

特別調査 平成23年の経営見通し

Special Research

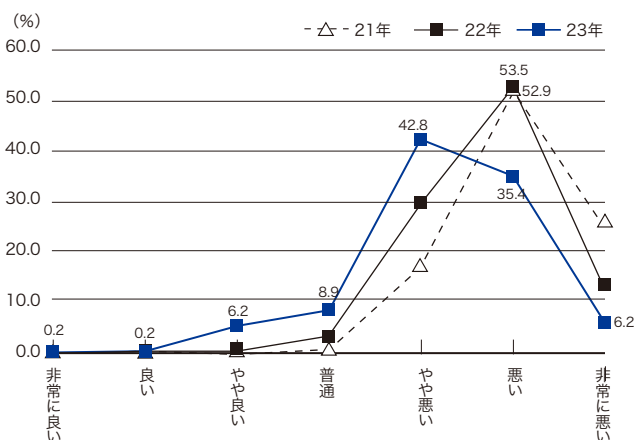
へきしん取引先景況調査の一環として、今回は「平成23年の経営見通し」に関する特別調査を実施しました。昨年、一昨年の同時期に実施した「平成22年の経営見通し」「平成21年の経営見通し」と比較のうえ、調査結果を検証しました。

1 日本の景気見通し

～依然厳しいものの小幅な改善がみられる景気見通し～

- 平成23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(42.8%)」が最も多く、次いで「悪い(35.4%)」との回答が続いた。
- 平成21年、22年と比較すると、「悪い」との回答が減った一方「やや悪い」との回答が増えた。景気の見通しは依然厳しいものの、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)



～特に厳しい建設・不動産業、卸売業の景気見通し～

- 下表は、平成23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」との回答が最も多かったのは建設・不動産業、卸売業であった。一方、「やや悪い」との回答が最も多かったのはサービス業、製造業、小売業であった。
- 独自に算出した指数をもとに各業種を比較すると、建設・不動産業(▲155.4)、卸売業(▲130.5)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23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	0.2	0.2	6.2	8.9	42.8	35.4	6.2	▲125.0
製造	0.6	0.6	6.2	11.8	44.4	33.7	2.8	▲111.0
卸売	0.0	0.0	13.9	2.8	33.3	38.9	11.1	▲130.5
小売	0.0	0.0	6.8	8.1	43.2	32.4	9.5	▲129.7
サービス	0.0	0.0	6.8	11.4	45.5	31.8	4.5	▲115.8
建設・不動産	0.0	0.0	1.2	4.8	41.0	43.4	9.6	▲155.4

注) 指数の算出方法:

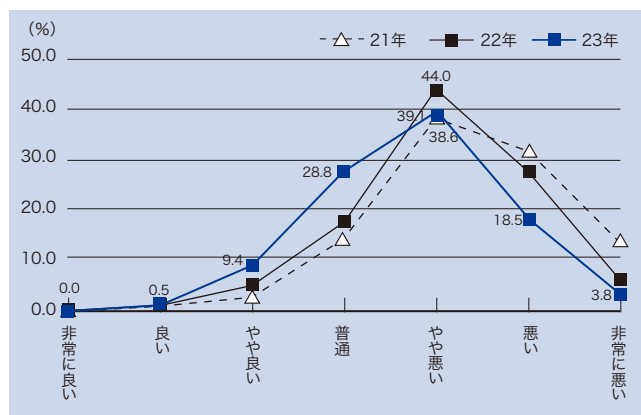
$$(非常に良い \times 3) + (良い \times 2) + (やや良い \times 1) - (やや悪い \times 1) - (悪い \times 2) - (非常に悪い \times 3)$$

2 個別企業の業況見通し

～前年、前々年に比べて小幅な改善～

- 平成23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(39.1%)」が最も多く、次いで「普通(28.8%)」、「悪い(18.5%)」となった。

図表2-1 個別企業の業況見通し(回答率)



- 平成21年、22年と比較すると、平成23年は「非常に悪い」「悪い」などの回答が減少した。一方で「普通」「やや良い」などの回答が増加した。大変厳しかった前年、前々年に比べて小幅な改善がみられた。
- 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。

～小売業、サービス業で「普通」との回答が最多～

- 業種別にみると、製造業、卸売業、建設・不動産業で「やや悪い」との回答が最も多く、小売業、サービス業で「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建設・不動産業(▲99.9)ということになる。

図表2-2 業種別平成23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	0.5	9.4	28.8	39.1	18.5	3.8	▲77.1
製造	0.0	1.1	6.2	27.0	46.6	18.0	1.1	▲77.5
卸売	0.0	0.0	14.3	25.7	45.7	11.4	2.9	▲62.9
小売	0.0	0.0	12.2	33.8	29.7	17.6	6.8	▲73.1
サービス	0.0	0.0	13.6	36.4	31.8	13.6	4.5	▲58.9
建設・不動産	0.0	0.0	8.4	24.1	33.7	26.5	7.2	▲99.9

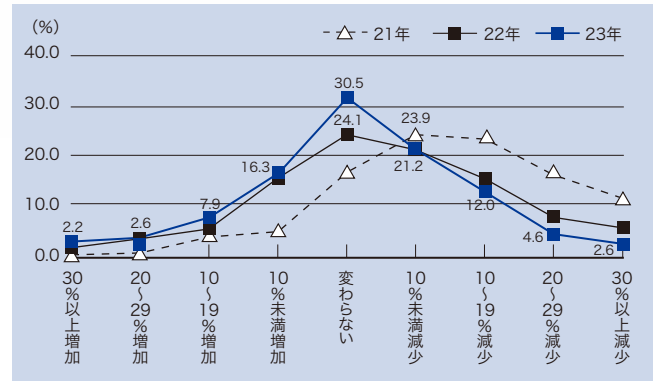
注) 指数の算出方法:
(非常に良い×3)+(良い×2)+(やや良い×1)-(やや悪い×1)-(悪い×2)-(非常に悪い×3)

3 売上額の伸び率

～前年に比べ小幅ながら改善～

- 平成23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(30.5%)」「10%未満減少(21.2%)」「10%未満増加(16.3%)」と続いた。
- 平成22年(前年)に比べ「減少」との回答が減った一方、「変わらない」が増加しており、前年に比べ小幅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)



～卸売業で高い売り上げの回復期待～

- 独自に算出した指数をもとに比較すると、最も良いのは卸売業(27.9)であった。
- 卸売業では、「10%未満減少(33.3%)」との回答が最も多かったものの、「20~29%減少(0.0%)」「30%以上減少(0.0%)」と回答した企業が全くなかった点などは特徴的といえる。

図表3-2 業種別平成23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	2.2	2.6	7.9	16.3	30.5	21.2	12.0	4.6	2.6	▲20.7
製造	3.9	3.4	7.3	15.2	30.3	19.1	12.4	5.1	3.4	▲17.2
卸売	2.8	2.8	13.9	19.4	25.0	33.3	2.8	0.0	0.0	27.9
小売	0.0	1.4	8.2	20.5	23.3	28.8	9.6	6.8	1.4	▲32.9
サービス	0.0	2.3	2.3	18.2	47.7	13.6	6.8	9.1	0.0	▲24.8
建設・不動産	1.2	2.4	8.5	11.0	31.7	18.3	20.7	1.2	4.9	▲42.9

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)

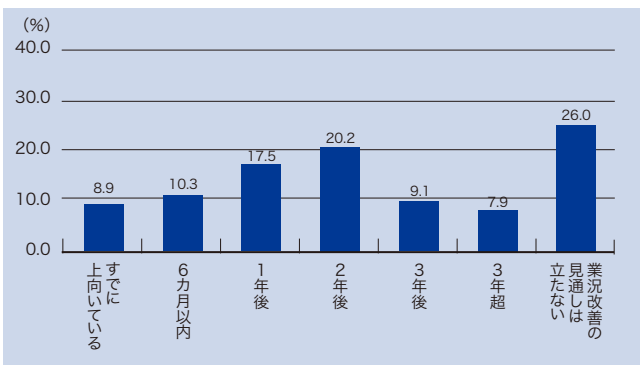
Special Research

4 業況が上向く転換点

～業況改善の見通しは立たないが最多～

- 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(26.0%)」との回答が最も多く、先行きに対して悲観的な見方の企業が依然多い。
- 「1年後」「2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」「3年後」を含む3年以内との回答が66.0%に達することになる。つまり約3分の2の企業が3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2.5年後?～

- 業種別では、製造業で「1年後」、建設・不動産業で「2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「2.5年後」ということになる。業種別では製造業が「2.2年後」となり最も早く、一方、小売業が「2.9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)

	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	業況改善の(年後)予想転換点
全業種	8.9	10.3	17.5	20.2	9.1	7.9	26.0	2.5
製造	10.1	10.7	23.0	20.8	8.4	5.6	21.3	2.2
卸売	5.6	11.1	11.1	19.4	13.9	16.7	22.2	2.7
小売	8.2	15.1	11.0	13.7	8.2	4.1	39.7	2.9
サービス	13.6	9.1	13.6	13.6	4.5	20.5	25.0	2.7
建設・不動産	6.1	3.7	17.1	29.3	11.0	6.1	26.8	2.7

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)

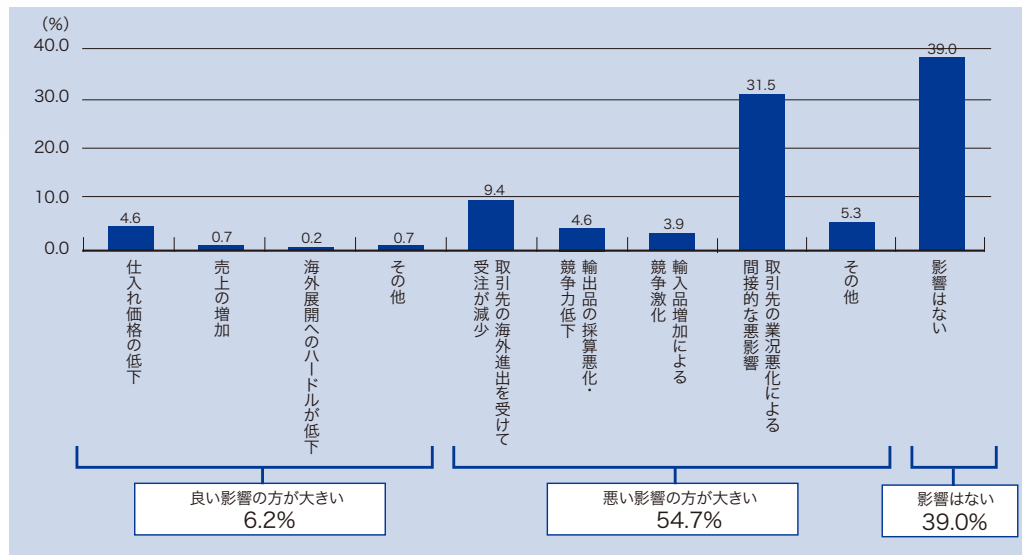
5 円高の影響

～半数以上が円高は「悪い影響の方が大きい」と回答～

- 今回新たに昨今の円高の各企業への影響について調査した。
- 全体として、「良い影響の方が大きい」に該当する回答(6.2%)よりも「悪い影響の方が大きい」に該当する回答(54.7%)のほうが圧倒的に多かった。円高に対して、プラス面よりもマイナス面の影響の方が大きいと考える企業が多いことになる。
- 「悪い影響の方が大きい」に該当する回答の内訳をみると、「取引先の業況悪化による間接的な悪影響(31.5%)」との回答が最も多かった。円高による直接的な影響よりも、むしろ間接的な影響を懸念している企業が多いことが分かる。
- 次いで「取引先の海外進出を受けて受注が減少(9.4%)」「輸出品の採算悪化・競争力低下(4.6%)」「輸入品増加による競争激化(3.9%)」となった。これらは円高の直接的な影響を受ける企業の回答といえ、円高をより深刻に受け止めている姿がうかがえる。
- 「良い影響の方が大きい」に該当する回答の内訳をみると、「仕入れ価格の低下(4.6%)」との回答が最も多かった。



図表5-1 円高の影響(回答率)



～円高の影響度が最も大きい製造業～

- 製造業、卸売業ともに「取引先の業況悪化による間接的な悪影響」という回答が最も多かった。一方、小売業、サービス業、建設・不動産業では「影響はない」という回答が多かった。
- 製造業では、「取引先の業況悪化による間接的な悪影響(34.5%)」「影響はない(31.1%)」という回答に続いて「取引先の海外進出を受けて受注が減少(16.4%)」との回答が多かった。親企業や協力企業の海外進出の動きが活発化する中、将来の受注減少を懸念する企業の危機感がうかがえる。

- 円高による恩恵を受けると予想される卸売業、小売業であるが、「仕入れ価格の低下」という良い影響に該当する回答以上に、「取引先の業況悪化による間接的な悪影響」など悪い影響に該当する回答が多かった。円高による景気悪化が、ひいては自社の収益悪化につながることに對する懸念が大きい。
- 独自に円高による影響度指数を算出すると、最も影響度の大きいのは製造業(▲58.8)、次いで卸売業(▲52.7)となった。逆に最も影響度の小さいのはサービス業(▲31.9)となった。

図表5-2 業種別の円高の影響(回答率)

(単位: %)

	良い影響				6.2	悪い影響						39.0	影響度指数
	仕入れ価格の低下	売上の増加	海外展開へのハードルが低下	その他		取引先の海外進出を受けて受注が減少	競争力低下	輸出品の採算悪化・競争激化	輸入品増加による競争激化	取引先の業況悪化による間接的な悪影響	その他		
全業種	4.6	0.7	0.2	0.7	6.2	9.4	4.6	3.9	31.5	5.3	54.7	39.0	▲48.5
製造	3.4	1.1	0.0	0.6	5.1	16.4	6.8	2.8	34.5	3.4	63.9	31.1	▲58.8
卸売	13.9	0.0	0.0	0.0	13.9	8.3	13.9	11.1	33.3	0.0	66.6	19.4	▲52.7
小売	10.0	0.0	1.4	0.0	11.4	0.0	0.0	7.1	27.1	10.0	44.2	44.3	▲32.8
サービス	2.3	0.0	0.0	4.5	6.8	6.8	2.3	2.3	18.2	9.1	38.7	54.5	▲31.9
建設・不動産	0.0	1.2	0.0	0.0	1.2	4.8	1.2	1.2	36.1	6.0	49.3	49.4	▲48.1

注) 指数の算出方法:

(良い影響の各項目の回答率合計) - (悪い影響の各項目の回答率合計)

調査概要

対象企業

当庫取引先企業418社

調査期間

平成22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「へぎしん取引先景況調査」の特別調査として実施