

# 中小企業動向 トピックス

## 2013年の中小企業の景況見通し

### 「中小企業景況調査」(2012年11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11月に「2013年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597社、回答率66.3%)。

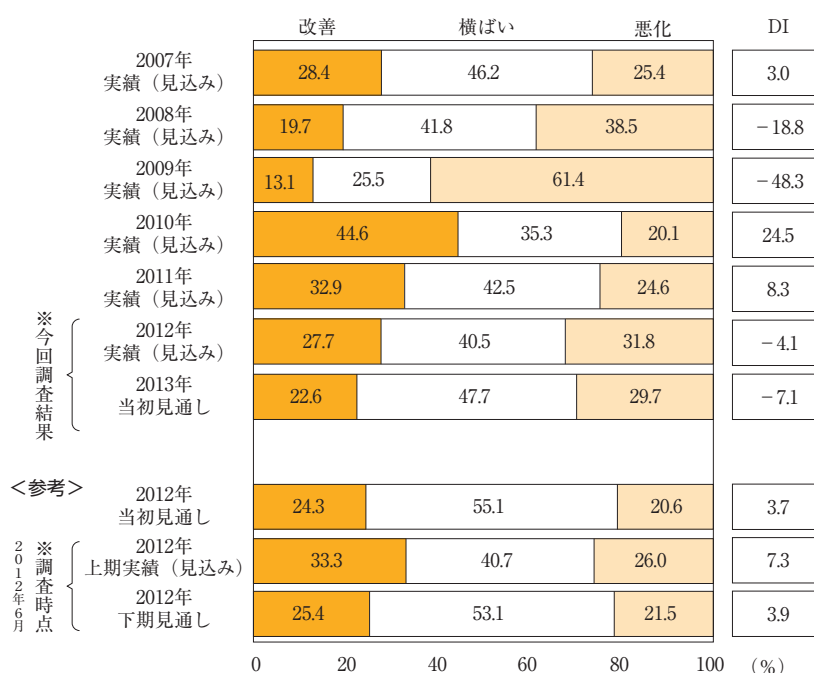
2013年の業況判断DIは-4.1と、2012年の実績から3.0ポイント低下する見通しです。今後に向けた注力分野については、「新製商品・サービスの開発、新規事業の立ち上げ」「自社ブランドの育成・強化」などを挙げる企業が多くなっています。

#### 2013年の業況判断DIは、低下する見通し

2012年(1月～12月)の業況判断DIは、-4.1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)に比べて12.4ポイント低下しています。

2013年の当初見通しも-7.1と、「悪化」超のマイナス水準が続く予想となっています。2013年当初見通しの回答内容の構成をみると、「改善」「悪化」とともに2012年から回答割合が減少し、代わって「横ばい」を見込む企業が半数近くを占める結果となりました。

図表-1 業況判断の推移(前年比)



資料：日本政策金融公庫総合研究所「2013年の中小企業の景況見通し」(中小企業景況調査2012年11月付帯調査)以下同じ。  
(注)業況判断DIは前年比で「改善」-「悪化」企業割合。

## 2013年の業況判断DIは、外需関連分野で2桁のマイナスとなる見通し

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。

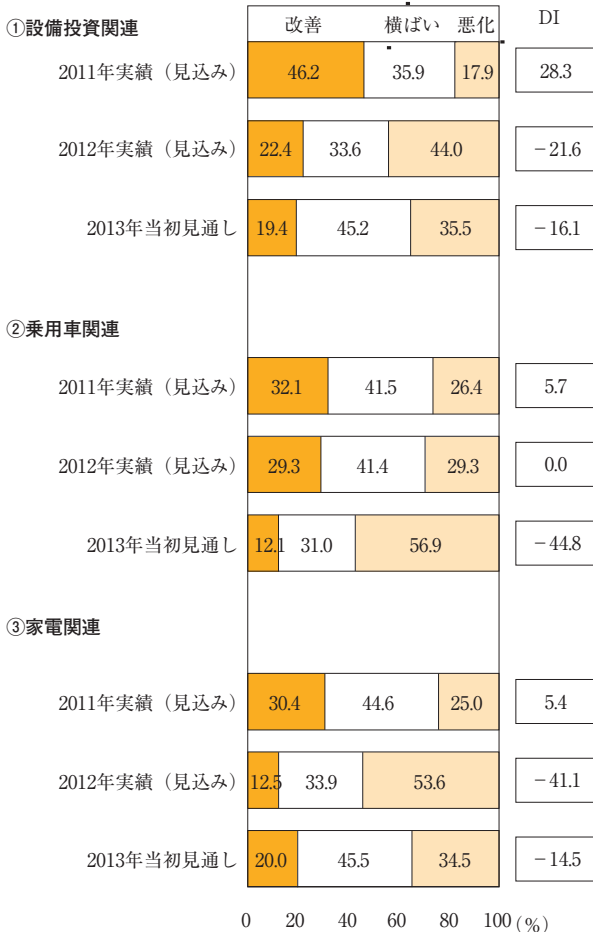
まず、外需関連分野をみると、2012年実績（見込み）の業況判断DIは、2011年に比べいずれも低下しています（図表-2）。特に、設備投資関連と家電関連はそれぞれ-21.6、-41.1と、大幅なマイナスになりました。欧州や中国など海外経済が減速していることや、国内の設備投資意欲の低迷、長引く円高が影響しているものと思われます。

2013年の当初見通しで業況判断DIが大幅に低下したのは、乗用車関連（-44.8）です。半数以上の企業が、2012年に比べて業況が「悪化」と回答しています。エコカー補助金など政策効果の剥落や、海外経済の減速・日中関係の悪化による輸出の減少を懸念する企業が多くみられました。設備投資関連と家電関連も、マイナス幅こそ縮小したものの、2013年も2桁のマイナスが続く見通しです。国内、海外ともに先行きの需要が不透明であることから、外需関連分野全般で中小企業の景況感は弱い動きとなっています。

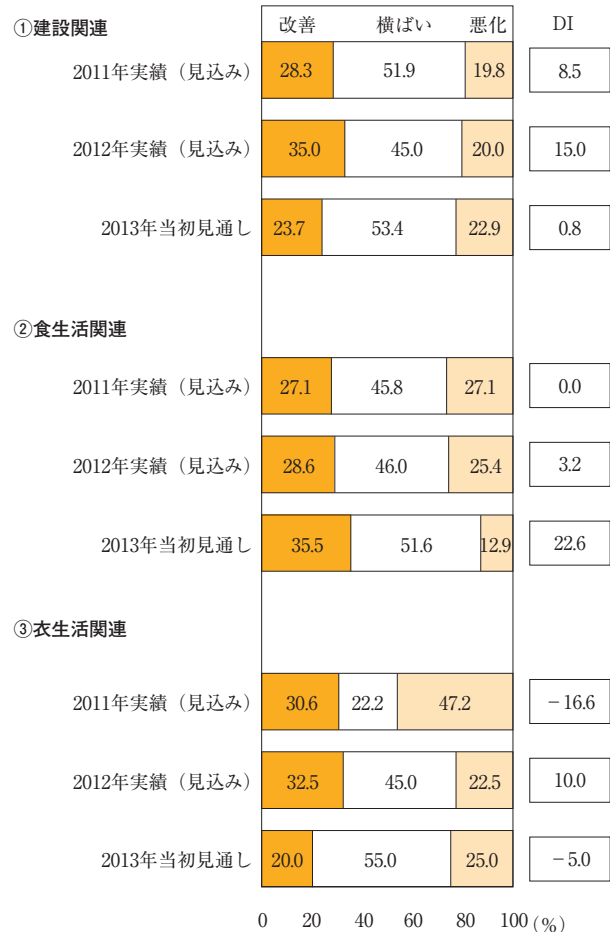
一方の内需関連分野は、比較的安定した動きとなっています。建設関連や食生活関連では、2012年実績（見込み）、2013年当初見通しともに、「改善」超でDIはプラス水準となりました。特に、建設関連では震災の復旧・復興需要が続いているほか、2014年に予定されている消費税増税前の住宅着工の増加も予想されます。衣生活関連も、2013年は小幅なマイナスにとどまる見通しです。

図表-2 需要分野別の業況判断（前年比）

### （1）外需関連分野



### （2）内需関連分野



（注）1 図表-1と同じ。

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。

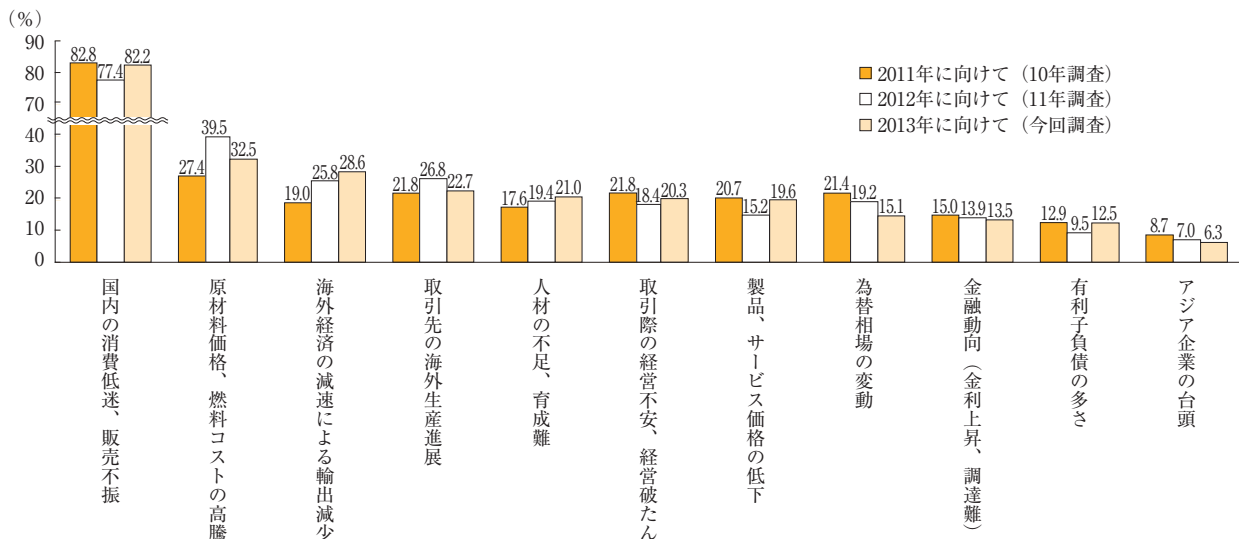
## 「国内の消費低迷、販売不振」「海外経済の減速による輸出減少」などの不安が増す

2013年に向けた不安要素としては、「国内の消費低迷、販売不振」が82.2%と、前回調査からさらに4.8ポイント上昇し、引き続き最も高い割合となりました（図表-3）。そのほか前回調査を上回る割合となったのは、「海外経済の減速による輸出減少」（28.6%）、「人材の不足、育成難」（21.0%）などです。

需要分野別にみると、乗用車関連、家電関連、設備投資関連の外需関連3分野で、「国内の消費低迷、販売不振」と「海外経済の減速による輸出減少」の割合が、前回調査に比べ大幅に増加しています。特に乗用車関連では、「国内の消費低迷、販売不振」の割合が前回調査から実に31.6ポイントも上昇しました。エコカー補助金などの政策効果で国内の需要が先食いされたことや、景気の減速による消費者の耐久消費財購入意欲の低迷を懸念している企業が多いものと思われます。

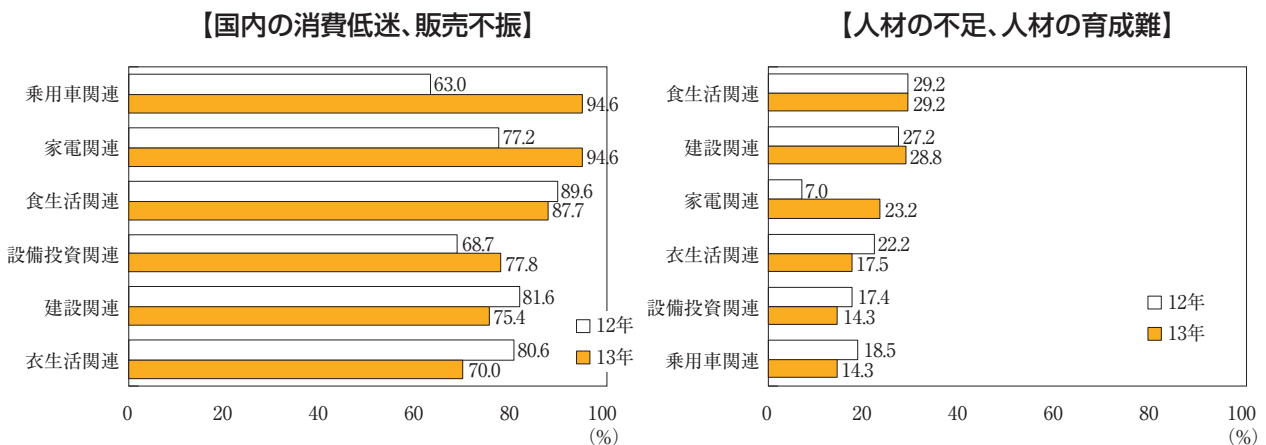
他方、内需関連分野の食生活関連や建設関連では、「人材の不足、育成難」を挙げた企業がいずれも約3割と、他の需要分野に比べて多くなっているのが特徴です。建設関連企業からは、東日本大震災の復旧・復興工事に人手が回っているために、人材の確保が難しいとの声が聞かれました。

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（割合の高い分野順）



## 「新製商品・サービスの開発」「自社ブランドの育成・強化」に一層注力

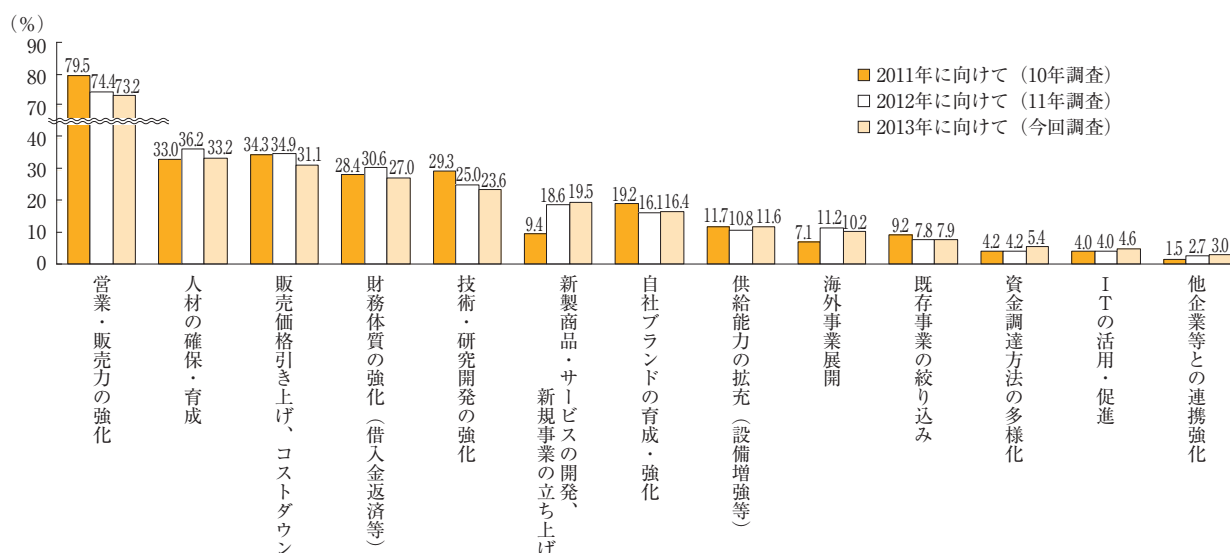
さらに、経営基盤の強化のため、2013年に向けて注力する分野を尋ねたところ、「営業・販売力の強化」を挙げる企業が73.2%と、過去の調査同様、最も高い割合を占めました（図表－4）。次いで「人材の確保・育成」（33.2%）、「販売価格引き上げ、コストダウン」（31.1%）などの順となっています。

また、前回調査に比べて増加した回答は、「新製商品・サービスの開発、新規事業の立ち上げ」（19.5%）、「自社ブランドの育成・強化」（16.4%）などです。

国内、海外経済ともに不透明感が増す中で、新製商品・サービスの開発や自社ブランドの強化によって付加価値競争力を高めようとする中小企業の姿がうかがえます。

（桑本 香梨）

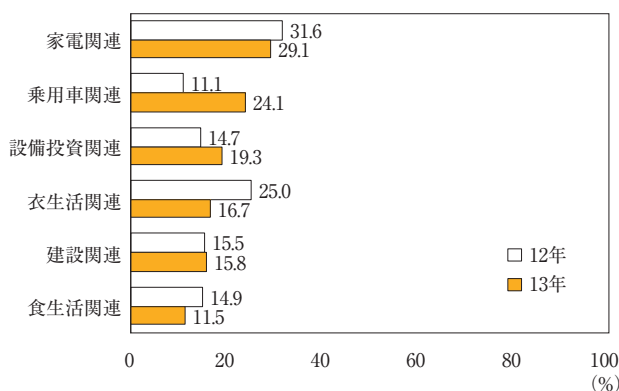
図表－4 経営基盤の強化に向けて注力する分野（3つまでの複数回答）



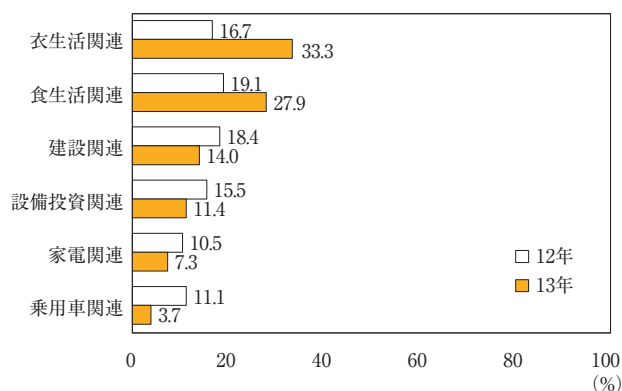
（注）図表－3と同じ。

### <参考> 需要分野別（割合の高い分野順）

#### 【新製商品・サービスの開発など】



#### 【自社ブランドの育成・強化】



「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/> ～