第205回全国中小企業景気動向調査
（2026年7～9月期実績・2026年10～12月期見通し）

7～9月期業況は3四半期ぶりの改善

【特別調査ー中小企業における生成AIの利活用について（特別設問：中東情勢による影響）】

信金中金総研

調査の概要

1. 調査時点：2026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：14,519企業（有効回答数　12,874企業・回答率　88.7％）
   ※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　71.3％
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. 26年7～9月期（今期）の業況判断D.I.は△4.1、前期比2.9ポイント改善と、3四半期ぶりの改善となった。

   収益面では、前年同期比売上額判断D.I.がプラス8.7、同収益判断D.I.は△3.1と、ともに改善した。販売価格判断D.I.はプラス33.7と、若干低下した。人手過不足判断D.I.は△25.2と、3四半期ぶりに人手不足感が強まった。設備投資実施企業割合は21.7％と、2四半期ぶりに上昇した。業種別の業況判断D.I.は、全6業種中、小売業と不動産業で小幅低下したものの、それ以外の4業種では改善した。地域別には全11地域中、南九州を除く10地域で改善した。
2. 26年10～12月期（来期）の予想業況判断D.I.は△2.1と、今期実績比2.0ポイントの改善を見込んでいる。業種別では全6業種中、不動産業を除く5業種で、また、地域別では全11地域中、北海道と北陸を除く9地域で、それぞれ改善の見通しとなっている。

業種別天気図

時期／業種名	2026年4～6月	2026年7～9月	2026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

○業況は３四半期ぶりの改善

26年7～9月期（今期）の業況判断D.I.は△4.1、前期比2.9ポイントの改善と、3四半期ぶりの改善となった（**図表1**）。

収益面では、前年同期比売上額判断D.I.がプラス8.7、前期比3.3ポイント改善、同収益判断D.I.は△3.1、同4.2ポイント改善した。なお、前期比売上額判断D.I.はプラス5.6、前期比2.1ポイント改善、同収益判断D.I.は△4.1、同3.0ポイントの改善と、ともに2四半期続けての改善となった。

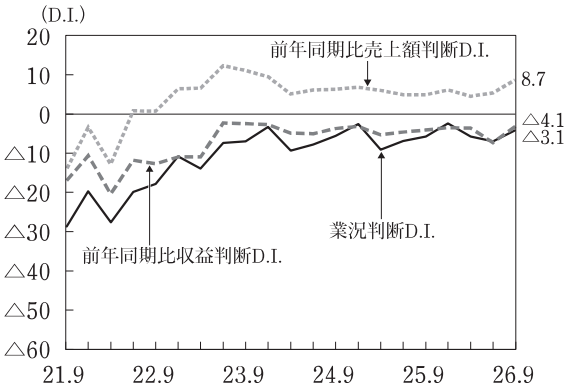
販売価格判断D.I.はプラス33.7、前期比0.8ポイント低下、仕入価格判断D.I.はプラス58.2、同5.0ポイント低下と、ともに2四半期ぶりに若干の低下となった（**図表2**）。

雇用面では、人手過不足判断D.I.が△25.2（マイナスは人手「不足」超、前期は△23.8）と、3四半期ぶりに人手不足感が強まった（**図表3**）。

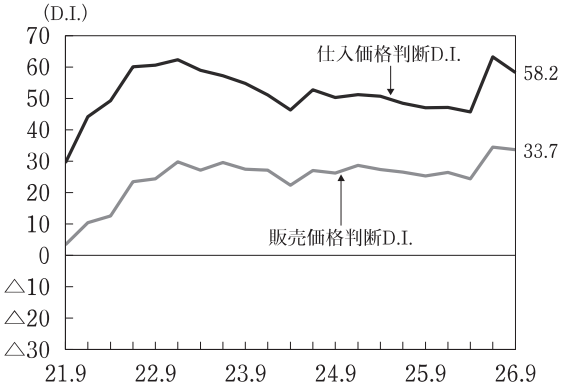
資金繰り判断D.I.は△8.4、前期比0.5ポイント改善と、2四半期続けての小幅改善となった。

設備投資実施企業割合は21.7％、前期比1.1ポイント上昇と、2四半期ぶりの上昇となった。

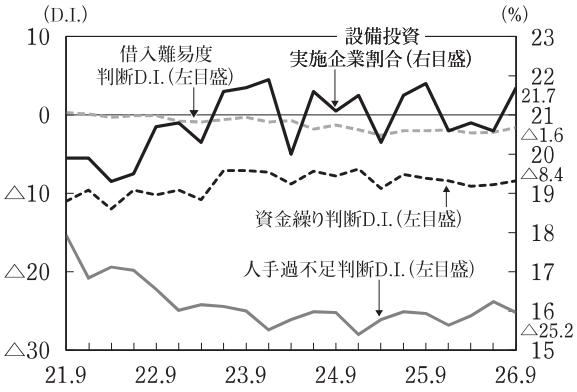
図表1　主要判断D.I.の推移



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



業種別の業況判断D.I.は、全6業種中、小売業と不動産業で小幅低下したものの、それ以外の4業種では改善した。最も改善幅が大きかったのは製造業（6.9ポイント）で、次いで卸売業と建設業（ともに2.5ポイント）の順だった。

一方、地域別の業況判断D.I.は、全11地域中、南九州を除く10地域で改善した。最も改善

幅が大きかったのは関東（7.8ポイント）で、次いで北陸（6.8ポイント）、東海（5.4ポイント）の順だった。なお、水準面では、全11地域中、首都圏（0.4）が唯一、プラス水準を維持している。

○引き続き改善の見通し

26年10～12月期（来期）の予想業況判断D.I.は△2.1、今期実績比2.0ポイントの改善見通しと、引き続き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、また地域別では、全11地域中、北海道と北陸を除く9地域で、それぞれ改善が見込まれている。

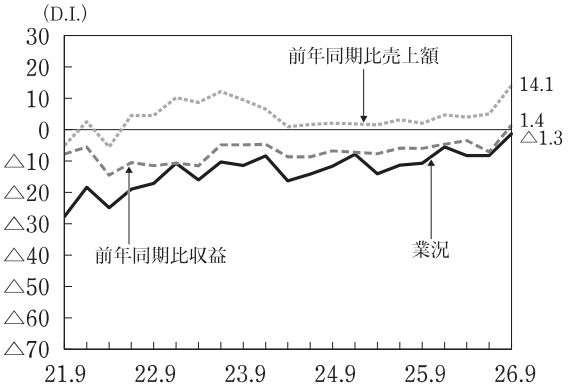
製造業

○2四半期続けて改善

今期の業況判断D.I.は△1.3、前期比6.9ポイント改善と、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14.1、前期比9.1ポイント改善、同収益判断D.I.はおよそ8年ぶりにプラス転換して1.4、同8.5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10.0、前期比4.9ポイント改善、同収益判断D.I.は△1.0、同5.7ポイント改善と、ともに改善となった。

図表4　製造業　主要判断D.I.の推移



○販売D.I.小幅上昇の一方で仕入D.I.は低下

販売価格判断D.I.はプラス33.9、前期比0.8ポイントの小幅上昇となった一方で、原材料（仕入）価格判断D.I.はプラス61.2、前期比6.2ポイントの低下となった。

また、設備投資実施企業割合は24.7%、前期比1.4ポイント上昇と、2四半期ぶりの上昇となった。

人手過不足判断D.I.は△24.2（前期は△21.4）と、3四半期ぶりに人手不足感が強まった。

なお、資金繰り判断D.I.は△8.3と、前期比0.9ポイントの小幅改善となった。

○製造業全22業種中、19業種で改善

業種別業況判断D.I.は、製造業全22業種中、19業種で改善した（**図表5**）。

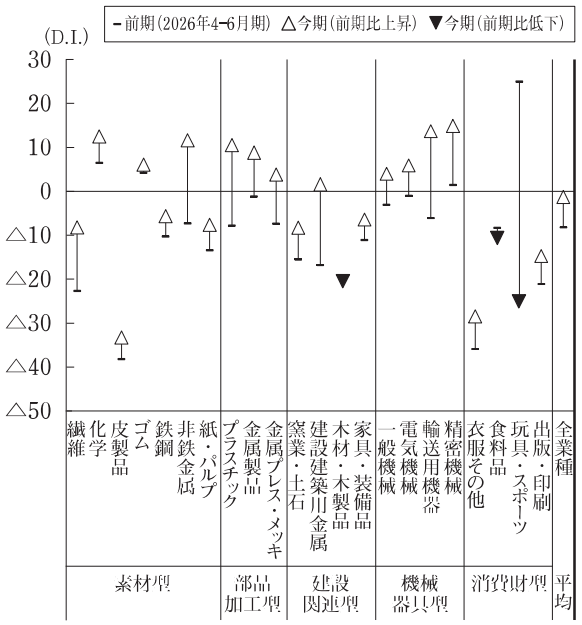
素材型では、全7業種で改善した。とりわけ、非鉄金属と繊維では10ポイント超の大幅改善となった。

部品加工型も、全3業種いずれも10ポイント以上の大幅改善となった。

建設関連型は、全4業種中、木材・木製品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業種で改善した。とりわけ、輸送用機器は20ポイント近い大幅改善となった。

図表5　業種別業況判断D.I.の推移



消費財型では、全4業種中、食料品と玩具・スポーツが低下したものの、衣服と出版・印刷では改善した。

○従業員規模の大きい階層ほど改善

販売先形態別の業況判断D.I.は、全5形態中、小売業者型と最終需要家型で小幅低下したものの、大メーカー型などそれ以外の3形態では改善した。

また、輸出主力型の業況判断D.I.はプラス1.4、前期比3.5ポイント低下したものの、内需主力型は△1.3、同6.9ポイント改善した。

従業員規模別の業況判断D.I.は、すべての階層で改善がみられたが、階層ごとにみた改善幅では、従業員規模の大きい階層ほど改善幅も大きかった。

○南九州を除く10地域で改善

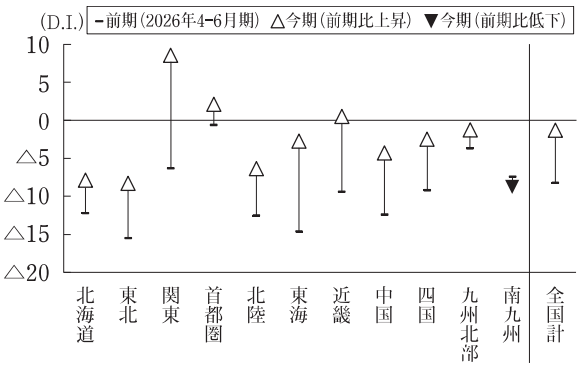
地域別の業況判断D.I.は、全11地域中、南九州で小幅低下したものの、それ以外の10地域では改善した（**図表6**）。最も改善幅が大きかったのは関東（14.9ポイント）で、次いで東海（11.9ポイント）、近畿（9.9ポイント）の順だった。また、D.I.の水準に着目すると、全11地域中、関東、首都圏、近畿がプラス水準に転じた一方で、南九州（△8.8）や東北（△8.3）、北海道（△7.9）などが相対的に厳しい水準にある。

○8年ぶりの業況プラス転換を見込む

来期の予想業況判断D.I.はプラス0.6と、今期実績比1.9ポイント改善を見込んでいる。実現すれば、およそ8年ぶりのプラス転換となる見通し。

業種別には、全22業種中、食料品など12業種で改善を見込んでいる。また、地域別には、全11地域中、北陸を除く10地域で改善を見込んでいる。

図表6　地域別業況判断D.I.の推移



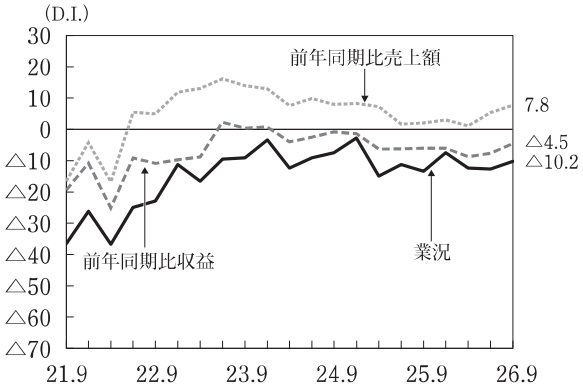
卸売業

○3四半期ぶりの改善

今期の業況判断D.I.は△10.2、前期比2.5ポイントの改善と、3四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7.8、前期比2.4ポイントの改善、同収益判断D.I.は△4.5、同3.1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11地域中、8地域で改善

業種別の業況判断D.I.は、全15業種中、紙製品など6業種で低下、医薬化粧品で横ばいとなったものの、それ以外の8業種では改善となった。とりわけ、玩具は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、首都圏、中国、九州北部を除く8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△6.1、今期実績比4.1ポイントの改善を見込んでいる。業種別には、全15業種中、12業種が改善見通しとなっている。また、地域別には、全11地域中、北海道、関東、東海を除く8地域で改善の見通しとなっている。とりわけ、北陸と九州北部では10ポイント以上の大幅改善を見込んでいる。

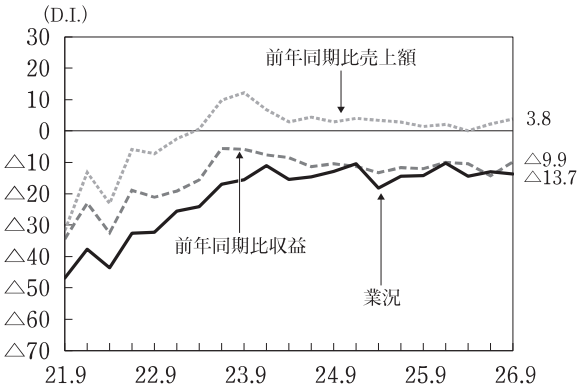
小売業

○業況は小幅低下

今期の業況判断D.I.は△13.7、前期比0.7ポイントの小幅低下となった（**図表8**）。

前年同期比売上額判断D.I.はプラス3.8、前期比1.6ポイントの改善、同収益判断D.I.は△9.9、同4.4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13業種中、10業種で低下

業種別の業況判断D.I.は、全13業種中、飲食品、家電、燃料の3業種は改善したものの、それ以外の10業種では低下となった。とりわけ、スポーツ・玩具は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、関東、東海、近畿など6地域で低下した。とりわけ、東海は10ポイント超の大幅低下となった。

○小幅改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△13.0、今期実績比0.7ポイントの小幅改善を見込んでいる。

業種別には、全13業種中、木材など6業種で改善、書籍・文具、カメラの2業種で横ばい、家電など5業種で低下の見通しとなっている。また、全11地域中、近畿、南九州など7地域で改善、北海道、北陸など4地域で低下の見通しとなっている。

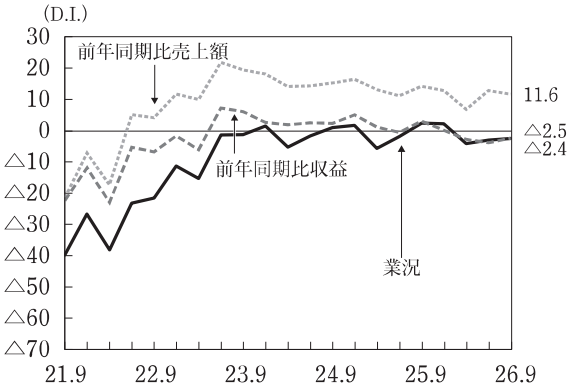
サービス業

○業況は小幅改善

今期の業況判断D.I.は△2.5、前期比0.5ポイントの小幅改善となった（**図表9**）。

前年同期比売上額判断D.I.はプラス11.6、前期比1.2ポイントの低下、同収益判断D.I.は△2.4、同1.5ポイントの改善となった。

図表9　サービス業　主要判断D.I.の推移



○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、情報・調査・広告、ホテル・旅館など５業種で改善となった。地域別では全11地域中、７地域で改善、４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.はプラス 0.6、今期実績比3.1ポイントの改善を見込んでいる。

業種別では、全８業種中、ホテル・旅館とその他修理を除く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、中国など６地域で改善、東海で横ばい、北海道など４地域で低下の見通しとなっている。

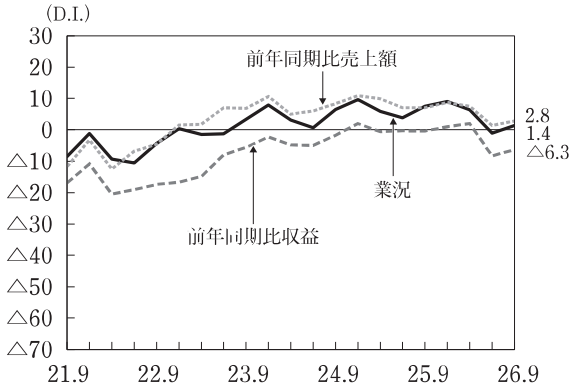
建設業

○業況は改善

今期の業況判断 D.I.はプラス 1.4、前期比2.5ポイントの改善となり、2四半期ぶりのプラス水準となった（**図表10**）。

前年同期比売上額判断 D.I.はプラス 2.8、前期比1.4ポイントの改善、同収益判断 D.I.は△6.3、同2.0ポイントの改善となった。

図表10　建設業　主要判断D.I.の推移



○全４請負先中、３請負先で改善

業況判断 D.I.を請負先別でみると、大企業向けで低下となったものの、それ以外の３請負先では改善となった。水準面に着目すると、大企業向けがプラス 9.1となり、相対的に堅調である一方、個人向けはマイナス水準となっている。

地域別では全11地域中、首都圏、四国、南九州で低下したものの、それ以外の８地域では改善となった。

○改善の見通し

来期の予想業況判断 D.I.はプラス 3.4、前期比2.0ポイントの改善を見込んでいる。

請負先別では、全４請負先で改善の見通しとなっている。地域別では全11地域中、北海道、北陸を除く９地域で改善の見通しとなっている。

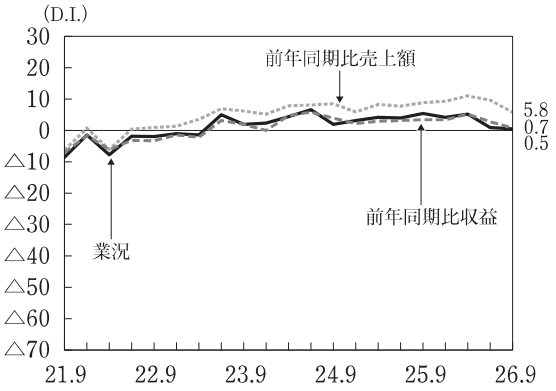
不動産業

○業況は小幅低下

今期の業況判断 D.I.はプラス 0.5、前期比 0.4 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 5.8、前期比3.8 ポイントの低下、同収益判断 D.I.はプラス 0.7、同2.1 ポイントの低下となった。

図表11　不動産業　主要判断D.I.の推移



○全11地域中、5地域で低下

業種別の業況判断 D.I.は、全5業種中、貸家など3業種で改善となったものの、建売と仲介は低下した。

地域別では、全11地域中、首都圏、近畿、中国など6地域で改善となったものの、北海道、四国、九州北部など5地域で低下した。

○小幅低下の見通し

来期の予想業況判断 D.I.は0.3と今期実績比0.2 ポイントの小幅低下を見込んでいる。

業種別には、全5業種中、貸事務所と建売の2業種で低下を見込んでいる。地域別には、全11地域中、東北、近畿など4地域で低下の見通しとなっている。

特別調査
【中小企業における生成AIの利活用について（特別設問：中東情勢による影響）】

○約3社に1社が生成 AIを利活用と回答

業務上での生成 AIの利活用有無については、「利活用している」との回答が36.1％となり、約3社に1社が生成 AIを利活用している結果となった（**図表12**）。その内訳をみると、「主に経営者（個人事業主を含む）（15.4％）」、「主に従業員（11.1％）」、「全社的に利活用（9.6％）」の順に多くなった。

一方で、「利活用していない」は52.7％と半数超を占め、「わからない」は11.3％となった。

規模別では、企業規模が大きいほど利活用が進む傾向がみられた。業種別では、不動産業で相対的に利活用が進む一方、小売業では進んでいない傾向がみられた。

図表12　生成AI利活用の有無および利活用者

（単位：％）

		利活用している				利活用していない	わからない
			全社的に利活用	主に経営者（個人事業主を含む）	主に従業員		
全体		36.1	9.6	15.4	11.1	52.7	11.3
地域別	北海道	32.3	8.0	13.5	10.8	57.0	10.7
	東北	34.0	10.7	13.2	10.1	55.9	10.2
	関東	40.2	10.8	19.2	10.2	53.3	6.5
	首都圏	29.5	8.0	10.9	10.6	54.7	15.8
	北陸	37.6	9.1	18.9	9.5	54.3	8.2
	東海	44.5	11.6	19.3	13.6	47.9	7.6
	近畿	44.3	11.9	19.3	13.2	47.6	8.1
	中国	37.6	9.0	17.6	11.0	54.4	8.1
	四国	27.6	8.3	12.7	6.6	58.7	13.7
	九州北部	36.9	8.6	18.5	9.7	49.0	14.1
	南九州	28.3	7.7	11.0	9.6	54.3	17.4
規模別	1～4人	22.8	5.3	12.7	4.8	63.6	13.6
	5～9人	30.5	6.9	14.5	9.1	57.7	11.8
	10～19人	38.7	8.6	18.0	12.1	51.4	9.9
	20～29人	46.9	12.3	19.6	15.1	44.3	8.8
	30～39人	47.2	14.1	18.2	15.0	43.7	9.1
	40～49人	58.8	19.0	19.3	20.5	32.8	8.4
	50～99人	58.0	17.6	16.6	23.9	32.0	9.9
	100～199人	66.8	27.7	10.5	28.5	25.8	7.4
	200～300人	71.6	35.1	11.2	25.4	17.2	11.2
業種別	製造業	36.6	8.6	17.2	10.8	52.4	11.0
	卸売業	34.3	8.3	14.2	11.8	53.8	11.9
	小売業	29.1	7.5	14.7	6.9	57.7	13.2
	サービス業	38.4	11.5	15.7	11.3	50.6	10.9
	建設業	37.7	9.7	14.1	13.9	52.0	10.3
	不動産業	43.5	16.1	13.9	13.5	46.5	10.0

○生成 AI 利活用・関心は文章作成が最多

生成 AI 等の利活用状況については、業務上で利活用している用途に加え、現時点で利活用していない場合の関心用途も含めて、当てはまるものを尋ねた。その結果、「文章作成（メール・案内文・議事録）（36.0％）」が用途の中で最も高くなった（**図表13**）。以下、「データ分析（売上・顧客動向等）（18.3％）」、「アイデア出し・経営戦略策定（15.6％）」、「経理事務作業の効率化（請求書の整理等）（15.3％）」が続いた。一方、「利活用しておらず関心がない」は38.4％にのぼった。

「文章作成（メール・案内文・議事録）」について、業種別では不動産業や建設業で回答割合が高い傾向がみられた。「利活用しておらず関心がない」は、規模別では企業規模の小さい企業群、業種別では小売業で回答割合が高い傾向がみられた。

図表13　生成AIの用途ないしは関心のある用途

（単位：％）

		文章作成（メール・案内文・議事録）	問合せ対応の効率化（チャット対応、FAQ等）	販促文章の作成（SNS投稿、チラシ文面等）	経理事務作業の効率化（請求書の整理等）	社内情報検索・マニュアル化	採用業務の効率化（求人票作成等）	データ分析（売上・顧客動向等）	アイデア出し・経営戦略策定	その他	利活用しておらず関心がない
全体		36.0	9.7	13.5	15.3	7.0	3.6	18.3	15.6	2.4	38.4
地域別	北海道	34.3	9.0	12.4	15.2	5.5	3.5	16.5	14.8	2.2	41.4
	東北	39.5	11.2	15.8	14.1	8.6	3.7	21.6	17.4	2.4	36.9
	関東	39.0	8.5	17.4	15.4	7.9	4.2	21.0	17.1	2.4	33.8
	首都圏	26.9	9.1	9.4	14.0	5.8	3.2	14.3	10.2	1.6	48.0
	北陸	39.6	9.6	15.2	14.7	6.2	3.1	19.7	18.3	3.1	35.1
	東海	46.9	11.9	16.8	17.3	10.2	3.2	21.8	19.8	2.8	26.9
	近畿	45.3	11.3	14.5	17.0	8.2	4.7	22.1	20.4	3.3	28.5
	中国	37.0	9.6	15.9	18.2	6.5	4.2	19.3	16.2	3.4	35.2
	四国	31.3	7.4	13.5	14.0	4.9	3.2	13.5	13.3	1.7	45.8
	九州北部	30.7	8.3	11.5	15.0	5.5	3.9	15.7	13.7	2.4	41.7
	南九州	25.6	6.2	14.1	12.9	4.9	2.9	16.4	14.3	1.3	48.5
規模別	1～4人	23.8	6.7	12.7	10.2	2.9	1.8	12.7	12.8	2.0	54.1
	5～9人	30.5	8.7	13.3	14.7	5.5	3.2	16.9	14.4	2.5	42.3
	10～19人	40.1	10.3	13.4	17.8	8.0	4.5	19.4	16.1	2.9	32.5
	20～29人	48.1	11.5	14.5	19.0	8.9	5.3	21.6	17.0	2.0	26.0
	30～39人	47.3	13.0	10.5	21.4	12.4	6.5	24.1	19.4	2.2	22.2
	40～49人	52.9	13.7	19.1	19.7	11.9	5.5	26.0	18.5	2.4	17.8
	50～99人	53.2	14.5	15.1	19.9	14.9	5.0	28.8	21.0	2.7	18.6
	100～199人	62.6	16.1	11.8	24.8	16.5	5.1	29.5	23.6	3.9	9.1
	200～300人	66.9	16.5	12.0	24.8	18.0	8.3	29.3	24.1	0.8	10.5
業種別	製造業	36.8	9.4	9.8	16.4	8.7	4.2	19.9	16.7	2.8	36.9
	卸売業	35.0	9.5	14.2	16.6	7.5	3.6	21.5	15.6	2.5	37.2
	小売業	26.5	7.9	18.1	10.8	3.4	2.6	16.2	15.4	1.5	46.7
	サービス業	35.3	11.4	15.4	14.7	6.8	4.0	18.0	14.8	2.1	38.5
	建設業	41.1	9.2	9.9	18.5	7.6	4.1	14.3	13.8	2.6	36.8
	不動産業	44.3	12.4	21.0	12.9	5.9	2.3	19.3	16.0	2.1	32.4

（備考）最大3つまで複数回答

○セキュリティ面の懸念がAI利活用の障壁か

生成AIを業務で利活用する上での課題、また現時点で利活用していない場合の理由については、「情報漏えい・セキュリティ面の不安（35.5％）」が最も高くなった（**図表14**）。以下、「利用に際する社内ルールの未整備（18.2％）」、「出力内容の正確性への不安（18.0％）」、「推進できる人材がいない（16.9％）」が続き、「特にない」は26.6％となった。

「情報漏えい・セキュリティ面の不安」について、規模別では規模が大きい企業群、業種別では不動産業で回答割合が高い傾向がみられた。

図表14　生成AI利活用に際する業務上の課題

（単位：％）

		情報漏えい・セキュリティ面の不安	利用に際する社内ルールの未整備	出力内容の正確性への不安	業務上での活用方法が分からない	操作方法・使い方への不安	効果検証・運用の時間が確保できない	費用対効果が不明	推進できる人材がいない	その他	特にない
全体		35.5	18.2	18.0	14.0	15.2	7.5	12.0	16.9	0.5	26.6
地域別	北海道	30.5	17.4	19.2	14.0	17.0	7.9	11.9	17.3	0.8	26.4
	東北	31.6	19.3	18.6	16.5	15.5	8.1	14.7	18.7	0.7	30.2
	関東	39.8	20.3	23.1	15.9	14.7	7.0	12.3	18.8	0.3	20.7
	首都圏	31.6	14.3	13.5	11.9	13.9	5.8	9.5	15.2	0.5	32.4
	北陸	30.8	17.9	21.5	21.1	14.8	8.2	11.6	17.7	0.5	26.5
	東海	41.6	23.8	22.4	15.5	15.8	8.6	12.5	18.3	0.6	19.0
	近畿	42.9	22.7	22.8	14.3	14.4	9.6	14.3	17.5	0.7	20.5
	中国	35.1	20.4	18.7	13.3	16.4	6.3	13.5	17.2	0.8	26.5
	四国	32.9	15.1	18.1	10.6	16.3	8.7	10.9	17.3	0.2	28.7
	九州北部	36.4	13.5	11.3	12.8	16.5	6.6	12.9	14.2	0.0	28.3
	南九州	31.0	12.1	9.4	11.5	16.8	6.6	10.9	15.6	0.0	34.9
規模別	1～4人	23.6	6.6	12.3	15.1	15.1	6.2	10.2	15.3	0.5	38.6
	5～9人	32.0	14.1	16.4	13.9	17.7	7.2	12.5	18.1	0.5	28.2
	10～19人	36.9	18.8	19.7	14.9	16.4	8.5	12.7	17.8	0.6	22.7
	20～29人	43.6	27.0	21.4	13.8	14.8	8.7	14.4	18.0	0.8	17.6
	30～39人	49.7	32.9	21.2	14.0	13.2	8.4	14.6	18.1	0.4	14.4
	40～49人	50.3	35.8	27.7	10.9	11.6	6.9	11.3	18.0	0.4	11.6
	50～99人	57.2	40.6	27.5	11.3	11.2	10.0	13.3	16.6	0.5	11.6
	100～199人	64.2	42.9	31.9	9.1	12.2	9.4	10.6	13.4	0.8	8.3
	200～300人	70.5	41.7	28.8	8.3	15.2	9.1	14.4	15.9	0.0	6.8
業種別	製造業	37.4	20.0	18.5	13.7	14.6	8.4	11.7	18.6	0.7	25.0
	卸売業	37.0	19.4	16.4	16.4	15.4	7.6	12.7	17.8	0.3	24.4
	小売業	26.3	11.5	15.1	15.4	16.6	6.5	11.4	15.0	0.6	33.0
	サービス業	35.0	18.4	17.5	12.4	14.9	7.1	10.9	16.6	0.4	27.5
	建設業	37.6	20.3	19.9	14.0	15.0	7.2	12.4	16.6	0.8	24.9
	不動産業	40.5	17.7	21.8	10.8	15.2	7.3	13.5	13.2	0.1	25.4

（備考）最大3つまで複数回答

【特別設問：中東情勢による影響】

○半数超が中東情勢混迷により調達面で支障

中東情勢の混迷等による原材料や商品の調達における支障について、直近（6か月程度）では「一部支障が生じている（48.5％）」が最も高く、「かなり支障が生じている（10.0％）」と合わせた「支障が生じている」との回答割合は58.5％となった（**図表15**）。

また、今後についても「一部支障が生じる見込み（45.3％）」が最も高く、「かなり支障が生じる見込み（7.8％）」と合わせた「支障が生じる見込み」との回答割合は53.1％となった。

規模別では概ね規模が大きい企業群、業種別では建設業や製造業で支障を訴える割合が高い傾向がみられた。

図表15　中東情勢の混迷等による調達面での支障（直近・今後）

（単位：％）

		直近					今後				
		かなり支障が生じている	一部支障が生じている	あまり支障は生じていない	特に問題なく通常どおり	該当なし・分からない	かなり支障が生じる見込み	一部支障が生じる見込み	あまり支障は生じない見込み	特に問題なく通常どおりの見込み	該当なし・分からない
全体		10.0	48.5	23.6	11.3	6.7	7.8	45.3	25.1	11.9	9.9
地域別	北海道	10.7	50.2	23.9	10.4	4.7	8.3	48.2	24.9	11.3	7.3
	東北	14.2	51.4	18.8	8.8	6.9	12.2	49.9	21.4	6.6	9.9
	関東	7.8	53.9	24.9	10.2	3.1	7.3	48.8	27.4	11.3	5.2
	首都圏	8.1	45.6	23.9	12.8	9.6	6.1	42.7	24.5	13.8	12.9
	北陸	9.8	54.1	20.8	9.7	5.6	9.0	45.4	25.4	11.3	8.8
	東海	9.4	45.9	26.9	12.8	5.1	7.6	41.9	28.2	13.9	8.4
	近畿	12.2	50.9	22.2	10.7	4.1	9.1	48.4	25.2	10.2	7.1
	中国	9.9	44.7	25.7	14.4	5.2	6.5	41.2	28.4	14.7	9.2
	四国	10.7	46.3	25.4	10.4	7.1	7.5	44.5	24.7	12.7	10.7
	九州北部	10.3	47.5	25.4	9.2	7.6	7.8	46.2	25.7	10.0	10.4
	南九州	9.6	47.9	20.3	10.0	12.3	6.5	44.4	19.0	11.9	18.2
規模別	1～4人	9.9	44.1	22.3	13.7	10.0	8.1	41.4	22.4	14.6	13.4
	5～9人	10.9	48.7	23.0	11.3	6.2	8.1	46.5	24.6	11.0	9.7
	10～19人	10.9	50.6	23.2	9.3	6.0	8.3	46.5	26.4	9.8	9.0
	20～29人	11.0	50.7	25.6	9.6	3.1	8.4	48.7	26.5	9.2	7.1
	30～39人	9.1	49.4	28.2	9.6	3.7	7.9	44.6	28.8	12.1	6.6
	40～49人	7.9	50.5	25.0	12.2	4.4	4.5	47.4	29.6	12.0	6.5
	50～99人	8.2	55.5	24.1	9.0	3.1	6.7	51.9	25.5	11.4	4.6
	100～199人	7.5	58.0	25.9	6.7	2.0	5.9	51.4	28.4	7.2	7.2
	200～300人	5.2	56.7	26.1	9.0	3.0	2.6	49.1	33.3	9.6	5.3
業種別	製造業	9.8	52.1	24.0	9.3	4.8	7.0	48.2	27.0	10.0	7.9
	卸売業	11.7	48.1	23.0	11.5	5.7	8.2	45.3	25.6	12.2	8.8
	小売業	9.0	46.7	24.1	12.9	7.3	8.4	43.3	24.5	13.0	10.7
	サービス業	9.5	40.9	24.3	15.3	10.0	8.5	39.0	23.3	15.4	13.8
	建設業	11.8	55.9	20.6	7.6	4.1	8.3	52.3	22.9	9.0	7.4
	不動産業	7.3	35.6	26.4	16.8	14.0	6.5	33.8	25.2	17.7	16.8

○行政には「給付金」や「調達支援」を期待

中東情勢の混迷等を受け、今後、行政に求める支援策については、「一時支援金などの給付金（29.9％）」が最も高くなった（**図表16**）。以下、「原材料・部材の調達支援（29.1％）」、「エネルギーの安定供給・料金対策（26.9％）」、「価格転嫁の円滑化支援（26.7％）」が続いた。

「一時支援金などの給付金」については、業種別ではサービス業や小売業、規模別では規模の小さい企業群で回答割合が高い傾向がみられた。また、「原材料・部材の調達支援」は規模別では規模の大きい企業群、業種別では建設業で回答割合が高い傾向がみられた。

図表16　中東情勢の混迷等を受けて行政に求める支援策

（単位：％）

		一時支援金などの給付金	資金繰り支援の拡充	価格転嫁の円滑化支援	原材料・部材の調達支援	エネルギーの安定供給・料金対策	省エネ・効率化の支援	情報提供・相談窓口の強化	買占めや不当な値上げへの監視強化	その他	特になし
全体		29.9	23.5	26.7	29.1	26.9	9.1	7.7	20.7	0.6	14.8
地域別	北海道	29.2	20.1	24.1	33.9	34.1	8.4	7.4	22.7	0.5	11.9
	東北	30.2	25.1	26.3	31.4	34.5	9.0	8.3	23.9	0.7	13.3
	関東	27.5	21.3	29.3	30.4	36.2	12.9	7.0	26.0	0.5	8.8
	首都圏	31.0	24.3	23.3	25.7	17.6	7.1	7.0	14.9	0.4	20.0
	北陸	29.4	26.5	25.2	28.9	33.9	9.6	8.5	19.7	0.5	12.5
	東海	25.3	19.9	30.5	28.3	33.2	10.5	8.2	24.6	0.9	13.4
	近畿	30.3	23.8	32.0	31.5	29.4	10.2	8.5	27.7	0.8	10.9
	中国	29.0	20.9	27.9	29.9	30.2	12.7	8.9	21.6	1.4	13.5
	四国	31.4	29.1	23.0	26.9	23.0	9.4	8.1	20.0	0.5	14.6
	九州北部	31.5	27.1	25.0	27.5	17.1	7.7	7.8	12.8	0.2	18.5
	南九州	36.0	26.8	23.8	29.7	18.5	6.1	6.8	13.2	0.7	19.7
規模別	1～4人	32.3	23.1	20.3	23.8	20.8	7.1	7.3	17.5	0.5	21.7
	5～9人	31.3	25.6	25.3	27.8	25.2	7.7	8.2	21.0	0.6	13.5
	10～19人	30.8	26.5	29.5	31.5	27.4	9.0	7.5	21.7	0.7	11.9
	20～29人	27.6	24.4	33.7	34.6	32.2	10.8	7.8	25.4	1.0	9.5
	30～39人	27.5	19.3	32.1	33.7	31.2	12.1	8.7	22.5	0.9	11.0
	40～49人	26.5	21.1	31.3	28.9	36.6	13.2	7.8	21.2	1.0	10.1
	50～99人	22.5	19.0	35.8	38.1	36.1	13.8	9.2	24.3	0.3	8.3
	100～199人	20.3	17.6	37.5	44.1	41.4	13.3	5.9	25.8	0.0	5.9
	200～300人	20.1	17.2	38.8	41.0	47.0	15.7	6.7	25.4	0.0	5.2
業種別	製造業	30.1	23.5	30.6	32.9	29.2	10.5	6.6	21.5	0.8	11.5
	卸売業	28.4	25.7	29.4	27.2	26.2	7.6	8.6	20.5	0.5	13.6
	小売業	32.6	22.9	24.0	20.9	24.5	9.0	7.2	15.6	0.5	19.0
	サービス業	33.3	20.5	20.4	23.5	27.5	11.1	8.6	16.3	0.5	19.1
	建設業	28.8	25.4	30.3	38.8	26.9	6.0	7.2	27.7	0.5	9.9
	不動産業	23.0	22.6	15.8	23.9	22.3	9.7	11.8	21.2	0.6	24.6

（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) 業況堅調

①高い技術力を保持しており、他社と比べても優位性の高い商品を開発できていることから、今後も安定した業況が見込まれる。（プラスチック加工製品製造　北海道）

②定期点検、オイル交換等、顧客へのアフターサービス充実によって安定した売上を確保（自動車販売　山形県）

③大型ショッピングモール等との差別化を図るため、ワインに絞って品揃えを強化したことで、1人あたりの客単価は上昇している。（酒・米等小売　埼玉県）

④データセンターで必要な電源装置の受注を予定しており、好調な業況が続く見通し（産業用変成器等製造　長野県）

⑤顧客の囲い込みが重要となるなか、近隣の競合他社が閉店したことで、その分の顧客が来店してくれていることから、売上が増加傾向にある。（生鮮食料品小売　愛知県）

⑥商業施設や大規模リゾートホテルの造成工事等、民間からの受注状況が良好であるため、売上堅調。今後も民間工事の受注に注力していく。（一般土木工事　兵庫県）

⑦ペット需要が高まっていることから、増収増益。今後はトリマー部門を強化し、さらなる増収が図れるよう尽力していく。（ペットショップ　鹿児島県）

(2) 苦境

①外注先が高齢化を理由に廃業している。この流れが続けば従来の仕事が成り立たなくなる。（型枠工事　北海道）

②店舗の立地は良いが、地域の人口流出が著しく、購入点数が減少傾向にある。（和・洋菓子小売　福島県）

③大口取引先からの受注が減少したことで売上が減少傾向。BtoBのため新規開拓の経験がある人員が少なく、痛手が大きい。（制御盤製造　静岡県）

④熊本地震でいぐさの国内シェア約95％を占める八代市が甚大な被害を受けているため、畳価格が10～15％上昇。今後の作付けにも懸念がある。（畳材料等卸売　愛知県）

⑤住宅コストの上昇によって需要が冷え込み、販売の見通しが立ちにくくなっているため、販売用不動産の仕入れを進めにくくなっている。（土地売買　滋賀県）

⑥ビニールハウスの新築需要が減少しており、アフターメンテナンスや修理等の小口案件が中心となっているため、売上が減少している。（農業用フィルム製造　香川県）

⑦古い設備を刷新したいが、現状の売上規模では投資資金を回収できる見込みがない。値上げもしたいが顧客離れが懸念され、なかなか踏み切れない。（食品小売　山口県）

(3) 中東情勢の影響

①中東情勢の影響による支障はあまり生じていないが、仕入難になりそうな部品については1年間分仕入れるなどして対策している。（医療機器・情報機器製造　岩手県）

②中東情勢の緊迫時は、小袋や留金が入手できず、5個入り商品を単品販売せざるを得ない時期もあったが、現在は入手できている。（アイスクリーム類製造　福島県）

③中東情勢の影響で取引先である工場が稼働していないため、案件数が減少（一般機械器具製造　群馬県）

④中東情勢の影響によって、駆込み需要の増加していることに加えて物価高騰で値上げがしやすくなっているため、売上が大幅増加している。（建設資材卸売　山梨県）

⑤中東情勢の影響から原材料に関する不透明感が強く、賃上げ等には慎重に対応せざるを得ない。（総合工事　長野県）

⑥中東情勢の影響により、仕入数量の制限や価格上昇が生じて見積書作成に時間を要するほか、納期延長など顧客サービスにも影響が出ている。（総合工事　大阪府）

⑦中東情勢の影響でストップしていたメーカーからの仕入は再開されたが、著しい値上がりによって仕入を減らしているため、在庫が不足気味である。（塗料卸売　沖縄県）

(4) 価格転嫁の状況・課題

①未だに価格転嫁に抵抗を持つ取引先が多く、交渉がうまくいかない。安く発注できる先が見つかれば取引を解消されるリスクもあり、値上げは難しい。（印刷業　北海道）

②随時取引先との交渉の場を設けており、価格転嫁に向けて努力している。（自動車部品製造　群馬県）

③同業他社とのサービスの面で差別化を図ることで、相場より高い価格帯を設定しても選んでもらえるケースが増え、収益力が向上している。（冠婚葬祭業　長野県）

④青果品は天候等によって相場が変動するため、仕入価格が短いスパンで上下する。販売価格への反映にも限度があるため、利幅確保に苦戦（野菜・果物卸売　静岡県）

⑤大手メーカーと取引しており、協議等を通じてコスト上昇分を転嫁できている。（省人化用機械製造　三重県）

⑥原材料が値上がりしているものの、納入先からの値下げ交渉等によって価格転嫁が十分にできておらず、収益が伸び悩んでいる。（段ボール製品製造　愛媛県）

⑦仕入値が上がっており、利幅は減少する一方である。学校給食は価格競争が激しいため、価格転嫁が難しい環境にある。（食肉・精肉小売　大分県）

(5) 生成AIについて

①30代の社長がモデル図の作成で重宝するなど、生成AIを積極的に活用している。（リフォーム工事　北海道）

②業務上で日常的にAIを活用しており、効率化が進んでいる。今後はAIを軸とするビジネスを推進していきたいと考えている。（ソフトウエア関連サービス　群馬県）

③生成AIの利活用を推進するため、専門人材を獲得し、従業員への利用推進およびマニュアル構築を図っていく見込みである。（不動産仲介　群馬県）

④AIを活用したいがどのような場面で活用できるのかがイメージできていない。（エクステリア商品卸売　静岡県）

⑤業務は手作業によるものが大半を占めており、生成AIを使う余地が少ないことから、利活用が進みにくい環境である。（LED表示基板等製造　三重県）

⑥社内ルールの整備やセキュリティ面でのリスク低減等、対応すべき内容が多いため、生成AIを業務上で取り入れる状況には至っていない。（タイヤ・自動車用品卸売　三重県）

⑦従業員の高齢化が進んでおり、生成AIを利活用できる人材が不足していることから、導入して利活用できる状況にはない。（水道用バルブ製造　滋賀県）

(6) 人手不足・対策

①昔ながらの商材から脱却し、新製品開発や販路開拓、他社とのコラボ等を進めていきたい思いはあるが、若い従業員がおらず、行動に移せていない。（印刷物製造　山形県）

②人手不足のため、社長が自ら業務をこなさなければならない状況にある。可能ならば、業務を他の人々に任せて経営活動に注力したい。（家具小売　群馬県）

③今後、従業員を増員する予定で採用活動を進めているが、当社が求めている人材を確保するのは難しいと感じている。（不動産売買　埼玉県）

④新卒採用を実施しているものの、技術面を磨くためには経験が必要となるため、社内講習などの学びの機会を充実させ、人材育成に注力していく。（土木工事　新潟県）

⑤ぎりぎりの人員体制で事業を回しており、社長もプレイヤーの1人となってしまうため、DX化やAI利活用といった取組みがどうしても後回しになる。（人形卸売　静岡県）

⑥同業他社の廃業に伴って問合せが増加しているが、職人が足らないために引き受けることができず、機会損失が発生している。（鋼材・金属部品・工具卸売　兵庫県）

⑦M&Aによる事業拡大を見据え、買収後の現場運営を担える体制を整えるため、現場監督責任者の育成に取り組んでいる。（塗装工事　岡山県）

(7) 前向きな取組み

①メイン商品の原料となる鮭の漁獲高が少なくなるなか、ブリやタコを原料とした商品の開発に注力し、収益の多角化を図る。（新巻鮭製造　北海道）

②使っていない事務スペースを活用し、賃貸等、新たな事業を始めることを検討中（紙製品・日用品卸売　福島県）

③展示会に参加してPRを実施したことで、自社製品に関する問合せが増加した。インドや中国等、海外からの契約も見込まれている。（ステンレス加工品製造　静岡県）

④今後見込まれる為替リスクを低減させるため、外国産の配合飼料だけでなく、国産の材料の取扱量を増加させていく。（配合飼料卸売　愛知県）

⑤経営状況を従業員に対してオープンにし、ボトムアップへの転換を図ることで、従業員のモラルをあげる体制づくりに取り組んでいる。（自動車部品製造　愛知県）

⑥国内需要が低迷し、大手量販店からの受注が減少しているため、販売先をアジア圏へとシフトしている。今後も海外向けへの販売を拡大したい。（サンダル・靴製造　大阪府）

⑦固定客を獲得するため、LINEやインスタグラム等のSNSを用いた集客や、教室の開催等、新しい事業に取り組んでいる。（楽器販売・修理　鹿児島県）

※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