

## 中小企業における 2015年の景気見通し等について

昨年は消費税の引上げや円安急進による歪などで景気回復にブレーキがかかり、中小企業景況も変調を来したことが、当金庫の調査でも明らかになった。このようなことから、本年10月に予定されていた消費税の再引上げは1年半延期する措置がとられたが、中小企業経営者は2015年中の景気や自社の業況などをどのように予想しているのか、アンケート調査で探ってみた。

調査時点：2014年12月上旬

調査対象：大阪シティ信用金庫取引先企業  
(大阪府内)

調査方法：聞き取り法

依頼先数：1,482社

有効回答数：1,430社

有効回答率：96.5%

有効回答内訳：下の表のとおり

業種	実数	構成比
製造業	657社	46.0%
卸売業	245	17.1
小売業	111	7.8
建設業	205	14.3
運輸業	80	5.6
サービス業	132	9.2
計	1,430	100.0

従業者	実数	構成比
10人未満	876社	61.2%
10～49人	503	35.2
50人以上	51	3.6
計	1,430	100.0

# 1. 新年の見通し

## (1) 景気見通し

- 「良くなる」が 25.5%

はじめに、すべての企業に対し、2015 年の 1 年を通した景気について、前年に比べどのよう  
に予想するか聞いた結果が第 1 表 - (1) である。

全体で見ると、「横ばい」と予想する企業が 49.6%で最も多く、「良くなる」と予想する企  
業は 25.5%である。この「良くなる」の割合は、1 年前に調査した 2014 年予想の 47.5%に比  
べると大きく減少(22 ポイント)したが、わずかながらも(0.6 ポイント)依然として「悪くなる」を上  
回っている状況である。

業種別に見ると、「良くなる」とする企業は建設業が 35.1%で最も多いのに対し、小売業が  
17.1%で最も少ない。また、小売業と卸売業では「悪くなる」が「良くなる」を上回っている。

従業者規模別に見ると、規模が大きくなるほど「良くなる」とする企業が多くなり、「悪くな  
る」とする企業は少なくなっている。

第 1 表 - (1) 景気見通し

(%)

区分		項目	良くなる	横ばい	悪くなる	計
業 種 別	製 造 業		25.1 (47.8)	49.8 (37.9)	25.1 (14.3)	100.0
	卸 売 業		22.0 (42.8)	48.6 (39.6)	29.4 (17.6)	100.0
	小 売 業		17.1 (40.8)	50.5 (41.7)	32.4 (17.5)	100.0
	建 設 業		35.1 (51.4)	47.8 (33.5)	17.1 (15.1)	100.0
	運 輸 業		25.0 (50.0)	56.2 (35.7)	18.8 (14.3)	100.0
	サービ ス 業		26.5 (52.0)	49.2 (37.3)	24.3 (10.7)	100.0
規 模 別	10 人 未 満		24.8 (43.6)	47.8 (41.0)	27.4 (15.4)	100.0
	10 ~ 49 人		26.0 (53.0)	52.7 (32.4)	21.3 (14.6)	100.0
	50 人 以 上		31.4 (55.2)	52.9 (35.8)	15.7 (9.0)	100.0
2015 年 全 体			25.5	49.6	24.9	100.0
比 較	[2014 年]		[47.5]	[37.7]	[14.8]	[100.0]
	[2013 年]		[22.2]	[52.2]	[25.6]	[100.0]
	[2012 年]		[16.3]	[36.8]	[46.9]	[100.0]
	[2011 年]		[15.0]	[54.8]	[30.2]	[100.0]

注) 業種別、規模別の( )内は、昨年調査における 2014 年予想

(2) 自社の売上見通し

- 「増加する」は 34.7%

次に、2015 年における自社の売上予想を聞いた結果が第1表 - (2)である。

全体で見ると、「横ばい」と答えた企業が 50.0%で多く、「増加する」と答えた企業は 34.7%である。前項(1)で、景気が「良くなる」と予想した企業は 25.5%だったが、自社の売上げについては、これを 9.2 ポイント上回る企業が「増加する」と答えており、やや強気な予想となっている。一方、「減少する」と答えた企業は 15.3%だった。

2014 年予想と比べると、「増加」と予想する企業が 9.9 ポイント減り、「減少」と予想する企業は 2.6 ポイント増えている。

業種別に見ると、「増加」と予想する企業は建設業が 45.8%で最も多いのに対し、小売業は 20.7%で最も少ない。また、小売業では「減少」と予想する企業が 26.1%で最も多く、唯一「増加」を上回っており(5.4 ポイント)、一際厳しい売上見通しとなっている。

従業員規模別に見ると、規模が大きくなるほど「増加」と予想する企業が多くなり、「減少」と予想する企業は少なくなっている。

第1表 - (2) 自社の売上見通し

(%)

区分		項目	増加する	横ばい	減少する	計
業 種 別	製造業		33.4 (44.7)	50.8 (43.2)	15.8 (12.1)	100.0
	卸売業		35.5 (44.9)	50.2 (44.5)	14.3 (10.6)	100.0
	小売業		20.7 (29.1)	53.2 (48.6)	26.1 (22.3)	100.0
	建設業		45.8 (55.8)	41.0 (32.4)	13.2 (11.8)	100.0
	運輸業		36.3 (44.7)	57.4 (44.6)	6.3 (10.7)	100.0
	サービス業		33.4 (41.3)	52.2 (45.4)	14.4 (13.3)	100.0
規 模 別	10人未満		30.8 (39.2)	51.5 (46.8)	17.7 (14.0)	100.0
	10～49人		40.2 (52.6)	47.9 (36.5)	11.9 (10.9)	100.0
	50人以上		47.1 (55.2)	45.1 (35.8)	7.8 (9.0)	100.0
2015年全体			34.7	50.0	15.3	100.0
比 較	[2014年]		[44.6]	[42.7]	[12.7]	[100.0]
	[2013年]		[32.3]	[50.0]	[17.7]	[100.0]
	[2012年]		[29.0]	[44.2]	[26.8]	[100.0]
	[2011年]		[20.2]	[55.2]	[24.6]	[100.0]

注) 業種別、規模別の( )内は、昨年調査における 2014 年予想

(3) 消費税引上げ先延ばしの効果

- 「明確なプラス効果」は 47.9%

次に、本年 10 月に予定されていた消費税率 10%までの再引上げは、景気への配慮から 1 年半先延ばしする措置がとられたが、そのことで本年の自社業績に明確なプラス効果があると思うかどうか聞いた結果が第 1 表 - (3)である。

全体で見ると、「 明確なプラス効果がある」と答えた企業は 47.9%だった。

業種別に見ると、「 明確なプラス効果」と答えた企業は小売業が 58.6%で最も多い。

第 1 表 - (3) 消費税引上げ先延ばしの効果

(%)

区分		項目	明確な プラス効果あり	とくに プラス効果なし	計
業 種 別		製 造 業	43.7	56.3	100.0
		卸 売 業	46.5	53.5	100.0
		小 売 業	58.6	41.4	100.0
		建 設 業	55.1	44.9	100.0
		運 輸 業	55.0	45.0	100.0
		サ ー ビ ス 業	46.2	53.8	100.0
規 模 別		10 人 未 満	45.7	54.3	100.0
		10 ~ 49 人	51.2	48.8	100.0
		50 人 以 上	50.9	49.1	100.0
全 体			47.9	52.1	100.0

## 2. 新年の経営方針

### (1) 「攻め」か「守り」か

－ 「攻め」が 52.2%

2015 年における中小企業の経営者マインドを探るため、自社の経営方針のイメージを「攻め」か「守り」(具体例は次頁)で言い表すといずれになるか聞いた結果が第 2 表 - (1)である。

全体で見ると、2015 年の方針を「思い切った攻めの経営」とする企業は 6.6%、「どちらかといえば攻めの経営」が 45.6%あり、これら「攻めの経営」とする企業の合計は 52.2%となる。これに対し、「どちらかといえば守りの経営」とする企業が 40.9%、「徹底した守りの経営」も 6.9%あり、これら「守りの経営」とする企業の合計は 47.8%となった。

アベノミクスへの期待が高まり、円相場も中小企業経営者の多くが適正と考える水準(当金庫調査)だった 1 年前における「2014 年予想」に比べると、「攻め」とする企業は 5.6 ポイント減ったが、それでも 5 割を超える企業が積極的な経営策をとろうとしている。

業種別に見ると、「攻めの経営」は建設業が 57.6%で最も多く、小売業が 39.6%で最も少ない。

第 2 表 - (1) 「攻め」か「守り」か

(%)

区分	項目	思い切った攻め	どちらか といえば 攻め	どちらか といえば 守り	徹底した 守り	計	+	
							攻めの経営	守りの経営
業 種 別	製 造 業	5.2	47.2	41.2	6.4	100.0	52.4 (56.2)	47.6 (43.8)
	卸 売 業	5.3	48.1	37.6	9.0	100.0	53.4 (60.3)	46.6 (39.7)
	小 売 業	7.2	32.4	46.0	14.4	100.0	39.6 (42.8)	60.4 (57.2)
	建 設 業	9.3	48.3	38.5	3.9	100.0	57.6 (66.4)	42.4 (33.6)
	運 輸 業	2.5	48.7	46.3	2.5	100.0	51.2 (53.6)	48.8 (46.4)
	サービ ス業	14.4	37.1	41.7	6.8	100.0	51.5 (62.0)	48.5 (38.0)
規 模 別	10 人未満	5.8	39.8	45.7	8.7	100.0	45.6 (48.9)	54.4 (51.1)
	10～49 人	7.8	54.0	33.6	4.6	100.0	61.8 (69.4)	38.2 (30.6)
	50 人以上	9.8	58.8	31.4	0	100.0	68.6 (83.6)	31.4 (16.4)
2015 年 全 体		6.6	45.6	40.9	6.9	100.0	52.2	47.8
比 較	[2014 年]	[7.1]	[50.7]	[36.3]	[5.9]	[100.0]	[57.8]	[42.2]
	[2013 年]	[6.6]	[43.4]	[41.5]	[8.5]	[100.0]	[50.0]	[50.0]
	[2012 年]	[5.3]	[39.9]	[44.0]	[10.8]	[100.0]	[45.2]	[54.8]
	[2011 年]	[6.0]	[40.9]	[43.2]	[ 9.9]	[100.0]	[46.9]	[53.1]

注) 業種別、規模別の( )内は、2014 年

(2) 「攻め」の具体的施策

－ 「営業強化」が 68.2%

2015 年における自社の経営方針のイメージを「攻め」と答えた企業(746 社、52.2%)に対し、その具体策について聞いた結果(複数回答)が第 2 表 - (2)である。

全体で見ると、「業容拡大に向けた営業強化」と答えた企業が 68.2%でとくに多い。次いで「新しい製(商)品・サービス等の開発・取扱い」とする企業が 38.1%と多いが、「新設・増設・更新等、設備投資の実施」も 21.2%ある。以下、「新規採用、中途採用、パート採用等による増員」が 16.8%、「新業種への進出など、事業の多角化」が 11.9%などとなっている。

第 2 表 - (2) 「攻め」の具体的施策

(複数回答、%)

項目		営業強化	新製(商)品の開発	設備投資	増員	多角化	その他
業種別	製造業	59.9	45.9	28.2	16.0	11.6	0.6
	卸売業	77.9	46.6	4.6	13.0	12.2	0.8
	小売業	61.4	56.8	20.5	2.3	9.1	0
	建設業	81.4	12.7	13.6	22.9	13.6	0
	運輸業	70.7	12.2	29.3	22.0	9.8	0
	サービス業	72.1	29.4	26.5	23.5	13.2	1.5
規模別	10人未満	68.8	35.5	17.0	15.3	9.3	0.8
	10～49人	68.2	38.6	26.0	18.0	15.4	0.3
	50人以上	62.9	62.9	25.7	22.9	11.4	0
全体		68.2	38.1	21.2	16.8	11.9	0.5

< 「攻め」と「守り」の具体例 >

「攻めの経営」とは 事業の拡大・多角化を目的とする、新製(商)品・サービス等の開発・取扱い、新設・増設・更新などの設備投資、新卒採用・中途採用など

「守りの経営」とは 事業の拡大・多角化目的の諸施策を自粛するほか、減員、減産、販路縮小、取扱い製(商)品の絞込み、設備・資産の処分など

(3) 「守り」の具体的施策

- 「ひたすら現状維持」が 90.4%

2015 年における自社の経営方針のイメージを「守り」と答えた企業(684 社、47.8%)に対し、その具体策について聞いた結果(複数回答)が第 2 表 - (3)である。

全体で見ると、「ひたすら現状を維持する」と答えた企業が 90.4%でとくに多い。このほか「取扱い製(商)品・サービス等の整理・縮小」とする企業が 10.8%、「減産・販路縮小など業容の縮小」が 5.4%、「設備・資産等の処分・圧縮」が 5.4%、「解雇、欠員の無補充などによる減員」が 3.5%などとなっている。

以上のように、「守り」の内容は積極策を控えるというものが大部分であって、具体的に何らかのリストラ策を講じる企業は限定的とみられる。

第 2 表 - (3) 「守り」の具体的施策

(複数回答、%)

項目		ひたすら 現状維持	整理・縮小	業容の縮小	資産圧縮	減員	その他
区分							
業 種 別	製 造 業	88.5	9.9	6.4	5.8	3.2	0
	卸 売 業	90.4	11.4	4.4	5.3	4.4	0.9
	小 売 業	95.5	23.9	7.5	3.0	6.0	0
	建 設 業	94.3	6.9	4.6	6.9	2.3	0
	運 輸 業	84.6	5.1	5.1	7.7	2.6	2.6
	サービス業	92.2	9.4	1.6	3.1	3.1	0
規 模 別	10 人未満	90.8	10.3	5.0	5.0	3.2	0.2
	10～49 人	89.6	12.0	6.3	5.7	4.7	0
	50 人以上	87.5	12.5	6.3	12.5	0	6.3
	全 体	90.4	10.8	5.4	5.4	3.5	0.3