

ネットモニター調査結果 - '21年2月期 -

ご協力いただいたモニター数：282社
調査期間：2021年3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。

《 2月の景況判断に関する要点 》(図A、図B、図C)

「景気は、厳しい状況だが、持ち直しの動きがみられる」

- ・2月の景況(前月比)をみると、「上昇・好転」の割合は13.3ポイント上昇して24.5%、「下降・悪化」は17.2ポイント低下して24.8%となり、DIは30.5ポイント上昇して-0.3となった。業種別DIは、製造業が50.0ポイント上昇して19.0となり、非製造業が14.4ポイント上昇して-16.2となった。
- ・＜上昇・好転要因＞は、「内需が増大したから」が50.0%、次いで、「時期的、季節的な要因で」が44.3%となり、この2要因が突出して高かった。
- ・＜下降・悪化要因＞は、「内需が減少したから」が61.4%、「新型コロナウイルス感染症の影響で」が54.3%と、この2要因が突出し、次いで、「時期的、季節的な要因で」が21.4%となった。
- ・3ヵ月後(5月)の見通しは、「上昇・好転」が横ばい(0.8ポイント上昇)で31.2%、「下降・悪化」が2.1ポイント低下して19.9%となり、DIは2.9ポイント上昇して11.3となった。
- ・2月の前年同月比は、「上昇・好転」が5.9ポイント上昇して19.5%、「下降・悪化」が5.6ポイント低下して47.2%となり、DIは11.5ポイント上昇して-27.7となった。業種別DIは、製造業は18.1ポイント上昇して-23.0、非製造業は6.0ポイント上昇して-31.6となった。

図A 景況判断

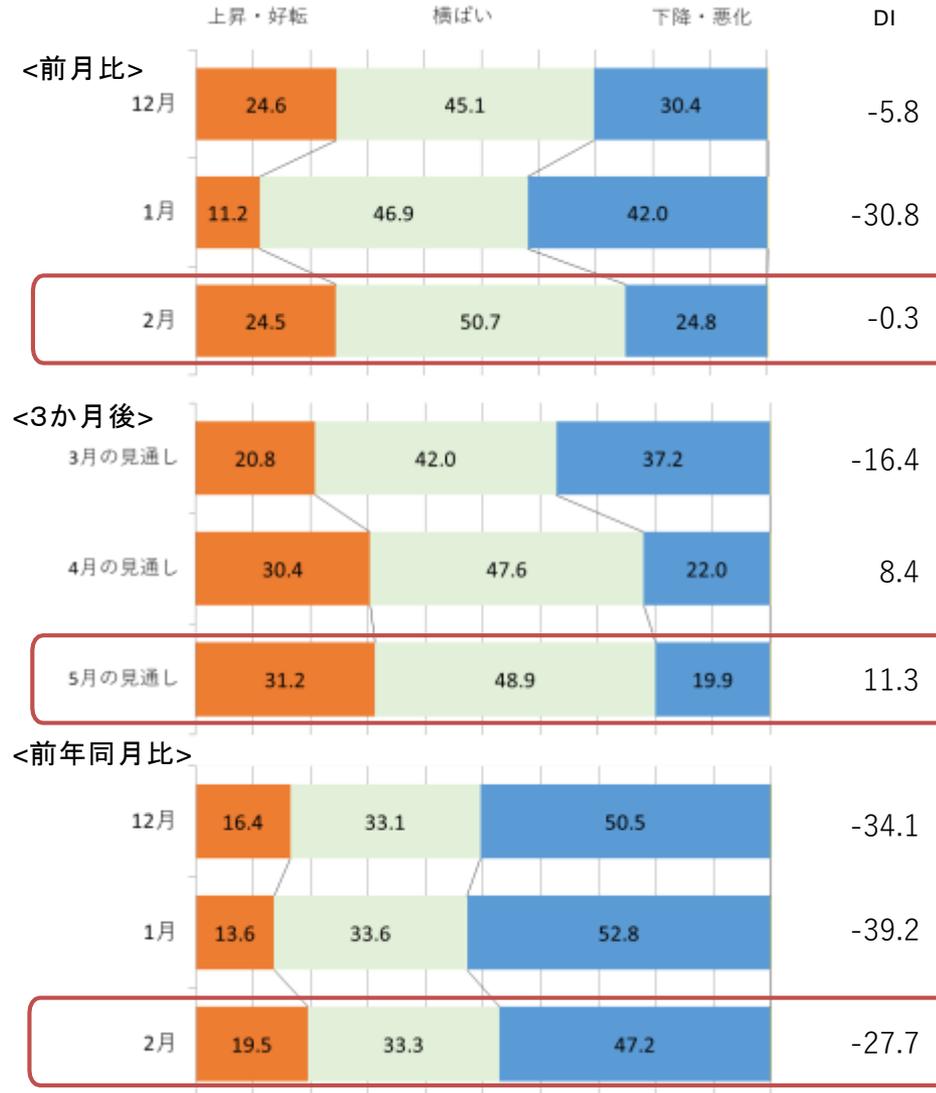
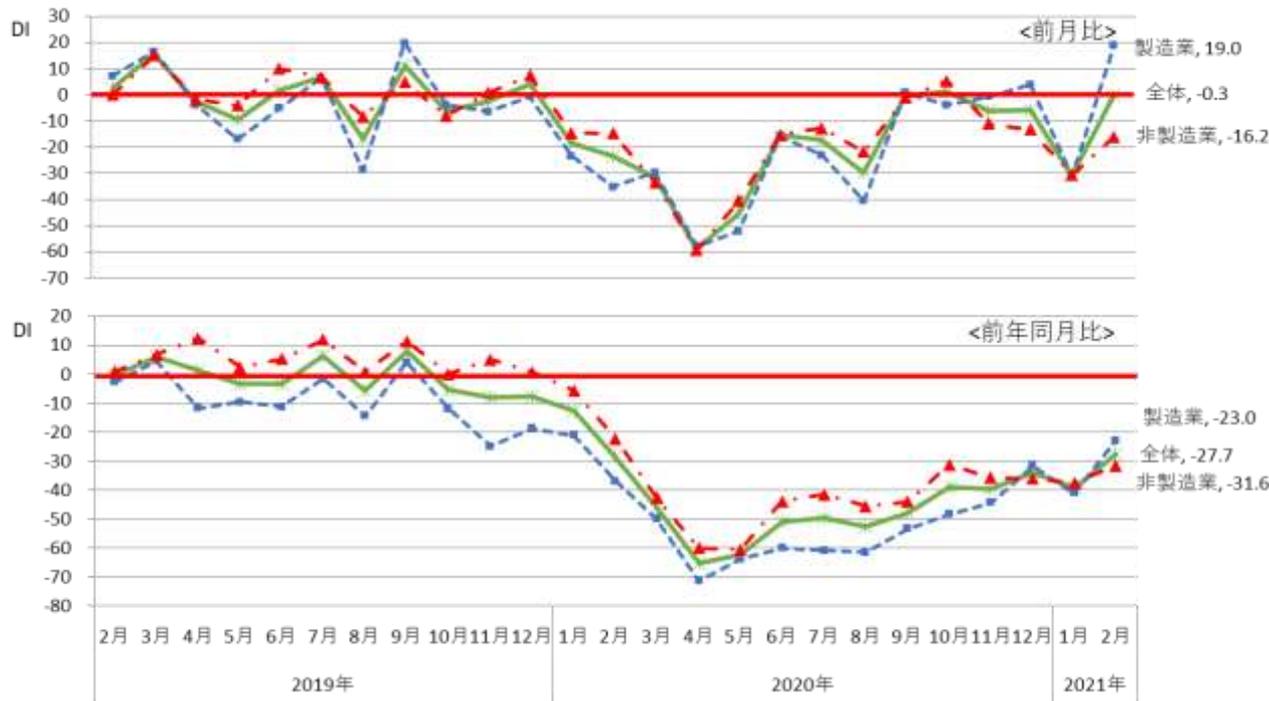


図 B 景況DIの推移(業種別)

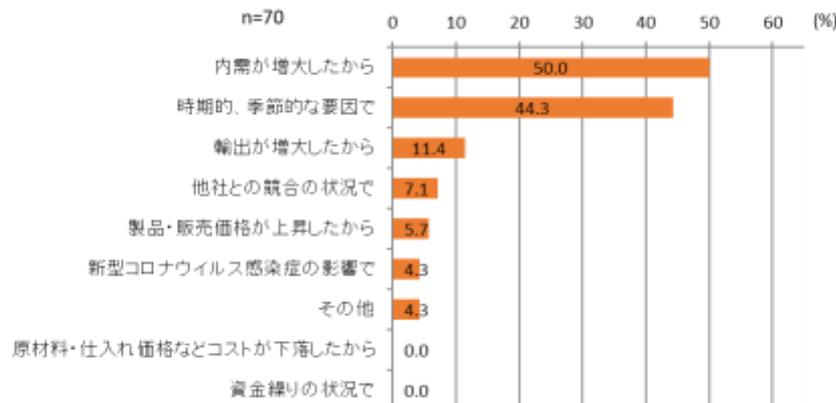


* DI(Diffusion Index)は、「上昇・好転」の割合から、「下降・悪化」の割合を引いた数字。景気動向を表す指標のひとつ。

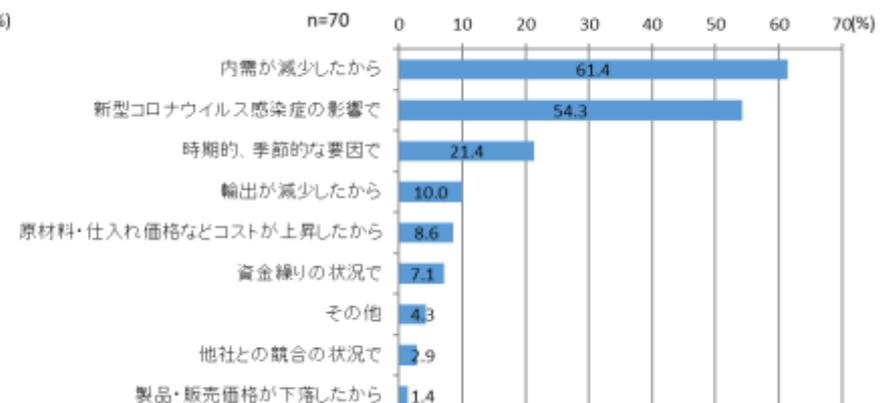


図 C 前月比景況変化の理由

<上昇・好転要因>



<下降・悪化要因>



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

《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59.4%、「マイナスの影響があったが、現在はほぼ回復」は15.3%、「マイナスの影響が今後生じる可能性がある」は13.6%となった。これらを合計した“マイナスの影響”は、88.3%となった。

< 業種別 >

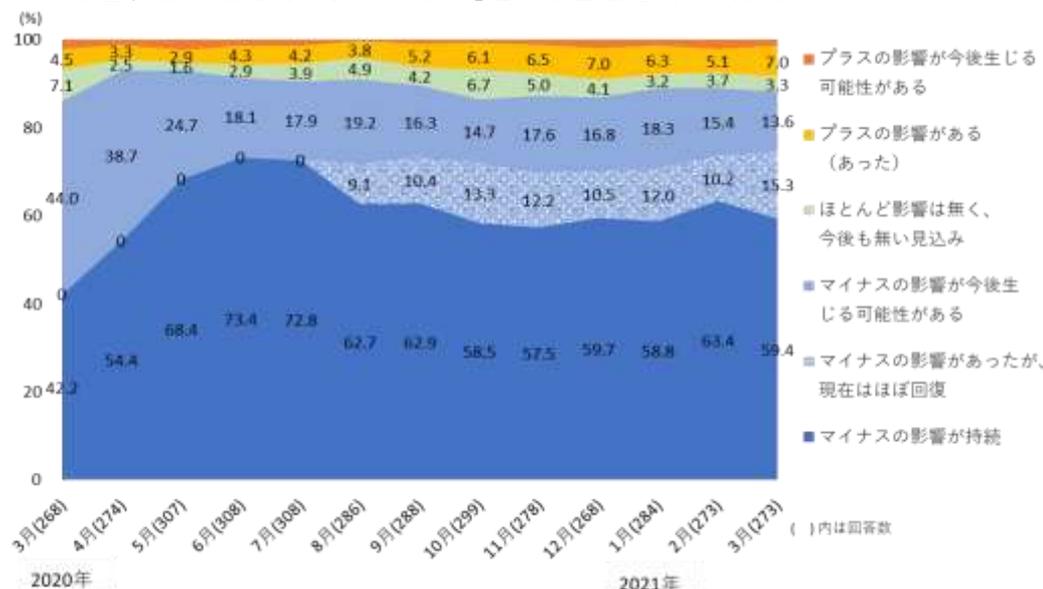
- 「マイナスの影響が持続」は、製造業で、9.4ポイント低下して62.6%、非製造業で、横ばい(0.5ポイント上昇)の57.1%となり、製造業が5.5ポイント上回った。
- 「マイナスの影響が今後生じる可能性がある」は、製造業で、2.4ポイント上昇して9.8%、非製造業で、4.9ポイント低下して16.8%となり、非製造業が7.0ポイント上回った。

< 規模別 >

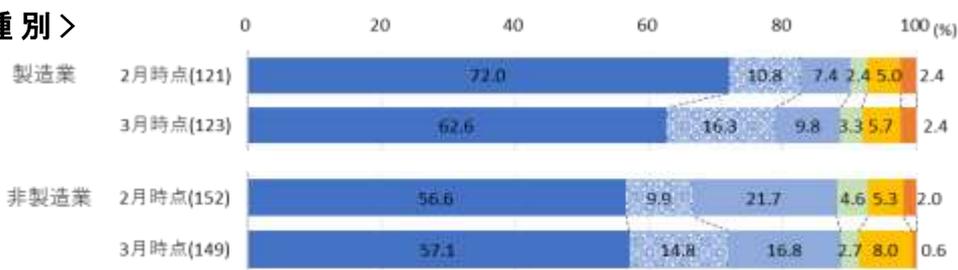
- 「マイナスの影響が持続」は、6-20人で7割(67.3%)と最も高くなり、0-5人、21-100人、101人以上では5~6割となった。
- 一方、「マイナスの影響が今後生じる可能性がある」をみると、101人以上で7.7%と最も低く、0-5人、6-20人、21-100人では1割を超えた。

< 全体 >

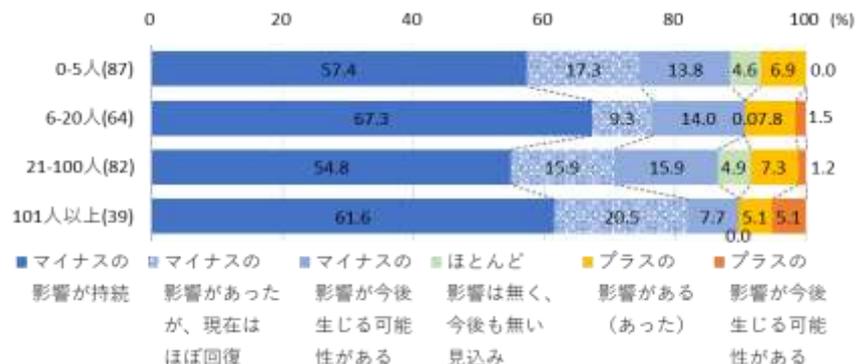
※「マイナスの影響があったが、現在はほぼ回復」は2020年8月から選択肢に追加。「わからない」という回答を除く集計。



< 業種別 >



< 規模別 >



《2021年2月売上高の対前年同月比》図E

< 全体 >

- 2月の売上高の対前年同月比をみると、“減少”が、前回調査から7.2ポイント低下し、61.0%となった。
- 減少率をみると、「20～50%未満」が20.2%と最も高く、次いで「10%未満」が16.3%となった。また、「50%以上」は、8.5%で横ばいとなった。

< 業種別 >

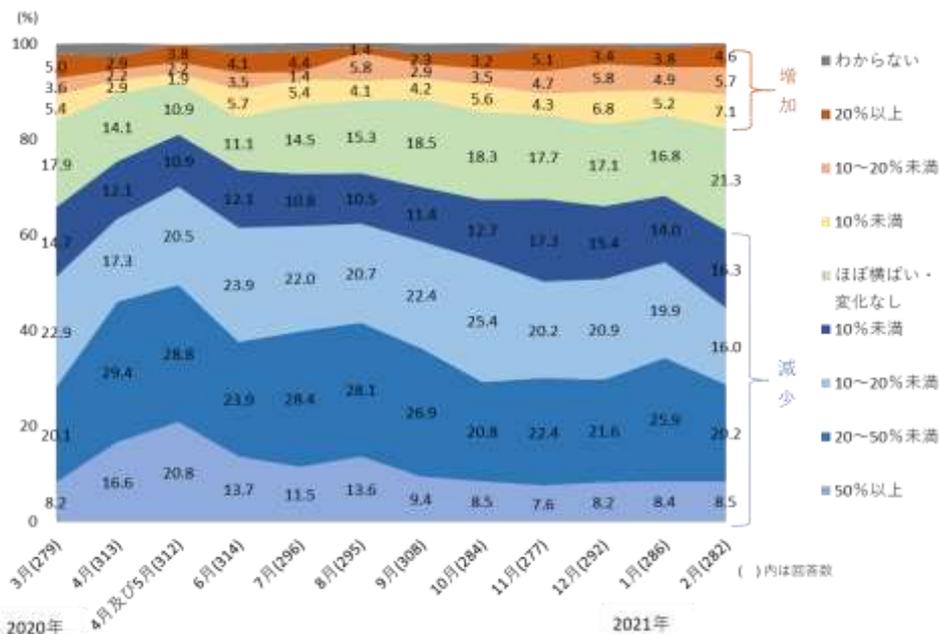
- “減少”は、製造業では12.6ポイント低下して56.4%、非製造業では2.4ポイント低下して65.2%となり、非製造業が8.8ポイント上回った。
- 「50%以上」の減少をみると、製造業で5.6%、非製造業で11.0%となり、非製造業が5.4ポイント上回った。

< 規模別 >

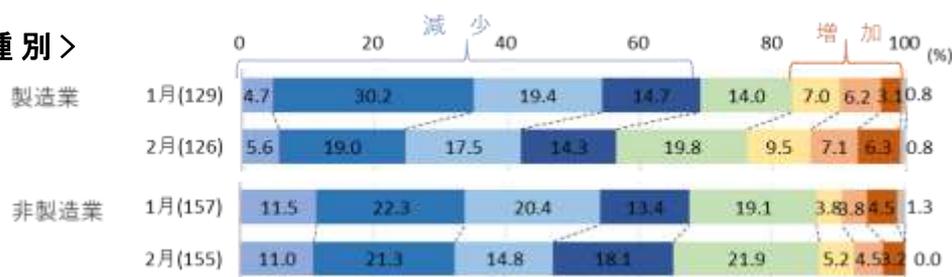
- “減少”は、6-20人で70.8%、101人以上で70.0%となった。一方、0-5人では56.4%、21-100人では54.9%と、低くなった。
- 「50%以上」の減少は、0-5人で18.1%となり、他より約10ポイント以上高くなった。

図E 2021年2月売上高の対前年同月比

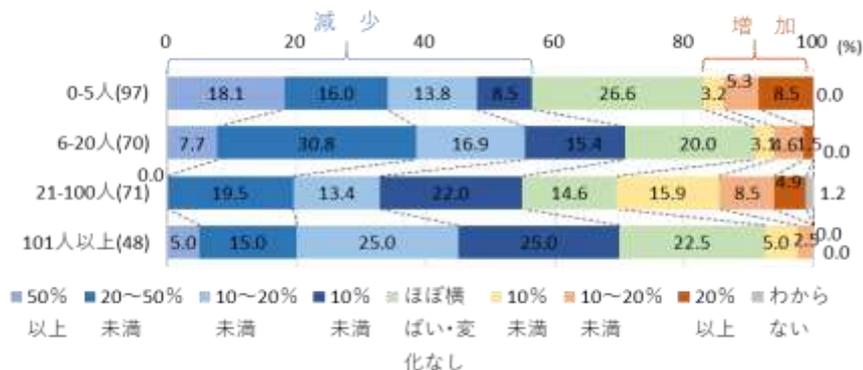
< 全体 >



< 業種別 >



< 規模別 >



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、「マイナスの影響が持続」と回答した人のみの集計

《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」が69.8%と突出して高くなった。次いで、「展示会やイベントの延期・中止等」が38.3%、「出張の自粛・制限等による商談等の遅れ」が35.8%、「外出手控えにより、生産・販売が減少」が28.4%となった。
- このほか、「国内旅行客の減少により、生産・販売が減少」など、需要の減少に関わるもの、および、「資金繰りの悪化」が1割を超えた。
- 前回調査から比較的増減が大きかったのは、「出張の自粛・制限等による商談等の遅れ」で、7.0ポイント低下した。

<その他の主な内容> (各1件)

- コロナ感染による工事の延期・停滞で、部材の出荷が減少。
- 悪化の兆しはないが、コロナ終息によるエアコンの売行きが、どのようになるかが見えない。
- 一部事業の中止による契約の減額。
- 見積依頼、計画変更、キャンセル等による手間は増えるのに、受注は減る。
- 駐車場の賃貸先等から、値下げではなく無料での利用を求められ、対応にコスト面も含めて苦慮している。

<全体・前回調査との比較>



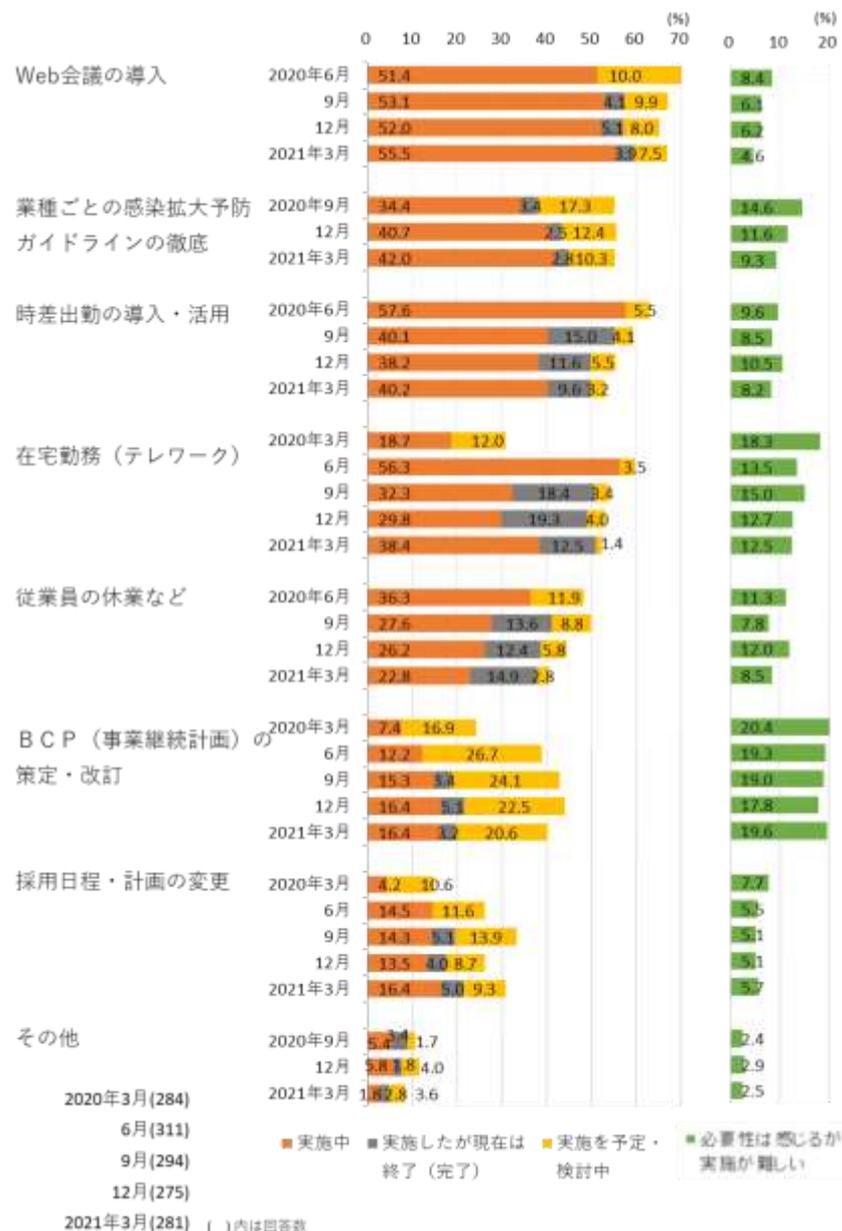
《新型コロナウイルス感染症拡大対策の社内での実施状況》図G

<全体>

- 3月(今回調査)時点で“実施中”の対策では、「Web会議の導入」が55.5%と最も高く、以下、「業種ごとの感染拡大予防ガイドラインの徹底」が42.0%、「時差出勤の導入・活用」が40.2%、「在宅勤務(テレワーク)」が38.4%と続いた。このうち、「在宅勤務(テレワーク)」は12月調査より8.6ポイント上昇した。
- “実施したが現在は終了(完了)”した対策をみると、「従業員の休業」が14.9%、「在宅勤務(テレワーク)」が12.5%、「時差出勤の導入・活用」が9.6%という順で高くなった。
- “実施を予定・検討中”の対策では、「BCP(事業継続計画)の策定・改訂」が20.6%と最も高く、次いで、「業種ごとの感染拡大予防ガイドラインの徹底」が10.3%、「採用日程・計画の変更」が9.3%と、高くなった。
- “必要性は感じるが実施が難しい”では、「BCP(事業継続計画)の策定・改訂」が19.6%と最も高く、次いで、「在宅勤務(テレワーク)」が12.5%と続いた。この2項目は、昨年3月以来、10%を上回っている。

図G 新型コロナウイルス感染症拡大対策の社内での実施状況

<全体>



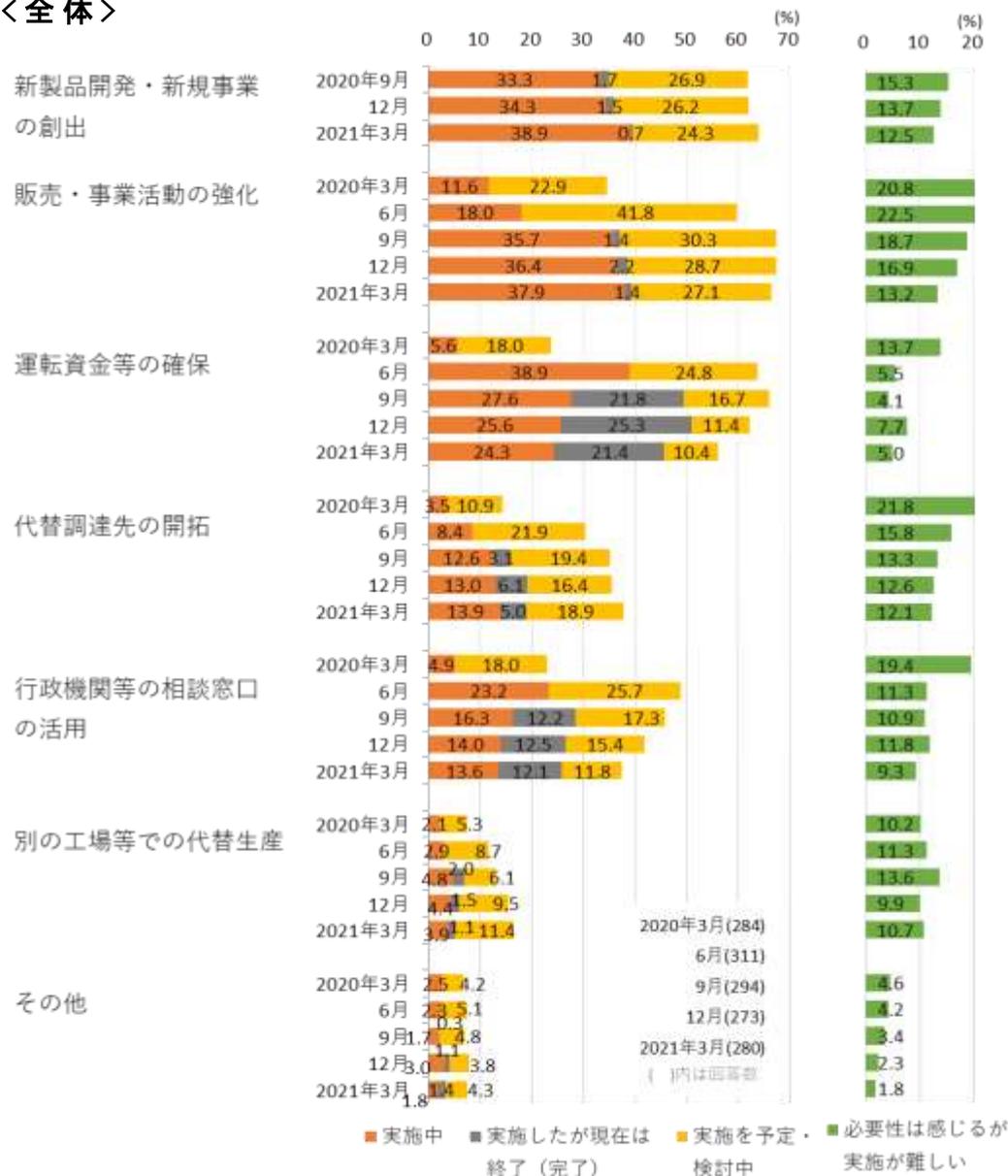
《新型コロナウイルス感染症の影響下における事業継続のための対策の実施状況》図H

<全体>

- “実施中”の比率が高い対策をみると、「新製品開発・新規事業の創出」が、12月より4.6ポイント上昇して38.9%となり、最も高くなった。12月に最も高かった「販売・事業活動の強化」は1.5ポイント上昇して37.9%となり、次いで「運転資金等の確保」が1.3ポイント低下して24.3%となった。
- “実施中”の対策の推移をみると、「新製品開発・新規事業の創出」、「販売・事業活動の強化」、「代替調達先の開拓」は、2020年3月（「新製品開発・新規事業の創出」は9月）以降、上昇が続いた。
- “実施したが現在は終了（完了）”では、「運転資金等の確保」が21.4%と最も高く、次いで「行政機関等の相談窓口の活用」が12.1%となった。
- “実施を予定・検討中”の対策をみると、「販売・事業活動の強化」が27.1%と最も高く、次いで「新製品開発・新規事業の創出」が24.3%、「代替調達先の開拓」が18.9%となった。

図H 新型コロナウイルス感染症の影響下における事業継続のための対策の実施状況

<全体>



《ワクチン接種が進むことによる貴社のビジネスの変化》図I

<全体>

- 「穏やかな好転が期待できる」が58.9%、「急速な好転が期待できる」が2.5%で、これらを合計すると、6割以上(61.4%)は“好転が期待できる”という結果であった。

<業種別>

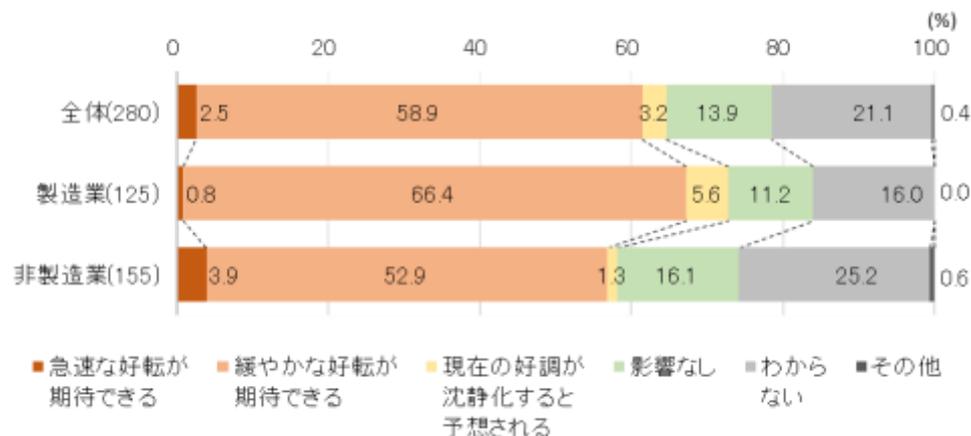
- “好転が期待できる”は製造業で67.2%、非製造業で56.8%で、製造業が10.4ポイント上回った。
- 「現在の好調が沈静化すると予想される」は、製造業で5.6%、非製造業で1.3%で、製造業が4.3ポイント上回った。「影響なし」は製造業で11.2%、非製造業で16.1%で、非製造業が4.9ポイント上回った。

<規模別>

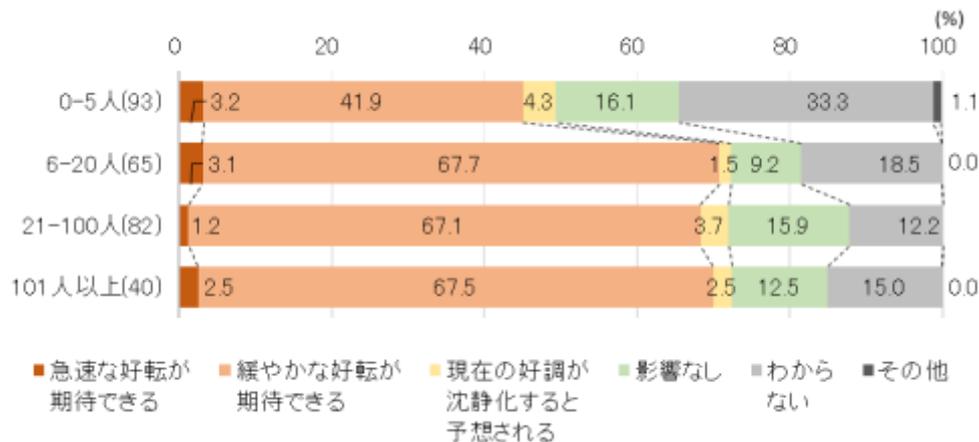
- “好転が期待できる”は、6-20人で70.8%、21-100人で68.3%、101人以上で70.0%と、約7割となったのに対し、0-5人では45.1%であった。

図I ワクチン接種が進むことによる貴社のビジネスの変化

<全体・業種別>



<規模別>



《毎月の売上高がコロナ禍以前の水準にもどる時期》図J

<全体>

- 「1年以上かかる」が30.4%と最も高く、次いで、「来年3月頃まで」が19.3%、「11月頃まで」が14.9%となった。
- おおむね1年以内に戻ると見込む企業（「5月頃まで」「8月頃まで」「11月頃まで」「来年3月頃まで」の合計）は47.4%となった一方、「現状では見通しが立たない」は11.6%となった。
- 「既に例年並みもしくは例年を上回っている」は10.5%と約1割を占めた。

<業種別>

- 製造業では、「1年以上かかる」が28.6%、「来年3月頃まで」が22.0%、「11月頃まで」が16.5%となり、一方で非製造業では、「1年以上かかる」が32.2%、「来年3月頃まで」が16.7%、「現状では見通しが立たない」が15.6%となった。

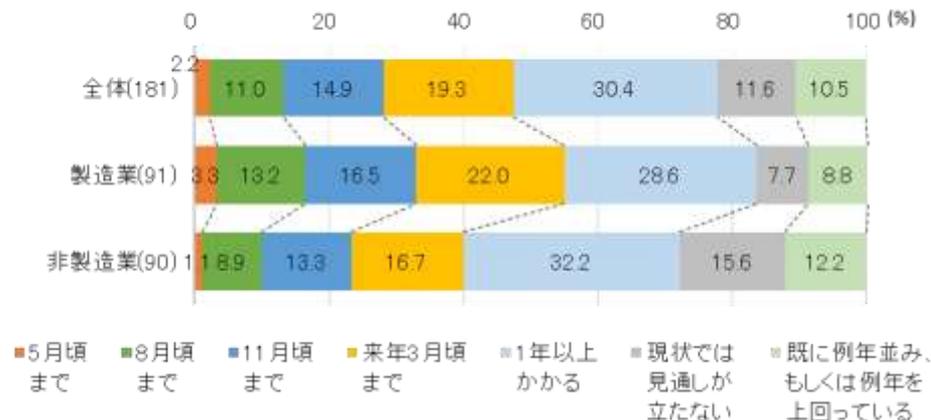
<規模別>

- 「1年以上かかる」は101人以上、21-100人で約4割、6~20人、0~5人では2割台となった。
- 「現状では見通しが立たない」は、0-5人で17.4%、101人以上で13.8%となった。
- 「既に例年並みもしくは例年を上回っている」は0-5人、6-20人、21-100人で1割を超えた。

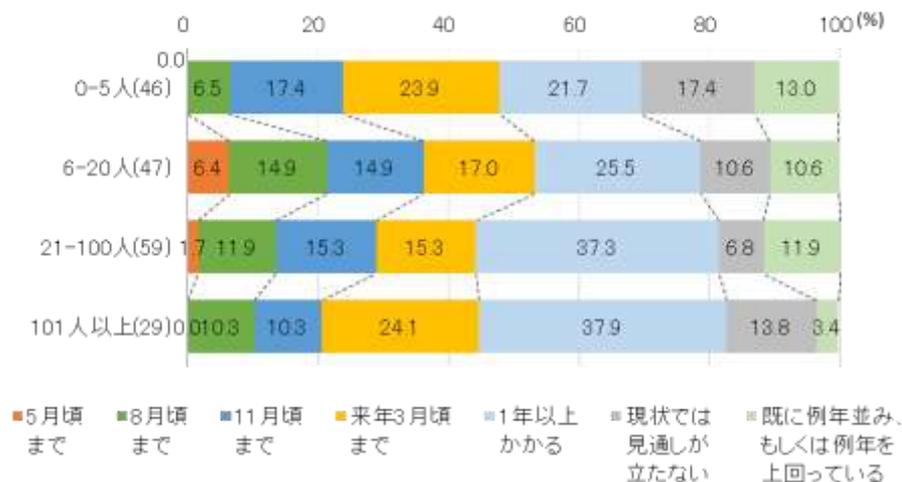
図J 毎月の売上高がコロナ禍以前の水準にもどる時期

※図Iにおいて、「影響なし」「わからない」を選択した回答者を除く集計。

<全体・業種別>



<規模別>



《ワクチン接種の進展(による景気回復)を見込んだ取組》図K

<全体>

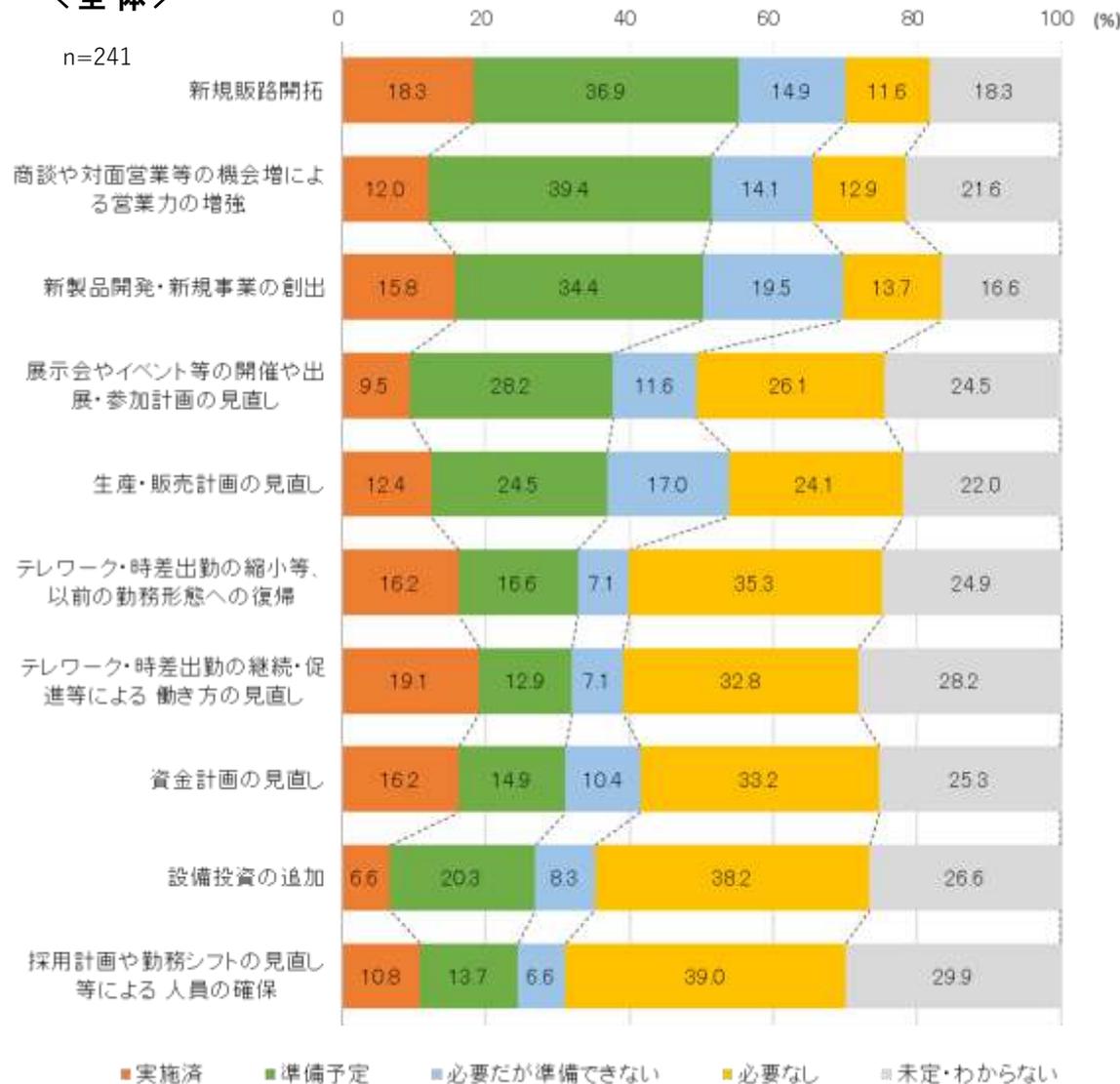
- “実施済”と“準備予定”の合計をみると、「新規販路開拓」が55.2%、「商談や対面営業等の機会増による営業力の増強」が51.4%、「新製品開発・新規事業の創出」が50.2%と、5割を上回った。
- “実施済”-では、「テレワーク・時差出勤の継続・促進等による働き方の見直し」が19.1%、「新規販路開拓」が18.3%、「テレワーク・時差出勤の縮小等、以前の勤務形態への復帰」および「資金計画の見直し」が16.2%となった。
- “準備予定”では、「商談や対面営業等の機会増による営業力の増強」が39.4%と最も高く、次いで、「新規販路開拓」が36.9%、「新製品開発・新規事業の創出」が34.4%となった。
- “実施済”が、“準備予定”を上回ったのは、「テレワーク・時差出勤の継続・促進等による働き方の見直し」および「資金計画の見直し」となった。
- “必要だが準備できない”をみると、「新製品開発・新規事業の創出」が19.5%で最も高く、次いで「生産・販売計画の見直し」が17.0%、「新規販路開拓」が14.9%となった。

図K ワクチン接種の進展(による景気回復)を見込んだ取組

※図Iにおいて、「影響なし」を選択した回答者を除く集計。

<全体>

n=241



《ワクチン接種の進展(による景気回復)を見込んだ取組》図K

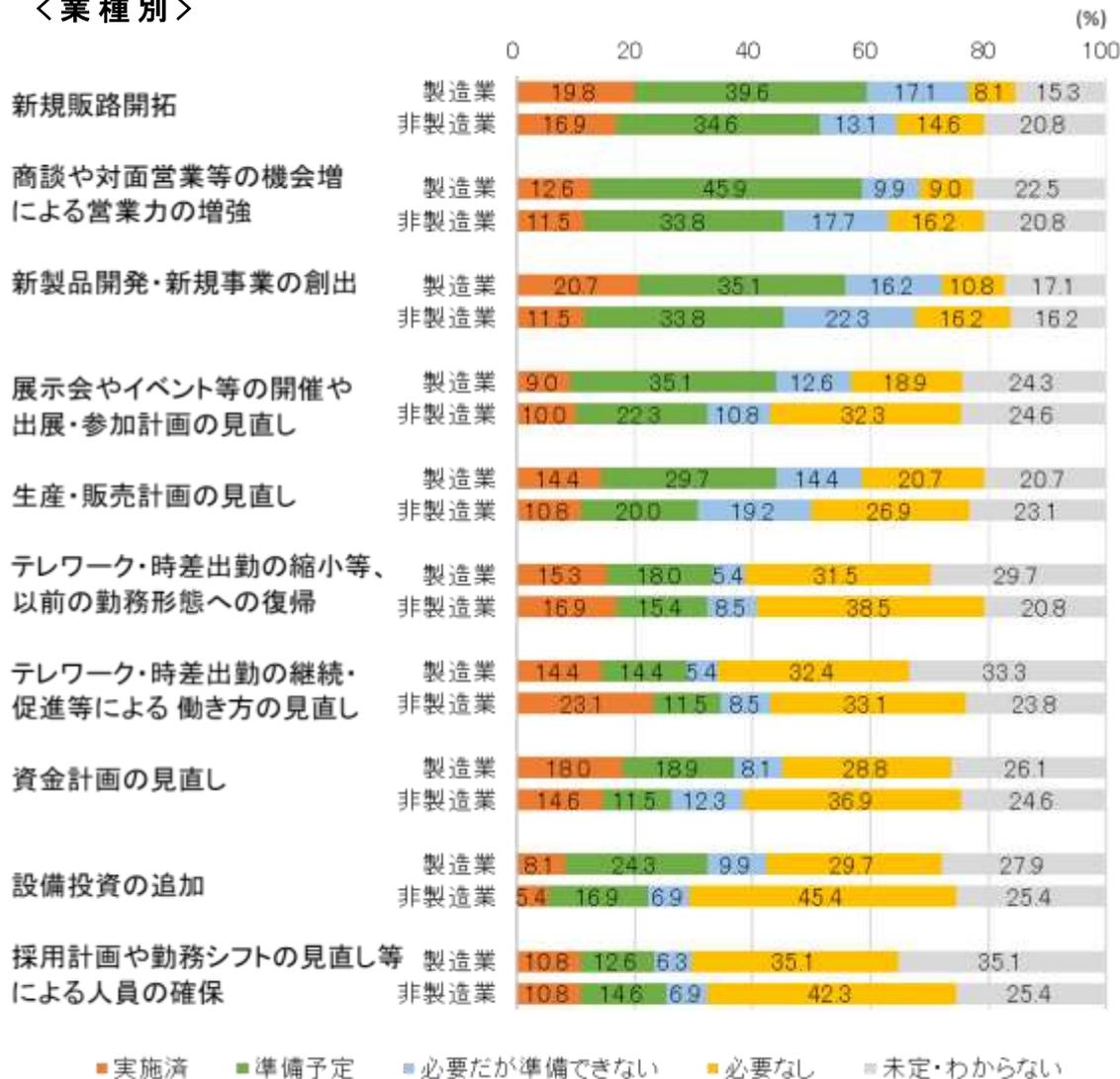
＜業種別＞

- “実施済”と“準備予定”の合計をみると、製造業では、「新規販路開拓」が59.4%、と最も高く、次いで「商談や対面営業等の機会増による営業力の増強」(以下、「商談等の機会増」と表記)が58.5%、「新製品開発・新規事業の創出」が55.8%となった。
非製造業では、「新規販路開拓」が51.5%と最も高く、次いで、「新製品開発・新規事業の創出」および「商談等の機会増」が45.3%となった。
- “実施済”についてみると、製造業では、「新製品開発・新規事業の創出」が20.7%、「新規販路開拓」が19.8%、「資金計画の見直し」が18.0%となった。
一方、非製造業では、「テレワーク・時差出勤の継続・促進による働き方の見直し」が23.1%と最も高く、次いで、「新規販路開拓」および「テレワーク・時差出勤の縮小等、以前の勤務形態への復帰」が16.9%となった。
- “準備予定”についてみると、製造業では、「商談等の機会増」が45.9%、「新規販路開拓」が39.6%となった。
非製造業では、「新規販路開拓」が34.6%と最も高く、「商談の機会増」および「新規製品開発・新規事業の創出」が33.8%となった。

図K ワクチン接種の進展(による景気回復)を見込んだ取組

※図Iにおいて、「影響なし」を選択した回答者を除く集計。

＜業種別＞



《資金繰りDIの推移》図L

<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、前回から5.9ポイント上昇して25.5となった。

<業種別>

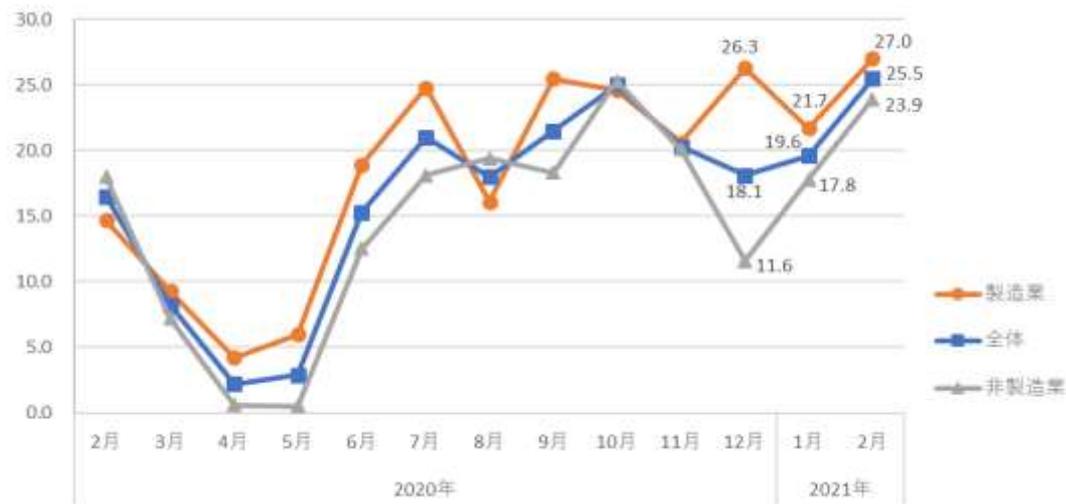
- 製造業では、DIは、前回から5.3ポイント上昇して、27.0となった。
- 非製造業では、DIは、6.1ポイント上昇して、23.9となった。

<規模別>

- 0-5人では、DIが9.4ポイント上昇して2.2となり、4か月ぶりにプラス値に転じた。
- 6-20人では、3.1ポイント上昇して23.1となった。
- 21-100人では、DIは2.6ポイント下降して43.9となった。
- 101人以上で、DIは11.6ポイント上昇して45.0となった。

図L 資金繰りDIの推移

<全体・業種別>



<規模別>

