

RIETI-中小機構 共催BBLセミナー

コロナ禍での中小企業の声聴く－中小企業景況調査の活用－

2022年7月20日

経済産業研究所 上席研究員

中小企業基盤整備機構 機構サポーター

小西葉子

中小企業基盤整備機構

伊原誠、藤田明子、朱山真也、谷井悦子、大竹悦朗

今日、7月20日は「中小企業の日」！

✓ 7月の1カ月間は「中小企業魅力発信月間」！ たくさんのイベントが開催されます！

中小企業庁は、中小企業基本法の公布・施行日である7月20日を「中小企業の日」、7月の1ヶ月間を「中小企業魅力発信月間」と、2019年以降、毎年、同日・同期間を実施していて、今年で4回目を迎えました。



7月20日は中小企業の日

中小企業基本法(昭和三十八年七月二十日 法律第百五十四号)中小企業に関する施策について、その基本理念、基本方針その他の基本となる事項を定めるとともに、国及び地方公共団体の責務等を明らかにすることにより、中小企業に関する施策を総合的に推進し、もつて国民経済の健全な発展及び国民生活の向上を図ることを目的とする。

ロゴマークの意味

日本経済を支えている多くの中小企業・小規模事業者を柱に見立て、緑の矢印で「企業の成長」を表現しています。昭和、平成、令和と時代が移りゆくなかで中小企業はいつの時代も日本経済を支え続けています。さらに日本を元気にするために“ホップ、ステップ、ジャンプ”と令和時代にさらに飛躍することの期待を込めつつ、中小企業庁のロゴにもある楕円の線とその先端の丸いオブジェクトを配し、不変の支援を続けていく決意も表現しました。

▶ 引用元：<https://www.meti.go.jp/press/2019/06/20190614005/20190614005.html>

▶ 関連イベント情報：<https://www.chusho.meti.go.jp/soudan/day.htm>

- 1 中小企業景況調査について
- 2 過去との比較でコロナを俯瞰する
- 3 地域×業種でより身近な声を聴く
- 4 都道府県×産業でより身近な声を聴く
- 5 景況調査の強み：拡がる活用の可能性、もっと近くで声を聴く

本日の報告は、

①小西葉子・大竹悦朗・谷井悦子・伊原誠 「コロナ禍での中小企業の声を聴く：地域×業種分析編－中小企業景況調査の活用－」、RIETI特別コラム：新型コロナウイルス－課題と分析、2021年。

https://www.rieti.go.jp/jp/columns/a01_0654.html

②小西葉子・大竹悦朗・谷井悦子・伊原誠 「コロナ禍での中小企業の声を聴く：都道府県×産業分析編－中小企業景況調査の活用－」、RIETI特別コラム：新型コロナウイルス－課題と分析、2021年。

https://www.rieti.go.jp/jp/columns/a01_0661.html

等を基にしています。

1 中小企業景況調査について

1 わが国の企業の景況感（声）を聴く調査について

コロナ禍の様な未曾有の事態には主観的な統計調査の活用も積極的に行いたい。

調査名	✓ 中小企業景況調査	全国企業短期経済観測調査（短観）	法人企業景気予測調査	全国中小企業動向調査結果	
調査実施組織	中小企業基盤整備機構	日本銀行	財務省	日本政策金融公庫	
調査対象数 （直近の結果より）	18,853社	9,313社	14,518社	中小企業編 12,392社	小企業編 10,000企業
回収率 （直近の結果より）	96.2%	99.3%	75.9%	43.7%	62.7%
調査対象	全国の中小企業。小規模事業者*は約8割。	資本金2千万円以上の企業。中小企業は約5割。	資本金1千万円以上の企業。中小企業は約4割。	原則従業員が20人以上の中小企業。	原則従業員が20人未満の中小企業。
調査開始時	1980年7-9月期	1974年5月	2004年4月	1981年1-3月期	1980年1-3月期
参考URL	https://www.smrj.go.jp/research_case/research/survey/index.html	https://www.boj.or.jp/statistics/tk/index.htm/	https://www.mof.go.jp/pri/reference/bos/index.htm	https://www.jfc.go.jp/n/findings/tyousa_sihanki.html	

*製造業、建設業は従業員20人以下。卸売業、小売業、サービス業は従業員5人以下。

景況調査の中でサンプル数が最も多く、回収率も国内統計調査の中でもトップクラス。
小規模事業者を多く含み、長期時系列のデータが使用できる。

「中小企業景況調査」の概要

中小企業景況調査（中小機構）		
調査目的		中小企業庁及び独立行政法人中小企業基盤整備機構では、中小企業の景況を把握し、中小企業施策立案の基礎資料を収集するため 中小企業景況調査の目的 1) 中小企業施策の企画・立案に必要な資料・情報収集 2) 都道府県の施策立案、中小企業関係機関の診断指導等のための資料提供 3) 中小企業の経営に必要な情報提供
調査対象	対象地域	北海道、東北、関東、中部、近畿、中国、四国、九州・沖縄の 8地域 。
	調査客体	中小企業基本法に定義する、 全国の中小企業約19,000社（小規模企業は約8割） 。
調査事項		Q1.今期の状況、来期の見通しについて（前年同期、前期と比較） Q2.今期の水準について（過去との比較ではなく今期の水準） Q3.今期および来期の新規設備投資の状況（実施、計画の状況） Q4.今期直面している経営上の問題点（重要度が高い順に3つ選択） Q5.背景について（自由記入）
調査時期		毎年、3月、6月、9月の1日及び11月15日現在で調査を実施。
調査方法		<u>全国の商工会、商工会議所の経営指導員、及び中小企業団体中央会の調査員が調査対象企業を訪問面接し、調査票に基づき聴き取りによって調査を行っている。</u>

1 中小企業景況調査について

「中小企業景況調査」の3つの特長

(1) 全国の中小企業の景況感を総合的に把握する調査

- ▶ 新上五島町商工会（長崎）、徳之島町商工会（鹿児島）、久米島町商工会（沖縄）等、**全国の離島**も含む。



全国津々浦々を網羅

(2) 四半期に一度、中小企業の方々へ原則訪問面接をするアンケート調査

- ▶ 訪問面接による調査では、**調査員が企業へ訪問**し、調査票に沿って質問。
- ▶ 調査員は対話しながら**聴き取り結果**を調査票に記入。



高い回収率、高い信頼性

(3) 40年以上、中小企業の景況感を把握する調査

- ▶ 1980年7－9月期の第1回より、欠かさず実施。**今年の第2四半期で168回!**
- ▶ 調査結果は、**DI（ディーアイ）**として、景況感を指数化。



円高不況、バブル崩壊、
アジア通貨危機、リーマン
ショック、東日本大震災、
コロナ危機等、様々な事
象を網羅

Diffusion Index (DI) ▶ DIを見ることで、企業の景況感が分かります。

- ✓ 業況（自社の業況についての判断）
- ✓ 売上額の増減
- ✓ 売上単価・客単価の上昇低下
- ✓ 原材料・商品仕入単価の上昇低下
- ✓ 採算（経常利益）の判断
- ✓ 資金繰りの判断
- ✓ 借入難易度（長期、短期）の容易困難
- ✓ 従業員数の過不足
- ✓ 生産設備の過不足（製造業のみ）



DIは、「良い」と答えた会社と「悪い」と答えた会社の比率の差である。

最大値は100%ポイント、最小値は-100%ポイント、0 のとき「良い」と答えた会社数と「悪い」と答えた会社数が等しい。

DI以外での公表

- ✓ 設備投資動向
- ✓ 経営上の問題点
- ✓ 業況判断の背景について感じていること（100文字以内の自由回答）

上記は、各回の報告書に掲載しています

https://www.smrj.go.jp/research_case/research/survey/index.html

製

期 別 コード	都道府県 コード	市・町村 コード	金 業 コード
0 9 1 3			0

中小企業景況調查票・製造業

〈平成21年4～6月期〉

質問 1. 今期の貴社の状況は、前年同期および前期と比較してどうですか。また、来期の見通しは、前年同期および今期と比較してどうですか。該当する番号に○印を付けてください。
(貴社において該当しない調査項目がある場合は、項目の記号(イ、ロ、ハ)にレ印を付けてください。)

		Ⅰ 今期の状況		Ⅱ 来期の見通し	
		㊦ 前年同期 (平成20年4～6月) に比べて	㊧ 前期 (平成21年1～3月) に比べて	㊨ 前年同期 (平成20年7～9月) と比べた来期の見通し	
イ	売上（加工）額	1.増加 2.不変 3.減少	1.増加 2.不変 3.減少	1.増加 2.不変 3.減少	
ロ	売上（加工）単価	1.上昇 2.不変 3.低下	1.上昇 2.不変 3.低下	1.上昇 2.不変 3.低下	
ハ	売上（加工）数量	1.増加 2.不変 3.減少	1.増加 2.不変 3.減少	1.増加 2.不変 3.減少	
ニ	資金繰り	1.好転 2.不変 3.悪化	1.好転 2.不変 3.悪化	1.好転 2.不変 3.悪化	
ホ	輸出額	1.増加 2.不変 3.減少		1.増加 2.不変 3.減少	
ヘ	原材料仕入単価	1.上昇 2.不変 3.低下		1.上昇 2.不変 3.低下	
ト	原材料在庫数量	1.増加 2.不変 3.減少		1.増加 2.不変 3.減少	
チ	製品在庫数量	1.増加 2.不変 3.減少		1.増加 2.不変 3.減少	
リ	採算（経常利益）	1.好転 2.不変 3.悪化		1.好転 2.不変 3.悪化	
ヌ	従業員（含臨時・パート）	1.増加 2.不変 3.減少		1.増加 2.不変 3.減少	
ル	外部人材（請負・派遣）	1.増加 2.不変 3.減少		1.増加 2.不変 3.減少	
レ	設備稼働率	1.上昇 2.不変 3.低下		1.上昇 2.不変 3.低下	
ヲ	引合	1.増加 2.不変 3.減少		1.増加 2.不変 3.減少	
カ	受注残	1.増加 2.不変 3.減少		1.増加 2.不変 3.減少	
ヨ	業況（自社）	1.好転 2.不変 3.悪化	1.好転 2.不変 3.悪化	1.好転 2.不変 3.悪化	
タ	支払手形		1.長期化 2.不変 3.短期化	1.長期化 2.不変 3.短期化	
ト	長期資金借入難度		1.容易 2.不変 3.困難	1.容易 2.不変 3.困難	
ツ	短期資金借入難度（含手形割引）		1.容易 2.不変 3.困難	1.容易 2.不変 3.困難	
ソ	借入金利		1.上昇 2.不変 3.低下	1.上昇 2.不変 3.低下	

㊩ 今期
(平成21年4～6月)
と比べた来期の見通し

・(注) 過去との比較ではなく、今期の貴社の業況の水準をお答えください。

④ 今 期 (平成21年4～6月) の水準			
イ. 業 況 (自 社)	1. 良い	2. ふつう	3. 悪い
ロ. 生産に対する原材料在庫	1. 過剰	2. 適正	3. 不足
ハ. 売上に対する製品在庫	1. 過剰	2. 適正	3. 不足
ニ. 採算 (経常利益)	1. 黒字	2. 収支シロシ	3. 赤字
ホ. 引 合 い	1. 活発	2. ふうう	3. 低調
ヘ. 生 産 設 備	1. 過剰	2. 適正	3. 不足
ト. 従業員 (含臨時・パート)	1. 過剰	2. 適正	3. 不足

質問2. 今期および来期の新規設備投資は、どのような状況ですか。
また、新規設備投資がある場合、どのような投資内容ですか。
該当する番号に○印を付けてください。

Ⅰ 今期（平成21年4～6月）設備投資を。

1.	実施した
2.	実施していない

Ⅱ 来期（平成21年7～9月）設備投資を。

1.	計画している
2.	計画していない

↓

↓

今期の実施内容	投 資 内 容	来期の計画内容
1	土 地	1
2	工 場 建 物	2
3	生 産 設 備	3
4	車両・運搬具	4
5	付 帯 設 備	5
6	〇 A 機 器	6
7	福利厚生施設	7
8	そ の 他	8

質問3. 今期直面している経営上の問題点を3つ以内選んで、重要度の高い順に該当する番号を回答欄にご記入ください。
(特に問題がない場合は、回答欄の1位のマスにレ印を記入してください。)

01 大企業の進出による競争の激化	10 製品（加工）単価の低下・上昇難
02 新規参入業者の増加	11 金利負担の増加
03 製品ニーズの変化への対応	12 取引条件の悪化
04 生産設備の不足・老朽化	13 事業資金の借入難
05 生産設備の過剰	14 従業員の確保難
06 原材料価格の上昇	15 熟練技術者の確保難
07 原材料の不足	16 需要の停滞
08 人件費の増加	17 その他
09 原材料費・人件費以外の経費の増加	

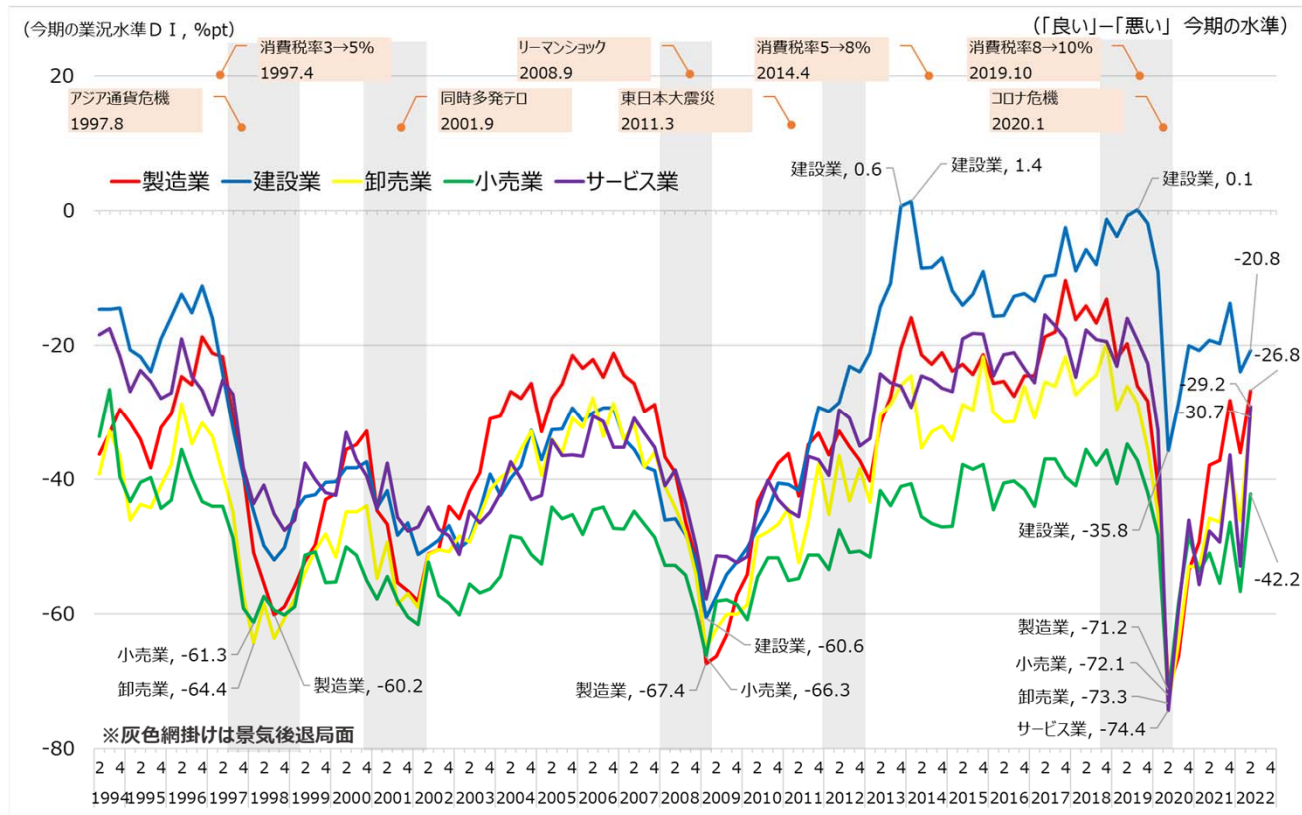
回答欄 (今期:平成21年4~6月期)		
1 位	2 位	3 位
.....		

質問4. 質問1. の「ヨ. 業況（自社）」の背景について、貴社が感じておられることを100字以内でご記入ください。

[illegible]

2 過去からコロナを俯瞰する：マクロ的視点

この30年間でいくつものショックがあったが、コロナ禍は其中でも4産業に同時に大きな負のショックを与えている。



 業況水準DIの上位順位表：全期間（1994Ⅱ期－2022年Ⅱ期）

順位	製造業	建設業	卸売業	小売業	サービス業
	業況判断DI（時期）	業況判断DI（時期）	業況判断DI（時期）	業況判断DI（時期）	業況判断DI（時期）
1	-10.4（2017年Ⅳ期）	1.4（2014年Ⅰ期）	-19.7（2018年Ⅳ期）	-26.6（1994年Ⅲ期）	-15.5（2017年Ⅱ期）
2	-13.1（2018年Ⅳ期）	0.6（2013年Ⅳ期）	-21.7（2015年Ⅳ期）	-33.6（1994年Ⅱ期）	-16.0（2019年Ⅱ期）
3	-14.2（2018年Ⅱ期）	0.1（2019年Ⅲ期）	-21.7（2017年Ⅳ期）	-34.8（2019年Ⅱ期）	-17.1（2017年Ⅲ期）
4	-15.9（2014年Ⅰ期）	-0.8（2019年Ⅱ期）	-24.5（2018年Ⅲ期）	-35.6（1996年Ⅱ期）	-17.5（1994年Ⅲ期）
5	-16.2（2018年Ⅰ期）	-1.3（2018年Ⅳ期）	-24.6（2014年Ⅰ期）	-35.6（2018年Ⅱ期）	-17.7（2018年Ⅱ期）

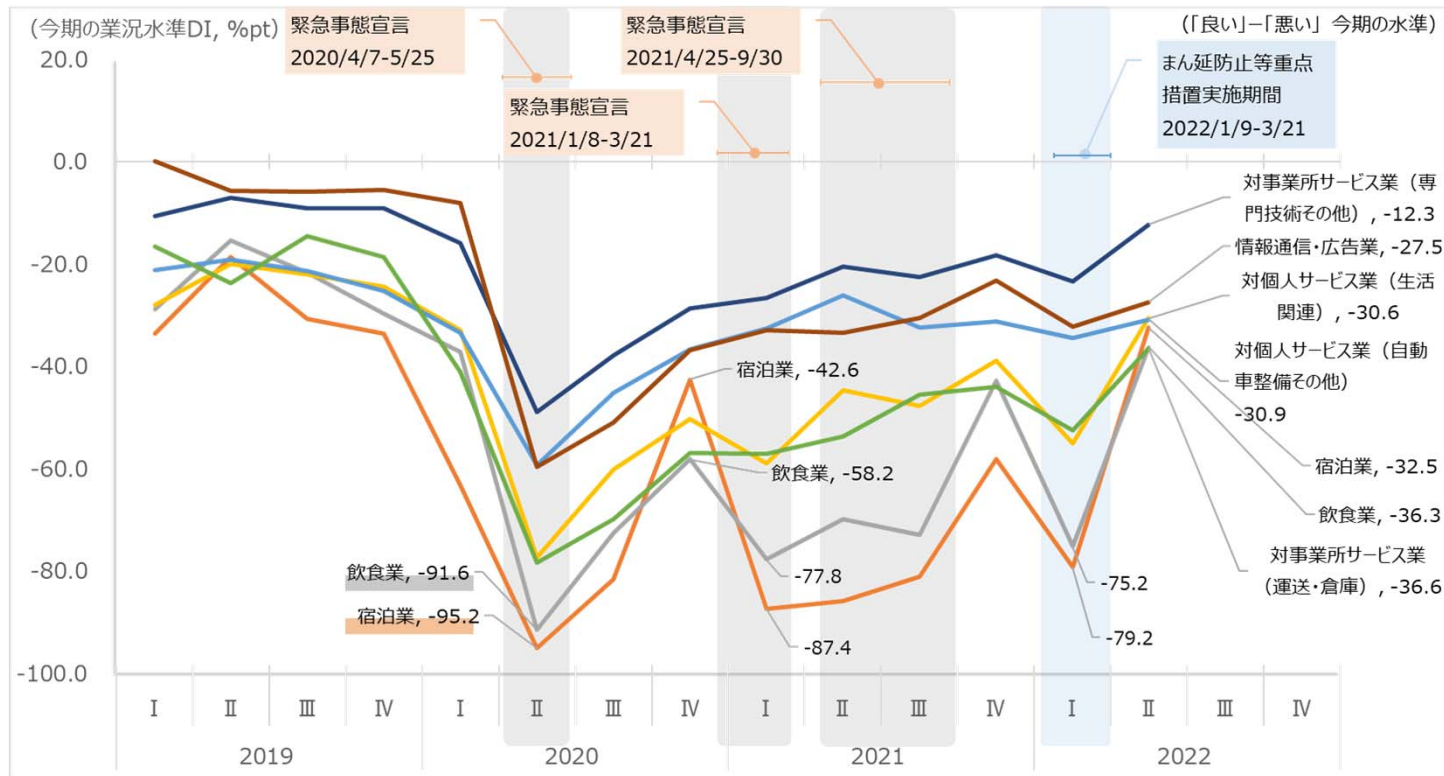
※赤の下線は、景気循環の第16循環（2012年12月[谷]～2018年10-12月[山]～2020年4-6月[谷]）以外の期間を示す。山と2020年の谷は暫定。

 業況水準DIの下位順位表：全期間（1994Ⅱ期－2022年Ⅱ期）

順位	製造業	建設業	卸売業	小売業	サービス業
	業況水準DI（時期）	業況水準DI（時期）	業況水準DI（時期）	業況水準DI（時期）	業況水準DI（時期）
1	-71.2（2020年Ⅱ期）	-60.6（2009年Ⅰ期）	-73.3（2020年Ⅱ期）	-72.1（2020年Ⅱ期）	-74.4（2020年Ⅱ期）
2	-67.4（2009年Ⅰ期）	-57.4（2009年Ⅱ期）	-65.2（2009年Ⅰ期）	-66.3（2009年Ⅰ期）	-59.4（2020年Ⅲ期）
3	-66.3（2009年Ⅱ期）	-54.2（2009年Ⅲ期）	-64.4（1998年Ⅰ期）	-61.6（2002年Ⅰ期）	-57.8（2009年Ⅰ期）
4	-66.3（2020年Ⅲ期）	-52.3（2009年Ⅳ期）	-64.3（2020年Ⅲ期）	-61.3（1998年Ⅰ期）	-55.7（2021年Ⅰ期）
5	-63.1（2009年Ⅲ期）	-52.1（2008年Ⅳ期）	-63.6（1998年Ⅲ期）	-60.9（2010年Ⅰ期）	-52.9（2022年Ⅰ期）

※黄色の下線は、コロナ禍（2020年1月～）を示す。

製造、卸、小売、サービス産業でコロナ禍が最も低い値になった。サービス業は下位にコロナ禍が4時点入っている。小売業は上位のDI値が期間中低かった。



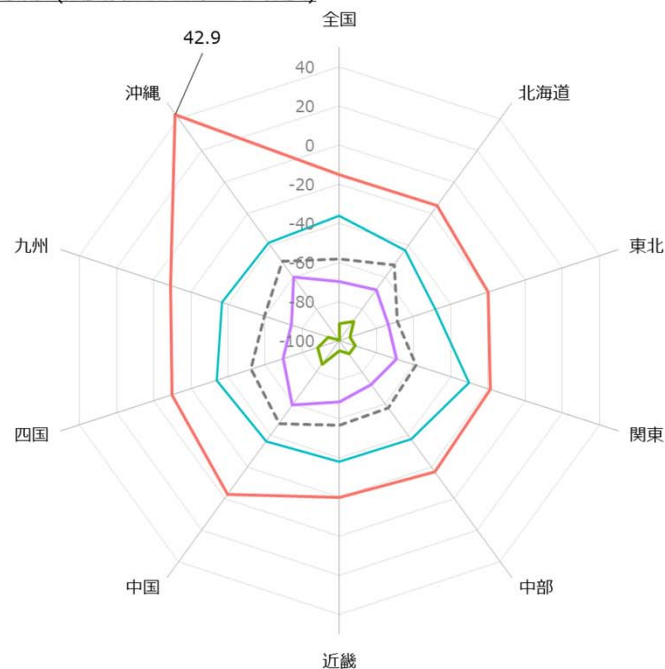
第一回目の緊急事態宣言時には、飲食業と宿泊業のほぼ全ての企業が今期の業況が「悪い」と答えた。

3 地域×業種でより身近な声を聴く

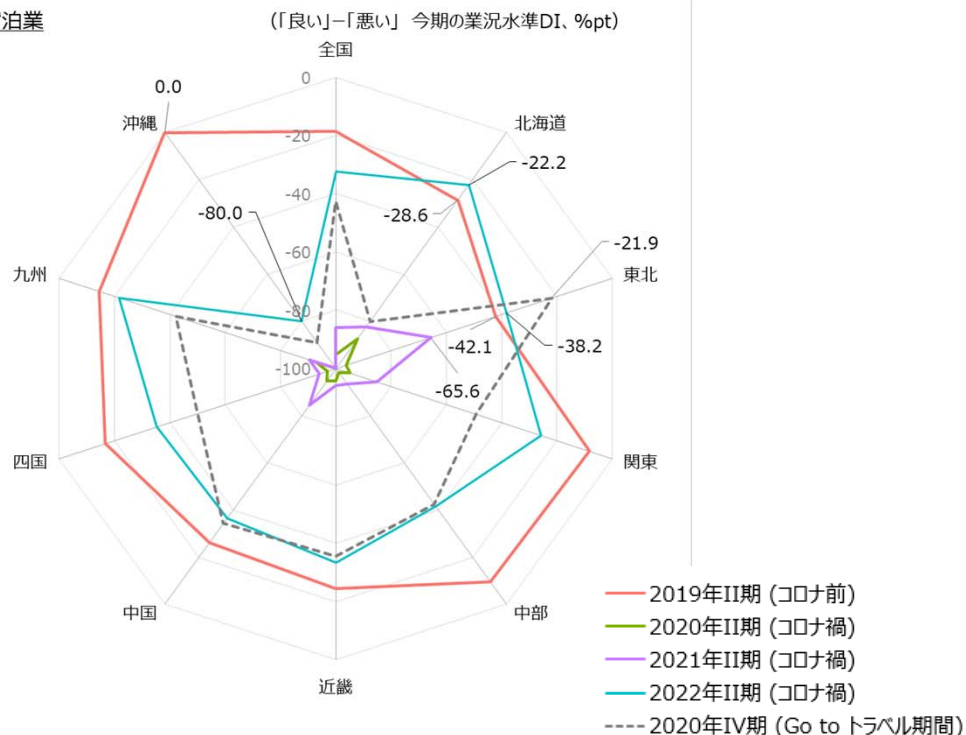
9地域×業種：Ⅱ期は4-6月、Ⅳ期は10-12月

飲食業の業況はコロナ前には程遠い。宿泊業は地域差が大きい。

飲食業（飲食店・持ち帰り・配達飲食）

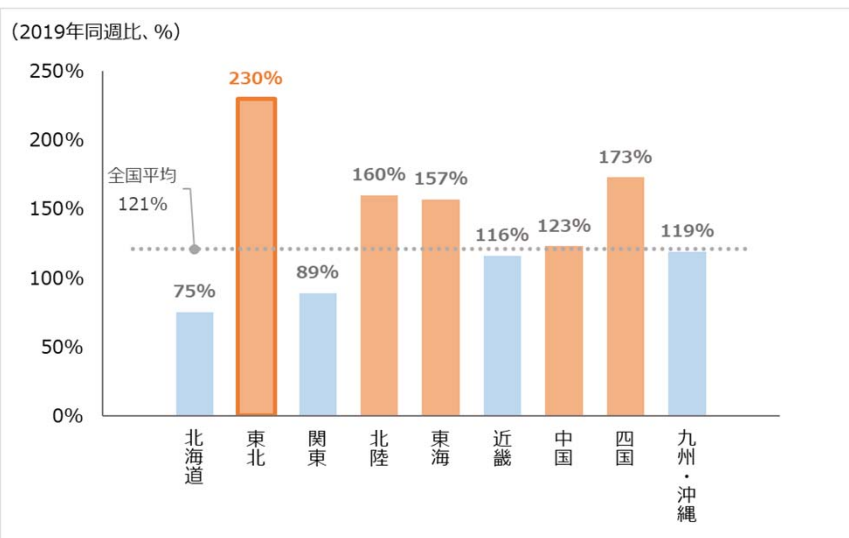


宿泊業

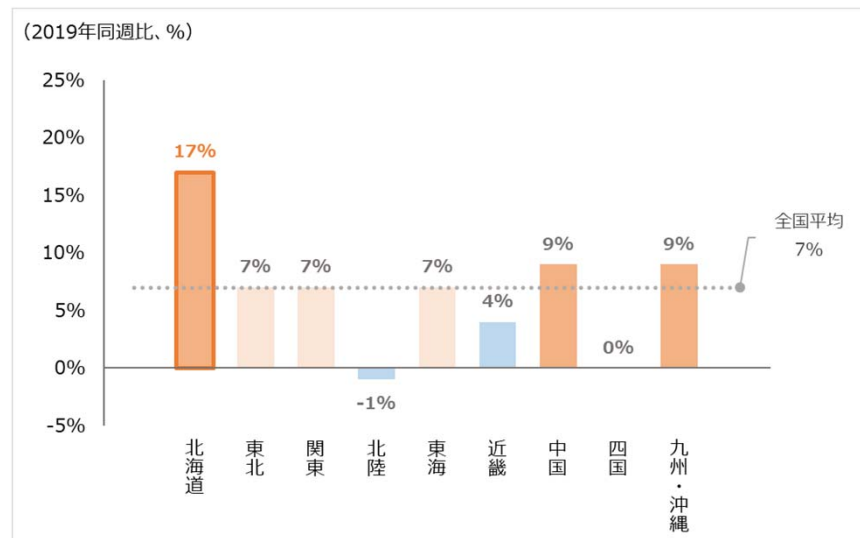


左図はGo To トラベル期間である。右図との軸の範囲の違いに注目。

● 宿泊者数の前年同週比（2020年11月第3週） 2020年Ⅳ期の調査時点を含む週



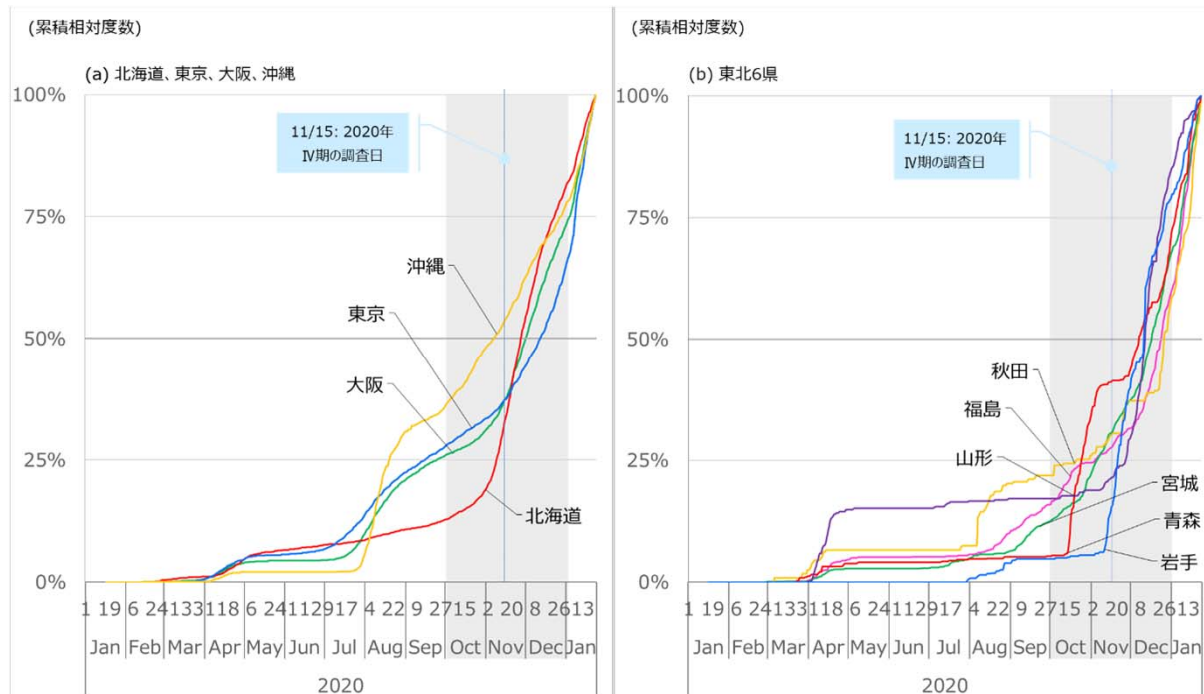
● 宿泊者数の2019年同週比（2022年6月第1週） 2022年Ⅱ期の調査時点を含む週



V-RESAS、観光予報プラットフォーム推進協議会（事務局：日本観光振興協会）『宿泊者数』を使用して作成

V-RESASの「宿泊者数」によると、2020年11月第3週の2019年同週比は、コロナ禍にも拘わらず、全国121%増、**東北は230%増**と突出して高かった。

他地域と東北6県の感染者数の拡大の推移を累積相対度数比較してみよう。



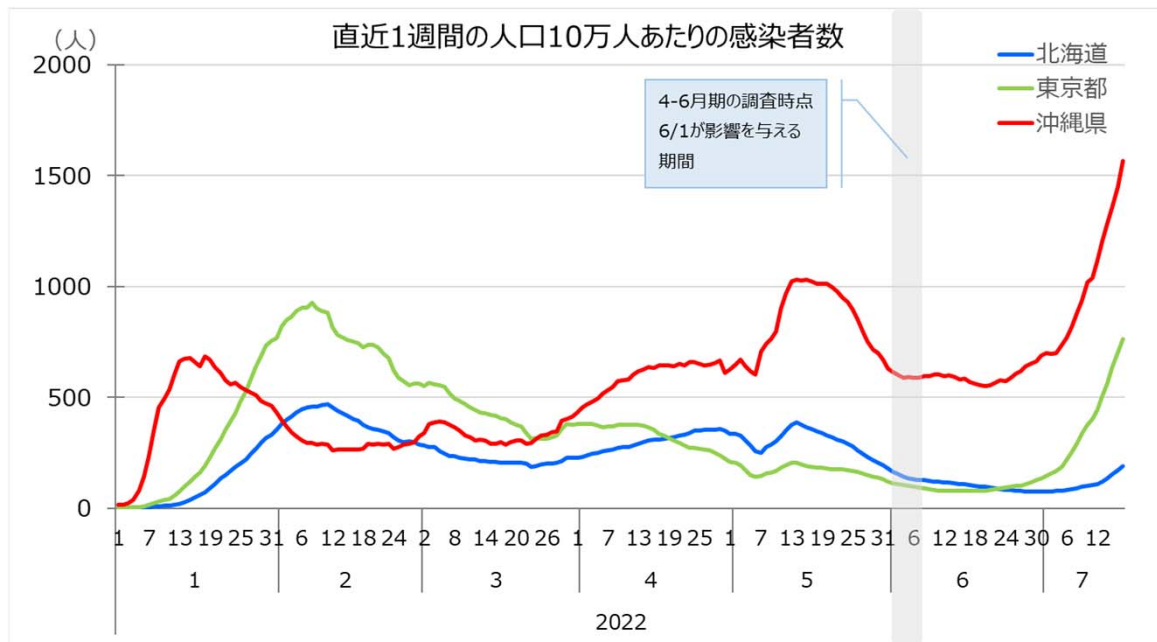
累積相対度数分布：日次
(2020年1月16日～2021年1月23日)

東北6県は、10月時点で全体の25%を超えておらず、(a)の地域と比較して下方に分布している。青森は10月中旬、岩手と山形は景況調査の調査日付近まで総感染者数がほとんど変化していない。

データ出所：
NHK特設サイト 新型コロナウイルス
<https://www3.nhk.or.jp/news/special/coronavirus/data/>

V-RESASの「宿泊者数」によると、2022年6月第1週の2019年同週比は、北陸以外は2019年以上の宿泊者数だった。全国7%増、**北海道が17%増**と高かった。

- 業況DIが-80%と低いままの沖縄と、景況感がコロナ前より改善した北海道の感染者数の推移を、直近一週間の人口10万人あたりの感染者数で比較してみよう。



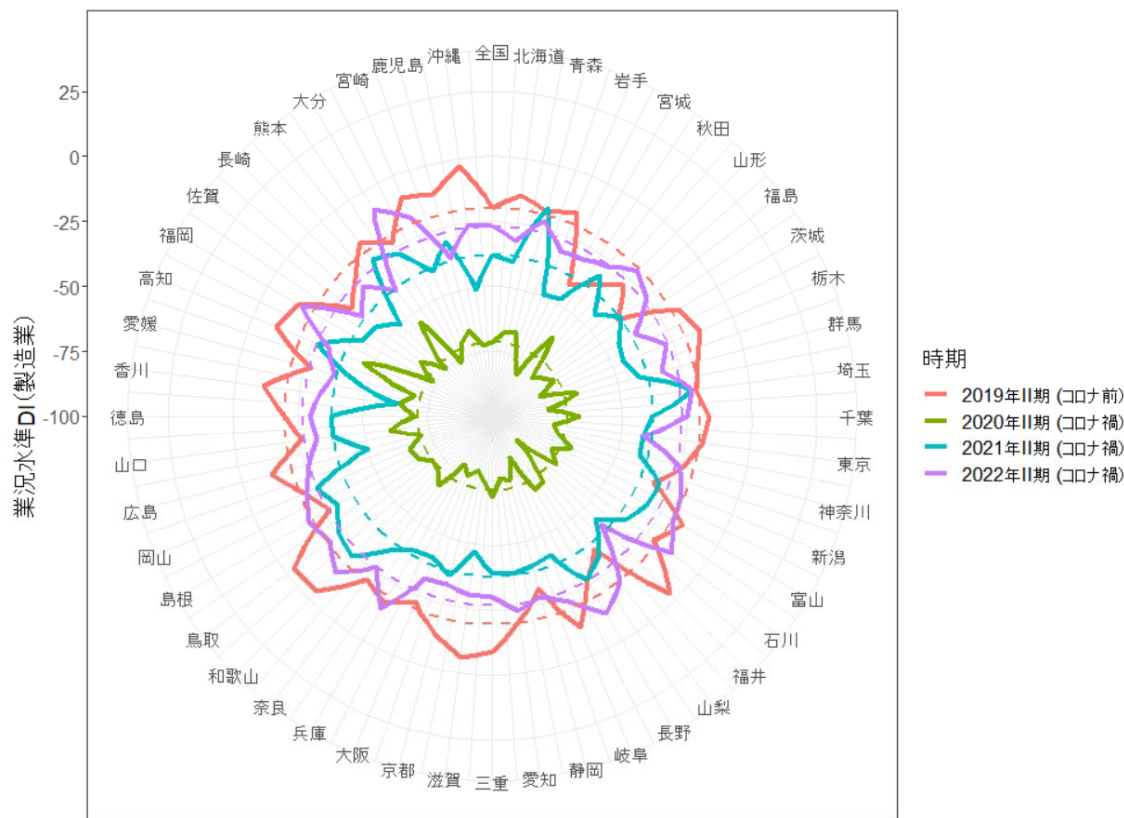
直近1週間の人口10万人あたりの
感染者数：日次

(2021年1月1日～7月17日)

- 沖縄の人口10万人当たりの感染者数はゴールデンウィークから急増している。
2020年Ⅳ期と2022年Ⅱ期の北海道と沖縄を比較することで、宿泊業の業況と感染者数には関係があることがわかる。

データ出所：
NHK特設サイト 新型コロナウイルス
<https://www3.nhk.or.jp/news/special/coronavirus/data/>
 人口は総務省令和二年の「国勢調査」

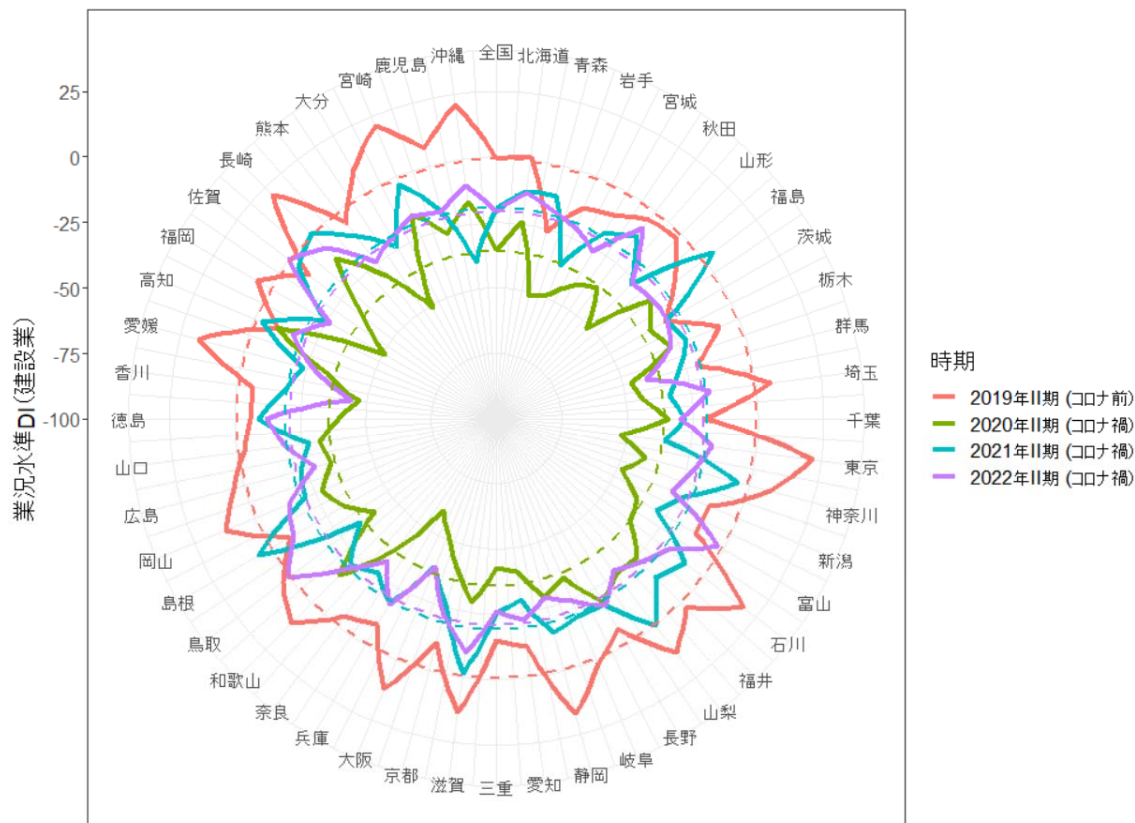
4 都道府県×業種でより身近な声を聴く



注:破線は各時期の全国値

● 中心に分布するほど、業況水準は低くなる。2020年のII期（4-6月）が最も低かった。

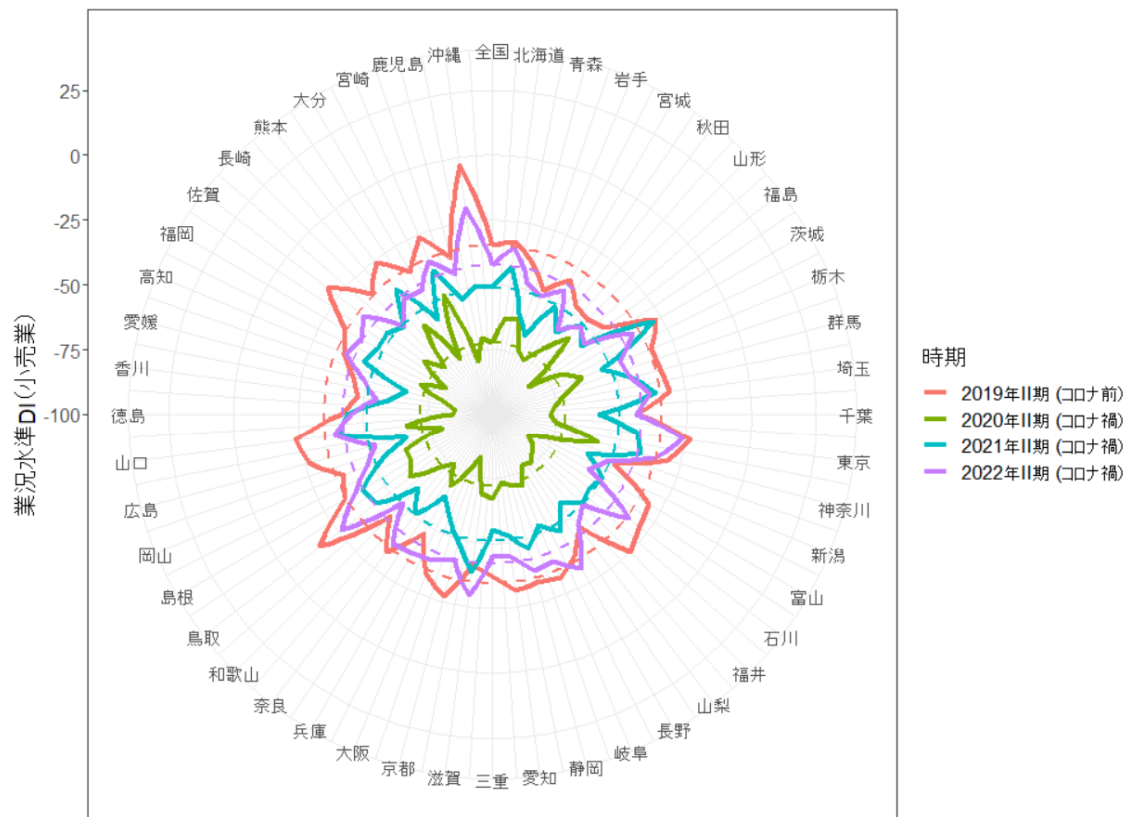
● 多くの地域で、1年経過するごとに業況は改善している。コロナ前（赤色）の線よりも高くなっている地域がある。



● 製造業と比較して、景況感が高いことが一目でわかる。

● 多くの地域で、2021年と2022年の業況の値が近い。

● コロナ前は、西日本の業況が高い。

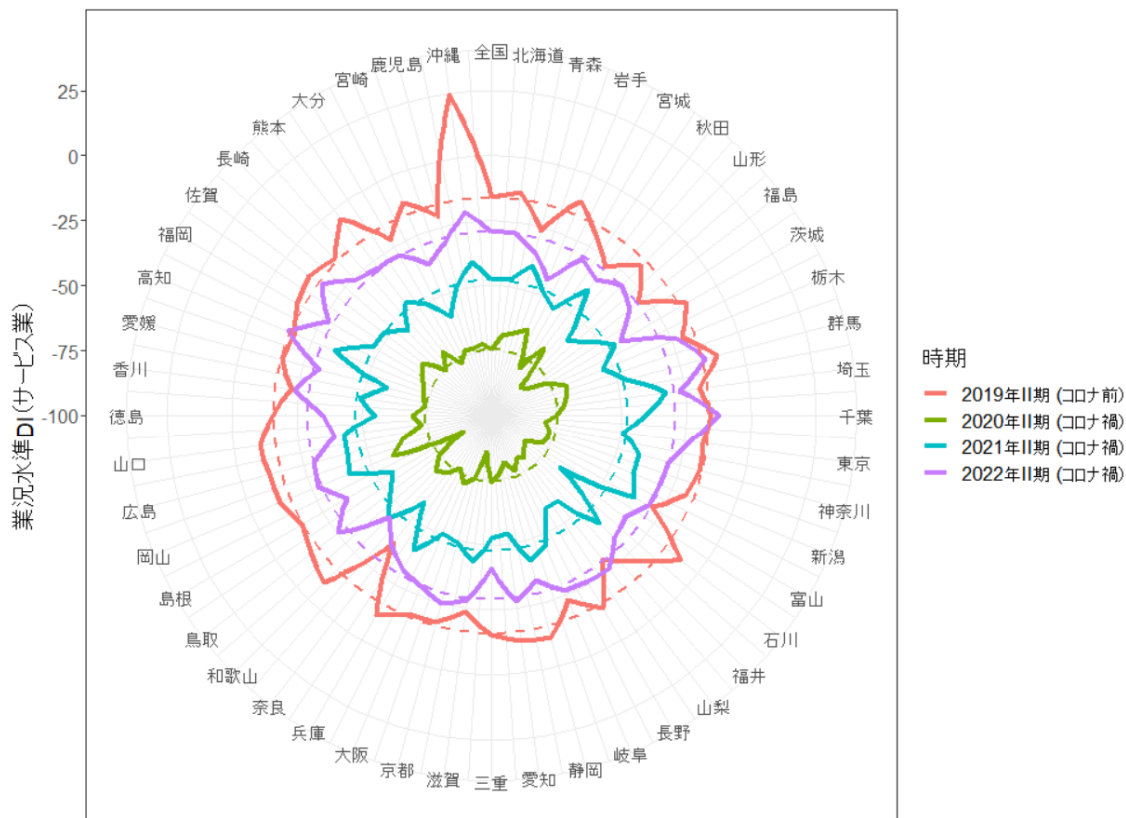


注:破線は各時期の全国値

● 製造業、建設業と比較して、コロナ前から、業況が低いことが見て取れる。

● 一部の地域（九州は全県）で、2022年II期の業況水準がコロナ前に届いていない。

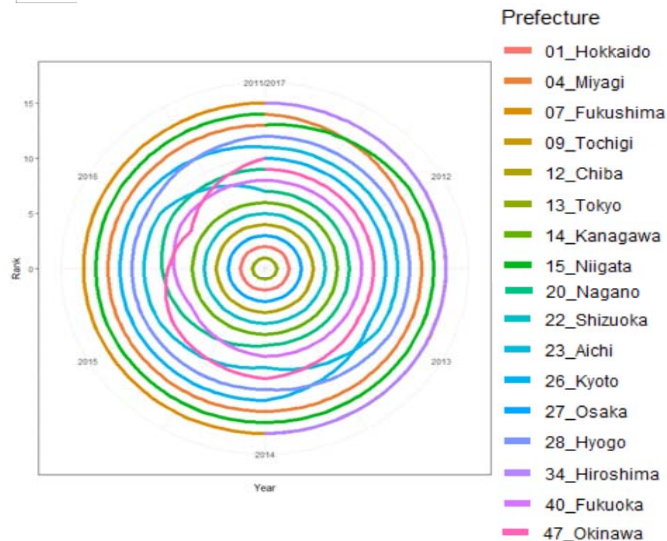
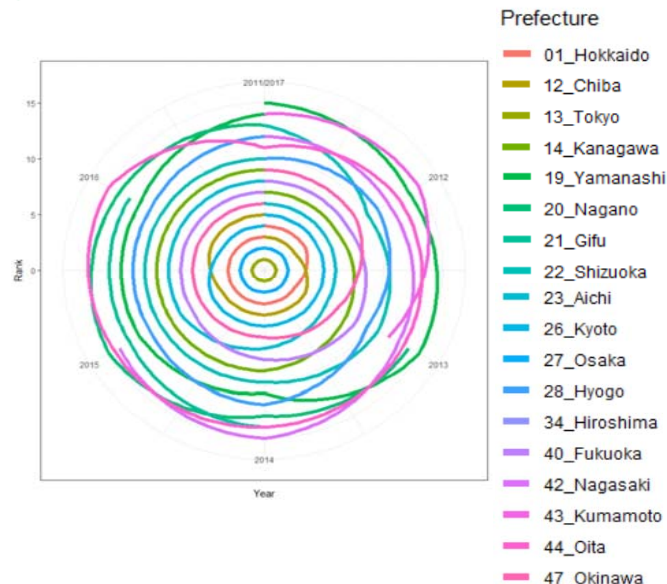
● 一方で、コロナ前から全国平均より低い東北地方は、この2年間でコロナ前の水準に近付いている。



他の産業と比較して、各年の線が交差していないのが特徴である。

時間の経過とともに、コロナ前の水準に近づいている。
ただし、沖縄はコロナ前が高かったこともあり、コロナ前の水準に程遠い状況である。

- 順位などの時間変化に関心がある場合は、Batty (2006), Natureで提案された手法でランククロックというグラフが描ける。
- 中心が一位で、外側に行くほど順位が下がる。時計の12時で、最初の年と最後の年の比較ができる。
- インバウンド旅行者の図の方が途切れや交差が多く、順位が変動しているのがわかる。

 日本人の滞在先ランキング (上位15位)

 訪日旅行者の滞在先ランキング (上位15位)


日本人は東北・北関東に、外国人は九州に訪れている。日本人の滞在先は安定的。

- 1 地域の違いを示す図法として、白地図に色で指標の高低を示す方法があるが、今回の手法は景況感の高低差を示すのにも複数時点の比較をするのにも便利である。
- 2 全国平均値を破線で入れることで、関心のある地域のどの業種が全国平均より下回っている（上回っている）かを見つけやすい。
 - ▶ 自県の産業間での高低を知ること、政策の必要性の優先順位を付けることに役立つ。
- 3 地図と異なり、色で比較をするのではなく、線の高低（ギザギザ）で比較するので、近隣の地域だけでなく、離れた地域とも比較しやすい。
- 4 もしも、西高東低の傾向があれば、向かって左側が張り出したような形になる。また9地域がそれぞれに傾向を持つならば、東北に属する県は高く、九州の県は低くなど近隣県が僅差の景況感になり地域ごとに凸凹する。しかし結果は、どの産業もおおむね左右対称、上下対称で、その上で各都道府県の景況感の分布が花のようだった。
 - ▶ 近隣の地域と似たような景況感ではなく、それぞれに独自の景況感になっている。

5 景況調査の強み：拡がる活用の可能性、もっと近くで声を聴く

Twitter情報を活用して、日々の景況感を把握。

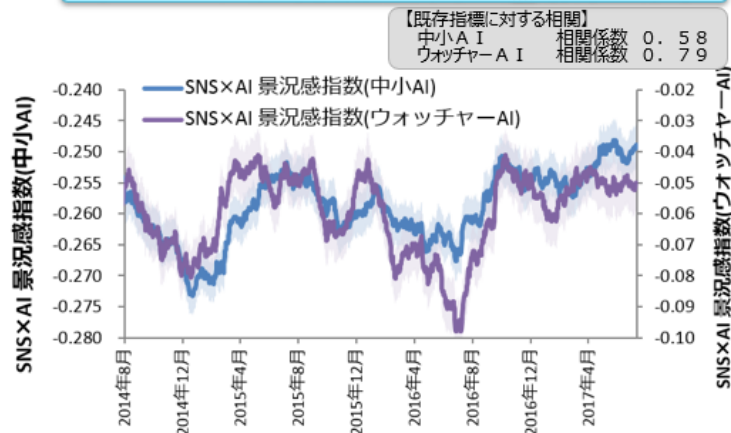


【景気等に関するキーワード一覧】

状■	■益	企■	会■	■済
問■	必■	商■	労■	現■
製■	上■	■響	■■気	今■
消■	■業	■業	■■治	お■
地■	■業	■業	■■人	■果
政■	政■	■業	■■人	国■
低■	■識	■業	■■業	■事
■体	可■	活■	お■	■■ろ
■要	景■	成■	原■	■■■ド
■業	■夫	■■ス	物■	■有
■税	■価	良■	国■	負■
ア■	■■国			

キーワードは
非公開

【SNS×AI 景況感指数 (中小AI、ウォッチャーAI)】



学習データ (景気ウォッチャー調査 : 公開、中小企業景況調査 : 非公表)

景気判断理由集 (景気ウォッチャー調査) 23万件

1. 北海道 (地域別調査機関 : 株式会社北海道二十一世紀総合研究所)

(一 : 回答が存在している。○ : 回答が存在しない)

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的な状況の説明
家計・行動・関連 (北海道)	良く なっている やや良く なっている	一般小売店 (酒) (経営者)	お客様の様子	・取引先の話聞いていて、特にホテルや高級旅館、居酒屋などといった業界が大変好調なようであり、過去にないほどの売上と話すホテル経営者もみられた。実際に、当社からの仕入も相当増えてきている。
		百貨店 (売場主)	お客様の様子	・これまで前年並みだった来客数が前年比108%と大きく伸びた。改装に伴い月初めから2週間は売場面積が減少していたにもかかわらず、売上は前年実績、予算とも上回った。また、改装効果により、定価品の売上が前年比105%となり、客の購買意欲が感じられた。
		スーパー (役員)	単価の動き	・商材は値上がり傾向にあるものの、客の消費は落ちていない。節約志向に歯止めがかかってきている。
		コンビニ (エリ)	来客数の動き	・1次産業が上向きになってきたことで来客数と売上が伸びている。
		コンビニ (店長)	来客数の動き	・ちょっとしたことで、雑誌や新聞のぼりの増加、販促物の見直しなどにより、9月の売上は前年比108%となった。特に、おでこの売上は前年比120%と好調であった。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・9月は会社の決算期で営業に力が入ったこともあり、売上が伸びている。
		その他専門店 (ガソリンスタンド) (経営者)	販売量の動き	・原油価格が安価で安定しているため、販売量が微増している。
		観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・中国本土、台湾からの観光団体ツアー客が好調である。また、9月の大型連休は国内の個人旅行者を高単価で取り込むことができた。
		旅行代理店 (従業員)	お客様の様子	・旅行の新規申込が増加している。さらに、学生マーケットが活発になってきており、冬休み期間中の旅行や空旅の相談件数が増加している。
		旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・9月の大型連休の効果が大きく、当店の取扱件数は前年比130%程度になった。また、9月は好天に恵まれたこともあり、観光業界全体が潤っていると聞いている。

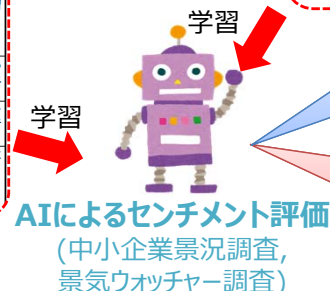
生声 (中小企業景況調査) 13万件

【調査対象企業のコメント】

- 不調による本据の減少及び仕入単価高騰のため、販売する製品の確保が困難である。売上に対し利益がでない。販売価格も値上げせざるを得ず、顧客離れも心配される。〔食料品 青森〕
- ・生産設備並びに付帯設備が老朽化しているため、生産量が上昇しないし不良率が多いので困っている。また、熟練技術者が定年を迎え、退社しているので技術及び技能が低下している。今後は、設備の更新、社員の待遇改善、作業環境を良くし、将来有望な社員を確保し育成していきたい。〔鉄鋼・非鉄金属 岩手〕
- ・天候不順 (低温・長雨) により冷害 (アスクリーン類) の売上が、著しく減少した事が今期の業況悪化の大きな原因と思われる。〔小売業 岩手〕
- ・今期は例年に比べて7月の中旬過ぎまでは晴天続きで、8月も比較的晴天続き、夏物に期待したが、7月後半から連日の雨で夏物は大変厳しい商売だった。長雨による農作物の被害も、秋以降の消費動向が心配。〔小売業 宮城〕
- ・公共工事と震災関連工事が一段落して、民間工事の受注に力を入れなければなりません。今後は自社独自の営業力及びカラーを表に出して、新規受注に力を入れていきたい。〔建設業 福島〕
- ・オリンピックを控え、設備関連の重電関係の受注が増加。また、省力化に使用する部品も例年にない受注です。全般に景気は良いと感じている。〔その他の製造業 栃木〕
- ・売上は回復の兆しがあるが、原材料仕入価格が上昇の見込みで、販売単価に転嫁しにくい為、利益を圧迫する傾向になっていくことが予想される。〔印刷 埼玉〕
- ・お客様で受注はあるのですが、納期を間に合わせる為に、社内加工ではなく、外注加工に頼る事となり、外注費が増えてしまい、なかなか利益につながらない。〔金属製品 千葉〕

背景

(判断情報は個別利用)



「消費税増税後の反動は確実に出てくる。政府の対応施策に期待したい。」
→ネガティブ

「最近では客の反応も非常に良いため、先行きははやくなる。」
→ポジティブ

13万件のデータを与えることで「値下げする商品の減少及び仕入れた商品のさばきをみる限り、順調と考える。」といった複雑なロジックも理解する。

用語表記統一の影響について

「景気ウォッチャー調査」における景気判断理由表記の遡及改定について (29.05.11)

「景気ウォッチャー調査」における景気判断理由表記の遡及改定について

平成29年5月11日
内閣府政策統括官(経済財政分析担当)付
参事官(地域担当)

「景気ウォッチャー調査」では、景気判断に合わせてコメント形式で理由を記載することになっており、これまで、調査開始以降のテキストデータを公表しているところですが、

月次の公表に際しては、これまでも頻出用語等の表記を合わせることで、利用者利便の向上を図ってまいりましたが、今般、調査開始時点以降のテキストデータ全体について、用語表記を統一いたしました。

これにより、用語出現の頻度分析や共起分析の品質が向上することを期待しております。

なお、変更箇所につきましては、別添をご参照ください。

あわせて、PDF形式のみの公表となっておりました2000年1月から2009年12月の期間についてもCSV形式に変更致しましたので、お知らせいたします。

http://www5.cao.go.jp/keizai3/watcher/watcher_osirase20170511.pdf

(変更箇所)

	変更前	変更後
あ行	秋、冬物	秋冬物
	足下、足許	足元
	当り	当たり
	後〇～〇か月間は、・・・	あと〇～〇か月間は、・・・
	・・・と云える	・・・といえる
	一品単価	1品単価
	未だ	いまだ
	いまひとつ、今ひとつ	今一つ
	いやし	癒し
	入込み、入り込み	入込
	入れ替え	入替え
	ウィンドショッピング、ウィンドウショッピング	ウィンドウショッピング
	ウェア	ウエア
	WEB	Web
	癒える	うかがえる
	受入れ、受入	受け入れ

～略～

か行	折り込みチラシ	折込チラシ
	買上げ、買い上げ	買上
	買い替え、買い換え	買換え
	買替え需要、買換え需要	買換え需要
	買手	買手
	買控え	買い控え
	買物	買物
	聞わず	かかわらず
	駆け込み需要	駆け込み需要
	〇ヶ月、〇ヵ月、〇箇月	〇か月
	〇月から〇月にかけて	〇～〇月にかけて
	カシミア	カシミヤ
	活気つく	活気付く
	危ぐ	危惧
	季節商品	季節商材
	切り上げ	切上げ
	切り換え、切り替え	切替え
	シルバーウィーク、9月の連休、9月の5連休	9月の大型連休
	懸替え	切替え

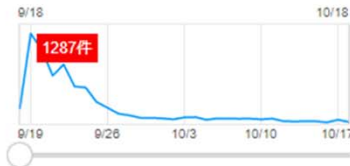
 用語表記統一の影響について

「シルバーウィーク」、「9月の連休」、「9月の5連休」 → 「9月の大型連休」

シルバーウィークの分析グラフ

24時間 7日間 30日間

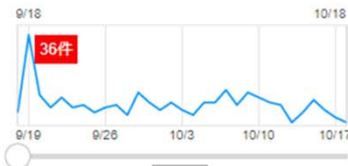
ツイート数の推移



9月の連休の分析グラフ

24時間 7日間 30日間

ツイート数の推移



9月の5連休の分析グラフ

24時間 7日間 30日間

ツイート数の推移



9月の大型連休の分析グラフ

24時間 7日間 30日間

ツイート数の推移



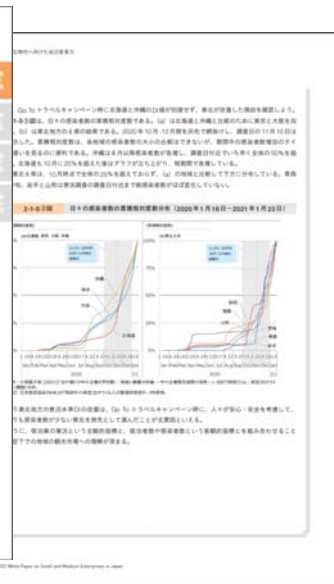
キーワード	2017/9/18～10/17
シルバーウィーク	6,948件
9月の連休	258件
9月の5連休	32件
9月の大型連休	15件

学習出来る表現が減り、AIの汎化性能（人と言うと応用力？）が低下する恐れあり。



- 1 中小企業を対象としてるところ（小規模事業所が約8割！）。
 - ▶ 客体負担が大いき、回収が難しいのに高い回収率を実現。
- 2 サンプル数が多いところ。
 - ▶ 地域別、都道府県別、産業別、業種別に分析しても十分に耐えられるサイズ。
 - ▶ 地域別×業種、都道府県別×業種は分析できないカテゴリもある。
- 3 歴史が長いところ。
 - ▶ 過去の経済ショック、災害、コロナ禍と比較可能。長期時系列は極めて価値が高い。
- 4 四半期調査（年より短い）ところ。
 - ▶ 他の統計調査、民間ビッグデータと組み合わせで分析しやすい（例：幸福度調査と業況DI）
- 5 調査項目が多く、多様な分析ができる。
- 6 生声（感情・センチメント：文章データ）と判断（答え・判断：数値データ）があるところ。
 - ▶ 学習データになるので、AI、ディープラーニングなど新しい技術に活用可能

2022年版「中小企業白書」(第2部第1章 pp. 2-28~30)



<https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/2022/PDF/chusho.html>

2022年5月18日付 日経新聞 朝刊
(白書にみる地域再生 中小企業編 上) GoTo効果 東北が最大 コロナ前水準超え 感染拡大緩やかで

<https://www.nikkei.com/article/DGKKZO60865490X10C22A5L83000/>