

# 調 査

## 第187回全国中小企業景気動向調査 (2022年1～3月期実績・2022年4～6月期見通し)

### 1～3月期業況は4四半期ぶりに悪化

#### 【特別調査—原材料・仕入価格の上昇による中小企業への影響について】

信金中央金庫  
地域・中小企業研究所

#### 調査の概要

1. 調査時点：2022年3月1日～7日
2. 調査方法：原則として、全国各地の信用金庫営業店の調査員による、共通の調査表に基づく「聴取り」調査
3. 標本数：15,252企業（有効回答数 13,628企業・回答率 89.4%）  
※ 有効回答数のうち従業員数20人未満の企業が占める割合は 72.1%
4. 分析方法：各質問項目について、「増加」（良い）－「減少」（悪い）の構成比の差＝判断D.I.に基づく分析

#### (概 況)

1. 22年1～3月期（今期）の業況判断D.I.は△27.6、前期比7.9ポイント悪化と、4四半期ぶりに悪化した。  
収益面では、前年同期比売上額判断D.I.が△12.8と前期比9.4ポイント悪化、同収益判断D.I.は△20.4と同9.8ポイント悪化した。販売価格判断D.I.はプラス12.5と、およそ30年ぶり水準のなかで一段と上昇した。人手過不足判断D.I.は△19.4と人手不足感はやや緩和した。設備投資実施企業割合は19.3%と前期比で小幅低下した。業種別の業況判断D.I.は全6業種で、また、地域別でも全11地域で、それぞれ悪化した。
2. 22年4～6月期（来期）の予想業況判断D.I.は△24.8、今期実績比2.8ポイントの改善を見込んでいる。業種別には全6業種中、建設業と不動産業を除く4業種で、地域別には全11地域中9地域で、それぞれ改善見通しにある。

#### 業種別天気図

時期 業種名	2021年 10～12月	2022年 1～3月	2022年 4～6月 (見通し)
総合			
製造業			
卸売業			
小売業			
サービス業			
建設業			
不動産業			

#### 地域別天気図（今期分）

地域 業種名	北海道	東北	関東	首都圏	北陸	東海	近畿	中国	四国	九州北部	南九州
総合											
製造業											
卸売業											
小売業											
サービス業											
建設業											
不動産業											

(この天気図は、過去1年間の景気指標を総合的に判断して作成したものです。)

好調 ← → 低調

## 全業種総合

### ○4四半期ぶりの業況悪化

22年1～3月期（今期）の業況判断D.I.は△27.6、前期比7.9ポイントの悪化と、4四半期ぶりに業況悪化となった（図表1）。

収益面では、前年同期比売上額判断D.I.が△12.8、前期比9.4ポイントの悪化、同収益判断D.I.が△20.4、同9.8ポイントの悪化となった。また、前期比売上額判断D.I.は△21.9、前期比19.9ポイント悪化、同収益判断D.I.は△26.9、同17.5ポイント悪化と、季節的な要因もありともに大幅な悪化となった。

販売価格判断D.I.はプラス12.5、前期比2.1ポイントの上昇で、1991年以来、およそ30年ぶりの水準のなかで一段と上昇した。一方、仕入価格判断D.I.はプラス49.3と、同5.1ポイント上昇し、直近のピークである2008年4～6月期（プラス53.8）に迫る水準まで上昇した（図表2）。

雇用面では、人手過不足判断D.I.が△19.4（マイナスは人手「不足」超、前期は△20.8）と、4四半期ぶりに人手不足感が若干緩和した（図表3）。

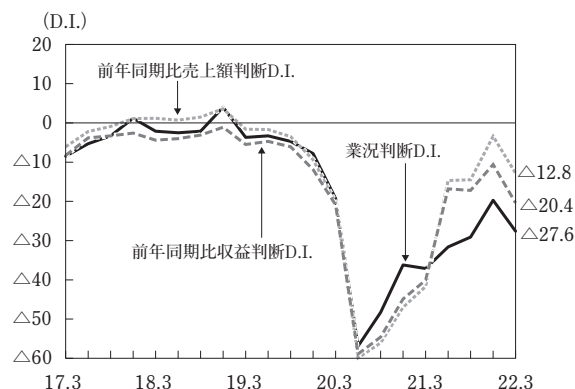
資金繰り判断D.I.は△12.0、前期比2.4ポイントの悪化と、2四半期ぶりの悪化となった。

なお、設備投資実施企業割合は19.3%と、前期比0.6ポイント低下した。

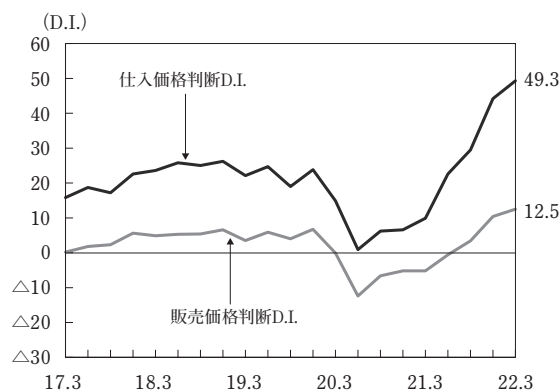
業種別の業況判断D.I.は、全6業種で悪化した。最も悪化幅が大きかったのはサービス業（11.5ポイント）で、次いで卸売業（10.6ポイント）、建設業（8.1ポイント）の順だった。

一方、地域別の業況判断D.I.も、全11地域で悪化した。最も悪化幅が大きかったのは、北陸（22.6ポイント）で、次いで北海道（16.6ポイント）、東北（15.0ポイント）、中国（13.0ポイント）の順だった。

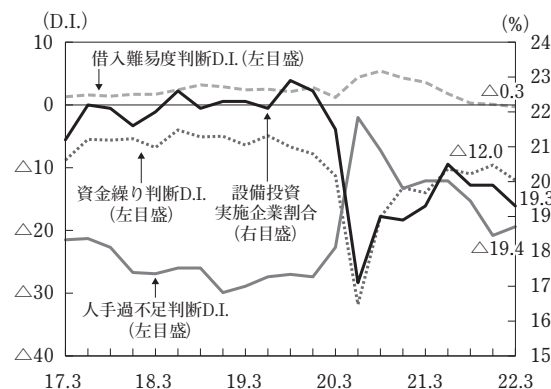
図表1 主要判断D.I.の推移



図表2 販売価格・仕入価格判断D.I.の推移



図表3 設備投資実施企業割合、資金繰り判断D.I.等の推移



### ○やや持ち直す見通し

来期の予想業況判断D.I.は△24.8、今期実績比2.8ポイントの改善見通しと、やや持ち直す見通しとなっている。

業種別の予想業況判断D.I.は、全6業種中、さらなる悪化を見込む建設業と横ばい見通しの不動産業を除く4業種で改善を見込んでいる。一方、地域別では、全11地域中、東北と九州北部を除く9地域で改善見通しとなっている。

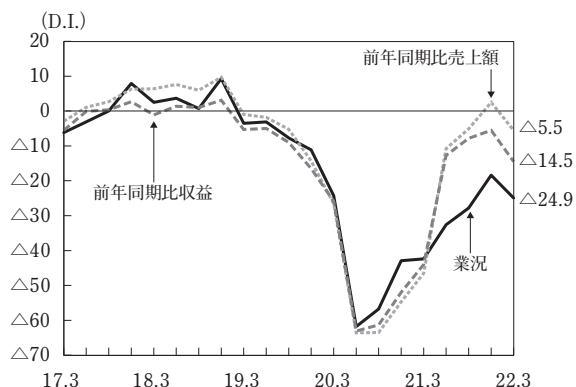
## 製造業

### ○7四半期ぶりの悪化

今期の業況判断D.I.は△24.9、前期比6.5ポイントの悪化と、7四半期ぶりの悪化となった(図表4)。

前年同期比売上額判断D.I.は△5.5、前期比8.0ポイントの悪化、同収益判断D.I.は△14.5、同9.0ポイントの悪化となった。また、前期比売上額判断D.I.は前期比20.2ポイント悪化して△19.0、同収益判断D.I.は同17.3ポイント悪化して△24.5と、ともに大幅に悪化した。

図表4 製造業 主要判断D.I.の推移



### ○販売価格・仕入価格の判断DIが上昇

設備投資実施企業割合は22.0%、前期比0.1ポイント低下と、3四半期続けての小幅低下となった。

人手過不足判断D.I.は△19.3(前期は△18.2)と、業況悪化のなかで人手不足感は一段と強まった。

販売価格判断D.I.はプラス12.6と、前期比2.9ポイント上昇し、7四半期続けての上昇となった。一方、原材料(仕入)価格判断D.I.はプラス58.8と、前期比5.0ポイントの上昇となった。

なお、資金繰り判断D.I.は△11.3、前期比1.8ポイントの悪化となった。

### ○製造業全22業種中、13業種で悪化

業種別業況判断D.I.は、製造業全22業種中、9業種で改善したものの、13業種は悪化した(図表5)。

素材型では、全7業種中、紙・パルプが10ポイント超の悪化となったものの、それ以外の6業種では軒並み改善となった。

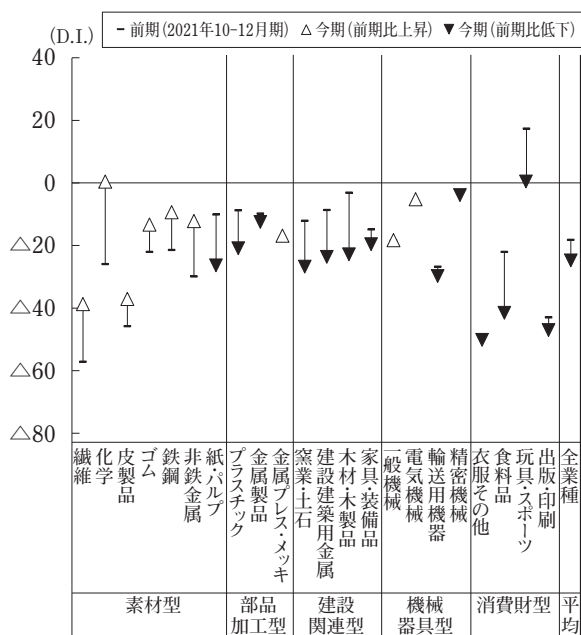
部品加工型は、金属プレスが小幅改善したものの、それ以外の2業種では悪化した。

建設関連型は4業種そろって悪化した。とりわけ、木材は20ポイント近い大幅悪化となった。

機械器具型は、全4業種中、改善・悪化2業種ずつで、全般に小動きだった。

消費財型では、4業種すべてで悪化した。とりわけ、食料品は20ポイント近い大幅悪化となった。

図表5 業種別業況判断D.I.の推移



○総じて悪化

販売先形態別の業況判断D.I.は、5形態すべてで悪化した。とりわけ、最終需要家型の悪化幅は16.2ポイントと、5形態の中で最大だった。

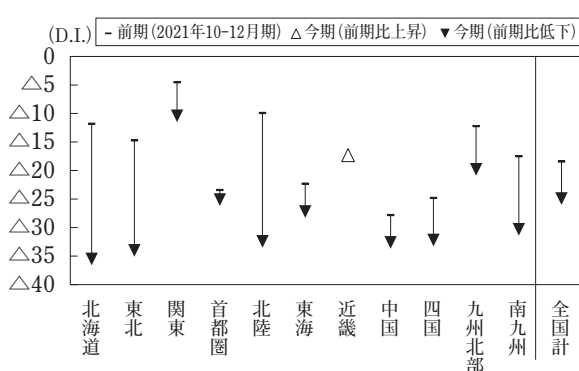
また、輸出主力型の業況判断D.I.は△6.7、前期比6.3ポイントの悪化、内需主力型は△25.5、同6.8ポイントの悪化と、そろって悪化した。

従業員規模別の業況判断D.I.も、全ての階層で悪化した。ちなみに、階層別の悪化幅は、1～19人で7.3ポイント、20～49人で3.0ポイント、50～99人で11.3ポイント、100人以上で4.9ポイントだった

○全11地域中、10地域で悪化

地域別の業況判断D.I.は、全11地域中、近畿で小幅改善したものの、それ以外の10地域

図表6 地域別業況判断D.I.の推移



では悪化した。最も悪化幅が大きかったのは北海道 (23.7ポイント) で、次いで北陸 (22.5ポイント)、東北 (19.3ポイント) の順だった (図表6)。なお、マイナス水準に着目すると、北海道 (△35.5)、東北 (△34.0)、中国 (△32.6)、北陸 (△32.4)、四国 (△32.2) などが相対的に厳しい水準にある。

○改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△21.6と、今期実績比3.3ポイントの改善を見込んでいる。

業種別には、全22業種中、輸送用機器や紙・パルプなど11業種で改善を見込んでいる。また、地域別には、東北と九州北部で悪化が見込まれているものの、それ以外の9地域では改善を見込んでいる。

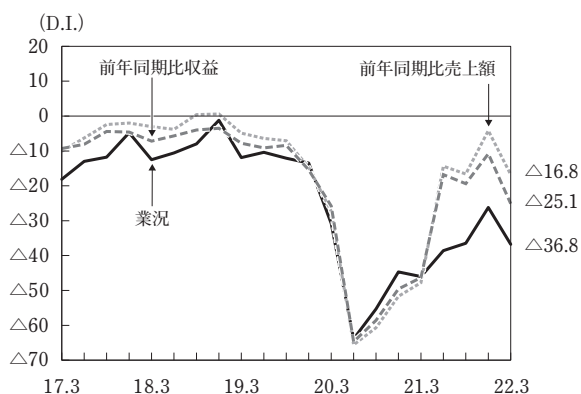
卸売業

○4四半期ぶりの悪化

今期の業況判断D.I.は△36.8、前期比10.6ポイントの悪化と、4四半期ぶりの悪化となった (図表7)。

なお、前年同期比売上額判断D.I.は△16.8、

図表7 卸売業 主要判断D.I.の推移



前期比12.6ポイントの悪化、同収益判断D.I.は△25.1、同14.3ポイントの悪化となった。

○全11地域中、10地域で悪化

業種別の業況判断D.I.は、全15業種中、鉱物燃料など3業種で改善したものの、それ以外の12業種では悪化した。一方、地域別では、全11地域中、東北で小幅改善したものの、それ以外の10地域では悪化した。

○改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△32.2、今期実績比4.6ポイントの改善を見込んでいる。業種別には、全15業種中、繊維や紙製品など11業種で改善が見込まれている。また、地域別には、全11地域中、北陸や関東など7地域で改善が見込まれている。

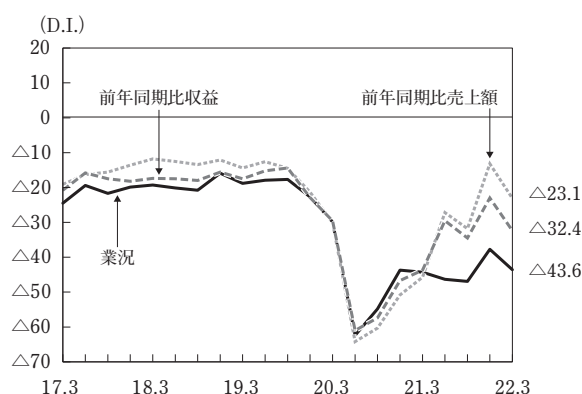
小売業

○業況は悪化

今期の業況判断D.I.は△43.6、前期比5.9ポイントの悪化となった（図表8）。

なお、前年同期比売上額判断D.I.は△23.1、

図表8 小売業 主要判断D.I.の推移



前期比9.9ポイントの悪化、同収益判断D.I.は△32.4、同9.4ポイントの悪化となった。

○全13業種中、9業種で悪化

業種別の業況判断D.I.は、全13業種中、家電や飲食店など9業種で悪化した。一方、燃料は13.8ポイント改善し、△28.0となった。また、地域別では全11地域中9地域で悪化となった。

○改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△38.6、今期実績比5.0ポイントの改善を見込んでいる。

業種別には、全13業種中、燃料や木建材を除く11業種で改善の見通しとなっている。また、地域別では全11地域中すべての地域で改善の見通しとなっている。

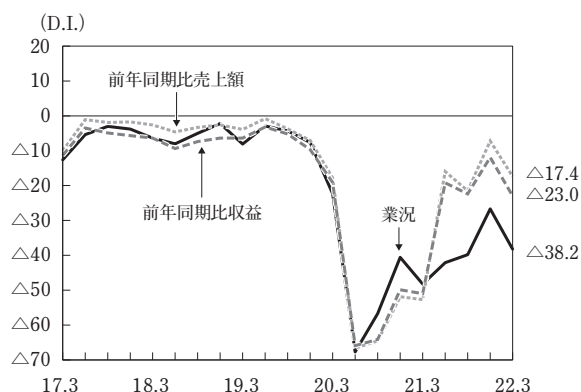
サービス業

○業況は悪化

今期の業況判断D.I.は△38.2、前期比11.5ポイントの悪化となった（図表9）。

なお、前年同期比売上額判断D.I.は△17.4、

図表9 サービス業 主要判断D.I.の推移



前期比10.2ポイントの悪化、同収益判断D.I.は△23.0、前期比10.2ポイントの悪化となった。

○全8業種中、7業種で改善

業種別の業況判断D.I.は、全8業種中7業種で悪化した。ちなみに、ホテル・旅館は、前期比40ポイント超悪化し△87.1となった。地域別では全11地域で悪化となった。

○改善の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△31.2、今期実績比7.0ポイントの改善を見込んでいる。

業種別には、全8業種中、ホテル・旅館など7業種で改善の見通しとなっている。また、地域別では全11地域中、中国を除く10地域で改善の見通しとなっている。

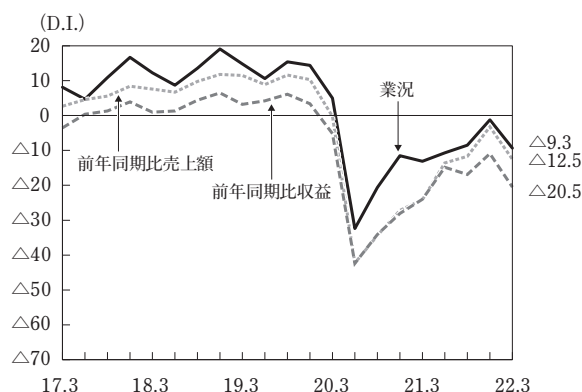
建設業

○業況は悪化

今期の業況判断D.I.は△9.3、前期比8.1ポイントの悪化となった (図表10)。

なお、前年同期比売上額判断D.I.は△12.5、

図表10 建設業 主要判断D.I.の推移



前期比9.3ポイント悪化し、同収益判断D.I.は△20.5、同9.6ポイントの悪化となった。

○全請負先が悪化

業況判断D.I.を請負先別で見ると、全請負先で悪化となった。とりわけ、個人では前期比16.6ポイント悪化し△24.9となった。

地域別では全11地域中、東海を除く10地域で悪化となった。

○悪化の見通し

来期の予想業況判断D.I.は△13.9と、今期実績比4.6ポイントの悪化を見込んでいる。

請負先別では、個人を除く3請負先で悪化、地域別には全11地域中、6地域で悪化の見通しとなっている。

不動産業

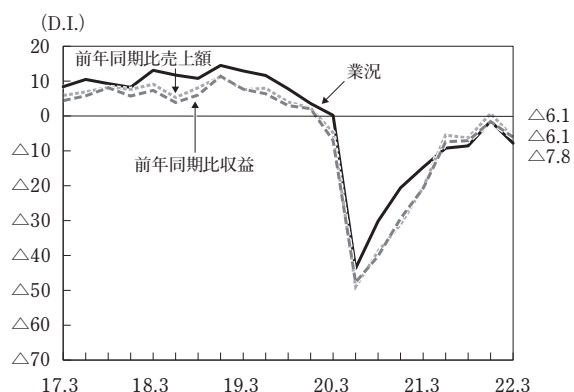
○業況は改善

今期の業況判断D.I.は△7.8、前期比6.3ポイントの悪化となった (図表11)。

なお、前年同期比売上額判断D.I.は△6.1、前期比6.8ポイントの悪化、同収益判断D.I.は



図表11 不動産業 主要判断D.I.の推移



△6.1、同4.5ポイントの悪化となった。

○全11地域中、8地域で悪化

業況判断D.I.を業種別でみると、5業種中、

貸家を除く4業種で悪化した。

地域別では、全11地域中、関東、九州北部、南九州の3地域で改善したものの、8地域で悪化となった。

○横ばいの見通し

来期の予想業況判断D.I.は、△7.8と今期実績比横ばいを見込んでいる。業種別には、2業種で改善、2業種で悪化、1業種で横ばいを見込んでいる。

地域別には、全11地域中、4地域で改善、5地域で悪化、2地域で横ばいを見込んでいる。

## 特別調査

### 原材料・仕入価格の上昇による中小企業への影響について

○7割超が仕入上昇の悪影響を受ける

最近の原材料・仕入価格の上昇による収益への影響については、「危機的な悪影響」は2.0%、「かなり悪影響」は24.6%、「多少悪影響」は48.9%となり、合計で75.5%が何らかの悪影響を受けている結果となった。対して、

「ほとんど影響はない」は19.3%、「むしろ好影響」は1.0%となった（図表12）。

業種別にみると、製造業と建設業で悪影響との回答が比較的多くみられた。とりわけ、食料品製造業や、個人を主な受注対象とした建設業で、悪影響との回答割合が高かった。

図表12 最近の原材料・仕入価格の上昇による収益への影響

(単位：%)

選択肢		1	2	3	4	5	6	7
		危機的な悪影響	かなり悪影響	多少悪影響	ほとんど影響はない	むしろ好影響	わからない	その他
全 体		2.0	24.6	48.9	19.3	1.0	3.9	0.3
地域別	北海道	2.5	29.3	49.0	15.4	0.8	2.8	0.2
	東北	3.9	28.2	50.7	13.8	0.6	2.1	0.7
	関東	2.3	27.4	49.3	17.8	0.7	2.2	0.2
	首都圏	1.2	17.6	48.1	25.6	1.5	5.6	0.4
	北陸	2.2	28.0	50.6	15.0	0.8	3.3	0.0
	東海	2.3	27.5	48.3	17.2	0.6	3.6	0.5
	近畿	1.9	27.6	50.5	15.3	1.2	3.3	0.2
	中国	3.4	25.9	45.8	20.4	0.3	3.9	0.2
	四国	1.0	32.0	43.9	17.8	1.3	3.6	0.3
九州北部	九州	1.2	24.3	48.8	21.7	0.8	3.3	0.0
	九州	1.6	19.8	49.4	22.8	0.6	5.9	0.0
規模別	1～4人	2.1	20.6	45.8	24.0	0.8	6.3	0.4
	5～9人	2.0	24.3	50.4	18.2	1.3	3.7	0.2
	10～19人	2.1	26.5	51.0	16.5	1.0	2.7	0.3
	20～29人	1.9	27.3	51.6	15.8	1.0	2.2	0.1
	30～39人	1.4	26.9	49.5	17.8	1.5	2.8	0.2
	40～49人	2.3	27.9	47.1	20.0	1.1	1.4	0.2
	50～99人	1.2	32.2	52.0	11.3	0.9	1.7	0.7
	100～199人	2.3	31.5	51.0	13.6	1.2	0.4	0.0
200～300人	0.9	26.3	57.9	14.9	0.0	0.0	0.0	
業種別	製造業	2.3	29.4	51.3	12.9	1.2	2.7	0.2
	卸売業	1.9	25.4	51.2	15.9	1.7	3.7	0.3
	小売業	2.0	21.7	49.1	21.4	0.7	4.8	0.2
	サービス業	1.8	18.7	42.6	30.0	1.0	5.7	0.3
	建設業	2.0	27.6	53.3	13.9	0.5	2.4	0.3
不動産業	0.8	13.8	36.6	39.5	1.1	7.3	0.8	
(参考) 2008年3月調査		1.9	20.0	51.1	20.5	1.0	4.9	0.5



○9割の企業で仕入価格が上昇

原材料・仕入価格の1年前と比較した変化は、「5～10%程度の上昇」が22.2%と最も高く、以下「3～5%程度の上昇（19.7%）」、「0～3%程度の上昇（18.3%）」が続き、全体の6割強の企業で仕入価格上昇は10%以下となった。一方で、10%以上上昇した企業は、全体

の3割弱となった。「わからない（10.9%）」は、比較的規模の小さな企業に多くみられた（図表13）。

業種別にみると、製造業、卸売業、建設業で価格が上昇したとの回答が比較的多くみられた。とりわけ、建築資材や燃料関連などの業種で、上昇したとの回答割合が高かった。

図表13 原材料・仕入価格の1年前と比較した変化

(単位：%)

選択肢		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
		0～3% 程度の上昇	3～5% 程度の上昇	5～10% 程度の上昇	10～15% 程度の上昇	15～20% 程度の上昇	20～25% 程度の上昇	25～30% 程度の上昇	30%以上 の上昇	むしろ 低下	わから ない
全 体		18.3	19.7	22.2	13.3	7.3	2.8	1.9	2.8	0.7	10.9
地 域 別	北 海 道	15.6	20.5	24.0	14.3	8.5	3.0	2.7	3.2	1.1	7.0
	東 北 道	16.8	21.1	22.8	13.5	9.6	3.6	2.0	3.6	0.7	6.2
	関 東 圏	18.4	20.8	21.7	13.6	7.6	3.6	1.6	4.3	0.5	7.8
	首 都 圏	22.1	20.1	20.3	12.5	6.0	1.7	1.5	1.6	0.5	13.8
	北 陸 道	17.1	16.6	23.3	16.2	8.7	3.1	2.6	2.4	0.6	9.4
	東 海 道	15.5	19.8	22.9	12.5	6.9	4.2	2.7	3.4	0.9	11.1
	近 畿 道	15.6	18.2	24.3	15.6	8.4	2.7	1.6	3.7	0.5	9.4
	中 国 道	19.7	18.6	19.3	13.7	8.7	3.1	2.4	3.6	0.9	10.1
	四 国 道	18.1	21.2	18.9	13.7	6.5	3.4	1.0	3.6	1.3	12.2
九 州 北 部 南 九 州	九州北部	16.6	20.6	23.8	11.0	7.0	3.5	1.7	1.7	0.7	13.6
	九州南部	21.8	20.5	22.2	8.8	4.8	2.0	1.4	1.6	0.3	16.6
規 模 別	1 ～ 4 人	20.0	18.9	19.5	11.7	6.9	2.3	1.5	1.7	1.1	16.5
	5 ～ 9 人	16.4	19.4	21.9	15.3	8.2	2.9	2.1	3.1	0.7	10.1
	10 ～ 19 人	17.3	20.7	23.7	13.2	8.7	3.3	2.2	2.8	0.4	7.7
	20 ～ 29 人	18.3	21.1	24.8	13.8	7.6	2.9	1.8	4.2	0.1	5.4
	30 ～ 39 人	17.6	17.6	27.0	12.7	7.3	3.6	1.7	3.4	0.3	8.8
	40 ～ 49 人	21.3	20.8	20.8	14.2	5.9	2.1	2.0	3.7	0.6	8.6
	50 ～ 99 人	15.3	19.3	27.2	16.8	6.4	4.3	2.1	4.1	0.1	4.4
	100 ～ 199 人	17.6	24.2	26.2	13.3	3.5	2.7	2.0	5.9	0.0	4.7
200 ～ 300 人	17.5	23.7	28.9	9.6	3.5	2.6	3.5	4.4	0.0	6.1	
業 種 別	製 造 業	14.9	19.6	24.2	15.6	8.7	2.9	2.6	4.6	0.3	6.6
	卸 売 業	18.3	21.5	22.4	14.4	7.4	2.9	1.9	2.7	0.9	7.7
	小 売 業	23.4	21.3	21.7	10.5	5.2	2.4	1.5	1.3	1.4	11.5
	サ ー ビ ス 業	26.2	20.8	16.5	9.7	4.4	1.8	0.8	1.1	0.6	18.0
	建 設 業	12.3	19.5	26.2	15.0	10.1	4.0	2.3	3.5	0.1	7.1
不 動 産 業	20.4	12.5	16.4	11.4	5.7	2.4	0.6	0.8	1.4	28.5	
(参考) 2008年3月調査		19.5	24.5	21.9	11.7	6.2	2.3	1.4	2.1	2.6	7.9

○販売価格への転嫁に企業間で格差

原材料・仕入価格の上昇のうち販売価格に転嫁できている割合については、「仕入価格上昇の100%」が5.9%、「仕入価格上昇の80～100%程度」が11.2%と、ほとんど転嫁できている企業がある一方で、「仕入価格上昇の0～20%程度」が23.2%、「仕入価格上昇の0%」が6.0%とほとんど転嫁できていない企業も

あり、企業間で格差がみられた。また、「仕入価格は上昇していないので転嫁の必要なし」は6.4%にとどまった（図表14）。

業種別にみると、製造業やサービス業で価格転嫁が進んでいない企業が多くみられた。とりわけ、旅館・ホテルや飲食店のほか、食料品製造業、衣服製造業、印刷業などで価格転嫁が進んでいない。

図表14 原材料・仕入価格の上昇のうち販売価格に転嫁できている割合

(単位：%)

選択肢		1	2	3	4	5	6	7	8	9
		仕入価格 上昇の 100%	仕入価格 上昇の 80～100% 程度	仕入価格 上昇の 50～80% 程度	仕入価格 上昇の 20～50% 程度	仕入価格 上昇の 0～20% 程度	仕入価格 上昇の0%	転嫁どころ か販売価格 は低下して いる	仕入価格は 上昇して いないので 転嫁の 必要なし	わからない
全 体		5.9	11.2	18.0	20.2	23.2	6.0	0.8	6.4	8.3
地 域 別	北 海 道	4.9	14.5	23.8	21.9	19.2	4.7	0.7	5.6	4.8
	東 北 道	5.6	12.4	18.1	20.4	24.8	7.9	0.9	4.8	5.1
	関 東 圏	6.4	11.3	18.6	21.0	23.3	6.0	0.7	7.1	5.5
	首 都 圏	6.9	9.2	14.7	19.0	24.8	5.9	0.6	8.4	10.5
	北 陸 道	5.8	10.6	20.0	18.3	23.6	6.9	1.3	5.4	8.2
	東 海 道	5.7	11.1	19.4	20.9	23.1	5.5	0.8	5.7	7.8
	近 畿 道	5.6	12.7	19.1	20.6	22.5	6.9	0.7	4.6	7.4
	中 国 道	5.2	11.9	21.4	20.3	21.6	4.8	1.2	6.7	6.9
	四 国 道	5.8	12.0	18.1	22.5	21.5	6.0	0.5	6.5	7.1
九 州 北 部	4.9	10.8	15.0	20.3	27.6	3.2	0.5	7.4	10.4	
南 九 州	4.4	10.3	15.7	19.0	20.3	6.6	1.1	6.7	15.7	
規 模 別	1 ～ 4 人	6.1	9.2	14.3	16.6	24.0	6.9	1.3	9.0	12.6
	5 ～ 9 人	6.1	11.9	19.1	20.1	22.8	6.0	0.5	5.5	8.0
	10 ～ 19 人	5.6	13.1	18.8	23.0	22.5	5.4	0.4	4.9	6.3
	20 ～ 29 人	6.1	12.8	22.3	21.9	22.1	4.9	0.7	4.5	4.7
	30 ～ 39 人	5.0	11.7	22.2	21.9	23.2	5.1	0.5	5.1	5.3
	40 ～ 49 人	5.9	11.4	18.9	20.7	23.1	6.8	1.1	6.8	5.4
	50 ～ 99 人	4.8	13.2	21.4	26.3	22.3	4.4	0.4	4.0	3.2
	100 ～ 199 人	5.4	9.7	23.7	24.9	27.2	3.9	0.0	2.3	2.7
200 ～ 300 人	5.3	13.2	18.4	28.1	22.8	5.3	0.0	2.6	4.4	
業 種 別	製 造 業	4.9	10.4	19.3	22.2	26.5	6.9	0.6	3.2	5.9
	卸 売 業	8.0	16.5	21.6	20.5	18.9	3.2	0.7	4.4	6.3
	小 売 業	7.1	11.9	17.1	17.5	22.6	6.6	1.1	8.0	8.2
	サ ー ビ ス 業	5.9	6.8	9.9	13.5	26.4	10.6	1.0	12.9	12.9
	建 設 業	4.0	12.4	21.6	26.2	22.3	3.4	0.7	2.6	6.8
不 動 産 業	7.1	9.3	14.6	15.8	15.1	3.3	0.7	16.8	17.4	
(参考) 2008年3月調査		4.7	8.8	15.8	20.2	29.2	8.4	3.1	4.4	5.5

○調達の量・質が確保できている企業は4割

調達遅延、数量確保困難などといった声も聞かれているなかでの、各種資材や製商品の量や質の確保状況については、「必要量・質が確保できている」が40.7%となった(図表15)。

確保ができていない企業が行っている対策については、「販売先への納期の調整(16.3%)」が最も高く、以下「代替商品の調達(同等品

質)(14.0%)」、「仕入れ先の変更・多角化(13.1%)」が続いた。また、「特に対応を行っていない」は21.7%となった。

規模別にみると、規模が小さいほど「特に対応を行っていない」の比率が高かった。また、業種別にみると、特に建設業で何らかの対応を迫られている企業が多くみられた。

図表15 各種資材や製商品の量や質の確保状況

(単位: %)

選択肢		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
		必要量・質が確保できている	代替商品の調達(同等品質)	代替品の調達(品質の見直しなど)	仕入れ先の変更・多角化	受注(販売)数量の制限	受注(販売)の停止	販売先への納期の調整	取扱商品の見直し(新商品など)	その他	特に対応を行っていない
全 体		40.7	14.0	7.8	13.1	6.1	1.5	16.3	5.0	0.8	21.7
地域別	北海道	46.9	14.9	8.5	12.4	7.4	1.8	16.4	4.9	0.6	15.5
	東北	46.4	15.6	8.9	13.0	6.7	1.6	17.6	5.1	1.1	15.1
	関東	45.9	13.3	8.5	13.7	6.7	1.7	18.9	4.4	0.8	17.3
	首都圏	36.7	10.0	5.7	11.6	5.3	1.2	12.3	3.9	0.6	30.6
	北陸	43.9	15.4	6.9	11.1	4.9	1.4	16.4	6.3	0.7	19.3
	東海	42.0	15.1	8.6	14.3	6.4	1.7	19.1	5.5	0.7	18.4
	近畿	41.3	18.4	9.0	15.1	6.6	1.9	20.0	5.2	1.0	14.9
	中国	41.6	15.4	8.6	15.4	5.5	0.7	17.5	5.0	1.0	19.9
	四国	39.9	14.9	6.5	12.5	6.3	1.6	17.2	7.3	1.0	20.1
九州北部	九州北部	37.4	11.4	7.5	12.9	5.1	0.5	12.7	4.6	1.0	26.5
	九州南部	32.1	14.5	9.4	11.1	6.0	1.4	13.2	7.8	0.6	30.5
規模別	1～4人	35.7	11.7	5.9	10.3	5.9	1.6	12.5	5.5	0.7	31.3
	5～9人	38.2	13.6	8.1	13.9	6.8	1.5	17.7	4.3	0.8	22.0
	10～19人	44.1	14.5	7.9	13.3	6.4	1.5	17.6	5.3	0.8	16.9
	20～29人	45.5	14.8	10.1	15.7	6.5	1.3	18.5	4.5	0.4	13.8
	30～39人	45.9	15.8	8.7	15.3	5.6	0.9	18.7	4.7	1.4	14.0
	40～49人	46.5	17.1	8.6	12.5	4.9	1.1	16.1	6.2	1.2	14.7
	50～99人	47.3	20.8	10.3	18.4	4.9	1.2	22.1	3.9	0.5	9.9
	100～199人	46.5	18.8	11.3	19.5	5.1	1.2	24.6	3.1	1.2	5.1
	200～300人	55.3	16.7	10.5	15.8	4.4	2.6	21.9	1.8	0.9	5.3
業種別	製造業	46.5	13.2	7.8	13.6	5.8	1.3	17.8	3.4	0.8	16.1
	卸売業	42.5	17.2	8.1	14.9	8.8	2.2	18.5	6.7	0.7	14.6
	小売業	40.8	12.5	6.6	11.6	6.9	2.1	11.6	8.0	0.6	22.8
	サービス業	39.7	9.5	6.4	8.0	4.5	0.7	8.1	4.9	1.0	33.7
	建設業	36.8	20.6	10.3	16.6	5.8	1.4	25.1	4.2	0.6	15.5
不動産業	23.4	9.5	6.3	12.1	3.9	1.0	12.2	4.3	1.3	47.0	

(備考) 最大3つまで複数回答

○仕入先見直し時は価格や品質を重視

仕入先の見直し等を検討するにあたって重視する点については、「仕入価格」が45.9%と最も高くなり、以下、「商品の品質（31.5%）」、「安定供給力（26.4%）」、「日頃からの付き合い・紹介（19.1%）」が続いた。対して、「仕入先の見直しは検討していない」は34.1%と

なった（図表16）。

規模別にみると、規模が小さいほど「日頃からの付き合い・紹介」や「仕入先の見直しは検討していない」の比率が高かった。そのほかの選択肢については、規模が大きいほど比率が高かった。

図表16 仕入先の見直し等を検討するにあたって重視する点

(単位：%)

選択肢		1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
		仕入価格	商品の品質	日頃からの付き合い・紹介	安定供給力	支払期日・支払方法	配送・納期の融通	注文単位	SDGs等、環境問題への取組み	その他	仕入先の見直しは検討していない
全 体		45.9	31.5	19.1	26.4	3.1	12.4	4.7	1.4	0.5	34.1
地域別	北海道	51.8	34.1	21.5	29.6	3.4	13.5	5.5	1.3	0.4	30.0
	東北	51.9	34.0	20.0	30.2	3.5	16.9	5.4	1.2	1.0	29.3
	関東	47.9	33.5	17.3	30.3	3.4	13.7	4.3	1.2	0.2	34.4
	首都圏	36.9	24.3	17.3	21.0	3.0	8.9	3.8	1.1	0.5	41.7
	北陸	48.3	32.6	22.9	24.8	3.0	15.5	6.4	2.6	0.3	30.0
	東海	50.2	36.5	18.2	30.0	2.3	14.3	5.0	1.6	0.7	31.1
	近畿	52.0	37.4	19.5	31.0	3.1	13.2	5.1	1.5	0.6	27.8
	中国	47.8	33.2	19.4	27.8	4.1	14.4	5.7	1.0	0.2	35.4
	四国	48.6	30.8	19.8	24.3	3.7	13.6	4.2	1.0	0.0	33.2
九州北部	九州	40.8	27.8	24.6	20.0	2.8	9.8	4.3	1.5	0.0	36.3
	九州	42.6	28.0	18.4	21.6	3.5	12.0	4.1	2.5	0.6	36.5
規模別	1～4人	38.2	24.6	18.3	16.6	2.9	9.6	5.1	0.9	0.6	43.5
	5～9人	44.6	28.3	21.3	24.2	3.5	12.3	4.7	0.8	0.5	33.8
	10～19人	48.8	33.3	20.4	29.7	3.2	14.8	5.1	1.4	0.3	30.5
	20～29人	52.4	38.4	20.4	33.5	3.0	15.3	4.3	2.3	0.3	25.3
	30～39人	52.8	37.5	19.1	36.4	2.5	14.1	4.2	2.7	0.9	27.5
	40～49人	53.2	37.2	17.4	34.4	3.2	13.7	3.8	2.6	0.1	28.2
	50～99人	60.5	48.1	15.1	43.7	3.7	15.1	2.9	2.3	0.4	20.7
	100～199人	59.2	51.0	16.5	51.4	2.7	14.9	5.5	3.9	0.0	17.3
	200～300人	51.3	50.4	12.4	53.1	1.8	14.2	2.7	3.5	0.9	21.2
業種別	製造業	50.2	36.6	16.4	31.7	3.3	13.2	5.5	1.4	0.4	29.2
	卸売業	51.7	33.9	18.8	31.7	4.5	12.9	6.3	1.1	0.4	29.0
	小売業	40.2	30.1	16.1	21.1	2.7	11.1	6.8	1.2	0.5	38.8
	サービス業	35.8	23.8	17.8	17.5	2.8	10.5	3.5	2.0	0.5	46.8
	建設業	54.5	32.9	26.3	29.8	2.7	16.1	2.5	1.5	0.3	26.6
不動産業	30.7	19.2	24.8	14.5	2.2	7.2	0.8	1.1	1.4	47.2	

(備考) 最大3つまで複数回答

## 「調査員のコメント」から

全国中小企業景気動向調査表には、「調査員のコメント」として自由記入欄を設けている。ここでは、本調査の調査員である全国の信用金庫営業店職員から寄せられた声の一部を紹介する。

### (1) 新しい取組み

- 業況は良好。SDGsなどへの取組みにも注力する方針。(土木工事建築 北海道)
- フラワーアレンジメントを通じた高付加価値化に取り組む。販路拡大については当庫とタイアップしている。(園芸用品小売 北海道)
- 事業再構築補助金を活用し、近隣に新工場建設を計画している。(生鮮食料品卸 山形県)
- 車検などのWeb予約を開始したほか、SNSも利用した新規顧客獲得策を展開している。(石油製品小売 新潟県)
- コロナ禍により観光客の確保が厳しい中、ワーキングスペースとしての部屋の提供などを模索している。(旅館業 長野県)
- ハラル認証を取得し、東南アジアへの輸出に向けて設備導入と商品の改良を行った。(魚肉練り製品製造 静岡県)
- 新型コロナの影響もあるが、SNSを活用した通信販売や商品紹介を行っており、県内外のリピーターを多く獲得している。(精肉店 静岡県)
- 事業再構築補助金に採択され、新規事業の準備を行っている。(喫茶店、インターネットカフェ 愛知県)
- キッチンカーの加工など、従来より付加価値を付けた商品で生き残りをかけている。(中古車販売 大阪府)
- 今般、自動車の中古部品をインターネットオークションを通じて販売開始。(自動車整備、販売 兵庫県)
- 飲食店の営業が回復しないことを受け、インターネットやSNSを利用した販売に重点を置いている。海外に向けての営業も行う見込み。(清酒製造 兵庫県)
- 利益率改善のためにDX化などによる経費削減を検討している。また、SNS等を駆使した宣伝方法を模索している。(洗濯業 岡山県)
- 昨年に設備投資を実施し、作業効率が大幅に改善した。(金属くず業 広島県)

### (2) 仕入の困難化

- カニ等が不漁で、仕入価格が上昇。昨年の赤潮の影響もある。(鮮魚製造 北海道)
- 小麦粉やバター等が値上がりしているが、販売価格に転嫁できていない。(菓子製造 青森県)
- 半導体不足に加え、トイレ用品の仕入が難しく、売掛回収に支障が出ている。(建材卸、ガソリンスタンド 秋田県)
- 部材調節が厳しい状況が続いている。生産ラインを一部止めざるを得ない。(医療機器、情報機器製造 岩手県)
- 資材の価格上昇が急激すぎて、見積もり段階と発注段階で原価の変動が大きく、収益見込みがずれてしまう。(建設業 栃木県)
- これまでは仕入価格の上昇を価格転嫁してきたが、今後は消費者に受け入れられないだろうと危惧している。(総合工事業 埼玉県)
- 海外からの仕入が高騰し、入手が困難になっている。コロナ陽性者が出ており、工場の停止などが起きている。(ゴムホース、チューブ製造 埼玉県)
- 半導体入手が困難な状況。受注に関しては問題なく案件も多数来ている状態。(ソフト開発 神奈川県)
- ウッドショックや半導体不足の影響で住宅建築が遅れている。(不動産仲介 新潟県)
- 原油高により、ボイラー代や燃料代、野菜の仕入や包装資材など、あらゆる点で価格が上昇している。近く10%程度の値上げを実施予定。(パン、おやき製造 長野県)
- 利用している電力会社(新電力)から40%近い値上げ提示有。早急に見直しを行う方針。(綿織物製造 静岡県)
- 給湯器が不足している。今は代替機で対応している状態。(不動産業 京都府)
- 大豆等の仕入価格が高騰している。販売価格には転嫁できておらず、同業他社の状況を注視している。(豆腐、大豆食品製造 兵庫県)



### (3) 人手の不足、人件費高

- 中国人実習生が入国制限を受けているため、人手不足。提携する人材組合を増やし、人員増を図る。  
(ホタテ、毛ガニ製造 北海道)
- 医療関連の受注が増加しており、フル稼働の状態。人員不足が課題。  
(ハーネス加工 岩手県)
- 新型コロナ対応のため、人手が不足している。  
(介護老人保健施設 茨城県)
- パート募集しているが、人材確保が難しい。  
(玩具小売 埼玉県)
- コロナによるテナントの空きが多いことから、従業員が独立機運を高めており、人手不足となっている。  
(美容院 神奈川県)
- 精密板金業界は機械化が難しい工程が多く、人材不足が急務の課題となっている。  
(シャーシ、カバー、ヒートシンク製造 長野県)
- 従業員独立を受けて売上減、人員不足に悩んでいる。当庫が販路開拓や後継者育成支援を行う。  
(金型製造 静岡県)
- 受注が重なった時の人員不足が課題。地元零細企業のM&Aも検討中。  
(舗装工事 静岡県)
- 人手不足で仕事を断ることもある。  
(碎石、川砂、山砂卸 愛知県)
- 従業員の高齢化が進んでおり、若手人材の確保および育成が課題。  
(電気通信工事 滋賀県)
- 従業員の高齢化が課題であり、若い人材を欲している。  
(模型製造 大阪府)
- 現場作業員を募集しても応募がなく、人員確保が課題。  
(岩盤爆砕 大阪府)
- 工務担当のベテランが1人退職するため、経験者を至急確保する必要がある。  
(住宅建築 岡山県)
- 即戦力としての人手不足が慢性化している。  
(土木一式 岡山県)
- 仕入価格の上昇を転嫁できず、業界動向をうかがっている。人材不足が深刻である。(金属加工 広島県)

### (4) ロシア・ウクライナ情勢

- ウクライナ情勢を受けて、さらなる価格上昇が見込まれる。調達の遅延や数量確保困難もありうる。  
(小麦粉製造 北海道)
- ロシアの経済制裁に伴い、イカの輸入が滞ることが心配である。  
(スルメ製造 北海道)
- ロシアへの輸出を行っており、2月分の代金が入金されるか不安。  
(業務用食品製造 北海道)
- 仕入はヨーロッパからが多く、ウクライナ情勢を受けて遅延などが見込まれる。  
(バイクの修理、販売 千葉県)
- ウクライナ情勢を受けシャンプー等が値上がりする恐れあり。  
(美容院 神奈川県)
- 半導体不足に伴う中古車需要増加や、ロシアへの販売ルートの閉鎖により、厳しい経営環境となっている。  
(廃棄自動車処理業 神奈川県)
- ウクライナ問題を踏まえ小麦価格の上昇を懸念している。  
(米飯、パン製造 新潟県)
- コロナやウクライナ問題の影響が受注に出始めている。  
(アルミ、ステンレス加工 新潟県)
- ウクライナ情勢を受けて、海外の物流に変化がないか注視している。  
(自動車電装整備 山梨県)
- ウクライナ問題を受け、穀物の価格上昇が予想されている。販売商品の種類の増加も検討している。  
(砂糖、小麦粉卸売 静岡県)
- ロシア向け車両の部品を一部製造しており、出荷停止などの影響が懸念される。(金属製品製造業 愛知県)
- ロシア産が日本に入らなくなるため、仕入価格のさらなる上昇が予想される。(水産加工卸 愛知県)
- ウクライナ問題を受けて、輸入に頼っている部材の供給や価格に不安を感じる。(建売、土地売買 大阪府)
- ベニヤや合板の入荷が相変わらず少ない。ロシアからの外材も多く使われており、今後さらに合板が減る恐れもある。  
(製材業 岡山県)
- ウクライナ情勢の長期化により今後の受注や供給に大きな影響があると思料される。  
(産業用重電機器 愛媛県)

※本稿の地域区分のうち、関東は茨城、栃木、群馬、新潟、山梨、長野の6県。首都圏は埼玉、千葉、東京、神奈川の1都3県。東海は岐阜、静岡、愛知、三重の4県。九州北部は福岡、佐賀、長崎の3県。南九州は熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄の5県。