



商工会議所 LOBO (早期景気観測)

2023年 8 月調査結果

2023

8

ゼロゼロ融資利用企業の資金繰りの状況 2050年カーボンニュートラルへの対応

資金繰りに困窮する企業は少数も、不安を抱えるが金融機関に未相談の企業は約2割存在

- 実質無担保・無保証融資（ゼロゼロ融資）利用企業における既往債務も含めた資金繰り状況は、「資金相談は現時点で必要ない」が36.7%と最も多く、「新規・追加融資や借換により、希望通りの条件で新たな資金を調達できた」が26.9%と続く。また、「融資・条件変更を受けられなかった」は1.2%など、資金繰りに困窮する企業は少数にとどまる。
- 一方で、約2割の企業で「資金繰りに不安はあるが、現時点では金融機関に相談はしていない」と、資金繰りに不安を抱えており、困窮に至る前の早期に相談を開始することが必要だと考えられる。



中小企業の声

- 利子補給期間中のみゼロゼロ融資を活用して緊急の資金需要に対応し、元本返済開始に合わせて、低利融資に借り換えた。
(津 調味料製造業)

エネルギーコスト上昇への危惧が更に高まり約6割に達する。温室効果ガス削減への取組みは徐々に進捗

- 2050年カーボンニュートラルに対する考え・対応について、「エネルギーコスト上昇を危惧している」が60.4%と最も多く、2021年調査と比較して約2倍と、エネルギー価格の継続的高騰が企業心理に強い影響を与えていると考えられる。
- CO₂等の温室効果ガス排出削減に向けた取組みについて、「特に必要性を感じないので取組みは行っていない」、「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」のいずれも2022年調査から減少しており、中小企業でも情報収集を含めた取組みが進捗し始めている様子がうかがえる。



中小企業の声

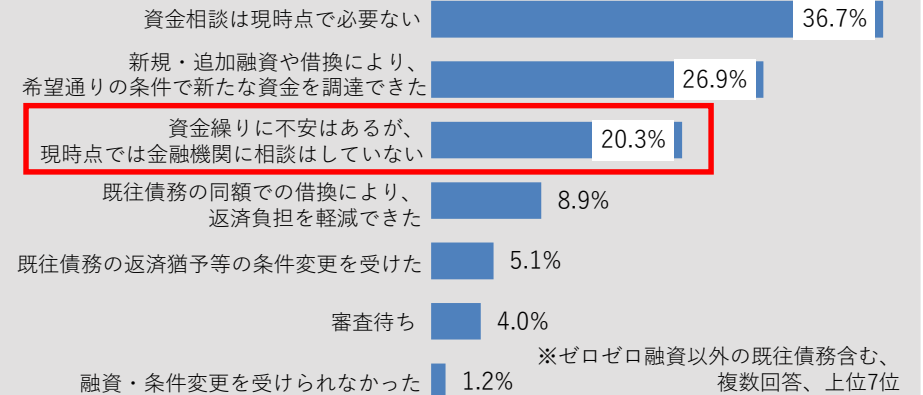
- カーボンニュートラルやGX対応に向け情報収集中。省エネ設備を導入済だが、今後、電気自動車の導入を計画。将来的なビジネスチャンスに繋がりたい。
(札幌 石油小売業)

ゼロゼロ融資の利用状況（全産業）

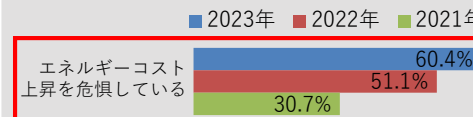
利用している：43.0%

利用していない：57.0%

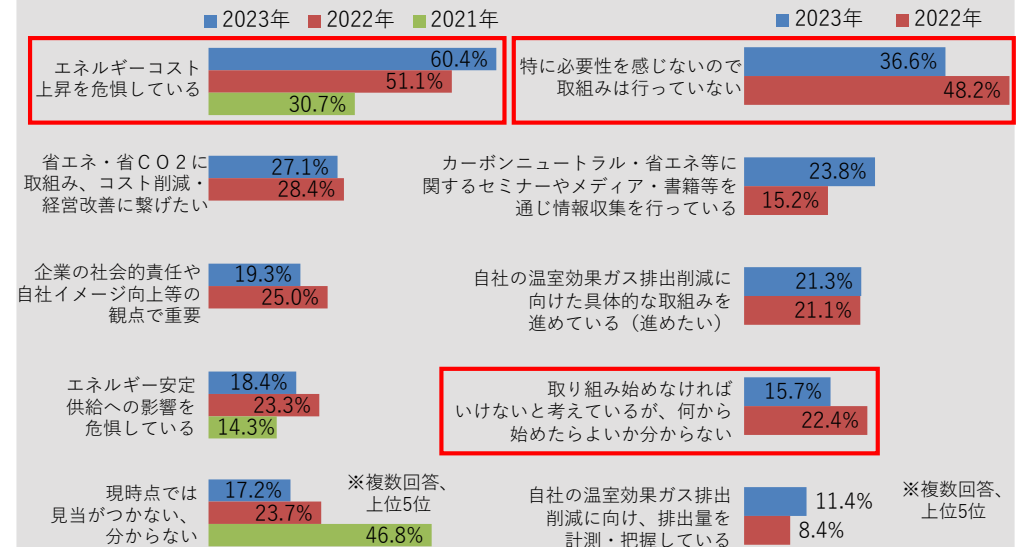
ゼロゼロ融資利用企業の資金繰りの状況（全産業）



2050年カーボンニュートラルに対する考え・対応（全産業/過去調査比較）



CO₂等の温室効果ガス排出削減に向けた取組（全産業/過去調査比較）



電力料金の上昇の経営への影響

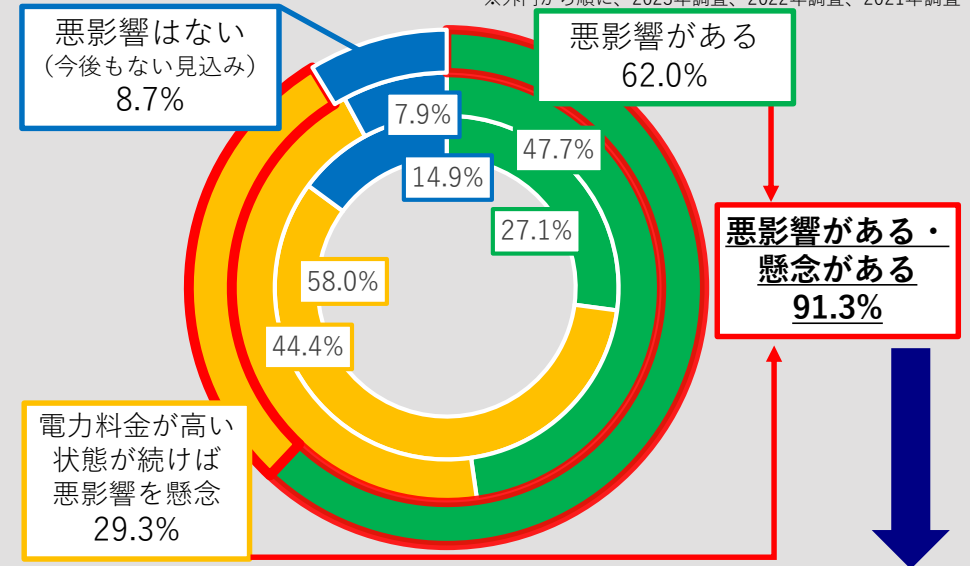
電力料金上昇で悪影響がある企業は6割超と大幅増。節電等実施は約5割、価格転嫁は約4割の企業が検討

- 電力料金の上昇による足元の経営への影響について、「悪影響がある」は62.0%と過去最高を記録。年々増加傾向にあり、2021年と比較すると2倍超となるなど大幅に増加。また、「電力料金が高い状態が続けば悪影響を懸念」も29.3%と、依然として約3割存在し、「悪影響がある」62.0%と合わせて、9割を超える。
- 今後も高い料金が続いた場合の対応について、「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49.6%と最も多い。次いで、「サービス・商品への販売価格への転嫁」が35.9%、「比較的安価な設備（LED照明等）を省エネ性の高い設備に更新・導入」が30.6%となっている。
- 今後も高い料金が続いた場合の対応について、過去調査と傾向を比較すると、人手不足の深刻化等を背景に「既存設備での節電の実施など人件費以外のコスト削減」を優先する傾向に変化はないものの、「サービス・商品への販売価格への転嫁」は年々増加しており、企業単体のコスト削減のみでは、電力料金上昇の影響を軽減することが困難になってきている傾向がうかがえる。

- 中小企業の声**
- 製造業において、電力料金は主要な価格決定要因の一つ。当然、省エネ設備等によるコスト削減を図っているが、価格転嫁が実施できなければ、事業を停止せざるを得ない。（青森 製材木製品製造業）
 - 照明のLED化を6月に完了し、以前と比較して約15%~20%の電力消費抑制を実施できているが、支払う電気料金は大幅に増加している。食品を中心に値上げが加速しているが、節約志向により買上げ点数が減少し、売上を維持できていない。（鹿沼 百貨店）
 - 省エネ化やコスト削減機器の導入に対する市の補助金を申請。今後もLED照明機器導入等について補助金が出れば、省エネ、コスト削減につながると思う。（高松 衣料品小売業）

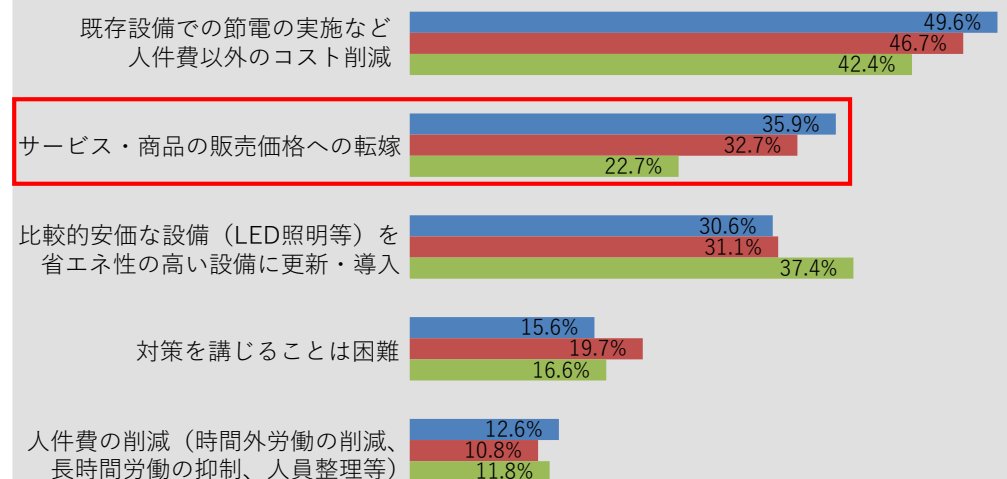
電力料金上昇の足元の経営への影響（全産業/過去調査比較）

※外円から順に、2023年調査、2022年調査、2021年調査



今後も高い料金が続いた場合の対応（全産業/過去調査比較）

※電気料金の足元の経営への影響について「悪影響がある・懸念がある」と回答した企業が対象、複数回答、上位5位



2023年8月の動向

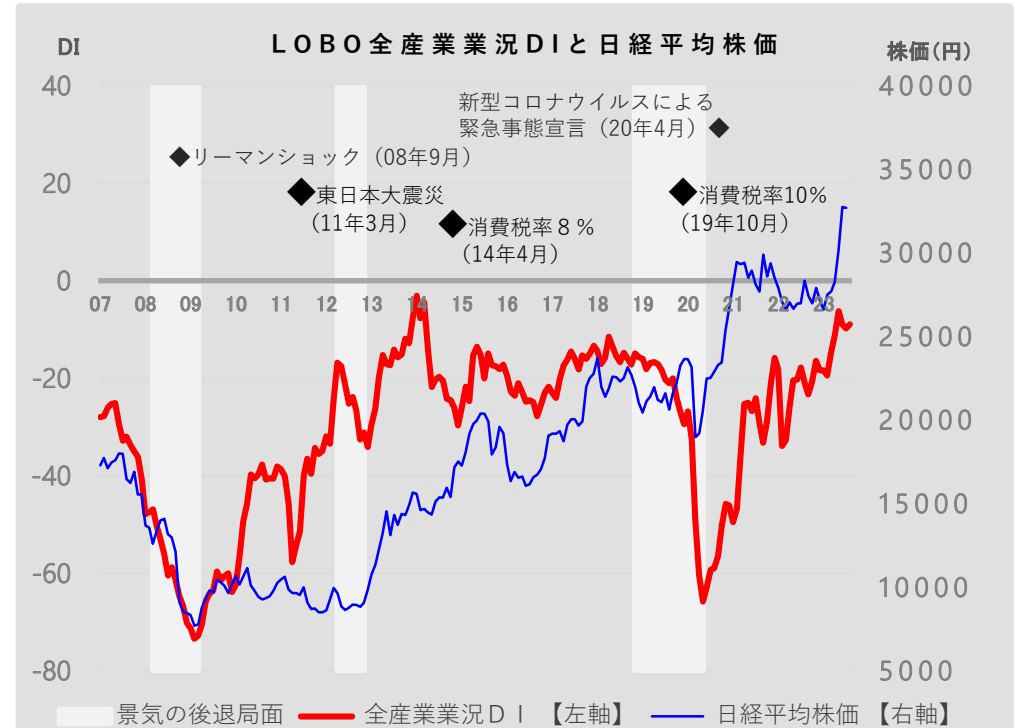
**業況DIは、個人消費の回復鈍く、ほぼ横ばい
先行きは、人手不足の中、一層のコスト増への懸念高まる**

● **全産業合計の業況DIは、▲8.9（前月比+0.9ポイント）**

- 小売業は、インバウンド需要の回復等で売上が好調な百貨店が牽引し、改善した。サービス業は、夏休み需要で飲食・宿泊・観光業を中心に改善も、物価高や天候不順の影響で力強さを欠いた。建設業は、資材価格高騰によるコスト増が重荷となり、ほぼ横ばいとなった。また、製造業は、エネルギー価格の高騰によるコスト増で悪化し、卸売業も、国内需要回復の鈍さから引き合いが減少し、悪化した。
- 物価高で内需に力強さを欠く中、原材料・エネルギー価格のさらなる高騰でコスト増が続いている。また、深刻な人手不足に加え、労務費等の上昇分までの十分な価格転嫁も行えておらず、中小企業の業況は横ばいに留まっている。

● **先行き見通しDIは、▲14.0（今月比▲5.1ポイント）**

- 秋の行楽シーズンでの個人消費の拡大や、インバウンド需要のさらなる回復への期待感がうかがえる。一方で、電気代やガソリン代等の高騰によるコスト負担増や、深刻な人手不足に一段と苦慮する声が業種を問わず聞かれている。コスト増に見合う十分な価格転嫁が行えておらず、生産性向上や人材確保等の諸課題解決に向けた原資の確保も難しい中、地政学リスクも高まっており、厳しい状況が続く。



業況DI (※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

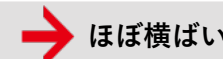
	2022年	2023年						先行き見通し
	8月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9~11月
全産業	▲21.0	▲14.8	▲11.1	▲6.2	▲8.9	▲9.8	▲8.9	▲14.0
建設	▲26.4	▲24.5	▲23.1	▲17.0	▲17.8	▲19.2	▲18.8	▲15.3
製造	▲18.9	▲18.9	▲13.9	▲9.2	▲8.8	▲4.1	▲5.6	▲14.6
卸売	▲24.8	▲22.4	▲15.0	▲11.0	▲13.2	▲20.9	▲22.6	▲23.0
小売	▲30.7	▲19.5	▲15.9	▲13.8	▲16.7	▲18.5	▲12.7	▲18.6
サービス	▲10.2	2.8	5.6	11.9	4.7	2.4	3.4	▲4.5

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



国からの公共工事を中心に受注が堅調に推移する一方、建設資材・エネルギー価格の高騰や、コスト増に見合う価格転嫁も十分に追いつかず、ほぼ横ばい。事業者からは猛暑で作業を中断したため、人件費が増加したとの声も聞かれた。

- 「公共工事を中心に手元工事の件数は増加している。一方で、連日の猛暑による従業員の熱中症予防のため、作業を中断せざるを得ない時間が多くっており、工期の延長から人件費が増加し、収益を圧迫している。工期の見える化による平準化を図っていく」（一般工事業）
- 「受注数が増え始めており、業況は上向きになってきたものの、材料の仕入れ等の先行支出が多く、資金繰りが課題となっている」（リフォーム工事業）



電気・ガソリン等のエネルギー価格や円安による輸入部材の高騰に伴うコスト負担増に加え、国内の設備投資に弱さが見られたほか、海外経済の停滞による電子部品関連の需要減が継続し、悪化。

- 「経済活動の回復に伴い、売上は少しずつ戻ってきているものの、電気代等のコスト増が上回っており、利益を確保できていない。省エネ化に向けて設備の入れ替え等を検討しているが、手元資金が十分でないため、足踏みしてしまう」（金属加工機械製造業）
- 「中国を始めとする海外からの受注が伸び悩んでいる。輸出を行っている国内の取引先も同様のため、総じて売上は減少している」（無機化学製品製造業）



ガソリン代の高騰による輸送費等のコスト負担が増加する中、物価高による買い控えや猛暑等の天候不順で販売数・客足ともに伸び悩んだ小売業・サービス業からの引き合い減少に加え、台風等の影響による物流の停滞も重なり、悪化。

- 「台風の影響で取引先への配送が行えず、売上が減少した。加えて、連日の猛暑や天候不順の影響で生鮮品の育成状況も芳しくなく、取扱数量の減少によるさらなる売上減少が危惧される」（農畜産水産物卸売業）
- 「物価上昇の影響で、消費者の生活必需品以外の買い控えが継続しており、取引先からの引き合いの減少が続いている」（衣服・日用品卸売業）



物価高による日用品等の買い控えに加え、電気代等のエネルギー価格の高騰は継続しているものの、インバウンド需要の回復や夏休み需要による国内旅行客の増加に伴い、売上が好調だった百貨店が全体を牽引し、改善。

- 「仕入価格の高騰に伴い、価格転嫁を実施。夏休みの旅行需要の恩恵もあり、売上は増加している。一方で、連日の猛暑で空調使用量が増加しており、電気代高騰による負担が大きくなっている。店内の省エネ化に取り組んでいるものの、追いつかないほど負担となっている」（百貨店）
- 「物価上昇により、消費者が生活必需品以外の支出を抑えており、来客数・客単価ともに激減している」（家具小売業）



夏休み需要で飲食・宿泊・観光業を中心に売上が回復基調にあるものの、電気代等のエネルギー価格の上昇に加え、連日の猛暑や繁忙期に台風等の天候不順が重なった影響もあり、小幅改善に留まる。

- 「5類移行後、初めての夏休みで予約も増加していたが、台風によるキャンセルが発生し、想定よりも売上は伸び悩む結果となった。繁忙期の売上減少は今後の経営に大きな影響を与えるため、エネルギー価格の上昇や人件費などのコスト増への対応が厳しい」（飲食店）
- 「販路開拓を行い、学生団体等の新規顧客の獲得に成功。一方で、人手不足はより深刻な状況となっている」（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。製造業では、海外経済の減速による引き合い減少で、鉄鋼業を中心に、売上が悪化した。卸売業では、公共工事の受注が増加傾向にある建設業からの引き合いを受け、建築材料関係を中心に売上・採算が改善した。なお、今夏は道内の一部の学校が休校になるほどの史上まれに見る暑さで、街の人出が少なく、来客数が減少しているという声も聞かれた。



東北

東北は、改善。建設業では、政府の補正予算で公共工事の受注が増加傾向にあり、売上・採算が改善した。卸売業では、挽回消費によって需要回復が継続する飲食店からの引き合い増加を受け、飲食料品関係を中心に売上・採算が改善した。各県で4年ぶりにコロナ禍前の開催規模で夏祭りが開催され、中には昨年以上の来場者数を記録した祭りがあるなど、各地で大きな賑わいが見られた。



北陸信越

北陸信越は、悪化。製造業では、外需停滞による引き合い減少で、電気機械器具関係を中心に売上・採算が悪化した。卸売業では、住宅などの民間工事が減少傾向にあり、建築材料関係を中心に売上・採算が悪化した。なお、長岡まつり大花火大会では、4年ぶりに飲食制限のない開催となり、大きな賑わいが見られた一方で、一部地域では、酷暑により、地元商店街における日中の来客数が減少しているという声も聞かれた。



関東

関東は、ほぼ横ばい。小売業では、高付加価値商品の販売が引き続き好調なほか、インバウンド・国内観光需要の回復継続もあり、百貨店を中心に売上が改善した。サービス業では、ガソリン価格や人件費の高騰により、運送業を中心に採算が悪化した。猛暑のなかでも、車の運転中のクーラー利用を控える等、ガソリンの節約に努めている、といった厳しい状況がうかがえる声も聞かれた。



東海

東海は、ほぼ横ばい。製造業では、電気代などのエネルギー価格の高騰により、幅広い業態で採算が悪化した。サービス業では、インバウンドや国内観光の需要回復が継続していることで、飲食店や宿泊業を中心に売上・採算が改善した。飲食店の事業者からは、客数は引き続き回復傾向にあり、単月の売上でコロナ禍前を超えることができたという声が聞かれた。



関西

関西は、悪化。サービス業では、書き入れ時であるお盆の時期に台風7号が直撃し、一部店舗での休業を余儀なくされた飲食店や娯楽業を中心に、売上・採算が悪化した。卸売業では、台風等の天候不良に伴う農産物の激しい価格変動に加え、飲食店からの引き合い減少が重なり、食料品関係を中心に採算が悪化した。京都府北部では、台風による豪雨で工場や店舗が浸水し、在庫に被害が生じた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



中国

中国は、改善。建設業では、分譲住宅の販売が増加していることによって、住宅工事の受注が持ち直しつつあり、売上・採算が改善した。分譲住宅では、販売価格が高騰する中でも、街の中心部への通勤が便利なエリアの販売が堅調であるという声が聞かれた。小売業では、高付加価値商品の販売が引き続き好調なほか、国内観光需要の回復継続もあり、百貨店を中心に売上・採算が改善した。



四国

四国は、改善。サービス業では、国内観光をはじめとする挽回消費の継続により、飲食店や宿泊業を中心に売上・採算が改善した。宿泊業の事業者からは、基調として観光需要は回復傾向にあるが、書き入れ時であるお盆の時期に天候不順に見舞われ、大きな打撃を受けたという声も聞かれた。製造業では、飲食店からの引き合い増加により、飲食料品関係を中心に売上が改善した。



九州

九州は、改善。建設業では、受注が堅調に推移する公共工事が牽引し、売上・採算が改善した。小売業では、高付加価値商品の販売が引き続き好調なほか、インバウンドの回復継続もあり、百貨店を中心に売上・採算が改善した。なお、沖縄県では台風6号の影響により、食料等の物資不足が発生したほか、長期間の停電によって生鮮食料品が腐ってしまったなど、打撃を受けたという声が聞かれた。

	2022年	2023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	▲ 21.0	▲ 14.8	▲ 11.1	▲ 6.2	▲ 8.9	▲ 9.8	▲ 8.9	▲ 14.0
北海道	▲ 4.6	▲ 10.3	▲ 10.6	▲ 7.5	▲ 8.3	▲ 6.7	▲ 5.9	▲ 9.4
東北	▲ 30.2	▲ 13.1	▲ 10.4	▲ 6.3	▲ 8.8	▲ 15.2	▲ 11.5	▲ 18.8
北陸信越	▲ 11.4	▲ 13.9	▲ 3.3	▲ 5.0	▲ 14.9	▲ 19.2	▲ 21.0	▲ 21.6
関東	▲ 23.4	▲ 12.1	▲ 9.1	▲ 0.8	▲ 5.6	▲ 4.6	▲ 5.5	▲ 13.6
東海	▲ 22.3	▲ 20.2	▲ 12.6	▲ 3.7	▲ 6.3	▲ 5.4	▲ 4.7	▲ 9.7
関西	▲ 25.9	▲ 19.2	▲ 18.9	▲ 12.1	▲ 10.1	▲ 10.3	▲ 13.3	▲ 19.2
中国	▲ 13.4	▲ 15.0	▲ 10.6	▲ 12.8	▲ 13.5	▲ 19.7	▲ 13.4	▲ 16.8
四国	▲ 27.0	▲ 20.8	▲ 18.8	▲ 14.3	▲ 11.4	▲ 12.2	▲ 7.0	▲ 14.8
九州	▲ 27.0	▲ 11.5	▲ 8.3	▲ 8.9	▲ 10.6	▲ 10.0	▲ 6.8	▲ 5.6

参考：DI時系列表

売上DI

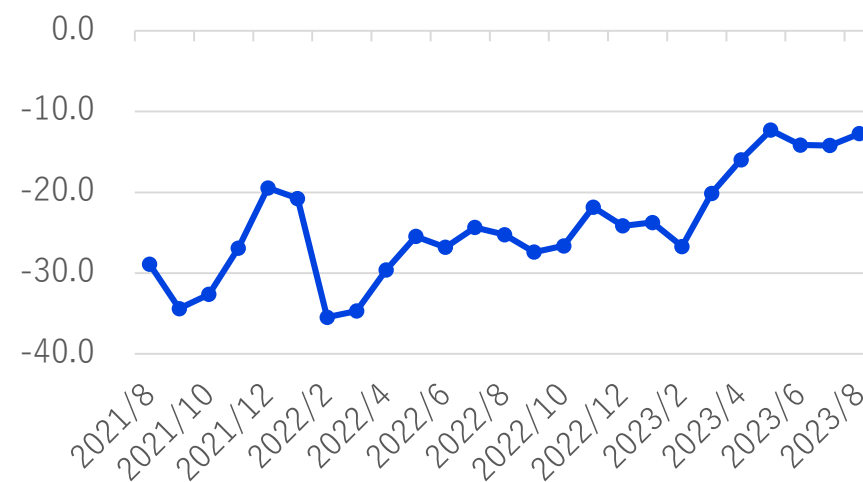
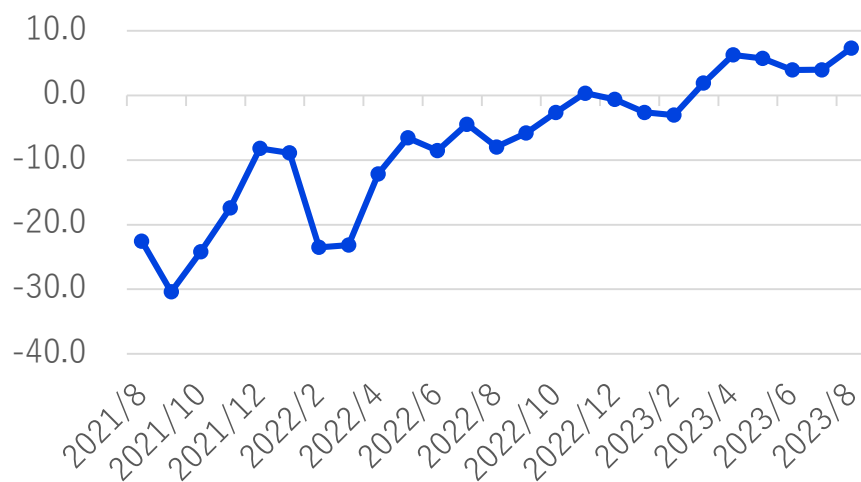
(※DI=「増加」の回答割合-「減少」の回答割合)

	2022年	2023年						先行き見通し
	8月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9~11月
全産業	▲ 8.0	1.9	6.3	5.7	4.0	4.0	7.3	▲ 1.4
建設	▲ 23.7	▲ 11.9	▲ 13.8	▲ 13.6	▲ 15.6	▲ 14.4	▲ 7.0	▲ 7.3
製造	▲ 2.8	1.2	8.4	9.9	13.3	9.2	9.4	0.0
卸売	▲ 3.0	0.0	4.2	5.5	1.6	0.0	▲ 0.9	▲ 4.3
小売	▲ 21.3	▲ 6.8	2.2	▲ 3.8	▲ 4.9	▲ 1.7	4.7	▲ 7.1
サービス	6.0	19.4	21.5	21.6	15.0	16.4	20.2	6.7

採算DI

(※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

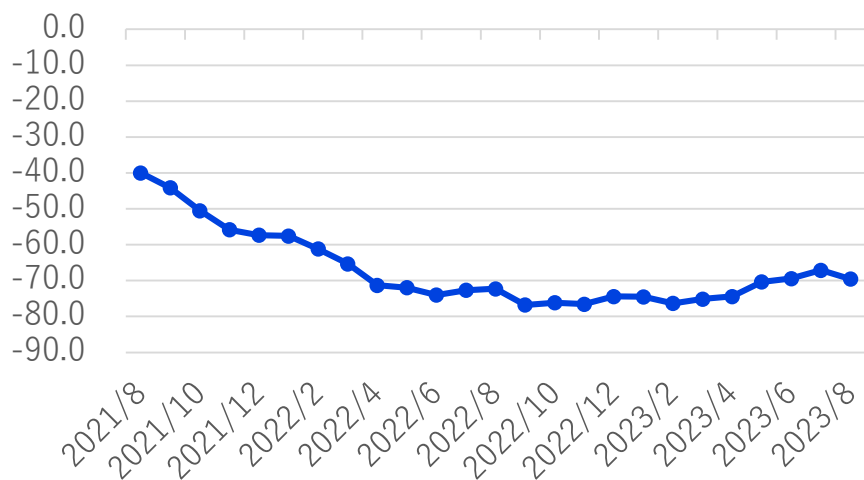
	2022年	2023年						先行き見通し
	8月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9~11月
全産業	▲ 25.2	▲ 20.1	▲ 16.0	▲ 12.3	▲ 14.1	▲ 14.2	▲ 12.7	▲ 15.9
建設	▲ 33.5	▲ 26.6	▲ 25.8	▲ 26.0	▲ 22.2	▲ 26.6	▲ 21.3	▲ 18.8
製造	▲ 29.3	▲ 25.5	▲ 21.2	▲ 14.2	▲ 14.0	▲ 12.1	▲ 12.0	▲ 14.0
卸売	▲ 23.0	▲ 20.3	▲ 16.7	▲ 13.1	▲ 14.8	▲ 17.0	▲ 17.4	▲ 16.2
小売	▲ 28.3	▲ 23.4	▲ 18.8	▲ 16.4	▲ 17.6	▲ 16.7	▲ 15.4	▲ 20.8
サービス	▲ 14.6	▲ 8.1	▲ 1.4	1.9	▲ 6.1	▲ 5.3	▲ 3.8	▲ 12.1



参考：DI時系列表

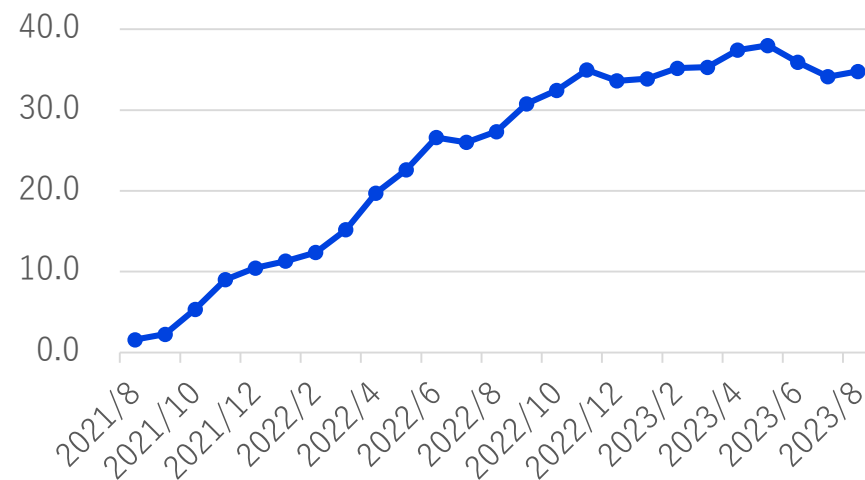
仕入単価DI (※DI=「下落」の回答割合-「上昇」の回答割合)

	2022年	2023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	▲ 72.3	▲ 75.1	▲ 74.4	▲ 70.4	▲ 69.4	▲ 67.1	▲ 69.5	▲ 62.2
建設	▲ 82.5	▲ 84.4	▲ 83.1	▲ 76.8	▲ 74.1	▲ 75.0	▲ 74.8	▲ 66.9
製造	▲ 80.1	▲ 78.7	▲ 76.5	▲ 73.3	▲ 69.6	▲ 68.4	▲ 67.6	▲ 55.2
卸売	▲ 68.7	▲ 73.0	▲ 64.6	▲ 67.1	▲ 67.1	▲ 57.4	▲ 59.6	▲ 54.0
小売	▲ 68.6	▲ 74.2	▲ 77.6	▲ 68.4	▲ 71.3	▲ 69.7	▲ 74.5	▲ 69.6
サービス	▲ 62.8	▲ 67.4	▲ 68.7	▲ 66.5	▲ 66.0	▲ 63.2	▲ 68.8	▲ 64.0



販売単価DI (※DI=「上昇」の回答割合-「下落」の回答割合)

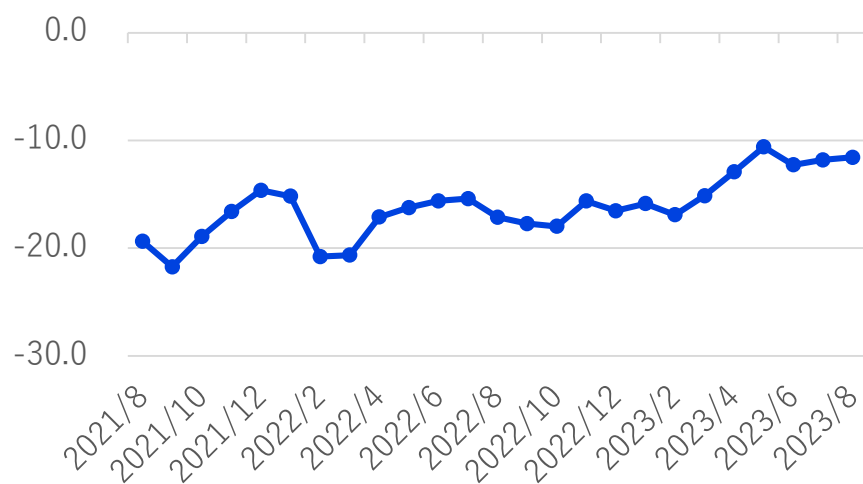
	2022年	2023年						先行き見通し
	8月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9~11月
全産業	27.3	35.3	37.4	38.0	35.9	34.1	34.8	26.1
建設	28.2	26.6	29.8	31.6	28.4	29.8	30.6	22.0
製造	33.1	39.4	40.6	43.3	38.4	39.2	33.0	18.8
卸売	46.1	48.9	49.6	48.1	44.0	40.4	42.1	34.9
小売	28.3	47.0	48.4	45.1	46.1	44.8	48.0	43.1
サービス	12.3	21.2	24.1	26.3	26.2	20.2	25.1	18.0



参考：DI時系列表

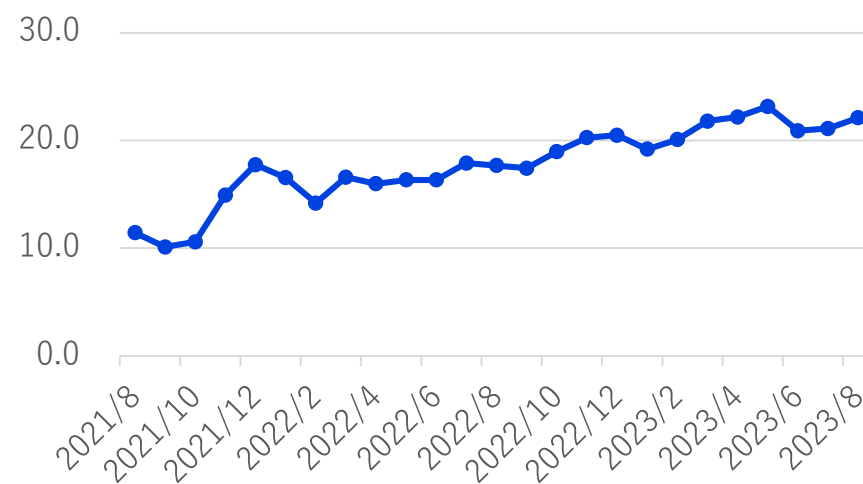
資金繰りDI (※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

	2022年	2023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	▲ 17.1	▲ 15.1	▲ 12.9	▲ 10.6	▲ 12.3	▲ 11.8	▲ 11.6	▲ 13.9
建設	▲ 13.1	▲ 12.8	▲ 10.5	▲ 8.0	▲ 8.8	▲ 6.7	▲ 7.6	▲ 7.6
製造	▲ 17.5	▲ 17.1	▲ 11.8	▲ 13.1	▲ 13.3	▲ 13.6	▲ 12.6	▲ 16.0
卸売	▲ 13.5	▲ 15.2	▲ 10.4	▲ 11.4	▲ 9.5	▲ 9.6	▲ 11.5	▲ 13.6
小売	▲ 23.5	▲ 19.7	▲ 19.0	▲ 14.3	▲ 18.4	▲ 18.5	▲ 16.9	▲ 17.6
サービス	▲ 15.9	▲ 11.0	▲ 11.8	▲ 6.4	▲ 10.0	▲ 8.7	▲ 8.7	▲ 12.6



従業員DI (※DI=「不足」の回答割合-「過剰」の回答割合)

	2022年	2023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	17.7	21.8	22.2	23.2	20.9	21.1	22.1	22.8
建設	29.7	33.6	28.0	33.7	30.0	32.7	33.1	34.4
製造	12.2	15.7	14.9	16.0	12.7	12.7	13.8	14.6
卸売	14.8	17.3	16.7	17.3	15.2	13.9	13.6	14.5
小売	12.2	15.6	15.7	16.6	16.2	15.3	16.4	16.7
サービス	20.7	27.3	34.1	31.7	29.9	30.5	32.0	32.6



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 2,491企業
(有効回答数1,963企業[回答率78.8%])
(内訳)

建設業：414 (有効回答数314企業[回答率75.8%])

製造業：613 (有効回答数500企業[回答率81.6%])

卸売業：293 (有効回答数235企業[回答率80.2%])

小売業：497 (有効回答数408企業[回答率82.1%])

サービス業：674 (有効回答数506企業[回答率75.1%])

調査期間

2023年 8月16日～22日

公表日

2023年 8月31日