

2013年の経済見通しと中小企業の課題

1. 2012年の経済を振り返って

—エコカー補助金や復興需要が景気の下支え

日本経済を振り返ると、年前半は、エコカー補助金や復興需要など政策効果が発揮されて、国内景気は堅調に推移しました。しかしながら、年後半は、引き続き復興需要による景気の下支えはあるものの、エコカー補助金効果の剥落からこれまで景気を支えてきた個人消費が息切れすると共に、長引く円高、海外経済の回復の遅れ、尖閣諸島をめぐる日中関係悪化などから、輸出や鉱工業生産が低迷し、景気は弱含みとなりました。

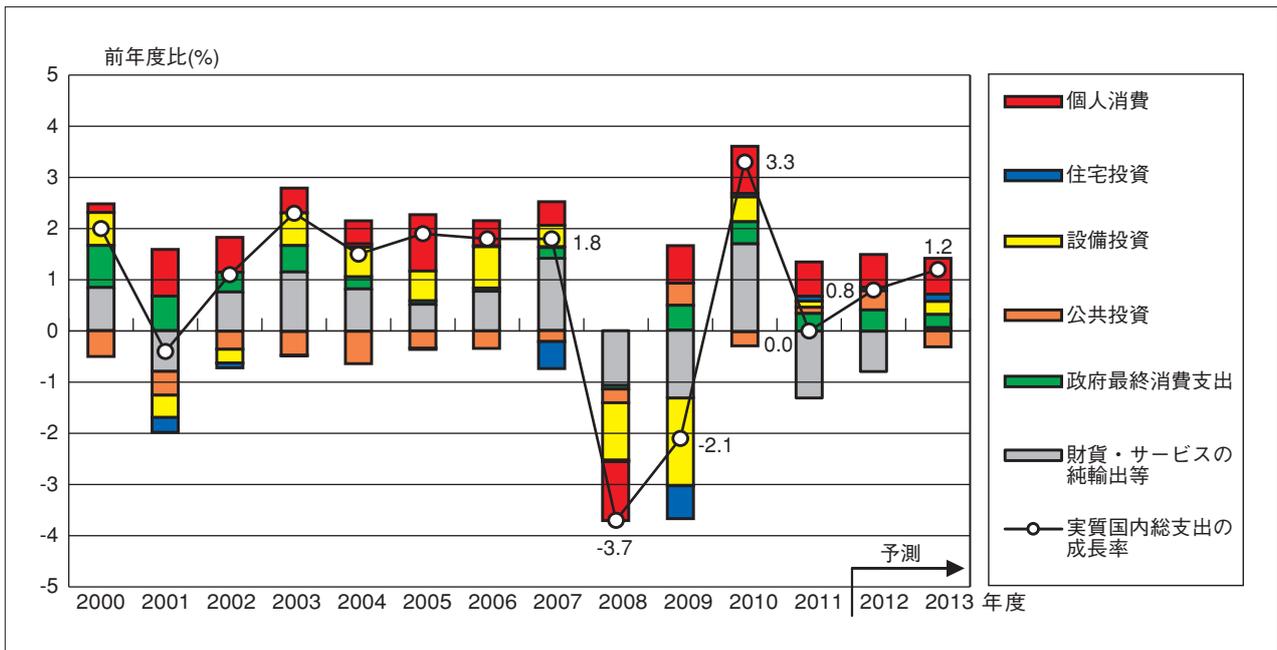
2. 2013年の経済見通し

—世界経済の緩やかな回復に伴い日本の景気も上向きへ

欧州経済は南欧諸国のソブリンリスクや金融問題から低迷が長引くものの、中国は指導体制が代わり、これまでの金融緩和や財政出動などの効果が現れ、回復軌道を進んでいくとみられます。アメリカ経済も「財政の崖」が瀬戸際で協議が調い危機の回避が予想されると共に、これまで低迷していた住宅投資にも改善の兆しがうかがえ、個人消費を中心に回復の足取りが見込まれます。

こうした情勢下、日本経済は、米中を中心とする海外経済の回復に伴って輸出が徐々に回復し、国内需要もシニア層による個人消費の下支え、耐震強化・維持補修を目的とした設備投資に加え、年後半には2014年4月の消費税率引き上げを睨んだ駆け込み需要も見込まれるため、

図表1. 実質国内 GDP 成長率と項目別寄与度



(資料) 2012年12月弊社実施の「2013年度の埼玉県及び国内経済の見通し」より

緩やかに上向いていくと予想されます。ただし、政局の混迷に加えて、日中関係悪化の長期化も懸念されます。

製造業では、電気機械はデジタル家電事業の需要停滞から総じて低調が続くものの、スマートフォンや太陽光発電向けなどの一部では好調が期待されます。また、一般機械、鉄鋼などの生産が、中国の固定資本投資などの景気浮揚策の効果が徐々に表れるなかで、持ち直しに向かい、輸送用機械もエコカー補助金終了に対応した減産が一巡し、米国や東南アジアの需要拡大に伴って緩やかに回復するとみられます。

非製造業では、小売業は消費税率引き上げ前の駆け込み需要が見込まれますが、基調としては弱含みで推移するとみられます。一方、旅行業などの生活関連サービス、医療・介護はシニア層の需要増加によって堅調に推移すると予想されます。

3. 消費税率引き上げの影響

—特に個人消費や住宅投資に駆け込み需要が予想される

2014年4月に予定されている消費税率の引き上げ（5%⇒8%）については、家計にとって負担増の影響も少なくないものの、1997年4月の引き上げ前後の動向を参考に推測しますと、主に個人消費と住宅着工に駆け込み需要がみられたことから、今回も春先以降に徐々に駆け込み需要が顕在化してくるものと思われま

す。まず個人消費については、特に耐久財（自動車、家電、家具、パソコン等）に顕著に現れ、その他半耐久財（衣類、履物等）についても認められるでしょう。ただし、耐久財の内、自動車は既にエコカー補助金などによる需要の先食いがありますので、影響は少ないと思われま

す。次に住宅着工については、月次の土地所有権移転登記数が全国的に増加傾向にあり、影響の

図表 2. 1997年4月消費税率引き上げに伴う駆け込み需要（前年同期比、%）

	個人消費					新設住宅 着工戸数
	耐久財	半耐久財	非耐久財	サービス		
1996年1～3月期	3.3	6.7	1.4	1.5	3.9	4.4
4～6月期	2.1	2.8	▲0.4	0.9	3.1	13.2
7～9月期	2.0	8.0	▲3.9	▲1.8	4.2	17.9
10～12月期	2.2	12.0	▲4.3	▲0.9	3.7	10.8
1997年1～3月期	4.2	14.7	2.9	1.6	3.8	▲3.8
4～6月期	0.2	0.2	▲2.7	▲2.4	2.0	▲10.2
7～9月期	0.7	▲4.8	▲3.0	0.4	2.5	▲22.7

(注) 「耐久財」：予想耐用年数が1年以上かつ、比較的高額なもの（自動車、家電、パソコン等）

「半耐久財」：予想耐用年数が1年以上だが、耐久財ほど高額ではないもの（衣服、履物等）

「非耐久財」：予想耐用年数が1年未満なもの（食料、アルコール飲料、たばこ等）

(資料) 内閣府「国民経済計算」及び国土交通省「住宅着工統計」より

一端がうかがえます。前回はおよそ4四半期前から持家と貸家を中心に駆け込み需要が発生しました。その結果1996年度の住宅着工戸数は前年度に比べ5.6%上昇しました。前回の消費税の上げ幅が2ポイント（3%⇒5%）であったことから消費税の上げ幅だけでみると、今回はそれ以上の伸び率も期待されます。

なお、2014年4月を過ぎると駆け込み需要の反動減が予想されます。前回消費税引き上げ後2四半期の間、新設住宅着工戸数が10%～20%の大幅減となりましたので、注意が必要です。

4. 中小企業の課題

2013年の経済は前述のとおり緩やかに上向いていくことが予想されますが、長い目でみていくと日本の労働力人口が減少し、国内の総需要も徐々に先細りとなる基調は否めません。こうした潮流のなか、特に県内企業の大多数を占める中小企業の目指すべき方向性についても述べてみたいと思います。

(1) ニッチ需要にマッチさせた中小企業の独自性の発揮

中小企業の発展・成長のためには、その企業としての独自性（社会における必要性）をニッチ（隙間）需要にマッチさせて発揮していくことが最大の課題であります。日本が人口減少社会に向かうなか、国内需要も徐々に縮小していくこととなりますが、国内需要がいかに縮小傾向にあっても、社会にとって必要とされる製品やサービスは存続していくものです。大企業が競合できない分野で、中小企業がその独自性を磨き、それを発揮していく機会は無数に存在しています。

例えば、自社で培った技術やスキルによって他社には真似できない品質・サービスの提供、環境問題やエネルギー問題へのキメ細かな対応などです。

中小企業が独自性を発揮できれば、いかに国内需要が縮小していこうとも、新たな顧客（需要）の掘り起こしも可能となります。

(2) 海外需要の取り込み

そうして力を付けてきた中小企業は、規模が大きくなくても国内だけでなく積極的に海外需要を取り込むことも可能となります。国内需要縮小への新たな打開策の一つとして、発展著しい新興国や活力溢れる東南アジアの需要を取り込むことも視野に入ってくるようになります。

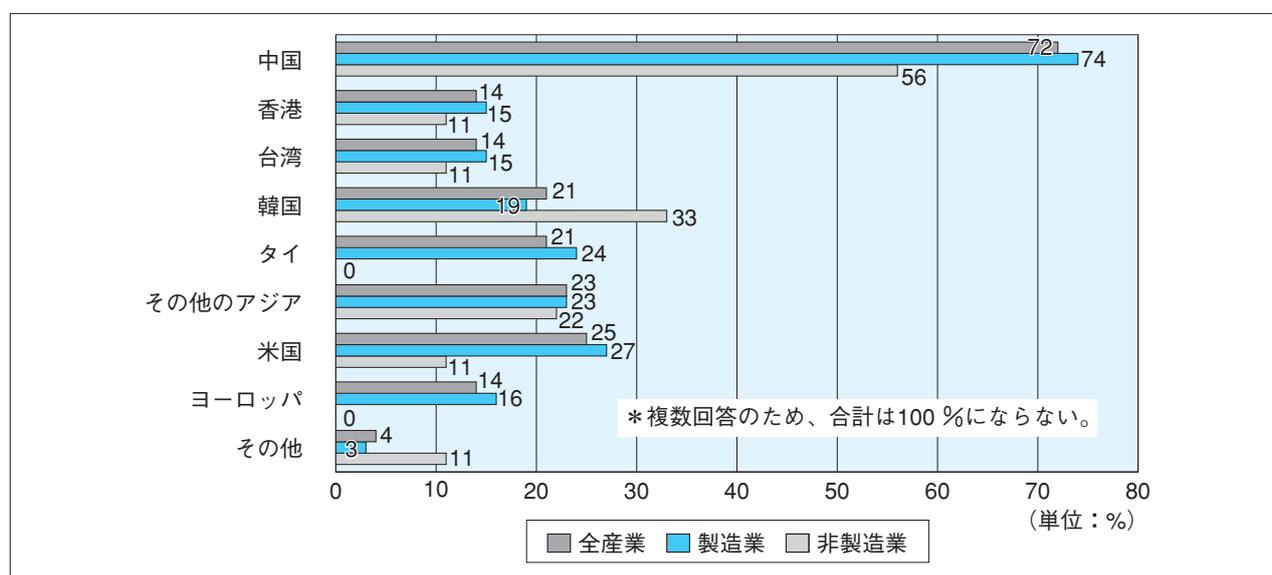
(3) 中小企業の独自性は匠の技とチャレンジ精神

それでは中小企業の独自性をどのように生み出すべきなのか。その究極の解は匠の技とチャレンジ精神です。中小企業には、大企業が保有するような研究設備等が揃っていなくても、経営者自身や長年労苦を共にしてきた職人（マイスター）が仕事場での経験に基づいて弛まぬ努力で磨いてきた匠の技、技術やノウハウという貴重な財産があるはずで、それを独自のものとして一層磨き、顧客からの即座には対応が困難な要望にも果敢にチャレンジしていくことが中小企業にとっての独自性の発揮に他ならないと思います。

(4) 中小企業の人材育成

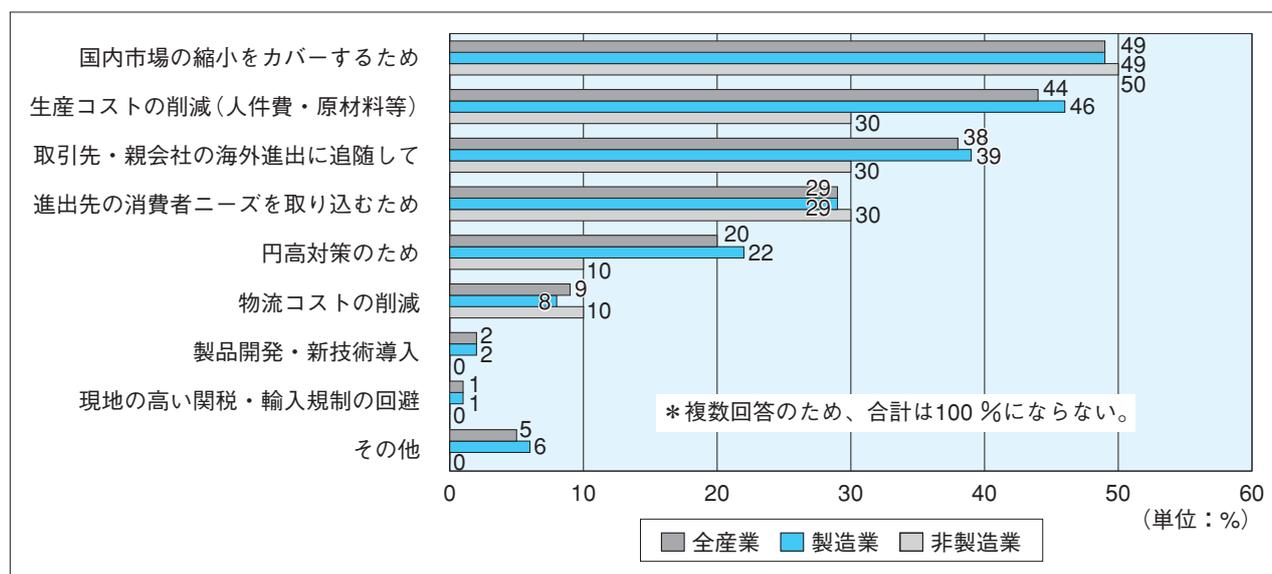
最後に、中小企業の人材育成のポイントを紹介します。まず始めに、大企業では与えられないような大きな仕事（責任）を、若いうちから任せられる職場環境づくりが必要でしょう。このことは、本人の「やりがい」（インセンティブ）に繋がります。二番目のポイントは、与えられた仕事で十分な成果を挙げたときは、適正に評価しその実力次第で「ポスト」（報酬）も用意してあげることが、更なるやる気に繋がり好循環をもたらすものとなります。以上簡単ではありますが、中小企業であるからこそ可能な人材育成に取り組んでみてはいかがでしょうか。

図表3. 既に海外進出している国（全産業・業種別）（複数回答）



(資料) 2012年8月弊社実施の「埼玉県内企業の海外進出状況調査」より

図表4. 海外進出の目的・理由（全産業・業種別）



(資料) 2012年8月弊社実施の「埼玉県内企業の海外進出状況調査」より