

今後の景気動向に関する調査

(平成 29 年 2 月調査)

《 概要 》

○平成28年度の景気の状態は、「変わらない（踊り場）」が42.8%と最も高く、次いで「やや下向き」が30.9%と続いた。「やや下向き」と「下向き（悪化）」（13.4%）とをあわせた『悪化傾向』が44.3%と4割以上を占める一方、「上向き（回復）」（1.4%）と「やや上向き」（11.6%）とをあわせた『回復傾向』が13.0%と、1割程度にとどまっている。

○平成29年度（平成29年4月～平成30年3月）の景気見通しは、「変わらない（踊り場）」が43.0%と最も高くなった。また、「上向き（回復）」（1.4%）と「やや上向き」（15.8%）とをあわせた『回復見通し』が17.2%と、平成28年度の景気状況よりも回復を見込む企業の割合が高い。

○業況の回復が実感できる時期は、「回復が見込めない」が37.1%と最も高く、次いで「2年以内」（25.7%）、「3年以上先」（19.4%）、「1年以内」（12.1%）となった。「既に回復している」は5.7%と、1割を下回った。

○平成29年度の業績に影響を与える要因は、「個人消費」が58.3%と最も高く、次いで「米景気」（32.4%）、「為替相場」（28.4%）、「原材料価格」（21.0%）、「人手不足」（17.7%）、「公共投資」（16.4%）となった。

○業績への影響に備えて、平成29年度に取り組む予定のことは、「営業力強化」が51.4%と最も高く、次いで「人材の確保・育成」（33.9%）、「商品・サービスの開発」（31.0%）となった。

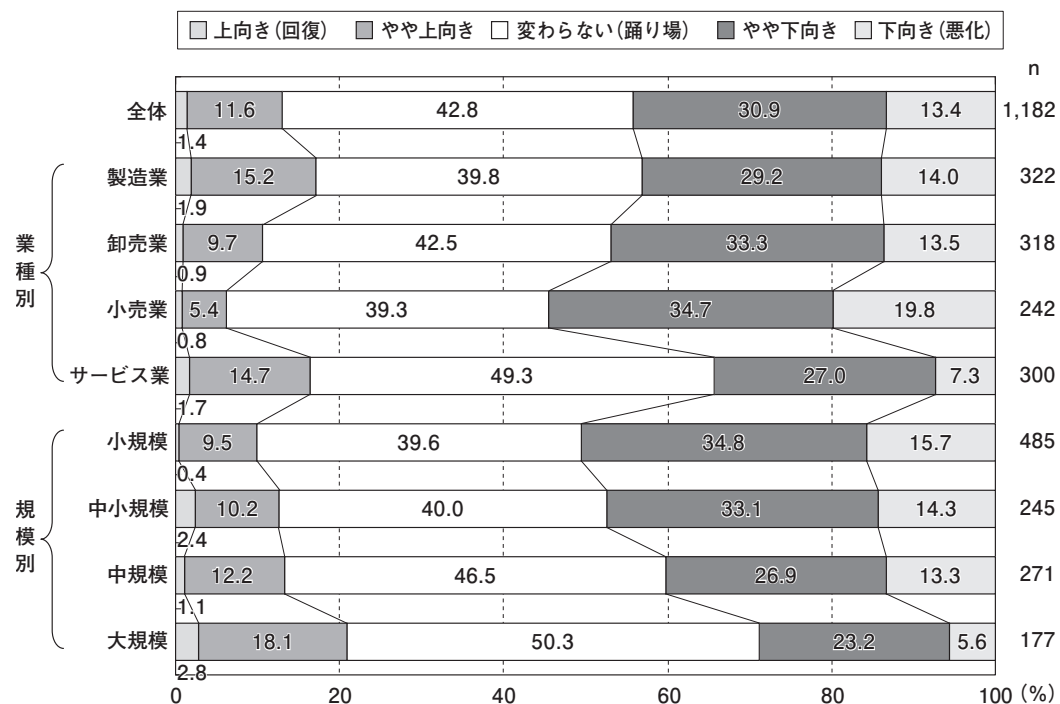
1. 平成28年度の景気状況

平成28年度の景気の状態は、「変わらない（踊り場）」が42.8%と最も高く、次いで「やや下向き」が30.9%と続いた。「やや下向き」と「下向き（悪化）」（13.4%）とをあわせた『悪化傾向』が44.3%と4割以上を占める一方、「上向き（回復）」（1.4%）と「やや上向き」（11.6%）とをあわせた『回復傾向』が13.0%と、1割程度にとどまっている。

業種別にみると、製造業、サービス業、卸売業では『回復傾向』がそれぞれ17.1%、16.4%、10.6%と、いずれも1割以上となった。一方、小売業では『悪化傾向』が54.5%と、唯一半数を超えている。

規模別にみると、規模が大きくなるほど『回復傾向』が高く、『悪化傾向』が低くなっている。

図表1 平成28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。

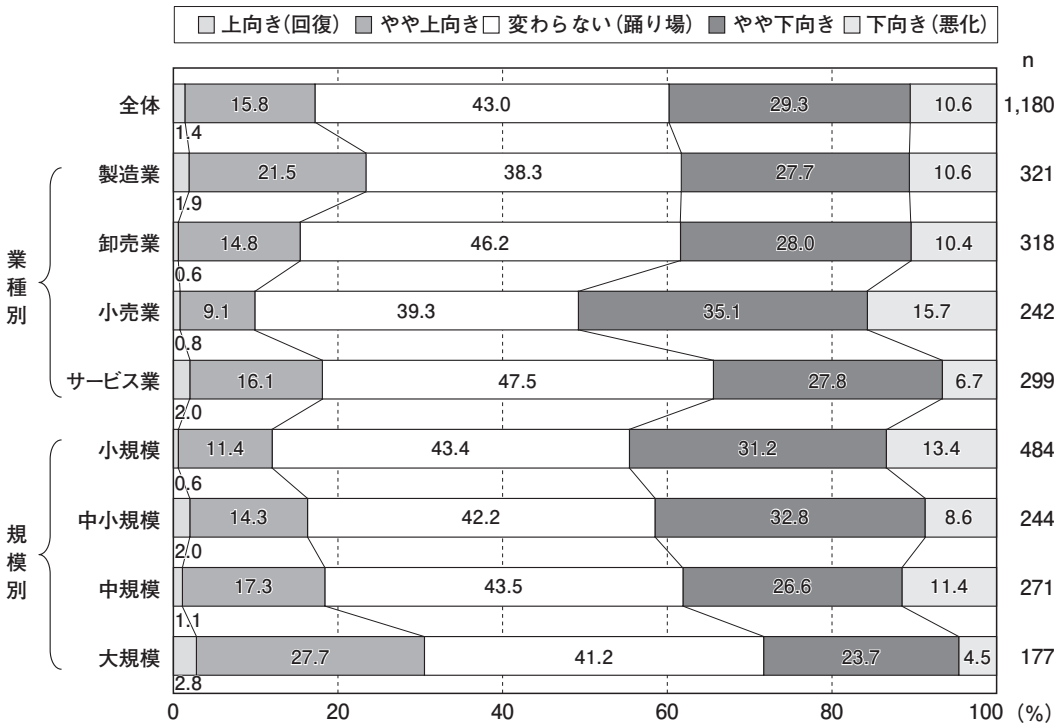
2. 平成29年度の景気見通し

平成29年度（平成29年4月～平成30年3月）の景気見通しは、「変わらない（踊り場）」が43.0%と最も高くなった。また、「上向き（回復）」（14.4%）と「やや上向き」（15.8%）をあわせた『回復見通し』が17.2%と、平成28年度の景気状況（図表1）よりも回復を見込む企業の割合が高い。

業種別にみると、製造業では『回復見通し』が2割を超えており、他の業種に比べて明るい見通しとなっている。一方、小売業では『悪化見通し』が唯一半数を超えており、厳しい見通しとなった。

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、『悪化見通し』が低くなっている。

図表2 平成29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。

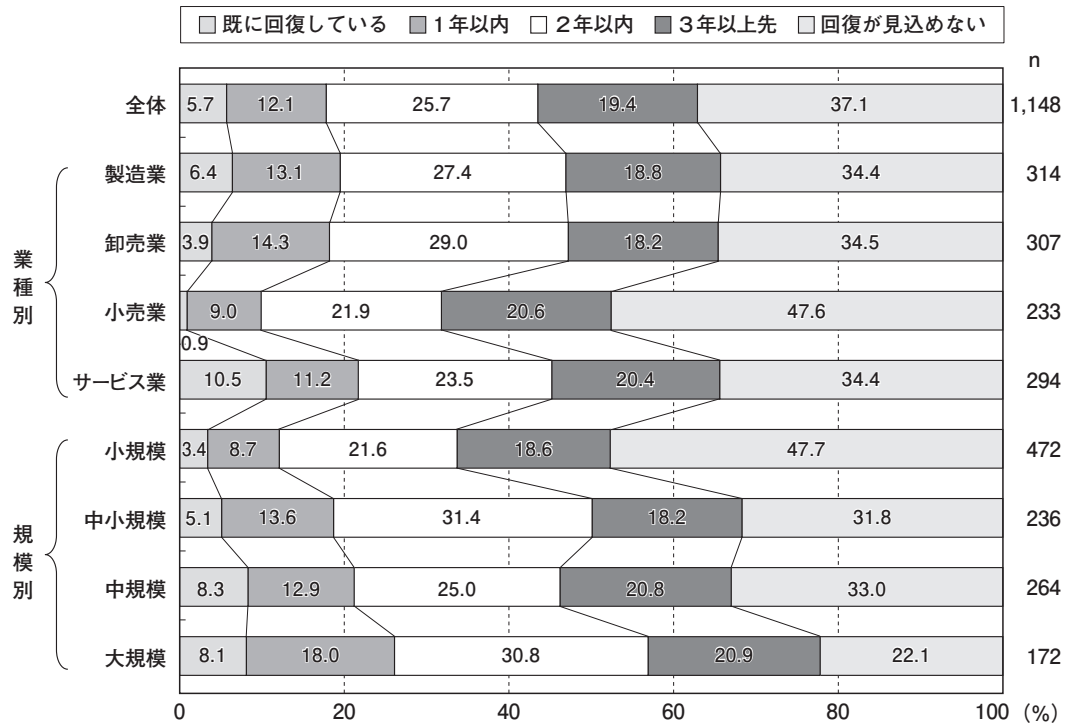
3. 業況の回復が実感できる時期

業況の回復が実感できる時期は、「回復が見込めない」が37.1%と最も高く、次いで「2年以内」（25.7%）、「3年以上先」（19.4%）、「1年以内」（12.1%）となった。「既に回復している」は5.7%と、1割を下回った。

業種別にみると、サービス業では「既に回復している」が10.5%と他の業種よりも高く、1割を超えている。一方、小売業では「回復が見込めない」が47.6%と他の業種よりも高く、半数近くにのぼっている。

規模別にみると、小規模では「回復が見込めない」が47.7%と他の業種よりも高く、半数近くを占めている。

図表3 業況の回復が実感できる時期



注) 無回答を除く。規模別は、規模不明を除く。

4. 業績に影響を与える要因

平成29年度の業績に影響を与える要因は、「個人消費」が58.3%と最も高く、次いで「米景気」(32.4%)、「為替相場」(28.4%)、「原材料価格」(21.0%)、「人手不足」(17.7%)、「公共投資」(16.4%)となった。

業種別にみると、全業種で「個人消費」の割合が最も高くなり、特に小売業では82.1%と8割を超えている。全業種で「個人消費」、「米景気」、「為替相場」の回答が上位を占めているが、サービス業では「人手不足」(31.3%)が第2位、小売業では「税制」(20.0%)が第3位となっており、業種ごとで違いが見られた。

規模別にみると、すべての規模で「個人消費」の割合が最も高くなった。大規模と中規模では「人手不足」がそれぞれ31.6%、23.7%と、「個人消費」、「米景気」、「為替相場」に続く第4位となっている。

図表4 業績に影響を与える要因

		(%)											n	
		為替相場	個人消費	公共投資	米景気	アジア景気	欧州景気	税制	原材料価格	設備投資	人手不足	株価	その他	n
全体		28.4	58.3	16.4	32.4	13.6	4.6	13.6	21.0	11.9	17.7	7.1	5.6	1,162
業種別	製造業	34.1	42.9	18.0	38.5	18.6	6.3	10.1	25.2	15.8	12.0	4.7	8.2	317
	卸売業	33.1	60.5	17.8	29.9	14.0	5.1	11.8	26.1	14.0	14.3	7.3	3.5	314
	小売業	18.8	82.1	7.1	31.3	10.0	2.9	20.0	17.5	3.3	13.3	12.1	7.1	240
	サービス業	25.1	52.9	20.6	29.6	10.7	3.4	14.1	13.7	12.4	31.3	5.5	3.8	291
規模別	小規模	23.7	64.5	15.1	31.7	14.3	3.8	16.6	21.4	9.2	8.2	6.9	5.9	476
	中小規模	34.3	56.6	15.7	33.9	11.2	7.9	9.5	21.1	13.6	19.4	7.0	4.1	242
	中規模	28.6	53.0	19.5	31.2	15.8	2.6	12.4	20.3	12.0	23.7	8.3	4.9	266
	大規模	32.8	51.1	15.5	35.1	12.1	5.2	12.6	20.7	16.7	31.6	6.3	8.0	174

注) 無回答を除く。規模別は、規模不明を除く。複数回答(3つ以内)。全体、業種別・規模別の上位第3位までの項目に網掛け。

5. 平成29年度に取り組む予定のこと

業績への影響に備えて、平成29年度に取り組む予定のことは、「営業力強化」が51.4%と最も高く、次いで「人材の確保・育成」(33.9%)、「商品・サービスの開発」(31.0%)となった。

業種別にみると、全業種で「営業力強化」の割合が最も高くなった。製造業とサービス業では「人材の確保・育成」が第2位、卸売業と小売業では「商品・サービスの開発」が第2位となっており、業種ごとで違いが見られた。

規模別にみると、すべての規模で「営業力強化」が最も高くなった。大規模、中規模、中小規模では「人材の確保・育成」、「商品・サービスの開発」と続いた。小規模では「人件費以外の経費削減」、「商品・サービスの開発」がともに29.8%と、第2位となっている。

図表5 平成29年度に取り組む予定のこと

		(%)											n	
		営業力強化	商品・サービスの開発	新事業展開	財務体質強化	人件費削減	人件費以外の経費削減	人材の確保・育成	職場環境の改善	仕入先の見直し	組織・人見直し	海外進出	その他	n
全体		51.4	31.0	14.3	24.1	10.1	25.5	33.9	13.1	11.9	12.4	1.7	3.4	1,134
業種別	製造業	53.6	29.9	14.9	24.7	8.8	22.7	33.4	16.2	10.7	12.3	3.6	3.2	308
	卸売業	59.0	33.9	15.2	26.8	9.0	25.5	32.6	10.6	12.9	12.3	1.0	2.6	310
	小売業	43.6	40.5	11.9	20.7	11.5	27.8	24.7	9.3	21.1	6.2	0.9	4.8	227
	サービス業	47.1	21.8	14.5	23.2	11.4	26.6	42.9	15.6	4.8	17.6	1.0	3.1	289
規模別	小規模	41.3	29.8	14.7	24.4	10.4	29.8	17.3	10.0	17.6	6.9	1.1	6.7	450
	中小規模	56.2	33.9	12.4	23.1	9.5	24.8	35.1	12.8	10.3	12.0	1.7	1.7	242
	中規模	57.6	31.1	16.3	26.5	11.4	20.1	43.6	14.4	8.0	18.9	3.4	0.8	264
	大規模	62.6	30.5	12.6	20.7	7.5	23.0	60.3	20.1	5.2	17.8	0.6	1.1	174

注) 無回答を除く。規模別は、規模不明を除く。複数回答(3つ以内)。全体、業種別・規模別の上位第3位までの項目に網掛け。