

調査対象：福岡商工会議所の会員企業2,000社を任意抽出 期間：令和4年12月6日～12月16日 回答数：353社 回答率：17.7%

## 全体ではわずかに改善しプラスに転じるも、卸売業と運輸・倉庫業では大幅に悪化。

- ▶ 令和4年10月～12月の自社業況DI(全業種)は+0.8で、前期比+3.0ポイントと、小幅ながらも3期連続で改善し、平成26(2014)年1月～3月調査以来、35期ぶりのプラス水準となった。業種別に見ると、製造業、サービス業は大きく改善。一方で、卸売業、運輸・倉庫業は大幅な悪化となった。(表1・グラフ)
- ▶ 次期(令和5年1月～3月)の自社業況DIは▲2.0で、今期比-2.8ポイント悪化見込みとなった。
- ▶ 構成別DIでは、原材料・仕入価格DIが+74.3で、前期比+6.8ポイントと10期連続で上昇。(表2)
- ▶ 経営上の問題点は上位より以下のとおり。(全24項目中)

業種	前期 (R4.7-9)	今期 (R4.10-12)	次期予測 (R5.1-3)
全業種	▲2.2	+0.8 (+3.0)	▲2.0
建設業	▲23.6	▲16.7 (+6.9)	▲15.5
製造業	▲21.2	+1.9 (+23.1)	▲1.9
卸売業	+10.8	▲6.1 (-16.9)	▲10.8
小売業	+2.2	+3.0 (+0.8)	+2.9
運輸・倉庫業	▲5.2	▲17.4 (-12.2)	▲26.1
サービス業	+12.6	+24.3 (+11.7)	+19.9

項目	前期 (R4.7-9)	今期 (R4.10-12)	次期予測 (R5.1-3)
売上額	+3.9	+9.1 (+5.2)	+2.3
原材料・仕入価格	+67.5	+74.3 (+6.8)	+59.8
販売価格	+19.8	+26.4 (+6.6)	+23.5
製品在庫	▲0.8	+1.4 (+2.2)	+3.1
営業利益	▲16.5	▲11.0 (+5.5)	▲14.7
資金繰り	▲9.6	▲4.2 (+5.4)	▲8.0

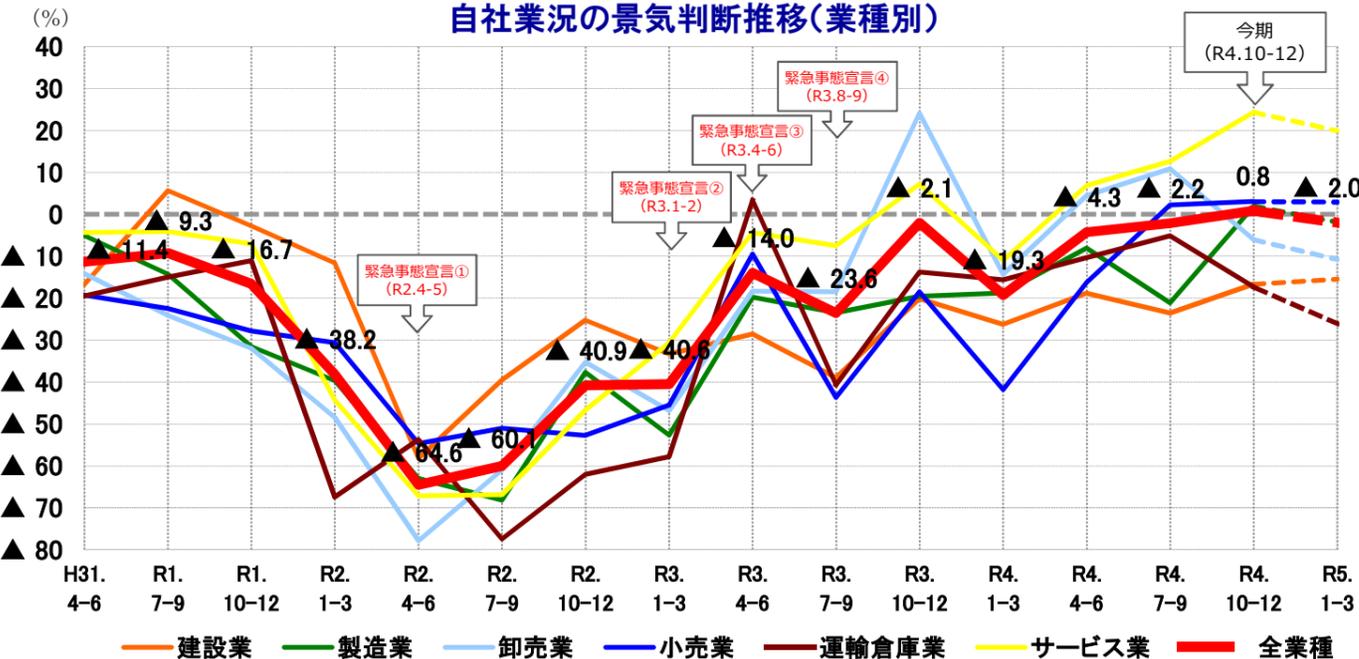
※前期(R4.7-9月期)は前回調査結果。今期の( )内は、前期比。

※前期(R4.7-9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）】

- 仕入価格の上昇分も価格に転嫁できており、同業他社が苦戦を強いられている中、当社は好調を維持している。今後、電気料金をはじめ、様々な資材の価格が更に高騰していくことが予想されるが、価格転嫁に注力していく。(製造業・その他)
- 当社はイベントレンタル業であるが、1月～6月に開催予定であったイベントがコロナ禍で秋に延期されたものが多く、他の案件と重なったこともあり、活況を呈した。(サービス業：他の個人サービス)
- 急激な円安を受け仕入価格が上昇したが、十分に価格転嫁できていない。価格転嫁できた分は販売量が減少し、転嫁できていない分は利益率が低下するので、良いことが全くない。(卸売業：繊維製品)
- 冷蔵倉庫は前年度並みの稼働率であるが、燃料費等の大幅な上昇により、大きく影響を受けている。(運輸・倉庫業：貨物運送・倉庫業)
- 人材難、定着率の悪化により、稼働率が上昇しても売上の上昇は限定的になってしまう。(運輸・倉庫業：旅客運送)

### 自社業況の景気判断推移(業種別)

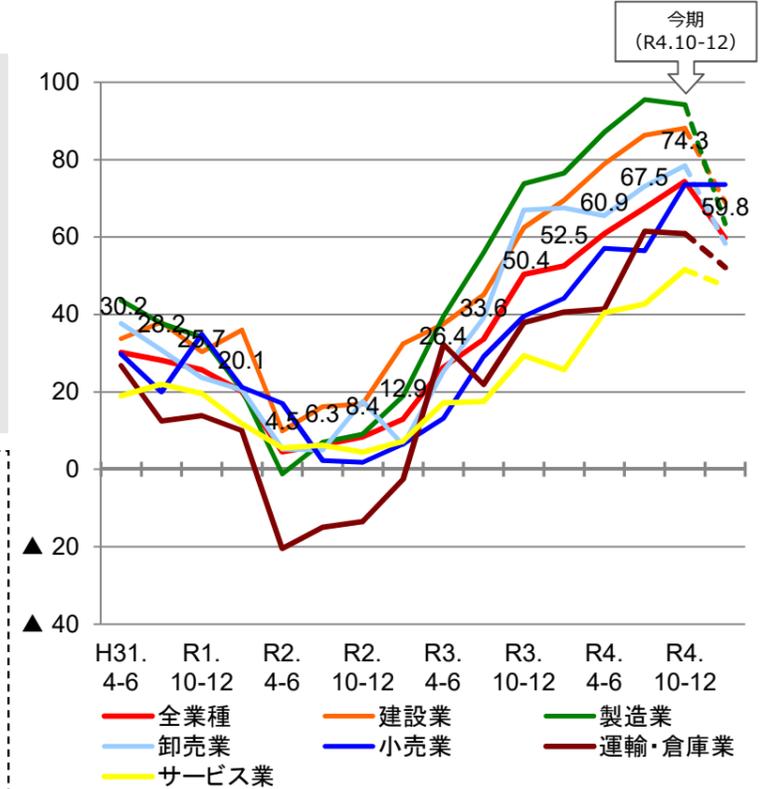


## ●原材料・仕入価格DI

- ▶ 今期の原材料価格・仕入価格DIは+74.3で前期比+6.8pt上昇。令和2年4～6月調査から10期連続で上昇。
- ▶ 製造業や建設業は高水準で推移している。企業からは、原材料価格高騰によるコスト増加分の価格転嫁は進みつつあるものの、価格転嫁のスピードが原材料価格上昇のスピードに追い付いておらず、利幅が薄くなっているなどの声が聞かれた。

### 【企業の声（一部抜粋）】

- 工事受注後に、仕入製品・材料価格が上昇したため、利益が減少している。(建設業：電気・管工事)
- 原材料価格の上昇分の少しは販売価格に転嫁できたが、それ以上に原材料価格が上がり続け、価格転嫁が追い付いていない。(製造業：食料品)
- 急激な円安で値上げが追い付かず、大幅に利益が減少した。今のように円の落ち着きが続き、多少は改善される見込み。(卸売業：繊維製品)



## コスト増加に伴う価格転嫁について【付帯調査】

### 1. 1年前と比較したコスト増加状況

- ▶ 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96.6%で、前回調査から7.7%増加。
- ▶ 「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、製造業、小売業、運輸・倉庫業では100%。他業種でも高水準となった。
- ▶ コスト増の内容は、全項目とも増加。「原材料・仕入価格」が72.0%で前回調査に続き最多。

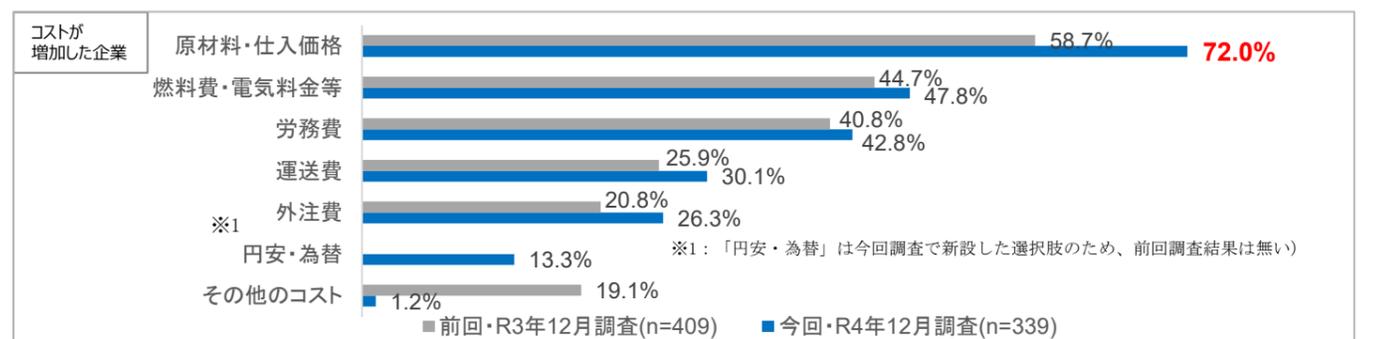
全業種	前回 R3年12月調査 (n=460)	今回 R4年12月調査 (n=351)
コストが増加している	88.9%	96.6% (+7.7%)
コストは増加していない	11.1%	3.4%

### 「コストが増加した」と回答した企業の割合 (業種別)

業種別	前回	今回
製造業(n=61,52)	91.8%	100% (+2.9%)
小売業(n=38,34)	89.5%	100% (+10.5%)
運輸・倉庫業(n=29,23)	89.7%	100% (+10.3%)
建設業(n=98,84)	95.9%	98.8% (+2.9%)
卸売業(n=84,64)	95.2%	98.4% (+3.2%)
サービス業(n=150,94)	79.3%	89.4% (+10.1%)

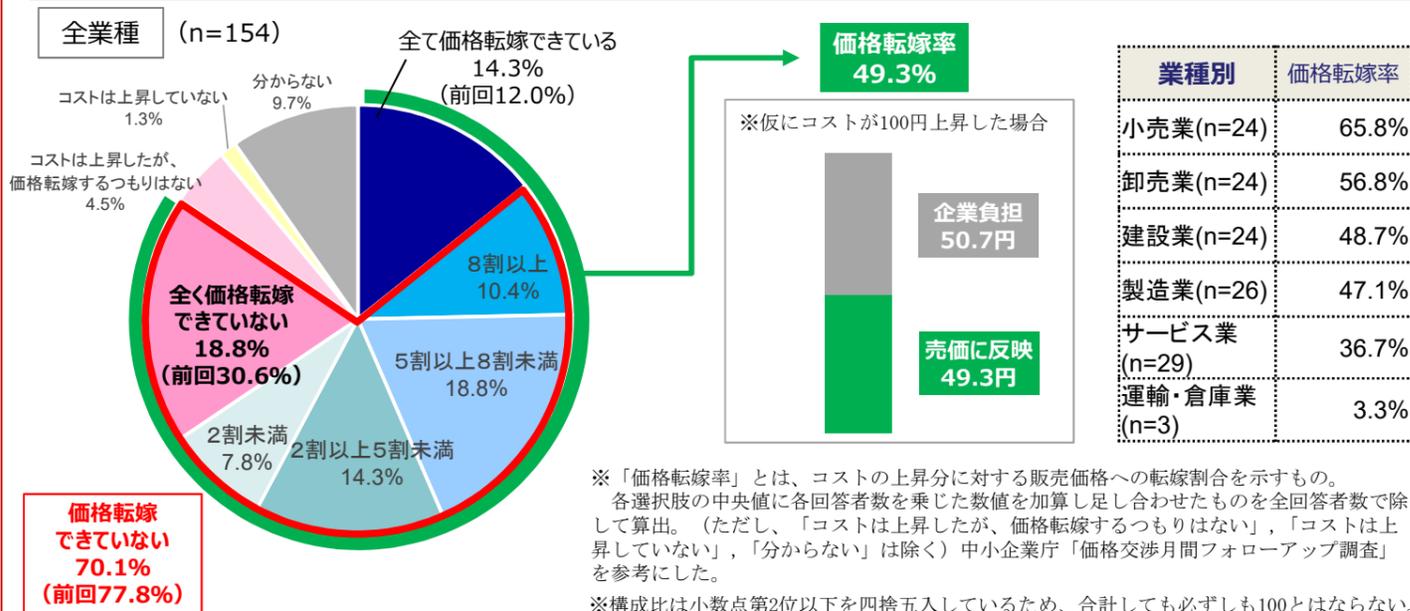
※業種区分横( )内の数字は回答母数。前回、今回の順。  
※今回数字下( )内は、前回比。

### <コスト増の具体的な内容(全業種) (複数回答)>

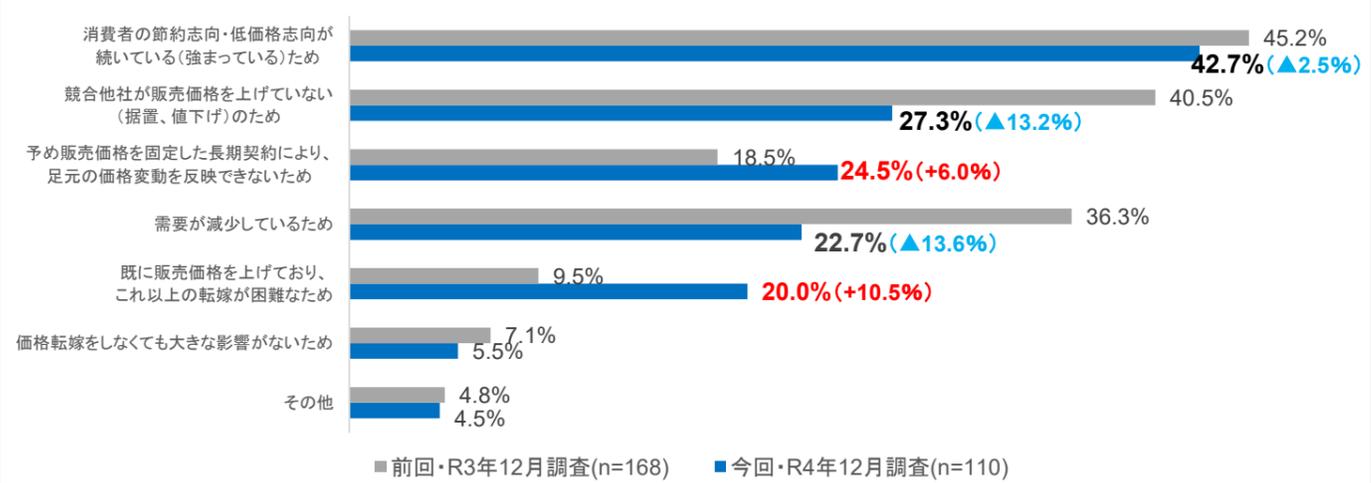


## 2. 価格転嫁の動向（消費者向け BtoC）

- ▶ BtoCにおいて、コスト増加分を「価格転嫁できていない」企業は合計**70.1%**で、前回(R3年12月)調査比▲7.7%。その内、「全く価格転嫁できていない」企業は**18.8%**で、前回調査比▲**11.8%**と大幅に減少。
- ▶ コストの上昇分に対する販売価格への転嫁割合を示す「価格転嫁率」は**49.3%**。(仮にコストが100円上昇した場合49.3円しか販売価格に反映できていない)特に運輸・倉庫業では3.3%と、他業種と比較して著しく低水準となった。
- ▶ 価格転嫁できない理由としては、「消費者の節約志向・低価格志向が続いているため」が**42.7%**で最多で、次いで「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」が**27.3%**。



### 価格転嫁できない理由（複数回答）

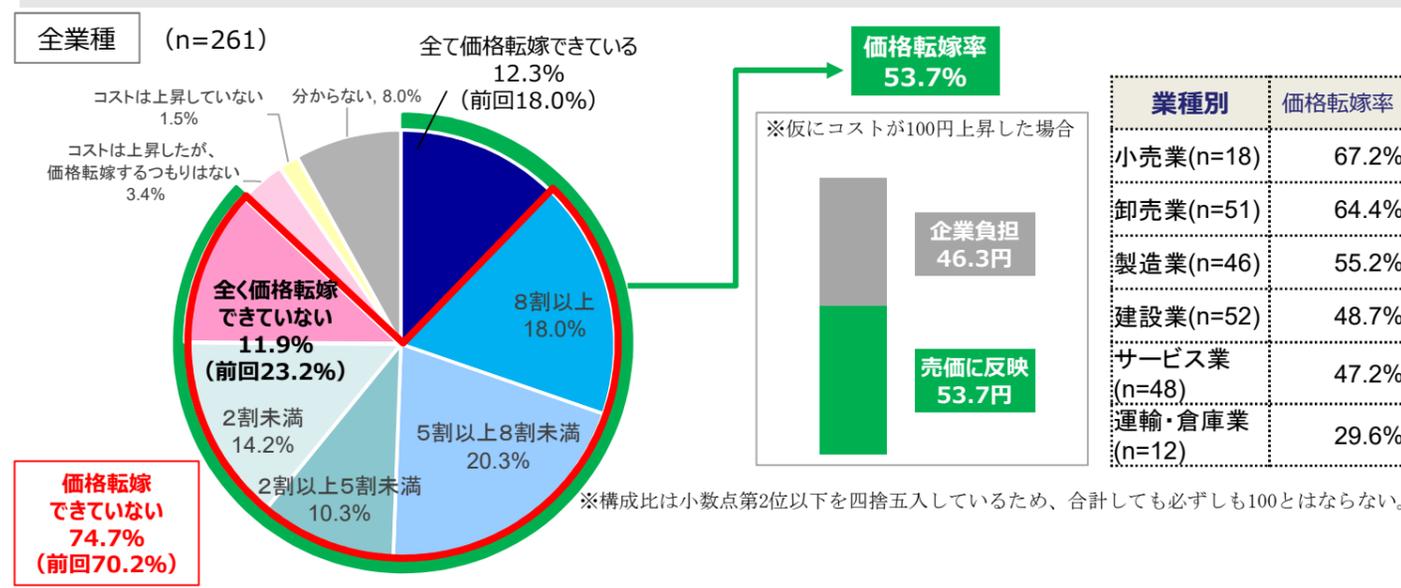


### 【企業の声（一部抜粋）】

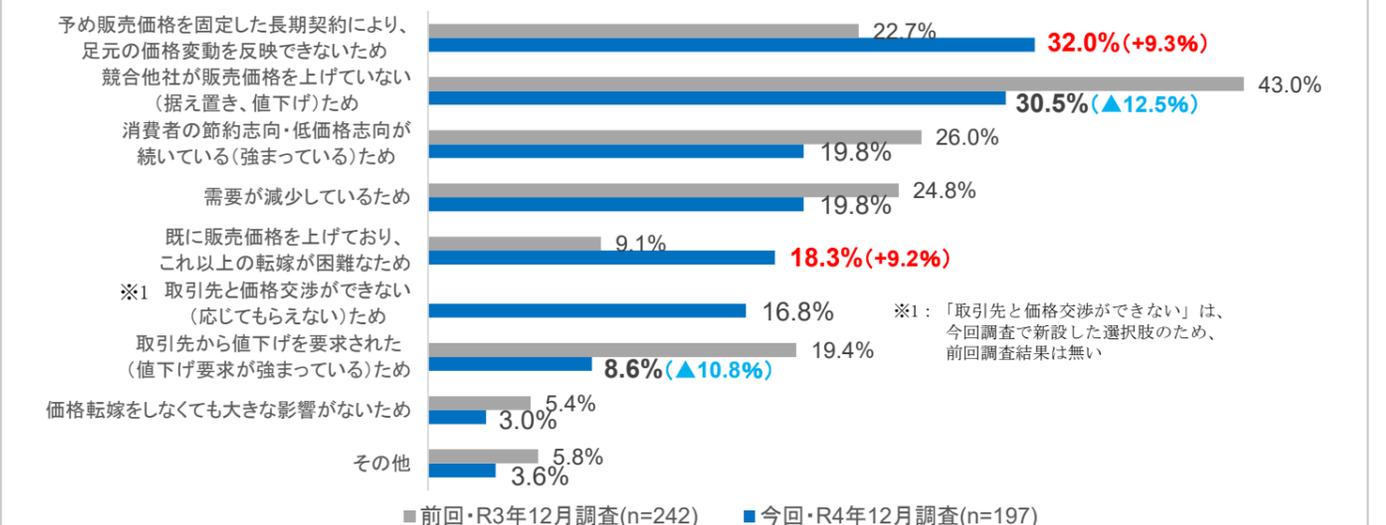
- 部材価格が前年同期比15～20%上昇しているが、契約期間の問題もあり、全てを売価に反映できない。(卸売業:建材・住宅機器)
- 2～3年前に受注したので、その当時の価格で単価が設定されている。発注者に協議を申し入れても価格転嫁を受け入れてもらえない。(建設業:電気・管工事)
- コスト上昇分をすぐに販売価格に転嫁することは難しく、タイムラグがある。いずれ転嫁できたとしても、需要の減少が心配される。(卸売業:その他)
- 包材費用などの原材料費の全てが値上がりしているため製品単価を上げたいが、昨年に値上げしているので、値上げを申し入れづらい。(製造業:食料品)

## 3. 価格転嫁の動向（企業向け BtoB）

- ▶ BtoBにおいて、コスト増加分を「価格転嫁できていない」企業は合計**74.7%**で、前回(R3年12月)調査比+4.5%。その内、「全く価格転嫁できていない」企業は**11.9%**で、前回調査比▲**11.3%**と大幅に減少。
- ▶ コストの上昇分に対する販売価格への転嫁割合を示す「価格転嫁率」は**53.7%**。(仮にコストが100円上昇した場合53.7円しか販売価格に反映できていない)特に運輸・倉庫業では29.6%と、他業種と比較して著しく低水準となった。
- ▶ 価格転嫁できない理由としては、「予め販売価格を固定した長期契約により、足元の販売価格変動を反映できないため」が**32.0%**で最多。前回(R3年12月)調査と比較して、「競合他社が販売価格を上げていない」と回答した企業の割合は大幅に減少。



### 価格転嫁できない理由（複数回答）



### 「コスト増加に伴う価格転嫁について」まとめ

- ▶ コスト増加分を販売価格に完全に転嫁できていない企業は、BtoC、BtoBのどちらも7割以上となった。その中でも、「全く価格転嫁できていない」と回答した企業の割合は減少しており、前年同時期と比較して価格転嫁は進みつつあることがうかがえる。
- ▶ コストの上昇分に対する販売価格への転嫁割合を示す「価格転嫁率」は、BtoCで**49.3%**、BtoBでは**53.7%**といずれも半分程度であり、コスト増加分の約半分は販売価格に転嫁できておらず、企業の負担が増え、利益が圧迫されている現状。価格転嫁できない理由としては、「予め販売価格を固定した長期契約により、足元の価格変動を反映できない」が増えており、コスト増加分を価格転嫁できない実態がうかがえる。
- ▶ 当所としては、適正な価格転嫁に向けた一層の環境整備として、官民で推進する「パートナーシップ構築宣言」の宣言拡大に取り組んでおり、この取り組みの一層の推進と実効性の確保に向けた活動を展開していく。また、経営支援にあたっては、販路開拓・新商品開発・生産性向上など、付加価値向上につながるような支援・指導に努める。