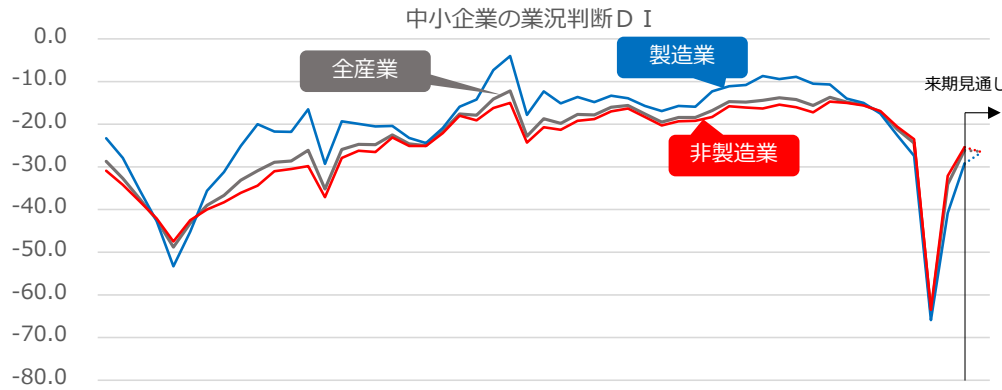


第162回中小企業景況調査（2020年10-12月期）のポイント

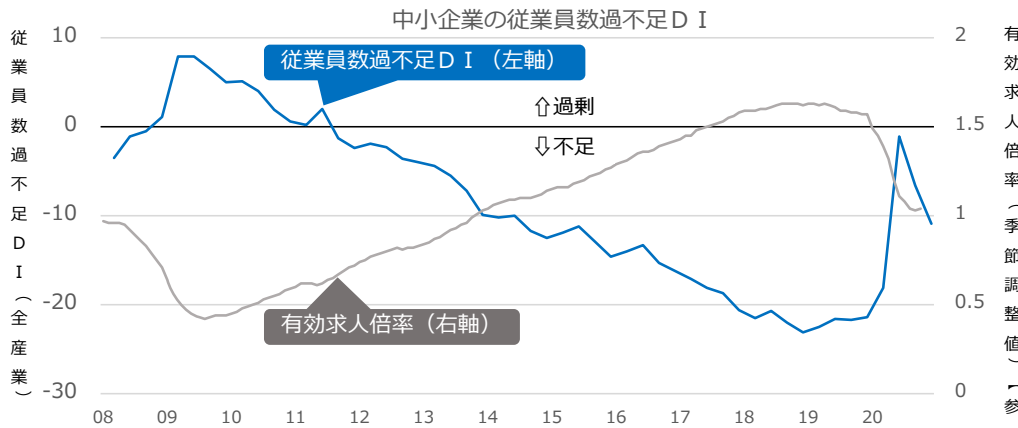
中小企業の業況感は引き続き持ち直しの動き



※上記D I：前期（2020年7-9月期）と比べて、【好転】、【不変】、【悪化】の3択で質問し、【好転】割合から【悪化】割合を差し引きし、季節調整を行った値。

中小企業の業況判断D Iは、全産業で▲26.1（前期より8.0ポイント増）、製造業で▲29.2（前期より11.6ポイント増）、非製造業で▲25.4（前期より6.7ポイント増）と前期に続き、持ち直しの動きとなった。
【報告書P.12 1-（1）全産業より】

従業員数の過不足感は前期に続き不足感が強まる

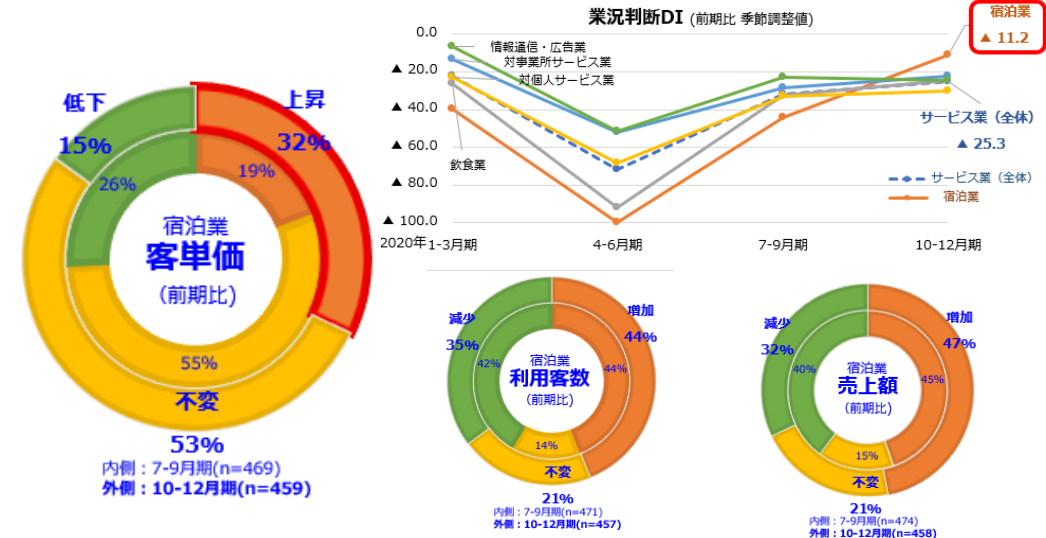


有効求人倍率：厚生労働省「一般職業紹介状況」
※上記D I：今期の水準について、【過剰】、【適正】、【不足】の3択で質問し、【過剰】割合から【適正】割合を差し引きした値

中小企業の従業員数過不足D Iは、全産業で▲10.9（4.3ポイント減）と前期に続き不足感が強まった。
【報告書P.15 9. 従業員数過不足D Iより】

GoToキャンペーンによる業況の押し上げ効果

業況判断DIにおいて、前々期(4-6月期)に過去最大の下げ幅となり、前期(7-9月期)に過去最大の上げ幅となったサービス業のうち、今期において最も上げ幅が大きかった「宿泊業」は、前々期の過去最低値から、今期▲11.2まで上昇した。要因のうち、前期と比べて「客単価が上昇した」という回答は1.7倍に増えた。



また、業況判断DIの上昇に大きく影響したと思われる「GoToキャンペーン」については、「宿泊業」「飲食業」のみならず、他業種に効果を示す声があった。一方、キャンペーン終了後に対する不安や、新型コロナウイルスの影響に関する心配の声が多く見受けられた。(自由回答より)

【製造業】

- ◆GoToトラベルの効果で観光客が動き出した。ホテルも1月までは予約が入っているようだ。業務用も少し動きだした。有難いことだが、キャンペーンが終わった後が怖い。対策を打っておかなければならない。(食料品)
- ◆GoToキャンペーンのおかげで、観光地が賑わい始めてくれたので、受注も増え売上も増え回復に向かっていくと思っていたところ、ここ最近の感染者増加のニュースを聞くと不安になる。(木材・木製品)
- ◆徐々に「持ち直し」の動きにあるが、依然として厳しい状況にある。GoToキャンペーンに関する業務が特需。行政の各種支援策がいつまで継続されるのかが重要。(印刷)

【小売業】

- ◆GoToトラベル事業の地域クーポンの利用者が多く、客数も客単価も昨年より少し増加した。(男子服)
- ◆昨年並みの売上が戻っているが、客数は若干少ない。GoToトラベルの影響で客単価が多少上昇した。年末にかけて新型コロナウイルスの影響が心配である。(各種食料品)

【サービス業】

- ◆コロナ禍の中、GoToイート、GoToトラベル、プレミアム商品券でお客様の来店数も増え、売上も上がっている。また、テイクアウト事業をしたことにより、事業所の知名度が上がり、リピーター客も多くなっている。(飲食店)
- ◆GoToトラベルに東京が対象地域とされたことによって需要は増加。感染対策との兼ね合いから満室稼働はできないが、それを単価で穴埋めする格好となっている。結果、四半期業況としては前年並みとなった。(宿泊業)

【調査要領】

- 調査時点 2020年11月15日時点
 - 調査対象 中小企業基本法に定義する全国の中小企業（調査対象企業数18,912、有効回答企業数18,231、有効回答率96.4%）
 - 自由回答数 4,227件（上記の他、「中小企業景況調査報告書」p.11、「中小企業景況調査資料編」p.80-81に掲載）
- ※中小企業景況調査の自由回答(フリーコメント)
項目を選択する方式ではなく、業況判断の背景についての感想や意見を自由に記入する方式であることから、回答者自身の言葉には、各企業が抱える課題が表れている。