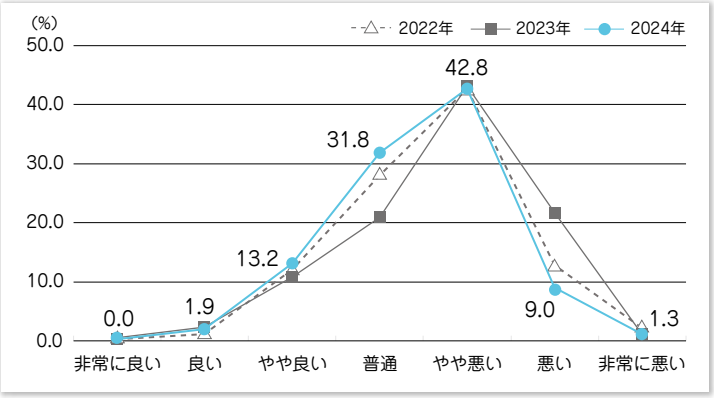
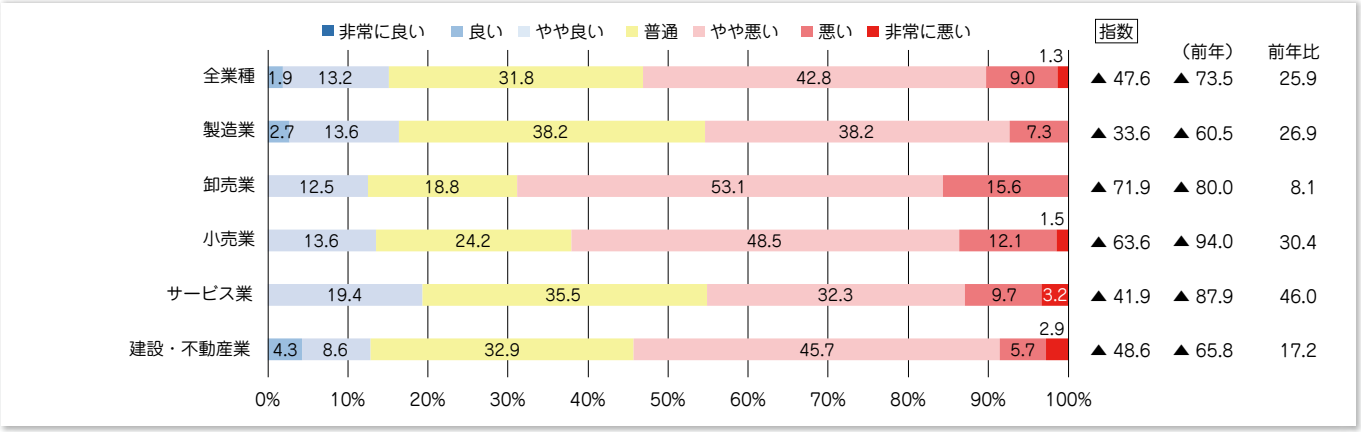
1 日本の景気見通し

2024年の日本の景気見通しについては、「やや悪い」が最も多く、次いで「普通」、「やや良い」が続いた。昨年と比較すると、「悪い」が減少し、「普通」、「やや良い」が増加した。
業種別では、製造業とサービス業は「普通」、「やや良い」、「良い」、「非常に良い」の合計が5割を超えている。
独自に算出した指数は、すべての業種で昨年より改善しており、特にサービス業が大幅に改善。とはいえすべての業種で依然マイナスとなっており、先行きに対し厳しい見方の企業が多いことがうかがえる。

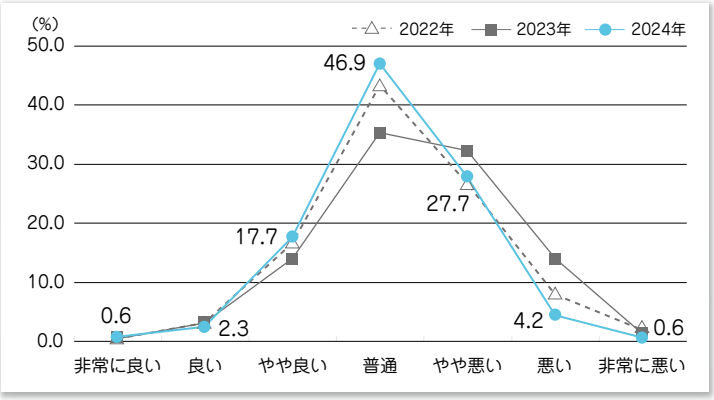


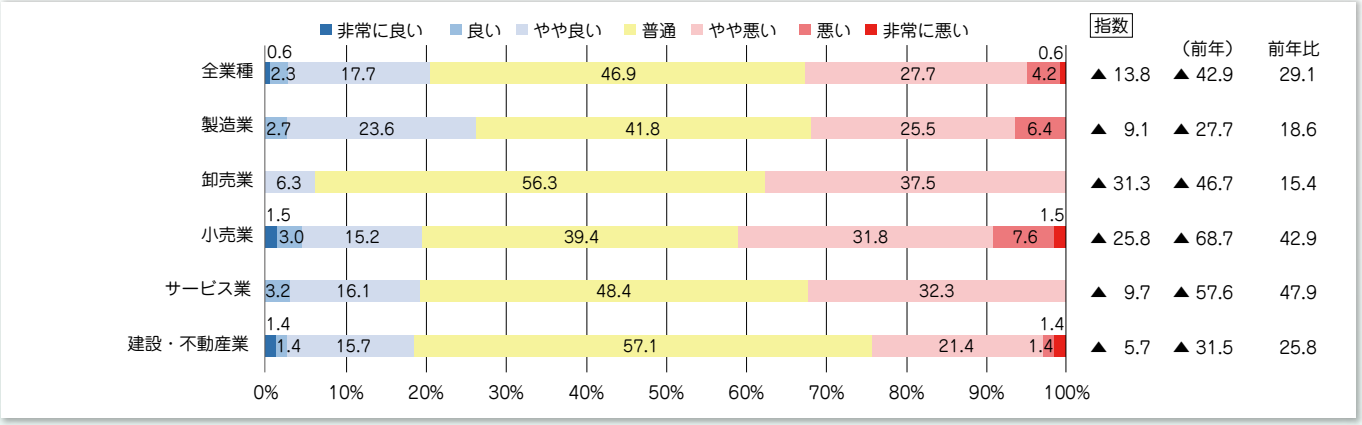


注）指数の算出方法：（非常に良い×3）＋（良い×2）＋（やや良い×1）－（やや悪い×1）－（悪い×2）－（非常に悪い×3）

2 個別企業の業況見通し

2024年の個別企業の業況見通しについては、「普通」が最も多く、次いで「やや悪い」、「やや良い」が続いた。昨年と比較すると、「悪い」、「やや悪い」との回答が減少し、「普通」、「やや良い」との回答が増加した。
業種別にみても、すべての業種で最も多い回答は「普通」で、次いで「やや悪い」「やや良い」と続く。
独自に算出した指数は、すべての業種で昨年より改善。特にサービス業と小売業が大幅に改善した。全業種で依然マイナス水準が続くが、日本の景気見通しほど、弱気の見通しではない。

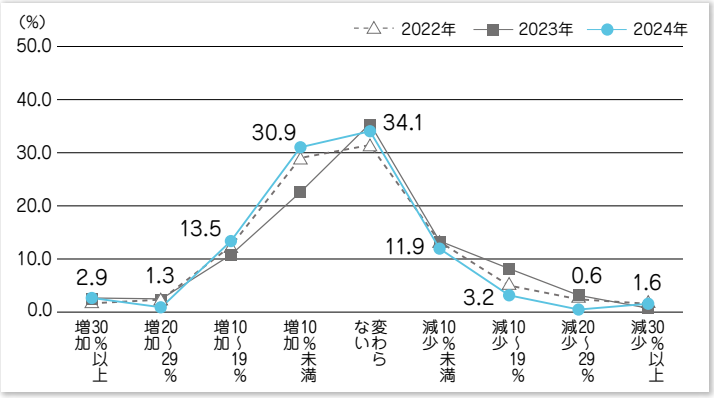


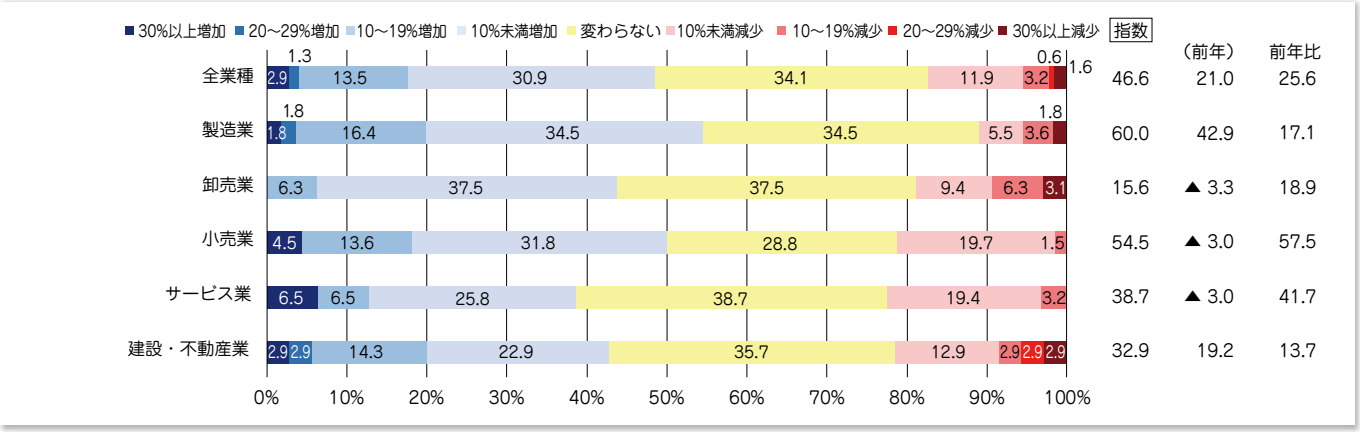


注）指数の算出方法：（非常に良い×3）＋（良い×2）＋（やや良い×1）－（やや悪い×1）－（悪い×2）－（非常に悪い×3）

3 売上額の伸び率見通し

売上額の伸び率の見通しについては、「変わらない」が34.1%と最も多いが、増加する見通しとの回答の合計は昨年より増加し、48.6%となった。売上額の増加を見込んでいる企業が多いことがうかがえる。
業種別では、半数を超える製造業者は、売上額の増加を見込んでいる。
独自に算出した指数は、すべての業種で改善し、プラスとなっている。

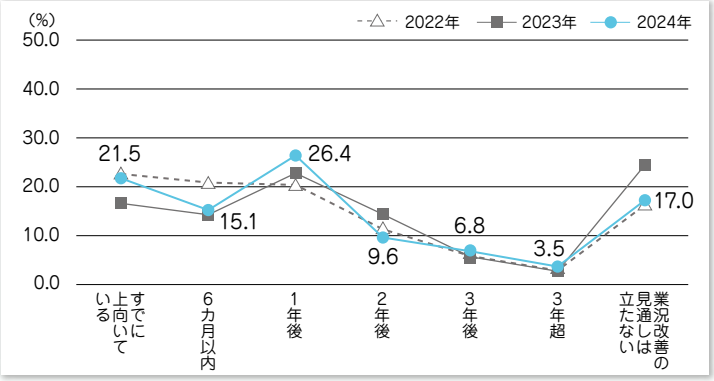


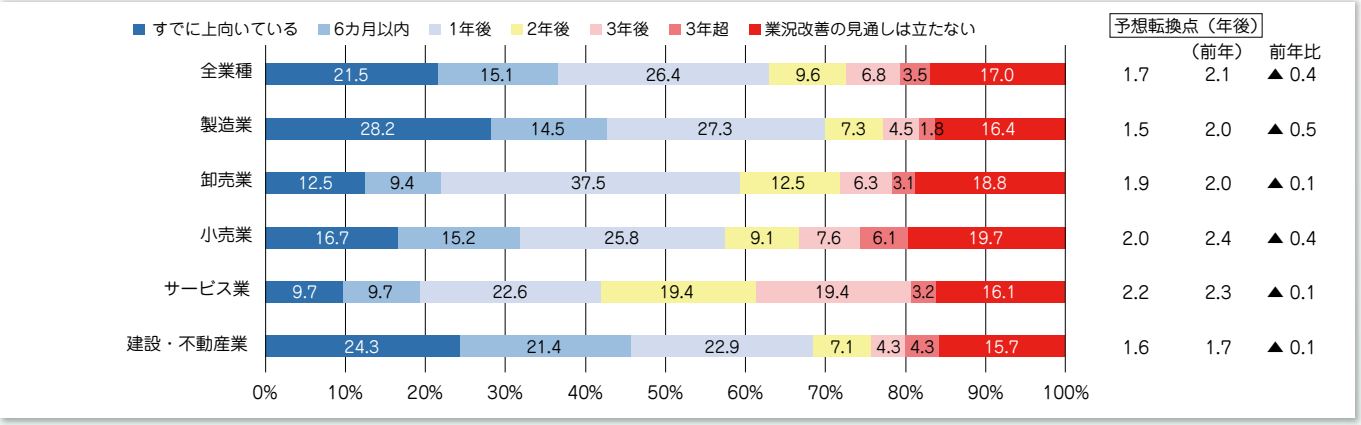


注）指数の算出方法：（30%以上増加×4）＋（20～29%増加×3）＋（10～19%増加×2）＋（10%未満増加×1）－（10%未満減少×1）－（10～19%減少×2）－（20～29%減少×3）－（30%以上減少×4）

4 業況が上向く転換点

自社の業況が上向く転換点については、「1年後」が最も多く、次いで「すでに上向いている」が続いており、6割以上の企業が1年以内に業況が上向くと考えている。一方で「業況改善の見通しは立たない」との回答も依然として多い。
独自に予想転換点を算出したところ、全業種の予想転換点は1.7年後で、昨年より0.4年早くなった。業種別では、製造業が1.5年後と最も早い。一方で最も遅かったのはサービス業で2.2年後。

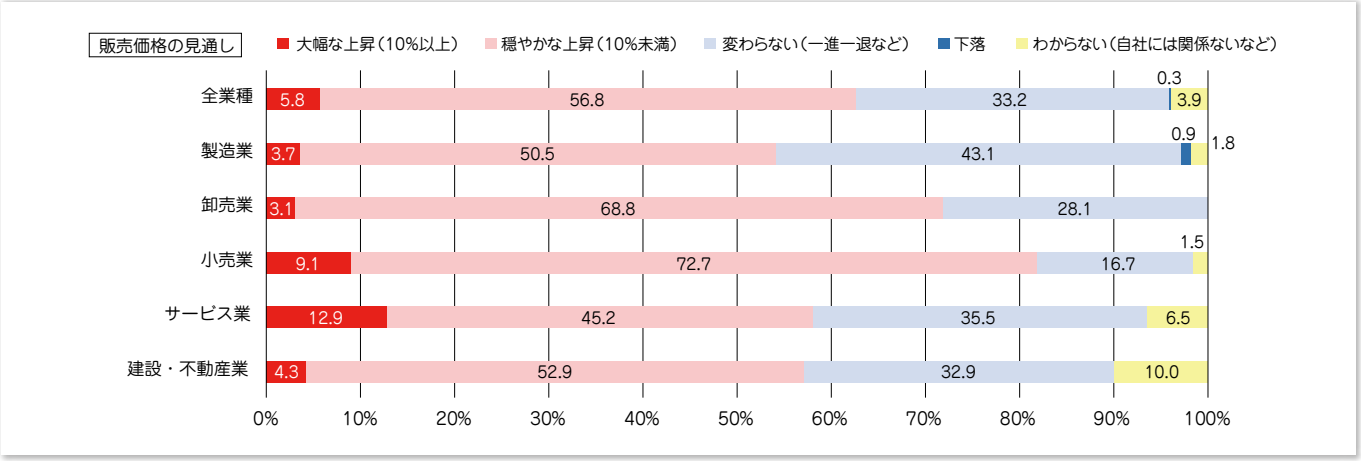


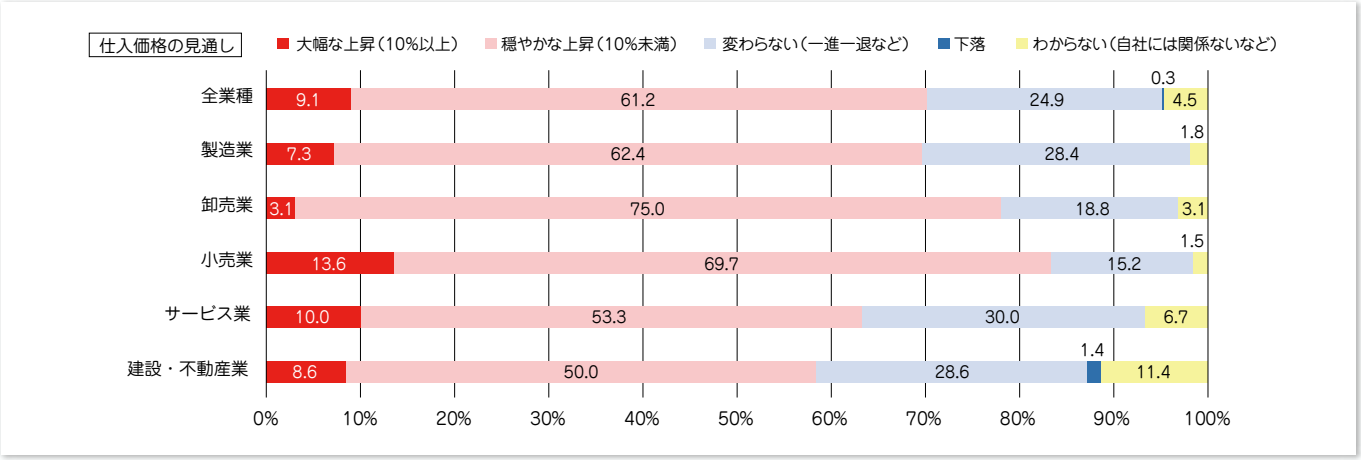


注）予想転換点の算出方法：（すでに上向いている×0）＋（6カ月以内×0.5）＋（1年後×1）＋（2年後×2）＋（3年後×3）＋（3年超×4）＋（業況改善の見通しは立たない×5）

5 販売価格・仕入価格の見通し

2024年の販売価格･仕入価格の動向をどのように見通しているか尋ねた。
販売価格･仕入価格ともに、すべての業種で「緩やかな上昇（10%未満）」との回答が最も多く、「変わらない（一進一退など）」が続く。販売価格は6割以上、仕入価格は7割以上の企業が上昇の見通しと回答。特に小売業は販売価格･仕入価格ともに8割以上の企業が上昇を見込んでいる。
多くの企業が仕入価格上昇が当面続くものと見ており、それに伴い販売価格への転嫁を進めていくことを見込んでいることがうかがえる。





＜調査概要＞

対象企業	当金庫取引先企業　311社
調査期間	2023年 12月1日～7日
調査方法	当金庫担当者訪問によるWEBアンケート形式 （四半期ごとに実施する「へきしん取引先景況調査」の特別調査として実施）