今後の景気動向に関する調査

（平成２１年２月の付帯調査）

《概　要》

◇ 21 年度の業況見通しは『悪化予想』が 80.2%と8割を占めている。一方､『改善予想』は 5.1%にとどまる。『改善予想』から『悪化予想』を差し引いた DI 値は▲75.1 と厳しい見通しが続く。

◇ 業況の回復が実感できる時期は『21 年度中』が 15.2%､『22 年度中』は 33.9%である。しかし､「23 年度以降にずれ込む」は 14.6%､「わからない」も 36.2%を占めており、回復の実感はかなり先、あるいは景気の先行きは不透明という意見も多かった。

◇「業況に影響を与える要因」（複数回答）については「税制・年金等の動向」62.8%､「消費の動向」61.6%がともに多い。以下､「取引先の動向」44.6%､「金融情勢」32.8%､「海外の景気」29.8%と続く。

◇「業況悪化への対策」（複数回答）は「経費の削減」が 62.8%と最も多い。以下､「営業力の強化」39.8%､「財務体質の強化」23.7%､「取引先の見直し」21.8%となっている。

＜付帯調査回収企業数＞

	対象数	回答数	回答率		対象数	回答数	回答率
全　体	3875社	1271社	32.8%	小規模	1031社	425社	41.2%
製造業	1125社	412社	36.6%	中小規模	617社	283社	45.9%
卸売業	875社	299社	34.2%	中規模	699社	302社	43.2%
小売業	875社	267社	30.5%	大規模	525社	212社	40.4%
サービス業	1000社	293社	29.3%	規模不明	1003社	49社	4.9%

1 平成21年度の業況見通し

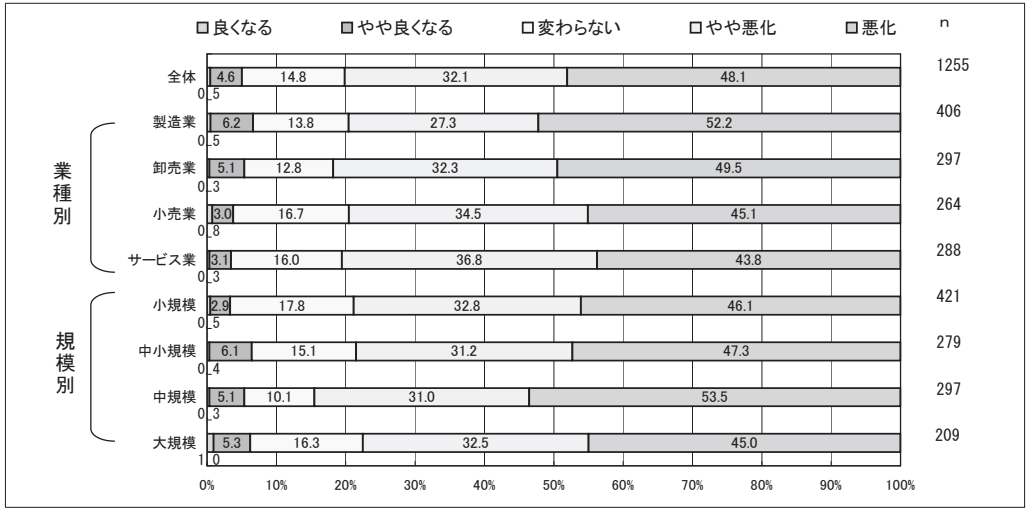
毎月の景況調査では、今後３ヶ月の業況の見通しを聞いているが、今回の付帯調査では平成 21 年度（21 年４月～ 22 年３月）の業況見通しについて質問した。

21 年度の見通しについて、最も多いのは「悪化」で 48.1%、次いで「やや悪化」が 32.1%である。「悪化」と「やや悪化」を合わせた『悪化予想』は 80.2%と８割を占める。一方､「良くなる」は 0.5%と極めてわずかである。「やや良くなる」も 4.6%と少なく､『改善予想』は 5.1%にとどまる。『改善予想』から『悪化予想』を差し引いた DI 値は▲75.1 と厳しい見通しが続く。

業種別にみると、「悪化」が最も多いのは製造業で 52.2%を占めている。逆に、「悪化」が最も少ないのはサービス業で 43.8%である。「悪化」と「やや悪化を合わせた」『悪化予想』が最も多いのは卸売業で 81.8%となっている。一方、『改善予想』が最も多いのは製造業であるが、それでも 6.7%と１割に満たない。

規模別でみると、「悪化」が最も多いのは中規模で 53.5%、逆に最も少ないのは大規模で 45.0%である。『改善予想』がやや多いのは中小規模 6.5%、大規模 6.3%であるが、ともに１割に満たない。

図表１ 平成21年度の業況見通し　　単位　%



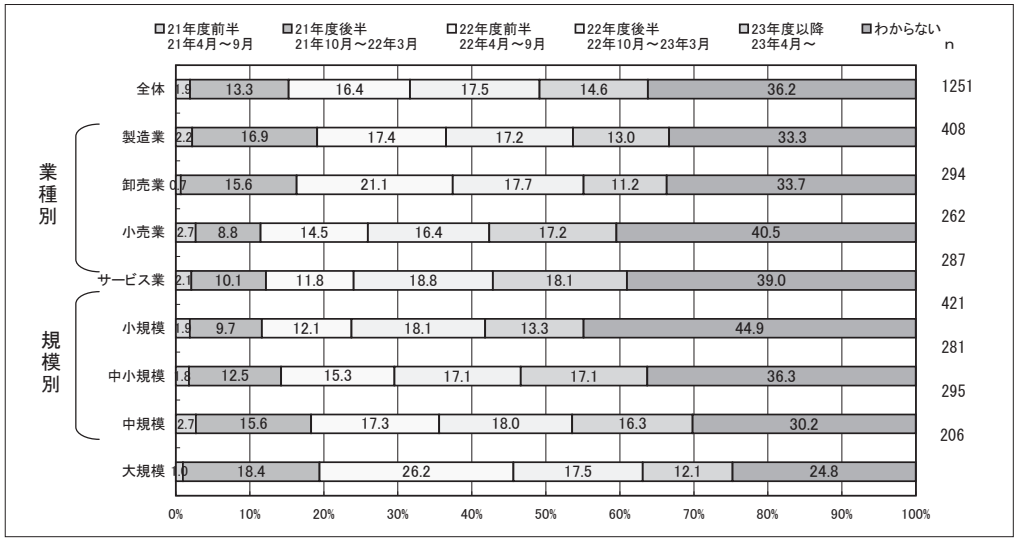
2 業況の回復が実感できる時期

「業況の回復が実感できる時期はいつ頃だと思われますか」の設問に対し、「21 年度前半（21 年 4 ～ 9 月）」は 1.9%、「21 年度後半（21 年 10 ～ 22 年 3 月）が 13.3%であり、『21 年度中』に業況の回復が実感できるは 15.2%にとどまった。「22 年度前半」は 16.4%、「22 年度後半」が 17.5%であり、『22 年度中』は 33.9%である。『21 年度中』と『22 年度中』を合わせると 49.1%と約半数が 22 年度いっぱいまでには業況の回復が実感できる、あるいは実感したい(自由意見に「回復を期待する」という意見が散見された）という結果であった。

しかし、「23 年度以降にずれ込む」は 14.6%、そして最も回答が多かった「わからない」も 36.2%と 3 分の 1 を占めており、回復の実感はかなり先、あるいは景気の先行きは不透明という意見も少なくなかった。

業種別にみると、製造業、卸売業は『21 年度中』に回復が 19.1%、16.3%、『22 年度中』34.6%、38.8%と、ともにやや多い。逆に、小売業、サービス業は「23 年度以降にずれ込む」17.2%、18.1%、「わからない」40.5%、39.0%が多くなっている。

図表 2　業況の回復が実感できる時期　　単位　%



規模別でみると、『21年度中』に回復は小規模が11.6%に対し、大規模は19.4%、『22年度中』は小規模が30.2%、大規模43.7%である。『21年度中』と『22年度中』を合わせると、小規模が41.8%であるのに対し、大規模は63.1%と規模が大きくなるに従い景気回復を実感できるとする時期が早まっている。

3 業況に影響を与える要因

「業況に影響を与える要因」（複数回答）について、最も多いのは「税制・年金等の動向」で 62.8%、ほぼ同率で「消費の動向」61.6%である。以下、「取引先の動向」44.6%、「金融情勢」32.8%、「海外の景気」29.8%と続く。当月の景況調査の結果をみると「前年同月比の売上高」の DI 値は全体で▲69 と極めて厳しい水準であり、生産・販売に直接結びつく消費の活性化や得意先の動向が上位を占めたものと推察される。また、金利や金融機関の姿勢、米国や中国等の海外の景気も業況に影響を与える大きな要因という結果であった。なお、「その他」の具体的記入欄に多くのご意見をお書きいただいた。主なものは「マスコミ等による過度の報道が業況悪化に影響を与えている」「行政による具体的な施策の実行」「仕入先の廃業」等である。

業種別にみると、「税制・年金等の動向」は小売業が 78.8%と最も多く、卸売業も 62.6%である。また、「消費の動向」も小売業が 75.8%、卸売業 62.2%と、ともに 1 位、2 位となっている。「取引先の動向」は製造業が 52.6%と他の業種に比べて多く、「金融情勢」は卸売業が 38.8%と多い。また、「海外の動向」は製造業が 35.5%、卸売業 30.3%となっている。

規模別でみると「税制・年金等の動向」と「消費の動向」は中小規模が 68.2%、64.6%と最も多い。「取引先の動向」は中規模が他の規模に比べて多く、「海外の景気」は中規模、大規模で多い。「原材料価格の動向」「為替の動向」は大規模が他の規模に比べて多くなっている。

図表 3　業況に影響を与える要因　　複数回答　%

		税制･年金等の動向	消費の動向	取引先の動向	金融情勢	海外の景気	原材料価格の動向	為替の動向	設備投資の動向	ﾃﾞﾌﾚの進展	輸入製品の動向	その他	n
全　体		62.8	61.6	44.6	32.8	29.8	20.0	17.8	13.8	11.2	3.9	4.3	1247
業種別	製造業	55.3	54.8	52.6	29.8	35.5	21.3	22.3	15.9	8.4	4.5	3.0	403
	卸売業	62.6	62.2	43.5	38.8	30.3	21.4	21.1	15.6	8.5	4.8	5.1	294
	小売業	78.8	75.8	25.4	31.1	25.0	18.6	10.6	3.0	20.8	4.2	6.4	264
	サービス業	58.7	57.3	52.1	32.5	25.9	18.2	14.7	18.9	9.1	2.1	3.5	286
規模別	小規模	63.6	57.5	45.6	31.1	28.4	20.1	16.3	15.3	11.4	5.3	5.8	412
	中小規模	68.2	64.6	46.2	31.0	26.0	18.4	19.1	14.4	13.7	4.0	4.7	277
	中規模	59.9	57.5	49.5	33.8	33.1	17.7	20.7	18.4	9.7	4.3	2.7	299
	大規模	60.0	59.5	47.6	33.8	31.0	22.4	25.2	15.7	10.0	1.0	1.4	210

4 業況悪化への対策

「業況悪化に対する貴社の対策」(複数回答) について、最も多いのは「経費の削減」で 62.8%を占める。以下、「営業力の強化」39.8%、「財務体質の強化」23.7%、「取引先の見直し」21.8%、「企画開発力の強化」18.6%、「組織・人員の見直し」18.6%と続く。極めて厳しい経営環境下であることから「経費の削減」が第 1 位であるが、「営業力の強化」「財務体質の強化」「企画開発力の強化」等の前向きな対策も上位を占めている。「特に対策はない」は 14.2%である。

「その他」の具体的記入欄に多くのご意見をお書きいただいた。主な内容は①専門特化に関するもので「品質改善」「価値観の高いものづくり」「戦えそうな分野へ特化」等である。②は新分野進出、販売の強化に関するもので「卸売りからユーザ直販へ」「インターネットへの進出」「接客の強化」等である。そして、③は経費削減・規模縮小に関するもので「工場の稼動日を減らす」「人員削減」「撤退も視野」等であった。

業種別に上位の項目をみると、製造業は「経費の削減」が 67.0%と最も多く、「組織・人員の見直し」も 26.6%と他の業種に比べて多くなっている。また、「企画開発力の強化」は 21.9%と卸売業に次いで多い。卸売業は「営業力の強化」が 46.4%と他の業種に比べて多く、「財務体質の強化」32.6%、「取引先の見直し」29.2%、「企画開発力の強化」22.0%も他の業種に比べて多い。小売業は「特に対策はない」が 23.2%と目立つ。サービス業は「営業力の強化」が 43.3%と卸売業に次いで多く、「組織・人員の見直し」23.0%は製造業に次いで多い。また、「人材の確保・育成」は 19.9%と他の業種に比べて多くなっている。

規模別にみると「経費の削減」は小規模が 58.0%であるが、大規模になると 71.3%と規模が大きくなるにつれて割合が多くなる。また、「組織・人員の見直し」も小規模の 11.4%に対し、大規模では 35.4%と増加する。規模が大きくなるにつれて「営業力の強化」、「財務体質の強化」、「人材の確保･育成」も多くなり、対策が多様である。一方、「特に対策はない」は小規模、中小規模が 21.6%、12.8%となっている。

図表 4　業況悪化への対策　　複数回答　%

		経費の削減	営業力強化	財務体質強化	取引先の見直し	組織・人員の見直し	企画開発力強化	特に対策はない	人材の確保･育成	多角化･事業転換	設備投資の見直し	海外進出	その他	n
全　体		62.8	39.8	23.7	21.8	18.6	18.6	14.2	12.2	7.4	6.6	1.1	5.5	1401
業種別	製造業	67.0	40.6	25.9	16.7	26.6	21.9	12.6	10.6	6.2	8.9	1.7	3.9	406
	卸売業	65.6	46.4	32.6	29.2	16.8	22.0	8.2	13.4	8.2	3.4	1.0	4.5	291
	小売業	56.2	31.7	18.6	23.0	8.7	16.7	23.2	7.5	8.2	3.9	1.0	8.5	413
	サービス業	63.6	43.3	18.9	19.9	23.0	13.1	9.6	19.9	6.9	10.3	0.7	4.5	291
規模別	小規模	58.0	40.0	21.6	19.6	11.4	12.5	21.6	13.3	5.9	4.7	0.0	5.5	255
	中小規模	66.7	46.5	24.2	21.2	18.7	16.8	12.8	14.7	8.4	5.9	0.4	4.0	273
	中規模	67.9	49.2	32.1	21.7	28.4	18.4	6.0	17.1	4.3	7.7	1.0	2.7	299
	大規模	71.3	49.3	31.1	15.3	35.4	17.2	2.4	20.1	5.3	12.9	1.4	0.5	209

PRINTED WITH SOY INK
石油系溶剤を含まないインキを使用しています。