

景況感は大幅に改善も、原材料価格高騰には懸念。

▶ 令和3年10月～12月の自社業況DI(全業種)は▲2.1と、前期比+21.5ポイントの大幅改善となった。新型コロナの感染拡大が落ち着き、経済活動が回復しつつあることがうかがえる。業種別にみると、全6業種において改善。特に、卸売業、小売業、運輸・倉庫業の大幅な改善が目立った。(表1・グラフ)

▶ 次期(令和4年1月～3月)の自社業況DIは▲2.3で、今期比-0.2ポイントとほぼ横ばいの見込みとなった。今回調査の回答期間は、12月7日～12月20日であり、新型コロナの新たな変異株「オミクロン」の感染が拡大する前である。次期はほぼ横ばいの見込みではあるが、足元では感染が再拡大しており、引き続き、注視していく必要がある。(表1・グラフ)

▶ 構成別DI(全業種)では、全ての項目において上昇。特に、原材料・仕入価格DIは、6期連続で上昇。事業者からは、原材料・原油価格の高騰の影響により、自社の収益を圧迫している等の声が聞かれた。

▶ 経営上の問題点は上位以下の通り。(全24項目中)新型コロナの感染が拡大し始めた、令和2年4～6月調査より6期連続で1位だった、「受注、需要の増加又は減少」との回答は減少し、「人材難、求人難、定着の悪化」が6期ぶりに1位となった。

1位 「人材難、求人難、定着の悪化(40.4%・前期比+5.2%)」
(建設業56.4%、サービス業45.5%、運輸・倉庫業41.4%)

2位 「受注、需要の増加又は減少(36.8%・前期比▲9.2%)」
(製造業44.3%、建設業39.6%、卸売業36.5%)

3位 「営業利益の低下(33.1%・前期比▲1.1%)」
(製造業47.5%、小売業44.7%、運輸・倉庫業34.5%)

3位 「原材料高、入手難(33.1%・前期比+11.3%)」
(製造業62.3%、卸売業42.4%、建設業40.6%)

業種別	前期 (R3.7-9)	今期 (R3.10-12)	次期予測 (R4.1-3)
全業種	▲23.6	▲2.1 (+21.5)	▲2.3
建設業	▲39.0	▲19.8 (+19.2)	▲8.0
製造業	▲23.5	▲19.6 (+3.9)	▲22.9
卸売業	▲18.5	+23.5 (+42.0)	+12.9
小売業	▲43.7	▲15.8 (+27.9)	▲7.9
運輸・倉庫業	▲40.7	▲13.8 (+26.9)	±0.0
サービス業	▲7.5	+7.8 (+15.3)	+1.9

※前期(R3.7-9月期)は前回調査結果。今期の()内は、前期比。

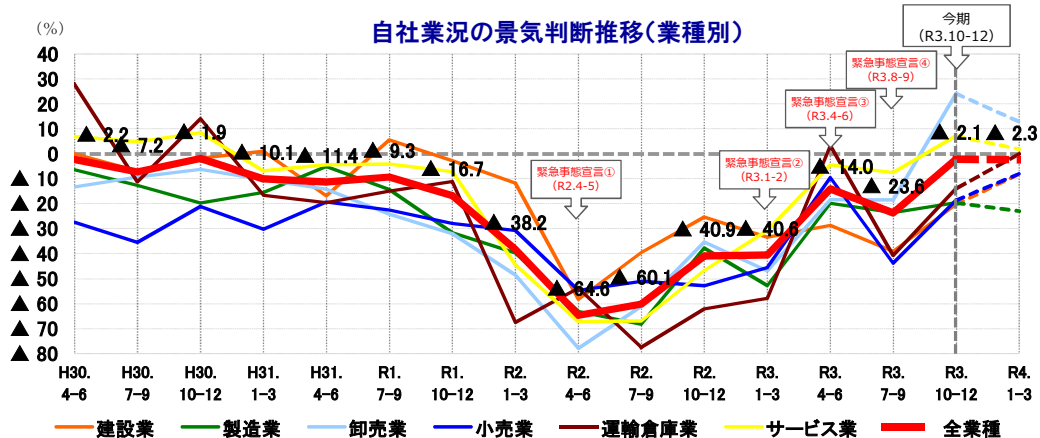
項目	前期 (R3.7-9)	今期 (R3.10-12)	次期予測 (R4.1-3)
売上額	▲21.8	▲0.8 (+21.0)	+0.2
原材料・仕入価格	+33.6	+50.4 (+16.8)	+46.8
販売価格	▲6.6	+1.9 (+8.5)	+7.4
製品在庫	▲4.8	▲2.2 (+2.6)	+2.6
営業利益	▲29.4	▲13.9 (+15.5)	▲13.2
資金繰り	▲12.4	▲11.1 (+1.3)	▲9.0

※前期(R3.7-9月期)は前回調査結果。今期の()内は、前期比。

【企業の声(一部抜粋)】

- 緊急事態宣言解除により、延期されていた修学旅行が急激に増加したが、一般の観光需要や高速バスの乗車率が伸びていない。(運輸・倉庫業:旅客運送)
- 新型コロナが長期化する中で、航空運賃やコンテナなどの輸送費高騰が利益を圧迫している。(卸売業:食料品)
- 新型コロナの感染者数が減少し売上が回復している。ようやく立ち直りを見せているが、予断を許さない状況。(サービス業:ホテル・旅館・飲食業)
- 鋼材の度重なる値上げにより、受注した単価と合わなくなっており工事すればするほど原価割れする。(建設業:建設付帯工事)

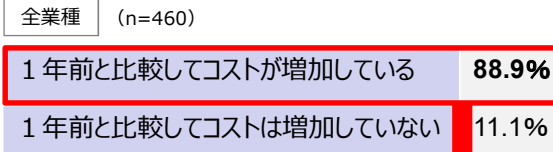
自社業況の景気判断推移(業種別)



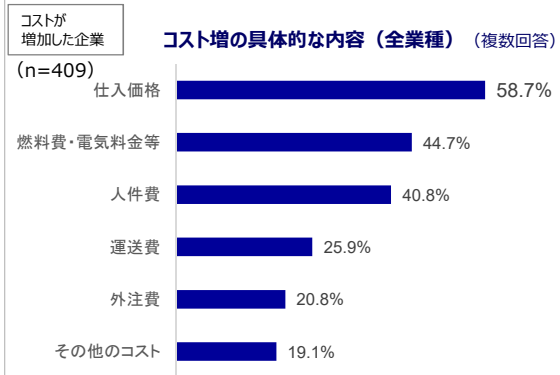
コスト増加に伴う価格転嫁について【付帯調査】

新型コロナの影響が長期化する中で、足元では原材料価格の高騰が続いており、企業経営を圧迫することが懸念されている。今回は1年前と比較したコストの増加状況や価格転嫁について調査した。

1-1. 1年前と比較したコスト増加状況

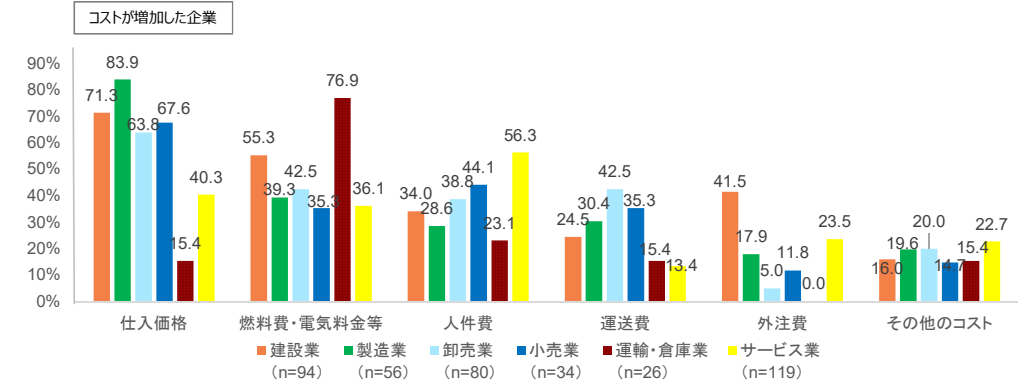


業種別	コスト増加	増加していない
建設業(n=98)	95.9%	4.1%
製造業(n=61)	91.8%	8.2%
卸売業(n=84)	95.2%	4.8%
小売業(n=38)	89.5%	10.5%
運輸・倉庫業(n=29)	89.7%	10.3%
サービス業(n=150)	79.3%	20.7%



- ▶ 1年前と比較したコスト増の状況について、「コストが増加している」企業は88.9%となった。
- ▶ 「コストが増加している」と回答した企業の割合を業種別に見ると、建設業では95.9%、卸売業では95.2%、製造業では91.8%となった。
- ▶ 「コストが増加している」と回答した企業409社におけるコスト増の具体的な内容は、「仕入価格が上昇」が58.7%、「燃料費・電気料金等が上昇」が44.7%となった。

1-2. コスト増の具体的な内容(項目別) (複数回答)



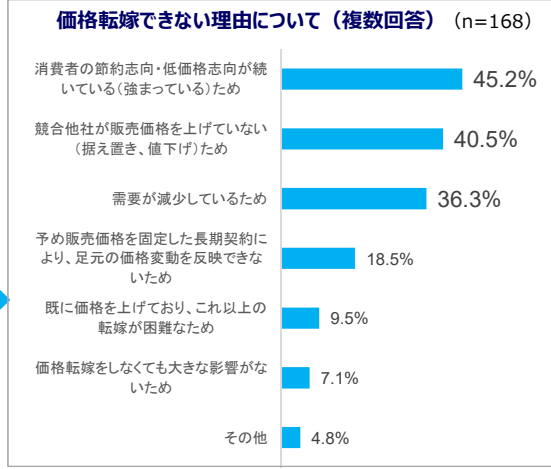
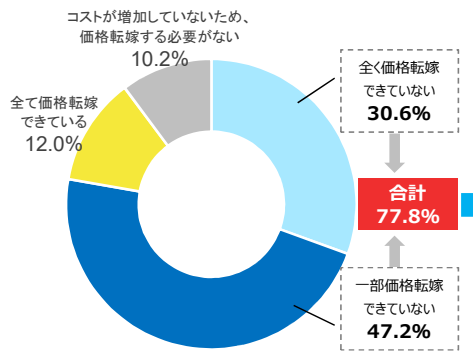
- ▶ 「コストが増加している」と回答した企業におけるコスト増の具体的な内容について、業種別に見ると、「仕入価格」については、製造業(83.9%)、建設業(71.3%)、小売業(63.8%)、卸売業(65.0%)が特に高く、「燃料費・電気料金等」については、運輸・倉庫業(76.9%)、建設業(55.3%)が高い。
- ▶ 原材料・原油価格の高騰のみならず、人件費や運送費の上昇が中小企業の経営を圧迫している状況がうかがえる。

【企業の声(一部抜粋)】

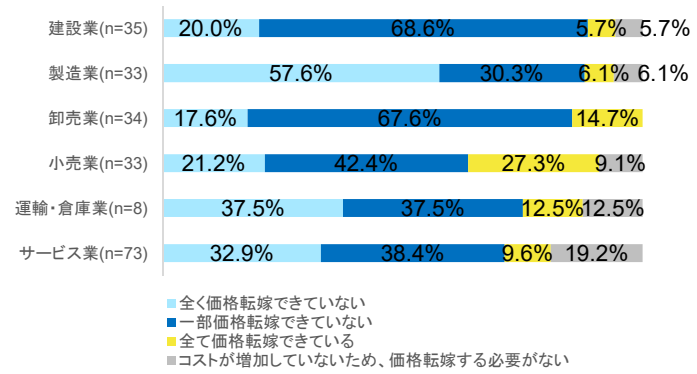
- 原材料価格の高騰により利益が圧迫されている。(建設業:建設付帯工事)
- 電気料金、機械の購入や修理費用が上昇しており、営業利益が減少している。(運輸・倉庫業:貨物運送・倉庫)

2-1. 価格転嫁の動向 (BtoC)

全業種 (n=216)



2-2. 価格転嫁の動向 (BtoC) (業種別)



【企業の声(一部抜粋)】

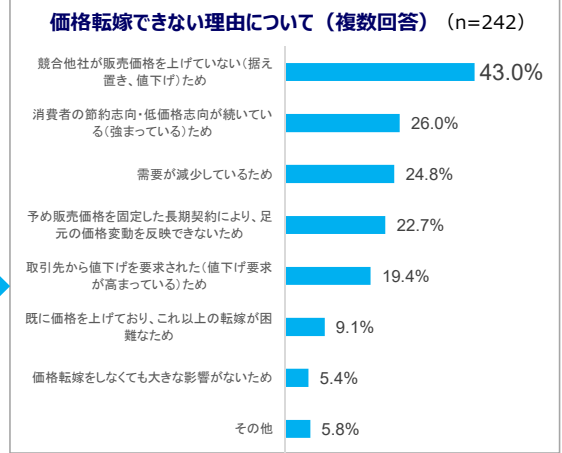
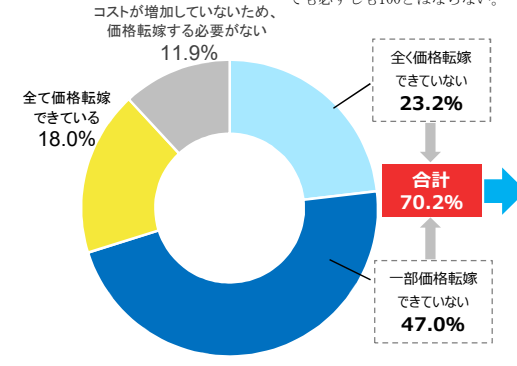
- ・お客様も生活が厳しい中で、路線バスの運賃を値上げすることは困難である。(運輸・倉庫業:旅客運送)
- ・値上げによりお客様の不快感が上らないか心配で、価格転嫁できずにいる。(製造業:食料品)
- ・仕入価格、人件費単価、送料等が上昇している。顧客負担を求める対応も必要。(卸売業:食料品)

※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない。

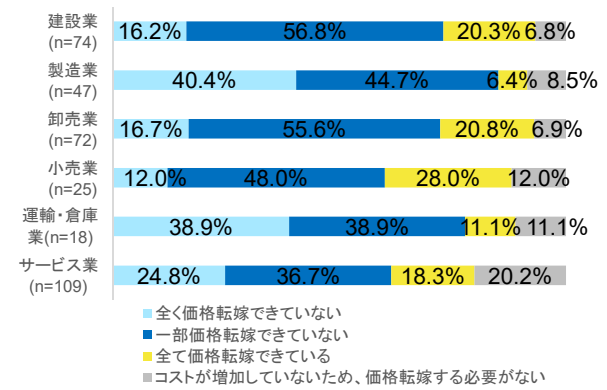
- 消費者向け商品・サービス(BtoC)におけるコスト増加分の価格転嫁について(2-1)、「全く転嫁できていない」企業は30.6%、「一部転嫁できていない」企業は47.2%となり、価格転嫁できていない企業は合計77.8%となった。価格転嫁できない要因について尋ねたところ、「消費者の節約志向・低価格志向が続いている(強まっている)ため」と回答した企業が45.2%と最も多い。
- 業種別(2-2)を見ると、ほぼ全ての業種において価格転嫁できていない企業が大多数を占める。その中で、小売業は「全て価格転嫁できている」と回答した企業は27.3%と、他業種に比べて比較的転嫁できている結果となった。

3-1. 価格転嫁の動向 (BtoB)

全業種 (n=345)



3-2. 価格転嫁の動向 (BtoB) (業種別)



【企業の声(一部抜粋)】

- ・競合他社との受注競争により、見積金額をさらに下げなければ受注が難しい。(建設業:建設付帯工事)
- ・メーカーから値上げの告知が届いているが、他社の動向を注視しながら販売価格に転嫁するつもり。(卸売業:その他)
- ・原材料や燃料費が高騰しているが、回復の兆しがある時に販売価格への転嫁はできない。(製造業:食料品)
- ・大企業や強みのある企業でもない限り、価格転嫁は難しい。(卸売業:一般機械器具)

※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない。

- 企業向け商品・サービス(BtoB)におけるコスト増加分の価格転嫁について(3-1)、「全く転嫁できていない」企業は23.2%、「一部転嫁できていない」企業は47.0%となり、価格転嫁できていない企業は合計70.2%となった。価格転嫁できない要因について尋ねたところ、「競合他社が販売価格を上げていない(据え置き、値下げ)ため」と回答した企業が43.0%と最も多く、次いで「消費者の節約志向・低価格志向が続いている(強まっている)ため」と回答した企業が26.0%となった。
- 業種別(3-2)を見ると、全6業種中、運輸・倉庫業を除く5業種において、BtoCの価格転嫁動向と比較して、「全て価格転嫁できている」と回答した企業の割合が高い。

「コスト増加に伴う価格転嫁について」まとめ

➤ **コスト増加・価格転嫁の動向について**

新型コロナウイルスの影響が長期化する厳しい状況の中で、原油・原材料価格の高騰や世界的な物流の混乱によるコストが増加する一方で、地場中小企業は、増加したコストを販売価格に転嫁することができていない状況が明らかになった。

競合他社が価格を上げないことや、長引くコロナ禍で消費者の節約志向・低価格志向が強まるなど、中小企業が利益を確保することが難しくなっている。

➤ **当所の取り組みについて**

当所としては、昨年11月より設置している「原油価格高騰に関する特別相談窓口」において、仕入価格の高騰に伴う資金繰り支援に注力するとともに、ビジネスモデルの変革やデジタル化による生産性向上など、中小企業の前向きな挑戦を事業者寄りながら支援していく。

また、中小企業がコスト増を販売価格に転嫁し、適正な価格で取引が行われるよう、下請法や独占禁止法における禁止事項(不当な取引価格の維持)の啓発・普及に取り組むとともに、行政や関係機関等に対して、監督・指導の強化を要望していく。