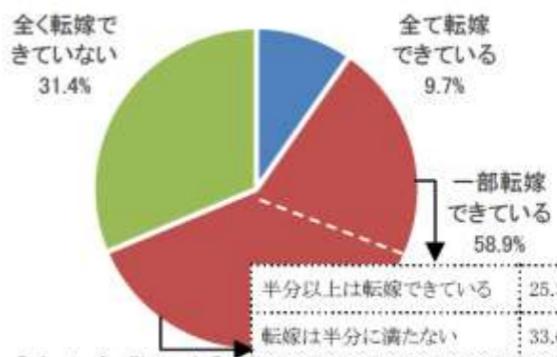




中小企業の設備投資に前向きな動き

▶消費者向け商品・製品（BtoC）におけるコスト増加分の価格転嫁について、「全て転嫁できている」と回答した企業（全産業）は、9.7%、「全く転嫁できていない」と回答した企業（全産業）は、31.4%

◆価格転嫁の動向（BtoC）（全産業）



※1年前と比較したコスト増加分を「全て転嫁できている」「一部転嫁できている」と回答した企業が対象

転嫁できた要因の内訳（複数回答）	
①需要が伸び、自社製品・商品の引き合いが増えているため	8.4%
②値上げに対する消費者の理解が進んでいるため	40.6%
③同業他社など、業界内での値上げが進んでいるため	42.2%
④既存の製品・商品・サービスの付加価値を高めたため	14.0%
⑤新製品・新商品・新サービスを投入したため	10.4%
⑥その他	5.5%

出典：日商「商工会議所LOBO(早期景気観測) 調査」(15年7月)

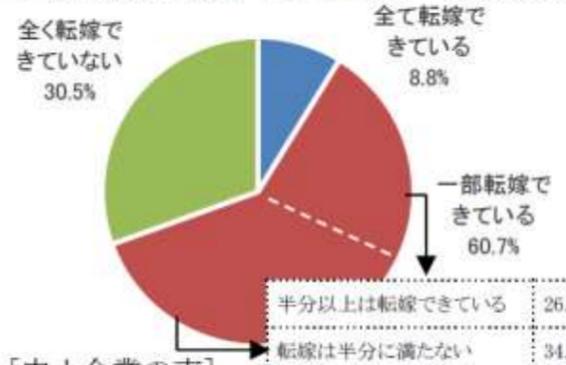
【中小企業の声】

- ▶ サービスなどで付加価値を高め、仕入コスト上昇分の一部を価格に転嫁できたが、これ以上の転嫁は顧客離れを招くため、難しい (米沢 総合百貨店)
- ▶ 食材の値上げに加え、アルバイト時給が1000円を超えるなど負担増が続いているが価格転嫁できない (武蔵野 飲食店)
- ▶ 既存商品への価格転嫁は困難なため、単価の高い新商品を投入。その結果、売上を維持し、利益を確保できている (池田 和菓子製造・販売業)

中小企業の設備投資に前向きな動き

▶企業向け商品・製品（BtoB）におけるコスト増加分の価格転嫁について、「全て転嫁できている」と回答した企業（全産業）は、8.8%、「全く転嫁できていない」と回答した企業（全産業）は、30.5%

◆価格転嫁の動向（BtoB）（全産業）



※1年前と比較したコスト増加分を「全て転嫁できている」「一部転嫁できている」と回答した企業が対象

転嫁できた要因の内訳（複数回答）	
①需要が伸び、自社製品・商品の引き合いが増えているため	8.8%
②値上げに対する販売先の理解が進んでいるため	45.6%
③同業他社など、業界内での値上げが進んでいるため	42.7%
④既存の製品・商品・サービスの付加価値を高めたため	13.5%
⑤新製品・新商品・新サービスを投入したため	10.5%
⑥その他	5.8%

出典：日商「商工会議所LOBO(早期景気観測) 調査」(15年7月)

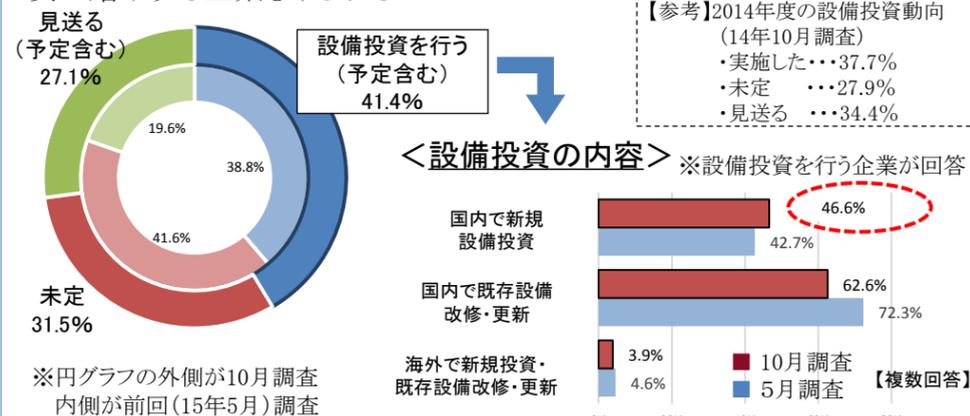
【中小企業の声】

- ▶ 資材価格や人件費などが高止まりする中、受注競争が激化しているため、転嫁が難しく、収益を圧迫している (帯広 総合建設業)
- ▶ 取引先の理解が進み、一部ではあるが燃料や運賃等のコスト上昇分を価格転嫁できた (大垣 窯業・石灰加工業)
- ▶ 円安定着に伴い、輸入木材の仕入に係る負担が重い。価格への転嫁も進んでおらず、採算が悪化している (高知 製材木製品製造業)

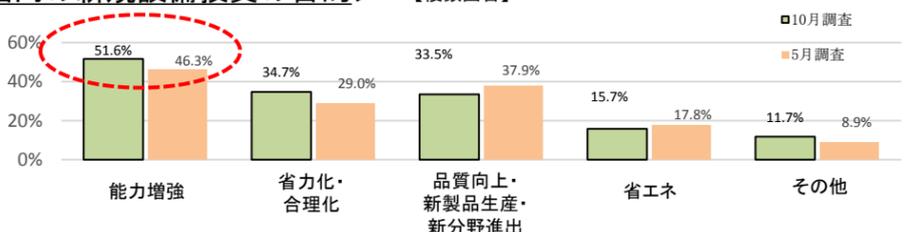
中小企業の設備投資に前向きな動き

○今年度に設備投資を行う(予定含む)企業は41.4%と、前回調査(15年5月)と比べ、増加。そのうち、国内での新規投資は約5割。新規投資の目的は能力増強が半数

○設備の老朽化のほか、受注・売上の増加、先行きへの確信を契機に投資に踏み切る企業もみられる



＜国内の新規設備投資の目的＞ 【複数回答】

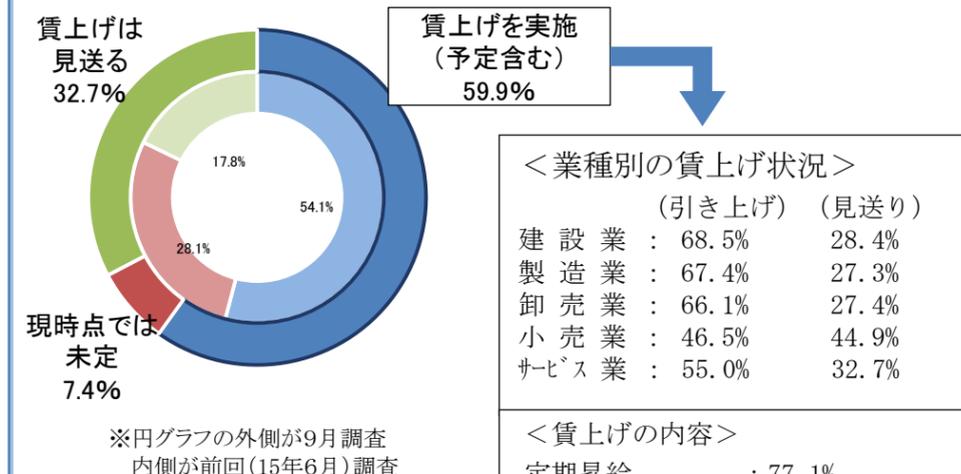


出典：日商「商工会議所LOBO(早期景気観測) 調査」(15年10月)

賃上げを行う中小企業は約6割

○賃上げを行う中小企業は、前回調査(15年6月)や昨年度実績を上回り、約6割。他方、小売業では、個人消費の鈍さなどの影響から、4割超の企業が賃上げを見送る

○収益が厳しい中、人材の確保・定着のために賃上げせざるを得ない“防衛的な対応”も多い



出典：日商「商工会議所LOBO(早期景気観測) 調査」(15年9月)

人手不足の解消が大きな課題

○人手が「不足している」企業は、5割超。業種別では、「介護・看護」「運輸業」「建設業」の不足感が強い。

○一定のキャリアを積んだミドル人材や高卒・大卒などの若年層の需要が大きい。一部では、「賃金含めた待遇改善が困難」との声が聞かれるほか、女性や高齢者、外国人労働者の活用を図る企業もみられる

