

# 東商けいきょう 2022年7~9月期 集計結果

## (中小企業の景況感に関する調査)

付帯調査：①賃金の動向について  
②価格転嫁の動向について

2022年9月14日

## 調査期間

2022年8月15日～25日

## 調査対象

東京23区内の中小企業2,781社

## 調査項目

業況、売上、採算(経常利益)、資金繰り、民間金融機関の貸出姿勢

## 調査方法

WEB、FAXおよび経営指導員による聴き取り

## 回答数

1,079社 (回答率38.8%)

### <業種構成>

製造業：271社 (25.1%)

建設業：141社 (13.1%)

卸売業：169社 (15.6%)

小売業：100社 (9.3%)

サービス業：398社 (36.9%)

### <従業員規模構成>

5人以下：403社 (37.4%)

6人以上10人以下：128社 (11.9%)

11人以上20人以下：159社 (14.7%)

21人以上50人以下：159社 (14.7%)

51人以上100人以下：99社 (9.2%)

101人以上300人以下：94社 (8.7%)

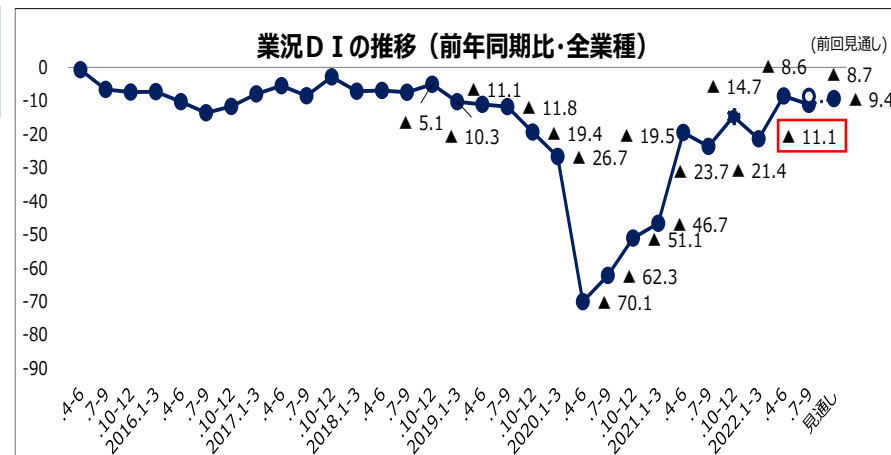
301人以上：37社 (3.4%)

※全ての質問について、割合は四捨五入を行っているため、必ずしも合計が100.0%にならない。  
※本調査結果の集計にあたっては、独立行政法人中小企業基盤整備機構が実施している「中小企業景況調査」の調査結果を一部活用している。

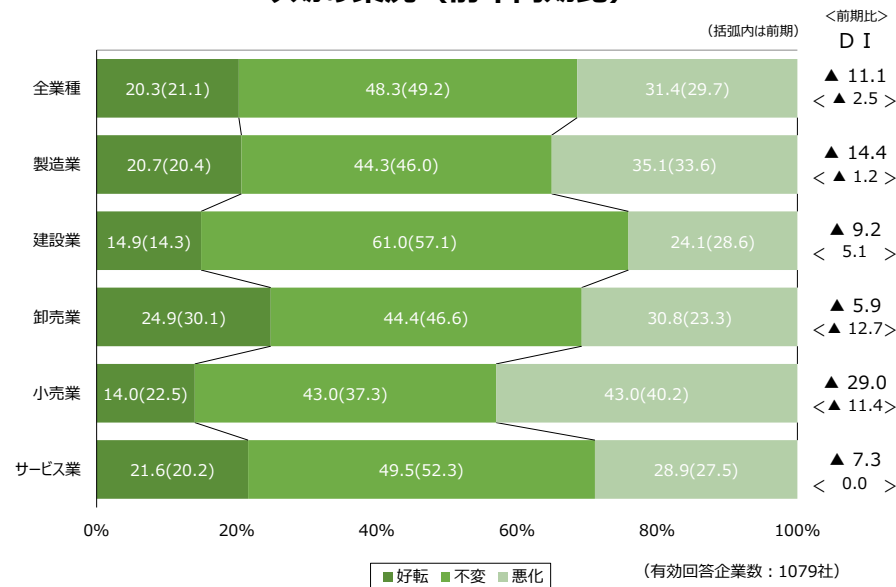
業況DIは前期（2022年4～6月期）と比べ、  
 2.5ポイント悪化の▲11.1

※業況DI = 「好転」の回答割合 - 「悪化」の回答割合。前年同期比、全業種。

- 業況DIは前期比2.5ポイント悪化の▲11.1となった。前期の大幅な改善から一転し、悪化に転じた。また、2022年4-6月期における来期の見通し▲8.7を2.4ポイント下回る結果となった。
- 業種別では、卸売業が12.7ポイント悪化の▲5.9、小売業が11.4ポイント悪化の▲29.0、製造業が1.2ポイント悪化の▲14.4となるなど、3業種でDI値が悪化した。
- 製造業では、原材料価格の高騰で製造コストが増大していることに加え、半導体を含む部品の調達難により生産に支障をきたしているといった声が多く聞かれた。建設業では、民間工事を中心に受注は堅調であるものの、資材値上がり分の価格転嫁が難しく、業績への影響を不安視する声が聞かれた。卸売業では取引先の需要停滞のほか、円安で仕入価格が上昇しているといった声が聞かれた。小売業・飲食業では、新型コロナウイルス第7波の影響で客足が再び減少に転じているといった声が聞かれた。さらに、最低賃金引上げに伴う人件費増加により収益悪化を懸念する声も聞かれた。
- 来期の見通しは1.7ポイント改善の▲9.4を見込む。ウィズコロナの中で経済回復を期待する一方、為替動向やサプライチェーンの状況で下振れする可能性があるといった声が聞かれた。



## 今期の業況 (前年同期比)



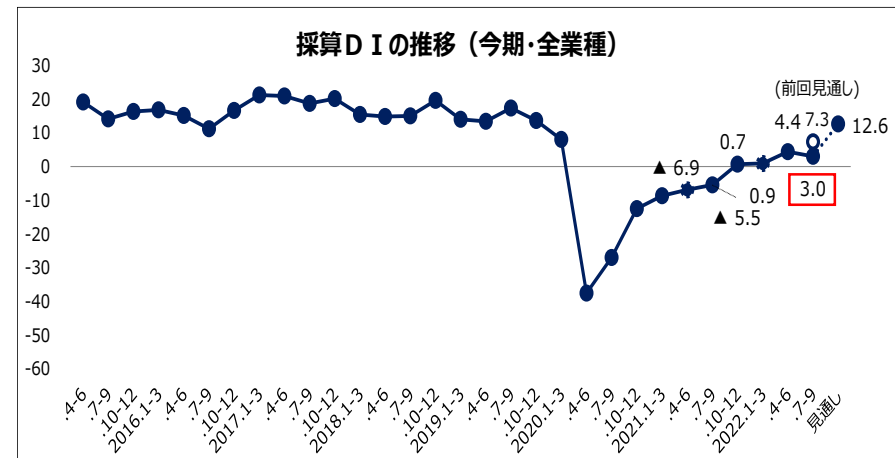
# 採算DI、売上DI

採算DIは前期（4～6月期）と比べ、1.4ポイント悪化の3.0  
 売上DIはほぼ横ばいの0.8

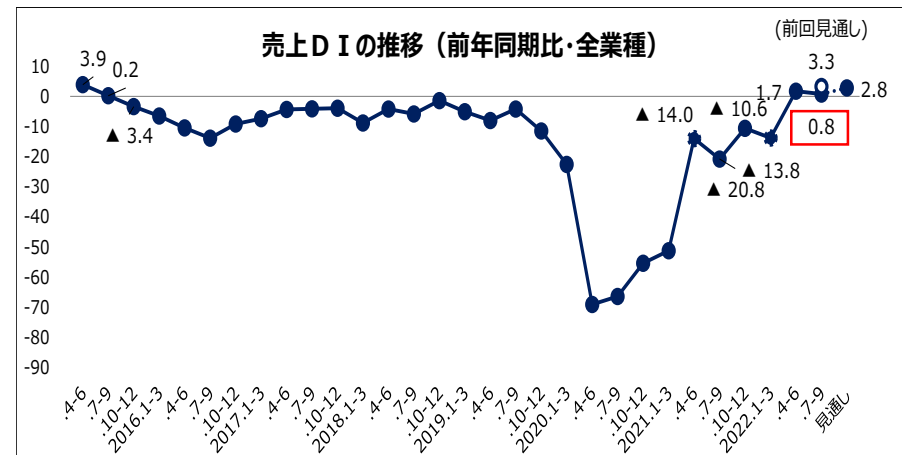
- 採算DIは前期比1.4ポイント悪化の3.0となった。新型コロナウイルスの影響を受けた2020年4-6月期以降、改善を見せていたが、9期ぶりに悪化に転じた。2022年4-6月期の見通し7.3よりも4.3ポイント下回った。来期の見通しは9.6ポイント改善の12.6を見込んでいる。
- 売上DIはほぼ横ばいの0.8となった。来期の見通しは2.0ポイント改善の2.8を見込んでいる。

## 企業の声

- 新型コロナウイルスの感染者が増加したが、緊急事態宣言が発令されず学校行事が行われたことで、出張撮影が滞りなく実施でき、売上上昇となった（サービス業・撮影）
- ステンレスなどの値上がりは歯止めが掛からない上に、樹脂価格も高騰し、さらに加工用工具も10%値上がりした。販売価格に転嫁できている部分もあるが、値上がりが長期に続けば徐々に厳しさを増してくる（製造業・バルブ製造）
- 資材価格が上がり、契約済みの物件が赤字傾向であることに加え、人手不足で外注費が高騰しているため、工事案件が増加して忙しい割に収益が伸びない（建設業・外構工事）
- 新型コロナウイルスや物価上昇・電気料金などの値上がりで、消費者の購買欲が減り、厳しさを感じている（小売業・洋菓子小売）



※採算DI=「黒字」の回答割合-「赤字」の回答割合。今期水準、全業種。  
 ※前期は2022年4-6月期



※売上DI=「増加」の回答割合-「減少」の回答割合。前年同期比、全業種。

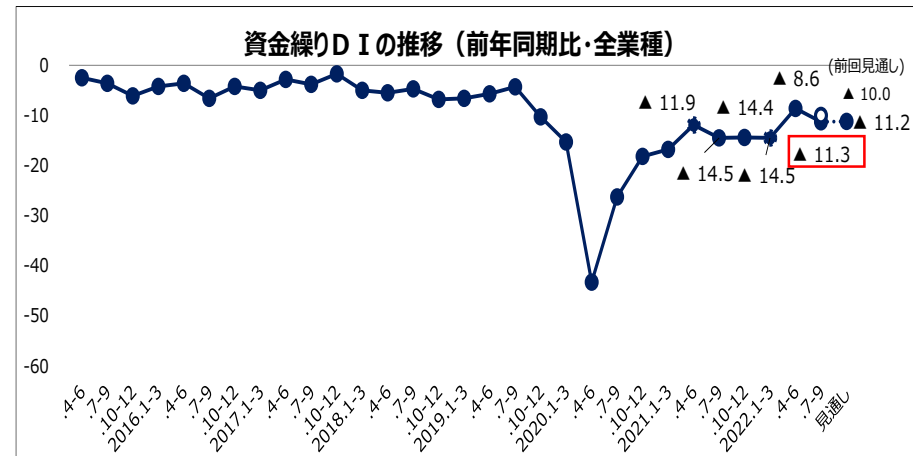
# 資金繰りDI、民間金融機関の貸出姿勢DI

- 資金繰りDIは前期（4～6月期）と比べ、  
2.7ポイント悪化の▲11.3
- 貸出姿勢DIは前期比1.5ポイント悪化の▲5.3

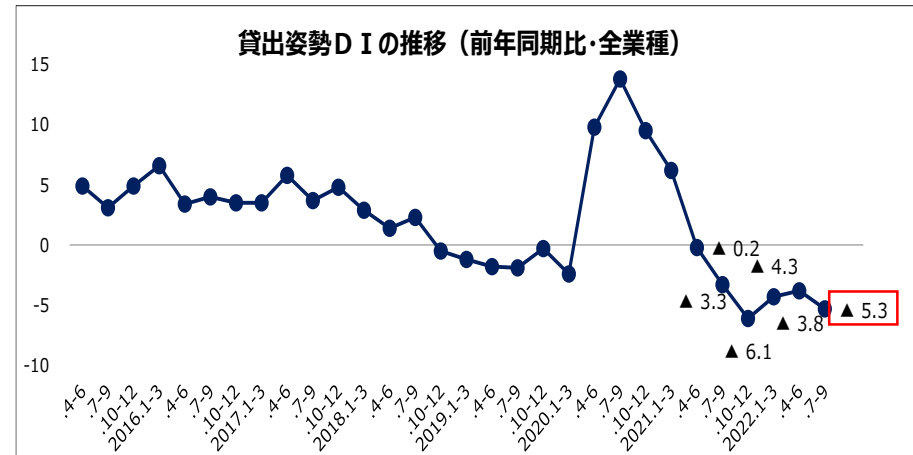
- 資金繰りDIは前期比2.7ポイント悪化の▲11.3となった。来期の見通しはほぼ横ばいの▲11.2を見込んでいる。
- 民間金融機関の貸出姿勢DIは前期比1.5ポイント悪化の▲5.3となった。

## 企業の声

- 原材料の鋼材の高騰が続いているが、製品価格の値上がりが追いつかず、材料支払の資金繰りに苦労している（製造業・金属製品製造）
- これまでは政府の支援金などに助けられていたが、この夏は何もないので資金繰りが相当厳しい（小売業・陶磁器小売）
- ソフトウェアの受託開発を続け、安定した資金調達を目指したいが、新たな借入も難しいことから、現状はキャッシュが少なく運転資金不足である（サービス業・ソフトウェア開発）
- コロナ以降、需要が戻らず資金繰りも悪化。条件変更したことから新たな借入ができなくなり、新商品の開発や製造費用の捻出ができず、受注が減るという悪循環に陥っている（卸売業・化粧品卸売）



※資金繰りDI = 「好転」の回答割合 - 「悪化」の回答割合。前年同期比、全業種。

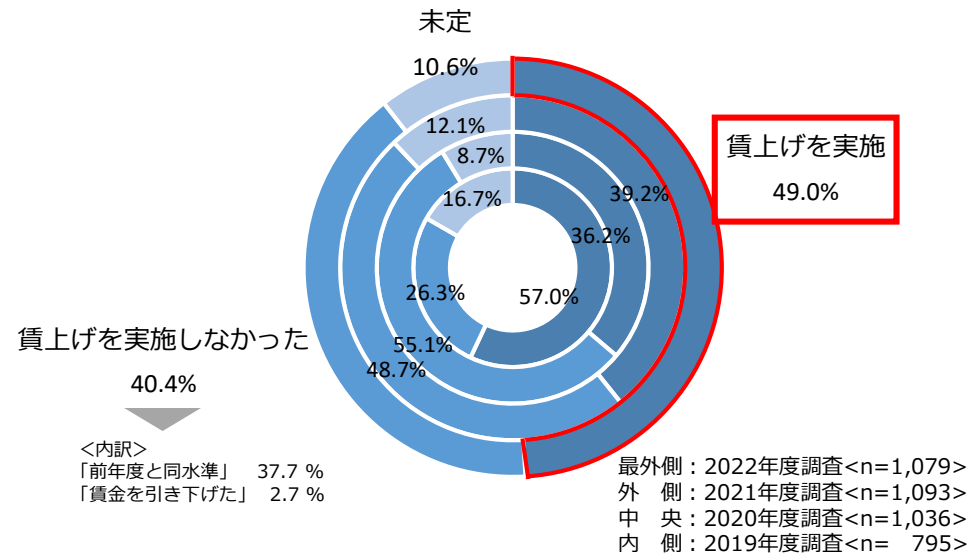


※貸出姿勢DI = 「緩和」の回答割合 - 「厳しい」の回答割合。前年同期比、全業種。

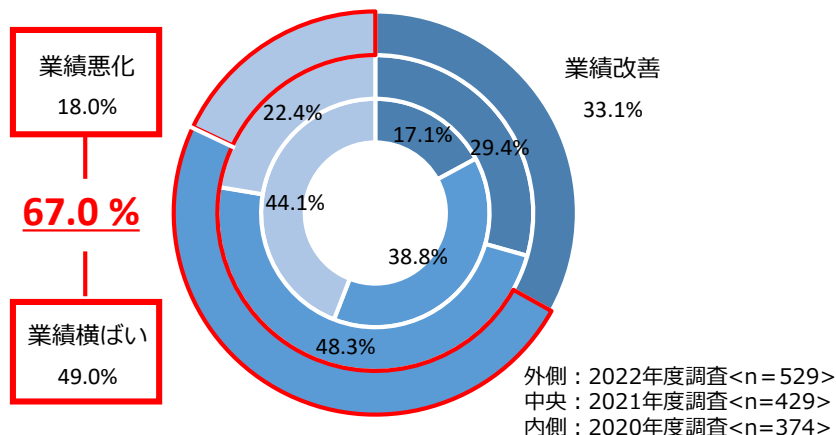
# 付帯調査 ①賃金の動向について

- 【図1・2】2022年度の正社員の賃金は、「賃上げを実施」が前回調査比9.8ポイント増加の49.0%となった。前回調査から増加したものの、2019年のコロナ禍以前の水準には達していない。業種別にみると、全業種で増加し、サービス業が最も増加幅が大きく、13.5ポイント増加の47.7%となった。一方で、「前年度と同水準（37.7%）」・「賃金を引き下げた（2.7%）」を合計した「賃上げを実施しなかった」と回答した企業は、8.3ポイント減少の40.4%となった。
- 【図3】賃上げを実施した企業に、賃金を決定するうえで基準となる業績の動向を聞くと、「業績横ばい」が49.0%と最も高かった。「業績悪化」の回答と合わせると、7割近い企業が、業績が改善していないにもかかわらず、賃上げを実施していることがうかがえる。

【図1】2022年度の正社員の賃金について（予定含む）



【図3】正社員の賃上げを実施した企業の業績



【図2】（業種別）正社員の賃上げ実施率

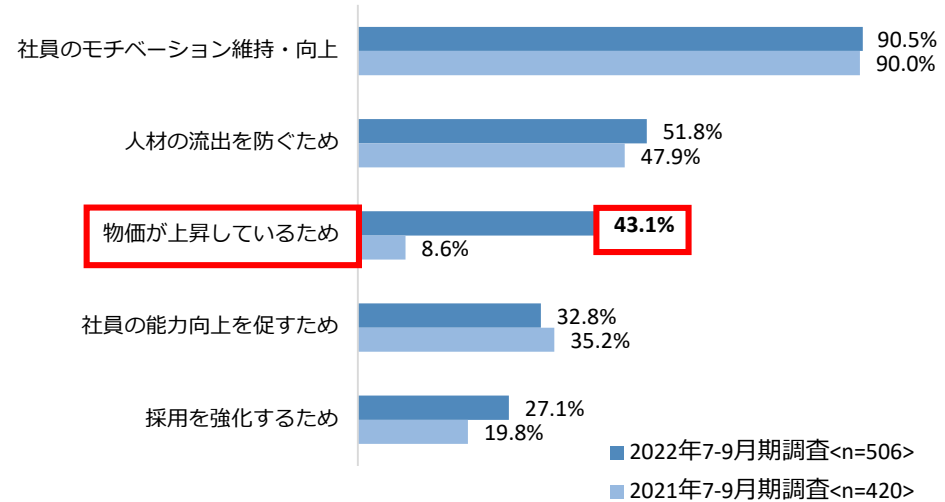
業種	2019年度 調査 <n=795>	2020年度 調査 <n=1,036>	2021年度 調査 <n=1,093>	2022年度 調査 <n=1,079>	2021年度との 増減幅
製造業	58.5%	44.9%	47.5%	57.2%	9.7ポイント
建設業	76.2%	54.1%	57.5%	58.9%	1.4ポイント
卸売業	56.4%	34.0%	39.6%	47.3%	7.7ポイント
小売業	28.9%	17.5%	16.2%	21.0%	4.8ポイント
サービス業	57.3%	28.7%	34.2%	47.7%	13.5ポイント

# 付帯調査 ①賃金の動向について

- 【図4】賃上げを行う理由は、「社員のモチベーション維持・向上」が90.5%となった。次いで、「人材の流出を防ぐため」が51.8%、「物価が上昇しているため」が前回調査比34.5ポイント増加の43.1%、「社員の能力向上を促すため」が32.8%、「採用を強化するため」が27.1%となった。
- 【図5】一方、賃上げを見送る（前年同水準・引き下げ）もしくは未定とする理由は、「今後の外部環境・経済状況が不透明」が前回調査比4.3ポイント減少の62.7%となった。次いで、「今後の業績改善がみられない・見通しが不透明」が58.5%となった。
- 【図6】賃上げの内容は、「定期昇給の実施」が前回調査比6.9ポイント減少の72.6%となった。次いで、「ベースアップの実施」が39.1%。「既存の手当を増額」は25.7ポイント増加の30.8%となり、社員のモチベーションを向上させようと対応しているという声が多く聞かれた。

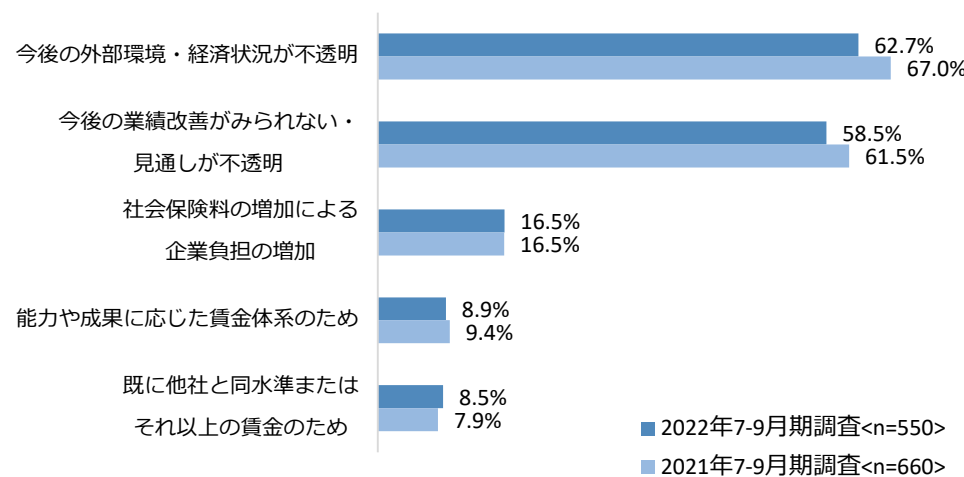
【図4】賃上げを行う理由

※上位5項目、複数回答



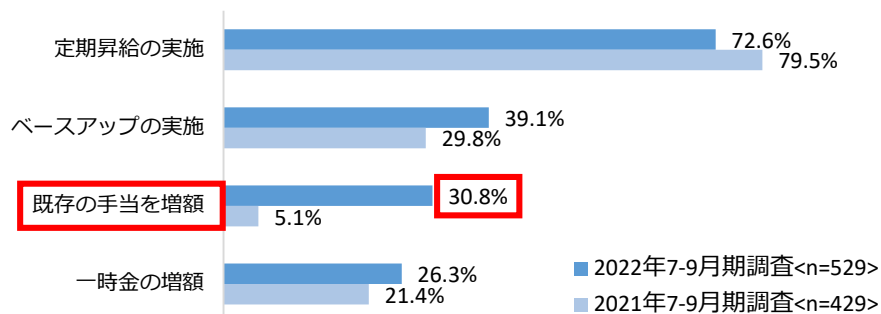
【図5】賃上げを見送るもしくは未定とする理由

※上位5項目、複数回答



【図6】賃上げの内容（予定含む）

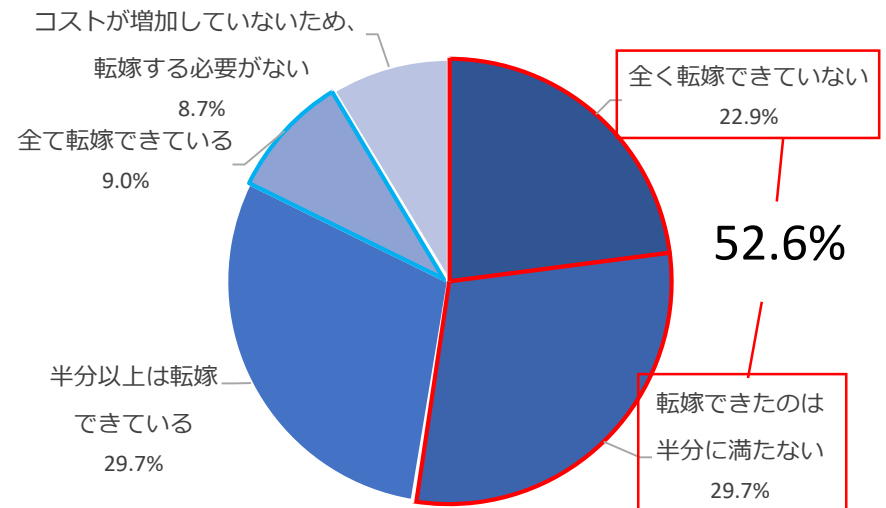
※上位4項目、複数回答



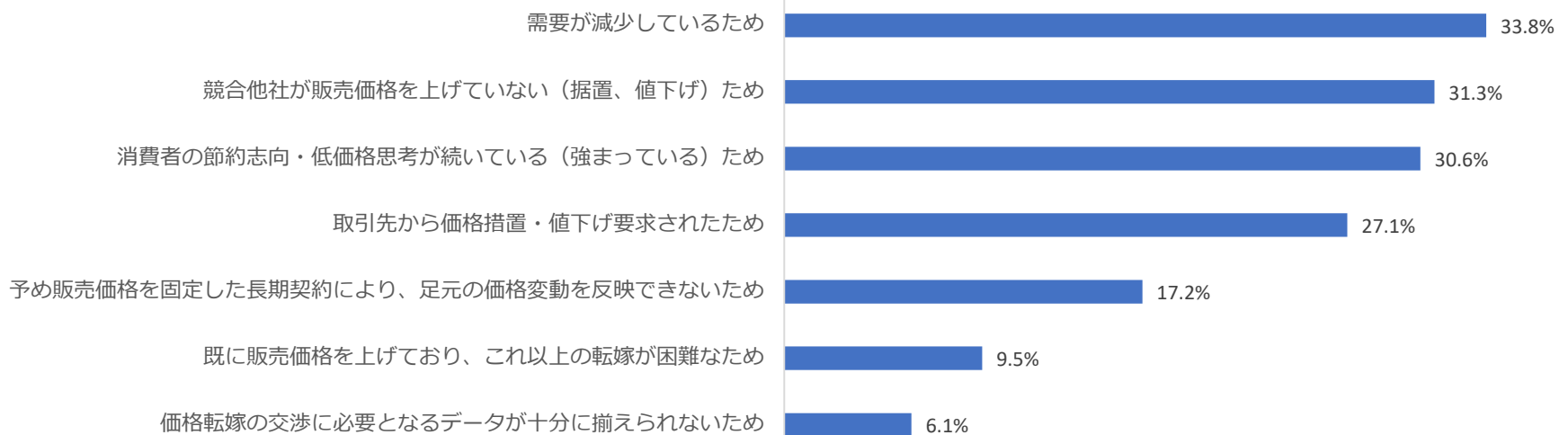
## 付帯調査 ②価格転嫁の動向について

- 【図1】原油・原材料価格の高騰や円安進行等に伴うコストの増加分の価格転嫁について、「全く転嫁できていない」と答えた企業は22.9%、「転嫁できたのは半分に満たない」は29.7%となり、価格転嫁に苦難する企業は合わせて52.6%となった。その一方で、「全て転嫁できている」と答えた企業は、9.0%となった。
- 【図2】価格転嫁できていない要因については、「需要が減少しているため」が最も多く、33.8%、次いで「競合他社が販売価格を上げていないため」が31.3%となった。

【図1】コスト増加分の価格転嫁について (n=1,072)

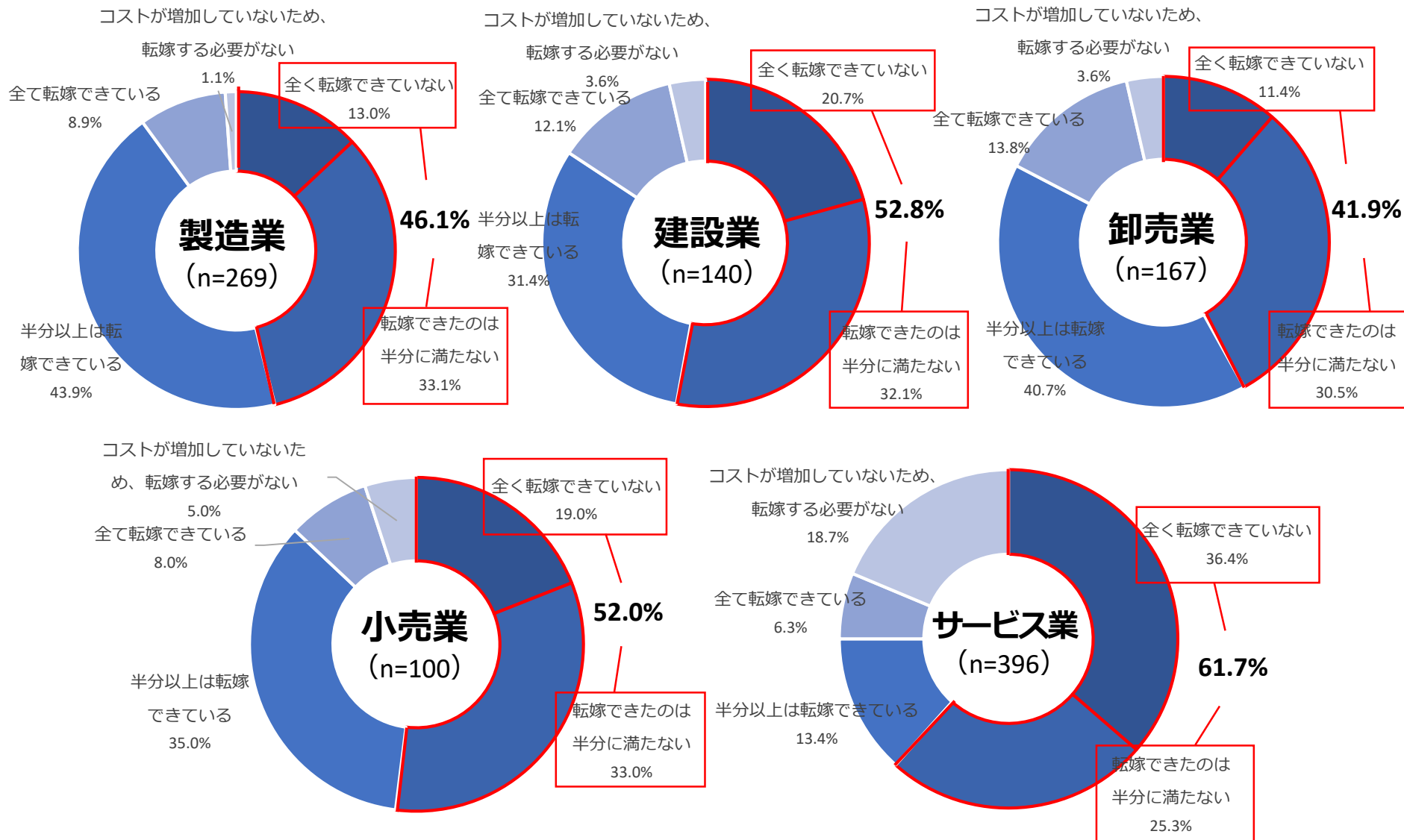


【図2】<「全く転嫁できていない」「転嫁できたのは半分に満たない」「半分以上は転嫁できている」と答えた企業> 価格転嫁できていない要因について (複数回答・上位7項目・n=882)





<ご参考> 業種別価格転嫁状況



## 付帯調査 ②価格転嫁の動向について

### 価格転嫁ができない・難しい理由

#### ◆価格転嫁は全くできていない

- ・コロナ禍以降、紙離れが進み、印刷需要が低迷している。コスト増は印刷資材や電気料金の高騰の影響があるが、全体的な需要が低下する中、価格転嫁は難しい（製造業・印刷業）
- ・他社が値上げを実施していない中、当社だけが値上げすることは難しく、値上げできていない（小売業・生花ギフト）
- ・当社の商品は嗜好品のため、値上げをすることにより買い控えが起きないか不安であり、どこまで価格転嫁できるか不透明である（製造小売業・落花生類）
- ・施工中の工事は、材料価格が高騰する前に契約したものであり、追加の費用請求もできず、利益が出ない（建設業・塗装工事）
- ・価格転嫁の交渉に際して、原材料の価格高騰を示す納品書等のエビデンスを示すことが重要だが、ノウハウの流出等につながる懸念もあり、交渉を躊躇している（製造業・金属プレス部品）

#### ◆価格転嫁を一部実施

- ・今まで2度価格転嫁を行ってきて、電気料金の急激な高騰等もあり3度目を行わないといけませんが、顧客に理解してもらえるのか不安である（製造業・プラスチック押出成形）
- ・当社は公共事業が主体であるため、長引くコロナ対策の影響で自治体からの発注量が大幅に減少している。そこに、原材料等の大幅な値上げが重なっているが、発注側で値上げ分の単価見直しがあまり行われていない。また、見直しをしてもらった先も少数あるが、時間的なズレがあり経営への影響が大きい（建設業・土木工事）
- ・大口荷主と運賃交渉をしたところ、運賃の増額は希望額には到底至らず、ごく少額にとどまり、非常に苦しい状況（サービス業・トラック運送業）

### 価格転嫁できた理由・要因

#### ◆価格交渉力がある製品・サービスを保有している

- ・当社にしかできないものに関しては価格転嫁が容易にできた（製造業・ゲージ、治工具）
- ・当社オリジナル商品が多いため価格転嫁しやすかった（小売業・衣料品）

#### ◆取引先との関係構築・交渉努力

- ・取引先との普段からの付き合いもあり、理解が得られた（卸売業・建設関連資材）
- ・当社の置かれている環境やデータを独自で整理して、さらには、一律の値上げではなく商品ごとに値上げ率を変えて個別に説明をした。一度ではなく何度も経営者が先導して顧客に接点を持った（製造業・板ガラス、鏡製品）
- ・原価等のバックデータをしっかりと用意し、顧客に丁寧に説明し、理解を得た（建設業・リフォーム）
- ・単なる値上げだけではなく、その他の取引条件の変更も併せて行い、相互にメリットを見いだせる提案を行なって了承を得た（サービス業・食品運送業）

#### ◆取引先から申し出があった

- ・発注者からの指導があり値上げを行った（建設業・土木工事請負）

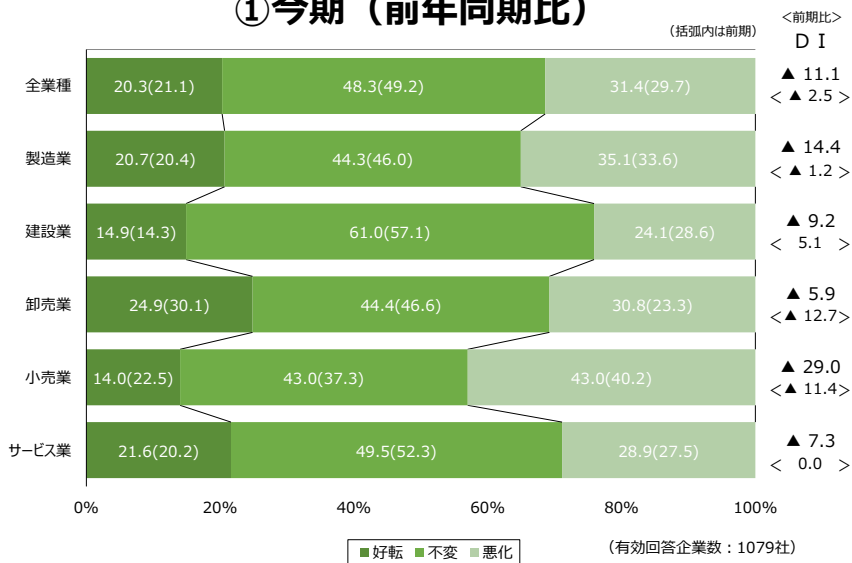
#### ◆競合他社が販売価格を上げている

- ・製品によっては、同業他社が同時期に一齐に値上げしており、仕方ないとする顧客が多い（製造業・木材の加工販売）
- ・同業団体からの価格改定のお願いが出されていたこと、また、新聞等でも原材料の高騰に関する記事が多く掲載されており、説得材料が多くあったため（製造業・印刷業）
- ・世の中が値上げムードであるため、受け入れられやすかった（卸売業・リボンと包装資材）

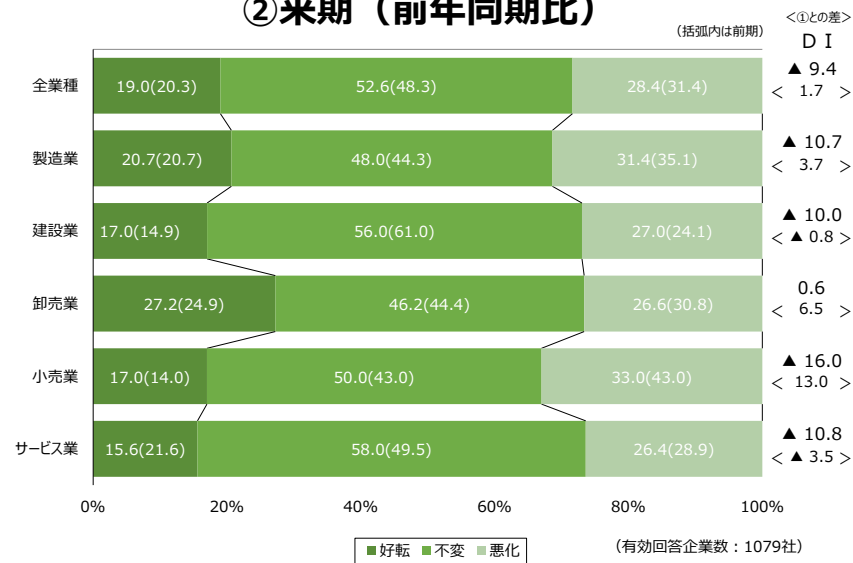
#### ◆事業継続・収益確保

- ・昨年来の木材価格高騰で仕入価格が1.5倍～2.5倍になっており価格転嫁しなければ仕入れさえできない（卸売業・木材卸）

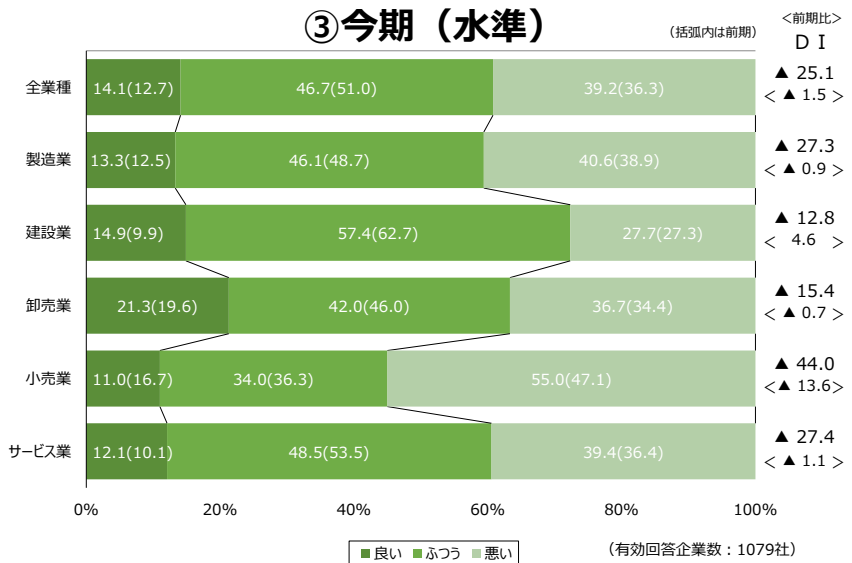
### ① 今期（前年同期比）



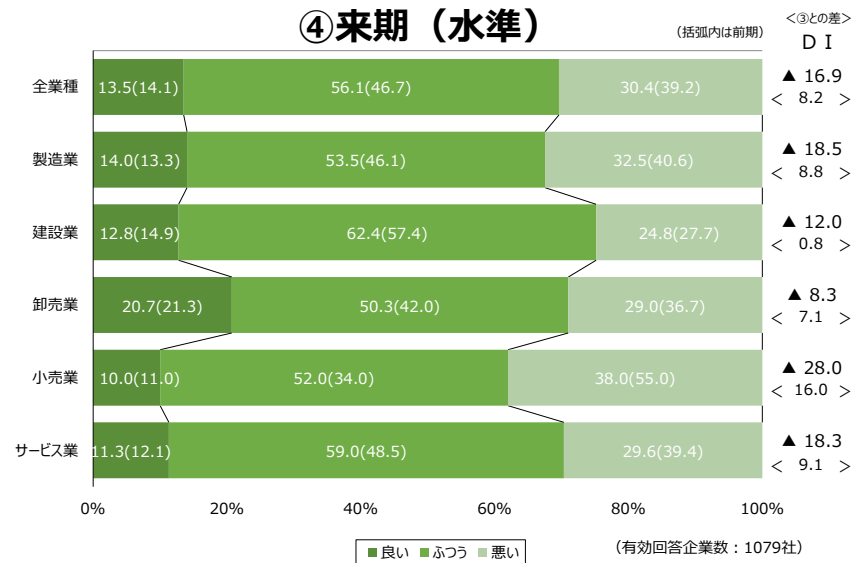
### ② 来期（前年同期比）



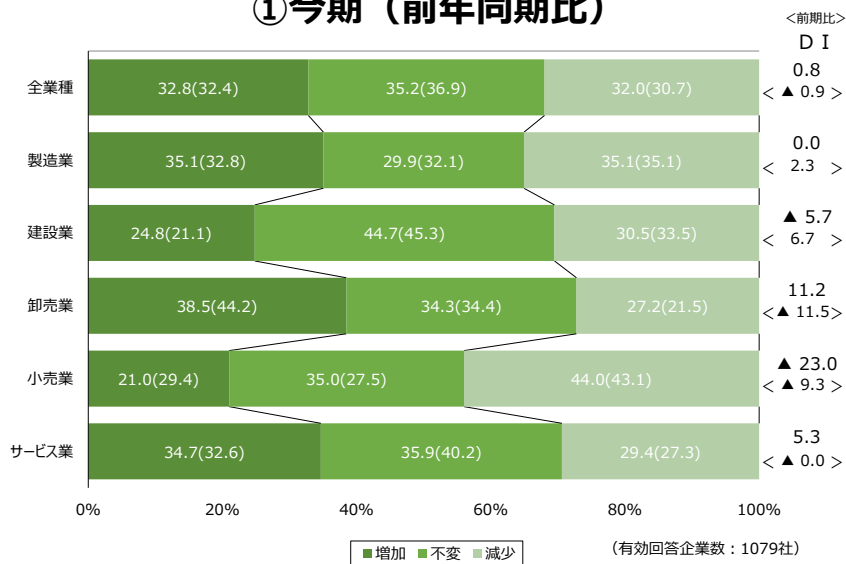
### ③ 今期（水準）



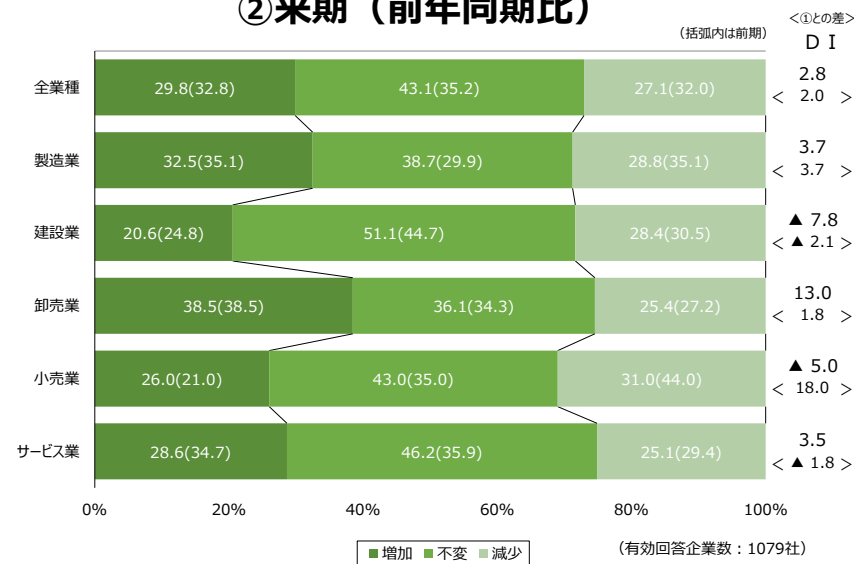
### ④ 来期（水準）



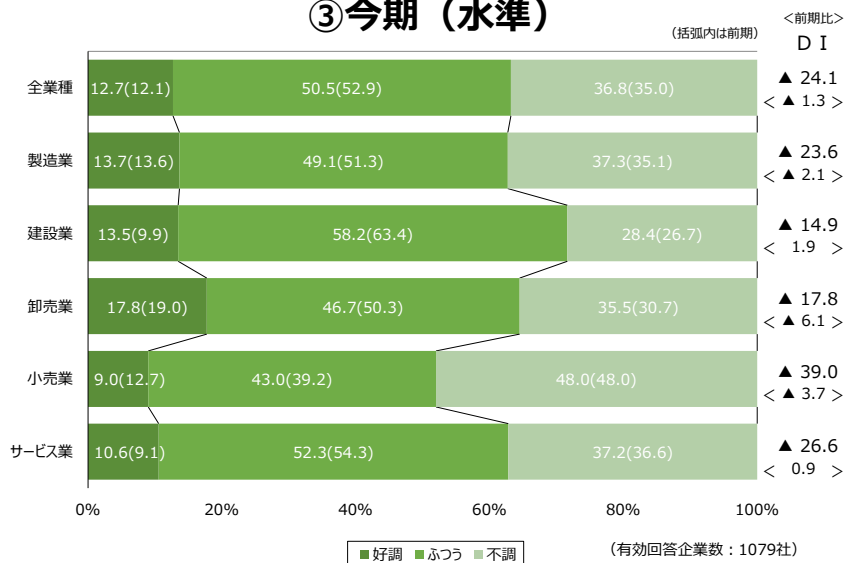
① 今期（前年同期比）



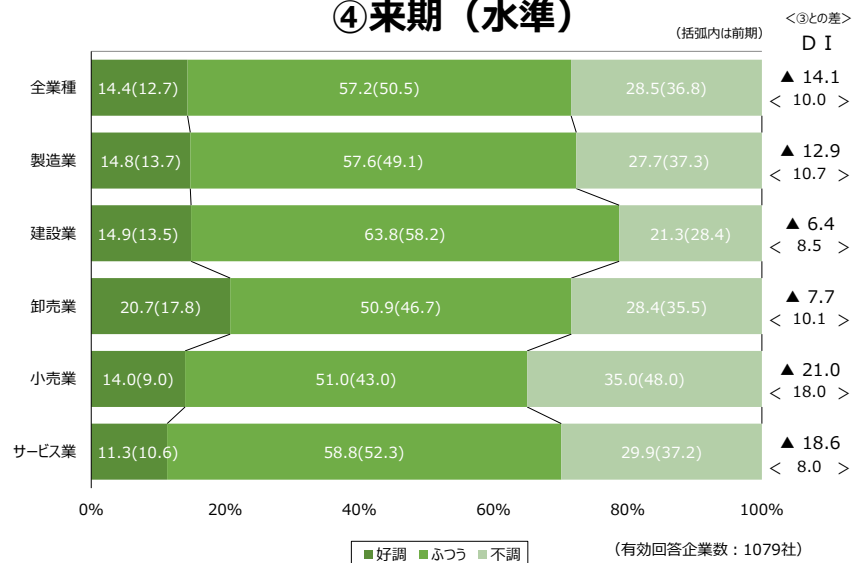
② 来期（前年同期比）



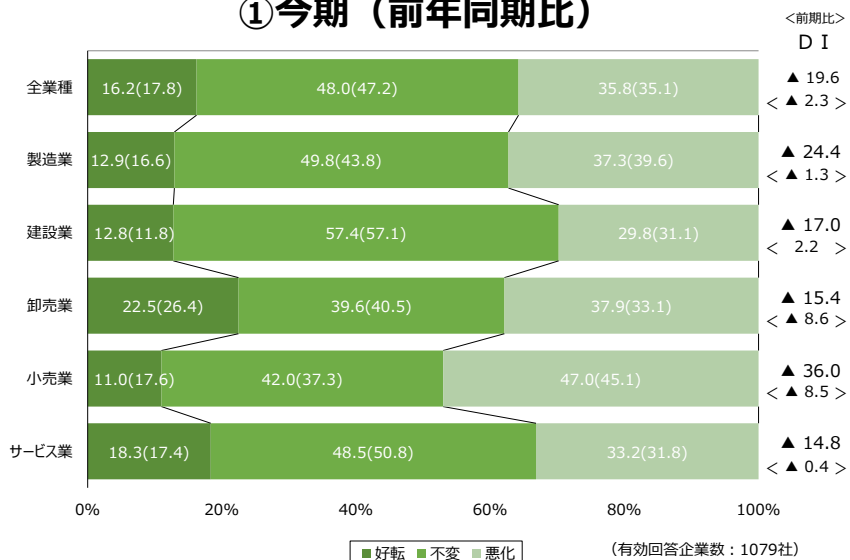
③ 今期（水準）



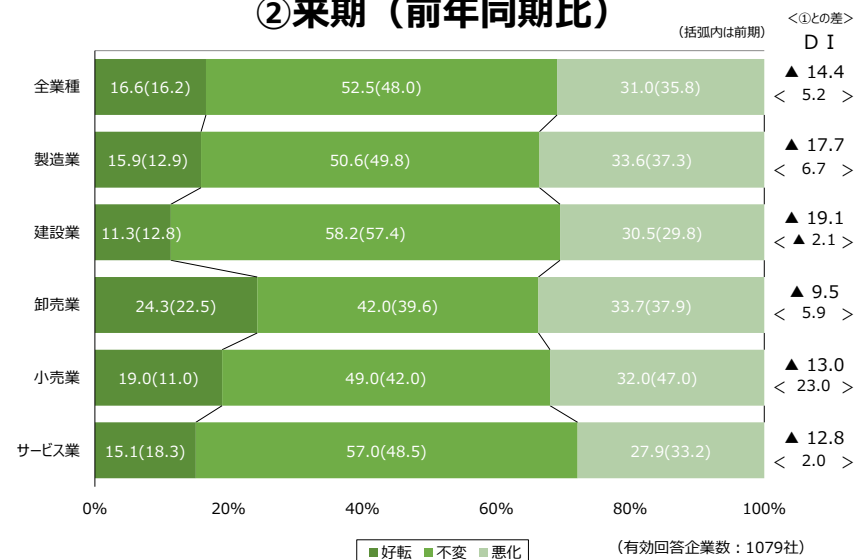
④ 来期（水準）



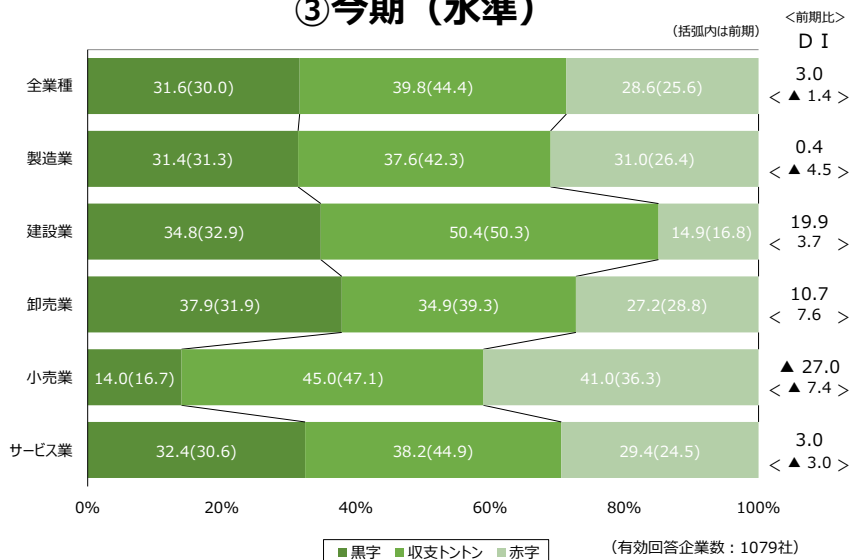
### ① 今期（前年同期比）



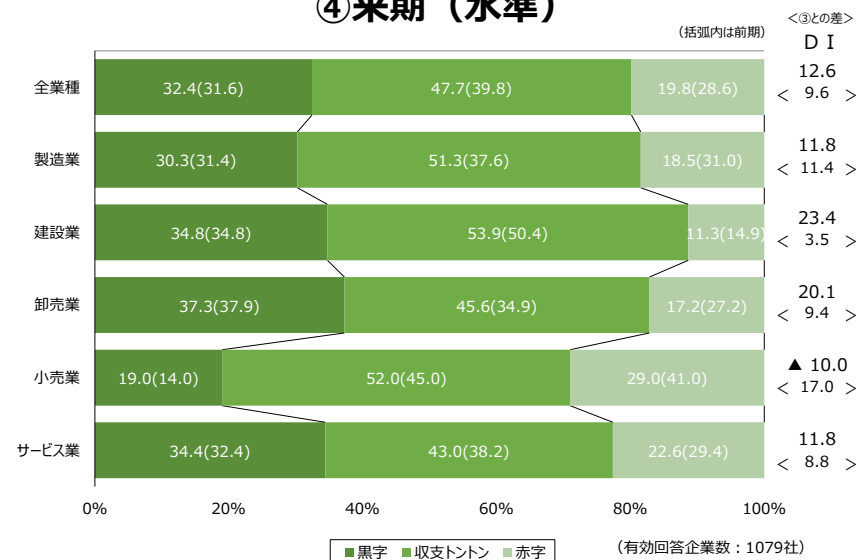
### ② 来期（前年同期比）



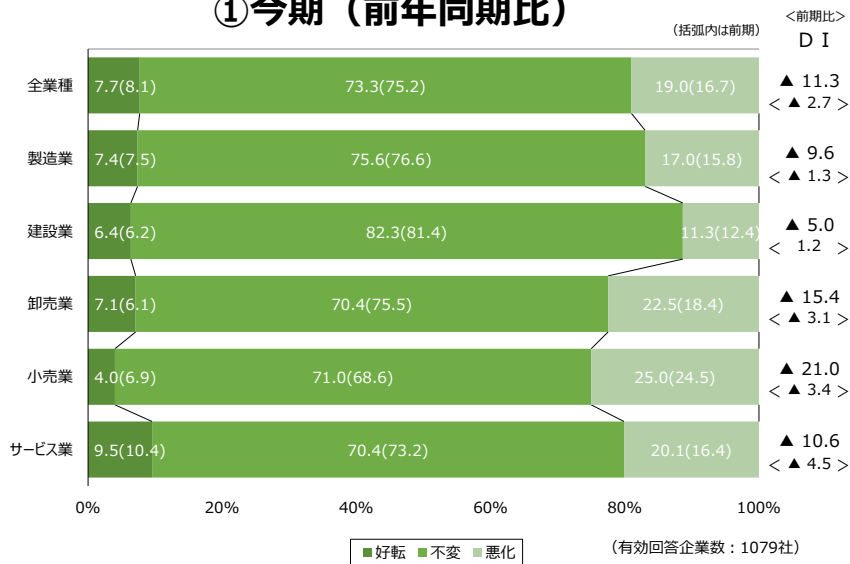
### ③ 今期（水準）



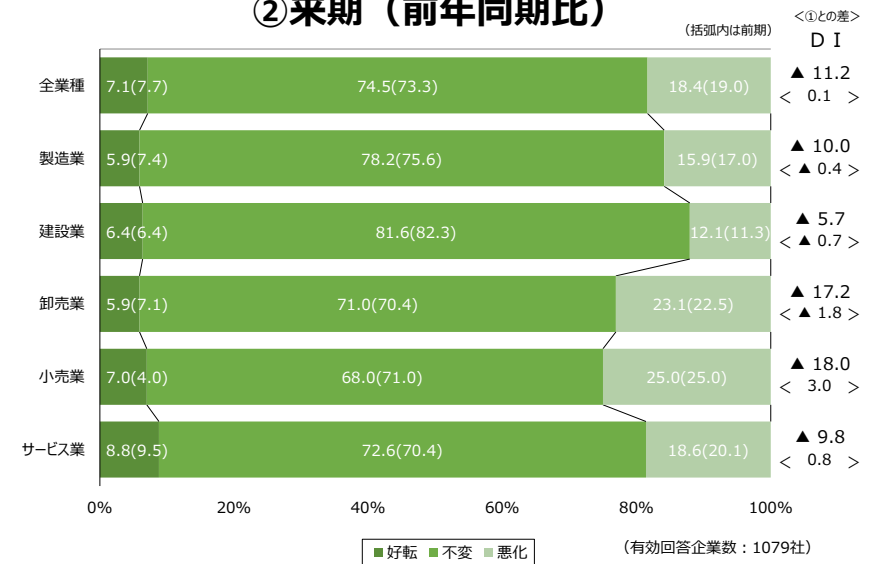
### ④ 来期（水準）



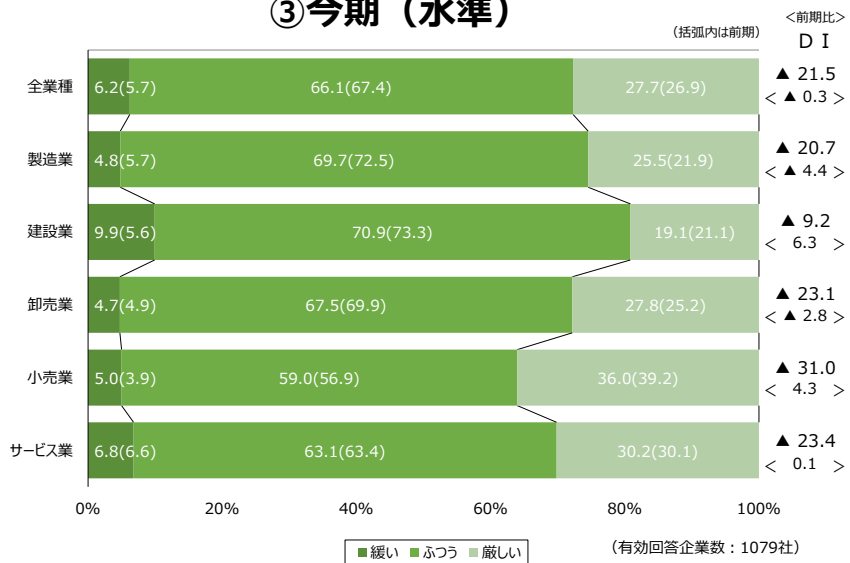
### ① 今期（前年同期比）



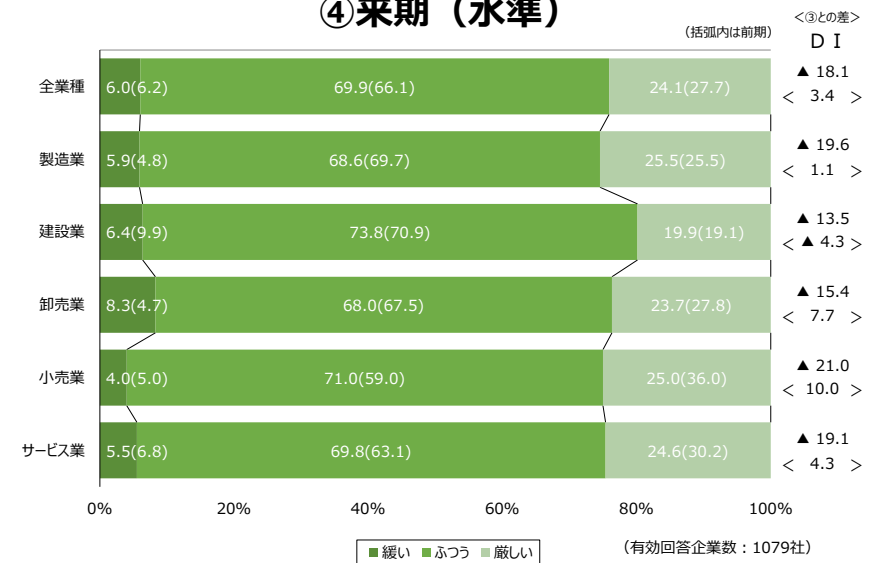
### ② 来期（前年同期比）



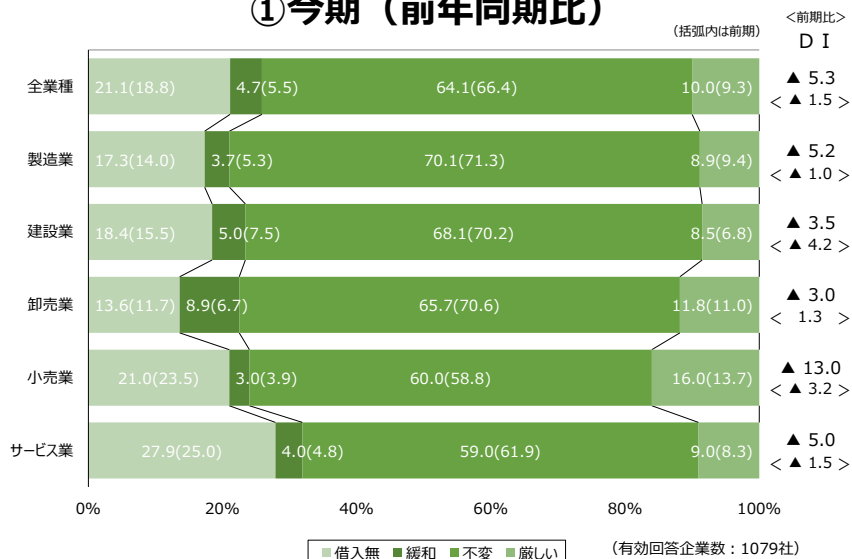
### ③ 今期（水準）



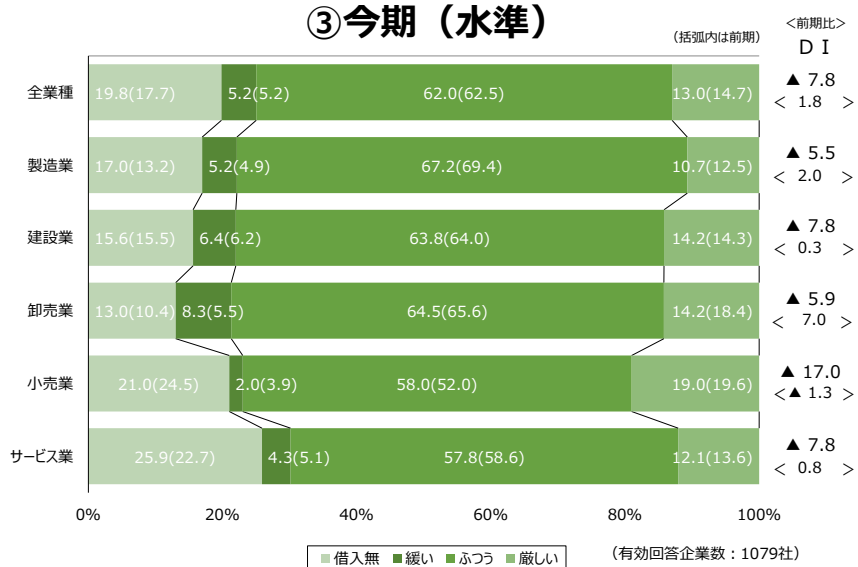
### ④ 来期（水準）



① 今期（前年同期比）

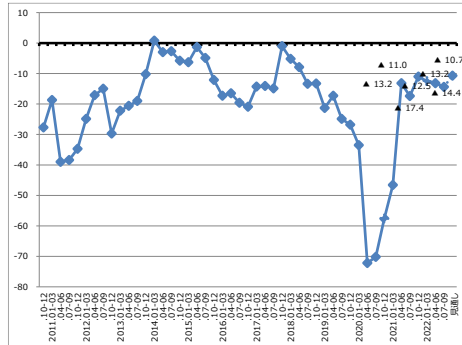


③ 今期（水準）

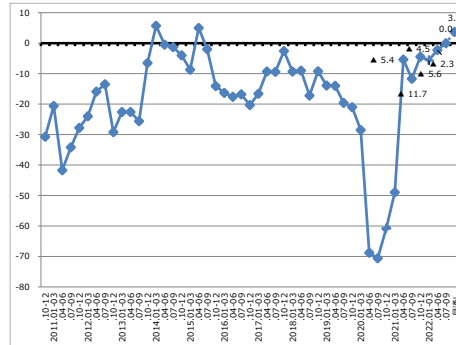


製造業

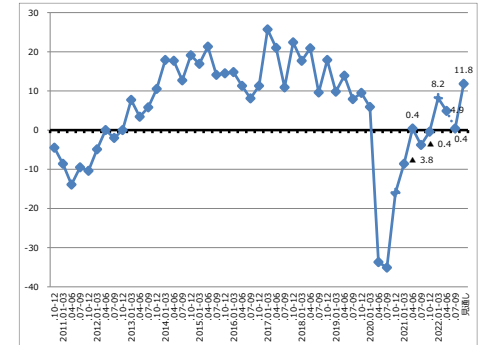
業況DI



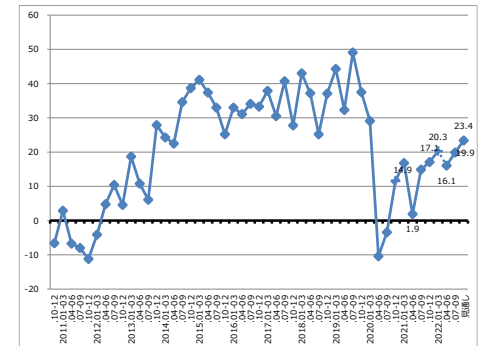
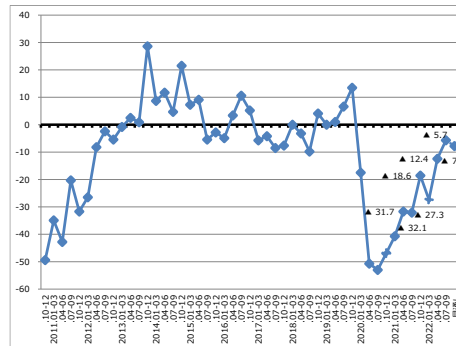
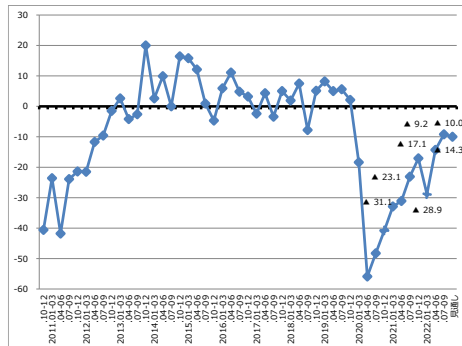
売上DI



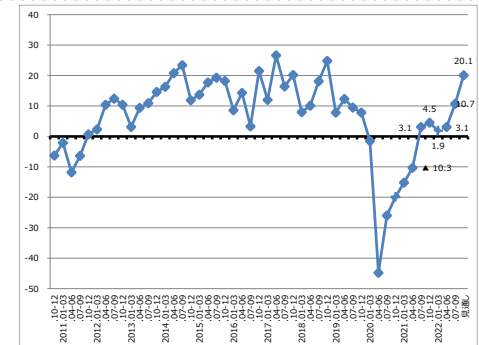
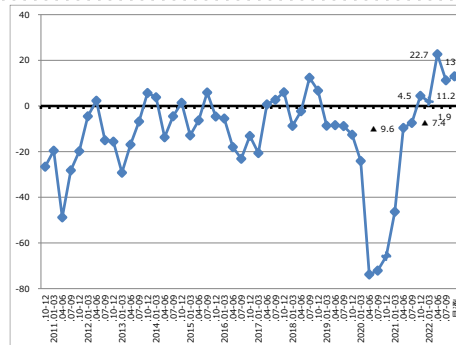
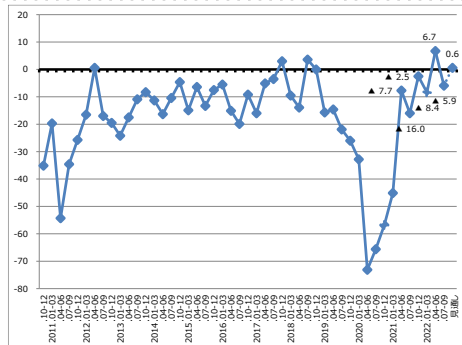
採算DI



建設業



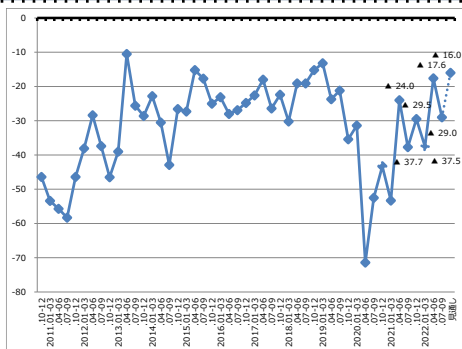
卸売業



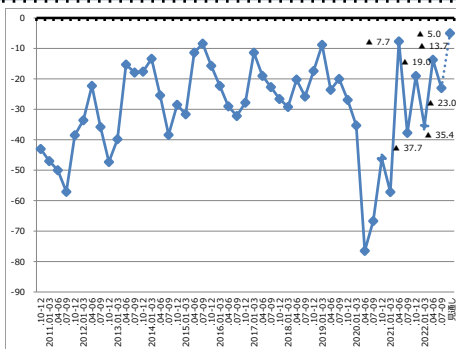


小売業

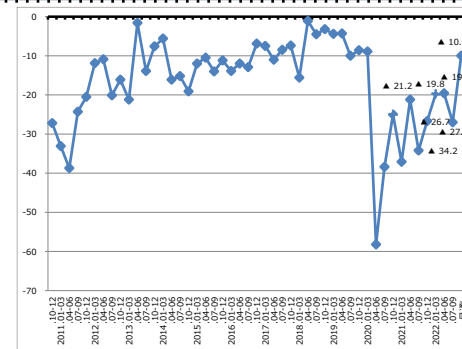
業況DI



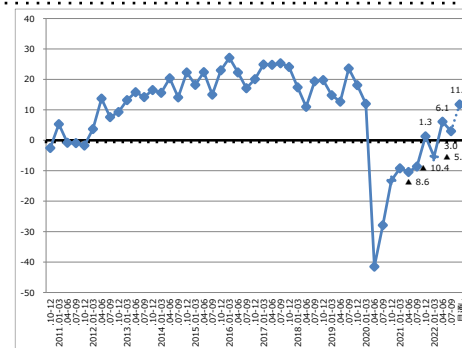
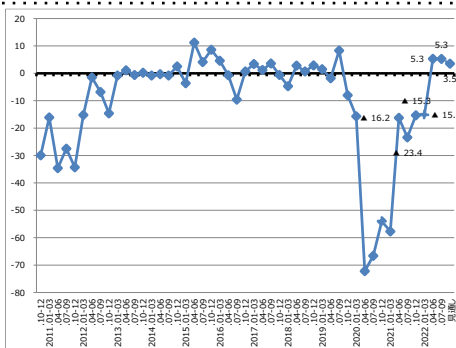
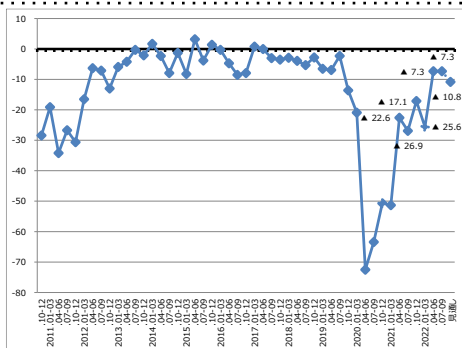
売上DI



採算DI



サービス業



挑みつづける、変わらぬ意志で。

