



# 業況・資金繰りは改善傾向も、外部環境変化への対応が急務

## ー全国中小企業景気動向調査（2024年4～6月期）コメントよりー

信金中央金庫 地域・中小企業研究所主任研究員

品田 雄志

信金中央金庫 地域・中小企業研究所研究員

篠田 雄大

**（キーワード）働き方改革、人手不足、外国人材、インバウンド需要、商圈人口減少、待遇改善、仕入価格高騰、価格転嫁、ネット販売、BCP策定、SNS、勉強会**

（視 点）

本稿では、信金中央金庫が全国の信用金庫の協力を得て取りまとめている全国中小企業景気動向調査（調査期間：2024年6月3日～7日）において、信用金庫調査員が全国の中小企業から聴取したコメントをもとに、中小企業の経営の状況についてまとめた。

従業員の待遇改善やSNSの活用等を通じた販路拡大などに前向きに取り組んでいるとの声が聞かれた一方で、原材料価格の高騰や商圈人口の減少、インバウンド増加への対応苦慮など、外部環境からの影響に悩まされているとの声も聞かれた。

（要 旨）

- 調査対象時期である4～6月には、政府が発注側の大手企業を対象に、中小企業との取引状況について調査した結果を発表し、価格交渉が行われた割合や価格転嫁率が高まっていることが示されるなどの動きがあった。
- 2024年4～6月期調査は、業況や資金繰りは改善した一方、人手不足感は依然として深刻な状況が継続していることがうかがえる結果となった。
- 業況については、堅調であるという声がある一方で、様々な理由により厳しいとの声も聞かれた。
- インバウンド需要の増加や商圈人口の減少といった外部環境の変化による影響を指摘する声も聞かれた。
- 対応できる人員が充足せず事業が継続できないとする声や、働き方改革に伴ってより多くの従業員が必要となるという声が聞かれるなど、人材不足感は依然として強い。
- 前回に引き続いて、仕入価格の上昇に悩まされているという声が聞かれた。対して、価格転嫁が進んでいるという声も相応に聞かれるようになってきた。
- 災害対策の状況については、積極的に実施している中小企業と、そうでない中小企業とで二極化がみられた。
- 業務に係る勉強会の開催やネット販売への注力など、前向きな取り組みを行っているとの声も聞かれた。一方で、取り組みの成果が不透明であるという声もあった。

はじめに

信金中央金庫では、全国の信用金庫の協力を得て、四半期ごとに「全国中小企業景気動向調査」を取りまとめている（図表1）。

図表1 全国中小企業景気動向調査の調査表（左下、破線の円部分が「調査員のコメント」）

特別調査

中小企業における災害等への対応について

問1. 貴社では、普段どのような災害を意識していますか。1～0の中から3つまで選んでお答えください。

1. 地震

2. 火災

3. 風・水害（台風・ゲリラ豪雨など）

4. 雪害

5. 上記以外の自然災害

6. コロナなどの感染症

7. 犯罪行為（大規模テロなど）

8. 国際紛争

9. その他

0. あまり意識していない

回答欄

1.～0

問2. 貴社では、自社の現在の災害への備えについてどのように評価していますか。1～4の中から選んでください。また、実際に災害にあった際、自社のそれまでの備えについてどう感じましたか。5～9の中から選んでお答えください。

現在の災害への備えの自己評価

実際に災害にあった際に自社の備えをどう感じましたか

1. できている

2. どちらかというとできている

3. どちらかというとできていない

4. できていない

5. できていた

6. どちらかというとできていた

7. どちらかというとできていなかった

8. できていなかった

9. 災害にあったことがない

回答欄

1.～4

回答欄

5.～9

問3. 貴社では、事業継続にかかる保険、具体的には財産補償（設備や店舗が損壊した時の補償）や休業補償（休業を余儀なくされた時の損害の補償）に加入されていますか。加入している方はその内容について1～9の中から、加入していない方はその理由について最も当てはまるものを4～8の中から選んでください。わからない方は9を選んでも構いません。

加入している（その内容）

加入していない（その理由）

1. 財産補償、休業補償の両方に加え

2. 財産補償のみ加入

3. 休業補償のみ加入

4. 保険料が高い

5. 補償内容が狭い

6. 災害保険についてよくわからない

7. 保険金額が低い

8. 自社には必要ない（災害時の損失額が低いなど）

9. 災害保険に加入しているかどうかわからない

回答欄

1.～9

問4. 貴社では、使用している建物の耐震について、どのように考えていますか。1～5の中から選んでお答えください。また、自社所在地周辺のハザードマップ（洪水や土砂災害、地震・津波など）を確認していますか。状況について最も当てはまるものを6～9の中から選んでお答えください。

建物の耐震について

ハザードマップの確認について

1. できている

2. どちらかというとできている

3. どちらかというとできていない

4. できていない

5. わからない

6. 確認して、大きな問題はなかった

7. 確認して問題があり、対策を取った

8. 確認して問題があったが、対策は取っていない

9. 確認していない

回答欄

1.～5

回答欄

6.～9

問5. 災害時の対応として、一定程度の現預金を保有しておくことがBCP策定基準などで推奨されています。貴社では、通常、現預金をどの程度保有していますか。現預金の保有が最も少ない時期（先月の回収前など）を想定したうえで、1～6の中からお答えください。また、貴社では、自治体や信用保証協会、政府系金融機関などの公的団体から、災害対策金融支援（災害復旧支援やファイナネット保証4号など）を受けたことがありまたは、その中から1つをお答えください。

現預金の保有状況

災害対策金融支援

1. 売上の3か月以上

2. 売上の1～3か月分

3. 売上の2週間分～1か月分

4. 売上の2週間未満

5. はとんど保有していない

6. 把握していない

7. コロナ禍の時に受けたことがある

8. 自然災害の時に受けたことがある

9. コロナ禍、自然災害の両方で受けたことがある

0. 受けたことがない

回答欄

1.～6

回答欄

金融支援 7.～0

調査員のコメント

お忙しいところご協力いただきましてありがとうございます。

第196回全国中小企業景気動向調査表（製造業）

2024年4～6月期

信用金庫

<番号記入要領>

金庫コード ..... 手形交換に使用する統一金庫コードを記入してください。

地域番号 ..... 下記地域番号表を参照して、調査企業の所在地に該当する番号を記入してください。

業種番号 ..... 下記業種番号表を参照して、該当する番号を記入してください。

従業員数 ..... 雇用人、家族従業員を含み、パートを除く従業員数を0 | 0 | 5 | 人 のように記入してください。

また、パート・アルバイト数につきましては、調査時点における人数を記入してください。

※あてはまらない項目や不明な項目についての番号欄は、空白のままご結算ください。

(地域番号表)

|      |     |      |      |      |      |      |      |
|------|-----|------|------|------|------|------|------|
| (01) | 北海道 | (13) | 東京都  | (25) | 滋賀県  | (37) | 愛媛県  |
| (02) | 青森県 | (14) | 神奈川県 | (26) | 京都府  | (38) | 岐阜県  |
| (03) | 岩手県 | (15) | 新潟県  | (27) | 大阪府  | (39) | 高知県  |
| (04) | 宮城県 | (16) | 山梨県  | (28) | 兵庫県  | (40) | 福岡県  |
| (05) | 秋田県 | (17) | 長野県  | (29) | 奈良県  | (41) | 佐賀県  |
| (06) | 山形県 | (18) | 富山県  | (30) | 和歌山県 | (42) | 長崎県  |
| (07) | 福島県 | (19) | 石川県  | (31) | 鳥取県  | (43) | 大分県  |
| (08) | 茨城県 | (20) | 福井県  | (32) | 徳島県  | (44) | 宮崎県  |
| (09) | 栃木県 | (21) | 岐阜県  | (33) | 岡山県  | (45) | 鹿児島県 |
| (10) | 群馬県 | (22) | 静岡県  | (34) | 広島県  | (46) | 熊本県  |
| (11) | 埼玉県 | (23) | 愛知県  | (35) | 山口県  | (47) | 沖縄県  |
| (12) | 千葉県 | (24) | 三重県  | (36) | 香川県  |      |      |

(業種番号表)

|                           |                                |                         |
|---------------------------|--------------------------------|-------------------------|
| (11) 食料品製造業               | (19) ゴム製品製造業                   | (27) 彫刻業、熱処理業           |
| (12) 繊維工業（衣服、その他の繊維製品を除く） | (20) なめしかわ・同製品・毛皮製品            | (28) 一般機械器具製造業          |
| (13) 衣服・その他の繊維製品製造業       | (21) 窯業・土石製品製造業                | (29) 電気機械器具製造業          |
| (14) 木材・木製品製造業（家具を除く）     | (22) 鉄鋼業                       | (30) 輸送機械器具製造業          |
| (15) 家具・装飾品製造業            | (23) 非鉄金属製造業                   | (31) 貴金属製品製造業           |
| (16) パルプ・紙・紙加工品製造業        | (24) 金属製品製造業（25・26を除く）         | (32) がん具・運動競技用具製造業      |
| (17) 出版・印刷・同関連産業          | (25) 建設用・建築用金属製品製造業（製かん板金業を含む） | (33) 銃身具・銃部品・ボタン同関連品製造業 |
| (18) 化学工業                 | (26) 金属プレス・メッキ                 | (34) プラスチック製品製造業        |
|                           |                                | (35) その他の製造業            |

（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

本調査の特徴の1つに、実際に中小企業から聞き取りをしている信用金庫職員の視点からその企業を分析した「調査員のコメント」欄の存在がある。コメント欄には、その企業の状況について、定型的な質問への回答からだけではわからない実態が細かく記述されており、中小企業の現状を探索うえで有用な情報源となっている。

そこで本稿では、2024年6月調査の結果を振り返るとともに、「調査員のコメント」欄への記述内容から、中小企業の経営環境を概観する。

なお、第196回調査の調査期間は2024年6月3日～7日である。調査時点の前後の時期においては、政府が発注側の大手企業を対象に、中小企業との取引状況について調査した結果を発表し、価格交渉が行われた割合や価格転嫁率が高まっていることが示されるなどの動きがあった（図表2）。

調査 5

図表2 2024年4－6月の中小企業（産業）関連の出来事

| 月日    | 出来事                                                                       |
|-------|---------------------------------------------------------------------------|
| 4月23日 | 経済産業省、事業再構築補助金の公募を再開。対象となる分野や事業を限定。                                       |
| 6月14日 | 特許庁、中小企業などを対象に、海外への特許出願への費用を補助。出願や審査請求、中間応答に対して最大半額まで支援。                  |
| 6月17日 | 政府、「中堅企業等の支援に関する今後の取組方針2024」を公表。「成長型経済」への転換に向け、地域金融機関も巻き込みながら中堅企業の成長を目指す。 |
| 6月21日 | 中小企業庁、中小企業における価格交渉・価格転嫁についての調査結果（2024年3月時点）を発表。価格交渉が行われた割合や価格転嫁率は高まる。     |
| 6月21日 | 政府、「新しい資本主義」に向けた計画の改訂版を閣議決定。中小企業における賃上げの定着、労働市場改革、参入・退出の円滑化、投資促進などを打ち出す。  |

（備考）各種報道発表資料等より信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

## 1. 2024年6月調査における主要判断項目の概観

2024年6月の主要な判断項目を概観する。

業況判断 D.I. は、前期比で1.5 ポイント上昇し、△7.8となった（図表3左上）。2024年9月見通しが△6.5と今期実績比で改善を見込んでいることから、業況の回復基調は継続しているといえよう。

資金繰り判断 D.I. は、前期比1.6 ポイント上昇の△7.2となった（図表3右上）。コロナ禍で経済活動が大きく抑制されたことを反映し、2020年6月（△31.8）に大きく落ち込んだものの、その後は急速に回復している。2024年9月見通しは△7.6と、回復傾向は一服する見通しとなっている。資金繰りは安定して推移しているといえようが、実質無利子・無担保融資の返済の進展具合や、金利上昇などの状況変化には注視が必要である。

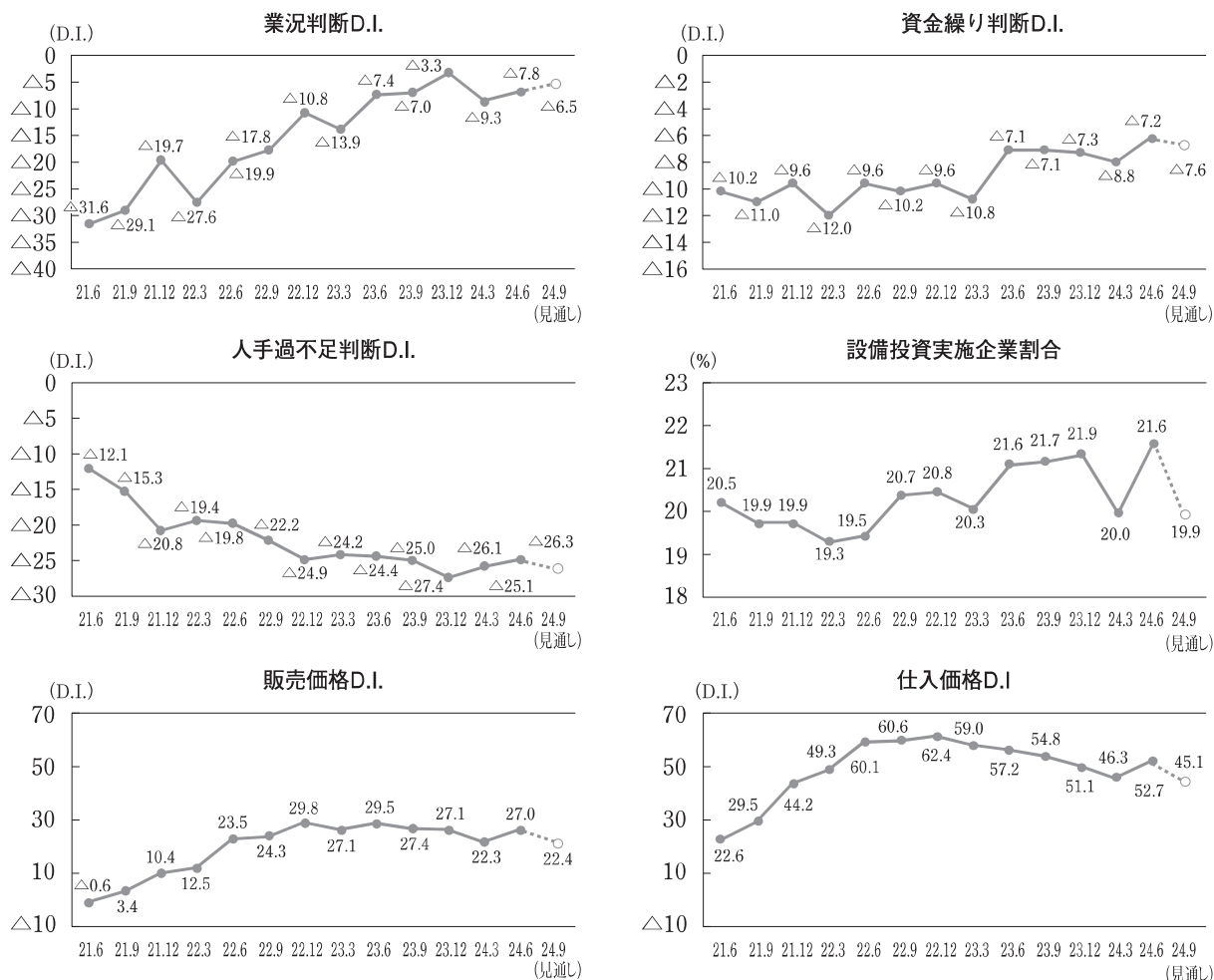
人手過不足判断 D.I. は、△25.1となった。前期比でマイナス幅が1.0 ポイント縮小（人手不足感が弱回る）したものの、マイナス幅はコロナ前の水準（2019年は、△27～△29程度で推移）と近い水準となっており、深刻な状況が続いている（図表3左中段）。来期は若干ながら人手不足感が強まると見込まれている。

設備投資実施企業割合は、前期比で1.6 ポイント上昇し、21.6%となった。前期は4四半期ぶりの低下となったが、今期は一転上昇となった（図表3右中段）。なお、2024年9月見通しは再び低下する見込みとなっているが、中小企業の設備投資実績は見通しを上回るケースが多いため、来期の設備投資が落ち込むことを必ずしも示唆しているものではない。

また、円安傾向等を背景に、販売価格 D.I. は4四半期ぶり、仕入価格 D.I. は6四半期ぶりにそれぞれ上昇に転じた（図表3下）。なお、2024年9月見通しは、再び低下する見通しとなっている。

全体としては、業況や資金繰りが改善した一方で、人手不足の深刻さが依然として継続しているといえよう。

図表3 全国中小企業景気動向調査における主要指標の推移



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

## 2. 調査員のコメントから

今回も、信用金庫調査員を通じて、全国の中小企業・小規模事業者から多数のコメントが寄せられている。本稿では、これらのコメントを「業況堅調・苦境」「外部環境（インバウンド需要の増加、商圈人口減少）からの影響」「人手不足・待遇改善」「販売価格・仕入価格」「災害対策」「前向きな取組み」の6つに分け、動向を概観した。

### (1) 業況堅調・苦境

業況については、堅調であるという声（図表4）がある一方で、様々な理由により厳しいとの声も聞かれた（図表5）。

コロナ禍関連では、「コロナの緩和に伴ってイベントが増えてきたこともあり、順調に推移している。（警備・ビルメンテナンス 岡山県）」のようにコロナ禍の鎮静化を受けて業況が順

調であるとの声がある一方で、「コロナ後の生活様式の変化によって、売れ筋商品の転換期を迎えており、新たな商材の販売を模索している。(板紙加工 静岡県)」といった声も聞かれた。

図表4 業況が堅調であるとのコメント

| コメント                                                                                 | 業種              | 都道府県 |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|------|
| 近隣に大手ホームセンターが出店した影響はあるものの、大手には出来ない細やかな取組みで固定客が多く確保できており、業況は安定している。                   | 金物・灯油小売         | 北海道  |
| 人流回復に加え、客室単価上昇から増収基調が継続しており、事業推移は順調である。夏の観光シーズンに向けてきめ細やかな料金設定等で一層の集客を図り、今後も増収が見込まれる。 | 接客業             | 北海道  |
| 販促イベントを実施したことで、売上は好調である。販路拡大に向けて、聴診器を販売するための資格を取得しようとしている。                           | 時計・宝石・メガネ・補聴器販売 | 山形県  |
| 業況は好調に推移。板金部門を自社で行うことになり、売上増加が見込める。                                                  | 自動車整備           | 茨城県  |
| 新規導入の設備（レーザー加工機）により、量産受注が順調に伸びてきた。今後は生産効率の注視と仕入先やリース料の見直しにより、利益率向上を目指す。              | 配管支柱、電子版筐体製造    | 神奈川県 |
| 円安の影響を受けているものの、仕入方法を工夫し、一括して行うことで、費用を削減して利益を確保している。                                  | 婦人服卸            | 静岡県  |
| 自動車の車種によって納期に差はあるが、半導体不足による大幅な遅滞は解消され、資金繰りも安定してきている。                                 | 自動車小売           | 愛知県  |
| 取引先に大企業、優良先が多数あるため、業況は好調。                                                            | 空調機器・設備販売       | 岡山県  |
| SNSを活用した広報によって売上が増加傾向にある。仕入の査定基準を厳格化し、原価率の低下を図ることで、収益強化が図られている。                      | ヴィンテージ靴の買取・再販   | 広島県  |

(備考) 第196回全国中小企業景気動向調査および東京都信用金庫協会資料より信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成 (以下同じ)

図表5 業況が厳しいとのコメント

| コメント                                                                               | 業種         | 都道府県 |
|------------------------------------------------------------------------------------|------------|------|
| 住宅等建設市場の低迷から、木材需要が低下基調。札幌を中心に土地価格が高騰しており、先行きやや厳しい状況が見込まれる。                         | 針葉樹・広葉樹丸太卸 | 北海道  |
| 近年地元が人口減少傾向にあることや、通販等の非対面チャネルの充実化により、売上が著しく減少中。役場や学校等より備品の受注はあるが、利益率の低いところが多いのが課題。 | 家具・カーペット小売 | 北海道  |
| 主要販売先である建設会社の工事受注状況が伸びず需要が少ない。原材料価格上昇分の転嫁により売上高は前年比増加も、収益改善までは至っていない。              | 生コンクリート製造  | 青森県  |
| 酒類販売はコロナによるイベント減少後、売上が落ちている。回復基調にはあるが、昔に比べると売れ行きはあまり良くない。                          | 酒類卸        | 青森県  |
| 仕入価格の上昇に伴う価格転嫁によって、消費動向は停滞気味。得意先への宣伝広告により売上を確保していきたい。在庫が過剰気味であるのが課題。               | 衣料品販売      | 新潟県  |
| 安い価格で販売することを強みとしているため、なかなか価格転嫁を満足に行えていない。                                          | 青果小売       | 静岡県  |
| ネット販売が主流になり、売れ残りが発生している。価格競争も激化し、個人客が減少している。QRコード決済での支払いが多く、手元資金不足も課題。             | スポーツ用品卸    | 静岡県  |
| 為替の影響により、仕入単価が高い。価格転嫁しているものの、未だ売上価格を見直す必要がある。                                      | 穴子・もずく卸    | 愛知県  |
| 仕入原価の上昇や運送費増加に加え、取引先から値下げ要請を受けており、利益が圧迫されている。販路拡大に注力している。                          | 段ボール製品製造   | 三重県  |
| 国内の団体旅行は増加傾向ながら、円安の影響もあり、海外旅行が大きく落ち込む。ネットの旅行会社との競合も激しく、当面厳しい状況が続くと思われる。            | 旅行業        | 三重県  |
| 物価高騰に価格転嫁が追いつかず、仕入も発注から納品まで1か月近くかかるものもあり、苦勞している。ネット販売においても、クレームや返品対応等で時間がとられる。     | スポーツ用品小売、卸 | 岡山県  |



## (2) 外部環境（インバウンド需要増加、商圈人口減少）からの影響

アフターコロナの局面に入り、インバウンド需要が高まっていることの影響について触れた声（図表6）が小売業や宿泊業を中心に聞かれた。インバウンド客の増加によって売上が好調という声がある一方で、日本人客の減少や、需要増に対しての下請け確保の難しさを懸念する声も聞かれた。

また、地方都市を中心に慢性的な課題となっている商圈人口の減少の影響についても、幅広い業種で懸念する声が聞かれた（図表7）。

図表6 インバウンドの影響を受けたとするコメント

| コメント                                                                         | 業種            | 都道府県 |
|------------------------------------------------------------------------------|---------------|------|
| コロナが明け、人の流れが増えたものの、インバウンドを含めた観光関連に頼ることも多く、新たな取引先獲得は依然として必要。                  | 旅客自動車<br>運送事業 | 青森県  |
| インバウンド需要から製造依頼は増えているものの、下請け確保に苦慮している。                                        | 寄木細工          | 神奈川県 |
| インバウンド客の増加により、一定の集客ができているが、日本人の集客力が鈍化している。                                   | 宿泊・飲食業        | 静岡県  |
| インバウンド需要により、駅近の店舗の売上は好調。フランチャイズ経営の契約更新が迫っており、そのタイミングでもう1店舗経営する可能性がある。        | 飲食業           | 大阪府  |
| インバウンド客の取込みができており、売上増加中。今後も同様に営業努力していきたい。                                    | 和菓子販売         | 兵庫県  |
| インバウンド客の入込みが続いており、当先の宿泊者もインバウンド客が増えているとのこと。その影響でゴールデンウィークは予約でほとんどの部屋が埋まっていた。 | ホテル業          | 大分県  |

図表7 商圈人口の減少を懸念しているとするコメント

| コメント                                                                       | 業種              | 都道府県 |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------|------|
| 地域人口の減少に伴う利用者確保が課題。競合店舗はなく、事業先の利用は安定しているが、個人客の市街地への流出が目立っている。              | ガソリンスタンド        | 秋田県  |
| 商圈人口の減少による取引先の減少が顕著であり、売上や人手不足に影響を及ぼしている。経費削減や機械化により改善を図っていく見込み。           | 燃料・住宅設備機<br>器販売 | 山形県  |
| 原材料価格は高騰しているが、商品代金の値上げにより利益を確保。商圈人口減少は改善案が特にないのが現状であり、今後、会社の業績にも影響を及ぼす見込み。 | 洋菓子販売           | 福島県  |
| 営業エリア内は高齢化が進むなかで人口減少が続いており、利用者数は一進一退の状況。損益分岐点である顧客数は維持しているが、競合もあり、先行き不透明。  | 介護サービス          | 静岡県  |
| 引き続きネット販売に注力し、増収増益を図る方針だが、子供の人口減少を懸念している。                                  | 鞆卸              | 兵庫県  |

## (3) 人手不足・待遇改善

今回の調査でも人手不足を指摘する声が聞かれた。なかには、受注増加が見込まれるにも関わらず、人手不足の影響で対応が困難であるという声や、働き方改革による労働力不足への対応に苦慮する声（図表8）、日本人労働者を十分に採用できず、外国人材の活用を進めているという声が聞かれた（図表9）。

図表8 人手不足により、事業が好調でないとするコメント

| コメント                                                                       | 業種          | 都道府県 |
|----------------------------------------------------------------------------|-------------|------|
| 人手不足の解消を図りたい。人手不足によって受注できない工事もあり、売上を伸ばしていくためには、人材確保が必要となる。                 | 総合建設業       | 群馬県  |
| 受注増加が見込まれる一方、人手不足が深刻化。従業員の募集や、派遣社員等の雇い入れが長続きしないため、新たな外注先等を模索中。             | 木質パネル製造     | 茨城県  |
| 人手不足が課題。従業員が確保できれば、売上ももう少し伸びると考えている。                                       | LPガス・ガス機器小売 | 静岡県  |
| 公共工事の受注が減少し、利益も減少。人材の確保が課題であり、賃金、労働時間等の労働条件を改善し、人材の確保に取り組む。                | 電気通信        | 滋賀県  |
| 事業拡大を強く望んでいるが、人手不足が課題となっている。設備導入等で対応を検討しているも、問題解決には時間を要する。                 | 食肉・惣菜加工品    | 滋賀県  |
| 働き方改革の改善が進む一方、人手不足による工期の進捗も念頭に置きながらの事業展開については、依然課題が多い。人材育成や若手従業員の採用が急務である。 | 土木建設業・解体工事業 | 山口県  |
| ゴールデンウィークは予約が多かったが、人手不足で部屋数を減らしていたため、十分な売上が計上できなかった。                       | 旅館宿泊業       | 大分県  |

図表9 外国人材の活用についてのコメント

| コメント                                                                               | 業種         | 都道府県 |
|------------------------------------------------------------------------------------|------------|------|
| 作業員の日本人は休暇が多く、外国人に頼る労働体制である。コロナの影響によって人員体制が不足している状況が続いている。                         | タラ・サンマ・鮭製造 | 北海道  |
| 事業用の中型トラックの入替を実施した。今後外国人労働者用の住居として、中古住宅の改装を予定している。                                 | さくらます製造    | 北海道  |
| 受注は安定しているものの、対応する人材が不足している。待遇面や時間管理等で規制のある外国人労働者に頼らざるを得ない状況。                       | 解体工事業      | 神奈川県 |
| 業況については横ばい。雇用及び人材教育について課題を感じており、外国人実習生の受入を実施している。                                  | 輸入品販売      | 愛知県  |
| 利益率向上のため、不採算商品の製造の打切りを断行。外国人雇用の打切りによって人員不足が続いていたが、徐々に解消傾向にある。人手の充実化までは6か月程度かかる見通し。 | プラスチック製品製造 | 愛知県  |

#### (4) 販売価格・仕入価格

販売価格や仕入価格については、それぞれ上昇一服感もみられていたなかで、今期はともに上昇に転じた。前述の政府による調査のとおり、中小企業において価格交渉・価格転嫁の動きが進むなか、コスト高騰分を販売価格の引上げで補うことができたとする声が徐々に聞かれるようになってきた（図表10）。一方で仕入価格の上昇も著しく、利幅が圧迫されているとする声も幅広い業界で聞かれた（図表11）。なかには、「仕入先からの値上げ要請があるが、同業者の競争が激しいため、販売価格を上げられない。（職場ユニフォーム小売 静岡県）」など、相対比較で値上げを躊躇している例もみられた。

図表10 販売価格が引き上げられているとするコメント

| コメント                                                                               | 業種           | 都道府県 |
|------------------------------------------------------------------------------------|--------------|------|
| 原油価格高騰に伴い、石油関連材料の価格が高騰。今年4月も価格改定を実施。価格転嫁で利益率維持を図る。                                 | 砂・セメントブロック卸  | 静岡県  |
| 商品価格が1～2割高騰したが、価格転嫁できている。しかし、大手量販店の価格にはなかなか対抗できず、対応の早さ等でアピールし、顧客確保に努めていきたい方針。      | 家電製品販売       | 静岡県  |
| 現場が徐々に稼働してきており、売上増加傾向。若手職員の不足が続いているため、人材の面での対応が必要。価格転嫁も図れており、今年の見通しは良好。            | 舗装工事、土木工事    | 滋賀県  |
| 仕入価格上昇のため、利幅は伸び悩むも、販売価格に転嫁されており、売上高は増加傾向。災害対策はあまりできていないようだが、一定の現預金は確保されており、特段問題ない。 | 不動産売買・建築     | 滋賀県  |
| 円安の影響により、為替差損が生じている。取引先に対して値上げ交渉は行っており、価格転嫁は都度できている。為替の安定が重要な指標となる。                | 帽子製造         | 岡山県  |
| 既存の販売先に対しては昨年12月に値上げ交渉を実施。大手企業への販売でも今年1月より価格を引き上げ、業況が改善した。                         | 惣菜、麺類、餃子の皮製造 | 広島県  |
| 設備や建物の老朽化、従業員の高齢化が課題である。新年度になったことで販売価格の見直しを行い、学校や病院など年度契約の取引先に対し値上げを行った。           | 食肉・精肉小売      | 大分県  |

図表11 仕入価格の上昇に悩まされているとするコメント

| コメント                                                                           | 業種           | 都道府県 |
|--------------------------------------------------------------------------------|--------------|------|
| 半導体不足が解消しつつあり、新車生産が回復傾向にあることから、増収が続く一方で、仕入価格の高騰に伴い、利幅が縮小している。                  | 自動車部品販売      | 北海道  |
| コロナの影響が少なくなり、観光客の割合が増加しつつあるが、仕入値が高騰しており、仕入先を変更する予定。                            | 寿司販売         | 北海道  |
| 東日本大震災後の一般住宅の建設がある程度終わり、注文数は減少。物価は上昇しているが、下請けは値上げができず、経営が困難になってきている。           | 建築工事、内装仕上げ工事 | 岩手県  |
| 海産物の仕入値が高騰しており、品不足が懸念される。                                                      | 水産加工卸        | 愛知県  |
| 売上高は増加しているが、仕入値の高騰が利益を圧迫している。今後は補助金を活用した設備投資を実施し、旅行会社とのパイプを生かして利益率向上に努める方針。    | 旅館業          | 三重県  |
| 年々セメント等の原材料が高騰。加えて、高温によるセメントへの影響や、大雨・強風による現場管理負担の増大といった夏場の天候不順による影響が大きくなっている。  | 土木工事業        | 富山県  |
| 建設業界の材料費高騰を受け、工具等の売上が減少傾向。売行きの良い商品を把握し、適正な価格で販売する工夫が必要である。                     | 工具小売         | 滋賀県  |
| 昨今の原材料価格高騰の影響は避けられず、売上・利益ともに減少している。取扱商品が危険物に該当するため、災害対応に気を配る必要はあるが、十分にはできていない。 | 石油製品小売       | 滋賀県  |
| 住宅関連の受注は減少するも、マンション建設に伴う受注を一定数確保している。原材料価格の高騰が負担となっており、利益を確保すべく価格交渉に傾注している。    | タイル工事        | 滋賀県  |
| 原材料価格の高騰や大型工場の登場により、売上、利益ともに年々減少している。災害時の対応としては火災保険に加入しているが、ハザードマップの確認はできていない。 | 衣料品製造        | 岡山県  |
| 業況は例年通り。金属などの原材料価格が軒並み高騰しているため、販売価格の引上げで対応している。                                | 自動車部品製造      | 岡山県  |

## (5) 災害対応

今回の特別調査では、中小企業における災害対策についての聞き取りを行った。一部の中小企業では、図表12で紹介するように、BCPの策定や現預金の確保、社屋の建替え等を積極的に行っている。一方で、図表13で紹介するように、災害への意識が不十分であったり、ビジネスモデル上でのやむを得ない要因等から災害対策を進められていない中小企業も数多く存在した。



図表12 災害対応ができているとのコメント

| コメント                                                                       | 業種           | 都道府県 |
|----------------------------------------------------------------------------|--------------|------|
| 建設業として、耐震は日頃から意識している。より災害に強い建物を建築していけるよう努めたい。                              | 総合建設業        | 埼玉県  |
| 本社の移転新築を行い、災害時の避難場所とすることについて、地元自治体と提携を結んでいる。                               | 総合建設業        | 静岡県  |
| 昨年、BCP計画を策定しており、災害時の備えはしている。受注は1年先まで確保できており、現預金も年商並みに保有していることから、特段業況に懸念なし。 | カーボン製自動車部品製造 | 静岡県  |
| 新社屋建設時にBCP対策に着手。災害対応については、停電時のデータバックアップ対応や非常電源の確保等、概ね準備できている。              | 土木工事業        | 愛知県  |
| 大手セメント会社の下請けとして、プラントの保守・整備業を経営。新社屋新築により、地震等の懸念はほぼない。                       | 機械器具設置事業     | 兵庫県  |
| 住宅関連会社であり、災害への備えは万全。あらゆる面でのリスク管理も日頃より行っている。                                | 不動産代理・仲介     | 愛媛県  |

図表13 災害対応できていないとのコメント

| コメント                                                              | 業種       | 都道府県 |
|-------------------------------------------------------------------|----------|------|
| 災害対応については、日常業務に追われ、十分な対策できていない。                                   | パン・米飯製造  | 新潟県  |
| 被災想定エリアにあるものの、万が一災害が発生した時には、どう対処したらよいかわからない。具体的な想定はできていない。        | 金属製品製造   | 静岡県  |
| 災害等への対策について、不十分だと感じているが、どこから手を付けて良いかわからない。                        | 工作機械製造   | 静岡県  |
| 自然災害については現在まで大きな災害を経験したことがなく、保険未加入など備えが不十分な点がある。                  | 青果卸売     | 静岡県  |
| 災害に対しての取組みは、ハザードマップの確認以外はあまりできていない。近年地震が多発していることから、対策をとっていく方針である。 | 不動産仲介    | 静岡県  |
| 建物の老朽化等、災害リスクが高まっているが、設備投資をする資金の余裕はない。休業時の補償確保は必要。                | 菓子製造     | 愛知県  |
| BCP策定は必要と認識しているものの、業種柄、本社所在地以外に別拠点を設けることが難しい。                     | トラック荷台製造 | 三重県  |

## (6) 前向きな取組み

最後に、中小企業が取り組んでいる前向きな取組みについて、図表14で紹介する。業務に係る勉強会の開催やSNSの活用など、様々な取組みがみられた。一方で、「従業員の人手不足に対して集配ルートの見直しで対応したが、先々の収益性は不透明（物品賃貸業 静岡県）」のように、思惑通りの効果が出るかどうかは判然としないケースがあることには留意が必要であろう。

図表14 前向きな取組みについてのコメント

| コメント                                                                   | 業種        | 都道府県 |
|------------------------------------------------------------------------|-----------|------|
| 市のソフトクリーム屋と提携し、オリジナルのソフトクリームを販売する等、アフターコロナを見据えた販売努力をゴールデンウィークより実施している。 | 宿泊施設・食事提供 | 北海道  |
| 特定の電子機器に特化せずに、様々な製品を受注している。長期的な受注を得るため、技術の取得向上に注力中。                    | 電気機器組立・検査 | 岩手県  |
| 役職員の3分の1はパートであるため、チーム単位での勉強会を継続して行うことで生産性向上に努めている。                     | 計器部品製造    | 山形県  |
| 仕入単価の上昇に伴い、うなぎの未利用部位を使った追加コストのかからない商品を開発し、利益率向上に努める。                   | 鰻料理店      | 静岡県  |
| 利益率の高い惣菜に力を入れて販売している。チェーン店には無い商品ラインナップによる差別化を図る。                       | 生鮮食品      | 静岡県  |
| 社長自らSNSを活用し、自社のPRを積極的に行っている。固定客に加え、県外からの来店客数も増えている。                    | 野球用品小売    | 愛媛県  |

| コメント                                                                 | 業種         | 都道府県 |
|----------------------------------------------------------------------|------------|------|
| 売上高は減少傾向にあるが、値上げ交渉により、利益率は維持している。システム入替等により、事務、営業の効率化を図る。            | 土木資材卸      | 三重県  |
| 人員補充が順調にできており、人手は安定している。現在は社内教育充実による質の向上を重点施策としている。                  | 洋服小売       | 滋賀県  |
| SNSを活用したネット広告に力を入れており、販路拡大に向け尽力している。                                 | 広告業        | 兵庫県  |
| EV車にも対応できるようにし、既存顧客にも提案・アナウンスしながら業況拡大に努めていく方針。                       | 自動車小売・整備   | 兵庫県  |
| 従業員満足度向上のため、駐車場用地を購入予定。                                              | 建材製造       | 岡山県  |
| 店舗の立地が劣る中、オークションやメルカリ等のネット販売に注力している。コロナ禍以降、バイク需要は安定しており、全国から購入依頼がある。 | 中古オートバイ販売業 | 岡山県  |
| 今年中に廃業予定である、近隣の同業他社の取込みを図りたい。                                        | 段ボール製造     | 広島県  |

## おわりに

本稿では、2024年6月に実施した全国中小企業景気動向調査における調査員のコメントをもとに、中小企業の動向について、「業況堅調・苦境」「外部環境（インバウンド需要の増加、商圏人口の減少）からの影響」「人手不足・待遇改善」「販売価格・仕入価格」「災害対応」「前向きな取組み」の6つに分類してまとめた。

当調査において、コロナ禍が多くの業種でほぼ完全に一段落していることがうかがえた。そのなかで、インバウンド需要増加への対応や、アフターコロナにおけるビジネスモデルの模索等、変わりゆく外部環境に対して懸命に対応を図る中小企業の姿がみられた。

また災害対策については、日頃から防災意識が醸成されている建設・住宅業界等を中心に対応しているという声が聞かれた一方、日ごろの業務に忙殺されて対応が後回しになっている等の声もあった。災害リスクが高まっている昨今において、未着手の企業を中心に対策の重要性を啓発していく必要性が高まっていると考えられる。こちらの内容については、後日、産業企業情報にてレポートを発出する予定である。

2024年9月調査（調査時期：9月初旬）においては、特別調査のテーマを「中小企業におけるデジタル化とキャッシュレスへの対応について」と題し、インターネットの利用状況や、新紙幣導入を契機としたキャッシュレス対応の状況等について調査する。

本稿で採用しているコメントは、いずれも信用金庫職員が調査員となり、渉外活動を通じて収集したものである。事業者の置かれている現下の状況について、数多くのコメントをお寄せいただいた。調査にご協力いただいた中小企業経営者と信用金庫職員の方々に対して心からお礼を申し上げたい。今後とも各信用金庫においては、本調査を経営者とのリレーションを一段と深めるためのツールとして活用していただければ幸いである。

## 〈参考文献〉

・信金中央金庫「第196回全国中小企業景気動向調査（2024年4-6月期）」