

調 査

第189回全国中小企業景気動向調査 (2022年7～9月期実績・2022年10～12月期見通し)

7～9月期業況は2四半期続けての改善

【特別調査—中小企業におけるSDGs(持続可能な開発目標)の取組状況について】

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：2022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：15,236企業（有効回答数 13,575企業・回答率 89.1%）
※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 72.1%
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. 22年7～9月期(今期)の業況判断D.I.は△17.8、前期比2.1ポイントの小幅改善と、2四半期続けて改善した。
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0.1ポイント低下、同収益判断D.I.は△12.7と同0.9ポイント低下した。販売価格判断D.I.はプラス24.3と前期比0.8ポイント上昇した。人手過不足判断D.I.は△22.2と人手不足感が一段と強まった。設備投資実施企業割合は20.7%と前期比1.2ポイント上昇した。業種別の業況判断D.I.は全6業種中、不動産業を除く5業種で、地域別では全11地域中、九州北部と南九州を除く9地域で改善した。
2. 22年10～12月期(来期)の予想業況判断D.I.は△15.6、今期実績比2.2ポイントの小幅改善を見込んでいる。業種別には全6業種中、不動産業を除く5業種で、地域別には全11地域中9地域で、それぞれ改善見通しにある。

業種別天気図

時期 業種名	2022年 4～6月	2022年 7～9月	2022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

全業種総合

○2四半期続けての業況改善

22年7～9月期(今期)の業況判断D.I.は△17.8、前期比2.1ポイントの小幅改善と、2四半期続けての業況改善となった(図表1)。

収益面では、前年同期比売上額判断D.I.がプラス0.7、前期比0.1ポイントの小幅低下、同収益判断D.I.が△12.7、同0.9ポイントの小幅低下となった。また、前期比売上額判断D.I.は△5.0、前期比0.9ポイント低下、同収益判断D.I.は△16.0、同1.3ポイント低下と、ともに小幅な低下となった。

販売価格判断D.I.はプラス24.3、前期比0.8ポイントの上昇で、およそ30年ぶりの水準のなかで小幅上昇した。一方、仕入価格判断D.I.はプラス60.6、同0.5ポイントの小幅上昇で、調査開始以来の最高水準を2四半期続けて更新した(図表2)。

雇用面では、人手過不足判断D.I.が△22.2(マイナスは人手「不足」超、前期は△19.8)と、2020年1～3月期(△22.7)以来の水準近くまで人手不足感が強まった(図表3)。

資金繰り判断D.I.は△10.2、前期比0.6ポイントの小幅低下で、2四半期ぶりの低下となった。

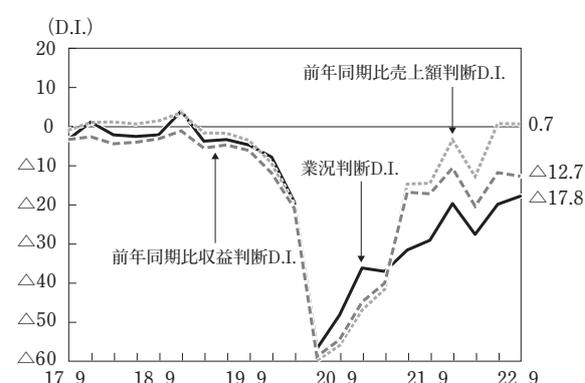
なお、設備投資実施企業割合は20.7%、前期比1.2ポイント上昇し、5四半期ぶりに20%台を回復した。

業種別の業況判断D.I.は、全6業種中、小幅低下となった不動産を除く5業種で改善した。最も改善幅が大きかったのは建設業(6.2ポイント)で、次いで卸売業(2.0ポイ

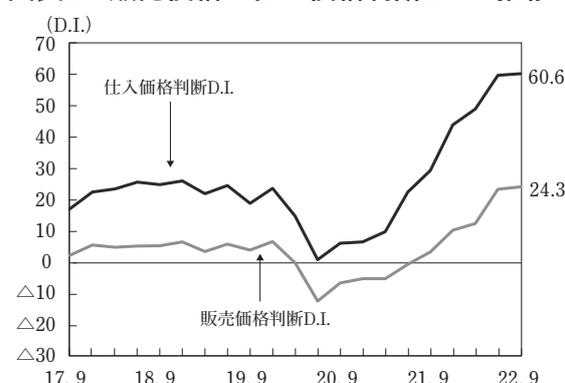
ント)、製造業(1.8ポイント)、サービス業(1.7ポイント)の順となった。

一方、地域別の業況判断D.I.は、全11地域中、九州北部と南九州を除く9地域で改善した。最も改善幅が大きかったのは、北海道(6.8ポイント)で、次いで東北(3.9ポイント)、東海(3.2ポイント)、首都圏(2.7ポイント)の順となった。

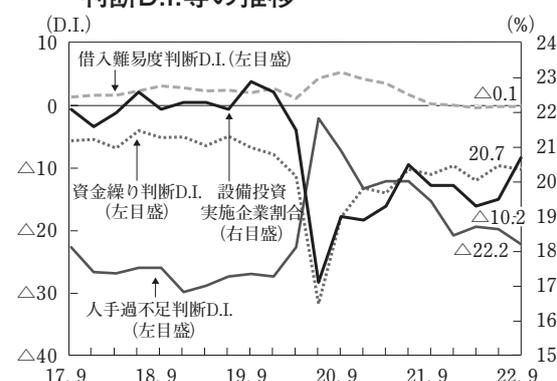
図表1 主要判断D.I.の推移



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



○小幅な改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△15.6、今期実績比2.2ポイントの小幅な改善見通しとなっている。

業種別の予想業況判断D.I.は、全6業種中、小幅な低下を見込む不動産業を除く5業種で改善を見込んでいる。一方、地域別では、全11地域中、北海道と東北を除く9地域で改善見通しとなっている。

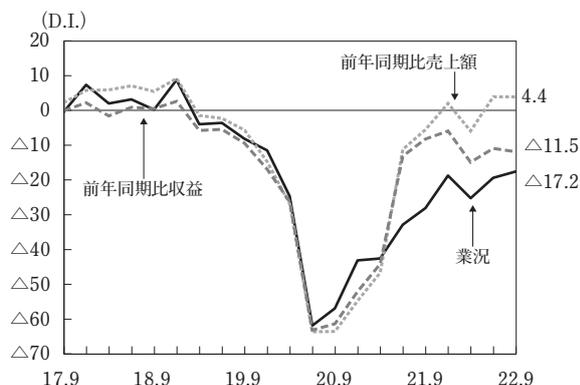
製造業

○2四半期続けての業況改善

今期の業況判断D.I.は△17.2、前期比1.8ポイントの小幅改善と、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.はプラス4.4、前期比横ばい、同収益判断D.I.は△11.5、同1.0ポイントの小幅低下となった。また、前期比売上額判断D.I.は前期比横ばいの△2.8、同収益判断D.I.は同0.6ポイント低下して△16.0だった。

図表4 製造業 主要判断D.I.の推移



○価格の判断DIが9四半期ぶりの小幅低下

設備投資実施企業割合は23.0%、前期比0.7ポイント上昇と、2四半期続けての上昇となった。

人手過不足判断D.I.は△20.4（前期は△18.5）と、2四半期ぶりに人手不足感が強まった。

販売価格判断D.I.はプラス25.6、前期比0.1ポイント低下と、9四半期ぶりの小幅低下となった。また、原材料（仕入）価格判断D.I.はプラス69.0、前期比1.1ポイントの低下と、同じく9四半期ぶりの小幅低下となった。

なお、資金繰り判断D.I.は△10.4、前期比0.2ポイントの小幅低下となった。

○製造業全22業種中、12業種で改善

業種別業況判断D.I.は、製造業全22業種中、12業種で改善した（図表5）。

素材型では、全7業種中、化学や紙・パルプなど5業種で低下したものの、ゴムと非鉄金属の2業種では改善した。

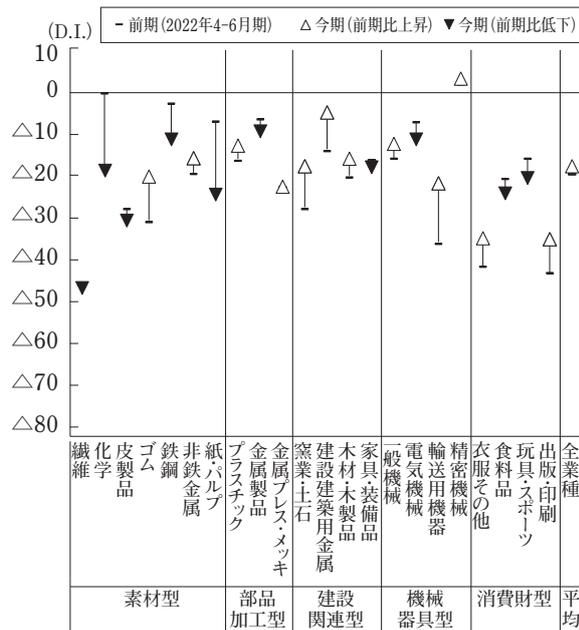
部品加工型は、金属製品で低下したものの、それ以外の2業種では改善した。

建設関連型は家具が小幅低下したものの、それ以外の3業種では改善した。

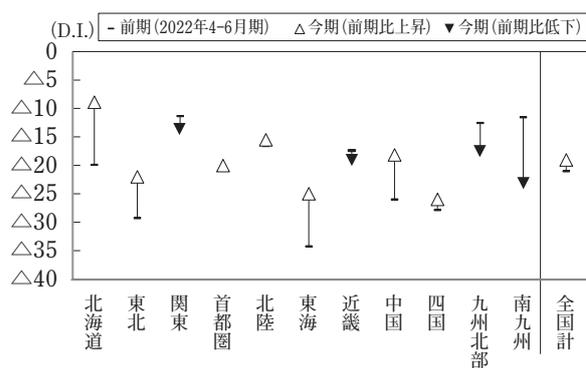
機械器具型は、全4業種中、電気機械を除く3業種で改善した。とりわけ、輸送用機器は10ポイント超の大幅改善となった。

消費財型では、全4業種中、衣服その他と出版・印刷で改善、食料品と玩具・スポーツで低下とまちまちだった。

図表5 業種別業況判断D.I.の推移



図表6 地域別業況判断D.I.の推移



ト) で、次いで東海 (8.4ポイント)、中国 (7.1ポイント) の順だった。なお、D.I.の水準に着目すると、四国が△23.5と最も厳しい水準となったほか、東海 (△22.6)、南九州 (△20.6)、東北 (△19.9) などが相対的に厳しい水準にある (図表6)。

○内需主力型は改善、輸出主力型は低下

販売先形態別の業況判断D.I.は、全5形態中、問屋商社型で小幅低下したものの、それ以外の4形態では改善した。

また、輸出主力型の業況判断D.I.は△6.4、前期比2.5ポイントの低下、内需主力型は△17.0、同2.3ポイントの改善とまちまちだった。

従業員規模別の業況判断D.I.は、すべての階層で改善した。ちなみに、階層別の改善幅は、1~19人で0.8ポイント、20~49人で2.3ポイント、50~99人で5.5ポイント、100人以上で4.1ポイントだった。

○全11地域中、7地域で改善

地域別の業況判断D.I.は、全11地域中、関東、近畿、九州北部、南九州で低下したものの、それ以外の7地域では改善した。最も改善幅が大きかったのは北海道 (10.0ポイン

○改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△13.4と、今期実績比3.8ポイントの改善を見込んでいる。

業種別には、全22業種中、4業種で横ばいしないし低下を見込んでいるものの、それ以外の18業種では改善を見込んでいる。また、地域別には、全11地域中、9地域で改善の見通しとなっている。

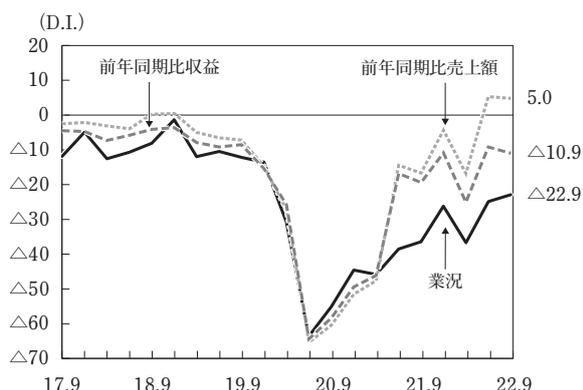
卸売業

○小幅の改善

今期の業況判断D.I.は△22.9、前期比2.0ポイントの小幅改善となった (図表7)。

なお、前年同期比売上額判断D.I.はプラス5.0、前期比0.5ポイントの小幅低下、同収益判断D.I.は△10.9、同1.8ポイントの小幅低下となった。

図表7 卸売業 主要判断D.I.の推移



○全15業種中、9業種で改善

業種別の業況判断D.I.は、全15業種中9業種で改善した。とりわけ、繊維、飲食品、家具、玩具では10ポイント超の大幅改善となった。一方、地域別では、全11地域中、5地域で改善した。北海道では10ポイント超の大幅改善となった。

○全11地域中、8地域で改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△19.2、今期実績比3.7ポイント改善を見込んでいる。業種別には、全15業種中、改善11業種、低下4業種の見通しとなっている。また、地域別にも、全11地域中、8地域で改善の見通しとなっている。

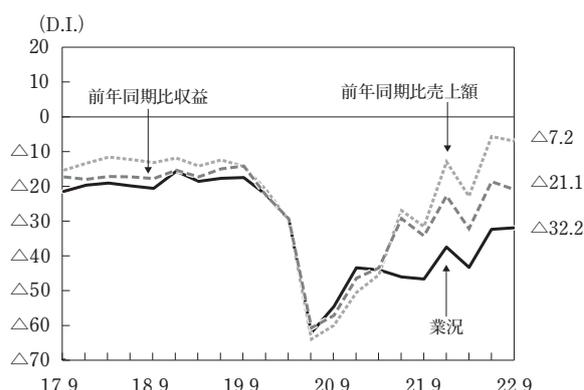
小売業

○業況は小幅改善

今期の業況判断D.I.は△32.2、前期比0.4ポイントの小幅改善となった(図表8)。

一方、前年同期比売上額判断D.I.は△7.2、前期比1.3ポイントの小幅低下、同収益判断D.I.は△21.1、同2.2ポイントの小幅低下となった。

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、7業種で低下し、まちまちであった。中でも、家電は10ポイント超の大幅改善、飲食店は10ポイント超の大幅低下となった。地域別では、全11地域中、5地域で改善、6地域で低下とまちまちであった。

○改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△29.9、今期実績比2.3ポイントの改善を見込んでいる。

業種別には、全13業種中、燃料や木建材など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、7地域で改善、4地域で低下の見通しとなっている。

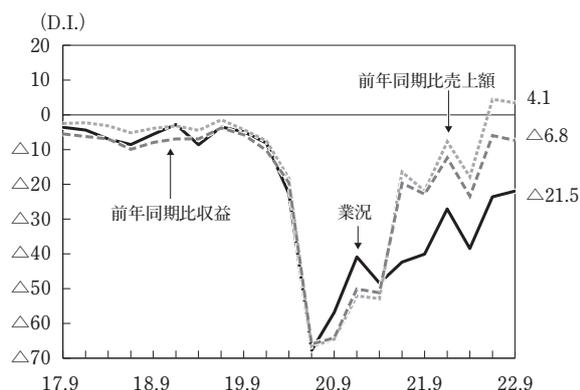
サービス業

○業況は小幅改善

今期の業況判断D.I.は△21.5、前期比1.7ポイントの小幅改善となった(図表9)。

一方、前年同期比売上額判断D.I.はプラス4.1、前期比1.0ポイントの小幅低下、同収益判断D.I.は△6.8、同1.4ポイントの小幅低下

図表9 サービス業 主要判断D.I.の推移



となった。

○全8業種中、5業種で改善

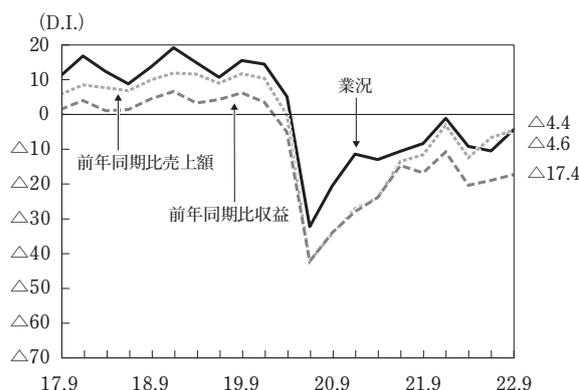
業種別の業況判断D.I.は、全8業種中、自動車整備などを除く5業種で改善した。中でも、物品賃貸と旅館・ホテルは、10ポイント超の大幅改善となった。地域別では全11地域中、南九州などを除く7地域で改善となった。

○改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△20.9、今期実績比0.6ポイントの小幅改善を見込んでいる。

業種別には、娯楽業などを除く4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、5地域で低下の見通しとなっている。

図表10 建設業 主要判断D.I.の推移



建設業

○業況は改善

今期の業況判断D.I.は△4.4、前期比6.2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△4.6、前期比2.2ポイント改善し、同収益判断D.I.は△17.4、同1.7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.を請負先別で見ると、全4請負先にて改善となった。中でも、大企業は10ポイント超の大幅改善となった。

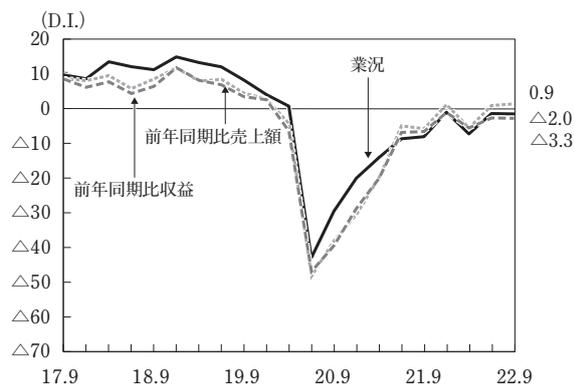
地域別では全11地域中、九州北部を除く10地域で改善となった。

○小幅改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△3.3と、今期実績比1.1ポイントの小幅改善を見込んでいる。

請負先別では、大企業、中小企業の2請負先で改善、地域別には全11地域中、5地域で改善、4地域で低下など、まちまちの見通しとなっている。

図表11 不動産業 主要判断D.I.の推移



不動産業

○業況は小幅低下

今期の業況判断D.I.は△2.0、前期比0.1ポイントの小幅低下となった(図表11)。

なお、前年同期比売上額判断D.I.はプラス0.9、前期比0.5ポイントの小幅改善、同収益判断D.I.は△3.3、同0.1ポイントの小幅低下となった。

○全11地域中、5地域で低下

業況判断D.I.を業種別で見ると、全5業種中、4業種で低下した。中でも、貸事務所は、10ポイント超の大幅低下となった。

地域別では、全11地域中、5地域で低下となった。

○低下の見通し

来期の予想業況判断D.I.は、△4.4と今期実績比2.4ポイントの低下を見込んでいる。業種別には、建売など4業種で低下を見込んでいる。

地域別には、全11地域中、3地域で改善、8地域で低下の見通しとなっている。

特別調査 中小企業におけるSDGs (持続可能な開発目標)の取組状況について

○SDGsへの認知はある程度進展

SDGsへの認知度については、「内容までよく知っている」が19.0%、「意味はある程度わかる」が60.1%となり、合計で約8割の企業に認知が広がっていた。一方で、「名前

しか知らない (17.4%)」、「聞いたことがない (3.4%)」は、規模の小さい企業を中心に回答が多かった (図表12)。

SDGsの情報源については、「報道機関 (テレビ、新聞等)」が76.1%と圧倒的に高

図表12 SDGsについての認知度と情報源

(単位: %)

選択肢		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
		SDGsの認知度				SDGsの情報源					
		内容までよく知っている	意味はある程度わかる	名前しか知らない	聞いたことがない	報道機関 (テレビ、新聞等)	国・地方自治体	商工会、商工会議所	同業者団体 (元請け含む)	金融機関	聞いたことがない
全	体	19.0	60.1	17.4	3.4	76.1	4.5	4.7	4.9	6.1	3.6
地域別	北海道	17.9	58.8	19.9	3.5	77.0	5.5	4.7	4.7	3.7	4.5
	東北	18.7	62.6	14.9	3.8	75.7	5.8	5.9	4.3	4.0	4.1
	関東	22.9	59.4	14.8	2.8	73.6	6.6	5.1	5.0	6.6	3.1
	首都圏	17.4	58.5	20.1	4.0	81.5	3.5	3.0	3.9	3.8	4.2
	北陸	17.6	62.8	16.7	3.0	72.5	4.9	7.5	5.5	6.7	2.9
	東海	21.8	62.5	13.6	2.1	70.9	4.4	5.2	6.1	11.4	2.0
	近畿	20.7	61.0	14.6	3.7	72.5	4.3	5.1	6.9	7.7	3.5
	中国	20.1	63.0	14.9	2.0	78.4	3.0	5.0	4.4	7.2	2.2
	四国	15.7	59.0	18.8	6.4	72.6	4.7	3.4	4.2	9.5	5.5
九州	北部	16.9	57.8	23.5	1.8	79.5	3.8	6.0	3.2	4.2	3.3
	南九州	16.8	57.2	22.0	4.0	75.4	5.0	6.3	3.8	4.6	4.9
規模別	1～4人	11.1	57.1	26.4	5.4	80.2	2.4	4.0	2.9	4.5	6.0
	5～9人	14.3	62.3	19.3	4.1	78.9	2.7	5.4	4.4	4.7	3.9
	10～19人	18.6	64.2	14.6	2.6	74.6	4.6	5.3	6.2	6.4	2.8
	20～29人	23.7	63.9	11.2	1.2	73.6	6.9	5.1	5.7	7.2	1.5
	30～39人	30.9	60.1	7.3	1.7	72.2	6.5	5.2	6.2	7.9	2.1
	40～49人	33.8	60.3	4.7	1.2	71.6	7.4	4.3	8.2	7.6	0.8
	50～99人	40.0	55.6	4.1	0.3	63.6	11.3	4.5	8.3	12.1	0.1
	100～199人	44.1	52.8	3.1	0.0	67.6	10.3	5.5	5.5	11.1	0.0
200～300人	44.1	54.1	1.8	0.0	60.9	11.8	3.6	10.9	12.7	0.0	
業種別	製造業	20.5	61.6	15.0	3.0	74.4	4.8	5.0	5.2	7.3	3.2
	卸売業	19.4	61.2	16.4	3.0	76.8	3.9	4.7	5.2	6.2	3.1
	小売業	15.1	57.9	22.7	4.3	80.5	2.6	4.4	3.6	4.1	4.7
	サービス業	18.3	59.1	18.7	3.9	77.9	4.2	4.6	4.5	4.7	4.2
	建設業	20.3	58.7	17.6	3.4	72.4	6.8	4.3	6.3	6.5	3.6
	不動産業	19.7	61.3	15.7	3.4	77.3	3.4	5.5	4.2	6.4	3.2

かった。以下、「金融機関（6.1%）」、「同業者団体（元請け含む）（4.9%）」、「商工会、商工会議所（4.7%）」、「国・地方自治体（4.5%）」がほぼ横一線で続いた。

○省エネ・省資源への取組みが活発

SDGsの理念と一致する取組みの実行状況

については、「省エネ、節電、再生可能エネルギーの使用」が54.9%と最も多くなった。次に「再生資源や未利用資源の利用、廃棄物削減、製品の長寿化や修理（26.1%）」が多くなっており、全般的に省エネ・省資源への取組みが多くなっている（図表13）。以下、「女性や高齢者、障がい者、外国人等の多様

図表13 SDGsの理念と一致する取組の実行状況

(単位：%)

選択肢	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
	(省エネ) 省エネ、節電、再生可能エネルギーの使用	(省資源) 再生資源や未利用資源の利用、廃棄物削減、製品の長寿化や修理	(水資源) 水使用量削減、排水管理	(森林資源) ペーパーレス化、緑化・植林	(環境負荷) グリーン調達、カーボンオフセット、有害物質の削減	(雇用) 女性や高齢者、障がい者、外国人等の多様な人材の雇用	(労働環境) 研修の充実、働き方改革の実施	(貧困対策・健康福祉) フェアトレード、途上国支援	(地域貢献) 防犯、防災、寄付、まちづくり	上記の取組みはしていない	
全 体	54.9	26.1	8.3	15.2	4.3	15.4	14.1	0.6	14.4	22.4	
地域別	北海道	55.1	25.2	8.3	13.8	3.5	15.1	16.7	0.6	19.6	22.2
	東北	60.4	30.3	9.2	14.6	5.7	14.2	16.4	0.6	18.2	18.7
	関東	65.3	30.3	9.3	18.9	6.8	17.6	16.5	1.2	14.6	16.7
	首都圏	53.2	21.2	7.8	13.6	3.0	11.4	10.6	0.4	10.8	25.2
	北陸	51.4	31.2	5.9	16.2	4.6	16.9	13.5	0.8	15.6	19.7
	東海	58.8	30.6	7.6	16.5	5.6	21.1	15.3	0.5	17.9	18.3
	近畿	53.3	28.7	7.9	17.9	5.1	18.3	16.5	0.7	13.8	21.2
	中国	51.1	26.6	8.1	15.4	4.1	18.0	16.6	0.9	16.1	22.2
	四国	49.2	25.3	10.2	10.9	4.2	14.1	8.6	0.3	15.6	28.1
九州北部	50.3	21.8	7.9	13.4	2.8	13.2	14.7	0.2	11.9	30.7	
南九州	53.2	21.9	13.5	12.8	2.6	11.2	11.4	1.1	12.7	25.9	
規模別	1～4人	47.4	21.4	9.3	10.6	2.4	6.7	5.0	0.5	13.5	33.9
	5～9人	51.3	23.9	7.9	13.0	3.2	12.5	11.6	0.6	14.7	25.1
	10～19人	57.8	28.1	7.1	15.7	4.9	18.1	16.9	0.7	14.8	17.1
	20～29人	60.5	29.8	7.1	17.8	5.1	22.0	21.8	0.6	13.2	14.7
	30～39人	62.4	32.0	7.4	21.1	8.7	22.5	22.7	0.8	17.0	9.9
	40～49人	66.2	30.1	8.8	25.1	5.3	30.2	28.1	0.6	15.9	7.7
	50～99人	68.0	33.2	9.2	24.1	8.3	27.7	28.1	0.9	16.9	7.3
	100～199人	70.9	41.7	9.4	27.2	10.2	36.6	26.4	0.8	13.8	3.1
200～300人	79.3	44.1	11.7	25.2	14.4	34.2	32.4	2.7	9.9	0.9	
業種別	製造業	57.8	30.1	8.5	13.6	5.9	18.9	13.9	0.7	11.2	20.3
	卸売業	54.1	26.3	8.8	15.8	3.2	12.9	12.2	0.4	9.4	25.1
	小売業	54.5	23.2	9.9	13.3	2.6	11.7	10.1	0.7	16.7	25.1
	サービス業	54.3	21.6	10.4	16.0	3.3	17.3	15.3	0.3	13.3	22.0
	建設業	54.1	29.5	5.6	16.6	5.3	15.2	20.4	0.6	20.0	19.2
不動産業	48.5	16.7	5.8	20.3	2.8	10.4	11.7	0.8	21.5	27.5	

(備考) 最大3つまで複数回答

な人材の雇用（15.4%）」、「ペーパーレス化、緑化・植林（15.2%）」などが続いた。

対して、「上記の取組みはしていない」は22.4%となった。規模別にみると、規模の小さい企業で取組みをしていないとの回答の割合が高い傾向がみられた。

○SDGsはコスト削減との印象が強い

企業がSDGsに取り組むことについての印象は、「コスト削減につながる」が74.0%と他を大きく上回った（図表14）。先ほどの問の答えと合わせると、多くの企業がSDGsに関連し、省エネや省資源を通じたコスト削減に取り組んでいる様子がうかがえる。一方で、「コスト増になる」も15.2%となった。

図表14 企業がSDGsに取り組むことについての印象

(単位：%)

選択肢	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
	コスト削減につながる	新規顧客が獲得できる	取り組まないと取引が切られる	従業員の士気向上、採用容易化につながる	自社が取組むには経営資源が不足	コスト増になる	自社には関係がない	本業がおろそかになる	その他	よくわからない	
全体	74.0	19.7	6.3	27.5	14.5	15.2	6.4	4.1	2.7	35.4	
地域別	北海道	79.9	17.0	3.1	30.3	17.1	20.0	4.5	4.3	3.4	42.5
	東北	77.3	20.0	2.7	32.2	15.9	15.3	4.9	5.1	4.2	31.5
	関東	72.2	20.8	6.9	30.3	15.1	14.3	3.6	3.9	3.8	24.9
	首都圏	78.6	16.0	5.4	20.9	11.6	11.0	7.3	2.9	1.7	38.1
	北陸	67.1	24.0	8.9	26.2	16.8	16.3	6.5	5.3	2.9	30.5
	東海	64.9	24.4	10.7	32.3	16.1	18.5	6.1	4.5	3.0	30.5
	近畿	69.1	22.5	8.4	30.4	16.3	17.2	6.2	4.3	3.0	28.6
	中国	68.5	25.1	6.4	37.1	16.5	19.2	13.3	4.8	3.5	42.9
	四国	74.7	20.8	4.5	24.4	16.3	16.3	8.1	5.4	3.2	49.3
九州北部	82.8	13.6	3.7	26.0	10.2	11.9	5.9	2.8	1.1	51.1	
	南九州	82.0	14.9	3.1	21.7	10.7	12.9	5.3	5.7	1.3	45.4
規模別	1～4人	80.5	15.1	4.4	12.5	15.8	14.7	12.3	4.5	2.5	57.6
	5～9人	78.3	16.9	4.8	23.8	16.4	14.6	6.5	4.5	2.5	42.7
	10～19人	73.0	21.1	6.0	32.1	15.5	16.1	4.2	5.1	2.8	28.3
	20～29人	69.8	22.5	7.8	36.5	13.9	17.2	2.6	5.4	2.9	25.0
	30～39人	67.7	24.0	8.3	36.3	10.4	13.8	3.0	2.8	2.6	13.4
	40～49人	69.2	22.4	8.4	39.6	10.9	13.5	2.3	1.3	2.8	13.8
	50～99人	62.0	27.9	10.1	47.0	10.7	15.4	2.4	1.9	3.0	14.6
	100～199人	63.2	25.5	11.4	40.5	12.7	17.7	0.5	3.2	4.1	8.2
200～300人	55.1	29.0	15.9	43.9	12.1	15.0	0.9	1.9	3.7	4.7	
業種別	製造業	71.0	20.2	8.8	27.3	16.4	16.0	4.4	4.6	2.3	30.9
	卸売業	72.9	20.6	6.5	26.4	17.1	17.7	7.6	4.2	2.9	34.8
	小売業	80.0	16.4	3.6	21.6	13.1	14.7	6.5	3.6	2.4	44.2
	サービス業	77.3	18.1	4.6	27.1	12.3	12.0	7.0	3.8	2.2	35.2
	建設業	70.5	22.5	6.9	36.6	12.4	15.6	5.3	3.9	3.8	35.4
不動産業	77.8	19.4	2.8	24.7	12.3	12.6	13.5	3.6	3.1	37.5	

(備考) 最大3つまで複数回答

以下、「従業員の士気向上、採用容易化につながる」が27.5%、「新規顧客が獲得できる」が19.7%で続いた。対して「よくわからない」は35.4%となった。規模別にみると、規模の小さい企業でよくわからないとの回答の割合が高い傾向がみられた。

○電気使用量削減でカーボンニュートラルに対応

カーボンニュートラルについて取り組んでいる施策は、「こまめな電源オフなど電気使用量の削減」が62.8%と最も多く、以下「ごみの削減やリサイクルの推進」が31.7%、「環境負荷の少ない原材料等の利用」が10.0%、「太陽光発電等、再生可能エネルギーの導入」が7.2%、「電気自動車等、ガソリン

図表15 カーボンニュートラルについて取り組んでいる施策

(単位：%)

選択肢	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
	こまめな電源オフなど電気使用量の削減	カーボンニュートラルにつながる商品の開発	ごみの削減やリサイクルの推進	電気自動車等、ガソリン車以外の導入	太陽光発電等、再生可能エネルギーの導入	環境負荷の少ない原材料等の利用	温室効果ガスに関する行動目標の設定	脱炭素に関する研究や勉強会の実施	その他	取り組んでいない	
全 体	62.8	3.0	31.7	5.2	7.2	10.0	1.4	1.6	0.5	24.7	
地域別	北海道	66.0	2.1	30.0	5.5	3.4	9.5	1.3	1.9	1.1	25.5
	東北	67.8	3.1	37.6	5.4	10.4	9.7	1.1	1.7	0.7	20.2
	関東	69.7	3.7	35.6	7.3	11.5	10.4	2.2	2.3	0.8	16.9
	首都圏	64.6	2.1	29.8	3.6	3.0	8.7	1.4	1.0	0.3	26.3
	北陸	60.9	3.0	31.7	4.9	7.8	13.0	0.5	1.4	0.3	23.1
	東海	62.6	4.2	34.8	7.0	12.0	11.5	2.2	2.9	0.8	20.5
	近畿	60.1	4.2	33.1	6.4	8.7	12.0	1.5	1.3	0.5	24.1
	中国	56.9	3.8	28.4	5.5	10.1	10.4	1.2	1.5	0.2	28.2
	四国	57.3	2.8	29.8	3.9	10.9	9.3	0.8	1.0	0.3	28.8
九州北部	57.3	2.5	25.9	4.1	7.1	7.6	0.7	0.8	0.3	32.2	
	南九州	57.8	2.1	30.0	3.6	5.1	6.5	1.2	1.5	0.8	31.5
規模別	1～4人	56.0	1.6	27.2	3.3	3.9	7.2	0.6	0.7	0.5	33.9
	5～9人	62.0	2.6	30.7	4.1	4.7	9.3	1.1	1.0	0.3	26.6
	10～19人	65.4	3.3	33.4	5.3	7.1	10.3	1.2	1.6	0.5	21.5
	20～29人	66.4	3.6	33.9	6.7	8.5	12.3	1.9	2.0	0.8	19.8
	30～39人	68.1	4.4	36.3	8.6	11.8	11.8	1.9	2.5	0.6	14.5
	40～49人	74.8	4.9	38.1	10.3	14.1	12.6	2.7	3.2	0.9	11.2
	50～99人	71.2	6.3	39.3	7.6	15.8	16.0	2.9	3.3	0.5	11.7
	100～199人	73.6	6.3	40.6	10.2	22.0	16.5	7.5	3.5	1.2	6.7
200～300人	71.2	11.7	43.2	8.1	24.3	24.3	6.3	9.9	0.0	1.8	
業種別	製造業	64.5	4.5	33.1	4.4	7.2	10.8	1.9	1.8	0.4	22.8
	卸売業	62.1	3.0	30.9	4.6	6.3	8.2	1.0	1.2	0.3	25.7
	小売業	61.3	1.9	30.6	4.3	5.7	8.1	0.8	1.3	0.7	28.5
	サービス業	66.9	2.3	29.3	5.5	4.5	8.3	1.4	1.2	0.7	23.9
	建設業	60.8	2.6	36.2	7.3	10.2	14.2	1.7	2.1	0.7	22.8
不動産業	57.7	2.2	25.6	6.8	10.9	7.9	1.1	1.3	0.3	27.6	

(備考) 最大3つまで複数回答

車以外の導入」が5.2%で続いた（図表15）。

対して、「取り組んでいない」は24.7%となった。規模別にみると、規模の小さい企業で取り組んでいないとの回答の割合が高い傾向がみられた。

○外部機関には省エネ対応や研修を期待

SDGsについての外部機関（公的、民間問わず。）からのサポートの期待については、「省エネ対応」が29.1%と最も多く、以下「経営

者向け研修」が23.7%、「従業員向け研修」が17.7%、「自社取組みの認知度向上」が10.6%、「働き方改革などの人事制度改定」が10.4%で続いた（図表16）。幅広い分野でサポートを期待している企業の実態が浮き彫りになった。

対して、「利用したい支援はない」は31.4%となった。規模別にみると、規模の小さい企業で利用したい支援はないとの回答の割合が高い傾向がみられた。

図表16 SDGsについての外部機関（公的、民間問わず。）からのサポートの期待

（単位：％）

選択肢	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
	経営者向け研修	従業員向け研修	自社取組みの認知度向上	省エネ対応	各種認証制度取得	働き方改革などの人事制度改定	多様な人材の雇用	資金調達	その他	利用したい支援はない	
全体	23.7	17.7	10.6	29.1	6.9	10.4	9.4	9.3	1.1	31.4	
地域別	北海道	25.0	19.4	9.8	28.6	7.3	12.0	12.3	7.7	1.5	30.3
	東北	27.0	23.5	11.9	29.9	6.9	14.1	11.9	8.7	1.4	27.0
	関東	27.2	23.5	15.2	31.1	7.3	12.0	10.2	10.3	0.6	27.3
	首都圏	21.2	14.2	8.7	27.9	5.3	9.0	6.3	8.3	0.6	35.6
	北陸	26.2	19.1	11.7	30.1	7.7	9.3	10.1	9.3	0.8	26.9
	東海	24.9	21.8	12.5	31.9	8.0	12.1	10.4	10.7	1.0	26.1
	近畿	21.8	14.6	11.0	31.3	8.3	9.3	10.4	10.7	2.1	31.8
	中国	22.2	18.0	9.6	28.2	6.2	11.6	10.5	7.2	0.9	34.8
	四国	23.0	16.1	11.6	28.2	4.7	9.5	11.9	6.6	0.8	31.4
九州北部	26.2	15.2	9.5	26.0	6.3	8.3	8.8	8.3	0.7	32.5	
	南九州	26.0	19.6	8.6	21.7	7.5	11.1	8.9	12.1	0.7	32.5
規模別	1～4人	19.5	8.0	6.5	27.1	4.1	4.9	4.7	9.4	1.1	43.7
	5～9人	24.2	14.7	9.5	27.6	5.9	9.3	8.6	9.5	1.0	32.6
	10～19人	26.2	21.5	11.8	30.4	7.4	11.5	12.0	10.2	0.9	25.3
	20～29人	27.6	27.4	13.4	28.7	9.5	15.6	12.5	8.0	1.1	23.1
	30～39人	29.0	28.6	13.9	32.4	10.6	16.5	12.0	8.9	0.8	19.1
	40～49人	24.8	27.1	16.6	34.0	10.7	19.5	15.6	9.0	1.3	18.2
	50～99人	27.6	31.3	17.7	29.9	12.0	18.4	14.1	7.8	1.5	17.2
	100～199人	20.6	32.0	16.2	35.6	11.5	16.6	20.9	7.9	1.2	17.0
200～300人	32.4	44.1	20.7	41.4	9.0	18.9	18.0	7.2	0.0	10.8	
業種別	製造業	25.1	19.5	11.7	30.7	7.9	10.1	10.0	10.2	1.1	28.0
	卸売業	24.6	17.5	8.7	26.4	7.3	11.6	7.8	9.4	0.8	32.6
	小売業	21.2	12.5	8.1	30.0	4.0	8.3	6.3	8.9	1.3	37.9
	サービス業	21.8	16.0	9.6	30.2	5.9	12.8	11.0	9.5	0.9	31.5
	建設業	23.8	22.5	13.2	26.4	9.0	11.9	13.5	8.5	1.4	28.1
不動産業	24.2	14.7	10.9	28.6	5.4	7.5	5.8	7.5	0.9	35.6	

（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) 新しい取組み

- 昨年、ボイラーを木質バイオマス、チップボイラーに入替実施。再生可能エネルギーを導入し、コスト削減につながる。(旅館業 北海道)
- 社長が社員一人一人と面談を実施し、コミュニケーションをとったことにより、生産性向上に結び付いた。(医療用白衣製造 秋田県)
- 後継者によるSNS発信も順調に推移しており、リピーターの確保、口コミによる新規客の開拓も順調である。(民宿 山形県)
- 業績良好だが、さらなる拡大のためには新分野進出が必要と考えている。信用金庫からもM&A情報の案内を随時受けている。(安全保護具製造 埼玉県)
- 新規事業のクラフトビールは好調。異業種参入に向けM&Aに対しても意欲的。(醤油、味噌、酒類卸 新潟県)
- 射出成型機を2台更新した効果を感じている。(プラモデル、換気扇等製造 静岡県)
- 営業、事務員のリモートワークを導入している。柔軟な勤務体系を構築することで、多様な人員の雇用創出が期待できる。(防水工事 大阪府)
- SDGsに注力しており、商品開発をしている。自社製品の宣伝にInstagramなどSNSを積極的に活用している。(海産物加工販売 岡山県)
- 客足回復のため、レシートにプレゼント当選番号を付けてリピーターの獲得に努めている。(理容業 岡山県)
- カラオケボックスの一部を女性向けフィットネスジムに改装するなど、売上回復を図る。(カラオケボックス 沖縄県)

(2) 仕入の困難化、価格高騰

- ロシア産海産物が価格高騰のうえ、必要量の確保も難しい状態。(食料品小売 北海道)
- 重油価格上昇が負担。今後、補助金などを活用し、省エネとなる設備を更新する予定。(宿泊業 岩手県)
- これまでは販売価格を据え置いていたが、仕入価格高騰を受け、今後は少しずつではあるが引き上げていく。(洋菓子小売 宮城県)
- 仕入価格が随時上がっており、販売価格への転嫁が追い付かない。(ポリエチレンフィルム卸 栃木県)
- 仕入価格高騰や半導体不足の影響を依然として受けている。価格転嫁は難しく、コスト削減で対応する。(自動車販売、整備 埼玉県)
- 原材料価格の高騰に対し、販売価格にほとんど転嫁できていない。(木材加工品製造 神奈川県)
- 円安に伴い、仕入価格が高騰。一度欠品すると調達まで時間を要するため、まとまったロットでの仕入れが増えており、資金繰りが多忙である。(建築金物卸 新潟県)
- 仕入価格の上昇に対し、大手企業向けの販売価格転嫁に苦戦している。赤字傾向の取引については停止を検討している。(砥石製造 富山県)
- 物価高や半導体不足を受けて、新規の設備投資は検討しにくい。(金属製建具製造 静岡県)
- 原材料費の高騰が著しく、完成まで時間がかかる場合、費用の算出ができない。見積もりの時点で高めの設定を提示している。(総合建設 静岡県)
- 材料の値上げを受けて、元請けに値上げ交渉をしているが、期の途中での値上げに難色を示している。(切削工具製造 愛知県)
- 仕入れ値が上がる一方で、販売価格への転嫁はままならない。(土産物小売 山口県)

(3) 人手の不足、人件費高

- 受注は増加しているものの、人手が足りない。コロナで従業員が欠勤し、仕事が進まない。
(暖房機器の修理販売 北海道)
- 従業員不足だが、募集をしても応募がない。
(メガネ、補聴器小売 岩手県)
- 人手不足だが、代表者が求める人材のレベルが高すぎて採用ができない。
(不動産売買 神奈川県)
- 慢性的な人手不足を受けて、取引先との価格交渉等のトップセールスの機会が取れていない。
(金属製品製造 長野県)
- 人手不足が深刻であり、社長が多くの業務を担ってカバーする。
(陶磁器卸 岐阜県)
- 現場監督を中心に人手不足であり、受注確保に影響している。
(土木 愛知県)
- 現状の人員では、元請け増産に対しての人手が足りない。当面はシルバー人材に対応する。
(自動車部品塗装 愛知県)
- 仕事の依頼はあるものの、人手不足で受注できないことが多い。Webも活用しているが、人材確保に至っていない。
(碎石、川砂採取 愛知県)
- 働き方改革の一環として極力残業しない方針であり、収益増加につながっている。人材不足により、時には案件を断っている。
(建設業 和歌山県)
- 有資格者が不足しており、社員の育成に力を入れている。
(ガソリンスタンド 兵庫県)
- 人材教育への余力に加え、コロナや産休を踏まえると、人手はやや過剰の状態にしておきたい意向がある。
(豆腐製造 岡山県)
- 人手不足が一番の課題。マンパワーが必要な業種であり、人手不足が深刻。
(介護業務 岡山県)

(4) SDGsへの前向きな取組み

- SDGsバッジを取得し、女性が活躍できる職場を目指している。
(建築工事 北海道)
- リサイクル素材を利用した取扱商品が増加しており、商品知識としてSDGsについて理解を深めていかなければならない。
(スポーツ用品小売 山形県)
- ものづくりを行う上でSDGsの取組みは必須であり、社内意識を高めている。(プラスチック製造 群馬県)
- SDGsに注目しており、紙を使った新商品を考えている。
(紙、紙製品卸 埼玉県)
- SDGsやカーボンニュートラルに対し、大手取引企業とともに取り組んでいる。
(コントロールケーブル製造 静岡県)
- SDGsについて、環境にやさしい工法を開発するなど積極的に取り組んでいる。今後も企業としての価値を向上させるため積極化する。
(土木一式工事 三重県)
- SDGsに賛同しており、主に雇用において女性や外国人採用を積極的に行っている。働きやすい職場づくりを徹底しており、フレックスタイム制や福利厚生などの充実で定着率も高い。
(輸入自動車販売 滋賀県)
- SDGsにつながる「リボン会議」を発足し、安心して働ける職場環境づくりや人材育成に注力している。
(不動産販売、住宅建築 和歌山県)
- 大掛かりな設備を必要とするSDGsには取り組んでいないが、女性、高齢者、外国人等の雇用や、地域貢献には積極的に取り組んでいる。
(旅館業 兵庫県)
- 代表者はSDGsに精通しており、障がい者支援用物件の建設を受注している。
(アパート建築、修繕 岡山県)
- いち早くSDGsの宣言を行っており、SDGs私募債を利用するなど取組みに積極的。企業存続に必要な取組みと考えている。
(総合建設業 岡山県)
- SDGsの一環として、本社周辺の清掃活動を実施中。
(ソフトウェア、塗料販売 岡山県)

※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。