

特別調査 | 平成27年の経営見通し

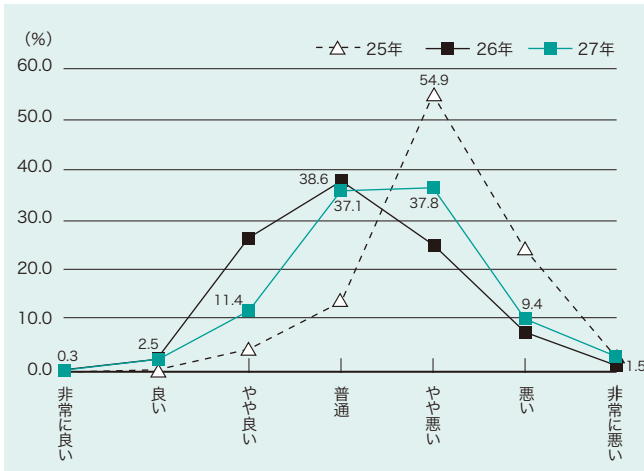
へきしん取引先景況調査の一環として、今回は「平成27年の経営見通し」に関する特別調査を実施しました。昨年、一昨年の同時期に実施した「平成26年の経営見通し」「平成25年の経営見通し」と比較のうえ、調査結果を検証しました。

1 日本の景気見通し

～先行きへの不透明感から慎重な見方がうかがわれる～

- 平成27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(37.8%)」が最も多く、次いで「普通(37.1%)」「やや良い(11.4%)」との回答が続いた。
- 平成26年と比較すると、「やや悪い」「悪い」「非常に悪い」との回答が増加し、「やや良い」「普通」との回答は減少した。予想以上に長引く消費税増税の影響や、急速な円安、原油安などによる先行きへの不透明感から慎重な見方がうかがわれる。昨年と比較して悪化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27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。
- 「普通」との回答が最も多かったのは製造業、サービス業であった。卸売業、建設・不動産業は「普通」に並び「やや悪い」との回答が最も多く、小売業では「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全ての業種でマイナスとなり、各業種を比較すると小売業(▲85.9)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27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	11.4	37.1	37.8	9.4	1.5	▲43.8
製造業	0.6	3.7	14.0	37.8	34.1	8.5	1.2	▲31.5
卸売業	0.0	2.8	13.9	36.1	36.1	8.3	2.8	▲41.6
小売業	0.0	0.0	5.1	26.6	48.1	17.7	2.5	▲85.9
サービス業	0.0	6.1	12.1	48.5	24.2	9.1	0.0	▲18.1
建設・不動産業	0.0	1.2	9.9	42.0	42.0	3.7	1.2	▲40.7

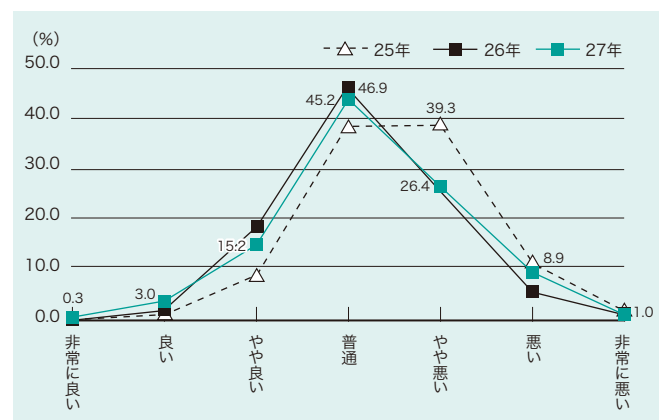
注) 指数の算出方法:
 $(\text{非常に良い} \times 3) + (\text{良い} \times 2) + (\text{やや良い} \times 1) - (\text{やや悪い} \times 1) - (\text{悪い} \times 2) - (\text{非常に悪い} \times 3)$

2 個別企業の業況見通し

～先行きに対する見方は昨年より若干悪化～

- 平成27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」(45.2%)が最も多く、「やや悪い」(26.4%)、「やや良い」(15.2%)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26年と比較すると、平成27年は「悪い」の回答が増加し、「やや良い」の回答が減少した。昨年に比べ若干悪化し、先行きに対する見方は慎重である。
- 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、業況見通しが最も良いのは建設・不動産業(▲6.1)となった。
- 一方、最も悪いのは小売業(▲59.6)、次いで卸売業(▲41.8)となった。

図表2-2 業種別 平成27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	3.0	15.2	45.2	26.4	8.9	1.0	▲25.1
製造業	0.0	3.0	22.0	41.5	25.6	6.7	1.2	▲14.6
卸売業	0.0	0.0	2.8	63.9	25.0	5.6	2.8	▲41.8
小売業	0.0	2.5	7.6	36.7	34.2	19.0	0.0	▲59.6
サービス業	0.0	0.0	24.2	39.4	24.2	12.1	0.0	▲24.2
建設・不動産業	1.2	6.2	11.1	54.3	22.2	3.7	1.2	▲6.1

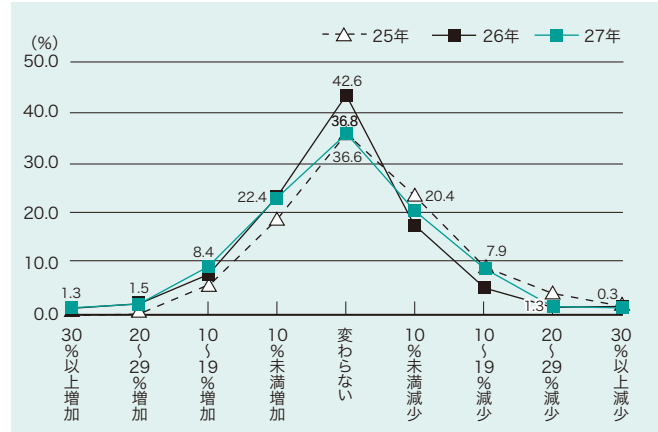
注) 指数の算出方法:
(非常に良い×3)+(良い×2)+(やや良い×1)-(やや悪い×1)-(悪い×2)-(非常に悪い×3)

3 売上額の伸び率

～昨年に比べ若干悪化、売上回復への期待感は薄い～

- 平成27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(36.6%)」が最も多く、「10%未満増加(22.4%)」「10%未満減少(20.4%)」と続いた。
- 平成26年に比べ「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する結果となった。

図表3-1 売上額の伸び率(回答率)



～小売業は売上減少との回答が4割を占める～

- 独自に算出した指数をもとに比較すると、最も良いのは建設・不動産業(26.2)、次いで製造業(16.3)であった。一方、最も悪いのは小売業(▲21.7)であった。
- 小売業では売上が減少する見通しの回答が全体の約4割を占めており、売上回復への期待感が特に薄い。

図表3-2 業種別 平成27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	1.5	8.4	22.4	36.6	20.4	7.9	1.3	0.3	7.6
製造業	1.8	1.8	9.8	23.3	34.4	19.6	8.0	1.2	0.0	16.3
卸売業	0.0	0.0	5.6	30.6	41.7	16.7	0.0	5.6	0.0	8.3
小売業	0.0	1.3	6.3	21.5	30.4	22.8	16.5	1.3	0.0	▲21.7
サービス業	0.0	0.0	9.1	15.2	42.4	27.3	6.1	0.0	0.0	▲6.1
建設・不動産業	2.5	2.5	8.6	21.0	43.2	17.3	3.7	0.0	1.2	26.2

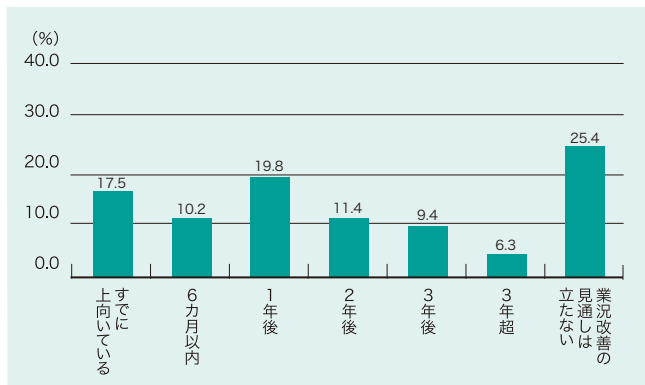
注) 指数の算出方法:
(30%以上増加×4)+(20%~29%増加×3)+(10%~19%増加×2)+(10%未満増加×1)-(10%未満減少×1)-(10%~19%減少×2)-(20%~29%減少×3)-(30%以上減少×4)

4 業況が上向く転換点

～業況改善の見通しが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、前年、前々年に引き続き「業況改善の見通しは立たない(25.4%)」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(19.8%)」と回答した企業も多く、「すでに上向いている(17.5%)」「6カ月以内(10.2%)」を含む1年以内との回答が47.5%に達することになる。つまり約半数の企業が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2.3年後と予想～

- 業種別では、サービス業、小売業、建設・不動産業は「業況の見通しは立たない」との回答が最も多く、製造業、卸売業は「1年後」との回答が最も多い。
- 製造業では、54.9%の企業が1年以内に業況が上向くと回答する一方、サービス業では36.4%の企業が業況の見通しは立たないと回答している。
- 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。業種別では製造業が「2.0年後」となり最も早く、一方、サービス業が「2.8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	17.5	10.2	19.8	11.4	9.4	6.3	25.4	2.3
製造業	21.3	11.6	22.0	11.0	7.3	6.7	20.1	2.0
卸売業	13.9	11.1	22.2	13.9	11.1	11.1	16.7	2.2
小売業	13.9	7.6	24.1	7.6	7.6	7.6	31.6	2.5
サービス業	12.1	9.1	9.1	15.2	18.2	0.0	36.4	2.8
建設・不動産業	16.0	9.9	14.8	13.6	11.1	4.9	29.6	2.5

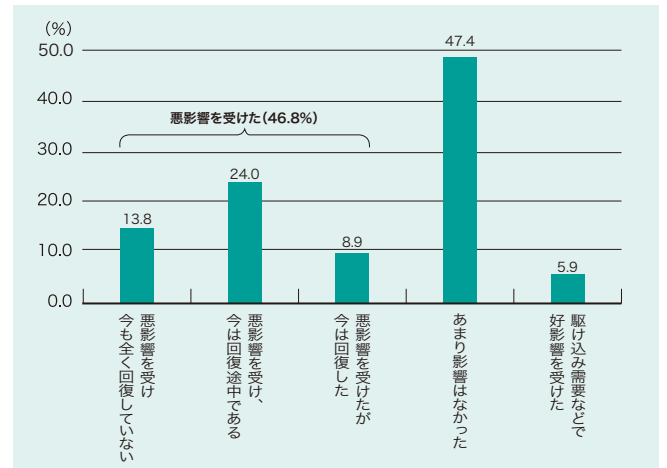
注) 予想転換点の算出方法:
 (すでに上向いているとの回答率×0)+(6カ月以内との回答率×0.5)+
 (1年後との回答率×1)+(2年後との回答率×2)+(3年後との回答率×3)+
 (3年超との回答率×4)+(業況改善の見通しは立たないとの回答率×5)

5 消費税が8%に上がった際に受けた影響

～4割近くの企業が未だ回復を遂げていない～

- 消費税が8%に上がった際、経営に受けた影響の調査を行った結果、「あまり影響はなかった(47.4%)」との回答が最も多く、「悪影響を受け、今は回復途中である(24.0%)」「悪影響を受け、今も全く回復していない(13.8%)」の順となった。
- 半数近くの企業はあまり影響がなかったものの、それとほぼ同数の企業が悪影響を受けたと回答した。悪影響を受けた企業の多くが未だ回復を遂げていない。
- 一方、「駆け込み需要などで好影響を受けた」との回答は全体の5.9%にとどまり、好影響を受けた企業は少ない。

図表5-1 消費税が8%に上がった際の影響(回答率)



～小売業では6割以上が悪影響を受ける～

- 業種別では、全ての業種で「あまり影響はなかった」との回答が最も多かった。
- 小売業は、他の業種に比べ「あまり影響はなかった(27.8%)」との回答割合は低く、好影響を受けた企業もあるものの、6割以上の企業が悪影響を受けた。

図表5-2 消費税が8%に上がった際の影響 (単位:%)

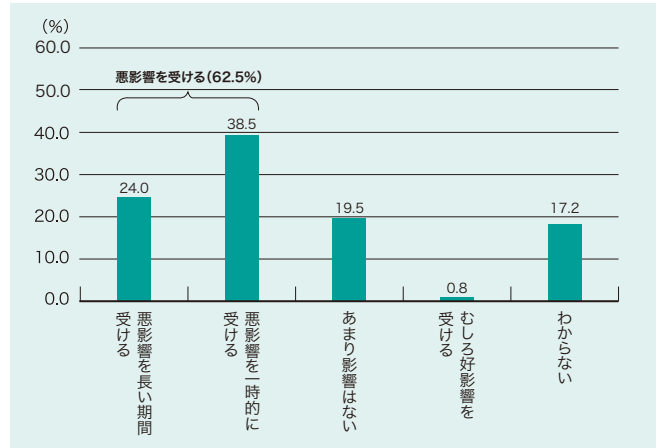
	悪影響を受け 今も全く回復していない	悪影響を受け 今は回復途中である	悪影響を受けたが 今は回復した	あまり影響はなかった	駆け込み需要などで 好影響を受けた
全業種	13.8	24.0	8.9	47.4	5.9
製造業	10.4	21.3	8.5	55.5	4.3
卸売業	8.3	25.0	8.3	50.0	8.3
小売業	25.3	25.3	12.7	27.8	8.9
サービス業	6.3	34.4	6.3	50.0	3.1
建設・不動産業	15.0	23.8	7.5	47.5	6.3

6 消費税が10%に上がった場合に受ける影響

～6割の企業が悪影響を懸念している～

- 消費税が10%に上がった場合、経営に受ける影響の調査を行った結果、「悪影響を一時的に受ける(38.5%)」との回答が最も多く、「悪影響を長い期間受ける(24.0%)」「あまり影響はない(19.5%)」「わからない(17.2%)」「むしろ好影響を受ける(0.8%)」の順となった。
- 6割以上の企業が悪影響を受けると考えており、消費税が8%に上がった際よりも懸念する声が多いことがうかがわれる。

図表6-1 消費税が10%に上がった場合の影響(回答率)



～悪影響が大きく懸念される小売業～

- 業種別では、卸売業を除く全ての業種で「悪影響を一時的に受ける」との回答が最も多かった。中でも、小売業は8割以上の企業が悪影響を受けると考えている。
- 卸売業では、「悪影響を長い間受ける(33.3%)」に並び「あまり影響はない(33.3%)」との回答が最も多く、「悪影響を一時的に受ける(18.2%)」、「わからない(15.2%)」の順となり、予想が分かれる結果となった。

図表6-2 業種別 消費税が10%に上がった場合の影響(回答率) (単位:%)

	悪影響を長い期間受ける	悪影響を一時的に受ける	あまり影響はない	むしろ好影響を受ける	わからない
全業種	24.0	38.5	19.5	0.8	17.2
製造業	19.0	35.6	23.9	1.2	20.2
卸売業	33.3	18.2	33.3	0.0	15.2
小売業	35.9	47.4	5.1	1.3	10.3
サービス業	15.6	50.0	25.0	0.0	9.4
建設・不動産業	21.3	37.5	16.3	0.0	21.3

<調査概要>

対象企業 当庫取引先企業394社
 調査期間 平成26年12月1日～5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