

景気見通し調査 調査結果

令和2年9月期

福井商工会議所 中小企業総合支援センター

【調査の概要】

当調査は、福井商工会議所管内の小規模事業所を中心とした短期的な景気動向を把握するため、毎年3月・6月・9月・12月の年4回実施している。

調査時期：令和2年8月31日(月)～9月9日(水)

調査方法：FAXによる送付、回収

Google フォームからの回答受付

調査対象：福井商工会議所の会員 小規模事業所を中心に420件を抽出

(製造業・建設業・その他…従業員20人以下の事業所

卸売業・小売業・サービス業…従業員5人以下の事業所)

回答数：236件(回答率 56.2%)

従業員数	製造業	建設業	小売業	卸売業	サービス業	合計
5名以内	16	26	24	18	32	116(49.2%)
6～10名以内	16	11	7	5	8	47(19.9%)
11名以上	25	14	6	10	18	73(30.9%)
小計	57(24.1%)	51(21.6%)	37(15.7%)	33(14.0%)	58(24.6%)	236(100.0%)

D I 値とは…ディフュージョン・インデックス(Diffusion Index)の略で、景気動向を示す指標。「良い」「上昇した」とする企業割合から、「悪い」「下落した」とする企業割合を差し引いた値。「現在」D I 値は3か月前を基準とした現在の状況、「先行」D I 値は今後3か月後の状況を予測したもの。

【調査結果の概要】

景況はわずかに回復するも、先行きの不透明感は続く

①業界の景況

コロナショックから全業種が一時回復も、先行きは不透明な状況が続く

②自社の景況

業界の景況と連動し、ほぼ全ての業種で回復するも、先行きは悪化の見通し

③売上高(受注高)

小売業以外で回復するも、先行きは悪化の見通し

④販売価格

前回からほぼ横ばいながらも、建設・小売業では回復が見られた

⑤仕入価格

6期ぶりに悪化となるも、多くの事業所で今後改善の兆し

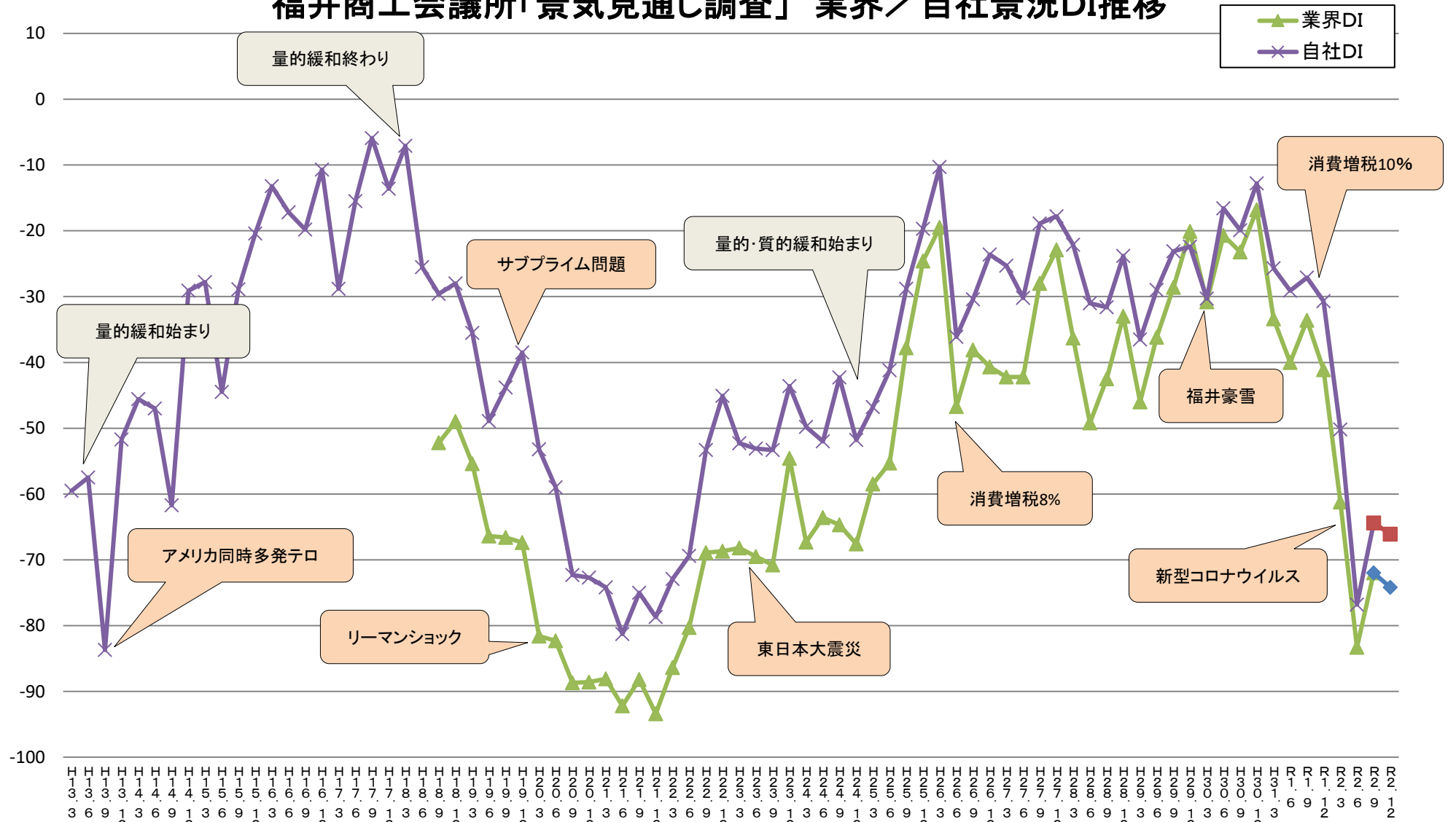
⑥採算(収支)

ほぼ全ての業種で回復するも、コロナウイルスへの懸念から先行きは悪化の見通し

【特別調査(コロナ終息後に向けた事業への取組予定と今後の見通しについて)の概要】

- コロナ終息後に向けた新しい事業への取組予定について、全体の4割の事業所が「特に予定はない」と回答。従業員がいない事業所の約半数で「ネットを通じた自社商品の販売」に取り組むと回答。
- 自社の売上回復の見通しについて、全体の約4割の事業所が「見通しつかず」と回答。業種別にみると、卸売業では約5割、製造・建設・サービス業では約4割、小売業では約3割の事業所において「見通しつかず」との回答。
- 今後の経営の見通しでは、全体の約8割の事業所が「現状維持」と回答する中、「廃業の可能性あり」との回答も3.1%あった。

福井商工会議所「景気見通し調査」 業界／自社景況DI推移

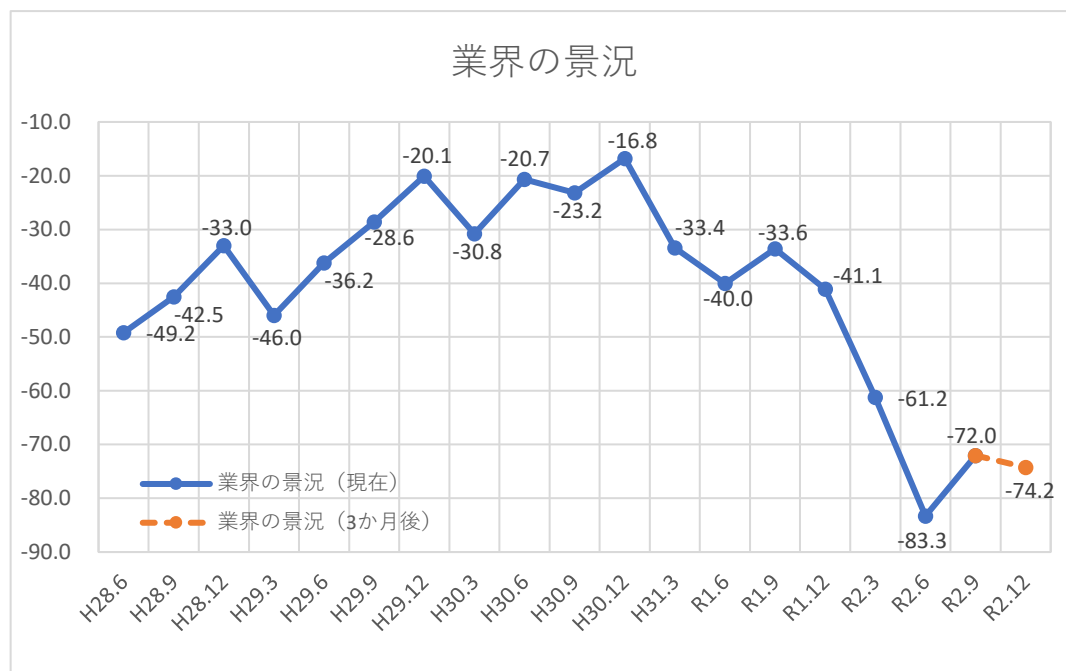


① 一業界の景況―

【コロナショックから一時回復も、先行きは不透明な状況が続く】

業界全体の現在DI値は、前回調査時（R2.6月期）の▲83.3から▲72.0となり、前回に比べ11.3ポイント改善した。これは、緊急事態宣言が解除され、事業が再開されたことによるものと考えられる。一方で、先行DI値は、2.2ポイントの下落が予想され、多くの小規模事業所は引き続きコロナウイルスの影響を警戒していることがうかがえる。

業種別にみると、前回調査時（R2.6月期）には、コロナウイルスの影響から住宅設備機器などの資材納入の遅れにより、施工に影響がでていた建設業の現在DI値が▲45.1と21.6ポイント回復しており、先行DI値でも回復が続くと予想している。一方で、前回調査時（R2.6月期）から引き続き現在DI値が回復した小売業では、先行きの景況では反対に13.5ポイントと大きく落ち込む予想となった。これは、コロナウイルスによる来店客数の減少が今度どこまで続くか予想できないことからの強い不安感が要因として考えられる。



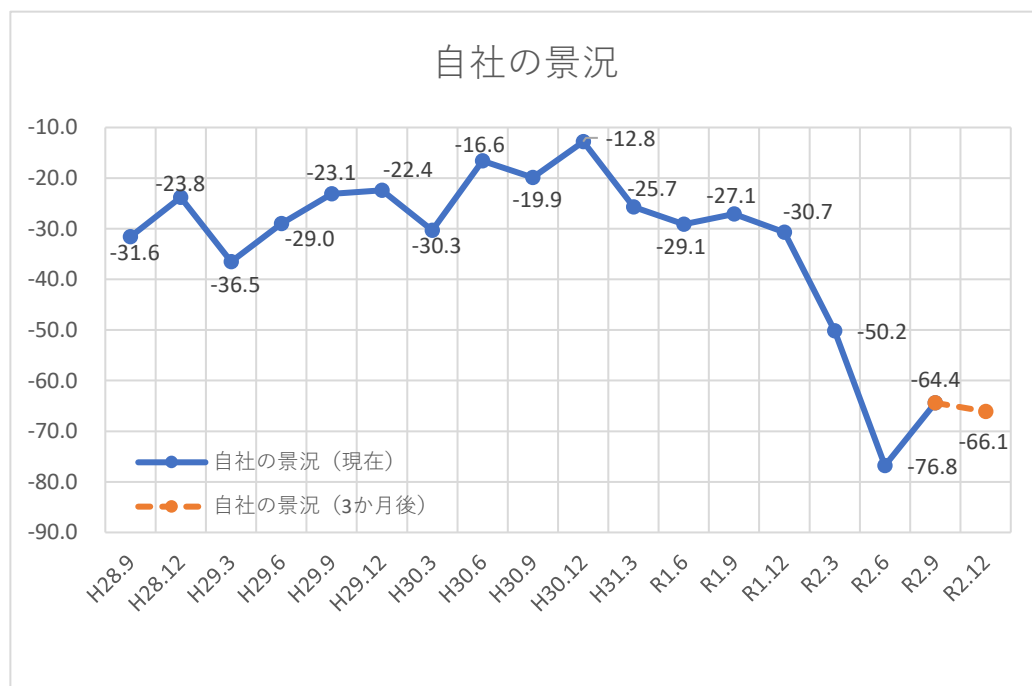
① 業界の景況	2020年7～9月（今期）		2020年10～12月（見通し）	
	現在DI値	変化幅	先行DI値	変化幅 (先行DI－現在DI)
全業種	-72.0	11.3	-74.2	-2.2
製造業	-86.0	11.7	-87.3	-1.3
建設業	-45.1	21.6	-43.1	2.0
小売業	-64.9	7.8	-78.4	-13.5
卸売業	-93.9	2.7	-93.9	0
サービス業	-74.1	9.8	-75.4	-1.3

② 一自社の景況一

【やや回復するも、先行きは悪化の予想】

業界の景況回復に連動し、自社の景況も現在 DI 値が前回調査時（R2.6 月期）から 12.4 ポイント回復し▲64.4 ポイントとなった。しかしながら、今後の先行 DI 値は 1.7 ポイント下降する見通しとなった。

業種別では、小売業のみ現在 DI 値が 5.7 ポイント下落した。これは、依然として 3 密の回避など自粛ムードが続いていることを背景に、客足が戻っていないことが要因とみられる。



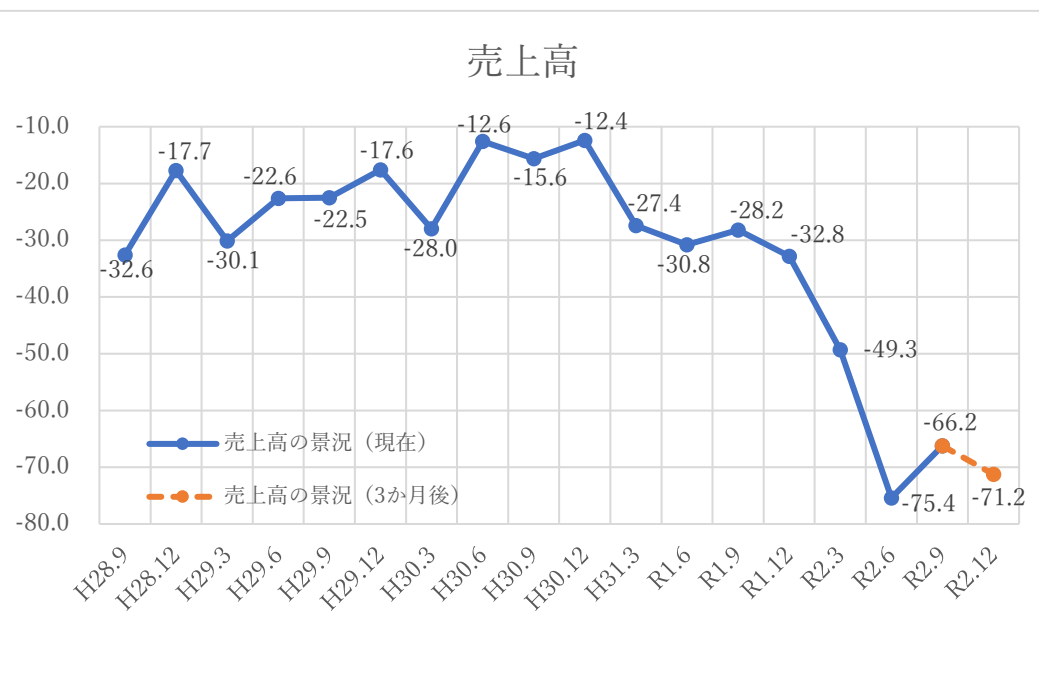
② 自社の景況	2020 年 7～9 月（今期）		2020 年 10～12 月（見通し）	
	現在 D I 値	変化幅	先行 D I 値	変化幅 (先行 D I - 現在 D I)
全業種	-64.4	12.4	-66.1	-1.7
製造業	-70.2	7.1	-67.3	2.9
建設業	-27.5	27.3	-31.4	-3.9
小売業	-78.4	-5.7	-83.8	-5.4
卸売業	-87.9	12.1	-87.9	0
サービス業	-69.0	14.6	-71.9	-2.9

③ 一売上高（受注高） —

【一時回復も自粛ムードから売上減少の予想】

売上高（受注高）の現在DI値は、前回調査時（R2.6月期）から9.2ポイント回復し▲66.2となった。要因としては、緊急事態宣言や休業要請の解除が考えられる一方で、先行DI値では5.0ポイントのマイナスを見込んでおり、今後も売上の落ち込みが大いに懸念される。

業種別に見ると、建設業とサービス業で15ポイント超の改善がみられた。一方で、コロナウイルスの影響から自粛ムードが続き、小売業では現在・先行DI共に下落している。



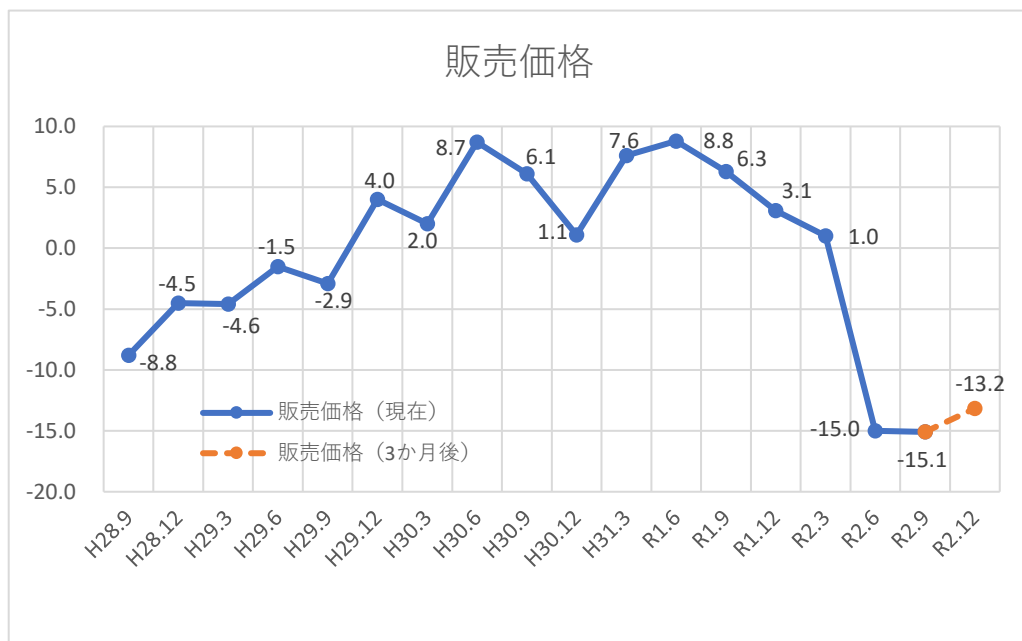
③売上高	2020年7～9月（今期）		2020年10～12月（見通し）	
	現在DI値	変化幅	先行DI値	変化幅 (先行DI－現在DI)
全業種	-66.2	9.2	-71.2	-5.0
製造業	-71.9	5.4	-76.4	-4.5
建設業	-29.4	15.8	-37.3	-7.9
小売業	-78.4	-8.7	-83.8	-5.4
卸売業	-90.9	9.1	-87.9	3.0
サービス業	-71.4	15.9	-78.9	-7.5

④ ー販売価格ー

【販売価格の下落も一旦の落ち着き】

販売価格の現在 DI 値は、11 期ぶりにマイナス値に推移した前回調査時（R2.6 月期）からさらに 0.1 ポイント下落し▲15.1 となった。要因として引き続き消費マインドの冷え込みが考えられるが、一方で、先行 DI 値は 1.9 ポイントの回復を見込んでいる。

業種別では、小売業で 19.6%の回復が見られた。これは、コロナウイルスの影響を最も受けた前回と比較し、「下落した」という回答数が「変化なし」との回答に大きく移動したためであり、多くの事業所がこれ以上の販売価格の下落は少ないと見ている。



④販売価格	2020 年 7～9 月（今期）		2020 年 10～12 月（見通し）	
	現在 D I 値	変化幅	先行 D I 値	変化幅 (先行 D I - 現在 D I)
全業種	-15.1	-0.1	-13.2	1.9
製造業	-15.8	-11.3	-16.4	-0.6
建設業	-8.2	2.1	-8.2	0
小売業	-5.4	19.6	-5.4	0
卸売業	-15.2	-1.4	-9.1	6.1
サービス業	-26.8	-5.4	-22.2	4.6

⑤ 一仕入価格

【6 期ぶりに仕入価格悪化】

仕入価格の現在 DI 値は、小売業と卸売業の 10 ポイントを超える大幅な悪化により、全体平均は▲17.5 と、6 期ぶりに下落となった。

業種別に見ると、現在 DI 値では、小売業・卸売業が大きく悪化し、サービス業では現在・先行 DI 値共に悪化となった。サービス業の先行 DI 値を「飲食業」と「飲食業以外」で見ると、「飲食業」▲33.3、「飲食業以外」▲8.0 となった。飲食業では日照不足や長雨・曇天、その後の猛暑の影響による野菜価格の高騰によるものと推察される。



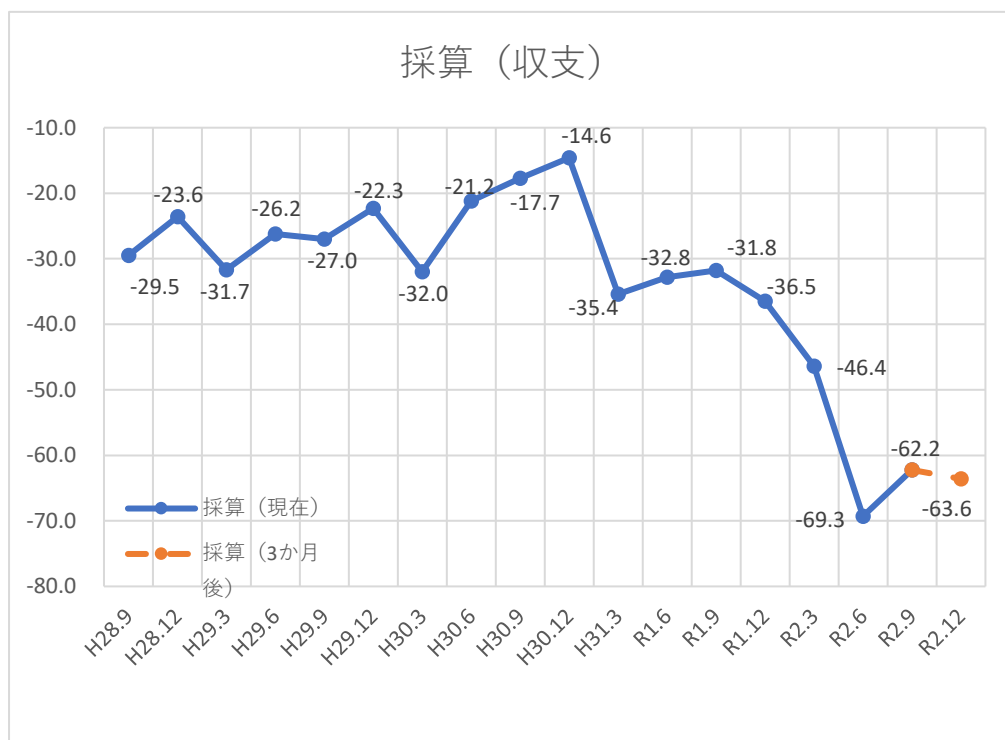
⑤仕入価格	2020 年 7～9 月（今期）		2020 年 10～12 月（見通し）	
	現在 D I 値	変化幅	先行 D I 値	変化幅 (先行 D I - 現在 D I)
全業種	-17.5	-4.9	-17.4	0.1
製造業	-8.8	0.5	-7.1	1.7
建設業	-22.0	0	-20.0	2.0
小売業	-27.0	-14.5	-25.0	2.0
卸売業	-34.4	-13.7	-34.4	0
サービス業	-6.9	-3.2	-10.7	-3.8

⑥ ー採算（収支）ー

【ほぼ全ての業種で採算はやや回復するも、先行きが見えない状況が続く】

採算（収支）状況を表す現在 DI 値は▲62.2 となり、大幅な下落となった前回調査時（R2.6 月期）から 7.1 ポイント回復したが、先行 DI では 1.4 ポイントの悪化予想となった。

業種別にみると、売上高（受注高）が 15 ポイント以上プラスとなった建設業とサービス業では採算（収支）も回復していた一方で、今後の先行 DI 値では落ち込む予想をしている。対して、小売業・卸売業は、年末シーズンに向けた需要増加から、先行 DI 値がそれぞれ 3.5 ポイント以上の回復と、僅かではあるが回復の兆しも見られた。



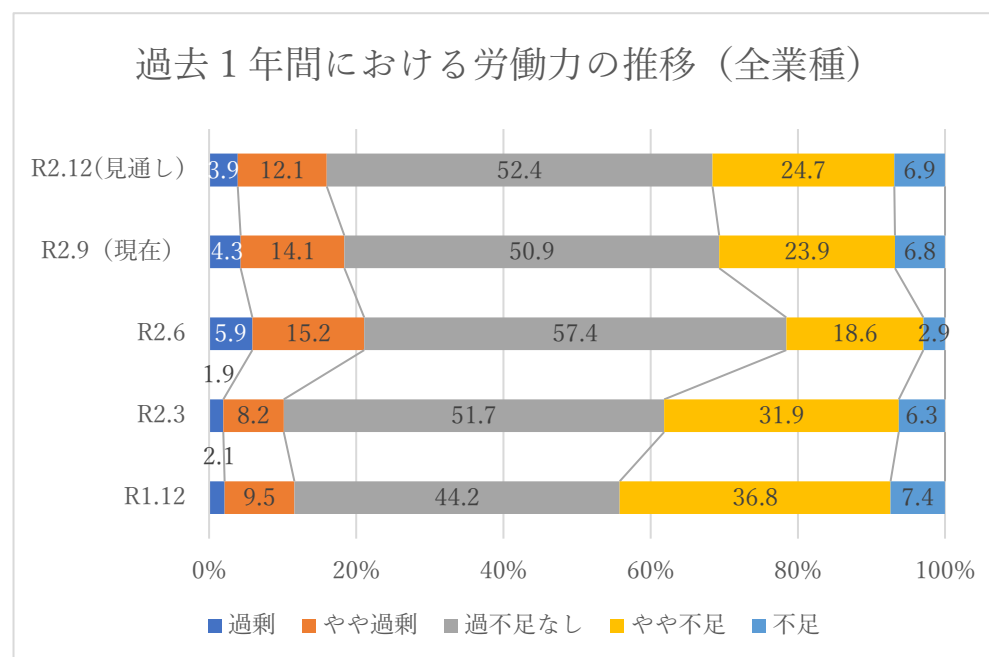
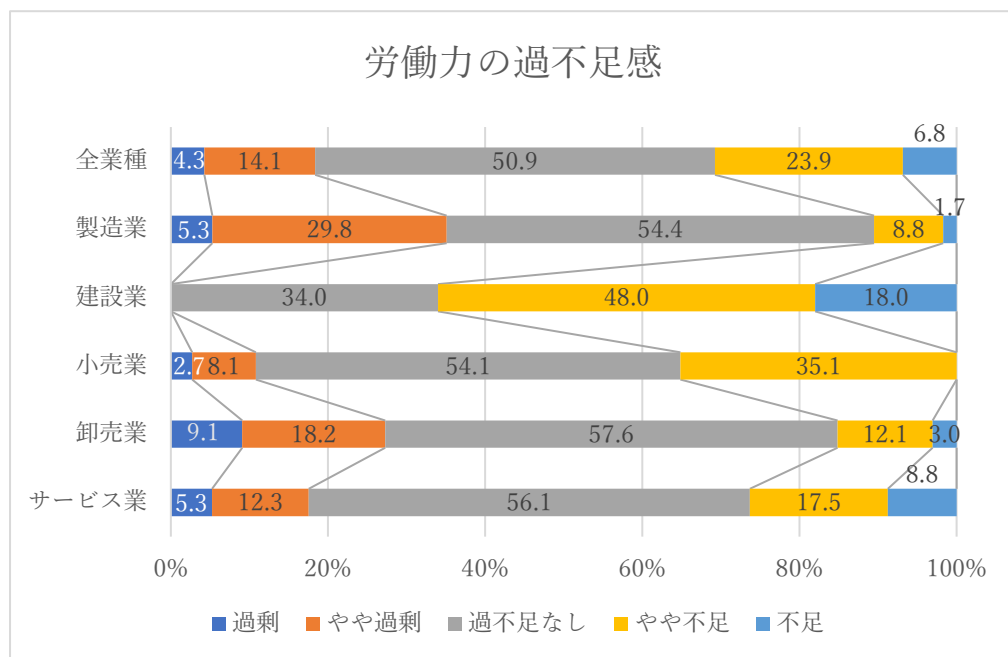
⑥採算	2020 年 7～9 月（今期）		2020 年 10～12 月（見通し）	
	現在 D I 値	変化幅	先行 D I 値	変化幅 (先行 D I - 現在 D I)
全業種	-62.2	7.1	-63.6	-1.4
製造業	-66.7	3.8	-67.3	-0.6
建設業	-28.0	14.5	-36.0	-8.0
小売業	-75.7	-6.0	-72.2	3.5
卸売業	-78.1	8.1	-74.2	3.9
サービス業	-70.2	8.4	-73.2	-3.0

⑦ ー労働力ー

【建設・小売業で人手不足感が急速に強まる】

労働力については、「やや不足」「不足」の回答が 30.7%（前回 21.5%）と 9.2 ポイント増え、不足感が強まってきている。

業種別にみると、建設業では、前は 14.3%あった「過剰」「やや過剰」の回答が今回は 0%と無くなった一方で、「やや不足」「不足」との回答が 66.0%（前回 47.6%）と 18.4 ポイント増加。また、小売業でも「やや不足」の回答が 35.1%（前回 15.2%）と 19.9 ポイントも増加しており、建設業と小売業で人手不足感が増えていた。加えて、製造業でも「過剰」が 5.3%（前回 15.9%）と 10.6 ポイント下落となった。一方で、卸売業では「過剰」「やや過剰」が 27.3%（前回 20.7%）と 6.6 ポイント増加し、特に前は回答がなかった「過剰」との回答が 9.1%と増えていた。



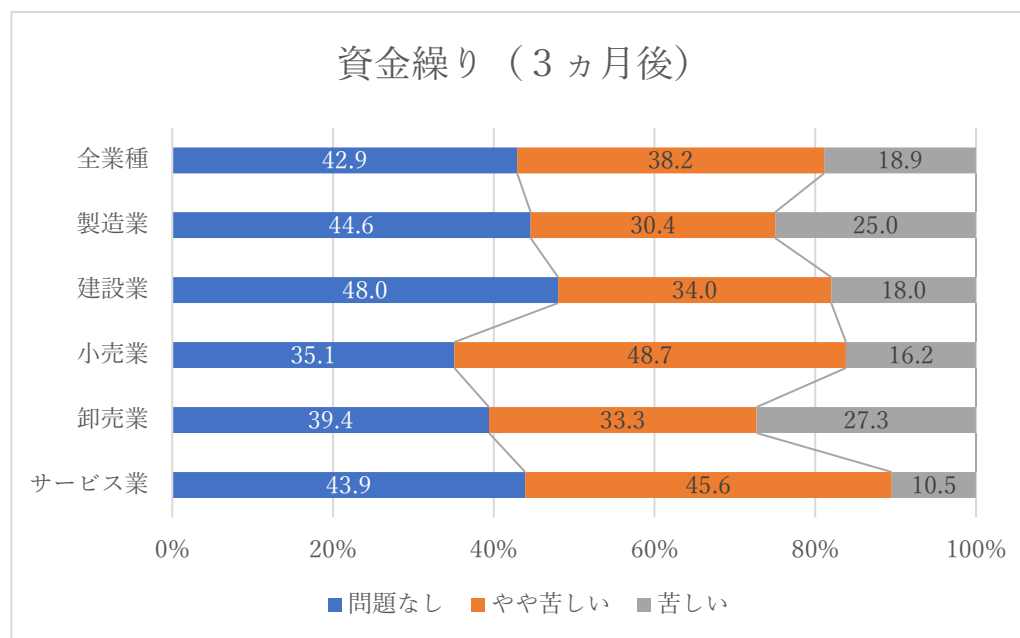
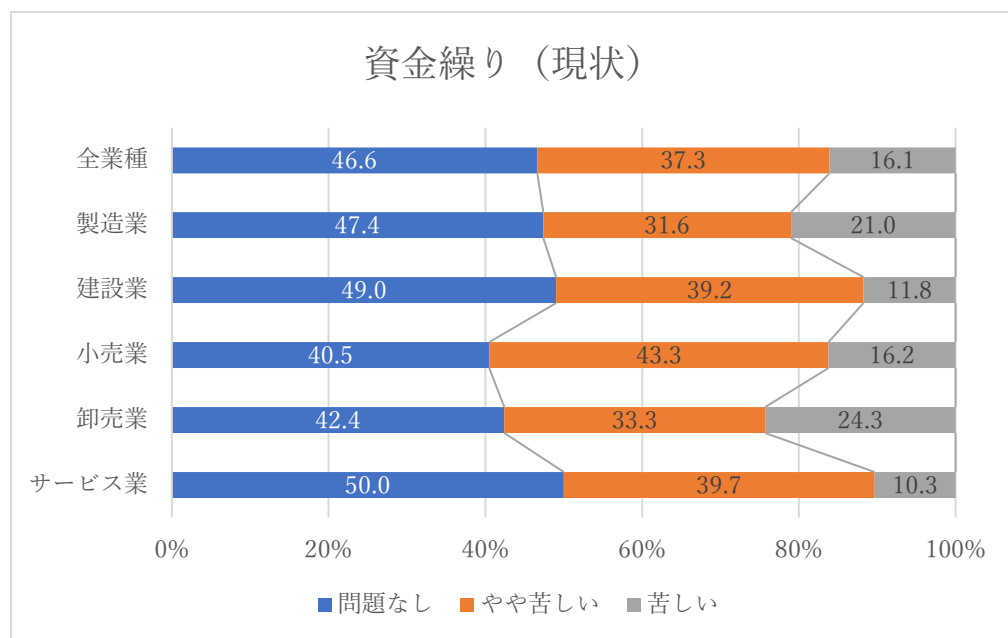
⑧ ―資金繰り―

【小売業・サービス業で改善するも 依然厳しい状況が続く】

現在の資金繰りの状況は「やや苦しい」「苦しい」との回答が53.4%と前回調査（55.4%）と比べ2.0ポイント回復。

業種別に見ると、「問題なし」との回答は、小売業（前回28.1%）では+12.4ポイント、サービス業（前回40.0%）で+10.0ポイントの回復が見られた一方、卸売業（前回51.7%）では-9.3ポイント、建設業（前回57.1%）で-8.1ポイントと悪化してきている。

3ヵ月後の予想では、全業種において「問題なし」との回答が減少し、「苦しい」との回答が増加していることから、依然厳しい状況が続くことが予想される。



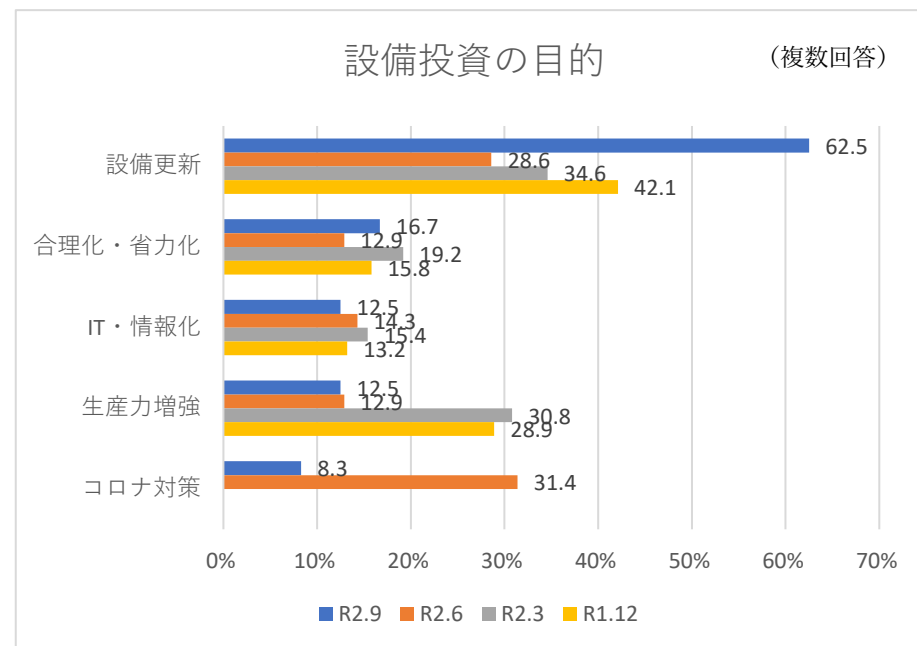
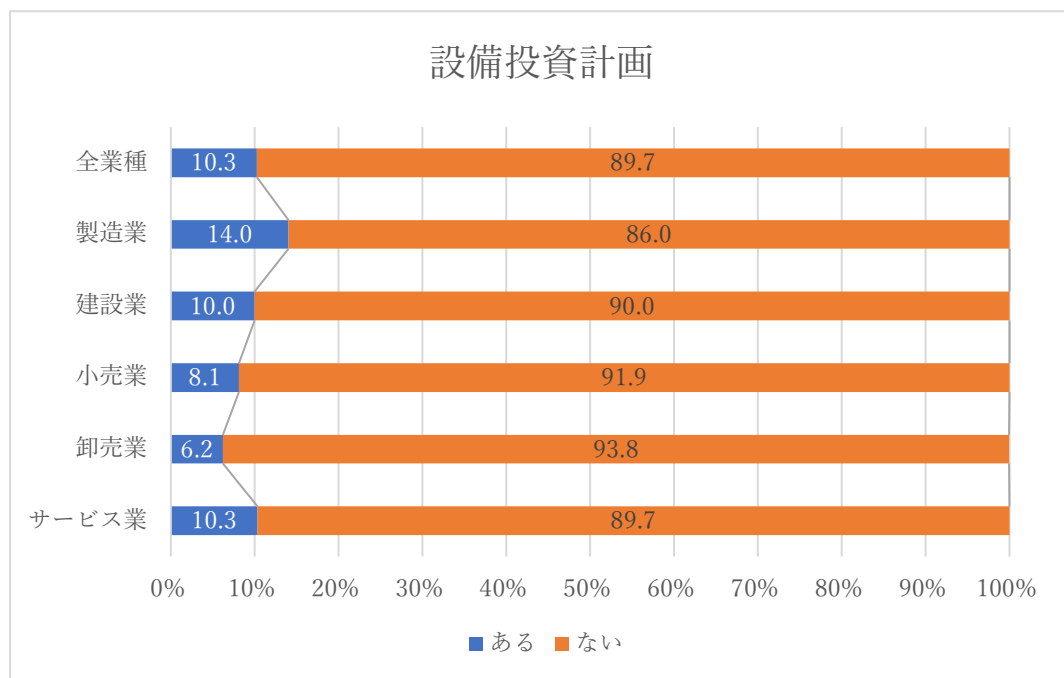
⑨ ―設備投資―

【生産力増強にむけた設備投資が急増】

今後3か月以内の設備投資計画では、10.3%（前回16.6%）が「投資計画あり」と回答し、前回より6.3ポイントの下落となった。これは、前回調査時（R2.6月期）には、コロナ対策に向けた投資を急ぎ行う必要があったためと考えられる。

業種別では、製造業のみが0.4ポイント増加したが、それ以外の全業種で「投資計画あり」の回答は減少した。特にコロナへの対応が急務であったサービス業では、10.3%（前回24.1%）と13.8ポイント下落した。

設備投資の目的としては、減少が続いていた「設備更新」が33.9ポイント急増。一方で、前回調査時に最も回答が多かったコロナ対策への投資は23.1ポイント下落するなど、コロナ禍の中で設備投資の目的は大きく移り替わっていた。

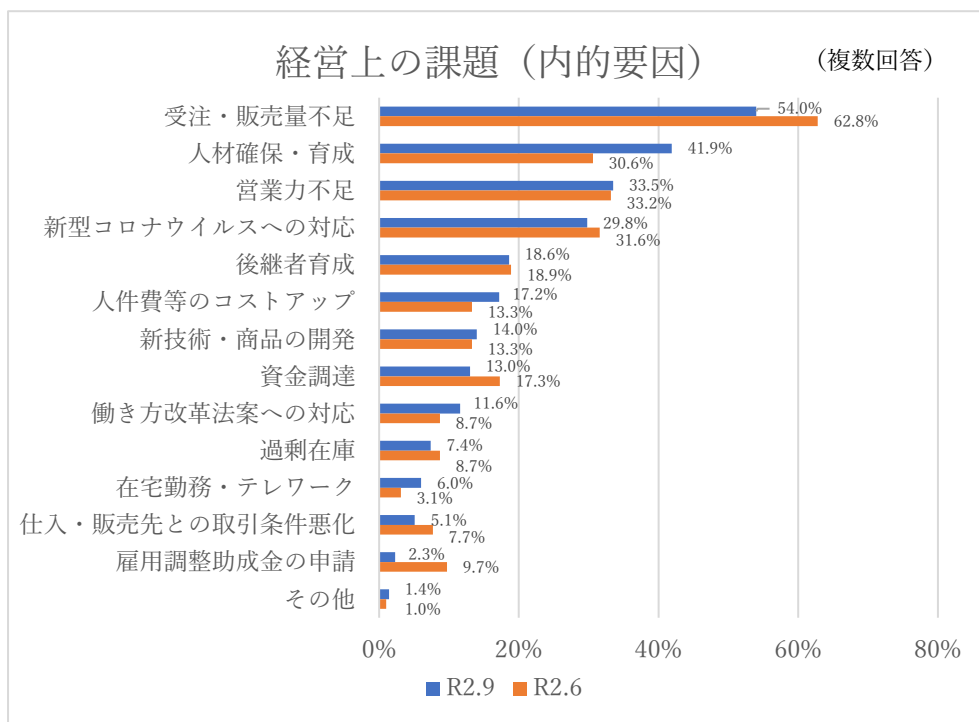


⑩ ―経営課題（内的要因）―

【人材確保・育成が再び増加】

経営上の課題（内的要因）について、過去必ず上位に挙げられていた3つの課題「受注・販売量不足」「営業力不足」「人材確保・育成」が再び上位を占めたが、その中でも「人材確保・育成」が前回調査時（R2.6 月期）より 11.3 ポイント増加し、2 番目に大きな課題となった。一方で、徐々に増加していた「受注・販売量不足」は、緊急事態宣言や休業要請の解除があったことから、前回より 8.8 ポイント下落した。

業種別にみると、労働力で「不足」「やや不足」との回答が最も多かった建設業では、「人材確保・育成」との回答も全業種の中で最も高かった。また、製造・小売・サービス業では「人材確保・育成」が前回調査時（R2.6 月期）より 12 ポイント以上増加しており、コロナ禍の中でも経営課題が大きく移り変わってきているのが伺えた。



			受注・販売量不足	人材確保・育成	営業力不足	新型コロナウイルスへの対応	後継者育成
業種別経営課題 (内的要因) (業種別前回比) 【複数回答】	全業種	R2.9	54.0%	41.9%	33.5%	29.8%	18.6%
		R2.6	62.8%	30.6%	33.2%	31.6%	18.9%
	製造業	R2.9	65.4%	30.8%	28.8%	25.0%	13.5%
		R2.6	74.4%	16.3%	34.9%	32.6%	14.0%
	建設業	R2.9	31.1%	64.4%	24.4%	22.2%	22.2%
		R2.6	47.6%	61.9%	31.0%	31.0%	28.6%
	小売業	R2.9	66.7%	30.3%	42.4%	27.3%	24.2%
		R2.6	63.6%	18.2%	30.3%	21.2%	18.2%
	卸売業	R2.9	79.3%	31.0%	31.0%	34.5%	10.3%
		R2.6	77.8%	25.9%	40.7%	25.9%	3.7%
	サービス業	R2.9	41.1%	46.4%	41.1%	39.3%	21.4%
		R2.6	56.9%	27.5%	31.4%	41.2%	23.5%

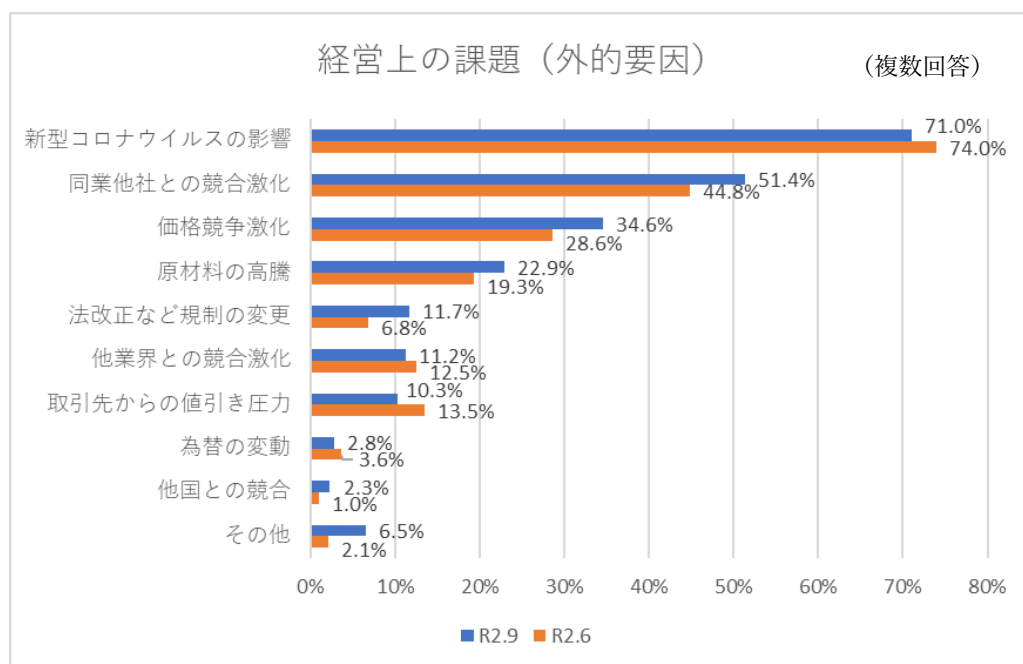
⑪ ―経営課題（外的要因）―

【新型コロナウイルスによる影響が続く】

経営上の課題（外的要因）については、依然として「新型コロナウイルスの影響」（前回 74.0%）が 71.0%と一番の課題として挙げられた。これに続き、「同業他社との競合激化」「価格競争の激化」がそれぞれ 6 ポイント以上増加しており、前回より引き続きコロナウイルスの影響が多方面にわたって及んでいるのがうかがえる。

業種別では、建設業において「同業他社との競合激化」が「新型コロナウイルスの影響」を 11.6 ポイント上回り 72.1%と急増。卸売業では、「原材料の高騰」が 18.5 ポイント増加し 30.0%となり、コロナ禍の中でも業種ごとに動きに差が生じ始めている。

従業員数別に見ると、従業員がいない事業所では、「価格競争激化」が 50.0%と最も多かった。



業種別経営課題（外的要因）【複数回答】						
	全業種	製造業	建設業	小売業	卸売業	サービス業
新型コロナウイルスの影響	71.0%	71.2%	60.5%	70.6%	83.3%	72.7%
同業他社との競合激化	51.4%	40.4%	72.1%	52.9%	46.7%	47.3%
価格競争激化	34.6%	23.1%	41.9%	55.9%	33.3%	27.3%
原材料の高騰	22.9%	21.2%	25.6%	23.5%	30.0%	18.2%
法改正など規制の変更	11.7%	13.5%	16.3%	2.9%	10.0%	12.7%
他業界との競合激化	11.2%	7.7%	14.0%	20.6%	10.0%	7.3%
取引先からの値引き圧力	10.3%	9.6%	16.3%	0.0%	10.0%	12.7%
為替の変動	2.8%	3.8%	0.0%	2.9%	10.0%	0.0%
他国との競合	2.3%	5.8%	0.0%	0.0%	3.3%	1.8%
その他	6.5%	9.6%	2.3%	0.0%	13.3%	7.3%

特別調査「コロナ終息後に向けた事業への取組予定と今後の見通し」

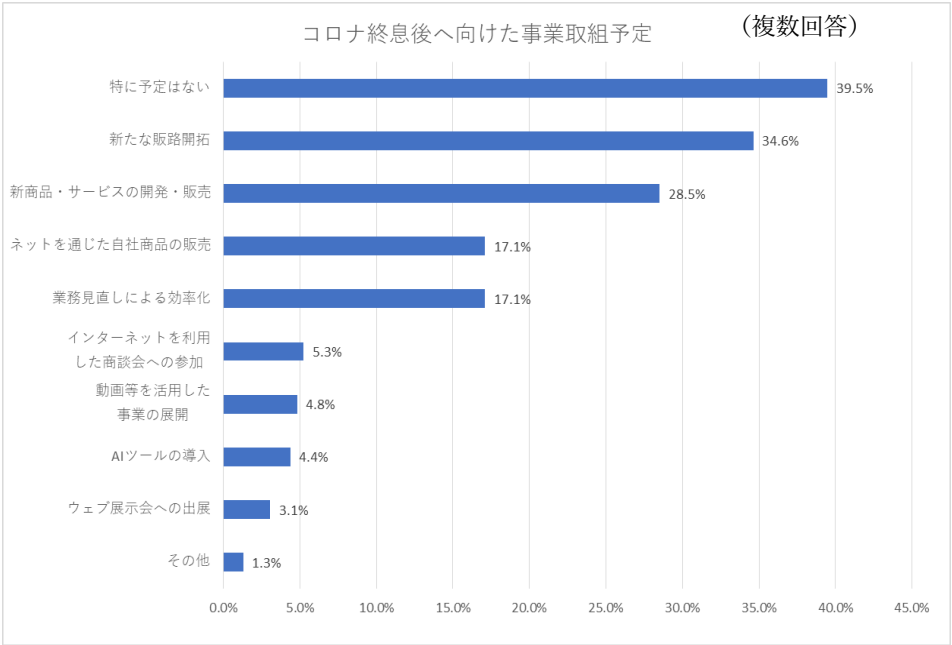
新型コロナウイルスの影響で各事業所が大きな影響を受けているなか、管内小規模事業者の今後の取組予定と見通しについて調査した。

⑫ ―コロナ終息後に向けた新しい事業への取組予定―

【コロナ終息後も現状維持が約4割】

現在コロナウイルスが大きな影響を及ぼしている中、今後のコロナ終息後に向けた新たな事業への取り組み予定について、全体平均では「特に予定はない」との回答が39.5%で最も多かったが、建設業を除く製造、小売、卸売、サービスの各業種では「新たな販路開拓」に取り組む予定が最も多く、前向きなチャレンジの姿勢がみえた。また、「新商品・サービスの開発・販売」も製造、卸売、小売業では2番目に多く、販路開拓とあわせた動きがみられた。非対面ビジネスへの転換として「ネットを通じた自社商品の販売」が17.1%あったのに対して、「インターネットを利用した商談会への参加」5.3%、「動画等を活用した事業の展開」4.8%と、最近のITを活用した事業への展開は検討されにくい傾向が見て取れた。

従業員数別にみると、従業員がいない事業所では約半数となる55.6%の事業所が「ネットを通じた自社商品の販売」に取り組むと回答した。



	全業種	製造業	建設業	小売業	卸売業	サービス業
特に予定はない	39.5%	37.5%	67.3%	30.6%	20.0%	33.3%
新たな販路開拓	34.6%	42.9%	18.4%	38.9%	43.3%	33.3%
新商品・サービスの開発・販売	28.5%	37.5%	8.2%	36.1%	36.7%	28.1%
ネットを通じた自社商品の販売	17.1%	21.4%	2.0%	33.3%	23.3%	12.3%
業務見直しによる効率化	17.1%	10.7%	14.3%	11.1%	23.3%	26.3%
インターネットを利用した商談会への参加	5.3%	8.9%	4.1%	5.6%	3.3%	3.5%
動画等を活用した事業の展開	4.8%	7.1%	0.0%	5.6%	3.3%	7.0%
AIツールの導入	4.4%	3.6%	0.0%	2.8%	6.7%	8.8%
ウェブ展示会への出展	3.1%	3.6%	2.0%	2.8%	3.3%	3.5%
その他	1.3%	1.8%	2.0%	2.8%	0.0%	0.0%

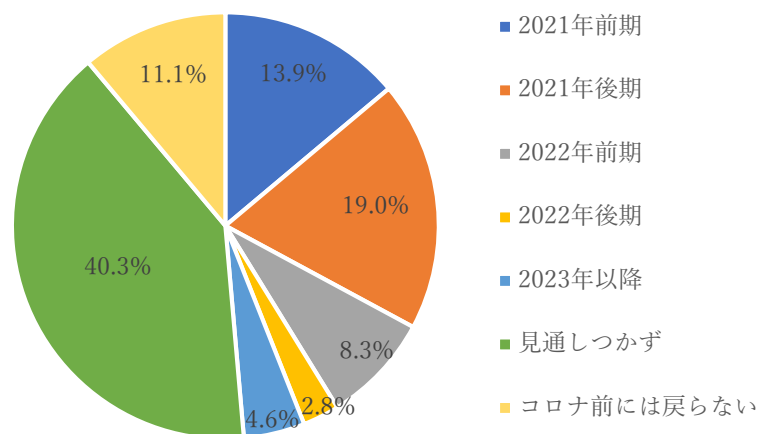
⑬ ー 自社売上回復の見通し ー

【約 4 割の事業所で売上回復の見通しつかず】

自社売上の回復の見通しでは、「見通しつかず」が 40.3%と最も多かった。これは、コロナ感染終息の見通しや、アフター、もしくはウィズコロナのタイミングとなっても、自社の売上がどこまで回復するのわからないことによる強い不安感のあらわれである。これに次いで、「2021 年前期」13.9%、「2021 年後期」19.0%と、来年中には売上は回復するとした見通しの企業は約 3 割となった。

業種別にみると、卸売業では半数以上の事業所が「見通しつかず」と回答。また、建設業では他業種が「2021 年前期」より「2021 年後期」に回復の見通しとの回答が多いのに対し、「2021 年前期」には回復する見通しと回答した事業所が約 3 割あり、他業種と比べ売上回復に対する見通しが早い結果となった。

今後の経営の見通し



	全業種	製造業	建設業	小売業	卸売業	サービス業
2021年前期	13.9%	16.6%	28.6%	8.6%	3.2%	9.3%
2021年後期	19.0%	20.4%	11.9%	17.2%	16.1%	25.9%
2022年前期	8.3%	3.7%	4.8%	11.4%	9.7%	13.0%
2022年後期	2.8%	1.9%	2.4%	5.7%	0.0%	3.7%
2023年以降	4.6%	0.0%	7.1%	11.4%	0.0%	5.6%
見通しつかず	40.3%	42.6%	38.1%	31.4%	54.9%	37.0%
コロナ前には戻らない	11.1%	14.8%	7.1%	14.3%	16.1%	5.5%

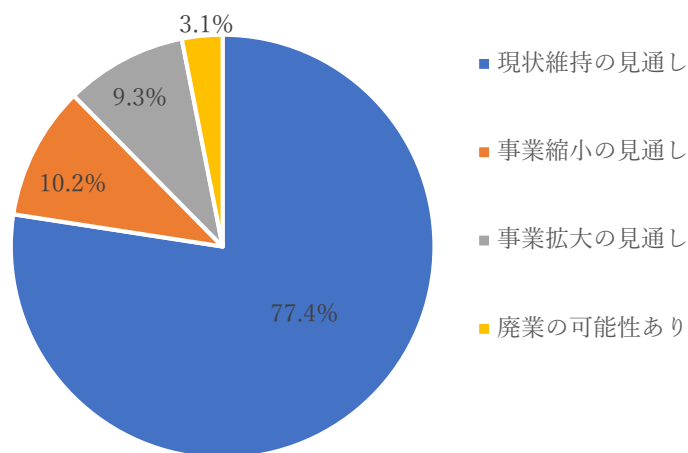
⑭ ―今後の経営の見通し―

【現状維持が 8 割を占めるも 小売業・卸売業では事業縮小の見通しも】

今後の経営の見通しでは、77.4%と、約 8 割の事業所が「現状維持の見通し」と回答する中、「廃業の可能性あり」との回答も 3.1%あった。

業種別に見ると、小売業・卸売業で「事業縮小の見通し」が 14%以上と他業種と比べて回答が多く、「廃業の可能性あり」との回答も、5%を超えるなど、他業種と比べ、今後の経営の見通しが厳しい状況が伺えた。

今後の経営の見通し



	全業種	製造業	建設業	小売業	卸売業	サービス業
現状維持の見通し	77.4%	72.7%	90.0%	71.4%	69.0%	78.9%
事業縮小の見通し	10.2%	9.1%	4.0%	14.3%	17.2%	10.5%
事業拡大の見通し	9.3%	16.4%	4.0%	8.6%	6.9%	8.8%
廃業の可能性あり	3.1%	1.8%	2.0%	5.7%	6.9%	1.8%