

第3編 企業行動に関する意識調査
(大企業、資本金10億円以上)

I. 要旨

2016年度「企業行動に関する意識調査」の概要

「広義の投資」に対する企業の取り組み

「企業行動に関する意識調査」では、国内有形固定資産投資に加えて、無形固定資産投資（ソフトウェア投資など）や海外有形固定資産投資、M&A、研究開発、人的投資を「広義の投資」と捉えて調査を行った。

① 国内有形固定資産投資に対する認識

製造業では、国内の主要生産拠点について、4割以上の企業が維持・更新投資の増額が必要と回答し、維持・更新投資は行き届いていると回答した企業よりもやや多かった。設備投資の水準については、高水準との回答と抑制的との回答が概ね半々となった。

② 研究開発

向こう3年間の研究開発費の見通し（金額水準）では、6割の企業が横ばいと回答したが、3割の企業は増加すると回答した。研究開発の課題としては、事業化の遅れ、テーマ選定やアイデア不足などが多かった一方、他社や大学等との連携を課題と回答した企業は少なかった。

③ 人的投資、人材不足への対応

人材確保では、製造業、非製造業ともに、将来の人材不足も含めて、人材確保に懸念を示す企業が多く、建設業や運輸業などで顕著だった。不足している人材としては、現場を支える技能労働者の後継人材が不足しているとの回答が多かった。企業活動にとって、人的投資の重要性が高まるなかで、人材育成の取り組みとしては、現場でのOJTや若手の登用、現場体験を重視する企業が多かった。人材不足への対応としては、採用強化や女性、高齢者の活躍機会拡大といった回答が多かった一方、外国人の採用拡大との回答は限定的だった。

④ 海外設備投資、M&A

製造業について、国内外の生産能力の中期的な方針をみると、「相対的に海外を強化」する企業の構成比が下げ止まった一方、上昇基調にあった「内外ともに増加」の比率が低下に転じた。M&Aについては、製造業の36%、非製造業の23%の企業が2010年度以降にM&Aを実施したと回答し、目的としては事業規模やシェア拡大、事業分野の拡大などが多かった。

⑤ 情報化投資

情報化投資については、製造業、非製造業ともに7割の企業が近年増加傾向にあると回答した。IoT、ビッグデータへの対応では、活用または活用を検討しているとの企業は3割となり、昨年度調査の2割からは増加した。

⑥ 成長・競争力強化の取り組み

成長・競争力強化の取り組みでは、4割の企業が取り組んでいると回答し、その理由としては、将来の新たな事業の柱とするため、との回答が多かった。

以上

Ⅱ. 調査要領

特別アンケート 企業行動に関する意識調査結果 2016年6月（大企業）

調査時期：2016年6月24日（金）を期日として実施。

調査対象：2015・2016・2017年度 設備投資計画調査の対象企業

調査名	対 象	回答状況 [※] (回答率)	回答状況	
			製造業	非製造業
企業行動に関する意識調査	大企業(資本金10億円以上) 3,146社	1,243社 (39.5%)	519社	724社

※1問でも有効回答があった企業をすべて含むため、各設問の回答社数は上記よりも少ない。

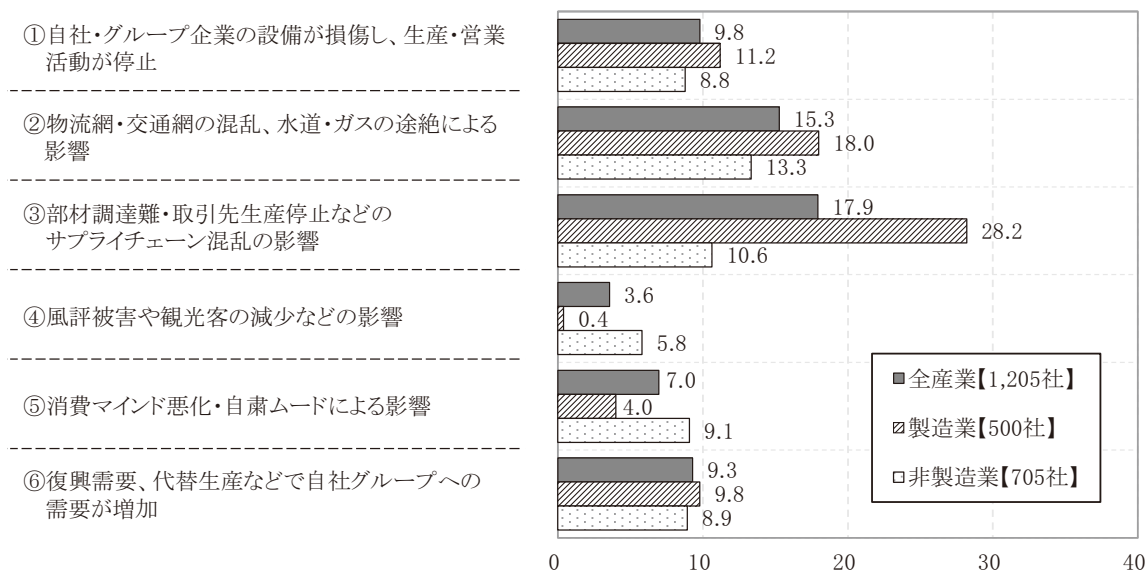
- 調査項目：
1. 熊本地震の影響について
 2. 設備投資や設備について
 3. 人的投資、人手不足への対応
 4. 国内および海外の事業活動について
 5. 成長・競争力強化に向けた取り組みについて

Ⅲ. 調査結果

1. 熊本地震の影響について

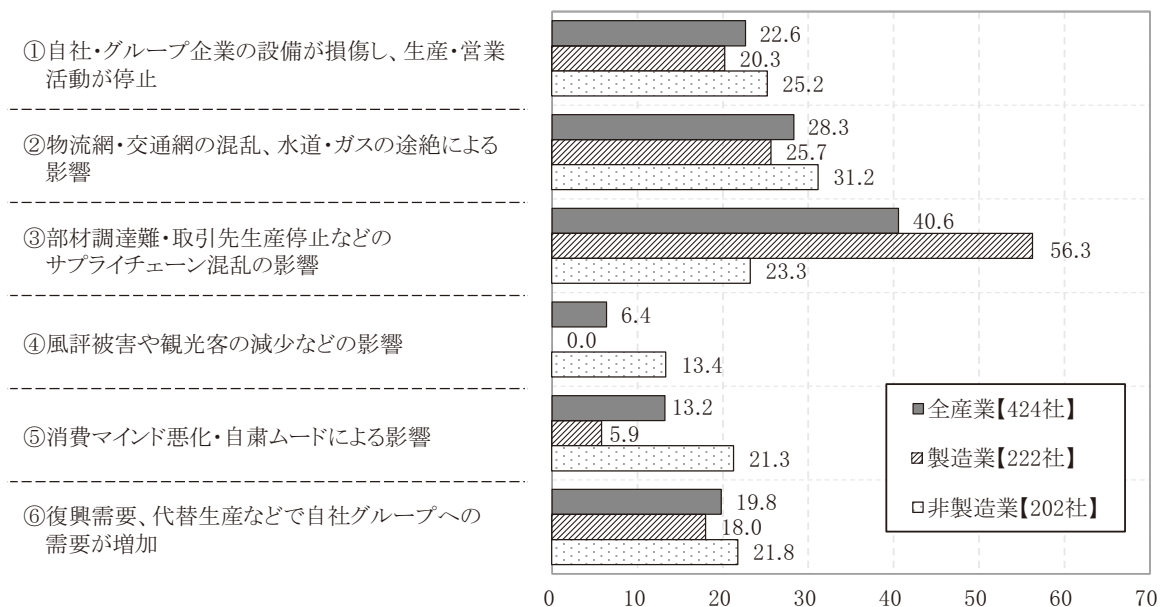
- 4月に発生した熊本地震の影響としては、製造業を中心に③サプライチェーン混乱が最も多く、次いで②物流網・交通網の混乱、ライフライン途絶との回答が多かった。最も影響の大きかったものについて行った設問でも、同様の傾向となった。

図表1-1 熊本地震が事業活動に対する影響



(注) 各項目において影響が「有・無」の回答で、上記は「有」の割合 (有効回答社数比、%)

図表1-2 上記のうち最も影響の大きいもの

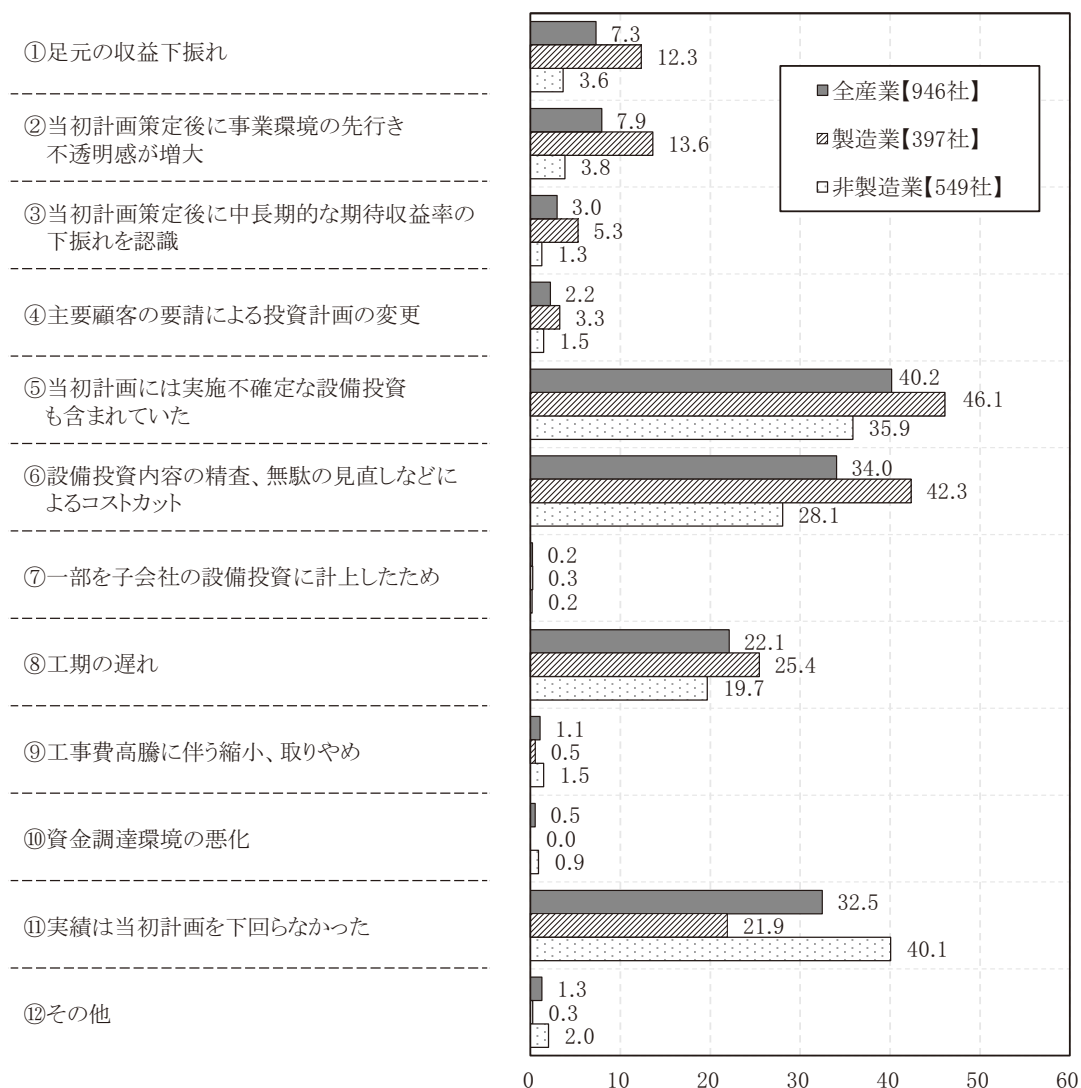


(注) 最大2つまでの複数回答 (有効回答社数比、%)

2. 設備投資や設備について

- 設備投資の下振れ要因としては、⑤実施不確定な設備投資も含まれていた、⑥内容の精査、無駄の見直しが最も多く、⑧工期の遅れと併せて、計画から実績にかけての傾向的な下振れが要因となっている。一方、①足元の収益下振れ、②事業環境の先行き不透明感が増大との回答は1割程度となった。また非製造業を中心に、⑪計画を下回らなかったとの回答も多かった。

図表2-1 2015年度国内設備投資の実績が当初計画を下回った理由

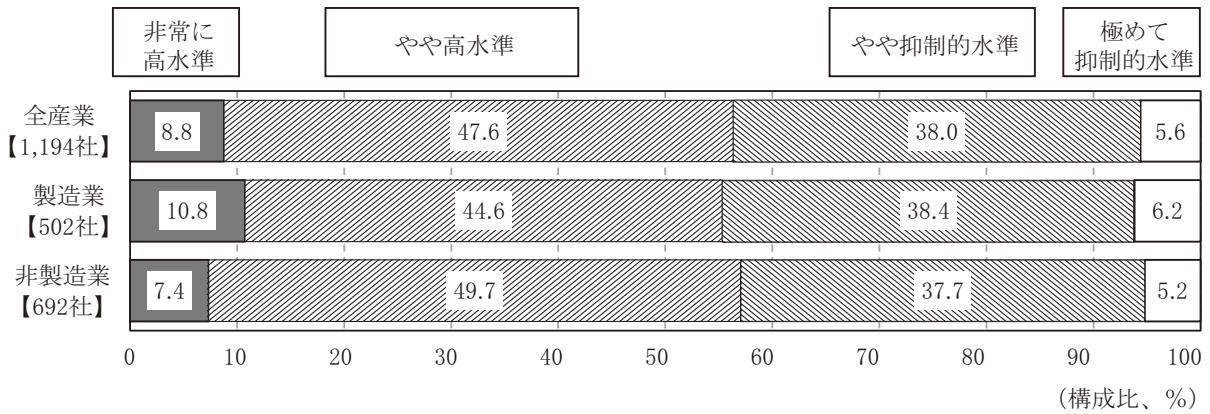


(注) 最大3つまでの複数回答

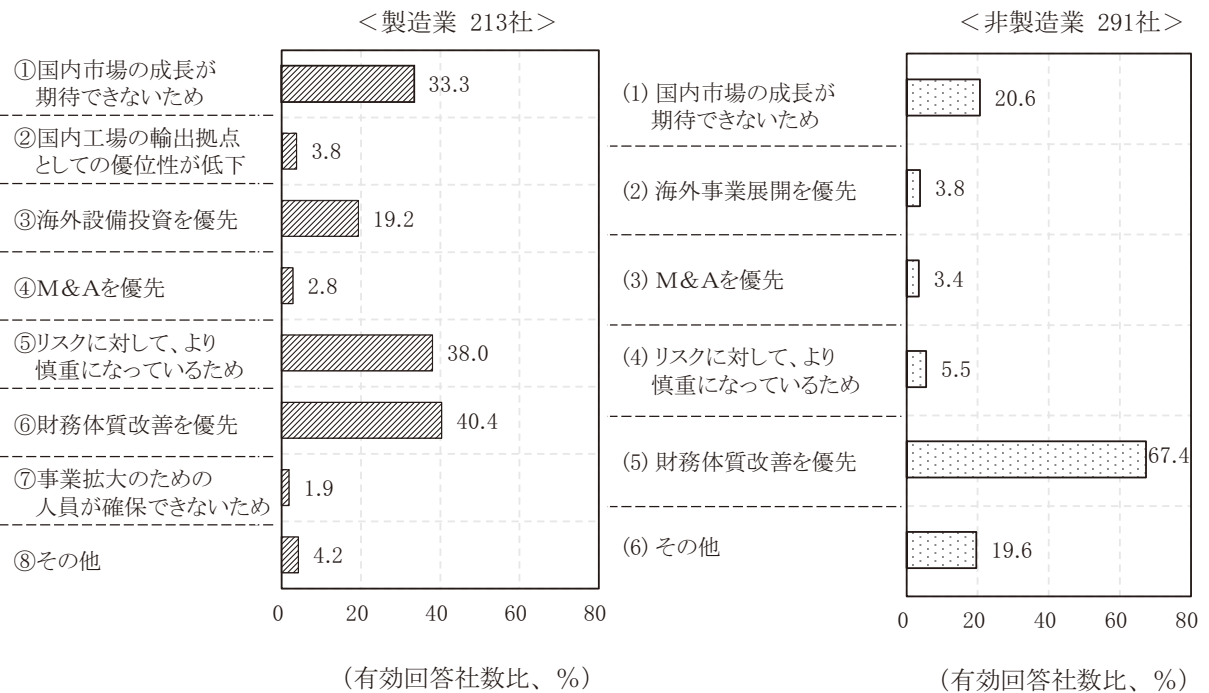
(有効回答社数比、%)

- 自社の設備投資水準に対する認識では、製造業、非製造業ともに半数以上の企業が非常に高水準またはやや高水準と回答した。
- 設備投資を抑制する理由としては、製造業、非製造業ともに⑥(5)財務体質改善を優先との回答が多かったほか、製造業では⑤リスクに対する慎重姿勢や①国内市場の成長が期待できないためとの回答も多かった。

図表2-2 過去3年の国内設備投資の水準に対する認識



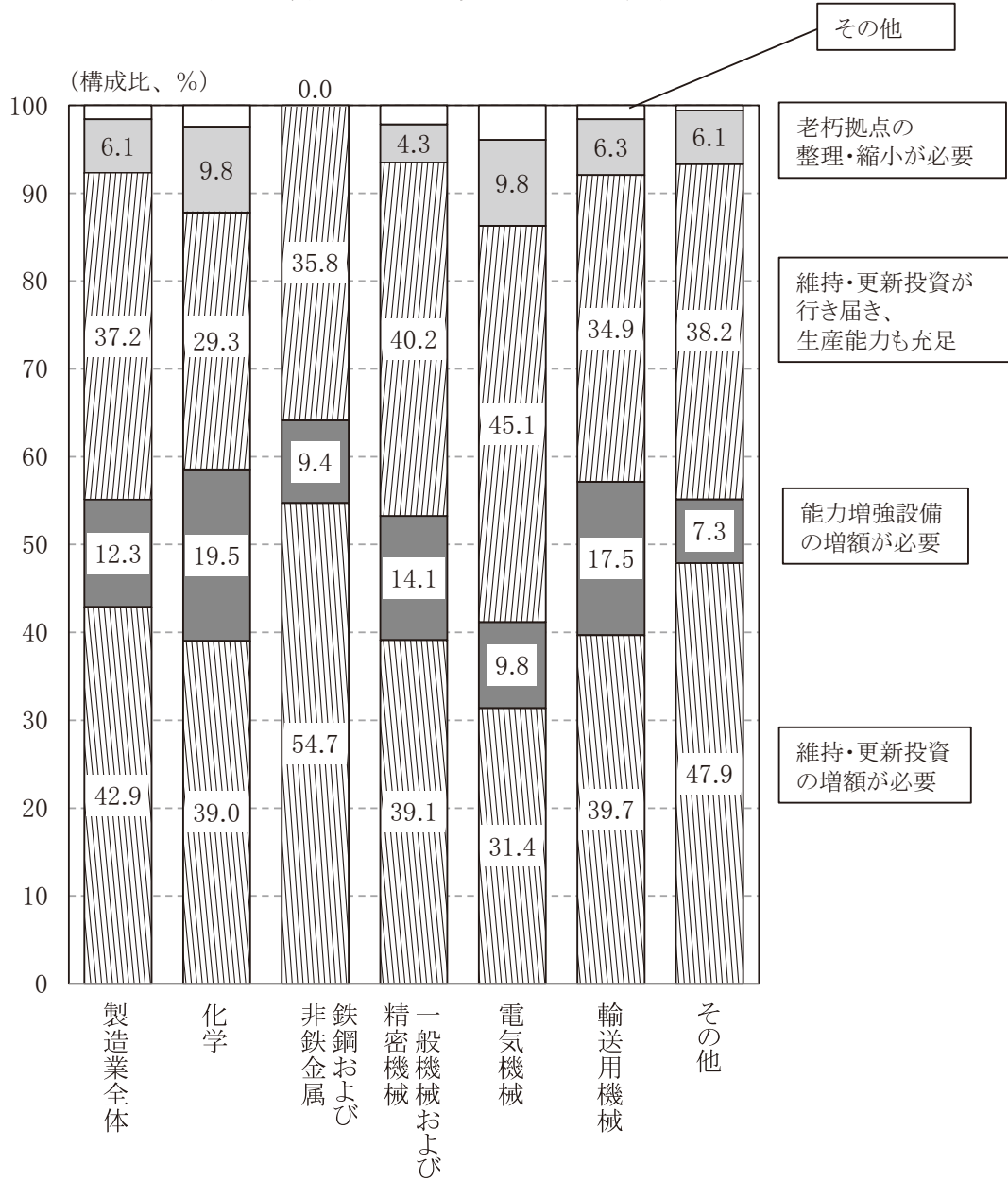
図表2-3 上記で抑制的と回答した場合の、背景にあるもの



(注) 最大2つまでの複数回答。製造業と非製造業で選択肢が一部異なる。

- 製造業の企業の半数以上が、総合的にみて国内生産拠点で設備投資の増額が必要と回答。業種別では、鉄鋼・非鉄金属で維持・更新投資が必要との認識が多かった。また化学などを中心に老朽拠点の整理・縮小が必要との回答もみられた。

図表2-4 国内生産拠点の現況についての認識

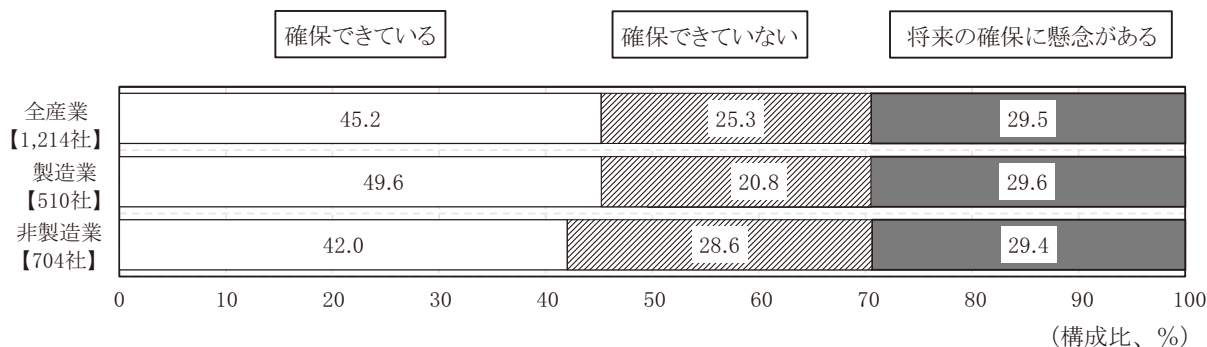


【506社】 【82社】 【53社】 【92社】 【51社】 【63社】 【165社】

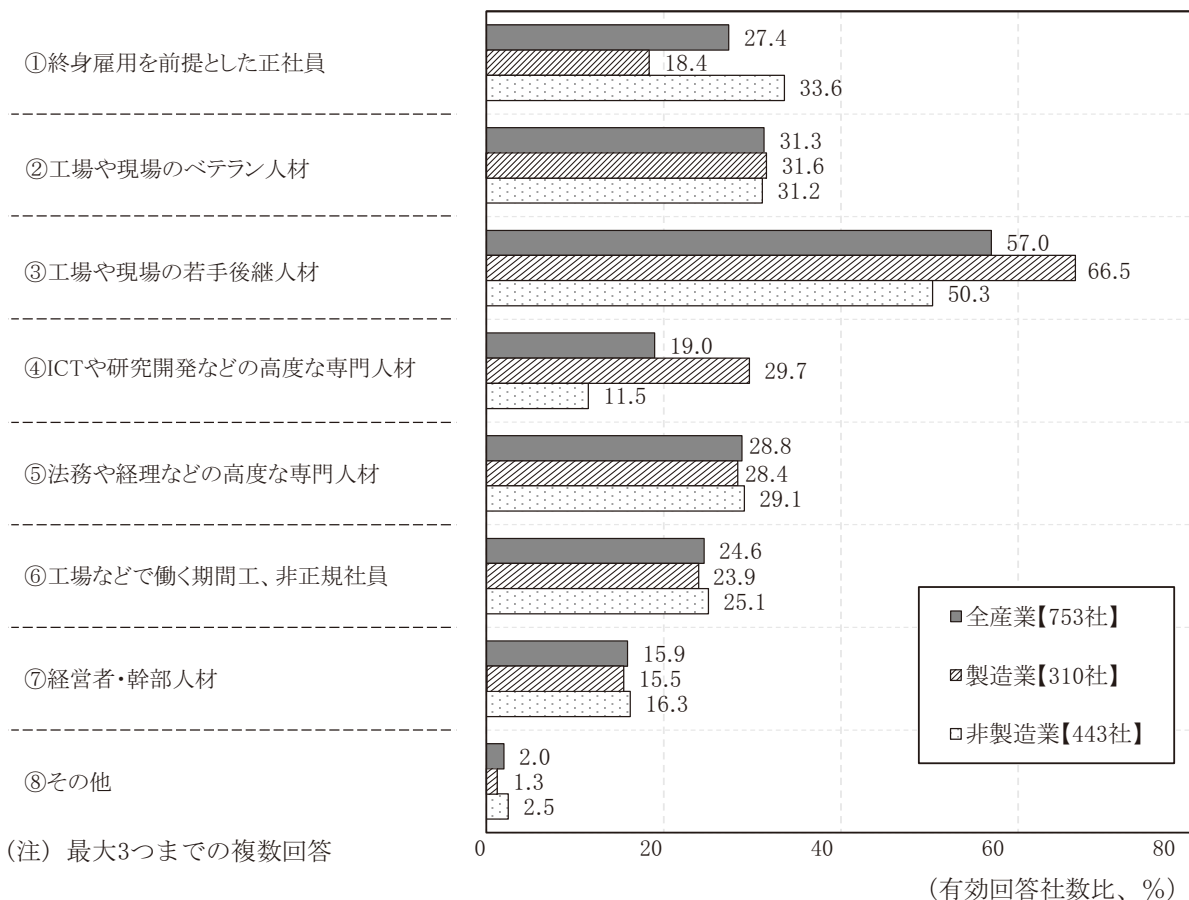
3. 人的投資、人手不足への対応

- 人員不足感は業種により差がみられるものの、製造業、非製造業を問わず、足元または将来の人手不足に対する懸念を示す企業が半数を超えた。
- 確保できていない人材としては、製造業では、③工場や現場の後継人材が不足しているとの回答が多く、②ベテラン人材や④ICTや研究開発などの専門人材と併せて、ものづくりの現場を支える人材の不足感が高くなっている。非製造業でも、③現場の後継人材の確保が難しくなっており、同様に現場を支える人材確保が難しくなっている。

図表3-1 足元および当面の人材確保の状況

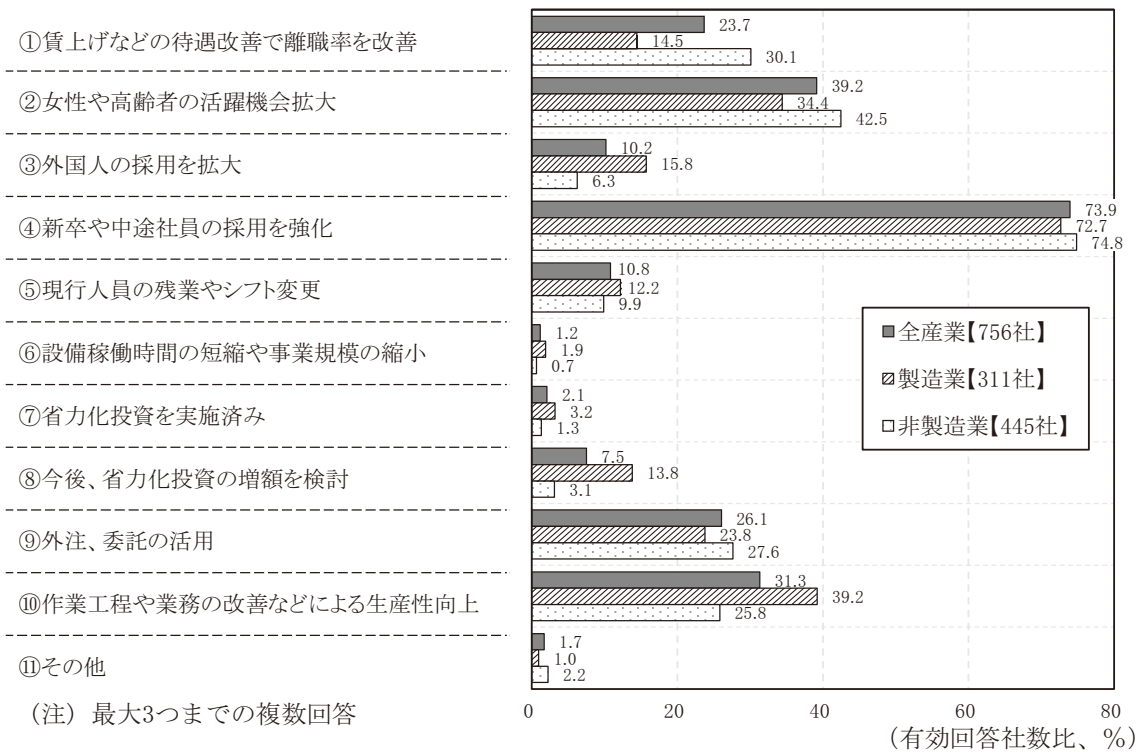


図表3-2 確保できていない/できなくなる懸念がある人材

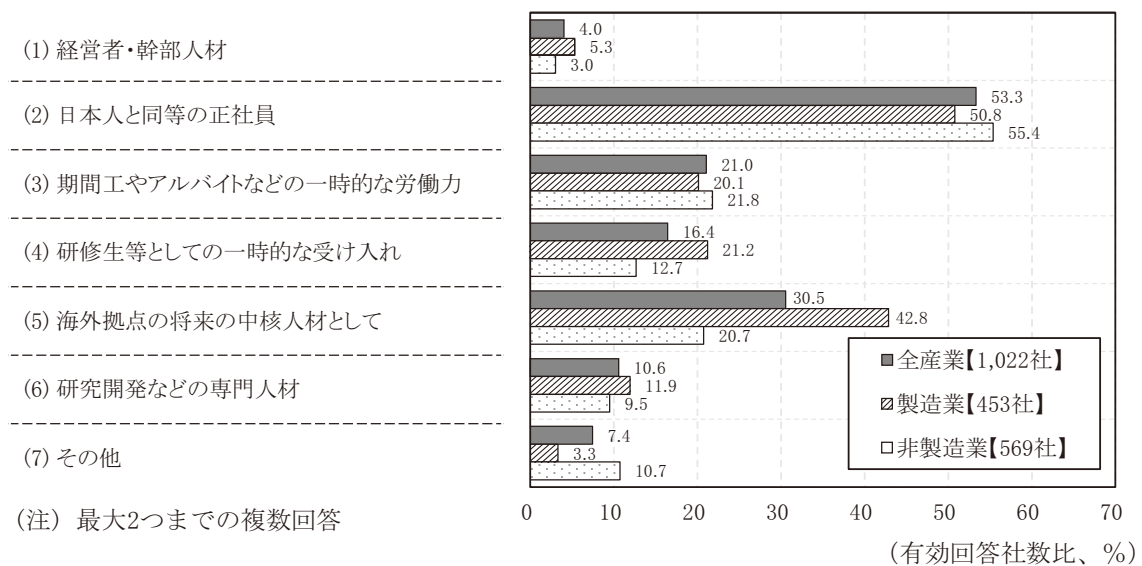


- 人材不足への対応としては、④新卒や中途の採用と答えた企業が最も多かったほか、②女性や高齢者の活躍機会拡大との回答も多くみられた。製造業では⑩生産性向上という回答も多かった。
- 国内で外国人を採用する場合、製造業、非製造業ともに(2)日本人と同等の正社員としての役割を期待する回答が多くみられた。製造業では、(5)海外拠点の将来の中核人材として期待するとの回答も多い。一方、製造業、非製造業ともに(3)期間工やアルバイト、(4)研修生等などの一時的な労働力との回答も2割前後みられた。

図表3-3 確保できていない/できなくなる懸念がある場合の対応

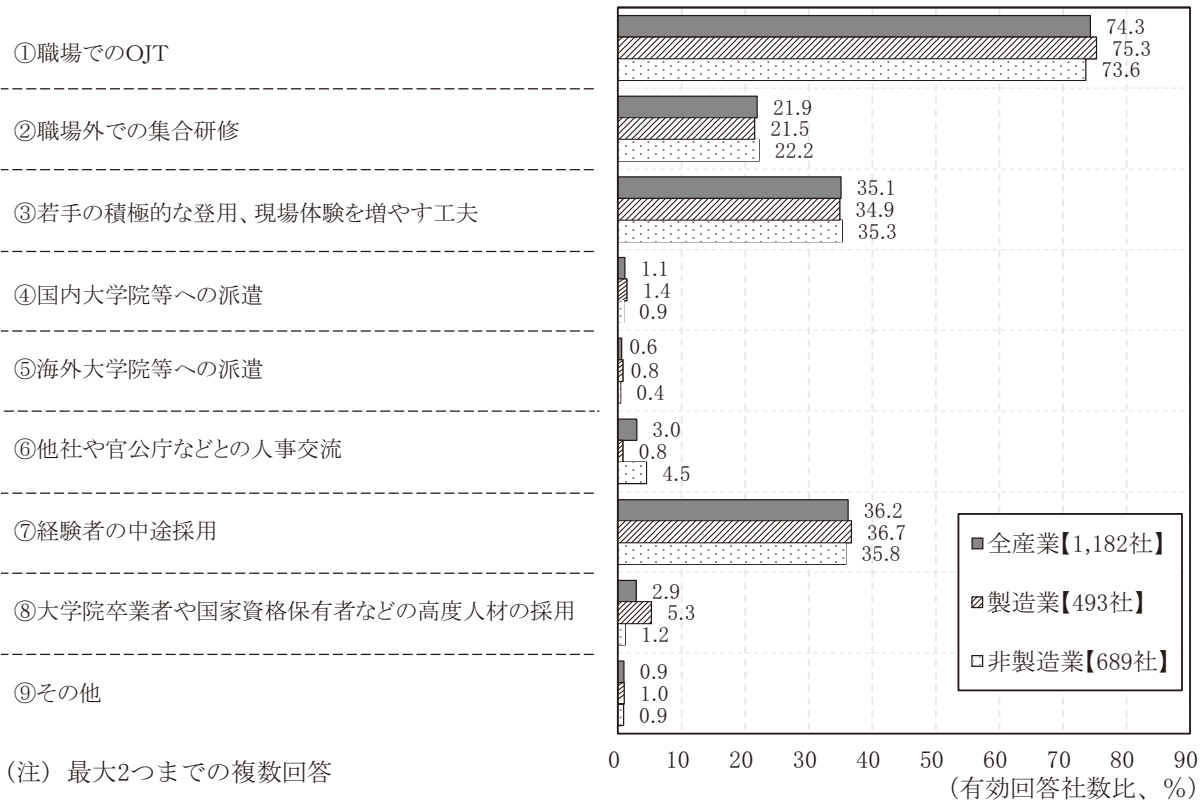


図表3-4 国内で外国人を採用する場合、期待する役割



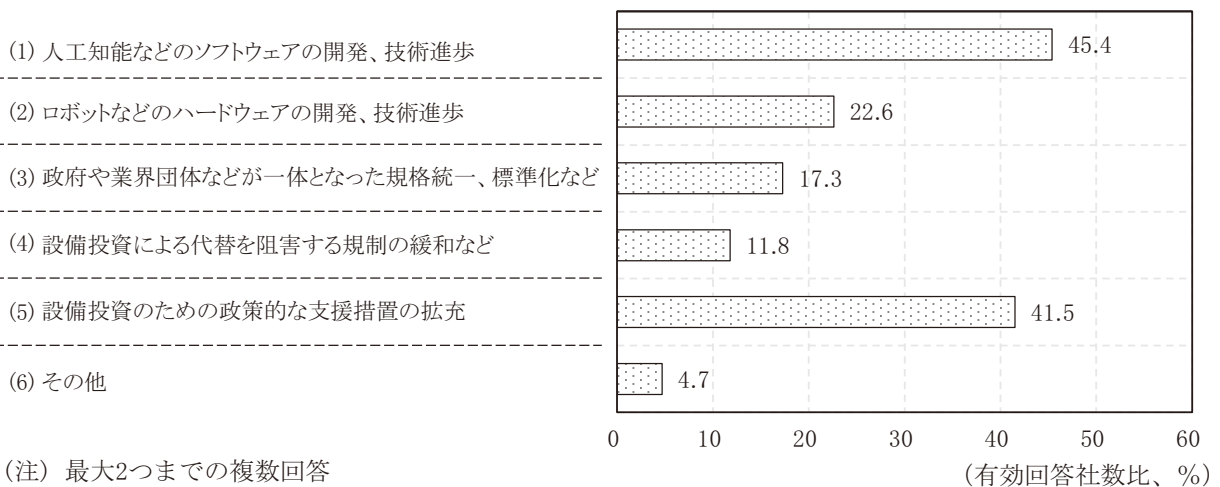
- 人材育成では①職場でのOJTを重視するとの回答が多く、次いで⑦経験者の中途採用、③若手の積極的な登用という回答も多かった。
- 非製造業において、設備投資で人手不足を補うために必要なこととしては、(1)人工知能などのソフトウェアの開発、技術進歩との回答が最も多く、(5)政策的な支援措置の拡充がこれに次いだ。

図表3-5 人的資本への投資、人材獲得で重視していること



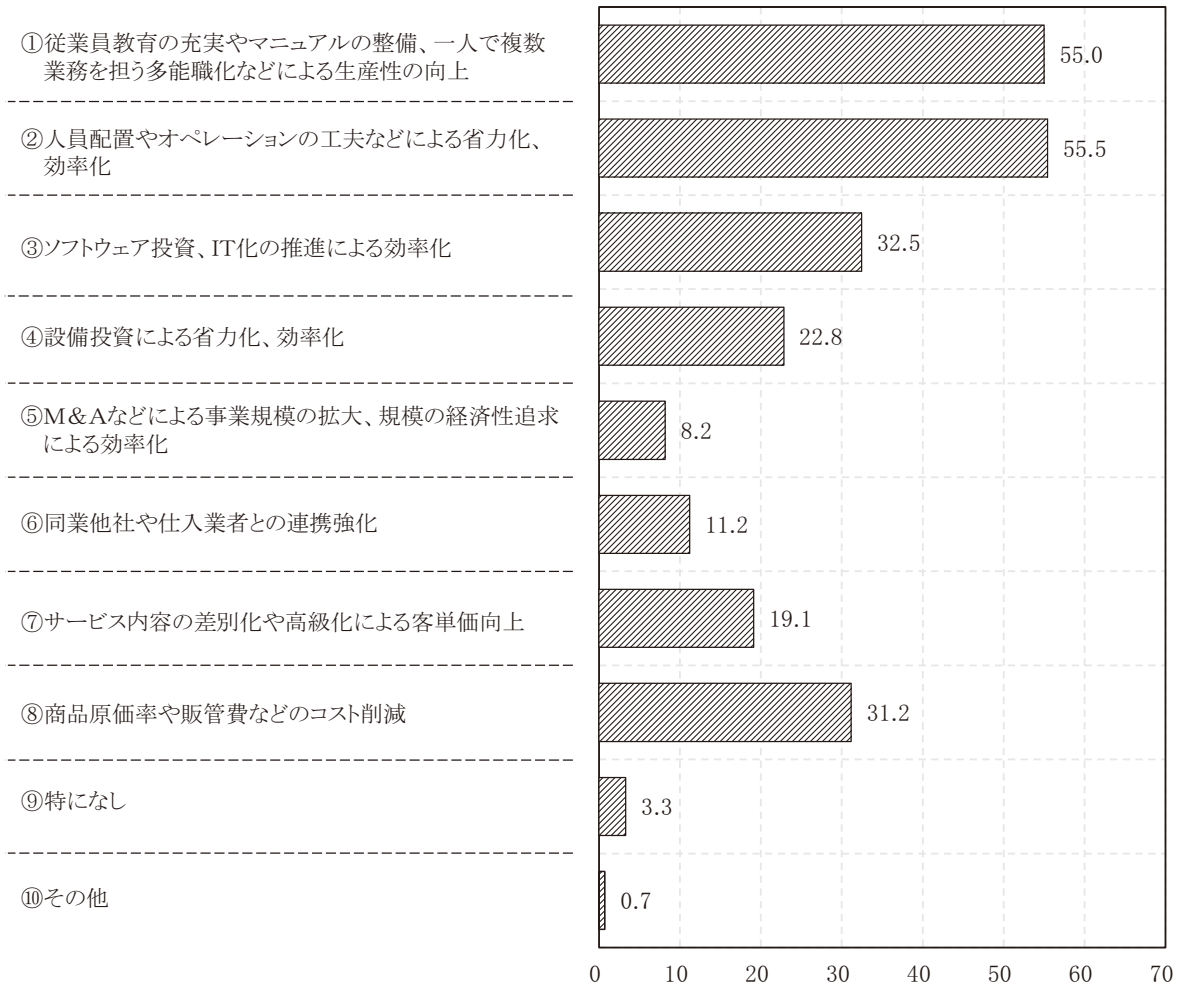
図表3-6 設備投資で人手不足を補うために必要なこと

<非製造業 619社>



- 非製造業の生産性向上においては、②オペレーションの工夫、①従業員の多能職化との回答が多い。また、③ソフトウェア投資、IT化による効率化、⑧商品原価率や販管費などのコスト削減、④設備投資による省力化、効率化との回答も3割弱となった。

図表3-7 人的資本への投資、人材獲得で重視していること
 <非製造業 696社>

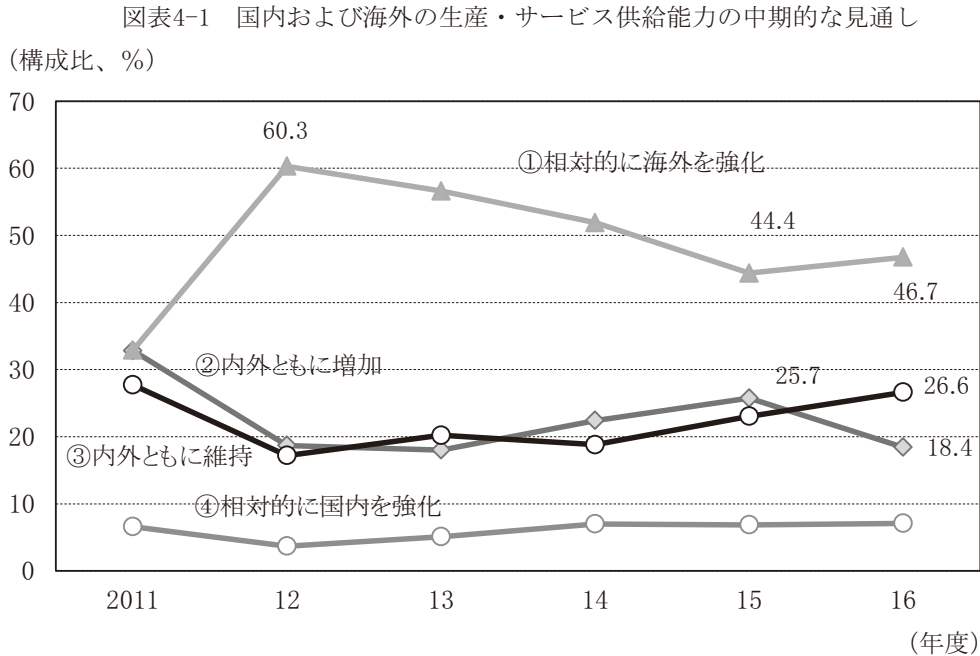


(有効回答社数比、%)

(注) 最大3つまでの複数回答

4. 国内および海外の事業活動について【製造業】

・製造業の中期的な国内外の供給能力については、国内を増やさずに相対的に海外を強化する企業の構成比が下げ止まった一方、13年以降、上昇基調にあった②内外ともに増加の比率が低下に転じた。他方、③内外ともに維持の比率は上昇傾向が続いている。



製造業 353社 (2016年度調査)

2016		国内供給能力			合計
		増加	変わらず	縮小	
海外供給能力	増加	18.4	41.1	4.0	63.5
	変わらず	5.1	26.6	1.7	33.4
	縮小	0.3	1.7	1.1	3.1
合計		23.8	69.4	6.8	100.0

<参考> 製造業 408社 (2015年度調査)

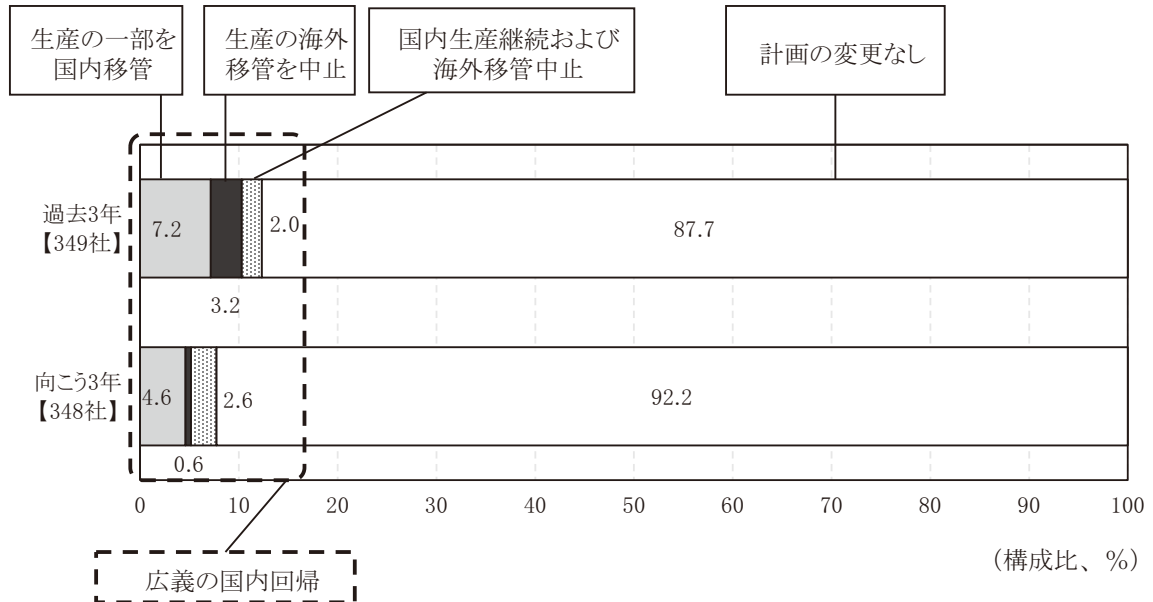
2015		国内供給能力			合計
		増加	変わらず	縮小	
海外供給能力	増加	25.7	37.7	5.6	69.1
	変わらず	5.1	23.0	1.0	29.2
	縮小	1.2	0.5	0.0	1.7
合計		32.1	61.3	6.6	100.0

(構成比、%)

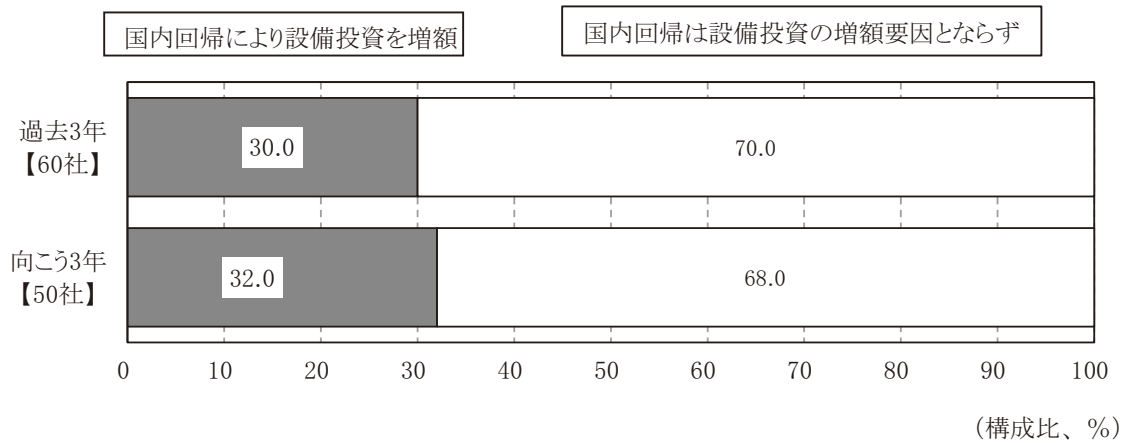
(備考) 2016年度、2015年度調査ともに国内および海外の共通回答で集計

- アベノミクス後の円高是正により、12%の企業が何らかの形で国内回帰を行ったと回答し、向こう3年間の見通しでは8%となった。但し、国内回帰をしたとしても、設備投資の増額要因にはならないとの回答が7割を超えた。

図表4-2 2015年度実績、2016年度計画における海外事業の国内回帰の有無



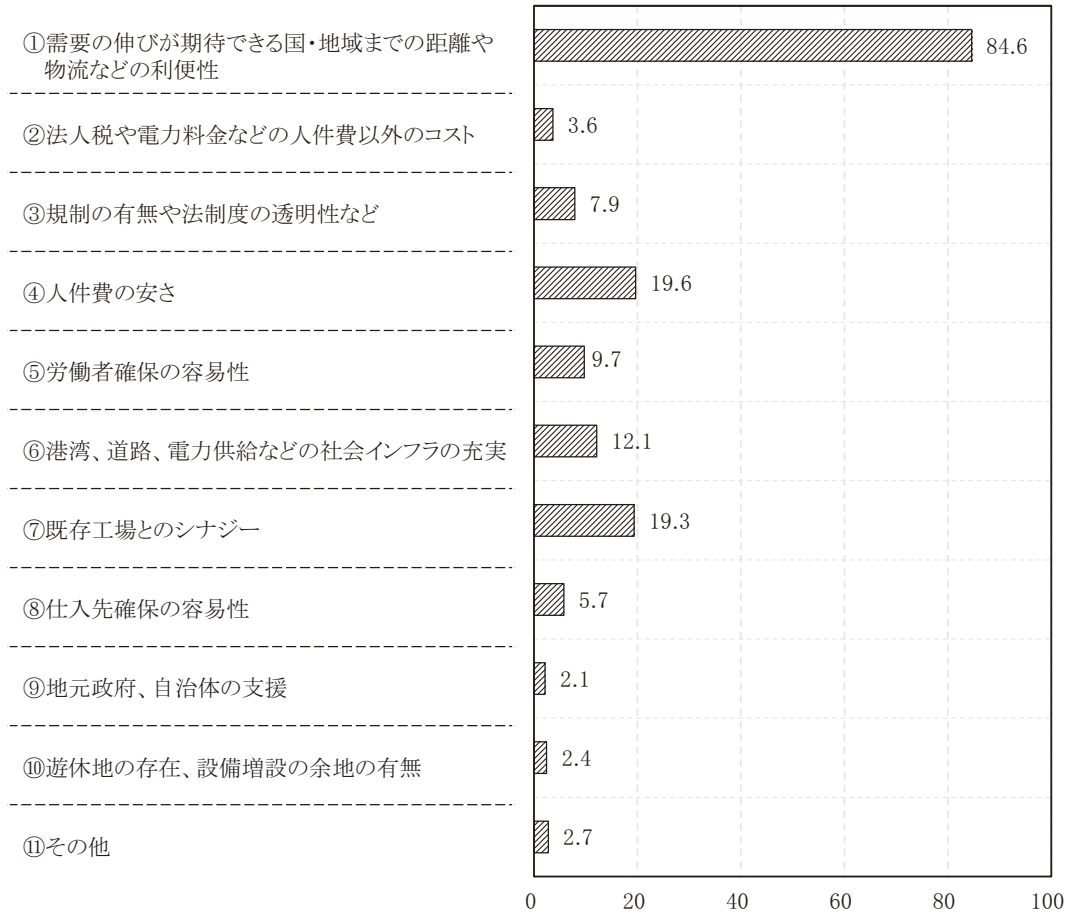
図表4-3 国内回帰する場合、国内設備投資額への影響



- 設備投資を実施する場所を決める要因としては、①需要地までの距離や物流などの利便性が重要とする企業が8割を超えた。その他では、④人件費の安さや⑦既存工場とのシナジーなどの回答が比較的多かった。

図表4-4 海外で増産のための設備投資を行う際に、実施場所で重視すること

< 製造業 331社 >

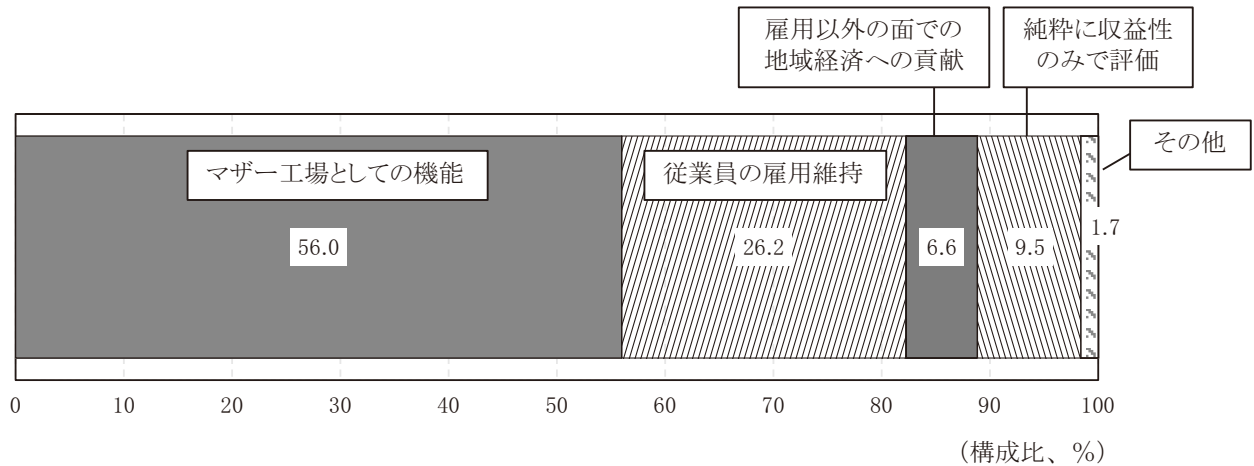


(注) 最大2つまでの複数回答

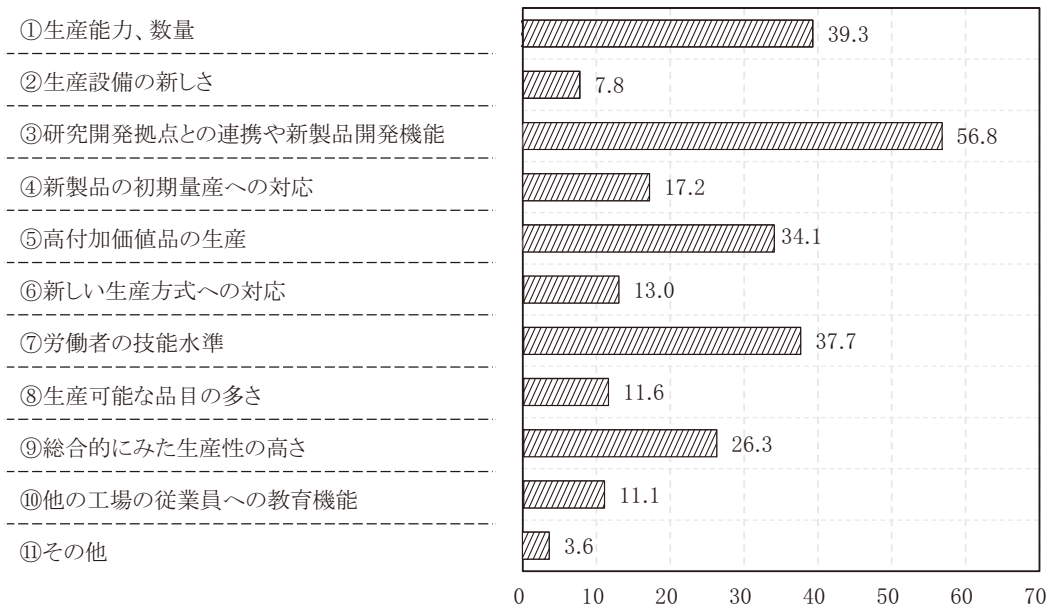
(有効回答社数比、%)

- 国内主要生産拠点において収益性以外で重視しているものとして、半数以上の企業がマザー工場としての機能と回答したほか、従業員の雇用維持や雇用以外の面での地域経済への貢献を挙げる企業もみられ、収益性のみで評価すると回答した企業は1割に留まった。
- マザー工場の優れる点としては、③研究開発拠点との連携・新製品の開発機能のほか、①生産能力、数量の大きさ、⑦労働者の技能水準、⑤高付加価値品の生産との回答も多かった。

図表4-5 国内主要生産拠点において、収益性以外で重視しているもの
 <製造業 484社>



図表4-6 国内基幹工場がマザー工場である場合、海外子会社や他の工場と比較して優れている点
 <製造業 361社>

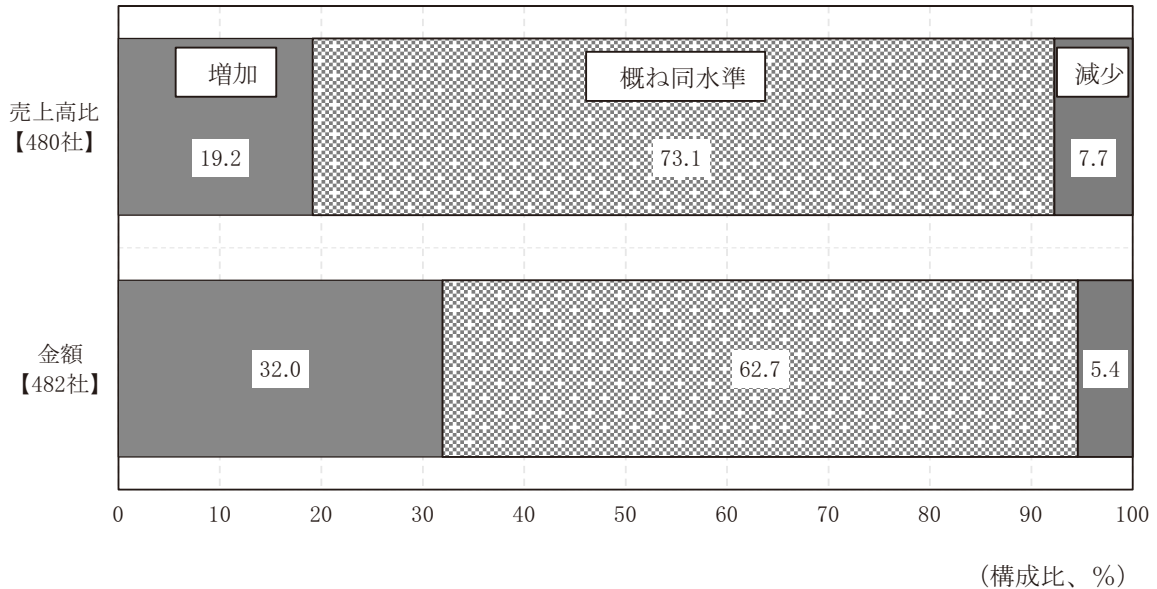


(注) 最大3つまでの複数回答

(有効回答社数比、%)

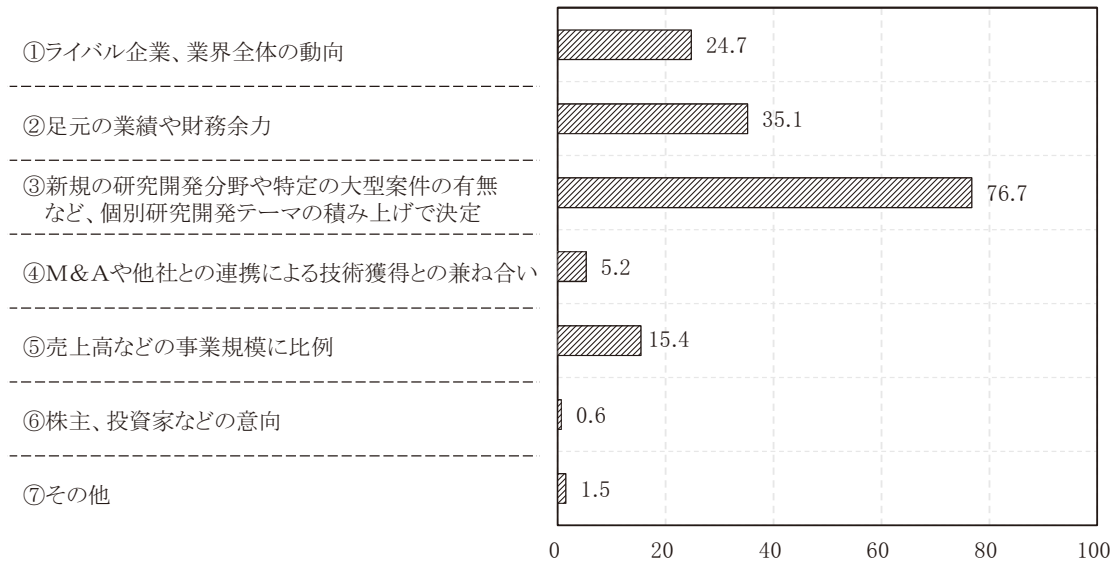
- 向こう3年程度の研究開発費は売上高対比で増加との回答は2割にとどまるが、金額水準でみると増加するとの回答が3割となった。
- 研究開発費の決定要因としては、③個別研究テーマ積み上げで決めているとの回答が多かった。次いで、②足元の業績や財務余力、①ライバル企業、業界全体の動向となった。

図表4-7 向こう3年程度の中期研究開発費の見通し



図表4-8 研究開発費の水準を決める重要な要因

<製造業 481社>



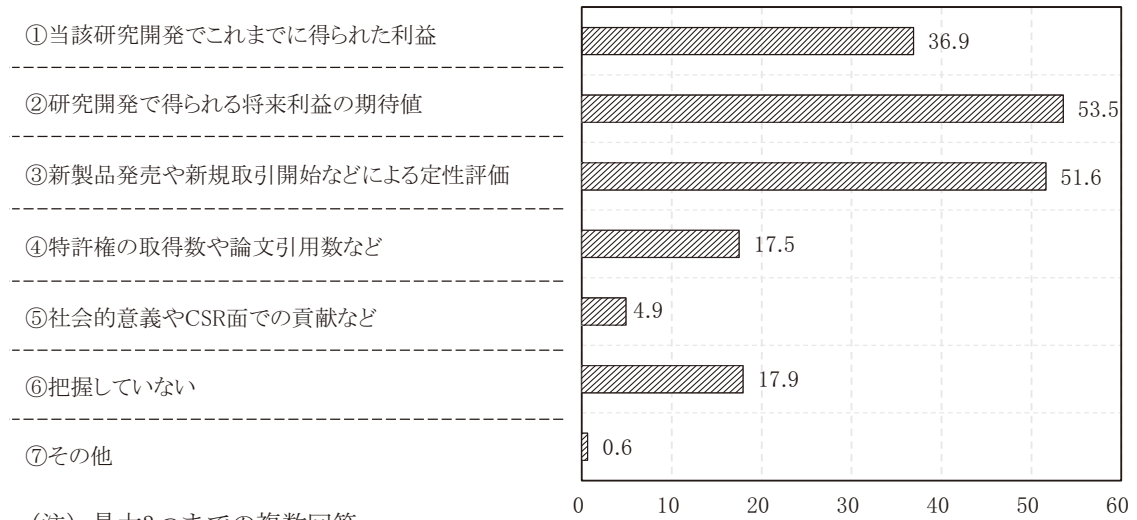
(注) 最大2つまでの複数回答

(有効回答社数比、%)

- 研究開発効率の評価については、これまでに稼得した収益や新製品発売・取引開始などの実績を挙げる企業も多かったが、将来利益の期待値を挙げる企業が最も多かった。
- 研究開発効率に対する自己評価では、10年前と比べて大きく上昇またはやや上昇したと回答した企業が6割を超えた。

図表4-9 自社の研究開発効率の評価方法

< 製造業 469社 >

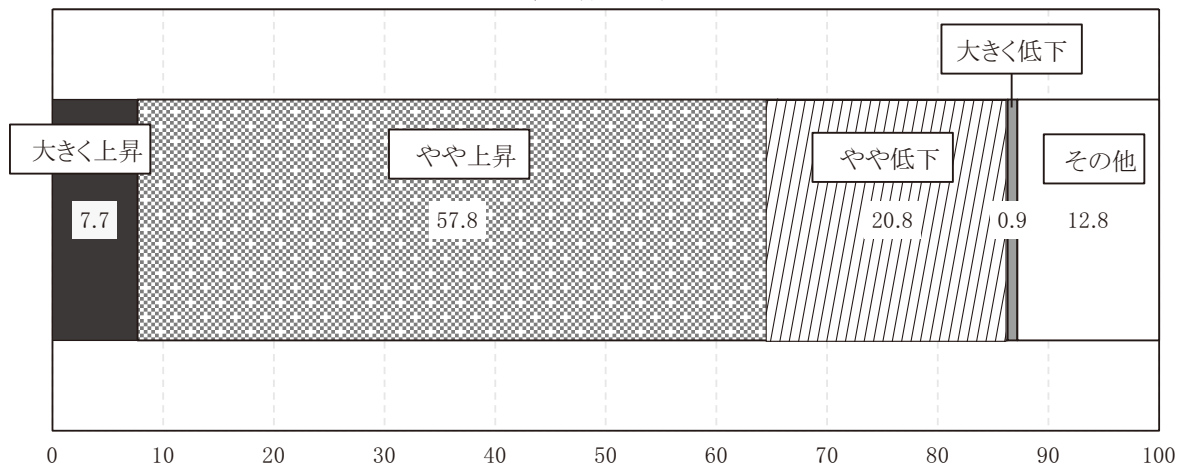


(注) 最大3つまでの複数回答

(有効回答社数比、%)

図表4-10 研究開発効率評価を行っている場合、10年程度前と比べての効率の変化

< 製造業 351社 >

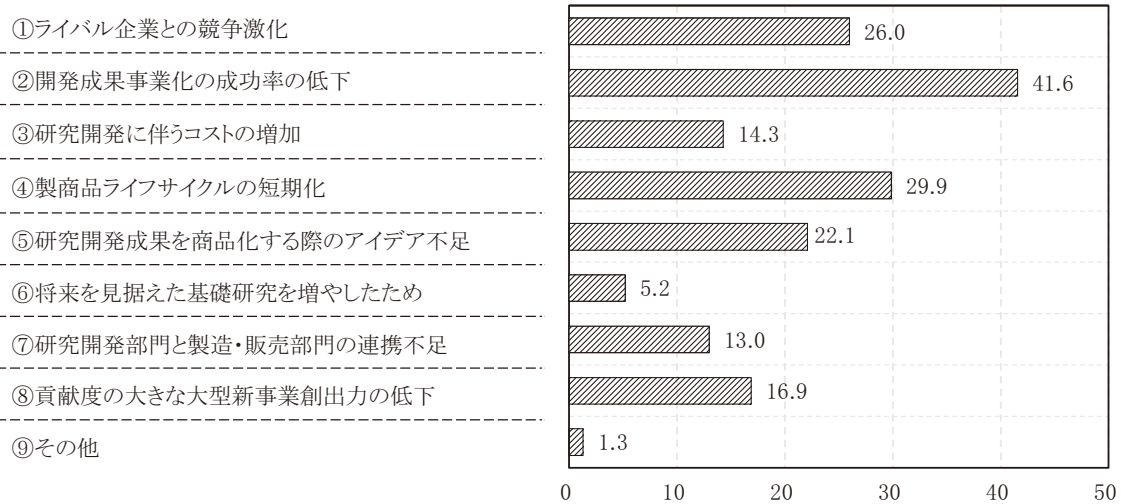


(構成比、%)

- 研究開発効率が低下している企業の低下理由としては、②事業化の成功率低下、④ライフサイクルの短期化、①競争激化、⑤商品化のアイデア不足といった回答が多かった。
- 研究開発における課題としては、(3)事業化の遅れ、(2)テーマ選定やアイデア不足などが多かった。

図表4-11 研究開発効率が低下している場合の理由

<製造業 77社>

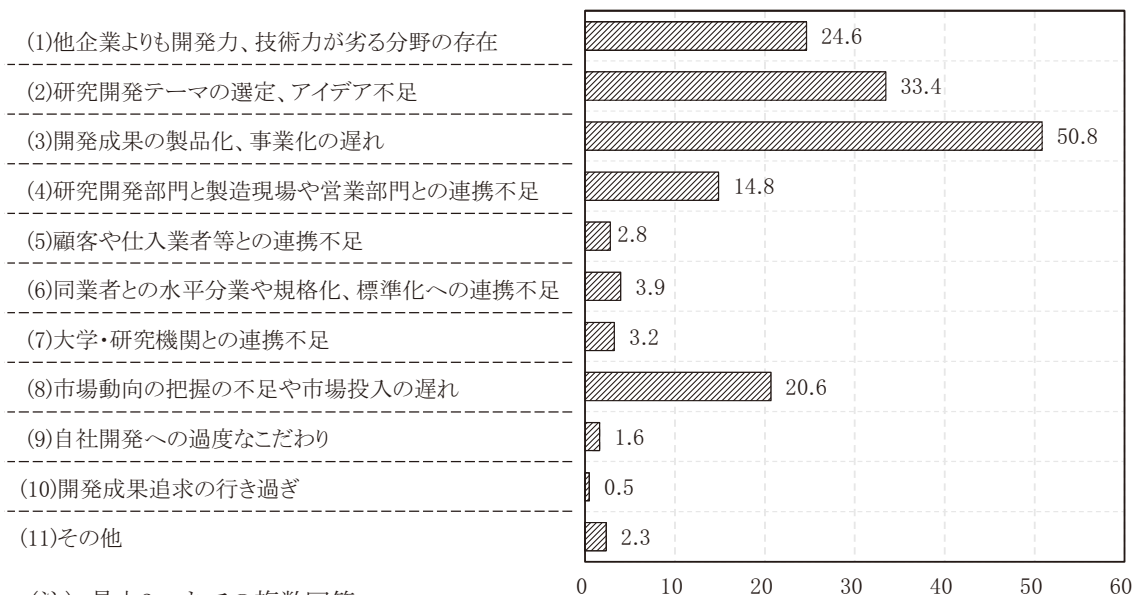


(注) 最大2つまでの複数回答

(有効回答社数比、%)

図表4-12 研究開発における課題

<製造業 431社>

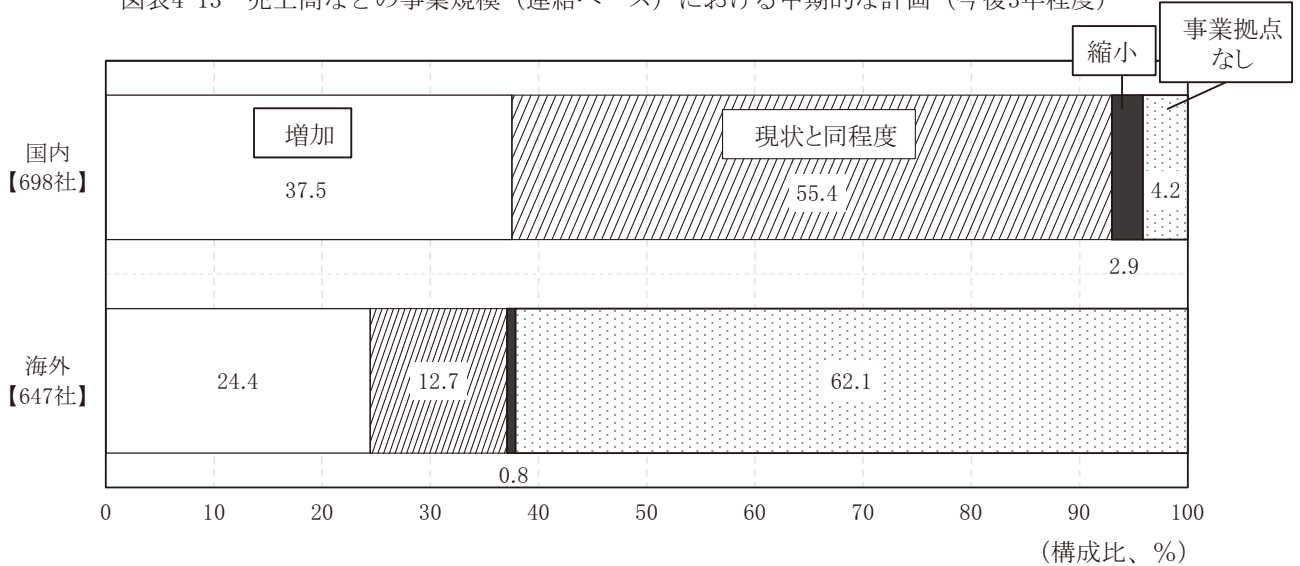


(注) 最大2つまでの複数回答

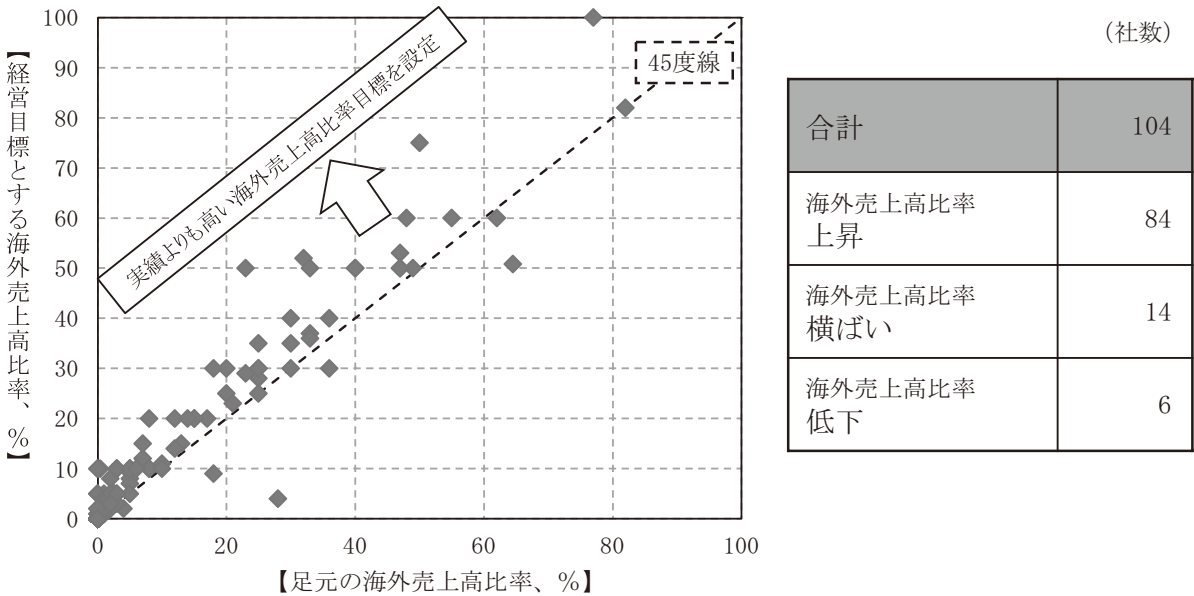
(有効回答社数比、%)

- 非製造業の売上高などの事業目標では、6割の企業が海外拠点なしとの回答だったが、海外拠点がある企業群のなかでは、海外売上高は増加との回答が多かった。
- 海外売上高比率では、海外売上高の目標を設定している企業の多くが足元の実績に比べて高い海外売上高目標を設定している。

図表4-13 売上高などの事業規模（連結ベース）における中期的な計画（今後3年程度）



図表4-14 2015年度の海外売上高比率と中長期的な目標

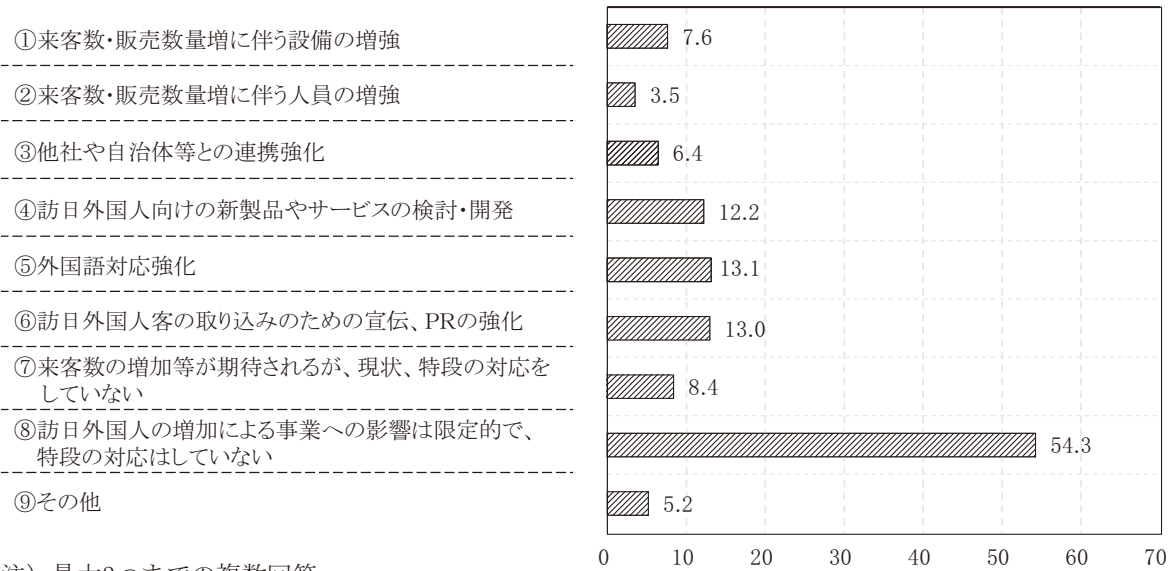


(注) 実績、目標ともに回答した企業について集計

- 訪日外国人増加に対する取り組みとして、⑧事業への影響は限定的と回答した企業以外では、⑤外国語対応強化、⑥宣伝やPRの強化、④外国人向けの新製品やサービスを提供との回答が多かった。
- (6)事業に対する影響はないと回答した企業以外では、訪日外国人客増加について(1)需要増加を積極的に取り込みたいと回答した企業が多かった一方で、(5)為替変動や東京五輪の終了など、何らかの契機で需要が急激に減少する可能性を懸念する回答も相応にみられた。

図表4-15 訪日外国人数増加に対する対応

<非製造業 656社>

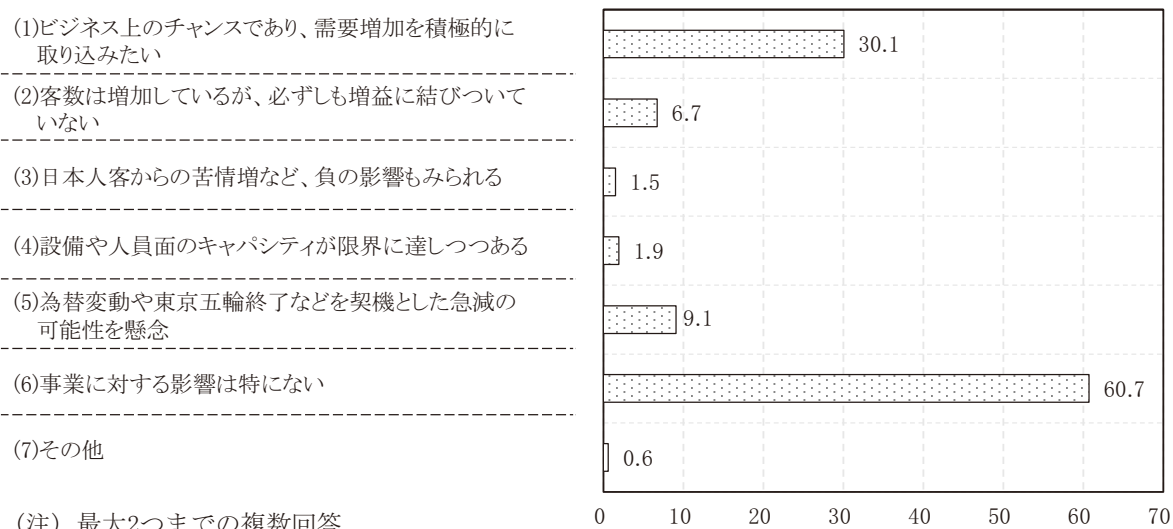


(注) 最大2つまでの複数回答

(有効回答社数比、%)

図表4-16 訪日外国人数増加についての事業認識

<非製造業 672社>



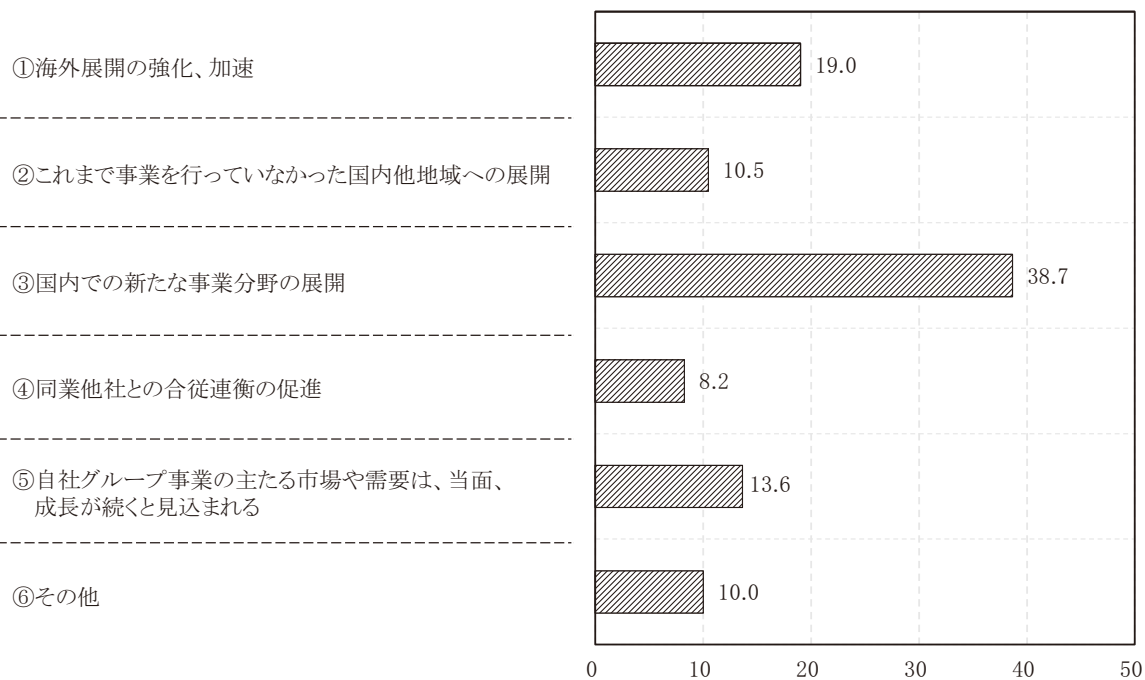
(注) 最大2つまでの複数回答

(有効回答社数比、%)

- 非製造業では、国内の人口減や高齢化などにより、将来の需要の縮小が見込まれる業界も多いが、成長に向けて重視する取り組みとしては、③国内での新事業展開と回答した企業が多く、次いで①海外展開の強化、加速との回答が多かった。

図表4-17 少子高齢化による国内市場縮小が見込まれる中での成長戦略

<非製造業 631社>



(注) 最大2つまでの複数回答

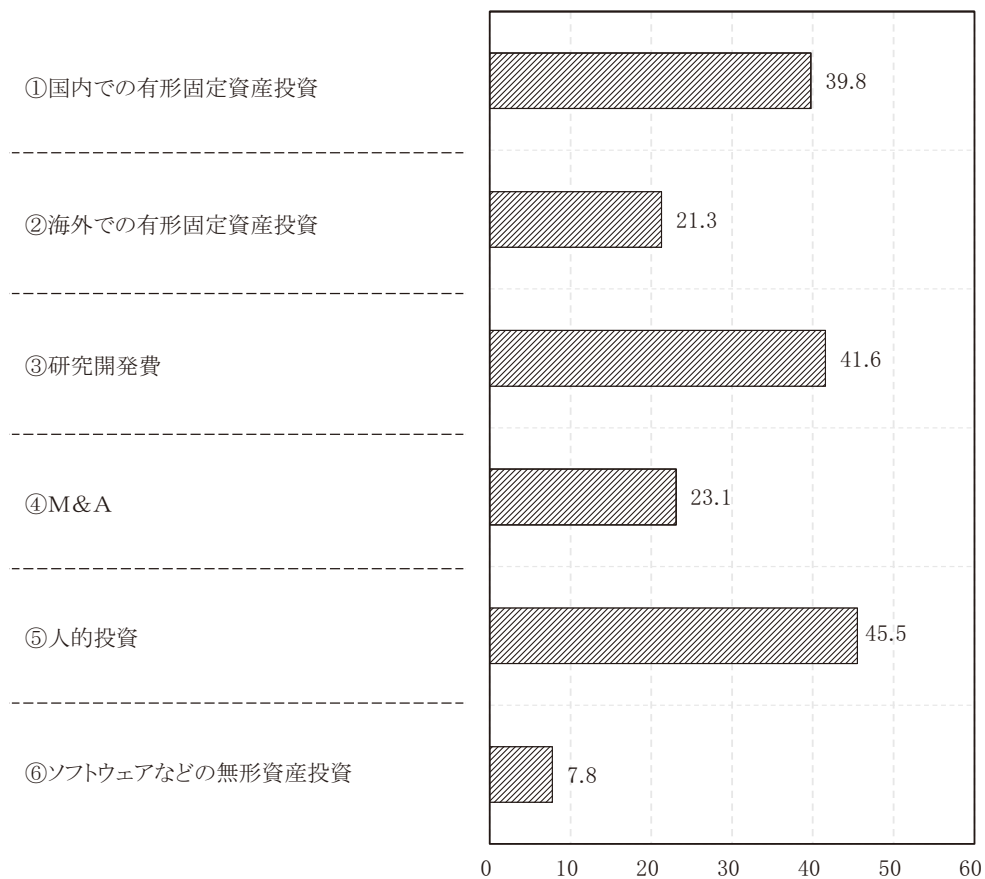
(有効回答社数比、%)

5. 成長・競争力強化に向けた取り組みについて

- 製造業における、いわゆる事業成長のために行う投資の優先度では、⑤人的投資、③研究開発、①国内での有形固定資産投資を優先したいとの回答が多かった。

図表5-1 事業成長のために優先する投資

< 製造業 503社 >

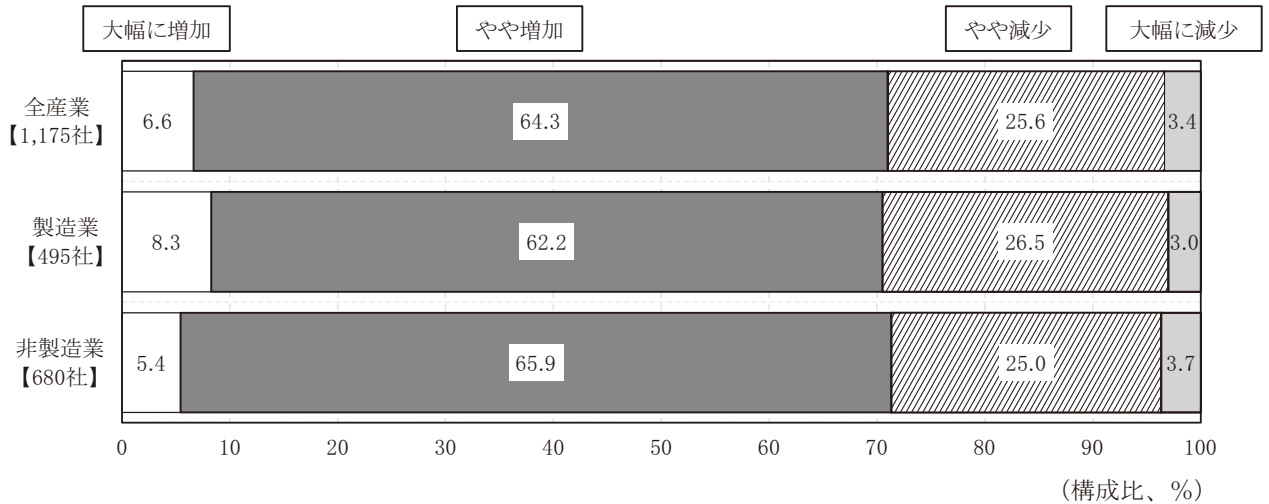


(注) 最大2つまでの複数回答

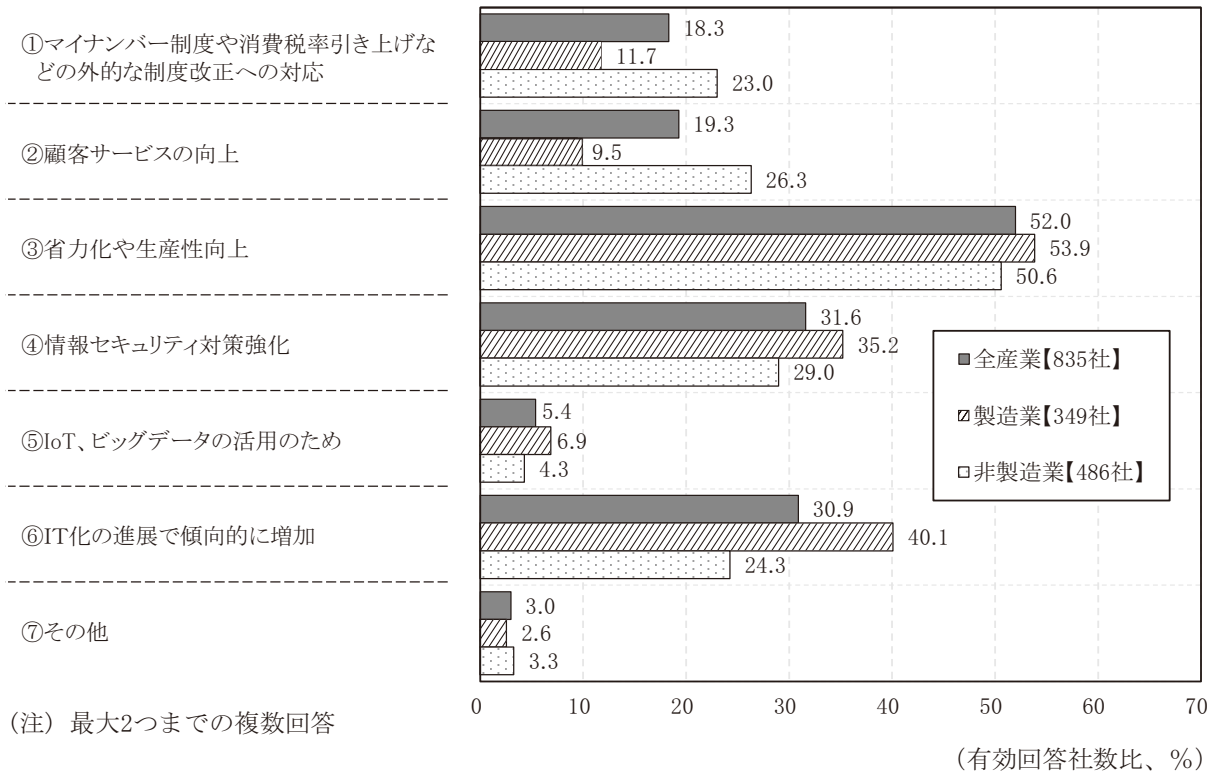
(有効回答社数比、%)

- 近年のソフトウェア投資の動向としては、やや増加や大幅に増加との回答が7割に達し、ソフトウェア投資が傾向的に増加している企業が多いことが分かった。
- ソフトウェア投資の増額要因としては、③省力化や生産性向上のためとの回答が最も多く、次いで④情報セキュリティ対策強化のため、⑥IT化の進展で傾向的に増加しているためが多かった。

図表5-2 ソフトウェアの投資もしくは支出の傾向（有形固定資産投資などとの比較）

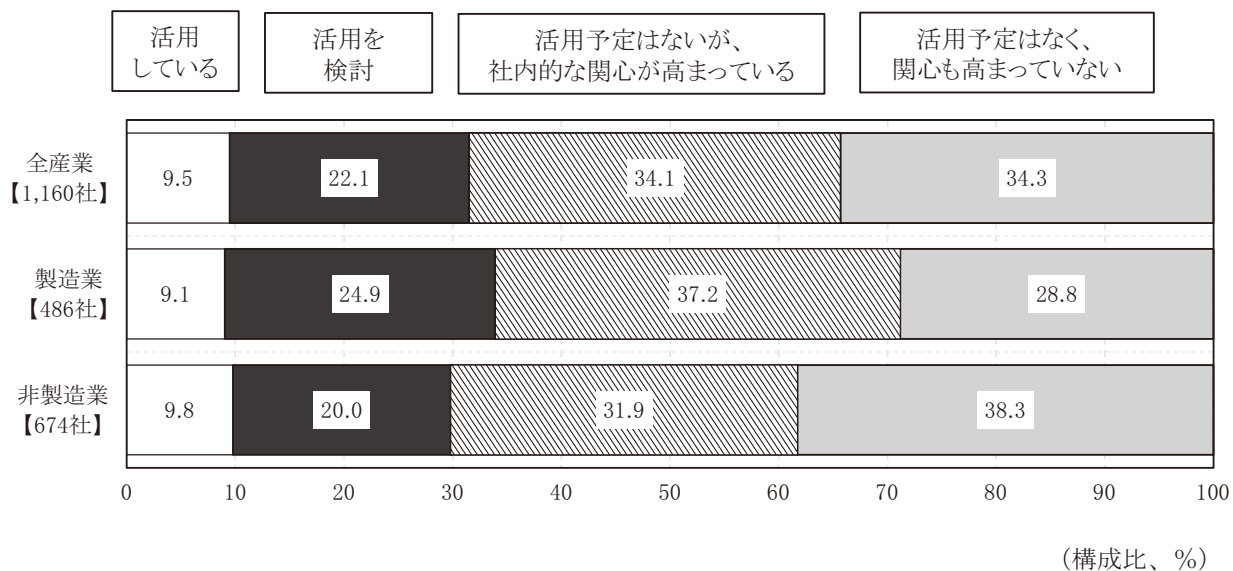


図表5-3 増加している場合の主な理由



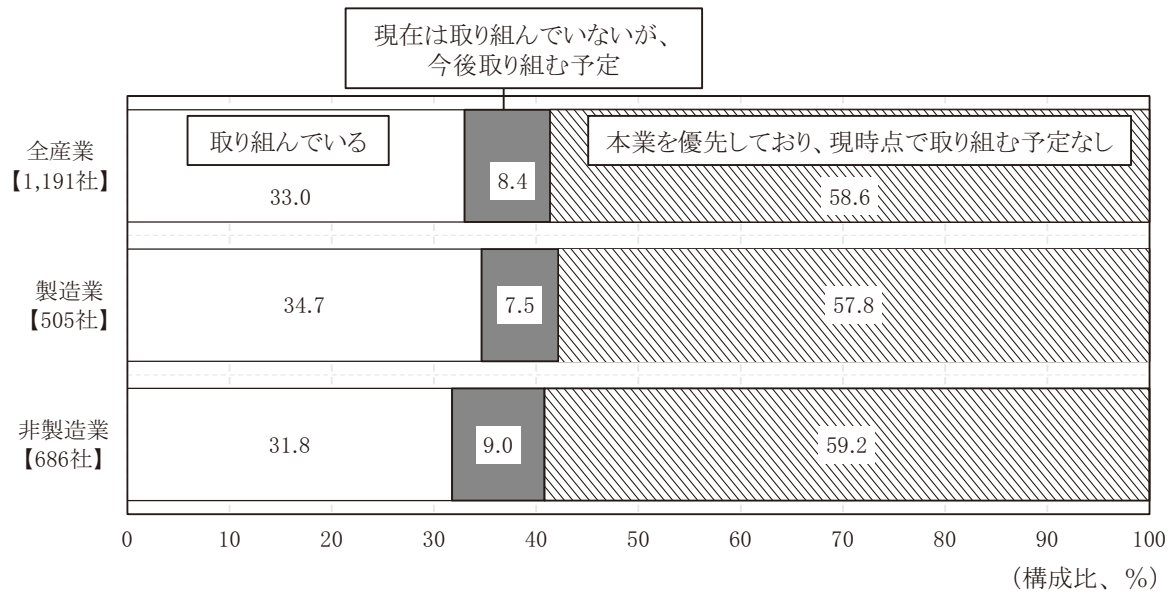
- IoTについては、活用している、または活用を検討している企業は合わせて3割だった。また、社内の関心が上昇しているとの回答が多かった。

図表5-4 ビッグデータやIoTの活用状況



- ・ 中期的な成長市場開拓に取り組む企業は製造業、非製造業ともに4割程度となっている。
- ・ 取り組み事例としては、製造業では、医療関係の新分野に取り組む企業が多かった。また、非製造業ではホテル事業など、訪日外国人客増に対応した動きや電力自由化への対応などがみられた。

図表5-5 中長期的な市場開拓や新規事業への取り組み状況

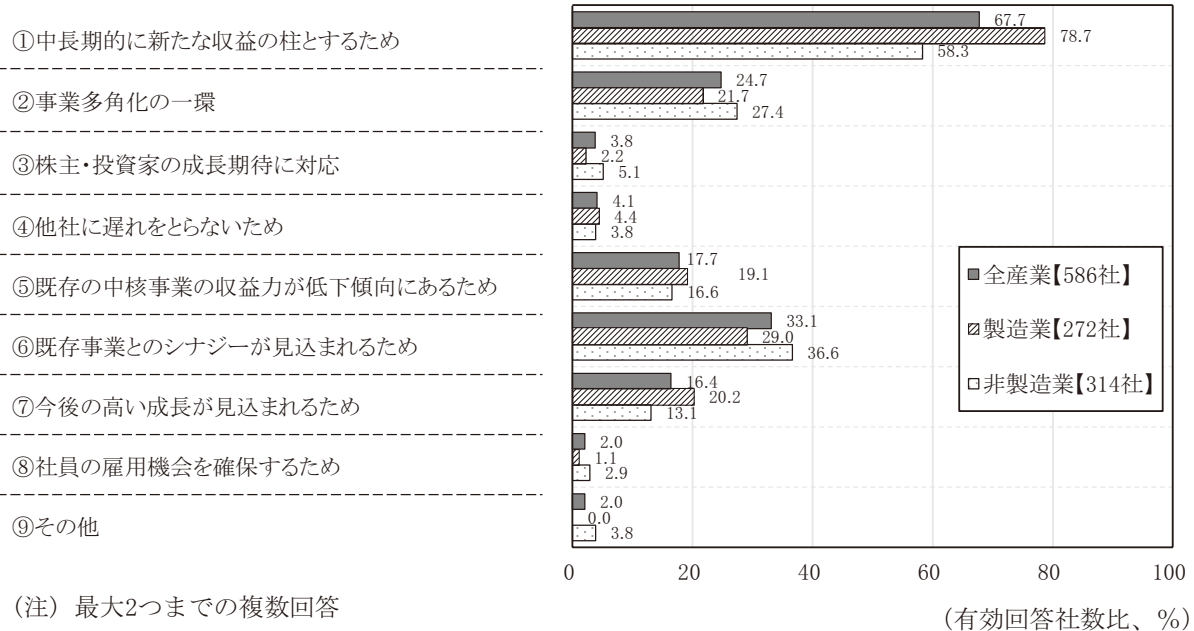


図表5-6 国内成長市場開拓の取り組み具体事例

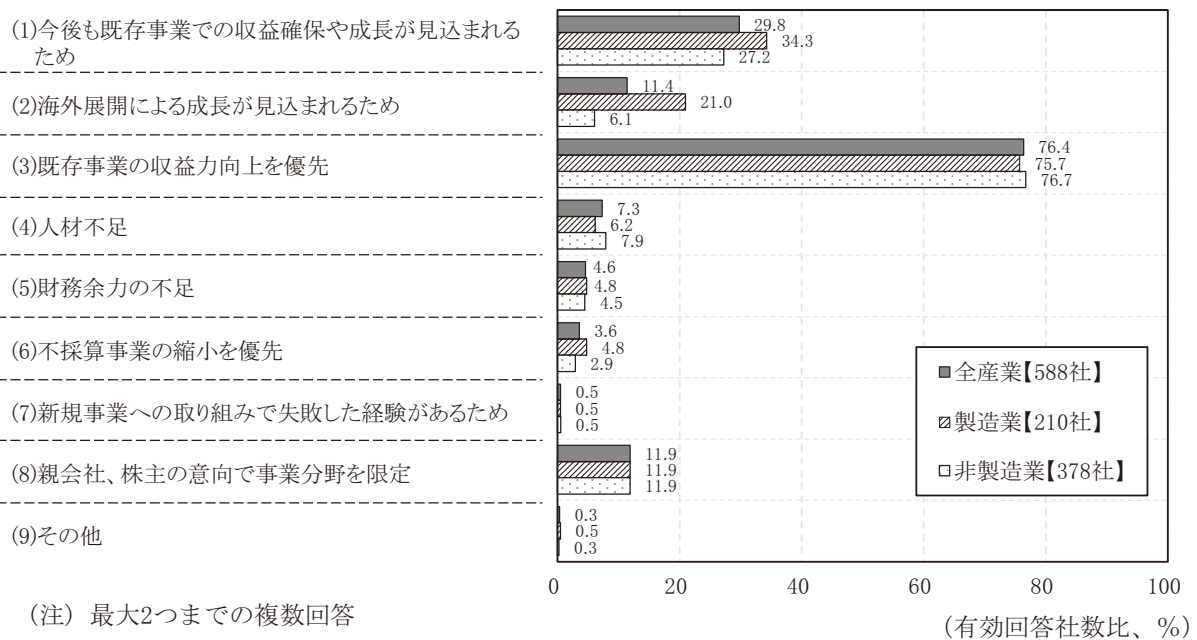
	業種	取り組み事例
製造業	化学	再生・細胞医薬、癌治療、ジェネリック医薬品、ファインケミカル、メタノール型燃料電池、電子材料
	一般機械	医療機器、3Dプリンター、水素事業、水処理関連、介護事業、ロボット分野
	電気機械	医療分野、パワーエレクトロニクス、電気自動車用モータ、自動運転、次世代エネルギー
	輸送用機械	医療用部材、モータ動力部品、ロボティックサポートデバイス
非製造業	運輸	マンション分譲、植物工場、空港運営受託、観光関連事業、高齢者事業、保育事業
	卸売・小売	電力自由化、高齢者事業、通信、Eコマース
	建設・不動産	ホテル事業、商業事業、環境事業、農業、物流事業

- 成長市場開拓の理由としては、①将来の新たな収益の柱とするためとの回答が多く、⑥既存事業とのシナジーや②事業多角化の一環との回答を上回った。
- 一方、成長市場開拓に取り組まない理由としては、(3)既存事業の収益力向上を優先や(1)今後も既存事業での収益確保や成長が見込まれるとの回答が多かった。

図表5-7 成長市場開拓/新規事業に取り組まれている場合、その位置付けや理由

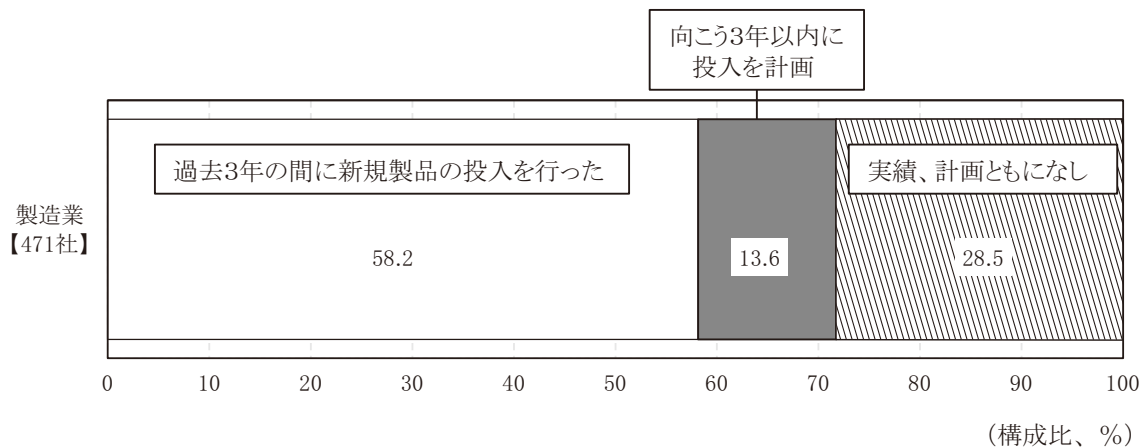


図表5-8 成長市場開拓/新規事業に取り組んでいない/取り組む予定のない理由



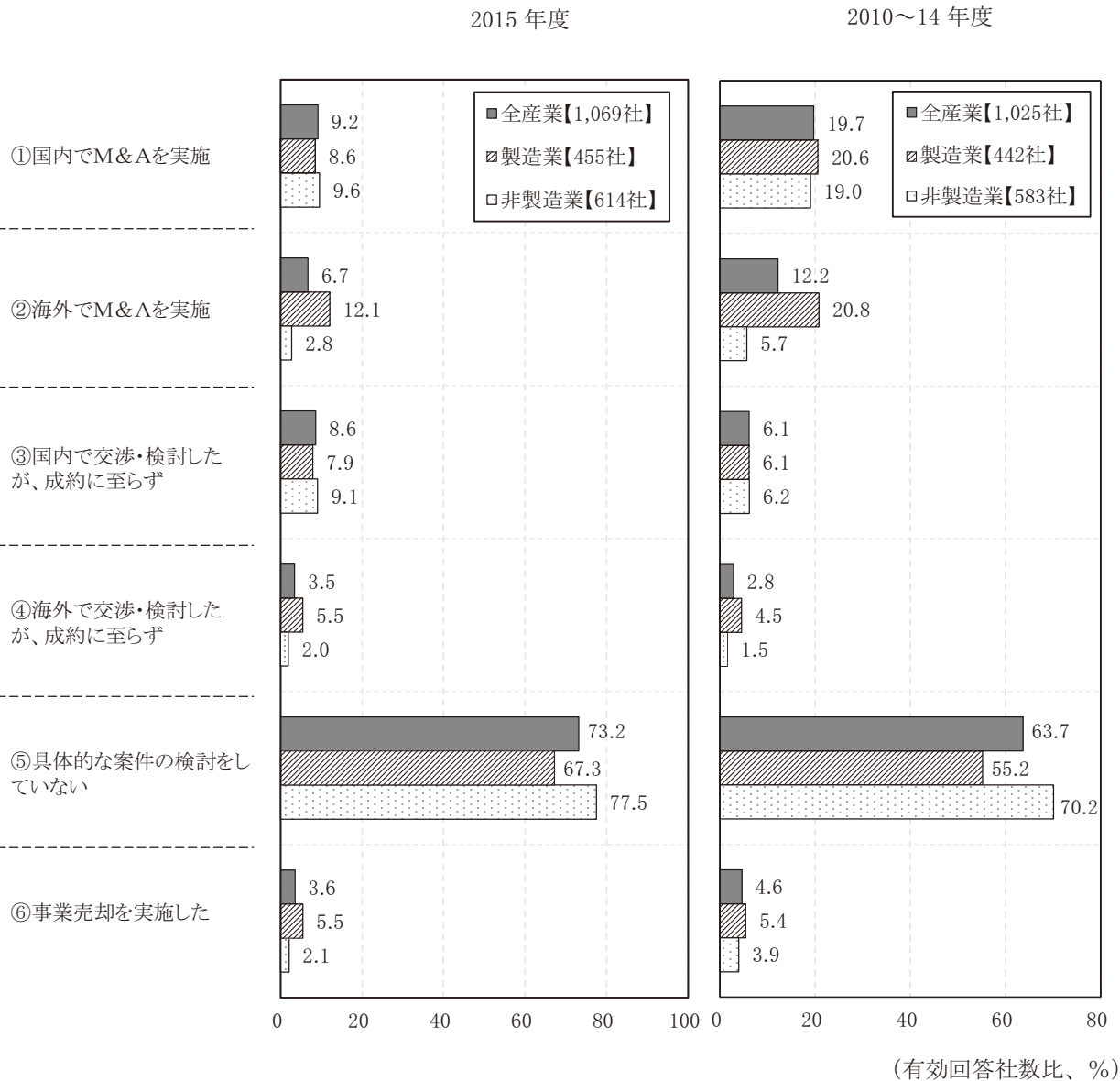
- 新規製品(単なるモデルチェンジではない新機軸の製品)については6割の企業が過去3年に製品投入を行っており、1割強の企業が向こう3年以内に投入予定があると回答した。

図表5-9 新規製品の市場投入・販売の取り組み状況



- M&Aの実施状況をみると、2015年度に製造業では国内で8.6%、海外で12.1%の企業がM&Aを実施したと回答した。また非製造業では同様に国内9.6%、海外2.8%となった。
- 2010～2014年度の5年間では、製造業では国内で20.6%、海外で20.8%の企業がM&Aを実施したと回答した。また非製造業では同様に国内19.0%、海外5.7%となった。

図表5-10 M&Aの実施状況

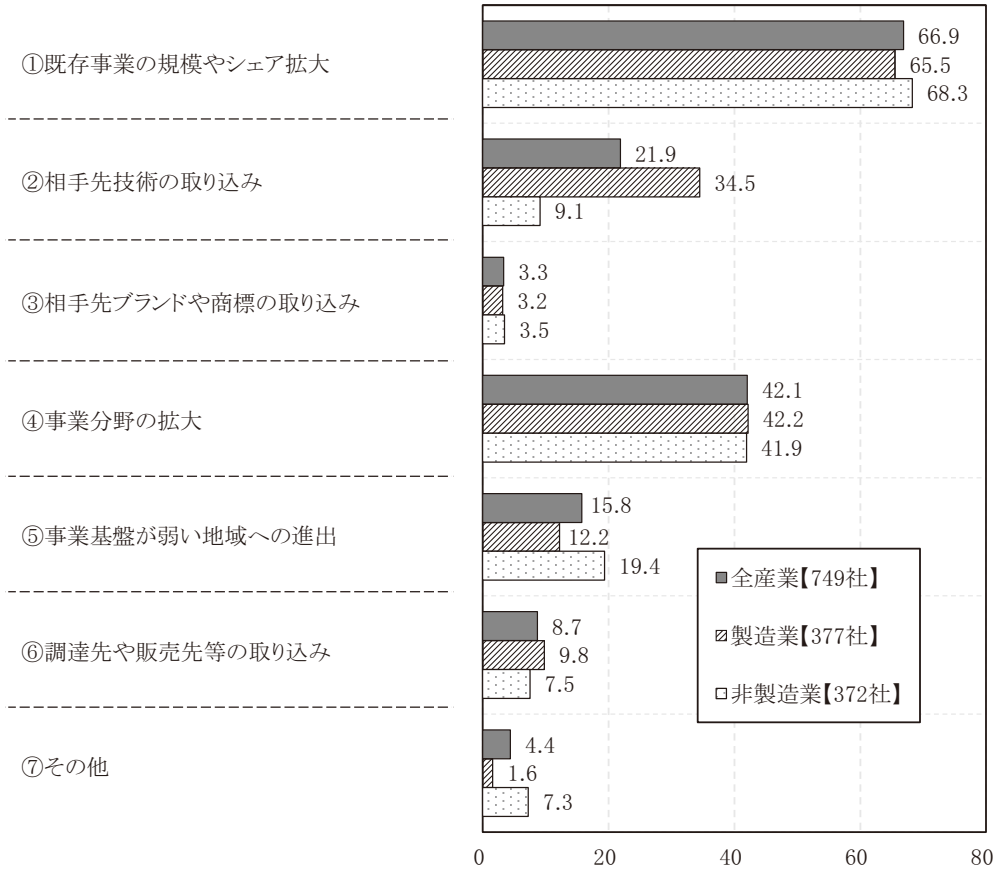


(注) 最大2つまでの複数回答

(注) M&A実施金額や中期的な予算額についても調査を行ったが有効回答が数社にとどまったため、資料への掲載を見送った。

- M&Aの目的としては、①事業規模やシェア拡大、④事業分野の拡大のほか、製造業では②相手先の技術の取り込みとの回答も多かった。

図表5-11 M & Aの主たる目的



(注) 最大2つまでの複数回答

(有効回答社数比、%)