

平成28年7月15日

各位

大同生命保険株式会社
代表取締役社長 工藤 稔

中小企業経営者アンケート「大同生命サーベイ」－平成28年6月度調査－ ～ 「景況感」と「企業の持続的発展に向けた取組み」についてお聞きしました ～

T&D保険グループの大同生命保険株式会社（社長 工藤 稔）は、全国の中小企業経営者を対象とした毎月のアンケート調査「大同生命サーベイ」を実施しています。

本日、当社は、おかげさまでもちまして114回目の創業記念日を迎えることができました。それにあわせて今回は、中小企業のみなさまが今後とも長く発展されることを心より願い、「企業の持続的発展に向けた取組み」をテーマに調査を実施いたしました。

<調査概要>

調査期間	: 平成28年6月1日（水）～6月30日（木）
調査対象	: 企業経営者（約7割が当社ご契約企業）
調査エリア	: 全国
調査方法	: 当社営業職員が訪問により調査
回答企業数	: 4,242社
調査内容	: ①景況感 ②個別テーマ：企業の持続的発展に向けた取組み

<ポイント>

■景況感

➢ 「業況DI」は▲12.1pt（前月比▲1.0pt）と前月から悪化。「将来DI」は2.5pt（前月比+0.4pt）と前月からほぼ横ばいとなりました。

■個別テーマ：企業の持続的発展に向けた取組み

➢ 創業年数が高い企業ほど、創業から現在までに「主力商品・サービス」「販売先」等を変えた企業が多く、企業が長く発展していくうえで、環境の変化に適切に対応することの重要性がうかがえます。

➢ また、創業年数が高い企業ほど、「企業理念」を有する企業が多くなっています。

➢ 自社の強みでは、創業年数が高い企業ほど、「既存顧客からの信頼」「地域密着」をあげる企業が多くなっています。

一方、創業年数が短い企業では、「商品・サービスの独自性」「新しいことに挑戦する意欲」を強みとする企業が多くなっています。

※業況DI：自社の現在の業況 将来DI：自社の将来（1年後）の業況

以上

<お問合せ先> 広報課 TEL 03-3272-6206

【別紙】

■「大同生命サーベイ」について

当社は、昭和40年代から中小企業市場に特化した「独自のビジネスモデル」を通じて、約36万社のご契約企業をはじめ、多くの企業経営者さまとの関係を築いてまいりました。

「大同生命サーベイ」は、当社営業職員が経営者のみなさまを訪問し、「景況感」や「経営課題の解決に向けたお取り組み」等に関する“生の声”をお聞きする調査として、平成27年10月より、全国で実施しています（毎月の回答企業数：約4,000社）。

中小企業の多くを占める「小規模企業」にフォーカスした、「毎月」のアンケート調査としての“独自性”を活かし、経営者のみなさまの関心が高いテーマや、経営課題に対する“ヒント”等、有益かつタイムリーな情報提供に努めております。

末筆となりますが、当調査にご賛同いただき、ご協力いただいております経営者のみなさまには、厚くお礼申し上げます。

〔これまでの調査の個別テーマ〕

平成28年 6月	企業の永続的発展に向けた取組み
平成28年 5月	経営者の労働実態と生産性向上に向けた取組み
平成28年 4月	地域経済との関わり
平成28年 3月	マイナス金利政策の影響
平成28年 2月	後継者の育成、M&Aの活用
平成28年 1月	マイナンバー制度
平成27年 12月	事業承継
平成27年 11月	中小企業における健康への意識とストレスチェック制度
平成27年 10月	中小企業における介護の影響

➤「大同生命サーベイ」のバックナンバーを、大同生命Webサイトでご覧いただけます。

<http://www.daido-life.co.jp/about/info/topics/survey/>

「大同生命サーベイ」で検索ください。



◇ 当社は、中小企業のみなさまの永続的発展を願い、「長くつづく会社が多い国は、いい国だと思う。」というメッセージを、テレビCMをはじめ様々な場面を通じて発信しています。

◇ これからも、「中小企業とそこで働くすべての方を様々なリスクからお守りする」という当社の使命を果たすことで、お客さまに「最高の安心」と「最大の満足」をお届けできる会社であり続けられるよう、一層努力してまいります。

中小企業調査
『大同生命サーベイ』
月次レポート

— 平成28年6月度調査 —

 **大同生命保険株式会社**

【調査概要・回答企業に関するデータ】

➢調査期間	： 平成28年6月1日(水)～6月30日(木)	
➢調査対象	： 全国の企業経営者(うち約7割が当社ご契約企業)	
➢調査方法	： 当社営業職員が訪問により調査	
➢回答企業数	： 4,242社	
➢調査内容	： 1. 景況感 2. 企業の持続的発展に向けた取組み	

<回答企業の属性>

地域	業種	全業種	製造業	建設業	卸・小売業	サービス業	その他	無回答
合計		4,242	956	1,002	990	1,147	131	16
	北海道	138	19	35	35	44	5	0
	東北	239	39	68	49	72	11	0
	北関東	380	95	106	71	100	6	2
	南関東	1,007	200	205	225	340	35	2
	北陸・甲信越	337	114	89	76	51	6	1
	東海	462	151	109	104	88	10	0
	関西	803	185	141	205	238	27	7
	中国	189	45	53	39	47	4	1
	四国	147	32	45	37	29	3	1
	九州・沖縄	540	76	151	149	138	24	2

従業員規模	企業数 (占率)
5人以下	1,699 (40.1)
6～10人	957 (22.6)
11～20人	781 (18.4)
21人以上	767 (18.1)
無回答	38 (0.9)

創業年数	企業数 (占率)
10年未満	416 (9.8)
10～29年	1,196 (28.2)
30～49年	1,327 (31.3)
50～99年	1,072 (25.3)
100年以上	208 (4.9)
無回答	23 (0.5)

年齢	企業数 (占率)
39歳以下	242 (5.7)
40代	1,022 (24.1)
50代	1,048 (24.7)
60代	1,194 (28.1)
70歳以上	698 (16.5)
無回答	38 (0.9)

性別	企業数 (占率)
男性	3,963 (93.4)
女性	279 (6.6)

※当資料で表示する回答率(%)等は、小数点第1位(回答企業の属性の占率および景況感は小数点第2位)を四捨五入した値を使用しています。

※本調査は、当社ご契約企業を中心に実施しており、各調査結果に若干の偏りが生じる場合があります。

－ ご利用にあたって －

- ・本資料は、「大同生命サーベイ」の調査結果の開示を目的としており、当社の統一した見解を示すものではありません。
- ・本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。引用する際は、「出所:大同生命サーベイ(発行時期)」と明記ください。
- ・本資料に基づくお客さまの決定、行為、およびその結果について、当社は一切の責任を負いません。
- ・本資料は、生命保険契約の募集を目的としたものではありません。

<6月度調査のポイント>

■景況感

➢「業況DI」は▲12.1pt(前月比▲1.0pt)と前月から悪化。「将来DI」は2.5pt(前月比+0.4pt)と前月からほぼ横ばいとなりました。

■個別テーマ：企業の持続的発展に向けた取組み

➢創業年数が長い企業ほど、創業から現在までに「主力商品・サービス」「販売先」等を変えた企業が多く、企業が長く発展していくうえで、環境の変化に適切に対応することの重要性がうかがえます。

➢また、創業年数が長い企業ほど、「企業理念」を有する企業が多くなっています。

➢自社の強みでは、創業年数が長い企業ほど、「既存顧客からの信頼」「地域密着」をあげる企業が多くなっています。

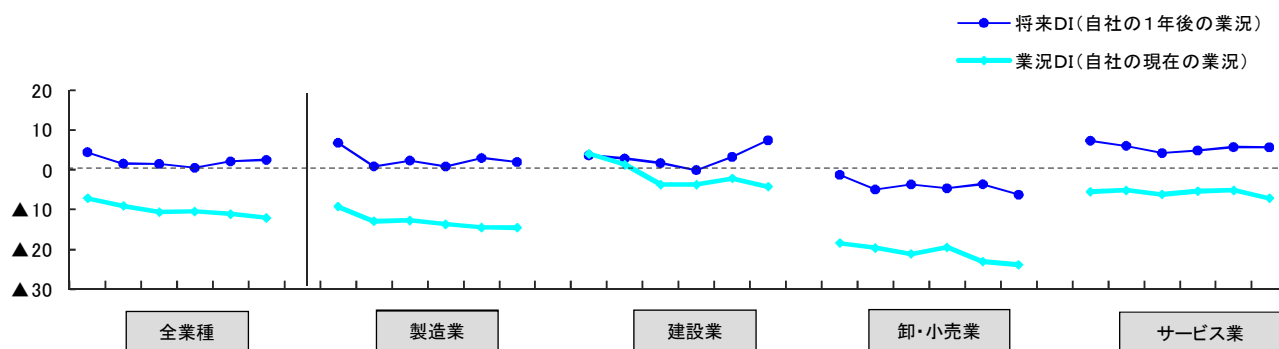
一方、創業年数が短い企業では、「商品・サービスの独自性」「新しいことに挑戦する意欲」を強みとする企業が多くなっています。

1. 景況感

- ・「業況DI」は▲12.1pt(前月比▲1.0pt)と前月から悪化。業種別では、「建設業」「サービス業」が悪化しました。
- ・「将来DI」は2.5pt(前月比+0.4pt)と前月からほぼ横ばい。業種別では、「建設業」が改善、「製造業」「卸・小売業」が悪化しました。
- ・対前年同月比では、「売上DI」「利益DI」「資金繰りDI」ともに前月から悪化しました。

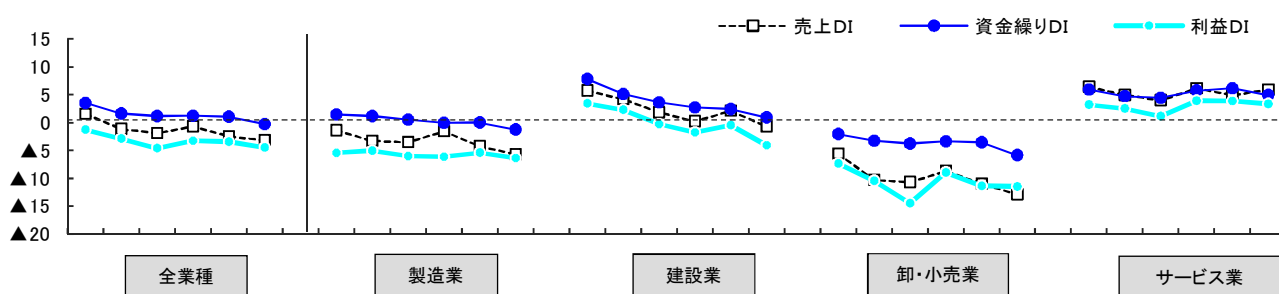
(1)現在の業況と将来の見通し

(単位:pt)



(2)対前年同月比

(単位:pt)



(単位:pt)

	全業種						製造業						建設業						卸・小売業						サービス業					
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
業況DI	▲7.2	▲9.1	▲10.6	▲10.5	▲11.1	▲12.1	▲9.3	▲13.0	▲12.7	▲13.7	▲14.5	▲14.6	4.0	1.3	▲3.7	▲3.7	▲2.2	▲4.3	▲18.4	▲19.6	▲21.2	▲19.5	▲23.1	▲23.9	▲5.6	▲5.2	▲6.2	▲5.4	▲5.2	▲7.2
将来DI	4.4	1.5	1.4	0.5	2.1	2.5	6.7	0.9	2.3	0.8	3.0	1.9	3.6	2.8	1.7	▲0.1	3.2	7.4	▲1.3	▲5.0	▲3.7	▲4.7	▲3.6	▲6.3	7.3	6.0	4.2	4.8	5.7	5.6
売上DI	1.5	▲1.2	▲1.9	▲0.7	▲2.5	▲3.2	▲1.4	▲3.3	▲3.6	▲1.6	▲4.3	▲5.7	5.7	4.2	1.8	0.2	2.1	▲0.7	▲5.6	▲10.3	▲10.7	▲8.7	▲11.0	▲12.9	6.4	4.9	4.0	6.1	4.9	5.9
資金繰りDI	3.5	1.6	1.1	1.2	1.0	▲0.3	1.4	1.1	0.5	▲0.1	0.0	▲1.3	7.8	5.1	3.6	2.7	2.4	0.9	▲2.1	▲3.3	▲3.8	▲3.4	▲3.6	▲5.9	5.9	4.7	4.4	5.7	6.1	4.9
利益DI	▲1.3	▲2.9	▲4.6	▲3.3	▲3.5	▲4.5	▲5.5	▲5.1	▲6.0	▲6.2	▲5.4	▲6.4	3.4	2.3	▲0.3	▲1.8	▲0.5	▲4.1	▲7.4	▲10.5	▲14.5	▲9.0	▲11.4	▲11.5	3.2	2.5	1.1	3.9	3.8	3.3

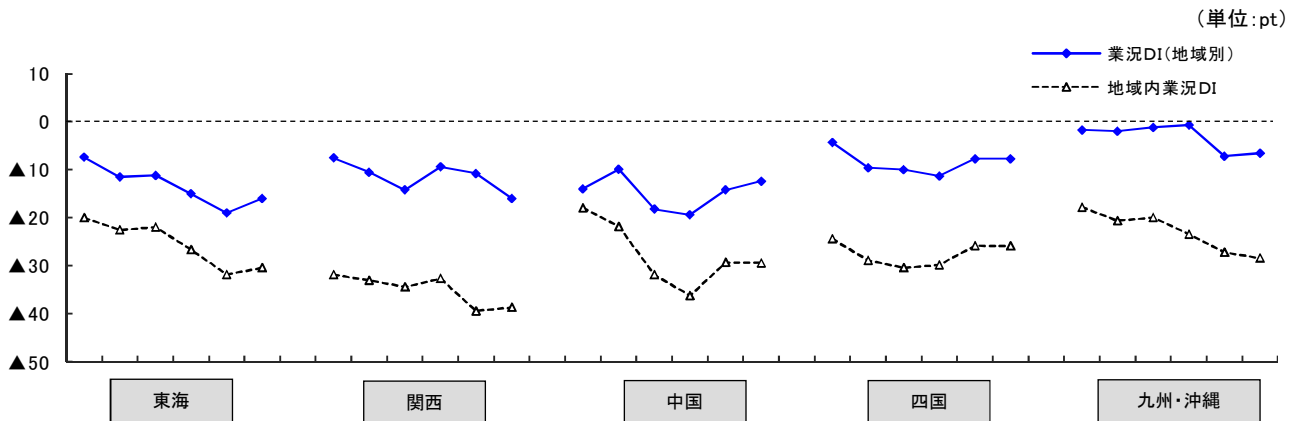
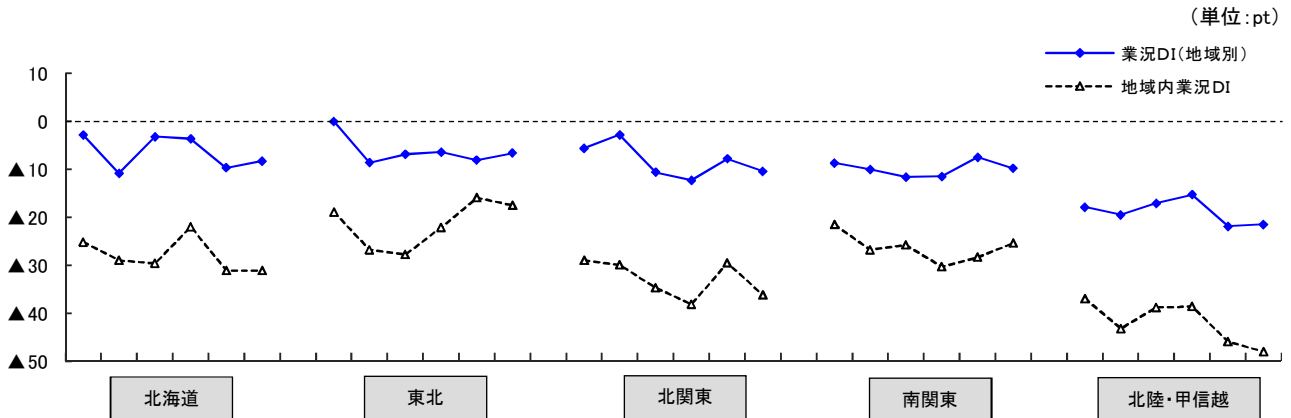
(3) 業況DI(地域別)と地域内業況DI

- ・「業況DI(地域別)」は、「東海」など6地域が改善し、「関西」など3地域が悪化しました。
- ・「地域内業況DI(回答企業が属する地域の景況感)」は、全国平均で▲31.6pt(前月比▲0.2pt)とほぼ横ばい。地域別にみると、「南関東」など3地域が改善し、「北関東」など6地域が悪化しました。

<全国平均> (単位:pt)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月
業況DI(地域別)	▲7.2	▲9.1	▲10.6	▲10.5	▲11.1	▲12.1
地域内業況DI	▲24.6	▲28.0	▲28.7	▲30.3	▲31.4	▲31.6

(※) 地域別の景況感は、地域ごとのサンプル数の格差を補完するため、回答企業が属する地域の景況感(地域内業況DI)をあわせて表示しています。



(単位:pt)

	北海道						東北						北関東						南関東						北陸・甲信越					
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
業況DI(地域別)	▲2.9	▲10.8	▲3.2	▲3.7	▲9.7	▲8.3	0.0	▲8.6	▲6.9	▲6.4	▲8.1	▲6.6	▲5.6	▲2.8	▲10.6	▲12.3	▲7.8	▲10.4	▲8.7	▲10.0	▲11.6	▲11.5	▲7.5	▲9.8	▲17.9	▲19.5	▲17.1	▲15.3	▲21.9	▲21.5
地域内業況DI	▲25.2	▲29.0	▲29.6	▲22.0	▲31.1	▲31.1	▲18.9	▲26.8	▲27.8	▲22.1	▲15.9	▲17.5	▲29.0	▲29.9	▲34.7	▲38.1	▲29.5	▲36.2	▲21.5	▲26.8	▲25.8	▲30.3	▲28.3	▲25.4	▲37.0	▲43.2	▲38.8	▲38.6	▲45.9	▲48.0

	東海						関西						中国						四国						九州・沖縄					
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
業況DI(地域別)	▲7.4	▲11.5	▲11.2	▲15.0	▲19.0	▲16.0	▲7.5	▲10.5	▲14.2	▲9.4	▲10.8	▲16.0	▲14.0	▲9.9	▲18.2	▲19.4	▲14.2	▲12.4	▲4.3	▲9.6	▲10.0	▲11.3	▲7.7	▲7.7	▲1.7	▲2.0	▲1.2	▲0.7	▲7.2	▲6.6
地域内業況DI	▲20.0	▲22.5	▲21.9	▲26.7	▲31.8	▲30.4	▲31.9	▲33.0	▲34.4	▲32.7	▲39.4	▲38.7	▲17.9	▲21.8	▲31.9	▲36.2	▲29.3	▲29.4	▲24.4	▲28.9	▲30.4	▲29.8	▲25.8	▲25.9	▲17.8	▲20.6	▲19.9	▲23.4	▲27.2	▲28.4

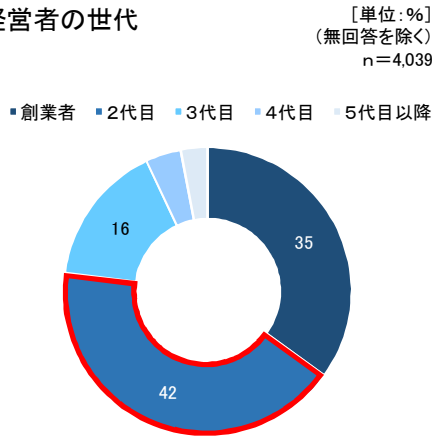
※DIとは、Diffusion Index(ディフュージョン・インデックス)の略で、好転(増加・上昇)したとする回答割合から、悪化(減少・低下)したとする回答割合を差し引いた値です。好転と悪化の割合が等しい場合、0となります。
 DI = (増加・好転などの回答割合) - (減少・悪化などの回答割合)

2. 個別テーマ(企業の持続的発展に向けた取組み)

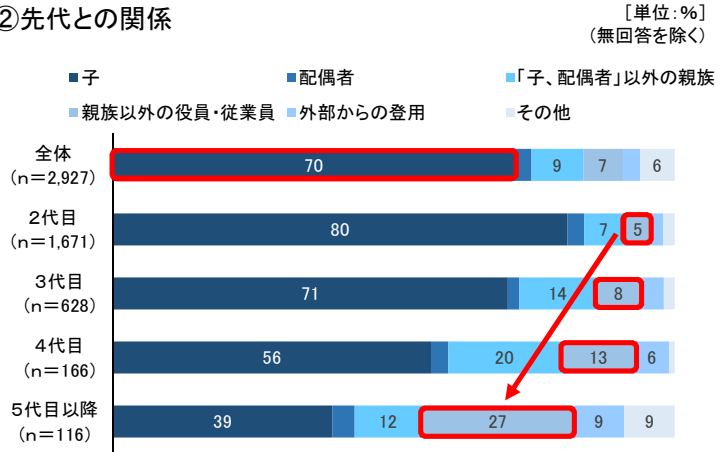
Q1: あなたは自社の経営者として何代目ですか？また、先代社長との関係は何ですか？

- ・「2代目」が約4割と最も多く、次いで「創業者」「3代目」となりました。
- ・先代社長との関係では、「子」が約7割と最も多くなりました。世代が進むにつれ、「子」が少なくなり、「親族以外の役員・従業員」が多くなっています。

① 経営者の世代



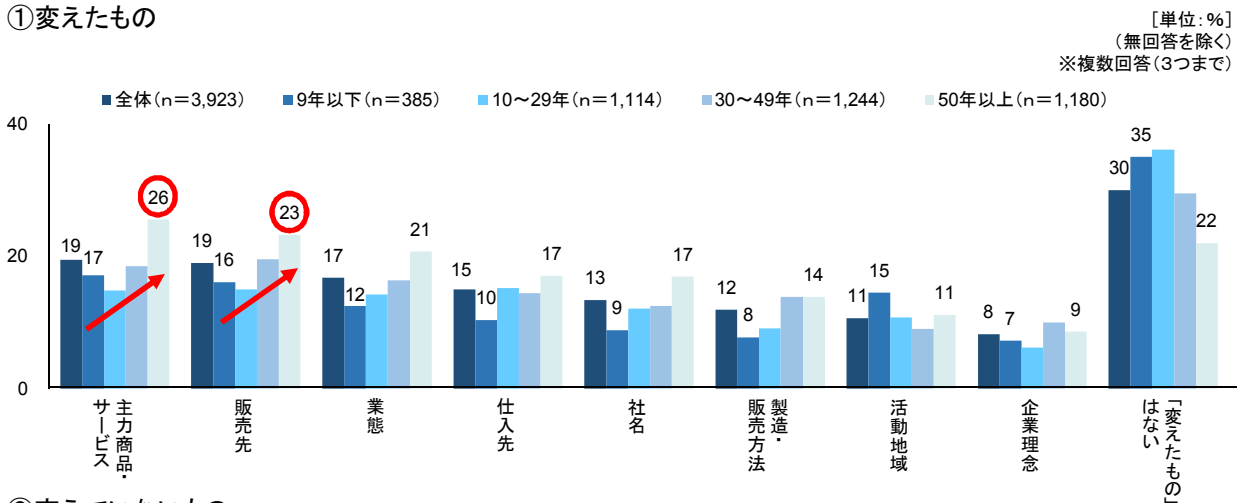
② 先代との関係



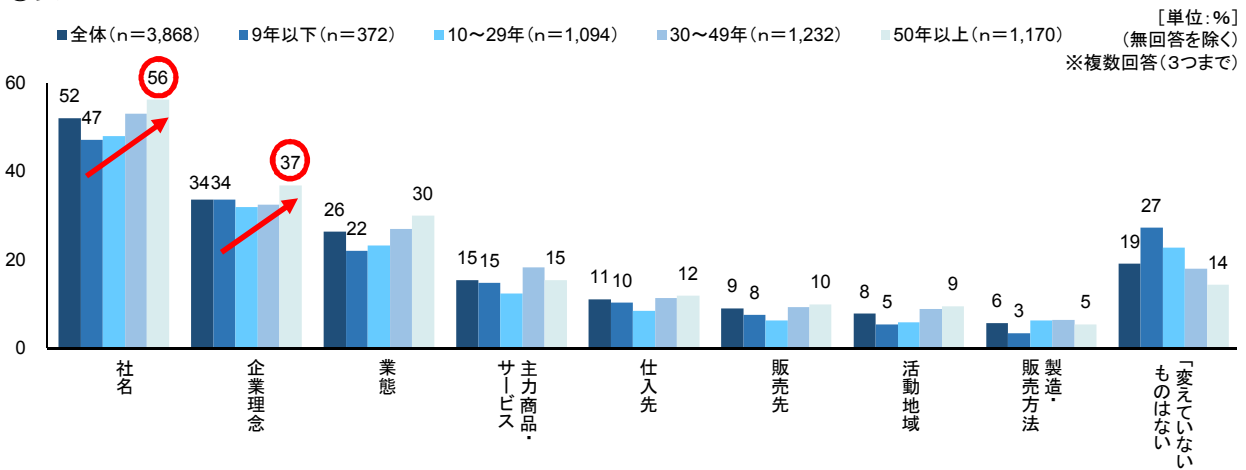
Q2: 創業期から現在まで、「変えたもの」「変えていないもの」はありますか。(創業年数別)

- ・創業年数が高いほど、「主力商品・サービス」「販売先」等を変えた企業が多く、企業が長く発展していくうえで、環境の変化に適切に対応することの重要性がうかがえます。
- ・創業期以来「変えていないもの」では、創業年数50年以上の企業で、「社名」「企業理念」等の割合が高くなっています。

① 変えたもの



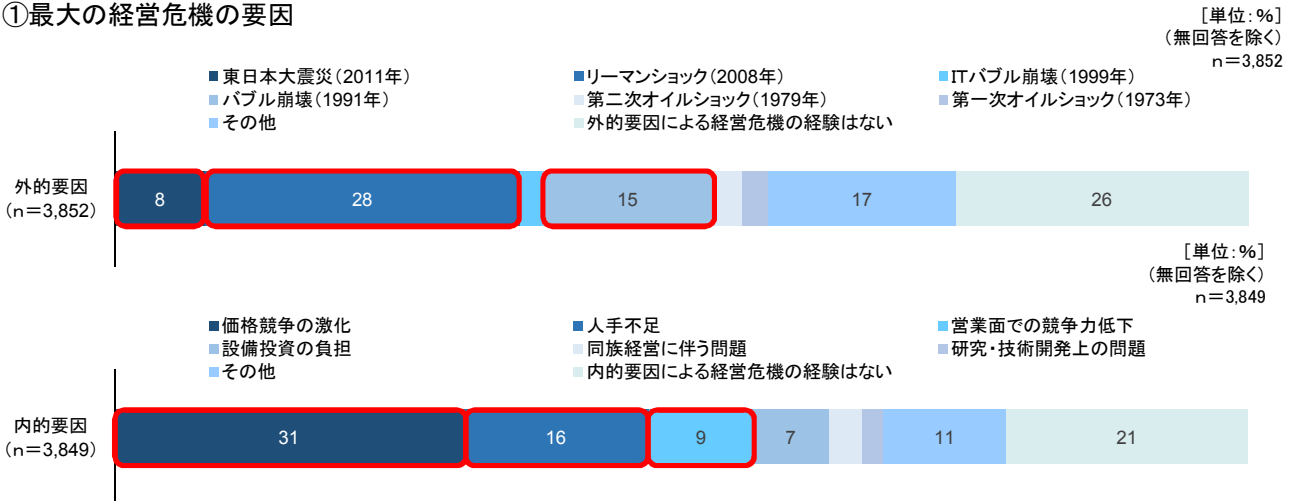
② 変えていないもの



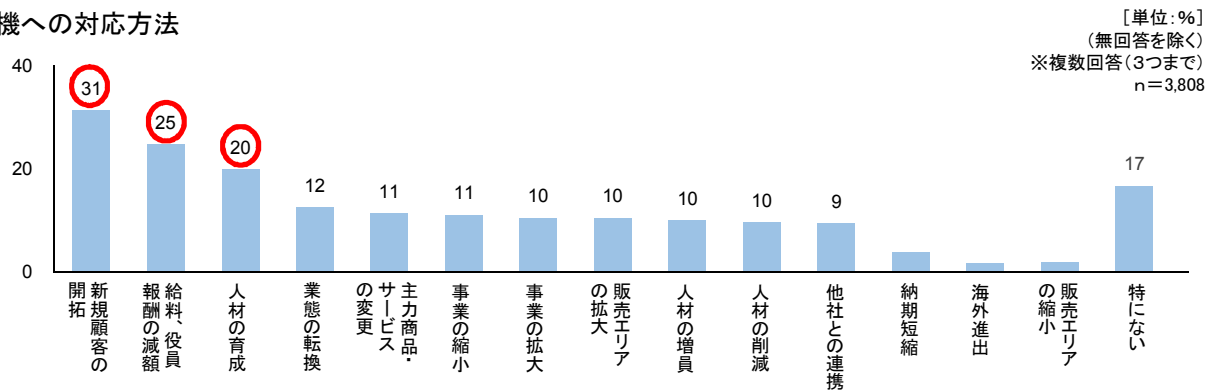
**Q3: 創業期から現在までに経験された最大の経営の危機は何ですか？
また、その危機を乗り越えるために、どのようなことに取り組みましたか？**

- ・外的要因では、「リーマンショック」が約3割と最も多く、次いで「バブル崩壊」「東日本大震災」となりました。
- ・内的要因では、「価格競争の激化」が約3割と最も多く、次いで「人手不足」「営業面での競争力低下」となりました。
- ・危機への対応方法では、「新規顧客の開拓」が約3割と最も多く、次いで「給料、役員報酬の減額」「人材の育成」となりました。

①最大の経営危機の要因

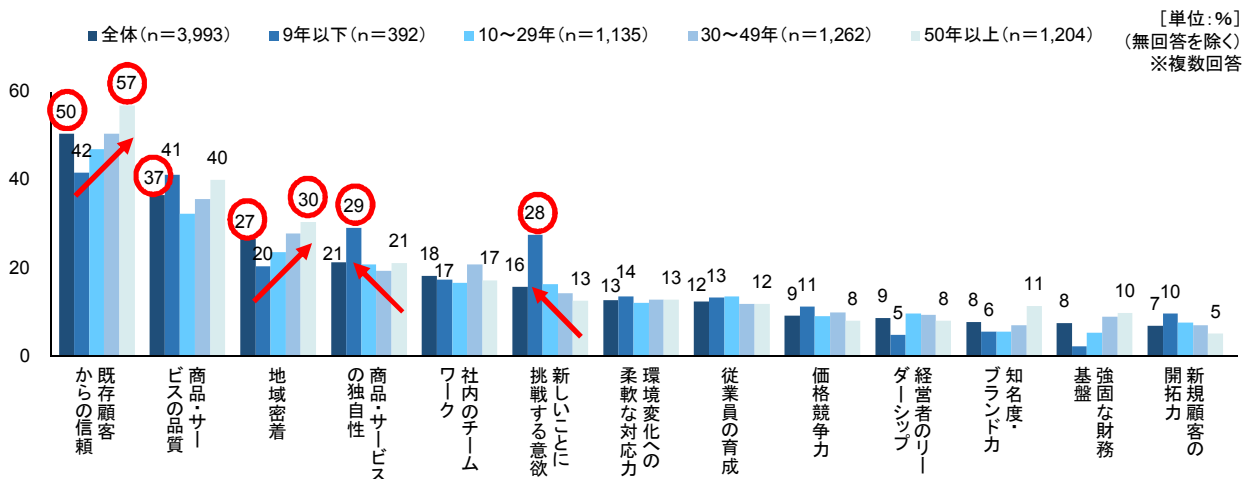


②危機への対応方法



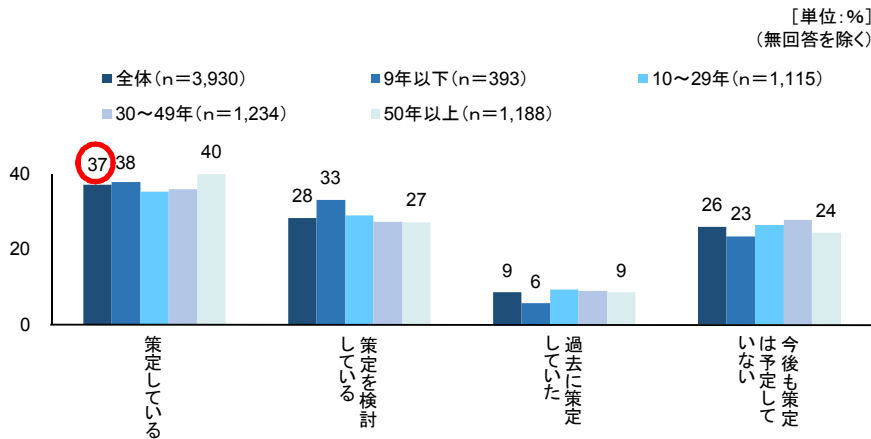
Q4: 自社の強みは何ですか？

- ・「既存顧客からの信頼」が5割と最も多く、次いで「商品・サービスの品質」「地域密着」となりました。
- ・特に、創業年数が長いほど、「既存顧客からの信頼」「地域密着」を強みとする企業が多くなっています。
- ・一方、創業年数が短いほど、「商品・サービスの独自性」「新しいことに挑戦する意欲」を強みとする企業が多くなっています。



Q5: 現在、経営計画を策定していますか？

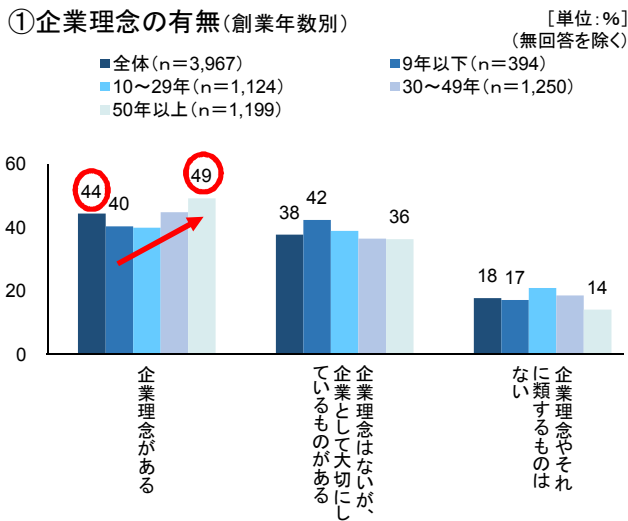
・全体の約4割が「経営計画を策定している」と回答されました。なお、創業年数による大きな差異は見られませんでした。



Q6: 企業理念(社是・社訓)がありますか？ また、企業理念に期待する効果をお答えください。

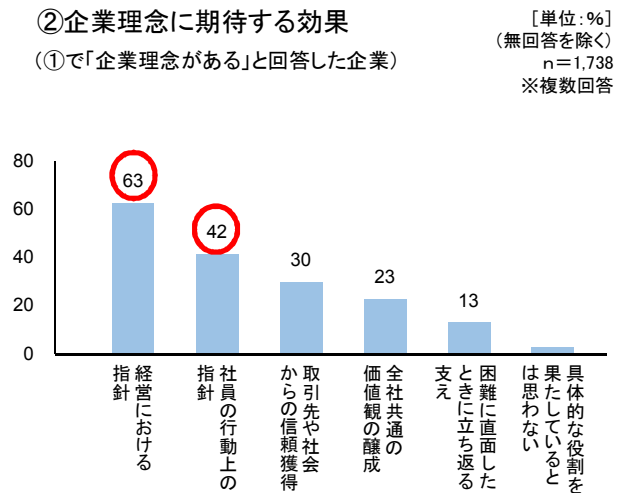
・約4割の企業が「企業理念がある」と回答されており、創業年数が長いほど、その割合が高くなっています。
 ・企業理念に期待する効果では、「経営における指針」「社員の行動上の指針」が多く、社内の意識醸成の観点で、企業理念が果たす役割が大きいことがうかがえます。

① 企業理念の有無(創業年数別)



② 企業理念に期待する効果

(①で「企業理念がある」と回答した企業)



< 自社を持続的に発展させるために必要と考えること(自由回答) >

○後継者、従業員の育成

・若手の従業員を育成し技術を継承させる。(北関東/建設業)

○顧客第一

・「顧客・仕入先・当社」の三方に利益が出るよう努める。(北関東/小売業)

○地域密着

・地域密着型の経営を継続。地域の方々に信頼される会社でありつづける。(関西/サービス業)



本社(大阪) 〒550-0002 大阪市西区江戸堀1丁目2番1号
 電話 06-6447-6111(代表)
 (東京) 〒103-6031 東京都中央区日本橋2丁目7番1号
 電話 03-3272-6777(代表)
<http://www.daido-life.co.jp/>