

今後の景気動向に関する調査

(令和5年2月調査)

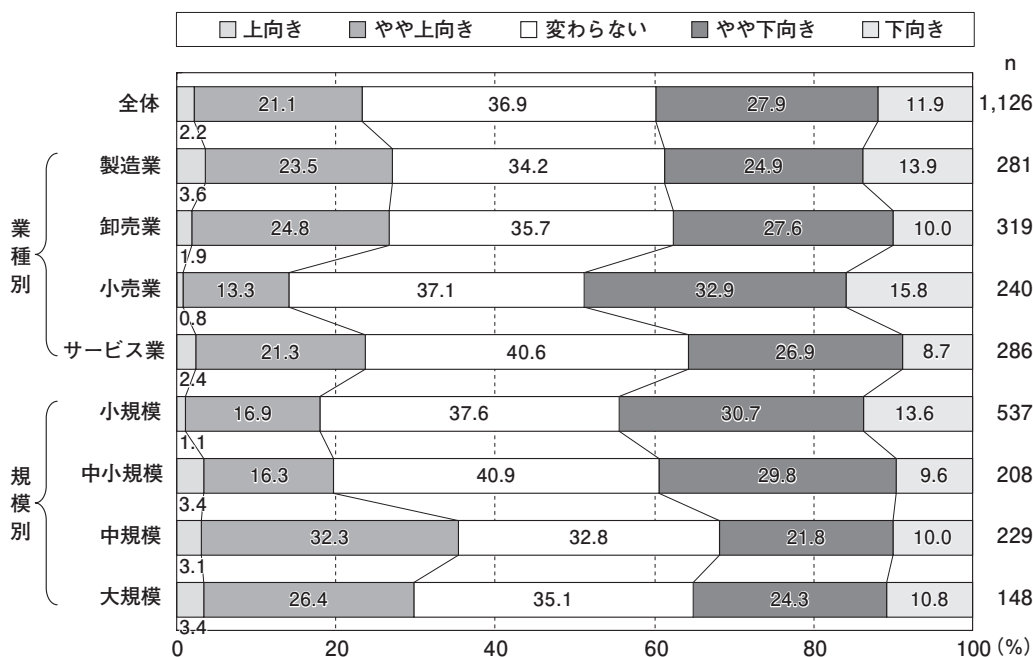
1. 2022年度の景気状況

2022年度(2022年4月～2023年3月)の景気状況は、「変わらない」が36.9%と最も高く、「やや下向き」が27.9%、「やや上向き」が21.1%の順で続いた。「やや下向き」と「下向き」をあわせた『悪化傾向』は39.8%となった。一方、「上向き」と「やや上向き」をあわせた『回復傾向』は23.3%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』を上回った。特に小売業は『悪化傾向』が48.7%となった。

規模別にみると、他の規模に比べて小規模は『悪化傾向』が44.3%と高い。

図表1 2022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。

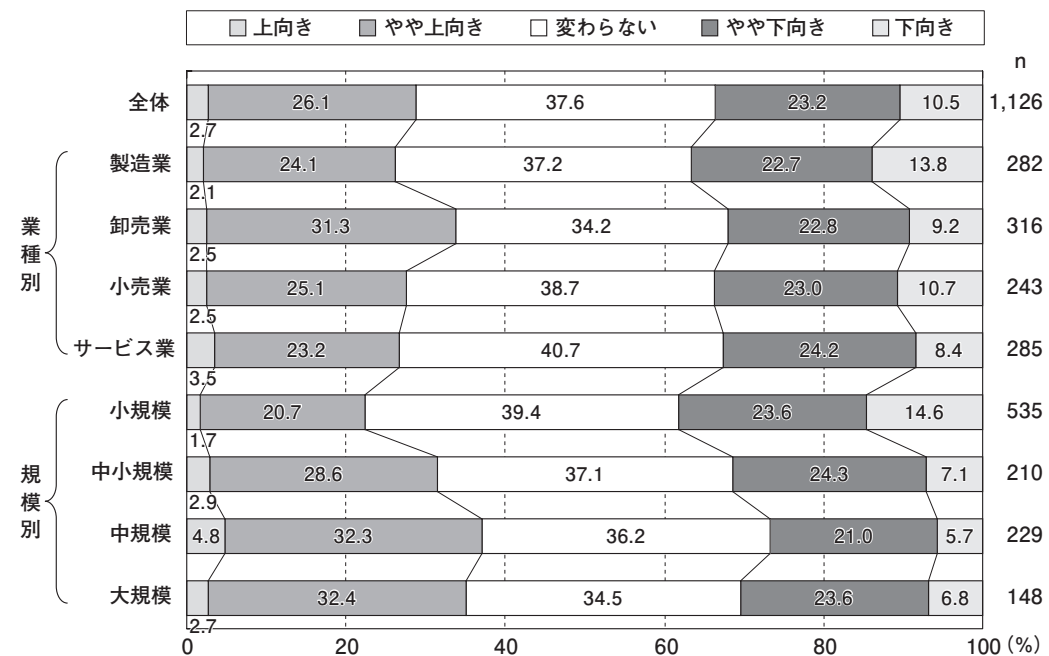
2. 2023年度の景気見通し

2023年度(2023年4月～2024年3月)の景気見通しは、「変わらない」が37.6%と最も高く、「やや上向き」が26.1%、「やや下向き」が23.2%の順で続いた。「やや下向き」と「下向き」をあわせた『悪化見通し』は33.7%を占めた。

業種別にみると、卸売業は「上向き」と「やや上向き」をあわせた『回復見通し』が33.8%となり、「やや下向き」と「下向き」を合わせた『悪化見通し』の32.0%を上回った。

規模別にみると、他の規模に比べて小規模は『悪化見通し』が38.2%と高く、特に「下向き」は14.6%を占めた。

図表2 2023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

2023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」が55.2%と最も高く、「原材料価格」が52.6%、「為替変動」が37.4%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	個人消費	55.2	52.6	37.4	34.0	21.6	20.4	17.6	15.8	13.9	13.8	12.7	1,119
	原材料価格												
	為替変動												
	新型コロナウイルス感染症												
	中国景気												
	人手不足												
	米国景気												
	民間設備投資												
	天候												
	金利変動												
	消費税												
	インバウンド (訪日外国人旅行)	11.8	10.4	8.0	6.0	5.7	5.5	5.2	4.7	4.3	3.2	2.1	

注) 無回答を除き集計。複数回答。

業種別にみると、製造業は「原材料価格」が67.7%を占めた。他の業種に比べて卸売業は「為替変動」が53.0%、「民間設備投資」が22.7%、「金利変動」が16.7%、「公共投資」が16.1%と高く、サービス業は「人手不足」が31.7%と高い。小売業は「個人消費」が78.9%を占めた。

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3割程度である。他の規模に比べて小規模は「個人消費」の58.8%と「消費税」の14.2%が高い。また、規模が大きくなるほど「人手不足」、「中国景気」、「米国景気」が高くなる傾向がみられる。

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	原材料価格 67.7	個人消費 42.7	為替変動 38.4	中国景気 30.1	新型コロナウイルス感染症 29.0	米国景気 21.9	人手不足 20.1	民間設備投資 18.3	金利変動 12.2	インバウンド (訪日外国人旅行) 9.7	279
	卸売業	個人消費 57.1	原材料価格 53.0	為替変動 31.2	新型コロナウイルス感染症 24.9	中国景気 22.7	民間設備投資 19.9	米国景気 18.3	金利変動 16.7	公共投資 16.1		317
	小売業	個人消費 78.9	原材料価格 41.7	新型コロナウイルス感染症 41.3	為替変動 29.8	天候 26.9	消費税 19.0	中国景気 16.5	米国景気 13.2	金利変動 10.7	人手不足 10.3	242
	サービス業	個人消費 45.2	原材料価格 42.0	新型コロナウイルス感染症 35.9	人手不足 31.7	為替変動 25.6	消費税 17.4	民間設備投資 16.0	米国景気 14.6	金利変動 13.9	公共投資/ 中国景気	281
規模別	小規模	個人消費 58.8	原材料価格 50.7	為替変動 34.2	新型コロナウイルス感染症 34.0	中国景気 17.6	消費税 14.2	民間設備投資 12.1	人手不足 11.5	天候		529
	中小規模	個人消費 55.7	原材料価格 48.6	為替変動 40.0	新型コロナウイルス感染症 37.1	人手不足 20.5	中国景気 20.0	米国景気 18.6	天候 18.1	民間設備投資 17.6	金利変動 14.3	210
	中規模	原材料価格 53.9	個人消費 52.2	為替変動 39.5	新型コロナウイルス感染症 32.9	人手不足 29.4	中国景気 25.9	米国景気 21.5	民間設備投資 20.6	天候 18.0	金利変動 17.1	228
	大規模	原材料価格 63.1	個人消費 46.3	為替変動 43.0	人手不足 36.2	中国景気 31.5	新型コロナウイルス感染症 22.8	米国景気 20.8	金利変動 20.8	民間設備投資 19.5	インバウンド (訪日外国人旅行) 14.1	149

注) 無回答を除き集計。規模別は規模不明を除く。複数回答。
上位10位までを記載。他業種・他規模に比べ最も割合が高い項目に網掛け。

4. 2023年度に取り組む予定

業績への影響に備えて2023年度に取り組む予定は、「営業力強化」が47.8%と最も高く、「人材の確保・育成」が34.8%、「商品・サービスの開発」が28.4%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。他の業種に比べてサービス業は「人材の確保・育成」が43.1%と高い。

規模別にみると、規模が大きくなるほど「営業力強化」、「人材の確保・育成」、「組織・人員の見直し」、「職場環境の改善」が高くなる傾向がみられる。

図表5 2023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	第11位	第12位	n
業種別	全体	営業力強化 47.8	人材の確保・育成 34.8	商品・サービスの開発 28.4	人件費以外の経費削減 28.1	財務体質強化 21.9	仕入先の見直し 16.6	職場環境の改善 15.7	新事業展開 13.9	組織・人員の見直し 12.0	人件費削減 7.5	その他 4.4	海外進出 1.9	1,049
	製造業	営業力強化 49.0	人材の確保・育成 38.0	商品・サービスの開発 30.0	人件費以外の経費削減 20.2	財務体質強化 19.0	仕入先の見直し 17.9	職場環境の改善 17.9	新事業展開 12.5	組織・人員の見直し 7.6	人件費削減 4.6	その他 2.7	海外進出 2.7	263
	卸売業	営業力強化 60.6	人材の確保・育成 38.1	商品・サービスの開発 32.8	財務体質強化 26.5	人件費以外の経費削減 22.2	新事業展開 17.9	仕入先の見直し 17.5	職場環境の改善 15.9	組織・人員の見直し 15.2	人件費削減 6.0	その他 3.6	海外進出 3.3	302
	小売業	営業力強化 39.2	商品・サービスの開発 33.3	人件費以外の経費削減 31.1	仕入先の見直し 23.4	財務体質強化 17.6	人材の確保・育成 16.7	新事業展開 12.2	人件費削減 8.6	職場環境の改善 8.1	組織・人員の見直し 4.1	その他 1.4	海外進出 1.4	222
サービス業	人材の確保・育成 43.1	営業力強化 38.9	人件費以外の経費削減 30.5	財務体質強化 24.4	職場環境の改善 18.7	商品・サービスの開発 17.6	組織・人員の見直し 14.5	新事業展開 12.2	人件費削減 8.4	仕入先の見直し 6.1	その他 5.3	海外進出 0.0	262	
規模別	小規模	営業力強化 38.9	人件費以外の経費削減 29.3	商品・サービスの開発 26.8	人材の確保・育成 19.8	仕入先の見直し 19.5	財務体質強化 18.7	新事業展開 14.3	職場環境の改善 11.2	人件費削減 6.9	その他 6.7	組織・人員の見直し 5.0	海外進出 0.8	481
	中小規模	営業力強化 53.2	人材の確保・育成 37.4	商品・サービスの開発 30.5	人件費以外の経費削減 25.1	財務体質強化 24.6	仕入先の見直し 16.7	職場環境の改善 15.8	組織・人員の見直し 13.3	新事業展開 10.8	人件費削減 5.9	海外進出 4.4	その他 1.5	203
	中規模	営業力強化 56.0	人材の確保・育成 53.2	商品・サービスの開発 28.0	人件費以外の経費削減 25.2	財務体質強化 20.6	職場環境の改善 20.2	組織・人員の見直し 16.1	新事業展開 14.7	仕入先の見直し 12.4	人件費削減 5.5	海外進出 1.8	その他 1.4	218
	大規模	営業力強化 58.3	人材の確保・育成 53.5	人件費以外の経費削減 33.3	商品・サービスの開発 31.3	財務体質強化 27.8	組織・人員の見直し 24.3	職場環境の改善 24.3	新事業展開 15.3	人件費削減 13.2	仕入先の見直し 4.9	その他 2.1	海外進出 2.1	144

注) 無回答を除き集計。規模別は規模不明を除く。複数回答。
他業種・他規模に比べ最も割合が高い項目に網掛け(「その他」を除く)。