

令和 8 年度
第 1 回管内小規模企業景気動向調査
実施結果

実 施 期 間 令和 8 年 5 月 11 日(月) ～ 6 月 10 日(水)

調査事業者数 67 事業者

業種(単位:者)

	事業者数
製造業	11
卸売業	9
建設業	10
小売業	16
サービス業	21
計	67

1. 【経営の悩み】今、頭を悩ませていることは何ですか。（2つまで選択）
- ・ 売上げが伸び悩んでいる
 - ・ 仕入れ価格や燃料費などの経費が高い
 - ・ 人件費の負担が増大している
 - ・ 価格転嫁ができていない
 - ・ 十分な設備投資ができていない
 - ・ 資金繰りに余裕がない
 - ・ 人手（人材）が確保できない

<回答結果>（単位：者） ※〔 〕内は対象事業者数

	製造業 〔11〕	卸売業 〔9〕	建設業 〔10〕	小売業 〔16〕	サービス業 〔21〕	合計 〔67〕
売上げが伸び悩んでいる	2		1	5	8	16
仕入れ価格や燃料費などの経費が高い	9	9	4	12	11	45
人件費の負担が増大している	1		2	3	3	9
価格転嫁ができていない	6	1	1	3	4	15
十分な設備投資ができていない			2		2	4
資金繰りに余裕がない	1	1		3	4	9
人手（人材）が確保できない	1	2	6	2	2	13
その他	1	2	1	1	2	7

（その他の回答内容）

エアコンの排水パイプ・カバーが入荷されない（建設業）

後継者がいない（小売業）

展開するサービスの内容（サービス業）

物価高などによる顧客の消費マインドの低下（サービス業）

注文しても商品（塗料）が入ってこない。10 発注して 1 入荷できる程度。（卸売業）

物（販売物）が入手できない（卸売業）

納期が遅く、仕入れ数が少ない（製造業）

【全体の特徴】

「仕入れ価格や燃料費などの経費が高い」が 45 者と圧倒的に多く、次いで「売上げが伸び悩んでいる」（16 者）、「価格転嫁ができていない」（15 者）となっている。

【業種別の特徴】

製造業

「仕入れ価格や燃料費などの経費が高い」（9 者）と「価格転嫁ができていない」（6 者）が主な悩みとなっている。

卸売業

全事業者（9 者）が「仕入れ価格や燃料費などの経費が高い」と回答しており、コスト高が直撃している。

建設業

他業種に比べて「人手（人材）が確保できない」（6 者）の割合が突出して高いのが特徴である。

小売業

「仕入れ価格や燃料費などの経費が高い」（12 者）と「売上げが伸び悩んでいる」（5 者）が多く挙げられている。

サービス業

「仕入れ価格や燃料費などの経費が高い」（11 者）、「売上げが伸び悩んでいる」（8 者）、「価格転嫁ができていない」「資金繰りに余裕がない」（各 4 者）と、幅広い悩みを抱えている。

2. 【需要の変化】最近(直近1~2カ月)、お客様の動きや注文数に変化はありますか。

・増加している ・横ばい ・減少している

〈回答結果〉(単位:者) ※〔 〕内は対象事業者数

	製造業 〔11〕	卸売業 〔9〕	建設業 〔10〕	小売業 〔16〕	サービス業 〔21〕	合計 〔67〕
増加している	2	4	2	3	4	15
横ばい	4	5	7	10	10	36
減少している	5	0	1	3	7	16

【全体の特徴】

「横ばい」が36者と過半数を占めている。「減少している」(16者)と「増加している」(15者)はほぼ同数である。

【業種別の特徴】

製造業:「減少している」が5者と最も多く、需要の落ち込みが目立っている。

卸売業:「横ばい」(5者)と「増加している」(4者)のみで、「減少している」と回答した事業者はゼロであった。

建設業・小売業:両業種とも「横ばい」が大半を占めている(建設業7者、小売業10者)。

サービス業:「横ばい」(10者)が最多ですが、「減少している」も7者と比較的多くなっている。

3. 【コストと利益】原材料費や経費の上昇は、利益にどの程度影響していますか。

・かなり利益を削っている ・少し利益が減っている ・影響はない

〈回答結果〉(単位:者) ※〔 〕内は対象事業者数

	製造業 〔11〕	卸売業 〔9〕	建設業 〔10〕	小売業 〔16〕	サービス業 〔21〕	合計 〔67〕
かなり利益を削っている	5	3	0	4	6	18
少し利益が減っている	6	6	9	11	9	41
影響はない	0	0	1	1	6	8

【全体の特徴】

「少し利益が減っている」(41者)と「かなり利益を削っている」(18者)を合わせると、約9割の事業者が利益面での悪影響を受けている。

【業種別の特徴】

製造業・卸売業

どちらの業種も全事業者が「少し利益が減っている」または「かなり利益を削っている」と回答しており、利益への打撃が深刻である。

建設業・小売業

どちらも「少し利益が減っている」が最多となっている(建設業9者、小売業11者)。

サービス業

「少し利益が減っている」(9者)、「かなり利益を削っている」(6者)が多い一方で、全業種の中で唯一「影響はない」と回答した事業者が6者おり、影響度合いに差が見られる。

4. 【価格転嫁】コストの上昇分を、商品やサービスの販売価格に転嫁できていますか。

- ・ 全て転嫁できている（10 割） ・ 概ね転嫁できている （9 割～7 割）
- ・ 一部転嫁できている（6～4 割） ・ あまり転嫁できていない（3 割未満）

＜回答結果＞（単位:者）※〔 〕内は対象事業者数

	製造業 〔11〕	卸売業 〔9〕	建設業 〔10〕	小売業 〔16〕	サービス業 〔21〕	合計 〔67〕
全て転嫁できている（10 割）	0	0	1	1	1	3
概ね転嫁できている（9 割～7 割）	3	1	1	4	2	11
一部転嫁できている（6～4 割）	3	1	3	6	4	17
あまり転嫁できていない（3 割未満）	5	7	5	5	14	36

【全体の特徴】

あまり転嫁できていない(3 割未満)」が 36 者と過半数を占め、コスト上昇に対する価格転嫁が進んでいない現状が浮き彫りになっている。

【業種別の特徴】

製造業・卸売業・建設業

半数以上の事業者が「あまり転嫁できていない」と回答している。

小売業

「一部転嫁できている」が 6 者と最も多く、他の業種に比べて転嫁がやや進んでいる傾向がある。

サービス業

「あまり転嫁できていない」が 14 者と約 7 割を占め、価格転嫁が最も遅れている業種となっている。

5. 【中東情勢の影響】

5－1 中東情勢の悪化に伴う燃料費や資材価格の上昇は、現在の経営に影響を与えていますか。

- ・ かなり影響が出ている ・ 少しずつ影響を感じる ・ あまり影響はない

＜回答結果＞（単位:者）※〔 〕内は対象事業者数

	製造業 〔11〕	卸売業 〔9〕	建設業 〔10〕	小売業 〔16〕	サービス業 〔21〕	合計 〔67〕
かなり影響が出ている	9	4	3	6	3	25
少しずつ影響を感じる	2	5	5	8	11	31
あまり影響はない	0	0	2	2	7	11

【全体の特徴】

経営への影響について「少しずつ影響を感じる」(31 者)、「かなり影響が出ている」(25 者)を合わせると 8 割を超える。

【業種別の特徴】

製造業・卸売業:全事業者が影響を感じている。

特に製造業は、経営への影響について「かなり影響が出ている」(9 者)が圧倒的である。

建設業・小売業:「少しずつ影響を感じる」が最多である。

サービス業:「少しずつ影響を感じる」が最多(11 者)ですが、「あまり影響はない」とする事業者も 7 者いる。

5. 【中東情勢の影響】

5-2 5-1で「かなり影響が出ている」、「少しずつ影響を感じる」と回答された方は、どのような影響が出ているか自由にお書きください。

＜例：〇〇(プラスチック資材等)の入荷見通しが立たない＞

＜回答結果＞

《製造業》

「かなり影響が出ている」

原材料・資材の価格急騰と広範な供給不足

石油・ナフサ関連および日用資材の不足

石油・ナフサ価格の影響で、インク、のり、樹脂フィルム、印版、プラスチック容器、瓶の蓋のゴムなどが入手困難になり、納期遅延や出荷調整が広がっている。のり（接着剤）やシンナーはホームセンターでも欠品し、合板も入りにくい状況である。

急激な価格高騰

3月以降、木材（15%増）、ガラス製品（18%増）、ダンボール（15%増）、包装資材（一律約33%増）など幅広い資材が高騰している。一部の金具部品は仕入れ価格が160%～170%増まで跳ね上がっており、運送費や塗料にかかる経費も上昇している。

電子部品の不足

中東情勢が発生する以前から、メモリや半導体などの電子部品も入手しにくく、価格が上昇している。

企業活動への直接的ダメージと先行き不安

納品遅延と経営への危機感

材料不足により商品の製造・納品ができない状態が発生している。例えば、お菓子用フィルムは早ければ2か月後に在庫切れとなる懸念があり、お盆時期までは持ちこたえられても、年末商戦まで経営が維持できるかどうかの保証がないため不安である。

新規取引のリスク

新規取引先への納品のために追加で資材を購入しようとしても、卸業者から「昨年の実績に応じた販売量になる」と制限され、資材不足で取引自体が消滅してしまう不安が生じている。

規模による格差と全体の減産

規模の大きい企業はある程度の資材在庫を確保できていると聞くと、小規模事業者は供給順位が後回しになりやすい状況である。また、取引先の動向なども影響し、製造数・販売数ともに減少している。

価格転嫁(値上げ交渉)の難航

見積もりと納品時の価格差

材料の値上がりが急激すぎるため、見積もりを提示してから実際に納品するまでの間に材料価格がさらに上がってしまい、利益幅のない取引になりかねず、事前の価格設定が極めて難しくなっている。

元請けとの交渉停滞

新年度に元請けへ値上げの照会を行っても1ヶ月を超えて返事がなく、刻々と変わる情勢を踏まえた価格交渉が進められていない。

業界に対する理解不足

報道の多い食品、燃料、消耗品などと比較して、値上げ（値段交渉）が受け入れられにくい業種であるため、顧客からの理解を得づらいという認識を持たれている。

企業の自衛策

「安定確保」への方針転換と早期確保

今後2～3年は原材料不足が続くと見られ、「安く仕入れる」ことより「安定確保」を重視する方針へ転換している。また、「顧客の依頼を断りたくない」という強い思いから、3月の戦争勃発時には

価格が高騰する前にナフサ関連資材や電子部品を早期に押さえる対策をとった。

中東情勢に起因しない別の課題

自律型人材の不足

資材高騰とは別の問題として、深刻な人手不足がある。単なる知識や資格の有無にとどまらず、自分で物事を考えて行動できる優秀な人材が求められている。

「少しずつ影響を感じる」

全体的な状況

資材調達の難航や仕入価格の上昇は発生しているものの、現時点では想定の範囲内であり、特段困るような大きな影響は出ていない。一方、現在の経営において、資材価格の高騰よりも「光熱費の高騰」の方がより大きな影響を及ぼしている。

資材の高騰

建材費（ポリ合板、メラミン）、シンナー、副資材、運送費などは軒並み上昇しており、シール代などの一部資材も高騰している。

価格転嫁の一部難航

消費者が容量の減少を許容するため、小売商品は内容量を調整して価格転嫁ができている一方で、包材を必要としない居酒屋などではそのような対応ができず価格転嫁できていない。

今後の見通しについての懸念

現状は影響を抑えられているものの先行きは不透明であり、今後はメーカーの買い占め防止や出荷調整により、大量仕入れを行う事業者の調達が厳しくなる懸念がある。

《卸売業》

「かなり影響が出ている」

コストの急激な上昇と利益への圧迫

包材コストの上昇と資金繰りへの影響

今年度に入り、小売り用包材の価格が 30%上昇した見積もりを提示されている。さらに先払いする必要があるため、資金繰りにも影響している。

燃料高による輸送・仕入れコストの上昇

複数県をまたいで製造を行っているため、燃料価格の高騰がそのまま輸送コストの上昇に直結し、結果として仕入れ価格の上昇にもつながっている。

輸出コストの高騰

海外への輸出コストが従前の 3 倍（金額にして 4～5 万円）にまで上昇している。

確保した利幅の縮小

4 月に小売価格を値上げしてある程度の利幅を確保したつもりだったものの、上記のような相次ぐコスト上昇によってその利幅が急速に縮小している。

深刻な供給不足と調達難

特定容器の入手困難と代替品の検討

果汁関係の出荷時に必要となる「キュービテナー」の容器が入荷しない状況である。今後は一斗缶など代替品での対応を検討している。

買い占めによる入荷量の大幅減

大きい業者が買い占めを行っていると思われ、発注数の 1 割程度しか入荷できない状況に陥っている。

新規業者からの異常な購入要求

無理な注文と居座り

これまで取引のなかった業者から「売って欲しい」という無理な注文が来ており、中には、居座って帰ってくれない人もいたというトラブルが発生している。

「少しずつ影響を感じる」

資材や商品の不足・入荷遅延の影響

化粧品・プラスチック容器の不足

化粧品用ボトルや一部のプラスチック容器が欠品・入荷未定となっている。化粧品を取り扱うケースでは、サイズ違いの代替ボトルへ差し替えて急場を凌いだものの、数量などの調整が必要になるという影響が出ている。

美容関連商材の遅延

美容室向けには、トリートメントが薬剤不足により入荷遅れとなっている。また、美容室の開業支援業務においても、内装工事に使う床の接着剤の入荷が遅れる事態が発生している。

包装資材の制限

包装資材については、4月中旬時点で卸問屋から早期の追加発注確認を迫られ、結果的に5月に入ってから追加発注が不可となるケースがあった。

その他商材の数量制限

全般的な影響として、商材によっては仕入数量そのものが限定されてしまうものも出ている。

仕入価格・各種コストの高騰

容器・資材の価格上昇と変動

資材全般が高騰しており、特に化粧品用の容器は現在までに20%近く価格が上昇している。また、容器などの見積もりが「週に1回」の頻度で更新されるほど価格変動が激しく、商品への価格転嫁（値上げ）に慎重にならざるを得ない状況である。

食品（青果物）の高騰

輸入品やハウス産などの青果物においても仕入価格が上昇している。

運送費・設備投資への波及

運送費が上昇しているほか、県補助金を活用して6～7月頃に導入予定だった機器についても、業者から当初の見積額からの値上げがすでに示唆されている。

消費者動向による売上への影響

菓子などの嗜好品を取り扱うケースでは、上記のような供給側の問題とは別に、消費者の「買い控え」動向が起きており、それが直接的に売上減少へ影響を及ぼしている。

影響を免れている要因と今後の見通し

化粧品自体の原材料については、石油由来のものがないため直接的な影響（価格高騰や欠品など）を免れている一方、実質的・本格的な影響は今後さらに出てくると想定し、警戒されている。

《建設業》

「かなり影響が出ている」

慢性的な職人不足と利益の圧迫

職人の確保難と問屋への依存

職人不足が深刻化しており、問屋から資材を購入することを条件に、協力職人を派遣してもらうなどの対応を強いられている。

利益構造の悪化

職人不足による人件費の高騰が起きている一方で、元請けは受注単価を抑えようとするため、内装業者の利益が圧迫されている。

中東情勢等による資材価格の高騰と深刻な供給不足

資材価格の急騰と人件費への跳ね返り

クロス、床材、のり、パテといった内装資材が7月から約30%値上がりする予定ある。また、のりやパテ代は職人が負担する慣習があるため、この値上がりが人件費の上昇という形でも重なって、経営に大きな影響を与える。

深刻な内装資材の欠品

近々では問屋にもパテの在庫がないため、職人から内装業者へ「パテを貸してほしい」と依頼が来るほどの事態となっている。

物流・納期の悪化と、部材不足による機会損失・波及

物流コストと納期の悪化

納期の遅れが発生していることに加え、物流費の高騰によってコスト負担が増加している。

エアコン工事における機会損失

2027年4月の国の省エネ基準引き上げに伴い、基準を満たさない格安モデルが製造・販売できなくなる問題（エアコンの2027年問題）の影響で、クーラー取付工事の需要が高まっている。しかし、エアコンの排水パイプやカバーが入荷されないため、需要があっても工事ができない状態に陥っている。

「少しずつ影響を感じる」

資材調達難と価格高騰

イラン・中東情勢の直接的な影響

イラン情勢の緊迫化により、ユニットバスなどの住宅設備で納品遅れが生じている。また、中東情勢の影響でタイヤそのものの部品価格が過去最高値となり、収益を圧迫している。

幅広い資材の遅延・不足

車のオイル、建材（法面用の鉄製網、ゴム製防舷材）、プラ管、塗料（シンナー）などの仕入れ遅延や品不足も起きている。

メーカー側の出荷調整

製品自体は存在していても、メーカー側が出荷調整を行っているケースがある。接着剤などの副資材でも、買い占め防止のためメーカー側で稟議を要するケースがあり、たった1本からでも即時調達が難しくなっている。

価格高騰による経営圧迫

コンクリートは年に3～4回の価格改定（値上げ）が見られ、ガソリンに関しても負担感がいっそう増しており、厳しい状況が続いている。

現場工程や受注への悪影響

工期のロス

住宅設備などの納品遅れにより、契約済みの案件でも着工待ちとなり、完成や引き渡しの時期に大きなロスが生じている。

新規受注の見合わせ

仕入価格の高騰や納期遅延の長期化で先行きの見通しが立たないため、新規受注を控えざるを得ない状況に陥っている。

小規模事業者の弱い立場と下請けの不安

大手優先の構造と切り捨てへの危機感

必要な資材は大手企業が優先的に確保する傾向が強く、小規模事業者は調達面で後回しにされているように感じる。さらに、今後国際情勢の悪化や災害が起きた場合、「小規模事業者から切り捨てられるかもしれない」という強い危機感を抱いている。

需要の先食い懸念

資材提供を受ける下請け業者の場合、資材高騰の直接的な影響は出ていないが、現在の案件数の多

さは資材高騰前の「駆け込み需要」による先食いの可能性があり、元請けの今後の着工動向が不透明なため、6月以降に新規受注が減少することを危惧している。

《小売業》

「かなり影響が出ている」

プラスチック・ビニール系資材の深刻な不足と仕入制限

深刻な調達難と業務への影響

ラーメンの麺・スープ用の袋が手に入らず、製造元が出荷や受注の制限を行う事態が発生している。事業者によっては、通常ルートに代わり割高なインターネット通販を利用して急場を凌いでいる。一方で、洋菓子のプラスチック包材については、県内業者からもインターネット上からも一切購入できないなど、調達がより困難なケースもある。

需要急増などによる仕入制限

菓子や保冷剤のビニール包装紙が3割値上げされる予定であり、同業他社が一斉に駆け込み注文をした結果、仕入制限がかけられている。また、追加で資材を買い足そうとしても、卸業者から「これまでの実績分しか卸せない」と言われるなど、供給が制限される事例が起きている。

在庫確保と先行きの不安

ホルムズ海峡封鎖の報道等を受けて早急に動き、1年分（パン袋など）や半年先の資材を前倒しで確保できた事業者もいるが、確保分が尽きたあとの見通しが立たず、不安が残る状況である。

資材・物流・関連経費の高騰

資材調達コストの増加

セロハンテープ類をはじめとする資材価格の高騰が相次いでいるほか、不足する資材を割高なルート（インターネット等）で仕入れざるを得ないことが、仕入コストを増加させ収益を圧迫している。

輸送コストや移動費の上昇

今後、ヤマト運輸の燃油特別付加金が始まることにより輸送コストが上がり、価格に転嫁されるのではと懸念している。また、出張時の飛行機代が2倍弱に大幅値上がりするなど、資材調達以外の経費負担も増大している。

経営状況および資金繰りへの影響

売上増加の裏にある客数減

価格改定や客単価の上昇によって売上高は前年対比で増加しているものの、来店客数は減少傾向にあり、今後の経営課題となっている。

資材の前倒し確保に伴う資金繰りの悪化

原材料はすべて国産で賄っているため直接的な影響は限定的だと考えている事業者においても、将来の資材不足を見越して多量（1年分など）の資材を前倒しで確保した結果、その調達費用の支払いと諸々の税金の支払い時期が重なってしまい、一時的に資金繰りが非常に厳しくなるという事態が発生している。

「少しずつ影響を感じる」

原材料・資材・商品の価格高騰と深刻な不足

飲食・テイクアウト関連

油、粉、乳製品などの原材料の仕入れ額がじわじわと上昇している。また、テイクアウト用の包装資材は、卸業者から数%～70%を超える値上げや、複数回にわたる値上げが打診されている。

アパレル関連

ポリエステルやナイロンといった素材の不足や生産コストの上昇が起きている。これにより、次回以降の秋冬商材では相当な値上げが予想されている。

石油関連製品・その他

エンジンオイル、クーラント（冷却水）、ブレーキオイルといった製品が無くなってきている。また、眼鏡の薄型レンズは石油由来であるため、完全に仕入れができない種類も発生している。

梱包資材

緩衝材、梱包材、ビニールテープの入荷が遅延している。これらは 3 割程度の値上げや実質的な値上げが起こっており、ネットオークションで購入せざるを得ないケースも発生している。

輸送・移動コストの上昇と物流の遅延

入荷の遅延

ホルムズ海峡の封鎖の影響により、アフリカからの商品入荷に遅れが生じている。

配送料・移動費の高騰

ヤマト運輸の燃油サーチャージ導入により、自社 EC サイトで販売する商品の配送料が値上がりしている。さらに、航空費も上昇しているため、商品の仕入れを目的とした展示会出張へ頻繁に行けない状況に陥っている。

先行きの不透明さとそれに起因する対応

防衛的な在庫確保

現状では値上げの対象となっていない資材であっても、今後の入荷が不透明なため、少し多めに在庫を抱える対策が取られている。

情報の錯綜

メディアの報道が過熱し始めており、現在の在庫不足が「過剰な買いだめ」によるものなのか、「今後の需要を見越したもの」なのか、実際の状況が判断しづらくなっている。

売上への影響懸念

アパレル商材をはじめとして、仕入れコストの上昇による大幅な値上げが避けられないことから、今後の売上への悪影響が強く懸念されている。

《サービス業》

「かなり影響が出ている」

燃料費上昇・国際情勢による直接的な影響

燃料費が上昇したことで利益率が低下し、設備投資に資金を回せない状況になっている。また、中東情勢の影響により、神戸港を経由して中東へ荷物を輸送する案件で受注停止が始まっている。

資材の価格高騰と納期遅延による資金繰りの悪化

塗料をはじめとする建築資材全般で仕入価格の高騰が続いていることに加え、価格転嫁が全く追いついていないため、利益率が低下し、運転資金の負担増加が深刻な経営課題となっている。また、住宅設備や建築資材の納期遅延が常態化しており、工期が長期化している。これらにより、工事の完了や引き渡しができず売上金の回収が遅れ、結果としてキャッシュフローおよび資金繰りの悪化を招いている。

メディア報道による消費者心理の変化と売上減少

テレビなどで「燃料費の上昇」や「ナフサ由来の製品の価格高騰」に関する報道が過熱している。これを受けて一般消費者の財布の紐が固くなり、外食控えなどが起こった結果、売上の減少につながっている。

「少しずつ影響を感じる」

原材料・資材の価格高騰と調達難

飲食・食品関連

海産物（のり・昆布など）が 10 年前の約 2 倍に高騰しているほか、コーヒー豆の仕入れ価格も上昇している。また資材については、店内飲食のみの店舗（ラーメン店など）ではプラスチック資材高

騰の直接的な影響は小さいものの、定期的な弁当注文を受ける事業者では、使い捨て容器やラップ類の今後の在庫管理が懸念されている。

建築・不動産関連

塗料や金具に加え、合板作業に必要なボンドなどが入手困難になっている。物件の完工が遅れることで不動産売買自体にも停滞感が生じており、地域の工務店は厳しい状況に置かれている。

自動車関連

オイルやゴムなどの資材が軒並み 3 割程度値上げされている。外国産自動車の部品は国内在庫が少なく、必要な時に十分な量を確保できるか先行きが不透明である。

その他サービス（リース・イベント等）

レンタルマットの仕入価格や洗浄用洗剤が大幅に上昇しているほか、イベント等で用いるナフサ由来製品も値上がりしている。

水道光熱費や物流・燃料費の上昇

光熱費の負担増

ラーメン店やカフェなどの飲食店において、エネルギー価格の高騰による光熱費の増加が影響を及ぼし始めている。

物流・輸送コストへの波及

燃料費高騰の影響で、美容室の業務用品（シャンプー等）の送料無料ラインが「5,000 円以上」から「10,000 円以上」に引き上げられている。また、外国産自動車の部品を生産国である欧州から輸送する際のコスト増大も懸念されている。

価格転嫁の遅れと収益への圧迫

対消費者（BtoC）

ラーメン店では 20 年前に 650 円だった価格を現在は 900 円（約 1.5 倍）まで値上げしているが、原材料・光熱費・人件費の上昇幅を踏まえると十分な価格転嫁とは言えず、収益確保が課題となっている。

対事業者（BtoB）

業者からのサービス料は上昇しているにもかかわらず、自社の提供するサービス料は値上げしにくく、板挟みになっている事業者がいる。

消費者マインドの低下

美容室においては、顧客が「オプションメニューをつけない」「来店頻度を減らす」といった行動をとるようになっており、物価高による消費マインドの低下が危惧されている。

各社の自衛策と残る供給・コスト不安

事前の在庫確保

戦争勃発や中東情勢の悪化に備え、不動産関連資材や美容室の業務資材などをあらかじめ大量確保することで、足元の直接的な影響や業務への支障を回避しているケースがある。

将来への懸念

自動車用オイル・ゴム等は「6 月入荷分までは見込めるがその後は不透明」とされており、不動産資材でも現在の在庫が尽きた後の追加確保時には「値上げは避けられない」との認識がある。長期的には、必要なモノが必要な時に手に入らない「供給不安」と「調達コストのさらなる増加」が懸念されている。

5. 【中東情勢の影響】

5-3. 中東情勢の悪化が長引く、また、深刻化した場合、事業の継続にあたって不安に思うことや、希望する支援を自由にお書きください。

＜例：原油価格の高騰・円安 → 資金繰り支援（低利融資や補助金）＞

<回答結果>

《製造業》

「不安に思うこと」

資材調達への不安と価格高騰

中東情勢の不安による資材価格の高騰が起きており、サプライチェーン（SCM）全体での価格転嫁（痛み分け）だけでは、すでに事業者側の吸収余力が限界に達している。

燃料費の高騰

中東情勢の影響により、燃料価格がかなり高騰している。

取引先の事業休止に伴う受注難（仕事の減少）

中東情勢の問題のみならず、主な取引先であるゼネコンや工務店などが採算割れによって事業を休止している状態である。そのため、ますます仕事を受注しづらい環境に陥っている。

人手不足と人件費の負担増

根本的な人手不足・人材不足が課題となっていると同時に、人件費に対する負担感も増大している。

「希望する支援」

コスト上昇を見据えた「先回り型」の政策・資金繰り支援

後手に回る支援ではなく、コスト上昇の長期化など将来の環境を予見し得る「先回り型の政策対応」が求められている。具体的には、中東不安による資材高騰に対応するための緊急資金の「低利融資」や、事業継続を下支えする制度の創設が期待されている。

各種補助金制度の創設・拡充

資材調達などに不安はあるものの、事業継続のための補助金制度を求めている。具体的には次の通り。

- ・代替エネルギー導入に対する補助金
- ・（燃料高騰を理由とした）販路開拓等の出張時の旅費補助
- ・負担感が増している人件費に充当できる補助金制度
- ・会社運営を助けるための何らかの補助金
- ・販路開拓への支援

流通確保と人材面での中長期的支援（具体的には、次の通り）

- ・資材の流通が滞らないための対策
- ・一朝一夕には解決しないと認識しつつも、人手不足・人材不足に対する継続的な支援

《卸売業》

「不安に思うこと」

各種コストや物価の高騰

青果物（輸入品やハウス産のもの）の仕入価格や資材価格、運送費、ガソリン代の上昇が起きており、さらなる物価高騰を懸念している。

経費の先払いや突発的なコスト上昇による資金繰り悪化

突発的なコスト上昇による影響を不安視している。また、既存商品を代替容器へ差し替えるような強制的なリニューアルに伴い、容器代やデザイン代等の経費を先払いすることで「キャッシュ・在庫ともない」期間が生まれ、通常よりキャッシュアウトが長くなり資金繰りに窮するリスクを抱えている。

消費者の買い控えによる影響

嗜好品を扱っている業種などでは、消費者の買い控え動向が売上に直接的な悪影響を及ぼしていることを不安に思っている。

サプライチェーンの停滞

商品の製造が止まることによって、物流がストップしてしまうことを懸念している。

「希望する支援」

コスト高騰への直接的支援と資金繰り支援

資材コストの上昇分や物価の更なる高騰に対する、金銭面（補助金等）および物資面での支援を希望している。あわせて、突発的なコスト上昇に対応できる柔軟な支援や、コロナ時の「ゼロゼロ融資」のような国の強力な資金繰り支援を求めている。

事業実態に合わせた柔軟な補助金設計

代替容器への差し替え等の「経費先払い」による資金繰り悪化を防ぐため、通常のプロセス（申請→採択→実績報告→精算）ではなく、「先に実行した事業に対する補助」を要望している。また、申請時の見積もりと採択時の見積もりが大きく変わる実態を理解した補助金設計を求めている。

販路開拓に係る支援

消費者の買い控え動向を打破するため、EC なども含めた販路開拓の取り組みに対する支援の充実を希望している。

《建設業》

「不安に思うこと」

資材不足による工事停止と収入減少への危惧

断熱材やパイプの入荷遅延により大工工事や水道工事が滞り、それが内装工事の停止にも波及することで、収入が減少することへの不安が高まっている。また、資材が入らないことで仕事自体ができなくなることや、大手企業が資材を買い占めているのではないかと懸念も生じている。

物流・流通の停止懸念

排ガス対策用の尿素が不足しているとの情報から、物流や流通そのものが止まってしまうことが心配されている。

公共工事の減少による売上低迷

中東情勢などの外部要因とは別に、徳島県内での公共工事が減少していることが、自社の直接的な売上減少につながっている。

製品供給途絶など今後の悪化に対する危機感

製品の供給が途絶した場合、自社では何も対応ができなくなることへの不安や、今後の状況悪化は避けられないという先行きへの強い危機感がある。

「希望する支援」

小規模事業者を守る直接的な資金繰り支援

収入減少や不測の事態を乗り越えられるよう、ゼロゼロ融資のような低金利融資、補助金、給付金、一時支援金、応援金などの手厚い資金繰り支援が切望されている。

現状打破や新規事業に向けた補助や投資支援

上昇する人件費に対する補助や、現状打破のための設備投資への支援が求められている。加えて、避けられない状況悪化に対応すべく、自社での新規サービスの取り扱いや提供に踏み出すための補助金等の検討が要望されている。

積極的な公共投資の実施

徳島県内の公共工事減少による売上低迷に対応するため、積極的な公共投資が行われることを期待している。

政府によるエネルギーの安定供給

万が一製品の供給途絶が生じた場合に自社では対応のしようがないため、政府に対しては国の基盤としてエネルギーの安定供給を確保することが求められている。

《小売業》

「不安に思うこと」

資材・商品の調達難と将来の枯渇

プラスチックの袋、包装資材、包装紙などの入荷が滞っており、仕入れ自体ができなくなると商売が不可能になるという強い懸念がある。現状は自社の取扱う他のラインナップで代替でき影響が限定的であっても、今後の状況次第では販売動向に悪影響が出る恐れがある。また、エンジンオイルの入荷遅延や今後の値上がり、また将来的に枯渇してしまうことへの不安が寄せられている。

コスト高騰と「契約構造」による価格転嫁の困難さ

原油高によるガソリン代や燃油サーチャージの上昇、配送業者の運賃値上げ、円安による輸入材の価格上昇が経費を圧迫している。また、機器の納品や保守メンテナンスで営業車両を使用しているため、ガソリン価格の高騰が経営を圧迫している。一方、顧客との契約は5年ごとに見直す長期リース契約が中心で、契約期間中は価格転嫁の交渉ができず、負担を吸収せざるを得ない状況となっている。

資金繰りの悪化と事業継続への危機

仕入れ経費の増や原油高の長期化により、運転資金が枯渇し、資金繰りが悪化することが懸念されていることに加え、消費マインドの冷え込みによる売上の低下や、現在のガソリン補助金が打ち切られることへの不安がある。また、事態が長引いた場合、事業の継続自体が困難になる可能性が危惧されている。

「希望する支援」

モノの確保・経費負担の直接的な軽減

「資金としてはあるもののモノがない」という状況を打破するため、プラスチックの袋などの資材確保に向けて働きかけてほしいという要望がある。さらに、高騰する仕入れ経費への支援や、円安の影響を緩和する支援、ガソリン補助金の継続が求められている。また、税金の支払い負担が大きいため、支払いの延期や免除制度などの負担軽減策が望まれている。

「資金余力があるうち」の先行投資支援

守りに入ってギリ貧になるのを防ぐため、経営体力（資金）が比較的あるうちに「新事業展開への先行投資」を行えるような補助や特別融資の実施が希望されている。

販路拡大・売上確保に向けた「出口戦略」の支援

新規販路獲得や販路拡大のために出張する際の、旅費・交通費・渡航費の補助が求められている。顧客数減少への対応と売上の安定・拡大のため、商工会議所等が実施する販路開拓支援、商談会、展示会出展、域外販路拡大などの「出口戦略」に期待が寄せられている。

《サービス業》

「不安に思うこと」

コスト高騰と資金繰りの悪化

今後のエネルギー価格や燃料費の上昇に対する不安がある。具体的には、輸入食材や物流コストの

更なる値上がり、石油由来の化粧品の値上げに関する懸念がある。また、現在は備蓄で対応できているが、夏以降も状況が続いた場合ごみ袋やラップなどの資材調達や価格面への影響が懸念される。加えて、これらの資材高騰に対する価格転嫁が追いついておらず、自社の資金繰りに悪影響が出ており、今後の従業員への賃金支払いに対して不安がある。

消費者心理の冷え込みによる売上減少

中東情勢の悪化などが長引き、社会全体の景気が後退し、消費者の「財布の紐が固くなる」ことへの不安がある。具体的には、次の通り。

- ・生活水準の低下に伴い、教育費にお金をかける家庭が減ってしまうこと
- ・社会不安や物価高騰の影響で、心身のケアが必要であってもエステサロン等への来店を控える人が増えること

取引先の業績悪化による波及効果

顧客や取引先のお店が情勢悪化の影響を受けて資金繰りや売上が悪化した場合、自社への発注が滞ることへの不安がある。具体的には、次の通り。

- ・企業からのWEB・システム制作依頼が滞ること
- ・取引先の飲食店が、商材の購入をこれまで通り継続してくれるかどうかの不安

「希望する支援」

直接的なコスト負担軽減と資金繰り支援(具体的には、次の通り)

- ・燃料費(1 リットル当たり●円などのダイレクトなもの)、光熱費、原材料費に対する直接的な補助)
- ・車両購入に対する、実質的な助けとなる十分な額の補助金
- ・当面の資金繰りを支えるための支援金や補助金の充実

前向きな投資への重点支援と、制度運用の改善(具体的には、次の通り)

- ・コロナ禍のような一律の支援ではなく、「補助金等を活用して一時的な難局を乗り越え、好転していく見込みがある企業」に対する重点的な支援
- ・コスト上昇分を少しでも吸収できるよう、エネルギーコスト削減に寄与する設備投資への補助金制度の創設。
- ・補助金の申請時における、実務負担軽減に向けた制度運用の見直し。

需要喚起と社会全体の意識改革(具体的には、次の通り)

- ・消費者の購買意欲を促すための「消費税減税」。
- ・地域のお客様が安心してサービス(小規模サロンなど)を利用しやすくなるような支援施策。
- ・事業者側の生産性向上(効率化等)だけでなく、消費者側の「適正価格への理解」や「過剰サービスを求めない」といった、社会全体での価値観の転換・意識改革。