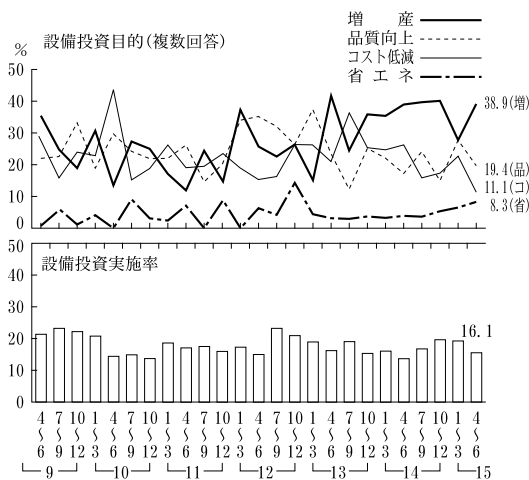


図表2 原材料、販売価格の動向(前期比)

(D.I. = 「上昇」企業割合 - 「下降」企業割合)



図表3 設備投資の動向



台へと転じる見通しとなっている。

一方、業種別のD.I.では、金属・同製品・機械・機器、プラスチック製品でプラスの他は全てマイナスとなっており、来期見通しD.I.でも、機械・機器を除く全業種でマイナスとなる見通しとなっている。

設備操業率は、前回より上昇したとする企業が一一・七%、下降が三三・三%でD.I.は二二・六となり、前回の二七・八から三・八ポイント下降した。尚、業種別D.I.では、機械・機器でプラス、プラスチック製品でゼロとする他はマイナスとなっている。

収益性

前年同期比で、収益性が好転したとする企業は一四・〇%、悪化したとする企業は四三・二%で、D.I.は二九・二となり、前回の三一・六から二・四ポイント上昇、二〇台へと転じている。一方、来期見通しでは三二・二と再び下降し、三〇台へと転じる見通しとなっている。

業種別D.I.を見ると、プラスチック製品の一一・一を除き全てマイナスとなっている。一方、来期見通しでは、全ての業種でマイナスとなり、特に紙加

工品、窯業・土石製品では、五〇台の厳しい見通しとなっている。

原材料、販売価格(前期比)

原材料価格は、前期比で上昇したとする企業が九・六%、下降したとする企業が三・二%で、D.I.は六・四となりプラス域にて推移している。また、業種別のD.I.では、繊維・同製品でマイナス、食料品、木材・木製品でゼロの他は全てプラスとなっている。

販売価格では、前期比で上昇したとする企業は〇・九%、下降したとする企業が二二・三%で、D.I.は二

設備投資

〇・四となり、前回の二七・七から二・七ポイント下降した。尚、業種別のD.I.では、木材・木製品、プラスチック製品のゼロを除く全ての業種でマイナスとなっている。

今期の設備投資実施率は一六・一%で前回の一九・六%から三・五ポイント下降、一〇%台半ばの実施率となった。業種別では二〇%を上回ったのは、木材・木製品(二〇・〇%)、機械・機器(三〇・六%)、プラスチック製品(三三・三%)の三業種となった。