

調 査

第177回全国中小企業景気動向調査 (2019年7～9月期実績・2019年10～12月期見通し)

7～9月期業況は小幅低下で先行きにもやや慎重 【特別調査－消費税率引上げの影響と対応について】

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：2019年9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：15,446企業（有効回答数 14,260企業・回答率 92.3%）
※ 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 71.3%
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. 19年7～9月期（今期）の業況判断D.I.は△4.7、前期に比べ1.4ポイントの小幅低下となった。
収益面では、前年同期比売上額判断D.I.が△3.5と前期比1.8ポイント低下、同収益判断D.I.は△6.1と同1.4ポイント低下した。販売価格判断D.I.は同1.9ポイント低下してプラス4.0となった。人手過不足判断D.I.は△27.0と前期比0.4ポイント人手不足感が緩和した。設備投資実施企業割合は0.8ポイント上昇して22.9%と、27年ぶりの高い水準まで上昇した。業種別の業況判断D.I.は、全6業種中、小売業と建設業を除く4業種で低下した。地域別では、全11地域中、改善は3地域にとどまり、8地域が低下となった。
2. 19年10～12月期（来期）の予想業況判断D.I.は△6.1、今期実績比1.4ポイントの低下と、慎重な見通しである。業種別には、全6業種中5業種で、地域別には全11地域中7地域で、それぞれ低下する見通しにある。

業種別天気図

時期 業種名	2019年 4～6月	2019年 7～9月	2019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

1. 全業種総合

○業況は小幅の低下

19年7～9月期（今期）の業況判断D.I.は△4.7と、前期比1.4ポイントの小幅の低下となった（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（△4.3）を若干ながら下回った。

収益面では、前年同期比売上額判断D.I.が△3.5、前期比1.8ポイント低下、同収益判断D.I.は△6.1と、同1.4ポイントの低下となった。なお、前期比売上額判断D.I.は△0.4と前期比0.5ポイントの改善となった一方で、同収益判断D.I.は△4.1と同0.1ポイントの低下となった。

販売価格判断D.I.はプラス4.0と、前期比1.9ポイント低下しつつも、12四半期連続でプラス水準は維持した（図表2）。一方、仕入価格判断D.I.は、プラス19.0と、同5.7ポイント低下した。

雇用面では、人手過不足判断D.I.が△27.0（マイナスは人手「不足」超、前期は△27.4）と前期比0.4ポイントのマイナス幅縮小となり、3四半期続けて人手不足感はやや緩和したものの、水準的には依然として厳しい状況が続いている（図表3）。

資金繰り判断D.I.は△6.7と、前期比1.8ポイント低下した。

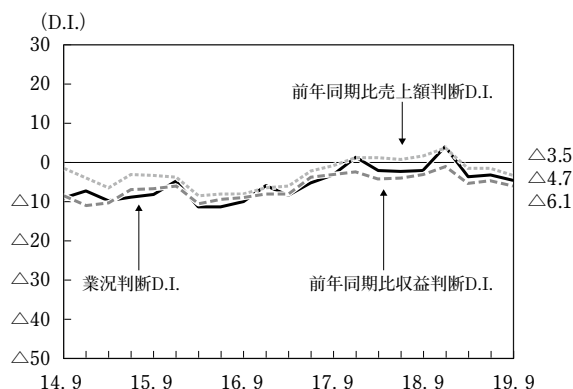
設備投資実施企業割合は22.9%と、前期比0.8ポイント上昇し、およそ27年ぶりの高い水準となった。

業種別の業況判断D.I.は、全6業種中、小

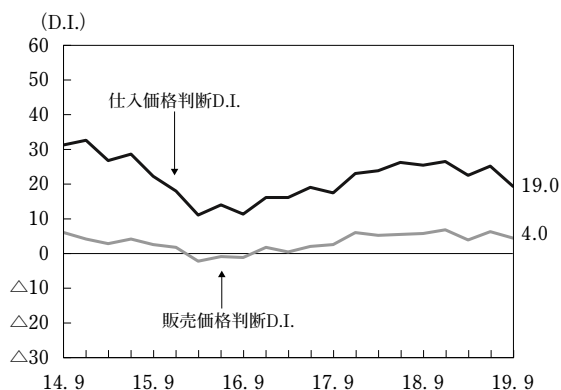
売業と建設業で改善したものの、それ以外の4業種では低下した。とりわけ、製造業は、前期比4.6ポイント低下と、最も低下幅が大きかった。

地域別の業況判断D.I.は、全11地域中、北海道、首都圏、東海で改善したものの、それ

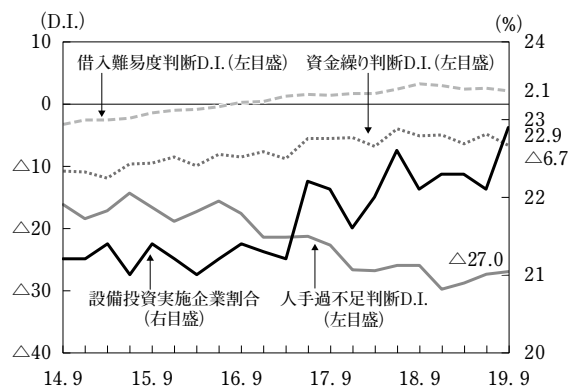
図表1 主要判断D.I.の推移



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



以外の8地域では低下した。とりわけ、近畿、中国、南九州は6ポイント超の低下と、相対的に低下幅が大きかった。

○先行きにもやや慎重

来期の予想業況判断D.I.は△6.1、今期実績比1.4ポイントの低下を見込んでいる。なお、7～9月期実績と比べた10～12月期見通しが低下となっているのは、バブル崩壊以降では初めてのことであり、先行きに対してやや慎重な見方が広がっている。

業種別の予想業況判断D.I.は、全6業種中、卸売業で小幅改善する見通しとなっているものの、それ以外の5業種では低下見通しとなっている。一方、地域別では、全11地域中、中国、四国、九州北部、南九州で小幅な改善が見込まれているものの、それ以外の7地域は低下の見通しとなっている。

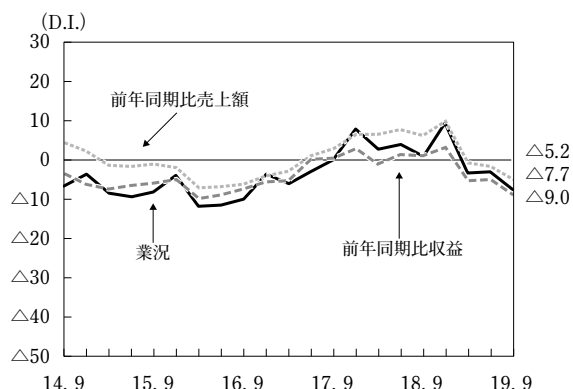
2. 製造業

○業況は3年ぶりの水準まで低下

今期の業況判断D.I.は△7.7と、前期比4.6ポイント低下し、およそ3年ぶりの水準まで低下した（図表4）。

前年同期比売上額判断D.I.は△5.2、前期比3.4ポイント低下、同収益判断D.I.は△9.0、同4.0ポイント低下した。また、前期比売上額判断D.I.は前期比2.8ポイント低下して△3.3、同収益判断D.I.は同2.9ポイント低下して△7.6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



○設備投資実施企業割合は高水準

設備投資実施企業割合は26.6%と、前期比0.6ポイント上昇したが、直近のピーク(2018年10～12月期の26.8%)には及ばなかった。

人手過不足判断D.I.は△23.2（前期は△24.2）と、人手不足感は三四半期続けてやや緩和したが、依然として厳しい水準で推移している。

販売価格判断D.I.はプラス2.3と、前期比3.6ポイント低下したものの、10四半期続けてプラス水準（「上昇」という回答が「下降」を上回る）は維持した。一方、原材料（仕入）価格判断D.I.はプラス20.0と、前期比7.2ポイントの大幅低下となった。

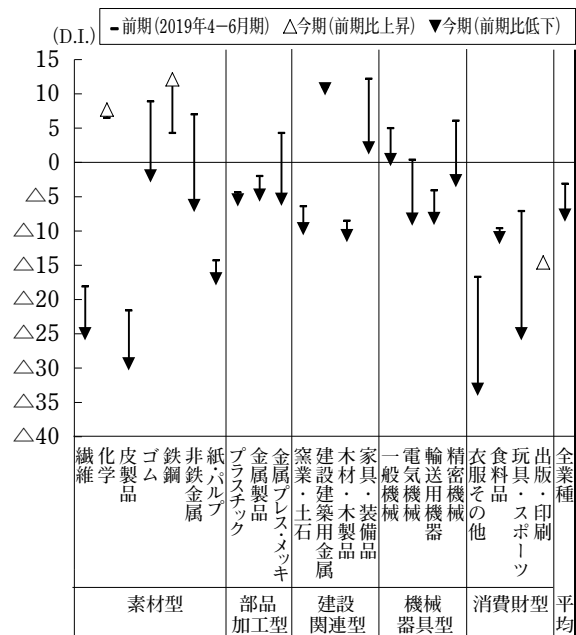
なお、資金繰り判断D.I.は△7.9、前期比3.1ポイント低下と、2四半期ぶりの低下となった。

○全22業種中、改善は3業種のみ

業種別業況判断D.I.は、製造業全22業種中、改善は3業種にとどまり、19業種が低下となった（図表5）。

素材型業種は、全7業種中、鉄鋼と化学が

図表5 業種別業況判断D.I.の推移



改善したものの、それ以外の5業種では低下した。

部品加工型業種は、全3業種で低下した。とりわけ、金属プレスは10ポイント近い大幅低下となった。

建設関連型業種も、全4業種で低下した。とりわけ、家具は10ポイント超の大幅低下となった。

機械器具型業種も全4業種で低下し、プラス水準にとどまっているのは一般機械（0.4）のみとなった。

消費財型業種は、全4業種中、出版・印刷が小幅改善したものの、それ以外の3業種では低下した。

○大メーカー型が3年ぶりのマイナス水準

販売先形態別の業況判断D.I.は、小売業型で若干の改善がみられたものの、それ以外の4形態では低下した。なお、水準面では5形

態がいずれもマイナスに転じている。とりわけ、大メーカー型がマイナス水準（△0.6）へ転じるのはおよそ3年ぶりのことである。

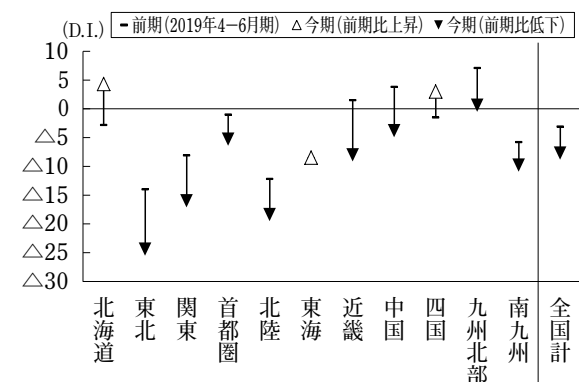
輸出主力型の業況判断D.I.は、前期比6.5ポイント低下して△7.8、内需主力型は同4.5ポイント低下して△7.0となった。

従業員規模別の業況判断D.I.は、全ての階層で低下した。ちなみに、水準面を見ると、1～19人が△11.6、20～49人が△4.3だった一方、50～99人がプラス0.4、100人以上がプラス4.2と、プラス水準を維持している。

○全11地域中、8地域で低下

地域別の業況判断D.I.は、全11地域中、北海道、東海、四国で改善がみられたものの、それ以外の8地域では低下した（図表6）。とりわけ、東北では前期比10ポイント超の大幅な低下となったほか、関東、近畿、中国などの低下幅も相対的に大きかった。なお、水準面でプラスを維持しているのは、北海道、四国、九州北部の3地域のみとなった。

図表6 地域別業況判断D.I.の推移



○一段の低下見通し

来期の予想業況判断D.I.は、今期実績比0.4ポイント低下の△8.1と、一段の低下を見込んでいる。

業種別には、全22業種中、改善見通しと低下見通しがそれぞれ11業種ずつと、まちまちとなっている。

また、地域別にも、全11地域中、中国や南九州など5地域で改善が見込まれている一方で、それ以外の6地域では低下見通しとまちまちとなっている。なお、水準面では、全11地域中、北海道、中国、九州北部の3地域でプラス水準維持が見込まれている。

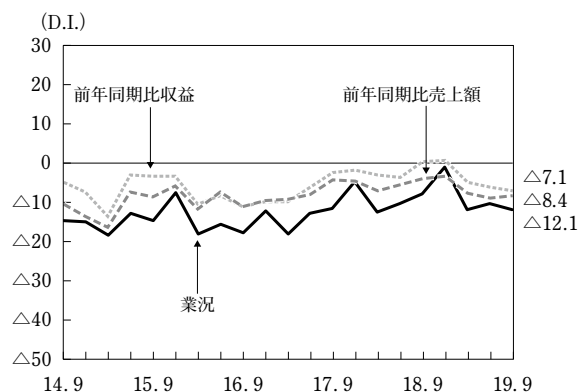
3. 卸売業

○業況は2四半期ぶりの低下

今期の業況判断D.I.は△12.1、前期比1.7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△7.1、前期比0.7ポイント低下した一方で、同収益判断D.I.は△8.4、同0.7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、10業種で低下

業種別の業況判断D.I.は、全15業種中、玩具や紙製品など5業種で改善したものの、それ以外の10業種では低下した。一方、地域別には、全11地域中、北海道と首都圏で改善したものの、それ以外の9地域では低下した。

○改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△8.7、今期実績比3.4ポイントの改善を見込んでいる。業種別には、全15業種中、4業種で低下が見込まれている一方で、それ以外の11業種では改善見通しとなっている。また、地域別には、全11地域中、北海道と東北以外の9地域で改善が見込まれている。

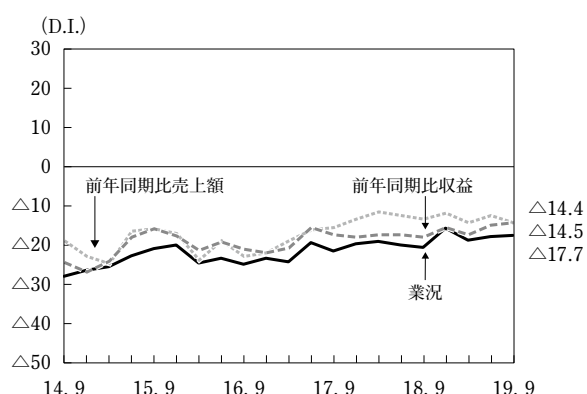
4. 小売業

○業況は改善

今期の業況判断D.I.は△17.7、前期比0.2ポイントの改善となった(図表8)。

なお、前年同期比売上額判断D.I.は△14.5、前期比1.9ポイントの低下、同収益判断D.I.は△14.4、同0.8ポイントの改善となった。

図表8 小売業 主要判断D.I.の推移



○全11地域中、5地域で改善

業種別の業況判断D.I.は、全13業種中、6業種で改善した。とりわけ、家電では25.0ポイントの大幅改善となった。また、地域別では全11地域中、5地域で改善となった。なかでも、北海道では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△19.5、今期実績比1.8ポイントの低下を見込んでいる。

業種別には、全13業種中、7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、7地域で低下の見通しとなっている。

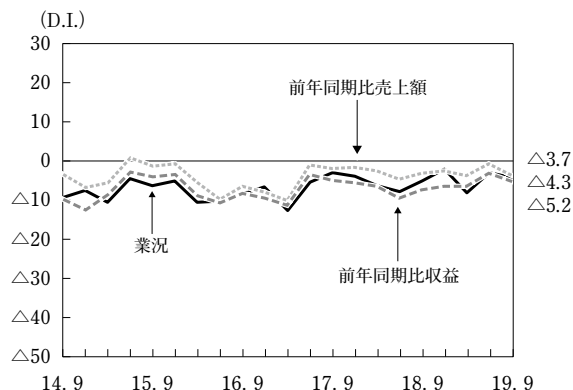
5. サービス業

○業況は低下

今期の業況判断D.I.は△4.3、前期比1.4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△3.7、前期比2.9ポイントの低下、同収益判断D.I.は△5.2、前期比2.0ポイントの低下となった。

図表9 サービス業 主要判断D.I.の推移



○全11地域中、6地域で低下

業種別の業況判断D.I.は、全8業種中、3業種で低下した。とりわけ、旅館・ホテルでは15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地域で低下となった。なかでも、九州北部では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△7.2、今期実績比2.9ポイントの低下を見込んでいる。

業種別には、全8業種中、7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、5地域で低下の見通しとなっている。

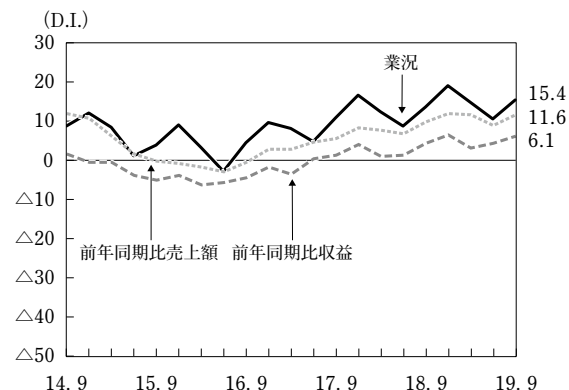
6. 建設業

○業況は改善

今期の業況判断D.I.は、前期比4.8ポイント改善のプラス15.4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11.6、前期比2.7ポイント改善し、同収益判断D.I.はプラス6.1、同1.9ポイントの改善となった。

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.を請負先別で見ると、全4請負先で改善となった。

地域別では、全11地域中、8地域で改善となり、なかでも関東、東海では、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、今期実績比3.5ポイント低下のプラス11.9を見込んでいる。

請負先別では、全4請負先で低下、地域別には全11地域中、8地域で低下の見通しとなっている。

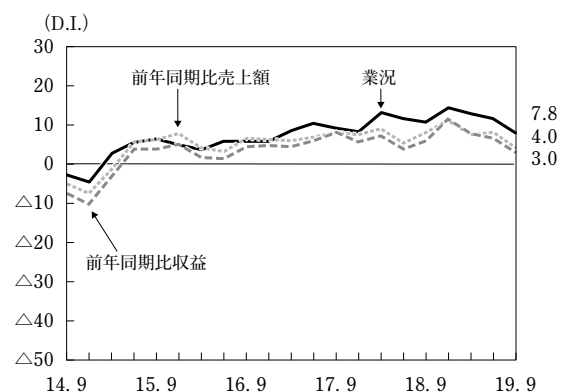
7. 不動産業

○業況は低下

今期の業況判断D.I.は、前期比3.8ポイント低下のプラス7.8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4.0、前期比4.0ポイントの低下、同収益判断D.I.はプラス3.0、同3.4ポイントの低下となった。

図表11 不動産業 主要判断D.I.の推移



○全11地域中、9地域で低下

業況判断D.I.を業種別で見ると、全5業種中、3業種で低下した。

地域別では、全11地域中、9地域で低下となった。なかでも、関東、南九州では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6.4ポイント低下のプラス1.4を見込んでいる。

業種別では、全5業種中、貸家を除く4業種で低下の見通しとなっている。地域別では全11地域中、10地域で低下の見通しとなっている。

特別調査 消費税率引上げの影響と対応について

○販売価格へ反映できない企業も

消費税率引上げ分の販売価格への反映については、「すべて反映できる」が40.2%となり、前回（5%から8%に上昇した2014年3月時の調査、以下同じ。）の33.5%から6.7ポイ

ント上昇した。対して、「一部の反映にとどまる」は27.9%と、前回（35.1%）から7.2ポイント低下した。また、「まったく反映できない」は6.7%と、前回（8.6%）から1.9ポイント低下した（図表12）。全体的に、販売価

図表12 販売価格への反映

(単位：%)

	全て反映できる	一部の反映にとどまる	まったく反映できない	わからない	
全 体	40.2	27.9	6.7	25.2	
地 域 別	北 海 道	43.2	29.1	5.6	22.1
	東 北	45.0	26.1	6.0	22.9
	関 東	46.1	24.4	6.2	23.3
	首 都 圏	30.7	29.8	7.3	32.2
	北 陸	44.8	25.7	6.0	23.5
	東 海	47.0	24.6	6.9	21.5
	近 畿	43.2	28.3	7.2	21.4
	中 国	43.6	28.3	5.7	22.4
	四 国	40.8	28.2	7.7	23.4
規 模 別	九 州 北 部	38.9	29.1	5.5	26.5
	南 九 州	41.0	28.7	6.8	23.5
業 種 別	1 ～ 4 人	35.9	26.4	7.7	30.1
	5 ～ 9 人	39.0	30.2	6.0	24.8
	10 ～ 19 人	42.8	28.6	6.6	22.1
	20 ～ 29 人	44.0	27.7	6.5	21.8
	30 ～ 39 人	44.4	27.2	5.6	22.8
	40 ～ 49 人	40.2	28.9	7.4	23.4
	50 ～ 99 人	46.6	28.8	5.0	19.6
	100～199人	47.1	27.8	5.2	19.9
	200～300人	63.9	15.1	5.9	15.1
業 種 別	製 造 業	41.3	25.8	7.1	25.9
	卸 売 業	41.0	31.0	5.7	22.2
	小 売 業	35.5	32.2	7.6	24.6
	サ ー ビ ス 業	38.6	28.5	6.6	26.3
	建 設 業	38.9	27.8	5.8	27.4
	不 動 産 業	49.3	21.1	6.9	22.8

<参考>過去調査結果

	全て反映できる	一部の反映にとどまる	まったく反映できない	わからない
2014年3月調査	33.5	35.1	8.6	22.9

格に反映できないという割合は減少したものの、いまだに一定数存在する。

また、従業員規模別にみると、規模が小さいほど「わからない」の割合が増加するなど、不透明感が上昇する傾向にあった。

○売上げへの悪影響は前回時よりは軽微

消費税率引上げに伴う売上げへの影響については、「減少する」が23.2%と、前回の

39.5%から16.3ポイント低下した。対して、「どちらともいえない」は35.8%と前回から4.5ポイント増加し、「影響はない・変わらない」も18.1%と前回から7.1ポイント増加した（図表13）。全体的に、売上げに悪影響を見込む企業の割合は低下した。

ただし、業種別にみると、小売業で「減少する」が30.9%と高い傾向にあった。また、従業員規模別にみると、規模が小さいほど

図表13 消費税引上げに伴う売上げへの影響

(単位：%)

	減少する	減少する					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	
		今年10月末頃まで減少	今年12月末頃まで減少	来年3月末頃まで減少	来年6月末頃まで減少	来年7月以降も減少						
全体	23.2	2.1	7.4	7.5	2.1	4.2	35.8	18.1	0.5	22.2	0.2	
地域別	北海道	21.9	1.7	7.0	6.9	2.6	3.7	32.9	22.7	0.7	21.6	0.2
	東北	26.6	2.6	8.1	9.6	2.1	4.2	33.8	19.9	0.4	19.3	0.0
	関東	23.8	2.7	8.5	6.5	2.6	3.4	35.3	18.2	0.1	22.4	0.2
	首都圏	21.9	1.5	7.0	6.8	2.1	4.5	35.6	15.0	0.4	26.9	0.2
	北陸	24.1	1.5	9.7	6.6	1.4	4.9	33.7	21.5	0.5	20.2	0.0
	東海	23.9	2.2	7.4	8.5	1.9	3.9	34.3	19.9	0.5	21.1	0.2
	近畿	24.5	2.4	7.5	8.7	1.8	4.0	37.1	18.3	0.6	19.1	0.4
	中国	22.7	2.9	6.7	7.2	2.6	3.4	36.5	20.3	0.5	20.0	0.0
	四国	20.5	2.0	6.3	5.2	2.3	4.7	42.3	17.8	0.2	19.1	0.0
九州別	九州北部	23.0	2.3	6.2	7.5	2.0	4.9	38.5	18.2	0.5	19.8	0.0
	南九州	22.9	2.4	7.1	7.4	2.0	4.1	37.6	16.8	0.7	21.8	0.3
規模別	1～4人	23.7	2.0	7.8	7.2	1.9	4.8	34.3	16.2	0.4	25.1	0.2
	5～9人	22.7	2.5	7.2	7.3	2.0	3.6	37.6	16.9	0.5	22.2	0.1
	10～19人	24.4	1.8	7.2	8.2	2.4	4.7	34.4	18.8	0.6	21.4	0.3
	20～29人	23.2	2.1	7.1	8.8	1.9	3.3	37.1	19.1	0.6	19.8	0.2
	30～39人	23.3	2.0	7.6	7.4	2.4	3.9	34.9	20.3	0.5	20.7	0.1
	40～49人	22.1	2.5	6.5	7.1	1.9	4.2	36.1	20.9	0.4	20.3	0.1
	50～99人	20.4	1.7	7.1	6.9	2.2	2.5	41.3	20.0	0.1	18.2	0.0
	100～199人	23.2	1.4	6.8	8.9	2.4	3.8	33.4	23.9	0.7	18.8	0.0
200～300人	16.7	1.7	8.3	3.3	0.8	2.5	37.5	40.0	0.0	5.0	0.8	
業種別	製造業	20.1	1.5	6.4	6.8	1.8	3.5	37.0	19.0	0.3	23.4	0.3
	卸売業	28.4	3.1	9.9	8.8	2.0	4.6	33.6	15.7	0.3	21.7	0.3
	小売業	30.9	3.7	10.9	8.2	2.0	6.1	32.5	12.2	0.5	23.8	0.1
	サービス業	20.0	1.3	5.1	7.0	1.6	5.0	36.1	21.7	0.6	21.5	0.1
	建設業	19.8	1.1	5.2	7.5	2.9	3.0	37.9	20.9	0.7	20.5	0.1
不動産業	22.2	2.1	7.3	7.5	2.4	2.9	36.5	20.5	0.9	19.8	0.1	

<参考> 過去調査結果

	減少する	減少する					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
		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					
2014年3月調査	39.5	3.0	14.0	11.0	5.8	5.7	31.3	11.0	0.6	17.5	0.2

「わからない」の割合が増加しており、不透明感が上昇する傾向にあった。

○収益確保策は「変わらない」が最多

消費税率引上げ後の収益確保策については、「これまでと変わらない」が38.0%と最も多くなった。以下、「いっそうの経費削減」が30.3%、「販売価格の個別品目ごとの見直し」が21.1%、「仕入価格の上昇を抑える」

が19.4%、「販売価格の全面的な引上げ」が16.2%で続いた（図表14）。

前回と比較すると、「これまでと変わらない」の割合が上昇する一方で、「いっそうの経費削減」など他の選択肢の割合は軒並み低下した。

○軽減税率への対応には遅れも

軽減税率制度への対応については、「対応

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	いっそうの経費削減	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	16.2	21.1	4.7	19.4	6.5	6.9	30.3	10.7	38.0	0.7	
地域別	北海道	17.1	22.1	4.4	22.6	5.9	8.4	32.1	9.8	38.2	0.7
	東北	15.9	22.3	6.1	21.6	5.2	6.9	32.7	11.7	37.2	1.0
	関東	15.8	21.1	5.7	21.3	7.9	6.9	32.8	12.6	37.0	0.6
	首都圏	14.8	19.1	3.4	16.9	5.9	5.6	27.8	8.7	39.5	0.6
	北陸	16.4	19.5	4.9	20.4	6.5	8.0	32.0	12.1	38.8	0.8
	東海	16.3	20.8	5.0	19.2	6.9	6.6	32.2	11.0	39.6	0.6
	近畿	16.6	23.4	5.5	20.2	7.1	8.4	31.0	12.4	36.6	0.7
	中国	16.7	21.3	5.2	19.3	5.1	5.7	27.4	10.4	38.9	0.8
	四国	16.2	20.7	6.1	19.4	5.6	6.8	27.7	12.8	35.4	0.9
九州北部	20.4	22.7	4.4	17.9	6.4	6.1	30.7	10.7	34.8	0.8	
	南九州	18.4	22.2	5.5	20.1	8.5	7.1	29.7	10.2	35.5	0.5
規模別	1～4人	16.5	19.2	4.1	17.4	6.0	6.1	29.1	8.4	41.3	0.7
	5～9人	17.3	22.5	4.0	20.5	6.3	7.5	30.3	11.6	36.0	0.8
	10～19人	16.2	21.8	5.3	20.7	7.1	7.1	31.5	10.7	36.1	0.7
	20～29人	14.3	23.6	5.7	21.2	7.8	8.1	29.4	12.6	35.5	0.5
	30～39人	14.8	27.2	6.7	20.2	6.5	6.2	28.4	11.3	37.4	1.1
	40～49人	15.6	19.5	4.9	18.7	5.1	5.9	33.3	12.9	35.8	0.8
	50～99人	17.6	20.2	5.5	21.2	7.5	7.4	34.1	12.4	35.9	0.1
	100～199人	14.1	19.3	5.9	21.0	7.2	9.7	29.0	17.9	36.6	0.3
	200～300人	11.7	13.3	5.8	11.7	3.3	3.3	28.3	15.0	50.0	0.8
業種別	製造業	14.7	22.1	5.9	18.9	7.1	5.2	30.6	11.4	38.0	0.5
	卸売業	18.4	25.7	4.4	21.3	7.0	8.0	29.7	10.7	33.5	0.5
	小売業	19.7	24.3	3.6	18.1	5.4	7.3	32.3	7.8	33.4	1.2
	サービス業	15.9	18.5	4.0	16.3	4.9	5.6	30.2	10.5	41.4	0.4
	建設業	13.7	15.7	3.8	21.6	5.7	8.9	27.2	11.2	41.9	0.5
	不動産業	16.6	17.5	6.2	21.1	9.4	8.8	31.5	13.7	42.4	1.3

<参考> 過去調査結果

	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	いっそうの経費削減	現状の業容を拡大する	これまでと変わらない	その他
2014年3月調査	17.4	26.5	5.4	24.9	8.3	8.7	37.3	12.4	23.5	0.8

(備考) 最大3つまで複数回答

は完了」が7.8%、「対応はほぼ完了」が21.9%となった。対して、「対応を始めたが、間に合わない」が3.2%、「対応すべきだが、できていない」が17.7%、「そもそも、自社と関係があるかわからない」が11.5%となった。また、「自社とは関係がない」は37.9%となった（図表15）。

業種別にみると、小売業で「対応すべきだが、できていない」が27.3%と高く、特に遅

れが目立つ。また、従業員規模別にみると、規模が小さいほど「対応すべきだが、できていない」の比率が上昇する傾向にあった。

○賃上げの動きが中小企業でも広がる

今春の賃上げ改定の有無とその理由については、36.3%が賃金を引き上げたと回答し、前回（16.6%）から19.7ポイント上昇し、2倍以上に増加した。引上げの理由としては、

図表15 軽減税率制度への対応

(単位：%)

		対応は完了	対応はほぼ完了	対応を始めたが、間に合わない	対応すべきだが、できていない	自社とは関係がない	そもそも、自社と関係があるかわからない
全 体		7.8	21.9	3.2	17.7	37.9	11.5
地 域 別	北 海 道	7.9	27.8	4.5	18.3	33.3	8.3
	東 北	8.5	25.5	3.3	16.6	37.0	9.2
	関 東	9.9	21.5	3.4	15.1	39.7	10.6
	首 都 圏	6.1	17.9	3.0	20.1	37.9	15.0
	北 陸	10.7	20.7	2.6	15.9	38.2	11.8
	東 海	8.0	23.6	3.6	15.8	38.2	10.8
	近 畿	7.6	22.0	3.4	15.8	40.3	10.8
	中 国	9.4	24.6	2.5	13.8	40.4	9.4
	四 国	11.2	23.5	2.3	16.6	36.9	9.6
九 州 北 部	8.0	20.9	2.8	22.8	35.8	9.7	
南 九 州	7.3	24.8	3.5	20.7	34.8	8.8	
規 模 別	1～4人	7.8	18.9	3.5	21.8	35.2	12.8
	5～9人	7.7	20.5	3.1	18.8	38.2	11.7
	10～19人	7.1	22.5	3.2	15.7	40.1	11.3
	20～29人	8.7	24.7	3.2	13.9	39.7	9.8
	30～39人	8.0	26.9	3.8	13.5	37.5	10.4
	40～49人	7.4	27.8	2.8	15.3	37.8	8.9
	50～99人	9.1	23.7	3.0	12.5	40.6	11.2
	100～199人	5.9	31.6	2.1	8.0	43.8	8.7
	200～300人	11.7	27.5	0.8	7.5	46.7	5.8
業 種 別	製 造 業	6.3	19.5	2.3	15.5	43.4	13.0
	卸 売 業	9.3	27.1	4.7	20.6	29.9	8.5
	小 売 業	12.6	27.6	5.0	27.3	19.1	8.4
	サ ー ビ ス 業	6.0	20.7	3.2	18.8	39.1	12.2
	建 設 業	4.8	18.2	2.3	12.9	48.2	13.7
	不 動 産 業	10.0	20.1	2.7	8.9	47.2	11.2

「従業員の処遇改善」が21.2%と最も高くなった（図表16）。

対して、賃金引上げを実施しなかった企業は63.7%と、前回（83.4%）から19.7ポイント低下した。引き上げなかった理由としては、「当面様子をみる」が37.9%と最も高く

なった。

従業員規模別にみると、規模が大きいほど賃上げの動きが活発である状況は、前回と同様であった。ただし、規模の小さい企業でも賃上げの動きが広がっている。

図表16 消費増税などを踏まえた今春の賃金引上げの有無

(単位：%)

	賃金を引き上げた						賃金を引き上げていない						
	アベノミスの流れを踏襲	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	36.3	1.4	21.2	4.8	7.7	1.2	63.7	8.8	12.4	3.4	37.9	1.3	
地域別	北海道	38.2	2.0	22.6	3.8	8.4	1.3	61.8	6.8	11.9	3.1	38.3	1.6
	東北	43.5	1.2	24.7	3.9	10.6	3.0	56.5	8.0	11.3	2.6	33.0	1.6
	関東	43.6	1.6	26.7	5.1	8.9	1.4	56.4	8.3	10.0	3.3	33.3	1.5
	首都圏	25.4	1.5	13.7	3.9	5.5	0.8	74.6	10.8	15.3	3.9	43.6	1.0
	北陸	38.4	1.6	24.5	4.7	6.7	0.9	61.6	9.5	12.7	3.0	34.8	1.7
	北海道	42.9	1.1	26.0	4.7	9.5	1.6	57.1	8.3	10.4	3.0	33.8	1.6
	近畿	41.4	1.4	24.3	6.4	8.2	1.1	58.6	7.7	11.2	3.4	35.0	1.3
	中国	41.1	2.0	24.7	5.4	7.7	1.2	58.9	6.3	11.6	2.2	38.0	0.8
	四国	42.4	1.4	26.3	5.2	8.2	1.4	57.6	8.8	6.6	3.9	37.4	0.9
規模別	九州北部	32.9	0.8	20.4	4.2	7.2	0.3	67.1	10.2	14.0	3.8	38.3	0.7
	南九州	35.0	1.1	18.4	6.0	8.6	0.9	65.0	7.6	13.4	3.2	39.3	1.5
	1～4人	26.5	1.2	15.2	3.5	5.5	1.0	73.5	11.0	13.9	4.3	42.7	1.6
	5～9人	34.8	1.2	20.4	4.7	7.2	1.2	65.2	9.1	13.1	3.6	38.2	1.3
	10～19人	39.4	1.5	23.5	5.2	7.9	1.3	60.6	7.4	12.9	2.5	36.7	1.2
	20～29人	43.4	1.7	26.2	5.0	9.4	1.2	56.6	7.9	11.0	2.3	35.0	0.2
	30～39人	45.1	1.5	26.5	5.9	10.5	0.7	54.9	7.8	11.3	2.3	32.8	0.7
	40～49人	43.9	1.7	23.0	5.8	12.1	1.4	56.1	6.8	9.2	3.7	34.3	2.0
	50～99人	52.3	2.5	31.6	5.2	10.9	2.2	47.7	5.6	8.2	2.2	31.2	0.6
業種別	100～199人	56.7	2.1	30.2	11.7	12.0	0.7	43.3	4.1	9.3	2.4	25.1	2.4
	200～300人	69.0	0.9	49.1	10.3	6.0	2.6	31.0	0.9	6.9	1.7	19.8	1.7
	製造業	41.3	1.6	24.4	5.3	8.8	1.2	58.7	8.7	12.8	3.4	32.8	0.9
	卸売業	33.6	1.6	18.9	5.3	6.0	1.8	66.4	11.2	12.6	3.5	37.5	1.5
	小売業	25.2	1.2	13.7	2.5	7.0	0.7	74.8	11.9	13.1	4.7	43.4	1.7
	サービス業	36.6	1.0	21.5	4.3	8.6	1.3	63.4	7.2	11.5	3.1	40.5	1.1
建設業	38.0	1.4	22.8	5.2	7.6	1.0	62.0	4.8	11.6	2.2	42.1	1.4	
不動産業	40.4	1.8	24.4	6.6	6.3	1.3	59.6	9.0	12.1	2.5	34.5	1.4	

<参考> 過去調査結果

	賃金を引き上げた					賃金を引き上げていない						
	アベノミスの流れを踏襲	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		
2014年3月調査	16.6	1.5	8.4	3.9	1.9	0.9	83.4	16.5	25.2	6.0	34.6	1.1

「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) 活況、新しい取組み

- ・オリンピックや大阪万博等でのホテル建築に伴い、今後5年分の受注はすでに確保している。
(家具製造 北海道)
- ・朝ドラ「なつぞら」の効果が大きく、大幅に売上増加している。
(菓子製造 北海道)
- ・人手不足が続いていることから、労働条件の改善を検討している。また、工場老朽化を受けて移転を考
えている。
(ビニール加工品製造 新潟県)
- ・東南アジアで日本製の農業用工作機械は好評であり、売上も堅調である。(農業用作業機械製造 長野県)
- ・夏場の猛暑に加え、相次ぐ災害の発生を受け、ペットボトル需要が増加している。
(ペットボトル製造 静岡県)
- ・労働条件の改善を必須と捉えており、残業時間削減など女性が働きやすい環境を作ることを今後のビジョ
ンとしている。
(鉄鋼製造 滋賀県)
- ・平成30年7月豪雨による売上減少を挽回するため、新規事業に取り組んでいる。今般、新型機械を導入し、
人手不足を解消した。
(プラスチック部品製造 岡山県)
- ・めがねを作りに来た台湾人が、検査やフィッティングなどの様子を動画サイトにアップしたことから、
最近、台湾からの来店数が増加している。
(眼鏡小売 北海道)
- ・ドライブレコーダーの需要増で売上が伸びている。在庫不足が心配される。(自動車電装品販売 新潟県)
- ・西日本豪雨以降、災害復旧関連の工事が多く、当面はフル稼働となる見通し。(土木建築 岡山県)
- ・残業削減のため、ソフトウェア開発に投資するなど、IT化による仕事の効率化を図っている。
(不動産仲介、売買 岡山県)
- ・同業他社が撤退したため、競争はほとんどない。安定受注が見込まれている。
(自動車シート製造 愛知県)

(2) 苦境、将来への懸念

- ・選挙関連業務を受けて今期は増収したが、パソコン等の普及の影響で売上確保に苦慮している。
(印刷 北海道)
- ・車関連の受注は例年並みであるものの、半導体関連の落ち込みがカバーできずにいる。
(自動車部品等製造 群馬県)
- ・外国人技能実習生の入替えにより、生産能力が低下している。
(衣服製造 埼玉県)
- ・代表者、従業員とも高齢化が進んでいるが、若い人が採用できない。特殊技術を要する専門職であるため、
外国人採用も無理と判断している。将来は事業縮小予定である。
(鉄骨製造 神奈川県)
- ・5Gの本格稼働による受注増加をもくろんでいたが、ファーウェイ問題を始め米中貿易摩擦の影響を受け、
売上減少が続いている。
(ガラスセラミック加工 山梨県)
- ・半導体業界の落ち込みが著しい。主力取引先からは今後回復見通しと説明を受けているが、具体的な時
期は明示されていない。
(半導体装置製造 長野県)
- ・代表者の人脈と技術に依存していたが、大病を患ったため、事業が縮小傾向にある。(金型製造 静岡県)
- ・鉄相場の変動と、中国による輸入規制を受け、業界全体が厳しい状況である。
(鉄・スクラップ卸売 山形県)
- ・仕入価格の上昇が顕著であり、上昇分を価格に転嫁できず、業績低迷の要因となっている。増税分も転
嫁できない見込みである。
(海苔、お茶卸売 新潟県)
- ・豚インフルの影響により飼料の売れ行きが鈍い。
(飼料、肥料卸売 神奈川県)
- ・天候不順に伴う祭事のキャンセルや縮小の影響が大きい。
(イベント用品レンタル 岡山県)
- ・前年と比べて、韓国人観光客が減少している。
(ホテル 沖縄県)
- ・従業員が高齢化し、新卒採用も困難であるため、人手不足感が少しずつ出てきている。
(超硬およびダイヤモンド工具製造 静岡県)
- ・米中貿易摩擦や日韓問題の深刻化を受け、今後の影響を不安視している。半年、1年後の予測が立てづらい。
(機械部品製造 愛知県)

(3) 特別調査のテーマ（消費税率引き上げの影響と対応について）

- ・消費税率引き上げより、米中、日韓の外交問題による影響が大きい。（各種電源装置製造 神奈川県）
- ・食材と加工賃の消費税率が明確に分類されておらず、発注先からの返事待ちの状況である。（米飯、パン製造 新潟県）
- ・消費税率引き上げに対して、経理担当者が行動できていない。（サンプル品製造 静岡県）
- ・売価は軽減税率8%が適用されるが、仕入には軽減税率対象外も多く、増税分の負担が増えかねない。消費税率は一元化が望ましい。（給食、弁当製造 愛知県）
- ・消費増税が間近に迫る中、何も対応していない。軽減税率セミナー等に案内しても、人手不足のため参加してもらえない。（酒製造 三重県）
- ・消費税率引き上げについては、価格転嫁はすべて可能とみられる一方で、帳簿や請求書等の対応は間に合っていない状況。（米、肥料農薬卸売 北海道）
- ・消費増税に伴い、価格見直し等の事務作業が増加したため、営業活動ができず売上が減少した。（紙袋、容器卸売 茨城県）
- ・取扱い品目の中に飲料系の商品もあるため、ソフトウェアの入れかえや伝票類の記載方法の変更などの対策が必要となっている。現在対応中である。（事務機および文具卸売 神奈川県）
- ・増税による駆け込み需要は、前回のときと比べると小さい。注視は必要であるが、あまり大きな影響はないと考えている。（建築木材卸売 静岡県）
- ・消費税率が8%と10%に分かれるため、事務処理が大変である。一律10%にしてくれたほうがよかった。（陶磁器卸売 岐阜県）
- ・補聴器は非課税なので増税には影響がないが、消費者はそれを知らないので駆け込み需要が起きている。（補聴器販売 茨城県）
- ・冬物の仕入れ時期が消費増税の時期に当たることから、資金繰りを心配していた。（テニス用品等小売 静岡県）
- ・増税によって仕入れが10%になるものの、競争が厳しいため販売は8%のまま営業する方針。（歯科医 北海道）
- ・今回は駆け込み需要がみられず、むしろ停滞気味。10月以降の動きも予想できない。（不動産分譲 山梨県）

(4) その他

- ・インターネット販売で売上を伸ばしているものの、手数料が割高で利益は少ない。（しそジュース製造 北海道）
- ・スマートフォン関連の受注は減少しているが、金型部門の受注は好調であり、トータルすると増加傾向にある。脱中国の動きを受け、ベトナム工場が多忙を極めている。（プラスチック部品製造 長野県）
- ・競合店出店やコンビニ商品の台頭、後継者問題などを受け、今年8月をもって廃業する。（洋菓子製造 大分県）
- ・去年7月の被災後観光客が激減していたが、官民一体となったイベントの開催を行っており、今後は観光客が戻ってくるものと期待している。（みやげ物、贈答品卸売 岡山県）
- ・EV化によりガソリン需要が減少している中で、点検整備、洗車等をいかに増やすかがポイントである。（自動車燃料販売 静岡県）
- ・地デジ移行から10年が経過したことで、テレビの買換えが増加すると考えられる。（エアコン等販売 静岡県）
- ・来年の大河ドラマの舞台だが、地元のPRが弱いと、あまり集客を期待していない。（温泉旅館 岐阜県）
- ・大工の高齢化が進んでいる上、社長自身も60歳で後継者がいない。事業売却を視野に入れている。（一般住宅、公共工事 北海道）
- ・防災関連の公共工事がほぼ一巡した。今年度からは予算が減額されている。（土木工事 静岡県）
- ・自社内設備（休憩スペース）を計画するも、東京オリンピックの影響で材料が準備できず、導入が遅れる見通し。（土木 鹿児島県）
- ・投資物件について、金融機関の対応がやや厳しくなった印象がある。今後は郊外と市街地の物件格差が鮮明になっていくと予想している。（不動産 静岡県）

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。