



商工会議所 LOBO (早期景気観測)

2023年7月調査結果

2023

7

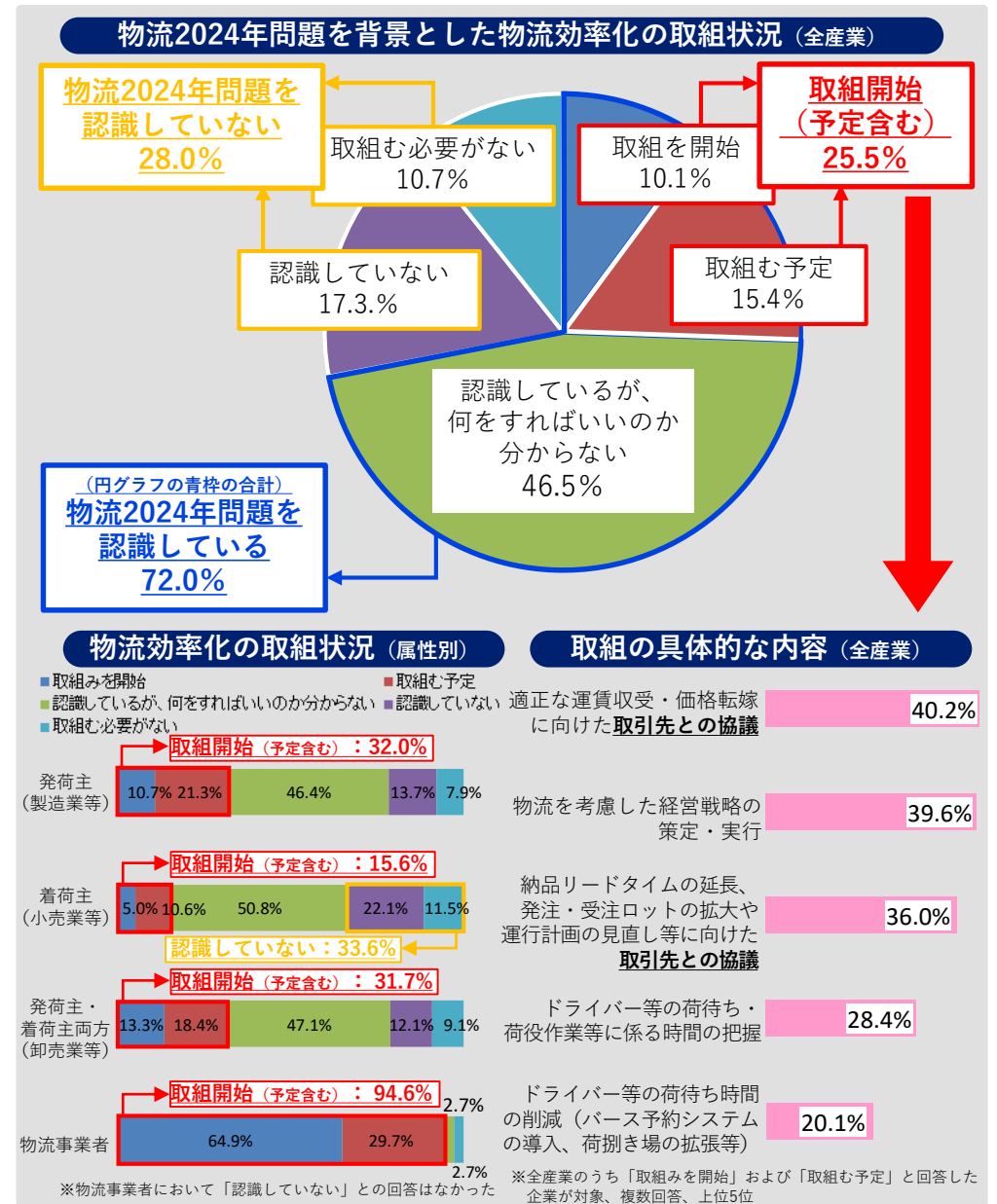
物流2024年問題への対応の動向①

物流2024年問題に対する認識が広がる一方、中小企業の約半数で具体的な対策に着手できていない

- 物流2024年問題（トラックドライバーの時間外労働規制に伴う輸送能力の不足等）について、72.0%の企業は問題を認識しているが、物流効率化に向けた「取組を開始している（予定含む）」と回答した企業は25.5%に留まり、「（問題を）認識しているが、何をすればいいのかわからない」と回答した企業が46.5%に上る。
- 物流における企業の属性別（発荷主、着荷主等）に取組状況を見ると、荷主企業のうち、特に着荷主（小売業等）において、33.6%が物流2024年問題を認識していない状況。
- 物流効率化に向けた「取組を開始している（予定含む）」と回答した企業の具体的な取組内容は、「適正な運賃収受・価格転嫁」や「納品リードタイムの延長、発注・受注ロットの拡大」等に向けた取引先との協議と回答した企業が約4割を占める。続いて、ドライバー等の「荷待ち・荷役作業等に係る時間の把握」が約3割、「荷待ち時間の削減」が約2割となった。
- 物流2024年問題への認識が広がりつつある中で、一部の企業では物流効率化に向けた取組みが開始されている一方、ノウハウ不足等から、多くの中小企業で具体的な対策に着手できていない。

- 年々、得意先が在庫を縮小する傾向にあり、製品を複数回に分けて納品することが増加。物流効率化が必要だが、何から着手すればいいかわからない状況。（焼津 水産食料品製造業）
- 物流効率化に向け、取引先の近隣地域への切替えや、発注システム導入等を実施。今後、近隣の同業者と共に、パレット単位の共同仕入れ等に取り組む予定。（四日市 総合スーパー）

中小企業の声



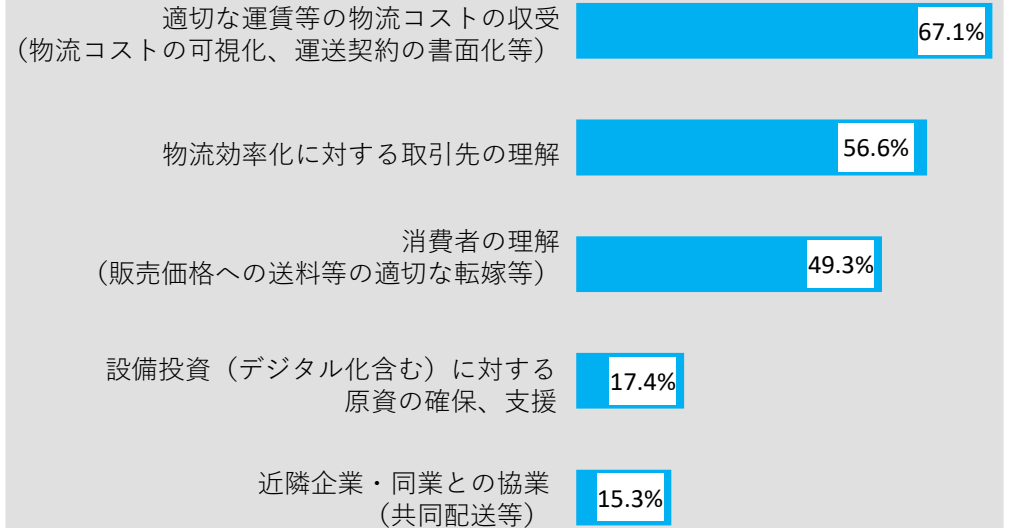
物流2024年問題への対応の動向②

約7割の企業が価格転嫁を課題としており、約4割の企業で取引先や消費者の意識変革への支援を望む

- 持続可能な物流の実現に向け「必要だと考えられること（現在課題となっていること）」については、「適切な物流コストの収受（価格転嫁）」を挙げる企業が67.1%と最も多く、次いで、取引先・消費者の理解が共に5割程度を占める。
- 「国に期待すること（必要な支援策）」については、「物流2024年問題とその影響に関する周知の徹底」が52.4%と最多。このほか、「適正な運賃収受や価格転嫁円滑化」と、「「送料無料」表記の是正等の消費者・取引先の意識変革の促進」に向けた支援策、「物流効率化に向けた企業の設備投資を促すための予算・税制による支援」がそれぞれ約4割を占める。
- 物流効率化の取組は、取引先との共同・サプライチェーン全体での取組が必要であることから、企業からは、特に取引先や消費者の意識変革に向けた支援策を求める声が寄せられている。

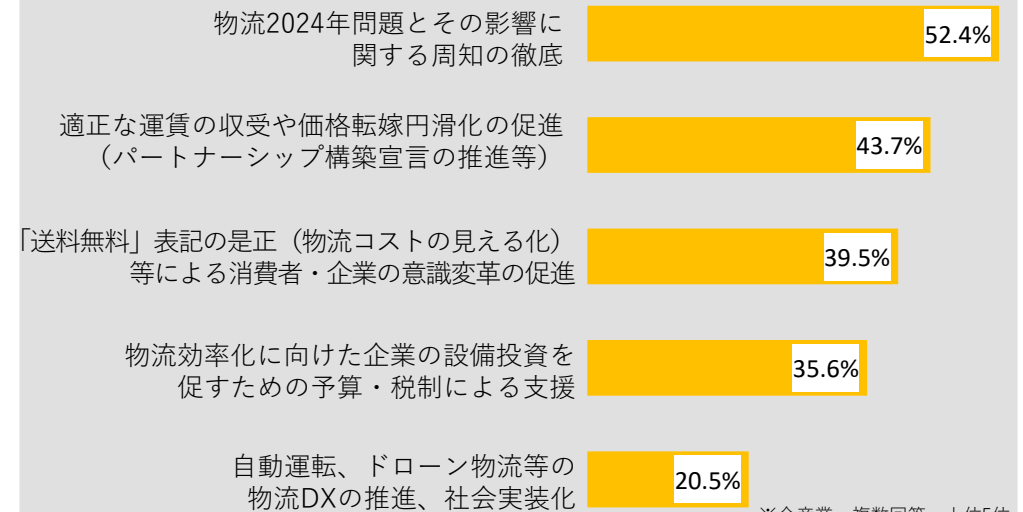
- 中小企業の声**
- 2024年問題は身近に迫っており、すでにトラックドライバーだけでなく、港湾労働者など物流業界全体が人手不足に直面。燃料費もさらに高騰しており、適正運賃の理解が深まらないと今まで通りに物が運べない時代になる。（新南陽 運送業）
 - 青果物は低単価なため、物流コストが末端売価へ与える影響は大きい。量販店・消費者の価格転嫁への理解が進まなければ、卸売等の中間業者が板挟みとなる。（富山 農畜産水産物卸売業）
 - 取引先が大手が多いため、価格交渉が難しく、様々なコストが上昇する中で収益確保が厳しい状況。物流効率化に向け倉庫集約に着手し始めたが、社員の意識改革が課題となっている。（一宮 電気工事業）

必要だと考えられること（現在課題となっていること）



※全産業、複数回答、上位5位

国に期待すること（必要な支援策）



※全産業、複数回答、上位5位

2023年7月の動向

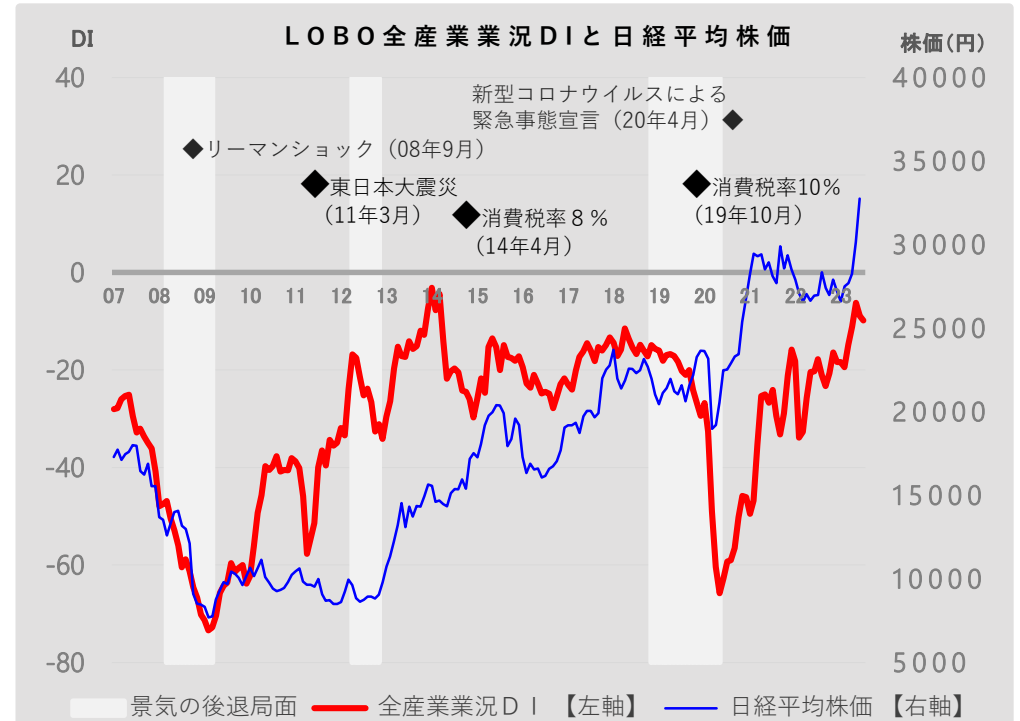
**業況DIは、持ち直しの一服感が続き、ほぼ横ばい
先行きは、期待感伺えるも、コスト増への懸念続く**

● **全産業合計の業況DIは、▲9.8（前月比▲0.9ポイント）**

- 製造業では、国内の設備投資が堅調に推移するほか、挽回生産が進む自動車関連が牽引し、改善した。一方で、建設業では、建設資材やエネルギー価格の高止まりによるコスト負担増で悪化となった。また、小売業・サービス業では、個人消費に一服感が見られる中、天候不順による客足の減少が重なり、悪化した。卸売業でも、輸送費の高騰に加え、小売業・サービス業からの引き合いが減少し、悪化した。
- 経済活動は回復基調が続き、価格転嫁も一部では進捗が見られるが、労務費・販管費の上昇分までの十分な価格転嫁は行えていない。また、需要増に伴う人手不足も深刻化しており、中小企業の業況は、ほぼ横ばいで足踏みしている。

● **先行き見通しDIは、▲12.5（今月比▲2.7ポイント）**

- 夏休み需要の本格化を控え、個人消費やインバウンド需要のさらなる拡大への期待感が伺える。一方、需要増に対する人手不足や、物価高による日用品等の買い控えへの懸念は継続している。また、政府の激変緩和策の段階的縮小でエネルギー価格は上昇傾向にあり、一層のコスト増が危惧されている。海外経済の鈍化による外需の停滞も懸念されており、中小企業の先行きは、慎重な見方が続いている。



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 8~10月
	7月	2月	3月					
全産業	▲ 17.8	▲ 19.4	▲ 14.8	▲ 11.1	▲ 6.2	▲ 8.9	▲ 9.8	▲ 12.5
建設	▲ 28.7	▲ 31.9	▲ 24.5	▲ 23.1	▲ 17.0	▲ 17.8	▲ 19.2	▲ 15.7
製造	▲ 17.9	▲ 18.4	▲ 18.9	▲ 13.9	▲ 9.2	▲ 8.8	▲ 4.1	▲ 10.5
卸売	▲ 18.1	▲ 16.4	▲ 22.4	▲ 15.0	▲ 11.0	▲ 13.2	▲ 20.9	▲ 20.4
小売	▲ 25.2	▲ 25.9	▲ 19.5	▲ 15.9	▲ 13.8	▲ 16.7	▲ 18.5	▲ 20.4
サービス	▲ 4.1	▲ 8.6	2.8	5.6	11.9	4.7	2.4	▲ 2.4

業種別の動向

前月と比べたDI値の動き



公共工事は受注増が継続しているものの、技術者の高齢化や深刻な人手不足の継続に加え、建設資材・エネルギー価格の高止まりや2024年問題への対応の本格化に伴う負担増で、悪化。

- 「事業承継を契機に、会社全体の若返りを図るべく、中堅の即戦力人材や新卒の採用を重点的に実施。あわせて働き方改革に向けて労働時間の管理を強化する等、生産性を高めていくよう改善を図っている」(大工工事業)
- 「2024年問題への対応が本格化する中、具体的な対応が追いついていない。他社・他業種の動向を参考に残業規制等への取組を進めていく」(一般工事業)



エネルギー価格の高騰によるコスト負担増は継続しているものの、国内における非製造業を中心とした設備投資需要が堅調に推移する他、部品の供給制約の緩和により挽回生産が進む自動車関連が全体を牽引し、改善。

- 「収益が改善してきたため、生産性向上に向けた情報端末を導入し、IT化を実施。今後は情報管理に向けた社内教育や、関連資格の取得を奨励し、機密情報に関する社員の意識向上に努める」(工業用プラスチック製品製造業)
- 「受注数の増加に加え、材料供給も安定しており、売上は伸び始めている。エネルギー価格の高騰による収益圧迫が課題である」(自動車・付属品製造業)



政府の激変緩和策の段階的な縮小による輸送費等のコスト増に加え、猛暑等の天候不順で客足が減少した小売業・サービス業からの引き合いが減少したほか、一部地域での大雨の影響による物流の停滞も重なり、悪化。

- 「経済活動が回復したことで、観光需要も増加しており、土産品関連の包装資材の受注が増加している。一方で、物価高の影響で日用品や内食関連の受注は低下しており、総じてみると厳しい状況が続いている」(包装資材卸売業)
- 「天候不順の影響で供給・価格が安定しない品目が多発しており、売上が安定しない状況が続いている」(農畜産水産物卸売業)



インバウンド需要の増加で百貨店では売上が引き続き好調な一方、物価高による日用品の買い控えや電気代等のコスト負担増が全体を下押しし、悪化。事業者からは、猛暑や大雨の影響で客足が減少し、売上が低下したとの声が聞かれた。

- 「仕入価格の上昇に加え、光熱費も高騰しており、コストは増加が続いているが、物価高で消費者の購買意欲が低下している中で販売価格に転嫁することは難しい。また、連日の猛暑で客足も減少しており、来客数も客単価も落ち込んでいる」(総合スーパー)
- 「輸送費が上昇しており、コストが増加している。効率的な配送計画を実施し、省エネに努めていく」(家具小売業)



飲食・宿泊・観光業を中心に客足は回復基調が継続も、需要増に伴う人手不足や電気代等のコスト負担増が重荷となり、悪化。事業者からは、夏休み需要の本格化を控え、個人消費の拡大に伴う売上増加を期待する声が聞かれた。

- 「近隣のイベントも再開され、国内旅行需要の回復でほぼ満室の稼働となっている。夏休みも本格的にスタートするため、さらなる売上増加を期待している。一方で、従業員は全体的に不足しているため、採用を進めているが、進捗が良くない」(宿泊業)
- 「観光需要が回復する中で、働き方改革への対応が課題。2024年問題への対応として、労働時間管理システムを導入した」(一般乗用旅客自動車運送業)

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。小売業では、仕入価格や電気代の高騰で採算は悪化したものの、インバウンド・国内観光需要の回復で客足が伸びた百貨店が牽引し、売上が改善した。サービス業でも、観光需要の回復で、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、夏休み需要の本格化により、8月末まで高い稼働率で推移する見込みであるという声が聞かれた。



東北

東北は、悪化。サービス業では、コロナ禍からの挽回消費の一服のほか、天候不順もあり、客足が減少した飲食店を中心に売上・採算が減少した。卸売業では、飲食店からの引き合いが減少した食料品関係を中心に、売上・採算が悪化した。秋田県では、今年14日に記録的大雨によって広い範囲で浸水が発生し、店舗・事業所内の清掃や設備機器の入替のため、長期間の臨時休業をせざるを得ないという声も聞かれた。



北陸信越

北陸信越は、悪化。卸売業では、エネルギー価格の高騰によるコスト増に加え、民間工事の受注減による影響を受けた建築材料関係を中心に、採算が悪化した。物流コストの増加を、販売価格になかなか転嫁できないという声も聞かれた。サービス業では、観光需要は回復している一方、物価高で地元客の節約志向が高まっており、生活関連の業種を中心に売上・採算が悪化した。



関東

関東は、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しているほか、住宅工事の受注も持ち直しつつあり、売上・採算が改善した。製造業では、国内の設備投資需要が堅調に推移していることで、金属製品や電気機械器具などの引き合いが増加し、採算が改善した。経済活動の回復に伴って生産量は高い水準にあるが、経営者自身が現場対応に追われるなど、人手不足が深刻だという声も聞かれた。



東海

東海は、ほぼ横ばい。建設業では、住宅をはじめとした民間工事の受注が減少し、売上・採算が悪化した。製造業では、半導体不足の緩和で生産が回復する自動車関連を中心に、売上・採算が改善した。一方、コスト増加分の価格転嫁について、一定の範囲内での値上げであれば受け入れてもらえるものの、一定以上の値上げをしてしまうと販売数量が減ってしまうという声も聞かれた。



関西

関西は、ほぼ横ばい。小売業では、物価高で地元客の節約志向が高まっており、商店街を中心に、売上・採算が悪化した。卸売業では、インバウンド・国内観光需要の回復によって、飲食店からの引き合いが増加した食料品関係を中心に、売上・採算が改善した。京都市で開催された祇園祭では、見どころである「山鉾巡行」が4年ぶりに通常開催されるなど、賑わいを見せた。

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。建設業では、2018年に発生した西日本豪雨の復旧工事が一巡するなど、公共工事の受注が減少傾向にあるほか、民間工事では持家住宅の受注が減少する中、資材価格の高騰が重なり、採算が悪化した。卸売業では、エネルギー価格の高騰によるコスト増や、建設業からの引き合い減少によって、建築材料関係を中心に売上が悪化した。



四国

四国は、ほぼ横ばい。製造業では、コロナ禍からの挽回消費の一服によって、飲食店の客足が伸び悩んでおり、引き合いが減少した食料品関係を中心に売上が悪化した。サービス業では、観光需要の回復で宿泊業が堅調に推移し、採算が改善した。旅館業の事業者からは、宴会需要がコロナ禍前の7~8割くらいまで戻ってきているという声が聞かれた。



九州

九州は、ほぼ横ばい。小売業では、高付加価値商品の販売が好調な百貨店が堅調に推移し、採算が改善した。建設業では、住宅をはじめとした民間工事の受注が減少傾向にあり、売上・採算が悪化した。九州北部では今月10日に記録的大雨があり、近年豪雨災害が多発するなかで防災対策を進めてはいたものの、今回の豪雨は想定以上であり、事業所や車への浸水を防ぎきれなかったという声が聞かれた。

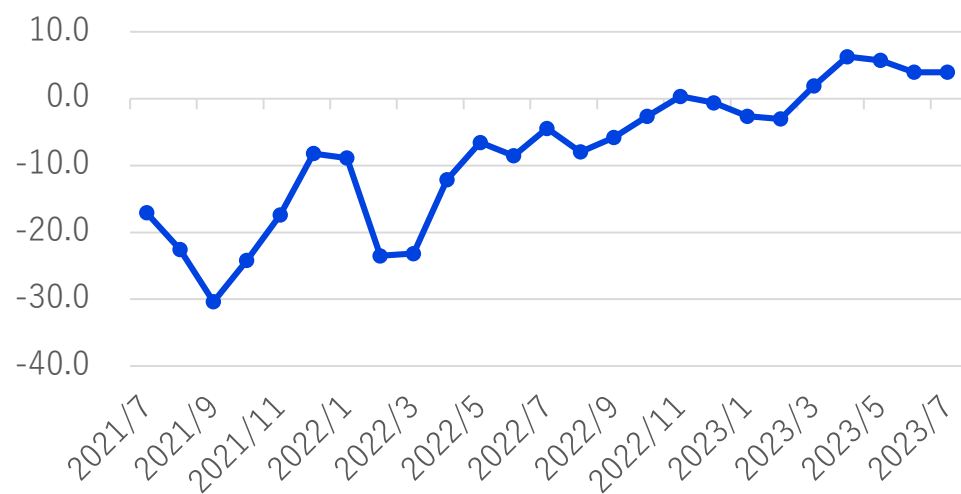
	2022年	2023年						先行き 見通し
	7月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8~10月
全国	▲ 17.8	▲ 19.4	▲ 14.8	▲ 11.1	▲ 6.2	▲ 8.9	▲ 9.8	▲ 12.5
北海道	▲ 8.7	▲ 14.7	▲ 10.3	▲ 10.6	▲ 7.5	▲ 8.3	▲ 6.7	▲ 9.2
東北	▲ 30.1	▲ 28.6	▲ 13.1	▲ 10.4	▲ 6.3	▲ 8.8	▲ 15.2	▲ 18.1
北陸信越	▲ 10.4	▲ 17.9	▲ 13.9	▲ 3.3	▲ 5.0	▲ 14.9	▲ 19.2	▲ 21.5
関東	▲ 13.8	▲ 18.0	▲ 12.1	▲ 9.1	▲ 0.8	▲ 5.6	▲ 4.6	▲ 9.6
東海	▲ 23.9	▲ 27.5	▲ 20.2	▲ 12.6	▲ 3.7	▲ 6.3	▲ 5.4	▲ 8.4
関西	▲ 19.4	▲ 14.2	▲ 19.2	▲ 18.9	▲ 12.1	▲ 10.1	▲ 10.3	▲ 13.8
中国	▲ 13.9	▲ 16.0	▲ 15.0	▲ 10.6	▲ 12.8	▲ 13.5	▲ 19.7	▲ 19.7
四国	▲ 21.4	▲ 23.8	▲ 20.8	▲ 18.8	▲ 14.3	▲ 11.4	▲ 12.2	▲ 14.6
九州	▲ 21.5	▲ 10.7	▲ 11.5	▲ 8.3	▲ 8.9	▲ 10.6	▲ 10.0	▲ 7.1

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)

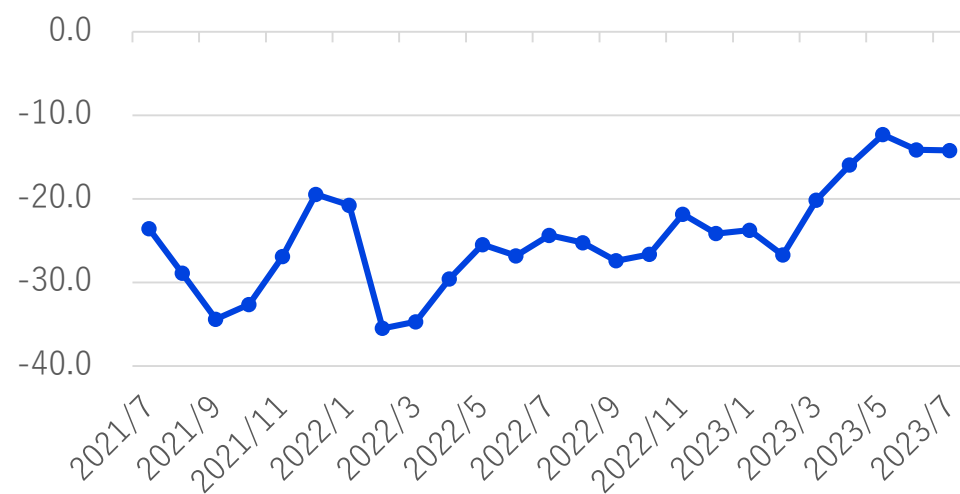
	2022年	2023年						先行き見通し
	7月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8~10月
全産業	▲4.4	▲3.0	1.9	6.3	5.7	4.0	4.0	▲2.0
建設	▲19.5	▲22.4	▲11.9	▲13.8	▲13.6	▲15.6	▲14.4	▲6.4
製造	▲5.0	▲1.6	1.2	8.4	9.9	13.3	9.2	▲0.8
卸売	▲1.7	2.2	0.0	4.2	5.5	1.6	0.0	▲5.7
小売	▲9.5	▲8.6	▲6.8	2.2	▲3.8	▲4.9	▲1.7	▲4.9
サービス	8.9	10.0	19.4	21.5	21.6	15.0	16.4	3.6



採算DI

(※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

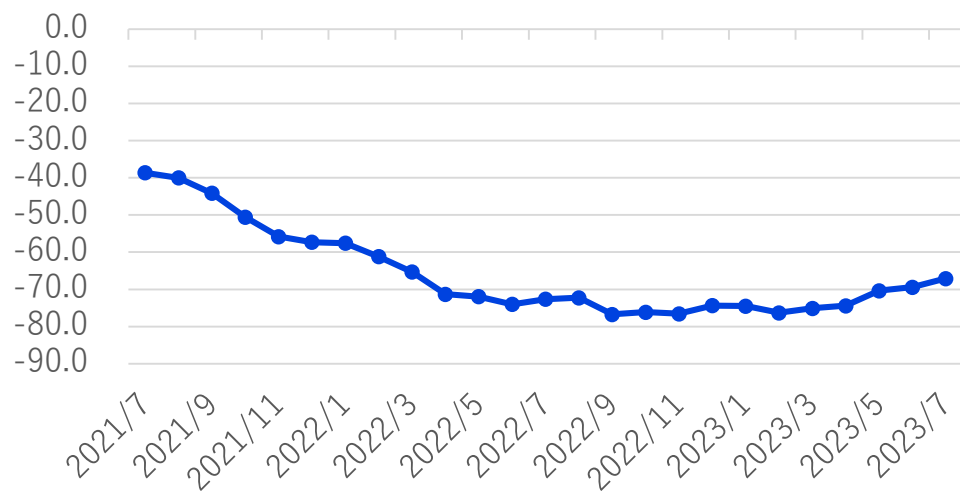
	2022年	2023年						先行き見通し
	7月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8~10月
全産業	▲24.4	▲26.7	▲20.1	▲16.0	▲12.3	▲14.1	▲14.2	▲16.2
建設	▲33.1	▲37.2	▲26.6	▲25.8	▲26.0	▲22.2	▲26.6	▲20.2
製造	▲28.4	▲29.5	▲25.5	▲21.2	▲14.2	▲14.0	▲12.1	▲15.0
卸売	▲18.6	▲20.4	▲20.3	▲16.7	▲13.1	▲14.8	▲17.0	▲19.6
小売	▲26.6	▲28.4	▲23.4	▲18.8	▲16.4	▲17.6	▲16.7	▲22.4
サービス	▲15.3	▲18.7	▲8.1	▲1.4	1.9	▲6.1	▲5.3	▲8.5



参考：DI時系列表

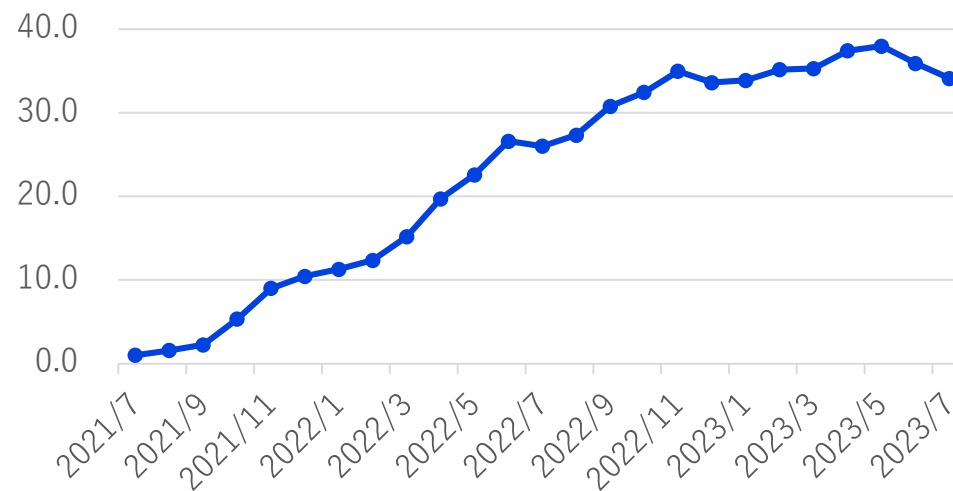
仕入単価DI (※DI=「下落」の回答割合-「上昇」の回答割合)

	2022年	2023年						先行き見通し
	7月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8~10月
全産業	▲72.7	▲76.3	▲75.1	▲74.4	▲70.4	▲69.4	▲67.1	▲59.1
建設	▲86.4	▲81.4	▲84.4	▲83.1	▲76.8	▲74.1	▲75.0	▲63.5
製造	▲82.1	▲82.0	▲78.7	▲76.5	▲73.3	▲69.6	▲68.4	▲52.2
卸売	▲70.0	▲73.0	▲73.0	▲64.6	▲67.1	▲67.1	▲57.4	▲56.1
小売	▲64.4	▲75.6	▲74.2	▲77.6	▲68.4	▲71.3	▲69.7	▲68.0
サービス	▲62.3	▲69.5	▲67.4	▲68.7	▲66.5	▲66.0	▲63.2	▲57.6



販売単価DI (※DI=「上昇」の回答割合-「下落」の回答割合)

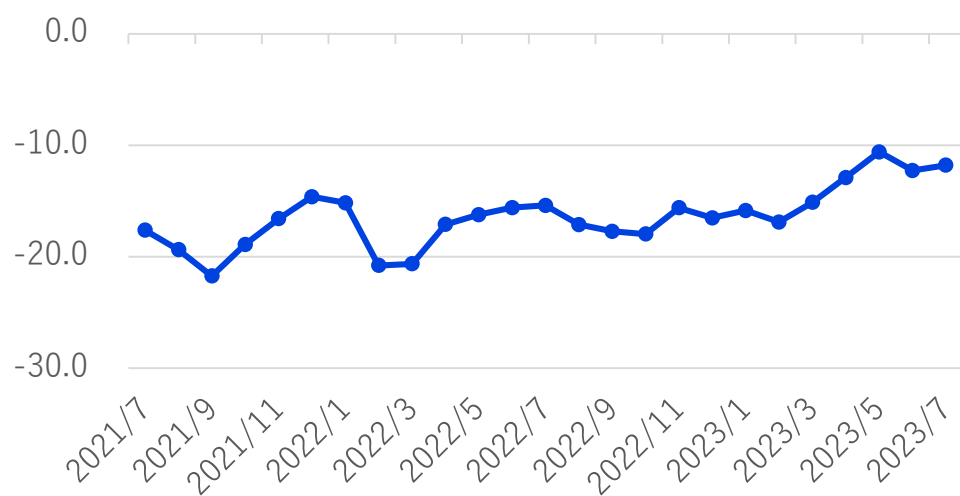
	2022年	2023年						先行き見通し
	7月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8~10月
全産業	26.0	35.2	35.3	37.4	38.0	35.9	34.1	26.3
建設	25.7	26.8	26.6	29.8	31.6	28.4	29.8	21.5
製造	31.9	38.3	39.4	40.6	43.3	38.4	39.2	22.8
卸売	41.4	52.2	48.9	49.6	48.1	44.0	40.4	36.1
小売	29.2	48.4	47.0	48.4	45.1	46.1	44.8	42.1
サービス	10.6	18.9	21.2	24.1	26.3	26.2	20.2	15.6



参考：DI時系列表

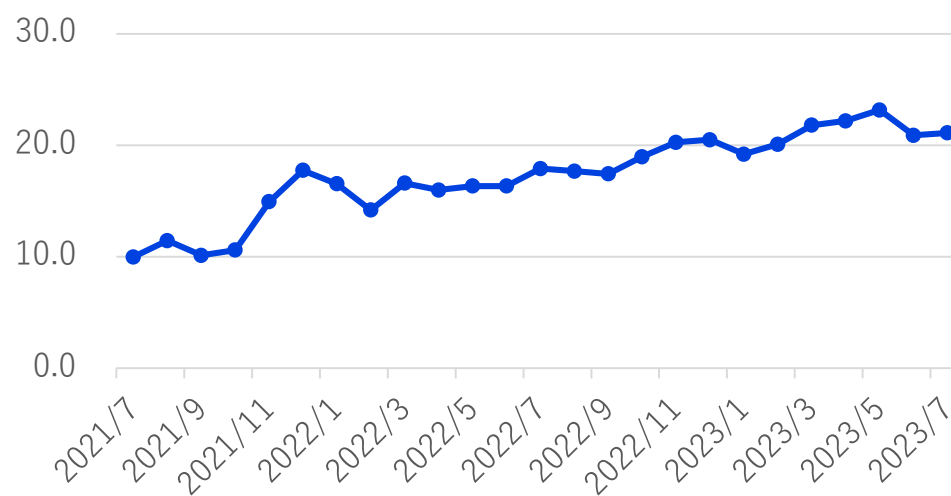
資金繰りDI (※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

	2022年	2023年						先行き見通し
	7月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8~10月
全産業	▲15.4	▲16.9	▲15.1	▲12.9	▲10.6	▲12.3	▲11.8	▲12.9
建設	▲9.8	▲11.4	▲12.8	▲10.5	▲8.0	▲8.8	▲6.7	▲9.3
製造	▲14.2	▲18.4	▲17.1	▲11.8	▲13.1	▲13.3	▲13.6	▲14.2
卸売	▲10.5	▲6.6	▲15.2	▲10.4	▲11.4	▲9.5	▲9.6	▲8.7
小売	▲25.7	▲24.0	▲19.7	▲19.0	▲14.3	▲18.4	▲18.5	▲21.2
サービス	▲13.9	▲17.9	▲11.0	▲11.8	▲6.4	▲10.0	▲8.7	▲8.9



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
	7月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8~10月
全産業	17.9	20.1	21.8	22.2	23.2	20.9	21.1	22.2
建設	27.8	33.8	33.6	28.0	33.7	30.0	32.7	34.6
製造	10.9	13.6	15.7	14.9	16.0	12.7	12.7	13.1
卸売	17.3	15.5	17.3	16.7	17.3	15.2	13.9	14.3
小売	13.2	15.1	15.6	15.7	16.6	16.2	15.3	16.7
サービス	22.6	24.1	27.3	34.1	31.7	29.9	30.5	31.9



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 2,497企業
(有効回答数1,966企業[回答率78.7%])
(内訳)

建設業：418 (有効回答数312企業[回答率74.6%])

製造業：609 (有効回答数513企業[回答率84.2%])

卸売業：293 (有効回答数230企業[回答率78.5%])

小売業：502 (有効回答数406企業[回答率80.9%])

サービス業：675 (有効回答数505企業[回答率74.8%])

調査期間

2023年7月13日～20日

公表日

2023年7月31日

今月の調査協力商工会議所一覧

