

調 査

第179回全国中小企業景気動向調査 (2020年1～3月期実績・2020年4～6月期見通し)

1～3月期業況は急速に悪化、悪化幅はリーマンショック以来 【特別調査－外国人・海外情勢と中小企業】

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：2020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：15,350企業（有効回答数 14,221企業・回答率 92.6%）
※ 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 71.5%
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1～3月期（今期）の業況判断D.I.は△19.3、前期比11.5ポイント悪化した。今回の悪化幅は、リーマンショック時（12.6ポイント悪化）以来の大幅なものとなった。
収益面では、前年同期比売上額判断D.I.が△20.3と前期比10.9ポイント悪化、同収益判断D.I.は△20.9と同9.0ポイント悪化した。販売価格判断D.I.は同6.8ポイント低下して△0.1となった。人手過不足判断D.I.は△22.7と前期比4.7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1.1ポイント低下して21.5%となった。業種別の業況判断D.I.は、全6業種で悪化した。地域別にも全11地域で悪化した。
2. 20年4～6月期（来期）の予想業況判断D.I.は△25.9、今期実績比6.6ポイントの悪化を見込んでいる。業種別には全6業種で、地域別には全11地域中、北海道を除く10地域で、それぞれ悪化する見通しにある。

業種別天気図

時期 業種名	2019年 10～12月	2020年 1～3月	2020年 4～6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

○悪化幅はリーマンショック以来

20年1～3月期（今期）の業況判断D.I.は△19.3と、前期比11.5ポイント悪化した（図表1）。なお、今回の悪化幅は、リーマンショック時の2009年1～3月期（前期比12.6ポイント悪化）以来の大幅なものとなった。

収益面では、前年同期比売上額判断D.I.が△20.3、前期比10.9ポイント悪化、同収益判断D.I.が△20.9、同9.0ポイント悪化となった。また、前期比売上額判断D.I.は△20.0、前期比17.2ポイント悪化、同収益判断D.I.は△20.5、同13.9ポイント悪化となった。

販売価格判断D.I.は△0.1、前期比6.8ポイント低下と、2016年7～9月期（△1.4）以来、およそ3年半ぶりにマイナス水準へ転じた（図表2）。また、仕入価格判断D.I.はプラス14.9と、同8.9ポイント低下した。

雇用面では、人手過不足判断D.I.が△22.7（マイナスは人手「不足」超、前期は△27.4）と、前期比4.7ポイントのマイナス幅縮小となり、人手不足感が緩和した（図表3）。

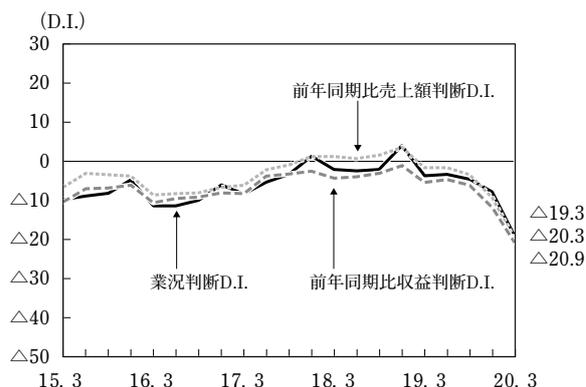
資金繰り判断D.I.は△11.3、前期比3.5ポイント悪化した。

また、設備投資実施企業割合は21.5%と、前期比1.1ポイント低下した。

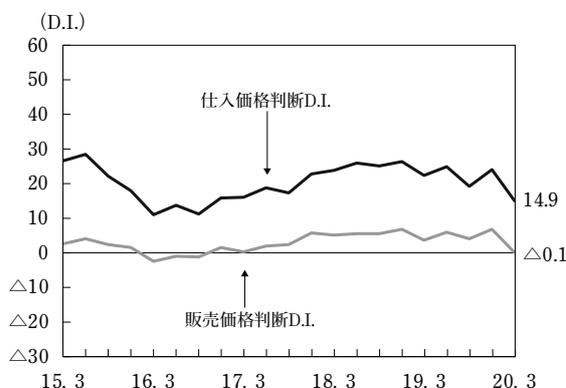
業種別の業況判断D.I.は、全6業種で悪化した。最も悪化幅が大きかったのは卸売業（17.3ポイント）で、次いでサービス業（14.7ポイント）、製造業（13.2ポイント）の順だった。

また、地域別の業況判断D.I.も、全11地域で悪化した。最も悪化幅が大きかったのは北海道（22.7ポイント）で、次いで北陸（17.8ポイント）、東北（17.1ポイント）の順だった。

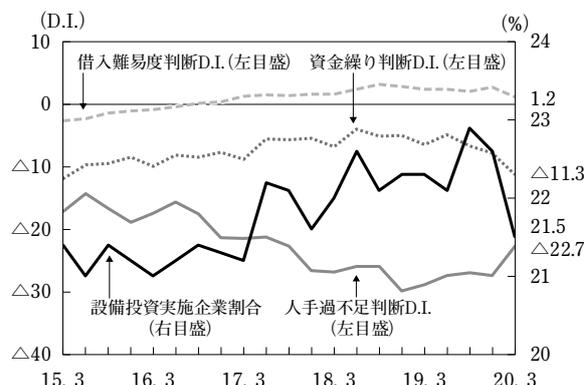
図表1 主要判断D.I.の推移



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



○引き続き悪化の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△25.9、今期実績比6.6ポイントの悪化を見込んでいる。実現すれば、東日本大震災から1年後の2012年1～3月期（△26.6）以来の水準まで低下することとなる。

業種別の予想業況判断D.I.は、全6業種で悪化する見通しとなっている。相対的に建設業の悪化幅（10.8ポイントの悪化見通し）が最も大きく、次いで不動産業（7.7ポイント）、小売業（7.3ポイント）などとなっている。一方、地域別では、全11地域中、北海道を除く10地域で悪化の見通しとなっている。

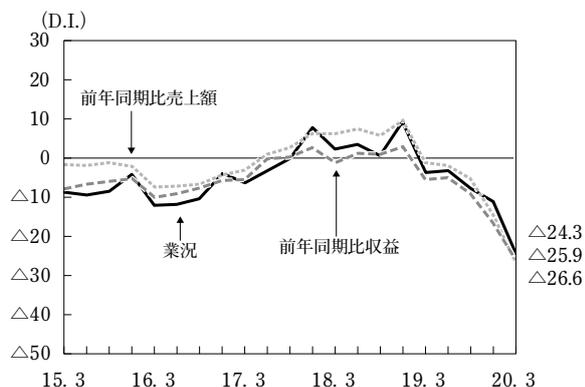
2. 製造業

○リーマンショック時以来の大幅悪化

今期の業況判断D.I.は△24.3、前期比13.2ポイントの悪化で、その悪化幅はリーマンショック時の2009年1～3月期（19.4ポイント悪化）以来の大幅なものとなった（図表4）。

前年同期比売上額判断D.I.は△26.6、前期比12.3ポイント悪化、同収益判断D.I.は△25.9、同9.4ポイント悪化した。また、前

図表4 製造業 主要判断D.I.の推移



期比売上額判断D.I.は前期比20.7ポイント悪化して△26.0、同収益判断D.I.は同16.3ポイント悪化して△25.7と、ともに大幅悪化となった。

○人手不足感が緩和

設備投資実施企業割合は25.1%と、業況が大幅に低下する中で前期比0.3ポイント低下にとどまった。

人手過不足判断D.I.は△17.6（前期は△22.6）と、人手不足感は緩和した。

販売価格判断D.I.は△0.2と、前期比3.8ポイント低下し、3年ぶりのマイナス水準（「下降」という回答が「上昇」を上回る）となった。一方、原材料（仕入）価格判断D.I.はプラス15.7と、前期比6.7ポイントの低下となった。

なお、資金繰り判断D.I.は△12.8、前期比4.4ポイント悪化と、三四半期続けての悪化となった。

○全22業種中、20業種で悪化

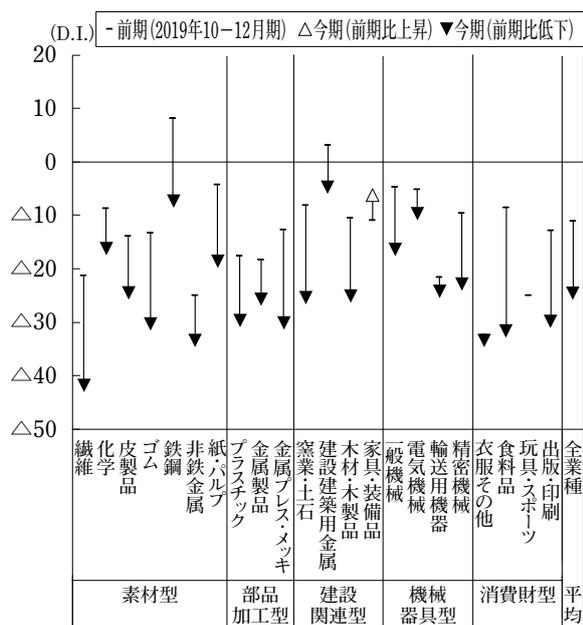
業種別業況判断D.I.は、製造業全22業種中、20業種で悪化となった（図表5）。

素材型業種は、全7業種で悪化した。とりわけ、繊維が20ポイント超の大幅悪化となった。

部品加工型業種も、全3業種で悪化した。とりわけ、金属プレスとプラスチックは10ポイント超の大幅悪化となった。

建設関連型業種は、全4業種中、家具が小幅改善したものの、それ以外の3業種では悪

図表5 業種別業況判断D.I.の推移



化した。

機械器具型業種は、全4業種で悪化した。とりわけ、一般機械と精密機械は10ポイント超の大幅悪化となった。

消費財型業種は、全4業種中、玩具・スポーツが横ばいで、それ以外の3業種は悪化した。とりわけ、食料品は20ポイントを超える大幅な悪化となった。

○総じて悪化

販売先形態別の業況判断D.I.は、いずれの形態も10ポイントを超える大幅悪化となった。なお、最も悪化幅が大きかったのは問屋商社型（16.3ポイント）で、次いで最終需要家型（15.0ポイント）、小売業者型（14.8ポイント）の順だった。

一方、輸出主力型の業況判断D.I.は、前期比12.5ポイント悪化して△22.7、内需主力型も同12.8ポイント悪化して△23.0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10ポイント超の悪化となり、すべての階層がマイナス水準へ転じた。なお、50～99人の階層の悪化幅は20ポイントを超え、すべての階層の中で最も大幅だった。

○全11地域で悪化

地域別の業況判断D.I.は、全11地域で悪化した。とりわけ、北海道と九州北部では前期比20ポイント超の大幅な悪化となった（図表6）。なお、関東、首都圏、中国、南九州の悪化幅は10ポイント未満と、全国的に悪化がみられるなかで、相対的に小幅な悪化にとどまった。

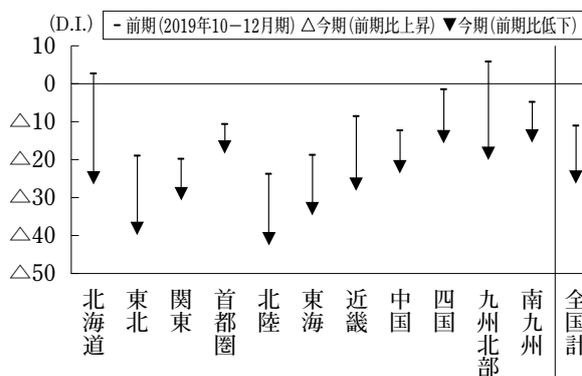
○一段と悪化の見通し

来期の予想業況判断D.I.は、今期実績比6.0ポイント悪化の△30.3と、一段の悪化を見込んでいる。

業種別には、全22業種中、印刷・出版が小幅改善を見込んでいるものの、それ以外の21業種では悪化見通しとなっている。

また、地域別には、小幅改善を見込む北海

図表6 地域別業況判断D.I.の推移



道以外の10地域で、引き続き悪化することが見込まれている。

3. 卸売業

○業況は大幅に悪化

今期の業況判断D.I.は△30.8、前期比17.3ポイントの大幅な悪化となった（図表7）。

なお、前年同期比売上額判断D.I.は△27.3、前期比12.6ポイントの悪化、同収益判断D.I.は△25.8、同10.4ポイントの悪化となった。

○全15業種で悪化

業種別の業況判断D.I.は、全15業種で悪化した。とりわけ、鉱物燃料、玩具、化学、飲食物品では30ポイント前後の大幅悪化となった。一方、地域別にも全11地域で悪化した。とりわけ、北陸では30ポイントを超える大幅な悪化となった。

○一段と悪化の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△35.4、今期実績比4.6ポイントの悪化を見込んでいる。業種別には、全15業種中、玩具など8業種で改

善ないしは横ばいが見込まれているものの、それ以外の7業種では悪化見通しとなっている。また、地域別には、全11地域中、近畿と南九州を除く9地域で悪化が見込まれている。

4. 小売業

○業況は悪化

今期の業況判断D.I.は△29.9、前期比7.2ポイントの悪化となった（図表8）。

なお、前年同期比売上額判断D.I.は△30.1、前期比8.8ポイントの悪化、同収益判断D.I.は△29.6、同6.7ポイントの悪化となった。

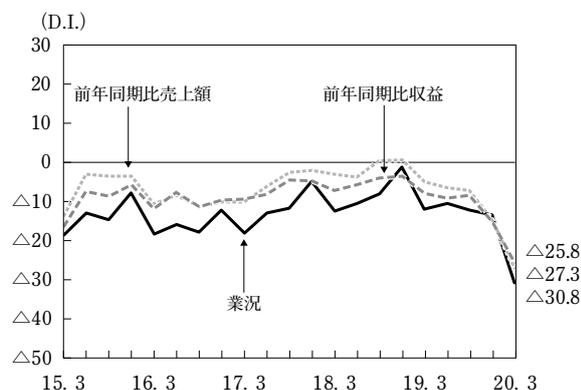
○全11地域で悪化

業種別の業況判断D.I.は、全13業種中、10業種で悪化した。とりわけ、家電、燃料、カメラが15ポイント超の大幅悪化となった。また、地域別では全11地域で悪化となった。なかでも、北海道が20ポイント超の大幅悪化となった。

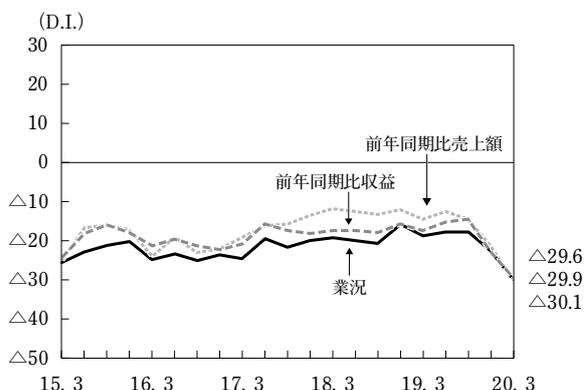
○悪化の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△37.2、今期実

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



績比7.3ポイントの悪化を見込んでいる。

業種別には、全13業種中、燃料や書籍・文具など11業種で悪化の見通しとなっている。また、地域別では全11地域中、九州北部を除く10地域で悪化の見通しとなっている。

5. サービス業

○業況は大幅悪化

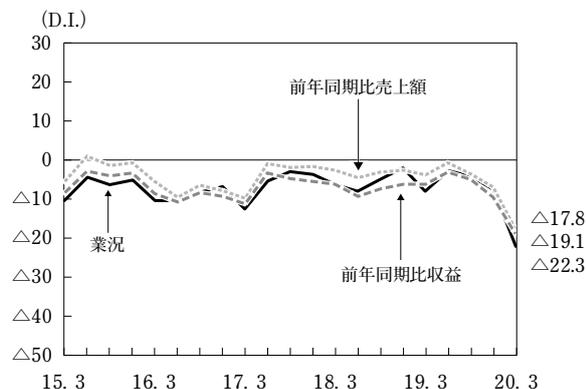
今期の業況判断D.I.は△22.3、前期比14.7ポイントの悪化となった（図表9）。

なお、前年同期比売上額判断D.I.は△17.8、前期比10.8ポイントの悪化、同収益判断D.I.は△19.1、前期比9.4ポイントの悪化となった。

○旅館・ホテルで大幅悪化

業種別の業況判断D.I.は、全8業種中、7業種で悪化した。とりわけ、旅館・ホテルでは30ポイント超の大幅悪化となった。地域別では全11地域で悪化となった。なかでも、南九州で30ポイント超の大幅悪化となった。

図表9 サービス業 主要判断D.I.の推移



○悪化の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△25.4、今期実績比3.1ポイントの悪化を見込んでいる。

業種別には、全8業種中、7業種で悪化の見通しとなっている。また、地域別では全11地域中、北陸や九州北部など8地域で悪化の見通しとなっている。

6. 建設業

○業況は悪化

今期の業況判断D.I.は、前期比9.4ポイント悪化のプラス5.0となった（図表10）。

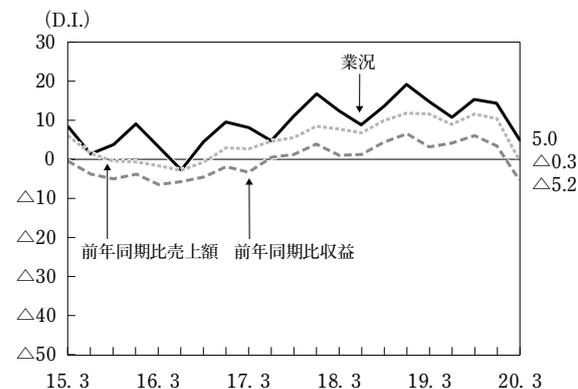
なお、前年同期比売上額判断D.I.は△0.3、前期比10.6ポイント悪化し、同収益判断D.I.は△5.2、同8.6ポイントの悪化となった。

○全4請負先で悪化

業況判断D.I.を請負先別で見ると、全4請負先で悪化となった。

地域別では、全11地域中、9地域で悪化となった。中でも、東北、北陸で20ポイント超の大幅悪化となった。

図表10 建設業 主要判断D.I.の推移



○悪化の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△5.8、今期実績比10.8ポイントの悪化を見込んでいる。

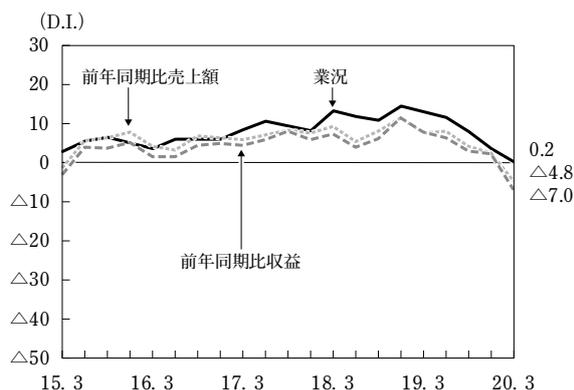
請負先別では、全4請負先で悪化、地域別には全11地域中、9地域で悪化の見通しとなっている。

7. 不動産業

○業況は悪化

今期の業況判断D.I.は、前期比3.4ポイント悪化のプラス0.2となった（図表11）。

図表11 不動産業 主要判断D.I.の推移



なお、前年同期比売上額判断D.I.は△4.8、前期比7.1ポイントの悪化、同収益判断D.I.は△7.0、同9.1ポイントの悪化となった。

○全11地域中、6地域で悪化

業況判断D.I.を業種別で見ると、全5業種中、4業種で悪化した。とりわけ、貸事務所では15ポイント超の大幅悪化となった。

地域別では、全11地域中、6地域で悪化となった。なかでも、北陸、東海、四国では10ポイント超の大幅悪化となった。

○悪化の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△7.5、今期実績比7.7ポイントの悪化を見込んでいる。

業種別では、全5業種で悪化、地域別では全11地域中、近畿や中国など9地域で悪化の見通しとなっている。

特別調査 外国人・海外情勢と中小企業

○外国人との接触は「変わらない」が7割超
会社を取り巻く事業環境や地域社会の中で外国人と接触する機会が増えているという実感はあるか尋ねたところ、「変わらない」が76.3%と最も多くなった（図表12）。近年の海外からの旅行客の増加や外国人労働者の受

入れ拡大などからは、影響を受けていない企業が多いことがうかがえる。一方、「増えている」は17.5%、「非常に増えている」は3.2%となった。「減っている」「非常に減っている」はそれぞれ1%台にとどまった。

従業員規模別にみると、規模が大きいほど

図表12 外国人と接触する機会

(単位：%)

		非常に 増えている	増えている	変わらない	減っている	非常に 減っている
全 体		3.2	17.5	76.3	1.9	1.1
地 域 別	北 海 道	3.8	17.9	75.0	1.7	1.5
	東 北	2.6	13.0	81.1	1.8	1.5
	関 東	5.2	15.7	77.3	1.3	0.5
	首 都 圏	2.0	15.6	79.5	2.1	0.8
	北 陸	2.5	17.2	78.4	1.1	0.9
	東 海	4.3	20.2	73.1	1.5	0.9
	近 畿	4.0	22.1	70.4	2.2	1.3
	中 国	3.6	19.8	73.4	1.7	1.5
	四 国	2.6	15.3	78.8	2.4	1.0
九 州 北 部	3.1	15.2	77.2	2.8	1.7	
南 九 州	1.6	15.4	79.8	2.0	1.1	
規 模 別	1～4人	1.9	12.2	82.7	2.0	1.1
	5～9人	2.6	16.3	77.6	2.4	1.1
	10～19人	3.3	18.1	75.6	1.9	1.0
	20～29人	4.7	20.0	72.8	1.2	1.2
	30～39人	4.4	24.5	68.2	1.9	1.1
	40～49人	4.5	23.9	68.2	1.5	1.8
	50～99人	5.3	27.9	65.3	1.3	0.3
	100～199人	6.6	29.4	62.9	1.1	0.0
	200～300人	7.9	28.3	61.4	2.4	0.0
業 種 別	製 造 業	3.8	17.6	75.6	2.1	1.0
	卸 売 業	3.1	16.9	77.3	1.7	1.1
	小 売 業	3.0	16.9	76.0	2.6	1.6
	サ ー ビ ス 業	3.0	16.2	76.8	2.3	1.7
	建 設 業	2.8	19.1	76.6	1.1	0.5
	不 動 産 業	2.3	18.4	77.3	1.3	0.6

「増えている」「非常に増えている」の割合が高い傾向にあった。

○13%が外国人労働者を雇用

外国人労働者については、13.0%が「雇用している」と回答した。従業員全体に占める割合は「10%未満」が7.4%、「10%～20%」が2.7%となった（図表13）。

対して、「雇用していない」と回答した87.0%については、「雇用する予定あり」が3.9%、「雇用する予定なし」が83.2%となった。

業種別にみると、製造業で「雇用している」が22.1%と割合が高い一方で、不動産業では2.8%と低い傾向にあった。また、従業員規模別にみると、規模が大きいほど雇用の割合が高く、100人以上の階層では過半数が

図表13 外国人の雇用の有無

(単位：%)

		雇用している						雇用していない			
		50%以上	40%～50%	30%～40%	20%～30%	10%～20%	10%未満	雇用する予定あり	雇用する予定なし		
全	体	13.0	0.4	0.4	0.5	1.5	2.7	7.4	87.0	3.9	83.2
地域別	北海道	9.4	0.4	0.5	1.0	1.3	1.5	4.7	90.6	4.9	85.8
	東北	5.7	0.1	0.2	0.2	0.4	1.5	3.3	94.3	3.5	90.8
	関東	17.3	0.2	0.4	0.2	1.4	3.1	11.9	82.7	3.3	79.4
	首都圏	11.8	0.4	0.5	0.4	1.5	2.3	6.6	88.2	3.9	84.3
	北陸	13.0	0.1	0.1	0.4	1.8	3.0	7.5	87.0	2.7	84.3
	東海	21.4	1.0	0.5	1.3	2.4	4.6	11.6	78.6	3.6	75.1
	近畿	13.2	0.3	0.2	0.4	1.3	2.7	8.4	86.8	4.8	82.0
	中国	15.4	0.3	0.4	0.1	1.9	4.2	8.4	84.6	4.2	80.4
	四国	11.0	0.5	0.7	0.7	1.9	2.1	5.2	89.0	3.1	85.9
九州	北部	9.4	0.2	0.3	0.2	1.8	2.0	4.9	90.6	3.0	87.7
	南九州	9.6	0.4	0.3	0.9	1.2	1.6	5.2	90.4	3.4	87.0
規模別	1～4人	3.2	0.3	0.2	0.1	0.6	0.5	1.6	96.8	1.7	95.1
	5～9人	6.2	0.4	0.3	0.5	1.2	1.2	2.6	93.8	3.7	90.1
	10～19人	11.7	0.5	0.5	0.8	1.5	2.4	6.0	88.3	5.4	82.9
	20～29人	19.7	0.7	0.9	0.8	2.1	4.7	10.4	80.3	4.6	75.7
	30～39人	25.4	0.4	0.7	1.5	2.9	6.8	13.1	74.6	6.1	68.4
	40～49人	28.2	0.5	0.2	0.7	2.5	3.9	20.4	71.8	7.1	64.6
	50～99人	37.9	0.3	0.5	1.0	3.5	7.7	25.0	62.1	6.8	55.3
	100～199人	54.4	0.0	0.4	1.5	3.7	15.1	33.8	45.6	4.0	41.5
	200～300人	62.2	0.0	1.6	0.8	8.7	11.0	40.2	37.8	0.8	37.0
業種別	製造業	22.1	0.8	0.8	0.9	2.8	5.3	11.5	77.9	4.0	73.9
	卸売業	9.3	0.2	0.3	0.5	0.9	1.6	6.0	90.7	3.3	87.3
	小売業	6.3	0.3	0.2	0.2	0.6	1.0	4.1	93.7	2.8	90.9
	サービス業	11.8	0.5	0.2	0.1	1.2	1.3	8.5	88.2	4.1	84.1
	建設業	10.4	0.1	0.3	0.7	1.4	2.3	5.7	89.6	6.1	83.5
	不動産業	2.8	0.0	0.1	0.1	0.3	0.3	2.1	97.2	2.2	95.1

雇用していると回答した。

「売上げはない」は78.5%となった。

○21%が外国向け売上あり

外国人（旅行客を含む。）、もしくは外国企業向けの売上げ（輸出を含む。）については、21.5%が「売上げがある」と回答した（図表14）。売上全体に占める割合は、「10%未満」が14.4%、「10%～20%」が3.5%、「20%

業種別にみると、小売業で「売上げがある」が27.8%と割合が高い一方で、建設業では4.8%と低い傾向にあった。また、従業員規模別にみると、規模が大きいほど外国向けの売上げの割合が高い傾向にあった。

図表14 外国向け売上げの有無

(単位：%)

		売上げがある							売上げはない
		50%以上	40%～50%	30%～40%	20%～30%	10%～20%	10%未満		
全	体	21.5	0.6	0.6	0.7	1.7	3.5	14.4	78.5
地域別	北海道	22.8	0.4	0.4	0.7	2.0	3.4	15.9	77.2
	東北	17.0	0.6	0.2	0.1	0.6	3.0	12.5	83.0
	関東	24.8	0.6	0.5	0.6	1.7	3.7	17.6	75.2
	首都圏	19.8	0.6	0.7	0.8	1.5	4.0	12.2	80.2
	北陸	20.7	1.2	0.1	0.3	1.9	1.9	15.1	79.3
	東海	24.6	0.7	0.8	0.6	1.9	3.1	17.5	75.4
	近畿	26.0	0.7	1.0	1.3	2.4	3.9	16.7	74.0
	中国	20.7	0.6	0.0	0.7	1.6	4.3	13.3	79.3
	四国	17.9	0.2	0.0	0.5	1.9	2.6	12.7	82.1
	九州北部	14.5	0.0	0.5	0.3	1.2	2.3	10.2	85.5
	南九州	17.8	0.7	0.1	0.7	1.8	2.4	12.1	82.2
規模別	1～4人	17.0	0.5	0.2	0.4	1.1	2.5	12.2	83.0
	5～9人	17.8	0.7	0.4	0.5	1.4	2.7	12.1	82.2
	10～19人	19.9	0.4	0.8	0.8	1.5	3.7	12.7	80.1
	20～29人	21.9	0.5	0.5	0.8	2.1	3.8	14.3	78.1
	30～39人	28.3	0.8	0.8	1.1	2.3	5.2	18.1	71.7
	40～49人	31.5	0.6	0.5	1.3	2.8	3.2	23.2	68.5
	50～99人	34.3	0.6	1.4	1.3	3.6	6.0	21.4	65.7
	100～199人	46.9	1.8	2.2	1.8	4.8	9.9	26.4	53.1
	200～300人	52.0	1.6	3.1	4.7	5.5	10.2	26.8	48.0
業種別	製造業	25.9	1.0	1.2	1.0	2.9	4.8	15.0	74.1
	卸売業	22.0	0.7	0.4	1.0	1.6	4.0	14.3	78.0
	小売業	27.8	0.5	0.3	0.7	1.6	3.9	20.8	72.2
	サービス業	23.9	0.5	0.3	0.7	1.8	3.1	17.4	76.1
	建設業	4.8	0.1	0.0	0.1	0.4	0.7	3.5	95.2
	不動産業	18.3	0.0	0.1	0.5	0.5	2.4	14.9	81.7

○11%が外国向け売上増に取り組む

外国向けの売上げを増加させるための取組みについては、11.0%が「行っている」と回答した。内訳については、「製品・商品・サービス面での開発強化」が3.4%、「営業力の強化」が3.2%となった（図表15）。

一方、「行っていない」と回答した89.0%について内訳をみると、「国内だけで十分な

売上げがある」が46.8%、「何をすればいいのかわからない」が18.2%となった。

業種別にみると、製造業（16.3%）や卸売業（13.3%）で取り組んでいる割合が高い一方で、建設業で取り組んでいる企業は2.6%にとどまった。従業員規模別にみると、規模が大きいほど取り組んでいる割合が高い傾向にあった。

図表15 外国向けの売上げを増加させるための取組みの有無

(単位：%)

		取組みを行っている					取組みを行っていない						
		製品・商品・サービス面での開発強化	営業力の強化	ネットや広告による情報発信	海外拠点の設置・強化	その他	国内だけで十分な売上げがある	何をすればいいのかわからない	人材が不足している	資金面で余裕がない	その他		
全	体	11.0	3.4	3.2	2.5	1.2	0.7	89.0	46.8	18.2	6.1	7.5	10.5
地域別	北海道	10.5	3.4	3.6	2.7	0.5	0.5	89.5	47.5	18.0	8.5	5.4	10.1
	東北	8.9	2.4	3.2	1.7	0.1	1.5	91.1	41.3	20.3	6.4	8.8	14.3
	関東	13.7	4.4	4.3	2.4	1.5	1.1	86.3	46.6	16.3	4.8	6.3	12.3
	首都圏	9.1	3.0	2.6	2.0	1.0	0.4	90.9	49.3	18.8	5.9	9.3	7.6
	北陸	11.5	3.3	3.8	3.6	0.6	0.2	88.5	39.1	22.9	6.5	6.2	13.9
	東海	12.6	2.5	4.4	2.0	2.7	1.0	87.4	46.1	15.5	5.9	5.0	14.9
	近畿	15.1	5.2	3.7	3.5	1.6	1.1	84.9	45.8	15.9	6.2	6.3	10.6
	中国	11.2	3.2	2.9	3.1	1.2	0.8	88.8	46.9	17.9	5.8	7.4	10.7
	四国	8.3	3.7	2.0	2.2	0.2	0.2	91.7	45.7	21.0	6.4	8.3	10.3
九州	北部	6.1	1.0	2.0	1.8	0.7	0.7	93.9	54.2	18.8	4.3	6.8	9.8
	九州	9.8	2.8	1.8	3.3	1.1	0.8	90.2	44.5	22.4	5.3	11.2	6.8
規模別	1～4人	5.7	1.7	1.3	1.9	0.3	0.6	94.3	43.2	24.8	4.6	10.8	10.8
	5～9人	8.1	2.5	2.2	2.3	0.6	0.6	91.9	45.1	20.9	7.1	8.1	10.8
	10～19人	10.9	3.4	3.0	3.0	0.6	0.9	89.1	50.7	16.2	6.0	5.8	10.4
	20～29人	12.8	3.9	4.2	2.9	1.3	0.6	87.2	48.6	13.8	7.8	5.2	11.8
	30～39人	17.9	4.7	6.8	4.2	1.7	0.6	82.1	50.9	9.7	9.5	4.2	7.8
	40～49人	17.9	5.3	5.3	4.7	1.4	1.2	82.1	50.5	7.8	7.5	5.1	11.3
	50～99人	23.2	6.8	8.8	1.9	4.6	1.1	76.8	52.1	8.2	4.9	2.7	8.9
	100～199人	36.7	13.7	8.9	1.5	10.7	1.9	63.3	42.6	6.7	4.8	2.6	6.7
	200～300人	40.3	15.3	8.1	0.8	15.3	0.8	59.7	46.8	3.2	3.2	2.4	4.0
業種別	製造業	16.3	5.9	5.1	1.9	2.7	0.8	83.7	43.6	16.1	6.5	8.9	8.5
	卸売業	13.3	4.2	4.4	2.4	1.3	1.0	86.7	42.5	19.7	6.2	7.7	10.7
	小売業	8.9	2.7	1.6	3.3	0.2	1.0	91.1	40.0	24.2	5.2	9.7	12.0
	サービス業	11.0	2.1	2.9	5.2	0.2	0.6	89.0	45.5	18.6	6.6	6.3	12.1
	建設業	2.6	0.2	0.9	0.6	0.5	0.4	97.4	58.7	15.9	7.1	5.1	10.6
	不動産業	6.5	0.9	1.8	3.0	0.1	0.6	93.5	60.5	15.0	3.0	3.3	11.6

○米中貿易摩擦や日中関係を注視

経営上、特に注目している海外情勢については、「米中貿易摩擦」が34.0%、「日中関係」が29.1%となった（図表16）。以下、「アメリカ経済・大統領選挙」が15.2%、「日韓関係」が11.0%で続いた。対して、「経営に影響する海外情勢はない」が40.8%となった。

業種別にみると、製造業では米中貿易摩擦などを注目している割合が高い一方で、サービス業や不動産業では「経営に影響する海外情勢はない」の割合が高かった。

業種別にみると、製造業では米中貿易摩擦などを注目している割合が高い一方で、サービス業や不動産業では「経営に影響する海外情勢はない」の割合が高かった。

図表16 経営上、特に注目している海外情勢

(単位：%)

		米中貿易摩擦	中東情勢	日中関係	日韓関係	日露関係	北朝鮮問題	アメリカ経済・大統領選挙	イギリスのEU離脱	その他	経営に影響する海外情勢はない
全 体		34.0	7.7	29.1	11.0	0.6	3.0	15.2	3.9	8.0	40.8
地域別	北海道	26.9	13.5	27.0	14.0	2.7	2.7	14.5	3.6	6.6	42.0
	東北	28.9	9.3	30.0	9.6	0.8	3.1	14.6	2.8	10.1	46.2
	関東	39.9	10.6	32.8	9.4	0.2	2.2	18.6	5.4	10.4	36.9
	首都圏	31.7	4.8	24.5	8.0	0.5	3.6	11.1	3.6	6.0	46.5
	北陸	35.8	9.4	32.5	12.9	0.8	3.0	18.0	4.3	9.6	33.4
	東海	42.9	9.2	30.8	8.5	0.0	1.9	22.4	5.9	10.2	32.5
	近畿	43.0	8.0	36.3	15.1	0.4	3.2	18.4	4.7	8.9	30.8
	中国	32.1	6.5	31.4	14.2	0.6	2.1	11.8	1.4	9.7	41.1
	四国	27.8	10.7	24.9	7.5	0.5	3.9	17.4	3.6	6.3	45.8
九州北部	23.4	5.8	26.1	12.0	0.0	2.0	13.0	2.2	7.0	50.2	
南九州	18.8	4.3	24.9	16.0	0.6	3.9	9.4	2.9	6.5	53.3	
規模別	1～4人	23.1	5.6	22.4	9.3	0.6	3.2	10.5	3.1	6.5	52.6
	5～9人	30.7	6.4	27.9	10.5	0.5	3.1	14.2	4.1	7.5	43.6
	10～19人	36.5	8.9	32.3	11.2	0.4	2.8	16.2	3.6	8.1	37.4
	20～29人	40.7	9.5	33.3	12.9	1.0	3.0	19.7	5.1	8.5	32.5
	30～39人	46.0	10.0	33.4	14.0	1.0	2.9	18.7	3.9	10.1	28.2
	40～49人	41.6	10.5	34.6	14.4	0.5	2.8	19.0	4.4	10.9	31.2
	50～99人	56.9	11.5	40.3	12.7	0.8	2.8	24.2	6.0	10.9	21.0
	100～199人	64.7	12.1	43.0	14.0	0.7	1.8	22.8	6.3	11.0	13.6
	200～300人	64.8	8.8	40.8	10.4	0.0	0.8	29.6	8.8	12.0	12.8
業種別	製造業	46.6	8.2	34.8	11.8	0.6	3.0	18.4	5.3	8.5	29.7
	卸売業	39.1	7.6	35.4	12.6	0.8	2.7	16.2	4.1	9.8	33.1
	小売業	23.0	9.6	24.8	11.4	0.6	2.5	10.9	3.1	8.0	47.4
	サービス業	21.5	6.2	22.0	10.9	0.6	2.8	10.5	3.2	8.5	52.8
	建設業	28.6	7.5	25.0	7.8	0.5	3.4	15.0	2.4	6.3	48.8
	不動産業	27.8	4.9	24.2	11.5	0.4	4.2	17.6	3.9	5.9	50.5

「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を受けての動向

- ・道内各地の温泉地で豊の入替を延期し始めており、今年の見通しは全く不明。(豊製造業 北海道)
- ・一部の中国人実習生の入国審査が遅れている。3月から毛ガニ漁、4月からホタテ漁が解禁になるため、人手不足を心配している。(ホタテ玉冷製造業 北海道)
- ・学校給食を製造しており、売上が減少。他地域では同業者が廃業に追い込まれる可能性があるが、受入れ態勢が整っていない。(米飯、パン製造業 新潟県)
- ・サプライチェーンが止まっている。受注残が顕著に増えてきており、今後の資金繰り支援が必要になる可能性あり。(精密機械部品製造業 長野県)
- ・3月に予定していた蔵開きがやむなく中止。売上最高月であるため、非常に厳しい状況。緊急経済対策資金の活用を予定しており、事業継続に万全を期す方針。(日本酒製造 福岡県)
- ・客足が遠のいており、さらに仕入れの過半数が中国であるため、仕入れも困難な状況。従業員の残業を減らし、感謝セールなどを行うことで対応する。(家具小売 静岡県)
- ・新卒採用シーズンであるが、各種説明会が中止となっているため、人材確保の面で大手企業と差が出るのが心配である。(鋳物加工、鉄鋼加工業 岐阜県)
- ・中華街向け売上が大幅に減少している。(青果卸 神奈川県)
- ・政府の自粛要請が出てから、売上がかなり減少した。(食肉加工、卸売 岡山県)
- ・東京オリンピックを控えてテレビの買い替え需要が高まっていたが、不透明になっている。(家電販売 静岡県)
- ・来店客数が減り売上減少しているため、緊急資金融資にて支援予定。(呉服販売 大阪府)
- ・近年増加していた外国人客がほぼゼロになった。資金繰りは比較的安定している。(ホテル旅館 三重県)
- ・資材が届かず建築が進んでいない。制度融資による資金繰りの支援を提案予定。(総合工事業 秋田県)
- ・中国から水洗トイレの部品の輸入がストップしたため、工事を進めることができない。輸入再開のめどはたっていない。(住宅建設 岩手県)
- ・資材の確保が困難になることが予想される。結果、引き渡し時期に間に合わないといった問題が発生し、資金繰り難も想定される。(住宅建築リフォーム等 茨城県)
- ・昨年、技能実習生を3名雇用し、今年も計画していたが、ベトナムでの面接をいったん取り止めた。(宅地造成 神奈川県)
- ・住宅設備(トイレ、バス、洗面所、トイレ)の部品が中国からはいってこず、メーカーが組立できない。家の引き渡しができず、業況悪化が懸念される。(総合工事 滋賀県)
- ・今後、新型コロナウイルス問題が長引けば、景気にも悪影響が出るため、不動産の動きが鈍くなったり、家賃等にも影響が出るのが考えられる。(不動産業 静岡県)
- ・一部の中国産の製品、部品に関して入荷が未定となっており、受注自体を中止にすることもある。納期にも遅れが出かねない。(サッシ、ガラス、建材、水回り卸売 青森県)

(特需)

- ・ホテル向け売上減少しているものの、ドラッグストアからの大量受注が続いており、例年以上に売上好調。(清涼飲料水製造業 北海道)
- ・リネン業界で仕事がまとまってやってきている。(洗濯機械、ボイラー卸売 大阪府)
- ・マスク需要が高まり、パッケージ印刷の受注が増え、売上額はやや増加している。(オフセット印刷 静岡県)
- ・コロナウイルスの影響により、中国からの部品輸入ルートが厳しくなったことで、取引先からの受注依頼が増加した。(精密部品製造業 千葉県)

(2) 特別調査のテーマ（外国人・海外情勢と中小企業）

- ・数年前にモンゴルで寒冷地向け住宅販売を広げるために現地企業とビジネス協定締結するも損害が発生。これ以上の外国進出等は考えていない。（総合工事業 北海道）
- ・現在、モンゴルからの労働者を受入れているが、今後はベトナム方面も検討している。（とび、土木工事 静岡県）
- ・同業他社で外国人労働者を雇用しているところもあるが、マイナス面の情報も耳にすることがあり、当社では考えていない。しかし、なかなか日本人の若者の入社希望はない。（土木一式総合工事 岡山県）
- ・中国人の移住が増えており、中国人向け賃貸需要が高くなっている様子。海外からの移住者との円滑なコミュニケーションを図っている。（不動産仲介、賃貸業 大阪府）
- ・海外での需要増加もあり原材料価格が高止まりしている。また、外国人技能実習生を受入れているほか、処遇改善も同時に進め、人員確保に努めており、労務費が上昇している。（魚肉練り製品製造業 北海道）
- ・火傷の可能性がある為、コミュニケーションが難しい外国人労働者の雇用は考えていない。（自動車ゴム部品製造業 埼玉県）
- ・外国人には緻密なプログラミング等は難しいと考えているため、雇用は一切考えていない。（レーザー加工 埼玉県）
- ・インバウンドの売上げが多い飲食店向けの売上げが大半のため、新型コロナウイルスの影響は大きい。（シャリ製造 静岡県）
- ・近隣に外国人が多く住むエリアがあり、紹介で外国人労働者の雇用を増加させている。（自動車部品製造業 愛知県）
- ・人手不足ではあるものの、言語やコミュニケーションの観点から、外国人を雇用する余裕はない。（ハーネス加工品製造業 愛知県）
- ・外国人従業員を数名採用し、今後も増やす計画。言葉の面では苦勞するが、勤務態度は良く、戦力となっている。（婦人靴製造販売 大阪府）
- ・イギリスのEU離脱を受け、スコッチウイスキーの価格高騰を懸念。（酒類卸売 北海道）

(3) その他

- ・ハイエースなど大型車を改造し、車内を部屋のようにするのが流行しており、当社にも車内用の家具発注が多くなった。（家具卸売 静岡県）
- ・国の林業成長産業化政策等により、取扱いは増加傾向にある。（木材卸売 兵庫県）
- ・専門家のアドバイスを受け、のぼりを設置したほか、放置していたHPやSNSの改善にも着手し、次世代の顧客を取り込むべくハーバリウムやレジンの講座も開催。（苗、園芸用品小売 北海道）
- ・チップ製造を行っているが、バイオマス発電向けの需要と競合し、原木の価格が上昇している。（飼料販売 北海道）
- ・食品ロスを減らすため、加工食品の製造に注力し、今後はネット販売ができるよう環境を整えている。（魚介類小売 神奈川県）
- ・大手芸能事務所と企画し、所属メンバーの旅行企画のロケ地として当旅館が利用され、動画配信されたことで女性客を中心に来客が増加した。（宿泊、日帰り入浴 神奈川県）
- ・キャッシュレス決済の客が大幅に増加しており、決済手数料を鑑みてメニューの値上げを行うか悩んでいる。（そば店 静岡県）
- ・サクラエビの不漁が経営を大きく圧迫している。環境保護だけでなく、食文化の観点からも、SDGsの取組みは重要になってくるのではないかと。（海産乾物販売 静岡県）
- ・おととしは北海道胆振東部地震、昨年は日韓関係悪化、今年は新型コロナウイルスでキャンセルが相次いでいる。ここ数年外部環境によるダメージが大きい。（ホテル、温泉旅館 北海道）

※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。