景況感悪化、1年ぶり

コロナ第6波と資源価格高騰が響く

中小企業景気動向調査（1～3月期）

当金庫が行った2022年1月～3月期の中小企業景気動向調査の結果がまとまった。

調査期間は2月21日から3月7日。調査対象はお取引先企業995社。回答数911社（回答率91・6％）

業況

企業の景況感を表す業況判断DI（業況を「良い」と答えた企業の割合から「悪い」と答えた企業の割合を差し引いた値）は、全産業でマイナス32・5。前回調査にくらべ7・5ポイント悪化した。悪化は1年ぶり。

製造業はマイナス40・7。2四半期連続の悪化。半導体不足やコロナ第6波の影響を受けた。

非製造業は6・2ポイント悪化し、マイナス26・3。再びまん延防止措置が講じられ、総じて苦戦を強いられた。

-製造業-

自動車部品はマイナス53・8。前回調査時点ではプラスに転じる見通しだったが、自動車メーカーの減産などが響いた。減収減益を余儀なくされたところが多い。

機械器具部品はマイナス33・4。2四半期連続の悪化。半導体不足などから、部品が調達しにくい状況もみられ、とくに輸入部品が滞っている。

その他の業種も、繊維製品を除き、軒並み悪化。窯業・土石では、原油高を受けて燃料や資材の価格が上昇、収益を圧迫している。木材・木製品では、すべての企業が業況を「悪い」と回答。「資材高騰が止まらない」との声が聞かれた。

-非製造業-

卸売業は6・2ポイント悪化してマイナス31・6。農畜産物・水産物関連の悪化が目立つ。大雪が降ったことや、学校・学級閉鎖で給食向けの食材が減少したことなどが影響した。

小売業はマイナス38・9。2・4ポイント悪化した。コロナ第6波で来店客が減少、売上が伸び悩んだ。仕入価格の上昇分を販売価格に転嫁し切れていない。

飲食業は6・9ポイント悪化し、マイナス70・0。冴えない業況が長引いている。客足が遠のいていることに加え、各種材料の値上がり分を販売価格にほとんど転嫁できず、厳しい状況を強いられている。

建設業は7・6ポイント悪化。材料費高騰・請負価格下落がみられる。ただ、公共工事の関連は年度末を迎えマインドがやや改善している。

非製造業のなかで唯一持ち直したのは不動産業。DIはマイナス3・5。ただし「お客様が慎重になっており、契約までに時間が掛かる」といった事情もあり、資金繰り判断DI（資金繰りを「楽」と答えた企業割合から「苦しい」と答えた企業割合を差し引いた値）は、10年ぶりにマイナスに陥った。

運輸業は22・6ポイントの大幅悪化。燃料価格の急騰が主因。自動車メーカーの減産が影響した面もある。夜の送迎が戻らないタクシーは苦戦が続いている。

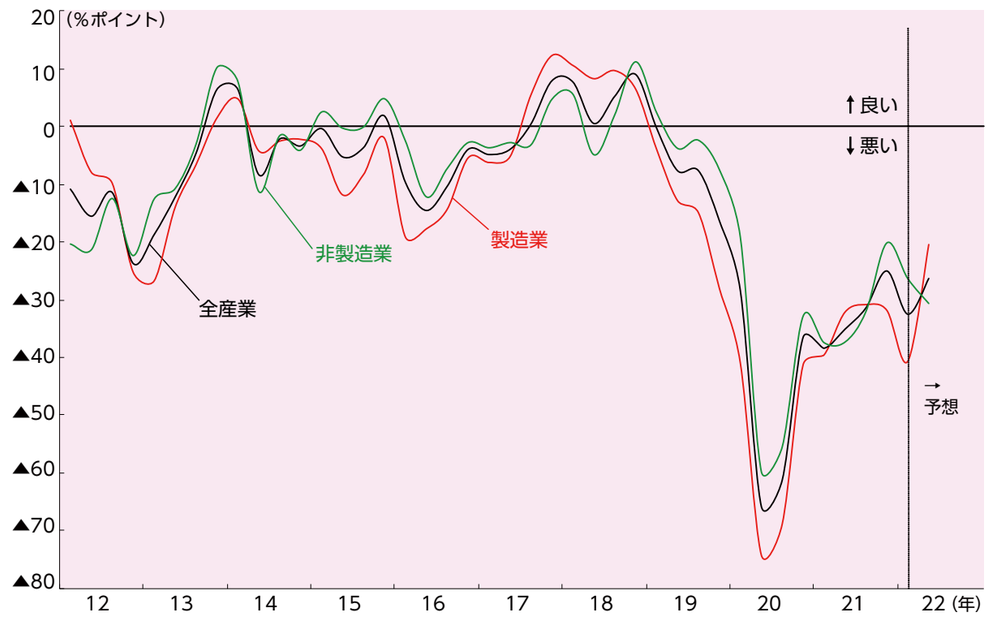
サービス業はマイナス22・1。法人向けは改善、個人向けは大幅に悪化した。

見通し

業況判断見通しDIは、全産業でマイナス26・3。6・2ポイント改善する。製造業は改善、非製造業は悪化。

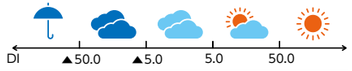
ロシアのウクライナ侵攻によって、下振れする可能性が高い。

業況判断DI（「良い」-「悪い」）



業種別天気図（数値は業況判断DI）

〔天気マークの見方〕



業　種	10～12月期（前回）	1～3月期（今回）	4～6月期（見通し）	業　種	10～12月期（前回）	1～3月期（今回）	4～6月期（見通し）
全産業	▲ 25.0	▲ 32.5	▲ 26.3	印　刷	▲ 36.3	▲ 80.0	▲ 80.0
製造業	▲ 31.9	▲ 40.7	▲ 20.5	食料品	▲ 23.8	▲ 39.2	▲ 21.7
非製造業	▲ 20.1	▲ 26.3	▲ 30.6	卸売業	▲ 25.4	▲ 31.6	▲ 29.5
自動車部品	▲ 53.1	▲ 53.8	▲ 8.8	小売業	▲ 36.5	▲ 38.9	▲ 43.8
機械器具部品	▲ 24.8	▲ 33.4	▲ 13.1	飲食業	▲ 63.1	▲ 70.0	▲ 78.9
金属製品	▲ 13.8	▲ 25.0	▲ 29.0	建設業	▲ 9.7	▲ 17.3	▲ 27.5
窯業・土石	▲ 17.7	▲ 55.6	▲ 33.3	不動産業	▲ 9.7	▲ 3.5	▲ 10.7
木材・木製品	▲ 14.3	▲100.0	▲100.0	運輸業	▲ 6.0	▲ 28.6	▲ 11.1
繊維製品	▲ 36.4	▲ 34.6	▲ 38.5	サービス業	▲ 18.0	▲ 22.1	▲ 30.3

特別調査

原材料・仕入価格上昇の影響

経済活動の再開やロシアのウクライナ軍事侵攻などによって、資源価格や食料品価格が高騰し、多くの企業で原材料・仕入価格が上昇している。県内の中小企業にはどういう影響が出ているのか、アンケートを行った。調査期間は2月21日から3月7日。調査対象はお取引先企業995社。回答社数911社。

企業収益への影響

「悪影響」が8割を超える

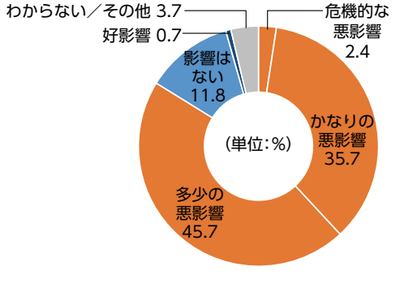
原材料・仕入価格の上昇は、企業収益にどの程度の影響を及ぼしているか。

「危機的な悪影響がある」と回答した企業は2・4％、「かなりの悪影響がある」は35・7％、「多少の悪影響がある」は45・7％となった。三つをあわせると80％を超えた。一方、「影響はない」とした企業も11・8％あった。

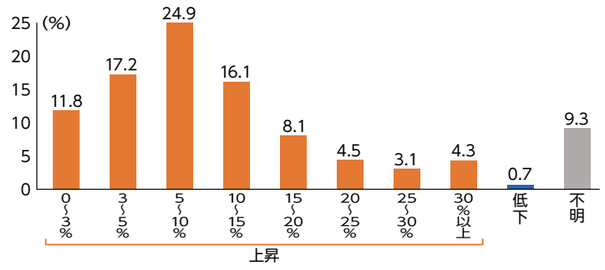
飲食業では、すべての企業が「悪影響がある」と回答。新型コロナウイルスの感染拡大で来店客が減少するなか、仕入価格高騰が業績悪化に拍車をかけている。運輸業も9割以上が「悪影響がある」と答えた。原油高騰が燃料費を押し上げている。

また、原材料・仕入価格は、1年前と比べてどのように変化したかを尋ねると、「5～10パーセントの上昇」と答えた企業が24・9％で最も多かった。

収益への影響



原材料・仕入価格の変化（1年前との比較）



価格転嫁

十分でない価格転嫁

価格転嫁については、仕入価格上昇分の50パーセント以上を転嫁できている企業が40・1％となった。内訳をみると、80パーセント以上を転嫁できているところは2割に満たない。

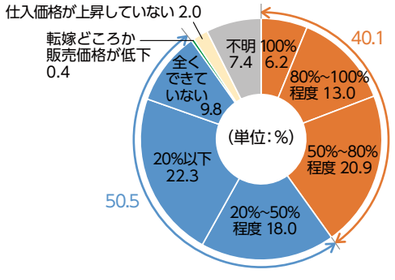
他方、上昇分の50パーセント未満の転嫁・全く転嫁できていない・販売価格が低下した企業は、50・5％と過半数に達した。

業種別で50パーセント以上の転嫁ができている企業が多かったのは、卸売業（67・5％）や小売業（46・5％）。逆に少なかったのは運輸業の17・2％。飲食業は1社もなかった。

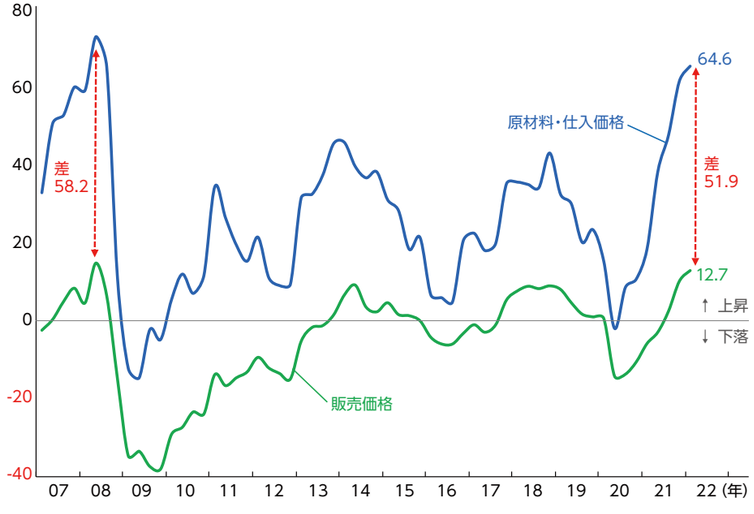
同時に行った景気動向調査の原材料・仕入価格判断DIと販売価格判断DIは、それぞれ64・6と12・7となった。乖離の幅は51・9。リーマンショックが起きた2008年7～9月期以来の大きさ。

全体として十分な転嫁が行われていないとみられる。

価格転嫁は、どの程度できているか



原材料・仕入価格判断DIと販売価格判断DI



原材料・仕入価格判断DI：
原材料・仕入価格が「上昇した」と答えた企業割合から「下落した」と答えた企業割合を差し引いた値。

販売価格判断DI：
販売価格が「上昇した」と答えた企業割合から「下落した」と答えた企業割合を差し引いた値。

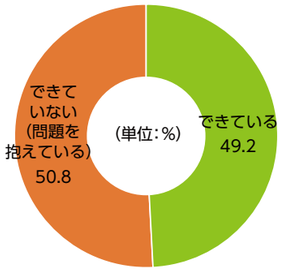
量や質の確保

「できている」「できていない」拮抗

昨今、調達遅延・数量確保困難といった声が聞かれる。仕入品の量や質が確保できているかどうかを問うと、「確保できている」と「確保できていない（問題を抱えている）」がほぼ拮抗した。

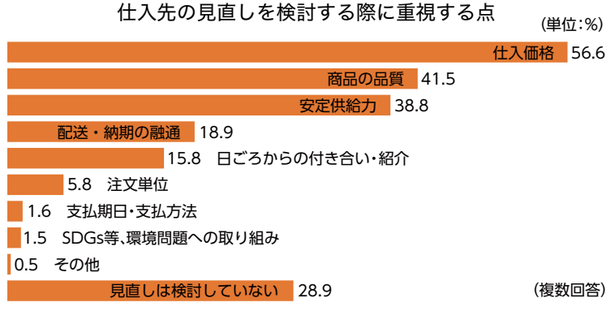
このうち、「確保できていない」と回答した企業が、どのような対応策を講じているかについては、「販売先への納期の調整」「同等品質の代替商品の調達」「仕入先の変更・多角化」をあげるところが多かった。

仕入品の量や質の確保



仕入先を見直す上での重点

仕入価格を重視

仕入先を見直す動きも出ている。見直しを検討する場合の重視する点について、最も多かったのが「仕入価格」で56・6％。次いで「商品の品質」の41・5％。以下、「安定供給力」38・8％、「配送・納期の融通」18・9％と続いた。

仕入先の見直しを検討する際に重視する点