



商工会議所 LOBO (早期景気観測)

2019年9月調査結果

2019

9

2019年度の所定内賃金の動向

賃金を引き上げる企業が約67% 理由では人材確保・モチベーション向上が首位

- 2019年度に所定内賃金の引き上げを実施した企業（予定含む）は67.3%と、2018年9月調査と比べ、3.8ポイント増加した。「賃金の引き上げは見送る（予定含む）」は15.8%と5.3ポイント減少、「現時点では未定」は16.9%と1.5ポイント増加。
- 賃金を引き上げる主な理由は、「人材確保・定着やモチベーション向上のため」が90.5%と最も多く、「最低賃金引き上げのため」が21.2%、「業績が改善しているため（見込み含む）」が15.8%で続いた。
- 前年同月調査と比べ、賃上げを実施する企業が増加。全体の約67%の企業が賃金を引き上げるという結果となり、3年連続で賃上げを実施する中小企業が6割を上回った。一方で、賃金を引き上げる理由では、最低賃金引き上げを理由とする割合が業績改善を理由とする割合を上回る等、業績が厳しいなかで賃上げを行っている中小企業が多いことがうかがえる。

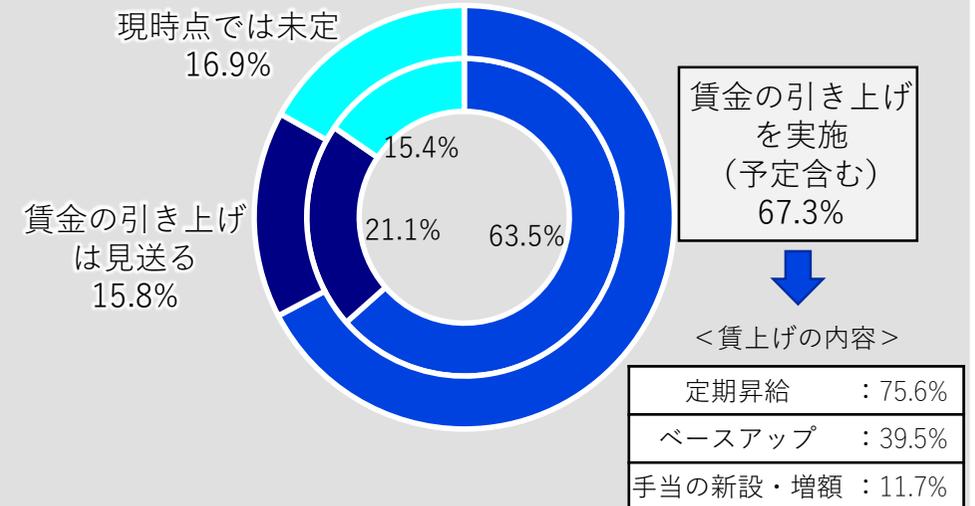


中小企業の声

- 若年層の正社員およびパート・契約社員などの有期雇用者に限り、ベースアップを実施。また、「同一労働・同一賃金」について労使で議論し、2020年の施行に向けた条件整備に向けた取り組みを進めることを確認した。（柏 小売業）
- 最低賃金の引き上げにより、従来の賃金体系のバランスが崩れつつある。（一宮 建設建築用金属製造）

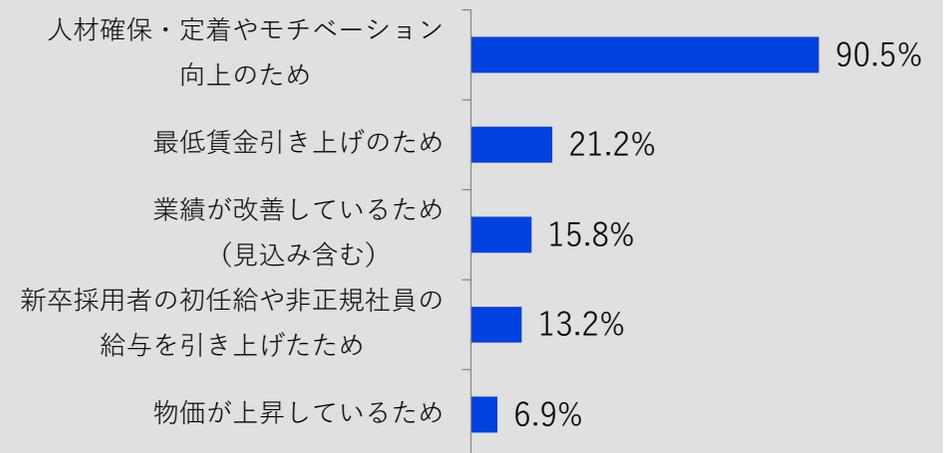
2019年度の所定内賃金の動向（全産業）

※円グラフの内側が2018年9月調査、外側が2019年9月調査



賃金を引き上げる主な理由

※賃金を引き上げる（予定含む）企業が対象 【複数回答・上位5項目】



事業継続計画（BCP）の策定状況

策定に未着手の企業が7割超 普及に向けてはノウハウ・スキルの不足等が課題

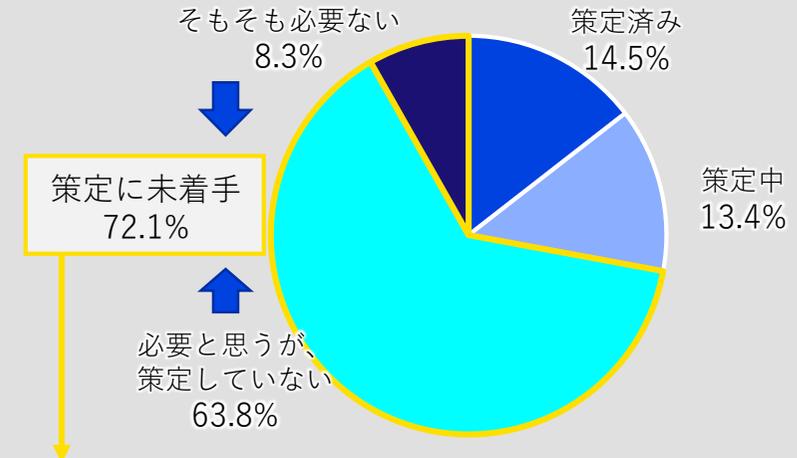
- 事業継続計画（BCP）の策定状況は、「策定済み」が14.5%、「策定中」が13.4%、「必要と思うが、策定していない」が63.8%、「そもそも必要ない」が8.3%となった。
- 策定していない理由では「策定したいが、必要なノウハウ・スキルがないため」が47.7%で最も多く、「策定したいが、人的余裕がないため」が45.5%、「家族経営などで企業規模が小さく、柔軟に対応できるため」が26.3%で続いた。
- 企業の事業継続計画の策定状況は、「策定済み」と「策定中」の企業をあわせても約3割となっており、約7割の企業で未着手の状況であった。但し、策定に未着手の企業の内、約9割は「必要と思うが、策定していない」企業であり、台風15号等、昨今の自然災害の影響からも、多くの企業で事業継続計画策定の必要性が認識されているものとみられる。一方で、策定に必要なノウハウ・スキルや人的余裕がないという企業も多く、今後の普及にあたっては課題も多い。



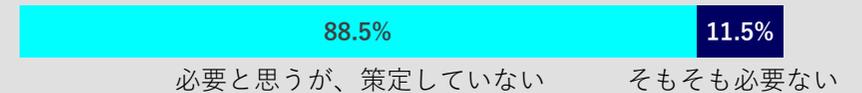
中小企業の声

- BCPは大規模災害への備えとして重要だが、国の水準で要求される体制整備は自社には過剰なため、中小零細企業向けに組合が作成した簡易版のBCPを策定した。（新居浜 一般工事）
- 日常の業務が優先されるため、BCP策定まで手が回っていないのが現状である。（札幌 他の専門サービス）

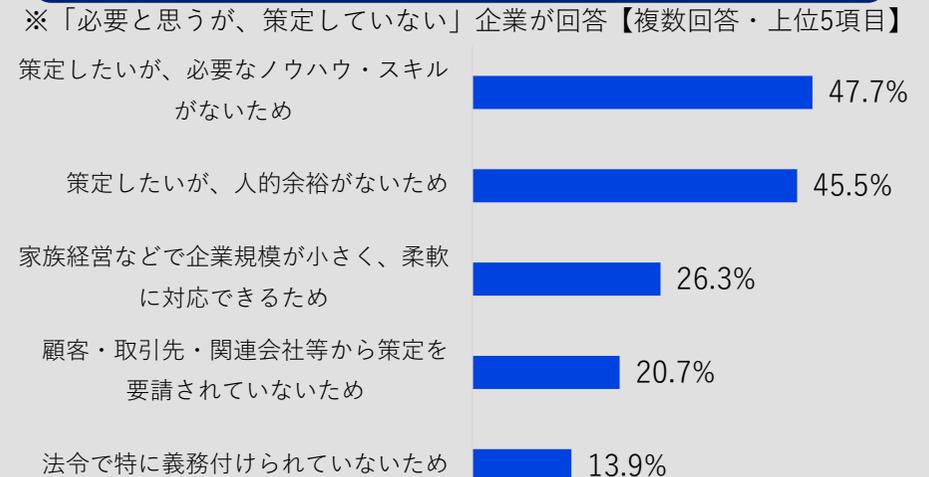
事業継続計画の策定状況（全産業）



【参考：策定に未着手の企業を100とした場合】



策定していない理由



2019年9月の動向

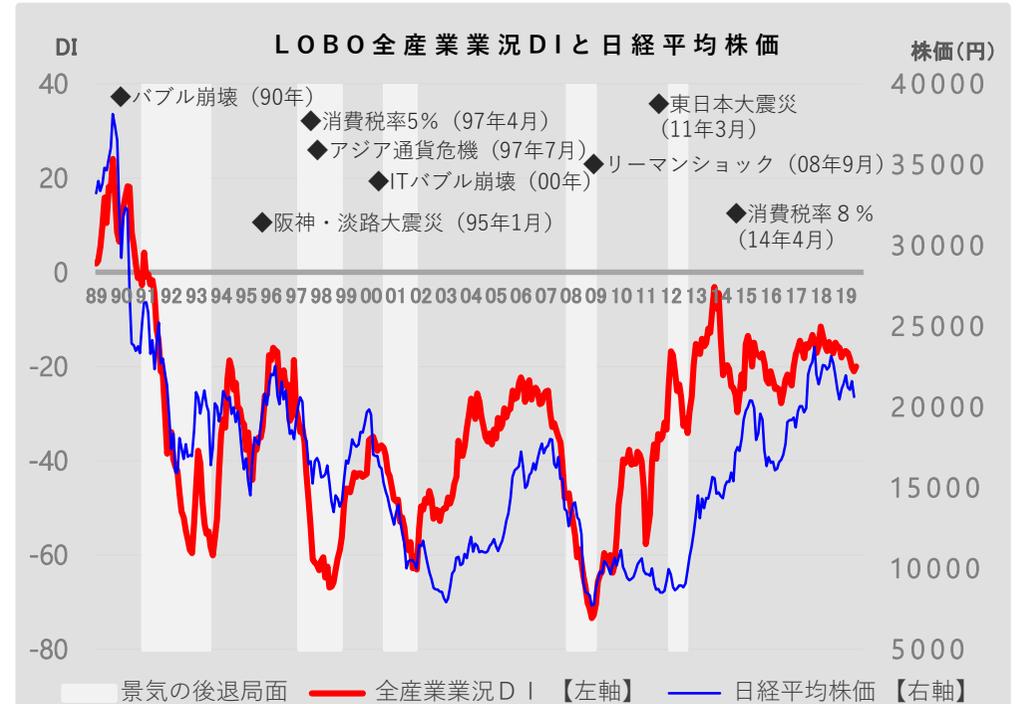
**業況DIは、改善するも力強さ欠く
先行きは、不透明感強く、慎重な見方崩れず**

● **全産業合計の業況DIは、▲20.0（前月比+1.0ポイント）**

● 省力化投資を中心とする設備投資や都市部の再開発などの民間工事が堅調な建設業や、家電製品など高額商品を中心に消費税引上げ前の駆け込み需要が見られた小売業の業況感が改善した。一方、卸売業からは台風15号や大雨の影響に伴う農産物や飲食料品の供給不足・価格上昇による業況悪化を指摘する声が聞かれた。深刻な人手不足や原材料費の高止まり、米中貿易摩擦や世界経済の先行き不透明感、根強い消費者の節約志向を指摘する声は依然として多く、中小企業の業況改善に向けた動きは力強さを欠く。

● **先行き見通しDIは、▲24.5（今月比▲ 4.5ポイント）**

● 個人消費の拡大やインバウンドを含む観光需要拡大への期待感がうかがえる。一方、消費税引上げの影響や人手不足の深刻化、原油価格を含む原材料費の上昇、コスト増加分の価格転嫁の遅れ、貿易摩擦の激化や世界経済の動向、日韓情勢の行方など不透明感が増す中、中小企業の業況感は慎重な見方が続く。



業況DI（※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合）

	2018年	2019年	5月	6月	7月	8月	9月	先行き見通し 10~12月
	9月	4月						
全産業	▲ 16.0	▲ 16.7	▲ 17.1	▲ 18.3	▲ 20.2	▲ 21.0	▲ 20.0	▲ 24.5
建設	▲ 7.6	▲ 3.9	▲ 7.7	▲ 9.5	▲ 5.6	▲ 9.5	▲ 4.8	▲ 8.2
製造	▲ 9.6	▲ 18.3	▲ 22.3	▲ 20.0	▲ 20.5	▲ 23.1	▲ 21.1	▲ 24.7
卸売	▲ 17.8	▲ 20.5	▲ 19.8	▲ 25.5	▲ 27.4	▲ 25.2	▲ 30.6	▲ 24.9
小売	▲ 31.4	▲ 33.9	▲ 29.4	▲ 28.3	▲ 33.9	▲ 31.1	▲ 27.5	▲ 42.4
サービス	▲ 13.9	▲ 7.9	▲ 6.7	▲ 10.9	▲ 14.5	▲ 15.9	▲ 17.1	▲ 19.8

業種別の動向

前月と比べたDI値の動き



改善



ほぼ横ばい



悪化



人件費・外注費の増大や受注機会の損失など深刻な人手不足の影響が続く一方、省力化投資を中心とする設備投資や都市部の再開発など民間工事が堅調に推移し、改善。消費税引上げ前の駆け込み需要を指摘する声も聞かれる。

- 「消費税引上げ前の駆け込み需要の影響からか発注が増え、売上は増加した。また、台風15号による被害に伴う修理依頼や問い合わせを100件超受けているが、対応しきれていない」(建築工事業)
- 「ホテル建設などの民間工事が多く受注は堅調なものの、高力ボルトの供給不足が深刻で、納期の長期化などの影響から着工が遅れている。技術者を中心とする人手不足は慢性化しており、受注量に比べ人手が足りず、厳しい状況が続いている」(一般工事業)



半導体や産業用機械関連を中心に不振が続くものの、堅調な建設業の関連商品の受注増加が寄与し、改善。一方、激化する貿易摩擦や中国経済減速の影響、世界経済の先行き不透明感の広がりを指摘する声も依然として多く聞かれる。

- 「消費税引上げ前の駆け込み需要も見られ、売上は堅調に推移した。10月以降の消費マインドの冷え込みを懸念しており、先行きに対する不安感は拭えない」(家具等製造業)
- 「米中貿易摩擦や中国経済の減速の影響により日本での生産が伸びず、売上・採算ともに悪化した。影響の長期化を懸念している」(自動車・付属品製造業)



台風15号や大雨などの被害による供給不足や価格上昇が見られた農産物・飲食料品関連が全体を押し下げたほか、運送費や人件費上昇分の価格転嫁が難航しているとの声も聞かれ、悪化。

- 「飲食料品の仕入れ価格の上昇に加え、配送経費の増大による負担が大きい。一括仕入れを増やすことで対応しているが、一方で在庫過多の状態となっており、経営が圧迫されている」(飲食料品卸売業)
- 「台風15号の上陸で産地の花が折れるなどの被害が発生した。品不足に伴い、仕入れ価格が上昇しており、好転する気配がない」(花き卸売業)



消費者の節約志向を指摘する声は根強いものの、10月の消費税引上げを前に、家電製品や家具など高額商品を中心とする駆け込み需要に伴う売上増加が寄与し、改善。

- 「消費税引上げを前に、テレビや冷蔵庫、暖房器具などの家電製品や家具などの需要が増加し、客単価が上昇した。前回の消費税引上げ時ほどの規模ではないが、高額商品を中心に好調に推移しており、売上は伸びている」(百貨店)
- 「消費税引上げを見越した原価上昇があり、採算が悪化した。駆け込み需要の取り込みを図り、売上増加を図りたい」(寝具小売業)



飲食・宿泊業を中心に大雨などの天候不順により客足が減少したほか、人件費の増加や受注機会の損失など、深刻な人手不足が幅広い業種の業況感を押し下げ、悪化。

- 「最近の日韓情勢を背景に客足が減少し、業績は過去最悪となった。看板の多言語表示への切り替えや、中国語への対応を進めるなど、韓国以外の国々へのPR活動を進め、落ち込み分をカバーしていきたい」(公園・遊園地)
- 「大雨などの天候不順が続く、来店客数は乏しく、売上は落ち込んだ。また、10月からの消費税引上げを前に、全体的に節約ムードを感じており、年末まで続くのではないかと影響を懸念している」(飲食業)

ブロック別の動向

前月と比べたDI値の動き



改善



ほぼ横ばい



悪化



北海道

北海道は、改善。建設業では、技術者を始めとした人手不足の影響は依然として根強いものの、北海道胆振東部地震の復旧・復興関連工事を中心に公共工事が堅調に推移し、売上が改善した。また、卸売業では、建設業の関連商品に加え、食料品を中心に売上が改善した。



東北

東北は、悪化。建設業では、公共工事に地域差が見られ売上が一部伸び悩んだほか、人手不足に伴う受注機会の損失を指摘する声が聞かれ、売上悪化となった。また、小売業では、消費者の節約志向が根強く、商店街や専門店を中心に売上が悪化したことに加え、消費税引上げ後の先行きを懸念する声も聞かれた。



北陸信越

北陸信越は、悪化。小売業では、消費者の節約志向を背景とした売上の伸び悩みに加え、パート・アルバイトを中心とした人手不足の深刻化から、思うように売上が伸ばせないという声も聞かれ、衣料品や食料品を中心に業況感が悪化した。また、サービス業では、日韓情勢の影響が一部見られ、インバウンドを始めとした観光需要が伸び悩み、宿泊業、飲食業を中心に売上が悪化した。



関東

関東は、悪化。製造業では、米中貿易摩擦等の影響が電子部品や産業用機械関連を中心に見られたほか、消費税引上げ前に取引先からの値上げ要請が相次いでいるとの声が聞かれ、売上・採算ともに悪化した。また、台風15号の影響に伴い、宿泊業や飲食業を中心としたサービス業のほか、農産物関連の卸売業で売上が悪化した一方で、一部の建設業からは、台風被害の修理依頼が多く、対応しきれないとの声も聞かれた。



東海

東海は、改善。製造業では、自動車や産業用機械関連を中心に中国経済の減速等の影響が依然として見られるものの、食料品や窯業・土石関連を中心に売上が改善した。また、小売業では、消費税引上げを前に、日用品の売上は伸び悩む一方、家電製品やブランド品など高額品の売上が全体を押し上げ、百貨店や専門店を中心に業況感が改善となった。



関西

関西は、ほぼ横ばい。サービス業では、省力化を目的としたIoT投資の増加やWindows 7のサポート終了などを背景に受注の好調なソフトウェア業、ビルメンテナンス業などが牽引し、売上改善となった。一方、卸売業では、衣料品や食料品などの売上が伸び悩んだことに加え、人件費や運送費の上昇が足かせとなり、売上・採算ともに悪化した。

ブロック別の動向

前月と比べたDI値の動き



改善



ほぼ横ばい



悪化



中国

中国は、改善。卸売業では、西日本豪雨の復旧・復興工事や住宅投資関連に牽引され、売上が改善した。また、製造業では、米中貿易摩擦や中国経済の減速等を背景に輸出が伸び悩んだ一方で、国内向けの食料品を中心に売上が伸びたほか、原材料コスト上昇分の価格転嫁が進み、採算好転にも寄与した。



四国

四国は、改善。建設業では、運送費の上昇や人手不足に伴う人件費・外注費の増加の影響を指摘する声が聞かれたものの、公共工事や設備投資が堅調に推移し、売上が改善した。また、サービス業では、インバウンドを含む観光需要が全体を牽引し、飲食業、宿泊業を中心に売上改善となった。



九州

九州は、改善。製造業では、半導体関連の不振が続くものの、家具や木製品のほか、堅調な設備投資を背景とした建設業の関連商品の売上が改善し、全体を押し上げた。一方、サービス業では、降り続いた大雨や日韓情勢の影響により客数が減少し、飲食業やレジャー関連を中心に業況感が悪化となった。また、小売業では、軽減税率対策や最低賃金の上昇に伴う収益圧迫を指摘する声が聞かれたものの、高額品を中心に売上が改善した。

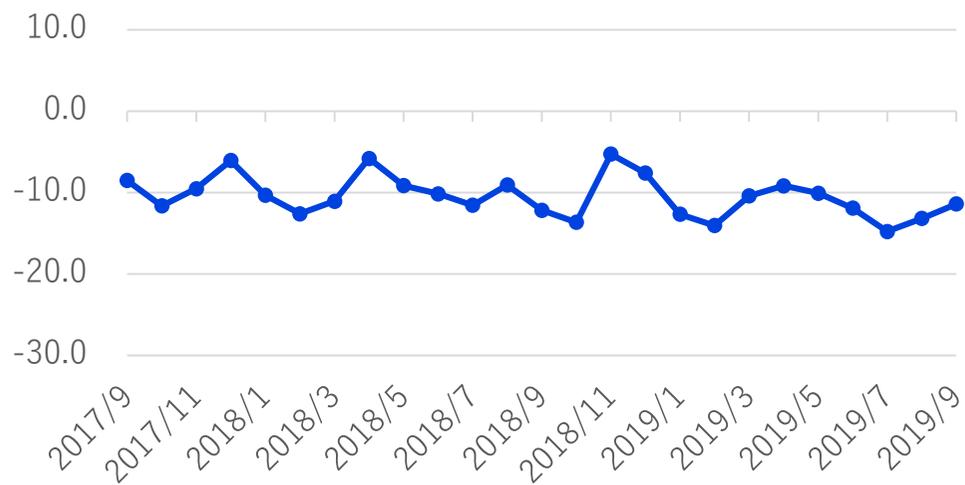
	2018年	2019年						先行き 見通し
	9月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10~12月
全 国	▲ 16.0	▲ 16.7	▲ 17.1	▲ 18.3	▲ 20.2	▲ 21.0	▲ 20.0	▲ 24.5
北 海 道	▲ 22.2	▲ 21.8	▲ 10.8	▲ 10.6	▲ 17.1	▲ 6.9	0.0	▲ 12.5
東 北	▲ 28.6	▲ 23.5	▲ 26.8	▲ 27.7	▲ 25.7	▲ 28.0	▲ 29.2	▲ 32.3
北陸信越	▲ 9.0	▲ 26.9	▲ 18.3	▲ 22.0	▲ 27.3	▲ 27.0	▲ 30.4	▲ 30.4
関 東	▲ 12.3	▲ 13.9	▲ 16.7	▲ 15.8	▲ 21.0	▲ 18.3	▲ 23.0	▲ 30.0
東 海	▲ 10.6	▲ 14.9	▲ 19.6	▲ 23.6	▲ 21.2	▲ 23.9	▲ 18.1	▲ 22.8
関 西	▲ 18.2	▲ 9.1	▲ 16.5	▲ 18.9	▲ 14.6	▲ 22.5	▲ 21.9	▲ 21.4
中 国	▲ 25.7	▲ 19.8	▲ 16.7	▲ 18.4	▲ 18.3	▲ 24.1	▲ 18.5	▲ 16.8
四 国	▲ 11.5	▲ 15.9	▲ 11.9	▲ 13.9	▲ 20.8	▲ 20.0	▲ 11.7	▲ 15.0
九 州	▲ 15.0	▲ 13.4	▲ 14.0	▲ 16.4	▲ 14.4	▲ 20.2	▲ 17.8	▲ 24.9

参考：DI時系列表

売上DI

(※DI=「増加」の回答割合-「減少」の回答割合)

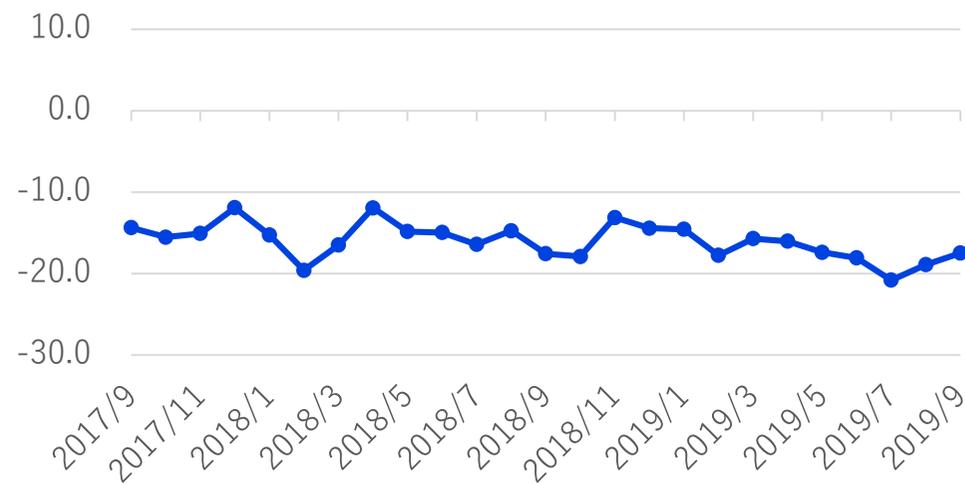
	2018年	2019年						先行き 見通し
	9月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10~12月
全産業	▲ 12.2	▲ 9.2	▲ 10.1	▲ 11.9	▲ 14.8	▲ 13.2	▲ 11.4	▲ 16.8
建設	▲ 6.9	0.7	▲ 5.4	▲ 4.3	▲ 4.6	▲ 4.6	▲ 1.0	▲ 3.4
製造	▲ 2.1	▲ 9.4	▲ 9.2	▲ 15.8	▲ 14.5	▲ 10.6	▲ 12.2	▲ 15.1
卸売	▲ 10.3	▲ 11.9	▲ 10.8	▲ 23.4	▲ 21.1	▲ 15.9	▲ 18.8	▲ 17.9
小売	▲ 30.4	▲ 27.0	▲ 26.0	▲ 24.1	▲ 30.5	▲ 26.9	▲ 16.7	▲ 34.4
サービス	▲ 11.0	0.2	▲ 0.6	1.9	▲ 5.5	▲ 8.6	▲ 9.2	▲ 12.0



採算DI

(※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

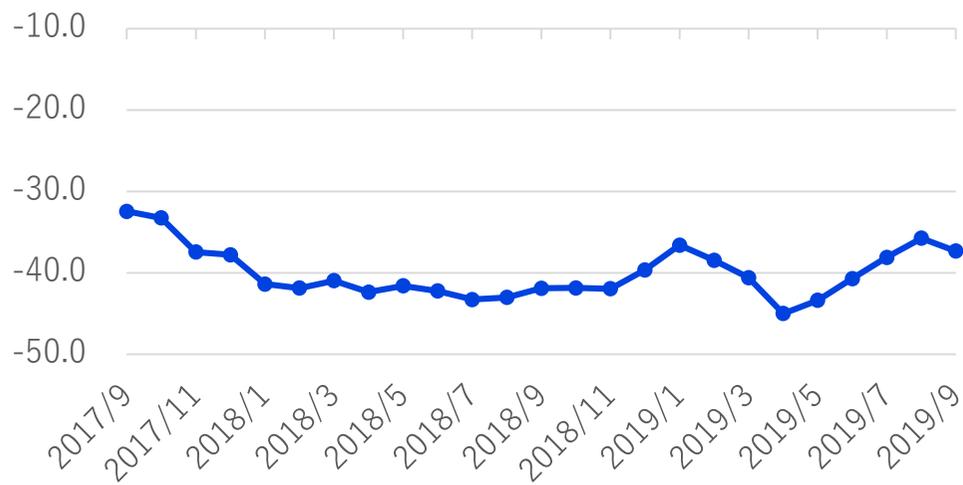
	2018年	2019年						先行き 見通し
	9月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10~12月
全産業	▲ 17.6	▲ 16.0	▲ 17.4	▲ 18.1	▲ 20.8	▲ 18.9	▲ 17.5	▲ 21.0
建設	▲ 13.2	▲ 11.1	▲ 15.7	▲ 12.3	▲ 15.5	▲ 11.8	▲ 9.9	▲ 12.6
製造	▲ 13.0	▲ 18.1	▲ 20.1	▲ 23.5	▲ 22.3	▲ 18.5	▲ 18.3	▲ 19.8
卸売	▲ 13.1	▲ 14.6	▲ 14.0	▲ 22.6	▲ 25.1	▲ 19.5	▲ 22.7	▲ 22.7
小売	▲ 27.9	▲ 25.7	▲ 28.4	▲ 24.1	▲ 28.6	▲ 29.9	▲ 23.9	▲ 33.7
サービス	▲ 18.3	▲ 10.1	▲ 8.5	▲ 9.7	▲ 14.3	▲ 14.5	▲ 13.7	▲ 16.3



参考：DI時系列表

仕入単価DI (※DI=「下落」の回答割合-「上昇」の回答割合)

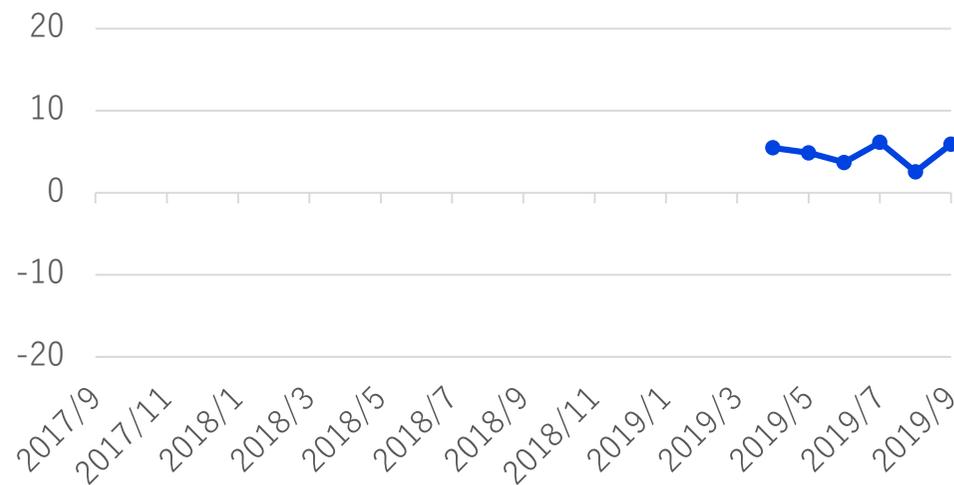
	2018年	2019年						先行き見通し
	9月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10~12月
全産業	▲ 41.9	▲ 45.0	▲ 43.4	▲ 40.7	▲ 38.1	▲ 35.7	▲ 37.3	▲ 39.8
建設	▲ 39.5	▲ 48.2	▲ 46.6	▲ 47.5	▲ 45.4	▲ 46.4	▲ 43.7	▲ 41.6
製造	▲ 49.0	▲ 52.0	▲ 48.6	▲ 46.8	▲ 42.4	▲ 40.2	▲ 38.6	▲ 36.2
卸売	▲ 46.9	▲ 42.9	▲ 44.1	▲ 37.9	▲ 31.8	▲ 33.6	▲ 36.7	▲ 41.0
小売	▲ 34.7	▲ 38.6	▲ 37.1	▲ 34.2	▲ 34.9	▲ 30.3	▲ 34.7	▲ 40.6
サービス	▲ 40.1	▲ 42.3	▲ 41.0	▲ 37.0	▲ 35.1	▲ 30.3	▲ 34.7	▲ 40.8



販売単価DI (※DI=「上昇」の回答割合-「下落」の回答割合)

	2018年	2019年						先行き見通し
	9月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10~12月
全産業	-	5.5	4.9	3.7	6.1	2.6	5.9	8.2
建設	-	5.2	5.1	5.2	8.6	3.3	4.1	6.1
製造	-	7.7	3.0	4.0	9.5	4.2	6.2	3.8
卸売	-	7.3	11.7	3.0	1.3	3.1	10.9	14.4
小売	-	3.1	3.6	▲ 0.2	4.8	1.2	3.1	5.7
サービス	-	4.7	4.6	5.8	4.7	1.4	6.7	12.7

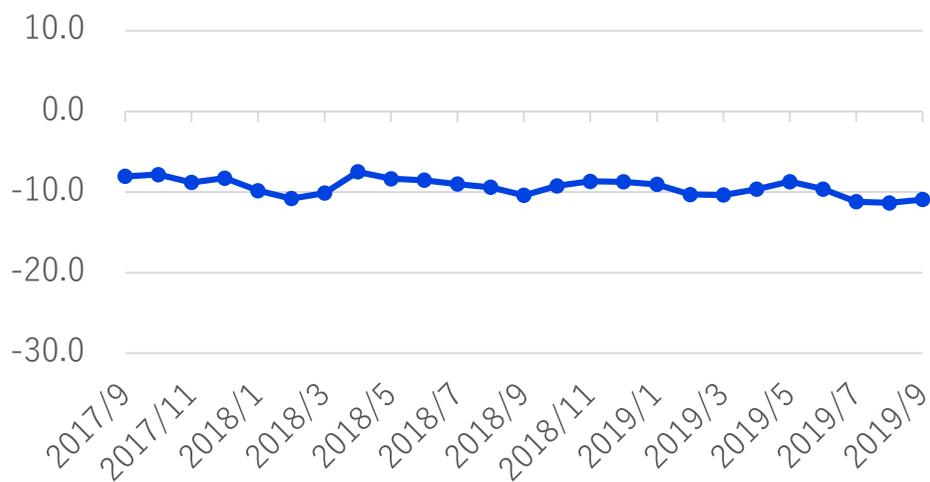
※2019年4月より新たに調査を開始したため、2019年4月以前の数値は存在しない。



参考：DI時系列表

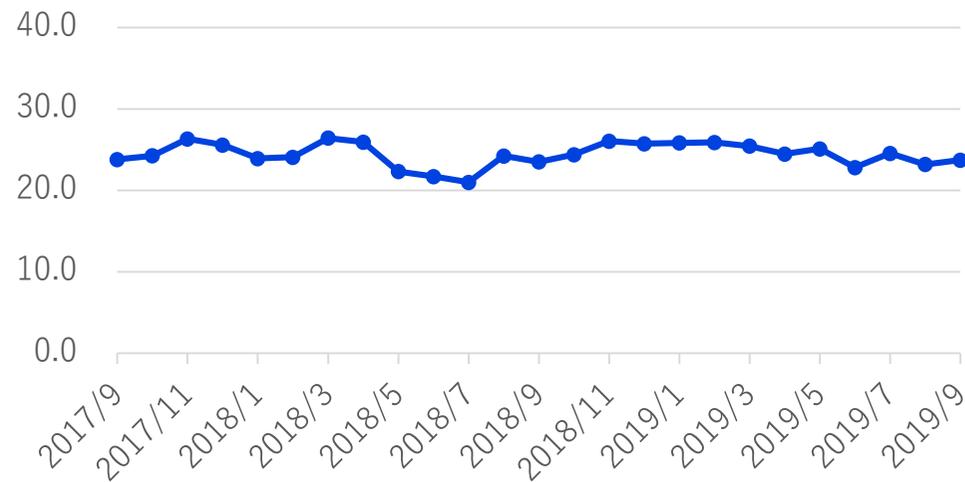
資金繰りDI (※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

	2018年	2019年						先行き見通し
	9月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10~12月
全産業	▲ 10.4	▲ 9.6	▲ 8.7	▲ 9.6	▲ 11.2	▲ 11.3	▲ 10.9	▲ 13.2
建設	▲ 4.3	▲ 2.9	▲ 5.4	▲ 1.5	▲ 4.6	▲ 3.3	▲ 5.8	▲ 8.9
製造	▲ 9.8	▲ 11.1	▲ 8.6	▲ 10.9	▲ 9.7	▲ 8.8	▲ 7.7	▲ 11.7
卸売	▲ 8.9	▲ 8.7	▲ 12.2	▲ 9.8	▲ 13.9	▲ 13.7	▲ 12.2	▲ 12.2
小売	▲ 19.6	▲ 18.3	▲ 14.9	▲ 16.0	▲ 17.8	▲ 18.2	▲ 18.8	▲ 20.8
サービス	▲ 7.9	▲ 6.1	▲ 4.2	▲ 8.4	▲ 10.0	▲ 12.2	▲ 10.2	▲ 11.4



従業員DI (※DI=「不足」の回答割合-「過剰」の回答割合)

	2018年	2019年						先行き見通し
	9月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10~12月
全産業	23.5	24.5	25.1	22.8	24.6	23.2	23.7	25.1
建設	29.6	33.6	37.7	36.8	37.5	34.9	36.9	40.3
製造	19.5	14.9	15.1	11.5	15.7	13.3	14.7	14.5
卸売	18.8	13.2	18.9	15.7	15.2	17.3	15.3	18.8
小売	21.1	24.2	22.2	19.5	23.1	19.2	22.4	23.1
サービス	27.7	33.2	32.2	30.7	30.6	31.5	29.6	30.6



調査要領

LOBOとは

「CCI (CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY) – QUICK SURVEY SYSTEM OF **LOCAL BUSINESS OUTLOOK**」
(商工会議所早期景気観測) からとった略称

目的

商工会議所のネットワークのもと、地域や中小企業が「肌で感じる足元の景気感」を全国ベースで毎月調査するとともに、月毎にテーマを設定して調査(例：設備投資や採用・賃金の動向等)を実施・公表することにより、企業を取り巻く経営環境や直面する課題等の現状を示すデータとして、経済対策に関する政策提言・要望活動などに活用することを目的に1989年4月より調査開始。

調査方法

調査協力商工会議所職員(含む経営指導員)による調査票配布・回収

調査項目

業況・売上・採算・資金繰り・仕入単価・販売単価・従業員の前年同月比(前年同月と比較した今月の水準)と向こう3カ月の先行き見通し(今月水準と比較した向こう3カ月(当月を除く)の先行き見通し)、自社が直面している経営上の問題など

※DI値(景況判断指数)について

DI値は、業況・売上・採算などの各項目についての、判断の状況を表す。ゼロを基準として、プラスの値で景気の上向き傾向を表す回答の割合が多いことを示し、マイナスの値で景気の下向き傾向を表す回答の割合が多いことを示す。したがって、売上高などの実数値の上昇率を示すものではなく、強気・弱気などの景況感の相対的な広がりの意味する。

DI = (増加・好転などの回答割合) - (減少・悪化などの回答割合)

調査対象数

配布先：全国338商工会議所の会員 2,614企業

(有効回答数1,870企業[回答率71.5%])

(内訳)

建設業：429 (有効回答数293企業[回答率68.3%])

製造業：625 (有効回答数469企業[回答率75.0%])

卸売業：313 (有効回答数229企業[回答率73.2%])

小売業：540 (有効回答数389企業[回答率72.0%])

サービス業：707 (有効回答数490企業[回答率69.3%])

調査期間

2019年9月11日～18日

公表日

2019年9月30日

今月の調査協力商工会議所一覧

