

【特別調査】

(2023年度第1四半期)
「原材料・部品・商品」の入荷遅延 および
「仕入れ価格」上昇の影響調査

1. 調査目的：「原材料・部品・商品」の入荷遅延 および「仕入れ価格」上昇の影響について調査し、今後の意見活動等に反映するため。
2. 調査期間： 2023年6月7日～6月21日（15日間）
3. 調査方法：（1）姫路市内に本店を置き、F a x 番号登録のある当所会員事業所
（2）2023年度第1四半期 景気動向調査とあわせて調査

(回答率)

| 調査事業所数 | 回答事業所数 | 回答率 |
|--------|--------|-------|
| 4,627 | 1,072 | 23.2% |

※景気動向調査の回答数1,169件のうち、特別調査への回答数は1,072件

(回答事業所の業種別構成比)

| | 事業所数 | 構成比 |
|----------|-------|--------|
| 全 体 | 1,072 | 100.0% |
| 建設業 | 217 | 20.2% |
| 製造業 | 222 | 20.7% |
| 卸売業 | 131 | 12.2% |
| 小売業 | 156 | 14.6% |
| サービス業 | 184 | 17.2% |
| その他 | 162 | 15.1% |
| 情報通信業 | 10 | 0.9% |
| 運輸業 | 42 | 3.9% |
| 金融・保険業 | 14 | 1.3% |
| 不動産業 | 31 | 2.9% |
| 飲食・宿泊業 | 36 | 3.4% |
| 医療・福祉 | 26 | 2.4% |
| 教育・学習支援業 | 3 | 0.3% |

(回答事業所の規模別構成比)

| | 事業所数 | 構成比 |
|-----|------|--------|
| 全 体 | 1072 | 100.0% |
| 小規模 | 660 | 61.6% |
| 中規模 | 371 | 34.6% |
| 大規模 | 41 | 3.8% |

【小規模】

「1～5人」：情報通信業、卸売業、小売業、
飲食・宿泊業、医療・福祉、
教育・学習支援業、サービス業

「1～20人」：建設業、製造業、運輸業、金融・保険業、
不動産業

【中規模】

「6～50人」：小売業、飲食・宿泊業

「6～100人」：情報通信業、卸売業、医療・福祉、教育・
学習支援業、サービス業

「21～300人」：建設業、製造業、運輸業、金融・保険業、
不動産業

【大規模】

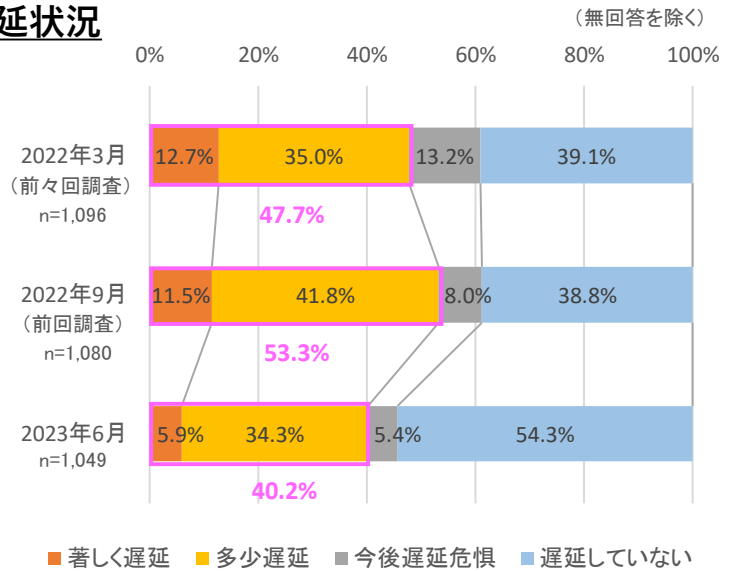
：上記【小規模】【中規模】を除く区分。

問1. 「原材料・部品・商品」の入荷状況について、該当する項目を1つ選んでください。

■「原材料・部品・商品」の入荷遅延状況

「著しく遅延」および「多少遅延」の回答割合は40.2%(前回比13.1ポイント減)で、前回に比べ入荷遅延の割合は減少しましたが、まだ4割以上が入荷遅延の影響を受けている。

「著しく遅延」および「多少遅延」の回答割合
(前回) 53.3% → (今回) 40.2%



■規模別の状況

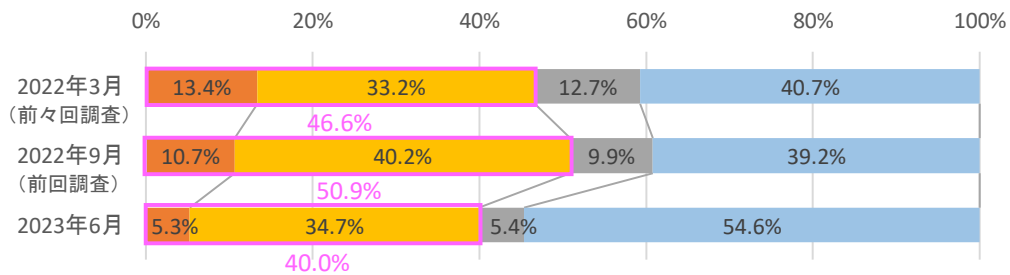
規模別における遅延状況 (「著しく・多少遅延」)

「小規模」 (前回) 50.9% → (今回) 40.0%

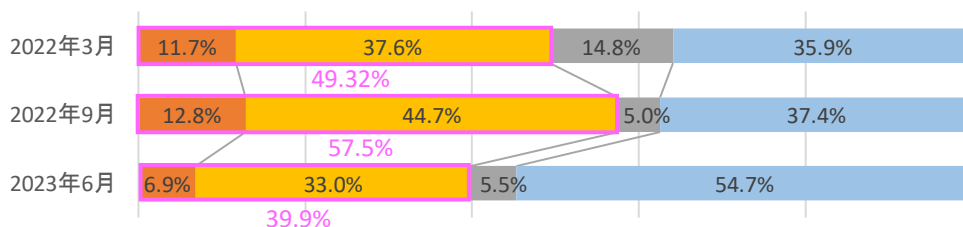
「中規模」 (前回) 57.5% → (今回) 39.9%

「大規模」 (前回) 56.8% → (今回) 48.7%

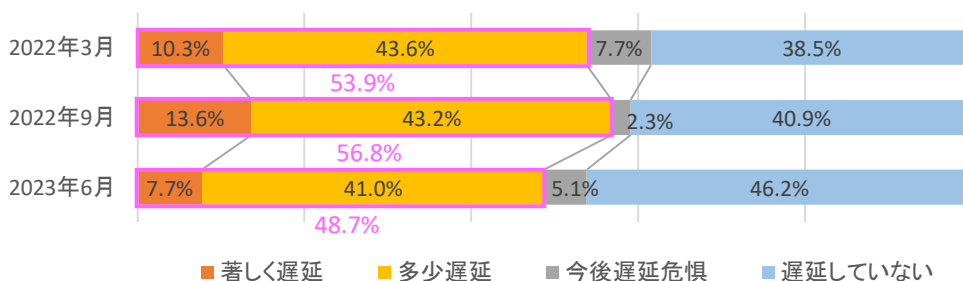
【小規模】



【中規模】



【大規模】

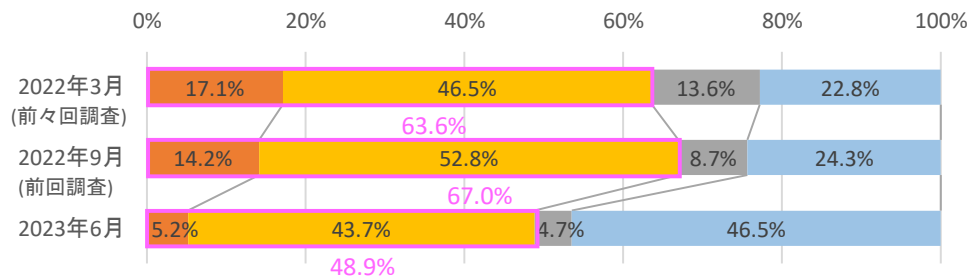


■業種別の状況

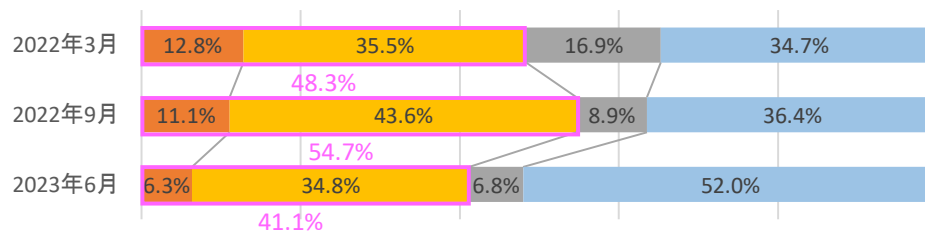
業種別における遅延状況（「著しく・多少遅延」）

| | |
|-------------------------------------|------------------------------------|
| 「建設業」（前回）67.0% → （今回） 48.9% | 「製造業」（前回）54.7% → （今回） 41.1% |
| 「卸売業」（前回）62.4% → （今回） 41.4% | 「小売業」（前回）51.6% → （今回） 44.1% |
| 「サービス」（前回）39.9% → （今回） 34.5% | |

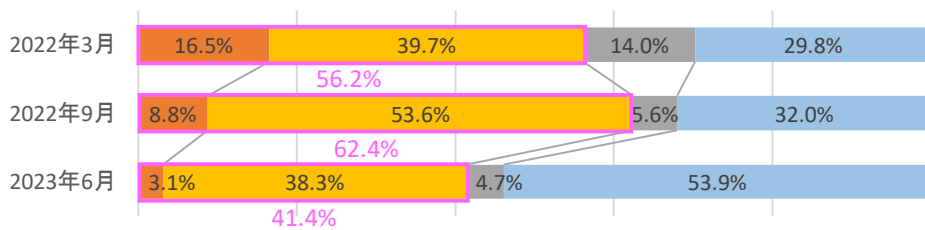
【建設業】



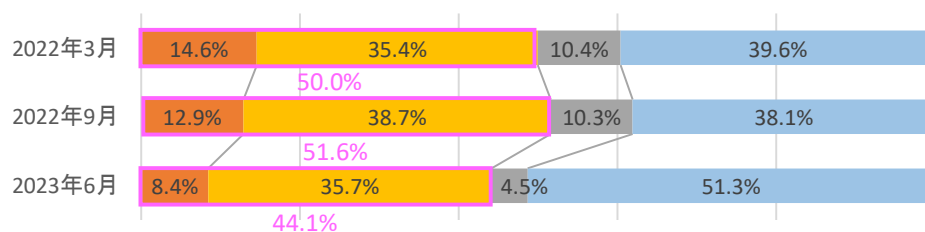
【製造業】



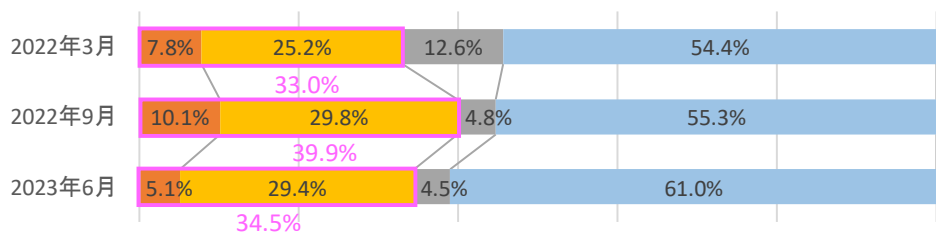
【卸売業】



【小売業】



【サービス業】



■ 著しく遅延 ■ 多少遅延 ■ 今後遅延危惧 ■ 遅延していない

問2-1. 仕入れ価格は前回調査（2022年9月）と比較した場合、該当する項目を1つ選んでください。

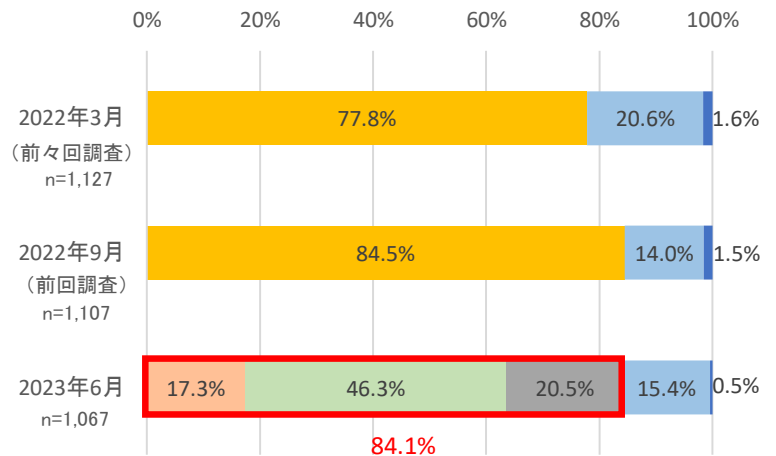
■仕入れ価格の状況

(無回答を除く)

(注) 今回、選択肢を5つに変更してアンケートを実施。

「2割以上の上昇」が17.3%、「1割以上の上昇」が46.3%、「1割未満の上昇」が20.5%となった。

一方、「あまり変化なし」と「下落」を合わせた回答割合は、それぞれ15.4%、0.5%となり、前回とほぼ横ばいだった。



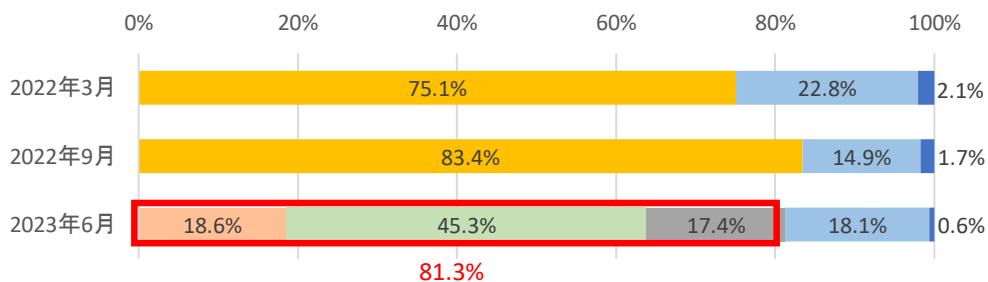
(※前回調査まで) ■ 上昇している ■ あまり変化なし ■ 下落している
 (今回調査) ■ 2割以上の上昇 ■ 1割以上の上昇 ■ 1割未満の上昇 ■ あまり変化なし ■ 下落している

■規模別の状況

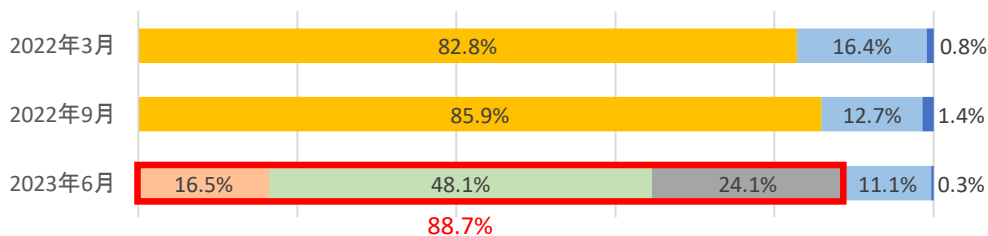
規模別における仕入れ価格の状況

| | | | |
|-------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 「小規模」 | (2割以上の上昇) 18.6% | (1割以上の上昇) 45.3% | (1割未満の上昇) 17.4% |
| 「中規模」 | (2割以上の上昇) 16.5% | (1割以上の上昇) 48.1% | (1割未満の上昇) 24.1% |
| 「大規模」 | (2割以上の上昇) 4.9% | (1割以上の上昇) 46.3% | (1割未満の上昇) 39.0% |

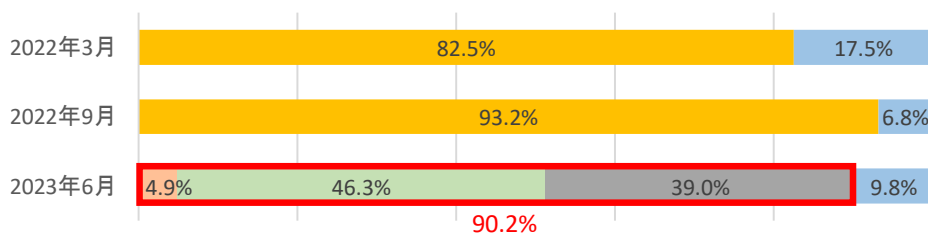
【小規模】



【中規模】



【大規模】



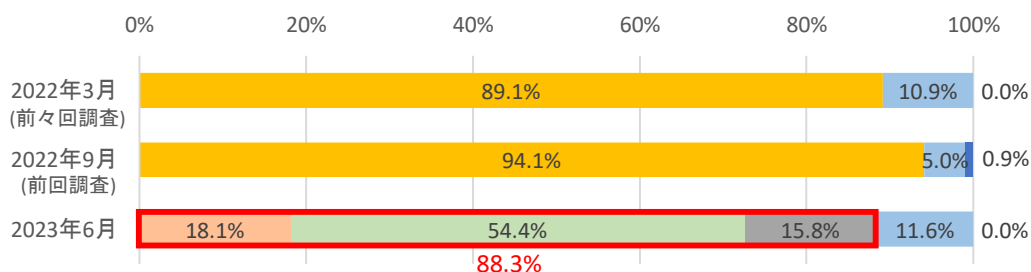
(※前回調査まで) ■ 上昇している ■ あまり変化なし ■ 下落している
 (今回調査) ■ 2割以上の上昇 ■ 1割以上の上昇 ■ 1割未満の上昇 ■ あまり変化なし ■ 下落している

■業種別の状況

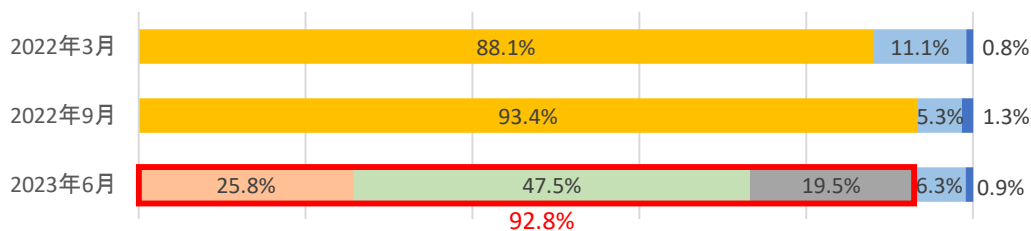
業種別における仕入れ価格の状況（「2割以上の上昇」「1割以上の上昇」の割合）

「建設業」（2割以上）18.1%（1割以上）54.4% 「製造業」（2割以上）25.8% 1割以上）47.5%
 「卸売業」（2割以上）21.4%（1割以上）45.8% 「小売業」（2割以上）12.8% 1割以上）41.7%
 「サービス」（2割以上）10.9%（1割以上）43.2% ※製造業の2割以上上昇の回答割合が高い

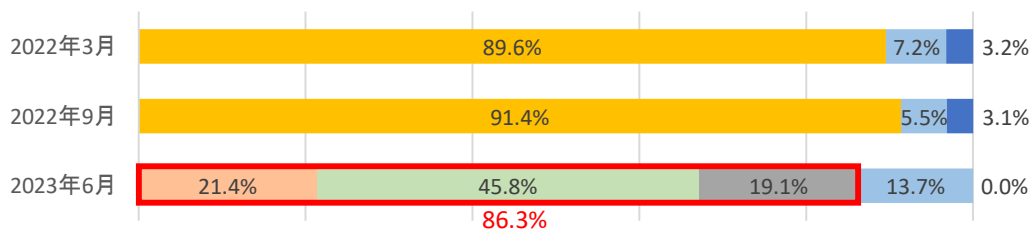
【建設業】



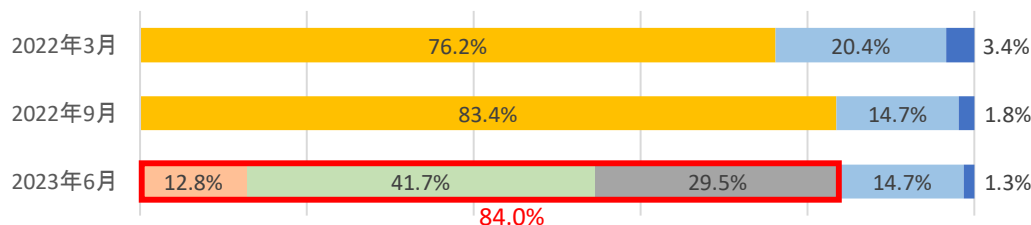
【製造業】



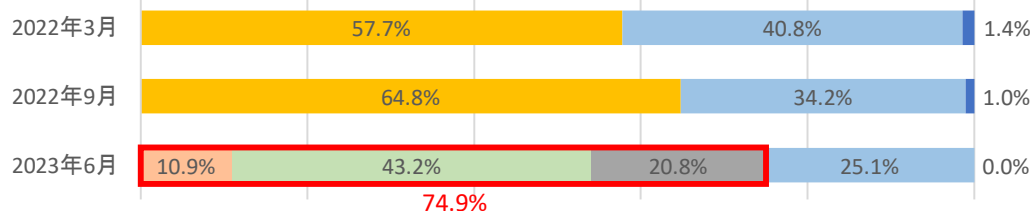
【卸売業】



【小売業】



【サービス業】



(※前回調査まで) ■ 上昇している ■ あまり変化なし ■ 下落している
 (今回調査) ■ 2割以上の上昇 ■ 1割以上の上昇 ■ 1割未満の上昇 ■ あまり変化なし ■ 下落している

問2-2. 仕入れ価格上昇に対して、どのような「対応策」をとられましたか。

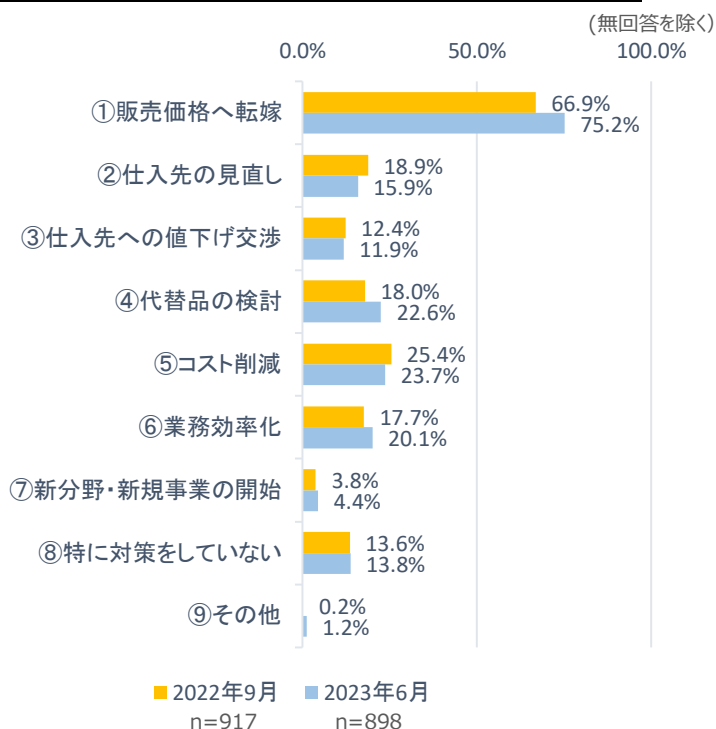
(問2-1.で仕入れ価格上昇と回答した先への質問) (複数回答可)

■仕入れ価格上昇に対する「対応策」

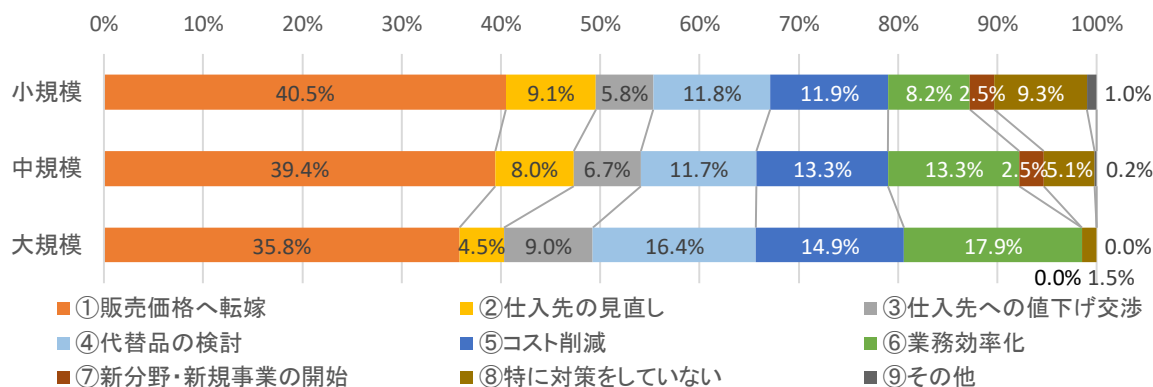
○トップの「販売価格へ転嫁」が、75.2%と、前回比8.3ポイント増加した。以下「コスト削減」23.7%、「代替品の検討」22.6%、「業務効率化」20.1%、「仕入先の見直し」15.9%と続く。一方、「特に対応をしていない」との回答が13.8%であった。

○規模別では、価格転嫁の回答割合は「大規模」に比べ、「小規模」「中規模」が高くなっている。また、規模が大きいほど、「業務効率化」の割合が高くなっている。

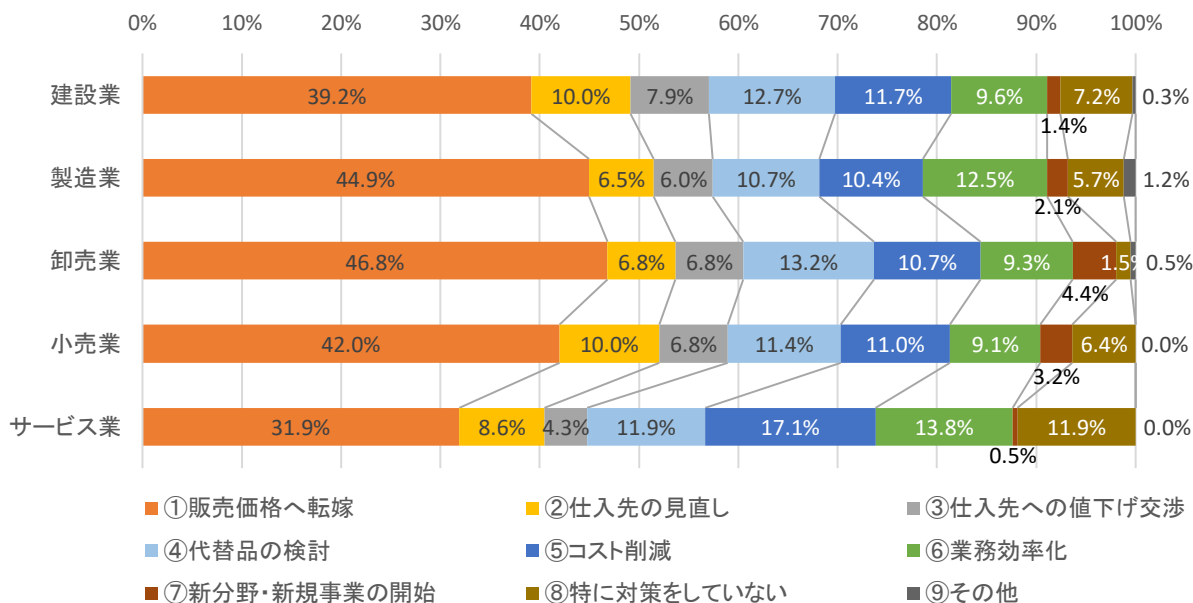
○業種別では、「卸売業」「製造業」「小売業」「建設業」「サービス業」の順に「販売価格へ転嫁」の割合が高くなっている。



■規模別の状況



■業種別の状況



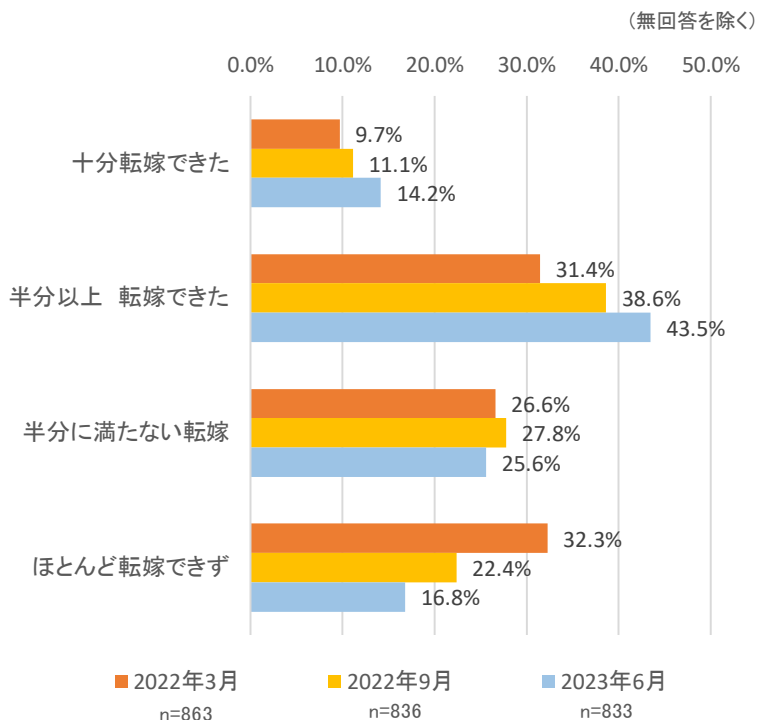
問2-3. 仕入れ価格上昇分の内の販売価格に転嫁した割合について、該当する番号を選んでください。（問2-1. で、仕入価格が上昇したと回答した先への質問）

■価格転嫁の状況

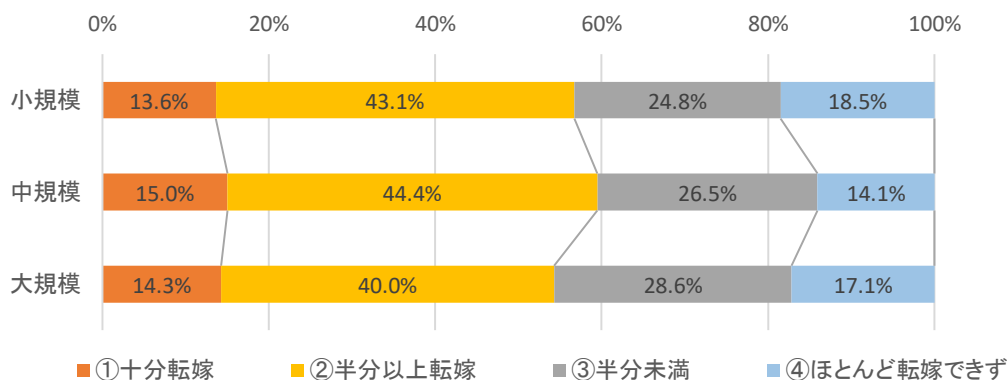
○「十分転嫁できた」および「半分以上転嫁できた」と回答した割合は57.7%（前回比8.0ポイント増）となった。一方、「ほとんど転嫁できていない」と回答した割合は16.8%（同5.6ポイント減）となり、価格転嫁が少しずつ進んでいる。

○規模別では、同様の回答割合は、「小規模」が56.7%、「中規模」が59.4%、「大規模」が54.3%だった。

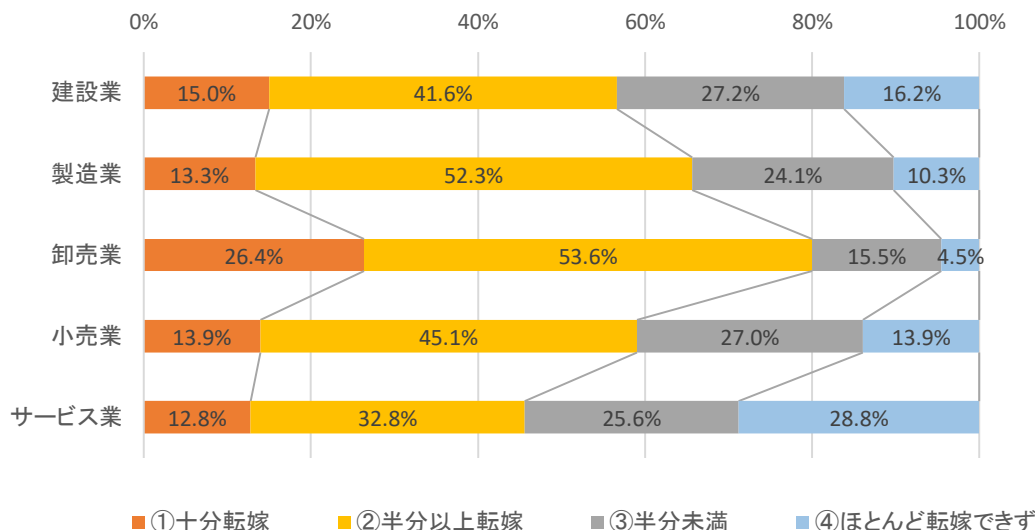
○業種別では、同様の回答割合は、「卸売業」が80.0%と高くなっている。一方、「サービス業」は45.6%で、価格転嫁があまり進んでいない。



■規模別の状況



■業種別の状況



問2-4. 価格転嫁が進まない理由について、該当する番号を選んでください。

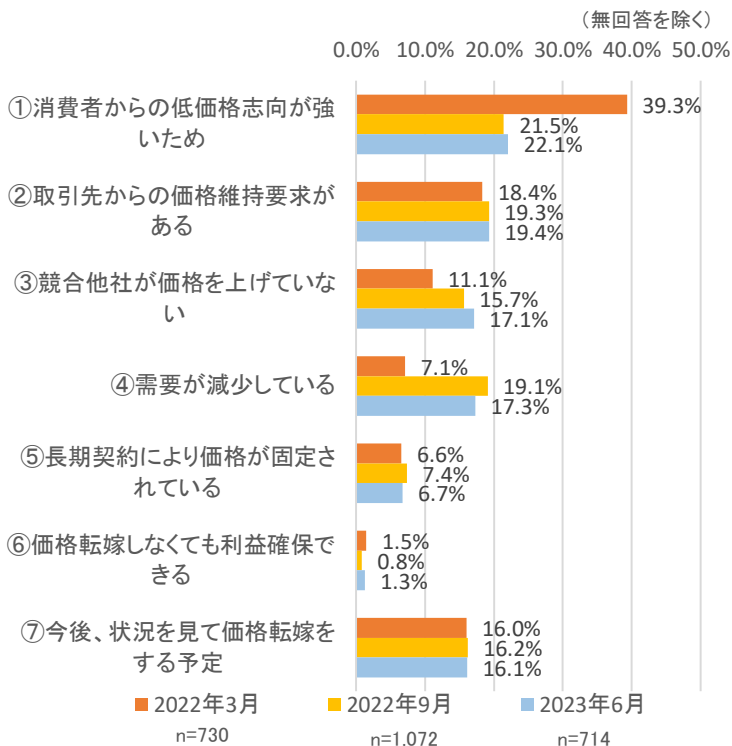
(問2-3. で、十分価格転嫁ができたと回答した先以外の事業先への質問) (複数回答可)

■価格転嫁が進まない理由

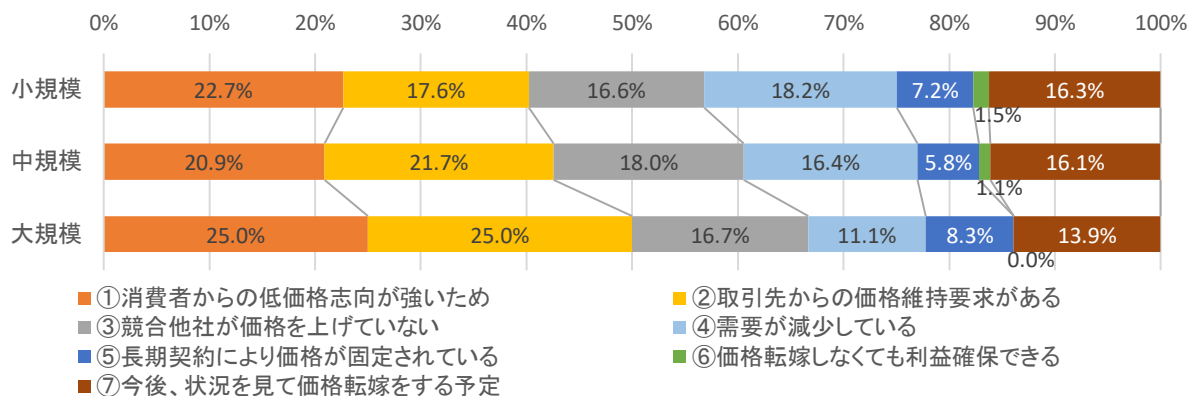
○一番多かった理由は、「消費者からの低価格志向が強いため」(22.1%)であった。次に「取引先からの価格維持の要求がある」(19.4%)が続く。一方「今後、状況を見て価格転嫁をする予定」が16.1%あった。

○規模別では、規模が小さくなるほど、「需要が減少している」との回答割合が高くなっている。

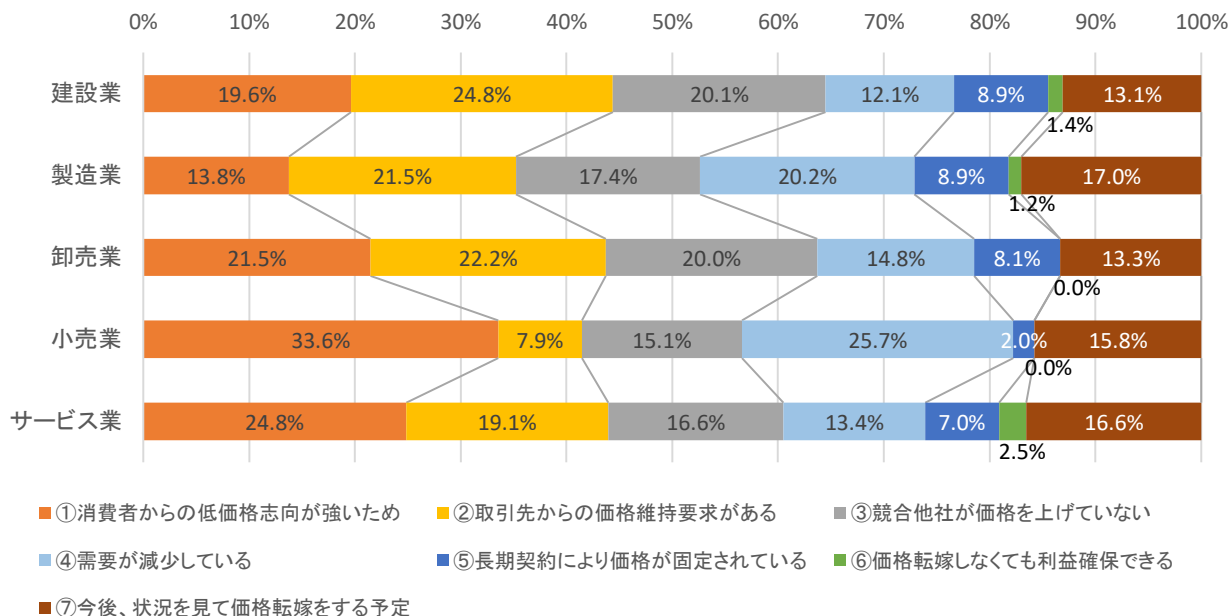
○業種別では、「小売業」「サービス業」は、「消費者からの低価格志向」の割合が高い。また、「建設業」「製造業」「卸売業」は、「取引先からの価格維持の要求がある」の割合が高い。



■規模別の状況



■業種別の状況



2023年度第1四半期 姫路市内景気動向調査結果（特別調査）

姫路商工会議所 姫路経済研究所

〒670-8505 姫路市下寺町43番地

T E L : 079-223-6555（直通）

F A X : 079-288-0047

U R L : <https://www.himeji-cci.or.jp/>