

調 査

第191回全国中小企業景気動向調査 (2023年1～3月期実績・2023年4～6月期見通し)

1～3月期業況は4四半期ぶりの改善一服 【特別調査－中小企業におけるデジタル化への対応について】

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：2023年3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：14,849企業（有効回答数 13,476企業・回答率 90.8%）
※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. 23年1～3月期(今期)の業況判断D.I.は△13.9、前期比3.1ポイント低下し、4四半期ぶりの改善一服となった。

収益面では、前年同期比売上額判断D.I.がプラス6.6と前期比0.2ポイント改善、同収益判断D.I.は△10.9と同0.1ポイント改善した。販売価格判断D.I.はプラス27.1とおよそ3年ぶりに小幅低下へ転じた。人手過不足判断D.I.は△24.2と4四半期ぶりに人手不足感が若干緩和した。設備投資実施企業割合は20.3%と前期比0.5ポイントの小幅低下となった。業種別の業況判断D.I.は小売業を除く5業種で、地域別では全11地域中7地域で、それぞれ低下した。

2. 23年4～6月期(来期)の予想業況判断D.I.は△11.7、今期実績比2.2ポイントの改善を見込んでいる。業種別には建設業を除く5業種で、また、地域別には全11地域中8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 10～12月	2023年 1～3月	2023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

全業種総合

○業況は4四半期ぶりの改善一服

23年1～3月期（今期）の業況判断D.I.は△13.9、前期比3.1ポイントの低下と、4四半期ぶりの改善一服となった（図表1）。

収益面では、前年同期比売上額判断D.I.がプラス6.6、前期比0.2ポイントの小幅改善、同収益判断D.I.が△10.9、同0.1ポイントの小幅改善となった。なお、前期比売上額判断D.I.は△6.1、前期比12.2ポイント低下、同収益判断D.I.は△17.8、同9.9ポイントの低下と、季節的な要因もありともに低下した。

販売価格判断D.I.はプラス27.1、前期比2.7ポイントの低下と、およそ3年ぶり（11四半期ぶり）に小幅低下へ転じた。また、仕入価格判断D.I.はプラス59.0、同3.4ポイントの低下と、こちらもおよそ3年ぶり（11四半期ぶり）に小幅低下へ転じた（図表2）。

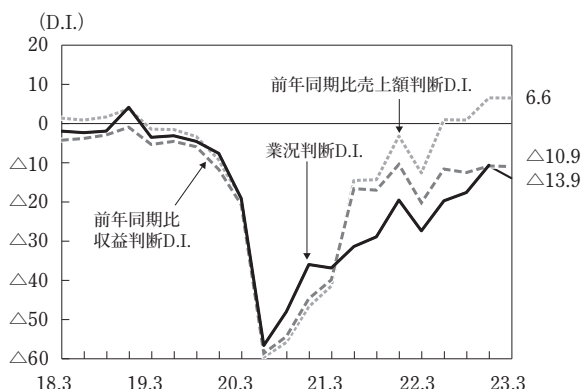
雇用面では、人手過不足判断D.I.が△24.2（マイナスは人手「不足」超、前期は△24.9）と、4四半期ぶりに人手不足感が若干緩和した（図表3）。

資金繰り判断D.I.は△10.8、前期比1.2ポイントの低下と、2四半期ぶりに低下した。

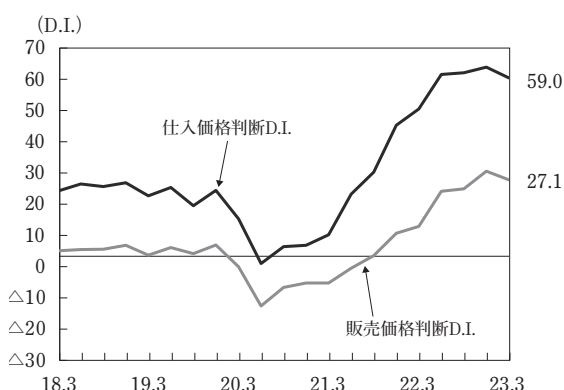
設備投資実施企業割合は20.3%、前期比0.5ポイントの低下と、4四半期ぶりの小幅低下となった。

業種別の業況判断D.I.は、全6業種中、前期比1.4ポイント改善となった小売業を除く5業種で低下した。最も低下幅が大きかったのは製造業と卸売業（ともに5.4ポイント）で、次いでサービス業（4.1ポイント）、建設業（1.8ポイント）、不動産業（0.5ポイント）の順だった。

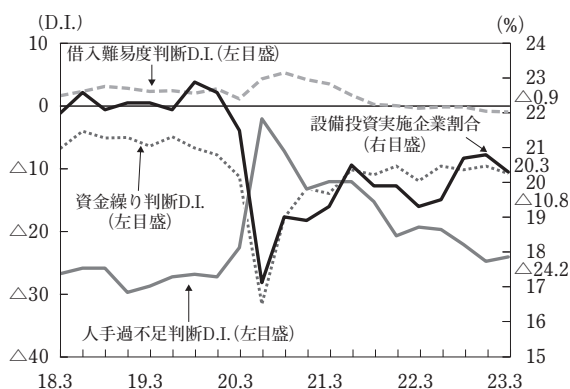
図表1 主要判断D.I.の推移



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



一方、地域別の業況判断D.I.は、全11地域中、首都圏、東海、九州北部、南九州を除く7地域で低下した。最も低下幅が大きかったのは北陸（16.3ポイント）で、次いで関東（11.5ポイント）、東北（8.3ポイント）、北海道（8.1ポイント）の順だった。

○改善の見通し

来期の予想業況判断 D.I.は△11.7、今期実績比2.2ポイントの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、建設業を除く5業種で改善を見込んでいる。一方、地域別でも、全11地域中、四国、九州北部、南九州を除く8地域で改善の見通しとなっている。

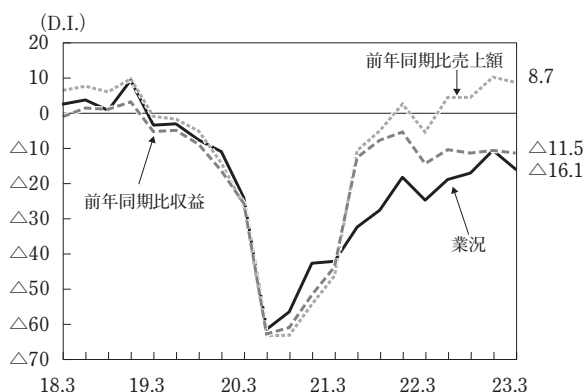
製造業

○4四半期ぶりの改善一服

今期の業況判断 D.I.は△16.1、前期比5.4ポイントの低下と、4四半期ぶりの改善一服となった（図表4）。

前年同期比売上額判断 D.I.はプラス8.7、前期比1.5ポイントの小幅低下、同収益判断 D.I.は△11.5、同0.8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△7.0、前期比14.8ポイント低下、同収益判断 D.I.は△20.7、同11.4ポイントの低下と、季節的な要因もあり、ともに大幅な低下となった。

図表4 製造業 主要判断D.I.の推移



○原材料価格D.I.は3四半期続けて低下

設備投資実施企業割合は22.7%、前期比1.3ポイント低下と、4四半期ぶりの低下となった。

人手過不足判断 D.I.は△21.6(前期は△23.3)と、3四半期ぶりに人手不足感が若干緩和した。

販売価格判断 D.I.はプラス28.1、前期比3.7ポイント低下と、2四半期ぶりの低下となった。一方、原材料(仕入)価格判断 D.I.はプラス63.1、前期比5.4ポイントの低下と、3四半期続けて小幅低下した。

なお、資金繰り判断 D.I.は△11.4、前期比1.3ポイントの小幅低下となった。

○製造業全22業種中、15業種で低下

業種別業況判断 D.I.は、製造業全22業種中、改善は7業種にとどまり、15業種が低下した(図表5)。

素材型では、全7業種中、皮製品と化学で改善したもの、それ以外の5業種は低下した。とりわけ、非鉄金属とゴムは約20ポイントの大幅低下となった。

部品加工型は、全3業種中、金属プレスが改善したもの、プラスチックと金属製品は低下した。

建設関連型は、全4業種中、改善・低下2業種ずつとまちまちだった。

機械器具型は、全4業種で低下した。とりわけ、輸送用機器は10ポイント近い大幅な低下となった。

消費財型では、全4業種中、改善・低下2業種ずつとまちまちだった。とりわけ、食料品は10ポイント超の大幅低下となった。

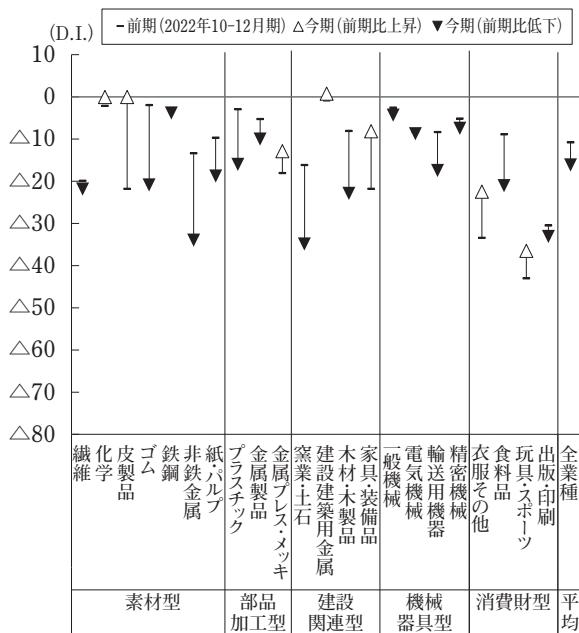
○総じて低下

販売先形態別の業況判断 D.I.は、全5形態で低下した。とりわけ、最終需要家は10ポイント近い大幅低下となった。

また、輸出主力型の業況判断 D.I.は△13.5、前期比13.0ポイントの低下、内需主力型は△15.4、同5.0ポイントの低下と、ともに低下した。

従業員規模別の業況判断 D.I.は、すべての階層で低下した。前期比の低下幅をみると、1～19人で4.6ポイント、20～49人で7.5ポイント、50～99人で9.0ポイント、100人以上で2.1ポイントと、規模の大小によらず総じて低下した。

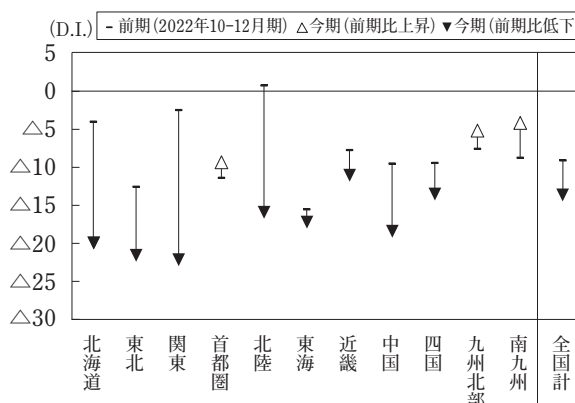
図表5 業種別業況判断D.I.の推移



○全11地域中8地域で低下

地域別の業況判断D.I.は、全11地域中、首都圏、九州北部、南九州を除く8地域で低下した。最も低下幅が大きかったのは関東(23.2ポイント)で、次いで北陸(19.7ポイント)、北海道(18.8ポイント)の順だった。なお、D.I.の水準に着目すると、南九州(△4.9)、九州北部(△6.1)などで相対的に改善が進んでいる。一方、関東(△26.1)、東北(△25.4)、北海道(△23.5)などで相対的に厳しい水準にある(図表6)。

図表6 地域別業況判断D.I.の推移



○改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△11.8と、今期実績比4.3ポイントの改善を見込んでいる。

業種別には、全22業種中、16業種で横ばいないし改善を見込んでいる。また、地域別には、全11地域中、北陸と九州北部を除く9地域で改善の見通しとなっている。

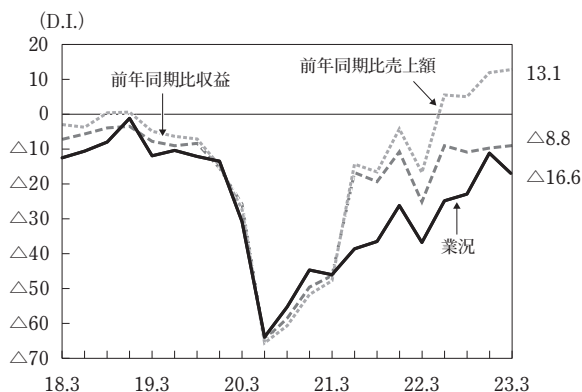
卸売業

○4四半期ぶりの低下

今期の業況判断D.I.は△16.6、前期比5.4ポイントの低下と、4四半期ぶりの低下となった(図表7)。

なお、前年同期比売上額判断D.I.はプラス13.1、前期比1.2ポイントの改善、同収益判断D.I.は△8.8、同0.9ポイントの改善と、改善基調を継続した。

図表7 卸売業 主要判断D.I.の推移



○全15業種中、12業種で改善

業種別の業況判断D.I.は、全15業種中、家具など3業種で改善したものの、12業種が低下した。とりわけ、鉱物燃料は20ポイント超の大幅低下となった。一方、地域別では、全11地域中、首都圏や東海など3地域で小幅改善したものの、それ以外の8地域では低下した。

○小幅改善の見通し

来期の予想業況判断 D.I. は△16.0、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、全15業種中、改善6業種、低下8業種とまちまちの見通しとなっている。また、地域別にも、全11地域中、改善・低下それぞれ5地域の見通しとなっている。

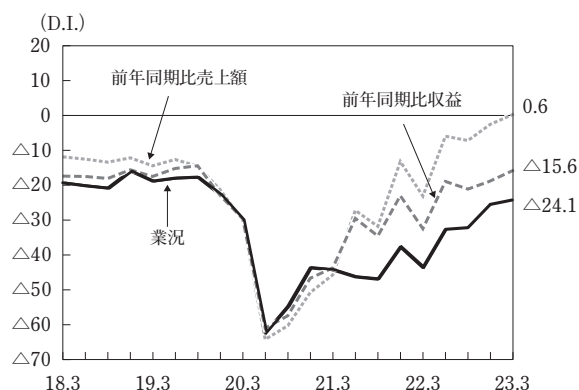
小売業

○業況は改善

今期の業況判断 D.I. は△24.1、前期比1.4ポイントの改善となった（図表8）。

一方、前年同期比売上額判断 D.I. は0.6、前期比3.1ポイントの改善、同収益判断 D.I. は△15.6、同3.5ポイントの改善となった。

図表8 小売業 主要判断D.I.の推移



○全11地域中、7地域で改善

業種別の業況判断 D.I. は、全13業種中、8業種で改善、5業種で低下した。中でも、書籍文具とカメラは20ポイント超の大幅改善、木建材は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、中国など7地域で改善となった。

○全11地域で改善の見通し

来期の予想業況判断 D.I. は△19.5、今期実績比4.6ポイントの改善を見込んでいる。

業種別には、全13業種中、9業種で改善の見通しとなっている。玩具は20ポイント超の大幅改善の見通しとなっている。また、全11地域で改善の見通しとなっている。

サービス業

○業況は小幅低下

今期の業況判断D.I.は△15.4、前期比△4.1ポイントの低下となった（図表9）。

一方、前年同期比売上額判断D.I.はプラス9.9、前期比1.8ポイントの低下、同収益判断D.I.は△6.1、同4.4ポイントの低下となった。

○全8業種中、5業種で低下

業種別の業況判断D.I.は、全8業種中、5業種で低下した。中でも、旅館・ホテルは、20ポイント超の大幅低下となった。地域別では全11地域中、北陸など6地域で低下となった。

○改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△12.4、今期実績比3.0ポイントの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、7地域で改善の見通しとなっている。

建設業

○業況は低下

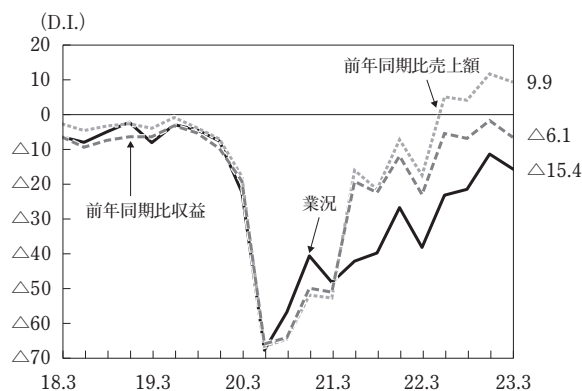
今期の業況判断D.I.は△1.5、前期比1.8ポイントの低下となった（図表10）。

なお、前年同期比売上額判断D.I.は1.8、前期比0.3ポイント小幅改善し、同収益判断D.I.は△14.9、同1.8ポイントの改善となった。

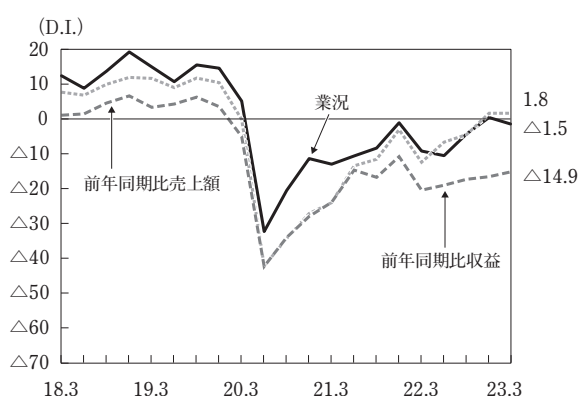
○全11地域中、8地域で低下

業況判断D.I.を請負先別でみると、全4請負先中、官公庁を除く3請負先で低下した。中でも、個人向けは7.9ポイントの低下となった。地域別では全11地域中、東北など8地域で低下となった。

図表9 サービス業 主要判断D.I.の推移



図表10 建設業 主要判断D.I.の推移



○低下の見通し

来期の予想業況判断 D.I. は△4.9 と、今期実績比3.4 ポイント低下を見込んでいる。

請負先別では、全4請負先中、2請負先で低下、地域別には全11地域中、8地域で低下の見通しとなっている。

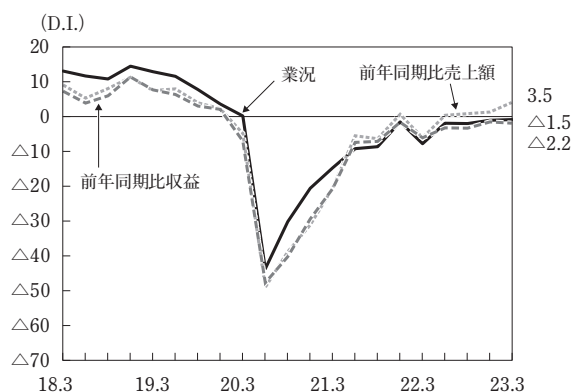
不動産業

○業況は小幅低下

今期の業況判断 D.I. は△1.5、前期比0.5 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3.5、前期比2.2 ポイントの改善、同収益判断 D.I. は△2.2、同0.7 ポイントの小幅低下となった。

図表11 不動産業 主要判断D.I.の推移



○全11地域中、7地域で低下

業況判断 D.I. を業種別でみると、全5業種中、貸事務所と仲介を除く3業種で低下した。

地域別では、全11地域中、関東など7地域で低下となった。

○改善の見通し

来期の予想業況判断 D.I. は、△0.5 と今期実績比1.0 ポイントの改善を見込んでいる。業種別には、全5業種中、3業種で改善を見込んでいる。

地域別には、全11地域中、5地域で改善、5地域で低下の見通しとなっている。

特別調査 中小企業におけるデジタル化への対応について

○インボイス制度への対応は道半ば

インボイス制度への対応について、課税事業者の71.8%が「既に登録申請を行った」と回答した。対して、「まだ登録申請をしていない」は24.2%、「インボイス制度自体がわからない」が4.0%となった。一方で、免税事業者については、「既に登録申請を行った(13.7%)」と「近いうちに登録申請を行う予定(25.3%)」を足しても4割弱にとどまり、「登録申請は行わない(免税事業者のまま)」が18.6%、「まだ対応方針は決めていない」が31.9%、「インボイス制度自体がわからない」が10.5%となった(図表12)。

規模別にみると、規模の小さい企業ほど「まだ登録申請をしていない」や「インボイス制度自体がわからない」といった回答が多い傾向にあった。

図表12 インボイス制度への対応

(単位：%)

選 択 肢		1	2	3	4	5	6	7	8
		課税事業者			免税事業者				
		既に登録申請を行った	まだ登録申請をしていない	「インボイス制度」自体がわからない	既に登録申請を行った	近いうちに登録申請を行う予定	登録申請は行わない予定(免税事業者のまま)	まだ対応方針は決めていない	「インボイス制度」自体がわからない
全 体		71.8	24.2	4.0	13.7	25.3	18.6	31.9	10.5
地 域 別	北 海 道	73.3	24.0	2.7	4.3	21.7	26.1	39.1	8.7
	東 北 道	77.7	18.7	3.6	7.3	53.7	17.1	12.2	9.8
	関 東 道	77.7	19.2	3.0	15.0	15.0	30.0	30.0	10.0
	首 都 圏	56.7	36.2	7.1	12.9	20.8	14.6	38.2	13.5
	北 陸 道	82.9	15.1	2.0	19.2	19.2	11.5	38.5	11.5
	東 海 道	83.1	14.9	1.9	7.0	25.6	23.3	37.2	7.0
	近 畿 道	81.1	17.0	1.9	28.4	22.7	23.9	23.9	1.1
	中 国 道	71.8	24.3	4.0	11.1	22.2	16.7	27.8	22.2
	四 国 道	70.3	24.2	5.5	13.3	26.7	20.0	20.0	20.0
九 州 北 部		63.9	33.1	3.0	10.7	32.1	14.3	35.7	7.1
	南 九 州	59.2	32.7	8.1	5.7	28.3	18.9	32.1	15.1
規 模 別	1 ～ 4 人	58.8	32.9	8.3	10.2	25.2	19.5	33.6	11.4
	5 ～ 9 人	71.2	25.5	3.3	14.9	27.7	8.5	36.2	12.8
	10 ～ 19 人	75.0	22.7	2.3	31.0	24.1	20.7	20.7	3.4
	20 ～ 29 人	80.4	18.0	1.6	33.3	25.0	16.7	16.7	8.3
	30 ～ 39 人	82.6	16.7	0.7	42.9	28.6	28.6	0.0	0.0
	40 ～ 49 人	84.1	15.2	0.7	46.2	15.4	23.1	15.4	0.0
	50 ～ 99 人	88.1	11.8	0.1	25.0	50.0	0.0	25.0	0.0
	100 ～ 199 人	90.0	10.0	0.0	—	—	—	—	—
	200 ～ 300 人	93.1	6.9	0.0	—	—	—	—	—
業 種 別	製 造 業	76.8	19.9	3.3	19.8	27.7	11.9	34.7	5.9
	卸 売 業	75.3	21.8	3.0	14.3	28.6	19.0	26.2	11.9
	小 売 業	64.7	28.9	6.4	11.5	23.7	17.3	37.8	9.6
	サ ー ビ ス 業	64.7	29.2	6.1	10.9	24.5	25.2	25.9	13.6
	建 設 業	74.7	23.0	2.3	26.7	26.7	6.7	26.7	13.3
	不 動 産 業	63.9	31.9	4.1	8.8	24.6	22.8	33.3	10.5

○電帳法改正への対応は遅れも

電子帳簿保存法改正への認知度について、「内容までよく知っている」が19.1%、「意味はある程度わかる」は56.8%と、合計で約4分の3の企業ではある程度認知している状況となった。また、「名前しか知らない」は19.4%、「聞いたことがない」は4.7%にそれぞれとどまった(図表13)。

一方で、対応については「対応できている」は17.3%、「一部対応できている」は37.8%にそれぞれとどまった。「対応できていない(28.6%)」、「よくわからない(11.5%)」は、それぞれ規模の小さい企業を中心に多かった。また、「電子データの授受をしておらず、当社には関係ない」は4.9%となった。

図表13 電子帳簿保存法改正への認知度と対応

(単位：%)

選 択 肢	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
	認 知 度				対 応					
	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	対応できている	一部対応できている	対応できていない	電子データの授受をしておらず、当社には関係ない	よくわからない	
全 体	19.1	56.8	19.4	4.7	17.3	37.8	28.6	4.9	11.5	
地 域 別	北 海 道	21.7	57.8	18.2	2.4	15.0	41.2	29.2	6.3	8.3
	東 北 道	19.4	60.0	15.4	5.1	17.0	37.6	31.7	5.3	8.4
	関 東 道	24.8	56.8	15.5	2.8	20.8	37.7	29.2	3.7	8.5
	首 都 圏	14.8	54.8	23.9	6.5	14.3	34.0	30.1	4.8	16.7
	北 陸 道	17.7	59.0	19.2	4.0	15.9	38.9	28.2	6.2	10.7
	東 海 道	23.4	58.1	15.7	2.8	19.7	41.4	26.4	4.1	8.4
	近 畿 道	22.4	59.9	14.5	3.2	22.4	41.8	24.1	4.3	7.5
	中 国 道	20.3	55.3	19.7	4.7	17.3	38.9	28.0	4.5	11.4
	四 国 道	13.6	57.5	22.7	6.1	16.6	34.6	30.4	5.6	12.7
九 州 北 部	15.1	54.3	25.1	5.5	16.2	35.4	28.6	4.5	15.2	
南 九 州	14.5	49.7	27.1	8.7	12.5	31.1	34.1	6.7	15.6	
規 模 別	1 ～ 4 人	9.0	52.4	29.9	8.7	10.9	28.3	32.8	8.8	19.1
	5 ～ 9 人	14.7	60.1	21.3	3.9	16.1	37.6	30.4	4.2	11.7
	10 ～ 19 人	19.0	63.0	15.3	2.6	18.7	43.1	27.9	3.2	7.1
	20 ～ 29 人	25.6	61.8	10.9	1.6	21.4	46.2	25.1	1.6	5.8
	30 ～ 39 人	30.9	59.1	7.3	2.7	24.4	45.3	23.4	1.9	5.0
	40 ～ 49 人	37.6	54.8	6.6	1.0	26.1	48.1	20.8	1.8	3.2
	50 ～ 99 人	40.3	54.3	5.0	0.4	27.3	49.4	20.1	0.1	3.1
	100 ～ 199 人	49.8	46.1	3.4	0.7	33.5	46.0	16.9	1.2	2.4
200 ～ 300 人	61.9	36.4	1.7	0.0	41.4	36.9	20.7	0.0	0.9	
業 種 別	製 造 業	21.0	57.9	18.0	3.2	19.4	39.3	28.3	3.5	9.4
	卸 売 業	21.4	58.4	16.2	4.0	17.3	41.6	27.5	4.0	9.6
	小 売 業	13.4	53.7	25.6	7.4	14.2	31.2	30.1	7.0	17.5
	サ ー ビ ス 業	17.9	52.7	22.6	6.8	15.4	33.2	30.7	6.3	14.4
	建 設 業	20.1	60.7	15.7	3.5	17.4	42.7	27.3	3.7	8.9
不 動 産 業	19.3	55.9	20.1	4.7	18.5	36.6	27.1	7.1	10.7	

○でんさいは7割強で利用せず

資金決済における手形の利用状況について、「取引の50%以上(4.9%)」、「取引の30%以上～50%未満(8.6%)」という回答がある一方で、「取引の10%未満」は17.7%、「全く使っていない」は55.0%となった。

一方で、電子記録債権(でんさい)については、「全く使っていない」が71.1%と最も多くなった(図表14)。

業種別にみると、製造業、卸売業、建設業では手形、でんさいとも比較的利用比率が高い傾向にあった。

図表14 手形とでんさいの利用状況

(単位: %)

選 択 肢	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
	手 形					でんさい					
	取引の50%以上	取引の30%以上～50%未満	取引の10%以上～30%未満	取引の10%未満	全く使っていない	取引の50%以上	取引の30%以上～50%未満	取引の10%以上～30%未満	取引の10%未満	全く使っていない	
全 体	4.9	8.6	13.8	17.7	55.0	4.8	4.3	7.4	12.4	71.1	
地 域 別	北 海 道	6.5	10.9	13.3	15.5	53.7	2.1	3.5	5.5	12.6	76.2
	東 北 道	4.5	6.4	12.0	19.3	57.9	5.7	3.8	7.4	11.5	71.6
	関 東 道	6.1	9.5	13.0	18.8	52.6	8.0	5.3	9.7	11.6	65.4
	首 都 圏	3.9	8.3	13.1	16.9	57.8	3.6	3.1	6.5	11.1	75.7
	北 陸 道	4.7	6.4	13.7	18.1	57.1	8.3	4.1	9.4	15.2	63.0
	東 海 道	5.2	10.0	15.1	19.9	49.8	7.4	6.2	8.3	14.2	63.9
	近 畿 道	4.9	9.1	15.0	18.8	52.2	5.3	6.4	8.3	14.1	65.9
	中 国 道	7.9	9.3	13.1	16.4	53.3	6.6	3.5	7.3	11.8	70.8
	四 国 道	6.3	8.4	13.9	17.4	54.1	3.6	3.3	7.7	11.0	74.4
九 州 北 部	5.8	7.3	17.0	14.0	55.8	2.4	3.0	7.1	9.6	77.9	
南 九 州	2.2	5.2	12.7	16.9	63.1	1.9	1.7	5.3	12.2	78.9	
規 模 別	1 ～ 4 人	2.4	4.9	6.7	12.4	73.6	2.3	1.7	2.7	6.2	87.1
	5 ～ 9 人	4.1	7.1	14.2	18.2	56.4	3.7	3.4	5.3	10.7	76.9
	10 ～ 19 人	6.2	9.8	17.8	20.6	45.7	5.1	4.0	9.5	15.5	65.9
	20 ～ 29 人	8.7	11.8	19.3	21.5	38.8	7.3	5.6	11.6	18.9	56.6
	30 ～ 39 人	7.1	15.2	22.0	21.8	34.0	8.1	8.1	13.0	19.8	51.0
	40 ～ 49 人	6.6	8.0	14.6	18.3	52.5	5.1	4.3	10.3	17.0	63.3
	50 ～ 99 人	9.7	15.8	24.7	25.1	24.7	10.3	12.6	17.0	21.0	39.1
	100 ～ 199 人	7.1	22.4	24.6	24.3	21.6	14.6	14.2	17.3	19.6	34.2
200 ～ 300 人	5.2	20.9	18.3	33.0	22.6	21.1	17.4	14.7	23.9	22.9	
業 種 別	製 造 業	8.3	14.2	19.5	21.8	36.3	8.4	7.5	11.8	16.0	56.4
	卸 売 業	7.5	11.1	18.6	20.9	42.0	5.1	5.1	10.8	15.4	63.6
	小 売 業	1.9	2.7	6.5	13.2	75.7	2.0	1.6	2.2	7.3	87.0
	サ ー ビ ス 業	1.3	2.3	5.4	11.8	79.2	1.8	1.0	2.4	7.3	87.5
	建 設 業	4.4	10.1	18.7	21.3	45.6	4.5	4.4	7.7	15.5	68.0
不 動 産 業	0.7	1.3	2.9	7.8	87.3	1.6	0.6	1.7	4.9	91.2	

○デジタル化への満足感はまちまち

デジタル化投資への満足度については、「大いに満足している」が4.2%、「やや満足している」が39.7%となったのに対し、「あまり満足していない」が27.5%、「全く満足していない」が3.7%と、まちまちの結果となった。

今後のデジタル化投資の計画については、「拡充する予定」が26.8%、「現状維持の予定」が51.1%となる一方、「縮小する予定」は0.8%にとどまった（図表15）。

全体としては、規模の大きい企業ほど、デジタル化投資への満足度が高く、今後も積極的な計画を立てている傾向にあった。

図表15 デジタル化投資の費用対効果と今後の計画

(単位：%)

選 択 肢	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
	満 足 度					今後の計画				
	大いに満足している	やや満足している	あまり満足していない	まったく満足していない	もともとデジタル化投資を実施していない	拡充する予定	現状維持の予定	縮小する予定	デジタル化投資は行わない	
全 体	4.2	39.7	27.5	3.7	24.9	26.8	51.1	0.8	21.3	
地 域 別	北海道	4.1	41.9	26.9	3.1	23.9	27.5	53.8	0.6	18.1
	東北	4.6	46.3	25.8	3.6	19.8	30.7	50.7	1.1	17.4
	関東	4.8	44.8	26.7	4.8	18.9	33.1	51.6	0.2	15.1
	首都圏	3.2	32.8	27.7	3.7	32.6	19.3	50.5	0.7	29.5
	北陸	3.9	42.3	29.0	2.7	22.1	26.8	53.4	1.4	18.4
	東海	4.6	45.4	27.5	3.3	19.2	35.2	49.5	0.5	14.8
	近畿	5.2	44.1	28.0	3.9	18.8	31.7	51.6	0.5	16.2
	中国	5.3	39.4	28.0	3.9	23.4	31.7	50.3	0.5	17.5
	四国	5.1	34.4	31.2	3.8	25.5	21.8	54.9	1.1	22.1
九州北部	3.2	35.0	29.3	3.5	29.0	23.9	51.2	0.3	24.6	
南九州	3.4	33.7	24.7	3.8	34.4	16.2	48.1	3.0	32.6	
規 模 別	1～4人	3.0	28.4	23.1	4.2	41.2	13.0	47.5	0.9	38.5
	5～9人	3.8	37.9	28.8	4.2	25.3	21.6	57.6	1.0	19.8
	10～19人	3.8	44.9	29.9	2.9	18.6	28.3	57.1	0.9	13.7
	20～29人	5.7	47.6	30.9	3.5	12.2	34.2	56.0	0.5	9.3
	30～39人	7.2	53.4	27.8	4.1	7.5	46.9	46.1	0.5	6.5
	40～49人	6.5	54.0	30.3	2.6	6.7	49.2	46.4	0.3	4.2
	50～99人	5.3	53.7	33.5	2.4	5.1	57.8	40.1	0.3	1.9
	100～199人	5.6	56.6	31.8	2.2	3.7	53.6	43.4	0.0	3.0
200～300人	7.6	57.6	30.5	2.5	1.7	68.6	31.4	0.0	0.0	
業 種 別	製造業	4.4	40.2	30.0	3.7	21.7	29.6	51.7	0.7	18.0
	卸売業	3.8	43.5	27.9	4.1	20.6	30.4	50.6	0.8	18.2
	小売業	3.7	33.4	23.9	3.5	35.5	20.0	47.7	0.8	31.5
	サービス業	4.7	38.5	25.1	3.6	28.2	25.4	48.8	0.8	25.0
	建設業	4.4	43.6	28.4	3.4	20.1	28.5	55.0	0.9	15.6
不動産業	3.7	38.9	27.0	3.6	26.7	23.2	52.6	0.6	23.5	

○コスト、人手不足、セキュリティなどに課題

デジタル化を進めるに際しての問題点・課題については、「導入・維持にかかるコスト負担が大きい(33.0%)」、「情報分野に長けた社員の不足(30.6%)」、「セキュリティの確保への不安(30.3%)」の3つが30%を上回った。以下、「費用対効果の把握が困難(29.3%)」、「活用方法に関する知識の不足(25.4%)」、「トラブル発生時の対応が困難(23.0%)」が続いた(図表16)。

対して、「特に問題点・課題はない」は10.8%となった。

図表16 デジタル化を進めるに際しての問題点・課題

選択肢	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
	費用対効果の把握が困難	技術革新が速すぎて対応しきれない	セキュリティの確保への不安	トラブル発生時の対応が困難	導入・維持にかかるコスト負担が大きい	情報分野に長けた社員の不足	活用方法に関する知識の不足	経営者・社員が必要と感じていない	その他	特に問題点・課題はない	
全 体	29.3	17.5	30.3	23.0	33.0	30.6	25.4	8.8	0.5	10.8	
地域別	北海道	29.8	19.1	29.1	25.9	39.4	33.7	26.8	9.0	0.1	8.4
	東北	32.1	22.7	29.5	25.3	36.9	33.2	31.8	7.2	0.6	6.2
	関東	30.6	22.9	34.6	24.9	36.6	34.6	29.4	7.5	0.9	6.9
	首都圏	25.2	14.4	25.9	18.8	28.9	26.1	21.4	10.4	0.4	15.4
	北陸	32.3	19.1	31.4	23.7	34.6	31.4	30.9	6.5	1.1	8.0
	東海	32.3	15.7	33.9	25.5	35.1	34.9	28.2	8.1	0.9	8.4
	近畿	33.1	16.6	35.8	25.3	32.8	33.4	24.7	7.7	0.7	8.5
	中国	31.9	19.0	29.8	21.2	36.0	32.1	27.4	9.7	0.3	9.8
	四国	27.6	17.0	27.8	23.2	29.5	29.7	21.1	7.6	1.1	10.8
九州	九州北部	24.7	20.7	31.4	25.1	29.3	23.9	23.2	9.0	0.2	12.2
	南九州	24.9	18.2	22.8	19.8	31.8	23.9	22.8	10.9	0.0	17.3
規模別	1～4人	23.5	19.2	23.7	20.8	28.4	21.7	23.9	14.1	0.6	16.0
	5～9人	28.5	19.2	29.3	24.1	31.6	30.3	24.8	8.3	0.4	10.3
	10～19人	32.7	17.0	31.5	24.1	35.4	33.9	28.5	5.7	0.6	8.7
	20～29人	33.3	16.8	35.7	25.2	35.6	37.1	26.2	5.4	0.9	6.9
	30～39人	33.6	13.7	37.5	26.4	40.3	37.8	27.2	3.6	0.6	5.7
	40～49人	36.0	13.5	37.0	23.8	37.8	39.4	24.8	3.2	0.6	6.0
	50～99人	36.7	14.0	42.5	24.3	39.0	43.5	25.4	3.8	0.1	4.6
	100～199人	38.8	10.4	39.9	20.9	44.0	47.4	19.4	5.6	0.0	6.0
	200～300人	39.3	9.4	47.9	14.5	46.2	37.6	34.2	5.1	0.0	4.3
業種別	製造業	31.9	17.0	32.0	24.0	34.8	31.3	25.6	8.2	0.6	8.7
	卸売業	30.7	15.9	31.1	23.8	34.5	33.5	25.8	7.1	0.6	10.0
	小売業	26.2	19.5	25.4	20.5	32.4	26.0	24.7	11.1	0.4	13.5
	サービス業	27.4	16.3	27.4	20.8	35.2	28.9	24.5	9.1	0.5	12.5
	建設業 不動産業	28.4 28.4	19.1 16.7	32.2 33.1	24.8 22.5	30.6 26.3	34.6 26.7	27.3 22.9	8.2 10.1	0.5 0.5	9.7 14.5

(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) コロナ禍からの回復

- ①全国旅行支援を受け、法人向け、個人向けとも販売が増加。コロナの5類移行による人流の増加に期待。
(ガソリン、灯油小売 北海道)
- ②新型コロナが落ち着いたことで、遠方からの客足もある。コロナ禍で視力低下を我慢していた顧客が店にきている。
(時計、眼鏡小売 岩手県)
- ③コロナの5類化によるイベントの活性化に期待しているが、仕入価格の高騰については懸念している。
(ファッションジュエリー卸 千葉県)
- ④取引先がコロナ禍の制限緩和を受けて客足が戻ってきている。5類への引下げ後に期待している。
(酒類卸 静岡県)
- ⑤テナント入居しているショッピングセンター全体の集客が回復しており、売上が増加している。
(婦人衣料小売 三重県)
- ⑥コロナの5類移行により、止まっていた航空機パルプの受注回復が期待できる。(パルプ類製造 滋賀県)
- ⑦コロナが5類になれば、イベントが増え、売上が増えると期待している。
(食器小売 岡山県)

(2) 仕入値・経費の上昇

- ①原油高や電気料金高騰を受け、資金繰りが厳しい状況。
(乳製品製造 秋田県)
- ②コロナの影響がまだ収まっていないうえ、電気代値上げが非常に痛い。(テナント賃貸、駐車場 宮城県)
- ③家賃や手数料の引上げが困難であり、今後も厳しい状況が続く見込み。
(不動産管理 埼玉県)
- ④大型工事を受けて売上は上昇しているものの、原材料費高騰に歯止めがかからず、対応に追われている。
(総合建築工事 静岡県)
- ⑤個人、団体とも顧客は戻ってきているが、ウナギ仕入れや電気代の高騰で収益は取りにくくなっている。
(ウナギ飲食 静岡県)
- ⑥光熱費高騰により経費負担が大きく増加した。魚価も流動的であり、先行きが見通しづらい。
(鮮魚加工品卸 三重県)
- ⑦円安と穀物価格高騰は、コロナ禍の影響を大きく上回る。大幅な減益は必至。
(飼料、小麦粉、砂糖卸 兵庫県)
- ⑧仕入先からの値上げ要請が相次ぎ、販売価格に十分に転嫁できていない。販売先は減少傾向にあり、新規開拓に努める。
(紙、紙製品卸 岡山県)

(3) 販売価格への転嫁

- ①常連の顧客は、値上げをしても変わらず購入してくれるため、収益に変化はない。
(和洋菓子製造販売 岩手県)
- ②仕入価格高騰に対し、価格転嫁できないため、廃業を決定した。
(燃料類、菓子販売 茨城県)
- ③採算の合わない製品については、価格交渉を根気強く行い、成果が出ている。
(生産用機械器具製造 新潟県)
- ④ウクライナ情勢や円安を受けて仕入価格が上昇しているが、価格転嫁はできている。(食肉販売 新潟県)
- ⑤価格転嫁のため、経営者が先頭に立って交渉している。
(青果小売 富山県)
- ⑥自動車部品の値上げに伴い、販売価格も引き上げている。顧客も物価高を承知しており、理解は得られている。
(自動車整備 静岡県)
- ⑦販売価格については、おおむね仕入価格の上昇を反映できている。
(塗料製造 岡山県)
- ⑧コロナ禍やウクライナ情勢を受け、石油や紙などの包装費用が増加した。4月から値上げを実施する。
(菓子製造 大分県)

(4) 人手の不足

- ①インバウンドが回復しているものの、人手不足により稼働ができない。客室は7割、客数は6割が限界。
(温泉ホテル 北海道)
- ②人員の不足が続いている。M&Aによる人手補充も検討。
(自動車修理 新潟県)
- ③業界全体で除雪作業員が減少しており、5年後には社内の態勢にも影響が懸念される。(土木工事 新潟県)
- ④人手不足が最大の課題。採用に使用するサイトを増やす予定。
(土木 静岡県)
- ⑤コロナ禍からの回復を受けて受注依頼が増えているが、人手不足を受け依頼を断っていることもある。
(自動車整備 静岡県)
- ⑥資源を回収するトラックドライバーが不足しており、業況に影響が出る可能性がある。
(古紙、アルミ缶、ペットボトル卸 愛知県)
- ⑦人手不足が続いており、DXやロボティクスにより人手に頼らない事業を模索している。(鉄筋工事 愛知県)
- ⑧熟練杜氏の退職により代表者が製造に携わっており、営業が手薄になっている。(清酒製造 兵庫県)

(5) デジタル化

〈積極的〉

- ①設計部門と製造部門のデータをデジタル化したことで、作業効率が上がった。
(マンション特注家具製造 山形県)
- ②インターネットを通じた販売も多く、HPは随時リニューアルしている。
(自動車販売 茨城県)
- ③手形帳発行手数料の上昇を受けて、でんさいの利用開始予定あり。
(段ボール製造 埼玉県)
- ④今まで手書きで帳簿管理をしていたが、税理士を変更し、経理システムを導入する予定。(鮮魚卸 静岡県)
- ⑤大手ゼネコンからの受注が多く、デジタル化への対応は必須となっている。
(防水工事 大阪府)

〈消極的〉

- ①デジタル化を導入することでかえってコスト増になると認識しており、導入予定はない。(水産物卸 北海道)
- ②商品納入先には高齢者も多く、完全なデジタル化は難しい。
(美容、理容品卸 茨城県)
- ③売上台帳も長年手書きで作成しており、取引先によって統一されていないため、デジタル化に踏み出せない。
(木材製造 埼玉県)
- ④デジタル化について、知識不足や社員不足が問題点。
(不動産代理仲介 広島県)

(6) 前向きな取組み

- ①M&Aで営業エリアを拡大している。
(石油、LPガス小売 北海道)
- ②円安を受け、台湾への輸出を積極的に行っていく。
(リンゴ卸 青森県)
- ③最新の工作機械を導入し、生産増、省エネ、環境(SDGs)への対応を進めている。(農業機械部品製造 山形県)
- ④SDGs関連商品など、取扱商品の拡充を進めながら新市場を創出する。
(包装、梱包資材卸 栃木県)
- ⑤工程管理ソフトを導入し、属人化を防いでいる。受注の好調を受け、新設備更改と工場拡張を予定している。
(配管支柱、通信筐体製造 神奈川県)
- ⑥循環型アルコール蒸留設備による、自社アルコールブランドの海外販売を強化している。(酵素製造 新潟県)
- ⑦事業再構築補助金を活用し、対面せずとも利用できる設備を導入した。非対面ツールの需要増加に対応する。
(クリーニング 愛知県)
- ⑧YouTubeでチャンネルを開設し、取引先の紹介動画を作成することで、より地元扎根した活動を行っている。
(税理士 愛知県)

※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。