

2016年10月19日

各 位

大阪中小企業投資育成株式会社  
代表取締役社長 齋藤 浩  
(大阪市北区中之島3-3-23)

## 投資先企業景況アンケート結果の発表

下記の通り、当社投資先企業に対して景況アンケートを実施いたしました。

結果については次頁以下をご覧ください。

調 査 時 点 : 2016年9月中旬

調査対象先 : 当社投資先企業909社

回 答 数 : 609社

回 収 率 : 67.0%

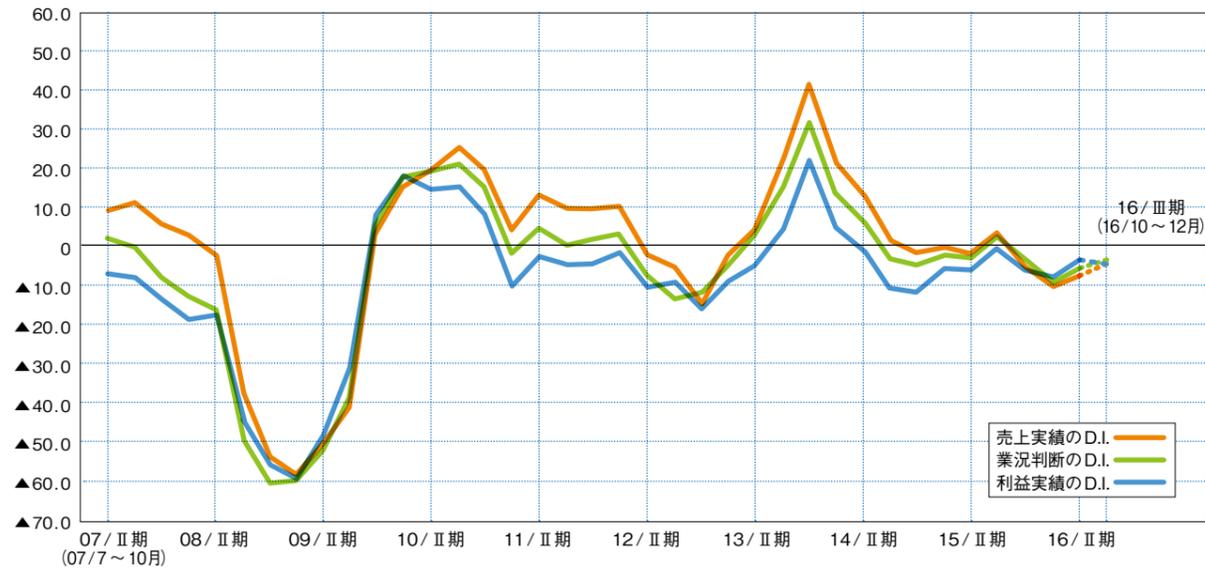
---

◇本発表に関するお問い合わせ先  
事業支援部  
福山 裕人  
電 話 : 06-6459-1700  
メー ル : pr@sbic-wj.co.jp

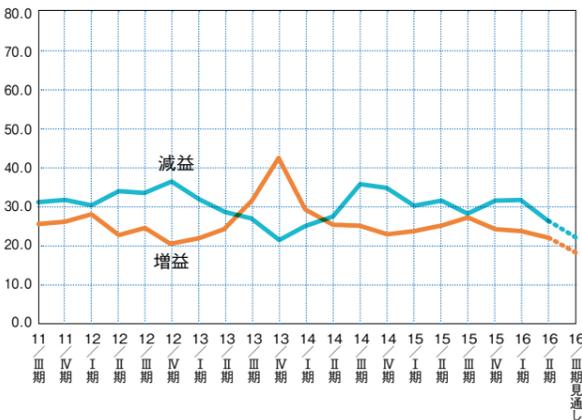
# 指標は改善したが、力強さは感じられず

投資先企業の2016年第2四半期の景況アンケートによると、2016年7～9月期の売上実績、利益実績、業況判断の各D.I.は前四半期と比べ依然マイナスながら、いずれの指標も改善した。次期四半期の見通しも改善の方向にあるが、利益実績は下振れを見込むなど力強さは感じられず、慎重な姿勢を崩していない。

売上及び利益実績・業況判断のD.I. (前年同期比) の推移



利益実績の増減益割合 (前年同期比) の推移

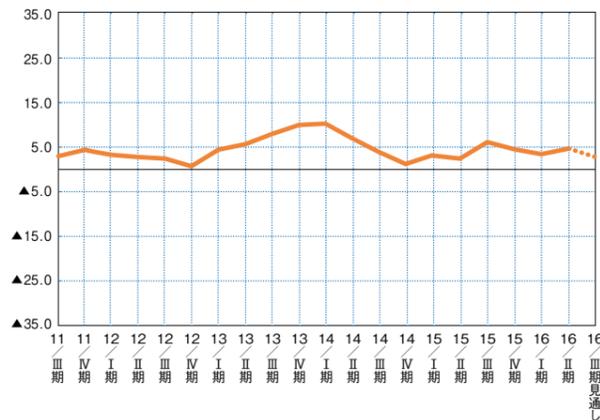


① 2016年7～9月期の売上実績D.I. (増収企業割合-減収企業割合)は前四半期の▲10.5から▲7.6へ、利益実績D.I.(増益企業割合-減益企業割合)では▲8.2から▲3.8へ、業況判断実績D.I. (好転企業割合-悪化企業割合)は▲9.7から▲5.7へ依然マイナスながら、いずれの指標も改善した。

② 利益実績D.I.を業種別推移表で見ると、2016年7～9月期ではマイナスを示しているのは6業種で、鉄鋼・非鉄、金属製品、繊維の3業種はマイナスの状態が長く続いている。前四半期からプラスに転じたのは、電気機器の1業種で、逆にマイナスに転じたのは、建設、サービスの2業種となった。

③ 2016年10～12月の見通しD.I.は、2016年7月～9月期の売上実績D.I.▲7.6から見通しD.I.▲4.5へ、利益実績D.I.は▲3.8から見通し▲4.5へ、業況判断D.I.は▲5.7から見通し▲3.8へと、改善の方向にあるが、利益実績は下振れを見込むなど、力強さは感じられない。

資金繰り実績のD.I. (前年同期比) の推移

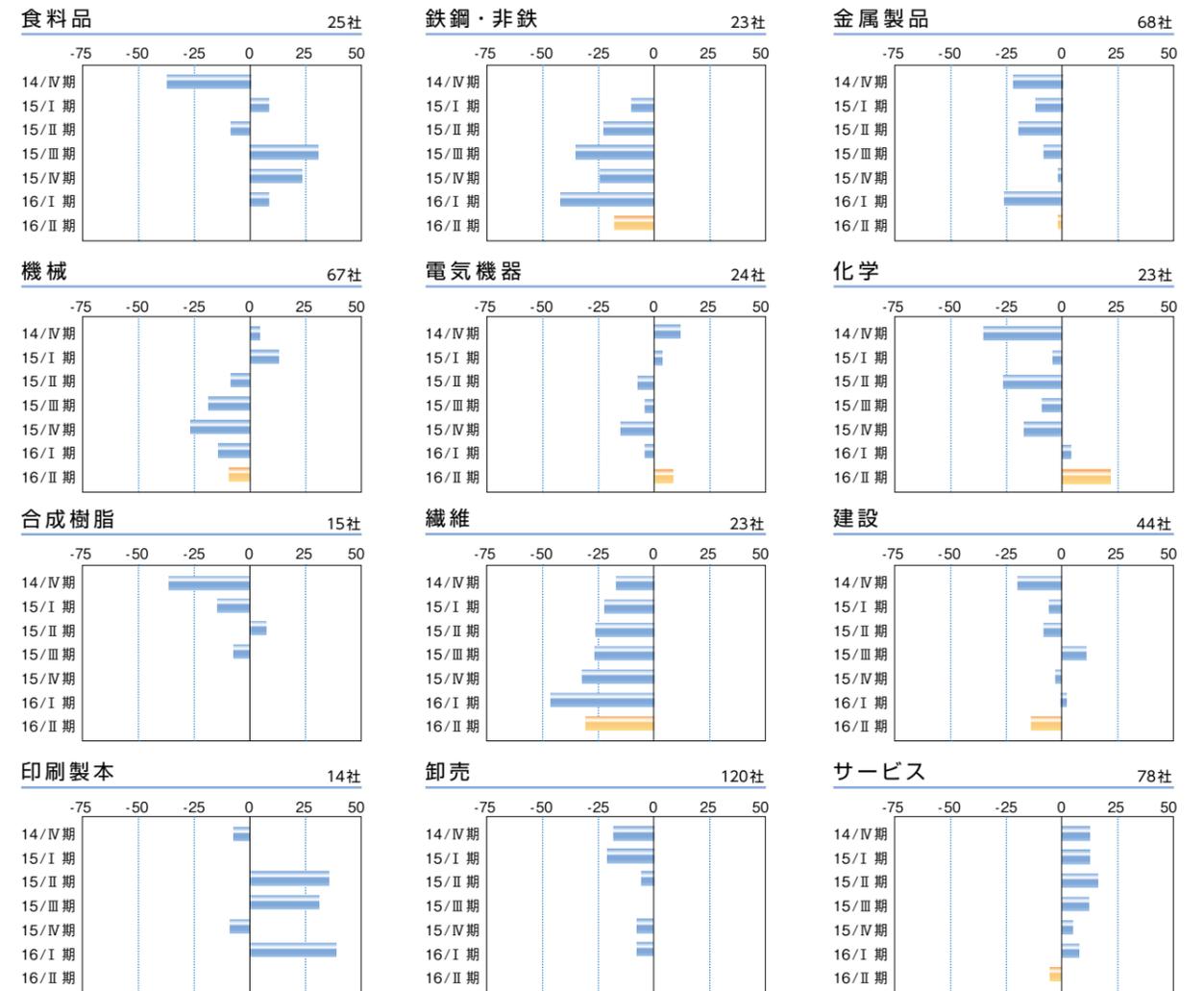


利益実績の増減割合でみると、増益を見通す企業が3.9ポイント減少する一方、減益を見通す企業も3.2ポイント減少しており、業況判断には引き続き慎重な姿勢を崩していない。

なお、10月発表の日銀短観では、中堅・中小企業は改善し、熊本地震後の自動車産業の生産挽回などが景況感を支える要因となっている。先行きについては、政府の経済対策への期待感はあるものの、具体的な効果が現れるまでには時間を要することや、円高傾向にある為替動向が重石となり、企業は慎重姿勢を崩していない。また、人員の不足感も根強く残っている。

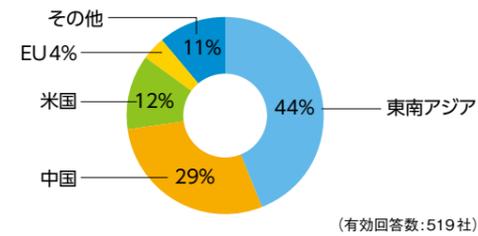
前回調査時点では、英国のEU離脱が不透明要因となっていたが、大きな影響は及ぼしていない。ただ、海外の政治情勢は依然不安定な上、米国の利上げペースの鈍化や中国経済の減速などから円高懸念は燃っており、為替への警戒感是一段と強まっているといえよう。

主要業種別利益実績のD.I. (前年同期比) の推移



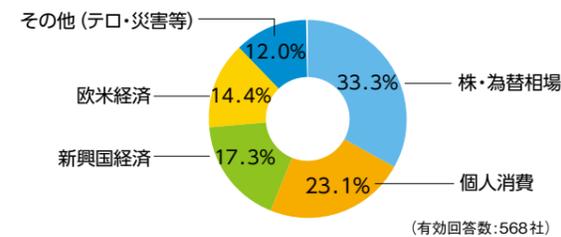
## 2017年注目国&リスク要因アンケート結果

### ● 2017年最も注目している国・地域



(有効回答数:519社)

### ● 2017年最もリスク要因と感ずるもの



(有効回答数:568社)

2016年も残り少なくなってきました。そこで、来年(2017年)、①ビジネス展開上、最も注目している国・地域はどこか、②最もリスク要因と感ずるものは何か、についてアンケート調査を行いました。

①ビジネス展開上、最も注目している国・地域は、中国29%をしのぎ、東南アジア44%がトップとなりました。チャイナ・リスクの顕在化により進出数・投資額とも伸び悩み、撤退のケースも目立つようになった中国に対して、東南アジアに関心が集まっているようです。米国12%、EU4%は最終消費地や知財面での魅力は失われていないと思われませんが、地理的にも近い、東南アジアや中国とは大きく差が開く結果となりました。

②最もリスク要因と感ずるものは、株・為替相場33%、個人消費23%、新興国経済17%、欧米経済14%、その他(テロ・災害等)12%の順となりました。株・為替相場は、先行きの不安定さが拭えず、企業収益にも大きな影響を及ぼすことから、一番のリスク要因となっています。また、個人消費については、企業マインドの改善に比べると消費者心理の改善ペースが鈍いことなどが反映しているものと思われます。新興国・欧米経済とも前二者に比べ比率は劣りますが、重要なリスクファクターであることに違いありません。