

調 査

第181回全国中小企業景気動向調査 (2020年7～9月期実績・2020年10～12月期見通し)

7～9月期業況は改善するも依然として最悪水準続く

【特別調査－新型コロナウイルスの感染拡大を受けた中小企業の対応について】

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：2020年9月1日～7日
2. 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
3. 標本数：15,317企業（有効回答数 13,772企業・回答率 89.9%）
※ 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 71.0%
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. 20年7～9月期（今期）の業況判断D.I.は△48.3と、前期の過去最悪水準から8.6ポイントの改善となった。

収益面では、前年同期比売上額判断D.I.が△56.1と前期比3.8ポイント改善、同収益判断D.I.は△54.6と同4.3ポイント改善した。販売価格判断D.I.は前期の大幅低下から一転し△6.6となった。人手過不足判断D.I.は△7.2と再び人手不足感が強まった。設備投資実施企業割合は1.9ポイント上昇して19.0%となった。業種別の業況判断D.I.は全6業種で、地域別でも全11地域で、それぞれ改善した。

2. 20年10～12月期（来期）の予想業況判断D.I.は△47.1、今期実績比1.2ポイントの小幅改善を見込んでいる。業種別では全6業種中5業種で、地域別では全11地域中7地域で、それぞれ改善する見通しにある。

業種別天気図

時期 業種名	2020年 4～6月	2020年 7～9月	2020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

○過去最悪水準から改善

20年7～9月期（今期）の業況判断D.I.は△48.3と、前期の過去最悪水準（△56.9）から8.6ポイントの改善となった（図表1）。

収益面では、前年同期比売上額判断D.I.が△56.1、前期比3.8ポイント改善、同収益判断D.I.が△54.6、同4.3ポイント改善となった。また、前期比売上額判断D.I.は△33.2、前期比22.0ポイント改善、同収益判断D.I.は△34.4、同19.9ポイント改善となった。

販売価格判断D.I.は△6.6と、前期の大幅低下から一転して前期比5.8ポイント上昇した。また、仕入価格判断D.I.はプラス6.2と、同5.3ポイント上昇した（図表2）。

雇用面では、人手過不足判断D.I.が△7.2（マイナスは人手「不足」超、前期は△2.0）と、前期は急速に人手不足感が緩和したものの、今期は再び不足感が強まる方向に転じた（図表3）。

資金繰り判断D.I.は△17.9、前期比13.9ポイントの大幅改善となったが、直近のピーク（2018年4～6月期の△4.0）には遠く及ばず厳しい水準にとどまっている。

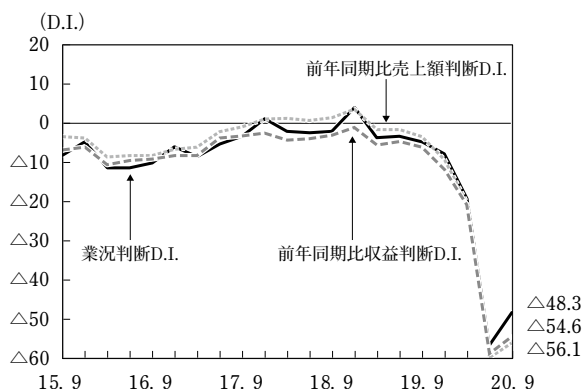
また、設備投資実施企業割合は19.0%と、前期比1.9ポイントの上昇となった。

業種別の業況判断D.I.は、全6業種で改善した。最も改善幅が大きかったのは不動産業（13.5ポイント）で、次いで建設業（11.8ポイント）、サービス業（11.0ポイント）、卸売業（8.6ポイント）、小売業（7.6ポイント）

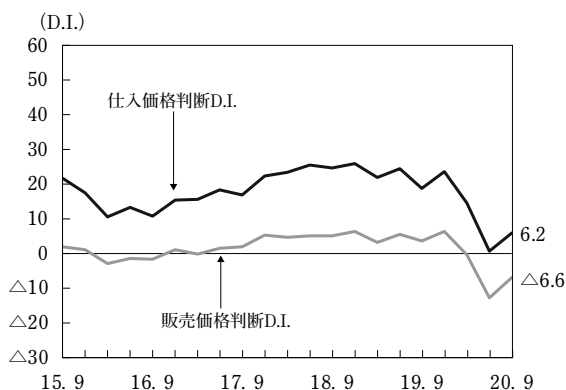
の順で、最も改善幅が小さかったのは製造業（5.0ポイント）だった。

また、地域別の業況判断D.I.も、全11地域で改善した。とりわけ、北海道、近畿、中国、四国の改善幅は10ポイントを超え、相対的に大幅だった。一方、最も改善幅が小さ

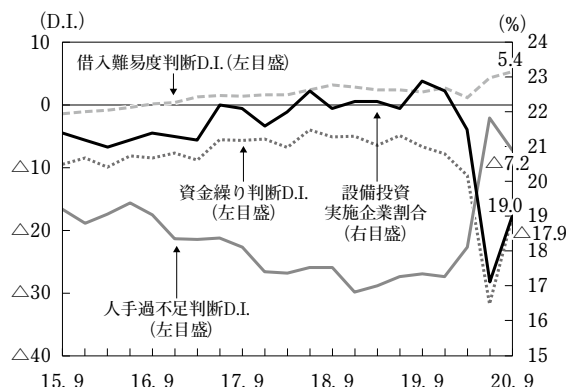
図表1 主要判断D.I.の推移



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



かったのは首都圏（4.6ポイント）だった。

○小幅の改善見込み

来期の予想業況判断D.I.は△47.1、今期実績比1.2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、不動産で小幅悪化（1.3ポイント）、建設業で横ばいが見込まれているものの、それ以外の4業種では小幅な改善を見込んでいる。一方、地域別では、全11地域中、北海道、北陸、近畿、中国で小幅悪化が見込まれているものの、それ以外の7地域では小幅改善の見通しとなっている。

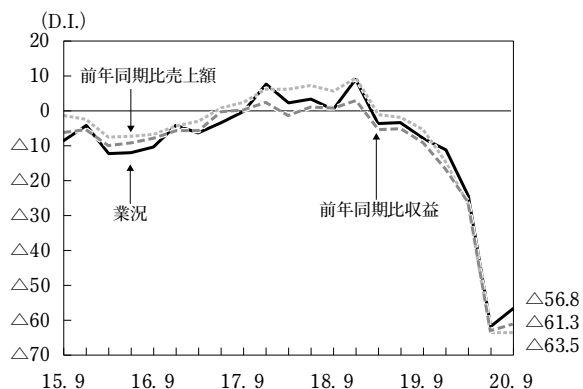
2. 製造業

○改善に転じる

今期の業況判断D.I.は△56.8と、前期の過去最悪水準（△61.8）から一転、前期比5.0ポイントの改善となった（図表4）。

前年同期比売上額判断D.I.は△63.5、前期比0.1ポイント改善、同収益判断D.I.は△61.3、同1.8ポイント改善したが、いずれも小幅だった。また、前期比売上額判断D.I.は前期

図表4 製造業 主要判断D.I.の推移



比18.4ポイント改善して△40.3、同収益判断D.I.は同16.3ポイント改善して△41.6と、ともに改善に転じた。

○人手過剰感は弱まる

設備投資実施企業割合は20.4%と、前期比1.8ポイントの上昇となった。

人手過不足判断D.I.はプラス4.3（前期はプラス7.1）と、人手過剰感は弱まる方向に転じたものの、2四半期続けての人手「過剰」超となった。

販売価格判断D.I.は△7.8と、前期比1.5ポイントの上昇へ転じた。一方、原材料（仕入）価格判断D.I.はプラス5.3と、前期比3.1ポイントの上昇へ転じた。

なお、資金繰り判断D.I.は△20.2、前期比13.2ポイントの大幅改善ではあるが、厳しい水準からは脱し切れていない。

○全22業種中、15業種が改善

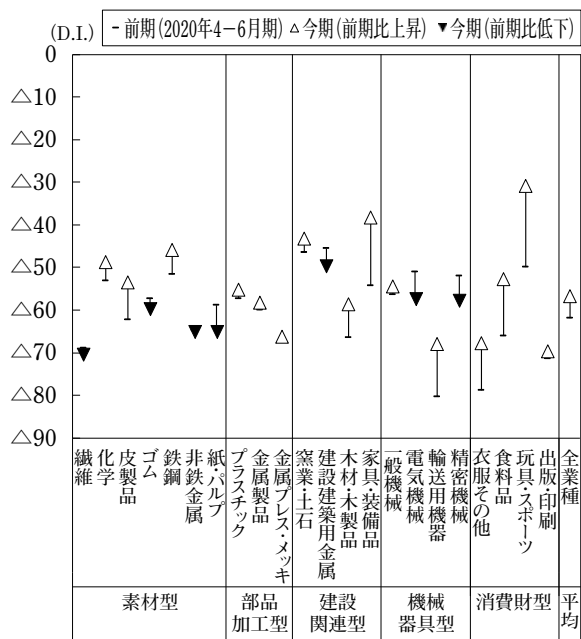
業種別業況判断D.I.は、製造業全22業種中、改善15業種、悪化7業種とまちまちだった（図表5）。

素材型では、鉄鋼や化学など3業種が改善したものの、それ以外の4業種では小幅悪化した。

部品加工型は、3業種すべてで小幅改善した。建設関連型では、建設金属で小幅悪化したものの、それ以外の3業種では改善した。

機械器具型は、電気機械と精密機械で悪化した一方、輸送用機器と一般機械は改善と、まちまちだった。

図表5 業種別業況判断D.I.の推移



消費財型では、全4業種で改善した。とりわけ、食料品、衣服、玩具・スポーツの改善幅は10ポイント超と、相対的に大幅だった。

○小売業者型と最終需要家型で改善幅大

販売先形態別の業況判断D.I.は、いずれの形態も改善した。とりわけ、小売業者型と最終需要家型の改善幅は10ポイント超と、相対的に大幅だった。

一方、輸出主力型の業況判断D.I.は、前期比8.5ポイント改善して△56.7、内需主力型も同5.2ポイント改善して△55.8となった。

従業員規模別の業況判断D.I.は、いずれの階層でも改善した。なお、いずれの階層も改善幅は10ポイント以下で、従業員規模別の階層による大きな差はみられなかった。

○全11地域中、9地域が改善

地域別の業況判断D.I.は、全11地域中、関東と首都圏ではさらなる悪化がみられたものの、それ以外の9地域では改善した(図表6)。最も改善幅が大きかったのは北海道と南九州(15.4ポイント)で、次いで四国(12.9ポイント)、近畿(10.5ポイント)、中国(7.5ポイント)の順だった。なお、マイナス幅(水準)に着目すると、北陸(△70.5)、東海(△67.2)、東北(△65.9)などが相対的に最も厳しい水準となっている。

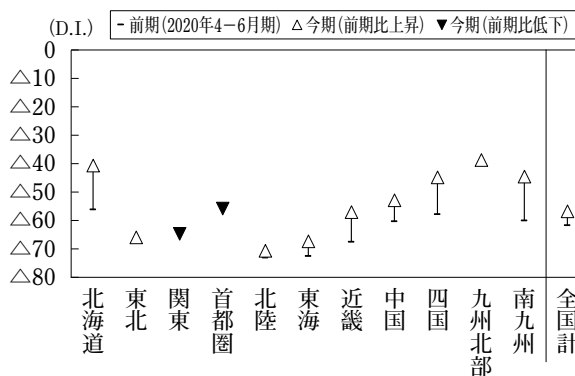
○小幅改善の見通し

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△54.2と、小幅改善を見込んでいる。

業種別には、全22業種中、7業種が横ばいし小幅悪化を見込んでいるものの、それ以外の15業種では改善を見込んでいる。

また、地域別には、北海道など4地域で横ばいし小幅悪化を見込んでいるものの、それ以外の7地域では改善を見込んでいる。

図表6 地域別業況判断D.I.の推移



3. 卸売業

○業況は改善

今期の業況判断D.I.は△55.3、前期比8.6ポイントの改善となった（図表7）。

なお、前年同期比売上額判断D.I.は△60.7、前期比4.9ポイントの改善、同収益判断D.I.は△58.6、同6.1ポイントの改善となった。

○全15業種中、11業種で改善

業種別の業況判断D.I.は、全15業種中、玩具など4業種で一段と悪化したものの、それ以外の11業種では改善した。一方、地域別では、北陸、四国、南九州を除く8地域で改善した。

○小幅改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△53.6、今期実績比1.7ポイントの改善を見込んでいる。業種別には、全15業種中、7業種で横ばいなし小幅悪化が見込まれているものの、それ以外の8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、東北と関東

を除く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△54.8、前期比7.6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△60.3、前期比3.9ポイントの改善、同収益判断D.I.は△57.4、同3.6ポイントの改善となった。

○全13業種中、12業種で改善

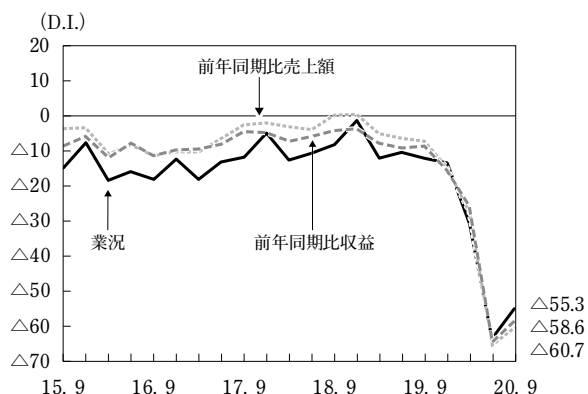
業種別の業況判断D.I.は、全13業種中、書籍・文具を除く12業種で改善した。とりわけ、家電では32.0ポイント改善し、△29.8となった。また、地域別では全11地域中、東北、首都圏を除く9地域で改善となった。なかでも、四国が25.5ポイントの大幅な改善となった。

○小幅改善の見通し

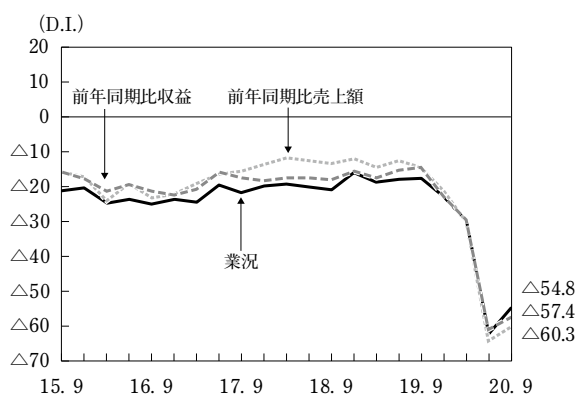
来期の予想業況判断D.I.は△54.7、今期実績比0.1ポイントの小幅改善を見込んでいる。

業種別には、全13業種中、飲食料品や燃

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



料など6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、四国で横ばい、東北、首都圏、近畿、中国、九州北部、南九州の6地域で改善の見通しとなっている。

5. サービス業

○業況は改善

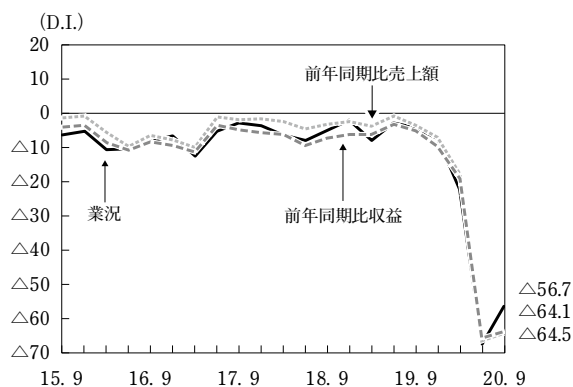
今期の業況判断D.I.は△56.7、前期比11.0ポイントの改善となった（図表9）。

なお、前年同期比売上額判断D.I.は△64.5、前期比2.1ポイントの小幅な改善、同収益判断D.I.は△64.1、前期比1.8ポイントの小幅改善となった。

○全8業種、全11地域で改善

業種別の業況判断D.I.は、全8業種で改善した。とりわけ、物品賃貸では15.3ポイント改善して、△59.1となった。地域別では全11地域で改善となった。なかでも、四国では18.6ポイントの大幅な改善となった。

図表9 サービス業 主要判断D.I.の推移



○小幅改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△54.9、今期実績比1.8ポイントの小幅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。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。

6. 建設業

○業況は改善

今期の業況判断D.I.は△20.6、前期比11.8ポイントの改善となった（図表10）。

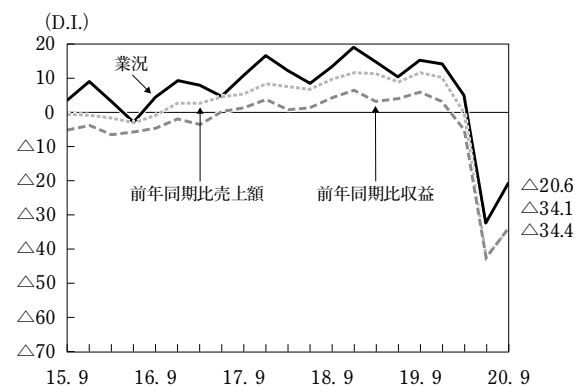
なお、前年同期比売上額判断D.I.は△34.4、前期比7.9ポイント改善し、同収益判断D.I.は△34.1、同8.3ポイントの改善となった。

○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。とりわけ、個人では△34.8、前期比15.9ポイントの改善となった。

地域別では全11地域で改善となった。中でも、中国では△12.6と前期比25.3ポイントの大幅改善となっている。

図表10 建設業 主要判断D.I.の推移



○横ばいの見通し

来期の予想業況判断D.I.は△20.6と今期実績比横ばいを見込んでいる。

請負先別では、全4請負先中、官公庁を除く3請負先で改善、地域別には全11地域中、東北、関東、首都圏、四国、九州北部、南九州の6地域で改善の見通しとなっている。

7. 不動産業

○業況は改善

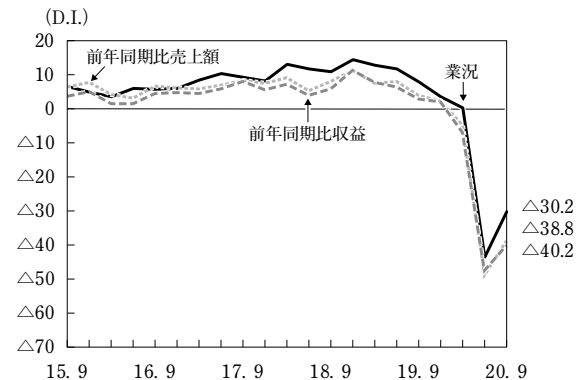
今期の業況判断D.I.は△30.2、前期比13.5ポイントの改善となった(図表11)。

なお、前年同期比売上額判断D.I.は△38.8、前期比10.2ポイントの改善、同収益判断D.I.は△40.2、同7.5ポイントの改善となった。

○全11地域中、10地域で改善

業況判断D.I.を業種別でみると、貸事務所・土地賃貸を除く、4業種で改善した。とりわけ、建売では22.3ポイントの大幅な改善となった。

図表11 不動産業 主要判断D.I.の推移



地域別では、全11地域中、北陸を除く10地域で改善となった。なかでも、四国では31.4ポイントの大幅な改善となった。

○悪化の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△31.5、今期実績比1.3ポイントの悪化と業種別で唯一悪化を見込んでいる。

業種別では、全5業種中、建売、仲介を除く3業種で改善、地域別では全11地域中、東海で横ばい、関東、北陸、四国、九州北部、南九州の5地域で改善の見通しとなっている。

特別調査

新型コロナウイルスの感染拡大を受けた中小企業の対応について

○売上の回復時期はわからないが3割

売上高がコロナ前の水準に回復する時期を、いつごろと見込んでいるかについては、「わからない (31.1%)」が最も高く、以下「2021年中 (25.7%)」、「2022年中 (16.7%)」、「2023年以降 (9.0%)」と続いた。また、「現状

でコロナ前に到達・上回っている」は8.3%となり、「戻ることはない」は4.1%となった(図表12)。

規模別にみると、規模が大きいほど「現状でコロナ前に到達・上回っている」の割合が高い。一方で、規模が小さいほど「戻ること

図表12 売上高がコロナ前の水準に回復する時期

(単位：%)

		現状でコロナ前に到達・上回っている	2020年中	2021年中	2022年中	2023年以降	戻ることはない	わからない
全 体		8.3	5.1	25.7	16.7	9.0	4.1	31.1
地 域 別	北 海 道	10.5	4.8	21.0	18.1	10.4	4.8	30.4
	東 北 道	8.4	3.4	22.9	16.6	9.3	5.9	33.4
	関 東 圏	10.0	3.3	31.3	15.3	9.2	3.9	27.1
	首 都 圏	6.7	5.7	24.8	15.9	8.5	4.1	34.4
	北 陸 道	5.2	5.3	24.9	20.6	10.0	4.7	29.2
	東 海 道	8.4	4.8	27.7	17.7	9.1	3.5	28.7
	近 畿 道	9.2	5.3	26.5	18.1	9.5	3.9	27.6
	中 国 道	10.0	5.3	26.4	16.1	7.7	2.9	31.5
	四 国 道	9.5	5.0	24.8	12.7	8.0	4.8	35.2
九 州 北 部	10.4	5.3	29.0	15.5	9.2	2.9	27.7	
南 九 州	6.2	6.5	24.0	13.7	7.3	3.6	38.7	
規 模 別	1～4人	5.8	4.8	24.2	15.6	8.5	5.3	35.7
	5～9人	7.6	4.6	26.1	16.0	9.9	4.0	31.7
	10～19人	8.7	5.6	25.3	16.1	9.4	3.1	31.9
	20～29人	9.9	5.3	26.6	18.9	8.1	3.2	28.0
	30～39人	10.7	5.6	27.0	18.3	8.1	5.0	25.3
	40～49人	11.6	5.0	28.2	19.1	9.0	3.0	24.1
	50～99人	13.5	5.8	28.6	18.9	9.1	2.8	21.3
	100～199人	14.8	5.6	28.2	20.1	9.5	2.1	19.7
	200～300人	13.0	2.4	22.8	20.3	11.4	3.3	26.8
業 種 別	製 造 業	6.9	4.3	27.9	17.5	9.0	4.0	30.3
	卸 売 業	7.6	4.6	26.5	17.4	8.2	4.4	31.4
	小 売 業	8.1	4.7	23.7	14.7	8.9	6.4	33.5
	サ ー ビ ス 業	6.9	5.2	23.5	18.5	8.1	4.3	33.5
	建 設 業	13.2	7.1	22.8	14.0	9.9	2.1	30.9
不 動 産 業	8.5	5.7	28.8	19.4	10.2	2.6	24.9	

はない」や「わからない」といった悲観的な回答の割合が高かった。

○6社に1社でテレワークなど対応

テレワークや在宅勤務、リモートワークといった、出社を必要としない就労形態を実施しているか（予定を含む。）については、「実施した（予定を含む。）」が16.6%、実施していないが83.4%となった。実施（予定を含

む。）企業の内訳をみると、12.0%が「コロナウイルスをきっかけに実施」と回答した。また、実施していない企業の内訳をみると、72.9%が「実施できる業務ではない」と回答した（図表13）。

業種別では卸売業や不動産業で、地域別では首都圏や近畿で、それぞれ実施割合が比較的高い。規模別にみると、規模が大きいほど実施割合が高かった。

図表13 出社を必要としない就労形態の実施

(単位：%)

	実施した（予定を含む。）				実施していない								
	コロナウイルス感染拡大前から実施済み	コロナウイルスをきっかけに実施した	これから実施する予定			実施できる業務ではない	実施コストがかかる	セキュリティ面で不安	従業員を管理できない	ITに知見を持つ人材がいない	従業員がいない(家族経営等)	その他	
全 体	16.6	1.5	12.0	3.1	83.4	72.9	1.8	0.8	1.0	1.0	4.8	1.2	
地 域 別	北 海 道	9.3	1.2	6.8	1.2	90.7	81.5	2.0	0.6	1.1	1.3	3.2	1.1
	東 北	11.1	1.6	7.0	2.5	88.9	79.4	1.6	0.8	1.0	0.7	3.7	1.9
	関 東	13.7	1.4	10.2	2.1	86.3	78.1	1.4	0.7	0.4	0.7	3.9	1.0
	首 都 圏	21.2	1.6	15.2	4.4	78.8	65.9	2.0	0.8	0.9	0.9	6.9	1.3
	北 陸	15.4	1.8	11.5	2.1	84.6	71.1	3.6	0.0	1.5	0.6	6.9	0.9
	東 海	16.2	1.9	12.2	2.0	83.8	75.6	1.2	1.0	0.8	1.3	2.9	1.0
	近 畿	21.6	1.9	16.3	3.4	78.4	69.7	1.1	1.1	1.2	0.8	3.6	0.7
	中 国	12.7	1.4	9.6	1.7	87.3	78.0	2.3	0.5	0.9	0.6	3.3	1.7
	四 国	8.2	0.9	3.4	3.9	91.8	78.5	2.1	0.9	1.1	1.1	6.6	1.4
規 模 別	九州北部	13.3	0.7	9.4	3.3	86.7	75.0	2.8	0.8	1.5	1.5	4.4	0.8
	南九州	7.3	0.6	3.6	3.2	92.7	79.2	2.0	1.2	0.6	1.6	6.3	1.8
規 模 別	1～4人	8.6	1.4	4.7	2.5	91.4	73.0	1.5	0.3	0.7	1.0	13.2	1.6
	5～9人	12.8	1.0	8.8	3.0	87.2	79.7	1.9	0.7	1.2	1.1	1.5	1.1
	10～19人	16.5	1.3	12.0	3.2	83.5	77.0	1.8	0.9	1.3	1.2	0.4	0.9
	20～29人	22.0	2.4	16.8	2.8	78.0	71.7	2.6	0.6	1.4	0.7	0.1	0.9
	30～39人	23.7	1.9	17.7	4.2	76.3	71.0	1.4	1.7	0.3	1.3	0.3	0.3
	40～49人	27.0	2.2	21.2	3.6	73.0	67.3	1.9	1.6	1.0	0.2	0.0	0.9
	50～99人	36.1	2.1	29.4	4.5	63.9	57.3	2.3	1.7	1.0	0.5	0.0	1.0
	100～199人	42.0	2.1	36.4	3.5	58.0	53.1	1.7	1.0	1.0	0.3	0.0	0.7
200～300人	46.3	3.3	39.8	3.3	53.7	43.9	1.6	3.3	0.8	0.8	0.0	3.3	
業 種 別	製 造 業	17.3	1.3	13.1	2.9	82.7	75.0	1.2	0.8	0.9	0.7	3.0	1.1
	卸 売 業	20.3	1.5	15.1	3.7	79.7	67.3	3.0	1.1	1.2	1.6	4.5	0.9
	小 売 業	10.5	1.4	6.4	2.6	89.5	76.1	1.6	0.5	0.6	0.9	8.0	1.7
	サ ー ビ ス 業	16.4	2.1	11.9	2.4	83.6	74.8	1.4	0.8	0.6	0.6	4.2	1.2
	建 設 業	16.3	1.5	11.9	2.8	83.7	76.0	2.0	0.5	1.5	0.6	2.0	1.2
不 動 産 業	21.0	1.9	14.2	5.0	79.0	58.1	2.7	1.5	1.4	2.3	12.1	0.9	

○雇用維持の方針が強い

雇用ならびに1人当たり支給額（給与、手当、賞与等）に関する方針（予定を含む。）について、正規社員と非正規社員に分けて尋ねたところ、正規社員については60.0%が、非正規社員については30.8%が「雇用、支給額とも維持・増加」と回答し、最も多くなっ

た（「該当者はいない」を除く。）。次に「雇用は維持・増加するが、支給額を減らす（正規社員14.1%、非正規社員7.3%）」が続いており、雇用を維持しようとする姿勢が強い傾向がみられた（図表14）。

業種別にみると、建設業で正規社員の「雇用、支給額とも維持・増加」の割合が高かった。

図表14 雇用ならびに1人当たり支給額（給与、手当、賞与等）に関する方針

(単位：%)

	正規社員					非正規社員					
	雇用、支給額とも維持・増加	雇用は維持・増加するが、支給額を減らす	雇用を減らし、支給額は維持・増加	雇用、支給額とも減らす	該当者はいない	雇用、支給額とも維持・増加	雇用は維持・増加するが、支給額を減らす	雇用を減らし、支給額は維持・増加	雇用、支給額とも減らす	該当者はいない	
全 体	60.0	14.1	4.8	3.3	16.6	30.8	7.3	5.1	4.2	38.9	
地域別	北海道	70.9	11.0	3.2	2.1	11.9	39.1	5.8	4.7	2.8	35.9
	東北	60.2	15.4	5.0	2.8	15.3	31.7	8.4	5.5	3.2	36.6
	関東	60.5	14.5	6.2	2.9	15.4	32.1	7.7	6.9	4.3	34.0
	首都圏	56.1	13.9	4.4	3.6	21.0	27.7	6.2	4.0	3.7	50.8
	北陸	58.8	14.3	4.4	3.9	16.7	28.6	7.2	6.9	5.4	30.5
	東海	59.8	17.7	4.8	3.2	13.7	32.9	9.3	7.0	6.3	31.8
	近畿	61.3	14.9	6.1	3.8	13.2	31.4	8.4	5.3	4.6	30.9
	中国	61.3	14.4	5.2	3.8	14.6	29.0	6.4	6.1	4.9	38.7
	四国	55.3	12.0	3.7	3.7	23.0	31.6	6.2	1.6	3.5	38.0
九州北部	63.8	10.9	4.4	2.6	16.6	32.6	6.0	3.1	3.2	37.2	
南九州	56.0	11.2	4.6	2.8	23.3	23.5	7.4	4.6	4.2	46.2	
規模別	1～4人	46.2	11.1	3.0	3.6	33.5	21.6	5.2	3.3	3.3	52.7
	5～9人	65.2	14.3	4.7	3.7	11.7	30.5	6.3	3.9	4.4	40.4
	10～19人	65.3	16.3	6.2	3.1	8.7	33.6	9.6	4.9	3.9	33.9
	20～29人	71.0	14.1	5.6	2.4	6.5	37.2	8.5	6.7	3.5	30.6
	30～39人	67.4	15.2	7.6	2.0	7.2	37.3	7.6	9.2	4.9	27.5
	40～49人	68.3	16.1	5.6	4.5	4.9	44.6	9.9	7.5	6.6	21.0
	50～99人	68.9	17.7	6.1	2.0	4.7	38.8	9.1	6.5	5.7	25.5
	100～199人	64.4	23.2	7.0	2.8	2.8	43.3	9.2	14.4	9.5	12.0
200～300人	70.5	16.4	3.3	3.3	5.7	41.8	11.5	14.8	8.2	14.8	
業種別	製造業	58.9	18.3	6.0	3.7	12.4	32.2	9.4	6.5	5.7	33.9
	卸売業	61.2	14.7	5.4	3.0	14.7	32.3	7.8	4.7	3.6	35.9
	小売業	49.9	12.1	4.6	4.2	27.1	29.8	7.1	5.9	4.9	39.2
	サービス業	55.3	16.0	5.3	3.9	18.3	31.0	8.6	6.5	4.8	37.9
	建設業	75.4	8.7	2.8	1.7	10.9	30.6	3.4	1.9	1.9	45.9
	不動産業	60.8	8.9	2.6	2.6	23.2	25.1	3.7	2.5	1.6	50.3

○3密防止や勤務時間など見直し

今現在、今後の事業の見直しについては、「職場環境（3密防止など）（33.6%）」が最も高く、以下「勤務時間、勤務方法（28.0%）」、「調達先・調達方法（多様化・分散など）（18.9%）」が続いた。また、「実施・検討していない」は

32.4%となった（図表15）。

業種別にみると、製造業や卸売業で調達先・調達方法や生産・販売拠点の見直しの割合が高いなどの特徴がみられる。また、規模別にみると、規模が大きいほど何らかの取り組みを実行している割合が高い。

図表15 今後の事業の見直しについての実施・検討状況

（単位：％）

	調達先・ 調達方法 (多様化・ 分散など)	勤務時間、 勤務方法	職場環境 (3密防止 など)	委託先・ 外注先 選定の 見直し	事業継続計 画(BCP) の整備・ 見直し	生産・ 販売拠点 の見直し	事業全体 (事業転 換など)	事業譲渡 ・廃業	その他	実施・ 検討して いない	
全 体	18.9	28.0	33.6	8.7	9.0	9.8	5.7	2.3	0.9	32.4	
地 域 別	北 海 道	15.2	27.5	33.7	5.3	9.7	9.0	6.4	3.2	1.0	34.8
	東 北	19.0	25.3	32.7	11.4	13.3	8.1	6.9	3.9	1.6	31.8
	関 東	18.3	24.9	34.0	9.0	10.9	9.6	7.0	1.7	0.9	32.3
	首 都 圏	16.7	29.7	32.9	7.7	5.3	8.0	3.2	2.4	0.6	35.6
	北 陸	18.5	30.3	35.4	8.9	11.8	12.1	5.6	1.9	2.4	26.5
	東 海	19.3	29.3	34.7	9.5	12.7	9.6	6.9	1.7	1.2	29.6
	近 畿	23.6	31.0	36.0	11.0	9.8	12.0	8.5	2.0	1.0	25.8
	中 国	20.3	26.1	30.8	10.0	10.3	11.9	4.8	1.7	0.6	33.1
	四 国	20.7	19.8	30.0	7.1	7.8	9.0	4.6	1.8	1.2	39.9
九 州 北 部	17.0	24.5	33.2	7.1	5.8	10.5	4.1	1.6	0.5	36.8	
南 九 州	18.5	19.7	29.7	6.0	6.4	11.8	4.4	3.2	0.0	39.8	
規 模 別	1～4人	15.7	18.9	22.4	6.0	5.0	7.8	5.0	3.7	0.8	45.9
	5～9人	19.0	27.2	31.6	9.7	6.9	9.3	6.4	2.2	0.9	32.7
	10～19人	20.9	31.2	35.7	10.1	9.5	9.9	6.0	1.6	0.9	28.0
	20～29人	20.4	34.1	42.5	10.4	12.1	11.1	6.2	1.2	0.8	23.6
	30～39人	23.5	34.5	45.1	10.5	14.2	11.3	6.2	1.1	1.1	20.9
	40～49人	19.3	40.7	48.9	9.5	14.5	12.4	6.5	1.9	1.5	17.4
	50～99人	22.9	38.2	49.6	9.9	15.3	13.5	4.5	0.6	1.3	17.1
	100～199人	22.1	36.1	49.8	12.6	18.6	14.4	6.0	0.4	1.8	13.3
200～300人	15.4	48.0	53.7	8.1	22.8	16.3	3.3	0.0	0.0	13.0	
業 種 別	製 造 業	21.0	29.4	32.8	9.9	10.2	13.2	5.6	2.1	0.8	29.0
	卸 売 業	26.5	28.7	30.0	6.7	9.5	14.6	7.2	2.2	0.9	29.1
	小 売 業	16.5	27.1	31.4	4.1	7.6	8.7	6.3	3.3	1.4	35.7
	サ ー ビ ス 業	10.5	33.0	39.9	6.9	8.8	6.9	6.6	3.0	1.0	30.8
	建 設 業	18.2	23.6	36.2	14.4	8.6	4.1	3.2	1.4	0.6	36.2
	不 動 産 業	17.5	23.7	32.7	8.6	7.0	6.2	5.3	1.8	1.2	39.6

（備考）最大3つまで複数回答

○新規開拓や既存顧客へのサポートを実施

今現在、営業拡大の観点で実施・検討していることについては、「新しい顧客の開拓(35.8%)」が最も高く、以下「既存顧客に対するサポートの徹底(26.6%)」が続いた。また、「実施・検討していない」は29.2%となった(図表16)。

業種別にみると、不動産業で「広告宣伝方法の模索(SNS活用など)」、卸売業や小売業で「販売チャネルの模索(配達など)」の割合が高いなどの特徴がみられる。また、規模別にみると、規模が大きいほど何らかの取り組みを実行している割合が高い。

図表16 営業拡大の観点での実施・検討状況

(単位: %)

		営業方法の模索 (オンライン商談など)	販売チャネルの模索 (配達など)	新しい顧客の開拓	広告宣伝方法の模索 (SNS活用など)	新商品・サービスの開発	既存顧客に対するサポートの徹底	生産・販売拠点の拡充	同業者・外部支援機関等との連携強化	その他	実施・検討していない
全 体		16.8	9.3	35.8	14.5	12.5	26.6	5.9	13.0	0.6	29.2
地域別	北海道	12.8	8.7	30.1	15.4	11.7	26.8	6.2	15.5	0.4	32.4
	東北	16.1	9.8	36.6	18.5	13.9	26.9	6.3	17.9	0.9	27.5
	関東	18.3	8.9	39.7	16.1	13.8	27.1	6.0	15.4	0.5	25.9
	首都圏	15.5	8.6	31.1	9.9	7.6	24.0	4.3	9.7	0.5	36.3
	北陸	19.4	8.9	38.5	20.2	16.4	26.9	6.3	13.9	1.7	23.5
	東海	17.7	7.9	39.3	17.2	15.8	30.5	6.5	15.8	0.5	24.3
	近畿	19.7	10.9	41.1	14.8	15.9	29.4	7.3	13.0	0.6	23.2
	中国	15.5	11.6	40.2	15.4	15.1	26.2	7.2	12.1	0.3	25.0
	四国	18.1	8.0	32.1	14.4	11.9	22.7	7.1	10.6	0.9	34.2
九州北部	15.4	9.4	34.4	14.3	11.8	26.1	5.8	13.3	0.3	27.7	
南九州	15.6	11.0	34.3	18.0	12.2	20.8	5.0	13.0	0.6	33.1	
規模別	1～4人	10.8	9.2	27.6	13.8	8.3	21.4	3.1	9.9	0.7	41.3
	5～9人	14.2	9.6	36.8	14.1	10.1	27.6	5.3	12.8	0.6	29.3
	10～19人	17.3	8.1	39.9	14.0	13.0	28.5	6.8	16.5	0.3	24.6
	20～29人	21.9	9.7	42.0	17.0	14.6	31.2	7.0	14.9	0.7	21.6
	30～39人	21.9	10.5	42.9	16.3	17.5	29.3	7.6	18.5	0.4	19.0
	40～49人	21.7	10.6	39.3	20.0	18.5	30.6	8.9	14.4	0.8	17.9
	50～99人	34.0	9.9	42.8	12.1	21.3	31.1	11.5	13.2	0.9	15.2
	100～199人	29.8	8.8	47.0	10.2	25.3	30.2	12.6	10.9	0.4	12.3
200～300人	31.7	10.6	42.3	12.2	37.4	29.3	13.0	10.6	0.0	9.8	
業種別	製造業	19.7	8.1	39.7	9.2	18.6	24.0	8.3	13.7	0.4	26.7
	卸売業	20.5	15.5	43.8	10.6	14.2	27.8	7.8	10.7	0.6	22.9
	小売業	13.3	17.0	27.7	19.9	11.4	26.9	3.7	7.0	0.3	33.9
	サービス業	11.3	6.3	35.2	19.2	11.6	30.8	4.2	12.4	1.0	27.3
	建設業	12.5	2.7	33.9	11.2	3.8	28.9	4.6	18.7	0.8	35.4
	不動産業	23.4	5.3	29.0	29.3	6.4	22.5	3.3	17.1	1.1	30.4

(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) 新型コロナウイルスの感染拡大による被害

- ・東京に営業所を構えるが、営業がコロナで制限され、納品もできず、売上が立たなかった。
(建具製造 栃木県)
- ・コロナの影響で海外子会社への出張や国内取引先との商談ができないなどの状況が続いている。
(金属加工、プラスチック射出成型 神奈川県)
- ・コロナの影響で自動車産業の操業が停止し、5～6月の売上が大きく減少した。業況回復にはなお時間を要する見通し。
(自動車部品製造 長野県)
- ・県外からの受注が多数あったが、コロナによる移動制限があり納品が行えず、売上が減少した。
(ゴムチップ製造 岡山県)
- ・コロナによる生産調整の影響を地域全体が受けており、早期回復は困難である。
(自動車用ゴム部品製造 広島県)
- ・コロナに伴い、ホテルや各種給食業者からの受注が大幅にダウンし、回復に至っていない。
(水産卸 北海道)
- ・コロナの影響で外国人労働者の確保ができず、人手不足が課題となっている。(レタス、白菜卸 長野県)
- ・地元夏祭りやビアガーデン等のイベントが中止となり、売上が大幅に減少している。(酒類小売 北海道)
- ・コロナの影響で期限付き金券(株主優待券、新幹線チケット等)のロスが多く発生した。
(金券類販売 大阪府)
- ・コロナにより教室を開くことができず、大幅な減収となっている。
(そろばん教室 北海道)
- ・コロナの影響により、百貨店の休業や催事等の中止が相次ぎ、受注が大幅に減少となった。
(有料職業紹介・一般労働者派遣 北海道)
- ・6月に営業再開も、売上は90%減。道民割やGoToキャンペーンの効果も限定的で、経営状況は深刻。
(温泉旅館、ホテル、観光 北海道)
- ・コロナの影響で企画しても参加者が集まらず、7、8月は売上がゼロだった。9月に入り、GoToキャンペーンの枠が取れたので、少しでも回復させたい。
(旅行代理店 埼玉県)
- ・コロナの影響で、不急の車両メンテナンス等を見送る顧客が多い。また、通常は現金支払いの顧客からの入金滞りが多い。
(自動車整備業 静岡県)
- ・高齢の家族のみで経営しており、IT関係に弱く、コロナの影響で受注先との面談が減少し、業況に悪影響が出ている。
(建築リフォーム業 神奈川県)

(2) 新型コロナウイルスの感染拡大を受けての特需

- ・コロナの影響で国内産でんぷんの需要が高まり、追加注文が出ている。
(でんぷん製造 北海道)
- ・コロナの影響で人工呼吸器の部品の受注が大幅に増加し、売上は前年比で増加する見通し。
(理化学機器製造 山形県)
- ・取引先が海外生産から国内生産にシフトしたため、需要が高まっており、好調に推移している。
(段ボール紙器製造 長野県)
- ・コロナの影響により、ウェブ会議、オンライン授業等通信機器向けの部品生産が活発であり、7月は受注が増加した。
(スマホ関連部品製造 長野県)
- ・コロナ下で在宅の人が多くなったことで、プラモデルの売上が大幅に伸びている。生産が追いついていないのが現状。
(プラスチックモデル製造 静岡県)
- ・マスクや消毒液の需要増加により、売上、利益とも増加。オンラインショッピングも好調。
(美容院、エステ用品卸 千葉県)
- ・コロナによる外出自粛ムードのなか、ネットショッピングで購入機会をうまく取り込んだ。
(自動車小売 滋賀県)
- ・通販業界が好調なこともあり、梱包用段ボールの売れ行きが好調。コロナが追い風となっている。
(包装資材卸 大阪府)

(3) 新型コロナウイルスの感染拡大を受けての取組み（人事、営業面）

- ・コロナで売上減だが、地元業者と協力し、家具在庫のロングランセールを実施するなどの対策をしている。
(家具製造、販売 北海道)
- ・コロナを受け展示販売などのイベントが中止になったものの、現在はインターネットでの受注・販売が回復しており、ウェブ販売を強化していく。
(木製雑貨 神奈川県)
- ・SNSを活用し、若年層への認知やインフルエンサーの獲得を目指す。
(民芸家具製造 長野県)
- ・コロナの影響で回復までの見通しが立たない中で、人事体制や営業活動の見直しが必要。
(家具製造、修理 静岡県)
- ・SNSを活用した新規顧客の獲得に取り組んでいる。従業員不足に悩んでいる。
(線香製造 兵庫県)
- ・就労形態の見直しを実施しつつ、雇用調整助成金や各種補助金を積極的に活用している。他方、新たな営業方法の模索、事業承継、工場設備の大幅修繕などの計画策定予定。
(糸製造 岡山県)
- ・米中貿易摩擦の影響がある中でのコロナの流行を受け、受注が減少。しかし、ベテラン社員が若手に教育しながら業務に取り組む機会となり、コミュニケーションとスキルアップにつながった。
(金属製品製造加工 福岡県)
- ・コロナの影響を一時的に受けたものの、現在は回復している。取引先とリモート商談を行うようになり、アフターコロナに対応できる体制が整っている。
(茶卸 静岡県)
- ・広告宣伝の一環でLINEと契約した。SNSの活用による営業拡大を実施予定。
(中華食材卸 奈良県)
- ・コロナによる往来自粛を受け、売上減少。対策として商品の保存期間を長くするパッケージの変更や人件費削減、新商品開発で対応。
(菓子、雑貨卸 岡山県)
- ・インスタグラム等を活用した新規顧客の獲得を図る。
(不動産販売、賃貸 山梨県)
- ・コロナで一時的に売上が減少したものの、現在は通常並みまで回復している。今後はSNS等を活用した宣伝に力を入れ、新規顧客の獲得を目指す。
(美容業 静岡県)
- ・コロナの影響で一時的に営業活動が縮小するも、現在は半年並みの活動量まで回復している。今後は、他業種とのタイアップなど、自社物件に付加価値をつける取組みを検討中。
(一般住宅建築、不動産売買 北海道)

(4) 新型コロナウイルスの感染拡大を受けての取組み（業容縮小、経費節減）

- ・中国経済の低迷の影響で受注が減少したところに、コロナを受けて大きく売上が減少した。派遣社員を解雇したが、今後も先行きはやや不透明。
(自動車部品製造 茨城県)
- ・コロナを受け、夏季賞与を前年比8割削減するなど人件費削減に取り組んでいる。
(輸送用機械部品製造 神奈川県)
- ・コロナの影響で売上が大幅に減少している。長期化すれば廃業も検討しなければならない。
(食肉加工販売 北海道)
- ・補償金と借入で凌いでいるが、これ以上の借入は返済できない。雇用を減らしてでも経営を改善する意向がある。
(仕出し業 北海道)
- ・コロナにより生産、販売とも減少。今回を機にテレワークや在宅勤務を実施。事務所を小さくし、賃料削減を視野に入れている。
(子供服、ベビー服小売 愛知県)
- ・コロナによる来店客減に加え、仕入価格高騰により利益が減少している。設備に不具合が出ているが、事業縮小していき、廃業も視野に入れているので、設備投資はしない。
(食料品販売 滋賀県)
- ・コロナの影響で売上減少。代表者も高齢で、数年以内に廃業予定。
(婦人服小売 岡山県)
- ・コロナにより、5月より従業員1名、パート2名を人員削減し、ほぼ家族従業員のみの構成にした。売上の回復は鈍く、資金繰りにも余裕はない。
(うどん屋 香川県)
- ・コロナの影響で、冠婚葬祭の減少からスーツや礼服のクリーニング減少につながっている。店舗統廃合により収益の改善を図る方針。
(クリーニング 北海道)
- ・売上は回復してきたが、今後は少人数での葬儀が主流となり、以前の水準まで業況を戻すには経費の圧縮が不可避と考えている。
(葬祭業 宮城県)
- ・コロナの影響で売上が大幅減。固定客も戻らず廃業を検討。
(遊技業 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。