



商工会議所 LOBO (早期景気観測)

2023年2月調査結果

2023

2

コスト増加分の価格転嫁の動向①

72.9%の企業で価格転嫁に向けた協議を実施
協議できている企業ほど価格転嫁が進む

- 発注側企業との価格交渉について「協議を申し込み、話し合いに応じてもらった」は64.5%（2022年11月調査から4.9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72.9%は価格協議を実施（同4.6ポイント増）している。一方、「取引価格の維持や減額について一方的な通知があった」は3.0%など、16.9%の企業が価格協議できていない結果となった。
- コスト増加分の価格転嫁状況は、「10割」と回答した企業は6.5%となり、十分な価格転嫁ができていない企業は91.3%となった。内訳は、「7～9割」23.9%、「4～6割」23.1%、「1～3割」30.2%、「0割」13.5%、「マイナス」0.6%となった。0割とマイナスを合わせた「全く価格転嫁できていない」企業は14.1%となった。
- コスト増加分の価格転嫁については、2022年11月調査と比べると、「協議できている」と回答した企業の割合は増加したが、16.9%の企業では価格協議ができていない。また、価格転嫁については、協議はできているが、コストが継続して上昇する中、再三の価格改定が行えず、価格転嫁が追い付かないという声が多く聞かれた。

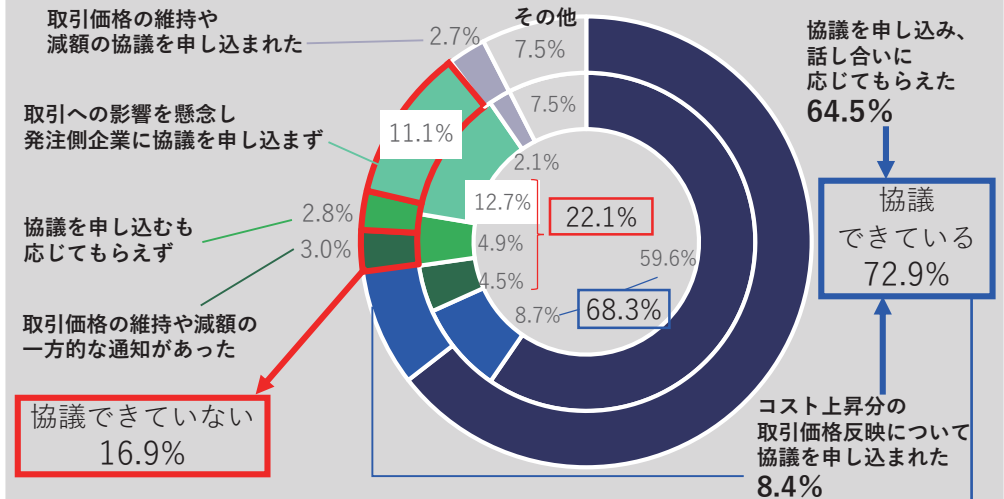


中小企業の声

- コスト上昇は発注側も理解してもらっているが、10割の転嫁は認められず、発注側と請負側とでコスト上昇分を負担しあう「痛み分け」となっている。（大館 土木工事業）
- 発注側との価格協議はできているが、仕入コスト、エネルギーコストの上昇スピードが早く、価格転嫁が追い付かない。（焼津 農畜水産物卸売業）

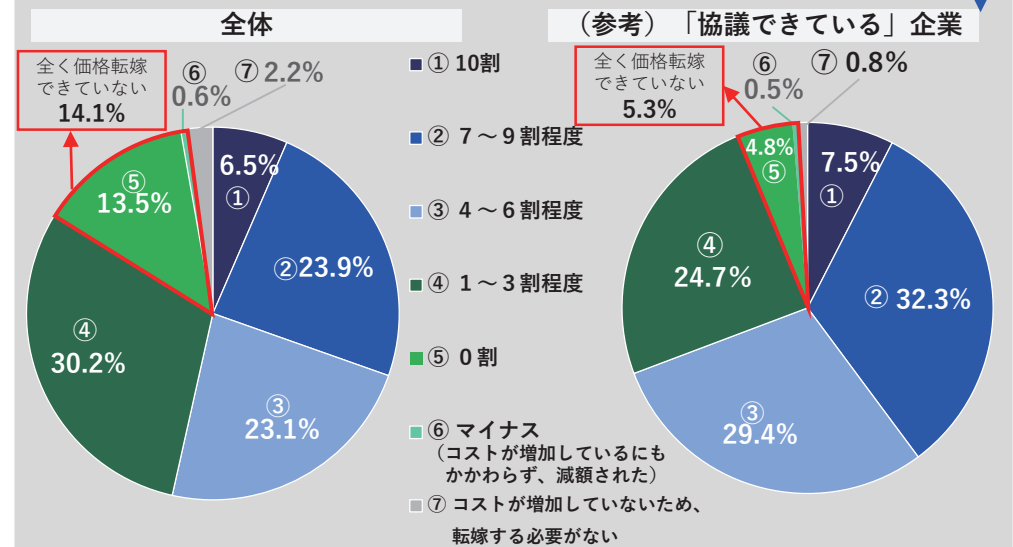
発注側企業との価格交渉の協議について（全業種）

※円グラフの外側が2023年2月調査、内側が2022年11月調査



価格転嫁の状況（全業種）

※（全体的なコスト増加分のうち、何割程度を価格転嫁できたと考えるか）



コスト増加分の価格転嫁の動向② 販売先との取引条件

物価高による消費者の節約志向で転嫁が進まず BtoBでは、21.4%の企業で取引条件が改善

- 消費者向け商品・サービス（B to C）におけるコスト増加分の価格転嫁について、「10割」と回答した企業は6.1%、「7～9割」は21.0%、「4～6割」は21.5%、「1～3割」は33.3%、「0割」は15.3%、「マイナス」は0.6%となった。
- 企業向け商品・サービス（B to B）におけるコスト増加分の価格転嫁について、「10割」と回答した企業は6.6%、「7～9割」は27.6%、「4～6割」は25.1%、「1～3割」は28.1%、「0割」は10.4%、「マイナス」は0.4%となった。
- 事業者向け（B to B）販売をしている企業のうち、「取引条件が改善した」企業は21.4%と、2022年2月調査から6.7ポイント増加した。改善理由としては「販売先からの支払いが手形から現金に変わった、サイトが短縮された等」が最も多く、63.2%となった。
- 価格転嫁についてはB to C、B to Bともにコスト上昇分に追いついていない様子が見える。一方で、BtoB販売における取引条件については、取引適正化への取り組みが進み、改善がみられた。



中小企業の声

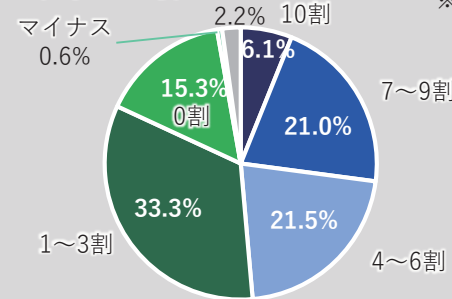
- 材料費および光熱費高騰のため半年前に価格改定を行ったが、さらなるコスト増が利益を圧迫。競合他社の対応を踏まえ、再値上げを検討せざるを得ない。（白河 飲食店）
- 事務負担軽減のため、取引先に手形の電子化を依頼し、取引条件変更を受け入れてもらった。（大分 印刷業）

価格転嫁の状況（BtoC）

コストが増加していないため
転嫁する必要がない

価格転嫁できない主な理由

※9割～マイナスの企業が回答 【複数回答・上位3項目】

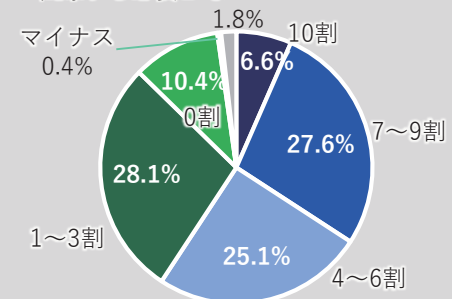


価格転嫁の状況（BtoB）

コストが増加していないため
転嫁する必要がない

価格転嫁できない主な理由

※9割～マイナスの企業が回答 【複数回答・上位3項目】

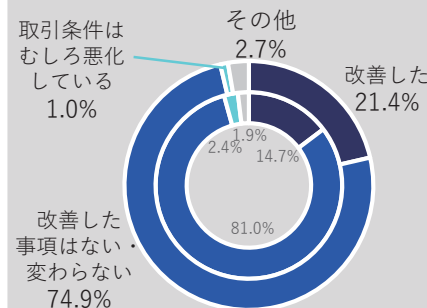


B to B 販売における販売先との取引条件（前年度比較）

※円グラフの外側が2023年2月調査、
内側が2022年2月調査

<参考>改善した取引条件

※改善した企業が回答 【複数回答・上位3項目】



2023年2月の動向

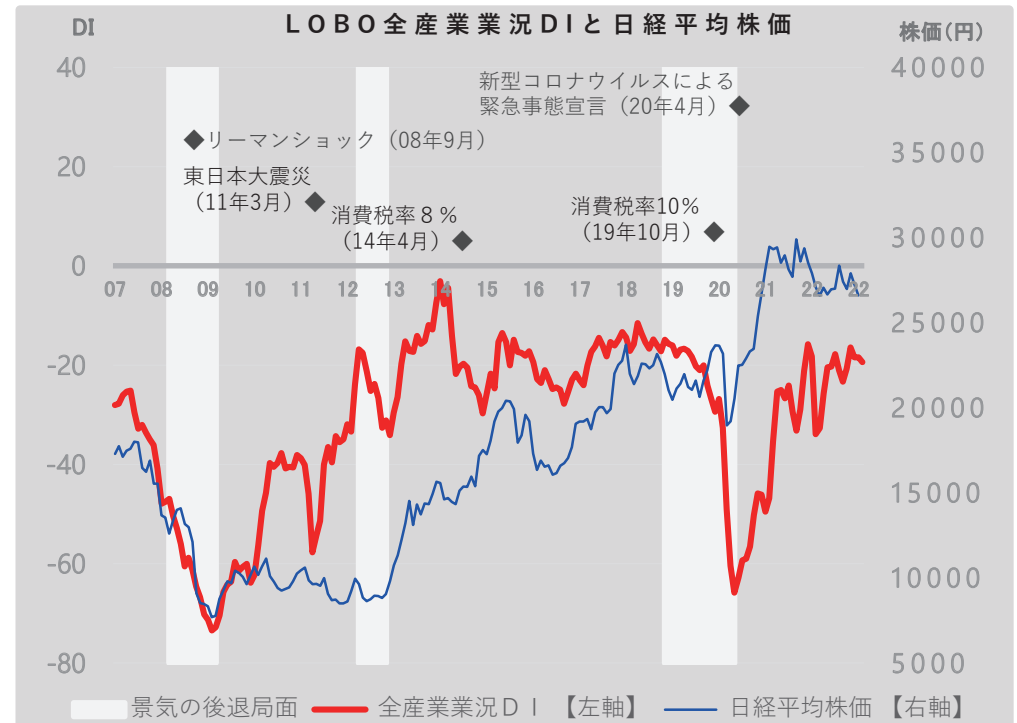
**業況DIは、コスト増に価格転嫁が追いつかず悪化
先行きは、物価高と外需減退により慎重な見方**

● **全産業合計の業況DIは、▲19.4（前月比▲1.0ポイント）**

● 小売業では、インバウンド需要の増加により、免税品や高付加価値商品の売上が堅調な百貨店を中心に改善した。一方、建設業では、公共工事の受注減少に加え、建設資材の高騰の影響で悪化した。製造業では、外需の減退から半導体等の電子部品関連を中心に悪化した。また、卸売業では、製造業関連の引き合いが減少し、力強さを欠いている。サービス業では、飲食・宿泊業を中心に需要は増加するも、人材確保等のコスト負担増の影響で、ほぼ横ばいに留まった。業種を問わず、人手不足や資源・エネルギー価格の高騰によるコスト増が続いている。仕入価格高騰のスピードに価格転嫁が追いつかず、中小企業の業況は悪化となった。

● **先行き見通しDIは、▲19.2（今月比+0.2ポイント）**

● 5月8日の新型コロナウイルスの5類への移行に伴う活動正常化で、売上増加を期待する声の小売業・サービス業から聞かれた。一方、活動回復に伴うさらなる人手不足が懸念される。また、エネルギー価格高騰に対する激変緩和措置はあるものの、物価高や賃上げ等、企業のコスト負担増は続いている。米中関係の緊迫化や世界経済の鈍化で外需の減退も懸念される中、先行きは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	2022年				2023年	先行き見通し	
	2月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3~5月
全産業	▲33.9	▲23.3	▲20.7	▲16.4	▲18.4	▲18.4	▲19.4	▲19.2
建設	▲22.9	▲28.7	▲29.9	▲22.9	▲27.2	▲25.1	▲31.9	▲23.7
製造	▲21.1	▲23.3	▲20.1	▲16.2	▲14.2	▲16.9	▲18.4	▲18.8
卸売	▲38.2	▲27.2	▲21.1	▲20.3	▲16.3	▲17.3	▲16.4	▲16.8
小売	▲43.8	▲31.9	▲29.4	▲23.9	▲32.1	▲27.1	▲25.9	▲27.2
サービス	▲43.2	▲11.4	▲8.1	▲4.5	▲7.0	▲8.8	▲8.6	▲11.2

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



リフォーム等の住宅関連の民間工事の受注は堅調に推移するものの、公共工事の受注減少や技術者等の人手不足に加え、建築資材やエネルギー価格の高騰に伴うコスト増に見合う価格転嫁も十分に行えず、悪化。

- 「民間工事の受注を増やしていきたいが、技術者不足により、受注を諦めるケースが増加している。企業説明会を開催し、採用に繋がる機会を創出するとともに、福利厚生の実や物価高に対応した賃金の引き上げ、労働環境の改善に努め、人材を確保していきたい」（一般工事業）
- 「公共工事は依然して減少傾向が続いている。また、公共工事は入札済み案件の価格交渉には条件があり、該当しないと採算割れとなる」（土木工事業）



原材料価格の高騰分に関する価格転嫁は進んでいる声はあるものの、外需減退による電子部品関連の受注減少に加え、エネルギー価格の高騰によるコスト負担増が押し下げ要因となり、悪化。

- 「部品不足が少しずつ解消され、生産増による売上回復を見込んでいたものの、需要が弱く、取引先からの発注量が減少している」（電気計測器製造業）
- 「一時は上昇した仕入価格分を、販売価格にすべて価格転嫁することができた。しかし、転嫁後に原材料が再度値上げされたり、電気代などのコスト増加が続いており、価格転嫁が追いつかない」（めん類製造業）



百貨店や飲食・宿泊業関連の需要は増加している一方、外需の減退による電子部品関連など製造業からの引き合いの減少や、輸送費や梱包資材費の高騰によるコスト負担が重荷となり、ほぼ横ばい。

- 「仕入価格の上昇に伴う販売先への価格改定は、都度行っている。一方で、年に数回仕入価格が上がっている商材もあるため、同一商材の再三の価格改定の実施は難しい状況である。エネルギー価格の高騰も重なっており、すべてを価格転嫁行えてはいない」（一般機械器具卸売業）
- 「需要が回復基調のため、人員増を進めたいが、人員を確保した矢先に需要が再度減少する可能性もあり、判断が難しい状況である」（食料・飲料卸売業）



物価高による消費者の節約志向の高まりで、スーパーや商店街では業況改善に足踏みが見られるものの、インバウンド需要の増加による免税品、高付加価値商品の売上が堅調な百貨店が全体を牽引し、改善。

- 「人の動きは戻ってきており、一層の売上回復を期待している。しかし、光熱費の高騰や、賃上げ圧力も重なり、収益悪化が懸念される」（百貨店）
- 「主要顧客である地域住民は依然として来店頻度は少なく、店舗売上は低迷が続いている。一方で、ネット販売の売上は好調のため、業態の変更や販売方法の転換などを進め、さらなる売上増加を図っていきたい。」（茶類小売業）



仕入価格やエネルギー価格の高騰によるコスト増は続くも、全国旅行支援やインバウンド需要により客足の回復が順調な飲食・宿泊・旅行業が下支えし、ほぼ横ばい。

- 「インバウンド需要や全国旅行支援の下支えもあり、観光需要は堅調に推移している。5類への移行により、日常生活の正常化も視野に入ってきており、いまままで停滞していた教育関係やスポーツ関連の事業を強化し、顧客獲得を図っていく」（旅行業）
- 「外出する人が増えたことで需要は回復しているが、光熱費の上昇が収益を圧迫しているため、技術料に転嫁できる気運づくりを求めたい」（美容業）

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、悪化。建設業では、公共工事を中心に受注が減少傾向にあり、また、建設資材価格の高騰の影響を受け、売上・採算が悪化した。製造業では、食料品関係が、インバウンド需要増加により客足の回復した飲食業・宿泊業向けの引合いは増加しているものの、物価高に伴う消費マインドの低下により、小売業向けの販売数量の減少が下押し要因となり、売上・採算が悪化した。



東北

東北は、悪化。建設業では、受注および工事進捗が伸び悩みの傾向にあり、また、建設資材価格の高騰の影響を受け、売上・採算が悪化した。また、工事案件の減少のため、同業他社との価格競争が激化しており、業界全体として先行きにおける採算の改善は厳しいという声が聞かれた。卸売業では、建設業の業況悪化が下押しし、建設資材関係を中心に売上が悪化した。



北陸信越

北陸信越は、改善。小売業では、電気代や人件費の高騰の影響で採算に悪化傾向が見られるものの、感染のピークアウトに伴う客足の回復により、百貨店や商店街を中心に売上が改善した。サービス業では、全国旅行支援やインバウンド需要の回復により、飲食業・宿泊業を中心に売上・採算が改善した。また、国内需要が減少する中、スキーシーズンでの訪日観光客の需要獲得を継続していきたいという声が聞かれた。



関東

関東は、悪化。建設業では、公共工事を中心に受注が減少傾向にあり、また、建設資材価格の高騰の影響を受け、売上・採算が悪化した。製造業では、海外需要の減速に伴う電子部品関連の需要減少等の要因により、機械関係・金属関係を中心に売上・採算が悪化した。原材料の仕入価格相当分の価格転嫁は進んでいるが、電気代や人件費等の上昇分までは転嫁が進まず、先行きの採算改善は厳しいという声が聞かれた。



東海

東海は、悪化。製造業では、自動車関係を中心に生産活動が持ち直しの傾向にあり、売上に改善が見られるものの、原材料価格やエネルギー価格の高騰が継続している影響で、採算が悪化した。サービス業では、感染のピークアウトによる客足の回復により飲食業・宿泊業を中心に売上に改善傾向が見られるものの、人件費等のコスト負担増の影響を受けて、採算が悪化した。



関西

関西は、改善。サービス業では、全国旅行支援やインバウンド需要増加による客足の改善の影響で、飲食業・宿泊業を中心に売上・採算が改善した。一方、人件費等のコスト負担は増加しているが、価格競争上の問題で転嫁が難しいため、先行きの採算悪化を懸念する声が聞かれた。卸売業では、サービス業の業況改善に牽引される形で、食料品関係を中心に売上・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



改善



ほぼ横ばい



悪化



中国

中国は、改善。小売業では、高付加価値商品の需要が堅調な百貨店を中心に売上・採算が改善した。また、商店街においても、物価高による消費マインドの低下の影響は継続しているが、感染のピークアウトにより客足は回復しつつあるという声が聞かれた。卸売業では、小売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。



四国

四国は、悪化。小売業では、物価高による消費マインドの低下が継続していることに加え、電気代の高騰の影響もあり、商店街を中心に売上・採算が悪化した。サービス業では、消費マインドの低下により、飲食業や生活サービス業を中心に売上・採算が悪化した。なお、インバウンド需要の増加により宿泊業については業況の改善が見られるが、人手不足による需要の取り逃がしへの対応が当面の課題であるという声が聞かれた。



九州

九州は、改善。小売業では、高付加価値商品の需要が堅調な百貨店を中心に売上・採算が改善した。卸売業では、業種全体においては売上の改善に頭打ちの傾向が見られるものの、小売店や飲食店向けの引合いが増加している食料品関係を中心に採算が改善した。一方、人手不足による人件費の高騰の影響が大きく、先行きの採算の悪化を懸念する声が聞かれた。

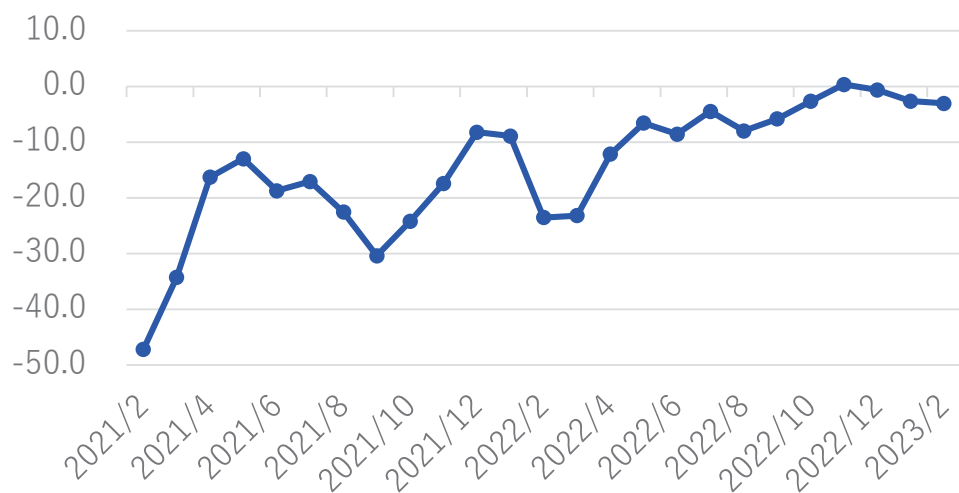
	2022年					2023年		先行き見通し
	2月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3～5月
全国	▲33.9	▲23.3	▲20.7	▲16.4	▲18.4	▲18.4	▲19.4	▲19.2
北海道	▲38.1	▲8.6	▲16.4	▲15.7	▲14.7	▲10.0	▲14.7	▲10.2
東北	▲46.8	▲31.0	▲31.3	▲24.5	▲27.2	▲19.7	▲28.6	▲26.3
北陸信越	▲42.0	▲24.2	▲20.2	▲12.9	▲12.8	▲19.8	▲17.9	▲22.6
関東	▲27.2	▲24.4	▲19.5	▲11.8	▲16.6	▲16.8	▲18.0	▲19.4
東海	▲27.4	▲23.5	▲24.3	▲20.5	▲21.2	▲23.2	▲27.5	▲19.6
関西	▲32.7	▲21.5	▲20.5	▲15.4	▲17.2	▲16.1	▲14.2	▲14.7
中国	▲27.4	▲13.9	▲21.5	▲13.4	▲14.8	▲18.6	▲16.0	▲20.2
四国	▲30.5	▲35.2	▲16.4	▲20.8	▲23.6	▲21.0	▲23.8	▲27.7
九州	▲43.4	▲29.0	▲13.3	▲17.6	▲17.6	▲23.1	▲10.7	▲14.2

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)

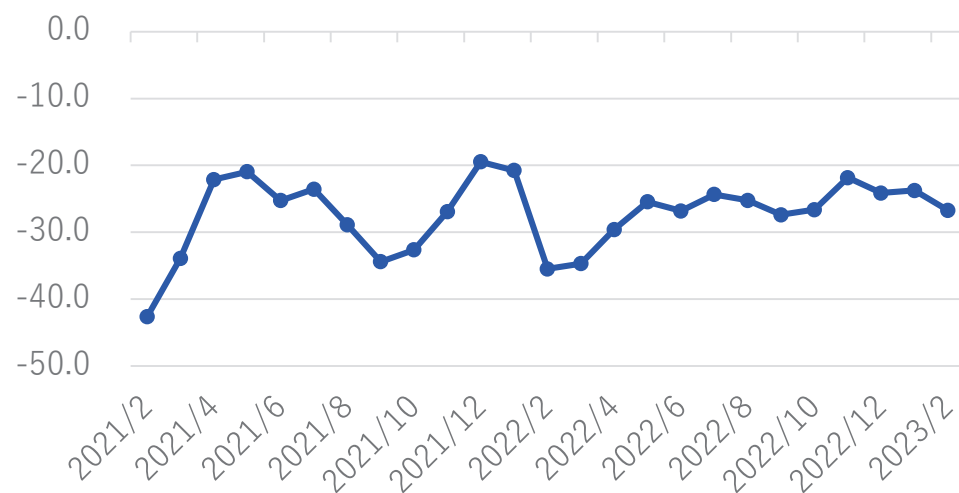
	2022年					2023年		先行き見通し 3～5月
	2月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	
全産業	▲23.5	▲5.8	▲2.6	0.4	▲0.6	▲2.6	▲3.0	▲6.8
建設	▲16.8	▲21.6	▲17.1	▲16.0	▲17.5	▲17.1	▲22.4	▲16.4
製造	▲13.5	1.2	3.2	5.1	10.4	4.2	▲1.6	▲5.0
卸売	▲20.9	▲5.1	▲0.4	3.9	5.4	▲1.3	2.2	▲4.4
小売	▲38.9	▲14.3	▲12.5	▲14.1	▲17.8	▲12.8	▲8.6	▲13.8
サービス	▲25.8	3.9	7.9	16.7	10.1	7.8	10.0	2.0



採算DI

(※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

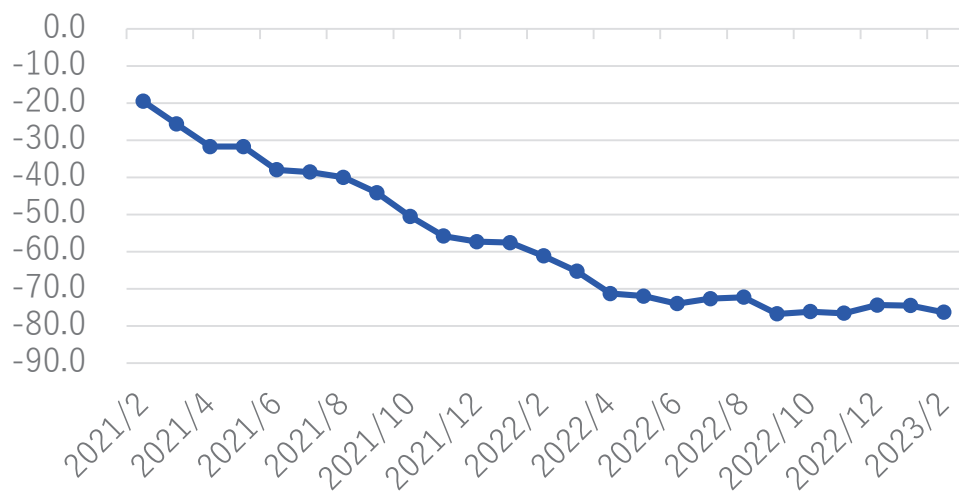
	2022年					2023年		先行き見通し 3～5月
	2月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	
全産業	▲35.5	▲27.4	▲26.6	▲21.8	▲24.1	▲23.7	▲26.7	▲24.8
建設	▲32.1	▲35.3	▲37.1	▲30.1	▲31.3	▲29.9	▲37.2	▲26.8
製造	▲30.4	▲33.5	▲29.6	▲27.0	▲24.8	▲25.0	▲29.5	▲25.3
卸売	▲28.0	▲23.8	▲25.3	▲21.2	▲15.8	▲23.6	▲20.4	▲21.2
小売	▲43.1	▲27.5	▲28.9	▲27.2	▲33.8	▲28.5	▲28.4	▲31.1
サービス	▲39.5	▲17.9	▲15.8	▲7.3	▲15.3	▲14.7	▲18.7	▲19.3



参考：DI時系列表

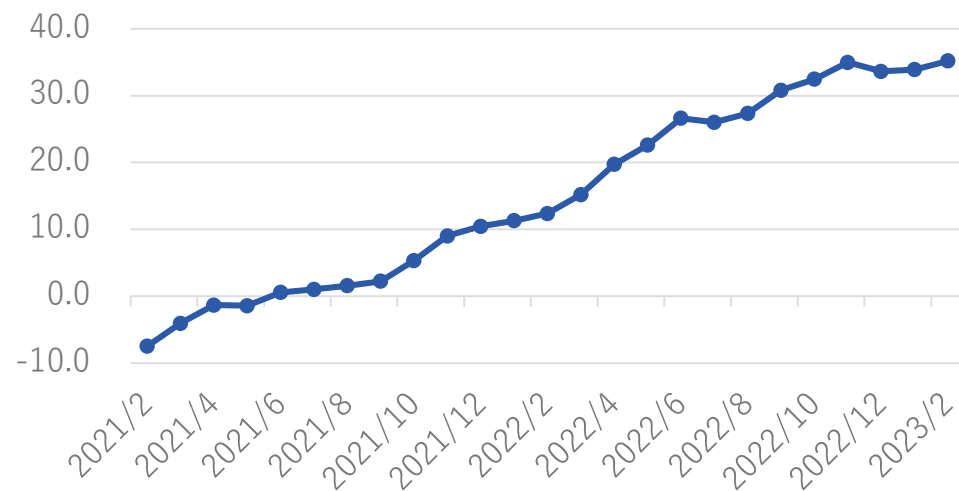
仕入単価DI (※DI=「下落」の回答割合-「上昇」の回答割合)

	2022年	2022年				2023年		先行き見通し
	2月	9月				10月		11月
全産業	▲61.2	▲76.8	▲76.2	▲76.6	▲74.4	▲74.5	▲76.3	▲68.6
建設	▲77.1	▲88.9	▲86.8	▲84.6	▲83.8	▲81.4	▲81.4	▲73.5
製造	▲70.4	▲82.3	▲82.1	▲82.4	▲82.1	▲81.3	▲82.0	▲68.9
卸売	▲62.2	▲75.3	▲74.3	▲76.2	▲68.3	▲67.1	▲73.0	▲65.5
小売	▲52.9	▲73.7	▲74.5	▲74.9	▲71.4	▲73.7	▲75.6	▲71.4
サービス	▲48.4	▲66.7	▲65.8	▲67.2	▲66.4	▲67.3	▲69.5	▲64.5



販売単価DI (※DI=「上昇」の回答割合-「下落」の回答割合)

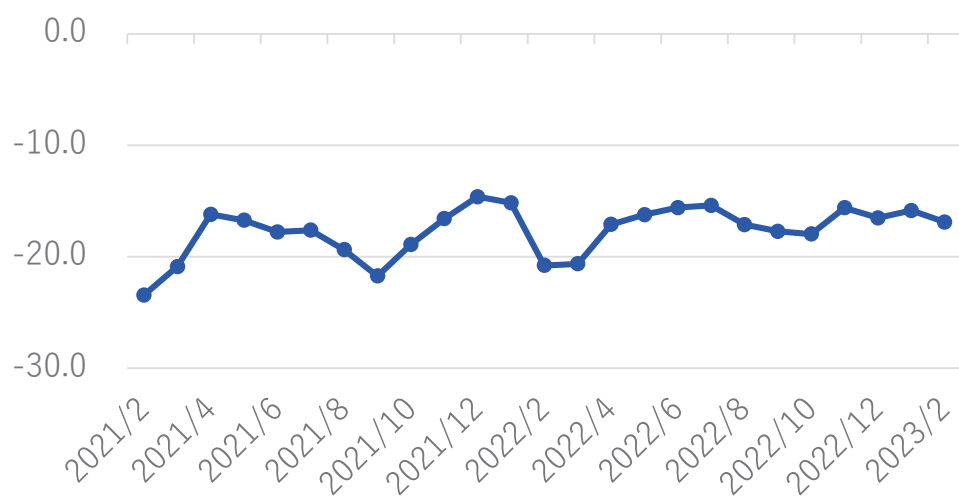
	2022年	2022年				2023年		先行き見通し
	2月	9月				10月		11月
全産業	12.4	30.8	32.5	35.0	33.6	33.9	35.2	30.2
建設	12.8	28.7	26.3	28.6	22.2	27.2	26.8	21.5
製造	16.7	31.5	35.2	37.5	40.2	40.1	38.3	30.5
卸売	29.3	46.0	50.2	53.7	48.3	44.4	52.2	46.0
小売	10.7	40.5	42.2	43.2	42.7	41.3	48.4	43.2
サービス	1.8	17.0	17.9	21.4	20.4	21.5	18.9	17.7



参考：DI時系列表

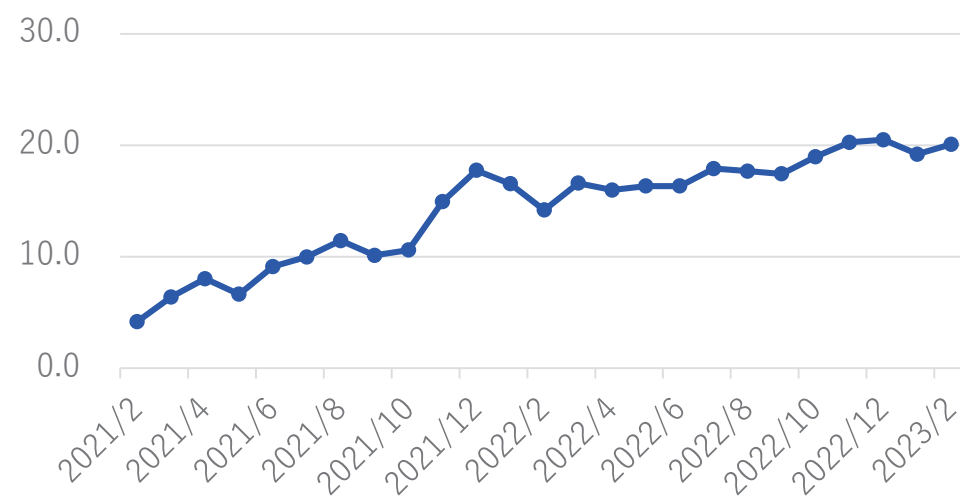
資金繰りDI (※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

	2022年	2022年				2023年		先行き見通し
	2月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3~5月
全産業	▲20.8	▲17.7	▲18.0	▲15.6	▲16.5	▲15.9	▲16.9	▲17.7
建設	▲6.4	▲12.0	▲12.6	▲6.6	▲10.0	▲7.8	▲11.4	▲12.9
製造	▲17.3	▲17.3	▲18.3	▲18.9	▲14.4	▲17.7	▲18.4	▲16.8
卸売	▲16.0	▲11.1	▲15.2	▲12.1	▲12.9	▲13.8	▲6.6	▲10.6
小売	▲29.8	▲25.1	▲26.0	▲21.5	▲26.2	▲24.2	▲24.0	▲26.4
サービス	▲27.9	▲19.1	▲16.0	▲15.1	▲16.7	▲13.5	▲17.9	▲17.9



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
	2月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3~5月
全産業	14.2	17.4	19.0	20.3	20.5	19.2	20.1	21.1
建設	28.4	32.0	29.9	29.2	31.6	30.2	33.8	34.4
製造	11.9	10.8	13.5	13.6	14.6	11.7	13.6	15.2
卸売	10.2	11.9	15.2	16.9	17.1	12.0	15.5	14.6
小売	10.0	12.5	13.7	16.0	13.3	15.7	15.1	14.1
サービス	12.5	20.8	23.1	25.9	26.4	25.2	24.1	27.1



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1,947企業[回答率77.1%])

(内訳)

建設業：416 (有効回答数317企業[回答率76.2%])

製造業：622 (有効回答数501企業[回答率80.5%])

卸売業：296 (有効回答数226企業[回答率76.4%])

小売業：513 (有効回答数405企業[回答率78.9%])

サービス業：678 (有効回答数498企業[回答率73.5%])

調査期間

2023年2月10日～16日

公表日

2023年2月28日