

# 商工会議所 LOBO (早期景気観測)

2023年4月調査結果

2023

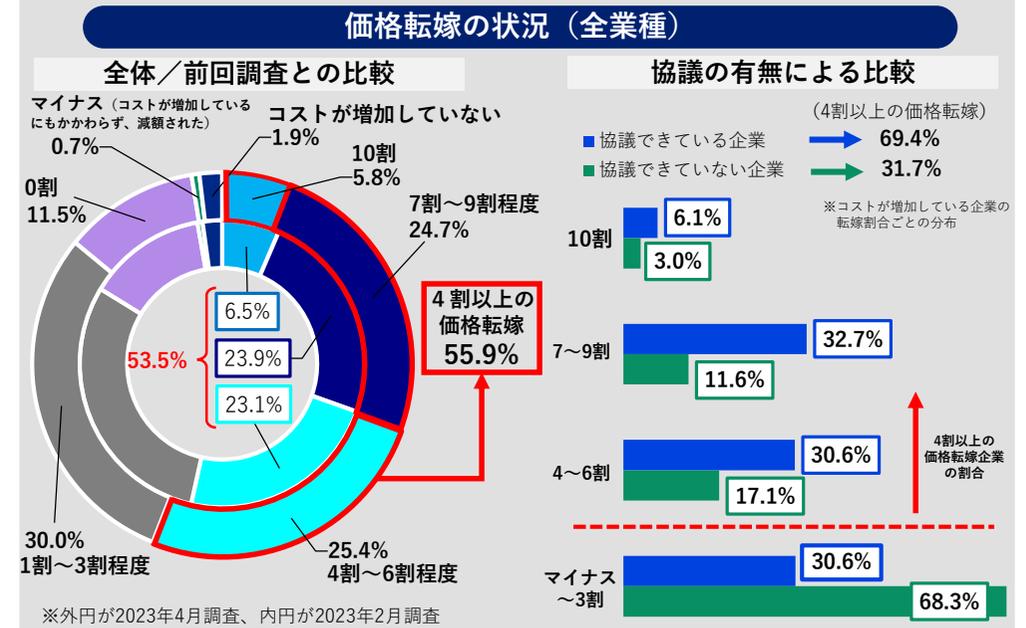
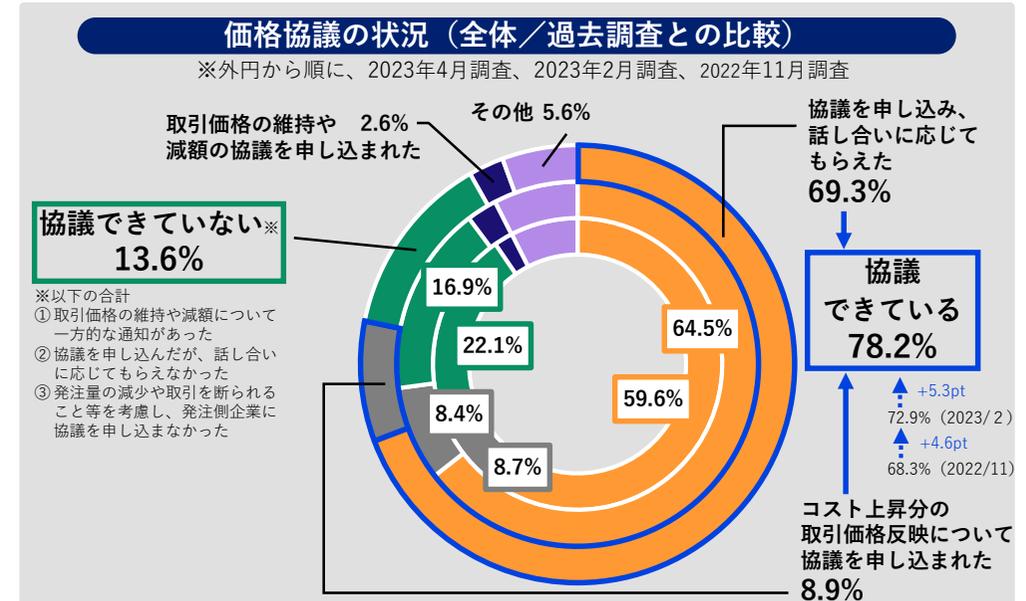
4

## コスト増加分の価格転嫁の動向

### 78.2%の企業で、価格転嫁に向けた協議を実施 4割以上の価格転嫁実施企業も55.9%と一定程度進捗

- 発注側企業との価格協議について、「協議を申し込み、話し合いに応じてもらった」は69.3%（2023年2月調査から4.8ポイント増、2022年11月調査から9.7ポイント増）。「コスト上昇分の取引価格反映について協議を申し込まれた」をあわせると78.2%は価格協議を実施（同2月調査から5.3ポイント増、同11月調査から9.9ポイント増）しており、価格協議の実施状況は、過去最高を記録した。
  - コスト増加分の価格転嫁について、4割以上の価格転嫁が実施できた企業は55.9%（2023年2月調査から2.4ポイント増）。価格転嫁も一定程度進捗しているものの、企業からは、上昇が続くコストに対して、価格転嫁が追い付いてないとの声も聞かれた。
  - 価格協議の実施有無で、コスト増加分の価格転嫁割合に大きな差異があり、4割以上の価格転嫁が実施できている企業は、「協議できている」企業では69.4%に対して、「協議できていない」企業は31.7%と半分以下にとどまる。
- 中小企業の声**

  - コストの上昇で収支が苦しい中、4月以降も電気代が大きく上昇することが見込まれ、収支悪化を懸念している。自助で取り組む経費削減にも限界があり、収支状況が改善されない中での賃金の引上げは非常に厳しい。（金沢 百貨店）
  - 5割程度の価格転嫁が実施できたが、電気料金の上昇を始め大幅なコスト増加により採算は悪化している。（蒲郡 網製造業）
  - 仕入れ価格の上昇分を価格転嫁できたことにより、収益が改善し、安堵した。（春日井 家具卸売業）



## 2022年度の採用実績の動向

### コロナ禍からの経済活動の回復で採用活動は活発化も、5割以上の企業が予定数を確保できず

- 2022年度の採用実績（全業種）について、「募集し、採用できた」は53.0%（2022年4月調査から3.3ポイント増）、「募集したが全く採用できなかった」は9.6%（同0.6ポイント増）、「募集しなかった」は37.4%（同3.9ポイント減）となり、コロナ禍からの経済活動の回復で採用活動が活発化している。
- 「募集し、採用できた」企業における採用人数の充足状況について、予定した人数を確保できなかった企業は全体で52.4%（同8.2ポイント増加）と、半数を超え、人手不足が深刻化している。企業からは、コロナ禍からの経済活動の回復で需要が増加しているにも関わらず、人手不足で対応に苦労しているとの声が多く聞かれた。
- 業種別の採用実績について、前年度調査と基調に大きな変化はなく、建設業において「募集したが、全く採用できなかった」割合が18.5%と、他4業種に比べ高い傾向となった。

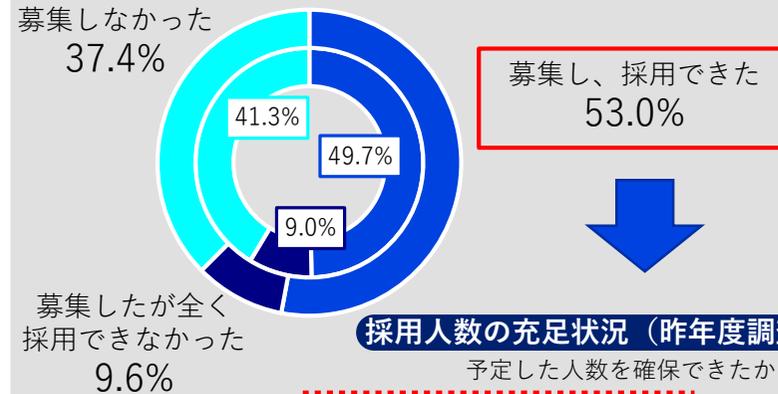


中小企業の声

- 中途採用で正社員を確保できたが、退職者もあり、慢性的な人手不足が継続している。（湯沢 電気工事業）
- 著しい人手不足で、取引を断らざるを得ない場合がある。給与等の待遇を改善する必要性を感じる。（原町 畜産食料品製造業）
- 客足はコロナ前の水準を取り戻しつつあるも、慢性的な人手不足に加え、働き方改革、最低賃金の上昇等で人材確保が増々大きな課題になっている。（高知 宿泊業）

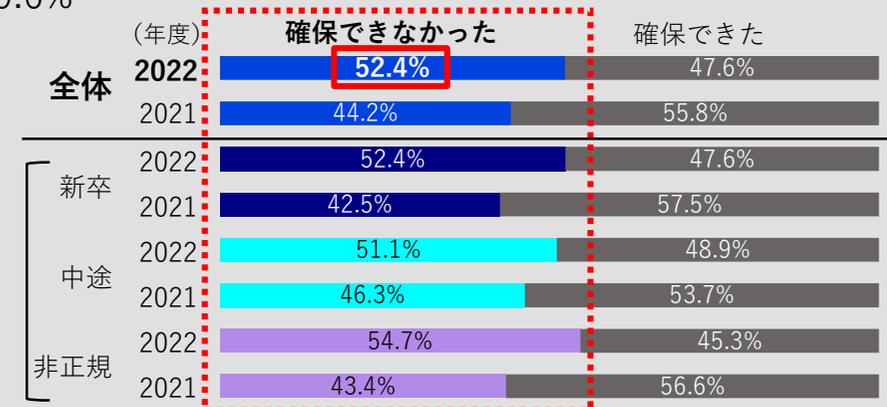
### 2022年度の採用実績の動向（全業種／昨年度調査との比較）

※外円が2023年4月調査、内円が2022年4月調査

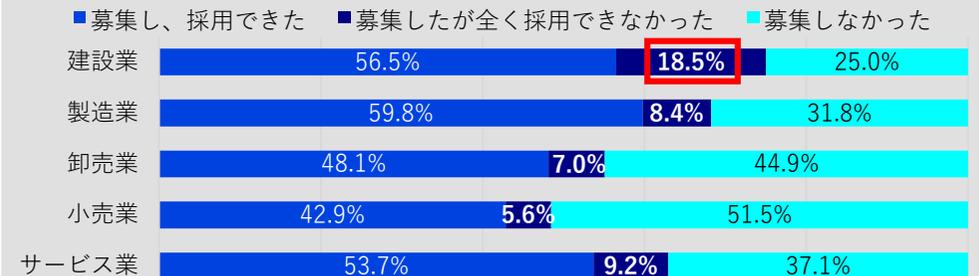


### 採用人数の充足状況（昨年度調査との比較）

予定した人数を確保できたかどうか



### 2022年度の採用実績の動向（業種別）



## 2023年4月の動向

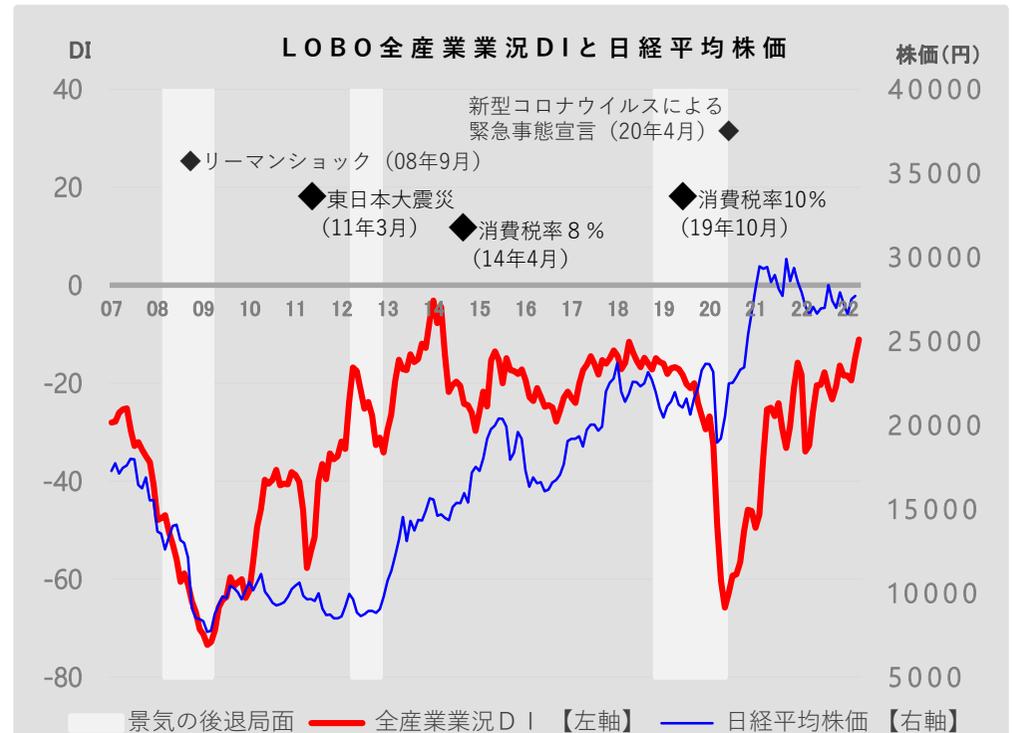
**業況DI は、経済活動の回復により、全業種で改善  
先行きは、コスト増や人手不足等で慎重な見方**

● **全産業合計の業況DIは、▲11.1（前月比+3.7ポイント）**

● サービス業では、客足が回復基調な飲食・宿泊業を中心に、改善した。小売業では、インバウンドの増加で売上が好調な百貨店に下支えされ、改善した。また、製造業では、サービス業等の非製造業での設備投資需要の回復で改善し、卸売業でも、製造業からの引き合い増や、客足が回復する小売業や飲食・宿泊業からの受注増で改善した。建設業でも、政府の補正予算による公共工事の受注増で改善した。原材料・エネルギー価格の高騰や人材確保に向けた賃上げ等のコスト負担増、度重なる仕入価格の高騰に価格転嫁も十分に行えていない等、経営課題は山積も、経済活動の回復が続き、業況は2021年12月ぶりに全業種で改善した。

● **先行き見通しDIは、▲12.9（今月比▲1.8ポイント）**

● 5月8日のコロナの5類移行に伴い、経済活動のさらなる回復による売上改善を期待する声の小売業・サービス業を中心に多く聞かれた。一方、原材料価格の高止まりやエネルギー価格の高騰継続によるコスト負担増や、人手不足による受注機会の損失が懸念される。また、コスト増に見合う価格転嫁も十分に追いついていない中、海外経済の鈍化など、先行きへの不安は根強く、慎重な見方となっている。



業況DI (※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

	2022年		2023年					先行き見通し 5~7月
	4月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	
全産業	▲ 32.7	▲ 16.4	▲ 18.4	▲ 18.4	▲ 19.4	▲ 14.8	▲ 11.1	▲ 12.9
建設	▲ 23.6	▲ 22.9	▲ 27.2	▲ 25.1	▲ 31.9	▲ 24.5	▲ 23.1	▲ 19.1
製造	▲ 25.0	▲ 16.2	▲ 14.2	▲ 16.9	▲ 18.4	▲ 18.9	▲ 13.9	▲ 14.1
卸売	▲ 33.3	▲ 20.3	▲ 16.3	▲ 17.3	▲ 16.4	▲ 22.4	▲ 15.0	▲ 17.1
小売	▲ 40.9	▲ 23.9	▲ 32.1	▲ 27.1	▲ 25.9	▲ 19.5	▲ 15.9	▲ 21.7
サービス	▲ 39.0	▲ 4.5	▲ 7.0	▲ 8.8	▲ 8.6	2.8	5.6	1.6

## 業種別の動向

前月と比べたDI値の動き



**建設資材価格の高止まりやエネルギー価格の高騰に加え、住宅関連の民間工事において一服感が見られるものの、政府の補正予算による公共工事の受注数増加に下支えされ、改善。**

- 「政府の補正予算により、公共工事の発注数が増加している。一方で、技術者の人手不足により、工事の進捗遅れや受注を取りやめるケースも発生している。資材価格やエネルギー価格の高騰等で採算も悪化しているが、人材確保に向け、採用や賃上げに取り組んでいく」（一般工事業）
- 「現場ごとに契約しており、価格転嫁はある程度できているが、長工期の案件は工事中に材料が値上がりすることもあり、収益を圧迫している」（管工事業）



**海外経済の停滞により電子部品関連の需要減は継続する一方、小売・サービス業などの非製造業における設備投資需要が回復し、改善。食料品関連事業者からは、客足が回復する飲食・宿泊業からの受注が増加したとの声も聞かれた。**

- 「インバウンド需要の増加や人流の回復に伴い、顧客先である外食産業からの発注数が増加している。原材料価格の高騰分に関する値上げは受け入れられているが、電気代等も高騰しているため、全体のコスト増に見合う価格改定が行えるような商品づくりを行っていく」（パン・菓子製造業）
- 「経済活動が戻りつつある中で、顧客の設備投資が予定通り動き始めている。需要に対応するべく人材確保が急務な状態である」（一般産業用機械製造業）



**輸送費や梱包資材費の高止まりによるコスト負担は継続するものの、設備投資需要の回復に伴う製造業からの引き合い増加や、客足が回復している小売店や飲食・宿泊業からの受注増で、改善。**

- 「いままで自粛傾向にあった大型のイベントや対面での販売事業が復活している。輸送費や梱包資材などのコスト負担の増加により、収益は圧迫されているが、継続的に受注が行えているため、さらなる販路獲得に向けて取り組んでいく」（食料・飲料卸売業）
- 「コロナの感染が落ち着いているため、設備投資を行う企業が増加しており、関連する仕事の引き合いが増加している」（一般機械器具卸売業）



**物価高による消費者の節約志向は継続しているものの、インバウンド需要の増加による免税品・高付加価値商品の販売が堅調な百貨店や、新年度に向けた新生活用品の需要が増加した日用品店を中心に、改善。**

- 「マスク着用ルールの緩和等でコロナに対する消費者の意識も変化しており、来店数は増加してきている。売上に繋がるよう、販促を図っていく。一方で、電気代等のコスト負担増が著しく、収益の改善が課題である」（百貨店）
- 「経済活動が回復し、需要が増加したことで、材料や人手の確保に難航しており、対応が追いつかない状況になっている」（楽器小売業）



**コロナに対する消費者意識の変化やインバウンド需要の増加で、客足が回復する飲食・宿泊・旅行業を中心に、改善。今後のさらなる客足増加を期待する一方、人手不足で需要増に対応が追いつかないとの声も聞かれた。**

- 「コロナに対する消費者の意識変化で、大人数での歓送迎会が増加。依然として食材の仕入単価の上昇や電気代の高騰が続いているため、販売価格も値上げせざるを得ないが、新メニューの開発等で販路拡大を図り、顧客を獲得していく」（飲食店）
- 「インバウンド需要の増加に加え、バスツアー等の国内旅行も戻ってきており、前年を大きく上回る宿泊数で売上も増加した」（宿泊業）

## ブロック別の動向

前月と比べたDI値の動き



北海道

**北海道は、ほぼ横ばい。**建設業では、住宅など民間工事の受注が減少しているほか、資材価格やエネルギー価格が高止まりしており、採算が悪化した。公共工事の受注は増加しているものの、それに対応できるだけの人手を確保できないという声も聞かれた。製造業では、経済活動の回復で、飲食・宿泊業向けの食料品関連が堅調に推移するほか、新生活用品の引き合いが増加した家具関連が押し上げ、採算が改善した。



東北

**東北は、改善。**小売業では、富裕層向けの高付加価値商品や春物衣料の販売が好調な百貨店を中心に採算が改善した。コロナの影響緩和はありつつも、物価高による消費マインドの低下で、コロナ禍以前の客数にはなかなか戻らないという声も一部で聞かれた。サービス業では、経済活動の回復に加え、観光客の増加により、飲食店を中心に採算が改善した。



北陸信越

**北陸信越は、改善。**製造業では、経済活動の回復で国内の設備投資需要が底堅く推移していることで、電気機械器具関連を中心に売上・採算が改善した。小売業では、コロナ禍からの活動回復に伴う人流の回復により、商店街を中心に売上・採算が改善した。一方、電気代のさらなる高騰などで、今後の採算の先行きを懸念する声も聞かれた。



関東

**関東は、改善。**卸売業では、コロナに対する消費者意識の変化やインバウンド需要の増加に伴い、客足が回復する飲食店向けの引き合いが増加した食料品関連を中心に、売上・採算が改善した。小売業では、経済活動の回復やインバウンド需要の増加で客足が伸びる百貨店を中心に、売上・採算が改善した。コロナの5類への移行により、さらなる業績の回復を期待する声も聞かれた。



東海

**東海は、改善。**建設業では、受注額が堅調に推移する民間工事に加え、政府の補正予算で公共工事も増加傾向にあり、売上・採算が改善した。サービス業では、全国旅行支援による観光客の増加で、宿泊業を中心に売上・採算が改善した。中国からの入国者への水際措置が緩和されたこともあり、インバウンドの団体客数がコロナ禍前に戻りつつあるという声も聞かれた。



関西

**関西は、ほぼ横ばい。**建設業では、景気の先行き懸念から民間工事の受注数に陰りが見えているほか、資材価格やエネルギー価格の高騰が継続しており、売上・採算が悪化した。また、受注した際の想定を上回るペースでコストが上昇し、利益を圧迫しているという声も聞かれた。サービス業では、インバウンド需要の回復や全国旅行支援による観光客の増加で、宿泊業やレジャー施設を中心に、採算が改善した。

## ブロック別の動向

前月と比べたDI値の動き



中国

**中国は、改善。**卸売業では、政府の補正予算で国土強靱化関連工事等の公共工事の受注が増加しており、建築材料関連を中心に売上・採算が改善した。小売業では、春物衣料や新生活用品の販売が好調な百貨店を中心に、売上・採算が改善した。一方、依然として電気代の高騰が経営に大きな影響を与えているという声も聞かれた。



四国

**四国は、改善。**製造業では、コロナに対する消費者意識の変化により、客足が回復基調にある飲食店向けの引き合いが増加した食料品関連が牽引し、売上・採算が改善した。卸売業では、新生活用品の需要に後押しされる形で、衣料品や日用品関連を中心に採算が改善した。一方、電気代やガス代、運送費の高騰が継続することで、今後の採算の悪化を不安視する声も聞かれた。



九州

**九州は、改善。**建設業では、住宅関連などの受注額が堅調に推移する民間工事に加え、政府の補正予算で公共工事も増加傾向にあり、採算が改善した。製造業では、コロナの影響緩和やインバウンド需要の回復によって飲食店向けの引き合いが増加した食料品関連が牽引し、採算が改善した。一方、コロナ禍を通じた生活様式の変化により、売上がコロナ禍前の水準までは戻りきらないという声も聞かれた。

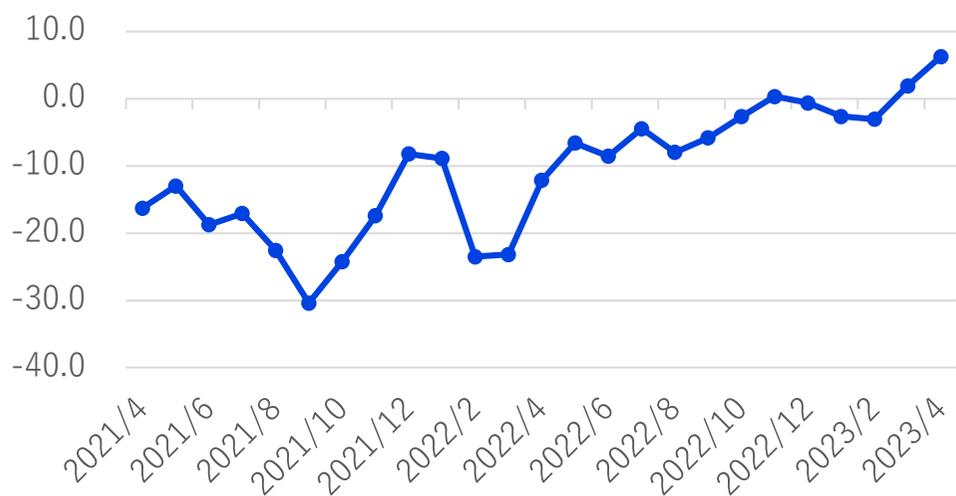
	2022年			2023年				先行き 見通し
	4月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5～7月
全国	▲ 25.7	▲ 16.4	▲ 18.4	▲ 18.4	▲ 19.4	▲ 14.8	▲ 11.1	▲ 12.9
北海道	▲ 30.5	▲ 15.7	▲ 14.7	▲ 10.0	▲ 14.7	▲ 10.3	▲ 10.6	▲ 8.5
東北	▲ 34.9	▲ 24.5	▲ 27.2	▲ 19.7	▲ 28.6	▲ 13.1	▲ 10.4	▲ 11.8
北陸信越	▲ 21.3	▲ 12.9	▲ 12.8	▲ 19.8	▲ 17.9	▲ 13.9	▲ 3.3	▲ 11.5
関東	▲ 20.9	▲ 11.8	▲ 16.6	▲ 16.8	▲ 18.0	▲ 12.1	▲ 9.1	▲ 12.4
東海	▲ 24.9	▲ 20.5	▲ 21.2	▲ 23.2	▲ 27.5	▲ 20.2	▲ 12.6	▲ 14.3
関西	▲ 25.8	▲ 15.4	▲ 17.2	▲ 16.1	▲ 14.2	▲ 19.2	▲ 18.9	▲ 16.1
中国	▲ 35.3	▲ 13.4	▲ 14.8	▲ 18.6	▲ 16.0	▲ 15.0	▲ 10.6	▲ 16.3
四国	▲ 22.5	▲ 20.8	▲ 23.6	▲ 21.0	▲ 23.8	▲ 20.8	▲ 18.8	▲ 18.8
九州	▲ 23.8	▲ 17.6	▲ 17.6	▲ 23.1	▲ 10.7	▲ 11.5	▲ 8.3	▲ 8.9

## 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)

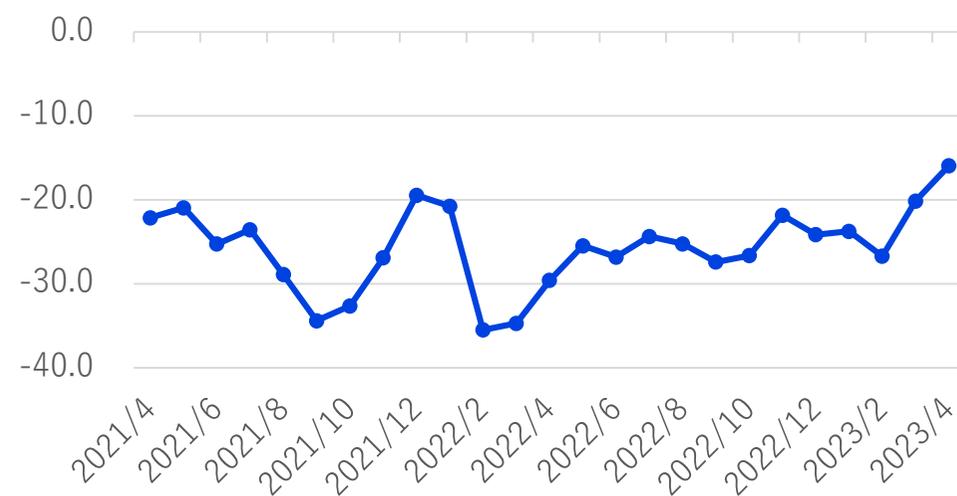
	2022年			2023年				先行き見通し
	4月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	
全産業	▲ 12.1	0.4	▲ 0.6	▲ 2.6	▲ 3.0	1.9	6.3	▲ 1.3
建設	▲ 21.6	▲ 16.0	▲ 17.5	▲ 17.1	▲ 22.4	▲ 11.9	▲ 13.8	▲ 16.6
製造	▲ 1.4	5.1	10.4	4.2	▲ 1.6	1.2	8.4	▲ 0.6
卸売	▲ 8.0	3.9	5.4	▲ 1.3	2.2	0.0	4.2	1.7
小売	▲ 23.6	▲ 14.1	▲ 17.8	▲ 12.8	▲ 8.6	▲ 6.8	2.2	▲ 8.4
サービス	▲ 9.1	16.7	10.1	7.8	10.0	19.4	21.5	12.4



### 採算DI

(※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

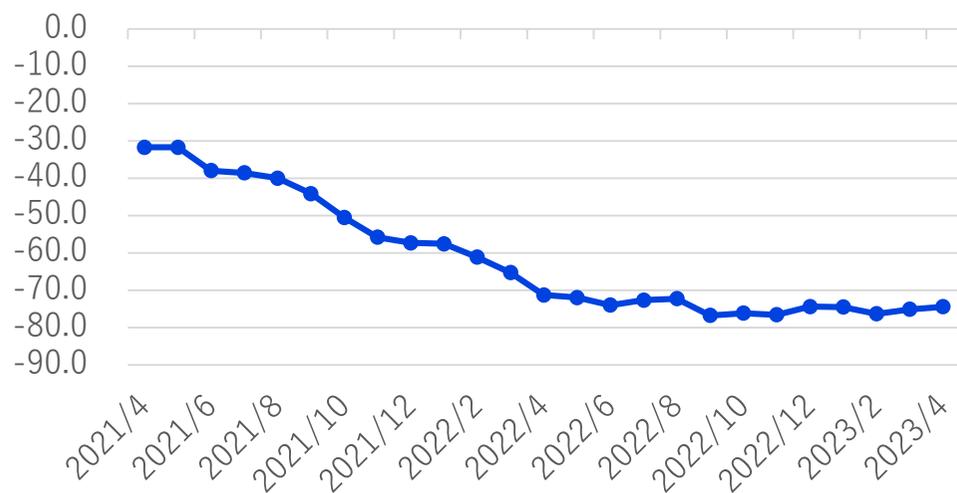
	2022年			2023年				先行き見通し
	4月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	
全産業	▲ 29.6	▲ 21.8	▲ 24.1	▲ 23.7	▲ 26.7	▲ 20.1	▲ 16.0	▲ 18.4
建設	▲ 32.4	▲ 30.1	▲ 31.3	▲ 29.9	▲ 37.2	▲ 26.6	▲ 25.8	▲ 26.8
製造	▲ 27.7	▲ 27.0	▲ 24.8	▲ 25.0	▲ 29.5	▲ 25.5	▲ 21.2	▲ 21.6
卸売	▲ 22.4	▲ 21.2	▲ 15.8	▲ 23.6	▲ 20.4	▲ 20.3	▲ 16.7	▲ 17.5
小売	▲ 34.3	▲ 27.2	▲ 33.8	▲ 28.5	▲ 28.4	▲ 23.4	▲ 18.8	▲ 24.8
サービス	▲ 29.1	▲ 7.3	▲ 15.3	▲ 14.7	▲ 18.7	▲ 8.1	▲ 1.4	▲ 4.8



## 参考：DI時系列表

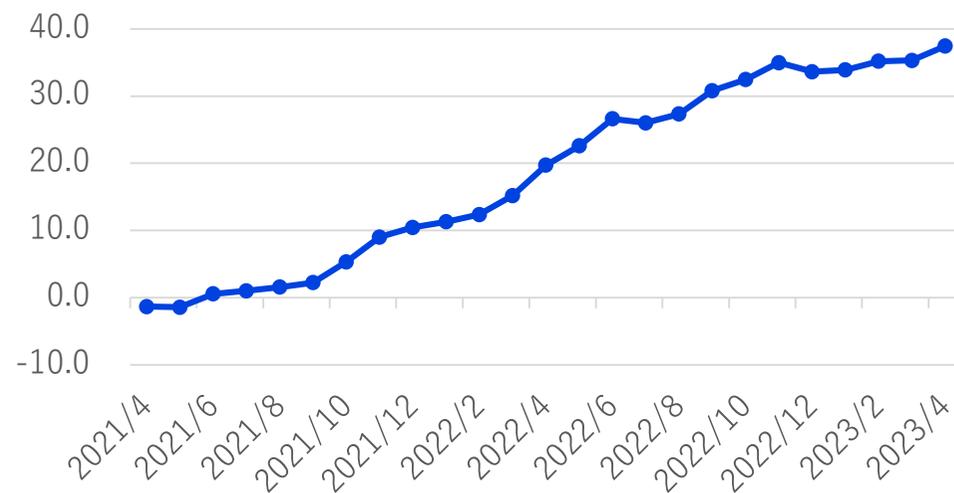
### 仕入単価DI (※DI=「下落」の回答割合-「上昇」の回答割合)

	2022年	2022年		2023年				先行き
	4月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	見通し
全産業	▲ 71.3	▲ 76.6	▲ 74.4	▲ 74.5	▲ 76.3	▲ 75.1	▲ 74.4	▲ 66.0
建設	▲ 80.8	▲ 84.6	▲ 83.8	▲ 81.4	▲ 81.4	▲ 84.4	▲ 83.1	▲ 71.4
製造	▲ 79.6	▲ 82.4	▲ 82.1	▲ 81.3	▲ 82.0	▲ 78.7	▲ 76.5	▲ 65.5
卸売	▲ 74.3	▲ 76.2	▲ 68.3	▲ 67.1	▲ 73.0	▲ 73.0	▲ 64.6	▲ 59.6
小売	▲ 63.8	▲ 74.9	▲ 71.4	▲ 73.7	▲ 75.6	▲ 74.2	▲ 77.6	▲ 73.0
サービス	▲ 62.1	▲ 67.2	▲ 66.4	▲ 67.3	▲ 69.5	▲ 67.4	▲ 68.7	▲ 60.2



### 販売単価DI (※DI=「上昇」の回答割合-「下落」の回答割合)

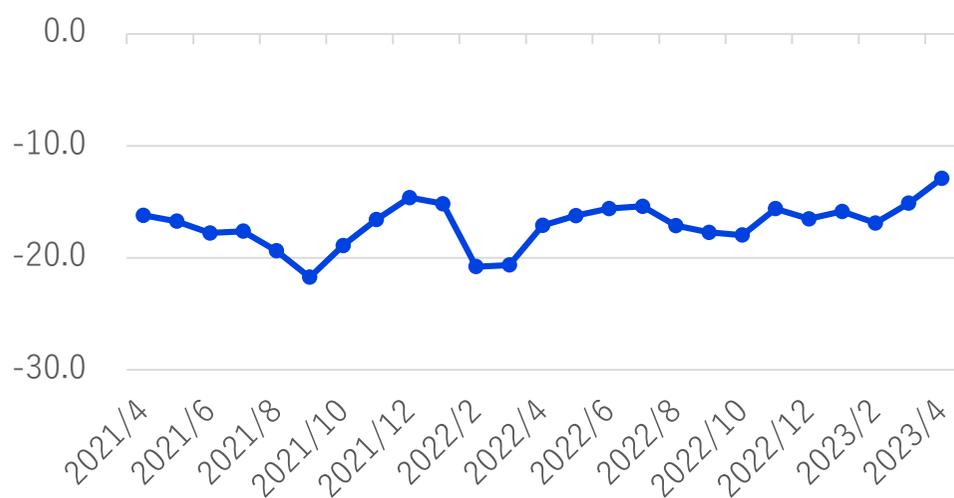
	2022年	2022年		2023年				先行き
	4月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	見通し
全産業	19.7	35.0	33.6	33.9	35.2	35.3	37.4	30.3
建設	20.1	28.6	22.2	27.2	26.8	26.6	29.8	24.0
製造	21.2	37.5	40.2	40.1	38.3	39.4	40.6	27.7
卸売	39.7	53.7	48.3	44.4	52.2	48.9	49.6	42.5
小売	23.2	43.2	42.7	41.3	48.4	47.0	48.4	43.4
サービス	6.4	21.4	20.4	21.5	18.9	21.2	24.1	20.3



## 参考：DI時系列表

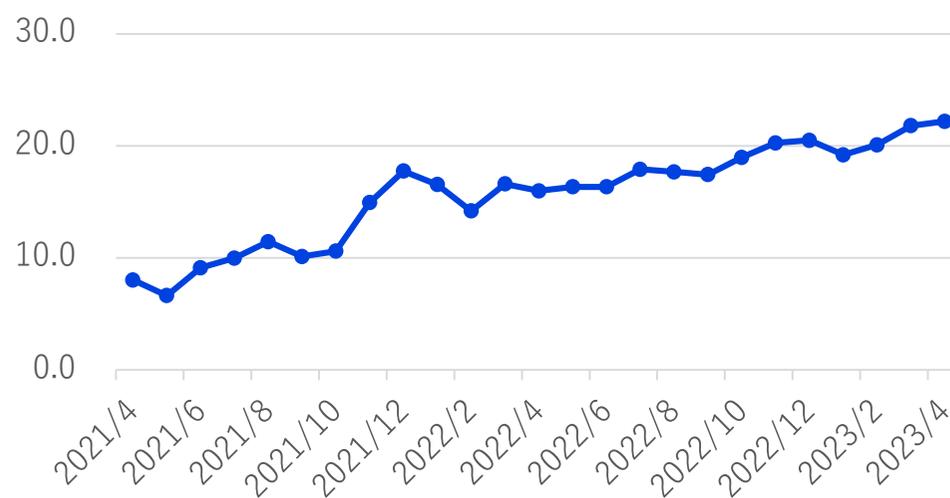
### 資金繰りDI (※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

	2022年	2022年		2023年				先行き見通し
	4月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5～7月
全産業	▲ 17.1	▲ 15.6	▲ 16.5	▲ 15.9	▲ 16.9	▲ 15.1	▲ 12.9	▲ 13.5
建設	▲ 9.0	▲ 6.6	▲ 10.0	▲ 7.8	▲ 11.4	▲ 12.8	▲ 10.5	▲ 12.6
製造	▲ 14.1	▲ 18.9	▲ 14.4	▲ 17.7	▲ 18.4	▲ 17.1	▲ 11.8	▲ 11.3
卸売	▲ 14.8	▲ 12.1	▲ 12.9	▲ 13.8	▲ 6.6	▲ 15.2	▲ 10.4	▲ 11.7
小売	▲ 21.7	▲ 21.5	▲ 26.2	▲ 24.2	▲ 24.0	▲ 19.7	▲ 19.0	▲ 20.7
サービス	▲ 22.5	▲ 15.1	▲ 16.7	▲ 13.5	▲ 17.9	▲ 11.0	▲ 11.8	▲ 11.2



### 従業員DI (※DI=「不足」の回答割合-「過剰」の回答割合)

	2022年	2022年		2023年				先行き見通し
	4月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5～7月
全産業	16.0	20.3	20.5	19.2	20.1	21.8	22.2	21.8
建設	27.0	29.2	31.6	30.2	33.8	33.6	28.0	31.7
製造	10.9	13.6	14.6	11.7	13.6	15.7	14.9	13.9
卸売	13.5	16.9	17.1	12.0	15.5	17.3	16.7	16.3
小売	11.8	16.0	13.3	15.7	15.1	15.6	15.7	14.0
サービス	18.3	25.9	26.4	25.2	24.1	27.3	34.1	32.7



## 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329商工会議所の会員 2,495企業  
(有効回答数2,006企業[回答率80.4%])  
(内訳)

建設業: 413 (有効回答数325企業[回答率78.7%])

製造業: 616 (有効回答数524企業[回答率85.1%])

卸売業: 294 (有効回答数240企業[回答率81.6%])

小売業: 508 (有効回答数415企業[回答率81.7%])

サービス業: 664 (有効回答数502企業[回答率75.6%])

### 調査期間

2023年4月13日～19日

### 公表日

2023年4月28日

# 今月の調査協力商工会議所一覧

