

さいたま市地域経済動向調査

報告書

—2022年6月調査（2022年4～6月期）—

景況調査：実績 2022年 1～3月期

実績 2022年 4～6月期

見通し 2022年 7～9月期

見通し 2022年 10～12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

2022年10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.....	2
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4～6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
III 景況調査.....	13
1 各項目の動向.....	13
(1) 景況	13
(2) 在庫水準	15
(3) 資金繰り	17
(4) 雇用人員	19
(5) 販売数量	21
(6) 販売単価	23
(7) 仕入価格（単価）	25
(8) 売上高	27
(9) 経常利益	29
(10) 設備投資	31
(11) 景気判断の背景・要因	33
(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	54
2 業種別の動向.....	63
(1) 建設業	63
(2) 製造業	64
(3) 卸売業	65
(4) 小売業	66
(5) 飲食店	67
(6) 不動産業	68
(7) サービス業	69
IV 特別調査.....	70

新型コロナウイルス感染症の影響等について	70
(1) 新型コロナウイルス感染症の売上高への影響	70
(2) 売上高への影響の程度（前年同月比）	72
(3) ウィズコロナ・アフターコロナへの対応で実施中又は実施予定の取組	74
(4) ウィズコロナ・アフターコロナへの取組についての課題	77
(5) 今後、期待する公的支援策	80
V 特別調査	82
原材料・仕入価格高騰による事業活動への影響について	82
(1) 原材料・仕入価格高騰による事業活動への影響	82
(2) 原材料・仕入価格上昇分に対する、販売価格への転嫁	84
(3) 価格転嫁が難しい（できない）理由について	86
(4) 今後予定している対策について	89
(5) 原材料・仕入価格の高騰に対し、期待する公的支援策	91
VI 主要経済指標	92
1 大型小売店舗販売額（前年同月比）	92
2 家計消費支出（二人以上世帯・前年同月比）	93
3 新設住宅着工戸数（着工戸数・前年同月比）	93
4 新車登録・届出台数（台数・前年同月比）	94
5 消費者物価指数（前月比）	94
6 鉱工業指数（前月比）	95
7 企業倒産（負債金額・倒産件数）	96
8 有効求人倍率（前年同月比）	97
9 貸出金残高（前年同月比）	97
VII 調査票	98

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1～3月期
[今期] 2022年4～6月期（5月15日時点）
- 見通し判断 [来期] 2022年7～9月期
[来々期] 2022年10～12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

4 調査実施期間

■アンケート調査 … 2022年6月17日（金）～2022年7月5日（火）

■ヒアリング調査 … 2022年7月20日（水）～2022年7月27日（水）

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	214	93	43.5
製造業	215	82	38.1
卸売業	214	65	30.4
小売業	214	70	32.7
飲食店	214	53	24.8
不動産業	215	70	32.6
サービス業	214	85	39.7
計	1,500	518	34.5

6 DI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、DI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、DI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1月～3月、今期=2022年4月～6月、来期=2022年7月～9月、来々期=2022年10月～12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、
先行きの回復は鈍く、不透明の見通し～

さいたま市内の景況は、今期（2022年4～6月期）のD Iが、前期（2022年1～3月期）に比べ0.4ポイント下降して、マイナス18.4ポイントとなったものの、前年同期（2021年4～6月期）のマイナス38.0ポイントに比べ、19.6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、「飲食店」以外は下降した。来期については、更に4.1ポイント悪化しマイナス22.5ポイント、来々期はマイナス21.4ポイントと回復は鈍い。

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2月）時点では2番目の多さであった「原油・原材料価格の動向」が全体の5割弱を占め最も多くなっている。次いで前回首位の「新型コロナウイルス感染症」。以下「個人消費の動向」「物価（インフレ・デフレ）の動向」となっている。

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」が全体の4割近くを占めている。以下「自社内の知識・技術力が不足している」「資金が不足している」となっている。これに対応して、事業者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」「設備投資への支援」「採用・就職に関する支援」の回答割合が高く、企業の問題意識が資金繰りから事業継続、拡大に軸足が少しずつシフトしている。

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」が5割台半ばを超え、「今のところ影響は出ていないが、今後影響が出る見込み」が約3割となっており、特に「飲食店」では8割台半ば近くが「現在、影響が出ている」状況となっている。

原材料・仕入価格上昇に対し、販売価格への転嫁をみると、「転嫁できていない」が3割強を占めており、その理由として「同業他社との競争が激しい」を6割近くの企業が回答している。今後予定している対策をみると、「販売価格への転嫁」が4割台半ば近くを占めており、以下「人件費以外の経費削減」「生産性向上」となっている。販売価格への転嫁ができるか不透明なこともあり、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ようとしている姿がうかがえる。

2 景況調査の概要

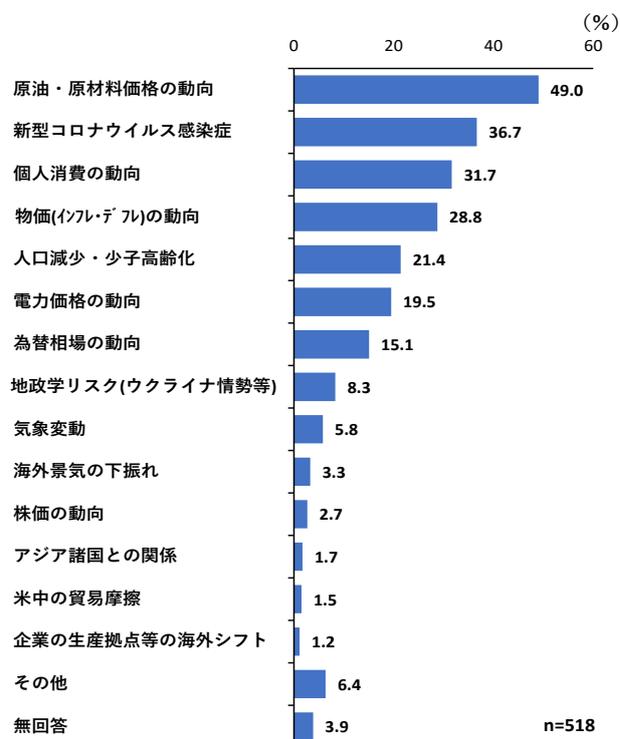
項目	結果概要
景況	【今期】 今期のD Iは「悪い」が「良い」を上回り▲18.4となり、前期と比べて0.4ポイント下降
	【先行き】 来期は▲22.5と下降するが、来々期は▲21.4と上昇する見通し
在庫水準	【今期】 今期のD Iは「不足」が「過剰」を上回り7.8となり、前期と比べて2.1ポイント上昇
	【先行き】 来期は10.3、来々期は11.3と上昇する見通し
資金繰り	【今期】 今期のD Iは「悪い」が「良い」を上回り▲2.1となり、前期と比べて0.6ポイント下降
	【先行き】 来期は▲7.9、来々期は▲8.4と下降する見通し
雇用人員	【今期】 今期のD Iは「不足」が「過剰」を上回り21.8となり、前期と比べて0.8ポイント上昇
	【先行き】 来期は24.4、来々期は24.8と上昇する見通し
販売数量	【今期】 今期のD Iは「減少」が「増加」を上回り▲13.5となり、前期と比べて0.3ポイント下降
	【先行き】 来期は▲16.6と下降するが、来々期は▲15.5と上昇する見通し
販売単価	【今期】 今期のD Iは「上昇」が「下降」を上回り11.2となり、前期と比べて5.1ポイント上昇
	【先行き】 来期は11.6と上昇するが、来々期は11.4と横ばい推移する見通し
仕入価格 (単価)	【今期】 今期のD Iは「上昇」が「下降」を上回り▲47.9となり、前期と比べて8.0ポイント下降
	【先行き】 来期は▲50.8と下降、来々期も▲50.8と横ばい推移する見通し
売上高	【今期】 今期のD Iは「減少」が「増加」を上回り▲12.3となり、前期と比べて0.5ポイント上昇
	【先行き】 来期は▲13.2と下降するが、来々期は▲10.3と上昇する見通し
経常利益	【今期】 今期のD Iは「減少」が「増加」を上回り▲17.6となり、前期と比べて1.6ポイント上昇
	【先行き】 来期は▲22.5と下降するが、来々期は▲20.7と上昇する見通し
設備投資	【今期】 今期のD Iは「減少」が「増加」を上回り▲5.2となり、前期と比べて0.1ポイント下降
	【先行き】 来期は▲5.2と横ばいだが、来々期は▲7.3と下降する見通し

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割弱～

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見ると、「原油・原材料価格の動向」が49.0%と最も多く、次いで「新型コロナウイルス感染症」(36.7%)、「個人消費の動向」(31.7%)、「物価(インフレ・デフレ)の動向」(28.8%)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2月)の70.9%から34.2ポイント減少した。



【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
	1～3月期	4～6月期	7～9月期	10～12月期
景況	▲18.0	▲18.4	▲22.5	▲21.4
在庫水準	5.7	7.8	10.3	11.3
資金繰り	▲1.5	▲2.1	▲7.9	▲8.4
雇用人員	21.0	21.8	24.4	24.8
販売数量	▲13.2	▲13.5	▲16.6	▲15.5
販売単価	6.1	11.2	11.6	11.4
仕入価格(単価)	▲39.9	▲47.9	▲50.8	▲50.8
売上高	▲12.8	▲12.3	▲13.2	▲10.3
経常利益	▲19.2	▲17.6	▲22.5	▲20.7
設備投資	▲5.1	▲5.2	▲5.2	▲7.3

■各項目の産業天気図 項目別 D I

項目	2022 年		2022 年	
	1~3 月期	4~6 月期	7~9 月期	10~12 月期
景況				
	▲ 18.0	▲ 18.4	▲ 22.5	▲ 21.4
在庫水準				
	5.7	7.8	10.3	11.3
資金繰り				
	▲ 1.5	▲ 2.1	▲ 7.9	▲ 8.4
雇用人員				
	21.0	21.8	24.4	24.8
販売数量				
	▲ 13.2	▲ 13.5	▲ 16.6	▲ 15.5
販売単価				
	6.1	11.2	11.6	11.4
仕入価格 (単価)				
	▲ 39.9	▲ 47.9	▲ 50.8	▲ 50.8
売上高				
	▲ 12.8	▲ 12.3	▲ 13.2	▲ 10.3
経常利益				
	▲ 19.2	▲ 17.6	▲ 22.5	▲ 20.7
設備投資				
	▲ 5.1	▲ 5.2	▲ 5.2	▲ 7.3

DI	← 30 ← 10 ← 10 → 30 →				
記号					

■業種別の産業天気図（2022年4～6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							
	▲ 19.8	▲ 11.2	▲ 18.3	▲ 28.0	▲ 38.5	▲ 8.8	▲ 13.9
在庫水準							
	15.7	1.2	2.5	4.8	▲ 1.1	28.2	11.8
資金繰り							
	5.4	▲ 1.2	4.0	▲ 4.8	▲ 26.5	3.9	▲ 3.4
雇用人員							
	33.1	19.8	18.0	7.7	21.9	14.5	32.5
販売数量							
	▲ 25.8	▲ 9.4	▲ 19.4	▲ 12.1	▲ 5.1	▲ 8.5	▲ 11.9
販売単価							
	5.3	15.2	27.3	9.1	10.0	▲ 4.2	10.4
仕入価格 (単価)							
	▲ 54.4	▲ 53.0	▲ 55.5	▲ 46.3	▲ 63.7	▲ 20.0	▲ 35.5
売上高							
	▲ 27.5	▲ 10.4	▲ 14.8	▲ 13.6	0.0	▲ 12.3	▲ 3.0
経常利益							
	▲ 32.6	▲ 14.2	▲ 14.8	▲ 21.0	▲ 23.6	▲ 8.7	▲ 17.6
設備投資							
	▲ 12.4	▲ 3.2	▲ 5.2	▲ 1.5	▲ 19.0	3.7	▲ 1.3

DI	← 30 ← 10 ← 10 → 30 →				
記号					

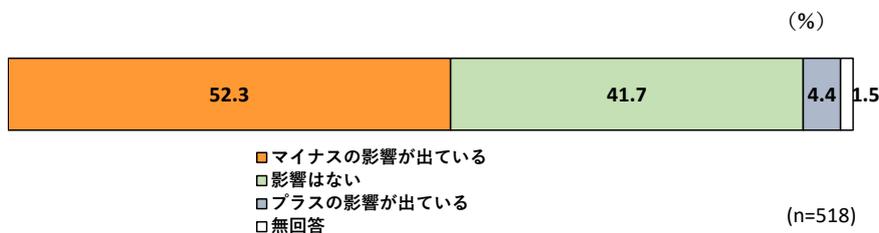
3 特別調査の概要《新型コロナウイルス感染症の影響等について》

(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～

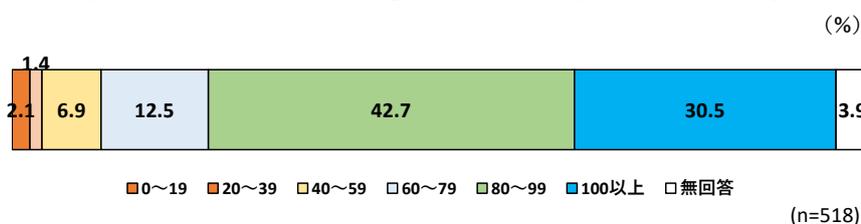
新型コロナウイルス感染症の売上高への影響についてみると、「マイナスの影響が続いている」(52.3%)が最も多く、次いで「影響はない」(41.7%)が多くなっている。



② 売上高への影響の程度 (前年比)

～「80～99」が4割強～

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「80～99」(42.7%)が最も多く、次いで「100以上」(30.5%)が多くなっている。

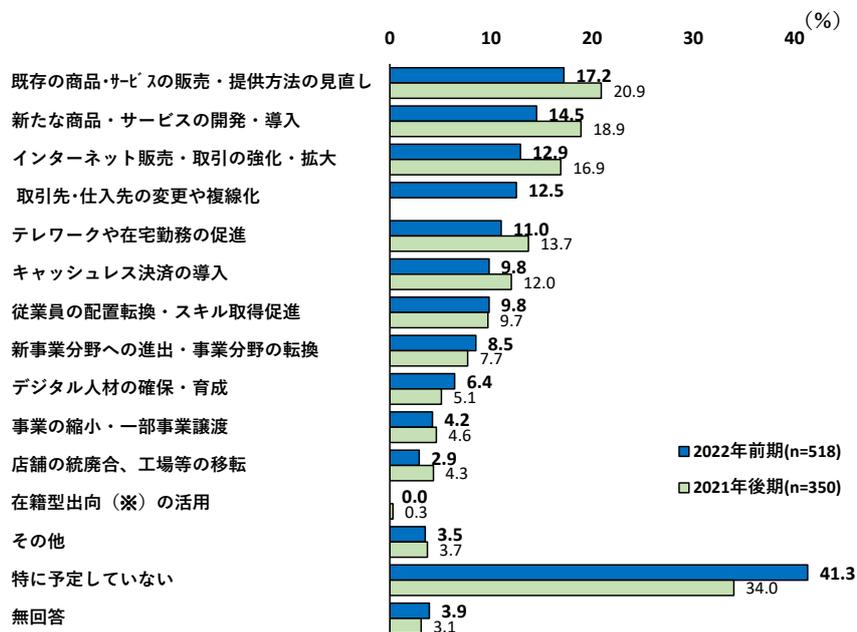


(2) ウィズコロナ・アフターコロナへの対応

① ウィズコロナ・アフターコロナに対応するため実施中又は実施予定の取組

～「既存の商品・サービスの販売・提供方法の見直し」が1割台半ば超え～

ウィズコロナ・アフターコロナに対応するため実施中又は実施予定の取組についてみると、「既存の商品・サービスの販売・提供方法の見直し」(17.2%)が最も多く、次いで「新たな商品・サービスの開発・導入」(14.5%)、「インターネット販売・取引の強化・拡大」(12.9%)が多くなっている。

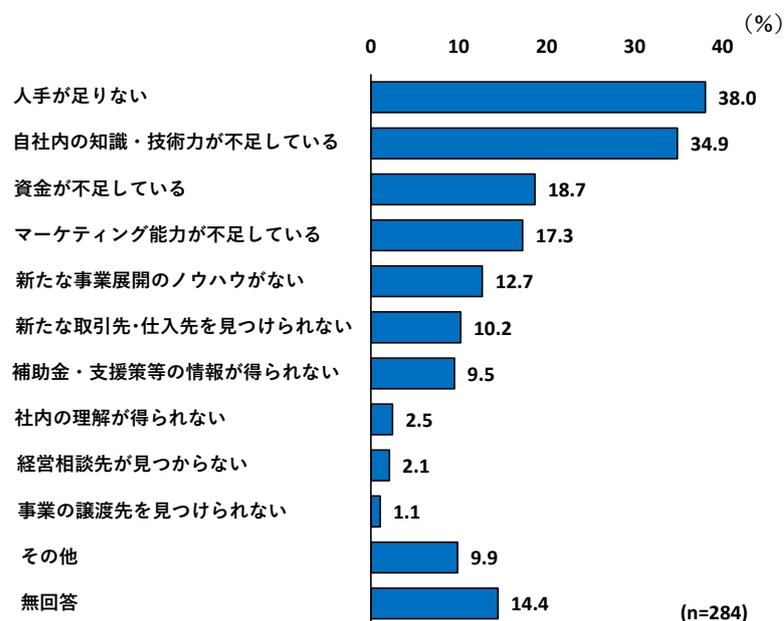


※従業員が所属企業に籍を残したまま、出向先企業に一定期間継続して勤務すること

② 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4割近く～

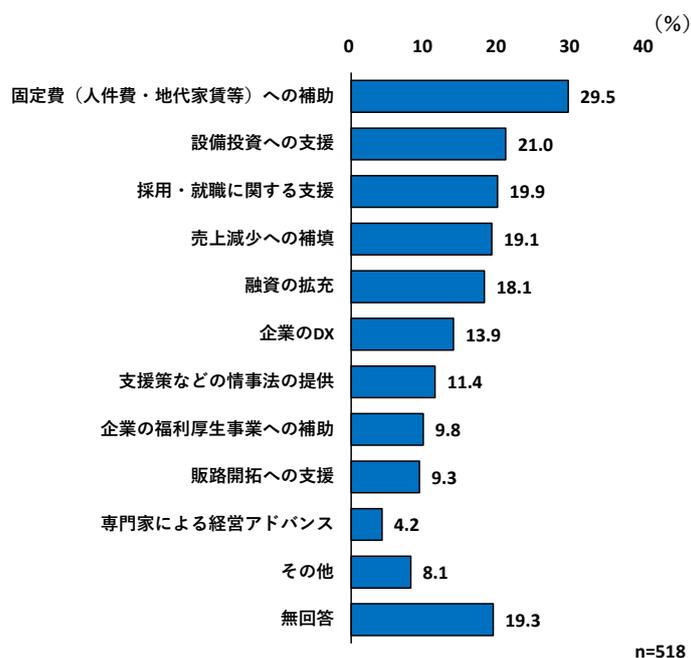
ウィズコロナ・アフターコロナ対応の取組についての課題をみると、「人手が足りない」(38.0%)が最も多く、次いで「自社内の知識・技術力が不足している」(34.9%)、「資金が不足している」(18.7%)が多くなっている。



(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」(29.5%)が最も多く、次いで「設備投資への支援」(21.0%)、「採用・就職に関する支援」(19.9%)が多くなっている。



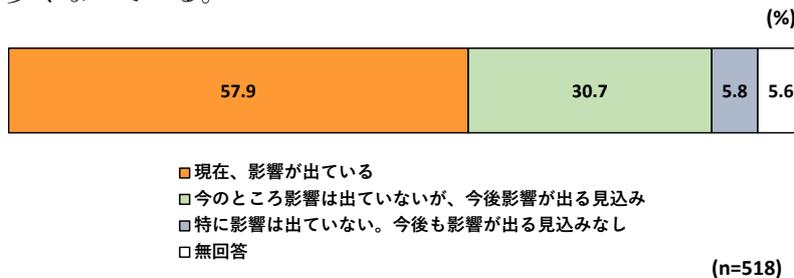
4 特別調査の概要《原材料・仕入価格高騰による事業活動への影響について》

(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5割台半ば超え～

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」(57.9%)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」(30.7%)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割強～

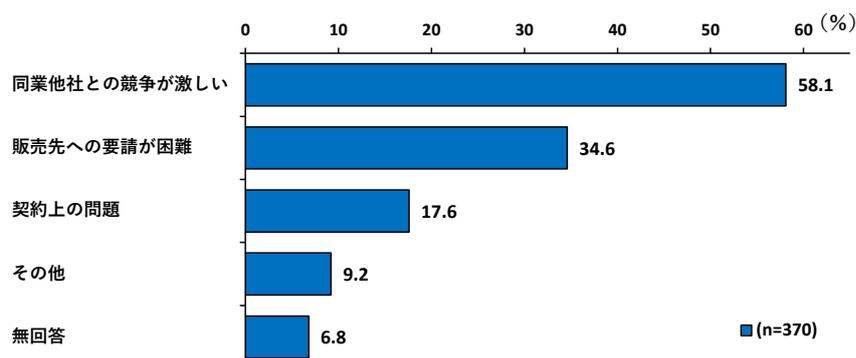
原材料・仕入価格の上昇分に対し、販売価格への転嫁は「転嫁できていない」(31.9%)が最も多く、次いで「2割以上5割未満転嫁できている」(12.5%)、「2割未満転嫁できている」(9.8%)が多くなっている（「特に転嫁する必要なし」を除く）。一方、「すべて転嫁できている」は、1割弱(7.9%)。



③ 価格転嫁が難しい（できない）理由について

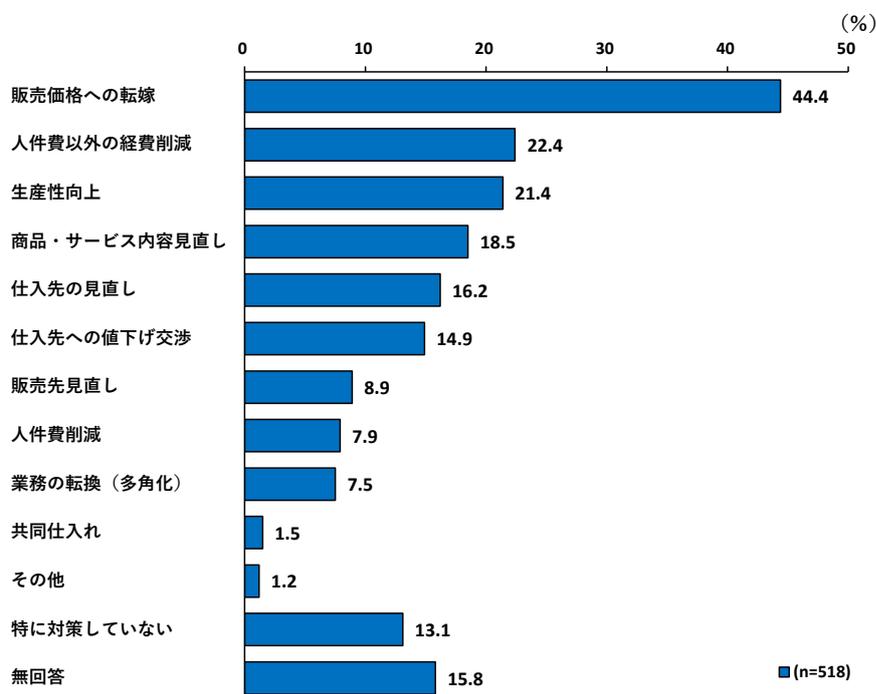
～「同業他社との競争が激しい」が6割近く～

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」(58.1%)が最も多く、次いで「取引先への要請が困難」(34.6%)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4割台半ば近く～

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」(44.4%)が最も多く、次いで「人件費以外の経費削減」(22.4)、「生産性向上」(21.4%)となっている。



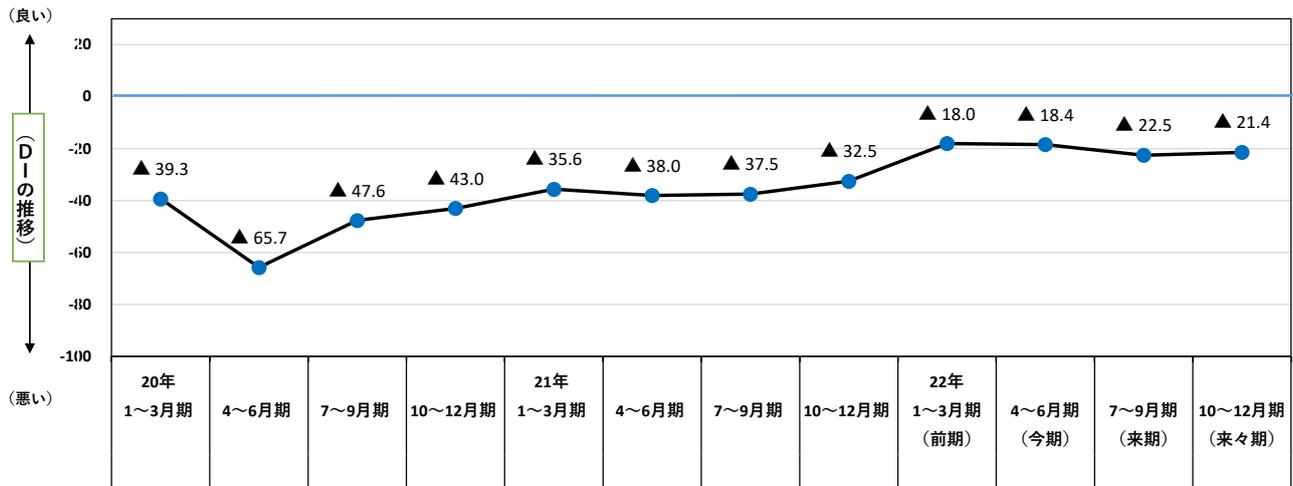
Ⅲ 景況調査

1 各項目の動向

(1) 景況

① 全体

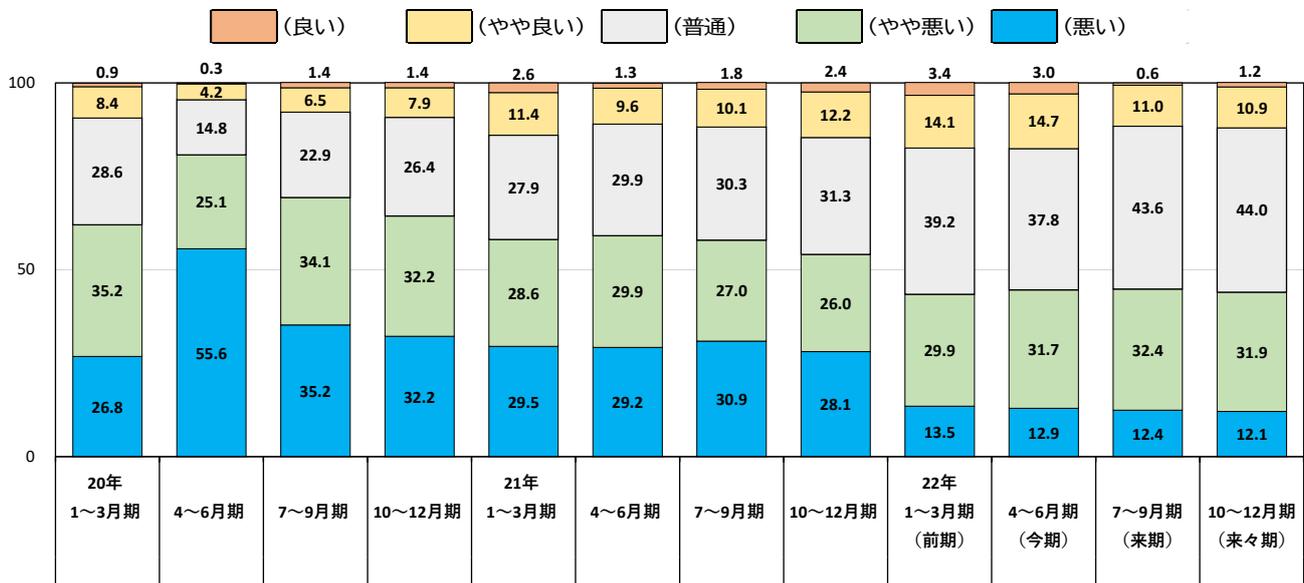
今期のD Iは「悪い」が「良い」を上回り▲18.4となり、前期と比べて0.4ポイント下降した。前年同期と比べると、前期、今期とも上昇した。先行きをみると、来期は▲22.5と下降するが、来々期は▲21.4と上昇する見通しである。



■事業所の割合

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割台半ば近く(44.6%)、「普通」とみる事業所が3割台半ばを超え(37.8%)、「良い」と「やや良い」をあわせた《良い》とみる事業所は約1割台半ばを超え(17.7%)であった。前期と比べて《悪い》が増加し、「普通」が減少、《良い》は、ほぼ横ばいとなった。

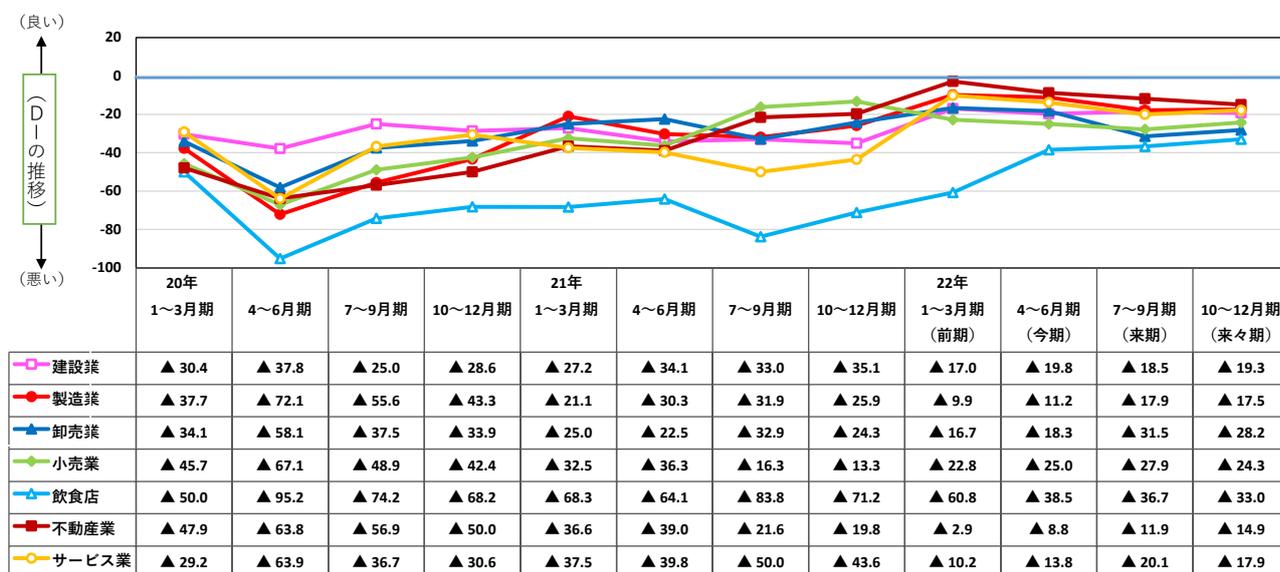
先行きをみると、来期は《良い》が減少し、「普通」が増加、《悪い》は横ばい、来々期は《良い》が増加し、《悪い》が減少、「普通」は横ばいとなる見通しである。



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「飲食店」以外の業種で下降した。「飲食店」は▲38.5でマイナス幅が22.3ポイント縮小している。

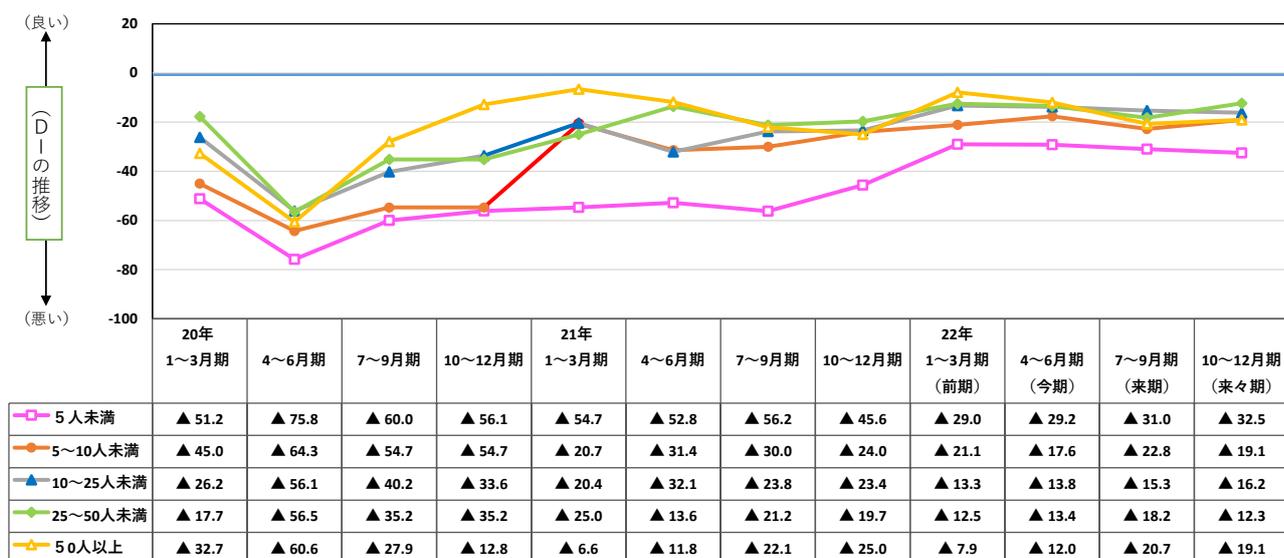
先行きをみると、来期は「建設業」「飲食店」以外の業種で下降するが、来々期は「製造業」「卸売業」「小売業」「飲食店」「サービス業」で上昇する見通しである。



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「5~10人未満」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し、来々期は「5~10人未満」「25~50人未満」「50人以上」の規模で上昇する見通しである。

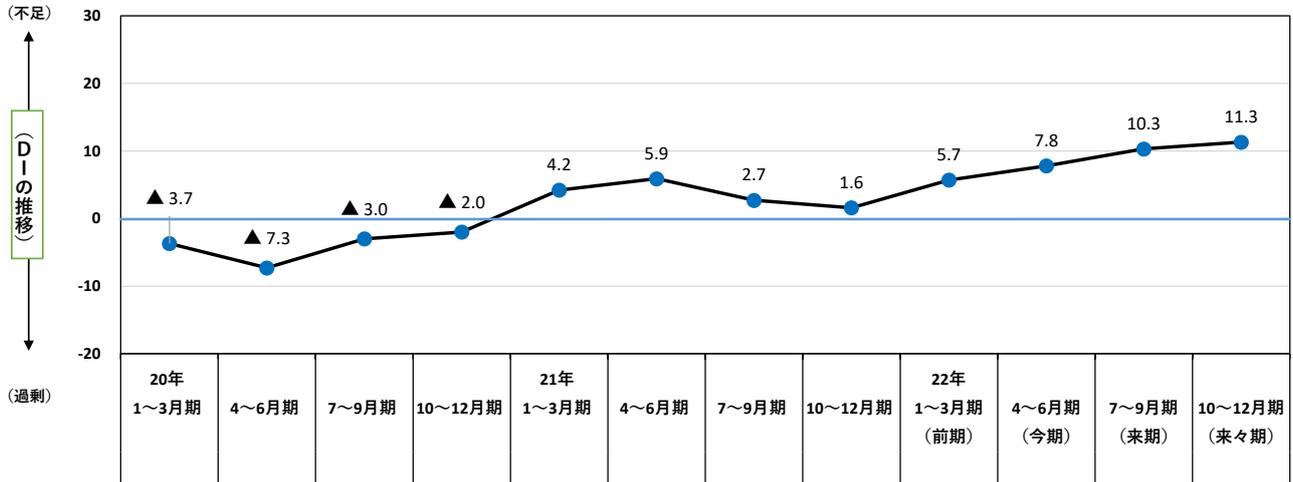


(2) 在庫水準

① 全体

今期のD Iは「不足」が「過剰」を上回り7.8となり、前期から上昇した。前年同期と比べると前期、今期とも上昇した。

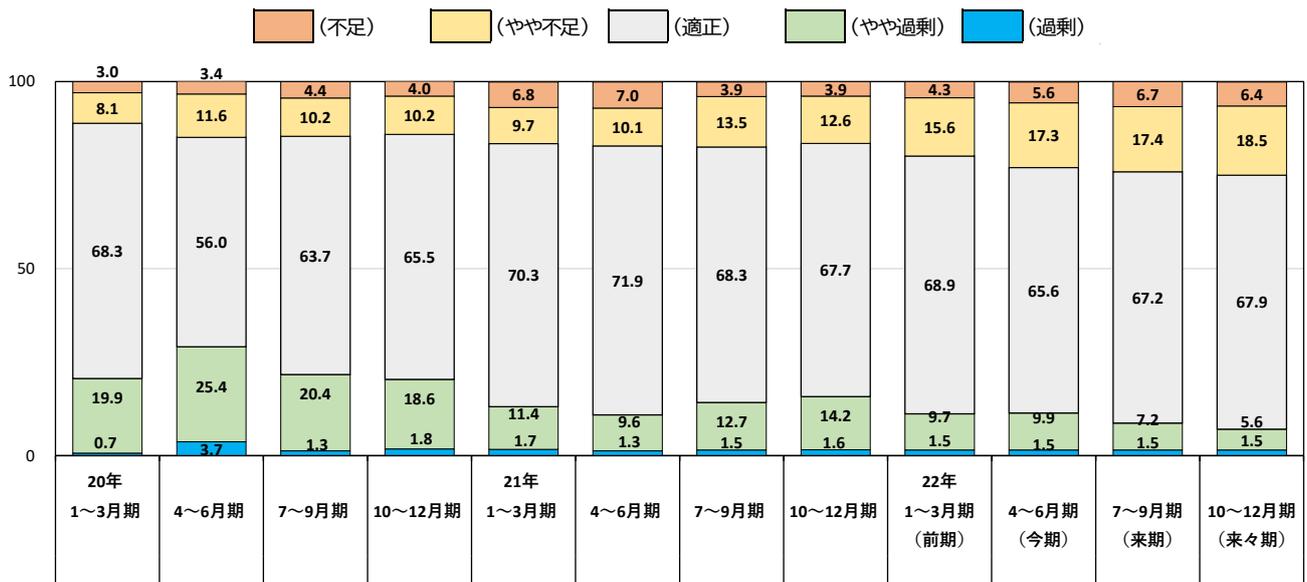
先行きをみると、来期は10.3、来々期は11.3と上昇する見通しである。



■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(65.6%)、「不足」と「やや不足」をあわせた《不足》とみる事業所が2割強(22.9%)、「過剰」と「やや過剰」をあわせた《過剰》とみる事業所が1割強(11.4%)であった。前期と比べて「適正」が減少し、《不足》が増加した。

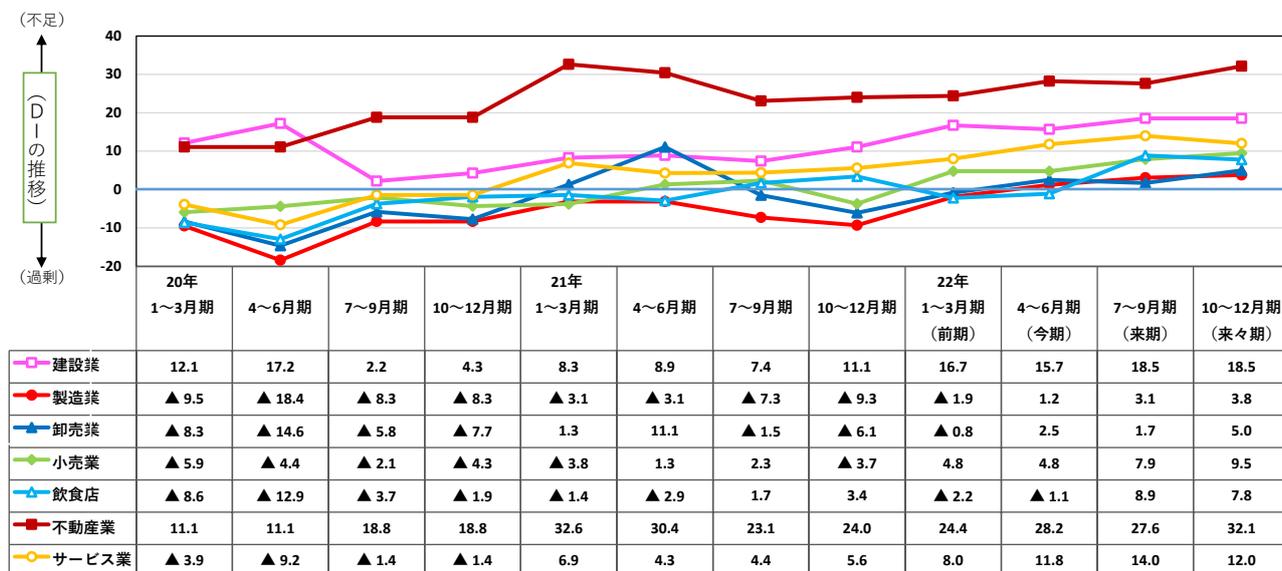
先行きをみると、来期は《過剰》が減少し、「適正」が増加する見通し、来々期は、《過剰》が減少し、《不足》「適正」が増加する見通しである。



② 業種別

今期のD Iは、「飲食店」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「卸売業」「不動産業」以外で上昇した。

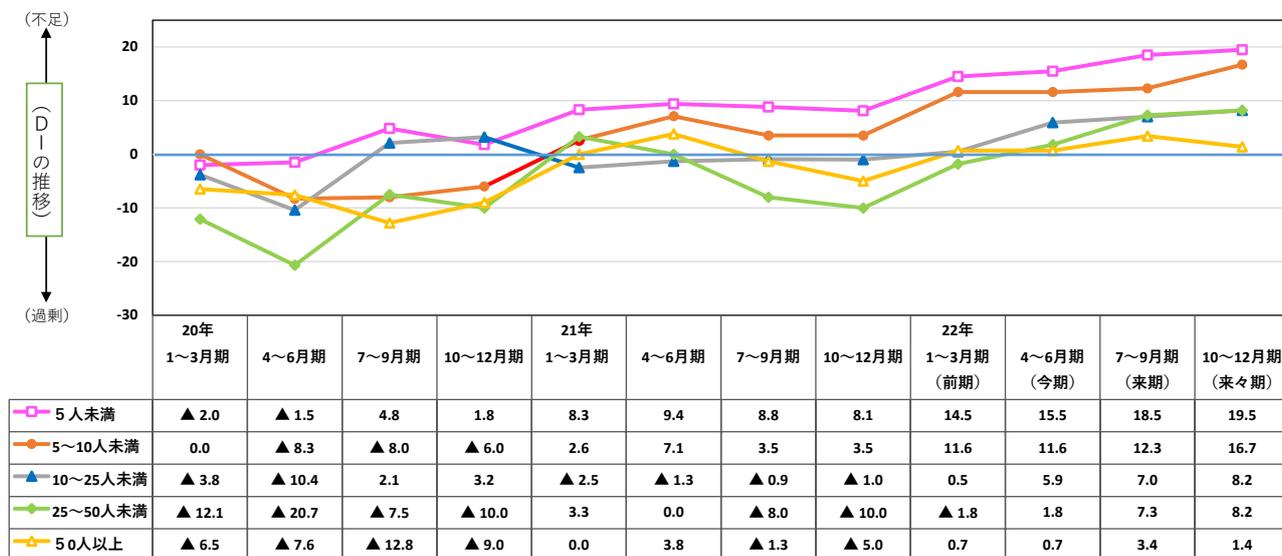
先行きをみると、来期は「卸売業」「不動産業」以外の業種で上昇の見通しである。来々期は、「建設業」で横ばい、「飲食店」「サービス業」では下降、それ以外の業種では上昇する見通しである。



③ 規模別

今期のD Iは、すべての規模でプラスであった。前期と比べて「5人未満」「10~25人未満」「25~50人未満」で上昇した。

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

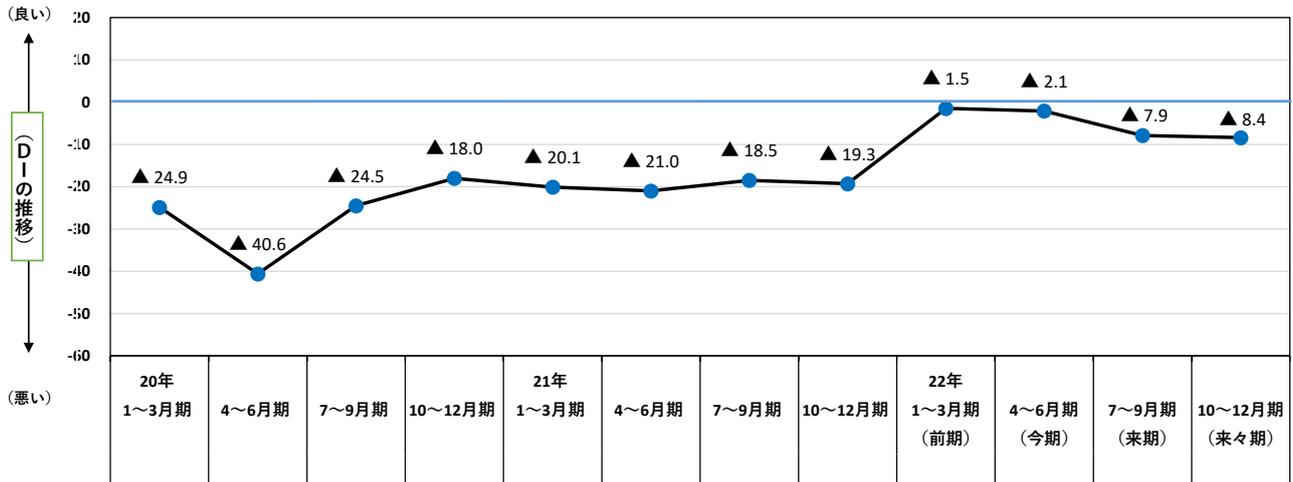


(3) 資金繰り

① 全体

今期のD Iは「悪い」が「良い」を上回り▲2.1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、18.9ポイント上昇した。

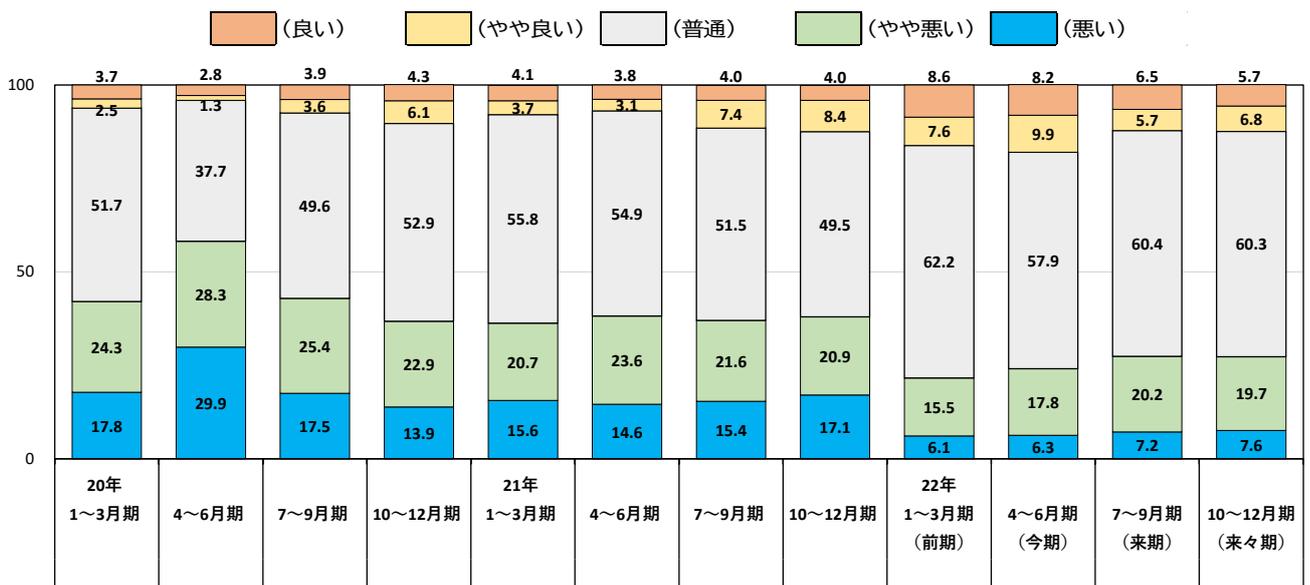
先行きをみると、来期は▲7.9、来々期は▲8.4と下降する見通しである。



■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(57.9%)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2割台半ば近く(24.1%)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2割近く(18.1%)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。

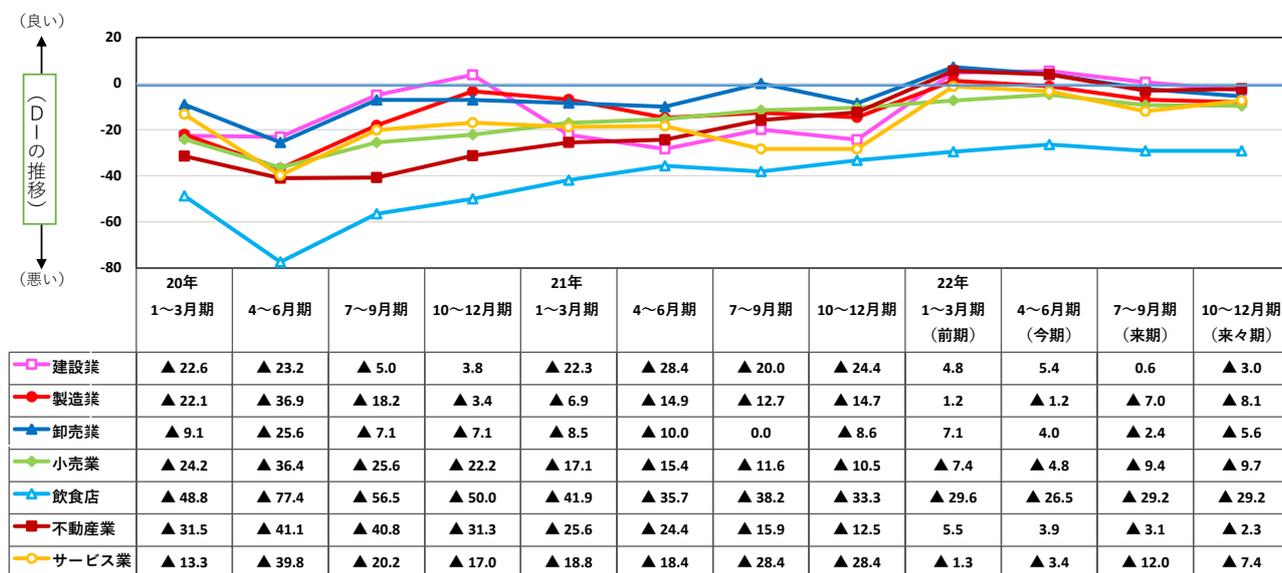
先行きをみると、来期は《悪い》「普通」が増加し、《良い》が減少する見通し、来々期は《良い》《悪い》「普通」ともほぼ横ばいの見通しである。



② 業種別

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

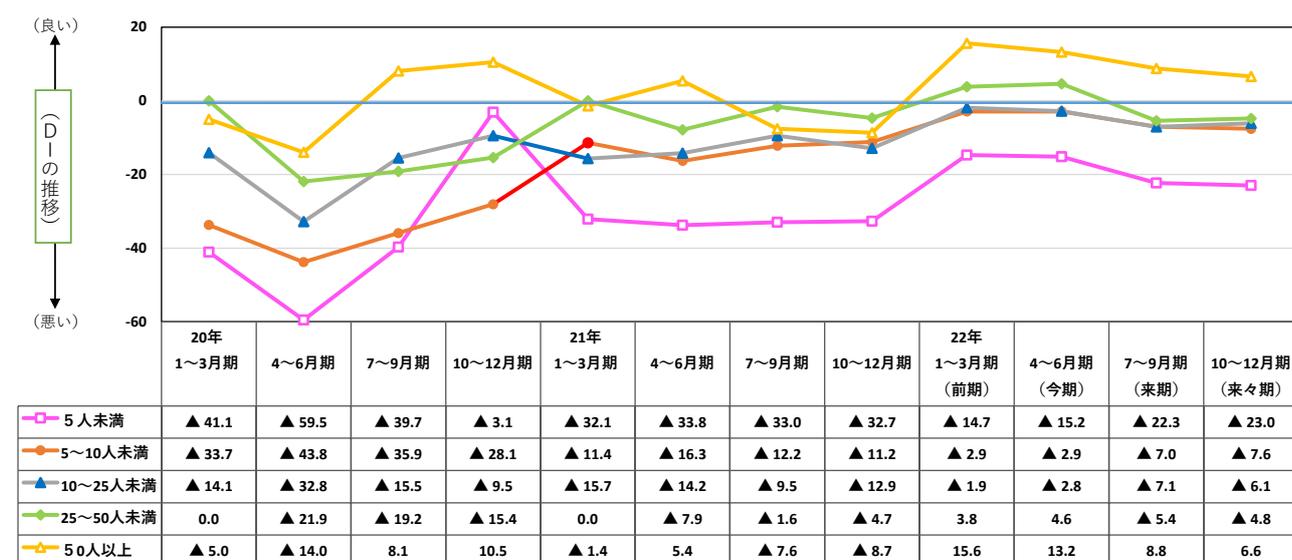
先行きをみると、来期はすべての業種で下降する見通しで、来々期は「不動産業」「サービス業」で上昇、「飲食店」で横ばい、それ以外の業種で下降する見通しである。



③ 規模別

今期のD Iは、「25~50人未満」「50人以上」を除く規模でマイナスであった。前期と比べて「25~50人未満」で上昇し、「5~10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、来期はすべての規模で下降する見通しである。来々期は「10~25人未満」「25~50人未満」で上昇、それ以外の規模で下降する見通しである。

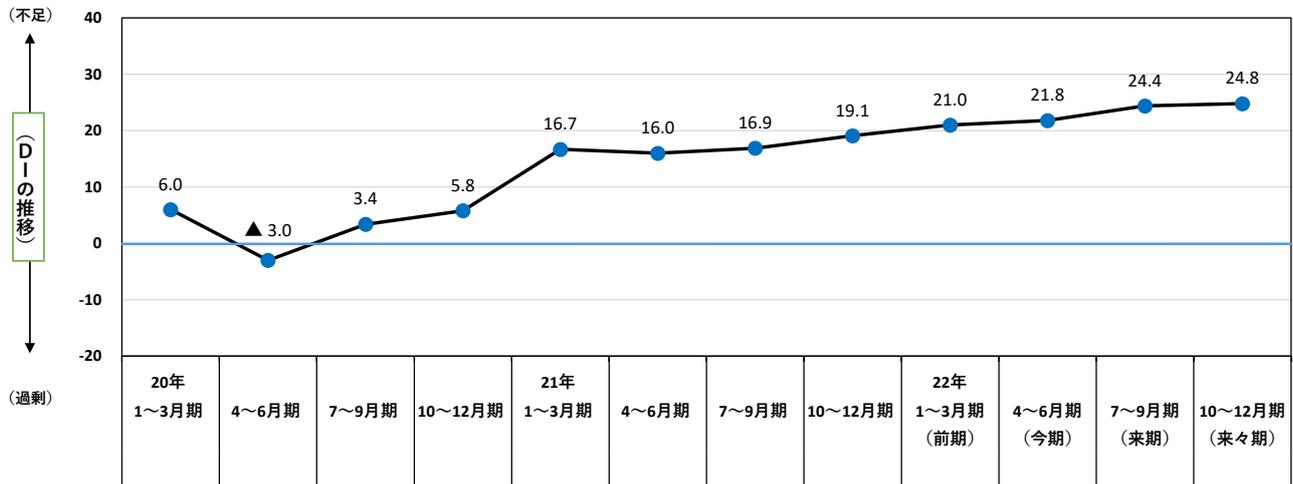


(4) 雇用人員

① 全体

今期のD Iは「不足」が「過剰」を上回り21.8となり、前期と比べて0.8ポイント上昇した。前年同期と比べて5.8ポイント上昇した。

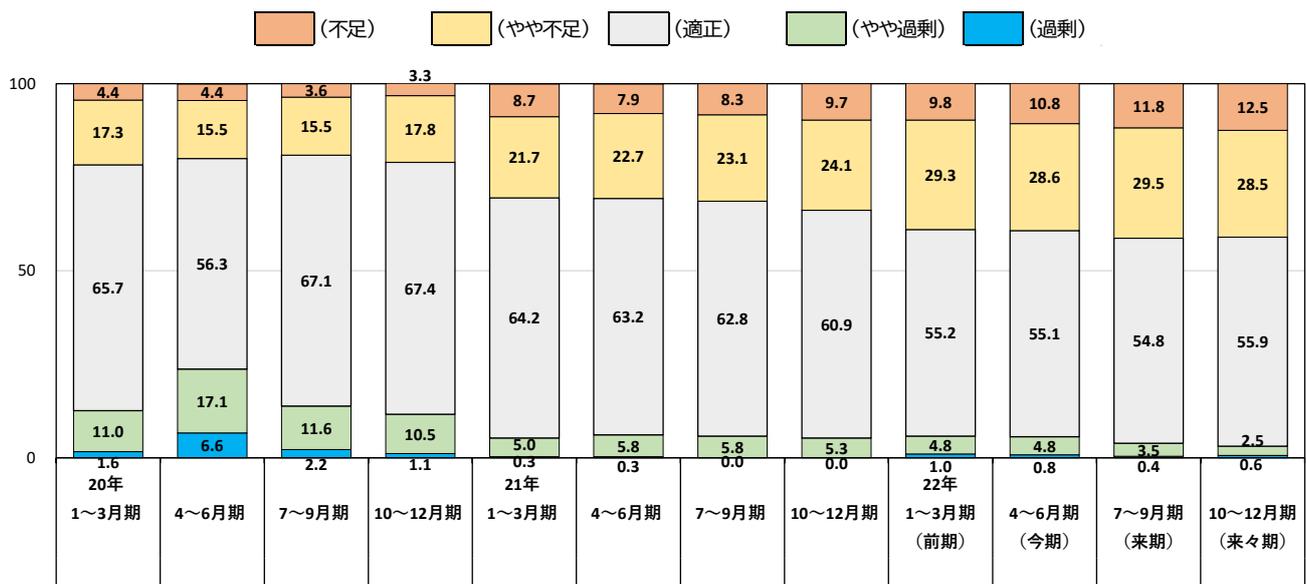
先行きをみると、来期、来々期と上昇する見通しである。



■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(55.1%)、「不足」と「やや不足」をあわせた《不足》とみる事業所が4割弱(39.4%)、「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(5.5%)となっている。前期と比べて《不足》がやや増加している。

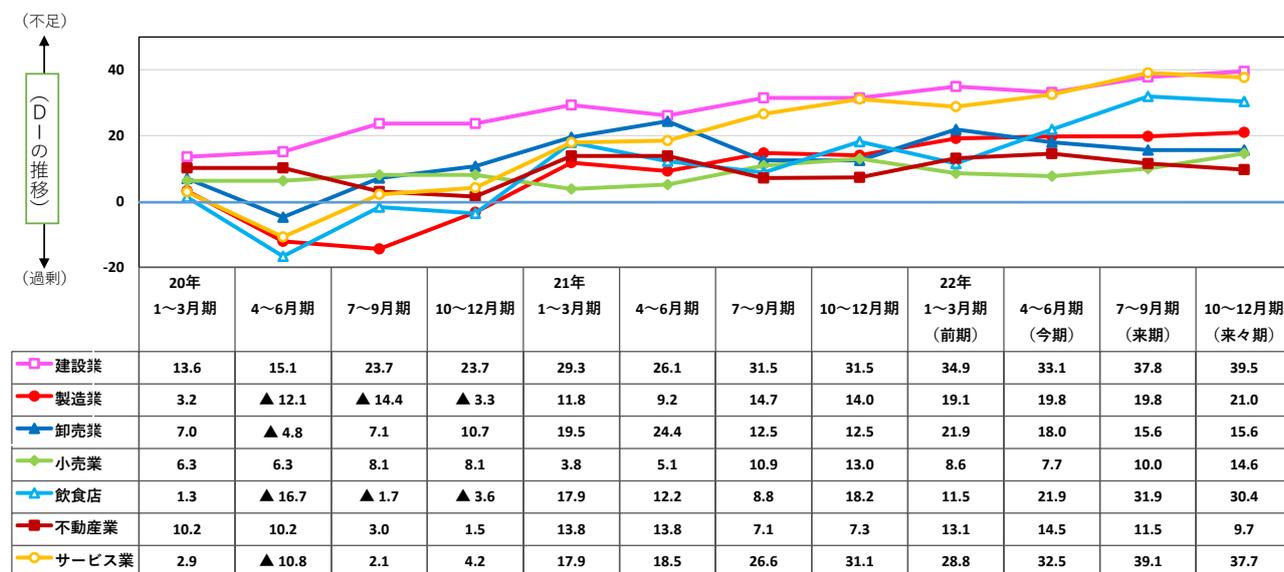
先行きをみると、来期は「適正」《過剰》が減少し、《不足》が増加、来々期は《不足》が減少し、「適正」が増加する見通しである。



② 業種別

今期のD Iは、すべての業種でプラスであった。前期と比べて「建設業」「卸売業」「小売業」で下降、それ以外の業種で上昇した。

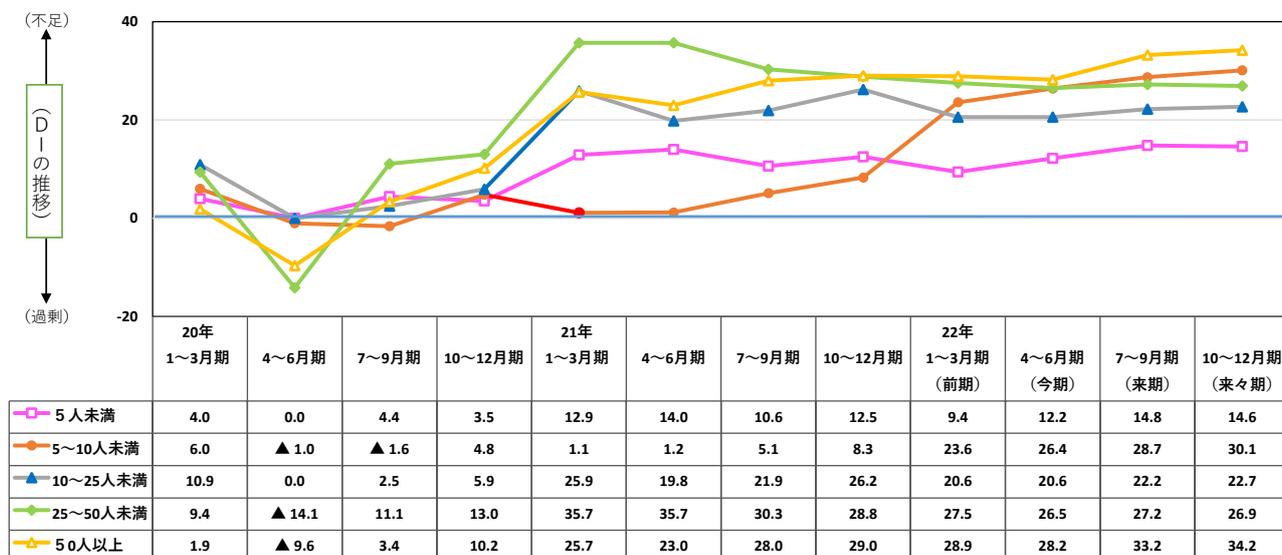
先行きをみると、来期は「建設業」「小売業」「飲食店」「サービス」で上昇、「製造業」で横ばい、それ以外の業種では下降する見通しである。来々期は「建設業」「製造業」「小売業」で上昇する見通しである。



③ 規模別

今期のD Iはすべての規模でプラスであった。前期と比べて「25~50人未満」「50人以上」の規模で下降し、「10~25人未満」は横ばい、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上昇する見通しである。来々期は「5人未満」「25~50人未満」で下降、「5~10人未満」「10~25人未満」「50人以上」で上昇する見通しである。

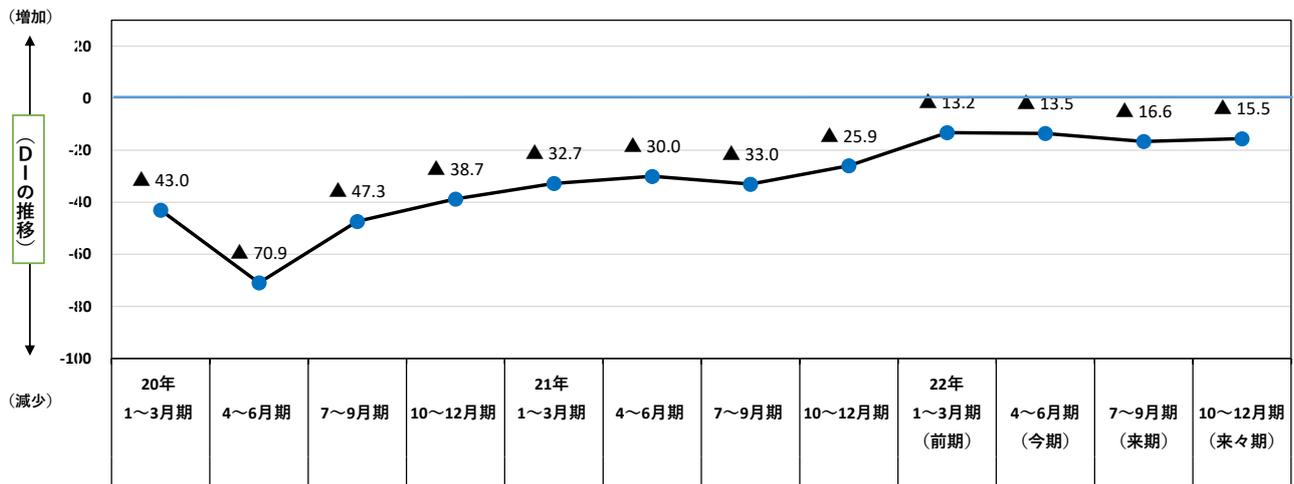


(5) 販売数量

① 全体

今期のD Iは「減少」が「増加」を上回り▲13.5となり、前期と比べて0.3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。

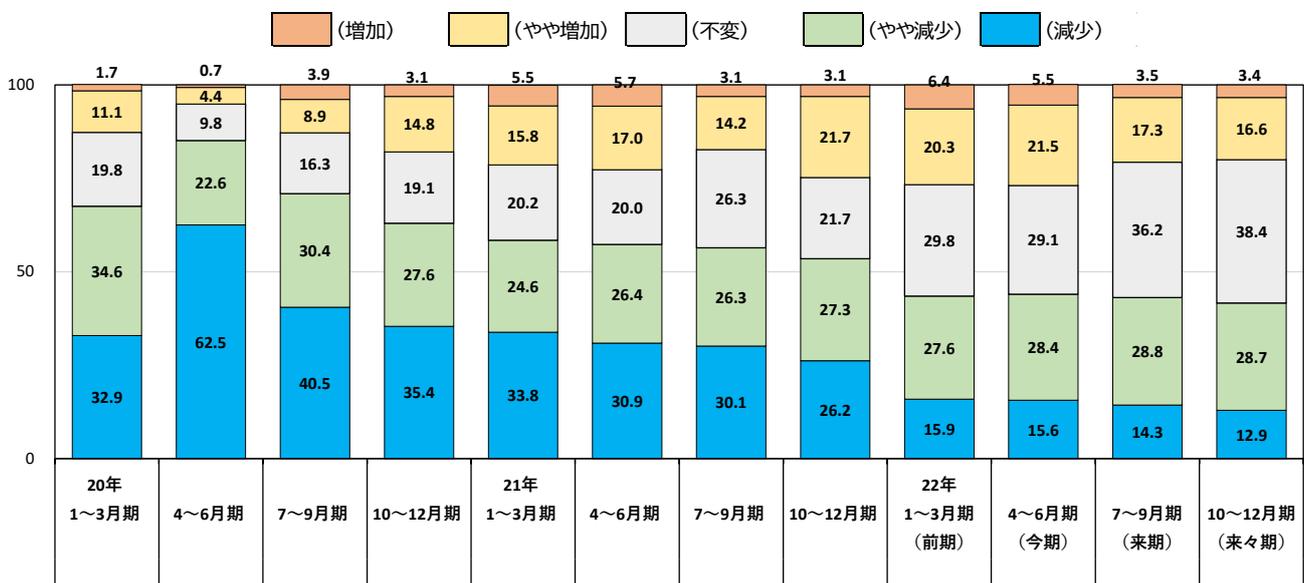
先行きをみると、来期は▲16.6と下降するが、来々期は▲15.5と上昇する見通しである。



■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4割台半ば近く(44.0%)で、「不変」とみる事業所が3割弱(29.1%)、「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(27.0%)であった。前期と比べて「不変」が減少して、《増加》《減少》が増加した。

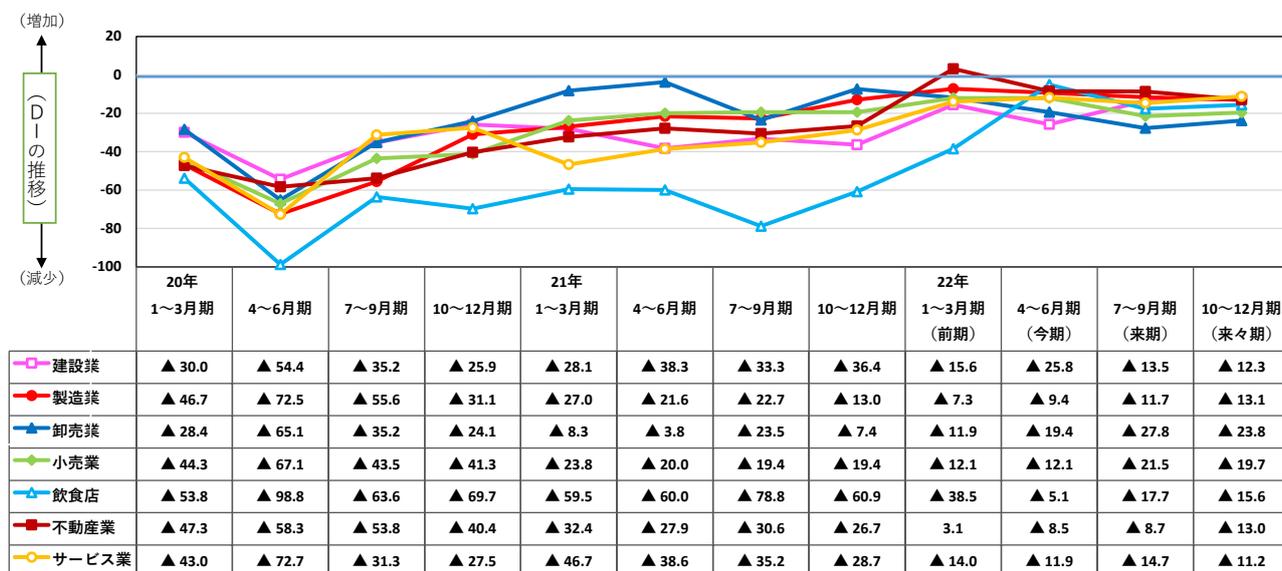
先行きをみると、来期は《増加》《減少》が減少して、「不変」が増加する見通しである。来々期も《増加》《減少》が減少して、「不変」が増加する見通しである。



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「飲食店」「サービス業」で上昇、「小売業」で横ばい、それ以外の業種では下降した。「飲食店」は▲5.1で大幅なマイナスから改善傾向にある。

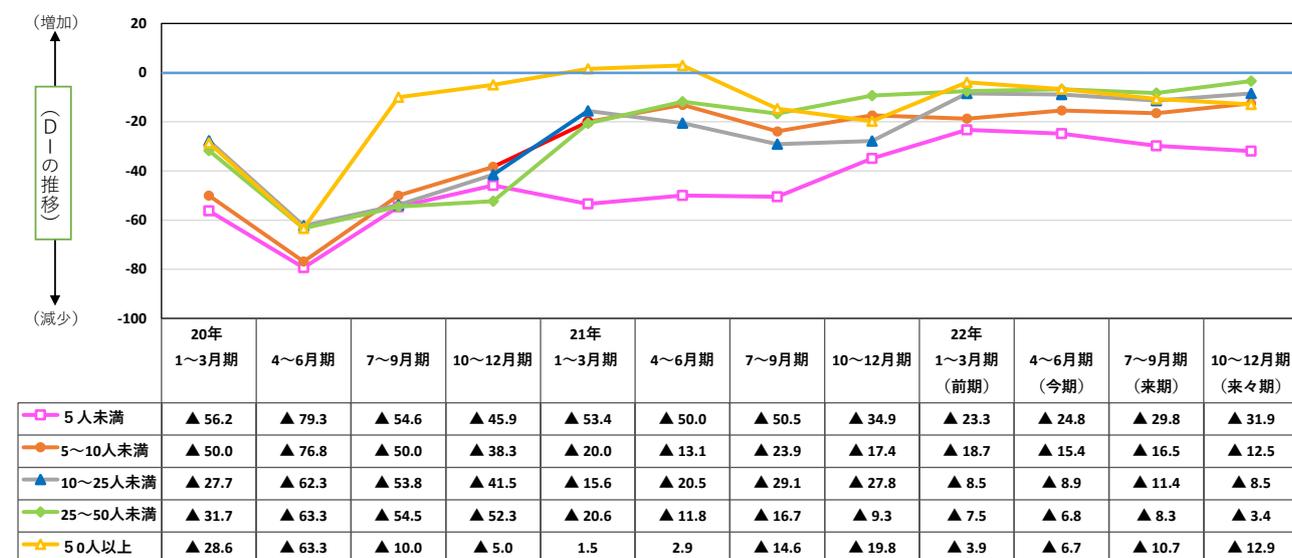
先行きをみると、来期は「建設業」で上昇し、それ以外の業種で下降する見通しである。来々期は「製造業」「不動産業」で下降し、それ以外の業種で上昇する見通しである。



③ 規模別

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

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」「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。

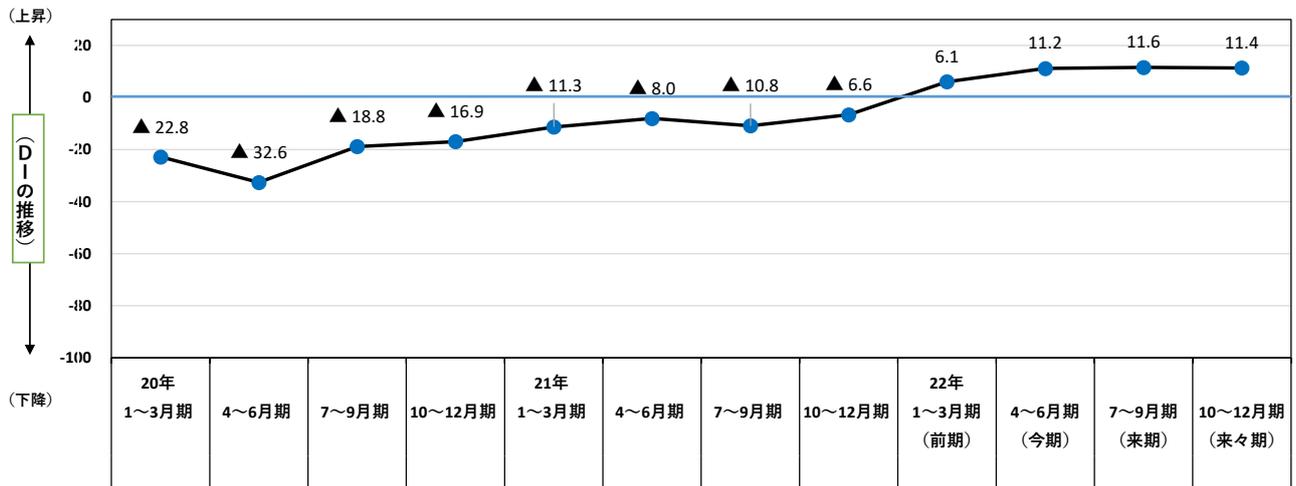


(6) 販売単価

① 全体

今期のD Iは「上昇」が「下降」を上回り11.2となり、前期と比べて5.1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。

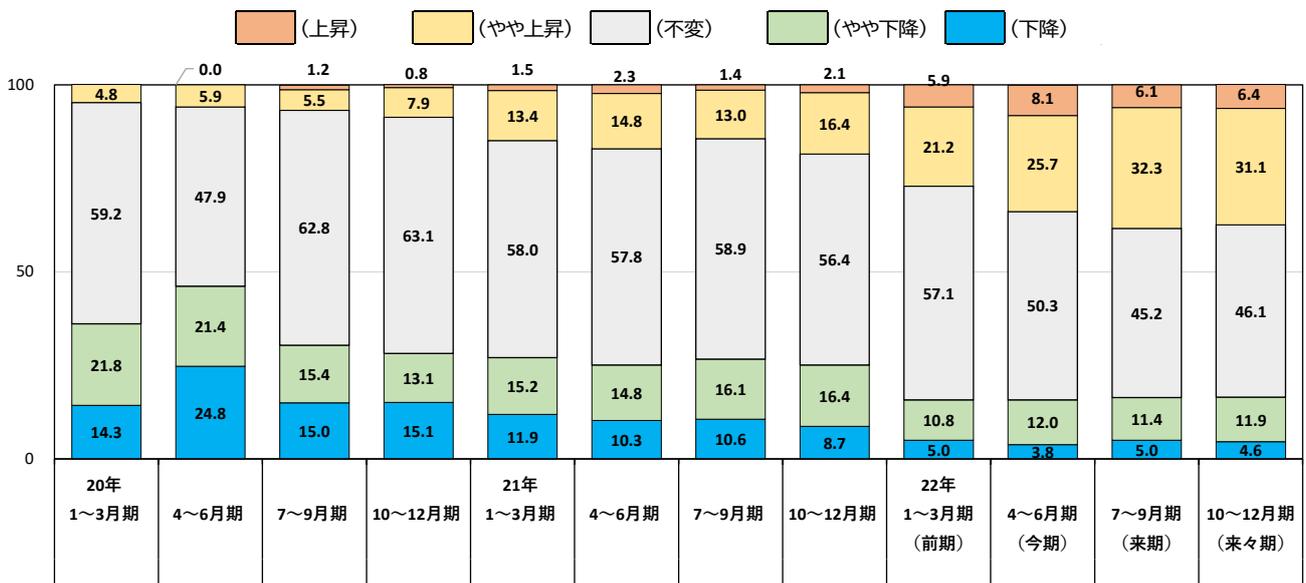
先行きをみると、来期は11.6と上昇、来々期は11.4と下降する見通しである。



■事業所の割合

販売単価について、今期は「不変」とみる事業所が約5割(50.3%)、「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(15.8%)、「上昇」と「やや上昇」をあわせた《上昇》とみる事業所は3割台半ば近く(33.8%)であった。前期と比べて「不変」が減少し、《上昇》が増加した。

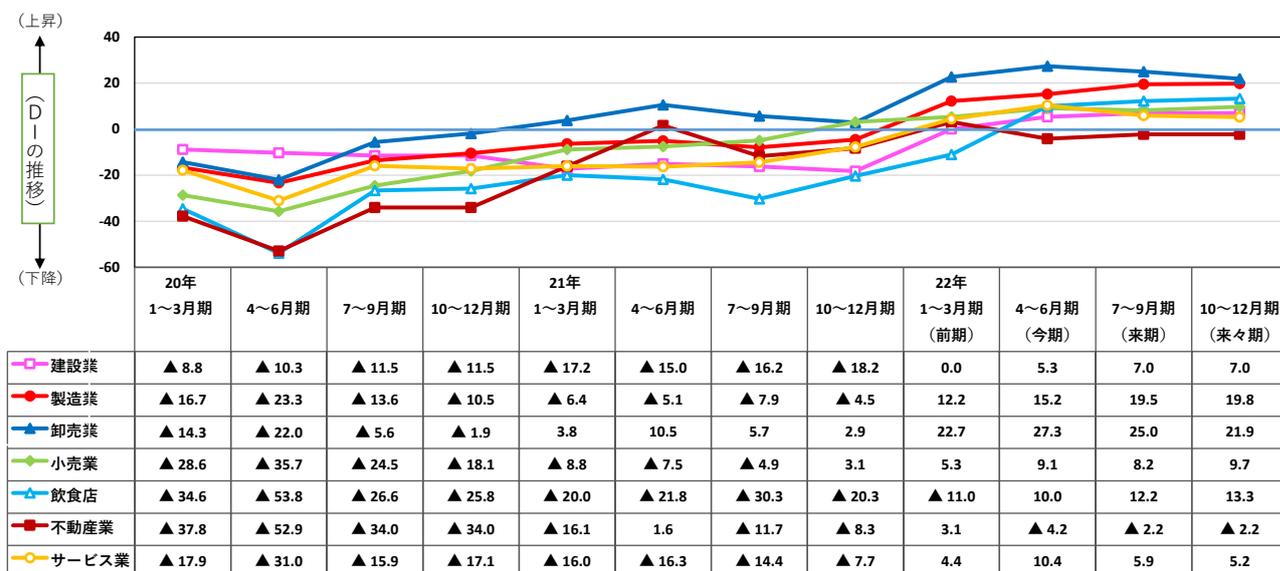
先行きをみると、来期は「不変」が減少し、《上昇》《下降》が増加する見通し、来々期は《上昇》が減少し、「不変」が増加、《下降》が横ばいの見通しである。



② 業種別

今期のD Iは「不動産業」がマイナス、それ以外の業種ではプラスであった。前期と比べて「不動産業」が下降し、それ以外の業種は上昇した。

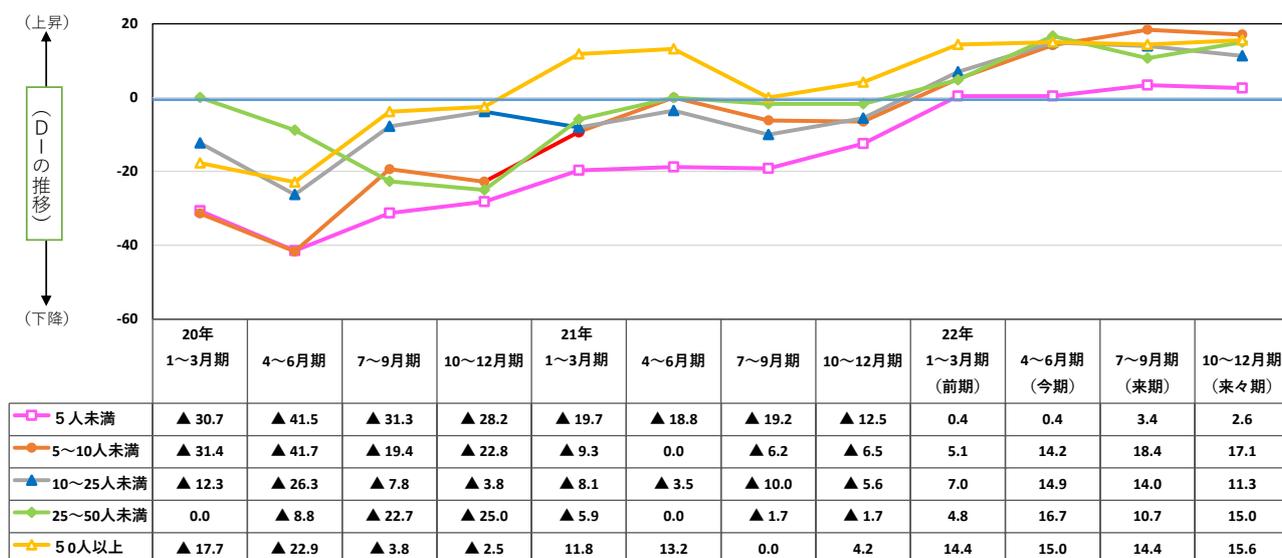
先行きをみると、来期は「卸売業」「小売業」「サービス業」で下降、それ以外の業種で上昇する見通し、来々期は「建設業」「不動産業」で横ばい、「卸売業」「サービス業」で下降、それ以外の業種で上昇する見通しである。



③ 規模別

今期のD Iはすべての規模でプラスであった。前期と比べて「5人未満」の規模で横ばい、それ以外の規模で上昇した。

先行きをみると、来期は「5人未満」「5~10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。

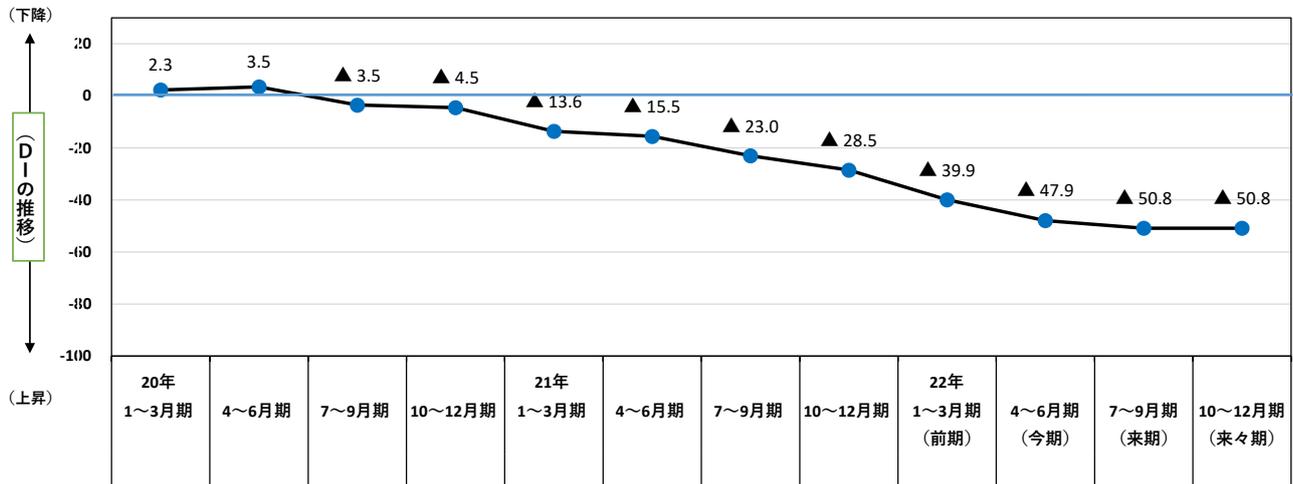


(7) 仕入価格 (単価)

① 全体

今期のD Iは「上昇」が「下降」を上回り▲47.9となり、前期と比べて8.0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。

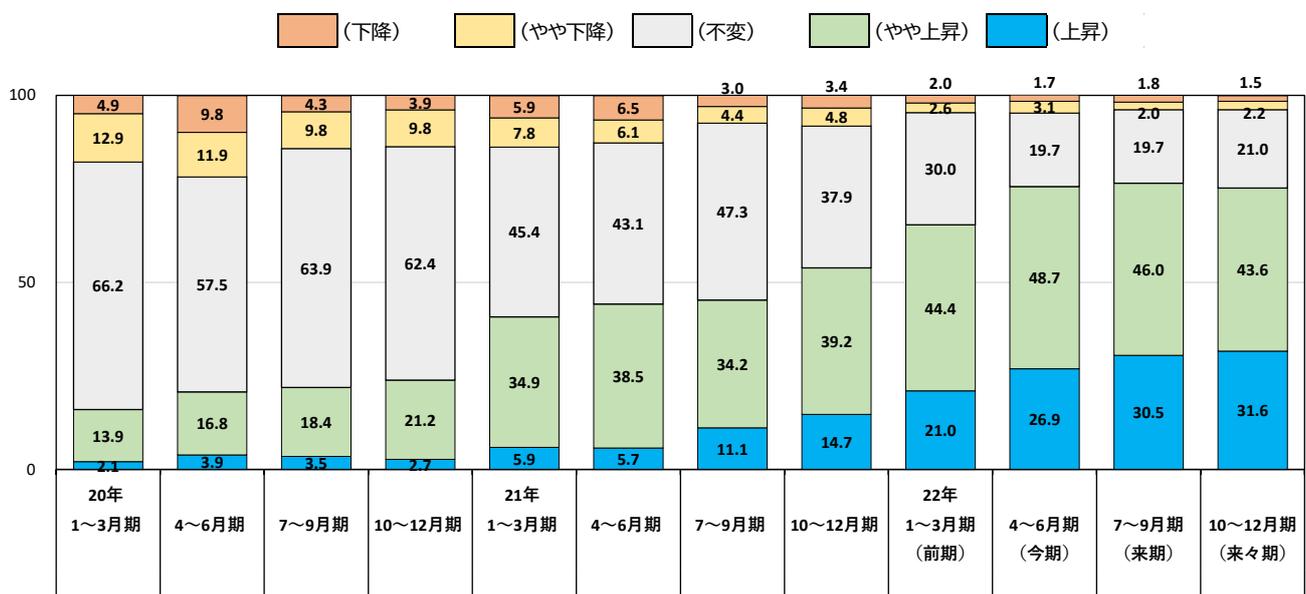
先行きをみると、来期は▲50.8と下降、来々期は▲50.8で横ばいの見通しである。



■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2割弱 (19.7%)、「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 (75.6%)であった。前期と比べて《上昇》が増加し、「不変」が減少した。

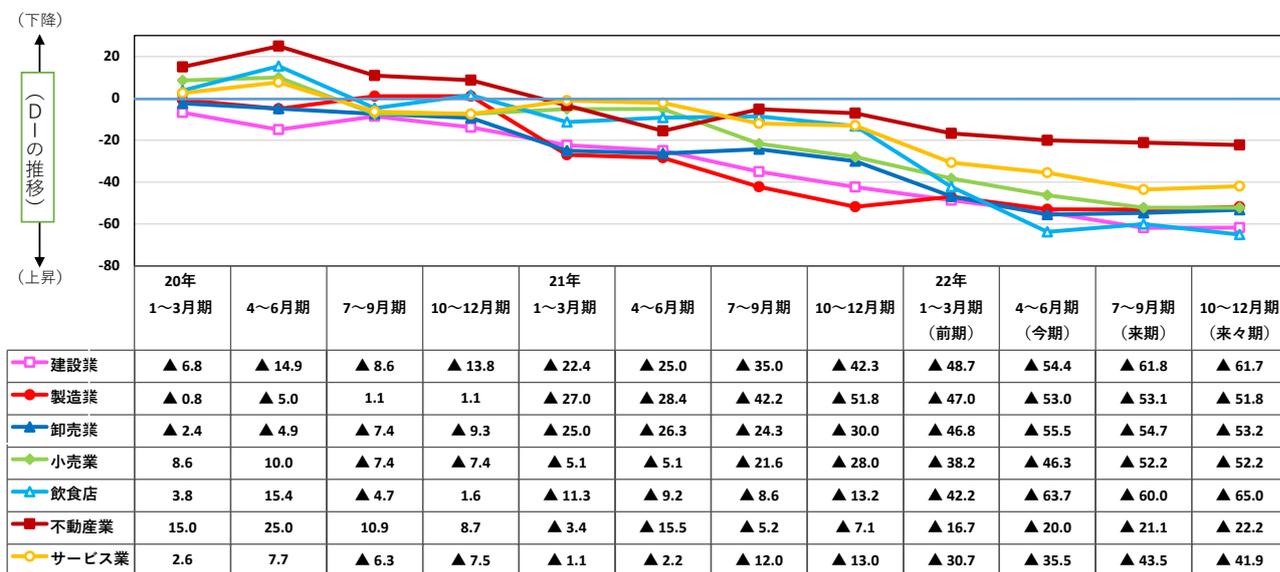
先行きをみると、来期は《上昇》《下降》「不変」ともほぼ横ばいの見通しである。来々期は「不変」は増加し、《上昇》は減少する見通しである。



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。

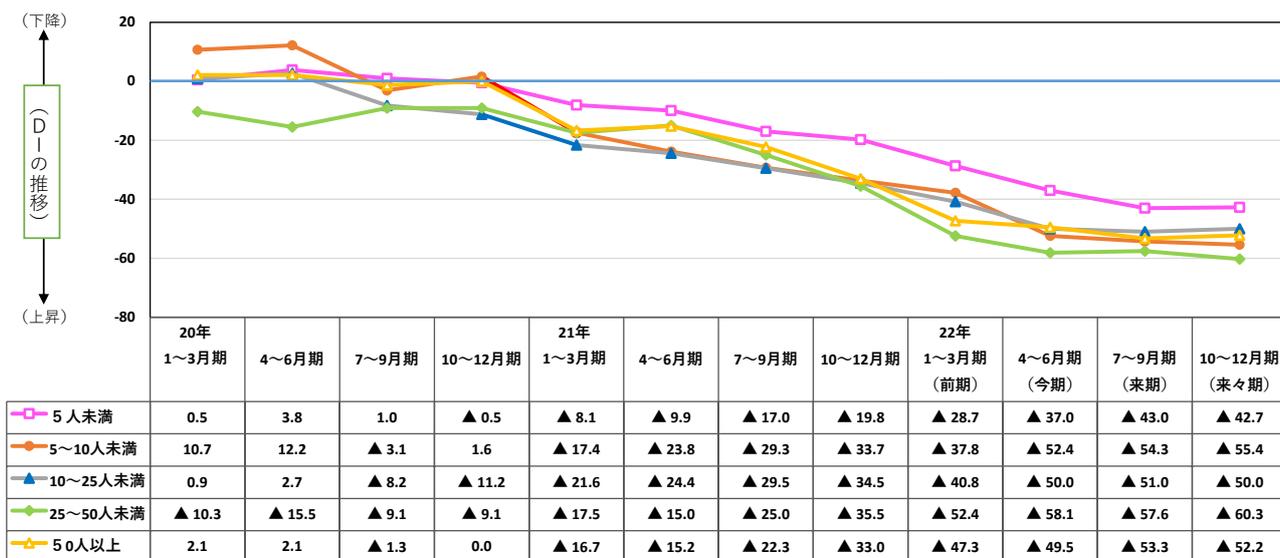
先行きをみると、来期は「卸売業」「飲食店」を除く業種で下降する見通し、来々期はほぼ横ばいのマイナス幅で推移する見通しである。



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」で上昇、それ以外の規模で下降する見通し、来々期はほぼ横ばいのマイナス幅で推移する見通しである。

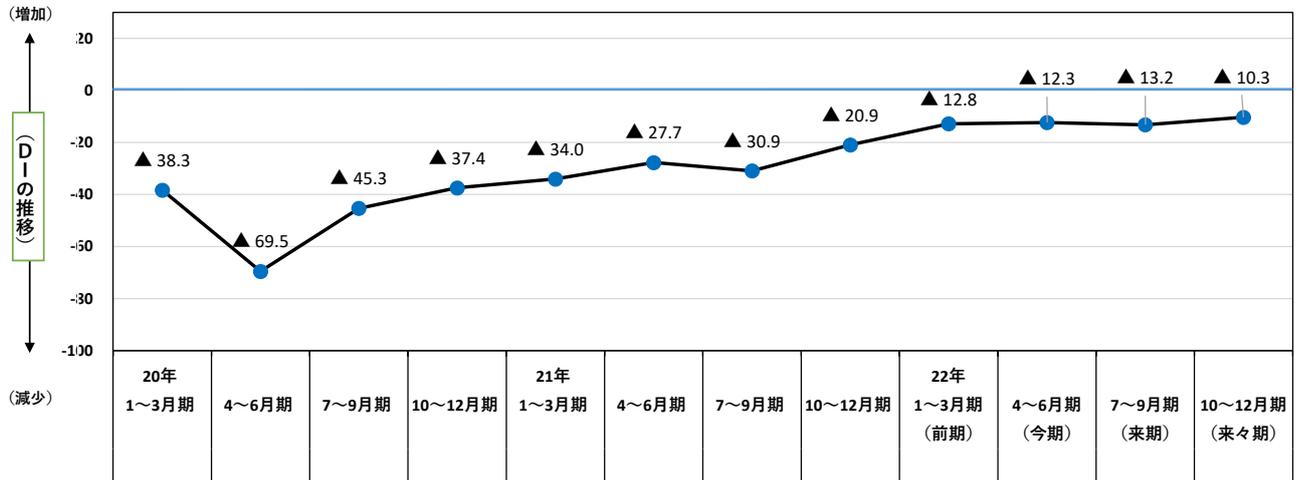


(8) 売上高

① 全体

今期のD Iは「減少」が「増加」を上回り▲12.3となり、前期と比べて0.5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。

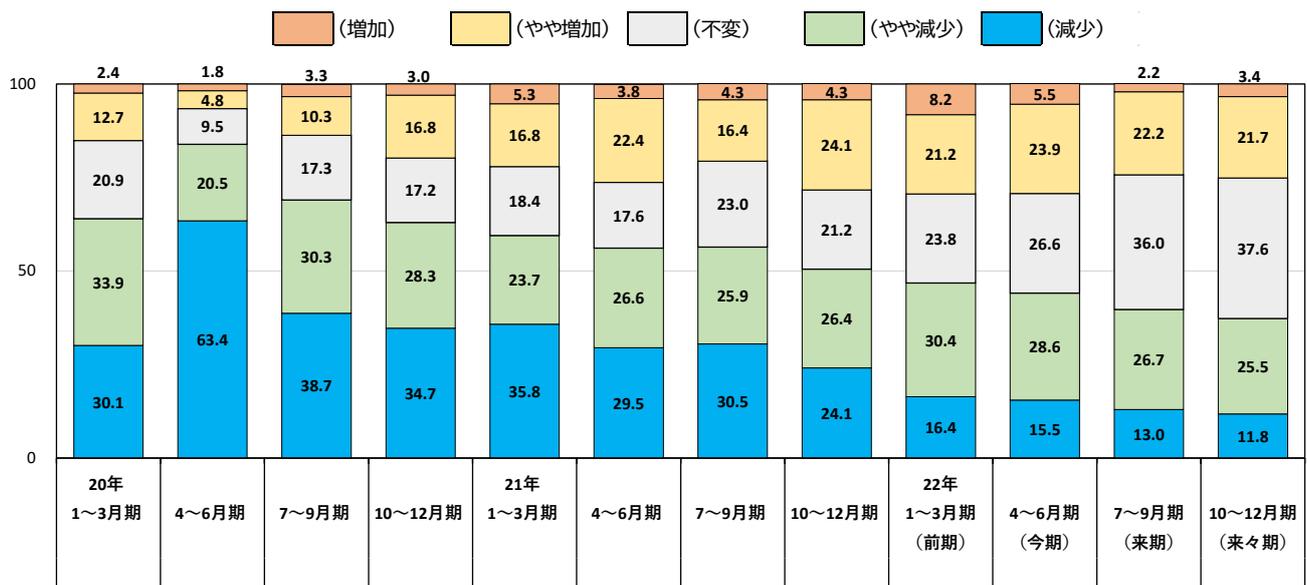
先行きをみると、来期は▲13.2と下降するが、来々期は▲10.3と上昇する見通しである。



■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4割台半ば近く(44.1%)、「増加」と「やや増加」をあわせた《増加》とみる事業所が3割弱(29.4%)、「不変」とみる事業所が2割台半ばを超え(26.6%)であった。前期と比べて「不変」が増加し、《減少》が減少した。

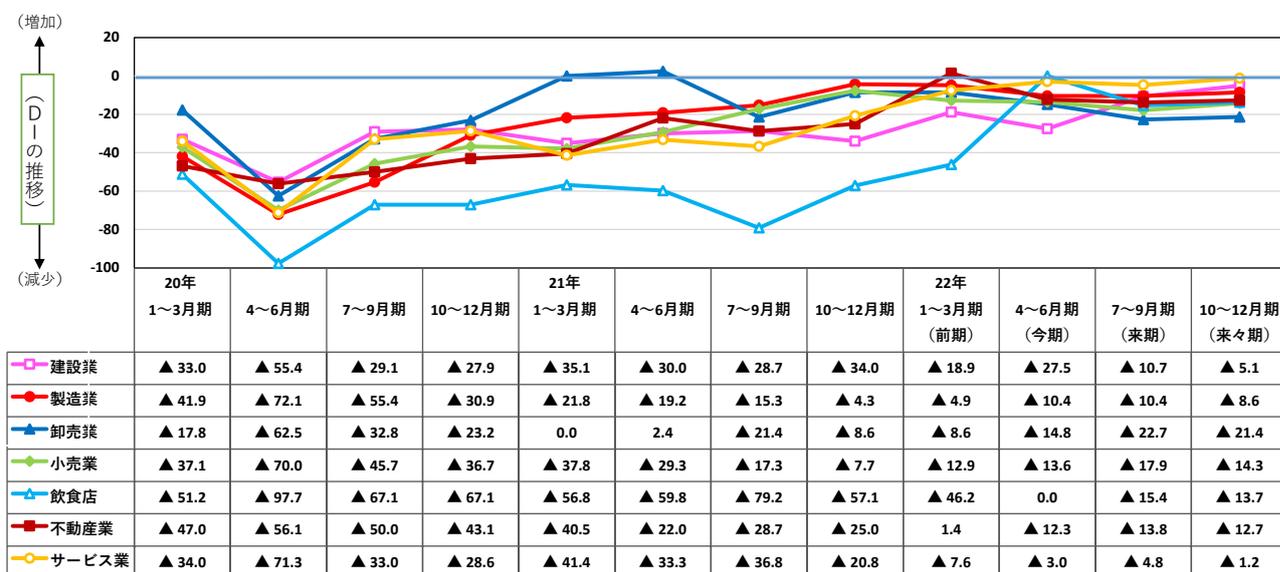
先行きをみると、来期は《増加》《減少》が減少し、「不変」が増加する見通し、来々期は「不変」《増加》が増加し、《減少》が減少する見通しである。



② 業種別

今期のD Iは「飲食店」を除くすべての業種でマイナスであった。前期と比べて「飲食店」「サービス業」で上昇、それ以外の業種で下降となった。

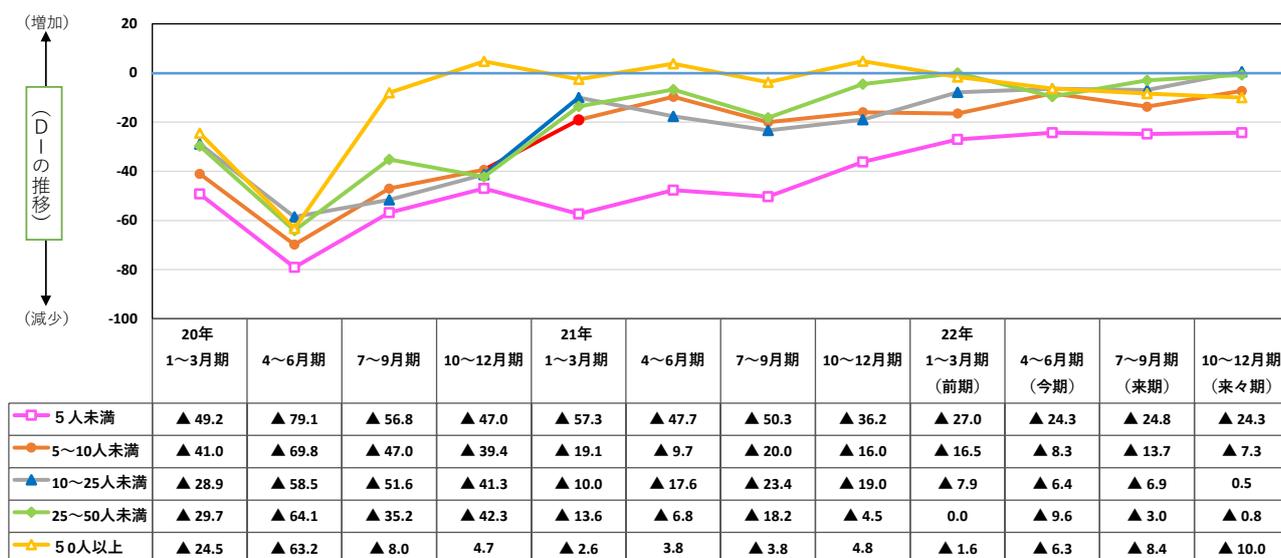
先行きをみると、来期は「建設業」で上昇、「製造業」で横ばい、それ以外の業種で下降する見通し、来々期はすべての業種で上昇する見通しである。



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「25~50人未満」「50人以上」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「25~50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「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。

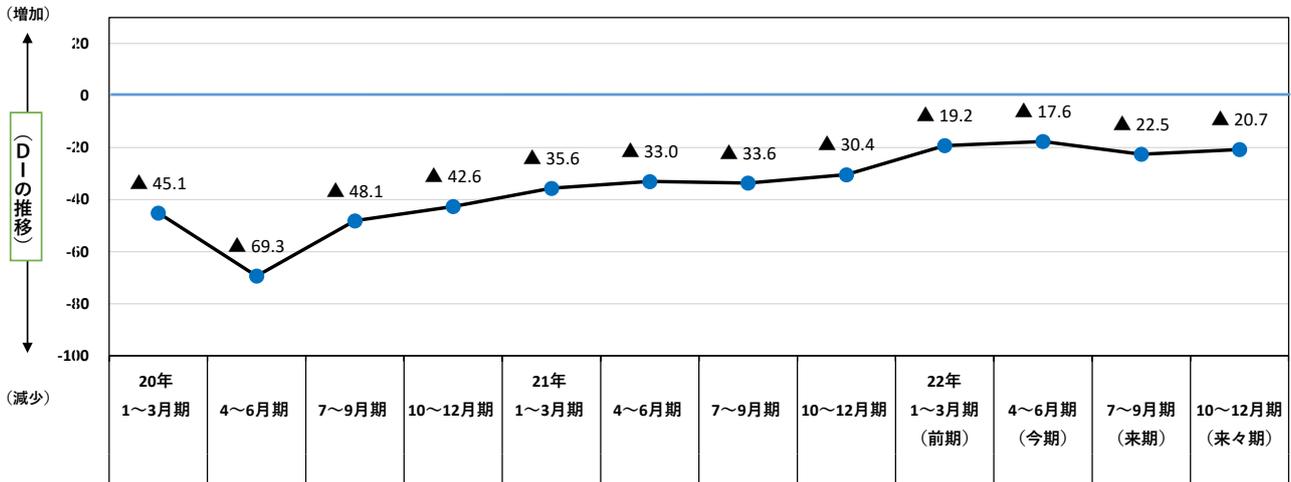


(9) 経常利益

① 全体

今期のD Iは「減少」が「増加」を上回り▲17.6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、前期、今期とも上昇した。

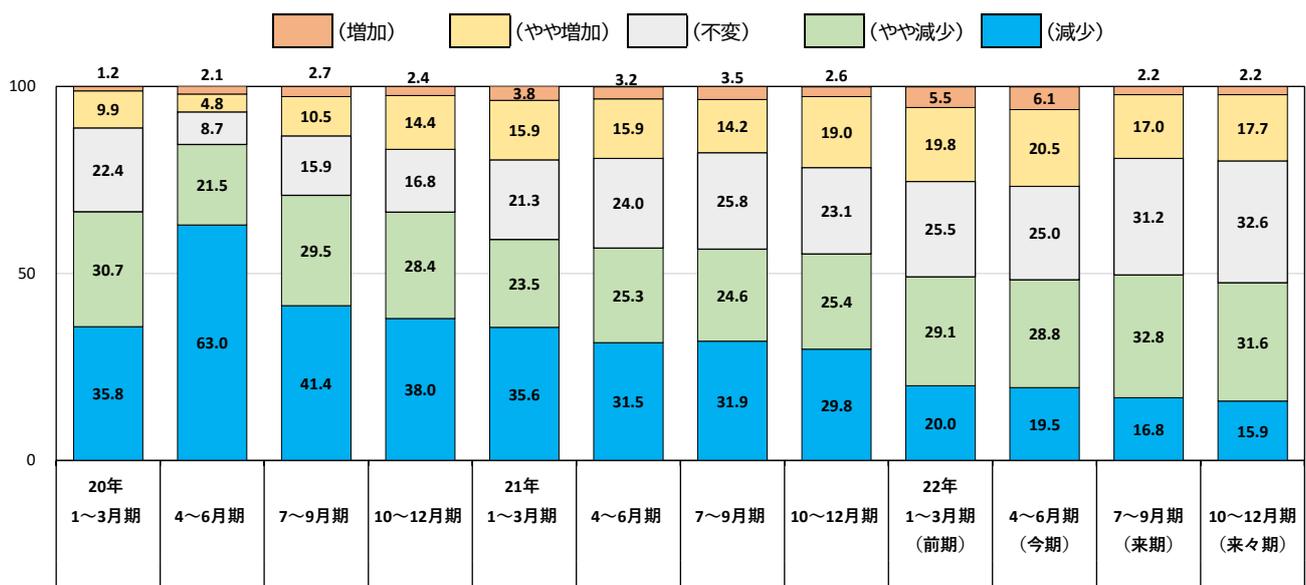
先行きをみると、来期は▲22.5と下降するが、来々期は▲20.7と上昇する見通しである。



■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5割近く(48.3%)、「不変」とみる事業所が2割台半ば(25.0%)、「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(26.6%)であった。前期と比べて《増加》が増加し「不変」《減少》が減少した。

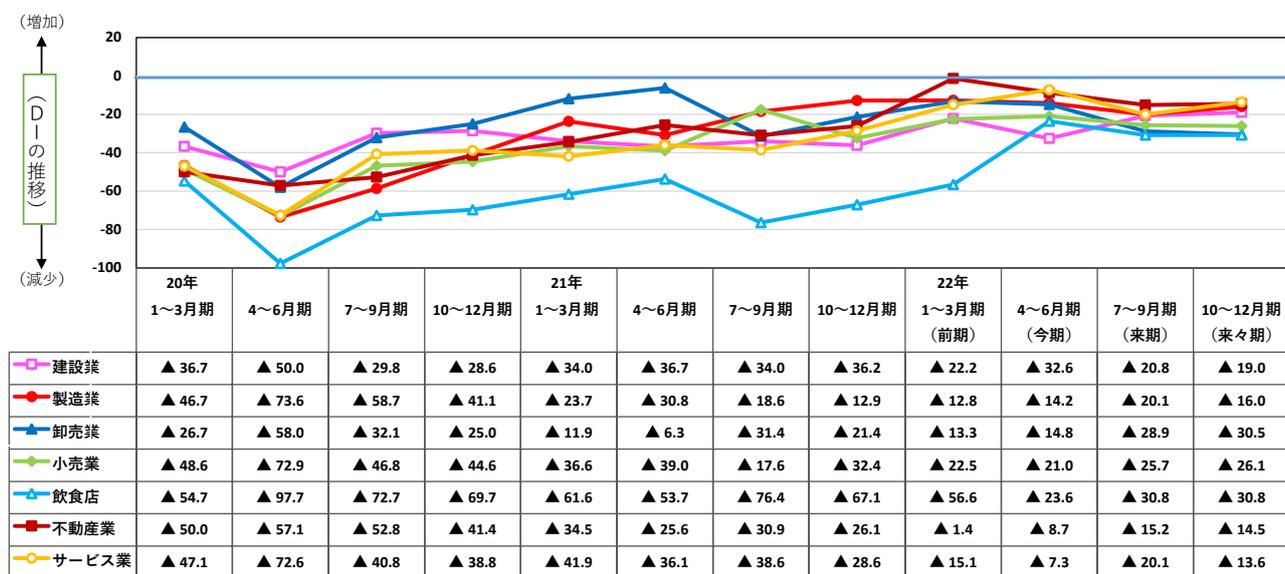
先行きをみると、来期は《増加》が減少し、「不変」《減少》が増加する見通し、来々期は「不変」《増加》が増加し、《減少》が減少する見通しである。



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」「製造業」「卸売業」「不動産業」で下降、それ以外の業種で上昇した。

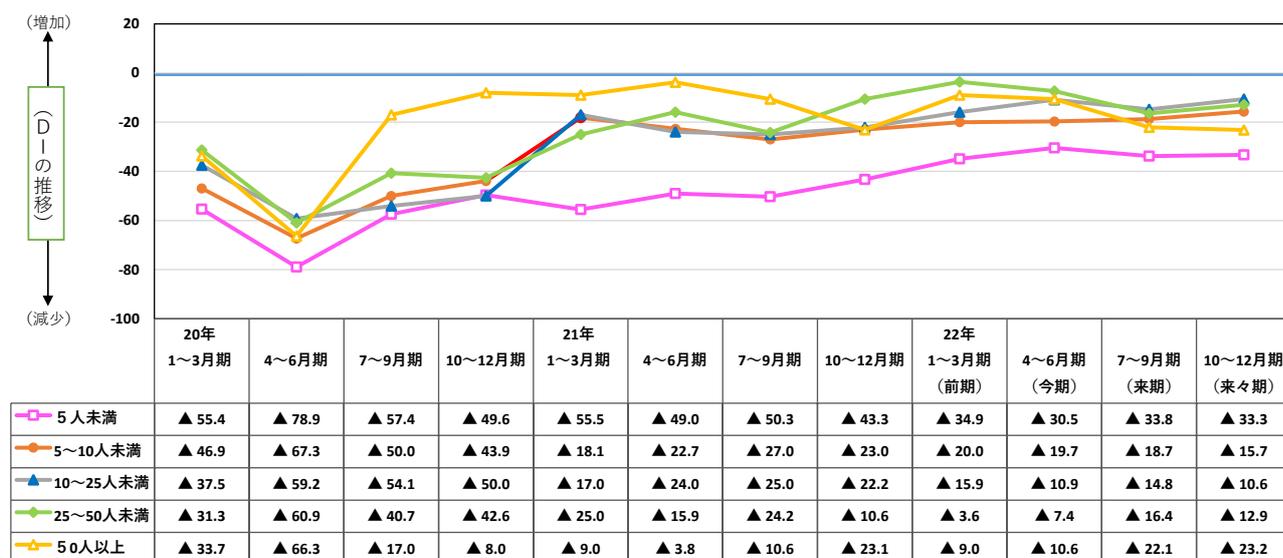
先行きをみると、来期は「建設業」で上昇、それ以外の業種で下降する見通し、来々期は「卸売業」「小売業」で下降、「飲食店」は横ばい、それ以外の業種で上昇する見通しである。



③ 規模別

今期のD Iはすべての規模でマイナスであった。前期と比べて「25~50人未満」「50人以上」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「5~10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「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。

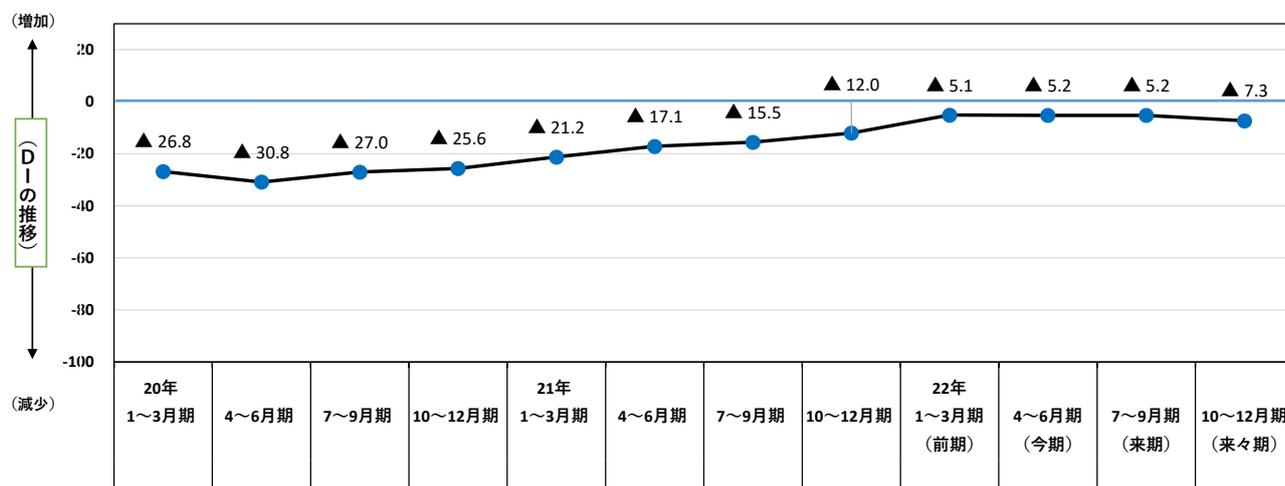


(10) 設備投資

① 全体

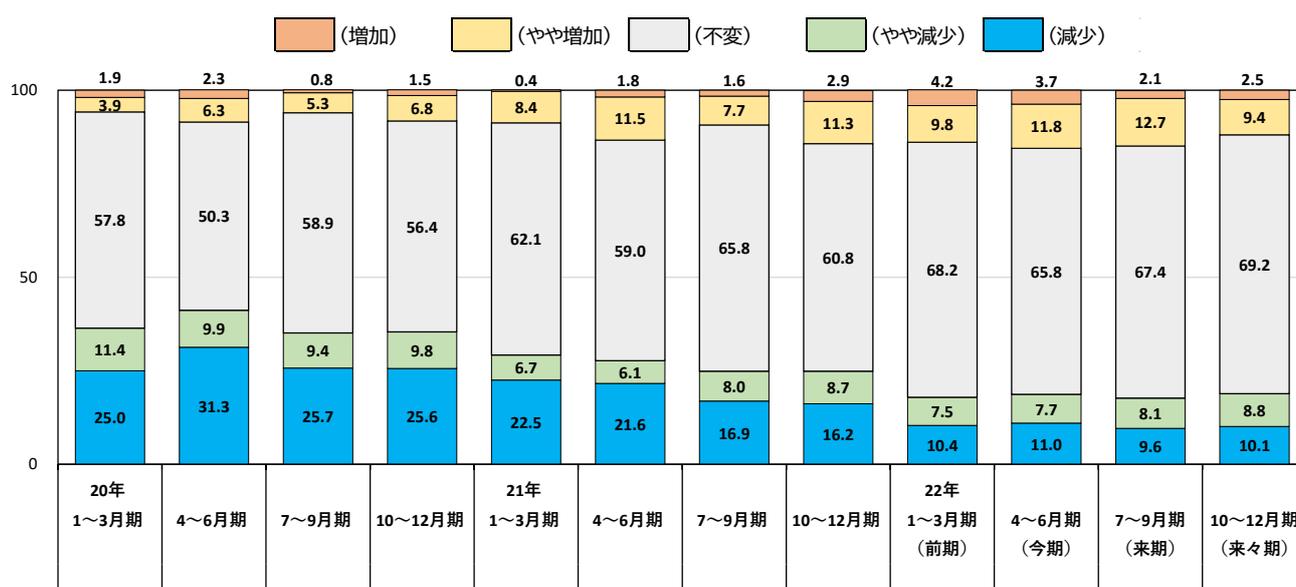
今期のD Iは「減少」が「増加」を上回り▲5.2となり、前期と比べて0.1ポイント下降した。前年同期と比べて、前期、今期とも上昇した。

先行きをみると、来期は▲5.2の横ばい、来々期は▲7.3と下降する見通しである。



■事業所の割合

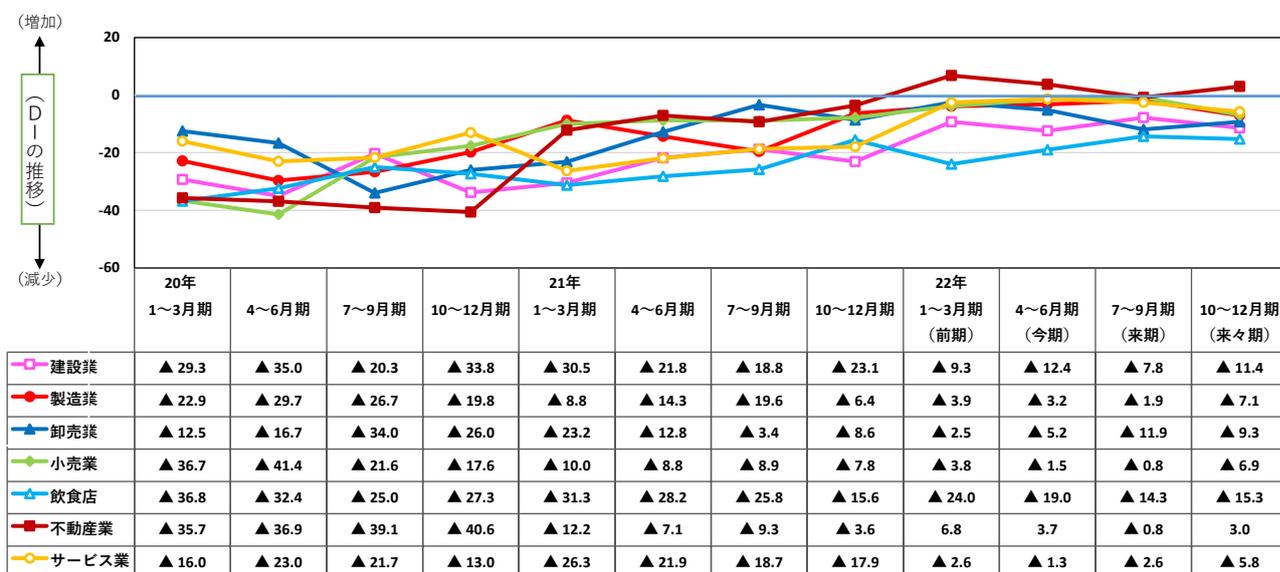
設備投資について、今期は「不変」とみる事業所が6割台半ば(65.8%)、「減少」と「やや減少」をあわせた《減少》とみる事業所が2割近く(18.7%)、「増加」と「やや増加」をあわせた《増加》とみる事業所は1割台半ば(15.5%)であった。前期と比べて《増加》《減少》が増加し、「不変」が減少した。来期は《増加》《減少》が減少し、「不変」が増加する見通し、来々期は「不変」《減少》が増加し、《増加》が減少する見通しである。



② 業種別

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

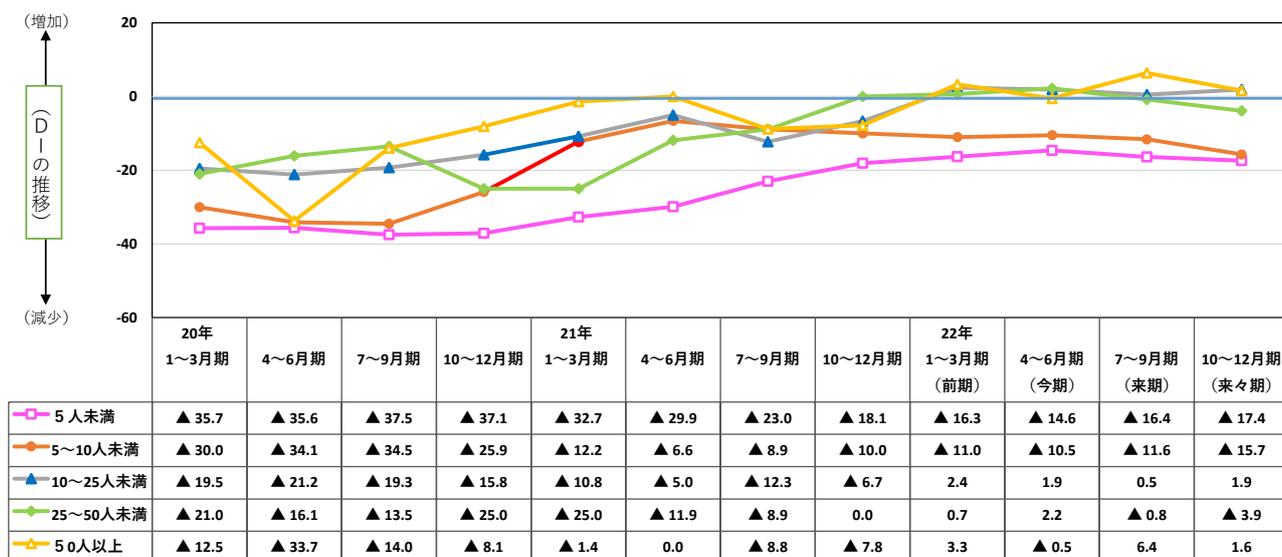
先行きをみると、来期は「卸売業」「不動産業」「サービス業」で下降、それ以外の業種で上昇する見通し、来々期は「卸売業」「不動産業」で上昇、それ以外の業種で下降する見通しである。



③ 規模別

今期のD Iは「10~25人未満」「25~50人未満」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」「50人以上」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「50人以上」で上昇、それ以外の規模で下降する見通し、来々期は「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

- ・建設資材の不足および価格高騰、納期の遅れ、長期化。
- ・工事案件の減少、人材（職人）不足。

◆「普通」と回答した事業者

- ・社会情勢に合わせて活動し、受注が安定している。
- ・コロナで延期となった工事が受注できてきている。

◆「良い」「やや良い」と回答した事業者

- ・ライフスタイルの変化によるリフォーム需要の増加。
- ・先送りになっていた案件の工事開始によるもの。

<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」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	同業者の数が増えているが、市の仕事が減少している。	●
2	仕事はあるが、人材や原価の高騰で利益が見込めない。	●
3	製品の値段が高騰していても価格転嫁することが難しく利益が上がらない。	●
4	材料が入ってこない。人が入ってこない。	●
5	公共工事の競争激化。	▲
6	技術者・技能者不足により、思うような入札参加が出来ない。	▲
7	材料の値上げに材料の納品の遅れで現場工事がストップ。	▲
8	上位（ゼネコン）等の単価が材料上昇に見合わない。	▲
9	コロナで工事の受注が減った。現場が減少した。	▲
10	半導体不足などによるメーカーの機器枯渇問題による影響を受けた。	▲
11	民間案件は、見積依頼が例年と比較して減少している。	▲
12	公共工事がメインであり、現時点では影響を受けていない。	□
13	インフラ設備の更新・点検・修繕工事が主であり堅調。	□
14	ライフスタイルの変化によりリフォーム需要の増加。	○
15	先送りとなっていた案件が実行となった。	○
16	公共事業の完成が集中したため。	○

②見通し

[見通しの概要]

◆「悪い」「やや悪い」と回答した事業者

- ・さらなる材料値上げ。
- ・資材高騰による工事の先延ばしの懸念。
- ・人手不足の加速。
- ・主要取引先の発注件数、発注額が回復していない。

◆「普通」と回答した事業者

- ・公共事業が予定通り受注できている。
- ・営業努力により受注件数を伸ばす見込み。

◆「良い」「やや良い」と回答した事業者

- ・コロナが少しずつ収まり、仕事が増えていくものと思われる。

<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」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	今後さらなる材料値上が続くため、きびしい状況が続く見込み。	●
2	人手不足の加速。特にメンテナンス業や屋外作業。廃業会社も多くなるのでは。	●
3	同業者の数が増えているが、市の仕事が減少。	●
4	主要取引先の発注件数、発注額が2年前から回復していない。	●
5	資材高騰で購入のタイミングを遅らせるのではないかと。	▲
6	コロナ禍、ウクライナ情勢、円安情勢等悪化材料が多く国内経済に与える影響大。	▲
7	ダンピングによる競争激化が見込まれる。	▲
8	購入商品の価格上昇に伴い、販売が純化し価格競争が起こるとみられる。	▲
9	モノ不足、原材料の高騰などで良いとは判断できない。	▲
10	仕入製品の値上がりによる利益の減少が継続すると思われる。	▲
11	継続して公共事業を受注できている。	□
12	資機材の値上がりは予想されるが、営業努力により受注件数を伸ばす見込み。	□
13	徐々に人流が回復するので、期待したい。	□
14	コロナが少しずつ収まり、仕事が増えていくものと思われる。	○

<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4~6月期」の判断、見通しは「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。「新型コロナウイルス感染症」は「コロナ」と略記。以下同様。

◇総合建設業（実績▲、見通し▲）

- ・法人向け、個人向け問わず幅広く手掛けている。また、公共工事も行っている。仕掛業務が相応にあるが、それ以降が不安。
- ・コロナ禍における生活様式の変化に対応できるスキルが必要と考えている。
- ・資材価格の高騰により、当初想定していた利幅が取れていない。また、品不足、資材納期遅延も深刻な問題で、作業工程に影響が出ている。
- ・発注側についても、設備投資を見送ったり、先送りしたりする先が出てきている。
- ・人手不足は深刻な問題であり、特に技術者等の不足により、入札参加に影響を及ぼしている。
- ・少子高齢化が加速していくなかで、高齢者向けのリフォーム事業にも力を入れていく。

◇鋼構造物工事業（実績○、見通し▲）

- ・建築資材や燃料代の高騰に大きく影響を受けている。価格転嫁については、6割程度できているものの、同業他社との競争もあり十分ではない。
- ・今後も価格転嫁の交渉をしつつ、仕入先についても見直し等を検討していく予定。
- ・コロナの影響により工事が先送りになっていたものが、今期完成したため比較的堅調だった。
- ・受注件数が、例年と比較して少ない。特に主要先からの発注が回復していない。
- ・コロナ禍で停滞していた社会活動が、依然として回復していない。
- ・急激な資材の高騰に対しては、何らかの対策を施して欲しい。

【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

- ・原材料や部材仕入値上昇による収益への影響。
- ・中国ロックダウンによる物流停止。
- ・半導体等資材不足によりサプライチェーンが毀損。

◆「普通」と回答した事業者

- ・好調部門があったため、利益確保ができた。
- ・社内生産効率改善に取り組んでいる状況。

◆「良い」「やや良い」と回答した事業者

- ・生産は若干落ち込んだものの、販売単価が高騰により売上増。
- ・コロナが落ち着き、受注が戻ってきた。

<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	電子部品（特に海外製の半導体）の入手難から製品の製造が困難であった。	●
2	半導体他部品不足により、サプライチェーンが毀損。	●
3	中国ロックダウンによる物流停止。	●
4	原材料価格の高騰、物流コストの上昇。	●
5	コロナ禍での営業活動自粛による影響（製品の宣伝が全くできない）。	▲
6	原材料・仕入高による利益減少。売価に転嫁が難しい。	▲
7	インバウンド需要の低下。	▲
8	為替を含む原材料価格の上昇。	▲
9	地金の高騰、円安、ウクライナ情勢。	▲
10	公共事業が下がっている。民間事業は価格競合がある。原材料の高騰。	▲
11	材料単価の上昇が製造コストのアップとなっているが、製品の値上がりが充分でない。	▲
12	マンション需要の活発化で、今までは良かった。	□
13	原材料値上げが続く中、社内生産効率改善に取り組み乗り越えている状況。	□
14	住宅部品関連が多く季節要因以外例年とほぼ変化無し。	□
15	原油価格の高騰及び円安の影響から、材料等の価格が高騰。	□
16	製造に必要な材料が手に入りにくいという状況が続いている。	□
17	コロナ影響により生産は若干落ち込んだものの、販売単価が高騰により売上増。	○
18	コロナが落ち着き、受注が戻ってきた。	○

②見通し

[見通しの概要]

◆「悪い」「やや悪い」と回答した事業者

- ・原材料価格高騰より価格転嫁するも、販売数量減少が懸念される。
- ・先行きの不透明感から、回復が見込めない。
- ・海外情勢を背景にした資源不足、原材料価格高騰。

◆「普通」と回答した事業者

- ・原材料高騰分を、価格転嫁する予定。
- ・資材・部品不足が徐々に解消してくると予想。

◆「良い」「やや良い」と回答した事業者

- ・新規事業立ち上げによるもの。
- ・すでに受注済みの案件で、当面の間対応。
- ・販売単価下落するものの、前年を上回る売り上げを見込んでいる。

<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	為替を含む原材料価格の上昇。	●
2	原材料価格の高止まり、同業他社との競争激化。	●
3	ウクライナ政情不安を背景にした資源不足、原料価格高騰により見通しは悪い。	●
4	仕入価格の上昇。販売数量減少。	▲
5	先行きの不透明感から期待できない。	▲
6	原材料に加え、電気料金UPが更に厳しい。	▲
7	海外からの部材仕入が多く、円安のあおりを受けている。	▲
8	物価上昇による消費動向が不透明。	▲
9	今後材料・部品の品薄、価格高騰が大きな問題となる。	▲
10	製造数量の大きな変動が無いため。	□
11	厳しい状況下で、現在の生産状況が維持できるように策を講じているため。	□
12	原材料高騰分を価格転嫁する。	□
13	電子部品の入手難が徐々に回復してくると予想。	□
14	少しずつ新しい案件が増えている。	○
15	販売単価は下落を見込んでいるが、前年・予算を上回る見通し。	○
16	新規事業立ち上げにより、良くなる見通し。	○

＜製造業におけるヒアリング調査結果＞

◇通信機器製造(実績▲、見通し▲)

- ・通信業界は、比較的堅調に推移しているものの、原材料・部品の品薄や価格高騰が出てきており、厳しい状況が続く見込み。
- ・原材料のほとんどが海外から調達しており、円安の影響も受けている。
- ・半導体の不足も相変わらず続いており、さらに長引くようであれば、生産計画に影響が出てくると思われる。
- ・従業員のコロナ感染防止、特にクラスターが発生しないように注意を払っている。
- ・今般の、原材料高騰に対して期待する公的支援策については、国内の中小製造部品メーカーの事業継続のために支援を強化してほしい。

◇情報・通信機器製造・販売（実績■、見通し□）

- ・実績としては、半導体を中心とした電子部品の入手難から製品の製造が困難であったことから低調だった。
- ・今後は、電子部品の入手難が徐々に回復してくるとおもわれるが、海外中心であった仕入先を国内に変更可能か検討している。
- ・原油、原材料高騰に対し、資材の調達および製造において厳しい状況。
- ・アメリカや中国にも製品を輸出しており、米中関係や、アジア諸国の動きなど地政学リスクは、輸出に影響を及ぼす。

【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利幅減。販売価格に転嫁できていない。
- ・物価上昇による消費マインドの低迷。
- ・コロナの影響及び国内外の人流不足。

◆「普通」と回答した事業者

- ・生活必需品が主力商品のため、大きな変化はなかった。
- ・価格は上昇傾向だが商品供給が追いつかないことがあった。

◆「良い」「やや良い」と回答した事業者

- ・コロナの反動需要が続いている。
- ・大手からの注文が回復した。

<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	昨年と比べて、仕入れ価格の高騰など利益が薄い。	●
2	栽培経費及び物流費の高騰により仕入価格上昇。販売単価に転換出来ず。	●
3	コロナによりリアル店舗への客数が激減したため。	●
4	コロナによるオフィス需要の低下。	●
5	取引商品の納期遅延。	▲
6	コロナ禍による販売数の減少を販売単価の増額では、補いきれていない。	▲
7	食品、日用品の値上げにより、主力商品（サプリメント）の販売不振。	▲
8	インバウンドによる消費がなくなった。	▲
9	物資不足や価格高騰による値上げが買い控えにつながる。	▲
10	巣ごもり需要が減少したため。	▲
11	半導体不足の影響による一部機器の入荷遅延、コロナによる工事中止・延期等。	▲
12	物価上昇による消費者マインドの悪化、景気の良さを感じられなかった。	▲
13	薬価改定に伴うメーカーからの仕切価上昇。包装薬価の下げに伴う資金減少。	▲
14	仕入価格上昇に対して、顧客の理解により販売価格改定に応じてもらっている。	□
15	販売単価上昇。	○
16	コロナが落ち着き、人手が増えたことで、外食をする機会が増えたと考える。	○
17	新車受注好調継続および中古車販売価格の上昇。	◎
18	世界的な原材料の不足により、当社の在庫を調達する顧客の増加。	◎

②見通し

〔見通しの概要〕

◆「悪い」「やや悪い」と回答した事業者

- ・原材料高騰による仕入れ額増加、人件費高騰。
- ・半導体不足とコロナによる工事中止・延期等。
- ・景気の先行き不透明化。

◆「普通」と回答した事業者

- ・需要減少もいったん落ち着くと見ている。
- ・値上げにより、販売数量がどうなるかが不安材料。

◆「良い」「やや良い」と回答した事業者

- ・取引先との値上げ交渉。

＜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	今後も通販にお客が流れてしまうため。	●
2	しばらくの間、オフィス回帰が見られないため。	●
3	原材料費の高騰による仕入れ額の増加、賃上げアップの気運による人件費の高騰。	●
4	半導体不足とコロナによる工事中止・延期等がいつまで続くのか不透明。	●
5	仕入価格の高騰分の販売価格への転嫁とそれに伴い、外食需要の減退のおそれ。	▲
6	薬価改定に伴うメーカーからの仕切値上昇。包装薬価の下げに伴う資金減少。	▲
7	原材料価格と木材不足が影響。	▲
8	景気動向の不透明感により、先行きが見えづらく明確な判断が付き難い。	▲
9	仕入価格が高騰すると、消費、又は値引交渉により利益が下がると予想。	▲
10	需要減少もいったん落ち着くと見ているため。	□
11	天気によって左右されるので中々見通しが見つからない。	□
12	値上げにより、販売数量がどうなるかが不安材料。	□
13	メーカーの安定供給と納期が徐々に回復すれば、売上も落ち着いてくる見通し。	□
14	取引先との値上げ交渉や広告宣伝に力を入れ、主力商品を中心に売上を伸ばす。	○

＜卸売業におけるヒアリング調査結果＞

◇水産加工品卸売業(実績○、見通し□)

- ・まん延防止等重点措置が解除されて、以前より外食をする機会が増えたことで、注文量がやや増加してきている。
- ・個人向けに、インターネット販売の充実を図っている。
- ・鮮魚の仕入価格や冷凍庫、冷蔵庫などの設備等にかかる電気代、輸送コストなどが大幅に上昇している。ある程度、販売価格に転嫁できているが、消費者の購入価格に跳ね返っているため、買い控えを懸念している。
- ・海外（中国など）からも商品を輸入しているため、コロナに加え、海外情勢（アジア、中国）にはアンテナを高くしている。
- ・コロナや、原材料価格上昇に対しては、公的支援策も期待しているが、税制改革に目を向けて欲しい。公平感のある支援事業を期待している。

◇農産物卸売業(実績●、見通し▲)

- ・農産物および農産物加工品卸売をメインに、商品開発、農産物の生産も一部行っている。
- ・現状、農家の栽培にかかる経費（肥料・燃料など）負担や物流費の上昇により、仕入価格が高騰している。しかしながら販売単価に転換は一部しか出来ていないのが現状であります。
- ・販売価格への転嫁には時間を要するため、当面利益はあまり期待できない。
- ・今後さらに栽培原価が上昇した場合、離農が加速していくのではないかと懸念している。
- ・生産者（特に個人農家）への公的支援を期待している。（商品価格の抑制、離農者の抑制）

【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

- ・仕入価格の急激な上昇により、販売価格への転嫁が追い付かない。
- ・コロナや価格高騰による買い控えの影響が続いている。
- ・工場の稼働停止や半導体等の部材不足により、商品が入荷されない。

◆「普通」と回答した事業者

- ・資材等の高騰。価格転嫁の限界。

◆「良い」「やや良い」と回答した事業者

- ・新商品の開発。新規開拓、新店舗の開設。

<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	原価価格の急な上昇により、販売価格へのマージンの転嫁が追い付かないため。	●
2	円安と原油高による仕入価格上昇。	●
3	コロナや価格高騰からくる買い控え。	●
4	店舗閉店による売上高減少。取引手数料等の減額。	●
5	コロナ以前と比較して、手元資金が徐々に減少している。	●
6	コロナ影響はやや改善もレジャーホテル利用、客足もどらず、実績は前年割れ。	▲
7	ガソリン販売数量の減少。	▲
8	材料高騰により利益率悪化。価格転嫁できていない。	▲
9	昨年度のコロナ禍においての売上が増えた為に、反動が大きかった。	▲
10	コロナにおける上海ロックダウン等による工場停止のため。	▲
11	工場稼働停止や半導体不足等により、需要に対して供給が圧倒的に少ない。	▲
12	コロナ巣ごもりの縮小による別需要への方向変化。	▲
13	コロナの為の行事等の実施中止。	▲
14	材料費、人件費の高騰。	▲
15	新車納期遅れの為、中古車不足で仕入価格上昇のため、仕入れが困難。	▲
16	ビルのテナント料が減少。	▲
17	資材等の仕入値高騰。価格転嫁するのも限度がある、利益は薄くなる。	□
18	輸入品が入らない。半導体・モニター不足により受注しても売上が立たない。	□
19	販売単価の低下。販売件数の減少。	□
20	原材料高騰による価格転嫁の為、売上高、売上総利益の数字は改善傾向にある。	□
21	薬価改正、技術料の下げ(調剤報酬)。	□
22	生産の減少により価格高騰。	○
23	新商品・新規開拓に力をそそいだため。新規店舗の開設	○

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。
- ・新展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	円安・価格転嫁困難。	●
2	物価上昇による販売価格の高騰からくる買い控え。	●
3	新店開店などのプラス要素の話し合いが出てこない。	●
4	コロナ特需の反動減。2023年3月まで続く。	●
5	今後も原材料の上昇が進んでいくにともない、現状より悪くなると予測。	▲
6	廃プラ法案、人員不足、商品欠品、仕入れ価格上昇など(宿泊業界)	▲
7	円高・世界情勢などによる原材料の高騰が長く続き、まだまだ時間がかかる。	▲
8	売り上げ減少、仕入れ価格高騰	▲
9	コロナ巣ごもりの縮小による別需要への方向変化。	▲
10	仕入先の変更により改善を図る。新規販売先の開拓。	□
11	物流、輸送等コスト増による商品代金の高騰での買い控え。	□
12	主として衛生用品を販売。コロナに対する国民の意識に左右されやすい。	□
13	コロナ禍を経験し新しい生活様式に対応するマーケティングを考えています。	□
14	コロナ、ウクライナと続き商品送料の値上げが大きい。	○
15	新規店舗の開設。	○
16	できる範囲内での仕事を受け、強みを生かしてもっと独自性を出して行く。	○

＜小売業におけるヒアリング調査結果＞

◇生花販売業(実績□、見通し□)

- ・コロナの影響を受けており、売上は前年からあまり伸びていない。終息を期待している。
- ・生活必需品の価格が高騰するなかで、生花に対する購買意欲低下を心配している。
- ・イベントなどによる需要も減少。
- ・原油価格高騰により輸送費などが上昇、価格転嫁することで、売上の減少を懸念している。
- ・最近の天候不順により、花卉の生育に影響が出ている。価格高騰や、仕入れ先を変更したりしている。
- ・スーパーやホームセンターなどとの価格競争では、厳しい状況。サービス面など差別化を検討している。

◇ガソリンスタンド(実績●、見通し●)

- ・原油価格の急激な上昇により、販売価格への転嫁が追い付いていない。
- ・為替の影響も受け、円安になると仕入価格に影響している。
- ・コロナ禍において、外出自粛などの影響を受け、販売量が減少。その後外出自粛が解消されてきたもののガソリン価格高騰により、車の運転を控える動きが一部にみられる。
- ・現在のコロナ支援金は売上ベースとなっているので、現在の原油価格上昇で売上は上がっているものの、利益は出ていない状況となっている。元売りへの補助金ではなく、販売店への支援も検討してほしい。飲食店への補助金とかなりの差を感じている。
- ・消費者はガソリン価格に敏感で、他店と比較されやすい。当然価格の低いところへ流れてしまうので、価格転嫁が難しく、利益が出ない状況が続いている。
- ・危険物を扱っているので、設備投資も高額になるため、支援金など検討してほしい。

【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

- ・原材料高騰に対し販売価格は上げられない。
- ・在宅勤務による影響が出ている。（ランチ需要、団体客の減少。）
- ・コロナ禍における外食離れ。

◆「普通」と回答した事業者

- ・人の動きがよくなり、客足が回復傾向にあるが、まだ良いとは言えない。
- ・客数増加するも、仕入価格上昇しているため。

◆「やや良い」と回答した事業者

- ・テイクアウト、デリバリー利用者の増加。
- ・コロナ前には届かないものの、増加傾向にある。

<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	飲食店の営業が出来ず売上マイナス。	●
2	客足が伸びない。仕入価格が上がっているものの、転嫁できない。	●
3	消費者の外食離れの影響。	●
4	宴会等の予約がすべてキャンセルとなり、売上が立たない。	●
5	客足が依然として戻ってこない。さらに原材料の上昇が響く。	●
6	まん延防止等重点措置が解除後営業を再開したが、客足は戻ってこない。	▲
7	団体のお客様が激減したことから売上が上がらない。	▲
8	価格の上昇に伴い、消費者の購買意欲が低下したため。	▲
9	原材料・仕入価格が上昇したが、販売価格の値上げは困難である。	▲
10	コロナウイルスの行動規制の有無や世論による影響を受け増減。	▲
11	会社員の昼利用が減少。複数人での来店が減り、1人客がほとんど。	▲
12	在宅勤務の影響。	▲
13	客数は増加傾向にあるが、仕入価格上昇の影響を受ける。	□
14	コロナ禍において、以前と比べると売上が上昇している。	○
15	テイクアウト、デリバリー利用者の増加、店内（テラス含む）利用者の増加。	◎

②見通し

〔見通しの概要〕

◆「悪い」「やや悪い」と回答した事業者

- ・今後更に単価の上昇が考えられる為。
- ・宴会等の団体での利用は、未だに慎重な動き。
- ・今年いっぱい景気は戻らないと感じる。

◆「普通」と回答した事業者

- ・徐々に客足が戻ってきている。
- ・外食を控えることが習慣化しているのでは。
- ・今後のコロナ次第ではあるが、人手不足が再燃してきている。

◆「良い」「やや良い」と回答した事業者

- ・家族や会社等による団体利用を見込んでいる。
- ・材料高騰により値上げを検討。来店客減少を懸念。

<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	今年いっぱい景気は戻らないと感じる。	●
2	団体での利用については未だに慎重な動きなので、今後の宴会等の利用に期待。	●
3	依然としてコロナで客足の戻りが見えない。	●
4	今後更に単価の上昇が考えられるため、景気が悪くなると思う。	●
5	会社関係の戻りが少ない。少しずつでも戻って来れば何とか営業していけそう。	▲
6	物価の上昇等先行きが見えないなか、外食等は控えるのではないかと。	▲
7	原材料・仕入価格・電力・ガス等々の上昇が見通せない。	▲
8	感染者が減っても、顧客が従来通りの水準に戻るには時間を要するのでは。	▲
9	仕入価格は上がっているが、会社員の給料が上がってないので値上げしづらい。	▲
10	これからの感染者数によりどうなるか分からない。	▲
11	気候変動、コロナ後による生活変化等見通せない。	▲
12	コロナが少し落ち着き徐々に客足が戻ってきた。	□
13	コロナ禍の習慣が身に付き、外食を控えるようになっているのでは。	□
14	コロナの落ち着き次第ではあるが、人手不足が再燃してきている。	□
15	店舗装飾の変更などの努力により、来客数が増えてきております。	○
16	今後、家族での集まりや会社等の団体利用増加を見込んでいる。	○
17	材料の高騰で値上げを検討しているが、来店客減少を懸念している。	○

＜飲食店におけるヒアリング調査結果＞

◇蕎麦屋(実績□、見通し○)

- ・コロナ禍における営業自粛や、時短営業の影響からか、まん延防止等重点措置解除後も、客足はあまり伸びていない。各家庭での食事が多くなっているのではないか。
- ・飲食店なので、コロナ感染防止対策も重要。経費負担厳しい。
- ・原材料価格は上昇しているものの、販売価格への転嫁は難しい。同業他社との競争や、値上げによる客数減少を心配している。
- ・原材料以外に、光熱費（電気、ガス）の上昇も、利益を圧迫している。

◇レストラン(実績●、見通●)

- ・親睦会などの宴会が全くなり、売上が大きく減少。
- ・宴会開催に慎重な声も聞かれるが、今後増えていくことを期待している。
- ・材料費や電気代が高騰している中で、販売価格へ転嫁したいが、周辺の飲食店との競争が激しく、難しい。
- ・テイクアウト（弁当など）により売上増加を見込むものの、利幅は減少している。

【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

- ・コロナによるテナントの撤退。
- ・コロナによる客数の減少。
- ・物件価格の上昇と物件数の減少。

◆「普通」と回答した事業者

- ・すぐに景気に左右される業種ではないため。
- ・コロナの影響により、都内から埼玉へ移住する人が増加し、賃料が上昇。
- ・仕入不足のため、販売が増えない。

◆「良い」「やや良い」と回答した事業者

- ・仲介物件の単価が上昇し、売上が増加した。
- ・コロナの影響は不動産業においてはそれほど大きくない。

<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	テナント（飲食店）の撤退。	▲
2	新型コロナウイルス感染症による客数の減少。	▲
3	物件価格上昇と物件数の減少。	▲
4	商業施設利用者向けの売上がコロナ以後完全には回復しないこと。	▲
5	仕入れ単価の上昇があったが、売上単価は据え置き。	▲
6	決まっている賃貸物件なので安定している。	□
7	仕入不足の為、販売が増えない。	□
8	コロナ禍でも事業清算や店舗撤退等の話はなく、家賃等も遅滞なく入金された。	□
9	毎月固定の賃料が入ってくるだけなので、基本的に変わらない。	□
10	テナント入居率が維持できているため。	□
11	すぐに景気に左右される業種ではないため。	□
12	仲介契約の減少・商品の老朽化。	□
13	新型コロナの影響により、都内から埼玉に住み替える人が増え、家賃上昇。	□
14	土地の決済があったため売上が上がった。	○
15	仲介物件の単価が上昇し売上増加した。	○
16	コロナの影響は不動産業においてはそれほど大きくない。	○

②見通し

〔見通しの概要〕

◆「悪い」「やや悪い」と回答した事業者

- ・エンドユーザーの購入意欲が薄く、厳しさが感じられる。
- ・今後も原価上昇が続き、価格転嫁が必要な状況。
- ・仕入（在庫）の不足が影響している。

◆「普通」と回答した事業者

- ・毎月固定の賃料が入ってくる。
- ・テナントの入居率が維持できる見込み。
- ・コロナの影響がどの程度出るか不明。

◆「良い」「やや良い」と回答した事業者

- ・仲介物件の上昇が見込まれる。

<不動産における景気判断(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)	景気判断
1	物価の上昇により、見通しが暗くなって予測出来ない。	●
2	テナント(飲食店)の撤退。	▲
3	仕入れ価格の上昇。	▲
4	今後も原価上昇が続き、価格転嫁が必要な状況。	▲
5	エンドユーザーの購入意欲が薄く、厳しさが感じられる。	▲
6	世間一般の停滞感・不安感が払えない・仲介契約の減少・工事費の価格高騰。	▲
7	以前より一層土地高騰と品薄が続いており、収支が見合う仕入が確保しにくい現状。	▲
8	仕入(在庫)の不足が影響している。	▲
9	毎月固定の賃料が入ってくるだけなので、基本的に変わらない。	□
10	当面テナント入居率は維持できる見通しであるため。	□
11	コロナの影響がどのように出るか不明。	□
12	周辺の土地価格が上がり、一般の方が買いづらいこと。	□
13	引き続き仲介物件上昇が見込まれる。	○
14	今後も不動産は地域によっては好調である。	○

＜不動産業におけるヒアリング調査結果＞

◇不動産販売、仲介業(実績◎、見通し▲)

- ・ 今期は、スポット的に大きな案件があったため良かった。
- ・ 土地、物件の価格が上昇傾向にあり、仕入が思うように行かず在庫が不足してきている。
- ・ 価格は上昇傾向にあるため、購入に慎重になるケースが出てきている。
- ・ 建設費の高騰が、利益を圧迫している。販売価格に転嫁したいが、同業他社との競争が激しく価格転嫁が難しい状況。
- ・ 今後の物価上昇の影響が続くとおもわれることから、経費削減や、仕入先の見直しなどできることはやっていきたい。

◇駐車場管理業(実績▲、見通し▲)

- ・ 駐車場の管理を主な事業とし、時間貸しや月極、また商業施設と利用契約を結んでいる。
- ・ コロナの影響により、商業施設の来店客数が減ったことに伴い、駐車場の利用が減っている。
- ・ 法人利用についても、営業活動自粛やテレワーク、オンラインでの打ち合わせなどにより車利用が減っている様子。
- ・ ガソリン代高騰の影響も、車の利用に影響が出ている。
- ・ 若者の車離れ、カーシェアリングの普及など厳しい環境が続くと思う。

【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

- ・給付金終了に伴い資金繰りが悪化し、受注減少している。
- ・テレワーク、在宅勤務の普及により需要減少。（クリーニング業）
- ・人手不足による人員不足、売上の減少。

◆「普通」と回答した事業者

- ・定期回収を行っているため、大きな変動はない。（廃棄物処理業）
- ・景気に大きな影響を受けないため。
- ・コロナ禍ではあるものの、一時期よりは回復傾向にある。

◆「良い」「やや良い」と回答した事業者

- ・イベント開催の増加により、宿泊需要が出始めている。
- ・コロナが以前より収束傾向のため。

＜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	給付金の終了に伴い資金繰りが悪化。その影響で受注減少。	●
2	派遣離れの加速・人手不足（派遣への求職者）。	●
3	テレワーク、在宅勤務の普及により需要減少（クリーニング業）。	●
4	物の動きが悪い。	●
5	個人顧客の高齢化による売上減少。	▲
6	取引先の事業の縮小及び変更のため一時的に増加。	▲
7	顧客からの値下げ要請と資材の高騰。	▲
8	美容要員の不足（美容学校の休校）。	▲
9	人員数の減少による売り上げの減少が大きい。	▲
10	メンテナンス事業中心のため、あまり景気に左右される事が少ない	□
11	廃棄物の定期回収を行っている関係上、売上の大きな変動はなかった。	□
12	コロナ禍はあるものの、一時期よりは回復傾向にある。	□
13	90%以上固定客の為。	□
14	訪問介護業の為あまり景気の影響を受けない。	□
15	顧客動向がやや上向き傾向になってきたため。	○
16	コロナ感染者減少に伴うイベント開催のため。	○
17	宿泊施設の一棟貸しを埼玉県に行っていたため。	○

②見通し

[見通しの概要]

◆「悪い」「やや悪い」と回答した事業者

- ・ 運転資金の借り入れが難しくなっている。
- ・ 社会保険加入枠の拡大・雇用保険料率のアップによる利益の圧迫・減少。
- ・ 物価高による消費マインドの低下、資材の値上がり。

◆「普通」と回答した事業者

- ・ 回復傾向ではあるが、依然コロナ禍は予断を許さないため、引き続き状況を要注視。
- ・ 遅れていた品物が入ってきている為。

◆「良い」「やや良い」と回答した事業者

- ・ イベント開催により上昇傾向にあり。
- ・ 客の単価が上がってきている。

<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	運転資金での借り入れが難しくなっているので不透明。	●
2	社会保険加入枠の拡大・雇用保険料率のアップ・利益の圧迫・減少。	●
3	現状のまま変わらないと思う。	●
4	取引先の事業縮小によるもの。	▲
5	お客さんはやや回復傾向にあるが、物価や電気代・原材料の価格高騰が懸念。	▲
6	人手不足(募集するも集まらない)。	▲
7	仕入価格を販売価格に反映できない。	▲
8	物価高による消費マインドの低下、資材の値上がり。	▲
9	技術者不足による受注見送りの懸念。	▲
10	ほぼ固定収入のため景気の影響を受けにくい。	□
11	クリーニングの特性で夏は厳しくなるが、値上げで単価アップもある。	□
12	新規事業開始を検討しているため。	○
13	コロナウイルスが落ち着き、人が活発になれば、売上増加が見込める。	○
14	イベント開催により宿泊需要の増加が見込める。	○

<サービス業におけるヒアリング調査結果>

◇美容室(実績○、見通し○)

- ・来店客はリピーターが中心ではあるが、コロナ禍においては来店回数が減少している。
- ・コロナの影響により大幅に減少していた来店客数は、まん延防止等重点措置解除後、徐々にではあるが、来店客数が増加してきている。
- ・お客様と直接接する業種なので、コロナ感染症対策には、十分な注意を払っている。そのため、感染対策にかかる経費負担は大きい。
- ・コロナ対策として、キャッシュレス決済を導入するなどの対応を行った。今後も、コロナ禍に対応した新たな取り組みを検討したいと考えている。
- ・売上減少によって家賃や人件費の負担が大きかったので、コロナ支援策として補助金等の対応が必要だと思う。
- ・原材料高騰に対して、徐々に影響が出てくると思う。
- ・理容料金の値上げについては、お客様の来店回数に影響が出てくると思うので、どの程度転嫁できるかは、難しい判断だ。

◇廃棄物処理業(実績□、見通し▲)

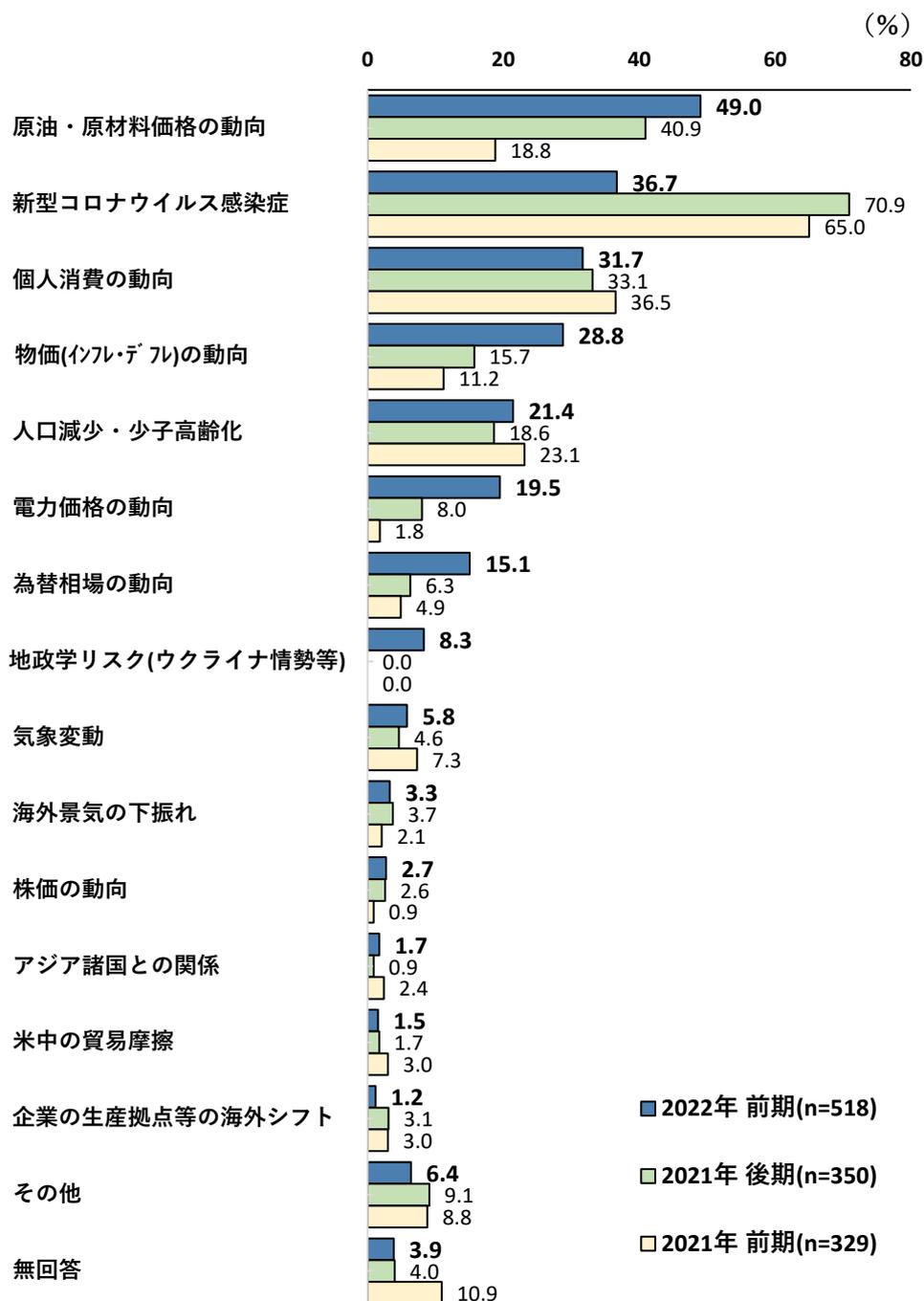
- ・廃棄物処理を定期的に行っているため、売上は比較的安定している。
- ・業務内容からか求人募集しても応募が少なく、人手不足が続いている。
- ・退職者をなるべく出さないように、福利厚生を充実させる。
- ・コロナ対策については、感染防止対策にかかる経費負担のほか、従業員の健康管理に気を使います。廃棄物の回収に穴をあけるわけにいかないため。
- ・コロナ以降の家庭ごみの回収量が増加している。
- ・燃料費の高騰が利益を大きく圧迫している。当面高止まりが続くものと想定。
- ・今後販売価格への転嫁を計画しているが、販売先の理解が得られるかが、懸念材料。

(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」(49.0%)が最も多く、次いで「新型コロナウイルス感染症」(36.7%)「個人消費の動向」(31.7%)の順となっている。

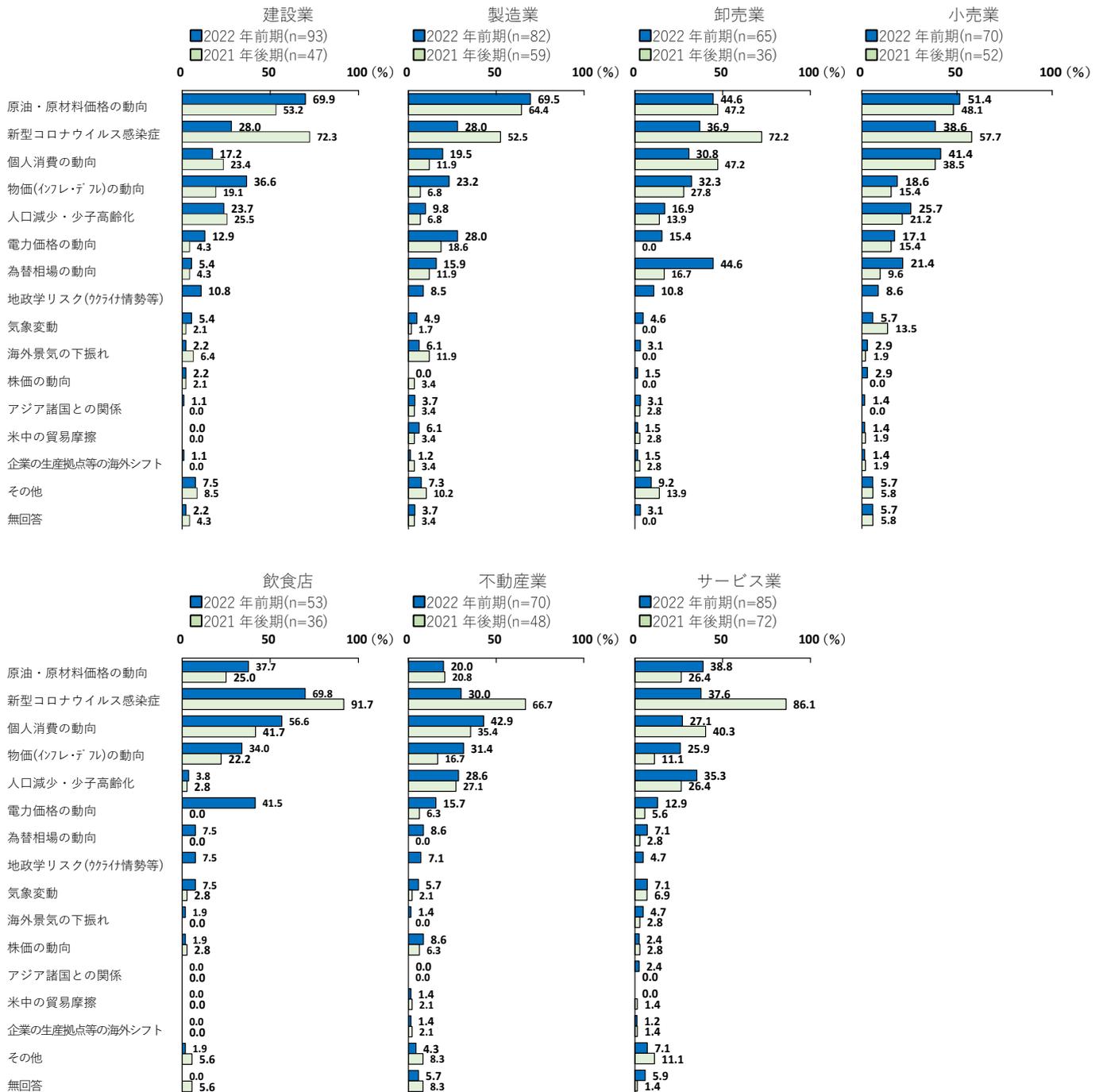
前回調査と比べると、「新型コロナウイルス感染症」が大きく減少(34.2ポイント)している一方、「原油・原材料価格の動向」、「物価(インフレ・デフレ)の動向」「電力価格の動向」「為替相場の動向」の割合が高くなっている。



② 業種別

業種別にみると、「飲食店」「不動産業」以外の業種で「原油・原材料価格の動向」が最も多くなっている。「飲食店」については、「新型コロナウイルス感染症」が、「不動産業」では「個人消費の動向」が最も多くなっている。

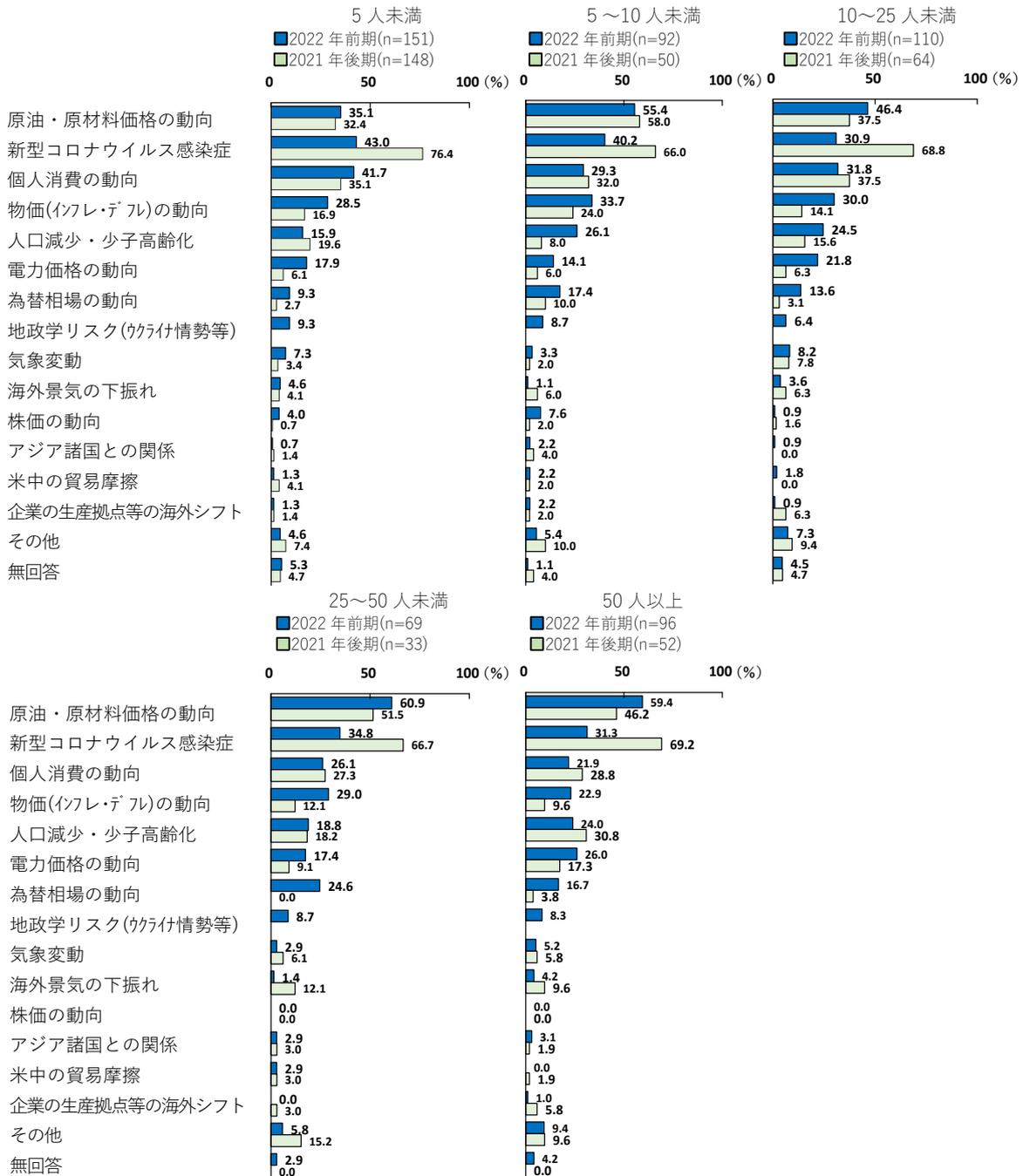
「原油・原材料価格の動向」の割合が最も高いのは、「建設業」(69.9%)で7割弱、次いで高いのは「製造業」(69.5%)となっている。「新型コロナウイルス感染症」の割合が最も高いのは「飲食業」(69.8%)で7割弱、次いで高いのは「小売業」(38.6%)となっている。



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」が最も多い割合で回答されている。最も多いのは「25～50人未満」(60.9%)、最も少ないのは「10～25人未満」(46.4%)となっている。

「新型コロナウイルス感染症」は、「5人未満」(43.0%)が最も多く、次いで「5～10人未満」(40.2%)となっている。



＜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以下に列挙した。なお、() 内に回答事業者の業種を記載している。

1. 株価の動向

マイナスの影響が出る理由	業種
・ 設備投資に対する意欲が減少するため。	(建設業)
・ 株価の下落と不動産購入は相関関係にあるため。	(不動産業)

2. 為替相場の動向

マイナスの影響が出る理由	業種
・ 海外資材の仕入コスト上昇するため。	(建設業)
・ 為替相場の影響が商品価格に転嫁されるため。	(建設業)
・ 海外から原材料を調達しており、仕入価格が変動するため。	(製造業)
・ 仕入先である材料メーカーの原材料が高騰し、その影響を受けるため。	(製造業)
・ 海外からの輸送費及び材料費の高騰で仕入価格が変動するため。	(卸売業)
・ 為替予約でヘッジしているが、想定を越える円安のため。	(卸売業)
・ 欧米諸国の製品が主となるため、仕入れコストに影響があるため。	(卸売業)
・ 原油価格に大きく影響を及ぼすため。	(小売業)
・ 商(部)品は輸入品が多く、仕入れ価格が高騰するため。	(小売業)
・ 仕入価格の高騰を提供価格に反映しづらいため	(飲食店)
・ 取扱商品が輸入品のため、仕入価格が値上げしているため。	(飲食店)
・ 輸入材木等の値上りによる影響。	(不動産業)
・ 取引メーカーが海外のため、機械や部品の値段が上がる。	(サービス業)
・ ヨーロッパからの輸入食材が多く価格高騰に歯止めがかからない。	(サービス業)

3. 物価(インフレ・デフレ)の動向

マイナスの影響が出る理由	業種
・ 仕入単価の上昇を見積りに反映できないため。	(建設業)
・ 仕入商品の価格高騰、また一方で価格競争が激化するため。	(建設業)
・ 店舗改装や設備投資が抑えられるため。	(建設業)
・ 請負金額及び人件費に影響するため。	(建設業)
・ 物価動向が商品価値に転嫁されるため。	(建設業)
・ 物価上昇(インフレ)により、製造経費が増加するため。	(製造業)
・ 物価が上がっても、取引先からの値下げ依頼は多くあるため。	(製造業)
・ 下請けのため、インフレでもデフレでも景気に左右される。	(製造業)
・ マンション価格の高騰により、製品需要が減ると予想しているため。	(製造業)
・ 急なインフレの場合、納品が一年以上先のものは価格転嫁が難しい。	(製造業)
・ 価格上昇分を販売に転嫁出来るかわからないため。	(卸売業)
・ 商品価格上昇で、顧客の購買数量が減少するため。	(小売業)

・ 物価の上昇に加え、賃金が上がらないため買い控えが起こる。	(小売業)
・ 値上げによる更なる価格競争（潰し合い）が激しいため。	(小売業)
・ 販売価格を頻繁に変更できないため。	(飲食店)
・ 消費意欲が減退するため。	(飲食店)
・ 顧客が価格にシビアになってきているため。	(不動産業)
・ 物価上昇による家計負担増が、住宅購入に影響を与えるため。	(不動産業)
・ 資材価格の上昇に伴い、物件の価格が上昇しているため。	(不動産業)
・ 物価上昇分を売価に反映させることが難しいため。	(不動産業)
・ 原材料高騰で建築原価に影響、投資マインド低下に懸念があるため。	(不動産業)
・ インフレにより消費者の来店回数が減少しているため。	(サービス業)
・ 物価の高騰に対し、自社の値上げが追いついていけないため。	(サービス業)

4. 個人消費の動向

マイナスの影響が出る理由	業種
・ 所得が増えないことによる個人消費の低迷。	(建設業)
・ 将来への不安による住宅の買い控え。	(建設業)
・ 様々な値上げによる住宅製品の買い控えの恐れがあるため。	(製造業)
・ 物価上昇と賃金上昇のギャップが拡大しているため。	(製造業)
・ 購買意欲の低下による販売減。	(製造業)
・ 個人消費が冷え込むと、商品の売上が下がるため。	(卸売業)
・ 節約志向になり商品が売れなくなるため。	(卸売業)
・ 個人での外食の減少によるもの。	(卸売業)
・ 製品単価上昇により販売不振となるため。	(卸売業)
・ 給与が上がらず、買い控えが起こるため。	(小売業)
・ ぜいたく品は、個人消費が冷え込むと売り上げがおちていくため。	(小売業)
・ 消費低迷プラス生活防衛による買い控えが起きるため。	(小売業)
・ 賃金も上昇せず、物価上昇により外食にお金を使わなくなるため。	(飲食店)
・ 値上げで家計が圧迫され、外食への消費が減少しているため。	(飲食店)
・ 飲みに行くお客様が全体的に減っているため。	(飲食店)
・ 個人消費の動向により住宅ローン負担が家計に与える影響を懸念。	(不動産業)
・ 気軽に引越しをするお客様が減っているため。	(不動産業)
・ レジャー・飲食などヘシフトしている、不動産は後回し。	(不動産業)
・ インフレ・コロナで消費者の来店回数が減少しているため。	(サービス業)
・ テレワーク等で、外出や出張、旅行が減少しているため。	(サービス業)

5. 原油・原材料価格の動向

マイナスの影響が出る理由	業種
・ 燃料費、アスファルト合材の価格は、原油等の価格高騰に直結する。	(建設業)
・ 見積価格が上昇し、競合相手に競り負ける危惧があるため。	(建設業)
・ 鋼材など材料仕入価格が大幅に高騰している。	(建設業)
・ すべての物の価格を高騰させる。	(建設業)
・ 価格高騰を客先が受けてくれず、自社で飲み込むしかない。	(建設業)
・ ガソリン等の高騰で運搬費になかなか転換されない。	(建設業)

・ 希少金属や石油価格が樹脂、金属原材料費に連動するため。	(製造業)
・ 材料費の高騰が顧客に理解されず、他社に流出している。	(製造業)
・ 重機、輸送トラックの運転費に影響。	(製造業)
・ 製造コストがアップしてもすべてを受注単価に反映できない。	(製造業)
・ 原材料・資材関係は毎日のように値上げ交渉の要請がきている。	(製造業)
・ 原油・木材価格の高騰（ウッドショック）による影響。	(卸売業)
・ 輸入商材高騰・運送費高騰。	(卸売業)
・ 仕入値が上がるので、過剰在庫の原因になる。	(小売業)
・ 仕入価格高騰により、資金繰り及び、利益の確保が苦しくなる。	(小売業)
・ 原材料高騰はもはや企業努力ではカバーできない現状。	(小売業)
・ 販売金額に転嫁しにくく、利益に直接影響がでる。	(飲食店)
・ 配達用車両のガソリン価格の上昇。	(飲食店)
・ 原材料が国産、輸入品を問わず上がっているため。	(飲食店)
・ 原価上昇による新築価格への転嫁による購入顧客への影響。	(不動産業)
・ リフォーム需要も多く、原価の高騰は売上に直結。	(不動産業)
・ クリーニングの素材はほとんど石油製品に依存しているため。	(サービス業)
・ 大手クライアントの業務スケジュールに対する影響が大きい。	(サービス業)
・ 原材料の高騰や調達難により、企業活動の停滞を懸念する。	(サービス業)

6. 電力価格の動向

マイナスの影響が出る理由	業種
・ 電気料金値上も工事原価に影響するため（利益の圧迫）。	(建設業)
・ アルミ精錬に大きく影響がでる。	(建設業)
・ 製造工程（ライン）で相当の電気量がかかるため。	(製造業)
・ 電力代が製造費に連動する（仕入金額や生産コストに影響）。	(製造業)
・ 製造コストがアップしてもすべてを受注単価に反映できない。	(製造業)
・ 製造および保管に要する電力の価格変動は、経営に大きく影響。	(製造業)
・ 格安電気会社の撤退により、電気代が高騰する。	(製造業)
・ 冷蔵庫事業での経費増大。	(卸売業)
・ 電力価格の上昇に伴う購入意欲の低下。	(卸売業)
・ 光熱費の負担増で消費控え。	(小売業)
・ 施設費への影響。	(小売業)
・ 自分でコントロールできないので、従うしかないと思う。	(小売業)
・ 夏になるとさらに悪化（夏の冷房代がおそろしい）。	(飲食店)
・ 使用せざるを得ないため。	(飲食店)
・ 値上げすると客離れがおこる。	(飲食店)
・ 客数に関わらず発生する固定費は収益に直に影響する。	(飲食店)
・ 共益費・管理費の増加。	(不動産業)
・ テナントの経営状態によって、解約も考えられる。	(不動産業)
・ 飲食業などの入居者に影響があり、間接的に影響を受けるため。	(不動産業)
・ ガス同様、節電できない部分が多くあるため。	(サービス業)

7. 企業の生産拠点等の海外シフト

マイナスの影響が出る理由	業種
・ 海外から直接仕入れはないが、間接的に仕入価格の変動が生じる。	(製造業)
・ 生産遅延。	(卸売業)
・ 関連設備の不足。	(不動産店)
・ 部品・製品などロックダウンなどによる納期未定状態。	(サービス業)

8. 海外景気の下振れ

マイナスの影響が出る理由	業種
・ 海外材料・生製品の欠品、価格上昇。	(建設業)
・ 投資している商品に大きく影響される。	(不動産業)
・ インバウンドの減少。	(サービス業)
・ 建物・資材等海外に依存している物が多い。	(サービス業)

9. アジア諸国との関係

マイナスの影響が出る理由	業種
・ 生産工場があるため。	(製造業)
・ 中国（上海）からの輸入品に関して、仕入価格が上昇。	(卸売業)
・ 中国産に商品、消耗商品等頼っている。	(卸売業)

10. 米中の貿易摩擦

マイナスの影響が出る理由	業種
・ 物流の停滞を引き起こす火種になると思われる。	(卸売業)
・ 半導体不足による部材の長納期化で製造納期に大幅な遅れが出る。	(卸売業)
・ 米中の貿易摩擦により受注量が減ってしまう。	(卸売業)
・ 取引先である大手メーカーへの影響大。	(製造業)
・ 米・中の対立は今後世界経済にとっても影響する。	(不動産業)

11. 地政学リスク（ウクライナ情勢等）

マイナスの影響が出る理由	業種
・ 外国産木材の輸入減少、価格高騰。	(建設業)
・ 石油化学製品の価格高騰。	(建設業)
・ ヨーロッパでの受注が減少。	(製造業)
・ 海外の仕入先への注文集中により価格や納期の交渉が難しくなる。	(製造業)
・ 配送費や容器などの高騰による原価への影響。	(卸売業)
・ 商品の納期等に大きく影響が出てくる。	(卸売業)
・ 燃料の需給バランスが崩れ、原油等の高騰につながるため。	(小売業)
・ 物品の調達に影響するため。	(小売業)
・ 小麦・パン粉・食料油の価格上昇。	(飲食店)
・ 不動産購入に気が向かない。	(不動産業)

- | | |
|--------------|---------|
| ・ 建築費の高騰。 | (不動産業) |
| ・ 輸入品の入荷が無い。 | (サービス業) |

12. 新型コロナウイルス感染症

マイナスの影響が出る理由	業種
・ 受注減少。	(建設業)
・ 資材等の不足、調達遅延。	(建設業)
・ 従業員の感染、濃厚接触による労働力の減少、作業の中断。	(建設業)
・ 海外でのロックダウン等により材料が入らない。	(建設業)
・ 材料不足による仕入単価上昇。	(建設業)
・ 対面営業の自粛。	(建設業)
・ 外食産業用製品の流通が増えない。	(製造業)
・ 航空機部品需要は低迷。	(製造業)
・ 材料・部品の入荷遅延、高騰。	(製造業)
・ 海外工場の稼働停止などによる部品の入手難。	(製造業)
・ 外国人観光客減少による受注減。	(製造業)
・ 営業機会の損失や当社機器を使用しての調査等の減少。	(製造業)
・ 通販利用の増加により、店舗での購入機会が減少。	(卸売業)
・ コロナのロックダウンなどの影響で、商品の供給を受けられない。	(卸売業)
・ 商品の減少による価格高騰。	(卸売業)
・ 直接訪問が以前に比べ難しくなった。	(卸売業)
・ 行事減少・外出減による来店者の減少。	(小売業)
・ 受診減少による処方箋枚数の減少。	(小売業)
・ 以前はコロナ特需があったが、その頃に比べ売上減少。	(小売業)
・ コロナの感染による規制による影響。	(飲食店)
・ 集客に影響（回復に時間を要する）。	(飲食店)
・ 企業は宴会をしない、家族では外食は控える。	(飲食店)
・ 行動規制の売上への影響は甚大（休業・時短）。	(飲食店)
・ 多人数での飲み会が減少。	(飲食店)
・ 飲食店等テナントの撤退。	(不動産業)
・ テレワーク等の普及により、事務所の退去（入居率低下）。	(不動産業)
・ 投資マインドの低下。	(不動産業)
・ 材料の納入遅延による作業の遅れ。	(サービス業)
・ スポーツクラブにおいて、休会者、退会者の増加。	(サービス業)
・ 入場制限や外出自粛による入場料等の収入減少。	(サービス業)
・ コロナ対策に伴う経費負担の増加。	(サービス業)
・ 外出機会の減少によるクリーニング需要の減少。	(サービス業)
・ 宿泊需要の減少。	(サービス業)

13. 人口減少・少子高齢化

マイナスの影響が出る理由	業種
・ 人口減少による住宅ニーズ、賃貸住宅ニーズ減少の懸念。	(建設業)
・ 労働力不足・人手不足（技術者不足）。入社希望者がいない。	(建設業)
・ 労働者の高齢化。	(建設業)
・ 人口減少による住宅関連製品の販売減少。	(製造業)
・ 人口減少による販売数量の減少。	(卸売業)
・ 来店客数の減少、消費の減少。	(小売業)
・ 従業員が確保できなければ、売上も上がらない。	(小売業)
・ 車を使用する人が減少するため。	(小売業)
・ 少子高齢化に伴い、保育園運営から訪問介護へシフト。	(小売業)
・ 祝い事目的のお客減少。	(飲食店)
・ 賃貸市場の縮小（借り手不足）。駐車場契約者の減少。	(不動産業)
・ 空き室の増加（入居率減少）。	(不動産業)
・ 物件の供給過多。	(不動産業)
・ 人材不足・高齢化。（慢性的な人手不足）	(サービス業)
・ 介護サービスの利用者増加に対し、介護従事者は不足している。	(サービス業)
・ 市場規模縮小に伴い売上減少。	(サービス業)

14. 気象変動

マイナスの影響が出る理由	業種
・ 天候不順による工期への影響や生産性（作業効率）の低下。	(建設業)
・ 生産数が天候、気候に左右される。	(製造業)
・ 天候不順により原材料の供給が不安定となる。	(小売業)
・ 来店客の減少。	(飲食店)
・ 建物の損傷による工事が必要となる。	(不動産業)
・ 災害における被害、排出物（ゴミ）の増加。	(サービス業)
・ 熱中症対策・集中豪雨・長雨等による土木事業の中止・延期。	(サービス業)

15. その他

マイナスの影響が出る理由	業種
・ 公共事業予算の削減。	(建設業)
・ 若年層の働き手不足。	(建設業)
・ 半導体不足。	(製造業)
・ 毎年行われる薬価改定。	(卸売業)
・ 外国人観光客の減少。	(飲食店)
・ 人件費の高騰。	(不動産業)
・ ドライバー不足に伴う募集や、退職防止に係る費用。	(サービス業)

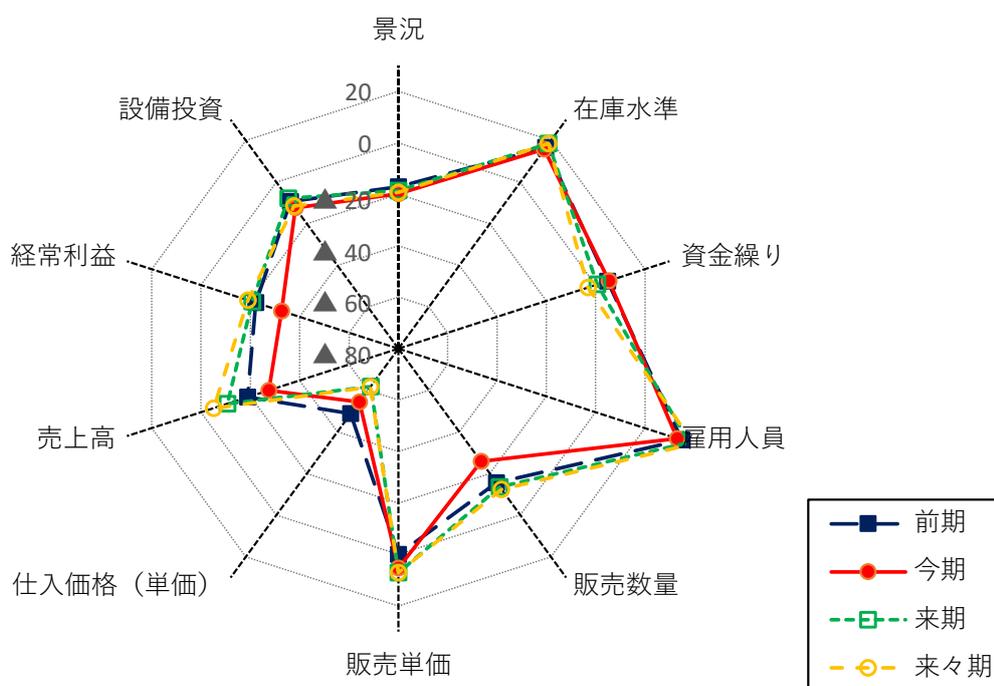
2 業種別の動向

(1) 建設業

今期のD Iは、前期と比べて「資金繰り」「販売単価」は上昇し、それ以外の項目は下降した。

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

	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	2022年 1~3月	4~6月	2022年 7~9月	10~12月
景況	▲ 17.0	▲ 19.8	▲ 18.5	▲ 19.3
在庫水準	16.7	15.7	18.5	18.5
資金繰り	4.8	5.4	0.6	▲ 3.0
雇用人員	34.9	33.1	37.8	39.5
販売数量	▲ 15.6	▲ 25.8	▲ 13.5	▲ 12.3
販売単価	0.0	5.3	7.0	7.0
仕入価格(単価)	▲ 48.7	▲ 54.4	▲ 61.8	▲ 61.7
売上高	▲ 18.9	▲ 27.5	▲ 10.7	▲ 5.1
経常利益	▲ 22.2	▲ 32.6	▲ 20.8	▲ 19.0
設備投資	▲ 9.3	▲ 12.4	▲ 7.8	▲ 11.4

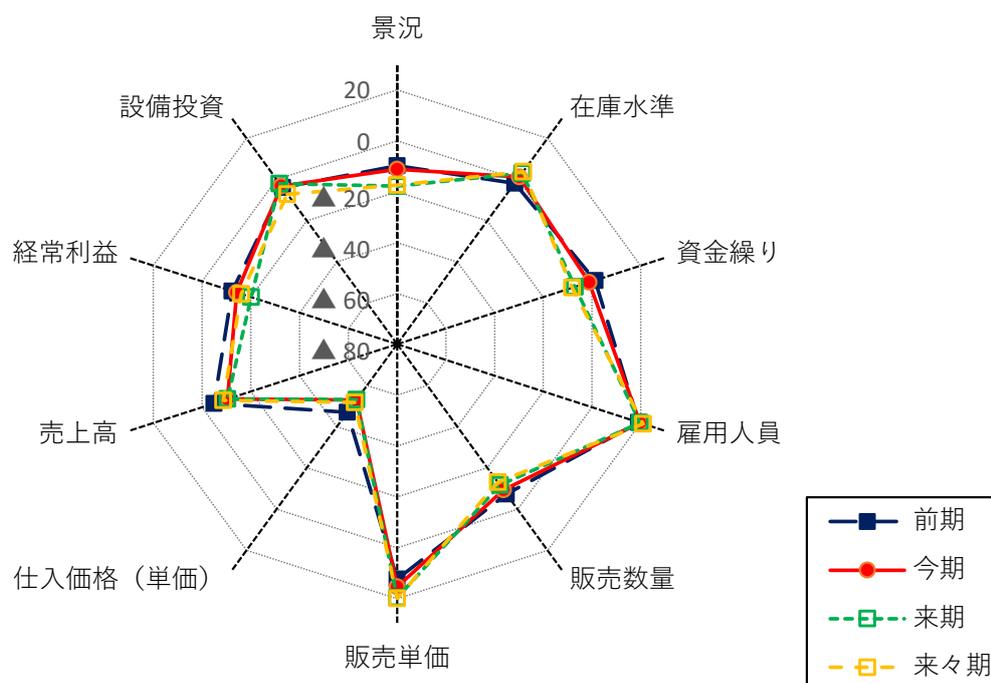


(2) 製造業

今期のD Iは、前期と比べて「景況」「資金繰り」「販売数量」「仕入価格」「売上高」「経常利益」が下降し、それ以外の項目は上昇した。

先行きをみると、「資金繰り」「販売数量」は、来期、来々期と続けて下降する見通し、「景況」「経常利益」は、来期は下降するが、来々期は上昇の見通し、「設備投資」は、来期は上昇するが、来々期は下降する見通し、「在庫水準」「販売単価」は、来期、来々期と上昇する見通し、「雇用人員」「仕入単価」「売上高」は来期横ばいとなるが、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 1～3月	4～6月	2022年 7～9月	10～12月
景況	▲ 9.9	▲ 11.2	▲ 17.9	▲ 17.5
在庫水準	▲ 1.9	1.2	3.1	3.8
資金繰り	1.2	▲ 1.2	▲ 7.0	▲ 8.1
雇用人員	19.1	19.8	19.8	21.0
販売数量	▲ 7.3	▲ 9.4	▲ 11.7	▲ 13.1
販売単価	12.2	15.2	19.5	19.8
仕入価格(単価)	▲ 47.0	▲ 53.0	▲ 53.1	▲ 51.8
売上高	▲ 4.9	▲ 10.4	▲ 10.4	▲ 8.6
経常利益	▲ 12.3	▲ 14.2	▲ 20.1	▲ 16.0
設備投資	▲ 3.9	▲ 3.2	▲ 1.9	▲ 7.1

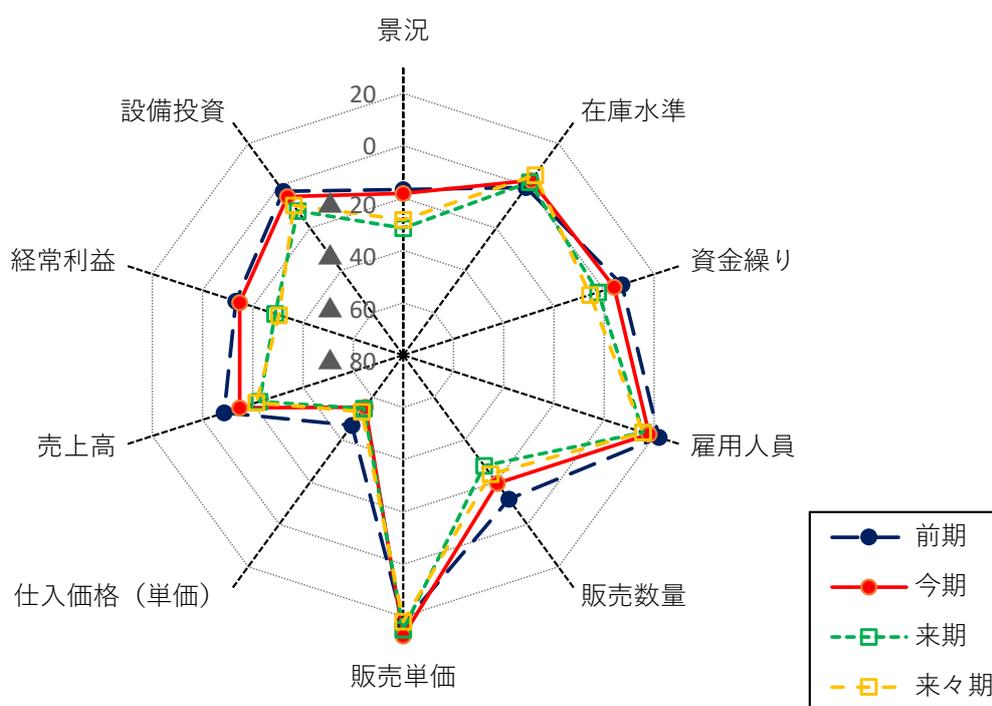


(3) 卸売業

今期のD Iは、前期と比べて「在庫水準」「販売単価」は上昇し、それ以外の項目は下降した。

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

	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	2022年 1~3月	4~6月	2022年 7~9月	10~12月
景況	▲ 16.7	▲ 18.3	▲ 31.5	▲ 28.2
在庫水準	▲ 0.8	2.5	1.7	5.0
資金繰り	7.1	4.0	▲ 2.4	▲ 5.6
雇用人員	21.9	18.0	15.6	15.6
販売数量	▲ 11.9	▲ 19.4	▲ 27.8	▲ 23.8
販売単価	22.7	27.3	25.0	21.9
仕入価格(単価)	▲ 46.8	▲ 55.5	▲ 54.7	▲ 53.2
売上高	▲ 8.6	▲ 14.8	▲ 22.7	▲ 21.4
経常利益	▲ 13.3	▲ 14.8	▲ 28.9	▲ 30.5
設備投資	▲ 2.5	▲ 5.2	▲ 11.9	▲ 9.3

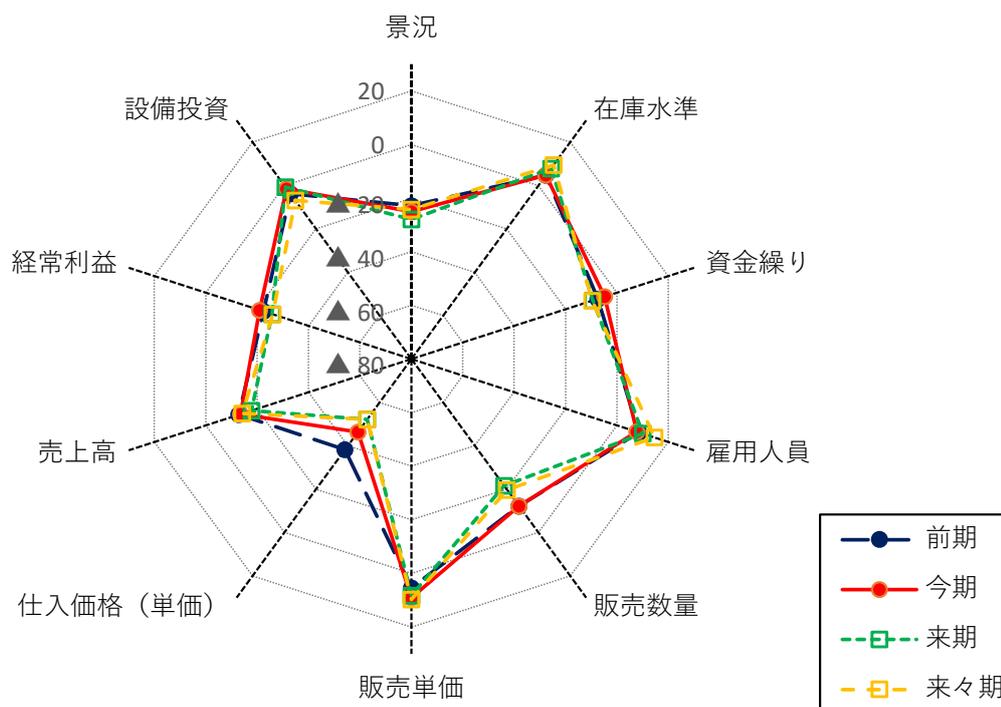


(4) 小売業

今期のD Iは、前期と比べて「在庫水準」「販売数量」は横ばい、「資金繰り」「販売単価」「経常利益」「設備投資」は上昇し、それ以外の項目は下降した。

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

	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	2022年 1~3月	4~6月	2022年 7~9月	10~12月
景況	▲ 22.8	▲ 25.0	▲ 27.9	▲ 24.3
在庫水準	4.8	4.8	7.9	9.5
資金繰り	▲ 7.4	▲ 4.8	▲ 9.4	▲ 9.7
雇用人員	8.6	7.7	10.0	14.6
販売数量	▲ 12.1	▲ 12.1	▲ 21.5	▲ 19.7
販売単価	5.3	9.1	8.2	9.7
仕入価格(単価)	▲ 38.2	▲ 46.3	▲ 52.2	▲ 52.2
売上高	▲ 12.9	▲ 13.6	▲ 17.9	▲ 14.3
経常利益	▲ 22.5	▲ 21.0	▲ 25.7	▲ 26.1
設備投資	▲ 3.8	▲ 1.5	▲ 0.8	▲ 6.9

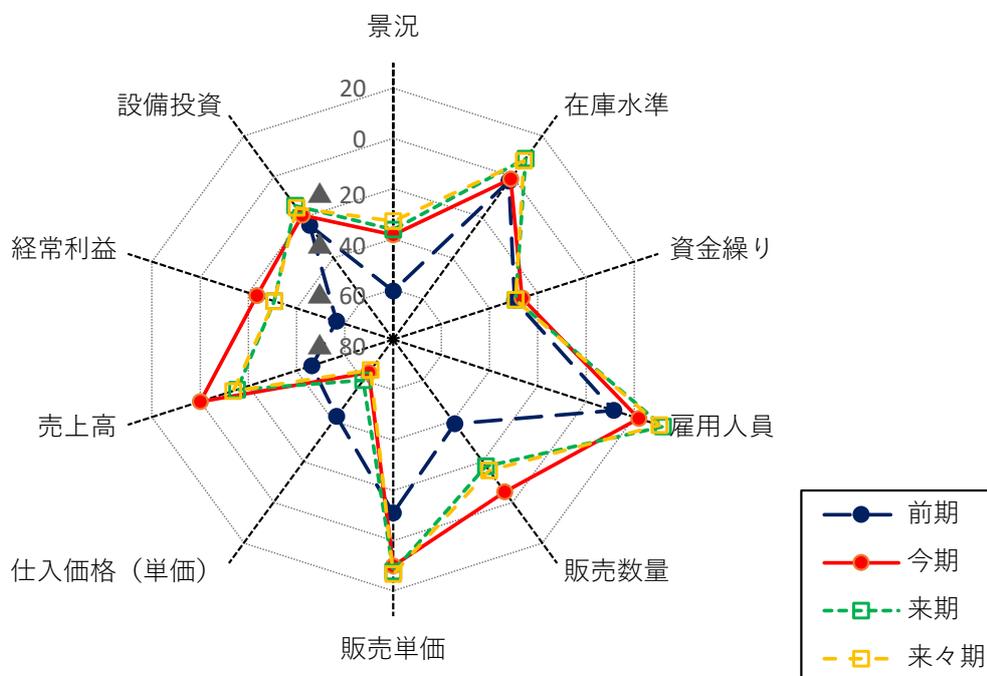


(5) 飲食店

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

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

	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	2022年 1~3月	4~6月	2022年 7~9月	10~12月
景況	▲ 60.8	▲ 38.5	▲ 36.3	▲ 33.0
在庫水準	▲ 2.2	▲ 1.1	8.9	7.8
資金繰り	▲ 29.6	▲ 26.5	▲ 29.2	▲ 29.2
雇用人員	11.5	21.9	31.9	30.4
販売数量	▲ 38.5	▲ 5.1	▲ 17.7	▲ 15.6
販売単価	▲ 11.0	10.0	12.2	13.3
仕入価格(単価)	▲ 42.2	▲ 63.7	▲ 60.0	▲ 65.0
売上高	▲ 46.2	0.0	▲ 15.4	▲ 13.7
経常利益	▲ 56.6	▲ 23.6	▲ 30.8	▲ 30.8
設備投資	▲ 24.0	▲ 19.0	▲ 14.3	▲ 15.3

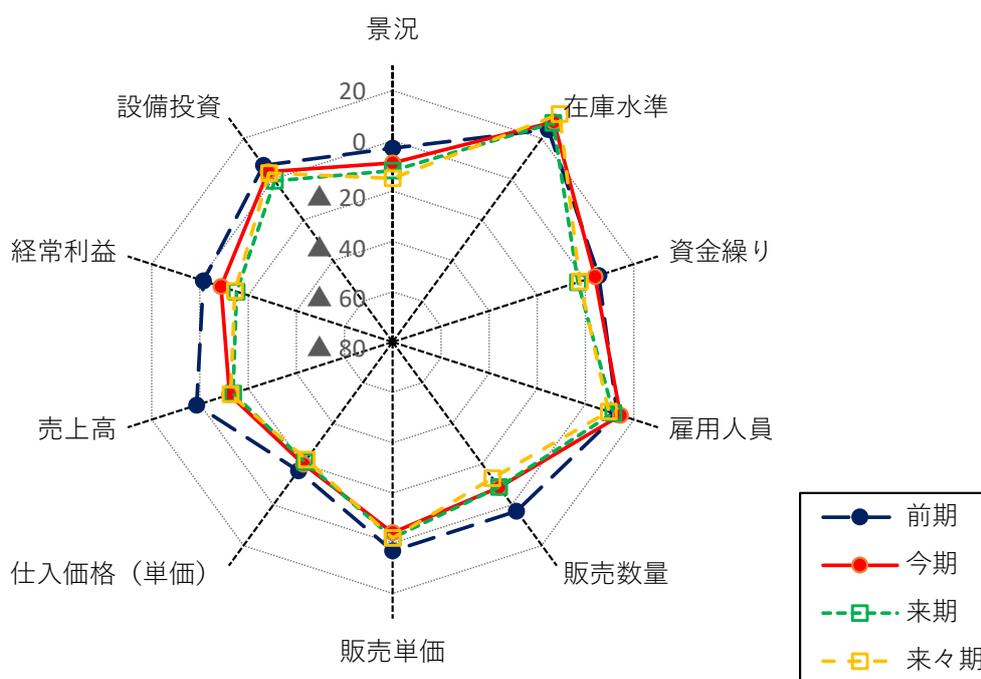


(6) 不動産業

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

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

	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	2022年 1~3月	4~6月	2022年 7~9月	10~12月
景況	▲ 2.9	▲ 8.8	▲ 11.9	▲ 14.9
在庫水準	24.4	28.2	27.6	32.1
資金繰り	5.5	3.9	▲ 3.1	▲ 2.3
雇用人員	13.1	14.5	11.5	9.7
販売数量	3.1	▲ 8.5	▲ 8.7	▲ 13.0
販売単価	3.1	▲ 4.2	▲ 2.2	▲ 2.2
仕入価格(単価)	▲ 16.7	▲ 20.0	▲ 21.1	▲ 22.2
売上高	1.4	▲ 12.3	▲ 13.8	▲ 12.7
経常利益	▲ 1.4	▲ 8.7	▲ 15.2	▲ 14.5
設備投資	6.8	3.7	▲ 0.8	3.0

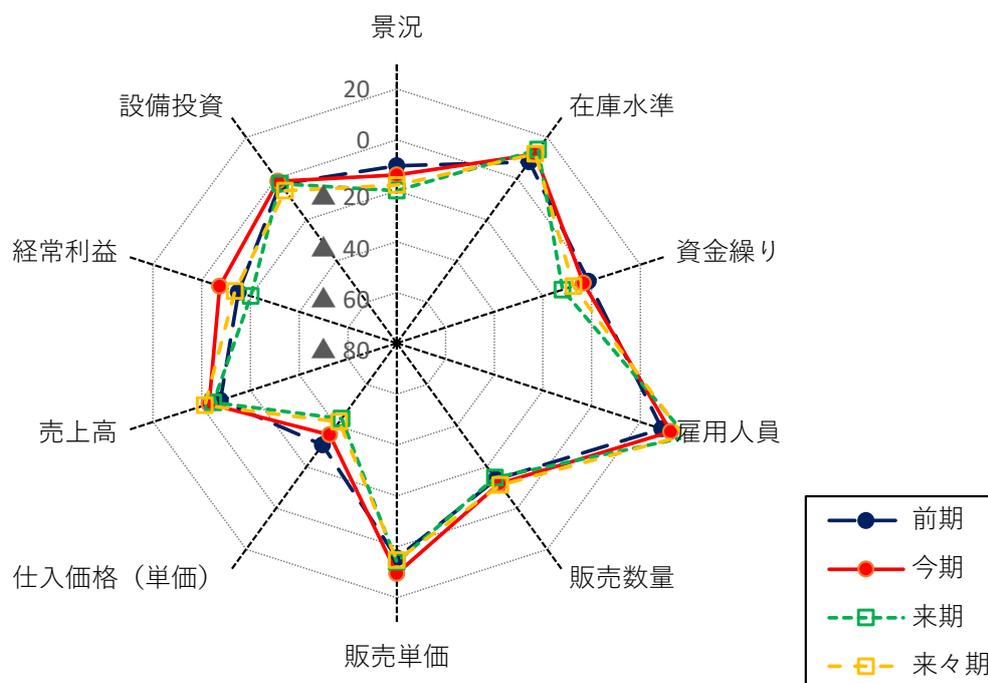


(7) サービス業

今期のD Iは、前期と比べて「景況」「資金繰り」「仕入価格」は下降、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、来期は上昇するが、来々期は下降する見通し、「販売単価」「設備投資」は、来期、来々期と下降する見通し、それ以外の項目は、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 1~3月	4~6月	2022年 7~9月	10~12月
景況	▲ 10.2	▲ 13.9	▲ 20.1	▲ 17.9
在庫水準	8.0	11.8	14.0	12.0
資金繰り	▲ 1.3	▲ 3.4	▲ 12.0	▲ 7.4
雇用人員	28.8	32.5	39.1	37.7
販売数量	▲ 14.0	▲ 11.9	▲ 14.7	▲ 11.2
販売単価	4.4	10.4	5.9	5.2
仕入価格(単価)	▲ 30.7	▲ 35.5	▲ 43.5	▲ 41.9
売上高	▲ 7.6	▲ 3.0	▲ 4.8	▲ 1.2
経常利益	▲ 15.1	▲ 7.3	▲ 20.1	▲ 13.6
設備投資	▲ 2.6	▲ 1.3	▲ 2.6	▲ 5.8



IV 特別調査

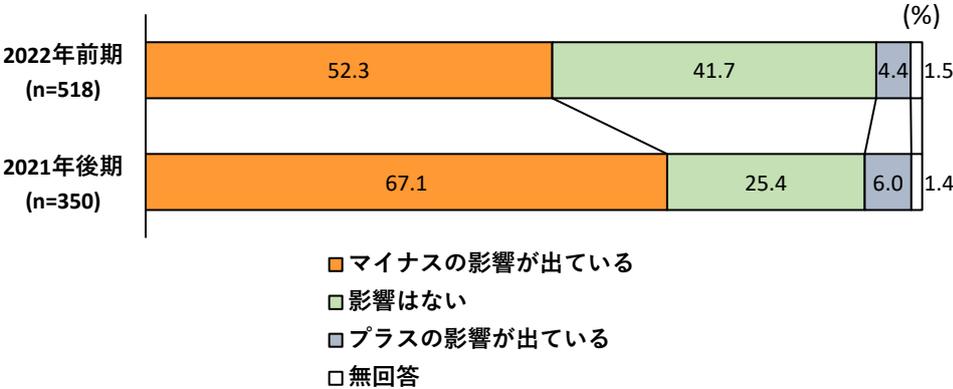
新型コロナウイルス感染症の影響等について

(1) 新型コロナウイルス感染症の売上高への影響

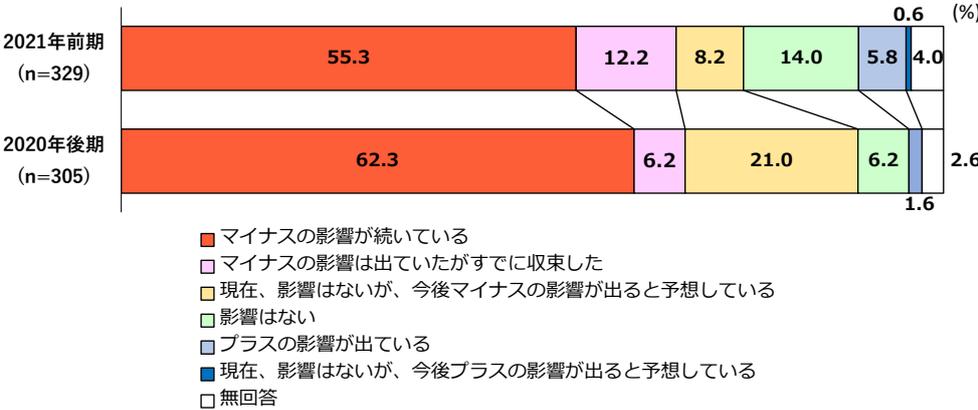
① 全体

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」(52.3%)が5割を超えている。「プラスの影響が出ている」(4.4%)は1割未満となっている。

前回調査と比較すると、「マイナスの影響が出ている」が14.8ポイント減少している一方、「影響はない」が16.3ポイント増加している。



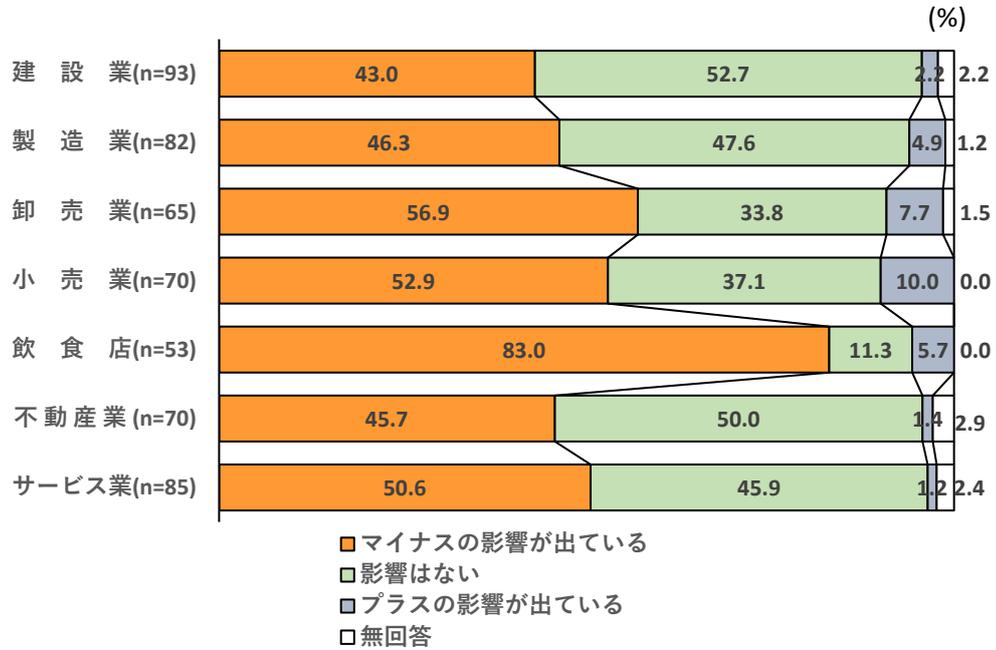
【参考：過去調査】



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」（83.0%）が最も多く、次いで「卸売業」（56.9%）「小売業」（52.9%）「サービス業」（50.6%）の順となっている。

「影響はない」は、「建設業」（52.7%）が最も多く、次いで「不動産業」（50.0%）が多くなっている。

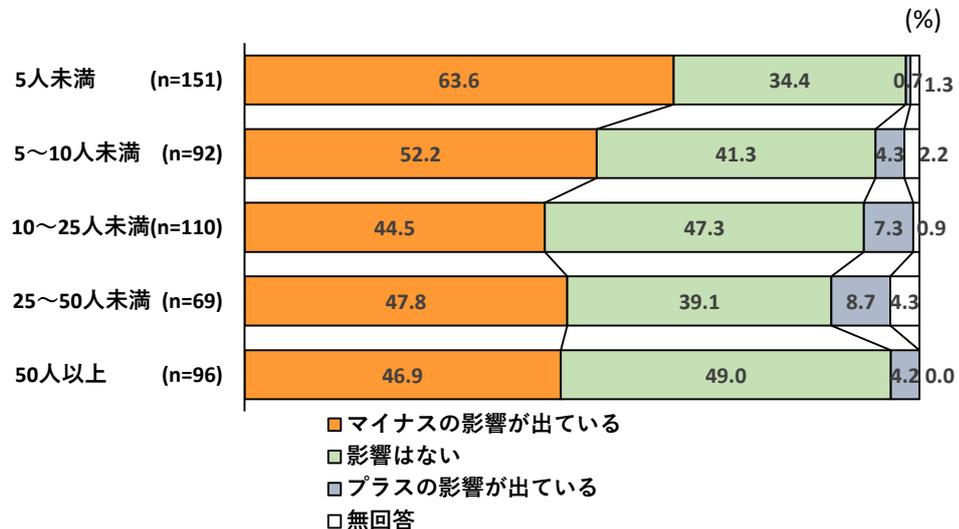


③ 規模別

規模別にみると、「10～25人未満」「50人以上」以外の規模で「マイナスの影響が出ている」が最も多い。特に「5人未満」（63.6%）の規模が最も多く、次いで「5～10人未満」（52.2%）「25～50人未満」（47.8%）で多くなっている。

「影響はない」は、「50人以上」（49.0%）が最も多く、次いで「10～25人未満」（47.3%）が多くなっている。

「プラスの影響が出ている」は、「25～50人未満」（8.7%）で最も多くなっている。

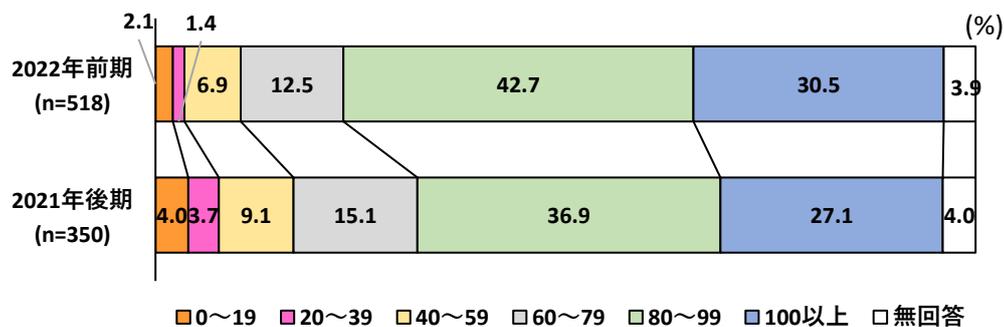


(2) 売上高への影響の程度 (前年同月比)

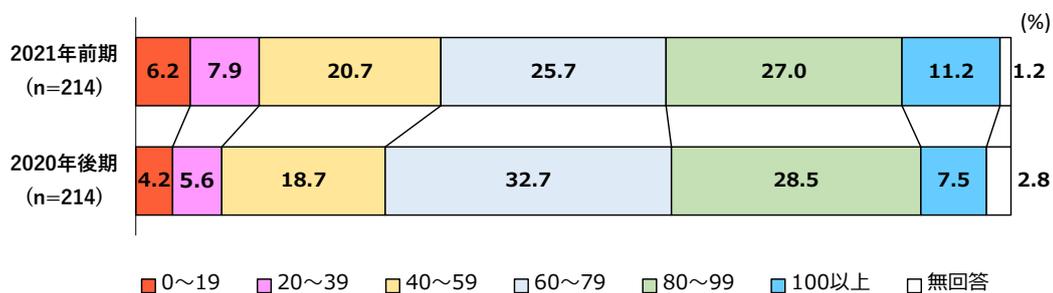
① 全体

売上高への影響についてみると、前年同月を「100」とした場合の直近の売上高は「80～99」(42.7%) が最も多く、次いで「100以上」(30.5%) が多くなっている。

前回調査と比べると「80～99」「100以上」の割合が増加し、それ以外の割合は減少している。



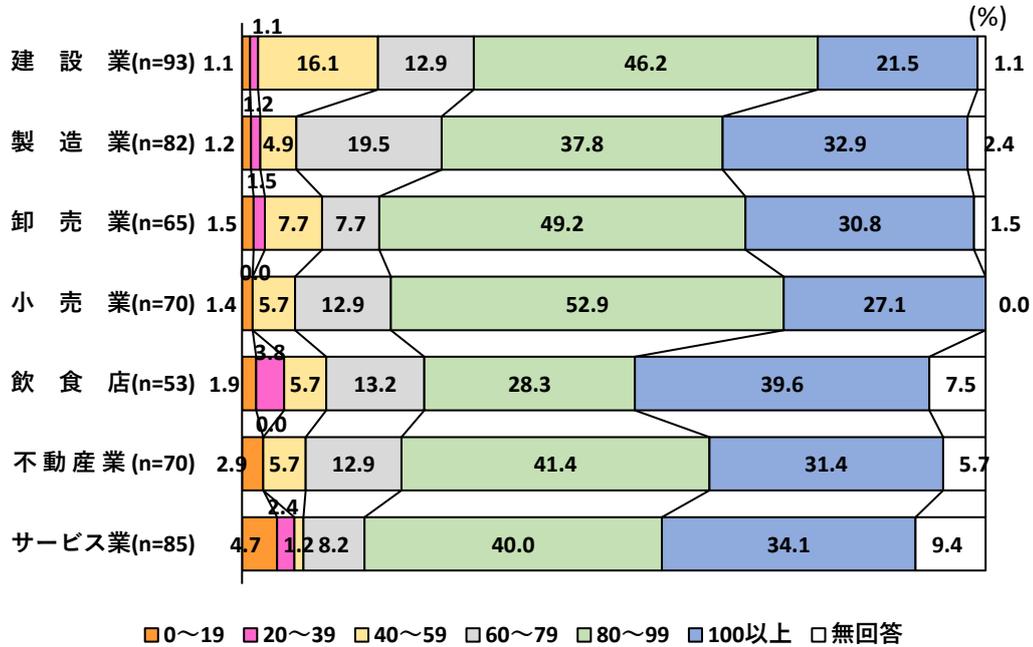
【参考：過去調査】



② 業種別

業種別にみると、「80～99」以下の合計は、「建設業」で7割台半ば超え（77.4%）で最も多く、次いで「小売業」（72.9%）で多くなっている。

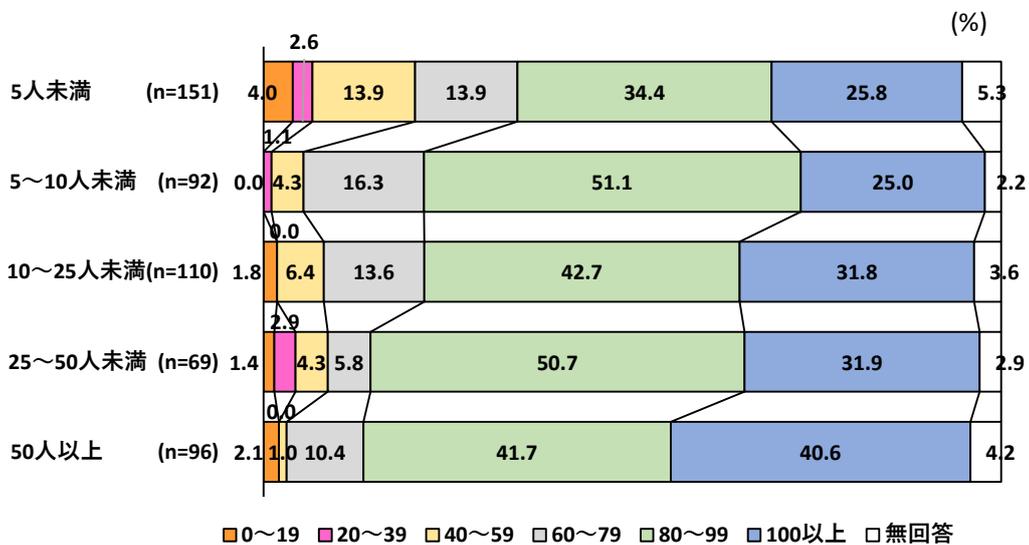
一方、「100以上」は、「飲食店」で4割弱（39.6%）と最も多く、次いで「サービス業」（34.1%）が多くなっている。



③ 規模別

規模別にみると、「80～99」以下の合計は、「5～10人未満」（72.8%）で最も多く、次いで「5人未満」（68.8%）で多くなっている。

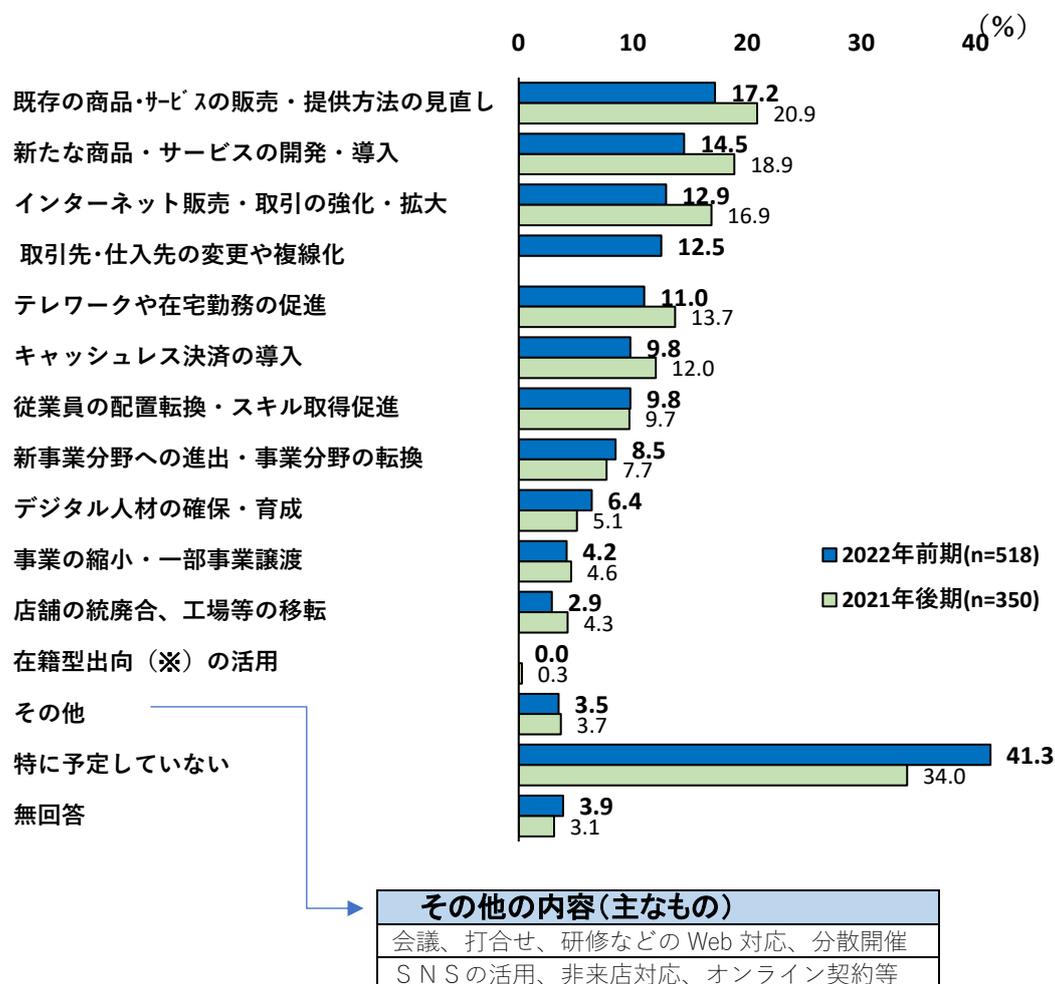
一方、「100以上」は、「50人以上」（40.6%）で最も多く、次いで「25～50人未満」（31.9%）が多くなっている。



(3) ウィズコロナ・アフターコロナへの対応で実施中又は実施予定の取組

① 全体

ウィズコロナ・アフターコロナへの対応で実施中又は実施予定の取組についてみると、「特に予定していない」以外では「既存の商品・サービスの販売・提供方法の見直し」(17.2%)が最も多く、次いで「新たな商品・サービスの開発・導入」(14.5%)が多くなっている。



※従業員が所属企業に籍を残したまま、出向先企業に一定期間継続して勤務すること

② 業種別

業種別にみると、「既存の商品・サービスの販売・提供方法の見直し」は、「卸売業」(29.3%)で最も多く、次いで「小売業」(28.6%)で多くなっている。

「新たな商品・サービスの開発・導入」は、「卸売業」(24.6%)で最も多く、次いで「不動産業」(15.7%)で多くなっている。

「インターネット販売・取引の強化・拡大」は、「不動産業」(15.7%)で最も多く、次いで「製造業」(13.4%)で多くなっている。

【業種別：上位3項目】

建設業 (n=93)		製造業 (n=82)		卸売業 (n=65)		小売業 (n=70)	
61.3	特に予定していない	48.8	特に予定していない	29.3	既存の商品・サービスの販売・提供方法の見直し	30.0	特に予定していない
10.8	テレワークや在宅勤務の促進	19.5	取引先・仕入先の変更や複線化	24.6	新たな商品・サービスの開発・導入	28.6	既存の商品・サービスの販売・提供方法の見直し
9.7	新たな商品・サービスの開発・導入	13.4	インターネット販売・取引の強化・拡大	23.1	特に予定していない	25.7	キャッシュレス決済の導入
9.7	取引先・仕入先の変更や複線化						

飲食店 (n=53)		不動産業 (n=70)		サービス業 (n=85)	
28.3	特に予定していない	45.7	特に予定していない	40.0	特に予定していない
24.5	キャッシュレス決済の導入	15.7	インターネット販売・取引の強化・拡大	16.5	既存の商品・サービスの販売・提供方法の見直し
22.6	既存の商品・サービスの販売・提供方法の見直し	15.7	新たな商品・サービスの開発・導入	16.5	テレワークや在宅勤務の促進

③ 規模別

規模別にみると、「既存の商品・サービスの販売・提供方法の見直し」は、「50人以上」（19.8%）が最も多く、次いで「10～25人未満」（19.1%）、「5人未満」（16.6%）の順で多くなっている。

「新たな商品・サービスの開発・導入」は、「5人未満」（13.2%）が、「インターネット販売・取引の強化・拡大」は「5～10人未満」（14.1%）が、「新事業分野への進出」は「25～50人未満」（20.3%）が、「従業員の配置転換・スキル取得促進」は「10～25人未満」（16.4%）が、それぞれ最も多くなっている。

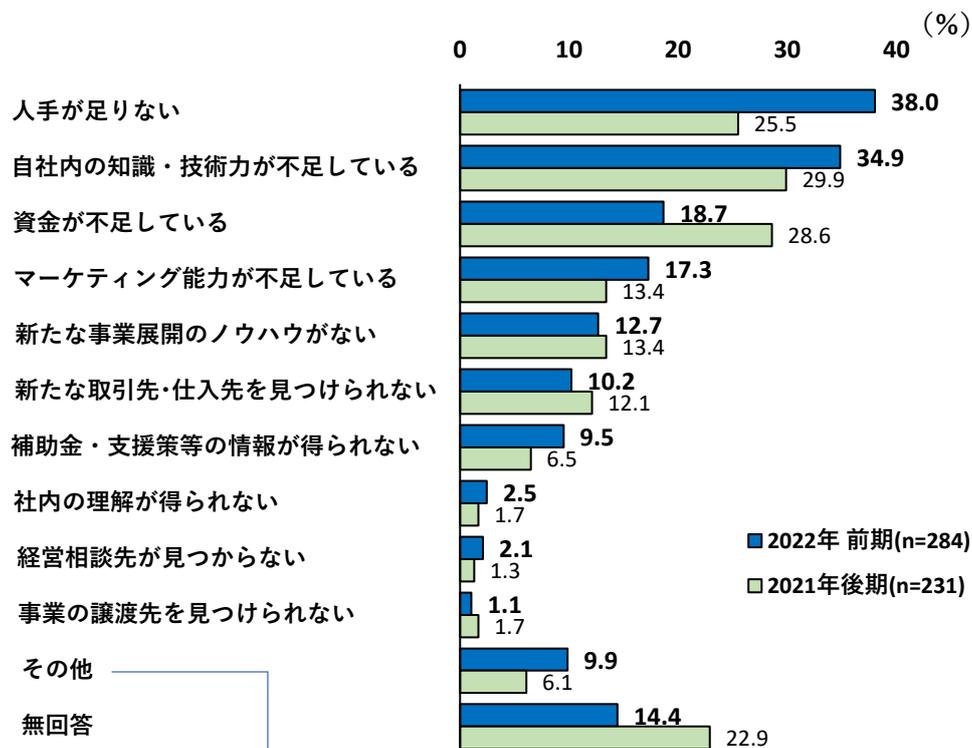
【規模別：上位3項目】

5人未満 (n=151)		5～10人未満 (n=92)		10～25人未満 (n=110)	
51.7	特に予定していない	44.6	特に予定していない	40.9	特に予定していない
16.6	既存の商品・サービスの販売・提供方法の見直し	15.2	取引先・仕入先の変更や複線化	19.1	既存の商品・サービスの販売・提供方法の見直し
13.2	新たな商品・サービスの開発・導入	14.1	インターネット販売・取引の強化・拡大	16.4	従業員の配置転換・スキル取得促進
25～50人未満 (n=69)		50人以上 (n=96)			
27.5	特に予定していない	32.3	特に予定していない		
24.6	テレワークや在宅勤務の促進	19.8	既存の商品・サービスの販売・提供方法の見直し		
20.3	新事業分野への進出・事業分野の転換	18.8	テレワークや在宅勤務の促進		

(4) ウィズコロナ・アフターコロナへの取組についての課題

① 全体

ウィズコロナ・アフターコロナへの取組についての課題では、「人手が足りない」(38.0%)が最も多く、次いで「自社内の知識・技術力が不足している」(34.9%)、「資金が不足している」(18.7%)の順で多くなっている。



その他の内容(主なもの)

テレワークすることによって生産性が下がる
テレワーク・インターネット販売のノウハウがない
取引先への訪問を控えている
コロナが治まるまで待つしかない

② 業種別

業種別にみると、「人手が足りない」は「建設業」(59.4%)が最も多く、次いで「サービス業」(53.3%)の順で多くなっている。「自社内の知識・技術力が不足している」は「卸売業」(48.0%)が最も多く、次いで「建設業」(43.8%)の順で多くなっている。

「資金が不足している」は「飲食店」(39.5%)が、「マーケティング能力が不足している」は「サービス業」(26.7%)が、最も多くなっている。

【業種別：上位3項目】

建設業 (n=32)		製造業 (n=41)		卸売業 (n=50)		小売業 (n=45)	
59.4	人手が足りない	34.1	人手が足りない	48.0	自社内の知識・技術力が不足している	40.0	自社内の知識・技術力が不足している
43.8	自社内の知識・技術力が不足している	31.7	自社内の知識・技術力が不足している	32.0	人手が足りない	35.6	人手が足りない
12.5	補助金・支援策等の情報が得られない	19.5	新たな取引先・仕入先を見つけられない	24.0	マーケティング能力が不足している	17.8	資金が不足している
						17.8	マーケティング能力が不足している
						17.8	新たな事業展開のノウハウがない

飲食店 (n=38)		不動産業 (n=33)		サービス業 (n=45)	
39.5	資金が不足している	36.4	自社内の知識・技術力が不足している	53.3	人手が足りない
28.9	人手が足りない	24.2	人手が足りない	31.1	自社内の知識・技術力が不足している
21.1	補助金・支援策等の情報が得られない	18.2	新たな事業展開のノウハウがない	26.7	マーケティング能力が不足している

③規模別

規模別にみると、「人手が足りない」は「25～50人未満」(51.1%)が最も多く、次いで「50人以上」(42.2%)が多くなっている。「自社内の知識・技術力が不足している」は、「25～50人未満」(44.7%)が最も多く、次いで「10～25人未満」(40.6%)が多くなっている。

「資金が不足している」は、「5人未満」(27.0%)が最も多く、次いで「25～50人未満」(17.0%)が多くなっている。

【規模別：上位3項目】

5人未満 (n=63)		5～10人未満 (n=46)		10～25人未満 (n=64)	
31.7	自社内の知識・技術力が不足している	39.1	人手が足りない	40.6	自社内の知識・技術力が不足している
27.0	資金が不足している	26.1	自社内の知識・技術力が不足している	39.1	人手が足りない
22.2	人手が足りない	19.6	マーケティング能力が不足している	14.1	資金が不足している
22.2	新たな事業展開のノウハウがない				

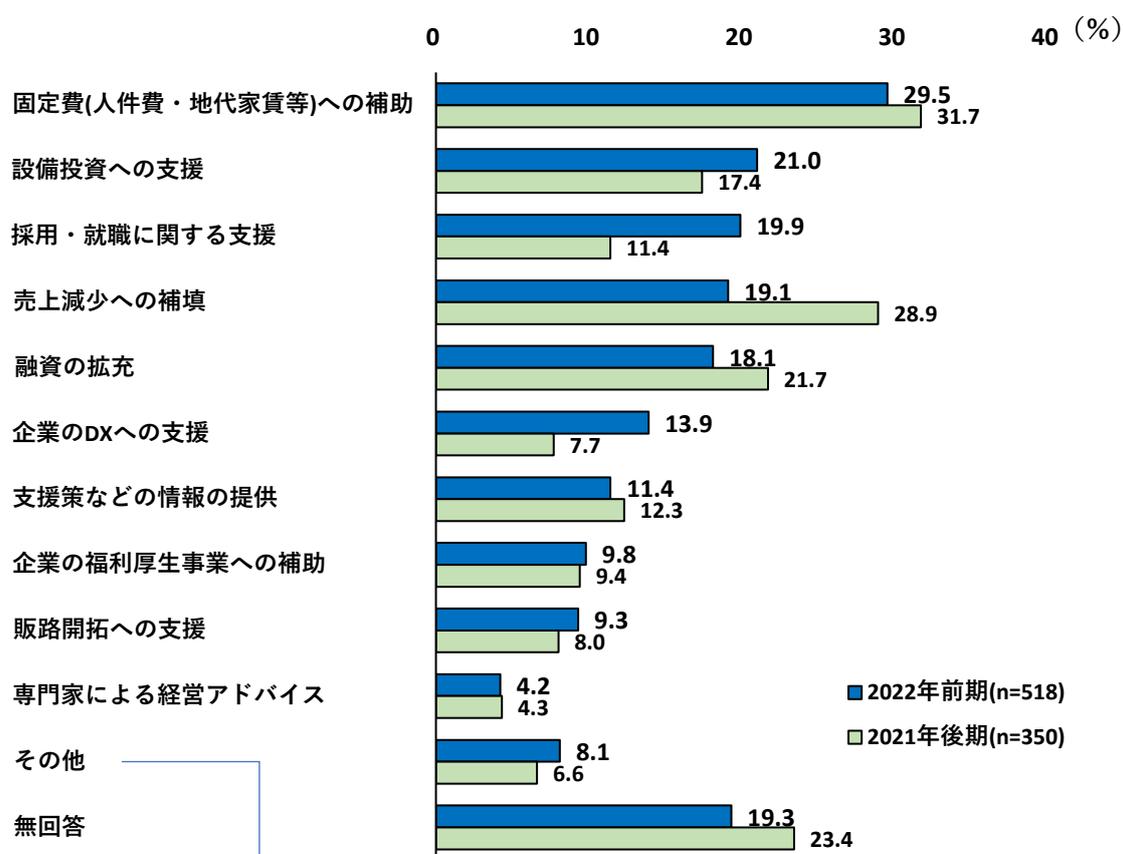
25～50人未満 (n=47)		50人以上 (n=64)	
51.1	人手が足りない	42.2	人手が足りない
44.7	自社内の知識・技術力が不足している	31.3	自社内の知識・技術力が不足している
17.0	資金が不足している	21.9	マーケティング能力が不足している
17.0	新たな事業展開のノウハウがない		

(5) 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」(29.5%)が最も多く、次いで「設備投資への支援」(21.0%)、「採用・就職に関する支援」(19.9%)「売上減少への補填(時短営業への支援を含む)」(19.1%)、「融資の拡充」(18.1%)、の順となっている。

前回調査と比べると、回答割合の高い順は「設備投資への支援」(4番目→2番目)、「採用・就職に関する支援」(6番目→3番目)が上昇する一方、「売上減少への補填(時短営業への支援を含む)」(2番目→4番目)が下落。「設備投資への支援」、「採用・就職に関する支援」、「企業のDX」については、前回調査より回答割合が高くなっている。

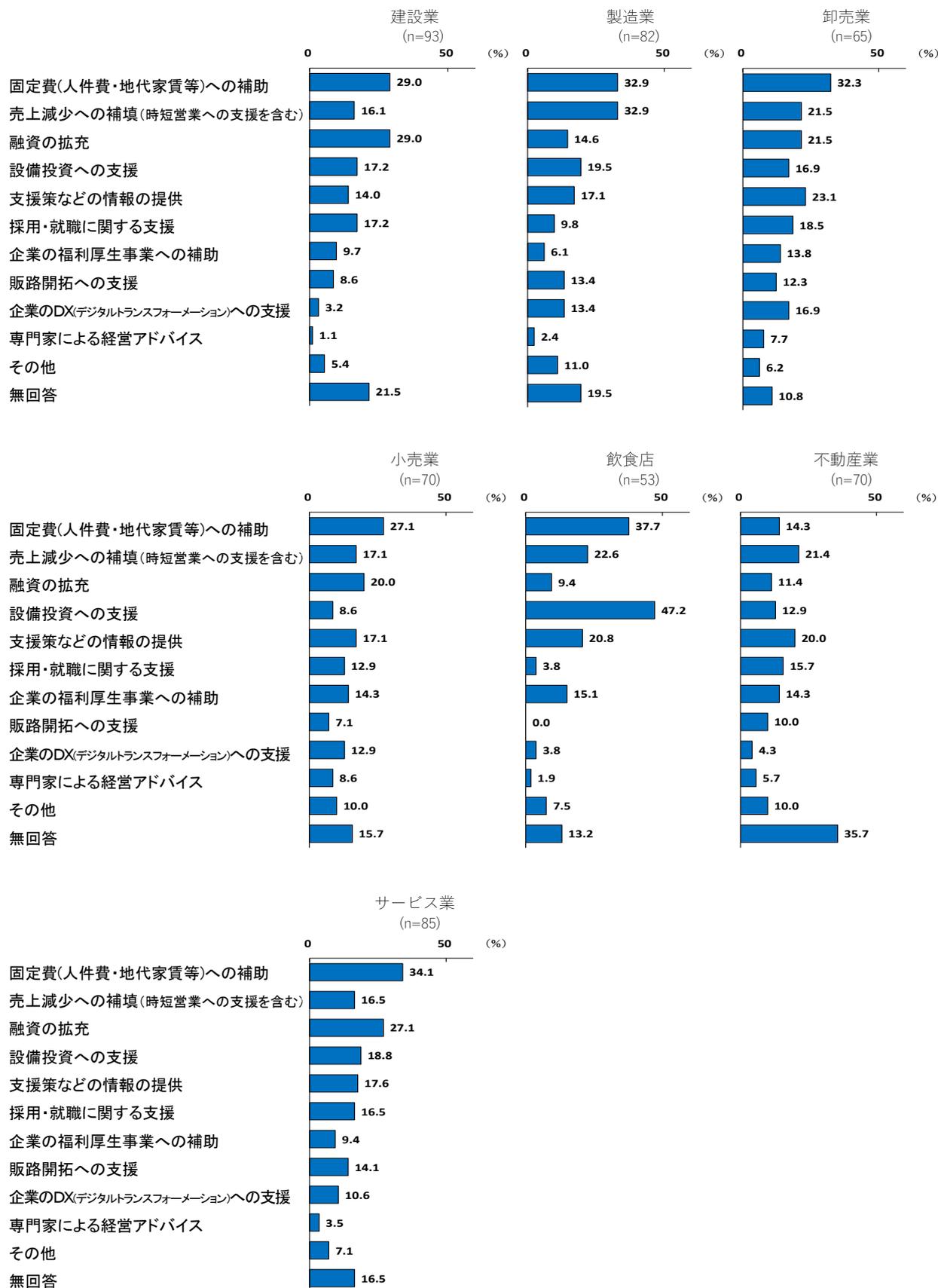


その他の内容(主なもの)

支援金や融資の条件緩和、明確化
PCR検査の助成など
公共工事の拡大
税金(所得・固定資産税、消費税等)の減免

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「建設業」(29.0%)、「製造業」(32.9%)、「卸売業」(32.3%)、「卸売業」(32.3%)、「小売業」(27.1%)、「サービス業」(34.1%)で最も多くなっている。「設備投資への支援」は飲食店(47.2%)、製造業(19.5%)で多くなっている。



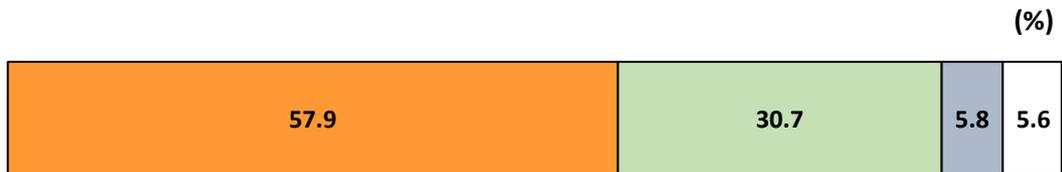
V 特別調査

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」(57.9%)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」(30.7%)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(5.8%)。



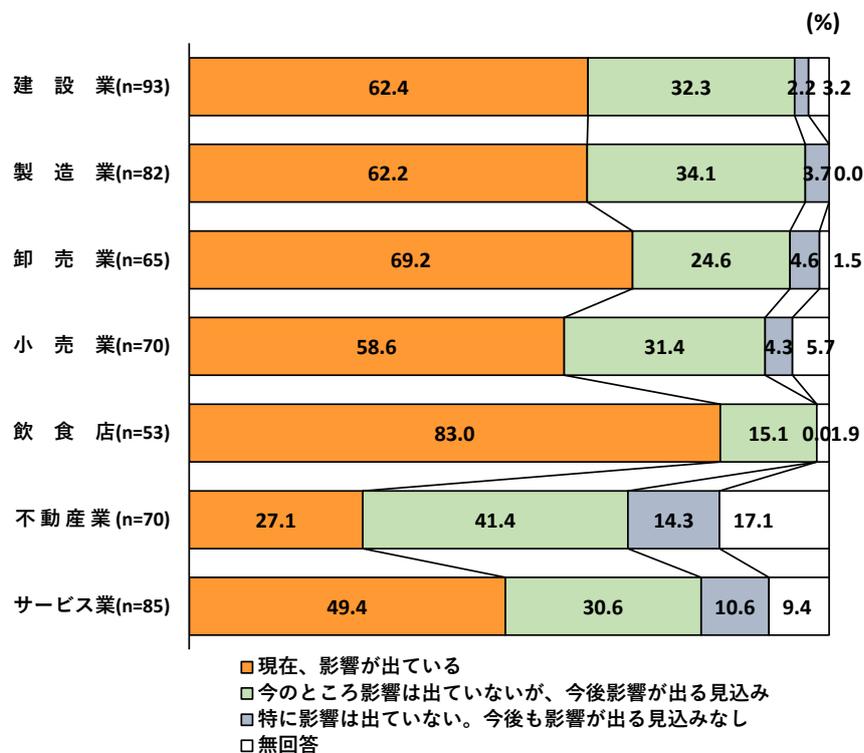
- 現在、影響が出ている
- 今のところ影響は出ていないが、今後影響が出る見込み
- 特に影響は出ていない。今後も影響が出る見込みなし
- 無回答

(n=518)

② 業種別

業種別にみると、「現在、影響が出ている」は「飲食店」（83.0%）が最も多く、次いで「卸売業」（69.2%）が多くなっている。

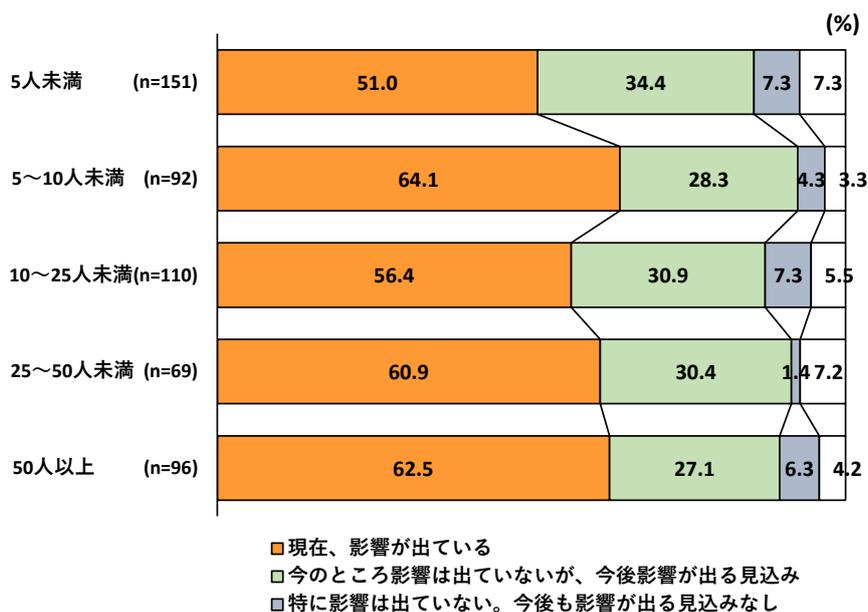
「特に影響は出ていない。今後も影響が出る見込みなし」は「不動産業」（14.3%）が最も多く、次いで「サービス業」（10.6%）が多くなっている。



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、特に「5～10人未満」（64.1%）の規模で最も多く、次いで「50人以上」（62.5%）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「5人未満」、「10～25人未満」（ともに7.3%）が最も多くなっている。

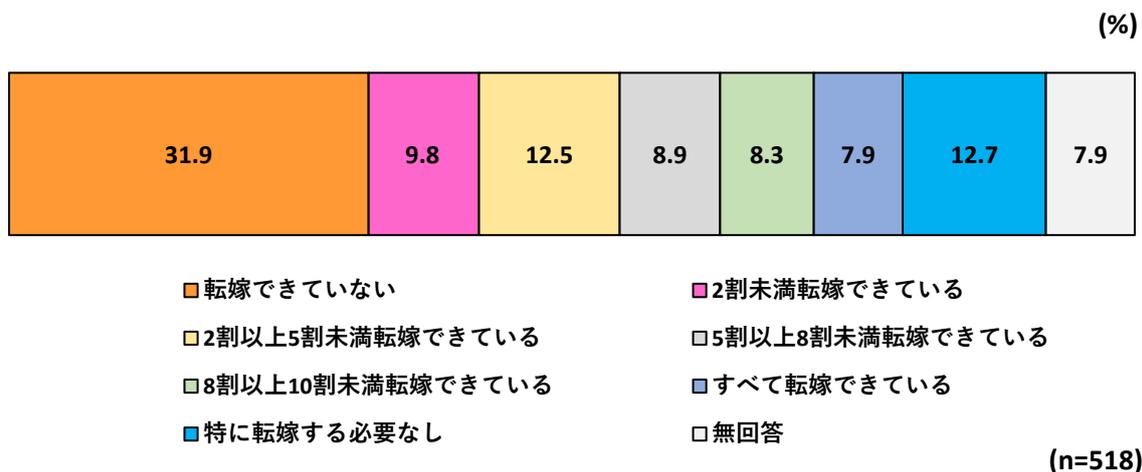


(2) 原材料・仕入価格上昇分に対する、販売価格への転嫁

① 全体

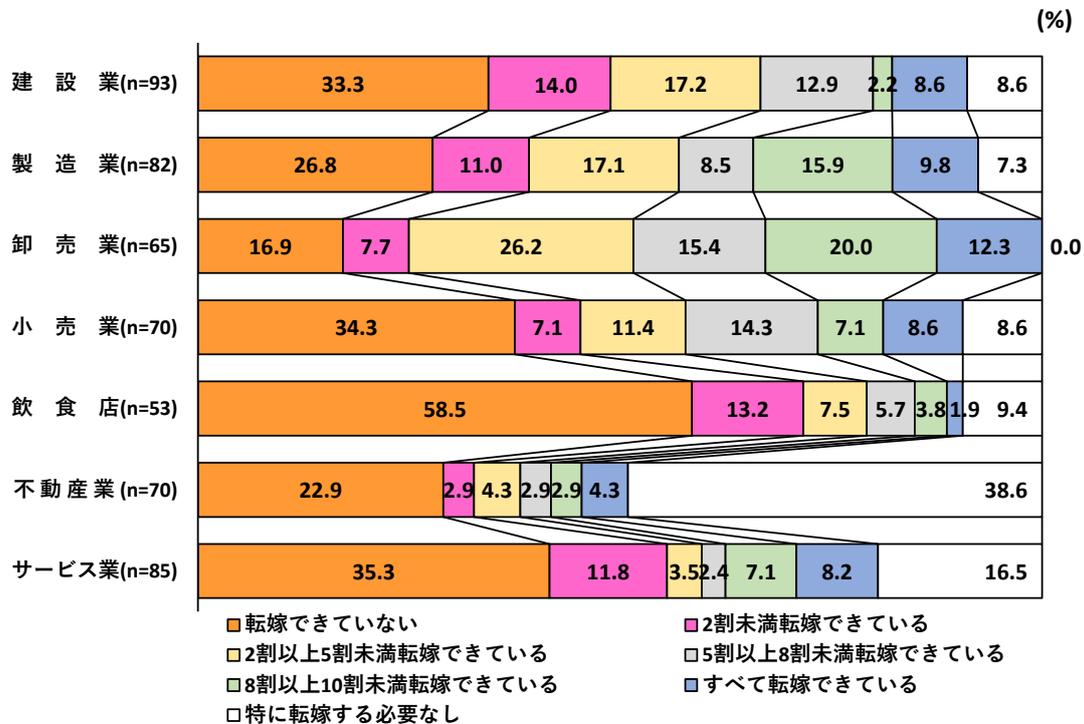
原材料・仕入価格の上昇分に対し、「販売価格への転嫁」をみると「転嫁できていない」(31.9%)が最も多く、次いで「特に転嫁する必要なし」(12.7%)が多くなっている。

「すべて転嫁できている」(7.9%)は1割未満。



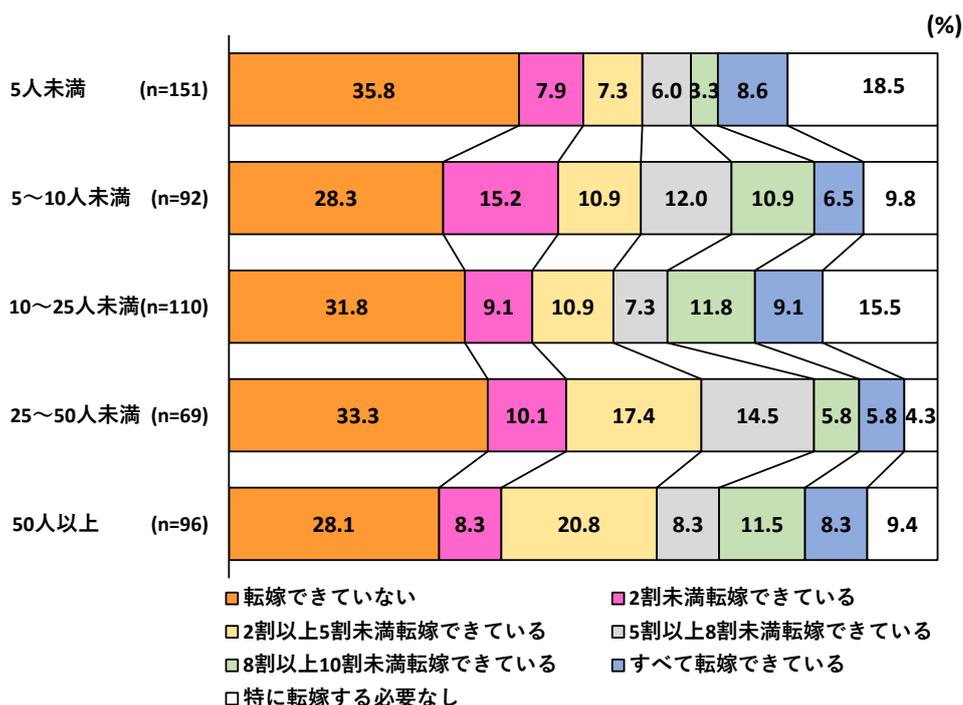
② 業種別

業種別にみると、「卸売業」は「2割以上5割未満転嫁できている」(26.2%)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」(58.5%)が最も多く、次いで「サービス業」(35.3%)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」(35.8%)の規模で最も多く、次いで「25～50人未満」(33.3%)が多い。

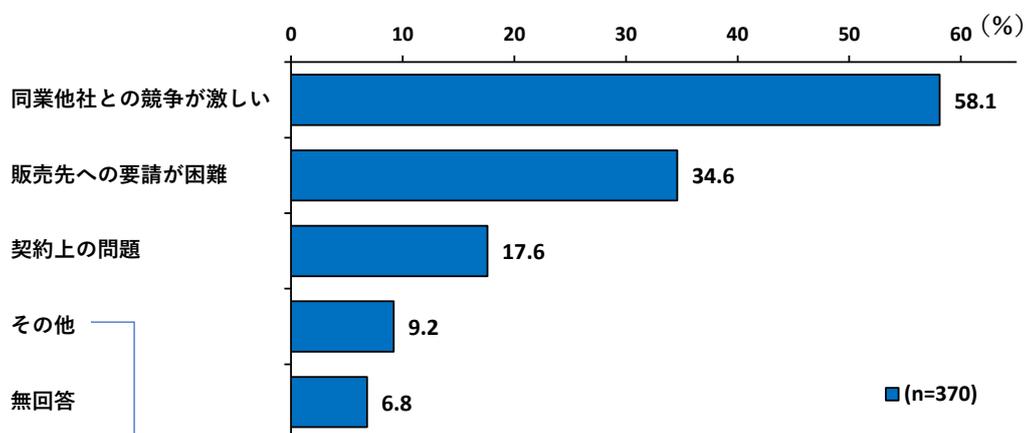


(3) 価格転嫁が難しい(できない)理由について

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」(58.1%)が最も多く、次いで「販売先への要請が困難」(34.6%)となっている。

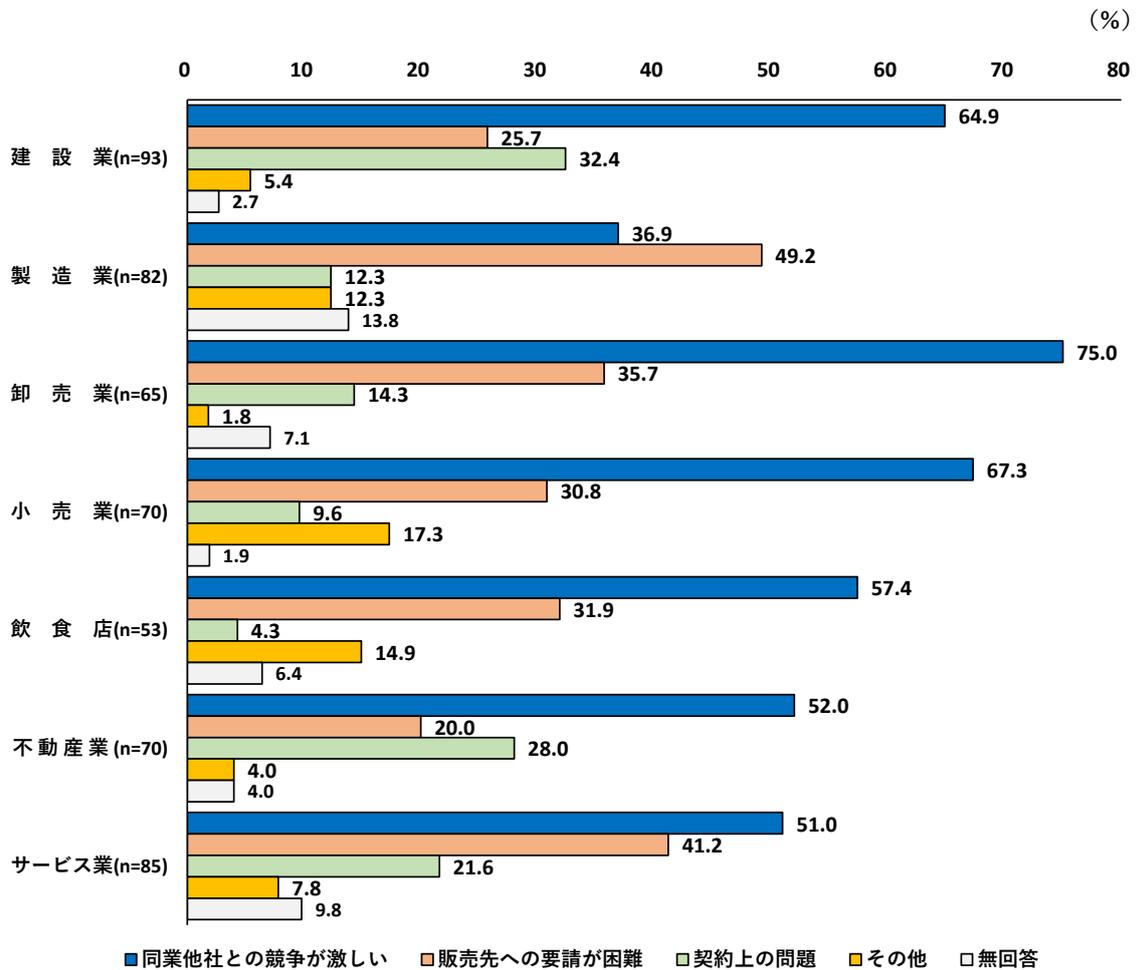
「その他」(9.2%)は、下記の内容になっている。



その他の内容(主なもの)
販売先に受け入れてもらえない。
販売先への価格交渉が出来ていない。又はしていない。
販売価格を値上げしても、仕入価格がさらに上がる。
販売先も価格転嫁できていない。
販売先の売上減少
業界全体に、価格転嫁に対する理解がみられない。
来店客の減少や買い控えに対する懸念。

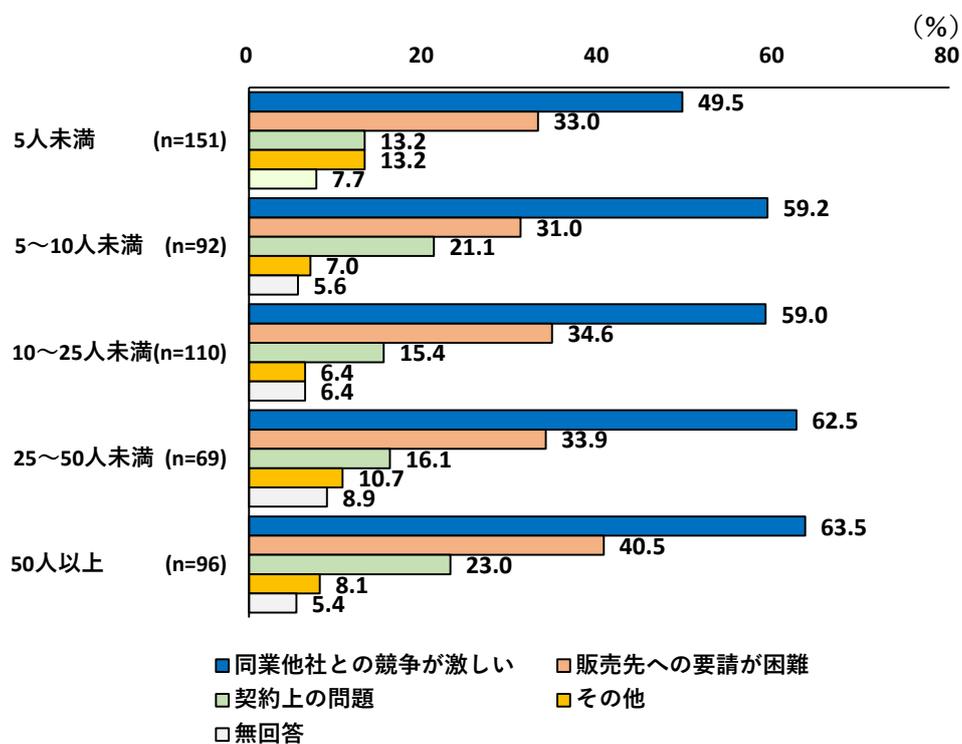
② 業種別

業種別にみると、「製造業」は「販売先への要請が困難」（49.2%）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」（75.0%）が最も多く、次いで「小売業」（67.3%）が多くなっている。



③ 規模別

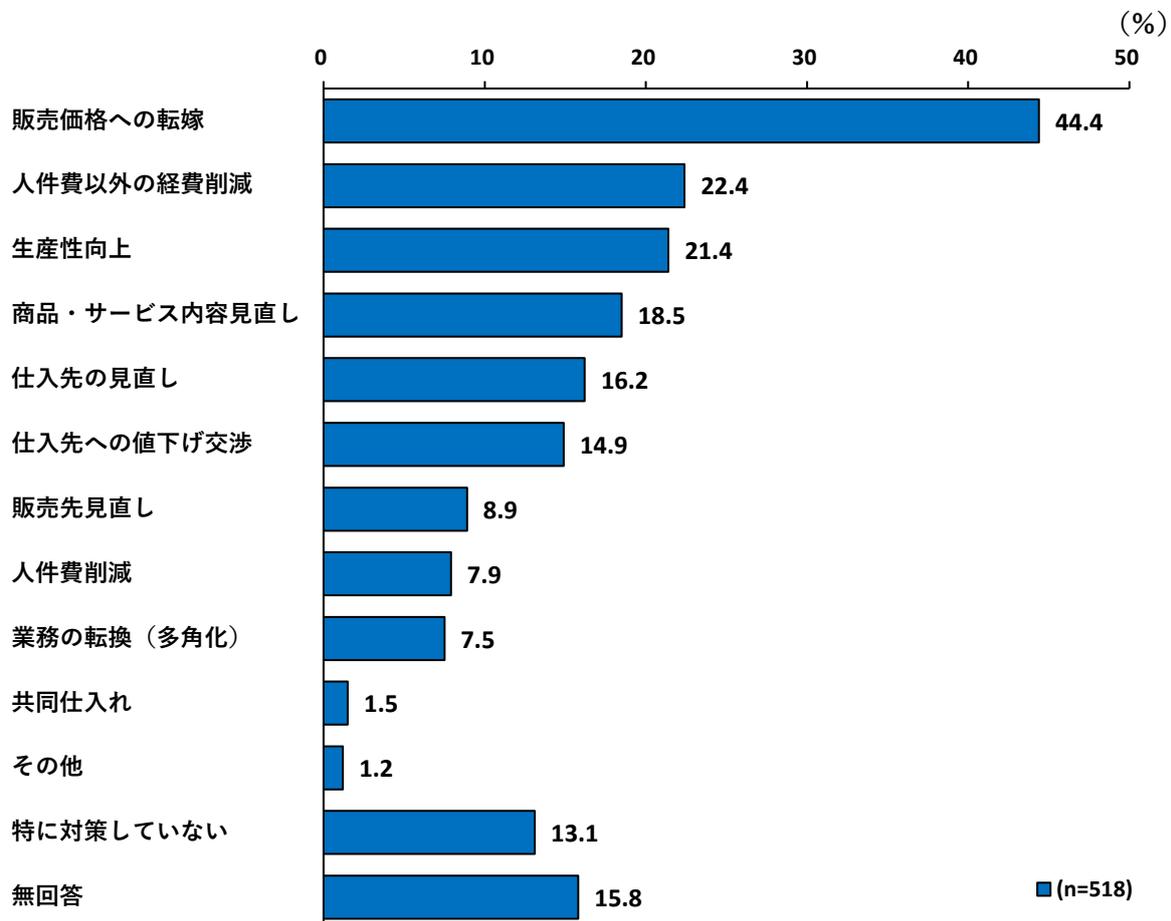
規模別にみると、すべての規模で「同業他社との競合が激しい」が最も多い。「同業他社との競合が激しい」は「50人以上」（63.5％）の規模で最も多く、次いで「25～50人未満」（62.5％）が多い。



(4) 今後予定している対策について

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」(44.4%)が最も多く、次いで「人件費以外の経費削減」(22.4%)、「生産性向上」(21.4%)が多くなっている。



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」（22.9％）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」（62.2％）が最も多く、次いで「卸売業」（61.5％）が多くなっている。

【業種別：上位3項目】

建設業 (n=93)		製造業 (n=82)		卸売業 (n=65)		小売業 (n=70)	
44.1	販売価格への転嫁	62.2	販売価格への転嫁	61.5	販売価格への転嫁	48.6	販売価格への転嫁
24.7	仕入先への値下げ交渉	39.0	生産性向上	35.4	人件費以外の経費削減	25.7	商品・サービス内容見直し
22.6	人件費以外の経費削減	25.6	人件費以外の経費削減	30.8	生産性向上	22.9	人件費以外の経費削減

飲食店 (n=53)		不動産業 (n=70)		サービス業 (n=85)	
48.6	販売価格への転嫁	22.9	特に対策していない	35.3	販売価格への転嫁
35.8	商品・サービス内容見直し	14.3	商品・サービス内容見直し	23.5	人件費以外の経費削減
24.5	仕入先の見直し	11.4	販売価格への転嫁	21.2	特に対策していない

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「25～50人未満」（60.9％）の規模で最も多く、次いで「50人以上」（49.0％）が多くなっている。

【規模別：上位3項目】

5人未満 (n=151)		5～10人未満 (n=92)		10～25人未満 (n=110)	
35.1	販売価格への転嫁	43.5	販売価格への転嫁	43.6	販売価格への転嫁
20.5	商品・サービス内容見直し	19.6	人件費以外の経費削減	23.6	生産性向上
17.9	特に対策していない	17.4	仕入先の見直し	30.0	人件費以外の経費削減

25～50人未満 (n=69)		50人以上 (n=96)	
60.9	販売価格への転嫁	49.0	販売価格への転嫁
36.2	人件費以外の経費削減	32.3	生産性向上
33.3	生産性向上	25.0	人件費以外の経費削減

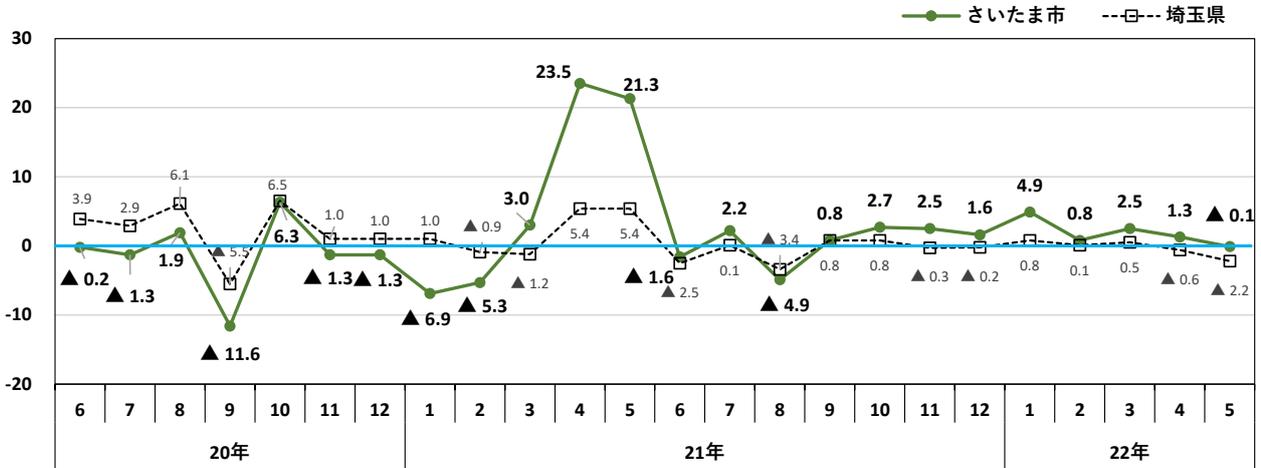
(5) 原材料・仕入価格の高騰に対し、期待する公的支援策

支援金、補助金等	原材料・仕入価格の上昇に対する救済制度（補填（補助金）制度や融資制度）。
	価格転嫁が出来ない（難しい）先への支援制度。
	支援金、補助金などの支給条件緩和。
	人件費支援、賃金アップのための支援、人材斡旋等の支援。
その他の支援	下請会社の価格転嫁に対し、元請への受け入れ指導、助言等
税金関連	法人税、事業税、固定資産税等の減税。ガソリン・軽油に係る税の廃止。
	消費者向けへの減税（消費を促す対策）。
	売り手買い手双方への税制補助
その他	円安対策（円高へのシフト）、為替の安定化。原油（ガソリン価格）、電気の価格安定。
	住宅エコポイントの復活、土地エコポイントの新設など。
	一般消費者等への仕入れ価格高騰の周知。

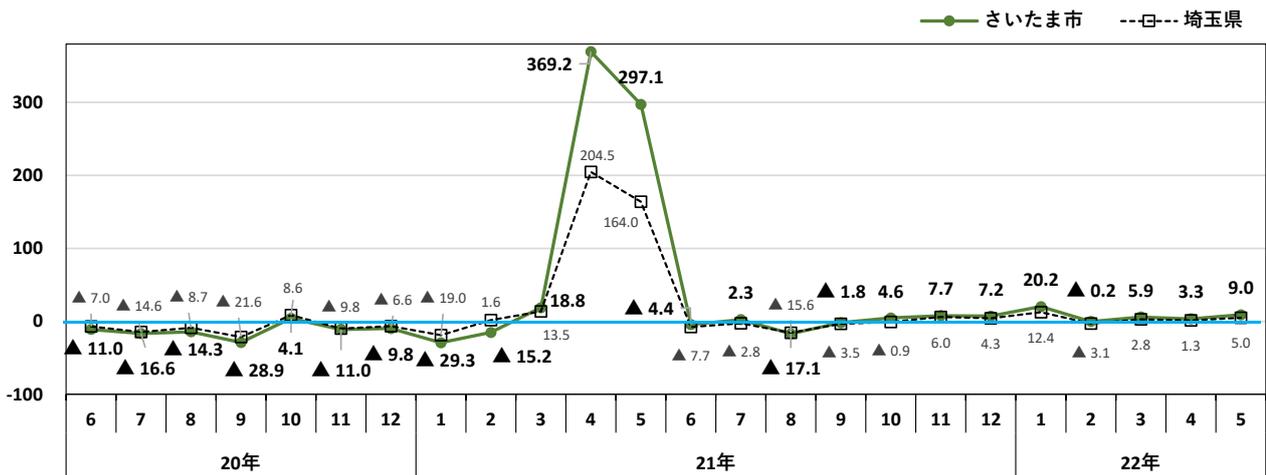
VI 主要経済指標

1 大型小売店舗販売額（前年同月比）

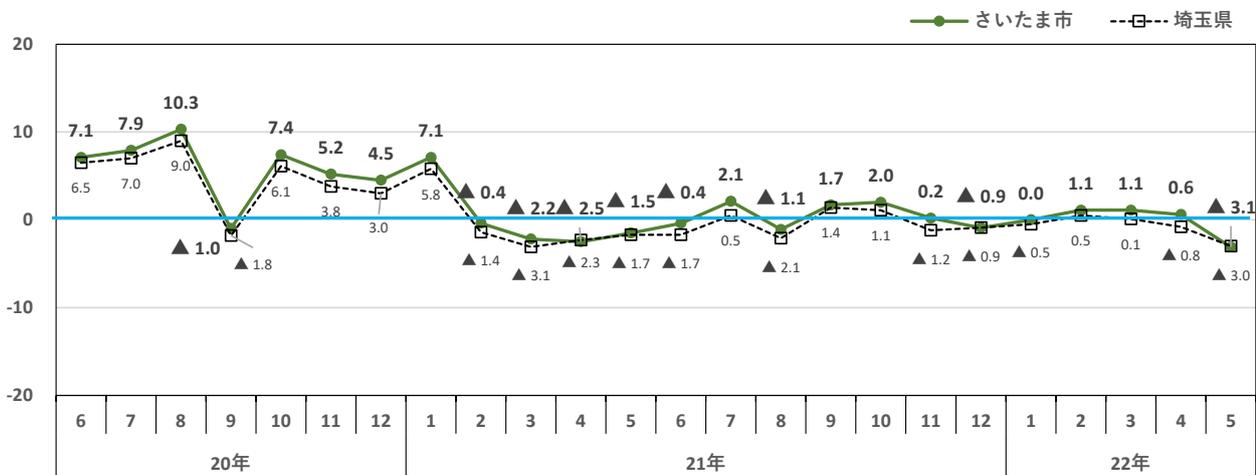
(1) 百貨店・スーパー計



(2) 百貨店

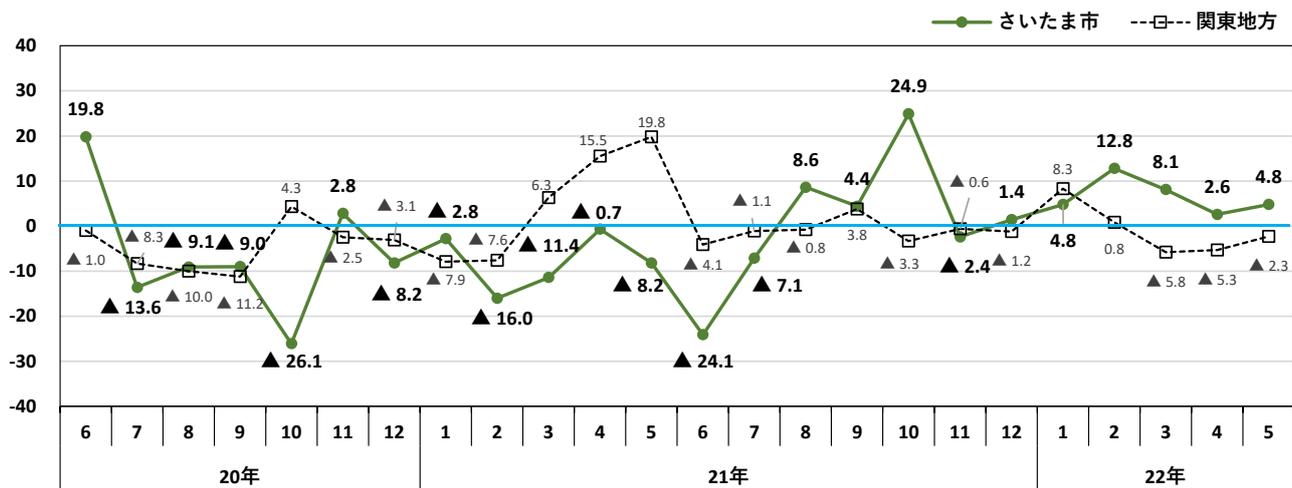


(3) スーパー



※既存店、資料：経済産業省「商業動態統計（月報）」

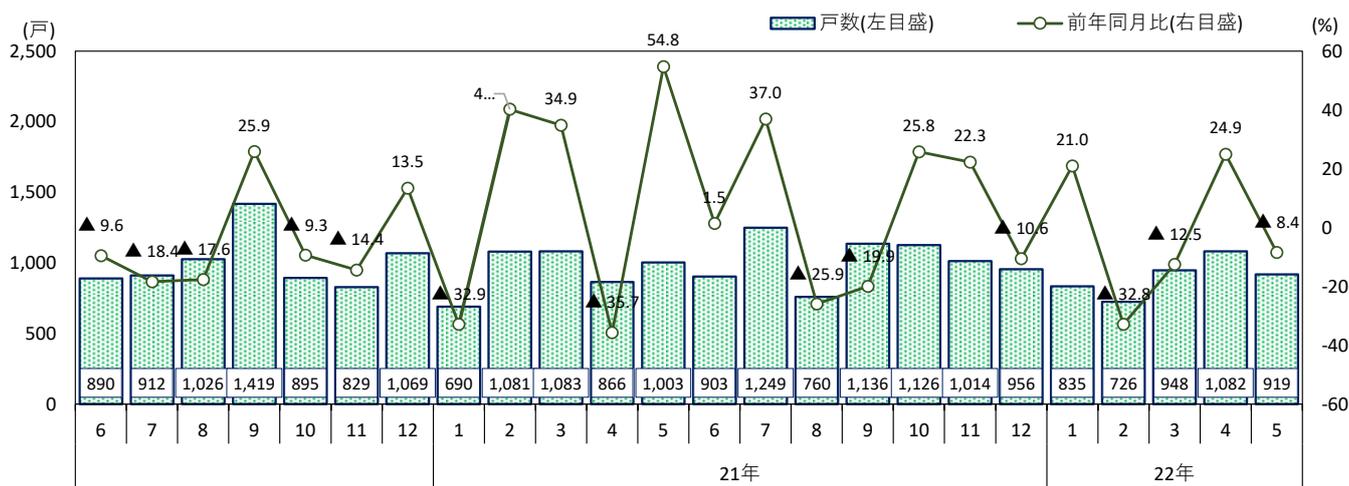
2 家計消費支出（二人以上世帯・前年同月比）



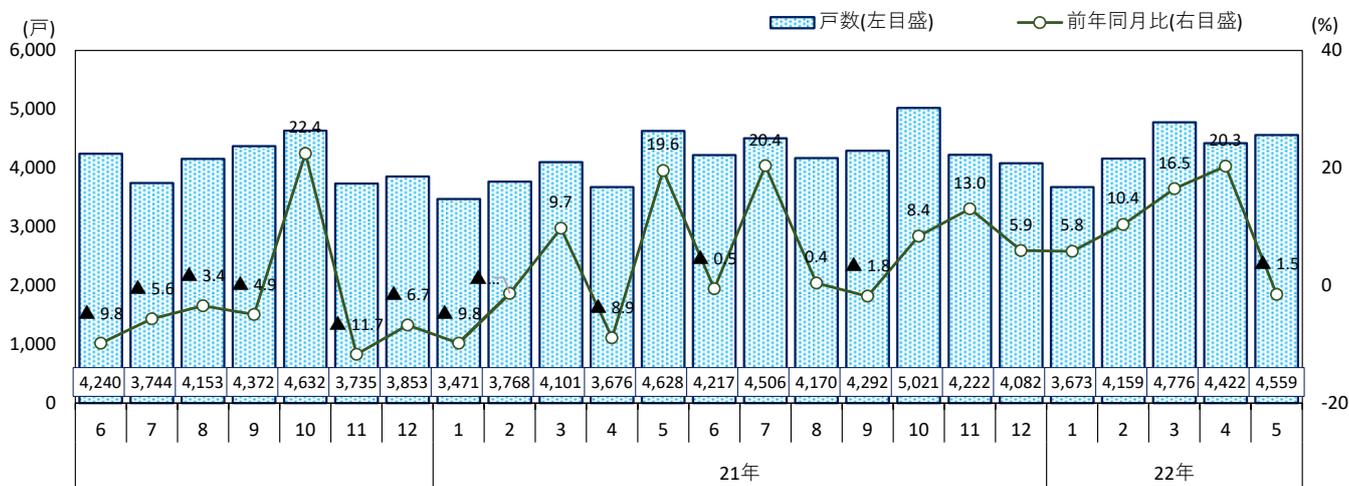
資料：総務省統計局「家計調査報告（月次結果）」

3 新設住宅着工戸数（着工戸数・前年同月比）

【さいたま市】



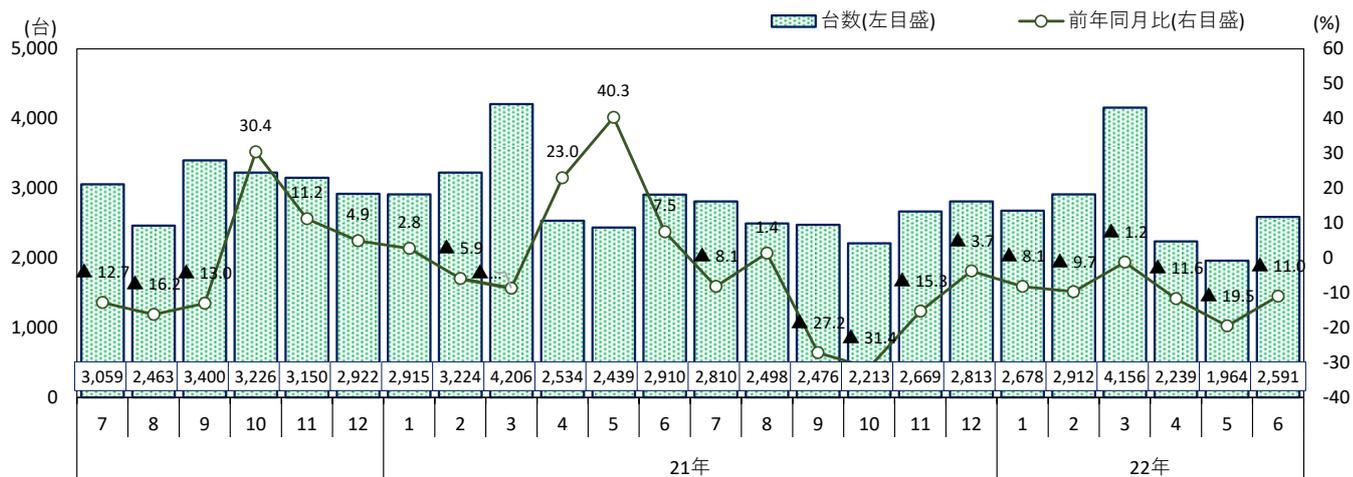
【埼玉県】



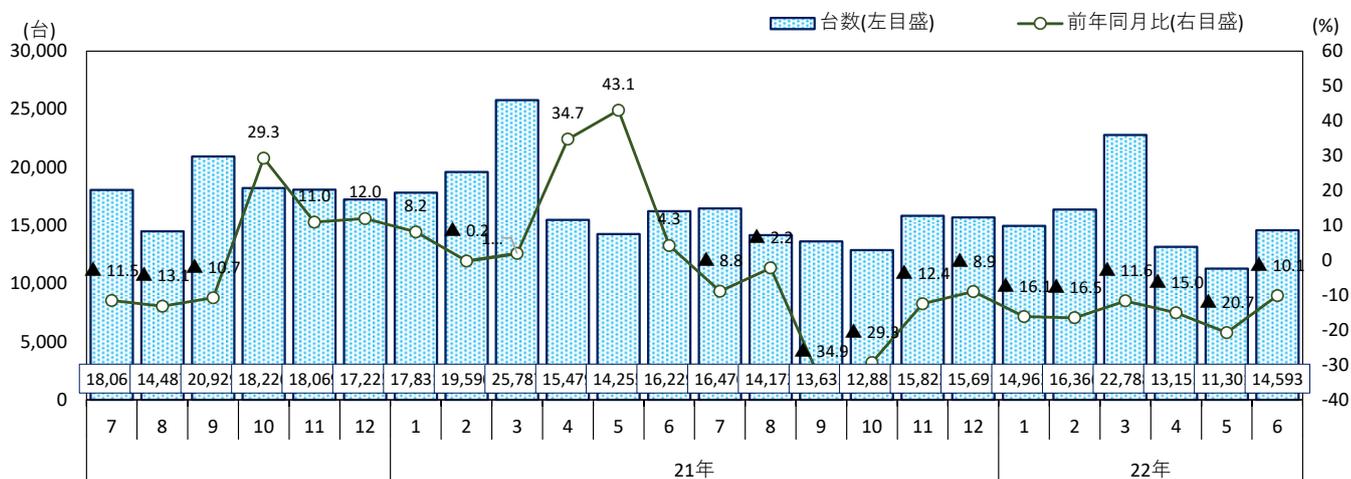
資料：国土交通省「建築着工統計調査（月報）」

4 新車登録・届出台数（台数・前年同月比）

【さいたま市】

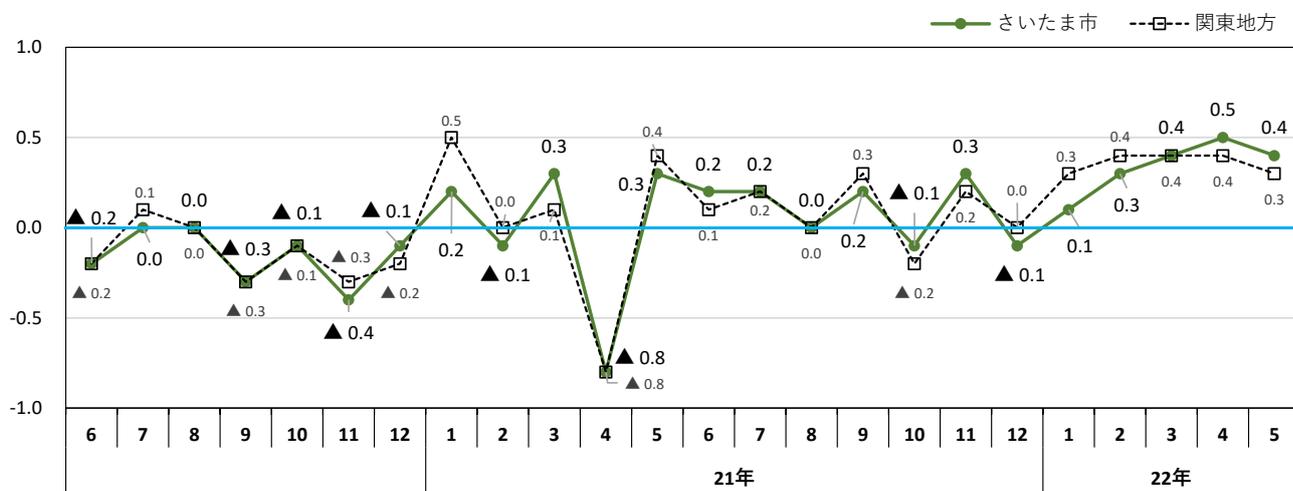


【埼玉県】



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）」

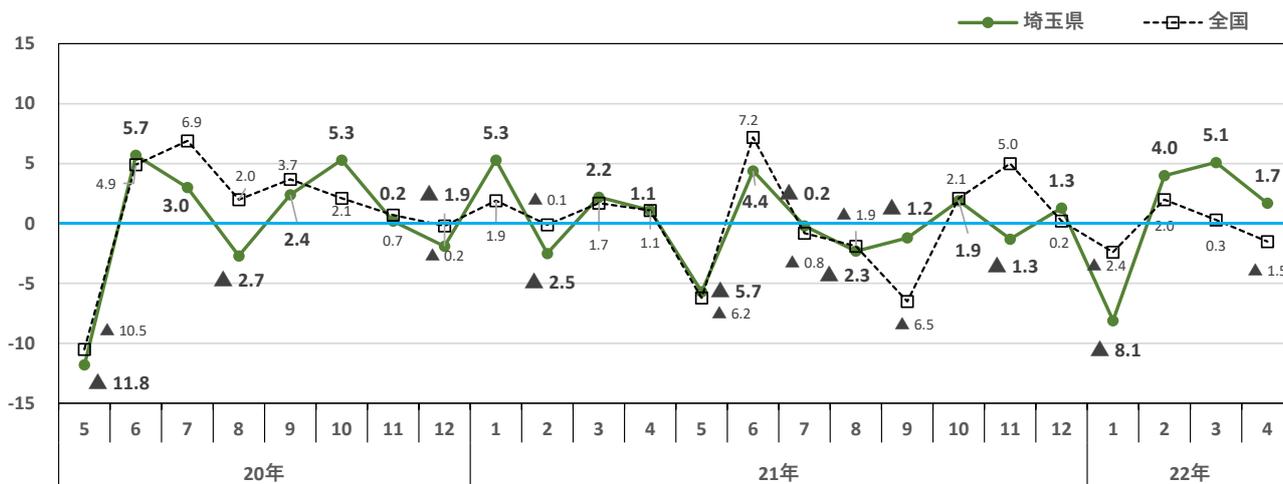
5 消費者物価指数（前月比）



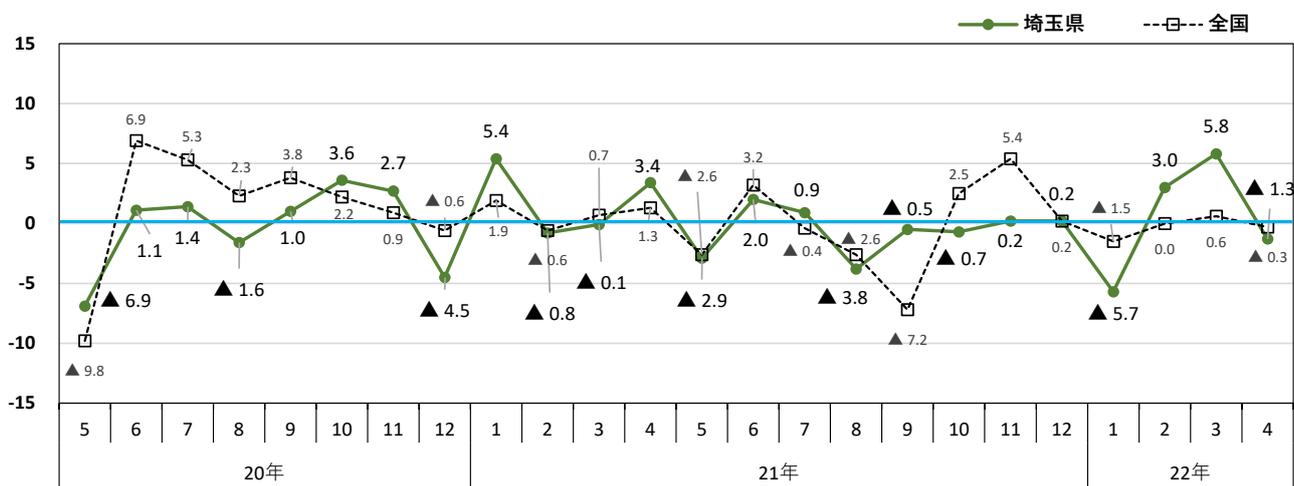
資料：総務省統計局「消費者物価指数（月報）」

6 鉦工業指数（前月比）

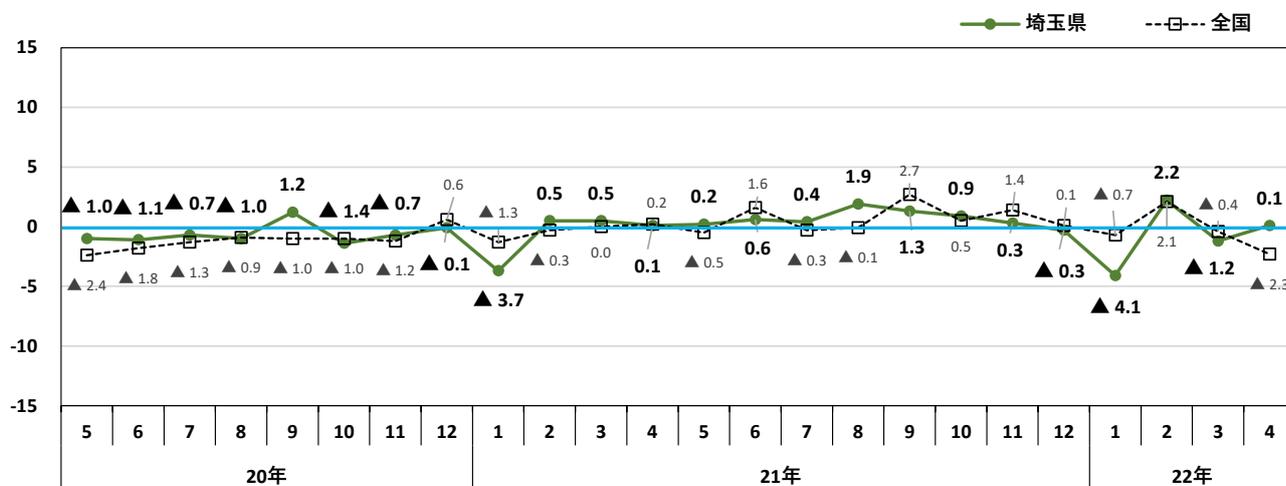
(1) 生産指数



(2) 出荷指数



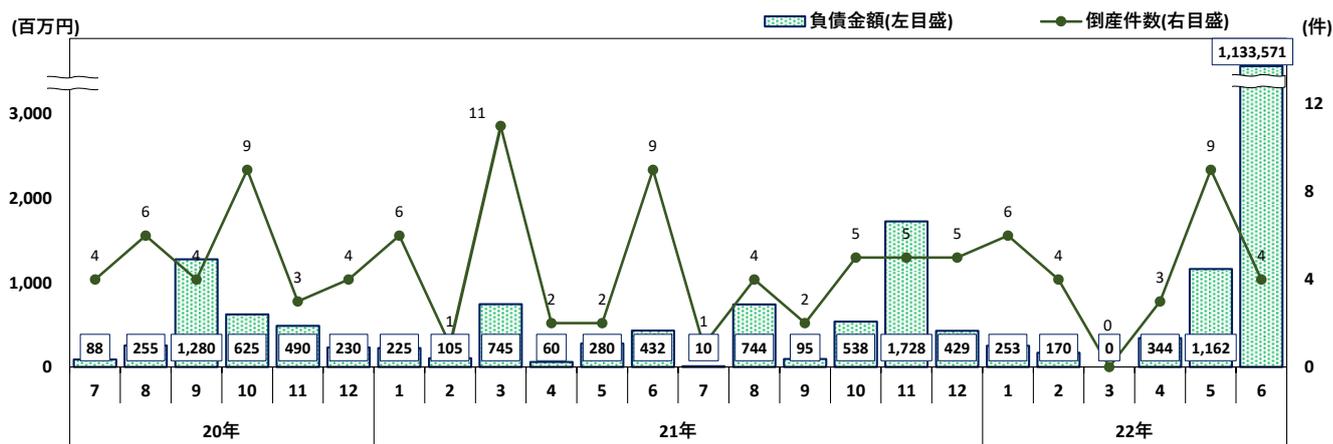
(3) 在庫指数



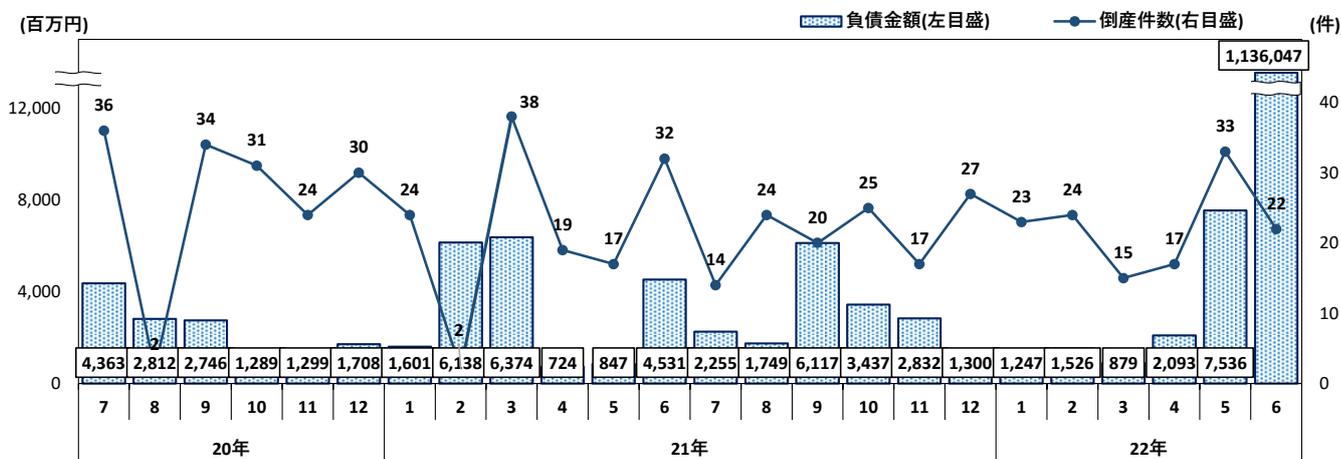
資料：経済産業省・埼玉県「鉦工業指数（月報）」

7 企業倒産（負債金額・倒産件数）

【さいたま市】



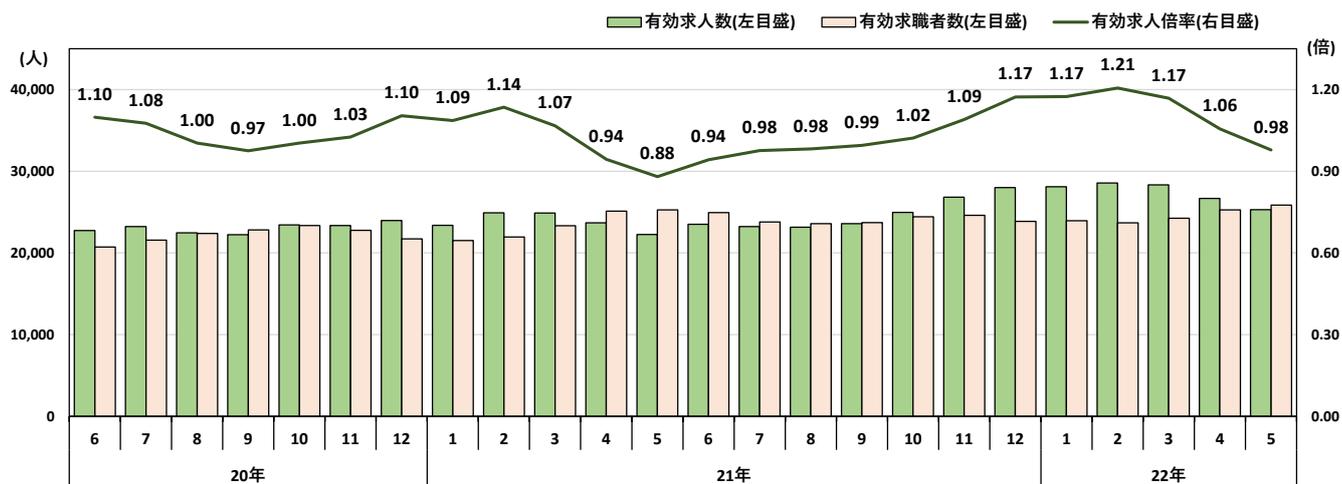
【埼玉県】



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】

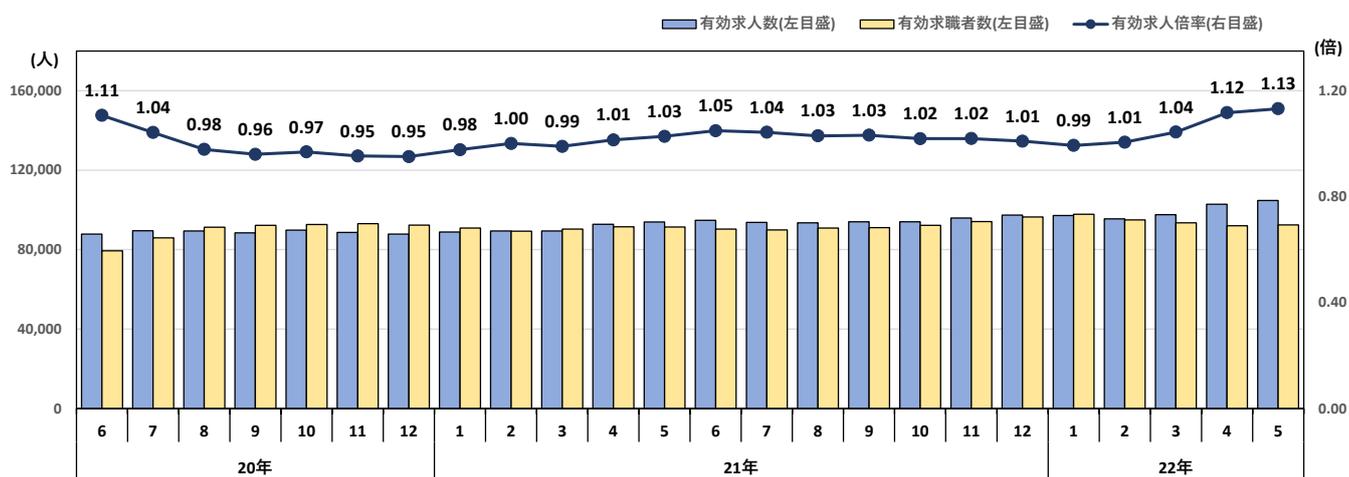


資料：厚生労働省埼玉労働局「求人・求職統計 公共職業安定所別職業紹介状況（新規学卒者を除きパートを含む）」

【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）】

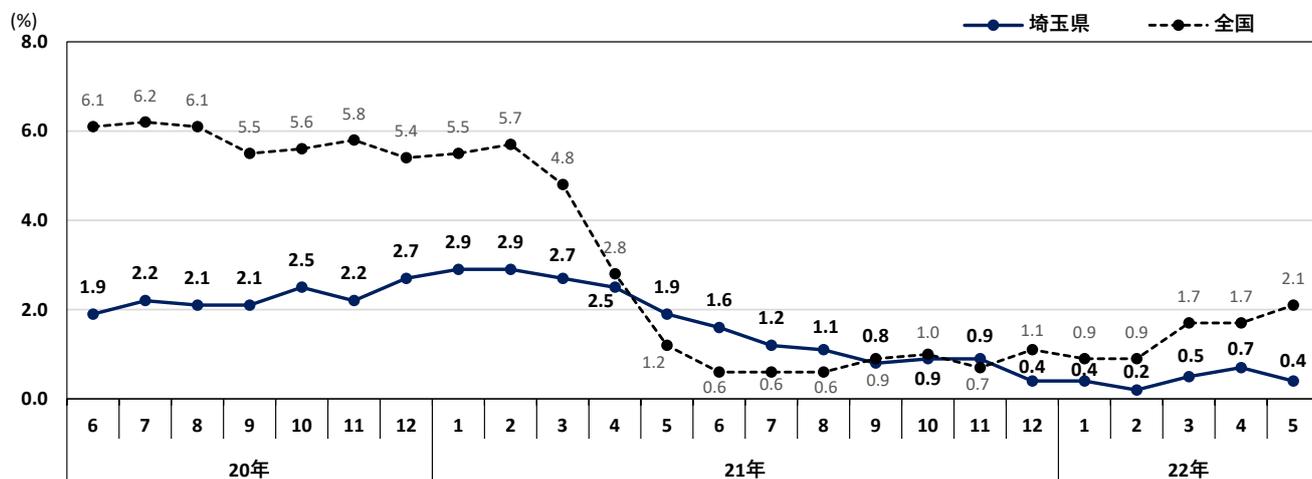
（大宮所には、鴻巣市、上尾市、桶川市、北本市、蓮田市、伊奈町が含まれる。）

【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）」

Ⅶ 調査票

さいたま市地域経済動向調査 (令和4年度・前期)

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。

今回の調査結果については、令和4年8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。



令和4年6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/sc04a.php>

- ・上記URLまたは、QRコードよりアクセスして下さい。
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7月5日（火）までにお願ひします。

【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。

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を回答を、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1～3月期（2月15日時点）					令和4年4～6月期（5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4年7～9月期					令和4年10～12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1～3月期(2月15日時点)					令和4年4～6月期(5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4年7～9月期					令和4年10～12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1～3月期(2月15日時点)					令和4年4～6月期(5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4年7～9月期					令和4年10～12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1～3月期(2月15日時点)					令和4年4～6月期(5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4年7～9月期					令和4年10～12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1～3月期(2月15日時点)					令和4年4～6月期(5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4年7～9月期					令和4年10～12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1～3月期（2月15日時点）					令和4年4～6月期（5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4年7～9月期					令和4年10～12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1～3月期（2月15日時点）					令和4年4～6月期（5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4年7～9月期					令和4年10～12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1～3月期（2月15日時点）					令和4年4～6月期（5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4年7～9月期					令和4年10～12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1～3月期（2月15日時点）					令和4年4～6月期（5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4年7～9月期					令和4年10～12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1～3月期（2月15日時点）					令和4年4～6月期（5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4年7～9月期					令和4年10～12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

		令和4年1～3月期（2月15日時点）					令和4年4～6月期（5月15日時点）				
①実績	⇒	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
		令和4年7～9月期					令和4年10～12月期				
②見通し	⇒	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。）

<p>【実績】</p> 	<p>【見通し】</p>
--------------------------------	---------------------------------

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（具体的に）
() |

6-2 前記の6-1で○をつけた項目について、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。】

該当する番号に○をつけてください

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4月～6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4月～6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. 0～19 | 3. 40～59 | 5. 80～99 |
| 2. 20～39 | 4. 60～79 | 6. 100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、貴社（事業所）が実施中又は実施予定の取組はありますか。（○はいくつでも）

- | | |
|---------------------------|-----------------------|
| 1. インターネット販売・取引の強化・拡大 | 9. 取引先・仕入先の変更や複線化 |
| 2. キャッシュレス決済の導入 | 10. 店舗の統廃合、工場等の移転 |
| 3. 既存の商品・サービスの販売・提供方法の見直し | 11. 新事業分野への進出・事業分野の転換 |
| 4. 新たな商品・サービスの開発・導入 | 12. 事業の縮小・一部事業譲渡 |
| 5. テレワークや在宅勤務の促進 | 13. その他 |
| 6. デジタル人材の確保・育成 | (具体的に) |
| 7. 従業員の配置転換・スキル取得促進 | 14. 特に予定していない |
| 8. 在籍型出向（※）の活用 | |

※ 従業員が所属企業に籍を残したまま、出向先企業に一定期間継続して勤務すること。

→【8-1で「1」から「13」と回答した方にお伺いします。】

8-2 取組を実施するにあたり、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. 事業の譲渡先を見つけられない |
| 4. 補助金・支援策等の情報が得られない | 10. 社内の理解が得られない |
| 5. 人手が足りない | 11. その他 |
| 6. 新たな取引先・仕入先を見つけられない | (具体的に) |

8-3 今後、どのような公的支援策を期待しますか。(〇はいくつでも)

1. 融資の拡充	7. 売上減少への補填 (時短営業への支援を含む)
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 (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 (具体的に)
6. 支援策などの情報の提供	

【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。(〇は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。(〇は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。(〇はいくつでも)

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。(〇はいくつでも)

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

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。(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○をつけて下さい)

- | | | | |
|-----------|------------|----|----|
| 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 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6月調査（2022年4～6月期） —

2022年10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6月調査)業務の委託に関する経費は102万円です。