

# 仕入価格高騰や人手不足に悩まされる中小企業の現状

## － 全国中小企業景気動向調査 (2022年10－12月期) コメントより －

信金中央金庫 地域・中小企業研究所主任研究員

品田 雄志

(キーワード) 全国中小企業景気動向調査、中小企業経営者、仕入価格上昇、人手不足、  
本業不振、設備投資、新事業展開

(視 点)

本稿では、信金中央金庫が全国の信用金庫の協力を得て取りまとめている全国中小企業景気動向調査(調査期間：2022年12月1日～7日)において、信用金庫調査員が全国の中小企業から聴取したコメントをもとに、中小企業の経営の状況についてまとめる。

仕入価格の上昇を訴える声や、人手不足に悩んでいるとの声が前回に引き続いてみられる。また、構造的な問題などを受けて本業が不振との声や、資金繰りに不安があるなどの声もある。一方で、設備投資や新商品開発の実施など、前向きな声も聞かれた。

(要 旨)

- 2022年12月の業況は、コロナ禍がやや落ち着いたのを受け、3四半期続けて前期比で改善した。新型コロナウイルス感染拡大前の水準にかなり近づいており、回復傾向が定着してきているといえる。ただし、2023年3月見通しは低下を見込んでいる。
- 資源価格高騰や半導体不足を受けて、仕入の「価格上昇」や「困難化」を訴えるコメントが前回に引き続き多くみられた。
- 人手不足が事業の遂行や受注の獲得を進めるうえで、障害になっているとするコメントもみられた。一方で、人手不足を受けて人材育成や待遇改善を進めるとのコメントもみられている。
- コロナ禍とは直接関係のない、もしくはコロナ禍による生活様式の変更など、いわば構造問題などに起因する本業の不振を訴える声も現れてきている。
- 資金繰りは全体としては落ち着いている。ただし、個別の企業をみると、先行きに不安を感じている企業も存在する。
- 設備投資の実施や新事業展開、あるいは新商品・サービスの開発など新しい取組みを行ったり、ネット販売やSNSによって需要を獲得しているとのコメントもみられた。

## はじめに

信金中央金庫では、全国の信用金庫の協力を得て、四半期ごとに「全国中小企業景気動向調査」を取りまとめている。

本調査の特徴の1つに、実際に中小企業から聞き取りをしている信用金庫職員の視点からその企業を分析した「調査員のコメント」欄の存在がある（図表1）。コメント欄には、その企業の状況について、定型的な質問への解答だけからはわからない実態が細かく記述されており、中小企業の現状を探るうえで有用な情報源となっている。

図表1 全国中小企業景気動向調査の調査表（左下、破線の円部分が「調査員のコメント」）

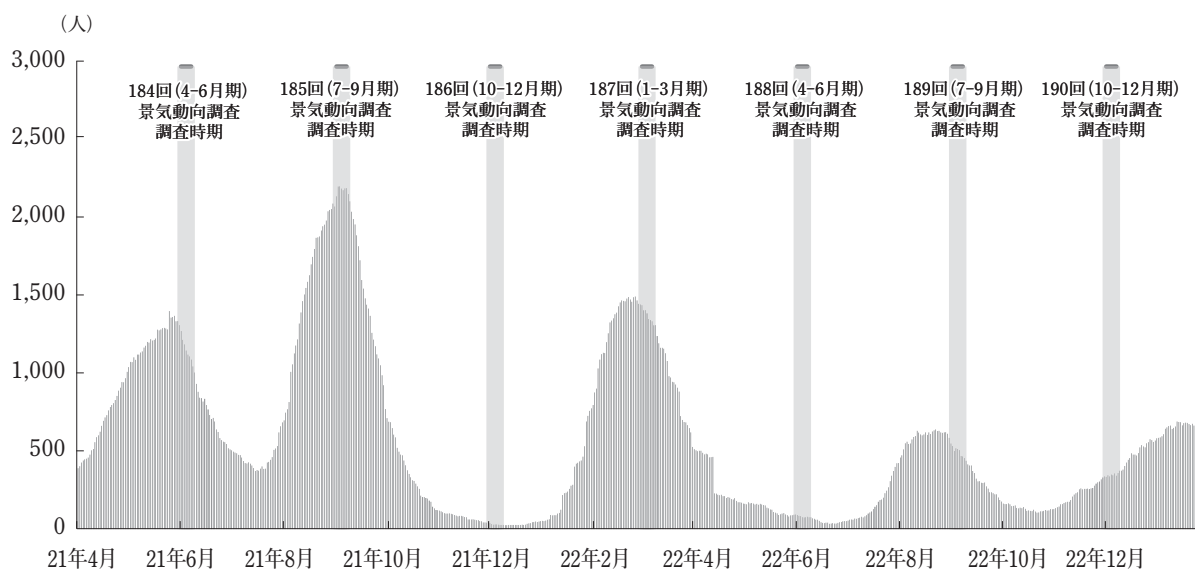
特別調査		[2023年（令和5年）の経営見通し]																																																	
<p>問1. 貴社では、2023年の日本の景気をどのように見通していますか。次の中から1つ選んでお答えください。</p> <p>1. 非常に良い      4. 普通      5. やや悪い 2. 良い              6. 悪い 3. やや良い        7. 非常に悪い</p>	<p>回答欄</p> <p>1.~7. <input type="text"/></p>	<p><b>第190回全国中小企業景気動向調査表（製造業）</b></p> <p>2022年10~12月期</p> <p>信用金庫</p>																																																	
<p>問2. 貴社では、2023年の自社の業況（景気）をどのように見通していますか。次の中から1つ選んでお答えください。</p> <p>1. 非常に良い      4. 普通      5. やや悪い 2. 良い              6. 悪い 3. やや良い        7. 非常に悪い</p>	<p>回答欄</p> <p>1.~7. <input type="text"/></p>	<p>&lt;番号記入要領&gt;</p> <p>金庫コード …… 手形交換に使用する統一金庫コードを記入してください。</p> <p>地域番号 …… 下記地域番号表を参照して、調査企業の所在地に該当する番号を記入してください。</p> <p>業種番号 …… 下記業種番号表を参照して、該当する番号を記入してください。</p> <p>従業員数 …… 雇用者、家族従業員を含み、パートを除く従業員数を「0」～「5人」のように記入してください。また、パート・アルバイト数につきましては、調査時点における人数を記入してください。</p> <p>※あてはまらない項目や不明な項目についての番号欄は、空白のまま結構です。</p>																																																	
<p>問3. 2023年において貴社の売上額の伸び率は、2022年に比べておおよそのくらいいなると見通していますか。次の中から1つ選んでお答えください。</p> <p>1. 30%以上の増加      5. 変わらない      6. 10%未満の減少 2. 20~29%の増加      7. 10~19%の減少 3. 10~19%の増加      8. 20~29%の減少 4. 10%未満の増加      9. 30%以上の減少</p>	<p>回答欄</p> <p>1.~9. <input type="text"/></p>	<p>(地域番号表)</p> <table border="1"> <tr><td>(01) 北海道</td><td>(13) 東京都</td><td>(25) 滋賀県</td><td>(37) 愛媛県</td></tr> <tr><td>(02) 青森県</td><td>(14) 神奈川県</td><td>(26) 京都府</td><td>(38) 徳島県</td></tr> <tr><td>(03) 岩手県</td><td>(15) 新潟県</td><td>(27) 大阪府</td><td>(39) 高知県</td></tr> <tr><td>(04) 宮城県</td><td>(16) 山梨県</td><td>(28) 兵庫県</td><td>(40) 福岡県</td></tr> <tr><td>(05) 秋田県</td><td>(17) 長野県</td><td>(29) 奈良県</td><td>(41) 佐賀県</td></tr> <tr><td>(06) 山形県</td><td>(18) 富山県</td><td>(30) 和歌山県</td><td>(42) 長崎県</td></tr> <tr><td>(07) 福島県</td><td>(19) 石川県</td><td>(31) 鳥取県</td><td>(43) 熊本県</td></tr> <tr><td>(08) 茨城県</td><td>(20) 福井県</td><td>(32) 島根県</td><td>(44) 大分県</td></tr> <tr><td>(09) 栃木県</td><td>(21) 岐阜県</td><td>(33) 岡山県</td><td>(45) 宮崎県</td></tr> <tr><td>(10) 群馬県</td><td>(22) 静岡県</td><td>(34) 広島県</td><td>(46) 鹿児島県</td></tr> <tr><td>(11) 埼玉県</td><td>(23) 愛知県</td><td>(35) 山口県</td><td>(47) 沖縄県</td></tr> <tr><td>(12) 千葉県</td><td>(24) 三重県</td><td>(36) 香川県</td><td></td></tr> </table>		(01) 北海道	(13) 東京都	(25) 滋賀県	(37) 愛媛県	(02) 青森県	(14) 神奈川県	(26) 京都府	(38) 徳島県	(03) 岩手県	(15) 新潟県	(27) 大阪府	(39) 高知県	(04) 宮城県	(16) 山梨県	(28) 兵庫県	(40) 福岡県	(05) 秋田県	(17) 長野県	(29) 奈良県	(41) 佐賀県	(06) 山形県	(18) 富山県	(30) 和歌山県	(42) 長崎県	(07) 福島県	(19) 石川県	(31) 鳥取県	(43) 熊本県	(08) 茨城県	(20) 福井県	(32) 島根県	(44) 大分県	(09) 栃木県	(21) 岐阜県	(33) 岡山県	(45) 宮崎県	(10) 群馬県	(22) 静岡県	(34) 広島県	(46) 鹿児島県	(11) 埼玉県	(23) 愛知県	(35) 山口県	(47) 沖縄県	(12) 千葉県	(24) 三重県	(36) 香川県	
(01) 北海道	(13) 東京都	(25) 滋賀県	(37) 愛媛県																																																
(02) 青森県	(14) 神奈川県	(26) 京都府	(38) 徳島県																																																
(03) 岩手県	(15) 新潟県	(27) 大阪府	(39) 高知県																																																
(04) 宮城県	(16) 山梨県	(28) 兵庫県	(40) 福岡県																																																
(05) 秋田県	(17) 長野県	(29) 奈良県	(41) 佐賀県																																																
(06) 山形県	(18) 富山県	(30) 和歌山県	(42) 長崎県																																																
(07) 福島県	(19) 石川県	(31) 鳥取県	(43) 熊本県																																																
(08) 茨城県	(20) 福井県	(32) 島根県	(44) 大分県																																																
(09) 栃木県	(21) 岐阜県	(33) 岡山県	(45) 宮崎県																																																
(10) 群馬県	(22) 静岡県	(34) 広島県	(46) 鹿児島県																																																
(11) 埼玉県	(23) 愛知県	(35) 山口県	(47) 沖縄県																																																
(12) 千葉県	(24) 三重県	(36) 香川県																																																	
<p>問4. 貴社では、自社の業況が上向き転換点を見つ頃になると見通していますか。次の中から1つ選んでお答えください。</p> <p>1. すでに上向いている      5. 3年後 2. 6か月以内              6. 3年超 3. 1年後                      7. 業況改善の見通しは立たない 4. 2年後</p>	<p>回答欄</p> <p>1.~7. <input type="text"/></p>	<p>(業種番号表)</p> <table border="1"> <tr><td>(11) 食料品製造業</td><td>(19) ゴム製品製造業</td><td>(27) 彫刻業、熱処理業</td></tr> <tr><td>(12) 繊維工業（衣服・その他の繊維製品を除く）</td><td>(20) なめしかわ・同製品・毛皮製造業</td><td>(28) 一般機械器具製造業</td></tr> <tr><td>(13) 衣服・その他の繊維製品製造業</td><td>(21) 窯業・土石製品製造業</td><td>(29) 電気機械器具製造業</td></tr> <tr><td>(14) 木材・木製品製造業（家具を除く）</td><td>(22) 鉄鋼業</td><td>(30) 精密機械器具製造業</td></tr> <tr><td>(15) 家具・装備品製造業</td><td>(23) 非鉄金属製造業</td><td>(31) 貴金属製品製造業</td></tr> <tr><td>(16) パルプ・紙・紙加工品製造業</td><td>(24) 金属製品製造業（25・26を除く）</td><td>(32) かん具・運動競技用具製造業</td></tr> <tr><td>(17) 出版・印刷・同関連産業</td><td>(25) 建設用・建築用金属製品製造業（製かん板金業を含む）</td><td>(33) 装身具・装飾品・ボタン同関連品製造業</td></tr> <tr><td>(18) 化学工業</td><td>(26) 金属プレス・メッキ</td><td>(34) プラスチック製品製造業</td></tr> <tr><td></td><td></td><td>(35) その他の製造業</td></tr> </table>		(11) 食料品製造業	(19) ゴム製品製造業	(27) 彫刻業、熱処理業	(12) 繊維工業（衣服・その他の繊維製品を除く）	(20) なめしかわ・同製品・毛皮製造業	(28) 一般機械器具製造業	(13) 衣服・その他の繊維製品製造業	(21) 窯業・土石製品製造業	(29) 電気機械器具製造業	(14) 木材・木製品製造業（家具を除く）	(22) 鉄鋼業	(30) 精密機械器具製造業	(15) 家具・装備品製造業	(23) 非鉄金属製造業	(31) 貴金属製品製造業	(16) パルプ・紙・紙加工品製造業	(24) 金属製品製造業（25・26を除く）	(32) かん具・運動競技用具製造業	(17) 出版・印刷・同関連産業	(25) 建設用・建築用金属製品製造業（製かん板金業を含む）	(33) 装身具・装飾品・ボタン同関連品製造業	(18) 化学工業	(26) 金属プレス・メッキ	(34) プラスチック製品製造業			(35) その他の製造業																					
(11) 食料品製造業	(19) ゴム製品製造業	(27) 彫刻業、熱処理業																																																	
(12) 繊維工業（衣服・その他の繊維製品を除く）	(20) なめしかわ・同製品・毛皮製造業	(28) 一般機械器具製造業																																																	
(13) 衣服・その他の繊維製品製造業	(21) 窯業・土石製品製造業	(29) 電気機械器具製造業																																																	
(14) 木材・木製品製造業（家具を除く）	(22) 鉄鋼業	(30) 精密機械器具製造業																																																	
(15) 家具・装備品製造業	(23) 非鉄金属製造業	(31) 貴金属製品製造業																																																	
(16) パルプ・紙・紙加工品製造業	(24) 金属製品製造業（25・26を除く）	(32) かん具・運動競技用具製造業																																																	
(17) 出版・印刷・同関連産業	(25) 建設用・建築用金属製品製造業（製かん板金業を含む）	(33) 装身具・装飾品・ボタン同関連品製造業																																																	
(18) 化学工業	(26) 金属プレス・メッキ	(34) プラスチック製品製造業																																																	
		(35) その他の製造業																																																	
<p>問5. 2023年の事業環境を展望したとき、貴社にとっての経営リスクは何ですか。最も当てはまるものを1~0から3つ以内で選んでお答えください。</p> <p>1. 原材料・仕入価格のさらなる高騰      6. 取引先廃業等による売上上げ激減 2. 原油・天然ガス等のエネルギー価格高騰      7. 経営者や従業員の健康問題 3. コロナなど感染症の感染再拡大      8. コロナ融資の返済 4. ロシア・ウクライナを含む海外情勢の緊迫化      9. 円安・インフレの加速 5. 台風・豪雨・地震・噴火などの自然災害      0. その他（      ）</p>	<p>回答欄</p> <p>1.~0. <input type="text"/></p>	<p>調査員のコメント</p> <p>お忙しいところご協力いただきましてありがとうございました。</p>																																																	

（備考）信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

そこで本稿では、第190回（2022年12月調査）の結果を振り返るとともに、「調査員のコメント」欄をまとめることで、中小企業の経営環境を概観する。

なお、第190回調査の調査期間は2022年12月1日～7日である。この時期の新型コロナウイルスによる重症者数は、増加基調にはあったものの、第185回（2021年9月調査）や第187回（2022年3月調査）と比較すると低水準であった（図表2）。

図表2 国内の新型コロナウイルスによる重症者数の推移



(備考) 厚生労働省資料等より信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

## 1. 2022年12月調査における主要判断項目の概観

2022年12月の主要な判断項目を概観する。

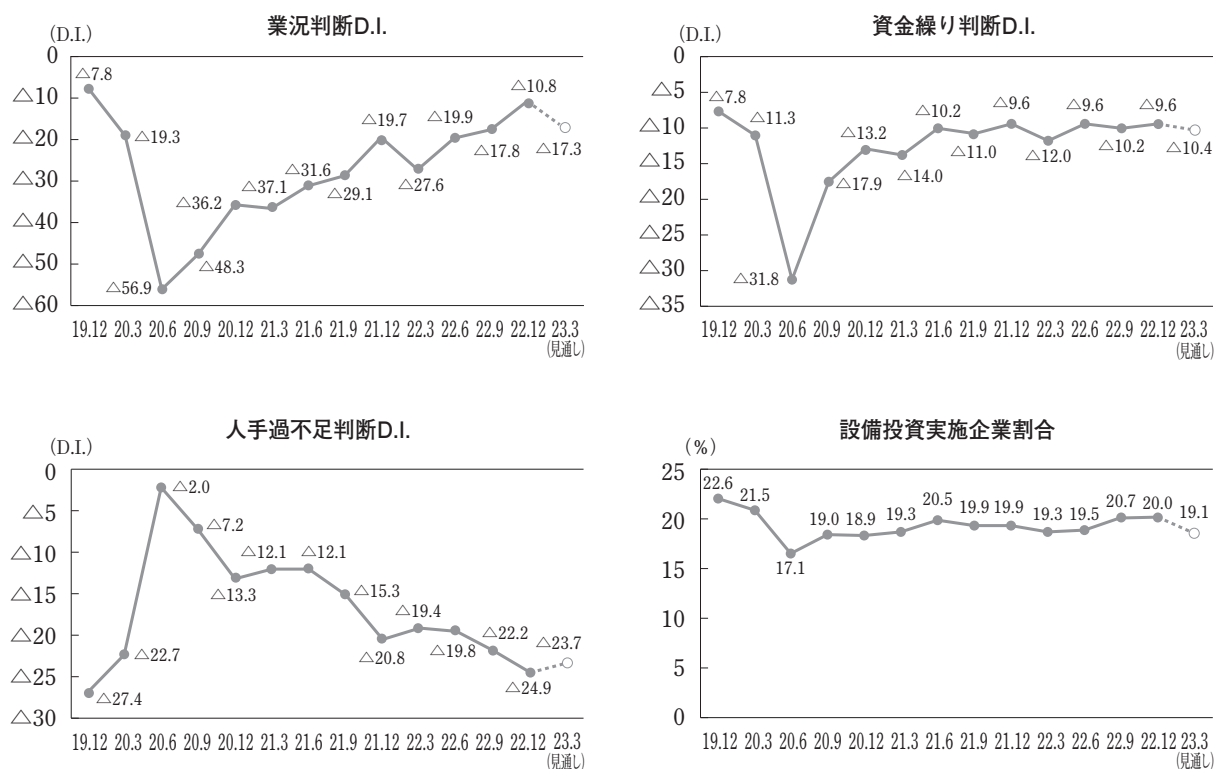
業況判断 D.I.は、前期比で7.0ポイント改善し、△10.8となった（図表3左上）。新型コロナウイルス感染拡大前には△10から±0前後で推移していたことを考慮すると、業況はかなり戻りつつあるといえよう。ただし、2023年3月見通しは△17.3と、6.5ポイントの低下を見込んでおり、先行きに対しては慎重な見方もみられる。

資金繰り判断 D.I.は、前期比で0.6ポイント改善し、△9.6となった（図表3右上）。経済活動が大きく抑制されたことを反映した2020年6月（△31.8）に大きく落ち込んだものの、その後は急速に回復し、この2年程度は安定して推移している。2023年3月見通しも△10.4と若干の低下見通しにとどまっている。ただし、今後、実質無利子・無担保融資の返済が本格化する予定であるため、資金繰りの状況には注視が必要である。

人手過不足判断 D.I.は、前期比でマイナス幅が2.7ポイント拡大（人手不足感が強まる）し、△24.9となった。マイナス幅はコロナ前の水準に徐々に近づいており、深刻な状況が続いている（図表3左下）。特に建設業やサービス業において人手不足感が強い。

設備投資実施企業割合は、20.8%と前期比で0.1ポイント改善した。新型コロナウイルス感

図表3 全国中小企業景気動向調査における主要指標の推移



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

染拡大で落ち込んだ後、ゆっくりとではあるものの改善傾向にある（図表3右下）。全体としては、業況や資金繰りは安定しているものの、人手不足の深刻さが目立っている。

## 2. 調査員のコメントから

今回も、信用金庫調査員を通じて、全国の中小企業・小規模事業者から多数のコメントが寄せられている。本稿では、これらのコメントを「仕入価格上昇、販売価格への転嫁」「人手不足」「本業の不振・資金繰りの悪化」「前向きな取組み」「信用金庫による支援」の5つに分け、動向をまとめる。

### (1) 仕入価格の上昇、販売価格への転嫁

仕入価格の上昇（図表4）に悩まされていることを指摘するコメントが前回に引き続き多くみられた。この背景には、資源価格の高騰に加え、円安の影響が挙げられる。これに対し、販売価格に転嫁できている企業（図表5）もあれば、現時点で転嫁しきれていない企業（図表6）も存在する。

また、価格にかかわらず、仕入れそのものできないとのコメントもみられる。なかには、

「カリフォルニア産のイチゴが天候不良のため輸入量減少。12月に向けて確保を目指す。(青果販売 愛知県)」、「瀬戸内海の水温上昇に伴う不漁により、仕入れ量が激減している。(海産物卸 岡山県)」など、自然環境の変化によるものもある。地球温暖化の進展などに伴い、今後、こういった自然環境に伴うリスクが増大していく危険性もあろう。

図表4 仕入価格の上昇に悩まされているとするコメント

コメント	業種	都道府県
建築資材価格の高騰を受け、住宅購入希望者が新築するのを見送るなどしている。	建築資材卸	北海道
ぜいたく品である花の買い控えが起きている。切り花の価格高騰に伴い、従来の価格の注文ではボリュームが出せない。	切り花、フラワーアレンジメント	北海道
メーカーからガット張りの注文が大量にあったが、仕入価格上昇によって利益にならなかった。	スポーツ用品小売	青森県
仕入価格が下期だけで2回上昇した。クリスマスケーキの価格改定を検討中。	ケーキ小売	群馬県
物価上昇による影響はコロナ禍を超えている。利幅が縮小し苦しい状況が続いている。	酒類販売	群馬県
物価上昇が速すぎて、見積もりとの差異が埋めづらい。結果、収益が上がらず給料が上げられない。	総合建設	栃木県
仕入価格が上昇する一方、販売価格は低下が続いている。代金回収も悪化しており、悪い連鎖が続いている。回復には時間がかかる見込み。	建築材料関連卸	埼玉県
円安の影響から材料価格が高騰し、電気代も値上がりしていることから経営環境は厳しい。	機械製造	東京都
物価上昇に伴い販売価格を引き上げたが、消費意欲の低下を招き売上げが減少している。	洋菓子小売	東京都
ウクライナ情勢を受けて原材料価格が高騰しているが、一番悪かった時期と比べれば多少はよくなっている。	産業用コネクタ製造	神奈川県
コロナの影響は一服している。原材料価格高騰や円安が悩み。	スポーツ用品製造	長野県
原油などのエネルギー価格高騰を受け、購買意欲が低迷している。	不動産仲介	静岡県
中国からの仕入価格高騰を受けて、販売価格への転嫁の必要性を感じている。賃上げもしたいが、厳しい。	塩ビ管の継手加工	三重県
新規開拓によって売上は増大しているが、原材料価格高騰を受けて収益は上がっていない。	伸縮装置製造	愛媛県
コロナの影響は小さかったが、原材料高騰の影響は大きい。	家具製造	鹿児島県

(備考) 第190回全国中小企業景気動向調査および東京都信用金庫協会資料より信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成 (以下同じ)

図表5 仕入価格上昇を販売価格に転嫁できているとするコメント

コメント	業種	都道府県
資材高騰を受け材料費も上がっているが、請負価格に転嫁できている。	総合建設業	群馬県
仕入価格上昇に対し、経営者主導で早い段階から販売価格を引き上げた。これにより離れた取引先もあるが、適正な利益を獲得することができている。	ポリエチレン袋卸	栃木県
価格交渉により、仕入価格高騰分を価格転嫁できた。	伸銅品卸	東京都
社内のコスト管理意識を高め、物価上昇等に対する収益管理を行った結果、過去最高の利益を計上できた。	建売仲介	東京都
販売価格を引き上げたが、数量の減少には結びつかなかった。利益率を優先した商品販売を進めていく。	酒、コメ、調味料小売	兵庫県
3回目の値上げを余儀なくされているが、販売先の利益率を洗い出し、不採算部分を見直したことなどで粗利率が5%改善した。	ソフトウエア、塗料販売	岡山県
販売価格への転嫁はおおむね行っており、取扱商品の見直しや経費削減も進めながら売上および収益確保に取り組んでいる。	オフィス家具、文具事務機器販売	兵庫県
材料1つ1つに原価計算を行い、売上に転嫁できている。	リフォーム工事	岡山県



図表6 仕入価格上昇を現時点で販売価格に転嫁しきれていないとするコメント

コメント	業種	都道府県
現在は、取引先のために代金は値上げしていないが、今後は値上げを考えざるを得ない。	木材、建築資材卸	北海道
販売価格値上げを考えているが、顧客離れを心配し、実行できない。	洋菓子製造	千葉県
原材料やエネルギーの価格高騰に対し、100%の価格転嫁はできておらず、利益が減少している。	段ボール箱製造	静岡県
仕入値が年に複数回上昇している。取引先とも交渉をしているものの、自社で負担していることも多い。	建築用塗料卸	静岡県
年内に2度販売価格を引き上げたが、調達コストを転嫁し切れていない。	LPガス小売	静岡県
光熱費が倍近くになっているが、販売価格に転嫁できていない。今後も光熱費高騰が続くようであれば、価格を見直していく。	茶加工	静岡県
同業者間で利益を度外視した安売り競争が起きている。下請けに販売価格の決定権がない。	足場、建築一式	愛知県
販売商品を値上げしているが、それを上回る速度で原材料が高騰している。	生菓子、焼菓子小売	三重県
原材料価格高騰に対し、販売価格に転嫁できていない。組織や経費の見直しが急務。	砂糖卸	京都府
仕入価格が高騰しているが、販売価格の値上げ交渉の機会は年1回に限られている。	ボルト製造	大阪府
原紙価格が1年で2回上昇した。商品価格への転嫁については、大手同業者の動きを待っている状況。	段ボール箱製造	岡山県
厳密な見積もりを苦手としており、赤字になることも多い。材料費高騰に対して価格転嫁は6割程度にとどまっている。	型枠工事	岡山県

## (2) 人手不足

人手過不足判断 D.I.の動きと整合するように、人手不足によって事業に支障が出ている、とのコメントも多くみられる(図表7)。なかには、「コロナ禍により従業員に感染者が多数出しており、人手不足となっている。(美容業 千葉県)」のように、コロナ禍を受けて事業が混乱しているとのコメントも散見される。

図表7 人手不足によって事業に支障が生じているとのコメント

コメント	業種	都道府県
人材不足を外注で対応しているが、外注費がかさんで利益を圧迫している。	とび、大工工事	北海道
受注依頼はあるものの、人手不足などを受けて現場対応が追い付いていない。	建材、水回り用品卸	青森県
相変わらず人手不足で、時短営業によってやりくりしている。	飲食店	秋田県
仕入の高騰などの悩みがあるが、とりわけ人手不足への対応が不可欠。	土木工事業	三重県
業況はわずかに回復傾向だが、コロナの不透明感がぬぐえない。人手不足を受け、営業活動が阻害されている。	旅館業	京都府
人材確保に苦戦しており、思うような人材が見つからない。	合成樹脂プラスチック製造	大阪府
営業人員の不足を受けて、支店を一時閉店した。営業職の求人が特に不振。	不動産代理仲介	岡山県
職人不足に伴う下請け業者の減少が顕著であり、業者の確保が今後の課題である。	土木、建築工事	山口県
大手メーカーからの受注が増えているが、人手不足によって生産が追い付いていない。	紙、不織布加工	愛媛県
人員不足に伴い残業時間が増加、スタッフの疲弊が懸念され、減産を検討中。生産規模が限られており、新たな工場の増設も検討中。	和菓子、洋菓子製造	佐賀県
外国人研修生を定期的に確保しているが、コロナの影響でストップしており、人手不足が深刻。	鶏肉加工	鹿児島県

一方で、人手不足を受けて、省力化投資を行ったり、人材育成や待遇改善を進めることで人材の定着を図る、とのコメントもみられる（図表8）。このような取組みがさらに広がることが期待される。

図表8 人手不足を受けた対応に関するコメント

コメント	業種	都道府県
来年にフルセルフレジを導入して、人手不足の解消を図る。将来的な販路拡大を目指してネットスーパーを開始。	食品小売	北海道
若手社員を毎年計画的に採用し、徹底した育成指導を行うことで将来に向けて持続可能な営業力強化に努めている。	家電小売	山形県
若い人材が採用できないため、完全週休2日制としたり、祝日も休日とするなど、労働条件の改善を図っている。	建設業	岩手県
人材の定着が悪く、職場環境の改善を図るとともに、外国人労働者の受入れも検討する。店舗を閉鎖するなどし、合理化する方針。	自動車販売、ガソリンスタンド	新潟県
人手不足が深刻であり、永年雇用制度拡大、福利厚生充実、資格取得支援などを積極的に行う。物価スライドは地公体と常に交渉している。	土木舗装工事	静岡県
人材確保に苦慮している。インターンなど積極的にいき、若手の人材を確保していく。	土木建設請負	静岡県
従業員の退職増加や求人の不調を受け、雇用条件の見直しに取り組んでいる。	製材業	岡山県

### (3) 本業の不振・資金繰りの悪化

コロナ禍による混乱を受けてしばらく見過ごされてきたが、コロナ禍とは直接関係のない、もしくはコロナ禍による生活様式の変更など、いわば構造問題などに起因する本業の不振を訴える声も現れてきている（図表9）。また、資金繰り判断 D.I. そのものは悪化していないものの、個別の企業からは、資金繰りが厳しくなってきたとの声も聞かれている（図表10）。今後、金利が上昇したり、無利子・無担保融資の返済が本格化するなどの局面で、苦境に陥る企業が増加する懸念もあり、注視が必要であろう。

図表9 本業の不振を訴えるコメント

コメント	業種	都道府県
年々、年賀状の受注が減っており、減収傾向が続いている。	印刷デザイン	北海道
固定客の高齢化を受け、需要が減少している。仕入価格が上昇しているが、価格転嫁が難しい。	自動車整備	北海道
オンラインショッピングの普及により、来店客数が減少し、売上が低調。	家具、カーペット小売	北海道
コロナ禍を受け、インターネット通販が普及しており、売上が減少している。	スポーツ用品小売	北海道
お中元やお歳暮はやや販売が盛り返したが、コロナ前には戻っていない。	ギフト用品販売	岩手県
高齢化に伴い、商店街の賑わいが少ないことを懸念している。	飲食料品小売	福島県
近隣の高齢化や在宅ワーク増加を受けて、クリーニング需要が減少している。キャンペーン等により新規獲得に努める。	クリーニング業	千葉県
年賀状の受注が年々減少しており、業況はよくない。	印刷業	静岡県
コロナの影響で冠婚葬祭が縮小され、ギフト部門の売上が伸びない。	呉服、贈答品小売	愛知県
政府のペーパーレス化推進の影響を受け、書籍販売数は年々減少傾向。	一般書籍、学校向け教材販売	大阪府
主要取引先であった大規模工場の閉鎖と資源価格高騰を受けて業況は厳しい。取引先拡大に向けて積極的に取り組んでいる。	火力発電所用部品製造	広島県

図表10 資金繰りの悪化に関するコメント

コメント	業種	都道府県
県民割や全国旅行支援などを受けて、何とか資金繰りをつないでいる。雇用調整助成金その他の補助金で営業継続ができていますが、コロナ前の集客には戻っていない。	宿泊業	岩手県
原材料費やエネルギー価格の上昇に伴い、資金繰りが圧迫されている。	タイル、住設機器卸	群馬県
借入返済を条件変更（元金据置）し、経営の立て直しを図る。	寝具販売、リフォーム	茨城県
物価高の影響が仕入価格に表れている。これ以上物価が上がると、資金繰りに影響が出てくる。	電設資材卸	埼玉県
原材料価格が昨年比1.5倍、電気代は約2倍。資金繰りについても今後検討を必要とする可能性がある。	金属切削加工	千葉県
全国旅行支援で売上は増加しているが、借入を正常水準に戻せるほどのキャッシュフローは確保できていない。	ホテル	新潟県
来年6月よりコロナ資金の元金返済開始予定。返済負担は重く、借換えを視野に入れて検討中。	衣料品小売	新潟県
原材料価格高騰の影響が大きく、資金繰りに影響が出ている。価格転嫁の交渉を続けている。	金属プレス品製造	静岡県
機械の更新に加え、光熱費の高騰を受け、今後資金調達が必須となる。	バイトホルダー製造	愛知県
光熱費の高騰の影響が特に大きく、資金繰り悪化の見通し。	鮮魚加工品卸	三重県
メイン受注先が生産調整を行っているうえ、回収サイトも伸ばしており、資金繰りが困難になっている。	輸送車両向け金属プレス	岡山県
物価高が業況に大きく影響している。資金繰りについては、補助金や借入金リスクによって維持できている。	飲料、食肉卸	広島県
コロナ禍による来店客減少に歯止めがかからず、資金繰りも厳しい。	家具小売	山口県

#### (4) 前向きな取組み

今回の調査では、前回に引き続いて、設備投資の実施（図表11）や新事業展開、あるいは新商品・サービスの開発などの前向きなコメント（図表12）、ECサイト等のネット販売、SNSなどの情報発信ツールによって需要の獲得を図るとのコメント（図表13）もみられた。設備投資に関しては、補助金が呼び水となっているケースもみられた。中小企業による需要獲得のための新たな手段として注目される。

図表11 設備投資の実施に関するコメント

コメント	業種	都道府県
材料不足を受け、大口取引先から発注の大幅見直しを受けた。事業再構築補助金の採択によって大規模な設備投資を行い、販路拡大に取り組んでいる。	工作機械製造	岩手県
事業再構築補助金を活用したセントラルキッチンを建設中。	生鮮食料品卸	山形県
メーカーからの仕入価格が上昇しており、自社ブランド製造のため、補助金を活用した設備投資を行う計画がある。	寝具小売	山形県
大規模な設備投資により作業効率が上昇し、売上は増大している。ただし、借入金増加に伴う資金繰り不安もある。	通信機部品製造	埼玉県
新たな洗浄機を導入し、他社との差別化を図る。	缶、瓶子サイクル	東京都
事業再構築補助金が採択されたことにより、大型設備の導入を計画。現在は取引先と価格転嫁の交渉をしており、順調にいけば従業員への賞与などで還元する方針。	金属プレス業	静岡県
受注は伸びていないが、設備の能力不足や人材の不足を受け、多忙である。新規の設備投資を検討中。	金属熱処理	滋賀県
来年、事業再構築補助金を活用した設備機械を導入予定。	製缶、溶接	大阪府
積極的に設備投資を行っており、業況は堅調に推移している。	豆腐、油揚げ製造	兵庫県
来期に補助金を利用して設備を導入する計画がある。	ネクタイ製造	岡山県



図表12 新事業展開や新商品・サービスの開発に関するコメント

コメント	業種	都道府県
環境機能を強化した家づくりなど、同業他社との差別化に向けた取組みも行っており、当面の業態維持に懸念はない。	住宅建設	北海道
取扱商品を集約し、回転率の悪い商材を排除したため、収益は改善した。	建築資材卸	北海道
店舗でコロナ前と同等の売上が確保できており、新たに始めたキッチンカーを足すと売上が増加する見通し。	うどん店	新潟県
新規先の受注獲得に向けた活動を継続した結果、受注の増加につながり、業況が回復してきた。	鑄造用金型	東京都
生地仕入先から値上げ要請が来ている。他企業とタイアップし、コラボ商品を作成する予定がある。	着物、呉服小売	沖縄県

図表13 ネット販売やSNSなどで需要獲得を図るとするコメント

コメント	業種	都道府県
独自のトレーニングスタイルを確立し、SNSを主体として広告宣伝を行い、集客を目指す。	パーソナルジム	北海道
大手通販サイトとの差別化を強化している。	事務、オフィス用品小売	北海道
県の支援を受け、商品開発や販路開拓を行っている。ネット販売に注力する。	漆器小売	青森県
ネット販売が増加した結果、販売手数料や運賃がかさんでいる。利益率の良いカタログギフトの販売に注力する。	贈答品小売	埼玉県
SNSを活用してマーケティングを行い、販路拡大に取り組む。	総合工事	新潟県
ネット販売を中心に、安定した売上を確保している。	石鹸、アロマオイル等小売	山梨県
HPを刷新し、集客に結び付く仕組みづくりに注力している。	土木建築工事	静岡県
紙媒体の広告に加え、SNSも活用して売上を維持している。利幅の大きいPB商品を開発中。	食料品小売	静岡県
インスタグラム活用による通販を可能にするなど、販路開拓に積極的に取り組んでいる。	食肉小売	静岡県
SNSを活用した販売促進により、一定数のファンがおり、集客力も高まっている。	青果小売	愛知県
SNSを活用し、新規顧客の開拓に努めている。	総合工事業	愛知県
大手販売サイトへの参加を予定しており、売上回復を見込んでいる。	工具小売	滋賀県
ネット販売の売上に占める比率が年々上昇している。今後も注力する予定。	梅干し製造	和歌山県
独自商品であるオーダーメイド・ハンドメイド商品をSNSを活用して販売し、業績が改善している。	瓦、わかめ製造	兵庫県

## (5) 信用金庫による支援

上述したように、中小企業は様々な悩みや問題点を抱えている一方で、着実に新たな取組みを行っている。これに対し、信用金庫では、本業支援や情報提供など、様々な取組みを行っている。図表14では、その取組みの一部を紹介する。

図表14 信用金庫からの支援に関するコメント

コメント	業種	都道府県
仕入価格の上昇や店舗老朽化に加え、宣伝広告の強化を必要としていることから、金庫から様々な本業支援を行っている。	家電小売	群馬県
資金繰り円滑化、収益力強化、協力業者選定など課題が多く、本業支援を進めていく。	貴金属、真珠製造	山梨県
公共料金や材料費の値上がりなどが経営を圧迫。今後に向けて、補助金等の情報提供を行っている。	美容室	静岡県
業況改善の見通しは立たない状況。販路拡大や経費節減に向け、金庫から支援していく。	米穀卸	静岡県
事業転換を視野に入れた大幅な改革が必要と経営者が認識しており、金庫としてもサポートを行っている。	DVD、CDレンタル	静岡県
人材確保が課題。下請け企業確保のため、金庫のマッチング支援により企業を紹介する。	自動制御装置設計組立	滋賀県
ネット販売の強化や小売店の小規模改装など、いろいろと対応している。金庫としても支援を進めていく。	雑貨小売	兵庫県
運送費の増加や、インボイス制度導入が懸念材料。金庫として積極的に支援していく。	米穀卸	岡山県

## おわりに

本稿では、2022年12月に実施された全国中小企業景気動向調査における調査員のコメントをもとに、中小企業の動向についてまとめた。

今回の特徴として、これまでも増して、仕入価格の高騰や人手不足による事業の困難を訴える声が多く寄せられたことが挙げられる。また、構造問題などに起因する本業不振に関する声も目立っている。一方で、設備投資や新事業展開など、新たな取組みに着実に取り組んでいるとの声もあった。

本稿で採用しているコメントは、いずれも信用金庫職員が調査員となり、渉外活動を通じて収集したものである。それぞれの事業者の置かれている現下の状況について、数多くのコメントをお寄せいただいた。調査にご協力いただいた中小企業経営者と信用金庫職員の方々に対して心からお礼を申し上げたい。

## 〈参考資料〉

・信金中央金庫「第190回中小企業景気動向調査（2022年10-12月期）」