

商工中金景況調査

2020年12月調査結果

1. 目的・調査事項	<ul style="list-style-type: none">●目的 中小企業の、景況感をはじめとする実態のタイムリーな把握●調査事項<ul style="list-style-type: none">(1) 景況感 今月及び先行き(2) 業況判断（売上、販売価格、仕入価格、雇用状況、生産・営業用設備、資金繰り）今月及び先行き(3) トピックス（新型コロナウイルスの影響、新常態への対応策と課題）
2. 回答期間・調査頻度	<ul style="list-style-type: none">●回答期間 2020年12月4日～18日（本件が第4回調査）●調査頻度 四半期毎（当面）
3. 対象企業	商工中金の取引先中小・中堅企業
4. 企業数	有効回答数1,204社 （アンケート依頼数3,200社、回答率37.6%）
5. 調査方法	インターネットによる直接回答
■ ご照会先	商工中金 産業調査部 柗木（ひいらぎ） TEL：080-7005-3531

調査回答企業の属性（業種別）

		回答企業数	構成比(%)			回答企業数	構成比(%)
製造業		529	43.9	非製造業		675	56.1
	食料品	43	3.6		建設業	37	3.1
	化学	36	3.0		卸売業	213	17.7
	鉄・非鉄	50	4.2		小売業	90	7.5
	印刷業	37	3.1		運輸業	227	18.9
	金属製品	90	7.5		その他非製造業	108	9.0
	はん用、生産用、業務用機械	80	6.6				
	電気機器	40	3.3				
	輸送用機器	47	3.9				
	その他製造業	106	8.8				
全産業						1,204	100

(注)各項目の構成比の合計は、四捨五入の関係で100%とならない場合がある

目次

1. 景況感	景況感は好転も、先行きは再度悪化を見込む	4
2. 業況判断	売上：全体で増加に転じるも、先行きは減少見込み	10
3. 新型コロナウイルスの影響、新常態への対応策と課題		17
3-1. コロナ発生後の最大下落月の売上		18
3-2. 自社の売上見通し		20
3-3. 新常態への対応策		25
3-4. 対応策の実施にかかる課題		31

1. 景況感

～景況感は好転も、先行きは再度悪化を見込む

<2020年12月の景況感>

景況判断指数は50.6と好転も、先行きは41.7と再度悪化を見込む

今月の景況判断指数（全産業）は50.6
先行きの景況判断指数は41.7
（今月比－8.9ポイント）

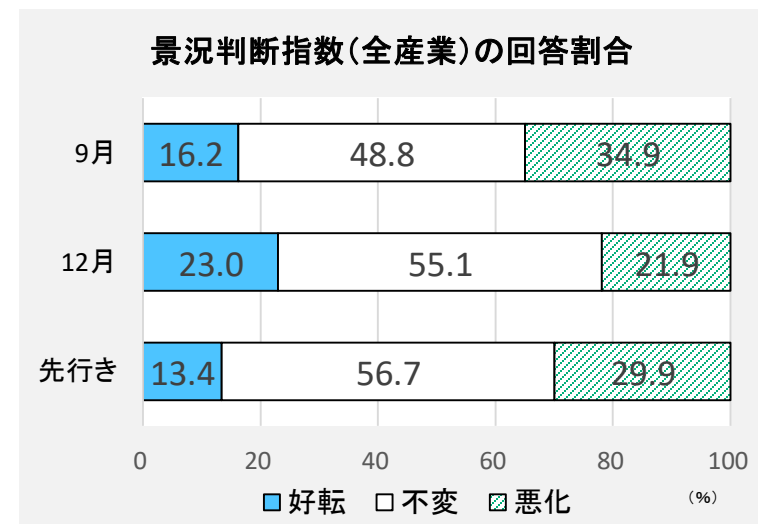
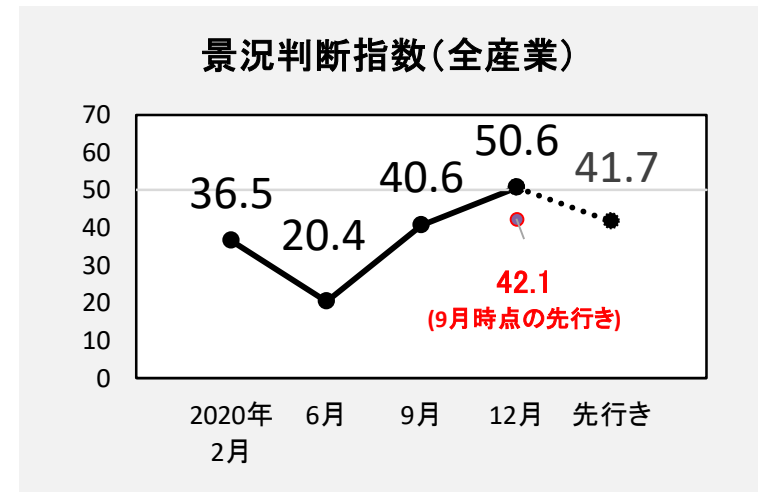
- 12月・・・「好転」23.0%、「不変」55.1%
「悪化」21.9%。
- 先行き・・・「好転」13.4%、「不変」56.7%
「悪化」は29.9%。

注1) 景況判断指数の算出式

景況判断指数 = ((好転企業数 × 1 + 不変企業数 × 0.5 + 悪化企業数 × 0) ÷ 当該設問への回答企業数) × 100

指数が50を上回っていれば調査対象企業群の景況判断が概ね1~3か月前と比べて好転したことを表し、50を下回っていれば景況判断が概ね1~3か月前と比べて悪化したことを表す。50が中立となる。指数の範囲0.0 ≤ 景況判断指数 ≤ 100.0

注2) 景況判断は、「今月（概ね1~3か月前と比べて）」につき3つの選択肢 = 「1.好転」「2.不変」「3.悪化」から選択。「先行き（向こう3か月程度の見通し）」についても同様。



<2020年12月の景況感>

製造業が牽引し、全体の景況判断指数は50.0超となる

業種名	9月	12月 [9月時点の先行き]	(12月－9月)	先行き	回答数 (今月)
全産業	40.6	50.6 [42.1]	+10.0	41.7	(1,199)
製造業	39.2	54.6 [43.7]	+15.4	46.2	(528)
非製造業	41.9	47.4 [40.8]	+5.5	38.2	(671)
食料品	50.0	54.7 [46.3]	+4.7	43.0	(43)
化学	40.0	55.6 [40.0]	+15.6	48.6	(36)
鉄・非鉄	38.9	62.0 [46.7]	+23.1	52.0	(50)
印刷業	36.2	54.2 [41.4]	+18.0	41.7	(36)
金属製品	41.5	59.4 [46.3]	+17.9	45.0	(90)
はん用、生産用、業務用機械	28.6	43.1 [40.9]	+14.5	43.8	(80)
電気機器	27.9	48.8 [32.4]	+20.9	40.0	(40)
輸送用機器	61.5	73.4 [56.3]	+11.9	62.0	(47)
その他製造業	35.1	49.5 [40.8]	+14.4	43.9	(106)
建設業	45.0	50.0 [45.0]	+5.0	43.1	(36)
卸売業	37.0	46.0 [35.6]	+9.0	37.4	(211)
小売業	49.3	44.4 [50.0]	-4.9	40.4	(89)
運輸業	41.5	48.5 [42.0]	+7.0	38.3	(227)
その他非製造業	44.9	49.5 [39.9]	+4.6	36.1	(108)

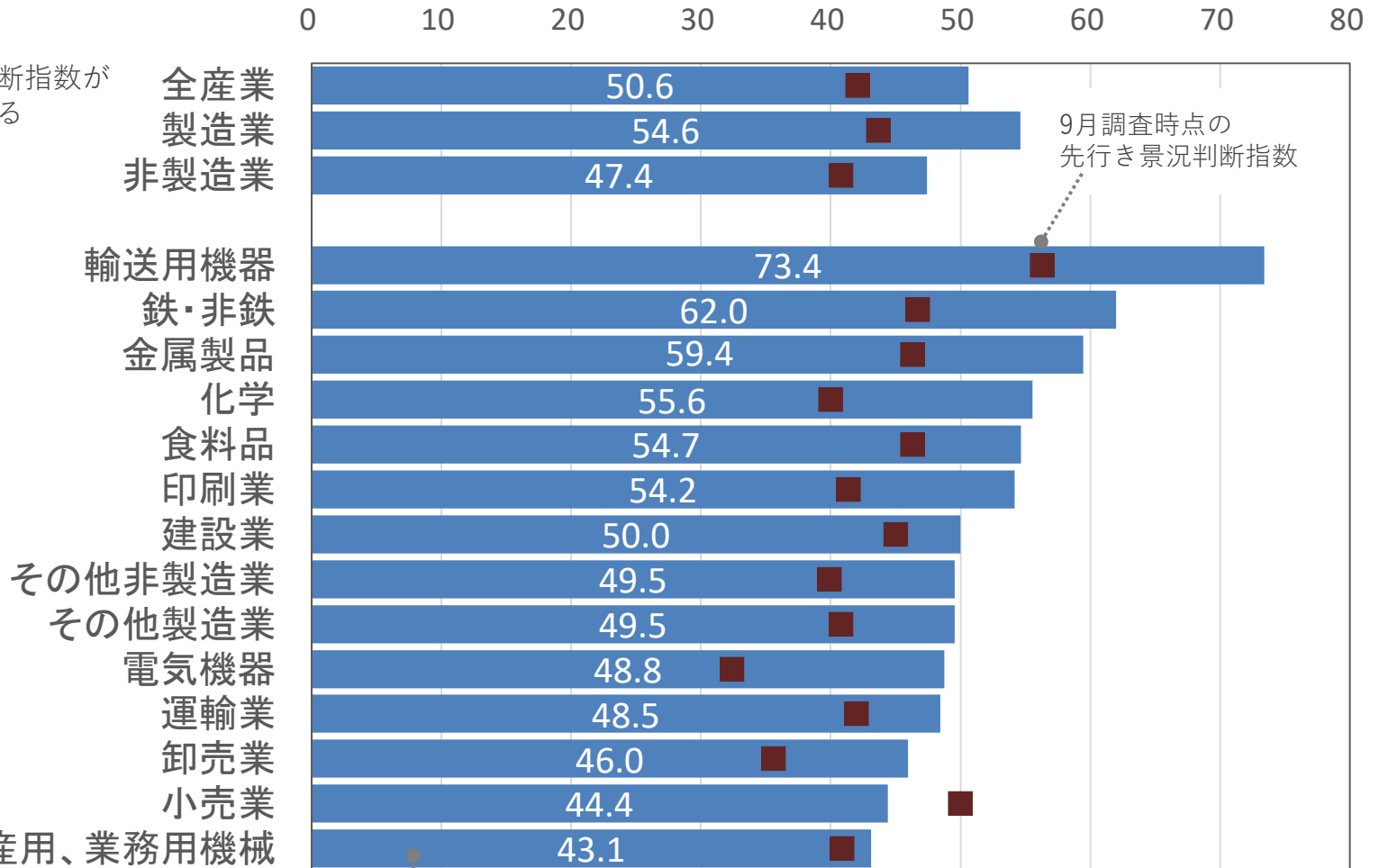
(注) その他製造業は 紙・パルプ、繊維、窯業・土石、木材・木製品、その他製造業を含む
 その他非製造業は 飲食・宿泊業、情報通信業、不動産・物品賃貸業、サービス業を含む

<2020年12月の景況感（9月調査時点の先行きとの比較）>

小売業除く全ての業種で、9月調査時点の先行き景況判断指数より上方修正

■9月調査時点の先行き景況判断指数との比較

注) 以下、景況判断指数が高い順に並べている

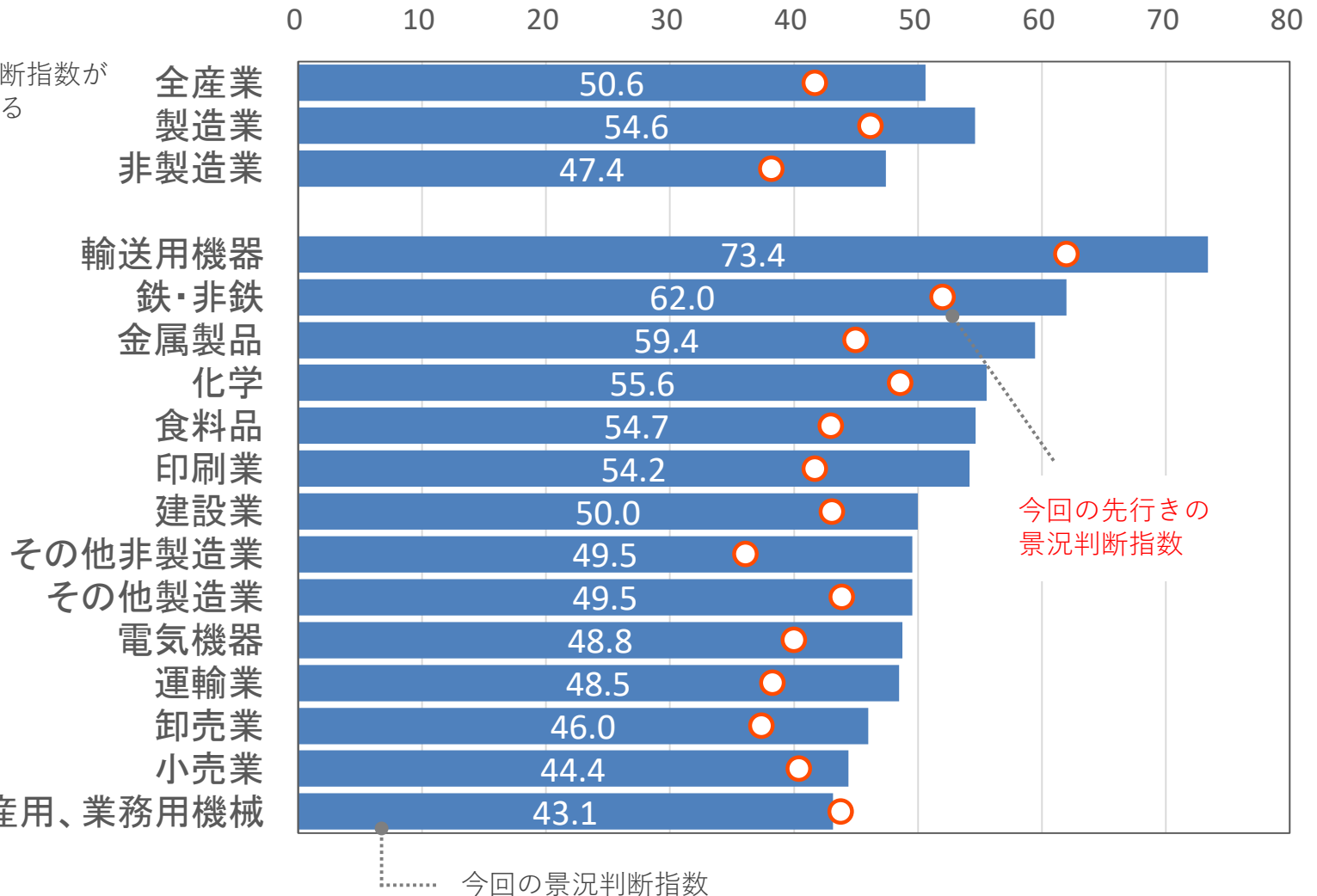


..... 今回の景況判断指数

<2020年12月の景況感（今回の先行き景況判断指数との比較）> ほぼ全ての業種が先行き慎重

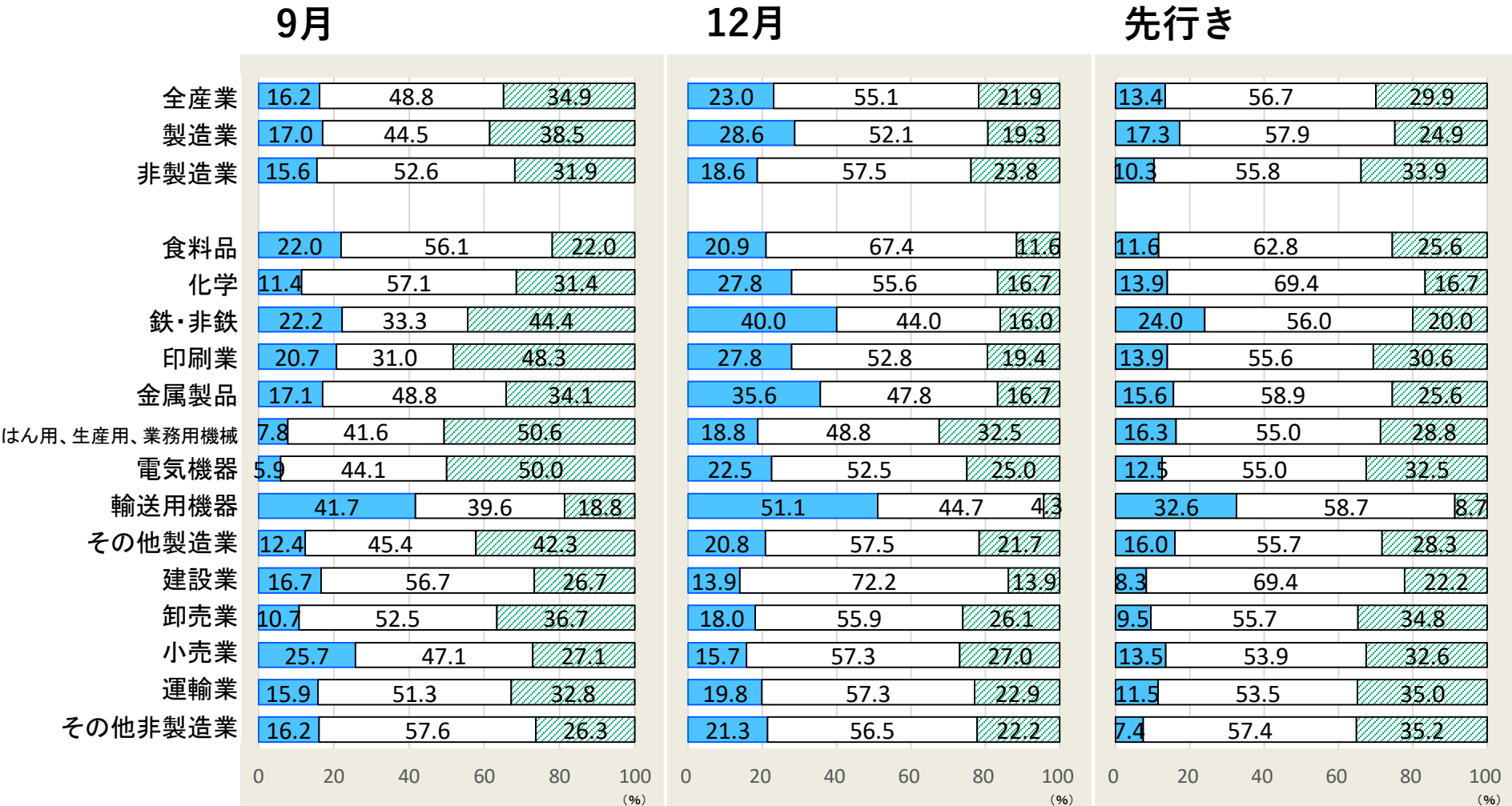
■ 今回の先行き景況判断指数との比較

注) 以下、景況判断指数が
高い順に並べている



<2020年12月の景況感> 業種別の回答構成比

輸送用機械は半数以上の企業が好転

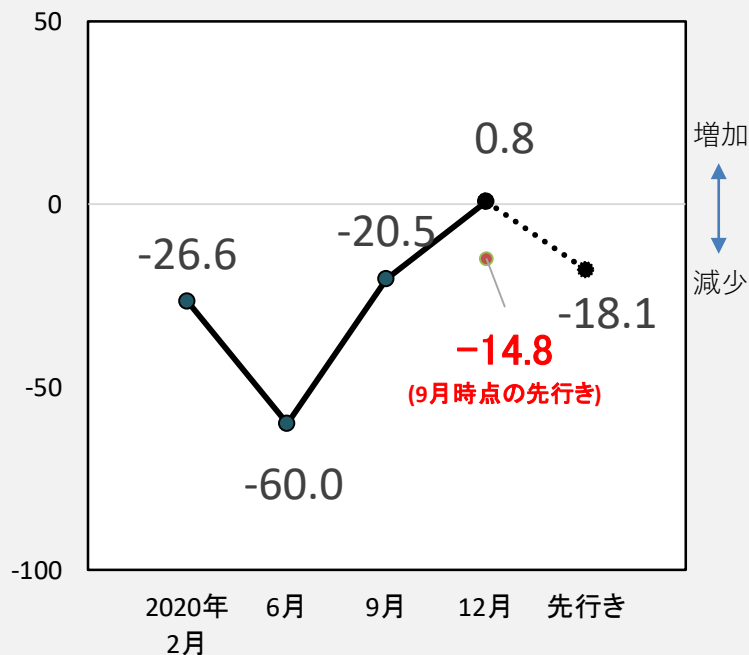


2. 業況判断

～売上：全体で増加に転じるも、先行きは減少見込み

【売上】全体で増加に転じるも、先行きは減少見込み

売上DI(全産業)



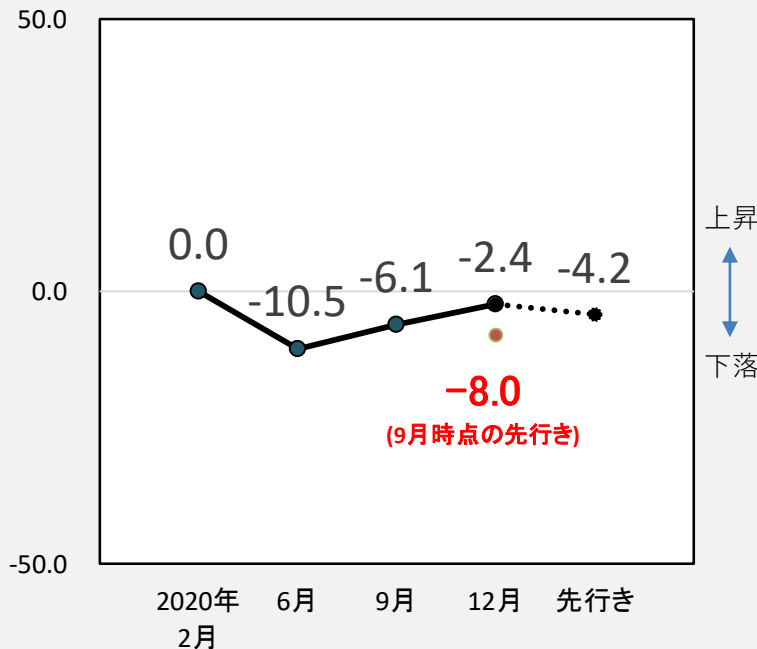
	前回	今月	先行き
	20年9月	20年12月	21年1月~3月
全産業	▲ 20.5	0.8	▲ 18.1
製造業	▲ 25.5	11.2	▲ 8.3
非製造業	▲ 16.3	▲ 7.5	▲ 25.7

食料品	▲ 17.1	7.0	▲ 18.6
化学	▲ 31.4	13.9	▲ 2.8
鉄・非鉄	▲ 22.2	10.0	4.0
印刷業	▲ 28.6	13.9	▲ 11.1
金属製品	▲ 18.3	22.2	▲ 3.3
はん用、生産用、業務用機械	▲ 43.4	▲ 12.5	▲ 8.8
電気機器	▲ 47.1	5.0	▲ 20.0
輸送用機器	29.2	54.3	19.6
その他製造業	▲ 39.2	3.8	▲ 22.6
建設業	▲ 20.0	▲ 16.7	▲ 19.4
卸売業	▲ 24.9	▲ 12.4	▲ 24.4
小売業	▲ 4.2	▲ 10.1	▲ 28.1
運輸業	▲ 19.0	▲ 3.5	▲ 23.9
その他非製造業	▲ 3.0	▲ 0.9	▲ 32.4

<2020年12月の業況判断>

【販売価格】下落幅縮小も、先行きは下落幅拡大の懸念

販売価格DI(全産業)



	前回	今月	先行き
	20年9月	20年12月	21年1月~3月
全産業	▲ 6.1	▲ 2.4	▲ 4.2
製造業	▲ 9.2	▲ 2.7	▲ 4.0
非製造業	▲ 3.4	▲ 2.1	▲ 4.4

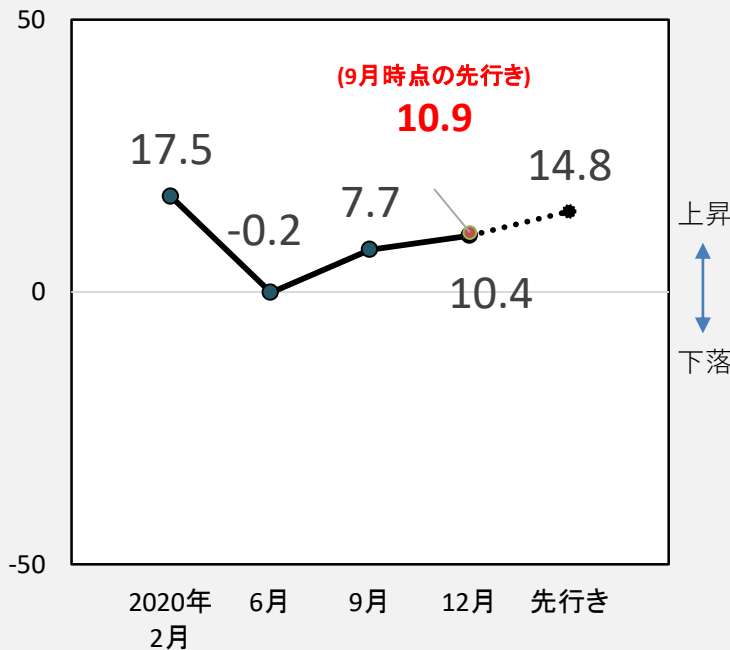
食料品	▲ 9.8	4.7	▲ 4.7
化学	▲ 11.4	▲ 8.6	▲ 2.9
鉄・非鉄	▲ 6.7	10.0	10.0
印刷業	▲ 10.3	2.8	▲ 2.8
金属製品	▲ 4.9	▲ 6.7	▲ 10.1
はん用、生産用、業務用機械	▲ 15.6	▲ 6.3	▲ 6.3
電気機器	▲ 5.9	▲ 5.0	▲ 7.7
輸送用機器	▲ 4.3	2.2	4.3
その他製造業	▲ 11.3	▲ 6.6	▲ 6.7
建設業	▲ 3.3	▲ 11.1	▲ 13.9
卸売業	▲ 4.5	0.5	▲ 0.5
小売業	1.4	▲ 3.3	▲ 4.4
運輸業	▲ 6.5	▲ 4.2	▲ 6.0
その他非製造業	1.0	0.9	▲ 5.7

(DIの定義は資料末尾に記載)

<2020年12月の業況判断>

【仕入価格】上昇が続き、先行きも更に拡大を見込む

仕入価格DI(全産業)



	前回	今月	先行き
	20年9月	20年12月	21年1月~3月
全産業	7.7	10.4	14.8
製造業	5.1	12.9	17.5
非製造業	9.9	8.3	12.7

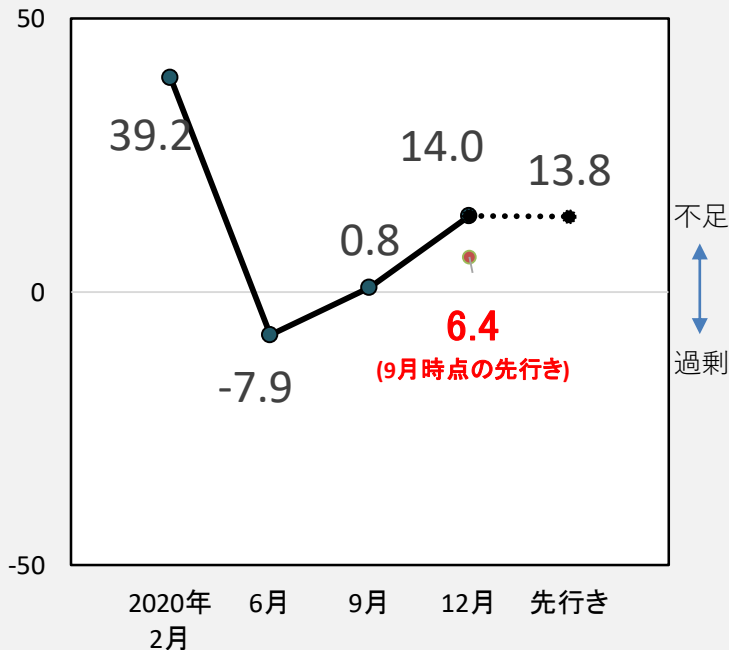
	前回	今月	先行き
食料品	9.8	16.3	23.3
化学	▲ 8.6	11.1	22.2
鉄・非鉄	20.5	38.0	38.0
印刷業	▲ 3.4	0.0	0.0
金属製品	11.0	15.6	26.7
はん用、生産用、業務用機械	0.0	6.3	12.5
電気機器	11.8	15.0	17.5
輸送用機器	2.1	8.7	8.7
その他製造業	2.1	8.5	9.4
建設業	0.0	13.9	13.9
卸売業	11.3	10.5	13.8
小売業	19.7	7.8	6.7
運輸業	8.1	5.5	15.1
その他非製造業	7.1	8.5	10.4

(DIの定義は資料末尾に記載)

<2020年12月の業況判断>

【雇用状況】全体では不足感が強まるも、一部業種では過剰感残る

雇用状況DI(全産業)



	前回	今月	先行き
	20年9月	20年12月	21年1月~3月
全産業	0.8	14.0	13.8
製造業	▲ 16.4	2.8	3.0
非製造業	15.6	22.7	22.3

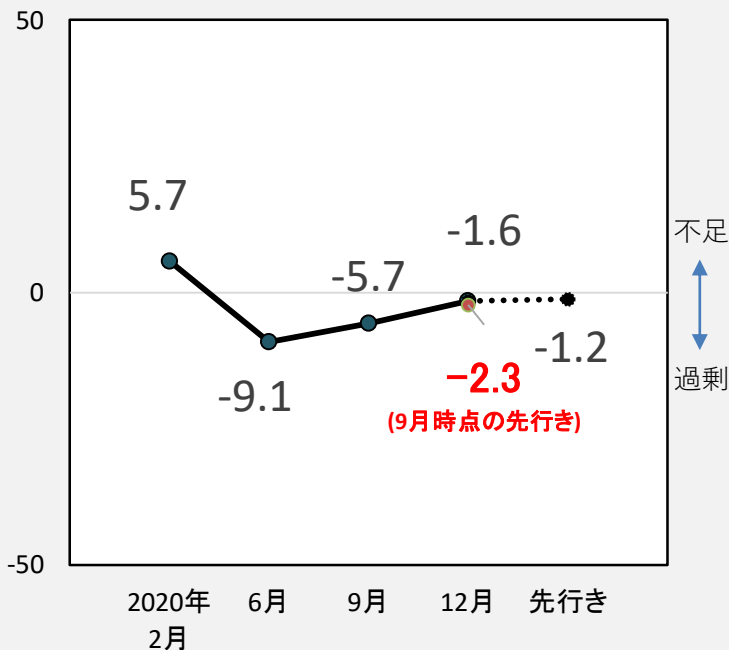
食料品	▲ 4.9	14.0	11.6
化学	▲ 2.9	25.0	22.2
鉄・非鉄	▲ 22.2	10.0	10.0
印刷業	▲ 13.8	8.1	5.4
金属製品	▲ 26.8	▲ 6.7	▲ 6.7
はん用、生産用、業務用機械	▲ 16.9	▲ 13.8	▲ 6.3
電気機器	▲ 20.6	▲ 2.5	▲ 2.5
輸送用機器	▲ 25.0	15.2	13.0
その他製造業	▲ 9.3	2.9	1.9
建設業	30.0	33.3	38.9
卸売業	5.6	12.8	10.4
小売業	18.3	16.7	20.0
運輸業	23.5	34.7	33.9
その他非製造業	12.1	18.7	17.8

(DIの定義は資料末尾に記載)

<2020年12月の業況判断>

【生産・営業用設備】 過剰感が和らぐも、非製造業では不足感続く

生産・営業用設備DI
(全産業)



	前回	今月	先行き
	20年9月	20年12月	21年1月~3月
全産業	▲ 5.7	▲ 1.6	▲ 1.2
製造業	▲ 12.3	▲ 5.5	▲ 4.4
非製造業	0.0	1.5	1.4

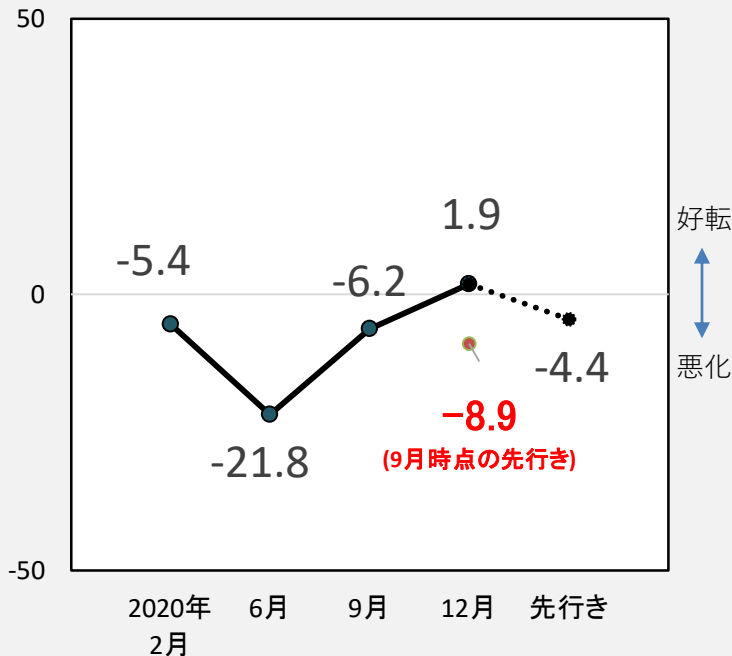
食料品	▲ 7.3	2.3	0.0
化学	0.0	2.8	▲ 5.6
鉄・非鉄	▲ 28.9	▲ 4.0	▲ 4.0
印刷業	▲ 10.3	0.0	▲ 2.8
金属製品	▲ 18.3	▲ 14.4	▲ 6.8
はん用、生産用、業務用機械	▲ 11.7	▲ 8.8	▲ 5.0
電気機器	0.0	▲ 2.6	▲ 2.6
輸送用機器	▲ 20.8	▲ 4.3	0.0
その他製造業	▲ 7.2	▲ 5.7	▲ 6.6
建設業	6.7	0.0	2.8
卸売業	▲ 1.1	▲ 0.5	▲ 0.5
小売業	▲ 1.4	2.3	1.2
運輸業	2.2	5.6	4.7
その他非製造業	▲ 3.0	▲ 2.8	▲ 1.9

(DIの定義は資料末尾に記載)

<2020年12月の業況判断>

【資金繰り】足元好転するも、先行きは悪化

資金繰りDI(全産業)



	前回	今月	先行き
	20年9月	20年12月	21年1月~3月
全産業	▲ 6.2	1.9	▲ 4.4
製造業	▲ 12.3	3.4	▲ 0.8
非製造業	▲ 0.9	0.7	▲ 7.3

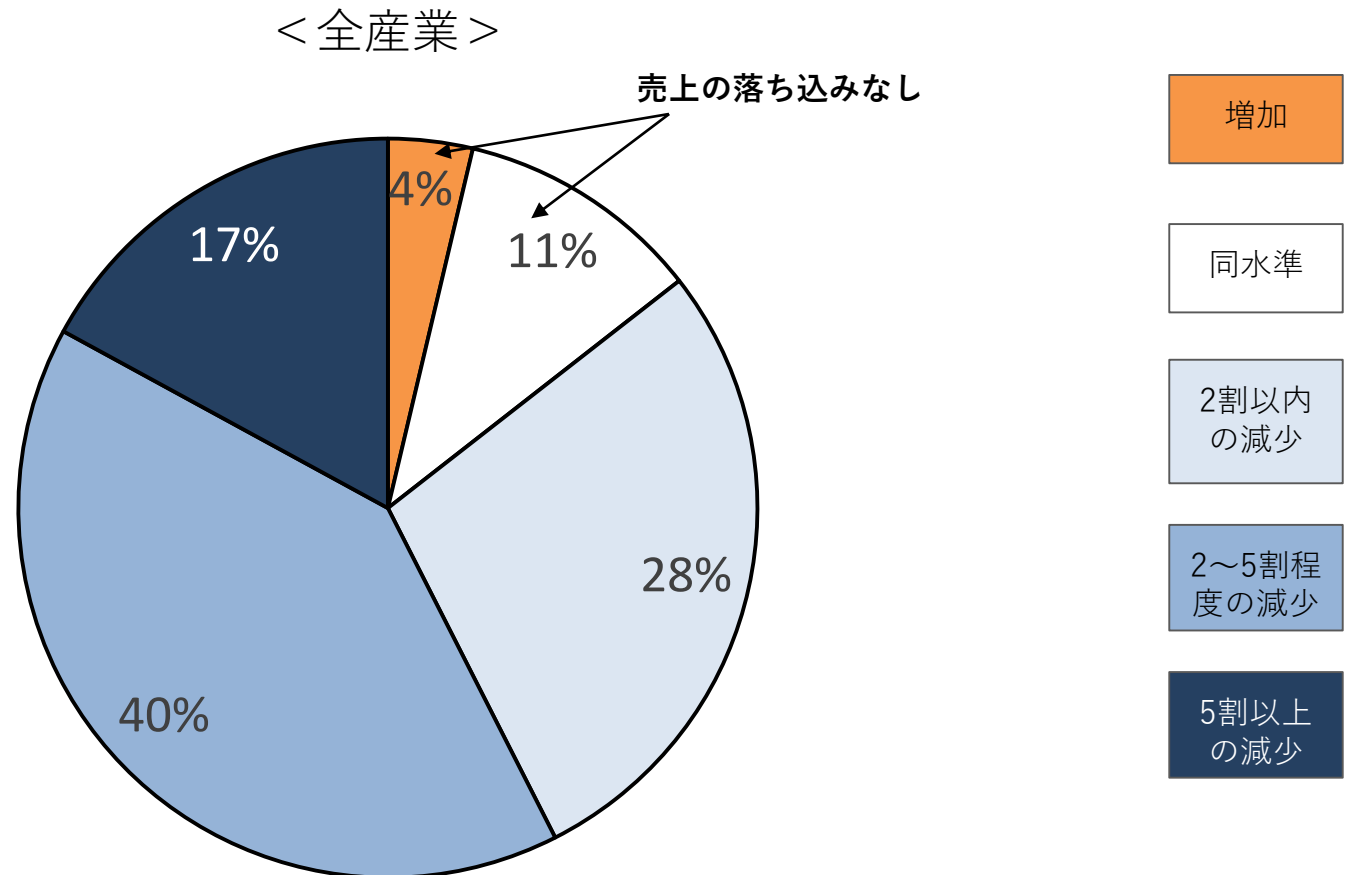
食料品	▲ 2.4	9.3	▲ 7.0
化学	▲ 5.7	11.1	2.8
鉄・非鉄	▲ 13.3	8.0	6.0
印刷業	▲ 10.3	▲ 5.6	▲ 11.1
金属製品	▲ 15.9	4.4	0.0
はん用、生産用、業務用機械	▲ 15.6	2.5	▲ 1.3
電気機器	▲ 17.6	10.3	0.0
輸送用機器	▲ 19.1	15.2	10.9
その他製造業	▲ 8.2	▲ 8.5	▲ 4.7
建設業	3.3	0.0	▲ 5.6
卸売業	0.6	3.8	▲ 4.7
小売業	0.0	4.5	▲ 10.1
運輸業	▲ 3.7	▲ 1.3	▲ 4.0
その他非製造業	0.0	▲ 3.7	▲ 17.6

(DIの定義は資料末尾に記載)

3. 新型コロナウイルスの影響、 新常態への対応策と課題

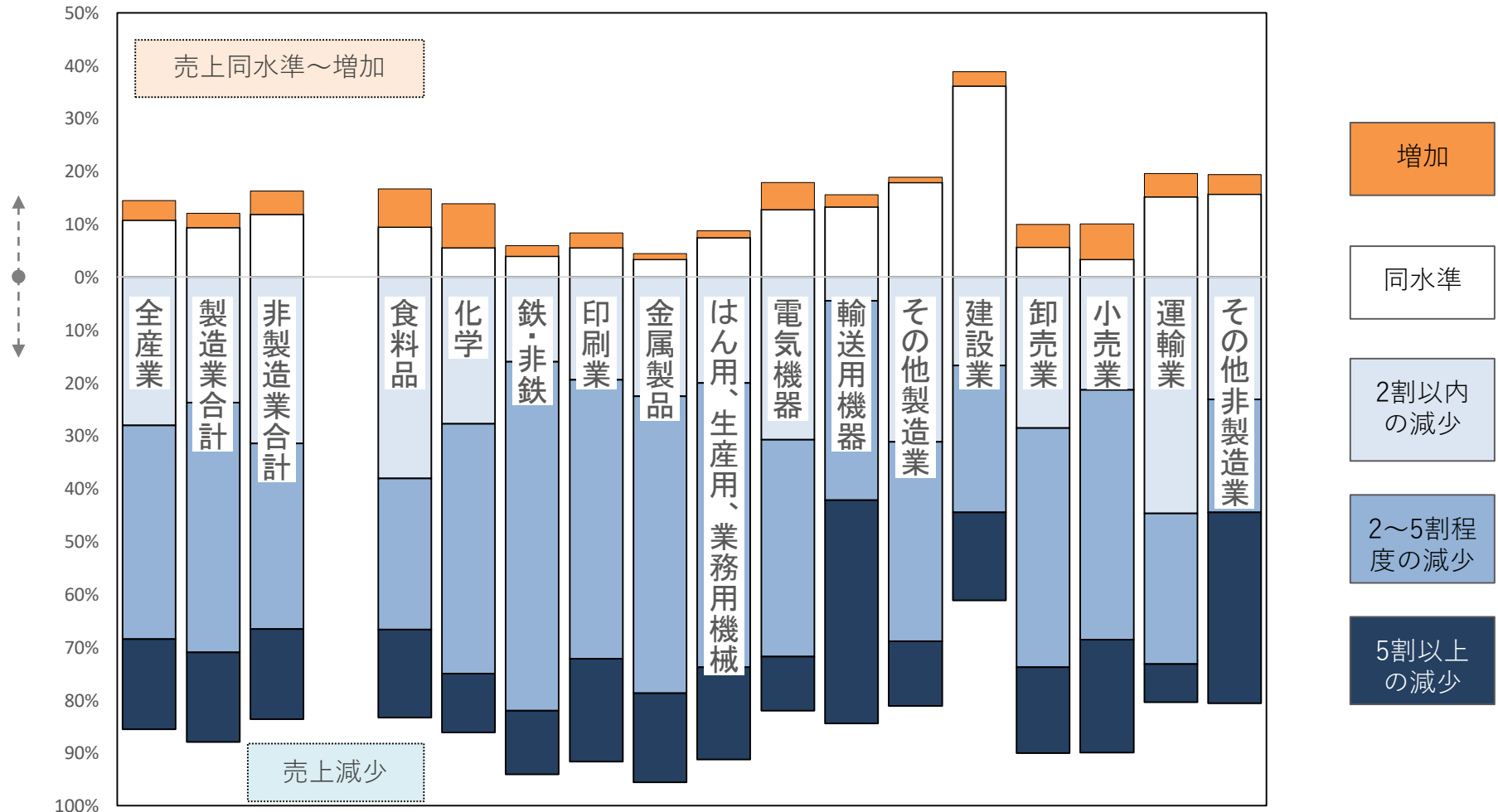
【3-1. コロナ発生後の最大下落月の売上】 売上が2割以上減少した企業が全体の約6割を占める

■ [全産業] コロナ発生後の最大下落月の売上（コロナ前との比較）



【3-1. コロナ発生後の最大下落月の売上】 輸送用機械・その他非製造業の約4割が「5割以上の減少」

■ [業種別] コロナ発生後の最大下落月の売上（コロナ前との比較）

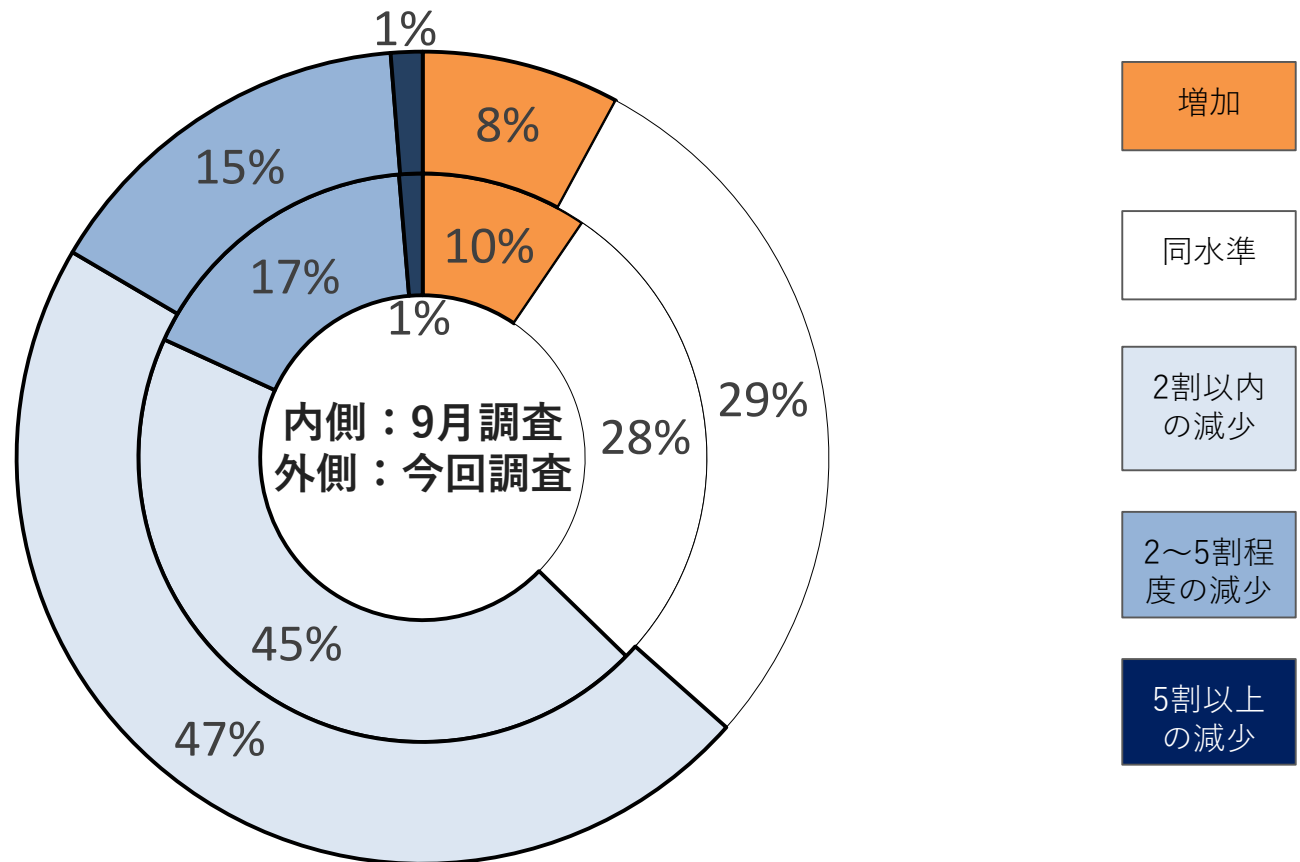


【3-2. 自社の売上見通し】

前回調査に引き続き、企業の約6割がコロナ発生以前よりも「減少」を見込む

■半年～1年後の、自社の売上見通し（コロナ前との比較）

<全産業>

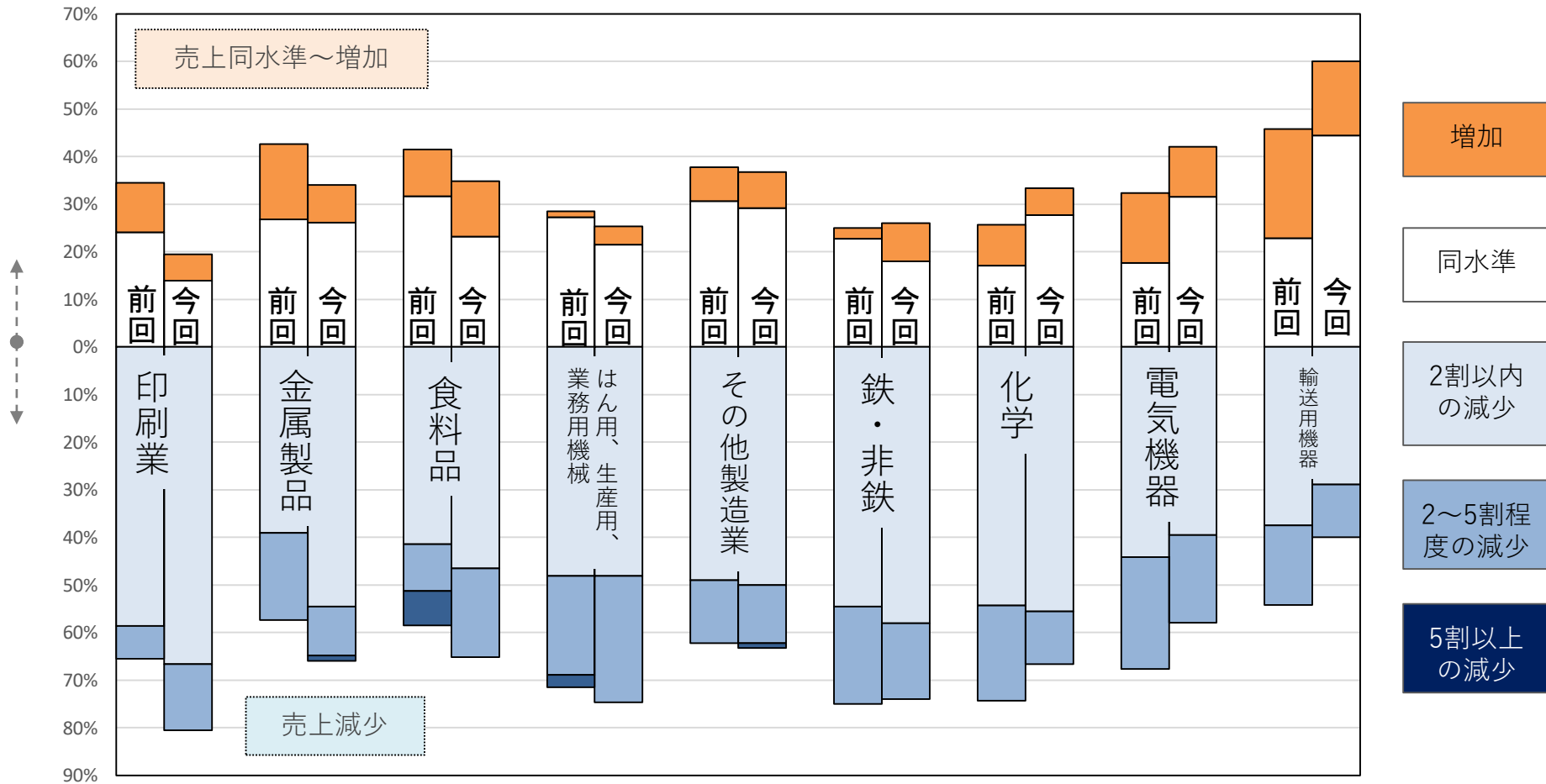


(注) 四捨五入のため表示されている値の合計が100%とならない場合があります。
以下頁同様

【3-2. 自社の売上見通し（前回調査と今回調査の比較）】

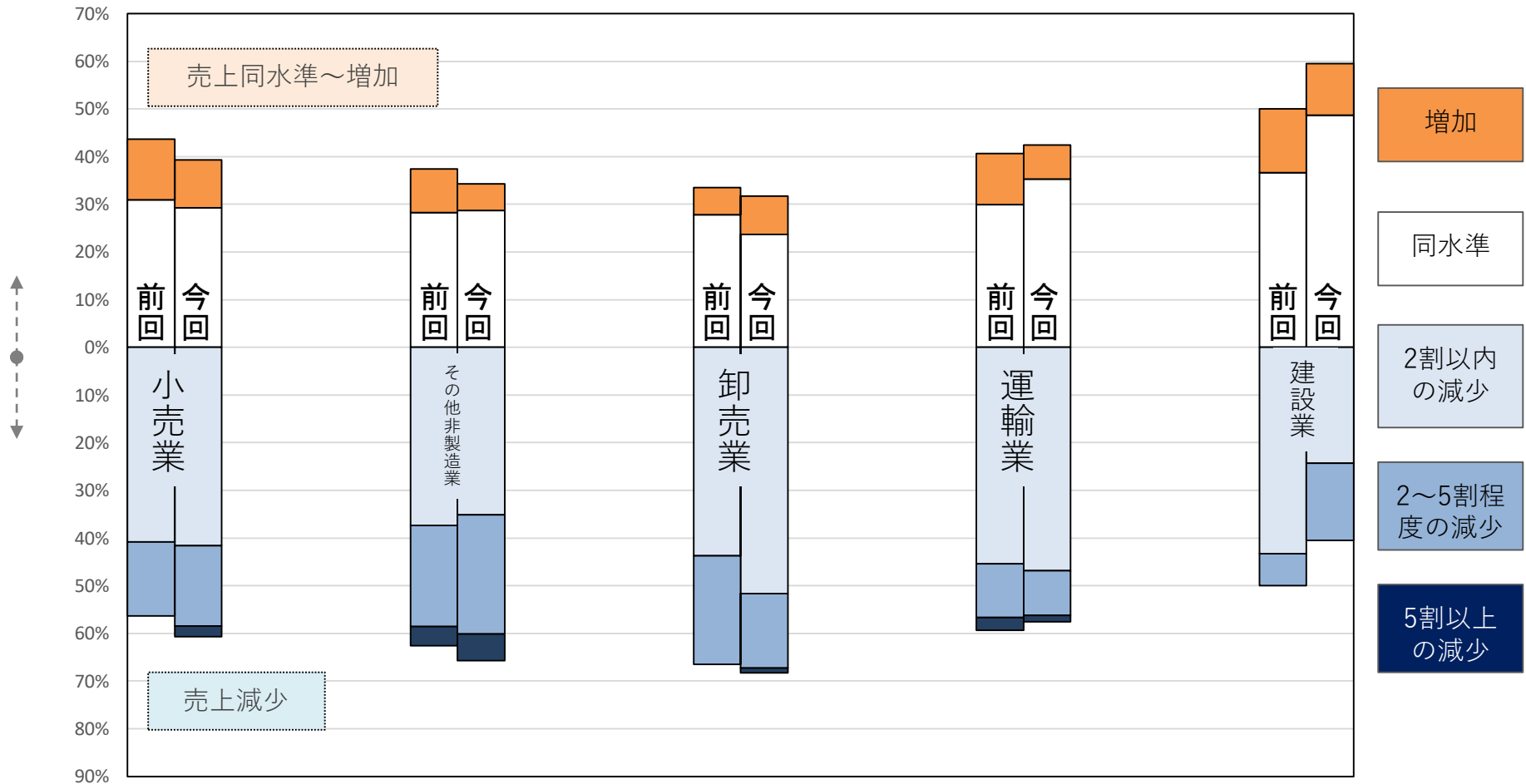
【製造業】 輸送用機械・電気機器等で「同水準～増加」企業が増加

■ [製造業] 半年～1年後の、自社の売上見通し（コロナ前との比較）
左：前回（9月）調査と、右：今回調査の比較



【3-2. 自社の売上見通し（前回調査と今回調査の比較）】 [非製造業] 建設業で「同水準～増加」企業が増加

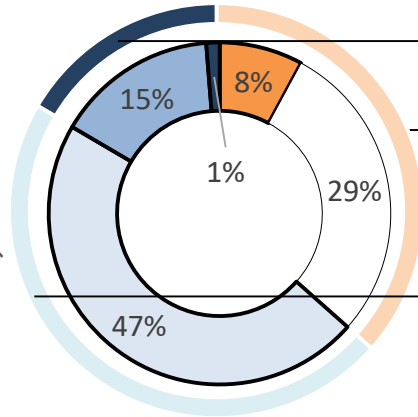
■ [非製造業] 半年～1年後の、自社の売上見通し（コロナ前との比較）
左：前回（9月）調査と、右：今回調査の比較



【3-2. 自社の売上見通し（最大下落月との比較）】 最大下落月「2割以上の減少」の売上見通しは明暗分かれる

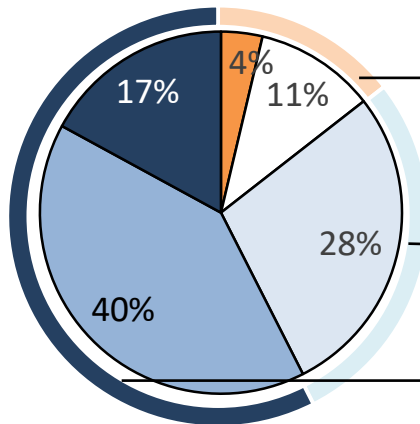
■最大下落月と、半年～1年後の自社の売上見通しとの比較

P20 半年～1年後の
自社の売上見通し



- 増加
- 2割以内の減少
- 2~5割程度の減少
- 同水準
- 5割以上の減少

P18 最大下落月の売上



最大下落月の売上	半年～1年後の自社の売上見通し			
	増加・同水準	2割以内の減少	2割以上の減少	計
増加・同水準 (売上の落ち込みなし)	84%	15%	1%	100%
2割以内の減少	36%	60%	4%	100%
2割以上の減少	25%	48%	26%	100%

- 増加
- 2~5割程度の減少
- 5割以上の減少
- 同水準
- 2割以内の減少

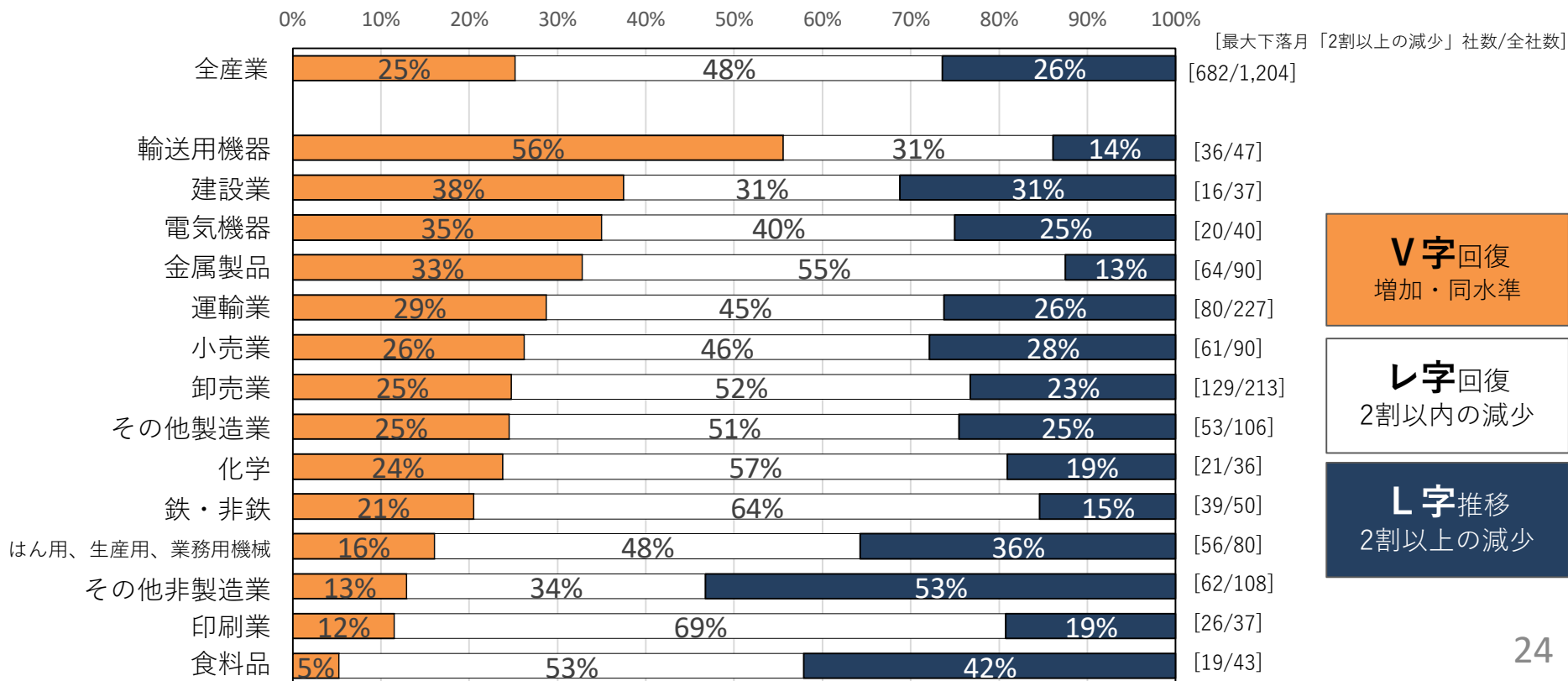


【3-2. 自社の売上見通し（最大下落月との比較）】

最大下落月「2割以上の減少」の中でも業種ごとによって見通しにばらつきあり

■最大下落月「2割以上の減少」の半年～1年後の自社の売上見通し(業種別)

最大下落月の売上高	半年～1年後の自社の売上見通し			
	増加・同水準	2割以内の減少	2割以上の減少	計
2割以上の減少(前頁 最下段を再掲)	25%	48%	26%	100%



【3-3. 新常態への対応策】 新常態への適応の検討へシフト

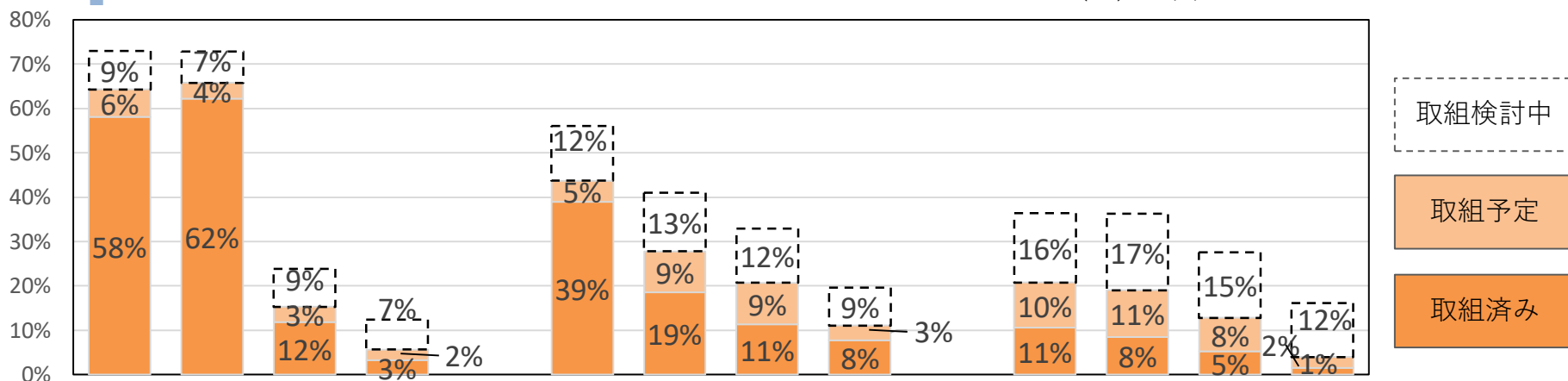
■新常態への対応策（複数回答）

新常態への適応

事業の継続～新常態

事業の継続

（注）無回答企業を含む



資金繰り安定化や財務安定化のための追加資金調達

補助金・給付金の活用

給与・人員削減

事業の縮小、整理統合・売却

Web会議やテレワーク等の導入などの働き方の見直し

顧客対応のオンライン移行など、情報通信技術の積極的活用

製商品・サービスの販売方法の多様化

原材料や商品等の調達先の分散

新規事業・商品の改善・見直し

事業全体へデジタル化推進

新常態に対応するための業務提携・企業買収

新規事業開発

【3-3. 新常态への対応策（業種別の比較）】

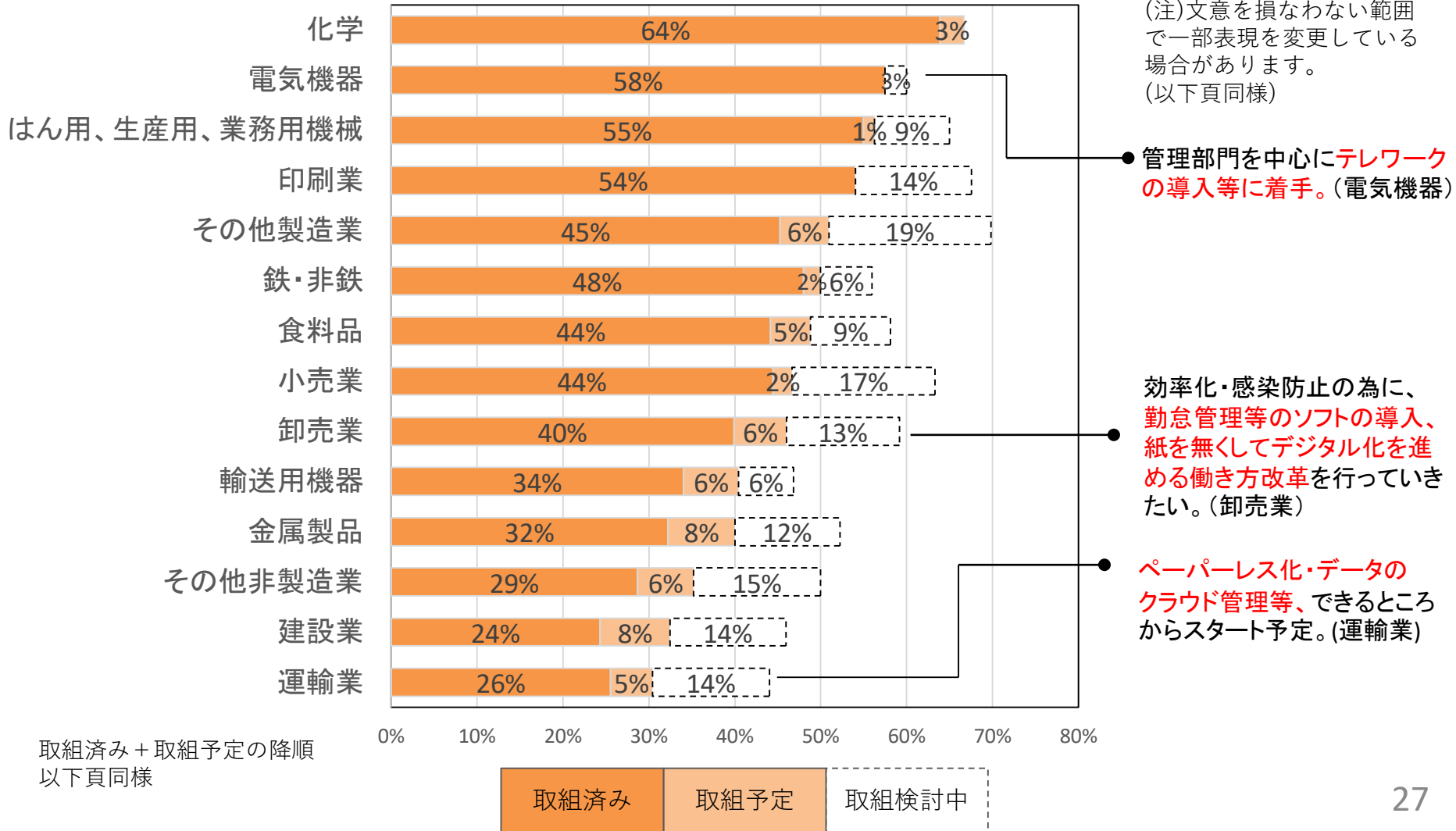
■[業種別]新常态への対応（複数回答/取組済み・取組予定・取組検討中の合計）

「取組済」「取組予定」の対応策	資金繰り安定化や財務安定化のための追加資金調達	補助金・給付金の活用	給与・人員削減	事業の縮小、整理統合・売却	原材料や商品等の調達先の分散	Web会議やテレワーク等の導入などの働き方の見直し	製商品・サービスの販売方法の多様化	顧客対応のオンライン移行など、情報通信技術の積極的活用	新常态に対応するための既存事業・商品の改善・見直し	新常态に対応するための新規事業開発	新常态に対応するための業務提携・企業買収	事業全体へデジタル化推進	総回答企業数 (含本問無回答)
業種													
全産業	878	877	287	150	236	675	397	493	438	332	194	437	1,204
食料品	32	33	16	9	16	25	22	19	24	15	7	17	43
化学	26	21	4	2	5	24	9	14	10	6	1	12	36
鉄・非鉄	39	43	14	7	11	28	16	18	18	13	7	14	50
印刷業	32	32	10	9	11	25	17	19	17	16	11	17	37
金属製品	76	74	19	4	16	47	19	36	22	18	7	35	90
はん用、生産用、業務用機械	58	64	29	6	27	52	34	44	33	25	13	35	80
電気機器	24	26	2	4	7	24	8	16	11	7	3	10	40
輸送用機器	37	40	18	6	5	22	8	20	12	10	7	21	47
その他製造業	75	84	27	16	24	74	48	57	51	36	18	40	106
製造業計	399	417	139	63	122	321	181	243	198	146	74	201	529
建設業	25	26	5	3	7	17	7	13	9	7	7	14	37
卸売業	161	150	54	23	49	126	88	97	78	61	39	86	213
小売業	63	61	14	10	11	57	30	38	33	25	12	29	90
運輸業	142	137	42	27	29	100	47	57	69	48	35	60	227
その他非製造業	88	86	33	24	18	54	44	45	51	45	27	47	108
非製造業計	479	460	148	87	114	354	216	250	240	186	120	236	675

(社数)

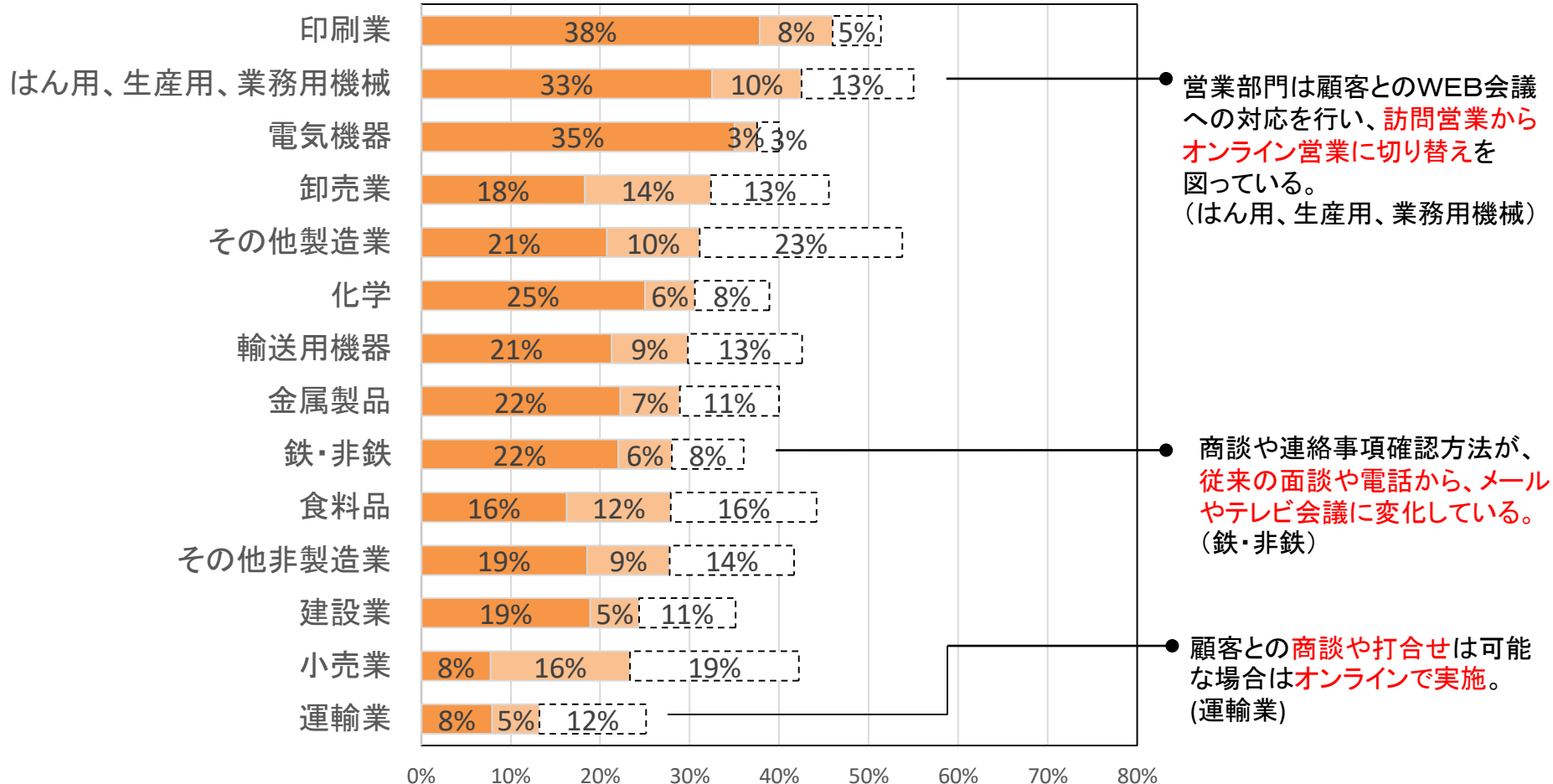
【3-3. Web会議やテレワーク等の導入などの働き方の見直し】 製造業中心に導入進捗

■ Web会議やテレワーク等の導入などの働き方の見直し（業種別）



【3-3. 顧客対応のオンライン移行など、情報通信技術の積極的活用】 営業部門中心に取組事例あり

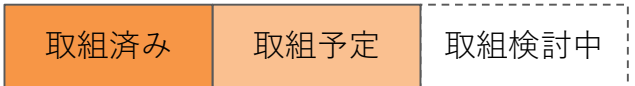
■顧客対応のオンライン移行など、情報通信技術の積極的活用（業種別）



● 営業部門は顧客とのWEB会議への対応を行い、訪問営業からオンライン営業に切り替えを図っている。
(はん用、生産用、業務用機械)

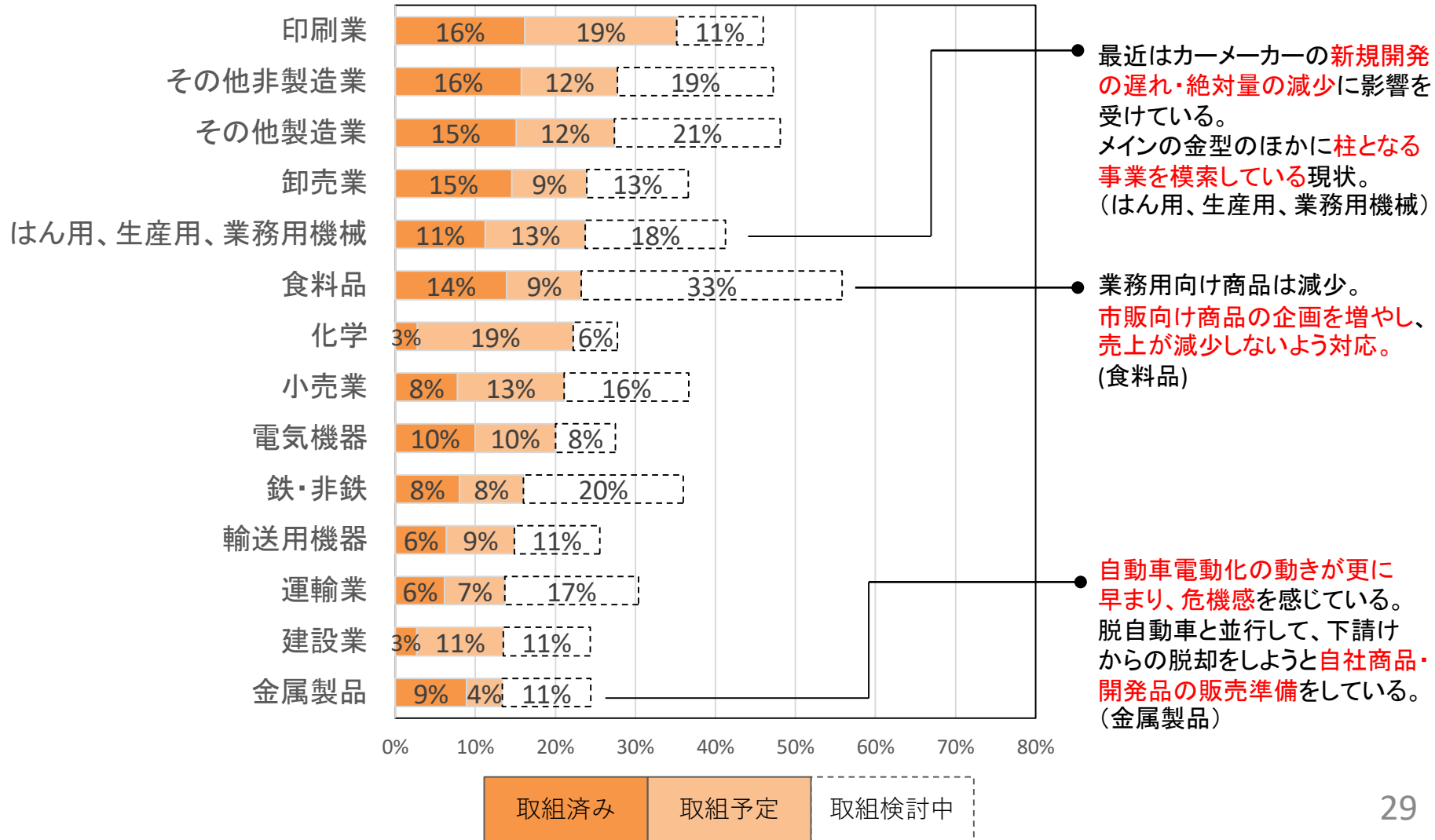
● 商談や連絡事項確認方法が、従来の面談や電話から、メールやテレビ会議に変化している。
(鉄・非鉄)

● 顧客との商談や打合せは可能な場合はオンラインで実施。
(運輸業)



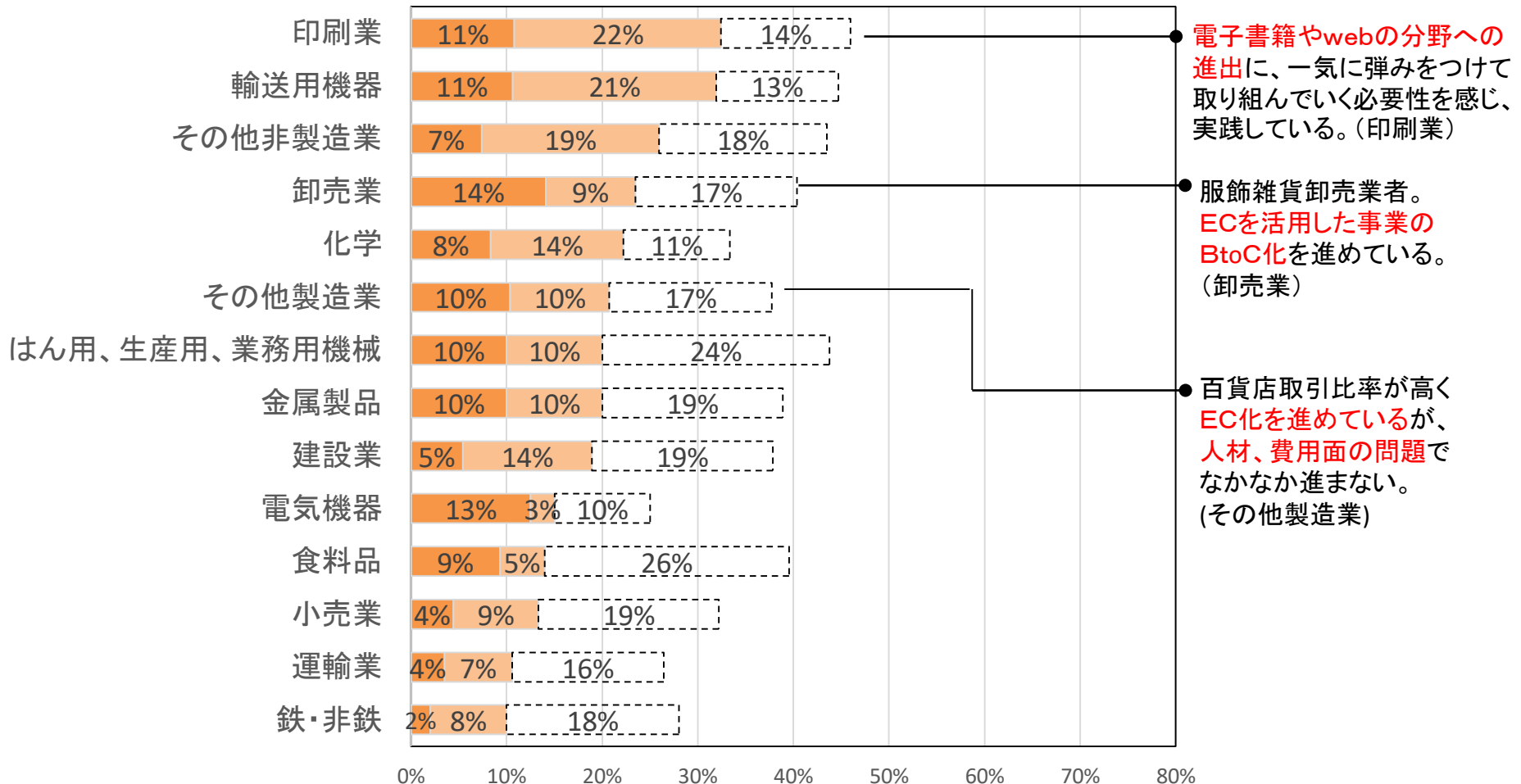
【3-3. 新常態に対応するための既存事業・商品の改善・見直し】 食料品では取組済み・予定の企業が約2割、検討中を加えると過半数となる

■新常態に対応するための既存事業・商品の改善・見直し（業種別）



【3-3. 事業全体へデジタル化推進】 検討中を加えると約半数となる業種もみられる

■事業全体へデジタル化推進（業種別）



● 電子書籍やwebの分野への進出に、一気に弾みをつけて取り組んでいく必要性を感じ、実践している。(印刷業)

● 服飾雑貨卸売業者。ECを活用した事業のBtoC化を進めている。(卸売業)

● 百貨店取引比率が高くEC化を進めているが、人材、費用面の問題でなかなか進まない。(その他製造業)

取組済み

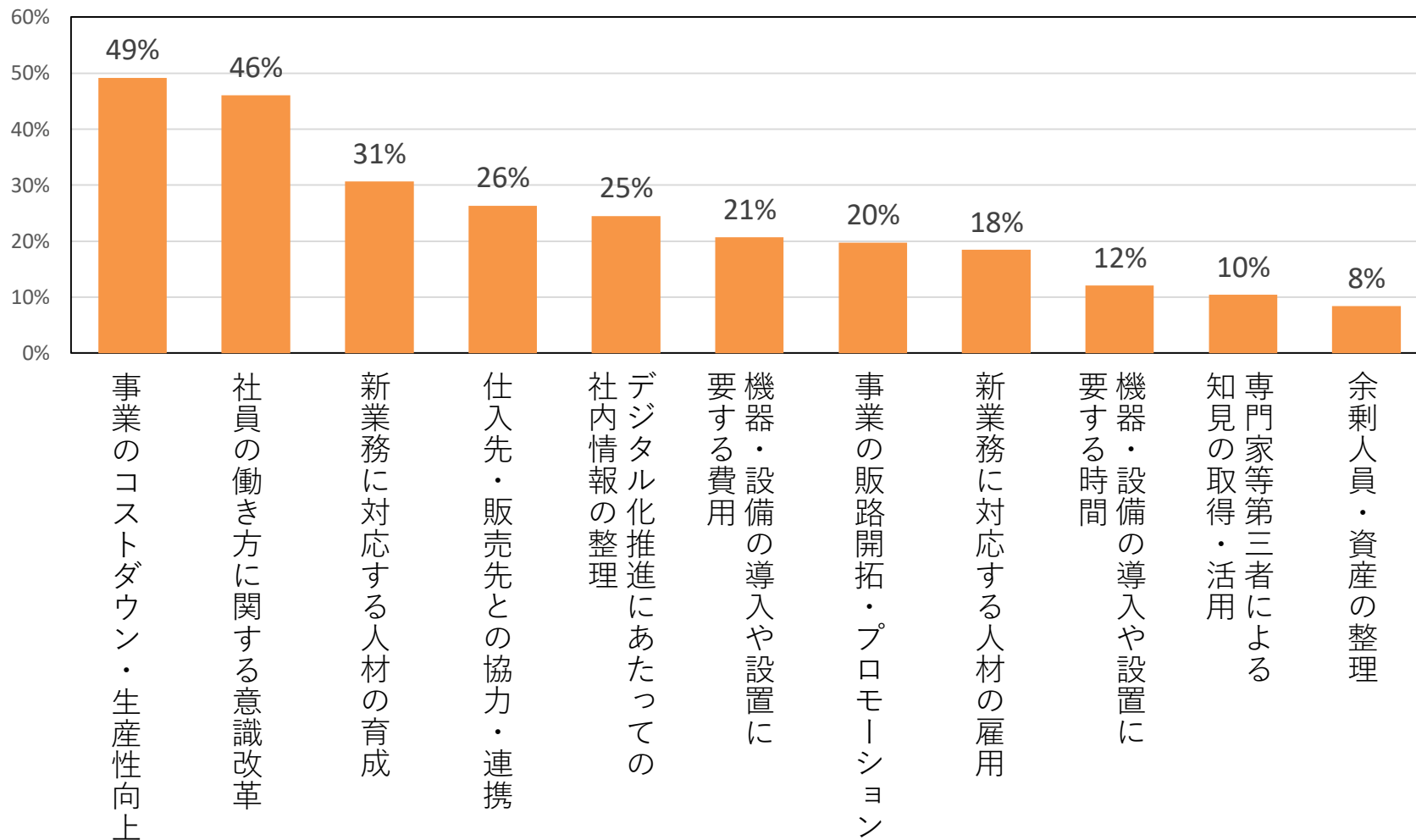
取組予定

取組検討中

【3-4. 対応策の実施にかかる課題】 ヒト・社内の仕組みにかかる課題が中心

■ 【対応策の実施にかかる課題】

(注) 無回答企業を含む



【3-4. 対応策の実施にかかる課題/自由記載から抜粋】

■事業のコストダウン・生産性向上

月商がコロナ前を下回る。新規開拓やコスト削減に向けた取組みを行えていない。社内の意見聞き取り、課題発掘、人材育成、新たな取組みへの提案等を通じて問題意識の共有を図る。（金属製品）

■社員の働き方に関する意識改革

デジタル化を進めたい。ITにはついていけないと言う社員の意識改革が課題。（金属製品）

■デジタル化推進にあたっての社内情報の整理

業種柄、契約書等を紙ベースで扱う業者が多く、なかなかデジタル化・業務の効率化が進められない。（その他非製造業）

■機器・設備の導入や設置に要する費用

家庭用製品が多くコロナ禍でも増産対応、ライン増強も視野に入れているが、コロナ禍による特需は一過性のものとも考えると、手探りが続く状況。（食料品）

■事業の販路開拓・プロモーション

販売形態の変化に対応していけるかが課題。主要販売先の二次卸、問屋向けがコロナ禍で厳しさが増す中、ネット・通販は販売量増加。今後の飛躍の為、販路拡大が不可欠。（卸売業）

（注）文意を損なわない範囲で一部表現を変更している場合があります

(参考) 業況判断DIの定義

業況判断	<p>各項目の「今月」および「先行き」について、下記3つの選択肢（1.~3.）の中から、調査対象企業自身の業況についての判断（業況感）に該当するものを選択する</p>
DIの算出方法 (Diffusion Indexの略)	<p>①売上…「1.増加」「2.不変」「3.減少」 ②販売価格…「1.上昇」「2.不変」「3.下落」 ③仕入価格…「1.上昇」「2.不変」「3.下落」 ④雇用状況…「1.不足」「2.適正」「3.過剰」 ⑤生産・営業用設備…「1.不足」「2.適正」「3.過剰」 ⑥資金繰り…「1.好転」「2.不変」「3.悪化」</p> <p>業況判断DI = 「1.」 - 「3.」の企業割合（%） DIの範囲▲100.0 ≦ 業況判断DI ≦ 100.0</p> <p>②販売価格、③仕入価格、⑥資金繰りは「今月」はおおむね1~3か月前と比べて、「先行き」は今月と比べた向こう3か月程度の見通しについて、それぞれ選択肢から選んで回答。</p> <p>④雇用状況、⑤生産・営業用設備は、調査対象企業が「適正」と考えている水準を基準として、「今月」と「先行き」の状況を、それぞれ選択肢から選んで回答。</p>

本資料は情報の提供を目的としており、投資勧誘を目的としたものではありません。投資判断の決定につきましては、お客様ご自身の判断でなされますようお願い致します。



人を思う。未来を思う。

商工中金