

## 参院選に対する企業の意識調査

2010 年 7 月 5 日

株式会社帝国データバンク 産業調査部

<http://www.tdb.co.jp/>

景気動向調査専用 HP <http://www.tdb-di.com/>

### 企業の 44.9%がこれまでの政策を「転換」すべき

～過半数が企業努力の「限界」にあり、企業支援の拡充を望む～

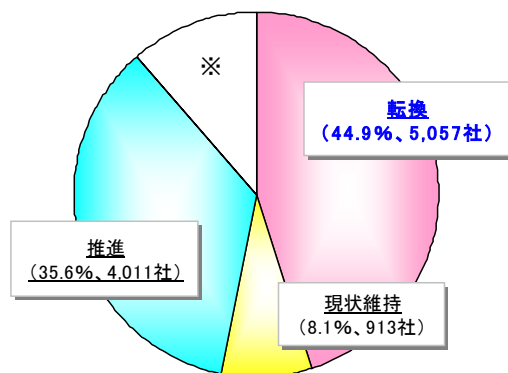
政権交代後、初めての国政選挙となる参議院議員通常選挙（改選数 121）が 6 月 24 日に公示、7 月 11 日に投開票されることとなった。今回の参院選では、高い支持率でスタートした連立与党の政権運営について問われている。

そこで帝国データバンクでは、参院選に対する企業の意識について調査を実施した。調査期間は 2010 年 6 月 21 日～30 日。調査対象は全国 2 万 1,924 社で、有効回答企業数は 1 万 1,257 社（回答率 51.3%）。

#### 参院選後の政権、これまでの政策を「転換」すべきと回答した企業は 44.9%

参院選後の政権はこれまでの政策をどのように導いていく必要があるか尋ねたところ、「転換（抜本的な見直しによって政策転換を図る）」すべきと回答した企業は 1 万 1,257 社中 5,057 社、構成比 44.9%となり、半数近い企業が政策の抜本的な見直しをするべきだと回答した。また、「推進（修正を加えながらこれまでの政策を推進させていく）」すべきと回答した企業は同 35.6%（4,011 社）となり、「転換」すべきと考えている企業が「推進」を上回った。

「転換」すべきと回答した企業を規模別にみると、「大企業」同 41.9%（1,120 社）に対し、「中小企業」45.9%（3,937 社）、「小規模企業」47.5%（1,136 社）と規模が小さいほど割合が高い傾向にある（3 ページ参考表①参照）。



注1: ※は「分からない」企業11.3%（1,276社）  
注2: 母数は有効回答企業1万1,257社

企業からは、「家計から企業への政策に転換してもらいたい。雇用・所得の改善（安心感）なくして消費にはつながらない」（建機リース、埼玉県）、「現状を直視した国内経済重視の政策を」（舗装材製造、島根県）という指摘のほか、「選挙のための施策ではなく、国民や将来の日本のための施策を行って欲しい」（男子服卸売、大阪府）など、将来のビジョンを見据えた施策を求める声が目立った。

#### 「出産・子育て支援」、「教育支援」など家計支援、半数を超える企業が見直しを求める

総選挙後の政権が「転換」すべきと考える政策を尋ねたところ、「高速道路料金の無料化」が 1 万 1,257 社中 6,423 社、構成比 57.1%（複数回答、以下同）と約 6 割の企業が回答し最多となった。次いで「出産・子育て支援」（同 46.7%、5,256 社）、「教育支援」（同 39.7%、4,466 社）が続いた。「出産・子育て支援」、「教育支援」のいずれかを回答した企業は 6,079 社で同 54.0%となり、半数を超える企業が家計支援に見直しを求めている。また、第 4 位には「公共事業費の削減」（同 37.8%、4,260 社）が挙げられた。特に公共工事の減少が企業業績に直結する『建設』では 1,568 社中 1,033 社、構成比 65.9%が「転換」すべきと回答した。

一方、「推進」すべきと考える政策を尋ねたところ、国内政策では「行政改革による無駄の洗い出し」（同 85.0%、9,564 社）が全体の 8 割を超えた。次いで、「法人税率の引き下げ」（同 71.2%、8,015 社）、「雇用支援」（同 64.3%、7,236 社）となり、企業負担の軽減に取り組んで欲しいと考えている企業が多い。

企業からは、「単なるバラマキはやめ、効率的な財源投入を期待」（食品製造、福岡県）、「無駄遣いの洗い出しなどを徹底的にして、末端の現場に本当に必要な資金が入るようにしてほしい」（家具製造、北海道）など予算配分の見直しを進めるほか、

「報酬や構造が民間とかけ離れている公務員制度の改革が急務」(めん製造、兵庫県)、  
 「衆参両議院の議員定数は正、議員給与・手当での削減をまず行ってから、消費税増税を掲げるべき」(服飾品小売、京都府)など、消費税の引き上げの大前提として立法府も含めた行政改革を徹底するべきという声が多く挙がった。また、「法人税率を下げ、企業が国際競争に勝てるようにしないと、雇用の場が奪われてしまう」(倉庫、北海道)といった意見もみられた。公共事業の削減に関しては「リニアモーターカー構想、戦略的ハブ港・空港や未来型都市構想、新エネルギーなど長期目標を立て、地道に公共事業として投資していくことが肝心」(建設、神奈川県)など、将来に向けた選択投資は重要とする意見も挙がった。

全体として参院選後はこれまでの政策を抜本的に見直す「転換」としたなかで、個別の政策では「推進」すべきと回答する企業が多いのは、これまでの政権が主な施策としている家計支援などの直接的な支援策に対する見方が厳しいためとみられる。「推進」すべきとする政策では、日本企業の世界での競争力向上や企業負担の軽減を図る法人税率の引き下げや雇用支援、金融対策など企業向けの施策が多く挙

### 国内政策

#### ■今後、転換して欲しい政策(複数回答)

	構成比(%)	回答数(社)
① 高速道路料金の無料化	57.1	6,423
② 家計支援	54.0	6,079
③ 出産・子育て支援(子ども手当など)	46.7	5,256
④ 教育支援(高校授業料の実質無償化など)	39.7	4,466
⑤ 公共事業費の削減	37.8	4,260
⑥ 消費税率の引き上げ	30.1	3,384

#### ■今後、推進して欲しい政策(複数回答)

	構成比(%)	回答数(社)
① 行政改革による無駄の洗い出し	85.0	9,564
② 法人税率の引き下げ	71.2	8,015
③ 雇用支援	64.3	7,236
④ 金融対策(中小企業金融円滑化法など)	60.1	6,761
⑤ 医療制度の改革	59.2	6,659
⑥ 介護制度の改革	58.0	6,525
⑦ 中央から地方への財源と権限の委譲	57.8	6,512
⑧ 年金制度の見直し	57.4	6,466
⑨ 所得環境の改善	56.7	6,381
⑩ 環境問題への取り組み(温室効果ガス削減など)	55.1	6,200

注:母数は有効回答企業1万1,257社

注:「家計支援」は「出産・子育て支援」、「教育支援」のいずれかを回答

すべきと考える政策は、「中国、韓国などアジア近隣諸国との関係」が同 68.9% (7,760社)と約7割にのぼる。次いで、「自由貿易協定(FTA)や経済連携協定(EPA)など貿易政策」(同62.7%、7,059社)となった。外交政策は総じて「推進」を挙げる企業が多く、「転換」で最も多い「日米関係」は2割台にとどまるなど、外交政策に大きな見直しを求める企業は少ない。

企業からは、日本とアジア近隣諸国との重要度が増している様子がうかがえ、対アジアでの自由貿易協定(FTA)や経済連携協定(EPA)の遅れを指摘する声もみ

### 外交政策

#### ■今後、転換して欲しい政策(複数回答)

	構成比(%)	回答数(社)
① 日米関係	24.4	2,750
② 核問題や拉致問題など対北朝鮮政策	20.5	2,311
③ 中国、韓国などアジア近隣諸国との関係	13.0	1,468
④ 自由貿易協定(FTA)や経済連携協定(EPA)など貿易政策	12.7	1,433

#### ■今後、推進して欲しい政策(複数回答)

	構成比(%)	回答数(社)
① 中国、韓国などアジア近隣諸国との関係	68.9	7,760
② 自由貿易協定(FTA)や経済連携協定(EPA)など貿易政策	62.7	7,059
③ 核問題や拉致問題など対北朝鮮政策	57.8	6,509
④ 日米関係	57.6	6,485

注:母数は有効回答企業1万1,257社

った。

また、外交政策について

「転換」すべきとする政策は「日米関係」

(同24.4%、2,750社)が最多で、次いで「核問題や拉致問題など対北朝鮮政策」(同20.5%、2,311社)となった。また、「推進」

られた。また、アジアだけではなく「環太平洋地区との連携も必要」(鉄鋼卸売、愛知県)と、より広い範囲での関係構築を望む意見もある。

### 収益性の向上などの企業努力、過半数が「限界」

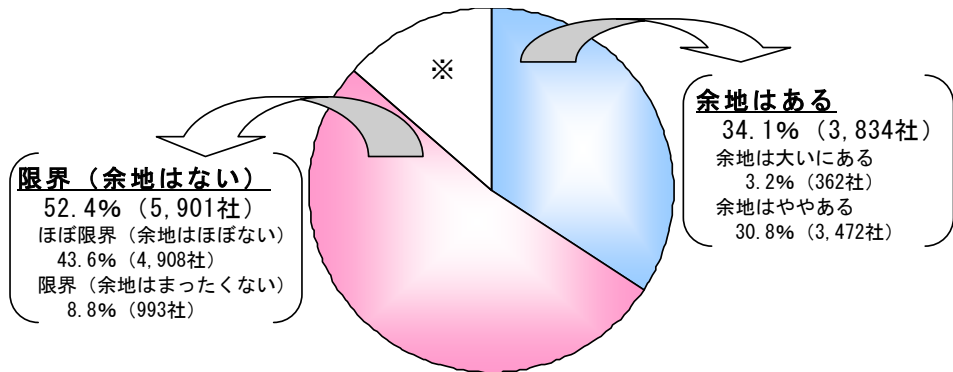
国内では依然として需要不足が続いており、国内景気の自律回復にはほど遠い状況にある。また、一部原材料の上昇からさらなる収益性の低下を余儀なくされる懸念もある。そこで、企業にコスト削減による収益性の向上などの企業努力に取り組める余地があるかどうか尋ねたところ、「限界(余地はない)」「ほぼ限界」「限界」の合計と回答した企業は1万1,257社中5,901社、構成比52.4%となり、過半数が企業努力の限界にあるという結果となった。一方、「余地はある」「余地は大いにある」「余地はややある」の合計とした企業は同34.1%(3,834社)となった。

「限界」と答えた企業を規模別でみると、「大企業」(46.0%、1,231社)が4割台なのに比べ、「中小企業」(54.4%、4,670社)では過半数となっており、うち「小規模企業」(59.0%、1,412社)では約6割が企業努力の限界を訴えた(3ページ参

考表②参照)。

企業からは、厳しい経営環境を訴える声が多くを占め、なかには「人件費を主体とする業種は賃金や賞与をカットする以外に方法はない」(機械サービス、広島県)、「すでに給与の削減を実施しているが、これ以上の削減は生活基盤の変更が必要となるので、現状では無理」(設計、大阪府)など労働者の所得にまで影響が及んでいる様子もうかがえた。「**“コンクリートから人へ”という政策を打ち出した結果、不景気がさらに進んだ**」(機械製造、愛知県)というように、政府が家計支援に重きを置いたものの、全体の需要不足解消には至らず、すでに過半数が企業努力に限界を感じる状況まで追い込まれている。

企業向けの政策が「推進」すべき政策の上位に挙がったのは、企業努力が限界にあり経営が厳しさを極めるなかで、政策による支援の拡充を期待しているものに他ならない。企業努力の限界は、家計を大きく左右する雇用や所得に影響するだけでなく、日本経済の推進に向けた開発投資の遅れにもつながる。政策は産業から個人向けへと恩恵を受ける対象を移すのではなく、家計と企業の双方に好影響を及ぼすように施行することが景気底上げにつながり、今後の日本経済の発展が望めるのである。参院選後には、遅れている企業支援の拡充という課題の解決を早急に図らなくてはならない。



注1: ※は「分からない」(13.5%、1,522社)

注2: 母数は有効回答企業1万1,257社

【参考①】これまでの政策をどのように導くか ~ 規模・業界別 ~

(構成比%、カッコ内社数)

	推進 (修正を加えながら、これまでの政策を推進させていく)	現状維持 (これまでのような政策を継続していく)	転換 (抜本的な見直しによって政策転換を図る)	分からない	合計
全体	35.6 (4,011)	8.1 (913)	44.9 (5,057)	11.3 (1,276)	100.0 (11,257)
大企業	35.5 (950)	8.5 (227)	41.9 (1,120)	14.2 (379)	100.0 (2,676)
中小企業	35.7 (3,061)	8.0 (686)	45.9 (3,937)	10.5 (897)	100.0 (8,581)
小規模企業	33.3 (798)	7.7 (185)	47.5 (1,136)	11.5 (275)	100.0 (2,394)
農・林・水産	50.0 (21)	7.1 (3)	33.3 (14)	9.5 (4)	100.0 (42)
金融	29.7 (44)	10.1 (15)	33.1 (49)	27.0 (40)	100.0 (148)
建設	32.0 (502)	7.6 (119)	49.7 (779)	10.7 (168)	100.0 (1,568)
不動産	35.0 (96)	6.9 (19)	45.3 (124)	12.8 (35)	100.0 (274)
製造	36.1 (1,157)	7.5 (240)	44.8 (1,435)	11.5 (369)	100.0 (3,201)
卸売	36.4 (1,291)	8.2 (291)	44.1 (1,563)	11.2 (397)	100.0 (3,542)
小売	37.0 (172)	10.3 (48)	42.4 (197)	10.3 (48)	100.0 (465)
運輸・倉庫	32.5 (133)	8.6 (35)	46.7 (191)	12.2 (50)	100.0 (409)
サービス	37.2 (583)	8.8 (138)	43.8 (687)	10.3 (161)	100.0 (1,569)
その他	30.0 (9)	13.3 (4)	46.7 (14)	10.0 (3)	100.0 (30)

注1: 網掛けは、全体平均以上を表す  
注2: 母数は、有効回答企業1万1,257社

【参考②】収益性向上などの企業努力に取り込める余地 ~ 規模・業界別 ~

(構成比%、カッコ内社数)

	余地はある	余地は大いにある	余地はややある	限界	ほぼ限界 (余地はほぼない)	限界 (余地はまったくない)	分からない	合計
全体	34.1 (3,834)	3.2 (362)	30.8 (3,472)	52.4 (5,901)	43.6 (4,908)	8.8 (993)	13.5 (1,522)	100.0 (11,257)
大企業	38.3 (1,024)	3.4 (92)	34.8 (932)	46.0 (1,231)	41.3 (1,104)	4.7 (127)	15.7 (421)	100.0 (2,676)
中小企業	32.7 (2,810)	3.1 (270)	29.6 (2,540)	54.4 (4,670)	44.3 (3,804)	10.1 (866)	12.8 (1,101)	100.0 (8,581)
小規模企業	26.9 (645)	2.9 (70)	24.0 (575)	59.0 (1,412)	43.6 (1,043)	15.4 (369)	14.1 (337)	100.0 (2,394)
農・林・水産	40.5 (17)	7.1 (3)	33.3 (14)	35.7 (15)	28.6 (12)	7.1 (3)	23.8 (10)	100.0 (42)
金融	34.5 (51)	4.7 (7)	29.7 (44)	30.4 (45)	25.7 (38)	4.7 (7)	35.1 (52)	100.0 (148)
建設	27.9 (438)	2.0 (32)	25.9 (406)	59.8 (938)	47.1 (738)	12.8 (200)	12.2 (192)	100.0 (1,568)
不動産	37.2 (102)	4.4 (12)	32.8 (90)	40.5 (111)	32.5 (89)	8.0 (22)	22.3 (61)	100.0 (274)
製造	37.9 (1,214)	4.2 (134)	33.7 (1,080)	50.5 (1,617)	42.9 (1,373)	7.6 (244)	11.6 (370)	100.0 (3,201)
卸売	32.8 (1,163)	2.8 (100)	30.0 (1,063)	53.1 (1,882)	44.9 (1,589)	8.3 (293)	14.0 (497)	100.0 (3,542)
小売	35.5 (165)	2.6 (12)	32.9 (153)	50.5 (235)	42.4 (197)	8.2 (38)	14.0 (65)	100.0 (465)
運輸・倉庫	26.2 (107)	2.0 (8)	24.2 (99)	60.4 (247)	51.1 (209)	9.3 (38)	13.4 (55)	100.0 (409)
サービス	36.4 (571)	3.3 (52)	33.1 (519)	50.2 (788)	41.0 (644)	9.2 (144)	13.4 (210)	100.0 (1,569)
その他	13.3 (4)	6.7 (2)	6.7 (2)	60.0 (18)	50.0 (15)	10.0 (3)	26.7 (8)	100.0 (30)

注1: 網掛けは、全体平均以上を表す  
注2: 母数は、有効回答企業1万1,257社

【参考③】これまでの政策をどのように導くか ～ 都道府県別 ～

(構成比%, カッコ内社数)

都道府県名	推進	現状維持	転換	分らない	合計
全体	35.6 (4,011)	8.1 (913)	44.9 (5,057)	11.3 (1,276)	100.0 (11,257)
北海道	37.5 (209)	8.4 (47)	43.1 (240)	11.0 (61)	100.0 (557)
青森	45.1 (37)	4.9 (4)	39.0 (32)	11.0 (9)	100.0 (82)
岩手	40.3 (29)	9.7 (7)	38.9 (28)	11.1 (8)	100.0 (72)
宮城	34.1 (60)	11.4 (20)	41.5 (73)	13.1 (23)	100.0 (176)
秋田	16.9 (13)	5.2 (4)	67.5 (52)	10.4 (8)	100.0 (77)
山形	41.7 (45)	3.7 (4)	38.9 (42)	15.7 (17)	100.0 (108)
福島	36.5 (57)	10.3 (16)	44.2 (69)	9.0 (14)	100.0 (156)
茨城	36.1 (56)	7.1 (11)	43.2 (67)	13.5 (21)	100.0 (155)
栃木	47.1 (56)	8.4 (10)	37.0 (44)	7.6 (9)	100.0 (119)
群馬	31.9 (46)	4.9 (7)	50.7 (73)	12.5 (18)	100.0 (144)
埼玉	34.7 (141)	8.1 (33)	45.8 (186)	11.3 (46)	100.0 (406)
千葉	35.8 (82)	10.5 (24)	42.4 (97)	11.4 (26)	100.0 (229)
東京	37.1 (976)	8.4 (222)	42.7 (1,124)	11.8 (311)	100.0 (2,633)
神奈川	33.9 (169)	8.0 (40)	48.1 (240)	10.0 (50)	100.0 (499)
新潟	32.3 (80)	8.1 (20)	48.0 (119)	11.7 (29)	100.0 (248)
富山	32.0 (33)	7.8 (8)	41.7 (43)	18.4 (19)	100.0 (103)
石川	41.6 (42)	5.9 (6)	44.6 (45)	7.9 (8)	100.0 (101)
福井	36.7 (33)	7.8 (7)	44.4 (40)	11.1 (10)	100.0 (90)
山梨	29.9 (23)	13.0 (10)	42.9 (33)	14.3 (11)	100.0 (77)
長野	34.1 (73)	6.1 (13)	50.5 (108)	9.3 (20)	100.0 (214)
岐阜	30.6 (44)	9.0 (13)	44.4 (64)	16.0 (23)	100.0 (144)
静岡	34.2 (96)	5.7 (16)	49.8 (140)	10.3 (29)	100.0 (281)
愛知	37.8 (243)	8.2 (53)	42.3 (272)	11.7 (75)	100.0 (643)
三重	38.4 (53)	5.1 (7)	43.5 (60)	13.0 (18)	100.0 (138)
滋賀	34.4 (31)	12.2 (11)	45.6 (41)	7.8 (7)	100.0 (90)
京都	35.5 (78)	5.9 (13)	47.3 (104)	11.4 (25)	100.0 (220)
大阪	34.3 (385)	8.8 (99)	46.3 (519)	10.6 (119)	100.0 (1,122)
兵庫	35.2 (131)	10.2 (38)	40.9 (152)	13.7 (51)	100.0 (372)
奈良	40.0 (30)	13.3 (10)	36.0 (27)	10.7 (8)	100.0 (75)
和歌山	37.5 (15)	12.5 (5)	40.0 (16)	10.0 (4)	100.0 (40)
鳥取	28.3 (13)	8.7 (4)	52.2 (24)	10.9 (5)	100.0 (46)
島根	22.5 (9)	5.0 (2)	57.5 (23)	15.0 (6)	100.0 (40)
岡山	33.0 (66)	5.0 (10)	51.5 (103)	10.5 (21)	100.0 (200)
広島	33.8 (102)	8.3 (25)	45.4 (137)	12.6 (38)	100.0 (302)
山口	32.7 (37)	10.6 (12)	46.9 (53)	9.7 (11)	100.0 (113)
徳島	38.3 (18)	6.4 (3)	44.7 (21)	10.6 (5)	100.0 (47)
香川	29.9 (41)	8.0 (11)	54.0 (74)	8.0 (11)	100.0 (137)
愛媛	29.2 (33)	5.3 (6)	57.5 (65)	8.0 (9)	100.0 (113)
高知	38.0 (19)	2.0 (1)	56.0 (28)	4.0 (2)	100.0 (50)
福岡	34.5 (131)	8.2 (31)	46.8 (178)	10.5 (40)	100.0 (380)
佐賀	40.6 (26)	4.7 (3)	42.2 (27)	12.5 (8)	100.0 (64)
長崎	40.3 (31)	10.4 (8)	37.7 (29)	11.7 (9)	100.0 (77)
熊本	39.3 (33)	7.1 (6)	44.0 (37)	9.5 (8)	100.0 (84)
大分	25.0 (15)	6.7 (4)	55.0 (33)	13.3 (8)	100.0 (60)
宮崎	27.9 (12)	4.7 (2)	55.8 (24)	11.6 (5)	100.0 (43)
鹿児島	42.0 (37)	3.4 (3)	44.3 (39)	10.2 (9)	100.0 (88)
沖縄	52.4 (22)	9.5 (4)	28.6 (12)	9.5 (4)	100.0 (42)

注1: 網掛けは、全体平均以上を表す  
注2: 母数は、有効回答企業1万1,257社

【参考④】企業からの具体的な声

- 国力を上げるには、まずは国民の生活力の向上が必要だと思う。今の生活水準の低さを是正し、雇用を生み出す施策が先決(建設、北海道)
- 財源難は明白なので、消費税率のアップは仕方がないが、一律上昇ではなく、各所得層や業種に応じて変えていく必要がある(不動産、広島)
- 高速道路料金については、一般車両より貨物車両についての支援を検討してほしい。通信、流通コストを下げ国内流通を活性化することで内需の掘り起こしと地域経済の振興をフォローしてほしい(飲食料品・飼料製造、徳島県)
- アジア諸国向けのFTAは早期に発展させてもらいたい。国内の中小製造業がもたない(機械製造、滋賀県)
- 安易な消費税率引き上げには反対する(特に税率を特定していること)。無駄を絞り出してまだまだ財源は確保できるのではないかと(鉄鋼・非鉄・鉱業、神奈川県)
- 文化・科学技術の振興、教育支援など、長い目で見て税収が上がるような施策を行うべき(包装用品卸売、北海道)
- 法人化の推進等の成長戦略へ転換するとともに、税制改革、新成長戦略を具体化し、将来展望が持てる国にしてほしい(建設石材卸売、千葉県)
- まず足元の経済政策を見直し具体的に中小企業が発展できるような支援策を打ってほしい。中小企業の活性化を企業独自の自助努力だけに頼っているのは日本経済の発展はない(機械・器具卸売、長野県)
- 日本の産業を支えている大多数の中小零細企業が活力を持てるよう政策を立案、実行してほしいと思う(化学品卸売、静岡県)
- 資源を持たない日本が今後成長を続けていくためには、新技術の開発や技術革新が必要であり、そのための教育支援・環境整備を推進してほしい(運輸・倉庫、大阪府)
- 国民への支援・補助は金銭ではなく、制度の拡充・施設の整備・機会の均等・人材育成を行うべき(人材派遣・紹介業、東京都)

【問い合わせ先】株式会社帝国データバンク 産業調査部 情報企画課 経済動向研究チーム  
担当：岡松・森・窪田・中村・笹本・鈴木 Tel:03-5775-3163 e-mail:keiki@mail.tdb.co.jp

©TEIKOKU DATABANK, LTD. 2010  
当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。報道目的以外の利用につきましては、著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および無断引用を固く禁じます。