

今後の景気動向に関する調査

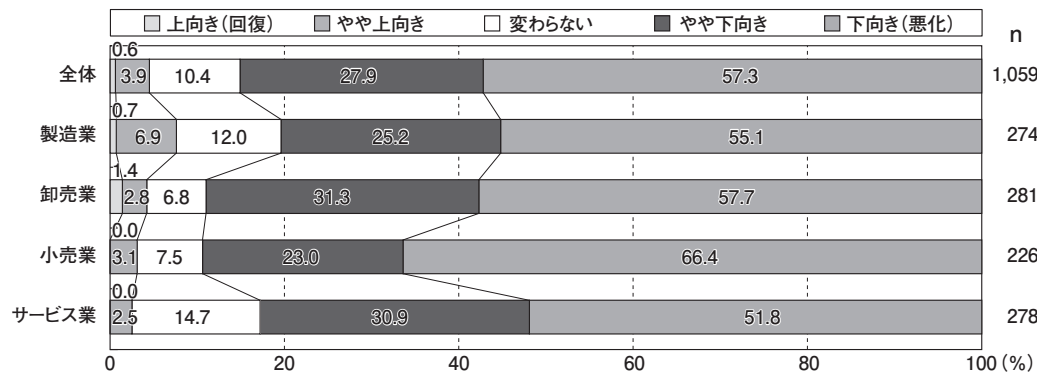
(令和3年2月調査)

1. 2020年度の景気状況

2020年度(2020年4月～2021年3月)の景気状況は、「下向き(悪化)」が57.3%と最も高く、次いで「やや下向き」が27.9%であった。「やや下向き」と「下向き(悪化)」をあわせた『悪化傾向』が8割を超えた一方、「上向き(回復)」(0.6%)と「やや上向き」(3.9%)をあわせた『回復傾向』は1割に満たない。

業種別にみると、全業種で『悪化傾向』が8割を超え、『回復傾向』の割合を大幅に上回った。製造業は他の業種に比べて「やや上向き」が6.9%と高い。

図表1 2020年度の景気状況



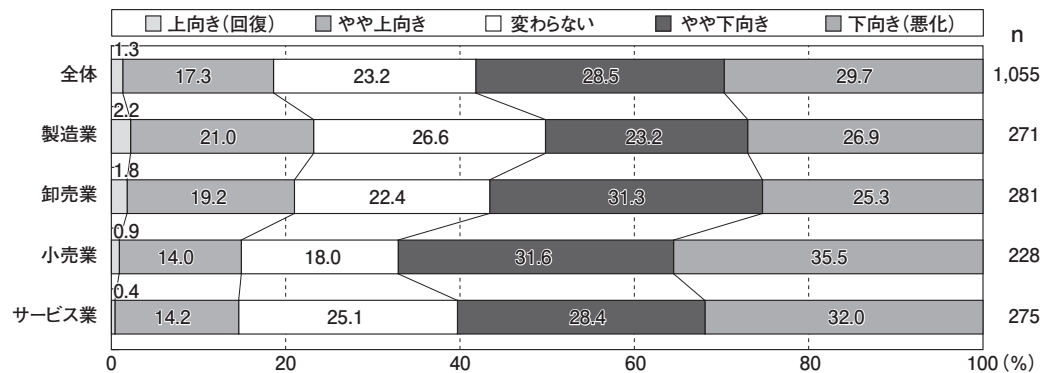
(注) 無回答を除き集計。四捨五入のため合計が100%にならない場合がある。

2. 2021年度の景気見通し

2021年度(2021年4月～2022年3月)の景気見通しは、「下向き(悪化)」(29.7%)と「やや下向き」(28.5%)をあわせた『悪化見通し』が約6割を占めた。

業種別にみると、全業種で『悪化見通し』が高く、「上向き(回復)」と回答した企業の割合は低い。小売業は他の業種に比べて『悪化見通し』が67.1%と最も高く、厳しい見通しが続く。製造業と卸売業は「上向き(回復)」と「やや上向き」をあわせた『回復見通し』がともに2割を超えた。

図表2 2021年度の景気見通し



(注) 無回答を除き集計。四捨五入のため合計が100%にならない場合がある。

3. 業績に影響を与える要因

2021年度の業績に影響を与える可能性のある要因をみると、「新型コロナウイルス感染症」が75.6%と最も高く、「個人消費」(54.3%)、「東京2020オリンピック・パラリンピック」(14.5%)、「民間設備投資」(14.4%)の順で続いた。

図表3 業績に影響を与える要因

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	第12位	n
全体	1	新型コロナウイルス感染症	個人消費	東京2020オリンピック・パラリンピック	民間設備投資	インバウンド(訪日外国人旅行)	原材料価格	公共投資	天候	米国景気	消費税	人手不足	中国景気	1,011
	2	75.6	54.3	14.5	14.4	9.2	8.9	8.8	7.5	6.6	6.0	5.7	5.4	
	3	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	第22位	第23位	-	
	4	為替変動	民間住宅投資	米中貿易	その他	IT技術の進歩	株価	技術革新/税制(消費税を除く)	欧州景気	金利変動/特になし	-	-	-	
	5	5.2	4.8	3.5	2.7	2.6	2.1	1.4	1.3	0.8	-	-	-	

(注) 無回答を除き集計。複数回答(3項目以内)。

業種別にみると、全業種で第1位は「新型コロナウイルス感染症」、第2位が「個人消費」となった。なかでも小売業は、他の業種に比べてともに占める割合が高い。第3位をみると、製造業と卸売業では「民間設備投資」がそれぞれ22.1%と21.0%、小売業は「天候」が19.8%、サービス業では「東京2020オリンピック・パラリンピック」が18.5%となった。

図表4 業績に影響を与える要因（業種別）

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	n
製造業	今回	新型コロナウイルス感染症	個人消費	民間設備投資	原材料価格／ 東京2020オリンピック・パラリンピック	米国景気	公共投資	中国景気	インバウンド (訪日外国人旅行)	米中貿易		258
	前回	74.4	45.0	22.1	13.2	12.0	11.6	10.1	7.8	6.6		
卸売業	今回	新型コロナウイルス感染症	個人消費	民間設備投資	東京2020 オリンピック・ パラリンピック	インバウンド (訪日外国人旅行)	原材料価格	公共投資	為替変動	民間住宅投資	中国景気	271
	前回	72.7	51.3	21.0	14.8	11.4	11.1	10.0	9.2	8.1	6.6	
小売業	今回	新型コロナウイルス感染症	個人消費	天候	インバウンド (訪日外国人旅行)	東京2020 オリンピック・ パラリンピック	消費税	原材料価格	民間設備投資	人手不足	米国景気	217
	前回	81.1	78.3	19.8	12.0	11.1	9.7	6.5	4.1	3.7	2.8	
サービス業	今回	新型コロナウイルス感染症	個人消費	東京2020 オリンピック・ パラリンピック	公共投資／ 人手不足	民間設備投資	消費税／ インバウンド(訪日外国人旅行)	民間住宅投資／ 米国景気				265
	前回	75.1	46.8	18.5	10.6	8.7	6.0	5.7				

(注) 無回答を除き集計。複数回答（3項目以内）。上位10位までを記載。

4. 2021年度に取り組む予定

業績への影響に備えて2021年度に取り組む予定は、「営業力強化」が46.5%（前回調査49.9%）と最も高く、次いで「人件費以外の経費削減」が30.7%（同24.8%）となった。

業種別にみると、製造業では前回調査で第4位であった「人件費以外の経費削減」が30.1%（同25.8%）で第2位となった。卸売業は前回調査で第3位であった「商品・サービスの開発」が30.4%（同31.6%）で第2位となり順位が入れ替わった。小売業では他の業種に比べて「人件費以外の経費削減」が35.6%（同30.9%）と高い。サービス業は前回調査で第1位であった「人材の確保・育成」が36.0%（同50.9%）で第2位となった。

図表5 2021年度に取り組む予定

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	n
全体	今回	営業力強化	人件費以外の経費削減	商品・サービスの開発	人材の確保・育成	財務体質強化	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	仕入先の見直し	985
	前回	46.5	30.7	28.5	27.6	22.5	15.3	13.6	13.5	12.2	10.6	
製造業	今回	営業力強化	人件費以外の経費削減	商品・サービスの開発／ 人材の確保・育成	財務体質強化	職場環境の改善	新事業展開	組織・人員の見直し	人件費削減	仕入先の見直し		256
	前回	46.9	30.1	28.9	21.9	18.4	16.8	14.5	12.9	6.6		
卸売業	今回	営業力強化	商品・サービスの開発	人材の確保・育成	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	職場環境の改善	仕入先の見直し	人件費削減	260
	前回	54.6	30.4	29.6	26.5	26.2	15.0	14.2	13.1	8.8	8.1	
小売業	今回	営業力強化	人件費以外の経費削減	商品・サービスの開発	仕入先の見直し	財務体質強化	人件費削減	人材の確保・育成	組織・人員の見直し	新事業展開	職場環境の改善	208
	前回	44.2	35.6	34.6	21.6	20.2	14.9	13.0	11.5	11.1	8.7	
サービス業	今回	営業力強化	人件費以外の経費削減	商品・サービスの開発	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	261
	前回	48.8	35.3	30.9	24.6	23.7	19.8	11.1	9.7	8.2	5.8	
製造業	今回	営業力強化	人件費以外の経費削減	商品・サービスの開発	仕入先の見直し	財務体質強化	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	仕入先の見直し	267
	前回	46.1	35.6	28.5	25.8	24.0	15.0	11.2	10.1	9.7	9.0	
卸売業	今回	営業力強化	人件費以外の経費削減	商品・サービスの開発	仕入先の見直し	財務体質強化	人件費削減	人材の確保・育成	組織・人員の見直し	新事業展開	職場環境の改善	260
	前回	58.9	37.5	31.6	25.6	23.2	19.6	13.0	12.6	11.6	6.3	
小売業	今回	営業力強化	人件費以外の経費削減	商品・サービスの開発	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	207
	前回	48.8	35.3	30.9	24.6	23.7	19.8	11.1	9.7	8.2	5.8	
サービス業	今回	営業力強化	人件費以外の経費削減	商品・サービスの開発	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	261
	前回	39.8	36.0	31.4	21.5	17.6	15.3	13.0	11.9	7.3		
製造業	今回	営業力強化	人件費以外の経費削減	商品・サービスの開発	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	261
	前回	50.9	45.2	27.6	20.8	18.6	18.3	15.8	11.8	8.2	5.4	

(注) 無回答を除き集計。複数回答（3項目以内）。上位10位までを記載。前回調査は令和2年2月調査。前回調査の回答企業数nは（ ）で表示。