



中小企業が成長・拡大を期待する産業分野

- 第146回全国中小企業景気動向調査(特別調査)より -

けがい さとし
毛涯 郷史

ポイント

- 平成24年の「自社の業況見通し」をみると、「良い-悪い」(50.2)のマイナス幅が前年比6.8ポイント縮小した。3年連続でのマイナス幅縮小(改善方向)となったものの、「悪い」とする回答割合が依然として6割程度と高い水準であり、慎重な見通しとなっている。
- 中小企業が、事業展開上(売上げ・収益の増加などに向けて)今後の成長・拡大を期待したい分野としては、「環境・エネルギー(34.6%)」、「地域活性化・町おこし(32.9%)」が高い回答割合となった。ただ、これ以外の項目の回答割合はそれぞれ1割程度に止まり、業種や規模によってバラツキがある。
- 新たな産業分野への期待は大きく、国も様々な展開を模索している。ただ、中小企業が成長・拡大を期待する分野は一様でなく、産業の育成や支援に向けて、多様な中小企業の声に耳を傾ける必要があろう。

1. 中小企業における業況見通し

(1) 調査概要

信金中央金庫 地域・中小企業研究所では、「全国中小企業景気動向調査」(四半期ごとの定点調査)に付随して、每期異なるテーマを設定する特別調査を実施している。なかでも、毎年10-12月期には、翌年の経営見通しについて継続的に調査している。同調査は5問構成で、問1~問4を固定した設問で毎年調査し、問5についてのみ時節に応じた設問を設定している¹。2011年10-12月期調査では、問5で「事業展開上(売上げ・収益の増加などに向けて)今後の成長・拡大を期待したい分野」について、最大3つまでの複数回答方式で調査した(4頁「参考1」-特別調査の調査表様式)²。

(2) 自社の業況見通し

平成24年の「自社の業況見通し」については、「良い」(「非常に良い」「良い」「やや良い」の合計)とする(図表1)自社の業況見通し

- 前年比で改善したものの、依然として慎重な見通し

	良い				普通	悪い				(A)-(B)
	(A)	非常に良い	良い	やや良い		(B)	やや悪い	悪い	非常に悪い	
24年見通し	9.1	0.1	1.2	7.8	31.6	59.3	40.0	16.1	3.2	50.2
23年見通し	7.5	0.1	1.0	6.4	28.0	64.5	41.2	19.0	4.2	57.0
22年見通し	4.2	0.1	0.6	3.6	18.9	76.9	42.4	27.2	7.3	72.7
21年見通し	3.0	0.1	0.5	2.4	17.5	79.5	43.3	27.8	8.4	76.5
20年見通し	10.7	0.2	1.6	9.0	39.3	50.0	36.5	11.3	2.2	39.2
19年見通し	16.3	0.3	2.0	14.0	44.8	38.9	28.8	8.5	1.6	22.6
18年見通し	19.1	0.3	2.6	16.2	45.5	35.4	25.8	8.2	1.4	16.3
17年見通し	13.5	0.3	1.6	11.6	38.3	48.2	34.3	11.5	2.4	34.7
16年見通し	11.6	0.2	1.4	10.0	32.9	55.4	37.2	15.1	3.2	43.8
15年見通し	6.6	0.3	0.8	5.5	23.1	70.3	41.5	23.3	5.6	63.7
14年見通し	4.6	0.2	0.6	3.8	19.9	75.5	42.3	26.2	7.0	70.9

(備考) 信金中央金庫「全国中小企業景気動向調査」をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

¹ 問1「我が国の景気見通し」、問2「自社の業況見通し」、問3「売上額の伸び率見通し」、問4「自社の業況が上向(転換点)」

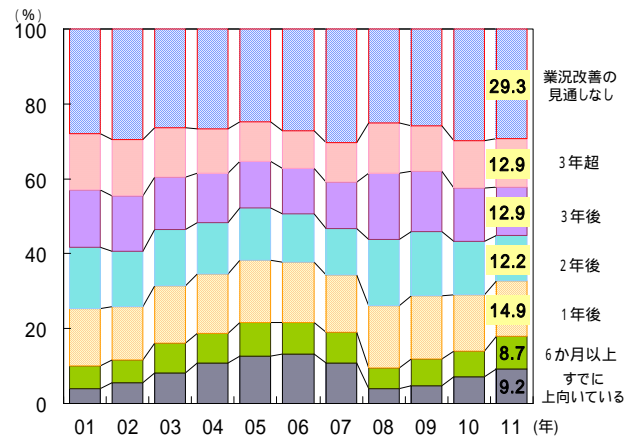
² 「全国中小企業景気動向調査」の調査結果等については、信金中央金庫 地域・中小企業研究所ホームページを参照(URL:<http://www.scbri.jp>)

回答割合が増加した一方、「悪い」(「やや悪い」・「悪い」・「非常に悪い」の合計)とする回答割合が低下し、「良い-悪い」(50.2)は前年と比較してマイナス幅が6.8ポイント縮小した(図表1)。3年連続でのマイナス幅縮小となったものの、「悪い」とする回答割合が依然として6割程度と高い水準であり、慎重な見通しとなっている。また、地域別にみると、全11地域中、近畿を除く10地域でマイナス幅が縮小したほか、東北では「良い-悪い」が37.2と「悪い」超ながらも相対的に最も高い水準となった。

中長期的な見通しについては、「自社の業況が上向(転換点)が「1年以内」(「すでに上向している」「6か月以上」「1年後」の合計)とする回答割合が増加したものの、「業況改善の見通しなし」との厳しい見通しを示す回答割合にはほとんど減少がみられないなど、企業間の格差がうかがえる(図表2)。

(図表2) 自社の業況が上向(転換点)

- 常に約3割の企業は「業況改善の見通しなし」



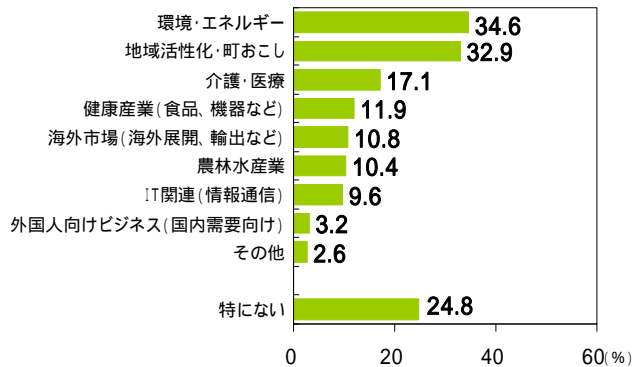
(備考) 1. 信金中央金庫「全国中小企業景気動向調査」をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

2. 時点表記は回答年

2. 中小企業が今後の成長・拡大を期待する分野

中小企業が、事業展開上（売上げ・収益の増加などに向けて）今後の成長・拡大を期待したい分野として最も高い回答割合となったのは、「環境・エネルギー（34.6%）」であった（図表3）。背景として、東日本大震災に伴う原子力発電所事故に端を発した長期の節電対応などにより、わが国の電力・エネルギーのあり方に国民的関心が集まっていることが考えられる。また、かねてより地球温暖化対策の観点から取り組みが進められているCO₂排出規制への対応（省エネ・省電力関連事業）などもビジネスチャンスとして認識されているものと思われる。次いで、「地域活性化・町おこし（32.9%）」が高い回答割合となった。ただ、これ以外の回答はそれぞれ1割程度に止まり、個別の業種や規模によって回答内容にバラツキがうかがえる。なお、業種別小分類ごとの詳細な結果を本稿5ページに掲載しているので併せて御覧いただきたい（5頁「参考2」-業種別小分類ごとにみた成長・拡大期待分野）。

（図表3）中小企業が今後の成長・拡大を期待する分野
- 「環境・エネルギー」分野への期待が大きい。



（備考）1. 信金中央金庫「全国中小企業景気動向調査」をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成
2. 最大3つまでの複数回答

（1）主要6業種別の動向

中小企業が今後の成長・拡大を期待する分野を主要6業種別にみると、いずれの業種も上位2位までは「環境・エネルギー」と「地域活性化・町おこし」が占めている（図表4）。とりわけ建設業では、50.9%と過半数の企業が「環境・エネルギー」に期待を寄せている。これは、発電機器や省エネ機器の設置、設備改修など幅広い需要が見込まれるためと思われる。小売業やサービス業、不動産業といった他の内需型業種において「地域活性化・町おこし」が第1位となっているのとは対照的な結果となった。

また、第3位に注目すると、製造業では「海外市場（海外展開・輸出など）」が20.8%、卸売業では「健康産業（食品、機器など）」が17.1%となっており、他4業種の「介護・医療」とは異なる結果となった。

（図表4）業種別にみた回答割合が高い成長・拡大期待分野（上位3項目）

- 建設業の過半数は「環境・エネルギー」分野に期待

業種	1位	2位	3位
全体	環境・エネルギー 34.6	地域活性化・町おこし 32.9	介護・医療 17.1
製造業	環境・エネルギー 37.2	地域活性化・町おこし 21.5	海外市場（海外展開・輸出など） 20.8
卸売業	環境・エネルギー 30.6	地域活性化・町おこし 29.3	健康産業（食品、機器など） 17.1
小売業	地域活性化・町おこし 43.7	環境・エネルギー 24.2	介護・医療 16.6
サービス業	地域活性化・町おこし 38.4	環境・エネルギー 29.0	介護・医療 18.2
建設業	環境・エネルギー 50.9	地域活性化・町おこし 39.7	介護・医療 22.1
不動産業	地域活性化・町おこし 42.6	環境・エネルギー 32.9	介護・医療 25.3

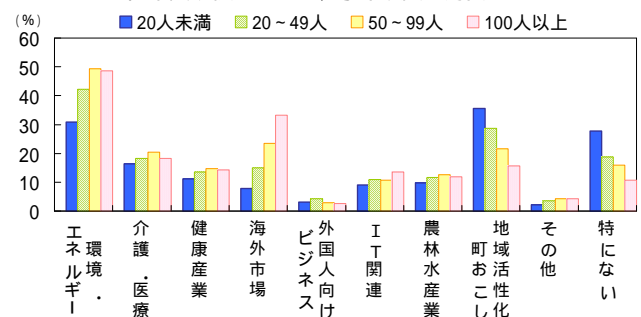
（備考）1. 信金中央金庫「全国中小企業景気動向調査」をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成
2. 回答割合が高い上位3項目（「特にない」を除く）

（2）従業員規模別の動向

中小企業が今後の成長・拡大を期待する分野を従業員規模別にみると、従業員規模が大きくなるにつれて各項目の回答割合が高くなる傾向がある（図表5）。とりわけ、「環境・エネルギー」と「海外市場（海外展開・輸出など）」でその傾向が顕著である。なかでも、「環境・エネルギー」は、50～99人の階層で49.2%、100人以上の階層で48.7%と、約半数の企業が期待を寄せている。また、「海外市場（海外展開・輸出など）」については、100人以上の階層で33.3%となっており、潜在的なニーズの高さがうかがえる。

一方、「地域活性化・町おこし」については、規模が小さくなるほど回答割合が高くなっており、相対的に商圏の狭い小規模・零細な企業ほど、地元経済の活性化を強く望んでいることが分かる。また、「特にない」との回答割合にも同様の傾向が表れている。こうした小規模・零細な企業は、ヒト・モノ・カネと呼ばれる経営資源に制約があり、仮に新たな産業が成長しても、その恩恵を受けづらく、結果的に消極的な回答につながっているものと思われる。

（図表5）従業員規模別にみた成長・拡大期待分野
- 従業員規模によって、事業展開の方向性に違い



（備考）1. 信金中央金庫「全国中小企業景気動向調査」をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成
2. 最大3つまでの複数回答

(3) 経済圏別の動向

中小企業が今後の成長・拡大を期待する分野を三大都市圏とそれ以外の地方圏で比較してみると、ほとんどの項目で同水準の回答割合となっているが、「地域活性化・町おこし」および「農林水産業」では地方圏の回答割合が高く、三大都市圏との課題認識の相違がみられる(図表6)。

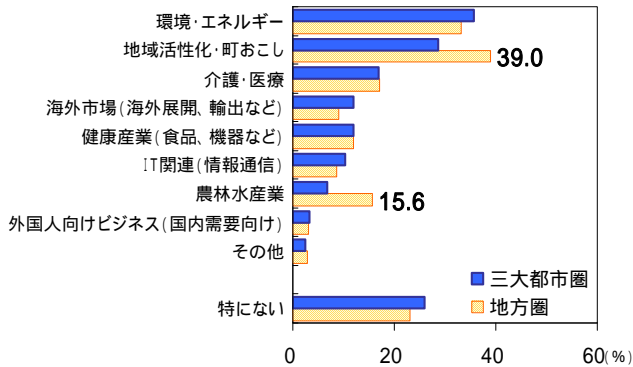
図表7は、定例調査において「地場産業の衰退」を経営上の問題点とする企業割合の推移を示している。これをみると、地方圏と三大都市圏で二層化しており、地域経済の中核をなしてきた地場産業の衰退が、とりわけ地方圏において構造的な課題となっていることが分かる。地方圏においては、地場産業の急回復が望めないなかで、結果として、地元経済に密接に関わる「地域活性化・町おこし」や「農林水産業」への回答割合が高まったものとも思われる。

(4) 中長期的な業況見通し別の動向

中小企業が今後の成長・拡大を期待する分野を「中長期的な業況見通し(「業況が上向く転換点」)

(図表6) 経済圏別にみた成長・拡大期待分野

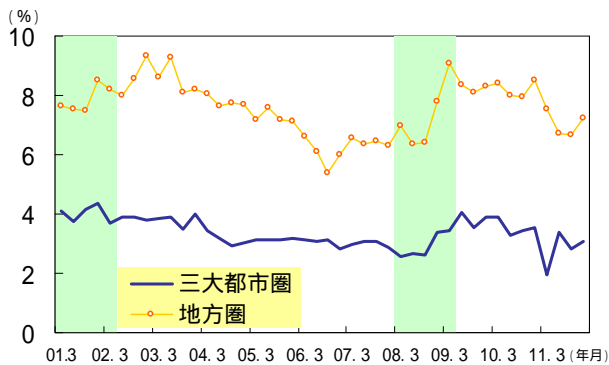
- 地方圏では「地域活性化・町おこし」に期待集まる。



- (備考) 1. 信金中央金庫「全国中小企業景気動向調査」をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成
 2. 「三大都市圏」は、首都圏(埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県)、東海(岐阜県、静岡県、愛知県、三重県)、近畿(滋賀県、京都府、大阪府、奈良県、和歌山県)。地方圏はこれらを除く地域
 3. 最大3つまでの複数回答

(図表7) 「地場産業の衰退」を経営上の問題点とする企業の割合(三大都市圏と地方圏の比較)

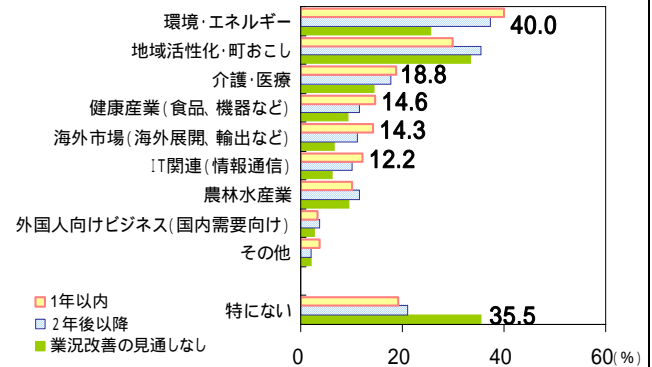
- 地方圏では「地場産業の衰退」が構造的課題に



- (備考) 1. 信金中央金庫「全国中小企業景気動向調査」をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成
 2. 経済圏の区分は図表6に同じ。

(図表8) 中長期的な業況見通し(「業況が上向く転換点」)別にみた成長・拡大期待分野

- 見通しが明るい企業ほど、広い分野で期待感が高い。



- (備考) 1. 信金中央金庫「全国中小企業景気動向調査」をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成
 2. 「1年後以内」は、「すでに上向いている」「6か月以上」「1年後」の合計、「2年後以降」は、「2年後」「3年後」「3年超」の合計
 3. 最大3つまでの複数回答

別にみると、相対的に早い段階で業況の好転を見込む企業ほど、広い分野において期待感が高いことがわかる(図表8)。とりわけ業況改善の見通しが1年以内と回答した企業は、ほとんどの項目で最も高い回答割合となっている。こうした企業では、新たな事業分野の拡大に伴うビジネスチャンスの獲得を前向きに捉えているといえよう。

一方で、業況改善の見通しが立ちづらい企業(「2年後以降」)では、「地域活性化・町おこし」といった現在の自社の事業環境の改善を望む声が多い。また、「業況改善の見通しなし」と回答した企業では、今後の成長・拡大を期待する分野について、「特になし」との回答が3割を超え、新たな事業展開には消極的な様子が見える。

3. まとめ

わが国経済の長期低迷打開に向けて、新たな産業分野への期待は大きく、国も様々な展開を模索している(図表9)。ただ、多様な経営環境を背景として、中小企業が成長・拡大を期待する分野は一様ではない。産業の育成や支援に向けて、こうした多様な中小企業の声に耳を傾ける必要がある。以上

(図表9) 高まる新産業分野への期待(2020年推計値)

- 潜在内需掘起しによる生産・消費の拡大が見込まれる。

	国内生産額の変化	国内消費の変化
新しいエネルギー産業 (スマートコミュニティ関連機器、省エネ機器、BEMS・HEMS、次世代自動車等)	19.1兆円	4.1兆円
ヘルスケア・子育て (健康関連サービス、医療機器、子育て関連サービス)	11.6兆円	6.7兆円
クリエイティブ産業 (コンテンツ、観光、農業・食品)	5.4兆円	4.1兆円
合計	36.1兆円	15.0兆円

- (備考) 経済産業省産業構造審議会新産業構造部会第4回(2011年11月29日開催)配布資料「政策効果の試算について」をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

(参考1)「第146回全国中小企業景気動向調査」特別調査の調査表様式

特別調査

「平成24年の経営見通し」

問1. 貴社では、平成24年の日本の景気をどのように見通していますか。次の中から1つ選んでお答え下さい。

- 1. 非常に良い
- 2. 良い
- 3. やや良い
- 4. 普通
- 5. やや悪い
- 6. 悪い
- 7. 非常に悪い

回答欄

回答欄 1.~7.

66
70

問2. 貴社では、平成24年の自社の業況(景気)をどのように見通していますか。次の中から1つ選んでお答え下さい。

- 1. 非常に良い
- 2. 良い
- 3. やや良い
- 4. 普通
- 5. やや悪い
- 6. 悪い
- 7. 非常に悪い

回答欄

回答欄 1.~7.

71
75

問3. 平成24年において貴社の売上額の伸び率は、平成23年に比べておおよそどのくらいになると見通していますか。次の中から1つ選んでお答え下さい。

- 1. 30%以上の増加
- 2. 20~29%の増加
- 3. 10~19%の増加
- 4. 10%未満の増加
- 5. 変わらない
- 6. 10%未満の減少
- 7. 10~19%の減少
- 8. 20~29%の減少
- 9. 30%以上の減少

回答欄

回答欄 1.~9.

76
80

問4. 貴社では、自社の業況が上向く転換点をいつ頃になると見通していますか。次の中から1つ選んでお答え下さい。

- 1. すでに上向いている
- 2. 6か月以内
- 3. 1年後
- 4. 2年後
- 5. 3年後
- 6. 3年超
- 7. 業況改善の見通しは立たない

回答欄

回答欄 1.~7.

81
85

問5. 貴社の事業展開上(売上げ・収益の増加などに向けて)、今後の成長・拡大を期待したいのはどのような分野ですか。次の1~9の中から最大3つまでお答えください。なお、特にないという方は、0を選択してください。

- 1. 環境・エネルギー
- 2. 介護・医療
- 3. 健康産業(食品、機器など)
- 4. 海外市場(海外展開、輸出など)
- 5. 外国人向けビジネス(国内需要向け)
- 6. IT関連(情報通信)
- 7. 農林水産業
- 8. 地域活性化・町おこし
- 9. その他()
- 0. 特にない

回答欄

回答欄 1.~0.

86
90

調査員のコメント

お忙しいところご協力いただきましてありがとうございました。

(参考2) 業種別小分類ごとにみた成長・拡大期待分野

(単位:%)

大分類	小分類	環境・エネルギー	介護・医療	健康産業 (食品、機器など)	海外市場 (海外展開、輸出など)	外国人向け ビジネス (国内需要向け)	IT関連 (情報通信)	農林水産業	地域活性化・ 町おこし	その他	特になし
製造	食料品	15.5	9.5	31.2	16.0	4.5	4.0	24.4	43.7	1.3	21.1
	繊維工業	23.2	11.0	11.0	18.3	4.9	4.9	3.7	14.6	8.5	35.4
	衣服・その他繊維	18.9	13.2	5.8	21.6	4.7	7.9	4.2	15.8	4.7	43.2
	木材・木製品	41.7	11.8	4.8	12.7	4.4	5.3	28.5	32.9	4.4	24.6
	家具・装備品	21.9	24.8	7.6	10.5	1.0	5.7	2.9	35.2	5.7	29.5
	パルプ・紙	40.5	22.4	27.6	15.5	2.6	8.6	12.9	21.6	6.0	17.2
	出版・印刷	29.0	17.5	14.3	4.9	3.5	17.5	4.9	26.6	1.7	34.6
	化学工業	46.5	18.6	11.6	39.5	2.3	11.6	9.3	23.3	2.3	11.6
	ゴム製品	41.2	13.7	9.8	21.6	2.0	7.8	3.9	11.8	0.0	31.4
	革製品	11.9	7.1	7.1	31.0	4.8	4.8	4.8	16.7	0.0	35.7
	窯業	39.4	7.6	7.6	13.5	3.5	2.9	12.9	40.0	4.7	25.3
	鉄鋼業	47.9	9.4	5.2	21.9	3.1	7.3	6.3	19.8	3.1	19.8
	非鉄金属	47.4	17.5	7.0	22.8	0.0	17.5	7.0	10.5	5.3	21.1
	金属製品	49.1	13.3	9.1	27.6	3.0	11.7	4.7	13.8	4.7	21.5
	建設用金属	51.1	8.5	10.6	11.7	4.3	5.3	11.7	21.3	6.4	23.4
	金属プレス	44.3	13.0	7.3	18.8	2.1	12.5	3.6	8.3	0.5	31.3
	一般機械	51.4	14.1	9.6	26.4	2.1	12.3	9.9	8.1	1.8	22.8
	電気機械	57.6	17.0	15.2	27.7	3.1	31.3	3.1	8.5	3.1	13.4
	輸送用機器	48.2	11.6	5.0	41.2	1.5	7.5	6.5	6.5	2.5	24.6
	精密機械	46.7	18.3	11.8	30.1	4.1	24.8	3.7	8.9	2.0	17.1
貴金属	33.3	16.7	16.7	0.0	16.7	33.3	0.0	33.3	0.0	33.3	
玩具	10.5	15.8	21.1	52.6	10.5	0.0	0.0	21.1	0.0	26.3	
装身具	17.4	4.3	17.4	17.4	4.3	13.0	0.0	30.4	8.7	34.8	
プラスチック	48.0	18.7	18.7	22.7	0.9	15.1	6.7	8.9	3.1	25.8	
その他	33.3	12.3	10.6	19.3	2.8	9.5	11.7	22.7	4.1	27.3	
製造業 合計		37.2	13.6	13.8	20.8	3.2	11.0	10.6	21.5	3.2	24.8
卸売	繊維品	17.3	25.0	15.4	9.6	7.7	9.6	3.8	25.0	3.8	28.8
	衣服・身回品	16.4	12.5	14.1	17.2	3.9	7.0	3.9	26.6	0.0	36.7
	農・畜・水産物	15.8	6.9	21.5	8.1	1.5	6.2	46.2	36.5	2.3	18.1
	飲食料品	15.0	13.1	35.3	6.2	2.6	5.2	20.6	39.9	1.0	21.9
	医薬化粧品	20.5	61.5	35.9	5.1	0.0	5.1	5.1	5.1	0.0	15.4
	化学製品	46.0	14.0	12.0	12.0	2.0	6.0	8.0	18.0	2.0	28.0
	鉱物金属・燃料	54.7	18.9	7.5	26.4	3.8	5.7	5.7	17.0	1.9	15.1
	機械器具	53.9	17.1	11.2	20.4	4.6	23.0	9.2	11.8	1.3	19.1
	建築材料	48.8	17.9	5.3	3.7	0.8	6.9	13.0	34.6	3.7	23.6
	家具・建具・什器	35.0	17.5	15.0	15.0	7.5	10.0	0.0	37.5	2.5	15.0
	再生資源	53.1	6.3	9.4	34.4	0.0	9.4	0.0	28.1	3.1	21.9
	紙・紙製品	25.0	15.0	10.0	2.5	5.0	27.5	5.0	20.0	2.5	37.5
	スポーツ・玩具	8.3	0.0	8.3	20.8	0.0	8.3	0.0	37.5	0.0	37.5
	貴金属・宝石	26.7	13.3	20.0	13.3	20.0	20.0	0.0	13.3	0.0	26.7
その他	34.1	16.5	12.7	14.7	4.4	8.5	12.1	27.1	3.6	25.3	
卸売業 合計		30.6	15.3	17.1	11.6	3.2	8.9	16.1	29.3	2.2	23.6
小売	衣服・身回品	16.5	18.1	6.5	5.5	6.5	11.0	6.5	48.5	1.6	24.9
	飲食料品	14.4	13.5	20.1	3.8	2.0	5.0	13.7	51.6	1.7	25.6
	飲食店	18.7	13.6	19.6	3.7	3.7	4.2	9.8	54.2	2.3	21.0
	自動車・自転車	35.5	11.2	7.2	11.8	3.3	9.9	5.9	36.2	3.3	24.3
	家具・建具・什器	25.3	29.3	20.0	6.7	0.0	8.0	1.3	33.3	1.3	22.7
	家庭用機械・家電	55.4	8.6	15.8	1.4	2.2	18.0	1.4	33.1	2.9	21.6
	医薬・化粧品	17.6	53.9	28.4	2.9	1.0	6.9	6.9	31.4	0.0	15.7
	燃料	49.7	12.0	6.0	3.6	1.8	6.6	9.6	32.3	0.6	26.3
	書籍・文具	21.7	21.7	8.5	0.0	1.9	18.9	2.8	38.7	1.9	31.1
	スポーツ・玩具	21.4	16.1	25.0	5.4	1.8	7.1	0.0	39.3	1.8	25.0
	カメラ・時計・眼鏡	11.4	14.3	8.6	7.1	7.1	14.3	4.3	45.7	2.9	28.6
	木材・建築材料	51.2	18.6	4.7	9.3	2.3	7.0	16.3	27.9	0.0	25.6
	その他	27.2	16.4	14.1	3.9	2.3	10.8	9.8	39.0	2.6	26.9
	小売業 合計		24.2	16.6	14.9	4.5	2.9	8.7	8.8	43.7	1.9
サービス	物品賃貸業	39.1	21.7	8.7	15.2	4.3	10.9	6.5	30.4	2.2	19.6
	旅館・ホテル	26.6	13.1	10.8	7.2	20.3	11.7	9.5	61.3	5.0	12.6
	洗濯・理容・浴場	14.9	16.3	6.8	2.2	2.4	4.3	1.9	39.9	1.4	39.1
	娯楽業	32.8	10.3	10.3	3.4	1.7	19.0	3.4	41.4	1.7	31.0
	自動車整備・駐車場	36.9	11.5	3.1	6.8	2.4	10.2	7.5	36.3	2.0	31.5
	その他修理	17.6	0.0	0.0	5.9	0.0	0.0	29.4	35.3	5.9	47.1
	情報・調査・広告	30.7	15.8	8.8	10.5	2.6	45.6	4.4	26.3	1.8	15.8
	その他	33.3	25.8	10.7	6.2	4.1	9.4	8.0	33.0	3.3	25.3
	サービス業 合計		29.0	18.2	8.3	6.0	5.3	11.4	6.6	38.4	2.7
建設	総合工事業	51.3	23.8	5.1	2.0	1.4	5.6	14.0	42.4	2.5	21.5
	職別工事業	45.6	16.7	5.8	2.9	2.2	7.0	8.5	35.7	3.2	27.7
	設備工事業	56.6	22.6	5.3	3.8	0.4	15.5	10.2	32.8	2.3	19.6
建設業 合計		50.9	22.1	5.3	2.4	1.4	7.2	12.3	39.7	2.6	22.5
不動産	貸事務所・土地賃貸	27.3	34.1	4.5	2.3	4.5	4.5	6.8	52.3	2.3	27.3
	貸家・貸間業	20.0	15.0	10.0	3.3	3.3	5.0	3.3	40.0	0.0	36.7
	建売・土地売買業	40.8	25.2	4.8	3.6	5.1	8.1	4.2	39.3	1.2	25.8
	不動産代理・仲介業	29.8	24.9	5.3	2.8	2.1	11.4	6.5	44.0	3.5	27.0
	その他	31.2	28.4	8.5	4.3	5.0	7.1	6.4	44.0	2.8	24.1
不動産業 合計		32.9	25.3	5.9	3.3	3.7	9.0	5.6	42.6	2.4	26.8
全業種総合		34.6	17.1	11.9	10.8	3.2	9.6	10.4	32.9	2.6	24.8

備考) 1. 信金中央金庫「全国中小企業景気動向調査」をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

2. 表中塗りつぶし部分は、各選択肢の全業種総合を上回ったもの

本レポートは、情報提供のみを目的とした上記時点における当研究所の意見です。施策実施等に関する最終決定は、ご自身の判断でなさるようお願いいたします。また、当研究所が信頼できると考える情報源から得た各種データ等に基づいて、この資料は作成されておりますが、その情報の正確性および完全性について当研究所が保証するものではありません。