

調 査

第161回全国中小企業景気動向調査 (2015年7～9月期実績・2015年10～12月期見通し)

7～9月期業況は引き続き小幅改善 【特別調査－中小企業が地域金融機関に望むこと】

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：2015年9月1日～5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：15,954企業（有効回答数 14,765企業・回答率 92.5%）
※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71.8%
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. 15年7～9月期（今期）の業況判断D.I.は△8.2と、前期比0.7ポイントの改善となった。ただ、前回調査時点における今期見通し（△7.6、前期比1.3ポイントの改善見通し）に比べれば、小幅の改善にとどまった。

収益面では、前年同期比売上額判断D.I.が△3.4と同0.3ポイント低下、収益の判断D.I.は△6.9と同0.2ポイント改善した。販売価格判断D.I.は2.2と、1.7ポイント低下した。人手過不足判断D.I.は△16.6と、2.3ポイント低下し人手不足が強まった。業種別の業況判断D.I.は卸売業とサービス業を除く4業種で改善した。地域別には11地域中、北海道、関東、東海、中国、四国、南九州の6地域で改善した。

2. 15年10～12月期（来期）の予想業況判断D.I.は△4.7、今期実績比3.5ポイントの改善見通しである。業種別には、不動産業を除く5業種で、地域別には11地域中、北海道を除く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	2015年 4月～6月	2015年 7月～9月	2015年 10月～12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

○業況は小幅の改善

15年7～9月期（今期）の業況判断D.I.は△8.2と、前期比0.7ポイントの改善となった（図表1）。ただ、前回調査時点における今期見通し（△7.6、前期比1.3ポイントの改善見通し）に比べれば、今回実績は小幅の改善にとどまった。

収益面では、前年同期比の売上額判断D.I.が△3.4と前期比0.3ポイント低下、同収益判断D.I.が△6.9と同0.2ポイントの改善となった。なお、前期比売上額判断D.I.は△2.2、同収益判断D.I.は△6.7と、それぞれ前期比1.2ポイント、同1.5ポイントの改善となった。

販売価格判断D.I.はプラス2.2、前期比1.7ポイントの低下と、販売価格を「上昇」と回答した企業の割合が減少した（図表2）。また、仕入価格判断D.I.は、プラス22.0、同6.3ポイントの低下と、仕入価格を「上昇」と回答した企業の割合も減少した。

雇用面では、人手過不足判断D.I.が△16.6（マイナスは人手「不足」超、前期は△14.3）と、前期比2.3ポイント低下し、2四半期連続の緩和から一転、人手不足感が再び強まった（図表3）。

資金繰り判断D.I.は△9.5と、前期比0.2ポイントの改善となった。

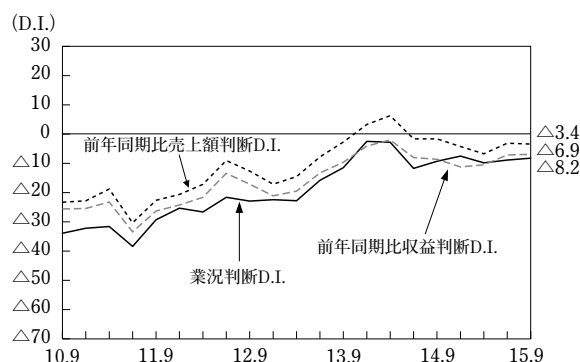
設備投資実施企業割合は前期比0.4ポイント上昇の21.4%となった。

業種別の業況判断D.I.は、卸売業とサービ

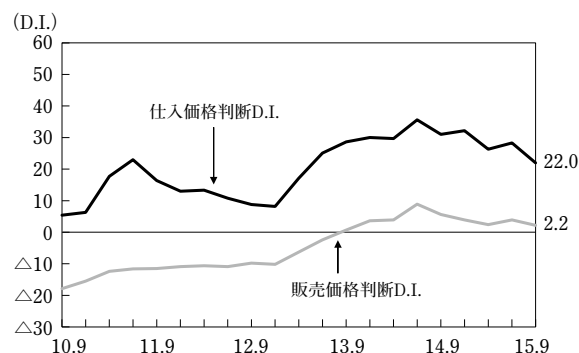
ス業を除く4業種で改善し、なかでも建設業が前期比2.5ポイント改善と最も大きな改善幅となった。

地域別の業況判断D.I.は、北海道、関東、東海、中国、四国、南九州の6地域で改善となった。特に、東海は、前期比4.8ポイントの改善と相対的に改善幅が大きかった。一

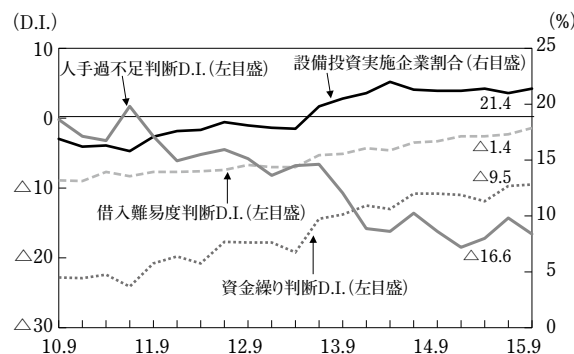
図表1 主要判断D.I.の推移



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



方、北陸は、同2.0ポイント低下と、前期の大幅改善（前期比6.7ポイントの改善）から一転、低下した。

○引き続き改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△4.7と、今期実績比3.5ポイントの改善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（5.1ポイントの改善見通し）を下回っている。

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。地域別では、北海道を除く10地域で改善が見込まれている。

2. 製造業

○業況は小幅改善

今期の業況判断D.I.は△8.4、前期比1.0ポイントの改善となった（図表4）。前回調査時における今期見通し（2.7ポイントの改善見通し）に比べれば小幅な改善であるが、2四半期連続の低下から一転改善した。

前年同期比売上額判断D.I.は△1.1と、前

期比0.6ポイントの改善、同収益判断D.I.は△5.9と、同0.8ポイントの改善となった。なお、前期比売上額判断D.I.は、前期比2.3ポイント改善のプラス0.1、同収益判断D.I.は、同2.3ポイント改善の△5.6となった

○人手不足感は再び強まる

設備投資実施企業割合は23.8%と、前期比横ばいであった。

人手過不足判断D.I.は△13.7（前期は△11.2）と、2四半期連続の緩和から一転、人手不足が強まった。

残業時間判断D.I.は△1.0（前期は△3.2）となり、2四半期連続で残業時間「減少」企業が、残業時間「増加」企業を上回った。

原材料（仕入）価格判断D.I.は、プラス23.6と、前期比6.7ポイントの低下となった。一方、販売価格判断D.I.は同0.2ポイント上昇のプラス1.5と、販売価格を「上昇」と回答した企業の割合が若干増加した。

なお、資金繰り判断D.I.は、前期比0.7ポイント改善の△10.5となった。

○全22業種中改善は14業種

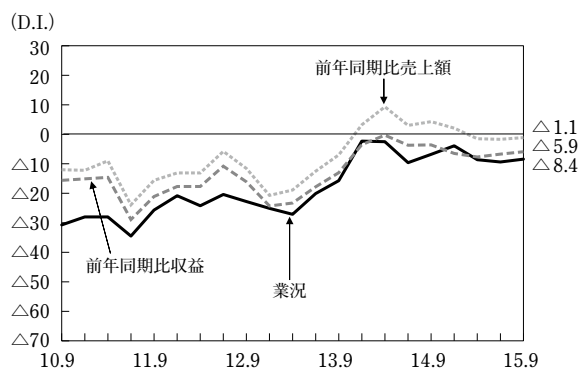
業種別業況判断D.I.は、製造業全22業種中、14業種が改善した（図表5）。

素材型業種は、化学と皮製品を除く5業種で改善した。

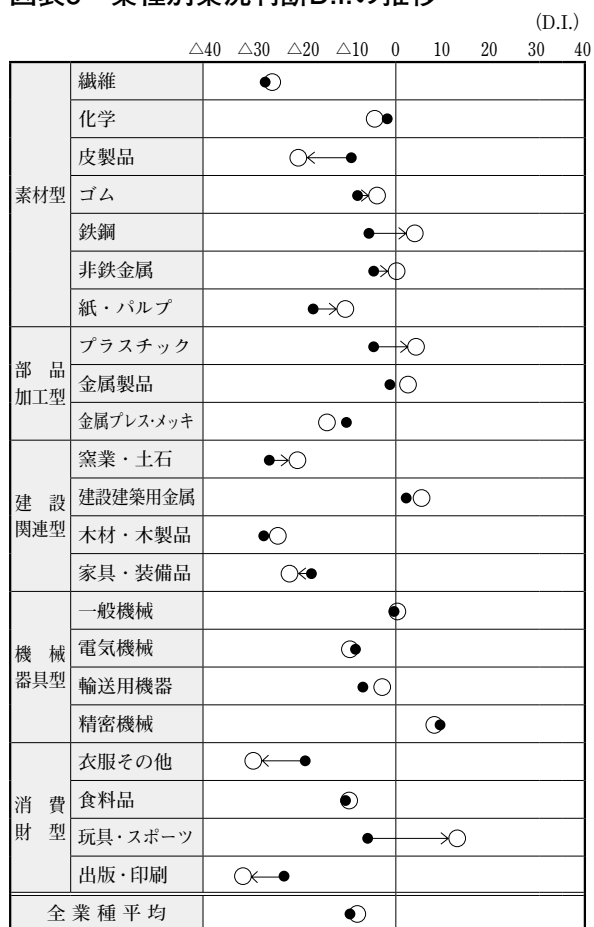
部品加工型業種は、全3業種中、プラスチックと金属製品で改善し、いずれもプラス転換となった。

建設関連型業種は、家具・装備品を除く3

図表4 製造業 主要判断D.I.の推移



図表5 業種別業況判断D.I.の推移



●前期 (2015年4~6月期) ○今期 (2015年7~9月期)

業種で改善した。

機械器具型業種は、一般機械と輸送用機器の2業種で改善した。一般機械は再びプラスに転じた。

消費財型業種では、食料品、玩具・スポーツの2業種で改善した。とりわけ、玩具・スポーツは前期比20ポイント近い大幅改善となった。

○大メーカー型はプラス水準維持

販売先形態別の業況判断D.I.は、問屋・商社型と小売業者型以外の3形態で改善した。

なかでも、大メーカー型は、4.4ポイントの改善で唯一プラス水準を維持した。

輸出主力型の業況判断D.I.は前期比7.6ポイント低下して△0.9と、再びマイナスに転じた。一方、内需主力型は同1.0ポイント改善して△8.8となった。

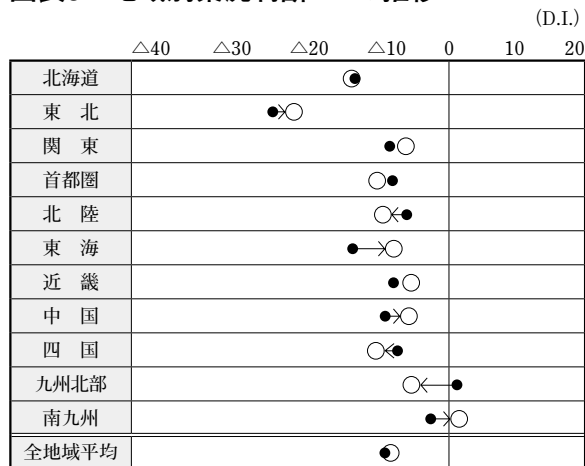
従業員規模別の業況判断D.I.は、1~19人と100人以上の階層で低下したものの、20~49人と50~99人の階層で改善した。とりわけ、50~99人の階層はプラス2.4と、前期の△3.9からプラス水準に転じた。

○全11地域中6地域で改善

地域別の業況判断D.I.は、全11地域中、東北、関東、東海、近畿、中国、南九州の6地域で改善した(図表6)。とりわけ、東海では、前期比5ポイント超の改善となった。

水準面では、南九州がプラス1.9と、全11地域中、唯一のプラス水準となった。一方、九州北部は、前期のプラス水準から一転、6.5ポイント低下の△5.3となった。

図表6 地域別業況判断D.I.の推移



●前期 (2015年4~6月期) ○今期 (2015年7~9月期)

○改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△3.1と、今期実績比5.3ポイントの改善を見込んでいる。

業種別には、全22業種中、金属プレス、食料品、建設金属などの17業種で今期実績比改善の見通しにある。とりわけ、家具、食料品、印刷は前期比10ポイント超の大幅改善を見込んでいる。

地域別には、北海道を除く10地域で改善の見通しとなっている。

3. 卸売業

○業況は小幅低下

今期の業況判断D.I.は△14.7、前期比1.7ポイントの低下となった（図表7）。

また、前年同期比売上額判断D.I.は△3.6、同収益判断D.I.は△8.6と、それぞれ前期比0.6ポイント、同1.1ポイント低下した。

○全15業種中、10業種で低下

業種別の業況判断D.I.は、全15業種中、10業種で低下した。なかでも、家具、再生資源、紙・紙製品は10ポイント以上の大幅低

下となった。地域別には、全11地域中、8地域で低下した。とりわけ、東北、首都圏、東海、中国では5ポイント超の低下となった。

○大幅改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△7.4と、今期実績比7.3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、再生資源を除く14業種で横ばいないし改善を見込む。また、地域別には、11地域すべてで改善を見込んでいる。

4. 小売業

○5四半期続けて改善

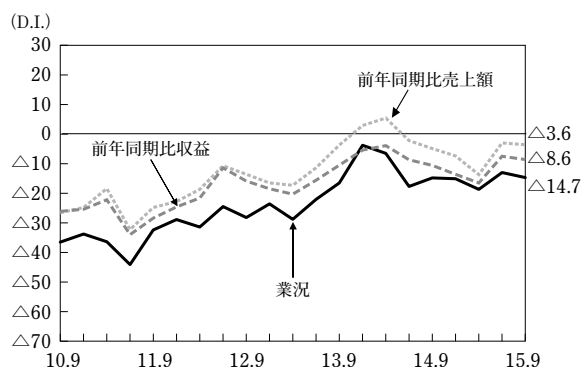
今期の業況判断D.I.は△21.2、前期比1.8ポイントの改善と、5四半期続けての改善となった（図表8）。

なお、前年同期比売上額判断D.I.は△15.9、前期比0.8ポイントの小幅改善、同収益判断D.I.は△15.9、同2.2ポイントの改善となった。

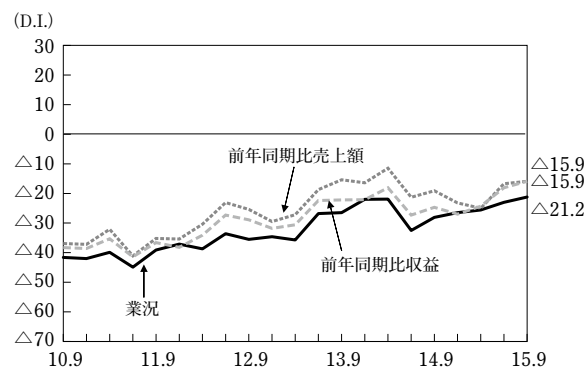
○大幅改善した業種・地域も

業種別の業況判断D.I.は、全13業種中8業

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



種で改善となった。なかでも、医薬品・化粧品、家電は15ポイント超の大幅改善となった。一方、地域別では、全11地域中、東北、北陸、近畿、南九州を除く7地域で改善した。とりわけ、東海は17ポイントの大幅改善となった。

○引き続き改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△17.8と、今期実績比3.4ポイントの改善を見込んでいる。業種別には、全13業種中、自動車、家電を除く11業種で横ばいないし改善の見通しとなっている。一方、地域別にみると、全11地域中、北海道、東海を除く9地域で横ばいないし改善を見込んでいる。

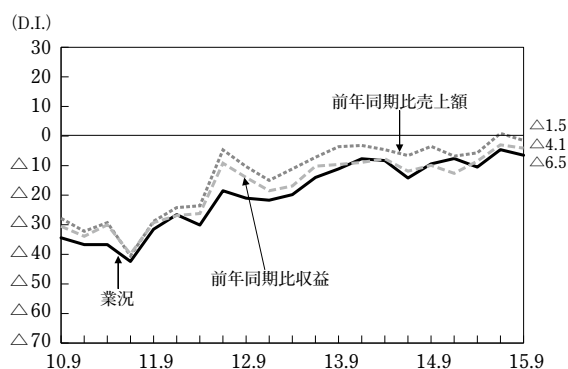
5. サービス業

○業況は低下

今期の業況判断D.I.は△6.5、前期比1.9ポイント低下となった（図表9）。

収益面の指標をみると、前年同期比売上額判断D.I.は前期比2.4ポイント低下の△1.5となり、再びマイナス水準へ転じた。一方、同収益

図表9 サービス業 主要判断D.I.の推移



判断D.I.は、同1.1ポイント低下の△4.1となった。

○業種・地域で業況にばらつき

業種別の業況判断D.I.は、全8業種中改善・低下それぞれ4業種とまちまちだった。とりわけ、旅館・ホテルは10.5と、前期比5.3ポイント改善した。

一方、地域別では、全11地域中6地域で低下した。なかでも、中国は10ポイント超の低下となった。

○小幅改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△6.2と、今期実績比0.3ポイントの小幅改善を見込んでいる。業種別では、全8業種中4業種で改善が見込まれている。

一方、地域別には全11地域中5地域で改善が見込まれている。

6. 建設業

○業況は2四半期ぶりの改善

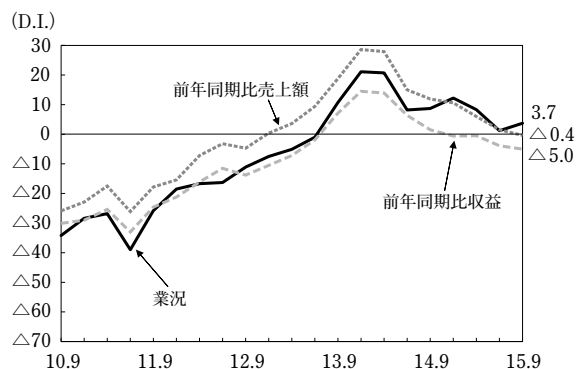
今期の業況判断D.I.はプラス3.7と、前期比2.5ポイント改善し、2四半期ぶりの改善となった（図表10）。

前年同期比売上額判断D.I.は前期比1.9ポイント低下の△0.4と、12年9月期以来のマイナス水準となった。一方、同収益判断D.I.は前期比1.1ポイント低下の△5.0となった。

○全4請負先中3請負先で改善

業況判断D.I.を請負先別でみると、全4請負先中、大企業を除く3請負先で改善となった。

図表10 建設業 主要判断D.I.の推移



特に官公庁では4.9ポイント改善し、△2.0となった。

地域別では、全11地域中、北陸、近畿を除く9地域で横ばいないし改善した。

○総じて改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は、今期実績比2.8ポイント改善のプラス6.5を見込む。請負先別では、全4請負先中、個人以外の3請負先で改善の見通しである。地域別では、全11地域中9地域で横ばいないし改善の見通しである。なかでも、北陸は14.3ポイントの大幅改善を見込む。

7. 不動産業

○業況は3四半期連続のプラス水準

今期の業況判断D.I.はプラス6.5と、前期比1.0ポイントの改善となり、3四半期連続でプラス水準を維持した(図表11)。

前年同期比売上額判断D.I.は前期比0.8ポイント改善のプラス6.3、同収益判断D.I.は前期比0.2ポイント低下のプラス3.7となった。

○全5業種中3業種で改善

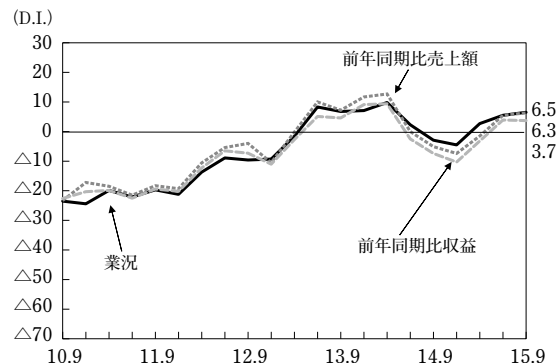
業況判断D.I.を業種別で見ると、全5業種中、貸家、建売などの3業種で改善した。

地域別では、全11地域中6地域で低下したものの、水準面では、全11地域でプラス水準となっている。

○低下ながらプラス水準は維持

来期の予想業況判断D.I.は、今期実績比4.2ポイント低下のプラス2.3を見込む。業種別では、全5業種中4業種で低下を見込む。地域別では全11地域中7地域で低下の見通しであり、なかでも、北海道で16.6ポイントの大幅な低下を見込む。

図表11 不動産業 主要判断D.I.の推移



特別調査

中小企業が地域金融機関に望むこと

○社長の高齢化と業歴の長期化が進む

社長（代表者）の年齢階層については、「60歳代（34.4%）」が最も高く、以下「50歳代（26.0%）」が続いた（図表12）。前回（2010年9月調査）や前々回（2005年6月調査）と比較すると、50歳代の比率が低下する一方で、

70歳代以上の比率の上昇が続いており、高齢化が進んでいることがうかがえる。一方で、40歳代の比率も同時に上昇していることから、一部では世代交代が進んでいるものとみられる。

業歴については、「40年以上（50.9%）」の

図表12 社長の年齢と貴社の業歴について

（単位：％）

	社長（代表者）の年齢					貴社の業歴					
	20歳代、30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上	10年未満	10年以上20年未満	20年以上30年未満	30年以上40年未満	40年以上	
全 体	3.4	16.9	26.0	34.4	19.3	3.1	10.1	16.5	19.4	50.9	
地 域 別	北 海 道	2.9	13.5	24.7	43.4	15.4	2.2	7.4	12.8	17.5	60.1
	東 北 道	2.5	14.4	27.3	37.3	18.5	1.5	6.4	14.0	19.0	59.1
	関 東 圏	3.8	17.3	28.1	32.8	18.0	2.0	7.2	13.8	16.3	60.7
	首 都 圏	2.7	15.7	23.2	33.1	25.3	2.2	11.5	20.3	21.8	44.2
	北 陸 道	3.6	15.6	26.6	38.8	15.3	2.0	10.1	14.9	22.2	50.8
	東 海 道	3.1	20.4	28.3	31.3	16.8	2.4	6.3	11.4	15.8	64.1
	近 畿 道	4.2	19.0	27.6	31.1	18.1	4.4	11.0	14.2	18.9	51.4
	中 国 道	4.8	17.9	23.9	33.8	19.6	4.8	8.8	12.5	14.3	59.6
	四 国 道	4.4	15.2	27.0	37.0	16.4	2.8	11.2	18.2	21.4	46.4
九 州 北 部	4.1	17.3	26.4	38.3	13.9	5.1	15.6	20.7	18.9	39.6	
南 九 州	4.4	16.5	28.1	36.7	14.3	6.6	13.7	24.8	23.3	31.7	
規 模 別	1 ～ 4 人	3.1	14.2	22.5	36.0	24.2	4.2	12.9	20.7	21.2	41.0
	5 ～ 9 人	4.1	19.4	25.1	33.1	18.2	3.7	12.9	17.8	20.7	45.0
	10 ～ 19 人	3.8	18.3	28.4	32.6	16.9	2.6	9.3	14.9	20.6	52.6
	20 ～ 29 人	3.1	17.0	29.1	34.6	16.3	1.9	6.9	15.8	18.0	57.4
	30 ～ 39 人	2.5	19.6	27.8	33.7	16.3	1.6	6.2	12.4	16.6	63.1
	40 ～ 49 人	3.7	17.9	29.6	34.4	14.4	1.3	6.9	11.5	16.7	63.5
	50 ～ 99 人	2.8	16.2	29.0	35.7	16.4	0.9	1.4	8.4	13.1	76.1
	100 ～ 199 人	4.2	16.3	29.5	34.8	15.2	1.9	0.8	4.6	9.9	82.8
200 ～ 300 人	5.0	9.9	33.9	33.9	17.4	1.7	2.5	3.3	9.1	83.5	
業 種 別	製 造 業	3.4	17.0	25.3	34.5	19.8	1.8	7.2	14.6	19.4	57.0
	卸 売 業	3.3	17.1	26.6	34.5	18.5	2.4	8.3	14.9	17.6	56.7
	小 売 業	3.2	15.1	23.7	34.6	23.3	3.9	10.4	15.3	18.6	51.9
	サ ー ビ ス 業	3.8	17.9	26.0	32.8	19.4	5.1	14.4	19.6	20.5	40.4
	建 設 業	3.1	18.8	30.1	34.2	13.8	2.5	9.9	16.6	19.9	51.0
不 動 産 業	4.1	14.4	24.4	36.4	20.6	5.4	17.8	24.8	22.0	30.1	

<参考>前々回（2005年6月）・前回（2010年9月）調査

（単位：％）

全 体	年齢階層					業 歴				
	20歳代、30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上	10年未満	10年以上20年未満	20年以上30年未満	30年以上40年未満	40年以上
2010年9月調査	3.8	15.0	27.2	38.3	15.7	3.1	10.8	19.1	24.2	42.8
2005年6月調査	3.8	14.2	32.6	35.9	13.5	3.3	11.6	22.2	25.5	37.3

比率が最も高かった。前回、前々回と比較すると、40年以上の比率が高まっており、業歴の長期化が進んでいることがわかる。

○調査対象先は長年の信用金庫取引先が多い

メインバンクについては、「本調査担当信用金庫」が70.7%と最も多かった（図表13）。また、メインバンクが本調査担当信用金庫で、かつ取引期間が20年以上の企業が全体の

52.7%を占めており、今回の調査対象先は、長年の信用金庫取引先が多いことがわかる。

以下、メインバンクについては「地銀・第二地銀（15.9%）」、「都市銀行（6.6%）」が続いた。地域別では、三大都市圏以外で「地銀・第二地銀」が、首都圏や近畿で「都市銀行」がそれぞれ多かった。

従業員別にみると、規模が大きいほど「都市銀行」や「地銀・第二地銀」の比率が高く

図表13 メインバンクとその取引期間について

(単位：%)

	メインバンク						取引期間				
	本調査担当信用金庫	他の信用金庫	都市銀行	地銀・第二地銀	信組・農協・その他	政府系金融機関	5年未満	5年以上10年未満	10年以上20年未満	20年以上	
全 体	70.7	4.9	6.6	15.9	1.0	0.8	2.6	6.4	18.0	73.0	
地 域 別	北 海 道	75.9	2.4	2.5	16.5	1.4	1.3	1.3	5.1	10.8	82.8
	東 北	67.1	0.9	1.7	28.2	0.8	1.3	0.9	3.0	11.1	85.0
	関 東	66.2	1.5	2.9	26.9	1.3	1.2	0.8	3.9	13.6	81.6
	首 都 圏	73.1	8.7	11.7	4.6	1.1	0.7	1.9	8.1	23.0	67.0
	北 陸	65.4	2.2	1.7	28.9	0.9	0.9	2.0	3.4	18.2	76.4
	東 海	71.3	6.0	6.3	14.7	1.3	0.5	1.6	2.9	11.6	83.8
	近 畿	69.7	5.8	9.0	14.3	0.6	0.7	4.4	6.3	19.2	70.2
	中 国	66.6	1.6	1.6	26.4	2.5	1.3	2.5	5.9	13.6	78.0
	四 国	68.1	0.5	1.2	28.8	0.5	0.9	1.6	7.2	18.5	72.7
九 州 北 部	70.6	1.0	2.5	25.2	0.2	0.7	4.8	11.8	20.8	62.5	
南 九 州	71.7	2.5	1.6	22.3	1.2	0.7	6.5	12.1	23.5	57.8	
規 模 別	1 ～ 4 人	78.7	6.5	4.3	8.9	1.4	0.3	3.6	7.7	21.9	66.8
	5 ～ 9 人	76.9	4.3	4.8	12.4	1.2	0.4	2.9	7.7	19.9	69.5
	10 ～ 19 人	71.9	4.9	5.2	16.5	0.7	0.8	2.0	6.3	16.8	74.9
	20 ～ 29 人	66.6	4.4	7.2	20.2	0.7	1.0	2.1	5.5	14.5	77.9
	30 ～ 39 人	60.0	4.2	9.4	24.4	0.8	1.3	1.3	4.3	12.7	81.7
	40 ～ 49 人	55.4	2.0	13.2	26.9	0.9	1.7	2.1	4.2	15.4	78.3
	50 ～ 99 人	47.0	3.2	14.6	31.9	0.3	3.1	0.3	2.8	9.9	87.0
	100 ～ 199 人	37.0	4.2	19.6	35.8	0.0	3.4	1.5	1.9	7.3	89.2
200 ～ 300 人	30.3	4.9	21.3	39.3	1.6	2.5	0.8	2.5	6.6	90.2	
業 種 別	製 造 業	68.5	5.7	7.2	16.6	0.7	1.2	1.8	5.0	16.7	76.5
	卸 売 業	66.1	3.7	9.0	19.2	0.8	1.3	2.0	5.9	15.0	77.0
	小 売 業	76.0	5.2	5.6	11.3	1.4	0.4	3.1	6.4	17.5	73.0
	サ ー ビ ス 業	76.2	4.1	6.1	11.6	1.1	0.9	4.0	8.8	23.5	63.6
	建 設 業	71.3	4.3	5.3	17.9	0.9	0.3	2.1	6.4	16.9	74.6
	不 動 産 業	65.9	5.7	5.6	20.7	1.9	0.3	4.2	9.4	23.1	63.2

なる傾向にあった。

○地域金融機関には「迅速な対応」求める

地域金融機関に体制面で望むことについては、「要望に対する迅速な対応（49.8%）」が最も高かった（図表14）。地域、規模、業種を問わず最も多くの回答を集めており、企業側がとりわけ迅速な対応を求めていると言える。

次に、「担当者の頻繁な人事異動がないこと（34.5%）」、「担当者交代時の丁寧な引継ぎ（27.0%）」と、担当者の変更と関わる回答が上位に来た。担当者変更の際は、特にきめ細かい対応が必要であることがうかがえる。続く「外部専担者・外部専門家による支援（20.5%）」は、規模の大きな企業での回答が多かった。

図表14 地域金融機関の体制面で望むこと

(単位：%)

	担当者の訪問回数増加	担当者訪問時の滞在時間延長	担当者交替時の丁寧な引継ぎ	担当者の頻繁な人事異動がないこと	支店窓口での相談機能の強化	IB等非対面チャネル充実	本部専担者・外部専門家による支援	要望に対する迅速な対応	その他	特に期待していない	
全 体	12.6	2.3	27.0	34.5	11.2	7.0	20.5	49.8	2.7	8.9	
地 域 別	北 海 道	11.7	1.8	28.7	28.7	12.4	7.4	18.6	44.9	4.3	10.9
	東 北	11.4	1.3	25.7	33.0	13.7	4.8	19.8	45.8	5.5	10.8
	関 東	12.1	1.8	25.3	35.1	11.8	7.5	22.1	54.7	2.9	8.0
	首 都 圏	12.7	3.4	27.8	34.2	11.3	6.2	16.6	45.9	1.6	9.0
	北 陸	10.3	0.4	25.7	31.8	12.2	5.5	28.0	53.6	1.6	8.9
	東 海	10.5	1.7	26.0	33.3	9.2	8.3	25.6	54.9	3.3	8.9
	近 畿	14.4	2.3	27.8	40.5	11.2	9.4	20.4	54.7	2.9	6.4
	中 国	11.7	1.6	27.4	33.8	8.6	6.8	22.3	49.2	3.7	9.0
	四 国	12.7	1.9	21.1	32.4	8.2	5.6	18.3	45.1	2.1	14.8
九 州 北 部	14.7	1.2	28.9	34.2	10.2	6.2	24.9	52.4	1.7	7.2	
南 九 州	14.4	3.0	25.8	30.7	12.5	5.4	23.0	47.1	2.0	10.8	
従 業 員 規 模 別	1 ～ 4 人	13.5	2.8	25.2	33.2	11.8	4.8	14.2	44.1	2.3	13.3
	5 ～ 9 人	13.0	3.0	27.9	35.5	11.5	7.7	19.5	48.4	2.7	7.7
	10 ～ 19 人	12.5	1.9	29.6	36.4	11.0	7.4	22.1	50.8	2.8	7.3
	20 ～ 29 人	14.0	1.9	26.5	37.4	11.9	6.9	26.6	53.2	2.7	6.3
	30 ～ 39 人	11.6	0.9	28.4	34.2	7.8	8.7	23.0	56.4	3.5	6.0
	40 ～ 49 人	8.8	1.7	26.6	35.4	11.2	10.0	27.6	56.1	2.1	6.4
	50 ～ 99 人	9.6	1.2	26.6	30.4	9.6	10.3	31.1	61.2	3.2	3.9
	100 ～ 199 人	13.6	0.4	23.4	29.4	10.6	11.7	34.0	62.3	3.4	4.9
	200 ～ 300 人	11.7	0.8	30.8	20.8	9.2	8.3	31.7	60.8	3.3	2.5
業 種 別	製 造 業	12.0	2.3	26.9	33.8	10.9	6.6	23.6	50.0	2.5	8.5
	卸 売 業	14.3	1.7	28.1	35.7	9.7	8.3	21.1	49.9	2.4	8.4
	小 売 業	13.4	2.5	27.4	32.4	11.7	6.6	17.2	44.2	2.7	11.2
	サ ー ビ ス 業	11.7	3.0	24.6	34.7	10.9	7.7	19.3	47.4	2.2	10.0
	建 設 業	11.6	1.7	27.6	38.9	11.0	7.1	17.6	53.5	3.4	7.4
	不 動 産 業	14.5	3.1	27.8	30.4	14.8	6.3	21.7	57.9	2.9	7.2

(備考) 最大3つまで複数回答可

○期待する支援は多岐にわたる

地域金融機関に期待する金融取引以外の支援サービスについては、「補助金、助成金の紹介・相談（39.6%）」が最も高く、以下、「ビジネスマッチング等販路拡大支援（34.9%）」、「事業計画、経営戦略等の策定支援（29.0%）」、「財務診断アドバイス（25.9%）」が続いた（図表15）。これらの差は大きくないことから、地域金

融機関に期待されている支援は、その企業の状況によってまちまちであることがうかがえる。

従業員規模別にみると、「補助金、助成金の紹介」や「販路拡大支援」は規模が大きいほど回答が多い傾向にあったが、「事業計画等の策定支援」や「財務診断」については、10人から50人程度の中規模の企業で回答が

図表15 地域金融機関に期待する支援サービス（金融取引以外）

（単位：％）

	事業計画、 経営戦略の 策定支援	財務診断 アドバイス	ビジネスマッ チング等販路 拡大支援	補助金、 助成金の 紹介・相談	事業承継、 M&A支援等	研究開発の ための専門 機関紹介	海外展開 支援	左記以外の 経営に関する 情報提供	その他	特に期待し ていない	
全 体	29.0	25.9	34.9	39.6	12.0	3.7	2.6	6.9	1.4	15.0	
地 域 別	北 海 道	24.7	24.4	30.7	41.6	12.7	4.1	2.3	7.4	2.5	16.8
	東 北	28.5	24.1	28.2	50.8	13.1	4.4	1.8	7.7	2.5	14.2
	関 東	30.7	24.1	40.4	44.6	11.5	3.5	3.2	8.7	1.2	11.6
	首 都 圏	27.9	25.4	33.9	31.0	12.0	2.2	1.6	4.5	0.9	17.8
	北 陸	34.3	27.5	31.4	45.3	9.0	5.5	2.7	9.0	0.4	14.5
	東 海	30.5	26.3	34.6	45.5	14.7	4.8	4.8	7.7	1.7	12.6
	近 畿	28.9	27.3	40.6	42.4	11.7	5.0	3.5	7.4	1.7	12.7
	中 国	25.2	26.8	32.8	44.0	11.1	3.8	2.6	5.7	1.1	15.3
	四 国	24.9	20.7	34.0	35.6	7.4	2.4	1.2	8.3	2.1	20.4
九 州 北 部	31.5	31.0	35.7	37.7	10.2	3.5	2.0	8.8	0.5	12.3	
南 九 州	33.9	26.5	33.7	39.9	13.6	3.8	2.7	9.0	1.4	13.9	
従 業 員 規 模 別	1 ～ 4 人	28.0	22.1	27.1	31.2	10.0	2.1	0.9	6.2	1.6	23.3
	5 ～ 9 人	30.5	27.5	34.4	42.2	10.8	2.9	1.8	6.4	1.3	13.5
	10 ～ 19 人	31.0	29.6	36.6	42.2	13.8	4.5	2.4	7.6	1.5	10.9
	20 ～ 29 人	31.1	30.9	41.4	45.5	13.4	4.7	3.2	7.4	1.1	9.0
	30 ～ 39 人	28.4	24.7	39.4	46.6	14.2	6.2	4.8	6.8	1.2	9.6
	40 ～ 49 人	27.4	28.3	43.5	42.5	14.9	3.8	4.7	7.3	1.0	9.6
	50 ～ 99 人	26.3	25.4	47.2	47.9	14.9	7.5	6.7	8.0	1.2	7.4
	100 ～ 199 人	17.9	18.3	51.7	51.3	15.6	10.3	10.6	9.5	1.1	8.4
200 ～ 300 人	18.9	15.6	44.3	48.4	12.3	8.2	12.3	8.2	3.3	6.6	
業 種 別	製 造 業	28.5	25.2	38.2	45.6	11.9	6.0	4.2	5.6	1.0	12.4
	卸 売 業	27.4	26.6	41.6	36.5	13.0	3.0	4.2	6.4	1.2	14.1
	小 売 業	30.9	25.6	26.5	35.2	9.9	2.4	1.3	6.7	1.7	20.2
	サ ー ビ ス 業	29.4	28.4	28.5	38.8	11.4	2.3	1.7	6.8	1.2	18.0
	建 設 業	29.2	26.9	33.9	40.3	12.9	2.8	1.0	7.3	1.8	13.2
	不 動 産 業	28.1	22.0	41.3	29.1	14.9	2.6	0.7	12.6	2.2	14.0

（備考）最大3つまで複数回答可

多い傾向にあった。

○訪問頻度にはおおむね満足と回答

本調査担当信用金庫の訪問頻度については、「満足」が93.6%と大半を占めた(図表16)。対して、その他金融機関については、「満足」が65.9%にとどまり、「少なすぎる」が

17.0%、「他機関とは取引なし」が15.6%となった。調査対象先に長年の信用金庫取引先が多いこともあり、自金庫の訪問頻度にはおおむね満足している結果となっている。

その他金融機関の訪問頻度について規模別にみると、5人から30人程度の規模階層で比較的「少なすぎる」との不満が目立った。

図表16 金融機関の訪問頻度

(単位：%)

	本調査担当信用金庫			その他の主な取引金融機関				
	多すぎる	満足している	少なすぎる	多すぎる	満足している	少なすぎる	本調査担当信用金庫以外取引なし	
全 体	1.5	93.6	4.9	1.7	65.7	17.0	15.6	
地 域 別	北 海 道	1.5	92.2	6.4	1.0	64.3	15.6	19.1
	東 北	1.2	93.1	5.7	1.2	64.3	19.4	15.1
	関 東	1.5	94.4	4.1	1.3	66.4	20.9	11.4
	首 都 圏	1.9	94.8	3.3	2.0	67.8	13.6	16.5
	北 陸	1.7	92.6	5.7	1.9	65.0	21.0	12.1
	東 海	1.1	94.4	4.6	1.7	69.0	16.9	12.4
	近 畿	0.9	92.0	7.0	1.9	66.3	17.0	14.9
	中 国	1.6	93.2	5.2	1.7	63.7	20.5	14.1
	四 国	1.2	94.4	4.5	0.8	61.4	21.0	16.9
九 州 北 部	3.3	92.2	4.5	1.5	61.9	17.9	18.8	
南 九 州	1.9	93.5	4.6	1.4	56.5	22.1	20.1	
規 模 別	1 ～ 4 人	2.4	92.4	5.1	1.4	58.3	15.8	24.5
	5 ～ 9 人	1.3	93.1	5.7	1.7	62.4	19.4	16.5
	10 ～ 19 人	1.2	94.1	4.7	1.7	67.2	18.7	12.3
	20 ～ 29 人	0.8	94.6	4.6	1.4	71.7	18.4	8.4
	30 ～ 39 人	1.0	95.2	3.8	1.8	73.0	16.5	8.8
	40 ～ 49 人	0.8	95.0	4.2	1.9	77.0	15.2	6.0
	50 ～ 99 人	1.2	94.7	4.1	2.7	79.7	13.9	3.8
	100 ～ 199 人	0.8	94.7	4.6	2.1	88.3	7.1	2.5
200 ～ 300 人	0.8	96.7	2.5	1.8	86.5	11.7	0.0	
業 種 別	製 造 業	1.2	94.5	4.2	1.9	67.5	16.8	13.9
	卸 売 業	1.7	93.1	5.2	1.9	66.8	19.0	12.3
	小 売 業	2.3	92.0	5.6	1.2	61.2	16.3	21.2
	サ ー ビ ス 業	1.5	93.3	5.2	1.5	59.9	17.4	21.1
	建 設 業	1.3	93.8	4.9	1.5	67.2	18.1	13.2
	不 動 産 業	1.3	93.8	4.9	1.7	73.7	13.2	11.4

「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

- ・売上が減少傾向にあるなか、ビジネスマッチングによる販路拡大に力を入れている。
(緑茶加工業 静岡県)
- ・収益確保策として、本業のLED製造に加えてLEDリース販売を開始した。(LED製品製造業 愛知県)
- ・国内での受注確保が難しくなるなか、自社の技術を最大限に活かし、異業種からの受注確保に努めている。
(自動車部品製造 静岡県)
- ・元請大手自動車メーカーの減産の影響で受注が減少していることから、自社の製造技術を他分野に応用するよう努めている。
(自動車部品製造 神奈川県)
- ・大手向け製品に依存した販売から脱却し、個人向け製品の販路拡大へと転換を図る。
(建材卸売業 北海道)
- ・「コンサルティング機能を重視した専門薬局」を事業の柱としつつも、介護支援事業にも力を入れていく。
(医療品販売業 兵庫県)
- ・商圏人口の減少を見据え、設立した子会社で近隣大都市圏での調剤薬局を展開している。
(医療品販売業 北海道)
- ・官公庁からの受注が減少傾向にあるため、民間受注に力を入れている。(土木建築業 北海道)
- ・大手販売受託先の新築着工件数が減少していることから、他の大手ハウスメーカーとの関係構築を図っている。
(不動産仲介業 愛知県)
- ・外部環境の変化を捉え、不動産開発から不動産賃貸へ事業転換を図っていく。(不動産売買業 京都府)

(2) 直面する困難、試練

- ・原材料費の高騰により利益確保が難しいため、作業機械が頻繁に故障し老朽化がみられるものの修理しながら使っており、設備投資に踏み切れていない。
(麺製造業 青森県)
- ・代表者が高齢であり、後継者問題を抱えている。
(豆腐製造業 群馬県、紙製造業 兵庫県、
建材卸売業 兵庫県、利器工具卸売業 新潟県、住宅建設業 静岡県)
- ・取引先の廃業により減収傾向にある。
(食料品卸売業 北海道、機械工具販売業 静岡県)
- ・技能を持つ人員の確保が難しい。(製缶業 三重県、精密部品製造業 埼玉県、精神科病院 北海道)
- ・従業員の定年退職にともない、人材確保が課題となっている。(衣服卸売業 北海道)
- ・昨年度同様、災害関連工事の受注が多いなか、人手不足が課題である。(土木建築業 山口県)
- ・社員が大量に退社したため、社長一人のできる範囲の受注のみとし事業を大幅に縮小した。
(衣料品製造業 徳島県)
- ・大型店との競合が激しく、売上低迷につながっている。
(文房具販売業 静岡県)
- ・若年者の日本酒離れなどの影響で業況が悪化している。(酒類・飲料品販売業 広島県)
- ・円安による原材料費の高騰等を受けて、収益確保が難しい。
(食肉加工業 静岡県、
バック製造業 千葉県、チップ製造業 北海道、豆腐製造業 熊本県、紳士服卸売業 群馬県ほか)
- ・消費税増税前の駆け込み需要の反動や太陽光発電案件の減少などを主因に、売上が減少傾向となっている。
(住宅機器卸売業 兵庫県)
- ・仕入先からの値上げ要請が強いが、販売価格への転嫁が難しく利幅が減少している。
(青果卸売業 静岡県)
- ・式年遷宮効果が終息し、観光客が近隣市に流れ、売上減少傾向となっている。(旅館業 三重県)
- ・じゃらん、楽天等の宿泊サイトの普及にともない、利用客の減少に見舞われている。
(ビジネスホテル業 岡山県)
- ・商圏人口の高齢化にともない、減収傾向にある。
(一般病院 北海道)
- ・官公庁からの受注が減少傾向にあり、売上が低迷している。(土木工事業 北海道、総合建設業 徳島県)
- ・供給過剰で契約率が下がり、空室率が高まっている。(不動産仲介業 静岡県)
- ・商品不動産の不足から、仕入れ価格が上昇傾向にある。(不動産賃貸業 北海道)

(3) 特別調査のテーマ（中小企業が地域金融機関に望むこと）

- ・預金・融資業務以外の情報を強く求めている。（配電盤製造業 静岡県）
- ・ビジネスマッチング等の販路拡大支援を望んでいる。
（自動車部品製造業 静岡県、建築用金属部品製造業 兵庫県、家具販売業 静岡県）
- ・各種補助金や助成金にかかる情報提供を望んでいる。
（プラスチック金型製造業 静岡県、事務用家具製造業 神奈川県、理容業 三重県、総合建設業 岡山県）
- ・地域金融機関には、地域性の問題などから、顧客対応に限界があると思う。
（コンクリート製造業 北海道）
- ・訪問時の情報提供や提案を期待したい。（手拭製造業 静岡県）
- ・利便性の高さから、店舗の近い地域金融機関を利用している。（鉄鋼業 神奈川県）
- ・海外への販路拡大支援を望んでいる。（婦人服卸売業 大阪府）
- ・セミナーや講演会などを通じた情報提供を引き続き望んでいる。（文房具小売業 青森県）
- ・地域金融機関の担当者にはフットワークの軽さを望んでいる。（土木建築業 静岡県）
- ・地域金融機関の担当者は頻繁に変わらないほうがありがたい。（管工事業 北海道）

(4) その他

- ・和歌山国体による受注増加で売上が増加した。（屋根工事業 和歌山県）
- ・同業他社の倒産や廃業により、自社の売上が増加している。（豆腐製造業 大阪府）
- ・海外顧客を新規確保し、生産を海外にシフトさせ、国内の製造ラインを縮小している。
（自動車部品製造業 群馬県）
- ・ものづくり補助金を活用して新たな機械設備を導入したことで、主要取引先からの需要が増え、フル稼働している。
（自動車部品製造業 群馬県）
- ・「企業は人なり」をモットーに、社員の人間形成に力を入れ、社員のレベルアップを図っている。
（加工紙・板紙製造業 静岡県）
- ・オリンピック効果による首都圏の土木工事の需要が旺盛で業況は順調である。
（コンクリート二次製造業 山形県）
- ・プレミアム商品券（あるいはプレミアム旅行券）の効果で売上が増加している。（茶加工業 静岡県、食品販売業 大阪府、家電販売業 静岡県、クリーニング業 静岡県、旅館業 長野県）
- ・北陸新幹線開業にともない販路拡大し、業況が上向いている。（干物製造業 山口県）
- ・東北産のわかめの売上回復に押され、地元わかめの売上が減少傾向にある。
（わかめ・昆布製造業 徳島県）
- ・東北地方の復旧工事の受注が増加しており、今後も安定した収益を見込んでいる。
（土木資材卸売業 三重県）
- ・地元での廃業が続いており、廃業した事業者から事業を引き継いだことで、大手小売店との取引が新たに始まった。（日用品卸売業 大阪府）
- ・主力商品が、テレビショッピングを中心に好調である。（綿布卸売業 静岡県）
- ・8月以降の天候不順の影響を受けて、例年に比べて売上が減少している。（食料品卸売業 福島県）
- ・葬儀形態の多様化（密葬の増加）にともなう引き出物の出荷減少を受け、売上減少となった。
（茶卸売業 埼玉県）
- ・最近、外国車やキャンピングカーなど高級自動車の売上が増加傾向にある。（自動車販売業 兵庫県）
- ・インターネット販売が好調で、特にフェイスブックによるPR効果で売上が増加している。
（衣料品販売業 兵庫県）
- ・商店街の集客力低下が課題となっている。
（菓子小売業 茨城県、青果販売業 兵庫県、婦人服販売業 徳島県）
- ・ネット販売を含めてリピーターが多く、固定客を確保できている。（海産物販売業 北海道）
- ・曜日によってサービス価格を変えるなど、集客策を工夫して売上強化を試みている。
（精肉販売業 愛知県）
- ・「花燃ゆ」、世界遺産登録効果があり、売上は増加している。（旅館業 山口県）
- ・北陸新幹線の金沢延伸により利用客を金沢方面に奪われている。（旅館業 長野県）
- ・経営多角化による介護事業が好調で、売上が増加している。（総合建設 山梨県）

※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。