

## (2021年度第4四半期) 「原材料・部品・商品の入荷遅延」および 「仕入れ価格上昇」に関する調査

1. 調査目的：当所会員事業所の「原材料・部品・商品の入荷遅延」および「仕入れ価格上昇」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：2022年3月9日～3月25日（17日間）
3. 調査方法：（1）市内に本店を置き、FAX番号登録のある当所会員事業所  
（2）2021年度第4四半期 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
4,807	1,151	23.9%

※景気動向調査の回答数1,230件のうち、特別調査への回答数は1,151件

(回答事業所の業種別構成比)

	構成比	事業所数
全 体	100.0%	1,151
建設業	20.2%	233
製造業	21.3%	245
卸売業	10.9%	126
小売業	12.8%	147
サービス業	19.4%	223
その他	15.4%	177
情報通信業	0.9%	10
運輸業	3.8%	44
金融・保険業	1.4%	16
不動産業	2.6%	30
飲食・宿泊業	3.7%	43
医療・福祉	2.1%	24
教育・学習支援業	0.9%	10

(回答事業所の規模別構成比)

	構成比	事業所数
全 体	100.0%	1,151
小規模	64.8%	746
中規模	31.7%	365
大規模	3.5%	40

【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. 供給制約による原材料・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。

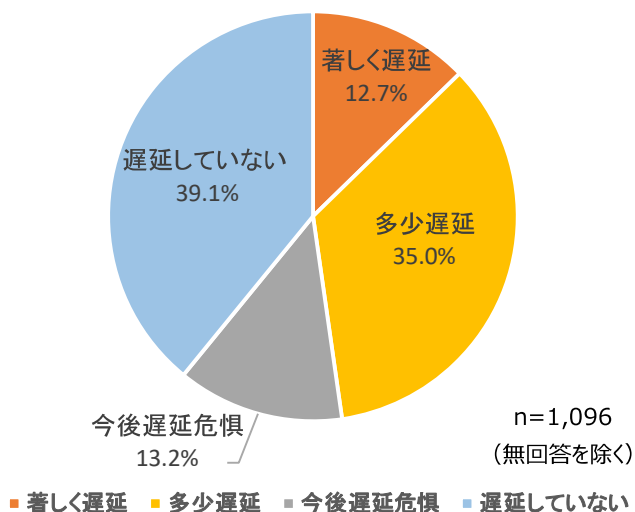
### 【原材料等の入荷状況】

原材料等の入荷状況(全体)

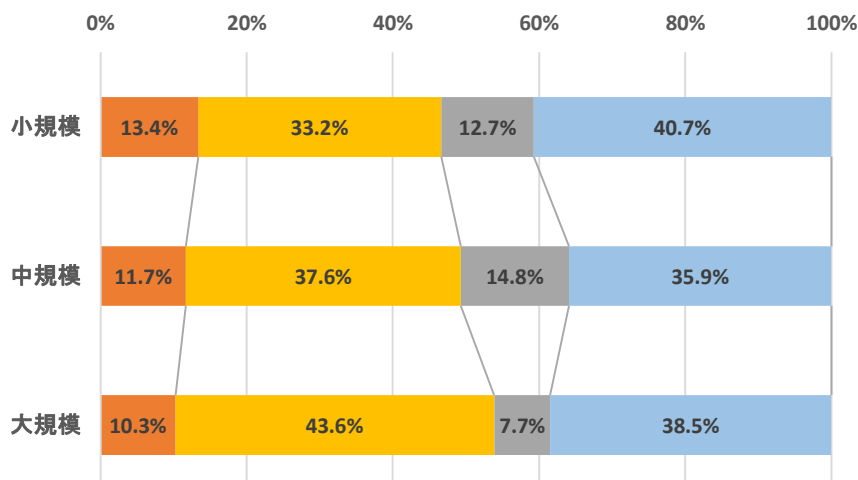
○「著しく遅延」および「多少遅延」の回答割合は47.7%。「今後遅延を危惧」を加えると60.9%と6割を超えた。

○規模別で見ると、同様の回答割合は、小規模では59.3%、中規模は64.1%、大規模は61.6%だった。規模にかかわらず入荷遅延の影響が大きい。

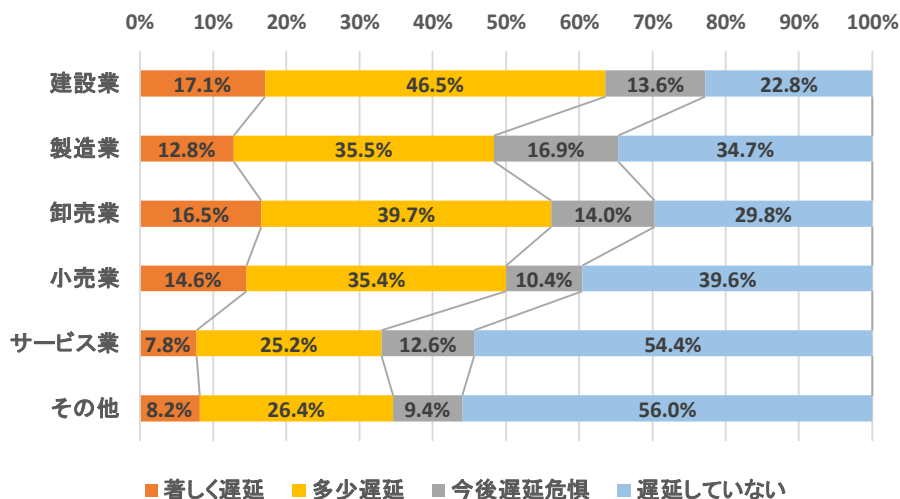
○業種別で見ると、「入荷遅延」の割合は、建設業77.2%、卸売業70.2%、製造業65.2%が上位だった。



### 【規模別の状況】



### 【業種別の状況】



問 2-1. 仕入れ価格の状況について、該当する項目を1つ選んでください。

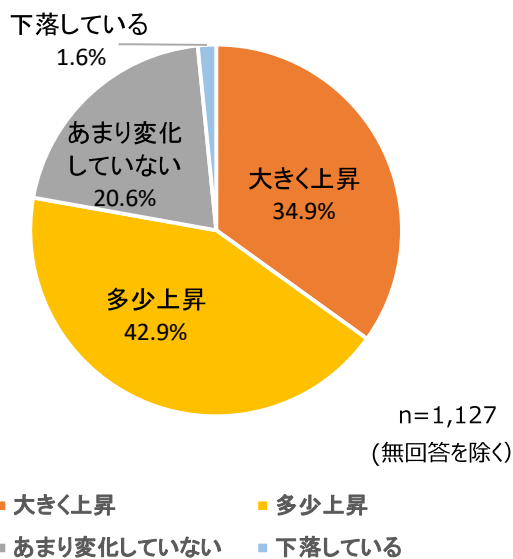
### 【仕入れ価格の状況】

○全体では、「大きく上昇」および「多少上昇」の回答割合は、77.8%と8割近くに達した。

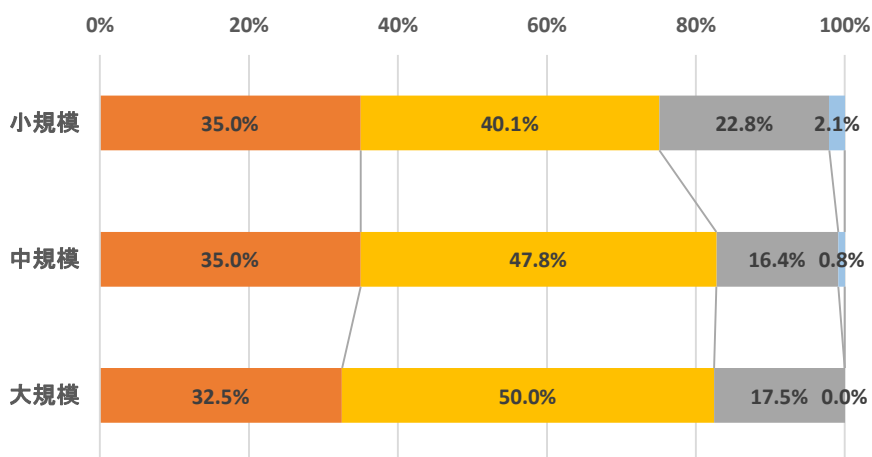
○規模別で見ると、価格上昇と回答のあった割合は、「小規模」では75.1%、「中規模」は82.8%、「大規模」は82.5%であった。「小規模」に比べて「中規模」、「大規模」の方が、「価格上昇」と回答した割合が多かった。

○業種別では、価格上昇の回答割合は、卸売業の89.6%、建設業89.1%、製造業の88.1%が上位だった。なお、「大きく上昇」の回答割合は、製造業が51.6%とトップだった。

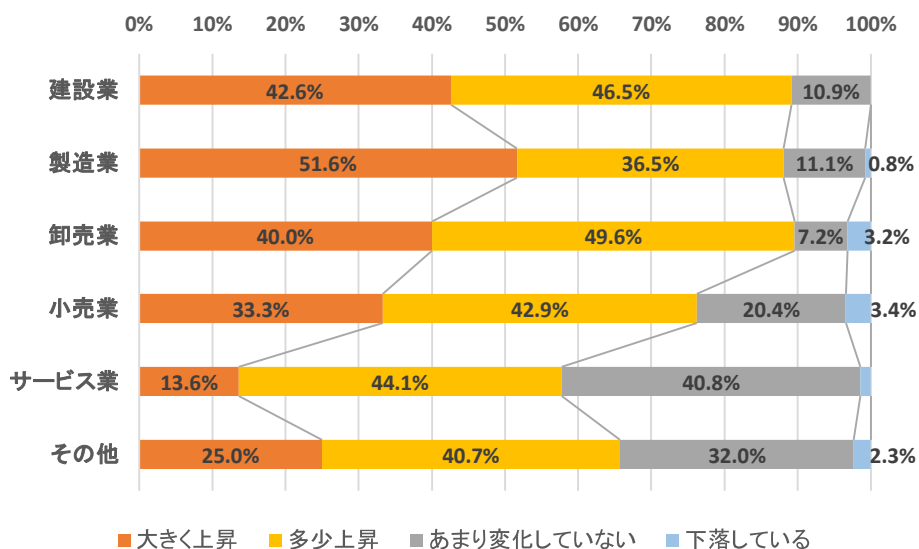
### 仕入れ価格の状況(全体)



### 【規模別の状況】



### 【業種別の状況】



問2-2. 仕入れ価格の上昇分の価格転嫁について、該当する項目を1つ選んでください。  
 (問2-1で仕入れ価格上昇と回答した先への質問)

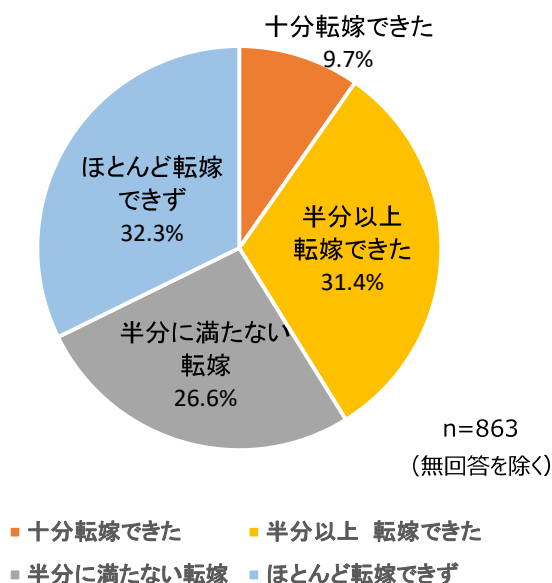
### 【価格転嫁の状況】

○「十分転嫁」および「半分以上転嫁」の回答割合は、41.1%であった。「ほとんど転嫁できず」は、32.3%だった。

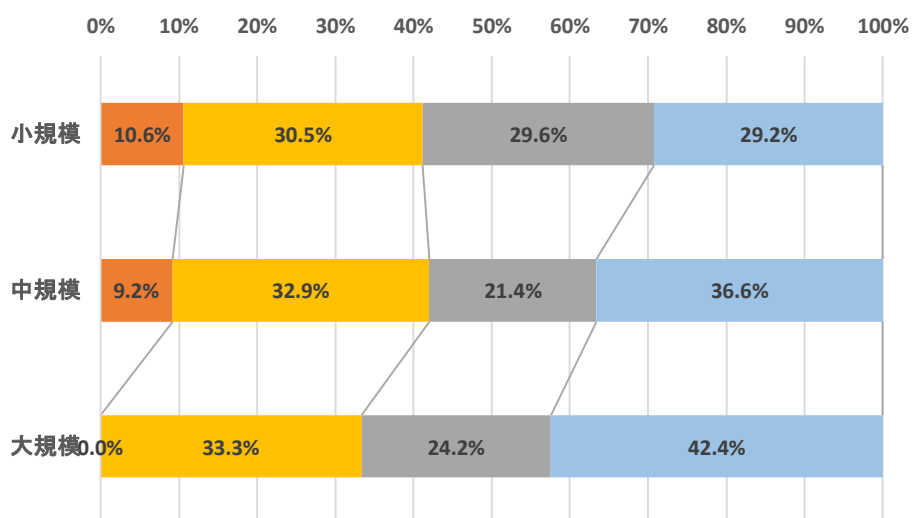
○規模別で見ると、十分あるいは半分以上転嫁できたとの回答割合は小規模で41.1%に対して、中規模は42.1%、大規模は33.3%だった。

○業種別では、卸売業の価格転嫁が進んでいる。一方、「ほとんど価格転嫁できず」の回答割合は、その他の業種（55.5%）、サービス業（48.8%）、製造業（32.2%）の比率が高い。

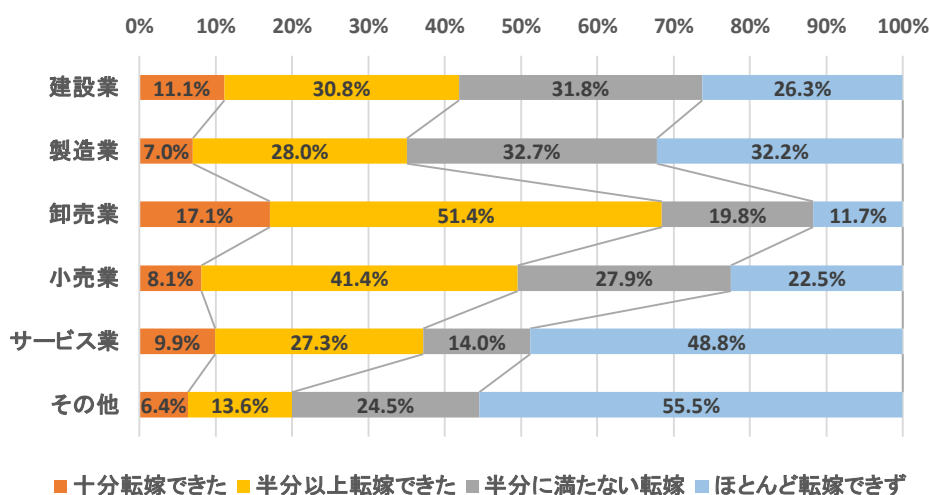
価格転嫁の状況



### 【規模別の状況】



### 【業種別の状況】



問2-3. 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。(複数回答可)  
 (問2-2.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)

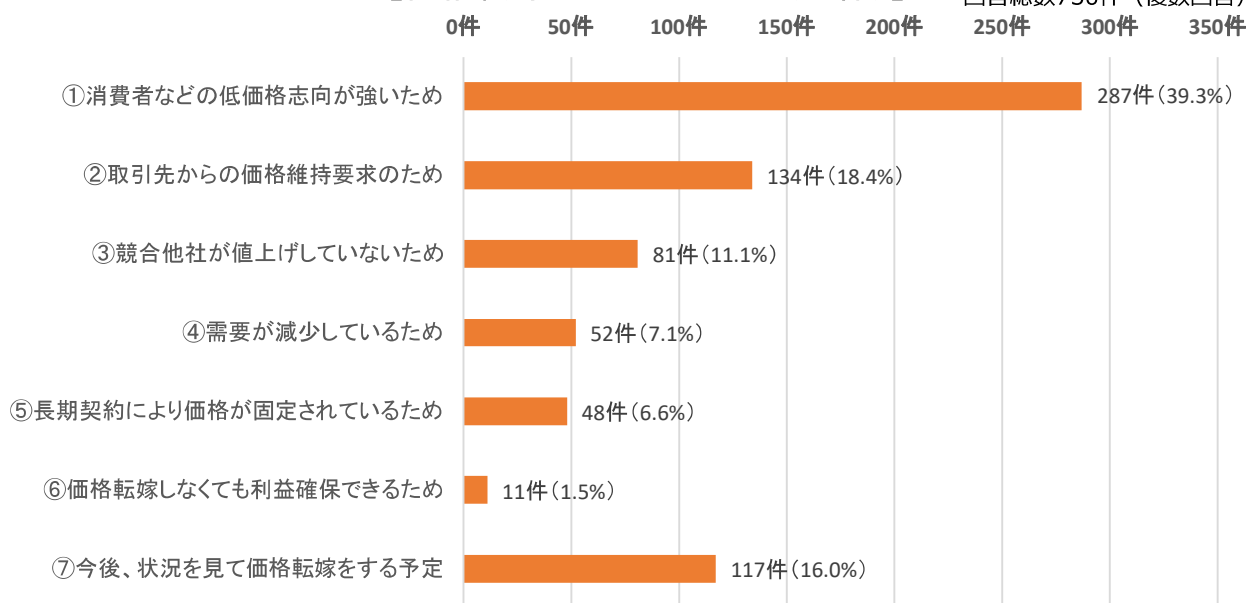
【価格転嫁が進まない理由】

○価格転嫁が進まない理由で、一番多かったのは、「消費者などの低価格志向が強い」と287件(39.3%)であった。次いで、「取引先からの価格維持要求のため」が134件(18.4%)、以下「競合他社が値上げしていないため」が81件(11.1%)と続く。

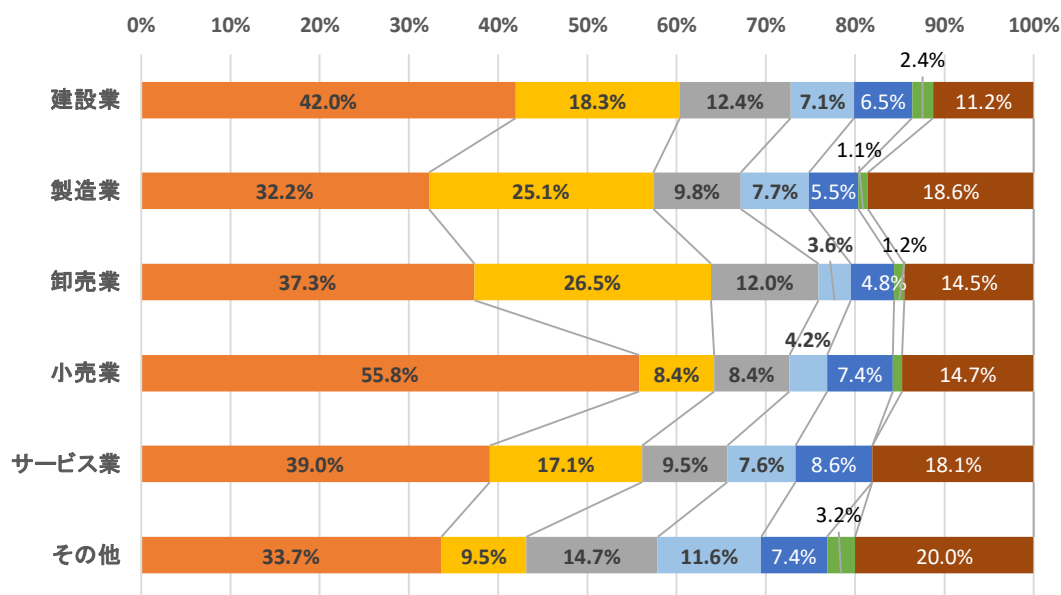
○一方で、「今後、状況を見て価格転嫁を予定している」とする回答も、117件(16.0%)あった。

【価格転嫁が進まない理由(全体)】

回答総数730件(複数回答)



【価格転嫁が困難となっている要因比率(業種別)】



- ①消費者などの低価格志向が強い
- ②取引先からの価格維持要求のため
- ③競合他社が値上げしていないため
- ④需要が減少しているため
- ⑤長期契約により価格が固定されているため
- ⑥価格転嫁しなくても利益確保できるため
- ⑦今後、状況を見て価格転嫁を予定