

# 調 査

## 第155回全国中小企業景気動向調査 (2014年1～3月期実績・2014年4～6月期見通し)

### 1～3月期業況は小幅低下ながら マインド改善基調を維持

#### 【特別調査－消費税率引上げの影響と賃金・価格改定の動向】

信金中央金庫

地域・中小企業研究所

#### 調査の概要

1. 調査時点：2014年3月3日～7日
2. 調査方法：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
3. 標本数：15,713企業（有効回答数 14,341企業・回答率 91.3%）  
※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71.6%
4. 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)

1. 14年1～3月期(今期)の業況判断D.I.は△2.8と、前期比0.3ポイントの小幅な水準低下となった。ただ、前回調査における今期見通し(△6.1)を3.3ポイント上回っており、マインド改善基調は維持された。

収益面では、前年同期比売上額および収益の判断D.I.が、それぞれ6.3、△2.0と、ともに改善した。販売価格判断D.I.は3.9と小幅上昇した。人手過不足判断D.I.は△16.2と、不足感が拡大した。業種別の業況判断D.I.は小売業と不動産業で小幅改善したものの、それ以外の4業種では低下した。地域別には、改善6地域、低下5地域とまちまちだった。

2. 14年4～6月期(来期)の予想業況判断D.I.は△17.2、今期実績比14.4ポイントの大幅な悪化見通しとなっている。業種別には全6業種で、地域別にも全11地域で悪化する見通しにある。

#### 業種別天気図

時期 業種名	2013年 10月～12月	2014年 1月～3月	2014年 4月～6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

# 1. 全業種総合

## ○マインド改善基調は維持

14年1～3月期(今期)の業況判断D.I.は、前期比0.3ポイントの小幅低下で△2.8となった(図表1)。4四半期ぶりの水準低下ではあるが、前回調査における今期見通し(△6.1)を3.3ポイント上回っており、マインドの改善基調は維持されている。

収益面では、前年同期比の売上額判断D.I.がプラス6.3、同収益判断D.I.が△2.0と、それぞれ前期比3.0ポイント、同2.1ポイント改善した。なお、前期比売上額判断D.I.は△2.0、同収益判断D.I.は△7.4と、季節的な要因により、それぞれ前期比10.6ポイント、同7.9ポイントの水準低下となった。

販売価格判断D.I.はプラス3.9、前期比0.3ポイントの上昇と、販売価格を「下降」と回答した企業の割合が一段と減少した(図表2)。一方、仕入価格判断D.I.は、同0.3ポイント低下のプラス29.7と、小幅ながら5四半期ぶりの上昇一服となった。

雇用面では、人手過不足判断D.I.が△16.2(マイナスは人手「不足」超)と、92年10～12月期(△19.2)以来、約21年ぶりの水準へ向けて人手不足感が一段と高まった(図表3)。

資金繰り判断D.I.は△13.0と、前期比0.5ポイントの小幅低下となった。

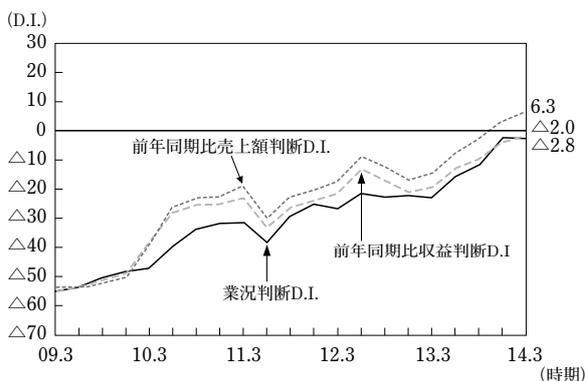
設備投資実施企業割合は前期比1.0ポイント上昇の22.0%と、4四半期続けての上昇となった。

業種別の業況判断D.I.は、不動産業と小売

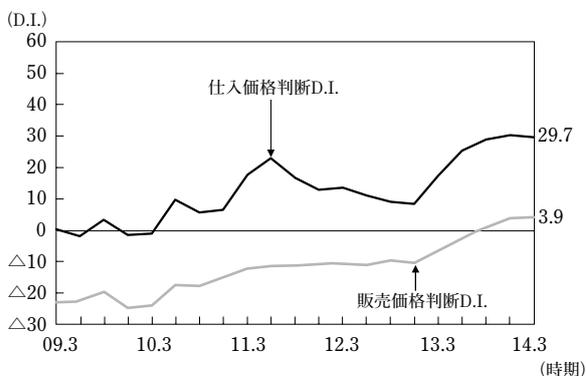
業で小幅改善したものの、それ以外の4業種では小幅の水準低下となった。なお、全般的に動きは小幅で、改善・低下の幅はプラスマイナス2.7の範囲にとどまっている。

地域別の業況判断D.I.は、全11地域中、6地域で改善、5地域で低下とまちまちだった。地域別の業況判断D.I.を水準面からみると、全

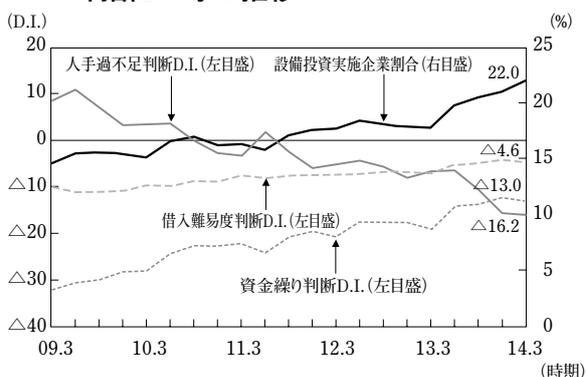
図表1 主要判断D.I.の推移



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



11地域中、九州北部(11.9)、近畿(4.3)、南九州(3.9)、東海(3.0)、中国(2.1)、の5地域でプラス水準となっている。

### ○急速に悪化の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△17.2、今期実績比14.4ポイントの大幅悪化の見通しとなっている。今回の予想拡大幅は、同時期の過去10年の平均(4.3ポイントの改善見通し)に対して大幅な悪化見通しとなっており、先行きは急速な悪化が見込まれている状況にある。

業種別の予想業況判断D.I.は、6業種全てで悪化する見通しとなっている。とりわけ、サービス業を除く5業種は、今期実績比で10ポイント超の大幅な悪化見通しとなっている。また、地域別では、全11地域で悪化が見込まれている。

## 2. 製造業

### ○業況は改善基調を維持

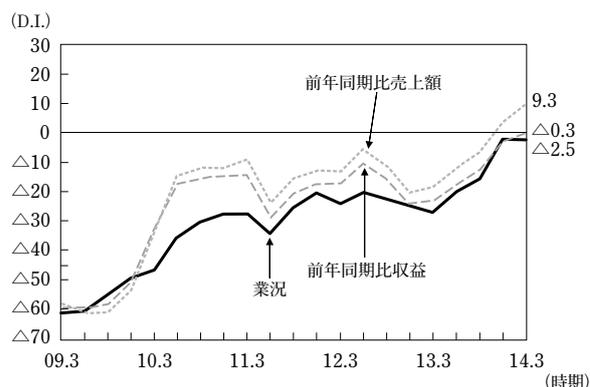
今期の業況判断D.I.は、前期比0.2ポイント低下の△2.5となった(図表4)。ただ、前回調査における今期見通し(△6.3)を上回っており、改善基調は維持されている。

前年同期比売上額判断D.I.は、前期比6.1ポイント改善のプラス9.3、同収益判断D.I.は、同3.2ポイント改善の△0.3となった。なお、前期比売上額判断D.I.および同収益判断D.I.は、それぞれ前期比12.2ポイント低下の△2.3、同9.8ポイント低下の△8.5となった。

### ○人手不足感が一段と強まる

設備投資実施企業割合は、前期比0.4ポイ

図表4 製造業 主要判断D.I.の推移



ント上昇の23.5%と、4四半期続けて上昇した。

人手過不足判断D.I.は、前期比1.1ポイント下降の△12.2と、4四半期続けて不足感が増している。なお、11年7~9月期以降、11四半期連続でマイナス(人手「不足」超)という状況が続いている。

残業時間判断D.I.は、前期比0.1ポイント上昇のプラス8.2となり、2四半期連続で残業時間「増加」企業が、残業時間「減少」企業を上回った。

原材料(仕入)価格判断D.I.は、前期比0.4ポイント上昇のプラス33.6と、原材料価格を「上昇」と回答した企業の割合は若干増加した。一方、販売価格判断D.I.は同1.3ポイント上昇のプラス0.9となり、販売価格「上昇」企業が5年半ぶりに「下降」を上回った。

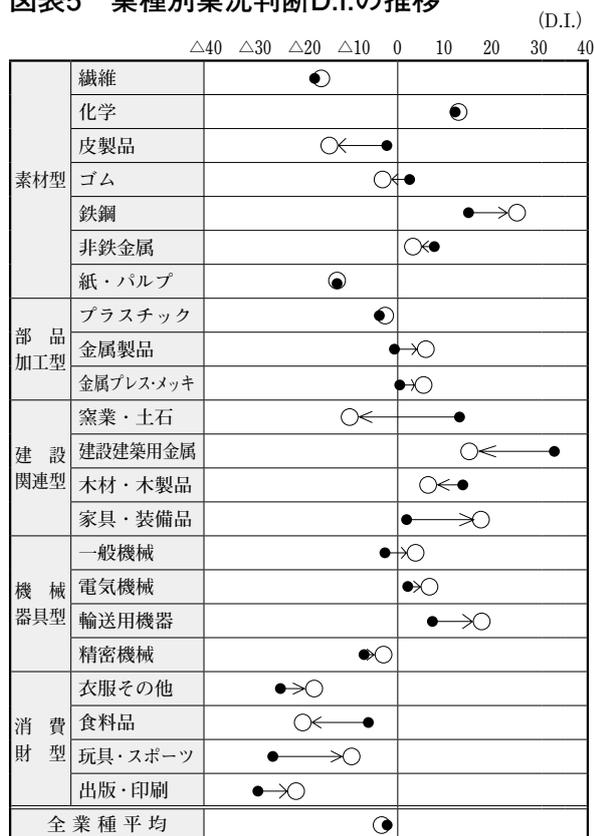
なお、資金繰り判断D.I.は、前期比0.9ポイント低下の△13.5となった。

### ○全22業種中13業種で改善

業種別業況判断D.I.は、製造業全22業種中、13業種で改善がみられた(図表5)。

素材型業種は、鉄鋼と繊維が改善となった

図表5 業種別業況判断D.I.の推移



●前期 (2013年10~12月期) ○今期 (2014年1~3月期)

ものの、他の5業種では横ばいないし小幅の低下となった。

部品加工型業種は、3業種全て改善した。とりわけ金属製品は、前期比6.7ポイントの改善となった。

建設関連型業種は、家具・装備品で改善したものの、それ以外の3業種は低下した。なかでも、窯業・土石は前期比24.7ポイントの大幅低下となった。

機械器具型業種は、4業種全てで改善した。とりわけ一般機械は、前期比6.6ポイントの改善となった。

消費財型業種では、食料品が低下したものの、衣服その他、玩具・スポーツ、出版・印刷は改善した。

### ○20人以上の階層では改善

販売先形態別の業況判断D.I.は、大メーカー型と中小メーカー型では改善がみられたものの、小売業者型と最終需要家型、問屋商社型では低下した。

外需主力型の業況判断D.I.はプラス4.8と、前期比2.6ポイントの低下となった。また、内需主力型は△2.9と、同0.4ポイント低下した。

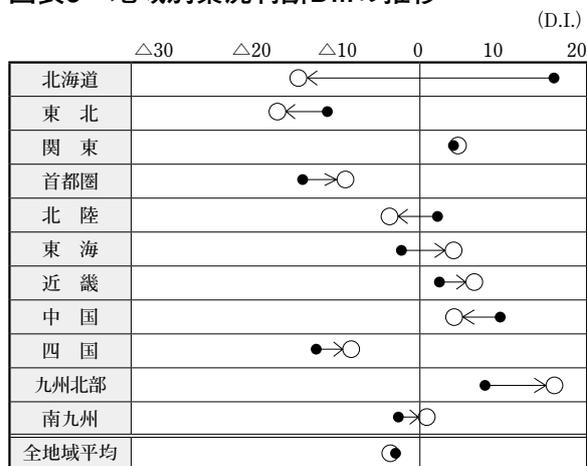
従業員規模別の業況判断D.I.は、1~19人の階層で低下したものの、それ以外の階層では改善した。とりわけ、100人以上の階層は前期比7.7ポイントの改善となった。

### ○全11地域中、改善は7地域

地域別の業況判断D.I.は、全11地域中、北海道、東北、北陸、中国の4地域を除く7地域で改善した。とりわけ九州北部では、前期比8.8ポイントと大幅に改善した (図表6)。

なお、水準面では、九州北部がプラス16.5と最も高く、これに近畿のプラス5.6、関東のプラス4.8などが続く。全11地域中、6地域でプラス水準となっており、5地域がマイナス水準となっている。

図表6 地域別業況判断D.I.の推移



●前期 (2013年10~12月期) ○今期 (2014年1~3月期)

### ○来期は悪化を見込む

来期の予想業況判断D.I.は△15.7と、今期実績比13.2ポイントの悪化を見込んでいる。

業種別には、全22業種中、食料品、玩具・スポーツを除く20業種で今期実績比悪化の見通しとなっている。このうち家具、建設建築用金属では、今期実績比30ポイント以上の大幅な悪化が見込まれている。

地域別には、北海道を除く10地域で悪化の見通しとなっている。

## 3. 卸売業

### ○業況は改善一服

今期の業況判断D.I.は、前期比2.7ポイント低下の△6.5と、4四半期ぶりの改善一服となった(図表7)。また、前年同期比売上額判断D.I.はプラス5.4、同収益判断D.I.は△3.9と、それぞれ前期比2.5ポイント、同1.5ポイント改善した。

### ○業種別の業況はまちまち

業種別の業況判断D.I.は、全15業種中、鉱物燃料、繊維品など7業種で改善した一方、農・

水・畜産物、玩具など8業種で低下した。地域別には、全11地域中、北陸、東海、近畿を除く8地域で低下した。なかでも、北海道、東北、関東、四国で10ポイント超の大幅低下となった。

### ○全業種・地域で悪化の見通し

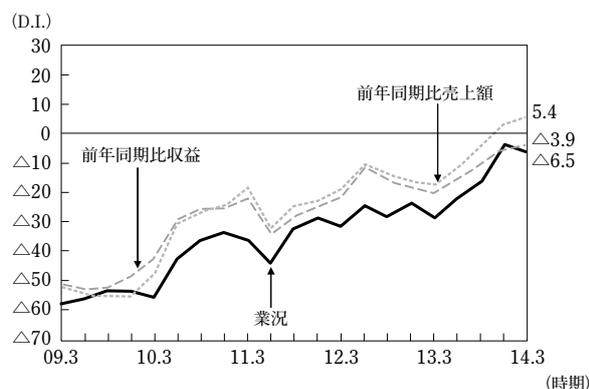
来期の予想業況判断D.I.は△22.3と、今期実績比15.8ポイントの大幅悪化を見込んでいる。業種別には、全15業種で悪化を見込んでおり、なかでも建築材料で30ポイント超、再生資源など4業種で20ポイント超のマイナス幅拡大見通しとなっている。地域別にみても、全11地域で悪化を見込んでいる。

## 4. 小売業

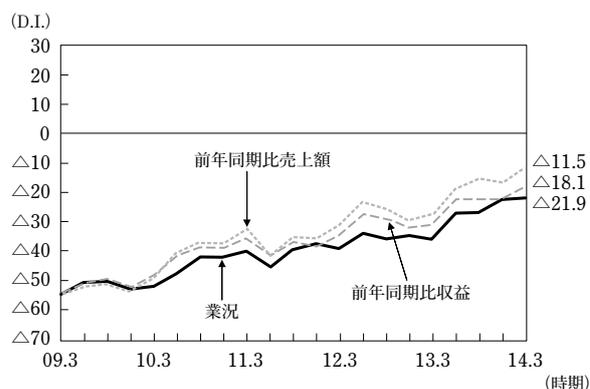
### ○業況は4四半期続けての改善

今期の業況判断D.I.は△21.9と、前期比0.1ポイントの小幅改善となった(図表8)。業況改善は4四半期連続である。前年同期比売上額判断D.I.は△11.5、同収益判断D.I.は△18.1と、それぞれ前期比4.9ポイント、同4.0ポイント改善した。

図表7 卸売業 主要判断D.I.の推移



図表8 小売業 主要判断D.I.の推移



### ○自動車、家具はプラスに転換

業種別の業況判断D.I.は、全13業種中、木材・建材、飲食店など7業種で低下した一方、6業種で改善した。なかでも、書籍・文具、自動車、家具、玩具の4業種で前期比10ポイント超の大幅改善となっており、うち自動車、家具はプラスの水準に転じている。地域別には、全11地域中5地域で低下した一方、中国、四国など6地域で改善した。

### ○全業種・地域で悪化の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△37.5と、今期実績比15.6ポイントの悪化を見込んでいる。業種別には、全13業種で悪化見通しとなっており、なかでも家具、自動車では今期実績比50ポイント前後の大幅悪化を見込む。地域別にみても、全11地域で悪化の見通しであり、なかでも東海では今期実績比40ポイント超の大幅悪化を見込んでいる。

## 5. サービス業

### ○業況は5四半期ぶりの改善一服

今期の業況判断D.I.は、前期比0.6ポイント低

下の△8.3と、5四半期ぶりの改善一服となった(図表9)。前年同期比売上額判断D.I.は前期比1.4ポイント低下し△4.6となった一方、同収益判断D.I.は前期比1.2ポイント改善し△7.7となった。

### ○業種別の業況はまちまち

業種別の業況判断D.I.は、全8業種中、自動車整備、情報・調査・広告など4業種で改善した一方、旅館・ホテル、娯楽など4業種で低下した。地域別には、全11地域中、北陸、近畿など4地域で改善した一方、北海道、東北など7地域で低下した。

### ○首都圏を除く10地域で悪化の見通し

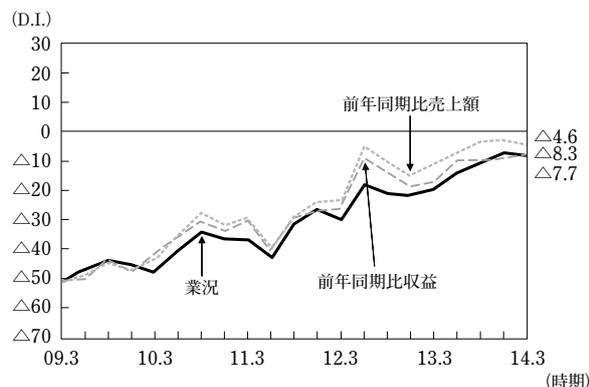
来期の予想業況判断D.I.は△15.3と、今期実績比7.0ポイントの悪化を見込む。業種別では、全8業種中、洗濯・理容・浴場など3業種で改善を見込む一方、自動車整備、情報・調査・広告など5業種で悪化を見込む。地域別では、全11地域中、小幅改善を見込む首都圏以外の10地域で低下の見通しとなっている。

## 6. 建設業

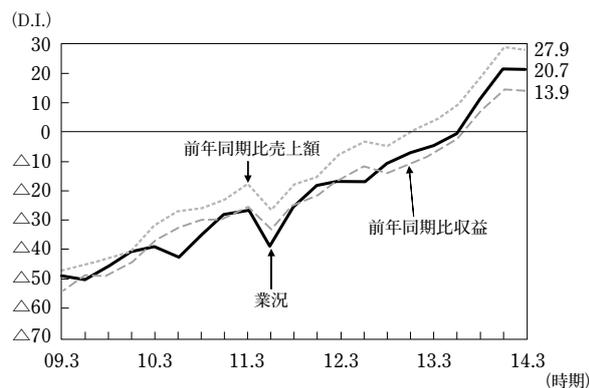
### ○業況は改善一服

今期の業況判断D.I.はプラス20.7と、前期比0.4ポイントの改善一服となった(図表10)。前年同期比売上額判断D.I.は前期比0.7ポイント低下のプラス27.9、同収益判断D.I.は前期比0.6ポイント低下のプラス13.9と、ともに小幅低下はしたものの、業況判断D.I.と同様、高い水準での推移となっている。

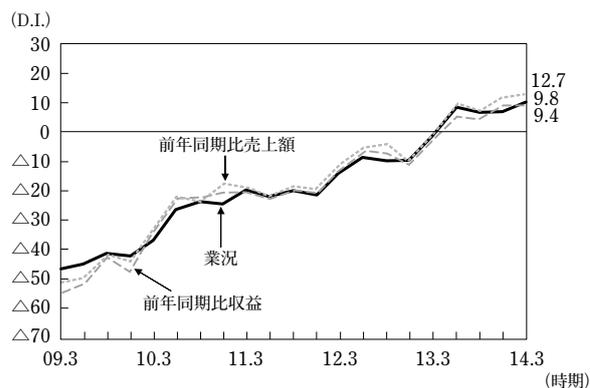
図表9 サービス業 主要判断D.I.の推移



図表10 建設業 主要判断D.I.の推移



図表11 不動産業 主要判断D.I.の推移



○全11地域中6地域で改善

業況判断D.I.を請負先別で見ると、中小企業向けが3四半期連続で改善したが、大企業、官公庁、個人向けは低下した。地域別には北海道、東北、関東、北陸、南九州で低下した一方、残る6地域は改善した。なお、業況判断D.I.の水準では、東北と九州北部でプラス30を超えるなど、高水準を維持している。

○全請負先・地域で悪化の見通し

来期の予想業況判断D.I.は0.0と、今期実績比20.7ポイントの大幅悪化を見込む。請負先別では、全4先、地域別には、全11地域で悪化を見込んでいる。特に、東海、九州北部、南九州は30ポイント超の悪化見通しである。

7. 不動産業

○2四半期連続で改善

今期の業況判断D.I.は、前期比2.7ポイント改善のプラス9.8となった(図表11)。前年同

期比売上額判断D.I.は前期比1.0ポイント改善のプラス12.7、同収益判断D.I.は前期比0.3ポイント改善のプラス9.4となり、業況ともども2四半期連続で改善した。

○全11地域中8地域で改善

業況判断D.I.を業種別にみると、全5業種で改善した。地域別では、全11地域中、東北、関東など3地域で低下したものの、残る8地域では改善した。特に、四国は10ポイント超の大幅改善となった。なお、業況判断D.I.の水準では、中国、九州北部、南九州がプラス20を超えるなど、相対的に高い水準にある。

○5四半期ぶりのマイナス水準見通し

来期の予想業況判断D.I.は、今期実績比13.9ポイント悪化の△4.1と、5四半期ぶりのマイナス水準を見込む。業種別では全5業種、地域別でも全11地域で悪化する見通しである。

## 特別調査

### 消費税率引上げの影響と賃金・価格改定の動向

#### ○小規模企業ほど対応に苦慮

消費税率引上げ分の販売価格への反映（転嫁）については、33.5%が「全て反映できる」、35.1%が「一部の反映にとどまる」と回答し、消費税率引上げ分について、約70%の中小企業が販売価格への一定の反映が可能と見込んで

いることがわかった（図表12）。一年前の同一内容の調査と比較すると、「わからない」との回答が約20ポイント減少したのに対し、「全て反映できる」との回答が約20ポイント上昇しており、消費税率引上げ分の販売価格への反映（転嫁）が一定の割合で浸透している様

図表12 消費税率引上げ分の販売価格への反映

（単位：%）

		何らかの反映が可能			まったく反映できない	わからない
		全て反映できる	一部の反映にとどまる			
全 体		68.5	33.5	35.1	8.6	22.9
地 域 別	北 海 道	77.0	42.9	34.1	6.4	16.6
	東 北	77.2	45.9	31.3	6.5	16.4
	関 東	74.5	40.6	33.9	7.3	18.2
	首 都 圏	59.3	23.6	35.7	10.7	30.0
	北 陸	71.5	41.2	30.4	8.6	19.9
	東 海	73.9	44.7	29.1	7.5	18.6
	近 畿	72.4	34.6	37.9	8.0	19.5
	中 国	71.9	36.3	35.6	6.3	21.8
	四 国	62.8	25.8	37.0	8.2	29.0
九 州 北 部	65.0	24.4	40.6	8.6	26.4	
南 九 州	67.3	28.0	39.3	9.6	23.1	
従 業 員 規 模 別	1 ～ 4 人	59.5	26.3	33.2	11.8	28.7
	5 ～ 9 人	68.5	32.1	36.4	7.9	23.7
	10 ～ 19 人	72.8	35.8	37.0	7.2	20.0
	20 ～ 29 人	73.7	37.4	36.3	6.7	19.7
	30 ～ 39 人	78.6	43.8	34.8	5.1	16.3
	40 ～ 49 人	78.4	43.2	35.2	5.7	15.9
	50 ～ 99 人	77.1	43.2	33.9	6.0	16.9
	100 ～ 199 人	77.0	43.4	33.6	7.8	15.2
	200 ～ 300 人	80.8	45.8	35.0	5.8	13.3
業 種 別	製 造 業	66.4	33.2	33.2	8.9	24.8
	卸 売 業	75.1	42.4	32.6	7.1	17.8
	小 売 業	71.4	35.1	36.3	7.2	21.4
	サ ー ビ ス 業	63.9	29.8	34.0	11.7	24.4
	建 設 業	69.0	30.2	38.8	6.9	24.2
	不 動 産 業	66.7	27.2	39.5	11.1	22.2

（参考）第151回（2013年1～3月期）

		何らかの反映が可能			まったく反映できない	わからない
		全て反映できる	一部の反映にとどまる			
全 体		45.3	12.9	32.4	12.7	42.0

子がうかがえる。

一方、従業員規模別では、従業員数20人未満の小規模階層では、25.2%が「わからない」と回答しており、依然として小規模企業ほど対応に苦慮している模様だ。

### ○約4割の企業が売上げ減少を危惧

消費税率引上げに伴う売上げへの影響については、「どちらともいえない(31.3%)」が最も

高い回答割合となり、次に「わからない(17.5%)」が続き、約半数の中小企業では消費税率引上げに伴う売上げへの影響が明確に把握できていないことが明らかとなった(図表13)。

一方、売上げが減少すると回答した割合は合わせて39.5%となった。「今年4月末頃まで減少(3.0%)」「今年6月末頃まで減少(14.0%)」「今年9月末頃まで減少(11.0%)」「今年12月末頃まで減少(5.8%)」と回答しており、3

図表13 消費税率引上げに伴う売上げへの影響

(単位：%)

		今年4月末頃まで減少	今年6月末頃まで減少	今年9月末頃まで減少	今年12月末頃まで減少	来年以降も減少	どちらともいえない	影響はない 変わらない	むしろ増加する	わからない	その他
全	体	3.0	14.0	11.0	5.8	5.7	31.3	11.0	0.6	17.5	0.2
地域別	北海道	3.1	12.2	8.2	4.6	5.1	34.0	15.7	0.8	15.9	0.4
	東北	4.0	15.9	10.6	3.8	6.3	34.0	12.1	0.7	12.5	0.1
	関東	3.4	16.2	12.8	5.5	4.7	31.3	11.1	0.6	14.2	0.2
	首都圏	2.5	11.1	10.3	7.3	6.9	30.3	9.6	0.5	21.3	0.1
	北陸	2.7	13.2	12.9	3.8	5.8	34.7	9.7	0.3	16.8	0.2
	東海	4.4	18.7	13.8	5.1	4.4	26.8	12.0	0.7	14.0	0.1
	近畿	3.1	17.2	11.5	5.7	4.3	31.0	11.0	0.4	15.6	0.2
	中国	2.1	15.2	10.4	4.0	6.6	31.0	13.9	0.2	16.3	0.3
	四国	1.9	14.5	10.4	5.8	5.1	30.2	10.1	1.4	20.0	0.5
	九州北部	3.2	10.4	10.9	6.0	6.8	30.8	10.0	0.3	21.6	0.0
	南九州	3.1	10.8	9.6	5.9	6.2	36.8	8.9	0.5	18.0	0.2
従業員規模別	1～4人	2.5	12.4	10.5	6.3	8.7	28.8	9.1	0.4	21.1	0.2
	5～9人	2.9	13.5	10.4	6.6	5.4	31.4	10.5	0.4	18.7	0.2
	10～19人	4.0	13.9	12.2	6.2	4.0	32.8	10.5	0.6	15.6	0.2
	20～29人	2.5	16.1	11.6	4.1	3.6	33.5	12.4	0.7	15.2	0.2
	30～39人	2.9	15.0	13.8	4.2	4.2	31.3	15.0	0.8	12.9	0.0
	40～49人	4.4	17.9	9.1	3.8	3.8	31.3	15.2	1.0	13.2	0.3
	50～99人	3.6	16.6	10.5	4.5	2.5	34.9	14.6	0.5	11.9	0.3
	100～199人	2.4	14.9	12.5	4.3	2.4	35.7	14.1	1.2	12.2	0.4
	200～300人	0.8	16.7	12.5	6.7	0.8	35.0	15.0	0.8	11.7	0.0
業種別	製造業	2.7	14.5	9.9	4.7	4.1	33.2	10.6	0.6	19.5	0.2
	卸売業	4.1	17.3	12.0	5.7	4.9	29.4	10.1	0.5	15.7	0.3
	小売業	5.2	18.1	11.8	6.8	8.7	24.8	6.8	0.4	17.2	0.2
	サービス業	2.0	10.5	9.0	5.5	7.0	31.8	14.9	0.7	18.5	0.1
	建設業	1.9	9.9	11.6	6.5	5.0	35.8	13.1	0.8	15.2	0.2
	不動産業	1.6	10.6	14.7	7.1	6.1	31.0	13.6	0.3	15.1	0.0

割以上の中小企業は、消費税率引上げに伴う売上げの減少は今年中の解消が見込まれると考えている模様だ。

価格の全面的な引上げ(17.4%)」をあわせた回答が4割を超え、多くの中小企業が消費税率引上げ後の収益確保策として、販売価格への転嫁を考えていることがわかった(図表14)。

### ○主な収益確保策はいっそうの経費節減

消費税率引上げ後の収益確保策については、「いっそうの経費節減につとめる」が37.3%と最も高い回答割合となった。一方、「販売価格の個別品目ごとの見直し(26.5%)」と「販売

また、「現状の業容を拡大する(12.4%)」「新事業・分野への進出を検討する(5.4%)」といった回答もあり、前向きな収益確保策を考えている中小企業も一定割合存在することが確認できた。

図表14 消費税率引上げ後の収益確保策

(単位：%)

		販売価格の全面的な引上げ	販売価格の個別品目毎の見直し	新事業・分野への進出を検討	仕入価格の上昇を抑える	新規仕入先の検討	駆け込み需要の平準化	いっそうの経費節減	現状の業容を拡大する	これまでと変わらない	その他
全	体	17.4	26.5	5.4	24.9	8.3	8.7	37.3	12.4	23.5	0.8
地域別	北海道	19.4	28.7	3.3	28.8	6.6	7.0	45.0	9.8	20.4	0.7
	東北	20.4	28.7	6.3	24.2	7.5	8.9	44.8	11.8	21.4	1.3
	関東	17.9	30.8	6.3	25.0	8.3	9.1	39.2	14.1	23.0	1.2
	首都圏	13.8	23.2	4.0	21.8	8.1	8.2	34.1	10.9	28.1	0.6
	北陸	18.9	28.2	4.9	22.2	7.7	8.2	34.6	11.2	23.8	1.3
	東海	17.8	24.7	8.7	26.2	9.3	8.9	39.1	17.0	21.8	0.6
	近畿	18.8	29.2	6.5	27.5	8.8	10.6	37.9	13.7	18.8	1.1
	中国	19.0	25.0	5.5	24.7	6.5	8.0	32.4	13.4	26.7	1.3
	四国	18.1	24.3	4.6	21.9	7.2	9.9	33.5	9.9	25.1	0.5
九州北部	18.7	29.2	4.5	28.2	10.0	7.0	38.8	10.4	20.9	0.3	
南九州	21.1	27.7	6.0	27.3	10.1	7.8	34.7	12.2	21.8	0.6	
従業員規模別	1～4人	17.2	23.4	3.6	19.8	7.5	7.7	33.9	8.0	29.3	0.7
	5～9人	18.3	26.8	4.7	27.0	9.2	9.5	36.1	12.1	22.1	0.8
	10～19人	17.7	29.3	6.3	27.7	9.0	9.6	38.8	14.5	19.6	1.0
	20～29人	19.2	28.6	6.5	27.9	8.8	8.3	39.9	14.7	20.1	0.7
	30～39人	14.9	26.8	7.5	27.6	7.5	8.5	41.3	18.3	21.4	1.2
	40～49人	18.3	29.0	6.7	25.7	7.4	7.9	44.2	18.8	18.9	0.8
	50～99人	14.6	27.2	9.5	29.4	9.2	10.7	39.9	17.3	19.4	0.4
	100～199人	12.6	30.3	10.6	31.5	6.7	7.5	42.1	13.4	17.3	2.0
	200～300人	15.8	30.8	8.3	25.0	5.0	5.8	45.0	8.3	25.0	0.0
業種別	製造業	15.5	26.6	6.9	25.3	8.6	7.4	38.2	12.6	23.8	1.0
	卸売業	19.7	28.6	6.7	27.3	9.5	8.6	32.9	14.3	20.6	0.4
	小売業	22.2	32.0	4.1	22.8	8.8	8.6	38.4	7.4	20.3	0.7
	サービス業	16.1	23.5	5.0	19.1	5.5	5.2	40.7	13.3	27.4	1.2
	建設業	16.7	22.4	3.2	30.8	8.8	12.6	39.5	12.9	22.8	0.7
	不動産業	14.4	23.2	5.1	22.2	7.3	12.8	28.6	16.9	29.0	0.7

○賃金引上げは約2割にとどまる

今春の賃金引上げについては、「実施していない(83.4%)」と回答した割合が「実施した(16.6%)」を上回る結果となった(図表15)。「実施した」の理由としては、「従業員の処遇改善(8.4%)」「自社の業績改善を反映(3.9%)」との回答が多い。一方、「実施していない」の理由としては、「当面のところは様子をみてい

る(34.6%)」「景気見通しが不透明(25.2%)」との回答が多く、賃金引上げに慎重な中小企業経営者が多いことがわかる。

従業員規模別にみると、従業員数100人以上の階層で賃金引上げ実施が32.3%となったのに対し、従業員数4人以下の階層では7.1%にとどまり、従業員数が少ない小規模企業ほど賃上げを実施していない様子がうかがえる。

図表15 賃金改定の有無とその理由

(単位：%)

		賃上げを実施						賃上げを未実施					
		アベノミクスの流れを踏襲	従業員の処遇改善	自社の業績改善を反映	人手不足のため賃金上昇	その他	自社の業績低迷	景気見通しが不透明	諸経費増で支払余力なし	当面様子をみる	その他		
全	体	16.6	1.5	8.4	3.9	1.9	0.9	83.4	16.5	25.2	6.0	34.6	1.1
地域別	北海道	20.6	1.4	12.1	3.4	2.1	1.4	79.4	12.5	27.4	6.5	31.4	1.6
	東北	23.9	0.8	13.4	5.3	3.5	0.9	76.1	17.3	21.6	9.2	26.6	1.4
	関東	18.7	1.0	10.5	4.4	1.5	1.3	81.3	19.9	24.0	5.3	30.4	1.8
	首都圏	10.8	1.1	5.0	2.7	1.4	0.5	89.2	18.6	25.9	5.9	38.2	0.7
	北陸	17.1	2.5	8.4	4.0	1.6	0.6	82.9	17.4	23.1	6.2	35.1	1.1
	東海	22.6	2.0	13.2	4.2	2.1	1.1	77.4	15.4	23.9	5.2	31.3	1.6
	近畿	20.1	1.9	9.2	5.4	2.4	1.2	79.9	15.7	25.6	5.1	32.4	1.1
	中国	15.9	0.8	9.5	2.2	2.2	1.2	84.1	16.7	22.7	7.9	35.6	1.2
	四国	13.9	0.5	6.7	3.7	2.5	0.5	86.1	16.9	23.6	6.2	38.1	1.2
	九州北部	12.9	2.3	4.5	4.5	1.3	0.2	87.1	11.0	30.4	5.0	39.9	0.8
	南九州	12.9	2.7	5.2	3.6	0.7	0.6	87.1	13.8	26.2	7.0	39.0	1.1
従業員規模別	1～4人	7.1	1.2	3.1	1.4	1.0	0.5	92.9	21.2	26.1	7.5	36.9	1.3
	5～9人	13.7	1.0	6.8	3.1	1.9	0.9	86.3	16.6	27.9	6.5	34.6	0.6
	10～19人	20.8	1.9	11.2	5.3	2.1	0.4	79.2	14.3	26.5	5.4	32.3	0.7
	20～29人	21.5	1.6	11.6	4.8	2.4	1.2	78.5	14.1	23.6	4.2	35.0	1.6
	30～39人	28.8	2.0	16.0	6.3	2.8	1.7	71.2	11.6	23.7	6.2	28.3	1.3
	40～49人	28.6	2.1	15.0	6.9	2.9	1.6	71.4	13.3	20.5	4.5	31.5	1.6
	50～99人	30.7	2.3	15.2	8.6	2.8	1.8	69.3	10.8	19.5	3.2	33.8	1.9
	100～199人	31.5	3.2	14.3	8.8	2.4	2.8	68.5	9.2	17.5	4.0	37.5	0.4
	200～300人	34.2	2.6	21.4	6.8	0.9	2.6	65.8	4.3	14.5	0.9	44.4	1.7
業種別	製造業	17.4	1.3	9.8	4.2	1.1	1.0	82.6	17.5	24.8	6.2	33.1	1.1
	卸売業	17.3	1.7	8.7	4.7	1.0	1.1	82.7	17.9	24.8	5.6	33.2	1.2
	小売業	10.4	1.4	4.7	2.2	1.4	0.7	89.6	23.0	25.1	7.9	32.7	1.0
	サービス業	14.6	1.7	7.7	2.2	2.4	0.6	85.4	16.5	24.3	6.5	36.7	1.4
	建設業	23.1	1.5	10.7	5.5	4.6	0.8	76.9	9.4	27.3	5.0	34.3	0.8
	不動産業	16.2	2.1	7.4	4.5	1.4	0.8	83.8	8.5	25.7	2.9	44.9	1.7

○約半数の企業が価格改定を実施できず

主な製品・商品・サービスの価格改定については、「実施していない(79.9%)」と回答した割合が「実施した(20.1%)」を上回る結果となった(図表16)。「実施した」の理由としては、「原材料価格の上昇(11.3%)」「仕入先値上げ要請(5.2%)」との回答が多い。一方、「実施していない」の理由としては、「現状の価格は適正(28.5%)」が最も多いが、「競争激

化で改定困難(27.7%)」「顧客・販売先に受け入れられない(19.5%)」「むしろ価格を引き下げた(2.4%)」と、価格改定を実施できない中小企業が全体の約半数にのぼることが明らかとなった。

業種別にみると、価格改定を実施した割合が、卸売業(31.0%)で多いのに対し、不動産業(10.6%)、サービス業(12.5%)では少なく、業種ごとに温度差があらわれる結果となった。

図表16 主な製品・商品・サービスの価格改定の有無とその理由

(単位：%)

		価格改定を実施						価格改定を未実施					
		原材料価格の上昇	仕入先値上げ要請	人件費上昇	円安傾向の定着	その他	競争激化で改定困難	顧客・販売先が受け入れず	現状の価格は適正	むしろ価格を引き下げた	その他		
全	体	20.1	11.3	5.2	1.7	1.0	0.9	79.9	27.7	19.5	28.5	2.4	1.8
地域別	北海道	27.2	17.6	6.0	1.9	0.9	0.8	72.8	24.1	16.2	28.2	1.7	2.6
	東北	26.0	12.0	8.0	3.5	0.5	2.0	74.0	24.4	17.5	26.5	2.8	2.7
	関東	21.3	11.1	6.6	1.1	1.3	1.2	78.7	25.1	21.3	25.9	3.9	2.6
	首都圏	14.2	7.6	3.8	1.4	1.0	0.4	85.8	30.4	20.8	31.2	2.3	1.1
	北陸	19.7	12.6	4.5	1.0	0.5	1.1	80.3	26.5	17.0	32.0	2.3	2.4
	東海	24.0	13.5	6.0	1.8	1.6	1.1	76.0	26.2	20.0	23.6	3.7	2.6
	近畿	23.3	13.1	6.0	1.8	1.3	1.1	76.7	27.2	20.0	26.3	2.1	1.1
	中国	19.9	11.9	5.1	1.2	0.7	1.0	80.1	24.6	20.2	29.2	2.9	3.2
	四国	22.2	13.4	5.3	1.5	0.5	1.5	77.8	33.0	15.4	25.4	1.5	2.5
	九州北部	17.5	9.7	5.2	1.5	0.7	0.3	82.5	31.6	19.8	28.7	1.5	0.8
	南九州	18.9	11.4	3.7	2.3	1.1	0.5	81.1	26.1	17.7	33.7	1.3	2.3
従業員規模別	1～4人	15.7	8.1	5.3	0.8	0.7	0.8	84.3	28.2	20.2	31.8	2.5	1.6
	5～9人	19.7	10.4	5.5	1.9	1.0	0.9	80.3	28.5	18.5	29.2	2.7	1.5
	10～19人	22.0	13.1	5.5	1.8	1.1	0.5	78.0	27.7	20.1	26.7	1.8	1.7
	20～29人	24.9	14.5	5.3	2.6	1.6	1.0	75.1	27.3	20.0	23.2	2.2	2.4
	30～39人	26.1	16.3	4.9	2.1	0.9	1.9	73.9	26.9	18.3	23.7	1.5	3.5
	40～49人	22.1	12.0	5.4	1.8	1.0	2.0	77.9	25.7	17.2	30.1	2.4	2.5
	50～99人	26.4	17.6	4.1	2.5	2.0	0.3	73.6	25.6	18.4	24.9	3.1	1.5
	100～199人	19.3	9.8	2.0	3.9	3.1	0.4	80.7	28.3	20.5	24.4	4.7	2.8
	200～300人	26.3	19.5	1.7	3.4	0.8	0.8	73.7	20.3	25.4	27.1	0.8	0.0
業種別	製造業	19.2	13.9	2.6	0.8	1.3	0.6	80.8	27.0	25.7	23.9	2.7	1.6
	卸売業	31.0	13.1	13.6	0.5	2.8	1.0	69.0	25.1	16.3	24.6	1.9	1.1
	小売業	21.1	9.9	8.5	1.0	0.9	0.7	78.9	28.4	16.2	31.1	1.8	1.4
	サービス業	12.5	6.4	2.4	2.1	0.2	1.3	87.5	30.4	19.0	33.4	1.7	2.9
	建設業	22.6	12.8	3.6	5.2	0.1	0.9	77.4	31.2	16.1	26.8	1.2	2.1
	不動産業	10.6	5.3	2.0	1.5	0.4	1.4	89.4	21.6	12.6	45.5	7.2	2.6

## 「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) 今後を見据えた対応

- ・ 当社の技術力に対する取引先の評価が高く、受注は大幅に増えている。こうしたなか昨年来、従業員の残業時間が増え、人件費増加と人手不足が課題である。本年1月の大型機械設備の新規導入による生産性、効率性の向上により課題解決を図る。(自動車関連製造 静岡県)
- ・ 和食の世界文化遺産登録により海外からの需要を期待できることから、国内販売に加えて海外販売拡充を目指す営業戦略を立てた。(鰹節・削り節製造 静岡県)
- ・ 売上不振の要因は、古くから取引していた飲食店の廃業による取引先の減少である。今後、個人顧客を取り込むため、配達やご用聞きに精力的に力をいれていきたい。(米酒類販売 神奈川県)
- ・ 店頭で現物を確認してインターネットで一番安価な先から購入する消費者行動が一般化しているため、小売部門は厳しい。今後、カー用品の販売をベースに中古車販売、車検、定期点検に注力していく。(カー用品販売 静岡県)
- ・ ここ数年、新築着工の減少や大手ハウスメーカー等の台頭により、受注が減少している。本年は、リフォームや増築などに注力し安定的な収益確保を図る。(新築建物・増改築 埼玉県)

### (2) 直面する困難、試練

- ・ 原材料価格の高騰や電気料金の値上げでコスト高となり、販売先ホームセンターと値上げ交渉中であるものの、収益確保は難しい。消費税率引上げ後の収益を確保するため、今後一層の経費削減に努めていく。(ペット関連用品製造 静岡県)
- ・ 東北での震災復興の本格化により、木材の需要はあるものの、肝心の原木の調達が困難となり商機を逃している。また、今後の材料費の高騰も懸念材料である。(産業用製材製造 北海道)
- ・ 災害復旧工事等の増加により売上高は増えているものの、材料価格等の高騰で利幅が薄まり、先行き不透明である。(コンクリート二次製品製造 三重県)
- ・ 個人居酒屋の廃業や撤退により引き続き経営は厳しい。交際費非課税枠の拡大等先行き明るい材料はあるが、大幅な売上増加は見込めない。(酒類販売 静岡県)
- ・ 販売価格の全面的な引上げは困難であるため、仕入価格をいかに抑えるかが喫緊の課題である。こうしたなか、従業員の賃金引上げへの対応は困難である。(ダンボール製造 広島県)
- ・ 販売量が伸びないなか、電気代、ガス代、倉庫保管料の値上げと大雪の影響による野菜価格の値上がり経営を圧迫している。(調味料・エキス製造 静岡県)
- ・ 現場作業員、現場監督、オペレーターの人手不足、下請け先の外注費増加が経営を圧迫している。(土木重機建設業 石川県)
- ・ 大雪の影響で宿泊のキャンセルが相次いだことから、大幅に売上げが減少した。本年3月末からの観光シーズンに巻き返しを図りたい。(旅館業 山梨県)
- ・ 稼働停止中の原子力発電所関連からの大幅な受注減少が収益を圧迫している。景気見通しは引き続き不透明であるため、人員整理を検討している。(建設業 福井県)

### (3) 特別調査のテーマ（消費税率引き上げの影響と賃金・価格改定の動向）

- ・消費税率引き上げ分は販売価格への転嫁が可能であるが、円安による仕入れ価格の上昇を価格に転嫁できないので、今後の収益は厳しくなるだろう。（加工紙製造 静岡県）
- ・消費税率引き上げに関わらず、取引先維持の観点から販売価格を引き下げた。今後、利幅が薄くなっていくだろう。（精密部品製造 山梨県）
- ・消費税率引き上げ後の原材料等の高騰に伴う収益圧迫要因はあるが、前期に比べ需要過多で断るほど受注が増加し売上高は着実に伸びていることから、当面は利益を確保できるであろう。（金属製品製造 宮崎県）
- ・消費税率引き上げや円安による原材料費の値上りに伴い販売価格を上げざるを得ないが、上げ幅については大手メーカーの動向を見極めてから判断したい。（パン製造・販売 岩手県）
- ・アベノミクスは一部の大企業向け施策であって中小企業にとっては恩恵がまったくない。また、消費税率引き上げ後に景気が持ち直すというマスコミ報道等には根拠がないと感じる。（食料品販売 神奈川県）

### (4) その他

- ・同業者間の販売価格競争が依然続き収益は低下している。こうしたなか、エコカーやハイブリッドカー、エコ家電の普及による灯油販売量の減少も収益圧迫要因となっている。（石油製品販売 岩手県）
- ・インターネットを活用した効率的な広告・宣伝活動が成功し、黒字を確保できた。（仏壇・仏具販売 兵庫県）
- ・最近、SNSを活用した誘客を実施し、顧客の利用頻度が増加している。しかし、前期同様、人手不足や同業者との競合は相変わらず課題である。（スポーツマッサージ 三重県）
- ・工事入札は、震災特需が終わり通常ベースに戻っている。そのため、利益の減少は見込まれるが、売上高は維持できるだろう。（建設業 宮城県）
- ・太陽光パネル設置事業が売上高増加の主因となっており、太陽光発電事業が注目されるなか、さらに期待を寄せている。現在、蓄電システムに関心を抱いている。（電気工事 静岡県）
- ・公共・民間とも売上げ・受注状況は横ばいのなか、単価競争は依然厳しく、収益回復に至っていない。地方の中小企業においては、アベノミクスや東京オリンピックの効果は薄く、大幅な収益の改善は見込めない。（総合建設業 静岡県）
- ・アパート管理では空室や家賃未納が減り、不動産売買では低価格物件も動き出し、先行きに若干薄日が差している。（不動産仲介 静岡県）
- ・収益減少の主因は、工業団地への進出企業の撤退や家賃下落である。また、近隣エリアに格安ビジネスホテルが進出したことで賃貸客がホテル利用に切り替えている。（不動産仲介管理 石川県）

※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。