

# 福井県内企業景気動向調査 調査結果

(2022年7～9月 当期(実績))  
(2022年10～12月 次期(見通し))

株式会社 福井銀行  
株式会社 福井キャピタル&コンサルティング

## 【調査の目的】

福井県内企業のみなさまにアンケート調査を行うことにより、景気動向(県内企業の現在の経営環境や今後の見通し)について情報提供いただき、共有することで、今後のみなさまの経営に少しでも役立てていただくことを目的としております。

## 【調査概要】

- ・調査対象企業 福井県内の企業 1,343社
- ・回答企業 341社 (回答率25.4%)
- ・調査時期 2022年9月初旬

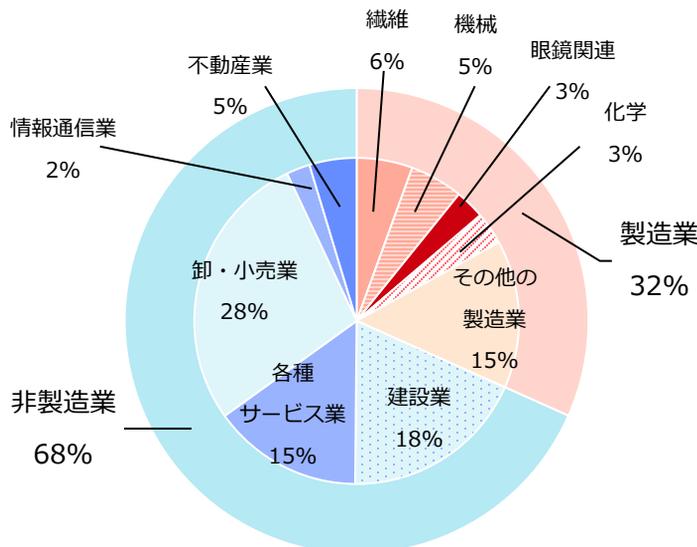
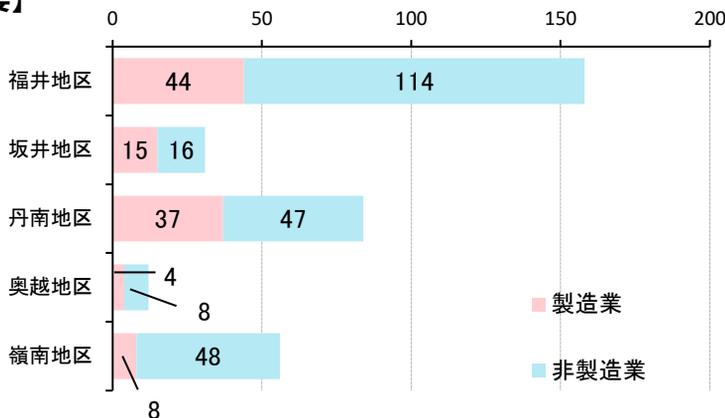
## 【D I 調査について】

このアンケート調査では、D I (Diffusion Index)による分析を行っております。D Iは、「好転」と回答した企業の割合と「悪化」と回答した企業の割合との差を求めたものです。景気が良い場合はプラス幅が大きくなり、景気が悪化している場合はマイナス幅が大きくなります。  
※ 原材料価格、在庫状況については、「上昇」と回答した企業の割合から「低下」と回答した企業の割合との差を求めており、上記の判断とは逆の傾向を示します。

## 【特別調査について】

今回は、原材料・資材価格の高騰、円安に関する調査を行っております。ご参照の上、お役立ていただければ幸いです。

## 【回答企業の概要】



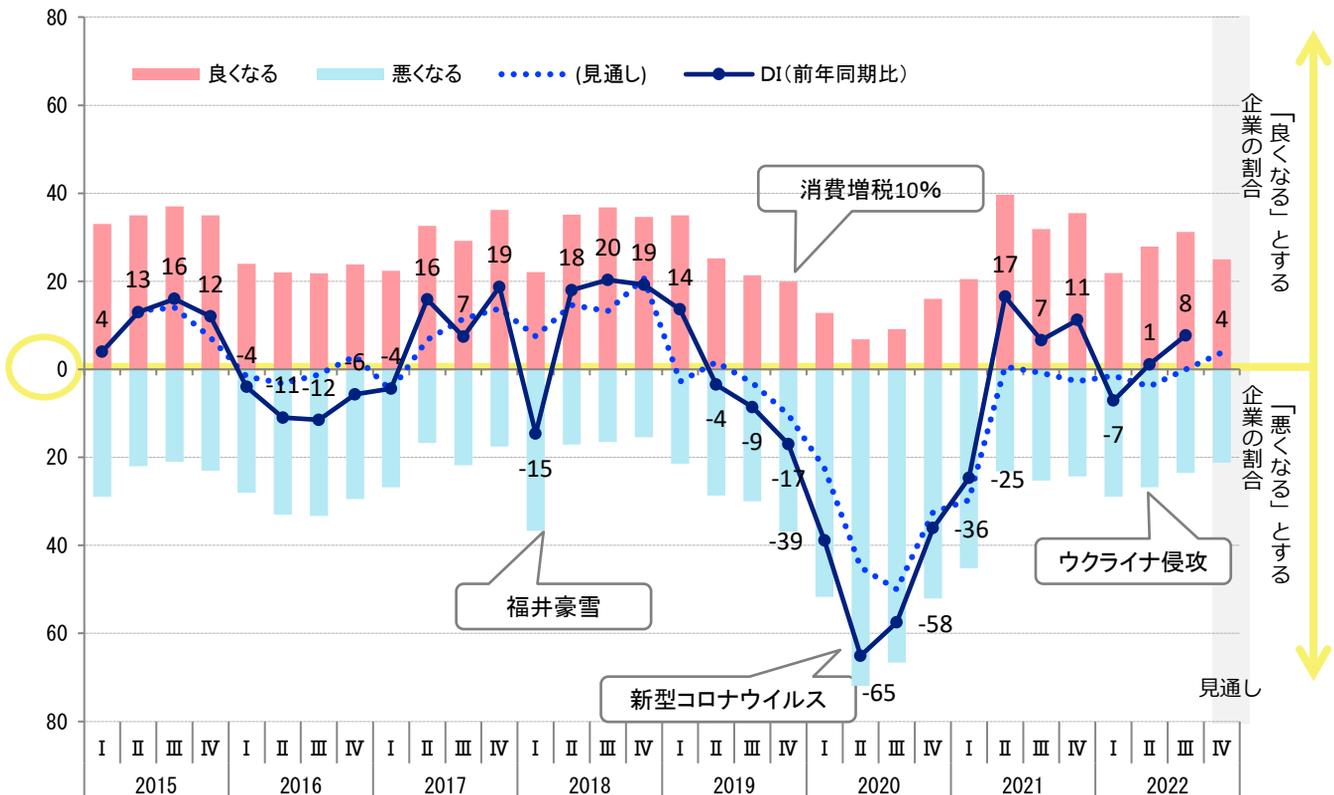
**前期に引き続き改善傾向となり景況判断は連続し上昇。  
急激な円安や原材料価格高騰のコスト増により、先行きは不透明感。**

全体の景況判断は、前期に引き続き経済活動の再開や人流の回復などによりや改善傾向となり、業況判断D Iは前回調査のプラス1から上昇しプラス8となり、プラス幅を広げた。前回予想のプラスマイナス0を上回った。来期はプラス4を予想し、先行きは低下する見通しである。

製造業、非製造業を問わず、前回調査から原材料(仕入・資材)価格が高い水準で推移しており、製(商)品販売価格も上昇しているものの、その水準に及ばない傾向となり、原材料(仕入・資材)価格の高騰を製(商)品販売価格に転嫁できていない傾向が7期連続で続いている。来期も原材料(仕入・資材)価格は高い水準で推移する見通しであり、収益を圧迫する状況が続くものと予想される。

個別企業のコメントでは、急激な円安に対する懸念や、燃料価格や原材料(仕入・資材)価格の高騰や品不足を懸念する意見、ウクライナ情勢の影響を懸念する意見がが多く見られた。

● 自社の業況判断D Iの推移

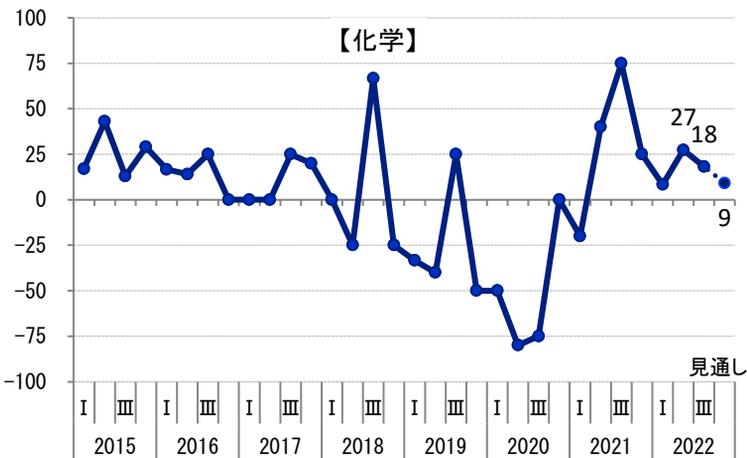


I : 1~3月期 II : 4~6月期 III : 7~9月期 IV : 10~12月期





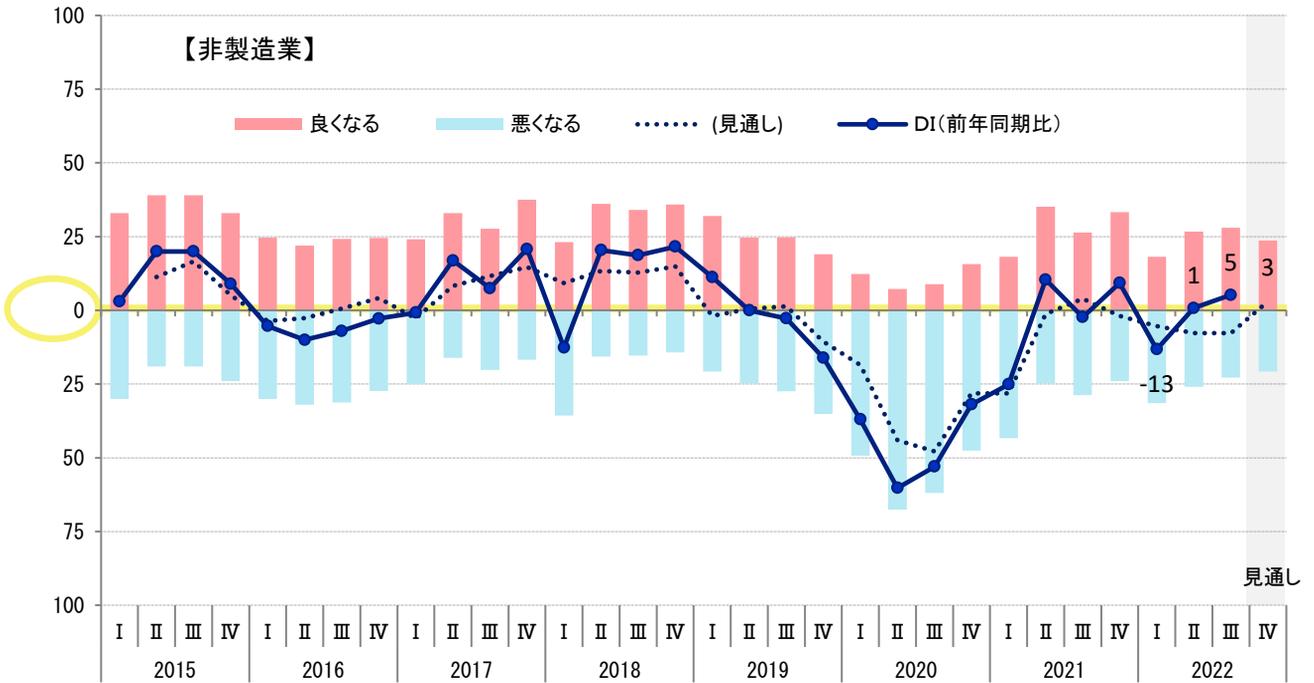
- 眼鏡は、前回調査のプラス50から大幅に上昇しプラス80となりプラス幅を広げた。
- 先行きは、大幅な低下を予想するもののプラス圏を維持する見通しである。



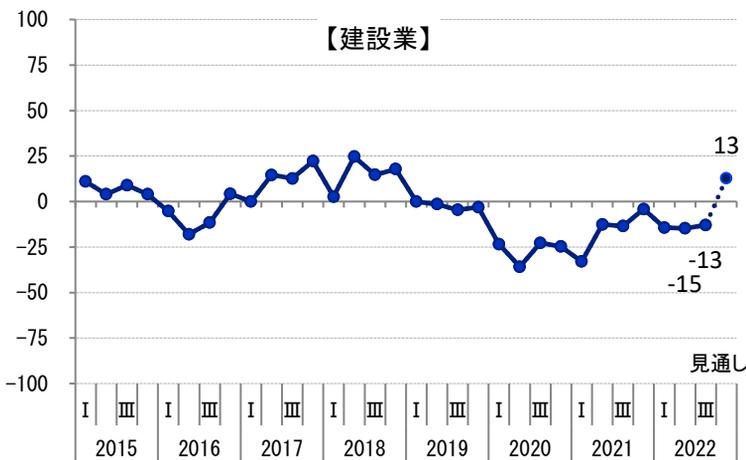
- 化学は、前回調査のプラス27から低下したもののプラス18となり、プラス圏を維持した。
- 先行きは、低下を予想するもののプラス圏を維持する見通しである。



- その他製造業は、前回調査のマイナス7から上昇したもののマイナス2となり、マイナス圏に留まった。
- 先行きは、上昇を予想しプラスマイナス0となる見通しである。



- 非製造業の業況判断DIは、前回調査のプラス1から上昇しプラス5となり、プラス幅を広げた。
- 先行きは、やや低下を予想するもののプラス圏を維持する見通しである。



- 建設業は、前回調査のマイナス15からやや上昇したもののマイナス13となり、マイナス圏に留まった。
- 先行きは、大幅な上昇を予想しプラス圏に転じる見通しである。



- 各種サービス業は、前回調査のプラス21から上昇しプラス29となり、プラス幅を広げた。
- 先行きは、大幅な低下を予想するもののプラス圏を維持する見通しである。



- 卸・小売業は、前回調査のマイナス3から上昇しプラス2となり、プラス圏に転じた。
- 先行きは、低下を予想しマイナス圏に転じる見通しである。



- 情報通信業は、前回調査のマイナス14から大幅に上昇しプラス25となり、プラス圏に転じた。
- 先行きは、大幅な低下を予想しマイナス圏に転じる見通しである。



- 不動産業は、前回調査のプラス18から大幅に低下したもののプラス6となり、プラス圏を維持した。
- 先行きは、大幅な低下を予想しマイナス圏に転じる見通しである。



- 福井地区は、前回調査のプラス1からやや上昇しプラス3となり、プラス幅を広げた。
- 先行きは、やや低下を予想するもののプラス圏を維持する見通しである。

- 坂井地区は、前回調査のプラス6から大幅に上昇しプラス16となり、プラス幅を広げた。
- 先行きは、低下を予想するもののプラス圏を維持する見通しである。



- 丹南地区は、前回調査のプラス7から大幅に上昇しプラス19となり、プラス幅を広げた。
- 先行きは、大幅な低下を予想するもののプラス圏を維持する見通しである。

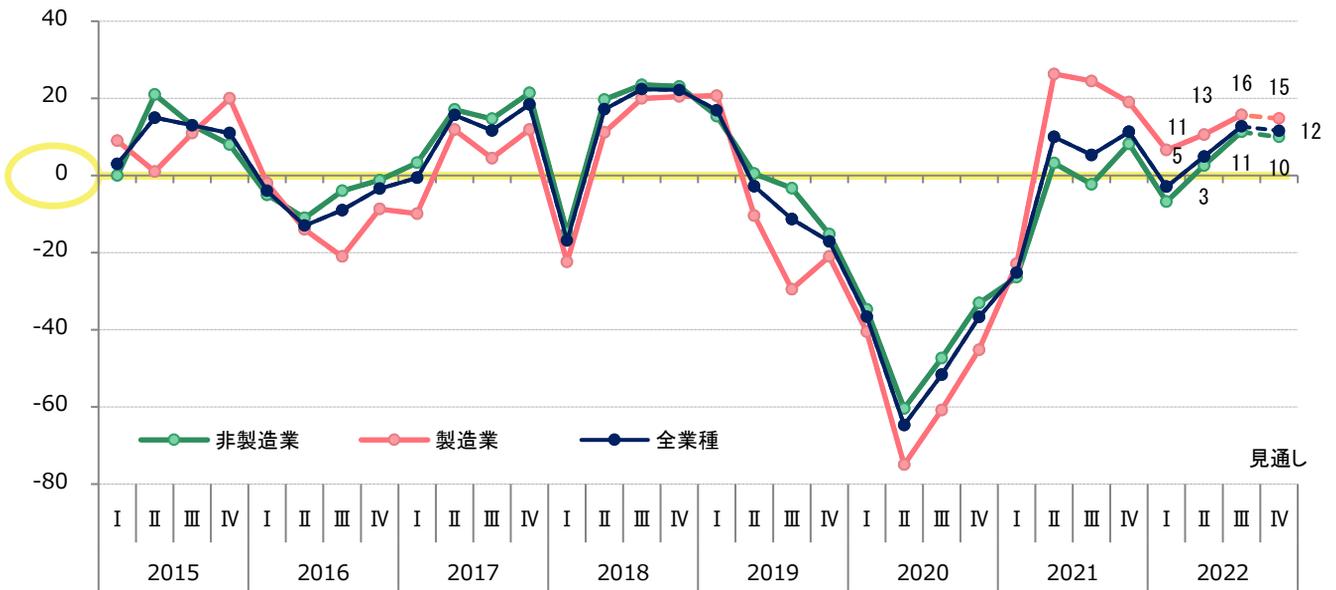
- 奥越地区は、前回調査のマイナス18から大幅に上昇しプラス8となり、プラス圏に転じた。
- 先行きは、大幅な上昇を予想しプラス幅を広げる見通しである。



- 嶺南地区は、前回調査のマイナス4から上昇しプラスマイナス0となった。
- 先行きは、横ばいを予想しプラスマイナス0に留まる見通しである。

# 売上(工事)高

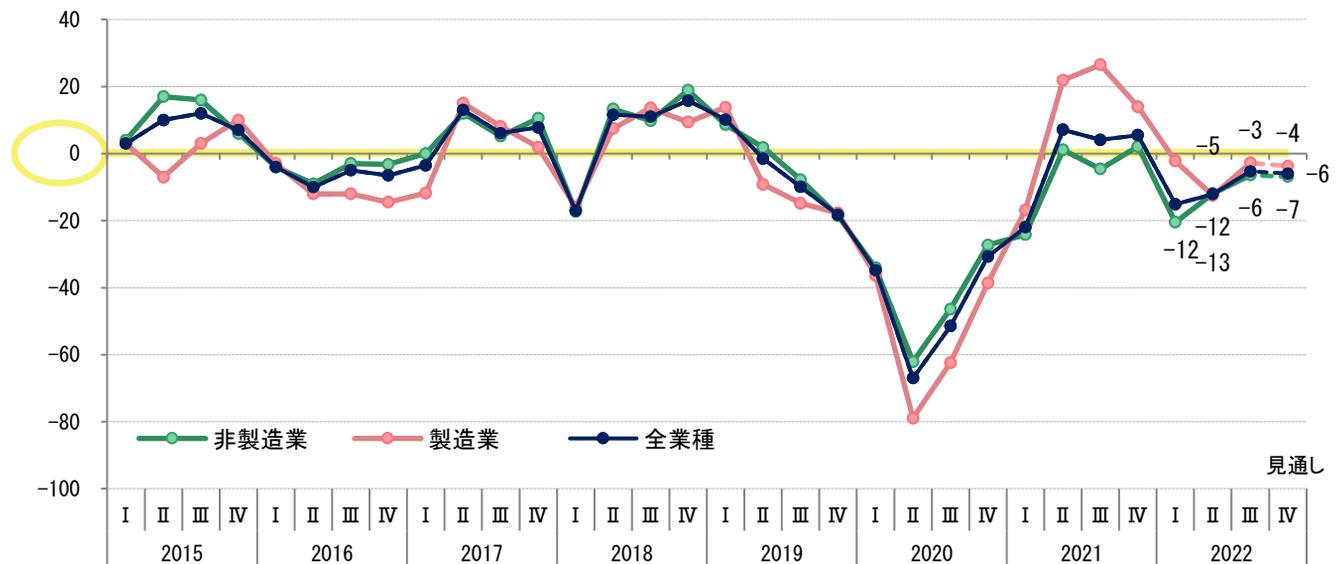
増加するー減少する



- 売上(工事)高D Iは、前回調査のプラス5から上昇しプラス13となり、プラス幅を広げた。
- 業種別にみると、製造業、非製造業ともに前回調査から上昇しプラス幅を広げた。
- 先行きは、製造業、非製造業ともにほぼ横ばいを予想しプラス圏を維持する見通しである。

# 収益状況

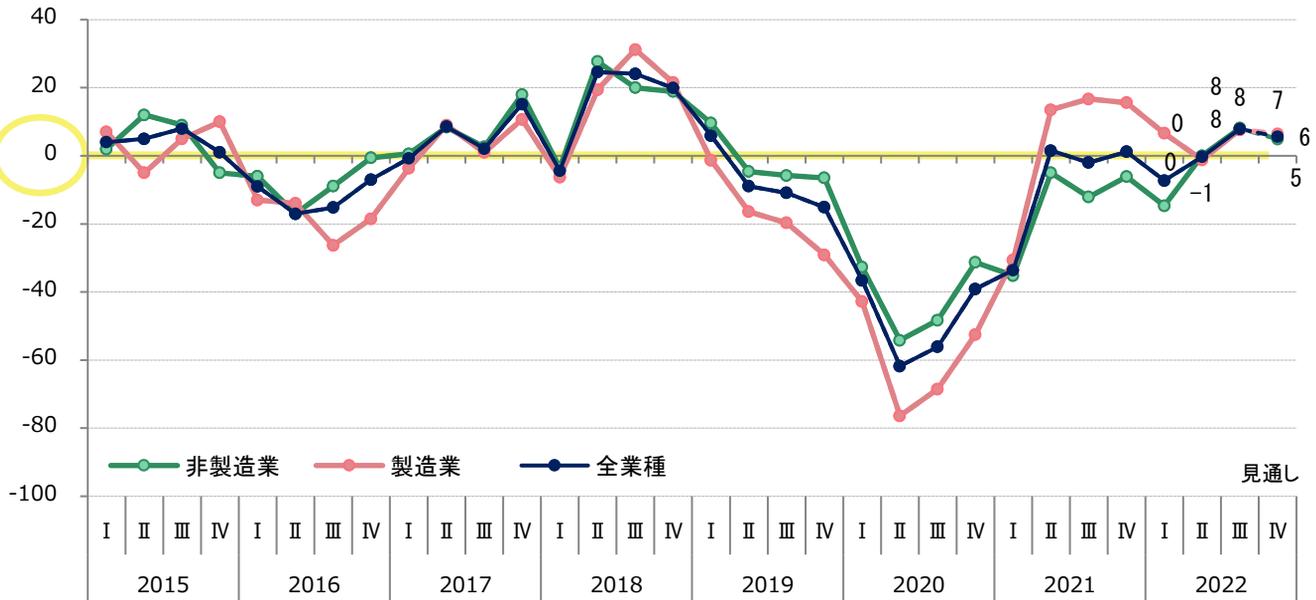
良くなるー悪くなる



- 収益状況D Iは、前回調査のマイナス12から上昇したもののマイナス5となり、マイナス圏に留まった。
- 業種別にみると、製造業は前回調査から大幅に上昇したもののマイナス圏に留まった。非製造業は前回調査から上昇したもののマイナス圏に留まった。
- 先行きは、製造業、非製造業ともにほぼ横ばいを予想しマイナス圏に留まる見通しである。

# 受注残高

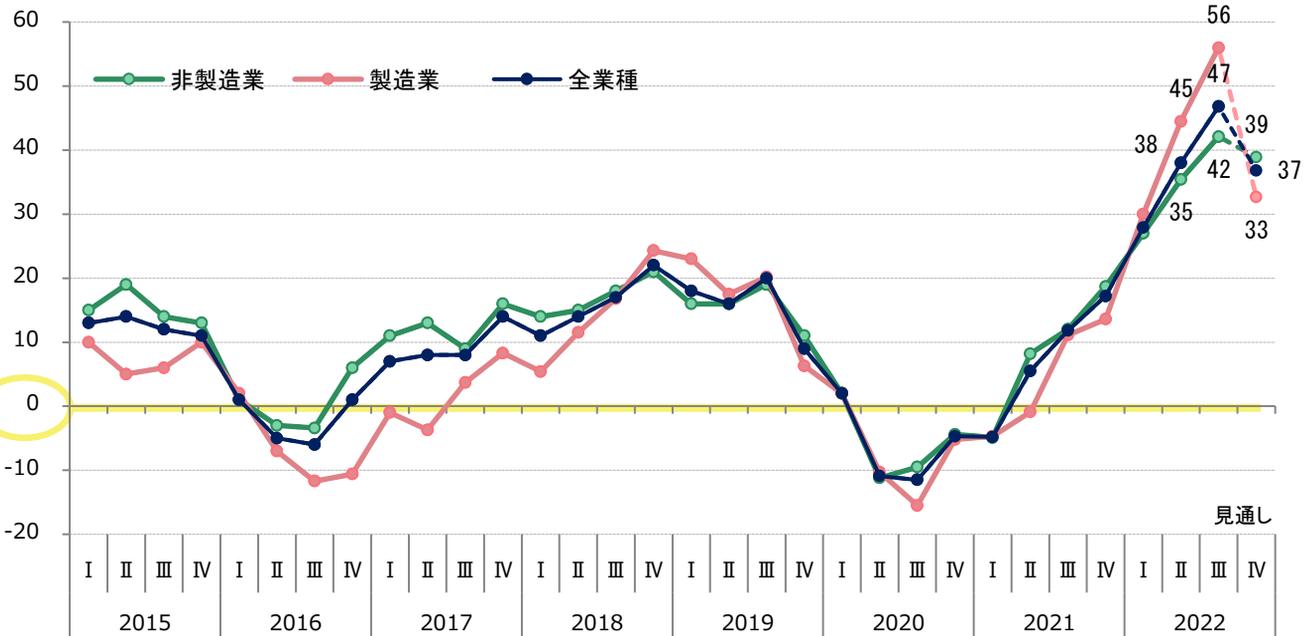
多い—少ない



- 受注残高D Iは、前回調査のプラスマイナス0から上昇しプラス8となり、プラス圏に転じた。
- 業種別にみると、製造業は前回調査から上昇しプラス圏に転じた。非製造業は前回調査から上昇しプラス圏に転じた。
- 先行きは、製造業はほぼ横ばいを予想しプラス圏を維持する見通し。非製造業は低下を予想するもののプラス圏を維持する見通しである。

# 製(商)品販売価格

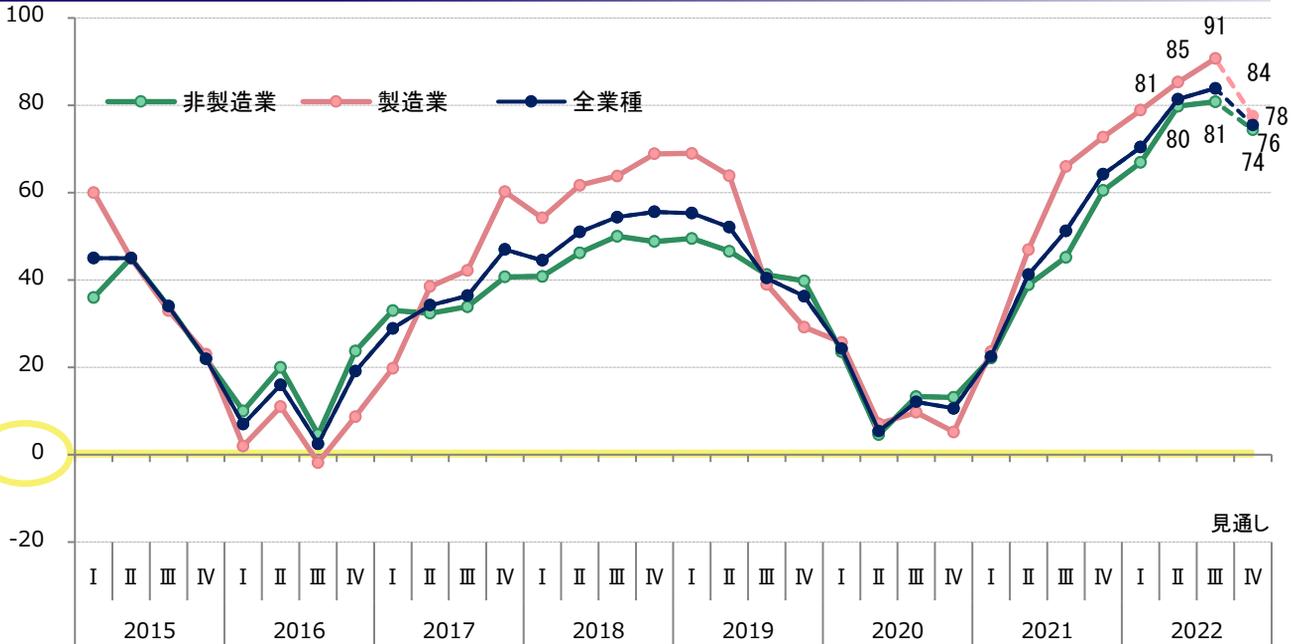
上昇—低下



- 製(商)品販売価格D Iは、前回調査のプラス38から上昇しプラス47となり、プラス幅を広げた。調査開始以来、最も高い水準で推移した。
- 業種別にみると、製造業、非製造業ともに前回調査から上昇しプラス幅を広げた。
- 先行きは、製造業は大幅な低下を予想するもののプラス圏を維持する見通し。非製造業は低下を予想するもののプラス圏を維持する見通しである。

# 原材料(仕入・資材)価格

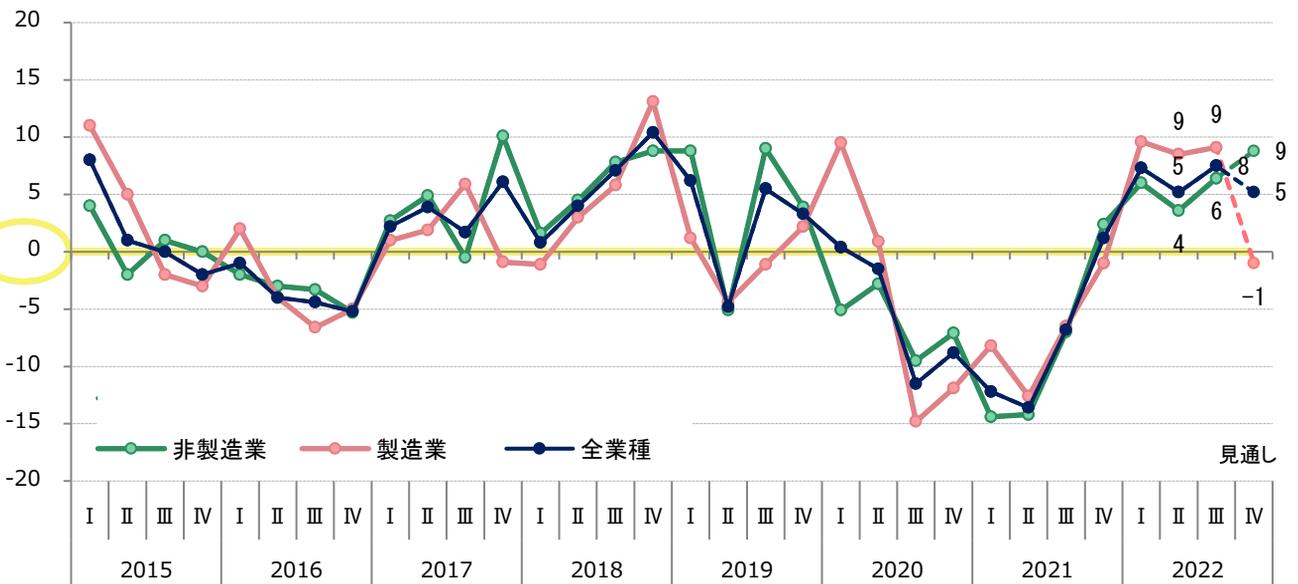
上昇—低下



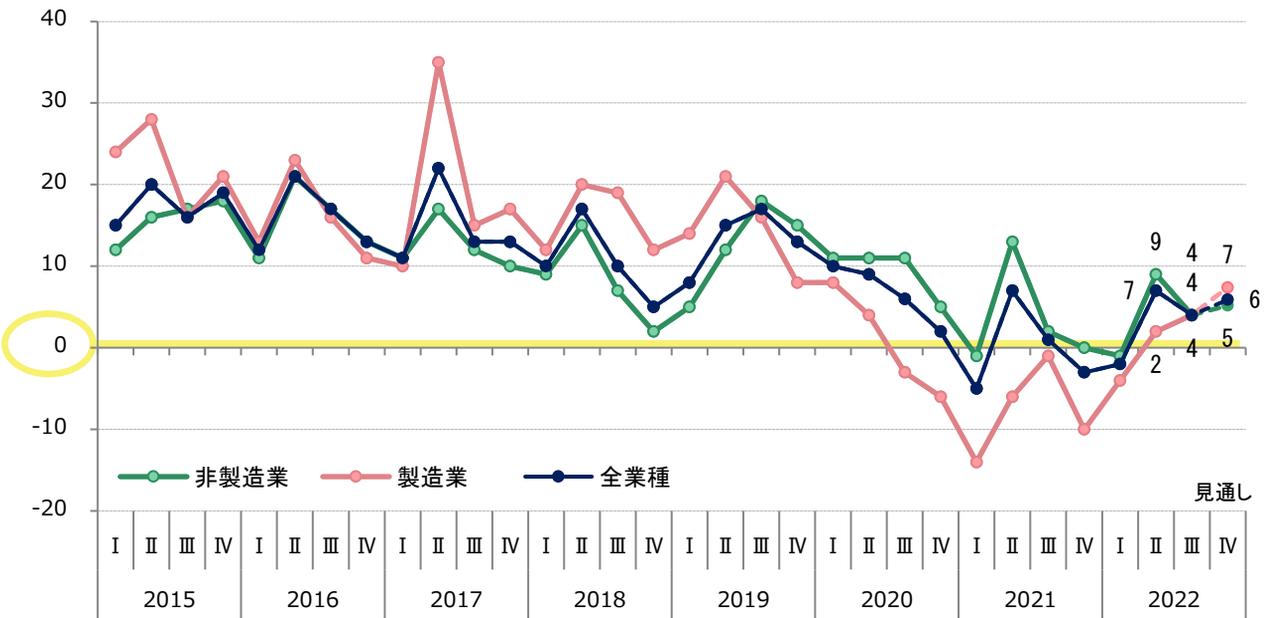
- 原材料(仕入・資材)価格D Iは、前回調査のプラス81から上昇しプラス84となり、依然として高い水準でプラス圏に留まった。
- 業種別にみると、製造業は上昇し、依然として高い水準でプラス圏に留まった。非製造業はほぼ横ばいとなり、依然として高い水準でプラス圏に留まった。
- 先行きは、製造業は大幅な低下を予想するものの、依然として高い水準でプラス圏に留まる見通し。非製造業は低下を予想するものの、依然として高い水準でプラス圏に留まる見通しである。

# 在庫

多い—少ない

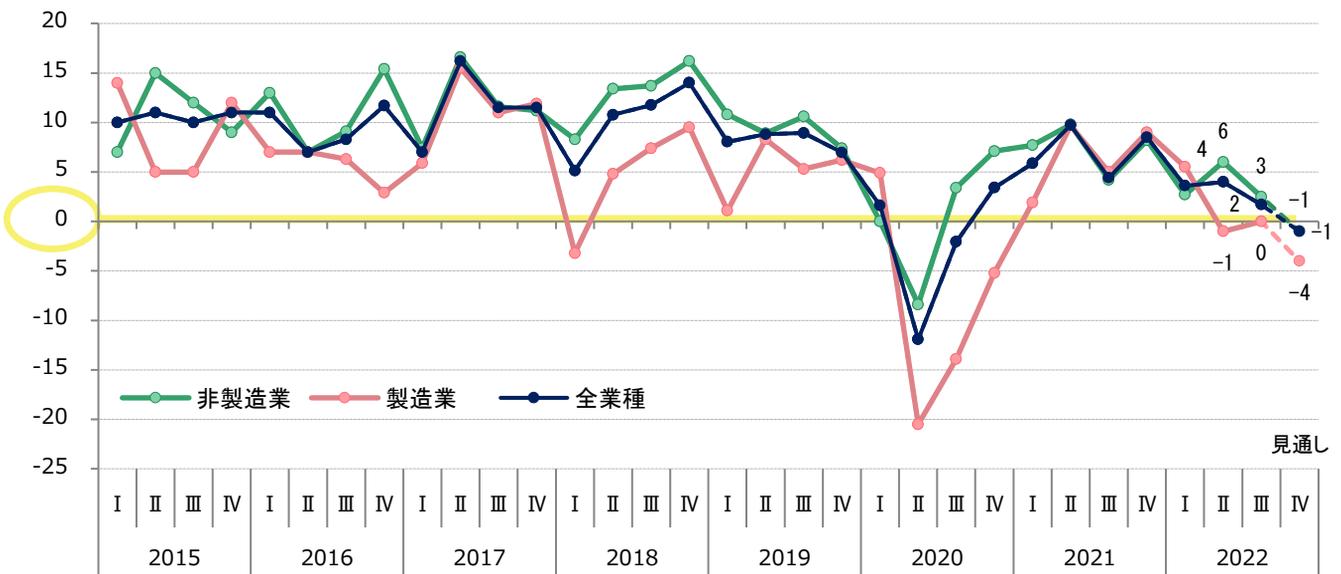


- 在庫D Iは、前回調査のプラス5から上昇しプラス8となり、プラス幅を広げた。
- 業種別にみると、製造業は前回調査から横ばいとなりプラス圏を維持した。非製造業は前回調査からやや上昇しプラス幅を広げた。
- 先行きは、製造業は大幅な低下を予想しマイナス圏に転じる見通し。非製造業は上昇を予想しプラス幅を広げる見通しである。



- 雇用者数D Iは、前回調査のプラス7から低下したもののプラス4となり、プラス圏を維持した。
- 業種別にみると、製造業はやや前回調査からやや上昇しプラス幅を広げた。非製造業は前回調査から低下したもののプラス圏を維持した。
- 先行きは、製造業は上昇しプラス幅を広げる見通し。非製造業はほぼ横ばいを予想しプラス幅を広げる見通しである。

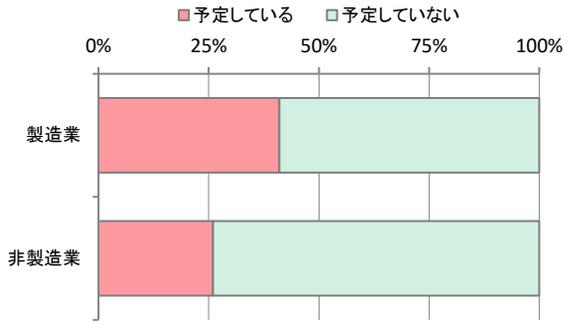
# 資金繰り



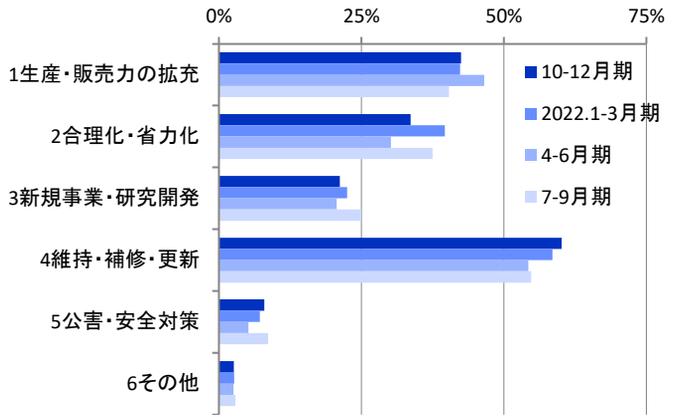
- 資金繰りD Iは、前回調査のプラス4からやや低下したもののプラス2となり、プラス圏を維持した。
- 業種別にみると、製造業は前回調査からほぼ横ばいとなり、プラスマイナス0となった。非製造業は前回調査から低下したもののプラス圏を維持した。
- 先行きは、製造業は低下を予想しマイナス圏に転じる見通し。非製造業は低下を予想しマイナス圏に転じる見通しである。

# 設備投資の有無

## ●設備投資の有無



## ●設備投資の目的(複数回答)



# 業種別分類集計①

(単位: %)

四半期別	2022年4-6月期					2022年7-9月期					2022年10-12月期				
	前期実績					当期実績					来期見通し				
	状況	良くなる 増加 多い 上昇 増員 容易	不変	悪くなる 減少 少ない 低下 減員 困難	D.I.	良くなる 増加 多い 上昇 増員 容易	不変	悪くなる 減少 少ない 低下 減員 困難	D.I.	前回 調査時 今期 見通し	良くなる 増加 多い 上昇 増員 容易	不変	悪くなる 減少 少ない 低下 減員 困難	D.I.	
項目	①	②	③	①-③	①	②	③	前期比	①-③	①	②	③	今期比	①-③	
業況	27.9	45.3	26.8	1.1	31.2	45.3	23.5	↑	7.7	0.0	25.0	53.8	21.2	↓	3.8
製造業	31.1	39.8	29.1	2.0	38.0	37.0	25.0	↑	13.0	▲ 0.9	27.8	50.0	22.2	↓	5.6
繊維	31.8	45.5	22.7	9.1	36.8	42.1	21.1	↑	15.7	▲ 4.6	26.3	42.1	31.6	↓	▲ 5.3
機械	26.3	31.6	42.1	▲ 15.8	38.9	33.3	27.8	↑	11.1	▲ 10.5	38.9	50.0	11.1	↑	27.8
眼鏡	66.7	16.7	16.7	50.0	80.0	20.0	0.0	↑	80.0	0.0	20.0	70.0	10.0	↓	10.0
化学	36.4	54.5	9.1	27.3	36.4	45.5	18.2	↓	18.2	▲ 9.1	36.4	36.4	27.3	↓	9.1
その他	26.7	40.0	33.3	▲ 6.6	30.0	38.0	32.0	↑	▲ 2.0	2.2	24.0	52.0	24.0	↑	0.0
非製造業	26.7	47.4	25.9	0.8	28.0	49.1	22.8	↑	5.2	0.4	23.7	55.6	20.7	↓	3.0
建設業	17.3	50.7	32.0	▲ 14.7	16.1	54.8	29.0	↑	▲ 12.9	▲ 17.3	29.0	54.8	16.1	↑	12.9
各種サービス業	37.9	45.5	16.7	21.2	45.1	39.2	15.7	↑	29.4	22.7	25.5	58.8	15.7	↓	9.8
卸・小売業	28.6	40.0	31.4	▲ 2.8	29.5	43.2	27.4	↑	2.1	▲ 3.8	24.2	47.4	28.4	↓	▲ 4.2
情報通信業	0.0	85.7	14.3	▲ 14.3	25.0	75.0	0.0	↑	25.0	28.6	0.0	87.5	12.5	↓	▲ 12.5
不動産業	23.5	70.6	5.9	17.6	12.5	81.3	6.3	↓	6.2	5.9	6.3	81.3	12.5	↓	▲ 6.2
売上(工事)高	30.4	44.1	25.5	4.9	36.0	40.7	23.3	↑	12.7	6.8	32.2	47.2	20.6	↓	11.6
製造業	33.7	43.3	23.1	10.6	40.7	34.3	25.0	↑	15.7	5.8	33.3	48.1	18.5	↓	14.8
繊維	30.4	47.8	21.7	8.7	47.4	31.6	21.1	↑	26.3	13.1	31.6	52.6	15.8	↓	15.8
機械	26.3	42.1	31.6	▲ 5.3	33.3	38.9	27.8	↑	5.5	0.0	38.9	44.4	16.7	↑	22.2
眼鏡	66.7	16.7	16.7	50.0	90.0	10.0	0.0	↑	90.0	0.0	20.0	70.0	10.0	↓	10.0
化学	45.5	45.5	9.1	36.4	45.5	36.4	18.2	↓	27.3	0.0	45.5	27.3	27.3	↓	18.2
その他	31.1	44.4	24.4	6.7	30.0	38.0	32.0	↑	▲ 2.0	6.7	32.0	48.0	20.0	↑	12.0
非製造業	29.1	44.4	26.5	2.6	33.8	43.7	22.5	↑	11.3	7.1	31.6	46.8	21.6	↓	10.0
建設業	17.3	45.3	37.3	▲ 20.0	19.0	46.0	34.9	↑	▲ 15.9	▲ 13.5	30.2	46.0	23.8	↑	6.4
各種サービス業	43.9	43.9	12.1	31.8	48.0	38.0	14.0	↑	34.0	31.9	34.0	52.0	14.0	↓	20.0
卸・小売業	31.7	36.5	31.7	0.0	39.4	37.2	23.4	↑	16.0	4.8	35.1	38.3	26.6	↓	8.5
情報通信業	0.0	71.4	28.6	▲ 28.6	37.5	62.5	0.0	↑	37.5	28.6	12.5	75.0	12.5	↓	0.0
不動産業	18.8	81.3	0.0	18.8	12.5	81.3	6.3	↓	6.2	6.3	18.8	68.8	12.5	↑	6.3
収益	22.5	42.9	34.6	▲ 12.1	24.9	44.9	30.2	↑	▲ 5.3	▲ 9.2	20.8	52.5	26.7	↓	▲ 5.9
製造業	25.0	37.5	37.5	▲ 12.5	27.8	41.7	30.6	↑	▲ 2.8	▲ 12.5	21.3	53.7	25.0	↓	▲ 3.7
繊維	34.8	43.5	21.7	13.1	42.1	42.1	15.8	↑	26.3	4.4	21.1	47.4	31.6	↓	▲ 10.5
機械	21.1	31.6	47.4	▲ 26.3	16.7	61.1	22.2	↑	▲ 5.5	▲ 15.7	27.8	61.1	11.1	↑	16.7
眼鏡	66.7	16.7	16.7	50.0	60.0	30.0	10.0	→	50.0	0.0	20.0	60.0	20.0	↓	0.0
化学	18.2	54.5	27.3	▲ 9.1	27.3	45.5	27.3	↑	0.0	0.0	27.3	54.5	18.2	↑	9.1
その他	17.8	35.6	46.7	▲ 28.9	20.0	36.0	44.0	↑	▲ 24.0	▲ 24.4	18.0	52.0	30.0	↑	▲ 12.0
非製造業	21.6	45.0	33.5	▲ 11.9	23.6	46.4	30.0	↑	▲ 6.4	▲ 7.8	20.6	51.9	27.5	↓	▲ 6.9
建設業	14.9	40.5	44.6	▲ 29.7	12.7	42.9	44.4	↓	▲ 31.7	▲ 35.6	23.8	46.0	30.2	↑	▲ 6.4
各種サービス業	31.8	43.9	24.2	7.6	41.2	25.5	33.3	↑	7.9	15.2	23.5	52.9	23.5	↓	0.0
卸・小売業	21.9	40.0	38.1	▲ 16.2	25.3	48.4	26.3	↑	▲ 1.0	▲ 6.7	21.1	47.4	31.6	↓	▲ 10.5
情報通信業	0.0	100.0	0.0	0.0	10.0	87.5	0.0	↑	12.5	14.3	0.0	75.0	25.0	↓	▲ 25.0
不動産業	17.6	76.5	5.9	11.7	6.3	93.8	0.0	↓	6.3	5.9	6.3	87.5	6.3	↓	0.0
受注残高	25.6	48.5	25.9	▲ 0.3	28.5	51.0	20.6	↑	7.9	▲ 4.9	21.7	62.2	16.1	↓	5.6
製造業	29.8	39.3	31.0	▲ 1.2	29.3	48.9	21.7	↑	7.6	1.2	21.7	63.0	15.2	↓	6.5
繊維	30.4	39.1	30.4	0.0	44.4	50.0	5.6	↑	38.8	18.2	38.9	55.6	5.6	↓	33.3
機械	41.2	23.5	35.3	5.9	37.5	43.8	18.8	↑	18.7	▲ 5.9	18.8	68.8	12.5	↓	6.3
眼鏡	40.0	60.0	0.0	40.0	66.7	33.3	0.0	↑	66.7	20.0	33.3	55.6	11.1	↓	22.2
化学	28.6	42.9	28.6	0.0	11.1	55.6	33.3	↓	▲ 22.2	▲ 14.3	22.2	55.6	22.2	↑	0.0
その他	21.9	43.8	34.4	▲ 12.5	15.0	52.5	32.5	↓	▲ 17.5	▲ 6.3	12.5	67.5	20.0	↑	▲ 7.5
非製造業	23.6	52.7	23.6	0.0	28.0	52.2	19.9	↑	8.1	▲ 7.7	21.6	61.7	16.7	↓	4.9
建設業	19.7	52.1	28.2	▲ 8.5	20.3	49.2	30.5	↓	▲ 10.2	▲ 21.4	22.0	59.3	18.6	↑	3.4
各種サービス業	26.3	60.5	13.2	13.1	32.1	57.1	10.7	↑	21.4	18.4	17.2	72.4	10.3	↓	6.9
卸・小売業	26.6	45.3	28.1	▲ 1.5	33.9	53.2	12.9	↑	21.0	▲ 8.0	24.2	58.1	17.7	↓	6.5
情報通信業	33.3	66.7	0.0	33.3	16.7	50.0	33.3	↓	▲ 16.6	0.0	16.7	66.7	16.7	↑	0.0
不動産業	16.7	83.3	0.0	16.7	33.3	50.0	16.7	↓	16.6	▲ 16.7	16.7	66.7	16.7	↓	0.0

# 業種別分類集計②

(単位:%)

四半期別	2022年4-6月期				2022年7-9月期					2022年10-12月期					
	前期実績				当期実績					来期見通し					
	状況	良くなる 増加 多い 上昇 増員 容易 ①	不変 ②	悪くなる 減少 少ない 低下 減員 困難 ③	D.I. ①-③	良くなる 増加 多い 上昇 増員 容易 ①	不変 ②	悪くなる 減少 少ない 低下 減員 困難 ③	D.I. ①-③	前回 調査時 今期 見通し	良くなる 増加 多い 上昇 増員 容易 ①	不変 ②	悪くなる 減少 少ない 低下 減員 困難 ③	D.I. ①-③	
項目	①	②	③	①-③	①	②	③	前期比 ①-③	①-③	①	②	③	今期比 ①-③		
製(商)品販売価格	44.0	50.0	6.0	38.0	51.1	44.6	4.3	↑	46.8	38.9	42.1	52.6	5.3	↓	36.8
製造業	48.5	47.5	4.0	44.5	60.7	34.6	4.7	↑	56.0	46.5	38.3	56.1	5.6	↓	32.7
繊維	43.5	56.5	0.0	43.5	68.4	31.6	0.0	↑	68.4	60.9	36.8	63.2	0.0	↓	36.8
機械	33.3	55.6	11.1	22.2	27.8	55.6	16.7	↓	11.1	22.2	16.7	66.7	16.7	↓	0.0
眼鏡	16.7	83.3	0.0	16.7	70.0	20.0	10.0	↑	60.0	50.0	30.0	60.0	10.0	↓	20.0
化学	63.6	27.3	9.1	54.5	63.6	36.4	0.0	↑	63.6	54.5	63.6	36.4	0.0	→	63.6
その他	58.1	39.5	2.3	55.8	67.3	30.6	2.0	↑	65.3	46.5	42.9	53.1	4.1	↓	38.8
非製造業	42.2	51.0	6.8	35.4	46.3	49.5	4.2	↑	42.1	35.8	44.0	50.9	5.1	↓	38.9
建設業	35.8	52.2	11.9	23.9	40.4	49.1	10.5	↑	29.9	23.8	33.3	56.1	10.5	↓	22.8
各種サービス業	29.8	64.9	5.3	24.5	35.6	62.2	2.2	↑	33.4	29.8	24.4	73.3	2.2	↓	22.2
卸・小売業	61.5	32.7	5.8	55.7	65.2	32.6	2.2	↑	63.0	53.8	66.3	30.4	3.3	→	63.0
情報通信業	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	→	0.0	0.0	12.5	87.5	0.0	↑	12.5
不動産業	0.0	100.0	0.0	0.0	7.1	92.9	0.0	↑	7.1	0.0	21.4	71.4	7.1	↑	14.3
原材料(仕入・資材)価格	82.5	16.3	1.1	81.4	84.2	15.5	0.3	↑	83.9	75.5	76.7	22.1	1.2	↓	75.5
製造業	86.3	12.7	1.0	85.3	90.7	9.3	0.0	↑	90.7	82.4	79.4	18.7	1.9	↓	77.5
繊維	78.3	21.7	0.0	78.3	89.5	10.5	0.0	↑	89.5	82.6	78.9	21.1	0.0	↓	78.9
機械	88.9	11.1	0.0	88.9	77.8	22.2	0.0	↓	77.8	83.3	66.7	33.3	0.0	↓	66.7
眼鏡	83.3	16.7	0.0	83.3	90.0	10.0	0.0	↑	90.0	66.7	80.0	20.0	0.0	↓	80.0
化学	90.9	9.1	0.0	90.9	100.0	0.0	0.0	↑	100.0	81.8	72.7	18.2	9.1	↓	63.6
その他	88.6	9.1	2.3	86.3	93.9	6.1	0.0	↑	93.9	84.1	85.7	12.2	2.0	↓	83.7
非製造業	81.0	17.8	1.2	79.8	81.2	18.4	0.4	↑	80.8	72.7	75.3	23.8	0.9	↓	74.4
建設業	93.2	6.8	0.0	93.2	91.8	6.6	1.6	↓	90.2	82.2	82.0	16.4	1.6	↓	80.4
各種サービス業	76.3	22.0	1.7	74.6	73.9	26.1	0.0	↓	73.9	66.1	63.0	37.0	0.0	↓	63.0
卸・小売業	85.4	12.6	1.9	83.5	90.4	9.6	0.0	↑	90.4	79.6	86.2	12.8	1.1	↓	85.1
情報通信業	16.7	83.3	0.0	16.7	25.0	75.0	0.0	↑	25.0	0.0	37.5	62.5	0.0	↑	37.5
不動産業	25.0	75.0	0.0	25.0	28.6	71.4	0.0	↑	28.6	25.0	35.7	64.3	0.0	↑	35.7
在庫	22.1	61.0	16.9	5.2	21.9	63.7	14.4	↑	7.5	▲5.5	16.3	72.6	11.1	↓	5.2
製造業	25.5	57.4	17.0	8.5	22.2	64.6	13.1	↑	9.1	▲7.5	11.1	76.8	12.1	↓	▲1.0
繊維	27.3	50.0	22.7	4.6	35.3	58.8	5.9	↑	29.4	▲9.1	17.6	64.7	17.6	↓	0.0
機械	43.8	43.8	12.5	31.3	40.0	53.3	6.7	↑	33.3	0.0	0.0	93.3	6.7	↓	▲6.7
眼鏡	33.3	66.7	0.0	33.3	40.0	60.0	0.0	↑	40.0	16.7	30.0	70.0	0.0	↓	30.0
化学	36.4	45.5	18.2	18.2	27.3	72.7	0.0	↑	27.3	▲9.1	9.1	72.7	18.2	↓	▲9.1
その他	12.8	69.2	17.9	▲5.1	6.5	69.6	23.9	↓	▲17.4	▲12.8	8.7	78.3	13.0	↑	▲4.3
非製造業	20.4	62.8	16.8	3.6	21.6	63.2	15.2	↑	6.4	▲4.6	19.3	70.2	10.5	↑	8.8
建設業	18.4	63.3	18.4	0.0	5.0	80.0	15.0	↓	▲10.0	▲8.2	12.5	77.5	10.0	↑	2.5
各種サービス業	11.1	69.4	19.4	▲8.3	13.8	79.3	6.9	↑	6.9	▲2.8	10.3	86.2	3.4	→	6.9
卸・小売業	24.8	58.4	16.8	8.0	33.3	48.9	17.8	↑	15.5	▲4.0	25.6	62.2	12.2	↓	13.4
情報通信業	33.3	66.7	0.0	33.3	0.0	100.0	0.0	↓	0.0	33.3	25.0	75.0	0.0	↑	25.0
不動産業	14.3	85.7	0.0	14.3	12.5	62.5	25.0	↓	▲12.5	▲14.3	12.5	62.5	25.0	→	▲12.5
雇用者	23.7	59.4	16.9	6.8	22.3	59.2	18.5	↓	3.8	11.3	14.7	76.5	8.8	↑	5.9
製造業	23.1	55.8	21.2	1.9	29.6	44.4	25.9	↑	3.7	18.2	15.7	75.9	8.3	↑	7.4
繊維	21.7	56.5	21.7	0.0	10.5	68.4	21.1	↓	▲10.6	8.7	10.5	89.5	0.0	↑	10.5
機械	21.1	63.2	15.8	5.3	50.0	33.3	16.7	↑	33.3	15.8	11.1	72.2	16.7	↓	▲5.6
眼鏡	33.3	50.0	16.7	16.6	60.0	30.0	10.0	↑	50.0	16.7	30.0	70.0	0.0	↓	30.0
化学	36.4	36.4	27.3	9.1	9.1	45.5	45.5	↓	▲36.4	36.4	18.2	72.7	9.1	↑	9.1
その他	20.0	57.8	22.2	▲2.2	28.0	42.0	30.0	↓	▲2.0	20.0	16.0	74.0	10.0	↑	6.0
非製造業	23.9	60.8	15.3	8.6	18.9	66.1	15.0	↓	3.9	8.6	14.2	76.8	9.0	↑	5.2
建設業	27.0	58.1	14.9	12.1	23.8	58.7	17.5	↓	6.3	12.2	17.5	76.2	6.3	↑	11.2
各種サービス業	25.8	57.6	16.7	9.1	15.7	66.7	17.6	↓	▲1.9	9.1	19.6	72.5	7.8	↑	11.8
卸・小売業	21.2	63.5	15.4	5.8	15.8	70.5	13.7	↓	2.1	6.8	8.4	81.1	10.5	↓	▲2.1
情報通信業	42.9	42.9	14.3	28.6	50.0	37.5	12.5	↑	37.5	▲14.3	25.0	50.0	25.0	↓	0.0
不動産業	11.8	76.5	11.8	0.0	12.5	81.3	6.3	↑	6.2	11.8	12.5	81.3	6.3	→	6.2
資金繰り	12.4	79.2	8.4	4.0	11.7	78.3	10.0	↓	1.7	▲0.8	9.7	79.2	11.1	↓	▲1.4
製造業	9.6	79.8	10.6	▲1.0	10.2	79.6	10.2	↑	0.0	▲4.8	7.4	81.5	11.1	↓	▲3.7
繊維	13.0	78.3	8.7	4.3	15.8	73.7	10.5	↑	5.3	0.0	10.5	84.2	5.3	↓	5.2
機械	10.5	84.2	5.3	5.2	22.2	77.8	0.0	↑	22.2	▲5.2	16.7	77.8	5.6	↓	11.1
眼鏡	0.0	83.3	16.7	▲16.7	10.0	80.0	10.0	↑	0.0	0.0	0.0	90.0	10.0	↓	▲10.0
化学	9.1	90.9	0.0	9.1	0.0	90.9	9.1	↓	▲9.1	0.0	0.0	90.9	9.1	→	▲9.1
その他	8.9	75.6	15.6	▲6.7	6.0	80.0	14.0	↓	▲8.0	▲8.9	6.0	78.0	16.0	↓	▲10.0
非製造業	13.5	78.9	7.5	6.0	12.4	77.7	9.9	↓	2.5	0.8	10.7	78.1	11.2	↓	▲0.5
建設業	17.8	76.7	5.5	12.3	14.3	84.1	1.6	↑	12.7	6.8	14.3	81.0	4.8	↓	9.5
各種サービス業	12.1	81.8	6.1	6.0	7.8	80.4	11.8	↓	▲4.0	3.0	9.8	84.3	5.9	↑	3.9
卸・小売業	13.5	76.0	10.6	2.9	12.6	70.5	16.8	↓	▲4.2	▲3.8	9.5	71.6	18.9	↓	▲9.4
情報通信業	16.7	83.3	0.0	16.7	37.5	62.5	0.0	↑	37.5	0.0	12.5	87.5	0.0	↓	12.5
不動産業	0.0	94.1	5.9	▲5.9	6.3	93.8	0.0	↑	6.3	▲5.9	6.3	81.3	12.5	↓	▲6.2

# 地域別分類集計

(単位:%)

四半期別	2022年4-6月期				2022年7-9月期					2022年10-12月期					
	前期実績				今期実績					来期見通し					
	良くなる 増加 多い 上昇 増員 容易	不変	悪くなる 減少 少ない 低下 減員 困難	D.I.	良くなる 増加 多い 上昇 増員 容易	不変	悪くなる 減少 少ない 低下 減員 困難	D.I.	前回 調査時 今期 見通し	良くなる 増加 多い 上昇 増員 容易	不変	悪くなる 減少 少ない 低下 減員 困難	D.I.		
項目	①	②	③	①-③	①	②	③	前期比	①-③		①	②	③	今期比	①-③
業況	27.9	45.3	26.8	1.1	31.2	45.3	23.5	↑	7.7	0.0	25.0	53.8	21.2	↓	3.8
福井地区	27.6	45.3	27.1	0.5	27.8	46.8	25.3	↑	2.5	2.9	25.3	50.6	24.1	↓	1.2
坂井地区	28.6	49.0	22.4	6.2	35.5	45.2	19.4	↑	16.1	0.0	25.8	61.3	12.9	↓	12.9
丹南地区	32.0	42.7	25.3	6.7	38.1	42.9	19.0	↑	19.1	▲ 2.7	25.0	54.8	20.2	↓	4.8
奥越地区	9.1	63.6	27.3	▲ 18.2	33.3	41.7	25.0	↑	8.3	18.2	33.3	58.3	8.3	↑	25.0
嶺南地区	26.5	42.6	30.9	▲ 4.4	27.3	45.5	27.3	↑	0.0	▲ 7.4	21.8	56.4	21.8	→	0.0
売上(工事)高	30.4	44.1	25.5	4.9	36.0	40.7	23.3	↑	12.7	6.8	32.2	47.2	20.6	↓	11.6
福井地区	31.4	41.4	27.2	4.2	37.2	41.0	21.8	↑	15.4	9.0	34.6	44.9	20.5	↓	14.1
坂井地区	32.7	51.0	16.3	16.4	32.3	45.2	22.6	↓	9.7	12.3	32.3	54.8	12.9	↑	19.4
丹南地区	32.0	45.3	22.7	9.3	40.5	40.5	19.0	↑	21.5	▲ 1.4	29.8	50.0	20.2	↓	9.6
奥越地区	8.3	58.3	33.3	▲ 25.0	25.0	33.3	41.7	↑	▲ 16.7	16.6	33.3	58.3	8.3	↑	25.0
嶺南地区	28.4	41.8	29.9	▲ 1.5	30.4	39.3	30.4	↑	0.0	4.4	28.6	42.9	28.6	→	0.0
収益	22.5	42.9	34.6	▲ 12.1	24.9	44.9	29.2	↑	▲ 5.3	▲ 9.2	20.8	52.5	26.7	↓	▲ 5.9
福井地区	24.7	42.4	32.9	▲ 8.2	24.7	46.2	30.1	↑	▲ 4.4	▲ 6.5	21.5	50.0	28.5	↓	▲ 7.0
坂井地区	26.5	44.9	28.6	▲ 2.1	22.6	45.2	32.3	↓	▲ 9.7	▲ 8.2	19.4	58.1	22.6	↑	▲ 3.2
丹南地区	21.6	35.1	43.2	▲ 21.6	29.8	39.3	31.0	↑	▲ 1.2	▲ 13.5	22.6	50.0	27.4	↓	▲ 4.8
奥越地区	8.3	66.7	25.0	▲ 16.7	16.7	41.7	41.7	↓	▲ 25.0	8.3	8.3	75.0	16.7	↑	▲ 8.4
嶺南地区	17.6	47.1	35.3	▲ 17.7	21.4	50.0	28.6	↑	▲ 7.2	▲ 14.7	19.6	55.4	25.0	↑	▲ 5.4
受注残高	25.6	48.5	25.9	▲ 0.3	28.5	51.0	20.6	↑	7.9	▲ 4.9	21.7	62.2	16.1	↓	5.6
福井地区	25.6	46.2	28.2	▲ 2.6	33.9	45.5	20.5	↑	13.4	▲ 2.6	21.4	64.3	14.3	↓	7.1
坂井地区	12.5	62.5	25.0	▲ 12.5	21.7	56.5	21.7	↑	0.0	▲ 12.9	34.8	52.2	13.0	↑	21.8
丹南地区	30.0	43.3	26.7	3.3	28.8	56.2	15.1	↑	13.7	▲ 5.0	21.9	63.0	15.1	↓	6.8
奥越地区	11.1	55.6	33.3	▲ 22.2	33.3	55.6	11.1	↑	22.2	▲ 11.1	22.2	77.8	0.0	→	22.2
嶺南地区	31.3	50.0	18.8	12.5	13.9	52.8	33.3	↓	▲ 19.4	▲ 4.3	13.5	56.8	29.7	↑	▲ 16.2
製(商)品販売価格	44.0	50.0	6.0	38.0	51.1	44.6	4.3	↑	46.8	38.9	42.1	52.6	5.3	↓	36.8
福井地区	48.8	45.7	5.6	43.2	55.0	41.6	3.4	↑	51.6	45.6	43.0	52.3	4.7	↓	38.3
坂井地区	31.8	61.4	6.8	25.0	55.2	37.9	6.9	↑	48.3	36.4	37.9	55.2	6.9	↓	31.0
丹南地区	50.7	42.3	7.0	43.7	53.0	42.2	4.8	↑	48.2	29.5	42.2	50.6	7.2	↓	35.0
奥越地区	33.3	66.7	0.0	33.3	25.0	66.7	8.3	↓	16.7	16.7	25.0	66.7	8.3	→	16.7
嶺南地区	34.4	59.0	6.6	27.8	40.0	56.0	4.0	↑	36.0	37.7	46.0	52.0	2.0	↑	44.0
原材料(仕入・資材)価格	82.5	16.3	1.1	81.4	84.2	15.5	0.3	↑	83.9	75.5	76.7	22.1	1.2	↓	75.5
福井地区	82.0	17.4	0.6	81.4	86.8	13.2	0.0	↑	86.8	80.1	77.5	21.2	1.3	↓	76.2
坂井地区	75.6	24.4	0.0	75.6	75.9	24.1	0.0	↑	75.9	73.3	69.0	31.0	0.0	↓	69.0
丹南地区	84.9	12.3	2.7	82.2	84.5	14.3	1.2	↑	83.3	69.9	75.0	22.6	2.4	↓	72.6
奥越地区	75.0	25.0	0.0	75.0	83.3	16.7	0.0	↑	83.3	75.0	83.3	16.7	0.0	→	83.3
嶺南地区	87.5	10.9	1.6	85.9	81.5	18.5	0.0	↓	81.5	71.9	79.6	20.4	0.0	↓	79.6
在庫	22.1	61.0	16.9	5.2	21.9	63.7	14.4	↑	7.5	▲ 5.5	16.3	72.6	11.1	↓	5.2
福井地区	22.2	58.5	19.3	2.9	28.6	55.6	15.9	↑	12.7	▲ 2.9	21.4	65.1	13.5	↓	7.9
坂井地区	26.5	64.7	8.8	17.7	23.8	71.4	4.8	↑	19.0	▲ 3.0	23.8	76.2	0.0	↑	23.8
丹南地区	23.0	60.7	16.4	6.6	15.5	70.4	14.1	↓	1.4	▲ 11.5	9.9	80.3	9.9	↓	0.0
奥越地区	10.0	60.0	30.0	▲ 20.0	11.1	66.7	22.2	↑	▲ 11.1	0.0	0.0	88.9	11.1	→	▲ 11.1
嶺南地区	20.0	66.0	14.0	6.0	14.0	72.1	14.0	↓	0.0	▲ 8.0	11.6	76.7	11.6	→	0.0
雇用量	23.7	59.4	16.9	6.8	22.3	59.2	18.5	↓	3.8	11.3	14.7	76.5	8.8	↑	5.9
福井地区	22.6	61.3	16.1	6.5	19.0	69.0	12.0	↑	7.0	9.0	12.7	79.1	8.2	↓	4.5
坂井地区	32.7	55.1	12.2	20.5	25.8	54.8	19.4	↓	6.4	16.4	9.7	77.4	12.9	↓	▲ 3.2
丹南地区	20.0	60.0	20.0	0.0	31.0	45.2	23.8	↑	7.2	10.8	23.8	70.2	6.0	↑	17.8
奥越地区	0.0	58.3	41.7	▲ 41.7	8.3	58.3	33.3	↑	▲ 25.0	0.0	0.0	100.0	0.0	↑	0.0
嶺南地区	27.9	57.4	14.7	13.2	19.6	55.4	25.0	↓	▲ 5.4	16.2	12.5	73.2	14.3	↑	▲ 1.8
資金繰り	12.4	79.2	8.4	4.0	11.7	78.3	10.0	↓	1.7	▲ 0.8	9.7	79.2	11.1	↓	▲ 1.4
福井地区	14.4	79.0	6.6	7.8	15.2	75.9	8.9	↓	6.3	3.6	11.4	79.1	9.5	↓	1.9
坂井地区	12.5	83.3	4.2	8.3	12.9	77.4	9.7	↓	3.2	▲ 2.1	16.1	74.2	9.7	↑	6.4
丹南地区	10.7	76.0	13.3	▲ 2.6	10.7	78.6	10.7	↑	0.0	▲ 4.0	9.5	76.2	14.3	↓	▲ 4.8
奥越地区	16.7	66.7	16.7	0.0	8.3	75.0	16.7	↓	▲ 8.4	▲ 8.4	0.0	83.3	16.7	↓	▲ 16.7
嶺南地区	8.8	82.4	8.8	0.0	3.6	85.7	10.7	↓	▲ 7.1	▲ 5.9	3.6	85.7	10.7	→	▲ 7.1

# 最近の業況や景気動向に関する主な意見 ①

業種	自由意見
製造業	原材料の高騰と電力費の高騰で年末以降の先行きは不透明さを深めてきています。値段が上がるだけならまだしも供給が滞る可能性も想定され、まさにVUCA時代を生き抜く力が企業に求められていると感じます。
製造業	本年に入り2店舗廃業(そば屋)。売上高、コロナ前70%維持。
製造業	原材料の上昇がいつまで続くのか、価格転嫁が容易ではない。現況下で厳しい見通しを持っている。
製造業	受注・売上げに関しては、コロナ前の水準にまで回復してきたが、原材料、エネルギー価格の急激な高騰により、収益が大きく落ち込んでいる。
製造業	原材料高、資材高は在庫を増やし利益を圧迫している。新電力料金が11月より2.5倍になる。支援必要。
製造業	眼鏡産業については、注文があるが材料がない、という状態が改善しないまま。そのため仕掛品在庫が増加し資金繰り悪化となっている。
製造業	現在受注残が生産量の数倍多くなっている。
製造業	原料、資材が待ったなしで上昇して、価格転嫁ができないこと。
製造業	漆器業界、木製伝統工芸としては、ピーク時の1/5~1/7に、伝統工芸品はお祝いの引き出物が主力で、バブル後は減る一方とコロナでさらに激減です。当社の場合は25年前よりインテリア小物、雑貨を漆器の技術を使い、一貫生産雑貨等については、ホームページや通信販売等のお得意様、主に東京でコロナ禍については、テレワークで家で使うインテリア小物が売れている。脱プラスチックも有り。
製造業	エネルギー価格(原油、石炭)の上昇で、素材価格が2年連続で上昇、値上げ交渉の連続です。
製造業	売上げや生産高は前年比で増加するも、総費用も同様に増大したため、損益は前年比で減少している。総費用では材料費や経費(特に支払電力料と支払運賃)が前年比でUPしている。目先のコスト減の勧誘で、新電力などに飛びつかないで良かったと思う。今後とも、再生可能エネルギー等の投資の必要性を感じるが、対応は慎重にしなければならないと思う。
製造業	前期は特需的な物件もあり好調だったが、今期はそれらの工事も段々と終ってきて、大変厳しいとまではいかないが、どの水準まで維持できるか不透明な部分がある。
製造業	円安による原材料高、コストの増加による影響。
製造業	急激な円安により、海外販売の収益増。しかし、今後は更なる原材料の値上げが予想され、極端な円安が続けば、客先から売値の値引き依頼が予想され、収益源の懸念も考慮される。
製造業	当社の売上げ構成の半分以上を占める自動車関連部品について、半導体不足の影響により、受注状況が不透明な点。
製造業	依然としてヨーロッパでのエネルギー供給不安による原燃料価格高騰とロシアとウクライナやアメリカと中国との関係対立など地政学的問題による原料等調達不安視される。また最近、急速に円安が進み輸出品の価格上昇のメリットを活かして販売業況に繋げていきたい。
建設業	コロナ感染、濃厚接触で社員が休んでしまい、労働力が不足している。
建設業	原材料(仕入・資材) 価格の上昇が止まらないと感じています。今後の価格の動向に引き続き注意が必要だと思っています。
建設業	1年前と比べて、加工単価は変わらず、原材料(仕入・資材) 価格の上昇、および副資材、電力料金(通常料金の2倍) の上昇で収益を圧迫している。
建設業	急激な製品価格の値上げによる収益の悪化。
建設業	燃料・資材(生コン・鉄筋・鉄骨等)の高騰が心配である。コロナや災害(他地域)等により、予算不足による公共投資の減少が決定的であると思う。自動車(ダンプ等)や建設機械の更新等ができていないので、設備投資がなくなる。
建設業	人手不足に苦労している。
建設業	材料価格の価格上昇が甚だしい。
卸・小売業	原材料・仕入値の上昇により値上げ要請が延々と続く中、利益が安定しない状況。
卸・小売業	仕入価格の値上げが一番の不安要素です。値上げの可能性はとて高いと予測しますが、市場としてこれ以上の値上げは本当に厳しいです。

## 最近の業況や景気動向に関する主な意見 ②

業種	自由意見
卸・小売業	衣料、繊維関係は本当に悪いです。手の施しようが無い。
卸・小売業	輸入の際の為替の変動が不安である。仕入先の原材料の値上がりも今後続くと考えられ、先の見通しがたたない状況です。
卸・小売業	業況は好調のまま変化なしの予定です。ただ、周りの業況を聞いていますと、あまり良くないと回答が多く、弊社もどうなるのか不明なところが多くあります。仕入価格も毎月のように上がっており、今後は益々上昇の見込みです。人件費についても上がってきています。それも考慮しますと、仕入れ価格がどこまで上がってしまうのか不安です。
卸・小売業	小売商品(ブランド品)がすべて値上げされている。円安の影響が強い。
卸・小売業	コロナ禍でも行動制限のないお盆などもあり、内籠り需要はなくなりつつある。その中で商品の値上げが相次ぎ、消費に影響が出ている。
卸・小売業	利益率は改善しているが、人件費、材料費が高くなってきているので、より一層の改善が必要。
卸・小売業	9月に終了or継続となっている石油元売りへの補助金の行方が未だ不透明のこと。
卸・小売業	電気料金の高騰が経営に大きな影響を与えている。原子力発電の早急な稼働。国全体で燃料調整を抑える工夫を。
卸・小売業	新車の納期サイクルに改善が見られない。
卸・小売業	自動車修理部品の卸売において、コロナにより自動車の使用回数が減っているために、部品の交換数も減っている。コロナ後又はコロナ禍でも使用回数がもとの戻るまでは自然に減ると考えている。よって長期的に低迷すると考えている。
各種サービス業	「円安」ではなく「コロナ」が3年目となり、もう大体慣れてはきたが、未だ、どうにもお客様が戻らない。インバウンド無し、婚礼無し、宴会無し、「ホテルの三無し状態」でよくやっていけていると、自分で感心している。今後インバウンドに期待している。
各種サービス業	宿泊は戻っているが宴会は悪い。
各種サービス業	1年先の予想は安定的な稼働が見込める(中の上程度)。その先の予想がたたないなど不安要素はある。資材購入コストの増加を主として、原価高の影響が出ているが、同業者の価格反映の動きは弱い。
各種サービス業	適格インボイス制度施行への対応に苦慮している。
各種サービス業	コロナからの回復に地域でも差が出ています。本格的な回復は来年以降になります。引き続き、ご支援お願いします。
各種サービス業	コロナ禍のマイナス影響継続中。ただ一部の団体や学校関係者に変化あり。先行き不透明な状況続く。
各種サービス業	戦争の影響にて、売上げ低下する営業先有り、不安定な景気が続いていくと予想している。その中で、当社にとって売上げを見込まれるものは無いか、アンテナを張り続けることが必要だと感じています。
各種サービス業	長引くコロナ禍と原材料高で見通しが立たず、先行きの不透明感があります。
各種サービス業	電力事情の高騰で高圧電力が異常に上がり、景気よりライフライン的なエネルギーと共に、極力考えて対処して欲しい。この事は全業種にかかわる事態である！(高圧に関しては月額倍の電気量になっている)
不動産業	業態変更にチャレンジしつつ、収益UPを考えていかないと先がない。
情報通信業	この数年は順調であったが、現在の社会情勢を考えた時、大きな変動も皆無とさえいえず、慎重になっている。

# 原材料・資源価格の高騰、円安に関する状況調査 調査結果

株式会社 福井銀行  
株式会社 福井キャピタル&コンサルティング

## 【調査概要】

- ・調査対象企業 福井県内の企業 1,343社
- ・回答企業 337社（回答率25.1%）
- ・調査時期 2022年9月初旬

## 【調査の目的】

新型コロナウイルスやウクライナ情勢などの影響による原材料・資源価格の高騰が続いています。また、2022年3月以降、円安・ドル高が急速に進んでおり、企業業績への影響が懸念されます。そこで、原材料・資源価格の高騰の影響、価格転嫁の実態、円安による企業業績への影響についてお尋ねしましたので、その調査結果をご紹介します。

※ 本文中の図表の計数は、単位未満を四捨五入している関係で、内訳の合計等が合致しない場合があります。

## 【回答企業の概要】

製造業	繊維	19人	5.6%
	機械	18人	5.3%
	眼鏡関連	10人	3.0%
	化学	11人	3.3%
	その他製造業	49人	14.5%
非製造業	建設業	62人	18.4%
	各種サービス業	50人	14.8%
	卸・小売業	94人	27.9%
	その他	24人	7.1%
合計		337人	100.0%

- 原材料・資源価格の高騰について、全業種で「大いに影響がある」「少し影響がある」と合わせて約9割が影響を受けている結果となった。
- 価格高騰の影響の内容について、「仕入・資材価格の高騰」「生産コスト(光熱費・燃料費)の高騰」「物流コストの高騰」の順で多い結果となった。
- 価格転嫁について、全業種で82.2%が「できている」と回答し、「全くできていない」は13.8%となった。「できている」と回答した企業のうち、「5割以上8割未満」26.8%、「2割以上5割未満」22.1%となり、「すべてできている」と回答した企業は2.7%となった。5割未満しかできていない企業は39.2%となった。
- 価格転嫁できない理由について、全業種で「取引先・顧客が値上げの受入れが困難なため」が56.8%と最も多く、「その他」と回答した企業では「タイミングを見計らっている」「交渉中」との意見が多くあげられた。
- 円安の影響について、全業種で「マイナスの影響が大きい」53.1%と「マイナスの影響が大きい」企業が5割超を占める結果となった。
- 円安の影響の内容について、全業種で「原材料・資材価格の上昇による間接的なコストの増加」が最も多い結果となった。
- 円安に対する対策について、全業種で「コスト上昇分の販売価格への転嫁」が最も多い結果となった。
- 適正な為替レートについて、全業種で「110円以上115円未満」が多い結果となった。

原材料・資源価格の高騰の影響は、製造業を中心に企業活動に大きな影響を受けている結果となった。また、調査後の10月初旬ドル・円は145円近辺で推移しており、円安による価格上昇など間接的・直接的なコストの増加など企業活動にはマイナスの影響が多い結果となった。仕入・生産・物流コストなどさまざまなコスト増加を十分に価格転嫁できている状況とは言えず、厳しい経営環境は続くと思われる。

(担当：藤田)

# 原材料・資源価格の高騰の影響について

(単一回答)

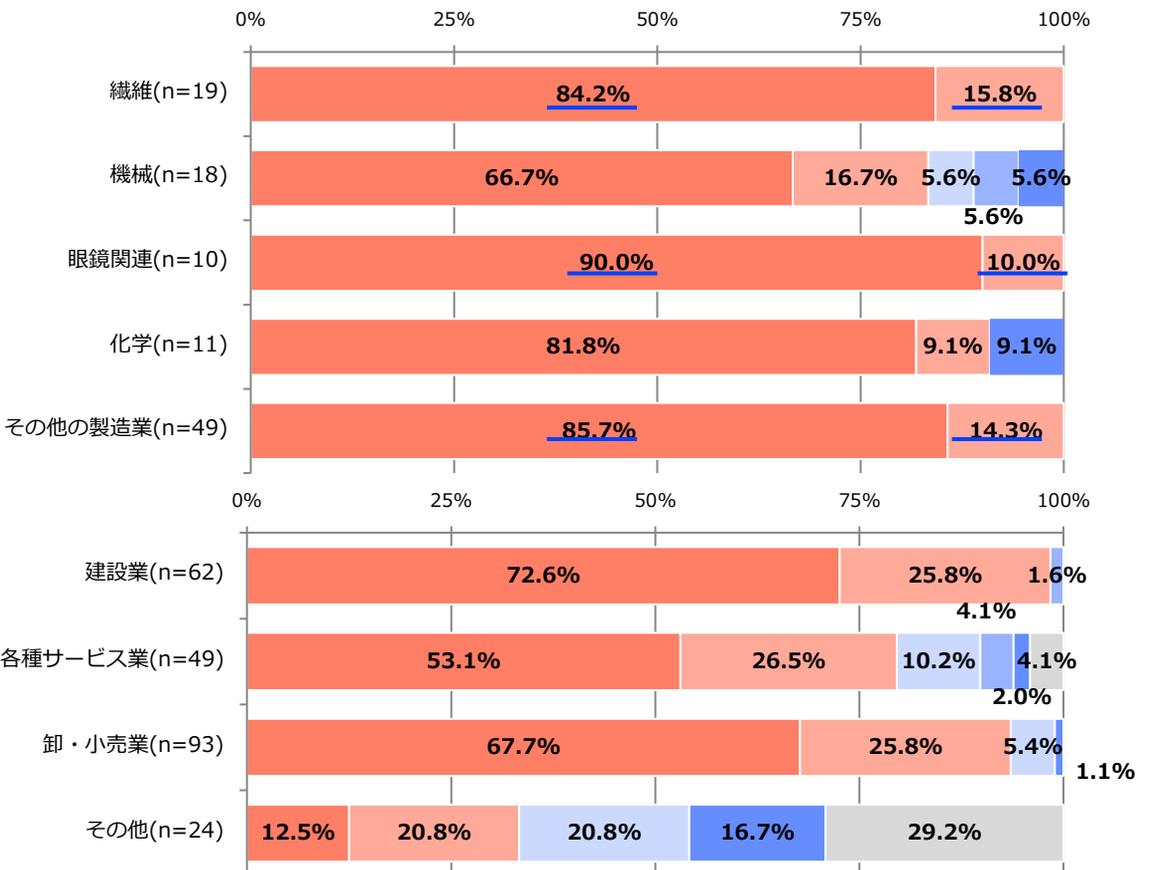
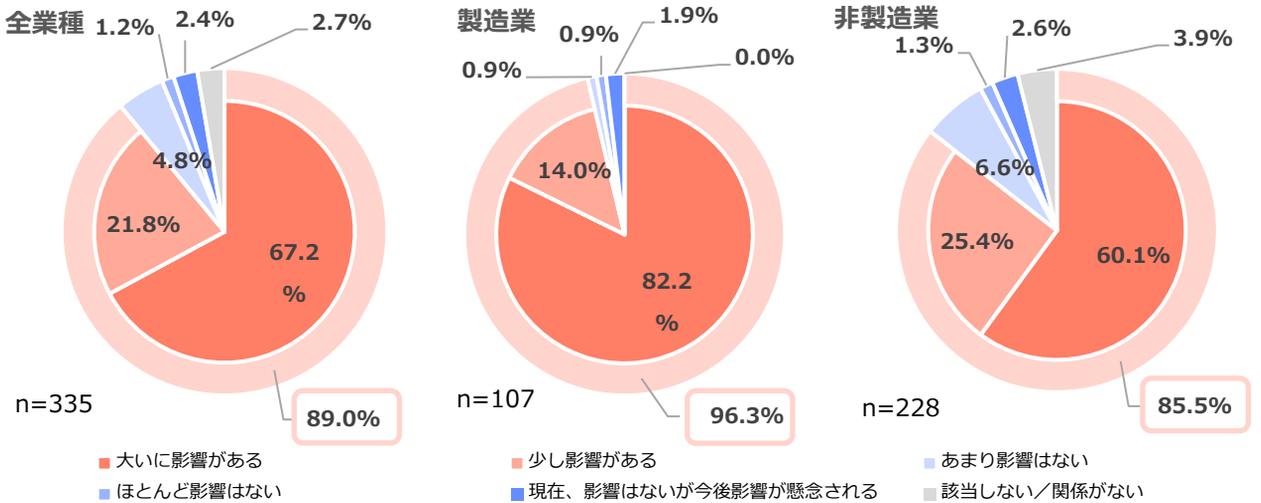
n = 有効回答数

◆ 「大いに影響がある」「少し影響がある」が合わせて約9割となった。

全業種で「大いに影響がある」67.2%、「少し影響がある」21.8%と合わせて89.0%となり、約9割が影響を受けたと回答。

製造業では「大いに影響がある」82.2%、非製造業では「大いに影響がある」60.1%となり、製造業がより影響が大きい結果となった。

また、全業種の内訳では「大いに影響がある」「少し影響がある」と合わせた回答では、繊維100%、眼鏡関連100%、その他の製造業100%となった。



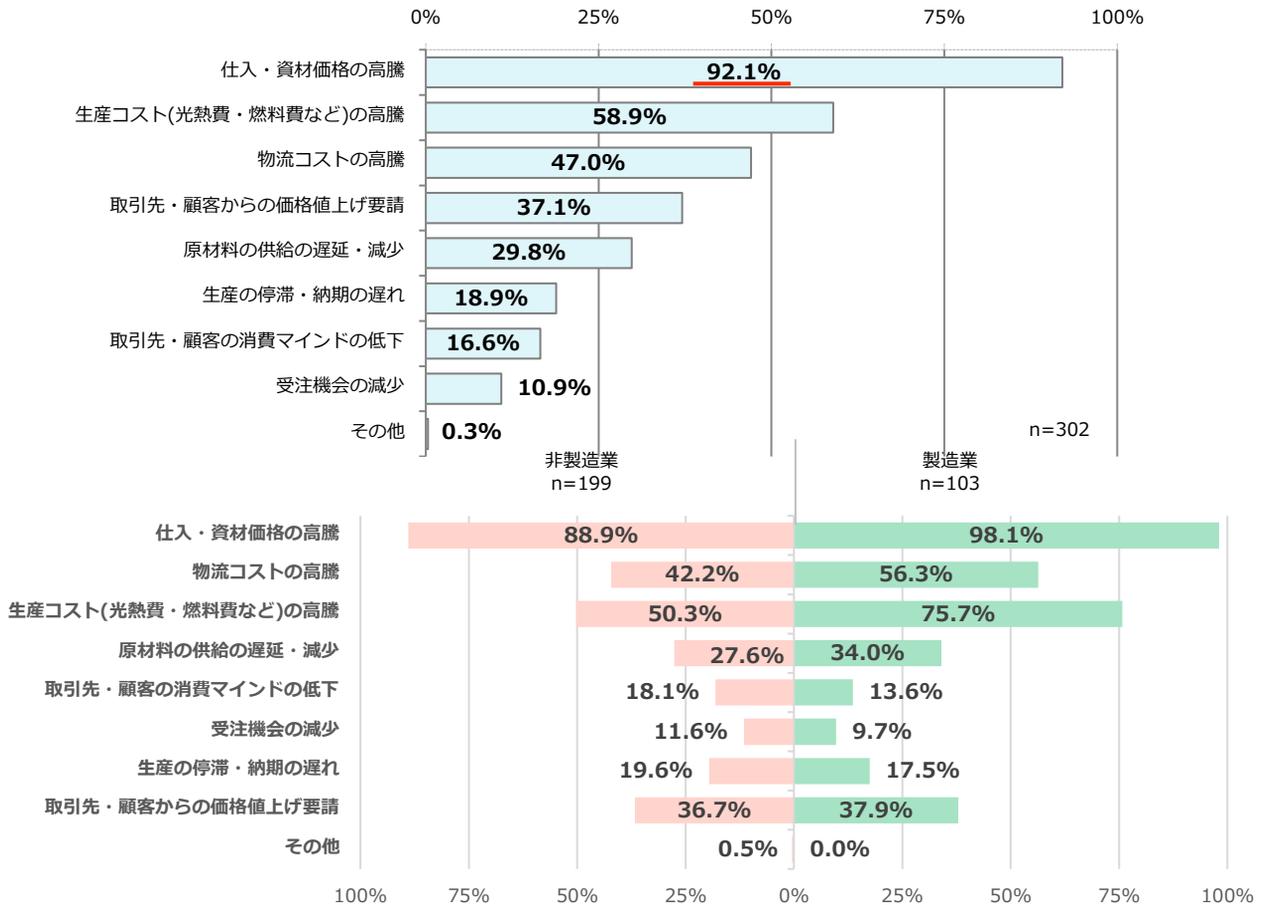
# 原材料・資源価格の高騰の影響の内容について

(複数回答)

n = 有効回答数

## ◆全業種で「仕入・資材価格の高騰」が92.1%と最も多い。

製造業、非製造業ともに「仕入・資材価格の高騰」、次いで「生産コスト(光熱費・燃料費など)の高騰」、「物流コストの高騰」の順で多い結果となった。

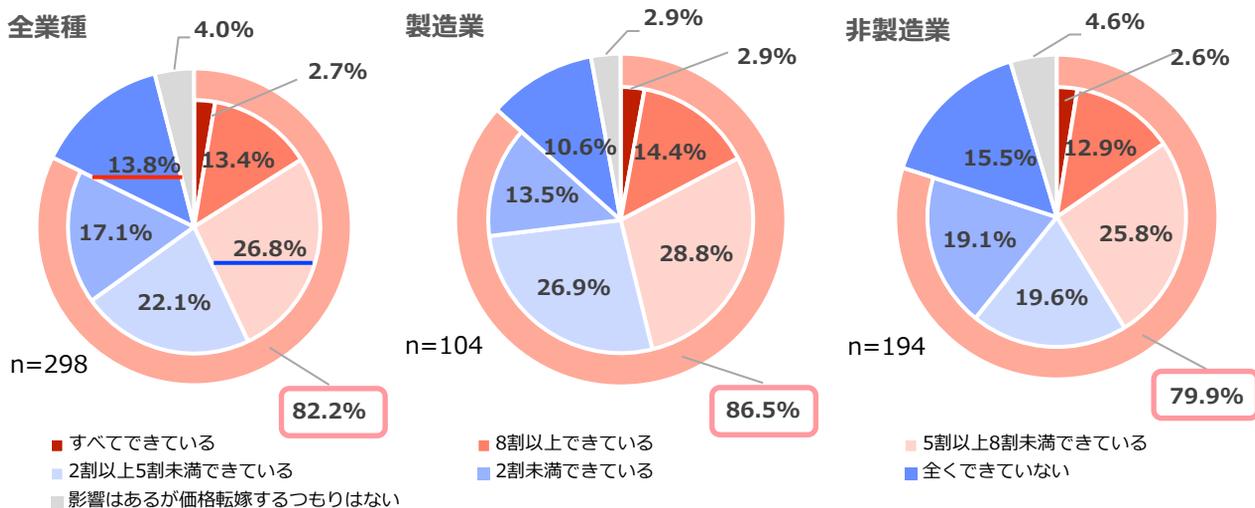


	繊維	機械	眼鏡関連	化学	その他の製造業	建設業	各種サービス業	卸・小売業	その他	合計
	n=19	n=15	n=10	n=10	n=49	n=61	n=40	n=89	n=9	n=302
仕入・資材価格の高騰	94.7%	100.0%	90.0%	100.0%	100.0%	93.4%	75.0%	94.4%	66.7%	92.1%
物流コストの高騰	57.9%	46.7%	40.0%	90.0%	55.1%	36.1%	25.0%	57.3%	11.1%	47.0%
生産コスト(光熱費・燃料費など)の高騰	84.2%	80.0%	60.0%	90.0%	71.4%	52.5%	55.0%	49.4%	22.2%	58.9%
原材料の供給の遅延・減少	21.1%	46.7%	50.0%	40.0%	30.6%	36.1%	17.5%	27.0%	22.2%	29.8%
取引先・顧客の消費マインドの低下	10.5%	13.3%	10.0%	40.0%	10.2%	14.8%	15.0%	22.5%	11.1%	16.6%
受注機会の減少	10.5%	20.0%	10.0%	20.0%	4.1%	13.1%	7.5%	13.5%	0.0%	10.9%
生産の停滞・納期の遅れ	5.3%	40.0%	40.0%	20.0%	10.2%	26.2%	5.0%	22.5%	11.1%	18.9%
取引先・顧客からの価格値上げ要請	47.4%	26.7%	50.0%	50.0%	32.7%	39.3%	22.5%	41.6%	33.3%	37.1%
その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	0.3%

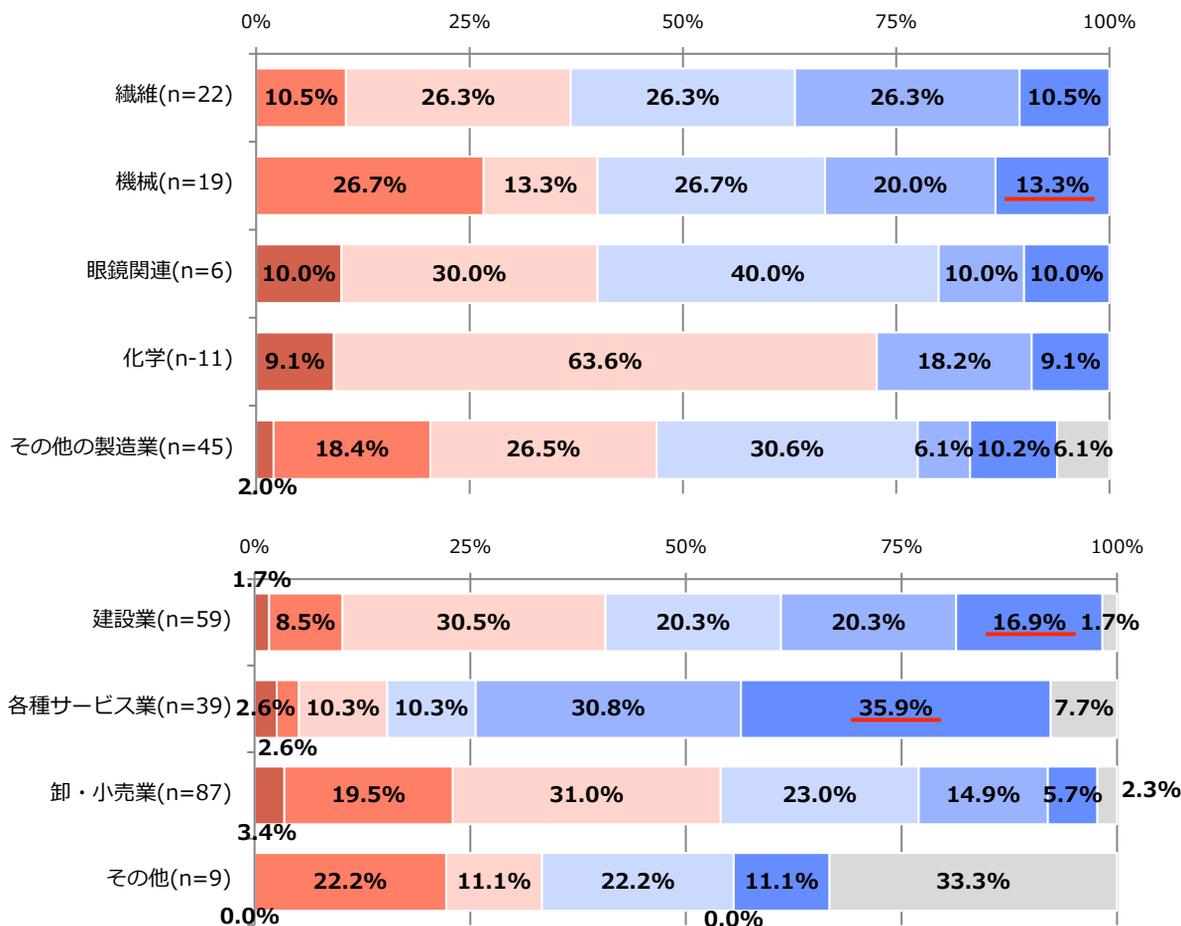
## ◆全業種で製(商)品価格への転嫁は「5割以上8割未満」が26.8%と最も多い。

全業種で82.2%が「できている」と回答し、「全くできていない」は13.8%となった。「できている」と回答した企業のうち、「5割以上8割未満」26.8%、「2割以上5割未満」22.1%となり、「すべてできている」と回答した企業は2.7%、5割未満しかできていない企業は39.2%となった。

また、全業種での内訳では「全くできていない」とした回答は、各種サービス業35.9%、建設業16.9%、機械13.3%となった。



■ すべてできている  
■ 2割以上5割未満できている  
■ 影響はあるが価格転嫁するつもりはない  
■ 8割以上できている  
■ 2割未満できている  
■ 5割以上8割未満できている  
■ 全くできていない



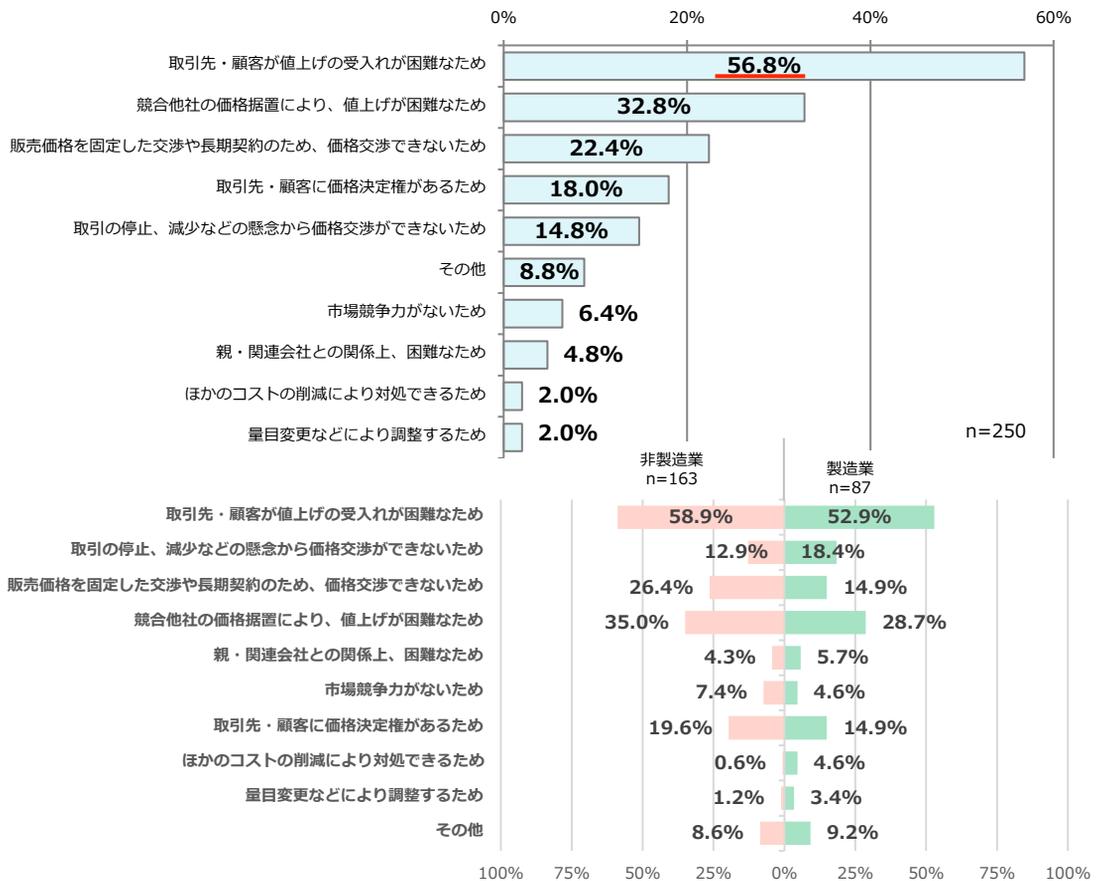
# 価格転嫁できない理由について

(複数回答)  
n = 有効回答数

## ◆全業種で「取引先・顧客が値上げの受入れが困難なため」が56.8%と最も多い。

全業種で「取引先・顧客が値上げの受入れが困難なため」、次いで「競合他社の価格据置により、値上げが困難なため」、「販売価格を固定した交渉や長期契約のため、価格交渉できないため」の順で多い結果となった。「その他」と回答した企業では「タイミングを見計らっている」や「交渉中」との意見が多かった。

また、全業種の内訳では、「競合他社の価格据置により、値上げが困難なため」とした回答は、卸・小売業52.2%、眼鏡関連37.5%、その他の製造業36.6%となった。



	繊維	機械	眼鏡関連	化学	その他の製造業	建設業	各種サービス業	卸・小売業	その他	合計
	n=16	n=13	n=8	n=9	n=41	n=49	n=36	n=67	n=11	n=250
取引先・顧客が値上げの受入れが困難なため	62.5%	50.0%	75.0%	44.4%	48.8%	57.1%	63.9%	59.7%	45.5%	56.8%
取引の停止、減少などの懸念から価格交渉ができないため	18.8%	25.0%	0.0%	22.2%	19.5%	8.2%	13.9%	14.9%	18.2%	14.8%
販売価格を固定した交渉や長期契約のため、価格交渉できないため	18.8%	16.7%	0.0%	11.1%	17.1%	34.7%	25.0%	19.4%	36.4%	22.4%
競合他社の価格据置により、値上げが困難なため	12.5%	16.7%	37.5%	33.3%	36.6%	22.4%	27.8%	52.2%	9.1%	32.8%
親・関連会社との関係上、困難なため	0.0%	0.0%	12.5%	11.1%	7.3%	8.2%	0.0%	3.0%	9.1%	4.8%
市場競争力がいないため	6.3%	0.0%	12.5%	0.0%	4.9%	8.2%	2.8%	9.0%	9.1%	6.4%
取引先・顧客に価格決定権があるため	25.0%	0.0%	25.0%	11.1%	14.6%	28.6%	13.9%	14.9%	27.3%	18.0%
ほかのコストの削減 対処できるため	0.0%	8.3%	12.5%	0.0%	4.9%	0.0%	2.8%	0.0%	0.0%	2.0%
量目変更などにより調整するため	6.3%	0.0%	0.0%	0.0%	4.9%	0.0%	2.8%	1.5%	0.0%	2.0%
その他	6.3%	0.0%	0.0%	22.2%	9.8%	8.2%	13.9%	6.0%	9.1%	8.8%

## ◆ 価格転嫁の割合の低い企業ほど「市場競争力がないため」が多い傾向。

価格転嫁が5割未満と回答した企業は、5割以上価格転嫁できている企業に比べ、「市場競争力がないため」が多い結果となった。

価格転嫁が5割以上と回答した企業においても5割未満と回答した企業と同様に、「取引先・顧客が値上げの受入れが困難なため」が最も多い結果となった。

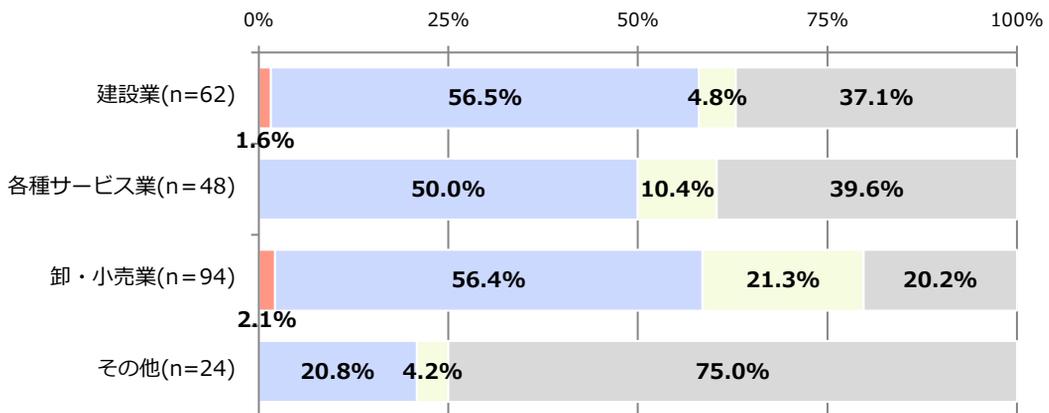
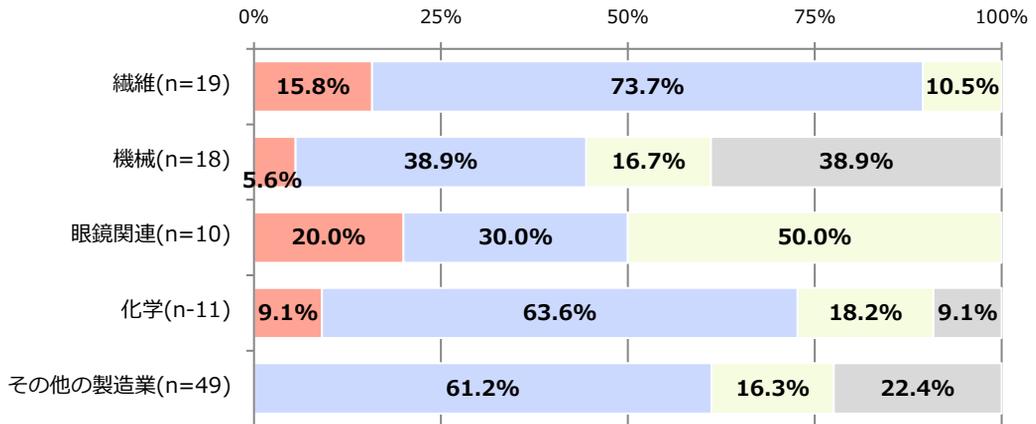
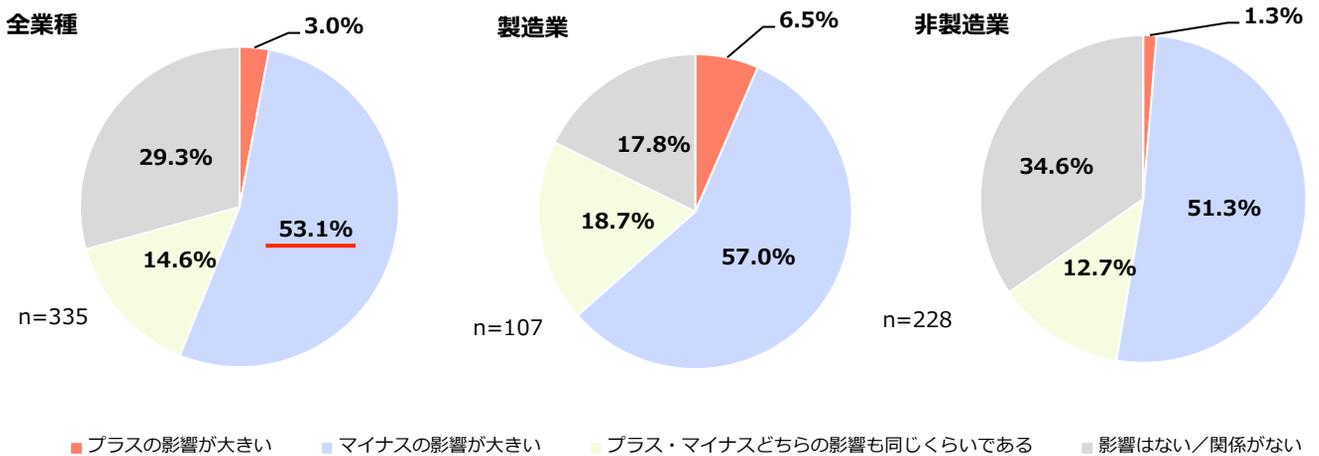
「全くできていない」と回答した企業は「その他」が多く、意見では「タイミングを見計らっている」「交渉中」が多かった。

製造業	8割以上 できている	5割以上8割未満 できている	2割以上5割未満 できている	2割未満 できている	全く できていない	影響はあるが 価格転嫁 するつもりはない n=3	合計
	n=15	n=30	n=28	n=14	n=11		n=101
<u>取引先・顧客が値上げの受入れが困難なため</u>	26.7%	43.3%	50.0%	57.1%	28.6%	14.3%	52.9%
取引の停止、減少などの懸念から 価格交渉ができないため	6.7%	20.0%	21.4%	14.3%	7.1%	0.0%	18.4%
販売価格を固定した交渉や長期契約のため、 価格交渉できないため	13.3%	13.3%	14.3%	14.3%	7.1%	0.0%	14.9%
競合他社の価格据置により、値上げが困難なため	20.0%	30.0%	21.4%	28.6%	14.3%	7.1%	28.7%
親・関連会社との関係上、困難なため	0.0%	3.3%	7.1%	0.0%	14.3%	0.0%	5.7%
市場競争力がないため	6.7%	6.7%	<u>21.4%</u>	<u>21.4%</u>	7.1%	0.0%	4.6%
取引先・顧客に価格決定権があるため	6.7%	0.0%	10.7%	0.0%	0.0%	0.0%	14.9%
ほかのコストの削減により対処できるため	6.7%	3.3%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	4.6%
量目変更などにより調整するため	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	7.1%	14.3%	3.4%
その他	0.0%	10.0%	7.1%	0.0%	<u>21.4%</u>	0.0%	9.2%
非製造業	8割以上 できている	5割以上8割未満 できている	2割以上5割未満 できている	2割未満 できている	全く できていない	影響はあるが 価格転嫁 するつもりはない n=9	合計
	n=25	n=50	n=38	n=37	n=30		n=189
<u>取引先・顧客が値上げの受入れが困難なため</u>	36.0%	48.0%	44.7%	56.8%	48.6%	8.1%	58.9%
取引の停止、減少などの懸念から 価格交渉ができないため	8.0%	18.0%	5.3%	8.1%	13.5%	0.0%	12.9%
販売価格を固定した交渉や長期契約のため、 価格交渉できないため	20.0%	16.0%	28.9%	18.9%	27.0%	2.7%	26.4%
競合他社の価格据置により、値上げが困難なため	12.0%	38.0%	28.9%	24.3%	35.1%	5.4%	35.0%
親・関連会社との関係上、困難なため	4.0%	2.0%	2.6%	5.4%	2.7%	2.7%	4.3%
市場競争力がないため	4.0%	18.0%	<u>18.4%</u>	<u>21.6%</u>	13.5%	0.0%	7.4%
取引先・顧客に価格決定権があるため	0.0%	8.0%	13.2%	2.7%	2.7%	0.0%	19.6%
ほかのコストの削減により対処できるため	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.7%	0.6%
量目変更などにより調整するため	0.0%	2.0%	0.0%	2.7%	0.0%	0.0%	1.2%
その他	4.0%	2.0%	5.3%	8.1%	<u>13.5%</u>	5.4%	8.6%

## ◆全業種で「マイナスの影響が大きい」が53.1%と最も多い。

全業種で「マイナスの影響が大きい」53.1%、「プラスの影響が大きい」3.0%となり、「マイナスの影響が大きい」が5割超を占めた。「影響はない／関係がない」は29.3%となった。

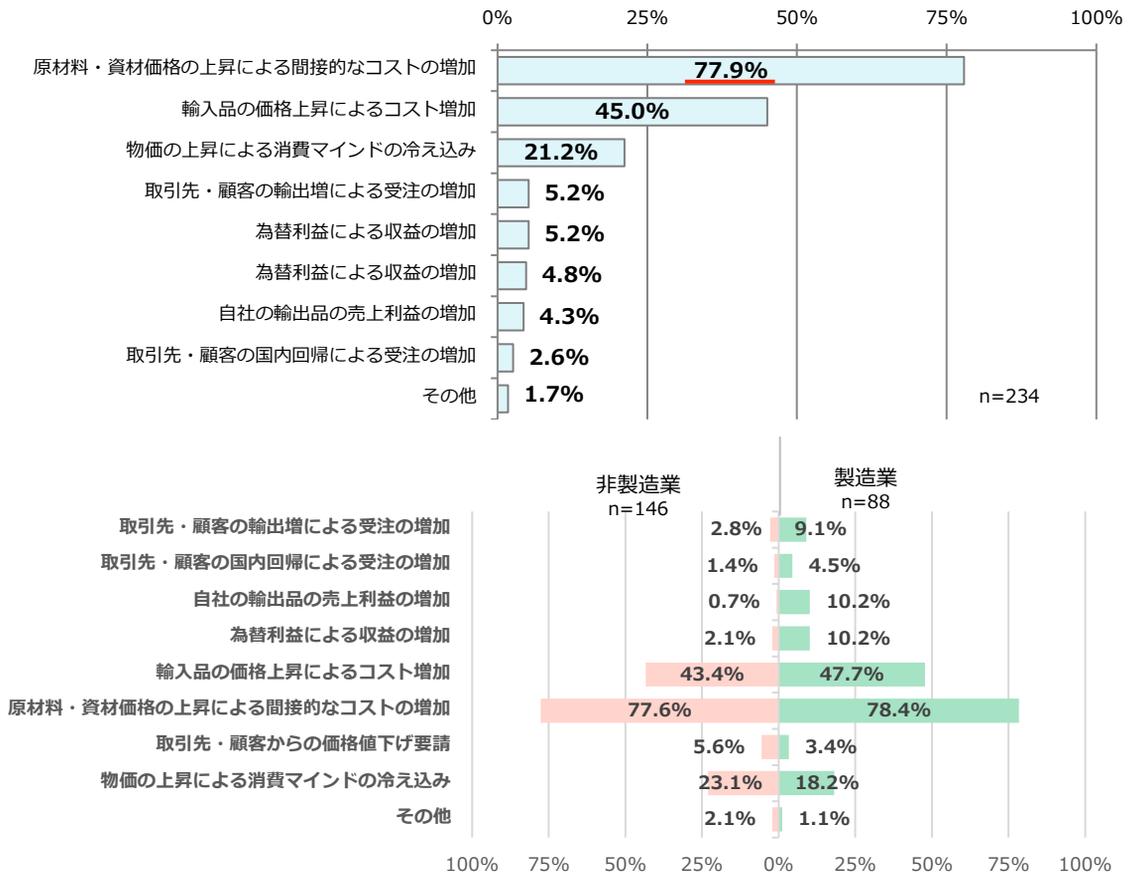
製造業、非製造業ともに「マイナスの影響が大きい」が5割超を占めた。非製造業で「影響はない／関係がない」が34.6%となり。製造業と比べて多い結果となった。



## ◆全業種で「原材料・資材価格の上昇による間接的なコストの増加」が77.9%と最も多い。

全業種で「原材料・資材価格の上昇による間接的なコストの増加」、次いで「輸入品の価格上昇によるコスト増加」の順で多い結果となった。

製造業、非製造業ともに「原材料・資材価格の上昇による間接的なコストの増加」が最も多かった。



	繊維	機械	眼鏡関連	化学	その他の製造業	建設業	各種サービス業	卸・小売業	その他	合計
	n=19	n=12	n=9	n=10	n=38	n=39	n=30	n=72	n=5	n=234
取引先・顧客の輸出増による受注の増加	10.5%	0.0%	33.3%	0.0%	7.9%	2.6%	6.7%	1.4%	0.0%	5.2%
取引先・顧客の国内回帰による受注の増加	5.3%	0.0%	22.2%	0.0%	2.6%	0.0%	0.0%	2.9%	0.0%	2.6%
自社の輸出品の売上利益の増加	5.3%	18.2%	22.2%	20.0%	5.3%	0.0%	0.0%	1.4%	0.0%	4.3%
為替利益による収益の増加	10.5%	18.2%	11.1%	20.0%	5.3%	0.0%	3.3%	2.9%	0.0%	5.2%
輸入品の価格上昇によるコスト増加	36.8%	54.5%	55.6%	40.0%	52.6%	28.9%	33.3%	57.1%	20.0%	45.0%
原材料・資材価格の上昇による間接的なコストの増加	73.7%	81.8%	55.6%	90.0%	81.6%	86.8%	70.0%	75.7%	80.0%	77.9%
取引先・顧客からの価格値下げ要請	5.3%	9.1%	0.0%	0.0%	2.6%	5.3%	3.3%	4.3%	40.0%	4.8%
物価の上昇による消費マインドの冷え込み	15.8%	0.0%	0.0%	50.0%	21.1%	13.2%	33.3%	22.9%	40.0%	21.2%
その他	5.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.6%	0.0%	1.4%	20.0%	1.7%

# 円安に対する対策について

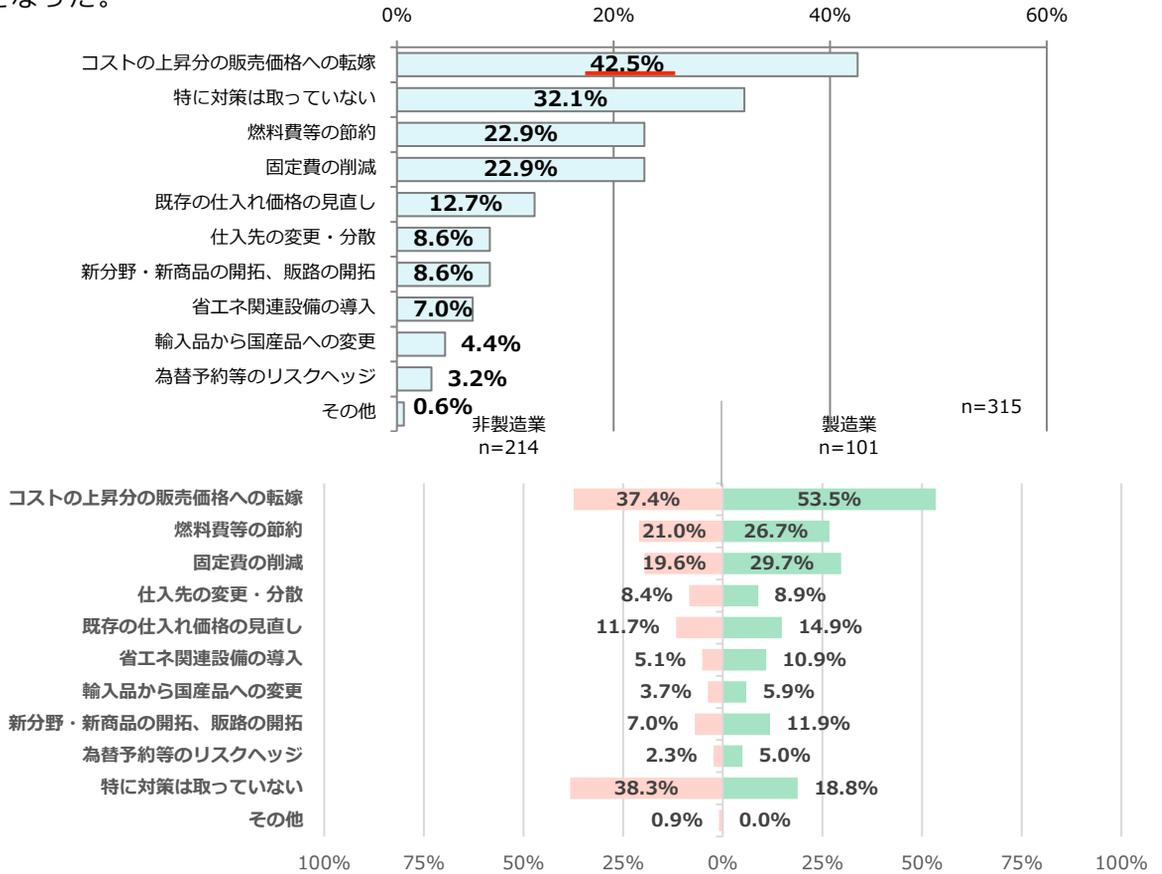
(複数回答)

## ◆全業種で「コスト上昇分の販売価格への転嫁」が42.5%と最も多い。

n = 有効回答数

全業種で「コスト上昇分の販売価格への転嫁」42.5%、次いで「特に対策は取っていない」32.1%となった。

製造業では「コスト上昇分の販売価格への転嫁」、次いで「固定費の削減」、「燃料費等の節約」の順で多い結果となった。非製造業では「特に対策は取っていない」が38.3%と最も多い結果となった。



	繊維 n=19	機械 n=16	眼鏡関連 n=9	化学 n=11	その他の 製造業 n=46	建設業 n=57	各種 サービス業 n=45	卸・小売業 n=92	その他 n=20	合計 n=315
コストの上昇分の販売価格への転嫁	52.6%	18.8%	88.9%	63.6%	56.5%	26.3%	26.7%	55.4%	10.0%	42.5%
燃料費等の節約	21.1%	31.3%	33.3%	9.1%	30.4%	19.3%	26.7%	22.8%	5.0%	22.9%
固定費の削減	21.1%	43.8%	22.2%	18.2%	32.6%	19.3%	22.2%	19.6%	15.0%	22.9%
仕入先の変更・分散	5.3%	25.0%	0.0%	18.2%	4.3%	8.8%	2.2%	13.0%	0.0%	8.6%
既存の仕入れ価格の見直し	10.5%	6.3%	11.1%	0.0%	23.9%	15.8%	6.7%	13.0%	5.0%	12.7%
省エネ関連設備の導入	0.0%	6.3%	22.2%	18.2%	13.0%	1.8%	13.3%	4.3%	0.0%	7.0%
輸入品から国産品への変更	10.5%	6.3%	11.1%	9.1%	2.2%	1.8%	0.0%	7.6%	0.0%	4.4%
新分野・新商品の開拓、販路の開拓	10.5%	6.3%	11.1%	9.1%	15.2%	8.8%	4.4%	7.6%	5.0%	8.6%
為替予約等のリスクヘッジ	5.3%	12.5%	0.0%	0.0%	4.3%	0.0%	0.0%	5.4%	0.0%	3.2%
特に対策は取っていない	21.1%	31.3%	0.0%	9.1%	19.6%	43.9%	42.2%	23.9%	80.0%	32.1%
その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.8%	0.0%	1.1%	0.0%	0.6%

# 適正な為替レートについて

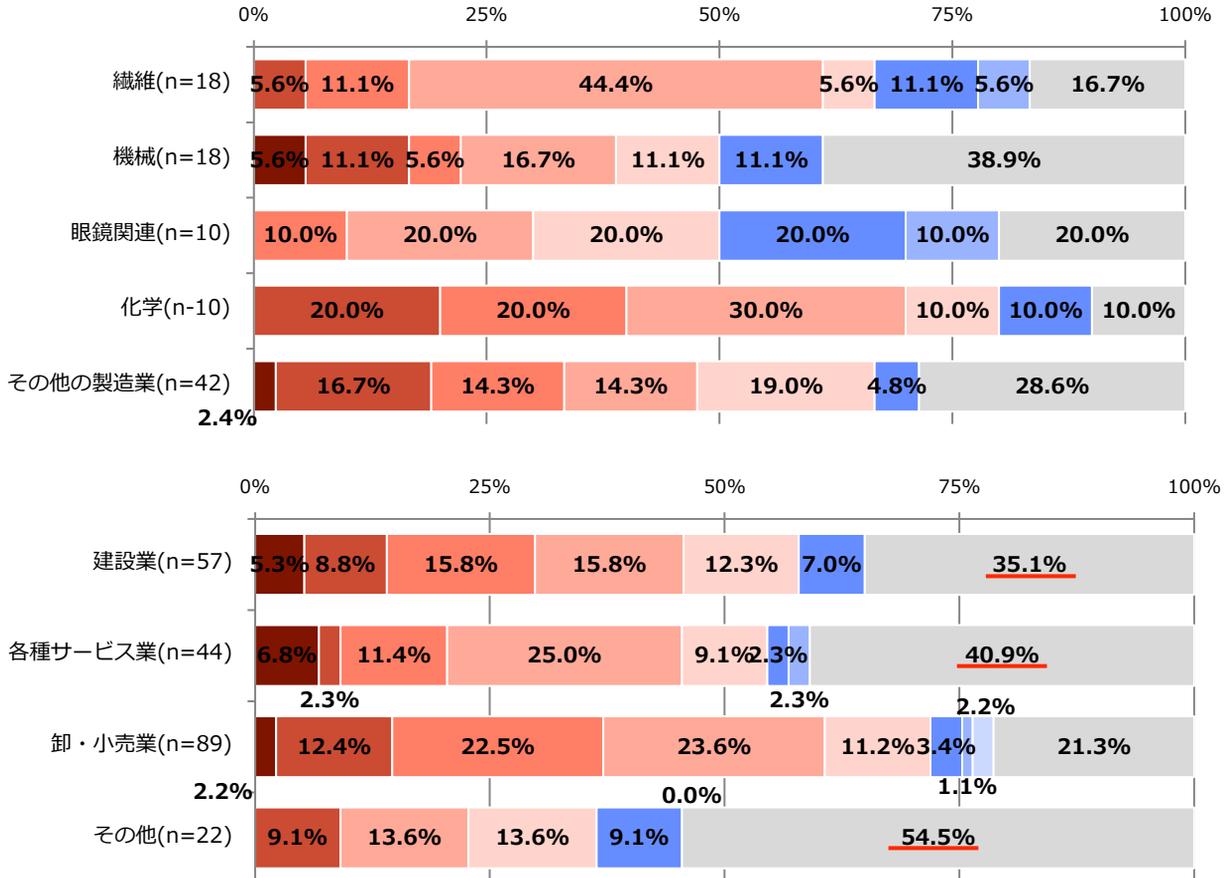
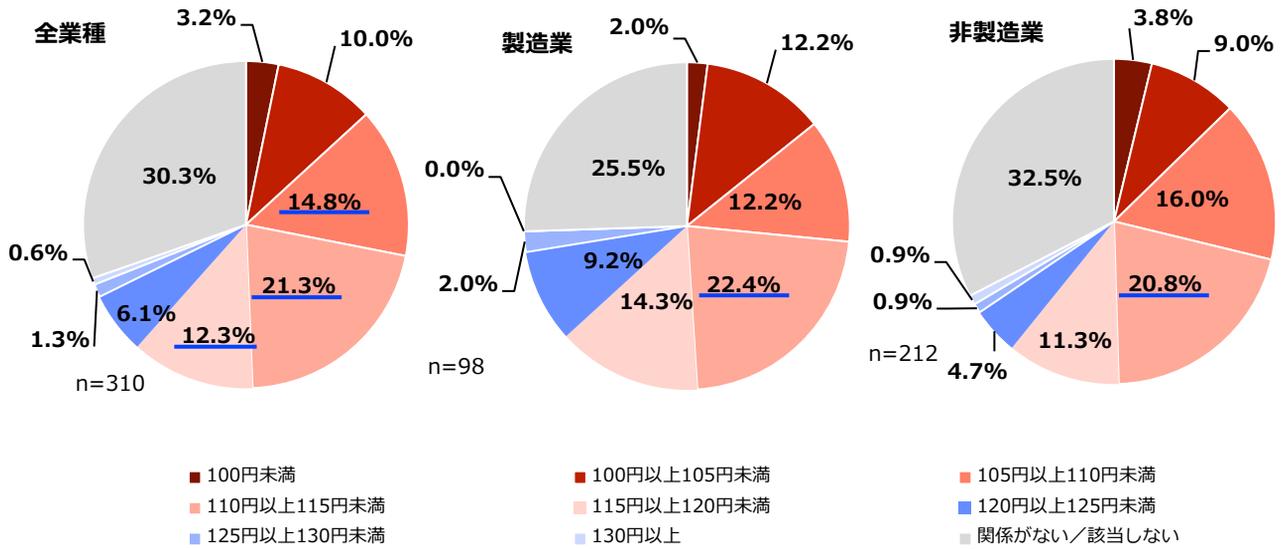
(単一回答)

n = 有効回答数

## ◆全業種で「110円以上115円未満」が21.3%と最も多い。

全業種で「110円以上115円未満」21.3%、「105円以上110円未満」14.8%、「115円以上120円未満」12.3%の順で多い結果となった。

また、全業種の内訳では「関係がない/該当しない」と回答した企業は、その他非製造業54.5%、各種サービス業40.9%、建設業35.1%となっており、製造業がより為替の影響を受けている結果となった。



## ◆「プラスの影響が大きい」企業は「自社輸出品の売上利益の増加」が多い。

「プラスの影響が大きい」企業は、製造業で「自社の輸出品の売上利益の増加」が多く、「マイナスの影響が多い」企業と「プラスマイナスどちらの影響も同じくらいである」企業は、全業種で「原材料・資材価格の上昇による間接的なコストの増加」が多い結果となった。

製造業	プラスの影響	マイナスの影響	プラスマイナスの影響	合計
	n=7	n=61	n=20	n=88
取引先・顧客の輸出増による受注の増加	28.6%	1.6%	25.0%	9.1%
取引先・顧客の国内回帰による受注の増加	14.3%	0.0%	15.0%	4.5%
自社の輸出品の売上利益の増加	<u>57.1%</u>	0.0%	25.0%	10.2%
為替利益による収益の増加	42.9%	0.0%	30.0%	10.2%
輸入品の価格上昇によるコスト増加	28.6%	55.7%	30.0%	47.7%
原材料・資材価格の上昇による間接的なコストの増加	42.9%	<u>82.0%</u>	<u>75.0%</u>	<u>77.3%</u>
取引先・顧客からの価格値下げ要請	0.0%	1.6%	10.0%	3.4%
物価の上昇による消費マインドの冷え込み	0.0%	21.3%	15.0%	18.2%
その他	0.0%	1.6%	0.0%	1.1%
非製造業	プラスの影響	マイナスの影響	プラスマイナスの影響	合計
	n=3	n=117	n=29	n=149
取引先・顧客の輸出増による受注の増加	0.0%	1.7%	6.9%	2.7%
取引先・顧客の国内回帰による受注の増加	0.0%	0.0%	6.9%	1.3%
自社の輸出品の売上利益の増加	0.0%	0.0%	3.4%	0.7%
為替利益による収益の増加	0.0%	0.0%	10.3%	2.0%
輸入品の価格上昇によるコスト増加	0.0%	43.6%	37.9%	42.3%
原材料・資材価格の上昇による間接的なコストの増加	0.0%	<u>79.5%</u>	<u>55.2%</u>	<u>74.5%</u>
取引先・顧客からの価格値下げ要請	0.0%	5.1%	6.9%	6.7%
物価の上昇による消費マインドの冷え込み	0.0%	21.4%	24.1%	22.1%
その他	0.0%	2.6%	0.0%	2.0%

◆「影響がある」と回答した企業の円安に対する対策では、「コスト上昇分の販売価格への転嫁」が最も多い。

「プラスの影響が大きい」「マイナスの影響が大きい」「プラス・マイナスどちらの影響も同じくらいである」と何らかの形で円安の影響を受けていると回答した企業の円安に対する対策は「コスト上昇分の販売価格への転嫁」が最も多く、次いで「固定費の削減」「燃料費等の節約」となった。

「新分野・新商品の開拓、販路の開拓」と回答した企業の内訳は、製造業で「プラス・マイナスどちらの影響も同じくらいである」企業が多く、非製造業では「プラスの影響が大きい」企業が多い結果となった。

製造業	プラスの影響	マイナスの影響	プラスマイナスの影響	合計
	n=7	n=61	n=20	n=88
コストの上昇分の販売価格への転嫁	<u>42.9%</u>	<u>68.9%</u>	<u>40.0%</u>	<u>60.2%</u>
燃料費等の節約	28.6%	27.9%	25.0%	27.3%
固定費の削減	28.6%	31.1%	25.0%	29.5%
仕先の変更・分散	14.3%	11.5%	0.0%	9.1%
既存の仕入れ価格の見直し	14.3%	18.0%	10.0%	15.9%
省エネ関連設備の導入	0.0%	8.2%	25.0%	11.4%
輸入品から国産品への変更	14.3%	6.6%	5.0%	6.8%
新分野・新商品の開拓、販路の開拓	0.0%	13.1%	<u>15.0%</u>	<u>12.5%</u>
為替予約等のリスクヘッジ	0.0%	4.9%	10.0%	5.7%
特に対策は取っていない	14.3%	8.2%	20.0%	11.4%
その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
非製造業	プラスの影響	マイナスの影響	プラスマイナスの影響	合計
	n=3	n=117	n=29	n=149
コストの上昇分の販売価格への転嫁	<u>100.0%</u>	<u>52.1%</u>	<u>37.9%</u>	<u>50.3%</u>
燃料費等の節約	0.0%	25.6%	17.2%	23.5%
固定費の削減	0.0%	29.1%	13.8%	25.5%
仕先の変更・分散	0.0%	12.8%	3.4%	10.7%
既存の仕入れ価格の見直し	0.0%	15.4%	10.3%	14.1%
省エネ関連設備の導入	0.0%	6.0%	10.3%	6.7%
輸入品から国産品への変更	0.0%	5.1%	3.4%	4.7%
新分野・新商品の開拓、販路の開拓	<u>33.3%</u>	7.7%	3.4%	<u>7.4%</u>
為替予約等のリスクヘッジ	0.0%	4.3%	0.0%	3.4%
特に対策は取っていない	0.0%	23.1%	31.0%	24.2%
その他	0.0%	0.9%	3.4%	1.3%

◆適正な(望ましい)為替レートは「110円以上115円未満」が最も多い。

製造業では「マイナスの影響が大きい」と回答した企業では「110円以上115円未満」に次いで「100円以上105円未満」が多く、「プラス・マイナスどちらの影響も同じくらいである」と回答した企業では「110円以上115円未満」に次いで「120円以上125円以下」が多い結果となった。

非製造業では「マイナスの影響が大きい」と回答した企業では「110円以上115円未満」に次いで「105円以上110円未満」「115円以上120円未満」の順で多い結果となった。

製造業	プラスの影響	マイナスの影響	プラスマイナスの影響	合計
	n=7	n=61	n=20	n=88
100円未満	0.0%	1.2%	0.0%	1.2%
100円以上105円未満	0.0%	<u>14.8%</u>	0.0%	14.8%
105円以上110円未満	0.0%	12.3%	2.5%	14.8%
110円以上115円未満	<u>3.7%</u>	<u>18.5%</u>	<u>4.9%</u>	<u>27.2%</u>
115円以上120円未満	1.2%	12.3%	3.7%	17.3%
120円以上125円未満	1.2%	3.7%	<u>4.9%</u>	9.9%
125円以上130円未満	1.2%	1.2%	0.0%	2.5%
130円以上	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
関係がない/該当しない	1.2%	6.2%	4.9%	12.3%
非製造業	プラスの影響	マイナスの影響	プラスマイナスの影響	合計
	n=3	n=117	n=29	n=149
100円未満	0.0%	5.6%	0.0%	5.6%
100円以上105円未満	0.0%	10.4%	0.7%	11.1%
105円以上110円未満	1.4%	<u>15.3%</u>	5.6%	22.2%
110円以上115円未満	0.7%	<u>20.1%</u>	4.9%	<u>25.7%</u>
115円以上120円未満	0.0%	11.1%	3.5%	14.6%
120円以上125円未満	0.0%	2.1%	1.4%	3.5%
125円以上130円未満	0.0%	1.4%	0.0%	1.4%
130円以上	0.0%	0.0%	1.4%	1.4%
関係がない/該当しない	0.0%	12.5%	2.1%	14.6%