

2015年2月19日
株式会社日本政策金融公庫
総合研究所

全国小企業月次動向調査(2015年1月実績、2月見通し)

[概況] 小企業の売上DIは、マイナス幅が拡大
～2月はマイナス幅が縮小する見通し～

1 売上

2015年1月の売上DIは、2014年12月(▲13.0)からマイナス幅が6.7ポイント拡大し、▲19.7となった。2月は、▲16.0とマイナス幅が縮小する見通しとなっている。

業種別にみると、製造業(▲15.0→▲8.7)ではマイナス幅が縮小した一方、非製造業(▲13.0→▲21.3)ではマイナス幅が拡大している。

2 採算

2015年1月の採算DIは、2014年12月(▲1.5)からマイナス幅が1.8ポイント拡大し、▲3.3となった。2月は、1.0とプラスに転じる見通しとなっている。

3 訪日外国人観光客の増加による売上への影響

訪日外国人観光客の増加により、「売上プラスの影響がある」と回答した企業は、5.0%(914社中45社)にとどまった。また、訪日外国人観光客の増加を売上へ結び付けるための取り組みを「している」または「する予定」の企業は、3.8%となった。

<調査の要領> 調査時点 2015年2月2日～4日
調査対象 当公庫取引先 1,500企業(調査対象の企業規模は裏面のとおり)
有効回答企業数 1,078企業
回答率 71.9%

<お問い合わせ先>

日本政策金融公庫 総合研究所 小企業研究第二グループ Tel:03-3270-1691(担当:桑本、清野)
〒100-0004 東京都千代田区大手町1-9-4 大手町フィナンシャルシティ ノースタワー

調査対象の企業規模

製造業（従業者 20 人未満）

卸売業（同 10 人未満）

小売業（同 10 人未満）

飲食店（同 10 人未満）

サービス業（同 20 人未満）

建設業（同 20 人未満）

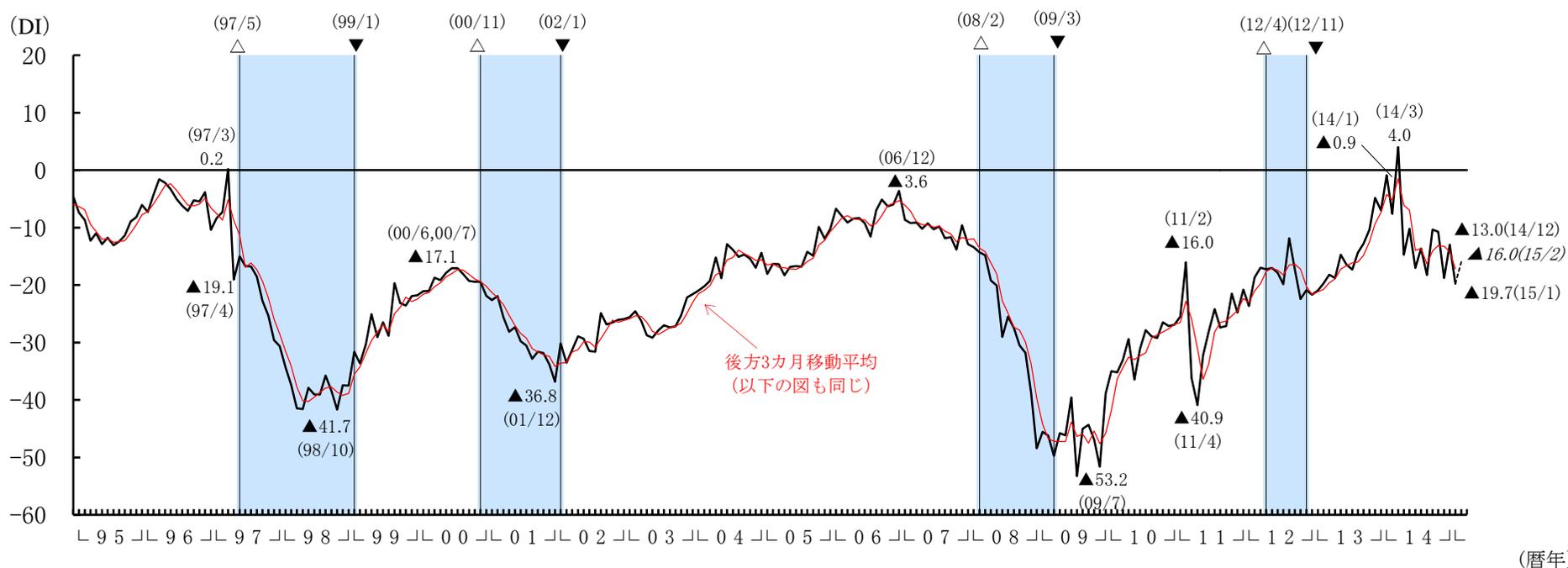
運輸業（同 20 人未満）

1 売上

- 1月の売上DIは、12月からマイナス幅が6.7ポイント拡大し、▲19.7となった。2月は、▲16.0とマイナス幅が縮小する見通しとなっている。
- 業種別にみると、製造業(▲15.0→▲8.7)ではマイナス幅が縮小した一方、非製造業(▲13.0→▲21.3)ではマイナス幅が拡大している。2月は、製造業では▲17.9とマイナス幅が拡大、非製造業では▲16.1とマイナス幅が縮小する見通しとなっている。
- 非製造業では、卸売業と運輸業を除く全ての業種でマイナス幅が拡大している。2月は、卸売業と建設業を除く全ての業種でマイナス幅が縮小する見通しとなっている。

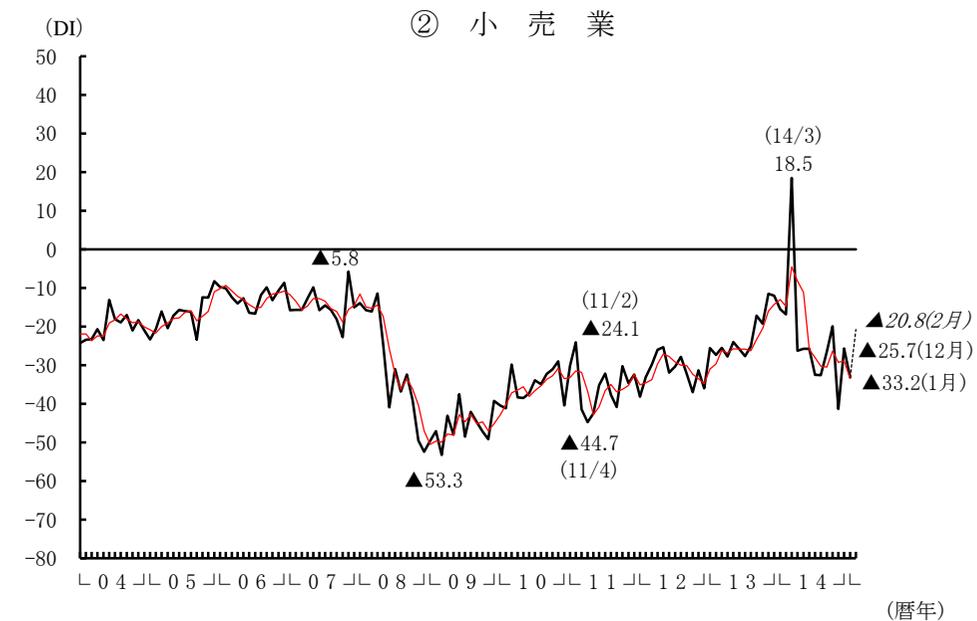
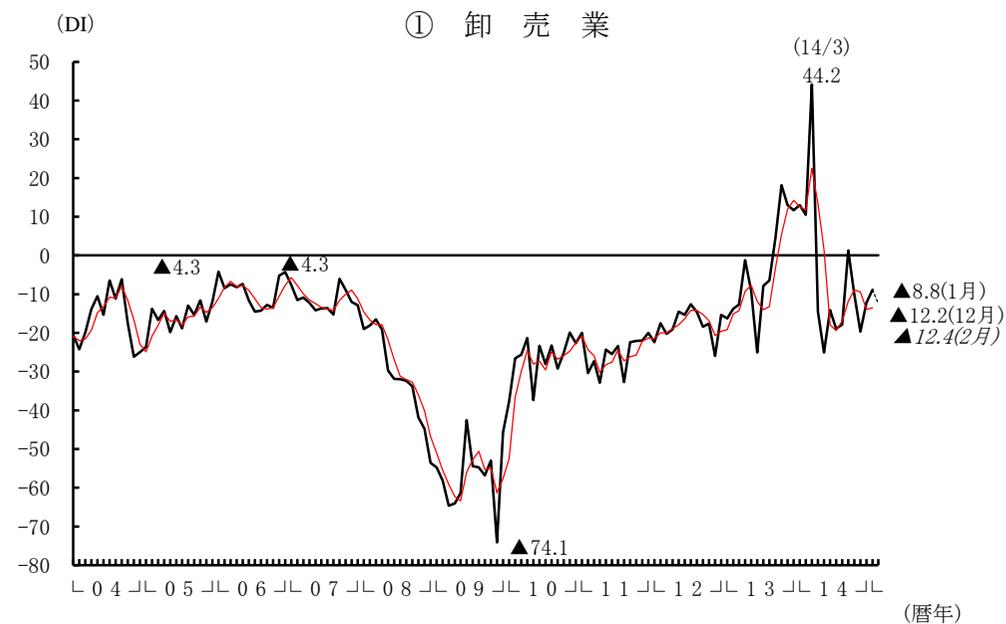
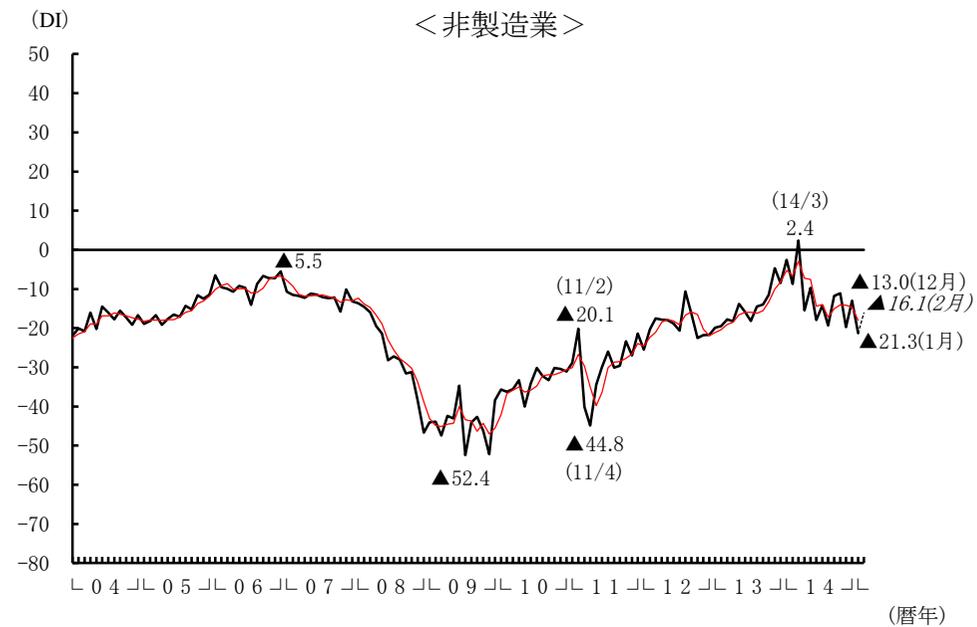
図-1 売上DIの推移（全業種計、季節調整値）

	2014/1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2015/1月	2月
実績	▲ 0.9	▲ 7.6	4.0	▲ 14.7	▲ 10.2	▲ 17.0	▲ 13.7	▲ 18.3	▲ 10.3	▲ 10.7	▲ 18.8	▲ 13.0	▲ 19.7	-
見通し	▲ 4.1	0.9	▲ 1.6	▲ 26.4	▲ 15.6	▲ 5.9	▲ 15.0	▲ 13.2	▲ 7.1	▲ 14.8	▲ 9.8	▲ 13.5	▲ 11.3	▲ 16.0



- (注) 1 DIは前年同月比で「増加」企業割合－「減少」企業割合。
 2 ——— は実績、----- は見通し。斜体は見通しの値を示す。△は景気の山、▼は景気の谷、シャドー部分は景気後退期を示す（以下同じ）。

図-2 業種別売上DIの推移（季節調整値）



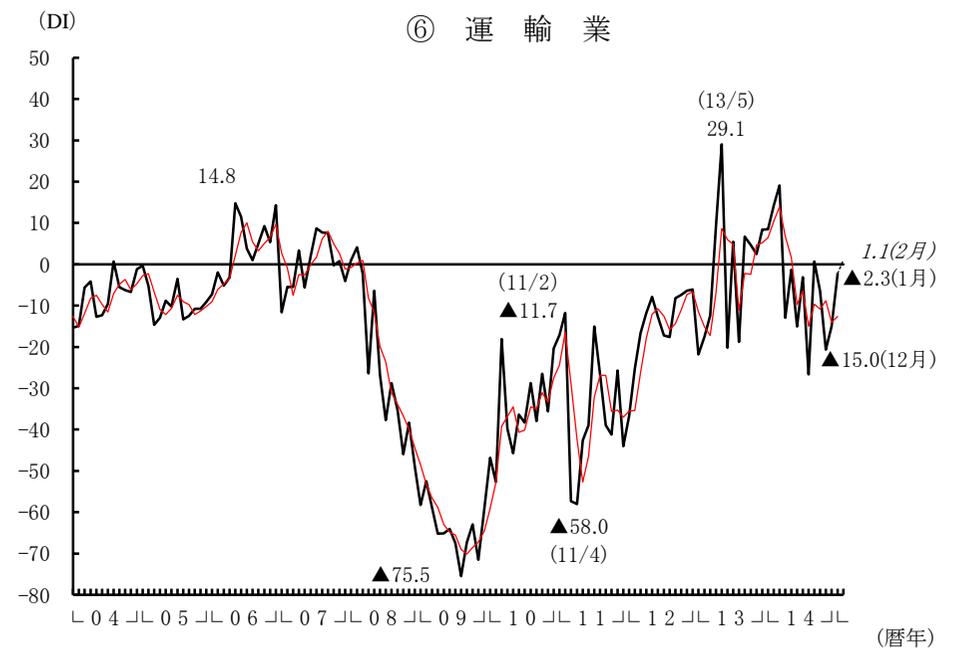
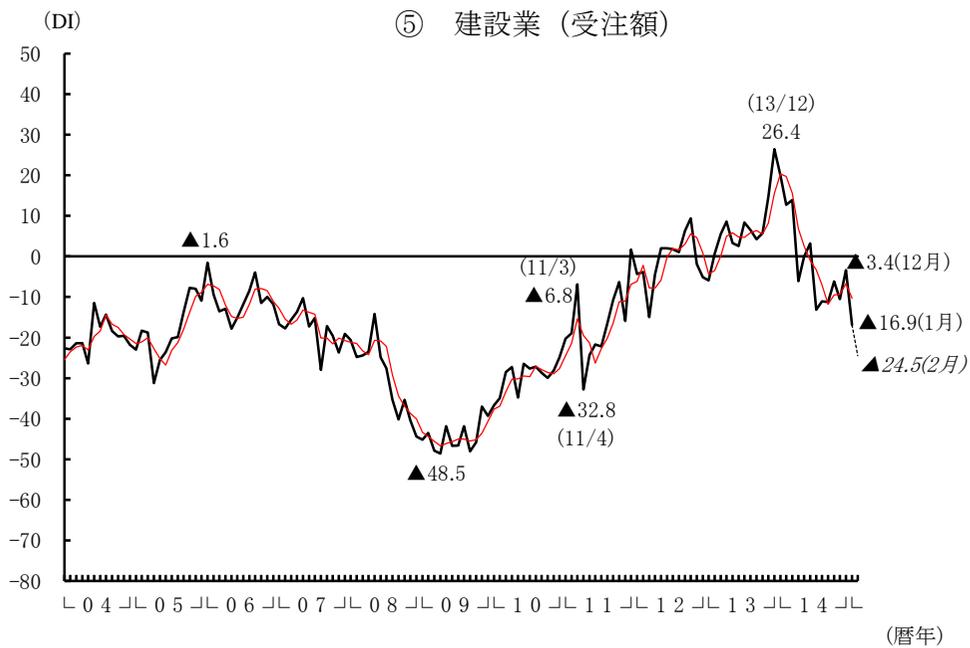
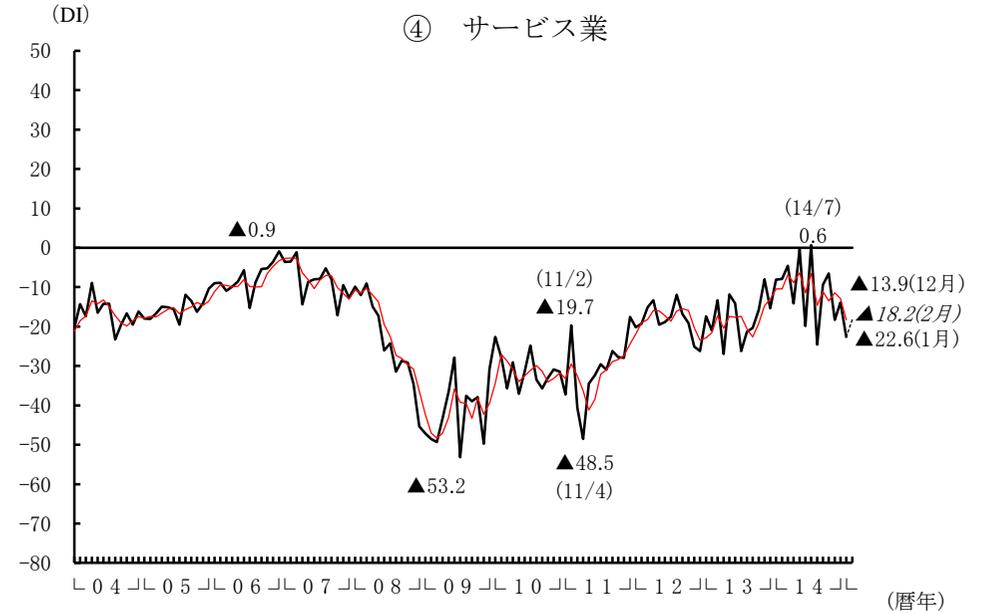
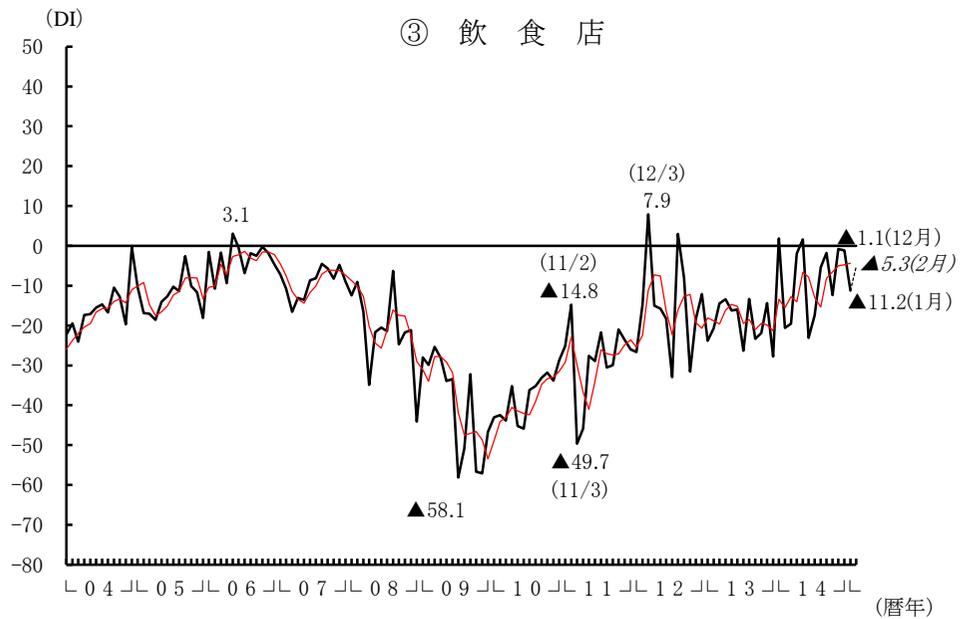


表 業種別売上DIの推移（季節調整値）

（見通し）

	2013年 9月	10月	11月	12月	2014年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2015年 1月	2月	
製造業	▲ 5.3	▲ 2.7	▲ 3.5	0.6	11.2	▲ 1.4	16.2	▲ 6.8	▲ 12.7	▲ 11.2	▲ 11.4	▲ 10.9	▲ 1.5	▲ 8.6	▲ 10.2	▲ 15.0	▲ 8.7	▲ 17.9	製造業
金属・機械	5.2	11.6	▲ 5.1	17.6	30.5	15.6	24.7	11.3	▲ 5.9	4.8	4.4	▲ 10.2	11.7	3.0	▲ 7.3	1.8	▲ 0.7	▲ 19.7	金属・機械
その他製造	▲ 13.5	▲ 13.1	▲ 11.6	▲ 8.7	▲ 7.2	▲ 14.2	7.8	▲ 21.4	▲ 19.9	▲ 23.3	▲ 21.4	▲ 10.4	▲ 11.7	▲ 16.8	▲ 22.3	▲ 23.9	▲ 17.9	▲ 20.7	その他製造
非製造業	▲ 14.0	▲ 11.5	▲ 4.7	▲ 8.4	▲ 2.6	▲ 8.7	2.4	▲ 15.5	▲ 9.7	▲ 17.9	▲ 14.2	▲ 19.3	▲ 11.7	▲ 11.1	▲ 19.7	▲ 13.0	▲ 21.3	▲ 16.1	非製造業
①卸売業	4.5	18.2	13.0	11.7	13.0	10.5	44.2	▲ 14.5	▲ 25.1	▲ 14.1	▲ 18.9	▲ 17.8	1.3	▲ 10.1	▲ 19.6	▲ 12.2	▲ 8.8	▲ 12.4	①卸売業
繊維・衣・食	▲ 19.9	▲ 8.2	▲ 13.1	▲ 2.8	6.0	7.9	24.8	▲ 27.1	▲ 25.9	▲ 5.7	▲ 28.9	▲ 22.0	4.2	▲ 21.5	▲ 37.1	15.2	▲ 17.6	▲ 9.6	繊維・衣・食
機械・建材	21.5	31.1	31.6	23.5	17.9	16.8	53.8	▲ 19.9	▲ 22.8	▲ 19.8	▲ 10.8	▲ 9.9	1.0	▲ 6.9	▲ 6.7	▲ 27.0	▲ 2.9	▲ 14.6	機械・建材
②小売業	▲ 17.2	▲ 19.2	▲ 11.6	▲ 12.0	▲ 15.6	▲ 16.8	18.5	▲ 26.2	▲ 25.8	▲ 25.7	▲ 32.5	▲ 32.6	▲ 26.5	▲ 19.9	▲ 41.3	▲ 25.7	▲ 33.2	▲ 20.8	②小売業
耐久消費財	▲ 6.1	0.9	6.7	4.3	▲ 11.6	12.5	49.4	▲ 45.8	▲ 37.3	▲ 35.5	▲ 17.1	▲ 30.9	▲ 21.8	▲ 26.8	▲ 48.8	▲ 35.3	▲ 31.1	▲ 30.0	耐久消費財
非耐久消費財	▲ 19.4	▲ 21.4	▲ 15.6	▲ 14.9	▲ 18.2	▲ 23.6	10.3	▲ 22.7	▲ 23.2	▲ 24.2	▲ 35.0	▲ 32.8	▲ 27.2	▲ 15.9	▲ 39.4	▲ 22.8	▲ 35.6	▲ 17.0	非耐久消費財
③飲食店	▲ 23.3	▲ 21.9	▲ 14.4	▲ 27.7	1.9	▲ 20.6	▲ 19.5	▲ 2.0	1.6	▲ 23.1	▲ 17.4	▲ 5.4	▲ 1.7	▲ 12.4	▲ 0.8	▲ 1.1	▲ 11.2	▲ 5.3	③飲食店
④サービス業	▲ 20.4	▲ 15.8	▲ 8.0	▲ 15.3	▲ 8.1	▲ 7.9	▲ 4.5	▲ 14.1	▲ 0.4	▲ 19.8	0.6	▲ 24.6	▲ 9.4	▲ 6.5	▲ 18.3	▲ 13.9	▲ 22.6	▲ 18.2	④サービス業
事業所向け	▲ 7.1	0.1	5.1	6.4	7.3	1.5	6.0	▲ 10.3	▲ 1.4	▲ 0.6	▲ 23.7	▲ 8.0	0.8	2.8	▲ 9.3	▲ 10.4	▲ 20.9	▲ 19.5	事業所向け
個人向け	▲ 24.6	▲ 20.8	▲ 13.8	▲ 22.6	▲ 13.5	▲ 12.1	▲ 8.5	▲ 12.0	3.3	▲ 25.9	5.9	▲ 29.7	▲ 12.5	▲ 9.4	▲ 22.9	▲ 15.3	▲ 23.5	▲ 17.6	個人向け
⑤建設業	4.3	5.7	14.6	26.4	19.9	12.7	13.9	▲ 6.1	0.0	3.2	▲ 13.1	▲ 11.1	▲ 11.2	▲ 6.2	▲ 10.6	▲ 3.4	▲ 16.9	▲ 24.5	⑤建設業
⑥運輸業	6.7	4.6	2.5	8.4	8.5	14.3	19.1	▲ 13.0	▲ 1.3	▲ 15.0	▲ 3.2	▲ 26.7	0.7	▲ 6.5	▲ 20.6	▲ 15.0	▲ 2.3	1.1	⑥運輸業
道路貨物	12.1	5.6	3.2	9.6	11.6	16.2	31.4	▲ 12.3	▲ 4.4	▲ 20.0	▲ 2.9	▲ 30.3	▲ 1.2	▲ 6.8	▲ 13.3	▲ 12.9	▲ 3.8	1.0	道路貨物
個人タクシー	▲ 13.2	▲ 0.2	5.9	8.9	1.7	▲ 14.4	▲ 9.9	▲ 11.9	0.3	2.0	5.4	▲ 22.9	7.2	▲ 8.2	▲ 41.3	▲ 18.2	7.3	0.1	個人タクシー
全業種計	▲ 12.8	▲ 10.3	▲ 4.8	▲ 7.0	▲ 0.9	▲ 7.6	4.0	▲ 14.7	▲ 10.2	▲ 17.0	▲ 13.7	▲ 18.3	▲ 10.3	▲ 10.7	▲ 18.8	▲ 13.0	▲ 19.7	▲ 16.0	全業種計

（注）1 網掛けは、前月から低下した数値。

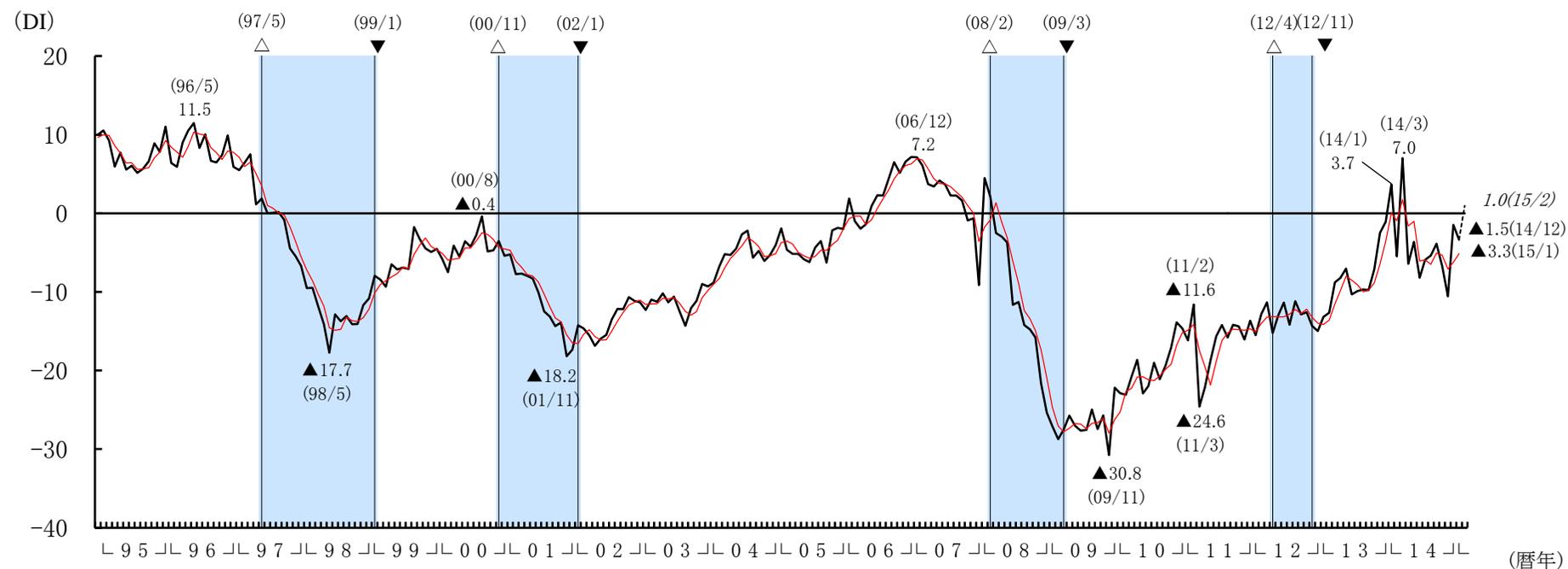
2 季節調整は業種ごとに行っている。

2 採算

- 1月の採算DIは、12月からマイナス幅が1.8ポイント拡大し、▲3.3となった。
- 2月の採算DIは、1.0とプラスに転じる見通しとなっている。

図－3 採算DIの推移（全業種計、季節調整値）

	2014/1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2015/1月	2月
実績	3.7	▲5.5	7.0	▲6.4	▲3.6	▲8.2	▲5.9	▲5.4	▲3.9	▲6.7	▲10.6	▲1.5	▲3.3	-
見通し	1.3	6.8	1.1	▲13.2	▲3.5	0.0	▲6.3	▲3.3	1.0	1.0	0.6	0.3	▲1.9	1.0



(注) DIは「黒字」企業割合－「赤字」企業割合。

3 訪日外国人観光客の増加による売上への影響

- 訪日外国人観光客の増加により「売上プラスの影響がある」と回答した企業は、5.0%（914社中45社）にとどまった。業種別にみると、運輸業（12.1%）や飲食店（9.5%）で比較的高くなっている。
- 訪日外国人観光客の増加を売上に結び付けるための取り組みを尋ねたところ、現在または今後する予定と回答した企業は3.8%となった。業種別にみると、飲食店（16.5%）や運輸業（7.8%）で比較的高くなっている。

図-4 訪日外国人観光客の増加による売上へのプラスの影響

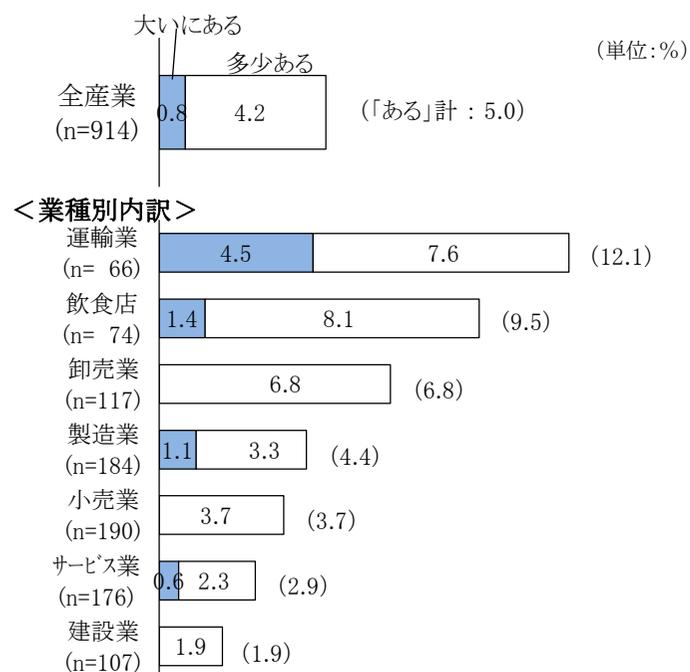
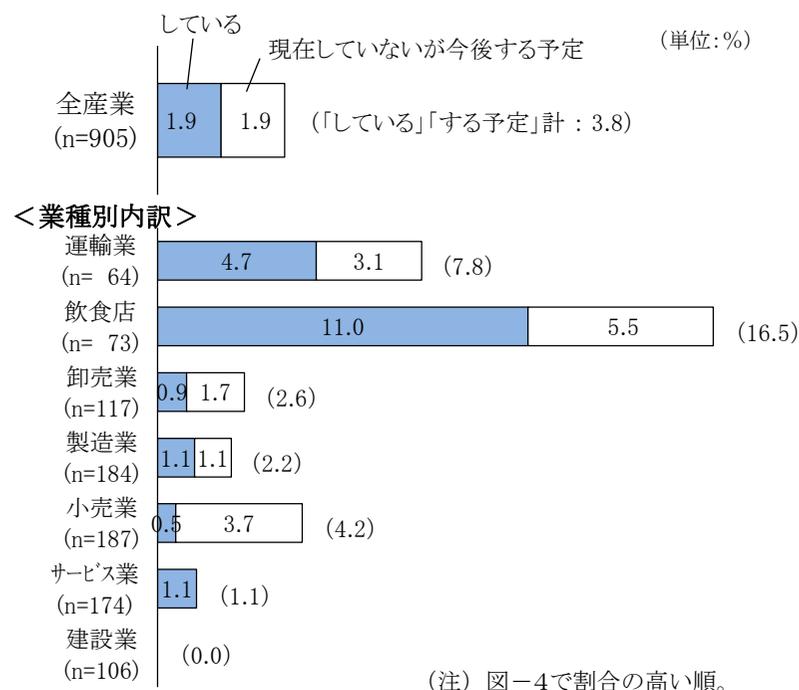


図-5 訪日外国人観光客の増加を売上に結び付けるための取り組み



- (注) 1 売上への影響は、間接的なものも含めて尋ねている。
 2 日本政府観光局（JNTO）によれば、2014年の訪日外客数は、前年比で過去最高の29.4%増加となった。

- <主な取り組み事例（予定を含む）>
- ・訪日者向けパンフレット印刷の営業（印刷）
 - ・外国表記の張紙の貼り付け（化粧品小売）
 - ・外国人観光客向け土産物の商品企画（文具小売）
 - ・ハラルに対応したメニューの用意（西洋料理店）
 - ・メニューの多言語化、外国語予約サイト作成（日本料理店）
 - ・翻訳機能のあるタブレット端末の導入（個人タクシー）