

第201回全国中小企業景気動向調査
(2025年7～9月期実績・2025年10～12月期見通し)

7～9月期業況は2四半期連続の小幅改善
【特別調査－不透明感が増す経済社会情勢と中小企業経営】

信金中央金庫
地域・中小企業研究所

調査の概要

- 調査時点：2025年9月1日～5日
- 調査方法：原則として、全国各地の信用金庫営業店の調査員による、共通の調査表に基づく「聴取り」調査
- 標 本 数：14,600企業（有効回答数 12,991企業・回答率 89.0%）
※有効回答数のうち従業員数20人未満の企業が占める割合は 71.2%
- 分析方法：各質問項目について、「増加」（良い）－「減少」（悪い）の構成比の差＝判断D.I.に基づく分析

（概 況）

- 25年7～9月期（今期）の業況判断D.I.は△5.7、前期比1.2ポイント改善と、2四半期連続の小幅改善となった。
収益面では、前年同期比売上額判断D.I.がプラス4.9と前期比横ばいにとどまったものの、同収益判断D.I.は△4.1と同0.5ポイント改善した。販売価格判断D.I.はプラス25.3と3四半期続けて低下した。人手過不足判断D.I.は△25.3と3四半期ぶりに人手不足感が強まった。設備投資実施企業割合は21.8%と前期比で小幅上昇した。業種別の業況判断D.I.は全6業種中、サービス業や建設業など5業種で、地域別には全11地域中8地域で、それぞれ改善した。
- 25年10～12月期（来期）の予想業況判断D.I.は△4.3、今期実績比1.4ポイントの小幅改善を見込んでいる。業種別には全6業種中、卸売業など3業種で、また、地域別には全11地域中7地域で、それぞれ改善の見通しとなっている。

業種別天気図

時 期 業種名	2025年 4～6月	2025年 7～9月	2025年 10～12月 (見通し)
総 合			
製 造 業			
卸 売 業			
小 売 業			
サ ー ビ ス 業			
建 設 業			
不 動 産 業			

地域別天気図（今期分）

地 域 業種名	北 海 道	東 北	関 東	首 都 圏	北 陸	東 海	近 畿	中 国	四 国	九 州 北 部	南 九 州
総 合											
製 造 業											
卸 売 業											
小 売 業											
サ ー ビ ス 業											
建 設 業											
不 動 産 業											

(この天気図は、過去1年間の景気指標を総合的に判断して作成したものです。)

好調← → 低調

全業種総合

○2四半期連続の小幅改善

25年7～9月期（今期）の業況判断 D.I. は△5.7、前期比1.2ポイントの改善と、2四半期連続の小幅改善となった（図表1）。

収益面では、前年同期比売上額判断 D.I. がプラス 4.9と前期比横ばいにとどまったものの、同収益判断 D.I. は△4.1、同0.5ポイントの改善となった。なお、前期比売上額判断 D.I. はプラス 4.3、前期比1.2ポイント改善、同収益判断 D.I. は△3.8、同1.7ポイント改善と、ともに改善となった。

販売価格判断 D.I. はプラス 25.3、前期比1.2ポイントの低下、仕入価格判断 D.I. はプラス 47.0、同1.5ポイントの低下と、ともに3四半期続けての小幅低下となった（図表2）。

雇用面では、人手過不足判断 D.I. が△25.3（マイナスは人手「不足」超、前期は△25.1）と、3四半期ぶりに人手不足感がやや強まった（図表3）。

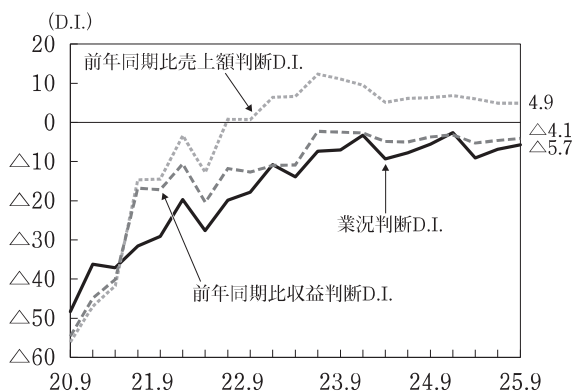
資金繰り判断 D.I. は△8.1、前期比0.5ポイント低下と2四半期ぶりの小幅低下となった。

設備投資実施企業割合は21.8%、前期比0.3ポイント上昇と、2四半期続けての小幅上昇となった。

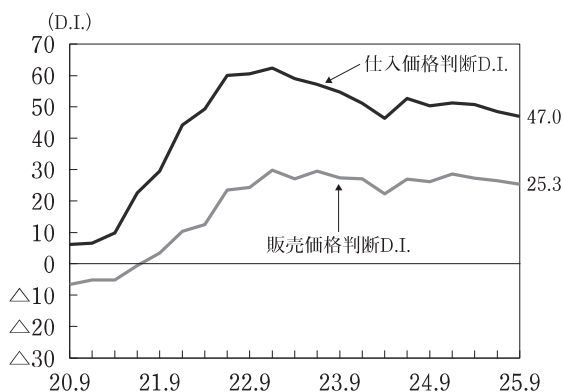
業種別の業況判断 D.I. は、全6業種中、卸売業が小幅低下したものの、それ以外の5業種では改善した。最も改善幅が大きかったのはサービス業（4.4ポイント）で、次いで建設業（3.6ポイント）、不動産業（1.4ポイント）の順だった。

一方、地域別の業況判断 D.I. は、全11地域中、九州北部など3地域で小幅低下したものの、

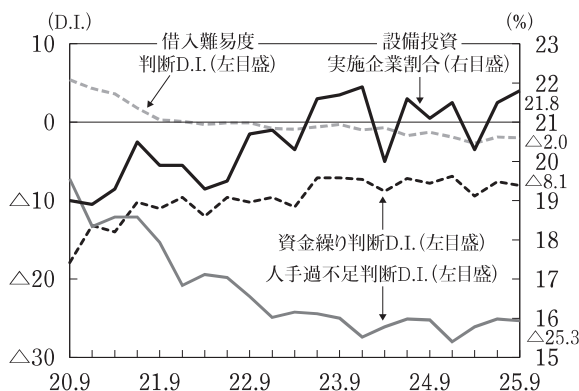
図表1 主要判断D.I.の推移



図表2 販売価格・仕入価格判断D.I.の推移



図表3 設備投資実施企業割合、資金繰り判断D.I.等の推移



8地域では改善した。最も改善幅が大きかったのは中国（5.2ポイント）で、次いで北海道（5.0ポイント）、東北（4.9ポイント）の順だった。なお、水準面では、全11地域で唯一、首都圏がプラス水準（0.1）に浮上した。

○引き続き小幅改善の見通し

25年10～12月期（来期）の予想業況判断D.I.は△4.3、今期実績比1.4ポイントの小幅改善を見込んでいる。

業種別の予想業況判断D.I.は、全6業種中、改善と低下がそれぞれ3業種ずつと、まちまちの見通しとなっている。一方、地域別では、全11地域中、北海道など4地域が低下を見込んでいるものの、それ以外の7地域では改善が見込まれている。

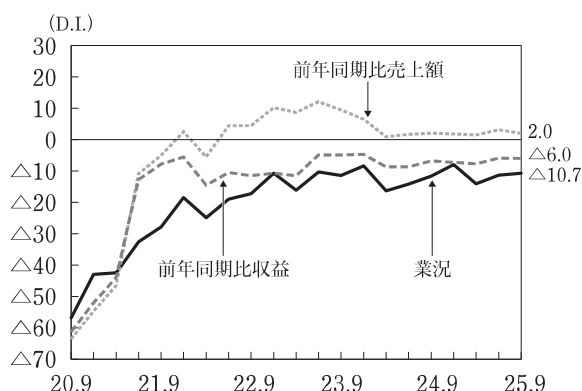
製造業

○2四半期連続の小幅改善

今期の業況判断D.I.は△10.7、前期比0.6ポイント改善と、2四半期連続の小幅改善となった（図表4）。

前年同期比売上額判断D.I.はプラス2.0、前期比1.1ポイントの低下、同収益判断D.I.も△6.0、同0.1ポイントの低下となった。また、前期比売上額判断D.I.はプラス0.8、前期比1.0ポイントの低下、同収益判断D.I.は△6.7、同0.4ポイントの低下と、ともに低下となった。

図表4 製造業 主要判断D.I.の推移



○原材料価格D.I.は5四半期続けて低下

設備投資実施企業割合は23.3%、前期比0.1ポイント上昇し、2四半期続けての上昇となった。

人手過不足判断D.I.は△22.3（前期は△22.1）と、3四半期ぶりに人手不足感が強まった。

販売価格判断D.I.はプラス21.5、前期比2.1ポイント低下と、2四半期ぶりの低下となった。

一方、原材料（仕入）価格判断D.I.はプラス43.9、前期比2.7ポイントの低下と、5四半期続けて低下した。

資金繰り判断D.I.は、△10.0と前期比1.0ポイントの低下となった。

○製造業全22業種中、14業種で改善

業種別業況判断 D.I. は、製造業全22業種中、14業種で改善となった（図表5）。

素材型では、全7業種中、5業種で改善、2業種で低下となった。とりわけ、紙・パルプ、非鉄金属、皮製品、鉄鋼は10ポイント超の大幅改善となった。

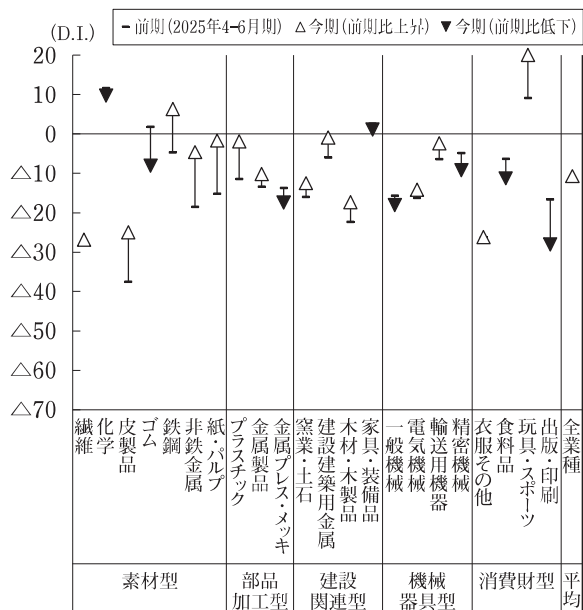
部品加工型は、全3業種中、金属プレス・メッキを除く2業種で改善した。

建設関連型は、全4業種中、家具・装備品が小幅低下したものの、それ以外の3業種では改善した。

機械器具型は、全4業種中、電気機械と輸送用機器で改善、一般機械と精密機械で低下した。

消費財型では、全4業種中、2業種で改善、2業種で低下となった。

図表5 業種別業況判断D.I.の推移



○2形態で改善、3形態で低下

販売先形態別の業況判断 D.I. は、2形態で改善、3形態で低下した。とりわけ、大メーカー型の改善幅（5.6ポイント）は相対的に大幅だった。

また、輸出主力型の業況判断 D.I. は0.0、前期比5.1ポイントの改善、内需主力型は△10.5、同0.2ポイントの改善と、ともに改善となった。

従業員規模別の業況判断 D.I. は、20～49人、100人以上で改善、1～19人、50～99人で低下となった。ちなみに、前期比の改善幅をみると、20～49人で4.4ポイント、100人以上で4.6ポイントだった。

○全11地域中、5地域で改善

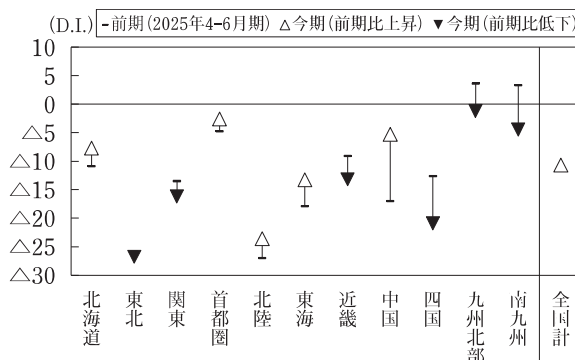
地域別の業況判断 D.I. は、全11地域中、5地域で改善した（図表6）。最も改善幅が大きかったのは中国（11.7ポイント）で、次いで東海（4.6ポイント）、北陸（3.4ポイント）の順だった。また、D.I.の水準に着目すると、全11地域でマイナス水準となっている。なお、東北（△26.8）や北陸（△23.6）などが相対的に厳しい水準にある。

○改善の見通し

来期の予想業況判断 D.I. は△8.1 と、今期実績比2.6 ポイントの改善を見込んでいる。

業種別には、全22業種中、10業種で改善、5業種で横ばい、7業種で低下を見込んでいる。また、地域別には、全11地域中、東海を除く10地域で改善の見通しとなっている。

図表6 地域別業況判断D.I.の推移



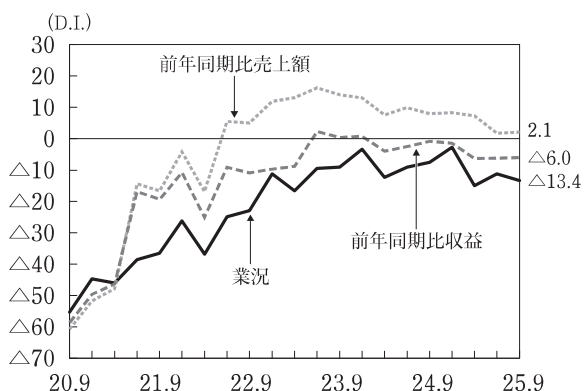
卸売業

○2四半期ぶりの低下

今期の業況判断 D.I. は△13.4、前期比2.2 ポイントの低下と、2四半期ぶりの低下となった（図表7）。

なお、前年同期比売上額判断 D.I. はプラス2.1、前期比0.4 ポイントの改善、同収益判断 D.I. は△6.0、同0.2 ポイントの改善となった。

図表7 卸売業 主要判断D.I.の推移



○全15業種中、7業種で低下

業種別の業況判断 D.I. は、全15業種中、7業種で低下、1業種で横ばい、7業種で改善となった。とりわけ、貴金属は20 ポイント超の大幅低下となった。一方、地域別では、全11地域中、九州北部、北陸など6地域で低下、5地域で改善となった。

○改善の見通し

来期の予想業況判断 D.I. は△9.6、今期実績比3.8 ポイントの改善を見込んでいる。業種別には、全15業種中、11業種で改善を見込んでいる。また、地域別には、全11地域中、9地域で改善、1地域で横ばい、1地域で低下の見通しとなっている。

小売業

○業況は小幅改善

今期の業況判断 D.I. は△14.2、前期比0.2 ポイントの改善となった（図表8）。

一方、前年同期比売上額判断 D.I. はプラス1.4、前期比1.4 ポイントの低下、同収益判断 D.I. は△12.0、前期比0.3 ポイントの低下となった。

○全13業種中、6業種で改善

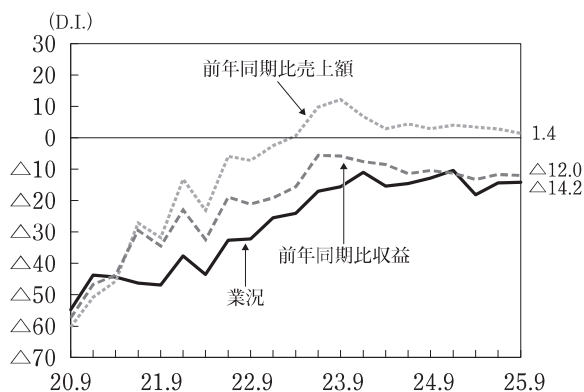
業種別の業況判断 D.I. は、全13業種中、玩具や医薬・化粧品など6業種で低下、家具で横ばいとなったものの、それ以外の6業種では改善となった。とりわけ、家電、木材・建築材料はともに10ポイント超の大幅改善となった。地域別では、全11地域中、6地域で改善、5地域で低下となった。

○改善の見通し

来期の予想業況判断 D.I. は△11.4、今期実績比2.8ポイントの改善を見込んでいる。

業種別には、全13業種中、8業種で改善、3業種で横ばい、2業種で低下の見通しとなっている。また、全11地域中、8地域で改善の見通しとなっている。とりわけ関東、南九州は10ポイント超の改善見通しとなっている。

図表8 小売業 主要判断D.I.の推移



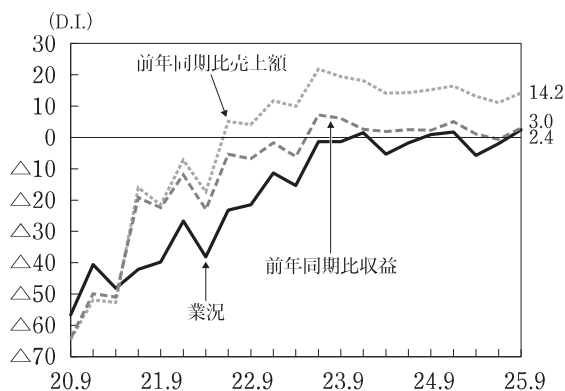
サービス業

○業況は改善

今期の業況判断 D.I. は2.4、前期比4.4ポイントの改善となった（図表9）。

一方、前年同期比売上額判断 D.I. はプラス14.2、前期比3.1ポイントの改善、同収益判断 D.I. は3.0、同3.6ポイントの改善となった。

図表9 サービス業 主要判断D.I.の推移



○全8業種中、6業種で改善

業種別の業況判断 D.I. は、全8業種中、洗濯・理容・浴場、情報・調査・広告を除く6業種で改善となった。地域別では全11地域中、8地域で改善となった。とりわけ、関東、東北は10ポイント超の大幅改善となった。

○低下の見通し

来期の予想業況判断 D.I. は1.9、今期実績比0.5ポイントの低下を見込んでいる。

業種別では、全8業種中、娯楽や物品賃貸等の5業種で低下の見通しとなっている。また、地域別では全11地域中4地域で低下の見通しとなっている。

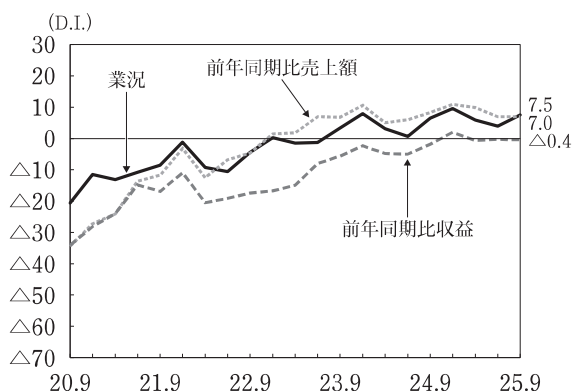
建設業

○業況は改善

今期の業況判断 D.I. はプラス 7.5、前期比 3.6 ポイントの改善となった（図表10）。

なお、前年同期比売上額判断 D.I. はプラス 7.0、前期比で横ばい、同収益判断 D.I. は△0.4、同0.1ポイントの低下となった。

図表10 建設業 主要判断D.I.の推移



○全4請負先で改善

業況判断 D.I. を請負先別でみると、全4請負先で改善となった。水準面に着目すると、大企業向けがプラス 20を超え、相対的に堅調な反面、個人向けは△10に近い水準となっている。

地域別では全11地域中、8地域で改善、3地域で低下となった。

○低下の見通し

来期の業況判断 D.I. はプラス 5.8、前期比1.7ポイントの低下を見込んでいる。

請負先別では、全4請負先中、中小企業向けを除く3請負先で低下の見通しとなっている。地域別では全11地域中、8地域で低下の見通しとなっている。

不動産業

○業況は改善

今期の業況判断 D.I. はプラス 5.4、前期比 1.4 ポイントの改善となった（図表 11）。

なお、前年同期比売上額判断 D.I. はプラス 8.8、前期比 1.1 ポイントの改善、同収益判断 D.I. は 3.4、同 0.2 ポイントの改善となった。

○全 5 業種中、3 業種で業況改善

業種別の業況判断 D.I. は、全 5 業種中、貸家と仲介を除く 3 業種で改善となった。

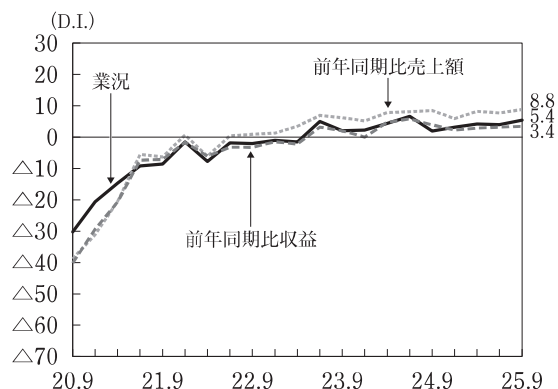
地域別では、全 11 地域中、6 地域で改善、5 地域で低下となった。とりわけ、中国は 10 ポイント超の大幅改善となった。

○低下の見通し

来期の予想業況判断 D.I. は 3.1 と今期実績比 2.3 ポイントの低下を見込んでいる。業種別には、全 5 業種中、建売を除く 4 業種で低下を見込んでいる。

地域別には、全 11 地域中、6 地域で低下の見通しとなっている。

図表 11 不動産業 主要判断 D.I. の推移



特別調査

【不透明感が増す経済社会情勢と中小企業経営】

○米国政策受け3分の1超が悪影響見込む

米国のトランプ大統領就任後における、関税等に代表される経済社会政策の不透明化に関連した、自社の売上への影響について尋ねた。

これまでの売上については、「大いに悪影響があった（1.9%）」と「多少の悪影響があった（17.4%）」を合わせて2割弱の企業で悪影響があったとの回答になった（図表12）。今後の売上については、「大いに悪影響があると予想する（3.8%）」と「多少の悪影響があると予想する（32.9%）」を合わせて3分の1超の企業が悪影響を見込んでいるとの回答になった。

業種別では、製造業、卸売業の順で、これまでの悪影響や今後の悪影響を見込む割合が高い傾向にあった。

図表12 米国の経済社会政策による売上へのこれまでと今後の影響

（単位：％）

選択肢		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
		これまでの売上					今後の売上				
		大いに 悪影響が あった	多少の 悪影響が あった	特に 影響が なかった	むしろ 良い影響 があった	わから ない	大いに 悪影響が あると 予想する	多少の悪 影響が あると 予想する	特に 影響が ないと 予想する	むしろ 良い影響 があると 予想する	わから ない
全 体		1.9	17.4	62.4	0.4	18.0	3.8	32.9	39.6	0.7	23.1
地 域 別	北 海 道	1.7	14.9	66.3	0.2	16.9	2.3	29.9	44.3	0.7	22.7
	東 北	2.6	14.4	60.9	0.4	21.7	4.5	31.2	37.6	0.8	25.9
	関 東	1.5	17.2	64.2	0.6	16.6	3.3	36.4	37.7	1.0	21.6
	首 都 圏	1.2	19.0	62.1	0.4	17.3	2.8	31.0	41.6	0.7	23.9
	北 陸	1.9	15.9	60.0	0.3	21.9	3.6	33.5	37.5	0.0	25.3
	東 海	2.3	18.6	63.5	0.3	15.2	5.1	39.4	35.6	0.6	19.3
	近 畿	2.8	18.7	61.6	0.4	16.5	5.2	37.3	36.9	0.6	20.1
	中 国	3.0	17.1	64.4	0.5	15.1	6.9	30.2	43.1	0.9	18.9
	四 国	1.1	17.9	56.8	0.5	23.7	3.7	30.2	37.7	0.5	27.9
	九 州 北 部	1.1	15.0	64.7	0.6	18.6	2.3	28.3	45.0	1.3	23.1
南 九 州	1.7	14.0	59.0	0.3	25.0	2.4	24.6	38.4	0.8	33.9	
規 模 別	1 ～ 4人	1.5	13.4	61.1	0.5	23.4	3.1	25.4	42.2	0.7	28.7
	5 ～ 9人	1.5	17.3	61.5	0.3	19.4	3.9	30.9	39.1	0.6	25.5
	10 ～ 19人	2.4	19.1	63.4	0.3	14.9	4.4	34.7	39.3	0.8	20.8
	20 ～ 29人	2.0	18.6	66.0	0.4	13.0	4.1	38.0	39.8	0.5	17.6
	30 ～ 39人	2.2	20.8	63.1	0.3	13.7	4.6	40.9	34.6	1.4	18.6
	40 ～ 49人	2.3	19.6	65.6	0.5	12.1	3.8	39.3	40.9	0.3	15.7
	50 ～ 99人	3.0	23.3	62.5	0.1	11.2	4.1	48.1	33.1	0.7	13.9
	100 ～ 199人	2.9	28.2	57.6	1.2	10.2	4.4	50.4	32.9	0.4	11.8
200 ～ 300人	0.0	28.2	62.9	0.0	8.9	3.5	50.4	28.7	1.7	15.7	
業 種 別	製 造 業	3.0	23.6	56.7	0.5	16.2	5.3	39.8	32.4	0.9	21.6
	卸 売 業	1.9	20.6	60.0	0.5	16.9	4.0	36.2	37.8	0.8	21.3
	小 売 業	1.6	15.4	59.9	0.3	22.9	3.3	30.7	39.1	0.7	26.2
	サ ー ビ ス 業	1.1	11.4	68.6	0.3	18.6	2.8	23.0	49.4	0.5	24.3
	建 設 業	1.1	12.0	69.2	0.3	17.4	2.7	31.1	43.2	0.5	22.6
	不 動 産 業	0.9	11.7	70.4	0.2	16.8	2.1	24.1	48.7	0.5	24.5

○4 割弱が中国経済減速の影響見込む

中国経済の減速についての影響（間接的な事象を含む。）については、全体の36.9%が何らかの影響を見込む一方で、「特に影響を見込んでいない」は63.1%となった（図表13）。

影響の内訳については、「原材料・部品・商品等の調達難（17.8%）」が最も多く、以下「中国からの輸入コスト上昇（10.8%）」、「中国製品との価格競争の激化（6.6%）」が続いた。

業種別では、製造業や卸売業で半数弱の企業が何らかの影響を見込んでおり、割合が比較的高い傾向にあった。

図表13 中国経済の減速による影響

（単位：％）

選択肢		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
		中国企業 や個人 向け売上 の減少	中国と取 引のある 元請け企 業からの 受注減少	中国から の輸入 コストの 上昇	中国製品 との 価格競争 の激化	原材料・ 部品・ 商品等の 調達難	売掛金 回収 リスクの 増大	為替変動 による 収益の 悪化	中国人 労働者 の増加	その他	特に 影響を 見込んで いない
全 体		4.7	5.8	10.8	6.6	17.8	1.5	5.3	2.1	0.7	63.1
地 域 別	北 海 道	5.4	4.5	8.1	4.5	14.9	0.9	4.3	2.1	0.9	67.4
	東 北	4.0	6.1	13.4	7.4	19.3	1.8	3.8	1.3	0.2	63.6
	関 東	4.5	7.0	11.9	5.9	17.7	1.7	5.4	1.4	0.9	63.6
	首 都 圏	3.8	4.6	9.5	5.4	17.3	1.4	4.9	3.1	0.4	64.6
	北 陸	4.1	6.8	10.0	6.0	14.8	1.4	4.8	0.8	0.6	65.2
	東 海	5.4	7.9	11.9	8.3	17.8	1.5	6.2	1.5	0.6	59.4
	近 畿	7.5	7.9	13.6	9.1	21.0	1.6	7.6	2.7	1.3	55.0
	中 国	4.0	6.7	10.9	6.1	18.9	0.8	5.6	1.9	0.5	62.0
	四 国	4.4	3.4	12.2	7.1	19.5	1.4	6.7	0.5	1.6	66.7
	九 州 北 部	2.0	4.4	7.0	6.7	16.3	1.9	4.1	2.2	0.5	68.9
	南 九 州	2.5	2.9	9.5	4.5	16.8	2.8	3.4	1.8	0.6	70.2
規 模 別	1 ～ 4人	3.8	2.9	8.8	4.7	14.1	1.1	3.7	1.8	0.9	71.4
	5 ～ 9人	3.2	4.2	10.4	5.7	18.0	1.5	4.7	2.2	0.5	65.3
	10 ～ 19人	4.5	8.0	11.3	7.7	19.3	1.8	6.3	2.9	0.8	58.9
	20 ～ 29人	5.9	9.0	11.3	9.2	19.5	2.0	6.2	2.6	0.7	57.3
	30 ～ 39人	6.0	8.8	11.2	8.3	20.2	1.5	6.6	2.3	0.5	56.5
	40 ～ 49人	5.9	6.4	13.7	5.9	19.1	0.9	6.5	1.5	0.7	59.0
	50 ～ 99人	7.5	11.8	15.9	10.1	25.0	2.8	8.9	1.2	0.7	46.4
	100 ～ 199人	9.3	10.6	14.2	10.2	26.0	2.4	8.5	4.9	1.2	47.2
	200 ～ 300人	14.6	13.8	16.3	13.8	29.3	1.6	9.8	1.6	0.0	39.8
業 種 別	製 造 業	5.8	11.7	11.0	10.3	21.4	1.4	7.0	1.8	0.6	53.8
	卸 売 業	5.7	5.8	18.0	9.6	17.5	2.1	8.7	1.4	0.4	55.8
	小 売 業	4.4	1.8	10.0	5.6	14.0	1.1	4.8	1.6	1.1	68.5
	サ ー ビ ス 業	4.6	3.1	7.7	2.8	12.8	1.8	3.3	2.4	0.8	72.9
	建 設 業	1.6	2.9	10.5	3.3	23.1	1.5	2.7	3.4	0.6	66.3
	不 動 産 業	5.2	1.2	4.8	1.4	10.3	1.3	3.2	3.0	1.2	78.6

（備考）最大3つまで複数回答

○約半数が物価上昇から悪影響を受ける

今後の為替相場（主に円ドル相場）の望ましい水準と、コロナ禍以降の物価上昇傾向がもたらした影響について尋ねた。

為替相場については、「現状より円高傾向が望ましい」が28.5%となったのに対し「現状程度が望ましい」が12.5%、「現状より円安傾向が望ましい」は6.9%にとどまり、相対的に円高を望む企業が多い傾向にあった（図表14）。

物価上昇傾向から受ける影響については、「悪い影響をもたらしている」が48.1%と約半数を占め、「良い影響をもたらしている」は1.6%にとどまった。

図表14 今後の望ましい外国為替水準と物価上昇傾向が経営にもたらす影響

(単位：%)

選択肢				1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
				為替					物価上昇				
				現状より円高傾向が望ましい	現状程度が望ましい	現状より円安傾向が望ましい	自社には関係ない	わからない	良い影響をもたらしている	どちらともいえない	悪い影響をもたらしている	自社には関係ない	わからない
全 体				28.5	12.5	6.9	25.7	26.5	1.6	27.5	48.1	8.1	14.7
地域別	北海道			33.1	12.4	6.7	22.8	25.1	1.4	28.5	48.5	7.1	14.5
	東北			26.3	11.0	10.0	22.8	29.9	0.9	24.9	52.3	6.7	15.3
	関東			32.9	12.0	7.2	22.9	25.0	1.7	29.9	48.8	6.9	12.8
	首都圏			24.5	12.8	5.7	29.4	27.6	1.4	27.2	43.9	9.7	18.0
	北陸			27.5	7.7	8.0	24.3	32.5	2.0	22.6	49.9	7.6	17.9
	東海			32.4	14.2	7.4	24.2	21.7	2.5	30.0	51.4	7.1	9.0
	近畿			32.5	14.1	7.8	23.5	22.0	1.8	30.0	49.6	7.9	10.6
	中国			32.0	11.4	7.0	26.4	23.2	1.6	26.5	53.8	7.5	10.6
	四国			28.4	9.8	5.0	26.3	30.5	1.0	24.6	48.4	8.8	17.3
九州北部				22.4	12.6	4.0	28.5	32.5	0.8	26.5	46.9	9.3	16.5
南九州				20.7	11.3	8.0	26.0	34.0	1.1	23.2	44.4	7.5	23.9
規模別	1 ～ 4人			23.2	9.1	5.2	29.3	33.3	1.3	21.2	46.4	10.6	20.5
	5 ～ 9人			26.4	12.2	5.8	27.1	28.6	1.4	27.1	48.0	8.2	15.3
	10 ～ 19人			30.0	14.3	7.5	24.4	23.8	1.4	30.7	48.3	7.1	12.5
	20 ～ 29人			32.4	14.0	7.9	24.2	21.5	1.3	33.1	50.0	6.0	9.7
	30 ～ 39人			34.7	16.8	8.8	21.2	18.5	1.9	30.7	50.2	6.8	10.3
	40 ～ 49人			37.8	13.0	8.9	22.2	18.1	2.5	30.9	50.9	6.5	9.1
	50 ～ 99人			36.4	17.9	11.3	16.8	17.5	3.0	36.2	49.6	3.3	7.9
	100 ～ 199人			38.0	18.6	12.4	17.8	13.2	1.3	36.3	50.6	5.5	6.3
	200 ～ 300人			38.5	19.7	12.3	18.9	10.7	1.6	44.7	47.2	2.4	4.1
業種別	製造業			31.5	14.3	8.9	21.1	24.2	1.7	29.7	49.7	6.1	12.7
	卸売業			35.7	13.9	8.6	18.3	23.6	2.1	34.4	45.5	5.5	12.5
	小売業			27.9	10.1	4.9	24.9	32.1	1.6	23.1	49.3	7.9	18.0
	サービス業			21.1	11.9	6.5	33.2	27.2	1.0	25.1	47.0	11.0	15.9
	建設業			26.8	11.2	4.7	29.4	27.9	1.3	25.9	48.6	8.6	15.6
	不動産業			21.5	11.1	5.3	37.6	24.6	1.2	23.6	44.7	14.3	16.1

○不透明感受け様々な取組みを模索

経済社会情勢の不透明感を受けて経営面で今後見直したい取組みについては、「新規顧客の開拓(34.4%)」が最も多く、以下「コスト削減(33.5%)」、「既存顧客との関係強化(30.5%)」、「従業員教育の強化(26.5%)」と続いた(図表15)。対して「特にない」は13.9%にとどまり、大半の企業が何らかの取組みを模索している。

業種別では、卸売業で「新規顧客の開拓」が、建設業で「従業員教育の強化」が、それぞれ多い傾向にあった。

図表15 不透明感が増す経済社会情勢を受けた経営面で見直したい取組み

(単位: %)

選択肢		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
		事業の 多角化	新規顧客 の開拓	既存顧客 との 関係強化	新商品・ サービスの 開発	デジタル 化の推進	従業員教 育の強化	資金繰り の見直し	コスト 削減	その他	特にない
全 体		13.3	34.4	30.5	12.4	14.7	26.5	15.6	33.5	0.6	13.9
地 域 別	北 海 道	13.2	26.0	28.5	13.3	15.6	28.6	15.4	39.9	0.8	13.1
	東 北	13.0	34.2	33.3	11.8	17.3	28.1	16.9	39.4	0.2	12.9
	関 東	13.7	39.8	31.9	16.0	18.5	28.3	14.2	33.4	0.7	11.2
	首 都 圏	9.9	30.9	28.7	8.3	10.0	22.6	15.4	31.2	0.4	18.7
	北 陸	12.7	32.2	30.6	15.1	17.9	24.4	16.8	32.7	1.4	14.4
	東 海	15.7	38.7	34.8	14.1	19.4	29.9	15.3	29.9	0.9	10.0
	近 畿	17.7	41.5	33.5	15.9	16.1	31.1	16.0	33.8	0.7	8.4
	中 国	15.8	37.9	36.6	12.2	14.4	28.9	14.5	36.0	0.6	9.9
	四 国	13.4	33.0	27.0	14.3	10.2	20.7	9.8	35.9	0.7	17.5
規 模 別	九 州 北 部	12.7	36.0	25.0	11.9	14.6	25.0	15.7	33.5	0.3	12.9
	南 九 州	9.8	26.2	20.9	9.3	13.8	21.7	19.3	31.4	0.6	23.3
	1 ～ 4人	11.3	31.3	26.8	9.1	8.3	10.6	16.4	30.7	0.5	23.8
	5 ～ 9人	13.6	33.0	31.8	11.7	11.7	25.6	17.4	34.8	0.5	13.0
	10 ～ 19人	15.3	36.8	33.6	13.5	15.5	33.5	16.9	34.8	0.7	8.2
	20 ～ 29人	13.5	39.9	32.9	12.8	19.3	39.9	13.9	35.2	1.1	8.0
	30 ～ 39人	13.0	35.2	33.2	15.5	21.6	42.1	13.2	35.2	0.8	6.3
	40 ～ 49人	16.7	35.7	29.3	14.8	24.8	44.7	12.1	35.3	0.6	4.9
	50 ～ 99人	13.0	38.3	35.9	18.3	28.1	44.0	10.2	34.8	0.4	5.4
業 種 別	100 ～ 199人	17.9	37.8	29.3	22.0	30.9	38.6	13.0	35.8	1.6	4.9
	200 ～ 300人	14.4	37.6	25.6	28.8	32.8	39.2	12.8	33.6	0.8	1.6
	製 造 業	13.2	38.1	33.3	17.9	14.2	26.5	15.8	33.2	0.6	11.3
	卸 売 業	15.9	42.0	35.9	13.3	15.0	21.6	16.3	31.4	0.6	11.3
	小 売 業	12.6	29.7	25.6	13.7	11.9	20.4	16.7	35.9	0.5	18.1
	サ ー ビ ス 業	11.9	32.5	28.1	10.8	14.8	29.1	14.7	33.6	0.6	15.3
業 種 別	建 設 業	11.5	28.7	29.4	3.4	18.7	38.7	15.2	34.9	0.9	13.1
	不 動 産 業	15.9	31.0	26.5	6.2	14.1	18.9	13.1	30.1	0.7	19.4

(備考) 最大3つまで複数回答

○地域金融機関には迅速な対応を求める

地域金融機関の体制面で望むことについては、「要望に対する迅速な対応」が44.2%と最も多くなった（図表16）。以下、「担当者の頻繁な人事異動がないこと（23.1%）」、「金融機関の本部専担者・外部専門家による支援（20.3%）」、「担当者交代時の丁寧な引継ぎ（17.0%）」が続いた。

従業員規模別にみると、「要望に対する迅速な対応」や「金融機関の本部専担者・外部専門家による支援」については規模が大きいほど多い傾向にある一方で、「担当者の頻繁な人事異動がないこと」や「担当者交代時の丁寧な引継ぎ」は規模による明確な差はみられなかった。

図表16 不透明感が増す経済社会情勢を受けた地域金融機関への要望

（単位：%）

選択肢		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
		担当者の訪問回数 の増加	担当者 訪問時の 滞在時間 の延長	担当者 交代時の 丁寧な 引継ぎ	担当者の 頻繁な 人事異動 がない こと	支店窓口 での 相談機能 の強化	インター ネットバ ンキング 等の非対 面チャネ ル充実	金融機関 の本部専 担者・外 部専門家 による 支援	要望に 対する 迅速な 対応	その他	特に 期待して いない
全 体		7.9	1.1	17.0	23.1	8.3	12.2	20.3	44.2	1.9	16.4
地 域 別	北 海 道	11.0	1.1	18.5	21.5	11.5	13.4	18.5	41.3	2.9	16.7
	東 北	8.1	1.2	13.2	27.4	9.9	9.7	19.5	42.8	2.0	17.7
	関 東	6.5	0.2	15.6	24.4	8.1	13.0	20.7	50.2	2.7	14.4
	首都圏	7.8	1.4	16.3	20.6	7.4	11.7	18.7	41.2	1.2	19.3
	北 陸	4.7	1.0	10.9	22.5	12.4	10.8	21.3	46.1	2.6	18.9
	東 海	7.3	0.8	17.6	25.3	7.5	12.8	24.2	45.3	2.1	13.4
	近 畿	7.8	1.1	20.6	27.5	6.5	13.1	22.5	48.8	2.4	11.6
	中 国	10.1	1.1	17.0	23.1	9.8	12.8	24.4	47.1	1.1	11.8
	四 国	7.6	1.9	15.7	16.7	9.0	14.4	17.8	39.4	2.5	20.4
規 模 別	九 州 北 部	6.0	1.1	15.9	21.1	6.6	12.3	14.6	45.9	1.1	17.1
	南 九 州	9.4	1.1	18.8	19.8	9.0	10.8	18.5	38.2	1.1	22.7
	1 ～ 4人	7.7	1.1	14.4	20.3	8.3	9.8	14.2	37.4	1.9	24.7
	5 ～ 9人	8.4	1.5	17.7	24.8	8.7	12.0	19.4	43.4	1.8	15.7
	10 ～ 19人	8.4	1.1	18.8	26.3	8.9	13.2	21.6	45.6	1.9	12.1
	20 ～ 29人	9.4	0.9	19.1	24.2	9.1	14.6	25.0	49.3	2.2	11.1
	30 ～ 39人	6.5	0.5	21.5	25.5	6.4	12.6	24.7	47.9	1.2	11.5
	40 ～ 49人	7.3	1.0	17.7	22.0	6.4	14.8	27.6	53.9	2.0	9.8
	50 ～ 99人	6.0	1.1	16.6	24.6	8.1	15.2	30.0	53.7	1.9	7.4
業 種 別	100 ～ 199人	7.7	1.2	19.0	21.9	8.1	18.2	32.4	56.3	2.0	6.9
	200 ～ 300人	5.6	0.8	10.5	12.1	6.5	17.7	35.5	65.3	2.4	4.0
	製 造 業	7.2	1.2	17.4	23.9	8.1	12.2	24.6	45.5	2.1	14.3
	卸 売 業	8.8	1.0	19.2	25.3	7.4	13.4	20.1	42.4	1.4	15.5
	小 売 業	7.8	0.8	15.2	20.4	8.8	11.8	17.2	40.2	2.1	20.6
業 種 別	サ ー ビ ス 業	7.5	1.1	15.3	20.6	8.9	11.4	19.4	41.7	1.8	19.1
	建 設 業	7.9	1.2	17.6	24.6	8.9	11.9	17.7	47.2	1.7	15.3
	不 動 産 業	9.8	1.4	16.3	22.8	7.3	13.4	16.3	47.5	2.1	16.2

（備考）最大3つまで複数回答

「調査員のコメント」から

全国中小企業景気動向調査表には、「調査員のコメント」として自由記入欄を設けている。ここでは、本調査の調査員である全国の信用金庫営業店職員から寄せられた声の一部を紹介する。

(1) 業況堅調

- ①幅広い家電製品を取扱いつつも、手厚いアフターフォロー等を行うことで固定客を多く抱えており、量販店と差別化ができています。(家電製品小売 青森県)
- ②内製化による外注費見直しを行ったことで、利益率が良化した。(電気工事業 群馬県)
- ③近隣に大型スーパーが出店したが、テレビ番組で取り上げられるなどして存在感を発揮しており、業績安定。(食品小売 静岡県)
- ④SNS (Instagram) を活用し、集客するための情報発信をこまめに行ってきたことで地域外のファンを多く獲得し、収益を安定させている。(青果・たこ焼き小売 愛知県)
- ⑤重機などの自己所有によってリース料を抑制し、他社よりも適正な請負価格を設定したことで、受注が増加傾向。(歯ブラシ卸売 大阪府)
- ⑥長年の取引先を多く有し、高齢化に伴う需要拡大も見込んでいるため、業況堅調。(墓石製造・販売 岡山県)
- ⑦営業能力の高い社員が増加したことにより、販路が拡大し、収益が増加している。今後も継続して営業活動を行い、取引拡大につなげたい。(焼酎卸売 鹿児島県)

(2) 苦境

- ①デジタル化等の対応が遅れ、若年層を取り込めていないため、顧客数が縮小している。(書籍・文房具小売 北海道)
- ②従来夏場の収益源となる飲料の売上が、酷暑に伴う外出控えによって不振である。(コンビニエンスストア 宮城県)
- ③商店街の過疎化が進み、売上が減少傾向にある。ダイレクトメッセージの発送等を通じた販促活動に力を入れ、顧客を呼び込みたい。(和菓子製造・販売 埼玉県)
- ④大口取引先が営業拠点を海外に移してしまい、赤字経営が見込まれることから、廃業せざるを得ない状況となった。(光学機械部品製造 埼玉県)
- ⑤公共事業等の大型受注案件は、建設業者同士の競争が激しいため、順調な案件獲得に結び付けられていない。(土木工事業 静岡県)
- ⑥売上自体は変わらないが、電子決済システムを導入したことで、固定費用やアップデート時の更新費用等の負担が生じ、収益を圧迫している。(ガソリンスタンド 大阪府)
- ⑦外国人を中心に利用者は増加傾向にあるが、渡航の取りやめや急なキャンセル等が発生しており、サイクルの安定化に苦心している。(ウィークリーマンション運営 鹿児島県)

(3) 販売価格・仕入価格

- ①資材高騰の影響が長期間続いており、利幅の確保に苦戦している。販管費削減、採算管理等により、利益率の改善に向けて取り組んでいる。(住宅建築・修繕 北海道)
- ②物価高騰で仕入値が上がる一方、販売価格に転嫁できない状況が続いている。今期はベースアップを行ったため、利幅確保のための方策を模索中。(食肉総合卸売 秋田県)
- ③新商品投入やデジタル広告等によって若年層顧客の開拓を進めたことで、客数や客単価の向上につながった。仕入価格は上昇しているが、収益面で問題はない。(飲食業 山形県)
- ④売上高は堅調だが価格転嫁が十分でなく、収益性が低下。値上げを検討している。(天井・天ぷら 静岡県)
- ⑤仕入価格の高騰と売上高の減少により、利益の大幅減少が見込まれる。新規取引先の開拓等を活発化しなければ、この状況の打破は難しい。(和陶器等卸売 岐阜県)
- ⑥依然として原材料価格は上昇しており、今年の10月から価格転嫁のために10%程度の値上げを行う予定。何とか利幅を維持したい。(生コン製造 岡山県)
- ⑦材料価格は上昇しているが、価格転嫁も行っているため、利益率を維持できている。(写真撮影 沖縄県)

(4) 人手不足・対策

- ①ニセコでのアルバイト時給が高騰していることから、人員が不足しており、パートタイマーの確保が難しくなっている。(ギフト商品小売 北海道)
- ②新たな設備を導入したものの、扱うにあたって専門的な技術が必要となるため、既存の従業員への教育ないしは新規採用を要する。(自動車整備・販売業 秋田県)
- ③人手不足のまま、事業の継続や技術革新への対応、市場の動向把握等を行うことは困難であるため、多様な人材の確保に注力していく。(総合建設業 山形県)
- ④外国人労働者の雇用に際して、住環境の整備や教育体制の整備を課題としている。(電気部品製造 群馬県)
- ⑤人手不足が継続しており、残業して対応せざるを得ない。今後は同業他社をM&Aで買収することも視野に入れている。(総合建設業 新潟県)
- ⑥既存社員の多能工化を図ることで、人手不足に対応している。(米・飯・パン製造 新潟県)
- ⑦IT化を推進して作業の効率化を図りたいが、現在の人員ではIT機器を使いこなせる人材がいらないため、導入に踏み切れない。従業員の育成が急務。(塗料卸売 沖縄県)

(5) 為替相場

- ①肉牛相場は回復基調にあり、国内の配合飼料価格も緩やかに下落しているが、円安が続き、輸入飼料は高止まりしている。(畜産業 北海道)
- ②鋳物の主材料は自動車メーカーの廃材が多いことから、多少円高の方が望ましい。(マンホール鉄蓋製造 埼玉県)
- ③当社は内需が中心のため、為替相場は円高になることを望んでいる。(型枠工事業 新潟県)
- ④燃料価格は、仕入価格や販売価格が見直されるため、円安、円高どちらにもメリットデメリットが生じるが、円安の方が収益性はやや安定する。(石油製品卸売 長野県)
- ⑤輸入車部品販売業のため、為替相場に業績が左右され、現状利幅が薄くなっている。為替変動リスクをコントロールすべく、為替予約を導入した。(自動車部品小売 滋賀県)
- ⑥取扱商品で使用する資材はインドネシア等から輸入してきているため、為替の影響は少なからずある。(クローゼット扉等製造 和歌山県)
- ⑦取引先は国内企業のみであるため、直接的な為替相場による影響はないが、徐々に高騰している原材料や光熱費等について不安を感じる。(段ボールケース製造 兵庫県)

(6) 海外情勢による影響

- ①中国が日本産の水産物等を禁輸して以降、中国と取引のある企業からの受注が減少。禁輸解除までは時間を要するため、不安が続く。(梱包資材等卸売 北海道)
- ②米国関税による影響から受注見送り等が発生し、製造工程を停止せざるを得ないケースが発生した。今後の影響についても不安視している。(省力化機械製造 秋田県)
- ③輸出版売メインで、中国との取引において米国の関税政策の影響を受けている。韓国・台湾で営業を強化したことで、売上回復傾向にある。(酒類等卸売 埼玉県)
- ④少なからず米国関税等の影響で商品の遅延や高騰が生じている。問屋との交渉や他部署との協力でのいしていく。(医薬品小売 千葉県)
- ⑤主要取引先がある中国における売上減少の影響が大きく、業況悪化。やむを得ず、取引先の金融機関に対して条件変更を依頼した。(油圧部品加工 静岡県)
- ⑥昨今の海外情勢によって、仕入コストの増加等で影響を受ける可能性が高い。今後は仕入先や販路を複数確保するなど、リスクヘッジに努めたい。(家具・仏壇小売 愛知県)
- ⑦米国関税の件で、大手自動車メーカー関連の受注が見合わせになるなど、影響は大きく出ている。今後もそうした影響は続く見通し。(総合建設業 三重県)
- ⑧米国関税による影響は特段ないが、心理的にこの先どうなるのかという不安がある。(家電小売 愛媛県)

(7) 金融機関への要望等

- ①時代背景から非対面チャネルが増えることは否定しないが、対面による利点も多くあると考えているので、従来の定例訪問も引き続き行ってほしい。(油圧機械製造 北海道)
- ②慢性的な人員不足という問題を抱えているため、金融機関からそれを解消できるような支援をしてもらえるとありがたい。(自動車運転教習所 山形県)
- ③頻繁な人事異動を行わず、要望に対して迅速に対応してもらえるとありがたい。(自動車シート縫製業 愛知県)
- ④訪問頻度を高め、情報提供にかけける時間を増やしてもらえることを期待している。(クリーニング業 滋賀県)
- ⑤地域金融機関に対しては、助成金や補助金についての情報提供を望んでいる。(紙類全般卸売 大阪府)
- ⑥現在、書類の授受等は対面が中心となっているが、取引金融機関が多く、管理が煩雑であることから、メールやチャットの拡充を希望する。(住宅建設業 大阪府)
- ⑦集客や売上等はコロナ禍の影響が全くなくなるほど改善された。自身も不安定な環境のなか、支えてくれる金融機関には感謝している。(土産菓子小売 香川県)

(8) 前向きな取組み

- ①新たにフードデリバリーサービスを導入し、来店客以外の顧客層拡大を目指す。(ハンバーグ店 埼玉県)
- ②自社製品のマーケティング、ブランディングを副業人材を活用して進めていく方針。(育児用品製造 石川県)
- ③熱中症対策として、1時間に1回は休憩を取らせるようにしている。もし事故が発生した場合はライン報告をするような体制も整えている。(総合建設業 静岡県)
- ④顧客ニーズを把握するとともに、もう1つグレードの高い商品を買ってもらおうよう、話法の改善を図っている。(電化製品販売 静岡県)
- ⑤ベトナムの大学と提携し、優秀な現地学生をエンジニアとして採用するスキームを確立。将来的に東南アジアでの現地法人の設立も見据えている。(省力化機械製造 愛知県)
- ⑥電子カルテをはじめとしたDX化を進めるなかで、人間がする仕事、AIに任せられる仕事の分けを行っている。(医薬品販売 大阪府)
- ⑦新規取引先を拡大するため、外部コンサルと契約することで、営業部門のレベルアップを図る。(ワントン・餃子製造 広島県)
- ⑧ふるさと納税向けの商品に力を入れており、売上が好調である。業務のデジタル化も進めており、効率化が進んでいる。(ドライフルーツ製造 宮崎県)

※本稿の地域区分のうち、関東は茨城、栃木、群馬、新潟、山梨、長野の6県。首都圏は埼玉、千葉、東京、神奈川の1都3県。東海は岐阜、静岡、愛知、三重の4県。九州北部は福岡、佐賀、長崎の3県。南九州は熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄の5県