

調 査

第182回全国中小企業景気動向調査 (2020年10～12月期実績・2021年1～3月期見通し)

10～12月期業況は厳しい水準ながらも2四半期続けて改善

【特別調査－2021年（令和3年）の経営見通し】

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12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：15,321企業（有効回答数 13,941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 71.1%
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. 20年10～12月期（今期）の業況判断D.I.は△36.2、前期比12.1ポイントの改善と、厳しい水準ながら2四半期続けての改善となった。

収益面では、前年同期比売上額判断D.I.が△47.0と前期比9.1ポイント改善、同収益判断D.I.は△44.9と同9.7ポイント改善した。販売価格判断D.I.は前期比1.4ポイント上昇して△5.2となった。人手過不足判断D.I.は△13.3と人手不足感が2四半期続けて強まった。設備投資実施企業割合は0.1ポイント低下して18.9%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. 21年1～3月期（来期）の予想業況判断D.I.は△41.9、今期実績比5.7ポイントの悪化を見込んでいる。業種別では全6業種で、地域別では首都圏を除く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	2020年 7～9月	2020年 10～12月	2021年 1～3月 (見通し)
総 合			
製 造 業			
卸 売 業			
小 売 業			
サービ業			
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

○厳しい水準ながら2四半期続けて改善

20年10～12月期（今期）の業況判断D.I.は△36.2、前期比12.1ポイントの改善と、厳しい水準ながら2四半期続けての改善となった（図表1）。

収益面では、前年同期比売上額判断D.I.が△47.0、前期比9.1ポイント改善、同収益判断D.I.が△44.9、同9.7ポイント改善となった。また、前期比売上額判断D.I.は△21.8、前期比11.4ポイント改善、同収益判断D.I.は△23.5、同10.9ポイント改善となった。

販売価格判断D.I.は△5.2と、前期比1.4ポイント上昇した。また、仕入価格判断D.I.はプラス6.6と、同0.4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△13.3（マイナスは人手「不足」超、前期は△7.2）と、2四半期続けて人手不足感が強まった（図表3）。

資金繰り判断D.I.は△13.2、前期比4.7ポイントの改善と、2四半期続けての改善となった。

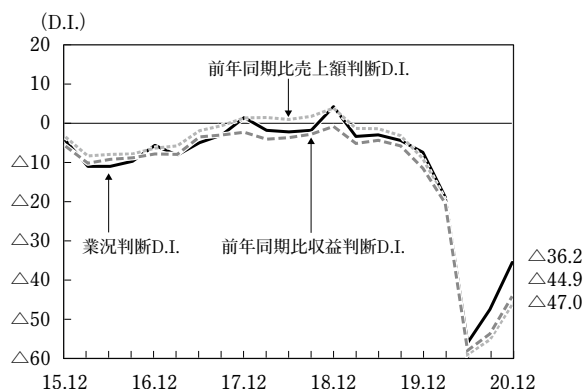
なお、設備投資実施企業割合は18.9%と、前期比0.1ポイントの小幅低下となった。

業種別の業況判断D.I.は、2四半期続けて全6業種で改善した。最も改善幅が大きかったのはサービス業（16.1ポイント）で、次いで製造業（13.9ポイント）、小売業（11.1ポイント）の順で、最も改善幅が小さかったのは建設業（9.1ポイント）だった。

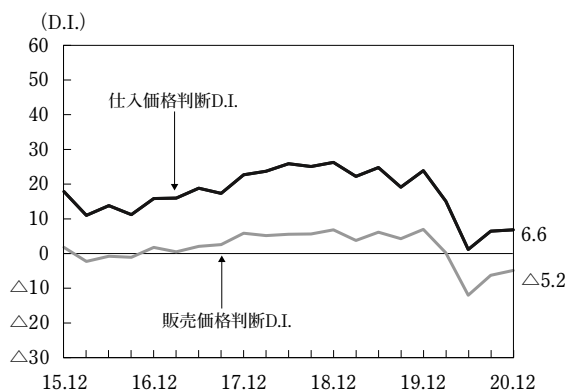
また、地域別の業況判断D.I.も、2四半期続けて全11地域で改善した。とりわけ、関

東、北陸、東海、九州北部、南九州の改善幅は15ポイントを超え、相対的に大幅だった。一方、最も改善幅が小さかったのは、前期に引き続き首都圏（5.6ポイント）だった。

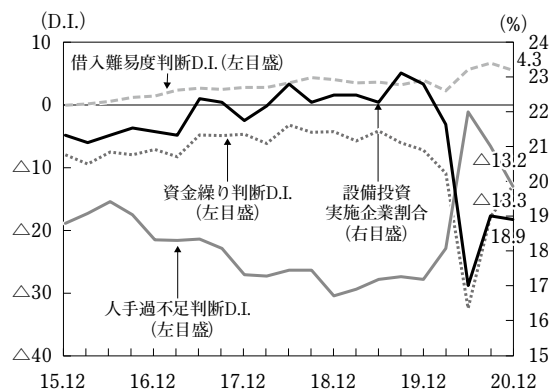
図表1 主要判断D.I.の推移



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



○悪化の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△41.9、今期実績比5.7ポイントの悪化を見込んでいる。なお、今回の予想悪化幅は、過去10年の平均(5.5ポイントの悪化見通し)よりわずかに幅が大きいものとなっている。

業種別の予想業況判断D.I.は、全6業種で悪化を見込んでいる。一方、地域別では、全11地域中、小幅改善見通しの首都圏を除く10地域で悪化の見通しとなっている。

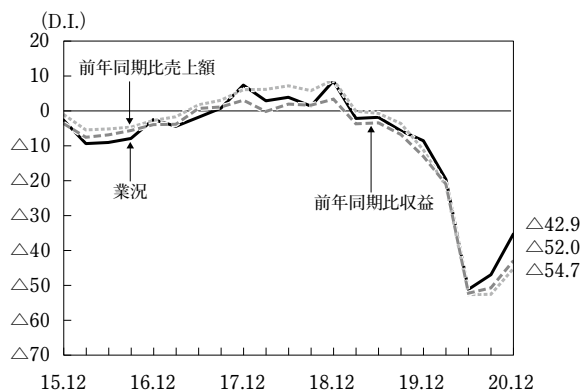
2. 製造業

○2四半期続けて改善

今期の業況判断D.I.は△42.9、前期比13.9ポイントの改善と、2四半期続けての改善となった(図表4)。

前年同期比売上額判断D.I.は△54.7、前期比8.8ポイント改善、同収益判断D.I.は△52.0、同9.3ポイント改善した。また、前期比売上額判断D.I.は前期比18.1ポイント改善して△22.2、同収益判断D.I.は同17.3ポイント改善して△24.3と、ともに大幅に改善した。

図表4 製造業 主要判断D.I.の推移



○3四半期ぶりに人手「不足」超へ転じる

設備投資実施企業割合は20.2%と、前期比0.2ポイントの小幅低下となった。

人手過不足判断D.I.は△4.2(前期はプラス4.3)と、人手「過剰」超へ転じていたのは4~6月期、7~9月期の2四半期にとどまり、今期は3四半期ぶりに再び人手「不足」超に転じた。

販売価格判断D.I.は△6.1と、前期比1.7ポイント上昇した。一方、原材料(仕入)価格判断D.I.はプラス6.7と、前期比1.4ポイントの上昇となった。

なお、資金繰り判断D.I.は△14.4、前期比5.8ポイントの改善となった。

○全22業種中、21業種が改善

業種別業況判断D.I.は、製造業全22業種中、21業種で改善した(図表5)。

素材型では、皮製品で小幅悪化したものの、それ以外の6業種では改善した。

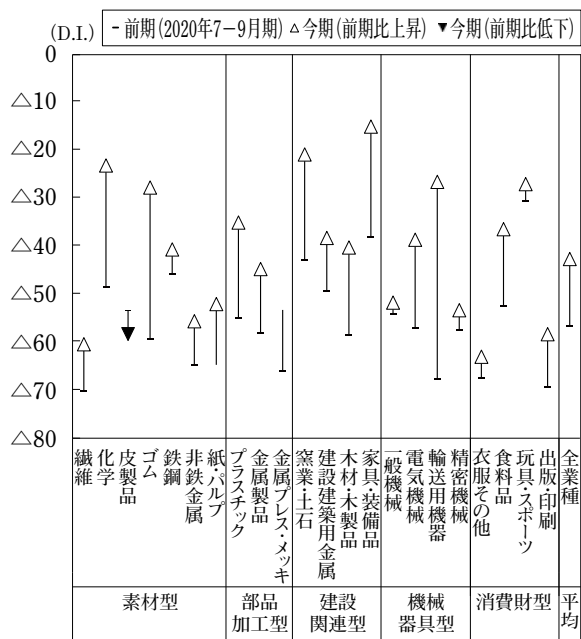
部品加工型は、3業種すべてで10ポイント超の大幅改善となった。

建設関連型でも、4業種すべてで10ポイント超の大幅改善となった。

機械器具型も、4業種すべてで改善した。とりわけ、輸送用機器は40ポイント超の大幅改善となった。

消費財型でも、全4業種で改善した。なかでも、食料品と出版・印刷の改善幅は10ポイント超と、相対的に大幅だった。

図表5 業種別業況判断D.I.の推移



○大メーカー型が相対的に大幅改善

販売先形態別の業況判断D.I.は、いずれの形態も2四半期続けて改善した。とりわけ、大メーカー型の改善幅は16.7ポイントと、相対的に最も大幅だった。

一方、輸出主力型の業況判断D.I.は、前期比13.4ポイント改善して△43.3、内需主力型も同13.5ポイント改善して△42.3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。とりわけ、100人以上の階層の改善幅は34.3ポイントと大幅だった。一方、1～19人の階層の改善幅は10.5ポイントと、相対的に最も小幅にとどまった。

○全11地域で改善

地域別の業況判断D.I.は、全11地域で改善した。最も改善幅が大きかったのは東海(29.5ポイント)で、次いで関東(23.5ポイント)、北陸(20.5ポイント)、南九州(14.6ポイント)の順だった(図表6)。なお、マイナス幅(水準)に着目すると、東北(△53.0)、首都圏(△50.1)、北陸(△50.0)などが相対的に厳しい水準となっている。

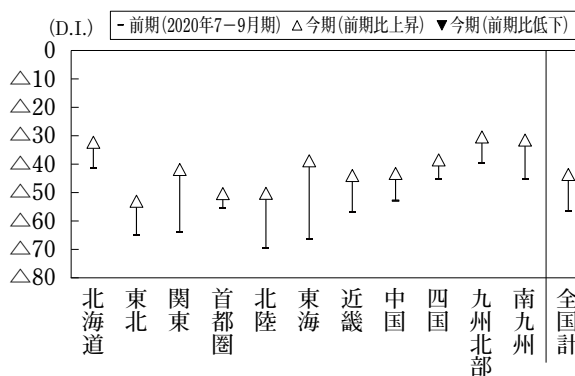
○悪化の見通し

来期の予想業況判断D.I.は、今期実績比4.6ポイント悪化の△47.5と、一転して悪化を見込んでいる。

業種別には、全22業種中、精密機械など4業種が改善を見込んでいるものの、それ以外の18業種では悪化を見込んでいる。

また、地域別には、首都圏で小幅改善が見込まれているものの、それ以外の10地域では悪化を見込んでいる。

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△44.7、前期比10.6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△51.7、前期比9.0ポイントの改善、同収益判断D.I.は△49.6、同9.0ポイントの改善となった。

○全15業種中、13業種で改善

業種別の業況判断D.I.は、全15業種中、玩具と紙製品が悪化したものの、それ以外の13業種では改善した。一方、地域別では、全11地域で改善した。とりわけ、北陸と南九州では20ポイント超の大幅改善となった。

○悪化の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△50.0、今期実績比5.3ポイントの悪化を見込んでいる。業種別には、全15業種中、5業種で横ばいないし改善が見込まれているものの、それ以外の10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、東海と南九州を

除く9地域で悪化が見込まれている。

4. 小売業

○業況は改善

今期の業況判断D.I.は△43.7、前期比11.1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△50.8、前期比9.5ポイントの改善、同収益判断D.I.は△46.7、同10.7ポイントの改善となった。

○全13業種中、12業種で改善

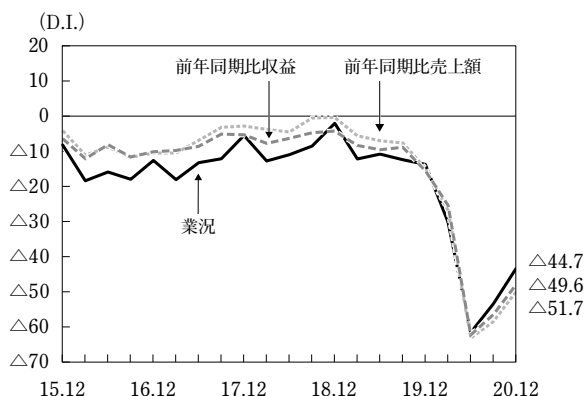
業種別の業況判断D.I.は、全13業種中、家電を除く12業種で改善した。とりわけ、自動車など4業種では20ポイント超の大幅改善となった。また、地域別では全11地域で改善となった。なかでも、九州北部、東海、東北では20ポイント超の大幅な改善となった。

○悪化の見通し

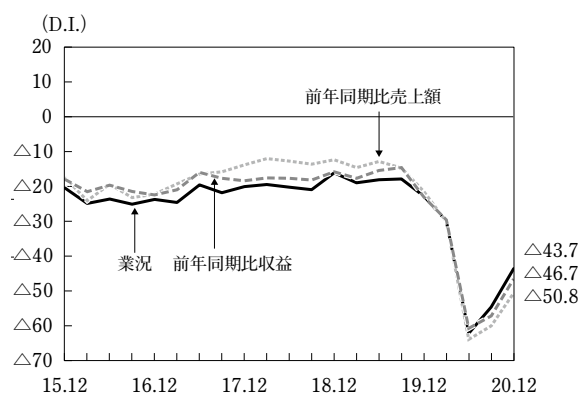
来期の予想業況判断D.I.は△49.0、今期実績比5.3ポイントの悪化を見込んでいる。

業種別には、全13業種中、書籍・文具や医薬・化粧品などを除く10業種で悪化の見

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



通しとなっている。また、地域別では全11地域中、首都圏を除く10地域で悪化の見通しとなっている。

5. サービス業

○業況は改善

今期の業況判断D.I.は△40.6、前期比16.1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△51.9、前期比12.6ポイントの改善、同収益判断D.I.は△49.9、前期比14.2ポイントの改善となった。

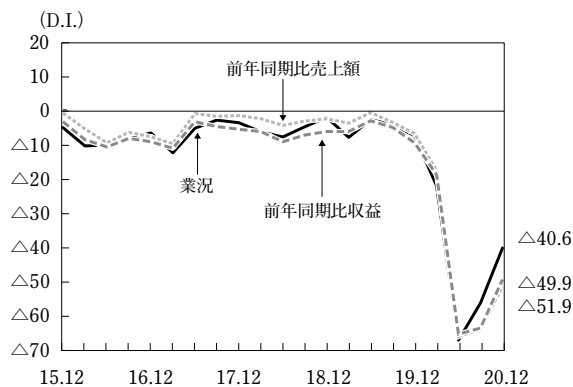
○全8業種、全11地域で改善

業種別の業況判断D.I.は、全8業種で改善した。とりわけ、旅館・ホテルでは54.9ポイントの大幅な改善で、△34.9となった。地域別では全11地域で改善となった。なかでも、中国では29.0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△45.8、今期実績比5.2ポイントの悪化を見込んでいる。

図表9 サービス業 主要判断D.I.の推移



業種別には、全8業種中、旅館・ホテルなど6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、首都圏を除く10地域で悪化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△11.5、前期比9.1ポイントの改善となった（図表10）。

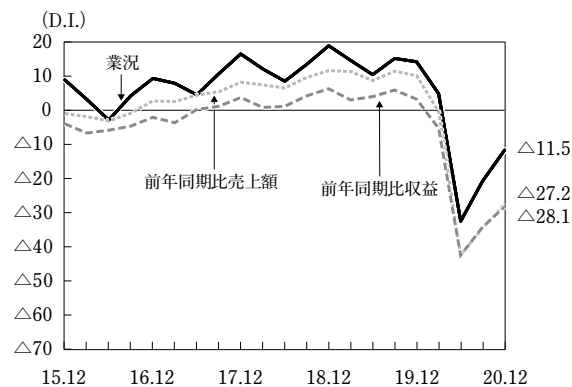
なお、前年同期比売上額判断D.I.は△27.2、前期比7.2ポイント改善し、同収益判断D.I.は△28.1、同6.0ポイントの改善となった。

○全4請負先で改善

業況判断D.I.を請負先別でみると、全4請負先で改善となった。とりわけ、大企業では前期比15.1ポイント改善し△4.3となった。

地域別では全11地域で改善となった。中でも、北陸と九州北部では20ポイント超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



○悪化の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△20.8と今期実績比9.3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地域で悪化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△20.6、前期比9.6ポイントの改善となった（図表11）。

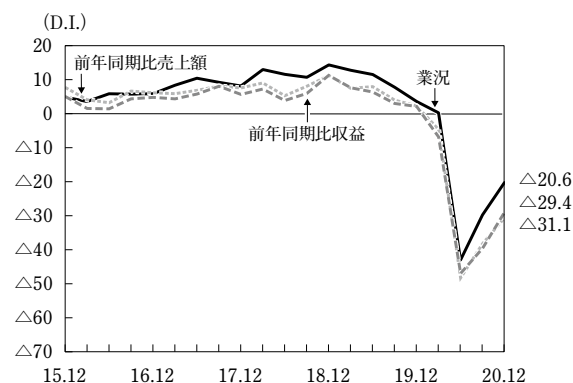
なお、前年同期比売上額判断D.I.は△31.1、前期比7.7ポイントの改善、同収益判断D.I.は△29.4、同10.8ポイントの改善となった。

○全11地域中、10地域で改善

業況判断D.I.を業種別で見ると、5業種全てで改善した。とりわけ、貸事務所、貸家、建売では10ポイント以上の改善となった。

地域別では、全11地域中、中国地域を除

図表11 不動産業 主要判断D.I.の推移



く10地域で改善となった。なかでも、東海では19.7ポイントの大幅改善となった。

○悪化の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△26.6、今期実績比6.0ポイントの悪化を見込んでいる。

業種別では、全5業種中、建売を除く4業種で悪化の見通しとなっている。全11地域中、北陸、南九州を除く地域で悪化の見通しとなっている。

特別調査

2021年（令和3年）の経営見通し

○景気見通しは過去最悪の悪化

2021年の我が国の景気見通しについては、「良い」（「非常に良い」・「良い」・「やや良い」の合計）と回答する割合が3.5%、「悪い」（「やや悪い」・「悪い」・「非常に悪い」の合計）が85.5%となった（図表12）。この結

果、「良い－悪い」は△82.0となり、1年前の調査（△27.7）と比べて54.3ポイントと過去最悪の悪化幅となった。水準については、1992年の同調査開始以来の平均（△56.1）を大きく下回ったものの、リーマンショック時の水準は上回った。

図表12 2021年の日本の景気見通し

（単位：％）

選 択 肢		1			2			3			4	5			6	7	(A)-(B)
		良い (A)	非常に良い	良い	やや良い	普通	悪い (B)	やや悪い	悪い	非常に悪い							
全 体	2021年見通し	3.5	0.1	0.5	3.0	10.9	85.5	40.8	37.1	7.7	△ 82.0						
	2020年見通し	14.6	0.3	2.8	11.5	43.0	42.3	33.1	8.2	1.1	△ 27.7						
	2019年見通し	20.2	0.3	3.6	16.3	48.0	31.8	25.2	5.9	0.7	△ 11.6						
	2018年見通し	22.7	0.3	3.6	18.8	50.1	27.2	20.9	5.5	0.8	△ 4.5						
	2017年見通し	11.7	0.2	1.6	9.9	43.8	44.5	34.2	9.3	1.1	△ 32.8						
	2016年見通し	15.1	0.2	1.8	13.0	45.1	39.9	31.2	7.7	1.0	△ 24.8						
地 域 別	北 海 道	2.6	0.0	0.4	2.1	8.1	89.4	35.5	44.9	9.0	△ 86.8						
	東 北 道	5.5	0.1	0.8	4.7	9.5	84.9	39.4	37.4	8.2	△ 79.4						
	関 東 圏	3.8	0.2	0.4	3.2	9.2	87.0	43.6	35.1	8.3	△ 83.2						
	首 都 圏	2.9	0.2	0.4	2.3	12.0	85.1	40.8	36.8	7.5	△ 82.1						
	北 陸 道	3.4	0.0	0.0	3.4	9.8	86.7	44.0	37.2	5.5	△ 83.3						
	東 海 道	4.6	0.1	0.4	4.2	11.1	84.3	43.3	33.6	7.3	△ 79.6						
	近 畿 道	4.2	0.1	0.5	3.6	11.3	84.4	39.8	36.7	8.0	△ 80.2						
	中 国 道	2.3	0.2	0.0	2.1	8.5	89.2	43.2	41.4	4.6	△ 86.9						
	四 国 道	1.8	0.0	0.7	1.1	10.0	88.2	41.0	38.3	8.8	△ 86.4						
規 模 別	九州北部	2.3	0.0	0.2	2.1	11.4	86.3	42.8	35.2	8.4	△ 84.1						
	南九州	3.5	0.0	1.0	2.5	15.3	81.2	38.4	34.6	8.2	△ 77.6						
規 模 別	1 ～ 4 人	2.8	0.1	0.4	2.3	10.7	86.5	37.4	39.9	9.2	△ 83.7						
	5 ～ 9 人	3.2	0.1	0.5	2.5	10.5	86.4	40.3	38.2	7.9	△ 83.2						
	10 ～ 19人	3.6	0.0	0.4	3.2	11.6	84.7	41.8	35.4	7.5	△ 81.1						
	20 ～ 29人	4.1	0.1	0.7	3.3	10.2	85.7	45.2	34.5	6.0	△ 81.6						
	30 ～ 39人	3.0	0.0	0.1	2.9	10.0	87.0	44.1	36.5	6.3	△ 83.9						
	40 ～ 49人	4.3	0.2	0.7	3.4	12.0	83.7	39.9	36.6	7.2	△ 79.4						
	50 ～ 99人	5.8	0.0	0.5	5.3	11.0	83.2	48.4	30.3	4.5	△ 77.4						
	100～199人	6.5	0.0	0.0	6.5	12.6	80.9	46.6	28.9	5.4	△ 74.4						
業 種 別	200～300人	5.7	0.0	0.8	4.9	19.5	74.8	39.8	31.7	3.3	△ 69.1						
	製 造 業	4.3	0.1	0.4	3.8	10.3	85.4	40.2	38.2	7.1	△ 81.1						
	卸 売 業	3.5	0.1	0.6	2.8	10.3	86.3	39.4	38.9	7.9	△ 82.8						
	小 売 業	2.8	0.2	0.2	2.5	9.2	88.0	38.1	39.6	10.3	△ 85.2						
	サ ー ビ ス 業	2.8	0.2	0.4	2.2	10.4	86.7	37.8	39.6	9.4	△ 83.9						
業 種 別	建 設 業	3.0	0.0	0.6	2.4	13.5	83.4	46.2	31.3	5.9	△ 80.4						
	不 動 産 業	3.8	0.0	0.7	3.1	14.4	81.8	45.2	31.4	5.1	△ 77.9						

地域別では、中国、北海道、四国などで、とりわけ慎重な見通しとなっている。また、従業員規模別にみると、規模が大きいほどやや強気の傾向があった。業種別では、小売業で慎重な見通しが目立った。

○業況見通しも大幅悪化

2021年の自社の業況見通しについては、「良い－悪い」が△58.2となり、1年前の調査

(△22.2) に比べて36.0ポイント悪化した(図表13)。悪化幅は過去2番目の水準で、1992年の同調査開始以来の平均(△41.5)を大きく下回ったものの、リーマンショック時の水準は上回った。

地域別では、北海道、中国、北陸で慎重な見通しが目立った。また、従業員規模別では、問1で尋ねた我が国の景気見通しと比較して、規模の大きい企業ほど強気の傾向が

図表13 2021年の自社の業況見通し

(単位：%)

選 択 肢	良い (A)	1			2			3			普通	悪い (B)	5			(A)-(B)
		非常に良い	良い	やや良い	やや悪い	悪い	非常に悪い									
全 体	2021年見通し	6.5	0.2	1.0	5.3	28.8	64.7	41.8	19.0	4.0	△ 58.2					
	2020年見通し	13.4	0.2	2.3	10.8	51.1	35.6	28.2	6.2	1.1	△ 22.2					
	2019年見通し	19.3	0.3	3.5	15.6	52.7	28.0	22.4	4.7	0.8	△ 8.6					
	2018年見通し	19.9	0.3	3.2	16.4	52.3	27.8	22.2	4.8	0.9	△ 7.9					
	2017年見通し	14.7	0.2	2.4	12.2	50.2	35.1	27.7	6.5	0.9	△ 20.3					
	2016年見通し	16.8	0.3	2.4	14.2	49.2	33.9	26.5	6.3	1.1	△ 17.1					
地 域 別	北 海 道	4.6	0.2	0.5	3.9	26.4	69.0	44.9	20.0	4.1	△ 64.4					
	東 北	7.3	0.1	0.8	6.4	26.7	65.9	40.3	21.2	4.4	△ 58.6					
	関 東	8.3	0.3	1.3	6.6	26.7	65.0	42.3	19.8	2.9	△ 56.8					
	首 都 圏	5.1	0.1	0.8	4.2	29.8	65.2	41.5	19.6	4.0	△ 60.1					
	北 陸	6.2	0.0	0.5	5.7	26.2	67.6	46.6	18.1	2.9	△ 61.4					
	東 海	8.0	0.0	1.3	6.7	28.1	63.8	43.0	16.7	4.1	△ 55.8					
	近 畿	8.1	0.4	1.3	6.4	27.3	64.6	40.6	19.1	4.9	△ 56.5					
	中 国	5.5	0.3	0.6	4.6	27.5	67.1	43.2	20.8	3.0	△ 61.6					
	四 国	5.0	0.0	1.4	3.6	29.9	65.1	40.6	21.3	3.2	△ 60.1					
規 模 別	九州北部	7.2	0.0	1.6	5.6	33.8	59.0	39.7	15.4	3.9	△ 51.8					
	南九州	6.3	0.0	1.2	5.1	36.6	57.1	38.2	15.8	3.0	△ 50.8					
規 模 別	1～4人	4.5	0.1	0.8	3.6	27.1	68.4	41.2	22.1	5.0	△ 63.9					
	5～9人	6.3	0.3	0.8	5.2	28.3	65.4	41.8	19.6	4.1	△ 59.1					
	10～19人	7.2	0.1	1.5	5.6	29.0	63.8	42.2	18.2	3.4	△ 56.7					
	20～29人	7.5	0.2	1.4	5.9	30.2	62.2	43.4	15.9	2.9	△ 54.7					
	30～39人	7.4	0.0	0.8	6.6	29.4	63.2	42.2	16.5	4.5	△ 55.8					
	40～49人	8.5	0.1	1.1	7.2	33.0	58.5	37.5	16.8	4.2	△ 50.1					
	50～99人	9.5	0.0	0.9	8.6	31.0	59.5	44.9	13.3	1.3	△ 49.9					
	100～199人	10.8	0.0	1.4	9.4	28.9	60.3	45.1	13.0	2.2	△ 49.5					
200～300人	14.6	0.0	1.6	13.0	35.8	49.6	36.6	12.2	0.8	△ 35.0						
業 種 別	製造業	7.6	0.1	1.2	6.3	24.7	67.7	43.1	20.3	4.2	△ 60.0					
	卸売業	5.5	0.1	0.7	4.7	25.7	68.7	42.0	23.1	3.7	△ 63.2					
	小売業	5.7	0.2	0.8	4.7	23.6	70.7	42.3	22.8	5.7	△ 64.9					
	サービス業	5.4	0.2	0.7	4.6	28.5	66.0	39.7	20.5	5.9	△ 60.6					
	建設業	7.0	0.2	1.3	5.5	37.8	55.2	41.9	11.6	1.7	△ 48.3					
不動産業	6.1	0.2	1.1	4.8	43.4	50.5	38.2	10.8	1.5	△ 44.4						

あった。業種別では、小売業や卸売業で慎重な見通しが目立った。

地域別では、北海道で他地区と比較して慎重な見通しとなっている。

○売上額見通しは2年連続のマイナス

2021年の自社の売上額見通し（伸び率）を「増加－減少」でみると、25.4ポイント低下の△29.3となった（図表14）。減少が増加を上回ったのは2年連続となった。

従業員規模別では、200人未満で軒並みマイナスとなる一方、200人以上の階層ではプラスとなった。また、総じて規模が大きいほど強気の傾向がみられた。業種別では、小売業で慎重な見通しが目立った。

図表14 2021年における売上額の伸び率見通し（2020年比）

（単位：％）

選 択 肢	増加 (A)	1	2	3	4	5	変化 なし	減少 (B)	6	7	8	9	(A)-(B)
		30%以上	20~29%	10~19%	10%未満	10%未満			10~19%	20~29%	30%以上		
全 体	2021年見通し	20.2	1.2	1.8	5.8	11.5	30.2	49.6	23.0	15.1	6.7	4.7	△ 29.3
	2020年見通し	24.8	0.6	1.0	5.6	17.6	46.4	28.8	20.6	5.9	1.4	0.9	△ 3.9
	2019年見通し	31.8	0.7	1.3	7.7	22.0	45.7	22.5	16.6	4.2	1.0	0.7	9.3
	2018年見通し	31.6	0.8	1.5	7.2	22.1	46.4	22.0	16.4	4.1	0.9	0.6	9.6
	2017年見通し	28.1	0.6	1.2	6.7	19.6	45.3	26.6	19.2	5.4	1.1	0.8	1.5
	2016年見通し	29.9	0.9	1.2	7.1	20.7	44.3	25.9	18.8	5.1	1.2	0.8	4.0
地 域 別	北 海 道	14.3	0.7	1.2	4.0	8.4	27.5	58.2	28.4	19.2	5.9	4.8	△ 44.0
	東 北	22.0	1.0	1.4	5.6	14.0	26.5	51.5	23.6	16.4	5.7	5.9	△ 29.5
	関 東	23.9	0.8	2.5	6.5	14.1	29.4	46.7	23.2	13.7	6.3	3.4	△ 22.8
	首 都 圏	15.6	1.1	1.2	4.4	8.8	33.5	50.9	23.9	15.3	7.5	4.1	△ 35.3
	北 陸	21.8	1.9	2.9	5.4	11.6	26.0	52.2	21.5	17.3	7.3	6.2	△ 30.4
	東 海	24.8	1.4	2.4	6.7	14.3	26.7	48.5	22.6	15.0	5.8	5.0	△ 23.7
	近 畿	25.5	1.5	2.5	8.3	13.2	27.2	47.3	20.4	13.7	7.4	5.8	△ 21.8
	中 国	21.0	0.6	1.1	5.5	13.9	27.7	51.3	26.0	13.9	7.2	4.3	△ 30.3
	四 国	17.7	0.9	1.4	5.0	10.4	34.0	48.3	22.9	14.5	7.3	3.6	△ 30.6
規 模 別	九州北部	20.1	1.4	2.3	4.8	11.6	38.8	41.1	18.5	13.5	5.2	3.9	△ 20.9
	南九州	18.1	1.0	1.7	5.2	10.1	36.5	45.4	22.1	14.3	5.8	3.3	△ 27.4
業 種 別	1～4人	14.6	1.1	1.2	3.9	8.4	32.4	53.0	22.1	16.9	8.3	5.8	△ 38.5
	5～9人	19.1	1.3	1.9	5.7	10.2	30.5	50.4	23.8	14.8	6.9	4.9	△ 31.3
	10～19人	21.2	1.4	2.1	6.0	11.7	28.9	49.9	23.1	15.9	6.3	4.6	△ 28.7
	20～29人	23.7	1.2	2.6	7.1	12.8	28.1	48.2	25.5	14.1	5.7	3.0	△ 24.6
	30～39人	26.5	1.4	2.6	7.9	14.6	26.3	47.2	23.3	14.2	5.1	4.6	△ 20.7
	40～49人	28.1	1.2	2.1	6.8	18.0	28.4	43.5	21.7	12.0	5.5	4.3	△ 15.4
	50～99人	27.2	0.5	1.8	8.4	16.4	29.2	43.6	24.6	12.2	4.4	2.5	△ 16.4
	100～199人	34.7	0.7	2.5	10.1	21.3	27.8	37.5	25.6	7.9	3.6	0.4	△ 2.9
200～300人	39.0	0.0	4.1	11.4	23.6	33.3	27.6	13.0	10.6	2.4	1.6	11.4	
業 種 別	製 造 業	24.4	1.3	2.4	7.4	13.3	26.8	48.8	21.0	15.8	7.1	4.9	△ 24.4
	卸 売 業	20.3	1.2	1.4	5.2	12.4	28.0	51.7	24.7	15.4	7.7	3.9	△ 31.4
	小 売 業	17.6	0.5	1.6	4.2	11.4	28.3	54.1	24.2	16.7	7.4	5.8	△ 36.5
	サ ー ビ ス 業	18.5	1.0	1.5	4.7	11.2	30.1	51.5	24.6	13.9	7.0	5.9	△ 33.0
	建 設 業	17.2	1.1	2.0	5.4	8.6	34.4	48.4	24.8	14.7	5.3	3.7	△ 31.2
不 動 産 業	17.9	2.1	1.0	5.6	9.2	43.6	38.5	20.1	11.1	4.5	2.8	△ 20.5	

○業況改善には1～2年が必要

自社の業況が上向き転換点については、「1年後」が8.5ポイント上昇の23.3%、「2年後」が10.1ポイント上昇の19.0%となった(図表15)。ともに割合は過去最大となった。

一方、「すでに上向き」は5.6ポイント低下の9.6%、「業況改善の見通しは立たない」は15.8ポイント低下の18.4%と、ともに大きく

減少した。

従業員規模別にみると、従業員40人以上の階層では、軒並み「すでに上向き」が「業況改善の見通しは立たない」を上回っているものの、39人以下の階層では正反対の結果となっている。業況改善は、規模による二極化の様相が強いといえる。

図表15 自社の業況が上向き転換点

(単位：%)

選 択 肢		1	2	3	4	5	6	7
		すでに上向き	6か月以内	1年後	2年後	3年後	3年超	業況改善の見通しなし
全 体	2021年見通し	9.6	10.4	23.3	19.0	12.5	6.8	18.4
	2020年見通し	15.2	9.1	14.8	8.9	8.9	8.8	34.2
	2019年見通し	19.3	8.5	13.3	10.2	8.6	8.7	31.3
	2018年見通し	17.9	8.4	14.5	9.0	9.8	9.4	31.0
	2017年見通し	14.0	8.9	15.0	10.5	10.3	9.6	31.6
	2016年見通し	14.9	9.1	14.5	9.8	10.5	10.3	30.8
地 域 別	北海道	8.2	7.2	19.6	21.5	12.3	7.8	23.4
	東北	7.3	11.7	22.7	20.1	9.8	6.8	21.6
	関東	12.3	10.5	24.9	19.8	10.1	6.4	16.1
	首都圏	8.0	8.4	22.6	18.1	14.7	8.0	20.2
	北陸	7.7	13.1	23.8	20.7	10.5	6.3	17.9
	東海	12.2	12.7	24.2	19.1	11.2	5.6	15.0
	近畿	11.5	13.8	25.4	18.9	11.2	5.2	14.0
	中国	8.7	9.6	26.5	18.3	12.1	6.9	17.9
	四国	6.9	6.9	19.4	20.1	14.8	5.8	26.1
九州北部 南九州	九州北部	12.0	8.7	20.4	17.3	15.3	8.1	18.3
	南九州	8.3	9.9	23.0	18.5	12.5	7.5	20.4
規 模 別	1～4人	6.4	8.3	20.7	18.0	12.4	7.2	27.1
	5～9人	8.8	9.2	23.7	20.5	12.9	6.4	18.6
	10～19人	10.6	10.9	25.0	18.4	13.2	7.7	14.2
	20～29人	10.3	12.0	26.1	20.5	12.5	6.8	11.8
	30～39人	11.3	12.4	25.0	19.8	13.0	5.7	12.7
	40～49人	15.4	14.5	22.2	19.9	11.3	5.4	11.2
	50～99人	13.6	16.0	25.7	17.3	10.6	6.8	10.0
	100～199人	16.7	12.4	27.6	21.5	11.3	4.0	6.5
200～300人	23.8	14.8	19.7	18.9	10.7	8.2	4.1	
業 種 別	製造業	9.7	12.6	24.2	19.6	12.3	6.7	15.0
	卸売業	8.4	9.0	24.8	19.0	13.5	6.1	19.2
	小売業	8.8	7.7	21.9	18.2	10.7	6.1	26.7
	サービス業	8.0	9.7	22.7	20.9	12.9	6.6	19.3
	建設業 不動産業	12.1 10.4	10.1 12.1	21.1 24.9	17.9 17.9	12.9 13.6	8.5 7.0	17.4 14.1

○地域金融機関に求めることは多い

コロナ禍において地域金融機関に求めることについては、「各種補助金・助成金等の活用支援」が58.6%と最も多く、以下「ビジネスマッチング・顧客紹介」が37.4%と続いた(図表16)。

対して、「資金繰り支援以外に求めるものはない」は14.3%にとどまっており、多くの企業が資金繰り支援以外に何らかの支援を求めていることがわかる。

図表16 コロナ禍において資金繰り以外に地域金融機関に求めること

(単位：%)

選択肢	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
	各種補助金・助成金等の活用支援	ビジネスマッチング・顧客紹介	各種専門家や専門機関との連携支援	人材獲得育成・人材派遣の支援	IT化・デジタル化への支援	新分野進出・業態転換の支援	事業継続計画(BCP)の策定支援	事業承継・M&A支援	円滑な廃業へ向けての支援	資金繰り支援以外に求めるものはない	
全体	58.6	37.4	11.6	13.3	9.9	8.7	4.4	9.3	2.2	14.3	
地域別	北海道	55.7	28.8	11.7	16.6	9.1	9.0	6.0	10.1	2.8	19.8
	東北	63.3	35.6	12.8	13.9	11.5	11.8	7.1	11.4	3.4	12.6
	関東	58.8	39.0	13.1	13.2	11.2	9.0	5.0	8.8	2.1	13.8
	首都圏	55.3	34.9	11.0	10.4	7.2	5.7	2.4	8.2	2.2	17.7
	北陸	64.0	35.8	11.0	14.7	14.1	12.7	5.9	8.8	0.9	9.5
	東海	60.4	39.2	11.4	13.4	12.5	9.7	5.6	10.1	1.7	10.7
	近畿	60.8	44.0	11.6	15.3	10.5	10.7	4.4	9.7	1.9	11.2
	中国	66.2	38.3	12.1	14.6	9.2	6.1	4.5	10.9	2.0	8.9
	四国	59.7	36.0	11.7	12.6	10.7	11.9	5.0	6.0	3.6	13.8
九州北部	56.6	41.0	11.1	13.1	9.3	8.3	4.5	10.1	2.2	14.8	
南九州	53.2	35.7	12.2	13.8	10.7	8.1	4.2	9.7	2.2	17.3	
規模別	1～4人	56.0	32.0	9.6	5.9	7.1	7.2	3.4	8.1	4.4	18.9
	5～9人	59.9	37.2	11.4	12.0	8.6	8.0	4.3	9.3	1.5	14.2
	10～19人	62.2	39.3	12.2	16.3	10.5	10.1	4.8	10.2	1.3	11.9
	20～29人	60.3	42.1	12.7	19.0	11.1	10.3	5.4	11.6	0.9	11.4
	30～39人	59.2	41.0	13.2	21.2	12.6	8.7	4.6	9.2	0.9	9.7
	40～49人	58.8	38.4	15.0	24.4	13.2	11.6	6.2	11.6	0.3	9.9
	50～99人	55.9	48.3	13.6	19.7	16.4	8.4	5.1	8.6	0.3	11.2
	100～199人	59.6	48.1	14.1	21.5	15.6	12.6	6.7	8.1	0.0	8.5
200～300人	52.9	41.3	17.4	18.2	20.7	11.6	5.0	9.9	0.0	10.7	
業種別	製造業	62.2	41.0	12.4	12.6	9.8	10.0	4.9	9.1	1.7	12.6
	卸売業	58.0	42.8	11.8	9.6	10.0	10.6	4.0	9.9	2.0	14.4
	小売業	60.6	26.2	10.6	8.2	10.8	8.9	4.2	8.5	4.0	18.2
	サービス業	58.4	28.3	11.1	15.9	8.6	7.8	4.3	8.9	2.5	15.1
	建設業	56.5	38.2	11.0	24.2	8.8	5.3	4.1	10.4	1.4	13.5
	不動産業	46.0	50.9	12.3	7.8	12.1	8.1	4.5	9.8	1.7	12.8

「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

- ・大手ゼネコン担当者がコロナに罹患し、工期が順延して家具の納入も遅延した。
(オフィス家具製造 北海道)
- ・コロナ前にM&Aを検討していたが、コロナの影響で不透明になった。
(シール印刷 北海道)
- ・コロナにより各種イベントの中止が大きく、大きな影響を受けている。
(看板、標識製造 宮城県)
- ・インドの入国制限があり、現地に確認ができないなど営業活動に支障が出ている。
(工作機械器具製造 静岡県)
- ・航空機需要の低下により売上減少している。国産航空機の開発凍結により、今後の見通しは不透明。人手も余っており、派遣先を模索している。
(航空機部品組立 三重県)
- ・コロナ禍の長期化により、負のスパイラルからなかなか抜け出せない状況である。(乳製品卸売 秋田県)
- ・取引先の飲食店の廃業が増加傾向にあり、このままでは人員整理も検討せざるを得ない。
(青果物卸売 神奈川県)
- ・コロナ禍による中国からの農業就労者不足により、作付面積を縮小する等の影響が出ており、販売量が減少している。
(農業資材小売 北海道)
- ・宝飾品消費低迷が当面続くとみており、業態転換も視野に入れている。
(時計、宝飾品小売 北海道)
- ・休業時のほうが赤字額少なく、事業継続に問題あり。当面は給付金や融資にて資金繰り対応するが、コロナ収束以外、売上回復は見込めない。
(仕出し業 北海道)
- ・今期、不採算店舗を3店舗閉鎖。コロナ禍で中高年の戻りが鈍いほか、遊技台の入替費用もかさんでおり、資金繰りが厳しい。
(パチンコホール 長野県)
- ・コロナによる宣伝費の削減に伴い売上減。売上回復には相当の時間がかかる見通し。
(広告制作、代理業 大阪府)
- ・コロナの影響で完全予約制となったことに加え、消毒の時間も必要となるため、売上は減少している。
(理容業 大阪府)
- ・コロナ禍で売上が70～80%減少。借入と給付金で資金繰りは何とかなっているが、長引くようであれば廃業も検討せざるを得ない。
(マッサージ 広島県)
- ・コロナの影響で注文住宅やリフォームの受注が減少。特にリフォームでは、家の中に業者を入れたくない、という顧客が多い。
(注文住宅建築 北海道)
- ・コロナ対策として作業現場の人員を制限することにより工期も伸び、対応が煩雑になっている。人手不足は依然として続いている。
(総合建設業 愛知県)
- ・物件に関する問い合わせや内見予約数が減少しており、売上が伸び悩んでいる。
(不動産賃貸、仲介 青森県)
- ・家賃の値下げ要請が多数あった。テレワーク普及や景気後退に伴い、社宅利用のアパート解約などの急な撤退が懸念される。
(不動産賃貸 静岡県)
- ・コロナ陽性者増加に伴い入居者の業況が悪化しており、賃料が減少傾向にある。
(不動産賃貸 愛知県)

(2) 新型コロナウイルスの感染拡大を受けての特需

- ・コロナ禍において、米国向けが好調となっている。日本産の建機が重宝されている。
(金属パイプ製造 静岡県)
- ・卵の入れ物(パック)の売上が大きく増加している。
(プラスチック製品製造 奈良県)
- ・コロナでニーズが高まるも、コロナ対策コストも高まり最終収支は前期比で変化なし。(仕出弁当 大阪府)
- ・マスクやフェイスシールドの需要が増え、昨年より増収が見込める。
(印刷 兵庫県)
- ・受注は好調を維持している。課題であった人材確保についても、コロナの影響で応募があり、幹部候補や現場作業員を採用できた。
(水産加工卸 愛知県)
- ・コロナによる自粛で家で過ごす時間が増え、売上増につながった。
(パン小売 愛知県)

(3) 新型コロナウイルスの感染拡大を受けての状況（IT、インターネット、SNSへの対応）

- ・コロナの影響で観光客が減少している。コロナ以降に開始した弁当販売や配達サービス、事前より取り組んでいたネット販売やSNS宣伝に力を入れて売上回復を目指す。（水産練り製品製造 神奈川県）
- ・引き続き厳しい状況が続いている。新ブランドを立ち上げ、ネット販売および新規顧客の獲得に努める。（貴金属、装身具製造 山梨県）
- ・ネット対応になり、粗利がこれまでの2割から1割に低下した。（花苗、観葉植物卸売 静岡県）
- ・コロナの影響から徐々に回復しつつある。ITを利用して効率化を図り、人手不足解消、人材育成にも力を入れる。（インテリア材、畳卸売 愛知県）
- ・巣ごもり需要で布マスク等へのハンドメイドの人气が高まったことで、ネット販売が好調。今後もネット販売に注力する方針。（生地、手芸、カーテン小売 埼玉県）
- ・地元の老舗アパレルショップ。固定客確保できているものの、年々量販店やネットショップなどの競争が激化している。（衣料品販売 新潟県）
- ・コロナの影響で来店客が落ち込んでいる。LINE等を活用し広告に注力しているが、売上回復には至っていない。（女性用下着小売 兵庫県）
- ・ネット販売を行っていないため、かなりの売上低下となった。（婦人服小売 鹿児島県）
- ・関東在住の顧客が多く、その分の売上が落ちている。去年からYouTubeで動画配信しており、あと少しで収益化できるためそちらにも注力する。（バイク修理、整備 静岡県）
- ・11月以降の婚礼は少ない。好調なネット販売は、新商品を追加し、売上増加を図る方針。（貸衣装 兵庫県）
- ・販路拡大に向け、海外向けに外国語HP作成に着手。地元の支援事業に採択された。（やすり製造 広島県）
- ・コロナの影響でリモートワークが増え、移住者の需要があることから不動産の動きは悪くない。（不動産代理、仲介 静岡県）

(4) その他

- ・淘汰されずに生き残ることに価値を見出している。イベント関係の落ち込みの挽回を模索中。（製本業 北海道）
- ・政府による印鑑廃止の動きを注視している。事業転換も検討していく。（印鑑製造 山梨県）
- ・内部留保厚いため現状問題ないものの、長期的な景気後退となるようなら廃業を早めるかもしれない。（燃料噴射装置製造 静岡県）
- ・将来的に事業転換が必要。財務基盤がしっかりしている間にM&Aなど多様化を検討したい考え。（ATミッション部品製造 静岡県）
- ・自動車試作部品にて受注が乏しいことから、1年前から金属製品加工へのシフトを図った。結果、受注が増えて多忙となっている。（金属製品加工 愛知県）
- ・前期より取り組んでいた不採算部分の縮小や経費削減、在庫適正化の成果が表れてきた。自動車の電気化の動きはトラック業界にはまだ先の見通しだが、将来的な転換を見据えている。（自動車電装品修理、販売 大阪府）
- ・来年中の廃業を予定しており、税理士の指導の下、円滑な廃業を行っている。（化粧品卸売 岡山県）
- ・人材流出防止のため、保険等を充実させている。外注先の確保も難しくなっている。（総合工事業 愛媛県）
- ・補助金、助成金の活用支援、ビジネスマッチング、顧客紹介を金融機関に求めている。（不動産業 広島県）
- ・GoToキャンペーンにより売上は順調に推移。ただ、県内のコロナ感染者の増加に伴い、キャンセルする客も少なくない。（旅館 福島県）
- ・客足は8割程度まで戻ったが、コロナ禍前の水準に戻ることはないと思込む。新事業開始や社内体制の整備などやれることを模索している。（パチンコ、パチスロ 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。