

特別調査 平成24年の経営見通し

Special Research

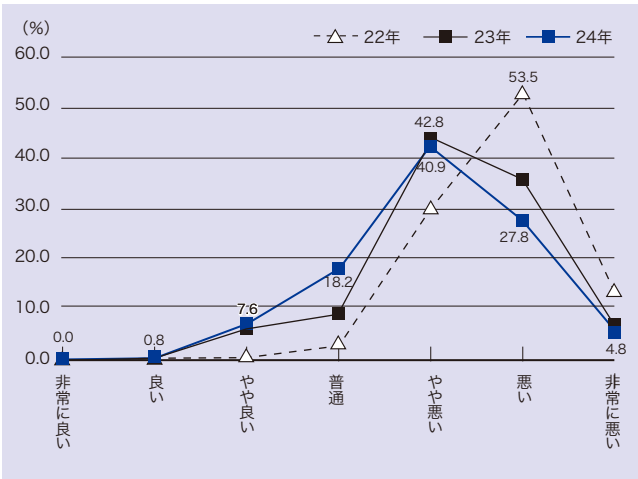
へきしん取引先景況調査の一環として、今回は「平成24年の経営見通し」に関する特別調査を実施しました。昨年、一昨年の同時期に実施した「平成23年の経営見通し」「平成22年の経営見通し」と比較のうえ、調査結果を検証しました。

1 日本の景気見通し

～長引く円高、海外経済の不透明感などから景気の見通しは慎重～

- 平成24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(40.9%)」が最も多く、次いで「悪い(27.8%)」「普通(18.2%)」との回答が続いた。
- 平成22年、23年と比較すると、「悪い」との回答が減り、「普通」との回答が増えた。景気の見通しは長引く円高、海外経済の不透明感などから慎重さがうかがえるものの、過去2年と比較して小幅な改善がみられる結果となった。

図表1-1 日本の景気見通し(回答率)



～特に厳しい小売業の景気見通し～

- 図表1-2は、平成24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。
- いずれの業種においても「やや悪い」との回答が最も多く、見通しは厳しい。中でも小売業は「悪い(40.3%)」との回答が「やや悪い(40.3%)」と並び最も多い。
- 独自に算出した指数をもとに各業種を比較すると、小売業(▲130.0)の景気見通しが特に厳しいことになる。

図表1-2 業種別 平成24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	0.0	0.8	7.6	18.2	40.9	27.8	4.8	▲101.7
製造業	0.0	1.2	7.7	21.4	43.5	23.8	2.4	▲88.2
卸売業	0.0	0.0	3.4	24.1	48.3	17.2	6.9	▲100.0
小売業	0.0	0.0	6.5	7.8	40.3	40.3	5.2	▲130.0
サービス業	0.0	0.0	14.6	7.3	43.9	26.8	7.3	▲104.8
建設・不動産業	0.0	1.3	6.4	24.4	30.8	29.5	7.7	▲103.9

注) 指数の算出方法:

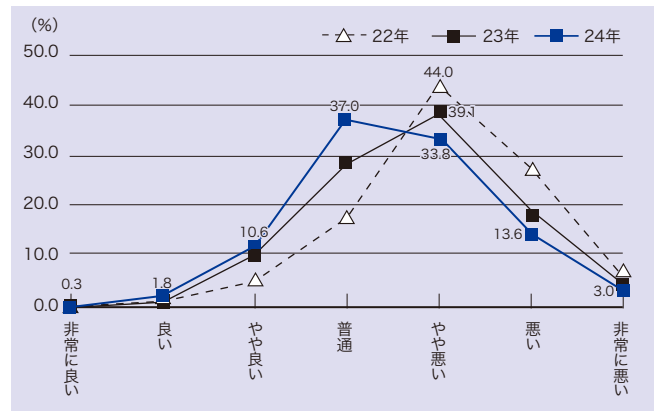
$$(非常に良い \times 3) + (良い \times 2) + (やや良い \times 1) - (やや悪い \times 1) - (悪い \times 2) - (非常に悪い \times 3)$$

2 個別企業の業況見通し

～過去2年と比較して小幅ながら改善～

- 平成24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(37.0%)」が最も多く、「やや悪い(33.8%)」「悪い(13.6%)」「やや良い(10.6%)」の順となった。

図表2-1 個別企業の業況見通し(回答率)



- 平成22年、23年と比較すると、平成24年は「非常に悪い」「悪い」「やや悪い」の回答が減少した。一方で「普通」「やや良い」「良い」「非常に良い」の回答が増加した。非常に厳しかった前年、前々年に比べて改善がみられた。
- 前述した日本の景気見通しと個別企業の業況見通しを比較すると、日本の景気見通しの方が「非常に悪い」「悪い」「やや悪い」との回答が多い。経営者は、自社の業況に比べて日本の景気見通しをより厳しめにみていることがうかがえる。

～卸売業、サービス業、建設・不動産業で「普通」との回答が最多～

- 業種別にみると、卸売業、サービス業、建設・不動産業で「普通」との回答が最も多く、製造業、小売業で「やや悪い」との回答が最も多かった。
- 独自に算出した指数をもとに比較すると、業況見通しが最も悪いのは小売業(▲87.1)ということになる。

図表2-2 業種別平成24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	0.3	1.8	10.6	37.0	33.8	13.6	3.0	▲54.9
製造業	0.6	2.4	12.5	35.7	37.5	10.1	1.2	▲42.2
卸売業	0.0	0.0	10.3	41.4	37.9	3.4	6.9	▲55.1
小売業	0.0	0.0	5.2	29.9	40.3	22.1	2.6	▲87.1
サービス業	0.0	2.4	11.9	33.3	28.6	19.0	4.8	▲64.3
建設・不動産業	0.0	2.6	11.5	46.2	21.8	12.8	5.1	▲46.0

注) 指数の算出方法:

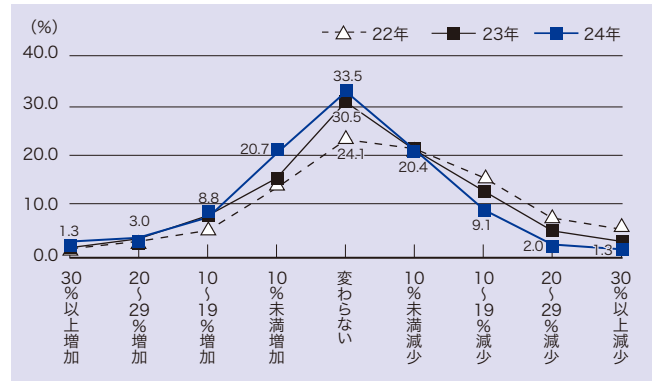
(非常に良い×3)+(良い×2)+(やや良い×1)-(やや悪い×1)-(悪い×2)-(非常に悪い×3)

3 売上額の伸び率

～過去2年間に比べ僅かに改善～

- 平成24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(33.5%)」「10%未満増加(20.7%)」「10%未満減少(20.4%)」と続いた。
- 平成22年、平成23年に比べ「減少」との回答が減った一方、「変わらない」「10%未満増加」「10～19%増加」が増えており、過去2年間に比べ僅かながら改善していることが分かる。

図表3-1 売上額の伸び率(回答率)



～製造業は売り上げの回復期待が大～

- 独自に算出した指数をもとに比較すると、最も良いのは製造業(34.5)であった。逆に最も悪いのは小売業(▲42.9)であった。
- 製造業では、「30%以上増加(2.4%)」「20～29%増加(4.2%)」「10～19%増加(13.7%)」「10%未満増加(21.4%)」と増加する見通しの回答が全体の41.7%を占めており、売上の回復が期待される。

図表3-2 業種別平成24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	3.0	8.8	20.7	33.5	20.4	9.1	2.0	1.3	2.7
製造業	2.4	4.2	13.7	21.4	33.3	17.9	4.8	0.6	1.8	34.5
卸売業	0.0	0.0	0.0	24.1	34.5	34.5	6.9	0.0	0.0	▲24.2
小売業	0.0	5.2	1.3	19.5	20.8	32.5	15.6	3.9	1.3	▲42.9
サービス業	0.0	0.0	9.5	26.2	26.2	23.8	14.3	0.0	0.0	▲7.2
建設・不動産業	1.3	1.3	7.7	15.4	50.0	7.7	10.3	5.1	1.3	▲8.9

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)

特別調査 平成24年の経営見通し

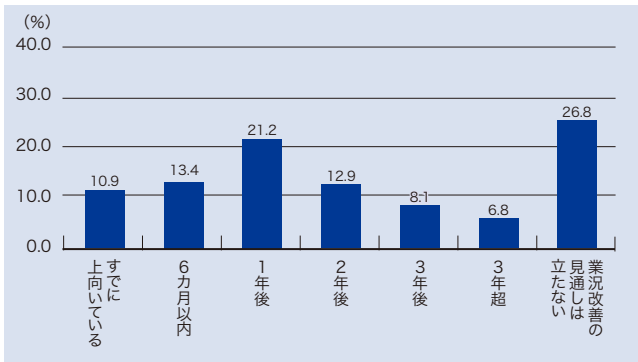
Special Research

4 業況が上向く転換点

～業況改善の見通しは立たない企業が依然多い～

- 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(26.8%)」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。
- 「1年後」と回答した企業も多く、「すでに上向いている」「6カ月以内」を含む1年以内との回答が45.5%に達することになる。つまり半数近い企業が1年以内に業況が上向くと考えていることになる。

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、卸売業、サービス業で「1年後」との回答が最も多かった。
- 独自に予想転換点を算出すると、全業種の業種転換点は「2.4年後」ということになる。業種別では製造業が「2.1年後」となり最も早く、一方、小売業が「2.8年後」となり最も遅かった。

図表4-2 業種別の業況が上向く転換点(回答率) (単位: %年)

業種	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	10.9	13.4	21.2	12.9	8.1	6.8	26.8	2.4
製造業	16.2	18.0	19.2	9.6	7.2	6.6	23.4	2.1
卸売業	6.9	17.2	24.1	13.8	10.3	10.3	17.2	2.2
小売業	3.9	10.4	22.1	11.7	10.4	5.2	36.4	2.8
サービス業	7.1	2.4	31.0	19.0	4.8	7.1	28.6	2.6
建設・不動産業	10.3	10.3	17.9	17.9	9.0	7.7	26.9	2.5

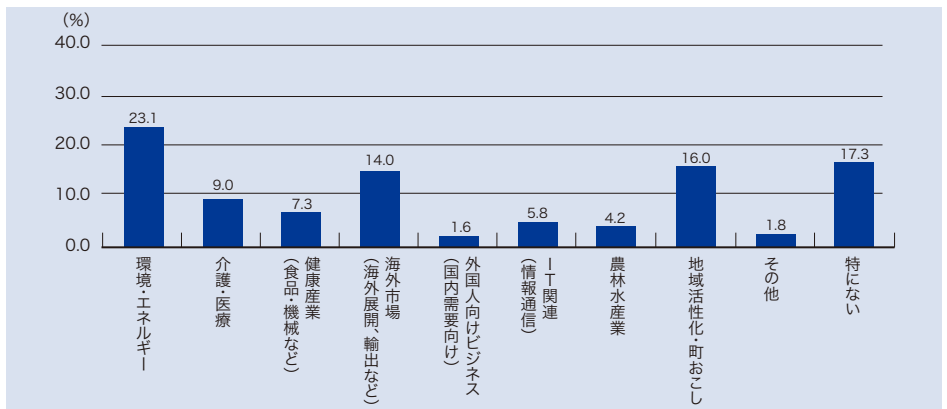
注) 予想転換点の算出方法:
 $(\text{すでに上向いているとの回答率} \times 0) + (\text{6カ月以内との回答率} \times 0.5) + (\text{1年後との回答率} \times 1) + (\text{2年後との回答率} \times 2) + (\text{3年後との回答率} \times 3) + (\text{3年超との回答率} \times 4) + (\text{業況改善の見通しは立たないとの回答率} \times 5)$

5 成長・拡大を期待する分野

～環境・エネルギーへの期待は大きい～

- 事業展開上、今後の成長・拡大を期待したい分野について調査を行った結果、「環境・エネルギー(23.1%)」が最も多く、「特にない(17.3%)」「地域活性化・町おこし(16.0%)」「海外市場(海外展開、輸出など)(14.0%)」の順となった。
- 環境・エネルギー分野への期待は大きい。震災による電力供給制限を受けて、エネルギーに対する関心が高まったことも関係している。
- 一方、国内における「外国人向けビジネス」は1.6%と低い回答率となっている。

図表5-1 今後の成長・拡大を期待したい分野(回答率)



～小売業、建設・不動産業では「地域活性化・町おこし」に期待～

- 製造業では、「環境・エネルギー(26.6%)」「海外市場(海外展開、輸出など)(23.6%)」との回答が多く全体の5割を占める結果となった。震災による電力供給制限を受けて顕著となったエネルギー問題、長引く円高の影響がうかがえる。
- 小売業では、「地域活性化・町おこし(24.2%)」という回答が最も多く、次いで「環境・エネルギー(15.3%)」「健康産業(食品・機械など)(15.3%)」となった。地域の活性化に期待する声が多いことがうかがえる。
- 建設・不動産業では、「地域活性化・町おこし(27.6%)」「環境・エネルギー(25.2%)」との回答が多く全体の5割以上を占める結果となった。地域の活性化と環境・エネルギーへの期待が大きい。

図表5-2 今後の成長・拡大を期待したい分野(回答率) (単位:%)

	環境・エネルギー	介護・医療 (食品・機械など)	健康産業 (海外展開、輸出など)	海外市場 (国内需要向け)	外国人向けビジネス (情報通信)	IT関連 農林水産業	地域活性化・町おこし	その他	特になし	
全業種	23.1	9.0	7.3	14.0	1.6	5.8	4.2	16.0	1.8	17.3
製造業	26.6	8.0	4.9	23.6	1.9	5.7	4.2	8.0	1.1	16.0
卸売業	25.6	4.7	4.7	14.0	0.0	2.3	9.3	14.0	4.7	20.9
小売業	15.3	8.9	15.3	5.6	0.8	7.3	2.4	24.2	2.4	17.7
サービス業	19.0	10.3	5.2	10.3	3.4	10.3	1.7	10.3	3.4	25.9
建設・不動産業	25.2	12.6	5.5	4.7	1.6	3.9	3.9	27.6	0.8	14.2



～製造業は「環境・エネルギー」「海外市場」に大きく期待～

- 「環境・エネルギー」に関しては、金属製品製造、一般機械器具製造、自動車部品製造、瓦製造などの回答率が高く、多くの企業の関心の高さがうかがえる。
- 一方、「海外市場」に関しては、繊維品製造、金属製品製造、一般機械器具製造、自動車部品製造などの回答率が高かった。昨今の円高の進展などが影響したのか、輸出関連製造業の多くが海外展開や輸出など海外市場に高い関心を示していることが分かる。

図表5-3 製造業 今後の成長・拡大を期待したい分野(回答率) (単位:%)

	環境・エネルギー	介護・医療 (食品・機械など)	健康産業 (海外展開、輸出など)	海外市場 (国内需要向け)	外国人向けビジネス (情報通信)	IT関連 農林水産業	地域活性化・町おこし	その他	特になし	
製造業	26.6	8.0	4.9	23.6	1.9	5.7	4.2	8.0	1.1	16.0
食料品製造	8.0	8.0	24.0	16.0	4.0	4.0	16.0	20.0	0.0	0.0
繊維品製造	11.1	11.1	11.1	22.2	5.6	16.7	0.0	11.1	0.0	11.1
金属製品製造	33.3	5.6	5.6	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	22.2
一般機械器具製造	29.2	12.5	0.0	33.3	0.0	4.2	8.3	4.2	0.0	8.3
自動車部品製造	29.4	6.9	1.0	29.4	2.0	5.9	3.9	2.0	2.9	16.7
瓦製造	38.1	4.8	4.8	4.8	0.0	0.0	0.0	28.6	0.0	19.0

以上

調査概要

対象企業 当庫取引先企業398社
調査期間 平成23年12月1日～7日
調査方法 当金庫担当者訪問によるアンケート形式
 ※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