

東商けいきょう 2022年10～12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円安が経営に及ぼす影響について
②価格転嫁の動向について

2022年12月19日

調査期間

2022年10月31日～11月11日

調査対象

東京23区内の中小企業2,789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

1,087社 (回答率39.0%)

<業種構成>

製造業：263社 (24.2%)

建設業：146社 (13.4%)

卸売業：163社 (15.0%)

小売業：102社 (9.4%)

サービス業：413社 (38.0%)

<従業員規模構成>

5人以下：413社 (38.0%)

6人以上10人以下：140社 (12.9%)

11人以上20人以下：146社 (13.4%)

21人以上50人以下：161社 (14.8%)

51人以上100人以下：103社 (9.5%)

101人以上300人以下：90社 (8.3%)

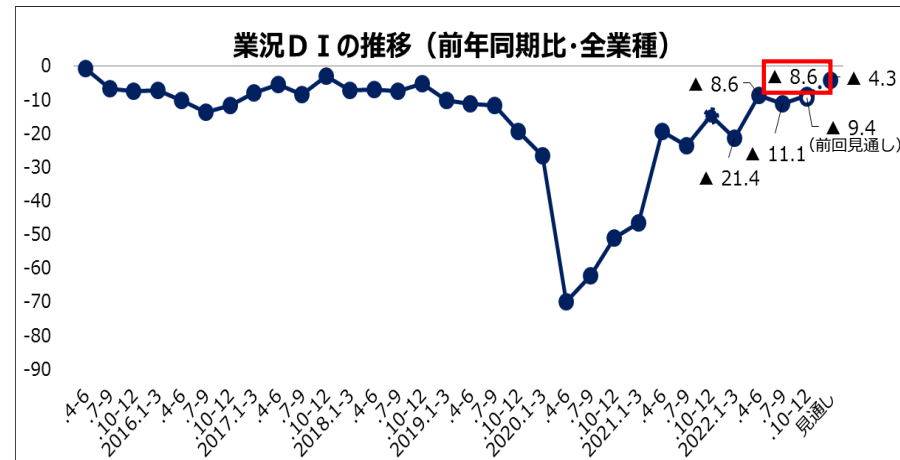
301人以上：34社 (3.1%)

※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。

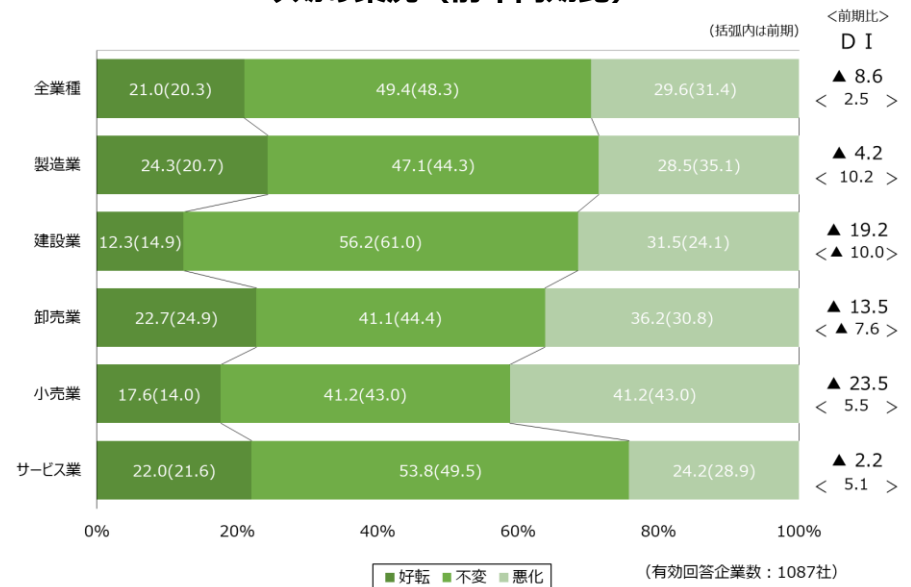
業況DIは前期（2022年7～9月期）と比べ、 2.5ポイント改善の▲8.6

※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ポイント改善の▲8.6となった。前期の業況の悪化から一転し、改善に転じた。また、2022年7-9月期における来期の見通し▲9.4を0.8ポイント上回る結果となった。
- 業種別では、製造業が10.2ポイント改善の▲4.2、小売業が5.5ポイント改善の▲23.5、サービス業が5.1ポイント改善の▲2.2となるなど、3業種でDI値が改善した。
- 製造業では、新型コロナウイルスの感染状況の改善でイベント等が再開し、消費財や印刷関連で動きが活発化しているが、今後の円安や原材料価格の高止まり等の影響により先行きは不透明といった声が多く寄せられた。建設業では、資材価格の高騰により工賃増加分の転嫁が難しい事に加え、人手不足感が高まって引き合いがあっても全て請けられないといった声があった。卸売業では、急激な円安による影響が深刻になりつつある中、仕入価格の上昇に歯止めがかからないといった声が多く聞かれた。小売業・サービス業では、新型コロナウイルス感染状況が落ち着いて人流が回復し、展示会等も通常通り開催していることに加え、訪日外国人の受入拡大により客足が増加しているという声が聞かれた。
- 来期の見通しは4.3ポイント改善の▲4.3を見込む。インバウンド需要の回復や経済の正常化を期待する声がある一方、原材料価格の高騰や為替動向、新型コロナウイルス第8波の影響を不安視する声も聞かれた。



今期の業況（前年同期比）



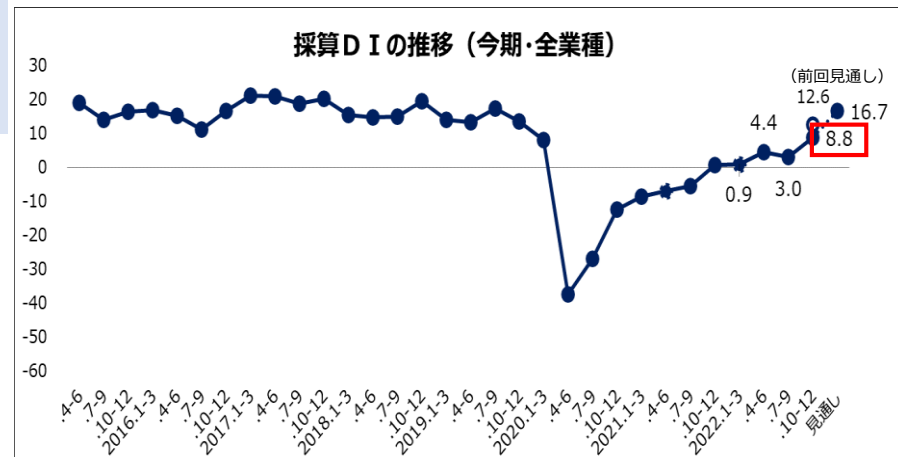
採算DI、売上DI

- 採算DIは前期（7～9月期）と比べ、
5.8ポイント改善の8.8
- 売上DIは前期比3.9ポイント改善の4.7

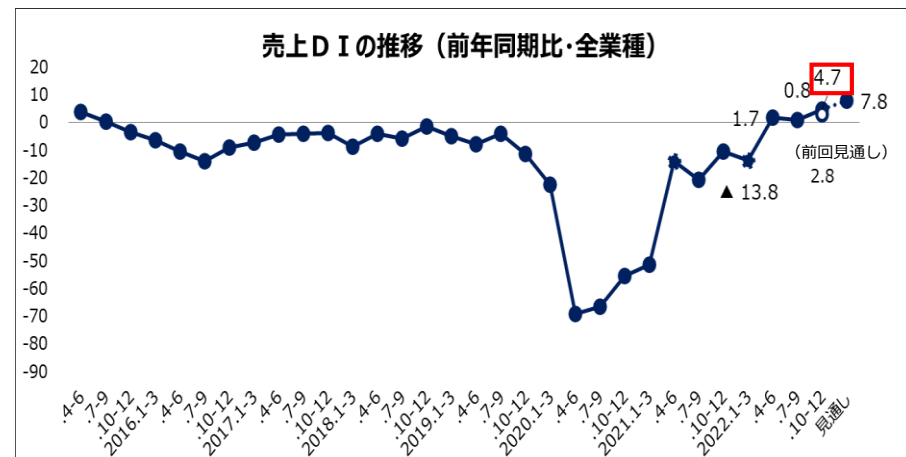
- 採算DIは前期比5.8ポイント改善の8.8となった。2022年7-9月期の見通し12.6よりも3.8ポイント下回った。来期の見通しは7.9ポイント改善の16.7を見込んでいる。
- 売上DIは前期比3.9ポイント改善の4.7となった。来期の見通しは3.1ポイント改善の7.8を見込んでいる。

企業の声

- 新型コロナウイルス感染拡大が落ち着き始めたことで大規模な会議や結婚式等が開催され、宴会需要が戻りつつあり、売上が増加した（製造業・紙食器製造）
- タクシー1台あたりの売上が増加傾向にある中で、11月から運賃が改定された（※）が、さらなる売上増加につながるかは今後の人出次第。引き続き人手不足が深刻で燃料費も高騰しているため、厳しさが増している（サービス業・一般乗用旅客運送）
（※）11月14日 東京23区等で初乗り運賃の上限が420円から500円へ引き上げ
- 個人消費が回復し、売上も増加している。一方で、電気料金や仕入れ価格、人件費の増加により、現在の粗利率の改善策では限界となっている（小売業・食品販売）
- 急激な円安のため輸入に対する支払いが大幅に増加。また、販売価格へ転嫁したことで受注取消になった案件もあり、為替動向が落ち着かない限りは厳しい状況が続く（卸売業・アパレル製品海外製造卸）



※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7-9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。

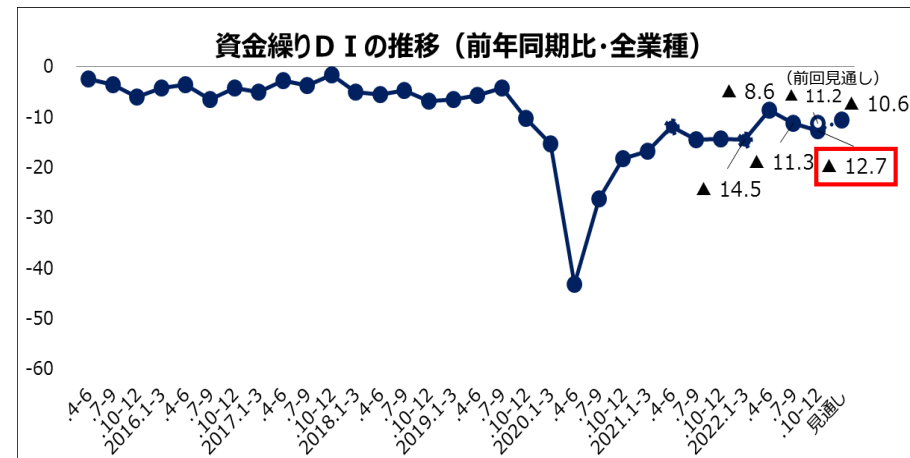
資金繰りDI、民間金融機関の貸出姿勢DI

- 資金繰りDIは前期（7～9月期）と比べ、
1.4ポイント悪化の▲12.7
- 貸出姿勢DIは前期比0.5ポイント改善の▲4.8

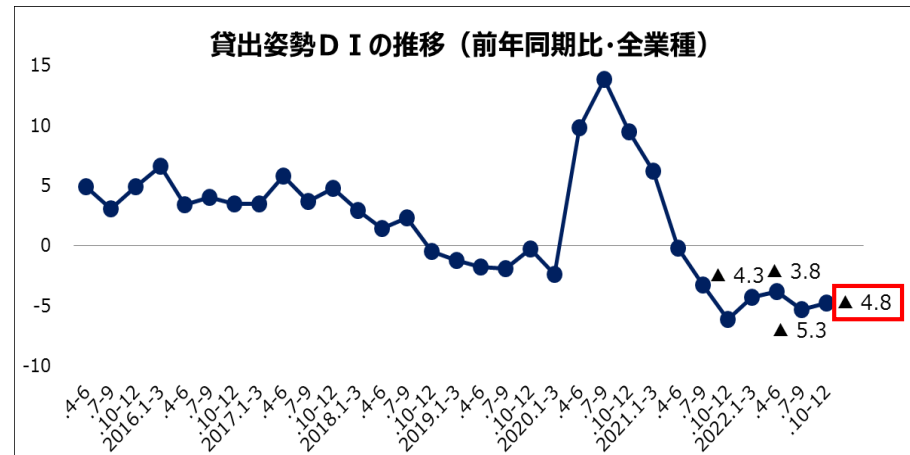
- 資金繰りDIは前期比1.4ポイント悪化の▲12.7となった。来期の見通しは2.1ポイント改善の▲10.6を見込んでいる。
- 民間金融機関の貸出姿勢DIは前期比0.5ポイント改善の▲4.8となった。

企業の声

- 新型コロナウイルス関連融資の返済を開始したが、売上はコロナ禍前に戻らず厳しい。さらに、顧客の廃業が相次いだため、新たな販路としてBtoCを拡大しているが、BtoBの売上減少をカバーできず資金繰りも悪化している（製造業・麺類製造）
- 感染者数が落ち着いている現在は売上も増加傾向にあるが、感染拡大防止協力金が支給されていた時期と比べると収入の変動が大きいため、今後の借換や返済先延ばし等の対応が重要と思われる（サービス業・飲食店等）
- 条件変更したことで新たな借入ができなくなり、個人消費が戻りつつある中、仕入先の拡大ができず売上低迷が続いている（小売業・婦人服販売、EC小売）



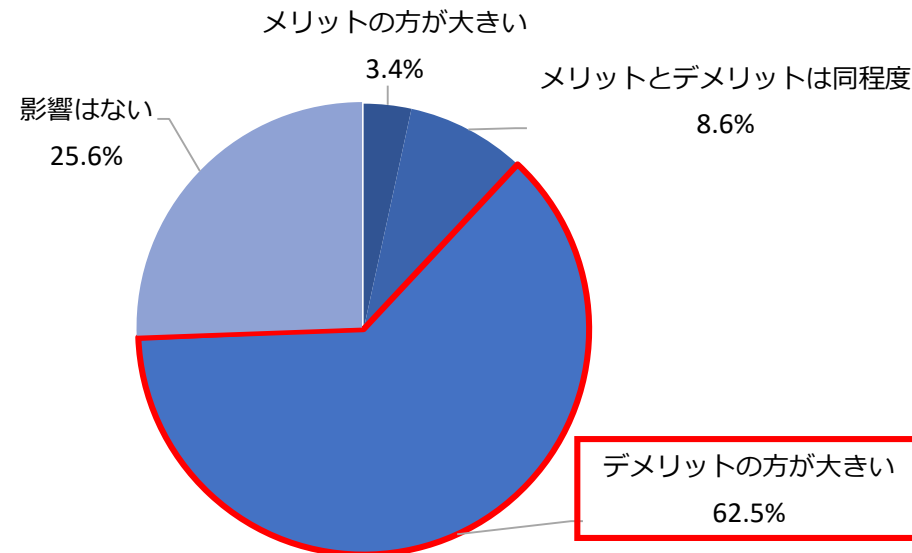
※資金繰りDI = 「好転」の回答割合 - 「悪化」の回答割合。前年同期比、全業種。



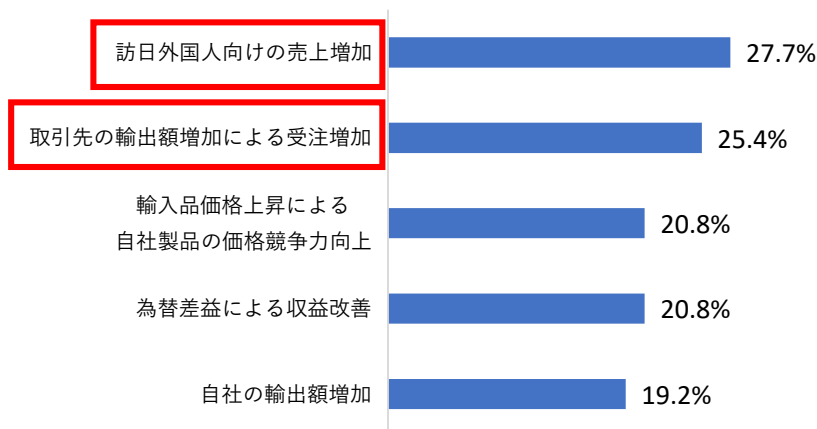
※貸出姿勢DI = 「緩和」の回答割合 - 「厳しい」の回答割合。前年同期比、全業種。

- 【図1】対米ドルをはじめとして、急激な円安が進行する中、円安が自社の経営に及ぼす影響について、「デメリットの方が大きい」と答えた企業が最多の62.5%、「メリットの方が大きい」と答えた企業は3.4%、「メリットとデメリットは同程度」と答えた企業は8.6%となった。一方で、「影響はない」と答えた企業は25.6%となった。
- 【図2】円安が及ぼす経営へのプラスの影響については、「訪日外国人向けの売上増加」が最多の27.7%、次いで「取引先の輸出額増加による受注増加」が25.4%となった。
- 【図3】円安が及ぼす経営へのマイナスの影響については、「原材料、部品、商品などの仕入価格上昇に伴う負担増」が最多の81.0%、次いで「燃料・エネルギー価格の上昇に伴う負担増」が60.9%となった。

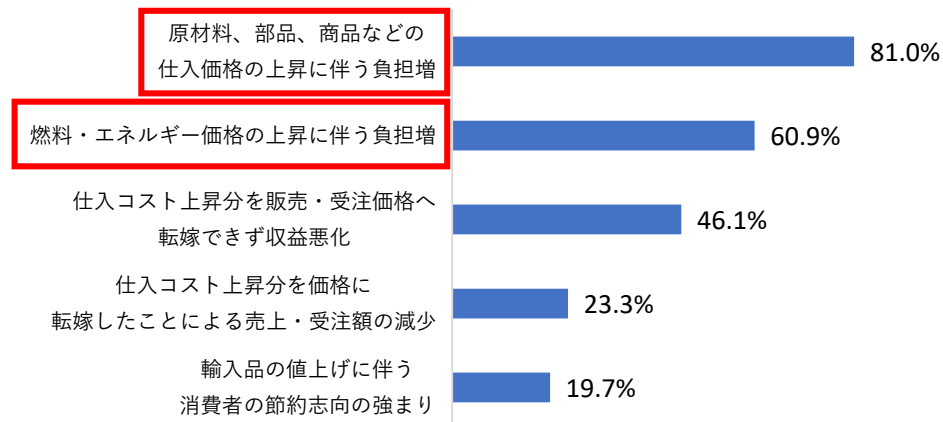
【図1】円安が経営に及ぼす影響について (n=1,087)



【図2】<「メリットの方が大きい」「メリットとデメリットは同程度」と答えた企業>円安が及ぼすプラスの影響について (複数回答・上位5項目・n=130)

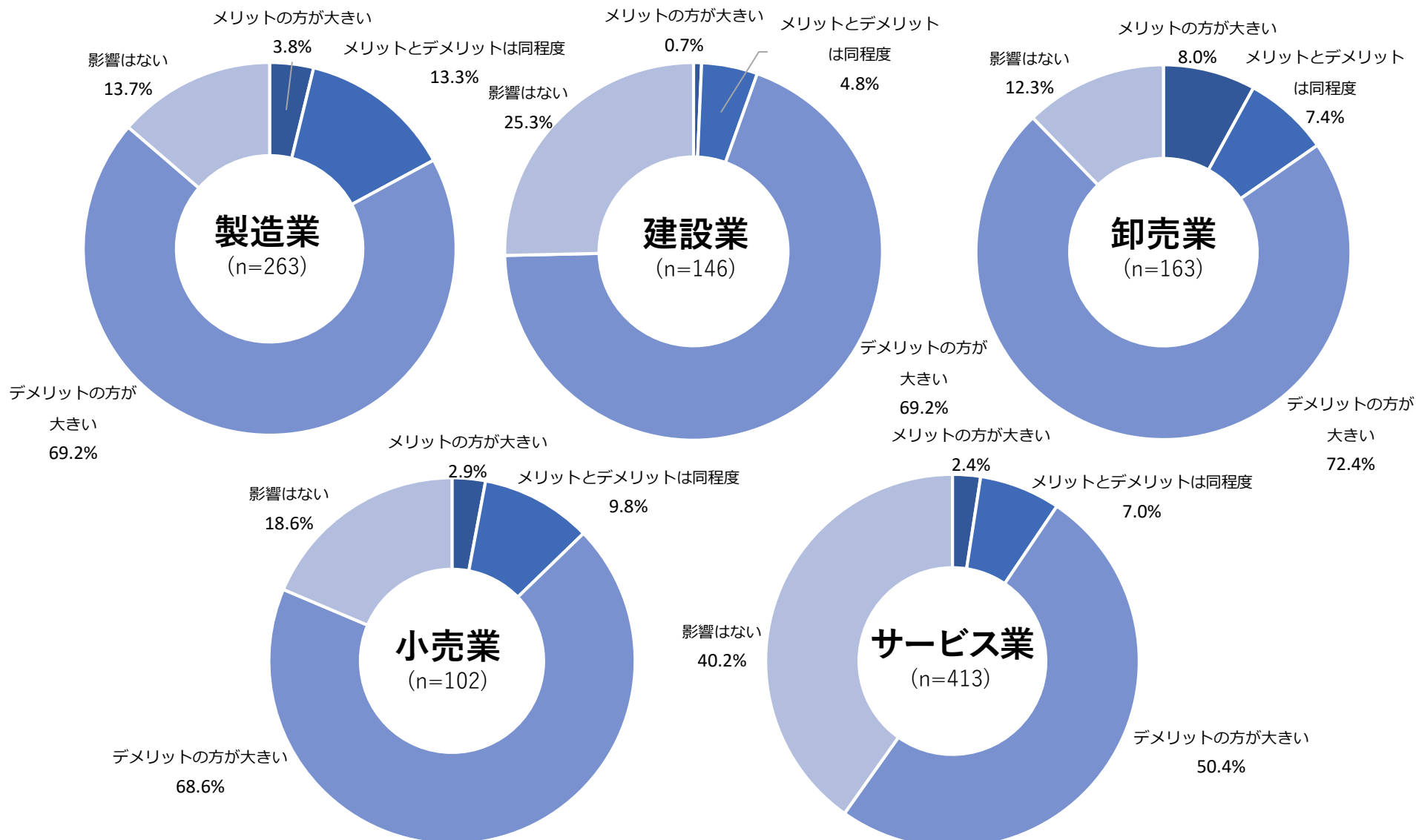


【図3】<「メリットとデメリットは同程度」「デメリットの方が大きい」と答えた企業>円安が及ぼすマイナスの影響について (複数回答・上位5項目・n=772)



付帯調査 ①円安が経営に及ぼす影響について

<ご参考> 業種別の円安の影響について

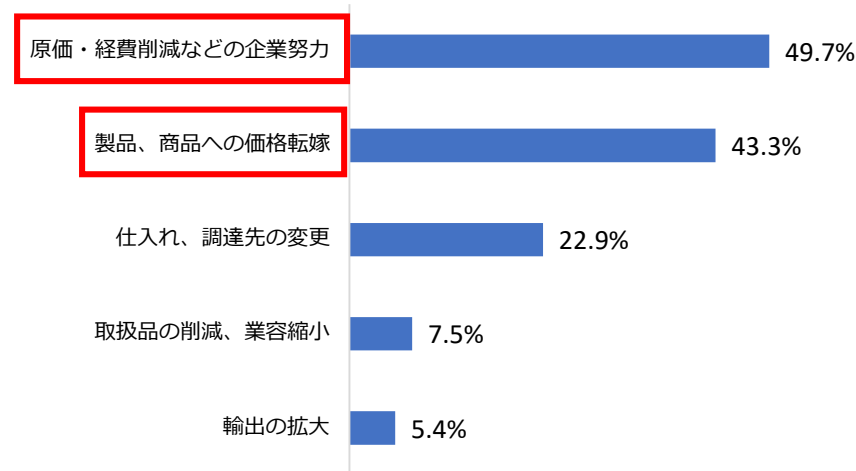


- 【図4】円安進行における各社の対応策については、「原価・経費削減などの企業努力」が最多の49.7%、次いで、「製品・商品への価格転嫁」が43.3%となった。「製品・商品への価格転嫁」と回答した企業のうち44.8%が「原価・経費削減などの企業努力」もあわせて行うと回答しており、各社が円安への対応に苦慮していることがうかがえる。
- 【図5】経営上望ましい対米ドル為替水準については、「110円～120円未満」が最多の39.4%となった。

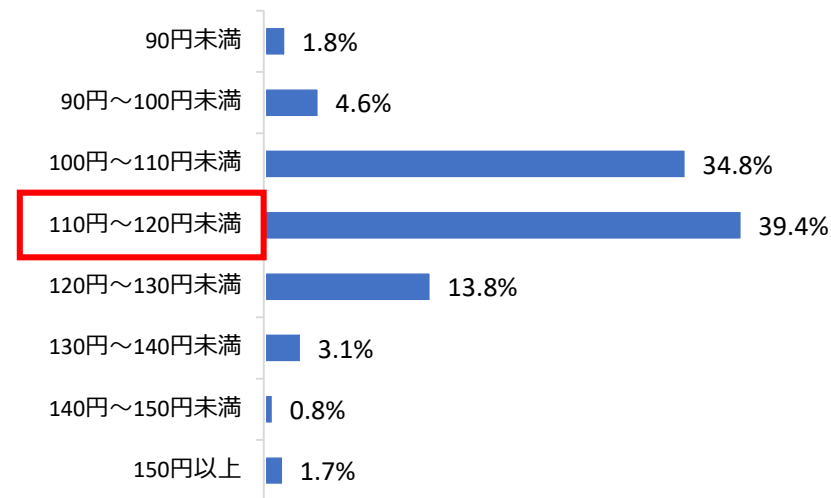
企業の声

- 対米ドル為替が140円を超えたあたりから、従来中国・東南アジアと取引していた企業からの新規引き合いが増えている（製造業・金属、非金属切削加工・メリットの方が大きい）
- 訪日外国人受入拡大と円安の影響もあり、インバウンド需要の拡大で売上高は前年を上回った。一方、原材料価格の上昇は予想していた以上で、価格転嫁が追い付かず収益は悪化している（製造業・佃煮の製造、小売・メリットとデメリットは同程度）
- 円安進行により珈琲豆の輸入コストが増加しているが、価格転嫁ができず、経費削減などの企業努力でカバーするしかない状況（卸売業・珈琲豆、紅茶等の卸売・デメリットの方が大きい）

【図4】円安進行における対応策について（複数回答・n=1,087）



【図5】経営上望ましい対米ドル為替水準（n=1,087）

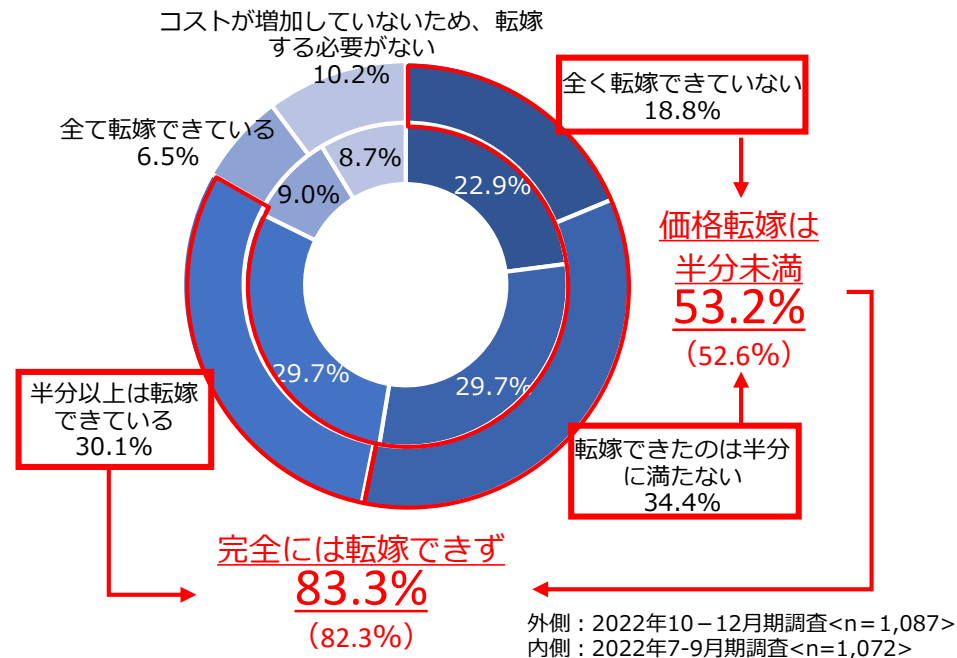


企業の声

- 訪日外国人受入拡大により、外国人の業者が多く来日し、売上が増えた（小売業・古美術商）
- 円安が長期化すると考えている企業の生産拠点等の国内回帰の傾向が見られ、国内での堅調な設備投資が期待され、当社の国内案件も上向き始めている（建設業・土木、建築工事）
- 材料の供給制約はかなり和らいだものの、円安は歯止めがかからず、原材料価格が高騰し、経営上大きな影響を受けている（製造業・ネジおよび金属加工製品の製造・販売）
- 円安の進行等により原材料費が高騰していることに加え、エネルギー価格の上昇による影響もあり、資金繰りに苦難している（製造業・精密板金加工）
- 急激に円安が進み、輸入製品のコストが上昇したが、現状、売価に転嫁することができている（製造業・船用電気機器、電装品）
- 運転資金は金融機関からの融資に頼っているが、円安による仕入価格の急激な高騰に伴い、融資ではまかないきれず、引き合いに对应できなくなっている（卸売業・羊腸、豚腸の輸入卸）
- ジュースの輸入販売をしているが、円安の影響もあり10～15%仕入コストが上昇している。ネットでの販売がメインのため他社との価格競争が激しく値上げできない（小売業・ジュースの輸入販売、生花販売）

- 【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、半分未満しか転嫁できていない割合は前回より0.6ポイント増加の53.2%、完全には転嫁できていない割合は1.0ポイント増加の83.3%となった。
- 価格転嫁ができていない事業者のうち、「全く転嫁できていない」は4.1ポイント減少の18.8%となった一方、「転嫁できたのは半分に満たない」は4.7ポイント増加の34.4%となった。全く転嫁できていない事業者は減っているものの、依然として転嫁が進んでいない状況である。また、「全て転嫁できている」と答えた事業者は2.5ポイント減少の6.5%となった。
- 【図2（⑪ページ）】業種別の価格転嫁について、卸売業では完全には転嫁できていない割合が前期比6.3ポイント増加の88.9%となり、サービス業を除く4業種で増加した。

【図1】コスト増加分の価格転嫁について

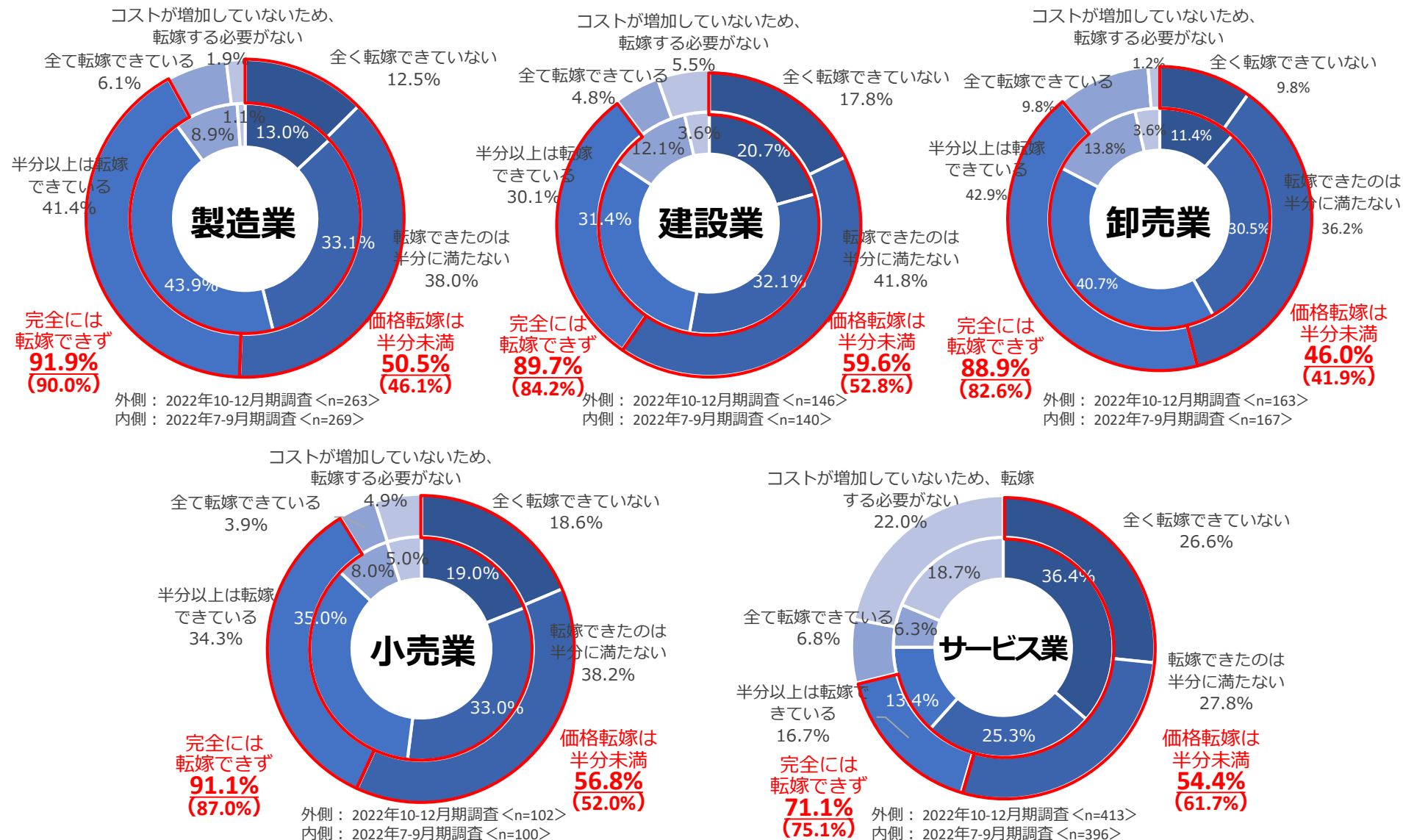


企業の声

- 2022秋物の輸入商品については、消費者の購買意欲に影響しない価格までしか転嫁できず、急激なドル・ユーロ高を吸収する事が難しい
(小売業・婦人服、雑貨販売・転嫁できたのは半分に満たない)
- 仕入価格の改定が相次ぎ、客先への価格転嫁が間に合わない。原材料上昇分については一定程度容認されるが、光熱費、人件費の上昇分についてなかなか許容されない
(製造業・ゴム製品・転嫁できたのは半分に満たない)
- 光熱費等は既に上昇しているものの、仕入価格の上昇分は現状交渉途上のものが多く、影響は今後本格化する可能性が大きい
(小売業・食品・半分以上は転嫁できている)
- 現状ほぼ全額転嫁しているが、10月よりタイヤやオイルなどの消耗品が値上げされたため、今後も見直しや工夫が必要
(サービス業・運送業・全て転嫁できている)
- 物販ではないサービス業には、全く転嫁できる要素がない
(サービス業・店舗、設備メンテナンス・全く転嫁できていない)

付帯調査 ②価格転嫁の動向について

【図2】（業種別）業種別価格転嫁状況（※（）内は前回数値）



価格転嫁ができない・難しい理由

◆価格交渉が難しい

- 価格転嫁の詳細について膨大な資料の提出を求められる。過去の情報を求められるが、自社の担当者も変わり資料がないため回答できない（製造業・金網製造・転嫁できたのは半分に満たない）
- 下請受注体制の中で闇雲に価格転嫁に踏み切れない。個々の製品の材料費率など数値化が明確なものは説得できるが、電気代などの経費は製品ごとの数値化が難しい（製造業・受託検査設計・転嫁できたのは半分に満たない）
- 得意先で理解いただける場合は価格転嫁できるが「状況は分かるものの企業努力でしのいでほしい」という根性論で納得頂けないことがある（サービス業・給食事業・転嫁できたのは半分に満たない）

◆取引条件の悪化

- BtoB取引においては、値上げの要請をすると同情はしてもらえらが取引条件の変更を持ち出される始末である（製造業・紳士服製造・販売・全く転嫁できていない）
- 価格転嫁をすると取引を外されそうで交渉ができない（サービス業・発達障害児童放課後等デイサービス・全く転嫁できていない）

◆足元の価格変動が認められない

- 材料価格高騰前に契約しているため価格据え置きを求められ請負金額に反映されない（建設業・建設塗装・全く転嫁できていない）
- 年間カタログ掲載品はカタログ有効期限まで顧客には値上げできない（卸売業・贈答品、雑貨・転嫁できたのは半分に満たない）

◆需要の停滞

- 居酒屋需要が停滞している中、全て価格転嫁することによりさらなる需要の低下につながるため、転嫁できない（サービス業・居酒屋・転嫁できたのは半分に満たない）

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

- オンリーワンの制御装置を設計・製造しているため他社との差別化が来ている（製造業・製鉄機械、制御装置の製造・全て転嫁できている）
- 他社にない商品を扱っているため、そのような商品に限り転嫁できている（小売業・家具の輸入販売・半分以上は転嫁できている）

◆取引先との関係構築・交渉努力

- 顧客ごと文書を作成し、値上げの理由を丁寧に説明した。値上げできない所に関しては、顧客の体力がないことを見極めることができた（製造業・金属製品塗装業・半分以上は転嫁できている）
- すぐに価格転嫁に応じてもらえない場合も段階的に複数回に分けて値上げに応じてもらおう等、一度に全てではなくても時間をかけて交渉している（建設業・生コン、骨材・半分以上は転嫁できている）

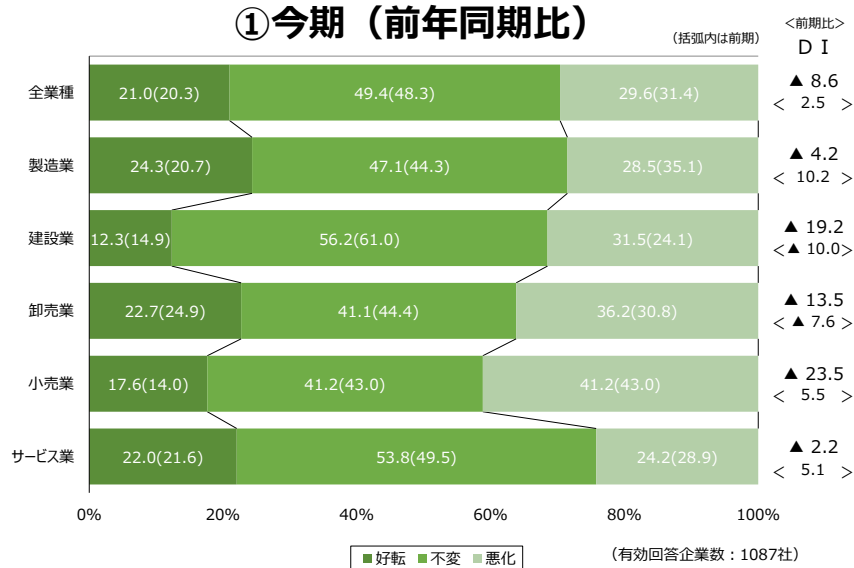
◆昨今の経済情勢により容認されやすい環境

- 今回のコスト増は一部の品目だけではないため、取引先もやむを得ないと考えている。しかし、第2・第3の値上げも予想されるため、この先も受け入れてもらえるかは不透明である（サービス業・営業用倉庫・半分以上は転嫁できている）
- 全産業において値上げ基調の下地が出来たおかげで、値上げ交渉がスムーズにできた（卸売業・繊維資材製造卸・半分以上は転嫁できている）
- 鉄鋼材料の値上げが過去に例のない急激なものだったので、顧客も値上げを無視できなかった（製造業・ボルトナット製造・半分以上は転嫁できている）
- 原材料価格の値上げの動きが広まっているため、見積提出時や契約前等に価格上昇がある事を説明しご了承頂いている（建設業・電気設備工事・全て転嫁できている）

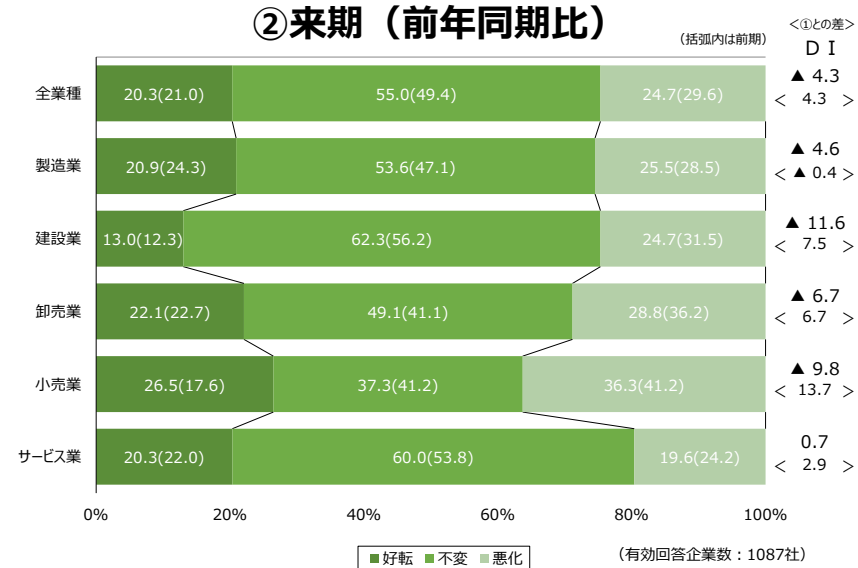
◆事業継続・収益確保

- 光熱費の比率が高く、価格高騰は経営を圧迫するため、価格に転嫁した。状況やお客様の様子も見ながら、同業他社とも話し合いをしてほぼ同時に値上げした（サービス業・温泉施設・半分以上は転嫁できている）

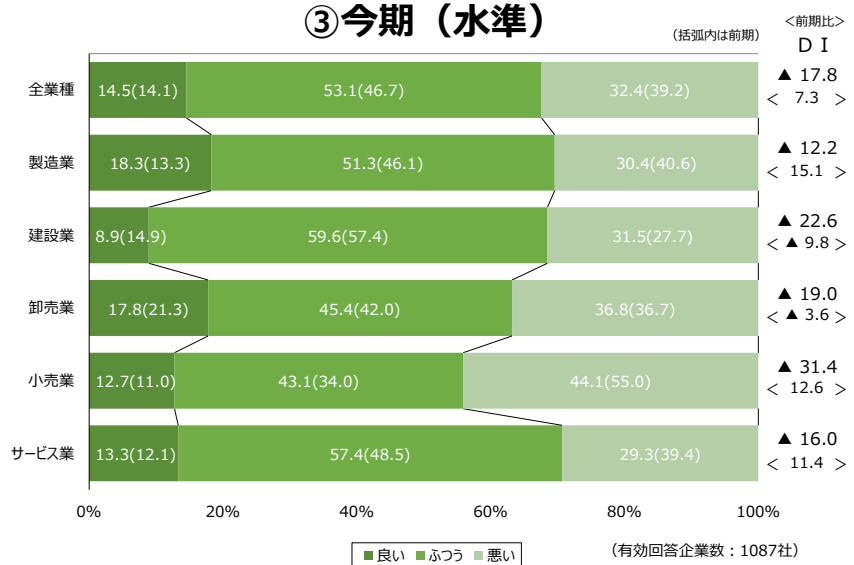
① 今期（前年同期比）



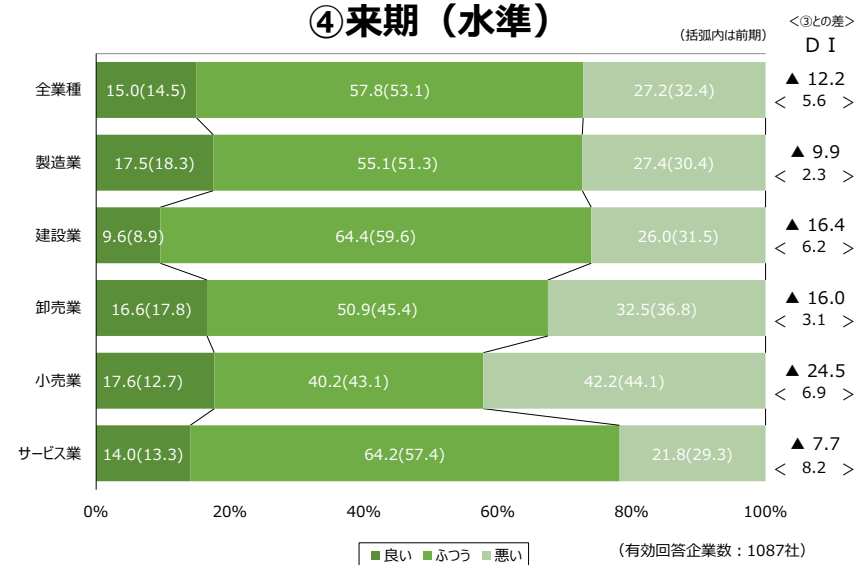
② 来期（前年同期比）



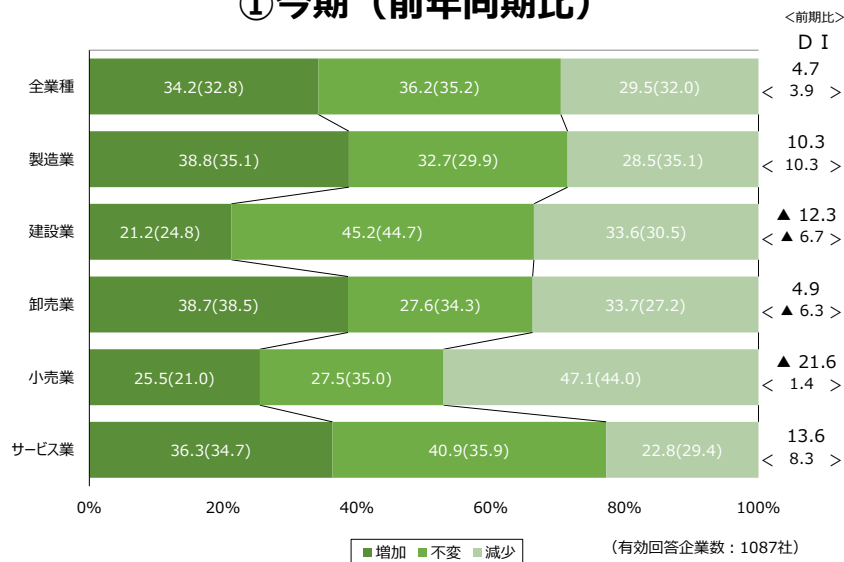
③ 今期（水準）



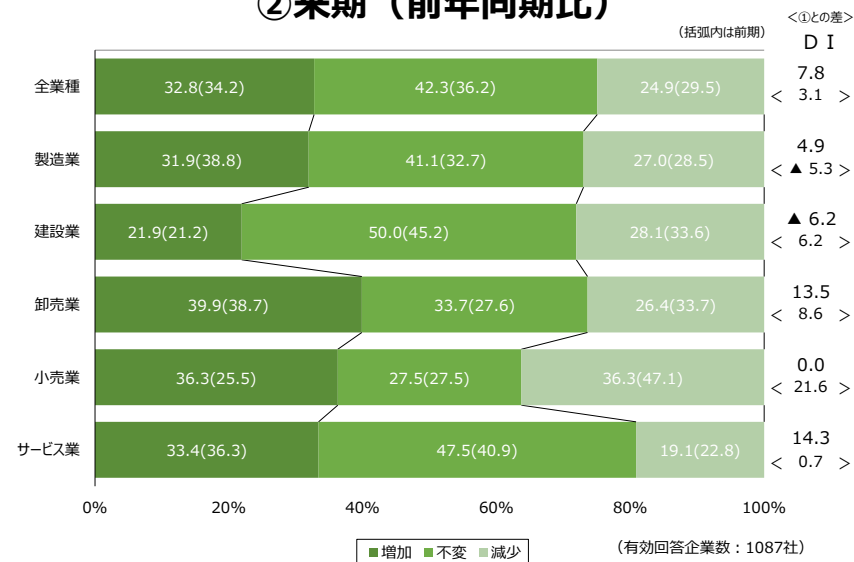
④ 来期（水準）



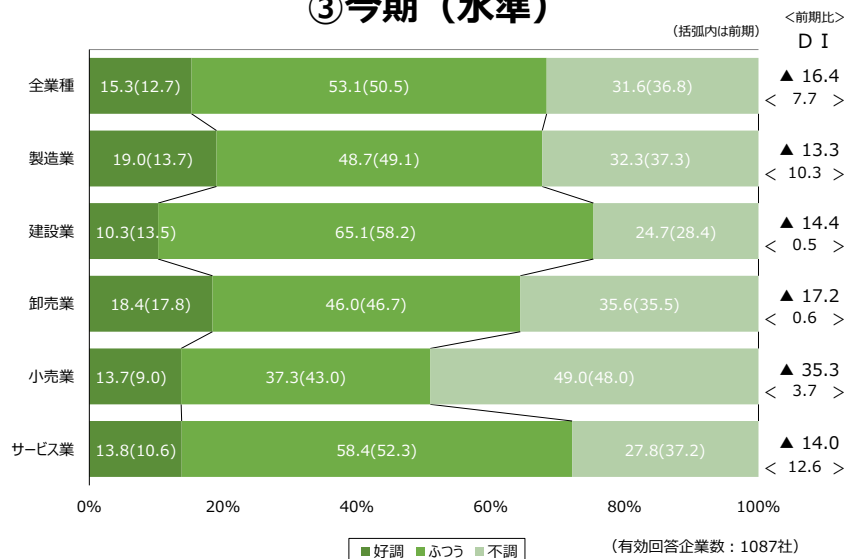
① 今期（前年同期比）



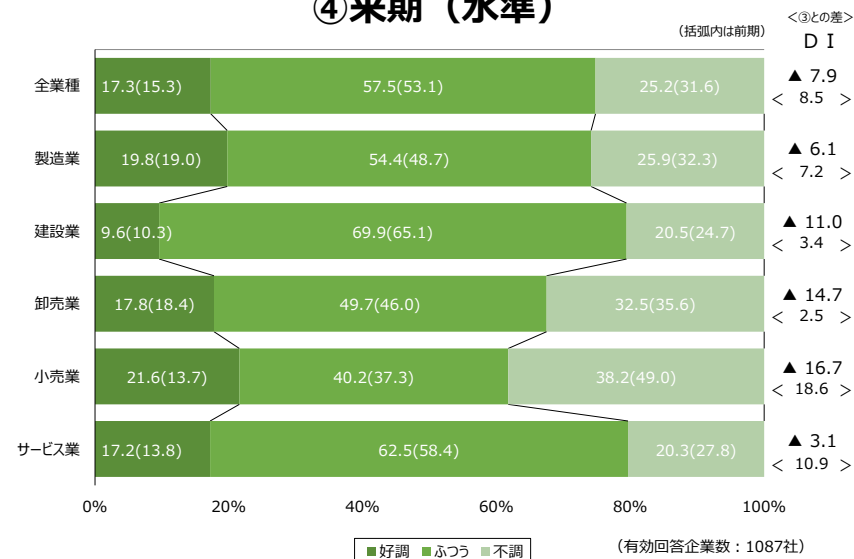
② 来期（前年同期比）



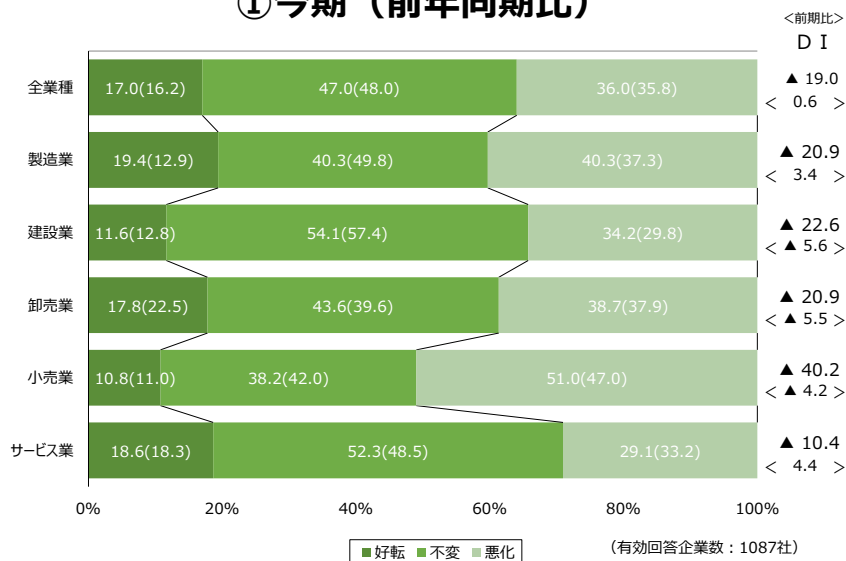
③ 今期（水準）



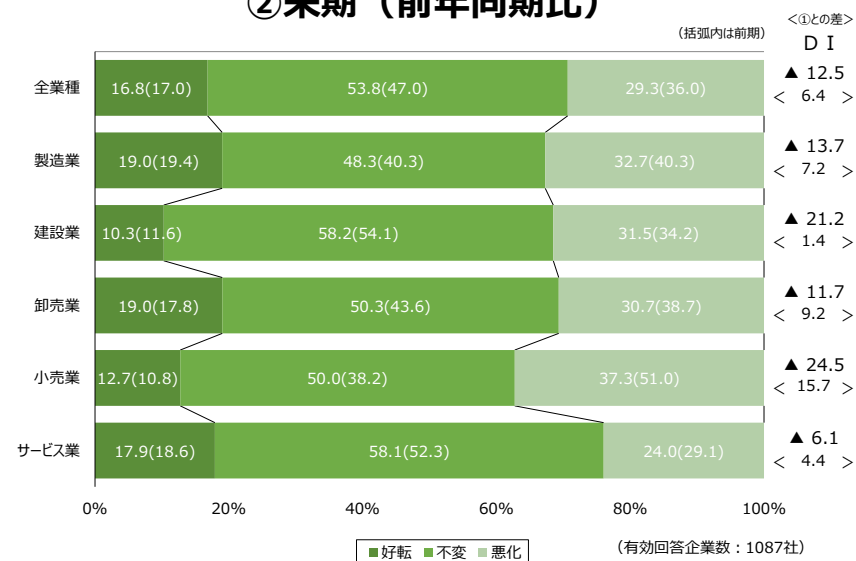
④ 来期（水準）



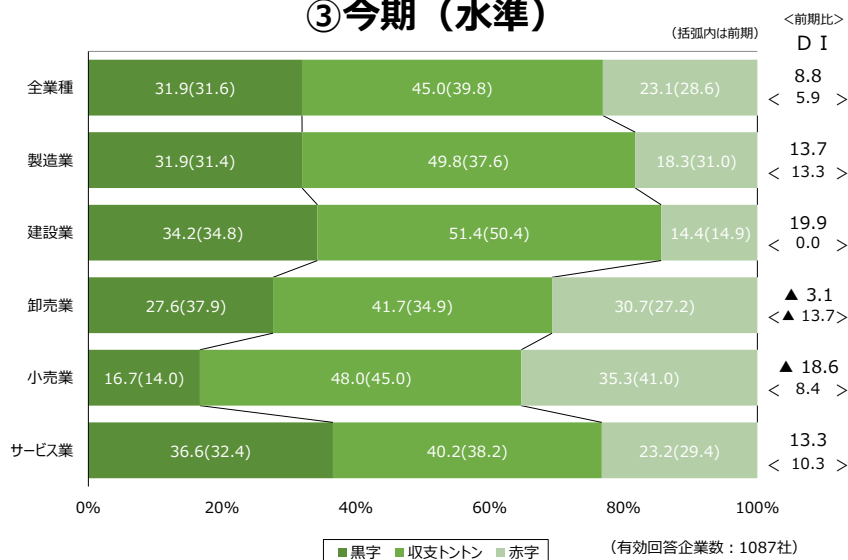
① 今期（前年同期比）



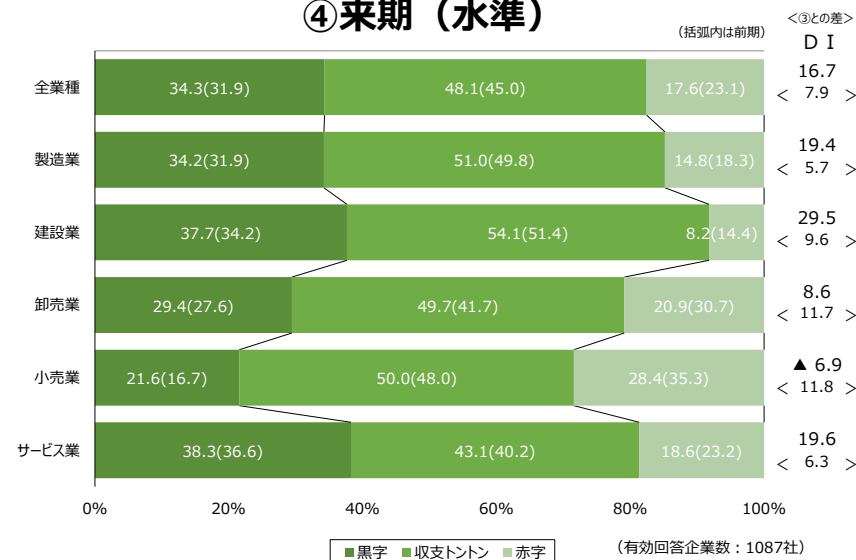
② 来期（前年同期比）



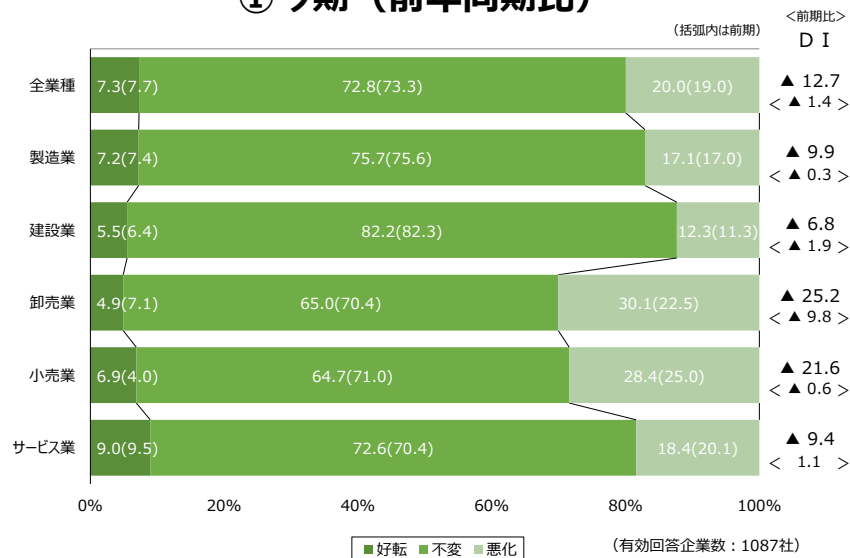
③ 今期（水準）



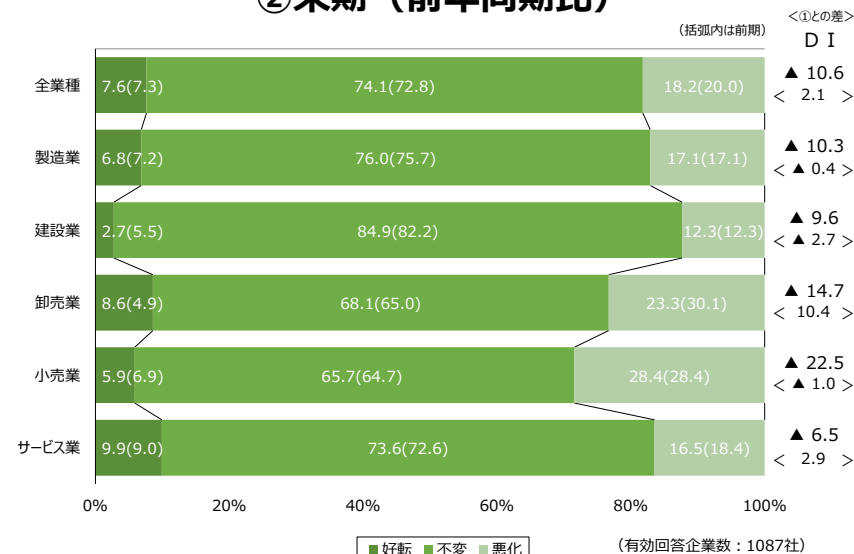
④ 来期（水準）



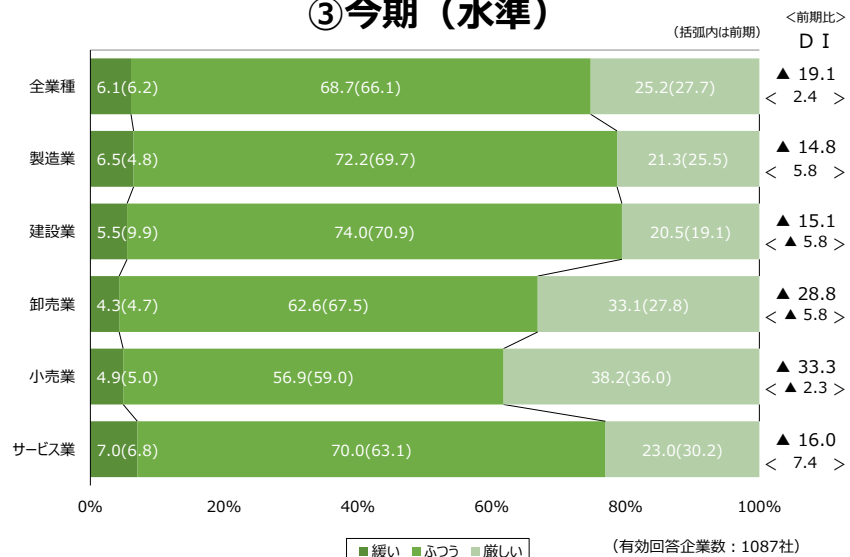
① 今期（前年同期比）



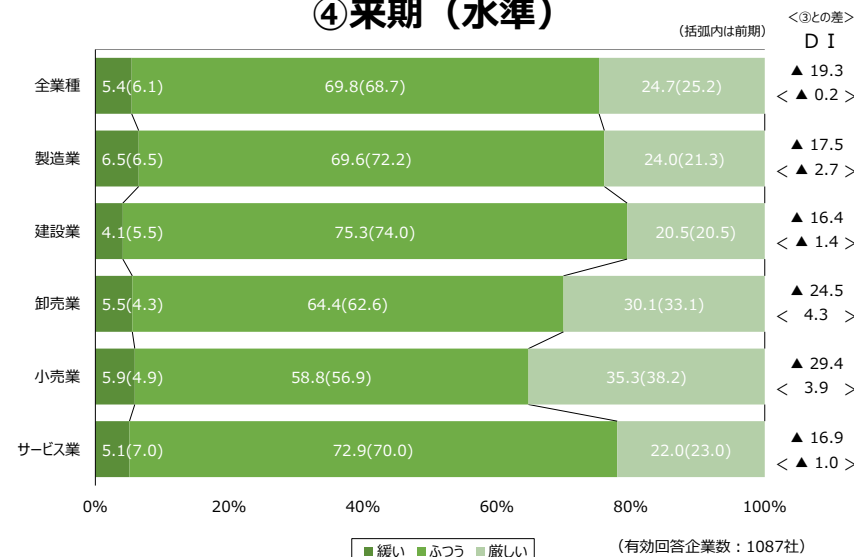
② 来期（前年同期比）



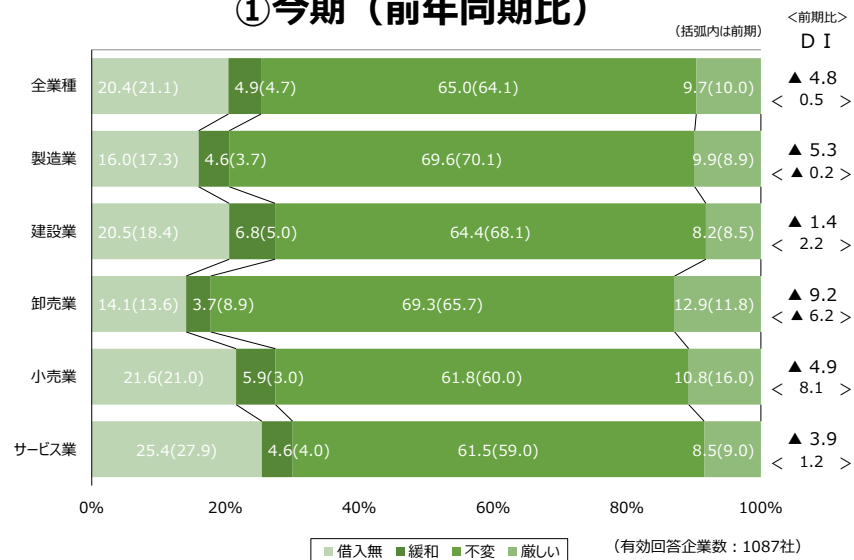
③ 今期（水準）



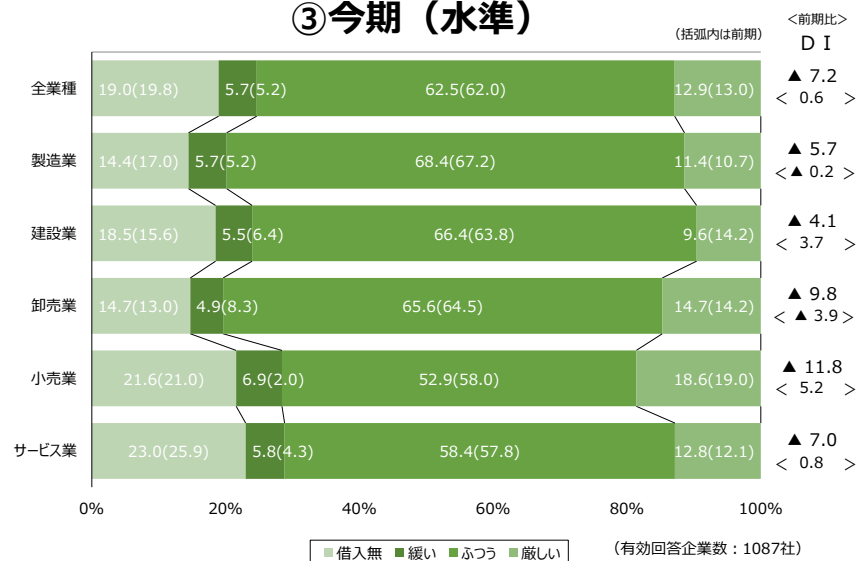
④ 来期（水準）



① 今期（前年同期比）

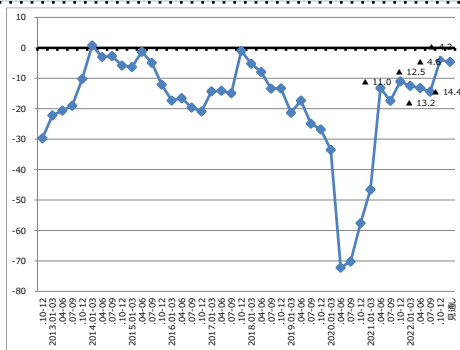


③ 今期（水準）

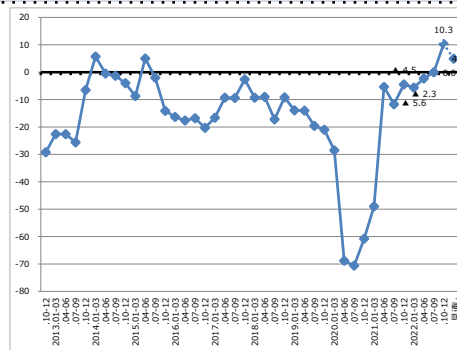


製造業

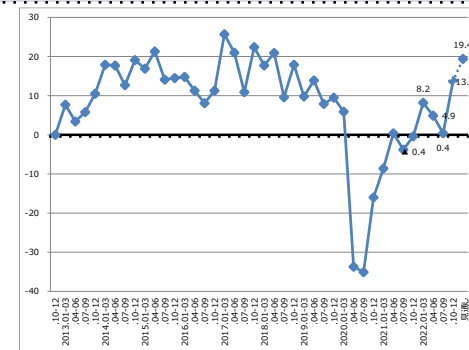
業況DI



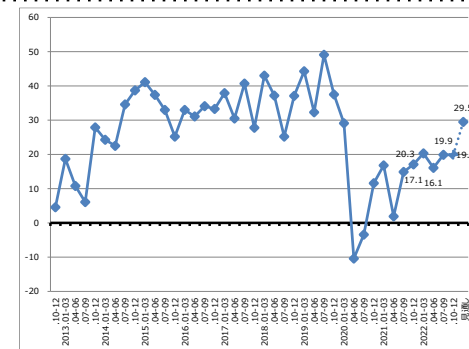
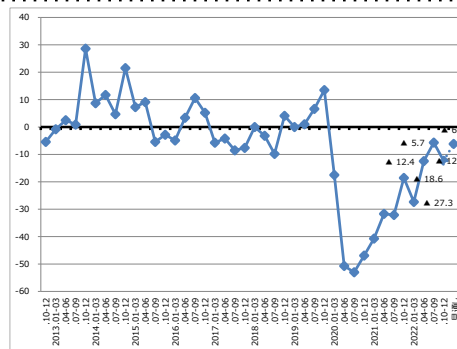
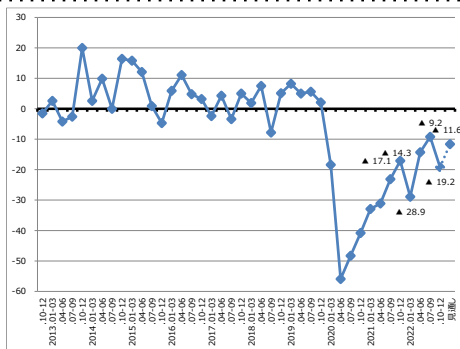
売上DI



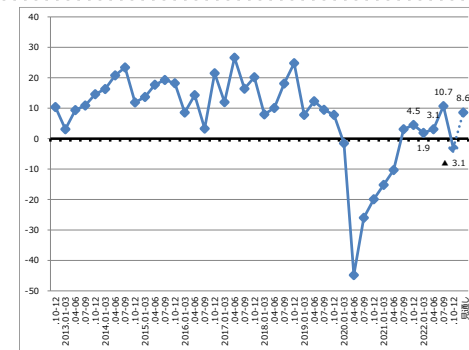
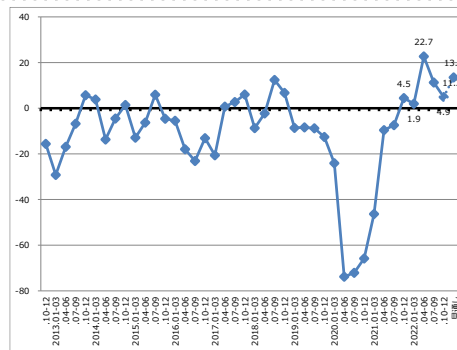
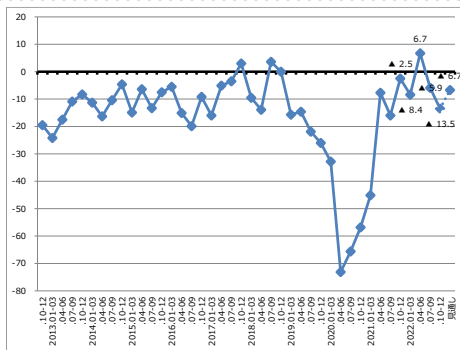
採算DI



建設業

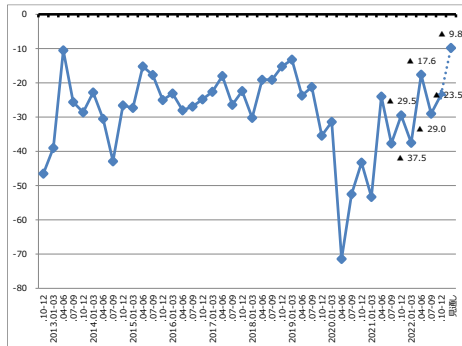


卸売業

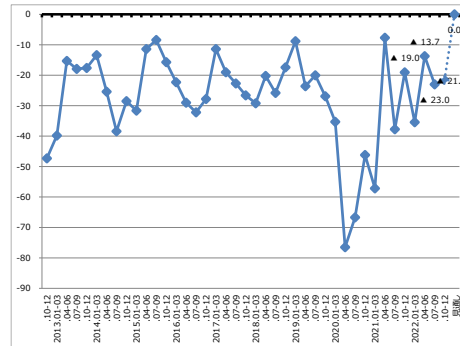


小売業

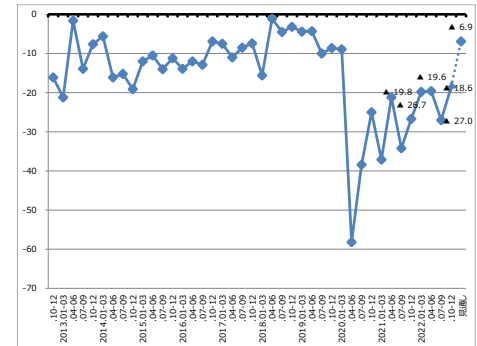
業況DI



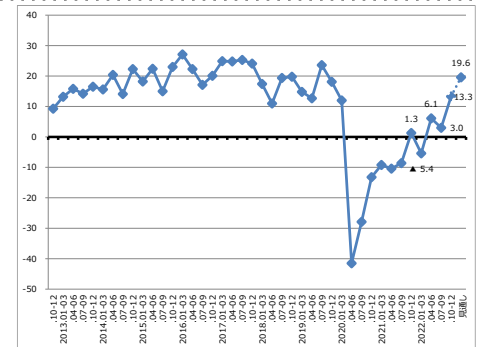
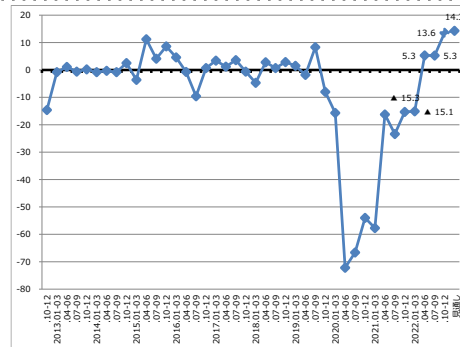
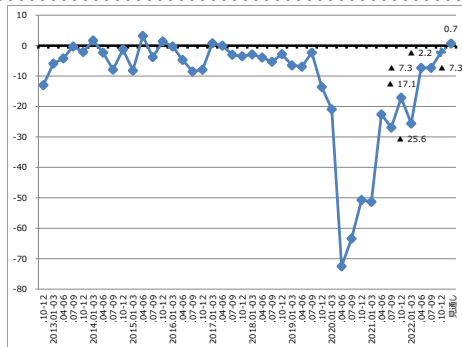
売上DI



採算DI



サービス業



挑みつづける、変わらぬ意志で。

