

2015年11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10月実績、11月見通し)

[概況] 小企業の売上DIは、マイナス幅が縮小

～11月はマイナス幅が拡大する見通し～

### 1 売上

2015年10月の売上DIは、9月(▲10.3)からマイナス幅が6.1ポイント縮小し、▲4.2となった。11月は、▲5.3とマイナス幅が拡大する見通しとなっている。

業種別にみると、製造業(▲13.7→▲15.8)ではマイナス幅が拡大した一方、非製造業(▲9.8→▲2.7)ではマイナス幅が縮小している。

### 2 採算

2015年10月の採算DIは、9月(7.7)から3.1ポイント低下し、4.6となった。11月は、1.7と低下する見通しとなっている。

### 3 最近半年間の販売価格

最近半年間で販売価格を「引き上げた」と回答した企業割合は14.9%、今後の販売価格を「引き上げる」と回答した企業割合は、17.7%となった。

＜調査の要領＞	調査時点	2015年11月2日～5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	1,097企業
	回答率	73.1%

#### ＜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:木川、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）

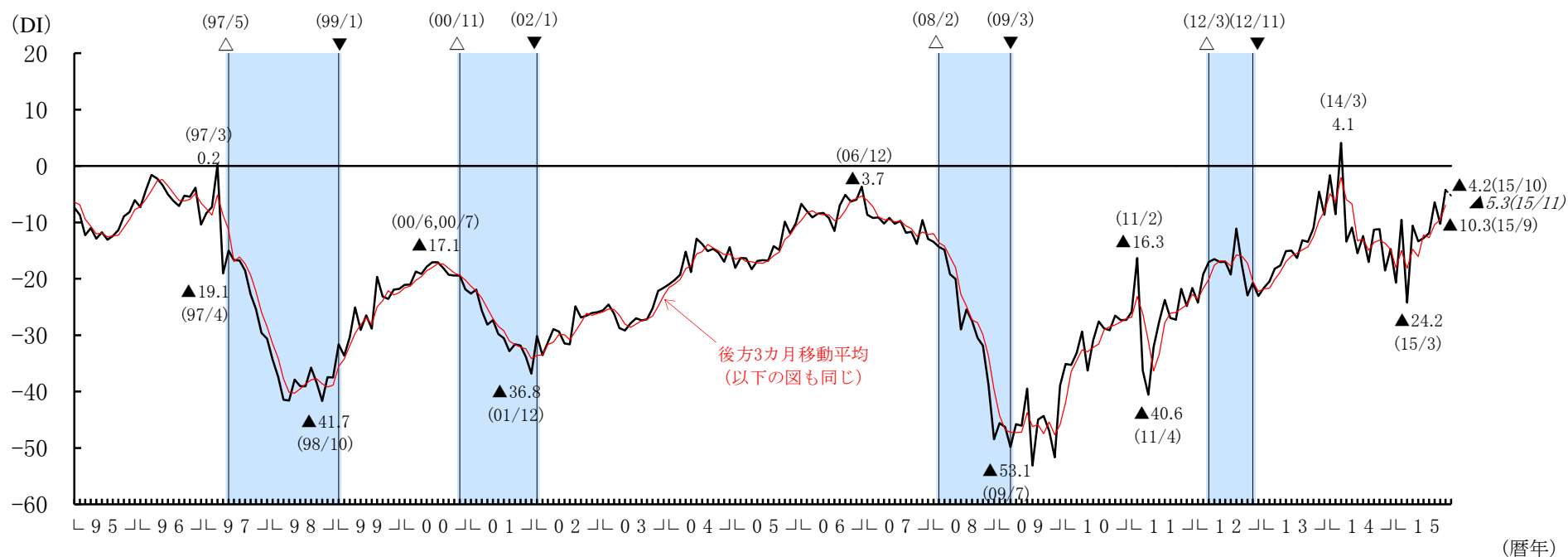
運輸業（同 20 人未満）

# 1 売上

- 10月の売上DIは、9月からマイナス幅が6.1ポイント縮小し、▲4.2となった。11月は、▲5.3とマイナス幅が拡大する見通しとなっている。
- 業種別にみると、製造業(▲13.7→▲15.8)ではマイナス幅が拡大した一方、非製造業(▲9.8→▲2.7)ではマイナス幅が縮小している。11月は、製造業では1.7と上昇、非製造業では▲6.1とマイナス幅が拡大する見通しとなっている。
- 非製造業では、飲食店と建設業を除く全ての業種で上昇している。11月は、卸売業と飲食店を除く全ての業種で低下する見通しとなっている。

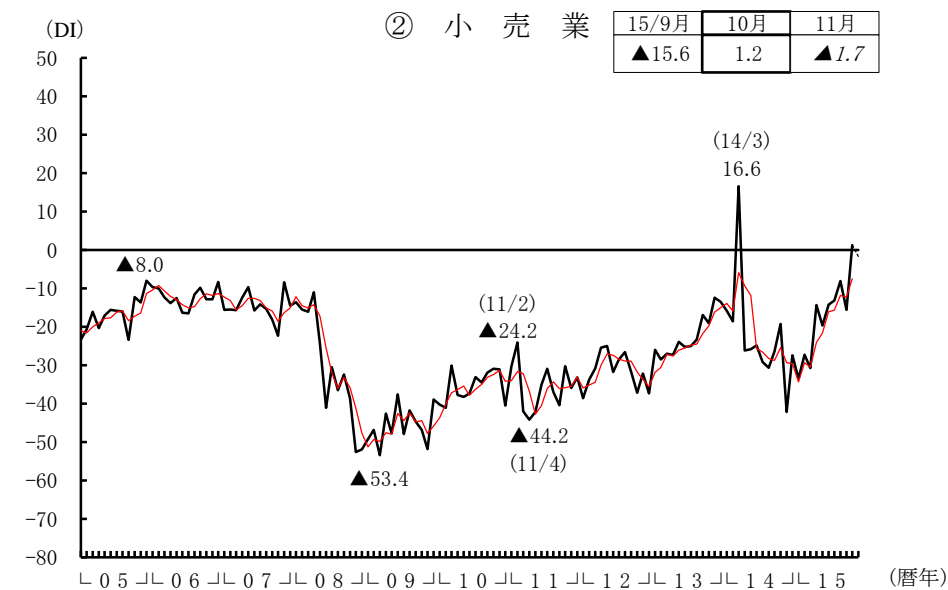
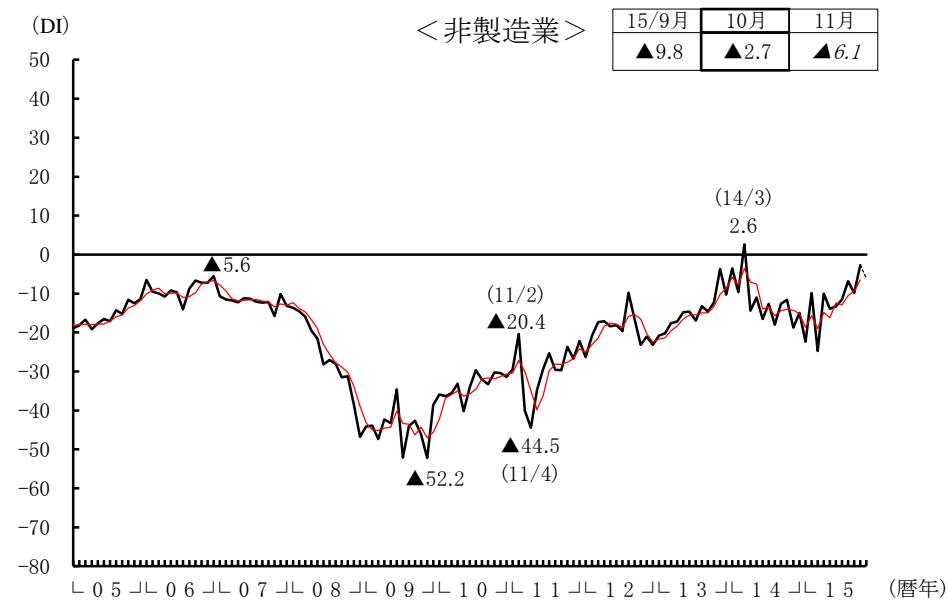
図-1 売上DIの推移（全業種計、季節調整値）

	2014/10月	11月	12月	2015/1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
実績	▲11.2	▲18.6	▲14.7	▲20.7	▲9.5	▲24.2	▲10.6	▲13.4	▲12.8	▲11.9	▲6.4	▲10.3	▲4.2	-
見通し	▲14.1	▲11.0	▲14.1	▲12.6	▲16.6	▲17.2	▲11.1	▲5.5	▲9.8	▲7.4	▲10.2	▲8.9	▲5.8	▲5.3



- (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）



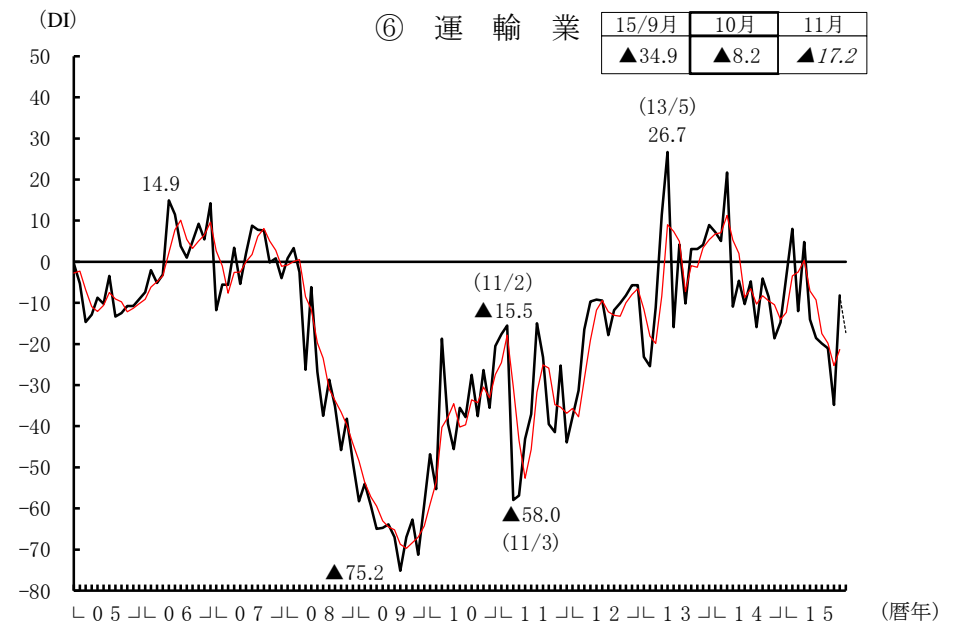
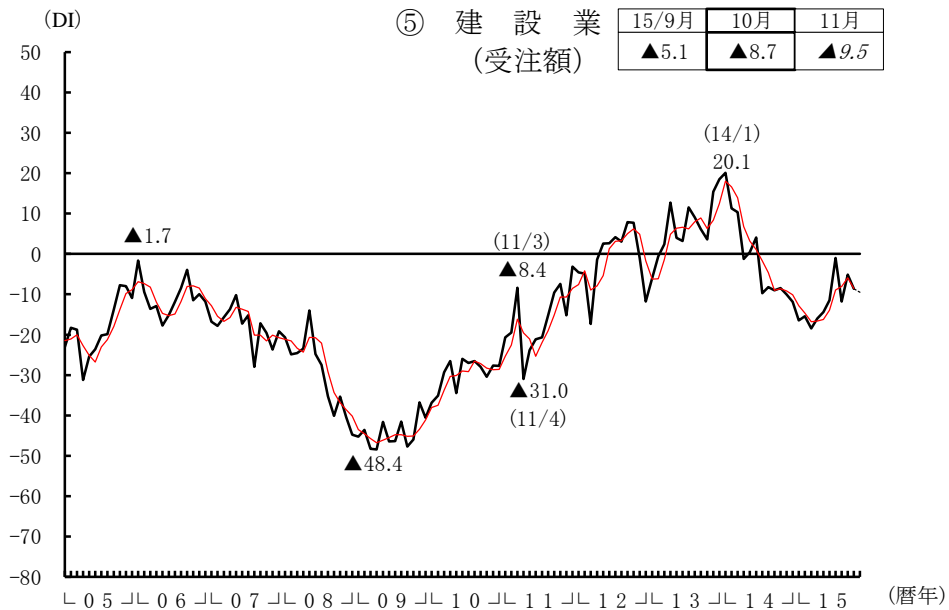
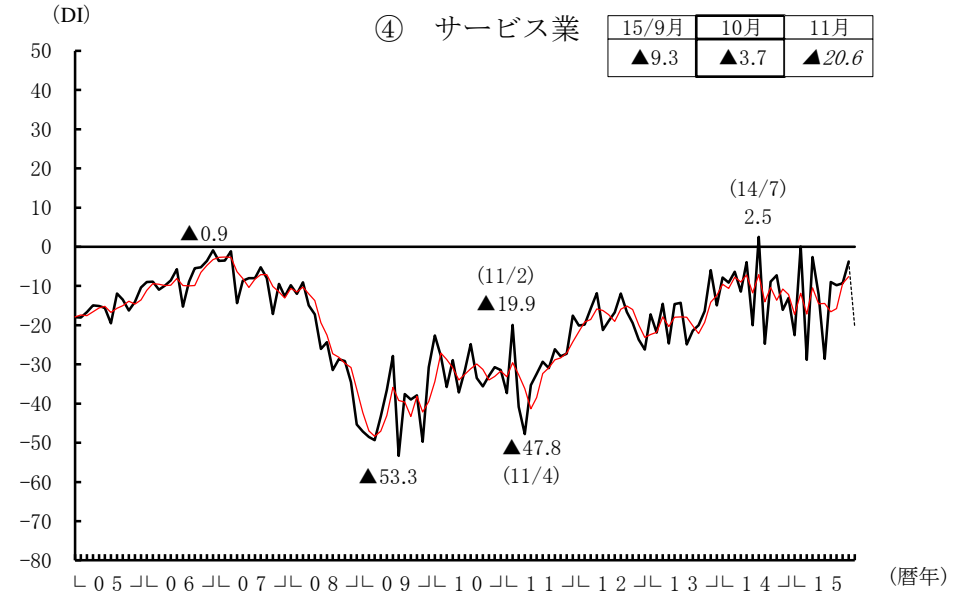
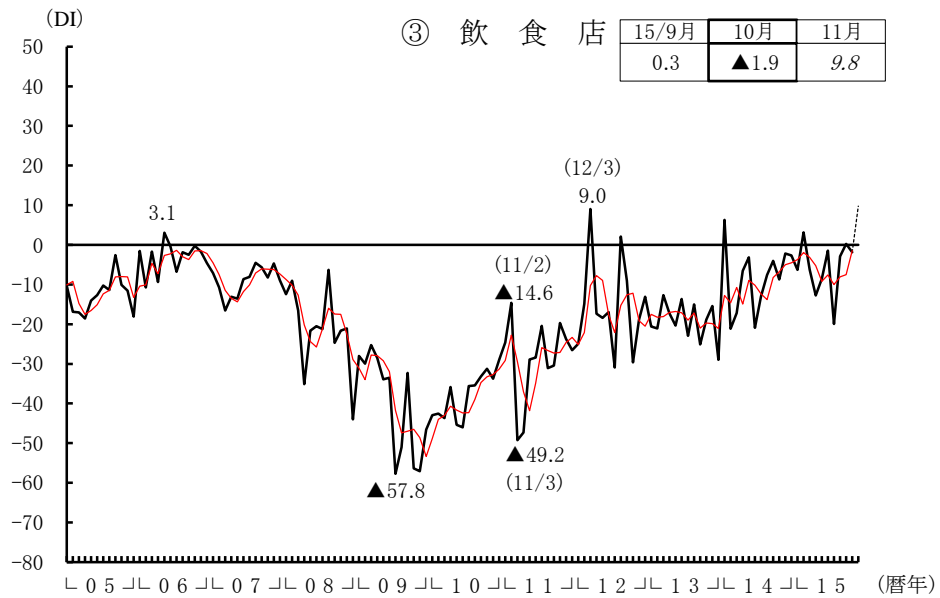


表 業種別売上DIの推移（季節調整値）

（見通し）

	2014年 6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2015年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	
製 造 業	▲ 9.4	▲ 10.2	▲ 9.8	▲ 2.5	▲ 9.2	▲ 10.4	▲ 14.6	▲ 11.7	▲ 7.8	▲ 19.8	▲ 15.2	▲ 12.3	▲ 10.1	▲ 13.3	▲ 3.6	▲ 13.7	▲ 15.8	1.7	製 造 業
金属・機械	7.3	4.3	▲ 6.8	9.8	2.0	▲ 5.1	0.1	▲ 2.7	▲ 1.7	▲ 15.9	▲ 11.2	▲ 17.5	▲ 19.2	▲ 18.7	▲ 4.9	▲ 18.9	▲ 19.4	▲ 1.5	金属・機械
その他製造	▲ 21.4	▲ 20.2	▲ 11.9	▲ 13.1	▲ 17.6	▲ 21.5	▲ 23.8	▲ 21.8	▲ 13.8	▲ 22.8	▲ 16.5	▲ 7.5	▲ 0.3	▲ 7.0	▲ 2.0	▲ 9.6	▲ 11.7	0.5	その他製造
非 製 造 業	▲ 16.5	▲ 12.7	▲ 18.0	▲ 12.6	▲ 11.6	▲ 18.8	▲ 14.9	▲ 22.4	▲ 9.9	▲ 24.7	▲ 10.0	▲ 13.9	▲ 13.3	▲ 11.5	▲ 6.8	▲ 9.8	▲ 2.7	▲ 6.1	非 製 造 業
①卸 売 業	▲ 11.5	▲ 15.8	▲ 13.7	1.3	▲ 14.5	▲ 17.5	▲ 14.6	▲ 13.0	▲ 15.8	▲ 25.9	7.6	▲ 9.2	1.3	▲ 13.4	▲ 11.4	▲ 10.7	▲ 7.6	▲ 6.8	①卸 売 業
繊維・衣・食	▲ 6.4	▲ 23.4	▲ 19.1	4.6	▲ 20.0	▲ 34.5	13.0	▲ 19.4	▲ 3.6	▲ 34.4	2.1	▲ 8.2	8.7	▲ 9.1	▲ 18.7	▲ 11.7	0.6	9.3	繊維・衣・食
機械・建材	▲ 13.7	▲ 9.1	▲ 9.0	▲ 2.5	▲ 10.8	▲ 10.6	▲ 26.7	▲ 5.8	▲ 24.4	▲ 26.4	8.7	▲ 8.7	▲ 2.6	▲ 14.9	▲ 5.2	▲ 12.2	▲ 12.9	▲ 11.9	機械・建材
②小 売 業	▲ 24.9	▲ 29.2	▲ 30.7	▲ 26.5	▲ 19.3	▲ 42.2	▲ 27.4	▲ 33.5	▲ 27.3	▲ 30.8	▲ 14.4	▲ 19.7	▲ 14.2	▲ 13.2	▲ 8.1	▲ 15.6	1.2	▲ 1.7	②小 売 業
耐久消費財	▲ 30.3	▲ 17.5	▲ 27.9	▲ 21.6	▲ 26.5	▲ 44.6	▲ 36.9	▲ 33.7	▲ 29.0	▲ 41.1	▲ 30.3	▲ 17.6	▲ 28.1	2.0	2.5	▲ 7.7	1.2	▲ 13.4	耐久消費財
非耐久消費財	▲ 23.4	▲ 31.5	▲ 31.1	▲ 27.6	▲ 16.1	▲ 40.3	▲ 25.1	▲ 33.4	▲ 28.0	▲ 29.3	▲ 12.3	▲ 21.0	▲ 11.2	▲ 15.5	▲ 10.0	▲ 17.4	2.8	0.9	非耐久消費財
③飲 食 店	▲ 20.9	▲ 13.0	▲ 7.6	▲ 4.1	▲ 8.7	▲ 2.2	▲ 2.7	▲ 6.3	3.1	▲ 6.2	▲ 12.8	▲ 8.6	▲ 1.5	▲ 20.0	▲ 2.9	0.3	▲ 1.9	9.8	③飲 食 店
④サービ 業	▲ 20.0	2.5	▲ 24.7	▲ 8.9	▲ 7.3	▲ 16.1	▲ 13.1	▲ 22.6	0.1	▲ 28.8	▲ 2.7	▲ 12.2	▲ 28.6	▲ 9.0	▲ 9.8	▲ 9.3	▲ 3.7	▲ 20.6	④サービ 業
事業所向け	2.0	▲ 22.6	▲ 4.9	0.3	▲ 0.5	▲ 10.2	▲ 12.7	▲ 20.6	▲ 21.0	▲ 21.9	▲ 17.4	▲ 12.9	▲ 5.1	▲ 13.7	▲ 2.4	▲ 15.7	▲ 22.2	▲ 4.0	事業所向け
個人向け	▲ 21.5	7.2	▲ 30.5	▲ 12.0	▲ 9.6	▲ 20.1	▲ 13.1	▲ 22.8	7.0	▲ 32.6	2.7	▲ 12.5	▲ 30.2	▲ 11.0	▲ 11.6	▲ 7.6	1.8	▲ 25.7	個人向け
⑤建 設 業	4.1	▲ 9.7	▲ 8.2	▲ 9.0	▲ 8.5	▲ 10.0	▲ 11.9	▲ 16.5	▲ 15.4	▲ 18.4	▲ 16.0	▲ 14.4	▲ 11.5	▲ 1.0	▲ 11.8	▲ 5.1	▲ 8.7	▲ 9.5	⑤建 設 業
⑥運 輸 業	▲ 10.3	▲ 4.8	▲ 15.9	▲ 4.1	▲ 8.6	▲ 18.6	▲ 14.8	▲ 3.6	8.0	▲ 12.0	4.8	▲ 14.0	▲ 18.5	▲ 19.8	▲ 21.1	▲ 34.9	▲ 8.2	▲ 17.2	⑥運 輸 業
道路貨物	▲ 13.6	▲ 5.8	▲ 16.7	▲ 5.9	▲ 8.1	▲ 13.2	▲ 13.6	▲ 5.4	▲ 1.1	▲ 10.6	0.0	▲ 19.0	▲ 24.1	▲ 21.8	▲ 33.3	▲ 41.6	▲ 11.1	▲ 25.5	道路貨物
個人タクシー	0.2	2.8	▲ 15.1	8.4	▲ 9.2	▲ 42.0	▲ 16.1	4.9	20.4	▲ 0.8	21.3	4.7	3.6	▲ 7.0	23.9	▲ 2.8	3.9	12.1	個人タクシー
全 業 種 計	▲ 15.5	▲ 12.4	▲ 17.0	▲ 11.3	▲ 11.2	▲ 18.6	▲ 14.7	▲ 20.7	▲ 9.5	▲ 24.2	▲ 10.6	▲ 13.4	▲ 12.8	▲ 11.9	▲ 6.4	▲ 10.3	▲ 4.2	▲ 5.3	全 業 種 計

（注）1 網掛けは、前月から低下した数値。

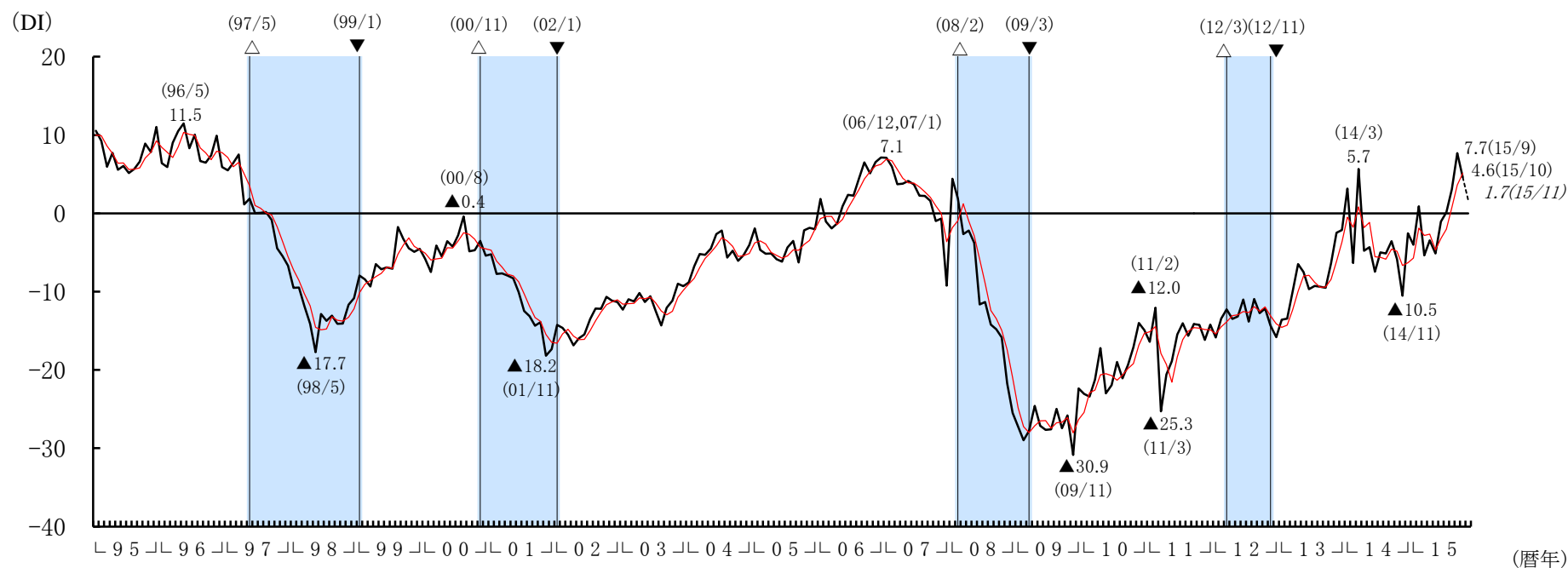
2 季節調整は業種ごとに行っている。

## 2 採算

- 10月の採算DIは、9月から3.1ポイント低下し、4.6となった。
- 11月の採算DIは、1.7と低下す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）

	2014/10月	11月	12月	2015/1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
実績	▲ 5.9	▲ 10.5	▲ 2.6	▲ 4.0	0.9	▲ 5.4	▲ 3.5	▲ 5.1	▲ 1.1	0.1	3.1	7.7	4.6	-
見通し	1.1	▲ 0.1	0.4	▲ 1.5	0.2	0.1	2.4	▲ 0.1	3.6	7.8	▲ 1.6	6.4	8.5	1.7



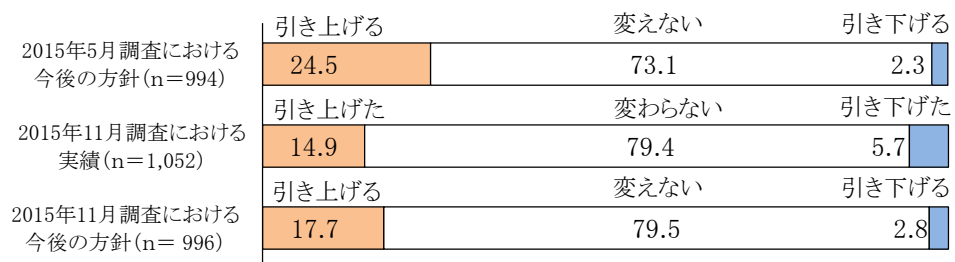
(注) DIは「黒字」企業割合－「赤字」企業割合。

### 3 最近半年間の販売価格

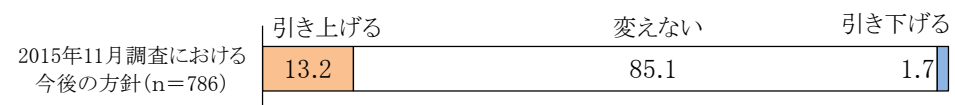
- 最近半年間で販売価格を「引き上げた」と回答した企業割合は14.9%、今後の販売価格を「引き上げる」と回答した企業割合は、17.7%となった。
- 販売価格の変動による影響を尋ねると、「引き上げた」企業のうち、売上が「増加」した企業割合は41.4%と、「減少」(12.7%)を上回っている。同じく、採算が「改善」した企業割合は29.6%と、「悪化」(9.2%)を上回っている。

図－4 最近半年間の販売価格

(1) 最近半年間の販売価格の実績と今後の方針 (単位:%)

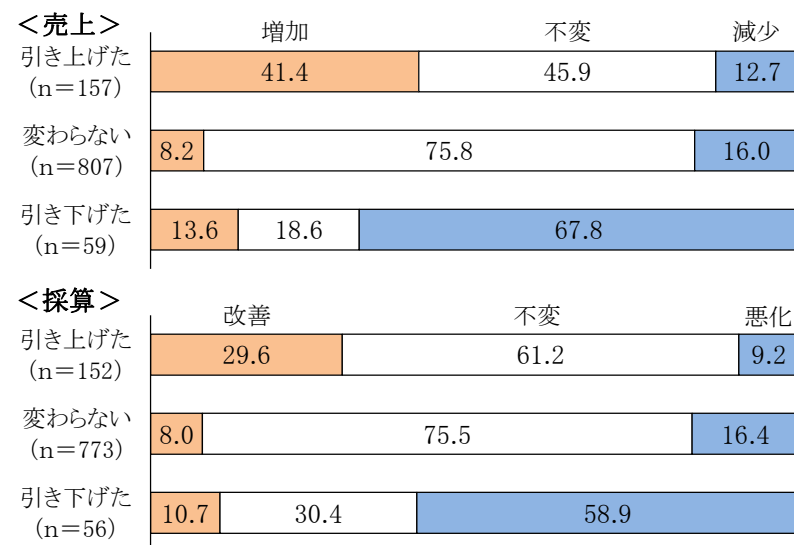


(参考) 最近半年間の価格が「変わらない」と回答した企業における  
今後の方針



(注) 2015年11月調査において、最近半年間の価格が「変わらない」と回答した企業のうち、今後の方針を回答した企業について集計したもの。

(2) 販売価格の変動による影響 (単位:%)



**<販売価格を引き上げたケース>**

- ・人手不足のため人件費が上昇している。取引先には、人手が確保できなければ供給を続けられないことを理解してもらい、販売価格を引き上げることができた。(かばん製造業)
- ・材料代が上昇しているため販売価格を引き上げた。しかし、仕入の上昇分全ては転嫁できず、採算の改善にまでは至っていない。(木製家具製造業)
- ・アフターサービスを充実させることを顧客にアピールし、その分を販売価格に上乗せした。(家電小売業)

**<販売価格を今後引き上げるケース>**

- ・発注している工程の一部で工賃アップがあり、コストは上昇している。一方、販売の契約は年単位で価格が決められているので、今すぐには価格転嫁ができない。来春から価格を改定する予定だ。(ボタン、バック卸売業)

**<販売価格を引き上げられないケース>**

- ・コンビニエンスストアと薬局の配送をしているが、運賃の引き下げ要請圧力は強い。ドライバーも集まらず厳しい状況である。(道路貨物運送業)