

調 査

第192回全国中小企業景気動向調査 (2023年4～6月期実績・2023年7～9月期見通し)

4～6月期業況はコロナ前の水準を回復 【特別調査—アフターコロナと中小企業】

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：2023年6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：14,914企業（有効回答数 13,696企業・回答率 91.8%）
※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 71.8%
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4～6月期（今期）の業況判断D.I.は△7.4、前期比6.5ポイント改善とコロナ前の水準を回復した。
収益面では、前年同期比売上額判断D.I.がプラス12.3と前期比5.7ポイント改善、同収益判断D.I.は△2.3と同8.6ポイント改善した。販売価格判断D.I.はプラス29.5と2四半期ぶりに上昇した。人手過不足判断D.I.は△24.4と2四半期ぶりに人手不足感が若干強まった。設備投資実施企業割合は21.6%と前期比1.3ポイント上昇し、およそ3年ぶりの水準を回復した。業種別の業況判断D.I.は全6業種で、地域別にも全11地域で、それぞれ改善した。
2. 23年7～9月期（来期）の予想業況判断D.I.は△5.6、今期実績比1.8ポイントの改善を見込んでいる。業種別には不動産を除く5業種で、また、地域別には全11地域中、北陸と四国を除く9地域で改善の見通しとなっている。

業種別天気図

時期 業種名	2023年 1～3月	2023年 4～6月	2023年 7～9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

○業況はコロナ前の水準を回復

23年4～6月期(今期)の業況判断D.I.は△7.4、前期比6.5ポイント改善し、2019年10～12月期の△7.8以来、およそ3年半ぶりにコロナ前の水準を回復した(図表1)。

収益面では、前年同期比売上額判断D.I.がプラス12.3、前期比5.7ポイントの改善、同収益判断D.I.が△2.3、同8.6ポイントの改善となった。なお、前期比売上額判断D.I.はプラス5.6、前期比11.7ポイント改善、同収益判断D.I.は△5.8、同12.0ポイント改善と、ともに大幅な改善となった。

販売価格判断D.I.はプラス29.5、前期比2.4ポイントの上昇と、2四半期ぶりに再び上昇に転じた。一方、仕入価格判断D.I.はプラス57.2、同1.8ポイントの低下と、2四半期続けての小幅低下となった(図表2)。

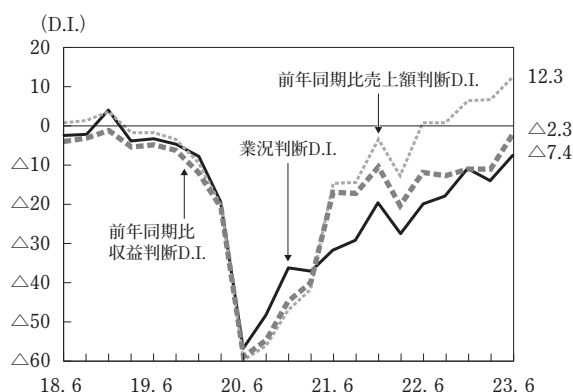
雇用面では、人手過不足判断D.I.が△24.4(マイナスは人手「不足」超、前期は△24.2)と、2四半期ぶりに人手不足感が若干強まった(図表3)。

資金繰り判断D.I.は△7.1、前期比3.7ポイント改善し、2019年10～12月期の△7.8以来、およそ3年半ぶりの水準まで回復した。

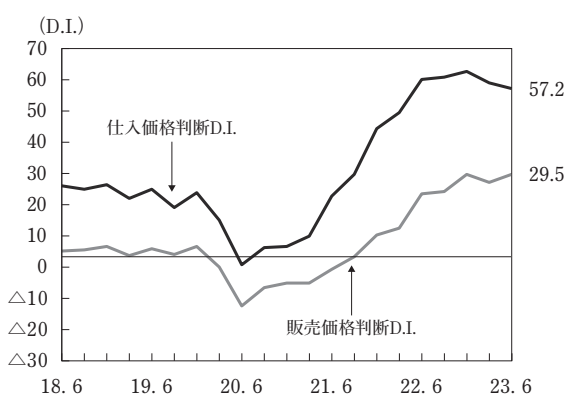
設備投資実施企業割合は21.6%、前期比1.3ポイント上昇し、2020年1～3月期の21.5%以来、およそ3年ぶりの水準を回復した。

業種別の業況判断D.I.は、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(14.0ポイント)で、次いで卸売業と小売業(ともに7.1ポイント)、不動産業(6.5ポイント)の順だった。

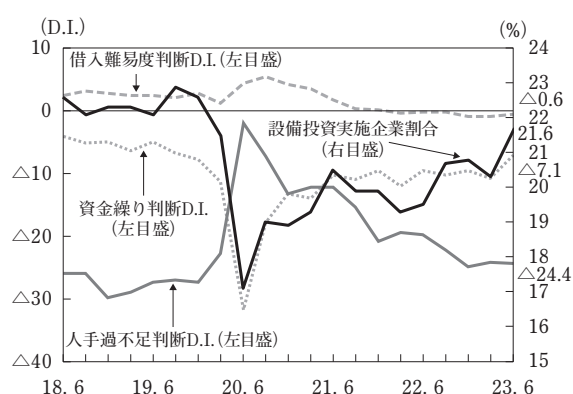
図表1 主要判断D.I.の推移



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. も、全11地域で改善した。最も改善幅が大きかったのは北陸（14.2ポイント）で、次いで北海道（13.5ポイント）、近畿（8.3ポイント）、の順だった。

○小幅改善の見通し

来期の予想業況判断 D.I. は△5.6、今期実績比1.8ポイントの改善を見込んでいる。

業種別の予想業況判断 D.I. は、全6業種中、不動産業を除く5業種で改善を見込んでいる。一方、地域別でも、全11地域中、北陸と四国を除く9地域で改善の見通しとなっている。

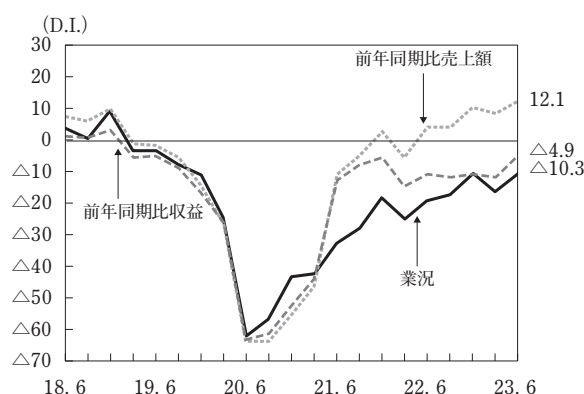
製造業

○2四半期ぶりに改善基調を回復

今期の業況判断 D.I. は△10.3、前期比5.8ポイントの改善と、2四半期ぶりに改善した（図表4）。

前年同期比売上額判断 D.I. はプラス12.1、前期比3.4ポイントの改善、同収益判断 D.I. は△4.9、同6.6ポイントの改善となった。また、前期比売上額判断 D.I. はプラス4.9、前期比11.9ポイント改善、同収益判断 D.I. は△8.1、同12.6ポイントの改善と、ともに大幅な改善となった。

図表4 製造業 主要判断D.I.の推移



○原材料価格 D.I. は4四半期続けて低下

設備投資実施企業割合は24.6%、前期比1.9ポイント上昇し、2020年1～3月期の25.1%以来、およそ3年ぶりの水準を回復した。

人手過不足判断 D.I. は△20.6（前期は△21.6）と、2四半期続けて人手不足感は緩和した。

販売価格判断 D.I. はプラス29.6、前期比1.5ポイント上昇と、2四半期ぶりの上昇となった。一方、原材料（仕入）価格判断 D.I. はプラス59.4、前期比3.7ポイントの低下と、4四半期続けて小幅低下した。

なお、資金繰り判断 D.I. は△8.3、前期比3.1ポイントの改善となった。

○製造業全22業種中、16業種で改善

業種別業況判断 D.I.は、製造業全22業種中、16業種で改善した（図表5）。

素材型では、全7業種中、改善4業種、低下3業種とまちまちだった。とりわけ、ゴムと非鉄金属は10ポイント超の大幅改善となった。

部品加工型は、全3業種中、金属製品が小幅低下したものの、プラスチックと金属プレスは改善した。

建設関連型は、全4業種中、建設金属が低下したものの、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ポイント超の大幅な改善となった。

消費財型では、全4業種で改善した。とりわけ、衣服以外の3業種は10ポイント超の大幅改善となった。

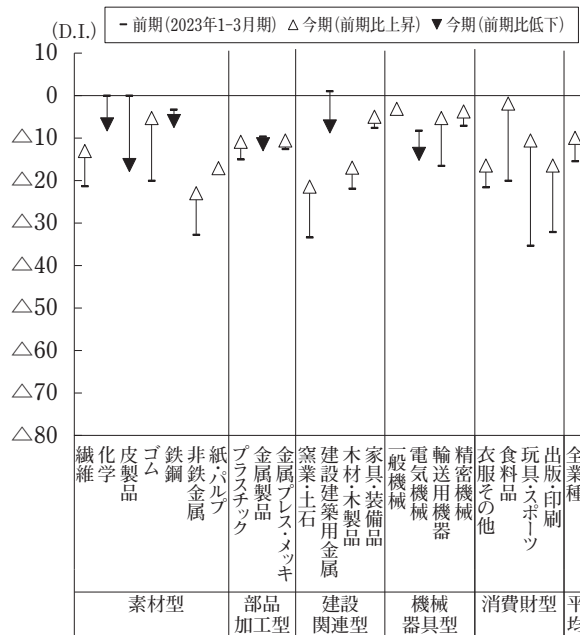
○総じて改善

販売先形態別の業況判断 D.I.は、全5形態で改善した。とりわけ、最終需要家型は10ポイント超の大幅改善となった。

また、輸出主力型の業況判断 D.I.は△2.3、前期比11.2ポイントの改善、内需主力型は△10.0、同5.4ポイントの改善と、ともに改善した。

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。前期比の改善幅をみると、1～19人で5.9ポイント、20～49人で3.5ポイント、50～99人で7.2ポイント、100人以上で10.9ポイントと、規模の大小によらず総じて改善した。

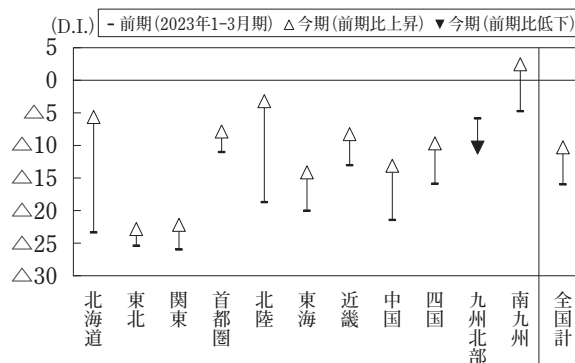
図表5 業種別業況判断D.I.の推移



○南九州がプラス転換

地域別の業況判断 D.I. は、全 11 地域中、九州北部を除く 10 地域で改善した。最も改善幅が大きかったのは北海道 (17.9 ポイント) で、次いで北陸 (15.6 ポイント)、中国 (8.5 ポイント) の順だった。なお、D.I. の水準に着目すると、南九州がプラス 2.5 と、2019 年 10 ~ 12 月期のプラス 2.3 以来、およそ 3 年半ぶりのプラス転換となった。一方、東北 (△22.9)、関東 (△22.4) などは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 △7.5 と、今期実績比 2.8 ポイントの改善を見込んでいる。

業種別には、全 22 業種中、18 業種で改善を見込んでいる。また、地域別には、全 11 地域中、北陸、中国、四国、南九州を除く 7 地域で改善の見通しとなっている。

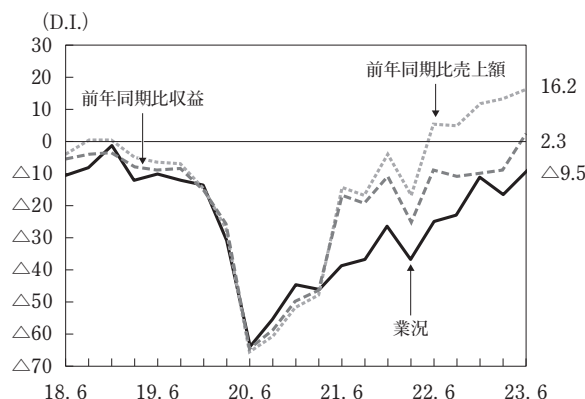
卸売業

○2四半期ぶりの改善

今期の業況判断 D.I. は △9.5、前期比 7.1 ポイントの改善と、2 四半期ぶりの改善となった (図表 7)。

なお、前年同期比売上額判断 D.I. はプラス 16.2、前期比 3.1 ポイントの改善、同収益判断 D.I. はプラス 2.3、同 11.1 ポイントの改善となった。

図表 7 卸売業 主要判断 D.I. の推移



○全 15 業種中、10 業種で改善

業種別の業況判断 D.I. は、全 15 業種中、貴金属や化学など 5 業種で低下したものの、10 業種は改善した。とりわけ、繊維品は 20 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、九州北部で小幅低下したものの、それ以外の 10 地域では改善した。

○改善の見通し

来期の予想業況判断 D.I.は△8.2、今期実績比1.3ポイントの改善を見込んでいる。業種別には、全15業種中、9業種で改善を見込んでいる。また、地域別には、全11地域中、北海道や東北など7地域で改善の見通しとなっている。

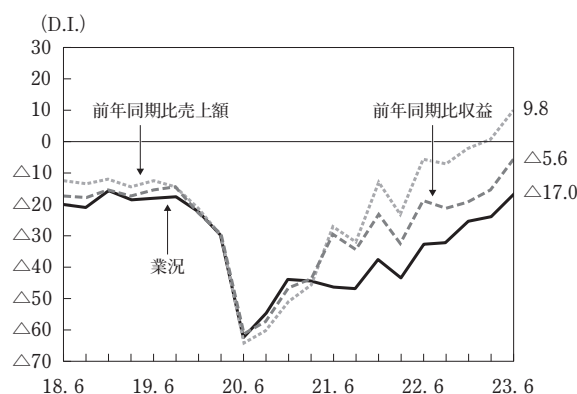
小売業

○業況は改善

今期の業況判断 D.I.は△17.0、前期比7.1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9.8、前期比9.2ポイントの改善、同収益判断 D.I.は△5.6、同10.0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、8地域で改善

業種別の業況判断 D.I.は、全13業種中、9業種で改善、4業種で低下した。中でも、飲食店は30ポイント超の大幅改善となった。地域別では、全11地域中、8地域で改善、3地域で低下となった。

○全11地域中、5地域で改善の見通し

来期の予想業況判断 D.I.は△15.8、今期実績比1.2ポイントの改善を見込んでいる。

業種別には、全13業種中、6業種で改善の見通しとなっている。家具、家電は10ポイント超の改善の見通しとなっている。また、全11地域中、5地域で改善の見通しとなっている。

サービス業

○業況は改善

今期の業況判断 D.I. は $\Delta 1.4$ 、前期比 14.0 ポイントの改善となった（図表 9）。

一方、前年同期比売上額判断 D.I. はプラス 21.8、前期比 11.9 ポイントの改善、同収益判断 D.I. は 7.2、同 13.3 ポイントの改善となった。

○全 8 業種中、7 業種で改善

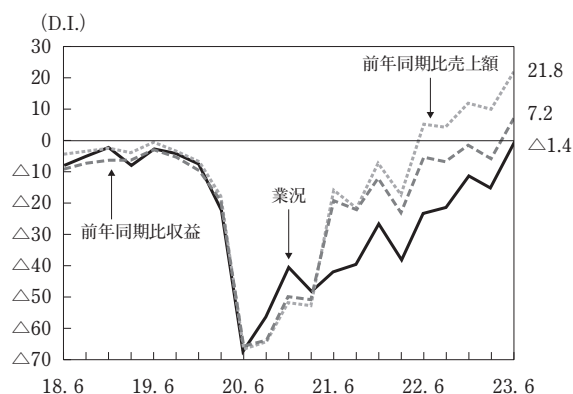
業種別の業況判断 D.I. は、全 8 業種中、7 業種で改善となった。とりわけ、ホテル・旅館は 20 ポイント近い大幅改善となった。地域別では全 11 地域中、九州北部を除く 10 地域で改善となった。

○改善の見通し

来期の予想業況判断 D.I. はプラス 0.6、今期実績比 2.0 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。

図表 9 サービス業 主要判断 D.I. の推移



建設業

○業況は改善

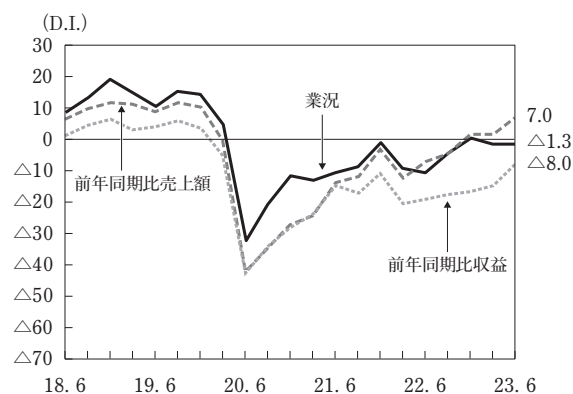
今期の業況判断 D.I. は $\Delta 1.3$ 、前期比 0.2 ポイントの改善となった（図表 10）。

なお、前年同期比売上額判断 D.I. は 7.0、前期比 5.2 ポイント改善し、同収益判断 D.I. は $\Delta 8.0$ 、同 6.9 ポイントの改善となった。

○全 11 地域中、5 地域で改善

業況判断 D.I. を請負先別で見ると、全 4 請負先中、官公庁を除く 3 請負先で改善となった。

図表 10 建設業 主要判断 D.I. の推移



地域別では全11地域中、北海道、東北など5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.はプラス 2.0と、今期実績比3.3ポイント改善を見込んでいる。

請負先別では、全4請負先が改善、地域別には全11地域中、中国、四国を除く9地域で改善の見通しとなっている。

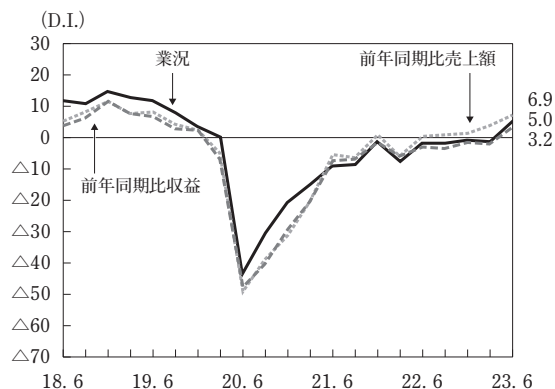
不動産業

○業況は改善

今期の業況判断 D.I.はプラス 5.0、前期比6.5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.はプラス 6.9、前期比3.4ポイントの改善、同収益判断 D.I.はプラス 3.2、同5.4ポイントの改善となった。

図表11 不動産業 主要判断D.I.の推移



○全11地域中、10地域で改善

業況判断 D.I.は、全5業種で改善、中でも、建売は9.3ポイントの改善となった。

地域別では、全11地域中、中国を除く10地域で改善した。

○低下の見通し

来期の予想業況判断 D.I.はプラス 1.6と今期実績比3.4ポイントの低下を見込んでいる。業種別には、全5業種中、4業種で低下を見込んでいる。

地域別には、全11地域中、関東を除く10地域で低下の見通しとなっている。

特別調査 アフターコロナと中小企業

○4割強が賃上げ、約2割が一時金支給

賃上げおよび一時金支給の実施状況については、賃上げについては44.4%が実施、一時金については21.5%が実施となった（図表12）。従業員規模別にみると、大きな企業ほど賃上げ実施や一時金支給の比率が高い傾向にあった。

原資については、賃上げでは「販売価格引上げ」が18.5%、「経費の節減」が14.3%、「内部留保の取り崩し」が9.0%と、販売価格引上げの比率が高い。一方で一時金支給では、「販売価格引

図表12 賃上げや一時金の支給の有無

(単位：%)

選択肢		1	2	3	4	5		6	7	8	9	0		
		賃上げの実施						一時金の支給						
		実施した						賃上げはしていない	支給した				一時金は支給していない	
販売価格の引上げ	経費の節減	内部留保の取り崩し	その他	販売価格の引上げ	経費の節減	内部留保の取り崩し	その他							
全体		44.4	18.5	14.3	9.0	2.5	55.6	21.5	6.3	7.7	6.0	1.4	78.5	
地域別	北海道	50.3	20.5	16.7	9.7	3.5	49.7	22.9	6.9	7.0	7.6	1.4	77.1	
	東北	47.4	18.4	15.6	11.1	2.3	52.6	21.1	5.9	7.2	6.1	2.0	78.9	
	関東	48.2	19.3	14.6	10.7	3.5	51.8	22.8	6.6	6.0	8.7	1.6	77.2	
	首都圏	37.8	15.9	14.4	6.1	1.4	62.2	18.3	5.5	7.9	4.0	0.8	81.7	
	北陸	45.6	19.6	12.7	10.0	3.1	54.4	20.3	5.2	7.0	5.7	2.3	79.7	
	東海	49.3	18.7	15.2	11.7	3.7	50.7	21.6	6.1	7.3	6.8	1.4	78.4	
	近畿	51.1	22.3	14.3	10.9	3.5	48.9	26.8	8.4	8.6	7.9	1.9	73.2	
	中国	47.3	20.0	12.1	12.6	2.6	52.7	22.0	6.5	6.7	7.9	0.9	78.0	
	四国	40.6	17.9	13.1	8.2	1.4	59.4	19.2	6.4	7.9	3.8	1.0	80.8	
九州別	九州北部	35.2	16.2	12.6	5.5	1.0	64.8	19.2	6.0	7.1	5.3	0.7	80.8	
	南九州	34.4	15.1	12.7	5.4	1.3	65.6	20.6	4.3	10.9	3.3	2.1	79.4	
規模別	1～4人	34.6	14.4	12.0	6.2	2.0	65.4	17.7	4.7	7.3	4.4	1.3	82.3	
	5～9人	42.1	18.0	14.0	8.0	2.1	57.9	19.8	6.0	7.1	5.6	1.2	80.2	
	10～19人	48.9	20.3	15.8	10.3	2.5	51.1	22.1	5.9	8.4	6.4	1.4	77.9	
	20～29人	55.7	21.2	18.1	12.9	3.5	44.3	26.1	8.1	8.7	7.7	1.5	73.9	
	30～39人	55.3	24.9	16.2	11.9	2.2	44.7	27.9	10.1	8.0	8.1	1.8	72.1	
	40～49人	50.1	22.1	13.2	10.9	4.0	49.9	23.6	8.4	7.4	5.6	2.1	76.4	
	50～99人	58.7	23.0	17.8	13.5	4.4	41.3	28.6	8.7	8.1	10.8	1.0	71.4	
	100～199人	59.6	24.2	17.4	14.3	3.8	40.4	31.2	8.0	11.4	10.1	1.7	68.8	
200～300人	60.2	30.5	15.3	11.9	2.5	39.8	33.0	12.3	7.5	12.3	0.9	67.0		
業種別	製造業	50.9	23.8	14.4	10.2	2.5	49.1	23.9	8.4	7.5	6.6	1.3	76.1	
	卸売業	44.4	20.3	13.3	7.9	2.9	55.6	21.4	7.5	7.5	5.1	1.3	78.6	
	小売業	35.2	15.2	13.1	5.2	1.7	64.8	17.2	4.9	7.7	3.6	1.0	82.8	
	サービス業	41.7	17.0	14.1	8.3	2.3	58.3	19.1	5.1	7.8	4.8	1.4	80.9	
	建設業	49.7	15.5	17.4	13.5	3.3	50.3	25.5	4.7	8.9	9.8	2.1	74.5	
不動産業	31.9	10.0	12.7	6.4	2.8	68.1	16.7	3.8	6.6	5.1	1.2	83.3		

上げ」が6.3%、「経費の節減」が7.7%、「内部留保の取り崩し」が6.0%と、横一線になっている。

業種別では、賃上げについては小売業や不動産業でやや低い一方、一時金支給については大きな差はなかった。

○電力・エネルギー価格上昇分の転嫁困難

原材料・仕入価格の上昇分や電力・エネルギー価格の上昇分相当を、販売価格に転嫁（上乘せ、値上げ）できているかについては、原材料・仕入価格については「転嫁できていない」が27.7%にとどまった一方で、電力・エネルギー価格については48.2%と約半数が「転嫁できていない」と回答しており、価格転嫁の状況にズレがみられた（図表13）。

従業員規模別にみると、規模が大きいほど転嫁できている割合が高い。従業員50人以上の

図表13 原材料・仕入価格や電力・エネルギー価格の上昇分の、販売価格への転嫁状況 (単位：%)

選択肢	1	2	3	4	5	6	7	8	
	原材料・仕入価格				電力・エネルギー価格				
	全て転嫁できている	ほぼ転嫁できている	やや転嫁できている	転嫁できていない	全て転嫁できている	ほぼ転嫁できている	やや転嫁できている	転嫁できていない	
全 体	4.3	24.3	43.7	27.7	2.4	13.2	36.3	48.2	
地 域 別	北 海 道	3.8	25.5	46.6	24.1	1.9	13.2	39.5	45.4
	東 北	3.0	24.0	43.7	29.3	1.8	11.4	34.4	52.4
	関 東	4.9	23.3	45.5	26.3	2.5	11.8	36.4	49.3
	首 都 圏	4.0	22.2	43.5	30.3	2.5	14.0	37.3	46.2
	北 陸	4.5	27.4	37.9	30.1	1.3	13.0	32.3	53.4
	東 海	4.4	25.8	44.7	25.1	2.1	14.1	35.7	48.1
	近 畿	5.1	28.6	42.3	24.0	2.6	14.4	36.5	46.5
	中 国	5.1	23.5	44.9	26.5	2.4	10.8	34.8	52.0
	四 国	5.5	20.5	43.5	30.4	3.3	10.5	32.9	53.3
九州北部	4.6	22.6	43.1	29.7	3.6	11.8	33.1	51.6	
南九州	2.9	19.2	45.1	32.9	2.3	11.9	37.7	48.0	
規 模 別	1～4人	4.8	21.8	40.7	32.8	2.8	11.5	32.7	53.1
	5～9人	3.9	23.3	45.6	27.2	2.2	13.2	35.6	48.9
	10～19人	4.1	26.6	43.6	25.7	2.4	13.3	37.9	46.5
	20～29人	4.3	26.0	47.1	22.7	2.5	14.3	38.9	44.4
	30～39人	3.4	28.1	45.1	23.4	1.8	15.7	38.9	43.7
	40～49人	5.0	22.9	44.5	27.6	2.2	14.5	37.1	46.1
	50～99人	4.0	29.8	46.5	19.7	1.0	15.9	44.4	38.7
	100～199人	4.1	26.9	49.6	19.4	2.4	17.3	43.4	36.9
	200～300人	4.2	33.9	45.8	16.1	1.9	16.7	48.1	33.3
業 種 別	製 造 業	3.5	25.8	47.6	23.0	2.1	14.3	39.8	43.8
	卸 売 業	5.1	32.7	43.9	18.3	2.1	15.2	35.3	47.4
	小 売 業	4.9	22.0	41.8	31.3	2.2	10.4	31.0	56.4
	サービス業	4.4	16.2	39.7	39.6	2.4	9.5	34.1	54.0
	建 設 業	3.9	25.6	47.0	23.6	2.6	15.8	41.3	40.3
	不 動 産 業	5.6	19.4	31.8	43.2	3.9	12.0	27.8	56.3

企業に限れば、原材料・仕入価格の8割以上、電力・エネルギー価格の6割以上は転嫁できている（「ほぼ転嫁できている」、「やや転嫁できている」を含む。）と回答した。

○売上はほぼコロナ前の水準に回復

新型コロナウイルス感染拡大前（およそ3年前）と比較した現在の売上については、「ほぼ変わらない（90～110%）」が40.4%と最も多くなった（図表14）。「減少（51%～70%）」は7.0%、「大幅減少（50%以下）」は1.5%にそれぞれとどまっており、大半の企業では売上がほぼコロナ前の水準に回復したと言える。

従業員規模別にみると、規模が大きいほど「増加（151%～200%）」や「やや増加（111%～150%）」の比率が多くなった。

図表14 コロナ前と比較した現在の売上げ

（単位：%）

選択肢	1	2	3	4	5	6	7	
	大幅増加 (201%以上)	増加 (151%～ 200%)	やや増加 (111%～ 150%)	ほぼ 変わらない (90～110%)	やや減少 (71%～89%)	減少 (51%～70%)	大幅減少 (50%以下)	
全 体	0.5	3.7	22.7	40.4	24.2	7.0	1.5	
地 域 別	北 海 道	0.4	3.5	23.1	41.1	24.3	6.1	1.5
	東 北	0.3	3.1	19.3	38.9	28.8	7.9	1.7
	関 東	0.7	3.5	23.3	40.5	24.0	7.0	1.0
	首 都 圏	0.6	4.1	22.3	42.7	22.2	6.6	1.5
	北 陸	0.6	4.3	21.6	39.6	26.3	5.3	2.4
	東 海	0.4	3.1	24.8	41.1	21.5	7.7	1.5
	近 畿	0.5	3.8	22.7	37.2	26.8	7.4	1.6
	中 国	0.9	3.8	21.4	38.1	26.3	8.3	1.1
	四 国	0.7	3.4	20.4	40.7	24.3	8.5	2.1
九州北部	0.3	4.4	23.2	43.9	22.2	4.9	1.0	
南九州	0.8	4.0	25.6	38.5	23.0	6.9	1.2	
規 模 別	1～4人	0.6	3.0	19.3	41.9	25.2	8.0	2.0
	5～9人	0.3	3.4	23.2	41.0	23.2	7.6	1.3
	10～19人	0.5	4.4	24.3	39.6	23.2	6.7	1.4
	20～29人	0.8	3.9	23.8	37.5	27.2	6.0	0.7
	30～39人	0.6	5.1	28.0	40.1	20.8	5.0	0.4
	40～49人	0.5	5.4	24.6	36.4	25.1	5.7	2.3
	50～99人	0.7	3.4	25.1	42.4	22.8	4.9	0.7
	100～199人	0.4	5.2	28.5	38.6	20.2	6.0	1.1
200～300人	0.0	6.7	32.5	34.2	21.7	3.3	1.7	
業 種 別	製 造 業	0.6	3.9	24.7	35.9	25.7	7.6	1.5
	卸 売 業	0.4	4.4	24.8	36.9	25.3	7.0	1.2
	小 売 業	0.6	2.7	18.7	38.4	28.6	9.0	2.0
	サ ー ビ ス 業	0.4	3.9	21.3	40.1	25.5	7.0	1.9
	建 設 業	0.6	3.6	23.3	47.3	19.6	4.6	1.0
不 動 産 業	0.4	4.1	20.4	54.9	14.1	4.8	1.3	

○現状維持志向が強まる

3～5年後に向けた事業展開については、「現状維持」が47.2%と、前回調査（2017年6月）と比較して3.4ポイント上昇した（図表15）。対して、「新販路・市場の開拓」は25.9%と、前回調査と比較して7.3ポイント低下している。「特に考えていない（わからない）」が4.3ポイント上昇（今回11.7%、前回7.4%）したと合わせると、不透明感が増す中で、新販路や市場への開拓志向が弱まり、現状維持やわからないとの回答が増加したと考えられる。

従業員規模別にみると、前回調査では規模が大きいほど「現状維持」の比率が低下する傾向にあったが、今回はそのような傾向がみられなかった。

図表15 3～5年後に向けた事業展開

（単位：％）

選択肢	1	2	3	4	5	6	
	現在の事業を、 現状のまま 継続したい	新しい 販路・市場を 開拓したい	新しい製品・ 商品・サービスを 開発したい	全く異なる 事業を 手がけたい	事業は 縮小・撤退する	特に 考えていない (わからない)	
全 体	47.2	25.9	10.9	1.7	2.6	11.7	
地 域 別	北 海 道	54.0	22.0	9.8	2.7	2.5	9.0
	東 北	45.8	29.7	10.4	1.0	4.0	9.0
	関 東	44.3	29.9	11.7	2.0	2.2	9.9
	首 都 圏	49.5	22.6	7.6	0.9	3.1	16.3
	北 陸	44.1	26.7	13.9	1.9	2.4	11.0
	東 海	44.3	28.2	14.3	2.1	1.9	9.1
	近 畿	43.6	29.5	13.9	2.3	2.0	8.7
	中 国	45.3	29.3	14.1	1.2	2.9	7.1
	四 国	48.7	24.6	8.5	0.7	2.5	14.9
九州北部	51.1	22.7	8.6	1.8	1.8	14.0	
南九州	49.2	22.2	8.1	2.0	3.1	15.4	
規 模 別	1～4人	48.5	21.4	9.0	1.8	3.8	15.4
	5～9人	47.7	26.3	10.0	1.7	2.4	12.0
	10～19人	47.5	27.9	10.4	1.8	1.8	10.6
	20～29人	43.9	30.5	15.3	1.6	1.8	6.8
	30～39人	46.5	29.8	13.6	1.2	1.5	7.5
	40～49人	49.2	28.7	9.5	1.5	2.1	9.0
	50～99人	41.9	31.4	15.8	1.2	1.5	8.2
	100～199人	43.8	32.2	14.6	1.5	1.9	6.0
200～300人	43.7	26.1	22.7	0.8	0.8	5.9	
業 種 別	製 造 業	40.2	31.4	15.1	1.2	2.5	9.5
	卸 売 業	38.7	33.5	12.7	1.8	2.2	11.1
	小 売 業	47.9	18.9	10.7	2.4	4.2	15.9
	サービス業	51.3	21.3	9.5	1.7	2.4	13.8
	建 設 業	59.6	22.2	4.4	1.8	1.9	10.0
不 動 産 業	56.7	21.0	6.2	1.3	2.1	12.7	

（参考）2017年6月調査結果

選択肢	1	2	3	4	5	6
全 体	43.8	33.2	11.9	1.3	2.4	7.4

○賃上げ等待遇面での改善を急ぐ

人材確保のための職場環境改善策については、「賃上げ等、待遇面の改善」が41.7%と最も多くなった(図表16)。以下、「ワークライフバランスの充実(長時間労働是正)」が22.2%となった。対して、「特にない」は34.2%となった。

従業員規模別では、規模が大きいほど各種の取組みをしている割合が高かった。また業種別では、建設業や製造業で賃上げを行っている比率が高かった。

図表16 人材確保のための職場環境改善実施策

(単位：%)

選択肢	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
	賃上げ等、待遇面の改善	ワークライフバランスの充実(長時間労働是正等)	テレワーク等、IT化の推進	人事管理(評価、処遇)の適正化	非正規雇用の処遇改善	高齢者の就業促進	女性が活躍しやすい環境整備	外国人材の活用	子育て、介護との両立	特にない	
全 体	41.7	22.2	6.7	17.0	4.5	14.3	12.8	6.5	5.4	34.2	
地 域 別	北 海 道	49.0	23.5	6.7	16.6	6.2	18.9	11.9	7.5	4.0	27.8
	東 北	44.0	20.7	4.6	19.2	5.6	22.3	13.6	4.5	7.2	32.6
	関 東	44.1	25.9	7.4	21.9	5.8	19.6	14.3	7.0	7.2	29.4
	首 都 圏	34.3	21.0	6.7	13.8	3.4	9.2	9.0	4.5	3.3	42.8
	北 陸	44.6	21.0	7.8	17.7	3.6	15.4	15.7	7.5	6.4	32.3
	東 海	45.5	24.0	7.1	18.8	4.6	17.9	17.1	9.5	6.3	28.3
	近 畿	47.9	24.4	7.7	20.2	4.7	13.4	14.1	7.8	5.8	28.1
	中 国	45.2	23.3	5.8	17.1	5.5	18.3	13.8	6.8	8.3	29.3
	四 国	38.0	15.0	5.3	14.5	3.7	11.5	14.5	7.1	6.0	38.0
九 州 北 部	40.6	19.7	4.1	14.1	4.4	9.5	11.5	4.4	6.1	37.0	
南 九 州	31.2	19.4	6.5	13.5	4.5	12.7	11.9	5.2	5.4	44.0	
規 模 別	1 ～ 4 人	31.3	16.0	5.7	12.2	3.9	10.4	10.4	3.1	4.1	48.5
	5 ～ 9 人	41.2	22.4	6.2	16.1	4.1	15.3	12.9	5.5	5.2	34.4
	10 ～ 19 人	47.1	24.7	6.3	17.7	5.4	16.4	13.9	8.1	6.1	27.7
	20 ～ 29 人	50.6	26.5	8.6	22.5	5.0	18.0	14.1	9.7	5.2	22.1
	30 ～ 39 人	55.2	29.5	9.3	20.7	4.1	18.1	14.8	11.9	6.0	18.1
	40 ～ 49 人	46.6	26.4	6.8	21.7	5.4	15.5	17.1	8.6	7.8	23.5
	50 ～ 99 人	53.1	28.9	9.1	26.1	5.2	17.5	13.0	10.4	6.7	19.6
	100 ～ 199 人	56.3	32.8	7.5	24.3	5.2	18.7	17.5	11.2	10.1	14.2
200 ～ 300 人	57.5	36.7	9.2	30.0	6.7	13.3	14.2	14.2	6.7	14.2	
業 種 別	製 造 業	45.8	24.7	6.2	18.1	4.5	17.4	13.8	10.5	5.6	27.3
	卸 売 業	41.3	22.4	7.5	18.2	5.0	13.1	12.2	4.3	5.0	35.3
	小 売 業	30.8	15.3	4.3	12.0	5.5	9.7	12.2	2.7	4.7	47.8
	サービ業	41.0	20.7	6.7	16.3	5.6	13.5	14.6	5.5	5.6	35.2
	建 設 業	53.0	26.3	7.4	20.7	3.2	19.2	9.4	7.8	5.2	25.0
	不 動 産 業	27.7	20.7	10.4	14.4	2.5	5.5	14.5	0.5	6.2	48.7

(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) 従業員の待遇改善

<待遇改善を実施>

- ①人材流出阻止のため、賃上げを実施。今後は福利厚生改善にも着手し、人材確保につなげる。
(肥料、農業資材卸 岩手県)
- ②需要が拡大する一方、人手不足が深刻である。企業型DCに加入するなど処遇を改善しながら、人材の流出防止や生産性の向上に努める。
(医療、介護サービス 兵庫県)
- ③一時期の半導体不足が解消され、売上好調。職場環境整備に向けて時短勤務の導入や定年制の撤廃を実施した。
(塗料製造 岡山県)

<待遇改善を実施できず>

- ①請負金額がコロナ前と変わっていないため、賃上げは難しい。徹底的な経費節減を行っている。
(削井工事 茨城県)
- ②原材料やエネルギーの価格上昇分を転嫁できないことから、賃上げを実施できなかった。
(土木工事 新潟県)
- ③取引先の設備投資意欲が低下しており、売上に影響が出ている。業況厳しく、賃上げはできていない。
(機械工具、電子部品卸 岡山県)

(2) コロナ禍からの回復

- ①コロナ禍が落ち着き、宴会が増加しているうえ、客層も個人客から団体客中心に移行している。北海道新幹線工事関係者の宿泊も好調。
(宿泊、宴会 北海道)
- ②コロナ終息により、音楽フェスの再開が予想され、売上増大を見込んでいる。
(ウクレレ、ギター卸 埼玉県)
- ③コロナ禍でSNSに動画を投稿する人が増えたため、売上が増加した。
(空調機器、音響部品製造 神奈川県)
- ④コロナの5類への移行に伴い需要は回復しているが、同業他社の攻勢も強まっており、競争が激化している。
(遊技場 長野県)
- ⑤補助金申請による設備の増設を受けて、作業が効率化している。業況もコロナ禍以前より良好。
(自動車部品製造 愛知県)
- ⑥結婚式再開のため売上は回復してきているが、フォトウェディングの浸透を受けて大幅な売上増には至らない。
(ブライダル貸衣装 兵庫県)
- ⑦コロナ感染症5類化に伴う飲食店の活性化に期待する。
(珍味、調味料卸 山口県)

(3) 販売価格への転嫁

<価格転嫁が進む>

- ①2月頃から順次、客室販売価格を引き上げている。今後は設備やサービスを見直し、客室単価をさらに引き上げていく。
(ビジネスホテル 静岡県)
- ②原材料価格の転嫁が進んでおり、業況は順調。
(金属加工製品 兵庫県)
- ③取引先との交渉の甲斐もあり、仕入価格高騰を販売価格に転嫁できている。
(建築金物製造 岡山県)

<価格転嫁が進まず>

- ①取引先との交渉がうまくいかず、価格改定に踏み切れない。
(麺製造 青森県)
- ②原材料価格高騰については価格転嫁できているが、電力、エネルギー価格については価格転嫁できていない。
(機械、設備部品加工 埼玉県)
- ③公共工事について、国や県相手だと価格転嫁できるが、市町村相手だと価格転嫁ができないことがある。
(土木工事 静岡県)

(4) 人手の不足

- ①元請けが人手不足により失注しており、当社の売上にも影響が出ている。(包装資材卸 北海道)
- ②賃上げを実施しているが、人手不足が続いている。特にパート職員は定着率が悪く、苦慮している。(ビルメンテナンス 山形県)
- ③人手は常に不足。人材確保のため職場環境改善に取り組んでいるが、同業者も同じ取組みをしており、差別化ができない。(保育園 埼玉県)
- ④人手不足からの脱却には至っていない。不採算・非効率な取引を見直すことで利益重視の体制を作る予定。(冠婚葬祭贈答品卸 新潟県)
- ⑤人手不足を受け、DXを活用して働きやすい職場環境に努める。(車両小売 愛知県)
- ⑥受注は好調だが、人手不足のため個人住宅等は断ることもある。賃上げと昇給を実施し、社員のモチベーションアップにつなげる。(総合工事 和歌山県)
- ⑦受注はコロナ前から変わらず好調だが、人手不足が深刻で、高齢化も課題。ハローワークに加え大手人材サイトも利用しているが、採用できない。(緩衝材等卸 岡山県)

(5) 前向きな取組み

- ①M&Aを進めており、営業エリアの拡大を目指している。(石油製品、LPガス小売 北海道)
- ②受注確保に向けた差別化や競争力確保のため、カーボンニュートラルへの取組みを検討している。ただし、費用対効果が不明であり、どこまで対応するかは企業内で協議予定である。(総合建設業 山形県)
- ③従来は受注先が1社限定だったが、計画的な営業活動により複数の受注先を確保したため、業績は回復傾向にある。(電気機械製造 神奈川県)
- ④空き家処分に関する相談が増加しており、ごみ処分業者や建物解体業者と連携し、事業化を検討。(不動産仲介、管理業務 新潟県)
- ⑤PB商品の開発やオリジナル商品のOEM供給など、高い利益を確保できる商品の展開に注力している。(食品小売 静岡県)
- ⑥SNSを活用してPRを積極的に行った結果、遠方からの来店客が増加している。(野球用品小売 愛知県)
- ⑦国内市場縮小は顕著であり、海外向け商品開発に注力中。日本酒以外にチューハイやジン、ウイスキーを生産し、業況回復を目指す。(日本酒製造 広島県)

(6) 信用金庫による支援

- ①工期の長期化により資金繰りが悪化しており、金庫として金融面、経営面で積極的に支援していく。(管工事業 山形県)
- ②これまで外国に発注していた商品がコロナを受けて輸入不能になり、当社への依頼が殺到。生産ラインを1ライン増設し、生産性を向上させた。運転資金が必要になったため、金庫が対応した。(理化学機器製造 神奈川県)
- ③店舗販売が低調であり、今後はECサイトを活用した販売に注力していく。金庫としては、取引先の紹介や資金支援に取り組む。(繊維製品卸 神奈川県)
- ④酒造会社とのコラボ商品販売など、様々なことに挑戦している。販路拡大に課題があり、金庫としてサポートしていく。(酒、たばこ、飲料水小売 新潟県)
- ⑤販路拡大に向けて当金庫主催のビジネスマッチングに参加した結果、2社と取引開始となり、東南アジア圏への販路開拓にも兆しがみえてきた。(菓子製造 長野県)
- ⑥事業再構築補助金を活用して設備投資を実施するため、金庫からは投資対効果の厳密な検証が必要と伝えられた。(紙加工、紙器製造 静岡県)

※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。