

中小企業調査
『大同生命サーベイ』
月次レポート

－ 平成28年2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2月1日(月)～2月29日(月)
➢ 調査対象	: 全国の企業経営者(うち約8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	: 4,224社
➢ 調査内容	: 1. 景況感 2. 後継者の育成、M&Aの活用

<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		4,224	920	991	1,003	1,126	130	54
	北海道	138	20	35	37	39	6	1
	東北	265	34	80	60	81	6	4
	北関東	419	93	109	91	108	16	2
	南関東	931	186	169	216	312	20	28
	北陸・甲信越	316	90	92	83	41	7	3
	東海	484	137	117	100	106	20	4
	関西	719	194	135	176	185	23	6
	中国	220	52	53	52	53	10	0
	四国	175	37	47	49	36	4	2
	九州・沖縄	557	77	154	139	165	18	4

従業員規模	企業数 (占率)
5人以下	1,686 (39.9)
6～10人	1,004 (23.8)
11～20人	790 (18.7)
21人以上	687 (16.3)
無回答	57 (1.3)

創業年数	企業数 (占率)
10年未満	353 (8.4)
10～29年	1,159 (27.4)
30～49年	1,409 (33.4)
50～99年	1,100 (26.0)
100年以上	129 (3.1)
無回答	74 (1.8)

年齢	企業数 (占率)
39歳以下	225 (5.3)
40代	905 (21.4)
50代	1,117 (26.4)
60代	1,333 (31.6)
70歳以上	564 (13.4)
無回答	80 (1.9)

性別	企業数 (占率)
男性	3,845 (91.0)
女性	263 (6.2)
無回答	116 (2.7)

※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。

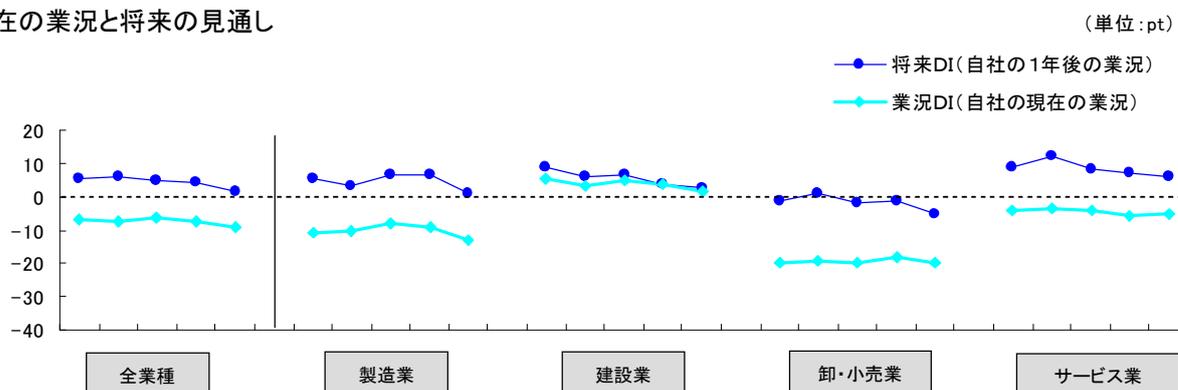
＜2月度調査のポイント＞

- ・「業況DI」は▲9.1pt（前月比▲1.9pt）と、前月から悪化。「将来DI」は1.5pt（前月比▲2.9pt）とプラスの値となっているものの、3ヵ月連続で悪化しています。
- ・今月の個別テーマでは「後継者の育成」と「M&Aの活用」について調査しました。
- ・「後継者の育成」にあたり重視していることとして、約4割の経営者が「取引先との信頼関係構築」と回答。次いで「従業員との信頼関係構築」が多くなりました。
- ・また、「M&Aの活用」については、約2割の経営者が「関心がある」と回答。「M&Aのイメージ」では、約3割の経営者が「今後ますます増加する」と回答する一方、「活用のイメージがわからない」との回答も、同程度の回答数となりました。

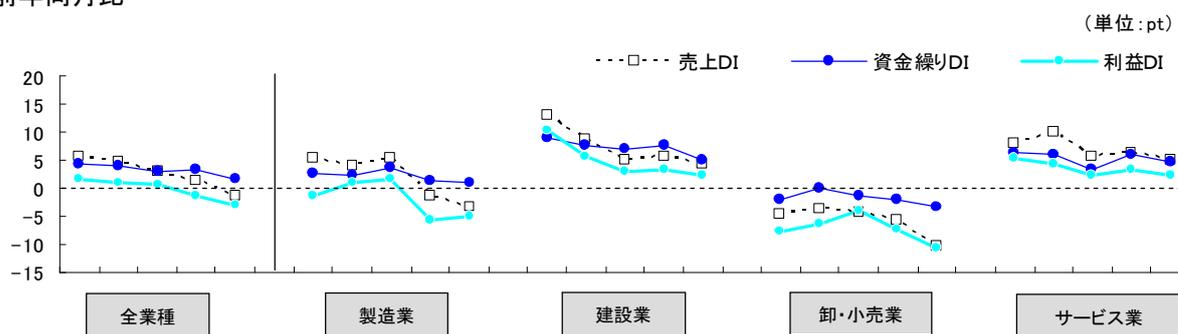
1. 景況感

- ・「業況DI」は▲9.1pt（前月比▲1.9pt）と、前月から悪化しました。業種別では、サービス業が前月からほぼ横ばい、製造業、建設業、卸・小売業が悪化しました。
- ・「将来DI」は1.5pt（前月比▲2.9pt）とプラスの値となっているものの、3ヵ月連続で悪化しています。
- ・対前年同月比では、「売上DI」と「利益DI」が4ヵ月続けて悪化しています。

(1) 現在の業況と将来の見通し



(2) 対前年同月比



(単位:pt)

	全業種					製造業					建設業					卸・小売業					サービス業				
	10月	11月	12月	1月	2月	10月	11月	12月	1月	2月	10月	11月	12月	1月	2月	10月	11月	12月	1月	2月	10月	11月	12月	1月	2月
業況DI	▲7.0	▲7.5	▲6.6	▲7.2	▲9.1	▲10.8	▲10.0	▲8.2	▲9.3	▲13.0	5.6	3.3	5.1	4.0	1.3	▲20.0	▲19.1	▲19.8	▲18.4	▲19.9	▲3.9	▲3.7	▲3.9	▲5.6	▲5.2
将来DI	5.4	5.8	4.7	4.4	1.5	5.3	3.4	6.7	6.7	0.9	8.7	5.9	6.6	3.6	2.8	▲1.1	1.2	▲2.1	▲1.3	▲5.0	8.8	12.1	8.2	7.3	6.0
売上DI	5.8	4.7	3.0	1.5	▲1.2	5.4	3.9	5.5	▲1.4	▲3.3	13.0	8.7	4.9	5.7	4.2	▲4.5	▲3.8	▲4.4	▲5.6	▲10.3	8.0	10.1	5.6	6.4	4.9
資金繰りDI	4.3	3.9	3.0	3.5	1.6	2.6	2.5	3.7	1.4	1.1	8.9	7.8	6.9	7.8	5.1	▲2.0	0.0	▲1.2	▲2.1	▲3.3	6.3	5.9	3.2	5.9	4.7
利益DI	1.7	1.1	0.8	▲1.3	▲2.9	▲1.3	0.9	1.8	▲5.5	▲5.1	10.3	5.7	2.9	3.4	2.3	▲7.6	▲6.2	▲4.0	▲7.4	▲10.5	5.2	4.5	2.2	3.2	2.5

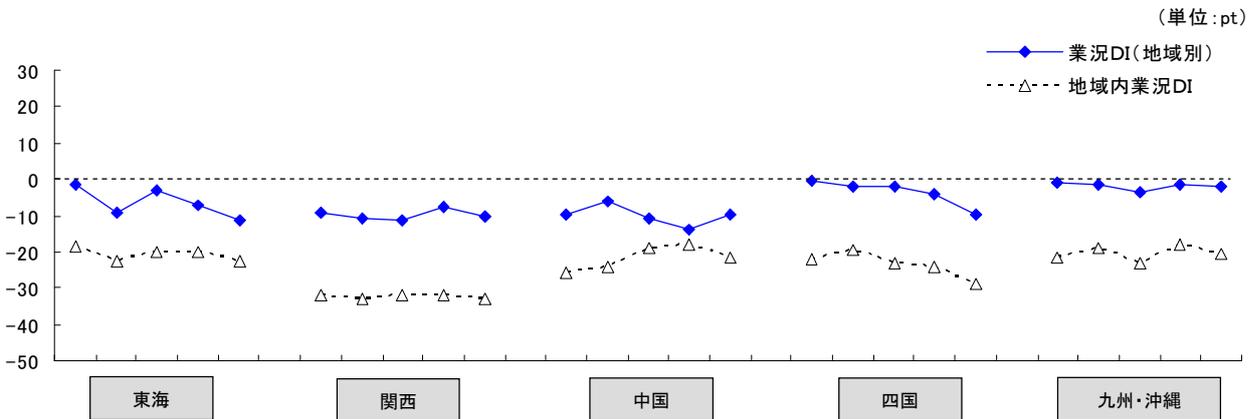
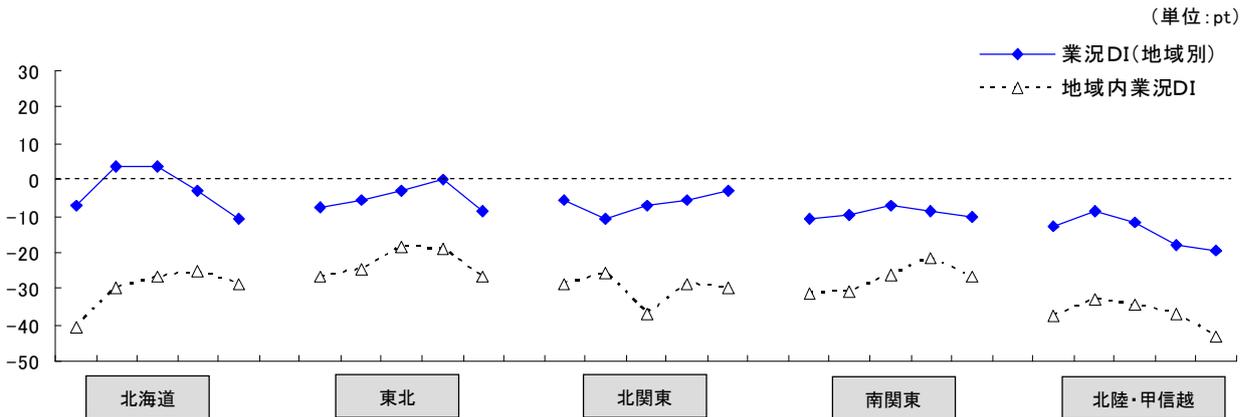
(3) 業況DI(地域別)と地域内業況DI

- ・「業況DI(地域別)」は「九州・沖縄」が▲2.0ptと最も高く、「北陸・甲信越」が▲19.5ptと最も低くなりました。なお、「北関東」は、3ヵ月連続で改善しています。
- ・「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▲28.0pt(前月比▲3.4pt)と、悪化。地域別に見ると、「九州・沖縄」が最も高く(▲20.6pt)、「北陸・甲信越」が最も低く(▲43.2pt)なっています。

<全国平均> (単位:pt)

	10月	11月	12月	1月	2月
業況DI(地域別)	▲7.0	▲7.5	▲6.6	▲7.2	▲9.1
地域内業況DI	▲28.2	▲27.2	▲26.9	▲24.6	▲28.0

(※) 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				
	10月	11月	12月	1月	2月	10月	11月	12月	1月	2月	10月	11月	12月	1月	2月	10月	11月	12月	1月	2月	10月	11月	12月	1月	2月
業況DI(地域別)	▲7.1	3.9	3.8	▲2.9	▲10.8	▲7.9	▲5.7	▲2.9	0.0	▲8.6	▲5.8	▲10.6	▲7.0	▲5.6	▲2.8	▲10.7	▲9.8	▲7.2	▲8.7	▲10.0	▲12.7	▲8.6	▲11.6	▲17.9	▲19.5
地域内業況DI	▲40.7	▲29.9	▲26.7	▲25.2	▲29.0	▲26.8	▲24.7	▲18.3	▲18.9	▲26.8	▲28.9	▲25.7	▲37.2	▲29.0	▲29.9	▲31.6	▲30.7	▲26.5	▲21.5	▲26.8	▲37.8	▲33.0	▲34.3	▲37.0	▲43.2

	東海					関西					中国					四国					九州・沖縄				
	10月	11月	12月	1月	2月	10月	11月	12月	1月	2月	10月	11月	12月	1月	2月	10月	11月	12月	1月	2月	10月	11月	12月	1月	2月
業況DI(地域別)	▲1.7	▲9.4	▲3.1	▲7.4	▲11.5	▲9.4	▲11.0	▲11.1	▲7.5	▲10.5	▲9.8	▲5.9	▲10.7	▲14.0	▲9.9	▲0.6	▲1.8	▲1.9	▲4.3	▲9.6	▲1.1	▲1.3	▲3.8	▲1.7	▲2.0
地域内業況DI	▲18.6	▲22.8	▲20.0	▲20.0	▲22.5	▲31.7	▲33.2	▲31.8	▲31.9	▲33.0	▲25.5	▲24.1	▲19.2	▲17.9	▲21.8	▲22.1	▲19.7	▲23.3	▲24.4	▲28.9	▲21.4	▲19.1	▲23.0	▲17.8	▲20.6

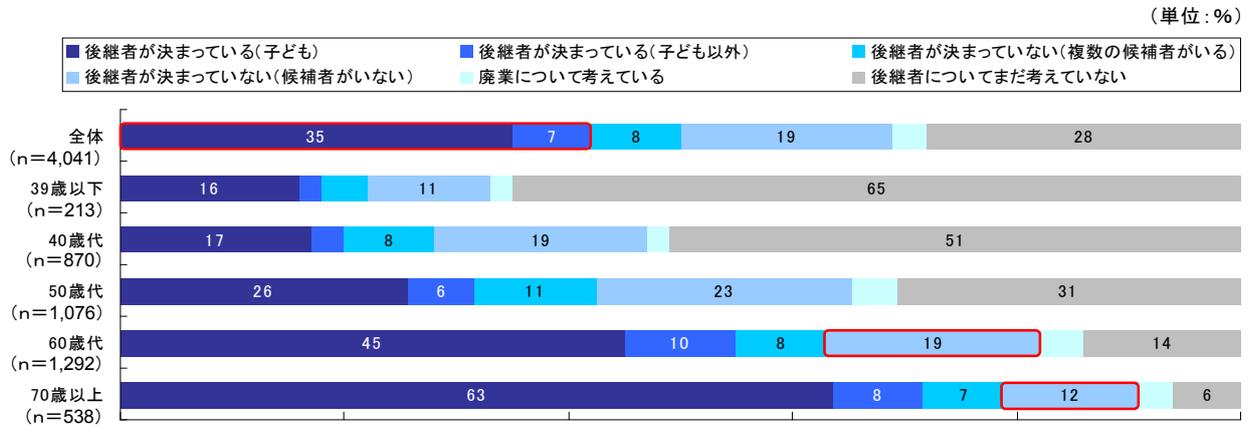
※DIとは、Diffusion Index(ディフュージョン・インデックス)の略で、好転(増加・上昇)したとする回答割合から、悪化(減少・低下)したとする回答割合を差し引いた値です。好転と悪化の割合が等しい場合、0となります。

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

2. 個別テーマ(「後継者の育成」と「M&Aの活用」)

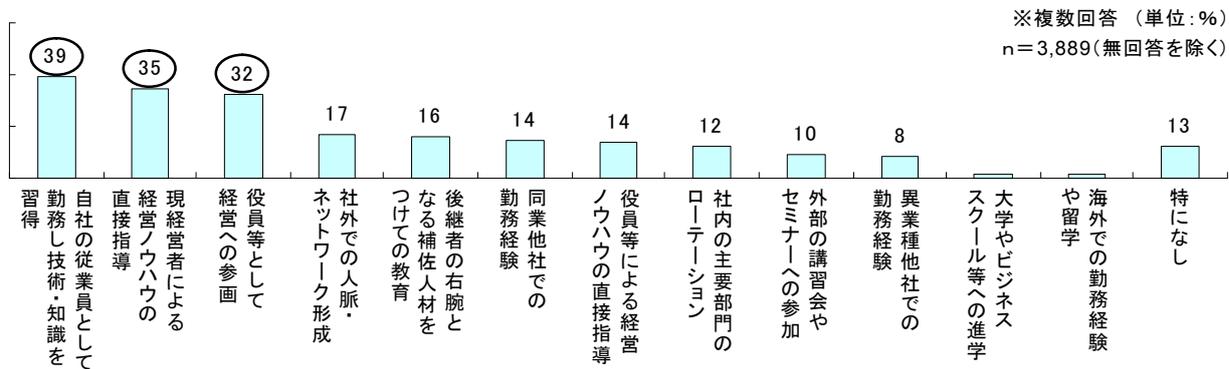
Q1: 現在、後継者はいらっしゃいますか？

- ・約4割の経営者が「後継者が決まっている」と回答。うち約8割が、子を後継者とされています。
- ・60歳代の約2割、70歳代以上の約1割が、候補者不在のため、後継者が決まっていないと回答されています。



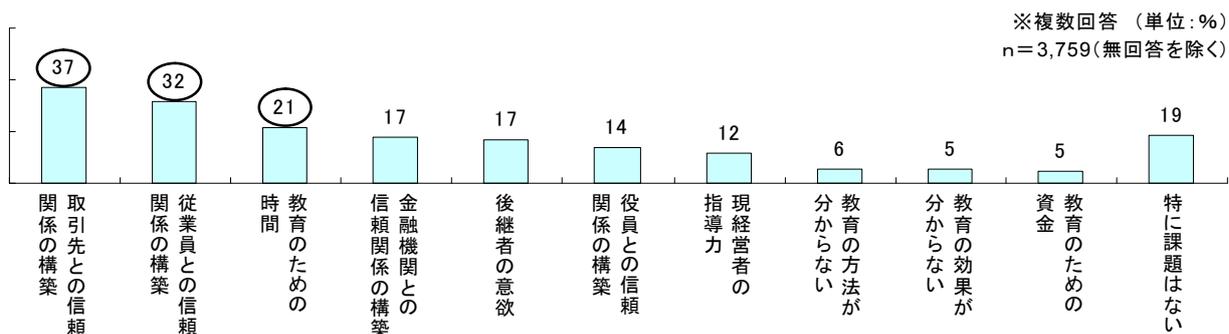
Q2: どのような方法で後継者を育成されますか？

- ・「自社の従業員として勤務し、技術・知識を習得」が約4割と最も多く、次いで「現経営者による経営ノウハウの直接指導」「役員等として経営への参画」となり、自社内での育成を重視している経営者が多いことがうかがえます。



Q3: 後継者の育成において、何を重視されますか？

- ・「取引先との信頼関係の構築」が約4割と最も多く、次いで「従業員との信頼関係の構築」となり、後継者が社内外との信頼関係を構築することを重視する経営者が多いことがうかがえます。

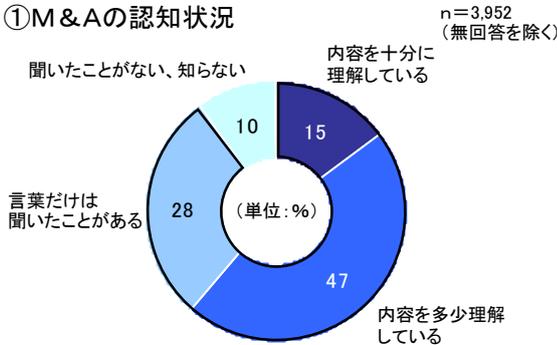


Q4: M&Aをご存知ですか？

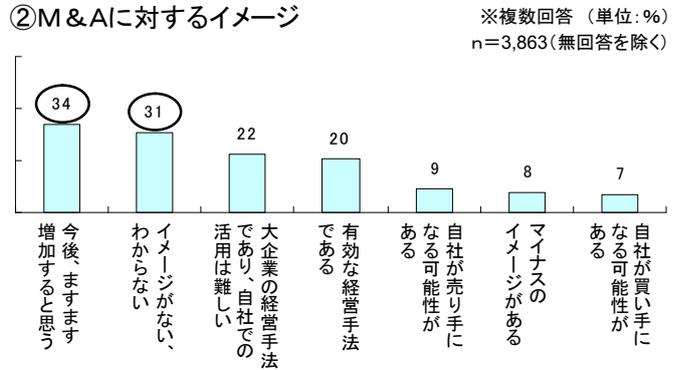
また、M&Aに対して、どのようなイメージをお持ちですか？

- ・約9割の経営者が「M&Aを知っている」と回答され、「内容を十分に理解している」「内容を多少理解している」と回答されたのは約6割でした。
- ・M&Aに対するイメージについては、約3割の経営者が「今後、ますます増加すると思う」と回答されている一方で、同程度の経営者が「イメージがない、わからない」と回答されています。

①M&Aの認知状況



②M&Aに対するイメージ

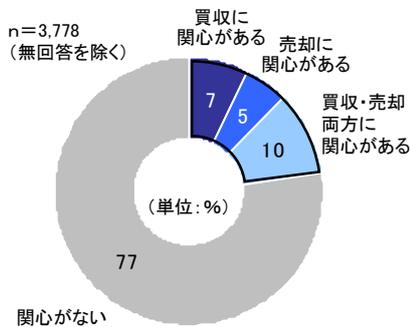


Q5: M&Aの活用に関心をお持ちですか？

また、関心のある活用方法や目的は何ですか？

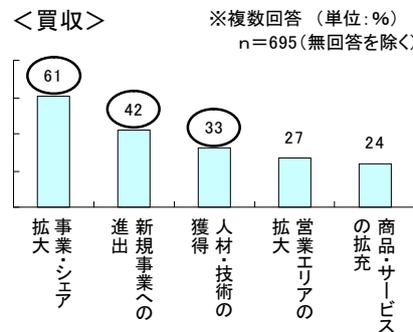
- ・約2割の経営者が「M&Aに関心がある」と回答されています。
- ・買収については、「事業・シェア拡大」が最も多く、次いで「新規事業への進出」「人材・技術の獲得」となりました。
- ・売却については、「事業の存続(後継者不在)」が最も多く、次いで「別事業に挑戦」「不採算事業の整理」となりました。

①M&Aの活用への関心

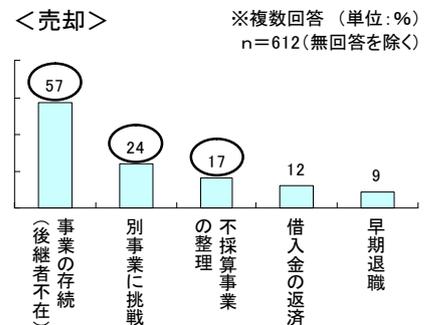


②関心ある活用方法や目的

<買収>



<売却>



<経営者のM&Aに関する要望・課題>

QM&Aに関する要望

- ・自社と同業種・同程度の規模でM&Aを活用した事例を知りたい。(北海道/サービス業)
- ・M&Aに関するセミナーがあれば、参加してみたい。(東北/サービス業)
- ・企業によりM&Aの活用方法は異なる。活用に関する情報があれば教えてもらいたい。(関西/建設業)

QM&Aを検討する際の課題

- ・企業文化の相互理解が不可欠。(南関東/サービス業)
- ・M&Aでは、経営者の個人保証の引継ぎが大きな課題。(南関東/建設業)
- ・M&Aを検討するための期間が短く、機会を逃してしまうことが多い。(九州・沖縄/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/>