

# 調 査

## 第156回全国中小企業景気動向調査 (2014年4～6月期実績・2014年7～9月期見通し)

### 4～6月期業況の低下幅は予想に比べ小幅にとどまる 【特別調査－中小企業のIT(情報技術)活用について】

信金中央金庫  
地域・中小企業研究所

#### 調査の概要

1. 調査時点：2014年6月2日～6日
2. 調査方法：全国各地の信用金庫営業店の調査員による、共通の調査表に基づく「聴取り」調査
3. 標本数：15,843企業（有効回答数 14,430企業・回答率 91.1%）  
※有効回答数のうち従業員数20人未満の企業が占める割合は71.5%
4. 分析方法：各質問項目について、「増加」(良い)－「減少」(悪い)の構成比の差＝判断D.I.に基づく分析

#### (概 況)

1. 14年4～6月期(今期)の業況判断D.I.は△11.7と、前期比8.9ポイントの大幅な水準低下となった。ただ、前回調査時点における今期見通し(△17.2、前期比14.4ポイントの低下見通し)に比べれば、小幅の低下にとどまった。

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△1.6、△8.0と、ともに低下した。販売価格判断D.I.は8.9と大幅に上昇した。人手過不足判断D.I.は△13.6と不足感が緩和した。業種別の業況判断D.I.は6業種すべてで低下したが、建設業と不動産業はプラス水準を維持し相対的に堅調だった。地域別には11地域すべてで低下した。

2. 14年7～9月期(来期)の予想業況判断D.I.は△7.7、今期実績比4.0ポイントの改善見通しとなっている。業種別には不動産業を除く5業種で、地域別には四国を除く10地域で改善する見通しにある。

#### 業種別天気図

時期 業種名	2014年 1月～3月	2014年 4月～6月	2014年 7月～9月 (見通し)
総 合			
製 造 業			
卸 売 業			
小 売 業			
サ ー 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 ー ビ ス 業											
建 設 業											
不 動 産 業											

(この天気図は、過去1年間の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

## 1. 全業種総合

### ○予想よりは小幅の低下にとどまる

14年4～6月期(今期)の業況判断D.I.は△11.7と、前期比8.9ポイントの大幅な低下となった。ただ、前回調査時点における今期見通し(△17.2、前期比14.4ポイントの低下見通し)に比べれば、今回実績は小幅の低下にとどまった。

収益面では、前年同期比の売上額判断D.I.が△1.6、同収益判断D.I.が△8.0と、それぞれ前期比7.9ポイント、同6.0ポイント低下した。また、前期比売上額判断D.I.は△8.2、同収益判断D.I.は△13.0と、それぞれ前期比6.2ポイント、同5.6ポイントの水準低下となった。

販売価格判断D.I.はプラス8.9、前期比5.0ポイントの大幅上昇で、販売価格を「上昇」と回答した企業の割合が急増した。また、仕入価格判断D.I.は、プラス35.6、同5.9ポイントの上昇と、仕入価格を「上昇」と回答した企業の割合も一段と増加した。

雇用面では、人手過不足判断D.I.が△13.6(マイナスは人手「不足」超、前期は△16.2)と、4四半期ぶりに人手不足感が緩和した。

資金繰り判断D.I.は△10.8と、前期比2.2ポイントの改善となった。

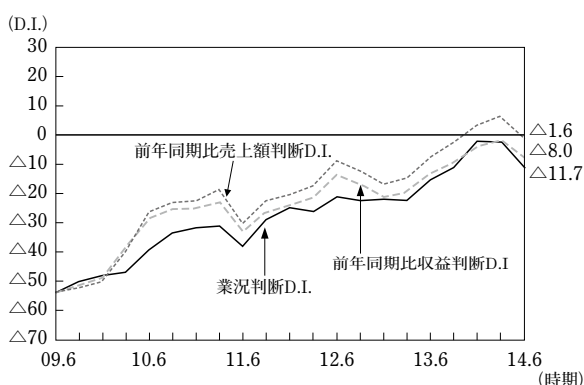
設備投資実施企業割合は前期比0.7ポイント低下の21.3%と、5四半期ぶりの減少となった。

業種別の業況判断D.I.は、6業種すべて水準低下となった。なかでも、建設業、卸売

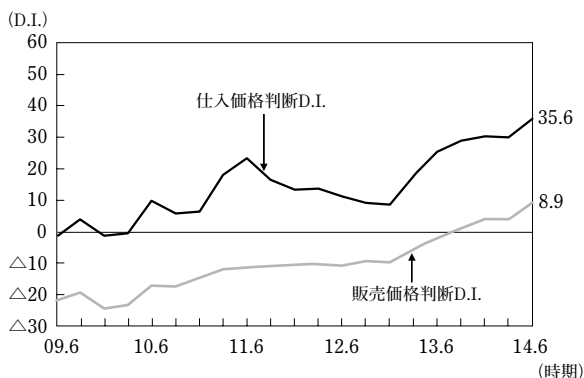
業、小売業は前期比10ポイント超の大幅な水準低下となった。ただ、業況判断D.I.を水準面からみると、建設業と不動産業はプラスを維持しており、相対的に堅調だった。

地域別の業況判断D.I.は、11地域すべてで

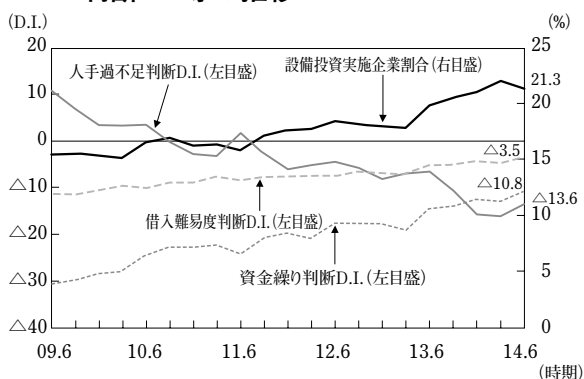
図表1 主要判断D.I.の推移



図表2 販売価格・仕入価格判断D.I.の推移



図表3 設備投資実施企業割合、資金繰り判断D.I.等の推移



低下した。地域別の業況判断D.I.を水準面からみると、11地域すべてでマイナスとなり、東北(△19.6)、東海(△15.5)など、△10.0の水準を下回る地域は前期の1地域(首都圏のみ)から7地域へ増加した。

### ○改善に転じる見通し

来期の予想業況判断D.I.は△7.7と、今期実績比4.0ポイントの改善に転じる見通しとなっている。なお、今回の予想改善幅は、過去10年の平均(2.8ポイントの改善)を上回っている。

業種別の予想業況判断D.I.は、不動産業を除く5業種で改善する見通しとなっている。とりわけ、卸売業は、今期実績比で10ポイント近くの大規模な改善見通しとなっている。また、地域別では、四国を除く10地域で改善が見込まれている。

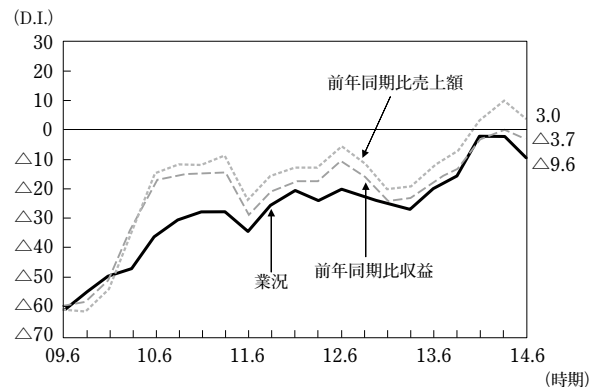
## 2. 製造業

### ○業況は一時的に低下

今期の業況判断D.I.は、前期比7.1ポイント低下の△9.6となった。ただ、前回調査における今期見通し(△15.7)に比べれば小幅な低下にとどまり、一時的な低下といえる。

前年同期比売上額判断D.I.は、前期比6.3ポイント低下のプラス3.0、同収益判断D.I.は、同3.4ポイント低下の△3.7となった。なお、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1.2ポイント低下の△3.5、同1.2ポイント低下の△9.7となった。

図表4 製造業 主要判断D.I.の推移



### ○人手不足感が若干弱まる

設備投資実施企業割合は、前期比0.3ポイント低下の23.2%となった。

人手過不足判断D.I.は、△9.9(前期は△12.2)と、不足感が弱まった。なお、11年7~9月期以降、12四半期連続でマイナス(人手「不足」超)という状況が続いている。

残業時間判断D.I.は、プラス0.7(前期はプラス8.5)となり、三四半期連続で残業時間「増加」企業が、残業時間「減少」企業を上回った。

原材料(仕入)価格判断D.I.は、前期比2.7ポイント上昇のプラス36.3と、原材料価格を「上昇」と回答した企業の割合は増加した。一方、販売価格判断D.I.は同2.9ポイント上昇のプラス3.8となった。

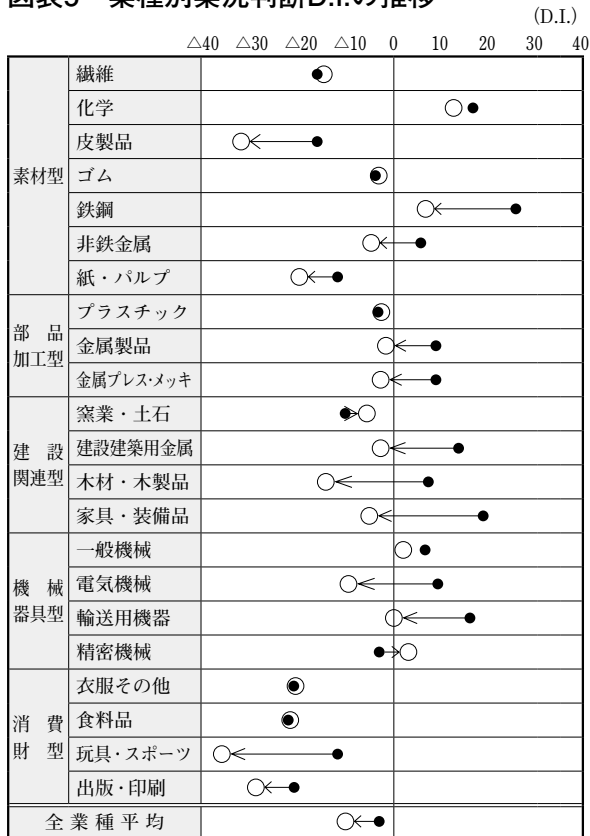
なお、資金繰り判断D.I.は、前期比2.7ポイント改善の△10.8となった。

### ○全22業種中15業種で低下

業種別業況判断D.I.は、製造業全22業種中、15業種で低下した。

素材型業種は、繊維とゴムが改善となった

図表5 業種別業況判断D.I.の推移



●前期 (2014年1~3月期) ○今期 (2014年4~6月期)

ものの、他の5業種では低下となった。

部品加工型業種は、プラスチックを除き、前期比8.0ポイント以上の低下となった。

建設関連型業種は、窯業・土石で改善したものの、それ以外の3業種は低下した。なかでも、木材・木製品と家具・装備品は前期比20ポイント以上の大幅低下となった。

機械器具型業種は、精密機械を除き3業種で低下した。とりわけ電気機械と輸送用機器は、前期比10ポイント以上の大幅低下となった。

消費財型業種では、衣服その他と食料品で改善したものの、とりわけ玩具・スポーツでは前期比24.3ポイントの大幅低下となった。

○すべての階層で低下

販売先形態別の業況判断D.I.は、大メーカー型でプラス水準を維持したものの、すべての形態で低下した。

外需主力型の業況判断D.I.は△2.5と、前期に引き続き低下となった。また、内需主力型は△9.6と、同6.7ポイント低下し、こちらも前期に引き続き低下となった。

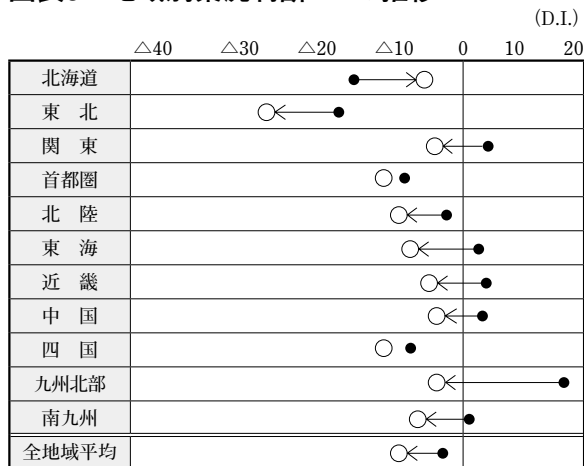
従業員規模別の業況判断D.I.は、すべての階層で低下した。とりわけ、50~99人の階層は前期比15.9ポイントの大幅低下となった。

○全11地域でマイナス水準

地域別の業況判断D.I.は、全11地域中、北海道を除く10地域で低下した。とりわけ九州北部では、前期比21.3ポイントと大幅に低下した。

水準面では、11地域すべてでマイナス水準となっており、とりわけ東北は△27.6と最も低い。これに、四国の△12.9、首都圏の△11.3が続く。

図表6 地域別業況判断D.I.の推移



●前期 (2014年1~3月期) ○今期 (2014年4~6月期)

### ○来期は改善を見込む

来期の予想業況判断D.I.は△6.4と、今期実績比3.2ポイントの改善に転じると見込んでいる。

業種別には、全22業種中、繊維、衣服その他、家具・装備品、化学、ゴムなどを除く16業種で今期実績比改善の見通しとなっており、多くの業種で改善が見込まれている。

地域別には、四国、九州北部、南九州を除く8地域で改善の見通しとなっている。

## 3. 卸売業

### ○業況は大幅な低下

今期の業況判断D.I.は、前期比11.2ポイント低下の△17.7と、大幅な低下となった。また、前年同期比売上額判断D.I.は△2.2、同収益判断D.I.は△8.7と、それぞれ前期比7.6ポイント、同4.8ポイント低下した。

### ○業種・地域別の業況も低下

業種別の業況判断D.I.は、全15業種中、13業種で低下した一方、衣服、農・水・畜産物の2業種で改善した。地域別には、全11地域

中、北海道を除く10地域で低下した。なかでも、近畿と中国で20ポイントを超える大幅な低下となった。

### ○多くの業種・地域で改善の見通し

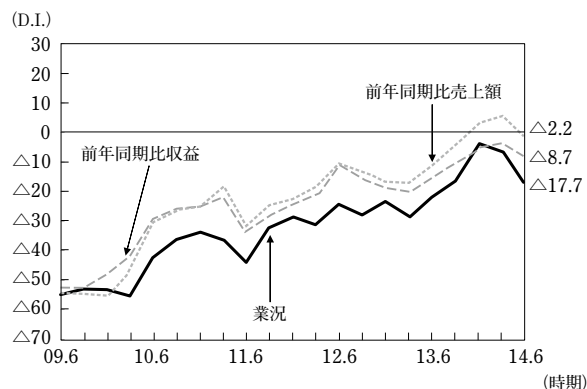
来期の予想業況判断D.I.は△7.8と、今期実績比9.9ポイントの大幅改善を見込んでいる。業種別には、全15業種のうち12業種で改善を見込んでおり、特に医薬・化粧品では27.2ポイントの大幅な改善見通しとなっている。地域別にみても、四国で横ばい、その他10地域で改善を見込んでいる。なかでも北海道は唯一プラス水準を見込んでいる。

## 4. 小売業

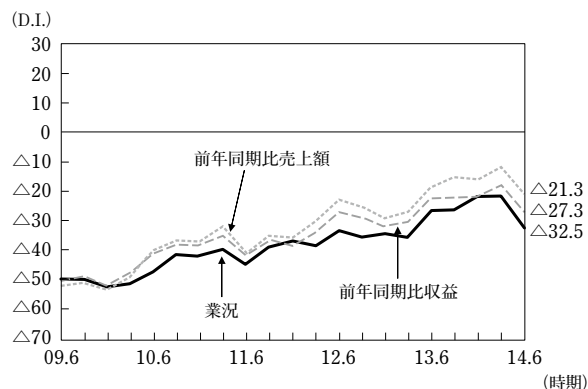
### ○業況の低下幅は前期予想より小幅

今期の業況判断D.I.は△32.5と、前期比10.6ポイントの大幅低下となったものの、前期予想よりは小幅の低下にとどまった。業況判断の低下は4四半期ぶりである。前年同期比売上額判断D.I.は△21.3、同収益判断D.I.は△27.3と、それぞれ前期比9.8ポイント、同9.2ポイント低下した。

図表7 卸売業 主要判断D.I.の推移



図表8 小売業 主要判断D.I.の推移



### ○首都圏は改善

業種別の業況判断D.I.は、全13業種中、飲食店を除いた全ての業種で低下した。前期にプラスの水準に転換していた自動車、家具、木建材の3業種においても前期比10ポイント超の低下となっている。地域別には、全11地域中10地域で低下した一方、首都圏は唯一改善した。

### ○多くの業種・地域で改善の見通し

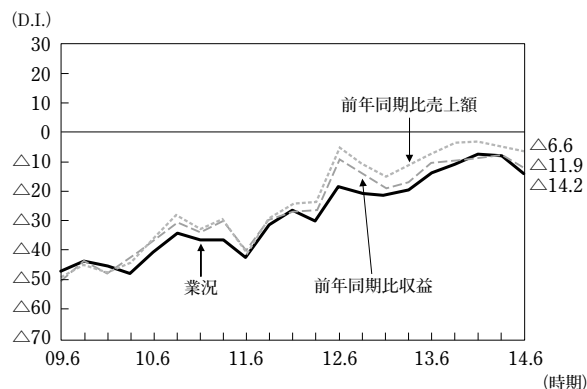
来期の予想業況判断D.I.は△26.4と、今期実績比6.1ポイントの改善を見込んでいる。業種別には、燃料、玩具、書籍・文具を除く10業種で改善見通しとなっており、なかでも今期低下の著しかった家具、自動車では今期実績比15ポイント前後の改善を見込む。地域別にみても、全11地域中10地域で改善の見通しである。

## 5. サービス業

### ○業況は2四半期連続の低下

今期の業況判断D.I.は、前期比5.9ポイント低下の△14.2と、2四半期連続の低下となっ

図表9 サービス業 主要判断D.I.の推移



た。前年同期比売上額判断D.I.は前期比2.0ポイント低下し△6.6となり、同収益判断D.I.についても前期比4.2ポイント低下し△11.9となった。

### ○業種別の業況はまちまち

業種別の業況判断D.I.は、全8業種中、自動車整備、情報・調査・広告など4業種で低下した一方、旅館・ホテル、娯楽など4業種で改善した。地域別では、全11地域で低下し、特に北陸では20ポイント超の低下となった。

### ○多くの業種・地域で改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△10.7と、今期実績比3.5ポイントの改善を見込んでいる。業種別では、全8業種中6業種が改善を見込んでおり、地域別にみても、全11地域中、東北、中国、四国を除く8地域で改善の見通しである。

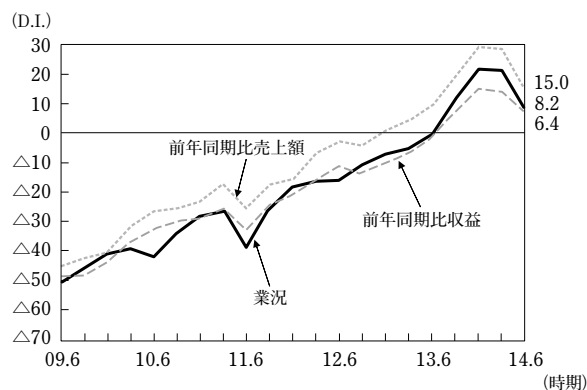
## 6. 建設業

### ○業況は低下するも前期より高水準

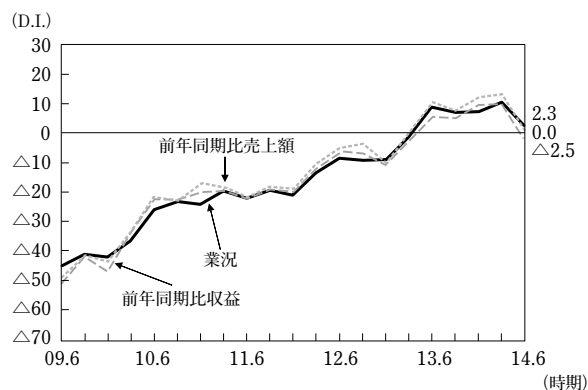
今期の業況判断D.I.はプラス8.2と、前期比12.5ポイントの大幅低下となったものの、前期予想よりは小幅の低下にとどまった。前年同期比売上額判断D.I.は前期比12.9ポイント低下のプラス15.0、同収益判断D.I.も前期比7.5ポイント低下のプラス6.4と、業況ともどもプラスを維持した。



図表10 建設業 主要判断D.I.の推移



図表11 不動産業 主要判断D.I.の推移



### ○北海道は改善

業況判断D.I.を請負先別でみると、官公庁、大企業、中小企業、個人のすべてで低下した。中小企業を除き低下は2四半期連続となった。地域別では10地域で低下したものの、北海道では改善に転じた。関東と東海を除く9地域は依然、プラス水準を維持している。

### ○北海道など6地域で改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は今期実績比2.5ポイント改善のプラス10.7を見込む。請負先別では、全4先で改善する見通しである。地域別には、10ポイント超の改善を見込む北海道と関東をはじめ、首都圏、東海など6地域で改善する見通しである。

## 7. 不動産業

### ○業況の低下幅は前期予想を下回る

今期の業況判断D.I.はプラス2.3と、前期比7.5ポイントの低下となったものの、前期予想よりは小幅の低下にとどまった。前年同期

比売上額判断D.I.は前期比12.7ポイント低下の0.0となった。同収益判断D.I.は前期比11.9ポイント低下のマイナス2.5と、5四半期ぶりにマイナス水準となった。

### ○東北、関東、北陸で改善

業況判断D.I.を業種別でみると、全5業種中貸事務所、建売など4業種で低下したものの、貸家は改善した。地域別では、全11地域中8地域で低下したものの、東北、関東、北陸では改善した。特に、東北と関東は10ポイント超の改善となった。

### ○6四半期ぶりにマイナス水準の見通し

来期の予想業況判断D.I.は、今期実績比3.1ポイント低下のマイナス0.8を見込む。業種別では、全5業種で低下を見込む。地域別では全11地域中8地域で低下するが、四国で横ばい、北海道と九州北部では改善する見通しである。

## 特別調査 中小企業のIT(情報技術)活用について

### ○24%がいまだにXPを使用中

Windows XPの使用状況(調査時点:6月上旬)については、「まだ使用している」が23.9%、「使用していない」が65.1%となった。また、「わからない」が11.0%となり、「まだ使用している」とあわせると3割以上の企業で不安が残

る結果となった。とりわけ、従業員1~4人の企業の17.0%、5~9人の企業の12.6%が「わからない」と回答していることから、そもそも自社所有のパソコンの状況を把握していない小規模企業も多いことがうかがえる。

「まだ使用している」の内訳は、「業務繁忙

図表12 「WindowsXP」パソコンの現在の使用状況について

(単位:%)

	使用していない				まだ使用している								わからない
	対応(買換え等)が終了した	もともとWindows XPは使用していない	自社にはパソコンがない		業務繁忙のため使用中(買換え予定)	買換えの資金が不足している	システムや周辺機器がXPしか対応できない	インターネットに接続しないため買換え不要	サポート終了を知らなかった	その他			
全 体	65.1	49.0	11.4	4.6	23.9	14.6	2.2	2.7	2.9	0.3	1.2	11.0	
地 域 別	北 海 道	70.0	57.7	9.3	3.0	19.9	10.0	2.0	2.2	4.1	0.2	1.4	10.1
	東 北	64.7	53.8	8.1	2.7	26.3	15.3	1.8	3.3	4.0	0.0	1.9	9.0
	関 東	63.9	54.3	7.4	2.2	29.7	16.7	3.2	3.9	3.4	0.1	2.3	6.4
	首 都 圏	66.7	42.7	14.8	9.1	19.4	12.8	1.9	1.5	2.3	0.3	0.7	13.9
	北 陸	62.9	52.2	8.6	2.0	25.2	12.7	3.0	4.1	4.1	0.0	1.3	11.9
	東 海	62.3	52.0	8.2	2.1	30.5	19.1	2.7	4.3	2.9	0.1	1.5	7.2
	近 畿	66.0	53.0	10.9	2.1	26.3	16.4	2.7	3.6	2.2	0.2	1.2	7.7
	中 国	64.0	52.4	9.5	2.2	27.2	17.1	2.7	2.5	3.5	0.0	1.5	8.8
	四 国	59.4	46.5	9.1	3.8	23.9	12.6	1.7	3.6	3.8	1.4	0.7	16.7
九 州 北 部	65.1	48.5	13.2	3.3	21.2	13.5	1.0	2.7	2.3	0.5	1.2	13.7	
南 九 州	58.9	37.9	16.0	5.1	23.2	14.7	1.6	1.8	3.5	0.8	0.8	17.9	
従 業 員 規 模 別	1 ~ 4 人	64.4	37.0	15.7	11.7	18.6	9.9	2.4	2.0	3.1	0.4	0.7	17.0
	5 ~ 9 人	64.4	48.6	13.5	2.4	23.0	13.4	2.7	2.5	2.8	0.3	1.3	12.6
	10 ~ 19 人	66.6	55.5	10.1	0.9	25.0	15.9	1.8	2.9	3.0	0.2	1.2	8.4
	20 ~ 29 人	66.8	59.7	6.8	0.2	27.8	18.6	2.3	2.2	3.5	0.1	1.0	5.4
	30 ~ 39 人	66.5	60.0	6.5	0.0	27.3	17.0	2.0	4.0	2.4	0.0	2.0	6.2
	40 ~ 49 人	65.8	60.4	5.2	0.2	29.9	18.7	2.2	3.6	2.9	0.1	2.5	4.2
	50 ~ 99 人	64.5	59.5	4.8	0.3	32.3	22.7	1.2	4.9	1.9	0.0	1.7	3.2
	100 ~ 199 人	59.5	54.2	5.3	0.0	37.7	27.1	2.1	4.6	1.1	0.0	2.8	2.8
	200 ~ 300 人	57.5	51.7	5.8	0.0	40.8	30.8	0.8	6.7	2.5	0.0	0.0	1.7
業 種 別	製 造 業	64.0	50.1	10.5	3.3	26.3	15.5	2.7	3.5	3.0	0.3	1.3	9.7
	卸 売 業	64.1	49.7	11.0	3.3	25.9	15.9	2.4	3.1	3.1	0.3	1.2	10.1
	小 売 業	63.1	37.9	14.2	11.0	20.9	11.2	2.6	2.1	3.6	0.3	1.1	16.0
	サ ー ビ ス 業	65.0	46.4	12.5	6.1	22.8	13.3	2.2	2.4	3.4	0.3	1.2	12.1
	建 設 業	68.0	57.7	9.0	1.3	23.3	15.8	1.6	2.3	2.2	0.2	1.2	8.7
	不 動 産 業	70.4	56.3	12.6	1.5	19.9	16.0	0.5	1.6	1.0	0.2	0.7	9.7



のため（買換え予定）（14.6%）」が回答の過半数を占めており、いずれは買い換える予定がありながらも、調査時点では対応できない企業が多いことがうかがえる。以下、「インターネットに接続しないため買換え不要」が2.9%、「システムや周辺機器がXPしか対応できない」が2.7%、「資金不足」が2.2%と続いた。

### ○7割以上がインターネットを活用

事業上でのインターネットの活用については、「活用している」が71.8%、「活用していない」が28.2%となった。

「活用している」の内訳をみると、「販売・受注・見積もり受託等（43.6%）」が最も高く、以下、「インターネットバンキングによる資金決済（33.4%）」、「自社HPによる宣伝

図表13 事業上（販売、調達、資金決済、宣伝広告など）でのインターネットの活用状況について

（単位：％）

		活用している										活用していない
		販売・受注・見積もり受託等	調達・仕入れ等	インターネットバンキングによる資金決済	電子債権（でんざいネット、ファクタリング等）	市場調査・マーケティング	顧客への説明・プレゼンテーション	メールマガジンによる宣伝広告	自社のホームページによる宣伝広告	その他		
全	体	71.8	43.6	24.6	33.4	4.8	9.3	9.1	2.2	25.4	1.7	28.2
地域別	北海道	72.1	42.6	26.3	38.3	3.7	9.0	7.0	2.4	23.6	1.7	27.9
	東北	72.4	44.3	24.7	32.1	4.6	8.7	7.3	2.4	30.7	2.6	27.6
	関東	78.0	49.4	27.8	39.9	5.4	8.5	9.6	2.8	33.9	2.1	22.0
	首都圏	63.5	40.1	23.1	22.6	3.5	8.1	7.8	1.9	18.6	1.2	36.5
	北陸	77.6	45.5	24.3	42.0	6.0	9.9	9.6	1.9	27.9	2.4	22.4
	東海	82.2	48.8	25.0	44.0	10.3	10.3	11.7	2.7	33.5	1.8	17.8
	近畿	78.9	48.2	27.7	43.3	5.4	8.6	10.9	1.9	28.2	1.8	21.1
	中国	77.6	43.9	25.2	46.2	5.1	7.0	8.5	2.0	29.2	1.2	22.4
	四国	61.7	34.7	20.1	18.9	2.6	10.5	10.5	2.6	23.0	2.4	38.3
	九州北部	71.2	39.1	19.7	28.9	3.5	15.9	9.5	1.2	23.1	1.5	28.8
	南九州	64.0	37.7	21.0	22.3	1.9	13.0	8.5	3.7	22.0	1.1	36.0
従業員規模別	1～4人	52.4	30.3	18.7	14.6	1.0	8.8	6.9	1.5	14.8	1.8	47.6
	5～9人	72.0	45.3	25.4	29.6	2.3	9.9	8.8	2.3	22.8	1.9	28.0
	10～19人	80.2	49.2	27.2	39.7	5.6	10.8	10.1	2.4	26.5	1.4	19.8
	20～29人	84.9	54.7	27.5	46.3	7.6	8.5	8.8	2.5	34.0	1.8	15.1
	30～39人	88.5	53.0	29.4	54.5	8.9	8.7	9.1	2.5	35.8	0.8	11.5
	40～49人	91.2	49.3	29.4	58.7	7.4	8.8	12.0	4.6	46.8	1.8	8.8
	50～99人	90.3	56.7	30.1	54.9	15.1	7.8	14.4	1.5	38.8	1.7	9.7
	100～199人	95.8	61.1	29.0	66.8	19.4	8.8	14.8	2.5	40.3	0.7	4.2
	200～300人	94.2	60.0	32.5	57.5	23.3	7.5	13.3	1.7	44.2	0.8	5.8
業種別	製造業	73.4	48.3	24.8	36.9	8.6	7.5	8.3	1.2	23.8	1.2	26.6
	卸売業	73.6	50.1	31.9	38.0	5.0	9.1	7.4	1.3	18.7	1.1	26.4
	小売業	59.6	33.3	28.2	22.2	0.7	7.7	6.0	3.0	18.9	1.6	40.4
	サービス業	70.8	34.6	19.0	30.5	1.7	8.0	11.4	5.0	34.3	2.5	29.2
	建設業	77.5	51.0	23.9	40.4	5.9	8.5	8.9	0.8	24.0	2.3	22.5
	不動産業	80.8	35.7	13.4	27.3	0.6	25.0	18.8	4.1	46.3	2.2	19.2

（備考）最大3つまで複数回答可

広告（25.4%）」が続いた。

業種別にみると、活用割合が最も高かった不動産業（80.8%）では、「自社HPによる宣伝広告（46.3%）」、「市場調査・マーケティング（25.0%）」などが全業種と比較して割合が高かった。

### ○SNS利用率は1割

ソーシャルネットワークサービス

（SNS）の事業上の情報収集・発信への利用状況については、「利用している」が10.7%、「利用していない」が89.3%となった。

最も利用しているSNSについては、「Facebook（フェイスブック）」が7.9%と、利用企業のうちの7割以上を占めた。一方、SNSを利用していない企業に今後の方針を尋ねたところ、「今後も利用しない」が43.5%と最も高かった。

図表14 事業上の情報収集・発信でのSNSの利用状況について

（単位：%）

		利用している					利用していない						
		Facebook (フェイスブック)	Twitter (ツイッター)	LINE (ライン)	mixi (ミクシイ)	その他		以前利用 していた がやめた	利用を 開始する 予定	利用を 検討したい	わからない	今後も 利用 しない	
全	体	10.7	7.9	0.8	1.5	0.0	0.4	89.3	0.8	2.1	14.2	28.6	43.5
地域別	北海道	8.9	6.8	0.6	1.3	0.0	0.2	91.1	1.2	1.8	15.8	29.8	42.5
	東北	10.8	7.4	1.3	1.9	0.0	0.2	89.2	1.1	2.5	18.6	28.5	38.4
	関東	13.2	9.8	1.2	1.4	0.1	0.8	86.8	0.9	2.5	16.8	28.0	38.6
	首都圏	7.5	4.9	0.8	1.4	0.1	0.4	92.5	0.7	2.0	12.5	25.1	52.2
	北陸	12.0	9.7	0.8	1.1	0.0	0.3	88.0	1.1	2.9	14.7	33.4	35.8
	東海	14.3	10.7	1.1	1.6	0.0	0.9	85.7	1.1	1.7	14.8	30.3	37.8
	近畿	12.0	9.3	0.6	1.5	0.0	0.5	88.0	0.5	2.3	12.6	31.9	40.7
	中国	10.1	7.9	0.5	1.5	0.0	0.2	89.9	1.0	1.3	12.8	32.3	42.5
	四国	15.0	11.9	1.4	1.2	0.0	0.5	85.0	0.7	1.9	14.8	24.1	43.4
	九州北部	11.2	8.1	0.5	2.2	0.0	0.5	88.8	0.5	3.5	15.9	32.4	36.4
	南九州	13.1	10.8	0.4	1.6	0.0	0.3	86.9	1.5	1.9	15.8	26.2	41.4
従業員規模別	1～4人	8.0	5.5	0.7	1.3	0.1	0.4	92.0	0.9	1.7	10.9	25.0	53.5
	5～9人	10.7	7.8	0.8	1.7	0.0	0.3	89.3	0.9	2.1	14.5	27.5	44.4
	10～19人	11.8	8.6	0.9	1.6	0.0	0.6	88.2	0.8	2.8	15.0	30.6	38.9
	20～29人	12.7	9.6	0.5	1.9	0.0	0.8	87.3	0.7	2.9	16.1	30.2	37.3
	30～39人	10.9	8.4	1.2	0.9	0.1	0.3	89.1	1.3	1.7	18.7	31.1	36.3
	40～49人	17.5	14.0	1.4	2.1	0.0	0.1	82.5	0.6	2.5	15.8	34.5	29.1
	50～99人	11.8	8.8	1.0	1.6	0.0	0.4	88.2	0.3	2.2	20.0	33.6	32.1
	100～199人	11.4	10.3	0.0	0.4	0.0	0.7	88.6	0.4	0.7	15.3	35.2	37.0
	200～300人	12.6	11.8	0.0	0.8	0.0	0.0	87.4	0.8	1.7	20.2	32.8	31.9
業種別	製造業	8.7	6.7	0.5	1.3	0.0	0.3	91.3	0.8	1.9	13.9	29.0	45.6
	卸売業	8.7	6.1	0.5	1.3	0.1	0.7	91.3	0.7	1.5	15.3	31.0	42.8
	小売業	12.1	9.1	1.1	1.4	0.1	0.5	87.9	1.0	2.3	13.2	25.8	45.5
	サービス業	16.6	13.0	1.3	1.9	0.1	0.3	83.4	0.6	2.7	13.6	24.9	41.6
	建設業	8.9	5.8	0.7	1.9	0.0	0.6	91.1	0.4	1.6	13.9	32.4	42.8
	不動産業	12.6	8.8	1.4	1.6	0.0	0.8	87.4	2.2	3.9	17.5	27.9	35.9

○IT投資には概ね満足、今後は拡充も

IT投資の費用対効果については、「大いに満足している(5.5%)」、「やや満足している(38.9%)」と、満足している企業が合計で4割以上を占めた。対して、不満を感じている企業は、「あまり満足していない(18.1%)」、「まったく満足していない(1.9%)」の合計で2割と、満足を感じる企業の約半分にとどまった。なお、33.8%がIT投資を実施していないと回答した。

従業員規模別にみると、規模が大きいほど、IT投資に満足を感じている割合が高かった。また、規模が小さいほど、IT投資を実施していない割合が高かった。

IT投資の今後の計画については、「拡充予定(12.8%)」が「縮小予定(0.6%)」を上回った。また、規模が大きいほど「拡充予定」の回答割合が高く、IT投資に積極的であることがうかがえる。対して、規模が小さいほど、

図表15 IT投資の費用対効果と今後の計画

(単位：%)

		費用対効果					今後の計画			
		大いに満足している	やや満足している	あまり満足していない	まったく満足していない	もともとIT投資を実施していない	拡充する予定	現状維持の予定	縮小する予定	IT投資は行わない
全	体	5.5	38.9	18.1	1.9	33.8	12.8	49.1	0.6	36.1
地域別	北海道	5.7	45.1	17.3	2.0	28.5	10.2	56.9	0.2	31.5
	東北	6.6	42.6	16.6	1.8	29.8	14.3	51.9	0.8	31.8
	関東	6.5	46.9	18.0	1.6	26.0	18.9	52.8	0.4	26.4
	首都圏	4.0	29.7	16.7	1.9	46.4	9.3	40.0	0.7	48.8
	北陸	6.8	45.0	19.3	2.6	24.6	15.0	56.1	0.2	27.5
	東海	6.9	45.8	21.7	1.7	21.8	19.1	55.1	0.8	23.8
	近畿	5.8	42.8	20.2	2.2	26.6	13.4	54.2	0.3	29.5
	中国	8.9	43.2	20.1	1.2	25.3	13.3	57.3	0.7	27.5
	四国	5.6	36.6	13.7	1.5	40.0	14.1	46.8	0.7	37.8
地域別	九州北部	4.2	39.3	18.7	1.9	34.4	11.5	50.6	0.3	36.6
	南九州	4.3	34.1	15.2	1.5	42.8	10.7	40.9	1.0	45.9
従業員規模別	1～4人	3.5	24.2	14.2	1.9	53.8	6.3	34.8	0.6	56.8
	5～9人	5.7	36.9	18.2	2.0	35.0	10.8	48.3	0.7	38.6
	10～19人	6.2	44.5	20.3	1.9	26.0	14.4	56.4	0.7	27.3
	20～29人	7.6	48.3	18.8	1.4	22.6	16.2	57.7	0.5	24.2
	30～39人	6.9	51.6	23.6	1.9	14.7	17.6	64.3	0.0	17.1
	40～49人	6.8	56.3	21.5	2.1	12.3	21.8	63.0	0.6	13.4
	50～99人	7.5	56.1	22.3	1.5	11.7	24.5	61.8	0.5	11.5
	100～199人	8.5	60.6	20.9	1.8	7.1	27.7	64.5	0.4	6.7
	200～300人	4.2	67.2	22.7	4.2	1.7	34.5	61.3	0.8	2.5
業種別	製造業	5.7	38.6	19.5	2.2	32.1	13.2	50.6	0.6	34.1
	卸売業	6.7	40.4	18.5	1.4	31.3	12.2	52.1	0.9	33.6
	小売業	3.7	30.0	16.7	2.1	45.5	10.6	39.4	0.7	47.7
	サービス業	5.6	38.5	16.4	1.5	36.1	14.2	45.6	0.7	38.1
	建設業	6.0	45.5	17.9	1.6	27.5	12.0	55.6	0.3	31.0
	不動産業	5.5	46.0	18.3	1.9	27.1	16.3	52.6	0.2	28.6

「IT投資は行わない」との回答割合が高かった。

### ○IT化の課題はセキュリティ

IT（情報技術）化を進めるにあたっての問題点や課題については、「セキュリティ確保への不安」が38.1%と最も高く、以下、「費用対効果の把握が困難（23.2%）」、「導入・維持にかかるコスト負担が大きい（22.4%）」と続い

た。また、「セキュリティ確保への不安」、「費用対効果の把握が困難」、「導入・維持にかかるコスト負担が大きい」といった回答は、従業員規模が大きいほど割合が高くなっている。

今般の調査結果を踏まえると、規模が大きいほどIT投資に積極的である一方で、多くの問題点に悩まされていることがうかがえよう。

図表16 IT（情報技術）化を進めるに際しての問題点・課題について

(単位：%)

		費用対効果の把握が困難	技術革新が速すぎて対応しきれない	セキュリティの確保への不安	トラブル発生時の対応が困難	導入・維持にかかるコスト負担が大きい	情報分野に長けた社員の不足	活用方法に関する知識の不足	経営者・社員が必要を感じていない	特に問題点・課題はない	その他
全 体		23.2	13.6	38.1	19.8	22.4	21.3	22.3	11.5	16.6	2.0
地 域 別	北 海 道	23.4	15.4	42.4	20.8	26.6	22.6	21.9	9.7	13.4	3.2
	東 北	22.6	18.3	34.7	23.7	25.7	26.4	27.9	10.9	13.2	2.2
	関 東	25.6	15.8	39.9	20.9	27.5	24.5	28.1	9.6	12.3	1.7
	首 都 圏	20.1	11.4	32.9	16.8	17.8	16.4	18.0	14.2	22.3	1.8
	北 陸	26.1	14.6	37.2	20.1	28.6	24.7	23.7	8.3	13.5	2.6
	東 海	27.0	14.8	41.1	22.5	28.7	24.5	25.7	10.2	11.6	1.6
	近 畿	26.3	12.3	46.0	23.0	21.5	23.3	22.5	9.6	13.1	1.8
	中 国	21.9	15.1	40.1	18.2	23.9	25.5	24.6	9.7	15.8	1.2
	四 国	24.9	14.7	37.4	16.6	23.0	17.6	22.2	10.0	21.5	1.7
	九 州 北 部	22.8	13.2	37.2	17.2	19.9	21.1	23.6	12.7	16.7	2.5
	南 九 州	19.4	15.4	32.9	18.4	17.9	20.3	21.9	13.3	20.1	2.4
従 業 員 規 模 別	1～4人	16.9	13.7	25.1	15.6	16.6	15.1	20.7	17.2	24.0	2.6
	5～9人	21.6	14.4	35.8	19.6	20.1	20.9	23.0	12.3	16.8	2.1
	10～19人	26.1	13.6	42.2	22.6	23.9	24.1	22.8	9.0	13.6	1.7
	20～29人	26.8	14.9	45.9	22.0	24.5	27.3	25.6	8.0	11.6	1.9
	30～39人	30.4	14.7	49.2	22.0	28.0	22.8	23.2	6.7	11.6	1.2
	40～49人	29.5	10.7	55.0	24.3	33.0	26.9	22.0	4.7	9.7	1.3
	50～99人	31.7	11.2	57.4	22.4	32.9	29.5	21.8	4.6	8.6	0.8
	100～199人	31.9	13.1	62.4	25.2	34.4	27.0	22.7	3.9	5.3	0.0
	200～300人	40.0	10.8	54.2	24.2	34.2	30.0	19.2	0.8	6.7	1.7
業 種 別	製 造 業	24.4	13.4	40.2	20.5	22.8	22.1	22.1	11.2	15.1	2.1
	卸 売 業	25.7	12.4	39.7	18.3	25.0	22.3	22.0	11.1	15.9	1.4
	小 売 業	20.8	14.3	28.2	16.9	19.8	19.5	21.4	14.7	19.3	2.8
	サ ー ビ ス 業	22.3	11.5	35.7	18.6	23.5	19.4	21.5	11.6	19.9	2.0
	建 設 業	22.1	15.3	43.7	22.9	22.4	22.4	22.6	10.2	14.9	1.4
	不 動 産 業	23.0	15.7	42.2	21.7	20.0	21.2	26.2	8.3	16.1	1.7

(備考) 最大3つまで複数回答可

## 「調査員のコメント」から

全国中小企業景気動向調査表には、「調査員のコメント」として自由記入欄を設けている。ここでは、本調査の調査員である全国の信用金庫営業店職員から寄せられた声の一部を紹介する。

### (1) 今後を見据えた対応

- ・震災復興にかかる受注増加を受けて売上が増加傾向にある。ものづくり助成金等の活用による設備投資に注力している。(自動車部品加工 新潟県)
- ・消費増税の影響はないが、油断せず常に新商品開発に取り組んでいる。現在は、利益率向上のため、うなぎを利用した高級嗜好品の作製を手がけている。(魚肉練り製品製造 静岡県)
- ・取引先が海外に生産拠点を移しており、国内市場が縮小傾向にある。同業他社との価格競争も激化しているため、サービス面で差別化を図り、生き残りを目指す。(工業用研磨砥石 大阪府)
- ・県外で行われる観光物産展に積極的に参加するほか、同業者間での交流も深め、情報収集に注力している。また、プライベートブランド商品の開発に力を入れている。(菓子卸売 沖縄県)
- ・消費増税前の駆け込みとそのリバウンドの影響は大きかったが、5月には半年並みに戻った。店舗階層や新ブランドの投入、商品ラインナップの変更等、各種刷新を図っている。(化粧品小売 新潟県)

### (2) 直面する困難、試練

- ・消費増税後、デパート等のテナント店舗で売上が減少傾向にある。(洋菓子・和菓子製造 北海道)
- ・豚の伝染病の流行を受け、仕入れ価格が高騰している。(豚副産物製造 千葉県)
- ・販売価格を上げられない一方、人件費や原材料費、その他諸経費は上昇傾向にあり、収益を圧迫している。(水道用配管製造 新潟県)
- ・消費増税やタイの政情不安などを受け、オートバイの販売台数が伸び悩んでいる。仕事量に対して人手がやや過剰気味のため、就業時間を調整するなど対応している。(オートバイ製造 静岡県)
- ・売上は順調に増加しているものの、国産大豆の不作による価格高騰、原油価格高騰などを受けて収益面では厳しい状況が続いている。(豆腐製造 大阪府)
- ・人口の激減を受けて、給食センターへの出荷も激減している。(青果物 和歌山県)
- ・商圏人口の減少とハイブリッド車の普及などを受け、需要が減少傾向にある。今年の売上見通しが立たないため、設備投資計画を中断した。(石油関連小売 青森県)
- ・消費増税後の宴会の客単価の設定に苦慮している。「1人当たり〇千円」という申込み形態が多いため内税対応せざるを得ず、サービス、料理等の質を維持していくのは困難である。(ホテル 新潟県)
- ・韓国の旅客船沈没事故の影響で、韓国からの団体旅行のキャンセルが相次いでいる。また、消費増税の影響を受け、7月ごろまでは宿泊客数が減少する見込みである。(ホテル 大分県)
- ・営業エリア内では、転出増加に伴い売り地が増える一方で購入者が少ない。価格の低下を受け、手数料収入も減少傾向にある。(不動産売買・仲介・賃貸 新潟県)
- ・景気回復傾向にあるなかで、不動産の仕入が困難な状況になっている。(不動産売買 神奈川県)

### (3) 特別調査のテーマ（中小企業のIT（情報技術）活用について）

- ・インターネットモールに出店したものの売上がなく、効果に疑問を感じている。  
(あられ製造 岐阜県)
- ・口コミを受けて、インターネットモールでの売上が増加傾向にある。今後も、ユーザーの意向を汲み取った商品開発を続け、売上増加を目指している。  
(靴下製造 兵庫県)
- ・受注のやり取りにはFAXを利用している。インターネットについては、取り合わせにスピーディに対応できないため、導入予定はない。  
(包装資材卸売 神奈川県)
- ・インターネット販売を昨年開始したこと受け、売上高が増加傾向にある。しかし、それに伴う固定費も増加しているため、収益の改善が今後の経営課題である。  
(スポーツ用品小売 山梨県)
- ・業務繁忙時期であるため、当面はWindows XPを変更せず、使い続ける予定である。  
(総合建設業 岩手県)
- ・ホームページを利用し、半月ごとに最新の物件情報を更新している。ホームページのデザインは時代遅れとなっているが、定期的な更新が顧客満足度を高めている。  
(宅地造成分譲販売 栃木県)

### (4) その他

- ・震災関連需要に加え東京五輪需要を受け、当面安定した売上を確保できる見通しである。一方、人材育成に時間がかかる点が課題である。  
(コンクリート二次製品・鋼鉄 山形県)
- ・近隣の同業者が自主廃業した影響で、新規顧客が増加傾向にある。  
(製本・ゴム印刷 北海道)
- ・今年度以降、順次、ベテラン社員が定年を迎えていくことから、人材の確保・育成が喫緊の話題となっている。  
(日用品雑貨販売 静岡県)
- ・地元で人気があるものの、後継者がいないため事業は縮小傾向にある。経営者の体力が続く限り、現状維持で営業を続けていく。  
(和菓子小売 岩手県)
- ・農家の高齢化に伴い農業法人の囲い込みが必須だが、農協の販売価格が安すぎて参入できない。  
(農機具販売 静岡県)
- ・消費増税を受け、売上・販売台数ともに減少している。ただし、徐々に来店客数は戻ってきており、夏以降は例年並みまで回復する見込みである。  
(自動車小売 静岡県)
- ・施設が満室状態だったため増設計画があったものの、人材確保が困難だったため、取り止めとなった。  
(医療保健衛生 和歌山県)
- ・技術や資格を持つ従業員が高齢化してきていることから、若い従業員の採用を検討している。ただ、今後の業況が不透明なことから、採用に踏み切れずにいる。  
(電気通信工事 岩手県)
- ・TPPで地元農家が廃業した場合に、地元の不動産屋として何ができるか悩んでいる。  
(不動産賃貸 広島県)

※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。