

Department of Social Systems and Management
Discussion Paper Series

No. 1153

中小企業の景気と景況感

by

原田信行

August 2006

UNIVERSITY OF TSUKUBA
Tsukuba, Ibaraki 305-8573
JAPAN

中小企業の景気と景況感*

原田信行

筑波大学大学院

システム情報工学研究科

harada@sk.tsukuba.ac.jp

要旨

本稿は、中小企業の景気の把握に関して、以下の3つの分析を行うものである。まず、代表的な景気統計のひとつである内閣府「景気動向指数」での中小企業関連統計の役割、および各系列の内容と限界を整理する。次に、中小企業に関連した主要な景況感調査を取り上げ、それぞれの範囲および結果の違いを詳細に検討する。具体的には、短観、景気予測調査・法人企業景気予測調査、中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」、中小企業金融公庫「中小企業動向調査」、国民生活金融公庫「全国小企業動向調査」、総務省統計局「個人企業経済調査」を取り上げる。検討の結果、短観や景気予測調査、法人企業景気予測調査の「中小企業」には小企業・個人企業層は含まれていないが、これらの層は経済全体の中で無視できないボリュームを占めていること、これらの層の景況感は「中小企業」よりもかなり悪い状態で推移していることなどが示される。最後に、小企業・個人企業層を対象とした景況感調査の個票をもとに、企業業績と景況感の対応関係をマイクロベースで直接検証する。順序ロジットモデルの推定の結果、集計された景況感の背後に、個別企業レベルでの足元の業績と景況感の一定の対応関係があることを示唆する結果が得られる。

* 本稿で取り上げた各景況感調査の内容等に関して、中野隆志氏（中小企業基盤整備機構）、板野聡人氏（中小企業金融公庫総合研究所）、神谷宏氏（国民生活金融公庫総合研究所）ほか多くの方々から様々な事項を教えていただいた。また、作成過程で行われた複数のコンファレンスおよび日本経済学会 2005 年度秋期大会では、福田慎一先生、三井清先生、武藤博道先生、斯波恒正先生はじめ、多くの先生方から有益なコメントをいただいた。全国小企業動向調査の個票は、国民生活金融公庫総合研究所から東京大学社会科学研究所附属日本社会研究情報センターを通じて提供を受けた。ここに記し、深く感謝する。ただし、本稿に含まれ得る誤りは、全て筆者の責によるものである。

1. はじめに

日頃、景気に関する議論の中で、特段の前提を伴うことなく「中小企業の景気」について言及されることがよくある。しかし、少し考えてみると、中小企業の景気を的確に把握しようとするのは、実はそれほど容易ではないことがわかる。まず、中小企業は数が多い。全国に434万社あるとされる企業のうち、433万は中小企業である（2004年事業所・企業統計調査、非1次産業、民営）¹。一方、大企業は1.2万社に過ぎない。最も根本的な部分として、この違いは非常に大きい。さらに、中小のなかでも小規模・零細層が圧倒的に多い。中小企業433万社のうち、378万は小規模企業、282万は個人企業である。加えて、景気統計として考えた場合には、最低限の速報性と一定の調査間隔（長くとも四半期）を備えていなければならないから、被調査側の調査負担・調査協力の問題もそれだけ大きくなる²。従って、中小企業に関する景気統計は、程度の違いはあるものの現実には中小企業の一部を切り取ることで満足せざるを得ない。その結果、それぞれの統計は何らかの意味で不完全、あるいは限定的な情報のみを与えることになる³。

もちろん、各景気統計を作成・公表する各々の主体は、基本的には各々の情報の位置づけや限界を正しく意識していると考えられる。しかし、そのような場合でさえ、各情報が受け手の側で誤解される可能性は否定できない。例えば、後で詳しくみるように日本銀行「全国企業短期経済観測調査」（短観）の調査対象は一定規模以上の法人企業に限られている（いわゆる「裾切り」）。もちろん、この点は日銀公表資料で明確に説明されているが⁴、しかし實際上、新聞等で短観の結果のみを目にするような場合には、読み手がどの程度この点を意識しながら結果を受け止めているかはかなり疑わしい。さらに、仮に裾切り自体はある程度知られていたとしても、それによって経済全体のどの程度のボリュームが対象から除外されているのか、裾切りによってどの程度、本来の中小企業の景況把握に問題が生じ得るのかといった点は、筆者が知る限りそもそもこれまで深く検証されてこなかった。

このような状況の背後には、ひとつには、やはり中小企業よりも大企業の景気動向のほうが、社会一般の関心が相対的に高いということがあると思われる。しかし、それに加えて、中小企業を網羅的に把握することの難しさが、逆にそれぞれの景気統計がどの程度の部分についての情報なのかという、当然同時に検討されるべき事項への関心を削いできた

¹ 本稿の「中小企業」「小規模企業」の定義は、特に断らない限り中小企業基本法の定義（付表1）に基づく。ただし、「小企業」は単に「小さい企業」を意味する用語として、「小規模企業」とは区別して用いる。

² 被調査者の負担の問題に関しては、少し古いですが、上藤ほか（1997）および統計審議会（2000）が参考になる。

³ 中小企業の把握の困難性に関しては、岩崎（1996）、菊地（2003）の優れた論考も参照されたい。

⁴ また、中小企業白書でもこの点は何度か取り上げられている（中小企業庁（2001）付論第1章、中小企業庁（2005）pp.8-9 など）。

面もあるのではないだろうか。いずれにしても、中小企業の景気に関する情報は、基本的には未整理のまま多くの情報が共存した状態にあるといえる。

そこで、本稿では、これまで必ずしも十分に顧みられてこなかった中小企業の景気の把握に焦点を当て、以下の3つの分析を行う。具体的には、まず、次節において、代表的な景気統計のひとつである内閣府「景気動向指数」での中小企業関連統計の役割、および各系列の内容と限界について整理する。続いて、第3節では、中小企業に関連する主要な景況感調査を取り上げ、それぞれの範囲および結果の違いを詳細に検討する。短観、景気予測調査・法人企業景気予測調査、中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」、中小企業金融公庫「中小企業動向調査」、国民生活金融公庫「全国小企業動向調査」、総務省統計局「個人企業経済調査」を取り上げ、そのうえで、これらの調査結果を組み合わせることにより、近年の中小企業の景気動向について何がいえるのかを検討する。最後に第4節では、小企業・個人企業層を対象とした景況感調査の個票をもとに、企業の業績と景況感の対応関係をマイクロベースで直接検証する。これは、通常行われている集計データとしての利用だけではなく、個別企業レベルのデータを用いた景況感分析の可能性を探る試みでもある。なお、次節および第3節で示す時系列データ（図1～図8）は、2005年第3四半期（月次は2005年9月）までで統一されている。

2. 景気動向指数

内閣府が毎月作成・公表している「景気動向指数」には、景気に先行して動くと考えられる先行指数、一致的に動くと考えられる一致指数、遅れて動くと考えられる遅行指数の3種類があり、さらにそれぞれにDI（ディフュージョン・インデックス）とCI（コンポジット・インデックス）がある⁵。この景気動向指数は、公表までのタイムラグが比較的短いこと（翌々月上旬に速報公表）、公表の頻度が高く目につきやすいこと（速報と改訂値の計2回/月）、様々な景気指標の情報を合成・集約したものであること、旧経済企画庁が作成し40年以上の歴史を持つ（公表開始は1960年8月）景気観測の公式指標であることから、最も注目度の高い月次の景気統計のひとつとなっている。特に、先行指数と一致指数の動向は、それぞれ景気の先行きと現状に関する情報を与えるため注目度が高い。

この景気動向指数の採用系列の中に、中小企業の景気動向に焦点を当てる系列がふたつある。先行指数の採用系列「中小企業売上げ見通しDI」と、一致指数の採用系列「中小企業売上高（製造業）」である。前者は2004年10月の第9次改訂、後者は1983年9月の第5

⁵ DIは景気局面や景気転換点を判断するための、CIは景気の量感把握のための指数である。作成方法は異なるが、採用系列は同じである。

次改訂の際にそれぞれ採用され、現在に至っている。これらは、基本的には確かに名前の通り「中小企業の、売上げに対する将来の見通し」と「製造業中小企業の売上高」を表す系列である。しかし、具体的な内容を見ると、それぞれに注意すべき点があることがわかる。

まず、中小企業売上げ見通し DI は、中小企業金融公庫の取引先企業に対する月次調査「中小企業景況調査」の調査結果の一部である⁶。より具体的には、調査対象企業に「今月以降3カ月間の平均売上高（見通し）は、過去3カ月間の平均売上高に比べて」、「①増加見込み」「②やや増加見込み」「③横ばい見込み」「④やや減少見込み」「⑤減少見込み」のいずれであるかを尋ねた設問の結果から、 $(①+②の企業割合) - (③+④の企業割合)$ を計算して DI を作成、さらにそれを季節調整したものである。この系列は、上述の第9次改訂の際、同じく中小企業金融公庫実施の四半期調査「中小企業動向調査」（次節参照）の「中小企業業況判断来期見通し」に入れ替える形で採用された⁷。景気動向指数は月次統計なので、採用系列の四半期系列から月次系列への変更にはそれだけで大きなメリットがある⁸。図1-1は、この中小企業売上げ見通し DI と CI 先行指数の推移を示したものである。

ただし、同調査の内容を詳しく見ると、その調査対象は3大都市圏（首都圏、中京圏、近畿圏）に限られ、また調査対象企業数は900社（回答率はその7割弱；つまり、実測数は600社程度）と少ない。業種も、主に景気変動の比較的大きな業種を抜き出すとの理由から製造業、建設業、運送業、卸売業の4業種に限定されており、小売業やサービス業は対象に含まれていない。さらに、同公庫の取引先企業の企業規模分布を反映して従業員数50人以上の企業が過半数を占めるなど、相対的に規模の大きな企業層が厚く、かつ個人企業は対象に含まれていない⁹。

また、図1-1から実際にその推移を見ると、この系列にどの程度安定的な先行性があるかは必ずしもはっきりしない。1999年の拡張期以降3回の景気転換局面では景気基準日付に対して一定の先行性を示しているが、それ以前の時期では一致的に動いている局面なども見受けられる。月次統計という大きな利点があり、また景気判断のためにより重要とされる最近時点のパフォーマンスは比較的優れているので系列の入れ替えには十分な理由

⁶ 同調査の名称は、後述の中小企業基盤整備機構実施の四半期調査と同一であるが、両者は全くの別物なので注意されたい。本稿では、中小企業景況調査と表記する場合、原則としてその前部分に実施主体名を記すことで両者を区別する。

⁷ また、このとき DI、CI とも 1980 年まで遡及改訂された。図 1 の CI は、いずれも遡及改訂後の数値である。

⁸ 公式資料にも、入れ替えの理由は「代替可能な月次系列を採用」と明記されている（内閣府「景気動向指数採用系列の新旧対照表」、2004）。

⁹ ただし、中小企業金融公庫の取引先には個人企業も含まれており、次節の中小企業動向調査の対象には若干の個人企業が含まれる。

があるといえるが、業種・地域を限定した観測数の少ない調査でもあることから、継続的な適切性については注意深く見守っていく必要があるだろう¹⁰。

次に、中小企業売上高（製造業）は、「中小企業出荷指数（製造業）」×「中小企業物価指数（工業製品）」によって算出される（図1-2）。前者は経済産業省「鉱工業指数」の出荷指数から、後者は日本銀行「企業物価指数」から、いずれも中小企業庁が推計し結果を公表しているものである。このデータには、「出荷数量×価格」により売上高の変動を代理する変数を得る狙いがあると考えられる。実際上は、その動きは一致指数の採用系列に含まれる他の鉱工業指数関連系列（鉱工業生産指数など）と似ているが、しかし少なくとも概念的には中小企業に焦点を当てた系列として成立しており、また図を見る限り、他の鉱工業指数関連系列と同様、一致系列としてのパフォーマンスは悪くない。

しかし、この中小企業売上高（製造業）も、若干のただし書きを伴う系列である。第一に、掛け合わされている上記ふたつの系列は、いずれも簡易的な推計によって作成されている。具体的には、それぞれ出荷指数および企業物価指数の個別品目レベルの実績値に、基準時点での各品目の中小企業出荷額ウェイト（工業統計調査に基づく）を乗じ、それを再集計することによって作成されている。従って、両系列とも最も詳細な個別品目レベルの動きは元データのまま（つまり大企業・中小企業とも同じ）であり、結果の違いは総合的な指数に再集計される際のウェイトの違いのみからもたらされる。第二に、中小企業出荷指数（製造業）には、一定の規模以下の小事業所の動向は含まれていない。これは、一連の「鉱工業指数」の計算のもととなる月次の経済産業省「生産動態統計」において、ほとんどの業種で事業所毎の従業者規模による裾切り（業種によって異なる；10人、20人、50人未満等）が行われているためである。その結果、「規模別製造工業生産指数」においても、ある程度の規模以下の小企業の動向は直接の対象としては含まれていないことになる。これは、もともとの鉱工業指数の時点では必ずしも強く意識される必要のない点であるが、規模別製造工業生産指数に変換された場合には、例えば「中小企業の」出荷指数に小企業の動向が含まれていないという状況が生じているので注意が必要である¹¹。

以上をまとめると、景気動向指数の採用系列には中小企業の景気動向に焦点を当てるふたつの景気指標が採用されているが、厳密にはそれぞれ一定の前提のもとで解釈されるべ

¹⁰ また、最近になって、全く別の考慮すべき状況も生じている。それは、2005年末に閣議決定された政府系金融機関の再編統合の方針である。方針に沿った再編が実施されれば、その前後で各機関の各種定期実施調査にも何らかの変化がある可能性が高い。具体的には、本稿で取り上げたものうち中小企業金融公庫「中小企業景況調査」「中小企業動向調査」と国民生活金融公庫「全国小企業動向調査」は近い将来一種の過渡期に入る可能性がある。

¹¹ 中小企業庁(2001)でも、ほぼ同様の理由から、規模別製造工業生産指数について「中小企業の動きを示す指標としての信頼性に問題がある。(中略)このような問題点を念頭において統計を利用する必要がある。」と指摘されている(p. 206)。

き指標であるといえる。

3. 景況感調査

日本では、数多くの企業に対する景況感調査が行われている。本節では、そのうち特に主要なものを取り上げ、それらの内容および結果の推移を比較・検討する。具体的には、短観、景気予測調査・法人企業景気予測調査、中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」、中小企業金融公庫「中小企業動向調査」、国民生活金融公庫「全国小企業動向調査」、総務省統計局「個人企業経済調査」を取り上げる¹²。これらはいずれも四半期調査である。

まず、最も注目度の高い景況感調査が日銀短観であることには異論はないであろう¹³。「中小企業の景気」についても、それが最も広く意識される機会は、おそらく四半期に一度、短観が公表された時ではないだろうか。短観の結果は速報性も高く（当該四半期の最終月中旬公表）、新聞報道などでも大きく取り上げられるので、その結果から半ば無意識的に「中小企業の景気」に関するイメージを得ているケースは多いと思われる。そして、この短観の調査結果の推移を見ると、2002年はじめの景気転換点以降、業況判断DIは明確な回復傾向を示している（図2）。特に製造業については、大企業だけでなく中小企業についても既に相当景気が回復しているようにみえる。また、図3は、短観の他に比較的注目度の高い景気予測調査および法人企業景気予測調査の景況判断BSIの結果である¹⁴。この景況判断BSIからも、短観ほどではないが、傾向的には中小企業もある程度景気が回復してきているようにみえる（図3）。

しかし、これらの調査の「中小企業」は、中小企業全体の景況感を示すものではない。まず、短観の「中小企業」は、正確には、2003年12月調査までは常用雇用者数50～299人（卸売業は20～99人、小売・サービス・リース業は20～49人）の、2004年3月調査以降は資本金2000万円以上1億円未満の、非農林水産・非金融保険法人企業を意味している

¹² 他にも、興味深い調査として例えば内閣府「景気ウォッチャー調査」、帝国データバンク「TDB景気動向調査」などがある。しかし、議論の拡散を避けるためこれ以上の系列を取り扱うことはできなかった。

¹³ 日本経済団体連合会(2004)の会員企業等に対する調査の結果（回答数124社）でも、短観は最も利用度の高い景気関連統計となっている（p. 27）。さらに、短観の結果は、これまでいくつもの景気・経済研究の中で重要な情報として利用されている（Kanoh (1990)、Kanoh and Saito (1994)、Hisao and Zhao (2000)、加納(2002)など）。

¹⁴ 財務省「景気予測調査」は、2004年度はじめに内閣府「法人企業動向調査」と統合され、新たに内閣府・財務省「法人企業景気予測調査」となった。その際、調査対象企業数が拡充（約1.2万社から1.5万社）されたほか、金融保険業を含むなどの変更が行われた。制度的には両者は異なる調査であるが、景況感を含む多くの調査項目はそのまま継承されているなど共通点も多く、本稿では便宜上両者を並べて取り扱うこととする。なお、これら調査の公表時期は当該四半期の最終月下旬である。

(表1-1)¹⁵。従って、対象業種の中でも、これらの規模以下の法人企業、および個人企業は対象に含まれない。また、景気予測調査と法人企業景気予測調査の「中小企業」は、資本金1000万円以上1億円未満の(農林水産業含む)法人企業という意味であり、ここでも、資本金1000万円未満の法人企業、および個人企業は対象に含まれない(表1-2)。

実際のところ、これらの裾切りはどの程度の意味を持っているのだろうか。まず企業数でみると、日銀の公式資料(表2-1)によれば、現在(2004年3月調査以降)の短観の対象業種・規模に含まれる企業の総数(母集団企業数)は約22万社とされる。これに対し、同じく短観の標本抽出の際に用いられる事業所・企業統計調査ベースで、非農林水産・非金融保険法人企業は150万社ある(表3-2)。従って、短観の調査対象業種であるにもかかわらず調査の母集団に含まれていない企業は、法人企業だけで128万社ほどあることになる。さらに、別途個人企業が280万社あるから、全体では実に430万社中408万社が短観の母集団企業層には含まれていない¹⁶。また、法人企業景気予測調査に関しても、表2-2に示したように、母集団企業数は118万社と短観に比べればはるかに多いが、それでも、法人企業景気予測調査の基礎である法人企業統計調査ベース(表3-1)でみれば法人企業は(非農林水産・非金融保険に限定しても)約268万社ある。従って、上記280万社の個人企業はもちろん、法人企業も150万社以上が対象に含まれていないことになる¹⁷。

ただし、小企業・個人企業は個々の規模は小さいので、企業数だけで判断するのは適切とはいえない。そこで、表3-1の法人企業統計調査の結果をさらに見ると、まず非農林水産・非金融保険の法人企業は、全体では売上高1417兆円、付加価値274兆円、役員数+従業員数4542万人である。このうち、短観の対象の資本金2000万円以上の層で、売上高1075兆円(76%)、付加価値188兆円(69%)、役員数+従業員数2358万人(52%)を占めている。しかし、その一方で、短観に含まれない2000万円未満の層にも、売上高342兆円

¹⁵ 短観において、業況判断DIは「判断項目」と呼ばれる調査項目に属しており、これらは母集団推計は行われず調査実数の集計結果がそのまま最終結果となる。(一方、「計数項目」は母集団推計が行われる。)従って、業況判断DIでは、調査企業数の分布が決定的な意味を持つ(景況判断BSIおよび本稿の他の業況判断DIも同様)。短観の標本設計は表2-1を参照。

¹⁶ 2003年末までの短観(常用雇用者基準)の母集団企業数は16万社(1996年事業所・企業統計調査ベース)と、見直し後(資本金基準)の22万社よりさらに少ない(日本銀行(2001)p.8)。なお、表2-1(日銀公式資料)の母集団企業数は2001年事業所・企業統計調査、表3-2の企業数は2004年事業所・企業統計調査ベースであり厳密には調査年が異なる。ただし、この違いは議論の本筋には影響しない。

¹⁷ 美添(2005)でも指摘されているように、法人企業統計調査と事業所・企業統計調査の法人企業数には大きな違いがある。従って、本稿では法人企業数に関して、事業所・企業統計調査から標本を設計している短観は事業所・企業統計調査と、主に(すなわち金融保険業以外は)法人企業統計調査から標本を設計している法人企業景気予測調査は法人企業統計調査と比較している。(なお、厳密には法人企業景気予測調査の調査対象企業は、法人企業統計調査の年次別調査ではなく四半期別調査の一部である。)ただし、事業所・企業統計調査からは売上高や付加価値の情報は得られず、法人企業統計調査からは個人企業の情報は得られないので、これらについてはやむを得ず互いに乗り入れて議論している。

(24%)、付加価値 86 兆円 (31%)、また役員数+従業員数で 2184 万人 (48%) の雇用が存在する。このうち、特に雇用でみて半分近くが対象層に含まれていない点は注目されるべきである。加えて、個人企業でも 807 万人が働いていることを考えれば (表 3-2)、短観には、調査対象業種のうち付加価値額の 3 分の 1 以上、雇用では実に過半数 (5349 万人中 2991 万人、56%) がそもそも調査の母集団に含まれていないことになる。言い換えれば、短観は調査対象業種のうち半分以下、44% の雇用に相当する企業群しか対象としていないといえる。さらに、製造業・非製造業別で見ると、非製造業のほうがもともとボリュームが大きく (総雇用の 78% は非製造業; 表 3-2)、かつ小企業・個人企業の割合も大きいことから、短観に含まれない企業層は非製造業により集中している。具体的には、資本金 2000 万円未満の法人企業と、個人企業の雇用の合計 2991 万人のうち、製造業は 478 万人 (16%) に過ぎず、残りの 2512 万人 (84%) は非製造業に属している。

また、法人企業景気予測調査については、調査対象に含まれない資本金 1000 万円未満の層に、売上高 112 兆円 (8%)、付加価値 34 兆円 (12%)、役員数+従業員数で 969 万人 (21%) の雇用が存在する (表 3-1)¹⁸。従って、短観よりも調査範囲はかなり広く、実際、売上高や付加価値でみれば法人企業の大部分をカバーしているといえる¹⁹。しかし、個人企業まで含めて考えれば、総雇用 5349 万人のうち 1775 万人 (33%)、全体の 3 分の 1 の雇用に相当する企業群が対象に含まれていないことになる。製造業・非製造業別には、資本金 1000 万円未満の法人企業と個人企業の雇用合計 1775 万人のうち、製造業は 203 万人 (11%)、非製造業は 1572 万人 (89%) である。短観の場合以上に、調査に含まれない企業層の非製造業への集中度が大きい。

もちろん、これらの調査はそれぞれ明確な設定のもとで調査を実施しているものであり、無理にそれを拡大する必要性があるわけではない。膨大な小企業・個人企業層から適切な標本を抽出し定期的に調査を行うことの困難さを考えれば、主要景況感調査が法人企業のみを対象とし、かつ裾切りを行っているのもむしろ当然ともいえる²⁰。ただし、少なくとも、短観や景気予測調査、法人企業景気予測調査という比較的注目度の高い景況感調査の「中

¹⁸ 短観に揃えて、非農林水産・非金融保険業で議論を行っている。

¹⁹ 実際、今回の景気拡張期において、景況判断 BSI「中小企業」の結果が短観の業況判断 DI「中小企業」に比べて悪いのは、基本的には小企業をカバーする範囲が景況判断 BSI のほうが広く、かつそれらの層の景況感が悪いためであるように思われる。他にも、例えば短観は調査時点の業況の「水準」を尋ね、景況判断 BSI は景況の前期からの「変化」を尋ねているという違いもあるが、図 4 と図 7 の別の景況感調査の結果を見ると逆に「水準」を尋ねた場合の景況感が相対的に最も悪いという傾向が出ており、この違いが直接の原因となっているとは考えにくい。景気判断の水準と変化の違いについては、浅子・原田(2004)も参照。

²⁰ 景況感調査に限らず実物的な景気統計についても、鉱工業指数や、「中小企業」区分を含み注目度の高い法人企業統計調査の四半期別調査でも裾切りは行われている (前者は第 2 節参照、後者は資本金 1000 万円以上の非金融保険法人企業を対象)。

小企業」には、小企業・個人企業層の状況は含まれておらず、かつこれらの層は経済全体の中で無視できないボリュームを占めている、という点はより広く知られる必要があると思われる。

また、小企業あるいは個人企業の景況感が、相対的に規模の大きな企業の結果から十分に類推できるようであれば、これらの企業を除いても必ずしも大きな問題は生じない。しかし、この点については、特に今回の景気拡張期においては疑問の余地が大きい。

この点に関して、まず、図4は中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」の結果の推移をみたものである。同調査は、政策当局の中小企業庁に関わりの深い調査であること²¹、および調査対象企業数が1.9万社（かつ回答率は96%以上と短観に匹敵）という大規模調査であることから、中小企業を対象とした景況感調査の中では最も代表的なものである。対象企業は、ある程度の業種・規模等のバランスのもとで商工会、商工会議所、中小企業団体中央会が決定し、これら機関を通じて直接聞き取り調査が行われる。具体的な調査対象は、製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業に属する中小企業（中小企業基本法で定める中小企業；個人企業含む）であり、実際の企業分布を反映して、全体の8割を小規模企業が占める。現実的な実行可能性を考えれば、中小企業に対してこれ以上の広範かつ大規模な定期調査を行うことは不可能と見てよいのではないだろうか²²。また、同調査（および後述の個人企業経済調査）には、業況判断について、今期の水準、前期との比較、前年同期との比較の3つをそれぞれ尋ねているという特徴もある。これらの結果のうち、短観の結果とは同じく景気的水準について尋ねた「今期の水準」を、景気予測調査および法人企業景気予測調査の結果とは「前期比」を比較するのがおそらく最も適切であろう。

同調査の結果を示した図4-1を見ると、特に非製造業において、短観や景気予測調査、法人企業景気予測調査の「中小企業」よりも明らかに景況感が悪いことがわかる。さらに、図4-2は、同調査の中・小の企業規模別の結果である。製造業・非製造業とも小規模企業の景気回復が相対的に遅れており、特に、非製造業小規模企業は最もDIの値が高い「前期比」の結果でもマイナス30前後と、足元でも業況が悪化したとする企業のほうがかなり多いことがわかる。

ただし、一方で、「中小企業動向調査」の業況判断DIの推移を見ると、非製造業でも景況感が回復してきているなどその印象は大きく異なっている（図5）。同調査は、中小企業

²¹ 具体的には、2004年7月の中小企業事業団の発足までは、同調査は中小企業庁と中小企業総合事業団（および中小企業事業団）の共同実施調査であった。現在でも、調査結果は中小企業庁のウェブサイト上随時掲載されている。

²² 指定統計調査の個人企業経済調査でさえ、標本数は約3700に過ぎない。法人企業景気予測調査やTDB景気動向調査のようにインターネット経由で調査を行うことは実行可能性を高めるひとつの大きな工夫であるが、それでも、企業の把握と調査協力の問題は残る。

金融公庫が取引先企業約 1.2 万社に対して行っているものであり（回答率は約 5 割）²³、中小企業に対する景況感調査の中では比較的知られているもののひとつである。しかし、この結果は、基本的に同公庫の取引先の企業規模分布を反映している可能性が高い。すなわち、この調査では資本金 1000 万円以上の企業が 9 割強、従業員数 50 人以上の企業が 4 割を占め、前節の中小企業金融公庫「中小企業景況調査」同様、企業規模が相対的に大きな層が厚い。そのため、標本設定は小規模企業を多く含む中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」よりもむしろ短観や景気予測調査・法人企業景気予測調査に近く、調査結果も小企業・零細層の状況が比較的反映されにくくなっていると考えられる²⁴。

また、小企業・個人企業層の景況感については、さらに全国小企業動向調査と個人企業経済調査からも情報を得ることができる。全国小企業動向調査は、国民生活金融公庫が取引先企業（個人企業含む）1 万社強に対して行っている調査である（回答率は 7 割程度；対象業種・企業規模および標本分布は表 4 を参照）²⁵。同調査では、業況判断 DI に関して各業種別と全業種計の結果のみが公表されているが、内部的には製造業以外をまとめて「非製造業」とした集計も行われている。図 6 は、製造業と、この「非製造業」の結果を示したものである。これを見ると、先の中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」同様、特に非製造業の景況感は依然として悪く、足元でもマイナス 40 程度とかなり厳しいことがわかる²⁶。実際、非製造業では 1997 年後半の景気後退期以降、基本的には DI が大きくマイナスをつけた状況が続いている。

総務省統計局「個人企業経済調査」は、製造業、卸売・小売業、飲食店・宿泊業、サービス業の個人企業を対象とした調査である。これは本稿で取り上げる一連の景況感調査の中で唯一統計法に基づく指定統計調査であり、（調査対象企業数は約 3700 社と比較的少ないものの）望み得る限りの信頼性は確保されているといえる。同調査では、2002 年度はじめに調査体系が変更された際、新しく業況判断についても尋ねられるようになった。結果の蓄積が数年分しかないため時系列での比較は十分にはできないが、業況判断 DI の結果を見ると（図 7）、少なくとも調査開始以降、業況が悪い企業が圧倒的に多いことがわかる²⁷。

²³ ただし、中小企業金融公庫の取引対象ではない農林水産業と金融保険業は対象に含まれない。また、同公庫の取引先企業の分布を反映して、製造業が標本の 5 割近くを占める。

²⁴ もともと中小企業動向調査の標本設計は中小企業金融公庫の取引先企業の業種・規模分布を反映することを意図して行われているので、この点自体に何か問題があるわけではない。

²⁵ 国民生活金融公庫がカバーしない沖縄県（沖縄振興開発金融公庫が存在）の企業は当然ながら調査対象に含まれない。

²⁶ 非製造業の結果の内訳は、2005 年 7-9 月期で、「かなり良い」1%「やや良い」15%「良くも悪くもない」28%「やや悪い」38%「かなり悪い」19%となっている。製造業は、それぞれ 2%、20%、29%、32%、18%。

²⁷ 個人企業経済調査の調査業種は上記 4 業種に限られ、かつ公表されるのは産業細目別と調査産業計の結果のみである。そこで、図 7 では産業細目別の結果をもとに製造業以外の業種を「非製造業」と

一応、方向性としては多少回復傾向にはあるが、特に非製造業については、景気の水準を尋ねた「今期の業況」で見ると「良い」とする企業がほとんどないような状態が続いている²⁸。

最後に、図8は、短観の大企業と中小企業、中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」の小規模企業、全国小企業動向調査、個人企業経済調査の業況判断DIの結果をまとめたものである。これらは、いずれも景気の「水準」（「良い」「悪い」など）について尋ねたものであり、最低限の比較可能性はあると考えられる。これを見ると、まず、近年小企業・個人企業、特に非製造業企業の景況感が相対的に際だって悪いことが改めて確認できる²⁹。さらに、短観の「中小企業」と小企業との景況感の乖離が、（非製造業では1994年末に広がった後）今回の景気拡張期にとりわけ大きくなっていることも確認できる。また、本来全く別の調査である中小企業景況調査の小規模企業と全国小企業動向調査の結果が、驚くほど似ている点も注目される。総合的に考えて、やはり、小企業の景況感は、少なくとも現在までのところ総じて悪いと結論付けるのが最も妥当であるように思われる。強調されるべきは、このような状況は短観や法人企業景気予測調査からは把握できないということである。さらに、今後会社法の施行に伴い資本金1000万円未満の株式会社が本格的に作られるようになれば、小企業の把握の重要性は一層増す可能性もある。

なお、結局のところ、現時点で企業の景況感を総合的に捉えていくためには、短観の結果に、中小企業景況調査の小規模企業と個人企業経済調査の結果を組み合わせる観察することが、各調査の標本数やカバレッジ、および質問内容（いずれも景気の「水準」についての調査）からみておそらく最も妥当である³⁰。さらに、両調査の「水準」の結果は時系列の蓄積が比較的浅いので、1994年以前は全国小企業動向調査の結果で補うのが良いように思われる。特に、個人企業経済調査は短観に全く含まれない個人企業に特化した調査であり、積極的に参照されることが望まれる。ただし、少なくとも本稿執筆時点では、中小企業景況調査の中・小規模別の結果は容易に入手できる方法では公表されておらず、原則として個別に問い合わせる必要がある。また、個人企業経済調査も、公表資料では過去1年程度のDIのみ図示され、かつ統計表にはDIは掲載されていないなど時系列での参照が難

して独自に再集計している。

²⁸ 2005年7-9月期で、「良い」がわずか3%、「普通」28%「悪い」69%。

²⁹ ここで、小規模企業の約8割は非製造業に属している。従って、景況感の悪い非製造業小規模企業層のボリュームは、製造業よりもはるかに大きいことになる。

³⁰ もちろん、他の様々な景況感調査も、それぞれの調査対象に対する結果を与えるものとして有益である。なお、速報性については、中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」は当該四半期の最終月下旬、個人企業経済調査は（やや遅いが）当該四半期終了後の翌々月中旬の公表であり、基本的に問題はない。また、中小企業動向調査と全国小企業動向調査はともに当該四半期終了後の翌月下旬公表であり、これらも速報性に問題はない。

しい。これらの調査には、上記の観点からより利用しやすい形での情報提供を望みたい。

4. 企業業績と景況感：全国小企業動向調査の個票分析

前節まで取り扱ってきたように、通常、景況感調査はDIに集計されその結果が利用される。しかし、その背後には、個々の企業の景況感が存在し、さらにはそれを構成する何らかの実物的あるいは経済的状況があるはずである。DIは、その個々の企業の景況感を積み上げた結果に過ぎない。にもかかわらず、これまで各企業の景況感の具体的な形成過程については、十分には関心が払われてこなかった。そこで本節では、やや補足的な分析として、景況感調査の個票データを用いて、企業の業績と景況感の対応関係をマイクロベースで直接検証する³¹。これにより、限られた設定のもとではあるが、企業の実物的状況と景況感の関係の有無、あるいはその強さの程度を実証的に検証することができる。

データとしては、前節で取り上げた景況感調査のうち、唯一個票が（東京大学社会科学研究所を通じて）公開されている全国小企業動向調査の結果を使用する。ただし、入手可能なのは1996年10-12月期調査以降であり、また同調査の業種区分は2004年4-6月期調査以降7区分から8区分に変更されている（表4）。これらの事情から、ここでは、1996年10-12月期調査から2004年1-3月期調査の結果までの30四半期を用いた分析を行う。最終的な総標本数は、約16.6万である。ただし、各期の調査結果は個別に公開されており、残念ながら時点を通じた企業の識別あるいは接続はできない³²。

以上のデータセットのもとで、下記の標準的な順序ロジットモデルの推定を行う。

$$\Pr[y_i = j] = \Pr[\mu_j < X_i' \beta + \varepsilon_i \leq \mu_{j+1}] \quad j=0, 1, 2, 3, 4 \quad \mu_0 = -\infty, \mu_5 = \infty$$

y_i は企業*i*の景況感を表す質的変数、 X_i は説明変数のベクトル、 ε_i は誤差項、 β は各説明変数のパラメータのベクトル、 μ_j は反応の閾値である。誤差項 ε_i の累積密度関数としてロジスティック分布を仮定し、 β と μ_j を最尤法により推定する。

変数 y_i の取り得る値 j は、当該四半期の自社の業況判断を尋ねた設問の選択肢に対応した以下の5区分である。

³¹ 景況感調査の個票を直接分析した例外的な研究として、中小企業家同友会「同友会景況調査」の個票データを用いた坂田（1996、2001）がある。

³² このため、本分析では全体のデータから一組のパラメータを求めるというモデル設定にせざるを得ず、企業ごとの違いを明示的に含むことはできなかった。

$j=(0, 1, 2, 3, 4)=(\text{かなり悪い、やや悪い、良くも悪くもない、やや良い、かなり良い})$

すなわち、値が大きいほど、業況が良いことを示している。

説明変数群 X_i としては、まず、業種の違いとして、調査結果から観察可能な、製造業、卸売業、小売業、飲食店、サービス業、運輸業の違いをダミー変数によりコントロールする。ここで、対象7業種のうち、「売上高」ではなく「受注額」の動向が（3択で）尋ねられている建設業は分析から除かれている³³。また、製造業を基準として、つまり製造業ダミーを落とし他の5つのダミー変数を用いて推定を行う。

次に、各企業の経済的状況を表す変数として、当該四半期の売上高の動向および採算水準を尋ねた設問の結果を使用する。具体的には、売上高については、前年同期に比べて「20%以上増加した、10~19%増加した、10%未満増加した、10%未満減少した、10%以上減少した」の5区分のいずれであるかを尋ねた設問の結果を、採算水準については、当該四半期が「黒字、収支トントン、赤字」の3区分のいずれであるかを尋ねた設問の結果を使用する。それぞれ、5つと3つのダミー変数群に分解し、説明変数として用いる³⁴。ただし、いずれも中央の選択肢、すなわち「10%未満増加した」と「収支トントン」を（基準として）落とした推定を行う。経済的変数がこれら2要因のみというのは簡素ではあるが、企業の業績に関する情報は最終的に売上高と利益に集約されるのであれば、当該四半期の経済的動向について必要最小限の情報は取り入れられているといえる³⁵。

さらに、時点効果として、各四半期の時点ダミーを導入する。これにより、マクロショック等の各時点の共通の変動の影響が、具体的な変数を導入しなくともある程度コントロールされることができると考えることができる。特に、景況感が自社の経営状況とマクロ的な状況との相対比較のなかで形成されている場合には、このような変数の導入には意味がある。なお、データ期初の1996年第4四半期を基準に、残り29時点のダミー変数を用いて推定を行う。

表5は、業況判断と売上高（表5-1）、採算水準（表5-2）との関係を示したクロス表である。大きく業績と景況感の間に、「業績が良いほど景況感が良く、業績が悪いほど景況感が悪い」という関係があることが確認できる。ただし、データ期間が1996年末以降ということもあり、(図6から類推できるように)景況感が悪いとする標本が多くなっている。

順序ロジットモデルの推定結果は表6の通りである。表には、各説明変数の影響力の指

³³ ただし、除かれた標本（全体で約5.5万）を用いて分析を行っても、基本的に同様の結果が得られている。

³⁴ これらの経済的変数を連続変数ではなく質的変数として適用せざるを得ない点も、本分析の制約のひとつである。ただし、特に小企業や個人企業に関しては、具体的な財務数値を尋ねることが全体として必ずしも優れた情報をもたらさない可能性がある（菊地(2003)）。

³⁵ 法人企業景気予測調査には「景況判断の決定要因」を尋ねた設問があり、その集計結果を見ても、「国内需要（売上）の動向」が每期8~9割を占めている（10の選択肢から3つを回答する方式）。

標である限界効果もあわせて示している。各限界効果の値は、推定されたパラメータのもとで、各説明変数の値がゼロから1に変化したときに、 y_i が0から4のそれぞれの値を取る確率（ $\Pr[y_i = j]$ ）がどれだけ増加または減少するか（ $\Delta \Pr[y_i = j]$ ）を示している³⁶。

表6の推定結果から、まず、業種については、基本的に製造業の景況感の良さと、非製造業、特に小売業と卸売業の相対的な悪さが示されている。ただし、限界効果を見ると、経済的変数に比べれば業種による違いはそれほど大きくはない。また、運輸業のみ製造業よりも（傾向的に）景況感が良いとの結果になっているが、運輸業の比率は1%程度であり、いずれにしても非製造業全体にはほとんど影響を与えない。

経済的変数に関しては、売上高と採算水準いずれも、景況感と強い正の関係、すなわち売上高が増加している場合および黒字の場合ほど景況感がより良い確率が高い（逆の場合にはその逆）ことが示されている。特に、変数が5段階に区分されている売上高でも、一段階ずつ順番により良い景況感と対応する確率が高くなっている点は注目される。限界効果の値も大きく、企業の経済的状況が景況感とそれだけ強く結びついていることが確認されたといえる。また、ここで、各要因と景況感の対応関係が具体的に示されている点も重要である。

最後に、時点効果については、1996年第4四半期を基準として正で有意な係数が全くなく、限界効果を見ても、時点効果が期初より（有意に）良い方向にある期がないとの結果が得られている。時点効果は様々な要因の集合体であるため厳密な読み取りは難しいが、その推移を大まかに解釈すれば、経済全体の景気動向にある程度対応した効果が計測されているように見える。この結果は、企業の景況感が、少なくとも部分的にはマクロの経済状況との比較で形成されていることを示すものかもしれない。ただし、業種と経済的変数の結果は、時点効果なしで推定した場合もほぼ同じである。

5. おわりに

本稿では、中小企業の景気の把握に焦点を当て3つの分析を行った。まず、景気動向指数について検討した結果、指数の採用系列には中小企業に関する景気統計がふたつ採用されているが、厳密にはそれらは小企業の動向の反映などに限界のある系列であることが示された。この点は、各系列の名称からは自明ではないので注意する必要がある。次に、中

³⁶ 今回の推定では、説明変数がグループ内で同時には1の値を取らない4つの変数群（業種、売上高、採算水準、時点効果）に分かれている。そこで、各変数の限界効果は、同一グループ内の他の変数をゼロ、グループ外の変数の値を全て平均値として計算している。これにより、各限界効果は、基準として落とした変数との比較で計測されることになる。例えば、卸売業の限界効果は他の4つの業種ダミーをゼロ、それ以外の変数を平均値として計算されている。

小企業に関連する主要な景況感調査を検討した。その結果、短観や法人企業景気予測調査の「中小企業」には小企業・個人企業層は含まれていないが、これらの層は経済全体の中で無視できないボリュームを占めていること、およびこれらの層の景況感は「中小企業」よりもかなり悪い状態で推移していることなどが示された。さらに、企業の景況感を総合的に捉えるためには、短観の結果に中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」の小規模企業と個人企業経済調査の結果を組み合わせるべきであるとの結論を得た。最後に、小企業・個人企業層を対象とした景況感調査の個票をもとに、企業の業績と景況感の対応関係をマイクロベースで直接検証した。順序ロジットモデルの推定の結果、集計された景況感の背後に、個別企業レベルでの足元の業績と景況感の一定の対応関係があることを確認する結果が得られた。

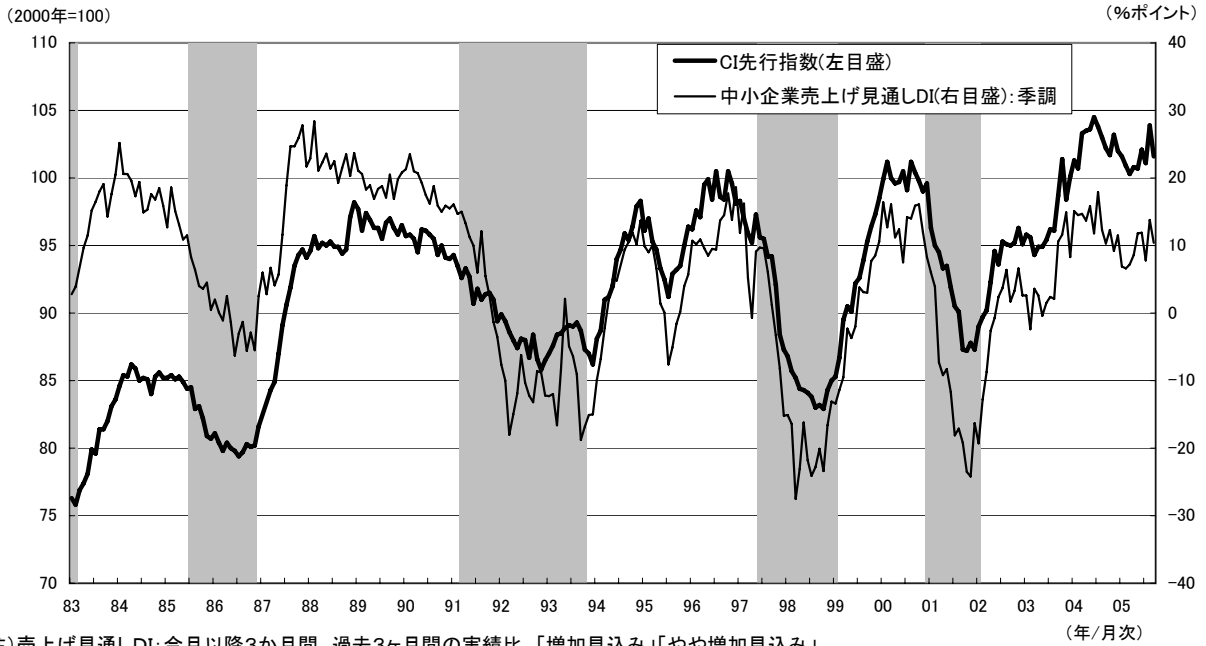
ただし、本稿では同時に取り扱うことのできる量および種類の制約から、業種については主に製造業・非製造業の区分のもとで議論してきた。これは、一般に報道等で最も広く見られる分類ではあるが、当然さらに細かく分けることも可能である。また、同様の理由から、ここでは地域による違いにも踏み込まなかった。地域別の景気動向も、景気分析の中で関心が高く、かつ重要な領域である。これらの違いを組み込んだ場合には、業種別・地域別の景気動向に関して、その分だけより精緻な議論ができることになる。これらの点については、今後さらに分析を展開していく余地があるだろう。

参考文献

- 浅子和美・原田信行（2004）「景況感とアンケート調査 ―変化方向と水準は異曲同工か？―」『経済研究』第 55 巻第 2 号, pp. 171-184, 一橋大学経済研究所.
- 岩崎俊夫（1996）「企業統計整備と調査統計の行方 ―『統計行政の新中・長期構想』が提起したもの―」『企業環境研究年報』第 1 号, pp. 63-75, 中小企業家同友会全国協議会.
- 上藤一郎・金子治平・佐野一雄・御園謙吉（1997）「被調査者の立場から見た企業統計調査」『企業環境研究年報』第 2 号, pp. 51-62, 中小企業家同友会全国協議会.
- 加納悟（2002）「景気動向のモデル分析 ―そのフロンティア―」『経済研究』第 53 巻第 2 号, pp. 173-187, 一橋大学経済研究所.
- 菊地進（2003）「経営環境の変化と中小企業調査 ―景況調査の方法的位置づけをめぐって―」『中小企業季報』2003 年 No.2, pp. 1-9, 大阪経済大学中小企業・経営研究所.
- 坂田幸繁（1996）「DOR 業況判断の構造分析 ―CATDAP による解析を中心に―」『企業環境研究年報』第 1 号, pp. 101-115, 中小企業家同友会全国協議会.
- 坂田幸繁（2001）「景況データのマイクロベースの回答特性とその予測的利用について」『中

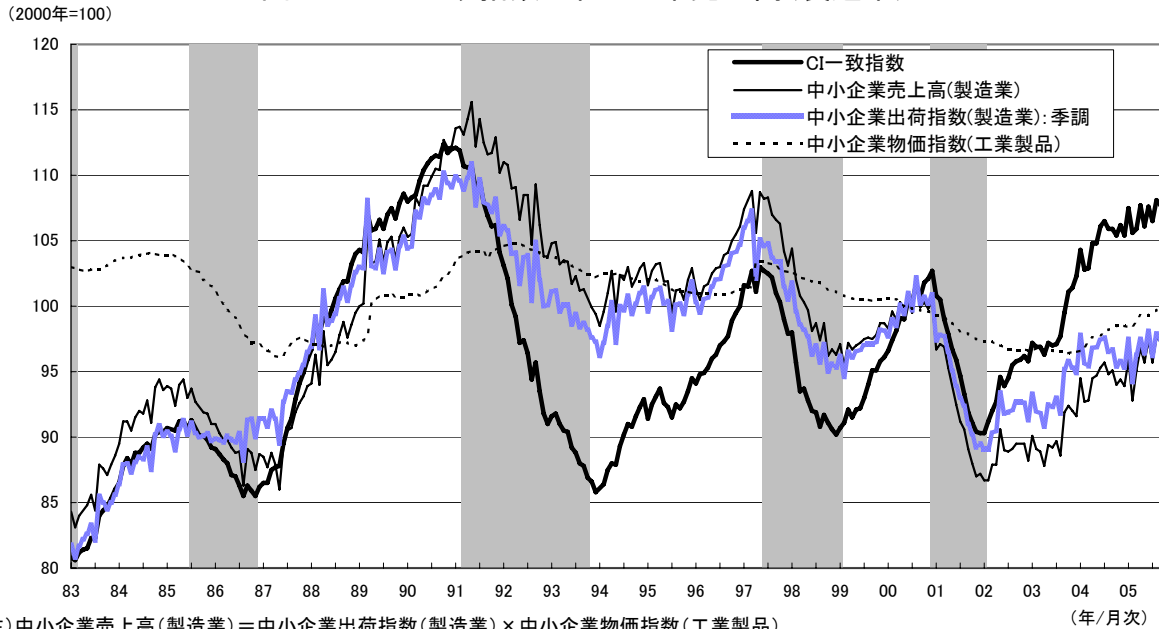
- 央大学経済研究所年報』第 32 号(II), pp. 63-80.
- 中小企業庁 (2001) 「2001 年版中小企業白書」.
- 中小企業庁 (2005) 「2005 年版中小企業白書」.
- 統計審議会 (2000) 「景気予測調査に関する検討結果報告書」統計審議会調査技術開発部会.
- 日本銀行(2001) 「『企業短期経済観測調査』の見直しに関する最終案」.
- 日本経済団体連合会 (2004) 「統計の利用拡大に向けて ー景気関連統計を中心としてー」.
- 美添泰人 (2005) 「経済統計の読み方と将来展望」『経済セミナー』2005 年 12 月号, pp. 14-19.
- Hisao, Cheng and Zhongyun Zhao (2000) “Combining Opinion Surveys with Time-series Data to Forecast the Japanese Economy”, *Japanese Economic Review* 51, pp. 155-169.
- Kanoh, Satoru (1990) “Statistical Reconsideration of the EPA Diffusion Index”, *Journal of Japanese and International Economies* 4, pp.139-156.
- Kanoh, Satoru and Saibi Saito (1994) “Extracting Actually from Judgement: A New Index for the Business Cycle”, *BOJ Monetary and Economic Studies* 12, pp. 77-93.

図1-1. CI先行指数と中小企業売上げ見通しDI



(資料) 内閣府「景気動向指数」、中小企業金融公庫「中小企業景況調査」

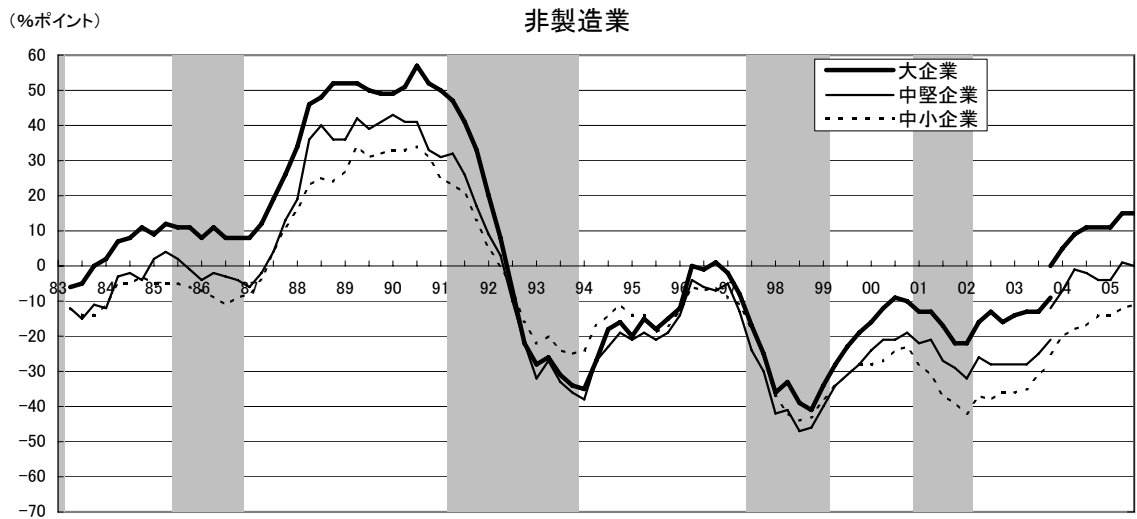
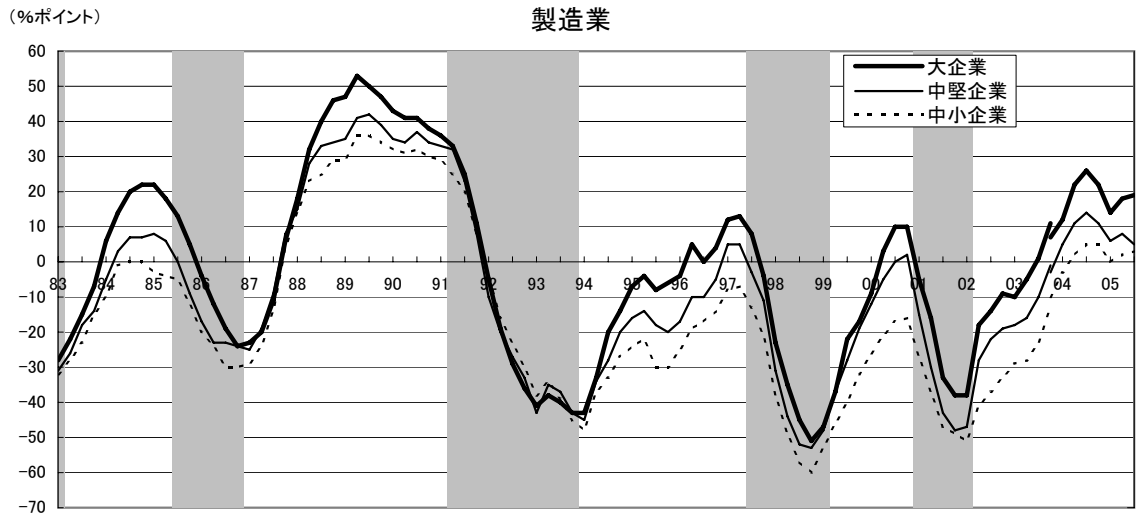
図1-2. CI一致指数と中小企業売上高(製造業)



(資料) 内閣府「景気動向指数」、中小企業庁「規模別製造工業生産指数」「規模別国内企業物価指数」

図2. 日銀短観 業況判断DI

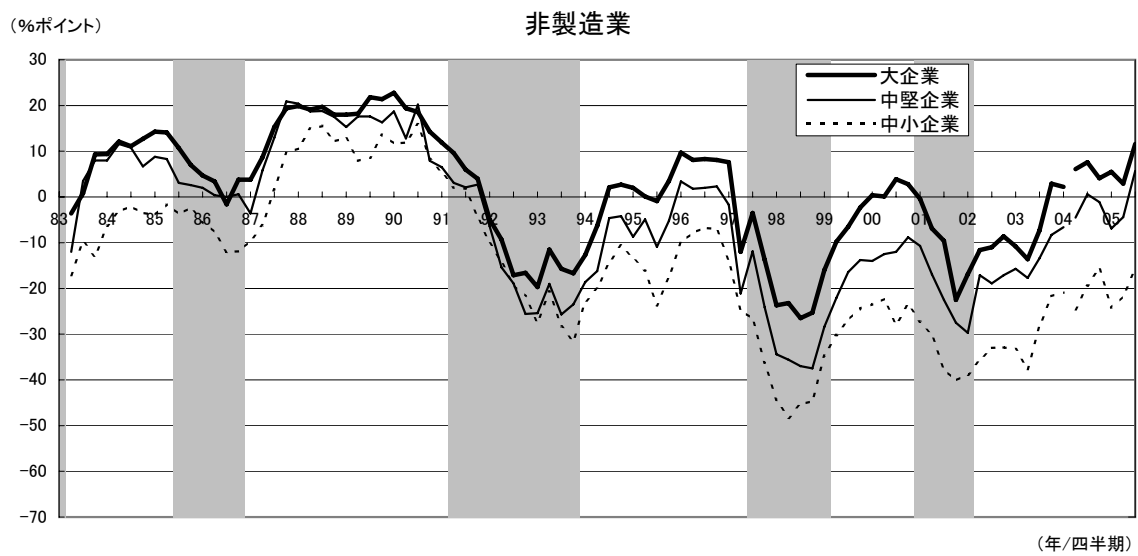
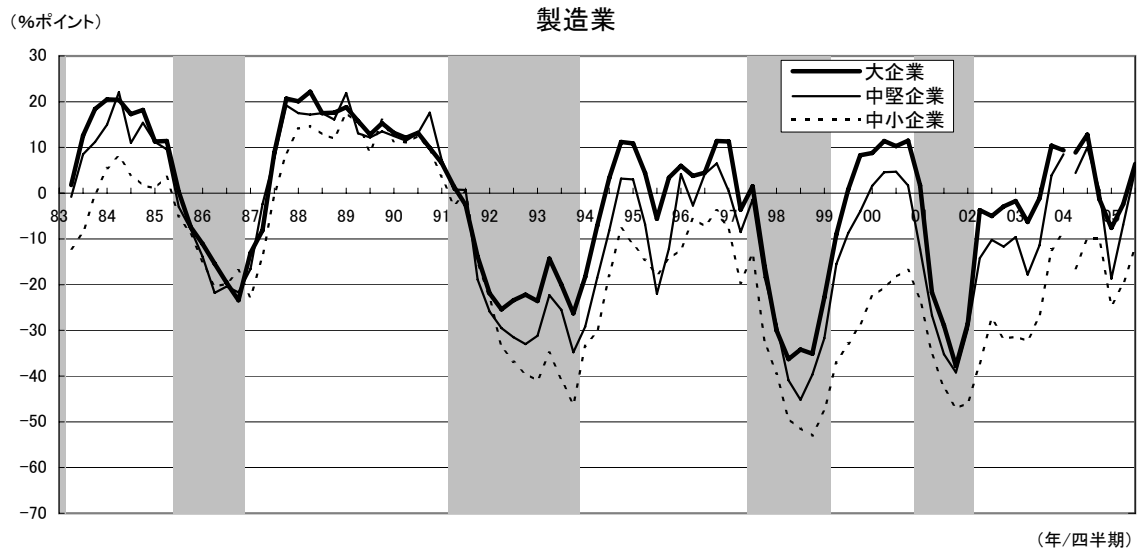
(全国短観、「良い」-「悪い」)



(資料) 日本銀行「全国企業短期経済観測調査」

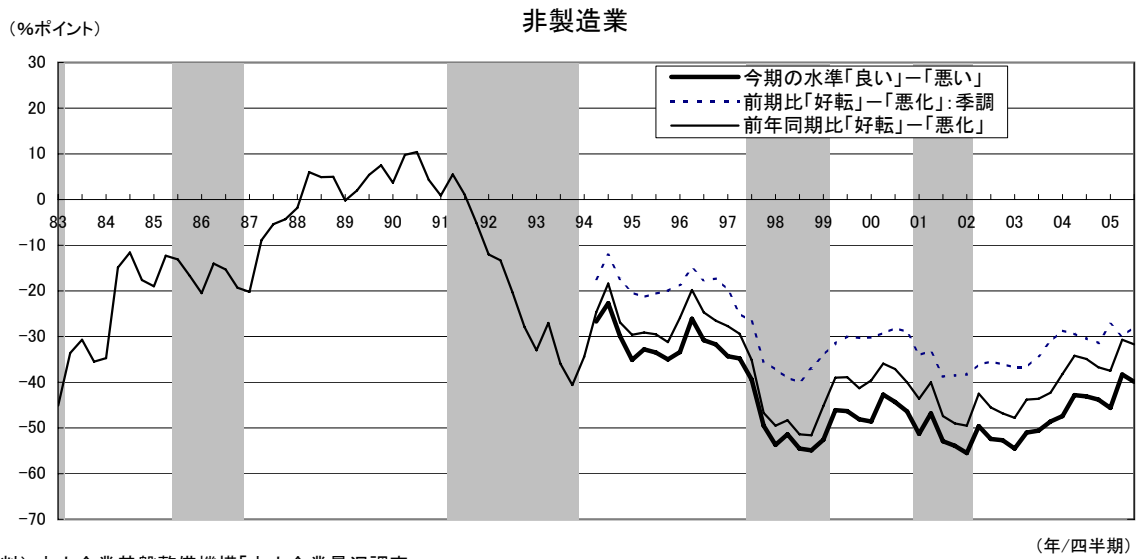
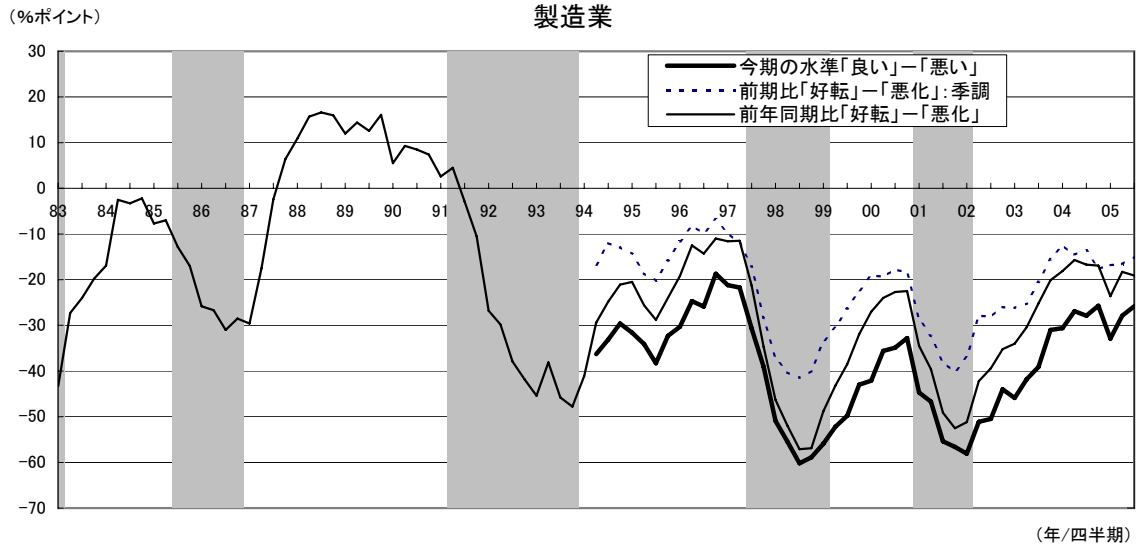
図3. 景気予測調査・法人企業景気予測調査 景況判断BSI

(前期比「上昇」-「下降」:-2004Q1 季調、2004Q2- 原系列)



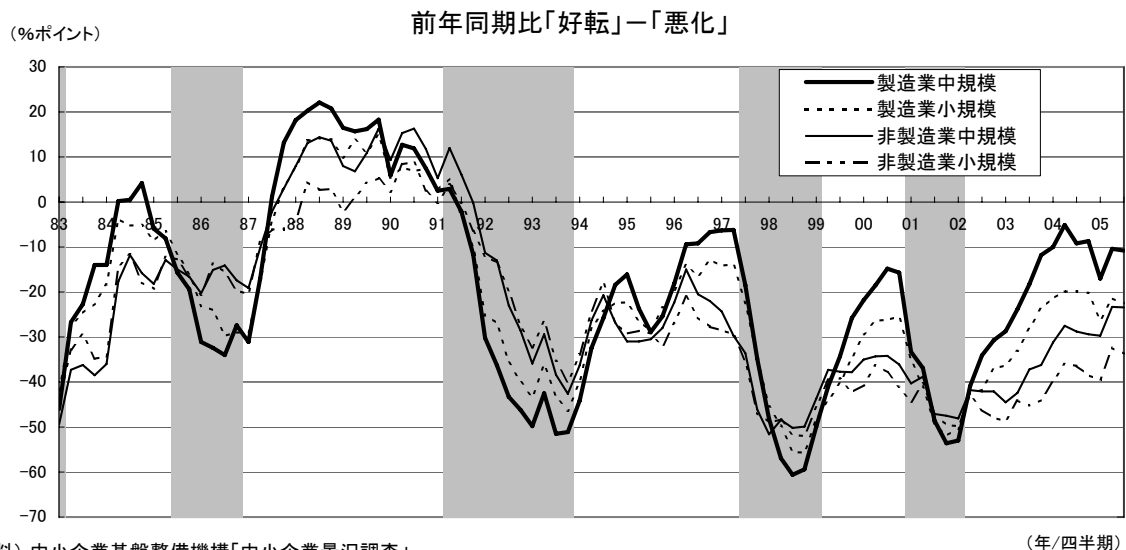
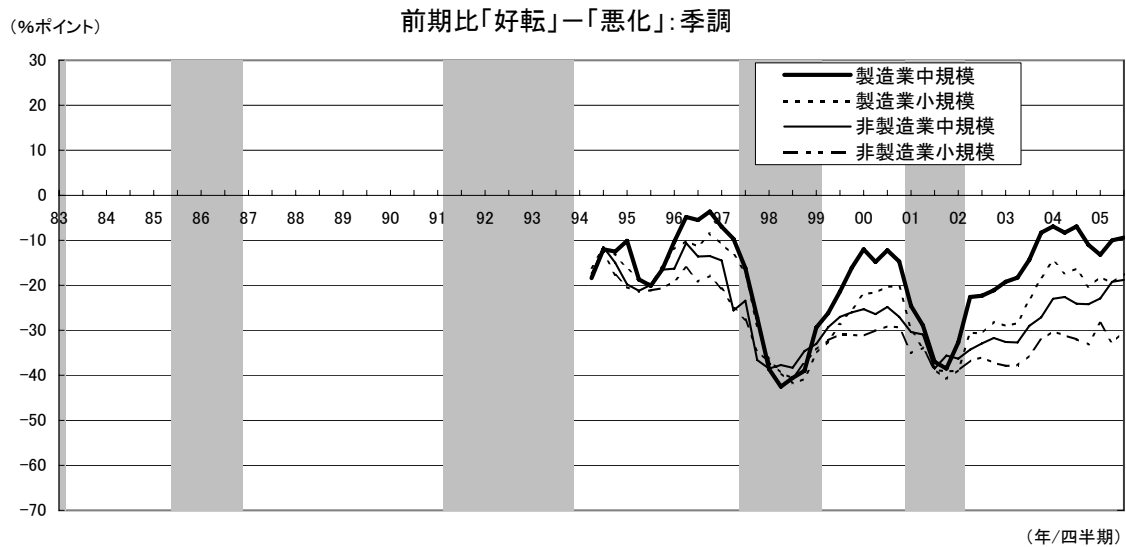
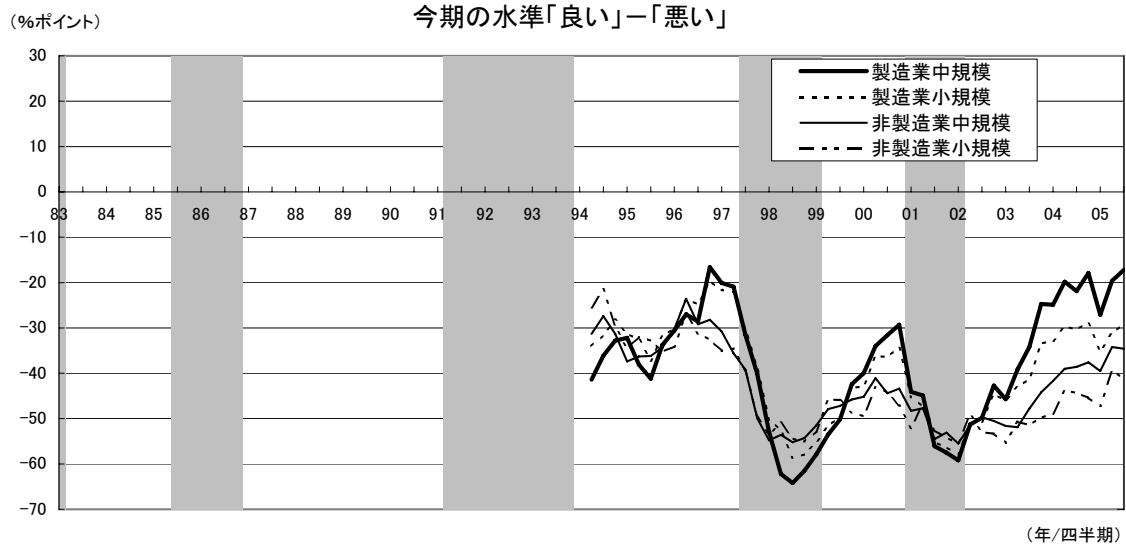
(資料) 財務省「景気予測調査」(-2004Q1)、内閣府・財務省「法人企業景気予測調査」(2004Q2-)

図4-1. 中小企業景況調査 業況判断DI



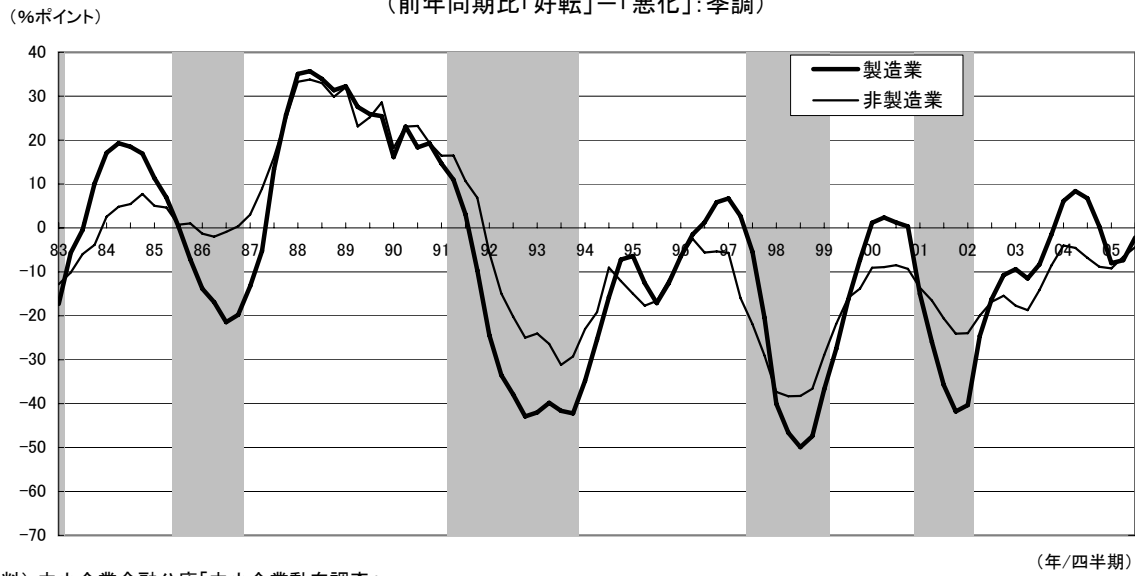
(資料) 中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」

図4-2. 中小企業景況調査 業況判断DI 中・小規模別



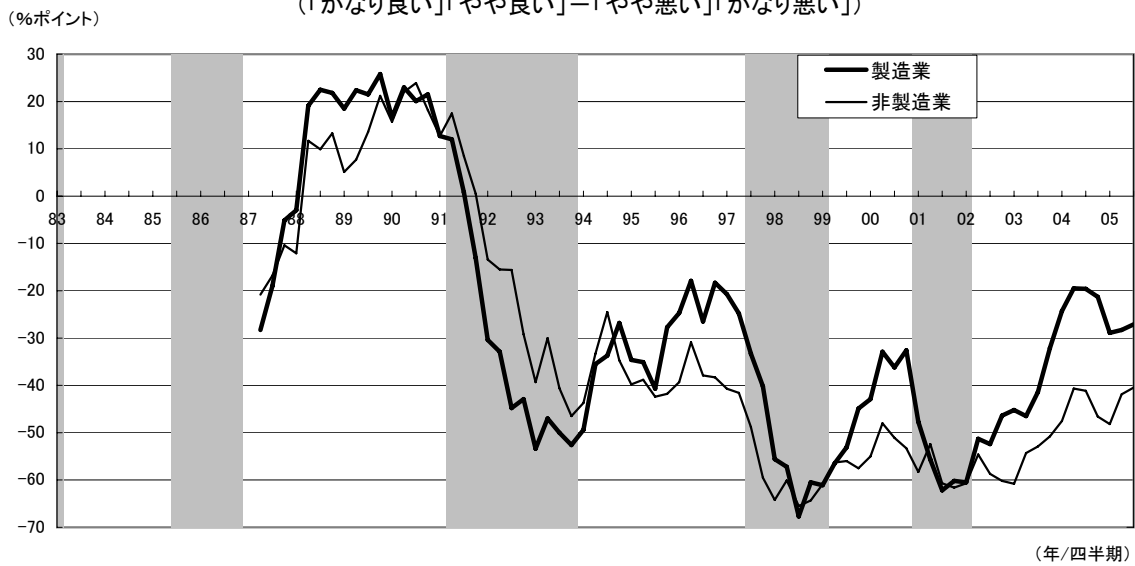
(資料) 中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」

図5. 中小企業動向調査 業況判断DI
(前年同期比「好転」-「悪化」:季調)



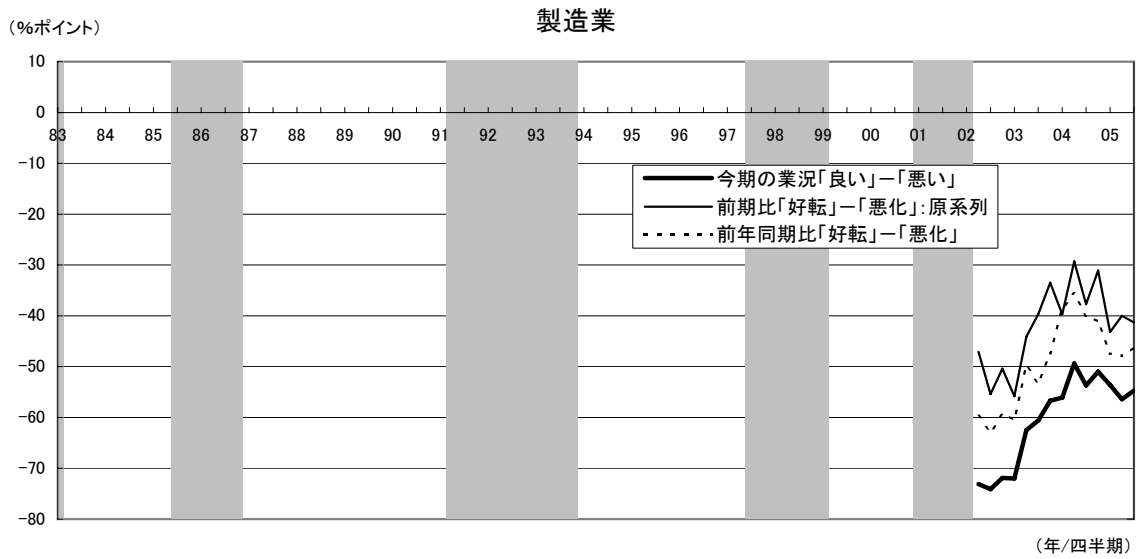
(資料) 中小企業金融公庫「中小企業動向調査」

図6. 全国小企業動向調査 業況判断DI
(「かなり良い」「やや良い」-「やや悪い」「かなり悪い」)



(資料) 国民生活金融公庫「全国小企業動向調査」

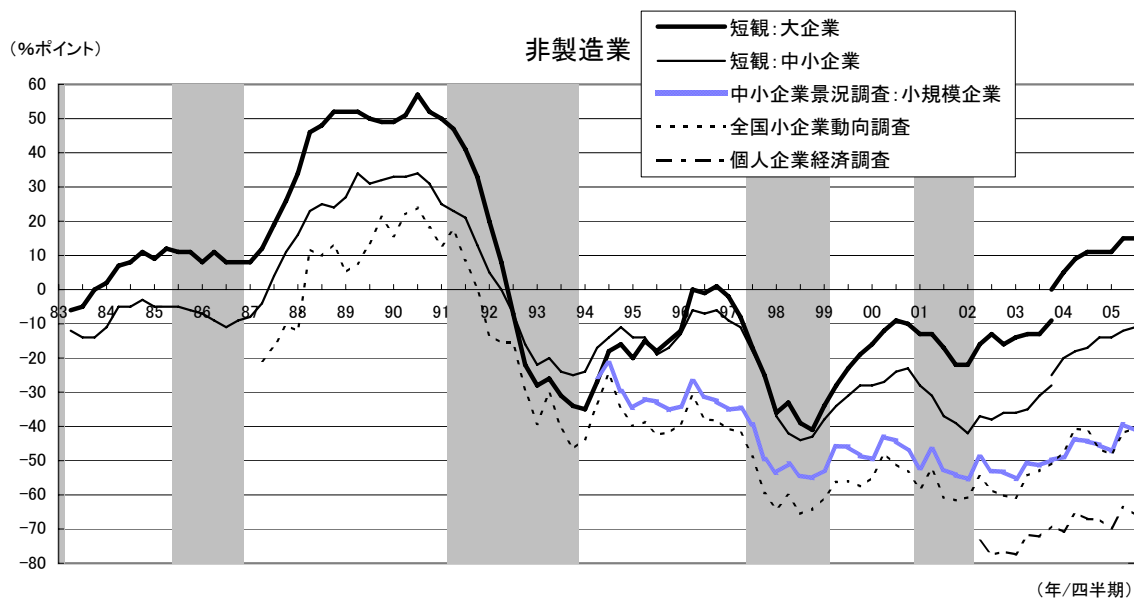
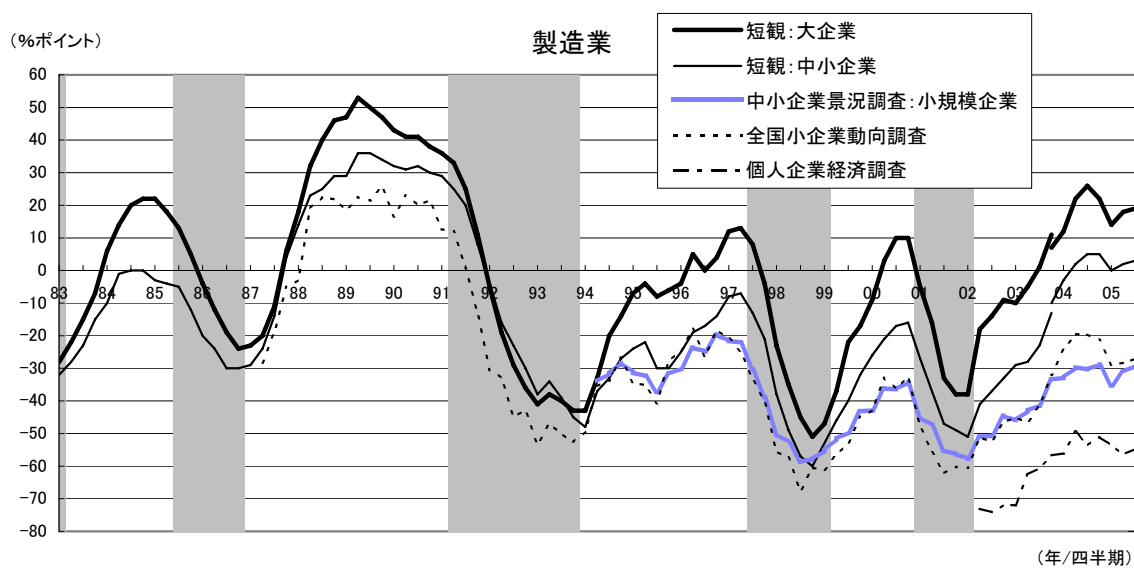
図7. 個人企業経済調査 業況判断DI



(注)「非製造業」は卸売・小売業、飲食店・宿泊業、サービス業の独自集計値

(資料) 総務省統計局「個人企業経済調査」

図8. 業況判断DIの比較



(注)すべて、今期の「水準」「良い」「悪い」などを尋ねた設問の結果。

表1. 短観、景気予測調査・法人企業景気予測調査の企業規模区分

1-1) 短観

	2003年12月調査まで 常用雇用者数基準			2004年3月調査以降 資本金基準
	卸売	小売、サービス、リース	その他の業種	
大企業	1000人以上	1000人以上	1000人以上	10億円以上
中堅企業	100-999人	50-999人	300-999人	1億円以上10億円未満
中小企業	20-99人	20-49人	50-299人	2000万円以上1億円未満

注) 法人企業のみ。農林水産業、金融保険業は含まない。

1-2) 景気予測調査(財務省、2004年2月調査まで)および

法人企業景気予測調査(内閣府・財務省、2004年4-6月期調査以降)

	資本金基準
大企業	10億円以上
中堅企業	1億円以上10億円未満
中小企業	1000万円以上1億円未満

注) 法人企業のみ。景気予測調査は金融保険業を含まず、法人企業景気予測調査は金融保険業を含む。

表2. 短観、法人企業景気予測調査の標本設計

2-1) 短観(2004年3月調査)

	母集団企業 数	調査対象企 業数	回答企業数
大企業	5472	2440	2397
中堅企業	22352	2858	2777
中小企業	187428	5264	5017
計	215252	10562	10191

注) 母集団企業数は2001年事業所・企業統計調査ベース。

資料) 日本銀行(2004)『『短観』の標本設計および標本の維持
管理等について』

日本銀行(2004)『第120回全国企業短期経済観測調査』

2-2) 法人企業景気予測調査(2004年4-6月期調査)

	母集団企業 数	調査対象企 業数	回答企業数
大企業	6476	5290	4601
中堅企業	31029	3762	2712
中小企業	1141645	5217	3804
計	1179150	14269	11117

注) 母集団企業数は法人企業統計調査ベース。ただし、

金融・保険業は事業所・企業統計調査ベース。

資料) 内閣府・財務省(2004)『第1回法人企業景気予測調査
について』

表3. 企業分布

3-1) 法人企業: 法人企業統計調査(年次別調査)2004年度

製造業

	全規模	資本金1億 円以上	構成比 (%)	2000万円 以上1億円 未満	構成比 (%)	2000万円 未満	構成比 (%)	うち1000万 円未満	構成比 (%)
企業数(万社)	41.6	0.9	2.2	4.7	11.3	36.0	86.5	20.5	49.3
売上高(兆円)	409.7	288.9	70.5	66.0	16.1	54.8	13.4	12.8	3.1
付加価値(兆円)	84.7	52.9	62.5	14.6	17.3	17.2	20.2	4.8	5.6
役員数+従業員数(万人)	1113.0	445.1	40.0	256.6	23.1	411.3	37.0	136.6	12.3
役員数(万人)	102.6	5.8	5.6	16.4	16.0	80.5	78.4	39.6	38.6
従業員数(万人)	1010.4	439.4	43.5	240.2	23.8	330.8	32.7	97.0	9.6

非製造業(農林水産業・金融保険業を除く)

	全規模	資本金1億 円以上	構成比 (%)	2000万円 以上1億円 未満	構成比 (%)	2000万円 未満	構成比 (%)	うち1000万 円未満	構成比 (%)
企業数(万社)	226.5	2.5	1.1	21.4	9.4	202.7	89.5	129.8	57.3
売上高(兆円)	1007.1	482.7	47.9	237.4	23.6	287.0	28.5	99.6	9.9
付加価値(兆円)	188.9	75.9	40.2	44.1	23.4	68.8	36.4	28.9	15.3
役員数+従業員数(万人)	3429.4	784.9	22.9	871.9	25.4	1772.6	51.7	832.2	24.3
役員数(万人)	502.3	13.3	2.7	66.9	13.3	422.0	84.0	236.5	47.1
従業員数(万人)	2927.1	771.5	26.4	805.0	27.5	1350.6	46.1	595.7	20.4

注) 同調査の法人とは、本邦に本店を有する合名・合資・株式・有限会社を指す。

付加価値=営業純益(営業利益-支払利息・割引料)+役員給与+従業員給与+福利厚生費+支払利息・割引料
+動産・不動産賃借料+租税公課

3-2) 法人企業と個人企業: 2004年事業所・企業統計調査

製造業

	計	合名・合 資・株式・ 有限会社	構成比 (%)	個人企業	構成比 (%)
企業数(万社)	48.9	26.8	54.7	22.2	45.3
従業者数(万人)	987.2	920.2	93.2	66.9	6.8

非製造業(農林水産業・金融保険業を除く)

	計	合名・合 資・株式・ 有限会社	構成比 (%)	個人企業	構成比 (%)
企業数(万社)	381.8	123.6	32.4	258.2	67.6
従業者数(万人)	3531.5	2791.8	79.1	739.7	20.9

注) 「企業数」は、単独事業所数と本所・本社・本店事業所数の合計。

「個人企業」は、個人経営の事業所を指す。

表4. 全国小企業動向調査の調査対象

2004年1-3月期調査まで		2004年4-6月期調査以降	
	従業者数		従業者数
製造業	30人未満(20%)	製造業	30人未満(20%)
卸売業	10人未満(8%)	卸売業	10人未満(8%)
小売業	10人未満(29%)	小売業	10人未満(29%)
飲食店	10人未満(12%)	飲食店・宿泊業	10人未満(14%)
サービス業	30人未満(20%)	サービス業	30人未満(17%)
建設業	30人未満(10%)	情報通信業	30人未満(1%)
運輸業	30人未満(1%)	建設業	30人未満(10%)
		運輸業	30人未満(1%)

注) 括弧内は、調査対象企業数の大まかな構成比。

表5. クロス表(全国小企業動向調査個票)

5-1) 業況判断と売上高 (％)

		業況判断					計
		かなり 良い	やや良 い	良くも悪 くもない	やや悪 い	かなり 悪い	
売上高	20%以上増	0.6	1.4	0.6	0.4	0.3	3.3
	10-19%増	0.3	2.6	1.5	0.9	0.4	5.6
	10%未満増	0.2	5.2	8.9	5.1	1.5	20.9
	10%未満減	0.2	1.3	8.1	22.2	7.9	39.7
	10%以上減	0.2	0.5	1.8	9.3	18.7	30.6
計		1.4	11.1	20.8	37.9	28.8	100.0

n=165908

5-2) 業況判断と採算水準 (％)

		業況判断					計
		かなり 良い	やや良 い	良くも悪 くもない	やや悪 い	かなり 悪い	
採算水準	黒字	0.9	5.6	3.7	2.7	0.9	13.9
	収支トントン	0.2	4.9	14.7	19.5	5.8	45.1
	赤字	0.3	0.6	2.4	15.6	22.1	41.1
計		1.4	11.1	20.8	37.9	28.8	100.0

n=165908

表6. 順序ロジットモデル推定結果

		係数	標準誤差	限界効果				
				$\Delta \Pr[y_i=0]$	$\Delta \Pr[y_i=1]$	$\Delta \Pr[y_i=2]$	$\Delta \Pr[y_i=3]$	$\Delta \Pr[y_i=4]$
				(かなり悪い)	(やや悪い)	(良くも悪くもない)	(やや良い)	(かなり良い)
業種	製造業	-						
	卸売業	-0.160	0.019	0.022	0.011	-0.024	-0.008	-0.001
	小売業	-0.363	0.013	0.053	0.017	-0.053	-0.016	-0.001
	飲食店	-0.382	0.017	0.056	0.018	-0.056	-0.016	-0.001
	サービス業	-0.137	0.014	0.018	0.009	-0.021	-0.007	-0.0005
	運輸業	0.267	0.043	-0.031	-0.027	0.042	0.015	0.001
売上高	20%以上増	1.106	0.031	-0.038	-0.199	0.038	0.178	0.020
	10-19%増	0.677	0.023	-0.028	-0.129	0.048	0.098	0.010
	10%未満増	-						
	10%未満減	-1.354	0.013	0.134	0.176	-0.204	-0.099	-0.008
	10%以上減	-2.653	0.016	0.408	0.064	-0.334	-0.128	-0.009
採算水準	黒字	1.157	0.015	-0.078	-0.203	0.153	0.119	0.010
	収支トントン	-						
	赤字	-1.566	0.012	0.274	-0.020	-0.196	-0.054	-0.004
時点効果	1996Q4	-						
	1997Q1	0.066	0.036	-0.008	-0.006	0.010	0.003	0.0002
	1997Q2	0.002	0.035	-0.0002	-0.0001	0.0003	0.0001	0.00001
	1997Q3	-0.113	0.036	0.015	0.008	-0.017	-0.005	-0.0004
	1997Q4	-0.399	0.037	0.059	0.017	-0.058	-0.017	-0.001
	1998Q1	-0.380	0.037	0.056	0.017	-0.055	-0.016	-0.001
	1998Q2	-0.359	0.036	0.052	0.017	-0.053	-0.015	-0.001
	1998Q3	-0.432	0.037	0.064	0.017	-0.062	-0.018	-0.001
	1998Q4	-0.407	0.037	0.060	0.017	-0.059	-0.017	-0.001
	1999Q1	-0.347	0.037	0.050	0.016	-0.051	-0.015	-0.001
	1999Q2	-0.253	0.036	0.036	0.014	-0.038	-0.011	-0.001
	1999Q3	-0.207	0.037	0.029	0.013	-0.031	-0.009	-0.001
	1999Q4	-0.269	0.037	0.038	0.015	-0.040	-0.012	-0.001
	2000Q1	-0.227	0.037	0.032	0.013	-0.034	-0.010	-0.001
	2000Q2	-0.048	0.036	0.006	0.004	-0.007	-0.002	-0.0002
	2000Q3	-0.067	0.036	0.009	0.005	-0.010	-0.003	-0.0002
	2000Q4	-0.155	0.037	0.021	0.010	-0.023	-0.007	-0.001
	2001Q1	-0.197	0.037	0.027	0.012	-0.030	-0.009	-0.001
	2001Q2	-0.206	0.036	0.029	0.012	-0.031	-0.009	-0.001
	2001Q3	-0.269	0.037	0.038	0.015	-0.040	-0.012	-0.001
	2001Q4	-0.339	0.037	0.049	0.016	-0.050	-0.015	-0.001
	2002Q1	-0.293	0.037	0.042	0.015	-0.043	-0.013	-0.001
	2002Q2	-0.084	0.036	0.011	0.006	-0.013	-0.004	-0.0003
	2002Q3	-0.179	0.037	0.025	0.011	-0.027	-0.008	-0.001
	2002Q4	-0.325	0.037	0.047	0.016	-0.048	-0.014	-0.001
	2003Q1	-0.247	0.037	0.035	0.014	-0.037	-0.011	-0.001
	2003Q2	-0.164	0.036	0.022	0.011	-0.025	-0.008	-0.001
	2003Q3	-0.060	0.036	0.008	0.004	-0.009	-0.003	-0.0002
	2003Q4	-0.082	0.037	0.011	0.006	-0.013	-0.004	-0.0003
	2004Q1	0.026	0.036	-0.003	-0.002	0.004	0.001	0.0001
	μ_1	-3.685	0.030					
	μ_2	-1.099	0.029					
	μ_3	0.840	0.029					
	μ_4	3.680	0.036					
Log-likelihood		-171677						
n		165908						

注) 係数、限界効果とも、斜体の8つの時点効果を除き1%水準で有意

付表1. 中小企業、小規模企業の定義: 中小企業基本法

1) 中小企業		
	1999年12月法改正以前	法改正以降
製造業その他 (下記以外の業種)	資本金1億円以下または常時使用する従業員数300人以下	資本金3億円以下または常時使用する従業員数300人以下
卸売業	資本金3000万円以下または常時使用する従業員数100人以下	資本金1億円以下または常時使用する従業員数100人以下
小売業	資本金1000万円以下または常時使用する従業員数50人以下	資本金5000万円以下または常時使用する従業員数50人以下
サービス業	同上	資本金5000万円以下または常時使用する従業員数100人以下
2) 小規模企業		
製造業その他 (下記以外の業種)	常時使用する従業員数20人以下	
商業(卸売業・小売業)、サービス業	常時使用する従業員数5人以下	
注) 中小企業、小規模企業とも、「おおむね」上記の範囲に属するものと規定されている。		