

平成30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30年5月度調査－ ～「景況感」と「販路開拓」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。

平成30年5月度調査では、毎月実施している「景況感」に加え、個別テーマとして「販路開拓」をお聞きしました。

<調査概要>

調査期間 : 平成30年5月1日（火）～5月31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 : 4,358社
調査内容 : ①景況感
②個別テーマ：販路開拓

<ポイント>

1. 景況感

- ・「業況DI（自社の現在の業況）」は0.9pt（前月比▲0.2pt）と先月からほぼ横ばいとなりました。「将来DI」は10.2pt（前月比+0.2pt）と、調査開始（平成27年10月）以来の最高値を更新しました。

2. 個別テーマ：販路開拓

- ・人材育成や資金調達等と並び、中小企業の最も重要な経営課題の一つとされている「販路開拓」について、「販路開拓の取組方針」や「効果の大きかった取組み」を調査しました。

→販路開拓の取組方針では、「新規顧客」「既存顧客（取引量の拡大等）」の開拓を重視していると回答された企業がそれぞれ約4割となりました。

→過去1年の売上に占める新規顧客の割合では、「10%未満」が約8割となりました。

→効果の大きかった取組みでは、営業面は「経営者によるトップセールス」が約4割と最も多く、次いで「販売エリア・業種の拡大」が約3割となりました。マーケティング面は「ホームページの開設・アクセス分析」が約3割と最も多くなっています。

※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

【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、本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：個別テーマ（直近 1 年分）]

平成 30 年 5 月	販路開拓
平成 30 年 4 月	健康経営への取組み
平成 30 年 3 月	賃上げの実施意向・海外事業展開
平成 30 年 2 月	人材確保への取組み
平成 30 年 1 月	事業承継への取組み
平成 29 年 12 月	「平成 29 年の振り返り」と「平成 30 年の抱負」
平成 29 年 11 月	仕事と介護の両立
平成 29 年 10 月	知的財産の保護・活用
平成 29 年 9 月	企業間連携
平成 29 年 8 月	災害への備え
平成 29 年 7 月	電力小売自由化
平成 29 年 6 月	助成制度の活用

➤ 「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。

<https://www.daido-life.co.jp/knowledge/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30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30年5月1日(火)～5月31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	：4,358社	
➤調査内容	：1. 景況感 2. 販路開拓	

＜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		4,358	886	1,017	953	1,298	139	65
	北海道	159	23	49	34	43	6	4
	東北	276	34	77	50	91	12	12
	北関東※	317	82	80	55	89	7	4
	南関東※	890	164	147	212	326	21	20
	北陸・甲信越	310	96	74	57	62	18	3
	東海	419	130	109	76	87	13	4
	関西	681	163	129	170	186	25	8
	中国	564	87	161	127	176	10	3
	四国	115	23	31	30	25	6	0
	九州・沖縄	627	84	160	142	213	21	7

※北関東：茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県
 ※南関東：千葉県、東京都、神奈川県

従業員規模	企業数 (占率)	創業年数	企業数 (占率)	年齢	企業数 (占率)
5人以下	1,672 (38.4)	10年未満	471 (10.8)	40歳未満	206 (4.7)
6～10人	902 (20.7)	10～30年未満	1,161 (26.6)	40歳代	948 (21.8)
11～20人	798 (18.3)	30～50年未満	1,351 (31.0)	50歳代	1,228 (28.2)
21人以上	905 (20.8)	50～100年未満	1,125 (25.8)	60歳代	1,252 (28.7)
無回答	81 (1.9)	100年以上	137 (3.1)	70歳以上	636 (14.6)
		無回答	113 (2.6)	無回答	88 (2.0)
性別	企業数 (占率)				
男性	4,020 (92.2)	※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。			
女性	270 (6.2)	※特に記載がない場合、「無回答」を除いた集計をしています。			
無回答	68 (1.6)	※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、当社の統一的な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>

1. 景況感

- ・「業況DI（自社の現在の業況）」は0.9pt（前月比▲0.2pt）と先月からほぼ横ばいとなりました。「将来DI」は10.2pt（前月比+0.2pt）と、先月に引き続き、調査開始（H27.10）以来の最高値を更新しました。

2. 個別テーマ：販路開拓

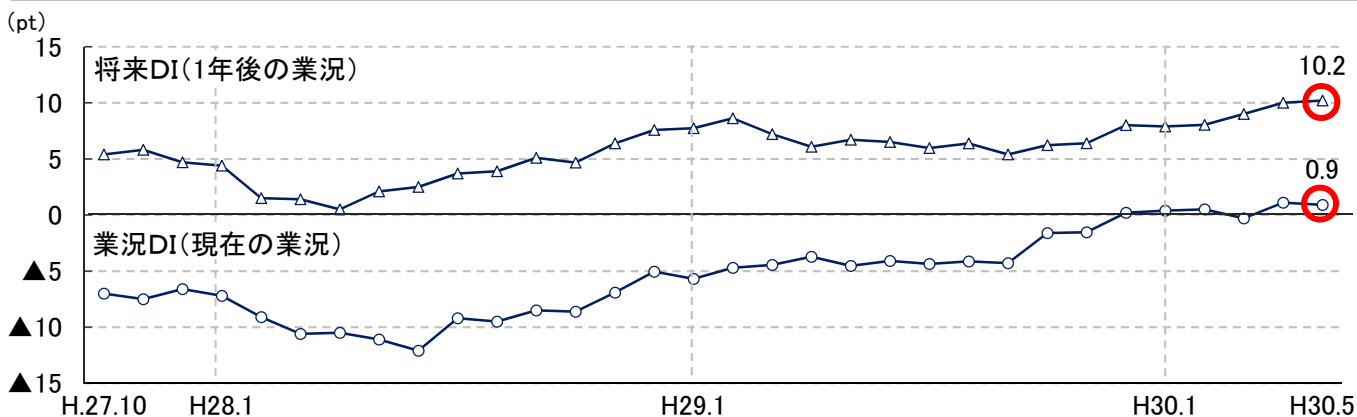
- ・人材育成や資金調達等と並び、中小企業の最も重要な経営課題の一つとされている「販路開拓」について、「販路開拓の取組方針」や「効果の大きかった取組み」を調査しました。

- 販路開拓の取組方針では、「新規顧客」「既存顧客（取引量の拡大等）」の開拓を重視していると回答された企業がそれぞれ約4割となりました。
- 過去1年の売上に占める新規顧客の割合では、「10%未満」が約8割となりました。
- 効果の大きかった取組みでは、営業面は「経営者によるトップセールス」が約4割と最も多く、次いで「販売エリア・業種の拡大」が約3割となりました。マーケティング面は「ホームページの開設・アクセス分析」が約3割と最も多くなっています。

1. 景況感

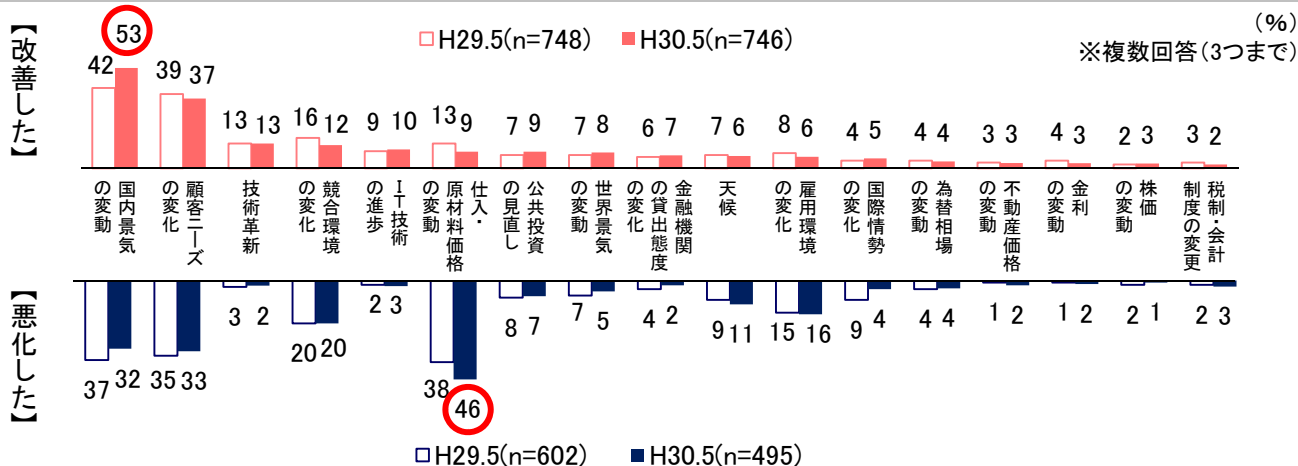
(1)現在の業況と将来の見通しの推移

- ・「業況DI(自社の現在の業況)」は0.9pt(前月比▲0.2pt)と、先月からほぼ横ばいとなりました。
- ・「将来DI(自社の1年後の業況)」は10.2pt(前月比+0.2pt)と、先月に引き続き、調査開始(H27.10)以来の最高値を更新しました。



(2)景況感に影響を与えた要因

- ・「改善した」と回答された企業では、「国内景気の変動(好転)」が約5割と最も多く、前年同月から11pt上昇。
- ・一方、「悪化した」企業では、「仕入・原材料価格の変動(高騰)」が約5割と最も多く、前年同月から8pt悪化しました。

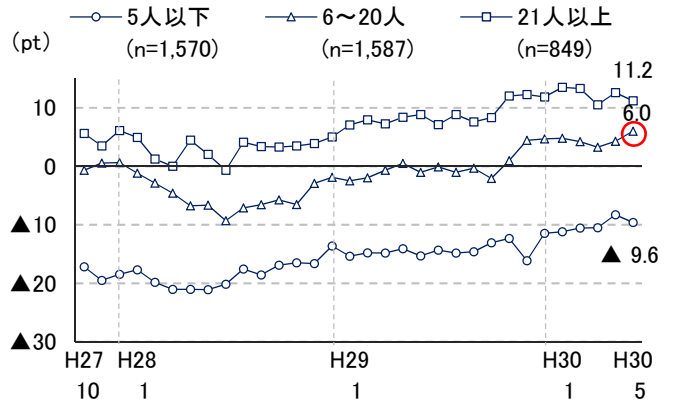
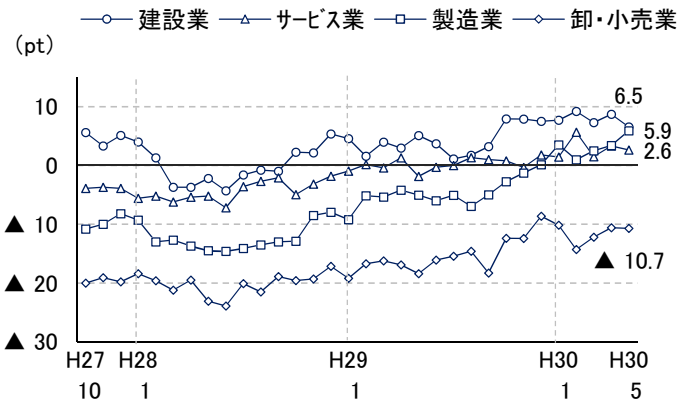


(3) 業種別の動向

・「業況DI」を業種別にみると、全業種でほぼ横ばいとなりました。

(4) 従業員規模別の動向

・「業況DI」を従業員規模別にみると、「6~20人」では6.0pt(前月比+1.7pt)と、過去最高を更新しました。



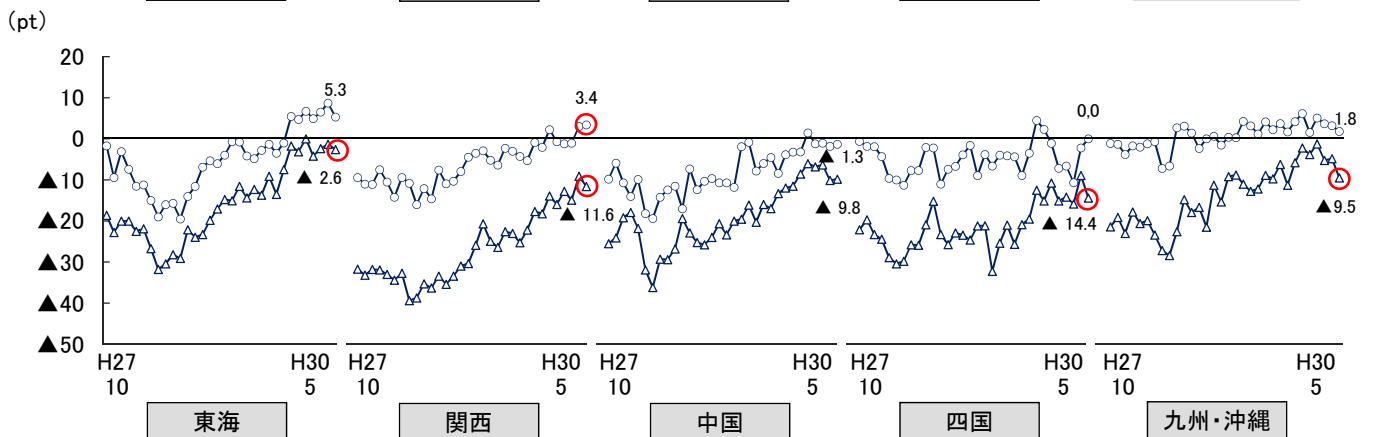
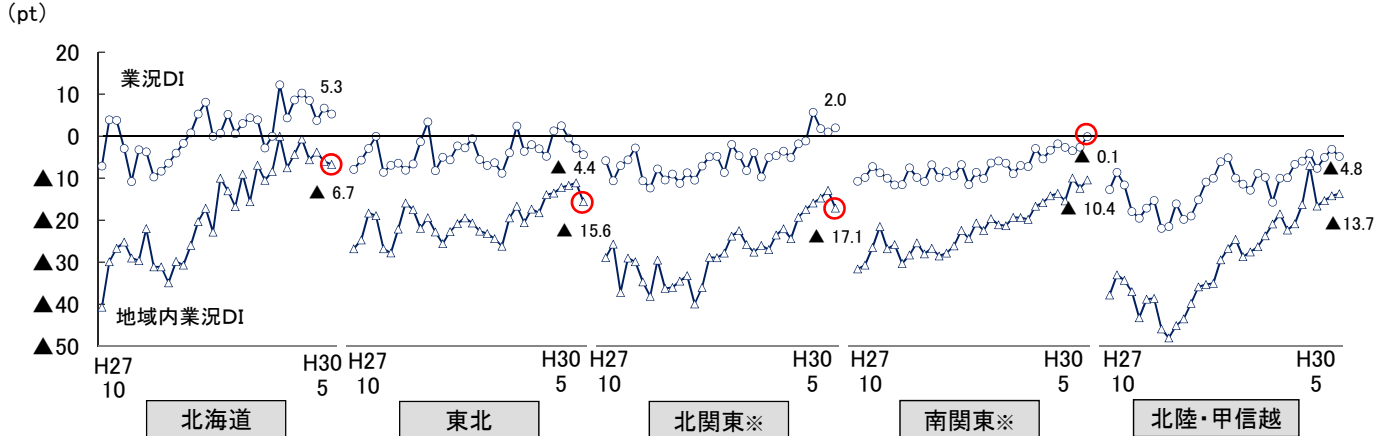
(5) 地域別の動向

・「業況DI」を地域別にみると、「南関東」「関西」では、調査開始(H27.10)以来、最高値となりました。
 ・「地域内業況DI(※)」は、全国平均で▲10.6pt(前月比▲1.5pt)と悪化。地域別では、7地域が悪化しました。

<全国平均(直近6ヵ月)> (pt)

	12月	1月	2月	3月	4月	5月
業況DI	0.2	0.4	0.5	▲0.3	1.1	0.9
地域内業況DI	▲11.1	▲10.1	▲10.7	▲9.8	▲9.1	▲10.6

(※) 回答企業の本社が属する地域内全体の景況感を数値化したもの。地域別の回答企業数には格差があることから、これを補完するため、「業況DI」(自社の業況)とあわせて表示しています。



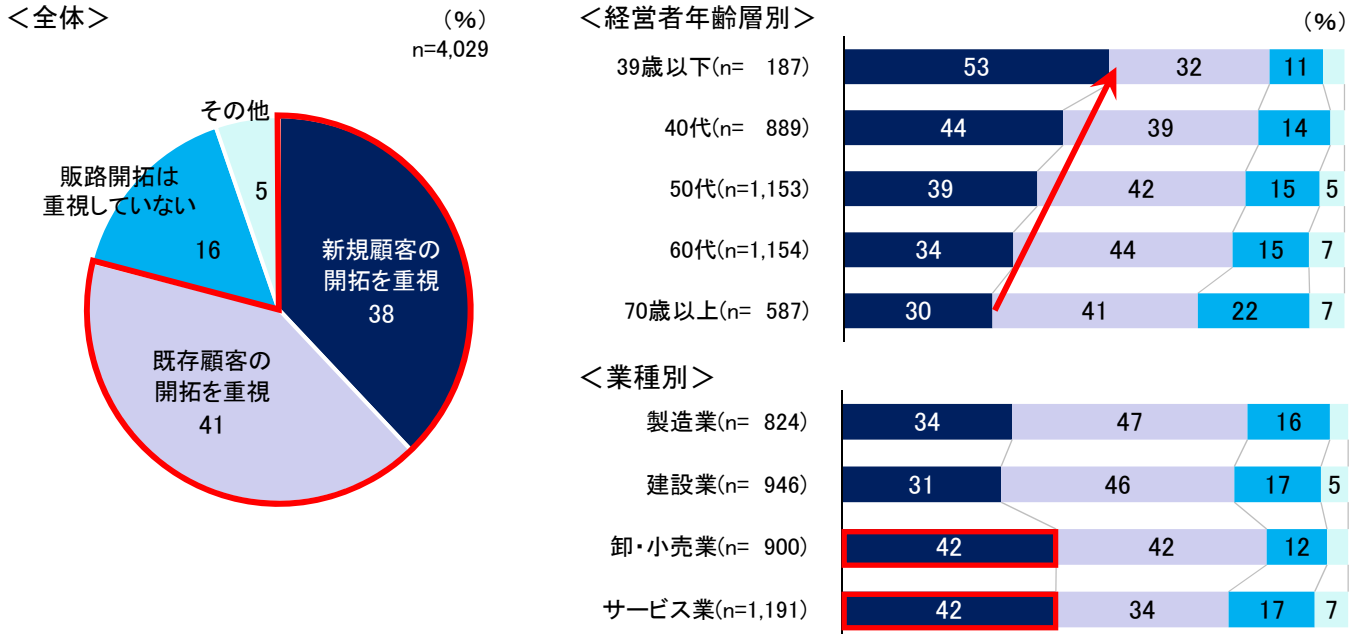
※北関東：茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県
 ※南関東：千葉県、東京都、神奈川県

2. 個別テーマ(販路開拓)

中小企業における「販路開拓」は、人材育成や資金調達等と並び、最も重要な経営課題の一つとされています。

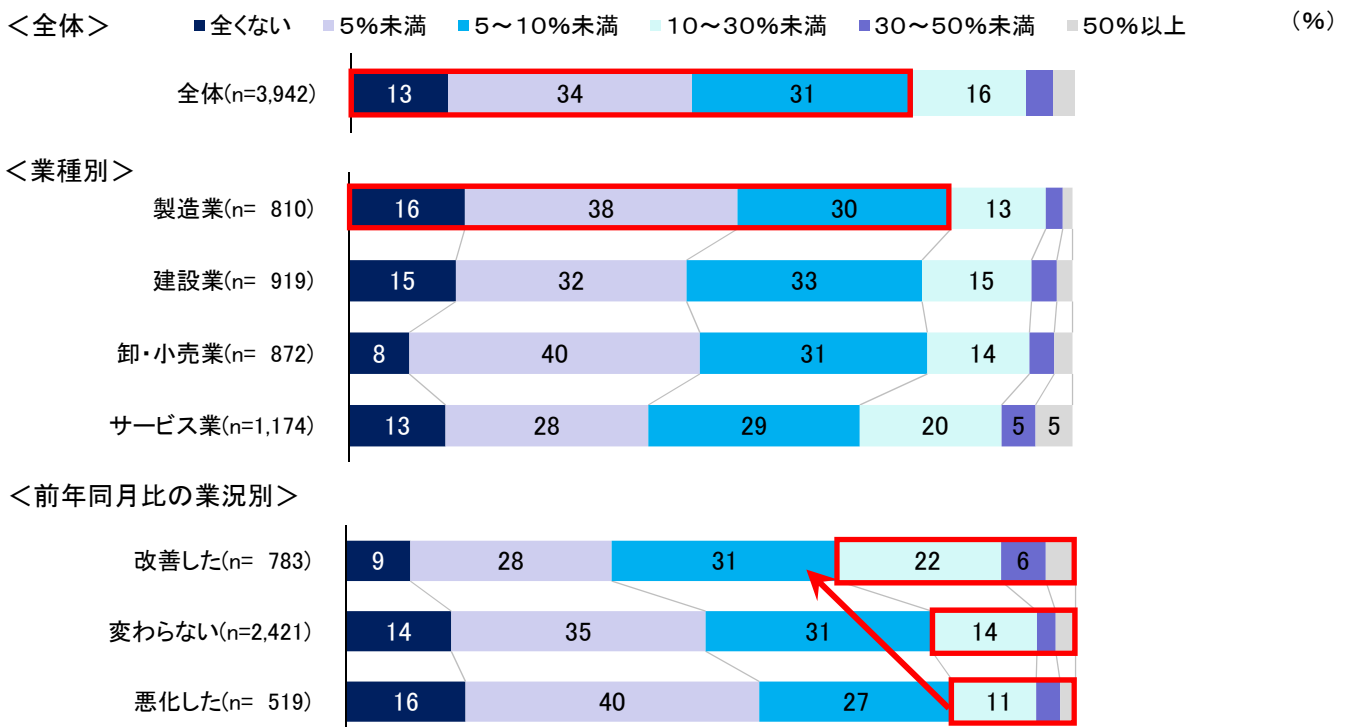
Q1:「販路開拓」のために重視しているのは、「新規顧客」「既存顧客(取引量の拡大等)」のどちらですか。

- ・「新規顧客」「既存顧客」の開拓を重視していると回答された企業がそれぞれ約4割となりました。
- ・経営者の年齢層別でみると、若い層ほど「新規顧客」を重視していることがうかがえます。
- ・業種別でみると、「卸・小売業」「サービス業」で「新規顧客」を重視している割合が多くなっています。



Q2: 過去1年の売上げに占める新規顧客の割合をお答えください。

- ・売上に占める新規顧客の割合は、「10%未満」が約8割となりました。
- ・業種別にみると、「製造業」で「10%未満」の割合が最も多くなっています。
- ・前年同月比の業況別でみると、「業況が改善した」企業ほど売上に占める新規顧客の割合が多くなっています。

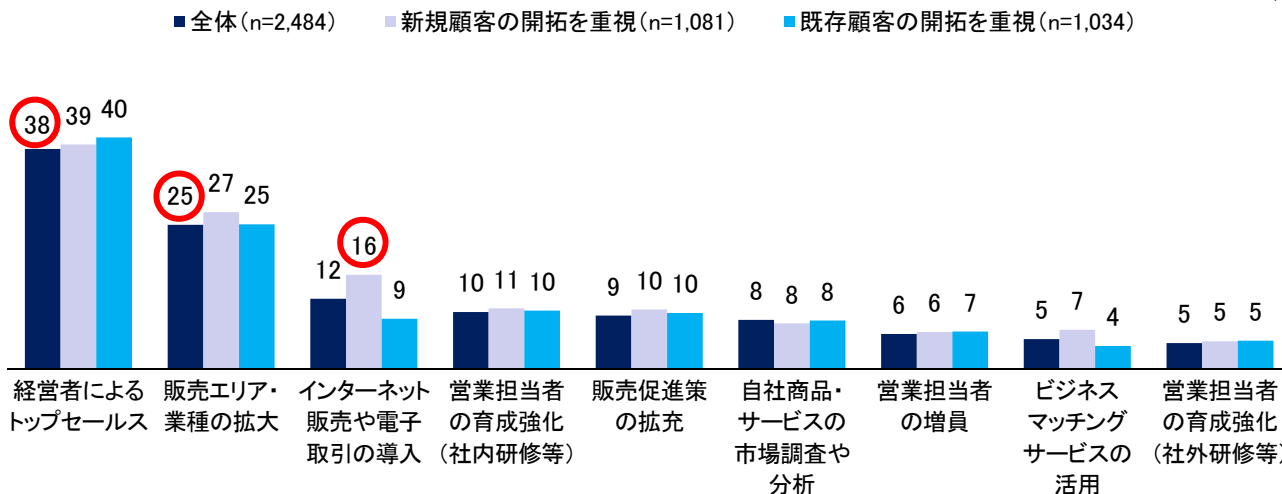


Q3:「販路開拓」に向けて実施している(したことがある)取組みのうち「効果が大きかったもの」は何ですか。

・営業面では「経営者によるトップセールス」が約4割と最も多く、次いで「販売エリア・業種の拡大」が約3割となりました。マーケティング面では「ホームページの開設・アクセス分析」が約3割と最も多くなっています。
 ・「新規顧客の開拓を重視」する企業では、営業面で「インターネット販売や電子取引の導入」が、マーケティング面で「ホームページの開設・アクセス分析」「SNSの活用」が「既存顧客の開拓を重視」する企業に比べ、多くなっています。

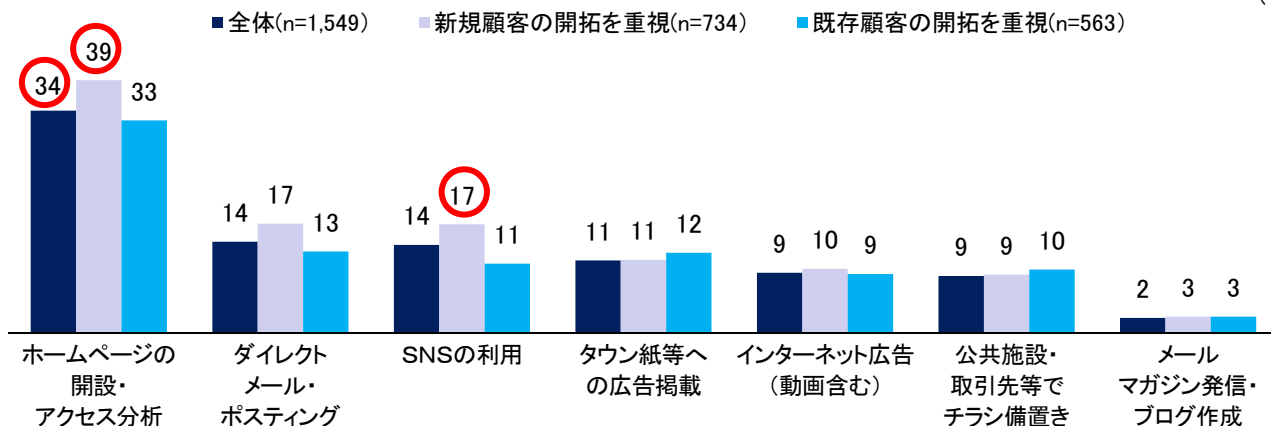
<営業面>

※複数回答 (%)



<マーケティング面>

※複数回答 (%)



<その他取組み(自由記入)>

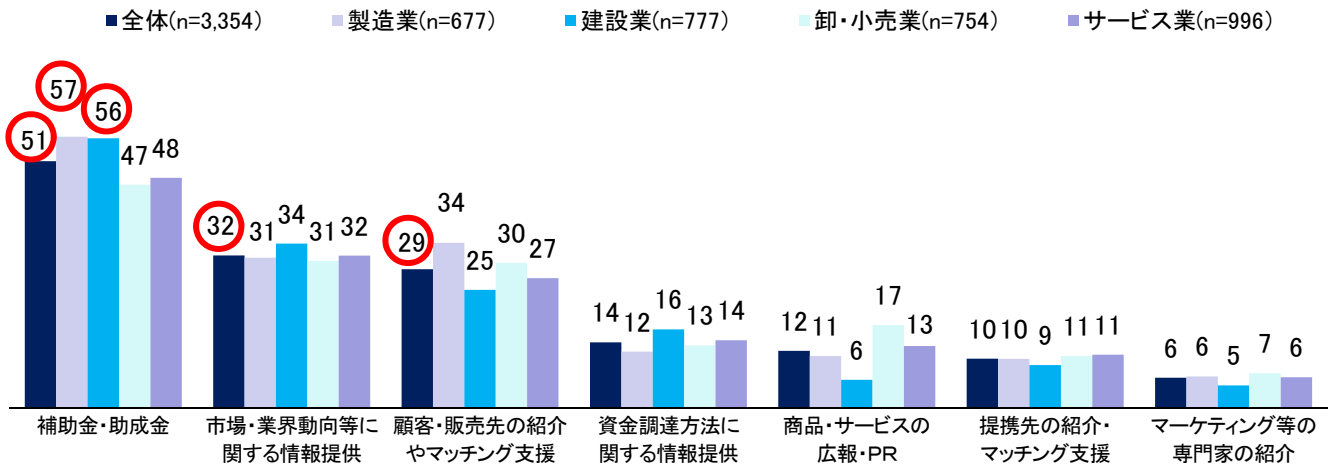
- ・顧客の口コミによる宣伝 (九州・沖縄/卸・小売業 他多数)
- ・製品のPRの機会として展示会へ参加 (北関東/製造業)
- ・イメージキャラクター作成によるイメージチェンジ (東海/小売業)

Q4:「販路開拓」のために、行政等に期待する支援策は何ですか。

- ・「販路開拓」のために行政等に期待する支援策は、「補助金・助成金」が約5割と最も多く、次いで「市場・業界動向等に関する情報提供」「顧客・販売先の紹介やマッチング支援」となりました。
- ・業種別にみると、「製造業」「建設業」で「補助金・助成金」が約6割と最も多くなりました。

<全体・業種別>

※複数回答 (%)

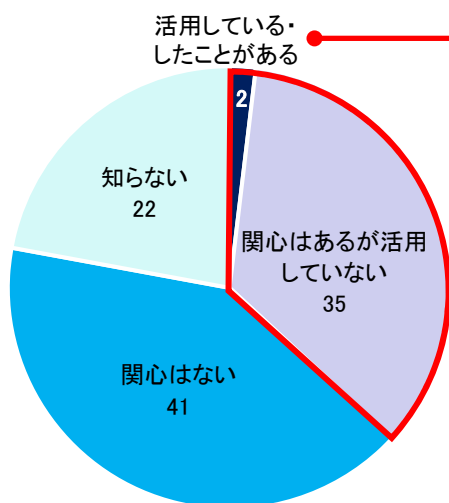


Q5: 新規事業・販路開拓等の資金調達方法として、「クラウドファンディング」へ関心はありますか。

- ・「活用している・したことがある」「関心はあるが活用していない」が約4割となりました。一方、「関心はない」も約4割となっています。
- ・「活用している・したことがある」を業種別にみると、「卸・小売業」「サービス業」が多くなっています。

<全体>

(%)
n=3,621



<業種・従業員規模別件数>

	製造業	建設業	卸・小売業	サービス業	合計
5人以下	5	0	10	10	25
6~20人	7	9	7	8	31
21人以上	2	0	2	6	10
合計	14	9	19	24	66

【参考:DIの推移】

＜全体＞

(pt)

	H27			H28												H29											
	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
業況	▲7.0	▲7.5	▲6.6	▲7.2	▲9.1	▲10.6	▲10.5	▲11.1	▲12.1	▲9.2	▲9.5	▲8.5	▲8.6	▲6.9	▲5.1	▲5.7	▲4.7	▲4.5	▲3.7	▲4.5	▲4.1	▲4.4	▲4.1	▲4.3	▲1.6	▲1.5	0.2
将来	5.4	5.8	4.7	4.4	1.5	1.4	0.5	2.1	2.5	3.7	3.9	5.1	4.7	6.4	7.6	7.7	8.6	7.2	6.1	6.7	6.5	6.0	6.4	5.4	6.2	6.4	8.0
従業員	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	▲35.9	▲34.0	▲33.9	▲35.8	▲36.2	▲36.7

	H30				
	1月	2月	3月	4月	5月
業況	0.4	0.5	▲0.3	1.1	0.9
将来	7.9	8.0	9.0	10.0	10.2
従業員	▲38.2	▲37.3	▲41.8	▲43.0	▲40.6

＜業種別(直近6ヵ月)＞

(pt)

	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	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	0.1	3.5	1.0	2.5	3.4	5.9	7.5	7.7	9.2	7.3	8.7	6.5	▲8.6	▲10.2	▲14.3	▲12.2	▲10.6	▲10.7	1.8	1.4	5.7	1.5	3.3	2.6
従業員	▲34.9	▲33.4	▲34.6	▲39.4	▲40.6	▲37.5	▲44.1	▲49.5	▲47.3	▲53.0	▲53.8	▲53.1	▲29.6	▲31.4	▲29.6	▲32.9	▲30.5	▲31.5	▲37.9	▲38.0	▲37.8	▲40.8	▲46.1	▲40.2

＜従業員規模別(直近6ヵ月)＞

(pt)

	5人以下						6~20人						21人以上					
	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	▲11.5	▲11.2	▲10.6	▲10.5	▲8.3	▲9.6	4.7	4.8	4.2	3.3	4.3	6.0	11.9	13.5	13.3	10.5	12.6	11.2
従業員	▲30.4	▲33.2	▲32.4	▲32.6	▲33.7	▲32.8	▲39.6	▲40.2	▲38.1	▲43.6	▲45.0	▲42.1	▲41.9	▲43.7	▲45.1	▲54.1	▲55.9	▲53.1

＜地域別(直近6ヵ月)＞

(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	8.6	10.3	8.5	3.8	6.7	5.3	▲4.8	1.3	2.5	▲0.4	▲2.9	▲4.4	▲1.8	▲1.1	5.7	1.8	1.0	2.0	▲3.3	▲1.8	▲2.6	▲3.4	▲2.6	▲0.1	▲5.9	▲4.1	▲7.6	▲5.0	▲3.1	▲4.8
地域内業況	▲4.3	▲0.6	▲5.6	▲3.8	▲6.0	▲6.7	▲13.9	▲13.5	▲12.2	▲11.7	▲11.1	▲15.6	▲19.3	▲17.5	▲15.9	▲14.7	▲12.9	▲17.1	▲14.2	▲13.6	▲15.4	▲10.0	▲12.4	▲10.4	▲16.3	▲6.9	▲16.9	▲15.3	▲14.2	▲13.7
従業員	▲43.4	▲44.9	▲48.4	▲45.0	▲50.0	▲48.6	▲29.9	▲28.3	▲31.3	▲36.8	▲38.1	▲41.2	▲40.0	▲41.1	▲36.9	▲42.5	▲44.4	▲42.0	▲32.9	▲35.4	▲33.2	▲35.5	▲39.7	▲37.6	▲38.9	▲45.2	▲43.1	▲39.4	▲45.6	▲49.1

	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	4.7	6.7	4.9	6.5	8.7	5.3	2.2	▲0.7	▲1.2	▲1.0	3.0	3.4	▲3.2	1.5	▲1.2	▲1.0	▲1.8	▲1.3	▲1.1	▲7.1	▲6.6	▲10.7	▲2.2	0.0	6.2	1.6	5.1	3.7	3.2	1.8	
地域内業況	▲3.1	0.0	▲4.2	▲2.4	▲1.3	▲2.6	▲13.9	▲15.9	▲12.8	▲14.9	▲9.1	▲11.6	▲8.5	▲6.0	▲6.8	▲6.3	▲10.1	▲9.8	▲10.8	▲15.1	▲14.2	▲15.8	▲8.9	▲14.4	▲2.2	▲3.8	▲1.2	▲5.2	▲4.8	▲9.5	
従業員	▲31.2	▲36.5	▲36.1	▲43.6	▲42.8	▲42.0	▲36.0	▲34.1	▲35.9	▲42.4	▲39.2	▲34.8	▲51.2	▲49.9	▲42.9	▲50.4	▲47.8	▲43.0	▲39.1	▲45.2	▲41.7	▲44.2	▲44.4	▲44.4	▲38.3	▲36.5	▲36.8	▲37.7	▲43.0	▲46.6	▲41.0

※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・過剰)したとする回答割合から、悪化(減少・低下・不足)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。

$$DI = (\text{増加・好転・過剰などの回答割合}) - (\text{減少・悪化・不足などの回答割合})$$



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)
<https://www.daido-life.co.jp/>