

今後の景気動向に関する調査

(令和2年2月調査)

《 概要 》

■2019年度の景気状況

2019年度（2019年4月～2020年3月）の景気状況は、「やや下向き」（38.9%）が最も高く、次いで「変わらない」（26.4%）であった。また、「やや下向き」と「下向き（悪化）」（23.3%）をあわせた『悪化傾向』は6割を超えた。

■2020年度の景気見通し

2020年度（2020年4月～2021年3月）の景気見通しは、「やや下向き」（38.0%）が最も高く、次いで「変わらない」（28.4%）であった。また、「やや下向き」と「下向き（悪化）」（20.8%）をあわせた『悪化見通し』は5割を超えた。

■業績に影響を与える要因

2020年度の業績に影響を与える可能性のある要因をみると、「個人消費（48.7%）」（前回調査47.7%）が最も高い。次いで「中国景気（26.1%）」（同17.8%）となった。前回調査と比べると、「中国景気」が8.3ポイント増加した。一方、「消費税（20.8%）」（同44.8%）は▲24.0ポイントと大きく減少した。

■2020年度に取り組む予定

業績への影響に備えて2020年度に取り組む予定は、「営業力強化」（49.9%）が最も高く、「人材の確保・育成」（37.1%）、「商品・サービスの開発」（30.4%）と続いた。

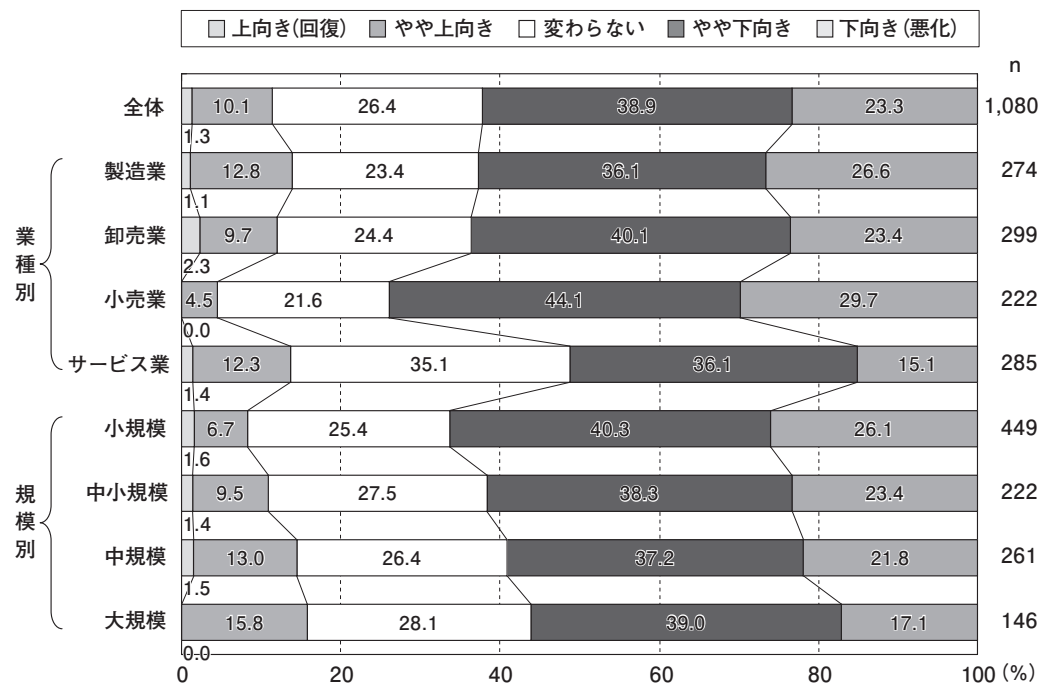
1. 2019年度の景気状況

2019年度（2019年4月～2020年3月）の景気状況は、「やや下向き」（38.9%）が最も高く、次いで「変わらない」（26.4%）であった。また、「やや下向き」と「下向き（悪化）」（23.3%）をあわせた『悪化傾向』は6割を超えた。一方、「上向き（回復）」（1.3%）と「やや上向き」（10.1%）をあわせた『回復傾向』は1割程度となった。

業種別にみると、全業種で『悪化傾向』が『回復傾向』の割合を大幅に上回った。特に、小売業では『悪化傾向』（73.8%）が他の業種に比べて高い。

規模別にみると、全規模で『悪化傾向』が5割を超えた。

図表1 2019年度の景気状況



注) 無回答を除く。規模別は規模不明を除く。四捨五入のため合計が100%にならない場合がある。nは回答企業数を表す。

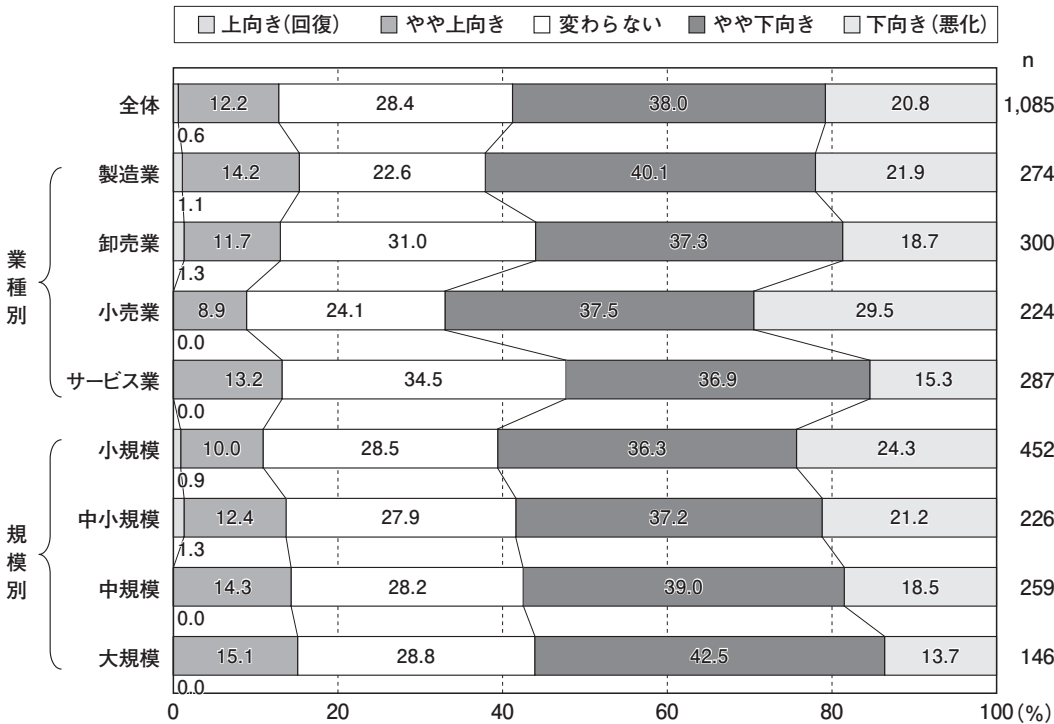
2. 2020年度の景気見通し

2020年度（2020年4月～2021年3月）の景気見通しは、「やや下向き」（38.0％）が最も高く、次いで「変わらない」（28.4％）であった。また、「やや下向き」と「下向き（悪化）」（20.8％）をあわせた『悪化見通し』は5割を超えた。

業種別にみると、製造業は『悪化見通し』（62.0％）が高い。小売業では「上向き（回復）」と回答した企業はなく、『回復見通し』は1割に満たない一方、『悪化見通し』（67.0％）は他の業種と比べて高く、厳しい見通しが続く。

規模別にみると、規模が大きくなるほど『回復見通し』が高くなるが、全規模で『悪化見通し』は5割を超えた。

図表2 2020年度の景気見通し



注) 無回答を除く。規模別は規模不明を除く。四捨五入のため合計が100%にならない場合がある。
nは回答企業数を表す。

3. 業績に影響を与える要因（全体）

2020年度の業績に影響を与える可能性のある要因をみると、「個人消費（48.7％）」（前回調査47.7％）が最も高い。次いで「中国景気（26.1％）」（同17.8％）となった。前回調査と比べると、「中国景気」が8.3ポイント増加した。一方、「消費税（20.8％）」（同44.8％）は▲24.0ポイントと大きく減少した。

なお、今回の調査において「その他（6.3％）」（同2.1％）が第13位となった。内容をみると、新型コロナウイルス（COVID-19）と回答した企業が5割以上を占めており、動向への懸念がうかがえる。

図表3 業績に影響を与える要因（全体）

（上段：今回調査 下段：前回調査 複数回答 %）

区分	順位	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位	第6位	第7位	第8位	第9位	第10位	第11位	n
		今回	個人消費	中国景気	韓国・インド・ブラジル景気	消費税	天候	米中貿易	人手不足	原材料価格	民間設備投資	米国景気	
全体	今回	48.7	26.1	24.0	20.8	17.4	17.2	16.0	13.9	12.5	10.7	9.3	(1,115)
		前回	個人消費	消費税	人手不足	中国景気	米中貿易	原材料価格	為替変動	米国景気	民間設備投資	韓国・インド・ブラジル景気	
全体	前回	47.7	44.8	20.1	17.8	17.4	15.9	13.2	13.0	12.3	11.3	10.9	
		順位	第12位	第13位	第14位	第15位	第16位	第17位	第18位	第19位	第20位	第21位	
全体	今回	為替変動	その他	インバウンド(訪日外国人旅行)	民間住宅投資	株価	IT技術の進歩	技術革新	特になし	税制(消費税を除く)	欧州景気	金利変動	
		8.7	6.3	6.2	3.8	3.2	2.9	2.8	2.5	1.4	1.3	1.2	
全体	前回	公共投資	民間住宅投資	株価	技術革新	欧州景気/IT技術の進歩	特になし	金利変動/その他	インバウンド(訪日外国人旅行)	税制(消費税を除く)			
		9.8	4.7	4.0	2.6	2.3	2.2	2.1	2.0	1.9			

注) 無回答を除く。複数回答（3項目以内）。前回調査は平成31年2月調査。
nは回答企業数を表す。前回調査のnは（ ）で表示。

4. 業績に影響を与える要因（業種別）

業種別に他業種と比べてみると、製造業では「中国景気（33.2%）」（前回調査25.3%）と「米中貿易（29.2%）」（同23.7%）、卸売業は「民間設備投資（19.5%）」（同16.7%）、小売業は「個人消費（74.2%）」（同73.6%）の割合が高い。また、小売業は「天候（35.9%）」（同23.8%）が第2位を占めているのが特徴的である。サービス業は「人手不足（26.3%）」（同29.7%）が高く、第3位となった。

図表4 業績に影響を与える要因（業種別）

（上段：今回調査 下段：前回調査 複数回答 %）

区分	業種別	順位	順位										n
			第1位	第2位	第3位	第4位	第5位	第6位	第7位	第8位	第9位	第10位	
製造業	今回	個人消費	中国景気	米中貿易	民間設備投資	原材料価格	消費税	民間設備投資	人手不足	米国景気	公共投資		271
		38.4	33.2	29.2	23.6	19.9	17.3	15.1	14.0	10.7	8.9		
	前回	消費税	個人消費	中国景気	原材料価格	米中貿易	人手不足	民間設備投資	米国景気	為替変動	公共投資	民間設備投資	(300)
		38.3	32.3	25.3	24.7	23.7	20.0	15.0	14.0	13.3	8.3		
	卸売業	今回	個人消費	中国景気	民間設備投資	米中貿易	原材料価格	消費税	天候	為替変動	人手不足		292
			45.2	30.5	20.5	19.5	18.2	17.8	17.5	16.8	15.1	14.4	
前回		個人消費	消費税	中国景気	為替変動	原材料価格	人手不足	民間設備投資	米中貿易	米国景気	公共投資	民間設備投資	(300)
		47.0	37.0	21.3	21.0	18.0	17.3	16.7	16.0	14.7	14.3		
今回		個人消費	天候	消費税	民間設備投資	中国景気	米中貿易	原材料価格	米国景気	人手不足	その他		217
		74.2	35.9	30.4	22.6	18.9	9.7	9.2	8.8	7.8	6.9		
前回	個人消費	消費税	天候	米中貿易／人手不足	中国景気	原材料価格	米国景気	民間設備投資	為替変動			(239)	
	73.6	60.3	23.8	12.6	11.7	11.3	10.5	9.2	8.8				
今回	個人消費	人手不足	消費税／中国景気	天候	米国景気／公共投資	米中貿易／民間設備投資						274	
	42.3	29.2	26.3	20.1	13.5	10.6	10.2						
前回	消費税	個人消費	人手不足	米中貿易	公共投資	民間設備投資	米国景気	中国景気	為替変動			(276)	
	46.7	42.8	29.7	16.3	14.5	13.0	12.7	12.3	10.9	8.3			

注）無回答を除く。複数回答（3項目以内）。上位10位までを記載。前回調査は平成31年2月調査。
nは回答企業数を表す。前回調査のnは（ ）で表示。

5. 2020年度に取り組む予定

業績への影響に備えて2020年度に取り組む予定は、「営業力強化」（49.9%）が最も高く、「人材の確保・育成」（37.1%）「商品・サービスの開発」（30.4%）と続いた。

業種別にみると、卸売業では「営業力強化」（58.9%）、小売業は「商品・サービスの開発」（35.3%）、サービス業は「人材の確保・育成」（50.9%）が他の業種と比べて高い割合を占める。

規模別にみると、小規模では「商品・サービスの開発」（31.3%）が第2位となった。中小規模、中規模、大規模では第1位から第4位までの取り組み内容は同じである。

図表5 2020年度に取り組む予定

（複数回答 %）

区分	業種別	規模別	順位												n				
			第1位	第2位	第3位	第4位	第5位	第6位	第7位	第8位	第9位	第10位	第11位	第12位					
全体	製造業	卸売業	営業力強化	人材の確保・育成	商品・サービスの開発	人件費以外の経費削減	財務体質強化	新事業展開	組織・人員の見直し	仕入先の見直し	職場環境の改善	人件費削減	その他	海外進出	1,038				
			49.9	37.1	30.4	24.8	22.8	15.7	12.2	11.8	11.2	8.5	3.3	1.9					
		小売業	営業力強化	人材の確保・育成	商品・サービスの開発	人件費以外の経費削減	財務体質強化	新事業展開	組織・人員の見直し	仕入先の見直し	職場環境の改善	人件費削減	その他	海外進出	267				
			46.1	35.6	28.5	25.8	24.0	15.0	11.2	10.1	9.7	9.0	4.5	3.0					
		サービス業	営業力強化	商品・サービスの開発	人件費以外の経費削減	仕入先の見直し	財務体質強化	人材の確保・育成	新事業展開	組織・人員の見直し	職場環境の改善	人件費削減	その他	海外進出	285				
			58.9	37.5	31.6	25.6	23.2	19.6	13.0	12.6	11.6	6.3	2.8	2.5					
		全体	製造業	卸売業	営業力強化	商品・サービスの開発	人件費以外の経費削減	仕入先の見直し	財務体質強化	人材の確保・育成	新事業展開	組織・人員の見直し	職場環境の改善	人件費削減	その他	海外進出	207		
					48.8	35.3	30.9	24.6	23.7	19.8	11.1	9.7	8.2	5.8	1.9	0.5			
				サービス業	人材の確保・育成	営業力強化	商品・サービスの開発	人件費以外の経費削減	組織・人員の見直し	財務体質強化	新事業展開	職場環境の改善	人件費削減	仕入先の見直し	その他	海外進出	279		
					50.9	45.2	27.6	20.8	18.6	18.3	15.8	11.8	8.2	5.4	3.9	1.1			
				全体	製造業	小規模	営業力強化	商品・サービスの開発	人件費以外の経費削減	人材の確保・育成	財務体質強化	新事業展開	仕入先の見直し	人件費削減	職場環境の改善	組織・人員の見直し	その他	海外進出	419
							43.7	31.3	29.8	22.9	20.0	16.7	15.3	9.8	7.4	5.5	4.5	1.7	
中小規模	営業力強化					人材の確保・育成	商品・サービスの開発	財務体質強化	人件費以外の経費削減	新事業展開	仕入先の見直し	職場環境の改善／組織・人員の見直し	人件費削減	その他	海外進出	220			
	49.5					38.6	31.8	23.2	20.0	15.9	13.6	12.7	6.4	3.6	2.3				
中規模	営業力強化					人材の確保・育成	商品・サービスの開発	財務体質強化	人件費以外の経費削減	組織・人員の見直し／新事業展開	職場環境の改善	仕入先の見直し	人件費削減	その他	海外進出	254			
	55.1					49.2	26.4	25.6	23.2	15.7	14.6	8.3	7.1	2.4	1.2				
大規模	営業力強化			人材の確保・育成	商品・サービスの開発	財務体質強化	組織・人員の見直し	人件費以外の経費削減	職場環境の改善	新事業展開	人件費削減	仕入先の見直し	海外進出	その他	143				
	59.4			54.5	33.6	25.9	25.2	19.6	13.3	12.6	10.5	4.9	3.5	0.7					

注）無回答を除く。規模別は規模不明を除く。複数回答（3項目以内）。
nは回答企業数を表す。