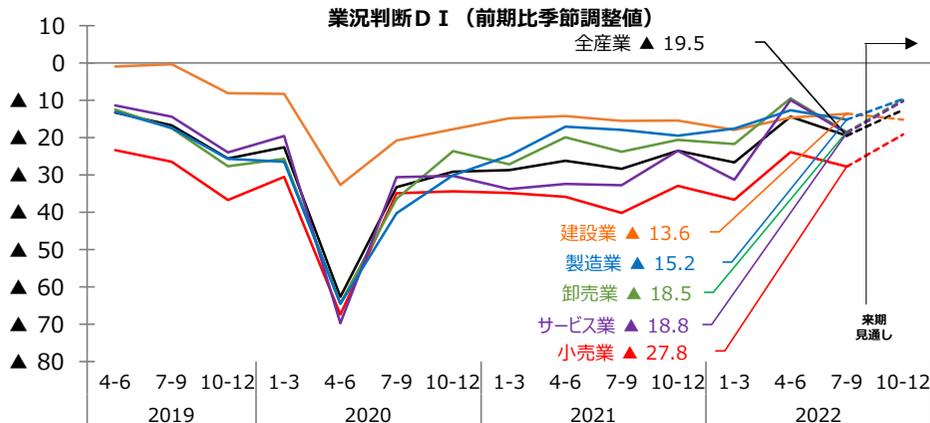


# 第169回中小企業景況調査（2022年7-9月期）のポイント

## 中小企業の業況判断DIは、2期ぶりに低下

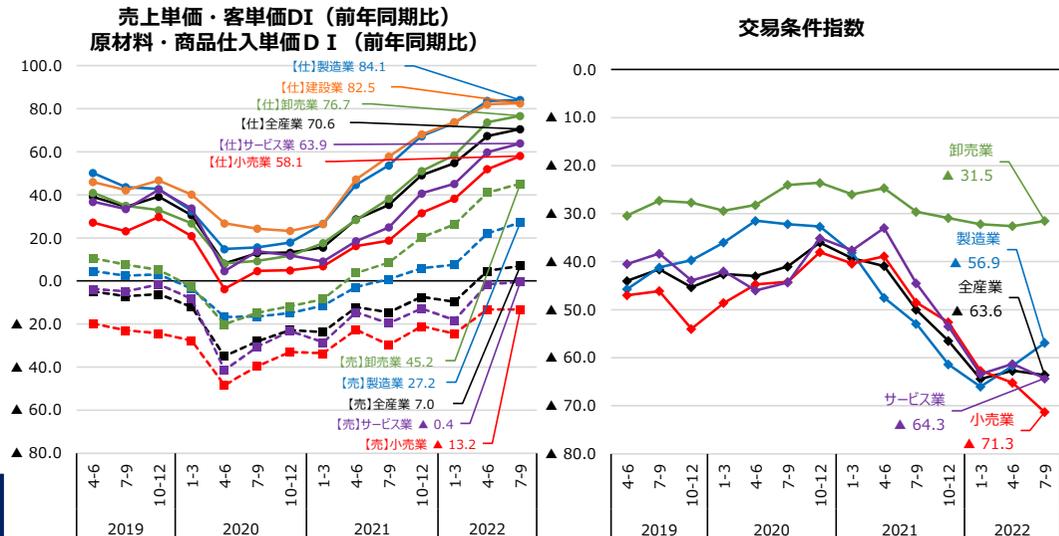
全産業の「業況判断DI（前期比季節調整値）」は、前期（2022年4-6月期）より5.1ポイント減の▲19.5と2期ぶりに低下し、来期（2022年10-12月期）は、6.9ポイント増の▲12.6と上昇する見通しとなった。産業別では、建設業(前期差+1.1)で上昇し、卸売業(同-9.0)、サービス業(同-8.9)、小売業(同-3.9)、製造業(同-2.5)で低下した。



※前期(2022年4-6月期)と比べて「好転」「不変」「悪化」で回答。

## 全産業の原材料・商品仕入単価DIは過去最高値を記録

全産業の「原材料・商品仕入単価DI」は、前期比3.2ポイント増の70.6と、1980年の調査開始以来の最高値を記録し、産業別でも、卸売業、製造業、建設業で過去最高値を更新した。一方、「売上単価・客単価DI」の上昇は限定的で、両者の差分である「交易条件指数」は、全ての産業でマイナス圏で推移している。



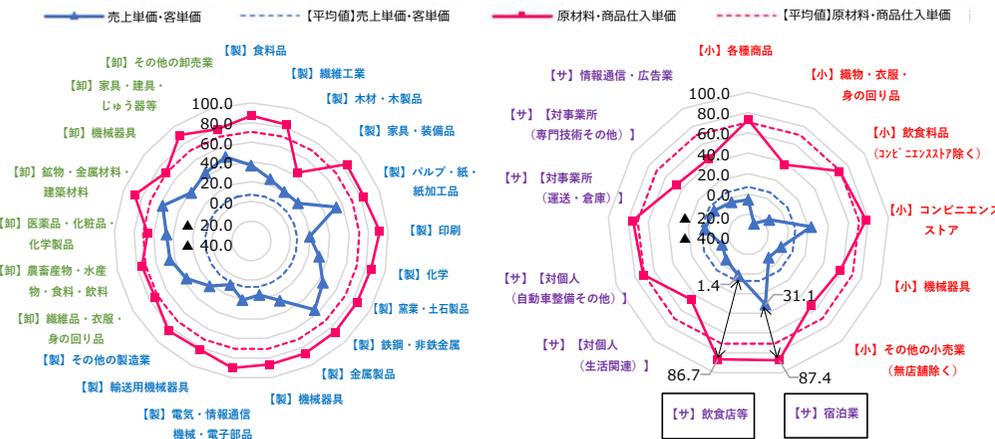
※前年同期(2021年7-9月期)と比べて「上昇」「不変」「低下」で回答。  
※建設業は、「売上単価・客単価」が調査対象外のため該当データ無し

※「交易条件指数」=「売上単価・客単価DI」-「原材料・商品仕入単価DI」

## 小売業とサービス業で価格転嫁に遅れ

業種別の「売上単価・客単価DI」について、製造業と卸売業では、全産業の値(平均値)を上回っているが、小売業とサービス業では、平均値以下やマイナスの業種があり、価格転嫁に遅れがみられる。宿泊業の客単価DIが上昇する一方、飲食店等は転嫁が進んでいないなど、同じ産業内でも顧客の動向や経済情勢によって傾向が異なる。

売上単価・客単価DI、原材料・商品仕入単価DI (前年同期比 2022年7-9月期)  
 <製造業・卸売業> <小売業・サービス業>



※前年同期(2021年7-9月期)と比べて「上昇」「不変」「低下」で回答。

◆生産品目の拡充と、昨年度実施した**納入価格の改定により、前年度と比較して改善**されてきたが、本年の**原材料価格の上昇により、更に価格転嫁が必要**な状況となってきた。また、従業員の処遇改善も重要な課題と考える。〔化学〕  
 ◆客先へ度重なる材料費上昇のお願いにて、9月より一部改訂して頂ける所迄漕ぎつけた。前期決算は**材料価格上昇が影響し大幅な赤字**となった為、**今後も物の価格が高騰**して行く中で交渉を迅速に出来る体制を構築したい。〔輸送用機械器具〕

◆**原料の高騰、輸入経費の高止まり、急激な円安で、仕入コストが急激に上昇、販売単価への転嫁が追いつかず採算が取れない。**幅広い分野で値上がりが起こっており、**家計負担も大きく、消費低迷が懸念**される。〔その他の身の回り品卸売業〕

◆**原材料の上昇**が未だに落ちついていない為、商品価格の決定が困難。**さまざまな商品やサービスの値段が上がっている**の中でお客様のニーズの変化を正確にとらえなくてはならない。〔パン小売業〕

◆**材料単価の上昇が止まらない**ため、見積書から契約に至るまでに**金額の変更が必要なケースが増加**している。施主との価格交渉の未、折衷金額での契約が増加し**利益率が悪化**している。〔一般土木建築工事業〕  
 ◆**業況は好転**しているものの、**材料高騰や設備等入手困難**により、**工期の遅延が発生し収益は減少**傾向にある。〔大工工事業〕

◆**慢性的な人材不足**に加えコロナの濃厚接触者等の急な欠員がたり、繁忙期にうまく対応できなかった。また**光熱費等の経費上昇で利益を圧迫し減益**となっている。**値上もこの状況でやりにくい。**〔食堂、レストラン〕  
 ◆近場の利用者は、県民割等のキャンペーンもあって**それなりの需要を確保**できているが、大都市圏、特に、**東京、大阪方面の需要は弱い。**〔旅館、ホテル〕

【調査要領】  
 1.調査時点 2022年9月1日時点  
 2.調査対象 中小企業基本法に定義する全国の中小企業（調査対象企業数18,847、有効回答企業数18,132、有効回答率96.2%）  
 3.自由回答数 4,204件（上記の他、「中小企業景況調査報告書」p.11、「中小企業景況調査資料編」pp.79-80に掲載）  
 ※中小企業景況調査の自由回答(フリーコメント)  
 項目を選択する方式ではなく、業況判断の背景についての感想や意見を自由に記入する方式であることから、各企業が抱える課題が表れている。