



4～6 月期業況は横ばい

【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 2016 年 4～6 月期の景気の現状と 2016 年 7～9 月期の見通しを調査したものです。

〈概 況〉

1. 16 年 4～6 月期（今期）の業況判断 D.I. は 11.4 と、前期と変わらず横ばいとなった。

収益面では、前年同期比売上額判断 D.I が 8.3 と前期比 0.4 ポイント改善、収益の判断 D.I. は 9.6 と同 1.0 ポイント改善した。販売価格判断 D.I. は 1.1 と、同 1.5 ポイント上昇した。人手過不足判断 D.I. は 15.6 と、マイナス幅が同 1.8 ポイント縮小し人手不足感が 2 四半期連続して弱まった。業種別の業況判断 D.I. は建設業を除く 5 業種で改善した。地域別では、11 地域中、北海道、東北、首都圏、近畿、中国、四国の 6 地域で改善した。

2. 16 年 7～9 月期（来期）の予想業況判断 D.I. は 9.5、今期実績比 1.9 ポイントの改善見通しである。業種別には、小売業と不動産業を除く 4 業種で、地域別には 11 地域中、近畿、中国、四国を除く 8 地域で改善する見通しにある。

【業種別天気図】

業種名	時 期	2016 年	2016 年	2016 年
		1～3 月	4～6 月	7～9 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）】

業種名	地 域	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、過去 1 年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

全業種総合

回答企業 14,106 企業(回答率 88.6%)

景況

～業況は前期と変わらず横ばい～

16年4～6月期(今期)の業況判断D.I.は 11.4 と、前期と変わらず横ばいとなった。

収益面では、前年同期比売上額判断 D.I.が 8.3 と前期比 0.4 ポイント改善、同収益判断 D.I.が 9.6 と同 1.0 ポイントの改善となった。なお、前期比売上額判断 D.I.は 6.0、同収益判断 D.I.は 8.5 と、それぞれ前期比 6.1 ポイント、同 5.0 ポイントの改善となった。

販売価格判断 D.I.は 1.1、前期比 1.5 ポイントの上昇となり、販売価格を「下降」と回答した企業の割合が減少した。また、仕入価格判断 D.I.は、プラス 13.6、同 2.8 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が増加した。

雇用面では、人手過不足判断 D.I.が 15.6(マイナスは人手「不足」超、前期は 17.4)と、マイナス幅が前期比 1.8 ポイント縮小し、2 四半期連続して人手不足感が弱まった。

資金繰り判断 D.I.は 8.1 と、前期比 1.8 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 0.2 ポイント上昇の 21.2%となった。

業種別の業況判断 D.I.は、建設業を除く 5 業種で改善し、なかでも卸売業が前期比 2.6 ポイント改善と最も大きな改善幅となった。一方、建設業は、前期比 6.0 ポイント低下の 2.7 となり、12 四半期ぶりにマイナス水準に転じた。

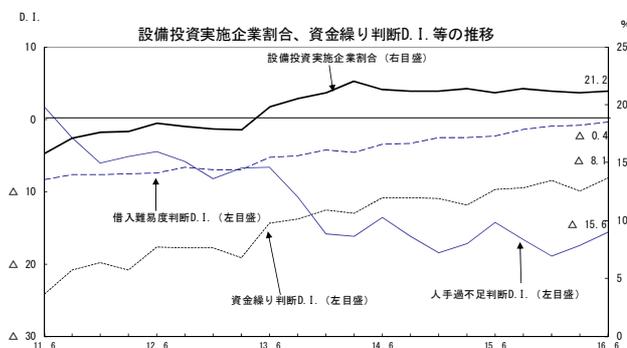
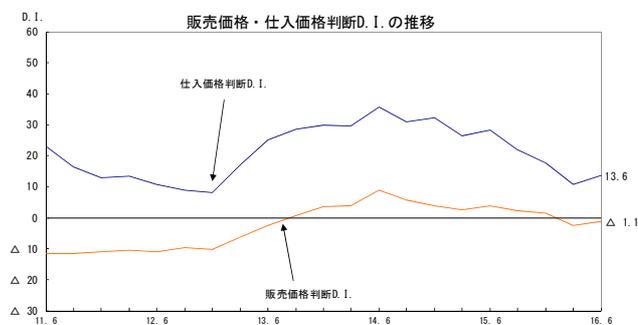
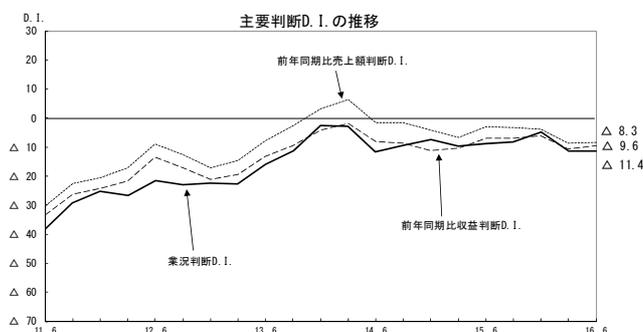
地域別の業況判断 D.I.は、11 地域中、北海道、東北、首都圏、近畿、中国、四国の 6 地域で改善となった。特に、北海道では、9.0 ポイントの改善と、最も大きな改善幅となった。一方、南九州は、前期比 9.4 ポイント低下と、低下幅が最も大きかった。

来期の見通し

～おおむね改善の見通し～

来期の予想業況判断 D.I.は 9.5 と、今期実績比 1.9 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(2.6 ポイントの改善見通し)より小さくなっている。

業種別の予想業況判断 D.I.は、小売業と不動産業を除く 4 業種で改善する見通しとなっている。一方、建設業は 12 四半期ぶりのマイナス水準から再びプラス水準に転じる見通しとなった。地域別では、近畿、中国、四国を除く 8 地域で改善を見込んでいる。



製造業

回答企業 4,633 企業 (回答率 88.0%)

景況

～業況は小幅改善～

今期の業況判断D.I.は 11.7、前期比0.4ポイントの小幅改善となった。今回の改善幅は、前回調査時における今期見通し(2.4ポイントの改善見通し)に比べて小幅にとどまった。なお、改善は2四半期ぶりである。

前年同期比売上額判断D.I.は 7.1と、前期比0.3ポイントの改善、同収益判断D.I.は 9.1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7.6ポイント改善の 4.7、同収益判断D.I.は、同7.0ポイント改善の 7.5と、ともに季節的要因もあって大幅な改善となった。

～人手不足感が2四半期続けて緩和～

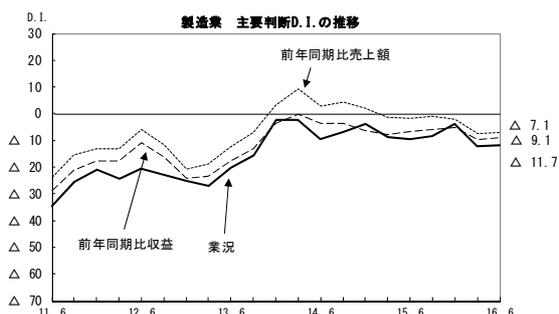
設備投資実施企業割合は 23.8%と、前期に比べ0.4ポイントの小幅低下となった。

人手過不足判断D.I.は 12.6(前期は 14.0)と、2四半期続けて人手不足感がやや緩和した。

残業時間判断D.I.は 4.9(前期は 2.7)とマイナス幅が拡大し、残業時間「減少」企業が一段と増加した。

原材料(仕入)価格判断D.I.は、プラス10.5と、前期比1.5ポイントの上昇となった。一方、販売価格判断D.I.は同0.3ポイント上昇の 2.6と、3四半期ぶりに小幅上昇に転じたとはいえ、販売価格を「下降」と回答した企業の割合が2四半期続けて「上昇」を上回った。

資金繰り判断D.I.は、前期比2.9ポイント改善して 8.4と、2四半期ぶりに改善した。



業種別の状況

～改善・低下まちまち～

業種別業況判断D.I.は、製造業全22業種中、改善11業種、低下10業種のほか、横ばい1業種と、まちまちだった。

素材型業種は、全7業種中、ゴムと非鉄金属以外の5業種で改善した。とりわけ、紙・パルプと鉄鋼は10ポイント超の大幅改善となった。

部品加工型業種は、金属プレスで小幅改善したものの、プラスチックと金属製品は低下した。

建設関連型業種は、改善・低下ともに2業種とまちまちだった。

機械器具型業種は、全4業種中、電気機械と精密機械で低下した。なかでも、精密機械は10ポイント超の大幅低下でマイナス水準に転じた。

消費財型業種では、改善・低下2業種ずつと、まちまちだった。

業種別業況判断D.I.の推移

		△40	△30	△20	△10	0	10	20	30	40
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									→
	家具・装備品									←
機械器具型	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									←
出版・印刷									←	
全業種平均										○

●前期(2016年1～3月期) ○今期(2016年4～6月期)

属性・規模別の状況

～輸出主力型がプラス水準に転じる～

販売先形態別の業況判断D.I.は、中小メーカー型と小売業者型で小幅低下したものの、それ以外の3

形態では改善した。

輸出主力型の業況判断 D.I. は前期比 11.3 ポイント改善してプラス 3.7 と、2 四半期ぶりにプラス水準に転じた。一方、内需主力型は同 0.4 ポイントの小幅改善で 12.0 となった。

従業員規模別の業況判断 D.I. は、1～19 人の階層で前期比 1.2 ポイント低下して 16.0 となった一方で、100 人以上の階層では同 4.0 ポイント改善してプラス 2.5 と、二極化を示すような動きが見られた。

地域別の状況

～地域別にも改善・低下まちまち～

地域別の業況判断 D.I. は、全 11 地域中、改善・低下それぞれ 5 地域、横ばい 1 地域とまちまちだった。

ちなみに、九州北部では前期比 20 ポイント近い大幅低下で 6.5、南九州は同 10 ポイント近い大幅低下で 13.1 となったのが目立った。なお、前期唯一のプラス水準（12.1）だった九州北部の業況が大幅低下した結果、全 11 地域がマイナス水準となった。

来期の見通し

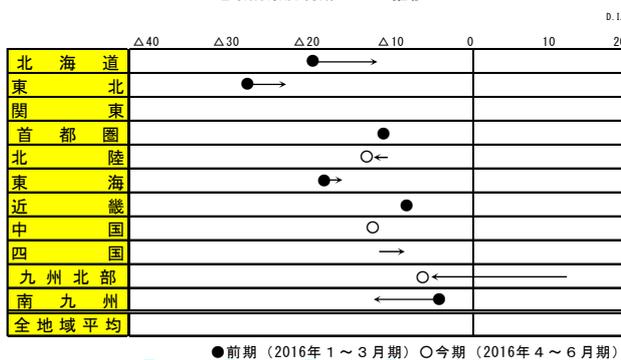
～改善の見通し～

来期の予想業況判断 D.I. は 8.5 と、今期実績比 3.2 ポイントの改善を見込んでいる。

業種別には、全 22 業種中、改善見通し 15 業種、横ばい見通し 2 業種、低下見通し 5 業種となっている。

地域別には、全 11 地域中、北海道や関東など 6 地域で改善が見込まれているものの、北陸や九州北部など 5 地域では低下の見通しとなっている。

地域別業況判断 D.I. の推移



卸売業

回答企業 1,911 企業 (回答率 85.4%)

景況

～業況は 2 四半期ぶりの改善～

今期の業況判断 D.I. は 15.8、前期比 2.6 ポイントの改善と、2 四半期ぶりの改善となった。

また、前年同期比売上額判断 D.I. は 8.3、同収益判断 D.I. は 7.6 と、それぞれ前期比 2.4 ポイント、同 4.2 ポイント改善した。

業種・地域別の状況

～全 15 業種中、9 業種で改善～

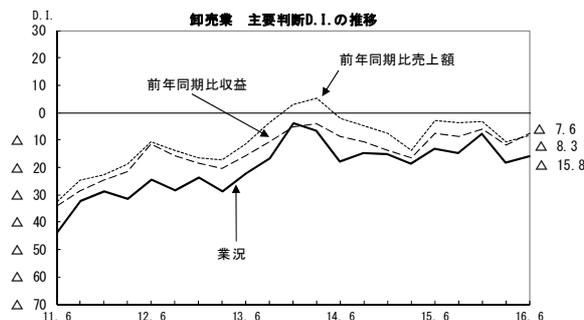
業種別の業況判断 D.I. は、全 15 業種中、化学や貴金属など 6 業種で低下がみられたものの、飲食料品など 9 業種では改善した。また、地域別には、全 11 地域中、首都圏、北陸、東海で小幅低下したものの、それ以外の 8 地域では改善した。

来期の見通し

～改善の見通し～

来期の予想業況判断 D.I. は 12.9 と、今期実績比 2.9 ポイントの改善を見込んでいる。業種別には、全 15 業種のうち、玩具や医薬・化粧品など 7 業種で改善を見込む。また、地域別には、全 11 地域中、九州北部と中国を除く 9 地域で改善を見込んでいる。

卸売業 主要判断 D.I. の推移



小売業

回答企業 2,448 企業 (回答率 89.9%)

景況

～業況は改善～

今期の業況判断 D.I. は 23.5 と前期比 1.3 ポイントの改善となった。

なお、前年同期比売上額判断 D.I. は 19.2、前期比 4.8 ポイントの改善、同収益判断 D.I. は 19.5、同 1.9 ポイント改善した。

業種・地域別の状況

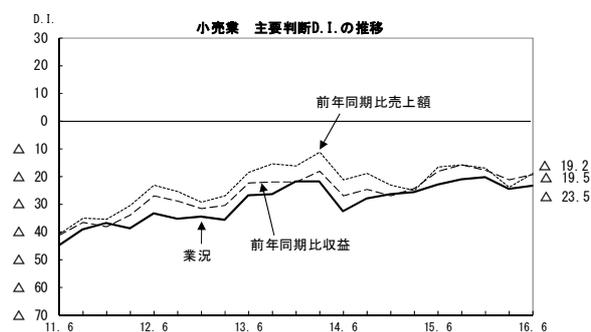
～全 13 業種中、9 業種で改善～

業種別の業況判断 D.I. は、全 13 業種中、9 業種で改善となった。とりわけ、木材・建築材料と衣服は 10 ポイント超の改善となった。一方、地域別では、全 11 地域中、6 地域で低下した。なかでも、関東と東海は 10 ポイント以上低下した。

来期の見通し

～総じて低下の見通し～

来期の予想業況判断 D.I. は 24.9 と、今期実績比 1.4 ポイントの低下を見込んでいる。業種別には、全 13 業種中、10 業種で低下の見通しとなっている。また、地域別では、全 11 地域中、東北と関東を除く 9 地域で低下の見通しとなっている。



サービス業

回答企業 1,856 企業 (回答率 92.8%)

景況

～業況は改善だが収益面では低下～

今期の業況判断 D.I. は 10.4 と、前期比 0.2 ポイントの改善となった。

収益面の指標をみると、前年同期比売上額判断 D.I. は 9.7、前期比 4.1 ポイントの低下、同収益判断 D.I. は 10.9 と、同 2.1 ポイント低下した。

業種・地域別の状況

～全 8 業種中、5 業種で低下～

業種別の業況判断 D.I. は、全 8 業種中、5 業種で低下となった。とりわけ、旅館・ホテルは 10 ポイント以上の大幅低下となった。

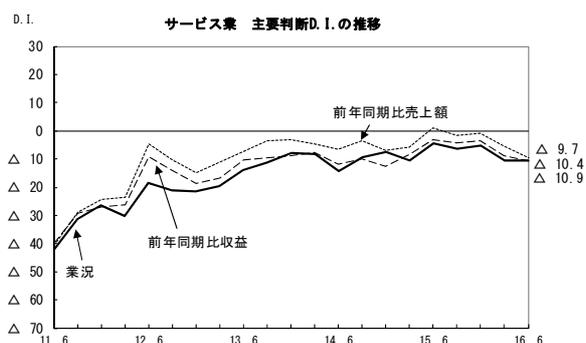
地域別では、全 11 地域中、6 地域で低下した。なかでも、南九州では 10 ポイント超の大幅低下となった。

来期の見通し

～小幅改善の見通し～

来期の予想業況判断 D.I. は 9.8 と、今期実績比 0.6 ポイントの改善を見込んでいる。業種別では、全 8 業種中、物品賃貸業、洗濯・理容・浴場、自動車整備・駐車場を除く 5 業種で改善が見込まれている。

地域別には 5 地域で横ばいないし改善、6 地域で低下が見込まれている。



建設業

回答企業 2,189 企業 (回答率 89.9%)

景況

～業況は12四半期ぶりのマイナス水準～

今期の業況判断 D.I. は 2.7 と、前期比 6.0 ポイント低下した。2 四半期続けての低下となり、12 四半期ぶりにマイナス水準となった。

前年同期比売上額判断 D.I. は前期比 1.3 ポイント低下の 3.0 となった。また、同収益判断 D.I. は同 0.8 ポイント改善の 5.7 となった。

請負先・地域別の状況

～全4請負先中、3請負先で低下～

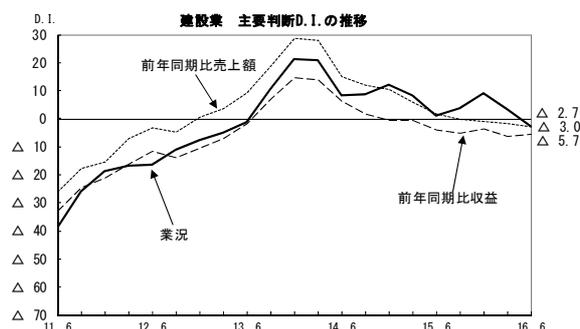
業況判断 D.I. を請負先別でみると、全4 請負先中、3 請負先で低下となった。特に大企業では前期比 12.3 ポイント低下し、プラス 11.2 となった。

地域別では、全11 地域中、北海道、東北を除く9 地域で低下した。

来期の見通し

～再びプラス転換の見通し～

来期の予想業況判断 D.I. は、今期実績比 5.5 ポイント改善のプラス 2.8 を見込む。請負先別では、全4 請負先で改善の見通しである。地域別では、全11 地域中8 地域で改善の見通しである。なかでも北海道、北陸、九州北部では10 ポイント以上の改善を見込む。



不動産業

回答企業 1,069 企業 (回答率 85.4%)

景況

～業況は改善～

今期の業況判断 D.I. は、前期比 2.3 ポイント改善のプラス 5.9 となった。

前年同期比売上額判断 D.I. は前期比 0.9 ポイント低下のプラス 3.2、同収益判断 D.I. は同 0.1 ポイント低下のプラス 1.4 となった。

業種・地域別の状況

～全11地域中、5地域で改善～

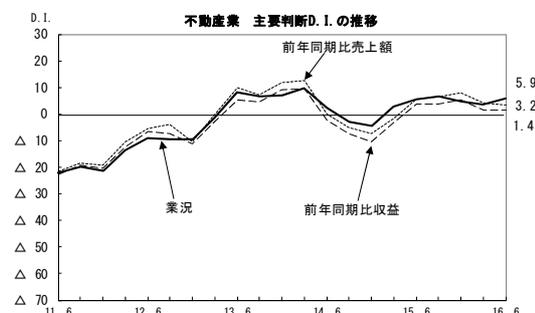
業況判断 D.I. を業種別でみると、全5 業種が改善し、すべての業種がプラス水準となった。

地域別では、全11 地域中、5 地域で改善した。水準面では、全11 地域中、南九州を除く10 地域でプラス水準となっている。

来期の見通し

～小幅低下の見通し～

来期の予想業況判断 D.I. は、今期実績比 3.0 ポイント低下のプラス 2.9 と小幅低下を見込む。業種別では、全5 業種中、4 業種で低下を見込む。一方、地域別では全11 地域中、8 地域で低下の見通しである。



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】

インターネット、メールとも利用は拡大

事業上におけるインターネットの利用状況については、「利用している」が75.2%と、2006年6月時点の67.3%から上昇した。とりわけ、自社のホームページを開設している企業は、前回の32.2%から49.2%へと上昇した。地域や企業規模、業種を問わず利用割合は上昇しており、自社ホームページの活用を含めてインターネットの利用は拡大しているといえよう。

また、事業上における電子メールの利用状況については、「利用している」が70.1%と、2006年6月時点の50.9%から上昇した。インターネットと同様、地域や企業規模、業種を問わず利用割合は上昇した。

ソーシャルメディアの利用が4年で倍増

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19.4%と、2012年9月調査の9.3%から4年足らずで倍増した。

内訳としては、「SNS(フェイスブックなど)」が12.7%と、前回(3.5%)から大幅に増加した。以下、「ブログ(アメーバブログなど)」が3.2%(前回3.1%)、「動画共有サイト(ユーチューブなど)」が1.6%(前回0.9%)と続いた。

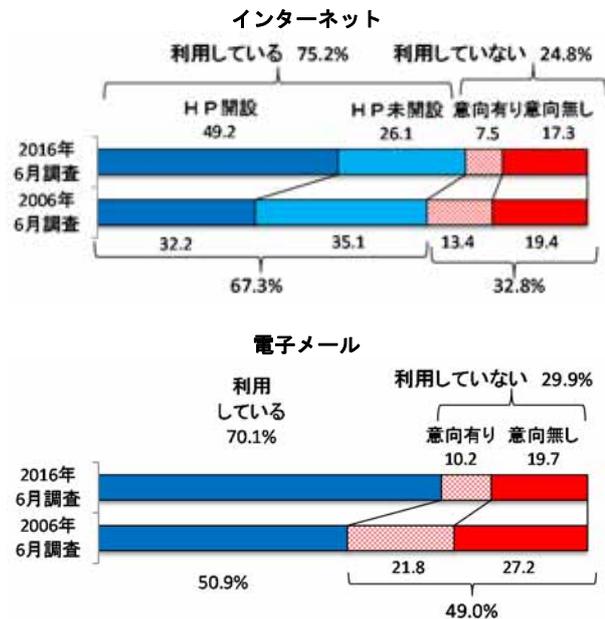
一方で、利用していない企業は80.6%と、前回(90.7%)から10.1ポイント低下した。内訳としては、「今後も利用しない(21.7%)」が前回(31.4%)から低下した。

情報収集は販売・仕入先が最多

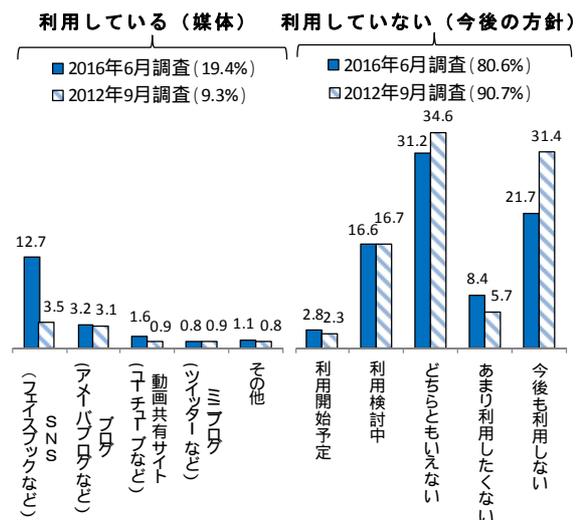
事業展開上(市場動向把握、各種経営情報の取得など)の情報収集にあたって活用する媒体や機関については、「販売・仕入先(52.8%、2012年9月調査では52.1%)」が最も多く、以下、「新聞・雑誌(45.0%、同47.2%)」、「インターネット(39.5%、同36.0%)」が続いた。

業種別にみると、卸売業では「販売・仕入先」、建設業では「国・自治体等行政機関」、不動産業では「インターネット」との回答が全体平均より高かった。

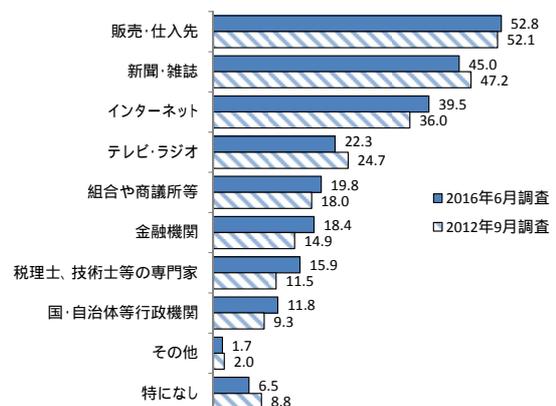
(図表1) インターネットと電子メールの利用状況



(図表2) ソーシャルメディアの事業上の情報収集・発信



(図表3) 事業展開上の情報収集の媒体および機関



(備考) 最大3つまで複数回答

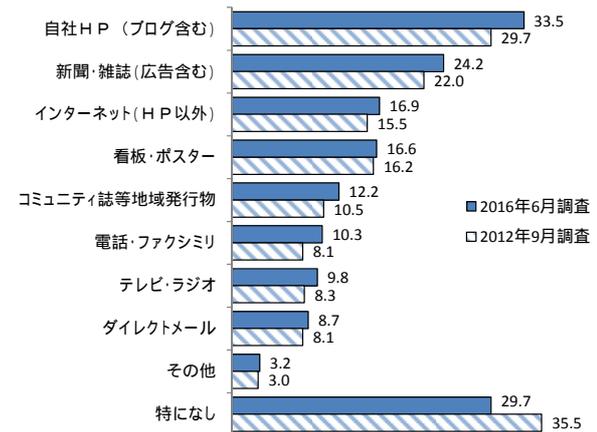
情報発信は総じて活発化

取引推進上（広告・宣伝、販売チャネルなど）活用している情報発信媒体については、「自社ホームページ（ブログ含む）（33.5%、2012年9月調査では29.7%）」が最も多く、以下、「新聞・雑誌（広告含む）（24.2%、同22.0%）」、「インターネット（ホームページ以外）（16.9%、同15.5%）」が続いた。

一方、「特になし（29.7%、同35.5%）」は、比較的規模の小さい企業で多くみられた。

業種別では、不動産業で情報発信に積極的な企業が相対的に多くみられた。

（図表4）取引推進上の情報発信媒体の活用状況



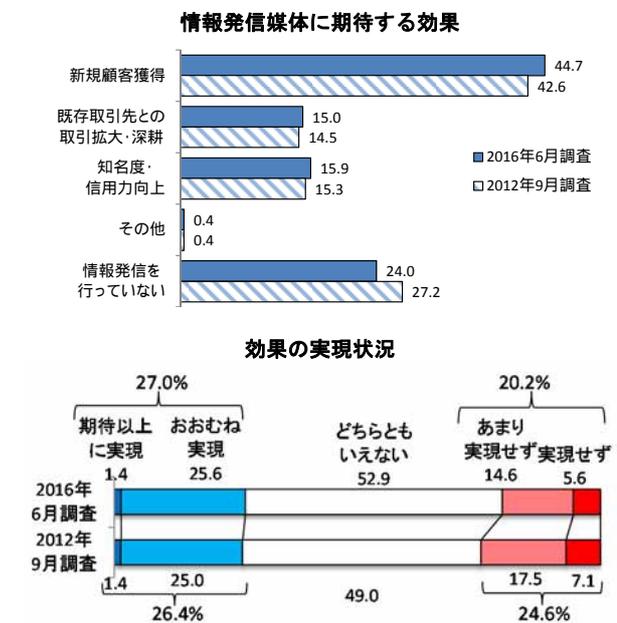
（備考）最大3つまで複数回答

情報発信による新規顧客獲得に期待大

取引推進上、活用している情報発信媒体に対する期待については、「新規顧客の獲得（44.7%、2012年9月調査では42.6%）」が他の選択肢を引き離した。以下、「知名度・信用力の向上（15.9%、同15.3%）」、「既存取引先との取引拡大・深耕（15.0%、同14.5%）」となり、ともに前回調査からは若干ながら上昇した。一方、「情報発信を行っていない（24.0%、同27.2%）」は低下した。

効果の実現状況については、「期待以上に実現（1.4%）」と「おおむね実現（25.6%）」の合計は27.0%となり、前回の26.4%から増加した。一方、「あまり実現せず（14.6%）」と「実現せず（5.6%）」の合計は20.2%と、前回の24.6%から減少した。企業規模別にみると、規模が大きいほど「実現している」との回答が多い。業種別では、不動産業で「実現している」との回答が多かった。

（図表5）情報発信媒体の効果への期待と実現状況



調査員のコメントから

高付加価値商品の取扱いで差別化を図るとともに、社員教育充実でCS向上に努めている。（外国車販売 愛知県）
熊本地震の影響を徐々に受けており、今夏以降の業績に不安を抱えている。（自動車部品製造 静岡県）
国産航空機MRJの本格的な量産開始時までには、組立人員の確保および育成が課題である。（航空機部品製造 三重県）
熊本地震の影響で、別府や湯布院などの旅館・ホテルへの納入が停滞している。（精肉販売 大分県）

新規取引先獲得では、ネット等より取引先からの紹介など口コミで安定確保している。（金属プレス加工 神奈川県）
アマゾンを活用したネット販売が奏功し、売上が好調である。（靴卸売 兵庫県）
大河ドラマ「真田丸」の影響で、2016年2月あたりから売上が好調である。（うなぎ料理 長野県）
大手自動車メーカーの燃費計測不正問題の影響で、新車販売の動きが鈍い。（自動車販売・整備 静岡県）

調査の要領

全国中小企業景気動向調査

- 調査時点 2016年6月1日～7日
- 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
- 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.）を中心として分析を行った。
- 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。
- 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、熊本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。