

## 19年度業績見通し、消費増税の影響、SDGsについての アンケート調査結果

### (今回のアンケート調査の目的、狙い)

国内景気は緩やかな回復基調を維持しているが、海外経済の減速や消費増税後の個人消費の落ち込み懸念など、企業業績には先行き不透明感が高まりつつある。

こうした状況を踏まえ、(株)ちばぎん総合研究所(千葉経済センターから調査を受託)では、県内企業に対し、「19年度業績見通し」、「消費増税の影響」及び「SDGsの取り組み状況」について、以下の要領でアンケート調査を実施した。

なお、調査票の回収期間は9月1日から10月11日で、台風15号襲来の時期を含んでいる。

### 業種別・本社所在地別・規模別回答企業数

(単位:社)

	合計	本社所在地		企業規模	
		県内	県外	大企業	中小企業
<b>全産業</b>	<b>212</b>	<b>189</b>	<b>23</b>	<b>94</b>	<b>118</b>
<b>製造業</b>	<b>119</b>	<b>105</b>	<b>14</b>	<b>34</b>	<b>85</b>
食料品	21	17	4	8	13
石油・化学	14	11	3	6	8
プラスチック	7	6	1	1	6
窯業・土石	13	12	1	4	9
鉄鋼・非鉄金属	9	9	0	0	9
金属製品	15	11	4	5	10
一般・精密機械	9	9	0	3	6
電気機械	10	10	0	3	7
輸送用機械	10	10	0	3	7
その他製造	11	10	1	1	10
<b>非製造業</b>	<b>93</b>	<b>84</b>	<b>9</b>	<b>60</b>	<b>33</b>
建設	12	11	1	6	6
運輸・倉庫	9	9	0	2	7
卸売	15	12	3	11	4
小売	16	15	1	12	4
ホテル・旅館	9	7	2	6	3
サービス	32	30	2	23	9

### 調 査 要 領

1. 対象企業… 千葉県内に本社または事業所を有する企業
2. 方 法… 郵送によるアンケート方式
3. 実施期間… 配付：2019年 8月31日  
回収：2019年 10月11日
4. 回答状況… 調査対象企業 575社  
内有効回答数 212社  
有効回答率 36.9%

(注) 調査票の回収数は212だが、設問ごとで回答数が異なるため、各問での有効回答数(母数:n)は異なる。

注) 大企業、中小企業の区分は下記による。

大企業…資本金1億円以上。ただし、卸売業は5,000万円以上、小売業、ホテル・旅館業、サービス業は3,000万円以上とする。

中小企業…資本金1億円未満。ただし、卸売業は5,000万円未満、小売業、ホテル・旅館業、サービス業は3,000万円未満とする。

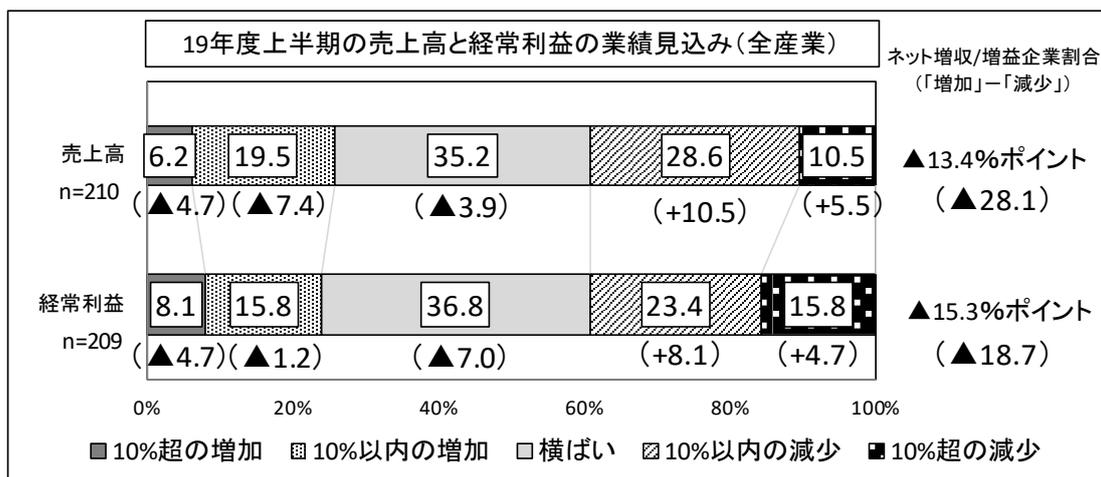
## 1. 19年度上半期決算業績見込みと通期見通し

(1) 貴社の19年度上半期売上高および経常利益(対18年度上半期比)の見込みについてお聞かせください。

19年度上半期の業績見込みは、売上高・経常利益ともに、18年度上半期実績に比べて「減少」する先が「増加」する先を上回った。

売上高は、減収を見込む企業の割合が39.1%と、4割近くまで大幅に増加したことなどから、19年度上半期のネット増収企業割合(「増収」企業割合-「減収」企業割合)が▲13.4%ポイントとなり、1年前に実施した調査に比べて▲28.1%ポイント悪化した。

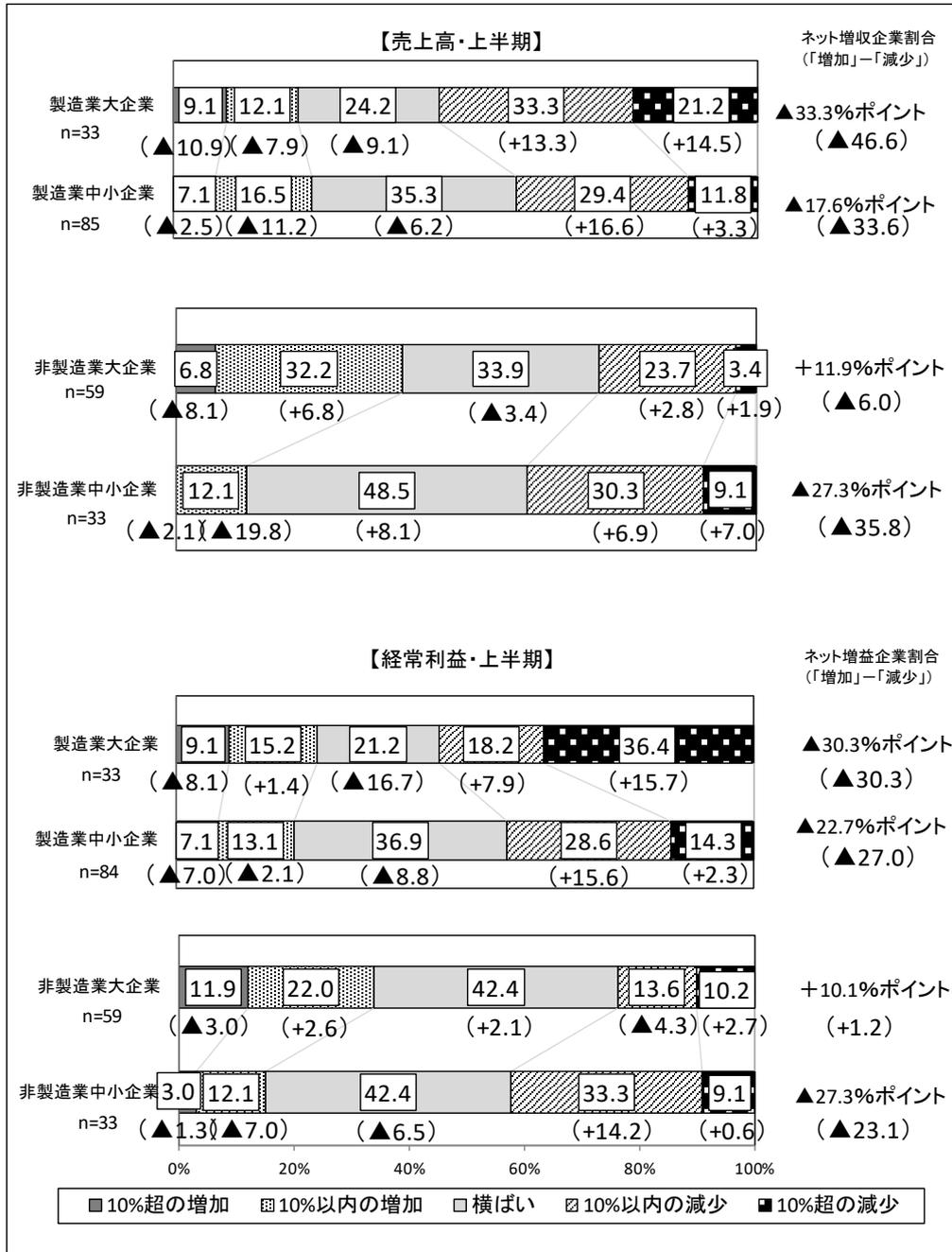
経常利益においても、減益を見込む企業の割合(減収を見込む企業の割合と同水準の39.2%)の大幅な増加などによって、ネット増益企業割合(「増益」企業割合-「減益」企業割合)が▲15.3%ポイントとなり、前年調査比▲18.7%ポイント悪化した。



( ) 内は前年調査比、単位%ポイント

	調査期間	回答数	期間中の日経平均 終値平均	期間中の為替相場 (ドル円)の平均
今回	19年8月31日～10月11日	212	21,582.49円	107.40円/ドル
18年9月調査	18年8月31日～10月11日	239	23,321.68円	112.36円/ドル

製造・非製造業別、規模別にみると、非製造企業大企業（消費増税前の駆け込み需要が主因）を除き、軒並み前年比大幅悪化となった。

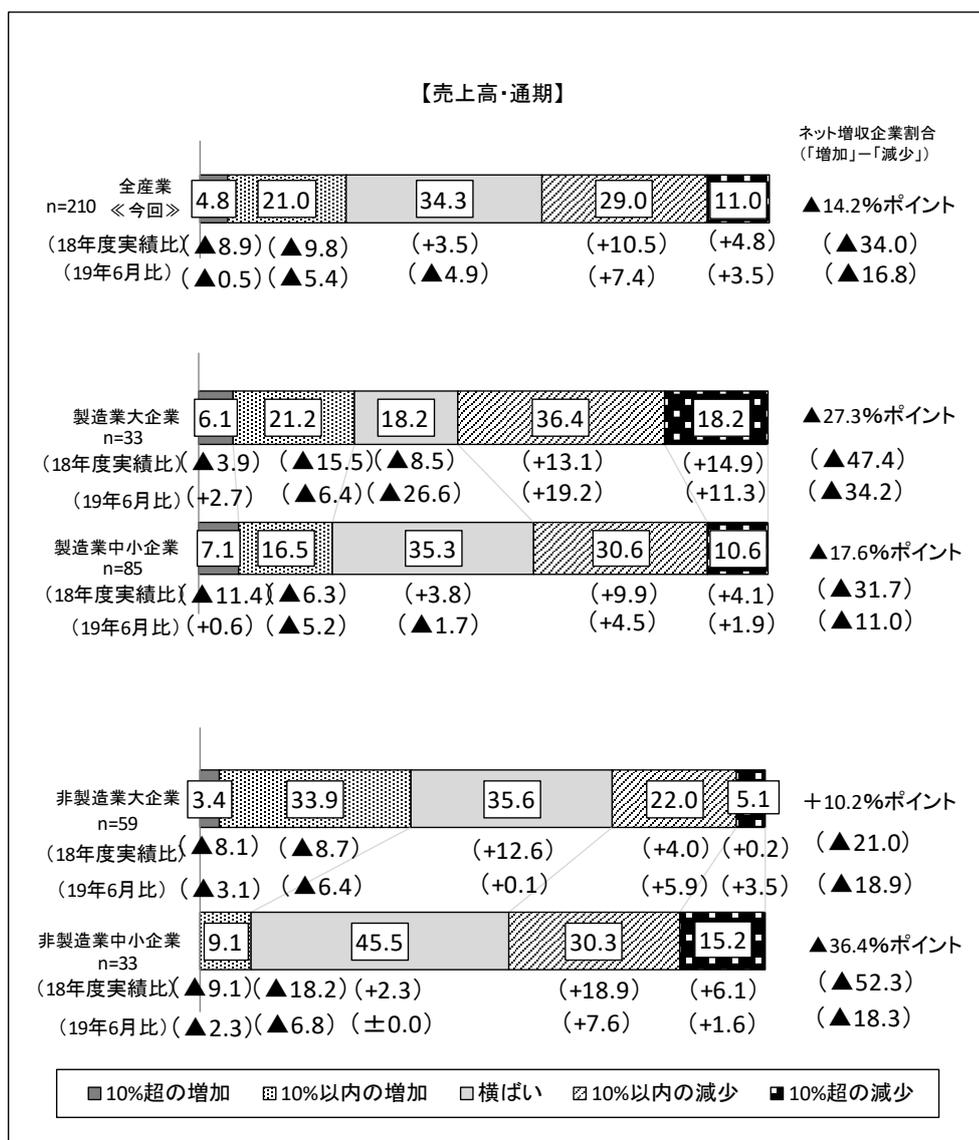


( ) 内は前年調査比、単位%ポイント

(2) 貴社の19年度通期売上高および経常利益(対18年度通期比)の業績見込みについてお聞かせください。

19年度通期の業績見込みをみると、売上高(全産業)は、ネット増収企業割合は▲14.2%ポイントと上半期見通し(▲13.4%ポイント)並みであり、下半期業績は上半期比ほぼ横ばいで推移すると見込んでいる。

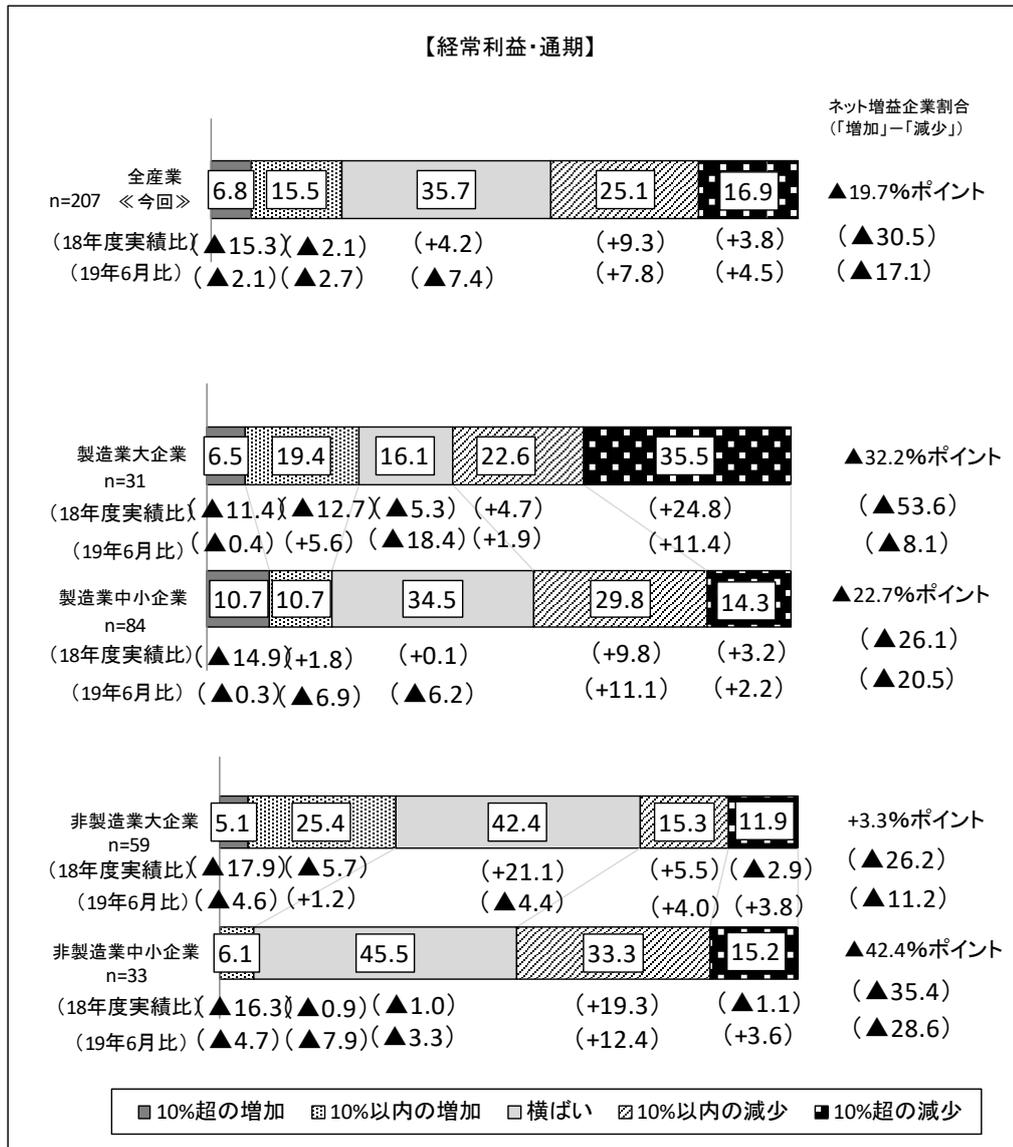
製造・非製造業別、規模別にみると、上半期見通しと同様、非製造業大企業(+10.2%ポイント)を除いて軒並み前年比大幅に悪化する見込み。この間、同じ非製造業でも中小企業は全てのセグメントの中で最もマイナス幅が大きい(▲36.4%ポイント)。



( ) 内は19年6月調査比(18年度実績及び19年度通期)、単位%ポイント

経常利益（全産業）においても、通期のネット増益企業割合（▲19.7%ポイント）は、上期半見通し（▲15.3%ポイント）に比べて悪化する見込みとなっている。

全業種・規模で、前年比大幅に悪化した中で、非製造大企業は増益を見込む企業が減益見込み企業を上回る見込み。



( ) 内は 19 年 6 月 調 査 比 ( 18 年 度 実 績 及 び 19 年 度 通 期 )、 単 位 % ポ イ ン ト

	調査期間	回答数	期間中の日経平均 終値平均	期間中の為替相場 (ドル円)の平均
今回	19年8月31日～10月11日	212	21,582.49円	107.40円/ドル
19年6月調査	19年5月31日～7月11日	230	21,221.77円	108.15円/ドル

経常利益の19年度上半期および通期業績見込みについて業種別にみると、上半期は「サービス」（コト消費堅調）や「小売」（駆け込み需要）において、通期では「建設」（需要堅調維持）、「電気機械」（半導体関連需要底打ち）において、増益企業割合が高くなっている。

経常利益が増加/減少した（増加/減少を見込む）企業の比率

（単位：％、％ポイント）

		19年度上半期業績見込み			19年度通期業績見込み		
		増加	減少	ネット増益 企業割合	増加	減少	ネット増益 企業割合
全産業		23.9	39.2	▲ 15.3	22.3	42.0	▲ 19.7
規模別	大企業	30.5	34.8	▲ 4.3	28.9	37.8	▲ 8.9
	中小企業	18.8	42.7	▲ 23.9	17.1	45.3	▲ 28.2
業種別	製造業	21.4	46.1	▲ 24.7	22.6	47.8	▲ 25.2
	食料品	28.6	57.1	▲ 28.5	30.0	50.0	▲ 20.0
	石油・化学	30.8	46.2	▲ 15.4	30.8	46.2	▲ 15.4
	プラスチック	28.6	57.2	▲ 28.6	28.6	57.2	▲ 28.6
	窯業・土石	15.4	46.2	▲ 30.8	15.4	53.9	▲ 38.5
	鉄鋼・非鉄金属	22.2	33.3	▲ 11.1	11.1	44.4	▲ 33.3
	金属製品	6.7	40.0	▲ 33.3	7.1	50.0	▲ 42.9
	一般・精密機械	11.1	33.3	▲ 22.2	11.1	33.3	▲ 22.2
	電気機械	44.4	44.4	0.0	55.5	44.4	11.1
	輸送用機械	10.0	70.0	▲ 60.0	10.0	70.0	▲ 60.0
	その他製造	18.2	27.3	▲ 9.1	27.3	27.3	0.0
	非製造業	27.2	30.5	▲ 3.3	21.8	34.7	▲ 12.9
	建設	25.0	33.4	▲ 8.4	41.7	8.3	33.4
	運輸・倉庫	11.1	33.3	▲ 22.2	11.1	44.4	▲ 33.3
卸売	13.4	40.0	▲ 26.6	0.0	40.0	▲ 40.0	
小売	33.3	26.6	6.7	20.0	33.4	▲ 13.4	
ホテル・旅館	22.2	44.4	▲ 22.2	22.2	44.4	▲ 22.2	
サービス	37.5	21.9	15.6	28.1	37.6	▲ 9.5	

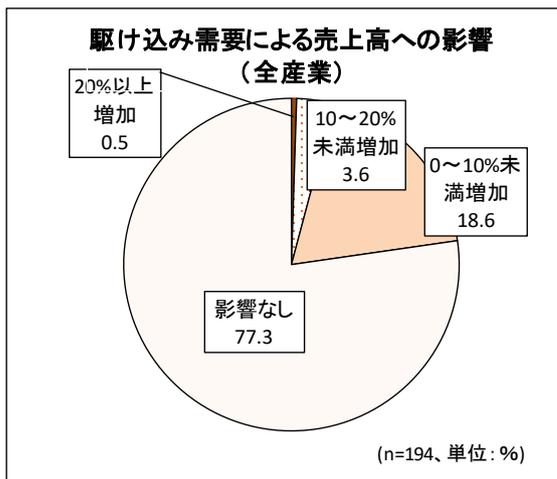
## 2. 消費税率引き上げの影響について

(1) 貴社では19年10月からの消費増税を控えた駆け込み需要により、7～9月の売上高にどのような影響が生じていますか（前年同期比）。

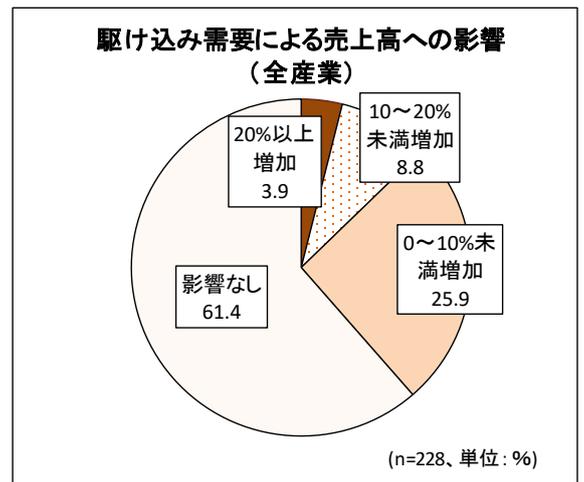
- ①20%以上増加    ②10～20%未満増加    ③0～10%未満増加    ④影響なし

消費増税前の駆け込み需要により売上が増加した企業は全体の2割強となり（「20%以上増加」：0.5%、「10～20%未満増加」：3.6%、「0～10%未満増加」：18.6%＝22.7%）、4割弱にのぼった前回増税時（14年4月：5%→8%）に比べ、半分程度にとどまった（「20%以上増加」：3.9%、「10～20%未満増加」：8.8%、「0～10%未満増加」：25.9%＝38.6%）。

(今回調査)



(14年3月調査)



駆け込み需要により売上が増加した企業の割合を規模別にみると、大企業（31.2%）が中小企業（15.4%）を上回った。

製造業・非製造業別にみると、非製造業（27.6%）が製造業（18.6%）を上回った。

前回増税時（14年4月）との比較では、製造業・非製造業とも、売上が増加した企業の割合は前回の6割程度となった。

（今回調査）

**駆け込み需要により売上が増加した企業の割合（規模別・業種別）**

（単位：%）

業種		増加した企業の比率
全産業		22.7
規模別	大企業	31.2
	中小企業	15.4
業種別	製造業	18.6
	食料品	26.3
	石油・化学	30.8
	プラスチック	14.3
	窯業・土石	18.2
	鉄鋼・非鉄金属	0.0
	金属製品	21.4
	一般・精密機械	0.0
	電気機械	0.0
	輸送用機械	33.3
	その他製造	20.0
	非製造業	27.6
	建設	30.0
	運輸・倉庫	11.1
	卸売	28.6
	小売	57.2
	ホテル・旅館	22.2
サービス	19.4	

（14年3月調査）

**駆け込み需要により売上が増加した企業の割合（規模別・業種別）**

（単位：%）

業種		増加した企業の比率
全産業		38.6
規模別	大企業	45.4
	中小企業	33.5
業種別	製造業	31.0
	食料品	28.0
	石油・化学	27.8
	窯業・土石	36.4
	鉄鋼・非鉄金属	33.3
	金属製品	23.5
	一般・精密機械	40.0
	電気機械	50.0
	輸送用機械	30.0
	その他製造	36.4
	非製造業	46.4
	建設	47.1
	運輸倉庫	28.6
	卸売	68.4
	小売	82.6
	ホテル・旅館	22.2
	サービス	21.6

(2) 19年10月からの消費増税により、貴社の売上高は対前年同期比、どの程度減少するとみていますか（影響する期間毎にご回答ください）。

19年10～12月：①20%以上減少、②10～20%未満減少、③0～10%未満減少、④影響なし

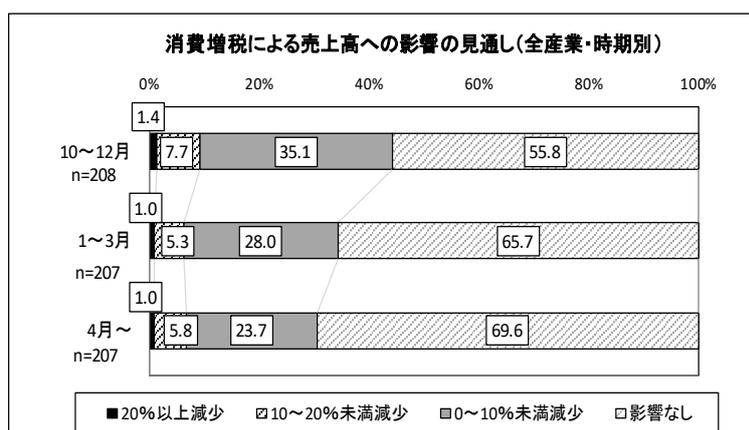
20年1～3月：①20%以上減少、②10～20%未満減少、③0～10%未満減少、④影響なし

4～6月：①20%以上減少、②10～20%未満減少、③0～10%未満減少、④影響なし

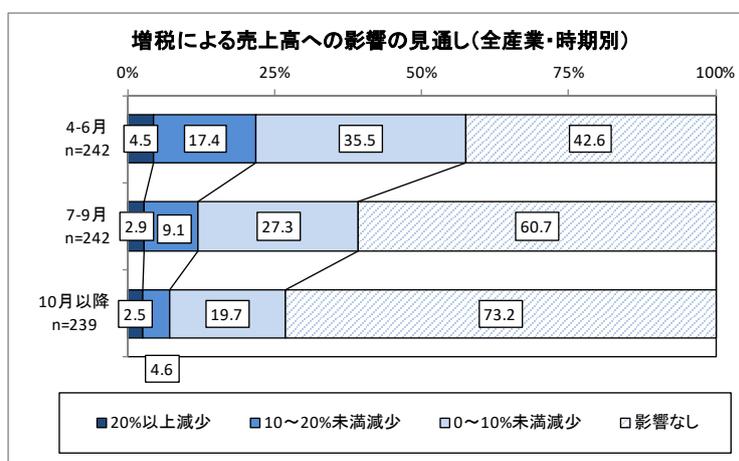
増税直後の10～12月期に売上高の減少を見込む企業の割合は、全体の4割強にのぼった（「20%以上減少」、「10～20%未満減少」、「0～10%未満減少」の合計：44.2%）。

前回増税時（同 57.4%）に比べると反動減は低い水準にとどまっているが、時間の経過とともに前回との差は縮小し、増税後6か月以降では逆転する（今回：同 30.5%、前回：26.8%）。

(今回調査)



(14年3月調査)



売上高の減少を見込む企業の割合を規模別にみると、10～12月は大企業（47.3%）が中小企業（42.0%）を上回るが、1～3月以降は逆転する（前回も同様）。

製造業・非製造業別にみると、10～12月は非製造業（46.8%）が製造業（42.2%）を上回るが、1～3月以降は逆転する（前回はいずれの期間も非製造業の方が高い）。

製造業では電気機械や輸送用機械などが高止まりするなど、耐久財で影響が長期化するとみる向きが多い。

（今回調査）

（14年3月調査）

増税による売上高への影響の見通し(規模別・業種別)

(単位:%)

業種		減少を見込む企業の比率		
		10～12月	1～3月	4月以降
全産業		44.2	34.3	30.5
規模別	大企業	47.3	30.0	27.7
	中小企業	42.0	37.6	32.5
業種別	製造業	42.2	36.5	34.0
	食料品	50.0	30.0	20.0
	石油・化学	38.5	30.8	23.1
	プラスチック	14.3	16.7	16.7
	窯業・土石	30.8	30.8	30.8
	鉄鋼・非鉄金属	22.2	22.2	22.2
	金属製品	53.4	46.7	46.7
	一般・精密機械	33.3	22.2	22.2
	電気機械	44.4	66.7	66.7
	輸送用機械	70.0	70.0	70.0
	その他製造	45.5	27.3	27.3
	非製造業	46.8	31.5	26.1
	建設	16.6	25.0	25.0
	運輸・倉庫	11.1	11.1	11.1
	卸売	66.7	40.0	26.7
	小売	62.6	37.6	25.1
	ホテル・旅館	55.5	33.3	33.3
サービス	48.4	32.3	29.1	

増税による売上高への影響の見通し(規模別・業種別)

(単位:%)

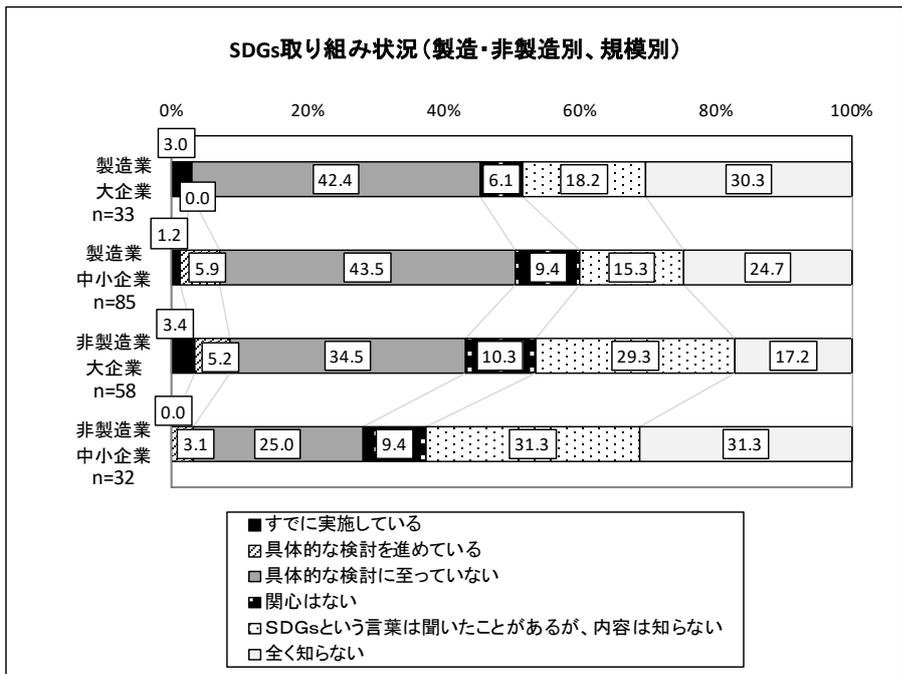
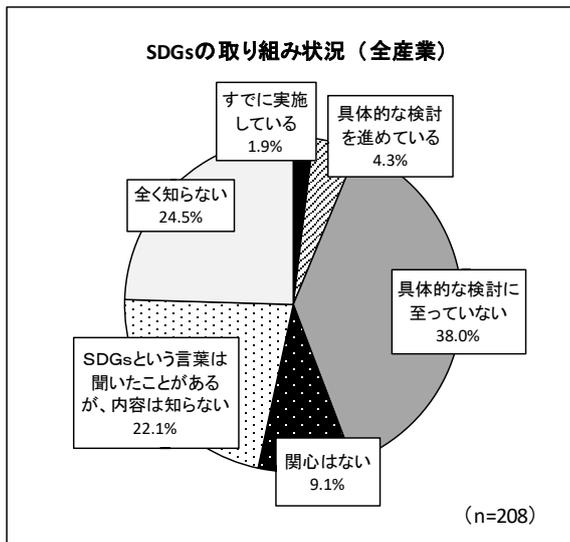
業種		減少を見込む企業の比率		
		4～6月	7～9月	10月以降
全産業		57.4	39.3	26.8
規模別	大企業	58.6	33.3	24.0
	中小企業	56.7	43.4	28.7
業種別	製造業	48.4	31.7	22.4
	食料品	74.1	33.3	22.2
	石油・化学	47.4	36.8	36.8
	窯業・土石	18.2	20.0	10.0
	鉄鋼・非鉄金属	28.6	28.6	14.3
	金属製品	50.0	22.2	16.7
	一般・精密機械	33.3	16.7	8.3
	電気機械	40.0	33.3	16.7
	輸送用機械	45.5	45.5	30.0
	その他製造	33.3	33.3	16.7
	非製造業	67.2	47.4	31.6
	建設	47.1	35.3	29.4
	運輸・倉庫	33.3	22.2	22.2
	卸売	90.0	50.0	30.0
	小売	91.3	73.9	36.4
	ホテル・旅館	70.0	20.0	33.3
	サービス	56.8	48.6	32.4

### 3. SDGsについて

貴社におけるSDGsの取り組みについてお聞かせください。

SDGs（国連サミットで採択された持続可能な開発目標）への県内企業の取り組みをみると、「すでに実施している」（1.9%：全208先に対して4先）、「具体的な検討を進めている」（4.3%：同9先）企業は少数（同13先）にとどまる。

取り組み状況を規模別にみると、「すでに実施している」先は、製造業大企業 3.0%、非製造業大企業 3.4%と、大企業での取り組みが先行している。



(2) (1) で「①すでに実施している」「②具体的な検討を進めている」とご回答された方にお伺いします。貴社が実施（検討）されている取組は、いずれのSDGsのゴールに結びついているとお考えですか。（複数回答可）

SDGsの17のゴールに対する取り組みをみると、「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」「すべての人に健康と福祉を」（各38.5%）が最も多く、「つくる責任つかう責任」、「産業と技術革新の基盤をつくろう」（各30.8%）が続いた。



以上