

# さいたま市地域経済動向調査

## 報告書

- 2022年12月調査（2022年10～12月期） -

景況調査：	実績	2022年 7～9月期
	実績	2022年 10～12月期
	見通し	2023年 1～3月期
	見通し	2023年 4～6月期

特別調査1： 新型コロナウイルス感染症の影響等について

特別調査2： 原材料・仕入価格高騰による事業活動への影響について

特別調査3： 円安（為替相場の動向）による事業活動への影響について

2023年3月

さいたま市



# <目次>

I 調査要領.....	1
1 調査目的.....	1
2 調査方法.....	1
3 調査内容.....	1
4 調査実施期間.....	2
5 回収状況.....	2
6 D I の算出方法.....	3
7 報告書の見方.....	3
II 調査結果の概要.....	4
1 調査結果のまとめ.....	4
2 景況調査の概要.....	5
■各項目のD I 値の推移.....	6
■各項目の産業天気図.....	7
■業種別の産業天気図（2022年10～12月期）.....	8
3 特別調査の概要《新型コロナウイルス感染症の影響等について》.....	9
4 特別調査の概要《原材料・仕入価格高騰による事業活動への影響について》.....	11
5 特別調査の概要《円安(為替相場の動向)による事業活動への影響について》.....	13
III 景況調査.....	15
1 各項目の動向.....	15
(1) 景況.....	15
(2) 在庫水準.....	17
(3) 資金繰り.....	19
(4) 雇用人員.....	21
(5) 販売数量.....	23
(6) 販売単価.....	25
(7) 仕入価格（単価）.....	27
(8) 売上高.....	29
(9) 経常利益.....	31
(10) 設備投資.....	33
(11) 景気判断の背景・要因.....	35
(12) 経営にマイナスの影響が大きいと考えられる経済動向等.....	56
2 業種別の動向.....	74
(1) 建設業.....	74
(2) 製造業.....	75
(3) 卸売業.....	76
(4) 小売業.....	77
(5) 飲食店.....	78
(6) 不動産業.....	79
(7) サービス業.....	80

IV 特別調査.....	81
新型コロナウイルス感染症の影響等について .....	81
(1) 新型コロナウイルス感染症による売上高への影響 .....	81
(2) 売上高への影響の程度（前年同月比） .....	83
(3) ウィズコロナ・アフターコロナに対応するための課題 .....	85
(4) 今後期待する公的支援策 .....	88
V 特別調査.....	91
原材料・仕入価格高騰による事業活動への影響について.....	91
(1) 原材料・仕入価格高騰による事業活動への影響 .....	91
(2) 原材料・仕入価格の上昇分に対する販売価格への転嫁 .....	93
(3) 価格転嫁が難しい（できない）理由 .....	95
(4) 今後予定している対策 .....	98
(5) 原材料・仕入価格の高騰に対し、期待する公的支援策 .....	101
VI 特別調査.....	102
「円安(為替相場の動向)」による事業活動への影響について.....	102
(1) 円安による事業活動への影響.....	102
(2) 円安による事業へのマイナス要因 .....	104
(3) 円安による事業へのプラス要因 .....	107
(4) 円安に対する対策 .....	110
(5) 円安に対して行っている対策内容 .....	112
(6) 円安に対して期待する公的支援策 .....	115
VII 主要経済指標 .....	116
1 大型小売店舗販売額（前年同月比） .....	116
2 家計消費支出（二人以上世帯・前年同月比） .....	117
3 新設住宅着工戸数（着工戸数・前年同月比） .....	117
4 新車登録・届出台数（台数・前年同月比） .....	118
5 消費者物価指数（前月比） .....	118
6 鉱工業指数（前月比） .....	119
7 企業倒産（負債金額・倒産件数） .....	120
8 有効求人倍率（前年同月比） .....	121
9 貸出金残高（前年同月比） .....	121
VIII 調査票 .....	122

# I 調査要領

## 1 調査目的

さいたま市における経済動向、企業経営動向を把握し、適切かつ効果的な施策を推進する基礎資料とするとともに、市内企業の経営判断の一助とするため、調査を実施するもの。

## 2 調査方法

- アンケート調査 …市内の1,500事業所に対して調査票を郵送等で送付・回収
- ヒアリング調査 …上記対象企業の中から14事業所（各業種2社）を抽出し、電話によるヒアリング調査を実施
- 主要経済指標の収集 …さいたま市、埼玉県等の主要経済指標を収集

## 3 調査内容

アンケートの内容は、経営動向や景気見通しに関する【景況調査】と、地域経済における特別な問題等となっている事柄等をテーマとする【特別調査】の2つに大きく分かれる。それぞれの調査の内容は下表で示したとおりである。なお、ヒアリング調査は、主に景況感判断の背景・要因等を把握することを目的として実施した。

### 【景況調査】

#### ■調査対象期間

- 実績判断 [前期] 2022年 7～9 月期  
[今期] 2022年 10～12 月期（11月15日時点）
- 見通し判断 [来期] 2023年 1～3 月期  
[来々期] 2023年 4～6 月期

#### ■調査項目

- ①景況            ②在庫水準            ③資金繰り            ④雇用人員            ⑤販売数量            ⑥販売単価
- ⑦仕入価格（単価）            ⑧売上高            ⑨経常利益            ⑩設備投資
- ⑪景気判断の背景・要因            ⑫経営にマイナス面の影響が大きいと考えられる経済動向等

### 【特別調査①】

#### ■テーマ 「新型コロナウイルス感染症の影響等について」

#### ■調査項目

- ・新型コロナウイルス感染症の影響について
- ・ウィズコロナ・アフターコロナへの対応について
- ・公的支援策について

### 【特別調査②】

■テーマ 「原材料・仕入価格高騰による事業活動への影響について」

■調査項目

- ・原材料・仕入価格高騰による事業活動への影響について
- ・販売価格への転嫁について
- ・今後予定している対策について
- ・公的支援策について

### 【特別調査③】

■テーマ 「円安(為替相場の動向)」による事業活動への影響について」

■調査項目

- ・円安による事業活動への影響について
- ・円安による事業へのマイナス要因について
- ・円安による事業へのプラス要因について
- ・円安対策について
- ・公的支援策について

## 4 調査実施期間

■アンケート調査 … 2022年 11月 22日 (火) ～ 2022年 12月 19日 (月)

■ヒアリング調査 … 2023年 1月 18日 (水) ～ 2023年 1月 31日 (火)

## 5 回収状況

業 種	送付事業所数	有効回答事業所数	回収率 (%)
建 設 業	215	95	44.2
製 造 業	216	89	41.2
卸 売 業	213	74	34.7
小 売 業	214	71	33.2
飲 食 店	215	45	20.9
不 動 産 業	213	57	36.8
サービ業	214	85	39.7
計	1,500	516	34.4

## 6 D I の算出方法

景況調査では、景況等に対する5段階の判断に、それぞれ以下の点数を与え、これらを各回答区分の構成比(%)に乗じて、D Iを算出している。ただし、「在庫水準」「雇用人員」「仕入価格(単価)」については、「過剰(上昇)」-1、「やや過剰(やや上昇)」-0.5、「適正(不変)」0、「やや不足(やや下降)」+0.5、「不足(下降)」+1として、D Iを算出する。

評価	「良い」 「増加」 等	「やや良い」 「やや増加」 等	「普通」 「不変」 等	「やや悪い」 「やや減少」 等	「悪い」 「減少」 等
点数	+1	+0.5	0	-0.5	-1

## 7 報告書の見方

- ①景況調査では、項目ごとにD Iで集計した結果を掲載している。なお、前期=2022年7月~9月、今期=2022年10月~12月、来期=2023年1月~3月、来々期=2023年4月~6月としている。
- ②各図表では、回答者数を「n」として表示している。
- ③集計は、小数点第2位を四捨五入しているため、数値の合計が100%にならない場合がある。
- ④特別調査の各図表において、回答者数「n」が10に満たない( $n \leq 9$ )分類が多数であった図表では、集計単位を回答数としている場合がある。
- ⑤特別調査の各図表において、回答数が「0」であった項目・分類については、表示を省略している場合がある。

## Ⅱ 調査結果の概要

### 1 調査結果のまとめ

～さいたま市内の景況は、持ち直しているものの、  
先行きは、慎重な見方が多い～

さいたま市内の景況は、今期（2022年10～12月期）のD Iが、前期（2022年7～9月期）に比べ0.9ポイント上昇して、マイナス22.9ポイントとなり、前年同期（2021年10～12月期）のマイナス32.5ポイントに比べ、9.6ポイント改善している結果となった。

業種別にみると、D Iは引き続きすべての業種でマイナスとなり、前期と比べて「製造業」「小売業」「サービス業」で上昇し、「飲食店」で横ばい、それ以外の業種で下降した。来期については、3.0ポイント悪化しマイナス25.9ポイント、来々期はマイナス27.6ポイントと、先行きは慎重な見方が多い。

経営にマイナスの影響が大きいと考えられる経済動向等については、前回調査（2022年8月）と同様に「原油・原材料価格の動向」が全体の5割を占め最も多くなっている。次いで「新型コロナウイルス感染症」、「物価（インフレ・デフレ）の動向」、「個人消費の動向」が多くなっている。

ウィズコロナ・アフターコロナへの取組についての課題は、「人手が足りない」が最も多く、全体の3割台半ばを超え、以下「資金が不足している」「新たな取引先・仕入先を見つけられない」となっている。これに対応して、企業が今後期待する公的支援策については、「固定費（人件費・地代家賃等）への補助」「採用・就職に関する支援」「設備投資への支援」の回答割合が高く、問題意識がコロナ対応から、事業継続・拡大へ移っている。

原材料・仕入価格高騰による事業活動への影響についてみると、「現在、影響が出ている」と回答した割合が6割台半ばと、前回調査に比べて7.2ポイント上昇している。特に「飲食店」では8割強が「現在、影響が出ている」状況となっている。

原材料・仕入価格上昇に対する販売価格への転嫁の状況をみると販売価格に転嫁した割合は前回調査に比べて8.0ポイント上昇し、5割台半ばに達している。今後予定している対策をみると、「販売価格への転嫁」が5割弱を占めており、以下「人件費以外の経費削減」「生産性向上」となっている。販売価格への転嫁に引き続き取り組みつつ、内部努力によって原材料・仕入価格の上昇を少しでも吸収し、利益を確保しようとしている企業の姿がうかがえる。

円安による事業活動への影響についてみると、「マイナスの影響が出ている」が4割台半ばを超えとなっており、その要因は「海外からの原材料・仕入価格が高騰した」と回答する企業が最も多くなっている。原材料・仕入価格高騰に加え、円安が事業活動に対して、更なるマイナスの影響をあたえていることがうかがえる。



## 2 景況調査の概要

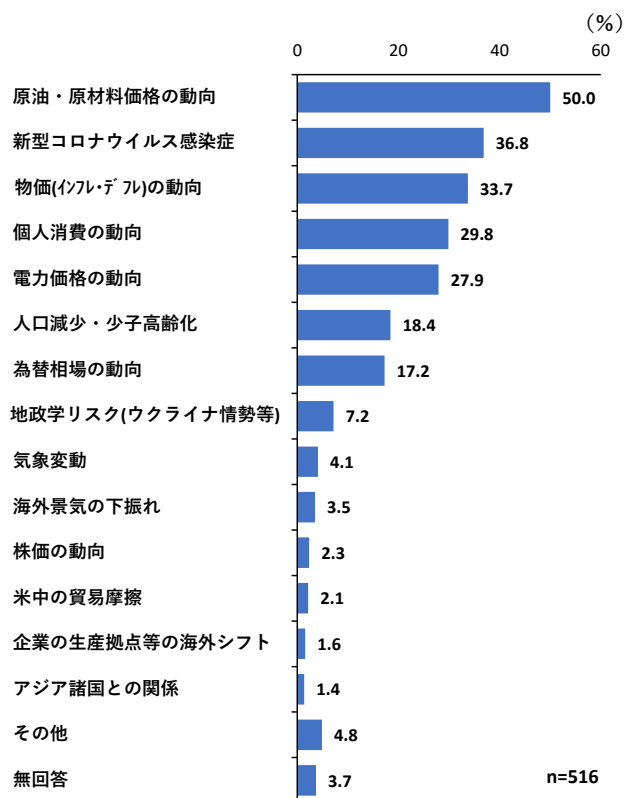
項目	結果概要
景況	【今期】 今期のD Iは「悪い」が「良い」を上回り▲22.9となり、前期と比べて0.9ポイント上昇
	【先行き】 来期は▲25.9、来々期は▲27.6と下降する見通し
在庫水準	【今期】 今期のD Iは「不足」が「過剰」を上回り4.3となり、前期と比べて0.4ポイント下降
	【先行き】 来期は7.1、来々期は7.4と上昇する見通し
資金繰り	【今期】 今期のD Iは「悪い」が「良い」を上回り▲10.8となり、前期と比べて0.6ポイント下降
	【先行き】 来期は▲14.4と下降するが、来々期は▲13.8と上昇する見通し
雇用人員	【今期】 今期のD Iは「不足」が「過剰」を上回り24.3となり、前期と比べて1.6ポイント上昇
	【先行き】 来期は24.6と上昇するが、来々期は23.1と下降する見通し
販売数量	【今期】 今期のD Iは「減少」が「増加」を上回り▲12.8となり、前期と比べて5.2ポイント上昇
	【先行き】 来期は▲19.4、来々期は▲19.6と下降する見通し
販売単価	【今期】 今期のD Iは「上昇」が「下降」を上回り10.7となり、前期と比べて0.7ポイント上昇
	【先行き】 来期は8.7、来々期は8.3と下降する見通し
仕入価格 (単価)	【今期】 今期のD Iは「上昇」が「下降」を上回り▲49.2となり、前期と比べて3.5ポイント下降
	【先行き】 来期は▲44.3、来々期は▲42.6と上昇する見通し
売上高	【今期】 今期のD Iは「減少」が「増加」を上回り▲8.0となり、前期と比べて5.3ポイント上昇
	【先行き】 来期は▲14.8、来々期は▲15.5と下降する見通し
経常利益	【今期】 今期のD Iは「減少」が「増加」を上回り▲20.0となり、前期と比べて3.5ポイント上昇
	【先行き】 来期は▲23.8、来々期は▲25.8と下降する見通し
設備投資	【今期】 今期のD Iは「減少」が「増加」を上回り▲6.4となり、前期と比べて1.9ポイント下降
	【先行き】 来期は▲8.1と下降するが、来々期は▲7.3と上昇する見通し

## 経営にマイナスの影響が大きいと考えられる経済動向等

～「原油・原材料価格の動向」が5割～

経営にマイナスの影響が大きいと考えられる経済動向等をみると、「原油・原材料価格の動向」が50.0%と最も多く、次いで「新型コロナウイルス感染症」(36.8%)、「物価(インフレ・デフレ)の動向」(33.7%)、「個人消費の動向」(29.8%)、などが多くなっている。













「新型コロナウイルス感染症」は、前回調査時(2022年6月)の36.7%とほぼ同じ水準となっている。








## ■各項目のD I 値の推移

項目	D I 値			
	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	7～9月期	10～12月期	1～3月期	4～6月期
景況	▲23.8	▲22.9	▲25.9	▲27.6
在庫水準	4.7	4.3	7.1	7.4
資金繰り	▲10.2	▲10.8	▲14.4	▲13.8
雇用人員	22.7	24.3	24.6	23.1
販売数量	▲18.0	▲12.8	▲19.4	▲19.6
販売単価	10.0	10.7	8.7	8.3
仕入価格(単価)	▲45.7	▲49.2	▲44.3	▲42.6
売上高	▲13.3	▲8.0	▲14.8	▲15.5
経常利益	▲23.5	▲20.0	▲23.8	▲25.8
設備投資	▲4.5	▲6.4	▲8.1	▲7.3

■各項目の産業天気図  
項目別DI

項目	2022年		2023年	
	7~9月期	10~12月期	1~3月期	4~6月期
景況				
	▲ 23.8	▲ 22.9	▲ 25.9	▲ 27.6
在庫水準				
	4.7	4.3	7.1	7.4
資金繰り				
	▲ 10.2	▲ 10.8	▲ 14.4	▲ 13.8
雇用人員				
	22.7	24.3	24.6	23.1
販売数量				
	▲ 18.0	▲ 12.8	▲ 19.4	▲ 19.6
販売単価				
	10.0	10.7	8.7	8.3
仕入価格 (単価)				
	▲ 45.7	▲ 49.2	▲ 44.3	▲ 42.6
売上高				
	▲ 13.3	▲ 8.0	▲ 14.8	▲ 15.5
経常利益				
	▲ 23.5	▲ 20.0	▲ 23.8	▲ 25.8
設備投資				
	▲ 4.5	▲ 6.4	▲ 8.1	▲ 7.3

DI	← ▲30 ←		← ▲10 ←		▶ 10 ▶		▶ 30 ▶	
記号								

# ■業種別の産業天気図（2022年10～12月期）

## 業種別・項目別DI

業種 項目	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食店	不動産業	サービス業
景況							
	▲ 20.9	▲ 13.1	▲ 14.0	▲ 28.0	▲ 48.9	▲ 25.9	▲ 22.9
在庫水準							
	5.1	▲ 4.1	0.0	2.3	1.3	24.8	8.2
資金繰り							
	▲ 6.7	▲ 9.8	▲ 6.3	▲ 11.8	▲ 41.9	▲ 9.6	▲ 3.8
雇用人員							
	36.8	16.9	21.5	15.2	31.4	9.8	34.0
販売数量							
	▲ 9.0	▲ 7.1	▲ 3.6	▲ 20.5	▲ 20.7	▲ 20.7	▲ 15.4
販売単価							
	7.1	16.3	20.1	12.5	3.5	3.5	4.5
仕入価格 (単価)							
	▲ 53.2	▲ 59.1	▲ 52.8	▲ 46.4	▲ 73.9	▲ 14.9	▲ 33.6
売上高							
	▲ 11.8	2.3	7.9	▲ 16.2	▲ 22.2	▲ 19.3	▲ 5.9
経常利益							
	▲ 26.3	▲ 11.6	▲ 14.6	▲ 25.7	▲ 41.1	▲ 19.3	▲ 10.7
設備投資							
	▲ 6.4	▲ 4.9	1.5	▲ 9.7	▲ 15.1	▲ 2.7	▲ 9.9

DI	← 30 ← 10 ← 10 → 30 →
記号	

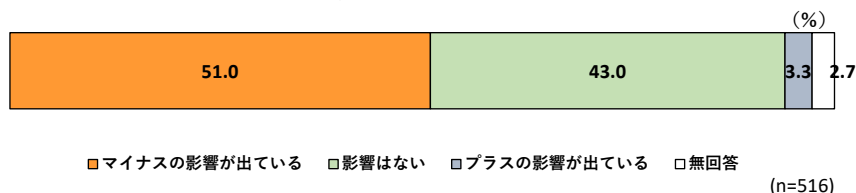
### 3 特別調査の概要 《新型コロナウイルス感染症の影響等について》

#### (1) 新型コロナウイルス感染症の売上高への影響

##### ① 新型コロナウイルス感染症の売上高への影響

～「マイナスの影響が出ている」が5割強～

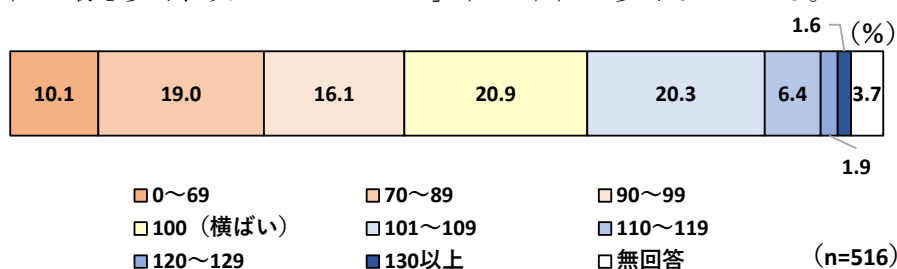
新型コロナウイルス感染症の売上高への影響についてみると、「マイナスの影響が出ている」(51.0%)が最も多く、次いで「影響はない」(43.0%)が多くなっている。



##### ② 売上高への影響の程度 (前年比)

～「100」が約2割～

売上高への影響の程度についてみると、前年同時期を100とした場合の売上高は「100」(20.9%)が最も多く、次いで「101～109」(20.3%)が多くなっている。

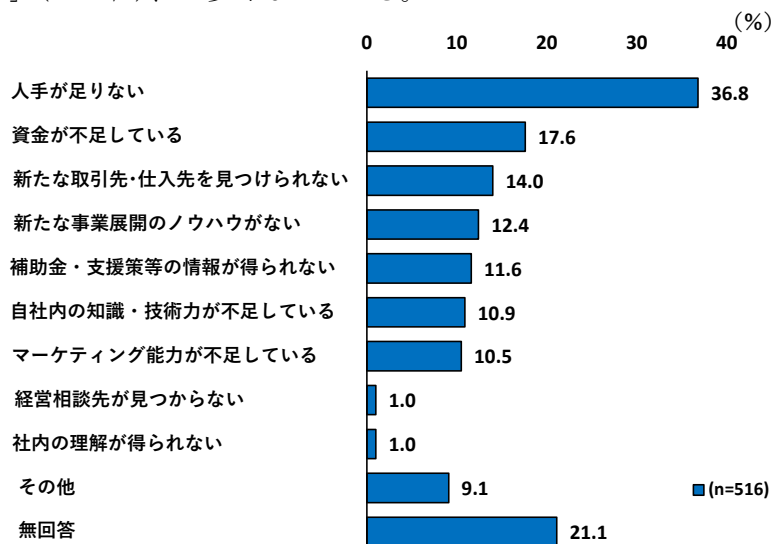


#### (2) ウィズコロナ・アフターコロナへの対応

##### ① ウィズコロナ・アフターコロナへの取組についての課題

～「人手が足りない」が3割台半ば超え～

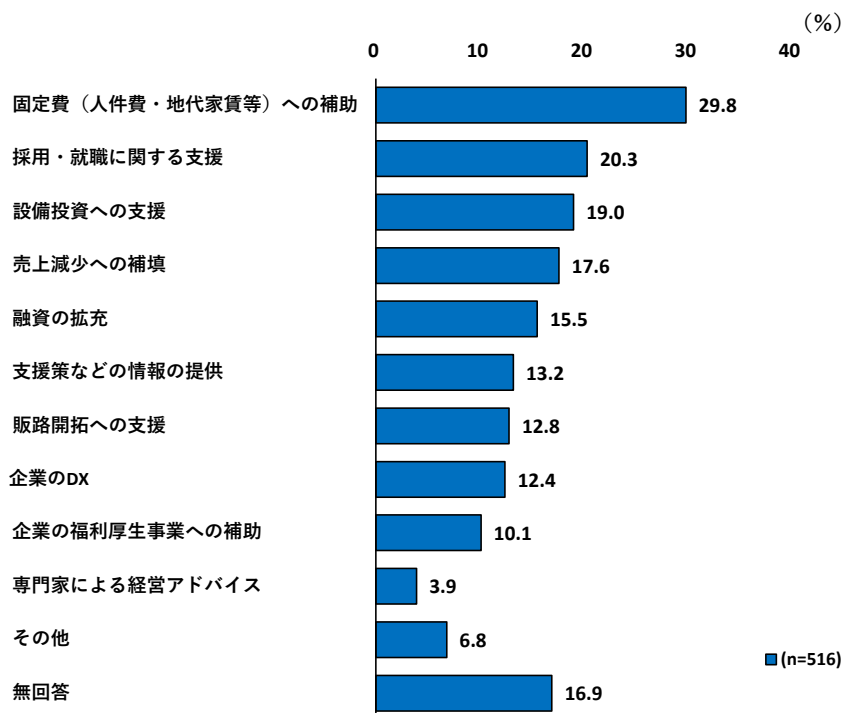
ウィズコロナ・アフターコロナ対応の取組についての課題をみると、「人手が足りない」(36.8%)が最も多く、次いで「資金が不足している」(17.6%)、「新たな取引先・仕入先を見つけられない」(14.0%)、が多くなっている。



### (3) 今後、期待する公的支援策

～「固定費(人件費・地代家賃等)への補助」が3割弱～

事業者が今後、期待する公的支援策についてみると、「固定費(人件費・地代家賃等)への補助」(29.8%)が最も多く、次いで「採用・就職に関する支援」(20.3%)「設備投資への支援」(19.0%)が多くなっている。



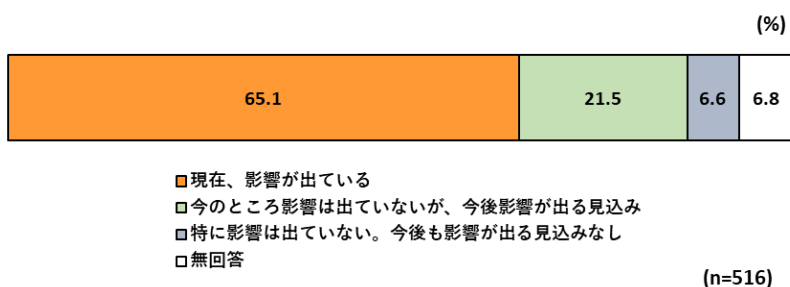
## 4 特別調査の概要 《原材料・仕入価格高騰による事業活動への影響について》

### (1) 原材料・仕入価格高騰による事業活動への影響について

#### ① 原材料・仕入価格高騰による事業活動への影響

～「現在、影響が出ている」が6割台半ば～

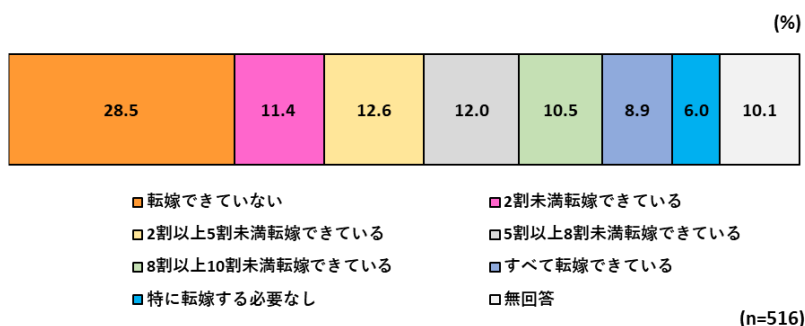
原材料・仕入価格高騰による事業活動への影響についてみると、「現在、影響が出ている」(65.1%)が最も多く、次いで「今のところ影響は出ていないが、今後影響が出る見込み」(21.5%)が多くなっている。



#### ② 原材料・仕入価格の上昇分に対し、「販売価格への転嫁」はできているか

～「転嫁できていない」が3割近く～

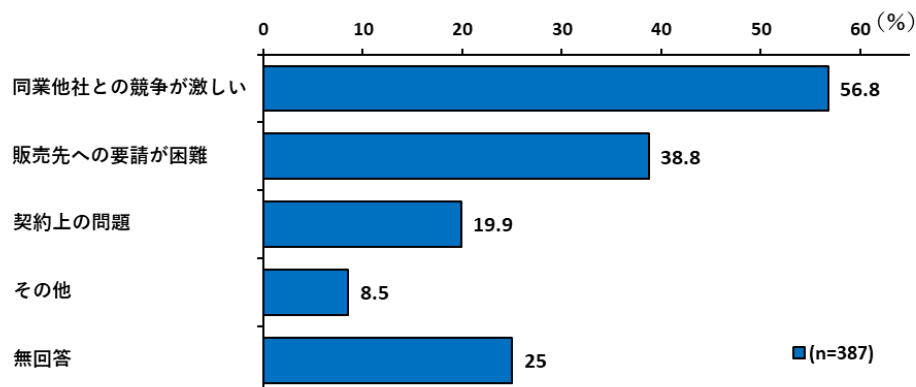
原材料・仕入価格の上昇分に対し、販売価格への転嫁は「転嫁できていない」(28.5%)が最も多く、次いで「2割以上5割未満転嫁できている」(12.6%)、「5割以上8割未満転嫁できている」(12.0%)が多くなっている。一方、「すべて転嫁できている」は、1割近く(8.9%)。



### ③ 価格転嫁が難しい（できない）理由について

～「同業他社との競争が激しい」が5割台半ば超え～

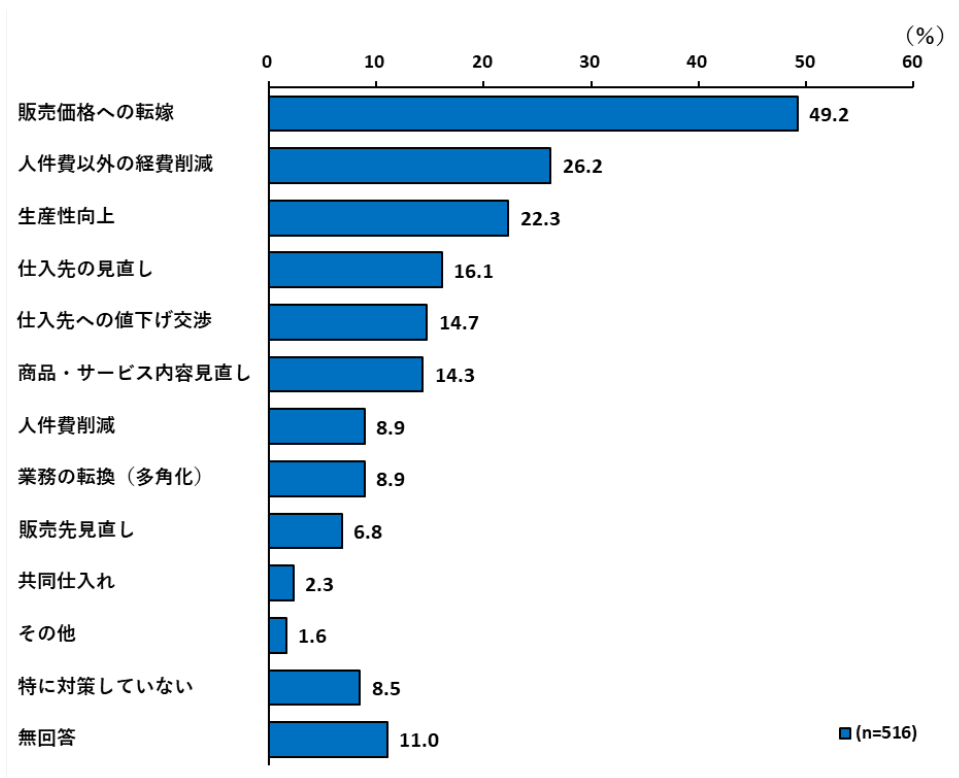
価格転嫁が難しい（できない）理由についてみると、「同業他社との競争が激しい」（56.8%）が最も多く、次いで「販売先への要請が困難」（38.8%）となっている。



### ④ 今後予定している対策について

～「販売価格への転嫁」が5割弱～

今後予定している対策についてみると、「販売価格への転嫁」（49.2%）が最も多く、次いで「人件費以外の経費削減」（26.2%）、「生産性向上」（22.3%）となっている。





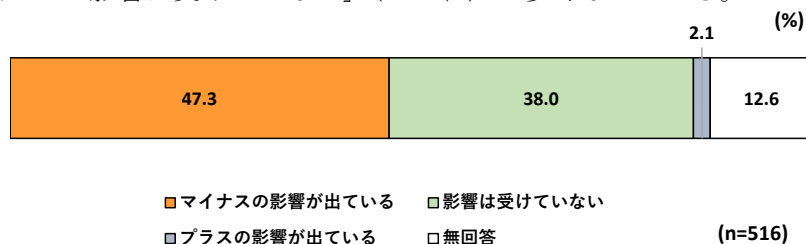
## 5 特別調査の概要 《円安(為替相場の動向)による事業活動への影響について》

### (1) 円安による事業活動への影響について

#### ① 円安による事業活動への影響

～「マイナスの影響が出ている」が4割台半ば超え～

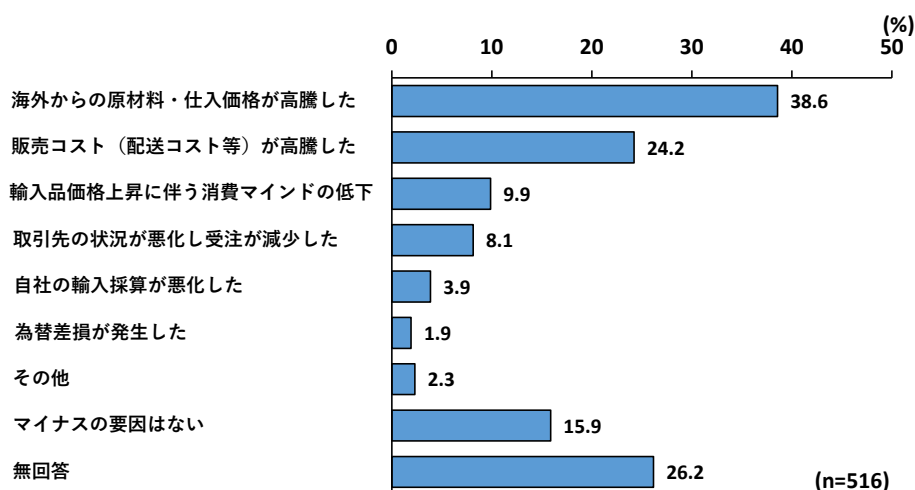
円安による事業活動への影響についてみると、「マイナスの影響が出ている」(47.3%)が最も多く、次いで「影響は受けていない」(38.0%)が多くなっている。



#### ② 円安による事業へのマイナス要因

～「海外からの原材料・仕入価格が高騰した」が4割近く

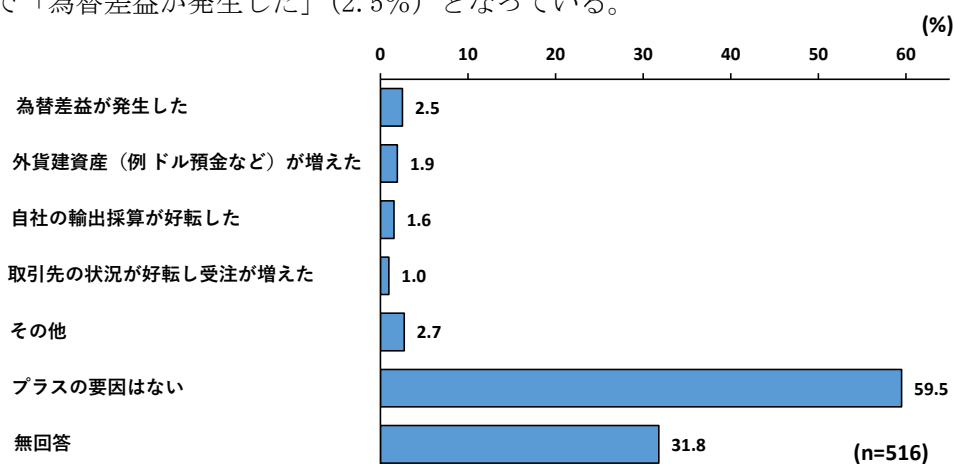
円安による事業へのマイナス要因についてみると、「海外からの原材料・仕入価格が高騰した」(38.6%)が最も多く、次いで「販売コスト(配送コスト等)が高騰した」(24.2%)、「輸入品価格上昇に伴う消費マインドの低下」(9.9%)、「取引先の状況が悪化し受注が減少した」(8.1%)となっている。



③ 円安による事業へのプラス要因

～「プラス要因はない」が6割弱～

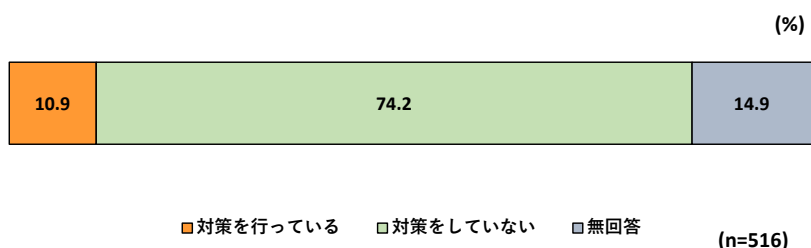
円安による事業へのプラス要因についてみると、「プラス要因はない」(59.5%)が最も多く、次いで「為替差益が発生した」(2.5%)となっている。



④ 円安に対する対策

～「対策をしていない」が7割台半ば近く～

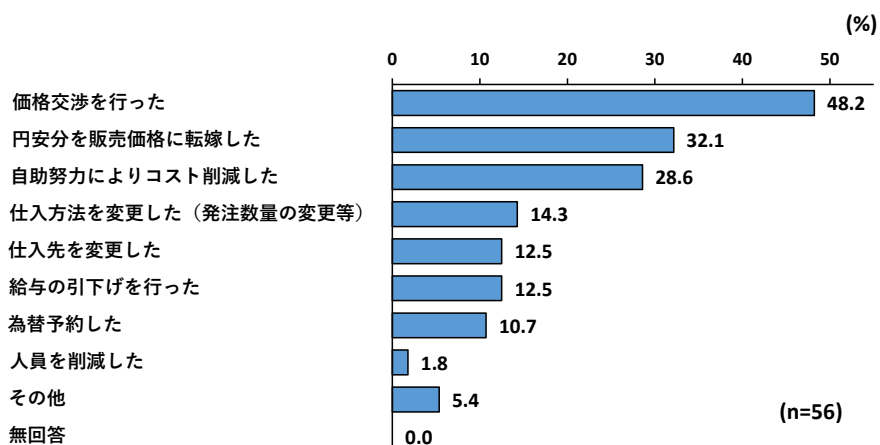
円安に対する対策をみると、「対策をしていない」(74.2%)が多く、「対策を行っている」(10.9%)のは約1割。



⑤ 現在実施している対策

～「価格交渉を行った」が5割近く～

対策を行っている企業では、現在実施しているのは「価格交渉を行った」(48.2%)が最も多く、次いで「円安分を販売価格に転嫁した」(32.1%)、「自助努力によりコスト削減した」(28.6%)となっている。



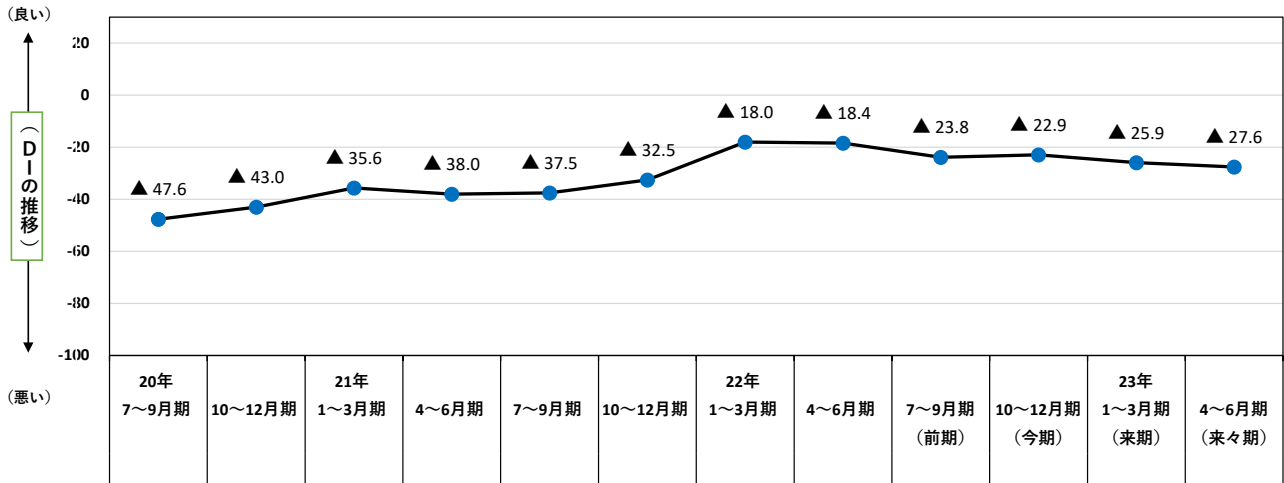
# Ⅲ 景況調査

## 1 各項目の動向

### (1) 景況

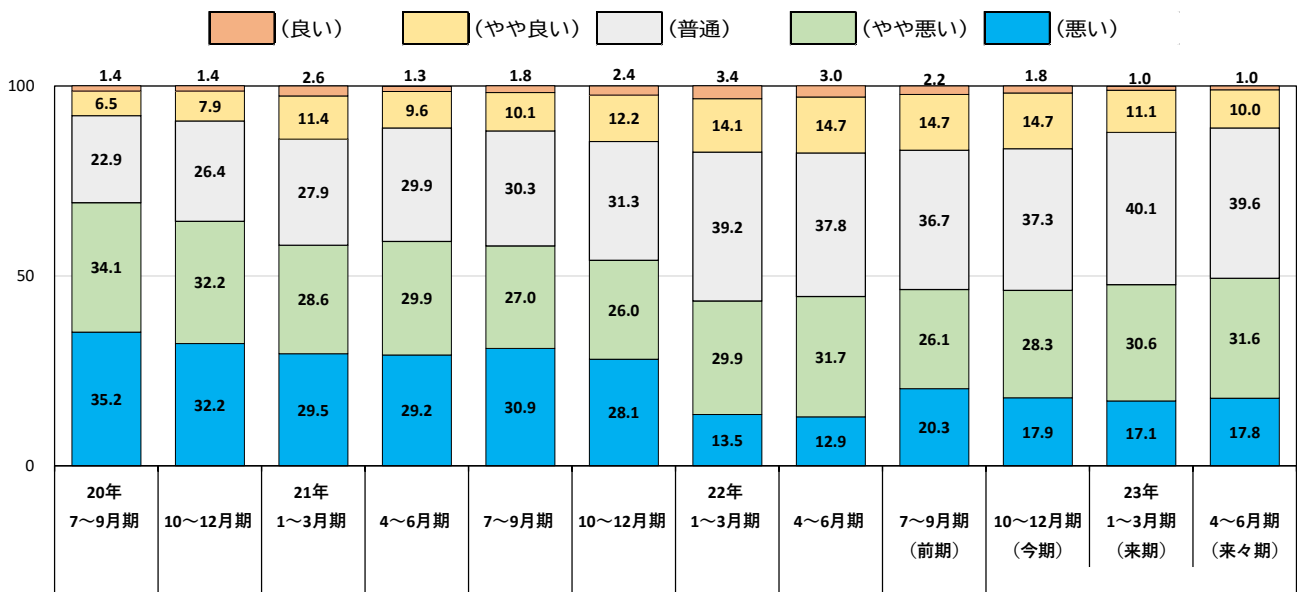
#### ① 全体

今期のD Iは「悪い」が「良い」を上回り▲22.9となり、前期と比べて0.9ポイント上昇した。前年同期と比べると、前期、今期とも上昇した。先行きをみると、来期は▲25.9、来々期は▲27.6と下降する見通しである。



景況について、今期は「悪い」と「やや悪い」をあわせた《悪い》とみる事業所が4割台半ば越え(46.2%)、「普通」とみる事業所が3割台半ば超え(37.3%)、「良い」と「やや良い」をあわせた《良い》とみる事業所は約1割台半ば超え(16.5%)であった。前期と比べて《悪い》が減少、「普通」が増加、《良い》は減少となった。

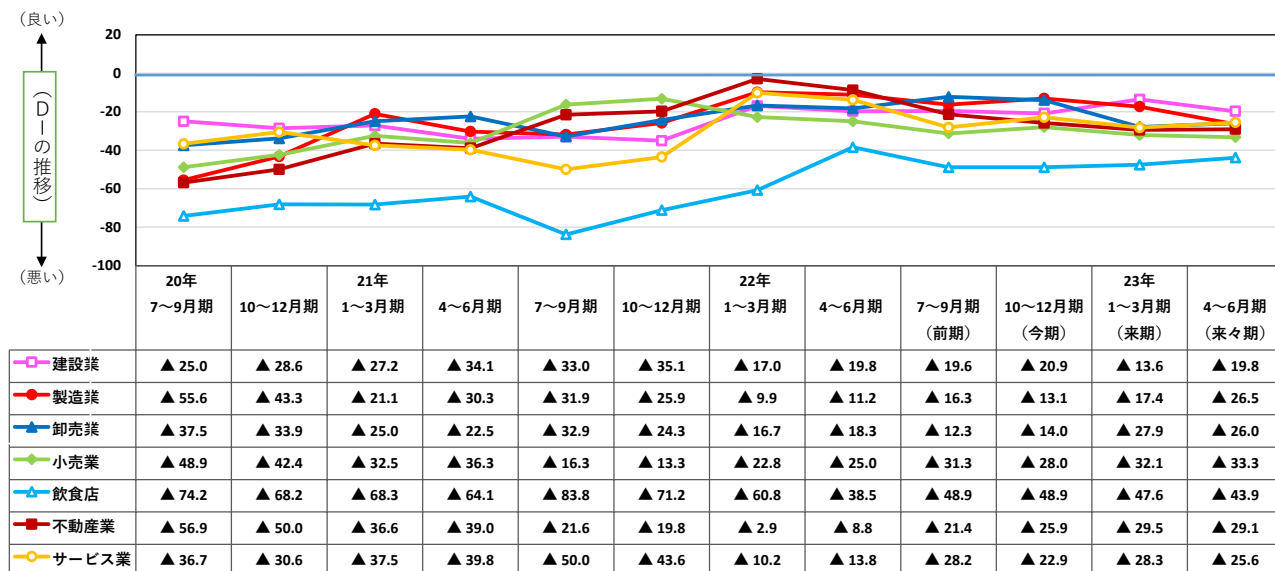
先行きをみると、来期は《良い》が減少し、「普通」、《悪い》は増加、来々期は《良い》、「普通」が減少し、《悪い》が増加となる見通しである。



## ② 業種別

今期のD Iはすべての業種でマイナスであった。前期と比べて「製造業」「小売業」「サービス業」で上昇し、「飲食店」で横ばい、それ以外の業種で下降した。

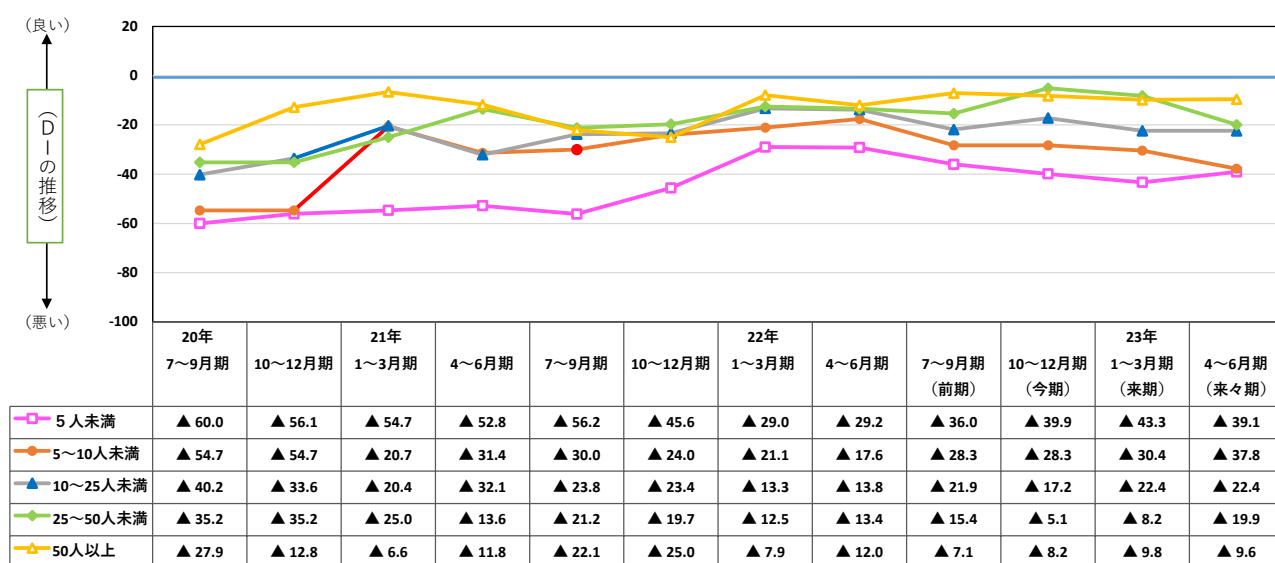
先行きをみると、来期は「建設業」「飲食店」で上昇し、それ以外の業種で下降するが、来々期は「卸売業」「飲食店」「不動産業」「サービス業」で上昇する見通しである。



## ③ 規模別

今期のD Iはすべての規模でマイナスであった。前期と比べて「5人未満」「50人以上」で下降し、「5~10人未満」で横ばい、それ以外の規模で上昇した。

先行きをみると、来期はすべての規模で下降し、来々期は「5~10人未満」「25~50人未満」の規模で下降し、「10~25人未満」の規模で横ばい、それ以外の規模で上昇する見通しである。

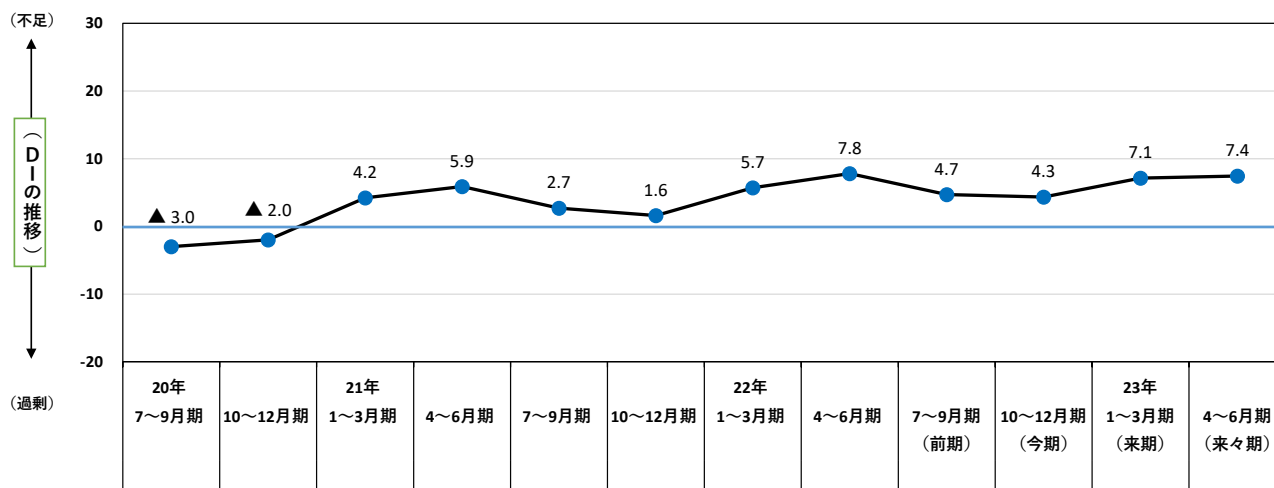


## (2) 在庫水準

### ① 全体

今期のD Iは「不足」が「過剰」を上回り4.3となったが、前期(4.7)からは下降した。前年同期と比べると前期、今期とも上昇した。

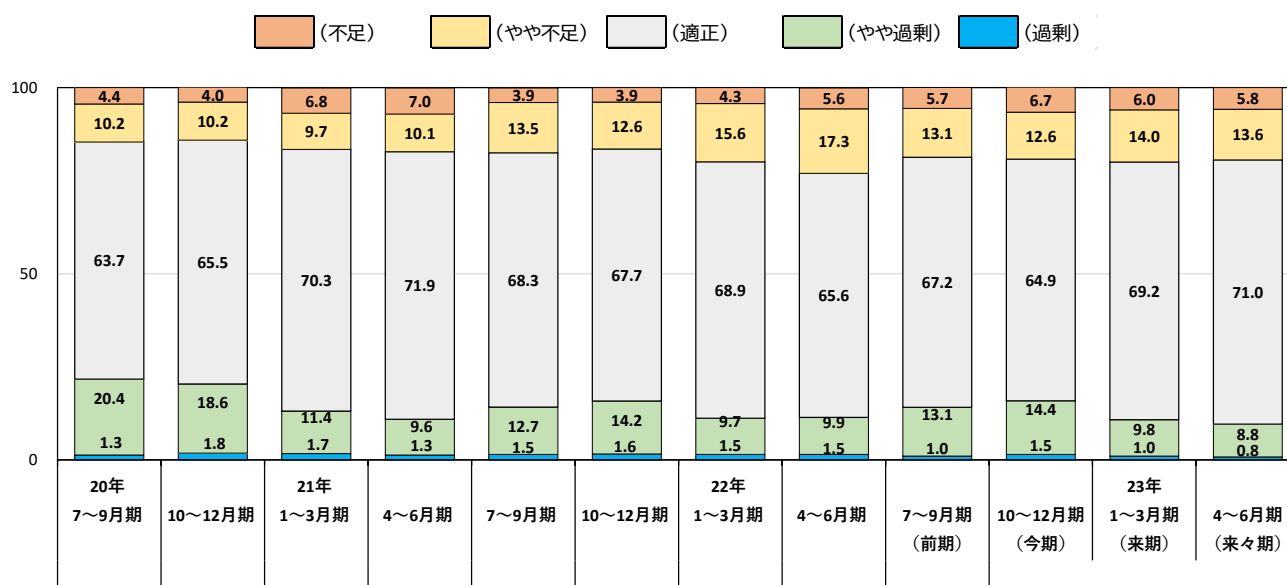
先行きをみると、来期は7.1、来々期は7.4と上昇する見通しである。



### ■事業所の割合

在庫について、今期は「適正」とみる事業所が6割台半ば近く(64.9%)、「不足」と「やや不足」をあわせた《不足》とみる事業所が2割弱(19.3%)、「過剰」と「やや過剰」をあわせた《過剰》とみる事業所が1割台半ば(15.9%)であった。前期と比べて「適正」が減少し、《不足》《過剰》が増加した。

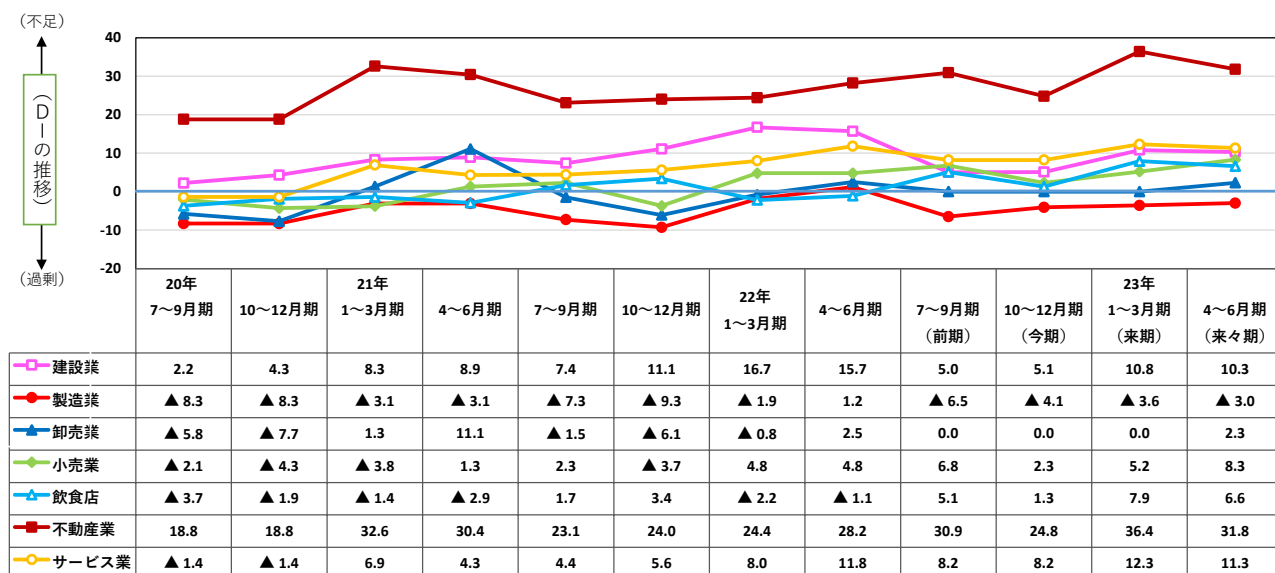
先行きをみると、来期は《過剰》が減少し、「適正》《不足》が増加する見通し、来々期は、《過剰》《不足》が減少し、「適正》が増加する見通しである。



## ② 業種別

今期のD Iは、「製造業」でマイナス、それ以外の業種でプラスであった。前年同期と比べると「製造業」「卸売業」「小売業」「不動産業」「サービス業」で上昇した。

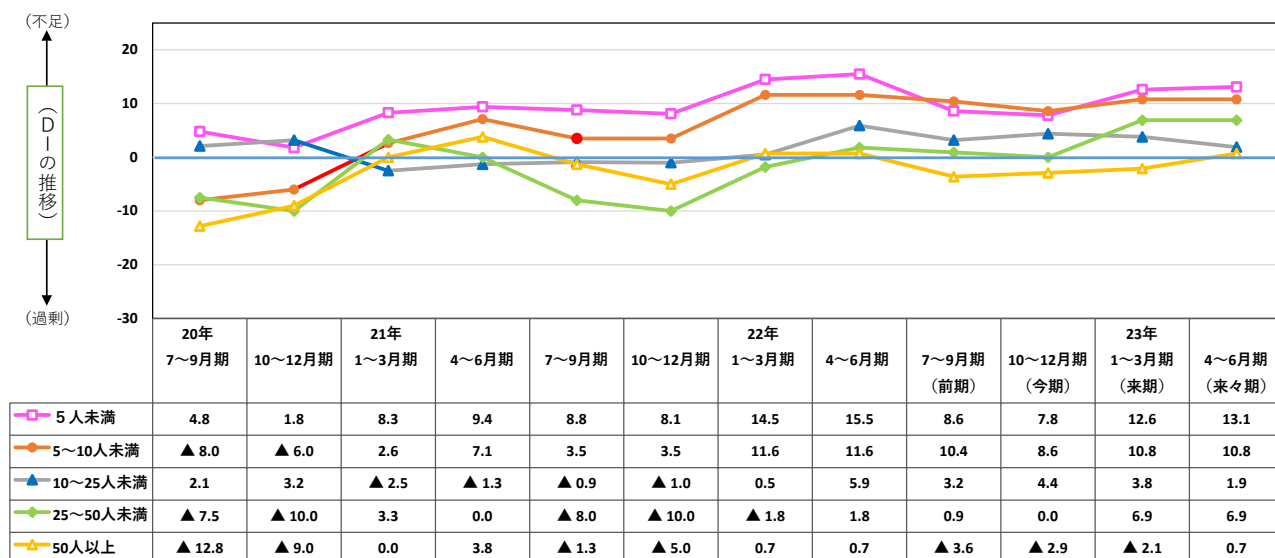
先行きをみると、来期は「卸売業」で横ばい、それ以外の業種で上昇の見通しである。来々期は、「製造業」「卸売業」「小売業」では上昇するが、「建設業」「飲食店」「不動産業」「サービス業」では下降する見通しである。



## ③ 規模別

今期のD Iは、「50人以上」以外の規模でプラスであった。前期と比べて「10~25人未満」「50人以上」で上昇した。

先行きをみると、来期は「10~25人未満」の規模で下降するが、それ以外の規模では上昇する見通しである。来々期は「10~25人未満」の規模で下降し、「5~10人未満」「25~50人未満」で横ばい、それ以外の規模で上昇する見通しである。

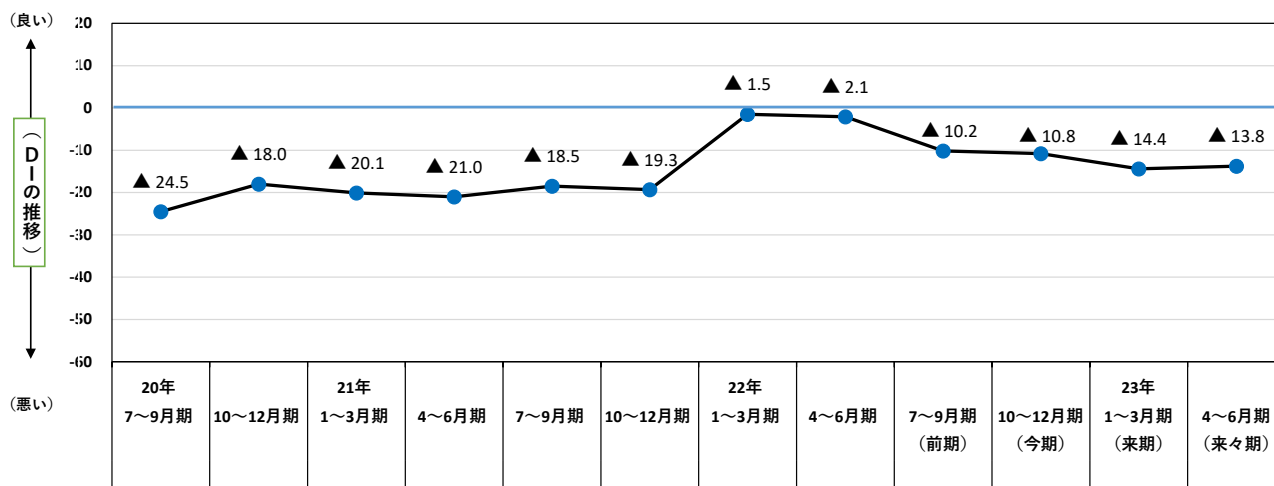


### (3) 資金繰り

#### ① 全体

今期のD Iは「悪い」が「良い」を上回り▲10.8となり、前期と比べて0.6ポイント下降した。前年同期と比べると、8.5ポイント上昇した。

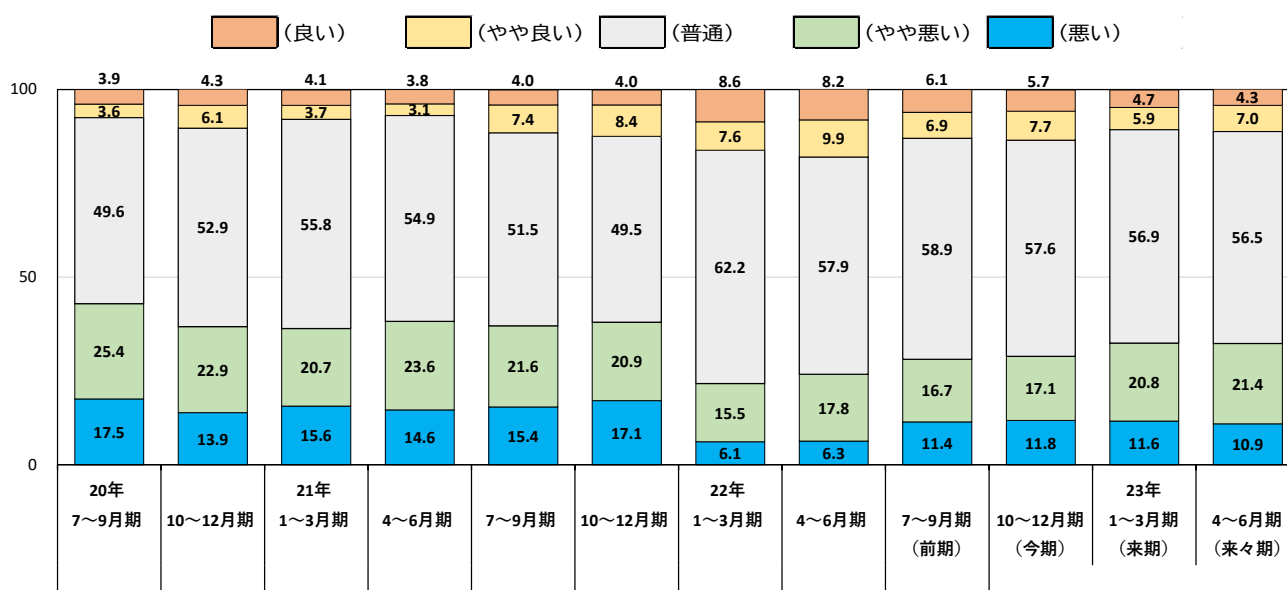
先行きをみると、来期は▲14.4と下降するが、来々期は▲13.8と上昇する見通しである。



#### ■事業所の割合

資金繰りについて、今期は「普通」とみる事業所が5割台半ばを超え(57.6%)となっている。「悪い」と「やや悪い」をあわせた《悪い》とみる事業所が3割近く(28.9%)となっている。「良い」と「やや良い」をあわせた《良い》とみる事業所は1割台半ば近く(13.4%)であった。前期と比べて《良い》《悪い》が増加し、「普通」が減少した。

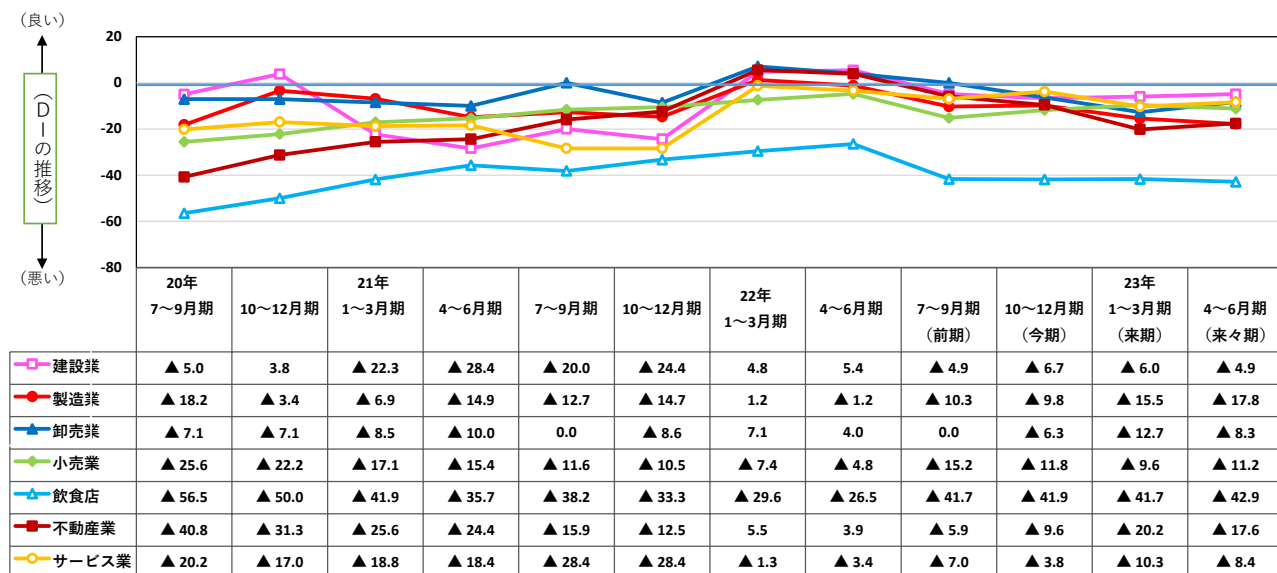
先行きをみると、来期は《悪い》が増加し、《良い》「普通」が減少する見通し、来々期は《良い》が増加し、《悪い》「普通」が減少する見通しである。



## ② 業種別

今期のD Iは、すべての業種でマイナスであった。前期と比べて「製造業」「小売業」「サービス業」で上昇し、それ以外の業種では下降した。前年同期と比べると、「小売業」「飲食店」では下降し、それ以外の業種で上昇した。

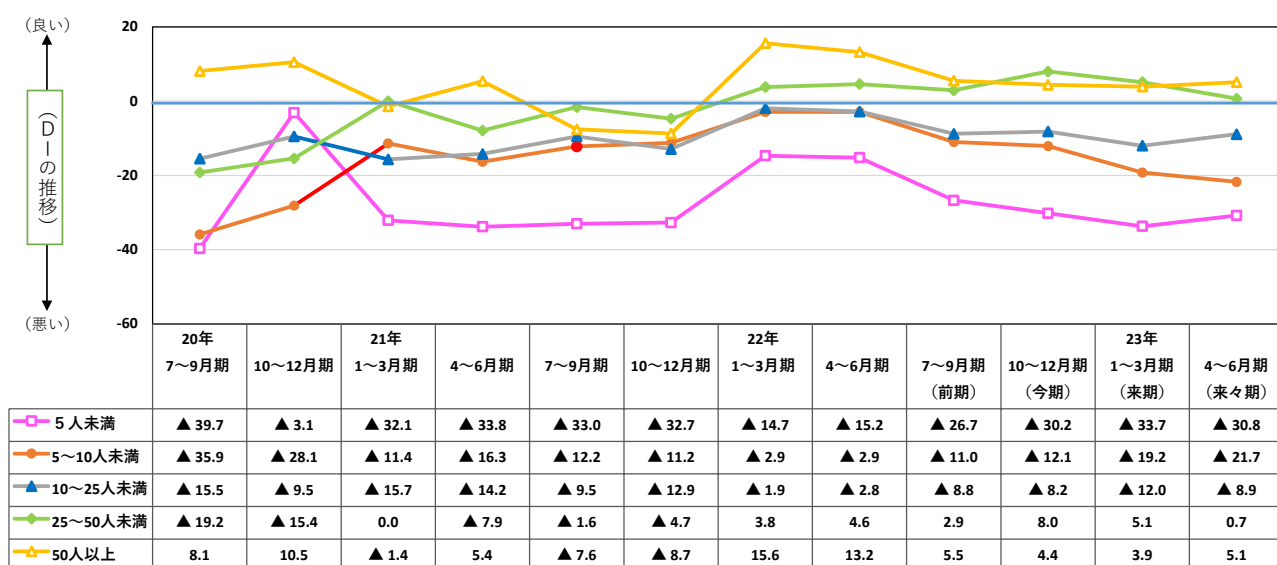
先行きをみると、来期は「建設業」「小売業」「飲食店」で上昇、それ以外の業種では下降する見通し、来々期は「建設業」「卸売業」「不動産業」「サービス業」で上昇、それ以外の業種で下降する見通しである。



## ③ 規模別

今期のD Iは、「5人未満」「5~10人未満」「10~25人未満」の規模でマイナスであった。前期と比べて「10~25人未満」「25~50人未満」で上昇し、それ以外の規模で下降した。

先行きをみると、来期はすべての規模で下降する見通し、来々期は「5人未満」「10~25人未満」「50人以上」で上昇、それ以外の規模で下降する見通しである。



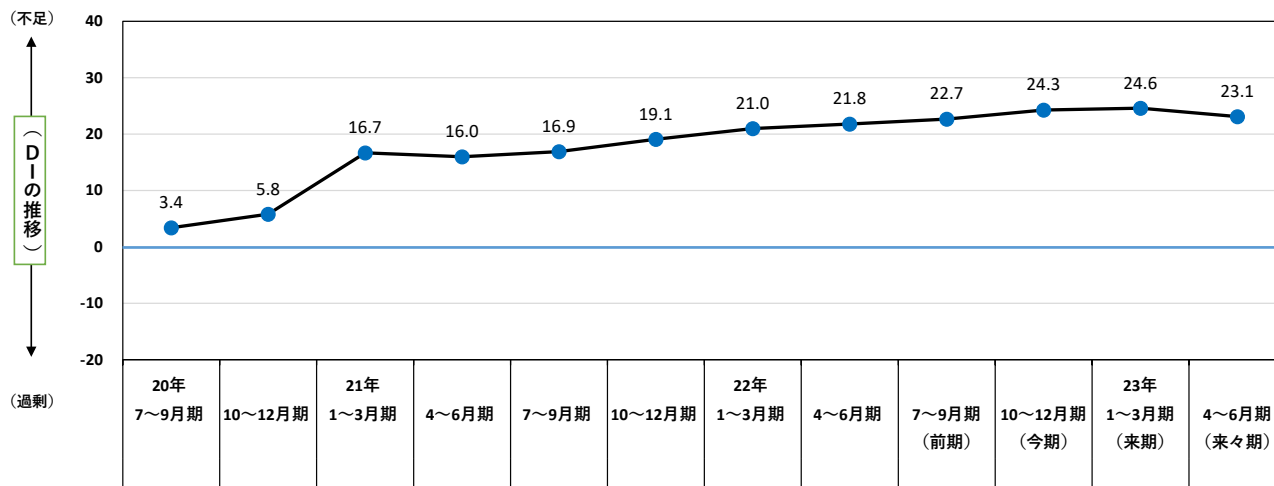


## (4) 雇用人員

### ① 全体

今期のD Iは「不足」が「過剰」を上回り 24.3 となり、前期と比べて 1.6 ポイント上昇した。前年同期と比べて 5.2 ポイント上昇した。

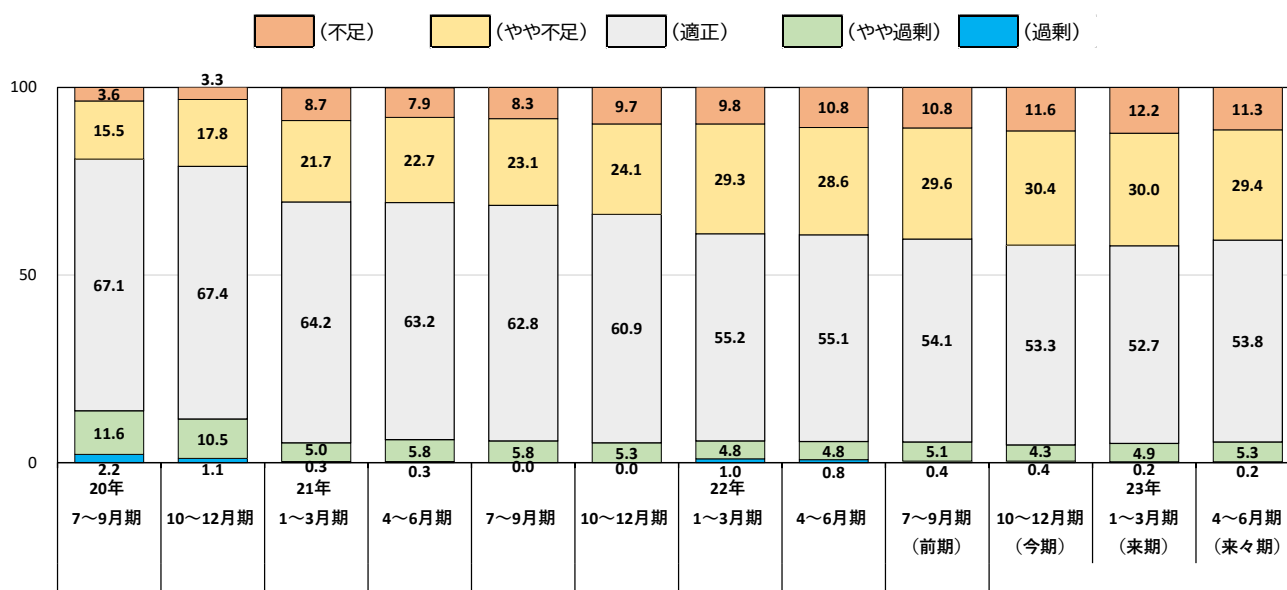
先行きをみると、来期は 24.6 と上昇するが、来々期は 23.1 と下降する見通しである。



### ■事業所の割合

雇用人員について、今期は「適正」とみる事業所が5割台半ば近く(53.3%)、「不足」と「やや不足」をあわせた《不足》とみる事業所が4割強(42.0%)、「過剰」と「やや過剰」をあわせた《過剰》とみる事業所は1割未満(4.7%)となっている。前期と比べて《不足》が増加している。

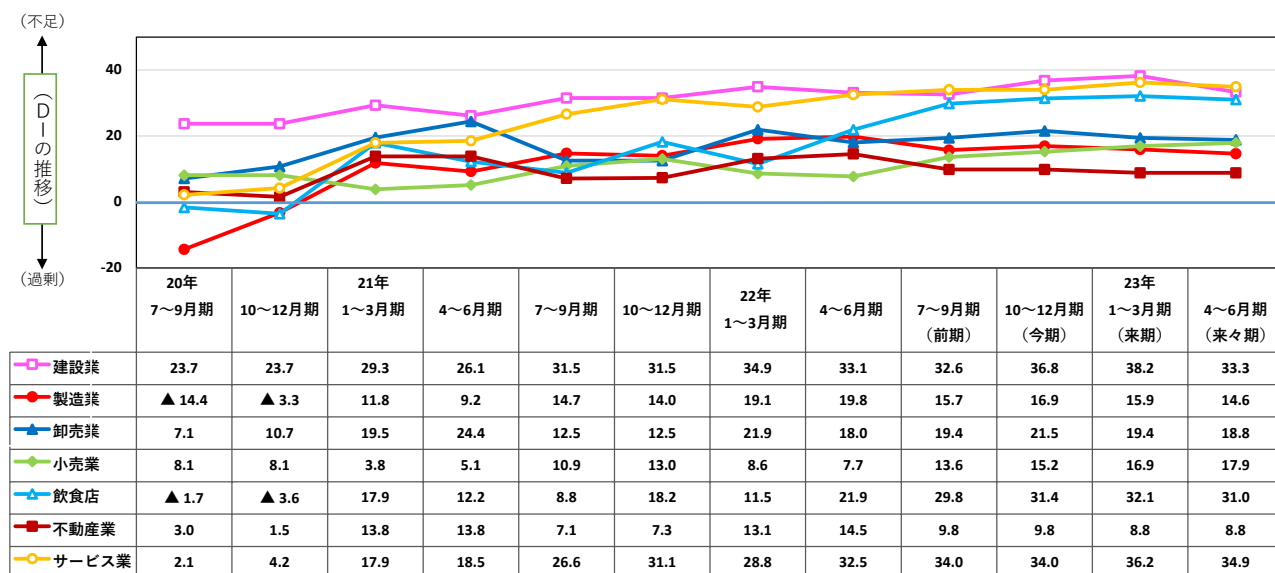
先行きをみると、来期は「適正」が減少し、《過剰》《不足》が増加、来々期は《不足》が減少し、《過剰》「適正」が増加する見通しである。



## ② 業種別

今期のD Iは、すべての業種でプラスであった。前期と比べて「不動産業」「サービス業」で横ばい、それ以外の業種で上昇した。

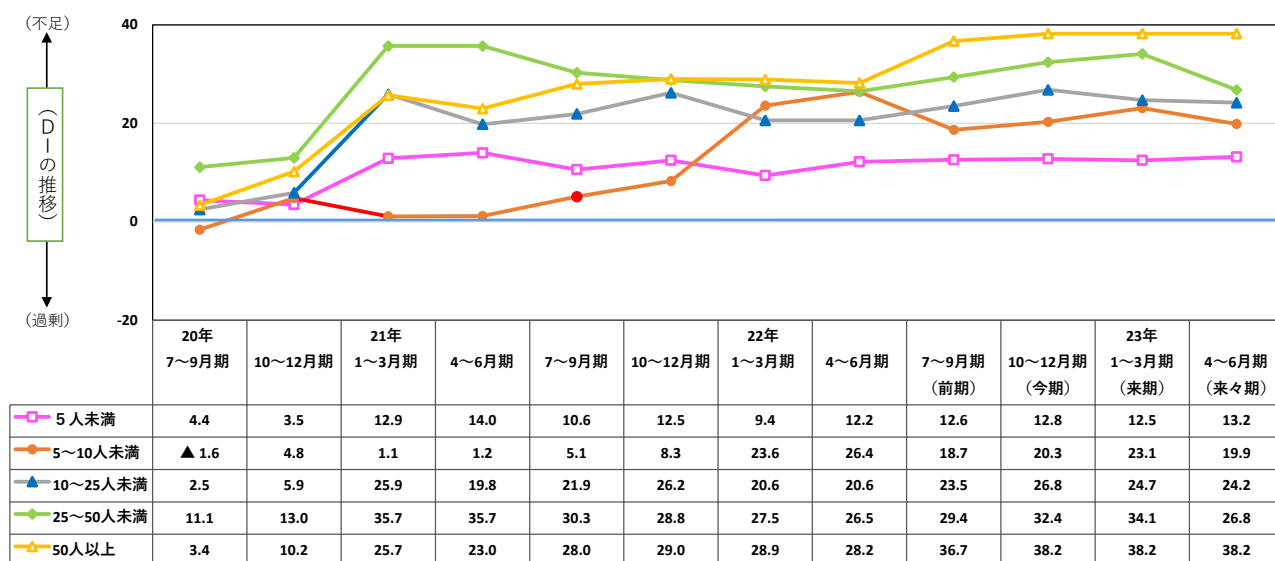
先行きをみると、来期は「建設業」「小売業」「飲食店」「サービス業」で上昇、それ以外の業種では下降する見通しである。来々期は「小売業」で上昇、「不動産業」で横ばい、それ以外の業種で下降する見通しである。



## ③ 規模別

今期のD Iはすべての規模でプラスであった。前期と比べてすべての規模で上昇した。

先行きをみると、来期は「5~10人未満」「25~50人未満」の規模で上昇、「50人以上」で横ばい、「5人未満」「10~25人未満」で下降する見通しである。来々期は「5人未満」で上昇、「50人以上」で横ばい、それ以外の規模で下降する見通しである。

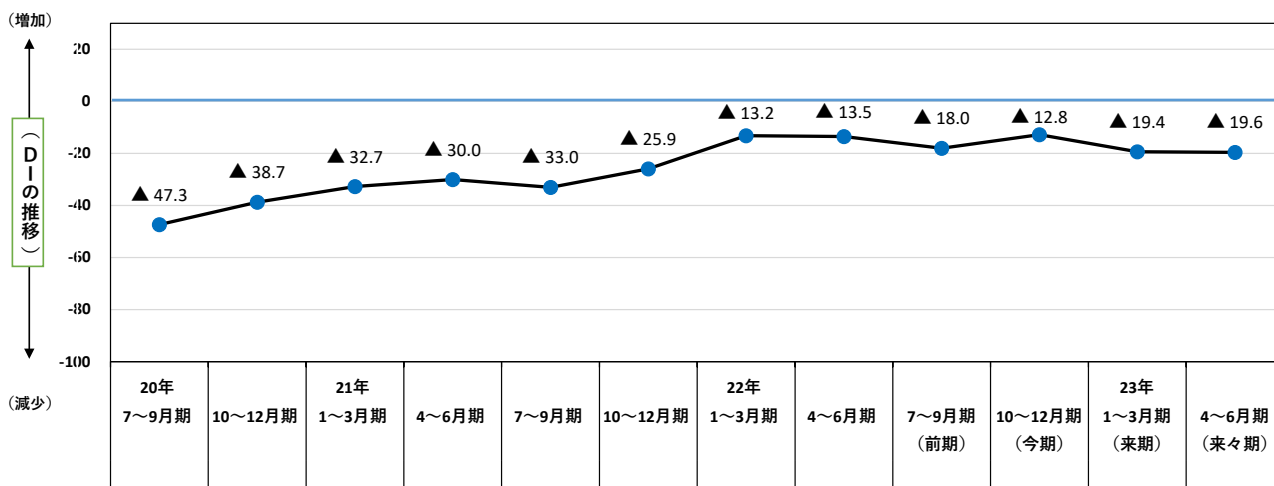


## (5) 販売数量

### ① 全体

今期のD Iは「減少」が「増加」を上回り▲12.8となり、前期と比べて5.2ポイント上昇した。前年同期と比べて、前期、今期とも上昇した。

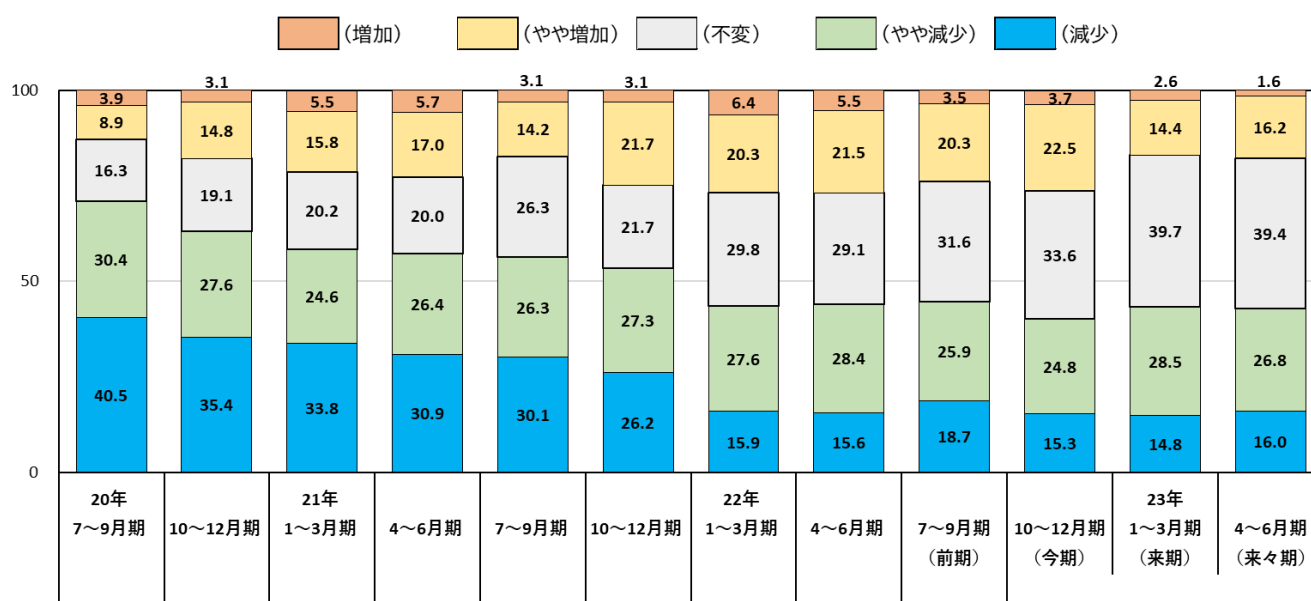
先行きをみると、来期は▲19.4、来々期は▲19.6と下降する見通しである。



### ■事業所の割合

販売数量について、今期は「減少」と「やや減少」をあわせた《減少》とみる事業所が約4割(40.1%)で、「不変」とみる事業所が3割台半ば近く(33.6%)、「増加」と「やや増加」をあわせた《増加》とみる事業所が2割台半ばを超え(26.2%)であった。前期と比べて《減少》が減少して、《増加》「不変」が増加した。

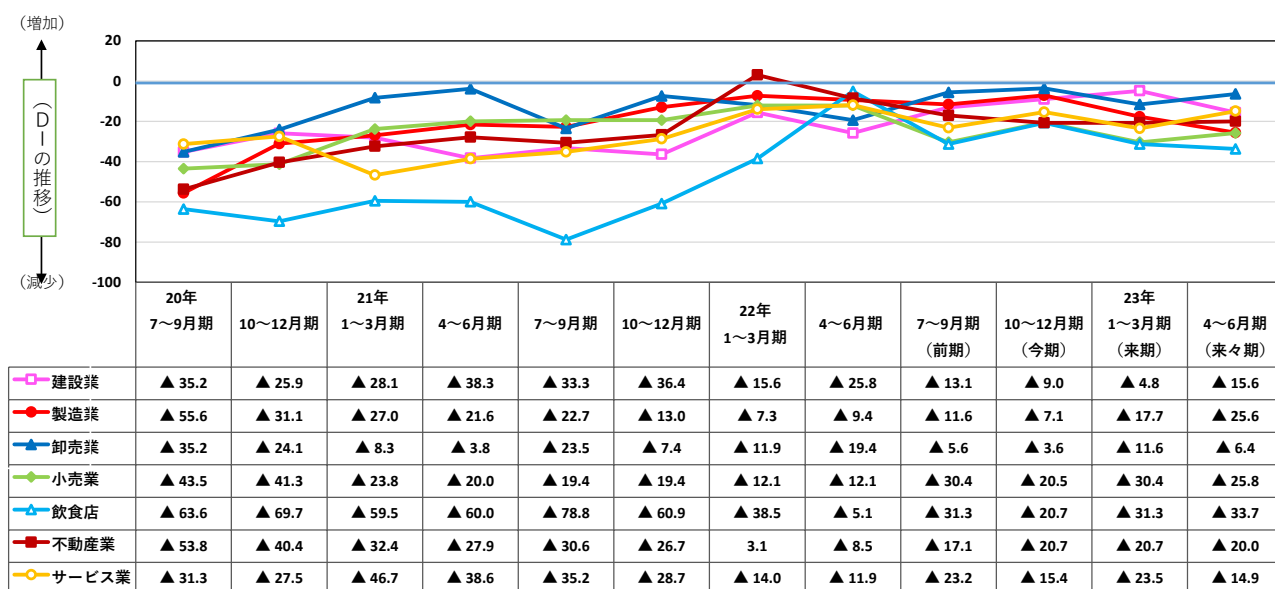
先行きをみると、来期は《増加》が減少して、「不変」「減少」が増加する見通しである。来々期は「不変」「減少」が減少して、《増加》が増加する見通しである。



## ② 業種別

今期のD Iはすべての業種でマイナスであった。前期と比べて「不動産業」で下降、それ以外の業種では上昇した。

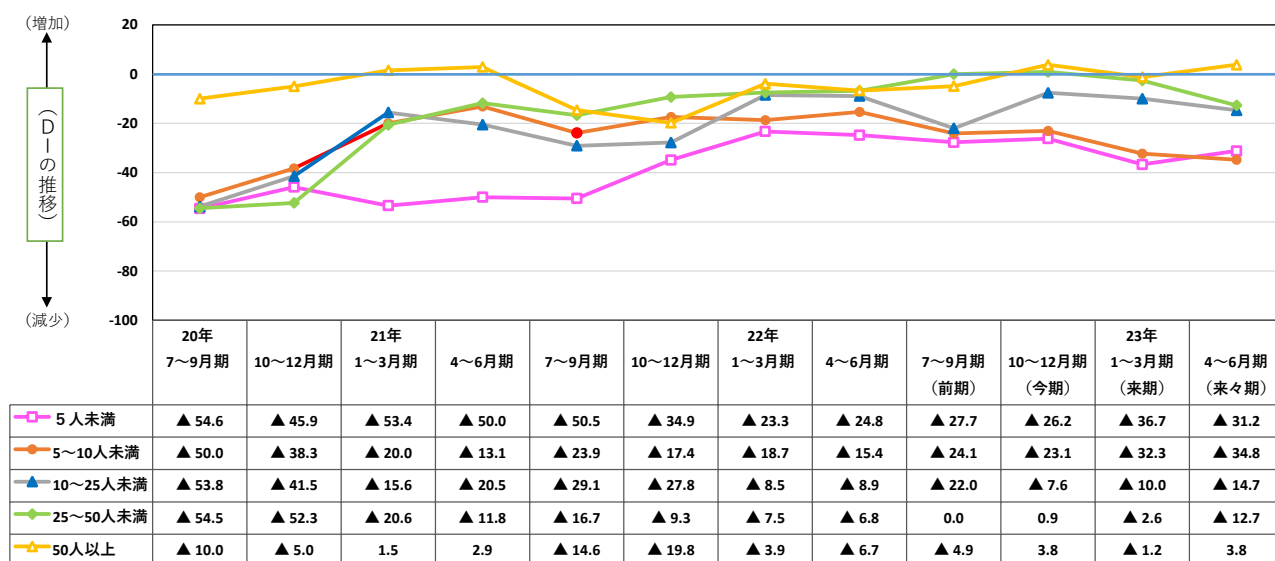
先行きをみると、来期は「建設業」で上昇、「不動産業」で横ばい、それ以外の業種で下降する見通しである。来々期は「建設業」「製造業」「飲食店」で下降し、それ以外の業種で上昇する見通しである。



## ③ 規模別

今期のD Iは、「5人未満」「5~10人未満」「10~25人未満」の規模でマイナスであった。前期と比べてすべての規模で上昇した。

先行きをみると、来期はすべての規模で下降する見通し、来々期は「5人未満」「50人以上」で上昇し、それ以外の規模で下降する見通しである。

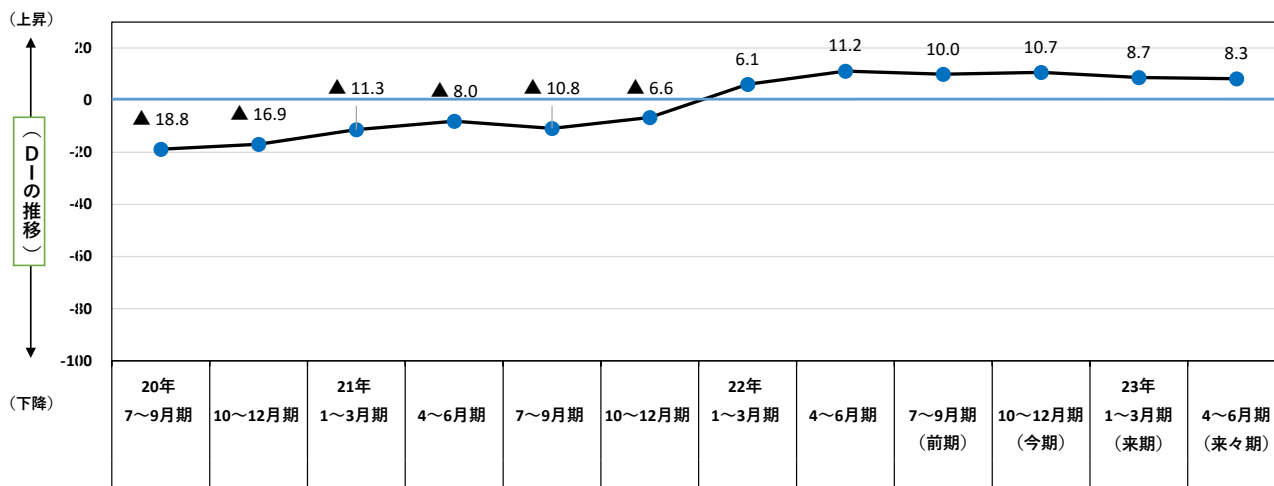


## (6) 販売単価

### ① 全体

今期のD Iは「上昇」が「下降」を上回り10.7となり、前期と比べて0.7ポイント上昇した。前年同期と比べて、前期、今期とも上昇した。

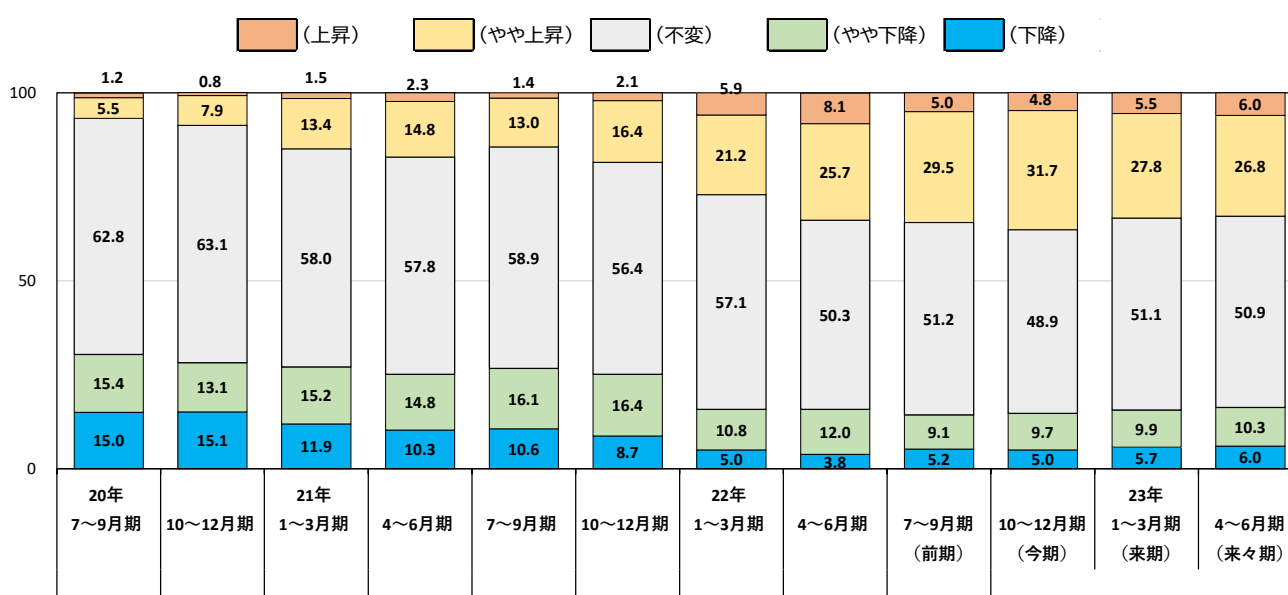
先行きをみると、来期は8.7、来々期は8.3と下降する見通しである。



### ■事業所の割合

販売単価について、今期は「不変」とみる事業所が5割近く(48.9%)、「下降」と「やや下降」をあわせた《下降》とみる事業所が1割台半ば近く(14.7%)、「上昇」と「やや上昇」をあわせた《上昇》とみる事業所は3割台半ばを超え(36.5%)であった。前期と比べて「不変」が減少し、《上昇》《下降》が増加した。

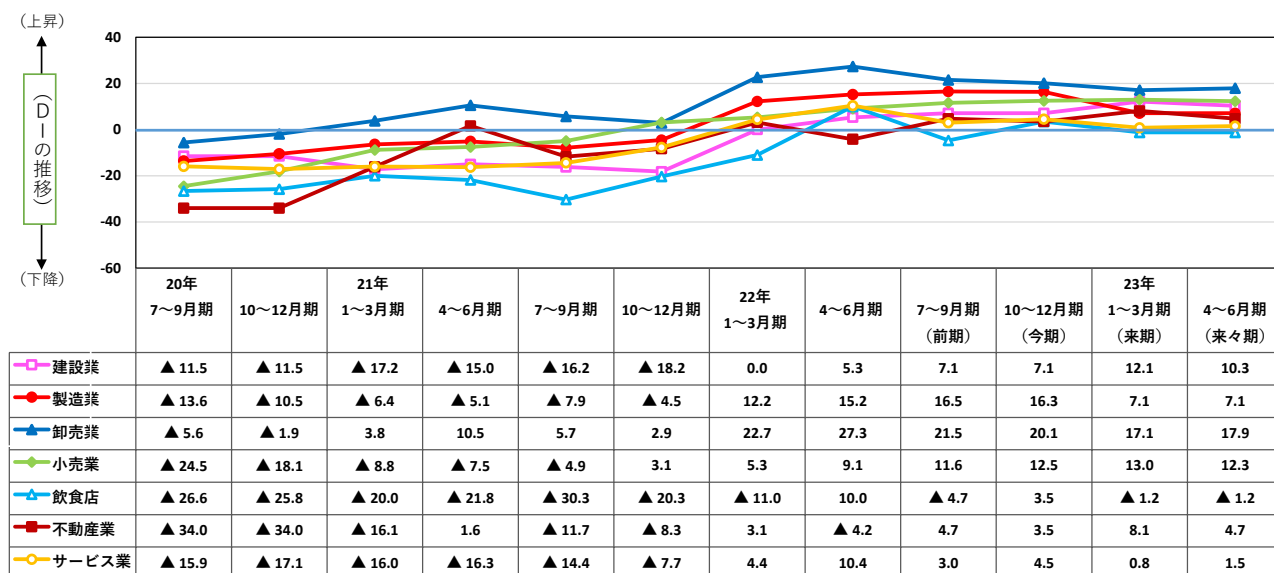
先行きをみると、来期は《上昇》が減少し、「不変」《下降》が増加する見通し、来々期は《上昇》「不変」が減少し、《下降》が増加する見通しである。



## ② 業種別

今期のD Iはすべての業種でプラスであった。前期と比べて「小売業」「飲食店」「サービス業」で上昇し、「建設業」で横ばい、それ以外の業種は下降した。

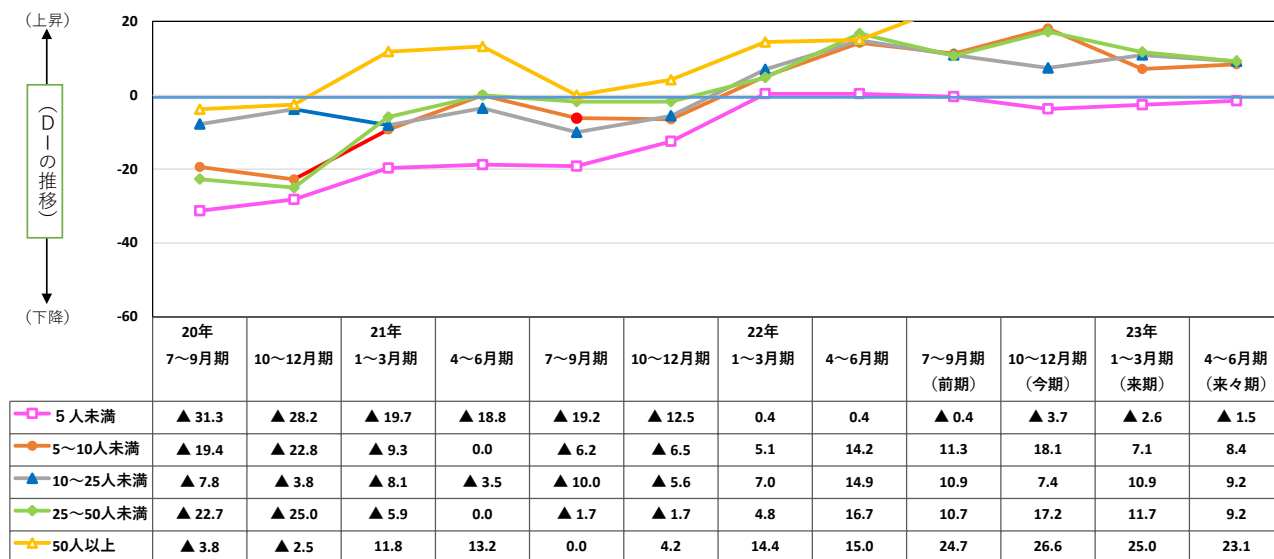
先行きをみると、来期は「製造業」「卸売業」「飲食店」「サービス業」で下降、それ以外の業種で上昇する見通し、来々期は「建設業」「小売業」「不動産業」で下降、「製造業」「飲食店」で横ばい、それ以外の業種で上昇する見通しである。



## ③ 規模別

今期のD Iは「5人未満」でマイナス、それ以外の規模でプラスであった。前期と比べて「5~10人未満」「25~50人未満」「50人以上」で上昇、それ以外の規模で下降した。

先行きをみると、来期は「5~10人未満」「25~50人未満」「50人以上」で下降、それ以外の規模で上昇する見通し、来々期は「10~25人未満」「25~50人未満」「50人以上」で下降、それ以外の規模で上昇する見通しである。

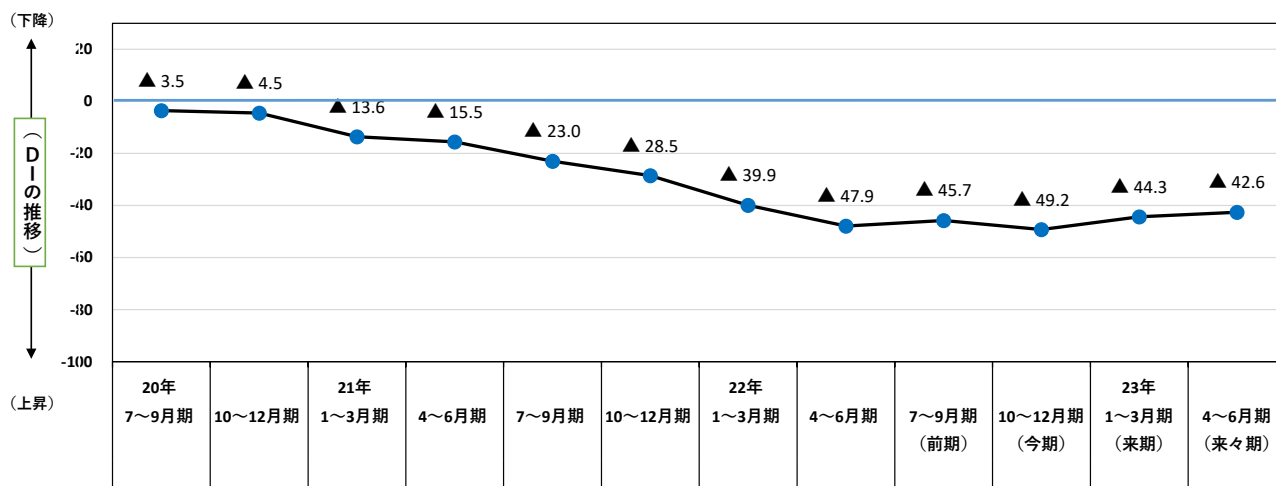


## (7) 仕入価格 (単価)

### ① 全体

今期のD Iは「上昇」が「下降」を上回り▲49.2となり、前期と比べて3.5ポイント下降した。前年同期と比べて、前期、今期とも下降した。

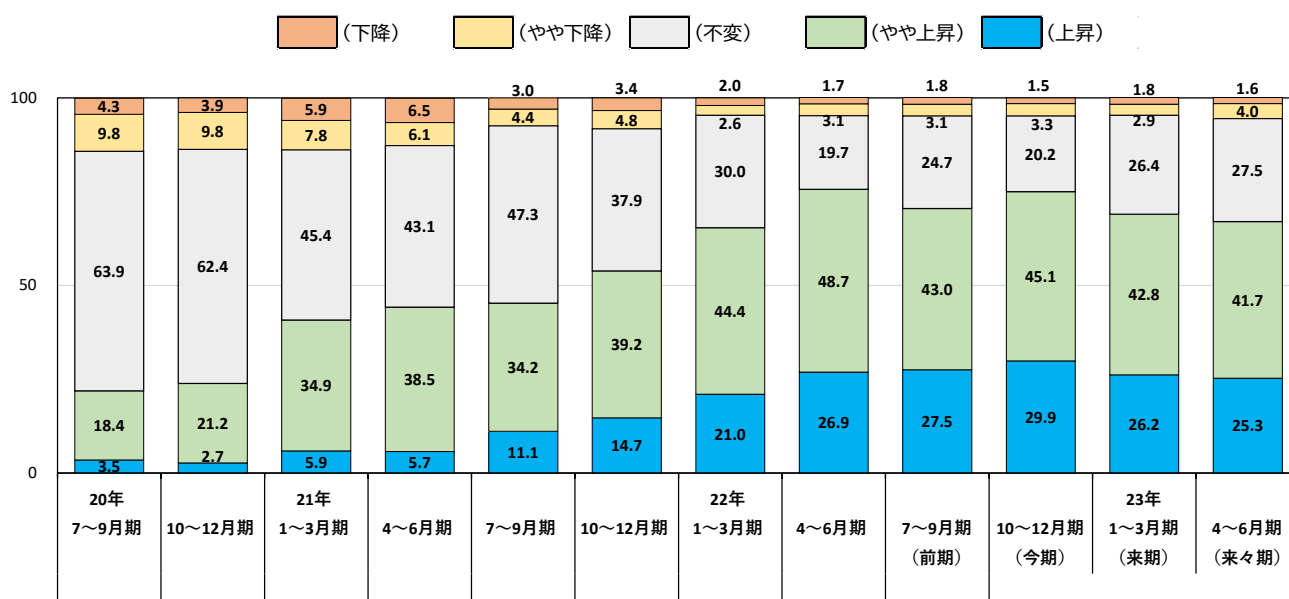
先行きをみると、来期は▲44.3、来々期は▲42.6と上昇する見通しである。



### ■事業所の割合

仕入価格 (単価) について、今期は「不変」とみる事業所が約2割 (20.2%)、「下降」と「やや下降」をあわせた《下降》とみる事業所が1割未満 (4.8%)、「上昇」と「やや上昇」をあわせた《上昇》とみる事業所が7割台半ば (75.0%) であった。前期と比べて《上昇》が増加し、「不変」「下降》が減少した。

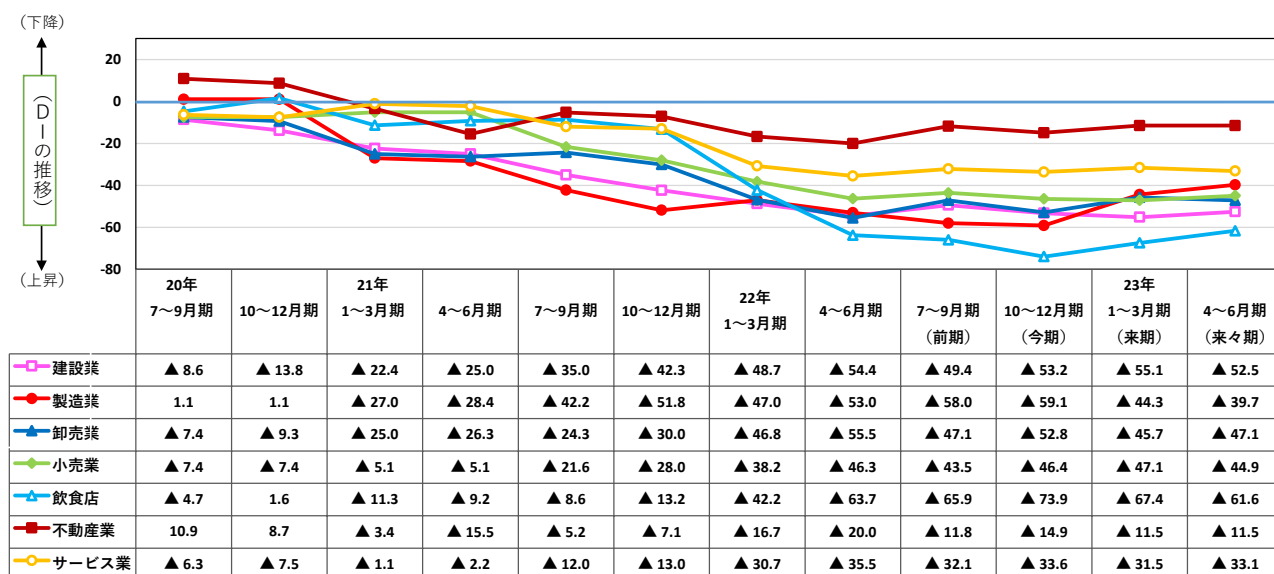
先行きをみると、来期は《上昇》が減少、「下降》がほぼ横ばい「不変》が増加する見通しである。来々期は《下降》「不変》は増加し、「上昇》は減少する見通しである。



## ② 業種別

今期のD Iは、すべての業種でマイナスであった。前期と比べてすべての業種で下降した。

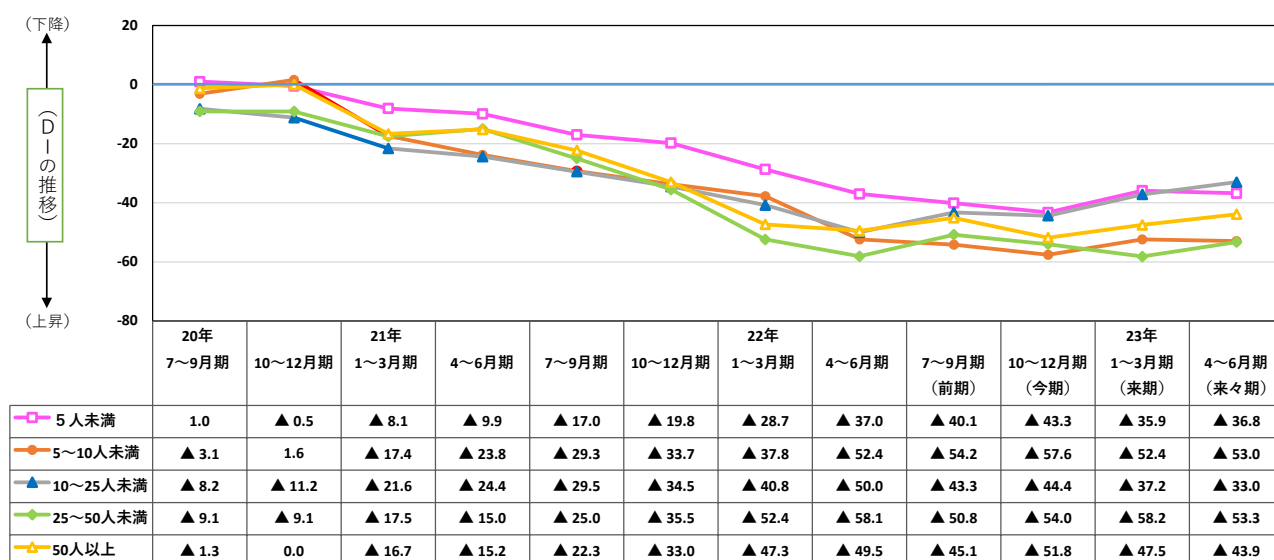
先行きをみると、来期は「建設業」「小売業」を除く業種で上昇する見通し、来々期は「卸売業」「サービス業」で下降、「不動産業」が横ばい、その他の業種で上昇する見通しである。



## ③ 規模別

今期のD Iは、すべての規模でマイナスであった。前期と比べてすべての規模で下降した。

先行きをみると、来期は「25~50人未満」で下降、それ以外の規模で上昇する見通し、来々期は「5人未満」「5~10人未満」で下降、それ以外の規模で上昇する見通しである。



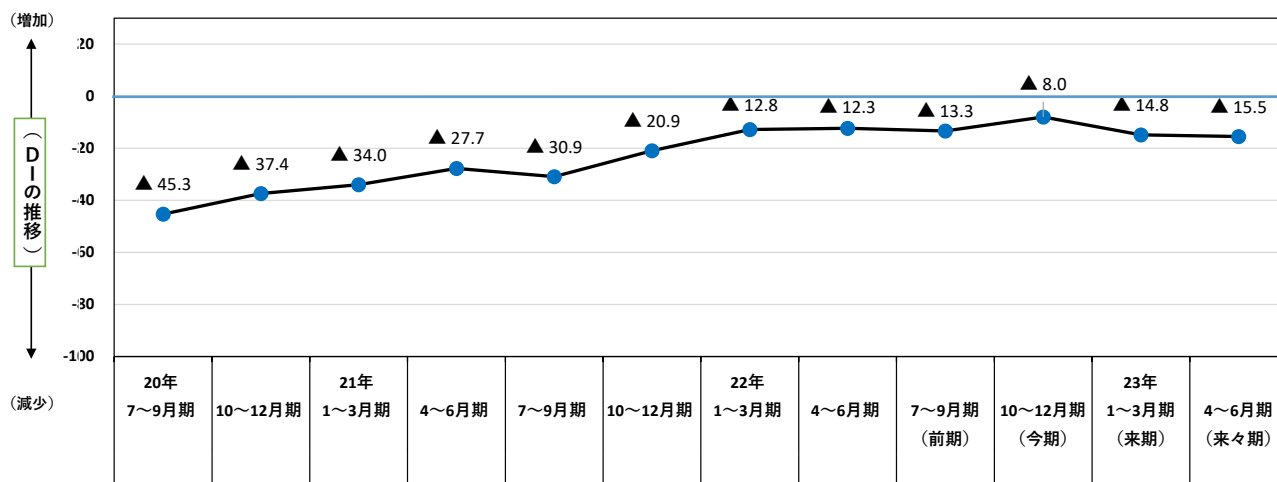


## (8) 売上高

### ① 全体

今期のD Iは「減少」が「増加」を上回り▲8.0となり、前期と比べて5.3ポイント上昇した。前年同期と比べて、前期、今期ともに上昇した。

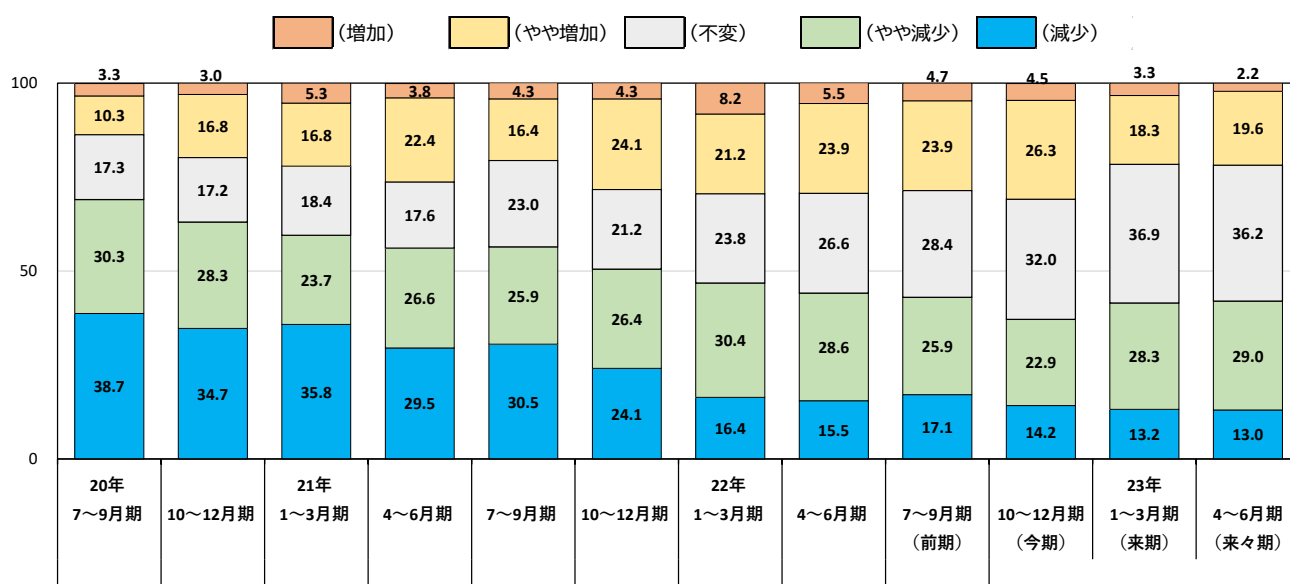
先行きをみると、来期は▲14.8、来々期は▲15.5と下降する見通しである。



### ■事業所の割合

売上高について、今期は「減少」と「やや減少」をあわせた《減少》とみる事業所が3割台半ばを超え(37.1%)、「増加」と「やや増加」をあわせた《増加》とみる事業所が約3割(30.8%)、「不変」とみる事業所が3割強(32.0%)であった。前期と比べて「不変」《増加》が増加し、《減少》が減少した。

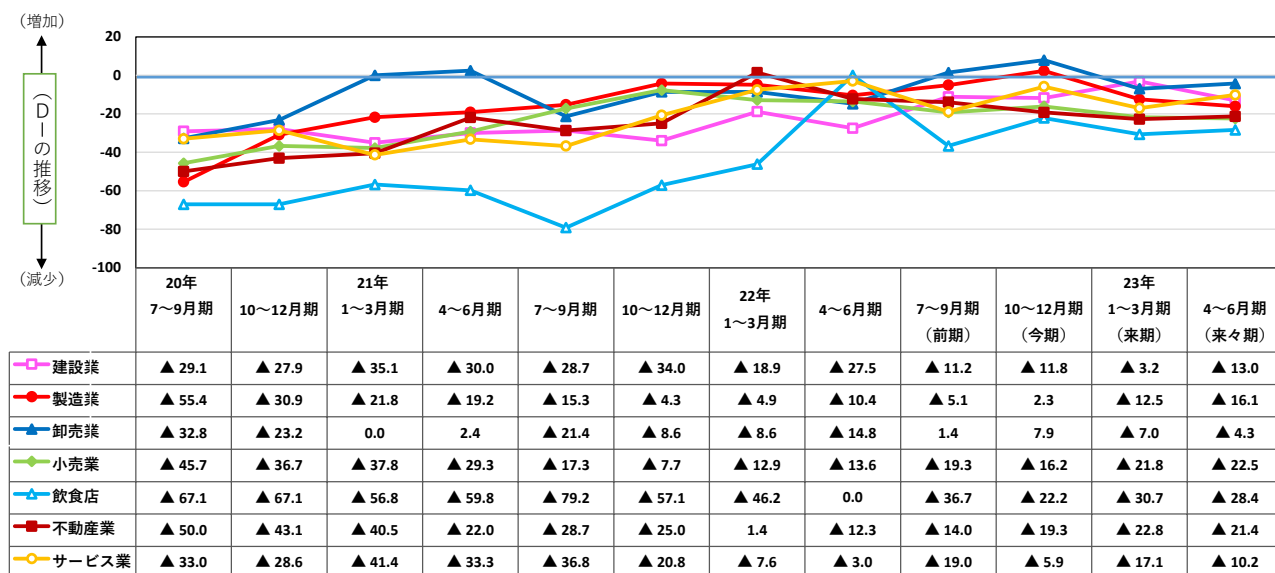
先行きをみると、来期は《増加》が減少し、《減少》「不変」が増加する見通し、来々期は《減少》《増加》が増加し、「不変」が減少する見通しである。



## ② 業種別

今期のD Iは「製造業」「卸売業」を除く業種でマイナスであった。前期と比べて「建設業」「不動産業」で下降、それ以外の業種で上昇となった。

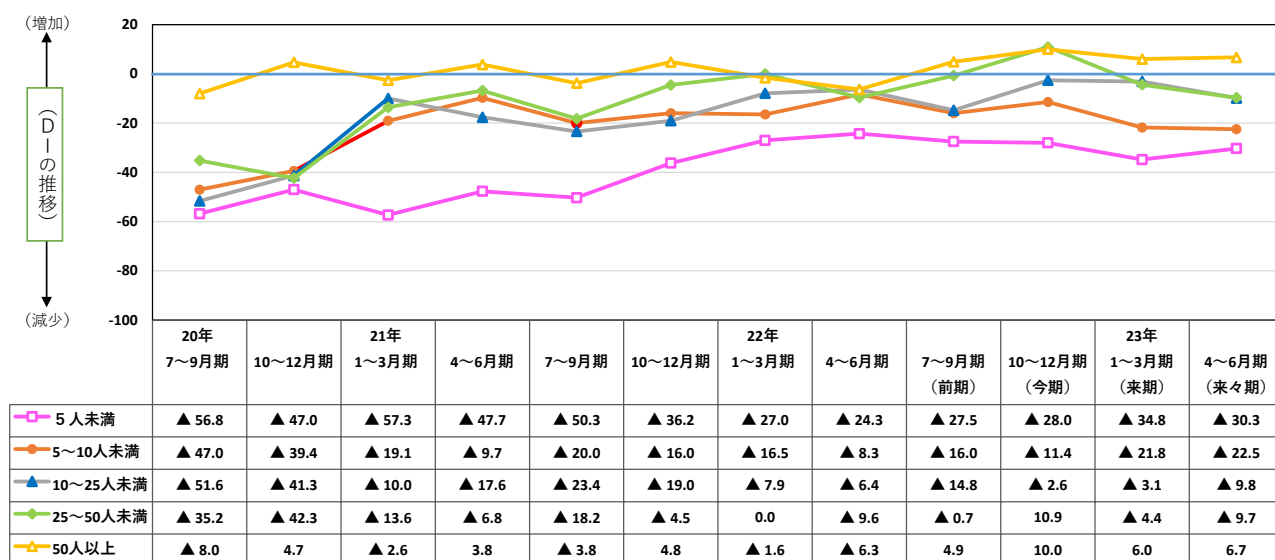
先行きをみると、来期は「建設業」で上昇、それ以外の業種で下降する見通し、来々期は「建設業」「製造業」「小売業」で下降、それ以外の業種で上昇する見通しである。



## ③ 規模別

今期のD Iは「25~50人未満」「50人以上」でプラス、それ以外の規模でマイナスであった。前期と比べて「5人未満」で下降、それ以外の規模で上昇した。

先行きをみると、来期はすべての規模で下降する見通し、来々期は「5人未満」「50人以上」で上昇、それ以外の規模で下降する見通しである。

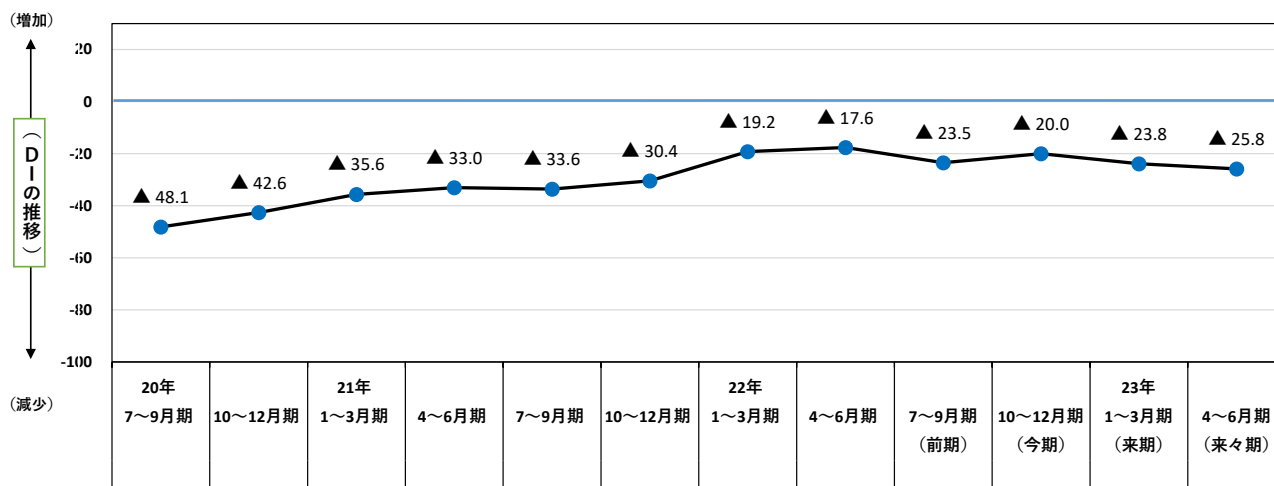


## (9) 経常利益

### ① 全体

今期のD Iは「減少」が「増加」を上回り▲20.0となったが、前期と比べて3.5ポイント上昇した。前年同期と比べて、前期、今期とも上昇した。

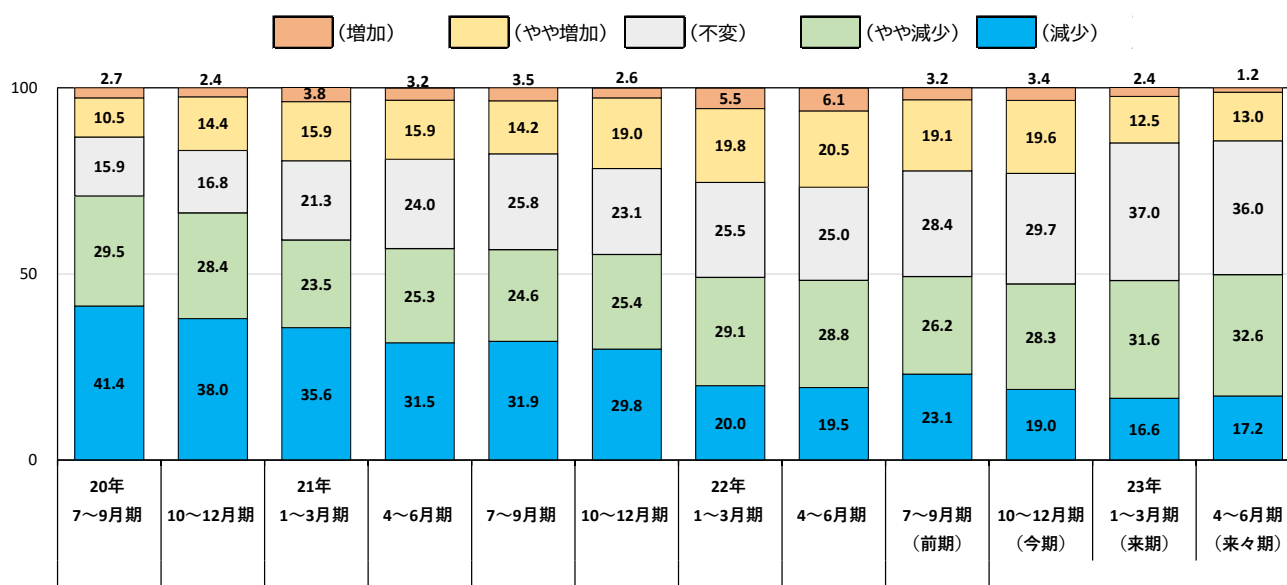
先行きをみると、来期は▲23.8、来々期は▲25.8と下降する見通しである。



### ■事業所の割合

経常利益について、今期は「減少」と「やや減少」をあわせた《減少》とみる事業所が4割台半ばを超え(47.3%)、「不変」とみる事業所が3割弱(29.7%)、「増加」と「やや増加」をあわせた《増加》とみる事業所が2割台半ば近く(23.0%)であった。前期と比べて《増加》「不変」が増加し、《減少》が減少した。

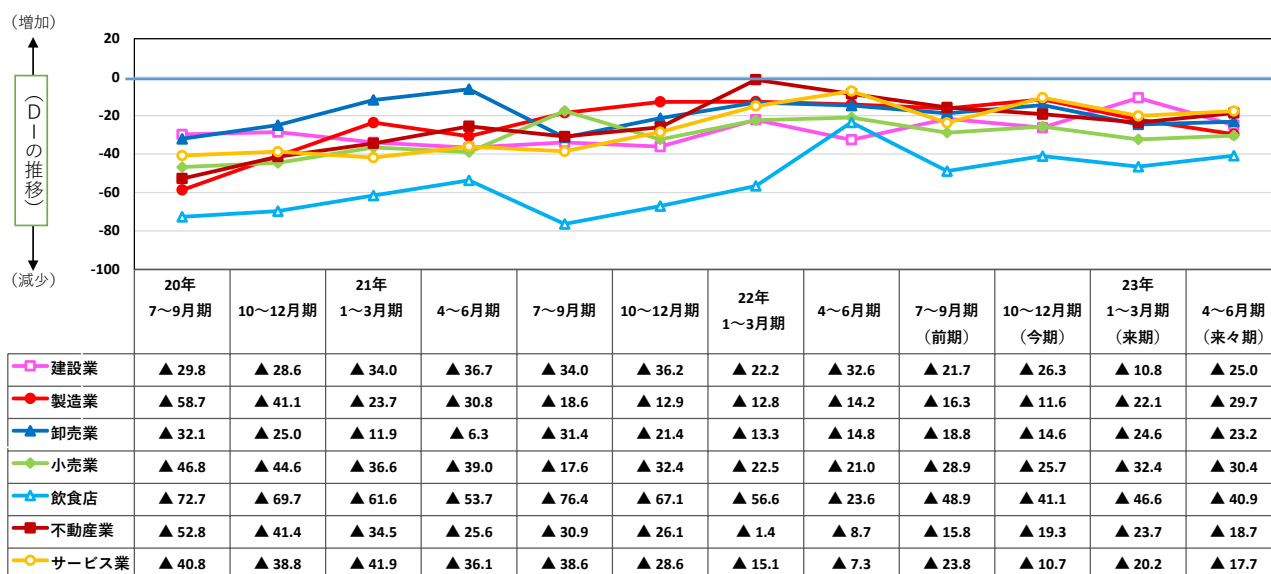
先行きをみると、来期は《増加》が減少し、「不変」《減少》が増加する見通し、来々期は《減少》が増加し、《増加》「不変」が減少する見通しである。



## ② 業種別

今期のD Iは、すべての業種でマイナスであった。前期と比べて「建設業」「不動産業」で下降、それ以外の業種で上昇した。

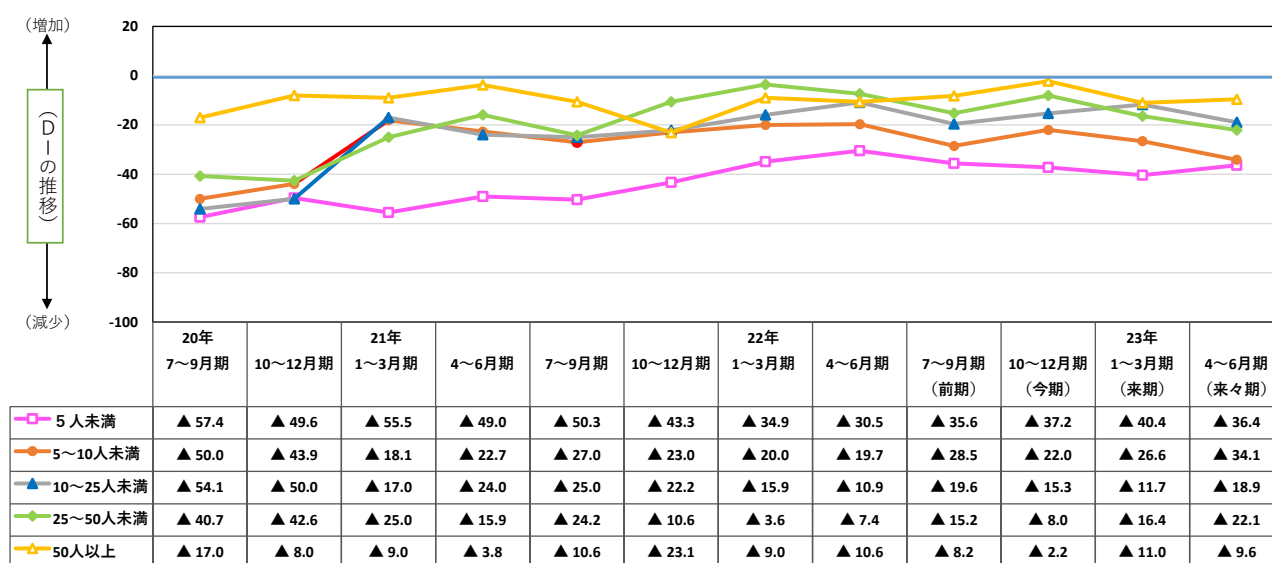
先行きをみると、来期は「建設業」で上昇、それ以外の業種で下降する見通し、来々期は「建設業」「製造業」で下降、それ以外の業種で上昇する見通しである。



## ③ 規模別

今期のD Iはすべての規模でマイナスであった。前期と比べて「5人未満」で下降、それ以外の規模で上昇した。

先行きをみると、来期は「10~25人未満」で上昇、それ以外の規模で下降する見通し、来々期は「5人未満」「50人以上」で上昇、それ以外の規模で下降する見通しである。

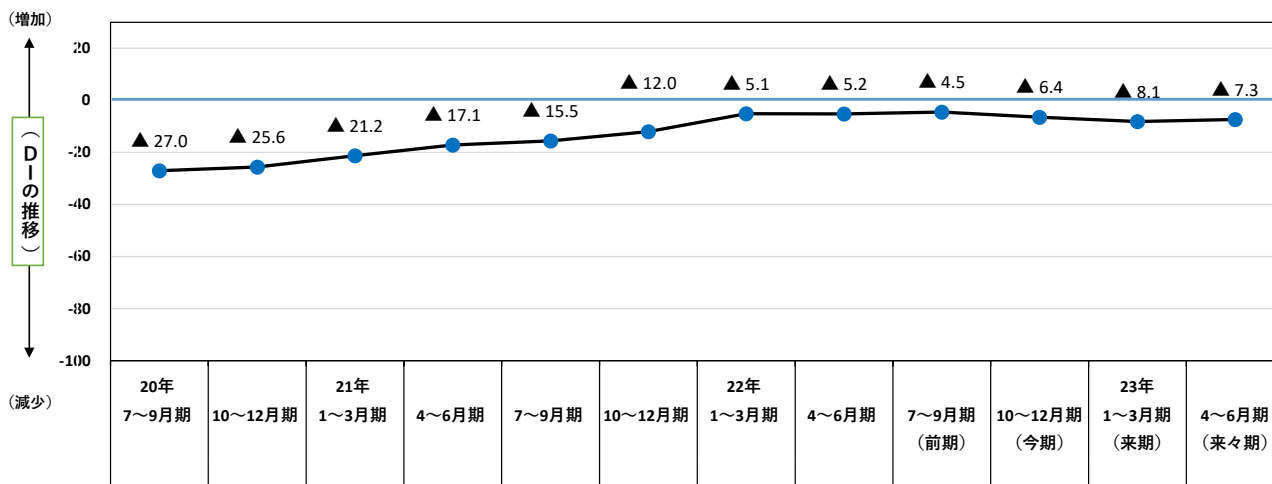


## (10) 設備投資

### ① 全体

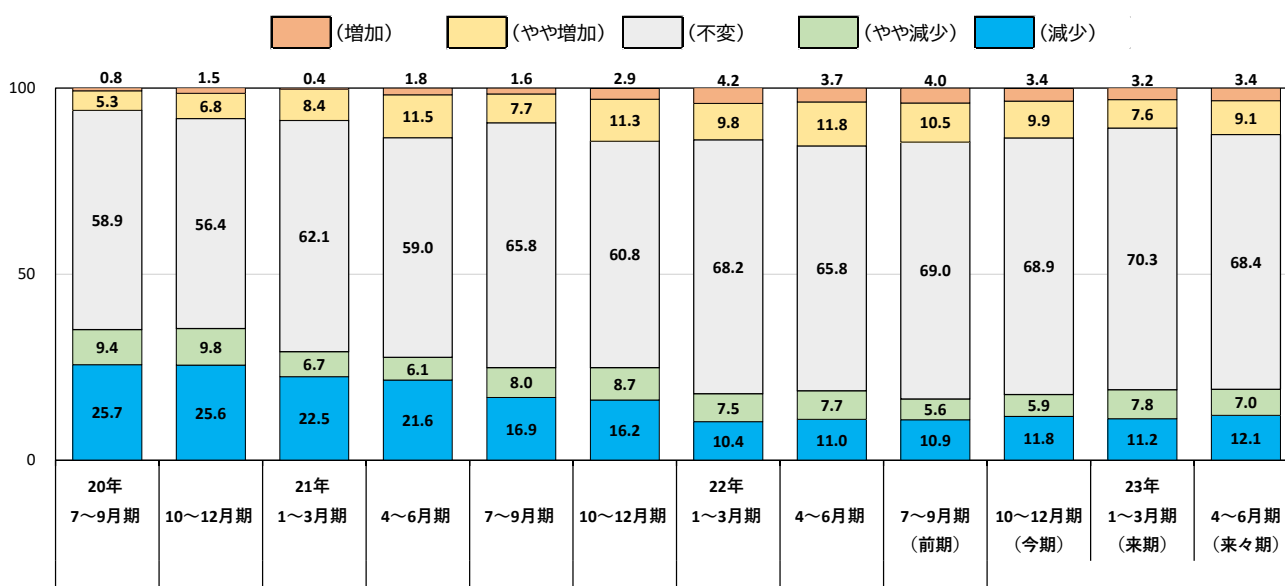
今期のD Iは「減少」が「増加」を上回り▲6.4となり、前期と比べて1.9ポイント下降した。前年同期と比べて、前期、今期とも上昇した。

先行きをみると、来期は▲8.1と下降、来々期は▲7.3と上昇する見通しである。



### ■事業所の割合

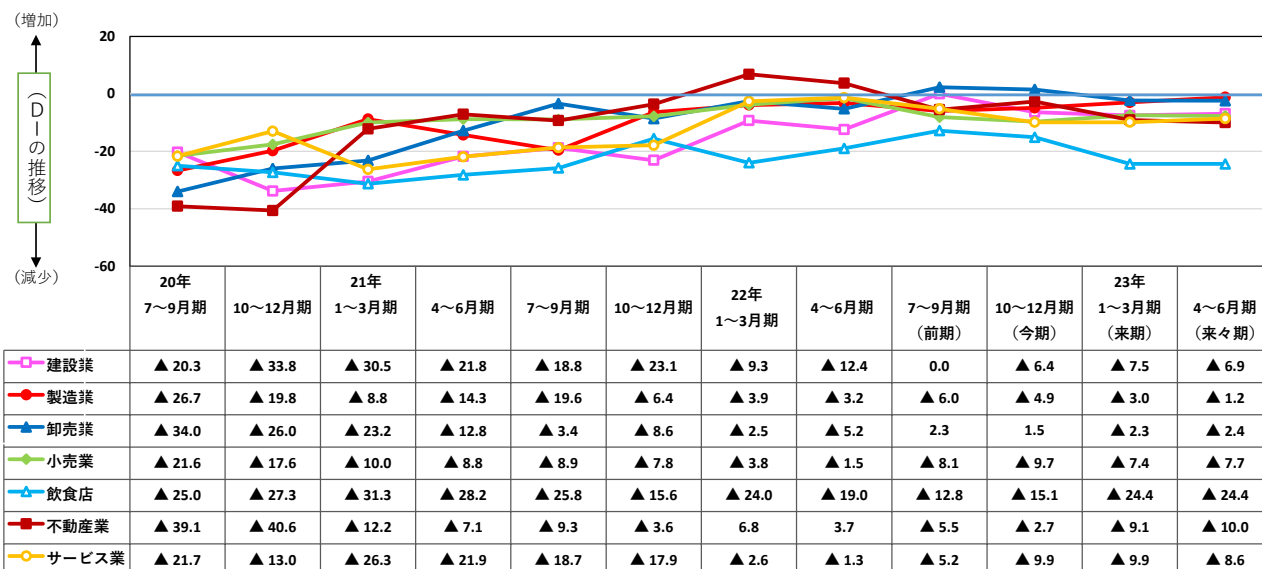
設備投資について、今期は「不変」とみる事業所が7割近く(68.9%)、「減少」と「やや減少」をあわせた《減少》とみる事業所が1割台半ばを超え(17.7%)、「増加」と「やや増加」をあわせた《増加》とみる事業所は1割台半ば近く(13.3%)であった。前期と比べて《減少》が増加し、《増加》が減少した。来期は《増加》が減少し、《減少》「不変」が増加する見通し、来々期は《増加》が増加し、「不変」が減少する見通しである。



## ② 業種別

今期のD Iは「卸売業」を除くすべての業種でマイナスであった。前期と比べて「製造業」「不動産業」で上昇、それ以外の業種で下降した。

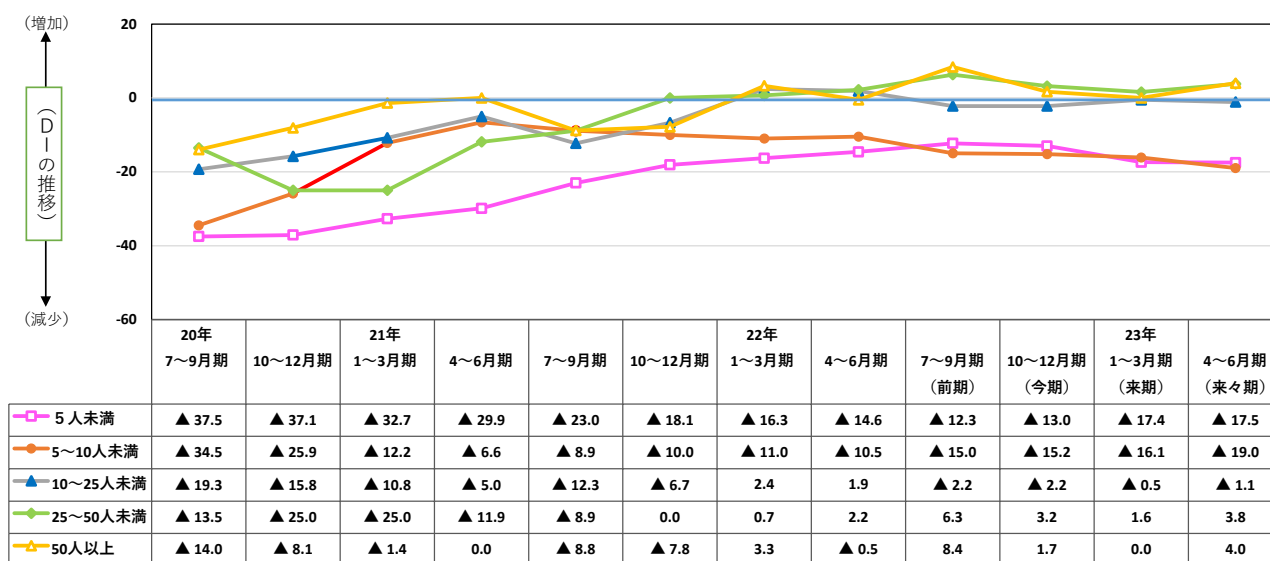
先行きをみると、来期は「製造業」「小売業」で上昇、「サービス業」で横ばい、それ以外の業種で下降する見通し、来々期は「建設業」「製造業」「サービス業」で上昇、「飲食店」で横ばい、それ以外の業種で下降する見通しである。



## ③ 規模別

今期のD Iは「25~50人未満」「50人以上」以外の規模でマイナスであった。前期と比べて「10~25人未満」で横ばい、それ以外の規模で下降した。

先行きをみると、来期は「10~25人未満」で上昇、それ以外の規模で下降する見通し、来々期は「25~50人未満」「50人以上」で上昇、それ以外の規模で下降する見通しである。



## (11) 景気判断の背景・要因

### 【建設業】

#### ①実績

##### 〔実績の概要〕

#### ◆「悪い」「やや悪い」と回答した事業者

- ・材料費・人件費の価格高騰、材料不足による工期遅延。
- ・価格転嫁が難しい。

#### ◆「普通」と回答した事業者

- ・工事受注が前年よりも増加している。
- ・仕入価格上昇分を販売価格に反映できている。
- ・コロナの影響はほとんどない。

#### ◆「良い」「やや良い」と回答した事業者

- ・受注が好調、または増加傾向にある。

### <建設業における景気判断(実績)の背景・要因の具体的内容>

※下記は、アンケートにおける景気判断の背景・要因の主な回答結果をまとめたものである。実績の景気判断は、アンケートの「貴社(事業所)の景気」における「令和4年10~12月期」の判断、記号は、●悪い ▲やや悪い □普通 ○やや良い ◎良い ー未回答。「新型コロナウイルス感染症」は「コロナ」など略記。以下同様。

	景気判断(実績)の背景・要因 (建設業)	景気判断
1	材料・製品等の仕入価格の大幅な上昇(約1.8倍)。	●
2	受注単価上がらず、材料費・人件費だけが高騰。職人の作業能力低下。	●
3	コロナの影響で過去3年間低迷。	●
4	材料不足、コロナでの人手不足により工期が延びてしまった。	▲
5	昨年実績同等を最低の目標としている。	▲
6	コロナの影響下で施設の活用が止まっている。	▲
7	建築資材の高騰、供給量の不足などからスピードが鈍化した。	▲
8	以前見積もった現場の受注は価格転嫁がスムーズに行えていない。	▲
9	公共工事の受注が少なく、民間の工事単発での工事をしてきた。	▲
10	現場多忙時、人員不足のため外部に依頼したため、人工の費用が高かついた。	▲
11	電気料金高騰の影響が大きい。値上がり分すべてを販売価格に反映出来ない。	▲
12	コロナが収束に近づいてきた感があり、止まっていた現場や新規の仕事が動き出した。	□
13	10月から仕入価格が上昇し売値に転嫁できた。	□
14	物価上昇の影響を今は大きく受けていない。企業努力で頑張っている状態。	○
15	コロナ禍で経費が嵩む中、以前と利益は大差なく計上できている。	○
16	コロナの影響もかなり薄まり、受注の増加が景気判断の背景にある。	○

## ②見通し

### [見通しの概要]

#### ◆「悪い」「やや悪い」と回答した事業者

- ・材料費高騰の影響が続く。
- ・さらに電力価格、燃料費高騰による利益率の低下。
- ・先行きの不透明感（受注見込み等）。

#### ◆「普通」と回答した事業者

- ・仕入価格等の影響を受けていない。
- ・企業努力による経費削減。

#### ◆「良い」「やや良い」と回答した事業者

- ・価格転嫁ができてきている。

### <建設業における景気判断(見通し)の背景・要因の具体的内容>

※下記は、アンケートにおける景気判断の背景・要因の主な回答結果をまとめたものである。実績の景気判断は、アンケートの「貴社(事業所)の景気」における「令和5年4~6月期」の判断、記号は、●悪い ▲やや悪い □普通 ○やや良い ◎良い ー未回答。「新型コロナウイルス感染症」は「コロナ」と略記。以下同様。

	景気判断(見通し)の背景・要因(建設業)	景気判断
1	3月までの見込みはあるが、年度初めの受注の確保が容易でないと感じる。	●
2	先の見通しについて、現状では厳しい。	●
3	現在時点での受注工事(公共工事)が少ないため。	●
4	材料高騰が続く限り、建物価格を維持するのが難しくなるため。	▲
5	材料の高騰で受注減少になり利益率も低下していくと思う。	▲
6	増税に関する(防衛費等)ニュースなど設備投資にブレーキのかかる話題が出てきているので、来年の売上は下がる可能性がある。	▲
7	価格転嫁は順次行っているが、資材高騰が止まった訳ではないので、まだまだこの先1~2年は厳しい状況が続くそうである。	▲
8	電気料金、原油価格の値上がり、資材の高騰、調達の不透明性からリスク要因を厳しく判断することになる。	▲
9	原材料費・燃料費・その他費用の上昇は、徐々に影響が出てくると思われる。	▲
10	公共事業を業としており、春先の入札がなく、競争が激しいため。	▲
11	材料・施工の販売・仕入単価が特に大きく変動がない。物件数が変わらないため。	□
12	これからも物価高が続くと懸念されるので、経費削減に努める。	□
13	販売価格にコストの上昇を反映させられる状況になりつつある。	○
14	宇宙ビジネスが盛り上がっている。直接の影響はないがムードが良くなっている。	◎



## ＜建設業におけるヒアリング調査結果＞

※下記はさいたま市内の事業者に対する電話ヒアリング調査の結果をまとめたものである。

景気判断は、アンケートの「貴社(事業所)の景気」で、実績は「令和4年10～12月期」の判断、見通しは「令和5年4～6月期」の判断。記号は、●悪い ▲やや悪い □普通 ○やや良い ◎良い。「新型コロナウイルス感染症」は「コロナ」と略記。以下同様。

### ◇土木工事業(実績□、見通し○)

- ・土木工事を主として、県内及び近郊で民間工事、公共工事を手掛けている。
- ・最近の業況は、2021年はコロナの影響を受け落ち込んだものの、22年後半は例年並みの売上を確保できている。
- ・原材料不足や高騰の影響を受けているが、一部は価格転嫁が進んできている。
- ・見通しについては、既存先からの受注に加え、新規の受注を見込んでいる。
- ・以前から人手不足が続いており、募集を続けているものの応募が来ない。この先解消されなければ、新規の受注を見送る恐れがある。
- ・原材料価格や電力価格などが今後も更に高騰すれば、売上や利益に影響が出てくる。

### ◇鋼構造物工事業(実績○、見通し▲)

- ・ビル、倉庫、マンションなどの電気設備工事を設計・施工。
- ・最近の業況は、前年比売上増加しているものの、工事に必要な材料の価格が上昇しており、利益が低下している。
- ・価格転嫁がほとんど出来ていない。今後の受注分については、様子を見ながら対応。
- ・円安の影響は、ガソリン価格の上昇による輸送コストの上昇。
- ・今後、価格上昇により、企業の設備投資の先送りや、個人の戸建てやマンションの買い控えの影響が懸念される。
- ・採用意欲は強いが、少子化の影響か、若い世代の応募が少なくなってきている。

## 【製造業】

### ①実績

#### [実績の概要]

#### ◆「悪い」「やや悪い」と回答した事業者

- ・中国ロックダウンによる物流停止とウクライナ情勢による原材料価格等への影響。
- ・製造原価の上昇に、納入価格が追いついていない（価格転嫁できていない）。
- ・半導体等資材不足による納期遅延。

#### ◆「普通」と回答した事業者

- ・中国向け商品の減少。
- ・価格転嫁するも、受注減少。

#### ◆「良い」「やや良い」と回答した事業者

- ・巣ごもり需要による受注増加。
- ・価格転嫁がスムーズに行えた。

### <製造業における景気判断(実績)の背景・要因の具体的内容>

	景気判断(実績)の背景・要因（製造業）	景気判断
1	中国のロックダウンに、ウクライナ情勢が重なり取引先の売上が回復しない。	●
2	中国のゼロコロナ政策・円安・ウクライナ情勢・物価上昇。	●
3	半導体等電子部品やコネクタ等の部品が入手できない。製品の完成計画が立たず、納期遅延状態にある。	●
4	製造原価の上昇に、納入価格が追いついていない状況で、景気は悪い状況にある。	●
5	毎月のように材料費が値上がりし、価格転嫁できない。また、急激な円安により輸入仕入価格が上昇。	●
6	現場の動きが悪く思うように仕事が決まらない。受注の減少。	▲
7	10月以降生産量減少と原料価格上昇。	▲
8	コロナ以前はもっと景気が良かった。今は資金繰りに少々苦労している。	▲
9	相次ぐ値上げによる個人消費の落ち込みと、消費支出の偏りを感じた。	▲
10	中国向け商品の輸出減少。	□
11	価格改定し、注文が下降気味。	□
12	7月頃より部品等の調達が改善されて来たが、購入価格は上昇、製品市場価格全体も上昇しており、大きな影響は少なくなっている。	□
13	巣ごもり需要による受注数の増加。	○
14	仕入材料値上がりに伴う販売価格値上げの転嫁が、今までにない程スムーズに進んだ。販売数量は若干減少したが、適正な利益が確保できた。	○
15	コロナ禍前の売上水準に戻り、増加傾向になっている。	◎

## ②見通し

### 〔見通しの概要〕

#### ◆「悪い」「やや悪い」と回答した事業者

- ・取引先の業況回復が見込めない。
- ・更なる原材料費高騰により、価格転嫁が追い付かない。
- ・引き続き部品の調達が困難な状況が続く。

#### ◆「普通」と回答した事業者

- ・原材料の高騰が続き、さらなる価格転嫁が必要。
- ・資材・部品不足が徐々に解消してくる。
- ・電力価格等のエネルギー価格の上昇に対する懸念。

#### ◆「良い」「やや良い」と回答した事業者

- ・原材料相場価格の下落見込み。
- ・新規受注の増加見込み。

### <製造業における景気判断(見通し)の背景・要因の具体的内容>

	景気判断(見通し)の背景・要因(製造業)	景気判断
1	主要取引先の業況回復の兆しが見えず、業態転換を模索しているものの、なかなか困難な状況となっているため。	●
2	円安傾向が続くと思われること。材料費の更なる値上げが予想されること。運賃の値上げも予想され、価格転嫁が追いつかない。	●
3	材料単価も上がり、中々仕事が決まらない。撤去工事が多くなっている。	▲
4	円安による原材料の高騰。	▲
5	引き続き仕入部品の調達が困難と予想されるため、見通しは悪くなると想定。	▲
6	中国向け商品の輸出減少。	▲
7	原材料の値上げが販売単価で吸収できるかが課題。	▲
8	電子部品の入手が出来ず計画通り進まない状況。このため、顧客に対して開発期限を定めた提案営業等が出来ず、大変厳しい状況である。	▲
9	年末から年始に主要材料の今期2回目の値上げが決定しており、販売価格再値上げのタイムラグが発生するため、一定期間利益が圧縮される。	□
10	今後の原材料価格により、価格改定をさらに行っていかなければならないので、今後の見通しはまだ分からない。	□
11	売上が上がっても電気代が高騰しており景気は良くない。	□
12	電子部品の入荷見通しが立ってきているが、原材料費の価格が上がっている。	□
13	原材料費やエネルギー単価のさらなる上昇が予想されるため、経営状況は良くない見通し。	□
14	原材料の相場の上り基調も落ち着き、今後は少しずつ下がる見通し。	○
15	新規受注によりやや増加する見込み。	○

## ＜製造業におけるヒアリング調査結果＞

### ◇金属加工業(実績○、見通し□)

- ・業況は、2022年前半は材料部品の入荷遅延により、製造工程が計画通り進まず納期が遅れ、売上減少となった。10月に入り材料が入るようになり売上が回復してきた。
- ・原材料不足・高騰が売上に影響しており、さらに電力を多く使用することから電力価格高騰は利益を圧迫する。
- ・価格転嫁については、50%弱出来ているが、今後も原材料・エネルギー価格の上昇が見込まれることから、売上・利益に影響がでる。
- ・少子高齢化、省力化に対応すべく業務のAI化を検討しているが、対応する専門の人材が不足している。

### ◇情報通信機器製造(実績□、見通し□)

- ・業況は、2022年後半に入り部材不足が徐々に解消されてきたものの、仕入価格は上昇するなど悪い。
- ・価格転嫁については、現状3割から4割程度にとどまっているものの、今後進めていく予定。
- ・円安の影響もあり、海外からの仕入価格が上昇。
- ・製造業にとって、商品を生産するために電力は必要不可欠であり、電力価格高騰が収益にも影響してくる。
- ・若手（新卒）の採用が非常に厳しく、計画通りに進んでいない。

## 【卸売業】

### ①実績

#### 〔実績の概要〕

#### ◆「悪い」「やや悪い」と回答した事業者

- ・仕入価格上昇による収益悪化。
- ・半導体等の部材の品薄による納期遅延や販売量の低下。
- ・物価上昇による消費低迷の影響。

#### ◆「普通」と回答した事業者

- ・価格転嫁がある程度できている。
- ・設備投資に慎重な姿勢。

#### ◆「良い」「やや良い」と回答した事業者

- ・仕入コスト上昇分を販売価格に反映。
- ・円安による輸出額増加。

### ＜卸売業における景気判断(実績)の背景・要因の具体的内容＞

	景気判断(実績)の背景・要因(卸売業)	景気判断
1	仕入価格の上昇。半導体不足による取扱商品の納期遅延。	●
2	主要取引先からの受注減少による売上低下。	●
3	円安による仕入単価の上昇。	●
4	化成品の品薄による販売量の落込み。	▲
5	仕入価格の上昇・買い控えの発生。	▲
6	コロナ・インフルエンザ等の予防注射で、一般の外来診察が出来なくなり患者が減ったため医薬品の販売量が減少した。	▲
7	コスト上昇、物流費、仕入コスト、採用コストなど諸々の経費がアップしている中でそれを担保するだけの売上と利益確保が見込めていないこと。	▲
8	物価が上がり過ぎて建物の単価も上がってしまい、購入に慎重な姿勢。	▲
9	仕入コストの大幅アップにより収益が悪化している。	▲
10	コロナからの回復基調が、仕入価格の上昇、販売価格の値上げにより業績が悪化。	▲
11	仕入価格・経費が増大しているが、販売価格にある程度転嫁ができている。	□
12	長引く世界情勢不安(コロナ・戦争)により、設備投資は下向き。	□
13	該当期間に発売した新商品の売上が好調のため。	○
14	仕入コスト上昇を販売価格に相応の反映が可能。	○
15	円安の影響により、輸出額が大幅に伸びた。	○
16	コロナ対策次第で変化しやすい状況。	◎

## ②見通し

### [見通しの概要]

#### ◆「悪い」「やや悪い」と回答した事業者

- ・仕入価格上昇による販売不振。
- ・半導体等の部品不足が続く見込み。
- ・景気の先行き不透明化。

#### ◆「普通」と回答した事業者

- ・仕入価格の上昇は続くものの、コロナ縮小による需要増加に期待。
- ・物価高による買い控えが懸念される。

#### ◆「良い」「やや良い」と回答した事業者

- ・円高とコロナに対する自治体の対応への期待。

### <卸売業における景気判断(見通し)の背景・要因の具体的内容>

	景気判断(見通し)の背景・要因(卸売業)	景気判断
1	取引先の好況・不況が影響すると思う。	●
2	国による緊縮財政が続く限り厳しい景気が続くであろう。	●
3	仕入価格上昇による販売不振。	●
4	半導体不足やウクライナ情勢により、品物不足が続く見込み。	▲
5	仕入価格は高い水準で推移していくと予想されるため。	▲
6	引き続き仕入価格の上昇があるため、先行きは不透明である。	▲
7	販売価格上昇に伴う数量の減少。	▲
8	人員増員に伴う売上高向上を期待している。	▲
9	今後の見通しも良くなく、販管費抑制についての取り組みを強化している。	▲
10	世界情勢が不安定なため先行きは不明。	□
11	物価高も重なり、買い控えが増えるのでは。	□
12	資材の値上げ幅が大きく、すべてを販売価格に反映できるわけではない。	□
13	コスト上昇分を企業努力で吸収している部分も多く、今後の更なる値上がり、円高による送料の高騰などが心配。	□
14	仕入価格・経費はさらに上昇が見込まれるが、コロナ縮小傾向で客数増が期待できる。	□
15	2023年の年末に向けて円高が進むことを予測し、多少景気が良くなると思われる。	○
16	人の流れで増減するため、コロナ対応次第で変わると思う。	○

## <卸売業におけるヒアリング調査結果>

### ◇食品卸売業(実績口、見通し口)

- ・コロナの影響は残っているものの、売上は前年に比べやや増加している。
- ・仕入価格やエネルギー価格の高騰による経費（運送費他）が増加しているが、ある程度販売価格に転嫁ができています。
- ・電気料金や燃料費の上昇分に対しては、販売価格に転嫁しづらい。補助金等で対応してほしい。
- ・今後の仕入価格の上昇が見込まれているものの、コロナが落ち着きを見せ人流が活発化することによる売上増加に期待。
- ・現状雇用人員について適正ではあるが、今後ベア等もあり人件費の増加が予想される。

### ◇建築材料卸売業(実績口、見通し口)

- ・2022年前半はコロナの影響もあり受注減少していたが、後半（10～12月）に入りやや回復してきた。
- ・部材の不足や納期の遅延は、完全に収まっていない。
- ・仕入価格高騰に伴う価格転嫁は、8～9割程度できている。
- ・先行きについては、仕入価格やエネルギー価格高騰により住宅価格が上昇することで、住宅購入を控える消費者が多くなる。住宅着工戸数が減少傾向となっている。
- ・新規採用について、なかなか集まりにくい状況のため、採用についてアドバイスや支援を検討してほしい。

## 【小売業】

### ①実績

#### 〔実績の概要〕

#### ◆「悪い」「やや悪い」と回答した事業者

- ・仕入価格上昇に加え、ガソリン代、光熱費等も上昇し経営を圧迫。
- ・顧客の減少や、買い控えの影響が続いている。
- ・厳しい資金繰り、仕入資金の不足。

#### ◆「普通」と回答した事業者

- ・仕入価格の上昇と難しい価格転嫁。

#### ◆「良い」「やや良い」と回答した事業者

- ・客数増加に加え客単価の上昇。
- ・仕入価格上昇に見合う価格転嫁。

#### ＜小売業における景気判断(実績)の背景・要因の具体的内容＞

	景気判断(実績)の背景・要因（小売業）	景気判断
1	国の補助金で何とか営業している状態。	●
2	原材料仕入単価の上昇。	●
3	来店客の減少、買い控え。	●
4	資金繰りが厳しい。コロナで商品入荷せず、顧客には値引きを迫られる状況。	●
5	物価上昇による消費マインドの冷え込みに加え、取引先の事業不振の影響。	▲
6	人材不足による営業力の低下。	▲
7	仕入価格の上昇に対し、販売価格に価格転嫁できていない。	▲
8	主要製品の納期が大幅に遅れていて予定通りに納品ができなかった。	▲
9	仕入価格の高騰に加え、ガソリン代、光熱費等も上昇し、経営に大きな負担となっている。	▲
10	新築工事現場の減少及び公共工事の発注減少による材料の流通減で売上減少。	▲
11	仕入資金の不足。	▲
12	最低賃金の上昇、水道光熱費の異常な高騰、仕入コストの度重なる上昇により景気は下向きになる。	▲
13	半導体不足による車の生産の大幅減少。	▲
14	新車納期の長期化、中古車不足による価格上昇により販売減少。	□
15	売上は上がっているが、人件費も上がっている。	□
16	仕入価格上昇しているものの、価格転嫁が難しい。	□
17	コロナ禍での買い控えがここに来て販売実績増加に転じてきている。	□
18	10月に入り、新型コロナが落ち着くと客数が増え、客単価も上昇してきた。しかし、客数が新型コロナ以前までは回復していない。	○
19	食品関係に関わる納入先の業績が上がってきたため。	○
20	値上がりした仕入価格に見合った販売価格で納品できている。	○



## ②見通し

### 〔見通しの概要〕

#### ◆「悪い」「やや悪い」と回答した事業者

- ・物価上昇に伴う消費者の買い控えに対する懸念。
- ・新店開店などのプラス要素の話が出てこない。
- ・コロナ特需の反動。巣ごもり需要縮小。

#### ◆「普通」と回答した事業者

- ・仕入先変更、新規販売先開拓。
- ・物流、輸送コストの増加。

#### ◆「良い」「やや良い」と回答した事業者

- ・自社の強みを生かし、独自性を出す。
- ・新規店舗の開設。

### <小売業における景気判断(見通し)の背景・要因の具体的内容>

	景気判断(見通し)の背景・要因(小売業)	景気判断
1	仕入単価上昇・顧客買い控え。	●
2	景気が良くなる政策がなされない。戦争が終結しそうにないため。	●
3	景気が良くなる要因を感じるできない。	▲
4	仕入価格の上昇による収益の低下。	▲
5	円安が続くと悪い方向に行くと思う。	▲
6	D X化進行策に伴い、本来は良い方向に向かうはずであるが、現在の景気動向では見通しをつけることが難しい。	▲
7	コロナ・増税による消費低迷。	▲
8	コロナ、物価上昇の継続による景気悪化は来年も残る。	▲
9	買い控えによる売上減少。	▲
10	生産が大幅に改善されなければ、上向きにはならないと思う。	▲
11	通期で見ると販売価格が下がっているので売上高は減少。	□
12	電気代や燃料の高騰がどこまで続くのか先行きの見通しが不安。	□
13	原材料高騰により売上以上に原価が上がり利益は上がらない。	□
14	販売価格の値上げを計画しているが、その分販売量の伸び悩みを予測している。	□
15	新規顧客の増加と客単価増加。	○
16	新事業の拡大に力を入れている。	○

## ＜小売業におけるヒアリング調査結果＞

### ◇衣料品販売業(実績●、見通し▲)

- ・コロナによって外出の機会が減少したことにより、衣料品需要が低下し売上が減少した。補助金等を活用し営業継続。
- ・今後の見通しについては、外出機会の増加に伴い、売上も増加を見込んでいるが、物価高騰による消費マインドの低下が懸念される。
- ・仕入価格の上昇による価格転嫁はほぼできているが、販売価格の値上げによる顧客の反応を見ていきたい。
- ・円安の影響による仕入価格の上昇もあり、価格等に対する支援を検討してほしい。

### ◇事務機器販売業（実績△、見通し△）

- ・2022年10月に入り、やや規模の大きい案件を受注することができ、前年同期比を若干上回った。先行きについても、成約見込みの案件があり、前年を上回る見込みである。
- ・コロナの影響はほとんど無いが、仕入価格やエネルギー価格高騰の影響は大きい。
- ・価格転嫁については、7割程度出来ているものの、他社との競合が激しく、見積書の作成は苦勞している状況。
- ・仕入価格以外にガソリン代や電気代、輸送代も当然のように値上がりしているが、この部分については中々価格転嫁しづらい。
- ・価格の高騰が続くと、事務機器の買換えや新規購入の需要低下が懸念される。

## 【飲食店】

### ①実績

#### 〔実績の概要〕

#### ◆「悪い」「やや悪い」と回答した事業者

- ・原材料費、光熱費増加による利益率の低下。
- ・購買意欲の低下。外食機会の減少。
- ・人件費の増加。人手不足。

#### ◆「普通」と回答した事業者

- ・団体客の減少。
- ・人手不足による事業縮小。

#### ◆「やや良い」と回答した事業者

- ・店舗周辺の人口増加による顧客増加。

#### <飲食店における景気判断(実績)の背景・要因の具体的内容>

	景気判断(実績)の背景・要因(飲食店)	景気判断
1	物価高の影響から仕入高騰で利益率が大幅に下がった。価格高騰に伴い客の購買意欲が下がった。	●
2	価格高騰に伴い客の購買意欲が下がった。	●
3	電気代の異常な高騰、仕入価格の上昇に伴い利益幅がない。	●
4	コロナ等の影響で飲みの客が減った。	●
5	昼の売上が減少。更に夜の客足が全く無く、営業時間を短縮するか、廃業するかを検討している状況。	●
6	燃料費、原材料費、人件費すべて上昇。	●
7	コロナの影響による外食の機会の減少。	●
8	食材・燃料価格の上昇(ウクライナ情勢による)。	▲
9	全体的に来店客が減少。団体客見込めず。	▲
10	人件費は上昇するものの、売上が伸びない。	▲
11	材料仕入価格、光熱費の上昇、人手不足。	▲
12	従業員のコロナ感染の影響で、1週間営業できず。	▲
13	コロナの影響で、少人数での来店が多い。団体での利用がほとんどない。	□
14	コロナ禍の中で社員の高齢化、人手不足で事業を縮小して経営。	□
15	来店数の減少。予約が昨年より減っている。	○
16	店舗周辺の人口増加により、新規客増加。	◎

## ②見通し

### [見通しの概要]

#### ◆「悪い」「やや悪い」と回答した事業者

- ・物価高が続くも所得変わらず。購買意欲低下。
- ・宴会等の団体での利用は、引き続き低調。
- ・原材料費、燃料費、人件費の上昇。

#### ◆「普通」と回答した事業者

- ・社員の高齢化、人手不足。
- ・会社帰りの飲食の減少、少人数化。
- ・現場の人員数や労働時間の見直し。

#### ◆「良い」「やや良い」と回答した事業者

- ・団体利用の増加を見込んでいる。

### <飲食店における景気判断(見通し)の背景・要因の具体的内容>

	景気判断(見通し)の背景・要因(飲食店)	景気判断
1	物価高が続くが所得が上がらず、購買意欲は低下、景気は良くないと思う。	●
2	電気代がさらに上がることが予想され、店が継続できるのか不安。	●
3	燃料費・原材料費・人件費すべて上昇。	●
4	コロナの影響による外食の機会の減少。	●
5	生活習慣の変化。いままでの日常が非日常になりつつある。	▲
6	値上げにより、客足が減少した。	▲
7	宴会(団体予約)の減少による売上の低下。	▲
8	売上は増加するものの、2019年には遠く及ばないと思われる。	▲
9	エネルギー価格高騰に伴う材料費(原価)、一般管理費の吸収が非常に難しい。	▲
10	人手不足	▲
11	会合も2名~3名。会社帰りの飲食がなくなっている。家族での利用が多い。(土日以外はディナーの客数は少ない)	□
12	コロナ禍で社員の高齢化、人手不足が続く。	□
13	現場の人員数や労働時間の見直しを実施予定。	□
14	今後は団体利用も増え、相対的に利用客は増えると思われる。	◎

## ＜飲食店におけるヒアリング調査結果＞

### ◇そば・うどん店(実績●、見通し●)

- ・2022年後半も依然としてコロナの影響が続き厳しい状況が続いている。大人数での利用は相変わらず増えず、客足が伸びない。
- ・物価高の影響で、外食を控える傾向にある。
- ・会社関係による利用が少ない。
- ・原材料や燃料の高騰に対し販売価格を見直したいが、値上げするとお客が離れてしまうので上げられない。
- ・予想以上にコロナが長期化しており対応できない。

### ◇洋食店(実績●、見通し●)

- ・コロナ前に比べ昼間の売上が減少。また夜の営業は、来店客がほとんど来なくなった。
- ・売上は前年と変わらず、コロナ前に比べると半分以下。
- ・このままの状態が続けば、営業時間を短縮するか、最悪の場合、廃業を検討しなければならない。現在は協力金で賄っているが、そのうち限界が来ると思う。
- ・グループでの利用が激減し、1、2名での利用が多い。
- ・材料費、電気・ガス代の高騰も経営に響いている。補助金や協力金などを検討してほしい。

## 【不動産業】

### ①実績

#### 〔実績の概要〕

#### ◆「悪い」「やや悪い」と回答した事業者

- ・仕入価格の上昇により、物件の確保が困難。
- ・入居テナントの撤退。
- ・物件価格高騰による購買意識の低下。

#### ◆「普通」と回答した事業者

- ・資材価格高騰により、利益減少。
- ・テナントの入居率が安定している。
- ・物件の適正価格で引き渡しが進む。

#### ◆「良い」「やや良い」と回答した事業者

- ・物件価格上昇により仲介手数料が増加。

#### <不動産業における景気判断(実績)の背景・要因の具体的内容>

	景気判断(実績)の背景・要因（不動産業）	景気判断
1	仕入価格が上昇し、商品を確保出来ない。	●
2	全国旅行支援に伴い、土日祝日の来店客数が減少。(旅行やレジャーに行ってしまうため)	●
3	仲介件数が減っている。仕入は高く買えない。	●
4	円安・原油高・中国情况等外的要因による国内経済の不安。	●
5	一部エリアでは供給過剰に陥る一方で、新規需要は伸び悩んでいる。	●
6	入居テナントの撤退。	●
7	物価の高騰で来店者や問い合わせが減った。	▲
8	大型物件の減少。テナント入居数の減少。	▲
9	土地の高騰と在庫不足により、仕入確保が難しい状況が続いている。加えて建築資材等の大幅高騰により建築原価が相場を越えている。	▲
10	円安で商品資材が値上がりし、利益が減少している。	□
11	家賃の滞納や未払いが発生していないので、現状は安定している。	□
12	入居者が定着している。	□
13	ビル賃借がメインで入退去もほとんどないため、安定している。	□
14	テナントの入居率が維持できている。	□
15	年初より開発を行っていた現場で、適正価格での仕入物件の引き渡しが進んだ。	□
16	物件価格の上昇と商品不足気味で仲介手数料が増加した。	○

## ②見通し

### 〔見通しの概要〕

#### ◆「悪い」「やや悪い」と回答した事業者

- ・仲介件数の減少。入居者数の減少。
- ・仕入価格上昇による在庫不足。
- ・住宅購入需要の落ち込みが懸念される。

#### ◆「普通」と回答した事業者

- ・コロナ融資の返済によるテナントの経営悪化。
- ・テナント入居率の維持。
- ・物価上昇による販売数の減少。

#### ◆「良い」「やや良い」と回答した事業者

- ・回答事業者なし。

### <不動産業における景気判断(見通し)の背景・要因の具体的内容>

	景気判断(見通し)の背景・要因(不動産業)	景気判断
1	仲介件数が減っている。仕入は高く買えない。	●
2	分譲物件の在庫が枯渇している。	●
3	仕入価格が上昇し、商品を確保出来ない状況が続く見通し。	▲
4	入居数の減少は続きそう。	▲
5	物価が上昇しているが、賃金を上げづらい。	▲
6	増税の動きが景気悪化に拍車をかけるのではないか。	▲
7	戸建て分譲事業の売れ行きが減少傾向にあるため、令和5年は需要の落ち込みが出てくるものと思われる。価格の上昇も止まることが予想され、売主と買主間でのプライスギャップが発生してくると考える。また、様々な物の値上がりによる景気後退が進むと考えられ、不動産市場も影響を受けると予想。	▲
8	新型コロナウイルス感染症対応資金の返済が始まってくると、飲食店などは経営が厳しくなってくるのでは。	□
9	物件価格は上昇し、販売数が減少する見通し。	□
10	当面のテナント入居率は維持できる見通しであるため。	□
11	少子化・働く環境が流動的なものになり、家や土地を購入するまでには難しい時代となると思う。	□

## <不動産業におけるヒアリング調査結果>

### ◇不動産売買業(実績●、見通し□)

- ・土地の高騰と物件不足により、仕入れが困難な状態が続く。建物についても、建築資材高騰の影響を受け利益が出ない。
- ・個人消費者が主な販売先であるため、住宅価格、物価高騰による消費マインドの低下、買い控えが懸念される。
- ・価格転嫁はある程度出来ているが、販売価格が高くなれば、当然売れにくくなる。
- ・物価高騰に伴い、個人所得も増えることを期待。
- ・少子高齢化により空き家の増加、建物の老朽化が増えてくると考える。

### ◇不動産賃貸業(実績□、見通し□)

- ・2022年秋以降、土地や建物の物件数が少なくなり、仲介や販売件数が伸びていない。
- ・資材の高騰や不足、人件費を含むコスト増で、新築やリフォームの工事費用が増加している。
- ・価格転嫁は、あまり出来ていないので、利益が出ない。販売価格に転嫁したいが、消費者の購買意欲低下につながる。
- ・先行きにも物件不足が解消されず、物価の高騰が続きそうなので、今後の見通しが立たない。



## 【サービス業】

### ①実績

#### 〔実績の概要〕

#### ◆「悪い」「やや悪い」と回答した事業者

- ・仕入原価、燃料費等の高騰が、利益を圧迫している。
- ・葬儀の形態の変化による売上が減少。
- ・コロナにより人員の確保が難しくなっている。

#### ◆「普通」と回答した事業者

- ・作業日数の見直しによる残業削減。
- ・中高年の入会増加。(テニススクール)
- ・コロナ禍前の販売単価を維持。

#### ◆「良い」「やや良い」と回答した事業者

- ・コロナ初期に始めた通販が好調。
- ・施設利用者の増加。(貸会議室)

#### ＜サービス業における景気判断(実績)の背景・要因の具体的内容＞

	景気判断(実績)の背景・要因(不動産業)	景気判断
1	客層が高齢の方が多く、社会情勢の影響もあり、客数減となっている。	●
2	仕入原価及びガソリンなどの価格上昇で経常利益が逼迫している。	●
3	入居・入園者の減少。	●
4	派遣離れ増加。人手不足・法律による制限・規制。	●
5	仕入価格の上昇により利益が減った。客がクリーニングに出す品数が減った。	▲
6	コロナ・円安・物価上昇が続いているため、全体的に悪い。	▲
7	新車の納期が長くなり、下取り車減少で販売不振。	▲
8	葬儀の形態が変わり、売店での販売が年々減少している。	▲
9	慢性的な人員不足に加え、新型コロナウイルス感染症の影響が人員安定・確保に及んでいるため。	▲
10	高齢化による顧客減少。	□
11	健康志向の方が増えているので、中高年の入会が増えている。(テニススクール)	□
12	取引先からの値上げや値下げ要求等も最小限で留まっており、コロナ禍前の単価を維持できていることが大きい。	□
13	受注後、生産方式なので製作日数を増やし、残業しないようにした。	□
14	施設の利用者がコロナウイルス感染拡大前の件数に戻ってきたため。	○
15	コロナ初期に始めた通販が好調。	○

## ②見通し

〔見通しの概要〕

### ◆「悪い」「やや悪い」と回答した事業者

- ・ 人員不足が加速する見通し。
- ・ 製造業関連が活性化されないと派遣の依頼が来ない。
- ・ 材料費高騰による利幅減少。

### ◆「普通」と回答した事業者

- ・ 人員増を図るも、応募者がいない。
- ・ 新店舗オープンにより、売上増加を見込む。

### ◆「良い」「やや良い」と回答した事業者

- ・ 計画済みのマンション建設は順調に進んでいるものの、今後は原材料高騰の影響が出る可能性がある。

### <サービス業における景気判断(見通し)の背景・要因の具体的内容>

	景気判断(実績)の背景・要因(見通し)	景気判断
1	製造業関連が活性化されないと派遣依頼が来ない。(人材派遣)	●
2	人員不足が加速する見通し。	●
3	人口減少・世界景気の減速により悪化すると思われる。	▲
4	例年と違うので見通しが立たない。	▲
5	材料費高騰のため利益幅少。将来の設備投資できていない。	▲
6	会計システム入れ替えによる出費。	▲
7	仕事はあるが人がいない。	□
8	定期収集業務を主に行っているため、大きな変動はない。	□
9	新店舗オープンにより商圈を拡大。売上増加見込み。	□
10	人員増を図っているが、応募者がなかなか来ない。	□
11	対面のサービス業なので、早くコロナが下火になってくれれば、売上増の期待が持てる。	□
12	販売等の請求単価に変動は無いが、燃料費や部材などの高騰の影響もあり営業利益は圧迫傾向になると予想。	□
13	G o T o再開による景気好調の見込み。	□
14	オープンスペースでの運動のため、コロナに関係なく時間を過ごせるので希望する人が増えるのではないかと考える。(テニスクラブ)	○
15	マンション建設は1年以上前からの計画で進んでいるため、令和5年前半までは、この状態が続くと考える。しかしこのまま円安・原材料費の高騰が続くと、マンション建設に影響が出る可能性がある。	○

## <サービス業におけるヒアリング調査結果>

### ◇自動車整備業(実績□、見通し▲)

- ・自動車の整備・点検・修理については、入庫台数は大きな変動はないが、部品不足や仕入価格の高騰により、利幅が減少している。
- ・価格転嫁については、同業者との競争が激しく、顧客に要請しづらい環境にあるため、ほとんど出来ていない。
- ・原材料・エネルギー価格等高騰に対し、補助金や減税等の支援を検討してほしい。
- ・自動車業界の環境は大きく変化しており、将来に向けての設備投資を行っていきたいが、利益が上がらない中では、対応が難しい。
- ・少子高齢化によるユーザーの減少、若者の車離れなど何らかの対応が必要だと思う。(例えば維持費を軽減するために税負担を軽くするなど)

### ◇人材派遣業(実績●、見通し●)

- ・コロナが当初に比べ落ち着きを見せたことで、経済活動が活発になり、当社も回復の兆しが見えてくると思っていたが、半導体などの部材不足の影響もあり製造業関連からの依頼が伸びていない。
- ・製造業以外の職種については増加傾向にあるものの、コロナ前までは回復していない。
- ・少子高齢化により、人材派遣業の市場規模も縮小され今まで以上に競争が激しくなると思われる。
- ・人材派遣業は景気の影響を受けやすい業種であり、早急な景気回復を望む。

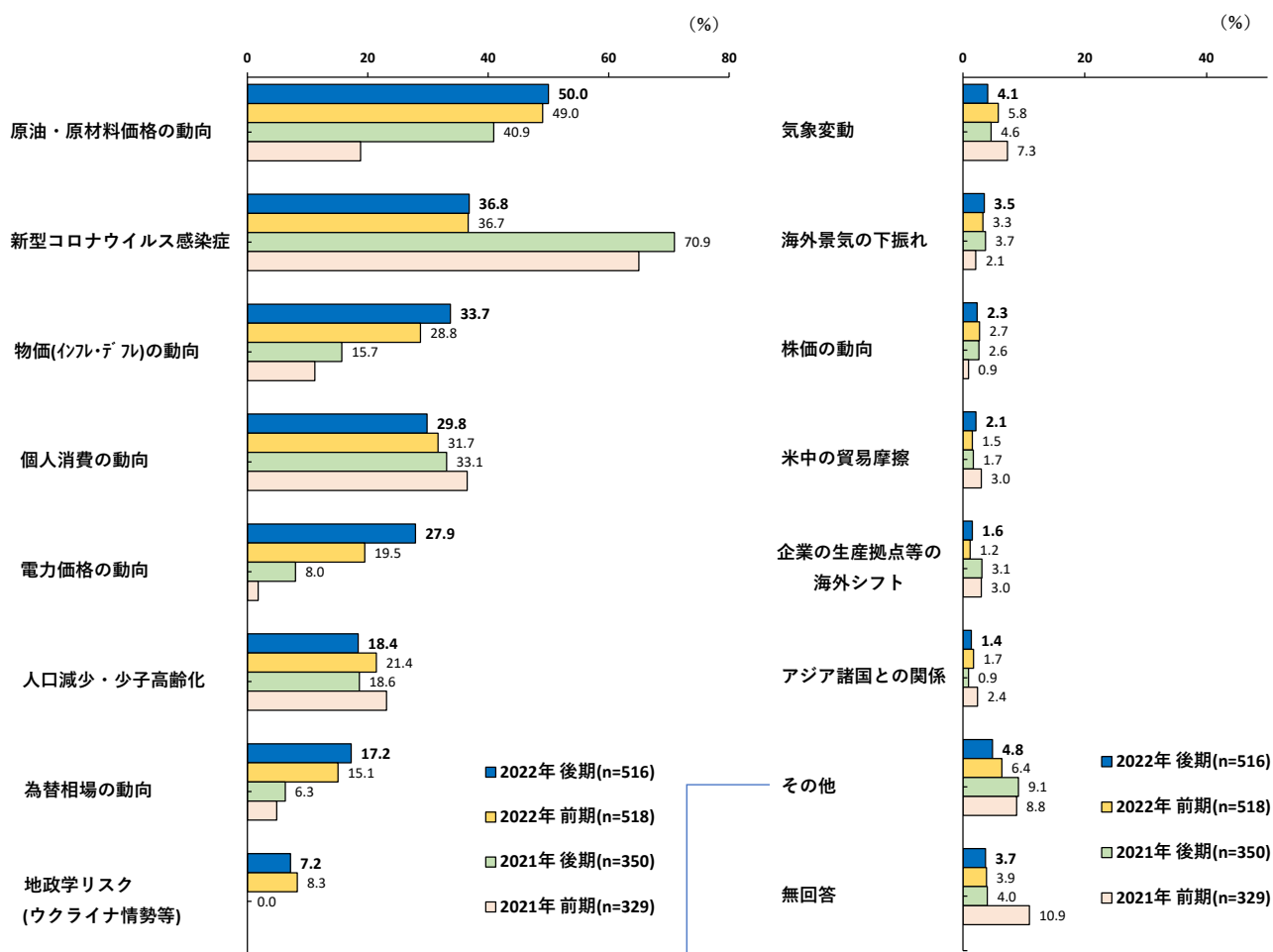
## (12) 経営にマイナスの影響が大きいと考えられる経済動向等

### ①全体

経営にマイナスの影響が大きいと考えられる経済動向等をみると、「原油・原材料価格の動向」(50.0%)が最も多く、次いで「新型コロナウイルス感染症」(36.8%)、「物価(インフレ・デフレ)の動向」(33.7%)の順となっている。

前回調査(2022年6月)と比べると、「電力価格の動向」が8.4ポイント、「物価(インフレ・デフレ)の動向」が4.9ポイントそれぞれ増加した。

「新型コロナウイルス感染症」については、前回調査で大きく減少したものの、他の項目に比べて、高い水準となっている。

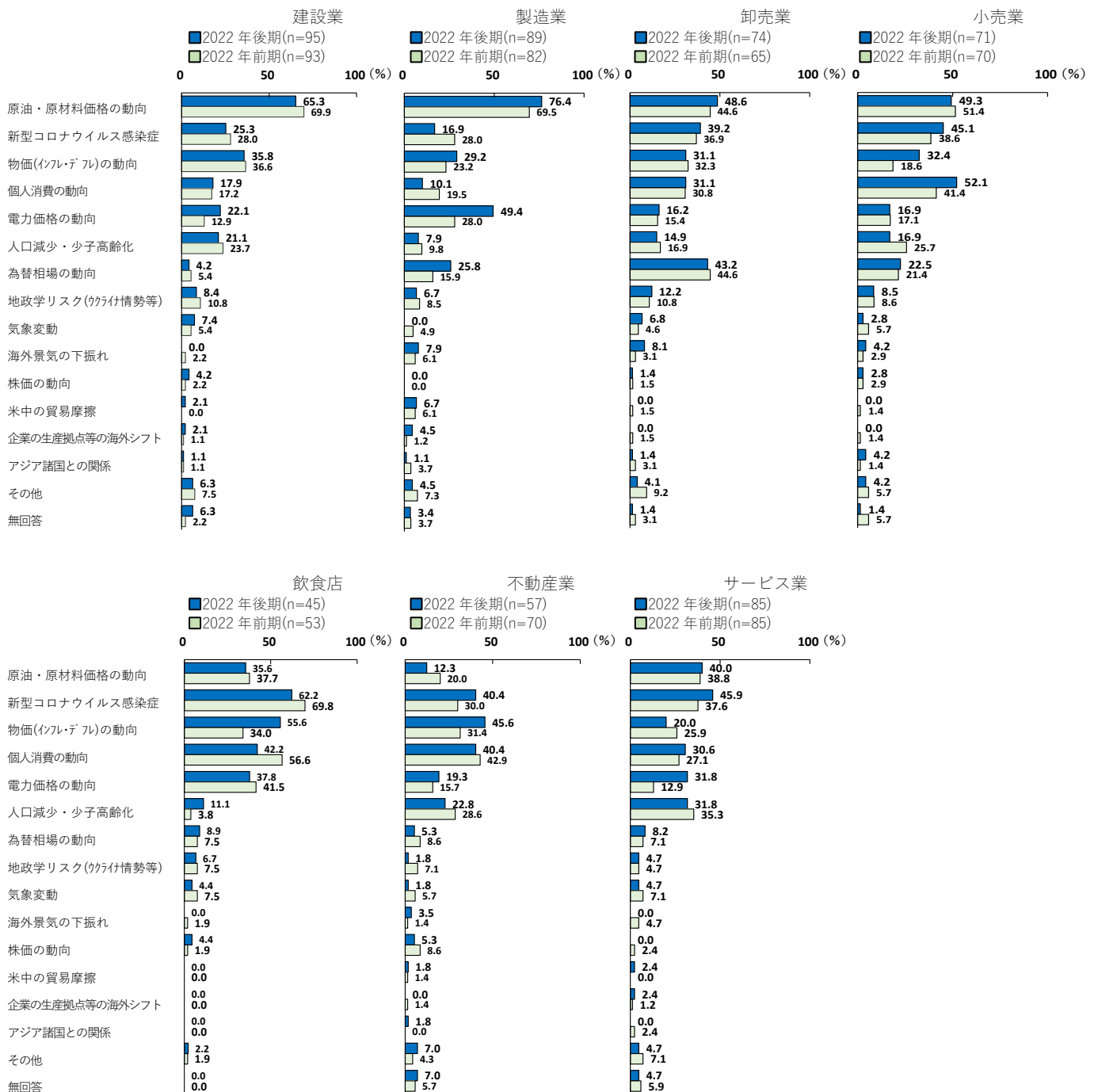


## ② 業種別

業種別にみると、「建設業」「製造業」「卸売業」で「原油・原材料価格の動向」が最も多くなっている。「小売業」は「個人消費の動向」、「飲食店」「サービス業」は「新型コロナウイルス感染症」、「不動産業」では「物価（インフレ・デフレ）の動向」が最も多くなっている。

「原油・原材料価格の動向」の割合が最も高いのは、「製造業」で76.4%、次いで「建設業」が65.3%となっている。

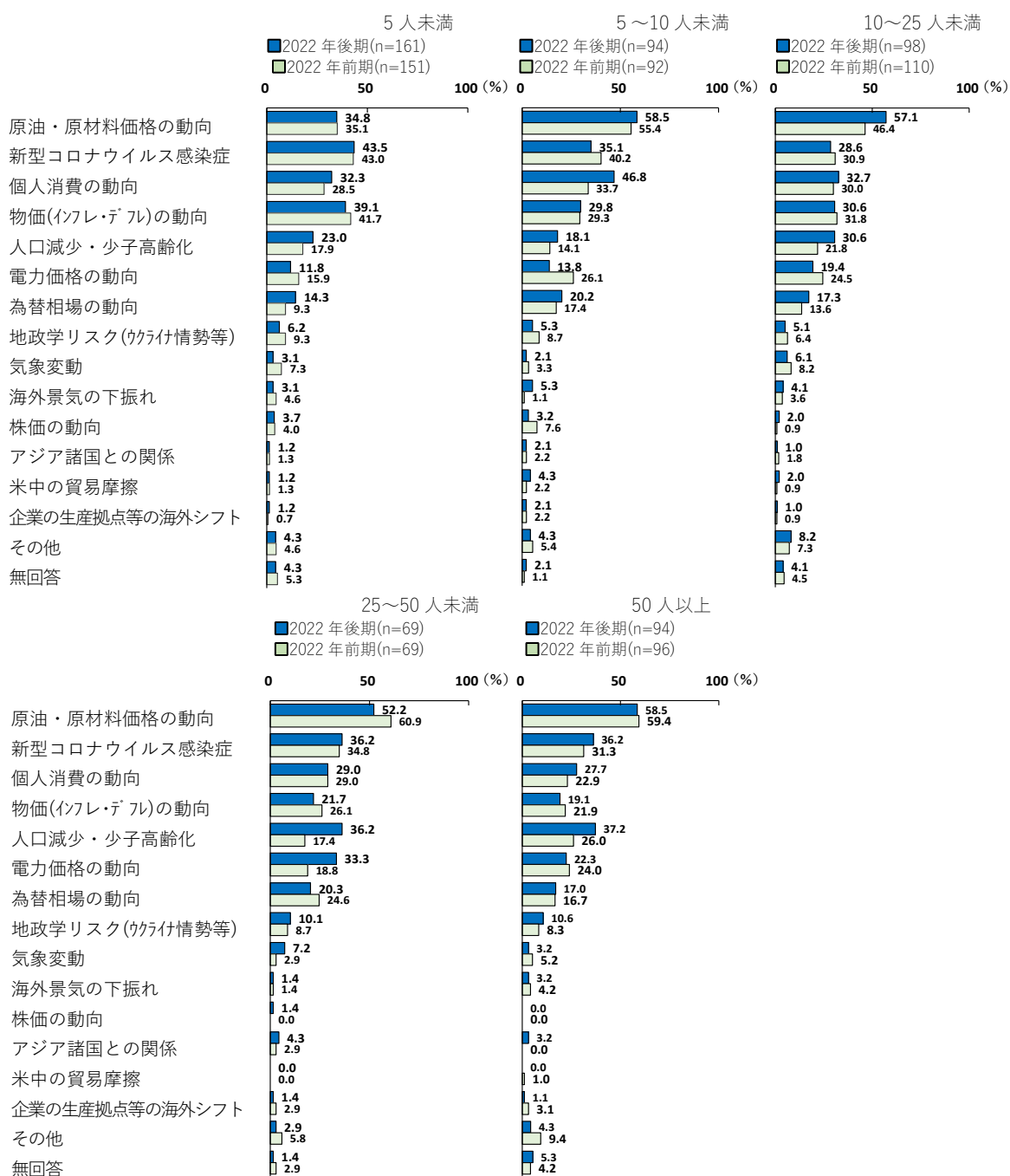
前回調査との比較で10ポイント以上増減した項目は、「製造業」の「電力価格の動向」が21.4ポイント増の49.4%、「小売業」の「個人消費の動向」が10.7ポイント増の52.1%、「飲食店」の「物価（インフレ・デフレ）の動向」が21.6ポイント増の55.6%それぞれ増加した。一方、「飲食店」の「個人消費の動向」が14.4ポイント減の42.2%となった。



### ③ 規模別

規模別にみると、「5人未満」を除くすべての規模で「原油・原材料価格の動向」が最も多い割合となっている。最も多いのは「5～10人未満」「50人以上」で58.5%、次いで「10～25人未満」で57.1%となっている。

前回調査との比較で10ポイント以上増減した項目は、「5～10人未満」の「個人消費の動向」が13.1ポイント増の46.8%、「25～50人未満」の「人口減少・少子高齢化」が18.8ポイント増の36.2%、「電力価格の動向」が14.5ポイント増の33.3%、「50人以上」の「人口減少・少子高齢化」が11.2ポイント増の37.2%とそれぞれ増加した。



## <各項目の選定理由>

経営にマイナス面の影響が大きいと考えられる経済動向等について、項目ごとにその主な選定理由を業種別に列挙した。

### 1. 株価の動向

建設業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 円安のため、材料の値上げが止まらない。</li></ul>
製造業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 会社の倒産が多い。祝日、土日休みの確保や残業削減など労働日数が少ない中で給与を上げなければならない。</li><li>・ 実体経済の悪化を予見している中での投資マインドの悪化は、建設投資に対する直接的な打撃となる。</li><li>・ 資産の目減りで大きな買い物を控える。</li></ul>
卸売業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 輸入が多いため。</li></ul>
小売業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 株価の下落によって設備投資や新規事業が延期・見送り等となることにより、建築工事の減少が考えられる。</li></ul>
不動産業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 投資商品（仕組債、投資信託など）への影響。</li><li>・ 米国株を保有しており、相当な含み損を抱えている。</li><li>・ 土地・建物価格に影響があるため。</li></ul>

### 2. 為替相場の動向

建設業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 輸入品の高騰。</li><li>・ 仕入価格に負の影響。</li><li>・ 資材価格の上昇。</li></ul>
製造業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 円安という事で、多くの顧客が設備投資を進んで行っていない。</li><li>・ 海外からPCB、電子部品、ケーブル等材料を調達しているため、仕入価格が高騰している。</li><li>・ 円安による原材料仕入価格の高騰。</li><li>・ 円安が進み、輸入に係る費用が高くなるため。</li><li>・ 株式投資に影響を受ける。</li><li>・ 仕入先である材料メーカーの原材料が高騰し、その影響を受けている。</li><li>・ めっきに必要な薬品に貴金属が含まれており、相場に左右されやすい。</li></ul>
卸売業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 海外から原材料を調達しているため、仕入価格が変動する。</li><li>・ 円安により利益幅が圧縮された。</li><li>・ 輸入食品を扱っているので円安の影響が大きい。</li><li>・ 特に中国で生産された製品を多く取り扱っているため。</li><li>・ 原材料価格の高騰を製品価格に転嫁しにくい。</li><li>・ 海外生産のため、ドル建てで支払いしており、円安の影響を受ける。</li><li>・ 円安の影響による海外製原料の価格高騰。</li><li>・ 為替で輸出が変化。</li></ul>

## 2. 為替相場の動向（続き）

小売業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 外貨預金を取り扱っているため、為替の変動の影響を大きく受ける。</li><li>・ 商品生産の海外依存が大きい。</li><li>・ 原材料の輸入・及び輸出があるため。</li><li>・ タイヤメーカーの輸入に為替動向は大きくかわるため、円安が続けば仕入単価の引き上げが利益率を圧迫する。</li><li>・ 海外から商品を調達しているため、仕入価格が変動する。</li><li>・ 原油が安くなっても、円安でその効果を打ち消す可能性がある。</li></ul>
飲食店	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 輸入品につき仕入価格が変動する。</li><li>・ アメリカ産の牛肉を使っているので原価が上がる。</li><li>・ 海外から調達しているため、仕入価格に影響がある。</li></ul>
不動産業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 建材費の高騰。</li><li>・ 投資商品（仕組債、投資信託など）への影響。</li><li>・ 建物資材の高騰により、住宅の総額が上がったため。</li><li>・ 全ての経費に影響。</li></ul>
サービス業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 品物を輸入しているため、為替相場の動きで仕入価格が変動する。</li><li>・ 円安による原油価格の高騰と石化メーカーの精製コスト増などの影響が考えられる。</li><li>・ 海外の商品の仕入価格が高くなり利益率を下げってしまう。年明けに価格改定を行う予定。</li></ul>

## 3. 物価（インフレ・デフレ）の動向

建設業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 材料代が急に増大し工事単価を引き上げるため、受注困難になる。</li><li>・ 電力価格高騰、海外シフト、人件費高騰の影響。</li><li>・ 材料費が高騰している中、市場価格はあまり高くなっていない。</li><li>・ 全体的に工事金額が上がるため。</li><li>・ 建設資材の価格高騰。</li><li>・ 物価の上昇で節約する人が増える。</li><li>・ 工事原価の上昇。</li><li>・ 物価上昇分を請負金額に充当する単価スライドの対応が不明確。</li><li>・ 建設業において、物価・資材の高騰は原価や費用の増加に直結するため。</li><li>・ 仕入価格変動。</li></ul>
製造業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 物価上昇に伴う価格転嫁について、客先の了解が得られない。</li><li>・ 仕入価格の上昇。</li><li>・ サプライチェーンの毀損につながる恐れがあるため。</li><li>・ 人件費・資材の高騰。</li><li>・ 国内の調達部品の仕入価格が高騰している。</li><li>・ 消費減少。</li><li>・ 円安等の影響で材料費等が値上がるが価格転嫁が出来ず、利益が出ない。</li><li>・ ガソリン価格・材料価格他全てのインフレ要因がコストUPにつながる。</li><li>・ 物価上昇に伴い人件費も上昇しており、経費増となっているため。</li></ul>



### 3. 物価（インフレ・デフレ）の動向（続き）

卸売業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 仕入価格が上昇。</li><li>・ 物価上昇により買い控えが進行。（売上数量の減少）</li><li>・ デフレ脱却により個人消費の増大が必要。</li><li>・ 原料単価上昇により、今年に入り既に2回の外注費が値上げされている。</li><li>・ 売上高や販売単価に影響を及ぼした。</li><li>・ デフレの影響により、飲食に対しての出費が減少。</li><li>・ 顧客が激しい価格競争にさらされている中でその影響を受けている。</li></ul>
小売業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 過度な物価の上昇・下落により景気が悪化することが予想される。</li><li>・ 部材の仕入価格が上昇。</li><li>・ 小売りという形態のため、物価高の影響は大きい。</li><li>・ 仕入価格上昇・資金が不足している。</li><li>・ 取引先の動向による影響。</li><li>・ 物価高による消費マインドの低迷。</li><li>・ 仕入価格が上昇するが、価格転嫁が難しい。</li><li>・ 経費の上昇。</li></ul>
飲食店	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 仕入材料（食材）の価格上昇。</li><li>・ 節約に対する意識が高くなるため。</li><li>・ 物価が利益に直結するから。</li><li>・ 物価上昇により外食にかかる金額が減少。</li><li>・ 材料の値上りで利益が少ない。</li><li>・ 販売価格にて対応するのが難しいため。</li><li>・ 購買意欲低下。</li></ul>
不動産業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 物価の上昇で仕入価格も上昇。</li><li>・ 経済的負担増。</li><li>・ 個人所得は物価以上に満たされなければ、景気が縮小すると思う。</li><li>・ 人々の収入は増えないのに、物価が上昇しているため。</li><li>・ 家賃が回収できなくなる。</li><li>・ 価格の上昇により、持ち家を取得できない客が多い。</li><li>・ 物価の高騰で、引っ越しを考えなくなる。</li><li>・ 土地・建物価格に影響があるため。</li><li>・ 積極的な消費に影響。</li><li>・ 物価が上がっても、賃料等に価格転嫁するのが難しいため。</li><li>・ テナントの出店控え。</li><li>・ 賃料相場が影響されるため。</li></ul>

### 3. 物価（インフレ・デフレ）の動向（続き）

サービス業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 価格転嫁すると、客足に影響が出る。</li><li>・ 人員確保が難しい。</li><li>・ 車両運搬者でサービスカー燃料代に影響が出る。</li><li>・ 物価の上昇による売上に対しての影響が不安。</li><li>・ 買い控え等により影響がある可能性がある。（顧客マインドの低下）</li><li>・ 資材の高騰や人件費の高騰。</li><li>・ 物価高騰により、得意先の売上が減る可能性があるため。</li><li>・ 価格が変動する。</li></ul>
-------	--

### 4. 個人消費の動向

建設業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 建売りの売れ行き鈍化→宅建業者の土地は仕入量の先細り。</li><li>・ 一般家庭のリフォームがかなり減少している。</li><li>・ 中期的な工事着工件数に影響を及ぼすと考えるため。</li><li>・ マンション等の買い控えリスク。</li><li>・ 一般個人客を相手に経営しているので買い控えは逆風である。</li><li>・ 個人消費の動向によって、住宅の新築や解体の需要が変わってくる。</li><li>・ コロナ感染症による個人消費への影響。</li></ul>
製造業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 物価上昇により個人消費が落ち込む。</li><li>・ ショッピングに出かけない。外食産業の閉店時間が早まり、食事に出かけなくなっている。</li><li>・ 消費減少による売上減。</li><li>・ 嗜好品に対する消費支出の割合は売上に大きく影響する。</li></ul>
卸売業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 個人所得の増加が必須である。</li><li>・ 個人消費の動向により、売上、販売量が左右される。</li><li>・ 和牛を扱っているため単価が高いので、個人消費が減っている。</li><li>・ 消費者の購買意欲が感じられない。</li><li>・ 個人客が外食しなくなった。</li><li>・ 仕入価格の上昇・買い控えの発生。</li><li>・ 物価上昇による嗜好品等の買い控え。</li></ul>
小売業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 景気の悪さから、絶対に必要な商品以外は、売上げが伸び悩んでいる。</li><li>・ 高齢者が多く、買い物をする頻度がやや低い。</li><li>・ 出歩き、行事、旅行がまだ止まっている。</li><li>・ 客単価の減少、来客頻度の低下。</li><li>・ コロナ・増税による消費マインドの低迷。</li><li>・ 先行き不安から財布のひもが固い。</li><li>・ ネット購入の増加に伴い、実店舗での売上減少。</li><li>・ 個人消費の動向が売上に直結する。</li></ul>

#### 4. 個人消費の動向（続き）

飲食店	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 外食を控えている。（来店客の減少）</li><li>・ 会社から宴会等を控えて欲しいと言われている。</li><li>・ 節約に対する意識が高くなるため。</li><li>・ 先行不安で消費下降。</li><li>・ コロナのため、出歩かなくなった。</li><li>・ 物価上昇による個人消費の落ち込み。</li></ul>
不動産業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 個人消費が低調になっている。</li><li>・ 飲食店の利用者が増えていかないと、店子に影響を及ぼす。</li><li>・ 販売先が個人顧客のため、マイホーム購入の意識が高まる事が重要。</li><li>・ 家賃が回収できなくなる。</li><li>・ 土地・建物等の売れ行きも良くない。</li><li>・ 目先の楽しみを優先する消費者が多い。</li><li>・ 流通の量に関わってくる。</li><li>・ 衣食住のうち、最も景気に左右されやすい。</li><li>・ 主要取引先が商業施設であるため、個人消費の影響を受ける。</li><li>・ 物価高による消費落ち込みがテナントの売上減少につながる。</li><li>・ 個人消費が落ち込むと、賃料の値上げを実施しづらいため。</li></ul>
サービス業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ サラリーマンの給料が上がっていない。</li><li>・ 景気が良くなく、一人あたりの購入数が減っている。</li><li>・ 来店数、販売件数が減少する。</li><li>・ 個人消費の増減で仕事量も変動する。</li><li>・ 客の収入減などで車にお金をかけられない人が増えた。</li><li>・ 緊縮財政継続によりデフレが解消されず、さらに増税とあっては個人消費の低迷が続くのは痛手。</li><li>・ 個人消費が落ちれば、取扱い商品にも影響が出る。</li><li>・ 在宅勤務の増加・定着。</li><li>・ レンタカーの需要に影響が出る。</li></ul>

## 5. 原油・原材料価格の動向

建設業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 材料の値上げ率が大きい。(仕入価格の上昇)</li><li>・ 原材料の不足・未入荷。</li><li>・ 原材料仕入価格が上がっても、販売先への価格転嫁が難しい。(出来ない)</li><li>・ 原油・原料価格の変動が工事単価を引き上げるため、受注が困難になる。</li><li>・ 塩ビ製品を扱っているため原油が上がると材料が高騰するため。</li><li>・ 建設資材の価格高騰・燃料経費の負担増。</li><li>・ 材料費が上がり、仕事量が増えても利益が出せない環境。</li><li>・ 現場の納品に使用するダンプの軽油高騰。</li><li>・ ガソリン・軽油の価格が上がった。(全体で約25%位)</li><li>・ 資材価格の高騰によるしわ寄せが当社のような下請業者への発注価格に影響するため。(上位業者による値引の横行等)</li><li>・ 原材料価格の上昇は、売上利益の減少につながる。上昇分をリアルタイムで契約額に反映する事は難しい。</li><li>・ プラントで重油を使用するため。工事の資材を使用するため。</li></ul>
製造業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 原材料・輸送費の値上がり。</li><li>・ あらゆる仕入材料価格に影響があるため。</li><li>・ IC、鋼板等の鋼材の不足。</li><li>・ 電力を使用する製造なので、値上げの影響が大きい。</li><li>・ 原材料・ガス料金が前年の2倍以上に値上がりしているため。</li><li>・ 円安という事で、多くの客が設備投資を進んでやってない。</li><li>・ 製造原価の上昇により収益の悪化。</li><li>・ 原油の高騰が急激すぎて弊社使用材料は全て毎月値上げされている。</li><li>・ 原材料価格の高騰。製品転嫁しきれない。</li><li>・ 原油の高騰で輸送費・機械の動力に負担大となる。</li><li>・ 当社使用の原材料が石油製品の素材使用のため。</li><li>・ 小麦粉・乳製品・卵等全ての食材の値上げが低迷している。</li></ul>
卸売業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 原材料価格の高騰はダイレクトに響く。</li><li>・ 固定費の増大。</li><li>・ 原油高により、輸送コスト上昇。</li><li>・ 買い控えの発生。</li><li>・ 海外から原材料を調達しているため、仕入価格が変動する。</li><li>・ 原料アップにより、製品価格に転嫁しにくい。</li><li>・ 半導体やレアアースの価格の変動で仕入価格上昇。</li><li>・ リサイクル金属を取扱っているため、価格動向は影響大。</li><li>・ 仕入価格の上昇による売上数量の減少。</li><li>・ 販売価格に転嫁できない・負担が大きい。</li><li>・ 石油の卸販売をしているので、原油価格の変動がそのまま仕入価格に反映されるため。</li></ul>

## 5. 原油・原材料価格の動向（続き）

小売業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 材料の入手に制限をかけられていたり、入手がしづらいため。</li><li>・ 仕入価格上昇。（生産者側の熱量価格上昇）</li><li>・ 石油製品の値上がりのため。</li><li>・ 原石や鉱物の価格が上がり、バリエーションが増やせない。</li><li>・ 燃料店なので原油の上下で価格が決まるため。</li><li>・ 自社配送トラックや光熱費高騰が経営を圧迫する。</li><li>・ 価格の変動が大きい。</li><li>・ 原油価格の動向は軽油価格に直接反映するので親会社（運送業）への売上が影響を受ける。また、仕入単価の引き上げ懸念もあり。</li><li>・ 洋ランは、管理上栽培温度が高く暖房用の燃料の高騰が経営を圧迫しているため。</li><li>・ 海外からの原材料価格高騰はそのまま売価に反映するため、割高に感じる。</li></ul>
飲食店	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 原材料・燃料費（ガソリン代）の上昇。</li><li>・ 食品の仕入価格高騰。</li><li>・ 搬送費の上昇を理由とした仕入価格の上昇。</li><li>・ 電気料その他、燃料が非常に高くなっている。</li><li>・ 販売価格にて対応するのが難しいため。</li><li>・ 全ての価格に直結する。（物流・エネルギー・株式にまで）</li></ul>
不動産業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 調達資材納期の不明や遅れ。</li><li>・ 特に解体工事・リフォーム・新築工事費用が大きく値上がった。</li><li>・ サイディングなどの窯業系の高騰。住宅設備機器の高騰。</li><li>・ 建設費用の増加。</li><li>・ 建物価格に影響が大きい。</li></ul>
サービス業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 材料費や燃料（ガソリン代）、光熱費の上昇。</li><li>・ 材料費が上がり、中々利益に回らない。</li><li>・ 運搬業につき軽油やガソリンの燃料使用量が多いため。</li><li>・ 建築資材も価格が上昇し、客のマインドが下がる。</li><li>・ 原材料が上がると廃棄を控える傾向がある。</li><li>・ 中国で生産している原材料が軒並み値上がりしている。</li><li>・ 原材料価格高騰に伴い全ての仕入価格が上昇している。</li><li>・ 廃棄物の収集運搬を行っており、燃料費の高騰はダイレクトに影響する。</li><li>・ ガソリンの消費が多いため。</li><li>・ コスト増を売り上げに転嫁できない。</li></ul>

## 6. 電力価格の動向

建設業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 電力価格高騰</li><li>・ ステンレス加工設備4台で電力使用量が多い。</li><li>・ 消費電力上昇。</li><li>・ 改良土プラントの電気使用料の高騰。</li><li>・ 材料単価の高騰。</li><li>・ 砕石生産などの電力価格の高騰。</li><li>・ 電力価格が高いため、工場が動かしづらい。</li><li>・ 原材料を作るにも電力を使うため価格に乗せてくる。</li></ul>
製造業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 電力料金の高騰。</li><li>・ 高圧電力の値上げが製品原価に影響する。</li><li>・ 電力価格高騰による原価率の上昇。</li><li>・ 電力は稼働の根源。（工場の稼働に必要）</li><li>・ 製造設備の多くは電気を使用しているため。</li><li>・ アルミを精錬するのに電気がかかるため。</li><li>・ 工場で非常に電力を多く使用するため。</li><li>・ 製品生産時の電力使用を削減することは難しいため。</li><li>・ 製品転嫁しきれない。</li><li>・ 明確な値上げ幅、国からの補助等不明な状況。</li><li>・ 電力価格も前年の2倍以上となっているため。</li><li>・ 電力の価格変動は利益に大きく影響する。</li><li>・ 電力料金上昇により経費が増加。</li></ul>
卸売業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 仕入価格が上昇・固定費の増大。</li><li>・ 電力高で経営・マイナス影響大。</li><li>・ 超低温冷凍庫を保有しているため、電力を多く使用する。</li><li>・ 販売価格に転嫁できない。負担が大きい。</li></ul>
小売業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 電力価格の上昇は利益を圧迫する。</li><li>・ 全棟ヒートポンプ完備のため電気代の高騰により140%値上がりし、経営を圧迫しているため。</li><li>・ 電力を非常に多く使用するため。</li><li>・ 店舗経費の増加。</li><li>・ 固定費が上昇。</li><li>・ 電力価格上昇による利益の圧縮。</li></ul>
飲食店	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 燃料（ガス・ガソリン石油）の高騰。</li><li>・ 電力を使うので負担が大きい。</li><li>・ 節約に対する意識が高くなるため、来店客数に影響が出る。</li><li>・ 電力の使用量は変わらないのに倍近くの電気代になっている。</li><li>・ 利益に影響する。</li><li>・ 販売価格を上げたくないのに、材料費や固定費が上がると利益が減少する。</li><li>・ 販売価格にて対応するのが難しいため。</li></ul>

## 6. 電力価格の動向（続き）

不動産業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 諸経費に影響する。</li><li>・ コスト増加。</li><li>・ 共益費の負担増加→収益圧迫要因。</li><li>・ 管理費の負担増加となるため。</li></ul>
サービス業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 販管費が上がる。光熱費の高騰は、収益を圧迫する。</li><li>・ 光熱費は客がいなくても最低限使用するため。</li><li>・ 売上は横ばいであるが、電気料金の高騰により当施設やテナントの負担が大きくなっているため。</li><li>・ クリーニングの材料・燃料などの価格が上がっている。</li><li>・ 電力費が前年に比べ2倍になった。</li><li>・ 電気ガス他、仕入材料の値上げを客へ転嫁できない。</li><li>・ 新電力の販売が難しい。</li><li>・ 製造時の仕入原価への影響。</li><li>・ 廃棄物の処理工場を所有しているため、そこで電力を多量に使用する。</li></ul>

## 7. 企業の生産拠点等の海外シフト

製造業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 部品の海外生産のため。</li><li>・ 海外生産が増えすぎて国内生産が乏しくなっているため、中小企業は人件費上昇、法人税増税の負担を課せられ厳しい。</li></ul>
サービス業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 部品調達的大幅な遅れ。</li><li>・ 客の高齢化によるユーザー減、若者の車離れ、税負担重い。</li><li>・ 取引先の事業規模の縮小。</li></ul>

## 8. 海外景気の下振れ

製造業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 中国の生産減少。</li><li>・ 得意先が輸出メインのため。</li><li>・ 販売先の部材調達に影響がある。</li><li>・ 輸出入に関わる製品に使用されるものが多いため、直結する。</li></ul>
卸売業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 販売減少。</li><li>・ 海外景気で輸出が減る。</li></ul>
小売業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 海外取引があるため、海外の景気が悪くなると受注が減り、弊社の利益に直結する。</li><li>・ 仕入に影響する。</li></ul>
不動産業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 海外の景気の下振れが日本にも波及する。</li><li>・ 日本経済の体質的弱点。</li></ul>

## 9. アジア諸国との関係

卸売業	・ アジア向け輸出製品に採用されているため。
小売業	・ 中国からの輸出が不安定。 ・ 海外製器のため、入荷のタイミング。 ・ 洋ランの苗は100%台湾から輸入しているため、中国台湾問題を含め国際情勢の安定が望ましい。
不動産業	・ 中国客の激減。

## 10. 米中の貿易摩擦

建設業	・ 米中の良好な関係が安定経済につながる。インド・パキスタン・インドネシアの成長が期待される。
製造業	・ 中国向け商品の輸出減少。 ・ 半導体不足による部材の長納期化。 ・ 材料が入らなくなる恐れがある。
不動産業	・ 輸入物資の不足、遅延。
サービス業	・ 半導体の影響など。

## 11. 地政学リスク（ウクライナ情勢等）

建設業	・ ロシアとウクライナの戦争が長引くことにより、ロシア領空飛行禁止など物流が滞ることが影響する材料不足。 ・ 原材料が入りにくくなると、材料費値上げが考えられるため。 ・ 原油や穀物などの様々な資源の高騰。 ・ 資材調達への影響。
製造業	・ 材料入手が困難になる恐れがあるため。 ・ 機器部品調達の遅れ。 ・ 中国からの輸入部材の入手が難しくなる。 ・ ロシア向けの出荷が全くなくなった。 ・ 地政学リスクの拡散。
卸売業	・ 戦争により石油製品の価格の上昇。 ・ 原材料価格の高騰はダイレクトに響く。 ・ ウクライナ・ロシアの戦争による経済への影響が大きすぎる。 ・ 仕入価格の高騰。
小売業	・ 原料の調達が困難になっているため。 ・ ロシアの侵略が世界経済に多大な影響を与えている。 ・ ウクライナ情勢により、価格変動が予測しがたいため。 ・ 製品を海外で作っているため。 ・ 半導体不足の原因と考えられるため。
飲食店	・ ウクライナの状況に見通しがつかず。 ・ エネルギー・輸送費の高騰。
サービス業	・ 必要な物品の価格上昇と品薄。 ・ 半導体等の不足による影響。



## 12. 新型コロナウイルス感染

建設業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ コロナ禍で受注が大きく減少した。</li><li>・ 客先の減少。</li><li>・ 人々の流れの変化。</li><li>・ 顧客が設備投資を控えている。</li><li>・ 人材不足の中、作業員がコロナウイルスに感染してしまうと影響がでる。</li><li>・ 会社での感染者が目立って多くなり、作業効率が悪い。</li><li>・ 社内及び現場内衛生費用が増加した。</li><li>・ 対策に予算が取られ、営繕費用が削減されている。</li><li>・ 人手不足。</li><li>・ 収束が見えないため、先の見当がつかない。</li><li>・ 現場が休工。</li></ul>
製造業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 自粛による稼働停止。</li><li>・ 中国のゼロコロナ政策の影響。</li><li>・ 現地での打合せが少なく、中々決まらない。</li><li>・ 諸外国のロックダウン以降、部品生産能力が需要に追い付いていないため、納期遅延の影響を受けている。</li><li>・ 輸送の減少。</li><li>・ 取引先の営業がほとんどリモートなので受注が少ない。</li><li>・ 外食産業等が冷え込むので売上が減る。</li><li>・ 顧客の稼働が落ち込む。</li><li>・ 海外拠点に行くことができず、管理面で不安がある。</li><li>・ 感染による従業員の欠如は会社の運営に大きく影響する。</li><li>・ 一部地域のロックダウンの影響を懸念。</li></ul>
卸売業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 景気の悪化。</li><li>・ 外出の減少により、販売量が低下。</li><li>・ 製品の製造ができない。</li><li>・ 巣ごもり需要がなくなると売上に影響する。</li><li>・ 学校等の工事施工が遅れる。</li><li>・ テーマパークの閉館・封鎖・入場者の減少。</li><li>・ 売上が期待できるインバウンドの減少。</li><li>・ 人員確保。</li><li>・ 対面の営業なので以前のような対応が難しい。</li><li>・ 部品供給不足。</li><li>・ 慢性疾患の受診抑制・OTC化。</li><li>・ 現場作業停止のリスク。</li><li>・ メーカーの生産制限による売上減少。（コロナ規制）</li><li>・ 外出自粛により、宴会需要の消失による売上減。</li><li>・ 個人客の外食機会の減少。</li></ul>

## 12. 新型コロナウイルス感染（続き）

小売業	<ul style="list-style-type: none"><li>・消費が少なくなると、売上高が減少する。</li><li>・生産が低下し、仕入が困難。</li><li>・製品を海外で作っているため。</li><li>・個人消費の減少、買い控え、利用回数の減少。</li><li>・コロナ自主規制が全ての経済活動を沈静している。</li><li>・感染症の対策等で、新規取引先の開拓が難しい。</li><li>・行動制限があると使用する頻度が低下する商品であること。</li><li>・マスク、手洗いの徹底により風邪薬の売り上げ減少。</li><li>・インバウンド向けの商品に対する影響が大きいため。</li><li>・半導体不足の原因と考えられるため。</li><li>・感染症の流行具合により客数の増減が大きく安定しない。</li><li>・繁忙期に人手が確保できない。</li></ul>
飲食店	<ul style="list-style-type: none"><li>・来店客数、回数の減少による売上低下。</li><li>・外食をしない。</li><li>・カラオケ・飲食で会話が出来ない。（マスク）</li><li>・まだ人の動きが新型コロナ前に比較して少ない。</li><li>・利用する人が二人又は家族に特化している。会社帰りが少ない。</li><li>・今後の感染拡大を懸念し、会社関係で宴会控えがある。</li><li>・コロナについては飲食店としてすべき対策は全て行っている。広まってしまうとどうしようもない。</li></ul>
不動産業	<ul style="list-style-type: none"><li>・コロナ感染者が増加すれば、外出機会も減る。</li><li>・調達資材の値上げ。</li><li>・テナント店舗の来客の減少。</li><li>・リモートワークによるオフィス縮小。</li><li>・コロナが約3年続き、訪問ができなくなり大きな痛手となった。</li><li>・部屋探しの方が少なくなるため。</li><li>・外出者が減り直接的な影響がある。</li><li>・感染防止対策として勤務シフト変更→円滑な業務運営を阻害。</li><li>・入居テナントへの影響が大きいため。</li></ul>

## 12. 新型コロナウイルス感染（続き）

サービス業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ スタッフがコロナになるとサロン経営ができない。</li><li>・ まん延防止等重点措置が発令されると施設の利用を控える団体が出てしまうため。</li><li>・ 乗組員の交代等。</li><li>・ コロナの影響によるインバウンド減少。</li><li>・ 客の外出が減った。来店数が減る。利用者の減少。</li><li>・ 感染リスクを心配し来店スパンが長くなった。</li><li>・ 徐々に回復傾向にあるが、コロナ以前と比べるとまだまだ。</li><li>・ コロナ感染者数からの影響を受けやすい。</li><li>・ 感染者が増え、行動制限が設けられたら作業が滞るため。</li><li>・ 法事を控える客が増え、来園者も減少する。</li><li>・ 参列者及び葬儀の形態の変化。</li><li>・ クラスタが発生すれば、1回で経営に計り知れないダメージ。</li><li>・ 感染対策が大変。</li><li>・ 感染により人員不足になる。</li><li>・ 外国人労働者の大幅減少。（入国者減少）</li><li>・ テレワークが多くなり出張控えがあるため。</li><li>・ 販売件数が減少する。</li></ul>
-------	--

## 13. 人口減少・少子高齢化

建設業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 人手不足・技術者の高齢化。</li><li>・ 建築業界は人材不足になる。</li><li>・ 働き手の高齢化により、業界全体で慢性的な人手不足に陥っており、人件費の高騰が見込まれるため。</li><li>・ 現場作業員の高齢化と若手入職者の減少。</li><li>・ 従業員の確保が難しくなっている。</li><li>・ 若手従業員を募集しても集まらない。</li><li>・ 鉄道利用者の減少による。</li></ul>
製造業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 子供の減少は深刻化。</li><li>・ 国内漁船市場の後継者がいない。</li><li>・ 新卒採用が大変厳しく、サステナビリティに赤信号。</li><li>・ 人材確保が困難。</li></ul>
卸売業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 人員不足。</li><li>・ マンション・テナント関係は人が少なければ不要。</li><li>・ 高齢者（職人）が辞めてしまう。</li><li>・ 市場の縮小。</li><li>・ 受診患者減少。</li></ul>

### 13. 人口減少・少子高齢化（続き）

小売業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 人口減少により不振。</li><li>・ 販売数の減少。</li><li>・ 生産者等高齢化により品薄になり、価格の上昇。</li><li>・ 学生アルバイトが不足。</li><li>・ 急速な人口減少によって零細企業の労働力の確保が難しくなってきた。</li><li>・ 学生服小売なので、他業種（一般売り）より影響が大きい。</li><li>・ 保育園（0-2歳児）を運営しているが、少子化の影響が出てきている。</li></ul>
飲食店	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 人手不足。</li><li>・ 労働人口・経済の規模に関わる全てのものにまさる最重要課題。</li></ul>
不動産業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 業種・業界的にも課題。在庫過多と老朽化は必然であること。</li><li>・ オフィスが少なくてすむ。</li><li>・ 住宅購入者の減少による住宅余り。</li><li>・ 高齢化の影響で、親を近くに呼ぶ、相続で売却するなどの相談が増えた。</li><li>・ 物余りの状況となり、単価が下がる。</li><li>・ 各テナント来店客の減少。</li><li>・ 人口減少により管理物件に空室が増えるため。</li></ul>
サービス業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 高齢化による顧客減少。</li><li>・ 顧客層が若いため。（バッティングセンター）</li><li>・ 幼児学童向けのスイミング事業部があるため少子化の影響が大きい。</li><li>・ 人口減少、少子化が進むことで、中長期的に見ると、墓管理者不在などの問題が顕在化し、墓地販売が減少する。</li><li>・ 高齢化が進み、若い人材の雇用が難しい。</li><li>・ より好条件への人材シフトにより、製造業への働き手が減少している。</li><li>・ 求職者（派遣）の大幅減少。</li><li>・ 小中高がメインターゲットのため。</li><li>・ 免許を取得する人数の減少。車離れ。</li></ul>

### 14. 気象変動

建設業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 屋外工事が多いため、雨が多いと作業が出来ない。気温が高すぎると熱中症対策に費用が掛かる。作業員の命にもかかわる問題。</li><li>・ 豪雨災害の頻発による土砂災害発生。</li><li>・ 労働生産性の低下をまねく。</li><li>・ 異常気象による大雨など工期が延び、諸費用が増す。</li></ul>
卸売業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 温暖化の影響で原材料価格が不安定。</li><li>・ 現場の遅れ・物流の停滞。</li><li>・ 天候不順による食材仕入れへの影響。</li><li>・ 仕入価格の高騰。</li></ul>
小売業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 寒暖の変化が著しい。</li><li>・ 産地気象変動により商品の出来が悪く品薄。</li></ul>

## 14. 気象変動（続き）

飲食店	<ul style="list-style-type: none"><li>・ コーヒー豆を仕入れているため天候不順の影響がある。</li><li>・ 天候不順により、客の外出意欲の減退に繋がる可能性あり。</li></ul>
不動産業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 異常気象による設備への被害。</li></ul>
サービス業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 天候不良により、現場の稼働に影響する。</li><li>・ 暑すぎたり寒すぎたり、エアコンの故障が増えると利益が出なくなる。</li></ul>

## 15. その他

建設業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 景気が悪い環境でのインフレはスタグフレーションと言っても言い過ぎではないだろう。</li><li>・ 材料の納期が遅延することにより工期も伸びるため、人件費も増える。</li><li>・ 企業の設備投資の動向により建造物の解体が進むため。</li></ul>
製造業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 消費者の節句ばなれ。（人形製造）</li><li>・ 半導体不足による製造完成品が完成せず受注が止まっている。</li><li>・ 取引先の海外メーカーとの競争力低下による受注金額低下。</li><li>・ AI化による専門家の人材不足。</li><li>・ 客先自社共に部品（購入品）不足である。</li></ul>
卸売業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 納品日の遅延。</li></ul>
小売業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ デジタル化のために、粗利の減少。</li><li>・ デジタル化の進展により実書籍（特にコミック）売上減少。</li><li>・ 地域間競争により陳腐化が早い。</li></ul>
飲食店	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 観光地ではないので旅割の恩恵無し。</li></ul>
不動産業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 住宅ローン等が借りづらくなる。</li><li>・ 親会社の経営判断次第。</li><li>・ 旅行や食事などレジャーに行くため、客数大幅減少。</li></ul>
サービス業	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 消費税インボイスの影響がどう出るか不安。</li><li>・ 品物待ちが半年～1年位入って来ない。</li></ul>

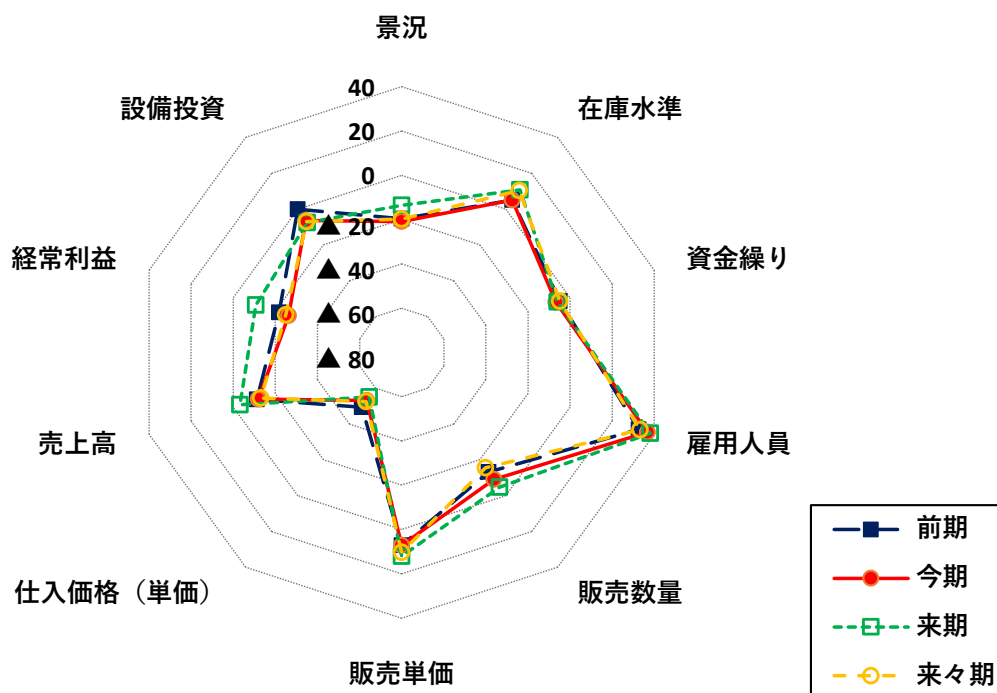
## 2 業種別の動向

### (1) 建設業

今期のD Iは、前期と比べて「在庫水準」「雇用人員」「販売数量」は上昇、「販売単価」は横ばいとなったが、それ以外の項目は下降した。

先行きをみると、「仕入価格」「設備投資」は、来期は下降するが、来々期は上昇する見通し、「景況」「在庫水準」「雇用人員」「販売数量」「販売単価」「売上高」「経常利益」は、来期は上昇するが、来々期は下降の見通し、「資金繰り」は、来期、来々期と続けて上昇する見通しである。

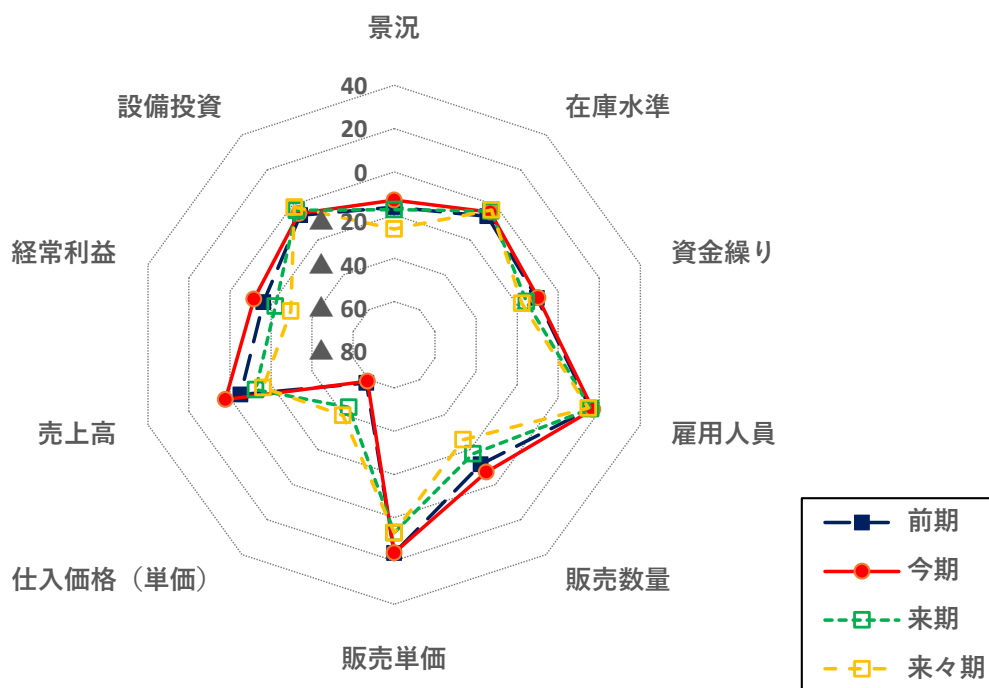
	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	2022年 7～9月期	10～12月期	2023年 1～3月期	4～7月期
景況	▲ 19.6	▲ 20.9	▲ 13.6	▲ 19.8
在庫水準	5.0	5.1	10.8	10.3
資金繰り	▲ 4.9	▲ 6.7	▲ 6.0	▲ 4.9
雇用人員	32.6	36.8	38.2	33.3
販売数量	▲ 13.1	▲ 9.0	▲ 4.8	▲ 15.6
販売単価	7.1	7.1	12.1	10.3
仕入価格（単価）	▲ 49.4	▲ 53.2	▲ 55.1	▲ 52.5
売上高	▲ 11.2	▲ 11.8	▲ 3.2	▲ 13.0
経常利益	▲ 21.7	▲ 26.3	▲ 10.8	▲ 25.0
設備投資	0.0	▲ 6.4	▲ 7.5	▲ 6.9



## (2) 製造業

今期のD Iは、前期と比べて「販売単価」「仕入価格」が下降したが、それ以外の項目は上昇した。先行きをみると、「在庫水準」「仕入価格」「設備投資」は、来期、来々期と続けて上昇する見通し、「販売単価」は、来期は下降するが、来々期は横ばいの見通し、「景況」「資金繰り」「雇用人員」「販売数量」「売上高」「経常利益」は、来期、来々期と続けて下降する見通しである。

	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	2022年 7～9月期	10～12月期	2023年 1～3月期	4～7月期
景況	▲ 16.3	▲ 13.1	▲ 17.4	▲ 26.5
在庫水準	▲ 6.5	▲ 4.1	▲ 3.6	▲ 3.0
資金繰り	▲ 10.3	▲ 9.8	▲ 15.5	▲ 17.8
雇用人員	15.7	16.9	15.9	14.6
販売数量	▲ 11.6	▲ 7.1	▲ 17.7	▲ 25.6
販売単価	16.5	16.3	7.1	7.1
仕入価格（単価）	▲ 58.0	▲ 59.1	▲ 44.3	▲ 39.7
売上高	▲ 5.1	2.3	▲ 12.5	▲ 16.1
経常利益	▲ 16.3	▲ 11.6	▲ 22.1	▲ 29.7
設備投資	▲ 6.0	▲ 4.9	▲ 3.0	▲ 1.2

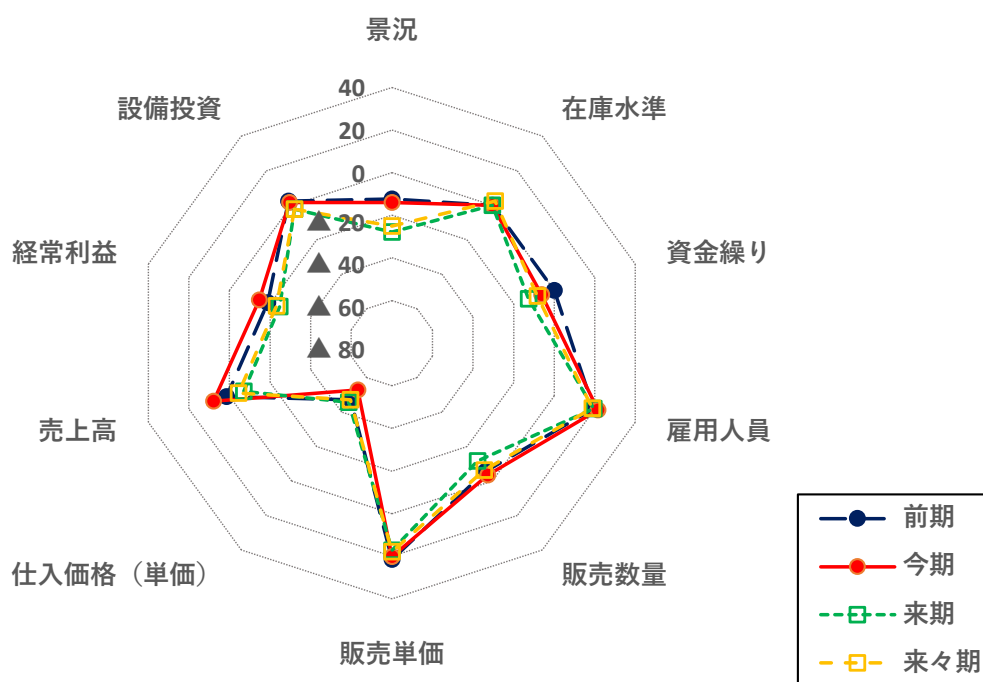


### (3) 卸売業

今期のD Iは、前期と比べて「雇用人員」「販売数量」「売上高」「経常利益」は上昇、「在庫水準」は、横ばいとなったが、それ以外の項目は下降した。

先行きをみると、「仕入単価」は、来期は上昇するが、来々期は下降する見通し「在庫水準」は、来期は横ばい、来々期は上昇する見通し、「景況」「資金繰り」「販売数量」「販売単価」「売上高」「経常利益」は、来期は下降するが、来々期は上昇する見通し、「雇用人員」「設備投資」は、来期、来々期と続けて下降する見通しである。

	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	2022年		2023年	
	7～9月期	10～12月期	1～3月期	4～7月期
景況	▲ 12.3	▲ 14.0	▲ 27.9	▲ 25.0
在庫水準	0.0	0.0	0.0	2.3
資金繰り	0.0	▲ 6.3	▲ 12.7	▲ 8.3
雇用人員	19.4	21.5	19.4	18.8
販売数量	▲ 5.6	▲ 3.6	▲ 11.6	▲ 6.4
販売単価	21.5	20.1	17.1	17.9
仕入価格（単価）	▲ 47.1	▲ 52.8	▲ 45.7	▲ 47.1
売上高	1.4	7.9	▲ 7.0	▲ 4.3
経常利益	▲ 18.8	▲ 14.6	▲ 24.6	▲ 23.2
設備投資	2.3	1.5	▲ 2.3	▲ 2.4



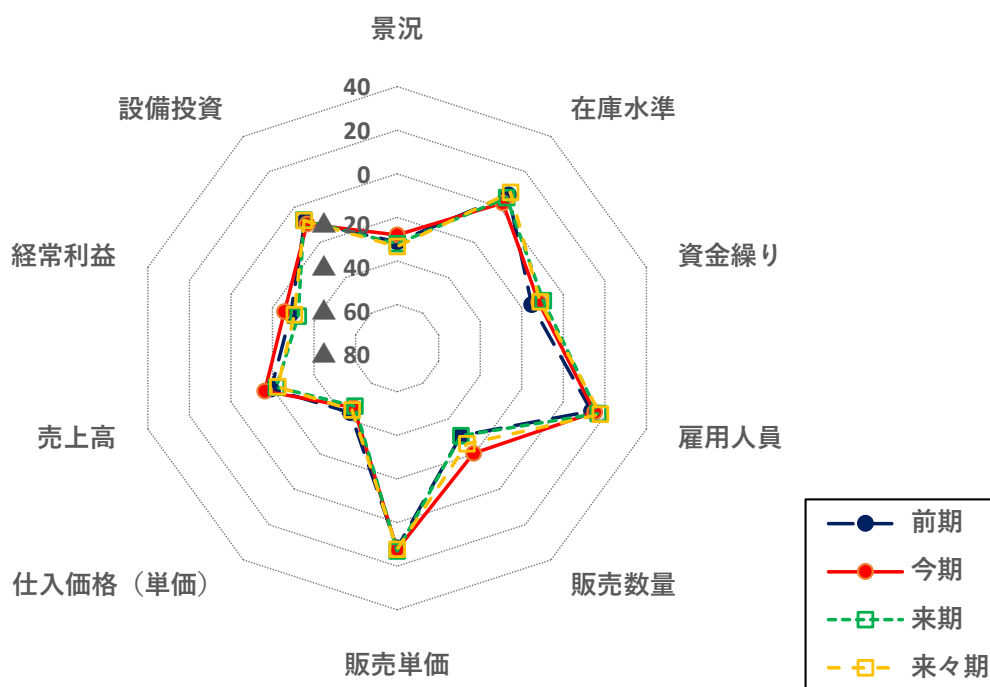


## (4) 小売業

今期のD Iは、前期と比べて「在庫水準」「仕入価格」「設備投資」は下降したが、それ以外の項目は上昇した。

先行きをみると、「在庫水準」「雇用人員」は、来期、来々期と続けて上昇する見通し、「資金繰り」「販売単価」「設備投資」は、来期は上昇するが、来々期は下降する見通し、「販売数量」「仕入価格」「経常利益」は、来期は下降するが、来々期は上昇する見通し、「景況」「売上高」は、来期、来々期と続けて下降する見通しである。

	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	2022年		2023年	
	7~9月期	10~12月期	1~3月期	4~7月期
景況	▲ 31.3	▲ 28.0	▲ 32.1	▲ 33.3
在庫水準	6.8	2.3	5.2	8.3
資金繰り	▲ 15.2	▲ 11.8	▲ 9.6	▲ 11.2
雇用人員	13.6	15.2	16.9	17.9
販売数量	▲ 30.4	▲ 20.5	▲ 30.4	▲ 25.8
販売単価	11.6	12.5	13.0	12.3
仕入価格(単価)	▲ 43.5	▲ 46.4	▲ 47.1	▲ 44.9
売上高	▲ 19.3	▲ 16.2	▲ 21.8	▲ 22.5
経常利益	▲ 28.9	▲ 25.7	▲ 32.4	▲ 30.4
設備投資	▲ 8.1	▲ 9.7	▲ 7.4	▲ 7.7

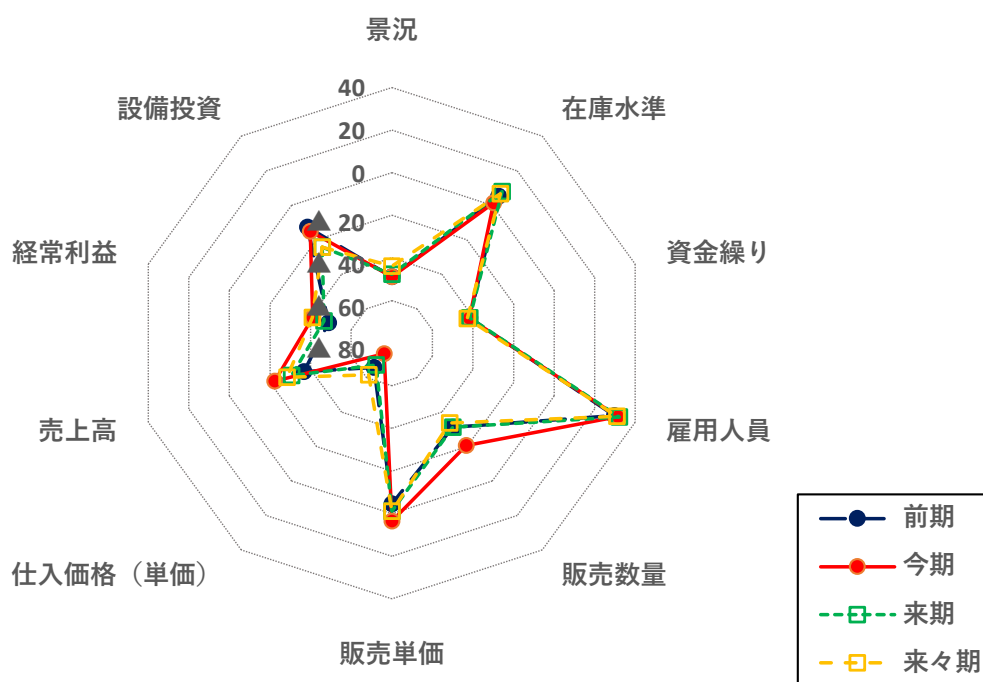


## (5) 飲食店

今期のD Iは、前期と比べて「在庫水準」「資金繰り」「仕入価格」「設備投資」は下降、「景況」は横ばい、それ以外の項目は上昇した。

先行きをみると、「景況」「仕入価格」は、来期、来々期と続けて上昇する見通し、「在庫水準」「資金繰り」「雇用人員」は、来期は上昇するが、来々期は下降する見通し、「売上高」「経常利益」は、来期は下降するが、来々期は上昇する見通し、「販売単価」「設備投資」は、来期は下降するが、来々期は横ばいの見通し、「販売数量」は、来期、来々期と続けて下降する見通しである。

	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	2022年 7~9月期	10~12月期	2023年 1~3月期	4~7月期
景況	▲ 48.9	▲ 48.9	▲ 47.6	▲ 43.9
在庫水準	5.1	1.3	7.9	6.6
資金繰り	▲ 41.7	▲ 41.9	▲ 41.7	▲ 42.9
雇用人員	29.8	31.4	32.1	31.0
販売数量	▲ 31.3	▲ 20.7	▲ 31.3	▲ 33.7
販売単価	▲ 4.7	3.5	▲ 1.2	▲ 1.2
仕入価格(単価)	▲ 65.9	▲ 73.9	▲ 67.4	▲ 61.6
売上高	▲ 36.7	▲ 22.2	▲ 30.7	▲ 28.4
経常利益	▲ 48.9	▲ 41.1	▲ 46.6	▲ 40.9
設備投資	▲ 12.8	▲ 15.1	▲ 24.4	▲ 24.4

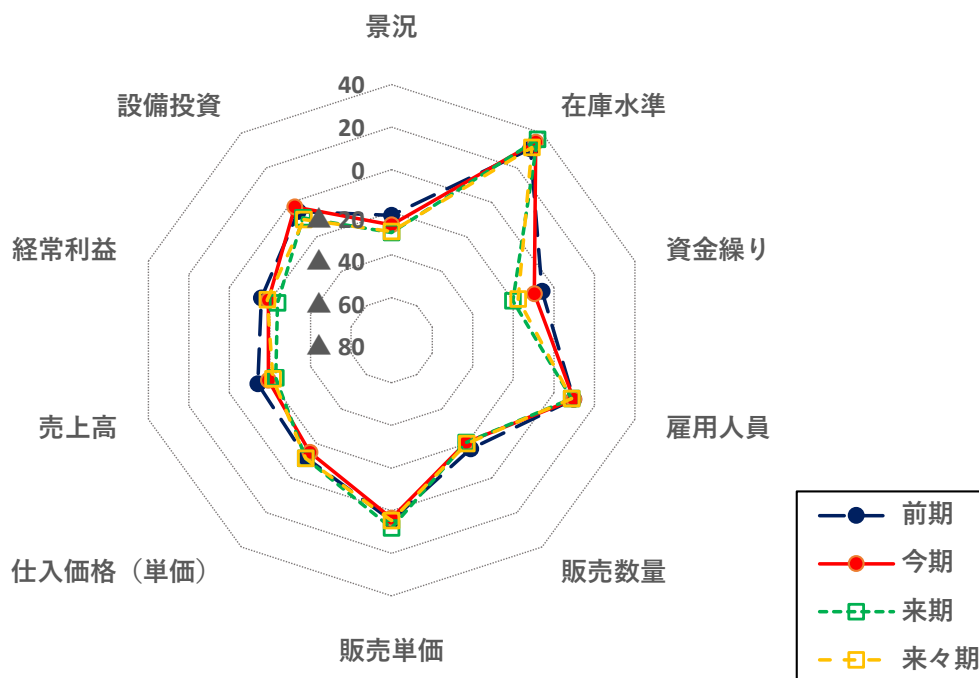


## (6) 不動産業

今期のD Iは、前期と比べて「在庫水準」「設備投資」は上昇、「雇用人員」は横ばい、それ以外の項目は下降した。

先行きをみると、「在庫水準」「販売単価」来期は上昇するが、来々期は下降する見通し、「仕入価格」は、来期は上昇するが、来々期は横ばいの見通し、「販売数量」は、来期は横ばい、来々期は上昇する見通し、「景況」「資金繰り」「売上高」「経常利益」は、来期は下降するが、来々期は上昇する見通し、「雇用人員」は、来期は下降するが、来々期は横ばいの見通し、「設備投資」は、来期、来々期と続けて下降する見通しである。

	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	2022年 7~9月期	10~12月期	2023年 1~3月期	4~7月期
景況	▲ 21.4	▲ 25.9	▲ 29.5	▲ 29.1
在庫水準	30.9	34.8	36.4	31.8
資金繰り	▲ 5.9	▲ 9.6	▲ 20.2	▲ 17.6
雇用人員	9.8	9.8	8.8	8.8
販売数量	▲ 17.1	▲ 20.7	▲ 20.7	▲ 20.0
販売単価	4.7	3.5	8.1	4.7
仕入価格(単価)	▲ 11.8	▲ 14.9	▲ 11.5	▲ 11.5
売上高	▲ 14.0	▲ 19.3	▲ 22.8	▲ 21.4
経常利益	▲ 15.8	▲ 19.3	▲ 23.7	▲ 18.7
設備投資	▲ 5.5	▲ 2.7	▲ 9.1	▲ 10.0

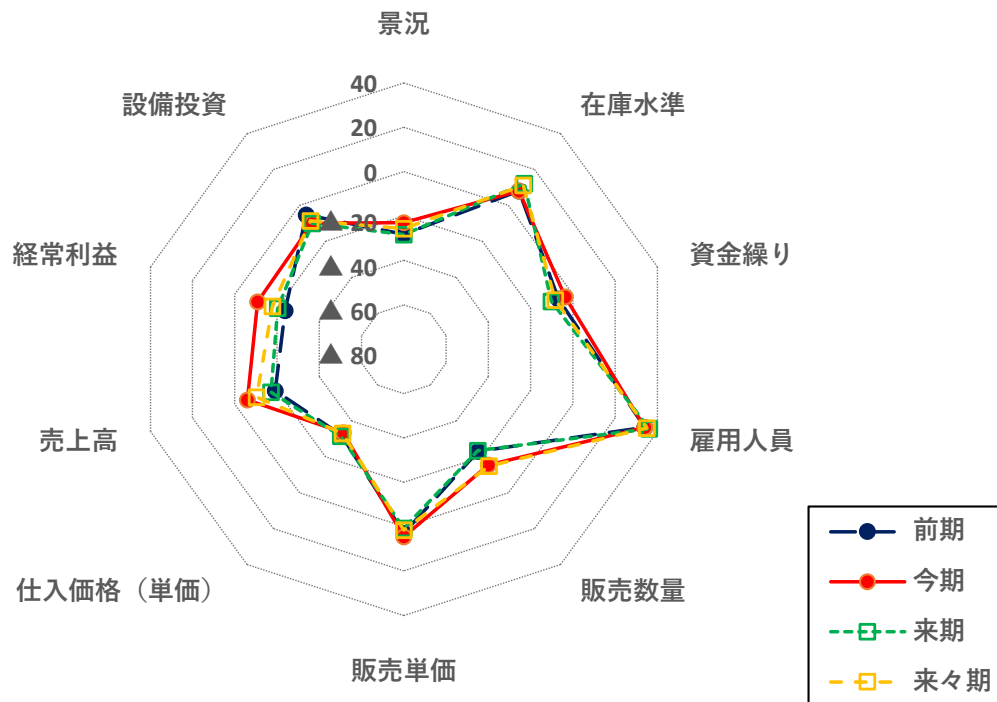


## (7) サービス業

今期のD Iは、前期と比べて「仕入価格」「設備投資」は下降、「在庫水準」「雇用人員」は横ばい、それ以外の項目は上昇した。

先行きをみると、「在庫水準」「雇用人員」「仕入価格」は、来期は上昇するが、来々期は下降する見通し、「設備投資」は、来期は横ばい、来々期と上昇する見通し、「景況」「資金繰り」「販売数量」「販売単価」「売上高」「経常利益」は、来期は下降するが、来々期は上昇する見通しである。

	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	2022年		2023年	
	7~9月期	10~12月期	1~3月期	4~7月期
景況	▲ 28.2	▲ 22.9	▲ 28.3	▲ 25.6
在庫水準	8.2	8.2	12.3	11.3
資金繰り	▲ 7.0	▲ 3.8	▲ 10.3	▲ 8.4
雇用人員	34.0	34.0	36.2	34.9
販売数量	▲ 23.2	▲ 15.4	▲ 23.5	▲ 14.9
販売単価	3.0	4.5	0.8	1.5
仕入価格(単価)	▲ 32.1	▲ 33.6	▲ 31.5	▲ 33.1
売上高	▲ 19.0	▲ 5.9	▲ 17.1	▲ 10.2
経常利益	▲ 23.8	▲ 10.7	▲ 20.2	▲ 17.7
設備投資	▲ 5.2	▲ 9.9	▲ 9.9	▲ 8.6



# IV 特別調査

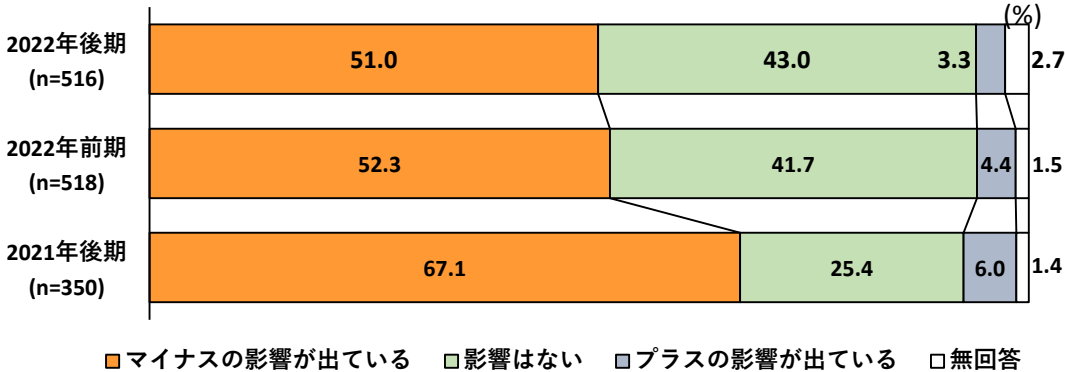
## 新型コロナウイルス感染症の影響等について

### (1) 新型コロナウイルス感染症による売上高への影響

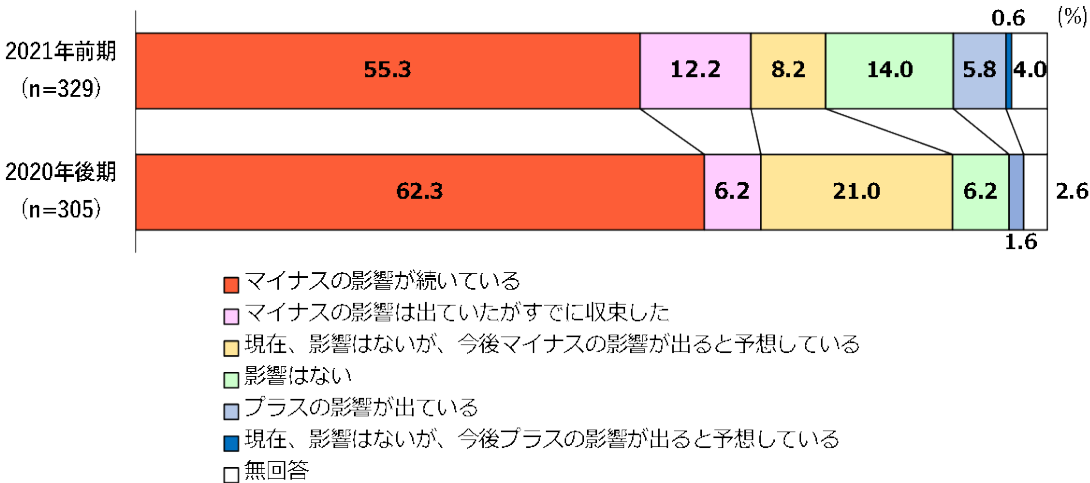
#### ① 全体

新型コロナウイルス感染症の売上高への影響についてみると、「マイナスの影響が出ている」(51.0%)が5割強となっている。「プラスの影響が出ている」は3.3%となっている。

2022年前期の調査と比較すると、「マイナスの影響が出ている」が1.3ポイント、「プラスの影響が出ている」が1.1ポイントとそれぞれ減少している。



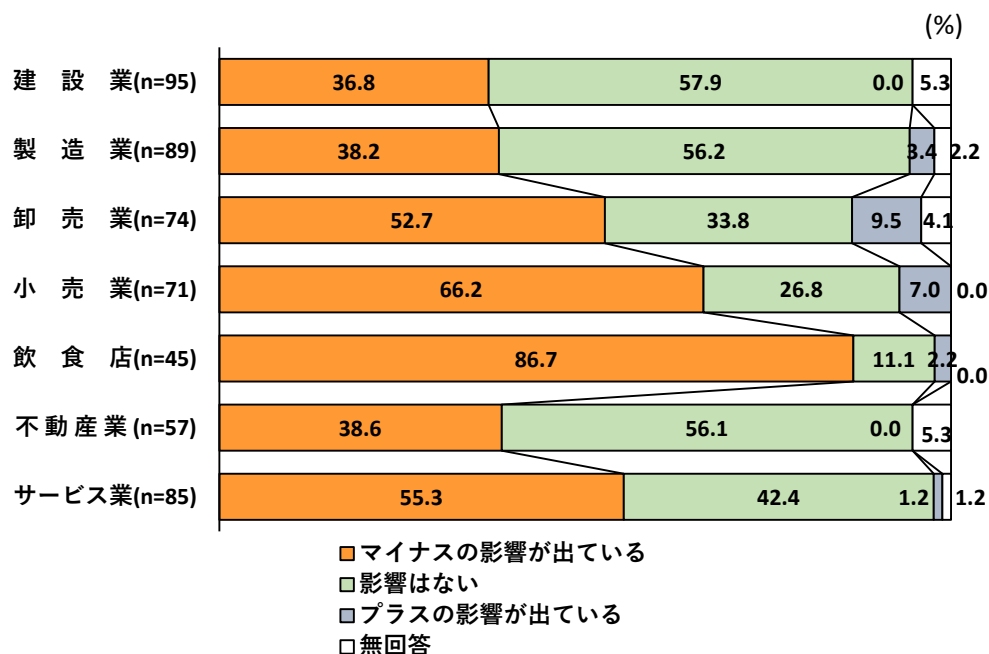
#### 【参考：過去調査】



## ② 業種別

業種別にみると、「マイナスの影響が出ている」は「飲食店」（86.7%）が最も多く、次いで「小売業」（66.2%）「サービス業」（55.3%）「卸売業」（52.7%）の順となっている。

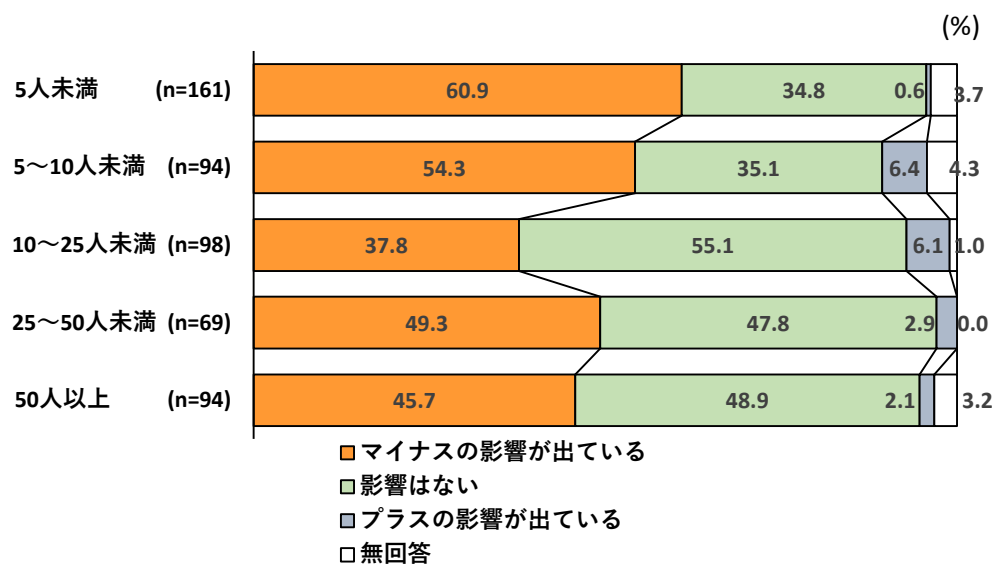
「影響はない」は、「建設業」（57.9%）が最も多く、次いで「製造業」（56.2%）「不動産業」（56.1%）が多くなっている。



## ③ 規模別

規模別にみると、「マイナスの影響が出ている」は「5人未満」（60.9%）が最も多く、次いで「5～10人未満」（54.3%）「25～50人未満」（49.3%）が多くなっている。

「影響はない」は、「10～25人未満」（55.1%）が最も多く、次いで「50人以上」（48.9%）が多くなっている。

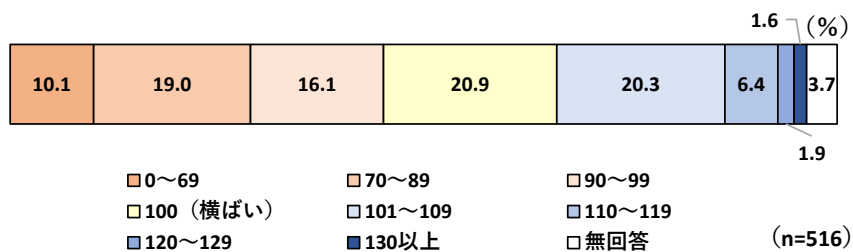


## (2) 売上高への影響の程度 (前年同月比)

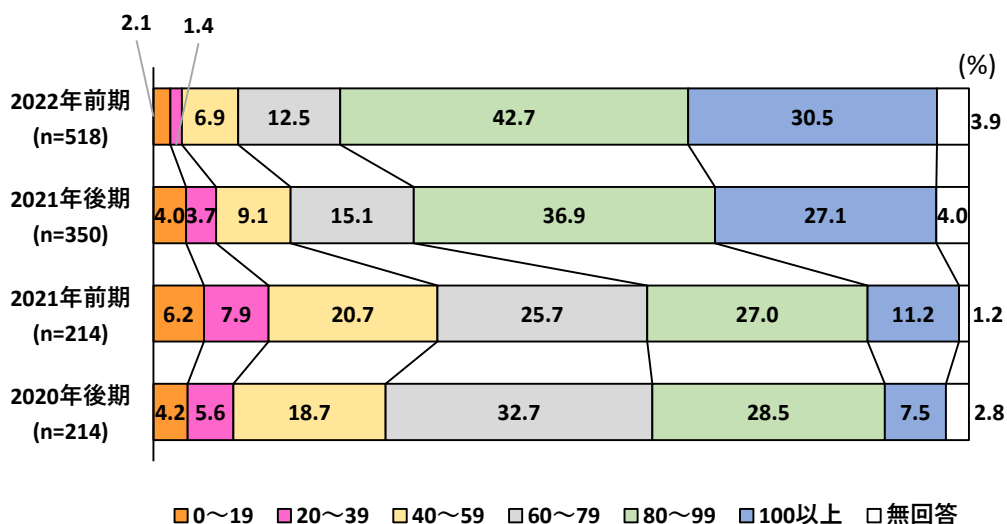
### ① 全体

売上高への影響についてみると、前年同時期を「100」とした場合の直近の売上高は「100 (横ばい)」(20.9%) が最も多く、次いで「101~109」(20.3%) が多くなっている。

前回調査と比べると「100 以上」の割合が 30.5%から 51.1%と増加している。

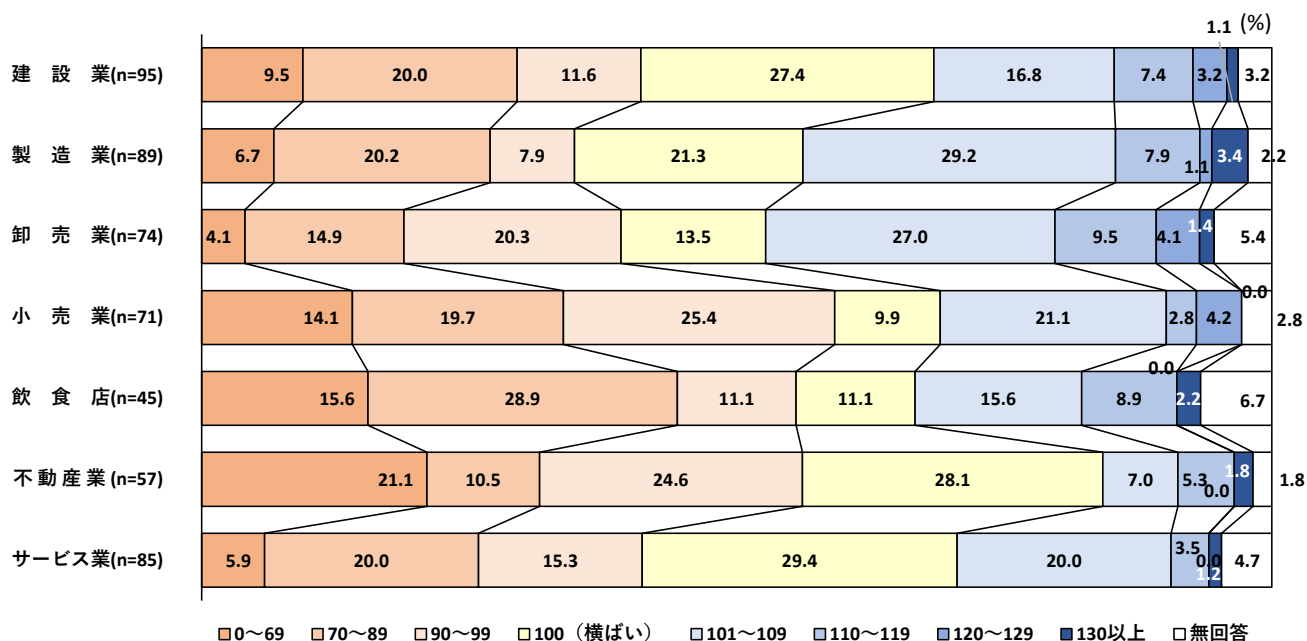


【参考：過去調査】



## ② 業種別

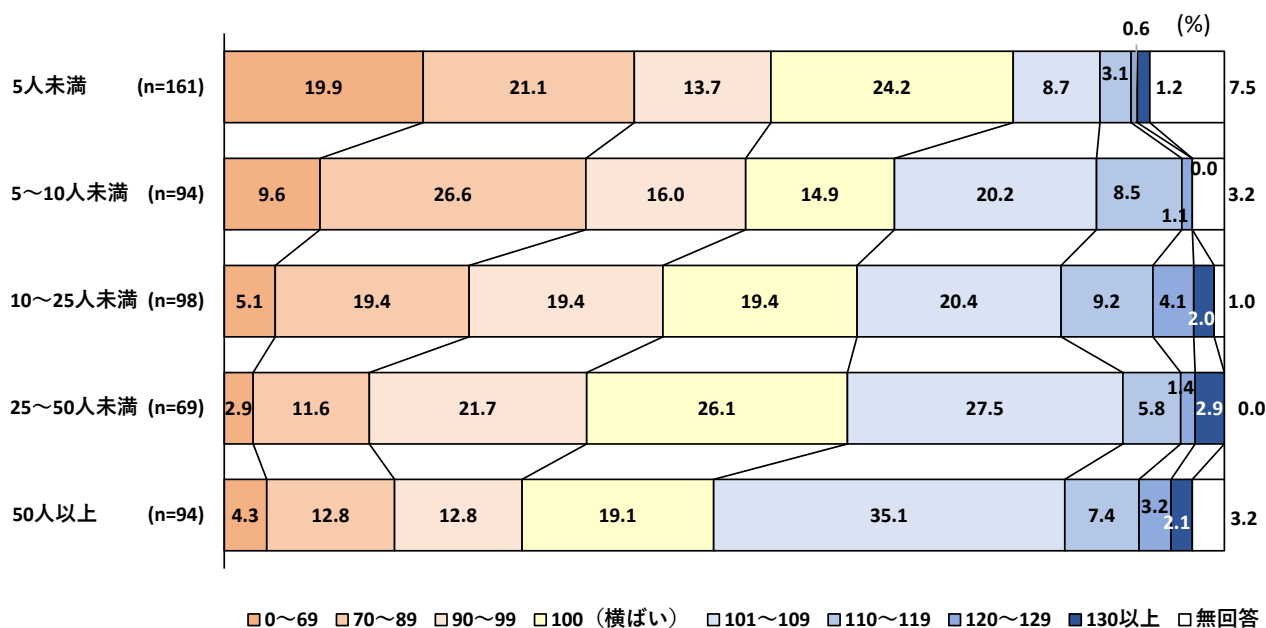
業種別にみると、100未満（「0～69」「70～89」「90～99」の合計）は、「小売業」で59.2%と最も多く、次いで「不動産業」が56.2%、「飲食店」が55.6%と続いている。一方、100超（「101～109」「110～119」「120～129」「130以上」の合計）は、「卸売業」で42.0%、「製造業」で41.6%となっている。



## ③ 規模別

規模別にみると、100未満は、「5人未満」が最も多く54.7%、次いで「5～10人未満」が52.2%と続いている。

一方、100超は、「50人以上」が47.8%で最も多くなっている。

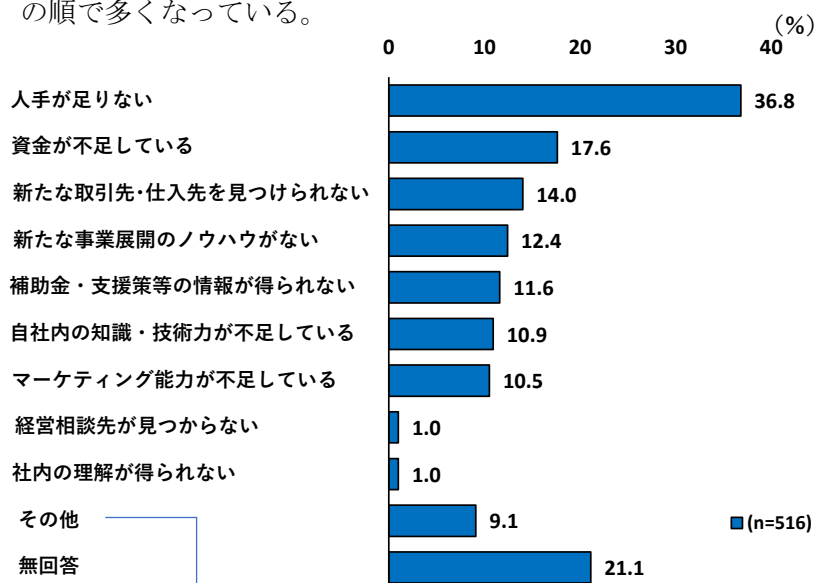




### (3) ウィズコロナ・アフターコロナに対応するための課題

#### ① 全体

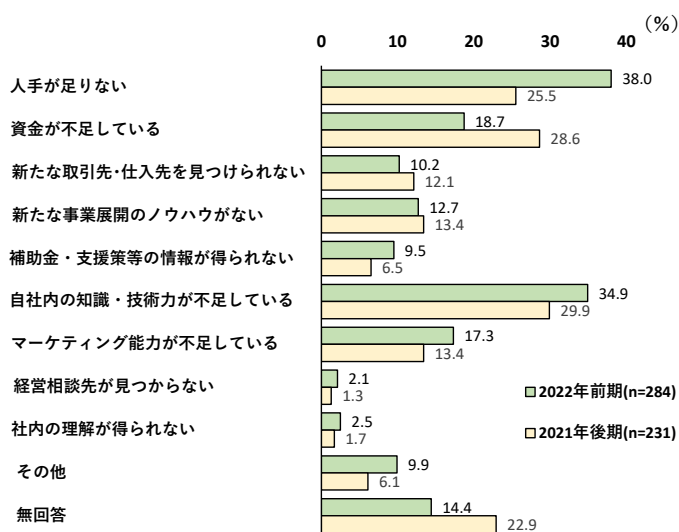
ウィズコロナ・アフターコロナに対応するための課題では、「人手が足りない」(36.8%)が最も多く、次いで「資金が不足している」(17.6%)、「新たな取引先・仕入先を見つけられない」(14.0%)の順で多くなっている。



▶「その他」の主な回答内容

大手ゼネコンとの取引が出来ない	建設業
人件費の給料が高い	建設業
経済の好循環が全く果たされていない	製造業
早急な国の対応(2類→5類)	製造業
コロナ規制による経済活動制限	卸売業
集客が自主規制によって積極的活動が出来ない	小売業
調達資材の遅れ	不動産業
人と会う場所の確保	不動産業
事業主等の高齢化	サービス業

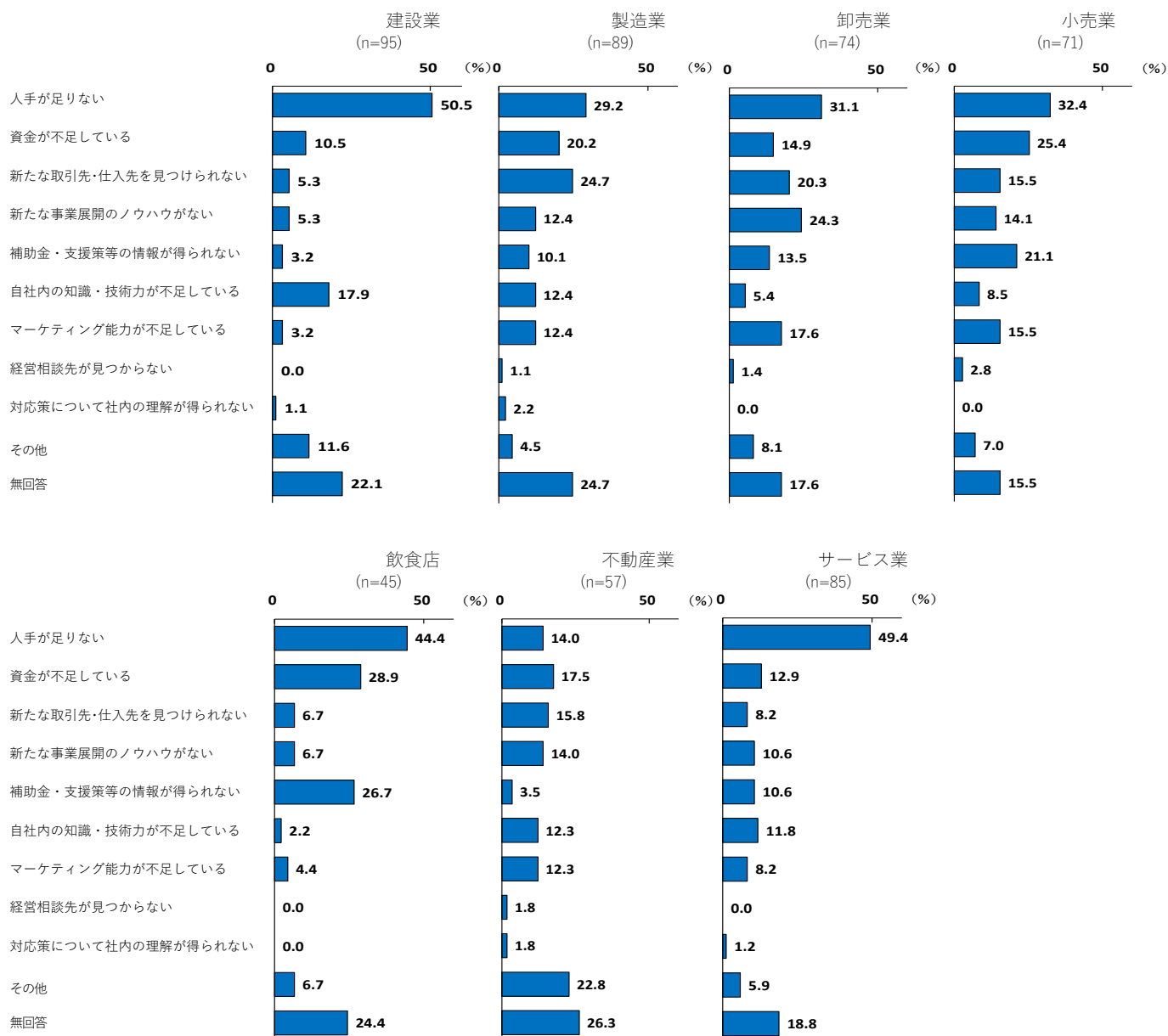
#### 【参考：過去調査】



前回調査(2022年前期)は、ウィズコロナ、アフターコロナに対応するための取組を実施中または実施予定の事業者を対象としたが、今回(2022年後期)の調査では、全事業者を対象としているため、参考として掲載。

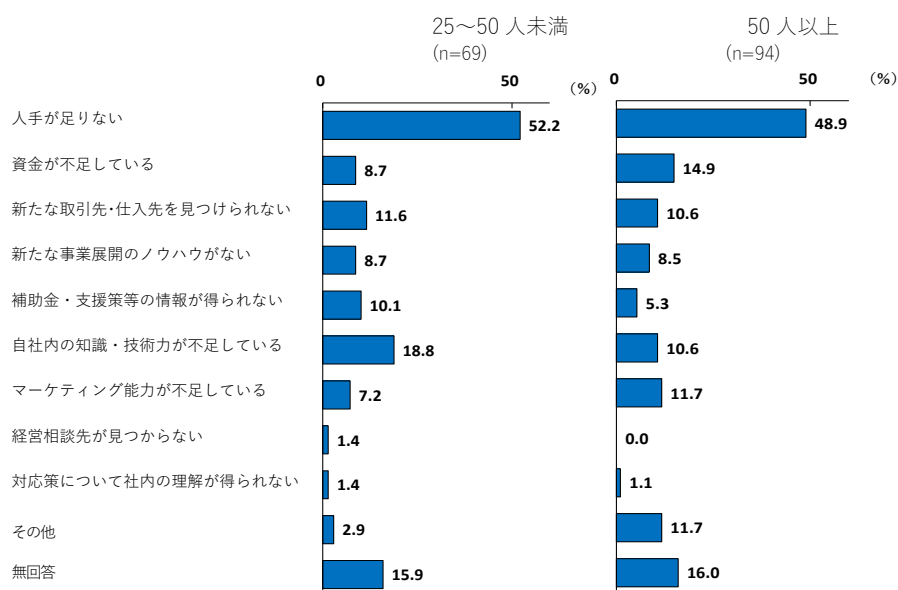
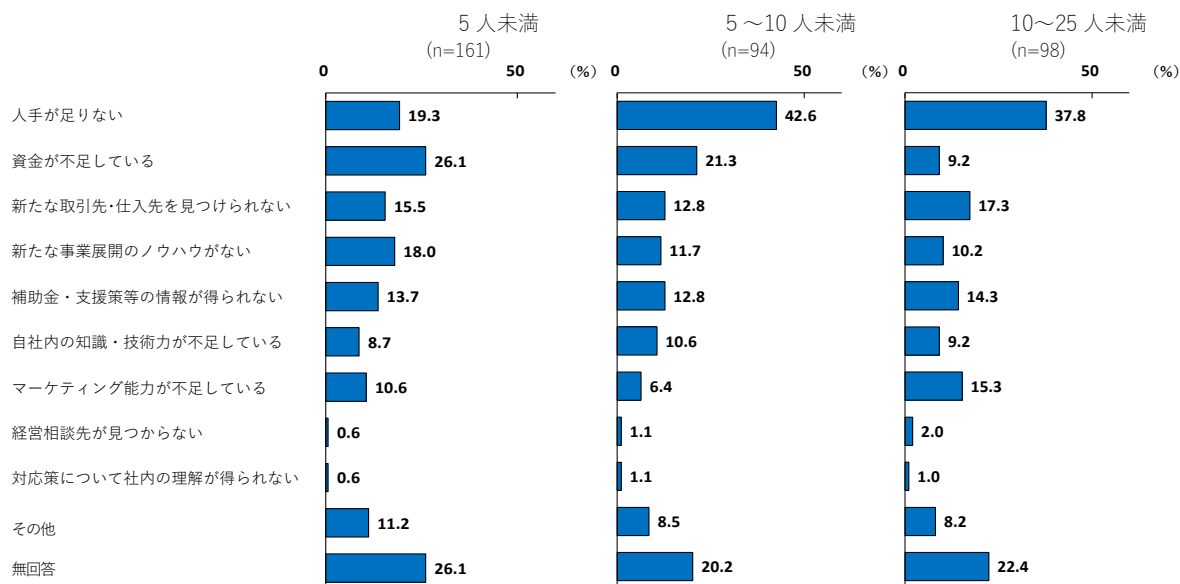
## ② 業種別

業種別にみると、「人手が足りない」は「建設業」が50.5%と最も多く、次いで「サービス業」(49.4%)「飲食店」(44.4%)の順で多くなっている。「資金が不足している」は「飲食店」が28.9%と最も多く、次いで「小売業」(25.4%)「製造業」(20.2%)の順で多くなっている。



### ③ 規模別

規模別にみると、「人手が足りない」は「25～50人未満」が52.2%と最も多く、次いで「50人以上」(48.9%)「5～10人未満」(42.6%)が多くなっている。「資金が不足している」は、「5人未満」が26.1%と最も多く、次いで「5～10人未満」(21.3%)「50人以上」(14.9%)が多くなっている。

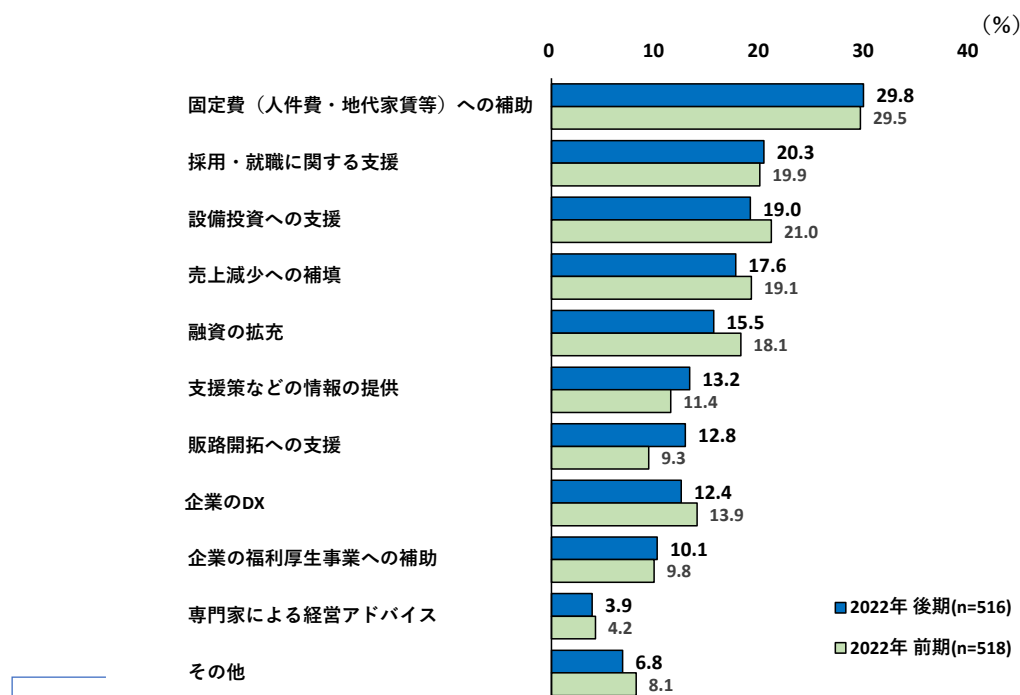


## (4) 今後期待する公的支援策

### ① 全体

今後、期待する公的支援策としては、「固定費(人件費・地代家賃等)への補助」(29.8%)が最も多く、次いで「採用・就職に関する支援」(20.3%)、「設備投資への支援」(19.0%)「売上減少への補填」(17.6%)、「融資の拡充」(15.5%)の順となっている。

前回調査と比べると、「支援策などの情報の提供」「販路開拓への支援」などの割合が上昇し、「設備投資への支援」「売上減少への補填」「融資の拡充」「企業のDX」などの割合が低下している。

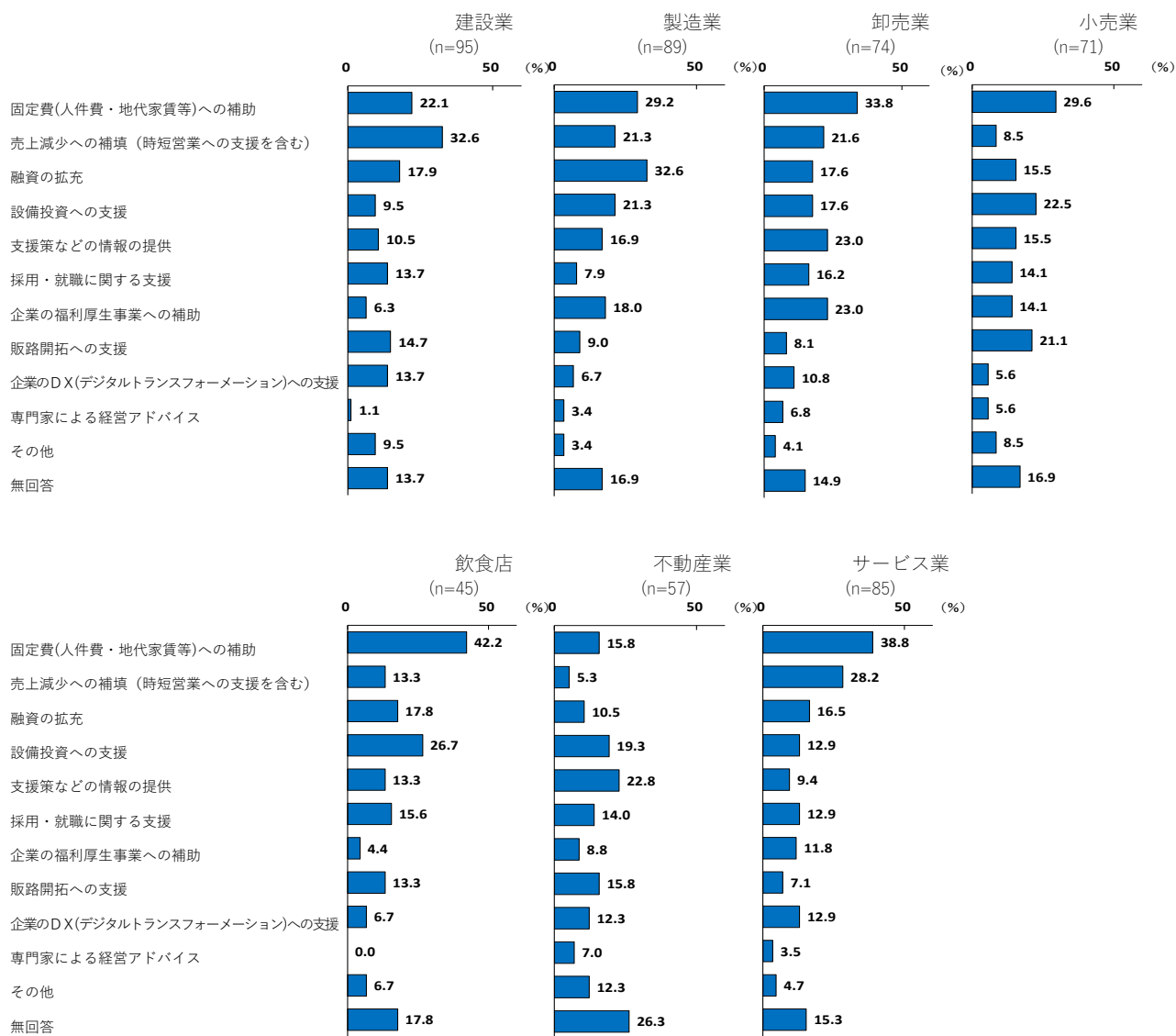


▶「その他」の主な回答内容

減税(消費税等)	建設業
高齢化による人員入替が出来ない。人件費の問題。	建設業
電気代の補助	製造業
インフラである電気の安定供給	製造業
コロナ規制の全廃	卸売業
学生・主婦の人の扶養控除限度額の引き上げ	小売業
抗原検査キットの無料配布	小売業
教育政策	小売業
コロナ自粛規制を一日も早く無くす	小売業
税務申告の簡素化(特に消費税に関して)	不動産業
消費税を減税する	不動産業
減税	サービス業
規制緩和	サービス業
法人税の補填	サービス業

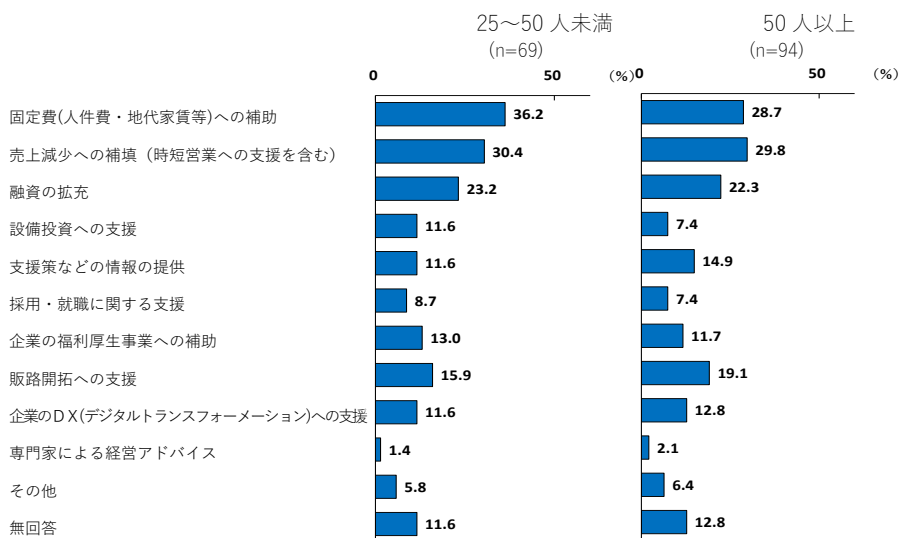
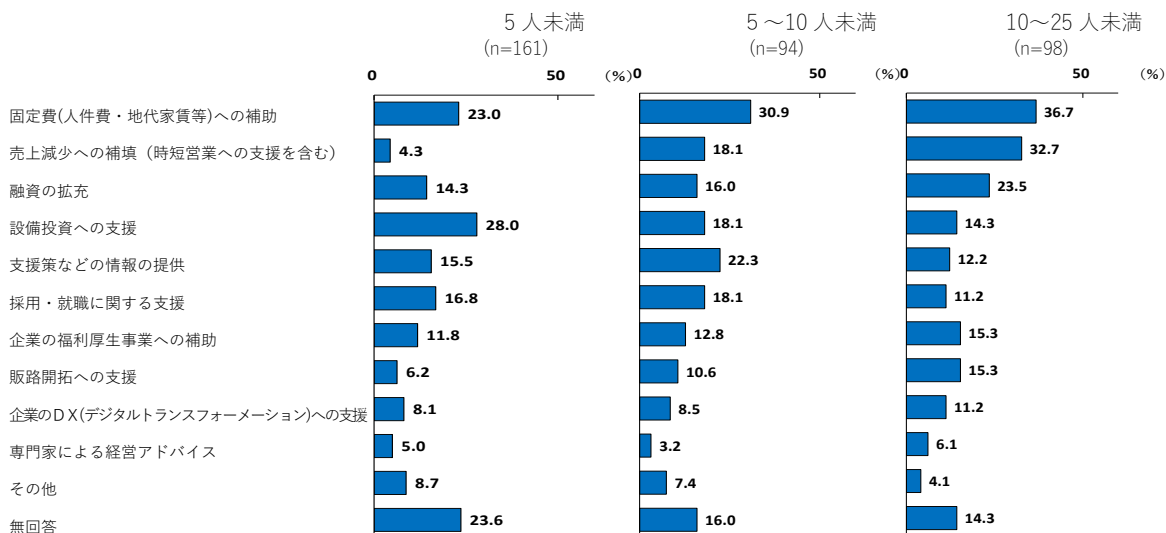
## ② 業種別

業種別にみると、「固定費(人件費・地代家賃等)への補助」が「卸売業」(33.8%)、「小売業」(29.6%)、「飲食店」(42.2%)、「サービス業」(38.8%)で最も多くなっている。建設業では「売上減少への補填」(32.6%)、製造業では「融資の拡充」(32.6%)、不動産業では「支援策などの情報の提供」(22.8%)がそれぞれ高くなっている。



### ③ 規模別

規模別にみると、「固定費(人件費・地代家賃等)への補助」が「5～10人未満」(30.9%)、「10～25人未満」(36.7%)、「25～50人未満」(36.2%)で最も多くなっている。「5人未満」は「設備投資への支援」(28.0%)、「50人以上」は「売上減少への補填」(29.8%)がそれぞれ高くなっている。



## V 特別調査

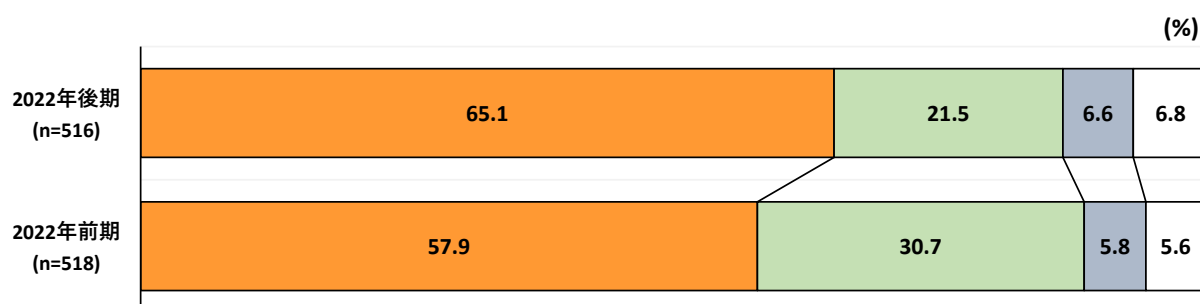
### 原材料・仕入価格高騰による事業活動への影響について

#### (1) 原材料・仕入価格高騰による事業活動への影響

##### ① 全体

原材料・仕入価格高騰による事業活動への影響についてみると、「現在、影響が出ている」(65.1%)が最も多く、次いで「今のところ影響は出ていないが、今後影響が出る見込み」(21.5%)が多くなっている。「特に影響は出ていない。今後も影響が出る見込みなし」は1割未満(6.6%)。

前回調査と比較すると、「現在、影響が出ている」と回答した企業の割合は7.2ポイント増加する一方、「今のところ影響は出ていないが、今後影響が出る見込み」と回答した企業の割合は9.2ポイント減少した。この点からみると、前回調査以降、原材料・仕入価格高騰による事業活動への影響は、着実に広がっているようにうかがえる。

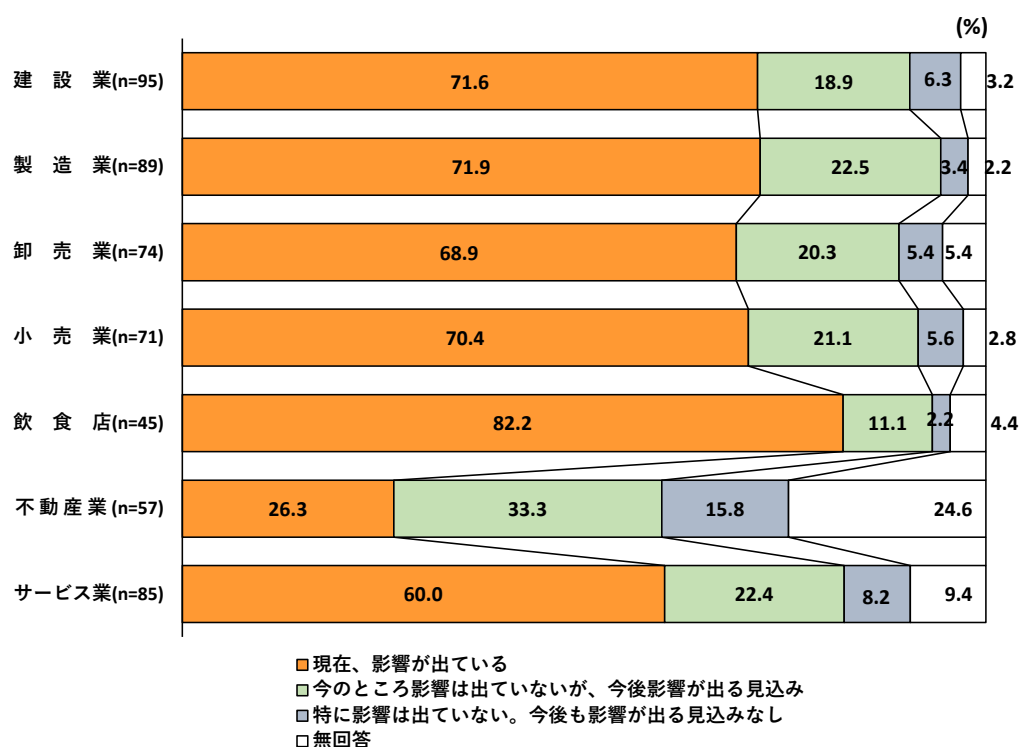


- 現在、影響が出ている
- 今のところ影響は出ていないが、今後影響が出る見込み
- 特に影響は出ていない。今後も影響が出る見込みなし
- 無回答

## ② 業種別

業種別にみると、「現在、影響が出ている」は「飲食店」（82.2%）が最も多く、次いで「製造業」（71.9%）が多くなっている。

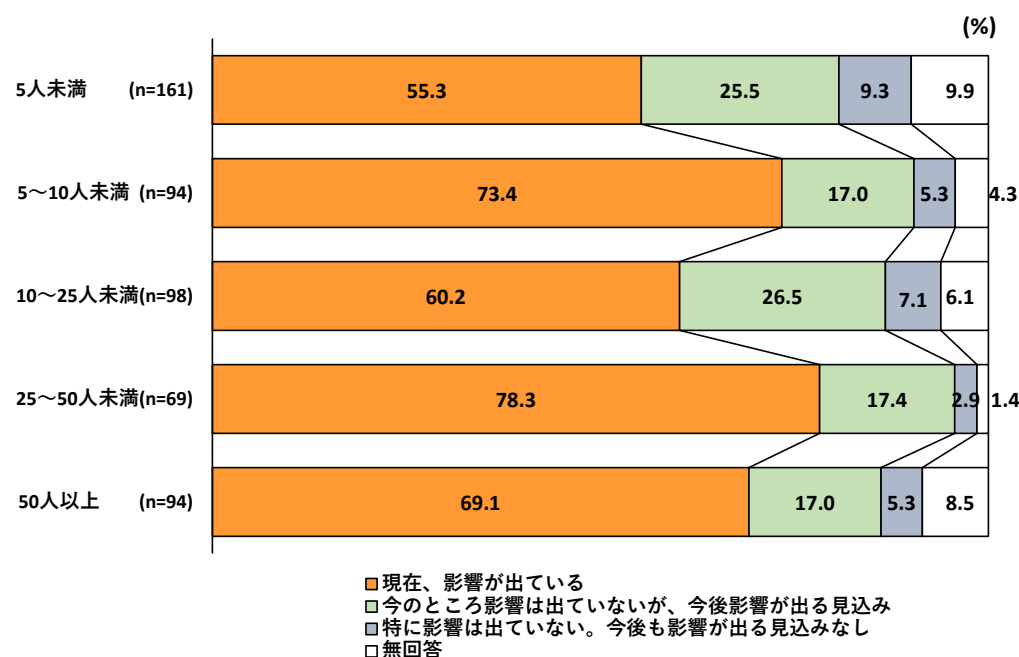
「特に影響は出ていない。今後も影響が出る見込みなし」は「不動産業」（15.8%）が最も多く、次いで「サービス業」（8.2%）が多くなっている。



## ③ 規模別

規模別にみると、すべての規模で「現在、影響が出ている」が最も多く、「25～50人未満」（78.3%）の規模で最も多く、次いで「5～10人未満」（73.4%）が多くなっている。

「特に影響は出ていない。今後も影響が出る見込みなし」は「5人未満」（9.3%）が最も多くなっている。





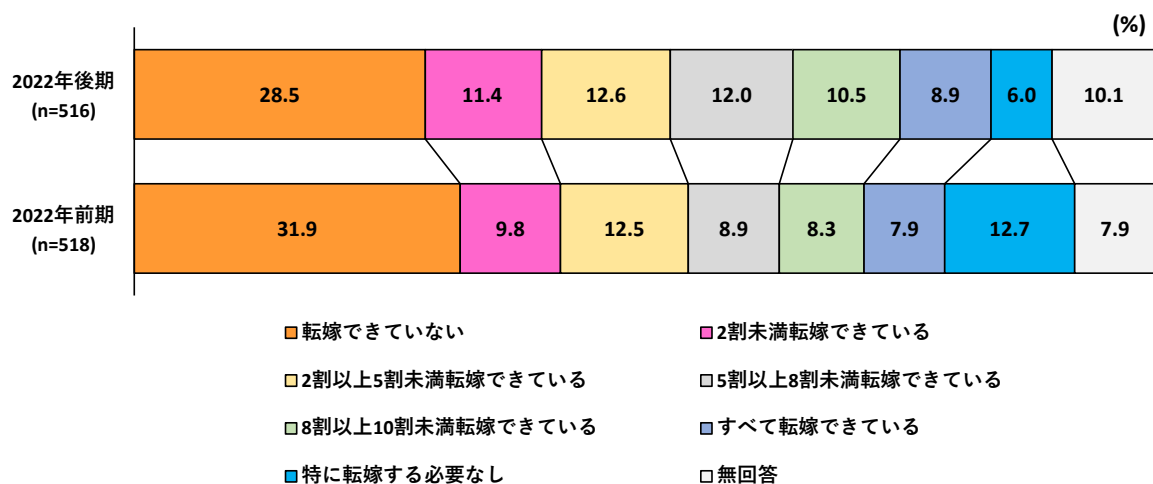
## (2) 原材料・仕入価格の上昇分に対する販売価格への転嫁

### ① 全体

原材料・仕入価格の上昇分に対し、「販売価格への転嫁」をみると「転嫁できていない」(28.5%)が最も多く、次いで「2割以上5割未満転嫁できている」(12.6%)が多くなっている。

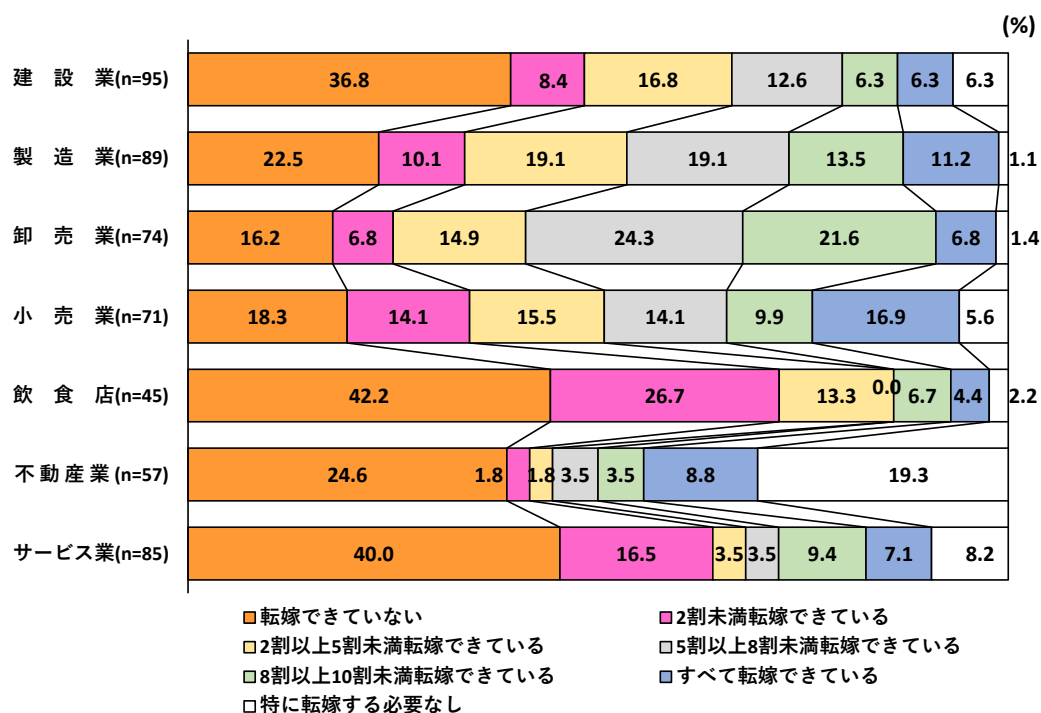
「すべて転嫁できている」(8.9%)は1割未満。

前回調査と比較すると、「転嫁できていない」は3.4ポイント減少する一方、販売価格に転嫁した割合(「2割未満転嫁できている」～「すべて転嫁できている」)は8.0ポイント上昇している。「すべて転嫁できている」は1.0ポイント上昇している。



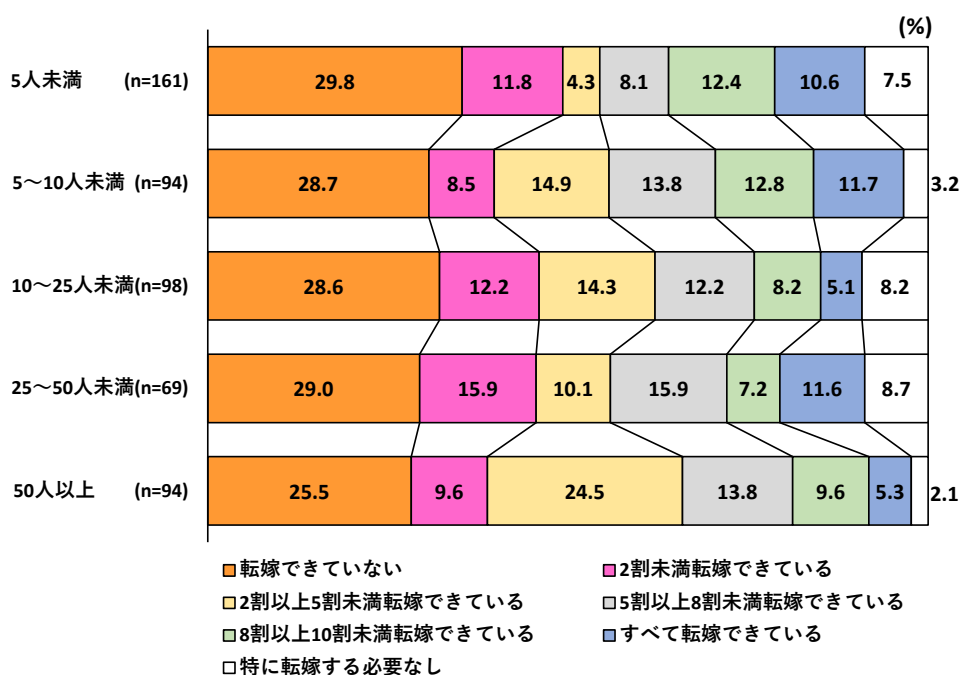
## ② 業種別

業種別にみると、「卸売業」は「5割以上8割未満転嫁できている」(24.3%)が最も多いが、それ以外の業種は「転嫁できていない」が最も多い。「転嫁できていない」では「飲食店」(42.2%)が最も多く、次いで「サービス業」(40.0%)が多くなっている。



## ③ 規模別

規模別にみると、すべての規模で「転嫁できていない」が最も多い。「転嫁できていない」は「5人未満」(29.8%)の規模で最も多く、次いで「25～50人未満」(29.0%)が多い。



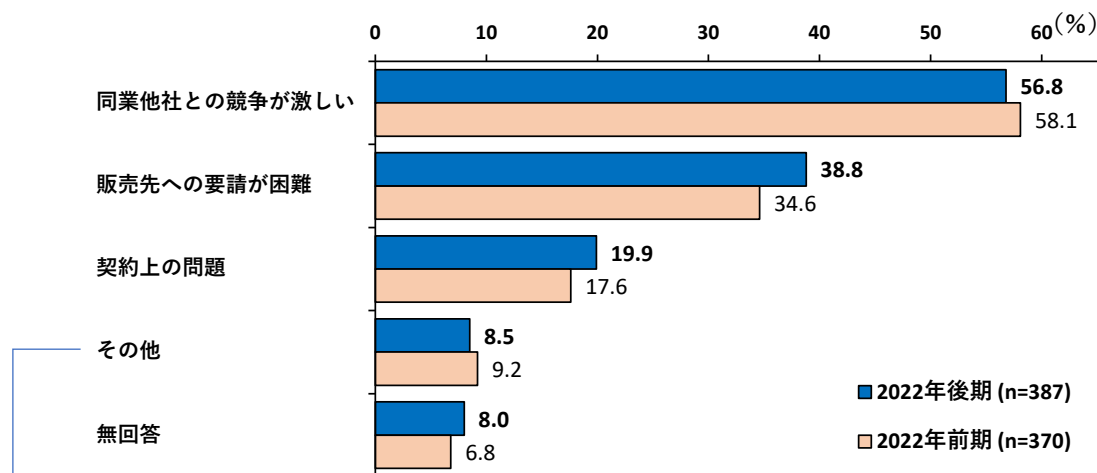
### (3) 価格転嫁が難しい（できない）理由

#### ① 全体

価格転嫁が難しい（できない）理由についてみると、「同業他社との競争が激しい」（56.8%）が最も多く、次いで「販売先への要請が困難」（38.8%）となっている。

「その他」（8.5%）は、下記の内容になっている。

前回調査との比較では、順位に変動はなく、回答割合も大きな変動はない。

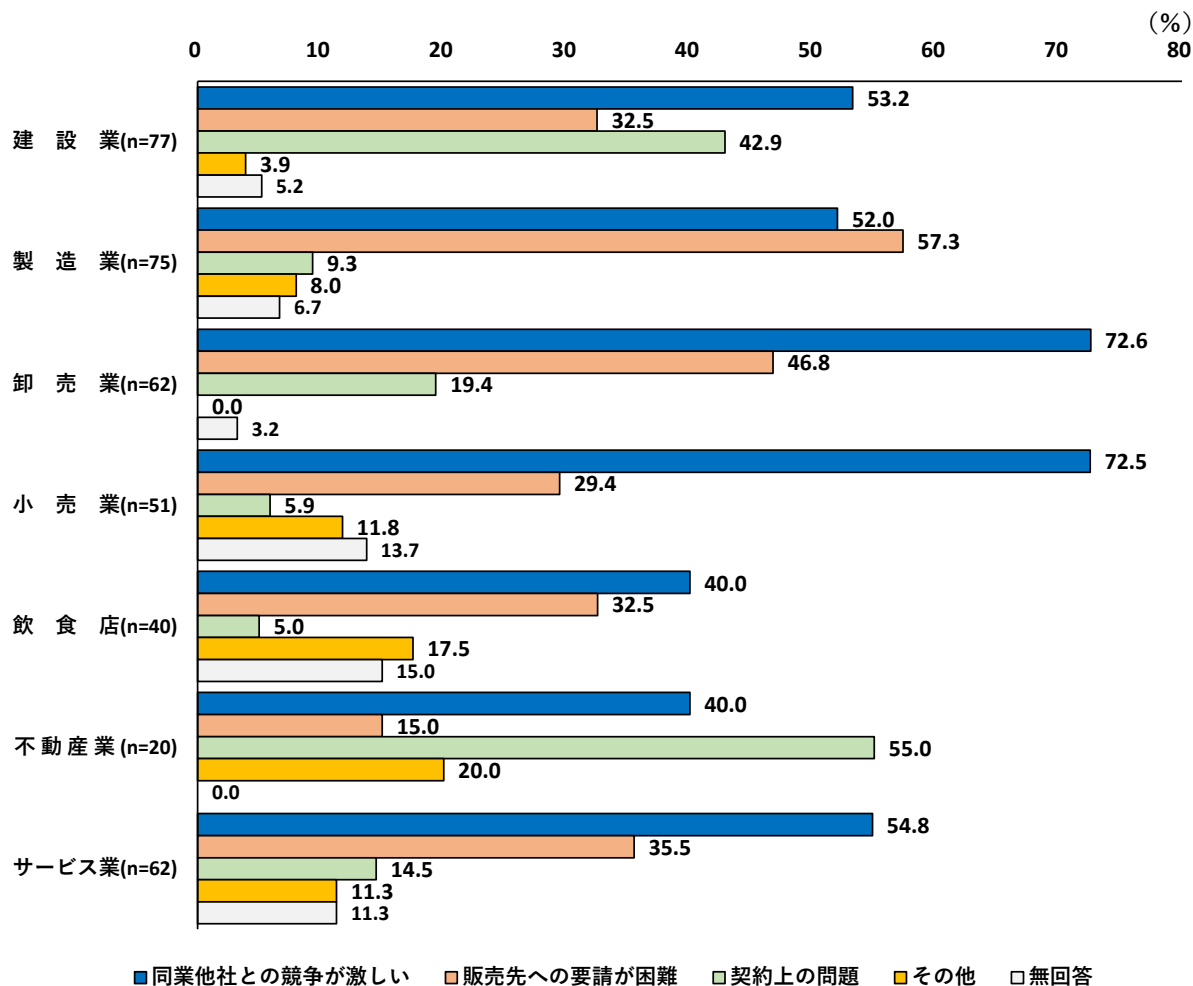


「その他」の主な回答内容

半年から一年前に見積りは提出しているため	建設業
販売物がない	建設業
販売価格の転嫁時期が難しい	製造業
販売先からの圧力	製造業
企業努力	製造業
市況の先行き	小売業
転嫁しても値引きさせられてしまう	小売業
客へ貸し出す代車のガソリン代上昇	小売業
客への告知期間の為	小売業
客の値上げに対する理解	小売業
店に来てもらえるのがやっとのため、値上げできない	飲食店
利用者には年金生活者も多く値段を上げたくない	飲食店
客の理解が得られにくい	飲食店
値上げすると客が離れる	飲食店
市場の動向	不動産業
需要の停滞	不動産業
値上げすると売れない	不動産業
客足が鈍っている状況で価格転嫁しづらい	サービス業
顧客には転嫁できない	サービス業
来年度予算が決まっている	サービス業
デフレマインド	サービス業
価格値上げは簡単なことではない	サービス業
公定価格のため	サービス業

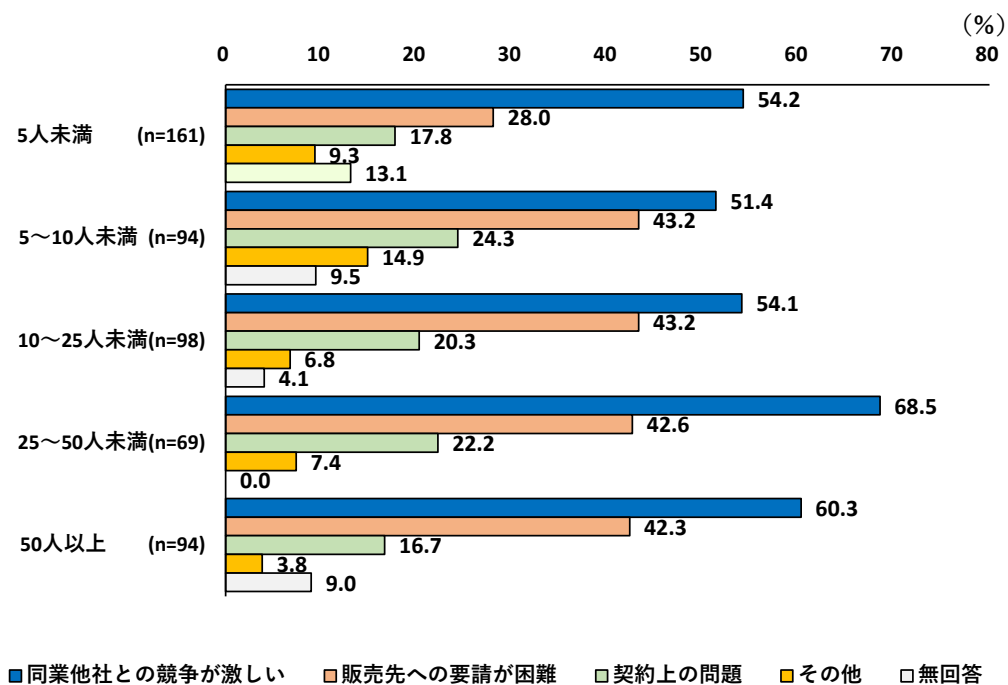
## ② 業種別

業種別にみると、「製造業」は「販売先への要請が困難」(57.3%)、不動産業は「契約上の問題」(55.0%)が最も多いが、それ以外の業種は「同業他社との競争が激しい」が最も多い。「同業他社との競争が激しい」は「卸売業」(72.6%)が最も多く、次いで「小売業」(72.5%)が多くなっている。



### ③ 規模別

規模別にみると、すべての規模で「同業他社との競争が激しい」が最も多い。「同業他社との競争が激しい」は「25～50人未満」(68.5%)の規模で最も多く、次いで「50人以上」(60.3%)が多い。

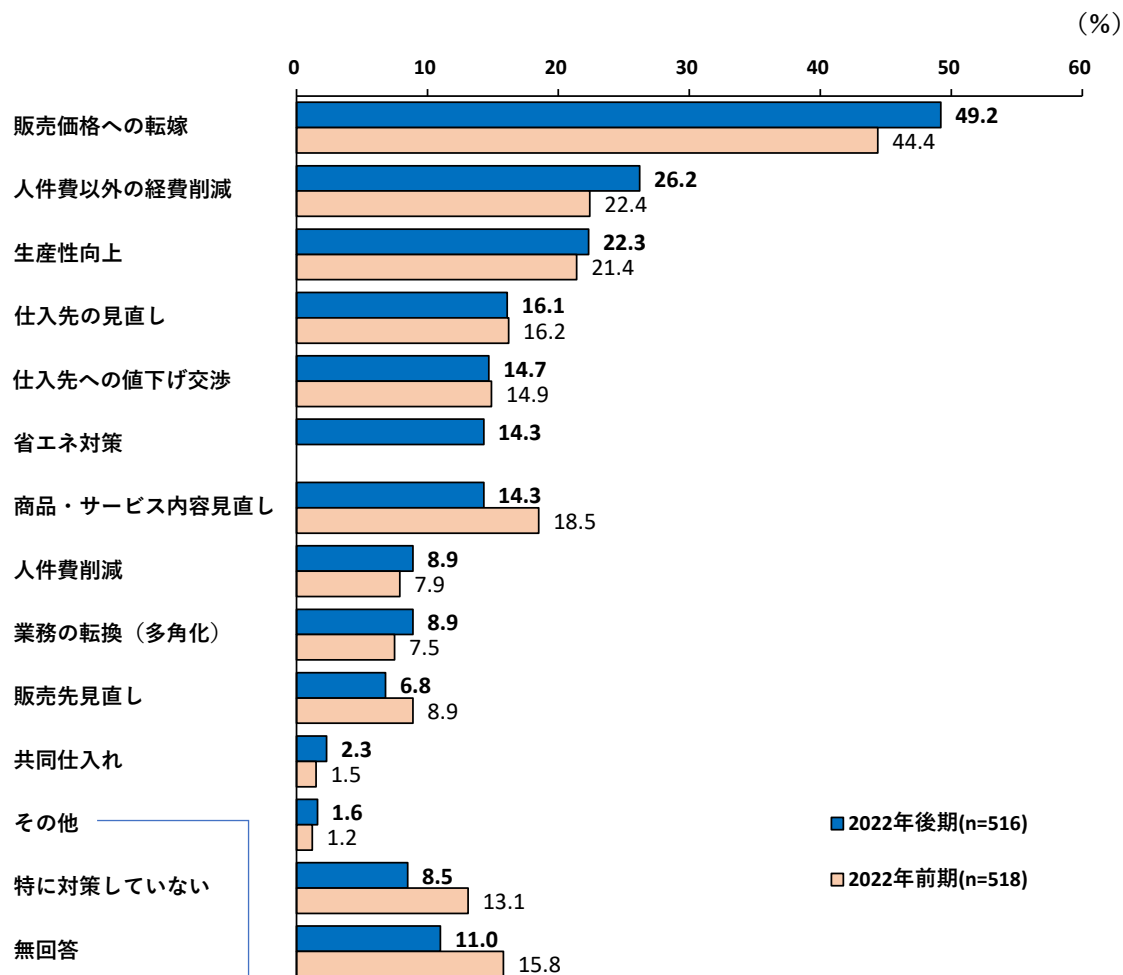


## (4) 今後予定している対策

### ① 全体

今後予定している対策についてみると、「販売価格への転嫁」(49.2%)が最も多く、次いで「人件費以外の経費削減」(26.2%)、「生産性向上」(22.3%)が多くなっている。

前回調査と比較すると、「販売価格への転嫁」と回答した企業の割合は4.8ポイント上昇したほか、「人件費以外の経費削減」も3.8ポイント上昇している。

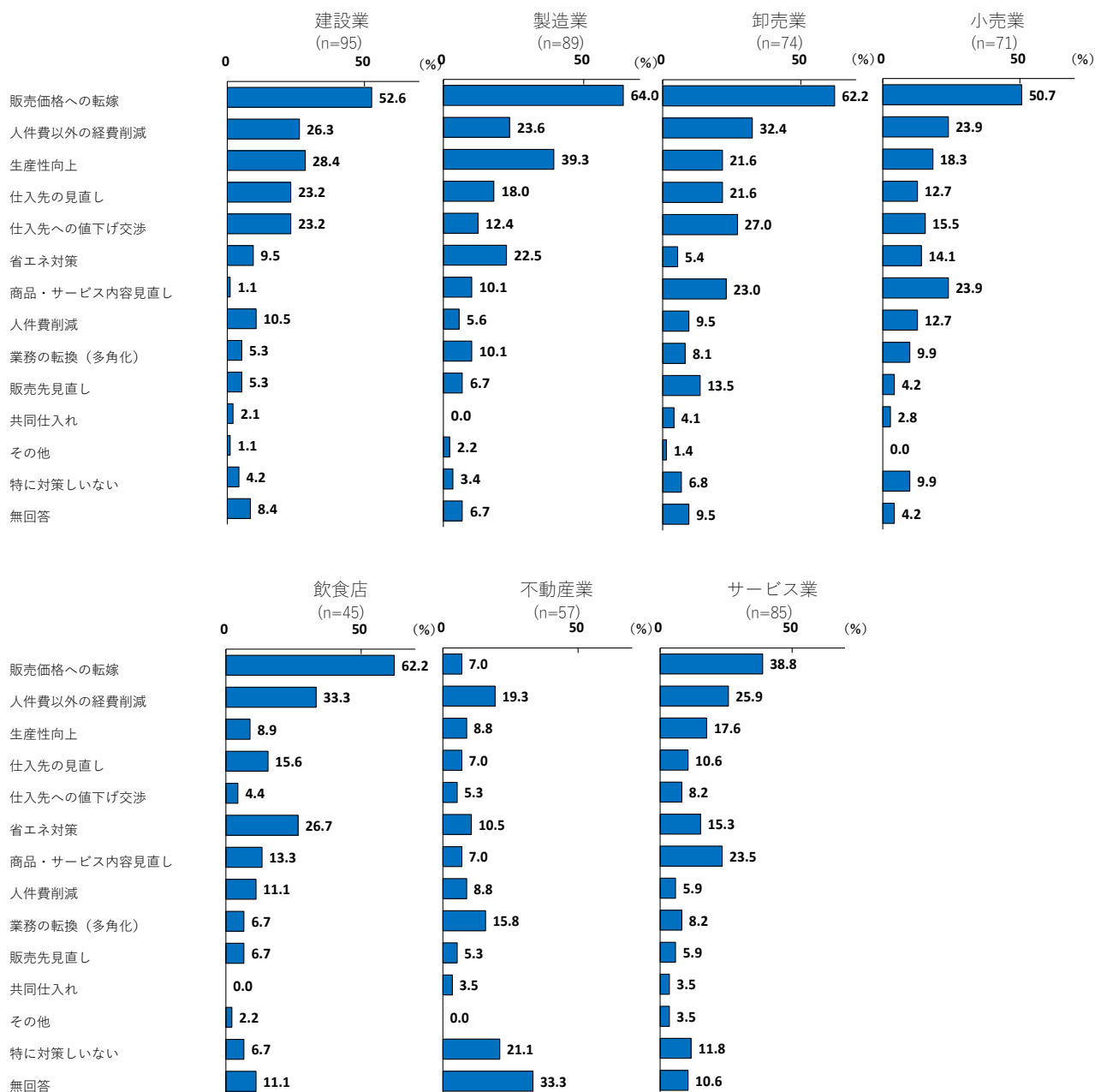


「その他」の主な回答内容

製造設備増強	製造業
対策のしようがない	飲食店
廃業	サービス業

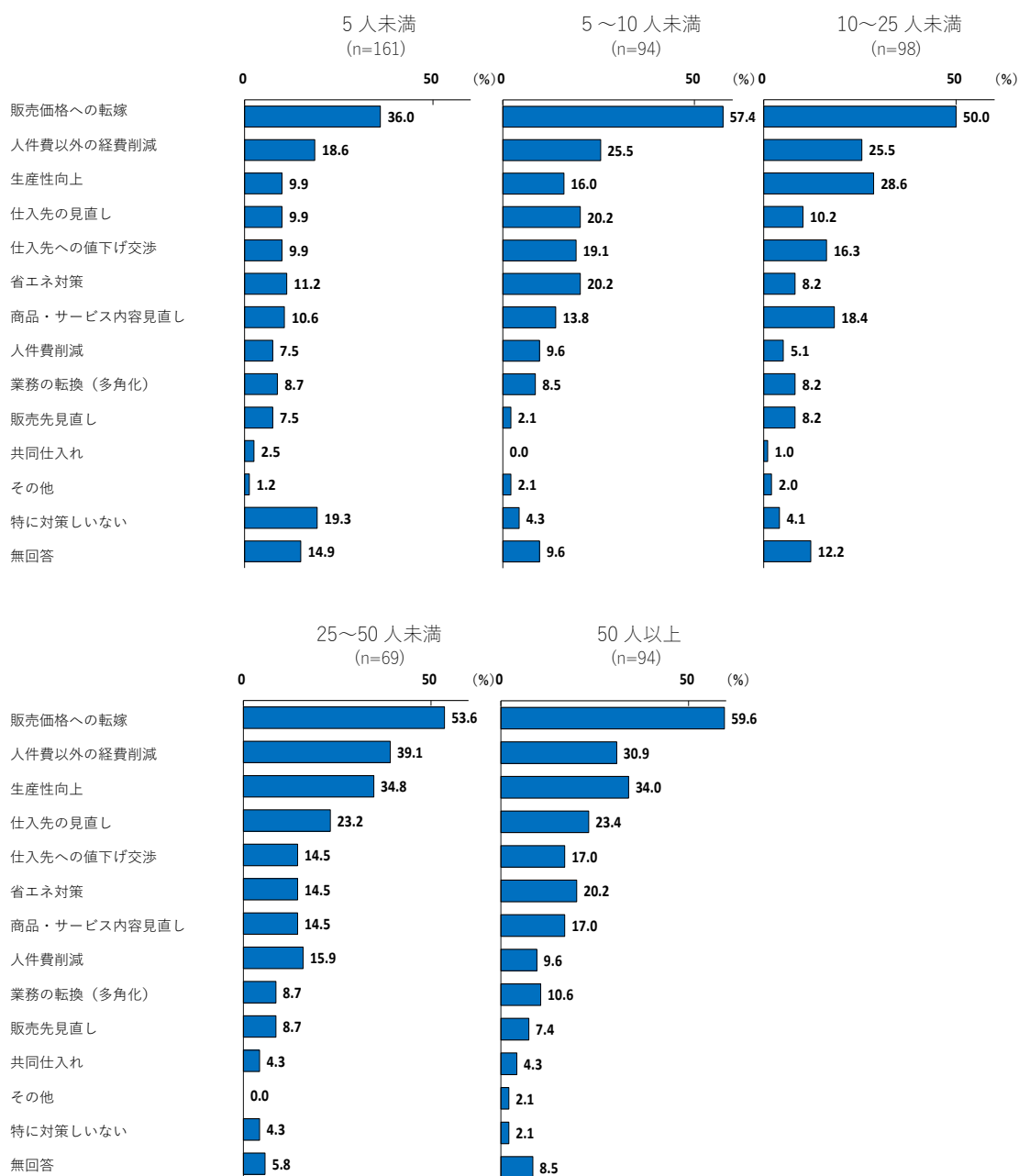
## ② 業種別

業種別にみると、「不動産業」は「特に対策していない」(21.1%)が最も多いが、それ以外の業種は「販売価格への転嫁」が最も多い。「販売価格への転嫁」は「製造業」(64.0%)が最も多く、次いで「卸売業」「飲食店」(62.2%)が多くなっている。



### ③ 規模別

規模別にみると、すべての規模で「販売価格への転嫁」が最も多い。「販売価格への転嫁」は「50人以上」(59.6%)の規模で最も多く、次いで「5~10人未満」(57.4%)が多くなっている。





## (5) 原材料・仕入価格の高騰に対し、期待する公的支援策

支援金、補助金等	
物価、技術料、運搬費上昇分の補助（コロナ前または高騰前の価格）。	製造業
仕入価格の急激な上昇に係る支援策。	製造業
融資の金利優遇。	製造業
価格転嫁できない期間の支援。	製造業
売上減少に対しての補助金制度。	製造業
海外からの原材料コストの補助。	製造業
仕入価格高騰に対する補助金（前年対比での仕入れ価格に応じた支援策）。	卸売業
輸出額が大きく伸びた場合の運転資金の追加支援。	卸売業
融資の拡充や無利子の融資。コロナ借入資金元金返済の凍結。	卸売業
電気料金・燃料費の高騰に対する補助。	卸売業
最低賃金の上昇に対する支援。価格に全て転嫁できず経費で賅うのが厳しい。	卸売業
売上、経費の補填助成金。	小売業
電力や原油価格の負担軽減。使用したガソリンに対する支援策。	小売業
補助金の活用、助成金等支援制度の拡充、協力金に代わる支援希望。	飲食店
法人個人の所得を上げる補助金。インフラ上昇分を国負担。	不動産業
支払い猶予期間ありの融資。	不動産業
人件費などの補助、高齢者雇用に関する補填。	サービス業
電気代や人件費などランニングコストに関する支援。	サービス業
システム導入などの補助金や省エネ対策支援（対策コストへの補助金制度等）。	サービス業
その他支援	
建設発生土の処分地（盛土・造成）の許可手続きの簡素化。	建設業
仕入価格の上昇に伴う、元請業者への国の指導。	建設業
物価スライドの導入。	建設業
公共事業の予算拡大、公共工事の材料費上昇。	建設業
大企業・親会社が価格転嫁を認めるような仕組みや指導。	製造業
公共工事の単価見直し。	製造業
国内生産回帰に対する支援の強化。	製造業
再生可能エネルギー促進賦課金の一時的な停止。	製造業
地域内業者の保護。	卸売業
コロナ規制の全廃・5類への早期引下げ。	卸売業
小麦やエネルギー関連など、国の補助による原材料価格の高騰の抑制。	小売業
税金（市県民税、所得税等）の補助、減税。消費税の減税、免除。	小売業
利益補填・金融緩和（日銀）の即時撤廃。	小売業
物価高騰に伴う消費者向けの支援策。	小売業
電気・ガス料金の値上げ範囲の設定。	飲食店
エネルギー価格の抑制。	サービス業
税金関連	
法人税及び社会保険等の減税。	建設業
一定期間の消費税の廃止。固定資産税・法人税の引下げ。	製造業
軽減税率の拡充。	小売業
無駄のない行政（議員削減等含む）による財政健全化。	小売業
販売価格への価格転嫁は出来るがそれによって消費が冷え込む。	小売業
消費税等の減税、消費税返還。	飲食店
法人税、ガソリン税等減税、重量税等の車両維持に係る課税関係の軽減及び撤廃。	サービス業
その他	
原材料不足による急な値上げや納期の未確定などへの対応。	建設業
原油価格の正常化。軽油の安定した価格。	建設業
見積り時から工事の着工までに原材料の値段が上がってしまう。請負金額・契約金額の見直し。	建設業
サプライチェーンの見直し。半導体不足等により国内生産品がごとごとくストップし見込みがたたない。	建設業
日本全体で価格転嫁できる仕組みの構築。	製造業
支援策を受ける際の事務コスト、労力の増加に不安を感じる。	小売業
国産化の推進。海外向け日本ブランド産業の設立。	不動産業
給料の引上げ。	サービス業

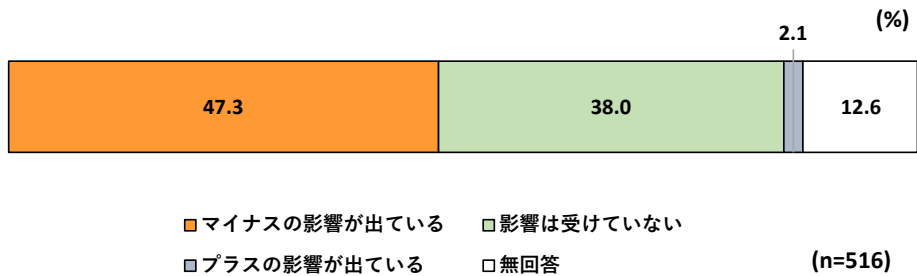
# VI 特別調査

## 「円安(為替相場の動向)」による事業活動への影響について

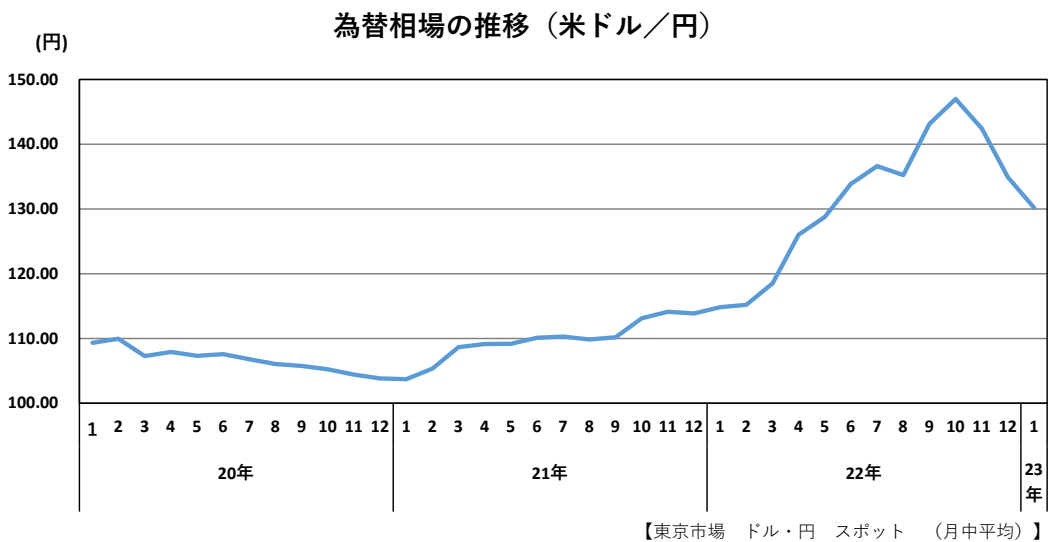
### (1) 円安による事業活動への影響

#### ① 全体

円安による事業活動への影響についてみると、「マイナスの影響が出ている」が47.3%となり、「プラスの影響が出ている」の2.1%を大きく上回り、その差は45.2ポイントとなっている。「影響を受けていない」は38.0%となっている。

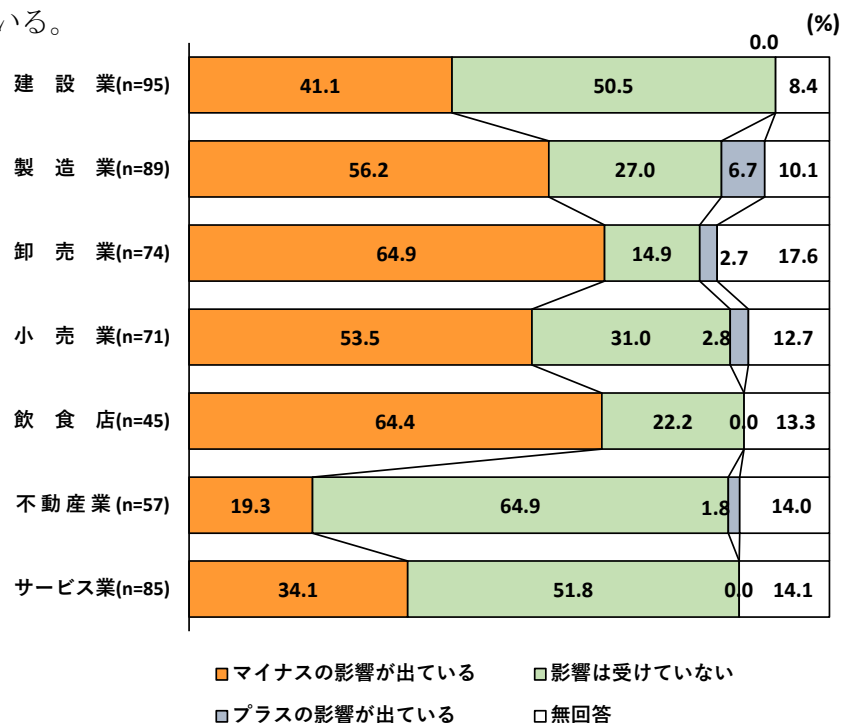


#### 《参考》



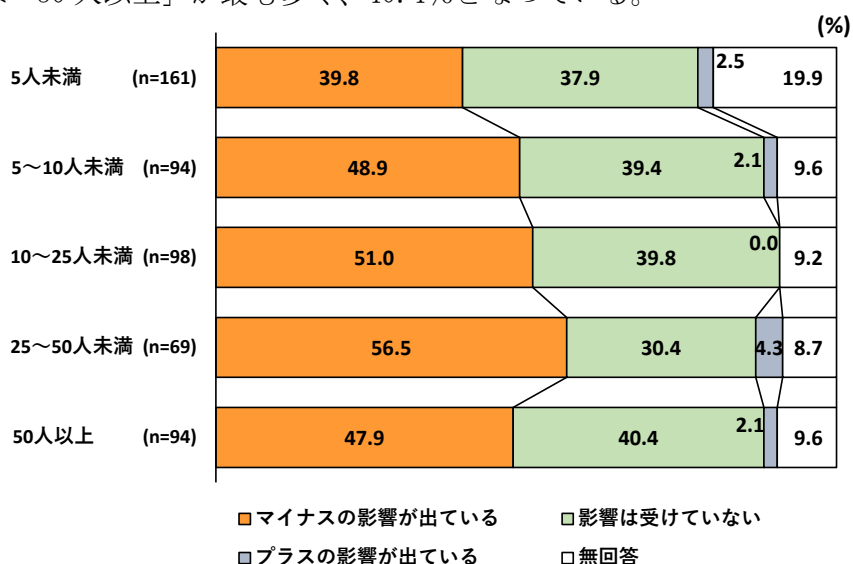
## ② 業種別

業種別にみると、「マイナスの影響が出ている」は「卸売業」（64.9%）が最も多く、次いで「飲食店」（64.4%）、「製造業」（56.2%）が多くなっている。「影響は受けていない」は「不動産業」（64.9%）が最も多く、次いで「サービス業」（51.8%）、「建設業」（50.5%）が多くなっている。



## ③ 規模別

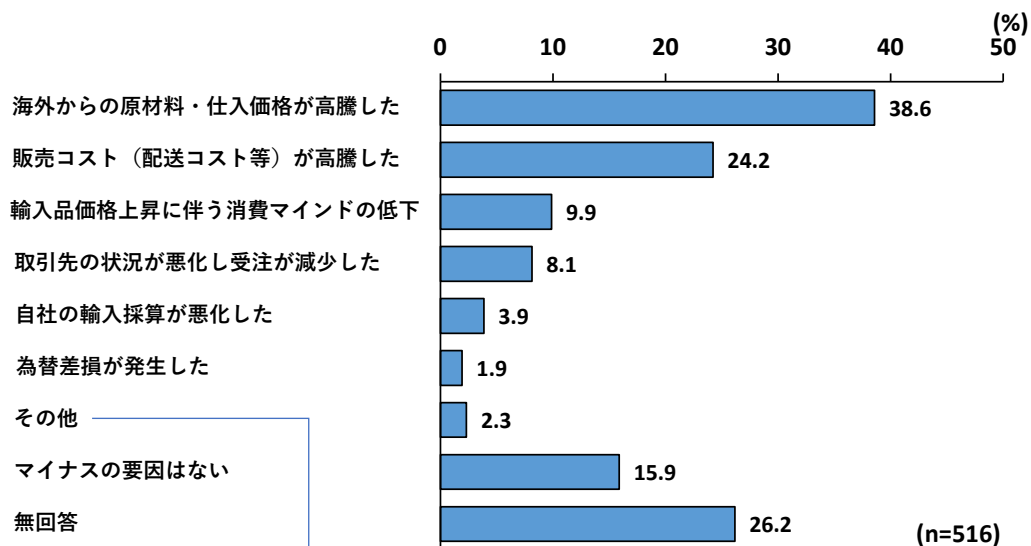
規模別にみると、すべての規模で「マイナスの影響が出ている」が多く、特に「25～50人未満」（56.5%）で最も多く、次いで「10～25人未満」（51.0%）が多くなっている。「影響は受けていない」は「50人以上」が最も多く、40.4%となっている。



## (2) 円安による事業へのマイナス要因

### ① 全体

円安による事業へのマイナス要因についてみると、「海外からの原材料・仕入価格が高騰した」(38.6%)が最も多く、次いで「販売コスト(配送コスト等)が高騰した」(24.2%)が多くなっている。「マイナスの要因はない」は15.9%となっている。

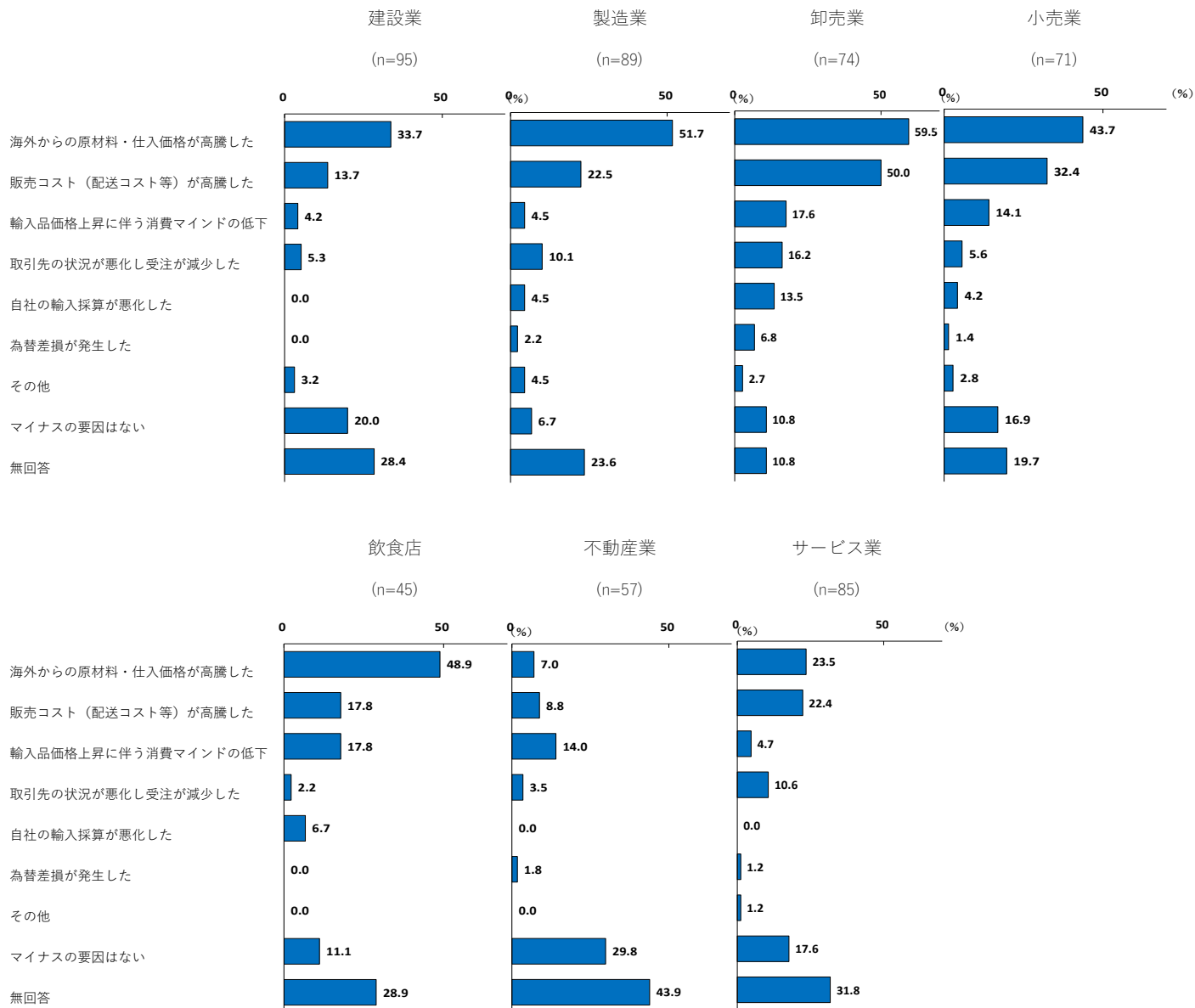


▶「その他」の主な回答内容

電機メーカーの部材が高騰・遅延	建設業
生産の国内回帰が進まない	製造業
従業員給与の見直し	製造業
わからない	製造業
仕入価格の上昇	卸売業
国内メーカーからの仕入価格の高騰	小売業
原油、電力の高騰	サービス業

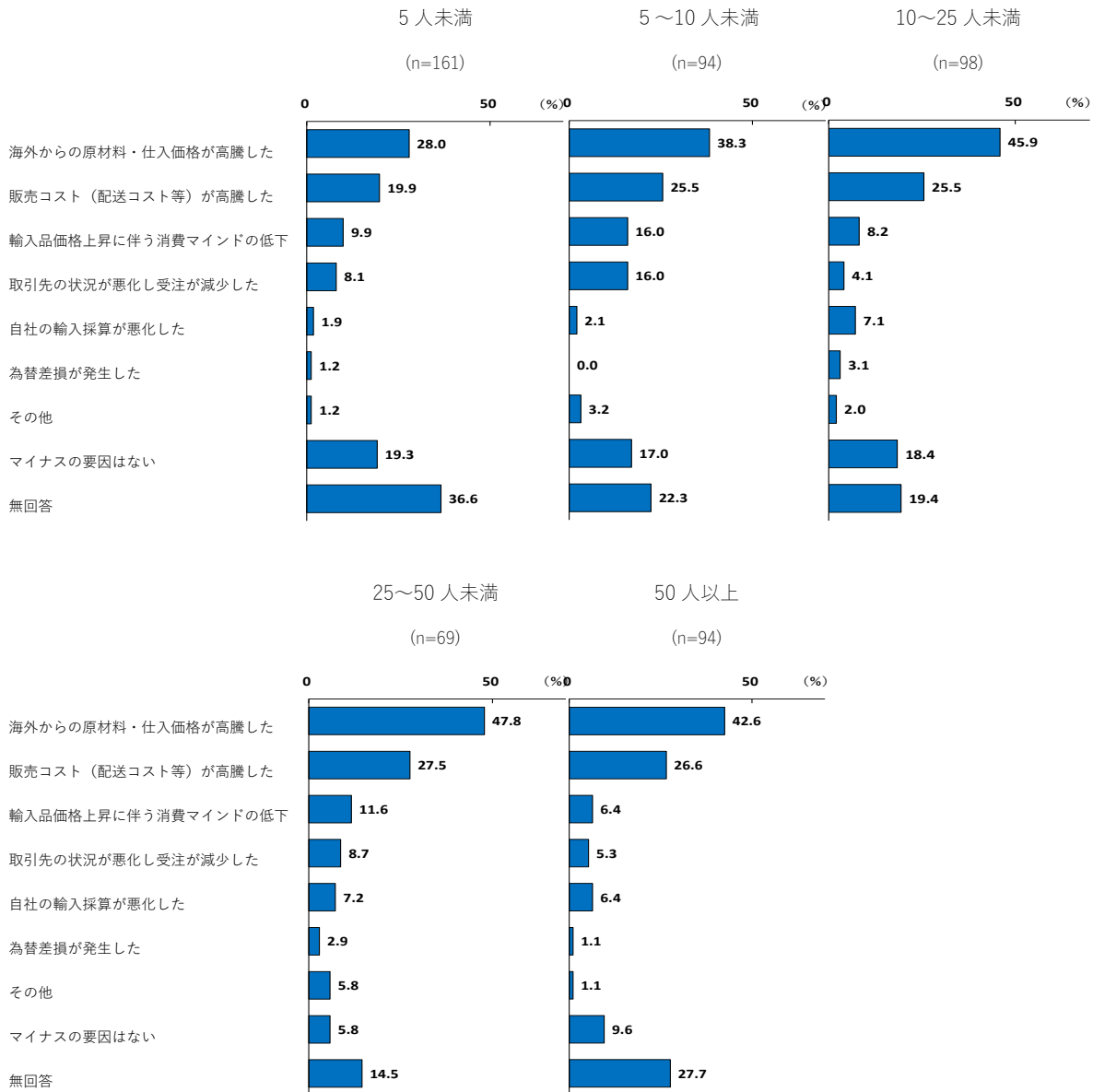
## ② 業種別

業種別にみると、「海外からの原材料・仕入価格が高騰した」は、「建設業」(33.7%)、「製造業」(51.7%)、「卸売業」(59.5%)、「小売業」(43.7%)、「飲食店」(48.9%)、「サービス業」(23.5%)で最も多くなっている。「不動産業」は、「マイナスの要因はない」(29.8%)が最も多くなっている。



### ③ 規模別

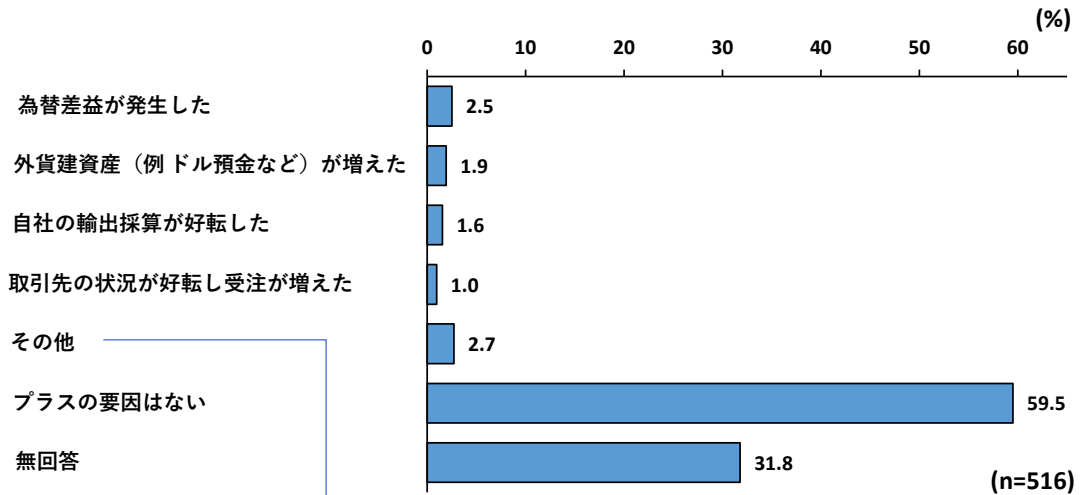
規模別にみると、すべての規模で「海外からの原材料・仕入価格が高騰した」が最も多くなっている。特に「25～50人未満」(47.8%)、「10～25人未満」(45.9%)、「50人以上」(42.6%)の割合が多くなっている。



### (3) 円安による事業へのプラス要因

#### ① 全体

円安による事業へのプラス要因についてみると、「プラスの要因はない」が59.5%と非常に多くなっている。

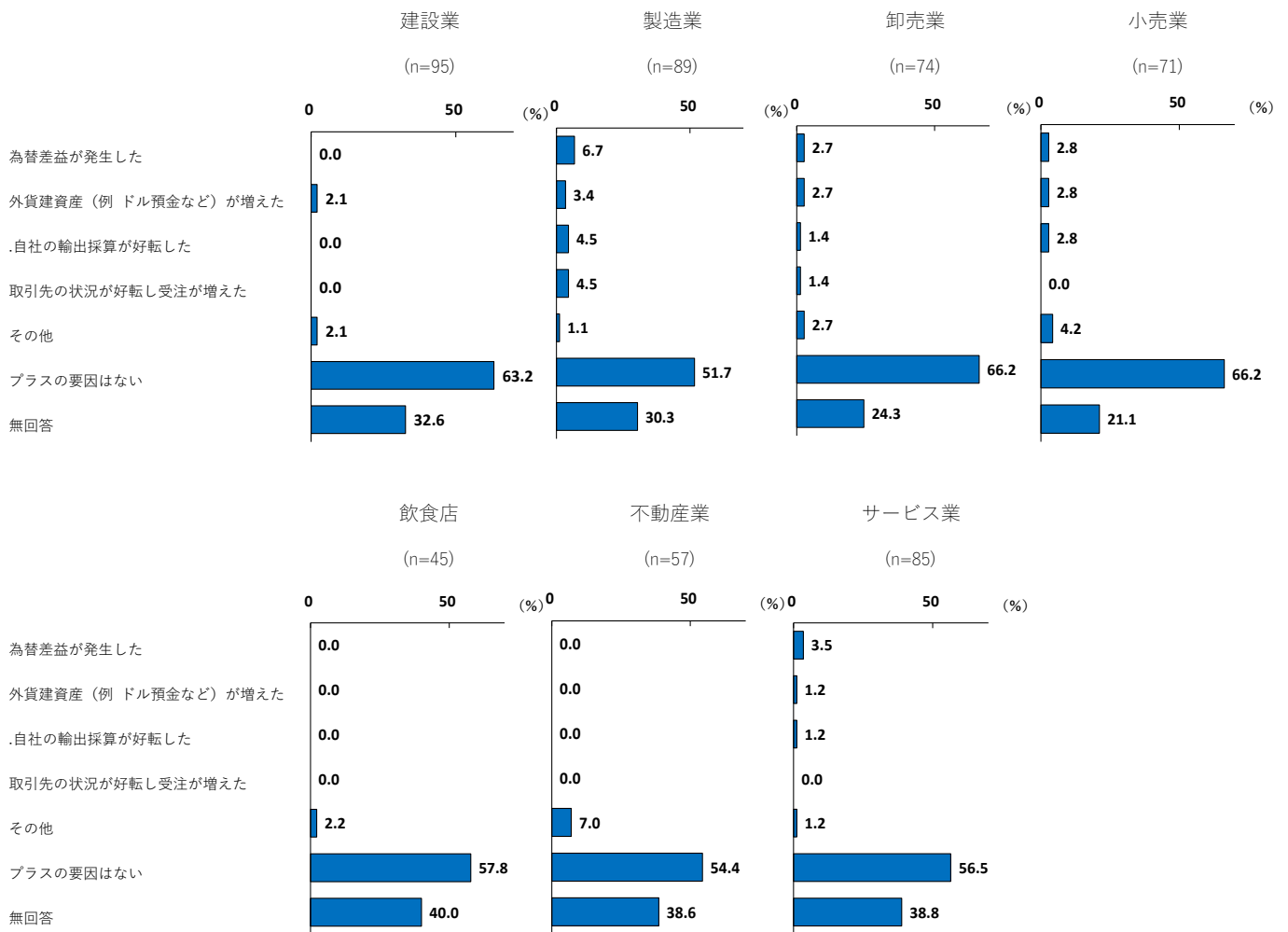


「その他」の主な回答内容

仕入が上がった	建設業
値切られない様になった	製造業
従業員給与の見直し	不動産業

## ② 業種別

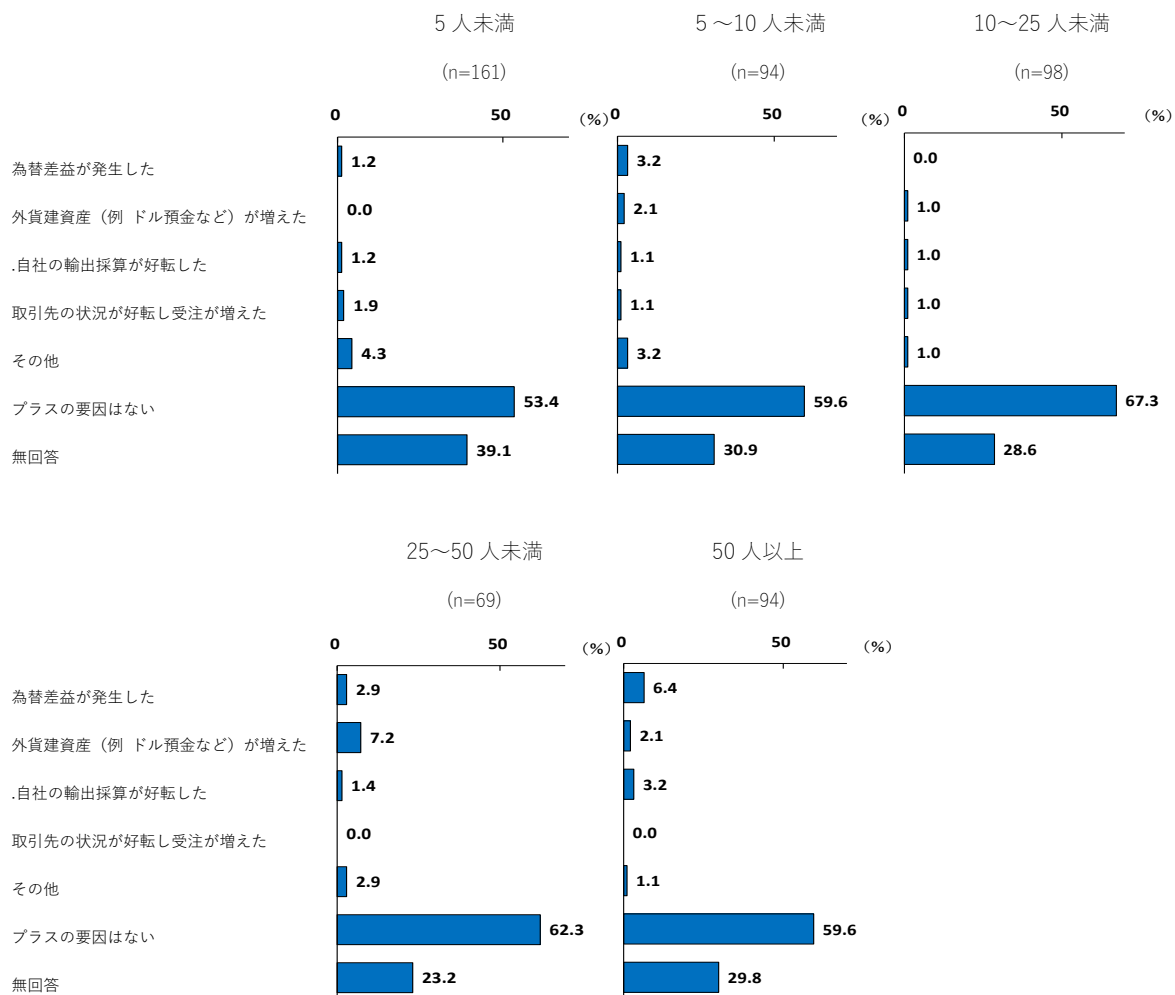
業種別にみても、すべての業種で「プラスの要因はない」の割合が多くなっている。また、「製造業」で、「為替差益が発生した」が6.7%と他の業種に比べやや多くなっている。





### ③ 規模別

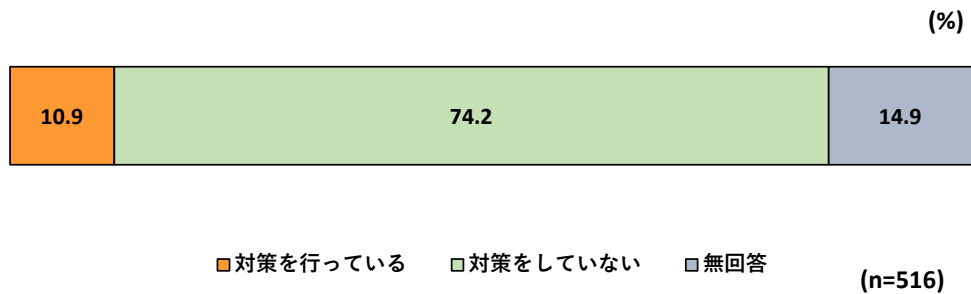
規模別にみると、すべての規模で「プラスの要因はない」の割合が多くなっている。また、「25～50人未満」で「外貨建資産が増えた」(7.2%)、「50人以上」で「為替差益が発生した」(6.4%)と他の規模に比べてそれぞれ多くなっている。



## (4) 円安に対する対策

### ① 全体

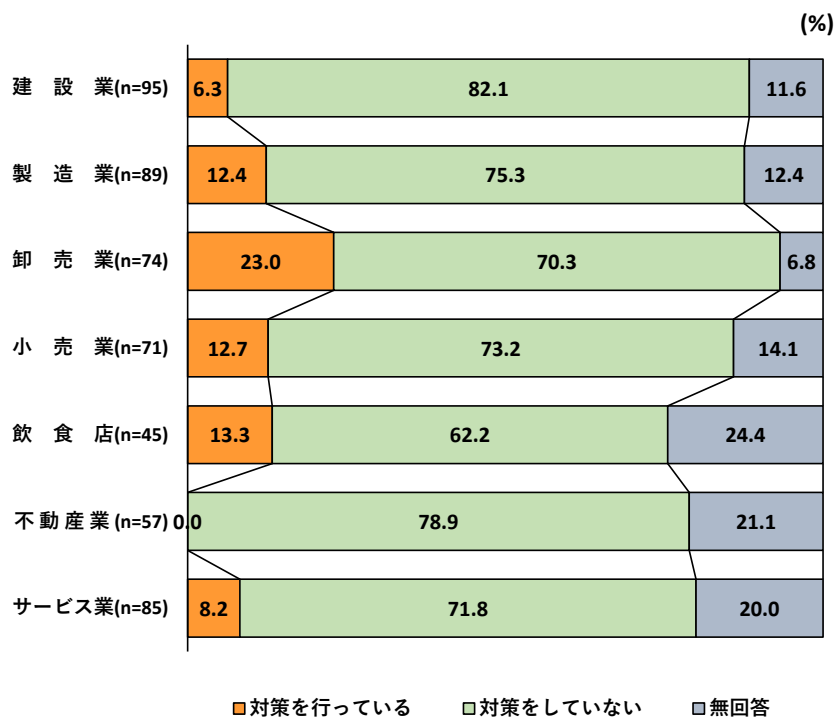
円安に対する対策については、「対策をしていない」が74.2%と7割台半ば近くとなり、「対策を行っている」は10.9%にとどまる。



## ② 業種別

業種別でみると、すべての業種で「対策をしていない」の割合が、「対策を行っている」の割合を大きく上回っている。

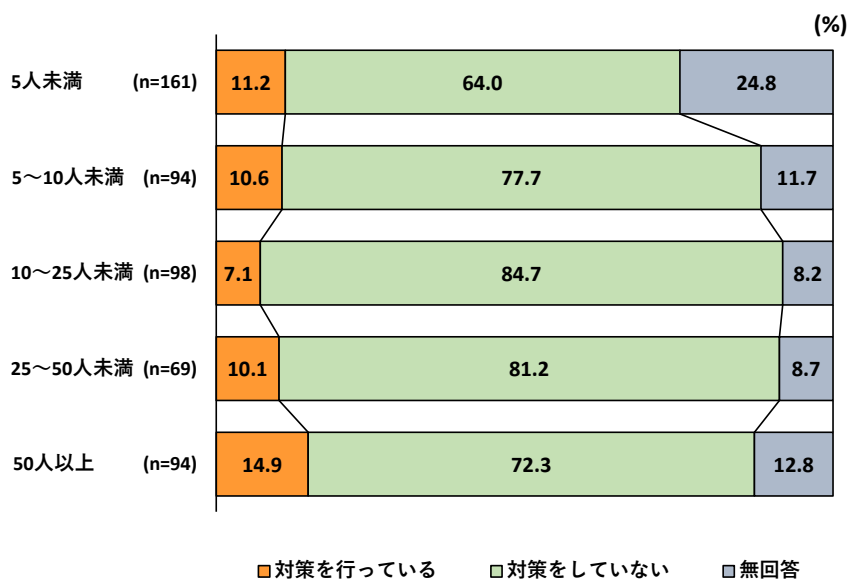
「対策を行っている」は、「卸売業」が23.0%と他の業種に比べ多くなっている。



## ③ 規模別

規模別にみると、すべての規模で「対策をしていない」の割合が、「対策を行っている」の割合を大きく上回っている。

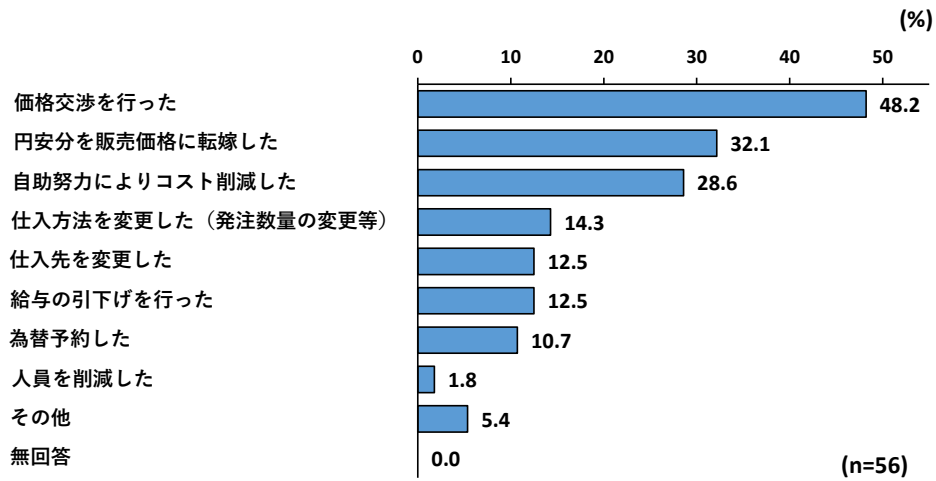
「対策を行っている」は、「50人以上」が14.9%と他の規模に比べ多くなっている。



## (5) 円安に対して行っている対策内容

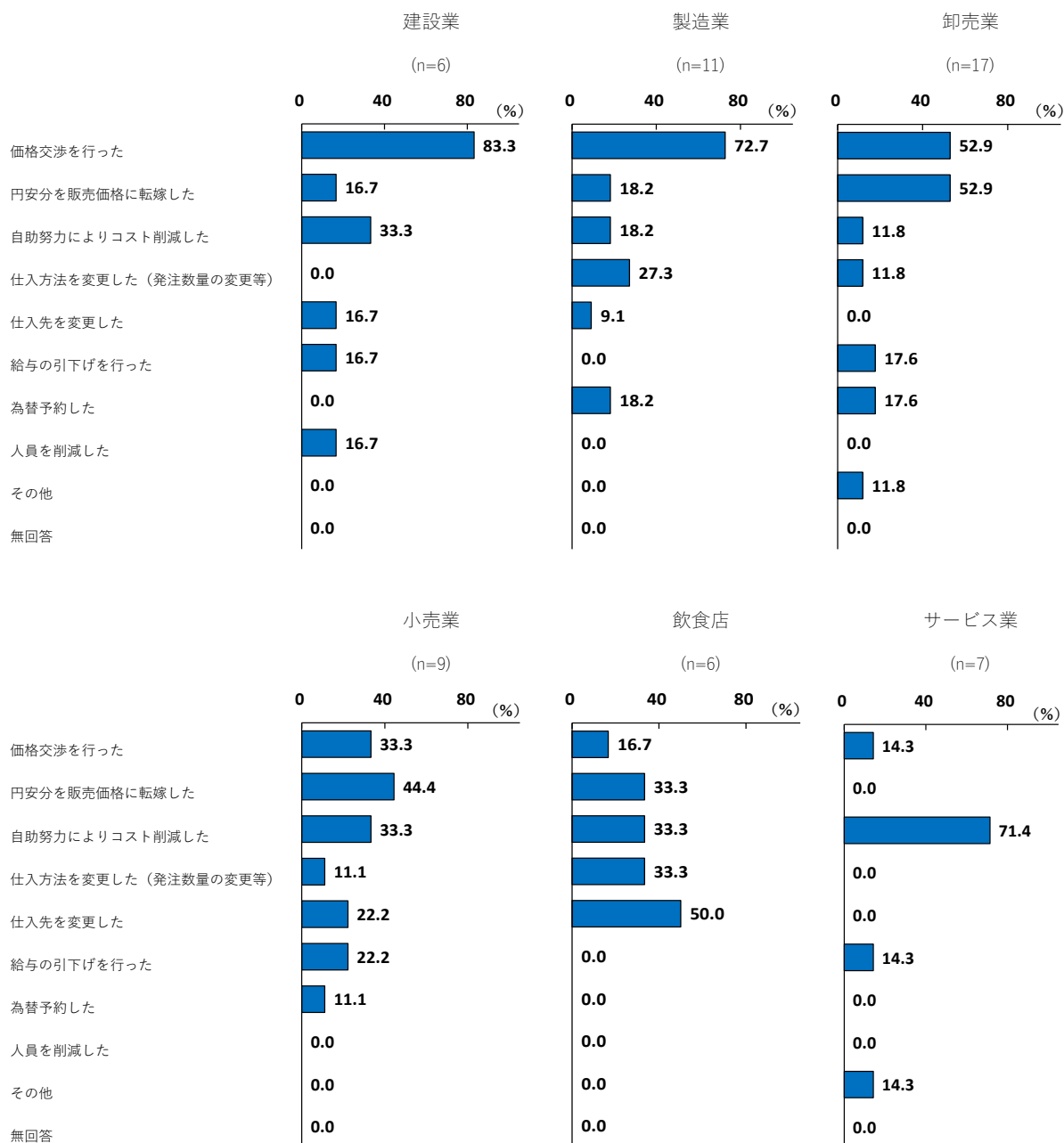
### ① 全体

円安に対して行っている対策内容をみると、「価格交渉を行った」(48.2%)が最も多く、次いで「円安分を販売価格に転嫁した」(32.1%)、「自助努力によりコスト削減した」(28.6%)となっている。



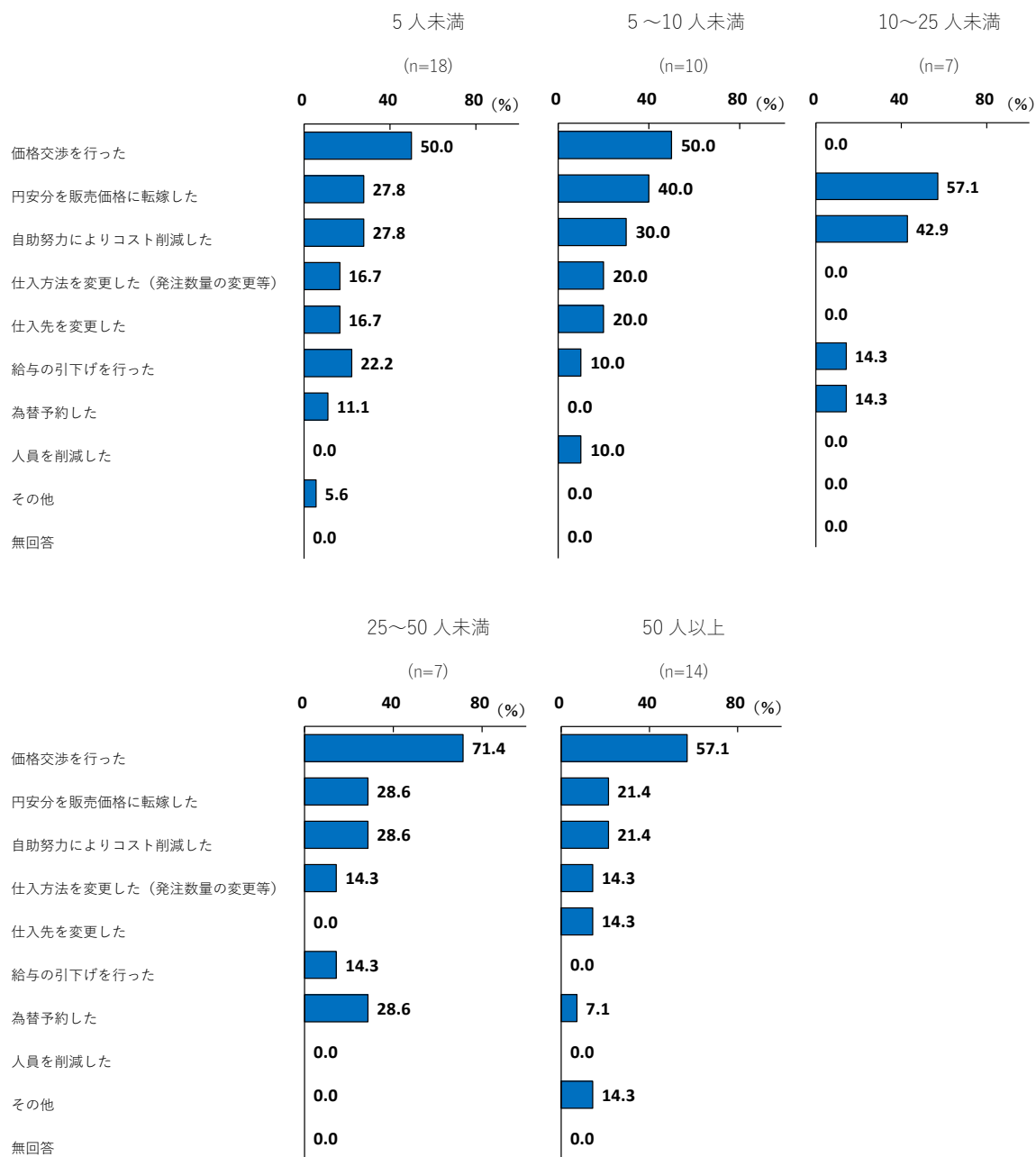
## ② 業種別

業種別にみると、「建設業」「製造業」「卸売業」では「価格交渉を行った」が最も多く、「小売業」では「円安分を販売価格に転嫁した」、「飲食店」では「仕入先を変更した」、「サービス業」では「自助努力によりコスト削減した」が、それぞれ多くなっている。（「不動産業」は、本設問について回答無し。）



### ③ 規模別

規模別にみると、「5人未満」「5～10人未満」「25～50人未満」「50人以上」では「価格交渉を行った」が最も多く、「10～25人未満」では「円安分を販売価格に転嫁した」が多くなっている。



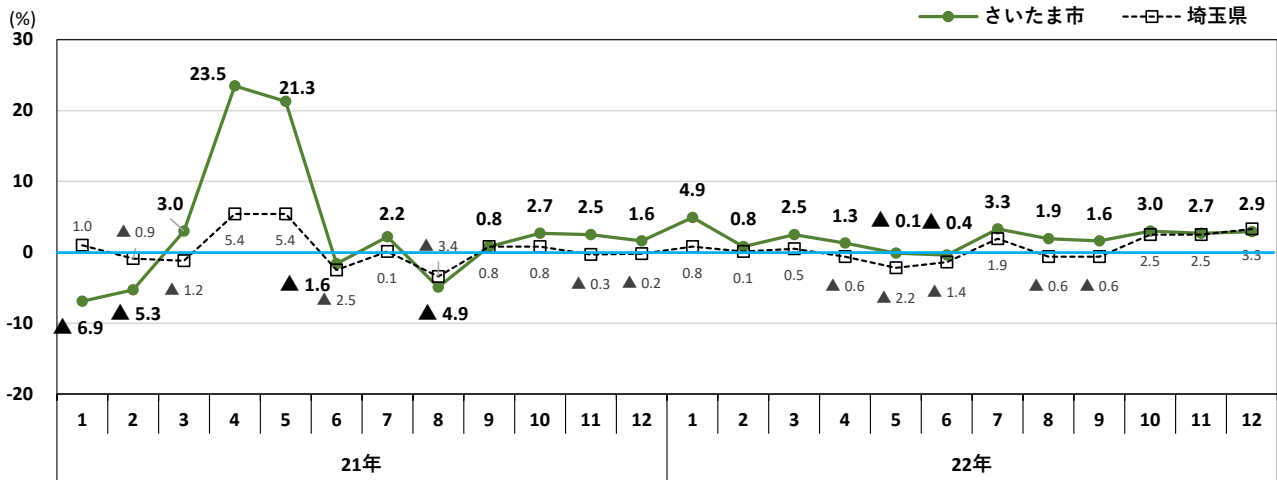
## (6) 円安に対して期待する公的支援策

支援金、補助金等	
原材料、原油価格高騰などによる仕入価格に対する補助金の支援（補填）。	製造業
海外からの原材料コスト高に対する補助等。	製造業
電力料金・燃料費の補助等、補助金の充実。	卸売業
海外生産製品に対してメーカーへの補助金。	卸売業
融資の拡大、低金利での長期融資。	卸売業
為替差による仕入価格上昇の補填。	小売業
事業者だけでなく、すべての人にあらゆる補助金・給付金が有効なのは。	飲食店
仕入経費に対する助成金。	飲食店
その他支援	
給与の引き上げ。	建設業
公共工事の単価を上げてほしい。	製造業
販売価格の転嫁に応じない大手企業への行政指導。	製造業
リスクを減らす方法についてのアドバイス。	製造業
使用したガソリンに対する支援策。	小売業
輸入品に対して便乗値上げなどのチェックをする。	飲食店
家賃・光熱費を支援。	サービス業
中小製造業支援による活性化。	サービス業
税金関連	
税金の減税等。	建設業
為替によって影響を受ける分の税金対策。	小売業
原油ガス・仕入価格の上昇に対して、消費税納付の軽減。	飲食店
ガソリンの重複課税の撤廃。	サービス業
減税（特に法人税・消費税）。	サービス業
その他	
原油価格の安定化。	建設業
基本的な生活に必須の光熱費・食費の値上げの制御。	建設業
金利の適正化。	製造業
金利スワップの拡充。	製造業
円高へ誘導する政策。	製造業
国内生産回帰による為替ヘッジ。	製造業
個人消費を後押しできるような対策。	小売業
為替取引の手数料の削減。	小売業
日銀による金利変更。	小売業
円安は良い事ですので、円安が続くような政策。	不動産業
新築工事やリフォーム工事に対し、材料費の値上げと商品が中々入荷されず困っている。建物老朽化工事に対する消費税分キャッシュバックなどの支援。	不動産業
為替介入を含めた経済対策・対応で安定化をお願いしたい。	サービス業

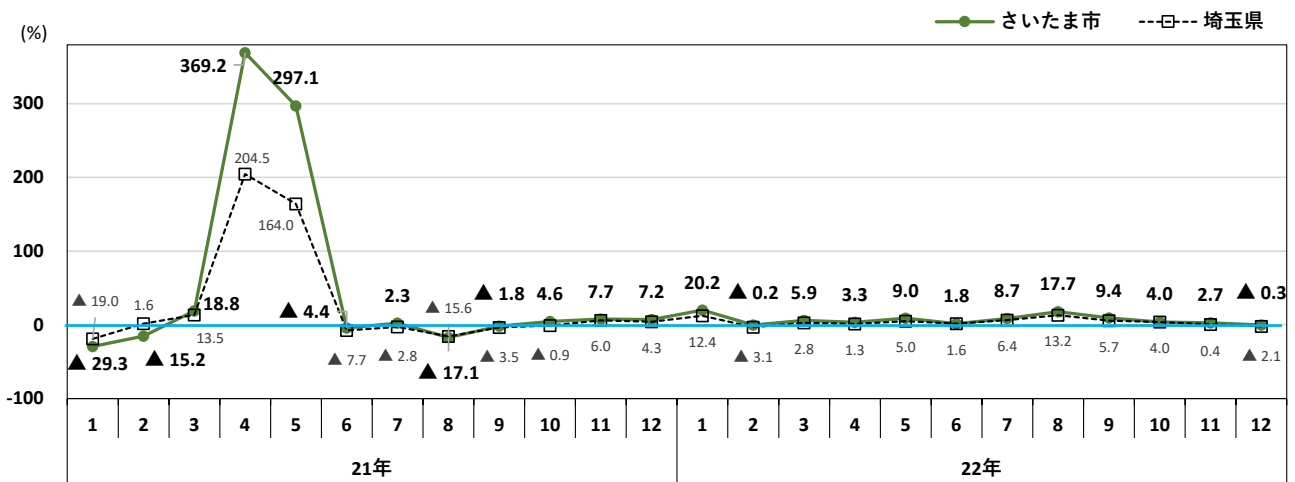
# VII 主要経済指標

## 1 大型小売店舗販売額（前年同月比）

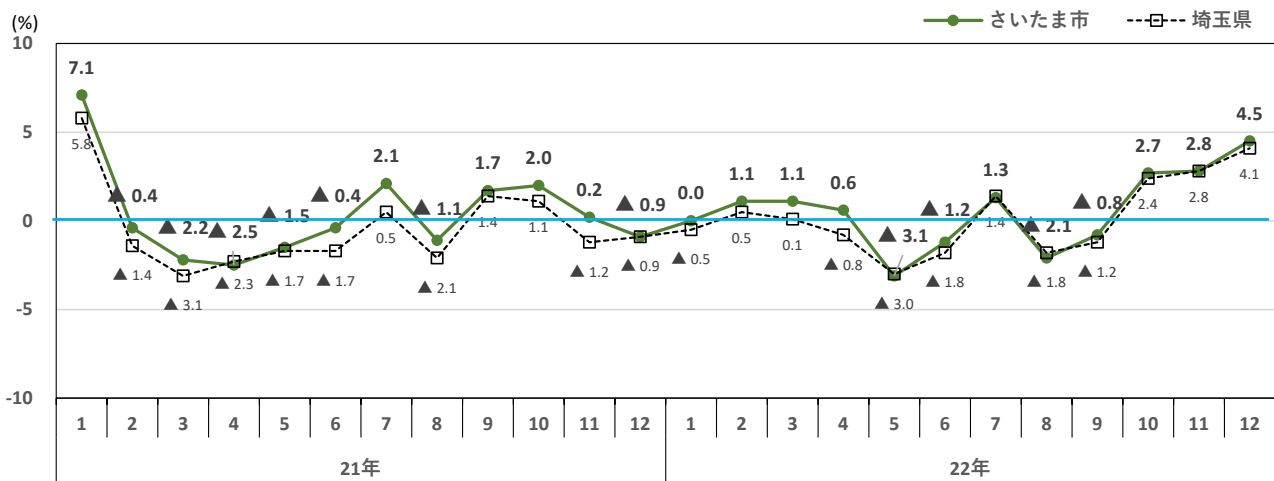
### (1) 百貨店・スーパー計



### (2) 百貨店



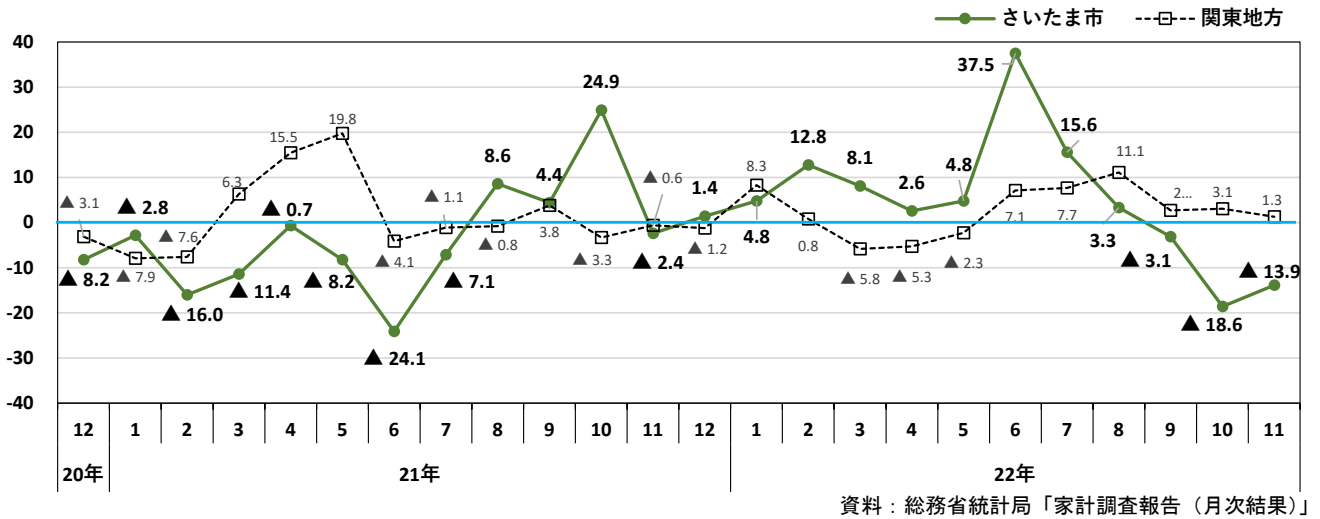
### (3) スーパー



※既存店、資料：経済産業省「商業動態統計（月報）」

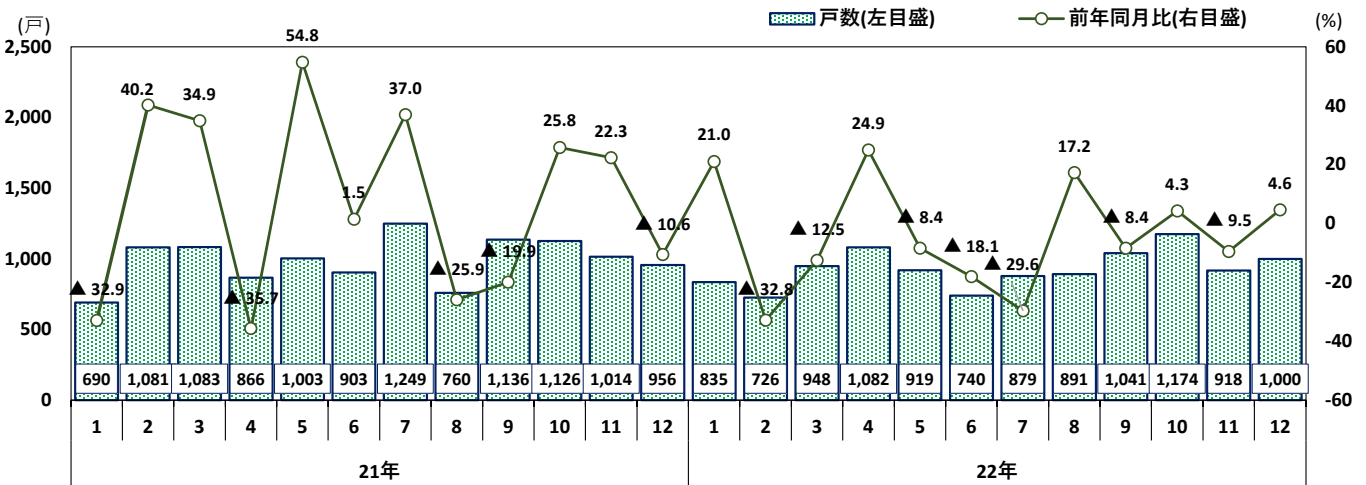


## 2 家計消費支出（二人以上世帯・前年同月比）

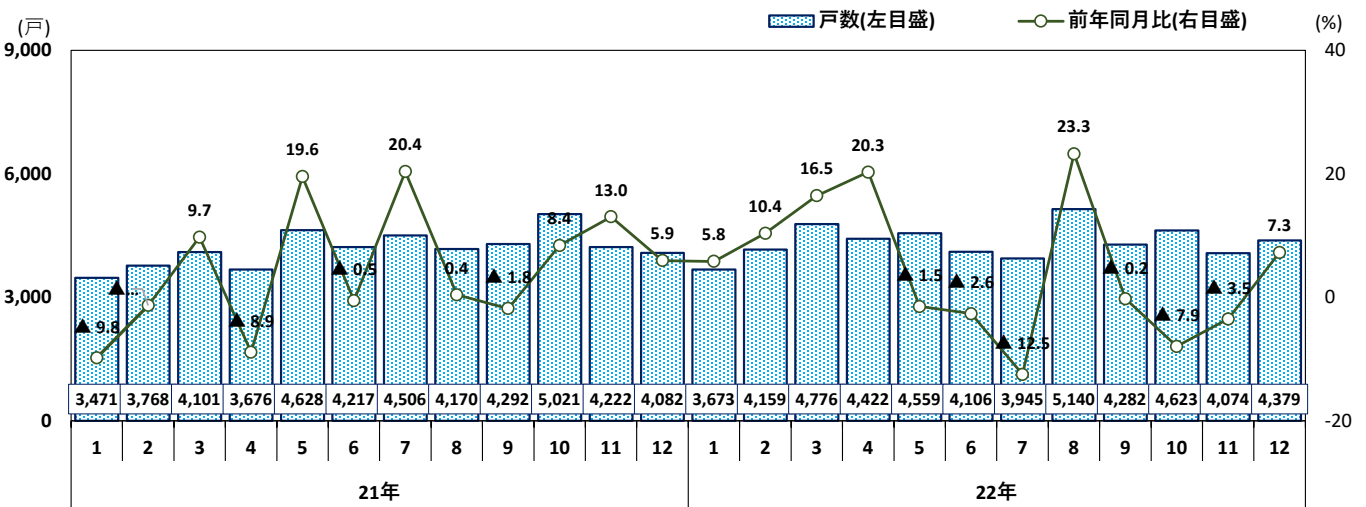


## 3 新設住宅着工戸数（着工戸数・前年同月比）

【さいたま市】



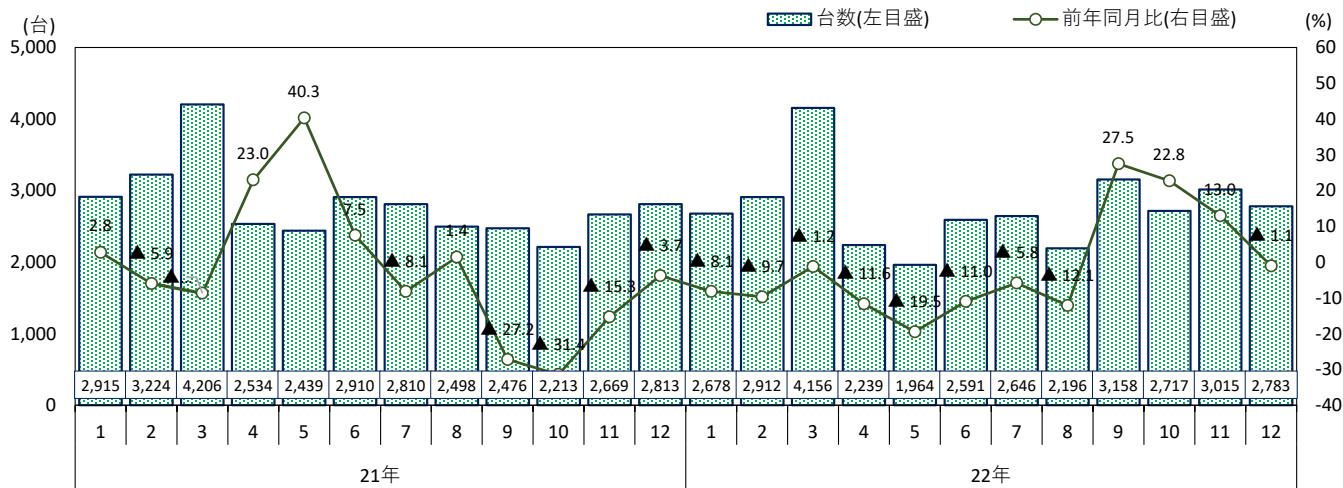
【埼玉県】



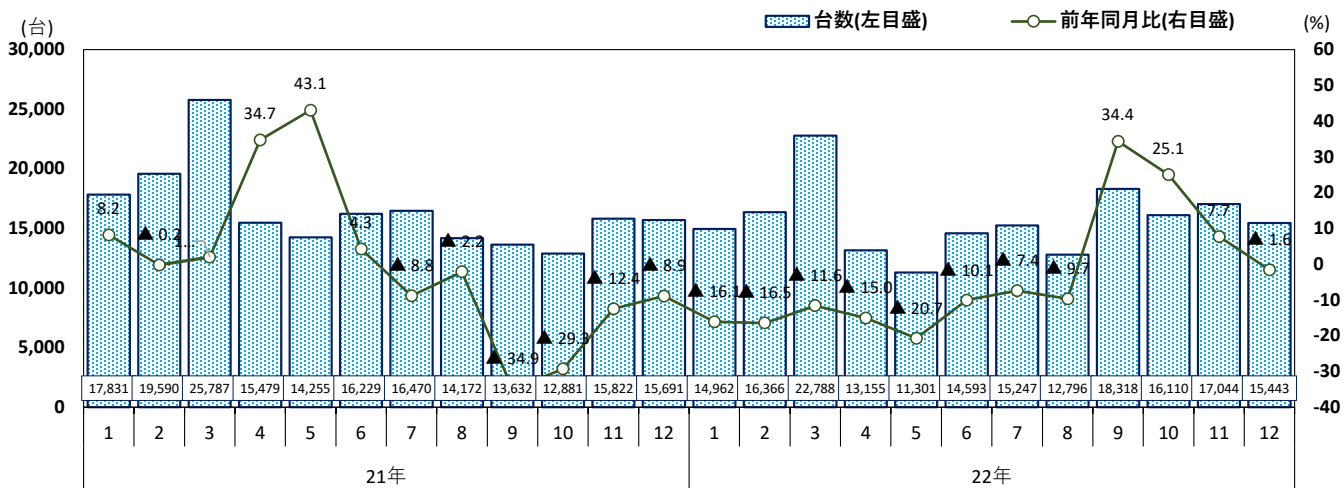
資料：国土交通省「建築着工統計調査（月報）」

## 4 新車登録・届出台数（台数・前年同月比）

【さいたま市】

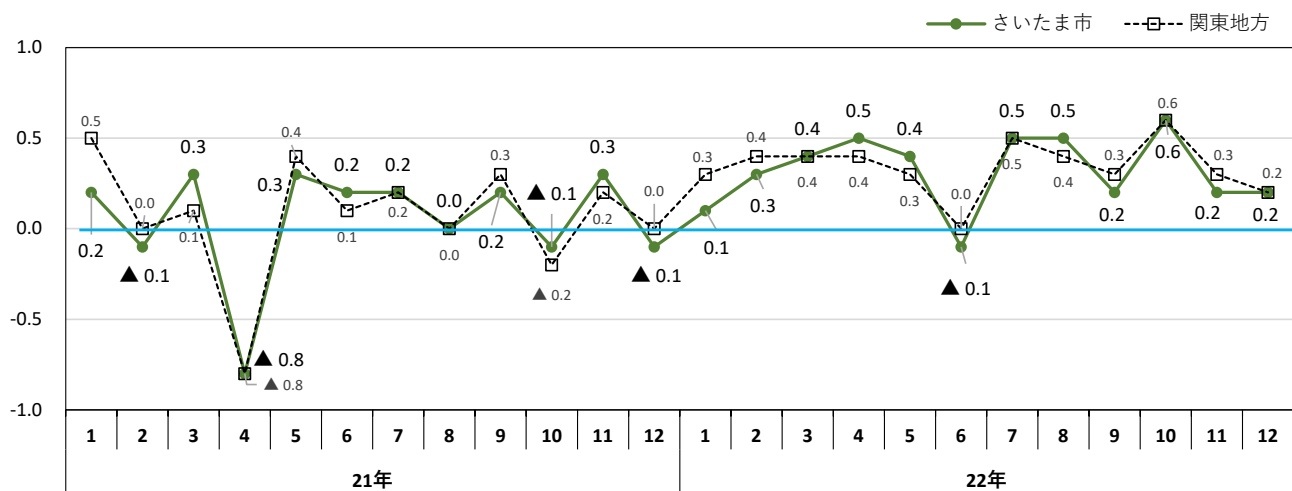


【埼玉県】



資料：(一社)自販連 埼玉県支部「車種別・市郡別新車登録・届出状況(月次)」

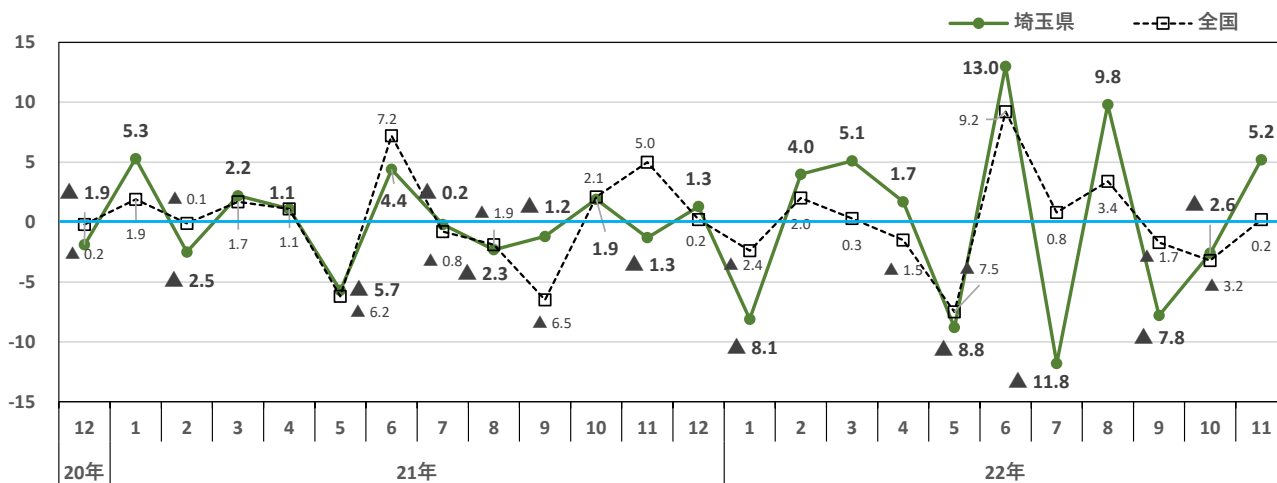
## 5 消費者物価指数（前月比）



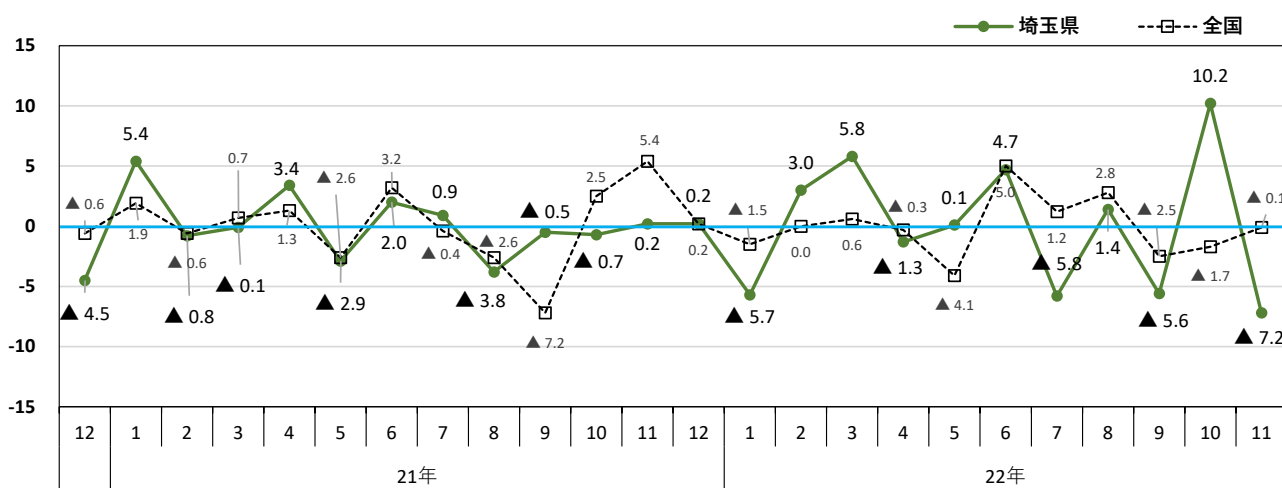
資料：総務省統計局「消費者物価指数(月報)」

## 6 鉍工業指数（前月比）

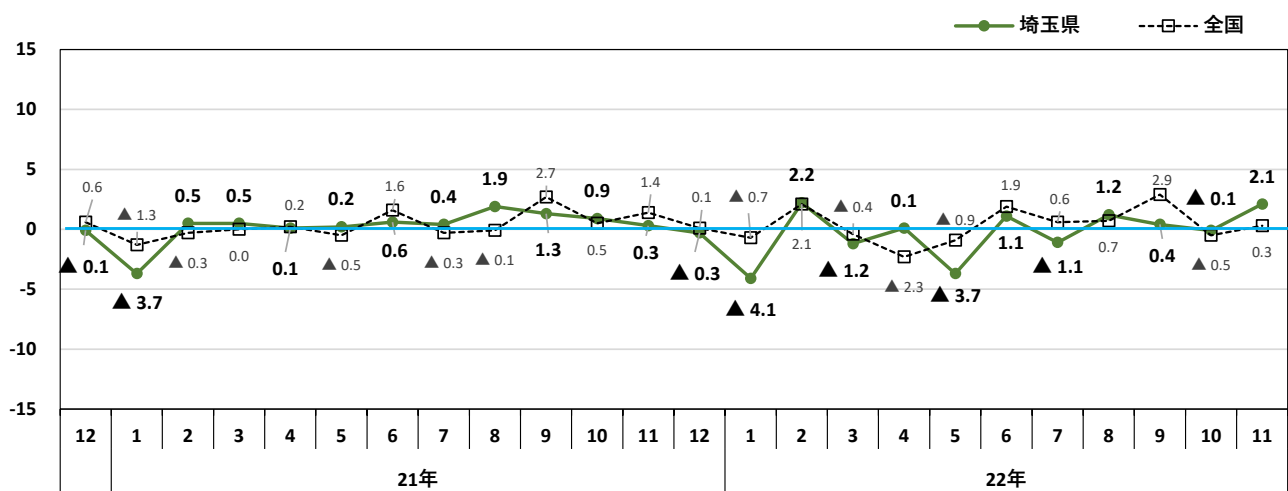
### (1) 生産指数



### (2) 出荷指数



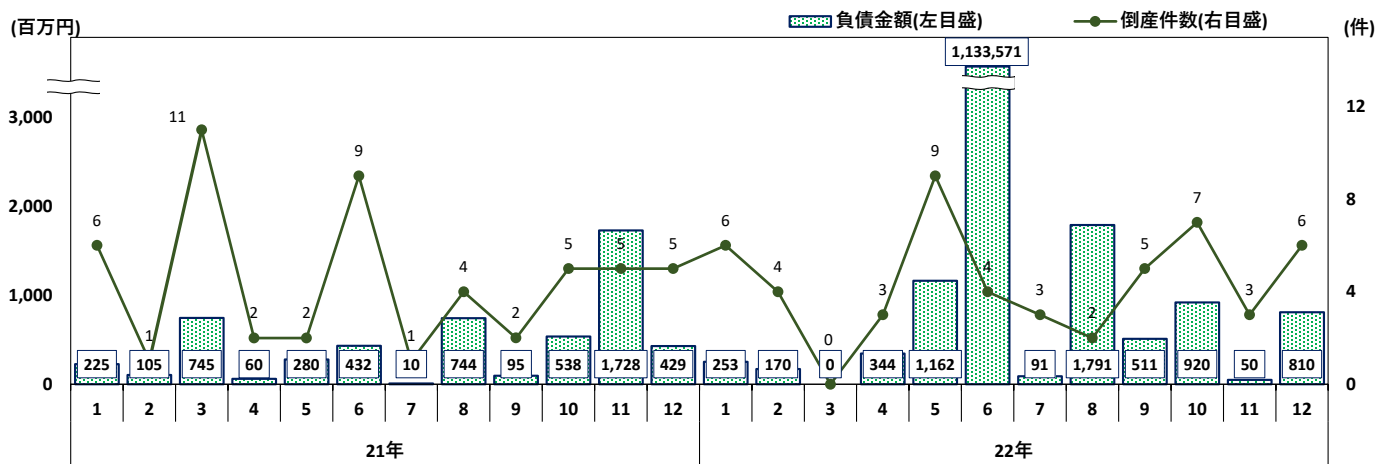
### (3) 在庫指数



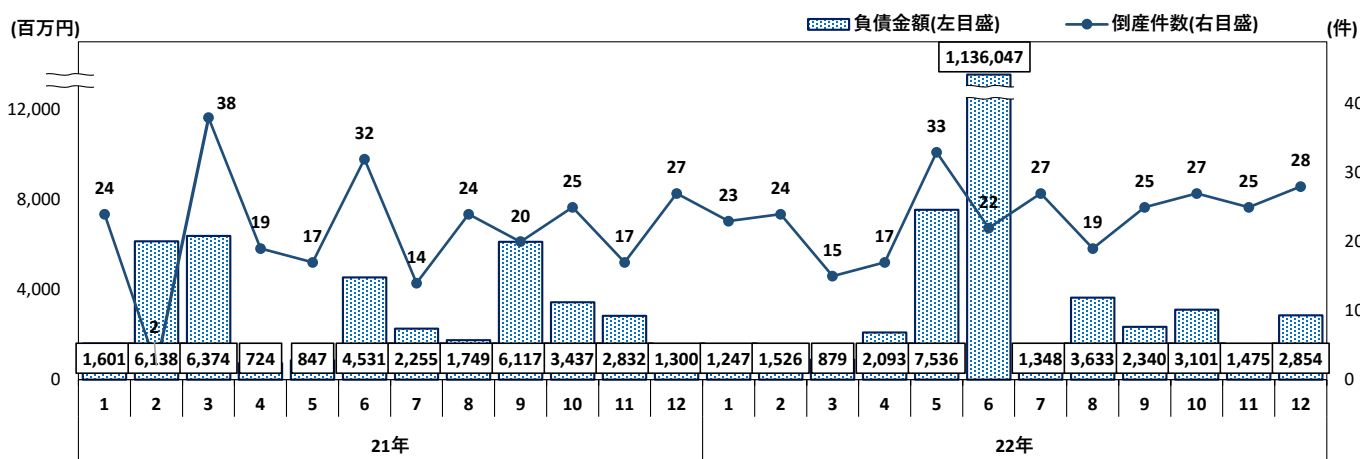
資料：経済産業省・埼玉県「鉍工業指数（月報）」

## 7 企業倒産（負債金額・倒産件数）

【さいたま市】



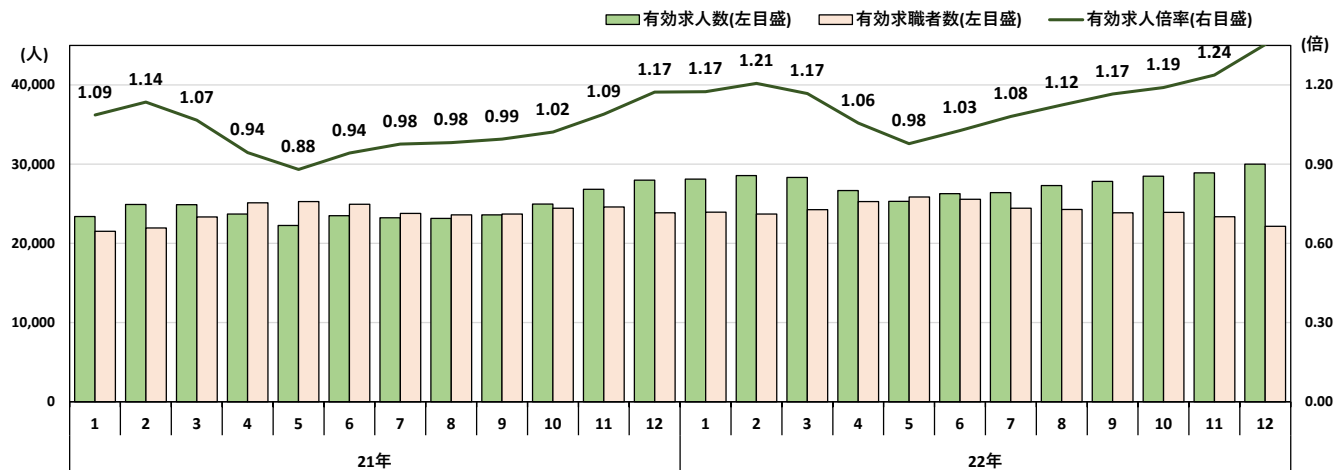
【埼玉県】



資料：(株) 東京商工リサーチ「全国企業倒産状況（月報）」

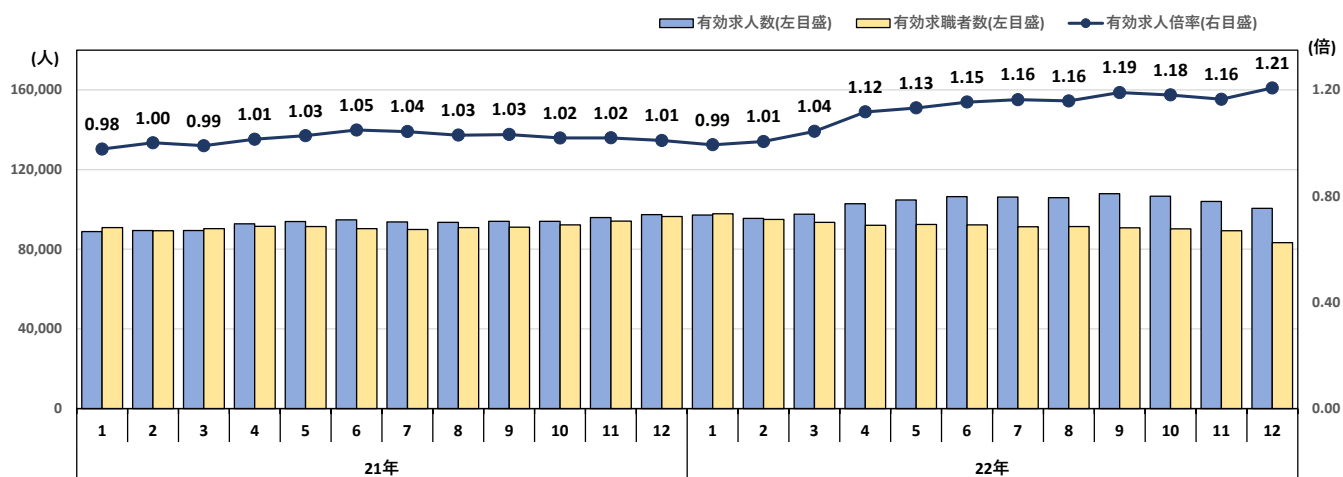
## 8 有効求人倍率（前年同月比）

【さいたま市】



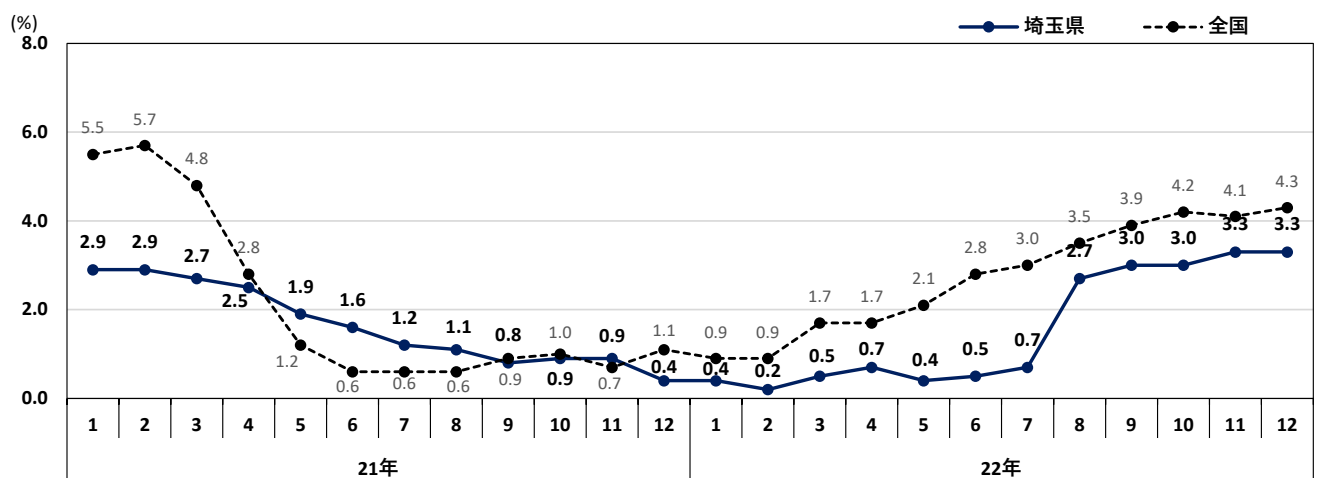
資料：厚生労働省埼玉労働局「求人・求職統計 公共職業安定所別職業紹介状況（新規学卒者を除きパートを含む）」  
 【さいたま市の有効求人倍率=有効求人人数（大宮所+浦和所）÷有効求職者数（大宮所+浦和所）】  
 （大宮所には、鴻巣市、上尾市、桶川市、北本市、蓮田市、伊奈町が含まれる。）

【埼玉県】



資料：厚生労働省埼玉労働局「求人・求職統計 【就業地別】新規求人倍率及び有効求人倍率の推移（季節調整値）」

## 9 貸出金残高（前年同月比）



資料：日本銀行「預金・貸出関連統計 都道府県別預金・貸出金（月次）」

## VIII 調査票

### さいたま市地域経済動向調査 (令和4年度・後期)

#### ご協力のお願い

本調査は、市内事業所の皆様の景況感等をアンケートにより調査し、その結果を公表することで経営判断の参考資料にさせていただくとともに、本市の施策を適切かつ効果的に推進するための基礎資料とすることを目的に実施しております。対象者は、市内事業所の皆様の中から、業種別に一定数を抽出させていただいております。

新型コロナウイルス感染症の影響により、厳しい経済状況が続く中でのアンケートのお願いとなりますが、何卒ご協力をお願い申し上げます。

令和4年11月          さいたま市長 清水勇人

#### 【回答方法】

➤ 郵送：同封返信用封筒（切手不要）

- ・調査票に直接ご記入いただき、同封の返信用封筒（切手不要）にてご返送ください。



➤ Web回答： <https://www.bugin-eri.co.jp/AN/sc04b.php>

- ・上記URL又は、QRコードよりアクセスしてください。アンケートフォーム画面に接続されます。
- ・表示されたアンケートの設問に対し直接入力し、完了後送信をクリックしてください。

#### 【回答期限】

- ・調査票の回答は、令和4年12月19日（月）までにお願いします。

#### 【その他】

- ・業種により、あてはまらない設問があれば、お答えいただける問のみの回答で結構です。
- ・この度の調査につきましては、「株式会社ぶぎん地域経済研究所」に調査票の回収、集計、分析を委託しています。委託業者には守秘義務が課せられています。
- ・調査票は統計的に処理し、調査の目的以外にご記入いただいた情報を使用又は事業所名を公表することはありません。

今回の調査結果については、令和5年2月頃に、さいたま市ホームページ（<https://www.city.saitama.jp/>）等で公表する予定です。

#### 【掲載ページ】

さいたま市トップページ>事業者向けの情報>環境・産業・企業立地>産業支援>計画・データ>  
さいたま市地域経済動向調査の結果を公表します。



最初に、貴社（事業所）の住所、社名、ご担当者名などをご記入ください。

※普段お使いのゴム印等を押していただいて結構です。

住 所		ご担当者	
社 名		部課名	
代表者名		役 職	
電話番号		お名前	

\*ご記入された個人情報については、本調査以外には一切使用いたしません。

問 1 貴社（事業所）の概要についてお伺いします。

1-1 貴社（事業所）の  
主たる業種(○は1つ)



- |        |        |         |          |
|--------|--------|---------|----------|
| 1. 建設業 | 3. 卸売業 | 5. 飲食店  | 7. サービス業 |
| 2. 製造業 | 4. 小売業 | 6. 不動産業 |          |

〔2業種以上に該当する場合は、売上が最も大きい業種 1つに○を付けてください。〕

1-2 従業員数(○は1つ)



- |            |             |          |
|------------|-------------|----------|
| 1. 5人未満    | 3. 10～25人未満 | 5. 50人以上 |
| 2. 5～10人未満 | 4. 25～50人未満 |          |

〔役員、パート・アルバイト  
を含めてください。〕

問2～問5について、次の要領でご回答ください。

\* 貴社（事業所）が本店・本社の場合は全事業所を通じての回答を、支店・支社等の場合は、貴事業所関係分のみの回答を、①実績と②見通しのそれぞれについてご記入ください。

\* 通常、季節的に変動する場合は、その季節変動を除いてご回答ください。

【記入例】

2-1 売上高

①実績	⇒	令和4年7～9月期					令和4年10～12月期 (11月15日時点)				
		増加	やや増加	不変	やや減少	減少	増加	やや増加	不変	やや減少	減少
②見通し	⇒	令和5年1～3月期					令和5年4～6月期				
		増加	やや増加	不変	やや減少	減少	増加	やや増加	不変	やや減少	減少

それぞれ該当する欄1つに○を付けてください。

\* 問2～3は、「(3ヶ月前と比べた)実績」及び「先行きの変化」についてご記入ください。

問2 貴社(事業所)の「売上高」、「経常利益」、「設備投資」について

①実績及び②見通しのそれぞれについて、該当する欄に○を付けてください。該当しない場合は、未記入で結構です。

2-1 売上高

①実績	⇒	令和4年7~9月期					令和4年10~12月期(11月15日時点)				
		増加	やや増加	不変	やや減少	減少	増加	やや増加	不変	やや減少	減少

②見通し	⇒	令和5年1~3月期					令和5年4~6月期				
		増加	やや増加	不変	やや減少	減少	増加	やや増加	不変	やや減少	減少

2-2 経常利益

①実績	⇒	令和4年7~9月期					令和4年10~12月期(11月15日時点)				
		増加	やや増加	不変	やや減少	減少	増加	やや増加	不変	やや減少	減少

②見通し	⇒	令和5年1~3月期					令和5年4~6月期				
		増加	やや増加	不変	やや減少	減少	増加	やや増加	不変	やや減少	減少

2-3 設備投資

①実績	⇒	令和4年7~9月期					令和4年10~12月期(11月15日時点)				
		増加	やや増加	不変	やや減少	減少	増加	やや増加	不変	やや減少	減少

②見通し	⇒	令和5年1~3月期					令和5年4~6月期				
		増加	やや増加	不変	やや減少	減少	増加	やや増加	不変	やや減少	減少

問3 貴社(事業所)における「販売数量」、「販売単価」、「仕入価格(単価)」について

①実績及び②見通しのそれぞれについて、該当する欄に○を付けてください。該当しない場合は、未記入で結構です。

3-1 販売数量

①実績	⇒	令和4年7~9月期					令和4年10~12月期(11月15日時点)				
		増加	やや増加	不変	やや減少	減少	増加	やや増加	不変	やや減少	減少

②見通し	⇒	令和5年1~3月期					令和5年4~6月期				
		増加	やや増加	不変	やや減少	減少	増加	やや増加	不変	やや減少	減少



3-2 販売単価

①実績	⇒	令和4年7~9月期					令和4年10~12月期 (11月15日時点)				
		上昇	やや上昇	不変	やや下降	下降	上昇	やや上昇	不変	やや下降	下降
②見通し	⇒	令和5年1~3月期					令和5年4~6月期				
		上昇	やや上昇	不変	やや下降	下降	上昇	やや上昇	不変	やや下降	下降

3-3 仕入価格 (単価)

①実績	⇒	令和4年7~9月期					令和4年10~12月期 (11月15日時点)				
		上昇	やや上昇	不変	やや下降	下降	上昇	やや上昇	不変	やや下降	下降
②見通し	⇒	令和5年1~3月期					令和5年4~6月期				
		上昇	やや上昇	不変	やや下降	下降	上昇	やや上昇	不変	やや下降	下降

\* 問4~5は、3ヶ月前と比べての変化ではなく、「該当期間の実績」及び「先行きの状況」について、最も近いものをご記入ください。

問4 貴社 (事業所) における「製(商)品在庫水準」、「資金繰り」、「雇用人員」について

①実績及び②見通しのそれぞれについて、該当する欄に○を付けてください。  
該当しない場合は、未記入で結構です。

4-1 製(商)品在庫水準

①実績	⇒	令和4年7~9月期					令和4年10~12月期 (11月15日時点)				
		過剰	やや過剰	適正	やや不足	不足	過剰	やや過剰	適正	やや不足	不足
②見通し	⇒	令和5年1~3月期					令和5年4~6月期				
		過剰	やや過剰	適正	やや不足	不足	過剰	やや過剰	適正	やや不足	不足

4-2 資金繰り

①実績	⇒	令和4年7~9月期					令和4年10~12月期 (11月15日時点)				
		良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い
②見通し	⇒	令和5年1~3月期					令和5年4~6月期				
		良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い

4-3 雇用人員

①実績	⇒	令和4年7~9月期					令和4年10~12月期 (11月15日時点)				
		過剰	やや過剰	適正	やや不足	不足	過剰	やや過剰	適正	やや不足	不足
②見通し	⇒	令和5年1~3月期					令和5年4~6月期				
		過剰	やや過剰	適正	やや不足	不足	過剰	やや過剰	適正	やや不足	不足

**問5 「貴社（事業所）の景気」について**

①実績及び②見通しのそれぞれについて、該当する欄に○を付けてください。  
該当しない場合は、未記入で結構です。

**5-1 貴社（事業所）の景気**

①実績	⇒	令和4年7~9月期					令和4年10~12月期（11月15日時点）				
		良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い
②見通し	⇒	令和5年1~3月期					令和5年4~6月期				
		良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い

**5-2 前記5-1の「貴社（事業所）の景気」判断について、その背景や要因についてご記入ください。**

（【実績】と【見通し】のそれぞれについてご記入ください。）

【実績】	
【見通し】	

**問6 「経済動向」について**

**6-1 以下の経済動向で、貴社（事業所）の経営にマイナスの影響が特に大きいと考えられる事柄は何ですか。（○は3つまで）**

- |                    |                   |                      |
|--------------------|-------------------|----------------------|
| 1. 株価の動向           | 6. 電力価格の動向        | 11. 地政学リスク（ウクライナ情勢等） |
| 2. 為替相場の動向         | 7. 企業の生産拠点等の海外シフト | 12. 新型コロナウイルス感染症     |
| 3. 物価（インフレ・デフレ）の動向 | 8. 海外景気の下振れ       | 13. 人口減少・少子高齢化       |
| 4. 個人消費の動向         | 9. アジア諸国との関係      | 14. 気象変動             |
| 5. 原油・原材料価格の動向     | 10. 米中の貿易摩擦       | 15. その他<br>( )       |

**6-2 前記の6-1で○を付けた項目について、それぞれの項目ごとに選定理由を教えてください。**

（左に問6-1の選択肢の番号を書き、右に選定理由をお書きください。）

（選択肢の番号）		（選定理由）
	⇒	
	⇒	
	⇒	

**【問7～問8では、新型コロナウイルス感染症の影響等についてご記入ください。】**

**問7 新型コロナウイルス感染症の影響について**

7-1 新型コロナウイルス感染症により、貴社（事業所）の今期（令和4年10月～12月）の売上高に影響が出ていますか。（○は1つ）

- |                 |          |                |
|-----------------|----------|----------------|
| 1. マイナスの影響が出ている | 2. 影響はない | 3. プラスの影響が出ている |
|-----------------|----------|----------------|

7-2 貴社（事業所）の今期（令和4年10月～12月）の売上高は前年同時期を「100」とすると、どの程度でしたか。（○は1つ）

- |          |             |            |            |
|----------|-------------|------------|------------|
| 1. 0～69  | 3. 90～99    | 5. 101～109 | 7. 120～129 |
| 2. 70～89 | 4. 100（横ばい） | 6. 110～119 | 8. 130以上   |

**問8 ウィズコロナ・アフターコロナへの対応について**

8-1 ウィズコロナ・アフターコロナに対応するために、課題となっていることはありますか。（○はいくつでも）

- |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|
| 1. 資金が不足している          | 7. マーケティング能力が不足している   |
| 2. 自社内の知識・技術力が不足している  | 8. 新たな事業展開のノウハウがない    |
| 3. 経営相談先が見つからない       | 9. 対応策について社内の理解が得られない |
| 4. 補助金・支援策等の情報が得られない  | 10. その他               |
| 5. 人手が足りない            | ( )                   |
| 6. 新たな取引先・仕入先を見つけられない |                       |

8-2 今後、どのような公的支援策を期待しますか。（○はいくつでも）

- |                                    |                       |
|------------------------------------|-----------------------|
| 1. 融資の拡充                           | 7. 売上減少への補填           |
| 2. 設備投資への支援                        | 8. 固定費（人件費・地代家賃等）への補助 |
| 3. 企業のDX<br>（デジタルトランスフォーメーション）への支援 | 9. 企業の福利厚生事業への補助      |
| 4. 販路開拓への支援                        | 10. 採用・就職に関する支援       |
| 5. 専門家による経営アドバイス                   | 11. その他               |
| 6. 支援策などの情報の提供                     | ( )                   |

**【問9では、「原材料・仕入価格高騰」による事業活動への影響についてご記入ください。】**

**問9 原材料・仕入価格高騰による事業活動への影響について**

9-1 原材料・仕入価格高騰により、貴社（事業所）の事業活動に影響が出ていますか。（○は1つ）

- |                              |
|------------------------------|
| 1. 現在、影響が出ている                |
| 2. 今のところ影響は出ていないが、今後影響が出る見込み |
| 3. 特に影響は出ていない。今後も影響が出る見込みなし  |

9-2 原材料・仕入価格の上昇分に対し、「販売価格への転嫁」はできていますか。（○は1つ）

- |                    |                     |
|--------------------|---------------------|
| 1. 転嫁できていない        | 5. 8割以上10割未満転嫁できている |
| 2. 2割未満転嫁できている     | 6. すべて転嫁できている       |
| 3. 2割以上5割未満転嫁できている | 7. 特に転嫁する必要なし       |
| 4. 5割以上8割未満転嫁できている |                     |

【9-2で「1」～「5」と回答した方にお伺いします。】

9-3 価格転嫁が難しい（できない）理由についてお伺いします。（○はいくつでも）

- |                 |           |
|-----------------|-----------|
| 1. 販売先への要請が困難   | 3. 契約上の問題 |
| 2. 同業他社との競争が激しい | 4. その他（ ） |

9-4 今後予定している対策についてお伺いします。（○はいくつでも）

- |               |                  |                |
|---------------|------------------|----------------|
| 1. 販売価格への転嫁   | 6. 省エネ対策         | 11. 業務の転換（多角化） |
| 2. 販売先見直し     | 7. 人件費削減         | 12. 特に対策していない  |
| 3. 仕入先への値下げ交渉 | 8. 人件費以外の経費削減    | 13. その他（ ）     |
| 4. 仕入先の見直し    | 9. 生産性向上         |                |
| 5. 共同仕入れ      | 10. 商品・サービス内容見直し |                |

9-5 原材料・仕入価格の高騰に対し、期待する公的支援策としてどのようなものを望みますか。  
又、販売価格への価格転嫁が難しい場合、期待する公的支援策としてどのようなものを望みますか。（具体的な支援策をご記入願います。）

**【問10では、「円安（為替相場の動向）」による事業活動への影響についてご記入ください。】**

問10 円安による事業活動への影響について

10-1 円安により、貴社（事業所）の事業活動に影響が出ていますか。（○は1つ）

—— プラス、マイナス両方ある場合は、全体として影響が大きい方を回答してください。

- |                 |              |                |
|-----------------|--------------|----------------|
| 1. マイナスの影響が出ている | 2. 影響を受けていない | 3. プラスの影響が出ている |
|-----------------|--------------|----------------|

10-2 円安による貴社（事業所）の事業へのマイナス要因についてお伺いします。（○はいくつでも）

- |                       |                        |
|-----------------------|------------------------|
| 1. 自社の輸入採算が悪化した       | 5. 販売コスト（配送コスト等）が高騰した  |
| 2. 海外からの原材料・仕入価格が高騰した | 6. 輸入品価格上昇に伴う消費マインドの低下 |
| 3. 取引先の状況が悪化し受注が減少した  | 7. マイナスの要因はない          |
| 4. 為替差損が発生した          | 8. その他（ ）              |

10-3 円安による貴社（事業所）の事業へのプラス要因についてお伺いします。（〇はいくつでも）

- |                     |                        |
|---------------------|------------------------|
| 1. 自社の輸出採算が好転した     | 4. 外貨建資産（例 ドル預金など）が増えた |
| 2. 取引先の状況が好転し受注が増えた | 5. プラスの要因はない           |
| 3. 為替差益が発生した        | 6. その他（ ）              |

10-4 円安に対し対策を行っていますか（〇は1つ）

- |             |             |
|-------------|-------------|
| 1. 対策を行っている | 2. 対策をしていない |
|-------------|-------------|

【10-4で「1」と回答した方にお伺いします。】

▶10-5 どのような対策を行っていますか。（〇はいくつでも）

- |  |                        |
|--|------------------------|
| 1. 価格交渉を行った                            | 5. 仕入方法を変更した（発注数量の変更等） |
| 2. 円安分を販売価格に転嫁した                       | 6. 為替予約した              |
| 3. 自助努力によりコスト削減した                      | 7. 人員を削減した             |
| 4. 仕入先を変更した<br>（海外から国内・それ以外）←(どちらかに〇を) | 8. 給与の引下げを行った          |
|  | 9. その他（ ）              |

10-6 円安に対し、期待する公的支援策としてどのようなものを望みますか。（具体的な支援策をご記入願います。）

--

【本アンケートに回答いただいた事業者様の中から、業種ごとに電話でのヒアリング調査を予定しています。】

10分～15分程度の電話によるヒアリング調査にご協力いただけますか。  
（どちらかに〇を付けてください）

- |           |            |    |    |
|-----------|------------|----|----|
| 1. 協力できる  | （対応可能な時間帯は | 時～ | 時） |
| 2. 協力できない |            |    |    |

◆ご協力ありがとうございました◆

### お問 合 わ せ 先

#### 調査の趣旨については

さいたま市経済局商工観光部  
経済政策課 小出 藤井

TEL：048-829-1363

FAX：048-829-1944

E-mail：keizai-seisaku@city.saitama.lg.jp

#### 調査票の内容・記入方法については

株式会社ぶぎん地域経済研究所  
調査事業部 山下

TEL：048-647-8484

FAX：048-647-9553

E-mail：info@bugin-eri.co.jp



## さいたま市地域経済動向調査報告書

— 2022年12月調査（2022年10～12月期） —

2023年3月

[発行]           さいたま市 経済局 商工観光部 経済政策課

〒330-9588

さいたま市浦和区常盤6丁目4番4号

TEL 048 (829) 1363 (直通)

FAX 048 (829) 1944

[調査実施]       株式会社ぶぎん地域経済研究所

〒330-0854

さいたま市大宮区桜木町1丁目10番8号 武蔵野銀行本店ビル7階

TEL 048 (647) 8484 (直通)

FAX 048 (647) 9553

このさいたま市地域経済動向調査(2022年12月調査)業務の委託に関する経費は102万円です。