

特別調査 平成25年の経営見通し

Special Research

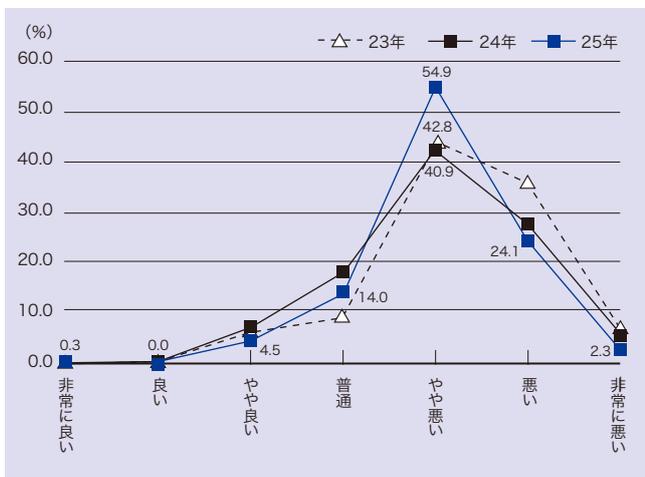
へきしん取引先景況調査の一環として、今回は「平成25年の経営見通し」に関する特別調査を実施しました。昨年、一昨年の同時期に実施した「平成24年の経営見通し」「平成23年の経営見通し」と比較のうえ、調査結果を検証しました。

1 日本の景気見通し

～海外景気の先行き、海外需要の低迷を不安視する傾向が強い～

- 平成25年の日本の景気をどのように見通しているのかについて調査したところ、「やや悪い(54.9%)」が最も多く、次いで「悪い(24.1%)」「普通(14.0%)」との回答が続いた。
- 平成23年、24年と比較すると、「やや悪い」との回答が増加し、その他の回答は全体的に減少した。海外景気の先行き、海外需要の低迷を懸念する傾向があり、景気の見通しに対して慎重さがうかがえる。過去2年と比較して不安視が強い結果となった。

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25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。
- 「悪い」との回答は減少したものの、いずれの業種においても「やや悪い」との回答が最も多く、景気の見通しは慎重である。
- 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(▲114.8)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25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	0.0	4.5	14.0	54.9	24.1	2.3	▲104.6
製造業	0.0	0.0	3.7	18.6	52.8	23.0	1.9	▲100.8
卸売業	0.0	0.0	6.3	9.4	65.6	12.5	6.3	▲103.2
小売業	0.0	0.0	2.5	11.1	58.0	25.9	2.5	▲114.8
サービス業	2.4	0.0	4.9	12.2	56.1	24.4	0.0	▲92.8
建設・不動産業	0.0	0.0	7.4	9.9	50.6	29.6	2.5	▲109.9

注) 指数の算出方法:

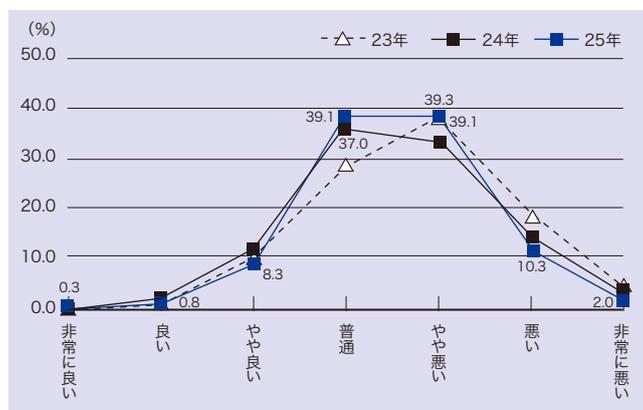
(非常に良い×3)+(良い×2)+(やや良い×1)-(やや悪い×1)-(悪い×2)-(非常に悪い×3)

2 個別企業の業況見通し

～先行きに対する不安感が強く感じられる～

- 平成25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、「やや悪い(39.3%)」が最も多く、「普通(39.1%)」「悪い(10.3%)」「やや良い(8.3%)」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23年、24年と比較すると、平成25年は「良い」「やや良い」「悪い」「非常に悪い」の回答が減少した。一方で「普通」「やや悪い」の回答が増加した。先行きに対する不安感が強いことがうかがえる。
- 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「やや悪い」「悪い」「非常に悪い」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。

～製造業、卸売業、小売業で「やや悪い」との回答が最多～

- 業種別にみると、製造業、卸売業、小売業で「やや悪い」との回答が最も多く、サービス業、建設・不動産業では「普通」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(▲82.5)ということになる。

図表2-2 業種別 平成25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	0.8	8.3	39.1	39.3	10.3	2.0	▲55.1
製造業	0.0	1.2	8.7	35.4	45.3	8.1	1.2	▲54.0
卸売業	0.0	0.0	3.1	37.5	46.9	9.4	3.1	▲71.9
小売業	0.0	0.0	4.9	33.3	40.7	16.0	4.9	▲82.5
サービス業	2.4	0.0	17.1	43.9	24.4	12.2	0.0	▲24.5
建設・不動産業	0.0	1.2	7.4	49.4	32.1	8.6	1.2	▲43.1

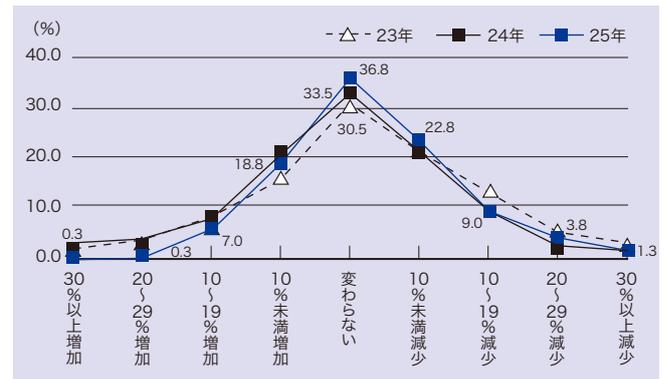
注) 指数の算出方法:
(非常に良い×3)+(良い×2)+(やや良い×1)-(やや悪い×1)-(悪い×2)-(非常に悪い×3)

3 売上額の伸び率

～昨年に比べ大幅に悪化～

- 平成25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(36.8%)」「10%未満減少(22.8%)」「10%未満増加(18.8%)」と続いた。
- 平成24年に比べ「増加」との回答が減少した一方、「変わらない」「減少」が増え、昨年に比べ悪化していることが分かる。

図表3-1 売上額の伸び率(回答率)



～サービス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、最も良いのはサービス業(24.1)であった。逆に最も悪いのは製造業(▲37.0)であった。
- サービス業では、「30%以上増加(2.4%)」「20~29%増加(2.4%)」「10~19%増加(7.3%)」「10%未満増加(26.8%)」と増加する見通しの回答が全体の約4割を占めており、売上の回復が期待される。

図表3-2 業種別 平成25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	0.3	0.3	7.0	18.8	36.8	22.8	9.0	3.8	1.3	▲22.5
製造業	0.0	0.0	9.3	16.8	30.4	23.0	13.0	6.2	1.2	▲37.0
卸売業	0.0	0.0	3.1	18.8	43.8	25.0	3.1	6.3	0.0	▲25.1
小売業	0.0	0.0	2.5	19.8	34.6	30.9	8.6	2.5	1.2	▲35.6
サービス業	2.4	2.4	7.3	26.8	36.6	17.1	4.9	2.4	0.0	24.1
建設・不動産業	0.0	0.0	7.4	18.5	49.4	16.0	6.2	0.0	2.5	▲5.1

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)

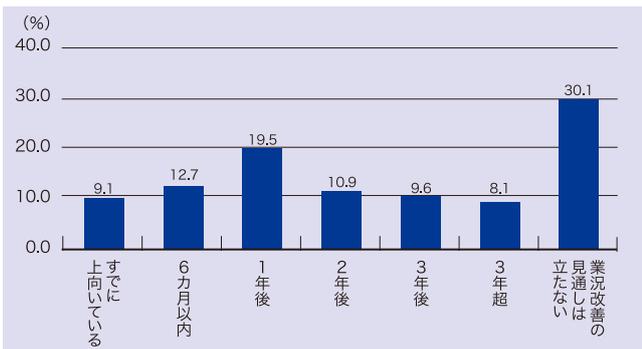
Special Research

4 業況が上向く転換点

～3割の企業が見通しは立たないとの見方～

- 自社の業況が上向く転換点について調査を行った結果、前年、前々年に引き続き「業況改善の見通しは立たない(30.1%)」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41.3%に達することになる。つまり4割の企業が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年半後と予想～

- 業種別では、全ての業種において「業況改善の見通しは立たない」との回答が最も多かった。
- 次いで、サービス業で「6カ月以内」、製造業、小売業、建設・不動産業で「1年後」、卸売業で「3年後」との回答が多かった。
- 独自に予想転換点を算出すると、全業種の予想転換点は「2.6年後」ということになる。業種別ではサービス業が「2.3年後」となり最も早く、一方、小売業が「3.1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	9.1	12.7	19.5	10.9	9.6	8.1	30.1	2.6
製造業	8.7	15.5	20.5	8.7	9.3	10.6	26.7	2.5
卸売業	12.5	9.4	12.5	15.6	18.8	3.1	28.1	2.6
小売業	7.5	8.8	13.8	8.8	10.0	8.8	42.5	3.1
サービス業	14.6	17.1	14.6	9.8	12.2	7.3	24.4	2.3
建設・不動産業	6.4	10.3	28.2	16.7	5.1	3.8	29.5	2.4

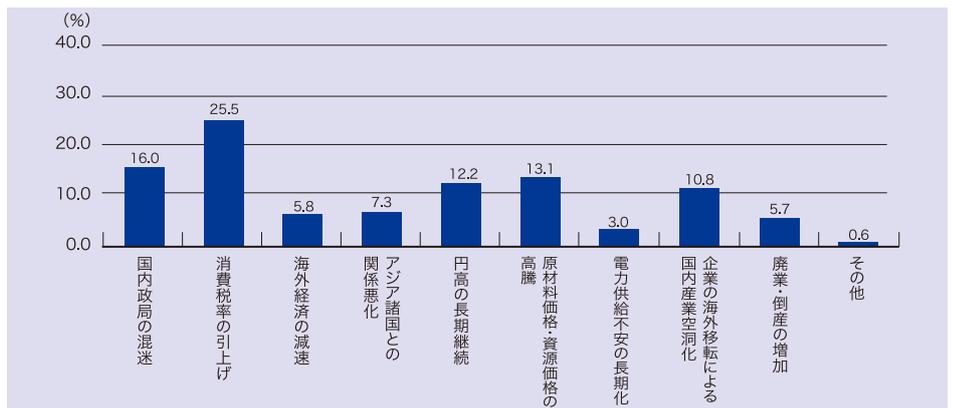
注) 予想転換点の算出方法:
 (すでに上向いているとの回答率×0)+(6カ月以内との回答率×0.5)+
 (1年後との回答率×1)+(2年後との回答率×2)+(3年後との回答率×3)+
 (3年超との回答率×4)+(業況改善の見通しは立たないとの回答率×5)

5 経営に影響をおよぼす経済的・社会的事象

～消費税率の引上げが最も懸念される～

- 経営に影響をおよぼす経済的・社会的事象の調査を行った結果、「消費税率の引上げ(25.5%)」との回答が最も多く、「国内政局の混迷(16.0%)」「原材料価格・資源価格の高騰(13.1%)」「円高の長期継続(12.2%)」の順となった。
- 「消費税率の引上げ」が最も高い回答割合となり、経営におよぼすさまざまな影響が懸念される。
- 一方、昨年はエネルギーへの関心が高かったが、「電力供給不安の長期化」は3.0%と低い回答率となっている。

図表5-1 経営に影響をおよぼす経済的・社会的事象(回答率)



～小売業では「消費税率の引上げ」の影響が大きく懸念される～

- 全ての業種で、「消費税率の引上げ」の回答が最も多い結果となった。特に小売業では33.7%と回答割合が高く、消費税率の引上げによる影響が大きく懸念される。
- 製造業では、「消費税率の引上げ(21.0%)」「円高の長期継続(13.3%)」「原材料価格・資源価格の高騰(13.1%)」の順となった。消費税率引上げに加え、長引く円高や原材料の高騰を不安視していることがうかがえる。
- 卸売業では、「消費税率の引上げ(24.1%)」に続き「原材料価格・資源価格の高騰(15.7%)」「廃業・倒産の増加(14.5%)」という回答が相対的に高い結果となった。
- 建設・不動産業では、「消費税率の引上げ(28.0%)」「国内政局の混迷(21.6%)」との回答が多く全体の5割を占める結果となった。

図表5-2 業種別 経営に影響をおよぼす経済的・社会的事象(回答率)
(単位:%)

	国内政局の混迷	消費税率の引上げ	海外経済の減速	アジア諸国との関係悪化	円高の長期継続	原材料価格・資源価格の高騰	電力供給不安の長期化	国内産業空洞化	企業の海外移転による国内産業空洞化	産業・倒産の増加	その他
全業種	16.0	25.5	5.8	7.3	12.2	13.1	3.0	10.8	5.7	0.6	
製造業	12.9	21.0	8.8	9.5	13.3	13.1	4.3	12.4	4.1	0.7	
卸売業	12.0	24.1	2.4	9.6	9.6	15.7	2.4	9.6	14.5	0.0	
小売業	18.9	33.7	3.1	5.1	12.8	12.2	2.0	6.1	5.1	1.0	
サービス業	15.6	24.8	5.5	11.0	8.3	11.0	3.7	16.5	3.7	0.0	
建設・不動産業	21.6	28.0	3.7	2.3	12.4	13.3	1.4	9.6	7.3	0.5	

～自動車部品製造業、金属製品製造業では「円高の長期継続」を懸念～

- 自動車部品製造業、金属製品製造業では「円高の長期継続」との回答割合が高く、長引く円高に対し懸念を抱える。
- 一般機械器具製造業では、「アジア諸国との関係悪化(21.6%)」との回答割合が高く、日中関係悪化による影響から中国向けの海外需要への不安がうかがえる。
- 瓦製造業では、「消費税率の引上げ(38.2%)」「原材料価格・資源価格の高騰(29.4%)」との回答割合が高く、全体の7割近くを占める結果となった。

図表5-3 製造業 経営に影響をおよぼす経済的・社会的事象(回答率)
(単位:%)

	国内政局の混迷	消費税率の引上げ	海外経済の減速	アジア諸国との関係悪化	円高の長期継続	原材料価格・資源価格の高騰	電力供給不安の長期化	国内産業空洞化	企業の海外移転による国内産業空洞化	産業・倒産の増加	その他
製造業	12.9	21.0	8.8	9.5	13.3	13.1	4.3	12.4	4.1	0.7	
食品製造	32.0	24.0	0.0	0.0	4.0	28.0	8.0	0.0	4.0	0.0	
繊維品製造	17.2	27.6	3.4	10.3	3.4	17.2	0.0	10.3	10.3	0.0	
金属製品製造	16.7	16.7	13.9	0.0	19.4	13.9	2.8	13.9	0.0	2.8	
一般機械器具製造	10.8	16.2	10.8	21.6	13.5	5.4	5.4	16.2	0.0	0.0	
自動車部品製造	9.4	17.8	10.0	12.8	18.9	7.2	5.6	14.4	2.8	1.1	
瓦製造	17.6	38.2	0.0	2.9	0.0	29.4	2.9	0.0	8.8	0.0	

以上

調査概要

対象企業 当庫取引先企業399社
調査期間 平成24年12月3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
 ※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

