



商工会議所 LOBO (早期景気観測)

2022年8月調査結果

2022

8

新型コロナウイルスによる経営への影響 2050年カーボンニュートラルへの対応

感染拡大で今後の経営への影響を懸念する企業増加

- 新型コロナウイルスによる経営への影響について、「影響が続いている」は59.4%と2022年7月調査から0.2ポイント減少。「現時点で影響はないが、今後マイナスの影響が出る懸念がある」をあわせると同1.5ポイント増加し86.2%となった。また、「影響はない」は9.6%と同1.1ポイント減少した。
- 3年ぶりに行動制限の無い夏休みシーズンを迎えたものの、感染拡大の継続により、帰省や旅行、会食を控える動きがみられ、経営への影響を懸念する企業が増加した。



中小企業の声

- 夏休みシーズンの予約が入っていたが、感染者数の増加とともにキャンセルが増加。お盆期間は予約制限をかけて営業を行った。(江津 宿泊業)

エネルギーコスト上昇への危惧が大きく高まる 約半数の企業で温室効果ガス削減への取組み進まず

- 2050年カーボンニュートラルに対する考え・対応については、「エネルギーコスト上昇を危惧している」が51.1%と、前年同月(2021年8月)の調査から20.4ポイント増加した。
- CO2等の温室効果ガス排出削減に向けた取組みについては、「特に取組みは行っていない」が48.2%、次いで「取組み始めなければならないと考えているが、何から始めたらよいか分からない」が22.4%となった。
- エネルギーコスト上昇への危惧が大きく高まっている。一部ではカーボンニュートラルへ前向きな姿勢がみられるものの、具体的な取組みまでには至っていない様子が見られる結果となった。

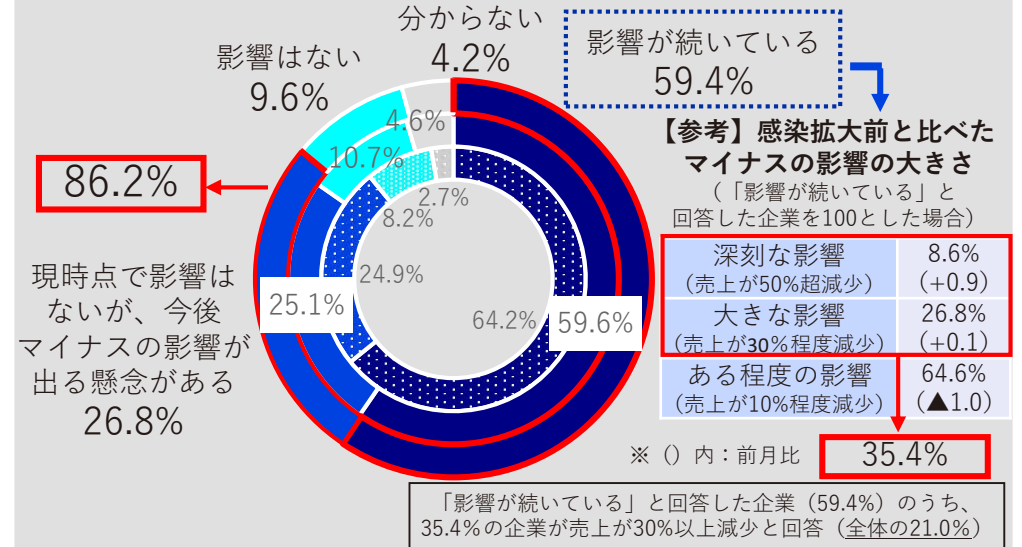


中小企業の声

- 温室効果ガス削減に向けて、新築自社施設の太陽光発電設備の搭載、建設重機の電化、クリーンエネルギー自動車の導入等を行っている。(大阪 一般工事業)

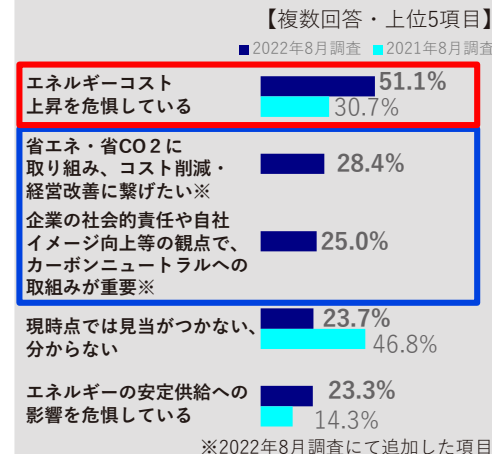
新型コロナウイルスによる経営へのマイナスの影響

※円グラフの外側が2022年8月調査、中央が2022年7月調査、内側が2021年8月調査(前年同月)

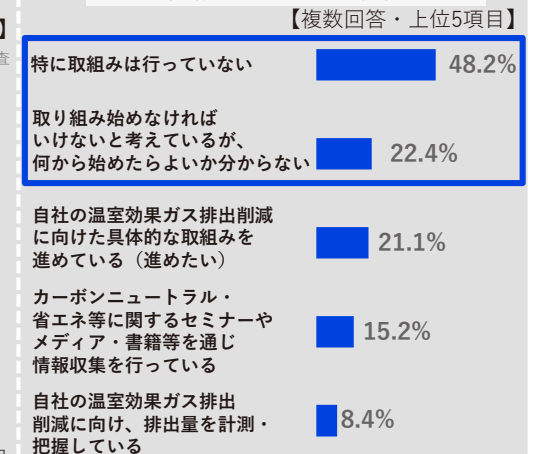


2050年カーボンニュートラルへの対応

2050年カーボンニュートラルに対する考え・対応



CO2等の温室効果ガス排出削減に向けた取組み



電力料金の上昇（東日本大震災以降）による経営への影響

経営に悪影響がある企業は47.7%と大幅に増加 節電等の実施のほか、販売価格への転嫁検討も

- 東日本大震災以降の電力料金の上昇による経営への影響について、「悪影響がある」は47.7%と、2021年8月調査（27.1%）から20.6ポイント増加。「今のところ影響はないが、震災前より高い状態が続けば悪影響が懸念される」をあわせると同7.0ポイント増加し92.1%となった。
- 今後も高い料金が続いた場合の対応は、「既存設備での節電の実施など人件費以外のコスト削減」が46.7%で最も多かった。次いで、「省エネ性の高い設備（照明・自家発電設備を含む）の導入・更新」が34.0%、「販売価格への転嫁」が32.7%となった。
- 電力料金の上昇が経営に「悪影響がある」とする企業の割合は2021年8月調査と比べ大幅に増加し、高騰が続く電力料金が経営への負担となっているものとみられる。節電や省エネ設備への投資等でコスト削減に取り組みながらも、販売価格への転嫁を行わざるを得ない企業の様子が見えてくる。

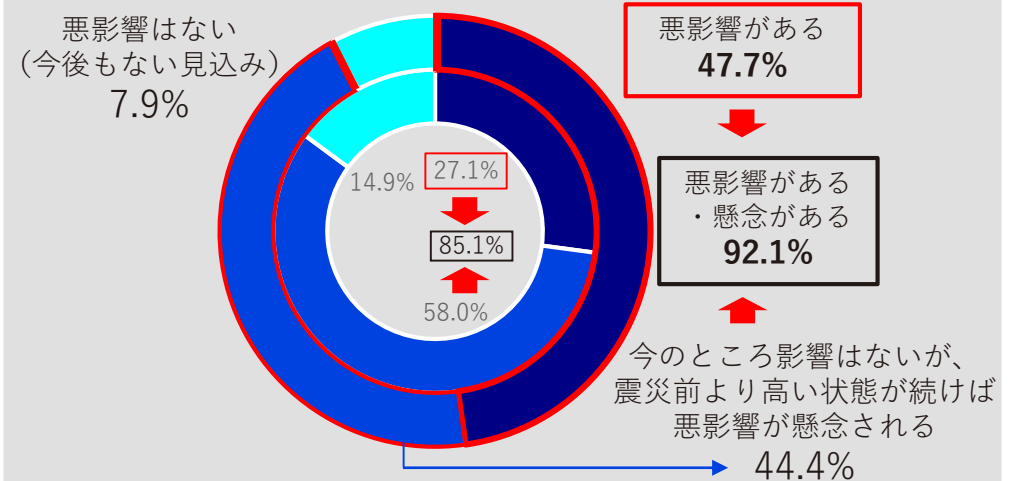


中小企業の声

- 生産設備は全て電力で動いており、電気料金の上昇は死活問題に繋がる。熱中症対策の冷房コストも大きく、負担が増している。（酒田 繊維製品製造業）
- 今後も高い水準の電力料金が続いた場合、販売価格への転嫁を交渉したいが、100%の転嫁は困難と思われるため、別の対策も検討する必要がある。（八幡浜 農畜水産卸売業）

電力料金上昇の足元の経営への影響（全産業）

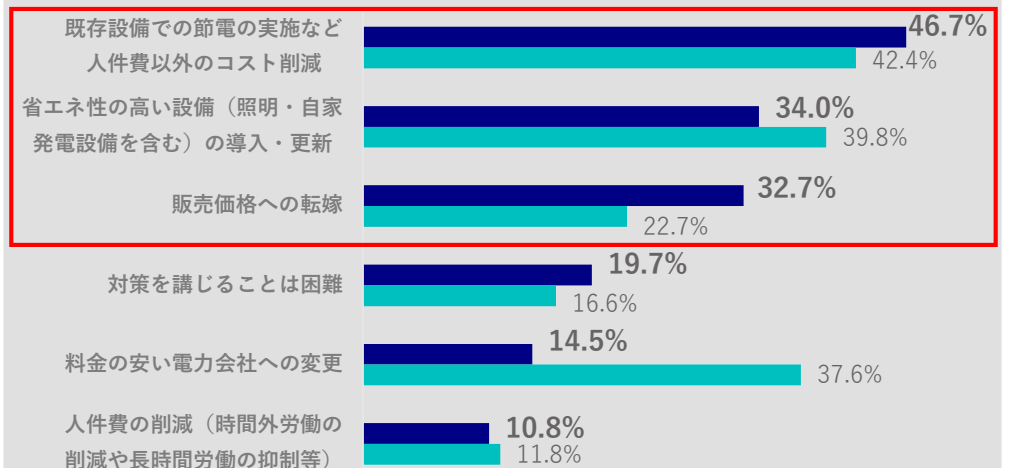
※円グラフの外側が2022年8月調査、内側が2021年8月調査



今後も高い料金が続いた場合の対応

※「悪影響がある」、「今のところ影響はないが、震災前より高い状態が続けば悪影響が懸念される」企業が対象 【複数回答・上位6項目】

■ 2022年8月調査 ■ 2021年8月調査



2022年8月の動向

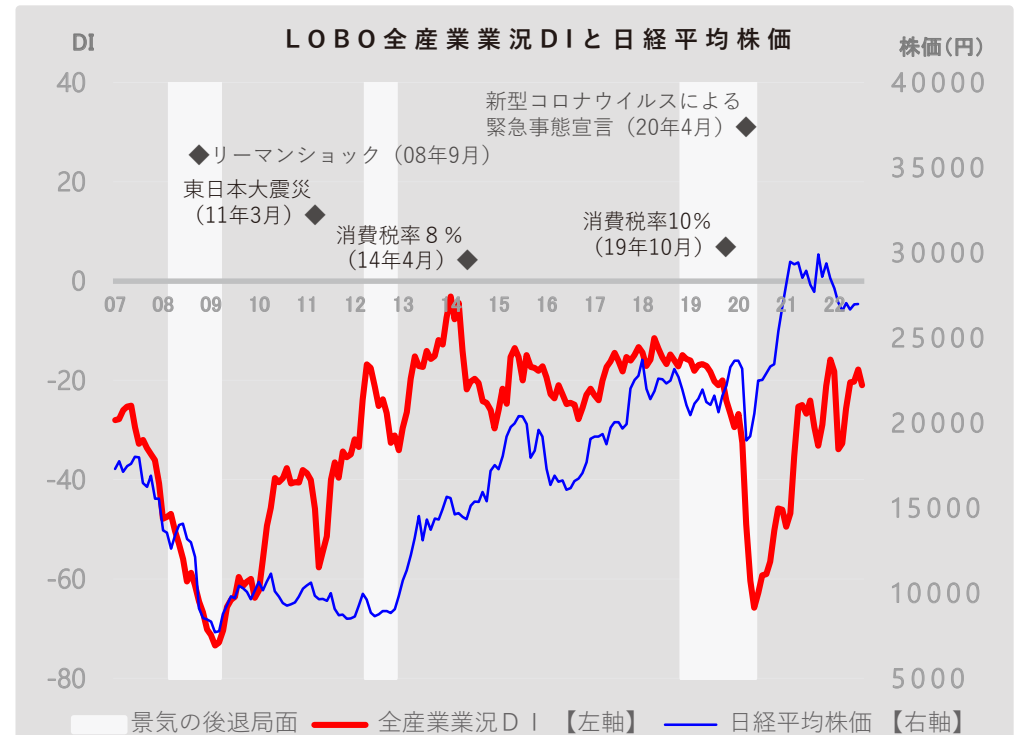
業況DIは、物価高と感染拡大で半年ぶりの悪化 先行きは、感染沈静化を見通せず、厳しい見方

● 全産業合計の業況DIは、▲21.0（前月比▲3.2ポイント）

● 感染拡大の継続に猛暑や大雨が重なり、帰省や旅行、会食等を控える動きが見られ、飲食・宿泊業などのサービス業や百貨店などの小売業で業況が悪化。小売業・サービス業からの引き合いが減少した卸売業も業況が悪化した。半導体等の部品供給不足が継続する製造業も業況が悪化した。堅調な民間工事に下支えされた建設業では業況が改善するも、資材や燃料価格の高止まりによる負担増が続き、力強さを欠いている。資源・原材料価格の高騰や円安によるコスト負担増が継続する中、物価高による消費マインドの低下や、感染拡大の継続、猛暑・大雨による外出控えにより、中小企業の業況は、半年ぶりの悪化となった。

● 先行き見通しDIは、▲26.6（今月比▲5.6ポイント）

● 今後も感染拡大が継続し、従業員の感染による生産や取引などへの影響を懸念する声が業種を問わず聞かれた。特に、サービス業や小売業では、消費者の外出控えによる需要減を危惧する事業者が増加している。資源・資材価格の高騰が長期化し、コスト増加分の十分な価格転嫁が追い付かず、収益確保も難しい中、感染の沈静化を見通せず、中小企業の先行きは、厳しい見方となった。



	2021年	2022年							先行き見通し 9~11月
	8月	3月	4月						
全産業	▲29.4	▲32.7	▲25.7	▲20.4	▲20.3	▲17.8	▲21.0	▲26.6	
建設	▲20.9	▲23.6	▲27.0	▲31.3	▲29.3	▲28.7	▲26.4	▲24.9	
製造	▲12.5	▲25.0	▲17.0	▲15.4	▲19.8	▲17.9	▲18.9	▲22.0	
卸売	▲30.7	▲33.3	▲28.3	▲20.2	▲22.0	▲18.1	▲24.8	▲29.1	
小売	▲44.4	▲40.9	▲39.5	▲31.8	▲32.2	▲25.2	▲30.7	▲35.3	
サービス	▲37.9	▲39.0	▲21.1	▲9.3	▲4.4	▲4.1	▲10.2	▲24.2	

業種別の動向

前月と比べたDI値の動き



建設資材価格や燃料価格の高止まりや、公共工事の受注減少が継続する中、堅調に推移する住宅建設関連の民間工事に下支えされ、改善。

- 「民間企業からの工事受注数は順調に推移しており、売上も着実に確保できている。資材価格の高騰などでコスト負担は増加しているものの、生産性向上に向けた対策を実施することで、全体として経費削減に取り組んでいる」（一般工事業）
- 「工事受注数は増えてきている。従業員の感染により、受注を止めることがないよう、感染対策を継続していく」（管工事業）



半導体等の部品供給不足や、資源・原材料価格の高止まりでコスト負担が継続する中、物価高と感染拡大により、小売店や飲食・宿泊業向け食料品関係の受注減などが影響し、悪化。

- 「原材料価格や燃料費の高騰によってコスト増が続いているが、消費者の購買意欲の低下が見られ、既存商品は値上げが厳しい状況である。付加価値のついた新しい製品の販売に着手し、売上改善を図っていきたい」（水産食料品製造業）
- 「供給不足の継続で、部品の値上がりが続いており、収益を圧迫しているが、必要不可欠な機械設備の受注は増えている」（一般産業用機械製造業）



資源・燃料価格の高騰による輸送費・包装資材価格などの高止まりに加え、感染拡大の継続による消費者の外出控えで、飲食・宿泊業向け食料品等の引き合いが減少し、悪化。

- 「包装資材の価格高騰が続いているものの、コロナ禍以降に開拓した販路先との取引が好調のため、売上確保に繋がっている。一方で、物価高の影響で生活必需品以外の商品の売れ行きが伸び悩んでおり、今後も新たな打開策を検討する必要があると考えている」（繊維品卸売業）
- 「感染拡大により、取引先の飲食店などで会食等のキャンセルが一部出ており、受注が減少傾向にある」（食料・飲料卸売業）



円安や原材料価格の高騰による仕入コストが上昇する中、感染拡大の継続に猛暑や大雨も重なり、客足が減少した総合スーパーや商店街を中心に、悪化。

- 「度重なる仕入価格の上昇が続く中、新型コロナの感染拡大による消費者の外出控えと異常気象の影響もあり、見込んでいたよりも店舗への来客数は減少しており、売上確保に苦戦を強いられている」（書籍・文房具小売業）
- 「感染拡大により、顧客の来店頻度は減少するも、まとめ買いで客単価は上昇。客単価は維持し、顧客確保を図り、売上改善に努めたい」（総合スーパー）



感染拡大の継続と猛暑・大雨などの影響で、帰省や旅行、会食を控える動きが見られ、予約キャンセルが増加した飲食・宿泊業を中心に、悪化。

- 「人流の回復で、宴会等の予約状況も改善に向かっていたため、準備を進めていたものの、感染再拡大による直前での予約キャンセルが増加し、予想よりも売上が上がらなかった」（飲食業）
- 「前年と比較すると、新型コロナウイルスによる影響は限定的であるが、このまま感染者数の増加が続くと再び経営が苦しくなる」（旅行業）

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。 製造業では、鉄鋼や金属製品の生産が足踏みしているものの、販売価格に改善傾向が見られる食料品関係の業況が改善した結果、売上・採算が改善した。卸売業では、食料品関係を中心に売上が堅調な製造業に牽引される形で、業況が改善した。一方、感染拡大が継続していることにより、重症化リスクの高い高齢者の消費に鈍さが見られており、先行きの個人消費停滞を懸念する声が聞かれた。



東北

東北は、ほぼ横ばい。 建設業では、公共工事の受注は減少傾向にあるものの、住宅建設や設備投資等の民間工事の受注が堅調に推移した結果、売上・採算が改善した。サービス業では、夏のイベントがいくつか再開したものの、感染拡大の継続により外出を控える動きが見られた結果、飲食業や宿泊業を中心に売上・採算が悪化した。また、感染者数は高止まりしており、観光需要のさらなる低下を懸念する声も聞かれた。



北陸信越

北陸信越は、悪化。 卸売業では、消費マインドの低下により衣料品の引合いが減少している繊維関係を中心に売上が悪化した。サービス業では、飲食業や宿泊業を中心に売上・採算が悪化した。感染拡大が継続していることや、大雨災害の影響で、会食や宿泊の予約キャンセルが増加し、これまで比較的堅調であったブロック内の需要に足踏みが見られるようになったという声が聞かれた。



関東

関東は、悪化。 建設業では、民間の設備投資需要は堅調であるものの、公共工事の受注が減少しており、売上が悪化した。また、資材価格の高騰が今後も継続する場合、企業の設備投資計画が後ろ倒しになることを懸念する声が聞かれた。サービス業では、感染拡大が継続していることにより、会食や旅行等を控える動きが見られたことで、飲食業や旅客運送業を中心に売上・採算が悪化した。



東海

東海は、改善。 製造業では、半導体等の供給制約が若干緩和したことで、生産量に回復の兆しが見られた完成車メーカーの影響を受け、自動車関連を中心に売上・採算が改善した。小売業では、感染拡大の継続や販売価格の上昇による消費マインドの低下の影響が商店街を中心に見られるものの、百貨店で高付加価値商品の引合いが増加しており、業況が改善した。



関西

関西は、悪化。 卸売業では、会食の予約キャンセルが増加したことにより、飲食店の業況が悪化している影響で、食料品関係を中心に売上・採算が悪化した。小売業では、感染拡大が継続していることによる外出自粛に加え、猛暑による客足の減少により、百貨店、総合スーパー、商店街等、複数の業態において売上・採算が悪化した。

ブロック別の動向

前月と比べたDI値の動き



中国

中国は、ほぼ横ばい。建設業では、建設資材価格や燃料価格の高止まりにより、採算の悪化が見られるものの、住宅建設や設備投資の受注が堅調で、売上が改善した。小売業では、猛暑の影響で客足が減少し、百貨店、総合スーパー等を中心に売上・採算が悪化した。また、仕入コストの上昇が継続しており、先行きのさらなる採算悪化を懸念する声も聞かれた。



四国

四国は、悪化。小売業では、猛暑の影響により、客足が減少した百貨店・商店街等を中心に売上が悪化した。夏のイベントがいくつか再開しているが、個人消費の回復には結び付いていないという声が聞かれた。製造業では、小売業向けの引合いが減少したことや、原材料価格・燃料価格の高騰の影響を受け、食料品関係の売上・採算が悪化した。



九州

九州は、悪化。製造業では、住宅建設の需要低迷や、原材料価格・燃料価格の高騰の影響を受け、家具装備品や木材製品を中心に売上・採算が悪化した。一方、貸家の着工戸数が持ち直しの傾向にあるため、関連する製品において先行きの業況改善が期待できるという声が聞かれた。卸売業では、感染拡大の継続の影響により、飲食業向けの引合いが減少した食料品関係を中心に業況が悪化した。

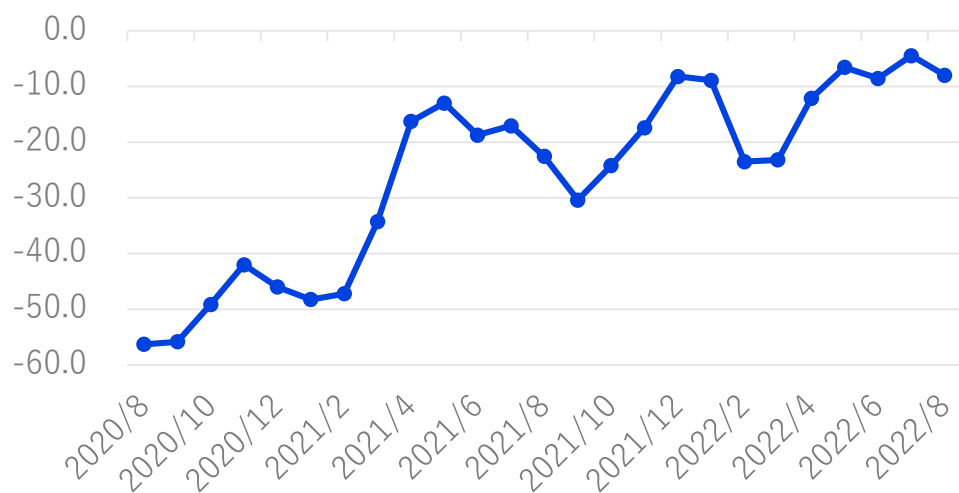
	2021年	2022年						先行き 見通し
	8月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9~11月
全国	▲29.4	▲32.7	▲25.7	▲20.4	▲20.3	▲17.8	▲21.0	▲26.6
北海道	▲27.0	▲34.7	▲30.5	▲17.1	▲15.2	▲8.7	▲4.6	▲13.8
東北	▲36.3	▲42.8	▲34.9	▲29.7	▲26.9	▲30.1	▲30.2	▲37.6
北陸信越	▲19.5	▲37.0	▲21.3	▲18.6	▲15.3	▲10.4	▲11.4	▲22.3
関東	▲26.6	▲25.9	▲20.9	▲17.9	▲19.5	▲13.8	▲23.4	▲28.0
東海	▲19.1	▲31.3	▲24.9	▲22.6	▲25.8	▲23.9	▲22.3	▲21.3
関西	▲35.8	▲37.9	▲25.8	▲15.2	▲15.8	▲19.4	▲25.9	▲29.6
中国	▲34.4	▲32.5	▲35.3	▲19.7	▲14.4	▲13.9	▲13.4	▲27.7
四国	▲39.7	▲33.1	▲22.5	▲26.9	▲30.2	▲21.4	▲27.0	▲32.5
九州	▲39.6	▲29.9	▲23.8	▲20.3	▲20.5	▲21.5	▲27.0	▲30.7

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)

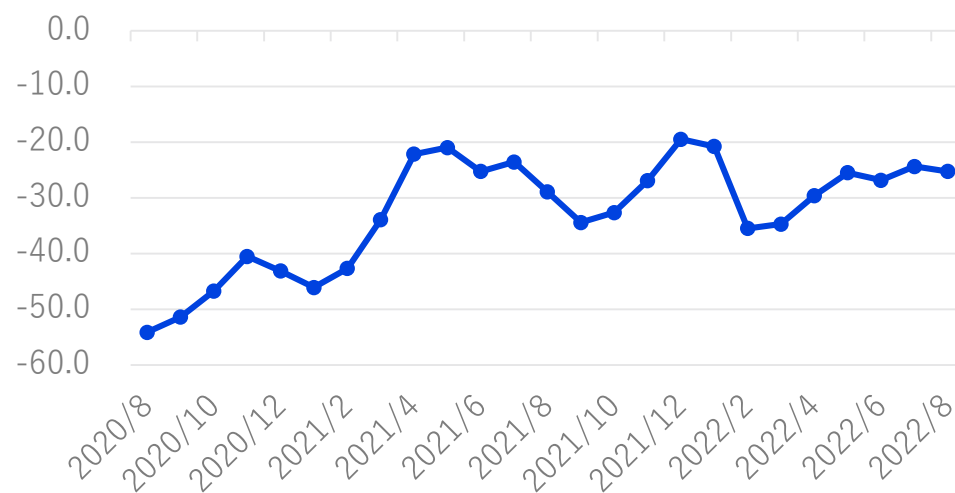
	2021年	2022年						先行き見通し
	8月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9~11月
全産業	▲22.5	▲23.2	▲12.1	▲6.6	▲8.5	▲4.4	▲8.0	▲16.0
建設	▲19.4	▲22.0	▲21.6	▲25.6	▲22.9	▲19.5	▲23.7	▲21.4
製造	▲5.9	▲11.7	▲1.4	2.4	▲5.7	▲5.0	▲2.8	▲8.9
卸売	▲19.7	▲14.2	▲8.0	▲0.9	▲7.1	▲1.7	▲3.0	▲16.5
小売	▲42.8	▲33.9	▲23.6	▲17.8	▲18.4	▲9.5	▲21.3	▲25.7
サービス	▲25.1	▲30.1	▲9.1	3.4	5.6	8.9	6.0	▲11.1



採算DI

(※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

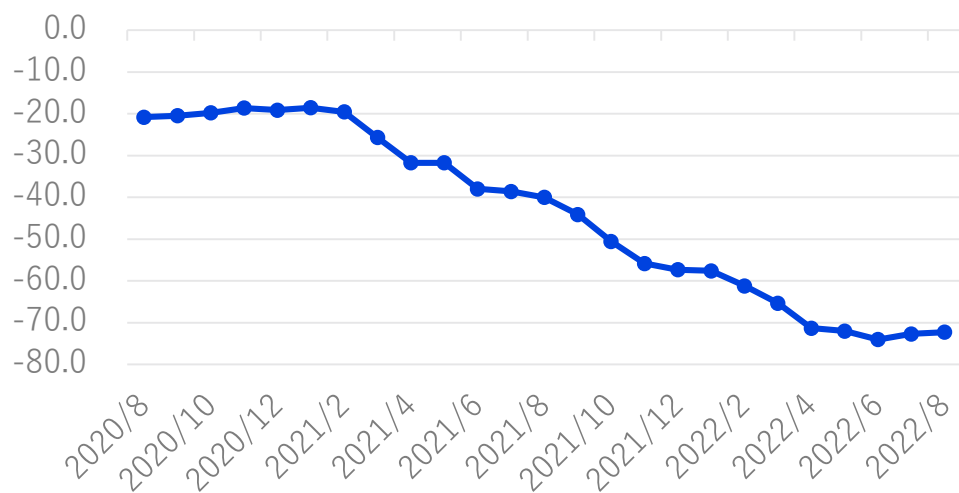
	2021年	2022年						先行き見通し
	8月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9~11月
全産業	▲28.9	▲34.7	▲29.6	▲25.5	▲26.8	▲24.4	▲25.2	▲29.4
建設	▲24.2	▲26.7	▲32.4	▲33.9	▲38.3	▲33.1	▲33.5	▲29.4
製造	▲15.0	▲29.5	▲27.7	▲26.5	▲30.8	▲28.4	▲29.3	▲31.3
卸売	▲27.7	▲31.6	▲22.4	▲16.7	▲20.3	▲18.6	▲23.0	▲31.3
小売	▲43.3	▲40.9	▲34.3	▲32.2	▲32.2	▲26.6	▲28.3	▲32.4
サービス	▲33.9	▲41.0	▲29.1	▲17.7	▲13.8	▲15.3	▲14.6	▲24.4



参考：DI時系列表

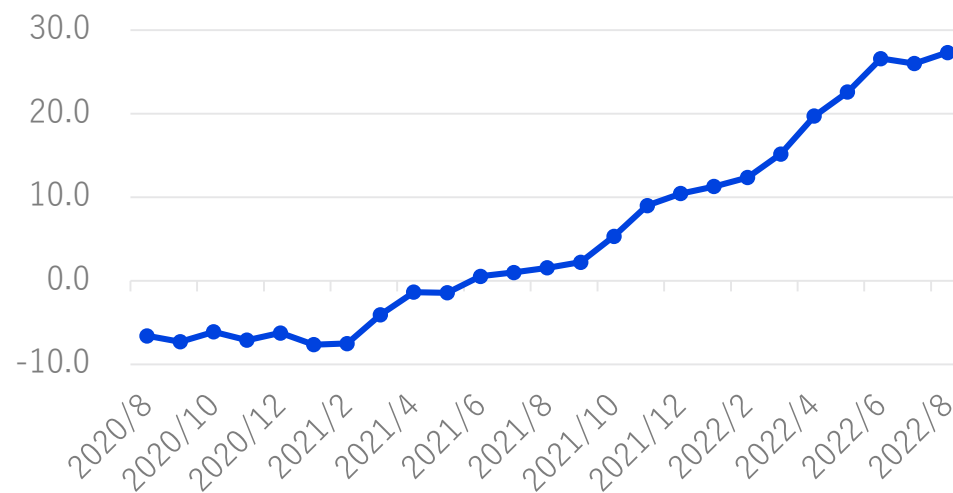
仕入単価DI (※DI=「下落」の回答割合-「上昇」の回答割合)

	2021年	2022年						先行き見通し
	8月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9~11月
全産業	▲40.0	▲65.3	▲71.3	▲72.0	▲74.0	▲72.7	▲72.3	▲68.9
建設	▲59.7	▲78.9	▲80.8	▲84.2	▲85.2	▲86.4	▲82.5	▲78.0
製造	▲50.3	▲74.9	▲79.6	▲80.0	▲83.8	▲82.1	▲80.1	▲72.8
卸売	▲37.0	▲68.4	▲74.3	▲76.0	▲77.6	▲70.0	▲68.7	▲66.1
小売	▲28.9	▲57.5	▲63.8	▲65.9	▲68.3	▲64.4	▲68.6	▲70.7
サービス	▲28.6	▲52.6	▲62.1	▲60.0	▲59.8	▲62.3	▲62.8	▲59.1



販売単価DI (※DI=「上昇」の回答割合-「下落」の回答割合)

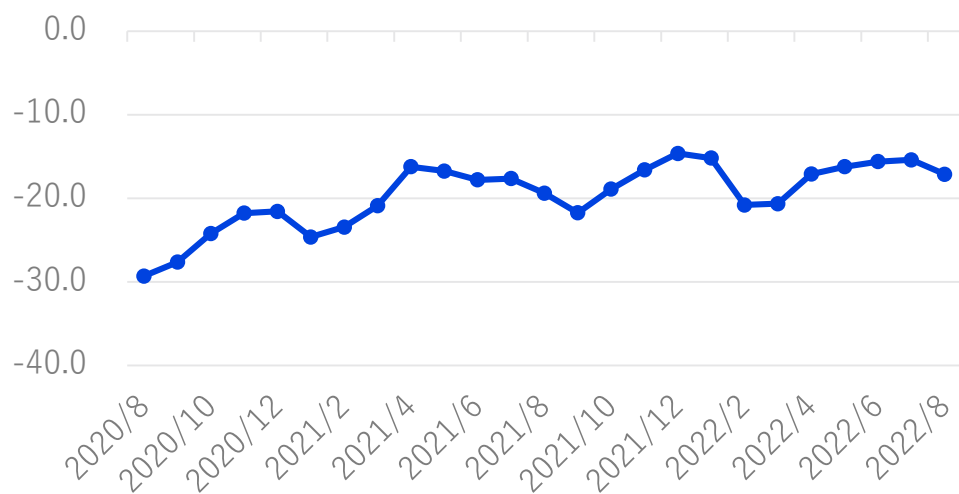
	2021年	2022年						先行き見通し
	8月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9~11月
全産業	1.6	15.2	19.7	22.6	26.6	26.0	27.3	24.8
建設	9.7	17.1	20.1	17.3	22.0	25.7	28.2	22.8
製造	3.6	15.6	21.2	27.5	30.8	31.9	33.1	27.0
卸売	11.3	36.4	39.7	44.2	47.7	41.4	46.1	43.0
小売	▲3.6	18.7	23.2	25.6	30.3	29.2	28.3	32.6
サービス	▲5.3	1.4	6.4	9.7	12.6	10.6	12.3	9.8



参考：DI時系列表

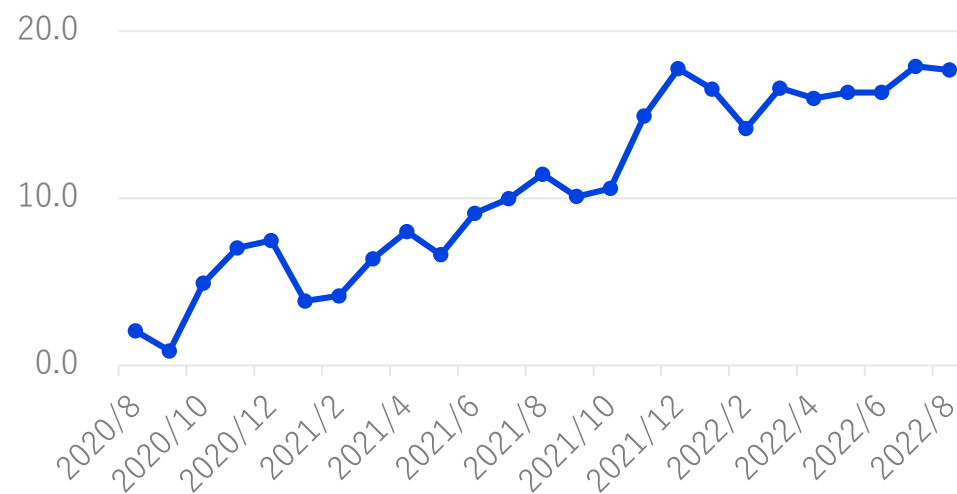
資金繰りDI (※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

	2021年	2022年						先行き見通し
	8月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9~11月
全産業	▲19.4	▲20.7	▲17.1	▲16.2	▲15.6	▲15.4	▲17.1	▲19.6
建設	▲6.4	▲8.7	▲9.0	▲11.0	▲9.3	▲9.8	▲13.1	▲13.4
製造	▲11.2	▲18.2	▲14.1	▲14.0	▲14.8	▲14.2	▲17.5	▲17.5
卸売	▲15.5	▲16.4	▲14.8	▲11.6	▲14.9	▲10.5	▲13.5	▲17.0
小売	▲27.4	▲25.9	▲21.7	▲23.5	▲24.7	▲25.7	▲23.5	▲26.6
サービス	▲30.2	▲28.0	▲22.5	▲17.9	▲13.4	▲13.9	▲15.9	▲21.1



従業員DI (※DI=「不足」の回答割合-「過剰」の回答割合)

	2021年	2022年						先行き見通し
	8月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9~11月
全産業	11.4	16.6	16.0	16.3	16.3	17.9	17.7	18.5
建設	30.6	30.7	27.0	26.8	24.6	27.8	29.7	33.2
製造	6.8	13.1	10.9	10.2	9.7	10.9	12.2	12.6
卸売	6.7	12.0	13.5	14.2	14.9	17.3	14.8	16.1
小売	9.2	14.5	11.8	10.2	12.6	13.2	12.2	12.5
サービス	8.2	15.0	18.3	21.2	21.3	22.6	20.7	20.3



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331商工会議所の会員 2,566企業

(有効回答数1,997企業[回答率77.8%])

(内訳)

建設業：421 (有効回答数337企業[回答率80.0%])

製造業：628 (有効回答数492企業[回答率78.3%])

卸売業：302 (有効回答数230企業[回答率76.2%])

小売業：518 (有効回答数417企業[回答率80.5%])

サービス業：697 (有効回答数521企業[回答率74.7%])

調査期間

2022年 8月16日～22日

公表日

2022年 8月31日