



7～9月期業況は緩やかな改善基調のなかで一進一退 【特別調査－中小企業における事業上の情報収集・発信について】

このレポートは、信用金庫が全国約 16,000 の中小企業の 2012 年 7～9 月期の景気の現状と 2012 年 10～12 月期の見通しを調査したものです。

〈概 況〉

1. 12 年 7～9 月期（今期）の業況判断 D.I. は 22.9、前期比 1.3 ポイントの小幅悪化と、緩やかな改善基調のなかでの一進一退の動きとなっている。

収益面では、前年同期比売上額および収益の判断 D.I. が、それぞれ 12.6、17.1 と、ともに 3 ポイント程度マイナス幅が拡大した。業種別の業況判断 D.I. は、建設業で改善したものの、それ以外の 5 業種では悪化した。一方、地域別では、全 11 地域中、北海道と北陸を除く 9 地域が悪化となった。

2. 12 年 10～12 月期（来期）の予想業況判断 D.I. は 17.9 と、今期実績比 5.0 ポイントの改善見通しとなっている。業種別には全 6 業種で、また地域別には全 11 地域中、東海を除く 10 地域で、それぞれ改善見通しとなっている。

【業種別天気図】

時期 業種名	2012 年 4～6 月	2012 年 7～9 月	2012 年 10～12 月 (見通し)
総 合			
製 造 業			
卸 売 業			
小 売 業			
サ-ビ-ス 業			
建 設 業			
不 動 産 業			

【地域別天気図（今期分）】

地 域 業種名	北 海 道	東 北	関 東	首 都 圏	北 陸	東 海	近 畿	中 国	四 国	九 州 北 部	南 九 州
総 合											
製 造 業											
卸 売 業											
小 売 業											
サ-ビ-ス 業											
建 設 業											
不 動 産 業											

(この天気図は、景気指標を総合的に判断して作成したものです。)

好調 ← → 低調

全業種総合

回答企業 13,713 企業(回答率 87.6%)

景況

～緩やかな改善基調のなかで一進一退～

12年7～9月期(今期)の業況判断D.I.は22.9、前期比1.3ポイントの小幅悪化となった。2四半期ぶりの改善一服で、緩やかな改善基調のなかでの一進一退の動きとなっている。

収益面では、前年同期比の売上額判断D.I.が12.6、同収益判断D.I.が17.1と、それぞれ前期比3.6ポイント、同3.7ポイントの悪化となった。また、前期比売上額判断D.I.は11.9、同収益判断D.I.は17.4と、ともに前期比小幅悪化となった。

販売価格判断D.I.は9.8、前期比1.1ポイントのマイナス幅縮小と、販売価格を「下降」と回答した企業の割合が若干減少した。一方、仕入価格判断D.I.は、同2.0ポイント低下の8.8と、仕入価格を「上昇」と回答した企業の割合が一段と減少したことを反映した。

雇用面では、人手過不足判断D.I.が5.8(マイナスは人手「不足」超)と、5四半期続けての「不足」超の中で、3四半期ぶりに不足感が強まった。

資金繰り判断D.I.は17.8、前期比0.1ポイント悪化と、ほぼ横ばい圏の動きにとどまった。

設備投資実施企業割合は18.1%と、前期比0.3ポイントの小幅低下となった。

業況判断D.I.を業種別にみると、建設業で改善(5四半期連続)がみられたものの、それ以外の5業種は悪化した。ただ、最も悪化幅が大きかった卸売業でも、その悪化幅は3.7ポイントだった。

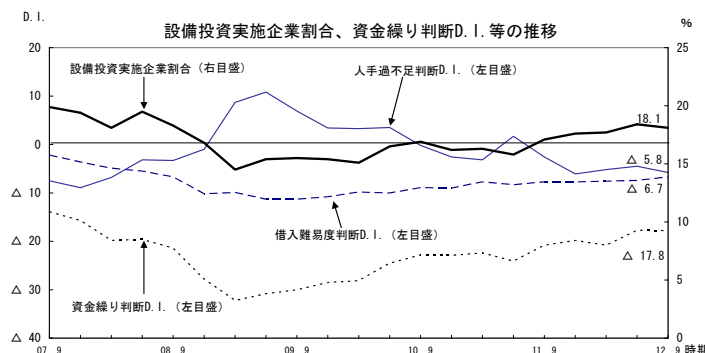
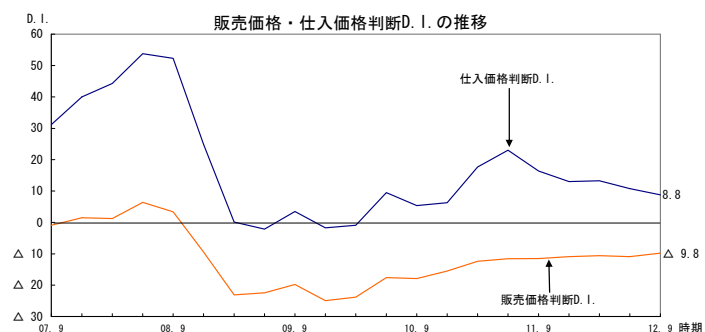
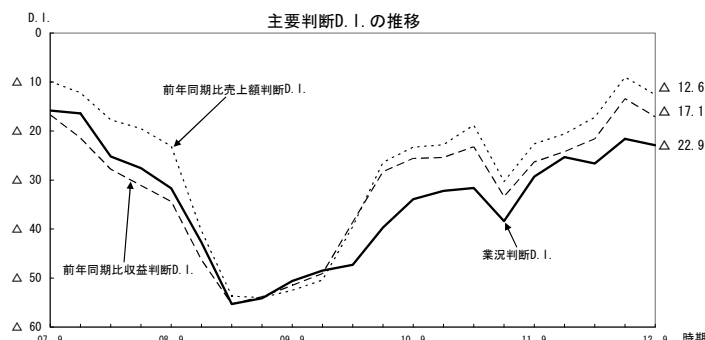
一方、地域別の業況判断D.I.は、全11地域中、北海道と北陸で改善がみられたものの、それ以外の9地域では悪化した。なお、これまで全11地域の中で水準的に最もマイナス幅の小さい状況が続いていた東北の業況判断D.I.は、前期比4.5ポイント悪化して16.1となり、東日本大震災からの復興需要にも一服感がうかがわれる。

来期の見通し

～やや慎重ながら改善見通し～

来期の予想業況判断D.I.は17.9と、今期実績比5.0ポイントの改善見通しとなっている。10～12月期は例年、改善が見込まれやすい時期にあたるが、今回の予想改善幅は、同時期の過去10年の平均(6.0ポイント)を下回り、やや慎重な見通しといえる。

業種別の予想業況判断D.I.は、6業種全てで今期実績比改善が見込まれている。一方、地域別では、東海で若干の悪化が見込まれているものの、それ以外の10地域では今期実績比で改善見通しとなっている。



製造業

回答企業 4,633 企業 (回答率 87.0%)

景況

～業況は2四半期ぶりに悪化～

今期の業況判断D.I.は、前期比2.4ポイント悪化の22.8となった。業況は、前回調査では改善したものの、今期は再び悪化に転じた。

前年同期比売上額判断D.I.は、前期比5.8ポイント悪化の11.6、同収益判断D.I.は、同5.3ポイント悪化の16.1となった。また、前期比売上額判断D.I.および同収益判断D.I.は、それぞれ前期比2.9ポイント悪化の11.4、同3.7ポイント悪化の17.7となった。

～人手過不足感は5四半期連続「不足」超～

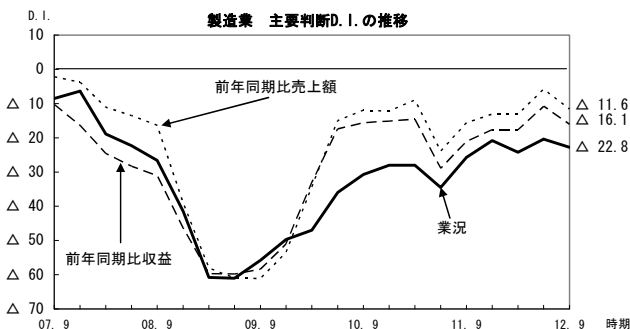
設備投資実施企業割合は、前期比0.7ポイント低下の20.2%と、2四半期ぶりに低下したものの、引き続き20%台の水準を維持している。

人手過不足判断D.I.は、前期比0.3ポイント低下の1.6と、やや不足感が高まっている。また、11年7～9月期以降、5四半期連続でマイナス(人手「不足」超)が続いている。

残業時間判断D.I.は、前期比3.3ポイント低下の6.4となり、3四半期連続で残業時間「減少」企業の割合が残業時間「増加」企業の割合を上回った。

原材料(仕入)価格判断D.I.は、前期比4.7ポイント低下の11.2となった。販売価格判断D.I.は9.9と、前期と同水準となっており、原材料価格判断D.I.と販売価格判断D.I.のカイ離幅は5四半期連続で縮小した。

なお、資金繰り判断D.I.は前期比1.3ポイント悪化の16.8となった。



業種別の状況

～全22業種中13業種で悪化～

業種別業況判断D.I.は、製造業全22業種中、13業種で悪化した。

素材型業種は、全7業種中、繊維、非鉄金属、革製品を除く4業種で改善した。特に化学は11.3ポイントの大幅改善となっており、プラスに転じている。

部品加工型業種は、プラスチックが5.8ポイント改善、金属製品が1.0ポイント悪化しており、金属プレス・メッキは横ばいとなっている。

建設関連型業種は、窯業・土石が3.0ポイント改善した一方で、家具、建設金属と木材・木製品の3業種では悪化となった。

機械器具型業種は、一般機械が改善したものの、精密機械、輸送用機器、電気機械で悪化した。特に精密機械は、8.2ポイントの大幅悪化となった。

消費財型業種は、玩具・スポーツが25.6ポイントの大幅な改善となった一方、出版・印刷、食料品、衣服その他の3業種では悪化した。

業種別業況判断D.I.の推移

業種	D.I.の推移						
	△60	△50	△40	△30	△20	△10	0
素材型	繊維						○
	化学						○
	皮製品						○
	ゴム						○
	鉄鋼						○
	非鉄金属						○
	紙・パルプ						○
部品加工型	プラスチック						○
	金属製品						○
	金属プレス・メッキ						○
建設関連型	窯業・土石						○
	建設建築用金属						○
	木材・木製品						○
機械器具型	家具・装備品						○
	一般機械						○
	電気機械						○
	輸送用機器						○
消費財型	精密機械						○
	衣服その他						○
	食料品						○
	玩具・スポーツ						○
全業種平均						○	

●前期(2012年4～6月期) ○今期(2012年7～9月期)

属性・規模別の状況

～中小メーカー型以外の4形態で悪化～

販売先形態別の業況判断D.I.は、中小メーカー型以外の4形態で悪化した。特に、小売業者型は8.0ポイントと相対的に大きな悪化幅となった。

外需主力型の業況判断D.I.は 18.1 と、0.7ポイント悪化した。また、内需主力型は 22.1 と、同2.1ポイント悪化した。

従業員規模別の業況判断D.I.は、全4階層で悪化した。中規模な階層での悪化幅が相対的に大きく、20~49人が6.3ポイント、50~99人が7.6ポイントの悪化となった。なお、100人以上の階層の業況判断D.I.は引き続きプラスの水準(1.5)を維持している。

地域別の状況

～全11地域中8地域で悪化～

地域別の業況判断D.I.は、全11地域中、北海道、北陸、九州北部を除く8地域で悪化した。なかでも、南九州は18.9ポイントの大幅悪化となった。

水準面では、北海道の業況判断D.I.が 12.4 と最も高く、これに東海の 17.4、九州北部の 20.7 が続いている。

来期の見通し

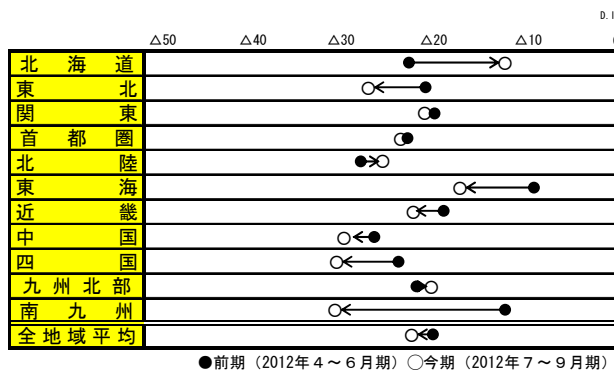
～来期は改善の見通し～

来期の予想業況判断D.I.は 15.8 と、今期実績比7.0ポイントの改善を見込んでいる。

業種別には、全22業種中、輸送用機器、一般機械、プラスチックを除く19業種で改善の見通しとなっている。

地域別には、全11地域中、東海を除く10地域で改善の見通しとなっている。特に南九州では今期実績比17.2ポイントと大幅な改善を見込んでいる。

地域別業況判断D.I.の推移



卸売業

回答企業 1,833 企業 (回答率 83.6%)

景況

～業況は小幅悪化～

今期の業況判断D.I.は、前期比3.7ポイント悪化の28.2となった。また、前年同期比売上額判断D.I.は13.6、同収益判断D.I.は15.9と、それぞれ前期比2.9ポイント、同4.5ポイント悪化した。

業種・地域別の状況

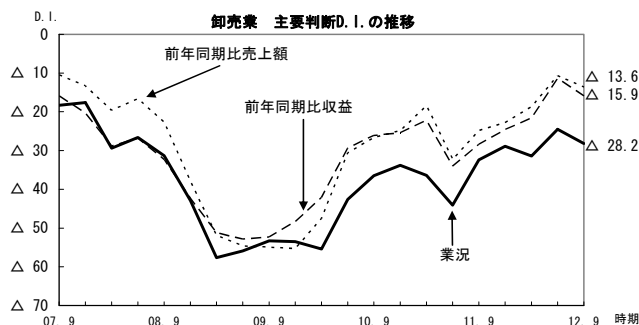
～全15業種中、改善は3業種にとどまる～

業種別の業況判断D.I.は、全15業種中、繊維、建築材料、スポーツ・玩具では改善したもの、医薬・化粧品は横ばいとなり、それ以外の11業種は悪化した。また、地域別にみると、全11地域中、北海道、東海、四国を除く8地域で悪化した。なかでも、関東、中国、九州北部は、前期比10ポイント超の大幅悪化となった。

来期の見通し

～四国を除く10地域で改善の見通し～

来期の予想業況判断D.I.は 18.4 と、今期実績比9.8ポイントの改善を見込んでいる。業種別にみると、全15業種中、衣服、医薬・化粧品、再生資源、貴金属・宝石を除いた11業種で改善を見込む。また、地域別にみると、全11地域中、四国を除く10地域で改善の見通しとなっている。



小売業

回答企業 2,467 企業 (回答率 86.8%)

景況

～業況は小幅悪化～

今期の業況判断 D.I. は、前期比 1.9 ポイント悪化の 35.5 となった。また、前年同期比売上額判断 D.I. は 25.4、同収益判断 D.I. は 28.9 と、それぞれ前期比 2.3 ポイント、同 1.6 ポイント悪化した。

業種・地域別の状況

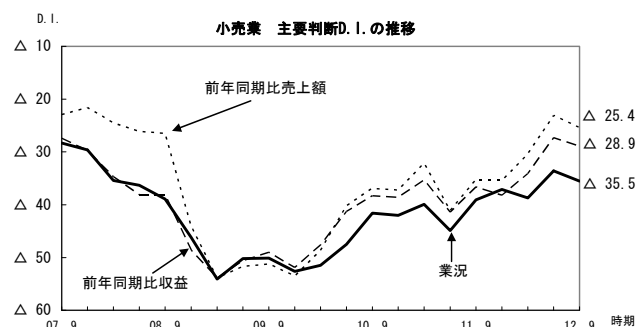
～全 11 地域中 5 地域は改善～

業種別の業況判断 D.I. は、全 13 業種中、飲食店、家具、家電、医薬・化粧品を除く 9 業種で悪化した。なかでも、自動車、書籍・文具、スポーツ・玩具は、前期比 10 ポイント超の大幅悪化となった。また、地域別にみると、全 11 地域中、北海道、中国、九州北部など 5 地域で改善したものの、残る 6 地域で悪化した。

来期の見通し

～全 11 地域中 10 地域で改善の見通し～

来期の予想業況判断 D.I. は 31.7 と、今期実績比 3.8 ポイントの改善を見込んでいる。業種別にみると、全 13 業種中、衣服、燃料など 7 業種で改善の見通し。また、地域別にみると、全 11 地域中、北海道を除く 10 地域で改善の見通しとなっている。



サービス業

回答企業 1,759 企業 (回答率 92.9%)

景況

～業況は小幅悪化～

今期の業況判断 D.I. は、前期比 2.5 ポイント悪化の 21.0 となった。また、前年同期比売上額判断 D.I. は 10.3、同収益判断 D.I. は 14.0 と、それぞれ前期比 5.6 ポイント、同 4.8 ポイント悪化した。

業種・地域別の状況

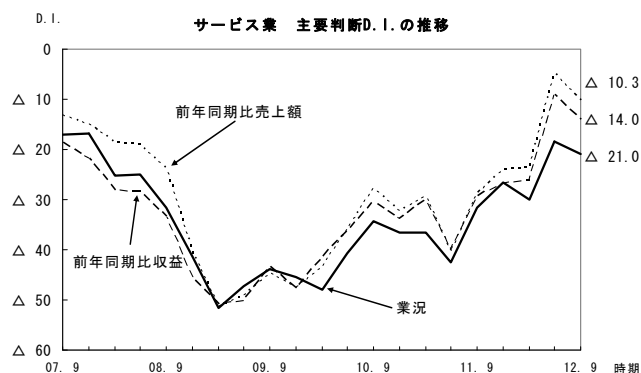
～旅館・ホテルでは改善～

業種別の業況判断 D.I. は、旅館・ホテルなどでは改善もみられたものの、全 8 業種中 6 業種が悪化した。地域別にみると、全 11 地域中 7 地域で悪化した。なかでも中国では前期比 22.1 ポイント、東北では同 13.4 ポイントの大幅悪化となった。

来期の見通し

～全 11 地域中 6 地域で改善の見通し～

来期の予想業況判断 D.I. は 20.1 と、今期実績比 0.9 ポイントの改善を見込む。業種別では、全 8 業種中、旅館・ホテル、娯楽業などを除く 4 業種で改善を見込む。また、地域別では、全 11 地域中、6 地域で改善する見通しであるが、今期改善となった関東、北陸、四国は 10 ポイント前後の大幅悪化を見込む。



建設業

回答企業 2,003 企業 (回答率 90.0%)

景況

～業況は改善～

今期の業況判断 D.I. は、前期比 5.2 ポイント改善して 11.1 となった。バブル崩壊(91年1～3月期)以降初の5四半期連続での業況改善となっている。一方、前年同期比売上額判断 D.I. は前期比 1.5 ポイント悪化の 4.7、同収益判断 D.I. も 2.3 ポイント悪化の 13.8 となった。

請負先・地域別の状況

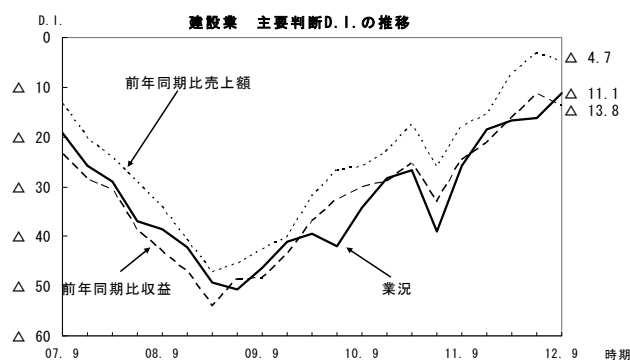
～北陸など9地域で改善～

業況判断 D.I. を請負先別でみると、大企業をはじめ全4先で改善した。地域別には、首都圏、中国を除く9地域で改善した。とりわけ、北陸で前期比 20 ポイント超、北海道、南九州で同 10 ポイント超の大幅改善となった。また、東北は前期比 6.7 ポイント改善し、全国で唯一プラス20台の水準となっている。

来期の見通し

～引き続き改善の見通し～

来期の予想業況判断 D.I. は 8.6 と、今期実績比 2.5 ポイントの改善見通しとなった。請負先別にみても、全4先で改善の見通しとなっている。地域別では、北海道、北陸で悪化、東北では横ばいを見込んでおり、残る8地域では改善を見込んでいる。



不動産業

回答企業 1,018 企業 (回答率 86.0%)

景況

～業況は小幅悪化～

今期の業況判断 D.I. は 9.6 と、前期比 0.7 ポイントの小幅悪化となったが、前期に続き1桁台のマイナス幅にとどまっている。前年同期比売上額判断 D.I. は 4.0 と、1.4 ポイント改善した一方、同収益判断 D.I. は 0.8 ポイント悪化して 7.3 となった。

業種・地域別の状況

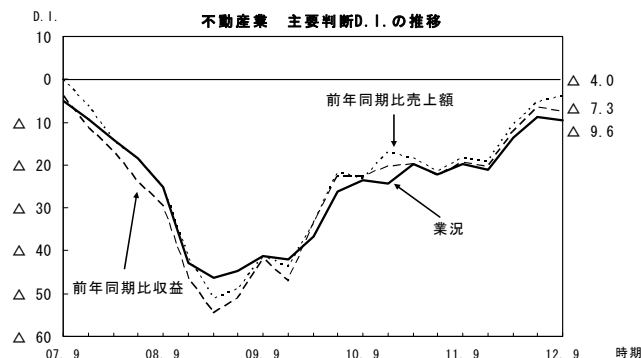
～全5業種中2業種で悪化～

業況判断 D.I. を業種別にみると、全5業種中、建売などの2業種で悪化したものの、仲介など3業種では改善している。地域別には、全11地域中、東海、関東など5地域で改善した一方、近畿、四国など6地域で悪化した。水準面では、東海(7.8)、東北(6.1)、中国(1.9)の3地域でプラスとなっている。

来期の見通し

～改善の見通し～

来期の予想業況判断 D.I. は、8.1 と、今期実績比 1.5 ポイントの改善を見込む。業種別では、全5業種中、建売、貸事務所の2業種で改善を見込んでおり、貸家で横ばいの見通しとなっている。地域別では、東海、東北、北陸、南九州を除く7地域で改善を見込んでいる。



特別調査【中小企業における事業上の情報収集・発信について】

主な情報収集源は販売・仕入先

事業展開上の情報収集に活用している媒体・機関については、「販売・仕入先」の回答割合が52.1%と最も高く、これに「新聞・雑誌(47.2%)」「インターネット(36.0%)」が続く結果となった。上位3項目の回答割合を業種別にみると、「販売・仕入先」は卸売業や製造業で、「インターネット」は不動産業やサービス業で高くなっている。なお、「新聞・雑誌」はいずれの業種もほぼ同水準であった。

ちなみに、「金融機関」の回答割合は全体では14.9%となった。従業員規模が大きい企業ほど高い傾向がみられ、5人未満が10.5%であるのに対し、200~300人では29.6%となった。

3割の企業が自社ホームページを活用

取引推進上活用している情報発信媒体については、「特にない」の回答割合が35.5%で最多となった。

一方で、「自社ホームページ(ブログ含む)」の回答割合が29.7%、「インターネット」の回答割合が15.5%となっており、相当数の企業が自社情報の発信にパソコン等のIT機器を活用していることを確認できた。ちなみに、「自社ホームページ(ブログ含む)」の回答割合は、従業員規模が大きいほど高い傾向にある。

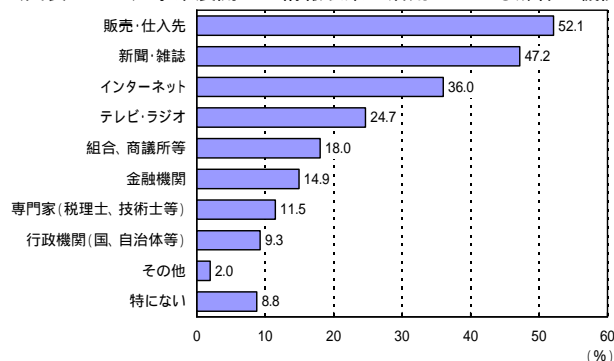
また、「新聞(折込み広告含む)・雑誌」の回答割合も22.0%と相対的に高い。業種別にみると、製造業が14.1%、卸売業が15.6%にとどまる一方、不動産業は44.1%、小売業は31.1%に達している。

情報発信の主な目的は新規顧客の獲得

情報発信媒体に期待する主な効果の回答割合は、「新規顧客の獲得」の回答割合が42.6%、「知名度・信用力の向上」が15.3%、「既存先との取引拡大・深耕」が14.5%となった。その一方で、「情報発信を行っていない」の回答割合が27.2%と3割弱を占めている。

期待する効果の実現状況については、「期待以上に実現している」「おおむね実現している」の回答割合の合計が26.8%となり、「あまり実現していない」「実現していない」の回答割合の合計(23.4%)を上回った。業種別にみると、不動産業において情報発信の効果を実感している企業が相対的に多くなっている。

(図表1-1) 事業展開上の情報収集に活用している媒体・機関

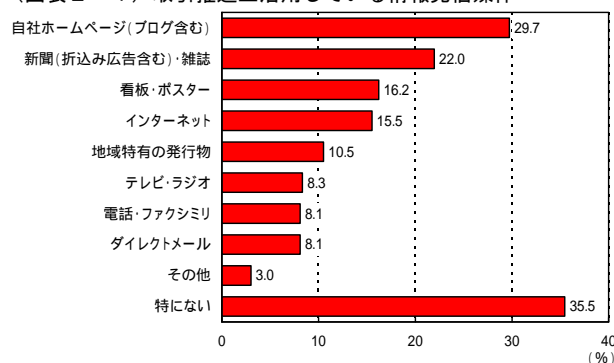


(図表1-2) 上位3項目の回答割合(業種別)

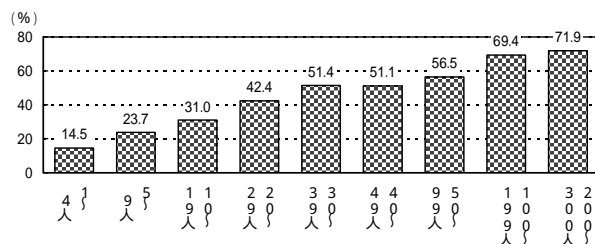
	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
販売・仕入先	58.3	66.4	51.7	36.2	45.3	40.2
新聞・雑誌	48.2	46.7	46.3	48.4	45.2	47.2
インターネット	33.6	33.4	33.7	41.1	34.5	51.5

(備考) 最大3つまでの複数回答可

(図表2-1) 取引推進上活用している情報発信媒体

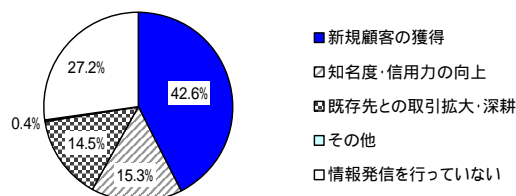


(図表2-2) 「自社ホームページ(ブログ含む)」の回答割合(従業員規模別)

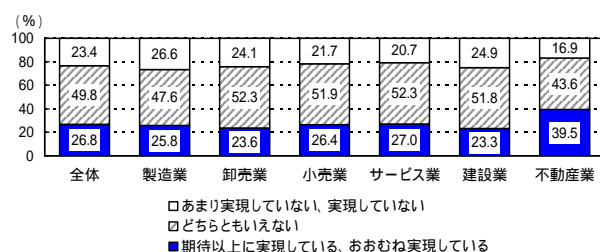


(備考) 最大3つまでの複数回答可

(図表3-1) 情報発信媒体に期待する効果



(図表3-2) 効果の実現状況(業種別)

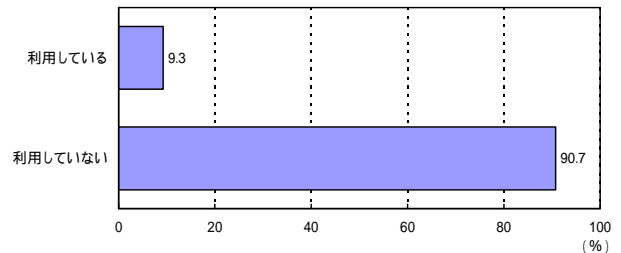


ソーシャルメディアの利用は1割弱

事業上の情報収集・発信にソーシャルメディア(SNS、ブログなど、インターネットを利用してコミュニケーションを促進するサービス)を利用している企業は9.3%にとどまった。現状、当該サービスをビジネスツールとする企業は少ないが、「利用している」の回答割合を業種別にみると、不動産業が15.0%、サービス業が13.1%となっており、相対的に利用が進んでいる様子がうかがえる。

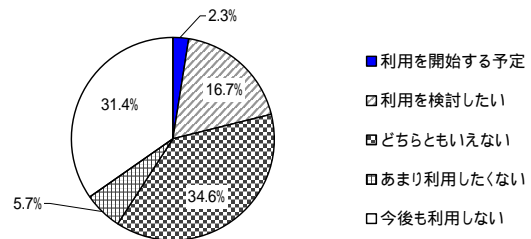
ソーシャルメディアの今後の利用方針については、「今後も利用しない」の回答割合が31.4%で最も高くなったものの、「利用を開始する予定」が2.3%、「利用を検討したい」が16.7%を占め、2割弱の企業が活用に向かいであることを確認できた。

(図表4-1) ソーシャルメディアの利用状況



(備考)「利用している」は、「SNS(フェイスブックなど)」、「ブログ(アメーバブログなど)」、「ミニブログ(ツイッターなど)」、「動画・情報共有サイト(ユーチューブなど)」、「その他」の回答割合の合計

(図表4-2) ソーシャルメディアの今後の利用方針



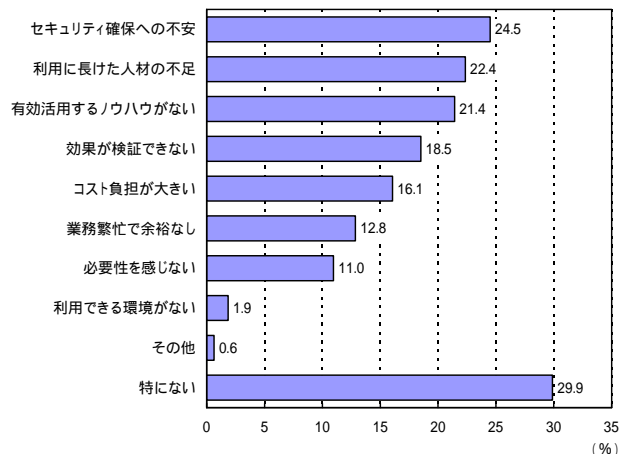
(備考) ソーシャルメディアを利用していない企業のみを対象とする。

セキュリティ・人材・ノウハウ確保が課題

事業上の情報収集・発信にインターネットを利用する際の課題については、「特になし」の回答割合が最も高く29.9%となった。その一方で、「セキュリティ確保への不安」「利用に長けた人材の不足」「有効活用するノウハウがない」の回答割合が2割を超えており(それぞれ24.5%、22.4%、21.4%)、セキュリティ・人材・ノウハウの確保・充実を課題ととらえる企業も少なくないことが浮き彫りとなった。

各項目への回答状況を従業員規模別にみると、「セキュリティ確保への不安」「効果が検証できない」「コスト負担が大きい」は規模が大きい企業ほど回答割合が高く、「利用に長けた人材の不足」「業務繁忙で余裕なし」は規模が小さい企業ほど回答割合が高い傾向にある。

(図表5) 事業上の情報収集・発信においてインターネットを利用する際の課題



(備考) 最大3つまでの複数回答可

調査員のコメントから

地元県立高校の調理科とコラボレートして開発した“うどんのたれ”が好評である。(調味料製造 三重県)
 ボランティア関連の人の流入が減少しており、道の駅での売上が昨年に比べ減少したもようである。(菓子製造 岩手県)
 1~2年前より、店舗営業からインターネットによる販売へ移行。早めの対応が効を奏している。(塗料卸売 福岡県)
 同業他社との価格競争が続くなか、コミックレンタルの開始等で差別化を図る意向 (CD・DVDレンタル 静岡県)

古書や自由価格本の販売に力を入れ、インターネット販売業者に対抗する方針 (書籍・雑誌販売 大阪府)
 今般の富士登山ブームにより、下山後の入浴客、昼食客が増加している。(旅館・ホテル 山梨県)
 高齢化の進行を踏まえ、老人保健施設の建築、経営に重点をおきつつある。(総合工事 徳島県)
 消費税増税を控え分譲地販売が好調。条件の良い物件をいまからできるだけ確保する方針 (不動産仲介 岡山県)

調査の要領

全国中小企業景気動向調査

- 1) 調査時点 2012年9月3日~7日
- 2) 調査方法 全国の信用金庫営業店の調査員による面接聴取りによる感触調査
- 3) 分析方法 各質問事項で「増加」(上昇)したとする企業が全体に占める構成比と、「減少」(下降)したとする企業の構成比との差(判断D.I.)を中心にして分析を行った。
- 4) 本稿の地域区分のうち、関東は茨城、栃木、群馬、新潟、山梨、長野の6県、首都圏は埼玉、千葉、東京、神奈川の1都3県、東海は岐阜、静岡、愛知、三重の4県、九州北部は福岡、佐賀、長崎の3県、南九州は熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄の5県である。
- 5) 対象企業 回答企業のうち従業員20人未満の企業が約7割を占めるなど、比較的小規模な企業が主体となっている。なお、今回は、宮城県の一部企業については調査を実施していない。
 本レポートは、標記時点における情報提供を目的としています。したがって、投資等についてはご自身の判断によってください。
 また、本レポート掲載資料は、当研究所が信頼できると考える各種データに基づき作成していますが、当研究所が正確性および完全性を保証するものではありません。