

中小企業動向 トピックス

2012年下期の中小企業の景況見通し

「中小企業景況調査」(2012年6月)の付帯調査結果

日本政策金融公庫総合研究所では、2012年6月に「2012年下期の中小企業の景況見通し」に関する調査を実施しました(調査対象は三大都市圏の当公庫取引先900社、有効回答企業数599社、回答率66.6%)。

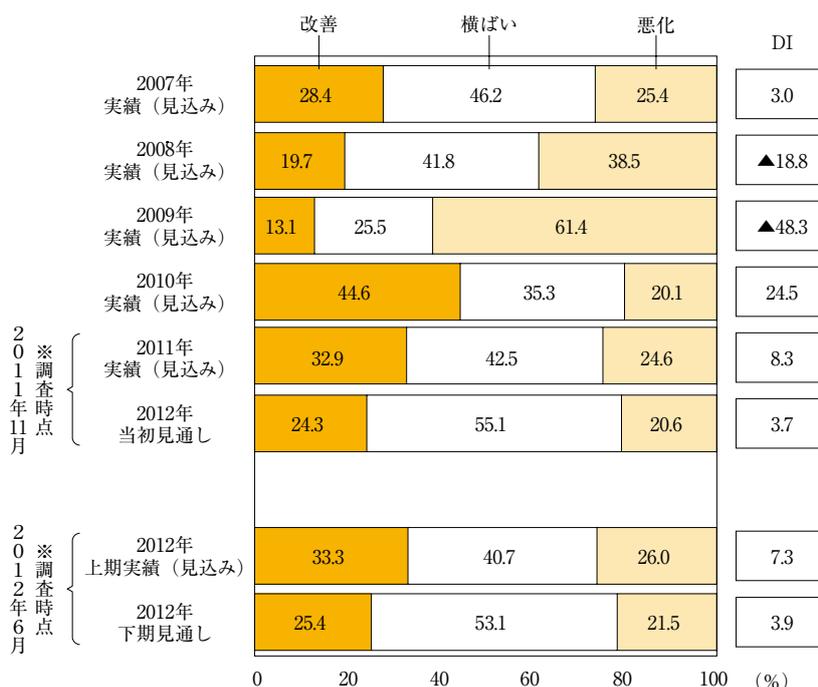
2012年下期の業況判断DIは3.9と、上期の実績から3.4ポイント低下する見通しです。下期に向けた注力分野については、「営業・販売力の強化」「販売価格の引き上げ・コストダウン」などを挙げる企業が多くなっています。

下期の業況判断DIは、低下する見通し

2012年上期(1月～6月)の業況判断DIは、7.3の実績(見込み)となりました(図表-1)。前年11月に調査した2012年当初見通しDI(3.7)に比べると、3.6ポイント上昇しています。

一方、2012年下期(7月～12月)の業況判断DIは3.9と、上期から3.4ポイント低下する見通しとなっています。業況に関する回答内容の構成をみると、「改善」「悪化」ともに上期から回答割合が減少し、代わって「横ばい」と見込む企業が半数以上を占める結果となりました。

図表-1 業況判断の推移(前年同期比)



資料：日本政策金融公庫総合研究所「中小企業景況調査」2012年6月付帯調査(以下同じ)
 (注)業況判断DIは前年同期比で「改善」-「悪化」企業割合。

下期の業況判断DIは、設備投資関連や乗用車関連の業種で低下の見通し

次に、業況判断DIを、回答企業が取り扱う製品の最終需要分野別にみてみます。

まず、外需関連分野をみると、設備投資関連と家電関連では、上期の業況判断DIが2012年当初見通しに比べ低下しました（図表-2）。欧州の債務問題をはじめとする海外経済の減速や長引く円高が影響しているものと思われます。一方、乗用車関連では、上期の業況が「改善」した企業が6割を超え、DIも実に52.5と、2012年当初見通しを大きく上回っています。東日本大震災の影響で2011年上期に生産が縮小したことの反動に加え、同年12月に再開したエコカー補助金の効果が現れた結果となりました。

下期の業況判断DIは、設備投資関連と乗用車関連で上期よりも低下する見通しです。乗用車関連の企業からは、エコカー補助金終了後の売上げ減少を懸念する声が多く聞かれました。

次に、内需関連分野では、建設関連と衣生活関連で上期のDIが当初見通しを上回りました。食生活関連では見通しより低下したものの、下期には回復が見込まれています。国内の復旧・復興需要が顕在化していることや、震災後の自粛ムードが弱まり、消費マインドが緩やかに改善していることを背景に、景況は持ち直しの兆しがみられます。

図表-2 需要分野別の業況判断（前年同期比）

（1）外需関連分野



（2）内需関連分野



(注) 1 業況判断DIは前年同期比で「改善」-「悪化」企業割合。
 2 各企業が取り扱う製品のうち、最もウェイトの大きいものの最終需要先別に集計。

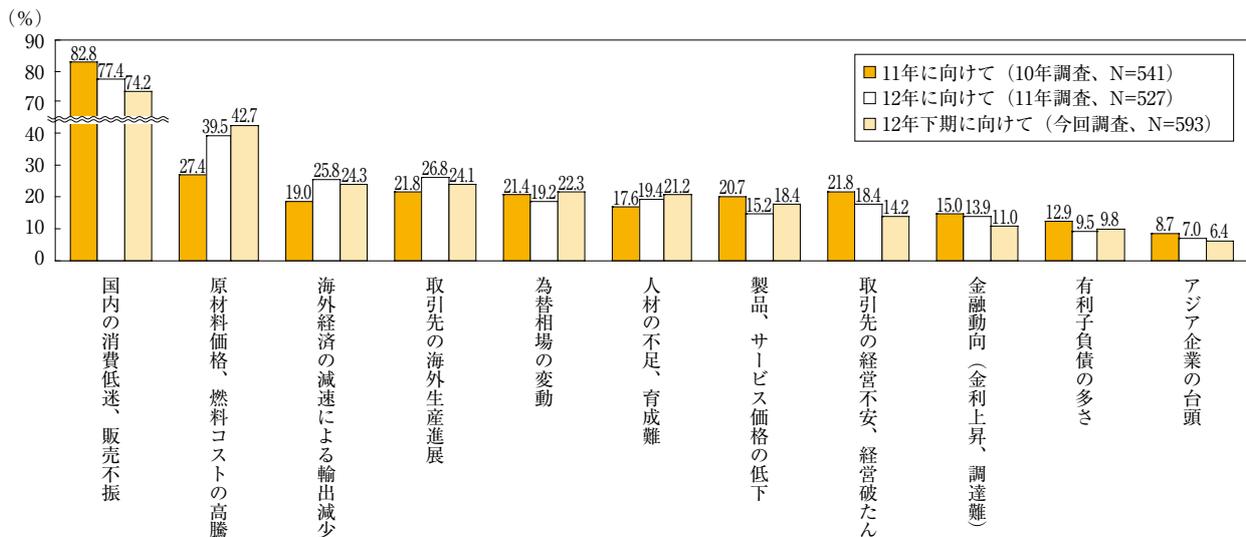
「原材料価格、燃料コストの高騰」「為替相場の変動」などの不安が増す

2012年下期に向けての不安要素としては、「国内の消費低迷、販売不振」が74.2%と、前年11月調査結果からやや低下したものの、引き続き最も高い割合を占めています（図表-3）。次いで「原材料価格、燃料コストの高騰」「海外経済の減速による輸出の減少」「取引先の海外生産進展」を挙げる企業が多くなっています。

前年11月調査結果を上回る割合となったのは、「原材料価格、燃料コストの高騰」「為替相場の変動」「人材の不足、育成難」などです。「為替相場の変動」については、外需関連分野で比較的高い割合となっており、乗用車関連や家電関連では、約3割の企業が不安要素として挙げています。円高による競争力の減退や利益の減少を懸念している様子がうかがわれます。

また、「人材の不足、育成難」を挙げた企業は建設関連で31.3%と、他に比較して高い割合になっています。東日本大震災による復旧・復興需要が拡大しているため、工事に携わる人手が不足し工期が遅れているとの声が数多く聞かれました。

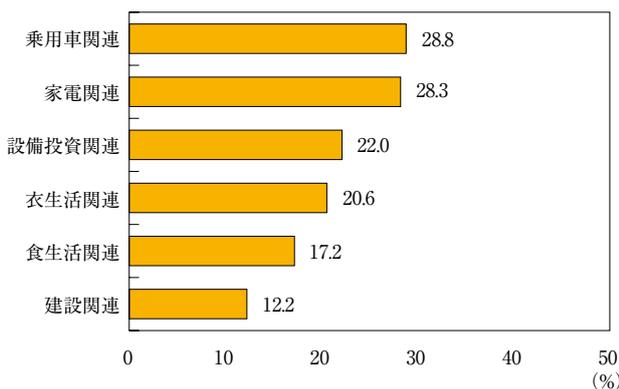
図表-3 今後の不安要素（3つまでの複数回答）



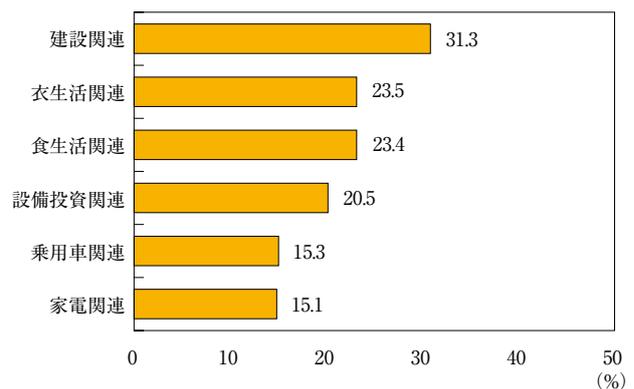
(注) 複数回答（最大3つまで）のため、合計は100%を超える。

<参考> 需要分野別（2012年下期、割合の高い分野順）

【為替相場の変動】



【人材の不足、人材の育成難】



「販売価格引き上げ、コストダウン」「新製商品・サービスの開発」に一層注力

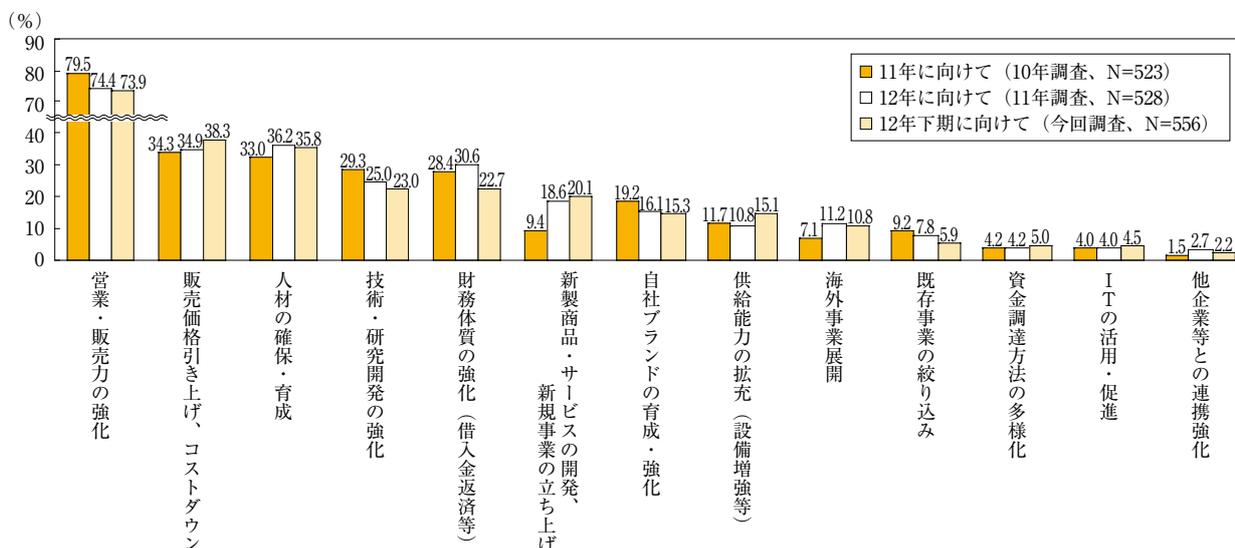
さらに、経営基盤の強化に向けて注力する分野を尋ねたところ、「営業・販売力の強化」を挙げる企業が73.9%と、過去の調査に続き最も高い割合を占めています（図表－4）。次いで「販売価格引き上げ、コストダウン」（38.3%）、「人材の確保・育成」（35.8%）の順となっています。

また、前年11月の調査に比べ増加した回答は、「新製商品・サービスの開発、新規事業の立ち上げ」（20.1%）、「供給能力の拡充（設備増強等）」（15.1%）などです。

国内の消費低迷や原燃料価格の高騰といった不安要素に対応するため、新製商品・サービスの開発や人材育成によって付加価値競争力を高めようとする姿がうかがえます。

（桑本 香梨）

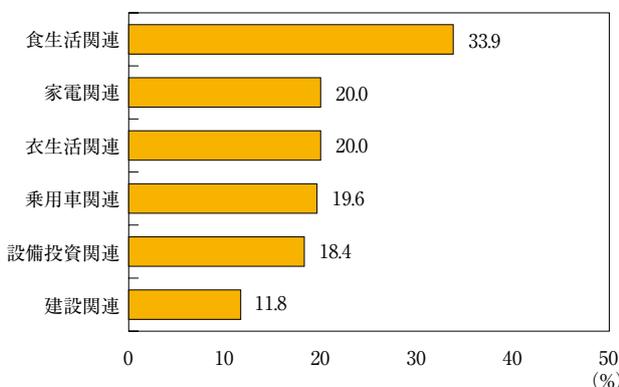
図表－4 経営基盤の強化に向けて注力する分野（3つまでの複数回答）



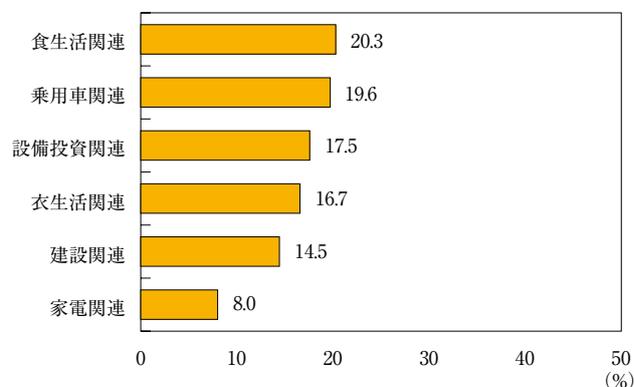
（注）複数回答（最大3つまで）のため、合計は100%を超える。

<参考> 需要分野別（2012年下期、割合の高い分野順）

【新製商品・サービスの開発など】



【供給能力の拡充】



「中小企業動向トピックス」に関するご意見・ご要望等ございましたら、本支店窓口までお問い合わせください。

発行：日本政策金融公庫 総合研究所 ～ホームページ <http://www.jfc.go.jp/> ～