

# 経営環境の変化による影響調査について

## (令和2年2月調査)

県では、四半期毎に県商工会連合会、県商工会議所連合会及び中小企業団体中央会等を通じて県内の事業者に対し、アンケート調査を行っています。

この調査結果は、1月21日～2月19日に行った調査について、300事業所中、回答のあった243事業所の状況を取りまとめたものです。(回収率81.0%)

今回は、継続して調査している「業況判断」、「資金繰り」の項目に加えて、「消費税率の引上げ等の影響」、「SDGs」についての調査を行いました。

### ○回答企業（業種別：計243事業所）

機械・ 金属	電気・ 電子	食品・ 飲料	繊維・ 化学	その他 製造業	サービス	物流・ 運輸	卸小売	その他	合計
36	13	18	14	27	42	20	42	31	243

### ○主な調査結果の概要

#### (1) 業況判断DIについて（前回11月調査との比較）

全 体		▲21.4ポイント	前回 ▲16.1ポイント
規模別	大企業	0.0ポイント	前回 ▲15.4ポイント
	中小企業・小規模事業所	▲22.1ポイント	前回 ▲16.2ポイント
産業別	製造業	▲21.3ポイント	前回 ▲14.4ポイント
	非製造業	▲21.5ポイント	前回 ▲17.6ポイント

(DIは「良い」と回答した企業の割合から、「悪い」と回答した企業の割合を引いたもの。)

#### (2) 資金繰りについて（前回11月調査との比較）

全 体	楽になった	2.7%	前回 2.7%
	厳しくなった	11.2%	前回 13.4%
	変化なし	86.2%	前回 83.9%

#### (3) 消費税率の引上げ等の影響について（複数回答）（前回11月調査との比較）

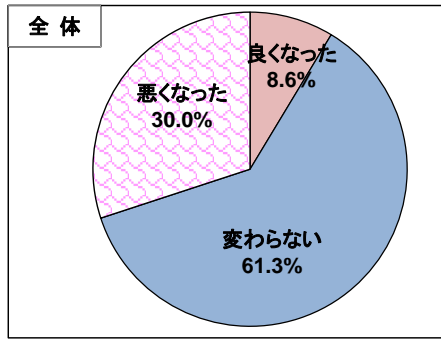
特に影響はない	44.3%	前回 52.7%
コスト増による利益の減少	29.1%	前回 26.5%
売上げの減少	24.1%	前回 18.8%
取引先等からの値引要請等による利益の減少	2.5%	前回 1.9%

#### (4) SDGsについて

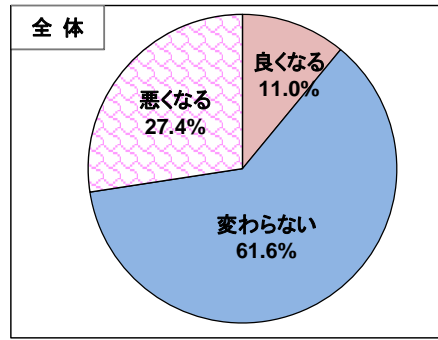
知らない（聞いたことがない）	40.6%
聞いたことはあるが、内容はよくわからない	33.1%
概ね知っている	22.2%
よく知っている	4.2%

## 1. 業況について

①R1.11と比べた業況の現状



② 約3カ月後の見通し



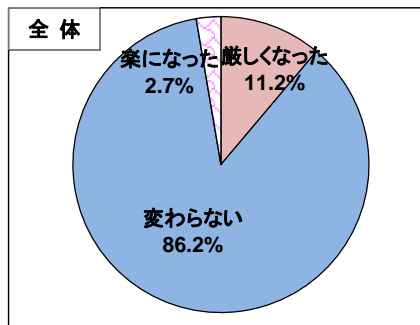
■業況DI (「良くなった」の割合-「悪くなった」の割合) ■先行きDI (「良くなる」の割合-「悪くなる」の割合)

全体	▲ 21.4 ポイント (前回 ▲ 16.1 P)	全体	▲ 16.5 ポイント (前回 ▲ 14.6 P)
規模別 大企業	0.0 ポイント (前回 ▲ 15.4 P)	大企業	25.0 ポイント (前回 7.7 P)
中小企業・ 小規模事業所	▲ 22.1 ポイント (前回 ▲ 16.2 P)	中小企業・ 小規模事業所	▲ 17.9 ポイント (前回 ▲ 15.8 P)
産業別 製造業	▲ 21.3 ポイント (前回 ▲ 14.4 P)	製造業	▲ 4.8 ポイント (前回 ▲ 11.8 P)
非製造業	▲ 21.5 ポイント (前回 ▲ 17.6 P)	非製造業	▲ 25.8 ポイント (前回 ▲ 16.9 P)

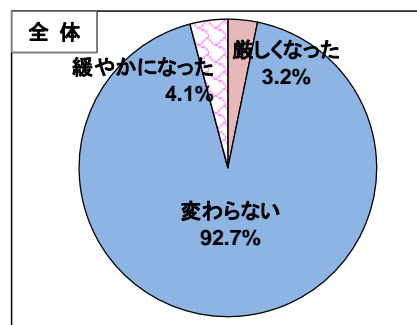
※端数処理の関係で合計が一致しないこともあり得る。

## 2. 資金繰りについて

①R1.11と比べた資金繰り状況



②R1.11と比べた金融機関の貸出態度

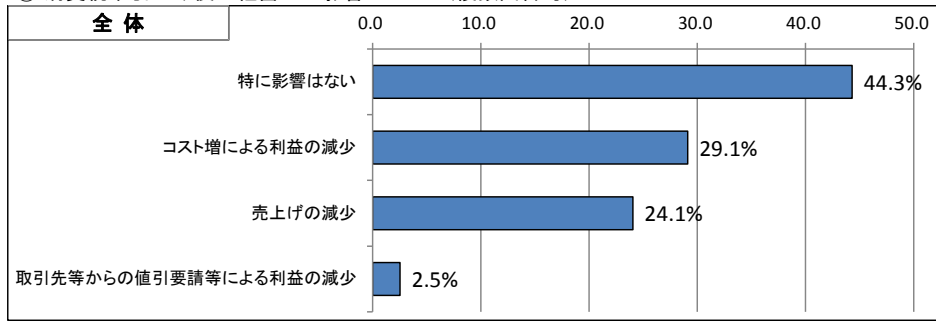


全体	楽に	2.7 % (前回 2.7 %)	全体	緩やかに	4.1 % (前回 1.4 %)
	厳しく	11.2 % (前回 13.4 %)		厳しく	3.2 % (前回 0.0 %)
	変化なし	86.2 % (前回 83.9 %)		変化なし	92.7 % (前回 98.6 %)
製造業	楽に	3.3 % (前回 3.2 %)	製造業	緩やかに	6.8 % (前回 3.3 %)
	厳しく	13.3 % (前回 14.9 %)		厳しく	5.7 % (前回 0.0 %)
	変化なし	83.3 % (前回 81.9 %)		変化なし	87.5 % (前回 96.7 %)
非製造業	楽に	2.2 % (前回 2.3 %)	非製造業	緩やかに	2.3 % (前回 0.0 %)
	厳しく	9.7 % (前回 12.3 %)		厳しく	1.5 % (前回 0.0 %)
	変化なし	88.1 % (前回 85.4 %)		変化なし	96.2 % (前回 100.0 %)

※端数処理の関係で合計が一致しないこともあり得る。

### 3. 消費税率の引上げ等の影響について

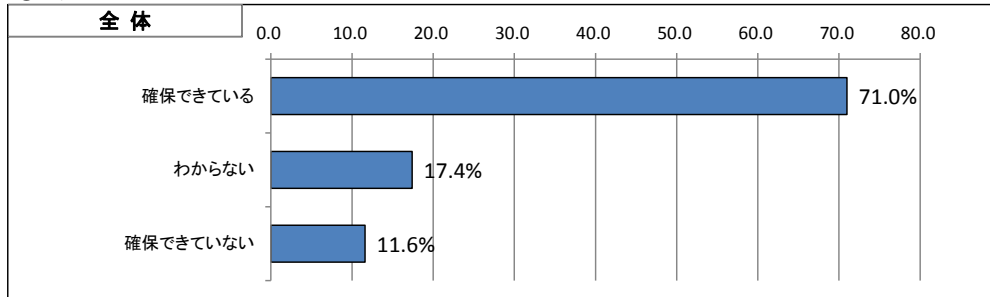
#### ① 消費税率引上げ後の経営への影響について(複数回答可)



製造業	特に影響はない	55.4 %
	コスト増による利益の減少	21.7 %
	売上げの減少	18.5 %
	取引先等からの値引要請等による利益の減少	4.3 %
非製造業	特に影響はない	37.2 %
	コスト増による利益の減少	33.8 %
	売上げの減少	27.6 %
	取引先等からの値引要請等による利益の減少	1.4 %

※端数処理の関係で合計が一致しないこともあり得る。

#### ② 消費税率の円滑かつ適正な転嫁の確保について

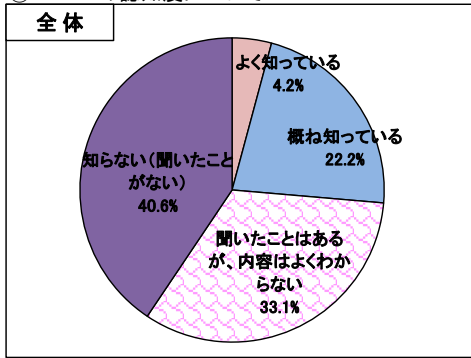


製造業	確保できている	77.8 %
	わからない	16.7 %
	確保できていない	5.6 %
非製造業	確保できている	66.4 %
	わからない	17.9 %
	確保できていない	15.7 %

※端数処理の関係で合計が一致しないこともあり得る。

#### 4. SDGsについて

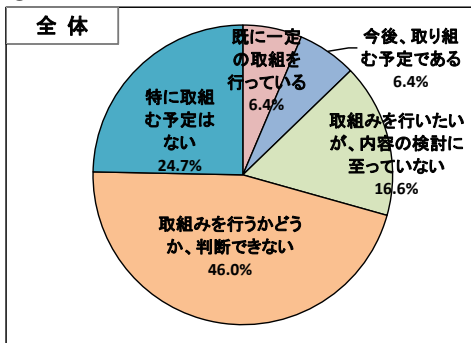
##### ① SDGsの認知度について



<b>製造業</b>	聞いたことはあるが、内容はよくわからない	33.6 %
	知らない(聞いたことがない)	32.7 %
	概ね知っている	27.1 %
	よく知っている	6.5 %
<b>非製造業</b>	知らない(聞いたことがない)	47.0 %
	聞いたことはあるが、内容はよくわからない	32.6 %
	概ね知っている	18.2 %
	よく知っている	2.3 %

※端数処理の関係で合計が一致しないこともあり得る。

##### ② SDGsへの取組についての対応状況

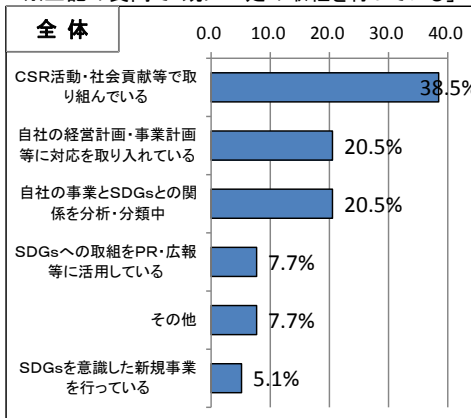


<b>製造業</b>	取組を行うかどうか、判断できない	39.0 %
	取組を行いたい、内容の検討に至っていない	21.9 %
	特に取組む予定はない	20.0 %
	既に一定の取組を行っている	11.4 %
	今後、取り組む予定である	7.6 %
<b>非製造業</b>	取組を行うかどうか、判断できない	51.5 %
	特に取組む予定はない	28.5 %
	取組を行いたい、内容の検討に至っていない	12.3 %
	今後、取り組む予定である	5.4 %
	既に一定の取組を行っている	2.3 %

※端数処理の関係で合計が一致しないこともあり得る。

##### ③ 具体的な取組内容について(検討中含む)(複数回答可)

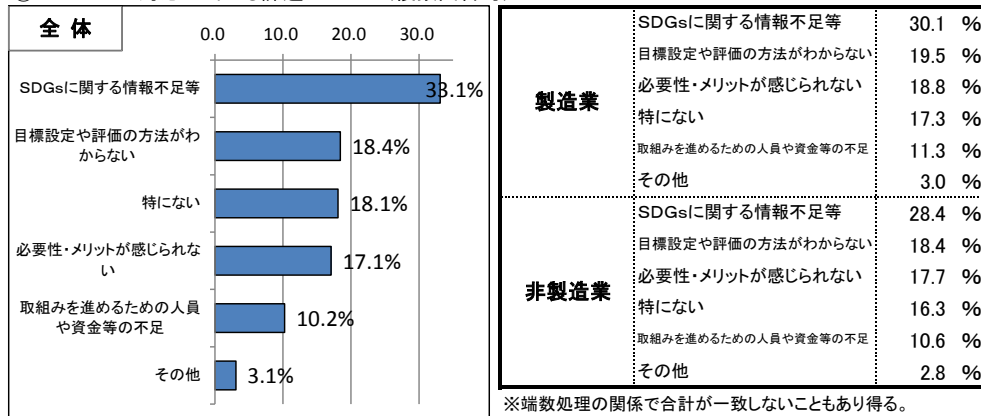
※上記の質問で「既に一定の取組を行っている」「今後、取り組む予定である」と回答した企業のみ回答



<b>製造業</b>	CSR活動・社会貢献等で取り組んでいる	42.3 %
	自社の事業とSDGsとの関係を分析・分類中	23.1 %
	自社の経営計画・事業計画等に対応を取り入れている	23.1 %
	その他	7.7 %
	SDGsへの取組をPR・広報等に活用している	3.8 %
	SDGsを意識した新規事業を行っている	0.0 %
<b>非製造業</b>	CSR活動・社会貢献等で取り組んでいる	42.3 %
	自社の事業とSDGsとの関係を分析・分類中	23.1 %
	自社の経営計画・事業計画等に対応を取り入れている	23.1 %
	その他	7.7 %
	SDGsへの取組をPR・広報等に活用している	3.8 %
	SDGsを意識した新規事業を行っている	0.0 %

※端数処理の関係で合計が一致しないこともあり得る。

④SDGsへの対応に当たる課題について(複数回答可)



※端数処理の関係で合計が一致しないこともあり得る。

調査結果のまとめ

■「業況判断DI」

全体で▲21.4と、前回から5.3ポイント悪化した。産業別では、製造業が▲21.3と、前回から6.9ポイント悪化、非製造業も▲21.5と、前回から3.9ポイント悪化した。総じて、中国経済の減速や消費税率の引上げによる影響等が出ていると考えられる。

また、先行きは▲16.5と、前回から1.9ポイント悪化した。産業別では、製造業が▲4.8と、前回から7ポイント改善し、非製造業は▲25.8と、前回から8.9ポイント悪化した。非製造業では、引き続き消費税率の引上げによる影響のほか、新型コロナウイルス感染症の拡大による消費低迷等が懸念されている。

■「消費税率の引上げ等の影響について」

「特に影響はない」と回答した企業が44.3%で最多となった。前回調査との比較では、回答率が52.7%から44.3%と、8.4%減少している。消費税率の引き上げから数ヶ月が経過し、消費の低迷やコストの増加等の影響が徐々に広がっていることがうかがえる。

■「SDGsの認知度について」

「よく知っている」が4.2%、「概ね知っている」が22.2%となり、認知が進んでいる企業は、合わせて26.4%となった。一方で、「聞いたことはあるが、内容はよくわからない」が33.1%、「知らない(聞いたことがない)」が40.6%で、計73.7%となり、多くの企業で認知が進んでいないことがわかった。