

今後の景気動向に関する調査

(令和4年2月調査)

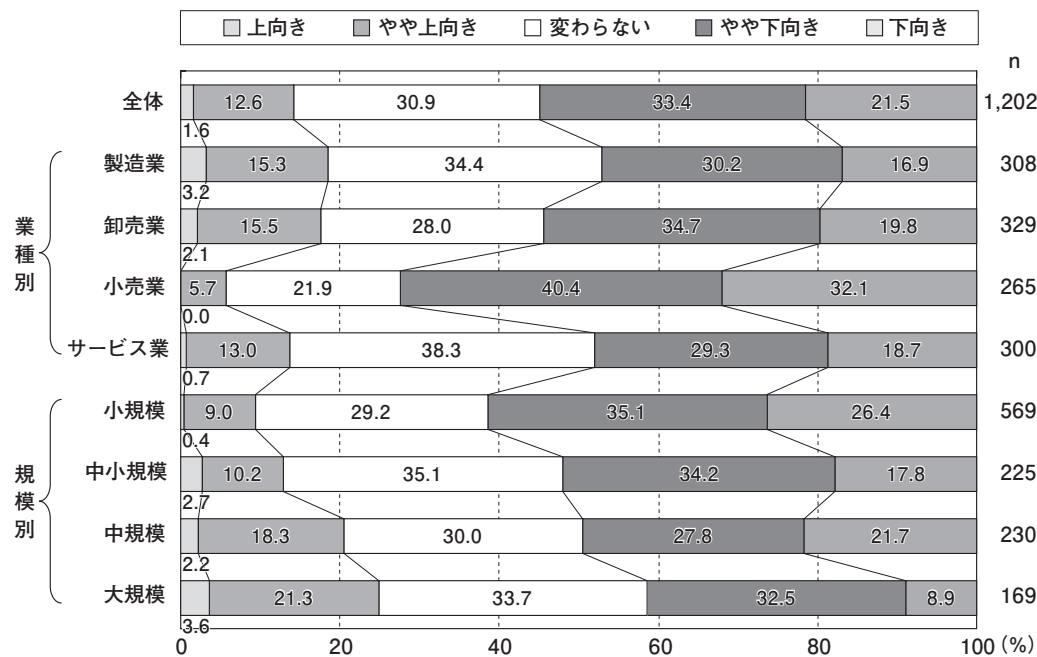
1. 2021年度の景気状況

2021年度（2021年4月～2022年3月）の景気状況は、「やや下向き」が33.4%と最も高く、「変わらない」が30.9%、「下向き」が21.5%の順で続いた。「やや下向き」と「下向き」をあわせた『悪化傾向』（54.9%）は5割を占め、「上向き」（1.6%）と「やや上向き」（12.6%）をあわせた『回復傾向』（14.2%）は1割を占めた。

業種別にみると、全ての業種で『悪化傾向』が『回復傾向』の割合を上回った。特に小売業は『悪化傾向』（72.5%）が他の業種に比べて高い。

規模別にみると、規模が大きくなるほど『回復傾向』が高くなる傾向がみられ、大規模は24.9%となった。

図表1 2021年度の景気状況



注) 無回答を除き集計。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。

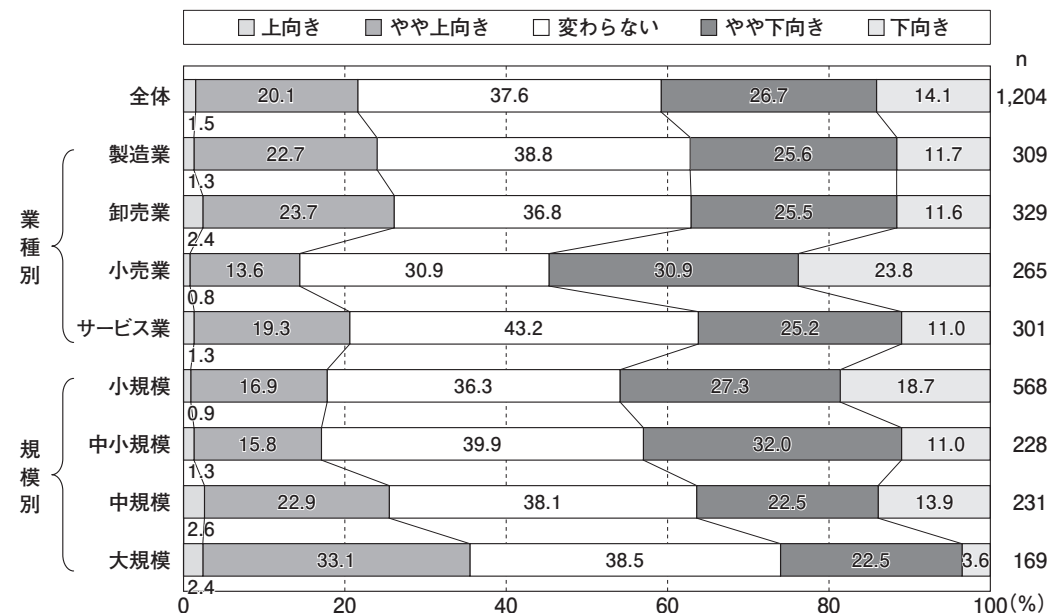
2. 2022年度の景気見通し

2022年度（2022年4月～2023年3月）の景気見通しは、「変わらない」が37.6%と最も高く、「やや下向き」が26.7%、「やや上向き」が20.1%の順で続いた。「やや下向き」と「下向き」（14.1%）をあわせた『悪化見通し』（40.8%）は4割を超えた。

業種別にみると、小売業は『悪化見通し』（54.7%）が他の業種に比べて高く、5割を占めた。一方、製造業、卸売業、サービス業は「上向き」と「やや上向き」をあわせた『回復見通し』がそれぞれ2割を超えた。

規模別にみると、規模が小さくなるほど『悪化見通し』が高くなる傾向がみられ、小規模では46.0%となり、厳しい見通しとなった。

図表2 2022年度の景気見通し



注) 無回答を除き集計。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。

3. 業績に影響を与える要因

2022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71.6%と最も高く、「個人消費」が51.4%、「原材料価格」が36.9%、「中国景気」が18.2%、「人手不足」が17.9%の順で続いた。

図表3 業績に影響を与える要因（全体）

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
全体	新型コロナウイルス感染症	個人消費	原材料価格	中国景気	人手不足	為替変動	米国景気	民間設備投資	天候	インバウンド (訪日外国人旅行)	消費税		1,198
	71.6	51.4	36.9	18.2	17.9	17.7	16.4	13.7	11.3	10.7	9.8		
	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	第22位		
	公共投資	米中貿易	民間住宅投資/ 金利変動/ 株価		IT技術の 進歩	技術革新	税制(消費税を除く)/ その他		欧州景気	特にな い			
	9.4	7.3	5.3		4.3	4.2	3.8		3.1	1.4			

注) 無回答を除き集計。複数回答。

業種別にみると、全ての業種で第1位は「新型コロナウイルス感染症」となり、業種を問わず業績に影響を与える可能性のある要因となっている。製造業は「原材料価格」(52.1%)、「中国景気」(23.8%)、「米国景気」(21.2%)が他の業種に比べて高い。小売業は「個人消費」(75.5%)が7割、「天候」(24.5%)が2割を占めた。サービス業は「人手不足」(27.4%)が3割程度であった。

規模別にみると、「新型コロナウイルス感染症」は全ての規模で7割程度となり、小規模は「個人消費」(52.8%)が他の規模に比べて高い。大規模は「原材料価格」(41.7%)が4割を超えた。

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
業種別	製造業	新型コロナウイルス感染症	原材料価格	個人消費	中国景気	米国景気	為替変動	人手不足	民間設備投資	インバウンド (訪日外国人旅行)	公共投資/ 米中貿易	307
		65.5	52.1	40.4	23.8	21.2	18.6	17.6	14.7	9.8	8.8	
	卸売業	新型コロナウイルス感染症	個人消費	原材料価格	為替変動	中国景気	民間設備投資/ 米国景気		人手不足	インバウンド (訪日外国人旅行)	公共投資	327
		76.1	51.1	47.4	28.1	21.7	18.3		16.8	12.8	12.5	
	小売業	新型コロナウイルス感染症	個人消費	天候	原材料価格	消費税	中国景気	為替変動/ 米国景気/ インバウンド (訪日外国人旅行)		人手不足		265
		78.5	75.5	24.5	23.4	17.4	12.5	10.6		8.7		
サービス業	新型コロナウイルス感染症	個人消費	人手不足	原材料価格	民間設備投資	米国景気	中国景気	公共投資	為替変動	消費税	299	
	66.9	41.8	27.4	21.7	17.1	14.7	13.7	12.7	11.7	10.0		
規模別	小規模	新型コロナウイルス感染症	個人消費	原材料価格	為替変動	中国景気	米国景気	消費税	人手不足	民間設備投資	天候/ インバウンド (訪日外国人旅行)	566
		69.3	52.8	35.5	14.7	14.3	13.3	11.8	11.7	10.2	9.0	
	中小規模	新型コロナウイルス感染症	個人消費	原材料価格	為替変動	米国景気	中国景気	人手不足	民間設備投資	天候	公共投資	227
		74.0	50.2	36.6	20.7	18.9	17.2	15.4	14.5	12.3	11.9	
	中規模	新型コロナウイルス感染症	個人消費	原材料価格	人手不足	中国景気	為替変動	米国景気	民間設備投資	天候	公共投資/ インバウンド (訪日外国人旅行)	229
		76.4	51.5	37.6	22.7	20.5	19.7	17.9	17.0	15.7	14.0	
大規模	新型コロナウイルス感染症	個人消費	原材料価格	人手不足	中国景気	為替変動	米国景気	民間設備投資	米中貿易	インバウンド (訪日外国人旅行)	168	
	70.2	48.8	41.7	35.1	27.4	21.4	20.8	19.6	13.7	12.5		

注) 無回答を除き集計。複数回答。上位10位までを記載。

4. 2022年度に取り組む予定

業績への影響に備えて2022年度に取り組む予定は、「営業力強化」が45.9%と最も高く、「人材の確保・育成」が32.2%、「商品・サービスの開発」が31.1%の順で続いた。

業種別にみると、製造業、卸売業、小売業は「営業力強化」が第1位となった。なかでも卸売業は「営業力強化」(59.6%)が他の業種に比べて高く、約6割であった。サービス業は「人材の確保・育成」(40.7%)、「組織・人員の見直し」(16.8%)、「職場環境の改善」(16.5%)が他の業種に比べて高い。

規模別にみると、小規模、中小規模、中規模は「営業力強化」が第1位となり、大規模は「人材の確保・育成」(55.4%)が第1位となった。また、規模が大きくなるほど「人材の確保・育成」、「組織・人員の見直し」、「人件費削減」が高くなる傾向がみられる。

図表5 2022年度に取り組む予定

(%)

順位 区分	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	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	仕入先の見直し	新事業展開	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	1,134		
	45.9	32.2	31.1	29.4	22.8	14.4	14.2	14.1	13.7	10.7	4.3	1.8			
業種別	製造業	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	仕入先の見直し	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	その他	海外進出	294	
		45.6	35.7	31.3	30.6	19.4	16.0	15.0	13.6	13.3	10.5	6.5	1.7		
	卸売業	営業力強化	商品・サービスの開発	人材の確保・育成	財務体質強化	人件費以外の経費削減	新事業展開	職場環境の改善／組織・人員の見直し		仕入先の見直し	人件費削減	海外進出	その他	314	
		59.6	35.4	32.5	30.9	28.3	15.0	14.6		13.7	9.9	3.5	2.2		
	小売業	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	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	241	
		41.5	34.0	30.3	20.3	18.7	17.4	13.3	11.6	9.5	9.1	5.4	0.4		
	サービス業	人材の確保・育成	営業力強化	人件費以外の経費削減	商品・サービスの開発	財務体質強化	組織・人員の見直し	職場環境の改善	新事業展開	人件費削減	仕入先の見直し	その他	海外進出	285	
		40.7	34.7	28.4	23.9	20.7	16.8	16.5	14.7	10.9	8.4	3.5	1.1		
	規模別	小規模	営業力強化	人件費以外の経費削減	商品・サービスの開発	財務体質強化	人材の確保・育成	仕入先の見直し	新事業展開	職場環境の改善	人件費削減	組織・人員の見直し／その他		海外進出	522
			39.3	30.7	30.5	20.7	18.0	15.5	14.6	9.2	7.1	6.1		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	人件費以外の経費削減	財務体質強化	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	新事業展開	その他	海外進出	217	
		50.7	35.5	31.8	29.0	19.8	16.1	14.7	10.1	9.7	9.2	2.8	1.4		
中規模		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	職場環境の改善／組織・人員の見直し		新事業展開／人件費削減		仕入先の見直し	海外進出／その他		223	
		50.2	45.3	29.6	26.0	25.1	20.6		15.7		13.9	2.7			
大規模		人材の確保・育成	営業力強化	商品・サービスの開発	組織・人員の見直し	人件費以外の経費削減	財務体質強化	職場環境の改善	新事業展開	人件費削減	仕入先の見直し	その他	海外進出	166	
		55.4	53.6	34.9	33.1	31.3	30.7	19.9	17.5	16.9	9.0	2.4	1.2		

注) 無回答を除き集計。規模別は規模不明を除く。複数回答。