

特別調査 | 平成26年の経営見通し

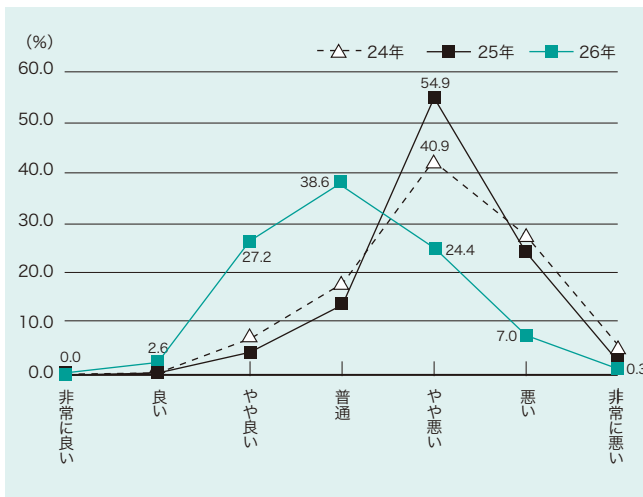
へきしん取引先景況調査の一環として、今回は「平成26年の経営見通し」に関する特別調査を実施しました。昨年、一昨年の同時期に実施した「平成25年の経営見通し」「平成24年の経営見通し」と比較のうえ、調査結果を検証しました。

1 日本の景気見通し

～景気は底堅く推移するとの期待感がうかがわれる～

- 平成26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、「普通(38.6%)」が最も多く、次いで「やや良い(27.2%)」「やや悪い(24.4%)」との回答が続いた。
- 平成24年、25年と比較すると、「良い」「やや良い」「普通」との回答が増加し、「やや悪い」「悪い」「非常に悪い」との回答は減少した。消費税増税前の駆け込み需要とその反動の影響があるものの、国内需要は堅調であり、景気は底堅く推移するとの期待感がうかがわれる。過去2年と比較して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)



～卸売業は大幅な改善見通し～

- 図表1-2は、平成26年の日本の景気見通しについて業種別と比較したものである。
- 「やや悪い」「悪い」「非常に悪い」との回答は全ての業種で減少し、卸売業では「やや良い」、卸売業を除く全ての業種で「普通」との回答が最も多く、景気は改善する見通しである。
- 独自に算出した指数をもとに各業種を比較すると、卸売業(25.0)の景気見通しが大幅に改善することになる。

図表1-2 業種別 平成26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	2.6	27.2	38.6	24.4	7.0	0.3	▲ 6.9
製造業	0.0	2.5	28.3	39.6	23.9	5.7	0.0	▲ 2.0
卸売業	0.0	5.6	38.9	36.1	13.9	5.6	0.0	25.0
小売業	0.0	2.6	18.2	40.3	26.0	11.7	1.3	▲ 29.9
サービス業	0.0	0.0	33.3	36.4	18.2	12.1	0.0	▲ 9.1
建設・不動産業	0.0	2.5	26.6	38.0	30.4	2.5	0.0	▲ 3.8

注) 指数の算出方法:

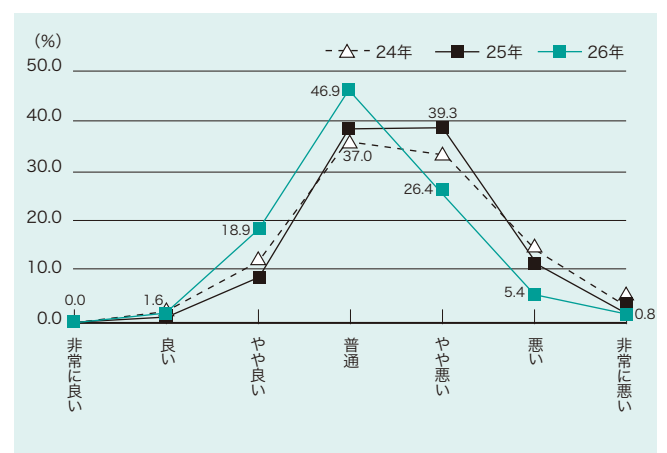
$$(非常に良い \times 3) + (良い \times 2) + (やや良い \times 1) - (やや悪い \times 1) - (悪い \times 2) - (非常に悪い \times 3)$$

2 個別企業の業況見通し

～先行きに対する期待感が感じられる～

- 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、「普通」(46.9%)が最も多く、「やや悪い(26.4%)」「やや良い(18.9%)」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24年、25年と比較すると、平成26年は「良い」「やや良い」「普通」の回答が増加し、「やや悪い」「悪い」「非常に悪い」の回答が減少した。先行きに対する期待感がうかがわれる。
- 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「良い」「やや良い」との回答が多い。経営者は、日本の景気見通しに比べて自社の業況をより厳しめにみていることがうかがわれる。

～全ての業種で「普通」との回答が最多～

- 業種別にみると、全ての業種で「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卸売業(8.2)、最も悪いのは小売業(▲44.2)となった。

図表2-2 業種別 平成26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	0.0	1.6	18.9	46.9	26.4	5.4	0.8	▲ 17.5
製造業	0.0	2.5	17.6	49.1	24.5	5.0	1.3	▲ 15.8
卸売業	0.0	0.0	36.1	44.4	13.9	2.8	2.8	8.2
小売業	0.0	1.3	10.4	44.2	31.2	13.0	0.0	▲ 44.2
サービス業	0.0	3.0	27.3	39.4	27.3	3.0	0.0	0.0
建設・不動産業	0.0	0.0	19.0	49.4	30.4	1.3	0.0	▲ 14.0

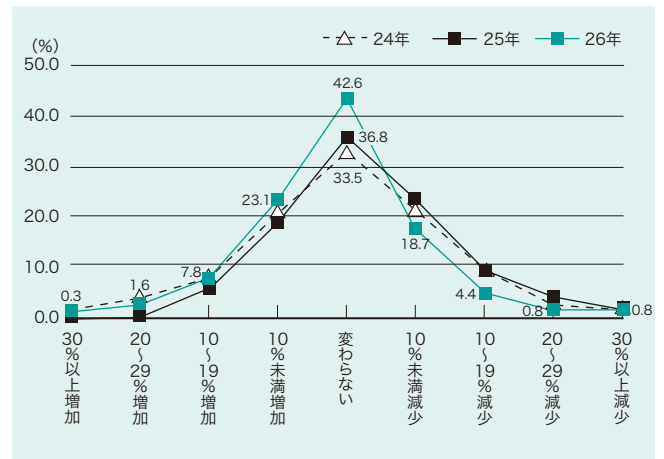
注) 指数の算出方法:
(非常に良い×3)+(良い×2)+(やや良い×1)-(やや悪い×1)-(悪い×2)-(非常に悪い×3)

3 売上額の伸び率

～売上回復への期待がうかがわれる～

- 平成26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(42.6%)」「10%未満増加(23.1%)」「10%未満減少(18.7%)」と続いた。
- 平成25年に比べ「増加」「変わらない」との回答が増加した一方、「減少」との回答が減少しており、売上回復への期待がうかがわれる。

図表3-1 売上額の伸び率(回答率)



～サービス業、卸売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(33.4)、次いで卸売業(31.2)であった。逆に最も悪いのは小売業(▲14.3)であった。
- サービス業、卸売業では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26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	1.6	7.8	23.1	42.6	18.7	4.4	0.8	0.8	11.6
製造業	0.6	1.3	8.8	23.3	42.1	15.7	6.9	0.0	1.3	12.5
卸売業	0.0	0.0	11.4	31.4	40.0	14.3	0.0	2.9	0.0	31.2
小売業	0.0	1.3	2.6	20.8	42.9	24.7	5.2	1.3	1.3	▲14.3
サービス業	0.0	3.0	6.1	30.3	45.5	12.1	3.0	0.0	0.0	33.4
建設・不動産業	0.0	2.5	10.1	19.0	41.8	24.1	1.3	1.3	0.0	16.1

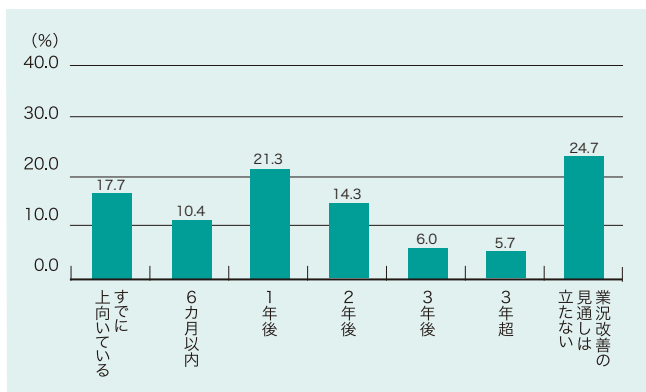
注) 指数の算出方法:
(30%以上増加×4)+(20%~29%増加×3)+(10%~19%増加×2)+(10%未満増加×1)-(10%未満減少×1)-(10%~19%減少×2)-(20%~29%減少×3)-(30%以上減少×4)

4 業況が上向く転換点

～半数の企業が1年以内に上向く見方～

- 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(24.7%)」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(21.3%)」と回答した企業も多く、「すでに上向いている(17.7%)」「6カ月以内(10.4%)」を含む1年以内との回答が49.4%に達することになる。つまり半数の企業が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2.2年後と予想～

- 業種別では、小売業を除く全ての業種において1年以内に業況が上向くと回答が半数以上となった。
- 建設・不動産業では「すでに上向いている(24.4%)」との回答がもっとも多く、一方、小売業では「業況の見通しは立たない(41.6%)」との回答が最も多い。
- 独自に予想転換点を算出すると、全業種の予想転換点は「2.2年後」ということになる。業種別では製造業、卸売業が「1.9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: %年)

	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	17.7	10.4	21.3	14.3	6.0	5.7	24.7	2.2
製造業	20.8	13.2	20.8	15.7	6.3	3.8	19.5	1.9
卸売業	22.2	8.3	25.0	11.1	8.3	8.3	16.7	1.9
小売業	3.9	6.5	20.8	11.7	6.5	9.1	41.6	3.1
サービス業	15.2	18.2	21.2	15.2	3.0	6.1	21.2	2.0
建設・不動産業	24.4	6.4	20.5	15.4	5.1	5.1	23.1	2.1

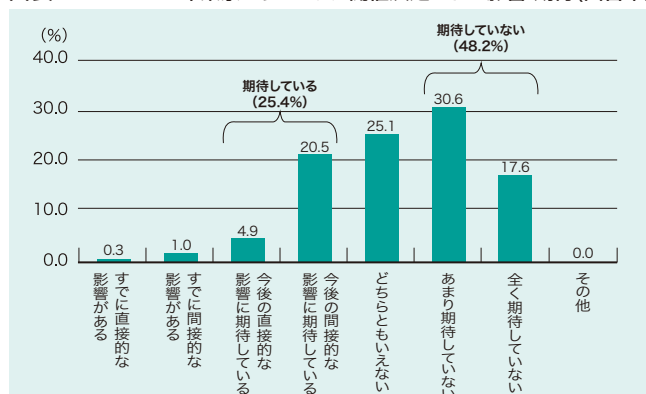
注) 予想転換点の算出方法:
 $(\text{すでに上向いているとの回答率} \times 0) + (\text{6カ月以内との回答率} \times 0.5) + (\text{1年後との回答率} \times 1) + (\text{2年後との回答率} \times 2) + (\text{3年後との回答率} \times 3) + (\text{3年超との回答率} \times 4) + (\text{業況改善の見通しは立たないとの回答率} \times 5)$

5 2020年東京オリンピック開催決定による影響や期待

～3割の企業があまり期待していない～

- 2020年の東京オリンピック開催決定による業況への影響・期待の調査を行った結果、「あまり期待していない(30.6%)」との回答が最も多く、「どちらともいえない(25.1%)」「今後の間接的な影響に期待している(20.5%)」「全く期待していない(17.6%)」の順となった。
- 「期待していない」との回答が全体の約5割であり、調査時点では当地域企業の期待感はさほど大きくない。
- 一方、「期待している」との回答は全体の25.4%であり、4社に1社はオリンピック開催に何らかの期待を寄せている。
- 「すでに間接的な影響がでている(1.0%)」「すでに直接的な影響がでている(0.3%)」と僅かではあるがすでに影響がでている企業もある。

図表5-1 2020年東京オリンピック開催決定による影響・期待(回答率)



～卸売業、建設・不動産業、製造業では期待感がうかがわれる～

- 「期待している」との回答割合を業種別にみると、卸売業(33.3%)、建設・不動産業(29.1%)、製造業(28.3%)との結果となった。卸売業、建設・不動産業、製造業では他業種と比べ期待感がうかがわれる。
- 一方、小売業では「期待していない」との回答割合が65%と高く、オリンピック開催への期待感はあまりうかがわれない。
- サービス業では約4割の企業が「どちらともいえない」と回答しており、今後の動向が注目される。
- 建設・不動産業、サービス業、製造業では、僅かではあるがすでに影響がでている企業もある。

図表5-2 業種別 2020年東京オリンピック開催決定による影響・期待(回答率) (単位:%)

	すでに直接的な影響がある	すでに間接的な影響がある	期待している		どちらともいえない	期待していない		その他
			今後の直接的な影響に期待している	今後の間接的な影響に期待している		あまり期待していない	全く期待していない	
全業種	0.3	1.0	4.9	20.5	25.1	30.6	17.6	0.0
製造業	0.0	0.6	3.1	25.2	27.0	29.6	14.5	0.0
卸売業	0.0	0.0	11.1	22.2	19.4	33.3	13.9	0.0
小売業	0.0	0.0	7.8	11.7	15.6	36.4	28.6	0.0
サービス業	0.0	3.0	6.1	0.0	39.4	30.3	21.2	0.0
建設・不動産業	1.3	2.5	1.3	27.8	26.6	26.6	13.9	0.0

～金属製品製造業、繊維品製造業は期待感が比較的高い～

- 「期待している」との回答割合を製造業について種別でみると、金属製品製造業(46.2%)、繊維品製造業(40.0%)の期待感が比較的高い。
- 一方、瓦製造業、一般機械器具製造業では「期待していない」との回答割合が高く、オリンピック開催への期待感が低い。
- 食料品製造業では「期待している(22.2%)」「どちらともいえない(55.6%)」「期待していない(22.2%)」となっており、サービス業と同様に、今後の動向が注目される。

図表5-3 製造業 2020年東京オリンピック開催決定による影響・期待(回答率) (単位:%)

	すでに直接的な影響がある	すでに間接的な影響がある	期待している		どちらともいえない	期待していない		その他
			今後の直接的な影響に期待している	今後の間接的な影響に期待している		あまり期待していない	全く期待していない	
製造業	0.0	0.6	3.1	25.2	27.0	29.6	14.5	0.0
食料品製造	0.0	0.0	0.0	22.2	55.6	11.1	11.1	0.0
繊維品製造	0.0	0.0	10.0	30.0	40.0	0.0	20.0	0.0
金属製品製造	0.0	0.0	0.0	46.2	7.7	38.5	7.7	0.0
一般機械器具製造	0.0	0.0	8.3	25.0	8.3	41.7	16.7	0.0
自動車部品製造	0.0	1.6	1.6	21.0	35.5	29.0	11.3	0.0
瓦製造	0.0	0.0	0.0	16.7	8.3	50.0	25.0	0.0



調査概要

対象企業 当庫取引先企業386社
 調査期間 平成25年12月2日～6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