

[活動報告]

企業環境研究センター DOR ワーキンググループ報告

1. はじめに

1990年に開始された同友会景況調査 DOR (DOyu-kai Research, 以下、「DOR 調査」とする)は、30年以上にわたり中小企業家同友会全国協議会企業環境研究センター(以下、「研究センター」とする)の中心的な調査研究活動として継続されてきた。同友会の会員企業を対象とする DOR 調査は、①会員企業が各期の経営活動の自己点検の契機にすることや、②会員企業や同友会にとって景気動向への鋭敏な感覚を磨く契機とすること、③中小企業団体として情報発信の素材を提供することなどを目的として、同友会運動と一体となって取り組まれてきた。民間の中小企業団体が独自に実施している調査という点において、貴重な取り組みといえる。近年、中小企業団体としての中小企業家同友会の存在感と注目度が高まる中で、DOR 調査の意義も一段と高まっている。

その一方でコロナ禍以降、DOR 調査の回答企業数が低下傾向にある。このまま回答企業数の減少や有効回答率の低下が続けば、調査の科学性を担保することが難しくなる。そのため、回答企業数の減少に歯止めをかけ、回答企業数や回答率を回復させることは喫緊の課題となっている。これらの課題を検討するために2021年8月に研究センターのメンバーを中心として、DOR ワーキンググループが発足した。

DOR ワーキンググループでは、当初、DOR 調査の回答者の負担軽減といった観点から設問内容を簡易にすることなどが検討された。しかし、前述のような DOR 調査の本来の目的に立ち返ったうえで、単に回答しやすい調査票に改

めるということに留まらず、経営環境の変化に伴い妥当しなくなりつつある設問や、時代の変化に適合した内容に変更すべき設問については見直しを図っていくといった改訂の方向が打ち出されていくことになった。また、DOR 調査の方法(郵送による調査から Web への移行など)や調査結果の活用方法、各地同友会で実施されている景況調査と DOR 調査の連携など多岐にわたる課題が検討されることになった。もちろん、これら全てが結論に至ったわけではなく、問題点の洗い出しに留まるものも少なくない。

以下につづく論文は、2023年7月に実施された研究センターの拡大運営会議において DOR ワーキングメンバーが示した内容に基づくものである。そのため、DOR ワーキンググループで検討された内容の一部であることや、その時点での内容であることを断っておきたい。なお、各章の執筆担当は次のようになっている。

山本篤民「2. DOR ワーキンググループの発足」

菊地 進「3. DOR 調査の歩み」

植田浩史「4. DOR 調査の意義」

山本篤民「5. DOR 調査の課題」

和田耕治「6. DOR 調査の魅力向上と活用の促進に向けて」

田浦 元「7. DOR 調査の調査票改訂」

本論をきっかけにして DOR 調査の意義が再確認されるとともに、DOR 調査への関心がさらに高まることを期待したい。

2. DOR ワーキンググループの発足

(1) 研究センター 30周年と DOR ワーキンググループの発足

中小企業家同友会全国協議会企業環境研究センター（以下、「研究センター」とする）は、前身である景気・産業構造動向調査研究会が発足して、2019年で30周年をむかえることになった。これを機に研究センターのこれまでの調査研究活動をふり返るとともに、これらをいかに継承・発展させていくかということが研究センター内で議論されることになった。

そのなかで、研究センターの中心的な活動として取り組まれてきた同友会景況調査 DOR (DOyu-kai Research, 以下、「DOR 調査」とする) についても、これまでの成果や現状の問題点を洗い出し、今後のさらなる調査の質の向上や調査結果の普及・活用の促進などを目指して改善を図っていくことが必要であることが提起された。こうした提起を受け、一連の課題に対応していくために、2021年8月に DOR ワーキンググループが発足することになった。

(2) DOR ワーキンググループの検討課題

DOR ワーキンググループでは、DOR 調査の回答企業数がコロナ禍を過ぎた頃から低下傾向にあるといった問題意識に基づき、回答企業数の改善に向けて検討が進められることになった。そのなかで、まず、検討課題として取り上げられたのは、調査票の調査項目の見直しを図ることであった。当初、DOR ワーキンググループでは、回答企業数を増加させるためには回答者の負担軽減や設問を回答しやすいように改めることが重要であると考えていた。しかし、検討をはじめると、単に回答のしやすさなどから調査項目の整理・統合の判断を下せばよいということではなく、そもそも DOR 調査が開始された背景や目的、DOR 調査を実施する意義について確認しなければならないという認識に

至った。

このようなことから、1990年に DOR 調査が開始されるにあたり、調査計画の立案や調査票の設計、その後の分析に深く関わってきた研究センターの元副座長の菊地進氏から、DOR 調査の歴史や調査票の設問に込められた意図について数回にわたり意見を聞く機会が設けられた。また、それ以外にも DOR 調査について取り上げられている研究論文などのレビューを行い、DOR 調査の成果や課題の整理にあたった。このような作業を通して、DOR 調査の目的や意義を再認識するとともに、現状における問題点や課題を DOR ワーキンググループのメンバー間で共有することになった。

今回、DOR ワーキンググループの作業を通して明らかになったことを示すならば、まず、DOR 調査は開始以来、調査票の改訂が重ねられ進化を続けてきたということである。また、DOR 調査の意義は失われるどころか、中小企業家同友会（以下、「同友会」とする）が社会において果たしている役割や影響力が大きくなったことにより期待や注目も集まり、いっそう意義が増していること。さらに、DOR 調査に回答する同友会企業においても、経営環境が激しく変化するなかで自社の経営活動を点検するうえで、意義が増していること。各地同友会において独自の景況調査が取り組まれるようになっており、DOR 調査との比較分析や連携の可能性も広がっていること。ただし、今日の経営環境や経営課題に対応するためにも、調査票の見直しが求められていること。さらに、同友会におけるネットシステムの整備状況に歩調を合わせて、これまでの郵送調査からネット調査に移行することも検討していく必要があるということである。

本論では、DOR 調査のあゆみをふり返るとともに、DOR 調査の意義や課題を明らかにしたい。さらに、DOR 調査の魅力向上と活用の促進に向けての提案をしたうえで、最後に調査票の訂正の目的と方法について示した。

(山本篤民・日本大学教授)

3. DOR 調査のあゆみ

(1) 同友会運動の発展のなかで

1969年に中小企業家同友会全国協議会（以下、「中同協」とする）が設立され、その4年後の第5回定時総会（1973年）で「同友会の三つの目的」が採択された。①よい会社をつくろう、②よい経営者になろう、③よい経営環境をつくろう、この三つである。

そして、1990年の第9回定時総会で「同友会の基本理念」（「三つの目的」「自主・民主・連帯」「国民や地域とともに歩む中小企業をめざす」）を、90年代の節目に臨むにあたっての決意として採択したのである。DOR 調査は、この年に四半期の調査として開始された。その意味で、DOR 調査はこうした目的と理念を持つ中小企業団体の取り組みを科学的に分析・検証する調査として位置づけられてスタートを切ったのである。

調査は各地同友会に依頼し、協力可能な約2,300社の推薦をえて、中同協から委嘱し実施されてきた。回答率は郵送調査としては高めの4割前後をキープし、今日まで続けられている。

(2) 90年代の調査実践で固まった調査票

調査開始当初の調査票は、「中小企業景況調査」や「日銀短観」、「国金調査」、「中小公庫調査」など主要な景況調査をすべて参考にして作成された。ただし、開始2年後にはバブル経済が崩壊し、激しい景気後退が日本経済を襲った。国による景気浮揚策として公共投資が行われ、3年ほどで多少持ち直すものの、1997年の消費税率引き上げを契機に、再び激しい景気落ち込みを示した。この時、金融機関による融資の激しい貸し渋り・貸しはがしが発生し、国の対応が後手に回ったこともあり中小企業は深刻な打撃を受けた。いわゆる1997年11月の金融機関破綻を発端とする金融危機である。

こうした間もDOR 調査は、四半期ごとに実施され、同友会企業の動向把握のため調査項目についても懸命に見直しが行われた。調査票の項目が定まり、落ち着いたのは2000年に入ってからである。調査項目の確定までに、10年の歳月を要したのである。

(3) DOR 調査対象企業の経営状況を掘り下げる特別調査

定期的実施されるDOR 調査は、売上、利益、業況、価格変化、資金繰り、設備投資の有無、経営上の問題点・力点など景況調査の基本項目が設けられている。しかし、景気の変動が激しい時期には、経済環境の変化にどのような影響を受け、対応しているかを捉えていくことは同友会運動の展開にとって大変重要なことである。

そこで、DOR 定期調査にもう一枚別の調査票を同封して「資産価格変動の影響調査」や「貸し渋り実態調査」、「価格、取引慣行調査」などの調査を特別調査として実施した。1991年第1四半期に初めて試みられ、90年代を通じて年1回程度実施された。この方式は後にDOR オプション調査として定着していくことになる。

(4) より多くの会員の経営状況を捉える特別調査

前述の1997年11月に始まった金融危機は中小企業全体に深刻なダメージを与え、同友会としてもより多くの会員の経営状況を捉えることが必要になった。その実態を把握するため、DOR 対象会員を超え、広く各地同友会の会員に呼びかけ「中同協・金融問題調査」が実施された（99年8月）。回収はFAXであった。この調査を踏まえ、当時の金融システムのままでは中小企業の経営は苦しく不安定になる一方であると考え、同友会は「金融アセスメント法制化運動」を全国的に繰り広げたのである。法制化には至らなかったが、大きな成果を収めたことは周知の通りである。

1999年の特別調査の方式は、その後、DOR 定期調査とは別に、会員の实態をより広く捉え

るための特別調査として定着していくことになる。2000年以降、「経営環境特別調査」(2002年)、「雇用と労働変化特別調査」(2004年)、「価格と取引関係特別調査」(2010年)、「採用と社員教育特別調査」(2017年)、「コロナ禍における中小企業の金融に関する特別調査」(2022年)が実施され、2,000社から4,000社近い回答を得てきている。近年では、同友会のネットシステム(e.doyu)を利用し、集計も機敏に行えるようになってきている。2022年特別調査はこの方式で実施された。

1997年の金融危機と前後して、各地同友会においても会員調査を試みるようになる。大阪同友会、兵庫同友会、愛知同友会などが始めており、2002年には中同協の呼びかけでその情報交換が行われるようになり、各地同友会の独自調査はさらに広がっていった。DOR調査とどう連携するかは今後の課題となっている。

(5) DOR 定期調査へのオプション項目の導入と定着

1990年代に実施されたDOR調査対象会員に聞く特別調査は、DOR調査の調査票に大きな影響を与えることになった。定期調査の項目の中に、「三つの目的」をもった運動の成果や課題を問うべくオプション項目を導入することになったのである。その最初の試みが、2000年第2四半期のDOR調査に「IT(情報技術)の導入」をオプションで入れたことであった。IT不況に入る直前のことであった。

「経営指針の策定状況」や「価格高騰の影響と対応」、「障がい者雇用」、「リーマンショックの影響」、「後継者問題」、「採用・人材確保の取り組み」、「経営者保証」等々、大変多彩にオプション項目が取り入れられ、しかも毎回組み込まれるようになり、ほぼ定着してきている。その後、調査票にマークシートが用いられるようになり、迅速に集計が行われるようになってきた。

ただし、オプション項目を盛り込むスペース

が現在の調査票でよいか、オプション項目の結果について情報発信が不足してはいないかなど課題は残されている。こうして、DOR定期調査の本体項目を改めて見直し、オプション調査とのバランスを検討していくことが課題となってきている。

(菊地 進・立教大学名誉教授)

4. DOR 調査の意義

(1) DOR 調査の開始と意義

DOR調査が始まった1990年は、前述のように現在の同友会運動のベースとなる「同友会の基本理念」が決議された年であった。そのため、同友会が独自で行うDOR調査の意義については同友会運動の発展と密に関連づけられ、「1. 会員による各期の経営活動の自己点検の契機とする。2. 会員並びに会にとって、景気動向への鋭敏な感覚を磨く契機とする。3. 企業家団体としての情報発信の素材を提供する。」とされていた¹⁾。DOR調査の調査票の設計についても、DOR調査の意義に沿った形で検討され、単にデータを集め、その内容を公表することにとどまることのない、回答をする会員にとって、データを活かす大勢の会員にとって、同友会運動にとって、という視点から「1. 回答しながら各期の経営実践の総括がなされる調査票とする。2. 継続して回答することが可能となるような調査票とする。3. 公的機関の調査票と比べ遜色ない調査票とする。」ことが重視された²⁾。DOR調査の回答企業数は、中小企業専門金融機関などが行う中小企業向けの景気動向調査と比べて決して多くはないが、DOR調査で示される景気動向は決して遜色のない重要な変化を示しているのも、明確な位置づけに基いてDOR調査が実施されるとともに、意義を重視した調査票の作成が行われてきたからである。

また、DOR調査は、四半期ごとの景況調査以外に、オプション調査や不定期に実施される特別調査が実施され、その時々を経済状況や同

友会運動の課題に対応していった³⁾。オプション調査は、類似の設問を繰り返し行うことで時期ごとの変化を把握できるとともに、経営環境や政策の変化に対応した設問を行うことで同友会企業の現状と課題をタイムリーに把握できる。また、特別調査は時間をかけ、回答企業数を増やすことで、特定のテーマに関する問題をより広く、より深く把握することを目的としてきた。調査項目の検討や調査結果についての討議を、中同協政策委員会など直接同友会運動と関わりを持ちながら進めていくとともに、中同協の大会や全研での分科会開催を通して広く討議を行ってきた。

DOR 調査は、研究センターが実施する全国調査だが、各地同友会もそれぞれの会員を対象に独自の景況調査が行われるようになってきている。各地同友会が景況調査を開始した目的は、バブル経済崩壊後の同友会企業の方向性を企業環境の変化を科学的に捉えることによって検討していくため会員による研究会（大阪産業構造研究会）と景況調査を同時に進めた大阪同友会、憲章・条例制定運動の活性化と並行して県の中小企業の状況を客観的に把握することで会外との問題意識の共有化を図ってこうとした香川同友会（2014年）など時期によっても異なるが、各地同友会が当時抱えていた課題と密接に関係している。各地同友会の景況調査は、形態や年間の回数、設問内容など、それぞれに特徴を持ちながら、現在30以上の同友会で実施されている。これらの多くはDOR調査を参考にしつつ、各地同友会の同友会運動の課題と密接な関係を有し、同友会の情報発信として大いに貢献している点は共通している。

(2) DOR 調査の今日的意義

このように、DOR 調査はスタート時点から、①回答する会員にとっての意義、②同友会及び同友会運動にとっての意義、③同友会自らの調査を情報発信することを通して中小企業政策や社会の中小企業に対する見方を改革していくと

いう意義、といった多角的、多元的な意義づけがされてきた。さらに、DOR 調査に景況調査とオプション調査、特別調査が加わることでこうした役割は強化されるとともに、各地同友会独自の景況調査として広がりを見せてきた。同時にこうした意義を持つDOR調査の調査設計は、社会的責任の大きい作業であるため、研究センターと中同協の間で真摯な検討が行われてきた。

DOR 調査の意義は、DOR 調査が始まって30年以上たった今日においても、基本的には変わってはいない。しかし、中小企業をめぐる経営環境が大きく変化していること、同友会企業も多様化していること、同友会に対する社会的な期待が大きくなっていること、などを踏まえると、初期の意義を発展させるという意味で、次の点をDOR調査の今日的な意義として指摘しておきたい。

第1に、同友会企業にとっての意義である。経営環境の変化が著しく、また海外など広い視野で経営環境の変化をとらえていく必要が増大している同友会企業にとっての意義として、調査票に回答することによって四半期ごとの自社の経営活動への自己点検を行っていくことが改めて重要になっている。定期調査に加えて、毎回設定されるオプション調査では、タイムリーな課題が設定されており、その時点その時点であらためて中小企業が直面している課題を確認することができる。DOR 調査結果を踏まえて業界や中小企業全体のなかでの自社の位置の点検、さらに経営上の力点にみられる同友会企業の先進的な対応に学ぶこと、なども重要になっている。

第2に、同友会及び同友会運動にとっての意義としては、同友会が自主的に行う経営分析を通じて会として景気動向への鋭敏な感覚を強化することにつながるとともに、DOR 調査を通じて同友会運動の総括や課題発見を行っていくことにつながっている。さらに、DOR 調査によって中小企業全体の現況を把握するだけでな

く、同友会企業の先進性や同友会運動の中小企業経営にあたる効果などについて分析し、理論化していくことなどにも貢献できる。DOR調査が持つ、中小企業全体の現状を示すと同時に同友会企業の先進性をも示すという二重性を積極的に生かしていくことが課題となる。

第3に、中小企業団体としての同友会の存在感と注目度が高まっている中で、日本社会や日本経済にとってのDOR調査の意義はますます高まっている。特にDOR調査では、オプション調査、特別調査を含め、同友会運動と関係づけた独自の調査が行われることが少なくなく、DOR調査でなければ把握できない問題も多い。こうした同友会でなければできないDOR調査の役割は重要であり、明確な位置づけとそれに見合った情報発信を意識的かつ積極的に実施していくことがますます求められている。

第4に、広がっている各地同友会の独自の景況調査にとっての意義である。各地同友会の景況調査は、①景況調査を通した同友会企業の経営環境の実態把握、②地域固有の経済状況や同友会運動の課題の現状把握と課題発見、③景況調査結果分析による地域ごとの同友会と研究者のネットワークづくり、④景況調査結果の会外への情報発信による会外とのネットワークづくり、などに貢献してきた。各地同友会の景況調査は、すでに多くの蓄積があり、今後はDOR調査や地域ごとの調査結果が相互に連携することで新たな発見と発展の可能性を有しているといえよう。

(3) 調査項目の設定と調査結果の分析

DOR調査や各地同友会の景況調査が、今日的意義で示したような役割を果たしていくためには、適切な調査項目の設定と調査結果の深い分析が不可欠である。調査項目は、本報告書の「1. DORのあゆみ」でも指摘されたように、初期の段階で他調査を参考にしながら、同友会運動の独自の視点を加えて、試行錯誤しながら確定され、その後も微調整しながら、今日に至っ

ている。DOR調査の調査項目は、時系列的な変化を重視しているため、大きな変化は避けながらも、時代の変化や回答者の利便性の点からの適切な見直しも必要である。

また、同友会が行う景況調査の意義を高めるうえで重要な役割を果たしているのが、DOR調査結果について研究センターのメンバーや同友会会員などによって毎行われている判定会議と景況調査報告の策定、そしてプレス発表である。真摯で活発な議論と、それを文章としてまとめ、プレス発表していることが、DOR調査の質を高め、意義に対する重要な役割を担っていることを指摘しておきたい。

(植田浩史・慶應義塾大学教授)

5. DOR調査の課題

(1) 回答企業数の減少

前述のように、DOR調査は30年以上にわたり継続されてきたが、その意義はますます高まっているといえよう。毎回、同友会の会員企業の協力により調査が行われ、景況をはじめ各種の経営指標、経営上の問題点などが明らかにされてきた。ただし、今後もDOR調査を実施していくにあたり、解決すべき課題も顕在化している。

今日、DOR調査をめぐる課題としては、回答企業数が減少傾向をたどっていることである。特に2020年の新型コロナの感染拡大期以降、回答企業数が低下傾向にある。2000年第2四半期に回答企業数は1,000社を上回ったものの、直近の2023年第1四半期には800社を下回る水準に減少している。回答企業数の減少が続けば、調査結果の信頼度にも影響を与えることになる。そのため、回答企業数を回復させ、一定の水準を維持していくことが課題となっている。

DOR調査の回答企業数を増やすためには、調査対象数を増やすことも考えられる。しかし、新型コロナの感染拡大期にみられたようにDOR調査に回答することへの関心度が高まる

と回答企業数が上昇している。このような点を踏まえるならば、調査対象数を増やすだけではなく、各地同友会において調査の意義や活用の方法などを改めて検討してもらうとともに、DOR 調査に回答する意欲を引き出すための調査票の改善や調査結果の公表・活用方法を見直していくことも不可欠である。また、仮に調査対象数を増やすならば、従来の対象企業とは異なる層の会員の結果が反映されることになるので、調査結果の連続性に留意することが必要になるであろう。

(2) 調査票の見直しと改訂

調査票の調査項目については、DOR 調査が開始されて以降、10年ほどの歳月を要して練り上げられてきたものである。また、2000年第2四半期からは、その時々を経営環境や経営課題などに即したオプション調査も実施されてきた。調査項目については、見直しと改訂が行われてきた。だが、昨今、回答企業数が減少していることや新型コロナ後の経営環境の変化を見据えて、調査項目を見直していくことも必要になっている。具体的な調査項目の変更点については、「6. DOR 調査の調査票改訂」のなかで示している。

DOR 調査は、同友会企業の景況や経営動向を把握することだけが目的で行われているのではなく、調査対象企業にとっては調査票に回答することにより経営を振り返るとともに、経営の見通しを立てるうえで役立てるものでもある。また、同友会にとっては、同友会運動の進展状況の確認や運動方針などを検討するために資するものでもある。そのため、安易に設問を簡素化したり、削減したりすることは避け、DOR 調査の目的に即した形で見直し、改訂を図っていくことが求められる。

(3) 調査結果の公表・活用

現在、DOR 調査の結果は、主に「速報」として発表され、その後、冊子や同友会のホーム

ページ、「中小企業家しんぶん」などで公表されている。また、一般の新聞などに結果が取り上げられることもある。調査結果を同友会内で共有して活用を促す一方で、対外的にも同友会や中小企業の実態として幅広く知らせていく必要がある。

まず、同友会内においては、上述のようにDOR 調査の結果は同友会運動の進展状況の確認や運動方針などを検討するために資するものであるが、現在、どのように活用されているのかを把握することが必要である。仮に十分に活用されていないようであれば、有効な活用方法を紹介したり、活用しやすいようなデータの提供のあり方を検討したりすることが求められる。また、対外的に調査結果を公表していく際にも、どのような形でデータを提供していくとよいかを検討する必要がある。ただし、データの提供や公表にあたっては、回答者からの承諾を得ることや、活用に一定の制限をもうけることも検討しておかなければならない。

さらに、四半期ごとの調査結果を公表するだけでなく、これまで蓄積されてきた調査結果のデータを公表・活用していくことは、DOR 調査の意義を高めることにつながるのではないだろうか。この点については、研究者に活用を促していくことが鍵になると考えられる。

(4) 各地の同友会調査との連携

この間、各地同友会において独自の景況調査の取り組みが広がっている。全国の同友会企業を対象としているDOR 調査と、各地同友会の会員企業を対象としている調査を連携していくことで相乗効果を得ることが期待される。例えば、それぞれの調査の設問項目を統一したり、反対に棲み分けをしたりすることで、調査結果を比較分析することが可能になる。それにより、DOR 調査も各地同友会調査もより価値を増すことになる。

各地同友会の調査と連携をしていくためには、それぞれの調査票の調査項目や調査方法などを

すり合わせることはもちろん、調査担当者の交流を促すことも重要であると考えられる。

(5) 調査方法の見直し

これまで DOR 調査は郵送調査を中心に行われてきたが、本格的に Web 調査への移行に着手していく時期になっている。多くの調査が Web で実施されるようになっており、回答者は違和感や負担感が少なくなっているのではないだろうか。また、Web での調査により、従前よりも速やかな調査票の配信・回収、分析が可能になり、経費の節減にも寄与することになるであろう。

以上のような課題を解決していくことは、DOR 調査の回答企業数の増加をはじめ DOR 調査の活用を促すことにつながるものと期待される。

(山本篤民・日本大学教授)

6. DOR 調査の魅力向上と活用の促進に向けて

(1) 貴重な景況調査である DOR 調査

これまで述べてきたように、DOR 調査は、同友会が30年以上にわたり継続的に実施してきた貴重な景況調査である。今日、わが国で行われている景況調査は、政府や政府系金融機関などの公的機関が行うものと民間機関が行うものが存在する。前者には、中小企業庁および中小機構が行う「中小企業景況調査」、日本銀行が行う「日銀短観」、日本政策金融公庫が行う「全国中小企業動向調査」などがあり、後者には、メガバンクや地方銀行などが実施する各種景況調査がある。それぞれの調査は、その対象が共通する部分もあるが、地域や企業規模などで異なっている部分もあり、それぞれの調査結果に差異はある。

政府や政府系金融機関および民間金融機関によって行われている景況調査が多数を占めるなかで、民間の中小企業団体である同友会が実施している景況調査は貴重な存在といえる。

(2) DOR の魅力向上のために

① 調査項目の検討

30年以上にわたり継続されてきた DOR 調査ではあるが、これからも継続的に実施するためには、これまでの調査内容を尊重しつつも、見直しや改訂も必要である。そこで、まずは、調査項目の検討があげられる。現在、調査票は、通常調査項目とオプション項目から構成される。通常調査項目は、次章で指摘するように調査項目の改訂が図られる。調査項目の改訂にあたっては、継続性を重視しつつも、今後、5年、10年ほどの時代変化に耐えうる項目へと変更することが望まれよう。

また、オプション調査を充実させることは、DOR 調査をより魅力的にすることにつながるであろう。現在、オプション調査は、調査時点でのトピックを取り上げ、調査票におさまるように5問程度の項目となっている。調査票はA3判両面印刷1枚で作成されているため、質問項目はかなり制限されている。

21世紀以降、日本の中小企業を取り巻く環境は、目まぐるしく変化している。近年の中小企業に影響を及ぼす環境変化、制度変更、重大事件をあげてみても、リーマンショック（2008年）、東日本大震災（2011年）、2010年代以降続く度重なる自然災害、消費増税（2014年、2019年）、新型コロナ禍（2019年～）、ロシア・ウクライナ危機（2021年～）、原材料高、物価高、働き方改革、DX化の進展などがあげられる。これらが中小企業の景況に与える影響を正確に把握するには、5問程度の調査項目では必ずしも十分であるとはいえない。そのため、より魅力的な景況調査にするためには、オプション調査の充実が重要である。

他方、オプション調査は雇用・労働、税制、金融、物価、情報化・DX化、自然災害、国際関係等が原因とする諸変化を念頭に置いた質問項目で実施されてきたが、こうした諸変化は、中長期的なサイクルで繰り返されている。した

がって、オプション調査の項目を設定する際には、過去の調査との比較が行えるよう工夫すれば、より充実したオプション調査になるであろう。

②回答企業数を増やし、回収率を上げる

近年、DOR 調査の回答企業数は減少傾向にあるが、調査の信頼性を保っていくためには、回答企業数を維持していく必要がある。2023年第1四半期での回答企業数は、800社を下回り、近年でのピーク時である2020年第2四半期の1,068社から右下がり続けている。多様なクロス分析を行うためには、少なくとも4桁の回答企業数が必要であろう。そのためには、1,000社以上の回答企業数を獲得するための工夫や努力が必要となる。

DOR 調査は、A3判両面印刷のOCR 調査票となっている。実際に記入者が、手書きで回答項目部分を塗りつぶすことで回答が作成されることになっているが、調査票への回答の行い易さを考慮するならば、Web 上での回答を可能とする仕組みをも考えなくてはならない。また、今後は、調査票の配布と回収に関しても何らかの工夫が求められよう。

いずれせよ、DOR 調査の価値を向上させ、より魅力的なものにするためには、回答企業数や回収率を向上させることが喫緊の課題であることはいうまでもない。

③ DOR 調査の結果の普及と活用

現在、DOR 調査の速報、景況調査、オプション調査は、「DOR」、「中小企業しんぶん」、中同協 HP「DOYU NET」などの媒体を利用して報告されているが、DX 化、IT 化が進展している今日においては、SNS 媒体を使った普及を考える必要がある。

また、現在、四半期ごとに行われる DOR 判定会議は、コロナ禍を経験したがゆえに、各地同友会の役職員や事務局はオンラインでその議論を視聴することができる。すなわち、東京に出張することなく、景況を理解することができ

る。したがって、各地同友会では速報が発表される前でも、景況の動向を把握することができる。DOR 調査をより魅力的にするには、情報の発信、受信の双方においてより一層の工夫と努力が望まれる。

④同友会リーダーが積極的に調査結果を活用する

DOR 調査で得られたデータを同友会のリーダーたちが積極的に発言することは、同友会の地位やプレゼンスの向上につながる。2000年以降のわが国の中小企業や中小企業政策において、同友会の地位は、向上している。実際、同友会は、各地方自治体での中小企業振興基本条例づくりにおいて中心的な役割を果たしてきた。また、2010年の中小企業憲章の制定においても大きな役割を果たした。

このような流れの中、中同協や各地同友会のリーダーたちは、公的な場所（行政の審議会、研究会など）で多くの発言をするようになってきている。今日、説得力のある発言とは、単なる感想ではなく、データに基づいた論理的な発言である。

DOR 調査には30年以上の景況調査の蓄積がある。この蓄積により、長期的視点で景況を把握することができる。それと同時にオプション調査による、ある特定の時期のトピックに基づく調査結果の蓄積もある。例えば、2022年第4四半期には「働き方改革」、2023年第1四半期には「インボイス制度」というように国民生活や中小企業経営に大きな影響を与える事項についての最新のデータを蓄積しているのである。

これらのデータに基づき、同友会リーダーが公的な場所で発言する機会が増えるならば、同友会の地位はさらに向上することが期待される。

(3) 継続性と今日的な適応

以上、DOR 調査の魅力向上と活用の促進について、いくつかの提案や方策を述べてきたが、ここで、論じた以外にも提案や方策は考えられ

るであろう。ただし、ここで強調すべきことは、DOR 調査は他に類を見ない景況調査であり、それが30年以上も続いてきたことは、貴重なものであるということである。DOR 調査を今後、持続的に続けていくには、継続性は重視しながらも、今日の状況に適応したものにかえていく必要はある。その際、重要なことは、DOR 調査は同友会の調査であること、他の景況調査とは一線を画すことを念頭に置くこと、すなわち、原点を忘れないことが肝要であるといえよう。

(和田耕治・日本大学教授)

7. DOR 調査の調査票改訂

(1) 調査票改訂の目的

DOR 調査は1990年に始まった四半期調査で、調査開始から30年が経過した。現在ではわが国の代表的な企業景況調査のひとつとして数えられている。調査開始30年の節目を迎え、さらなる発展を目指すべく、また、最近の問題に対応すべく、調査項目および回答選択肢の見直しが進められている⁴⁾。ここでは今回の調査票改訂の目的と方法について纏めておきたい。

はじめに何を目標として調査票を改訂するのかについての検討を丁寧に行い、今回の調査票改訂では、目的を次の3点とした。

第1は、より回答しやすい調査票にすることである。近年、回答企業数は減少傾向にあり、有効回答率も低下している。特にコロナ禍以降にその傾向が顕著である。DOR 調査の有効回答率は、長期に渡り40%前後で推移しており、民間団体が実施する郵送回答形式の調査としては高い水準を維持している。しかし、有効回答率が40%を下回り、回答企業数が1,000社を下回ることも多くなってきている。回答企業数の減少や有効回答率の低下は、調査の科学性の担保を難しくするものである。より多くの回答企業にとって回答しやすい調査票に改訂し、回答企業数の増大と有効回答率の上昇を目指す必要

がある。また、遠くない将来には調査方法をWeb 回答へ移行することについても検討が始められている。その場合にも、より回答しやすい調査票であることが、回答企業数の増大と有効回答率の上昇に不可欠である。

第2は、時代の変化に合った調査票にすることである。DOR 調査などの景況調査では、設問や回答選択肢を変更する場合にも、出来る限り調査の継続性を重視しなければならない。DOR 調査ではこれまでもこの点に留意しながら、適宜必要な改訂がなされてきた。しかし、調査開始から30年が経過し、現在の企業環境では設問が妥当しなくなってきつつあるものや、より時代の変化に適合した内容に変更したほうが良いものについて、改めて検討すべき時期に来ている。

第3は、オプション調査の充実を図ることである。現行の調査票では紙幅に占めるオプション調査の割合が低く、十分なオプション調査を行うことができない事態にしばしば直面している。DOR 調査の調査票はA3版両面印刷1枚で作成しなければならず、紙幅の制約は大きい。そこで調査項目の整理、統合を行い、限りある紙幅の中でオプション調査の充実を図りたい。以上の3点を目指し、次のように調査票の改訂作業を行った。

(2) 改訂作業の方法

調査票の改訂にあたり、DOR ワーキンググループは次の4つの観点から検討を行い、該当するものを整理、統合の候補とした。

第1に、他の設問で動きが捉えられる設問である。ある設問について、仮にこの設問を削除した場合でも、他の設問の動向からある程度その動きが捉えられるものである。

第2に、回答することがやや難しい設問である。他の設問と比較してより先の未来について聞いており、今期の業績や結果から直接的には回答しづらいものである。

第3に、時代や経営環境の変化に伴い、設問

が妥当しなくなってきた設問である。これは前述の改訂目的の第2にあたるものである。

第4に、オプション調査の充実である。改訂目的の第3で述べたとおり、限られた紙幅の中でオプション調査を充実させる必要がある。そのために特定の条件の企業のみが対象となる設問を中心に、その設問に割られる紙幅の割合とその調査の重要性や必要性のバランスを検討した。

ワーキンググループは現行の全ての調査項目について、これら4つの観点から検討を行い、整理、統合の候補とする調査項目を選定した。

ただし改訂案では、上記の4つの観点に該当する設問の全てを整理した訳ではない。景況調査は景況や企業の経営状況の把握のために実施するものであるが、DOR調査はこれに加えて、回答企業の自己点検としての役割にも重点を置いている。すなわち回答企業がDOR調査に回答することで、今期の経営状況を数量的に振り返り、経営の計画や見通しを立てるための機会として役立ててもらおうことを目指している。そのためDOR調査では調査票のレイアウトを、振り返りや自己点検の機会として利用しやすい順序になるように設計している。今回の改訂においてもこの点を重視し、上記の4つの観点に該当していても、回答企業の振り返りや自己点検のために重要と思われる設問については整理の対象とはしなかった。

この調査票改訂案は、2023年7月の研究センター拡大運営会議⁵⁾で示された。そこでの意見等を踏まえて修正を行い、改訂作業が現在進行している。(そこで個々の調査項目についての具体的な変更の詳細は、本稿で途中経過を示すことはせず、改訂調査票の完成後に改めて示すこととする)

以上の目的と方法で行われる今回の調査票の改訂により、歴史あるDOR調査が更に発展し、わが国の経済動向や企業環境の詳細な解明に一層資することを期待する。

(田浦 元・広島経済大学教授)

注

- 1) 菊地進「第2章 DOR が示す日本経済と中小企業 第3節 中小企業景況調査におけるDORの特質」『企業環境研究年報 第24号 特集：同友会景況調査(DOR)と中同協企業環境研究センター』(2019年) 31～33頁。
- 2) 前掲菊地(2019) 33頁。
- 3) 山本篤民・植田浩史「第4章 DOR オプション調査と特別調査」前掲『企業環境研究年報 第24号』参照。
- 4) 今回の調査票の改訂作業は、2021年8月にDORワーキンググループが発足し開始された。筆者はDORワーキンググループの委員としてこの調査票改訂作業に携わった。
- 5) 2023年7月8日の企業環境研究センター拡大運営会議(於、中小企業家同友会全国協議会会議室)。

