

調 査

第159回全国中小企業景気動向調査 (2015年1～3月期実績・2015年4～6月期見通し)

1～3月期業況は小幅低下で足踏み状態続く 【特別調査－「まち・ひと・しごと創生」と中小企業】

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：2015年3月2日～6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：15,843企業（有効回答数 14,487企業・回答率 91.4%）
※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72.1%
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. 15年1～3月期（今期）の業況判断D.I.は△9.8と、前期比2.3ポイントの低下となった。ただ、前回調査時点における今期見通し（△14.5、前期比7.0ポイントの低下見通し）に比べれば、小幅の低下にとどまった。

収益面では、前年同期比売上額判断D.I.が△6.7と同2.5ポイント低下、収益の判断D.I.は△10.5と同0.7ポイント改善した。販売価格判断D.I.は2.4と、1.5ポイント低下した。人手過不足判断D.I.は△17.2と不足感が3四半期ぶりに緩和した。業種別の業況判断D.I.は小売業と不動産業を除く4業種で低下した。地域別には11地域中、東海、中国、九州北部、南九州を除く7地域で低下した。

2. 15年4～6月期（来期）の予想業況判断D.I.は△8.2、今期実績比1.6ポイントの小幅改善見通しである。業種別には、建設業と不動産業を除く4業種で、地域別には11地域中、東海、中国、九州北部、南九州を除く7地域で改善する見通しにある。

業種別天気図

時期 業種名	2014年 10月～12月	2015年 1月～3月	2015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

○予想より小幅の低下にとどまる

15年1～3月期(今期)の業況判断D.I.は△9.8と、前期比2.3ポイントの低下となった(図表1)。ただ、前回調査時点における今期見通し(△14.5、前期比7.0ポイントの低下見通し)に比べれば、今回実績は小幅の低下にとどまった。

収益面では、前年同期比の売上額判断D.I.が△6.7と前期比2.5ポイント低下、同収益判断D.I.が△10.5と同0.7ポイントの小幅改善となった。なお、前期比売上額判断D.I.は△9.6、同収益判断D.I.は△12.5と、季節要因等により、それぞれ前期比11.8ポイント、同8.0ポイントの大幅低下となった。

販売価格判断D.I.はプラス2.4、前期比1.5ポイントの低下と、販売価格を「上昇」と回答した企業の割合が減少した(図表2)。また、仕入価格判断D.I.は、プラス26.3、同5.9ポイントの低下と、仕入価格を「上昇」と回答した企業の割合は減少した。

雇用面では、人手過不足判断D.I.が△17.2(マイナスは人手「不足」超、前期は△18.5)と、人手不足感が3四半期ぶりに小幅に緩和した(図表3)。

資金繰り判断D.I.は△11.9と、前期比0.9ポイントの小幅低下となった。

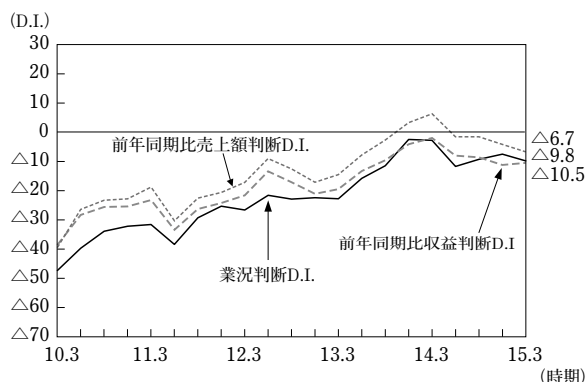
設備投資実施企業割合は前期比0.2ポイント上昇の21.4%となった。

業種別の業況判断D.I.は、小売業と不動産業を除く4業種で低下し、製造業が前期比4.7ポイント低下と最も大きな低下幅となった。

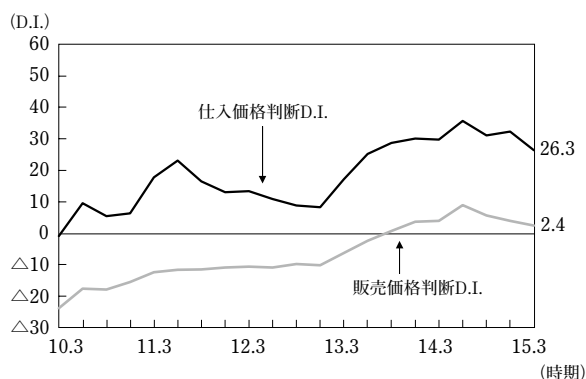
なお、不動産業は、2四半期連続のマイナス水準から再びプラス水準に転じた(同7.2ポイント改善して2.7)。

地域別の業況判断D.I.は、東海、中国、九州北部、南九州を除く7地域で低下となった。特に、北海道は前期比10.9ポイントの低

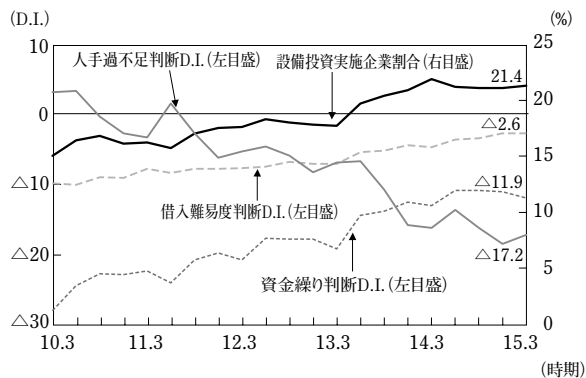
図表1 主要判断D.I.の推移



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



下、東北は同9.3ポイントの低下と、低下幅が相対的に大きかった。

○小幅ながら改善見通し

来期の予想業況判断D.I.は△8.2と、今期実績比1.6ポイントの改善見通しとなっている。なお、今回の予想改善幅は、過去10年の平均（2.1ポイントの改善見通し）をやや下回っている。

業種別の予想業況判断D.I.は、建設業と不動産業を除く4業種で改善する見通しとなっている。地域別では、東海、中国、九州北部、南九州を除く7地域で改善が見込まれている。特に、北海道、北陸、近畿で5ポイント以上の改善を見込んでいる。

2. 製造業

○業況は3四半期ぶりに低下

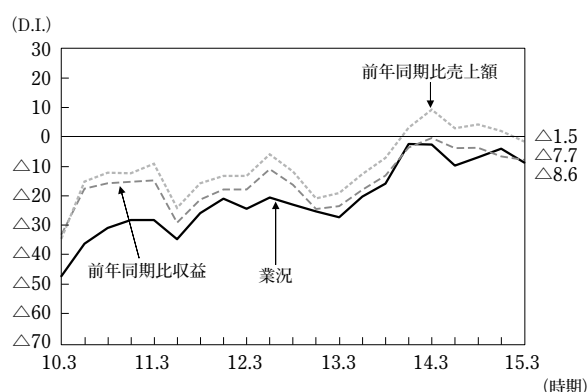
今期の業況判断D.I.は△8.6と、前期比4.7ポイント低下した（図表4）。業況低下は3四半期ぶり。なお、前回調査における今期見通し（7.8ポイントの低下見通し）に比べれば小幅な低下にとどまった。

前年同期比売上額判断D.I.は、前期比3.6ポイント低下の△1.5、同収益判断D.I.は、同1.2ポイント低下の△7.7となった。なお、前期比売上額判断D.I.は、前期比15.1ポイント低下の△8.2、同収益判断D.I.は、同10.4ポイント低下の△11.7となった。

○人手不足感は若干の緩和

設備投資実施企業割合は24.2%と、前期に

図表4 製造業 主要判断D.I.の推移



比べ0.1ポイントの小幅低下となった。

人手過不足判断D.I.は、△14.0(前期は△14.7)と、3四半期ぶりに不足感が若干緩和した。

残業時間判断D.I.は、プラス0.6（前期はプラス5.7）となり、6四半期連続で残業時間「増加」企業が、残業時間「減少」企業を上回ったが、前期に比べてその差は大きく縮まった。

原材料（仕入）価格判断D.I.は、前期比7.3ポイント低下のプラス29.9と、原材料価格を「上昇」と回答した企業の割合が大きく減少した。一方、販売価格判断D.I.は同2.0ポイント低下のプラス0.9となった。

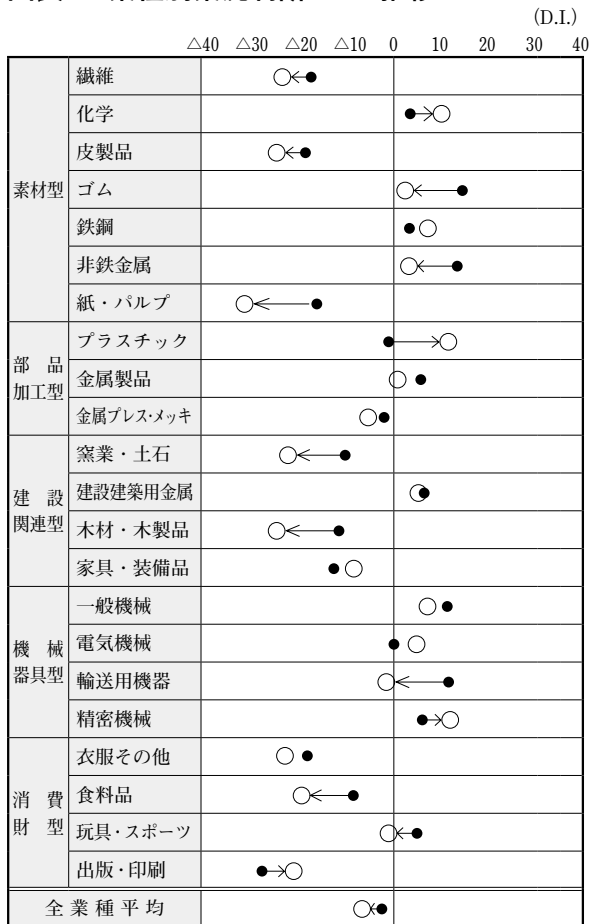
なお、資金繰り判断D.I.は、前期比0.9ポイント低下の△11.4となった。

○全22業種中改善は7業種のみ

業種別業況判断D.I.は、製造業全22業種中、7業種の改善にとどまった（図表5）。

素材型業種は、化学と鉄鋼が改善したものの、他の5業種では低下した。とりわけ、ゴム、非鉄金属、紙・パルプは前期比10ポイント超の大幅低下となった。

図表5 業種別業況判断D.I.の推移



●前期 (2014年10~12月期) ○今期 (2015年1~3月期)

部品加工型業種は、プラスチックが大幅改善したものの、それ以外の2業種では小幅低下した。

建設関連型業種は、家具で改善したものの、他の3業種は低下した。とりわけ、木材・木製品と窯業・土石は前期比10ポイント超の低下となった。

機械器具型業種は、電気機械と精密機械で改善、一般機械と輸送用機器で低下とまちまちだった。

消費財型業種では、出版・印刷が改善したものの、それ以外の3業種では低下した。

○従業員100人以上の階層はプラスを維持

販売先形態別の業況判断D.I.は、大メーカー型がプラス水準 (9.0) のまま前期比横ばいにとどまったものの、それ以外の形態では低下した。とりわけ、問屋商社型と小売業者型では前期比10ポイント以上の低下となった。

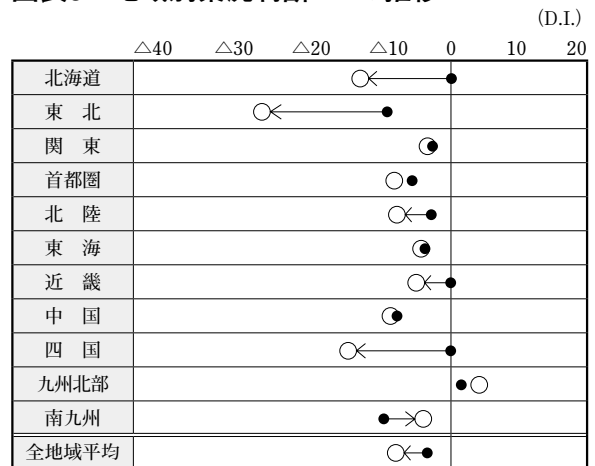
輸出主力型の業況判断D.I.は前期比4.0ポイント低下して△0.9となった。一方、内需主力型も同5.1ポイント低下して△8.7となった。

従業員規模別の業況判断D.I.は、すべての階層で低下した。ただ、100人以上の階層については、前期比7.3ポイント低下のプラス3.4と、全階層のなかで唯一のプラス水準を維持している。

○全11地域中改善は2地域のみ

地域別の業況判断D.I.は、全11地域中、九州北部と南九州を除く9地域で低下した。とりわけ、北海道、東北、四国では、前期比10ポイント超の大幅低下となった (図表6)。

図表6 地域別業況判断D.I.の推移



●前期 (2014年10~12月期) ○今期 (2015年1~3月期)

水準面では、九州北部がプラス4.7と、唯一のプラス水準にあり、相対的に改善が進んでいる。一方、東北は大幅低下(△12.4→△28.7)した結果、水準としては全11地域中、最も厳しい状況となった。

○改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△5.3と、今期実績比3.3ポイントの改善を見込んでいる。

業種別には、全22業種中、11業種で今期実績比改善の見通しにある。とりわけ、紙・パルプ、食料品、玩具・スポーツは前期比10ポイント超の大幅改善を見込んでいる。

地域別には、東海、中国、九州北部、南九州を除く7地域で改善の見通しとなっている。

3. 卸売業

○業況は2四半期続けて低下

今期の業況判断D.I.は△18.7、前期比3.6ポイント低下と、2四半期続けての低下となった(図表7)。

また、前年同期比売上額判断D.I.は△13.7、同収益判断D.I.は△16.5と、それぞれ前期比

6.3ポイント、同2.9ポイント低下した。

○全15業種中、改善は4業種にとどまる

業種別の業況判断D.I.は、全15業種中、改善は医薬・化粧品や化学など4業種にとどまり、農畜水産物など11業種が水準低下した。地域別には、全11地域中、関東および中国、四国、九州北部、南九州の5地域では改善が見られたものの、それ以外の6地域で低下した。

○改善の見通し

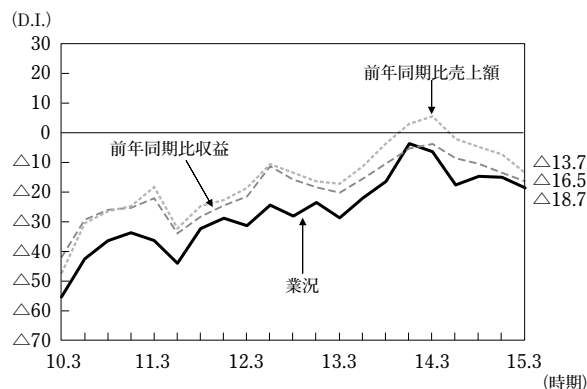
来期の予想業況判断D.I.は△11.2と、今期実績比7.5ポイントの改善を見込んでいる。業種別には、全15業種のうち、紙製品、飲食料品など12業種で改善を見込んでいる。また、地域別には、東海、四国、九州北部を除く8地域で改善を見込んでいる。

4. 小売業

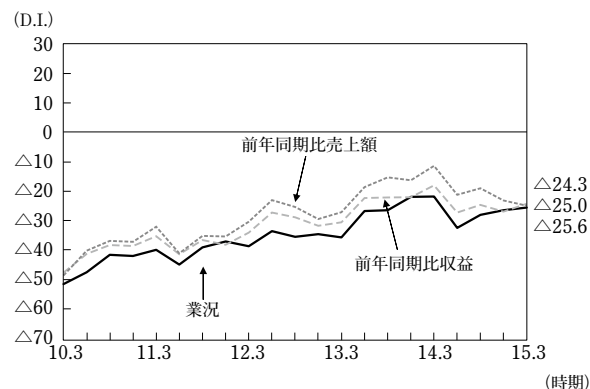
○3四半期続けて小幅改善

今期の業況判断D.I.は△25.6、前期比0.9ポイントの改善と、3四半期続けての小幅改善となった(図表8)。

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



なお、前年同期比売上額判断D.I.は△25.0、前期比1.8ポイントの低下となったのに対し、同収益判断D.I.は△24.3と、同2.7ポイントの改善となっている。

○全11地域中8地域で改善

業種別の業況判断D.I.は、全13業種中、7業種で改善した。とりわけ、燃料は前期比25ポイント超の大幅改善となった。一方、地域別では、全11地域中、東北、北陸、九州北部を除く8地域が改善した。なかでも四国は同10ポイント超の大幅改善となった。

○引き続き小幅改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△23.9と、今期実績比1.7ポイントの小幅改善を見込んでいる。業種別には、全13業種中、自動車、燃料などを除く10業種で改善の見通しとなっている。一方、地域別にみると、全11地域中、北海道、東海、南九州を除く8地域で改善の見通しとなっている。

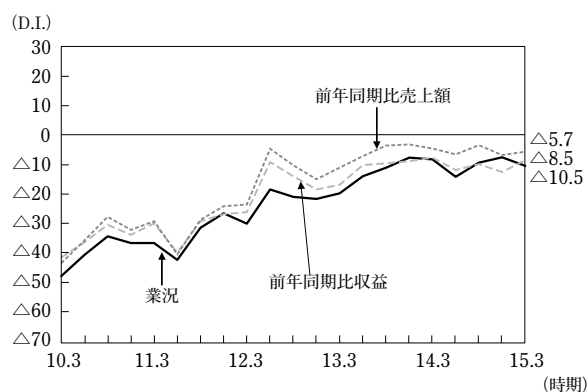
5. サービス業

○業況低下ながら収益指標は小幅改善

今期の業況判断D.I.は△10.5、前期比2.9ポイント低下と、三四半期ぶりの低下となった(図表9)。

ただ、収益面の指標をみると、前年同期比売上額判断D.I.は△5.7、同収益判断D.I.は△8.5と、それぞれ前期比1.1ポイント、同4.1ポイントの小幅改善となった。

図表9 サービス業 主要判断D.I.の推移



○全8業種中、改善は2業種のみ

業種別の業況判断D.I.は、全8業種中、洗濯・理容・浴場と自動車整備を除く6業種で低下した。とりわけ、旅館・ホテルと娯楽は前期比10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、四国など4地域が改善したものの、東北や中国など7地域では低下となった。

○改善の見通し

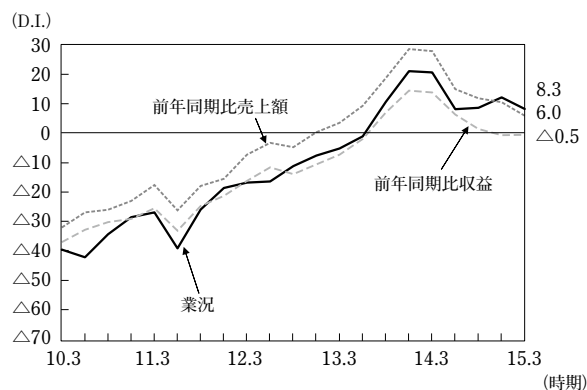
来期の予想業況判断D.I.は△7.0と、今期実績比3.5ポイントの改善を見込んでいる。業種別では、全8業種中、自動車整備などを除く6業種で改善が見込まれている。一方、地域別には全11地域中、北海道や関東など7地域で改善が見込まれている。

6. 建設業

○業況は三四半期ぶりの低下

今期の業況判断D.I.はプラス8.3と、前期比3.9ポイントの低下となった(図表10)。業況の低下は三四半期ぶり。なお、前年同期比売上額判断D.I.は前期比4.6ポイント低下のプラス

図表10 建設業 主要判断D.I.の推移



6.0となった。一方で、同収益判断D.I.は前期比0.1ポイント小幅改善の△0.5となった。

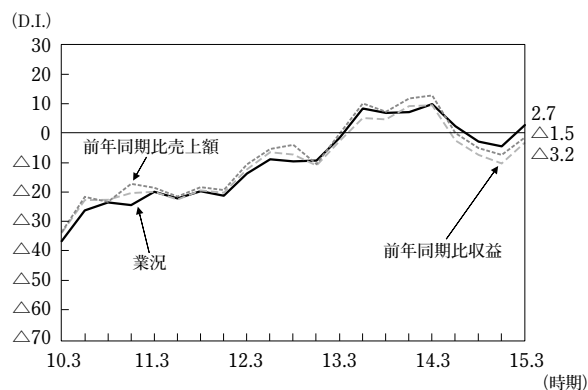
○全4請負先で低下

業況判断D.I.を請負先別で見ると、全4請負先で低下となった。特に個人先では7.7ポイント低下となり、一段とマイナス幅が拡大した。地域別では、全11地域中7地域で低下したものの、中国、近畿、九州北部、南九州の4地域では改善した。

○総じて低下の見通し

来期の予想業況判断D.I.は、今期実績比8.1ポイント低下のプラス0.2を見込む。請負先別では、個人先を除く3請負先が低下する見通しである。地域別でも、北海道と四国を除き低下する見通しであり、なかでも、九州北部、南九州では20ポイント前後の大幅な低下を見込んでいる。

図表11 不動産業 主要判断D.I.の推移



7. 不動産業

○業況は3四半期ぶりのプラス水準

今期の業況判断D.I.はプラス2.7と、前期比7.2ポイントの改善となった(図表11)。

前年同期比売上額判断D.I.は前期比5.9ポイント改善の△1.5、同収益判断D.I.は前期比7.1ポイント改善の△3.2となった。

○全5業種で改善

業況判断D.I.を業種別で見ると、全5業種で改善し、すべての業種がプラス水準となった。地域別では、関東を除く10地域で改善した。なかでも、北陸、東海では15ポイント以上の大幅改善となった。

○全11地域中6地域で低下の見通し

来期の予想業況判断D.I.は、今期実績比0.6ポイント低下の2.1を見込む。業種別では、貸事務所、建売を除く3業種で低下を見込む。地域別では全11地域中6地域で低下の見通しであり、なかでも、中国で20ポイントの大幅な低下を見込む。

特別調査

「まち・ひと・しごと創生」と中小企業

○3分の2の企業で「しごと」づくりに意欲

新たな「しごと」づくりについては、「検討している」が64.9%と、「検討していない」の35.1%を上回った。検討の内訳としては、「販路開拓（海外含む）の強化」が28.3%と最も高く、以下、「増産・営業力の強化（21.6%）」、「新商品・

サービスの開発（18.7%）」と続いた（図表12）。

従業員規模別にみると、規模が大きいほど検討している割合が高く、20人以上の階層では軒並み8割程度が何らかの形で新たな「しごと」づくりを検討していた。一方、規模が小さいほど「地元金融機関との連携強化」「企業

図表12 新たな「しごと」づくり

(単位：%)

		検討している										検討していない
		販路開拓 (海外含む) の強化	新商品・ サービスの 開発	増産・営業 力の強化	新規事業の 立上げ(起業)	産学官連 携への参 加・強化	地元金融機 関との連携 強化	企業間連 携への参 加・強化	不採算部門 縮小等によ る業態変換	その他		
全	体	64.9	28.3	18.7	21.6	4.8	2.8	13.5	10.3	9.8	1.0	35.1
地 域 別	北 海 道	64.2	27.1	18.2	21.8	5.2	3.5	12.5	11.8	11.4	1.5	35.8
	東 北	69.5	24.9	19.1	22.9	4.6	4.0	12.8	11.6	11.6	2.5	30.5
	関 東	73.2	29.9	19.2	21.5	4.5	2.1	13.3	9.6	12.7	1.0	26.8
	首 都 圏	55.5	29.8	16.6	21.0	3.8	2.4	16.1	10.2	5.9	0.4	44.5
	北 陸	65.1	28.3	20.6	22.9	4.0	3.3	12.2	8.7	9.6	0.5	34.9
	東 海	69.8	28.6	20.0	22.9	5.6	2.2	11.1	9.6	12.8	1.5	30.2
	近 畿	73.8	28.1	19.9	22.1	5.4	2.6	11.8	10.0	12.8	1.3	26.2
	中 国	65.5	29.6	17.7	22.4	5.2	2.1	12.4	10.6	11.4	1.1	34.5
	四 国	58.2	27.5	20.9	19.3	6.1	3.7	12.2	10.4	9.0	0.7	41.8
	九 州 北 部	59.8	30.0	17.9	19.6	5.4	3.3	13.6	10.2	10.8	0.8	40.2
	南 九 州	69.7	24.5	18.8	18.8	3.9	3.6	17.7	12.6	7.3	0.7	30.3
従 業 員 規 模 別	1 ～ 4 人	48.3	28.9	18.9	18.0	5.0	2.6	16.0	10.7	6.3	0.7	51.7
	5 ～ 9 人	68.0	28.1	18.0	21.3	4.3	2.4	14.8	11.2	9.5	0.9	32.0
	10 ～ 19 人	74.8	28.0	17.8	22.2	4.4	2.7	13.3	11.5	11.1	0.9	25.2
	20 ～ 29 人	79.8	27.9	18.0	23.5	4.8	3.2	12.0	10.7	13.4	1.5	20.2
	30 ～ 39 人	77.5	28.6	18.1	25.1	4.6	3.3	11.1	9.3	13.7	1.7	22.5
	40 ～ 49 人	79.8	26.3	19.7	25.1	6.9	2.4	11.3	8.3	18.2	2.4	20.2
	50 ～ 99 人	85.2	29.5	21.7	24.0	4.7	3.2	9.7	7.2	13.6	0.9	14.8
	100 ～ 199 人	82.3	30.3	22.3	22.9	3.8	4.8	8.8	7.1	15.3	0.0	17.7
200 ～ 300 人	85.2	28.5	22.8	22.8	3.9	3.9	9.6	8.3	5.6	3.7	14.8	
業 種 別	製 造 業	68.4	30.8	21.5	22.4	3.1	3.2	10.4	8.7	10.7	1.1	31.6
	卸 売 業	65.5	34.7	18.7	20.9	5.2	1.9	10.1	8.5	11.9	0.8	34.5
	小 売 業	53.6	25.4	24.5	18.6	6.7	2.1	13.9	8.7	11.5	1.1	46.4
	サ ー ビ ス 業	56.2	28.2	19.7	19.9	5.8	2.5	13.4	10.5	9.8	1.4	43.8
	建 設 業	71.9	23.8	8.6	25.6	4.6	3.7	18.0	15.8	8.0	1.0	28.1
	不 動 産 業	73.3	19.0	12.7	19.8	6.7	2.3	25.3	14.2	5.4	0.4	26.7

間連携への参加・強化」と回答した割合が高く、規模の小さい企業においては、他社との関係作りのニーズが高いことがうかがえた。

○中途採用拡充で人材確保に対応

人材確保への対応については、「中途採用の拡充（33.8%）」が最も高く、以下、「新規採用の拡充（25.6%）」、「女性の活躍の場の拡充（18.9%）」、「給与水準の引上げ（18.4%）」と

続いた（図表13）。

従業員規模別にみると、規模が大きいほど「中途採用の拡充」「新規採用の拡充」の回答比率が高まった。また、従業員50人未満では中途採用が新規採用を上回る一方で、50人以上では新規採用が中途採用を上回っており、比較的規模の小さい企業において中途採用を重視する傾向が高いことがうかがえる。

業種別にみると、人手不足感の強い建設業

図表13 今後の人材確保に向けての対応

(単位：%)

	新規採用の拡充	中途採用の拡充	女性の活躍の場の拡充	遠隔勤務(テレワーク等)	給与水準の引上げ	福利厚生(住居等)の充実	地元外大都市圏の大学へのPR	地元の各種学校へのPR	ハローワークとの連携強化	わからない	
全体	25.6	33.8	18.9	1.4	18.4	12.8	1.8	6.9	15.9	29.6	
地域別	北海道	28.3	34.2	18.1	1.0	19.1	13.9	2.0	9.6	19.5	25.9
	東北	30.1	36.3	18.7	1.6	25.2	14.6	1.5	9.4	18.4	24.7
	関東	30.6	40.7	22.2	0.5	17.7	10.6	2.9	8.8	19.5	24.4
	首都圏	17.9	26.3	14.6	1.6	15.4	11.2	1.7	4.4	11.5	39.0
	北陸	24.1	36.2	20.8	0.9	20.8	9.7	2.0	5.6	17.5	30.7
	東海	35.9	44.0	22.4	0.7	18.4	11.2	2.0	9.6	17.0	21.9
	近畿	28.8	40.2	21.8	1.9	20.5	14.7	1.6	7.6	17.6	22.9
	中国	30.2	40.0	19.1	0.9	16.7	11.2	2.1	7.8	18.8	25.9
	四国	22.9	27.6	19.8	0.5	14.4	10.6	1.4	4.0	18.2	39.2
九州北部	22.8	27.8	17.6	1.5	17.7	15.4	0.7	7.1	14.0	29.6	
南九州	21.9	23.0	21.3	2.1	21.0	19.3	2.3	5.0	15.9	30.4	
従業員規模別	1～4人	10.8	15.9	13.9	1.5	12.4	10.4	1.7	2.9	9.3	53.3
	5～9人	18.9	33.7	18.6	1.8	19.0	13.0	0.9	4.2	17.3	29.1
	10～19人	28.9	41.0	20.7	1.3	21.9	16.0	1.1	7.3	21.4	17.8
	20～29人	36.5	48.7	23.5	1.0	22.8	14.6	2.0	9.7	20.8	11.7
	30～39人	42.3	51.8	22.3	0.8	20.9	11.6	1.7	12.0	20.8	10.5
	40～49人	45.6	52.5	26.6	1.0	26.2	13.8	2.4	13.8	17.7	9.0
	50～99人	55.4	48.6	23.4	1.1	23.2	13.0	5.6	15.4	17.9	7.2
	100～199人	62.2	52.1	22.1	0.7	20.2	14.6	6.4	20.2	17.2	4.9
200～300人	67.5	55.6	23.9	1.7	12.8	5.1	5.1	23.1	16.2	7.7	
業種別	製造業	28.2	37.4	18.6	1.4	19.5	11.7	2.2	7.6	18.1	25.2
	卸売業	25.1	32.5	20.0	1.3	19.8	12.3	1.4	4.7	14.7	30.1
	小売業	15.6	20.4	21.3	1.5	15.7	11.3	1.3	4.7	11.9	43.4
	サービス業	24.4	34.4	20.2	1.5	16.7	13.0	1.4	7.6	16.8	28.2
	建設業	35.5	44.1	11.8	1.0	20.6	15.0	2.1	9.8	18.3	21.5
	不動産業	19.6	29.1	24.5	1.7	16.1	16.9	2.0	4.8	11.2	35.7

では、「中途採用の拡充」「新規採用の拡充」「給与水準の引上げ」では6業種中で回答比率が最も高い一方、「女性の活躍の場の拡充」の比率は最も低かった。

○勤務時間や休暇面で子育て支援に対応

子育て世代対応のための職場環境づくりについては、「勤務時間面での子育て支援拡充」が33.0%と最も高く、以下、「出産休暇・育児

休暇の取得促進 (21.6%)」、「年次有給休暇の取得促進 (18.9%)」が続いた (図表14)。

従業員規模別にみると、規模が大きいほど職場環境づくりへの対応の比率が高い。対して規模が小さい企業では、「わからない」の回答比率が高くなる傾向にあった。

○地元自治体への期待は高い

地元自治体への期待については、「期待して

図表14 子育て世代対応のための職場環境づくり

(単位：%)

	非正規雇用の正規化	金銭面での子育て支援拡充	勤務時間面での子育て支援拡充	保育施設等での子育て支援拡充	年次有給休暇の取得促進	出産休暇・育児休暇の取得促進	職務・地域限定等多様な正規雇用導入	ハラスメント問題への対応強化	結婚希望者の実現支援	わからない	
全体	11.0	15.5	33.0	6.4	18.9	21.6	6.8	3.4	5.6	34.7	
地域別	北海道	10.9	14.9	33.5	6.1	23.2	19.7	6.0	3.0	6.3	31.7
	東北	9.8	16.4	42.4	6.8	25.1	27.1	5.7	3.2	9.2	26.4
	関東	10.8	16.9	37.8	4.7	23.4	24.1	8.0	2.4	7.1	30.6
	首都圏	10.6	14.5	25.7	6.7	13.1	15.9	6.3	2.5	3.6	43.1
	北陸	12.0	16.9	36.6	3.2	20.3	24.2	7.2	3.8	5.8	32.7
	東海	10.4	13.3	35.9	5.9	25.3	24.8	6.5	4.4	6.0	30.6
	近畿	12.7	16.9	37.5	7.1	21.2	25.8	7.8	4.8	6.9	29.6
	中国	10.5	11.1	35.4	5.2	18.7	24.0	7.4	3.3	6.7	34.0
	四国	9.3	15.0	29.0	6.2	14.8	19.3	9.0	1.4	4.5	41.0
九州北部	10.8	16.2	29.8	7.7	15.2	22.8	5.1	3.6	3.6	33.8	
南九州	11.8	21.3	33.8	8.7	14.9	21.9	7.6	3.8	5.5	32.1	
従業員規模別	1～4人	8.9	13.9	22.4	6.6	8.0	11.7	4.8	2.0	3.6	53.5
	5～9人	10.4	16.8	31.9	7.4	16.0	16.0	7.0	2.4	5.5	35.4
	10～19人	12.7	17.0	36.3	5.5	22.7	21.9	7.0	3.6	7.2	27.4
	20～29人	12.7	17.9	42.9	5.8	27.0	30.8	8.2	4.5	7.9	19.2
	30～39人	12.7	15.1	40.5	4.8	29.3	30.5	10.0	5.3	7.0	19.3
	40～49人	13.7	15.2	46.0	7.6	31.8	39.8	8.6	6.9	6.4	15.0
	50～99人	13.4	14.5	47.8	5.9	36.2	44.9	9.0	4.9	6.8	12.8
	100～199人	14.6	13.1	43.4	7.5	41.2	48.7	10.5	6.7	6.7	12.4
200～300人	6.0	13.8	50.0	3.4	34.5	57.8	8.6	7.8	3.4	10.3	
業種別	製造業	11.5	15.2	34.4	5.9	21.0	23.5	6.9	3.4	5.2	32.2
	卸売業	10.3	14.8	34.2	6.4	20.6	22.4	6.3	2.7	5.1	33.6
	小売業	10.7	14.8	29.6	6.9	12.0	17.3	6.1	3.0	5.0	42.5
	サービス業	12.6	14.8	32.2	7.5	16.4	22.3	6.3	3.7	6.2	34.5
	建設業	10.5	17.2	32.9	5.2	23.9	21.0	7.9	3.7	6.9	31.5
	不動産業	9.5	17.9	34.1	8.3	16.2	21.6	7.6	3.8	5.9	36.0

いる」が85.4%と、「期待していない」の14.6%を大きく上回った。「まち・ひと・しごと創生」の核となる地元自治体に対して、中小企業が高い期待を寄せていることがわかる（図表15）。期待の内訳では、「助成金等補助制度の拡充」が36.9%と最も高く、以下、「地産地消・地元発注の拡充（30.1%）」、「医療・福祉等生活サービス拡充（28.9%）」が続いた。

地域別にみると、関東、首都圏、北陸、東

海、近畿、九州北部では「助成金等補助制度の拡充」の比率が最も高い一方で、北海道、東北、中国、四国、南九州では「地産地消・地元発注の拡充」の比率が最も高く、地域によって差がみられた。

○地方中核都市の機能強化に期待

東京一極集中の是正については、「あまり期待していない」が40.3%となり、「期待し

図表15 地元自治体への期待

(単位：%)

		期待している									期待していない	
		医療・福祉等生活サービス拡充	公共交通の維持・拡充	都市機能の集約・コンパクト化	助成金等補助制度の拡充	まちおこしの支援拡充	地産地消・地元発注の拡充	規制緩和の拡充	公共施設等の有効活用	地域防災の充実		
全	体	85.4	28.9	16.2	7.7	36.9	22.1	30.1	13.6	11.5	8.4	14.6
地域別	北海道	87.8	34.0	16.3	9.3	35.8	25.5	43.0	8.7	12.8	7.5	12.2
	東北	89.7	31.2	16.9	10.9	37.7	24.6	43.9	14.3	13.4	8.2	10.3
	関東	89.4	31.3	21.3	9.0	38.0	24.0	33.1	14.9	13.0	8.3	10.6
	首都圏	79.4	24.9	13.8	6.4	33.5	20.3	18.9	12.4	8.7	8.1	20.6
	北陸	87.5	28.6	17.6	9.6	41.3	20.6	35.0	9.8	11.5	6.9	12.5
	東海	88.4	31.5	17.6	5.5	41.7	18.2	31.2	18.6	11.9	12.0	11.6
	近畿	88.1	30.7	17.0	8.4	41.8	20.1	30.9	17.8	12.6	9.0	11.9
	中国	87.1	29.7	17.9	7.8	35.3	21.2	40.0	11.9	13.8	6.2	12.9
	四国	83.3	32.0	11.1	6.6	26.1	27.1	32.5	10.4	14.4	14.4	16.7
	九州北部	85.7	25.1	14.6	7.9	36.6	25.6	26.7	12.8	12.1	4.9	14.3
	南九州	87.4	27.8	18.4	7.5	32.3	32.1	37.6	8.6	12.9	5.5	12.6
従業員規模別	1～4人	78.6	27.5	13.5	7.1	26.7	24.8	26.8	9.9	10.2	7.4	21.4
	5～9人	85.1	27.1	15.0	7.9	37.8	22.8	31.5	12.8	11.0	7.8	14.9
	10～19人	88.7	28.9	17.9	6.9	40.1	21.8	33.2	14.2	11.1	8.9	11.3
	20～29人	90.0	32.1	19.0	8.5	44.5	18.8	31.2	16.6	13.6	8.2	10.0
	30～39人	90.8	30.1	15.4	9.0	46.8	19.0	33.0	17.2	11.6	9.0	9.2
	40～49人	91.2	34.3	20.2	6.3	45.6	18.1	29.5	19.5	14.6	9.1	8.8
	50～99人	94.4	28.7	21.4	10.9	48.8	18.4	32.8	19.6	15.6	11.8	5.6
	100～199人	95.1	36.0	22.5	9.7	48.7	20.2	31.8	21.0	11.6	10.9	4.9
	200～300人	92.3	35.9	21.4	12.0	43.6	14.5	19.7	19.7	14.5	20.5	7.7
業種別	製造業	85.8	27.7	14.8	6.4	44.8	19.6	29.4	13.1	8.6	7.9	14.2
	卸売業	84.6	30.1	14.3	7.0	37.8	21.1	33.7	12.1	9.7	7.0	15.4
	小売業	83.2	27.7	15.3	8.7	29.0	32.8	30.6	8.5	8.1	7.1	16.8
	サービス業	82.8	31.3	18.1	6.8	35.4	21.0	23.5	13.0	10.9	9.4	17.2
	建設業	88.8	28.1	19.4	7.4	34.1	15.8	37.3	17.6	17.8	12.1	11.2
	不動産業	88.0	32.4	18.4	14.4	26.4	24.8	23.5	23.2	24.2	6.9	12.0

ている (25.1%)」を上回った (図表16)。

地域別にみると、関東、東海、近畿、中国では「非常に期待している」「期待している」の割合が全体を上回る一方で、北海道、東北、四国、九州北部では「まったく期待していない」との回答が1割を超えており、地域によって差がみられる。

地方中核都市の機能強化については、「期待している」が36.8%と、「期待していない (30.6%)」を上回った。

地域別にみると、東北、関東、北陸、東海、近畿、中国で「非常に期待している」と「期待している」の合計が5割を上回っている。

図表16 東京一極集中是正と地方中核都市の機能強化

(単位：%)

		東京一極集中の是正					地方中核都市の機能強化				
		非常に期待している	期待している	あまり期待していない	まったく期待していない	どちらともいえない	非常に期待している	期待している	あまり期待していない	まったく期待していない	どちらともいえない
全 体		7.2	25.1	40.3	8.1	19.4	9.7	36.8	30.6	5.3	17.6
地 域 別	北 海 道	8.3	23.4	41.8	11.7	14.8	11.6	36.5	30.3	7.5	14.1
	東 北	9.2	24.9	40.0	10.7	15.2	11.8	41.2	29.1	7.1	10.8
	関 東	8.4	29.6	40.7	7.6	13.6	10.8	43.3	29.6	5.0	11.3
	首 都 圏	4.5	23.4	40.5	5.2	26.4	4.9	27.9	35.7	4.9	26.5
	北 陸	9.5	28.0	36.5	8.1	17.9	13.9	39.2	25.3	5.3	16.4
	東 海	6.8	27.7	40.9	8.1	16.5	12.1	42.4	27.6	5.1	12.9
	近 畿	9.2	27.3	39.4	8.1	16.0	13.0	44.0	27.4	3.6	12.0
	中 国	7.9	28.3	41.5	9.8	12.6	10.0	42.5	31.0	5.7	10.8
	四 国	8.2	22.4	35.7	12.0	21.7	8.6	35.4	28.5	8.0	19.6
	九 州 北 部	6.9	18.5	42.4	11.2	21.0	10.1	39.5	24.2	6.2	20.0
	南 九 州	7.5	20.4	41.1	9.9	21.0	12.0	32.3	32.0	6.3	17.3
従 業 員 規 模 別	1～4人	6.5	21.1	39.8	9.8	22.8	8.1	29.9	33.7	7.0	21.3
	5～9人	6.7	23.1	41.7	9.1	19.5	9.2	33.7	32.3	5.9	18.9
	10～19人	7.4	26.7	40.1	7.3	18.5	11.6	39.4	28.1	4.6	16.2
	20～29人	9.2	27.1	41.4	6.6	15.6	10.3	43.3	29.6	3.9	12.9
	30～39人	7.6	26.6	42.3	7.3	16.2	10.2	44.0	28.1	4.6	13.1
	40～49人	7.6	30.9	38.6	6.5	16.4	11.5	44.0	28.4	3.3	12.7
	50～99人	8.0	36.6	37.6	3.3	14.5	11.4	52.3	22.1	1.2	13.0
	100～199人	8.6	31.8	39.3	4.5	15.7	12.4	49.6	26.0	1.7	10.3
	200～300人	8.5	39.3	32.5	1.7	17.9	11.4	49.5	21.9	1.0	16.2
業 種 別	製 造 業	7.2	24.7	40.5	7.3	20.3	9.3	36.7	30.8	4.7	18.6
	卸 売 業	6.3	25.5	43.3	8.4	16.5	10.3	38.6	30.0	6.1	15.1
	小 売 業	6.8	23.0	39.8	9.3	21.1	8.6	33.1	32.2	6.5	19.7
	サ ー ビ ス 業	6.8	23.8	38.9	8.8	21.7	8.9	34.4	32.1	5.7	19.0
	建 設 業	7.8	27.3	39.6	7.7	17.6	11.1	40.3	28.5	4.5	15.7
	不 動 産 業	9.2	28.6	38.4	7.6	16.1	12.2	39.8	28.9	5.0	14.1

「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

- ・補助金を活用して導入した設備が近く稼働し、他社との競争に負けない製品を製造していく方針である。
(理化学機器製造 山形県)
- ・採算部門への「選択と集中」を図り、事業規模の縮小化を図っている。
(印刷 山形県)
- ・大手コンビニチェーンとの連携により、繁忙期以外の安定的な売上確保に努めている。(鯉節製造 静岡県)
- ・売上・収益がやや減少するなか、人件費の増加に対応するため、パート化を図っていく方針である。
(プラスチック部品製造 静岡県)
- ・人件費削減のため、派遣社員や外国人の採用を図っている。
(特殊機械製造 静岡県)
- ・高齢者顧客向けに、市内移動販売車を運営しはじめた。
(化学品塗装 群馬県)
- ・企業団地に物流センターを新設したことで、在庫管理や商品発送等のコスト削減につながった。
(冷凍食品卸売 兵庫県)
- ・今後は、オール電化対応のリフォーム等の電気工事に力を入れていく方針である。
(家庭電化製品販売 山形県)
- ・カー用品の価格競争は厳しいことから、車検整備やタイヤ販売にシフトしつつある。
(カー用品販売 静岡県)
- ・専門薬局ではやっていけないため、居宅介護支援事業に力を入れる方針である。(医療品販売 兵庫県)
- ・地元の人口減少やイベント・行事の減少を受けて、呉服販売から洋服のネット販売にシフトしている。
(衣料品販売 兵庫県)
- ・販路拡大のため、隣県への進出を当面の営業戦略にしている。
(管工事 山形県)
- ・成長戦略により観光客が増えつつあり、ネット販売等を含め、今後売上増加を図っていく。
(郷土土産・民芸雑貨 岡山県)

(2) 直面する困難、試練

- ・同業者間の競争激化により、価格競争は厳しさを増している。(パイプハウス製造 山形県、家電販売 福島県、一般建設 新潟県、ビデオレンタル 静岡県、解体業 三重県、自動車整備 岡山県、日用雑貨卸売 宮崎県)
- ・人手不足を補いたいが、経験者がなかなかみつからず、人手確保が困難である。
(工作機械部品製造 新潟県、整骨・トレーニングジム 静岡県、マッサージ 三重県、総合建設 宮城県、土木工事業 富山県、電気設備工事 長野県、大型施設建設 三重県、和食料理 福岡県)
- ・下請け業者の高齢化を懸念している。
(注文住宅・施工・販売 兵庫県)
- ・後継者難であり、かつ従業員の高齢化が進んでいる。
(熊手製造 大分県、文房具販売 和歌山県、一般貨物運送 茨城県、土木工事 群馬県)
- ・代表者が高齢のため、廃業や事業縮小を行っている。(自動車整備販売 埼玉県、食品小売・卸売 大分県)
- ・顧客層が高齢化しており、今後の売上確保が懸念される。
(時計・眼鏡販売 鹿児島県)
- ・高齢者向け宅配サービス等で大型量販店との差別化を図っているが、売上は低迷したままである。
(衣料品販売 北海道)
- ・原材料価格の高騰により、仕入れ価格が上昇している。一方で、販売価格への転嫁が難しいため、取扱量の調整をせざるをえない。
(佃煮卸売 静岡県、包装資材卸売 静岡県)
- ・地元の市場縮小に加え、大手小売業者の進出により、取引先の業況が低迷し注文量が減少している。
(酒・食品卸売 兵庫県)
- ・固定客に高齢者が多く、自動車の性能がアップしていることから、顧客の買換サイクルが長期化している。
(自動車販売 山形県)
- ・顧客の商店街離れを背景に、集客に苦慮している。
(婦人服販売 静岡県、漆器販売 青森県)
- ・新築住宅の着工件数が減少傾向にある。
(不動産売買・仲介 静岡県)
- ・不動産物件の動きは鈍く、売り手・買い手ともに少ない状態である。
(不動産仲介 三重県)

(3) 特別調査のテーマ（「まち・ひと・しごと創生」と中小企業）

- ・地方では人材確保は大きな課題であり、不安を抱えている。国、地方自治体に支援を期待している企業は多いと思われる。
(工作機械周辺装置製造 静岡県、介護 兵庫県)
- ・東京一極集中は、簡単には是正されない。
(車両用電動機製造 兵庫県)
- ・「まち・ひと・しごと創生」より南海トラフ地震への対策のほうが心配である。
(プレス加工製造 兵庫県)
- ・政府主導の景気浮揚策の一貫で給与水準の改善をいわれるが、中小企業には景気回復の恩恵はなく対応力もないため、厳しい状況に変わりはない。
(非鉄金属製造 愛知県)
- ・固定客が多いため、「地方創生」は今後の営業に多少なりとも影響を与えると期待している。
(化粧品販売 群馬県)
- ・政府が地方創生に力を入れるなかで、自社が何をできるのかを考えるのは難しい。
(建築材料卸売 宮崎県)
- ・地方中核都市の機能強化を望んでおり、長期的スパンでの経済対策を期待している。
(家具販売 山口県)
- ・政府の施策への期待感はあるが、地元自治体が活発に動くか不安を抱いている。
(生活用品販売 埼玉県)
- ・東京一極集中の是正のなかで、地方企業が果たす役割がはっきりしない。
(自動車整備業 大分県)
- ・地方創生において、地域連携の観点から、地元自治体が果たす役割は非常に大きい。
(不動産賃貸業 沖縄県)

(4) その他

- ・東京オリンピック等が控え、インフラ需要と建設関連の受注が堅調で、当面受注は見込める。
(亜鉛加工製造 群馬県)
- ・今後の天候によっては野菜価格が高まって、大幅な仕入れ価格高騰につながる懸念があり、先行き不透明感が強い。
(漬物製造 茨城県)
- ・円安に伴うコスト調整により、受注先からの値引き要請が強まっている。(電子・電気部品製造 新潟県)
- ・依然として県外からの受注割合が高く、県内の景気回復は感じられない。(一般機械機器製造 新潟県)
- ・従来の原子力発電関連の受注に加え、航空機関連の受注が増加する予定であり、売上増加を見込んでいる。
(一般機械機器製造 兵庫県)
- ・取引先の大半が内需型企業であるため、円安や原油価格等の影響は受けていない。
(化学薬品卸売 新潟県)
- ・地元のイベントに積極的に参加するなど、PR活動に努めている。また、東京圏でもイベントを通じた積極的なPR活動に取り組んでいる。
(茶卸売 静岡県)
- ・「健康」志向の時流から、健康食品の取扱いに力を入れていく方針である。
(カット野菜卸売 静岡県)
- ・アベノミクスにより景気好調なのは東京圏であって、関西圏ではむしろ景気下振れ感がある。
(寿司・日本料理 兵庫県、介護用品レンタル 兵庫県)
- ・アベノミクスの成果は大企業に表れているようだが、中小企業にはなんら恩恵につながっていない。
(りんご販売 青森県、自動車電装品販売 兵庫県)
- ・震災復興がさらに進んで住宅建設等がより活発になれば、自社の受注の増加につながる期待がある。
(サッシ卸売 滋賀県)
- ・当社は女性社員の多い職場のため、女性の職場環境づくりには常に配慮している。
(文具・事務機販売 宮城県)
- ・ネット販売を強化することで、売上が増加傾向に転じた。
(靴・履物販売 新潟県)
- ・他社から買い取った新店舗の売上増加策の一つとして、社員教育の強化に努めている。
(CD・DVDレンタル 静岡県)
- ・地元の本屋が廃業するなか、主力の学校販売件数が微増傾向にある。
(書籍販売 岡山県)
- ・地元自治体の空家対策業者、地元農協の相続アドバイザーに登録したことから、仲介件数が増加傾向になっている。
(不動産仲介・管理 新潟県)
- ・インターネット担当者を配置し、情報発信を強化している。
(不動産管理 静岡県)
- ・消費増税を逆にチャンスと捉え、差別化を図って積極的な営業推進をし、売上を伸ばしている。
(不動産販売 和歌山県)

※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。