

調 査

第172回全国中小企業景気動向調査 (2018年4～6月期実績・2018年7～9月期見通し)

4～6月期業況はわずかに低下

【特別調査－中小企業経営に関する各種支援制度の利用について】

信金中央金庫
地域・中小企業研究所

調査の概要

- 調査時点：2018年6月1日～7日
※ 6月18日に発生した大阪府北部の地震による影響は織り込まれておりません。
- 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
- 標本数：15,635企業（有効回答数 14,225企業・回答率 91.0%）
※ 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 71.6%
- 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)

- 18年4～6月期（今期）の業況判断D.I.は△2.5、前期に比べ0.4ポイント低下し、前期比で小幅低下となった。
収益面では、前年同期比売上額判断D.I.がプラス0.7と前期比0.5ポイント低下、同収益判断D.I.は△4.0と同0.4ポイント改善した。販売価格判断D.I.は同0.4ポイント上昇し、プラス5.3となった。人手過不足判断D.I.は△26.0と、マイナス幅が同0.9ポイント縮小し、人手不足感はやや緩和した。業種別の業況判断D.I.は、製造業と卸売業を除く4業種で低下した。地域別では、11地域中、北海道、東北、北陸を除く8地域で低下した。
- 18年7～9月期（来期）の予想業況判断D.I.は△0.4、今期実績比2.1ポイントの改善見通しである。業種別には、不動産業を除く5業種で、地域別には11地域すべてで改善する見通しにある。

業種別天気図

時期 業種名	2018年 1～3月	2018年 4～6月	2018年 7～9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

○業況は前期比わずかに低下

18年4～6月期（今期）の業況判断D.I.は△2.5、前期と比べ0.4ポイント低下し、前期比で小幅低下となった（図表1）。なお、今回の業況判断D.I.は、前回調査時における今期見通し（1.8ポイントの改善見通し）に反し低下となった。

収益面では、前年同期比売上額判断D.I.がプラス0.7と前期比0.5ポイントの低下、同収益判断D.I.が△4.0と同0.4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1.3、同収益判断D.I.は△2.5と、それぞれ前期比5.4ポイント、同4.6ポイントの改善となった。

販売価格判断D.I.はプラス5.3と、前期比0.4ポイント上昇し、7四半期連続でプラス水準を維持した（図表2）。また、仕入価格判断D.I.は、プラス25.8、同2.2ポイント上昇した。

雇用面では、人手過不足判断D.I.が△26.0（マイナスは人手「不足」超、前期は△26.9）、前期比でマイナス幅が0.9ポイント縮小し、人手不足感がやや緩和した（図表3）。

資金繰り判断D.I.は△4.0と、前期比2.8ポイント改善し、バブル崩壊後の1991年10～12月期以来で最も高い水準となった。

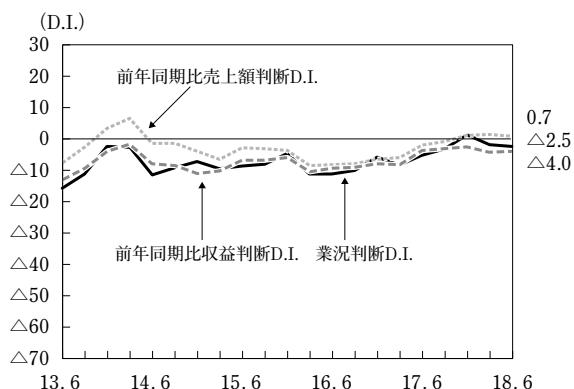
設備投資実施企業割合は前期比0.6ポイント上昇の22.6%となり、1992年4～6月期以来で最も高い水準となった。

業種別の業況判断D.I.は、製造業、卸売業を除く4業種で低下した。とりわけ、建設業

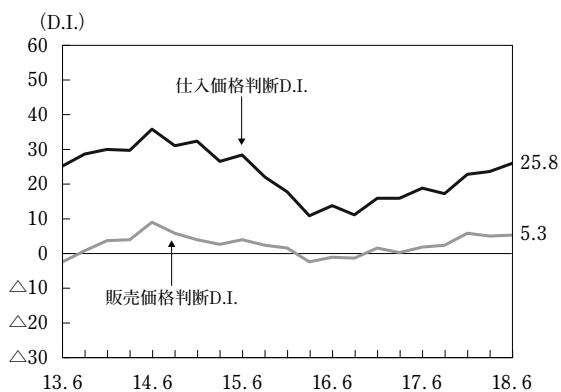
では、前期比3.6ポイントの低下となった。

地域別の業況判断D.I.は、全11地域中、北海道、東北、北陸を除く8地域で低下となった。なかでも、関東と四国は前期比5ポイントを超える低下幅をみせた。

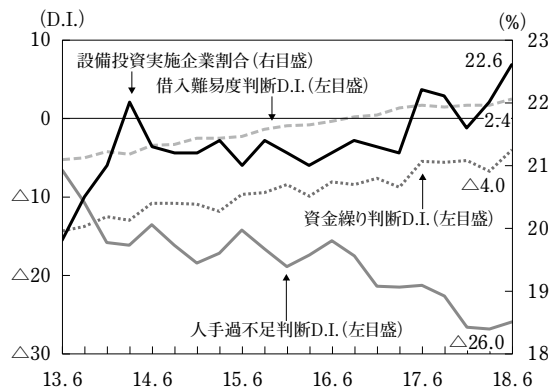
図表1 主要判断D.I.の推移



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



○一転、改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△0.4、今期実績比2.1ポイントの改善見通しとなった。なお、今回の予想改善幅は、過去10年の平均(2.3ポイントの改善見通し)を若干下回っている。

業種別の予想業況判断D.I.は、不動産業を除く5業種で改善する見通しとなっている。地域別では、11地域すべてで改善を見込んでいる。とりわけ、北海道は、8.9ポイントの改善を見込んでいる。

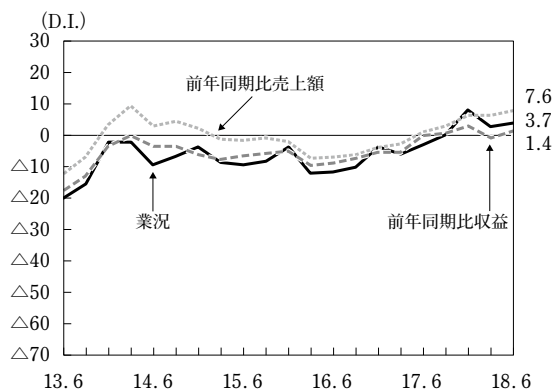
2. 製造業

○業況は小幅の持ち直し

今期の業況判断D.I.はプラス3.7、前期比1.2ポイントの小幅改善と、2四半期ぶりに持ち直した(図表4)。

前年同期比売上額判断D.I.はプラス7.6、前期比1.2ポイントの改善、同収益判断D.I.はプラス1.4、同2.5ポイントの改善となった。なお、前期比売上額判断D.I.は、前期比9.2ポイント改善してプラス7.2、同収益判断D.I.は、同7.1ポイント改善してプラス1.9と、ともに大きく改善した。

図表4 製造業 主要判断D.I.の推移



○設備投資実施企業割合が高水準

設備投資実施企業割合は27.3%と、前期に比べ1.5ポイント上昇し、1992年4～6月期(28.2%)以来の26年ぶりの高水準となった。

人手過不足判断D.I.は△25.8(前期は△27.8)と、人手不足感は厳しい水準の中で若干の緩和となった。

販売価格判断D.I.はプラス4.3、前期比0.7ポイント上昇となり、5四半期続けてプラス水準(「上昇」という回答が「下降」を上回る)での推移となった。一方、原材料(仕入)価格判断D.I.はプラス32.6と、前期比3.6ポイント上昇し、価格を「上昇」と回答した企業は3四半期続けて増加した。

なお、資金繰り判断D.I.は△3.2、前期比2.7ポイント改善し、前期(△5.9)に引き続きバブル崩壊以降の最高水準を更新した。

○業種別にはまちまち

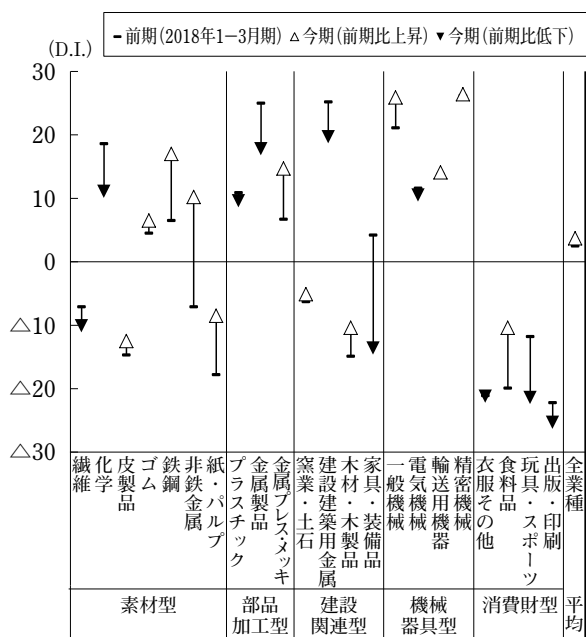
業種別業況判断D.I.は、製造業全22業種中、12業種で改善、10業種で低下とまちまちだった(図表5)。

素材型業種は、全7業種中、繊維と化学が若干の低下となったものの、それ以外の5業種では改善した。とりわけ、鉄鋼と非鉄金属は10ポイント超の大幅改善となった。

部品加工型業種は、全3業種中、金属プレスで改善となったものの、プラスチックと金属製品では低下した。

建設関連型業種は、全4業種中、建設金属と家具・装備品で低下となったものの、それ以外の2業種では改善した。

図表5 業種別業況判断D.I.の推移



機械器具型業種は、全4業種中、電気機械が小幅低下したものの、それ以外の3業種では改善した。なお、4業種そろってプラス水準は維持した。

消費財型業種は、全4業種中、食料品で改善したものの、それ以外の3業種では低下した。

○輸出主力型は4四半期連続で改善

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小幅低下したものの、それ以外の3形態では改善した。とりわけ、最終消費者型では前期比10ポイントの大幅改善となった。

輸出主力型の業況判断D.I.は前期比1.4ポイント改善してプラス20.8、内需主力型も同1.4ポイント改善してプラス2.9となった。輸出主力型が改善するのは4四半期続けてのことである。

従業員規模別の業況判断D.I.は、1～19人

の階層で小幅低下したものの、それ以上の階層では改善し、結果、従業員規模間の格差がやや拡大した。

○地域別にもまちまち

地域別の業況判断D.I.は、全11地域中、改善6地域、低下5地域とまちまちだった(図表6)。とりわけ、北海道と北陸では、前期大幅低下の反動もあり前期比10ポイント超の大幅改善となった。なお、業況判断D.I.の水準面では、全11地域中、関東、首都圏、東海、近畿、中国、九州北部、南九州の7地域がプラス水準を維持している。

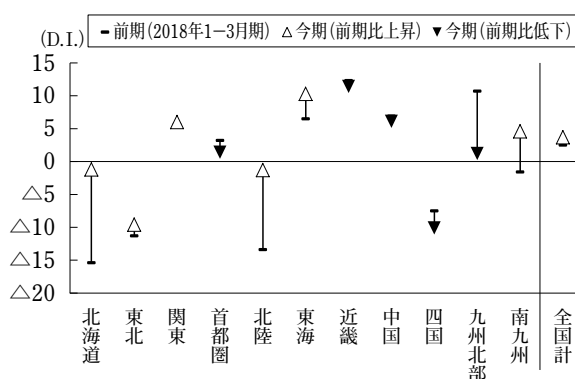
○業況は一段と改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は、今期実績比2.7ポイント改善してプラス6.4と、一段の改善を見込んでいる。

業種別には、全22業種中、16業種で改善見通しにある。とりわけ、玩具・スポーツでは10ポイント超の大幅改善を見込んでいる。

地域別には、全11地域中、近畿と南九州で小幅低下が見込まれているものの、それ以

図表6 地域別業況判断D.I.の推移



外の9地域では改善の見通しにある。なお、水準面では8地域でプラスの維持が見込まれている。

3. 卸売業

○業況は2四半期ぶりの改善

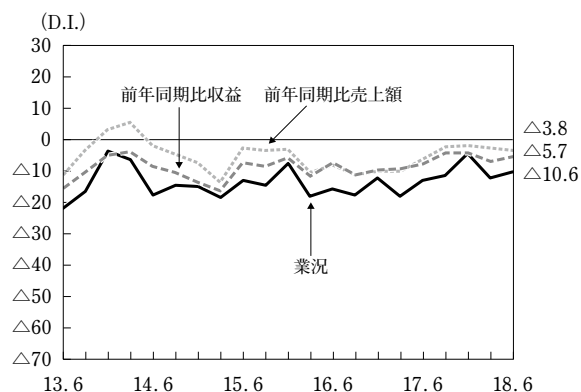
今期の業況判断D.I.は△10.6、前期比1.9ポイントの改善と、2四半期ぶりの改善となった(図表7)。

また、前年同期比売上額判断D.I.は△3.8、前期比0.8ポイントの低下となった一方、同収益判断D.I.は△5.7、同1.5ポイントの改善となった。

○全15業種中で改善したのは6業種

業種別の業況判断D.I.は、全15業種中、農・畜・水産物など6業種で改善した一方、それ以外の9業種では低下となった。一方、地域別には、全11地域中、北海道、東北、北陸、近畿で改善したものの、それ以外の7地域では低下した。

図表7 卸売業 主要判断D.I.の推移



○改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△6.3、今期実績比4.3ポイントの改善を見込んでいる。業種別には、全15業種中、衣服・身回品や建築材料など11業種で改善が見込まれている。また、地域別には、全11地域中、北海道、中国など7地域で改善が見込まれている。

4. 小売業

○業況は低下

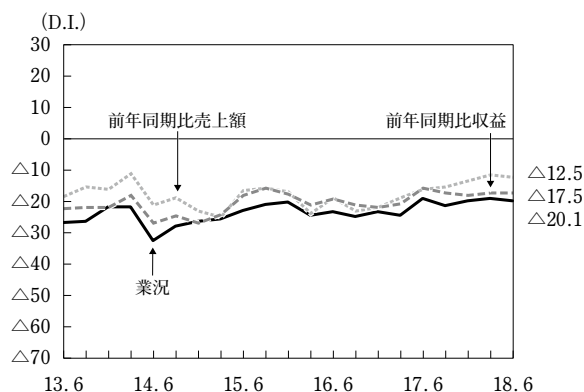
今期の業況判断D.I.は△20.1、前期比0.8ポイントの低下となった(図表8)。

なお、前年同期比売上額判断D.I.は△12.5、前期比0.7ポイントの低下、同収益判断D.I.は△17.5、同0.1ポイントの低下となった。

○業種別、地域別にはまちまち

業種別の業況判断D.I.は、全13業種中、7業種で低下となった。なかでも燃料で25ポイント超の大幅低下となった。地域別では、全11地域中、6地域で改善し、とりわけ、北陸・九州北部では15ポイント超の大幅改善となった。

図表8 小売業 主要判断D.I.の推移



○改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△19.6、今期実績比0.5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業種で改善の見通しとなっている。また、地域別では全11地域中、6地域で改善の見通しとなっている。

5. サービス業

○業況は低下

今期の業況判断D.I.は△8.0、前期比1.6ポイントの低下となった（図表9）。

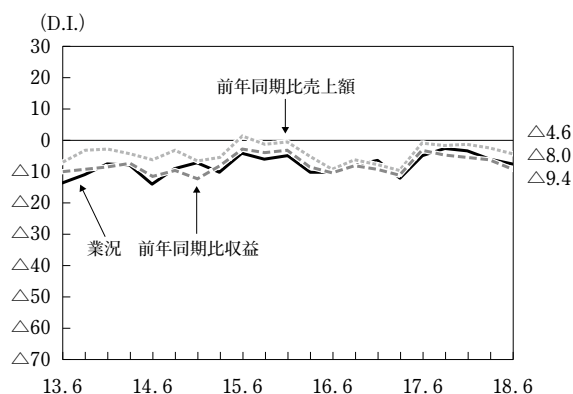
なお、前年同期比売上額判断D.I.は△4.6、前期比2.0ポイントの低下、同収益判断D.I.は△9.4と、同3.0ポイントの低下となった。

○全8業種中、5業種で低下

業種別の業況判断D.I.は、全8業種中、5業種で低下した。なかでも、物品賃貸業と娯楽業がともに10ポイント超の低下となった。

地域別では、全11地域中、6地域で低下し、関東、四国、南九州は10ポイント超の大幅低下となった。

図表9 サービス業 主要判断D.I.の推移



○改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△5.9、今期実績比2.1ポイントの改善を見込んでいる。

業種別には、全8業種中、5業種で改善の見通しとなっている。なかでも、旅館・ホテルが15ポイント超の大幅改善を見込んでいる。地域別には全11地域中、8地域で改善が見込まれている。

6. 建設業

○業況は低下

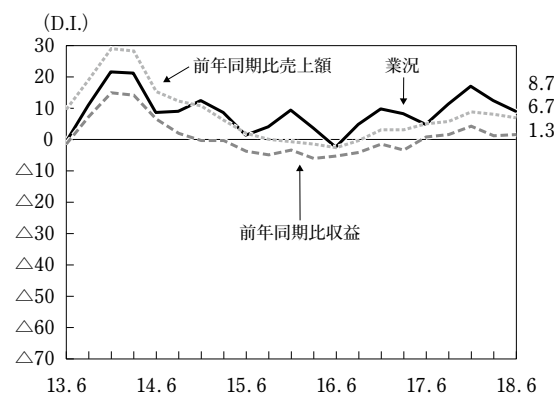
今期の業況判断D.I.はプラス8.7、前期比3.6ポイントの低下となった（図表10）。

なお、前年同期比売上額判断D.I.はプラス6.7、前期比0.9ポイントの低下となった。一方、同収益判断D.I.はプラス1.3、同0.3ポイントの改善となった。

○4請負先中、3請負先で低下

業況判断D.I.を請負先別でみると、4請負先のうち個人を除く3請負先で低下となり、なかでも官公庁は9.1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



地域別では、全11地域中、8地域で低下となり、なかでも九州北部では、20ポイント超の大幅低下となった。

○改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は、今期実績比2.6ポイント改善のプラス11.3を見込んでいる。

請負先別では、4請負先のうち官公庁を除く3請負先で改善、地域別には全11地域中、8地域で改善の見通しとなっている。

7. 不動産業

○業況は低下

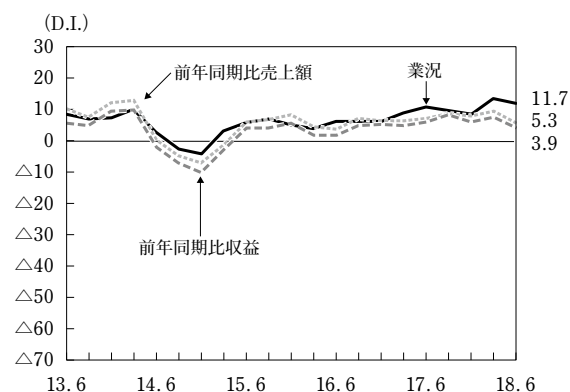
今期の業況判断D.I.は、前期比1.4ポイント低下のプラス11.7となった（図表11）。

なお、前年同期比売上額判断D.I.はプラス5.3、前期比3.8ポイントの低下、同収益判断D.I.はプラス3.9、同3.4ポイントの低下となった。

○全5業種中、3業種が低下

業況判断D.I.を業種別でみると、全5業種

図表11 不動産業 主要判断D.I.の推移



中、貸家、貸事務所、仲介の3業種で低下となった。

地域別では、全11地域中、5地域で低下した。なかでも、中国、九州北部は10ポイント超の大幅低下となった。

○低下の見通し

来期の予想業況判断D.I.は、今期実績比3.1ポイント低下のプラス8.6を見込む。

業種別では、全5業種中、3業種で低下を見込む。地域別では全11地域中、9地域で低下の見通しとなっている。

特別調査

中小企業経営に関する各種支援制度の利用について

○3割強の企業で補助金や助成金を活用

国や都道府県等が実施している補助金や助成金制度については、「活用したことがある」が31.4%、「活用したことはない」が68.6%となった。規模が大きいほど活用の割合が高い傾向にあった（図表12）。

活用した制度の内訳については「雇用・人

材・健康（9.7%）」が最も高く、以下「研究開発・設備投資（9.3%）」が続いた。

一方、活用したことがない理由については、「適当な補助金や助成金がない（26.2%）」、「知らない・関心がない（24.2%）」、「手間や

図表12 役立った補助金や助成金制度

（単位：％）

	活用したことがある									活用したことがない			
	経営改善・事業再生・M&A	研究開発・設備投資（IT除く）	IT投資	雇用・人材・健康	展示会・出展・販路拡大	海外展開	省エネルギー・環境	手間や費用がかかる、審査が厳しい	適当な補助金や助成金がない	知らない・関心がない			
全体	31.4	4.6	9.3	1.5	9.7	3.0	0.4	2.9	68.6	18.2	26.2	24.2	
地域別	北海道	31.5	3.8	10.6	1.6	9.3	2.5	0.4	3.4	68.5	14.6	30.5	23.4
	東北	38.3	7.0	8.5	1.8	14.6	3.7	0.1	2.7	61.7	16.1	26.5	19.1
	関東	40.0	6.2	12.4	2.0	10.6	4.1	0.1	4.6	60.0	16.2	26.7	17.1
	首都圏	19.6	3.5	6.2	0.7	5.4	2.1	0.4	1.2	80.4	22.6	25.6	32.2
	北陸	39.2	6.3	12.9	1.7	9.8	4.0	0.9	3.7	60.8	16.4	28.5	15.9
	東海	41.7	4.9	13.5	1.9	12.4	3.2	0.3	5.6	58.3	14.9	26.2	17.2
	近畿	37.8	4.6	10.6	1.8	13.3	3.7	0.6	3.3	62.2	18.1	25.5	18.6
	中国	36.7	6.1	10.3	2.0	12.0	2.2	0.5	3.6	63.3	13.6	26.2	23.6
	四国	29.3	4.1	9.4	2.4	6.2	3.4	0.0	3.8	70.7	16.8	22.3	31.7
九州北部	28.4	3.8	9.1	1.4	9.1	2.1	0.3	2.7	71.6	19.0	27.4	25.2	
	南九州	28.0	5.4	4.6	1.1	10.1	3.8	0.4	2.5	72.0	16.3	23.7	32.0
規模別	1～4人	13.9	3.5	3.3	0.5	3.0	2.1	0.2	1.3	86.1	17.7	29.0	39.4
	5～9人	25.0	4.6	5.9	1.2	7.8	2.8	0.2	2.4	75.0	20.4	29.5	25.1
	10～19人	36.0	5.7	9.9	1.9	12.6	3.0	0.6	2.3	64.0	21.2	25.4	17.4
	20～29人	42.9	4.9	12.8	1.8	16.1	3.1	0.4	3.8	57.1	18.8	24.6	13.7
	30～39人	51.5	5.9	17.8	2.1	16.8	4.6	0.5	3.8	48.5	15.4	21.8	11.3
	40～49人	53.1	4.5	15.8	2.8	19.4	3.7	0.2	6.6	46.9	14.7	20.8	11.4
	50～99人	63.5	5.6	25.0	3.5	16.5	5.1	1.0	6.8	36.5	12.5	19.1	4.8
	100～199人	68.2	5.8	27.0	2.6	15.0	6.9	2.2	8.8	31.8	12.0	14.6	5.1
200～300人	75.4	5.3	31.6	2.6	16.7	1.8	0.9	16.7	24.6	8.8	12.3	3.5	
業種別	製造業	42.7	5.0	19.7	1.1	7.9	4.8	0.7	3.5	57.3	21.2	18.9	17.1
	卸売業	28.7	5.4	5.4	2.2	9.0	4.2	0.6	2.0	71.3	17.3	29.4	24.6
	小売業	22.8	4.9	4.8	1.2	6.5	2.5	0.1	2.8	77.2	15.2	27.0	35.0
	サービス業	27.1	3.5	5.2	1.8	12.3	1.4	0.2	2.7	72.9	16.7	28.8	27.4
	建設業	30.8	4.9	2.9	1.7	16.7	1.1	0.2	3.4	69.2	19.5	27.8	22.0
不動産業	15.3	2.2	1.8	1.5	7.0	0.8	0.2	1.9	84.7	13.0	42.6	29.2	

費用がかかる、審査が厳しい (18.2%)」が続いた。

○3割弱が商談会やビジネスフェアに参加

商談会やビジネスフェアについては、「参加したことがある」が27.2%、「参加したことはない」が72.8%となった。規模が大きいほど参加の割合が高い傾向にあった(図表13)。

参加した商談会等の内訳については、「ビ

ジネスフェア来場 (業者向け)」が8.9%と最も高く、以下「ビジネスフェア出展 (業者向け)」が8.2%で続いた。また、「参加したが役に立たなかった」は5.1%となった。

一方、参加したことがない理由については、「適当な商談会等がない (38.6%)」、「知らない・関心がない (20.9%)」、「手間や費用がかかる (13.3%)」が続いた。

図表13 商談会やビジネスフェアの参加状況

(単位：%)

	参加したことがある							参加したことがない				
	ビジネスフェア出展 (業者向け)	ビジネスフェア来場 (業者向け)	ビジネスフェア・即売会出展 (消費者向け)	バイヤーを招いた個別商談会	インターネット上のビジネススマッチング	参加した役に立たなかった	手間や費用がかかる	適当な商談会等がない	知らない・関心がない			
全体	27.2	8.2	8.9	1.3	2.3	1.3	5.1	72.8	13.3	38.6	20.9	
地域別	北海道	19.3	5.4	5.7	1.6	2.2	1.0	3.4	80.7	10.5	47.6	22.6
	東北	30.0	8.7	9.7	1.8	2.7	0.8	6.2	70.0	10.6	43.9	15.4
	関東	31.6	10.8	11.3	2.0	2.1	1.3	4.2	68.4	10.1	42.7	15.5
	首都圏	21.8	6.0	7.4	0.8	1.8	1.5	4.2	78.2	16.9	35.5	25.8
	北陸	29.8	10.4	8.1	1.5	2.0	1.1	6.6	70.2	13.8	39.8	16.6
	東海	34.3	9.8	10.7	2.2	2.0	1.4	8.3	65.7	12.4	35.8	17.5
	近畿	33.0	11.1	11.9	1.0	2.2	1.1	5.7	67.0	12.3	38.1	16.6
	中国	31.3	11.7	10.8	0.5	2.1	0.5	5.7	68.7	10.8	40.0	17.9
	四国	20.9	4.8	3.8	1.0	4.6	1.3	5.4	79.1	11.5	39.0	28.6
九州北部	27.7	7.6	11.7	1.1	1.8	0.7	4.8	72.3	14.2	36.0	22.2	
	南九州	22.9	5.1	4.4	2.6	4.8	2.9	3.1	77.1	12.1	37.0	28.0
規模別	1～4人	13.5	2.8	4.4	1.0	1.3	1.0	3.0	86.5	14.9	37.3	34.3
	5～9人	22.8	4.8	8.6	1.4	2.2	1.2	4.7	77.2	15.8	40.1	21.2
	10～19人	30.8	8.4	10.6	1.3	2.8	1.3	6.5	69.2	14.2	39.9	15.1
	20～29人	37.0	11.8	13.0	1.0	3.1	1.6	6.5	63.0	9.7	41.1	12.1
	30～39人	39.1	13.9	12.4	2.0	2.6	1.4	6.8	60.9	12.1	38.8	9.9
	40～49人	39.2	13.3	13.4	2.0	2.9	1.8	5.8	60.8	9.5	41.4	9.9
	50～99人	52.9	23.5	13.3	2.1	3.5	2.1	8.4	47.1	7.6	33.0	6.5
	100～199人	59.2	29.8	14.0	0.7	1.8	3.3	9.6	40.8	5.5	30.5	4.8
200～300人	61.6	31.3	17.0	1.8	4.5	0.0	7.1	38.4	2.7	33.0	2.7	
業種別	製造業	40.3	15.6	10.6	1.5	3.6	1.4	7.7	59.7	13.8	31.2	14.7
	卸売業	30.2	9.7	9.1	1.8	3.2	1.6	4.9	69.8	15.0	35.4	19.4
	小売業	18.2	3.6	6.8	1.6	2.4	1.2	2.5	81.8	13.4	38.2	30.2
	サービス業	18.8	3.5	9.0	0.8	0.7	0.9	3.8	81.2	12.1	45.4	23.8
	建設業	19.0	3.5	7.9	1.0	0.6	1.2	4.8	81.0	13.7	46.7	20.6
不動産業	15.4	1.2	8.2	0.9	0.5	1.3	3.4	84.6	9.3	49.1	26.2	

○役立つセミナーは業種によってまちまち

公的機関等が主催するセミナーについては、「参加したことがある」が40.4%、「参加したことはない」が59.6%となった。規模が大きいほど参加の割合が高い傾向にあった(図表14)。

内訳については、「補助金活用(12.0%)」、「販路拡大・マーケティング(11.8%)」、「事

業承継・相続・M&A支援(11.6%)」、「人材確保・育成(11.2%)」が高かった。業種別では、製造業で「補助金活用」、卸売業と小売業で「販路拡大・マーケティング」、不動産業で「事業承継・相続・M&A支援」、サービス業と建設業で「人材確保・育成」がそれぞれ最も高く、役立っているセミナーに差がみられた。

図表14 セミナーへの参加状況

(単位：%)

		参加したことがある									参加 したこ とがない	
		事業承継・ 相続・ M&A 支援	技術・ サービス 強化	IT活用	人材確保 ・育成	販路拡大 ・マーケ ティング	海外進出	業務改善・ 経費節減	税務相談	補助金 活用		
全 体		40.4	11.6	5.9	4.7	11.2	11.8	2.4	6.6	6.2	12.0	59.6
地 域 別	北 海 道	38.8	14.3	6.3	5.5	11.0	10.7	2.0	7.0	6.6	10.2	61.2
	東 北	48.5	13.4	7.0	6.5	14.1	14.9	1.8	9.4	7.2	16.3	51.5
	関 東	48.1	14.6	7.8	6.3	13.3	13.7	3.6	8.6	7.7	16.6	51.9
	首 都 圏	28.7	8.1	3.7	2.6	6.7	9.1	1.4	4.2	4.6	6.0	71.3
	北 陸	51.7	12.3	8.7	7.0	15.2	15.2	3.2	9.8	6.3	15.3	48.3
	東 海	49.0	14.3	7.0	6.1	13.8	12.5	3.8	8.9	8.3	18.8	51.0
	近 畿	46.6	12.8	7.3	5.1	14.6	13.7	3.9	6.6	6.9	14.4	53.4
	中 国	46.0	14.9	6.3	5.9	14.4	11.9	2.4	7.9	6.7	12.5	54.0
	四 国	38.0	9.0	4.6	5.4	7.6	10.5	1.2	5.9	7.8	12.0	62.0
九 州 北 部		39.2	9.4	5.6	3.3	11.3	13.5	0.5	6.4	6.1	14.1	60.8
	南 九 州	39.3	10.6	5.9	4.0	10.6	12.6	1.8	6.2	4.5	10.5	60.7
規 模 別	1 ～ 4 人	21.9	6.2	2.6	2.1	3.2	7.7	0.8	3.6	4.5	4.7	78.1
	5 ～ 9 人	35.9	10.1	4.2	3.2	7.4	11.0	1.2	5.9	6.7	10.0	64.1
	10 ～ 19 人	45.6	14.9	6.0	4.8	12.6	13.8	1.9	7.7	7.0	13.1	54.4
	20 ～ 29 人	53.0	16.5	9.2	6.4	16.4	15.9	3.8	7.6	6.3	16.2	47.0
	30 ～ 39 人	59.5	15.6	10.2	7.2	20.2	14.9	4.0	8.8	7.7	23.0	40.5
	40 ～ 49 人	59.0	15.5	10.1	8.4	22.5	14.1	2.7	11.2	7.1	17.9	41.0
	50 ～ 99 人	71.5	20.3	12.2	11.3	27.6	18.5	8.5	12.7	9.1	24.4	28.5
	100 ～ 199人	77.2	13.9	16.5	13.9	31.8	17.2	10.9	10.1	7.5	31.8	22.8
200 ～ 300人	82.7	18.2	18.2	10.9	34.5	21.8	16.4	13.6	10.9	30.9	17.3	
業 種 別	製 造 業	48.6	13.0	7.8	4.9	11.6	14.6	4.5	7.3	5.3	19.2	51.4
	卸 売 業	40.4	13.4	4.0	5.0	8.6	16.1	3.3	6.7	6.4	9.1	59.6
	小 売 業	29.3	7.6	3.5	3.0	7.2	10.9	1.0	5.9	4.7	7.1	70.7
	サ ー ビ ス 業	35.3	9.5	7.4	5.1	12.3	8.8	0.9	6.0	5.1	8.5	64.7
	建 設 業	42.6	12.7	7.3	5.4	16.9	7.4	0.7	7.3	8.1	10.1	57.4
	不 動 産 業	33.6	12.1	1.7	4.3	9.5	8.9	0.5	4.6	11.7	6.3	66.4

(備考) 最大3つまで複数回答

○税務・財務・会計の利用割合が高い

専門家派遣や相談窓口については、「利用したことがある」が26.3%、「利用したことはない」が73.7%となった。規模が大きいほど利用の割合が高い傾向にあった。また、業種別では製造業で利用の割合が高い傾向にあった（図表15）。

利用した専門家派遣や相談窓口の内訳については、「税務・財務・会計」が11.7%と最も高く、以下「販路開拓・営業支援」が8.8%、「人事・労務」が6.1%で続いた。ほぼすべての規模階層や業種で「税務・財務・会計」の回答割合が多い傾向にあった。

図表15 専門家派遣や相談窓口の利用状況

(単位：%)

		利用したことがある										利用 したこ がない
		法律	税務・ 財務・ 会計	輸出入・ 海外投資	IT関連	知的 財産権	設計・ デザイン	人事・ 労務	技術・ サービス 開発	販路開拓・ 営業支援		
全	体	26.3	3.2	11.7	1.6	1.7	1.4	1.3	6.1	3.2	8.8	73.7
地 域 別	北 海 道	23.3	2.0	10.0	1.4	1.2	0.9	1.5	6.2	3.5	8.2	76.7
	東 北	30.6	2.6	14.4	1.1	1.6	1.8	1.7	6.8	4.0	10.2	69.4
	関 東	30.3	3.2	14.3	1.7	2.9	2.1	2.3	7.2	4.7	8.9	69.7
	首 都 圏	21.4	3.0	9.4	1.1	1.2	0.8	0.9	4.1	2.3	7.5	78.6
	北 陸	35.2	3.4	14.7	2.5	2.7	0.8	1.7	7.7	4.5	15.4	64.8
	東 海	32.1	4.8	14.7	2.9	1.8	2.1	1.3	8.6	3.3	9.9	67.9
	近 畿	27.3	4.1	12.0	2.1	1.8	2.1	1.3	7.7	2.9	8.2	72.7
	中 国	29.7	2.7	12.3	1.4	1.4	1.6	0.8	8.1	3.4	10.4	70.3
	四 国	25.8	2.7	12.2	0.2	2.7	1.7	1.7	4.4	4.1	9.2	74.2
九 州	北 部	22.9	1.6	10.4	1.4	1.6	1.9	0.7	4.2	4.0	6.8	77.1
	南 部	25.4	3.3	10.5	1.1	2.1	0.6	1.7	5.0	3.0	9.8	74.6
規 模 別	1 ～ 4 人	15.1	1.9	7.1	0.6	0.8	0.5	1.0	1.7	1.4	5.5	84.9
	5 ～ 9 人	23.6	2.5	10.5	0.7	1.4	1.3	1.4	3.8	2.4	8.6	76.4
	10 ～ 19 人	29.7	3.2	13.7	1.1	1.6	1.3	1.4	7.6	3.5	10.8	70.3
	20 ～ 29 人	33.9	4.2	14.0	2.1	2.1	2.8	1.0	9.2	5.2	11.4	66.1
	30 ～ 39 人	37.5	4.1	16.5	3.4	2.5	1.8	1.3	10.2	5.0	12.0	62.5
	40 ～ 49 人	38.0	6.0	16.8	1.8	2.9	1.5	1.3	13.4	4.3	9.5	62.0
	50 ～ 99 人	46.0	6.2	18.7	5.8	3.8	2.9	2.5	15.4	7.7	14.2	54.0
	100 ～ 199 人	46.6	6.8	19.5	7.5	5.3	5.6	2.3	14.7	5.6	10.5	53.4
200 ～ 300 人	45.0	7.2	18.0	11.7	4.5	4.5	2.7	13.5	10.8	12.6	55.0	
業 種 別	製 造 業	33.6	3.1	12.4	3.0	2.1	2.8	1.7	7.1	5.6	12.5	66.4
	卸 売 業	26.7	3.3	12.2	2.1	1.8	1.0	1.1	6.1	2.0	9.7	73.3
	小 売 業	20.5	2.8	9.6	0.8	0.9	0.7	0.8	3.4	1.7	7.7	79.5
	サ ー ビ ス 業	22.5	2.3	11.0	0.6	1.7	0.6	0.7	6.8	2.4	6.5	77.5
	建 設 業	23.9	3.3	12.9	0.6	1.8	0.9	1.7	7.7	2.3	5.7	76.1
	不 動 産 業	17.9	6.4	10.6	0.3	1.3	0.4	1.1	3.6	1.1	4.3	82.1

(備考) 最大3つまで複数回答

○3分の1がメインバンクから情報入手

支援制度利用にかかる情報の入手先については、「メインバンク(33.2%)」が最も高かった。以下、「商工会議所・商工会(19.8%)」、「公的機関(区市町村・中小機構等)(10.8%)」、「知人・同業者等(10.3%)」、「メインバンク

以外の金融機関(10.3%)」が続いた(図表16)。

一方で、「支援制度を利用していない」との回答は42.6%となった。とりわけ、規模の小さい企業で利用していない割合は高い傾向にあった。

図表16 支援制度利用にかかる情報の入手先

(単位: %)

	支援制度を利用している										支援制度を利用していない	
	メインバンク	メインバンク以外の金融機関	公的機関(区市町村・中小機構等)	マスメディア	各種専門家	インターネット	商工会議所・商工会	知人・同業者等	その他			
全体	57.4	33.2	10.3	10.8	2.0	6.7	7.9	19.8	10.3	2.4	42.6	
地域別	北海道	55.0	23.9	7.0	14.4	2.8	5.3	7.9	23.4	12.1	3.8	45.0
	東北	62.3	29.2	10.6	17.0	1.1	6.9	8.7	24.2	10.1	4.5	37.7
	関東	64.9	39.9	13.4	16.9	2.7	6.6	8.7	26.6	8.3	2.3	35.1
	首都圏	47.1	31.8	7.5	5.9	1.5	4.1	6.0	11.2	8.7	1.1	52.9
	北陸	67.4	39.5	14.4	15.1	2.1	10.2	6.6	25.8	9.4	2.8	32.6
	東海	66.2	40.5	16.6	10.3	1.1	8.2	9.7	24.1	11.0	3.4	33.8
	近畿	63.4	33.9	11.4	12.3	2.1	9.7	8.7	22.7	12.0	2.7	36.6
	中国	63.2	34.4	10.7	16.3	2.6	9.6	8.5	25.6	8.8	1.3	36.8
	四国	54.3	31.0	10.8	8.8	2.0	5.2	7.4	20.4	9.6	2.5	45.7
九州北部	57.1	34.0	10.3	9.1	3.0	7.8	9.8	19.0	14.3	2.3	42.9	
	南九州	55.5	28.7	6.2	8.5	4.3	5.2	9.6	21.8	12.5	2.4	44.5
規模別	1～4人	38.5	21.5	3.8	5.1	1.5	3.0	5.0	14.1	7.5	1.5	61.5
	5～9人	55.6	31.2	6.9	8.2	1.8	5.1	7.7	20.1	11.2	2.2	44.4
	10～19人	64.8	38.3	10.7	11.4	2.9	7.7	8.5	22.0	13.4	2.5	35.2
	20～29人	70.4	43.3	15.1	15.4	1.8	9.2	9.3	23.4	12.1	3.1	29.6
	30～39人	74.7	43.9	16.8	17.9	2.2	10.7	12.7	24.5	9.4	2.9	25.3
	40～49人	74.7	43.0	19.8	17.0	2.2	11.9	9.8	24.5	11.4	3.6	25.3
	50～99人	82.3	47.7	25.4	23.4	2.3	11.7	12.2	27.5	12.0	4.4	17.7
	100～199人	84.8	48.5	29.3	27.0	2.6	16.7	13.0	27.4	8.9	3.0	15.2
200～300人	86.5	55.9	31.5	27.9	6.3	22.5	13.5	22.5	7.2	2.7	13.5	
業種別	製造業	66.8	42.3	14.4	15.4	1.7	6.9	8.8	23.1	9.9	2.4	33.2
	卸売業	57.4	32.9	11.9	8.9	2.1	6.6	8.0	19.5	10.8	2.1	42.6
	小売業	47.7	25.1	5.9	6.0	1.7	5.5	5.7	18.6	9.1	2.7	52.3
	サービス業	51.9	28.5	7.0	8.3	2.3	6.8	7.3	16.4	10.2	2.1	48.1
	建設業	57.9	31.8	8.0	12.1	2.4	7.4	8.7	19.8	11.6	2.4	42.1
不動産業	46.5	23.2	9.6	7.1	2.7	7.0	8.0	15.1	11.6	2.0	53.5	

(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) 今後を見据えた対応

- ・インターネット通販での購入が増えていることから、インターネット通販業者への納入割合を増やしていく。
(靴製造 大阪府)
- ・一部部門のみに導入していた原価管理システムを全社的に広げ、全社員が理解できるよう努めている。
(チップ製造 岩手県)
- ・求人情報誌への登録では費用対効果に見合っていないため、M&Aも視野に人手確保を検討している。
(金属製品製造 大阪府)
- ・技術の高度化や合理化を検討する部署を設置することを検討している。(精密工業用刃物製造 愛知県)
- ・人手不足を補う観点でIT化を進めるとともに、ISO取得も検討している。(飲料水製造 北海道)
- ・後継者不足のため、取引先との業務提携やM&Aを検討している。(印刷 北海道)
- ・受注確保の観点から、販路を国内から東アジアを中心とした海外に移している。(銅像製造 滋賀県)
- ・本業の先行き不透明感から、ロボット産業への新事業展開を検討している。(住宅部材製造 山口県)
- ・代表者は、事業承継やM&Aの必要性を感じ、外部コンサルタントと契約した。(製茶販売 神奈川県)
- ・後継者不在のため、県外同業者に働きかける等、5年以内でのM&Aを検討している。(食肉卸売 山梨県)
- ・自社独自の顧客管理システムの導入により販売が好調である。(化粧品販売 新潟県)
- ・商圈縮小にともない、今後、海外への中古車輸出等を検討したい。(自動車販売・修理 兵庫県)
- ・個人旅行者の囲い込みのため、インターネット予約対応を検討中である。(旅行代理店 長野県)
- ・死亡等により固定客が減少するなか、新規顧客獲得のための講習会等に積極参加している。
(美容 広島県)
- ・メイクアップやエステ、ネイルケア等の独自サービスの展開で顧客の囲い込みに努めている。
(理美容 三重県)
- ・組織再編によって、若手人材を重要なポジションに登用するなど若返りを図ることにより、組織の活性化に取り組んでいる。
(不動産仲介 静岡県)

(2) 直面する困難、試練

- ・代表者の入院をきっかけに業績不振となり、後継者もいないため、自分の代で廃業させたい。
(金属部品製造 静岡県)
- ・販路拡大のためのIT人材の採用や設備老朽化への対応が喫緊の課題であるが、業績の先行き不透明さから投資に踏み切れないでいる。
(染物製造 静岡県)
- ・熟練者に乏しく人材育成が喫緊の課題となっている。(計器部品製造 山形県)
- ・取引先の旅館や飲食店が安価な材料にシフトしている影響で売上が低迷している。
(生鮮食品販売 山形県)
- ・商店街の衰退にともない売上が減少している。(パン販売 岡山県)
- ・正社員・パートを募集しているものの、応募がまったくない。(中古車販売 北海道)
- ・アフターフォロー等に努めているものの、大手量販店との競合で、新規顧客の獲得に苦戦している。
(建材・什器販売 愛知県)
- ・amazon等通販大手との競合にともない、経費削減に努めるものの業績改善の見込みがない。
(書店 北海道)
- ・ケアマネージャー等がより高い待遇を求めて転職してしまい、人材確保が最重要課題となっている。
(福祉 新潟県)
- ・地域外から参入している大手業者との競争が激しくなっている。(不動産賃貸 鹿児島県)

(3) 特別調査のテーマ（中小企業経営に関する各種支援制度の利用について）

- ・補助金・助成金よりも税制優遇のほうが利用できるケースが多い。（プラスチック製品製造 静岡県）
- ・取引金融機関や同業者等から補助金・助成金に関する情報を入手しているが、手間等を勘案し、現時点で利用意向はない。（金属製品製造 静岡県）
- ・補助金・助成金に関する情報に乏しく、情報入手先として取引金融機関に期待する。（自動制御装置製造 神奈川県）
- ・家族経営のため、ビジネスフェア等への参加をしたくても困難な実状がある。（日本酒製造 三重県）
- ・補助金・助成金に関する情報は税理士等から入手できるが、その他支援制度に関する情報を得る手段がない。（製材 北海道）
- ・同業者との情報交換等によりセミナーや会合に参加することが多い。（木材加工 埼玉県）
- ・補助金・助成金の利用意向はあるものの、手間がかかり申請にまで至っていない。（自動車部品製造 長野県）
- ・各種支援制度の利用に関心はあるものの、本業多忙により利用できていない。（米類販売 静岡県）
- ・専門家派遣制度を活用して、海外への販路拡大を図っている。（製茶販売 静岡県）
- ・知名度が低いことに悩んでいたが、海外最大のビジネスマッチングフェアに参加したことをきっかけに、大手企業からの引き合いが急増した。（水素プラント販売 静岡県）
- ・手間がかかる印象があり、補助金・助成金等の申請に躊躇している。（花き販売 静岡県）
- ・林業関連の補助金を活用してチップ工場を新設した。（飼料販売 北海道）
- ・公的機関の支援窓口の担当者の対応がまちまちであり困惑している。（飲食・土産販売 長野県）
- ・補助金を活用して、スーパーを再開する予定である。（宿泊業 宮城県）
- ・セミナーや公的機関の窓口は大いに活用している。（不動産仲介 静岡県）

(4) その他

- ・真面目に働く外国人を採用でき、人手不足の解消につながっている。（自動車切削加工部品 静岡県）
- ・東京五輪までは受注が見込めるものの、東京五輪後の見通しは不透明である。（鉄骨鉄筋加工 長野県）
- ・元請先の北米・東南アジア等への拠点移転の影響で、受注が減少傾向である。（航空機部品製造 三重県）
- ・エコポイント制度で購入した家電の買換時期の到来により、生産・販売が好調である。（銅パイプ加工 神奈川県）
- ・日本人社員の定着率の悪さを外国人の採用でカバーしている。（鉄パイプ加工 広島県）
- ・電気自動車の普及や設備の自動化等に伴い、受注が増加傾向にある。（省力化機械製造 兵庫県）
- ・個人向け家具販売では、ホームページリニューアル等に伴い、売上が増加している。（家具製造販売 静岡県）
- ・近年、中国人からの買付けが増加しており、業績を下支えしている。（床材販売 大阪府）
- ・外国人研修生向け寮を新設し、今後とも外国人を採用していきたい。（冷凍鮮魚販売 愛媛県）
- ・二輪車需要の減少の影響で売上が低迷している。（二輪車販売 埼玉県）
- ・商店街に増加する外国人観光客を囲い込むことができていない。（果物販売 青森県）
- ・自動車の性能向上に対して、設備投資が追いついていない。（自動車整備 茨城県）
- ・不動産登記案件が減少している一方、相続・成年後見関連業務が増加している。（司法書士 埼玉県）
- ・外国人観光客に人気はあるものの、宿泊より宴会等での利用が中心となっている。（旅館業 山口県）
- ・ハローワークに加えて地元高校からの斡旋により若手社員を確保できた。（電気工事業 滋賀県）
- ・大手ゼネコンの撤退で、地元業者等に震災関連需要が集中してきている。（建設業 岩手県）

※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。