

ネットモニター調査結果 — '20年1月期 —

ご協力いただいたモニター数: 279社
調査期間: 2020年2月3日～10日

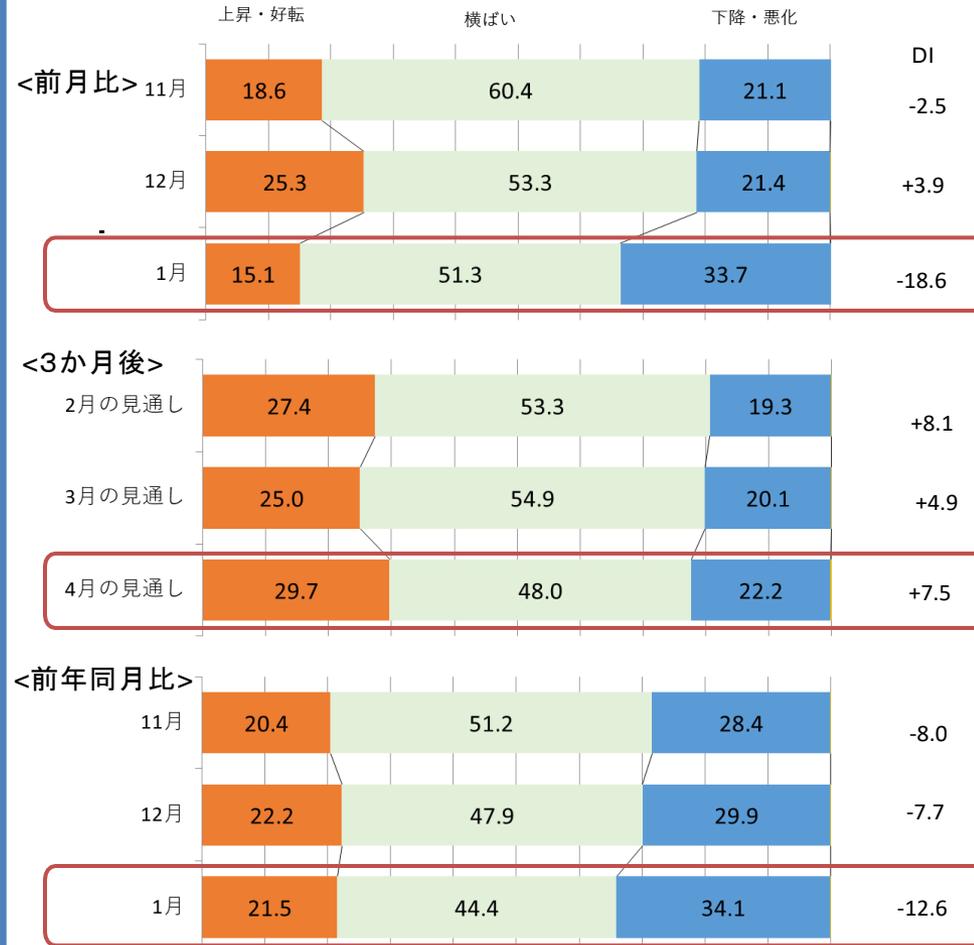
注: ネットモニター調査は、2019年4月から大阪市経済戦略局と(公財)大阪産業局が共同実施しており、両調査の回答を集約のうえ、とりまとめて結果を公表しております。

《 1月の景況判断に関する要点 》(図A、図B、図C)

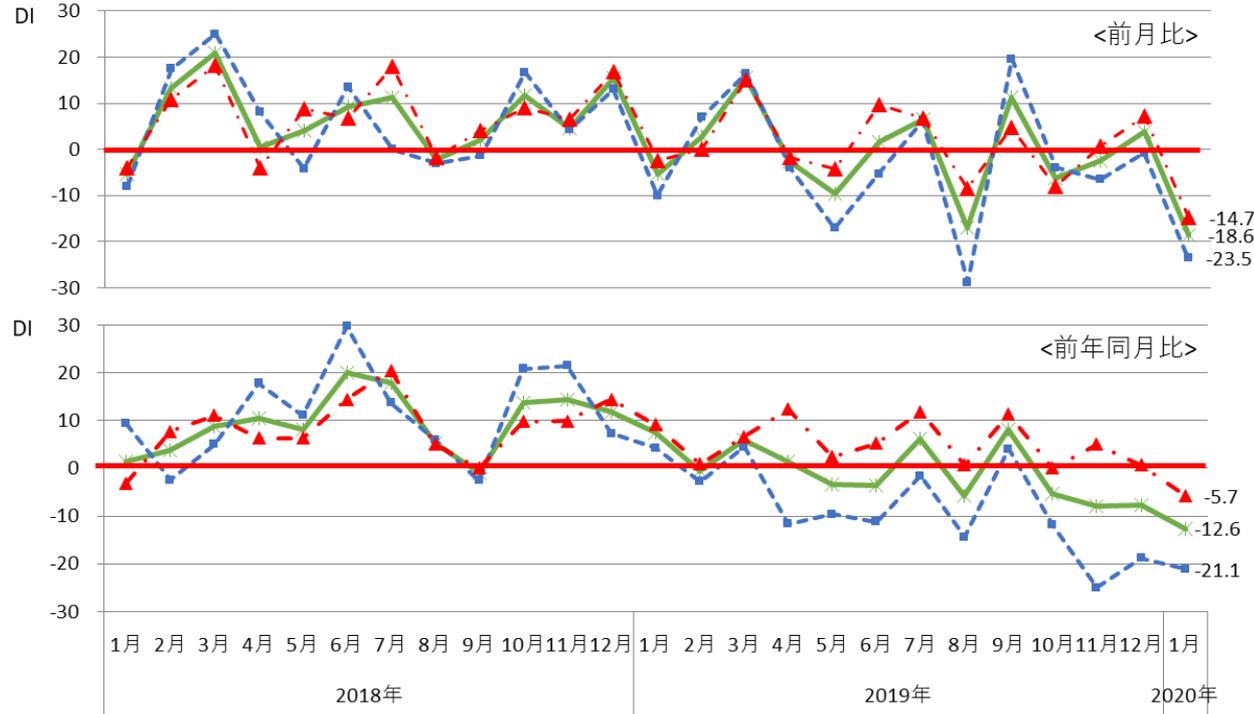
「景気は緩やかな後退局面の様相」

- ・ **1月の景況(前月比)** をみると、「上昇・好転」の割合は下降して15.1%、「下降・悪化」は増加して33.7%となり、DIは前月より**22.5ポイント**下降し**-18.6**。前月の季節的な影響による上昇から一転し、**今月は大幅な下降となった**。業種別では、製造業が22.7ポイント下降して-23.5、非製造業は22.0ポイント下降し -14.7。今月は両業種ともに大幅に下降。
- ・ **<上昇・好転要因>** は、「内需が増大したから」が54.8%と突出して高く、「時期的、季節的な要因で」が31.0%となった。
- ・ **<下降・悪化要因>** は、「内需が減少したから」が54.3%で最も高く、続いて「時期的、季節的な要因で」が41.5%となった。これに次いで、「輸出が減少したから」が5.3ポイント上昇して19.1%となった。「その他」の10件中4件が新型コロナウイルス感染症に関わる事由。
- ・ **3ヵ月後(4月)の見通し** は、「上昇・好転」が29.7%、「下降・悪化」が22.2%となりDIは**+7.5**。前月調査の3月の見通しよりも2.6ポイント高い見通し。
- ・ **1月の前年同月比** は、「上昇・好転」が21.5%、「下降・悪化」が34.1%、DIは**4.9ポイント**下降し**-12.6**。業種別では、製造業は2.3ポイント下降し-21.1、非製造業は6.4ポイント下降し-5.7。製造業はマイナス水準が続くなか再び下降、非製造業は2ヵ月連続で下降しマイナス水準に転じた。

図A 景況判断



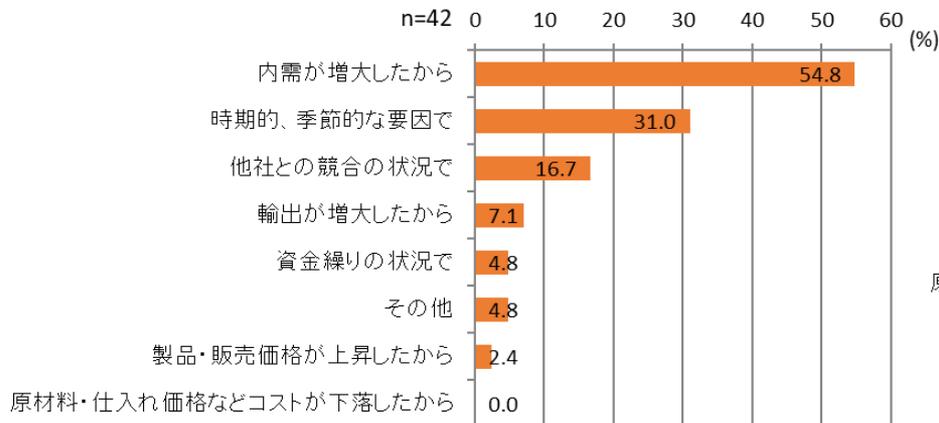
図B 景況DIの推移(業種別)



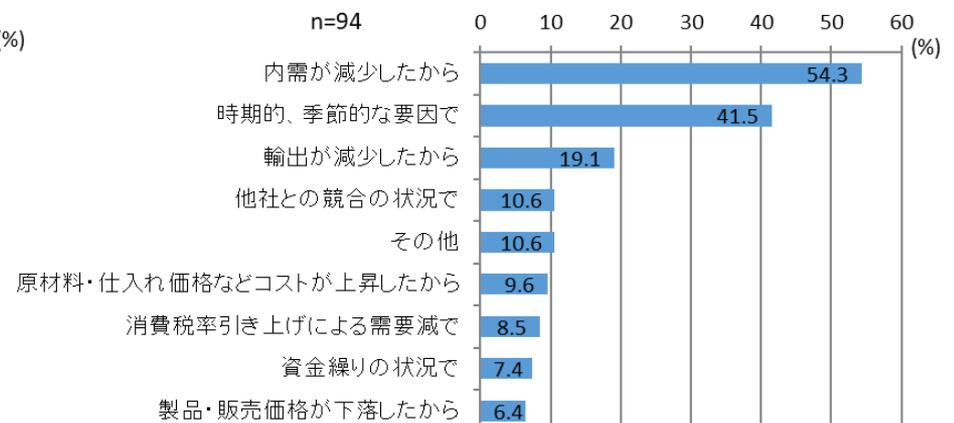
* DI(Diffusion Index)は、「上昇・好転」の割合から、「下降・悪化」の割合を引いた数字。景気動向を表す指標のひとつ。

図C 前月比景況変化の理由

<上昇・好転要因>



<下降・悪化要因>



《消費税率引き上げに伴う駆け込み需要の有無》図D

＜全体＞

- 「駆け込み需要がなかった」が40.5%を占め、「駆け込み需要があった」の12.2%を大きく上回った。なお、「駆け込み需要の影響を受けない業種・業態」が39.4%と、「わからない」が7.9%となった。

＜業種別＞

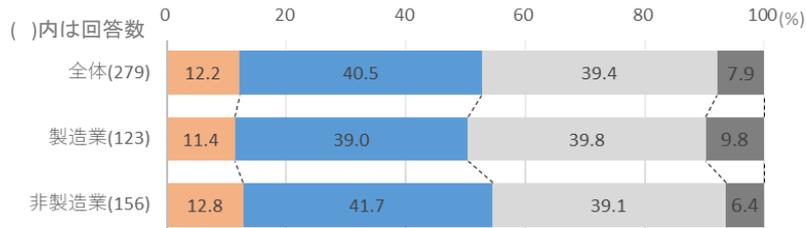
- 特に大きな差は見られず、全体とほぼ同じ割合の構成となった。

＜規模別＞

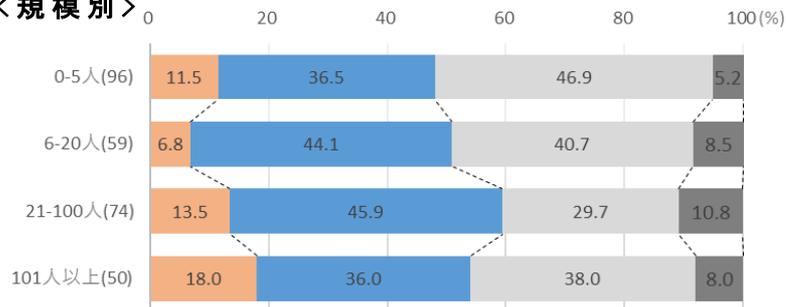
- 「駆け込み需要があった」について、101人以上が最も高く18.0%、6-20人が最も低い6.8%となった。

図D 駆け込み需要の有無

＜全体・業種別＞



＜規模別＞



■ 駆け込み需要があった
■ 駆け込み需要がなかった
■ 駆け込み需要の影響を受けない業種・業態
■ わからない

《駆け込み需要の当初想定との比較》図E

＜全体＞

- 前問で「駆け込み需要があった」との回答のうち、「概ね想定通りだった」が61.8%で最も高く、次いで「想定を下回った」が26.5%を占め、「想定を上回った」は11.8%にとどまった。

＜業種別＞

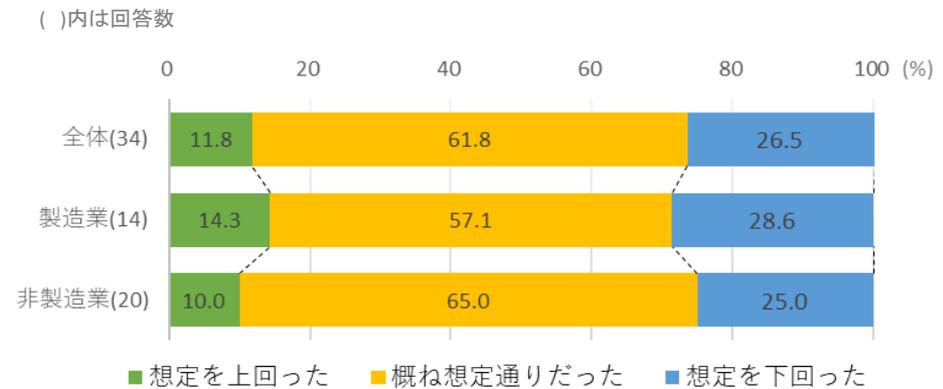
- ほぼ全体と同様の傾向が見られた。

【参考】2014年4月消費税率引き上げ前の駆け込み需要について、当初想定との比較(2014年4月調査) ※図なし

- 全体では、「想定を上回った」が33.7%。
- 「概ね想定通りだった」が51.8%。
- 「想定を下回った」が14.5%。

図E 駆け込み需要の当初想定との比較

＜全体・業種別＞



※図Dにおいて、「駆け込み需要があった」と回答した人のみの集計

《消費税率引き上げ後の売上高の変化》

図F

<全体>

- 「変化なし」が最も高く61.3%、次いで「減少した」が24.7%となった。「増加した」は3.9%となった。

<業種別>

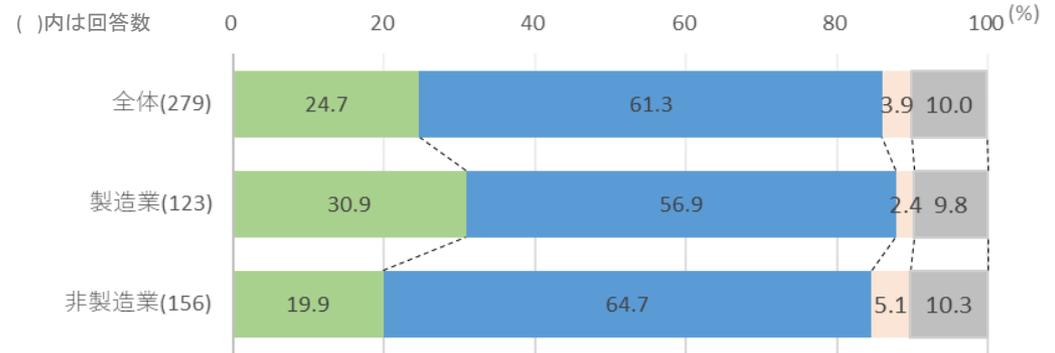
- 製造業、非製造業ともに、全体と同様に「変化なし」が最も高いが、「減少した」との回答は、製造業の30.9%に対して、非製造業は19.9%と、非製造業が低くなった。

<規模別>

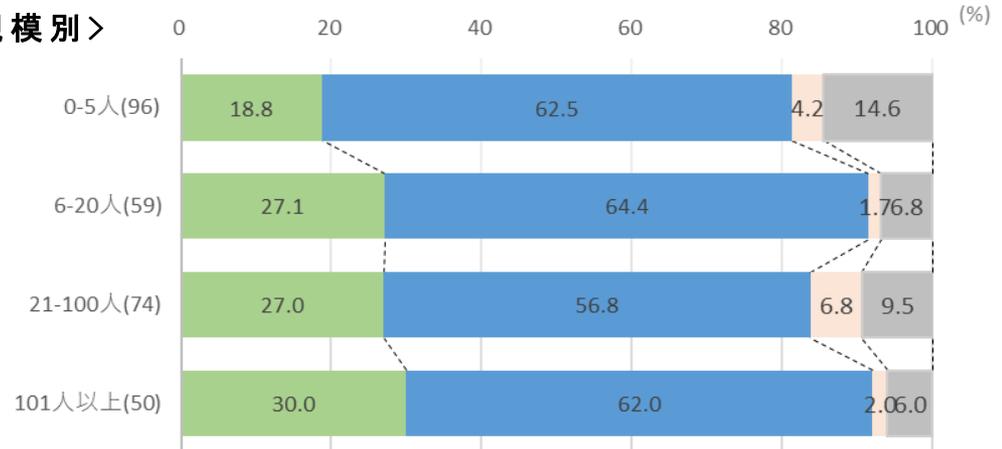
- いずれの規模も「変化なし」が最も高いが、「減少した」との回答は、0-5人では18.8%に対して、6-20人で27.1%、21-100人で27.0%と、0-5人以上よりも高く、さらに、101人以上では30.0%と、0-5人と比べて10ポイント以上高くなった。

図F 消費税率引き上げ後の売上高の変化

<全体・業種別>



<規模別>



■ 減少した ■ 変化なし ■ 増加した ■ わからない
(一時的なものを含む)

《売上高の回復時期の見通し》図G

＜全体＞

- 図Fにおいて「減少した」と回答した人に対して、売上高の回復時期を聞いたところ、「わからない」とする回答以外では、「2020年3月までに回復の見通し」と「2020年9月までに回復の見通し」がともに15.7%となった。長期化を見込む「2020年10月以降になる見通し」とする割合が14.3%、他方で、「すでに回復した」は、10.0%と最も低くなった。

＜業種別＞

- 製造業、非製造業ともに全体とほぼ同様の傾向だが、「すでに回復した」については、製造業の5.3%に対して、非製造業では15.6%と10ポイント以上の差が見られた。

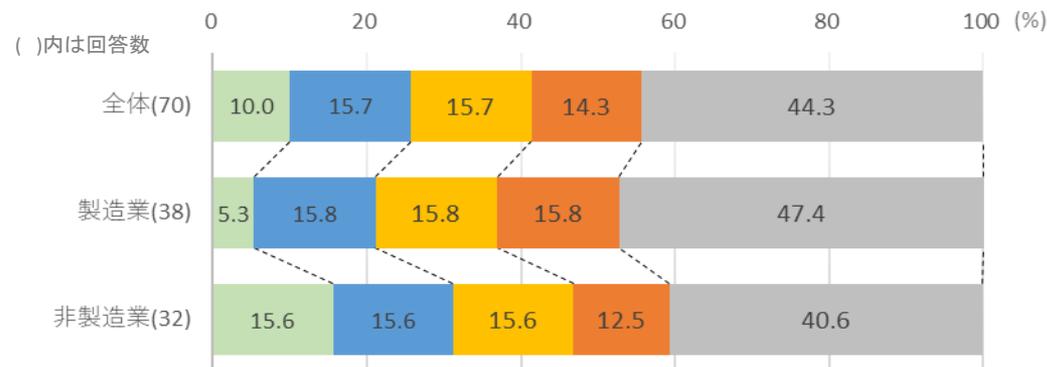
＜規模別＞

- 「わからない」とする回答以外の傾向を見ると、0-5人では「2020年9月までに回復の見通し」の26.3%が最も高いのに対して、6-20人では「2020年3月まで」、「2020年9月まで」、「2020年10月以降」が同率の12.5%となった。また、21-100人では「2020年3月までに回復の見通し」の30.0%、101人以上では「すでに回復した」が、それぞれ最も高くなった。総じて、規模が大きい事業所ほど、早期の回復を見込んでいる割合が高い傾向が見られた。

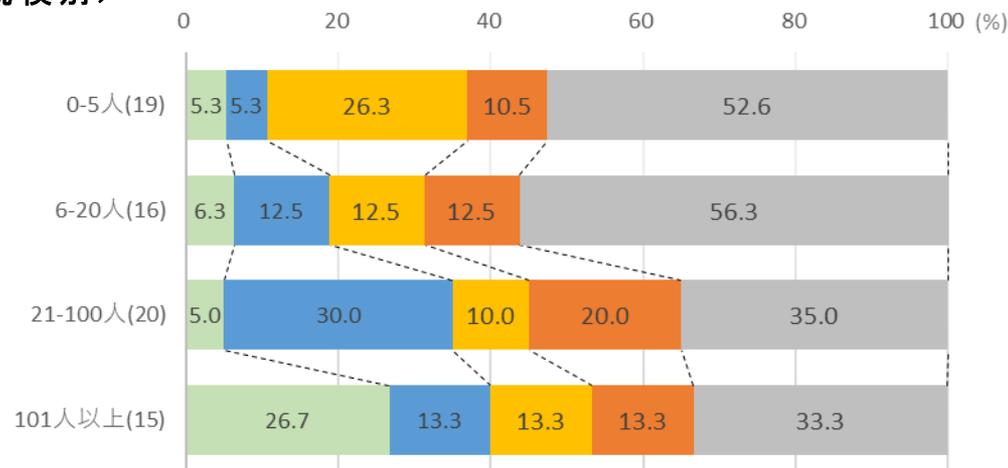
図G 売上高の回復時期の見通し

- ※1 図Fにおいて、「減少した」と回答した人のみの集計。
- ※2 規模別の集計については、サンプル数が少ないことに注意を要する。

＜全体・業種別＞



＜規模別＞



■ すでに回復した
 ■ 2020年3月までに回復の見通し
 ■ 2020年9月までに回復の見通し
 ■ 2020年10月以降になる見通し
 ■ わからない

《 軽減税率への対応が完了した時期 》

図H

< 全体 >

- 「対応の必要がない」が54.5%で、半数を上回った。
- 「対応の必要がない」を除くと、「10月1日までに完了した」が33.3%で最も高く、次いで、「間に合わなかったが、現在は完了した」が5.7%、「対応の必要があるが、現在も完了していない」が3.2%となった。

< 業種別 >

- 業種別で大きな傾向の差は見られず、全体と同様に、「対応の必要がない」を除くと「10月1日までに完了した」が最も高く、製造業で30.9%、非製造業で35.3%、「間に合わなかったが、現在は完了した」と、「対応の必要があるが、現在も完了していない」がいずれの業種でも数パーセントとなった。

< 規模別 >

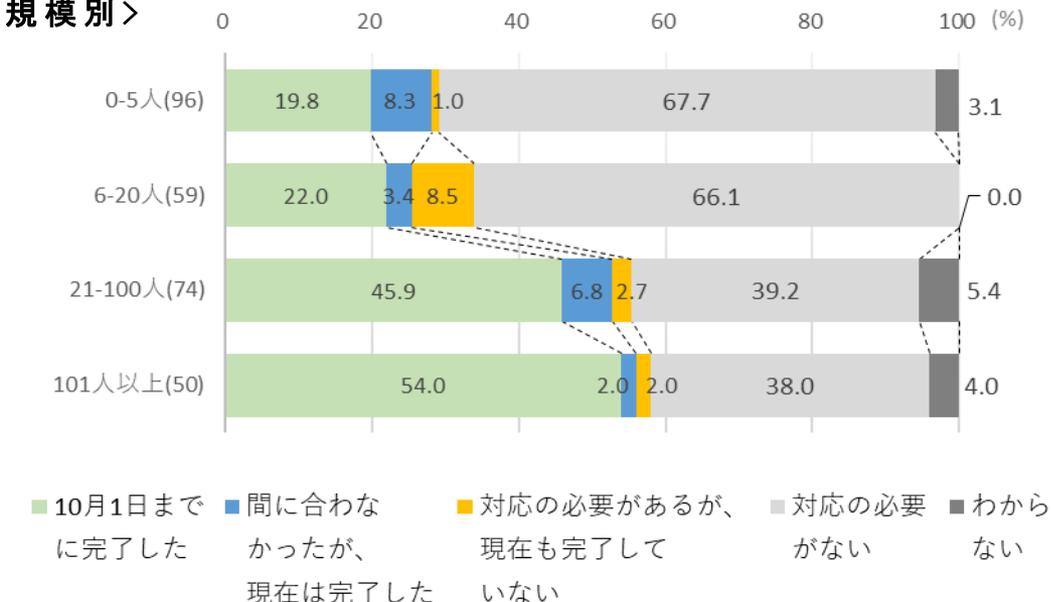
- 「対応の必要がない」の割合を見ると、0-5人と6-20人で6割台半ば、21-100人と101人以上では約4割と差が見られた。また、6-20人では、「対応の必要があるが、現在も完了していない」が他の規模よりもやや高くなった。

図H 軽減税率への対応が完了した時期

< 全体・業種別 >



< 規模別 >



《消費税率引き上げにより生じた問題》図 I

<全体>

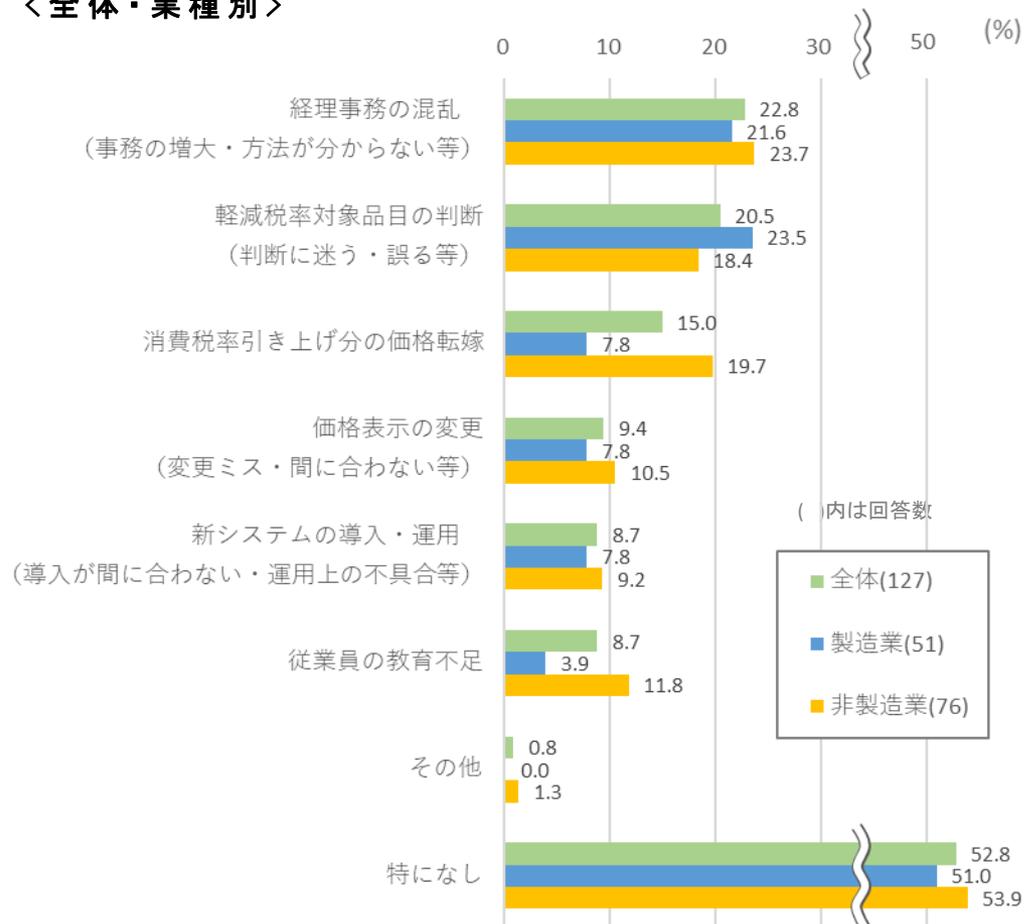
- 「特になし」が52.8%と半数を上回った。
- 「特になし」を除いて、最も高かったのは、「経理事務の混乱」が22.8%、次いで、「軽減税率対象品目の判断」が20.5%、「消費税率引き上げ分の価格転嫁」が15.0%となった。

<業種別>

- 業種別で特に大きな差が見られるのは、「消費税率引き上げ分の価格転嫁」で、製造業の7.8%に対して、非製造業では19.7%と、非製造業が上回った。また、「従業員の教育不足」についても、製造業の3.9%に対して、非製造業では11.8%と、非製造業が上回った。
- 「軽減税率対象品目の判断」については、製造業が23.5%に対して、非製造業が18.4%となり、製造業が上回った。

図 I 消費税率引き上げにより生じた問題

<全体・業種別>

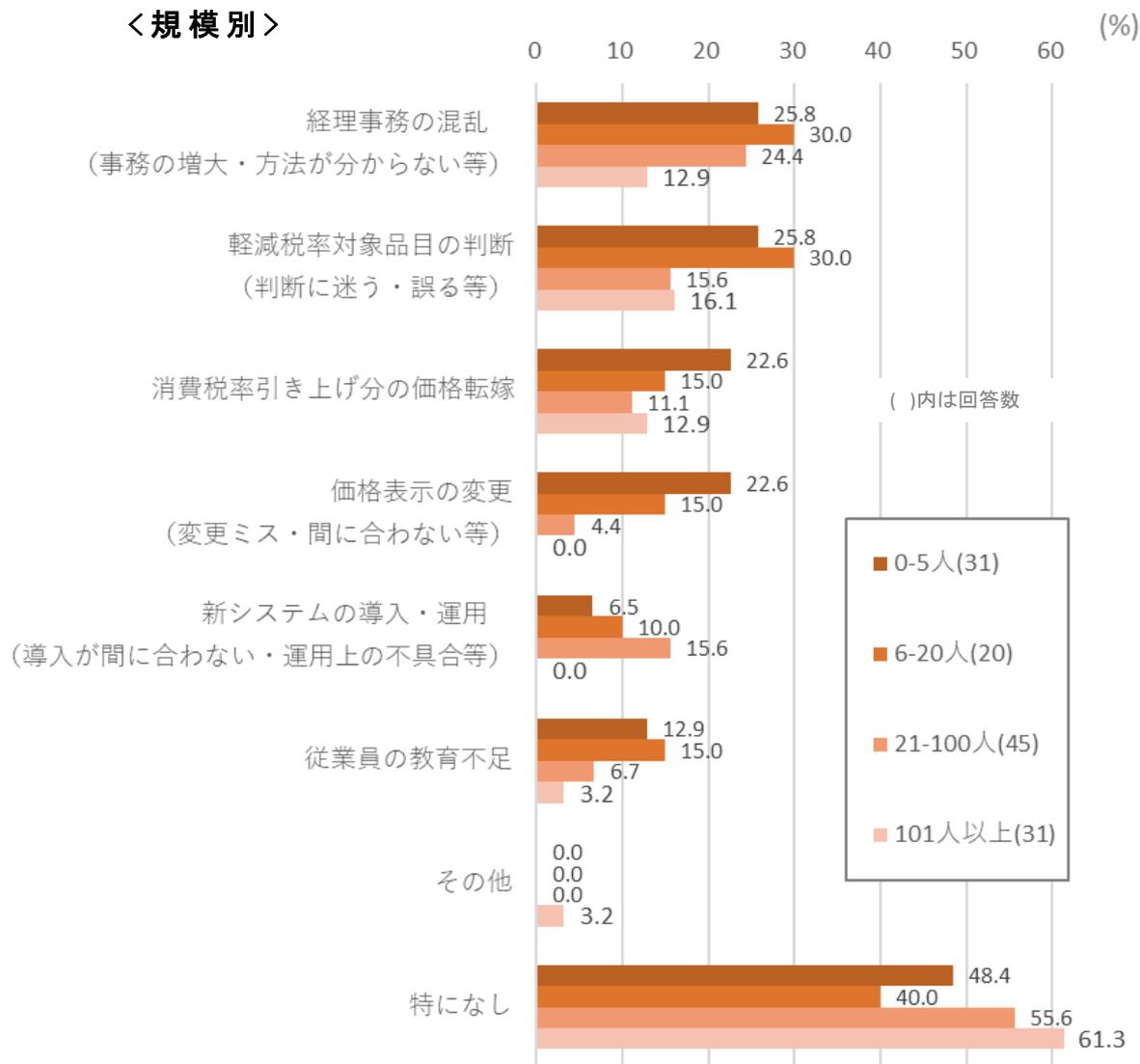


《消費税率引き上げにより生じた問題》図 I (続き)

＜規模別＞

- 「特になし」について、0-5人、6-20人の40%台に対して、21-100人では55.6%、101人以上では61.3%と規模が大きい事業所で高くなっており、規模が大きい事業所ほど、問題が生じなかった割合が高いことがうかがえる。
- 「特になし」以外については、ほとんどの項目で、規模の小さい事業所で高く、規模が大きいほど低くなる傾向がみられる。特に、「消費税率引き上げ分の価格転嫁」と「価格表示の変更」については、0-5人のみが20%以上となった。
- また、「経理事務の混乱」や「軽減税率対象品目の判断」については、6-20人規模で最も高く、30%台となった。
- 「新システムの導入・運用」については他の項目と傾向が異なり、0-5人で低く、21-100人で最も高い。また、101人以上ではゼロとなった。

図 I 消費税率引き上げにより生じた問題(続き)



《国のキャッシュレス・ポイント還元事業への参加》図J

<全体>

- 還元事業に参加した割合は9.0%（「当社は施策の対象ではない」を除いた再集計では33.3%、以下カッコ内は再集計結果）、不参加が91.0%（66.7%）となった。
- 還元事業に参加したうち、「国の%（16.0%）」、「以前から（キャッシュレスに）対応し、国の還元事業に参加」が4.7%（17.3%）と施策により導入」が4.3%となった。

<業種別>

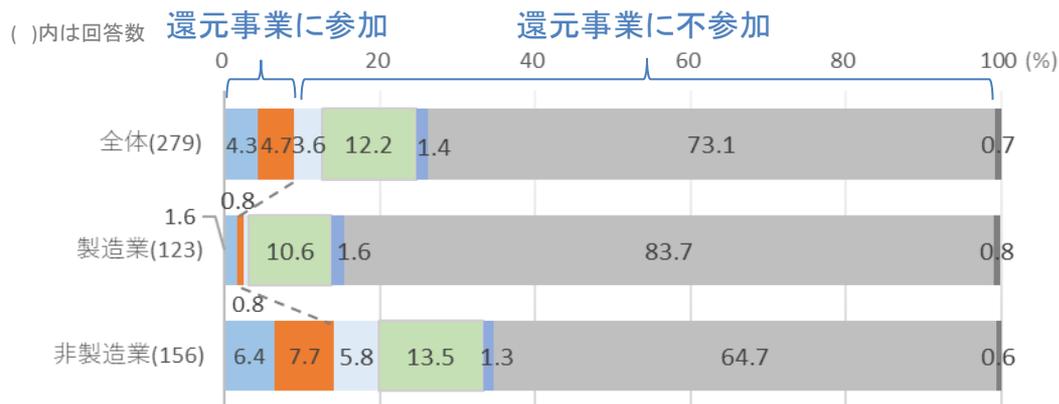
- 還元事業に参加した割合は、製造業が2.4%（15.0%）、非製造業が14.1%（40.0%）と、非製造業が上回った。

<規模別>

- 規模別で還元事業に参加した割合を見ると、0-5人が最も高く12.5%（38.7%）となった。次いで、101人以上が10.0%（50.0%）と、6-20人の6.8%（26.7%）を僅かに上回った。また、101人以上では、「国の施策により導入」は8.0%（40.0%）と他の規模よりも高くなった。

図J 国のキャッシュレス・ポイント還元事業への参加

<全体・業種別>



<規模別>



還元事業に参加

■ 国の施策により導入

■ 以前から対応し、国の還元事業に参加

■ 以前から対応しているが、還元事業には不参加

■ 国の支援施策は知っていたが、導入していない

■ 知らなかった

■ 当社は施策の対象ではない

■ わからない

【参考】キャッシュレス決済の導入による業務効率化への効果 図K

＜全体＞

- サンプル数が少ないため参考にとどまるが、「効果があった」が25.0%、「あまり効果がなかった」が58.3%となった。

【参考】ポイント還元事業の導入による売上確保への効果 図L

＜全体＞

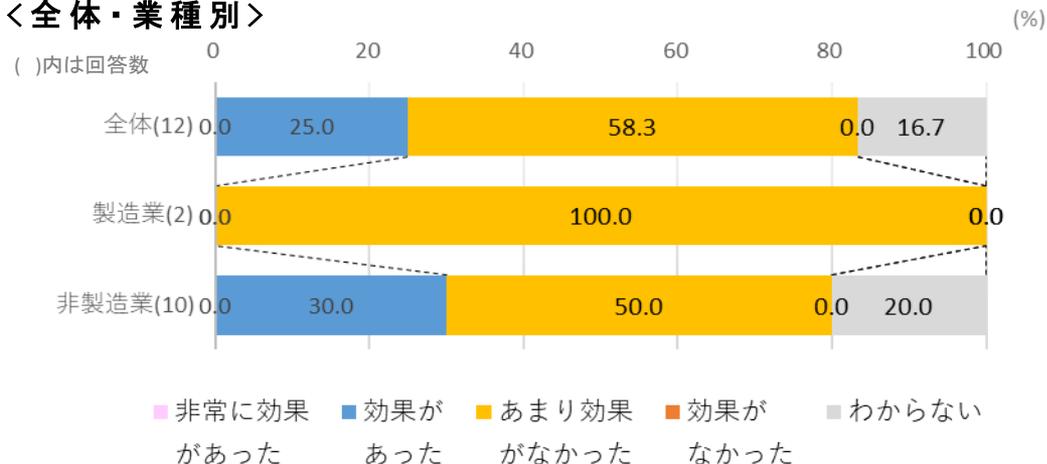
- サンプル数が少ないため参考にとどまるが、“効果があった”(「非常に効果があった」+「効果があった」)が24.0%、「あまり効果がなかった」が48.0%、「効果がなかった」が12.0%となった。

図K [参考]キャッシュレス決済の導入による、業務効率化への効果

※1 図Jにおいて、「国の施策により導入」と回答した人のみの集計

※2 サンプル数が少ないことに注意を要する。

＜全体・業種別＞



図L [参考]ポイント還元事業の導入による売上確保への効果

※1 図Jにおいて、「国の施策により導入」と「以前から(キャッシュレスに)対応し、国の還元事業に参加」と回答した人のみの集計

※2 サンプル数が少ないことに注意を要する。

＜全体・業種別＞

