

## 最近の経済環境の変化に関する調査

本調査は、県内企業経営者に対し四半期ごとに行なっている「四半期別業況アンケート調査」の付帯調査として実施したものです。調査の概要については次頁をご覧ください。

### 調査結果のポイント

#### 1. 新型コロナウイルスの影響について

##### (1) 業績の回復状況 感染拡大前の水準を回復していない企業割合は約6割

- 新型コロナウイルス感染拡大前と比較した業績の回復状況について、全産業では、「マイナスの影響を受けたが8～9割回復」が31.3%、「マイナスの影響を受けたが6～7割回復」が19.9%、「マイナスの影響を受けたが4～5割回復」が8.3%、「マイナスの影響を受け回復は3割以下」が2.6%と、約6割の企業がコロナ前の水準を回復していない（図表1）。

#### 2. 原材料価格上昇の影響について

##### (1) 既にマイナスの影響がある企業は8割を超える

- 原材料価格変動による業績への影響についてみると、全産業では、「マイナスの影響がある」が66.1%、「ややマイナスの影響がある」が17.7%と、マイナスの影響がある企業は8割を超えた（図表2）。

##### (2) 原材料価格上昇への対策 販売価格への転嫁が7割強と最も多い

- 原材料価格上昇への対策をみると、全産業では、「販売価格に転嫁」が75.9%と最も多く、次いで「合理化、経費削減」が63.1%、「原材料コスト管理の徹底」が51.7%などとなった（図表3）。

##### (3) 販売価格への転嫁割合 販売価格への転嫁が半分以下の企業が全体の5割強

- 販売価格への転嫁状況についてみると、全産業で「価格転嫁できていない」が21.4%、「5割以下」が34.0%となり、価格転嫁が半分以下にとどまる企業の割合は5割強となった（図表4）。

##### (4) 販売価格への転嫁ができない、進まない理由「他社との競争が厳しいため」が約6割

- 販売価格への転嫁ができない、進まない理由については、全産業では、「他社との競争が厳しいため」が62.7%と最も多く、次いで「交渉したが困難なため」が41.1%、「取引先の関係上」が39.0%などとなった（図表5）。

- ◆ 新型コロナの感染拡大から2年が経過したが、足元では新たな変異株による感染が再拡大しており、先行きに対する不透明感が再び高まっている。こうした中、これまで県内景気をけん引してきた製造業は、原材料価格の高騰や急激な円安によるコスト上昇で企業収益を圧迫され始めており、景況感が悪化している。コスト上昇分の販売価格への転嫁にも遅れがみられており、今後も県内企業の収益は厳しい状況が続くものと思われる。

照 会 先

一般財団法人 長野経済研究所  
調査部(担当：条井、中村)

TEL：026-224-0501



## 【 調 査 の 概 要 】

- 実施時期 : 2022年6月中旬～7月中旬
- 実施方法 : 業況アンケート調査（2022年4～6月期）の付帯調査として実施（郵送方式）
- 対象企業 : 県内企業 643社
- 回答企業数 : 352社（回答率 54.7%）  
うち製造業 171社、非製造業 181社

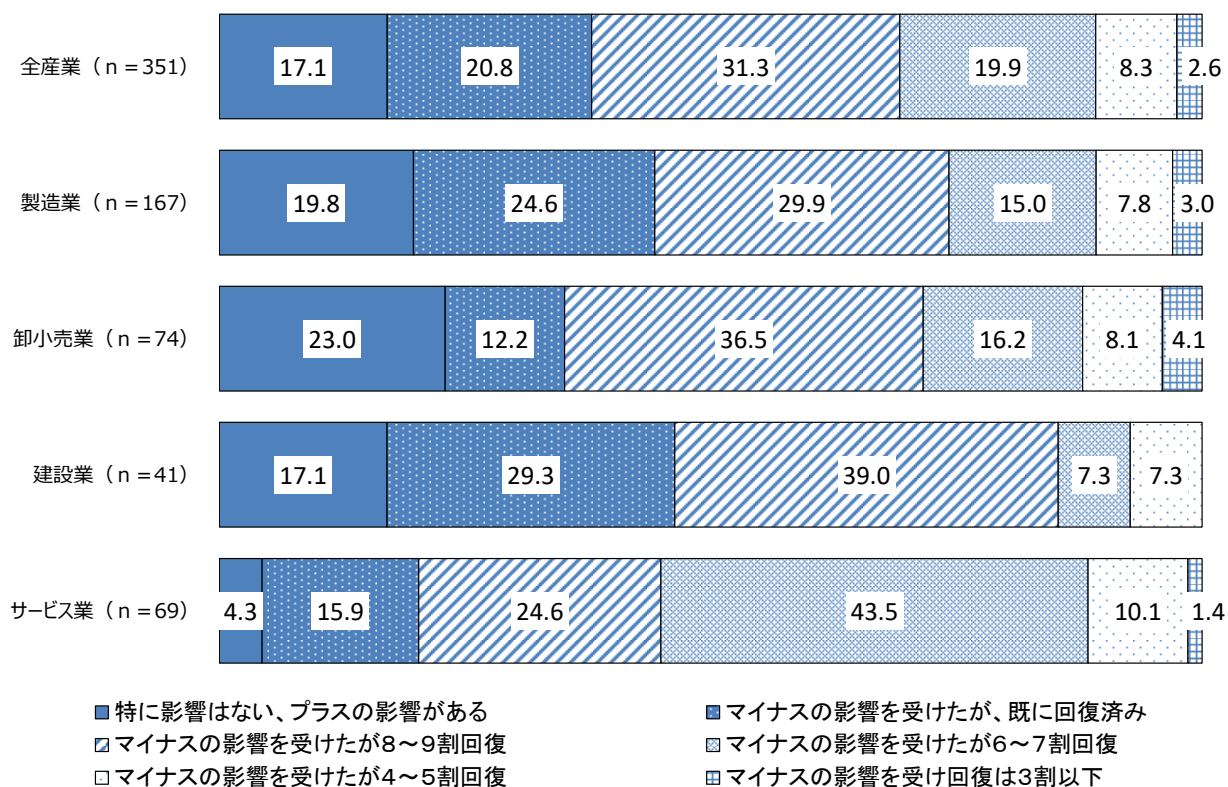
※ グラフ等の回答割合については四捨五入して表記したため、合計が100にならないことがある。また、無回答がある場合は、各グラフの作成から除いている。

## 1. 新型コロナウイルスの影響について

### (1) 業績が新型コロナ感染拡大前の水準まで回復していない企業割合は約6割

- ・ 新型コロナ感染拡大前と比較した業績の回復状況について、全産業では、「マイナスの影響を受けたが8～9割回復」が31.3%、「マイナスの影響を受けたが6～7割回復」が19.9%、「マイナスの影響を受けたが4～5割回復」が8.3%、「マイナスの影響を受け回復は3割以下」が2.6%と、約6割がコロナ前の水準を回復していない（図表1）。
- ・ 業種別にみると、コロナ前の水準を回復していない企業の割合は、サービスが79.6%で最も高く、次いで卸小売業が64.9%、製造業が55.7%、建設業が53.6%となり、いずれも半数を超えた。

図表1 新型コロナ感染拡大前と比較した業績の回復状況

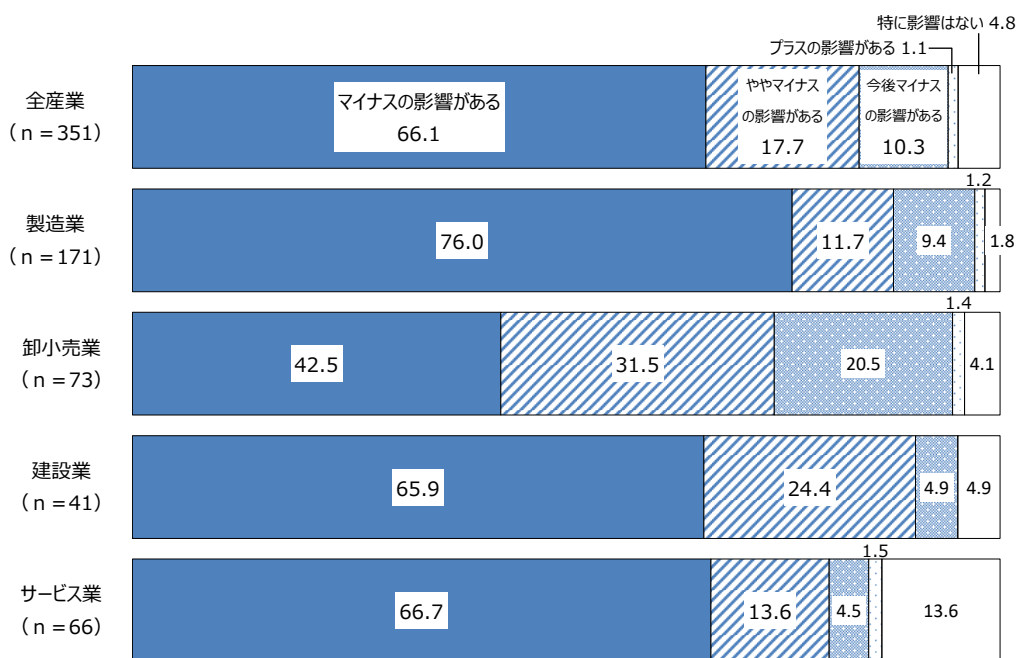


## 2. 原材料価格上昇の影響について

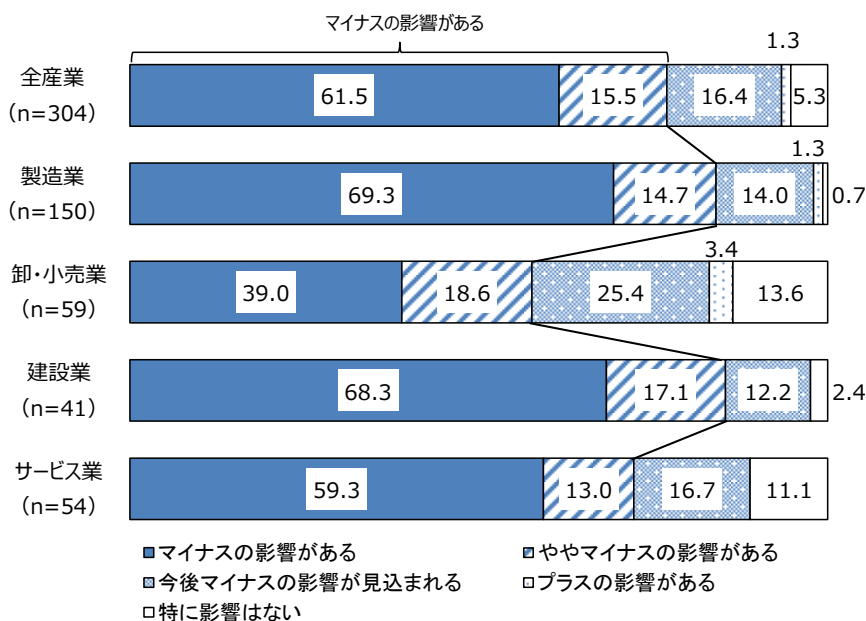
### (1) 既にマイナスの影響がある企業は約8割

- 原材料価格変動による業績への影響についてみると、全産業では、「マイナスの影響がある」が66.1%、「ややマイナスの影響がある」が17.7%と、マイナスの影響がある企業は8割を超えた（図表2）。
- 業種別にみると、「マイナスの影響がある」（「マイナスの影響がある」＋「ややマイナスの影響がある」）の回答割合は、建設業が90.3%と最も高く、次いで製造業が87.7%となった。また「今後マイナスの影響がある」まで含めると、製造業が97.1%と最も高くなった。

図表2 原材料価格変動による業績への影響



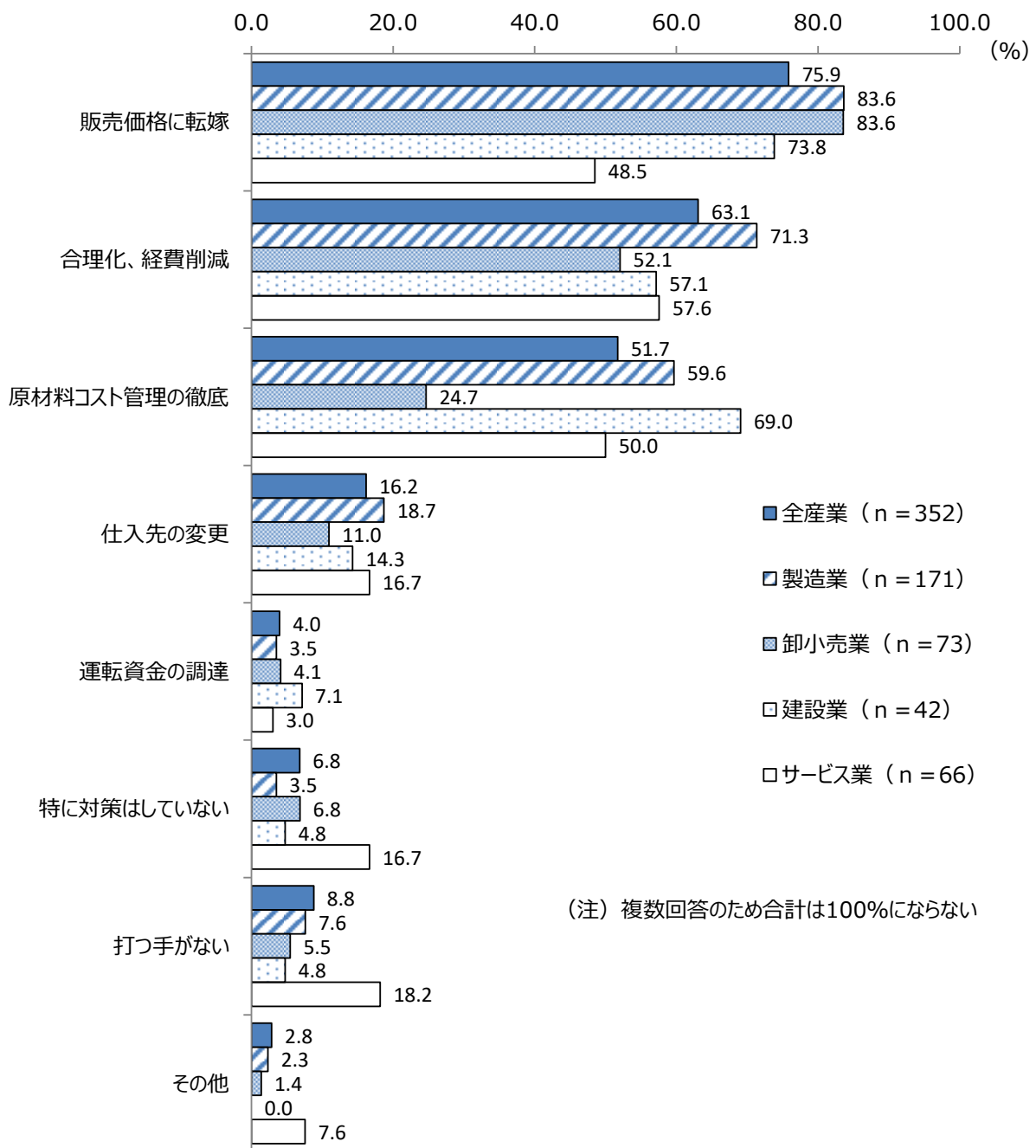
参考 22年4月調査



(2) 対策は、販売価格への転嫁が7割強と最も多い

- ・ 原材料価格上昇への対策をみると、全産業では、「販売価格に転嫁」が75.9%と最も多く、次いで「合理化、経費削減」が63.1%、「原材料コスト管理の徹底」が51.7%などとなった(図表3)。
- ・ 業種別にみると、製造業、卸小売業、建設業は「販売価格に転嫁」がそれぞれと最も多くなったほか、サービス業では「合理化、経費削減」が最も多くなった。

図表3 原材料価格上昇への対策

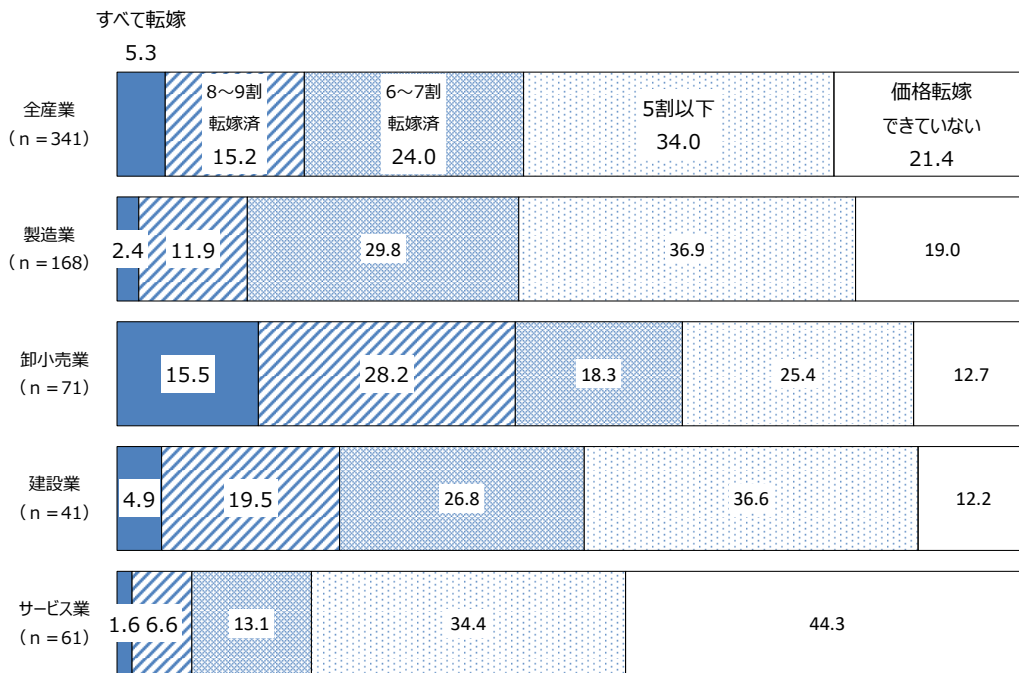


(注) 複数回答のため合計は100%にならない

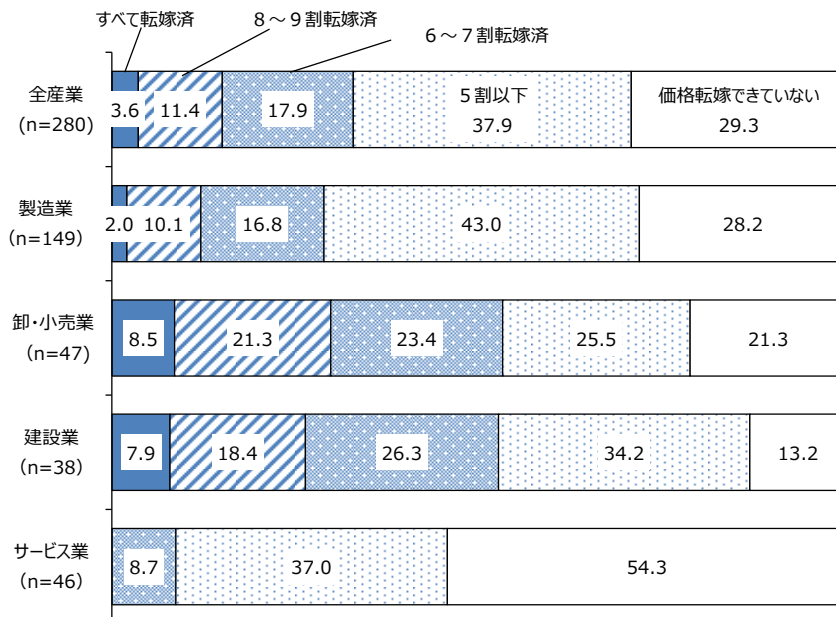
### (3) 販売価格への転嫁が半分以下の企業が全体の5割強

- 販売価格への転嫁状況についてみると、全産業で「価格転嫁できていない」が21.4%、「5割以下」が34.0%となり、価格転嫁が半分以下にとどまる企業の割合は5割強となった(図表4)。
- 業種別に「価格転嫁できていない」と「5割以下」の割合の合計をみると、サービス業が78.7%と最も高く、次いで製造業が55.9%と半数を超えた。

図表4 販売価格への転嫁状況



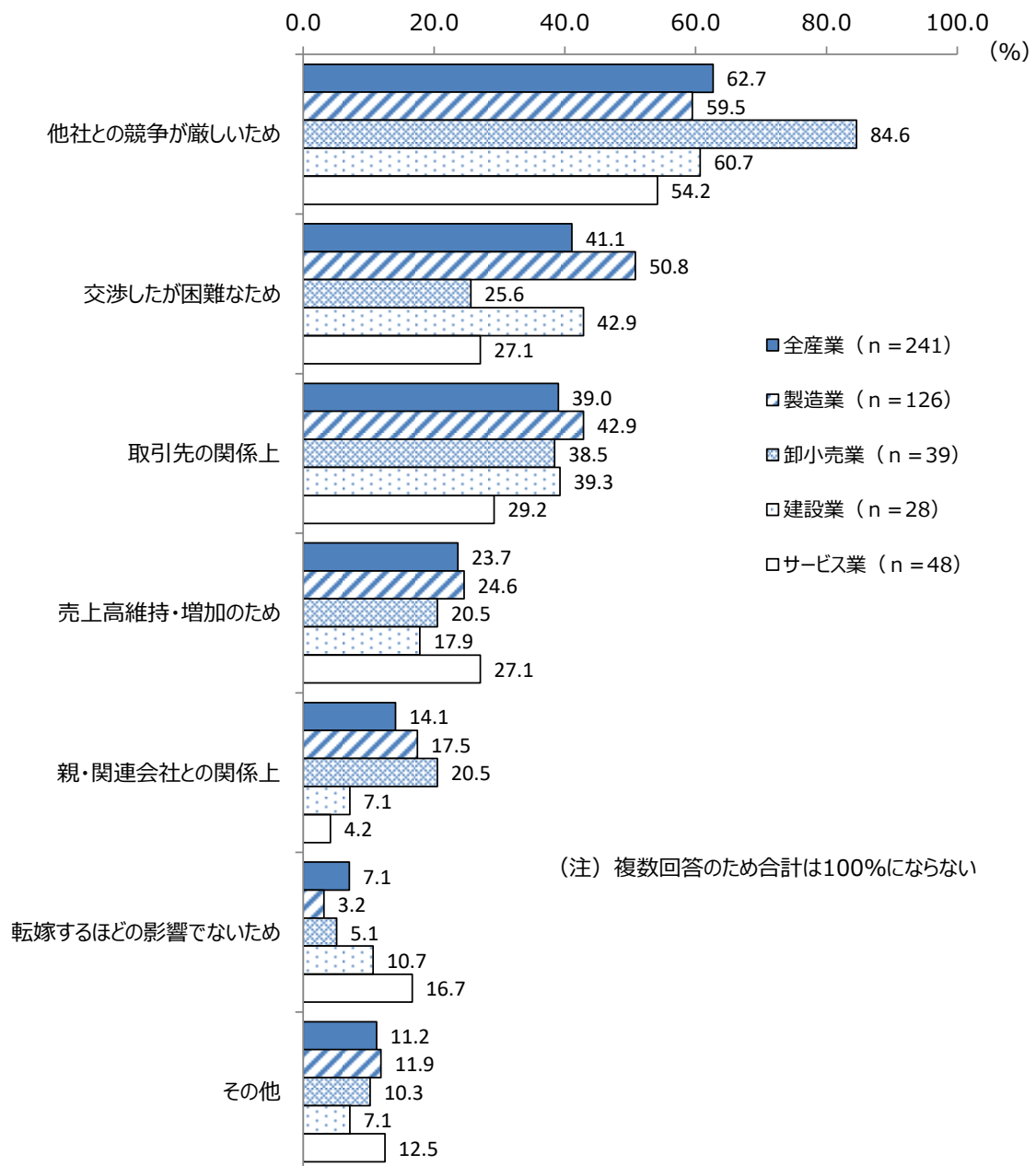
参考 22年4月調査販売価格への転嫁状況



(4) 価格転嫁ができない、進まない理由は、「他社との競争が厳しいため」が約6割

- ・ 販売価格への転嫁ができない、進まない理由については、全産業では、「他社との競争が厳しいため」が62.7%と最も多く、次いで「交渉したが困難なため」が41.1%、「取引先の関係上」が39.0%となった（図表5）。
- ・ 業種別にみると、すべての業種で「他社との競争が厳しいため」が最も多く、次いで製造業と建設業は「交渉したが困難なため」が、卸小売業とサービス業では「取引先の関係上」が多くなった。

図表5 価格転嫁ができない、進まない理由



以上