

# 景気見通し調査 調査結果

令和5年12月期

特別調査①【コスト上昇に対する価格転嫁などの現状】

特別調査②【インボイス制度の対応状況】

福井商工会議所 中小企業総合支援センター

**【調査の概要】**

当調査は、福井商工会議所管内の小規模事業所を中心とした短期的な景気動向を把握するため、毎年3月・6月・9月・12月の年4回実施している。

調査時期：令和5年11月28日(月)～12月15日(金)

調査方法：FAXによる送付・回収及びGoogleフォームによる回答

調査対象：福井商工会議所の会員 小規模事業所を中心に2,049件を抽出  
(製造業・建設業・その他…従業員20人以下の事業所  
卸売業・小売業・サービス業…従業員5人以下の事業所)

回答数：435件(回答率21.3%)

従業員数	製造業	建設業	小売業	卸売業	サービス業	合計
5名以内	36	62	38	37	80	253(54.0%)
6～10名以内	33	16	5	10	16	80(18.5%)
11名以上	37	26	9	13	17	102(23.5%)
小計	106(24.3%)	104(23.9%)	52(12.0%)	60(13.8%)	113(26.0%)	435(100.0%)

D I 値とは…ディフュージョン・インデックス(Diffusion Index)の略で、景気動向を示す指標。「良い」「上昇した」とする企業割合から、「悪い」「下落した」とする企業割合を差し引いた値。「現在」D I 値は3ヵ月前を基準とした現在の状況、「先行」D I 値は今後3ヵ月後の状況を予測したもの。

## 【調査結果の概要】

景況感は小幅ながら改善するも、物価高などの影響もあり先行きは予断を許さず。

### ①業界の景況

小幅ながら改善。5期連続でコロナ前（令和元年12月期）の水準を上回る。

### ②自社の景況

わずかながら6期ぶりに悪化。小売業、卸売業で悪化の幅大きく。

### ③売上高(受注高)

改善傾向から悪化に転じる。先行きも悪化が続く見通し。

### ④販売価格

2期連続で下降。製造業で顕著。

### ⑤仕入価格

3期連続で下降、改善傾向が続く。先行きはわずかに悪化する見通し。

### ⑥採算(収支)

3期ぶりに悪化。先行きも悪化が続く見通し。

## 【特別調査①「コスト上昇に対する価格転嫁などの現状」の概要】

- コスト上昇分の販売価格への転嫁の割合は、1割未満から3割未満の「少しはできている」が43.3%と最多で、依然として低い水準にとどまった。
- コスト上昇分に対する販売価格への転嫁度合いを示す「価格転嫁率」は30.7%で、コスト上昇分のおよそ7割を事業所が負担している結果となった。
- 価格転嫁ができた要因は、「業界全体における理解の進展」が49.3%と最も多くなり、令和5年3月期調査と比べると少しずつではあるが価格転嫁に対する理解が進んでいる様子が窺えた。
- 価格転嫁の支障になるものは、「他社との価格競争や値上げによる買い控えに関する懸念」が47.6%と最も多く、価格転嫁による売上への影響を不安視する事業所が多かった。

## 【特別調査②「インボイス制度の対応状況」の概要】

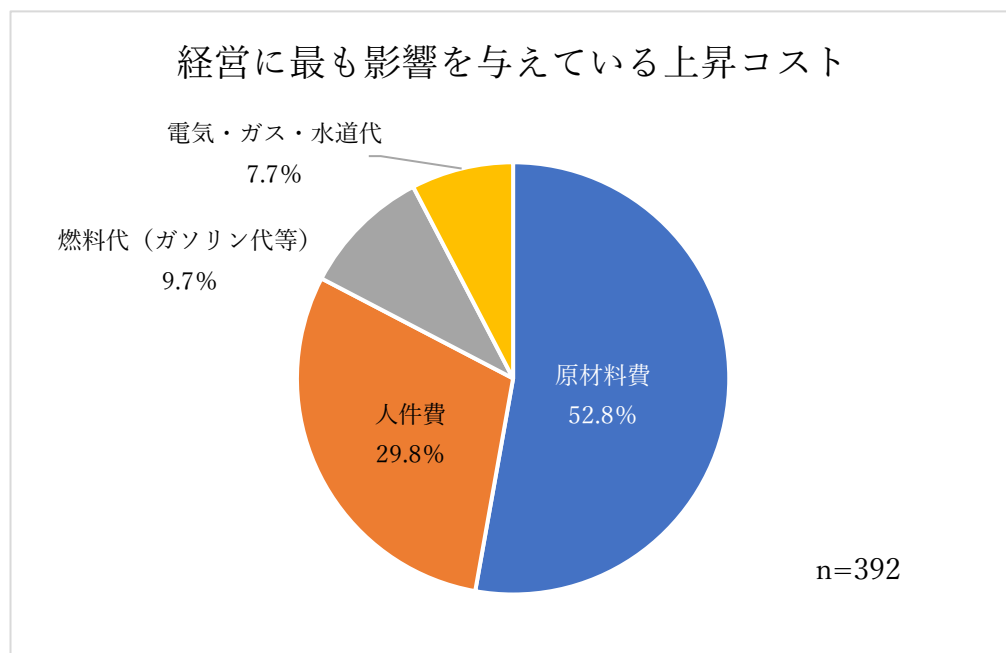
- インボイス発行事業者の「登録済み」は94.5%に達し、約1年前の調査で「登録済み」は31.4%だったことから制度開始までに登録がかなり進んだ。
- 自社のインボイス制度の対応は、「順調である」が71.6%を占め、順調にスタートできている事業所が多かった。
- インボイス制度の課題は、「経理業務の負担増加」が68.3%と突出して多く、請求書、領収書の記載内容の確認などの業務負担が大きくなっていることが浮き彫りとなった。
- インボイス発行の登録をしていない事業者との取引について「これまで通り取引を続ける」が56.2%と最も多く、制度開始後は免税事業者からの仕入も部分的に税額控除を認める経過措置があり、取引をすぐ止める事業所は少ないと予想されるが、今後の動向を注視する必要があると考えられた。

⑫－経営に最も影響を与えている上昇コスト－

【「原材料費」が半数を超え最多】

経営に最も影響を与えている上昇コストについて尋ねたところ、「原材料費」が52.8%と半数を超え最多となった。次に「人件費」が29.8%と多かった。価格転嫁の遅れや最低賃金の引き上げなどにより、今後も事業所のコスト負担は増加すると見られ、収益の圧迫など経営に与える影響を注視する必要があると考えられた。

業種別にみると、サービス業以外の業種は「原材料費」を挙げる回答が最も多かったが、サービス業は「人件費」が最も多くなった。また、「燃料費（ガソリン代等）」は建設業で14.3%、サービス業で13.3%、「電気・ガス・水道代」は製造業で14.0%、飲食業で12.5%と他業種と比べて回答割合が高く、業種間で違いが見られた。



経営に最も影響を与えている上昇コスト（業種別）

	原材料費	人件費	燃料代（ガソリン代等）	電気・ガス・水道代
全業種	52.1%	29.8%	9.7%	7.7%
製造業	58.0%	23.0%	5.0%	14.0%
建設業	58.2%	26.4%	14.3%	1.1%
小売業	60.4%	22.9%	12.5%	4.2%
卸売業	74.0%	16.7%	5.6%	3.7%
飲食業	68.8%	18.7%	0.0%	12.5%
サービス業	19.3%	56.6%	13.3%	10.8%

1位■、2位■、3位■

⑬—コスト上昇分に対する価格転嫁の割合—(その1)

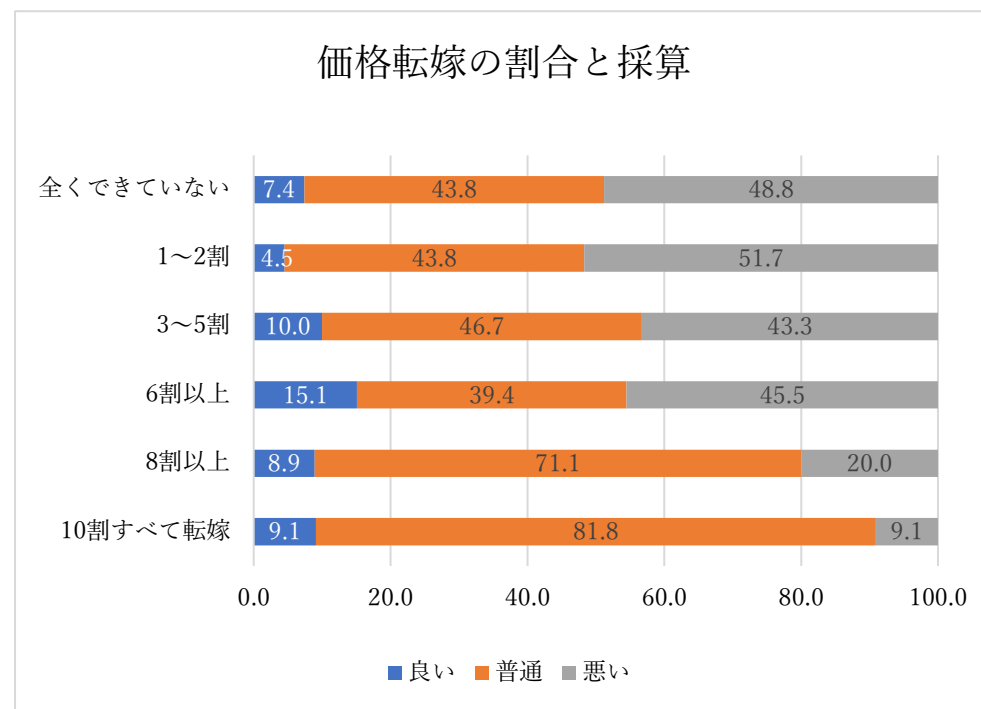
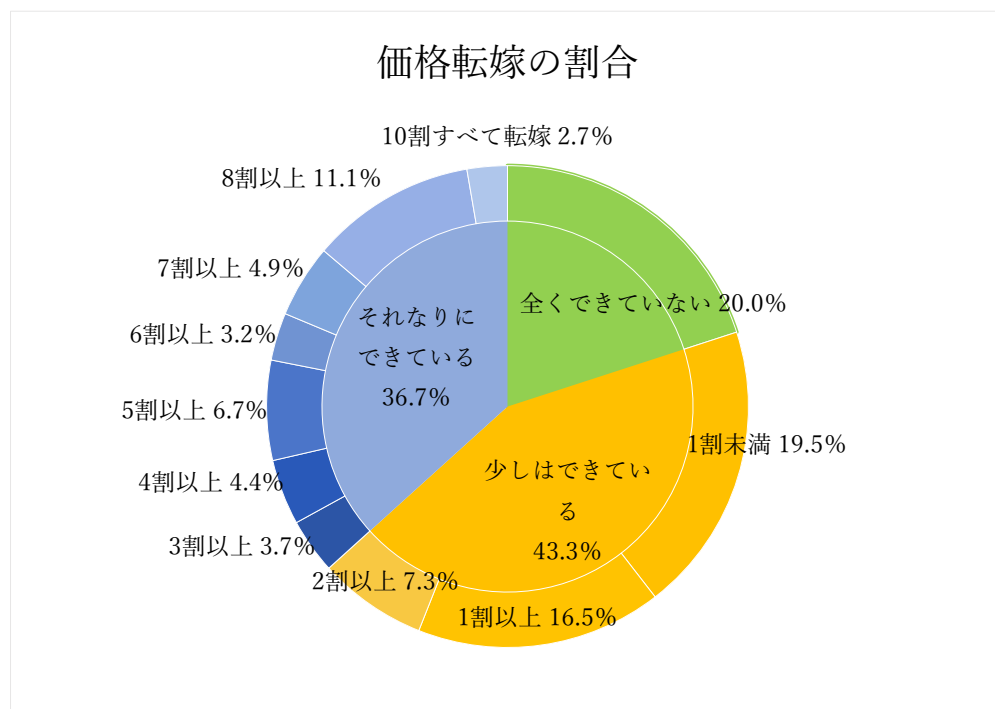
**【8割の事業所で価格転嫁するも、価格転嫁率は30.7%にとどまる】**

自社の商品やサービスにおいて、コスト上昇分を販売価格にどの程度価格転嫁できているか尋ねたところ、「少しはできている（転嫁の割合が1割未満から3割未満）」が43.3%となり、「それなりにできている（転嫁の割合が3割以上）」は36.7%にとどまった。

また、コスト上昇分に対する販売価格への転嫁度合いを示す価格転嫁率※は30.7%となった。これはコストが100円上昇した場合に30.7円しか販売価格に転嫁できていないことを示しており、コスト上昇分のおよそ7割を事業所が負担している現状が明らかとなった。

尚、この価格転嫁の割合と前述した⑥「採算」（9ページ参照）との関連を見てみると、価格転嫁の割合が8割以上の事業所では、採算を「悪い」とする回答する割合が減少するなど、価格転嫁の状況が採算に影響を与えていることが窺えた。

※価格転嫁率…各選択肢の中央値に各回答者数を乗じ、加算したものを全回答者数で除したもの（「全くできていない」は除く）

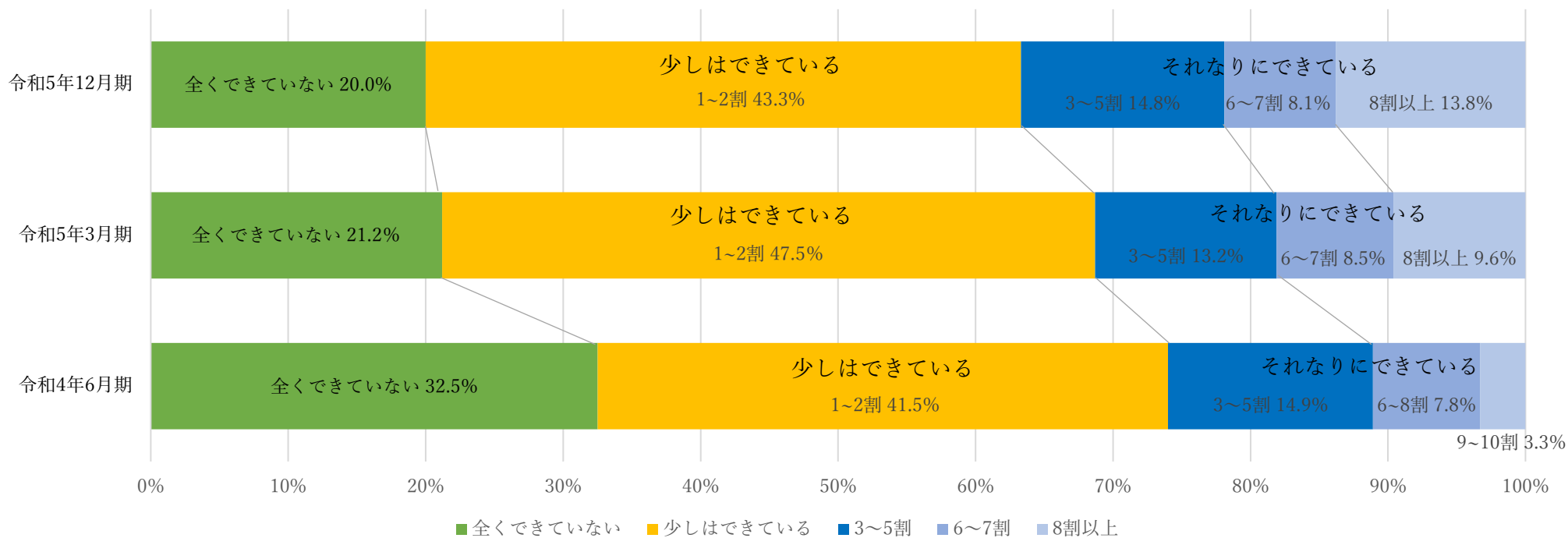


⑭—コスト上昇分に対する価格転嫁の割合—(その2・過去の調査との比較)—

**【価格転嫁が進むも、転嫁の割合は低い水準にとどまる】**

価格転嫁の割合を令和5年3月期調査と比べると、「それなりにできている」は36.7% (+5.4ポイント)と増加し、「少しはできている」が47.5% (-4.2ポイント)と減少して価格転嫁が進んでいる結果となったが、依然として転嫁の割合は低い水準にとどまっていることが過去の調査との比較でも示された。「少しはできている」と回答した小売業の事業所からは「原材料費が高騰するなかで、顧客との価格交渉を続けてきたが、顧客も限界まで値上げしたと感じておりこれ以上の価格転嫁は難しい」といった回答も見られた。尚、価格転嫁が「全くできていない」は20.0%で、令和5年3月期とほとんど回答割合は変わらず、依然として約2割の事業所が価格転嫁できていない現状が明らかとなった。

価格転嫁の割合

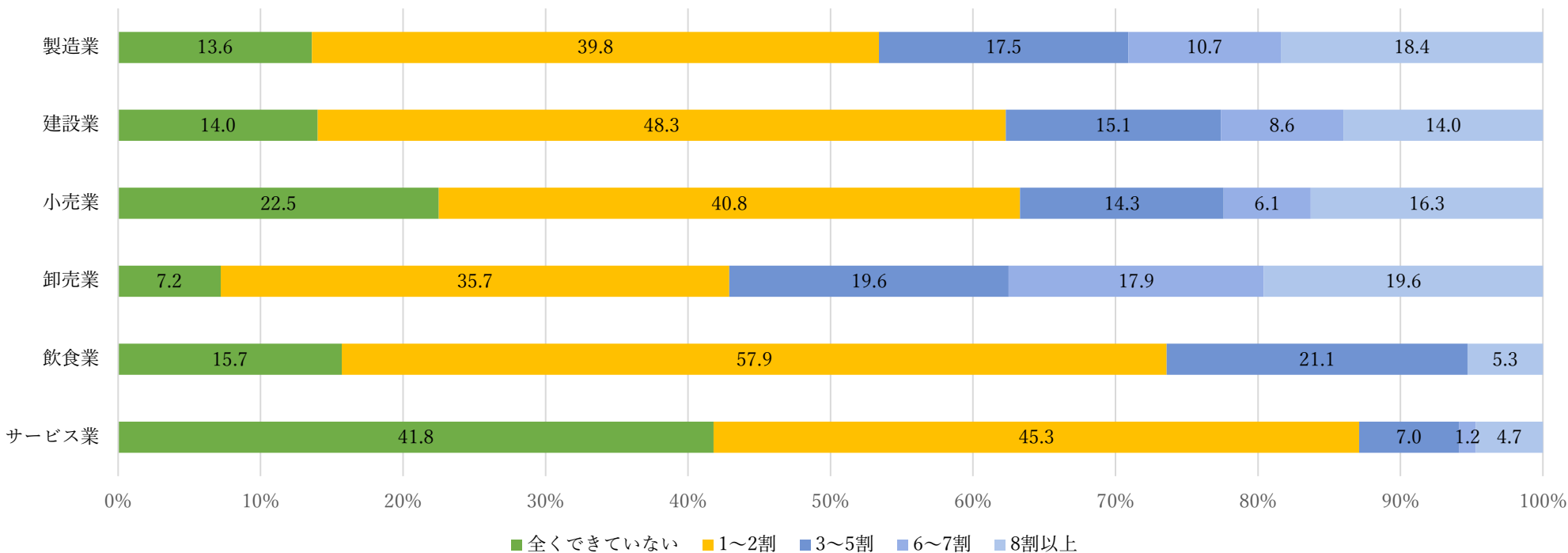


⑮—コスト上昇分に対する価格転嫁の割合—(その3・業種別での比較)—

**【卸売業で価格転嫁の割合高く、業種間で差も大きく】**

業種別にみると、卸売業は「6～7割」が17.9%、「8割以上」が19.6%となり、他業種と比べて価格転嫁の割合が高く、機械卸売の事業所からは「販売先に対して仕入価格や注文書を見せることで値上がり分を明確にして価格転嫁を実現しており、特に価格交渉で問題がおきたことはない」といった声が聞かれた。また、製造業は「それなりにできている（転嫁の割合が3割以上）」が46.6%と半数に近づき、写真製版の事業所からは「経費などを含め、自社の負担増加分を全て価格転嫁し、価格が折り合わなかった先とは取引をやめた」との回答も見られた。一方、サービス業は「全くできていない」が41.8%と他業種と比べて割合が高く、業種間で価格転嫁の進展に差が生じていることがわかった。

価格転嫁の割合（業種別）



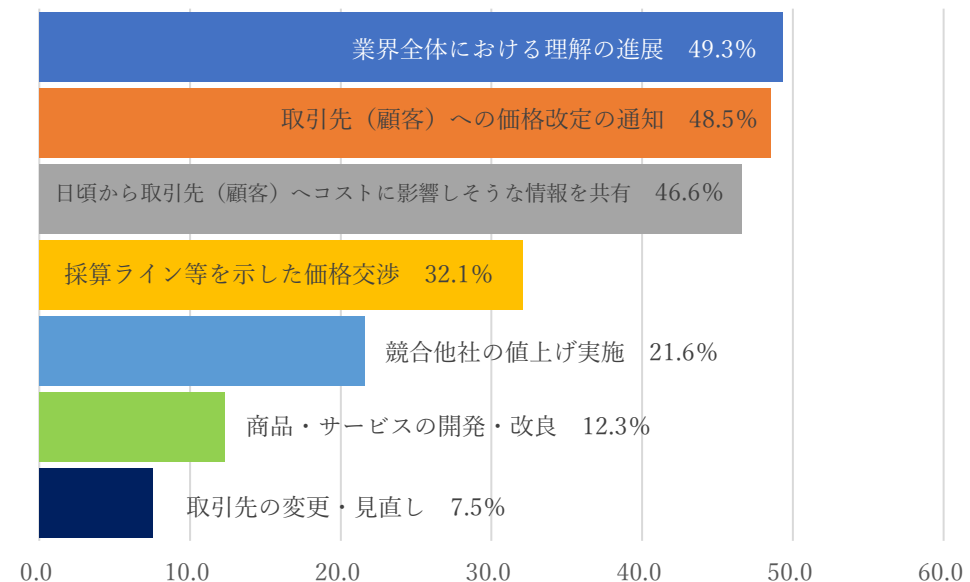
⑩—価格転嫁ができた要因—

【「業界全体における理解の進展」が最多、価格転嫁に対する理解が進む】

価格転嫁ができた要因を尋ねたところ、「業界全体における理解の進展」が49.3%と最多で、令和5年3月期調査と比べると5.7ポイント増加し、少しずつではあるが価格転嫁に対する理解が進んでいる様子が窺えた。また、令和5年3月期調査で要因として最も多く挙げられた「取引先（顧客）への価格改定の通知」が48.5%と2番目に多くなり、次いで「日頃から取引先（顧客）へコストに影響しそうな情報を共有」が46.6%と続いた。

業種別にみると、「業界全体における理解の進展」は飲食業で61.5%、建設業で55.1%と最も多く挙げられた。また、「取引先（顧客）への価格改定の通知」は卸売業で61.5%、製造業で54.1%、サービス業で50.0%、小売業で48.4%と最多となり、業種間で違いが見られた。

価格転嫁できた要因（複数回答）



価格転嫁できた要因（業種別、上位5項目）

	業界全体における理解の進展	取引先（顧客）への価格改定の通知	コストに影響しそうな情報を共有	採算ライン等データを示した価格交渉	競合他社の値上げ実施
全業種	49.3%	48.5%	46.6%	32.1%	21.6%
製造業	48.6%	54.1%	44.6%	39.2%	18.9%
建設業	55.1%	36.2%	53.6%	37.7%	10.1%
小売業	45.2%	48.4%	41.9%	19.4%	32.3%
卸売業	48.7%	61.5%	56.4%	28.2%	30.8%
飲食業	61.5%	38.5%	23.1%	15.4%	53.8%
サービス業	40.5%	50.0%	40.5%	28.6%	19.0%

1位■、2位■、3位■

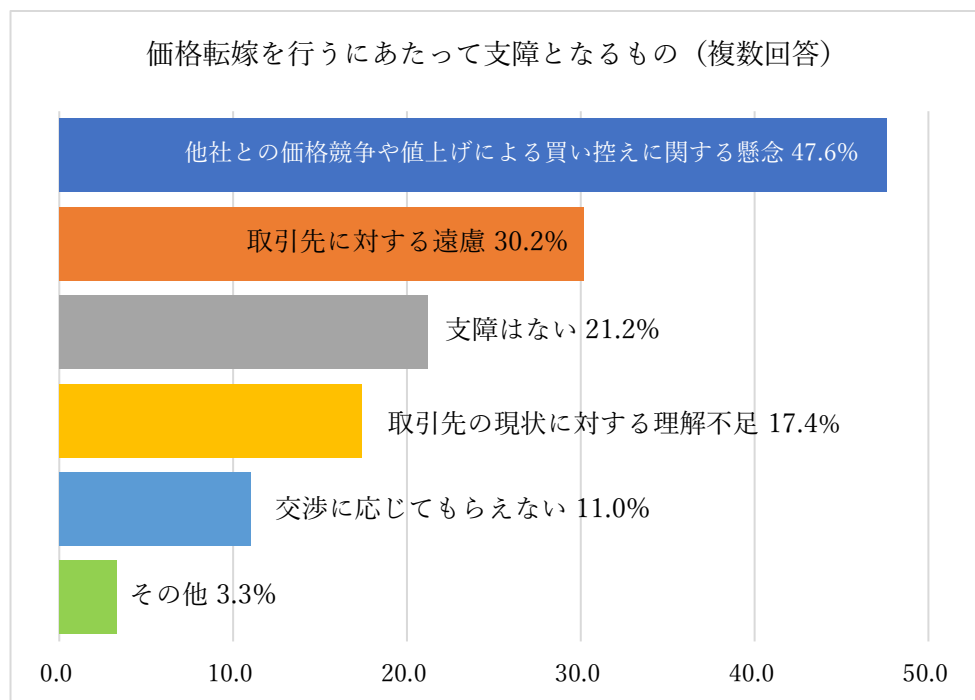


⑰－価格転嫁を行うにあたって支障となるもの－

## 【「他社との価格競争や値上げによる買い控えに関する懸念」が最多】

価格転嫁を行うにあたって支障となるものについて尋ねたところ、「他社との価格競争や値上げによる買い控えに関する懸念」が47.6%と最も多く、次に「取引先に対する遠慮」が30.2%と多かった。価格転嫁による売上への影響を不安視する事業所や、前述した⑯「価格転嫁ができた要因」（19ページ参照）では、価格転嫁に対する業界の理解の進展が見られた一方で、取引先に遠慮して値上げに踏み切れない事業所も多いことがわかった。尚、「交渉に応じてもらえない」が11.0%と取引先との交渉そのものできていない事業所も見られた。

業種別にみると、「他社との価格交渉や値上げによる買い控えに関する懸念」は卸売業で62.5%、製造業で59.4%と回答割合が高かった。また、サービス業は「取引先に対する遠慮」が34.6%、小売業は「支障はない」が30.2%と他業種と比べて回答割合が高くなった。



	他社との価格競争や値上げによる買い控えに関する懸念	取引先に対する遠慮	支障はない	取引先の現状に対する理解不足	交渉に応じてもらえない
全業種	47.6%	30.2%	21.2%	17.4%	11.0%
製造業	59.4%	34.7%	14.9%	15.8%	9.9%
建設業	37.2%	28.7%	24.5%	23.4%	13.8%
小売業	48.8%	18.6%	30.2%	9.3%	9.3%
卸売業	62.5%	26.8%	16.1%	19.6%	10.7%
飲食業	50.0%	31.3%	18.8%	6.3%	0.0%
サービス業	33.3%	34.6%	24.7%	17.3%	12.3%

1位■、2位■、3位■

## 特別調査②「インボイス制度の対応状況について」

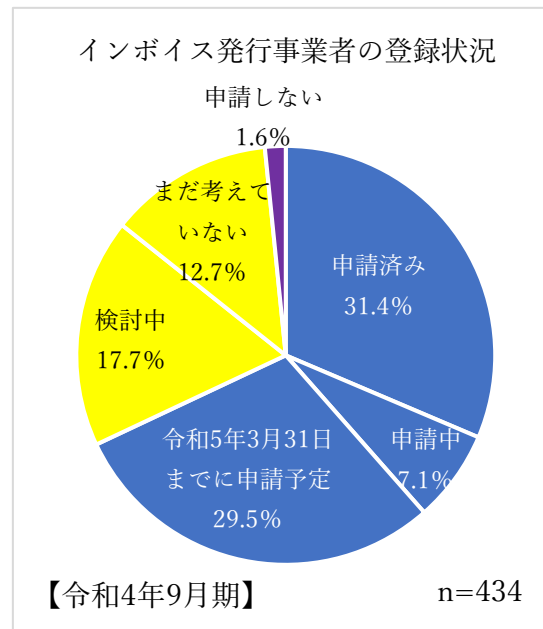
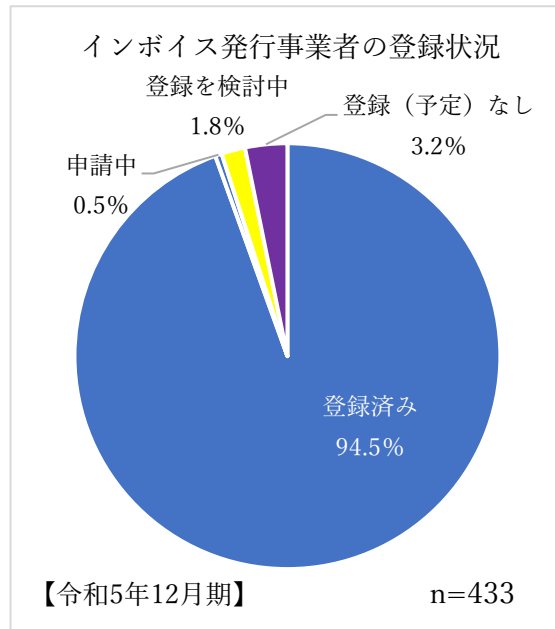
今年10月から開始されたインボイス制度（適格請求書等保存方式）について、管内小規模事業者における対応状況を調査した。

### ⑱－インボイス発行事業者の登録状況－

#### 【「登録済み」は9割を超える】

インボイス発行事業者の登録状況を尋ねたところ「登録済み」が94.5%に達し、ほとんどの事業所が登録している結果となった。尚、インボイス制度が開始される約1年前に行った令和4年9月期調査では「登録済み」が31.4%となっており、その後、制度開始までに登録がかなり進んだことがわかった。

業種別にみると、「登録済み」は製造業で99.0%、卸売業で98.3%、建設業で97.1%と登録の割合の高さが目立ち、「登録（予定）なし」はサービス業で9.7%、小売業で3.9%と他業種と比べて回答割合が高く、主な顧客がインボイスを必要とする「事業者」かインボイスを必要としないと考えられる「一般消費者」かの違いが影響していると考えられた。



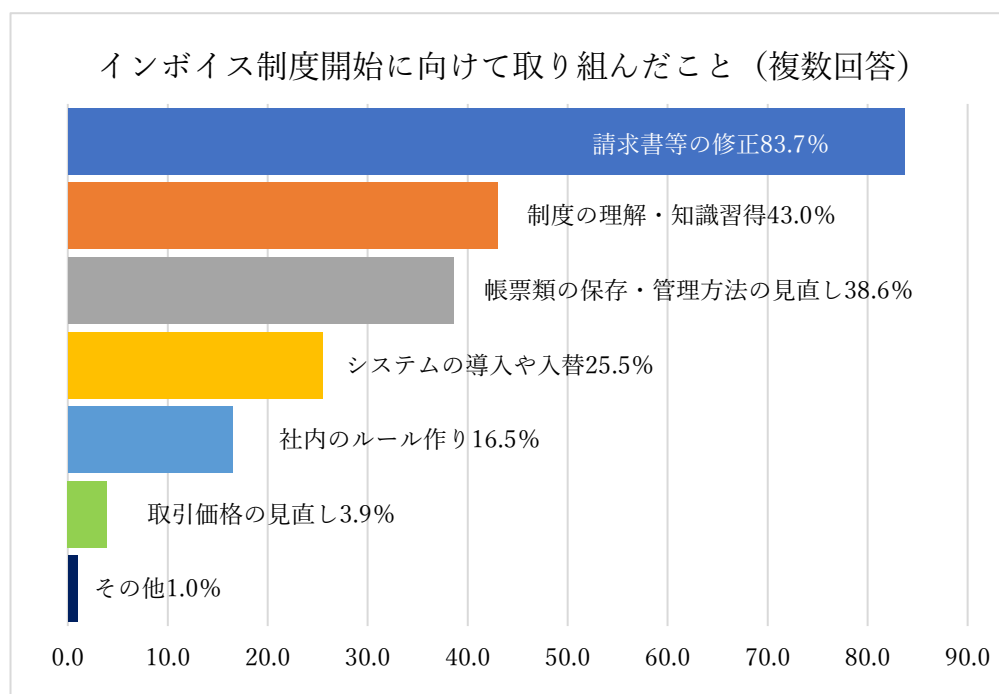
	登録済み	申請中	登録を検討中	登録（予定）なし
全業種	94.5%	0.5%	1.8%	3.2%
製造業	99.0%	0.0%	0.0%	1.0%
建設業	97.1%	1.9%	0.0%	1.0%
小売業	92.3%	1.9%	1.9%	3.9%
卸売業	98.3%	0.0%	1.7%	0.0%
サービス業	86.0%	1.1%	3.2%	9.7%

⑱－インボイス制度開始に向けて取り組んだこと－

## 【「請求書等の修正」が8割超で最多】

インボイス制度開始に向けて取り組んだことについて尋ねたところ、「請求書等の修正」が83.7%と突出して多く、インボイスの要件となる登録番号などが記載された請求書を発行できるように取り組んだと回答した事業所が多かった。次いで「制度の理解・知識習得」が43.0%、「帳票類の保存・管理方法の見直し」が38.6%と続いた。尚、「その他」の回答では、「会計事務所に任せる」との回答が目立った。

業種別にみると、全ての業種で「請求書等の修正」が最多だったが、サービス業は「制度の理解・知識習得」が52.5%、建設業は「帳票類の保存・管理方法の見直し」が40.2%と他業種と比べて回答の割合が高いなど業種間で違いが見られた。



インボイス制度開始に向けて取り組んだこと（業種別、上位5項目）

	請求書等の修正	制度の理解・知識習得	帳票類の保存・管理方法の見直し	システムの導入や入替	社内のルール作り
全業種	83.7%	43.0%	38.6%	25.5%	16.5%
製造業	80.6%	42.7%	34.0%	31.1%	16.5%
建設業	84.3%	46.1%	40.2%	22.5%	12.7%
小売業	79.6%	42.9%	32.7%	18.4%	16.3%
卸売業	88.1%	37.3%	33.9%	35.6%	23.7%
サービス業	85.6%	52.5%	38.4%	20.2%	16.2%

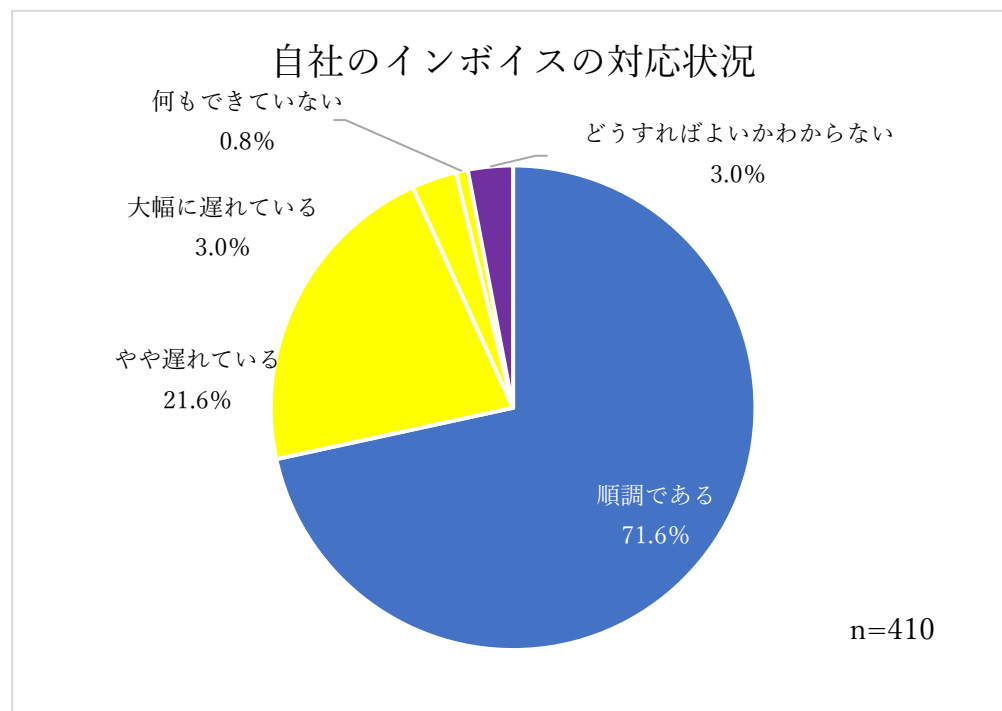
1位■、2位■、3位■

⑳－自社のインボイス制度の対応状況－

## 【7割を超える事業所が「順調」に対応】

自社のインボイス制度の対応状況について尋ねたところ、「順調である」が71.6%と最多となり、順調にスタートを切っている事業所が多い結果となった。一方、「やや遅れている」は21.6%、「大幅に遅れている」は3.0%で、事業者からは「取引先からの請求書の全てがインボイスの要件を満たしているかチェックする体制が整っていない」、「会計システムなどを導入しておらず、他社と比べると効率化できていない」といった声が聞かれた。また、取引先のインボイス発行事業者の登録が遅れていることから「やや遅れている」と回答した事業所も見られた。

従業員規模別にみると、「順調である」は、従業員数が0人の事業所で53.6%、1～5人の事業所で66.3%、6～10人の事業所で76.9%、11人以上の事業所で84.5%となり、従業員規模が大きい事業所ほど「順調である」の回答割合が高く、インボイス制度の対応状況に差が見られた。



		順調である	やや遅れている	大幅に遅れている	何もできていない	どうすればよいかわからない
従業員数	0人	53.6%	28.6%	3.6%	7.1%	7.1%
	1～5人	66.3%	24.4%	4.4%	0.5%	4.4%
	6～10人	76.9%	19.2%	2.6%	0.0%	1.3%
	11人以上	84.5%	15.5%	0.0%	0.0%	0.0%

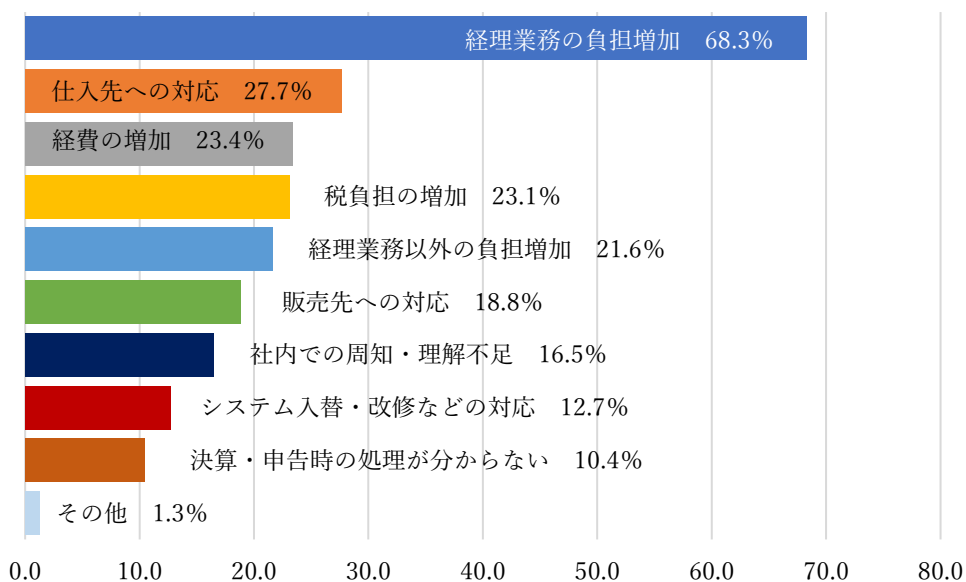
②1ーインボイス制度開始後の課題ー

## 【「経理業務の負担増加」を挙げる回答が突出して多く】

インボイス制度が開始されてからの課題について尋ねたところ、「経理業務の負担増加」が68.3%で最多となり、次いで「仕入先への対応」が27.7%、「経費の増加」が23.4%、「税負担の増加」が23.1%と続いた。請求書や領収書などの証憑の記載内容や消費税額の確認、インボイス発行事業者の登録をしていない取引先からの仕入にかかる経過措置の処理などインボイス制度開始後における経理業務の負担が増加していることが浮き彫りとなった。尚、「その他」の回答では、「簡易課税を適用しているため影響は少ない」といった回答も見られた。

業種別にみると、「経理業務の負担増加」は全ての業種で最も多く、製造業で74.2%、卸売業で71.2%と7割を超えた。また、「税負担の増加」は小売業で30.4%、サービス業で28.3%、建設業で26.0%と他業種と比べて回答割合が高かった。

インボイス制度における課題（複数回答）



インボイス制度における課題（業種別、上位4項目）

	経理業務の負担増加	仕入先への対応	経費の増加	税負担の増加
全業種	68.3%	27.7%	23.4%	23.1%
製造業	74.2%	28.9%	25.8%	14.4%
建設業	66.0%	27.0%	19.0%	26.0%
小売業	67.4%	23.9%	26.1%	30.4%
卸売業	71.2%	30.5%	23.7%	18.6%
サービス業	63.0%	27.2%	23.9%	28.3%

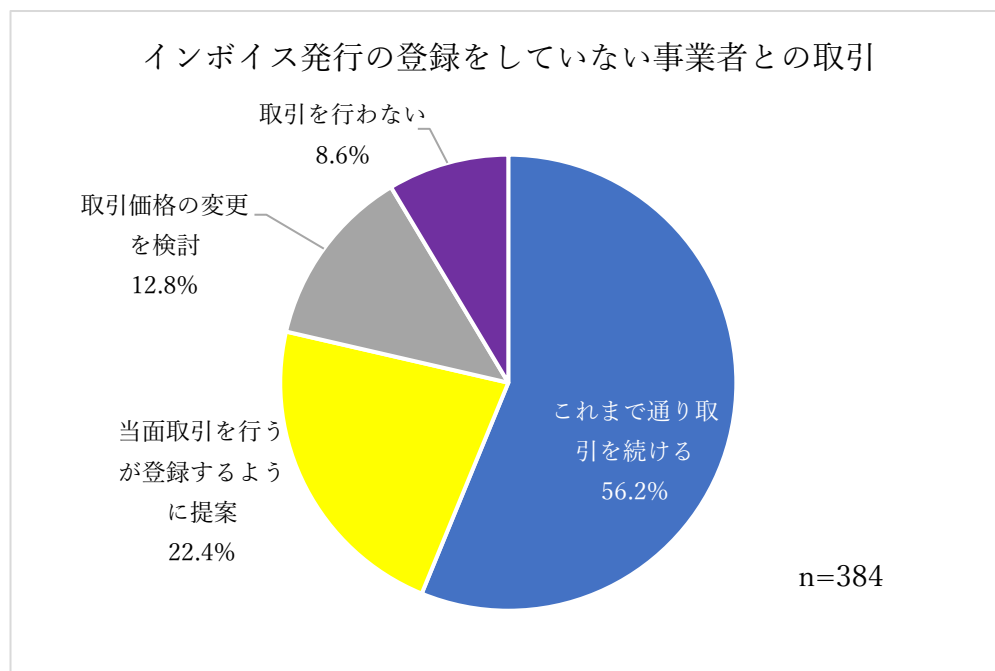
1位■、2位■、3位■

②ーインボイス発行の登録をしていない事業者との取引ー

## 【「これまで通り取引を続ける」が半数超】

インボイス発行の登録をしていない事業者との取引について尋ねたところ、「これまで通り取引を続ける」が56.2%と半数を超え、最も多かった。次いで、「当面取引を行うが登録するように提案」が22.4%、「取引価格の変更を検討」が12.8%と続いた。尚、インボイス制度開始から6年間は、免税事業者からの仕入も部分的に仕入税額控除が可能となる経過措置が認められており、取引を今すぐ止める事業所は少ないと予想されるが、今後の動向を注視する必要があると考えられた。

業種別にみると、建設業は「当面取引を行うが登録するように提案」が30.1%、「取引価格の変更を検討」が18.8%と他業種と比べて回答割合が高く、重層下請構造による元請の影響の大きさが推察された。



	これまで通り取引を続ける	当面取引を行うが登録するように提案	取引価格の変更を検討	取引を行わない
全業種	56.2%	22.4%	12.8%	8.6%
製造業	63.2%	22.1%	7.4%	7.4%
建設業	43.8%	30.1%	18.8%	7.3%
小売業	73.9%	11.9%	7.1%	7.1%
卸売業	50.0%	25.0%	16.1%	8.9%
サービス業	57.9%	17.9%	12.6%	11.6%

## 【価格転嫁の状況】

- 仕入時の価格や注文書を見せて値上がり分を示して実施しており、近頃は特に価格交渉で問題が起きたことはない。(機械卸売) ➡
- ビール類は全額転嫁できており、ワインなどについては取引先の飲食店で値上げをしたくない商品については、似た味の別商品を提案するなどしてコストを下げて負担を軽減している。(酒類小売) ➡
- 経費込みで負担増加分を計算して全てを価格転嫁し、価格の折り合いがつかなかった取引先については取引を終わりにして、値段面でお互いが納得できた相手先のみで取引を続けている。(写真製版) ➡
- 値上げについて取引先には受け入れられており、大きな問題は起きていない。世間では値上がりが受け入れられるようになってきていると感じており、むしろコロナ前よりも値上げしやすくなっている。(印刷) ➡
- 取引先に値上げを許容してもらっている。取引先によっては値上げに難色を示す事業所もあるが、その場合は「それでは御社はいつ値上げをするのか。今ほどの会社も値上げをするべきで今を逃すと値上げできなくなってしまう。」などと語りかけて理解を得ている。(繊維卸売) ➡
- 卸値が上昇し続けている状況。販売価格に転嫁するともう買わないという取引先もあるため、価格転嫁はできない。(酒類小売) ➡
- 必要に応じて値上げしているが、値上げした商品は発注量が減少し、厳しい状況と感じている。(食品小売) ➡
- 円高の時と比べて織物の価格が2~3割ほど上昇している。販売価格に仕入価格の上昇分の7割から8割ほど転嫁しているが、商品が売れなくなっている。取引先は安い価格の生地を求めため、中国や東南アジアの製品が多く流通している。(織物卸売) ➡
- 原材料費の高騰分を自社で負担しなければならない。価格について元請には強く言えず、他社との価格競争も激しく価格を上げられない。(染色整理機械製造) ➡

- 原材料費が高騰している中で価格交渉を続けてきたが、顧客は限界まで値上げされていると感じておりこれ以上の値上げは難しい。これらの動きが利益を削っている中で、商品が揃わない、納入まで時間がかかるなど、機会ロスになりかねないことが何度かあり厳しい状況。(自動車小売) ▶

## 【インボイス制度の対応状況】

- 外注業者には、発行事業者の登録をしない人もいる。将来的には取引先は全て登録するよう勧めたいと考えている。(解体工事)
- 取引先に迷惑をかけない程度に対応しているつもりである。しかし、会計システムなどを活用しておらず、世間から見て効率化されていないため対応は「大幅に遅れている」と回答した。請求書などはインボイス制度に合わせて追記するなどして対応している。(機械製造)
- 今は順調に対応できているが、10月のインボイス制度開始時にはインボイス要件の漏れが合ったなど手間取ることがあり、「他社や取引先が10月からスムーズに対応できているところを見ていると自社の対応は出遅れてしまったのではないか」と感じている。(物品賃貸)
- インボイス発行事業者の登録は済んでいるが、取引先からの書類がインボイスの要件を全て満たしているかまでは全て確認しきれていない。そのようなチェックができる体制を整備できていない。(自動車小売)
- 課税事業者になり、本則課税を検討しているが、今後の申告の対応や仕入先からの請求書がきちんとしたものであるか、不安である。(印刷)
- 請求書の保存方法や申告時の対応など不安点が多い。(パン・菓子製造)
- 対応は会計士に一任しており、制度のことはよく知らない。(食品製造)