



商工会議所 LOBO (早期景気観測)

2022年11月調査結果

2022

11

新型コロナウイルスによる経営への影響 コスト増加分の価格転嫁の動向①

足元の経営への影響は改善も感染拡大の懸念広がる

- 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56.3%と2022年10月調査から1.3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83.3%となった。また、「影響はない」は12.8%と同0.9ポイント減少した。
- インバウンドや全国旅行支援により活動回復が進み、経営への影響は改善傾向にある。一方で、地域差はあるものの足元で感染拡大の兆候が見られ、経営へのマイナスの影響を危惧する声も聞かれた。



中小企業の声

- 全国旅行支援により宿泊予約が増加し、観光客も増えているが、支援が終わる12月末以降の動向と、感染拡大に伴い行動制限とならないかと懸念している。(倉吉 宿泊業)

22.1%の企業で価格協議できず、コスト増分を負担

- 発注側企業との価格交渉について、「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」は8.7%、「協議を申し込み、話し合いに応じてもらえた」は59.6%と、68.3%は価格協議ができている。一方で、「取引価格の維持や減額について一方的な通知があった」が4.5%、「協議を申し込んだが、話し合いに応じてもらえなかった」が4.9%、「発注量の減少や取引を断られること等を考慮し、発注側企業に協議を申し込まなかった」が12.7%と、合計で22.1%の企業が価格協議ができているという結果となった。
- 約7割が発注側企業との価格協議ができている一方で、約2割は価格協議を断られたり、取引が無くなることを懸念して価格協議を申し込まず、コスト増加分を自社で吸収している現状が窺える。

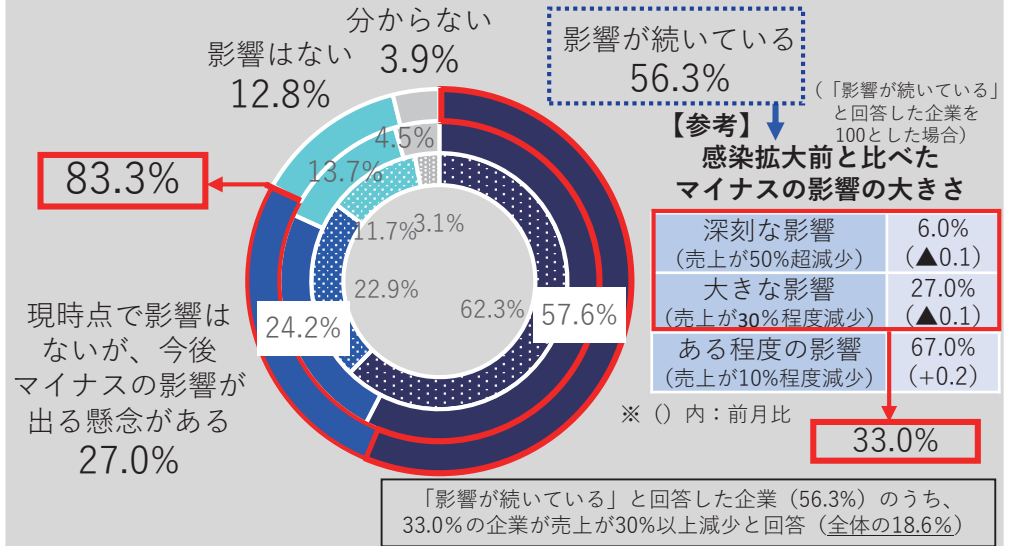


中小企業の声

- 価格を上げた見積もりを出すと競合他社に取引を取られてしまう。結果、コスト増加分を自社で負担し、多くの損失が出ている。(東大阪 輸送用機械器具製造業)

新型コロナウイルスによる経営へのマイナスの影響

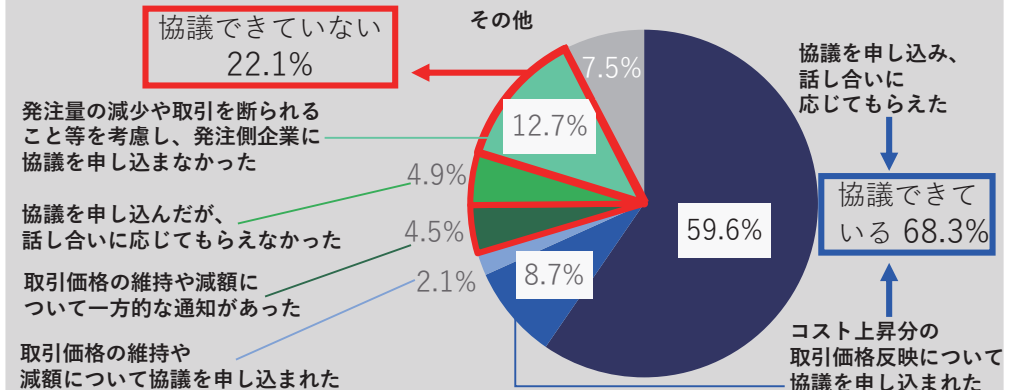
※円グラフの外側が2022年11月調査、中央が2022年10月調査、内側が2021年11月調査(前年同月)



1年前と比較したコスト増の状況

1年前と比較してコストが増加している	96.6%
1年前と比較してコストが増加していない	3.4%

発注側企業との価格交渉の協議について



コスト増加分の価格転嫁の動向②

コスト増分を全て価格転嫁できた割合は増加も一部を含めて転嫁できていない企業が約9割

- 企業向け商品・サービス（BtoB）におけるコスト増加分の価格転嫁について、「全く転嫁できていない」企業は12.0%、「一部転嫁できていない」企業は76.5%となり、価格転嫁できていない企業は合計88.5%と、2021年11月調査から3.6ポイント増加した。
- 消費者向け商品・サービス（BtoC）におけるコスト増加分の価格転嫁について、「全く転嫁できていない」企業は14.8%、「一部転嫁できていない」企業は72.3%となり、価格転嫁できていない企業は合計87.1%と、2021年11月調査から4.6ポイント増加した。
- 前回調査と比べると、BtoB、BtoCともに「全て転嫁できている」企業の割合は増加し、「全く転嫁できていない」企業の割合は減少した。転嫁は進みつつあるが、依然として約9割の企業で十分な価格転嫁ができていない結果となった。BtoCでは14.8%の企業が「全く転嫁できていない」と、消費者の節約志向の影響を受けている。また、「転嫁する必要がない」と回答した企業の割合は減少しており、多くの企業がコスト増への対応を余儀なくされている状況が窺える。企業からは、価格交渉できてもコスト増に価格転嫁が追い付かず、収益を圧迫しているとの声が寄せられた。

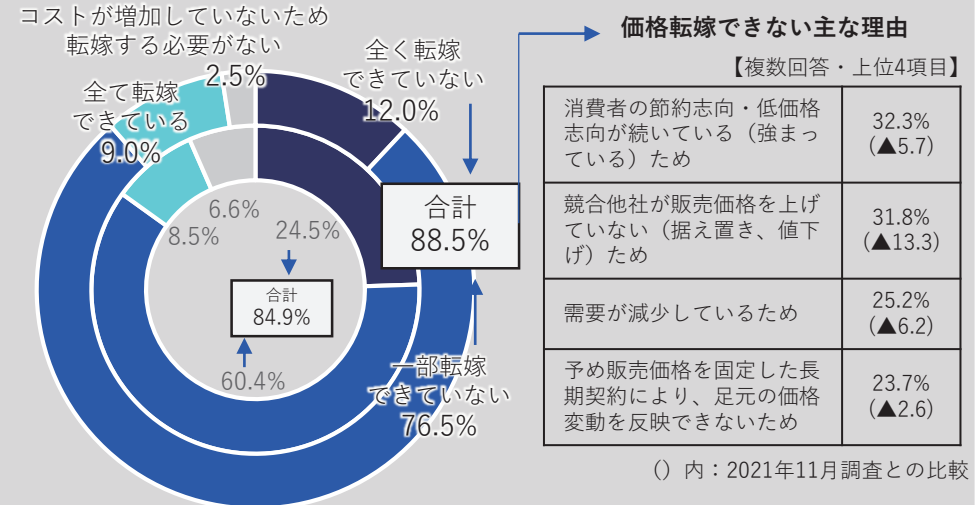


中小企業の声

- 公共工事の受注後に資材価格等が高騰しており、請負額の増額を求めたいが、価格上昇の証明や申請が負担であり対応できていない。（熊谷 一般工事業）
- 価格交渉自体は行えているが、価格転嫁後にまたコストアップとなり、転嫁が追い付かない。（帯広 一般機械器具卸売業）

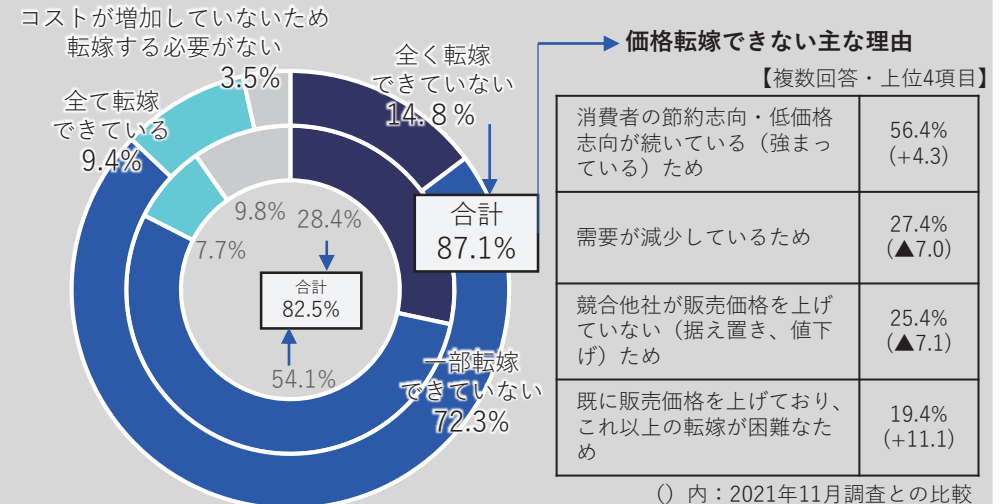
価格転嫁の動向（BtoB）

※円グラフの外側が2022年11月調査、内側が2021年11月調査



価格転嫁の動向（BtoC）

※円グラフの外側が2022年11月調査、内側が2021年11月調査



2022年11月の動向

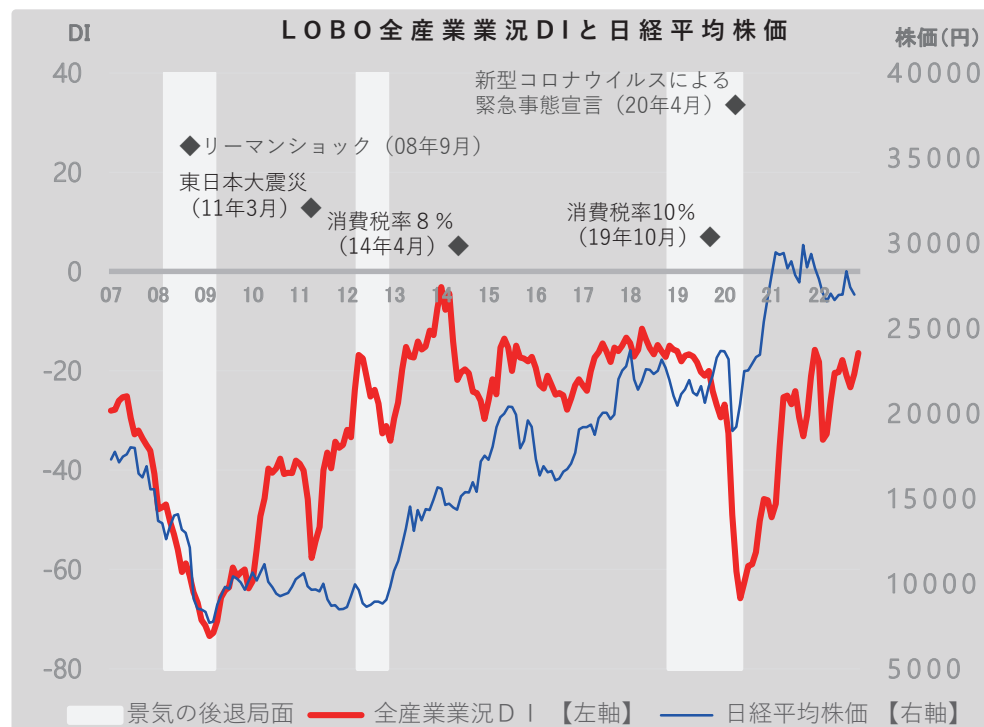
業況DI は、2カ月連続で改善 先行きは、感染再拡大への懸念から厳しい見方

● 全産業合計の業況DIは、▲16.4（前月比+4.3ポイント）

● 製造業では、飲食・宿泊業向けの食料品や企業の設備投資需要に牽引され、業況が改善した。建設業では、堅調な住宅建設関連等の民間工事に下支えされ、改善した。また、小売業・サービス業でもインバウンド、全国旅行支援による客足の回復で改善となった。一方、卸売業では、消費者向け商品の引き合いが増加する中、人手不足に伴う人件費増等によるコスト増が足かせとなり、ほぼ横ばいに留まった。資源・原材料価格の高騰や人手不足による受注機会の損失、物価高による消費マインドの低下、十分な価格転嫁が行えていない等、経営課題は山積するも、経済活動は正常化に向かっており、中小企業の業況は改善が続いている。

● 先行き見通しDIは、▲20.3（今月比▲3.9ポイント）

● 年末年始商戦を契機とした個人消費拡大や、観光需要の回復が期待される一方、感染再拡大の兆しから消費マインドのさらなる低下を懸念する声が小売業・サービス業から聞かれた。加えて、資源・原材料価格の高騰や人手不足に伴う人件費増加等の継続も見込まれている。厳しい経営環境が続く中、為替の乱高下や世界経済の鈍化等も危惧され、中小企業の先行きは厳しい見方となっている。



業況DI（※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合）

	2021年	2022年						先行き見通し
	11月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12~2月
全産業	▲21.1	▲20.3	▲17.8	▲21.0	▲23.3	▲20.7	▲16.4	▲20.3
建設	▲18.2	▲29.3	▲28.7	▲26.4	▲28.7	▲29.9	▲22.9	▲20.8
製造	▲13.7	▲19.8	▲17.9	▲18.9	▲23.3	▲20.1	▲16.2	▲19.5
卸売	▲20.8	▲22.0	▲18.1	▲24.8	▲27.2	▲21.1	▲20.3	▲23.4
小売	▲35.2	▲32.2	▲25.2	▲30.7	▲31.9	▲29.4	▲23.9	▲25.3
サービス	▲18.9	▲4.4	▲4.1	▲10.2	▲11.4	▲8.1	▲4.5	▲15.1

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



建設資材価格・燃料価格の高騰や公共工事の受注減が続く中、設備投資や住宅建設関連等の民間工事は堅調に推移し、改善。民間の短期工期の受注案件においては価格転嫁に向けた交渉が行えたという声も聞かれた。

- ・「短期の民間工事については、資材価格等が値上がりした際に、改めて見積書を提示することで、一定程度の価格転嫁は行えている。今後も資材価格の市場調査をきちんと行い、顧客との交渉を図っていく」（土木工事業）
- ・「公共工事や長期工期の案件は、資材価格や燃料費の上昇が施工までに複数回発生するため、適切な価格交渉が難しい状況が続いている」（一般工事業）



円安による輸入部材価格の高騰は継続するものの、経済活動が正常化に向かう中で、企業の設備投資需要の回復や飲食・宿泊業向けの食料品等の受注増に牽引され、改善。

- ・「コロナ禍からの客足の回復を受けたホテルや旅館等の顧客からの受注が増えてきた。一方で、生産にかかる電気代や燃料価格の高騰が続いている。一企業の自助努力だけでは、対応に窮するため、今後の政府の対策に期待する」（はん用機械部品製造業）
- ・「受注が活発になる中で、人手不足が深刻化している。働き方改革への対応や賃上げを図るべく、生産性向上を進めていく」（非鉄金属鍛造品製造業）



人流の回復に伴い、百貨店などの小売業向け高付加価値商品や飲食・宿泊業向け食料品を中心に引き合いが増加する一方、人手不足に伴う人件費の増加等、コスト負担増が重荷となり、ほぼ横ばい。

- ・「飲食・宿泊業からの受注は増加しており、価格転嫁への取り組みも行っている。一方、仕入原価以外の人手不足対策に伴う人件費や、電気料金上昇によるコスト負担増は重く、収益の圧迫が続いている」（農畜産水産物卸売業）
- ・「仕入価格の上昇分については、価格転嫁が行えている。一方、包装資材価格や人手不足に伴う人件費等の上昇分までは対応できていない」（日用品卸売業）



物価高による消費マインドの低下で、商店街等での日用品の買い控えは見られるものの、インバウンドや全国旅行支援による客足の回復で、高付加価値商品の需要が堅調な百貨店に牽引され、改善。

- ・「インバウンド需要に加え、県内プレミアムクーポンによる購買促進も重なり、売上増加に繋がっている」（百貨店）
- ・「円安による輸入品の仕入単価の上昇等、コスト負担は増えているが、消費者離れを懸念し、販売価格を上げることが出来ていない。商店街全体の活気もコロナ禍前には戻っておらず、近隣の他店舗では人手不足も重なり、営業を休止する店舗も出ている」（商店街）



新規感染者数は増加傾向にあるものの、インバウンドや全国旅行支援による客足の回復に伴い、飲食・宿泊業や旅行業を中心に改善。一方で、深刻な人手不足により、需要増に対応が追いつかないという声も聞かれた。

- ・「全国旅行支援により、旅行需要が回復傾向となり、売上が増加している。また、インバウンド需要の増加に加えて円安の追い風もあり、海外からの代理店からも問い合わせが増加している。全国旅行支援の継続を期待するとともに、感染対策を徹底し、販促に努める」（旅行業）
- ・「客足はコロナ禍前程度まで回復した。一方、人手不足が深刻で、臨時休業せざるを得ない等、売上機会を逃す状況が発生している」（飲食業）

ブロック別の動向

前月と比べたDI値の動き



北海道

北海道は、ほぼ横ばい。建設業では、資材価格・燃料価格の高騰の影響はあるものの、住宅建設等の民間工事を中心に受注増の傾向にあり、また、手持ち工事が順調に進捗しているため売上・採算が改善した。小売業では、物価高を原因とした消費マインドの低下により、商店街を中心に売上・採算が悪化した。新型コロナウイルスの新規感染者数は全国的に高い水準にあり、年末年始のさらなる人流の低下を懸念する声が聞かれた。



東北

東北は、改善。サービス業では、インバウンド需要の増加や全国旅行支援による客足の回復に伴い、飲食業や宿泊業を中心に売上・採算が改善した。また、年末年始におけるさらなる需要増を取り込むために、国や県による需要喚起策の継続を期待する声が聞かれた。卸売業では、サービス業の業況改善に牽引される形で、食料品関係の引合いが増加し、売上・採算が改善した。



北陸信越

北陸信越は、改善。建設業では、資材価格・燃料価格の高騰の影響はあるものの、設備投資等の民間工事を中心に受注が増加しており、売上・採算が改善した。サービス業では、インバウンド需要の増加や全国旅行支援による客足の回復に伴い、飲食業や宿泊業を中心に売上・採算が改善した。一方、経済活動回復に伴う人手不足の影響は深刻であり、今後の需要増への対応ができなくなることを懸念する声が聞かれた。



関東

関東は、改善。建設業では、公共工事の受注競争が激しいという声が複数の事業者から聞かれるものの、マンション等の住宅建設の受注が増加しており、売上・採算が改善した。一方、工期の長い工事は、資材価格・燃料価格の高騰の転嫁が難しく、将来の採算悪化を懸念する声が聞かれた。小売業では、秋冬物の衣料品や、富裕層向けの高付加価値品の引合いが増加した影響で、百貨店を中心に売上が改善した。



東海

東海は、改善。小売業では、物価高を原因とした消費マインドの低下により、商店街を中心に売上の減少が見られるものの、百貨店で富裕層向けの高付加価値品の売上が増加した結果、総合して業況が改善した。サービス業では、インバウンド需要の増加や全国旅行支援による客足の改善に伴い、宴会等の予約が増加した影響で、飲食業を中心に売上・採算が改善した。



関西

関西は、改善。卸売業では、客足の回復に伴う飲食業・宿泊業の業況改善に牽引される形で、食料品関係を中心に売上・採算が改善した。小売業では、秋冬物の衣料品の引合いが増加した影響で、百貨店を中心に売上・採算が改善した。一方、個人客の消費マインドの回復状況にはばらつきがあり、特に都心部以外の店舗において業況改善が遅れているという声も聞かれた。

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。 製造業では、半導体等の部品供給不足や、円安による資材価格の高騰の影響が継続しているものの、企業における設備投資の需要は堅調であり、機械関連・金属関連を中心に売上・採算が改善した。サービス業では、インバウンド需要の増加や全国旅行支援による客足の改善に伴い、飲食業・宿泊業を中心に売上・採算が改善した。



四国

四国は、悪化。 建設業では、公共工事・民間工事ともに受注が減少傾向にあることに加え、資材価格・燃料価格の高騰が継続している影響で、売上・採算が悪化した。製造業では、客足が改善傾向にある飲食店からの引合いが増加している食料品関係を中心に、売上が改善傾向にあるものの、仕入価格が販売価格を上回るペースで上昇しているため、採算が悪化した。



九州

九州は、悪化。 製造業では、コロナ禍で停滞していた企業の設備投資需要が回復基調にあるものの、円安による資材価格の高騰により、機械関連・金属関連を中心に売上・採算が悪化した。卸売業では、関連する製造業における業況の悪化に加え、人手不足により、増加する需要に対応しきれず、また人件費が上昇したことにより、売上・採算が悪化した。

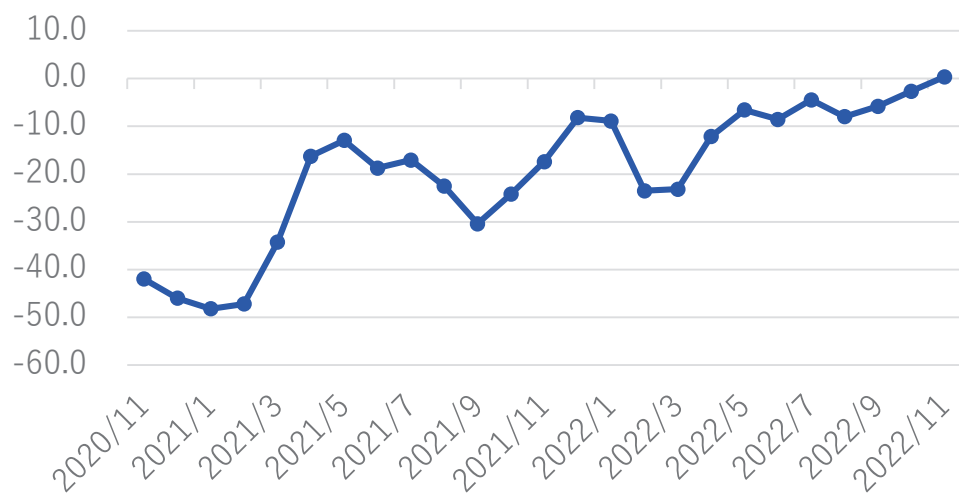
	2021年	2022年						先行き 見通し
	11月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12~2月
全国	▲21.1	▲20.3	▲17.8	▲21.0	▲23.3	▲20.7	▲16.4	▲20.3
北海道	▲19.7	▲15.2	▲8.7	▲4.6	▲8.6	▲16.4	▲15.7	▲17.6
東北	▲30.3	▲26.9	▲30.1	▲30.2	▲31.0	▲31.3	▲24.5	▲32.2
北陸信越	▲11.7	▲15.3	▲10.4	▲11.4	▲24.2	▲20.2	▲12.9	▲21.8
関東	▲20.1	▲19.5	▲13.8	▲23.4	▲24.4	▲19.5	▲11.8	▲17.6
東海	▲16.8	▲25.8	▲23.9	▲22.3	▲23.5	▲24.3	▲20.5	▲20.8
関西	▲24.3	▲15.8	▲19.4	▲25.9	▲21.5	▲20.5	▲15.4	▲18.3
中国	▲23.1	▲14.4	▲13.9	▲13.4	▲13.9	▲21.5	▲13.4	▲21.4
四国	▲28.2	▲30.2	▲21.4	▲27.0	▲35.2	▲16.4	▲20.8	▲23.8
九州	▲19.6	▲20.5	▲21.5	▲27.0	▲29.0	▲13.3	▲17.6	▲12.9

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)

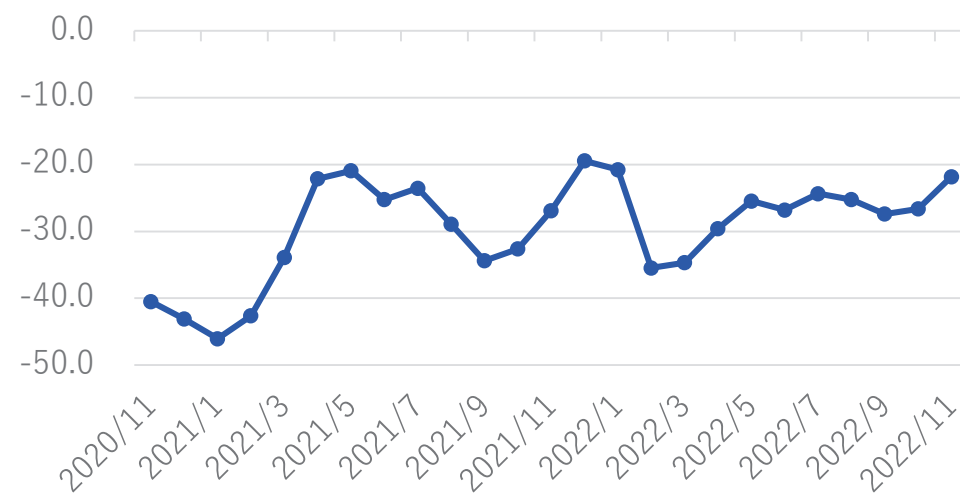
	2021年	2022年						先行き見通し
	11月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12~2月
全産業	▲17.4	▲8.5	▲4.4	▲8.0	▲5.8	▲2.6	0.4	▲8.2
建設	▲15.8	▲22.9	▲19.5	▲23.7	▲21.6	▲17.1	▲16.0	▲14.8
製造	▲7.8	▲5.7	▲5.0	▲2.8	1.2	3.2	5.1	▲3.0
卸売	▲11.3	▲7.1	▲1.7	▲3.0	▲5.1	▲0.4	3.9	▲9.5
小売	▲33.0	▲18.4	▲9.5	▲21.3	▲14.3	▲12.5	▲14.1	▲14.8
サービス	▲18.0	5.6	8.9	6.0	3.9	7.9	16.7	▲2.9



採算DI

(※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

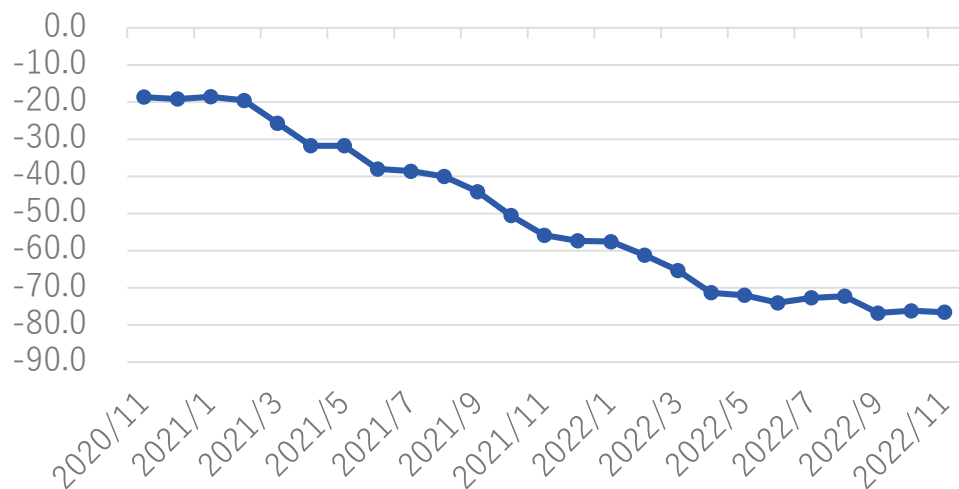
	2021年	2022年						先行き見通し
	11月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12~2月
全産業	▲26.9	▲26.8	▲24.4	▲25.2	▲27.4	▲26.6	▲21.8	▲25.5
建設	▲22.7	▲38.3	▲33.1	▲33.5	▲35.3	▲37.1	▲30.1	▲28.9
製造	▲21.6	▲30.8	▲28.4	▲29.3	▲33.5	▲29.6	▲27.0	▲26.2
卸売	▲19.2	▲20.3	▲18.6	▲23.0	▲23.8	▲25.3	▲21.2	▲24.7
小売	▲37.1	▲32.2	▲26.6	▲28.3	▲27.5	▲28.9	▲27.2	▲29.8
サービス	▲30.1	▲13.8	▲15.3	▲14.6	▲17.9	▲15.8	▲7.3	▲19.3



参考：DI時系列表

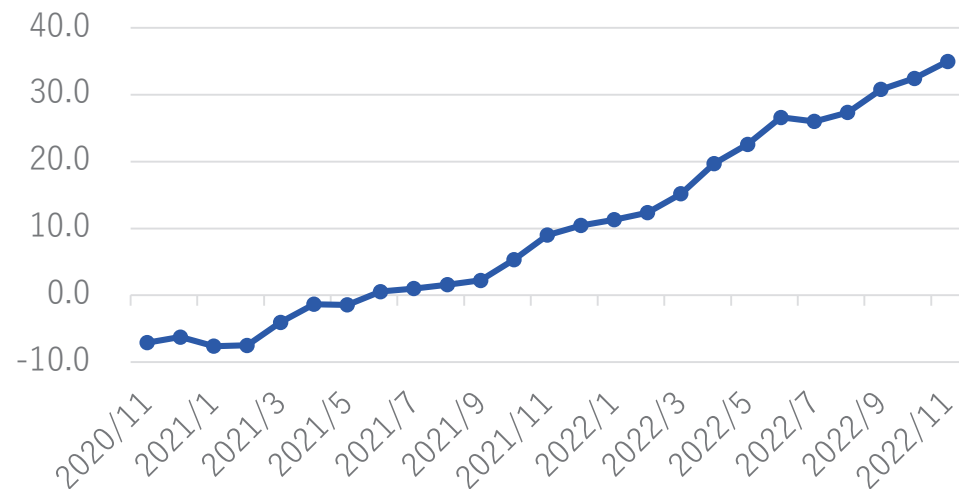
仕入単価DI (※DI=「下落」の回答割合-「上昇」の回答割合)

	2021年	2022年						先行き見通し
	11月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12~2月
全産業	▲55.8	▲74.0	▲72.7	▲72.3	▲76.8	▲76.2	▲76.6	▲69.2
建設	▲76.7	▲85.2	▲86.4	▲82.5	▲88.9	▲86.8	▲84.6	▲78.9
製造	▲64.5	▲83.8	▲82.1	▲80.1	▲82.3	▲82.1	▲82.4	▲70.8
卸売	▲48.8	▲77.6	▲70.0	▲68.7	▲75.3	▲74.3	▲76.2	▲66.7
小売	▲45.4	▲68.3	▲64.4	▲68.6	▲73.7	▲74.5	▲74.9	▲70.9
サービス	▲45.9	▲59.8	▲62.3	▲62.8	▲66.7	▲65.8	▲67.2	▲61.1



販売単価DI (※DI=「上昇」の回答割合-「下落」の回答割合)

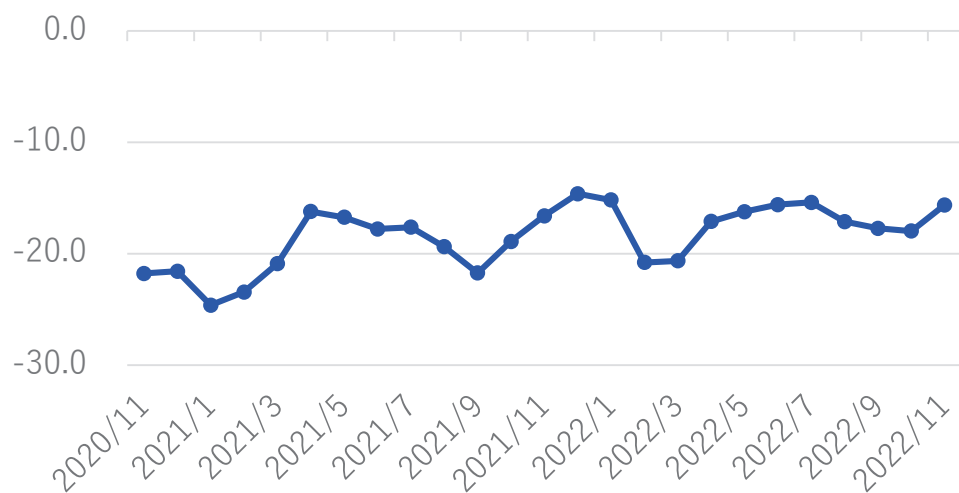
	2021年	2022年						先行き見通し
	11月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12~2月
全産業	9.0	26.6	26.0	27.3	30.8	32.5	35.0	28.3
建設	15.2	22.0	25.7	28.2	28.7	26.3	28.6	23.8
製造	9.4	30.8	31.9	33.1	31.5	35.2	37.5	28.8
卸売	18.8	47.7	41.4	46.1	46.0	50.2	53.7	45.5
小売	5.9	30.3	29.2	28.3	40.5	42.2	43.2	39.4
サービス	2.8	12.6	10.6	12.3	17.0	17.9	21.4	13.9



参考：DI時系列表

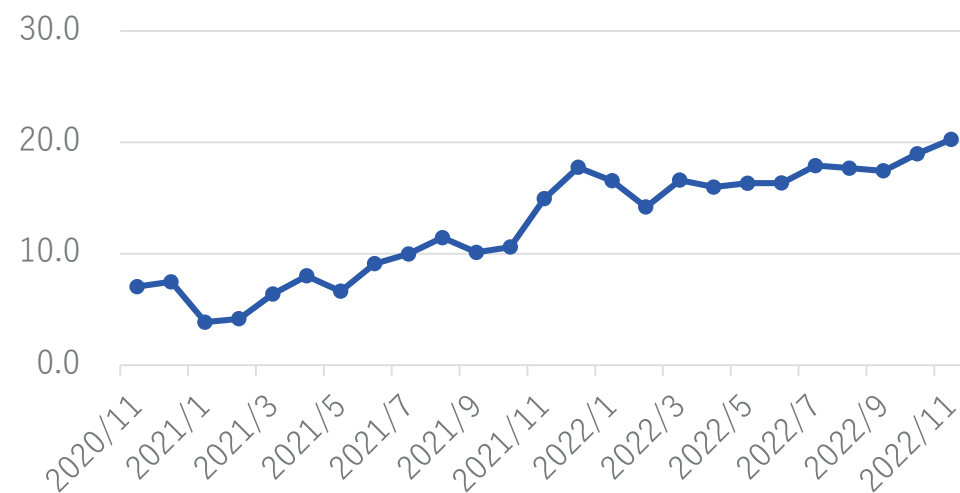
資金繰りDI (※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

	2021年	2022年						先行き見通し
	11月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12~2月
全産業	▲16.6	▲15.6	▲15.4	▲17.1	▲17.7	▲18.0	▲15.6	▲17.1
建設	▲5.8	▲9.3	▲9.8	▲13.1	▲12.0	▲12.6	▲6.6	▲10.8
製造	▲14.1	▲14.8	▲14.2	▲17.5	▲17.3	▲18.3	▲18.9	▲19.5
卸売	▲10.8	▲14.9	▲10.5	▲13.5	▲11.1	▲15.2	▲12.1	▲10.4
小売	▲25.9	▲24.7	▲25.7	▲23.5	▲25.1	▲26.0	▲21.5	▲20.8
サービス	▲21.0	▲13.4	▲13.9	▲15.9	▲19.1	▲16.0	▲15.1	▲18.9



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
	11月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12~2月
全産業	14.9	16.3	17.9	17.7	17.4	19.0	20.3	20.7
建設	29.7	24.6	27.8	29.7	32.0	29.9	29.2	31.3
製造	9.0	9.7	10.9	12.2	10.8	13.5	13.6	13.8
卸売	11.3	14.9	17.3	14.8	11.9	15.2	16.9	18.2
小売	9.7	12.6	13.2	12.2	12.5	13.7	16.0	16.2
サービス	17.2	21.3	22.6	20.7	20.8	23.1	25.9	25.3



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329商工会議所の会員 2,537企業
(有効回答数1,984企業[回答率78.2%])
(内訳)

建設業：417 (有効回答数332企業[回答率79.6%])

製造業：625 (有効回答数493企業[回答率78.9%])

卸売業：296 (有効回答数231企業[回答率78.0%])

小売業：514 (有効回答数419企業[回答率81.5%])

サービス業：685 (有効回答数509企業[回答率74.3%])

調査期間

2022年11月14日～18日

公表日

2022年11月30日