

ネットモニター調査結果 — '20年7月期 —

ご協力いただいたモニター数: 298社
調査期間: 2020年8月3日～10日

《 7月の景況判断に関する要点 》(図A、図B、図C)

「景気回復は足踏み、新型コロナウイルス感染症の影響により依然厳しい状況」

- ・ 7月の景況(前月比) をみると、「上昇・好転」の割合は下降して18.6%、「下降・悪化」は下降して35.8%となり、DIは前月より1.6ポイント下降して-17.2。業種別DIは、製造業が7.3ポイント下降して-23.2、非製造業が2.5ポイント上昇して-12.8となった。
- ・ ＜上昇・好転要因＞ はサンプル数がやや少ないが、「内需が増大したから」が54.5%で最も高く、次いで「時期的、季節的な要因で」が32.7%、「新型コロナウイルス感染症の影響で(上昇)」が20.0%となった。また、「その他」の回答には、「コロナ自粛解除により」、「(顧客となる)飲食店が開店した」などの回答が含まれた。
- ・ ＜下降・悪化要因＞ は、「新型コロナウイルス感染症の影響で」が75.5%、次いで「内需が減少したから」が62.3%と、この2要因が突出して高かった。
- ・ 3ヵ月後(10月)の見通し は、「上昇・好転」が18.9%、「下降・悪化」が38.5%となり、DIは前月より4.3ポイント下降して-19.6となった。
- ・ 7月の前年同月比 は、「上昇・好転」が9.8%、「下降・悪化」が59.5%、DIは1.3ポイント上昇して-49.7。業種別DIでは、製造業は0.7ポイント低下し-60.8、非製造業は2.3ポイント上昇し-41.5となった。

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。

図A 景況判断

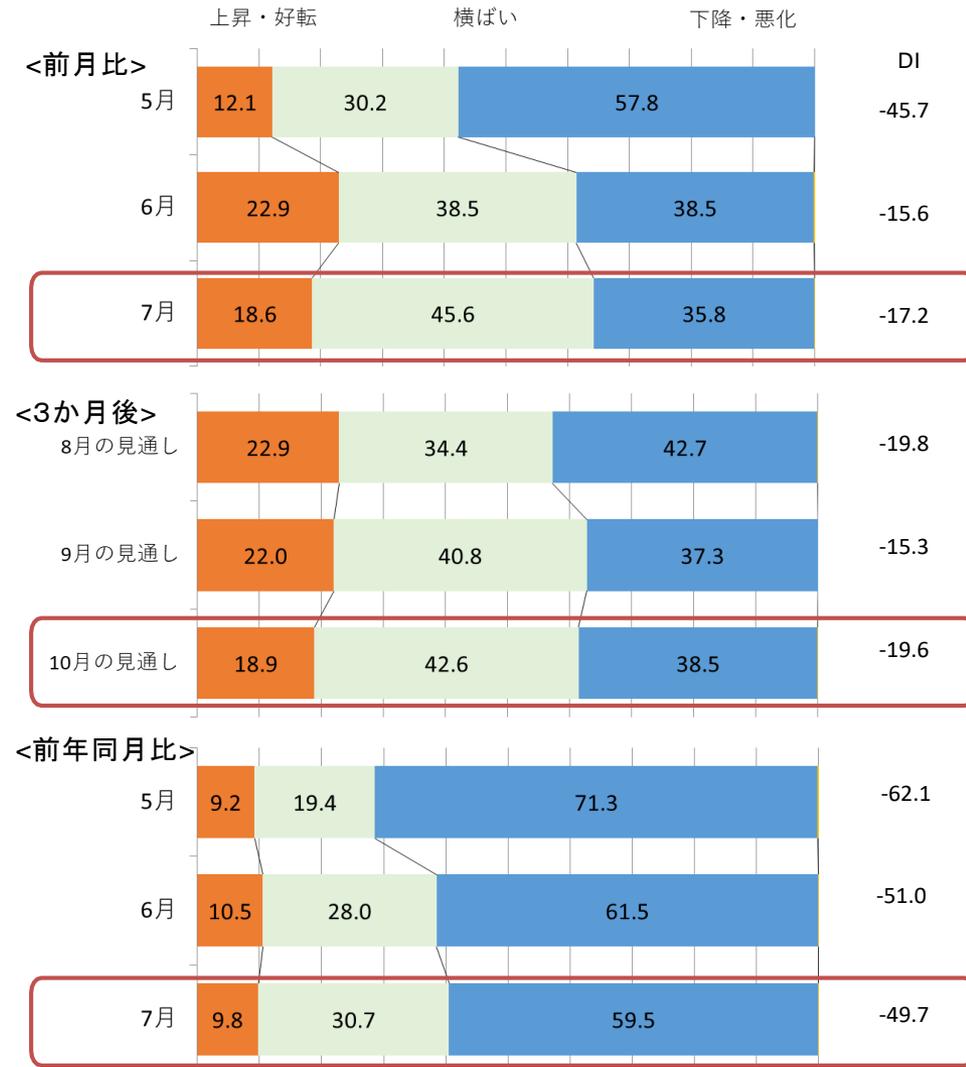
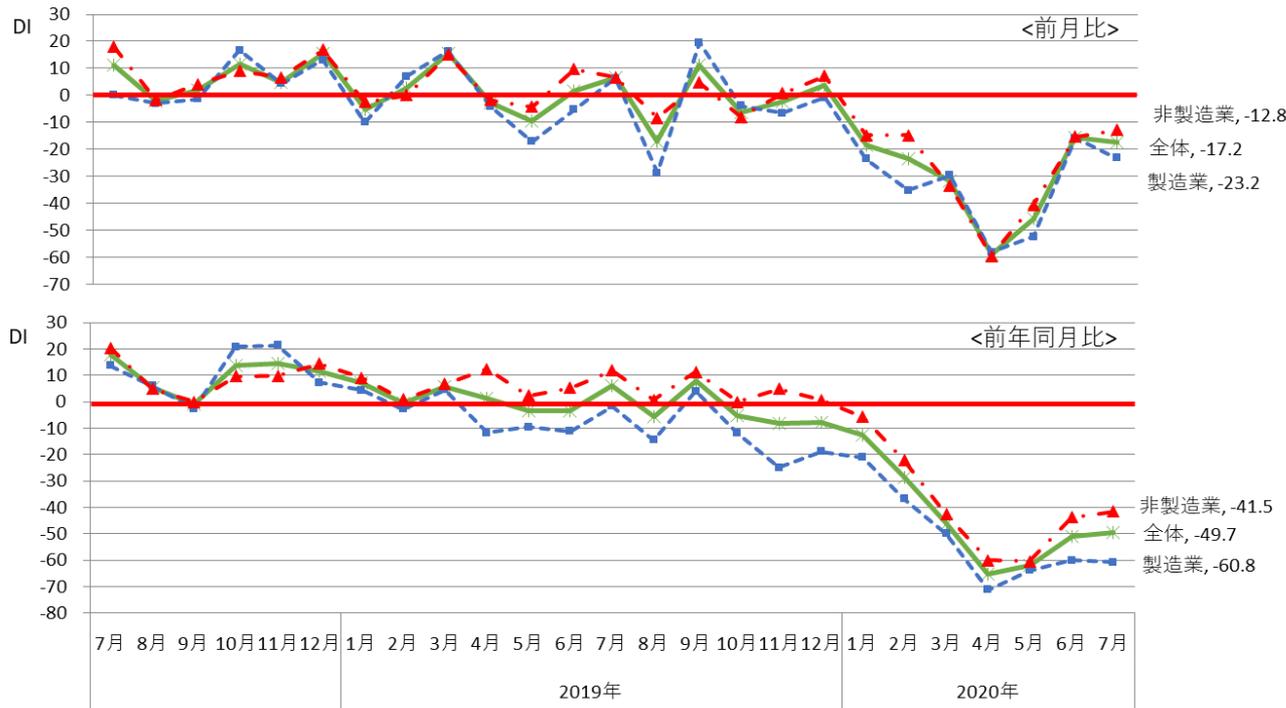


図 B 景況DIの推移(業種別)



* 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。

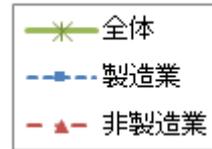


図 C 前月比景況変化の理由

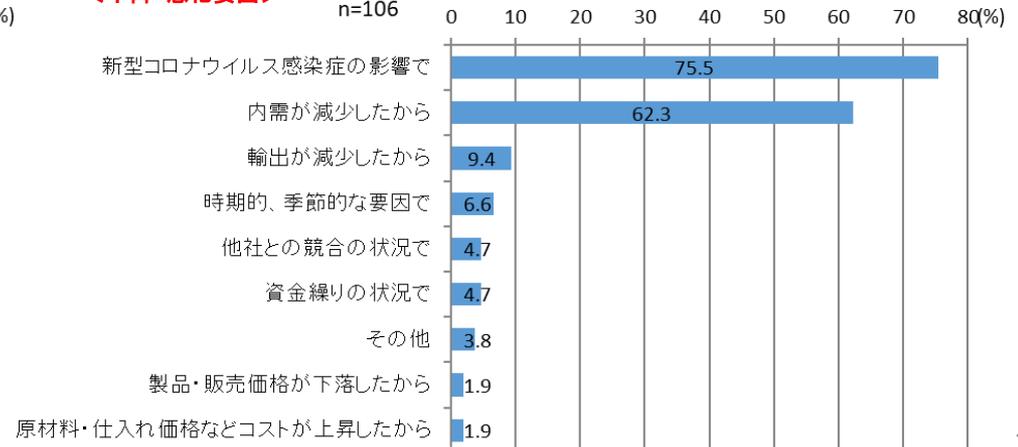
<上昇・好転要因>

n=55



<下降・悪化要因>

n=106



《新型コロナウイルス感染症の拡大によるビジネスへの影響》図D

<全体>

- 「マイナスの影響が持続」は60.7%、「マイナスの影響があったが、現在はほぼ回復」は8.8%となった。「マイナスの影響が今後生じる可能性がある」は18.6%となった。

<業種別>

- 「マイナスの影響が持続」は、製造業で68.0%、非製造業で55.3%となり、製造業が上回った。「マイナスの影響があったが、現在はほぼ回復」は製造業で5.6%、非製造業11.2%となり、非製造業が上回った。
- 「マイナスの影響が今後生じる可能性がある」は、製造業で13.6%、非製造業で22.4%で、非製造業が上回った。

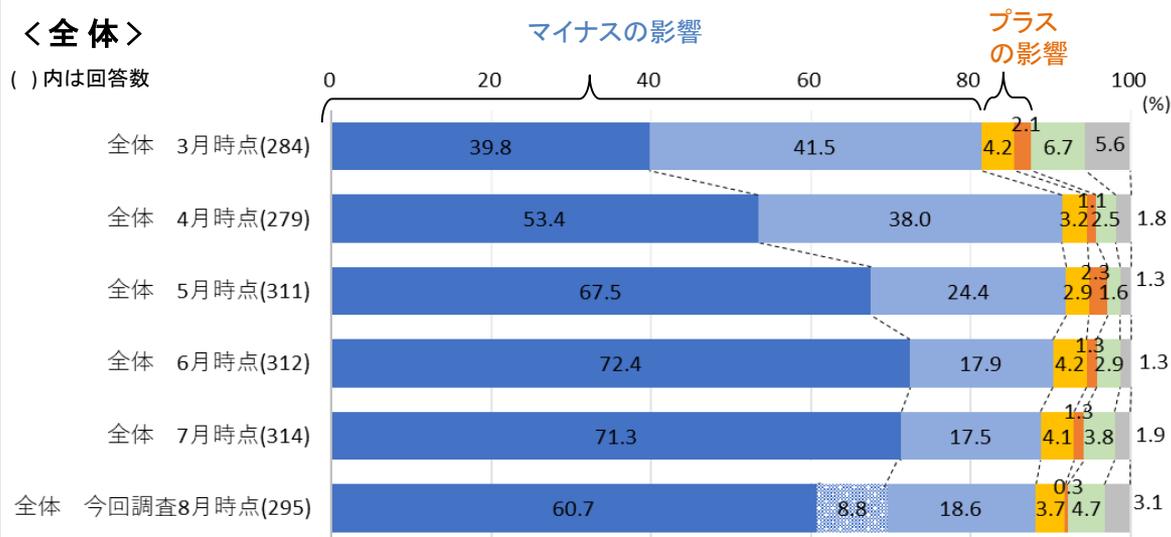
<規模別>

- 「マイナスの影響が持続」は、規模が大きいほど割合が高く、101人以上で71.4%となった。また、「マイナスの影響があったが、現在はほぼ回復」は0-5人で10.7%、101人以上で10.2%となった。
- 「マイナスの影響が今後生じる可能性がある」は、101人以上では約10%、100人以下では約20%を占めた。

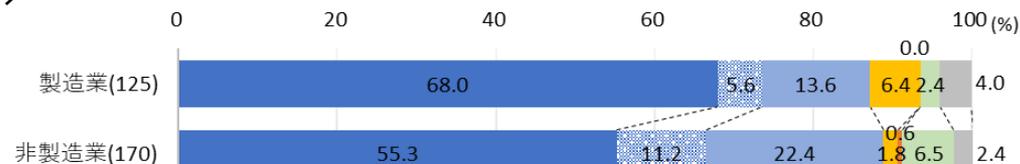
図D 新型コロナウイルス感染症の拡大によるビジネスへの影響

<全体>

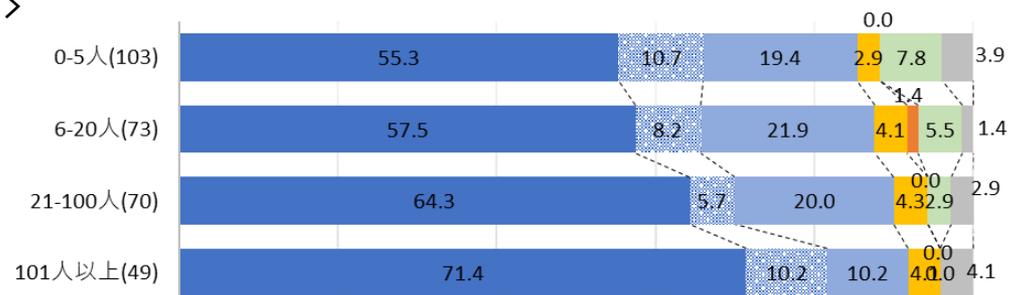
()内は回答数



<業種別>



<規模別>



■ マイナスの影響が持続
■ マイナスの影響があったが、現在はほぼ回復
■ マイナスの影響が今後生じる可能性がある
■ プラスの影響がある (あった)
■ プラスの影響が今後生じる可能性がある
■ ほとんど影響は無く、今後も無い見込み
■ わからない・その他

《2020年7月売上高の対前年同月比》図E

< 全体 >

- 7月の売上高の対前年同月比を見ると、“減少”は、前回調査より0.9ポイント下降して72.7%となった。
- 減少率をみると、「20～50%未満」が28.4%で最も高くなり、次いで「10～20%未満」が22.0%となった。

< 業種別 >

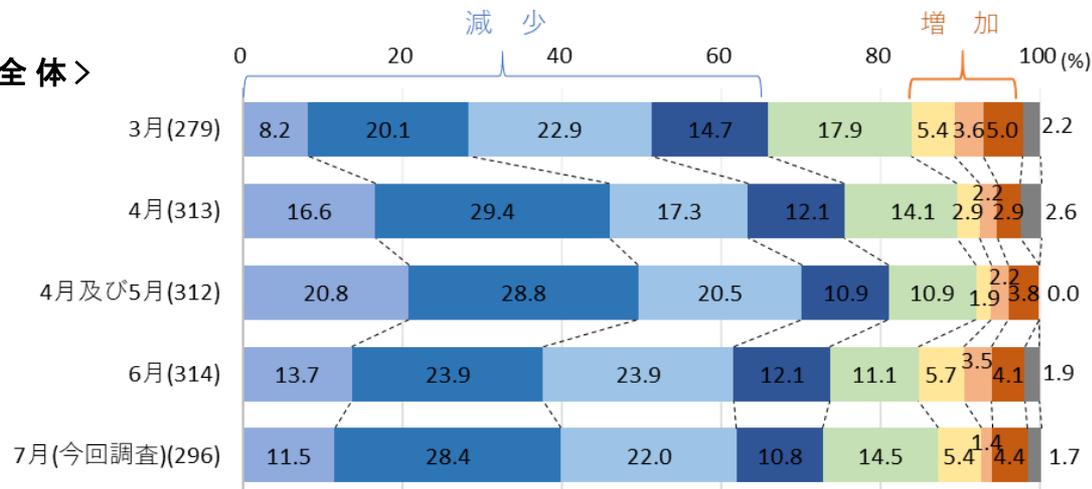
- “減少”は、製造業で77.6%、非製造業で69.0%を占め、製造業が上回った。
- 「50%以上」の減少に限ると、製造業で8.0%、非製造業で14.0%と、非製造業が上回った。

< 規模別 >

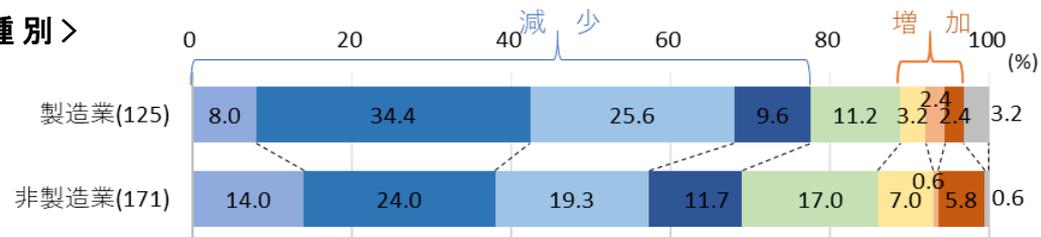
- “減少”について、101人以上で83.7%と最も高い割合となり、次いで6～20人で72.7%、0～5人で70.9%となった。
- 「50%以上」の減少に限ると、0～5人で24.3%と、他の規模に比べ、突出して高い割合となった。

図E 2020年7月売上高の対前年同月比

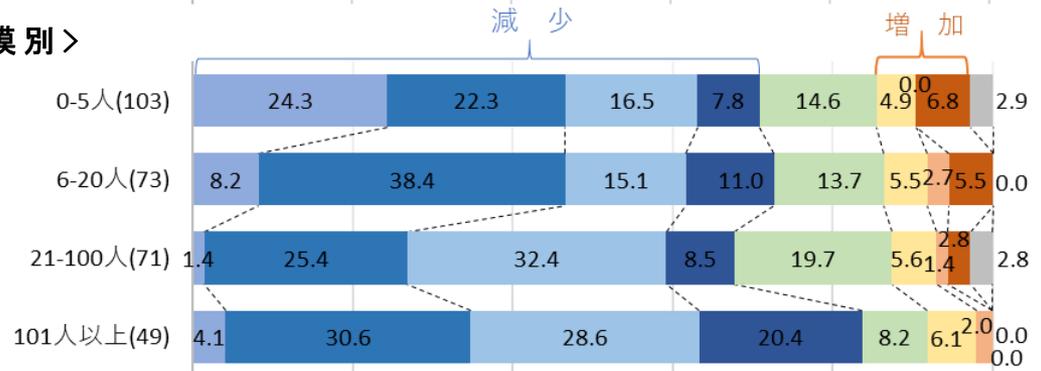
< 全体 >



< 業種別 >



< 規模別 >



■ 50%以上 ■ 20～50%未満 ■ 10～20%未満 ■ 10%未満 ■ 影響はほとんど無い ■ 10%未満 ■ 10～20%未満 ■ 20%以上 ■ わからない

《貴社におけるマイナスの影響》図F

<全体>

- 「取引先企業(国内)からの受注減により、生産・販売が減少」は徐々に高まる傾向にあり、72.1%となった。また、同項目は、他と比べても突出して高くなった。
- 次いで、「出張の自粛・制限等による商談等の遅れ」が43.0%、「展示会やイベントの延期・中止等」が42.5%と続いた。
- 前回調査から5ポイント以上の変化が見られたのは、「外出手控えにより、生産・販売が減少」(6.6ポイント低下し、22.9%)、「一斉休校に伴う従業員の休暇等による業務への支障」(5.1ポイント低下し、3.4%)であった。

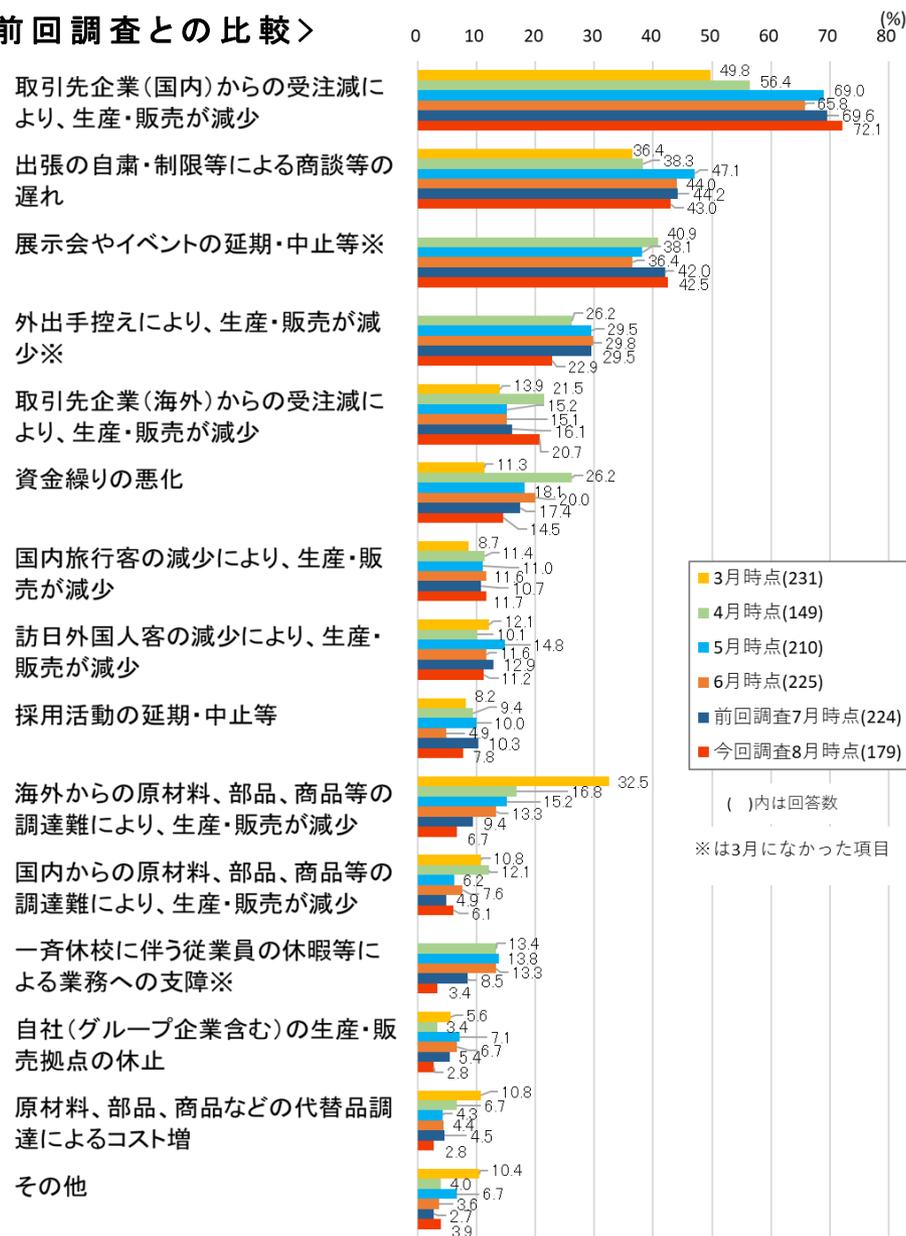
その他の内容 ()内の数字は件数

- 受注等のキャンセル・延期等(5)。
- 事業の一部中止等による、当初予算からの減額。
- 各社とも設備投資を控えるため販売が減少。
- 個別クライアントから依頼が戻っていない。
- 面談で助言する仕事の為、リモートでは限界がある。
- 対面でのコンサルティングやセミナーができない。
- 飲食店の経営悪化による賃料収入の減。
- 引越する人が少なく、仲介が激減。

図F 貴社におけるマイナスの影響(複数回答)

4月時点以降は図Dにおいて、「マイナスの影響がある」と回答した人のみの集計

<全体・前回調査との比較>



《2019年度決算における売上高実績 (前年度との比較)》図G

< 全体 >

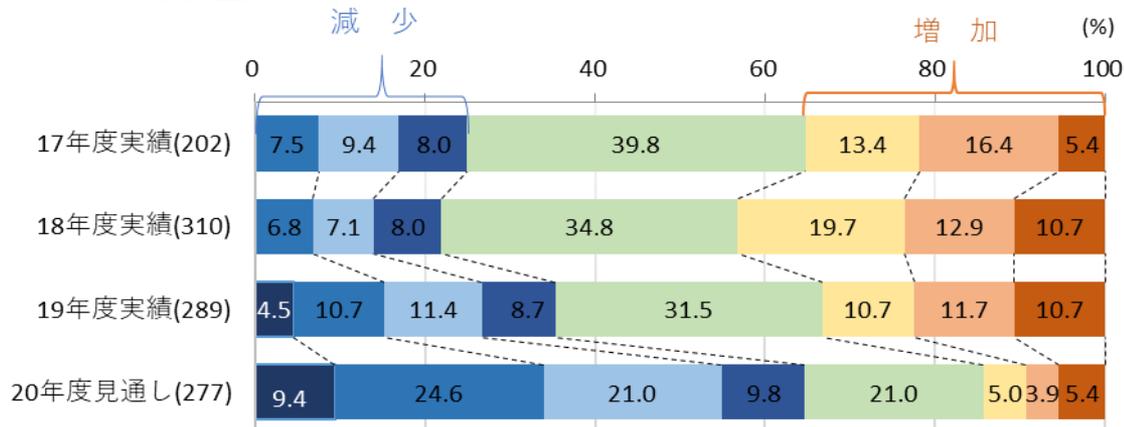
- 2019年度の売上高実績は、決算月が2020年4月以降の企業では減少率が高い傾向がある点に注意が必要だが、“減少”が35.3%、次いで“増加”が33.2%、「ほぼ同水準」が31.5%となった。
- 18年度実績に対して、“減少”は13.4ポイント上回り、“増加”は10.2ポイント下回った。
- 20年度は、“減少”の割合が大幅に上昇して64.7%に達し、“増加”が大幅に下降し、14.4%となる見通し。

< 業種別 >

- 2019年度では、“減少”は製造業で38.3%、非製造業で33.1%となり、製造業がやや上回った。一方、“増加”は製造業で32.5%、非製造業で33.7%と、業種による大きな差はみられなかった。
- 18年度実績と比べると、“減少”では、製造業で18.2ポイント上昇したのに対して、非製造業では8.6ポイント上昇し、製造業が上回った。
- 20年度は、製造業では、“減少”は30ポイント以上上昇して71.5%に達するのに対して、“増加”は大幅に下降し、7.7%となる見通し。また、非製造業では、“減少”が20ポイント以上上昇して59.5%となり、“増加”は下降して19.4%となる見通し。

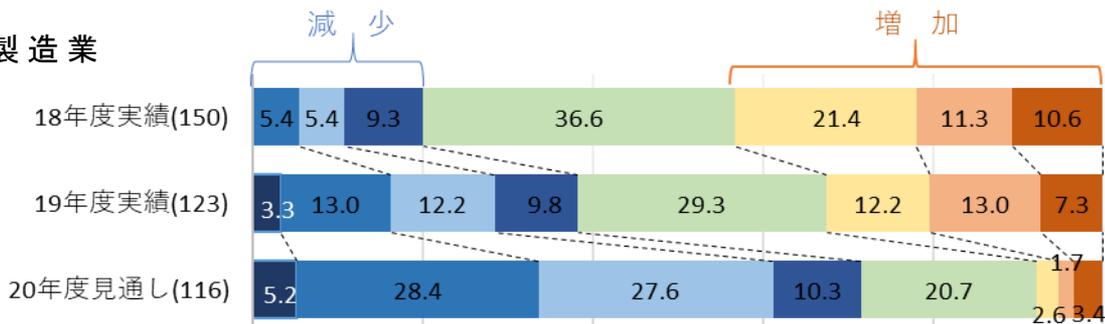
図 G 2019年度決算における売上高(対前年度)

< 全体・前回調査との比較 >

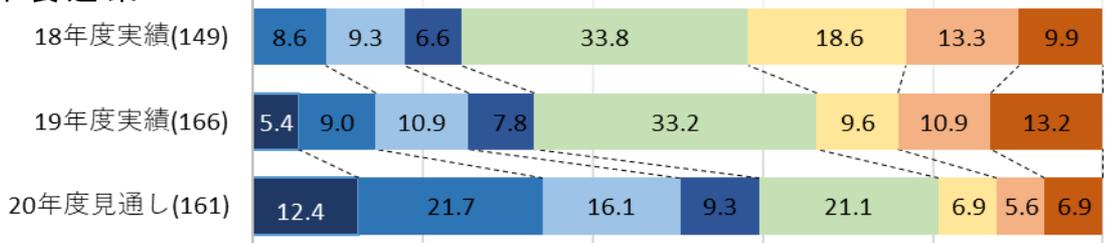


< 業種別 >

製造業



非製造業



■ 50%以上 ■ 20%以上 ■ 10%以上 ■ 5%以上 ■ ほぼ同水準 ■ 5%以上 ■ 10%以上 ■ 20%以上

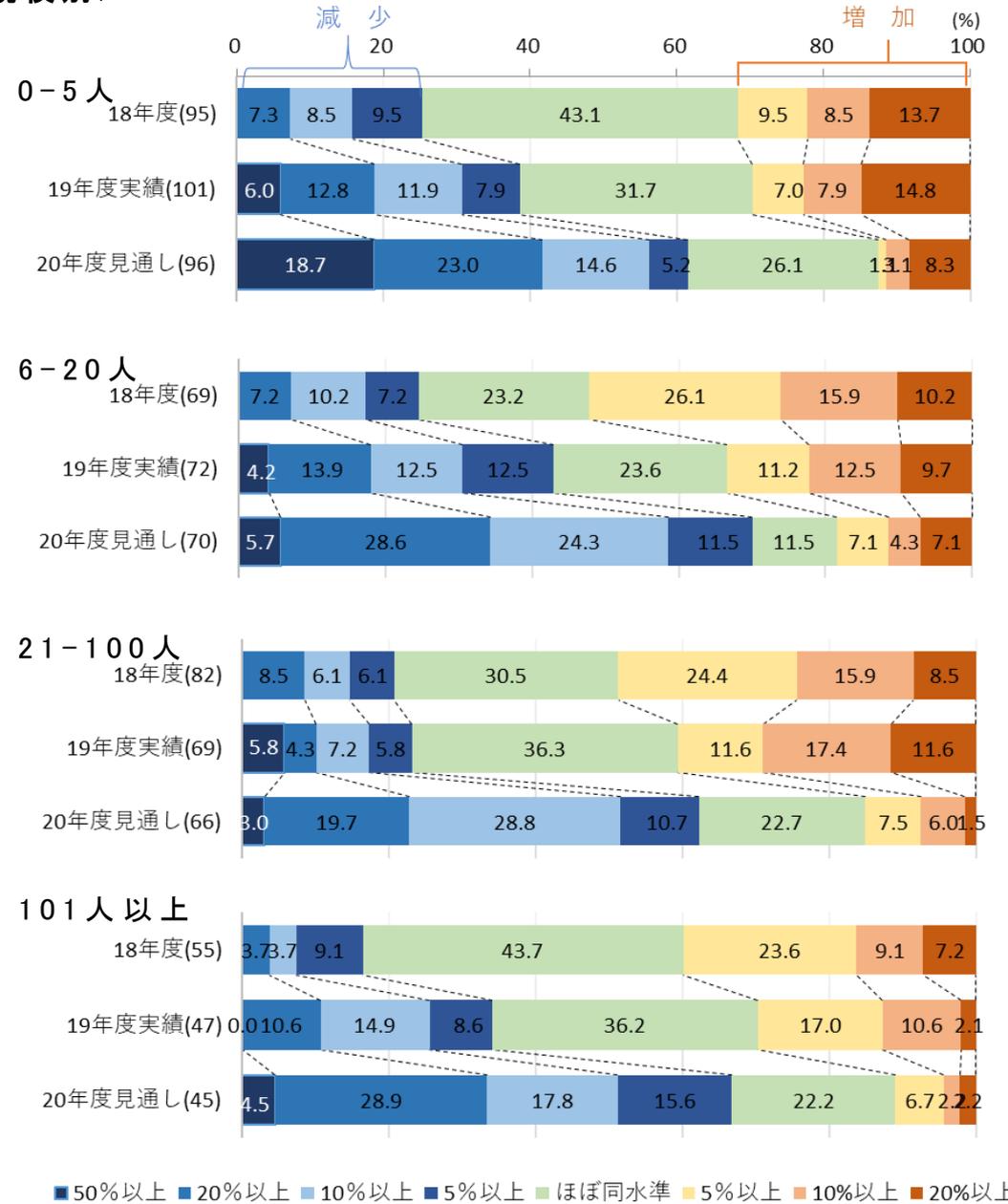
《2019年度決算における売上高実績
(前年度との比較)》図G(続き)

< 規模別 >

- 2019年度実績について、0-5人では、“減少”が38.6%と最も高く、次いで、「ほぼ同水準」が31.7%、“増加”が29.7%と続いた。
- 6-20人では、“減少”が43.1%と最も高く、次いで、“増加”が33.4%、「ほぼ同水準」が23.6%となった。
- 21-100人では、“増加”が40.6%と最も高く、次いで、「ほぼ同水準」が36.3%、“減少”は23.1%となった。
- 101人以上では、「ほぼ同水準」が36.2%と最も高く、次いで、“減少”が34.1%、“増加”が29.7%となった。
- 20年度は、いずれの規模でも、“減少”が19年度に対して20ポイント以上増え、0-5人、21-100人、101人では6割以上となり、6-20人では約7割に達する見通し。一方、“増加”は、いずれの規模でも、約15ポイント以上割合が減少し、10%台にとどまる見通し。

図 G 2019年度決算における売上高(対前年度)(続き)

< 規模別 >



《2019年度決算の営業利益》図H

<全体>

- 2019年度は、全体では、「黒字」が52.9%と、半数を越え、次いで「赤字」が27.8%、「収支トントン」が19.3%と続いた。
- 18年度との営業利益の推移の比較では、「黒字」が2.7ポイント低下、「赤字」が8.8ポイント上昇した。
- 対前年度との営業利益の比較では、「減少」が40.3%で最も高く、次いで「増加」が30.8%、「横ばい」が28.8%となった。

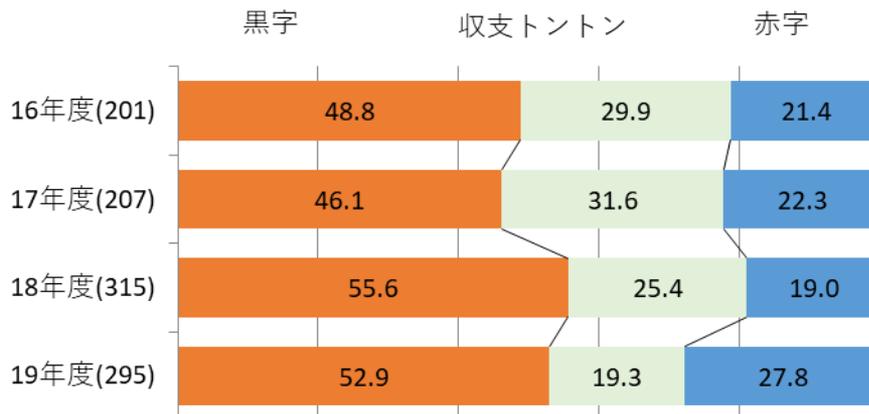
<業種別>

- 2019年度では、「黒字」は、製造業で54.4%、非製造業で51.8%となり、製造業がやや上回った。また、「赤字」は、製造業で29.6%、非製造業で26.5%で、製造業が上回った。
- 対前年度との営業利益の比較では、製造業では「減少」が最も高く、44.8%を占め、次いで「増加」は30.4%、「横ばい」は24.8%となった。
- 一方、非製造業では、「減少」が37.1%で製造業を下回っており、次いで、「横ばい」が31.8%で製造業を上回った。一方で、「増加」は31.2%と業種に関わらずほぼ同率となった。

図H 2019年度決算の営業利益

<全体>

営業利益の推移(黒字/赤字)

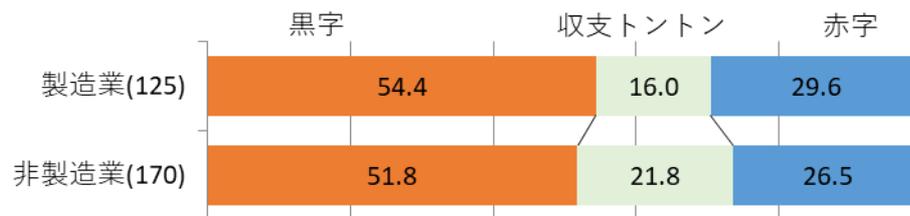


2019年度の営業利益(対前年度)



<業種別>

2019年度の営業利益(黒字/赤字)



2019年度の営業利益(対前年度)



《2019年度決算の営業利益》図H(続き)

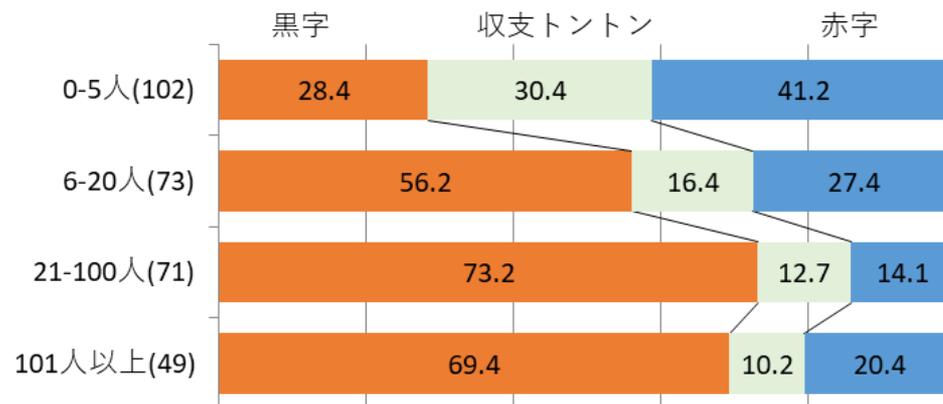
<規模別>

- 2019年度では、「黒字」は、0-5人で28.4%にとどまったのに対して、6-20人、21-100人、101人以上では半数以上を占め、大きな差が見られた。「黒字」は21-100人で最も割合が高く、73.2%となった。一方、「赤字」は、0-5人で最も割合が高く、41.2%となり、次いで、6-20人で27.4%となった。
- 0-5人では、「収支トントン」が「黒字」とほぼ同率の30.4%となり、他よりも高い割合となった。
- 前年度との比較では、「増加」は21-100人で最も高く、43.7%となり、次いで、101人以上で36.7%となったが、0-5人、6-20人では20%台にとどまった。一方で、「減少」は、101人以上で46.9%と最も高くなり、次いで、6-20人で45.2%となった。
- また、0-5人、21-100人では、「減少」が最も高く、次いで、「横ばい」、「増加」の順となった。
- 21-100人では、「増加」が最も高く、「減少」、「横ばい」の順となった。
- 101人以上では、「減少」が最も高く、次いで「増加」、「横ばい」の順となった。

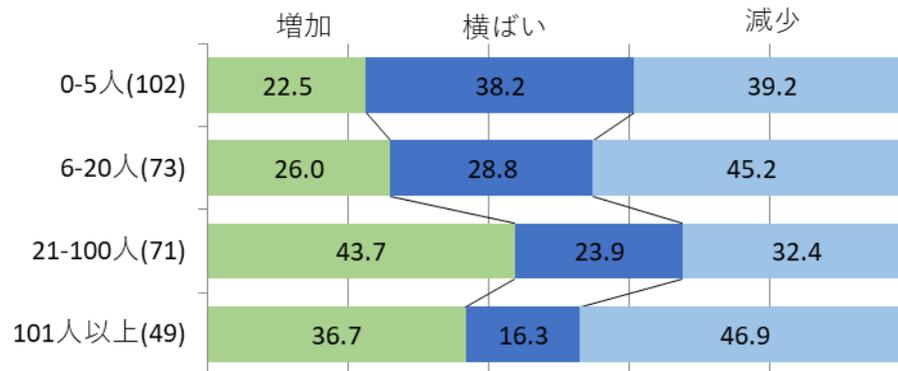
図 H 年度決算の営業利益(続き)

<規模別>

2019年度の営業利益(黒字/赤字)



2019年度の営業利益(対前年度)



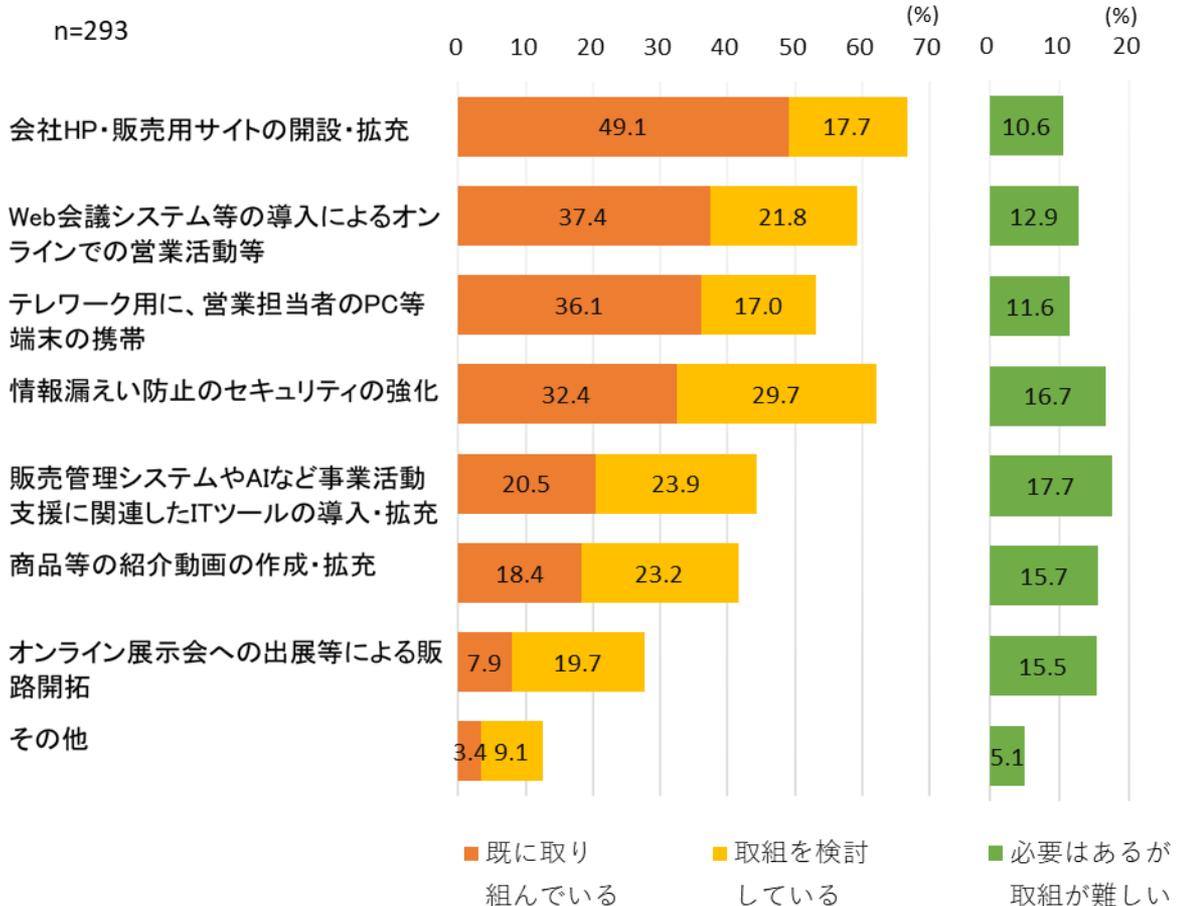
図I 「新しい生活様式」に対応したIT化への取組

《「新しい生活様式」に対応したIT化への取組》図I

〈全体〉

- 既に取り組んでいる取組をみると、「会社HP・販売用サイトの開設・拡充」が49.1%と最も高くなった。次いで「Web会議システム等の導入によるオンラインでの営業活動等」が37.4%、「テレワーク用に、営業担当者のPC等端末の携帯」が36.1%となった。
- 検討している取組では、「情報漏えい防止のセキュリティの強化」が29.7%と最も高く、次いで、「販売管理システムやAIなど事業活動支援に関連したITツールの導入・拡充」が23.9%、「商品等の紹介動画の作成・拡充」が23.2%となった。また、いずれの取組も、20%前後が検討しているという結果となった。
- 必要はあるが難しい取組をみると、「販売管理システムやAIなど事業活動支援に関連したITツールの導入・拡充」が17.7%と最も高く、次いで、「情報漏えい防止のセキュリティの強化」が16.7%となった。

〈全体〉



「その他」の主な内容 ()内の数字は件数

〈既に取り組んでいる取組〉

- クラウド事業の強化

〈検討している取組〉

- テレワークをさらに進められるよう、データ受配信できるような複合機の導入

《営業活動のIT化に関する取組が難しい理由》図J

＜全体＞

- 「導入するための知識・技術が不足」が38.1%と最も高く、次いで「人材が不足」が35.0%、「業務内容が適していない」が33.3%となった。

＜業種別＞

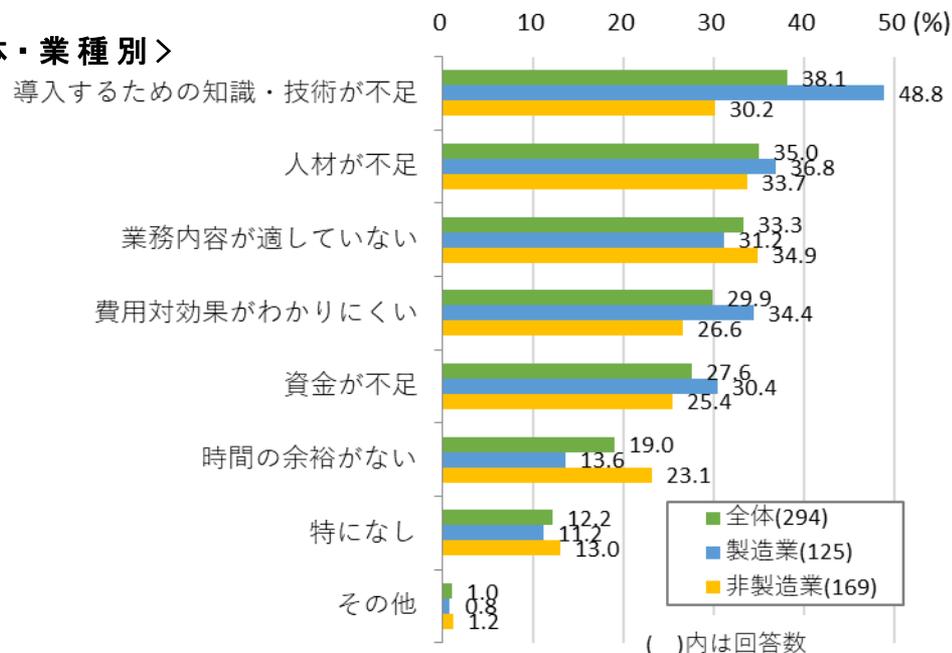
- 製造業では、「導入するための知識・技術が不足」が48.8%と突出して高く、次いで「人材が不足」が36.8%、「費用対効果がわかりにくい」が30.4%となった。
- 非製造業では、「業務内容が適していない」が34.9%で最も高く、次いで、「人材が不足」が33.7%、「導入するための知識・技術が不足」が30.2%となった。
- 業種の差をみると、製造業が非製造業を大きく上回ったのは「導入するための知識・技術が不足」(18.6ポイント差)、「費用対効果がわかりにくい」(7.8ポイント差)「資金が不足」(5.0ポイント差)などであり、非製造業が上回ったのは「時間の余裕がない」(9.5ポイント差)となった。

＜規模別＞

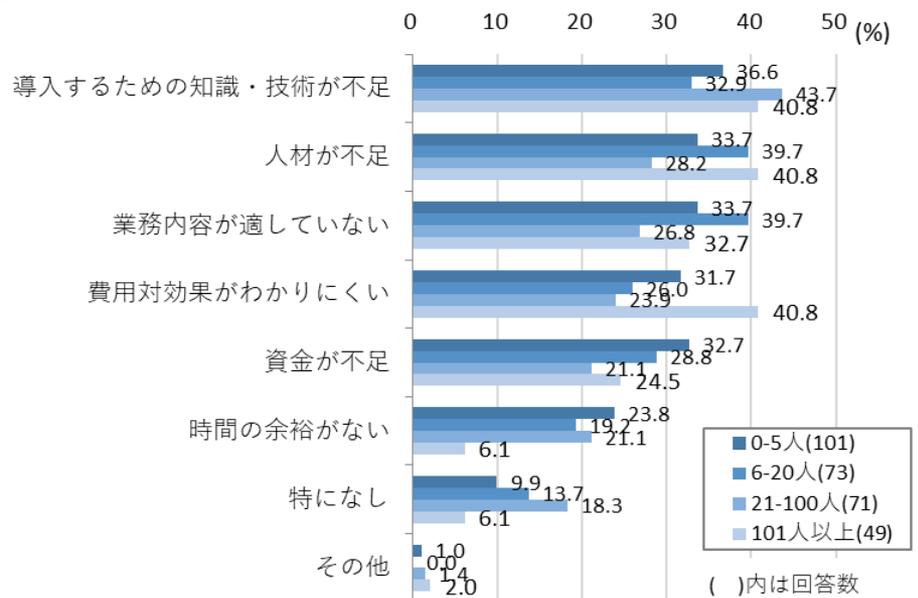
- 0-5人、6-21人、21-100人では、「導入するための知識・技術が不足」、「人材が不足」、「業務内容が適していない」が理由の上位にあがった。
- 101人以上では、「導入するための知識・技術が不足」、「人材が不足」、「費用対効果がわかりにくい」が同率の40.8%となった。

図J 営業活動のIT化に関する取組が難しい理由

＜全体・業種別＞



＜規模別＞



《資金繰りDIの推移》図K

<全体>

- 資金繰りについて、「順調(良い)」の割合から「逼迫(悪い)」の割合を差し引いた資金繰りDIは、前回より5.7ポイント上昇して21.0となり、ほぼ2019年12月の、コロナ禍以前の水準となった。

<業種別>

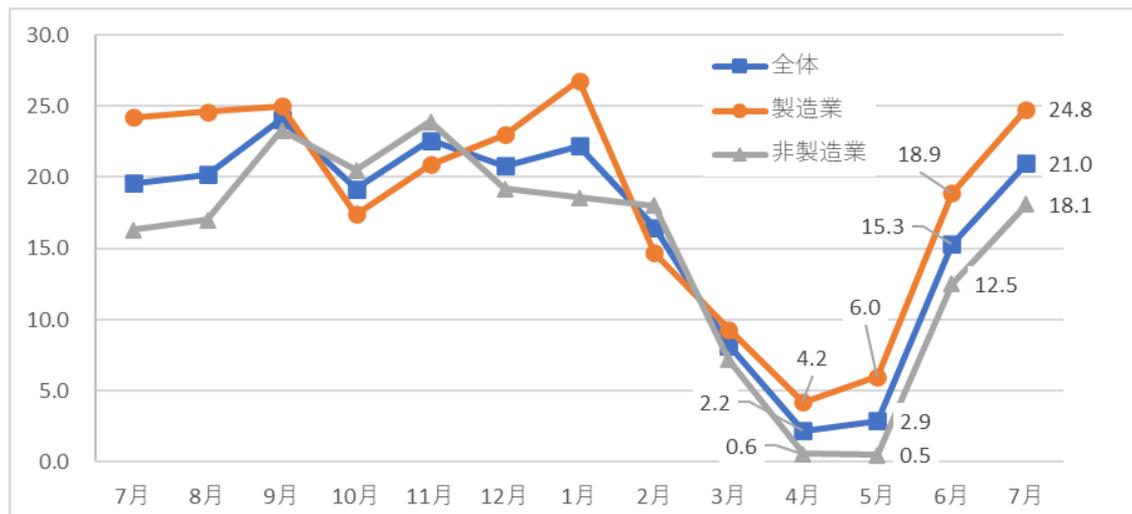
- 製造業では、DI値は24.8で、前回より5.9ポイント上昇した。
- 非製造業では、DI値は18.1で、5.6ポイント上昇。2カ月連続の上昇となった。

<規模別>

- 0-5人では、DI値は-3.9となり、2.0ポイントの下降となった。
- 6-20人、21-100人、101人以上では、DI値が約10ポイント上昇した。

図K 資金繰りDIの推移

<全体・業種別>



<規模別>

