

商工会議所 LOBO (早期景気観測)

2022年12月調査結果

2022

12

新型コロナウイルスによる経営への影響 2022年度の所定内賃金（正社員）の動向①

第8波の感染拡大も経営への影響度はほぼ横ばい

- 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57.8%と2022年11月調査から1.5ポイント増加。「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0.2ポイント増加し83.5%となった。
- 足元で感染者数が増加していることもあり、感染拡大傾向を不安視する声が聞かれた。一方で、全国旅行支援の効果もあり、日常生活の回復は進みつつあることから、今後の懸念を合わせた経営への影響度はほぼ横ばいに留まった。



中小企業の声

- 前年同月と比べるとコロナの影響は弱まっており、衣料品や住関連商品の売上は、好調とまでは言えないが回復している。（土別 総合スーパー）

賃上げ企業は半数を超え前年同月比7.6ポイント増 依然として7割超の企業は防衛的な賃上げ

- 2022年度に所定内賃金の引上げを実施した企業（予定含む）は52.6%と、2021年12月調査の45.0%と比べ7.6ポイント増加（そのうち、防衛的な賃上げが5.3ポイント上昇）。賃上げを実施した企業（予定含む）のうち、「業績が改善しているため賃上げを実施（前向きな賃上げ）」は28.1%と、ほぼ横ばいの結果となった。
- 賃上げ実施企業は前年同月比で増加した一方で、依然として7割超の企業では業績の改善がみられない中で賃上げを実施している。物価上昇や人手不足に対応するため、防衛的な賃上げを実施せざるを得ない中小企業の厳しい経営実態がうかがえる。

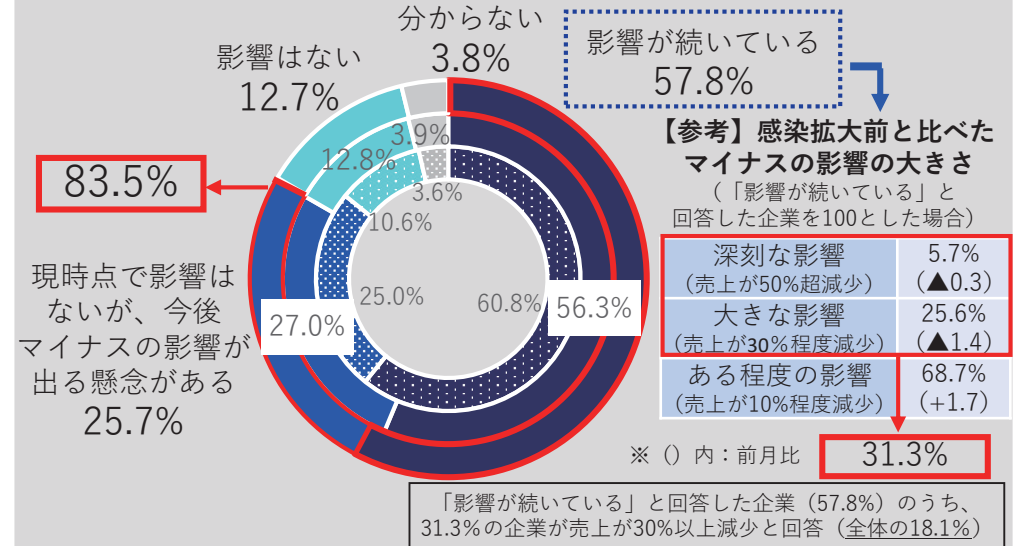


中小企業の声

- コロナ禍前の水準には至っていないが、業績は回復傾向にはあり、従業員のモチベーション維持のためにもベースアップを検討している。（加古川 食料・飲料卸売業）

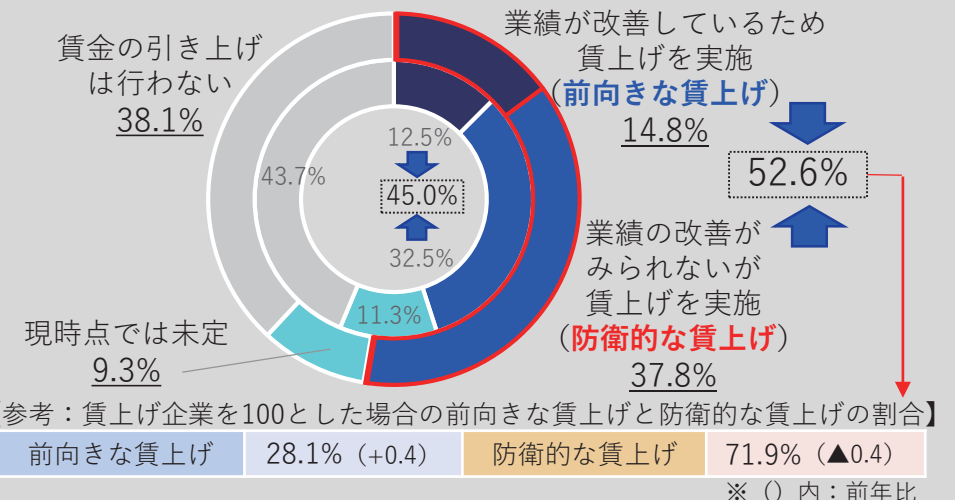
新型コロナウイルスによる経営へのマイナスの影響

※円グラフの外側が2022年12月調査、中央が2022年11月調査、内側が2021年12月調査（前年同月）



2022年度の所定内賃金の動向（全産業）

※円グラフの外側が2022年12月調査、内側が2021年12月調査



2022年度の所定内賃金（正社員）の動向②

物価上昇を理由とする賃上げが大幅に増加 先行き不透明感や社会保険料増加が賃上げの足かせ

- 賃金を引き上げる企業の主な理由は「人材確保・定着やモチベーション向上のため」が88.5%と、2021年12月調査と変わらず最も多かった。また、「物価が上昇しているため」は2021年12月調査の10.8%から26.5ポイント増加し、37.3%となった。
- 賃金の引き上げを見送る・未定とする企業の主な理由は「今後の経営環境・経済状況が不透明なため」が79.0%と最も多く、同3.0ポイントの増加となった。続いて、「業績の改善がみられないため（見込み含む）」が45.1%で同3.5ポイント減少、「社会保険料の増加により会社負担が増えているため」が18.9%で同4.1ポイント増加した。
- 2021年12月調査と比べ、賃金を引き上げる理由として、物価上昇を挙げる企業が37.3%と大きく増加した。物価上昇が続く中、人材確保・モチベーション向上などのために賃上げを実施している様子が見取れる。一方で、賃金の引き上げを見送る・未定とした企業では、先行きの不透明感、業績の改善がみられない、社会保険料の増加、コスト増に価格転嫁が追い付いていないなど、賃上げ原資を確保できないという厳しい経営実態がうかがえる。



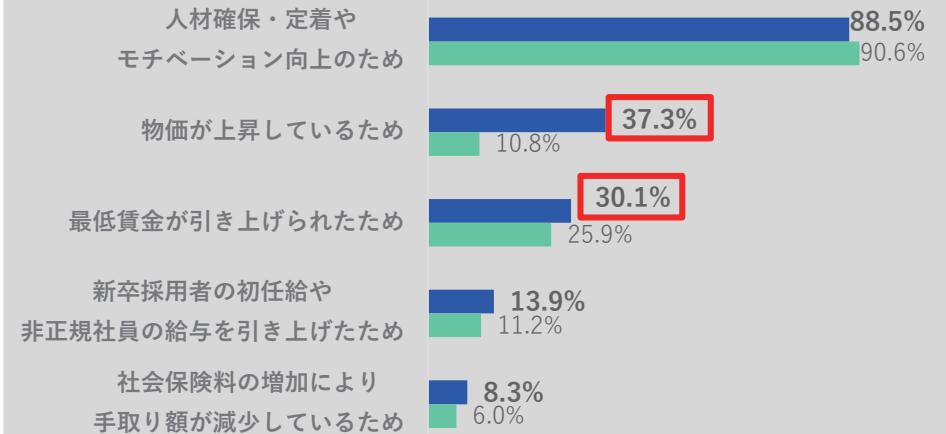
中小企業の声

- 売上が多少戻ってきたため、賞与とともにインフレ手当を新設した。限られた利益の中から賃上げ原資を確保し、人材確保に取り組んでいきたい。
(大垣 運送業)
- 今後のコロナや物価高の影響が見通せず、社会保険料も増加しているため、賃上げや新規雇用に踏み出せない。
(島田 職別工事業)

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】

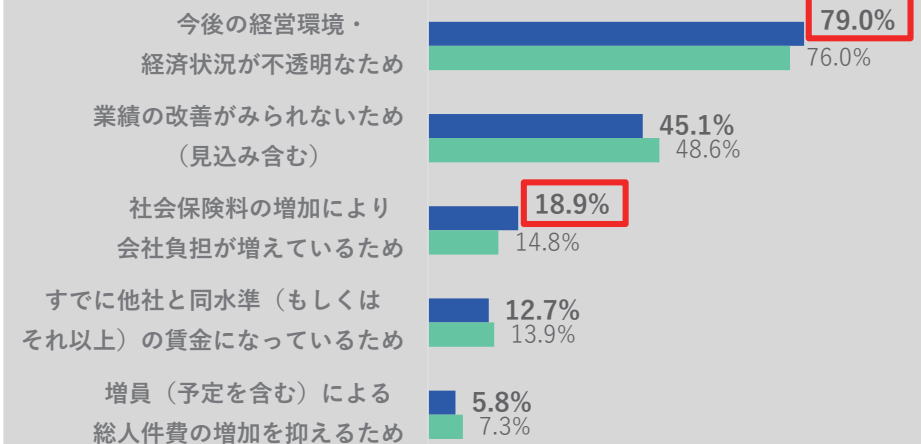
■ 2022年12月調査 ■ 2021年12月調査



賃金の引き上げを見送る・未定の主な理由

※賃金の引き上げを見送る・未定の企業が対象 【複数回答・上位5項目】

■ 2022年12月調査 ■ 2021年12月調査



2022年12月の動向

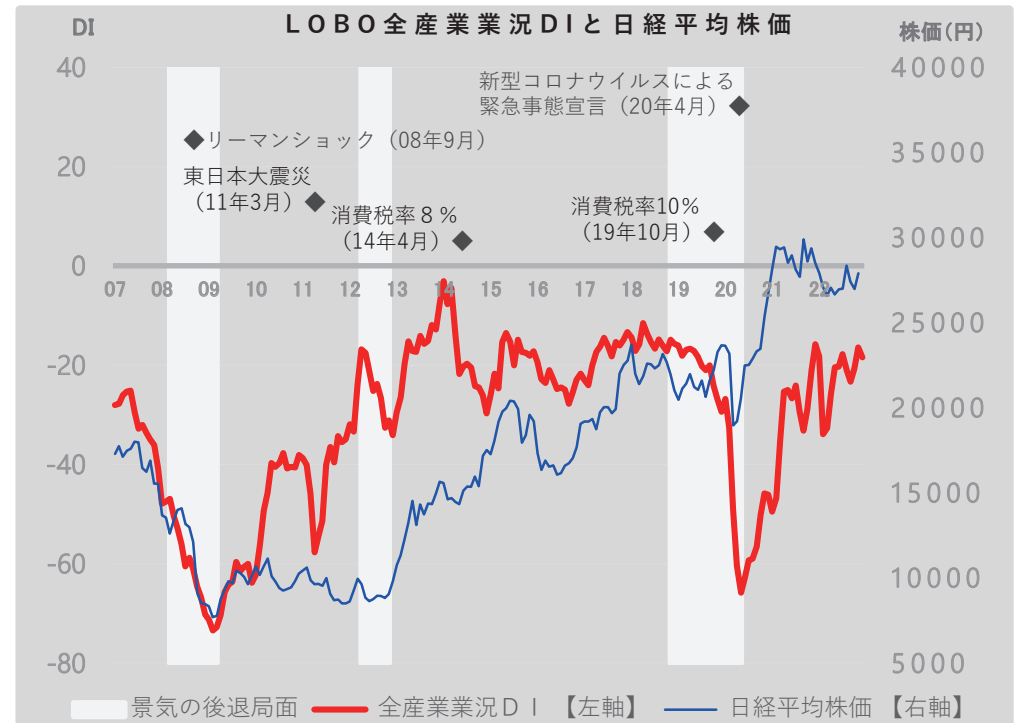
**業況DIは、コスト上昇に感染拡大が重なり、悪化
先行きは、物価高や外需停滞の懸念から厳しい見方**

● **全産業合計の業況DIは、▲18.4（前月比▲2.0ポイント）**

● 製造業では、部品等の供給制約の一部緩和に加え、企業の堅調な設備投資需要に牽引され、業況が改善した。また、卸売業でも、製造業向けの原材料・部品等の引き合いが増加し、改善した。一方、建設業では資材・燃料価格の高騰に加え、人手不足による受注機会の損失で業況が悪化した。また、小売業・サービス業では、物価高に感染拡大が重なり、消費マインドが一段と低下し、業況が悪化した。経済活動が正常化に向かう一方、原材料・エネルギー価格の高騰や人件費の増加等、コスト負担増は継続している。増加するコストに見合う十分な価格転嫁も行えていない中、感染拡大も重なり、中小企業の業況は悪化に転じた。

● **先行き見通しDIは、▲23.8（今月比▲5.4ポイント）**

● 全国旅行支援の継続による観光需要の回復や、年末年始商戦を契機とした個人消費拡大への期待感が伺える一方、感染拡大による消費マインドのさらなる低下を危惧する声が聞かれた。引き続き、エネルギー価格の高騰によるコスト負担増や深刻な人手不足が企業経営の足かせとなる中、欧米等の世界経済の鈍化による外需の停滞も懸念され、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	8月	9月	10月	11月	12月	先行き 見通し 1~3月
	12月	7月						
全産業	▲15.8	▲17.8	▲21.0	▲23.3	▲20.7	▲16.4	▲18.4	▲23.8
建設	▲16.3	▲28.7	▲26.4	▲28.7	▲29.9	▲22.9	▲27.2	▲26.6
製造	▲9.3	▲17.9	▲18.9	▲23.3	▲20.1	▲16.2	▲14.2	▲18.7
卸売	▲11.6	▲18.1	▲24.8	▲27.2	▲21.1	▲20.3	▲16.3	▲23.3
小売	▲30.0	▲25.2	▲30.7	▲31.9	▲29.4	▲23.9	▲32.1	▲35.6
サービス	▲12.5	▲4.1	▲10.2	▲11.4	▲8.1	▲4.5	▲7.0	▲18.1

業種別の動向

前月と比べたDI値の動き



設備投資や住宅関連等の民間工事は堅調に推移しているものの、資材・燃料価格の高騰によるコスト負担増や人手不足に伴う受注機会の損失に加え、公共工事では受注減、価格転嫁の遅れによる採算割れも発生し、悪化。

- ・「経済活動は戻りつつあり、民間工事を中心に大型案件を受注できるようになってきた。一方で、専門的な技術者が不足しており、大型案件を受注すると、他の工事に人員がまわらず、対応が出来ない状況も発生している」（一般工事業）
- ・「仕入単価の上昇分は、顧客と協議の上で販売単価へ上乗せ出来ているが、他社との価格競争もあり、上乗せ金額は最小限となっている」（電気通信工事業）



エネルギー価格や輸入部品価格の高騰によるコスト負担増は継続も、設備投資需要の増加や部品の供給制約の一部緩和により、改善。一方、今後の物流停滞に備えた、部品等の過剰発注により、在庫過多を懸念する声が聞かれた。

- ・「半導体等の供給が少しずつ回復し、生産も順調に推移しており、売上は改善している。今後の物流停滞や仕入価格のさらなる高騰に備え、先んじた部品の大量調達を実施せざるを得ない状況のため、多くの在庫を抱えてしまうケースも発生している」（金属加工機械製造業）
- ・「材料費の高騰に対する価格転嫁は取引先にも協議できているが、エネルギー価格の上昇に伴うコスト増分の交渉は苦戦している」（金物類製造業）



物価高と感染拡大による消費マインドの低下で、小売業向けの日用品や飲食業向けの飲食品関係の受注は減少しているものの、設備投資需要の回復に伴い、製造業向けの原材料・部品等の引き合い増加が牽引し、改善。

- ・「物流の停滞も少しずつ回復しており、取引先からの発注も増加している。経済活動が正常化に向かう中で、需要が増加しているのは嬉しい限りだが、コロナ禍で希薄になった取引先との関係性の再構築を図っていく必要がある」（各種包装資材卸売業）
- ・「物価高による一般消費者の購買意欲の低下でスーパー等からの受注は減少している。宿泊施設などの新たな販路開拓を図っていく」（食料・飲料卸売業）



インバウンドの増加による免税品の売上増や、高付加価値商品の販売が堅調な百貨店では改善が見られる一方、物価高による消費マインドの低下で日用品等の買い控えが増加し、商店街や専門小売店を中心に、悪化。

- ・「日用品のほぼ全てが値上がりしており、必需品のみの売上に留まってしまっている。加えて、電気代の高騰による負担が大きく、収益を圧迫している。商店街内にも空きテナントが増加しており、本来の年末年始の活気は戻っていない」（商店街）
- ・「全国旅行支援で旅行者は増加しているが、物価高により消費者の購買意欲は低下しており、土産品の売上は低迷が続いている」（酒小売店）



インバウンドの増加や全国旅行支援による客足の回復に伴い、イベント関連や旅行業では改善が見られるものの、感染拡大により、団体や法人からの予約キャンセルが発生している飲食・宿泊業が全体を押し下げ、悪化。

- ・「全国旅行支援の恩恵もあり、宿泊客が増加し、業況は回復基調で推移している。一方で、光熱費や仕入品の価格上昇によるコスト負担増は今までにないほど大きく、収益を圧迫している。また、人手不足も深刻で、今後のさらなる需要増に向けた対策が急務である」（宿泊業）
- ・「団体客の予約が戻ってきた矢先、感染者数の増加でキャンセルが発生した。消費者の意識がコロナとの共生に向かってほしい」（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。製造業では、原材料・エネルギー価格の高騰や人件費の増加によるコスト増が継続しており、採算状況に厳しさが見られる。しかし食料品関係においては価格転嫁が一部進み、製造機械関係においては企業の設備投資需要の回復に牽引されて引合いが増加し、売上が改善した。卸売業では、食料品や製造機械の売上改善の影響を受け、関連する業種において売上・採算が改善した。



東北

東北は、悪化。小売業では、物価高や感染拡大による消費マインドの低下が継続していることに加え、富裕層向けの高付加価値商品の需要も振るわず、商店街や百貨店等、業態を問わず売上・採算が悪化した。サービス業では、人流の回復傾向は継続しているものの、感染状況に対して慎重な法人の団体客からの予約キャンセルが発生している飲食業を中心に売上・採算が悪化した。



北陸信越

北陸信越は、ほぼ横ばい。卸売業では、設備投資需要の増加による製造業向けの原材料・部品の受注が増加していることの影響を受け、機械関係、金属関係を中心に売上・採算が改善した。サービス業では、法人の団体客の需要の伸び悩みに加え、光熱費や人件費等の販管費が増加傾向にあることにより、飲食業、宿泊業を中心に売上・採算が悪化した。



関東

関東は、悪化。建設業では、資材価格高騰による工事費上昇や人手不足の影響を受け、公共工事の受注が減少していることに加え、手持ち工事の進捗に伸び悩みが見られることにより、売上・採算が悪化した。小売業では、百貨店における富裕層向けの高付加価値商品の需要が堅調であるものの、商店街において、物価高や感染拡大による消費マインドの低下が客足の悪化を招き、売上・採算が悪化した。



東海

東海は、ほぼ横ばい。製造業では、仕入価格の高騰により、採算の改善は見られないものの、半導体等の供給制約が一部緩和したことにより、自動車関係を中心に売上が改善した。小売業では、物価高や感染拡大による消費マインドの低下の影響を受けた商店街を中心に、売上・採算が悪化した。一方、百貨店を中心に年末年始関連の商材需要増により、売上の改善を期待する声が聞かれた。



関西

関西は、悪化。建設業では、民間工事を中心に受注は増加傾向にあり、手持ち工事の進捗も改善傾向が見られるものの、燃料価格、資材価格の高騰が継続しているため、採算が悪化した。卸売業では、食料品の価格転嫁が一部進んだ影響で採算が改善したものの、物価高や感染拡大による消費マインドの低下を受けて、商店街やスーパー向けの引合いが減少したことに伴い、食料品関係を中心に売上が悪化した。

ブロック別の動向

前月と比べたDI値の動き



中国

中国は、悪化。小売業では、食料品の価格転嫁が一部進んだ影響で採算が改善したものの、商店街を中心に物価高や感染拡大による消費マインドの低下の影響を受けたことに加え、百貨店においても富裕層向けの高付加価値商品の需要が伸び悩み、売上が悪化した。サービス業では個人客を中心に客足は改善傾向にあるものの、法人の団体客の予約キャンセルが増加している影響で、飲食業・宿泊業を中心に売上・採算が悪化した。



四国

四国は、悪化。建設業では、民間工事を中心に受注は改善しているものの、深刻な人手不足の影響により手持ち工事の進捗は悪化傾向にあり、売上が悪化した。サービス業では、法人の団体客の需要が回復していない影響で、飲食業・宿泊業を中心に売上・採算が悪化した。また、人手不足は慢性化しており、需要回復後にサービスの提供が十分にできなくなることを懸念する声が聞かれた。



九州

九州は、横ばい。建設業では、民間工事を中心に受注に改善傾向が見られるものの、工事進捗は伸び悩んでおり、また、燃料価格、資材価格の高騰が継続している影響で、採算が悪化した。製造業では、価格転嫁が一部進んだ食料品関係を中心に売上・採算が改善した。一方、販売単価は増加しているが、売上数量は伸び悩んでおり、消費マインドの低下に伴う需要の先細りを懸念する声が聞かれた。

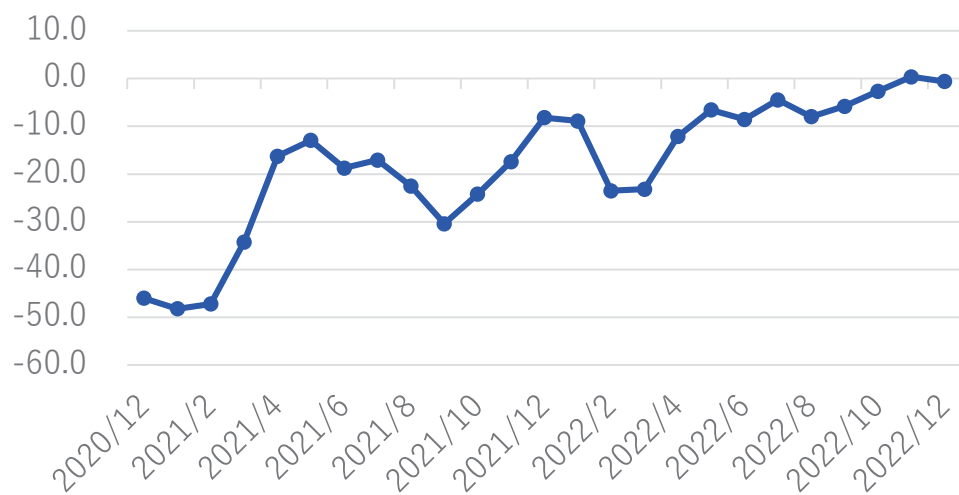
	2021年	2022年						先行き 見通し
	12月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1～3月
全国	▲15.8	▲17.8	▲21.0	▲23.3	▲20.7	▲16.4	▲18.4	▲23.8
北海道	▲18.8	▲8.7	▲4.6	▲8.6	▲16.4	▲15.7	▲14.7	▲21.2
東北	▲28.9	▲30.1	▲30.2	▲31.0	▲31.3	▲24.5	▲27.2	▲38.5
北陸信越	▲1.7	▲10.4	▲11.4	▲24.2	▲20.2	▲12.9	▲12.8	▲27.4
関東	▲10.6	▲13.8	▲23.4	▲24.4	▲19.5	▲11.8	▲16.6	▲19.4
東海	▲17.7	▲23.9	▲22.3	▲23.5	▲24.3	▲20.5	▲21.2	▲24.1
関西	▲14.6	▲19.4	▲25.9	▲21.5	▲20.5	▲15.4	▲17.2	▲23.1
中国	▲22.2	▲13.9	▲13.4	▲13.9	▲21.5	▲13.4	▲14.8	▲23.5
四国	▲22.8	▲21.4	▲27.0	▲35.2	▲16.4	▲20.8	▲23.6	▲26.8
九州	▲14.8	▲21.5	▲27.0	▲29.0	▲13.3	▲17.6	▲17.6	▲16.5

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)

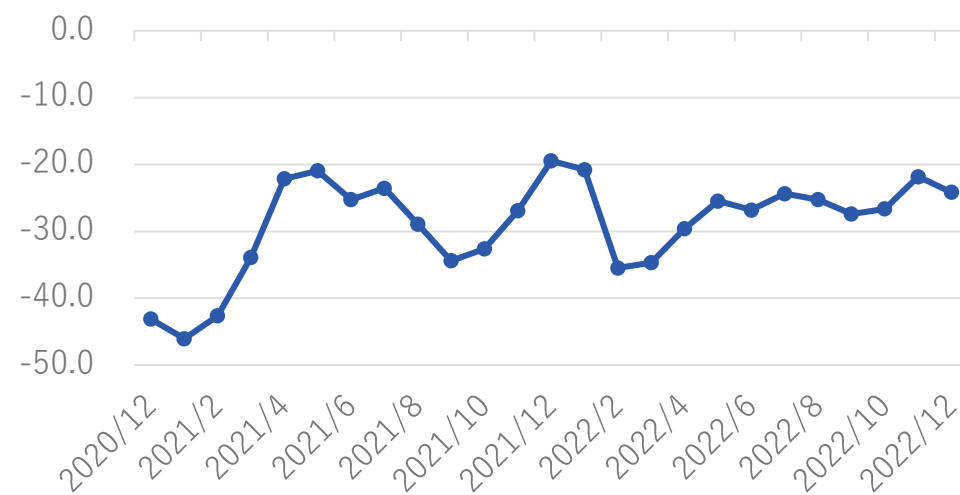
	2021年	2022年						先行き見通し
	12月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1~3月
全産業	▲8.2	▲4.4	▲8.0	▲5.8	▲2.6	0.4	▲0.6	▲14.5
建設	▲16.0	▲19.5	▲23.7	▲21.6	▲17.1	▲16.0	▲17.5	▲16.6
製造	▲0.4	▲5.0	▲2.8	1.2	3.2	5.1	10.4	▲6.5
卸売	0.0	▲1.7	▲3.0	▲5.1	▲0.4	3.9	5.4	▲13.3
小売	▲19.0	▲9.5	▲21.3	▲14.3	▲12.5	▲14.1	▲17.8	▲27.2
サービス	▲5.9	8.9	6.0	3.9	7.9	16.7	10.1	▲11.3



採算DI

(※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

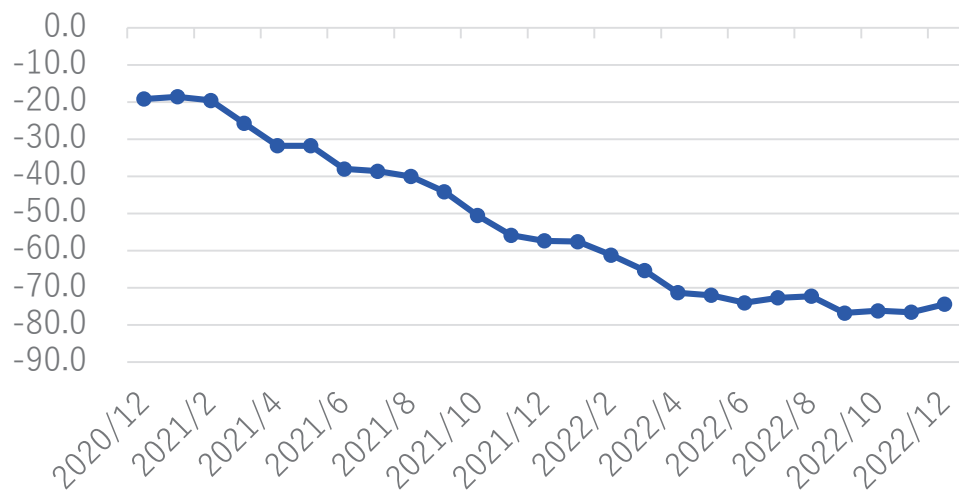
	2021年	2022年						先行き見通し
	12月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1~3月
全産業	▲19.5	▲24.4	▲25.2	▲27.4	▲26.6	▲21.8	▲24.1	▲28.5
建設	▲20.2	▲33.1	▲33.5	▲35.3	▲37.1	▲30.1	▲31.3	▲25.6
製造	▲15.6	▲28.4	▲29.3	▲33.5	▲29.6	▲27.0	▲24.8	▲28.5
卸売	▲10.7	▲18.6	▲23.0	▲23.8	▲25.3	▲21.2	▲15.8	▲25.0
小売	▲27.1	▲26.6	▲28.3	▲27.5	▲28.9	▲27.2	▲33.8	▲37.5
サービス	▲20.6	▲15.3	▲14.6	▲17.9	▲15.8	▲7.3	▲15.3	▲25.0



参考：DI時系列表

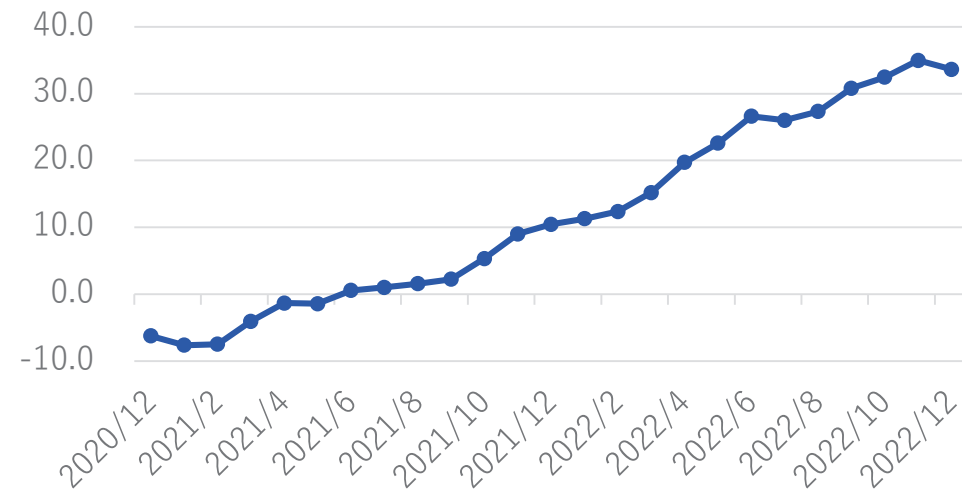
仕入単価DI (※DI=「下落」の回答割合-「上昇」の回答割合)

	2021年	2022年						先行き見通し
	12月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1～3月
全産業	▲ 57.3	▲ 72.7	▲72.3	▲76.8	▲76.2	▲76.6	▲74.4	▲66.9
建設	▲ 73.7	▲ 86.4	▲82.5	▲88.9	▲86.8	▲84.6	▲83.8	▲75.6
製造	▲ 65.0	▲ 82.1	▲80.1	▲82.3	▲82.1	▲82.4	▲82.1	▲69.5
卸売	▲ 56.2	▲ 70.0	▲68.7	▲75.3	▲74.3	▲76.2	▲68.3	▲61.7
小売	▲ 46.3	▲ 64.4	▲68.6	▲73.7	▲74.5	▲74.9	▲71.4	▲66.7
サービス	▲ 48.4	▲ 62.3	▲62.8	▲66.7	▲65.8	▲67.2	▲66.4	▲61.7



販売単価DI (※DI=「上昇」の回答割合-「下落」の回答割合)

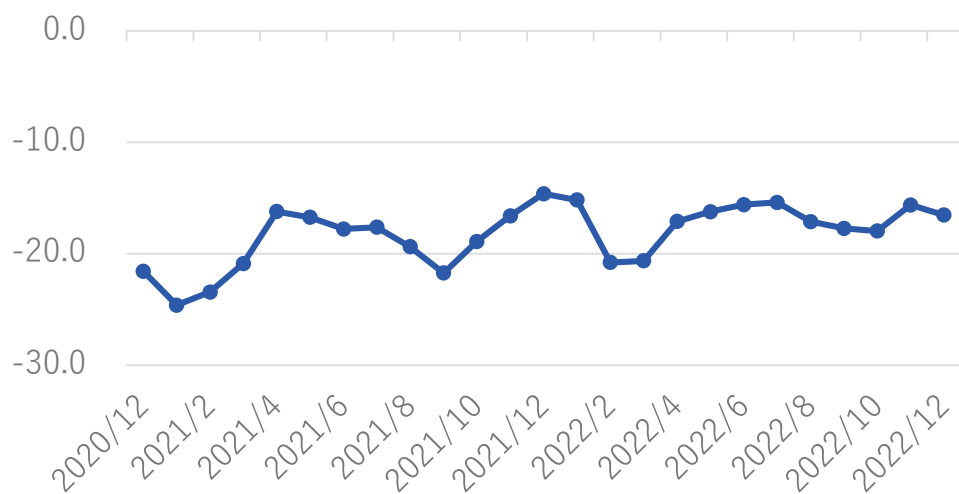
	2021年	2022年						先行き見通し
	12月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1～3月
全産業	10.5	26.0	27.3	30.8	32.5	35.0	33.6	26.6
建設	11.5	25.7	28.2	28.7	26.3	28.6	22.2	19.1
製造	10.7	31.9	33.1	31.5	35.2	37.5	40.2	27.0
卸売	27.5	41.4	46.1	46.0	50.2	53.7	48.3	40.4
小売	9.0	29.2	28.3	40.5	42.2	43.2	42.7	39.8
サービス	2.9	10.6	12.3	17.0	17.9	21.4	20.4	14.2



参考：DI時系列表

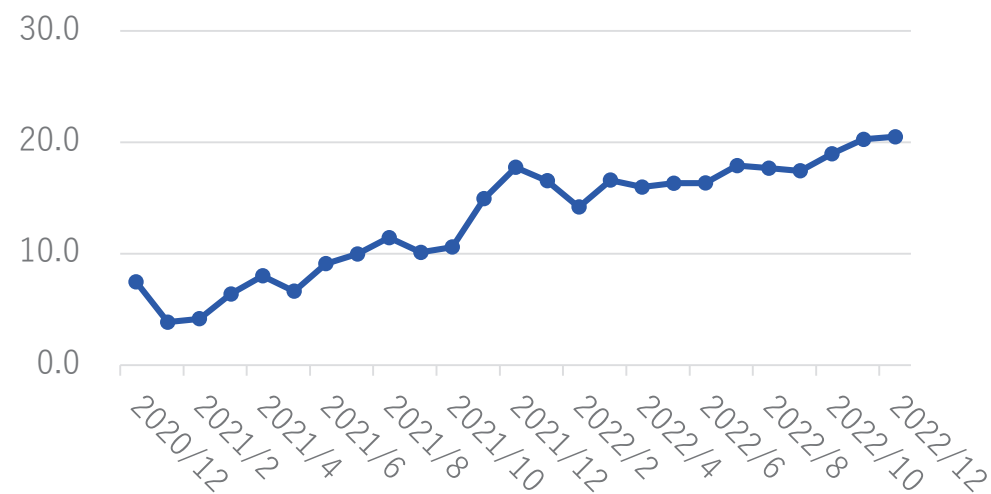
資金繰りDI (※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

	2021年	2022年						先行き見通し
	12月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1~3月
全産業	▲14.6	▲15.4	▲17.1	▲17.7	▲18.0	▲15.6	▲16.5	▲18.6
建設	▲5.4	▲9.8	▲13.1	▲12.0	▲12.6	▲6.6	▲10.0	▲14.7
製造	▲11.9	▲14.2	▲17.5	▲17.3	▲18.3	▲18.9	▲14.4	▲15.2
卸売	▲9.4	▲10.5	▲13.5	▲11.1	▲15.2	▲12.1	▲12.9	▲14.2
小売	▲23.4	▲25.7	▲23.5	▲25.1	▲26.0	▲21.5	▲26.2	▲27.9
サービス	▲18.6	▲13.9	▲15.9	▲19.1	▲16.0	▲15.1	▲16.7	▲18.8



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
	12月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1~3月
全産業	17.7	17.9	17.7	17.4	19.0	20.3	20.5	20.9
建設	31.7	27.8	29.7	32.0	29.9	29.2	31.6	33.1
製造	11.9	10.9	12.2	10.8	13.5	13.6	14.6	15.9
卸売	13.7	17.3	14.8	11.9	15.2	16.9	17.1	17.5
小売	12.4	13.2	12.2	12.5	13.7	16.0	13.3	14.6
サービス	20.6	22.6	20.7	20.8	23.1	25.9	26.4	24.7



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 2,525企業

(有効回答数1,972企業[回答率78.1%])

(内訳)

建設業：413 (有効回答数320企業[回答率77.5%])

製造業：620 (有効回答数492企業[回答率79.4%])

卸売業：298 (有効回答数240企業[回答率80.5%])

小売業：513 (有効回答数405企業[回答率78.9%])

サービス業：681 (有効回答数515企業[回答率75.6%])

調査期間

2022年12月13日～19日

公表日

2022年12月28日