

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。

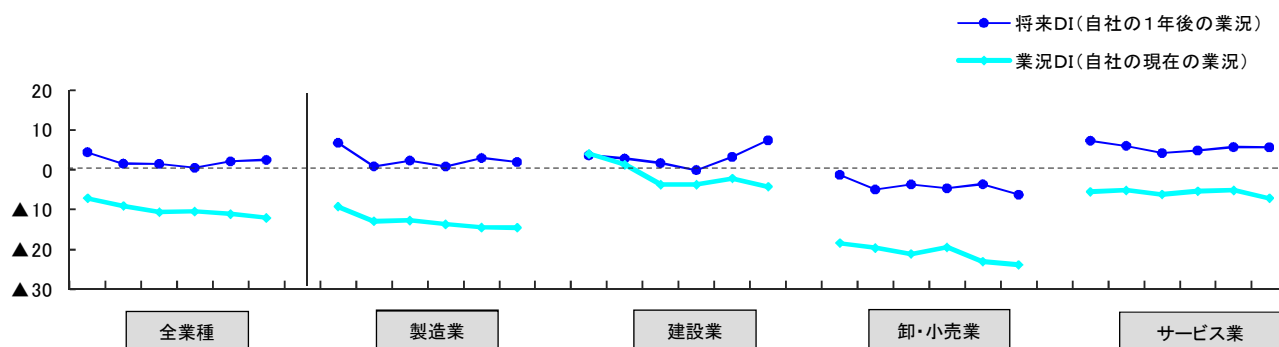
一方、創業年数が短い企業では、「商品・サービスの独自性」「新しいことに挑戦する意欲」を強みとする企業が多くなっています。

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。

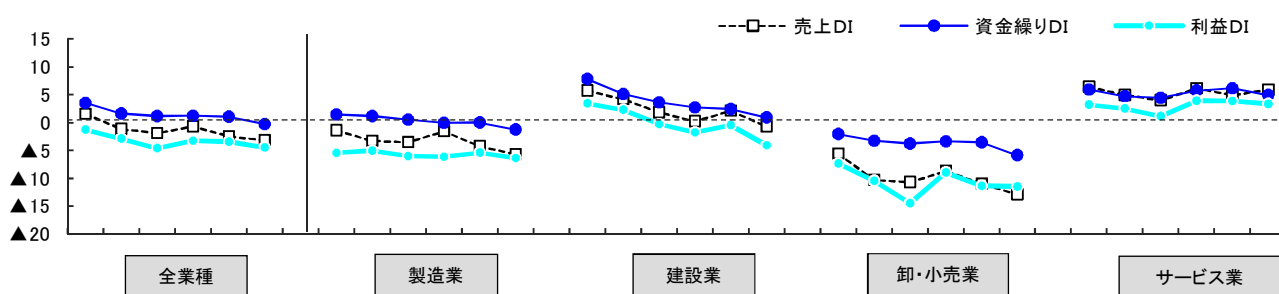
(1)現在の業況と将来の見通し

(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 |

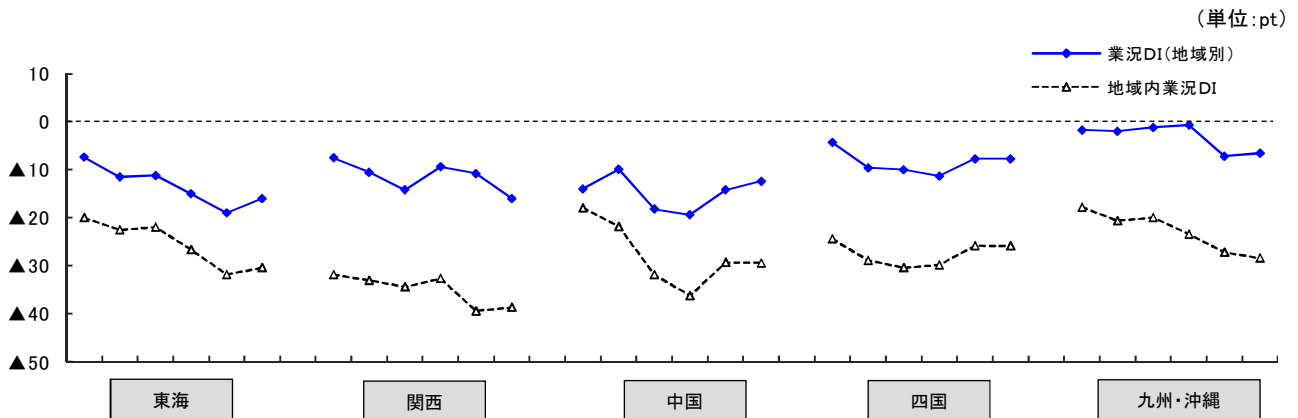
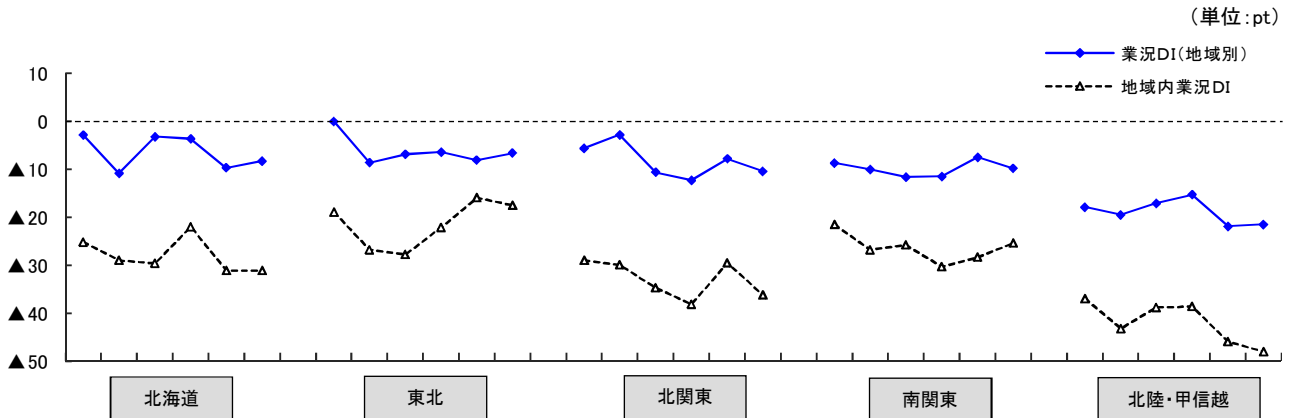
(3) 業況DI(地域別)と地域内業況DI

・「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 |

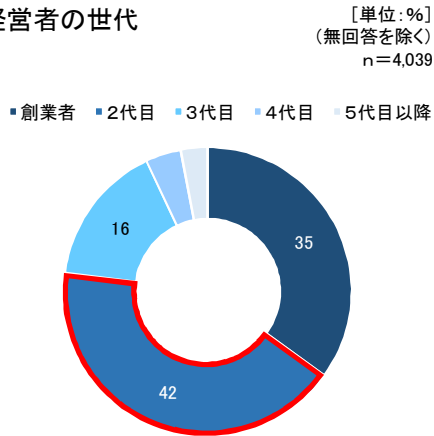
※DIとは、Diffusion Index(ディフュージョン・インデックス)の略で、好転(増加・上昇)したとする回答割合から、悪化(減少・低下)したとする回答割合を差し引いた値です。好転と悪化の割合が等しい場合、0となります。
 DI = (増加・好転などの回答割合) - (減少・悪化などの回答割合)

2. 個別テーマ(企業の持続的発展に向けた取組み)

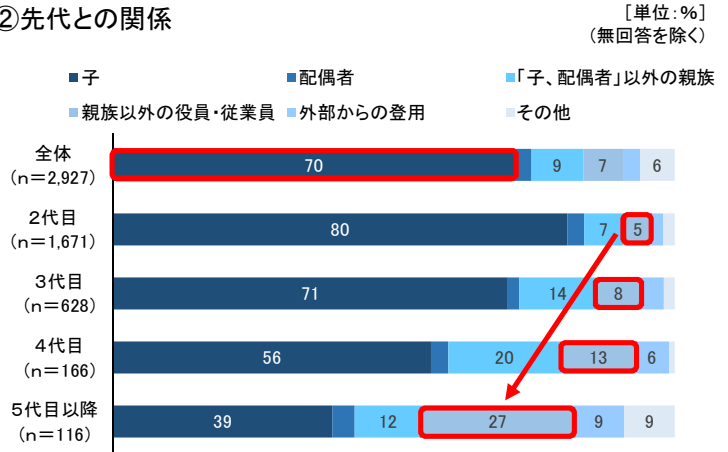
Q1: あなたは自社の経営者として何代目ですか？また、先代社長との関係は何ですか？

- ・「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



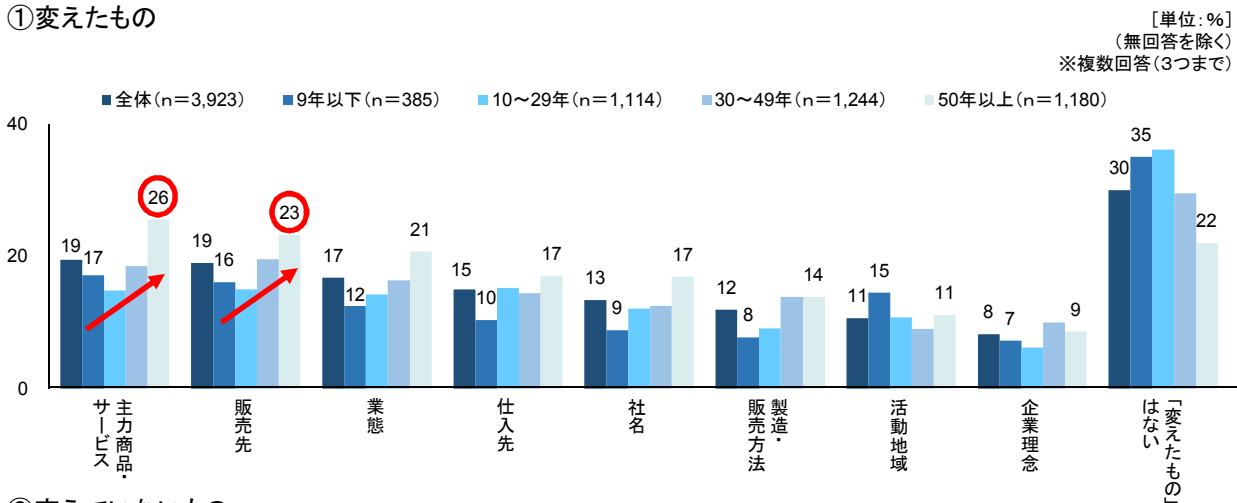
② 先代との関係



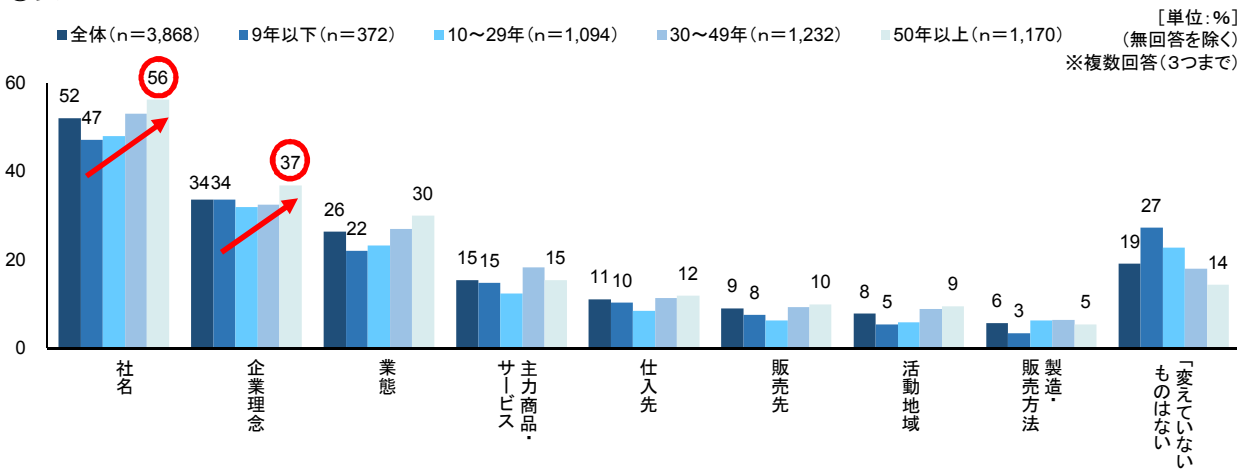
Q2: 創業期から現在まで、「変えたもの」「変えていないもの」はありますか。(創業年数別)

- ・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



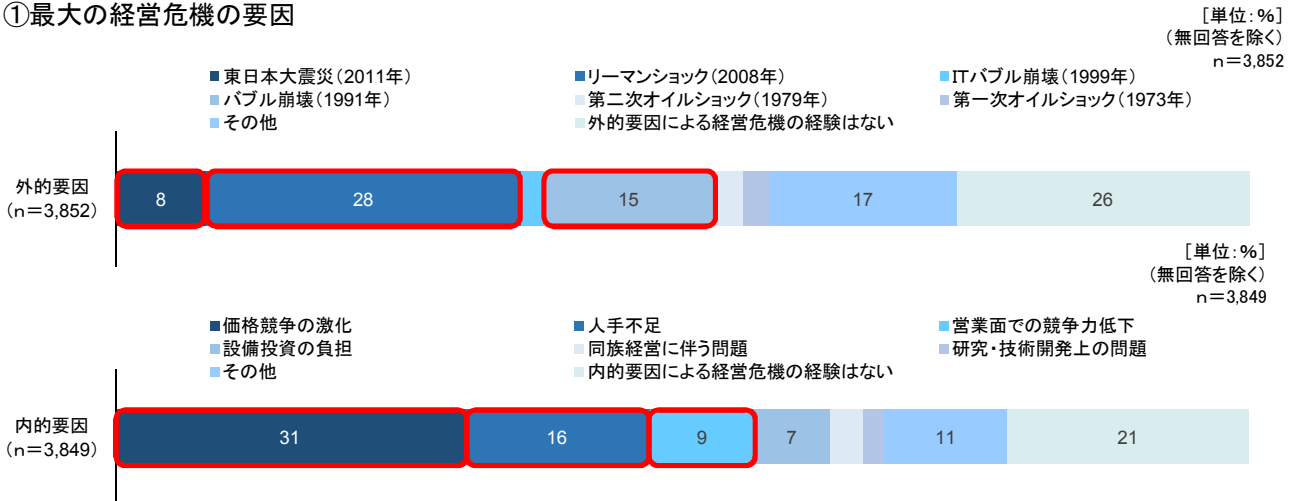
② 変えていないもの



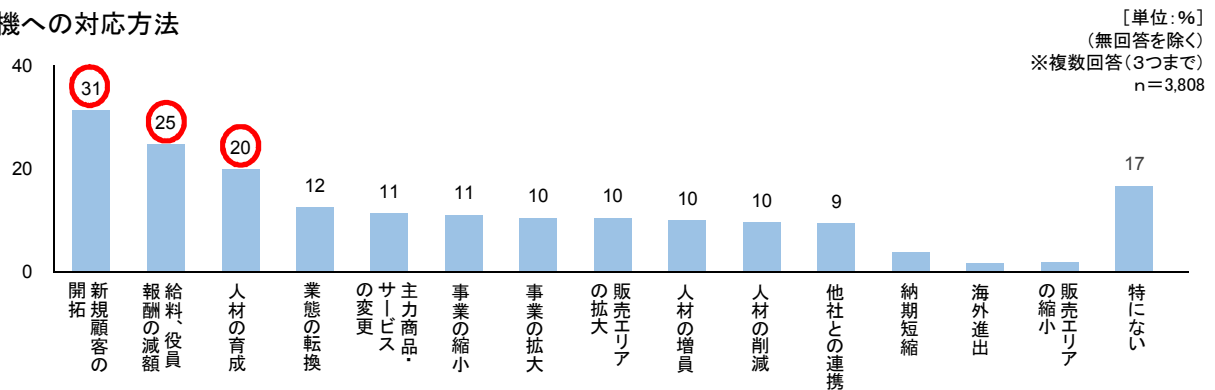
**Q3: 創業期から現在までに経験された最大の経営の危機は何ですか？
また、その危機を乗り越えるために、どのようなことに取り組みましたか？**

- ・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

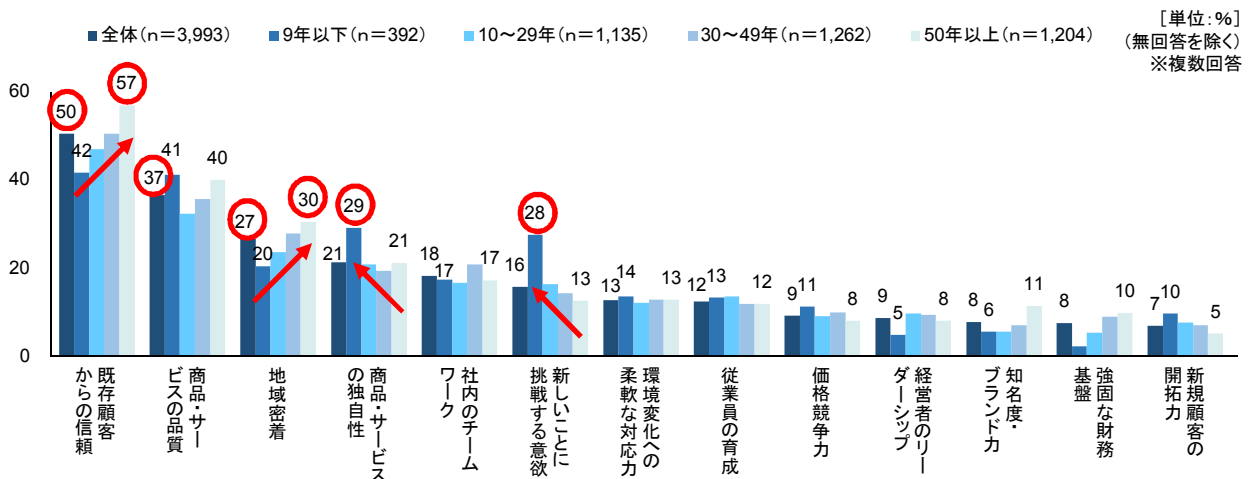


②危機への対応方法



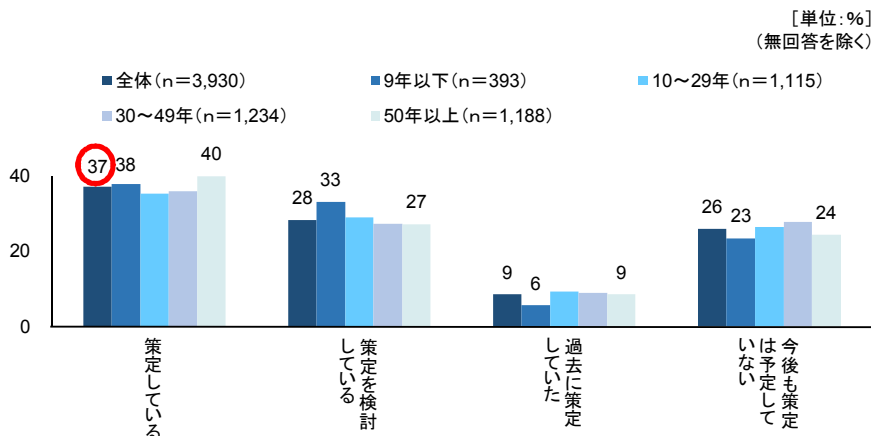
Q4: 自社の強みは何ですか？

- ・「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？

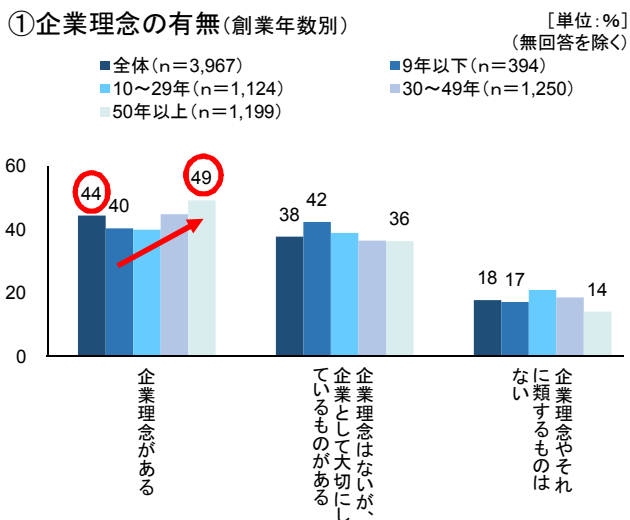
・全体の約4割が「経営計画を策定している」と回答されました。なお、創業年数による大きな差異は見られませんでした。



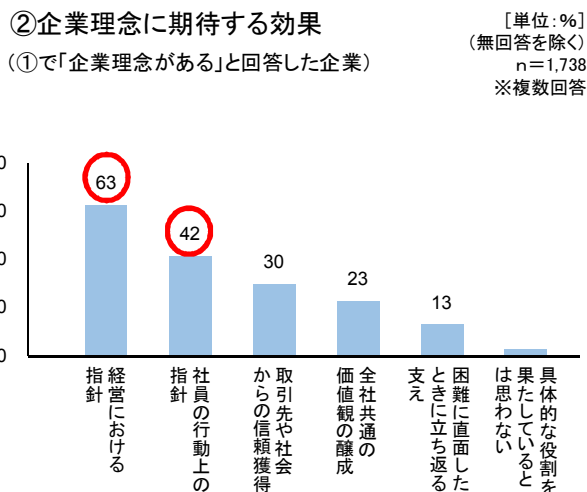
Q6: 企業理念(社是・社訓)がありますか？ また、企業理念に期待する効果をお答えください。

・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



< 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/>