

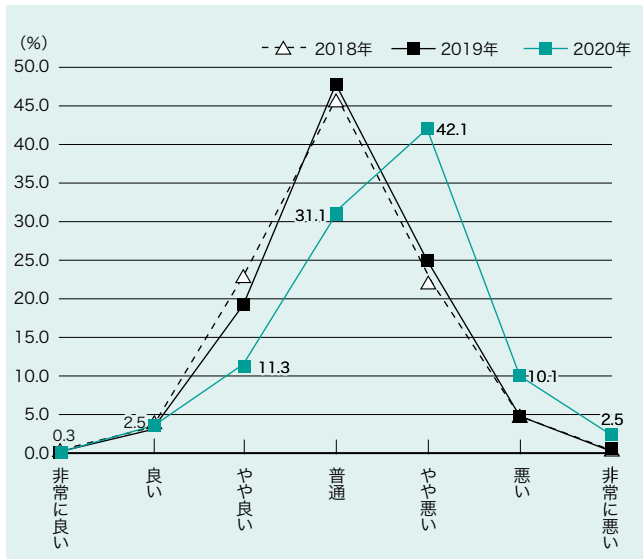
へきしん取引先景況調査の一環として、今回は「2020年の経営見通し」に関する特別調査を実施しました。昨年、一昨年の同時期に実施した「2019年の経営見通し」「2018年の経営見通し」と比較のうえ、調査結果を検証しました。

1 日本の景気見通し

～昨年の調査に比べ慎重な見方～

- 2020年の日本の景気をどのように見通しているかについて調査したところ、「やや悪い(42.1%)」が最も多く、次いで「普通(31.1%)」「やや良い(11.3%)」との回答が続いた。
- 昨年と比較すると、「普通」「やや良い」「良い」との回答が減少し、「やや悪い」「悪い」「非常に悪い」との回答が増加した。昨年の調査に比べ、慎重な見通しとなっている。

図表1-1 日本の景気見通し(回答率)



～全ての業種で厳しい見方～

- 図表1-2は、2020年の日本の景気見通しについて業種別に比較したものである。
- 建設・不動産業は「普通」、その他の業種は「やや悪い」との回答が最も多い結果となった。
- 独自に算出した指数は、昨年と比べ全ての業種で先行きの見通しは大幅に悪化している。各業種を比較すると、小売業(▲71.0)、サービス業(▲67.9)、製造業(▲66.2)では景気見通しについて特に厳しい見方をしていいる。

図表1-2 業種別 2020年の日本の景気見通し(回答率) (単位:%)

	非常に良い	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	非常に悪い	指数
全業種	0.3	2.5	11.3	31.1	42.1	10.1	2.5	▲52.6
製造業	0.0	0.8	12.4	28.1	40.5	14.9	3.3	▲66.2
卸売業	0.0	5.9	11.8	29.4	44.1	8.8	0.0	▲38.1
小売業	0.0	1.6	4.8	30.6	48.4	12.9	1.6	▲71.0
サービス業	0.0	7.1	7.1	25.0	42.9	7.1	10.7	▲67.9
建設・不動産業	1.4	2.8	15.3	40.3	38.9	1.4	0.0	▲16.6

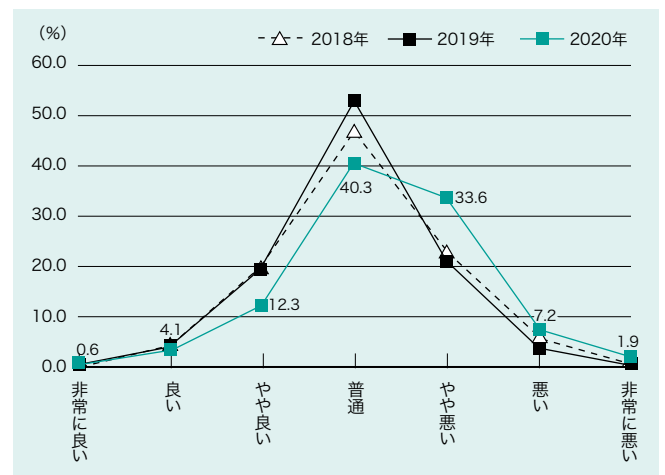
注) 指数の算出方法: (非常に良い×3)+(良い×2)+(やや良い×1)-(やや悪い×1)-(悪い×2)-(非常に悪い×3)

2 個別企業の業況見通し

～先行きに対する見方はやや慎重～

- 2020年における個別企業の業況見通しについて調査を行った結果、「普通(40.3%)」が最も多く、「やや悪い(33.6%)」「やや良い(12.3%)」の順となった。

図表2-1 個別企業の業況見通し(回答率)



- 昨年と比較すると、2020年は「普通」「やや良い」の回答が減少し、「やや悪い」「悪い」の回答が増加した。日本の景気見通しと比較、やや強気な見通しとなっている。

～小売業を中心にやや慎重な見方～

- 業種別にみると、小売業は「やや悪い」、その他の業種は「普通」との回答が最も多い結果となった。
- 独自に算出した指数をもとに比較すると、業況見通しが唯一プラスだったのは建設・不動産業(0.1)であった。
- 小売業(▲54.9)、製造業(▲39.8)、サービス業(▲35.6)においては特に厳しい見通しとなっている。

図表2-2 業種別 2020年の個別企業の業況見通し(回答率) (単位:%)

	非常に良い	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	非常に悪い	指数
全業種	0.6	4.1	12.3	40.3	33.6	7.2	1.9	▲31.4
製造業	0.0	3.3	12.4	39.7	33.1	9.1	2.5	▲39.8
卸売業	0.0	5.9	5.9	47.1	38.2	2.9	0.0	▲26.3
小売業	0.0	3.2	11.3	27.4	45.2	11.3	1.6	▲54.9
サービス業	0.0	7.1	14.3	35.7	28.6	7.1	7.1	▲35.6
建設・不動産業	2.8	4.2	13.9	51.4	25.0	2.8	0.0	0.1

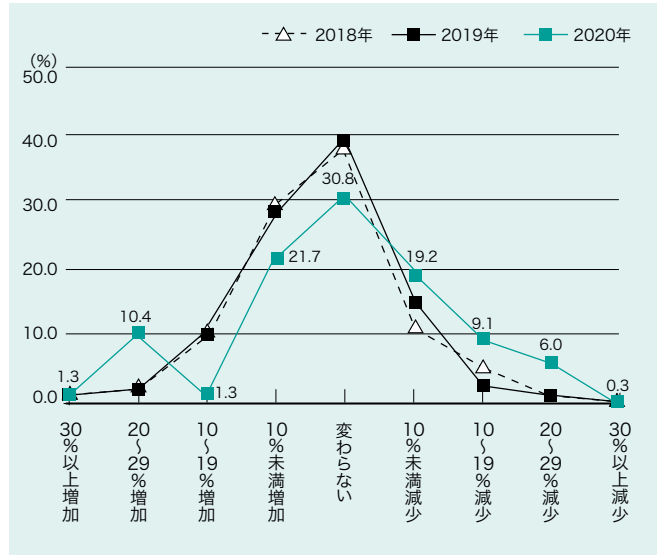
注) 指数の算出方法: (非常に良い×3)+(良い×2)+(やや良い×1)-(やや悪い×1)-(悪い×2)-(非常に悪い×3)

3 売上額の伸び率

～昨年に比べ全体的に若干悪化～

- 2020年における売上額の伸び率について調査を行った結果、「変わらない(30.8%)」が最も多く、「10%未満増加(21.7%)」「10%未満減少(19.2%)」と続いた。
- 昨年に比べ「20～29%増加」との回答が増加したものの、全体的には「増加」「変わらない」との回答が減少した一方、「減少」との回答が増加しており、昨年に比べ若干悪化した。

図表3-1 売上額の伸び率(回答率)



～サービス業、卸売業では売上回復への期待感が大きい～

- 独自に算出した指数をもとに比較すると、最も良いのはサービス業(57.2)、次いで卸売業(14.8)であった。一方、最も悪いのは小売業(▲13.1)であった。
- サービス業、卸売業では売上が増加する見通しの回答割合が高く、売上回復への期待感が大きい。

図表3-2 業種別 2020年の売上額の伸び率(回答率) (単位:%)

	30%以上増加	20~29%増加	10~19%増加	10%未満増加	変わらない	10%未満減少	10~19%減少	20~29%減少	30%以上減少	指数
全業種	1.3	10.4	1.3	21.7	30.8	19.2	9.1	6.0	0.3	4.1
製造業	0.0	10.7	0.0	26.4	25.6	18.2	10.7	7.4	0.8	▲6.5
卸売業	0.0	5.9	0.0	32.4	41.2	11.8	2.9	5.9	0.0	14.8
小売業	3.2	6.5	0.0	22.6	21.0	32.3	8.1	6.5	0.0	▲13.1
サービス業	0.0	25.0	0.0	14.3	35.7	17.9	7.1	0.0	0.0	57.2
建設・不動産業	2.8	9.7	5.6	9.7	41.7	13.9	11.1	5.6	0.0	8.3

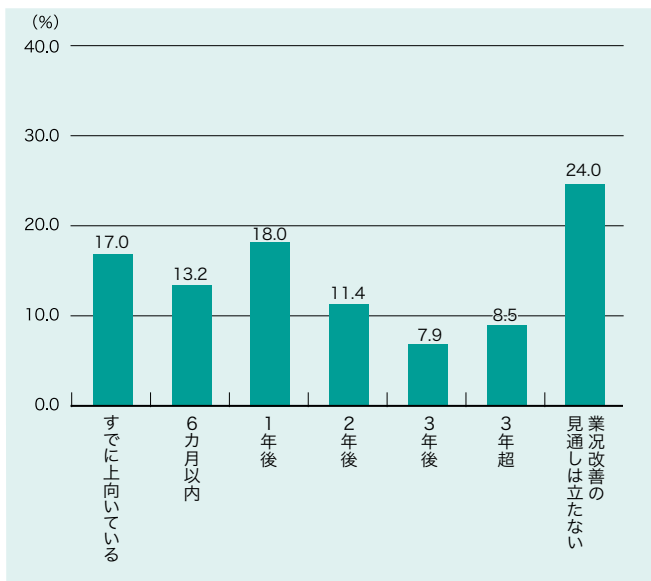
注) 指数の算出方法: (30%以上増加×4)+(20~29%増加×3)+(10~19%増加×2)+(10%未満増加×1)-(10%未満減少×1)-(10~19%減少×2)-(20~29%減少×3)-(30%以上減少×4)

4 業況が上向く転換点

～半数近くの企業が1年以内に業況が上向くと考えている～

- 自社の業況が上向く転換点について調査を行った結果、「業況改善の見通しは立たない(24.0%)」との回答が最も多く、先行きに対して厳しい見方の企業が依然多い。
- 一方、「1年後(18.0%)」「すでに上向いている(17.0%)」と回答した企業も多く、「6カ月以内(13.2%)」を含む1年以内との回答が48.2%に達する。つまり半数近くの企業が1年以内に業況が上向くと考えていることとなる。

図表4-1 業況が上向く転換点(回答率)



～業況が上向く転換点は2.3年後と予想～

- 業種別では、製造業、卸売業で「1年後」との回答が最も多く、小売業、サービス業では「業況改善の見通しは立たない」との回答が最も多い結果となった。
- 建設・不動産業では「すでに上向いている」と「業況改善の見通しは立たない」との回答が同率で最も多く回答が二極化した。
- 製造業では22.3%、卸売業では29.4%の企業が「1年後」に業況が上向くと回答する一方、小売業では33.9%の企業が「業況改善の見通しは立たない」と回答している。小売業での業況改善の見通しが立てづらい状況が見られる。
- 独自に予想転換点を算出すると、全業種の予想転換点は「2.3年後」ということになる。業種別では製造業、建設・不動産業が「2.1年後」となり最も早く、一方、小売業が「2.7年後」となり最も遅い結果となった。

図表4-2 業種別の業況が上向く転換点(回答率) (単位:%)

	すでに上向いている	6カ月以内	1年後	2年後	3年後	3年超	業況改善の見通しは立たない	予想転換点(年後)
全業種	17.0	13.2	18.0	11.4	7.9	8.5	24.0	2.3
製造業	16.5	13.2	22.3	14.0	5.0	8.3	20.7	2.1
卸売業	11.8	5.9	29.4	8.8	14.7	14.7	14.7	2.3
小売業	9.7	12.9	16.1	9.7	9.7	8.1	33.9	2.7
サービス業	22.2	7.4	7.4	14.8	14.8	7.4	25.9	2.4
建設・不動産業	25.0	18.1	11.1	8.3	5.6	6.9	25.0	2.1

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



5 消費税引上げ前の見通しと比べて受けた影響

～変わらないが売上の減少を感じる～

- 「10月以降の貴社の経営は消費税引上げ前の見通しと比べてどのような影響を受けていますか」と尋ねた。
- 調査の結果、「変わらない(65.1%)」との回答が最も多く、「売上の減少(14.5%)」「事務負担の増加(6.3%)」との回答が続いた。見通しと比べ、良い影響より悪い影響を受けたとの回答が多かった。

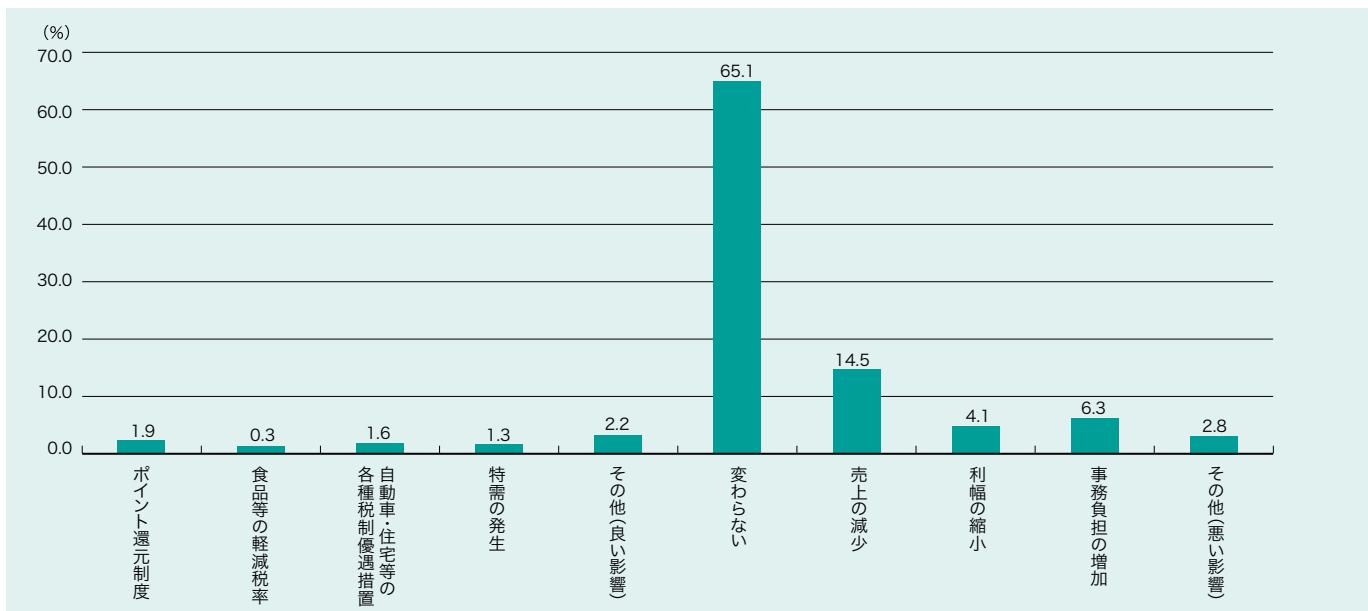
～消費税引上げが少なからず悪い影響に～

- 業種別では、全ての業種で「変わらない」との回答が最も多く、サービス業をのぞく業種で「売上の減少」が続いた。サービス業では「利幅の縮小」「事務負担の増加」が2番目に多かった。
- 業種を問わず「変わらない」が上位となった。「売上の減少」「利幅の縮小」「事務負担の増加」と続いたことから、悪い影響を受けたと感じた企業が多かった。

図表5-2 消費税引上げ前の見通しと比べて受けた影響 (単位:%)

	ポイント還元制度	食品等の軽減税率	自動車・住宅等の各種税制優遇措置	特需の発生	その他(良い影響)	変わらない	売上の減少	利幅の縮小	事務負担の増加	その他(悪い影響)
全業種	1.9	0.3	1.6	1.3	2.2	65.1	14.5	4.1	6.3	2.8
製造業	0.0	0.0	1.7	0.0	3.3	73.6	13.2	1.7	2.5	4.1
卸売業	0.0	0.0	0.0	2.9	0.0	64.7	20.6	2.9	8.8	0.0
小売業	8.1	1.6	0.0	1.6	3.2	37.1	27.4	6.5	11.3	3.2
サービス業	3.6	0.0	0.0	3.6	0.0	67.9	3.6	10.7	10.7	0.0
建設・不動産業	0.0	0.0	4.2	1.4	1.4	73.6	6.9	4.2	5.6	2.8

図表5-1 消費税引上げ前の見通しと比べて受けた影響(回答率)



<調査概要>

対象企業 当金庫取引先企業318社

調査期間 2019年12月2日～6日

調査方法 当金庫担当者訪問によるWEBアンケート形式
(4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)