

2019年景気予測調査

—結果概要報告書—

平成30年12月

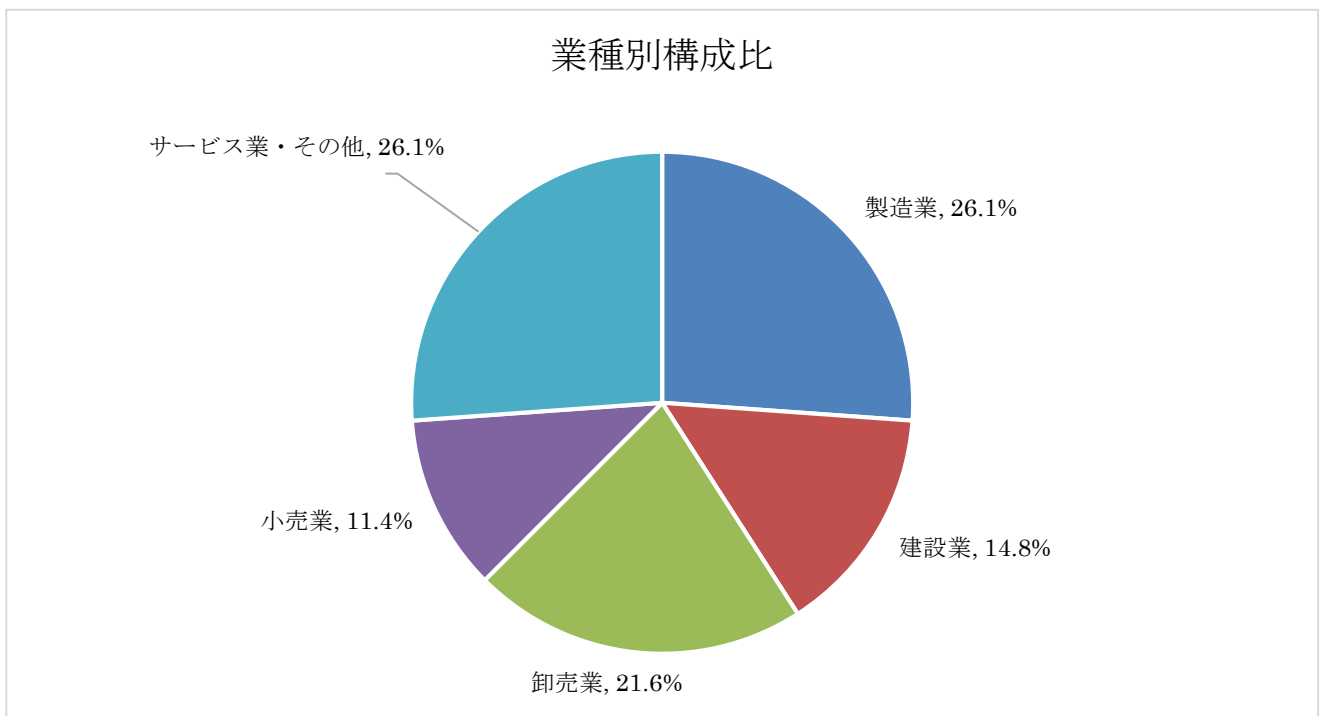


甲府商工会議所

◆調査要領

1. 調査の目的 2019年の県内景気の動向を予測すると共に、関係機関に提言する際の参考資料とする。
2. 調査実施機関 甲府商工会議所
3. 調査実施時期 平成30年12月3日(月)～7日(金)
4. 調査対象 当所会員284事業所
5. 調査方法 FAX調査
6. 有効回答数 88事業所
7. 有効回答率 31.0%
8. 特記事項 原則、小数点以下第2位で四捨五入。

<業種別回答数>



	回答数	構成比
製造業	23	26.1%
建設業	13	14.8%
卸売業	19	21.6%
小売業	10	11.4%
サービス業・その他	23	26.1%
合計	88	100.0%

◆結果概要

<2019年の山梨県内における景気予想>

『少し悪くなる(39.8%)』が最も多く、次いで『変わらない(38.6%)』、『少し良くなる(17.0%)』、『悪くなる(3.4%)』、『良くなる(1.1%)』と続いた。なお、業種別では「製造業」、「卸売業」、「小売業」が『少し悪くなる』と回答した。また、継続的な調査を開始した「2013年景気予測調査」以降と比較すると、『少し悪くなる』『悪くなる』の合計は43.2%(前年度比20.3ポイント増)で、最も高くなった。一方で、『良くなる』『少し良くなる』の合計は18.2%(前年度比16.7ポイント減)となった。

『少し悪くなる』『悪くなる』の合計が過去2番目に高い『2015年景気予測調査(2014年12月実施)』においても、同年4月に実施された消費税率引上げによる消費マインドの低迷が一因であったことが推測される。については、本調査においても来年10月に実施が表明されている消費増税の影響や貿易摩擦をはじめとする世界経済の動向などを不安視した結果、『少し悪くなる』『悪くなる』の合計が、調査開始以降、最も高くなったのではないかとと思われる。

★『良くなる・少し良くなる』の理由

『中部横断道・リニア新幹線・東京オリンピック等の関連需要が見込める(62.5%)』が最多。

★『少し悪くなる、悪くなる』の理由

『消費増税により悪い影響を受けるから(71.1%)』が最も多く、『世界経済への先行き不安の影響を受けるから(50.0%)』、『国内需要の停滞・デフレが継続するから(36.8%)』と続いた。

<2019年の自社業況予測>

例年同様『変わらない(39.8%)』で最も多く、『少し良くなる(28.4%、25社)』、『少し悪くなる(27.3%、24社)』、『良くなる(3.4%、3社)』、『悪くなる(1.1%、1社)』と続いた。

業種別では、「製造業」が『少し良くなる』、「卸売業」が『少し悪くなる』が最も多く、他の業種では『変わらない』が最も多い。本調査項目を設定した「2014年景気予測調査」以降と比較すると、『少し悪くなる』『悪くなる』の合計は28.4%(前年度比9.1ポイント増)で、最も高くなった一方で、『良くなる』『少し良くなる』の合計も31.8%(前年度比5.3ポイント増)で2015年景気予測調査に次いで高くなった。

★業況予測を踏まえての経営戦略は？

『人材の確保・育成を強化する(62.5%)』、『営業・販売を強化する(61.4%)』、『経費を削減する(43.2%)』が上位3回答となった。

以上のことから、2019年の県内景気予測に関しては、消費増税による消費マインド低下の懸念や世界経済の先行き不安等によって、例年と比べ県内景気に関して、期待感が薄まっていることがわかった。一方で、人手不足が課題として挙げられるものの、自社の業況については『少し良くなる』、『少し悪くなる』で回答が拮抗していることから、県単位という大きな視点から予想していることもあって、県内景気予測は、自社の業況予想と比べて慎重な判断となっていることが推測される。

◆結果詳細

『Q1. 来年（2019年）の山梨県内における景気はどうかと予想されますか。（2018年比）』

[択一回答]

● 『少し悪くなる』が39.8%で最多

2019年の山梨県内の景気予測について尋ねたところ、『少し悪くなる』と回答した企業が39.8%（35社）で最も多かった。次いで『変わらない（38.6%、34社）』、『少し良くなる（17.0%、15社）』、『悪くなる（3.4%、3社）』、『良くなる（1.1%、1社）』と続いた。

業種別にみると、「製造業」、「卸売業」、「小売業」については『少し悪くなる』と回答した企業が、「建設業」、「サービス業・その他」では『変わらない』と回答した企業が最も多かった。（表1）

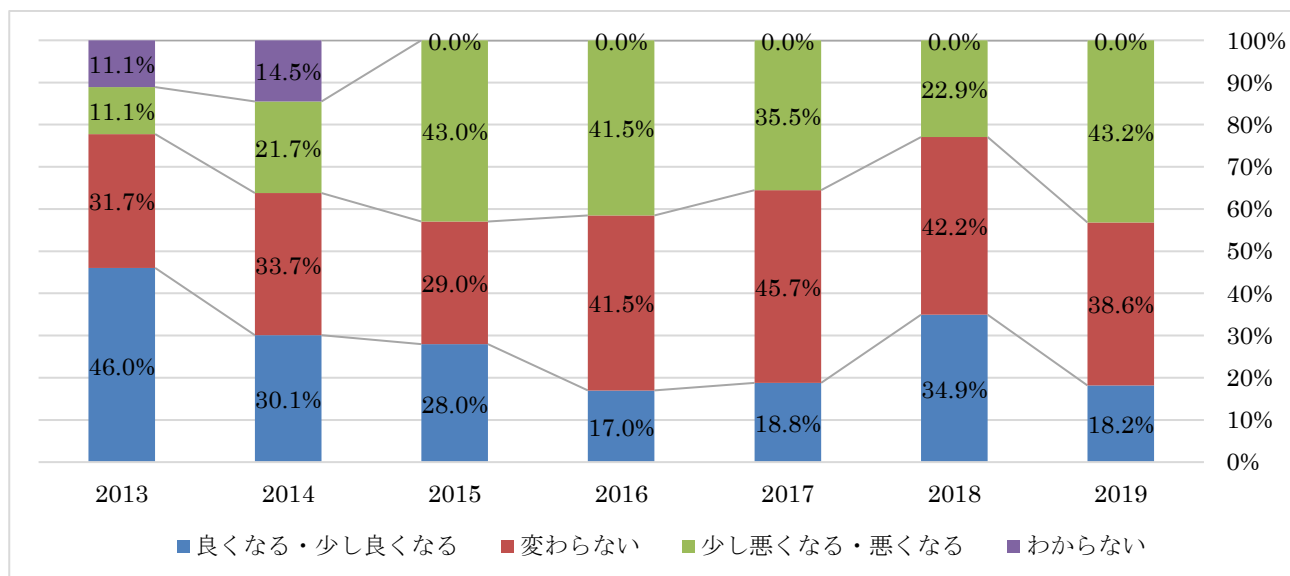
また、継続的な調査を開始した「2013年景気予測調査」以降と比較すると、『少し悪くなる』『悪くなる』（2013・2014年では『悪くなる』『大幅に悪くなる』）の合計は43.2%で、調査開始以降最も高くなった。なお、2014年12月に実施した『2015年景気予測調査』においても『少し悪くなる』『悪くなる』が高いが、その一因としては、同年4月に実施された消費税率引上げによる影響が推測される。（図1）

※「2015年景気予測調査」以降の選択肢に『わからない』という項目はない。

（表1）

	全体	製造業	建設業	卸売業	小売業	サービス業・その他
良くなる	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.3%
少し良くなる	17.0%	21.7%	0.0%	10.5%	40.0%	17.4%
変わらない	38.6%	30.4%	61.5%	21.1%	10.0%	60.9%
少し悪くなる	39.8%	47.8%	38.5%	52.6%	50.0%	17.4%
悪くなる	3.4%	0.0%	0.0%	15.8%	0.0%	0.0%

（図1）



『Q2. Q1で1)、2)と答えた方に伺います。その理由は何ですか。』 [複数回答可]

● 「中部横断道・リニア新幹線・東京オリンピック等の関連需要が見込める」が62.5%。

Q1で『良くなる』・『少し良くなる』と回答した16事業所にその理由について尋ねたところ、最も多かったのは、『中部横断道・リニア新幹線・東京オリンピック等の関連需要が見込める』が62.5%（10社）であった。

業種別にみると、「卸売業」、「小売業」、「サービス業・その他」において『中部横断道・リニア新幹線・東京オリンピック等の関連需要』が、「製造業」においては、『円安が良い影響をもたらすから』が最も多い。なお、「建設業」においては、『良くなる』・『少し良くなる』と回答した事業所はゼロであった。（表2）

（表2）

	全体	製造業	建設業	卸売業	小売業	サービス業・その他
政府の経済政策が良い影響をもたらすから	12.5%	20.0%	-	0.0%	0.0%	20.0%
円安が良い影響をもたらすから	18.8%	60.0%	-	0.0%	0.0%	0.0%
中部横断道・リニア中央新幹線・東京オリンピック等の関連需要が見込めるから	62.5%	40.0%	-	100.0%	75.0%	60.0%
米国や中国経済など国外景気の浮揚	12.5%	40.0%	-	0.0%	0.0%	0.0%
T P P 発行による貿易の拡大	0.0%	0.0%	-	0.0%	0.0%	0.0%
内需拡大・デフレからの脱却による景気回復	18.8%	20.0%	-	0.0%	0.0%	40.0%
外国人観光客による需要が見込めるから	18.8%	20.0%	-	0.0%	0.0%	40.0%
特に理由はない	12.5%	0.0%	-	0.0%	25.0%	20.0%
その他	0.0%	0.0%	-	0.0%	0.0%	0.0%

『Q3. Q1で4)、5)と回答した方に伺います。その理由は何ですか。』 [複数回答可]

● 『消費増税により悪い影響を受けるから』が71.1%。

Q1で『悪くなる』・『少し悪くなる』と回答した38事業所にその理由を尋ねたところ、最も多かったのは『消費増税により悪い影響を受けるから』の71.1% (27社)であった。次いで、『世界経済への先行き不安の影響を受けるから』が50.0% (19社)、『国内需要の停滞・デフレが継続するから』が36.8% (14社)であった。(表3)

なお、『その他』の回答については、**製造業**「半導体需要の減速」、**卸売業**「連休増加による消費マインドの低下」等であった。

(表3)

	全体	製造業	建設業	卸売業	小売業	サービス業・その他
政府の経済政策に期待が持てないから	23.7%	0.0%	20.0%	38.5%	60.0%	0.0%
円安により輸入物価が上昇するから	10.5%	18.2%	0.0%	7.7%	20.0%	0.0%
国内需要の停滞・デフレが継続するから	36.8%	36.4%	20.0%	46.2%	40.0%	25.0%
人材・人手不足が改善されないから	34.2%	9.1%	80.0%	30.8%	40.0%	50.0%
世界経済への先行き不安の影響を受けるから	50.0%	54.5%	60.0%	46.2%	20.0%	75.0%
消費増税により悪い影響を受けるから	71.1%	54.5%	60.0%	100.0%	80.0%	25.0%
TPP発効による価格の減少	2.6%	0.0%	0.0%	7.7%	0.0%	0.0%
特に理由はない	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他	5.3%	9.1%	0.0%	7.7%	0.0%	0.0%

『Q4. 貴社の来年(2019年)の経営状況について、どうなると予想されますか。』(2018年比)

[択一回答]

● 『変わらない』が39.8%

2019年の自社の経営状況については、『変わらない』と回答した企業が39.8% (35社)で最も多かった。次いで『少し良くなる (28.4%、25社)』、『少し悪くなる (27.3%、24社)』、『良くなる (3.4%、3社)』、『悪くなる (1.1%、1社)』と続いた。

業種別では、「建設業」、「小売業」、「サービス業・その他」は『変わらない』が、「製造業」は『少し良くなる』が、「卸売業」は『少し悪くなる』が最も多くなった。(表4)

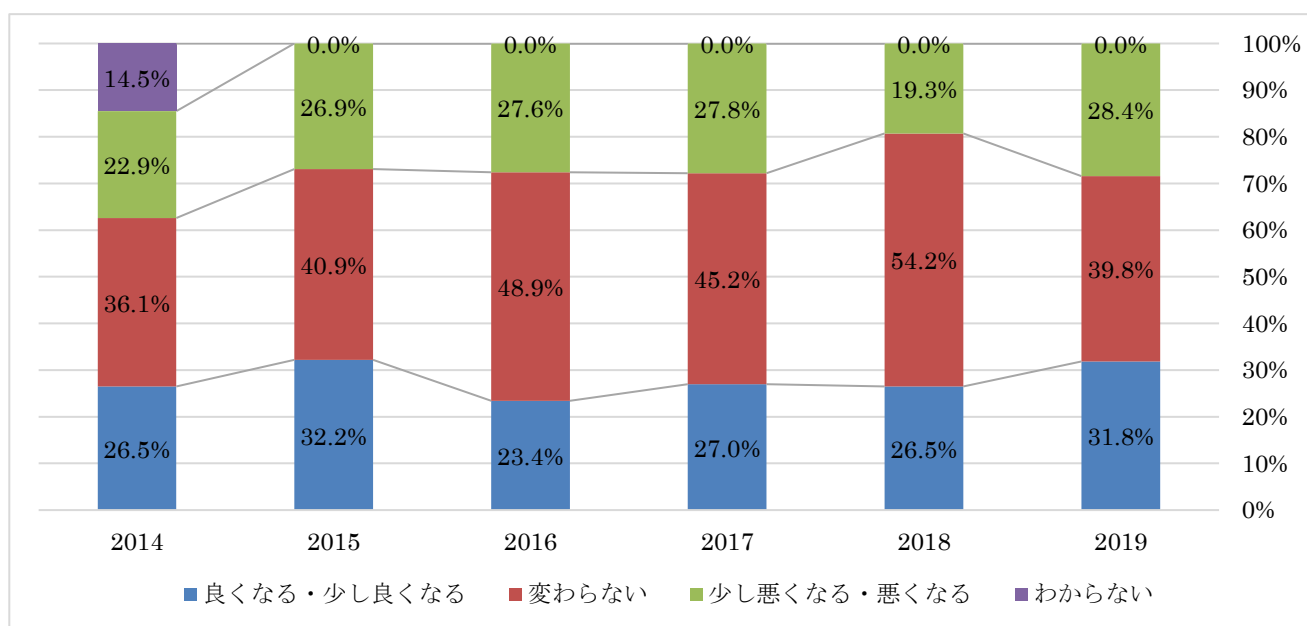
また、本調査項目を設定した「2014年景気予測調査」以降と比較すると、『少し悪くなる』『悪くなる』(※2014年では『悪くなる』『大幅に悪くなる』)の合計は28.4%で、調査開始以降、最も高くなった。一方で、『良くなる』『少し良くなる』(※2014年では『大幅に良くなる』『良くなる』)の合計も31.8%で2015年景気予測調査に次いで高くなった(図2)

※「2015年景気予測調査」以降の選択肢に『わからない』という項目はない。

(表4)

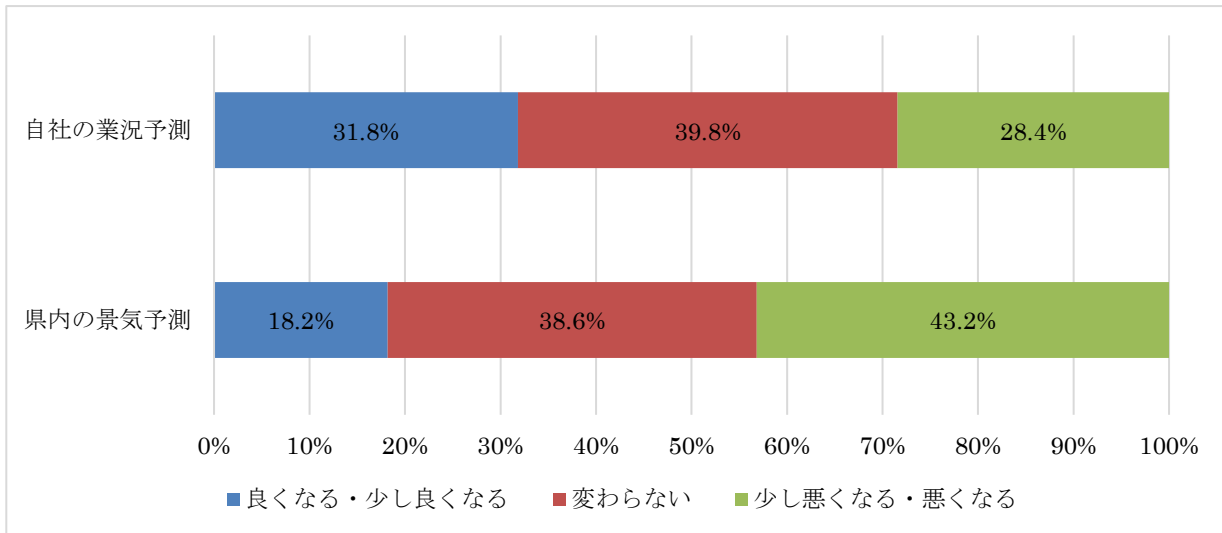
	全体	製造業	建設業	卸売業	小売業	サービス業・その他
良くなる	3.4%	0.0%	0.0%	5.3%	0.0%	8.7%
少し良くなる	28.4%	39.1%	23.1%	21.1%	30.0%	26.1%
変わらない	39.8%	30.4%	61.5%	26.3%	40.0%	47.8%
少し悪くなる	27.3%	26.1%	15.4%	47.4%	30.0%	17.4%
悪くなる	1.1%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

(図2)



さらに、2019年の自社と県内の景気予測とを比較すると、『良くなる・少し良くなる』については、自社の業況予測では31.8%に対し、県内の景気予測では18.2%であり、13.6ポイントの開きがあった。一方で、『少し悪くなる・悪くなる』についても、自社の業況予測が28.4%に対し、県内の景気予測では43.2%で、14.8ポイントの開きがあったことから、県単位という大きな視点から予想していることもあって、自社の業況予想と比べて慎重な判断となっていることが推測される。(図3)

(図3)



『Q5. 貴社の来年の業況予測を踏まえて、今後どのような経営戦略をお考えですか。』
[複数回答可]

● 「人材の確保・育成を強化する」が62.5%

来年の業況予測を踏まえて、今後どのような経営戦略を考えているのかについて尋ねたところ、『人材の確保・育成を強化する』が62.5% (55社) で最も多い結果であった。次いで、『営業・販売を強化する』が61.4% (54社)、『経費を削減する』が43.2% (38社) となった。なお、『その他』の回答は「サービス業・その他」「新規店舗の出店」であった。

また、回答別にみると、「良くなる・少し良くなる」では、『営業・販売を強化する』が、「変わらない」・「少し悪くなる・悪くなる」では『人材の確保・育成を強化する』という回答が最も多くなった。なお、上位2項目については、「良くなる・少し良くなる」、「変わらない」、「少し悪くなる、悪くなる」の全ての回答において同様の結果である。(表5)

次に業種別にみると、「製造業」「建設業」「サービス業・その他」において、『人材の確保・育成を強化する』が、「卸売業」「小売業」においては、『営業・販売を強化する』が最も多かった。なお、「建設業」においては『人材の確保・育成を強化』が84.6% (11社) で最も多かった。(表6)

(表5)

	全体	良くなる 少し良くなる	変わらない	少し悪くなる 悪くなる
新製品・新技術を開発する	18.2%	21.4%	11.4%	24.0%
他企業との連携を強める	20.5%	21.4%	20.0%	20.0%
海外展開を検討する	4.5%	0.0%	5.7%	8.0%
業種・業態転換を図る	8.0%	3.6%	8.6%	12.0%
販売先や取引先を変更する	4.5%	3.6%	2.9%	8.0%
人材の確保・育成を強化する	62.5%	46.4%	74.3%	64.0%
営業・販売を強化する	61.4%	64.3%	60.0%	60.0%
経費を削減する	43.2%	28.6%	42.9%	60.0%
IT化を含む設備投資を図る	19.3%	17.9%	20.0%	20.0%
その他	1.1%	3.6%	0.0%	0.0%

(表6)

	全体	製造業	建設業	卸売業	小売業	サービス業・その他
新製品・新技術を開発する	18.2%	34.8%	15.4%	15.8%	0.0%	13.0%
他企業との連携を強める	20.5%	13.0%	46.2%	26.3%	20.0%	8.7%
海外展開を検討する	4.5%	13.0%	0.0%	5.3%	0.0%	0.0%
業種・業態転換を図る	8.0%	4.3%	0.0%	10.5%	20.0%	8.7%
販売先や取引先を変更する	4.5%	0.0%	0.0%	10.5%	10.0%	4.3%
人材の確保・育成を強化する	62.5%	60.9%	84.6%	47.4%	60.0%	65.2%
営業・販売を強化する	61.4%	56.5%	61.5%	68.4%	70.0%	56.5%
経費を削減する	43.2%	34.8%	38.5%	52.6%	50.0%	43.5%
IT化を含む設備投資を図る	19.3%	39.1%	30.8%	10.5%	0.0%	8.7%
その他	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.3%
企業数	83	19	12	14	10	28

以上