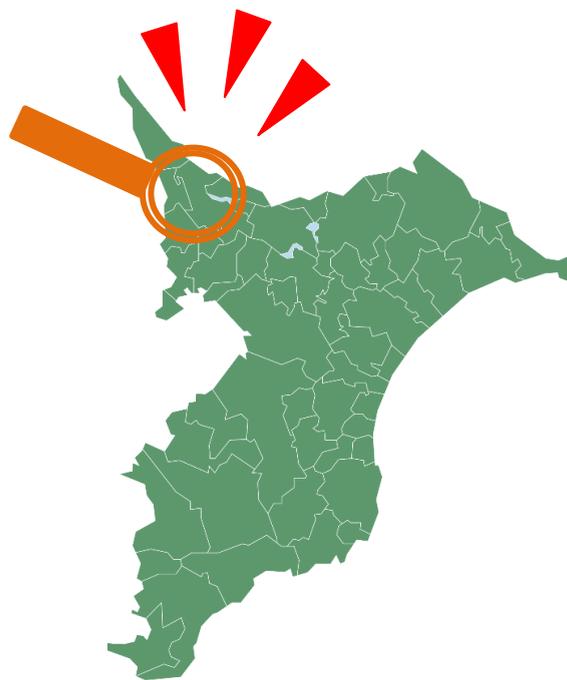


2022・11

# 柏の景気情報

令和4（2022）年11月の調査結果



柏商工会議所

The kashiwa Chamber Of Commerce and Industry

（本件担当） 柏商工会議所 中小企業相談所 振興課

〒277-0011 千葉県柏市東上町7-18

TEL : 04-7162-3305

FAX : 04-7162-3323

URL : <http://www.kashiwa-cci.or.jp>

E-mail : [info@kashiwa-cci.or.jp](mailto:info@kashiwa-cci.or.jp)

# 柏の景気情報 (令和4年11月の調査結果のポイント)

## ★調査結果のまとめ

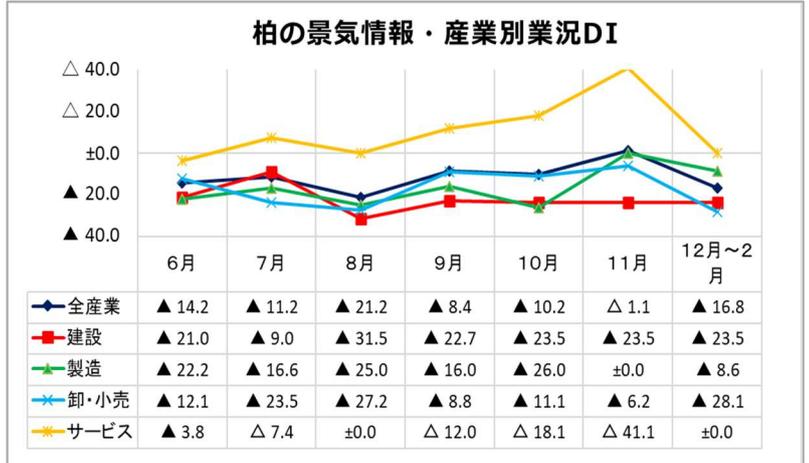
調査期間: 令和4年11月24日～12月2日 調査対象: 柏市内140事業所及び組合にヒアリング、回答数89

### 全産業DIはプラスに至る大幅改善。先行きは海外情勢や燃料、原材料等の価格上昇の長期化により厳しい見方

11月の全産業合計のDI値(前年同月比ベース、以下同じ)は、△1.1(前月水準▲10.2)となり、11.3ポイント縮小してプラスに転じた。

11月は建設業を除いた業種でDI値が改善した。製造業からはウィズコロナの政策転換で景気上昇と設備投資増加について、小売業からは千葉県のカッシュレス決済キャンペーンが追い風になったとのコメントが寄せられた。その他、電気代、原材料等の価格上昇による価格転嫁の苦慮について多くのコメントが寄せられた。

先行き見通しDIは▲16.8(今月比▲15.7)と悪化を見込む。海外情勢や燃料、原材料等の価格上昇の長期化により厳しい見方となっている。



## ★業種別の動向

前月と比べたDI値の動き 改善 横ばい 悪化



「畳の材料がすべて値上げしているのに、価格転嫁できていない。来年1月から価格表改定の予定(畳)、「建築資材の高騰が続いている」(一般土木建築工事)、「発注業者に価格転嫁を頼むも良い返事はこない。こちらの希望を見積もりの段階で上乘せしても、以前と変わらない回答が戻ってくる。取引の長いところほど融通がきかず、新しい取引業者を探すのはとても難しい」(とび)



「原材料、副資材の上昇が利益を圧迫しているが、競合他社は販売価格を上げておらず、発注量の減少等を考慮し価格転嫁は進んでいない。半導体不足に伴う顧客の生産活動の鈍化を受け、依然として受注が低迷(電子応用装置)、「燃料、原材料の値上げが大きい中、コロナ感染増加が不安材料」(酒類)、「各種部材、加工費の価格改定があり、自社製品の価格改定が必須に。価格確定後の客先への連絡、ホームページ・カタログ改定作業にかなりの労力がかかる」(化学工業)、「ウィズコロナの政策転換で景気は上昇中。設備投資も増加」(一般産業用機械・装置)、「県の補助金を利用し太陽光パネルや遮熱シート設置を決めた。使用電力量の減少を期待」(金属製品)、「原材料以外の人件費・電気代等の上昇を理由に値上げ申請しても通らない。原材料よりも電気代の方が製造原価の押し上げ要因であり、人件費も30年前の価格に据え置かれては、賃金アップは望めない」(金属製品)、「国内の新車販売台数が伸び悩み車検や整備需要が増え、補修部品市場はコロナ前より増えそうに感じるが、不況による走行距離の減少で消耗部品の需要は減っている」(自動車付属品)



「原料の価格上昇に頭を悩ませているが、今まで見て見ぬふりをしていた無駄について排するチャンスでもある。自社独自の商品、販路を増やす等、耐久性のある企業づくりを目指す」(食料卸売)、「取引企業には来年以降の納品価格変更をお願いしている」(洋菓子店)、「人流増加は鈍り、物価高による防衛意識が更に高まる。食関連に加え被服、雑貨を含め物消費全般に鈍化傾向」(百貨店)、「価格高騰による買い控えはあるものの、コロナの影響が大きかった衣類は上昇傾向。千葉県のキャッシュレス決済キャンペーンが追い風になった」(大型小売店)、「日本商材を輸出しているため、今年はインフレの年となった。デフレが当たり前として思考停止していると、今後の経営は大変になる」(自動車卸売)、「相場が上がっている販売価格は転嫁できるが、他社が上げていないレンタル料は転嫁できていない。配送料、整備費等は徐々に上げている」(土木建築サービス)



「電気代の上昇に加え、教材の仕入値の上昇が相次ぎ、冬期講習の利益に影響が出そう」(学習塾)、「企業の大人数の宴会がまだ期待できず、コロナ前と比べ席効率が悪化している状態は続く」(日本料理)、「客離れを引き起こす可能性が高く、値上げを思い切れない」(ゴルフ練習場)、「コロナ対策は日本語学校経営にまだマイナス影響を及ぼしている。個人と比べ中小企業への支援金は殆どなく、税金の減免措置もなく、経営への不安はいつでも解消されない」(専修学校、各種学校)

## ★全国の商工会議所早期景気観測調査(CCI-LOBO)との比較

全産業合計では、「柏の景気」が△1.1に対し、「CCI-LOBO」が▲16.4で、柏の方がマイナス幅が17.5ポイント小さい。業種別では、「柏の景気」の方が良い業種は、製造業、卸小売業、サービス業であり、10ポイント以上良い。「柏の景気」の方が悪い業種は、建設業である。

# 今月の柏の景気天気図

柏の景気情報と全国CCI - LOBOとの比較

| 景気天気図         |           |           |           |           |           |
|---------------|--|--|--|--|--|
|               | 特に好調<br>DI ≥ 50  | 好調<br>50 > DI ≥ 25   | まあまあ<br>25 > DI ≥ 0  | 不振<br>0 > DI ≥ ▲25   | 極めて不振<br>▲25 > DI  |
| <b>業況DI</b>   | 全産業  | 建設   | 製造   | 卸小売  | サービス   |
| 柏の景気          |  1.1      |  ▲ 23.5   |  ± 0.0    |  ▲ 6.2    |  41.1     |
| CCI-LOBO      |  ▲ 16.4   |  ▲ 22.9   |  ▲ 16.2   |  ▲ 23.9   |  ▲ 4.5    |
| <b>売上DI</b>   | 全産業  | 建設   | 製造   | 卸小売  | サービス   |
| 柏の景気          |  10.1     |  ▲ 17.6   |  ▲ 17.3   |  25.0     |  47.0     |
| CCI-LOBO      |  0.4      |  ▲ 16.0   |  5.1      |  ▲ 14.1   |  16.7     |
| <b>採算DI</b>   | 全産業  | 建設   | 製造   | 卸小売  | サービス   |
| 柏の景気          |  ▲ 14.6  |  ▲ 29.4  |  ▲ 43.4  |  ▲ 9.3   |  29.4    |
| CCI-LOBO      |  ▲ 21.8 |  ▲ 30.1 |  ▲ 27.0 |  ▲ 27.2 |  ▲ 7.3  |
| <b>仕入単価DI</b> | 全産業  | 建設   | 製造   | 卸小売  | サービス   |
| 柏の景気          |  ▲ 77.5 |  ▲ 76.4 |  ▲ 95.6 |  ▲ 75.0 |  ▲ 58.8 |
| CCI-LOBO      |  ▲ 76.6 |  ▲ 84.6 |  ▲ 82.4 |  ▲ 74.9 |  ▲ 67.2 |
| <b>従業員DI</b>  | 全産業  | 建設   | 製造   | 卸小売  | サービス   |
| 柏の景気          |  23.5   |  35.2   |  17.3   |  18.7   |  29.4   |
| CCI-LOBO      |  20.3   |  29.2   |  13.6   |  16.0   |  25.9   |
| <b>資金繰りDI</b> | 全産業  | 建設   | 製造   | 卸小売  | サービス   |
| 柏の景気          |  ▲ 12.3 |  ▲ 11.7 |  ▲ 30.4 |  ▲ 9.3  |  5.8    |
| CCI-LOBO      |  ▲ 15.6 |  ▲ 6.6  |  ▲ 18.9 |  ▲ 21.5 |  ▲ 15.1 |

# CC I - L O B O

## 商工会議所早期景気観測(11月速報)

調査期間：2022年11月14日～18日

調査対象：全国の329商工会議所が2,537企業にヒアリング調査を実施

**全国の業況**  
業況DIは、2カ月連続で改善。先行きは、感染再拡大への懸念から厳しい見方

11月の全産業合計の業況DIは、▲16.4と、前月から+4.3ポイントの改善。製造業では、飲食・宿泊業向けの食料品や企業の設備投資需要に牽引され、業況が改善した。建設業では、堅調な住宅建設関連等の民間工事に下支えされ、改善した。また、小売業・サービス業でもインバウンド、全国旅行支援による客足の回復で改善となった。一方、卸売業では、消費者向け商品の引き合いが増加する中、人手不足に伴う人件費増等によるコスト増が足かせとなり、ほぼ横ばいに留まった。資源・原材料価格の高騰や人手不足による受注機会の損失、物価高による消費マインドの低下、十分な価格転嫁が行えていない等、経営課題は山積するも、経済活動は正常化に向かつており、中小企業の業況は改善が続いている。

先行きについては、先行き見通しDIが▲20.3（今

月比▲3.9ポイント）と悪化を見込む。年末年始商戦を契機とした個人消費拡大や、観光需要の回復が期待される一方、感染再拡大の兆しから消費マインドのさらなる低下を懸念する声が小売業・サービス業から聞かれた。加えて、資源・原材料価格の高騰や人手不足に伴う人件費増加等の継続も見込まれている。厳しい経営環境が続く中、為替の乱高下や世界経済の鈍化等も危惧され、中小企業の先行きは厳しい見方となっている。

○各業種から寄せられた特徴的なコメントは以下のとおり。

業種別にみると、今月の業況DIは前月に比べ、卸売業は横ばい、その他の業種で改善した。各業種から寄せられた特徴的なコメントは以下のとおり。

【建設業】「短期の民間工事については、資材価格等が値上がりした際に、改めて見積書を提示することで、一定程度の価格転嫁は行えてい

る。今後も資材価格の市場調査をきちんと行い、顧客との交渉を図っていく」（土木工事業）、「公共工事や長期工期の案件は、資材価格や燃料費の上昇が施工までに複数回発生するため、適切な価格交渉が難しい状況が続いている」（一般工事業）

【製造業】「コロナ禍からの客足の回復を受けたホテルや旅館等の顧客からの受注が増えてきた。一方で、生産にかかると電気代や燃料価格の高騰が続いている。一企業の自助努力だけでは、対応に窮するため、今後の政府の対策に期待する」（はん用機械部品製造業）、「受注が活発になる中で、人手不足が深刻化している。働き方改革への対応や賃上げを図るべく、生産性向上を進めていく」（非鉄金属鍛造品製造業）

【卸売業】「飲食・宿泊業からの受注は増加しており、価格転嫁への取り組みも行っている。一方、仕入原価以外の人手不足対策に伴う人件費や、電気料金上昇によるコスト負担増は重く、収益の圧迫が続いている」（農畜産水産物卸売業）、「仕入価格の上昇分につ

いては、価格転嫁が行えていない。一方、包装資材価格や人手不足に伴う人件費等の上昇分までは対応できていない」（日用品卸売業）

【小売業】「インバウンド需要に加え、県内プレミアムクーポンによる購買促進も重なり、売上増加に繋がっている」（百貨店）、「円安による輸入品の仕入単価の上昇等、コスト負担は増えているが、消費者離れを懸念し、販売価格を上げることが出来ていない。商店街全体の活気もコロナ禍前には戻っておらず、近隣の他店舗では人手不足も重なり、営業を休止する店舗も出ている」（商店街）

【サービス業】「全国旅行支援により、旅行需要が回復傾向となり、売上が増加している。また、インバウンド需要の増加に加えて円安の追い風もあり、海外からの代理店からも問い合わせが増加している。全国旅行支援の継続を期待するとともに、感染対策を徹底し、販促に努める」（旅行業）、「客足はコロナ禍前程度まで回復した。一方、人手不足が深刻で、臨時休業せざるを得ない等、売上機

休業せざるを得ない等、売上機

### 全国・産業別業況DIの推移

「見通し」は当月水準と比較した向こう3ヶ月の先行き見通しDI

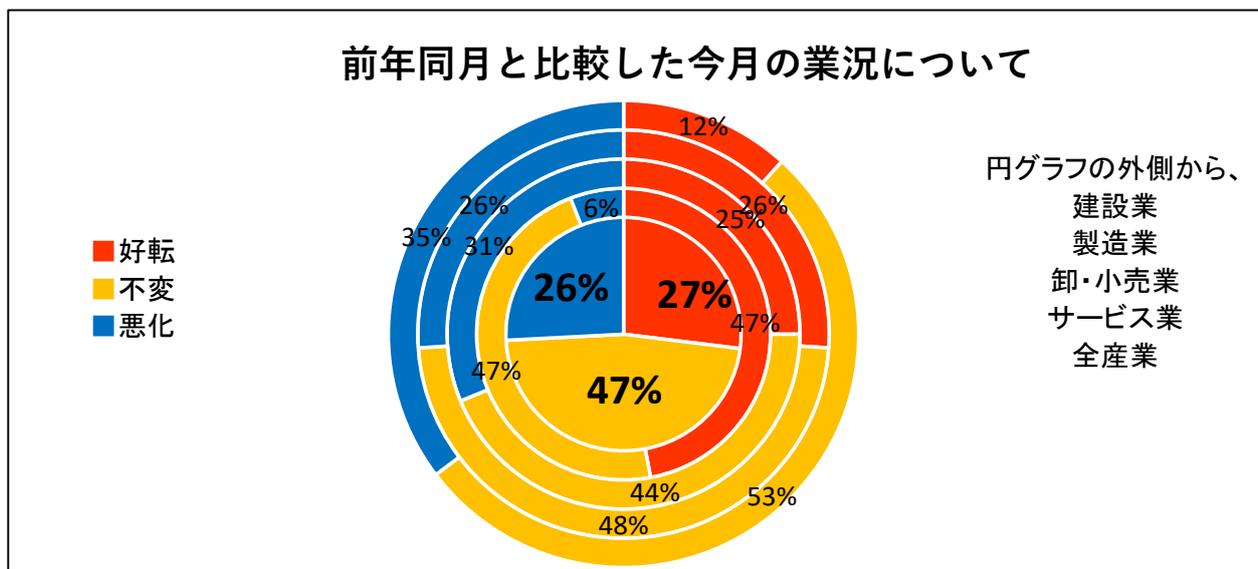
|     | 全産業   | 建設    | 製造    | 卸売    | 小売    | サービス  |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 6月  | ▲20.3 | ▲29.3 | ▲19.8 | ▲22.0 | ▲32.2 | ▲4.4  |
| 7月  | ▲17.8 | ▲28.7 | ▲17.9 | ▲18.1 | ▲25.2 | ▲4.1  |
| 8月  | ▲21.0 | ▲26.4 | ▲18.9 | ▲24.8 | ▲30.7 | ▲10.2 |
| 9月  | ▲23.3 | ▲28.7 | ▲23.3 | ▲27.2 | ▲31.9 | ▲11.4 |
| 10月 | ▲20.7 | ▲29.9 | ▲20.1 | ▲21.1 | ▲29.4 | ▲8.1  |
| 11月 | ▲16.4 | ▲22.9 | ▲16.2 | ▲20.3 | ▲23.9 | ▲4.5  |
| 見通し | ▲20.3 | ▲20.8 | ▲19.5 | ▲23.4 | ▲25.3 | ▲15.1 |

会を逃す状況が発生している（飲食業）

# 令和4年（2022年）11月の動向

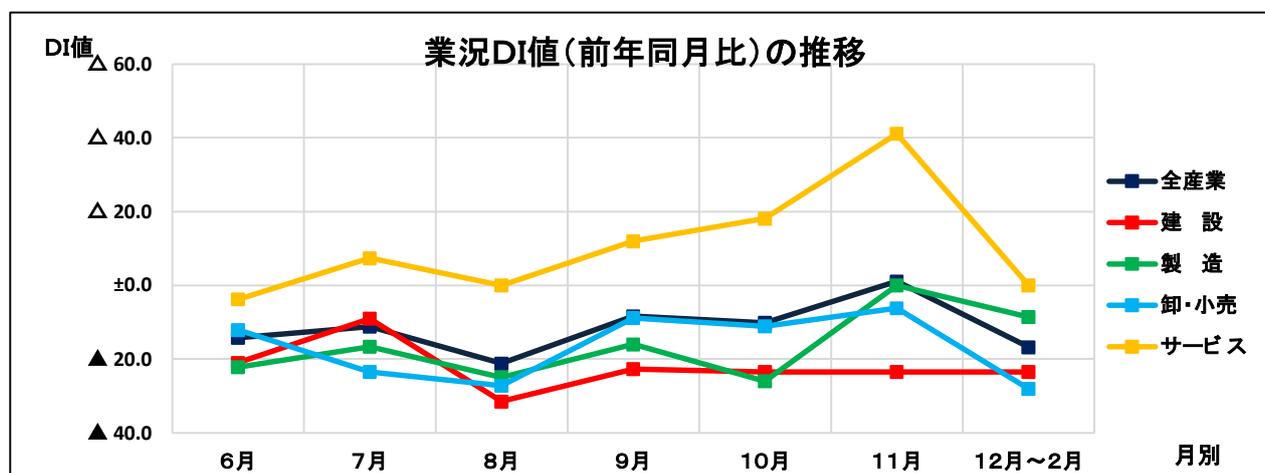
## 【業況について】

- 11月の全産業合計のDI値（前年同月比ベース、以下同じ）は、△1.1（前月水準▲10.2）となり、マイナス幅が11.3ポイント縮小した。
- 向こう3ヶ月（12月から2月）の先行き見通しについては、全産業では、▲16.8（前月水準▲3.0）となり、マイナス幅が13.8ポイント拡大する見通しである。



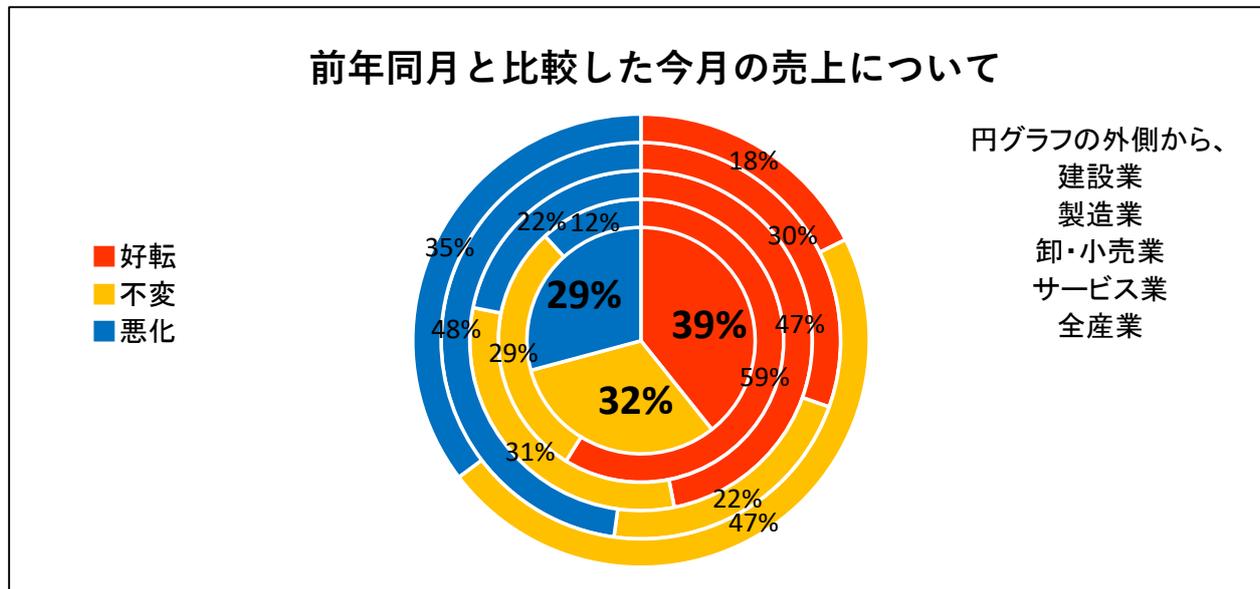
業況DI値（前年同月比）の推移 ※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合

|      | 令和4年  |       |       |       |       |       | 先行き見通し         |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----------------|
|      | 6月    | 7月    | 8月    | 9月    | 10月   | 11月   | 12月~2月（11月~1月） |
| 全産業  | ▲14.2 | ▲11.2 | ▲21.2 | ▲8.4  | ▲10.2 | △1.1  | ▲16.8（▲3.0）    |
| 建設   | ▲21.0 | ▲9.0  | ▲31.5 | ▲22.7 | ▲23.5 | ▲23.5 | ▲23.5（▲17.6）   |
| 製造   | ▲22.2 | ▲16.6 | ▲25.0 | ▲16.0 | ▲26.0 | ±0.0  | ▲8.6（±0.0）     |
| 卸・小売 | ▲12.1 | ▲23.5 | ▲27.2 | ▲8.8  | ▲11.1 | ▲6.2  | ▲28.1（▲19.4）   |
| サービス | ▲3.8  | △7.4  | ±0.0  | △12.0 | △18.1 | △41.1 | ±0.0（△31.8）    |



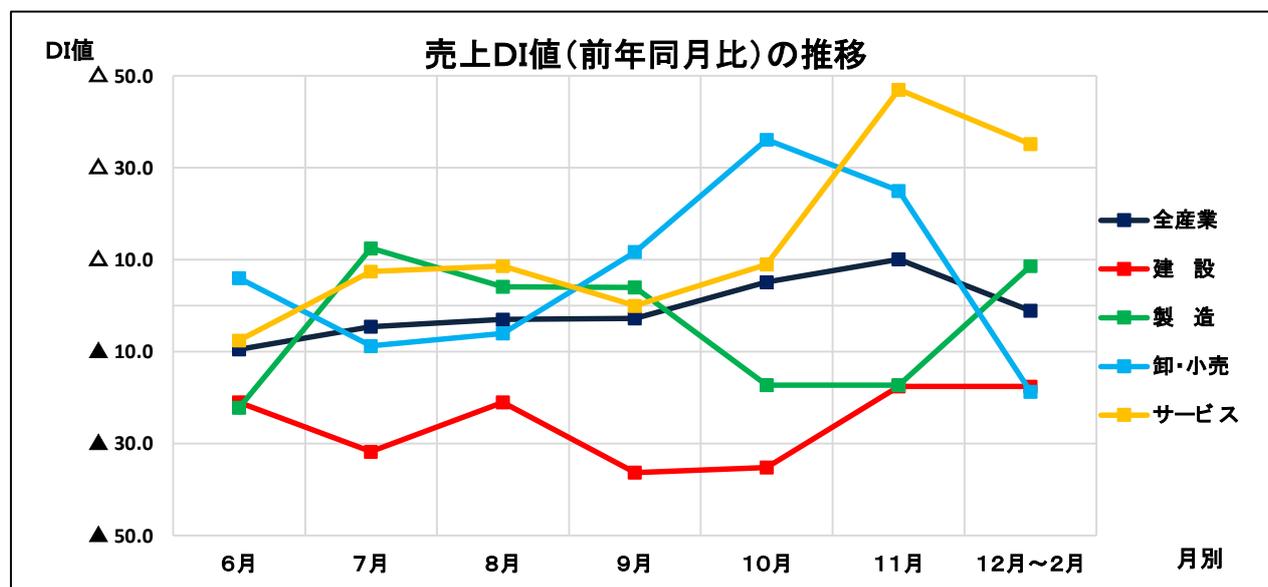
【売上について】

- 11月の全産業合計のDI値(前年同月比ベース、以下同じ)は、△10.1(前月水準△5.1)となり、プラス幅が5.0ポイント拡大した。
- 向こう3ヶ月(12月から2月)の先行き見通しについては、全産業では、▲1.1(前月水準△10.2)となり、プラス幅が11.3ポイント縮小する見通しである。



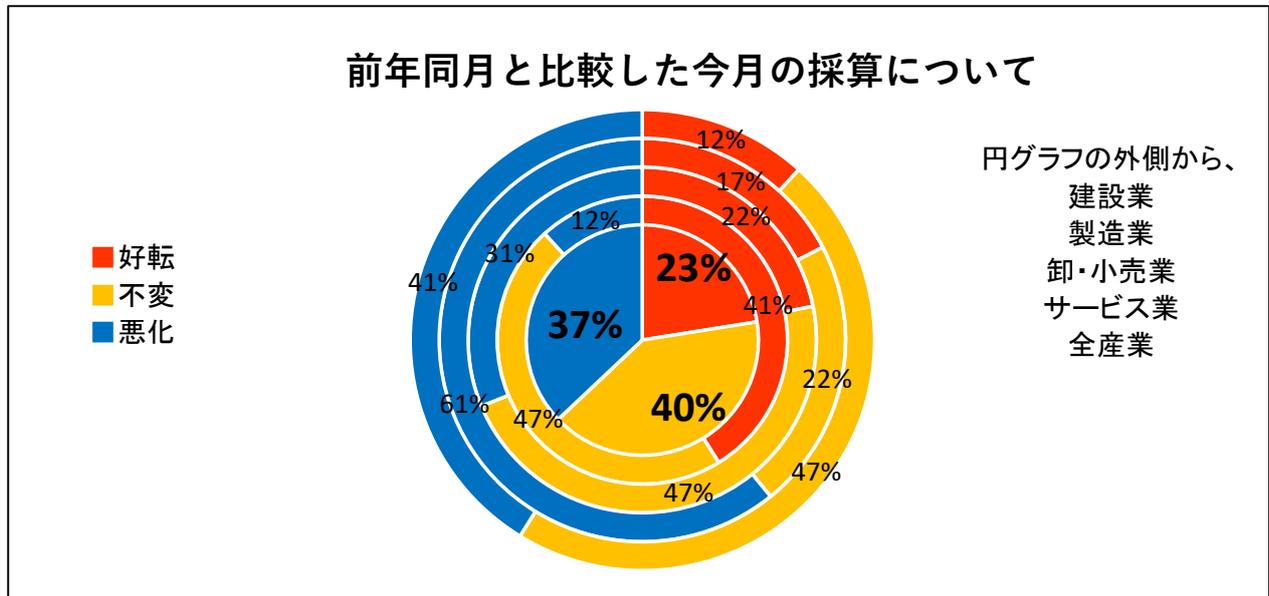
売上DI値(前年同月比)の推移 ※DI=「増加」の回答割合-「減少」の回答割合

|      | 令和4年  | 先行き見通し |       |       |       |       |                |
|------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|----------------|
|      | 6月    | 7月     | 8月    | 9月    | 10月   | 11月   | 12月~2月(11月~1月) |
| 全産業  | ▲9.5  | ▲4.6   | ▲3.0  | ▲2.8  | △5.1  | △10.1 | ▲1.1(△10.2)    |
| 建設   | ▲21.0 | ▲31.8  | ▲21.0 | ▲36.3 | ▲35.2 | ▲17.6 | ▲17.6(▲11.7)   |
| 製造   | ▲22.2 | △12.5  | △4.1  | △4.0  | ▲17.3 | ▲17.3 | △8.6(△8.6)     |
| 卸・小売 | △6.0  | ▲8.8   | ▲6.0  | △11.7 | △36.1 | △25.0 | ▲18.7(△8.3)    |
| サービス | ▲7.6  | △7.4   | △8.6  | ±0.0  | △9.0  | △47.0 | △35.2(△31.8)   |



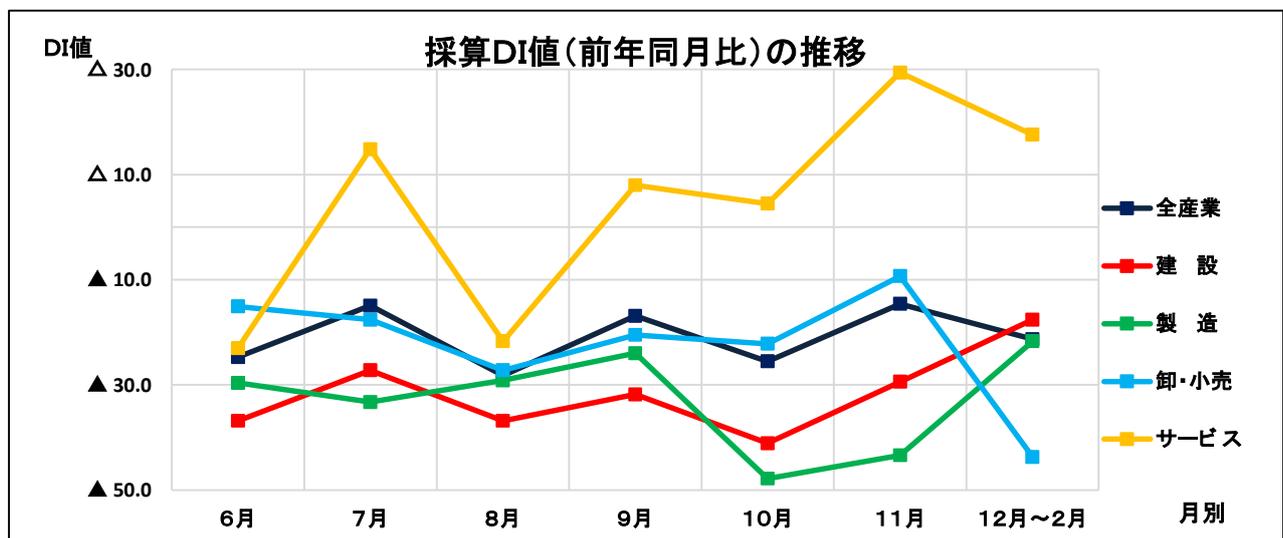
【採算について】

- 11月の全産業合計のDI値(前年同月比ベース、以下同じ)は、▲14.6(前月水準▲25.5)となり、マイナス幅が10.9ポイント縮小した。
- 向こう3ヶ月(12月から2月)の先行き見通しについては、全産業では、▲21.3(前月水準▲12.2)であり、マイナス幅が9.1ポイント拡大する見通しである。



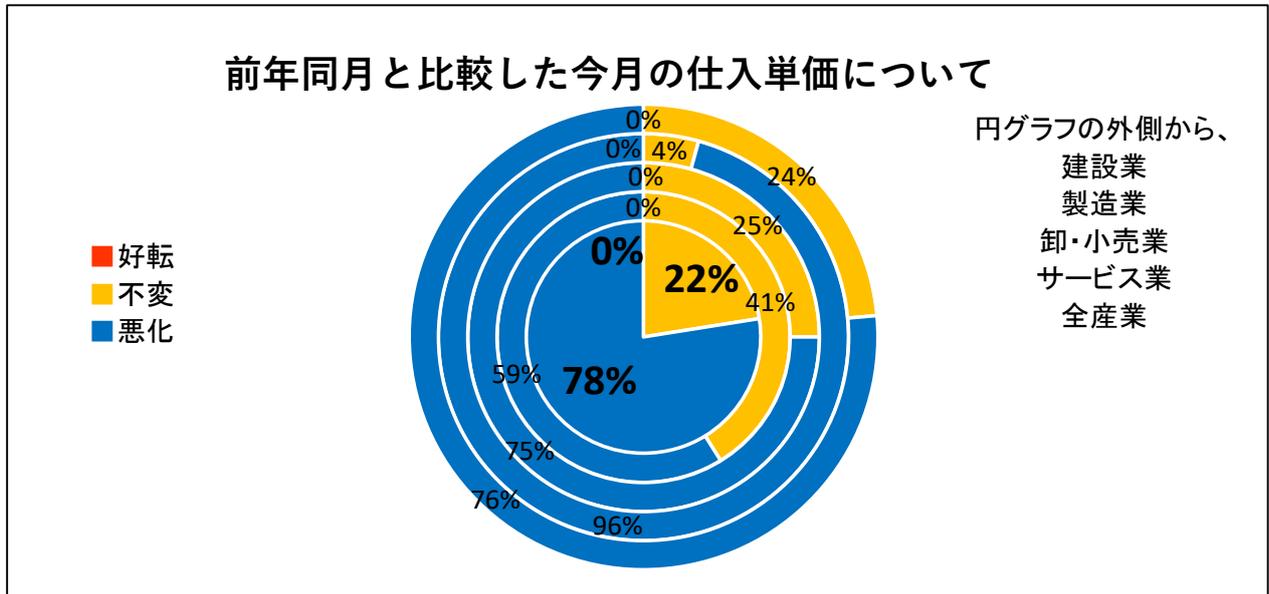
採算DI値(前年同月比)の推移 ※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合

|      | 令和4年  |       |       |       |       |       |               | 先行き見通し<br>12月~2月(11月~1月) |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|--------------------------|
|      | 6月    | 7月    | 8月    | 9月    | 10月   | 11月   |               |                          |
| 全産業  | ▲24.7 | ▲14.9 | ▲28.2 | ▲16.9 | ▲25.5 | ▲14.6 | ▲21.3 (▲12.2) |                          |
| 建設   | ▲36.8 | ▲27.2 | ▲36.8 | ▲31.8 | ▲41.1 | ▲29.4 | ▲17.6 (▲29.4) |                          |
| 製造   | ▲29.6 | ▲33.3 | ▲29.1 | ▲24.0 | ▲47.8 | ▲43.4 | ▲21.7 (▲21.7) |                          |
| 卸・小売 | ▲15.1 | ▲17.6 | ▲27.2 | ▲20.5 | ▲22.2 | ▲9.3  | ▲43.7 (▲16.6) |                          |
| サービス | ▲23.0 | △14.8 | ▲21.7 | △8.0  | △4.5  | △29.4 | △17.6 (△18.1) |                          |



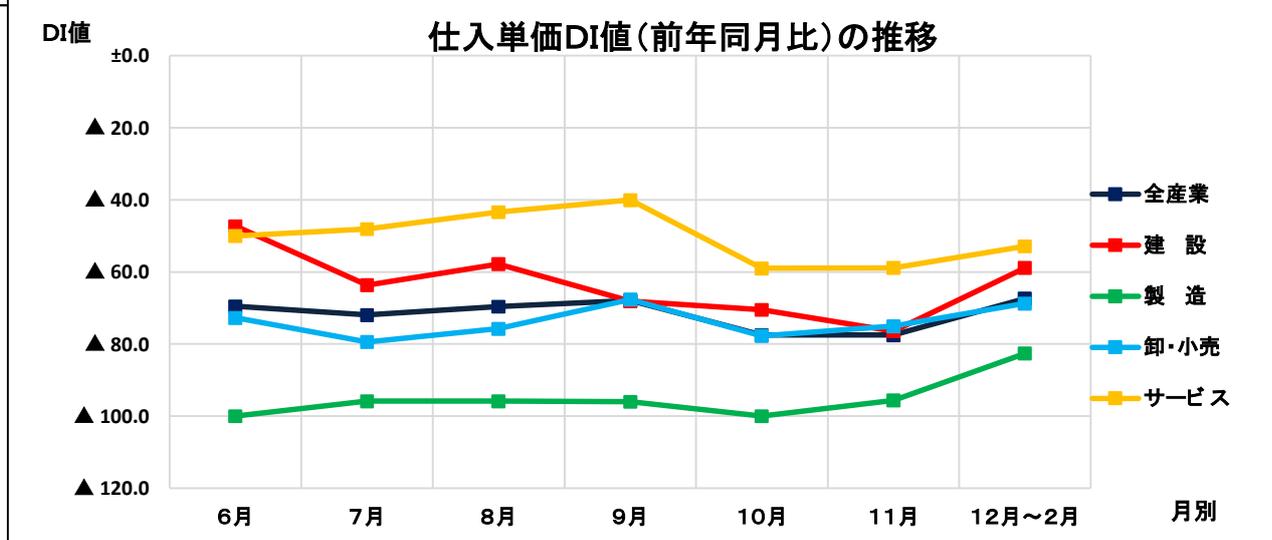
【仕入単価について】

- 11月の全産業合計のDI値(前年同月比ベース、以下同じ)は、▲77.5(前月水準▲77.5)となり、変わらなかった。
- 向こう3ヶ月(12月から2月)の先行き見通しについては、全産業では、▲67.4(前月水準▲69.3)となり、マイナス幅が1.9ポイント縮小する見通しである。



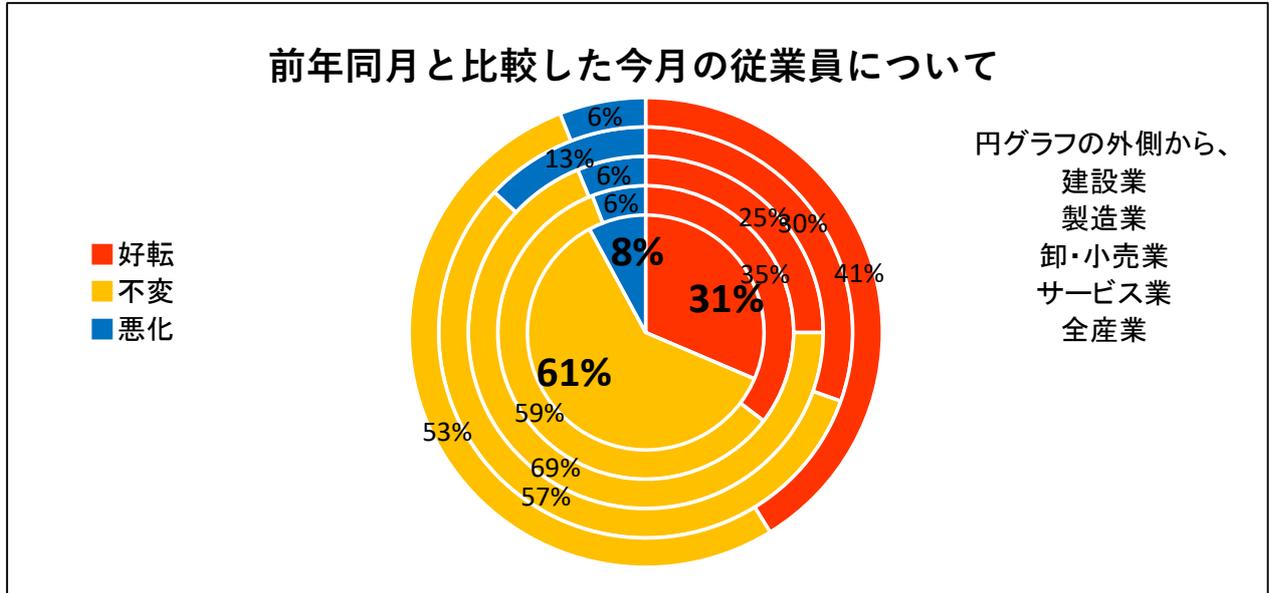
仕入単価DI値(前年同月比)の推移 ※DI=「下落」の回答割合-「上昇」の回答割合

|      | 令和4年   |       |       |       |        |       | 先行き見通し         |
|------|--------|-------|-------|-------|--------|-------|----------------|
|      | 6月     | 7月    | 8月    | 9月    | 10月    | 11月   | 12月~2月(11月~1月) |
| 全産業  | ▲69.5  | ▲71.9 | ▲69.6 | ▲67.9 | ▲77.5  | ▲77.5 | ▲67.4(▲69.3)   |
| 建設   | ▲47.3  | ▲63.6 | ▲57.8 | ▲68.1 | ▲70.5  | ▲76.4 | ▲58.8(▲70.5)   |
| 製造   | ▲100.0 | ▲95.8 | ▲95.8 | ▲96.0 | ▲100.0 | ▲95.6 | ▲82.6(▲91.3)   |
| 卸・小売 | ▲72.7  | ▲79.4 | ▲75.7 | ▲67.6 | ▲77.7  | ▲75.0 | ▲68.7(▲66.6)   |
| サービス | ▲50.0  | ▲48.1 | ▲43.4 | ▲40.0 | ▲59.0  | ▲58.8 | ▲52.9(▲50.0)   |



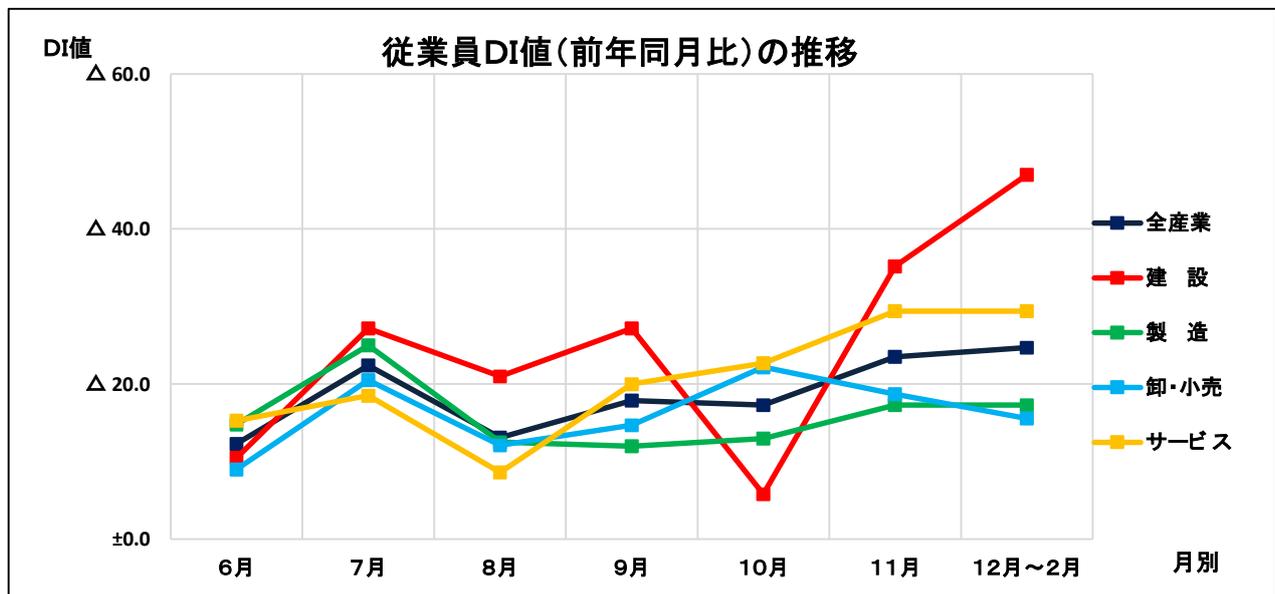
【従業員について】

- 11月の全産業合計のDI値(前年同月比ベース、以下同じ)は、△23.5(前月水準△17.3)となり、プラス幅が6.2ポイント拡大した。
- 向こう3ヶ月(12月から2月)の先行き見通しについては、全産業では、△24.7(前月水準△22.4)となり、プラス幅が2.3ポイント拡大する見通しである。



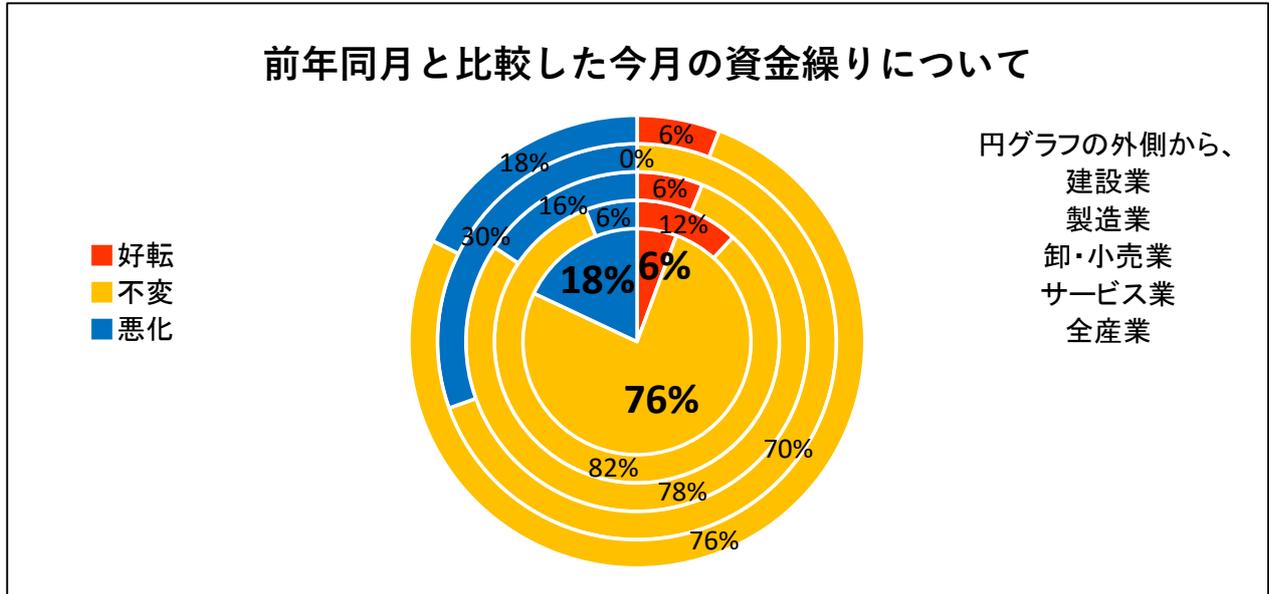
従業員DI値(前年同月比)の推移 ※DI=「過剰」の回答割合-「不足」の回答割合

|      | 令和4年  |       |       |       |       |       | 先行き見通し         |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----------------|
|      | 6月    | 7月    | 8月    | 9月    | 10月   | 11月   | 12月~2月(11月~1月) |
| 全産業  | △12.3 | △22.4 | △13.1 | △17.9 | △17.3 | △23.5 | △24.7(△22.4)   |
| 建設   | △10.5 | △27.2 | △21.0 | △27.2 | △5.8  | △35.2 | △47.0(△11.7)   |
| 製造   | △14.8 | △25.0 | △12.5 | △12.0 | △13.0 | △17.3 | △17.3(△21.7)   |
| 卸・小売 | △9.0  | △20.5 | △12.1 | △14.7 | △22.2 | △18.7 | △15.6(△25.0)   |
| サービス | △15.3 | △18.5 | △8.6  | △20.0 | △22.7 | △29.4 | △29.4(△27.2)   |



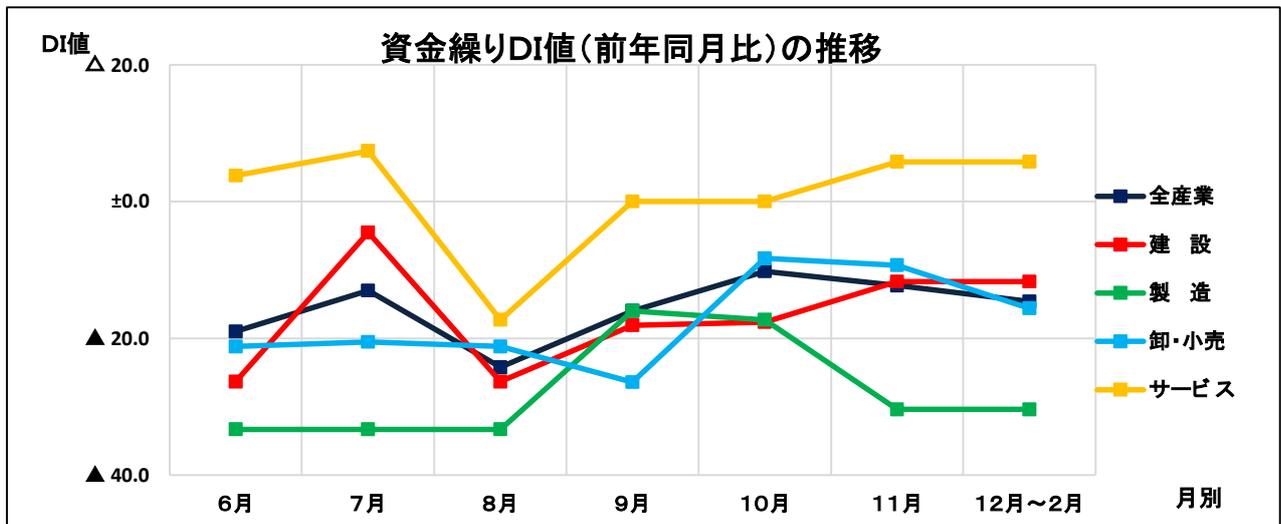
【資金繰りについて】

- 11月の全産業合計のDI値(前年同月比ベース、以下同じ)は、▲12.3(前月水準▲10.2)となり、マイナス幅が2.1ポイント拡大した。
- 向こう3ヶ月(12月から2月)の先行き見通しについては、全産業では、▲14.6(前月水準▲14.2)となり、マイナス幅が0.4ポイント拡大する見通しである。



資金繰りDI値(前年同月比)の推移 ※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合

|      | 令和4年  |       |       |       |       |       | 先行き見通し         |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----------------|
|      | 6月    | 7月    | 8月    | 9月    | 10月   | 11月   | 12月~2月(11月~1月) |
| 全産業  | ▲19.0 | ▲13.0 | ▲24.2 | ▲16.0 | ▲10.2 | ▲12.3 | ▲14.6(▲14.2)   |
| 建設   | ▲26.3 | ▲4.5  | ▲26.3 | ▲18.1 | ▲17.6 | ▲11.7 | ▲11.7(▲23.5)   |
| 製造   | ▲33.3 | ▲33.3 | ▲33.3 | ▲16.0 | ▲17.3 | ▲30.4 | ▲30.4(▲26.0)   |
| 卸・小売 | ▲21.2 | ▲20.5 | ▲21.2 | ▲26.4 | ▲8.3  | ▲9.3  | ▲15.6(▲13.8)   |
| サービス | △3.8  | △7.4  | ▲17.3 | ±0.0  | ±0.0  | △5.8  | △5.8(△4.5)     |

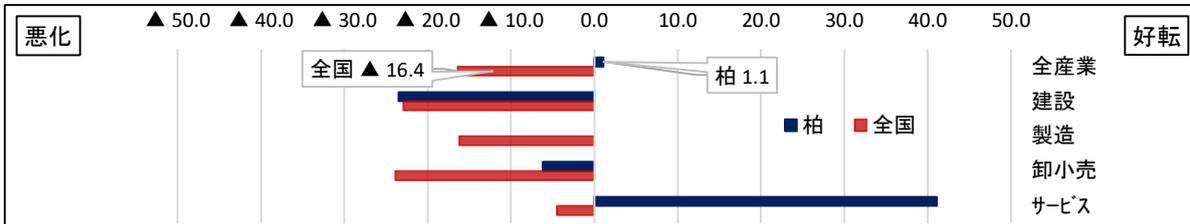


# 全国（CCI-LOBO）との比較

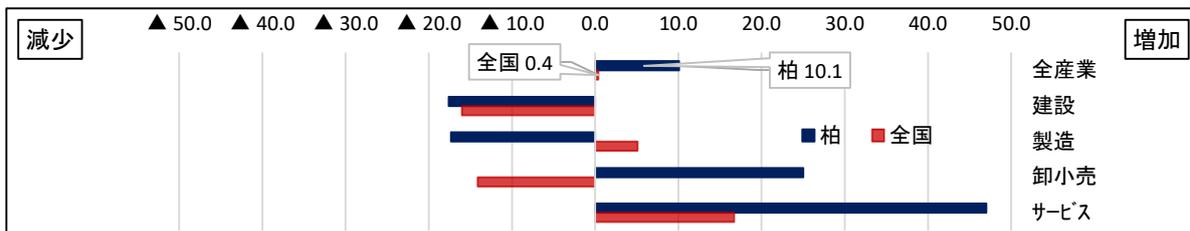
## 【CCI-LOBOとは】

日本商工会議所が各地商工会議所のネットワークを活用し、地域や中小企業が「肌で感じる足元の景況感」や「直面する経営課題」を全国ベースで毎月調査し、その結果を集計・公表するものです

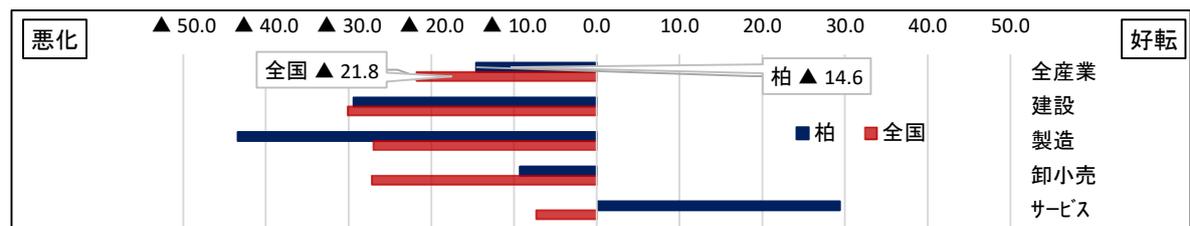
## 【業況DI】



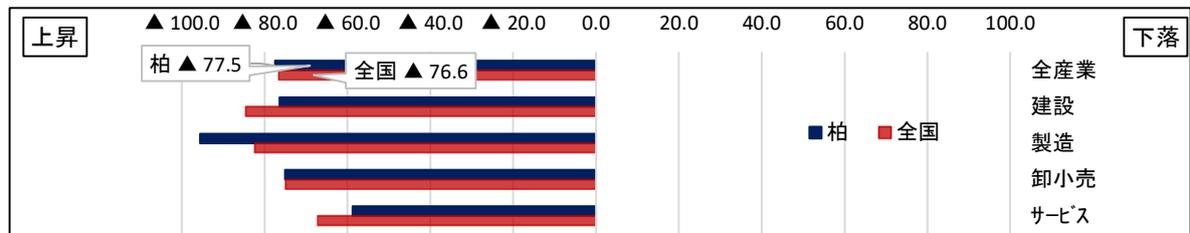
## 【売上DI】



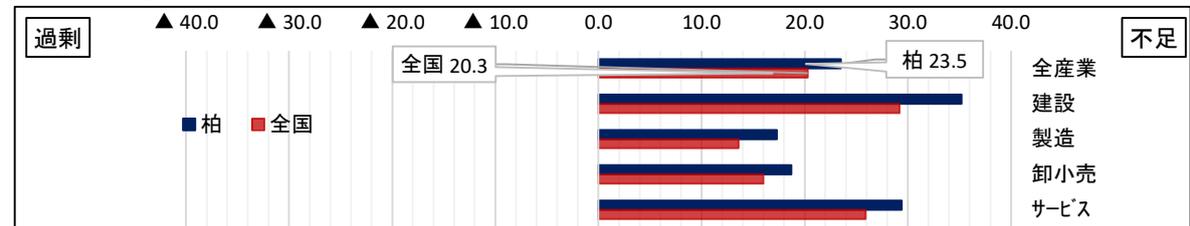
## 【採算DI】



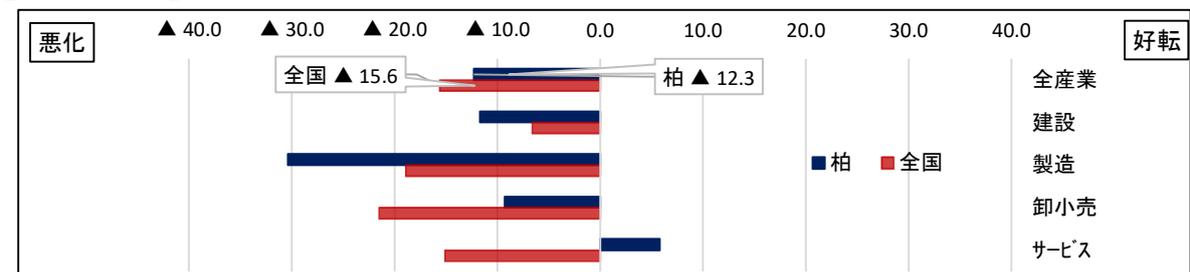
## 【仕入単価DI】



## 【従業員DI】



## 【資金繰りDI】



## 【業種別】業界内トピックス

| 業種別  | 概況   | 業種            |
|--|--|---------------|
| 建設業  | 畳の材料がすべて値上げしているのに、価格転嫁が出来ていない状態なので、来年1月から価格表改定の予定。   | 畳工事請負・畳製造販売業  |
|  | 建築資材の高騰が続いている  | 一般土木建築工事業     |
|  | 発注業者に価格転嫁を頼むも良い返事はこない。こちらの希望を見積もりの段階で上乘せしても、以前と変わらない回答が戻ってくる。取引の長いところほど融通がきかず、新しい取引業者を探すのはとても難しい。  | とび            |
| 製造業  | 新型コロナの影響で化粧品容器の受注が落ち込んだまま未だに回復傾向が見られない。医療品容器に関しては話だけではあるが新企画等のプロジェクトが舞い込むようになってきた。   | プラスチック加工      |
|  | 原材料及び副資材の価格が上昇傾向にあり、利益を圧迫しているが、その転嫁は思うように進める事ができない状況にある。また、半導体不足に伴う顧客の生産活動の鈍化による煽りも受け、依然として受注が低迷している状況が続いている。  | 電子応用装置製造業     |
|  | 依然として燃料等のユーティリティの値上げや原材料の値上げが大きいのかかっている。そのような中、新型コロナの感染者が増加傾向にあることが不安材料である。  | 酒類製造業         |
|  | 為替やエネルギーコストの影響で、軒並みに各種部材および加工費の価格改定があり、自社製品の価格改定が必須になった。原価計算や競合他社の動向も見ながら販売価格を検討しており、価格確定後の客先へのアナウンス、ホームページ・カタログ改定作業にかなりの労力がかかる見込み。中小零細のメーカーには、マンパワーも限られており、苦しいところだが仕方がない。                                     | 化学工業          |
|  | コロナとウクライナ情勢の影響は続いているが、ウズコロナの政策転換で景気は上昇中である。設備投資も増えてきている。   | 一般産業用機械・装置製造業 |
|  | ユーザーが在庫調整に入り売上減少が今後数か月継続。仕入単価高騰により、厳しい状況。  | 鉄鋼業           |
|  | グローバルで景気減速に向かっているように感じる。2023年の動向注視と対策案が必要だと思っています。   | 金属素形材製品製造業    |
|  | 太陽光パネルや遮熱シート設置を決めた(千葉県補助金利用)。使用電力量が減ることを期待する。  | 金属製品          |
|  | 値上げ交渉について、原材料の上昇分は値上げを認めるが、それ以外の経費(人件費・運賃・電気代)などの費用について加工費という形で値上げを申請してもほとんど通らない。原材料の価格より電気代の上昇のほうが製造原価を押し上げている要因であることから、かなりの利益の圧迫になる。人件費についても30年前の価格を据え置きと言われては、賃金アップなど望めない。最終製品は値上げされているのになぜ部品は値上げされないのか不思議。 | 金属製品製造業       |
|  | 現在、価格転嫁の交渉中であるため、まだ決着していない状況である。   | 有機化学工業製品製造業   |
|  | 国内の新車の販売台数が半導体を含む部品の供給不足の影響で伸び悩んでいるため、車の買い替え時期が伸び、車検や車整備の需要が増え、補修部品市場はコロナ前に比べて増えそうに感じる。一方で不況による走行距離が減って、その分消耗部品の需要は減っている感じがするので、自動車の補修部品市場に限って言えば、景気が良いのか悪いのか良くわからない状況です。                                      | 自動車付属品製造業     |
| コスト増加分は見積の際に特に報告せず、増加を見込んだ額で回答している。価格についての話し合いは特にしていない。受注できるかどうかは価格だけの問題ではない為、発注先と話し合うことは無い。 | 金属素形材製品製造業   |               |

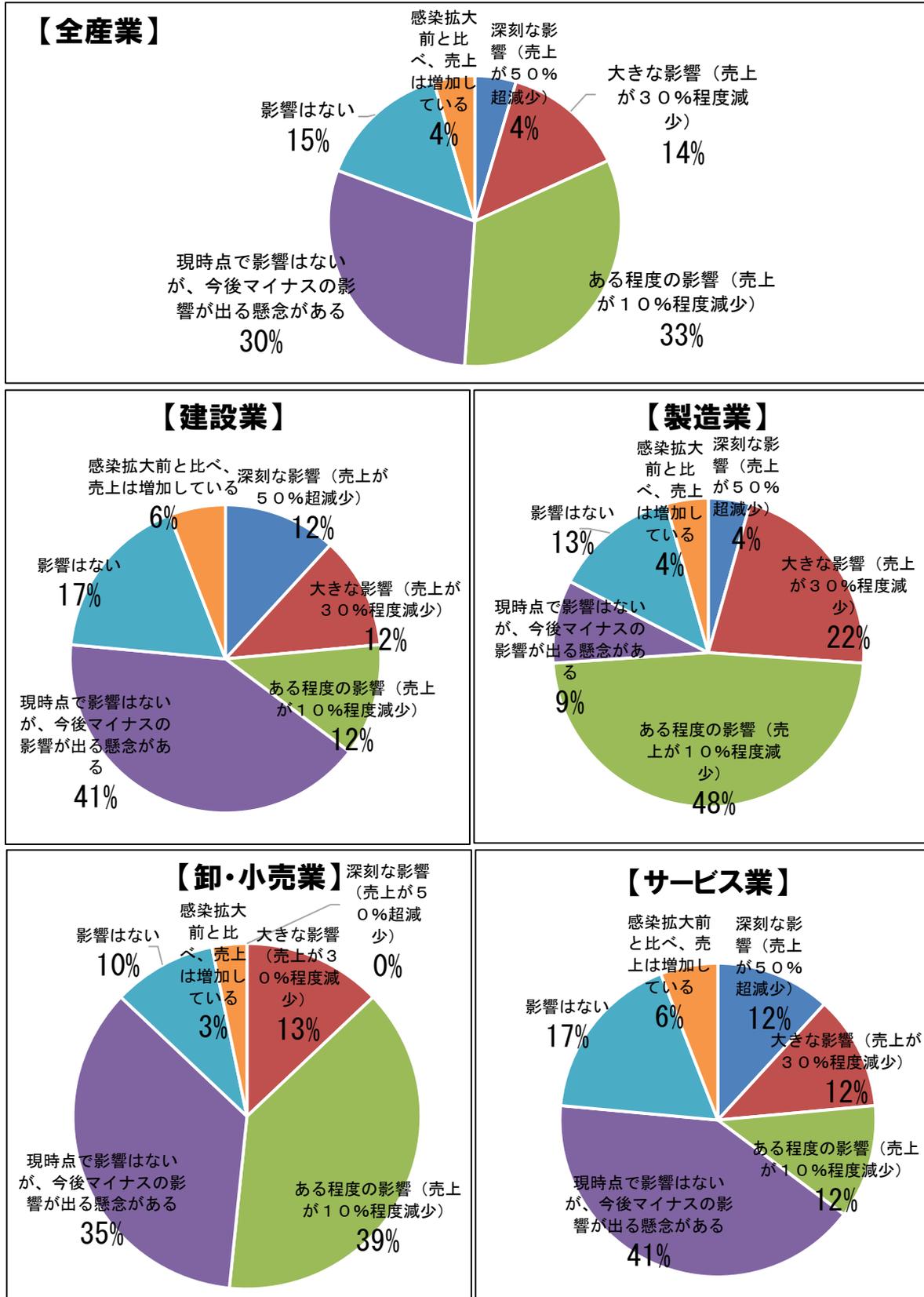
## 【業種別】業界内トピックス

|                         |   |           |
|-------------------------|---|-----------|
| 卸・小売業                   | <p>コロナの感染症拡大もあるが、とにかくロシアウクライナ問題、円安の影響による諸処原料の価格上昇が段階的にあり頭を悩ませている。年間数百万単位でのコスト増があり得る。今まで見て見ぬふりをしていた無駄について排するチャンスでもある。また、多くの得意先が景気に左右される飲食業や食品販売業であるため自社ではコントロールできない売上の増減がある。今後は自社独自の商品づくり、販路のバラエティを増やすなど耐久性のある企業づくりを目指す。</p> | 食料卸売業     |
|                         | <p>お取引企業様には、来年以降の納品価格変更のお願いをしている。</p>   | 洋菓子店      |
|                         | <p>人流増加は鈍り、物価高による防衛意識が更に高まる。食関連に加え被服、雑貨を含め物消費全般に鈍化傾向</p>  | 百貨店       |
|                         | <p>価格高騰による買い控えはあるものの、コロナで影響の大きかった衣類は上昇傾向。千葉のバーコード決済キャンペーンで追い風となった。</p>  | 大型小売店     |
|                         | <p>私達は日本の商材を輸出しているため、今年はインフレ元年となった。デフレーションが当たり前だったまま思考停止していると、今後は大変なビジネス経営をする事になるだろう。来年以降は、物流コスト、電気料金、賃料、人件費等のインフレーション要因が表に現れる時期だ。</p>  | 自動車卸売業    |
|                         | <p>販売価格については、相場が上がっているため、価格に転嫁できますが、レンタル料は他社が上げていないので転嫁できず、配送料、整備費等は徐々に上げています。</p>  | 土木建築サービス業 |
| サービス業                   | <p>全てに対して深刻です。新商品の開発を検討する。</p>  | ソフトウェア業   |
|                         | <p>ロシアウクライナ情勢、新型コロナウイルスの影響が続いている。</p>   | 不動産管理業    |
|                         | <p>電気代の上昇に加えて、10月より教材の仕入れ値の上昇が相次ぎ、冬期講習の利益に少なからぬ影響が出そう。</p>  | 学習塾       |
|                         | <p>企業の大人数の集まりがまだあまり期待できず、コロナ前に比べて席効率は悪化の状態を継続している</p>   | 日本料理      |
|                         | <p>サービス業であり値上げは客離れを引き起こす可能性が高く、思い切って値上げが出来ない。</p>   | ゴルフ練習場    |
|                         | <p>コロナへの対策は日本語学校経営にマイナス的な影響とまだなりつつあります。国は個人への支援に比べて、中小企業への支援金を殆ど出していなかったし、税金などの減免措置も出していない。こうして、経営への不安はいつでも解消されていない状況です。</p>  | 専修学校、各種学校 |
| <p>インボイス制度の動向が気になる。</p> | 土木建築サービス業   |           |

附帯調査結果

# 新型コロナウイルス感染症の影響について

○新型コロナウイルス感染拡大前と比べた、今月の売上について



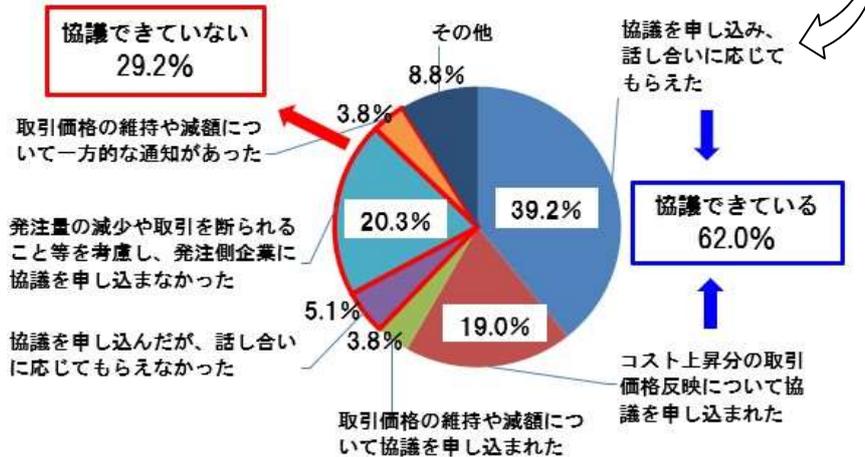
附帯調査結果

# 価格転嫁の動向について

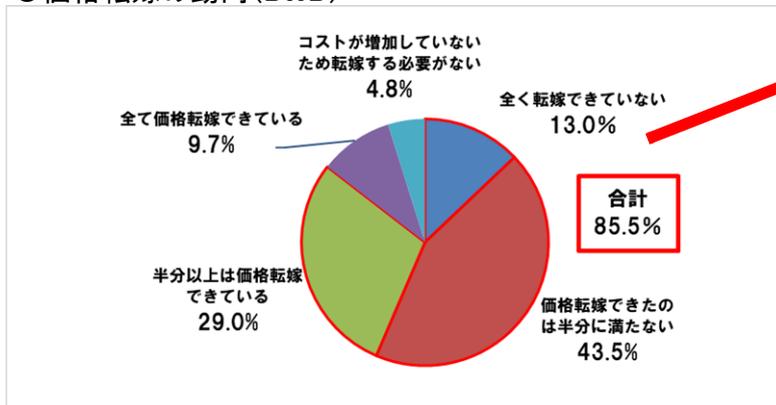
○1年前と比べて、今月のコスト増の状況

|                     |       |
|---------------------|-------|
| 1年前と比較してコストが増加している  | 93.3% |
| 1年前と比較してコストが増加していない | 6.7%  |

○発注側企業との価格交渉の協議について



○価格転嫁の動向(BtoB)

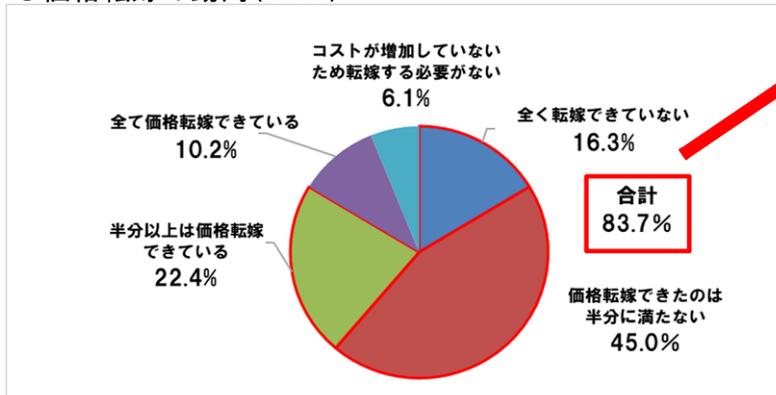


価格転嫁できない主な理由

(複数回答 上位4項目)

|   |       |
|---|-------|
| 競合他社が販売価格を上げていない(据え置き、値下げ)ため              | 24.1% |
| 取引先から据え置き要求・値下げ要求された(据え置き・値下げ要求が強まっている)ため | 20.7% |
| 消費者の節約志向・低価格志向が続いている(強まっている)ため            | 17.2% |
| 予め販売価格を固定した長期契約により、足元の価格変動を反映できないため       | 12.1% |

○価格転嫁の動向(BtoC)



価格転嫁できない主な理由

(複数回答 上位4項目)

|                                     |       |
|-------------------------------------|-------|
| 消費者の節約志向・低価格志向が続いている(強まっている)ため      | 38.7% |
| 予め販売価格を固定した長期契約により、足元の価格変動を反映できないため | 16.1% |
| 需要が減少しているため                         | 12.9% |
| 競合他社が販売価格を上げていない(据え置き、値下げ)ため        | 12.9% |

# 調査要領

調査期間

令和4年11月24日 ～ 令和4年12月2日

調査対象

柏市内140事業所及び組合にヒアリング

<業種別回収状況>

| 調査産業 | 調査対象数 | 回答数 | 回収率   |
|------|-------|-----|-------|
| 全産業  | 140   | 89  | 63.6% |
| 建設   | 31    | 17  | 54.8% |
| 製造   | 35    | 23  | 65.7% |
| 卸・小売 | 43    | 32  | 74.4% |
| サービス | 31    | 17  | 54.8% |

調査方法と調査票

下記「質問A」をDI値集計し、「質問B」で「業界内のトピック」の記述回答。

質問A

| 質問事項              | 回答欄                |         |         |                            |         |         |
|-------------------|--------------------|---------|---------|----------------------------|---------|---------|
|                   | 前年同月と比較した<br>今月の水準 |         |         | 今月の水準と比較した向<br>う3ヶ月の先行き見通し |         |         |
| a.売上高（出荷高）        | 1<br>増加            | 2<br>不変 | 3<br>減少 | 1<br>増加                    | 2<br>不変 | 3<br>減少 |
| b.採算<br>（経常利益ベース） | 1<br>好転            | 2<br>不変 | 3<br>悪化 | 1<br>好転                    | 2<br>不変 | 3<br>悪化 |
| c.仕入単価            | 1<br>下落            | 2<br>不変 | 3<br>上昇 | 1<br>下落                    | 2<br>不変 | 3<br>上昇 |
| d.従業員             | 1<br>不足            | 2<br>適正 | 3<br>過剰 | 1<br>不足                    | 2<br>適正 | 3<br>過剰 |
| e.業況              | 1<br>好転            | 2<br>不変 | 3<br>悪化 | 1<br>好転                    | 2<br>不変 | 3<br>悪化 |
| f.資金繰り            | 1<br>好転            | 2<br>不変 | 3<br>悪化 | 1<br>好転                    | 2<br>不変 | 3<br>悪化 |

質問B 業界内のトピック（記述式）

## ※DI値（景況判断指数）について

DI値は、業況・売上・採算などの各項目についての、判断の状況を表す。ゼロを基準として、プラスの値で景気の上向きを表す回答の割合が多いことを示し、マイナスの値で景気の下向き傾向を表す回答の割合が多いことを示す。したがって、売上高などの実数値の上昇率を示すものではなく、強気・弱気などの景気感の相対的な広がりの意味する。

$$DI = (\text{増加・好転などの回答割合}) - (\text{減少・悪化などの回答割合})$$

## ※DI値と景気の概況

| DI ≥ 50   | 50 > DI ≥ 25  | 25 > DI ≥ 0   | 0 > DI ≥ ▲25  | ▲25 > DI   |
|---|---|---|---|--|
| 特に好調<br> | 好調<br> | まあまあ<br> | 不振<br> | 極めて不振<br> |