

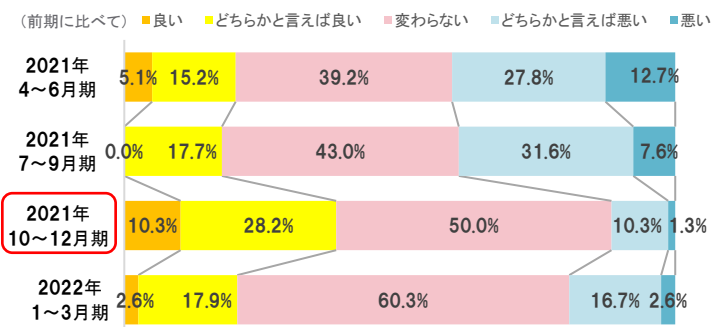
神戸商工会議所 経営経済四半期動向調査 (2021年10~12月期) 調査結果

●調査対象 神戸商工会議所会員78事業所/対象106事業所
●調査時期 2021年12月1日~14日

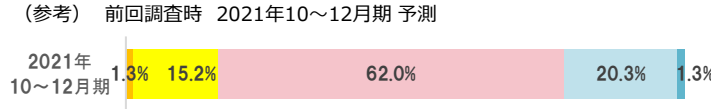
●調査内容 1~2: 定期調査 / 3~5: 付帯調査

1. 各社の業況について

◆今期(10~12月)は、9月末に緊急事態宣言が解除されたことにより、前期と比べて業況改善の見方を示した。
◆来期(1~3月)の予測は、現状維持が6割を占め、先行きの見方には慎重な姿勢が伺える。



前期との比較 7~9月 →10~12月	良い / どちらかと言えば良い		どちらかと言えば悪い / 悪い	
		17.7%→38.5%	+20.8%	39.2%→11.6%
主な業種	百貨店、商店街、菓子製造・販売、ホテル、産業機械製造		自動車小売、催会場装飾、印刷	

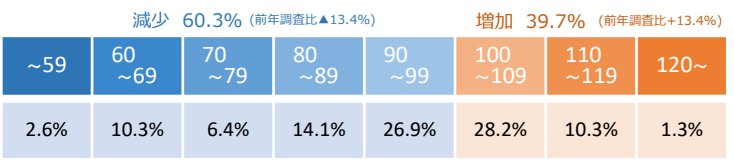


2. 各社・業界での特徴的な動きなど

- (1) 個人消費の動向
- 緊急事態宣言解除以降、客足が回復傾向にあり、売上も堅調。【菓子製造/不動産】
 - 高額品は好調に推移しており、これまで不調だったボリュームゾーンの衣料品・雑貨にも動きが出てきている。【百貨店】
 - 修学旅行の需要が高まっている。【ホテル】
 - 県民割等も始まり、観光業界にも少しずつ明るさが出てきたが、新たな変異株の出現で先行きがやや不透明になってきている。【旅行】
 - 反動需要を期待したが、消費者のライフスタイルの変化か、思ったほどの客足の回復はない。また、忘年会や新年会を見送るケースが多く、団体向け飲食店には厳しい状況が続いている。【飲食店】
 - 大人数での会食や観光需要が戻っていないため、おでかけ着の需要も回復していない。【ファッション小売】
 - 原油高や小麦等の値上げで消費者心理が冷え込んでおり、売上が低下。また、コスト増加を価格に全て転嫁できないため、収益性が悪化している。【スーパー】
- (2) 受注環境・業界の動向
- 鉄鋼・産業機械の設備投資や設備保全の案件が増加している。【機械器具卸売】
 - 機械受注関係は全般的に良好。半導体不足から、部品関連で納期遅延が散見される。【産業機械製造・販売】
 - 都市型マンションを中心に引き合いは活発だが、原材料費の高騰が続き、コスト高により予算と合わず受注物件は減少している。【総合建設】
 - 原材料費や物流コストの高騰が利益を圧迫しているが、競合他社との価格競争の中で価格転嫁することが難しい。【金属製品製造/化成品製造/食品加工】
 - 中国協力工場から値上げ要請があるなど、仕入れ原価が高騰している。【靴小売】
 - 原材料価格が高騰し、円安により高値水準。販売価格の改定が急務である。【飲料卸売】
 - 原油価格の高騰による運航コスト増大に加え、コンテナ不足で物流の動きも鈍化。厳しい状況がしばらく続くと思われる。【運輸】
 - 半導体不足により自動車生産が遅れ、顧客に製品を提供できない状況。【自動車小売】
 - 中国の電力使用制限に伴う輸入仕入品の備蓄対応や、アメリカのコンテナ輸送の遅延対応が課題となっている。【化成品等製造】
- (3) その他(人材確保・設備投資など)
- ・ 最低賃金の毎年の上昇や、仕入れコストの増加が利益を圧迫している。【菓子製造・販売】
 - ・ 人手不足でパート・アルバイトの採用活動が激化している。【ホテル】
 - ・ 環境事業への参入のため、多額の設備投資が必要となってきた。また、生産性向上のためのシステム投資意欲が高まっている。【総合建設】

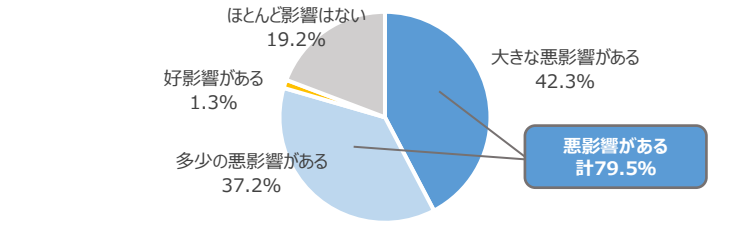
3. コロナ禍前と比べた売上の程度について

◆コロナ禍前(2019年10~12月期)を「100」とした場合の今期売上の程度については、「100~109」が3割弱で最も多かったが、全体で見ると、コロナ禍よりも減少との回答が小売・サービス業を中心に6割を占め、増加は建設・製造業などで4割となった。

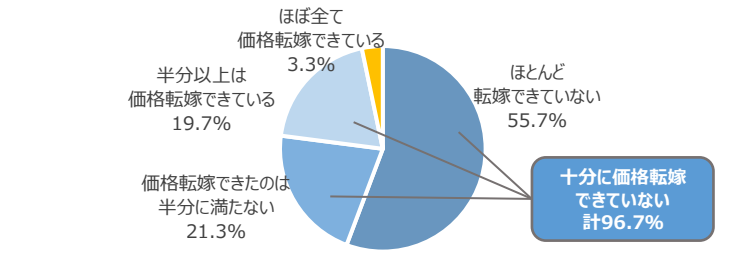


4. 原材料・資源価格の高騰、物流コスト上昇の影響について

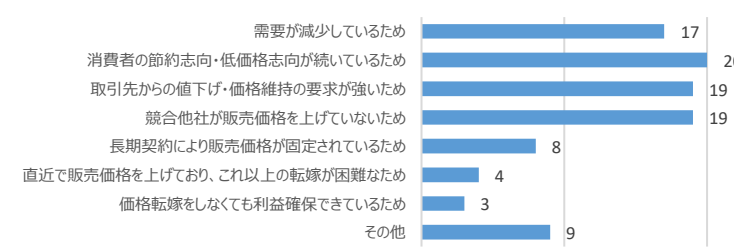
① 原材料・資源価格の高騰による仕入れコストの上昇、物流コストの上昇が経営に与える影響について尋ねたところ、8割の企業が「(大きな・多少の)悪影響がある」と回答し、「ほとんど影響はない」との回答は2割に留まった。



② 4-①で「(大きな・多少の)悪影響がある」と回答した企業に、コスト上昇分の価格転嫁の状況について尋ねたところ、「ほとんど転嫁できていない」が半数以上を占め、全体で見ると、悪影響を受けた企業の大半が、十分に価格転嫁できていない状況にあることが伺える。



③ 4-②で「十分に価格転嫁できていない」企業に、その要因を尋ねたところ、「消費者の節約・低価格志向」「取引先からの値下げ・価格維持の要求が強い」「競合他社が販売価格を上げていない」との回答がほぼ同数となった。(複数回答)



5. 2022年の日本経済の見通しについて

◆「大幅な拡大・改善」「緩やかな拡大・改善」「踊り場局面」の合計が8割以上となり、景気改善局面との見方が大半を占めた。

