

横浜市景況・経営動向調査 第8回

特別調査 - 物件費の増減について -

横浜市経済局 1994年5月
(財)横浜・神奈川総合情報センター

ホームページ <http://zaidan.iris.or.jp/research>

横浜経済の動向（平成6年5月）

- 第8回横浜市景況・経営動向調査報告 -
経 済 局

〔調査の概要〕


・目的・内容 『みなと経済人フォーラム』の一環として、横浜市の経済・産業政策の効果的な展開に必要な企業動向・ニーズを早期かつ的確に把握するために、フォーラム参画企業を対象にアンケート調査（指標調査，特別調査）及びヒアリング調査を一連の「景況・経営動向調査」として，四半期ごとに年4回（6月，9月，12月，3月）実施。













2. 調査対象 『みなと経済人フォーラム』参画企業747社
回収数339社（回収率：45.8%）

	市内本社企業			市外本社企業	合 計
	大企業	中堅企業	中小企業		
製造業	19 (50)	16 (37)	69 (131)	30 (62)	134 (280)
非製造業	30 (67)	89 (171)	43 (106)	43 (116)	205 (460)
合 計	49 (117)	105 (208)	112 (237)	73 (178)	339 (740)

3. 調査時期：平成6年3～4月実施







産業別動向

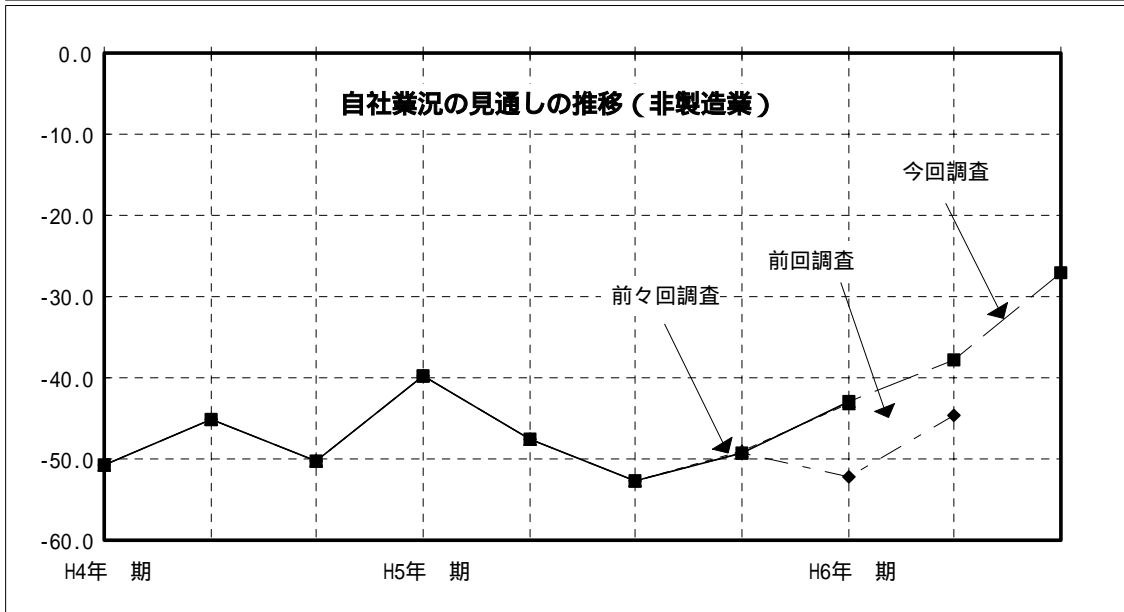
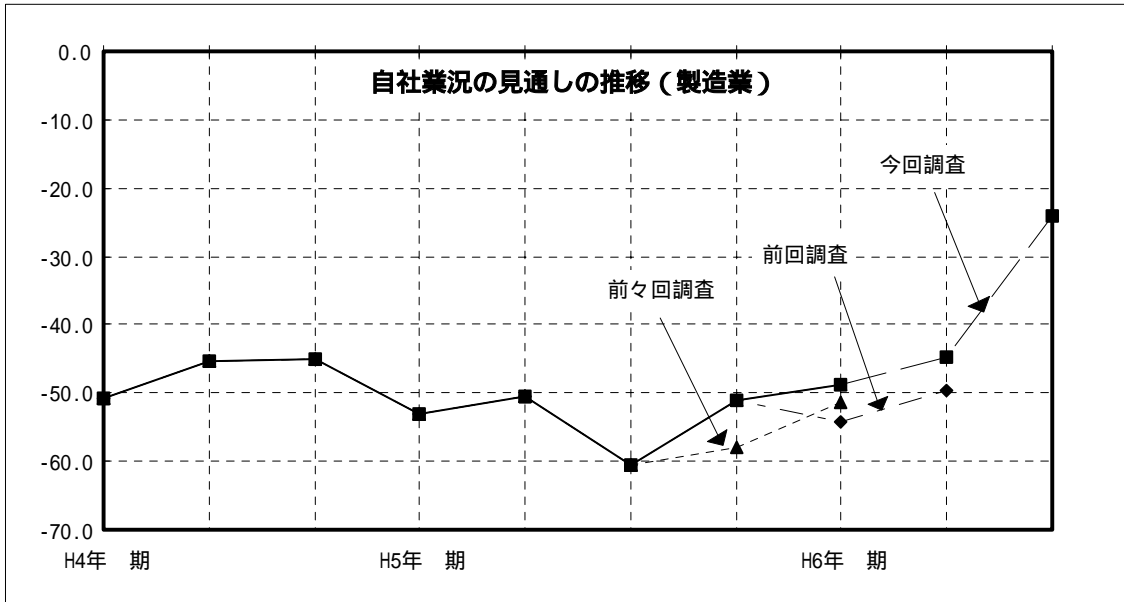
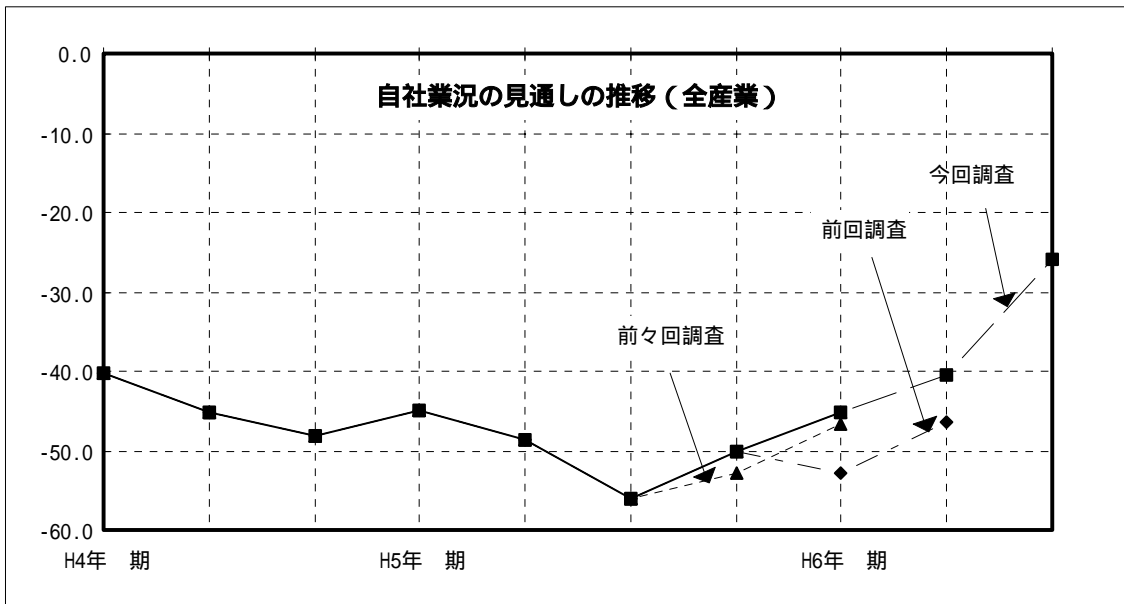
業種	景況・見通し	動向
1. 建設業	業界全般でみると、未だ景気の底に留まっている状況が続いている。民間設備投資関連、オフィス関連が特にひどい。住宅関連では企業間競争の激化により建設単価を抑えなければならずあまり利益には貢献できないが、量的には確実に増加傾向にある。土木関連では景気対策により順調であるが、盛り上がりには欠け、今後とも大きく期待できない。	 
2. 電気・電子	洗濯機や冷蔵庫、エアコン、AV機器等に動きがでてきており、ようやく先行きが見えてきた。また今春から売り切りの始まった携帯電話機は依然好調なものの新規参入企業が多くなり競争が激化している。カーオーディオや業務用AV機器、蛍光灯等については、それぞれの産業の景気回復待ちという状況でしばらくの間推移しそう。半導体は国内よりもむしろ東南アジアを中心とした海外で堅調に推移しており、この好調は年内は続くと思われる。	 1 
3. 工作機械	かすかに底を打ったという感覚があるものの、引き続き先行きの不透明感は拭えていない。ユーザーからの引き合いはある程度出てきているものの、各企業とも設備投資のタイミングを図っているようで受注にすぐ結びつかないのが現状である。自動車業界を主なユーザーとしているところは相変わらず厳しい状況が続いているものの、半導体や移動帯通信機器関連の受注は増えてきている。こうした中で各社ともアメリカや東南アジア向けを中心に輸出の比率が高まってきている。	 
4. 自動車関連	国内販売・輸出とも販売台数が伸びず、部品メーカーも塗装業も厳しい状況が続いている。消費の不振に加え4月の自動車税の引き下げも予定されていたことにより、3月の年度末かけ込み需要は期待したほどではなかった。新年度当初も引き続き厳しい状況はあまり変わらないが、今年の後半の景気動向に期待を寄せている。また、自動車の不振により経営の安定を図るため各社とも他の分野への進出が課題となってきた。	 
5. 繊維・スカーフ関連	夏物服地は、量的に最悪の時期を脱したものの低価格志向のあおりで収益的には苦しい。秋物は現在の企画段階において商社等が積極的に動きだした。スカーフは現状維持から微増。売れ筋が花柄やエルメス調なので、色が多く型数がかかってしまう。ハンカチは依然として低迷が続いている。販売面での法人向けギフト等の回復、製造面でのオートメーション化が課題となっている。	 
6. 運輸・倉庫	運輸業は国内外の状況や他業種の業況に影響される傾向があり、今期の業況をみると、収益は前年並からやや減少といったところである。また運賃の値下げなどの問題を抱え経費の削減や新しい荷主の確保に努めている。倉庫業は企業の多くが年度末決算に在庫処分を行ったため今期は出庫が多かった。しかし円高による輸入環境の改善や冷凍食品需要の活発化により夏に向けて明るい兆しが見えてきている。	 
7. 卸・貿易業	このところの円高や政情不安により依然として先行き是不透明なままである。量的には回復しているものの、製品原価が下がっているため、収益はあまり上がっていないのが現状である。米国の景気が回復基調にあることによって世界的にみて米国の輸入は増加しているが、為替やコスト面で不利な日本からは輸出に結びつかない。	 
8. 大型小売店	百貨店では前年割が続いているものの、ようやく底打ち感がでてきており、婦人服や食料品、高額商品に動きがでてきた。スーパー業界も前年割が続いているが、減少幅は小さくなっており、食料品中心のスーパーでは横ばいから微増というところまで回復してきた。紳士服の大型小売店では消費者の低価格志向や企業間競争の激化により、今期は前年割の状況となっている。しかし3月の後半からようやく上昇傾向がでてきており徐々に回復していくものと思われる。	 

業種	景況・見通し	動向
9. 不動産	マンション販売は、5年度販売物件はほぼ契約がなされ、一次取得者向けの物件は好調。買替需要向けの物件（5000万円台後半）も好条件のものは、供給数は少ないものの人気が出ている。オフィスビルについては、ようやく空室率の低下に歯止めがかかりそうな雰囲気もでてきたが、供給過剰の状態に変わりはなく、賃料の低下など厳しい状況が続くものと思われる。	 
10. 情報サービス	景気自体は底を打ったという認識をもっている。6年度も厳しい状況が続くと思われるが、ワークステーションやパソコンネットワーク関連で新たな動きがみられる。新規採用に関しては前年度同様手控えているところが多い。今後は専門性が求められる傾向にあり、得意な分野や地域の開拓、技術者の養成とともに、仕事の性質によってその分野の得意な企業との共同作業が求められている。	 
11. ホテル・コンベンション関連	市内主要ホテルは、ゴールデンウィーク需要や夏期に予定されている大型コンベンションの開催など今年度前半の予約状況は比較的好調に推移している。市内大規模貸ホールは前年より若干落ち込んだ状態で推移しており、こういった状況が当分続きそうである。コンベンション関連産業は大型の展示イベントが開催されたことによる需要と、国立大ホールのオープンによる需要が期待でき明るい見通しとなっている。パシフィコ横浜の稼働状況は今年度に入り会議場、展示ホールとも前年並以上の稼働が期待でき、国立大ホールの開業とともに比較的明るい材料がそろっている。	 
12. コミュニティ産業	消費が伸び悩む中、経営努力で利益の確保につなげ、全体的に回復傾向にある。共同購入が健闘しているのに比べ、店舗販売の苦戦が続くなど業態によって好不調の波がある。個々の商品開発から業態開発まで組合員・消費者のニーズに対応したものにしていくことがこれからさらに重要になってきている。	 
13. 生涯学習関連	会員数の微減が続くスポーツクラブでは景気回復による会員増を待つのではなく、施設の付加価値を高めることによって会員獲得に励んでいる。カルチャースクールは語学系の学校の増加や高齢者需要の減少により厳しい状況が続いてきたが、受講者の減少傾向には歯止めがかかったようだ。専門学校今年の4月の入学状況をみると例年並で、就職に関しても昨年度の厳しい状況の反省から今年は就職担当が積極的に活動したことにより、昨年ほど悪くないようだ。	 
14. レジャー産業	市内のレジャー施設は一部好調に推移している施設を除いては、持ち直してきてはいるもののいまだ減少傾向にあり、今後の動向も不透明。宣伝の工夫や施設の再整備で対応していく方向。旅行業界は消費単価が低く抑えられているものの、国内の個人旅行と海外旅行は持ち直しつつある。しかし、いまだ企業を中心とした団体旅行の需要は回復しておらず、こういった対策も含めより一層の営業強化を図る必要に迫られている。	 

天気の上段は現状（94年1～3月）の業況、下段は将来見通し（94年7～9月）。

天気は1～10の業種についてはB.S.I.値にヒアリング調査を加味して作成している（対応は下表の通り）。また、11～14の業種についてはヒアリング調査をもとに作成している。

B.S.I.	天気	B.S.I.	天気	B.S.I.	天気
20.1		0		-20.1～-40.0	
0.1～20.0		-0.1～-20.0		-40.1以上	



1. 市内企業の景気見通し (B.S.I調査)

市内企業の景気見通しは、製造業について前々期(平成5年7～9月期)を底として、わずかながら上向いており、これまで慎重な見方であった先行きについても、秋ごろ(平成6年7～9月期)にはかなり回復するものと見ている。中では、新車登録台数が38か月連続前年比減の輸送用機械や、一般機械、電気・精密など特に不況の影響を受けていた業種においても、家電、移動体通信機器、産業用半導体などが好調に推移するなど、やや持ち直しの兆しがみえてはいるものの、先行きは不透明である。

非製造業についても前々期(平成5年7～9月期)を底として徐々に上向いており、先行きもゆるやかな回復基調にある。中では、小売業は徐々に持ち直しつつあり、売上高が前年比で25か月連続減となっている百貨店、同じく22か月連続減となっているスーパーなどの大型店でも、ようやく底打ち感が出てきており一部に回復の兆しも見えはじめている。

市内企業全体としては、昨年夏の最悪期と比べやや回復基調にあるものの、いまだ厳しい状況にある。

市内企業の自社業況の景気見通し

	平成5年 10～12月期	平成6年 1～3月期	平成6年 4～6月期	平成6年 7～9月期	(参考) 回答企業数	
全産業	-50.0	-45.2	-40.5	-25.9	339	
B.S.I	-51.1	-48.9	-44.7	-24.0	134	
製 造 業	うち					
	食料品等製造	-23.1	-40.0	0.0	20.0	10
	繊維・衣服	-20.0	-60.0	-60.0	-40.0	5
	石油・化学	-33.3	-44.4	-44.4	-25.0	9
	一般機械	-73.7	-50.0	-61.1	-33.3	18
	電機・精密	-51.5	-48.6	-38.2	-14.7	35
	輸送用機械	-71.4	-28.6	-57.1	-42.9	15
B.S.I	-49.3	-42.9	-37.8	-27.1	205	
非 製 造 業	うち					
	建設業	-59.1	-37.5	-53.1	-53.1	33
	倉庫業	-40.0	-63.6	-45.5	-36.4	11
	卸売業	-35.5	-37.0	-18.5	14.8	27
	小売業	-60.0	-52.4	-38.1	-23.8	21
	不動産	-44.4	-36.4	-30.0	-60.0	11
	情報サービス	-74.1	-27.3	-52.4	-38.1	23
その他サービス	-48.4	-51.4	-48.6	-38.2	35	

B.S.I(Business Survey Index)は、景気の強弱感を次の算式により求めている。B.S.I. = (上昇% - 下降%)

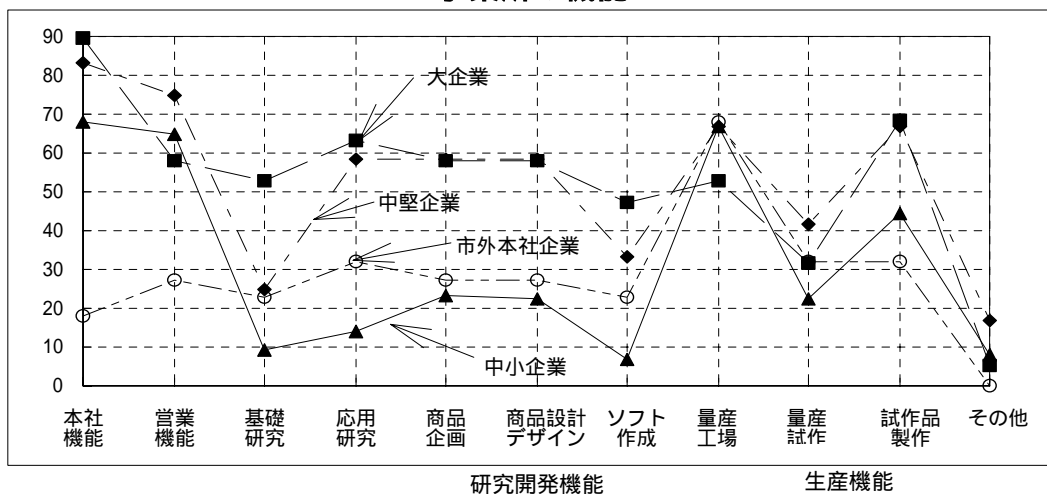
2. 市内製造業の動向

長引く不況の中で、円高の定着による輸出環境の悪化が加わり、製造業をめぐる状況は厳しく、いわゆる空洞化の進行が懸念されている。このような状況の中で、市内景気動向に大きな影響を与える製造業がどのような変化をとげつつあり、どのような対応を考えているのかアンケート調査した。（発送数1,180社）

(1) 市内製造業の現状

まず、市内製造業が現在どのような機能を市内に立地させているのかについては、大企業では基礎研究、応用研究から商品企画、試作品製作、さらに量産に至るまで、研究開発、生産機能を幅広く立地させている。中堅企業についても基礎研究のウエイトは低いが、応用研究から試作、量産を含め、幅広く立地させており、大企業、中堅企業ともに本社、営業機能なども含めて平均5.8におよぶ機能を市内に立地させている。一方、中小企業、市外本社企業では圧倒的に量産工場の立地が多く、立地している機能数は各々3.5、3.1と比較的少なくなっており、幅が狭くなっている。

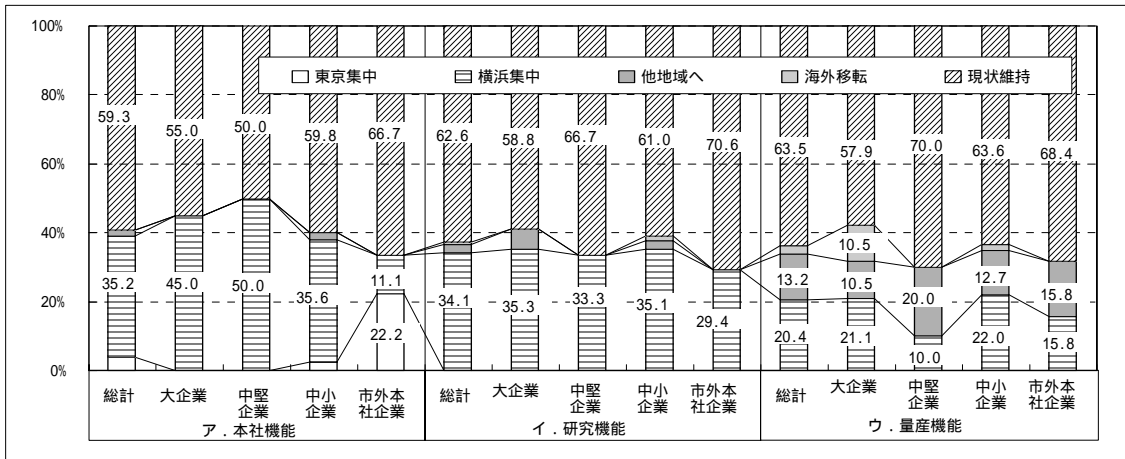
事業所の機能



	回答 企業数	研究開発機能							生産機能				その他	機能数
		本社 機能	営業 機能	基礎 研究	応用 研究	商品 企画	商品設計 デザイン	ソフト 作成	試作品 製作	量産 試作	量産 工場			
大企業	19	89.5	57.9	52.6	63.2	57.9	57.9	47.4	68.4	31.6	52.6	5.3	5.8	
中堅企業	12	83.3	75.0	25.0	58.3	58.3	58.3	33.3	66.7	41.7	66.7	16.7	5.8	
中小企業	165	67.9	64.8	9.1	13.9	23.0	22.4	6.7	44.2	22.4	66.7	7.9	3.5	
市外本社企業	22	18.2	27.3	22.7	31.8	27.3	27.3	22.7	31.8	31.8	68.2	0.0	3.1	

こうした機能の今後の動向については、本社機能・研究機能については、「現状維持」と「横浜への集中」を合わせると95%程となっており、市域外への展開はほとんど行われぬものと思われる。これに対して量産機能については、「他地域への集中」が13.2%にのぼっており、海外への移転も4社見られるなど、市域外への展開が一部考えられている。

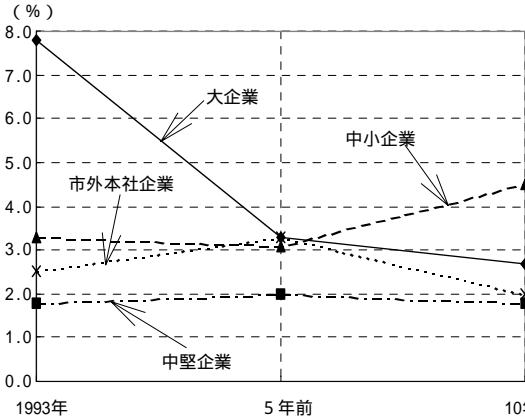
今後の地域展開



(2) 研究開発機能について

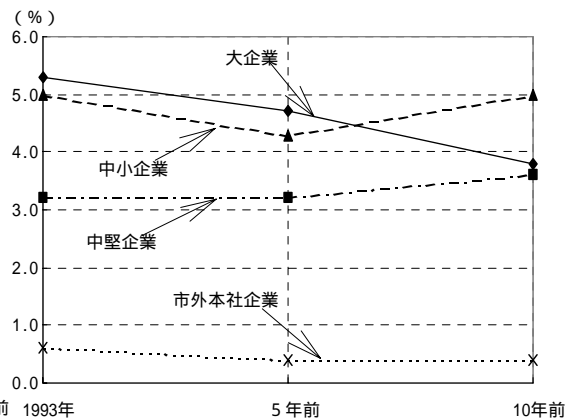
大企業や中堅企業などで特に立地が進んでいる研究開発機能をめぐり、研究費や研究員数の動向を見ると、総出荷額に占める研究費の割合や全従業員に占める研究員の割合については、大企業で大きな伸びとなっている一方、他の規模の企業では横ばいしないし減少となっている。

総出荷額に対する研究費の割合



	1993年	5年前	10年前
大企業	7.8	3.3	2.7
中堅企業	1.8	2.0	1.8
中小企業	3.3	3.1	4.5
市外本社企業	2.5	3.3	2.0

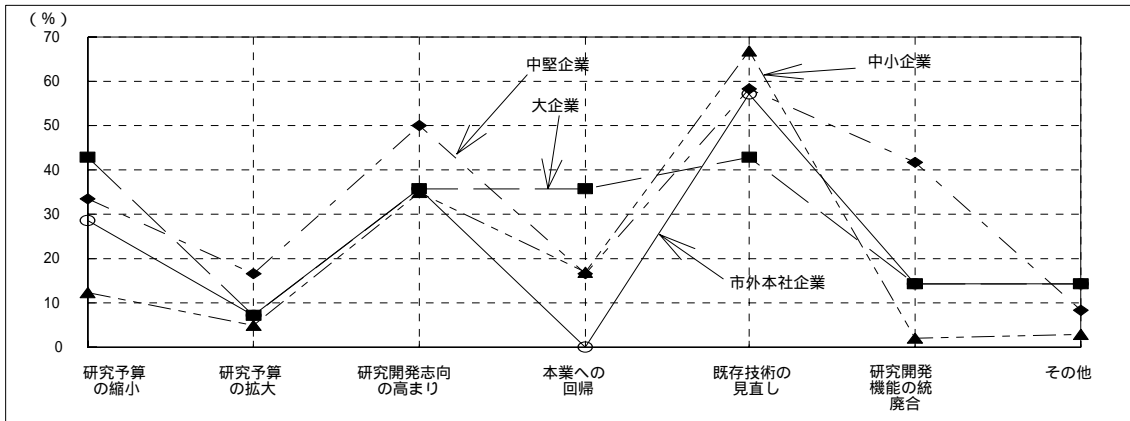
全就業者に対する研究員数の割合



	1993年	5年前	10年前
大企業	5.3	4.7	3.8
中堅企業	3.2	3.2	3.6
中小企業	5.0	4.3	5.0
市外本社企業	0.6	0.4	0.4

今回の景気後退が企業のこうした研究開発にどのような影響を与えたかについては、「現在の製造技術の見直し」を図ることや、「研究開発への志向を高める」など積極性をうかがわせるものが多い。他方、すでに見たとおり大企業を中心に中長期的には研究開発予算を増加させているものの、バブル崩壊に伴う近年の不況の中で、研究開発予算の縮小を図る企業（大企業：42.9%）が増えている。

景気後退が研究開発に及ぼした影響

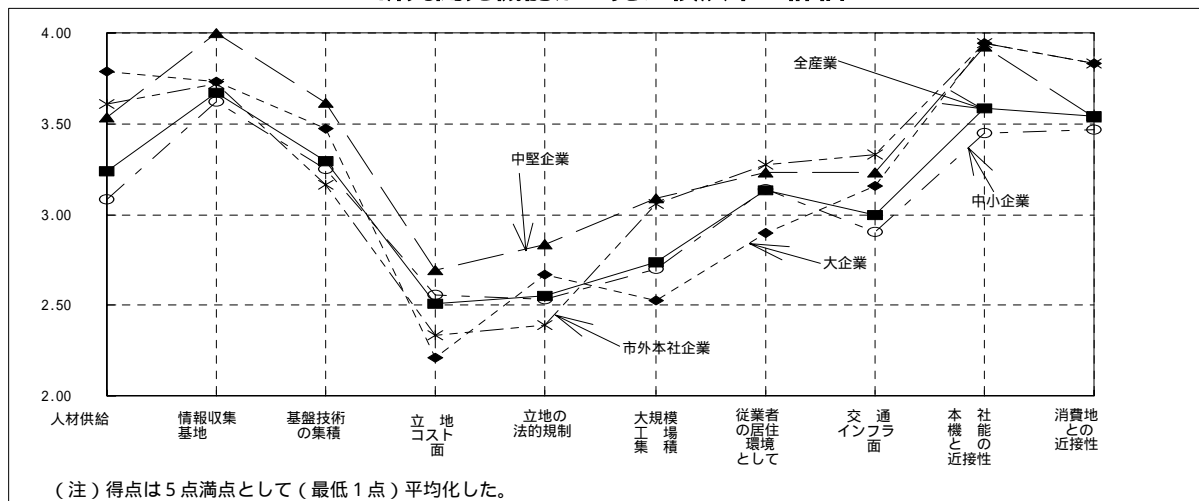


%	回答企業数	研究予算の縮小	研究予算の拡大	研究開発志向の高まり	本業への回帰	既存技術の見直し	研究開発機能の統廃合	その他
大企業	14	42.9	7.1	35.7	35.7	42.9	14.3	14.3
中堅企業	12	33.3	16.7	50.0	16.7	58.3	41.7	8.3
中小企業	106	12.3	4.7	34.9	17.0	67.0	1.9	2.8
市外本社企業	14	28.6	7.1	35.7	0.0	57.1	14.3	14.3

研究開発機能の立地場所としての本市の評価は、「情報収集基地として」が3.67（グラフ注参照）と最も評価が高く、次いで「本社機能との近接性」（3.59）、「消費地との近接性」（3.54）などの評価が高くなっている。逆に評価が低いのは、研究所用地などの「立地コスト面」（2.51）、工業制限三法のような「立地の法規制等」（2.55）などがあげられ、また研究開発機能の立地にメリットがあると予測された「大規模工場集積」（2.74）も低い評価となっている。

規模別に見ると、大企業や市外本社企業では「情報収集基地として」よりも「本社機能との近接性」や「消費地との近接性」を評価しており、特に大企業では「人材供給の場として」の評価が他の規模と比較すると高くなっている。

研究開発機能から見た横浜市の評価



（注）得点は5点満点として（最低1点）平均化した。

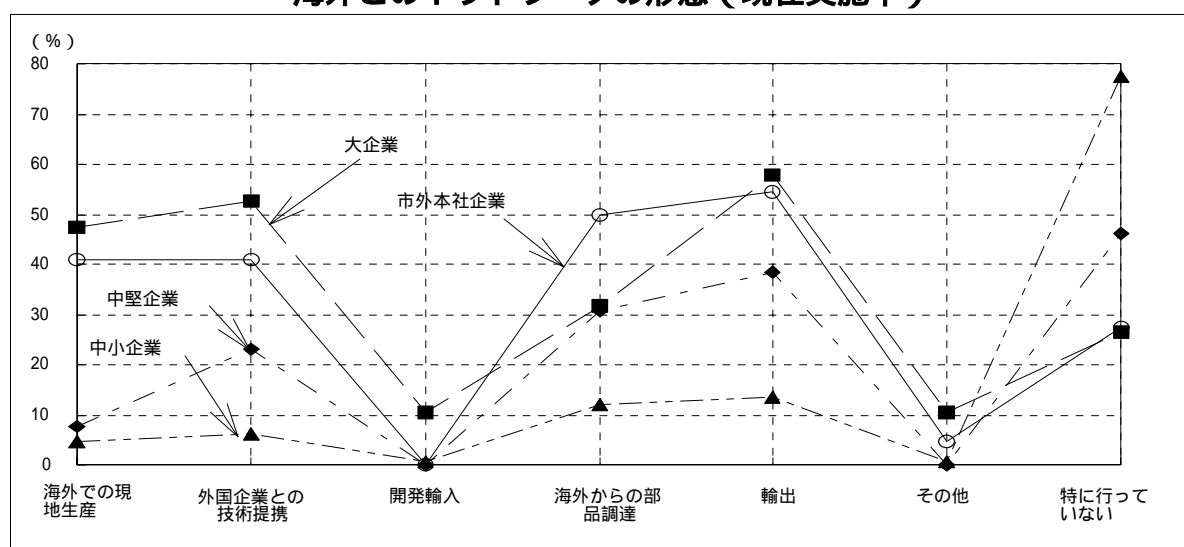
	回答企業数	人材供給の場	情報収集基地	基盤技術の集積	立地コスト面	立地の法的	大規模工場集積	従業員の居住環境	交通インフラ	本社機能との	消費地との
--	-------	--------	--------	---------	--------	-------	---------	----------	--------	--------	-------

		として	として			規制		として	面	近接性	近接性
全産業	185	3.24	3.67	3.29	2.51	2.55	2.74	3.14	2.99	3.59	3.54
大企業	19	3.79	3.74	3.47	2.21	2.67	2.53	2.89	3.16	3.94	3.83
中堅企業	13	3.54	4.00	3.62	2.69	2.83	3.09	3.23	3.23	3.92	3.54
中小企業	135	3.08	3.62	3.25	2.56	2.53	2.70	3.14	2.90	3.45	3.47
市外本社企業	18	3.61	3.72	3.17	2.33	2.39	3.06	3.28	3.33	3.94	3.83

(3) 海外とのネットワークについて

円高傾向の定着の中で、市内製造業の国際化の状況をみると、大企業と市外本社企業では、3 / 4 の企業が何らかの形で海外とのネット・ワークを持っているのに対し、中小企業では1 / 4 に満たず、企業規模によって大きな差が見られる。また、形態別に見ると、大企業、市外本社企業においては、「輸出」を始め、「海外での現地生産」、「外国企業との技術提携」、「海外からの部品の調達」などネット・ワークの形成が既に幅広く実施されている。

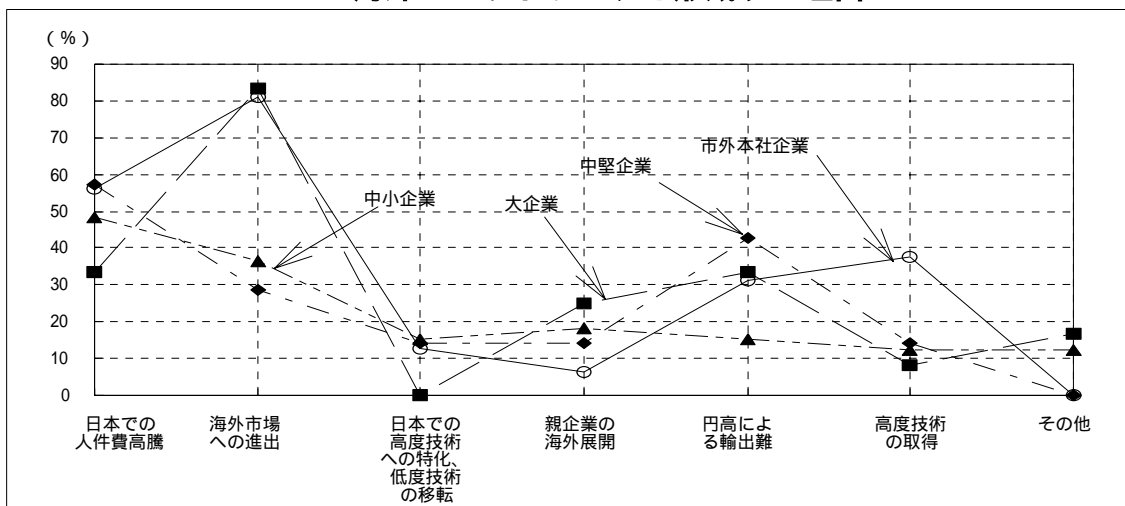
海外とのネットワークの形態（現在実施中）



%	回答企業数	海外での現地生産	外国企業との技術提携	開発輸入	海外からの部品調達	輸出	その他	特に行っていない
大企業	19	47.4	52.6	10.5	31.6	57.9	10.5	26.3
中堅企業	13	7.7	23.1	0.0	30.8	38.5	0.0	46.2
中小企業	133	4.5	6.0	0.8	12.0	13.5	0.8	77.4
市外本社企業	22	40.9	40.9	0.0	50.0	54.5	4.5	27.3

海外とのネットワークを形成する理由としては、全体として「海外市場への進出」(54.4%) や「日本での人件費の高騰」(48.5%)、「円高による輸出難」(25.0%)などがあげられている。企業規模別には大企業や市外本社企業において「海外市場への進出」が80%を超え、規模による違いが現れている。

海外とネットワークを形成する理由



%	回答企業数	日本での人件費高騰	海外市場への進出	日本での高度技術への特化	親企業の海外展開	円高による輸出難	高度技術の取得	その他
	68	48.5	54.4	11.8	16.2	25.0	17.6	8.8
全産業								
大企業	12	33.3	83.3	0.0	25.0	33.3	8.3	16.7
中堅企業	7	57.1	28.6	14.3	14.3	42.9	14.3	0.0
中小企業	33	48.5	36.4	15.2	18.2	15.2	12.1	12.1
市外本社企業	16	56.3	81.3	12.5	6.3	31.3	37.5	0.0

(4) 企業間取引の動向

製造業をとりまく環境変化の中で、市内事業所の取引先動向が注目される。

[出荷先]

中小企業・市外本社企業においては上位1社で40%を超える出荷額シェアとなっており、特定企業への依存度が高くなっている。

また、地域的にみると、横浜市内への依存度は中小企業において高く(31.8%)、大企業(7.2%)、市外本社企業(11.8%)で低くなっている。また、このうち特に大企業は市外の中でも神奈川県内の依存度が市外本社企業と比べて高くなっている。

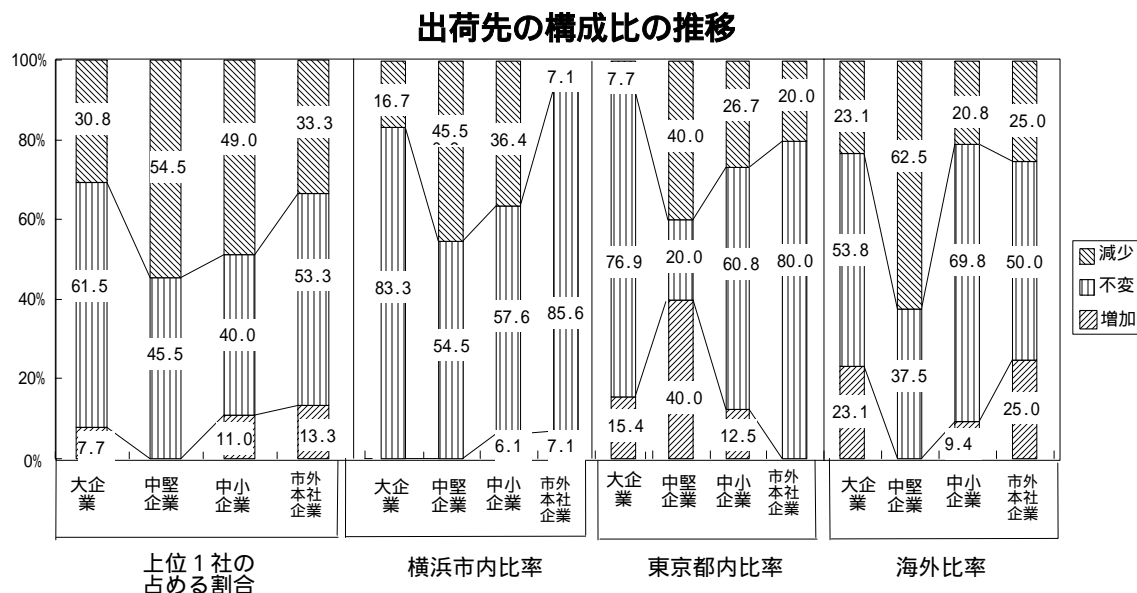
出荷先の構成比

%	出荷先企業 上位1位	出荷地域			
		横浜市	神奈川県	東京都	海外
大企業	29.8	7.2	29.0	20.1	6.3
中堅企業	35.1	19.6	11.7	13.4	2.8
中小企業	47.4	31.8	22.4	22.2	2.6
市外本社企業	41.5	11.8	12.2	24.4	7.9

[神奈川県は横浜市分を除く]

一方、こうした現状にいたる最近5か年の変化を見ると、上位1社の占めるシェアは減少傾向にあり、特に中堅企業では54.5%、中小企業では49.0%の企業で出荷先の分散傾向を示している。

また、出荷先の市内比率は全体的に減少傾向にあり、特に市内比率が高い中堅・中小企業において減少（40%前後の企業）が目立っている。



【仕入元】

他方、仕入元の動向をみると、仕入元上位1社の全体に占めるシェアを見ると出荷先と同様、市外本社企業（52.0%）、中小企業（39.8%）で高くなっており、特定企業への依存度が目立っている。

仕入元の地域シェアは、市内比率は出荷先と同様、中小企業が高く（40.2%）、大企業、市外本社企業、中堅企業では低くなっている。その反面、都内比率は規模を問わず30%程度と高くなっている。

仕入元の構成比

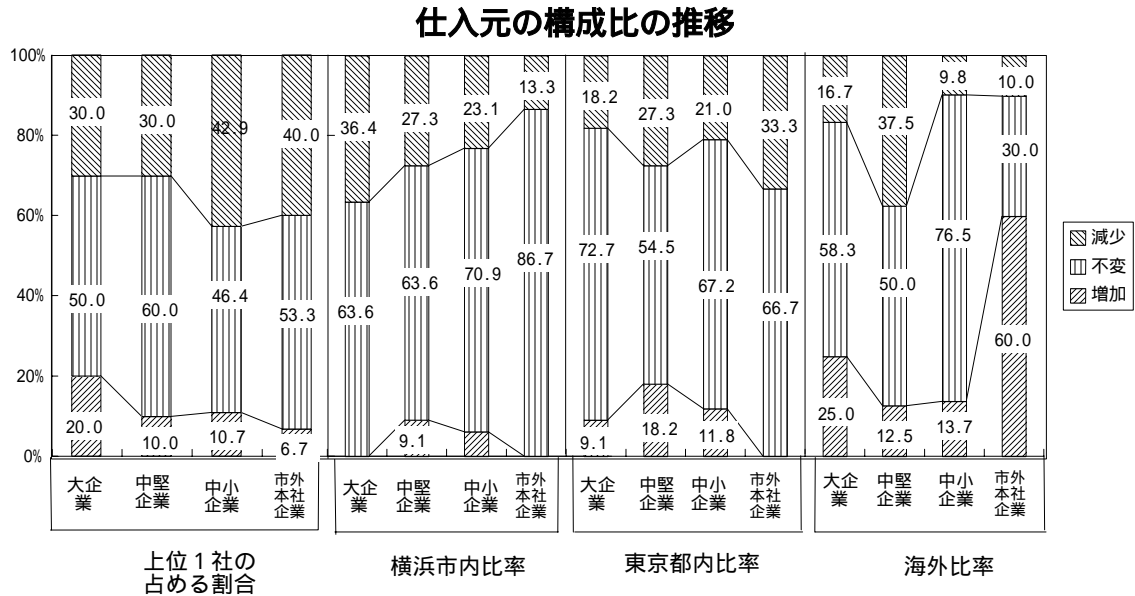
%	仕入元企業 上位1位	仕入地域			
		横浜市	神奈川県	東京都	海外
大企業	10.9	22.8	22.6	27.7	1.1
中堅企業	23.6	26.8	15.5	29.6	1.0
中小企業	39.8	40.2	21.1	28.1	1.6
市外本社企業	52.0	20.3	8.3	31.2	16.8

[神奈川県は横浜市分を除く]

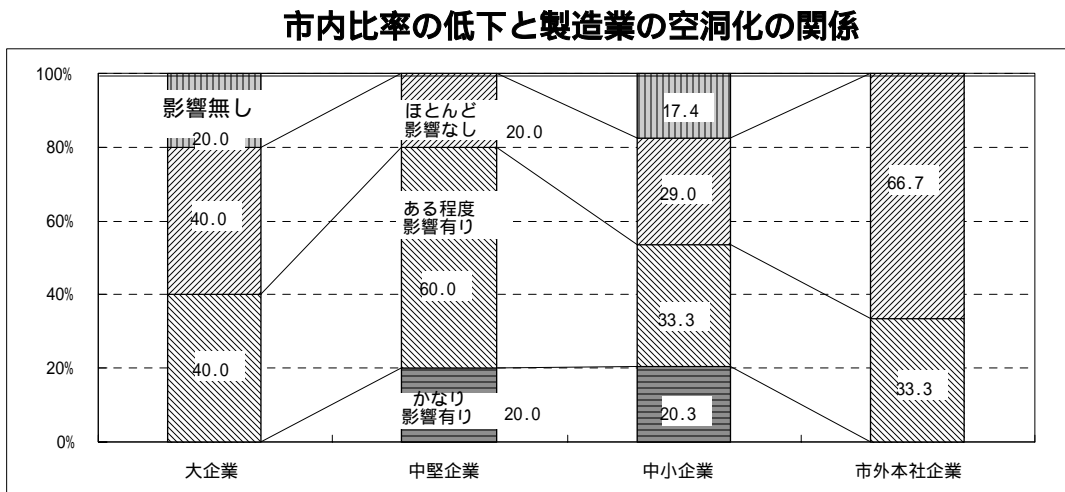
一方、最近5か年の変化を見ると、上位1社の占めるシェアは、出荷先ほどではないが、最近5年間で減少傾向にあり、特に、中小企業や市外本社企業では40%を超え

る企業が分散化を図っている。

仕入元は市内比率，都内比率とも低下している中で，海外比率は大企業，市外本社企業を中心に増加傾向にあり，円高による輸入価格の低下などから部品輸入が増加していると見ることができる。



出荷先，仕入元ともに市内比率が低下しており，市内製造業の空洞化の進展との関連が注目されるが，市内比率が低下した企業の中で，横浜市内製造業の空洞化が「影響がある」とする企業は中堅企業では8割，中小企業でも5割を超えている。他方，大企業，市外本社企業では影響は少ないとしている。



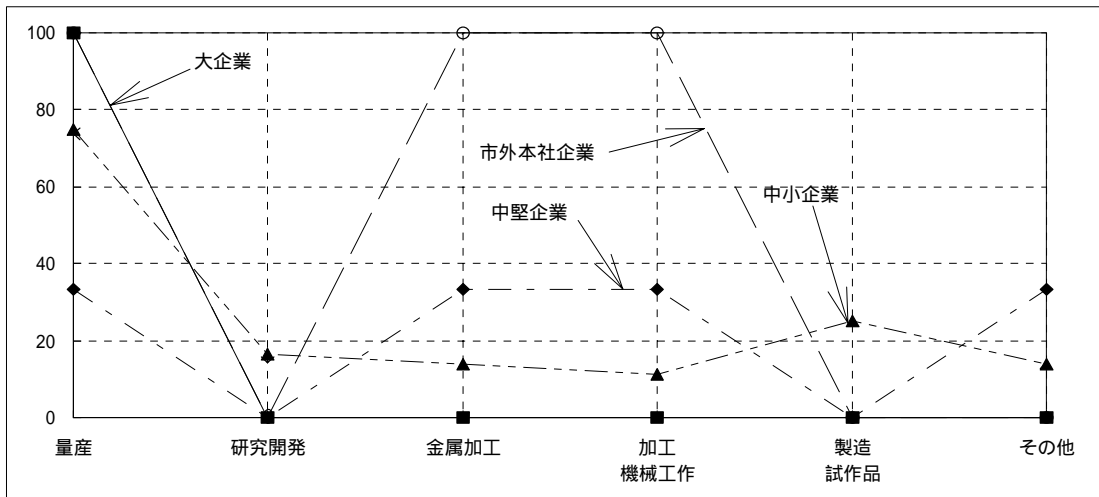
業種別には，一般機械，繊維・衣服等製造，鉄鋼・金属，輸送用機械で影響が大きいとされている一方，食料品等製造，電気・精密では影響が小さいとしている。

どのような機能の空洞化が影響をしているのかは，「量産機能」とする企業が断然多いが，

市外本社企業，中堅企業では「金属加工基盤技術」，「機械工作加工基盤技術」もあげられている。

こうしたことから，量産機能を中心に市内製造業の空洞化が進んでおり，独自のネットワークを持つ大企業，市外本社企業では影響が小さいものの，下請け体質の強い中堅企業，中小企業において空洞化の影響を受けている。

空洞化したと思われる機能

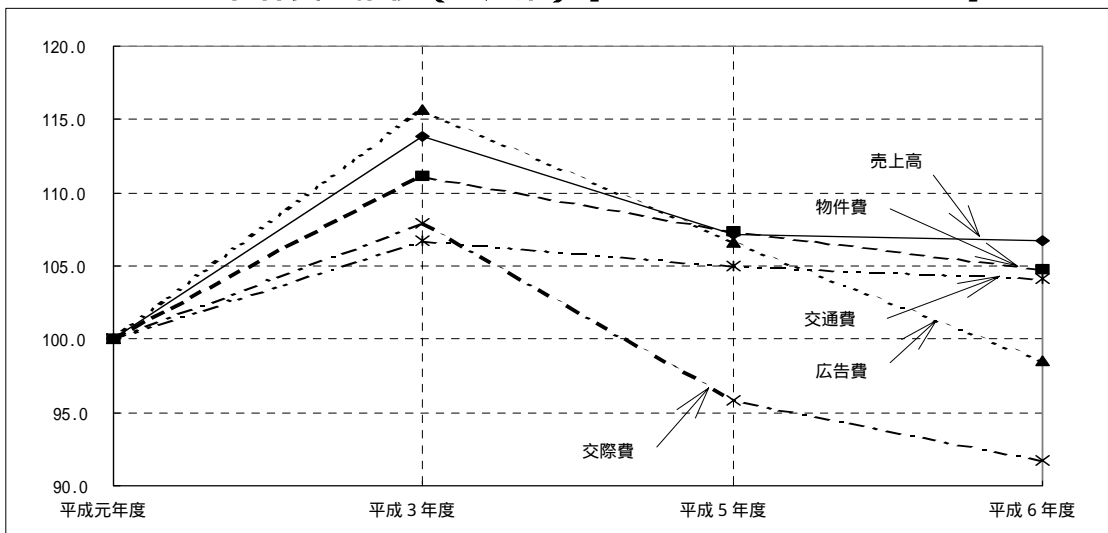


3. 物件費（広告費，交際費，交通費等）の動向

(1) 雇用の過不足感

バブル景気から平成不況へと，企業の売上高が減少する中で，全産業での物件費の総額（回答数；271社）の推移を見ると，3年度以降は削減されている。

物件費の推移（全産業） [指数：平成元年度 = 100]

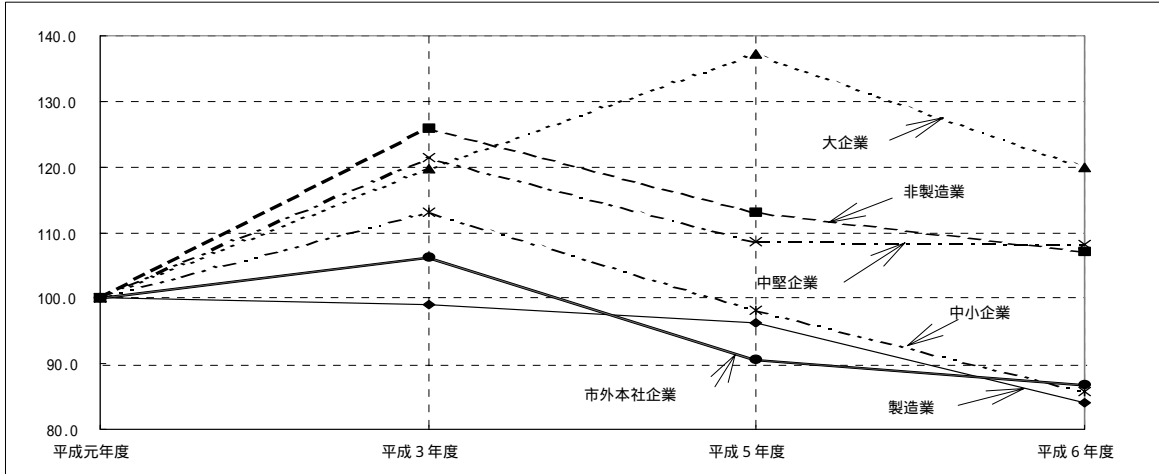


	売上高	物件費	広告費	交際費	交通費
平成元年度	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
平成3年度	113.8	111.1	115.7	107.9	106.7
平成5年度	107.2	107.4	106.6	95.8	105.0
平成6年度	106.7	104.8	98.5	91.7	104.1

物件費の各項目を見ると，まず広告費（回答数；254社）では，業種別では非製造業に比べて製造業の落ち込みが目立っている。製造業では3年度は売上げの伸びにもかかわらず，広告費はわずかに減少しており，景気後退後にも，さらに低い水準まで削減して，支出の抑制を計っている。規模別では，大企業が不況期の販売促進のために，5年度に大きく増加させており，他の規模が一斉に削減を行ったことと対照的な動きとなっている。

6年度には大企業でも削減される計画であるものの，依然として高い水準を保っている。

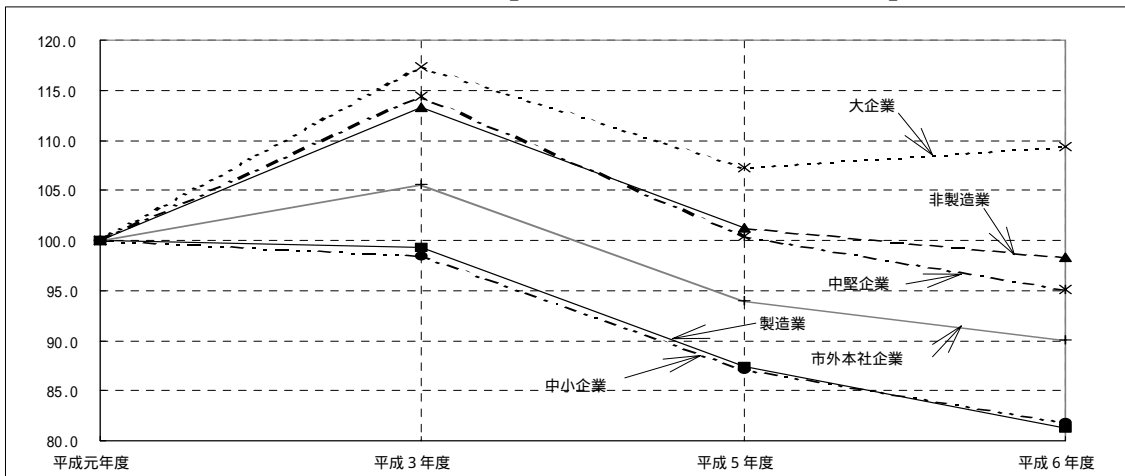
広告費の推移 [指数：平成元年度 = 100]



	全産業	製造業	非製造業	大企業	中堅企業	中小企業	市外本社企業
平成元年度	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
平成3年度	115.7	98.9	126.0	119.8	121.5	113.0	106.2
平成5年度	106.6	96.2	113.0	137.3	108.6	98.1	90.6
平成6年度	98.5	84.1	107.1	120.0	108.1	85.8	86.9

次に、交際費（回答数：279社）は、3年度以降はほぼ一貫して削減されており、物件費の中で最も支出を抑制された経費となっている。業種別に見ても、製造業、非製造業ともに6年度には元年度を下回る計画となっており、特に、製造業では広告費と同様に、売上げは伸びていた3年度から既に交際費が抑制されており、5年度以降には大きく削減されている。規模別に見ると、大企業では6年度に若干増加の計画をたてているが、他の規模ではいずれも元年度以下の水準に落ち込んでおり、特に中小企業での削減の幅は大きく、中小企業の経費削減意欲が現れているものと思われる。

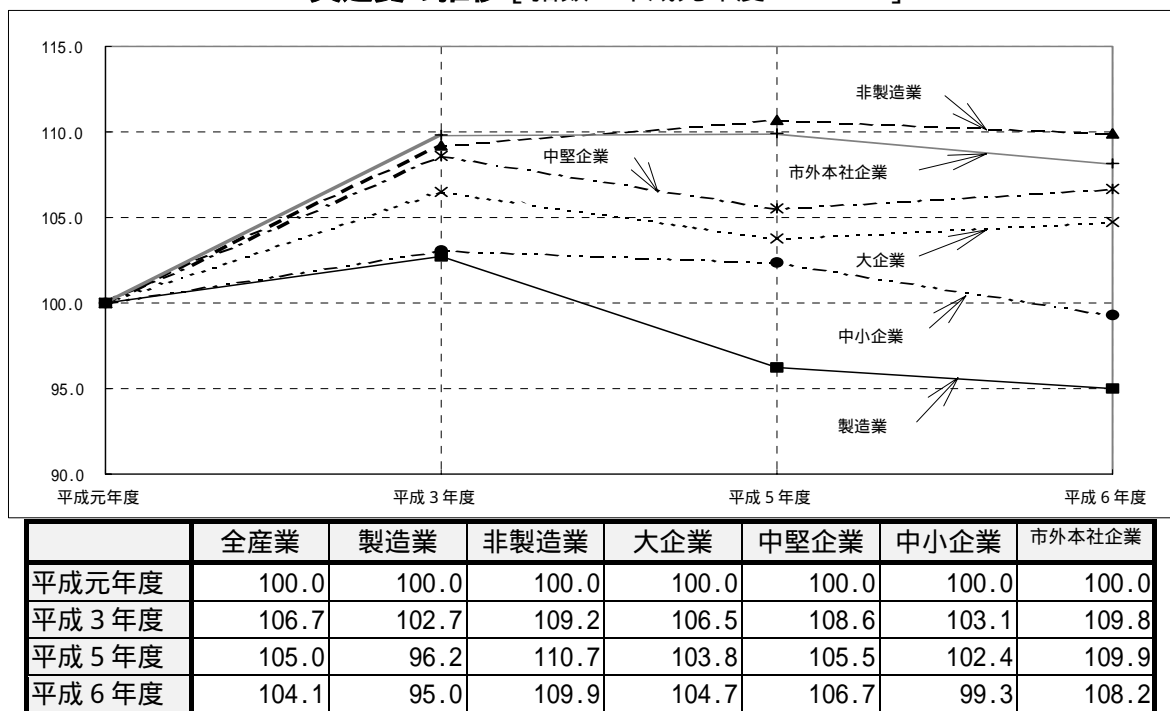
交際費の推移 [指数：平成元年度 = 100]



	全産業	製造業	非製造業	大企業	中堅企業	中小企業	市外本社企業
平成元年度	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
平成3年度	107.9	99.3	113.3	117.3	114.4	98.5	105.6
平成5年度	95.8	87.4	101.3	107.3	100.4	87.1	94.0
平成6年度	91.7	81.3	98.3	109.4	95.1	81.8	90.1

最後に交通費（回答数；275社）を見ると、広告費や交際費と比べて変動の幅が小さく、好不況での支出の変動が少ない経費であるといえる。業種別ではやはり製造業が非製造業と比べて削減に努めており、規模別でも中小企業での削減幅が最も大きくなっている。しかし、広告費や交際費と比較するとその差は小さく、業種や企業規模の点で見ても好不況の影響による支出の変動が出にくい経費であるといえる。

交通費の推移 [指数：平成元年度 = 100]



以上のとおり、物件費の中では、交際費の削減が最も大きく、広告費がそれに続いている。これに対して、交通費は経年による変動の幅が小さく、好不況にはさほど左右されない経費であるといえる。

参考資料

1 企業の景況・経営見通し

〔業界の景気見通し，自社業況〕

各業界の景気見通しは，6年1～3月期のB.S.I値は31.8と業界の景気見通しを採り出した平成4年4～6月期以来最高となり，調査実施以来最悪であった5年7～9月期(B.S.I値=51.7)から前期(10～12月期；同=48.9)にかけてより改善のスピードは増し，前回調査の当該期予想(同=34.6)よりも改善した。先行きも，4～6月期(同=17.0)，7～9月期(同=6.3)と前回調査の予想より上方修正されている。

また，自社業況については，常に業界景気より厳しい傾向があり，6年1～3月期(同=45.2)は5年10～12月期(同=50.0)より若干改善され，先行き4～6月期(同=40.5)7～9月期(同=25.9)も改善予想となっているが，業界景気よりかなり弱気な予想になっている。

企業規模別の景気見通し

項目 業種・規模	業界の景気見通し				自社企業の景気見通し			
	平成5年 10～12月期	平成6年 1～3月期	平成6年 4～6月期	平成6年 7～9月期	平成5年 10～12月期	平成6年 1～3月期	平成6年 4～6月期	平成6年 7～9月期
製造業	-48.5	-26.3	-16.8	10.9	-51.1	-48.9	-44.7	-24.0
大企業	-60.7	-21.1	-27.8	16.7	-60.7	-31.6	-44.4	-22.2
中堅企業	-47.4	-18.8	-37.5	18.8	-55.6	-43.8	-68.8	-37.5
中小企業	-37.3	-32.4	-13.2	4.4	-38.3	-49.3	-37.7	-17.6
市外本社企業	-60.7	-20.0	-6.9	18.5	-66.7	-62.1	-48.3	-33.3
非製造業	-49.1	-35.5	-17.2	3.4	-49.3	-42.9	-37.8	-27.1
大企業	-43.3	-20.0	-10.0	10.0	-44.8	-33.3	-41.4	-20.7
中堅企業	-46.2	-34.1	-10.2	11.4	-45.3	-40.9	-36.4	-20.7
中小企業	-52.0	-44.2	-23.3	-11.6	-52.0	-45.2	-26.8	-34.1
市外本社企業	-56.8	-40.5	-30.2	-2.4	-59.5	-51.2	-48.8	-38.1
全産業	-48.9	-31.8	-17.0	6.3	-50.0	-45.2	-40.5	-25.9
大企業	-51.7	-20.4	-16.7	12.5	-52.6	-32.7	-42.6	-21.3
中堅企業	-46.4	-31.7	-14.4	12.5	-46.8	-41.3	-41.3	-23.3
中小企業	-44.0	-36.9	-17.1	-1.8	-44.5	-47.7	-33.6	-23.9
市外本社企業	-58.3	-31.9	-20.8	5.8	-62.3	-55.6	-48.6	-36.2

(注) 1. B.S.I値とはBusiness Survey Index を略したもので景気の強弱感をあらわし，次の算式により求めている。

$$B.S.I値 = (良い\% - 悪い\%)$$

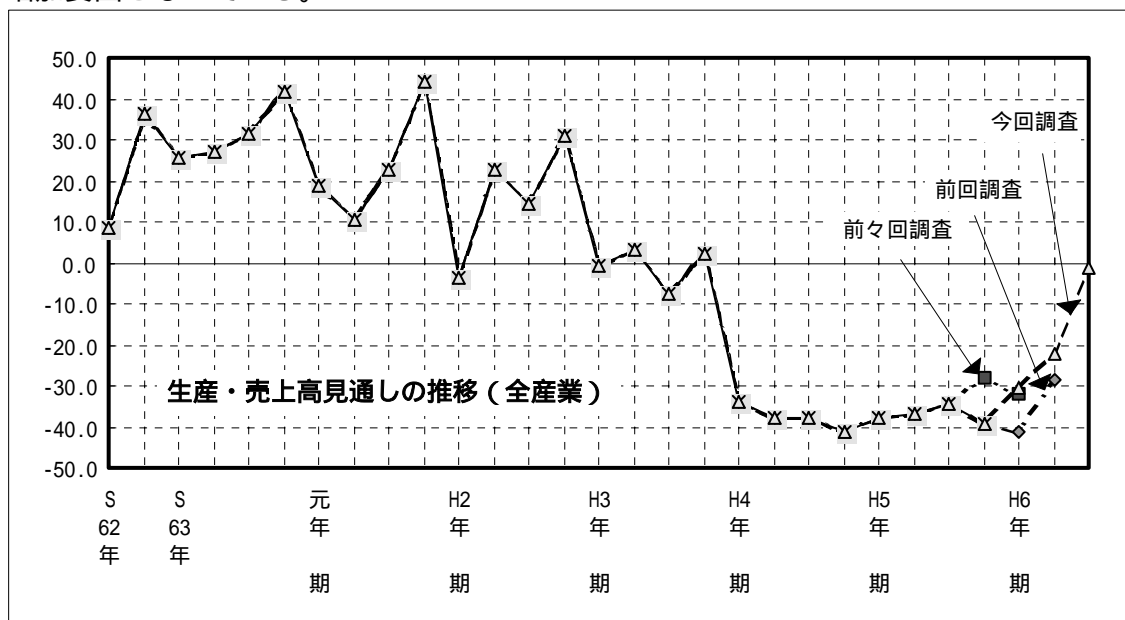
2. 平成5年10～12月期は前回(平成6年2月)における実績見通しである。

〔売上高，経常利益，設備投資〕

生産・売上高は，6年1～3月期(B.S.I.値= 30.4)は，前回調査の当該期予測(同= 41.0)が季節的要因から悪化が予想されたが，前期(5年10～12月期；同= 39.5)と比較しても改善となった。先行きも4～6月期(同= 22.2)ではやや改善幅が少ないが，7～9月期(同= 1.2)にはほぼ現状維持が予想されている。

規模別にみると，製造業では中小企業は期を追って改善する予想となっているが，その他は4～6月期に一時的に減少し，7～9月期にプラスに転じる予想となっている。非製造業では，5年10～12月期にマイナスを脱した大企業が6年4～6月期に一時的にマイナスに転じる予想となっているが，その他は徐々に回復する予想となっている。

増加・減少要因としては6年1～3月期は一般的需要が依然として大きな減少要因となっているが，4～6月期は一般的需要の減少超幅がかなり縮小し，季節的需要が増加要因となっている。



経常利益は，6年1～3月期(B.S.I.値= 33.9)は前期(5年10～12月期；同= 43.3)からやや回復し，4年1～3月期から続いている減益傾向に若干の回復傾向が見られる。先行きに関しても，4～6月期(同= 31.5)は横這いながら7～9月期(同= 11.2)には平成3年レベルまでの回復が予想されている。

規模別にみると，製造業では生産・売上高と同様，中小企業以外では4～6月期に一時的に悪化するが7～9月期にはほぼ改善され，非製造業でも4～6月期には横這いか悪化となっているが，7～9月期に製造業ほどではないが改善が予想されている。

増減要因としては，6年1～3月期は販売数量の減少，販売価格の下落が大きく減益要因となっており，4～6月期には販売数量の減少による減益要因が半減したが，販売価格の下落，人件費増は依然として減益要因となり，金融費用の上昇が新たな減益要因に転じている。

〔在庫、価格、雇用人員、生産・営業用設備水準、資金繰り、労働時間の見通し〕

在庫の見通しについて、完成品在庫判断では、6年1～3月期（B.S.I.値=16.9）は前期（5年1～3月期；同=13.0）から過剰感が若干強まったが、4～6月期（同=10.6）には過剰感が薄れる見通しとなっており、1～3月期は一時的な在庫増と考えられる。特に、製造業では6年4～6月期には市外本社企業以外はB.S.I.値が一桁となっている。

原材料在庫判断では、5年10～12月期に過剰感が薄れた製造業は、6年1～3月期には若干強くなるなど一進一退の状況にある。非製造業でも一進一退の状況にある。

企業規模別の経営判断（1）

項目 業種・規模	完成品在庫			原材料在庫		
	平成5年 10～12月期	平成6年 1～3月期	平成6年 4～6月期	平成5年 10～12月期	平成6年 1～3月期	平成6年 4～6月期
製造業	11.8	16.0	6.4	5.8	9.4	7.5
大企業	23.1	29.4	7.1	11.5	11.1	0.0
中堅企業	14.3	23.1	7.7	6.3	7.7	7.7
中小企業	5.3	12.3	3.4	0.0	6.3	5.3
市外本社企業	13.6	12.5	13.0	13.6	17.4	19.0
非製造業	14.2	18.1	15.7	-1.3	9.0	5.0
大企業	21.1	14.3	27.3	0.0	30.0	28.6
中堅企業	27.8	28.9	22.7	5.7	9.4	6.5
中小企業	6.3	9.5	5.0	0.0	0.0	-7.1
市外本社企業	-26.7	0.0	0.0	-30.0	0.0	0.0
全産業	13.0	16.9	10.6	3.0	9.2	6.6
大企業	22.2	22.6	16.0	8.1	17.9	9.1
中堅企業	25.0	27.6	19.3	5.9	8.9	6.8
中小企業	5.6	11.6	3.8	0.0	5.1	2.8
市外本社企業	-2.7	7.9	8.1	0.0	12.5	13.8

価格の見通しについて、製品価格水準は、6年1～3月期（B.S.I.値=42.4）は下降超幅が拡大した前期（5年10～12月期；同=42.7）から維持、4～6月期（同=33.7）と下降超幅が縮小する予想となっている。非製造業では4～6月期には10ポイント以上の縮小予想となっているが、製造業ではそれほどの縮小予想となっていない。

原材料価格水準についても、同様の傾向にあるが、製造業では6年4～6月期には製品価格以上に下降超幅の縮小が予想されている。

企業規模別の経営判断（2）

項目 業種・規模	製品価格			原材料価格		
	平成5年 10～12月期	平成6年 1～3月期	平成6年 4～6月期	平成5年 10～12月期	平成6年 1～3月期	平成6年 4～6月期
製造業	-47.6	-46.5	-43.3	-17.6	-15.7	-10.5
大企業	-57.7	-31.6	-29.4	-11.5	-22.2	-6.3
中堅企業	-44.4	-60.0	-46.2	-23.5	6.7	-15.4
中小企業	-45.8	-46.3	-43.8	-16.9	-18.8	-13.1
市外本社企業	-43.5	-50.0	-50.0	-21.7	-16.7	-4.2
非製造業	-38.8	-38.5	-24.8	-23.5	-25.3	-18.3
大企業	-24.0	-28.6	-15.8	-7.7	-16.7	0.0
中堅企業	-37.7	-41.3	-25.4	-19.5	-21.1	-16.2
中小企業	-36.6	-25.9	-23.1	-20.7	-35.3	-37.5
市外本社企業	-60.0	-54.2	-32.0	-47.4	-31.3	-17.6
全産業	-42.7	-42.4	-33.7	-20.3	-19.6	-13.8
大企業	-41.2	-30.0	-22.2	-10.3	-20.0	-3.6
中堅企業	-39.1	-44.9	-29.2	-20.7	-13.2	-16.0
中小企業	-42.0	-40.4	-37.8	-18.2	-22.2	-18.2
市外本社企業	-52.1	-52.0	-41.2	-33.3	-22.5	-9.8

雇用人員の水準判断については、6年1～3月期（B.S.I.値=18.5）は前期（5年10～12月期；同=23.3）から若干過剰判断が弱まったが、4～6月期（同=22.6）には再び雇用過剰感は強くなるなどまだ改善には至っていない様子である。業種・規模別には、依然として両業種の中小企業及び非製造業の中堅企業では比較的過剰感は薄く、大企業、市外本社企業、製造業の中堅企業では過剰感が強い。

生産・営業用設備水準判断については、6年1～3月期（B.S.I.値=11.4）は前期（5年10～12月期；同=8.5）から再び過大感が強くなり、4～6月期（同=10.3）は横這いの予想となっている。業種別では、非製造業では前期は適正水準だったが、中小企業を除き過大感が出、製造業は逆に中堅企業を除き徐々に過大感が薄れている。

企業規模別の経営判断（3）

項目 業種・規模	雇用人員水準			生産・営業設備		
	平成5年 10～12月期	平成6年 1～3月期	平成6年 4～6月期	平成5年 10～12月期	平成6年 1～3月期	平成6年 4～6月期
製造業	27.6	18.2	26.9	21.7	18.8	18.3
大企業	42.9	31.6	33.3	38.5	26.3	27.8
中堅企業	36.8	25.0	43.8	11.1	18.8	18.8
中小企業	16.9	14.9	20.9	16.7	18.2	15.4
市外本社企業	28.6	13.3	27.6	24.0	14.8	18.5
非製造業	20.7	18.6	19.8	0.0	6.1	4.6
大企業	33.3	33.3	36.7	3.6	3.7	11.5
中堅企業	19.8	16.9	18.0	-1.0	7.3	5.0
中小企業	6.0	7.1	5.0	0.0	-2.9	-5.7
市外本社企業	31.7	23.3	25.6	0.0	14.3	9.1
全産業	23.3	18.5	22.6	8.5	11.4	10.3
大企業	37.9	32.7	35.4	20.4	13.0	18.2
中堅企業	22.4	18.1	21.9	0.9	9.2	7.3
中小企業	11.9	11.9	15.0	9.8	10.9	8.0
市外本社企業	30.4	19.2	26.4	10.2	14.5	13.3

資金繰りについて、前回調査では悪化予想となっていたが、6年1～3月期（B.S.I.値=14.9）は前期（5年10～12月期；同=20.3）から改善され、4～6月期（同=14.2）も若干の改善予想となった。

労働時間について、6年1～3月期（B.S.I.値=19.4）は前回調査では減少超が拡大する予想となっていたが、5ポイント縮小と若干減少傾向に歯止めが掛かったが、4～6月期（同=23.0）には再び減少傾向を強めると予想されている。

企業規模別の経営判断（4）

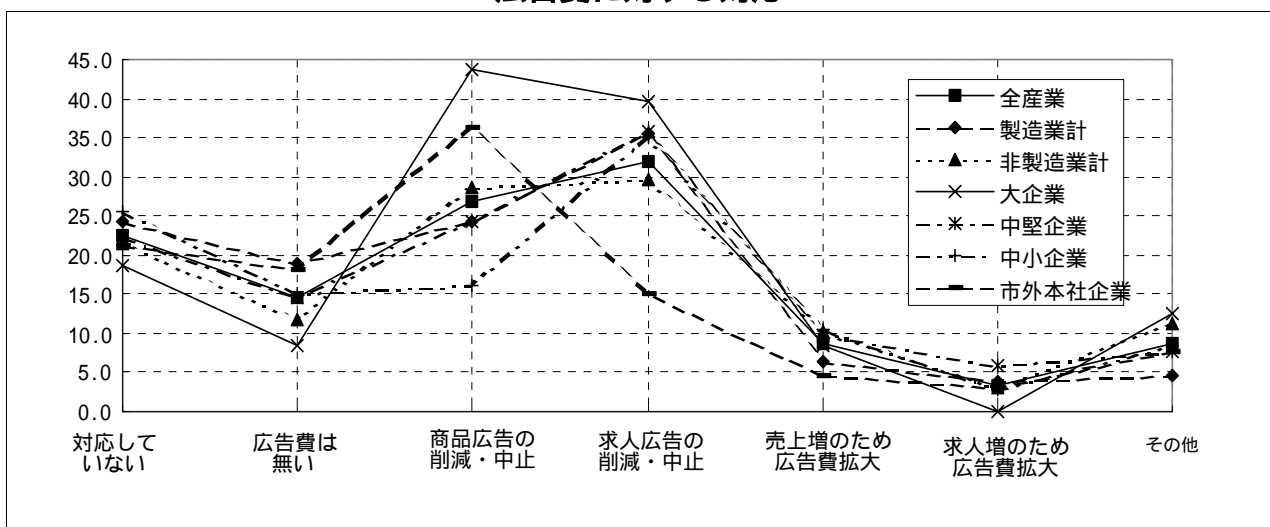
項目 業種・規模	資金繰り			労働時間		
	平成5年 10～12月期	平成6年 1～3月期	平成6年 4～6月期	平成5年 10～12月期	平成6年 1～3月期	平成6年 4～6月期
製造業	-18.5	-11.6	-13.3	-30.4	-18.8	-24.4
大企業	-7.1	0.0	0.0	-28.6	-5.3	-55.6
中堅企業	-27.8	-33.3	-26.7	-63.2	6.3	-25.0
中小企業	-20.0	-13.0	-13.0	-21.7	-30.9	-20.9
市外本社企業	-20.8	-3.8	-15.4	-28.6	-13.3	-13.3
非製造業	-21.5	-17.1	-14.8	-21.6	-19.8	-22.0
大企業	-6.9	-6.7	-13.8	-13.3	-17.2	-6.9
中堅企業	-20.0	-19.5	-9.3	-23.6	-19.1	-22.1
中小企業	-31.3	-22.0	-30.0	-20.4	-17.1	-16.7
市外本社企業	-24.3	-14.6	-12.2	-23.8	-25.6	-37.2
全産業	-20.3	-14.9	-14.2	-24.9	-19.4	-23.0
大企業	-7.0	-4.1	-8.5	-20.7	-12.5	-25.5
中堅企業	-21.1	-21.6	-11.9	-29.6	-15.2	-22.5
中小企業	-25.0	-16.4	-19.3	-21.1	-25.7	-19.3
市外本社企業	-23.0	-10.4	-13.4	-25.7	-20.5	-27.4

2 物件費の増減について

〔広告費に対する対応〕

市内企業の広告費への対応としては、回答企業（323企業）のうち14.6%が従来から広告費はなく、22.6%が特に対応は取っていないとしている。取った対応（複数回答）の中では、求人広告の削減・中止が31.9%と最も多く、次いで商品広告の削減・中止の26.9%となっている。求人広告削減・中止は業種を問わず大企業、市外本社企業で多く、中小企業では少なくなっている。それに対して、商品広告の削減・中止は市外本社企業が少なくなっている以外は大凡同程度となっている。逆に売り上げ増のために広告費用を拡大した企業に割合は全体の8.7%で、製造業では中堅企業（13.3%）で、非製造業では大企業（13.8%）、中小企業（15.0%）で10%を越えている。また、求人増のために広告費を拡大した企業は全体の3.9%とかなり少ない。

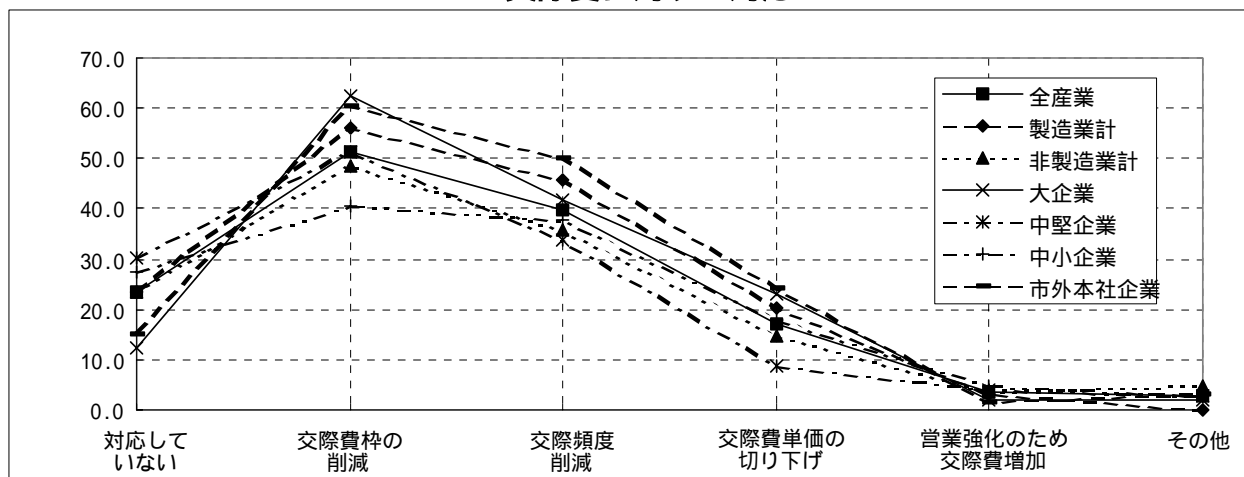
広告費に対する対応



〔交際費に対する対応〕

交際費への対応としては、回答企業（323企業）のうち23.5%が特に対応は取っていないとしている。取った対応（複数回答）としては、交際費枠の削減が51.4%と最も多く、次いで交際頻度の削減（39.6%）、交際費単価の切り下げ（17.0%）、営業強化のため交際費の増加（3.4%）となっている。交際費枠の削減は製造業、特に大企業では84.2%と多く、中小企業は製造・非製造業ともに40%前後と若干低くなっている。交際頻度の削減は製造業の中堅企業、市外本社企業では他の業種・規模より多くっており、逆に非製造業の中堅企業では少なくなっている。営業強化のために交際費の増加を行っている企業は製造業の中小企業で6.1%、非製造業の中堅企業で4.5%となっている以外はかなり少ない。

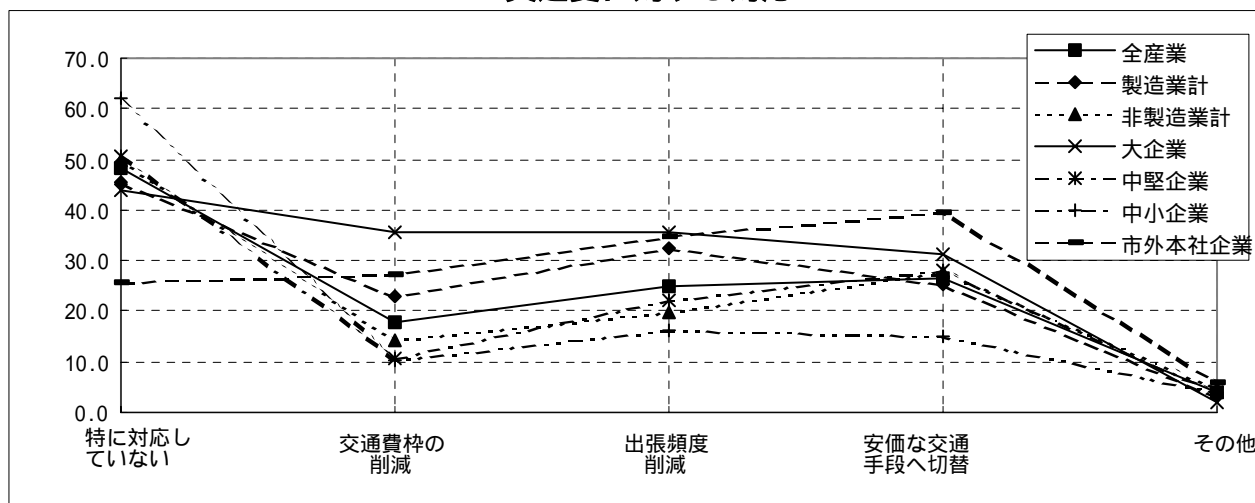
交際費に対する対応



〔交通費に対する対応〕

交通費への対応としては、回答企業（323企業）のうち48.3%が特に対応は取っていないとしており、交際費や広告費より対応を取っている企業は少なくなっている。取った対応（複数回答）としては、安価な交通手段への切り替えが26.6%と最も多く、次いで出張頻度の削減（24.8%）、交際費枠削減（17.6%）となっている。交通費に関して対応を取っていない割合は製造業に比べて非製造業が多く、規模別には中小企業では対応を取っていない割合が多く。業種別には製造業では出張頻度の削減が安価な交通手段への切り替えより多くなっているが、非製造業では逆に安価な交通手段への切り替えの方が多くなっている。

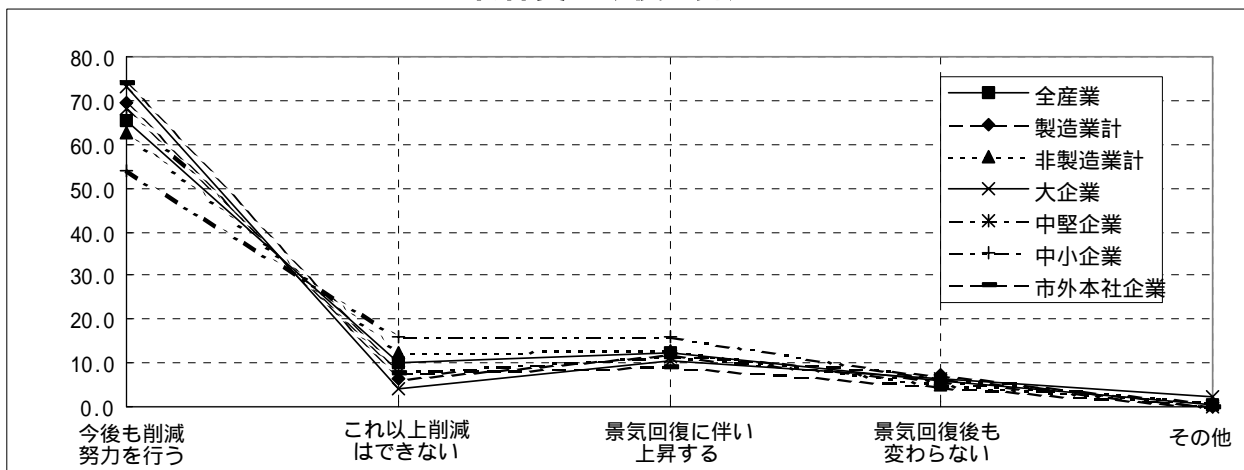
交通費に対する対応



〔物件費の今後の見通し〕

物件費の今後の見通しとしては、今後も削減努力を行うという企業が65.3%とかなり多く、景気回復に伴い上昇するという企業は12.4%と景気回復がなくても削減努力を行う傾向が強い。また、これ以上の削減は出来ないという企業は9.9%、景気回復後も変わらないというのが5.9%となっている。

物件費の今後の見通し



主要企業業界ヒアリング調査結果

〔建設業〕

建設関連の受注状況は、民間設備投資関連及びオフィス関連が特にひどく、業界全体は景気の底に留まっているとみられている。

土木関連では、政府及び自治体の景気対策により順調ではあるが、盛り上がりには欠けており、今後とも大きく期待はできない。

住宅関連では確実に増加傾向を確保しているが、一次取得者中心でまだ景気の牽引力に欠けたものである。また競争の激化に伴い収益に貢献できず、そのリスク負担は下請けにしわ寄せが及び、ユーザーにとっては住宅の質の低下を伴うものとなっている。

エンジニアリング産業は石油業界関連のプラント以外にも産業機械やビル建設などにも参入の強化が進んでおり、取引・契約の国際化とともに注目されている。今後、横浜の地場の中堅建設業は、資金力、技術力、組織力、新たな市場開拓など、どの分野で活路を見出していくのが課題となってきている。

オフィスなどでは2000年ぐらいまで供給過多の見通しもあり、建設業も欧米型のメンテナンス・リフォーム・デザイン部門へのストック領域と質への重点移動が模索されている。また売上競争から収益性の確保を目指しつつあるが、こうしたリストラは思うように進んでいない。

競争入札については、弱肉強食の競争が生まれ、新たな問題を生じる危険も指摘されている。

(経済政策課)

〔電気・電子〕

電気業界では、景気については幾分先行きに明るさが見えてきた。特に、洗濯機・冷蔵庫等の荷動きがでてきたのをはじめ、AV機器・エアコン・家電用モーター等の分野で活発になってきた。一方、映像システム・住宅設備用家電の分野においては、まだ厳しさがある。今後の景気動向については、現在、製品販売数が伸びても価格がダウンしているため、価格面からの増収が期待できない不安要素も残されているため楽観視はできない。

業務用AV機器関連では、相変わらず公共施設や民間事業所の新設が少なく、今後に期待をかけている。カーエレクトロ関連でのカーナビゲーションシステムについては、好調に売り上げを伸ばしているが、業界参入企業も増え競争が激化している。カーオーディオについては、いぜん自動車業界の回復待ちとなっている。移動体通信機器関連では、携帯電話機の売り切り自社ブランド製品の販売などで活況を呈しているが、業界参入企業の増加により競争が激化している。コンピュータ端末情報機器関連は引き続き好調に推移。蛍光灯関連については、依然商業施設関連の需要が少なく低迷している。しかし、その中で家庭用サークルラインの需要がでてくるなど荷動きがでてきた。

半導体業界の景気動向は、国内では民生用需要が低迷し低調である反面、国外では米国のパソコン需要をはじめ、東南アジアでのインフラの整備を含めて超繁忙状況が続いているため、堅調に推移している。このまま年内は推移すると予測されている。

(中小企業指導センター)

〔工作機械〕

工作機械業界の国内生産額は、平成2年度をピークに3年間も下降が続いている。平成5年度の国内生産額も、前年比で約25%の減少が見込まれ約5300億円と推定されており、ピーク時が出来過ぎとしても約40%の水準に落ち込んでいる。現在の状況も、かすかに底打ちという感覚があるものの、先行きの不透明感はぬぐえないという状況である。こうしたことから、各社とも今年度の予測を上期については横ばい、下期に若干の上昇と見込んでいる。

受注先としては、OA・パソコン等の事務機関係や半導体関係が好調であるが、大口ユーザーである自動車産業に回復の気配がない。工作機械業界は、ユーザーの約6割が自動車関連産業に関わりを持っており、この分野の動向に注目している。

こうした中で各社の輸出比率が高まっている。自動車関連が好調な米国向けなどが主力となる一方で、日本企業の海外進出が盛んな東南アジア向けの輸出が伸びてきている。国内販売の不振を輸出でカバーしている形だが、今後もこの傾向が続くと思われ、為替レートの変動というリスクな要因をかかえることにもなっている。

(産業開発)

〔自動車関連〕

自動車の国内販売台数及び輸出台数とも、前年割れが続く、自動車部品メーカーも設備・人員とも抑えており、生産計画は前年度並みとしており、人員は現場不足を間接部門の応援で対応している。設備投資は不要不急のものは極力抑え、経常のものも含め必要性を厳しく審査しており、全体として償却の範囲内に抑えている。また、総原価低減運動に本格的に取り組み、生産性向上・経費削減・生産ライン見直し等により納入単価引き下げに努力している。

例年、3月はかけ込み需要を期待していたが、4月からの自動車税の引き下げの影響や消費の不振で不発に終わり、年間では対前年比売り上げは5～8%程度のマイナスとなった。新年度も厳しい状況と業界では受けとめているが、今年後半の景気動向に期待しており、若干の販売額増を期待している。

これまで自動車部品を中心に扱ってきたメーカーの間でも、昨今の自動車業界の不振により、自動車以外の分野への進出が課題となっており、本格的な取り組みへの組織変更を行ったところもでてきている。

また、塗装業界では依然として底の状態が続いており、仕事確保のため3～5%の値引き要求を呑むケースもあり、収益が低下している。一部の企業では、自動車部品の比重を低くし、経営の安定化を図るため、他業種の新規業務の拡大を図るため、営業部門を強化している。

(産業振興課)

〔繊維・スカーフ関連〕

服地部門は全体にまだ売上不振の状態が続いている。数量的には最悪期を脱しているが、商品の低価格志向で受注単価が押さえられ、採算性は依然として苦しい状況にある。夏物は前年と比較すると少し回復基調にあるが、やはり採算性でみると苦しい。秋物は見本出し等の企画段階で、商社等が積極的に動いている。

スカーフは堅調に推移している。柄は花柄・エルメス調が多く、3,000～10,000円のもの売れている。最近の動きとしては、外国(中国)産の生地が安く入ってきていることと、3,000円以下

の外国産のスカーフがスーパーを中心として量販店に出回っていることが挙げられる。

ハンカチは一部ブランド商品以外は依然として低迷が続いており、未だ回復の兆しはみられない。市内各社の製造方法はハンドメイドが主流であるがこれからはオートの設定を導入する企業がでてくるであろう。

(中小企業指導センター)

〔運輸・倉庫〕

運輸業の今期の業況をみると、収益は前年と比べ海運、鉄道については前年並みであり、陸運については減少している。

海運については、国内外の状況・需要・取引業者などに左右される傾向にあり収益性については落ち込んでいる。鉄道については利用者がある程度定着化され、一部の短期間の利用者による変動が若干あるものの収益自体に影響は少ない。陸運については、荷主の企業の影響により今期の前半は低迷していたため、後半より上昇したが全体的に収益は減少している。しかし、現在は景気についてある程度底を打ったのではないかと考えている。海運、陸運とも、時期的・季節的需要のものに収益が左右される傾向があり、また運賃の値下げなどの問題を抱え、経費削減や新しい荷主の確保に努めている。

倉庫業の全体的な傾向としては、引き続き低迷が続いている。今期(6年1~3月期)の倉庫利用率は、普通倉庫で70%程度、冷蔵倉庫で40%程度である。企業の多くが3月末の決算期で在庫処分を行ったため、出庫が多く倉庫内の荷は少なくなっている。

倉庫の景況は一般の動きに遅れて変化するので、景気の回復といえるところまでにはまだこの先時間がかかりそうである。

ただ、円高で輸入環境が良いこと、とりわけ冷蔵倉庫については潜在的な冷凍食品需要(業務用、個人用ともに)があることや夏季に向けた季節的需要が期待できることなどから先行きの見通しは徐々に明るさが期待できるようになりつつある。

(経済政策課)

〔卸・貿易〕

景気は先行きが依然不透明なまま推移しており、回復には遠い状態にある。このところの急激な円高や政情不安が、いっそうこれに拍車をかけている。この状態は、少なくとも秋頃が今年いっぱい続くと思われる。在庫調整もまだ済んでいないため、製品はよほど絞り込みをかけないと販売が難しい。また、製品単価が下がっているため、販売数量が増えても販売額が伸びない。

海外市場については、米国の景気が持ち直したことにより米国自身の輸入は増えているものの、コストや為替差で必ずしも日本からの輸出に結びついていない。

(国際経済)

〔大型小売店〕

消費者の低価格志向などにより売上高は総じて低調に推移しているものの、底打ち感がでてきており一部に回復の兆しもみられる。

百貨店は25カ月連続して売上高前年割れの状態が続いている。1月には下げ止まり感がみられたが、2月~3月前半は大雪などの影響で落ち込み幅が広がった。しかし、3月後半から持ち直

しの動きがでてきており、高額商品、外商等の動きに回復の兆しもみられる。

スーパー業界も、昨年6月以降連続して売上高が前年を下回る状況が続いているが、減少幅は縮小してきており、食料品中心のスーパーでは昨年末以降前年を上回って推移しているところもある。

百貨店、スーパーとも販売価格が低下する中で収益を確保するため、人件費・広告費等の経費削減、仕入先の集約化等による仕入れコストの引き下げに取り組んでいる。円高や雇用動向等への不安感が払拭されないことから、依然上期の売り上げに慎重な見方を崩しておらず、新規出店等の設備投資についても抑制姿勢をとっている。また、大店法の運用基準が5月から規制緩和されるのを受けて、閉店時間の延長、休業日数の短縮が検討されている。

紳士服の大型専門店も、価格の低下、業界内の競争激化、百貨店などによる低価格商品の投入等から、販売額が前年割れの状況となっている。このため、価格面だけでなく、機能、素材面での付加価値を顧客に訴える戦略が一層重視されており、メーカーと共同で顧客ニーズを取り込んだ商品開発が行われている。新規出店については、当面消費回復のタイミングを図りながら慎重に計画が進められている。

(産業立地)

〔不動産〕

住宅については、分譲マンションは4千万円台の一次取得者向けの物件を中心によく売れており、5年度に販売した物件はほとんど契約されたといった状況である。若干価格の高い買い替え需要向けの物件についても、供給数は少ないが比較的人気がでている。販売価格については、ほとんどの物件が実需に近い価格で販売しているので、需要があっても高くすることはできず、しばらくは横ばいが続くだろう。戸建ての物件についても、比較的低価格の物件は人気であるが、1億円を超える物件は非常に苦戦する。中古の物件については、価格の低下は一段落したが、買い替えの動きが少ないため出回る数が少なくなっている。

業務系オフィスについては、新しいオフィスビルの供給や企業の撤退が一段落したため、空室率の低下には歯止めがかかってきたが、賃料の低下が目立ち、依然厳しい状態が続いている。

(経済政策課)

〔情報サービス〕

景気自体は底を打ったという認識を持っている。しかし、業界としては6年度は良くて横ばい、平均的には10%前後で落ちるだろう。6年度以降の業界見通しや回復については企業の規模や技術力、得意分野の有無で差がつくだろう。

また、資金繰りは引き続き悪化している。業績が悪ければもちろん、情報関連産業というだけで、業績を調べもせずに貸し渋りがある。人員については、管理部門のスリム化など組織再編、雇用調整の実施や新規採用の手控えで、ほぼやれることはやったというところまで来た感じである。6年度も新規採用はゼロまたは大幅減となるだろう。手応えが出始めた業務としては、OA部門以外のエンジニアリング系の仕事、全般的にはワークステーションやパソコンネットワーク関連である。

今後は、情報関連産業も専門性が求められる傾向にあり、得意な分野や地域の開拓、技術者の養成とともに、仕事の性質によってその分野の得意な企業との共同作業が求められている。さら

に、官公庁などの大規模プロジェクトでは構築ハード・ソフトをそれぞれ異なる会社が受け持つ受注も実現している。この中で得意分野の開拓について中小企業にとっては、業界団体等による支援のより一層の充実が求められる。

(経済政策課)

〔ホテル・コンベンション〕

市内主要ホテルの平成6年1～3月期の稼働率は、景気低迷の影響で引き続き低調気味。しかし、4～6月期は長期間のゴールデンウィークが期待でき、また大型のコンベンション開催が夏期に予定されていることから、予約状況は比較的好調に推移している。なお、ホテルが利用客のニーズにあった価格設定に工夫を凝らし、宿泊料金が低下しているため団体旅行で来た後、個人部屋を取る等、利用客に新しい行動パターンがみられるようになったのがこのところの特徴である。

市内の大規模貸ホールについては、景気低迷の影響が残り、1～3月期は対前年同期比で若干落ち込んでいる。また4～6月期は、予約状況がやや弱く前年より低調に推移するものと予測している。本年上期の稼働率は60～62%くらいと予想され、明るい材料がない中、今年度の景気見通しも慎重な見方が強い。

コンベンション関連業種の市内展示・装飾業の1～3月期は大型の展示イベントが市内で開催されたため、営業実績は比較的好調で景気も徐々に回復基調にあるとの見方がでてきている。平成6年度の上期は、特に国立大ホールでのコンベンション開催による受注が期待でき、営業見通しは明るいものと予想している。しかし今後、全国的に新規大規模コンベンション施設が開業時期を迎えているため、コンベンション分散化の傾向に若干不安の念もある。

パシフィコ横浜の1～3月期の稼働状況は、国立大ホールの開業・使用との調整が出たため、対前年同期と比べ低めに推移した。しかし展示ホールはこの時期、大型展示イベントの利用が多く順調であった。平成6年度の上期の見通しは、会議場は定例的な会議の予約が増えており、また展示ホールもコンピュータ関連など企業の展示会が比較的好調のため、前年並以上の稼働を期待できそう。今後、国立大ホールの開業により、企業の大型コンベンションのマーケットが開けてくるものと期待している。

(観光コンベンション課)

〔コミュニティ産業〕

業態により好不調があるが、供給が伸び悩む中、経営努力が利益の確保につながり全体的には回復傾向にある。共同購入関連では、既存の業態は伸び悩んでいるものの、在宅システムなどを導入した新業態は健闘している。店舗では、新店を含めても供給が前年割れの状態である。特に小規模店の苦戦ぶりが目立つ。品揃え等が消費者・組合員のニーズに応えきれなくなってきており、店舗規模・配置等の見直しが課題となってきた。

今後、商品の価格競争が厳しくなることが予想されるが、流通システムの再構築、組合員参加の商品開発等で安売りに留まることない商品開発を進めている。ワーカーズコレクティブは仕出し・惣菜事業をはじめ、善戦しているが、事業規模拡大とともに、組合員が参加意識の持てる規模への分割等の課題が生じている。

(消費経済課)

〔生涯学習関連〕

スポーツクラブの会員数は前年同期と比べ、小幅ながら減少しており、景気回復はまだみられないようだ。また、クラブ側は今後の会員の獲得については、施設の付加価値を高めることや会員に対する特典を設けることなどにより増加を図る方向であり、景気回復による増加は当面考えていないようだ。

カルチャースクールでは、今までは不況の影響は受けにくいといわれていたが、今回の不況は金利低下に伴う年金生活者等の受講生の減少や、語学学校の増加等により、これまでにない影響を受けているよう。受講者の減少傾向には、歯止めがかかったようだが、増加には転じておらず、今後の対応としては、時代と受講生のニーズを的確に把握することにより受講生を獲得していくようだ。

教育産業では、卒業生の就職状況は相変わらず厳しいが、昨年ほど悪くはないようだ。これは、景気が回復したためではなく、前年の経験から学校が就職活動に積極的に関与したこと、企業がリストラを進めすぎた結果、採用者数を増やしたものと思われる。今年の求人状況は全体としては回復の兆しは見えないが、業種や企業によっては採用を増やす検討を始めており、一部業種においては、景気回復の兆しが出始めたのではないかと思われる。

(経済政策課)

〔レジャー産業〕

レジャー施設については、ランドマークタワー・八景島は堅調に推移。その他の市内レジャー施設は落ち込みの激しい施設と持ち直して来つつある施設とがあるが、全国的に前年より入館者数、消費額の減少傾向は変わらない。消費単価も前年より低い傾向で推移しており、新たな設備投資も手控え気味である。山下地区については、再整備を検討している施設もあり、今後の動向が注目される。いずれも現状としては、経費節減に努め、企画や宣伝に力を入れているところが多く、景気についてはまだまだ不透明との見方が強い。

旅行業界については、国内の個人旅行と海外旅行の需要は増えており、持ち直しつつあるとの見方があり、今年度後半は景気回復の見通しを持っている。消費額が低い傾向は景気によるものだけでなく、消費者の目が厳しくなっていることによるものと分析している。

今後の目標として、一般団体へのセールス強化、イベント・コンベンションの強化、広範囲の世代への販売可能な商品開発を挙げており、その他様々な企画開発と積極的な販売戦略の展開を検討している。

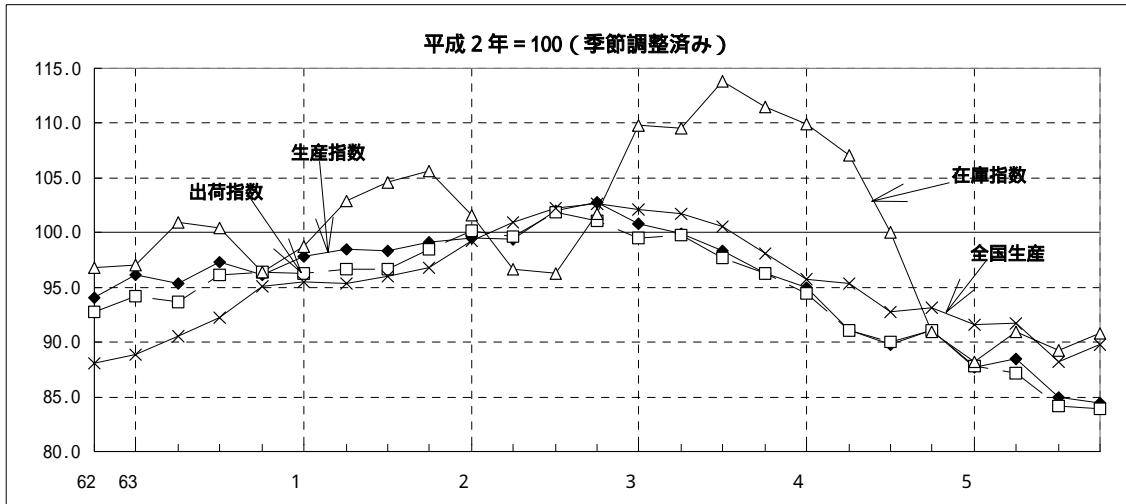
(観光コンベンション課)

()内はヒアリング担当部署

横浜市主要経済指標の動き

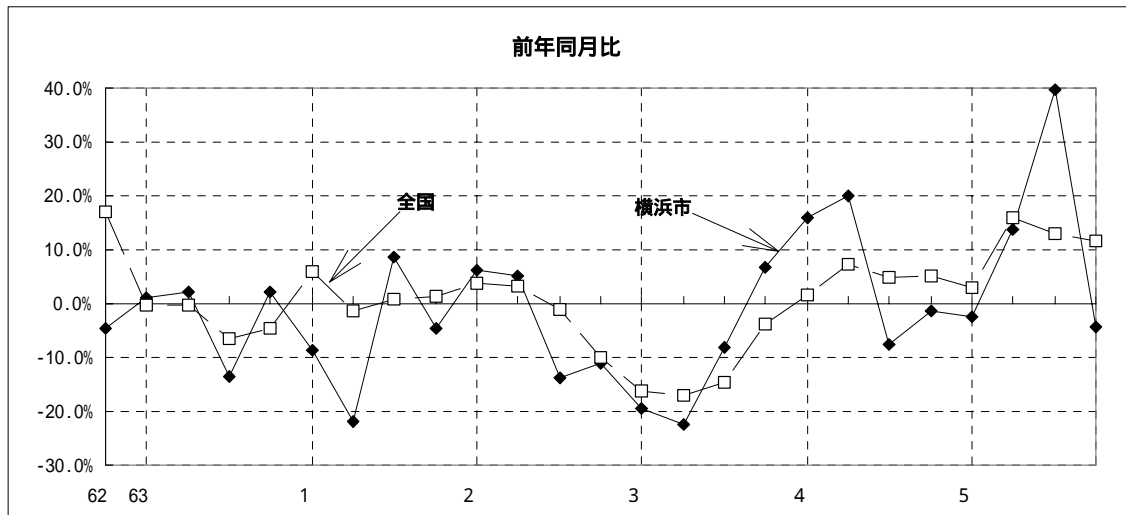
生産・出荷・在庫指数（通商産業省、神奈川県企画部統計課）

今期（平成6年1～3月期）の生産指数をみると、各月とも84.4前後で推移するという伸び悩み傾向で前年同月比7.2%のマイナスとなった。出荷指数は前月比微増で推移しているものの生産指数とほとんど同傾向を示し前年同月比7.8%のマイナスとなっている。したがって在庫指数も横ばいの状態が続いている。



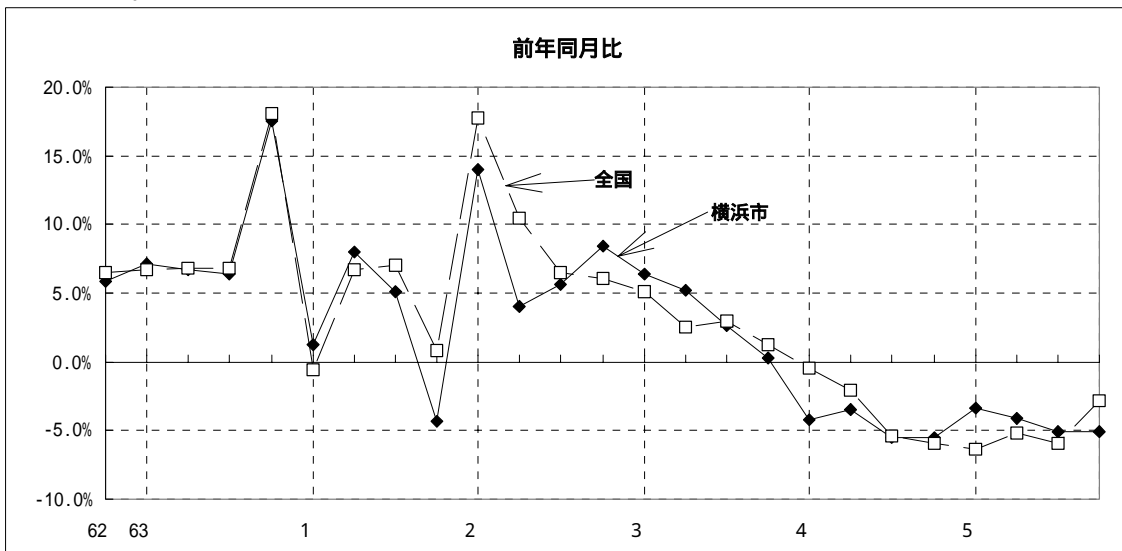
新設住宅着工床面積（建設省）

新設住宅着工は今年の1月に入っても「日影規制の条例」の影響などにより昨期と同様な傾向で推移し、前年同月比16.9%となった。しかし2、3月は戸数ベースで30%前後、床面積ベースで15%前後のダウンとなっている。



百貨店売上高（百貨店協会）

悪天候等の影響で2月は8.0%の前年同月比割れとなったが、1、3月はそれほどの落ち幅ではなかった。品目別にみると、依然として紳士服が不調、家具も大きな落ちとなっている。伸びた商品としては3月に家電製品が14.6%の上昇、また2カ月連続してサービス収入が僅かではあるが上昇している。



有効求人倍率（労働省、県労働部職業対策課）

有効求人倍率をみると、有効求人数自体は増加しているが、それ以上に有効求職者数が増加しているため前期より1ポイントダウンして0.43倍となった。

