

中小企業における 2018年の景気見通し等について

2012年12月から続く現在の景気拡張は昨年12月で61ヵ月となり、戦後2番目の長さだった「いざなぎ景気」の57ヵ月を既に超えている。もし新しく迎えた2018年も12月まで1年間回復が続くと73ヵ月となり、2002年2月から2008年2月まで続いた戦後最長の景気拡大期に並ぶ。

それではこの2018年の景気や自社の業況等について中小企業経営者はどのように予想しているか、アンケート調査で探ってみた。

調査時点：2017年12月上旬

調査対象：大阪シティ信用金庫取引先企業
(大阪府内)

調査方法：聞き取り法

依頼先数：1,400社

有効回答数：1,315社

有効回答率：93.9%

有効回答内訳：下の表のとおり

業種	実数	構成比
製造業	552社	42.0%
卸売業	219	16.6
小売業	93	7.1
建設業	226	17.2
運輸業	73	5.5
サービス業	152	11.6
計	1,315	100.0

従業者	実数	構成比
10人未満	787社	59.8%
10～49人	485	36.9
50人以上	43	3.3
計	1,315	100.0

1. 新年の見通し

(1) 景気予想

- 「良くなる」は 27.3%

はじめに、すべての企業に対し、2018 年の 1 年間を通した景気は、前年に比べどのようになると予想するか聞いた結果が第 1 表 - (1) である。

全体で見ると、「良くなる」と予想する企業は 27.3%、「横ばい」と予想する企業が 58.7%、「悪くなる」との予想は 14.0% だった。

前年の「2017 年予想」と比較すると、「良くなる」と答えた企業は(20.2%から)7.1 ポイント増加、また「横ばい」が(53.8%から)4.9 ポイント増加し、「悪くなる」は(26.0%から)12.0 ポイント減少しており、新年の景気予想は景気拡張が続いた昨年より明るさを増している。

こうしたことから、中小企業の予想では新年も景気回復が続き戦後最長の景気拡大に並ぶことになりそうだ。

業種別に見ると、「良くなる」とする企業は建設業が 33.1% で最も多い。また、建設業は「悪くなる」とする企業が 8.8% で最も少なく、一番明るい予想をしていることになる。

第 1 表 - (1) 景気予想

(%)

区分		項目	良くなる	横ばい	悪くなる	計
業種別	製造業		27.3 (20.3)	57.1 (53.6)	15.6 (26.1)	100.0
	卸売業		25.1 (15.2)	58.4 (53.9)	16.5 (30.9)	100.0
	小売業		18.3 (19.1)	65.5 (48.2)	16.2 (32.7)	100.0
	建設業		33.1 (27.6)	58.1 (53.2)	8.8 (19.2)	100.0
	運輸業		30.1 (19.2)	58.9 (55.2)	11.0 (25.6)	100.0
	サービス業		26.4 (17.0)	61.1 (59.2)	12.5 (23.8)	100.0
規模別	10 人未満		24.0 (19.2)	60.0 (53.0)	16.0 (27.8)	100.0
	10 ~ 49 人		32.4 (19.6)	56.5 (57.4)	11.1 (23.0)	100.0
	50 人以上		32.5 (40.8)	58.2 (33.3)	9.3 (25.9)	100.0
全体			27.3 (20.2)	58.7 (53.8)	14.0 (26.0)	100.0 (100.0)

注) ()内は、2016 年 12 月調査における 2017 年予想

(2) 自社の売上予想

- 「増加する」は 38.2%

次に、2018 年における自社の売上をどう予想するか聞いた結果が第1表 - (2)である。

全体で見ると、「増加する」と答えた企業は 38.2%、「横ばい」と答えた企業が 52.2%、「減少する」は 9.6%だった。

前項(1)で、景気が「良くなる」と予想した企業は 27.3%だったが、これを 10.9 ポイント上回る企業が自社売上の「増加」を見込んでおり、売上予想は景気予想よりやや強気になっている。

これを「2017 年予想」と比較すれば、「増加」と予想する企業が 4.2 ポイント増え、「横ばい」との予想は 1.4 ポイント減り、「減少」との予想が 2.8 ポイント減っている。

業種別に見ると、「増加」と予想する企業は建設業が 54.8%で最も多いのに対し、小売業は 21.6%で最も少ない。

第1表 - (2) 自社の売上予想

(%)

区分		項目	増加する	横ばい	減少する	計
業 種 別	製 造 業		36.4 (35.4)	52.3 (50.2)	11.3 (14.4)	100.0
	卸 売 業		38.8 (30.8)	51.6 (55.1)	9.6 (14.1)	100.0
	小 売 業		21.6 (20.0)	65.5 (68.2)	12.9 (11.8)	100.0
	建 設 業		54.8 (48.1)	39.4 (45.8)	5.8 (6.1)	100.0
	運 輸 業		30.1 (29.5)	61.7 (57.7)	8.2 (12.8)	100.0
	サ ー ビ ス 業		32.9 (24.5)	59.9 (64.6)	7.2 (10.9)	100.0
規 模 別	10 人 未 満		32.5 (30.4)	57.1 (55.8)	10.4 (13.8)	100.0
	10 ~ 49 人		47.0 (38.2)	45.0 (51.2)	8.0 (10.6)	100.0
	50 人 以 上		41.9 (48.1)	48.8 (44.4)	9.3 (7.5)	100.0
全 体			38.2 (34.0)	52.2 (53.6)	9.6 (12.4)	100.0 (100.0)

注 ()内は、2016 年 12 月調査における 2017 年予想

2. 新年の経営方針

(1) 「攻め」か「守り」か

－ 「攻め」が 55.7%

2018 年における中小企業の経営者マインドを探るため、自社の経営方針のイメージを「攻め」か「守り」(具体的イメージは次頁)で言い表すといずれになるか聞いた結果が第 2 表 - (1) である。

全体で見ると、2018 年の方針を「思い切った攻めの経営」とする企業は 6.8%、「どちらかといえば攻めの経営」が 48.9%あり、これら「攻めの経営」とする企業の合計は 55.7%となる。これに対し、「どちらかといえば守りの経営」とする企業が 39.8%、「徹底した守りの経営」が 4.5%あり、これら「守りの経営」とする企業の合計は 44.3%となった。

これを「2017 年予想」と比較すれば、「攻め」とする企業は 1.3 ポイント増えており、中小企業経営者のマインドは積極性がやや増しそうだ。

業種別に見ると、「攻めの経営」は建設業が 62.8%で最も多く、小売業が 47.3%で最も少ない。

第 2 表 - (1) 「攻め」か「守り」か

(%)

区分	項目	思い切った攻め	どちらか といえば 攻め	どちらか といえば 守り	徹底した 守り	計	+	
							攻めの経営	守りの経営
業 種 別	製 造 業	5.6	46.4	42.6	5.4	100.0	52.0	48.0
	卸 売 業	11.4	45.2	39.3	4.1	100.0	56.6	43.4
	小 売 業	7.5	39.8	43.0	9.7	100.0	47.3	52.7
	建 設 業	7.1	55.7	35.0	2.2	100.0	62.8	37.2
	運 輸 業	4.1	57.6	35.6	2.7	100.0	61.7	38.3
	サ ー ビ ス 業	4.6	55.3	37.5	2.6	100.0	59.9	40.1
規 模 別	10 人 未 満	6.4	42.1	46.3	5.2	100.0	48.5	51.5
	10 ～ 49 人	6.6	59.2	30.9	3.3	100.0	65.8	34.2
	50 人 以 上	16.3	60.4	18.6	4.7	100.0	76.7	23.3
	全 体	6.8	48.9	39.8	4.5	100.0	55.7	44.3
	[2017 年]	[5.3]	[49.1]	[41.2]	[4.4]	[100.0]	[54.4]	[45.6]

注) []内は、2016 年 12 月調査における 2017 年予想

(2) 「攻め」の具体的施策

- 「営業強化」が 66.7%

前項 2 - (1) で、2018 年における自社の経営方針のイメージを「攻め」と答えた企業(733 社、55.7%)に対し、その具体策について複数回答で聞いた結果が第 2 表 - (2) である。

全体で見ると、「業容拡大に向けた営業強化」と答えた企業が 66.7% で最も多い。次いで「新しい製(商)品・サービス等の開発・取扱い」とする企業が 33.3% と多く、「新規採用、中途採用、パート採用等による増員」も 23.0% となっている。「新設・増設・更新等、設備投資の実施」は 18.6% となっている。また、新業種への進出など、「事業の多角化」は 10.2% だった。

第 2 表 - (2) 「攻め」の具体的施策

(複数回答、%)

項目		営業強化	新製(商)品の開発	増員	設備投資	多角化	その他	
区分	製造業	59.6	39.0	22.0	24.0	7.0	0	
	卸売業	77.4	44.4	12.9	11.3	17.7	0	
業種別	小売業	53.5	55.8	11.6	32.6	14.0	0	
	建設業	73.9	21.1	31.0	7.0	7.7	0	
	運輸業	57.8	13.3	40.0	31.1	8.9	0	
	サービス業	73.6	18.7	24.2	16.5	13.2	1.1	
	規模別	10人未満	68.2	32.4	18.7	14.5	8.9	0.3
		10~49人	65.5	34.5	26.6	21.6	11.0	0
	50人以上	60.6	33.3	36.4	36.4	18.2	0	
	全体	66.7	33.3	23.0	18.6	10.2	0.1	

< 「攻め」と「守り」のイメージ >

「攻めの経営」とは 事業の拡大・多角化を目的とする、新製(商)品・サービス等の開発・取扱い、新設・増設・更新などの設備投資、新卒採用・中途採用など

「守りの経営」とは 事業の拡大・多角化目的の諸施策を自粛するほか、減員、減産、販路縮小、取扱い製(商)品の絞込み、設備・資産の処分など

3. 新年の懸念事項

- 「内需の低迷」が過半数、運輸・建設は「人手不足」が最多

2018年の自社経営に悪影響を及ぼすことが懸念される事項は何か、すべての企業に複数回答で聞いた結果が第3表である。

全体で見ると、「個人消費等、内需の低迷」と答えた企業が51.9%と過半数を占めた。次いで、「人手不足、人材難」が45.1%で多く、「人件費等、諸経費の高騰」とする企業も39.5%となっている。また、「取引先等からの値引き要求」とする企業が27.4%あり、「為替の変動による売上・収益減」は6.0%となっている。

業種別に見ると、「人手不足、人材難」は運輸業で75.3%にのぼり、建設業も65.3%と多くっており、これらの業種では一番の懸念事項になっている。

第3表 懸念事項

(複数回答、%)

区分		項目	個人消費等 内需の低迷	人手不足 人材難	諸経費 の高騰	値引き要求 の高まり	為替の変動	国際情勢
業種別	製造業		52.7	42.9	39.6	32.5	5.1	5.3
	卸売業		57.1	27.2	39.2	37.8	16.6	8.3
	小売業		65.6	32.3	36.6	6.5	2.2	5.4
	建設業		46.7	65.3	35.1	21.8	2.2	5.3
	運輸業		32.9	75.3	53.4	16.4	4.1	4.1
	サービス業		50.0	41.9	41.2	20.3	2.7	1.4
規模別	10人未満		57.5	38.3	35.7	28.0	5.8	4.6
	10～49人		43.4	54.6	45.2	26.8	6.4	5.6
	50人以上		46.5	62.8	44.2	23.3	4.7	14.0
全体			51.9	45.1	39.5	27.4	6.0	5.3