

平成29年6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29年5月度調査－

～「景況感」と「取引拡大に向けたIT活用」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。

5月は、毎月実施している「景況感」に加え、個別テーマとして「取引拡大に向けたIT活用」を調査しました。

<調査概要>

調査期間 : 平成29年5月1日（月）～5月31日（水）
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 : 4,307社
調査内容 : ①景況感
②個別テーマ：取引拡大に向けたIT活用

<ポイント>

■景況感

➢「業況DI」は▲4.5pt（前月比▲0.8pt）、「将来DI」は6.7pt（前月比+0.6pt）といずれも前月からほぼ横ばいとなりました。

■個別テーマ：取引拡大に向けたIT活用

➢顧客との取引拡大に向けた情報活用では、「顧客属性等の基本情報」と「購買・利用履歴」が3割超となりました。

「効果が大きかったもの」では、「商品・サービスごとの購入、利用履歴」が約8割と最も多くなりました。

➢新規獲得に向けては、「ホームページの開設」が約8割と最多。

「効果が大きかったもの」では、「ホームページの開設」が約5割、次いで「インターネット販売や電子取引の導入」が約4割となりました。

➢販売戦略におけるデータ活用では、「コスト削減、価格競争力の強化」「納期短縮、迅速な対応」が3割超となりました。

「今後の活用方法」では、「個々の顧客ニーズに応じたきめ細かな対応」「コスト削減、価格競争力の強化」「営業・販売体制の見直し、強化」が3割超となりました。

※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

【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 37 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。

[参考：過去の個別テーマ（直近 1 年分）]

平成 29 年 5 月	取引拡大に向けた I T 活用
平成 29 年 4 月	労働時間の縮減・同一労働同一賃金への取組み
平成 29 年 3 月	健康経営への取組み
平成 29 年 2 月	働き方改革と賃上げの実施意向
平成 29 年 1 月	成長投資に向けた資金需要
平成 28 年 12 月	「平成 28 年の振り返り」と「平成 29 年の抱負」
平成 28 年 11 月	中小企業等経営強化法の活用
平成 28 年 10 月	相続対策
平成 28 年 9 月	人材確保
平成 28 年 8 月	災害への備え
平成 28 年 7 月	資金繰り
平成 28 年 6 月	企業の永続的発展に向けた取組み

➤ 「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。



中小企業調査
『大同生命サーベイ』
月次レポート

— 平成29年5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29年5月1日(月)～5月31日(水)
➢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	: 4,307社
➢調査内容	: 1. 景況感 2. 取引拡大に向けたIT活用

<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		4,307	923	1,000	944	1,279	157	4
	北海道	170	24	45	44	50	7	0
	東北	280	45	80	62	83	10	0
	北関東	397	88	100	80	118	10	1
	南関東	964	176	178	219	351	37	3
	北陸・甲信越	340	113	83	58	70	16	0
	東海	371	110	89	63	96	13	0
	関西	753	205	130	181	215	22	0
	中国	251	47	67	62	66	9	0
	四国	132	28	43	34	21	6	0
	九州・沖縄	649	87	185	141	209	27	0

従業員規模	企業数 (占率)
5人以下	1,629 (37.8)
6～10人	963 (22.4)
11～20人	803 (18.6)
21人以上	887 (20.6)
無回答	25 (0.6)

創業年数	企業数 (占率)
10年未満	432 (10.0)
10～30年未満	1,140 (26.5)
30～50年未満	1,395 (32.4)
50～100年未満	1,194 (27.7)
100年以上	127 (2.9)
無回答	19 (0.4)

年齢	企業数 (占率)
40歳未満	252 (5.9)
40歳代	968 (22.5)
50歳代	1,193 (27.7)
60歳代	1,277 (29.6)
70歳以上	607 (14.1)
無回答	10 (0.2)

性別	企業数 (占率)
男性	4,040 (93.8)
女性	267 (6.2)

※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。

※特に記載がない場合、「無回答」を除いた集計をしています。

※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。

<5月度調査のポイント>

■景況感

> 「業況DI」は▲4.5pt（前月比▲0.8pt）、「将来DI」は6.7pt（前月比+0.6pt）といずれも前月からほぼ横ばいとなりました。

■個別テーマ：取引拡大に向けたIT活用

> 顧客との取引拡大に向けた情報活用では、「顧客属性等の基本情報」と「購買・利用履歴」が3割超となりました。

「効果が大きかったもの」では、「商品・サービスごとの購入、利用履歴」が約8割と最も多くなりました。

> 新規獲得に向けては、「ホームページの開設」が約8割と最多。

「効果が大きかったもの」では、「ホームページの開設」が約5割、次いで「インターネット販売や電子取引の導入」が約4割となりました。

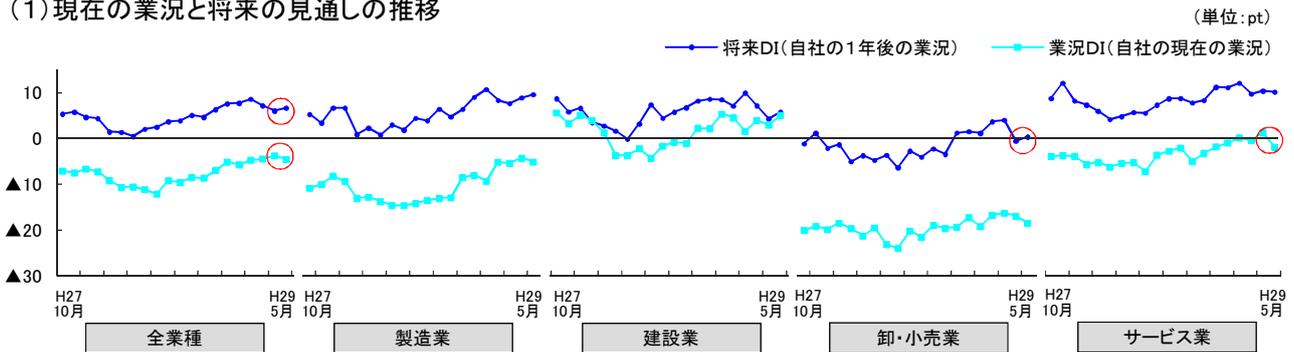
> 販売戦略におけるデータ活用では、「コスト削減、価格競争力の強化」「納期短縮、迅速な対応」が3割超となりました。

「今後の活用方法」では、「個々の顧客ニーズに応じたきめ細かな対応」「コスト削減、価格競争力の強化」「営業・販売体制の見直し、強化」が3割超となりました。

1. 景況感

- ・「業況DI」は▲4.5pt（前月比▲0.8pt）と前月からほぼ横ばいとなりました。業種別では、「サービス業」が再びマイナスとなりました。
- ・「将来DI」は6.7pt（前月比+0.6pt）と前月からほぼ横ばい。業種別では、「卸・小売業」が再びプラスとなり、全業種がプラス圏内となりました。

(1) 現在の業況と将来の見通しの推移



<参考:DIの推移(直近6ヵ月)>

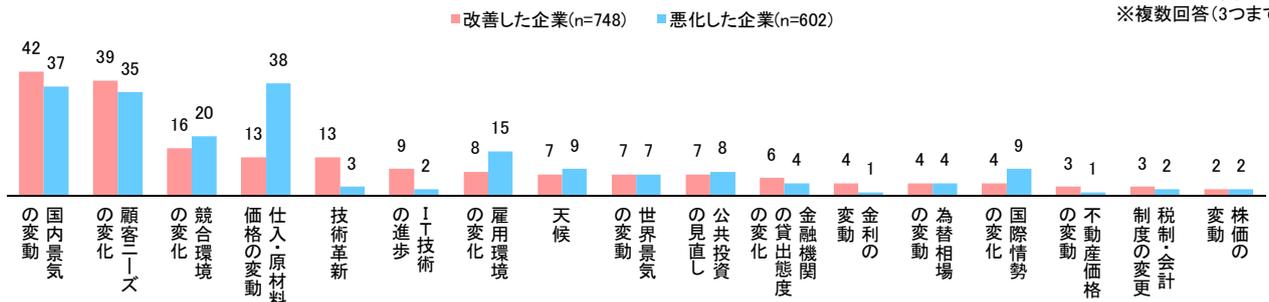
(単位: pt)

	全業種					製造業					建設業					卸・小売業					サービス業								
	12月	1月	2月	3月	4月	12月	1月	2月	3月	4月	12月	1月	2月	3月	4月	12月	1月	2月	3月	4月	12月	1月	2月	3月	4月				
業況DI	▲5.1	▲5.7	▲4.7	▲4.5	▲3.7	▲4.5	▲8.0	▲9.2	▲5.2	▲5.4	▲4.2	▲5.1	5.4	4.6	1.6	4.0	3.0	5.1	▲17.2	▲19.2	▲16.7	▲16.2	▲16.9	▲18.4	▲1.8	▲1.0	0.2	▲0.4	1.3
将来DI	7.6	7.7	8.6	7.2	6.1	6.7	9.1	10.7	8.4	7.7	8.9	9.6	8.5	7.1	10.0	7.2	4.3	5.9	1.5	1.2	3.7	4.1	▲0.5	0.3	11.2	11.2	12.1	9.8	10.4
売上DI	▲1.4	0.0	1.6	2.5	4.3	2.8	▲4.0	▲3.7	▲3.2	▲1.3	5.5	4.0	3.6	3.1	5.1	6.7	6.3	6.2	▲12.8	▲8.8	▲6.4	▲6.3	▲4.5	▲8.3	5.3	6.5	8.6	9.7	8.5
資金繰りDI	3.5	2.9	3.8	2.7	4.6	4.0	0.8	▲0.8	1.3	▲1.0	3.8	5.3	6.2	5.8	5.3	8.5	7.1	5.2	▲1.9	▲1.7	▲2.0	▲2.4	▲0.1	▲1.5	8.5	7.1	8.6	6.1	6.9
利益DI	▲1.6	▲1.4	0.3	0.1	1.6	0.2	▲5.4	▲6.5	▲4.1	▲4.2	1.4	▲1.3	0.6	1.5	2.6	3.0	2.5	4.0	▲8.2	▲6.7	▲6.6	▲5.4	▲5.7	▲8.4	4.0	3.9	6.9	5.8	6.2

(2) 景況感に影響を与えた要因

(単位: %)

※複数回答(3つまで)



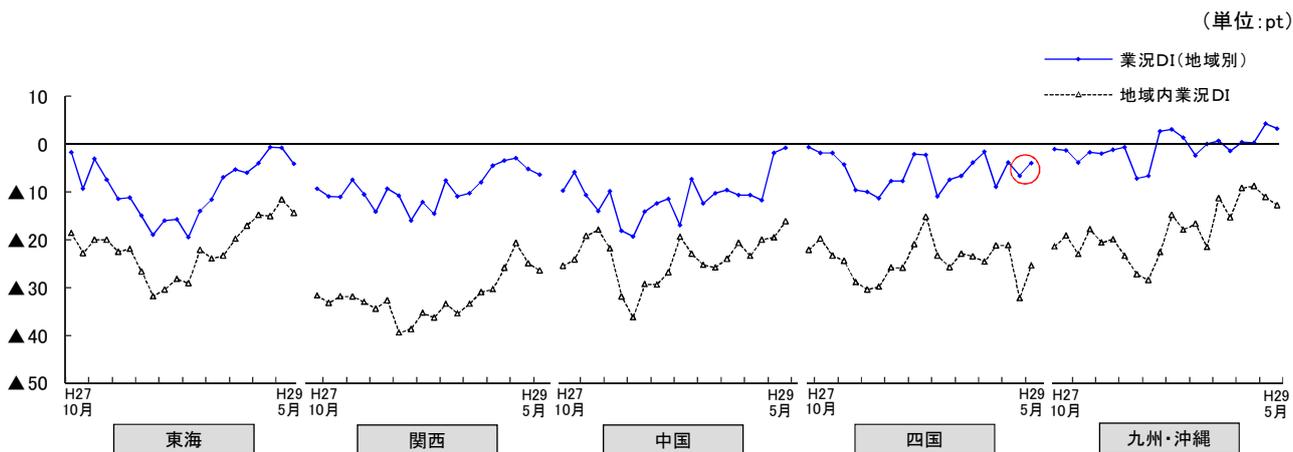
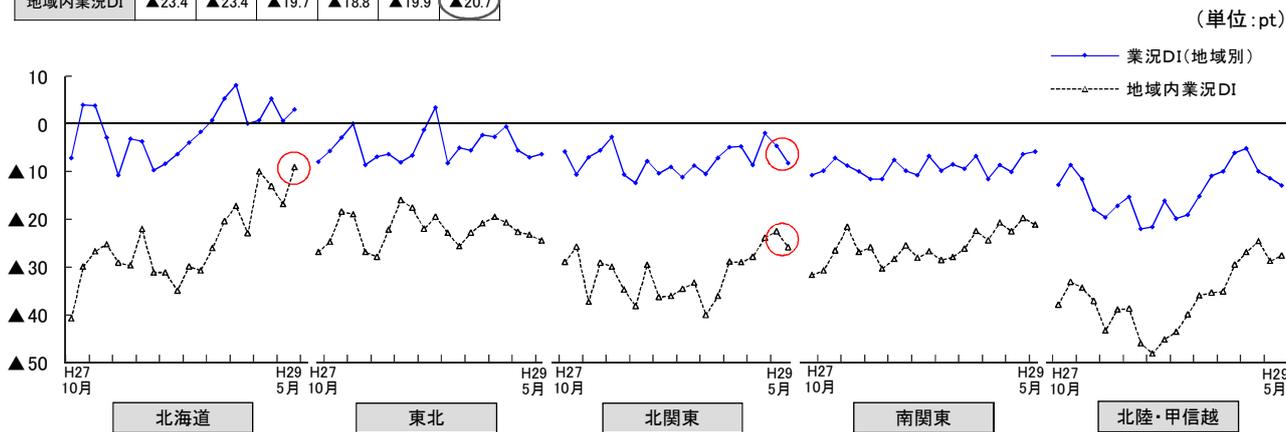
(3) 業況DI(地域別)と地域内業況DI

- ・「業況DI(自社の現在の業況)」を地域別にみると、「四国」(前月比+2.6pt)など3地域が前月から改善し、「北関東」(前月比▲3.6pt)など5地域が悪化。その他2地域はほぼ横ばいとなりました。
- ・「地域内業況DI(自社が属する地域の業況)」は全国平均で▲20.7pt(前月比▲0.8pt)とほぼ横ばい。地域別では、「北海道」(前月比+7.8pt)など4地域が改善、「北関東」(前月比▲3.3pt)など6地域が悪化しました。

<全国平均(直近6ヵ月)> (単位:pt)

	12月	1月	2月	3月	4月	5月
業況DI	▲5.1	▲5.7	▲4.7	▲4.5	▲3.7	▲4.5
地域内業況DI	▲23.4	▲23.4	▲19.7	▲18.8	▲19.9	▲20.7

(※) 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。



<参考: 業況(地域別)・地域内業況DIの推移(直近6ヵ月)>

(単位:pt)

	北海道						東北						北関東						南関東						北陸・甲信越					
	12月	1月	2月	3月	4月	5月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	12月	1月	2月	3月	4月	5月
業況DI(地域別)	8.1	0.0	0.7	5.2	0.6	3.0	▲2.3	▲2.7	▲0.5	▲5.5	▲7.0	▲6.3	▲4.9	▲4.8	▲8.6	▲2.0	▲4.6	▲8.2	▲6.7	▲11.5	▲8.6	▲10.1	▲6.4	▲5.9	▲10.0	▲6.1	▲5.1	▲10.0	▲11.4	▲12.8
地域内業況DI	▲17.2	▲22.8	▲10.0	▲13.0	▲16.8	▲9.0	▲20.8	▲19.4	▲20.7	▲22.6	▲23.2	▲24.4	▲28.8	▲28.9	▲27.8	▲23.8	▲22.5	▲25.8	▲22.4	▲24.4	▲20.7	▲22.4	▲19.6	▲21.1	▲35.0	▲29.4	▲26.8	▲24.6	▲28.7	▲27.6

	東海						関西						中国						四国						九州・沖縄					
	12月	1月	2月	3月	4月	5月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	12月	1月	2月	3月	4月	5月
業況DI(地域別)	▲5.3	▲6.0	▲4.0	▲0.7	▲0.8	▲4.2	▲7.9	▲4.5	▲3.5	▲2.9	▲5.2	▲6.4	▲9.7	▲10.7	▲10.7	▲11.8	▲1.9	▲0.8	▲3.9	▲1.6	▲8.9	▲3.8	▲6.6	▲4.0	0.6	▲1.5	0.4	0.3	4.3	3.2
地域内業況DI	▲19.8	▲17.0	▲14.7	▲15.0	▲11.6	▲14.4	▲31.0	▲30.3	▲25.9	▲20.7	▲24.9	▲26.4	▲24.0	▲20.7	▲23.4	▲20.0	▲19.5	▲16.1	▲23.4	▲24.6	▲21.2	▲21.2	▲32.2	▲25.4	▲11.3	▲15.3	▲9.2	▲8.8	▲11.0	▲12.8

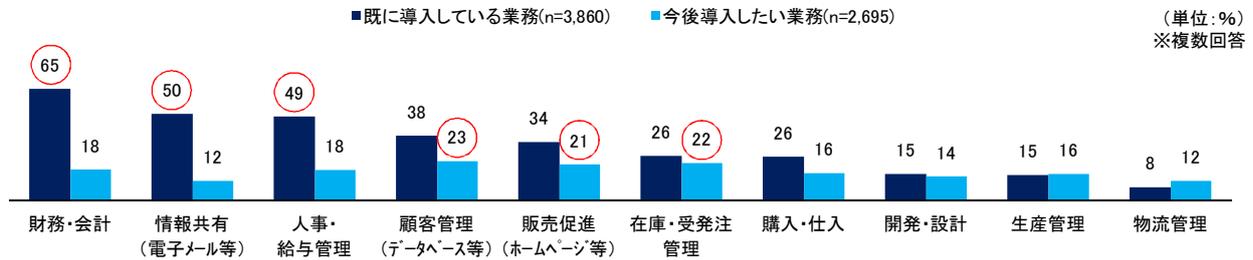
※DIとは、Diffusion Index(ディフュージョン・インデックス)の略で、好転(増加・上昇)したとする回答割合から、悪化(減少・低下)したとする回答割合を差し引いた値です。好転と悪化の割合が等しい場合、0となります。

$$DI = (\text{増加・好転などの回答割合}) - (\text{減少・悪化などの回答割合})$$

2. 個別テーマ(取引拡大に向けたIT活用)

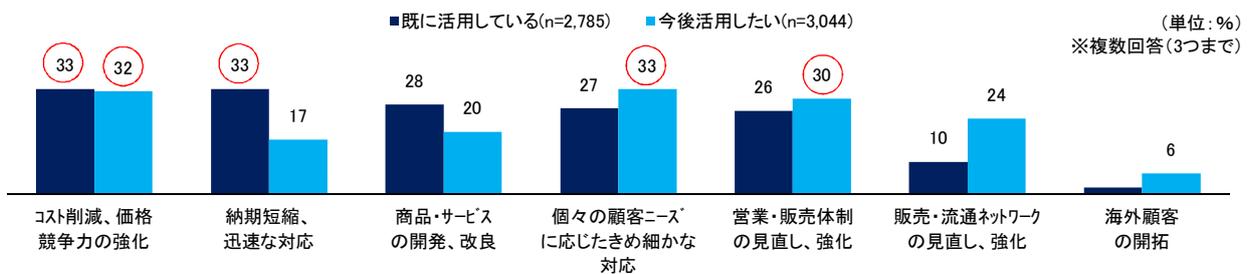
Q1: 自社の業務のうち、ITを導入している業務は何ですか？また、今後導入したい業務は何ですか？

- ・「既に導入している業務」では、「財務・会計」が約7割と最も多く、次いで「情報共有(電子メール等)」「人事・給与管理」となりました。
- ・「今後導入したい業務」では、「顧客管理」「在庫・受発注管理」「販売促進(ホームページ等)」がそれぞれ約2割となりました。



Q2: 販売戦略において、データを「既に活用している取組み」と「今後活用したいもの」は何ですか？

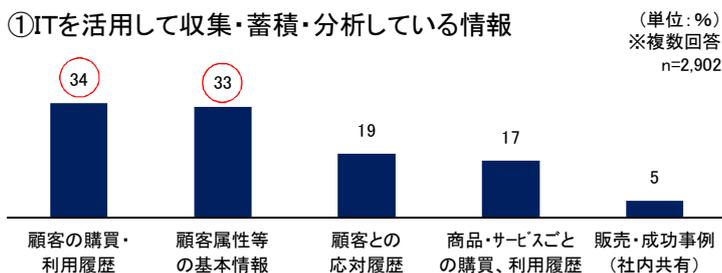
- ・「既に活用している取組み」では、「コスト削減、価格競争力の強化」「納期短縮、迅速な対応」がそれぞれ3割超となりました。
- ・「今後活用したいもの」では、「個々の顧客ニーズに応じたきめ細かな対応」「コスト削減、価格競争力の強化」「営業・販売体制の見直し、強化」が3割超となりました。



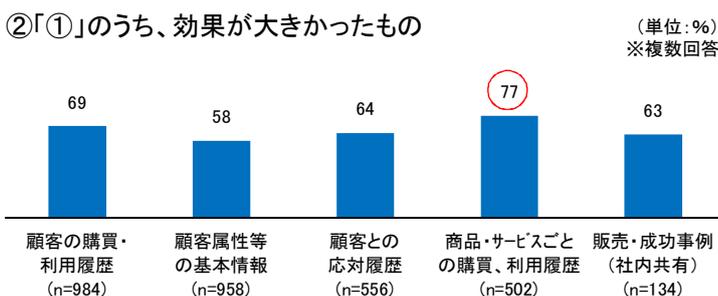
Q3: 顧客との取引拡大に向けて、「①ITを活用して収集・蓄積・分析している情報」「②そのうち効果が大きかったもの」は何ですか？

- ・「ITを活用して収集・蓄積・分析している情報」では、「顧客属性等の基本情報」と「顧客の購買・利用履歴」が3割超となりました。
- ・「効果が大きかったもの」では、「商品・サービスごとの購入、利用履歴」が約8割と多くなりました。

①ITを活用して収集・蓄積・分析している情報



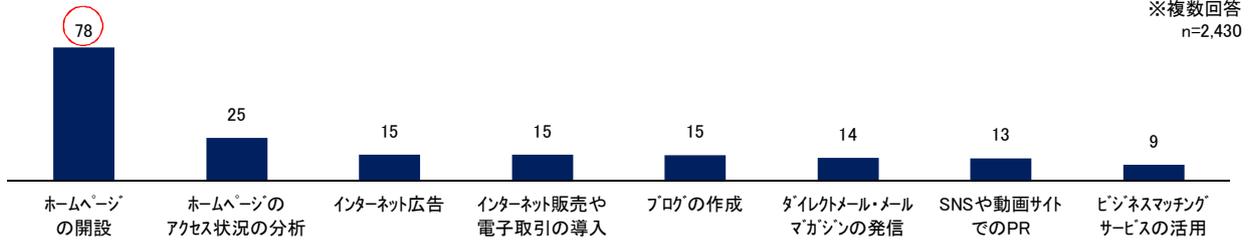
②「①」のうち、効果が大きかったもの



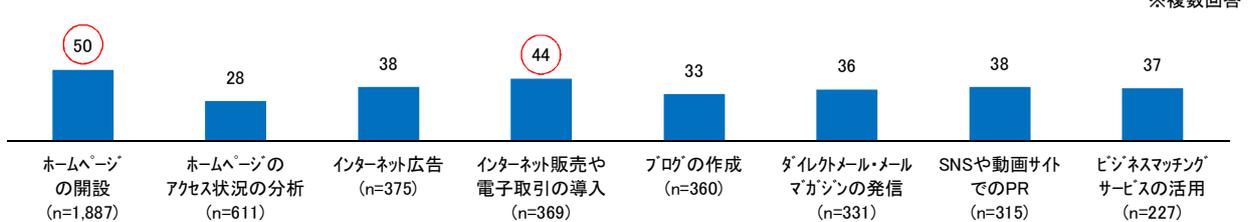
Q4: 新規獲得に向けて「①ITを活用している(したことがある)取組み」「②そのうち効果が大きかったもの」は何ですか？

- ・「活用している(したことがある)取組み」は、「ホームページの開設」が約8割と最も多くなりました。
- ・「効果が大きかったもの」では、「ホームページの開設」が約5割と最も多く、次いで「インターネット販売や電子取引の導入」となりました。

①活用している(したことがある)取組み



②「①」のうち効果が大きかった取組み



<取引拡大に向けたIT活用で効果的だったもの(自由回答)>

○インターネット・SNSの活用

- ・インターネット広告により、個人取引や求人への応募が増加した (東北/サービス業)
- ・SNSに掲載している広告を知人がシェアしてくれている (北海道/卸・小売業)
- ・SNSへの掲載を通じて若年層にアプローチしている (南関東/サービス業)

○顧客情報の収集・蓄積・分析

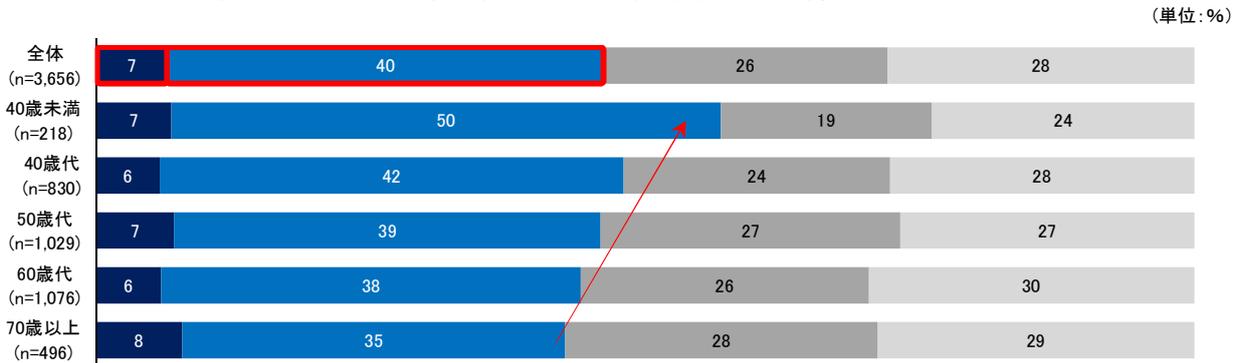
- ・顧客情報や対応履歴を蓄積・共有できるソフトウェア (CMRソフト) により、個々の顧客ニーズに対応している (南関東/サービス業)
- ・顧客分布に応じて折込広告の実施範囲を決めている (関西/卸・小売業)

Q5: 「IoT(Internet of Things)※」への関心はありますか？

※あらゆるモノがインターネットを通じてつながり、情報を送受信することで新たな価値を生み出すこと

- ・「既に取り組んでいる」経営者は1割未満となったものの、「今後取り組みたい」が約4割となり、「IoT」への関心の高さがうかがえます。
- ・経営者の年齢別にみると、若い経営者ほど関心が高くなっています。

■既に取り組んでいる ■今後取り組みたい ■取り組む意向はない ■聞いたことがない、知らない



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/>