

TDB 景気動向調査(全国) — 2022 年 7 月調査 —

2022 年 8 月 3 日

株式会社帝国データバンク 情報統括部

https://www.tdb.co.jp

景気動向オンライン https://www.tdb-di.com

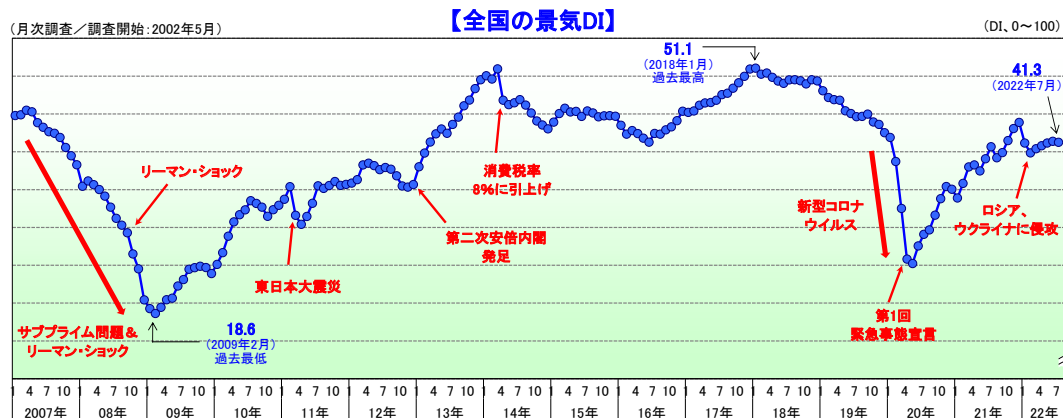
国内景気は小幅ながら 5 カ月ぶりに悪化

～ 相次ぐ値上げのなかで感染者数の急増が追い打ち ～

(調査対象 2 万 5,723 社、有効回答 1 万 1,503 社、回答率 44.7%、調査開始 2002 年 5 月)

調査結果のポイント

- 2022 年 7 月の景気 DI は前月比 0.1 ポイント減の 41.3 となり、5 カ月ぶりに悪化した。国内景気は、季節需要が一部で表れたものの、感染者数の増加にともなう個人消費関連の下押しが響き、小幅ながら 5 カ月ぶりに悪化した。今後の景気は、下押し圧力が強まるなかで、おおむね横ばい傾向で推移していくと見込まれる。
- 『製造』『建設』など 6 業界が改善した一方、『小売』『サービス』など 4 業界が悪化した。自動車など『製造』の生産がやや上向いた一方、新型コロナウイルス感染症の再拡大を受けて、個人向けサービスが再び下押しされた。また、新規感染者数の増加による出社制限など、雇用面への影響が表れる業種もみられた。
- 10 地域中 4 地域が悪化、4 地域が改善、2 地域が横ばい。東京 23 区など感染者数が急増した地域の景況感が下振れとなった。また GoTo キャンペーンなど全国旅行支援の延期で国内旅行の伸び悩みもみられた。規模別では、「大企業」が 3 カ月ぶり、「中小企業」「小規模企業」はいずれも 5 カ月ぶりに悪化した。



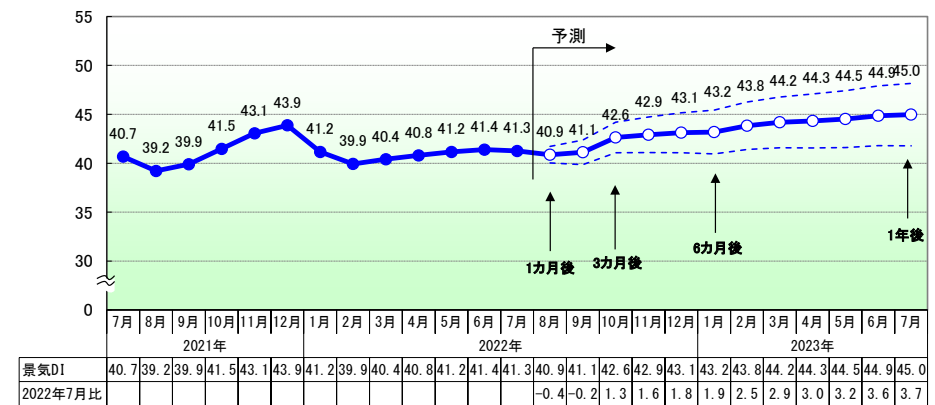
< 2022 年 7 月の動向 : 小幅に悪化 >

2022 年 7 月の景気 DI は前月比 0.1 ポイント減の 41.3 となり、5 カ月ぶりに悪化した。

7 月の国内景気は、新型コロナウイルスの感染者数が 1 日当たり 20 万人を超えるなど再び増加、行動制限が回避されたなかでも慎重な消費行動や出社人数の制限などを受けた。食品など生活必需品の相次ぐ値上げで消費者心理の冷え込みが続いた。さらに原油や LNG 価格の高止まりなど「新型コロナウイルスの影響と石油価格の高騰で、ダブルパンチの影響がでている」(ガソリンスタンド)といった声にあるように、前月に上向いた小売業や対面型サービスが落ち込んだ。一方で、猛暑により冷房器具の販売や設置工事などが活発だったほか、半導体業界は好調が続いた。国内景気は、季節需要が一部で表れたものの、感染者数の増加にともなう個人消費関連の下押しが響き、小幅ながら 5 カ月ぶりに悪化した。

< 今後の見通し : 下押し圧力が強まるなか、おおむね横ばい傾向 >

今後 1 年間程度の国内景気は、ロシア・ウクライナ情勢の行方のほか、原油・原材料価格の高止まりや円安の進行、物価上昇や供給制約の継続、新型コロナの感染動向、人手不足、米欧中経済の下振れ懸念など、不透明な経済状況のなかで推移するとみられる。なかでも、食品などの値上げにともなう節約志向の高まりは個人消費を抑制する要因となり得る。また、電力需給の逼迫状況も懸念材料となろう。他方、個人サービス関連の回復とともに、自動車の挽回生産、各種経済対策の執行などはプラス材料となる。今後の景気は、下押し圧力が強まるなかで、おおむね横ばい傾向で推移していくと見込まれる。



※景気予測DIは、ARIMAモデルに経済統計を加えたStructuralARIMAモデルで分析。破線は予測値の幅(予測区間)を示している

業界別:新型コロナウイルスの再拡大を受け、個人向けサービスが下押し

・『製造』など6業界が改善した一方、『小売』『サービス』など4業界が悪化した。新型コロナウイルス感染症の再拡大を受けて、特に個人向けサービスが再び下押しされた。

・『サービス』(44.4) …前月比1.5ポイント減。5カ月ぶりの悪化。新型コロナウイルスの感染者数が再び増加するなか、「飲食店」(同4.0ポイント減)や「旅館・ホテル」(同3.0ポイント減)がそれぞれ5カ月ぶりに悪化した。「第7波ともいわれる感染拡大の影響から、観光客の動きが悪い」(飲食店)や「期待されていた全国旅行支援が延期になり、夏旅は期待薄。どん底だった2020年、21年よりはましだが採算分岐には遠く及ばない状況」(旅館)といった声があがった。また、「最近の第7波拡大により、再び広告主側が硬化しており、厳しい状況が続いている」(広告代理店)など、「広告関連」(同3.0ポイント減)も大きな悪化幅となった。『サービス』は全15業種中12業種が悪化した。

・『小売』(35.7) …同1.0ポイント減。5カ月ぶりに悪化。価格の抑制策が継続するもののガソリン価格の高止まりが続くなか、ガソリンスタンドなどが含まれる「専門商品小売」(同1.1ポイント減)は4カ月ぶりの悪化。また、「半導体不足などにより商品供給が停滞しており、新車の売上げが当初計画より大幅に落ち込んでいる」(自動車(新車)小売)など「自動車・同部品小売」(同4.0ポイント減)も悪化が続いた。さらに、「新型コロナウイルスの感染者数の増加で、職場での業務量をこなせるスタッフが確保できていない状態」(医薬品小売)など、新規感染者数の増加による雇用面への影響もみられる。

・『製造』(41.3) …同0.5ポイント増。3カ月ぶりに改善。依然として原材料などの供給制約による影響はみられるものの、「7月以降受注が回復。新型コロナウイルス前に戻る」(自動車部分品・付属品製造)といった声もあり、「輸送用機械・器具製造」(同3.5ポイント増)が大きく回復。さらに、「原材料の供給不安から、先食い受注が多く入っている」(樹脂フィルム等加工)など、「化学品製造」(同0.7ポイント増)も4カ月ぶりに改善した。また、企業からは「極端な円安は決して日本経済に良くはないが、国内に生産拠点のある輸出関連の企業は恩恵を受けている」(電子応用装置製造)といった声も聞かれた。

・『建設』(43.1) …同0.6ポイント増。3カ月連続で改善。「半導体の不足などで溜まっていたバックオーダーが動き出している。猛暑の影響もあり、客先からもメーカーや品番の指定が無い」(冷暖房設備工事)など、猛暑の影響でエアコンの設置工事が活発となった。また、「物件量がかかなり増え、材料の値上がり分の価格転嫁も出来ている」(鉄骨工事)といった声も聞かれた。他方、「元請け事業者は値上げ交渉に応じる気配がない」(一般管工事)など、下請けの企業で価格転嫁が難しい様子もみられる。

		21年 7月	8月	9月	10月	11月	12月	22年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	前月比	
農・林・水産		38.5	37.0	38.1	41.1	42.6	38.2	38.7	36.4	34.8	35.0	37.6	34.7	36.3	1.6	
金融		42.8	39.7	41.5	43.0	43.3	43.8	41.9	41.6	42.5	41.1	42.7	42.3	41.9	▲ 0.4	
建設		42.7	42.5	43.7	44.7	45.4	45.2	43.3	42.5	42.8	41.8	42.2	42.5	43.1	0.6	
不動産		41.8	39.4	42.6	43.6	44.7	46.7	42.9	42.6	42.8	43.2	44.7	45.9	44.7	▲ 1.2	
製造	飲食料品・飼料製造	35.5	32.8	34.1	38.1	39.6	40.8	35.4	33.4	34.2	36.4	37.6	37.8	36.7	▲ 1.1	
	繊維・繊維製品・服飾品製造	31.0	29.3	28.2	30.2	31.4	34.1	31.6	31.7	33.0	34.6	33.8	34.4	36.1	1.7	
	建材・家具・窯業・土石製品製造	42.5	41.2	42.7	43.7	44.9	46.4	44.1	42.7	41.1	41.7	41.1	40.4	40.8	0.4	
	パルプ・紙・紙加工品製造	37.2	36.6	36.2	39.3	41.4	42.9	40.2	36.4	37.2	40.3	38.3	37.4	37.5	0.1	
	出版・印刷	27.4	25.6	27.1	29.4	30.2	32.1	28.6	29.5	29.6	30.7	30.3	29.7	29.1	▲ 0.6	
	化学品製造	46.3	45.0	41.9	42.6	45.7	46.7	44.5	42.3	42.7	42.3	41.7	41.1	41.8	0.7	
	鉄鋼・非鉄・鉱業	46.4	45.1	43.8	44.2	45.9	46.4	44.6	43.8	42.6	42.1	40.9	41.2	42.9	1.7	
	機械製造	45.9	46.6	46.2	47.2	47.8	49.1	47.7	46.7	46.7	45.9	46.9	46.3	46.3	0.0	
	電気機械製造	46.8	45.9	45.8	47.5	47.0	48.5	46.6	46.1	44.3	44.8	44.3	44.8	44.7	▲ 0.1	
	輸送用機械・器具製造	50.6	48.2	37.6	37.7	43.4	45.6	41.6	39.9	40.0	38.1	37.6	36.8	40.3	3.5	
	精密機械・医療機械・器具製造	50.5	50.9	50.8	50.4	49.8	53.0	52.0	49.5	47.1	46.8	48.2	48.8	48.5	▲ 0.3	
その他製造	37.6	33.9	35.3	35.5	36.9	41.1	35.9	36.1	35.4	37.3	39.2	38.1	37.8	▲ 0.3		
全 体		42.7	41.5	40.7	42.1	43.6	45.1	42.5	41.2	40.9	41.2	41.0	40.8	41.3	0.5	
卸売	飲食料品卸売	31.3	29.1	29.8	33.0	36.9	38.2	32.7	30.1	32.6	36.2	37.3	37.1	37.0	▲ 0.1	
	繊維・繊維製品・服飾品卸売	22.8	21.2	22.4	24.5	27.4	29.3	27.6	24.9	25.4	28.7	31.4	31.3	29.9	▲ 1.4	
	建材・家具・窯業・土石製品卸売	37.8	37.7	39.6	39.9	42.6	42.4	40.0	39.7	40.5	38.6	38.1	38.3	38.6	0.3	
	紙類・文具・書籍卸売	31.2	29.2	29.6	31.8	35.0	34.2	32.7	31.9	34.6	33.8	34.2	32.8	33.0	0.2	
	化学品卸売	42.4	40.7	42.2	44.2	45.3	45.3	43.2	41.9	43.5	42.3	42.3	41.6	43.5	1.9	
	再生資源卸売	53.7	51.4	51.8	53.4	52.9	52.8	45.8	50.5	53.2	54.0	47.5	41.4	40.9	▲ 0.5	
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売	41.1	41.1	41.6	41.6	43.2	45.2	42.3	40.5	41.1	40.3	40.0	39.7	39.3	▲ 0.4	
	機械・器具卸売	43.1	41.3	41.8	42.6	44.4	44.7	42.8	42.4	41.9	42.5	42.0	42.9	43.1	0.2	
	その他の卸売	36.6	33.0	34.4	37.8	39.7	40.1	36.3	33.7	35.5	37.3	37.8	38.1	37.7	▲ 0.4	
	全 体		38.3	36.6	37.6	39.1	41.3	41.8	39.0	37.7	38.6	39.2	39.4	39.4	39.5	0.1
小売	飲食料品小売	37.5	36.0	33.1	38.0	39.7	41.1	36.5	36.3	38.6	37.7	41.8	42.7	40.3	▲ 2.4	
	繊維・繊維製品・服飾品小売	25.0	21.4	21.5	27.9	34.1	40.0	31.8	23.8	30.6	33.6	33.9	33.6	37.7	4.1	
	医薬品・日用雑貨品小売	32.5	33.3	34.6	45.8	37.5	38.4	36.0	32.1	36.8	32.1	38.9	40.1	37.1	▲ 3.0	
	家具類小売	36.9	34.6	32.2	35.6	34.5	42.9	35.6	29.8	30.6	39.2	34.3	39.8	35.2	▲ 4.6	
	家電・情報機器小売	37.7	33.8	33.8	34.6	35.9	35.5	32.3	30.2	33.0	33.7	34.7	34.0	36.7	2.7	
	自動車・同部品小売	40.5	36.8	37.2	35.9	37.8	36.5	35.0	33.5	34.7	35.1	37.1	36.4	32.4	▲ 4.0	
	専門商品小売	34.3	32.6	31.7	32.8	33.5	36.0	33.3	30.9	29.9	31.3	33.1	34.3	33.2	▲ 1.1	
	各種商品小売	35.6	27.3	33.0	35.9	38.0	37.5	36.2	32.6	34.0	36.4	39.9	37.8	40.2	2.4	
	その他の小売	35.7	37.0	35.4	31.7	37.9	43.3	40.0	40.0	43.9	34.7	41.0	39.7	36.9	▲ 2.8	
	全 体		35.4	32.7	32.6	34.8	36.0	37.7	34.4	31.9	33.3	34.0	36.4	36.7	35.7	▲ 1.0
運輸・倉庫		36.3	36.0	35.8	37.1	39.1	40.3	37.7	35.5	35.4	36.6	37.2	37.1	37.8	0.7	
サービス	飲食店	19.7	14.8	15.2	27.8	31.4	34.7	24.2	16.9	23.8	32.8	34.3	38.0	34.0	▲ 4.0	
	電気通信	42.9	39.6	41.7	50.0	40.5	41.7	46.7	50.0	48.5	50.0	53.0	56.0	47.0	▲ 9.0	
	電気・ガス・水道・熱供給	40.8	44.4	45.8	42.6	38.9	39.7	40.0	37.5	33.3	35.7	40.6	34.3	37.7	3.4	
	リース・賃貸	41.0	37.4	39.6	43.9	44.9	44.8	42.0	41.0	40.2	42.0	43.3	44.9	40.8	▲ 4.1	
	旅館・ホテル	13.0	10.0	10.4	22.6	30.2	29.5	12.9	12.8	18.1	28.3	33.0	33.3	30.3	▲ 3.0	
	娯楽サービス	34.8	29.2	29.0	34.0	36.7	38.4	33.3	31.2	35.1	35.6	38.9	41.6	40.7	▲ 0.9	
	放送	42.2	38.9	39.2	49.1	48.1	46.9	45.8	47.6	44.4	43.9	43.3	41.7	43.3	1.3	
	メンテナンス・警備・検査	41.9	41.6	44.0	44.3	45.3	45.7	42.3	40.2	42.3	43.1	42.5	44.2	42.2	▲ 2.0	
	広告関連	27.5	26.8	29.5	32.4	36.8	37.7	32.7	31.5	36.4	36.9	34.8	37.3	34.3	▲ 3.0	
	情報サービス	48.2	46.7	48.5	50.5	51.2	52.5	50.1	50.2	51.1	50.8	50.8	52.0	51.5	▲ 0.5	
	人材派遣・紹介	41.9	38.4	41.9	39.7	44.3	43.3	45.1	41.4	44.4	45.7	47.6	45.7	46.5	0.8	
	専門サービス	47.3	44.4	45.5	47.9	49.2	50.3	47.2	46.2	46.9	48.1	48.1	49.6	48.7	▲ 0.9	
	医療・福祉・保健衛生	42.1	41.1	41.4	42.8	45.7	43.2	42.4	41.0	42.5	44.5	44.4	43.5	42.5	▲ 1.0	
	教育サービス	40.3	37.5	39.0	43.5	39.1	43.2	39.7	40.2	37.8	39.6	35.6	40.1	38.8	▲ 1.3	
	その他サービス	37.4	34.7	39.2	40.6	41.7	42.4	39.3	36.9	39.3	42.1	42.7	42.8	42.4	▲ 0.4	
	全 体		41.5	39.1	41.1	43.6	45.3	46.1	42.8	41.4	43.1	44.5	44.8	45.9	44.4	▲ 1.5
その他			34.7	35.3	35.6	38.0	39.6	40.5	36.3	37.3	38.7	36.8	38.1	35.6	36.6	1.0
格差（10業界別『その他』除く）		7.4	9.8	11.1	9.9	9.4	9.0	8.9	10.7	9.8	10.5	8.4	11.2	9.0	▲	

※網掛けなしは前月比改善または増加、黄色の網掛けは前月比横ばい、青色の網掛けは前月比悪化または減少を示す

規模別:「中小企業」と「小規模企業」がいずれも5カ月ぶりに悪化

- ・「大企業」が3カ月ぶり、「中小企業」「小規模企業」はいずれも5カ月ぶりに悪化した。大手企業で夏物衣類が好調だった一方で、中小零細企業などでは人流の抑制が響いた。
- ・「大企業」(43.4) …前月比0.1ポイント減。3カ月ぶりに悪化。燃料価格の高騰により自動車貨物運送の厳しさが続いたほか、「飲食店」が大幅に下落。一方、夏物衣料の販売が好調だったアパレル小売のほか、半導体関連の機械や設備が好調な鉄鋼卸売などが上向いた。
- ・「中小企業」(40.8) …同0.2ポイント減。5カ月ぶりに悪化。新車自動車の小売販売は、納車時期の長期化や納期の変更など、厳しい市場環境が続いた。一方、海外旅行関連や海運業などでは、一部で上向く兆しが表れてきた。
- ・「小規模企業」(39.7) …同0.3ポイント減。5カ月ぶりに悪化し、再び40を下回った。「飲食店」は増加しかけた人流が再び抑制されたなかで、継続する仕入価格の上昇が下押し要因となった。また、新型コロナにともなう出社人数の制限なども悪材料となった。

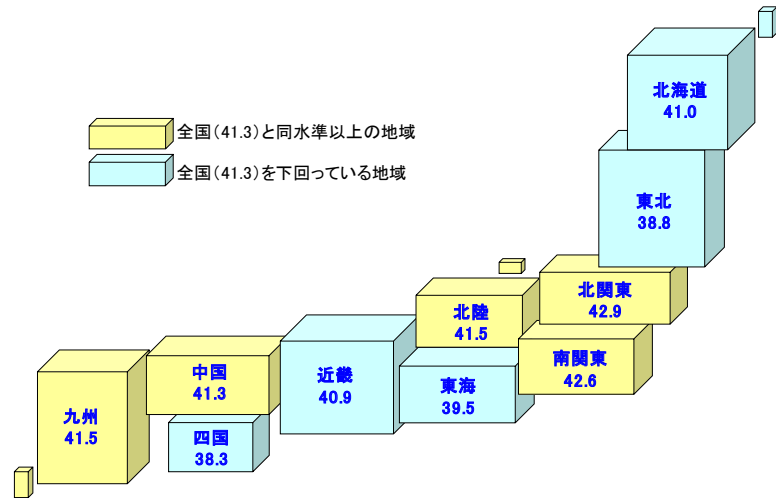
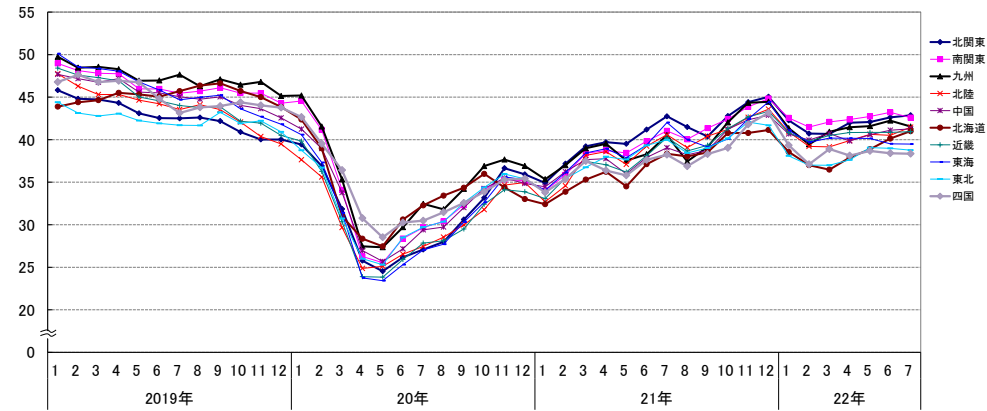
	21年7月	8月	9月	10月	11月	12月	22年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	前月比
大企業	42.9	41.4	42.5	43.8	45.7	45.9	44.0	42.9	43.4	43.1	43.5	43.5	43.4	▲0.1
中小企業	40.2	38.8	39.4	41.0	42.5	43.5	40.6	39.3	39.8	40.3	40.7	41.0	40.8	▲0.2
(うち小規模企業)	38.4	37.4	38.7	40.0	41.3	42.1	39.1	37.9	38.4	38.9	39.5	40.0	39.7	▲0.3
格差(大企業-中小企業)	2.7	2.6	3.1	2.8	3.2	2.4	3.4	3.6	3.6	2.8	2.8	2.5	2.6	

※網掛けなしは前月比改善または増加、黄色の網掛けは前月比横ばい、青色の網掛けは前月比悪化または減少を示す

地域別:改善4地域と悪化4地域で二分、旅行支援策の延期で伸び悩みも

- ・『南関東』『九州』など10地域中4地域が悪化、『北海道』など4地域が改善、『東海』『近畿』の2地域が横ばい。東京23区など感染者数が急増した地域の景況感が下振れとなった。またGoToキャンペーンなど全国旅行支援の延期で国内旅行の伸び悩みもみられた。
- ・『南関東』(42.6) …前月比0.6ポイント減。5カ月ぶりに悪化。域内1都3県のうち「埼玉」が改善した一方、「千葉」「東京」「神奈川」が悪化した。「再度の感染拡大のスピードが速すぎる」(ビルメンテナンス) など、感染者数の急増が景況感を大きく下押しした。
- ・『九州』(41.5) …同0.7ポイント減。5カ月ぶりに悪化。すべての規模がそろって落ち込んだなか、域内8県中6県が悪化した。国内旅行客が伸び悩んだ「娯楽サービス」のほか、「卸売」は5カ月ぶりに悪化し、再び40を下回った。
- ・『北海道』(41.0) …同0.9ポイント増。4カ月連続で改善。「中小企業」と「小規模企業」がそろって改善した。「原木が不足しているため、原木価格が高値で取引される」(木材・竹材卸売) など木材関連の景況感が上向いたほか、「小売」「運輸・倉庫」なども改善した。

地域別グラフ(2019年1月からの月別推移)



	21年7月	8月	9月	10月	11月	12月	22年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	前月比
北海道	38.3	38.0	38.5	40.8	40.8	41.1	38.6	37.0	36.5	37.9	38.9	40.1	41.0	0.9
東北	40.0	38.4	39.0	40.2	42.1	41.7	38.1	37.0	37.0	37.6	39.1	39.0	38.8	▲0.2
北関東	42.7	41.5	40.4	42.8	44.4	45.0	42.3	40.7	40.7	42.0	42.1	42.6	42.9	0.3
南関東	41.0	40.0	41.4	42.4	43.9	44.8	42.6	41.5	42.1	42.4	42.7	43.2	42.6	▲0.6
北陸	40.6	39.1	40.4	41.2	42.6	43.6	40.9	39.2	39.2	39.9	40.6	40.5	41.5	1.0
東海	42.0	40.0	39.1	40.1	42.4	44.4	41.1	39.7	40.2	40.2	40.1	39.5	39.5	0.0
近畿	40.3	38.7	39.3	41.3	42.7	43.3	40.8	39.8	40.5	40.8	40.9	40.9	40.9	0.0
中国	39.0	38.2	38.7	41.2	42.3	42.9	40.7	40.0	40.7	39.8	40.6	41.1	41.3	0.2
四国	38.2	36.9	38.3	39.0	41.8	43.2	39.3	37.1	38.9	38.1	38.7	38.4	38.3	▲0.1
九州	40.5	37.4	39.1	42.0	44.3	44.5	41.3	39.5	40.9	41.5	41.6	42.2	41.5	▲0.7
格差	4.5	4.6	3.1	3.8	3.6	3.9	4.5	4.5	5.6	4.8	4.0	4.8	4.6	

※網掛けなしは前月比改善または増加、黄色の網掛けは前月比横ばい、青色の網掛けは前月比悪化または減少を示す

業界別の景況感企業の声1(農・林・水産～製造)

業界名				現在	先行き
	5月	6月	7月		
農・林・水産	37.6 ▲	34.7 ▼	36.3 ▲	○ 観光農園を軸に経営しており、今期のいちご狩りの売り上げは新型コロナウイルス下にも関わらず、過去最高の売り上げとなった(施設野菜作農) ○ ウッドショックによる木材価格の高騰(素材生産サービス) × 輸入配合飼料が通常の倍近い価格で、作れば作るほど赤字(養鶏) × 米の価格が今までにないほど下落した(米作農業)	○ 2023年度以降、案件の引き合いが多数発生している(園芸サービス) ○ 不安要素はあるものの業績が上向いてきて安定している(果樹作農) × 生乳の消費量に比べて生産量が大きく上回っている。需給バランスで価格が低下しても補助金などで淘汰が進められず、状況が進展しない(酪農) × コスト高の影響が続く(養豚)
金融	42.7 ▲	42.3 ▼	41.9 ▼	○ カード利用が新型コロナウイルス前に戻りつつある(クレジットカード) × 取引先の条件変更や代位弁済が増加傾向にある(信用金庫・同連合会) × マイナス金利政策の長期化による資金利益の減少、他業種から銀行業界への参入と経営環境は厳しさを増している。新型コロナウイルス対応貸出巡により資金ニーズは乏しく、一般事業性貸出は減少傾向にある(普通銀行)	○ 海外旅行需要の復活(クレジットカード) × セーフティネット貸付の返済が始まると、支払の厳しい先が増えてくる(事業者向け貸金) × 新型コロナウイルスやウクライナの影響により取引先の業況が悪化し、信用コストが増加する懸念がある。低金利環境も継続が予想される(信用金庫・同連合会)
建設	42.2 ▲	42.5 ▲	43.1 ▲	○ 半導体の不足などで溜まっていたバックオーダーが動き出している。猛暑の影響もあり、客先からもメーカーや品番の指定が無い(冷暖房設備工事) ○ 物件量がかなり増え、材料の値上がり分の価格転嫁も出来ている(鉄骨工事) ○ 前期までに比べ、各得意先企業からの見積もり依頼がかなり増えており、これにともない、受注も増加傾向にある(電気配線工事) ○ 工事が豊富にある。材料費が多少上がっているが、受注金額は現状維持または微増で、影響は少ない(左官工事) × 資材高騰の影響がいよいよ鮮明になってきた。元請け事業者は値上げ交渉に応じる気配がない(一般管工事) × 受注競争激化のため、価格競争が厳しい(建築工事)	○ 2023年も工事は減少しないと予測している(左官工事) ○ リニア関連のインフラ工事が具体的に実行され、案件が増加する(一般土木建築工事) ○ 現在、建設業界は都心部を中心に再開発事業が繁忙期であり、周辺地域においても設備の更新等で工事が増えている。現状の資材供給不足が解消されれば更に建設業界は繁忙状況になる(電気配線工事) × 原材料の高騰と発注側の予算に乖離がある。またこの状況を受け、発注を控えている感がある(金属製建具工事) × 少子化により学校施設の閉鎖や統廃合が進んでいる(とび工事) × 材料の高騰などが経営を圧迫し、好転の兆しが見えない(土工・コンクリート工事)
不動産	44.7 ▲	45.9 ▲	44.7 ▼	○ 民間大型工場、物流倉庫の建設が多い。一次産業とくに酪農業の経営が順調、港湾物流が大きく、釧路への単身者、短期滞在者が増加している(貸家) ○ TSMC進出の影響を受け、賃貸や売買が活況(不動産管理) × 東京都の不動産業界としての景況感は悪い。在庫などが全体的に不足している状況にある(土地売買) × 資材高騰で建築価格が上昇し、施主の希望金額との開きが大きい(貸事務所)	○ 成約には至らなくても、空室に対する引き合いがある(貸事務所) ○ TSMC進出の好影響を受ける(不動産管理) × 建築原価の高騰分を販売価格に転嫁できなくなり、売れ行きが悪くなる。あわせて住宅ローン金利が上昇すると予想される(建物売買) × 金利上昇に対する警戒感から、不動産の動きが悪くなる(貸家) × 金融機関の不動産融資について慎重論が多い(不動産代理・仲介)
製造	41.0 ▼	40.8 ▼	41.3 ▲	○ 7月以降受注が回復。新型コロナウイルス前に戻る(自動車部分品・付属品製造) ○ 原材料の供給不安から、先食い受注が多く入っている(樹脂フィルム等加工) ○ 半導体業界が活発で、足元の受注はある程度確保できている(製缶版金) ○ サプライチェーン停滞の問題は深刻であるが、半導体分野、自動車分野の設備投資意欲は強い。極端な円安は決して日本経済に良くはないが、国内に生産拠点のある輸出関連の企業は恩恵を受けている(電子応用装置製造) × 原材料、資材の価格高騰にも関わらず、大手メーカーが牽制しあい、価格改定が進まず、中小零細企業に影響している。スーパー、量販店に価格改定を申し入れた承が取れても、他社への切り替えが行われる(豆腐・油揚げ製造) × 自動車メーカーの減産が継続し、回復の目途が立たない。原材料、エネルギー価格の上昇もすぐに価格変更できず、収益率が低下している(金属製品塗装)	○ EV化も含め自動車関連の景気は必ず回復する(プラスチック成形材料製造) ○ 自動車販売店の受注在庫は確保されており、諸問題が緩和、解決されれば、受注は徐々に回復していく(自動車駆動・操縦・制動装置製造) ○ 大阪万博に向けて仕事が増えてくる(建設用金属製品製造) ○ 潜在需要が1年後にはかなり顕在化すると判断(工業用ゴム製品製造) × 紙、インクなど原材料の高騰も競争過多により、すぐに価格転嫁できない状況。イベントなども中止、延期され印刷物の受注が減少している(印刷) × 電力や原材料、物流費の高騰、物価の上昇による企業の収益悪化と、消費者心理の冷え込み、第7波の景気へのダメージを非常に心配している(調味料製造) × 部品の供給が極端に悪く、製品の納品ができない状態が続く。この状態は1年間続くと思われる(開閉装置・配電盤・電力制御装置製造)

【判断理由】○=良いと判断した理由△=どちらでもない理由×=悪いと判断した理由

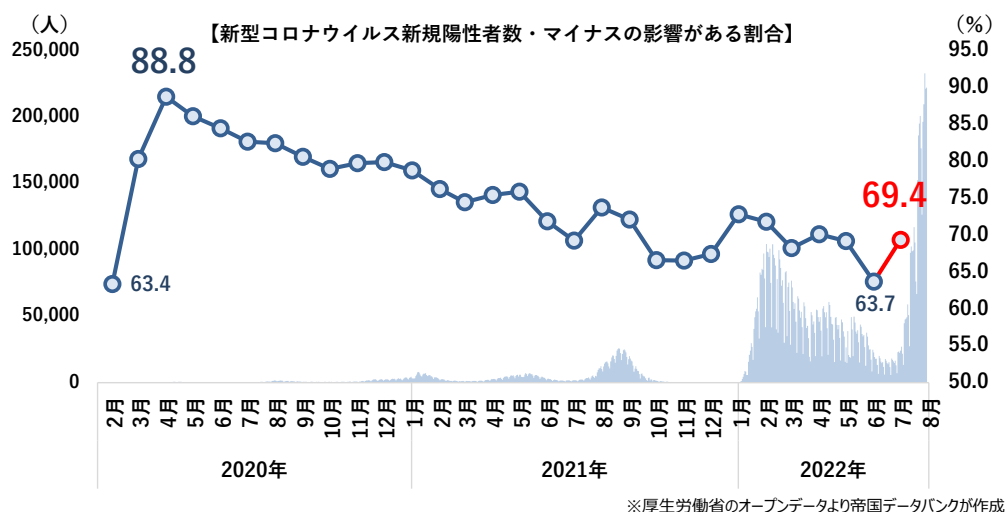
業界別の景況感企業の声2(卸売～サービス)

業界名				現在	先行き
	5月	6月	7月		
卸売	39.4 ▲	39.4 ▲	39.5 ▲	○ 内外からの注文が回復している(化学製品卸売) ○ 上海のロックダウンの影響で国内生産が増えた(建設用石材・窯業製品卸売) ○ 観光客が徐々に戻ってきている(菓子・パン類卸売) ○ 補助金利用も多いが、設備投資へ本格的に再考が進んできている。引き合い自体が多くなってきた(特殊産業用機械機器卸売) × 自動車減産の影響で売上計画が未達となり、在庫が増加し価格が高騰している(鉄鋼卸売) × サバ、アジなどの水揚げ量の減少、海上運賃の高値張り付き(生鮮魚介卸売) × 新車が入ってこない。中古車も価格上昇と在庫が不足(自動車卸売)	○ 設備投資はそれなりに増加すると見込む。それに伴い設備の修理や更新需要は増加する(一般機械器具卸売) ○ TSMCの半導体工場建設にともなう需要が起こる(事務用機械器具卸売) ○ 大規模イベントの開催予定があるので、良くなってくると期待(各種商品卸売) × 仕入価格の上昇。また、光熱費の上昇による買い控えが予測される(酒類卸売) × コロナ融資の返済がそろそろはじまる。返済できずに倒産する同業者や得意先が出てくる(婦人・子供服卸売) × 薬価改定により販売価格が低下しており、2023年4月にも中間年改定により販売価格が低下する(医薬品卸売)
小売	36.4 ▲	36.7 ▲	35.7 ▼	○ 猛暑でエアコンを中心に夏物商品が好調(家庭用電気機械器具小売) ○ 気温が高くなり、夏商材の販売が好調(男子服小売) ○ 人流が戻り、前年同月と比べても売り上げが増加している(各種商品小売) × 新型コロナウイルスの陽性者の増加で、職場での業務量をこなせるスタッフが確保できていない状態(医薬品小売) × 半導体不足などにより商品供給が停滞しており、新車の売り上げが当初計画より大幅に落ち込んでいる(自動車(新車)小売) × 新型コロナウイルスの影響と石油価格の高騰で、ダブルパンチの影響がでている(ガソリンスタンド)	○ 自動車の生産遅れも徐々に解消はされ、新型車も多数出てくる時期となり販売も回復していく(自動車(新車)小売) ○ 新型コロナウイルスが落ち着き、人の動きが活発になる。半年後は新型コロナウイルス対応の薬に期待(婦人・子供服小売) × 秋以降、小麦粉や油脂など、広い範囲で輸入物価がさらに上がる懸念がある。それにともなう値上げもなかなか難しく、売り上げに影響がでる(料理品小売) × 輸入業のため、円安が継続すると厳しい(情報家電機器小売) × キャンプブームの代わりになるムーブメントがない。キャンプ用品の在庫過多は当分の間この業界の足を引っ張る(スポーツ用品小売)
運輸・倉庫	37.2 ▲	37.1 ▼	37.8 ▲	○ 部門ごとに好不調はあるものの、全体的に景気は良くなってきており、それにともなって仕事が増加している(港湾運送) ○ 新型コロナウイルス以降、初めて海外出張の取扱いがあったり、新規団体旅行の申し込みも入るようになってきている(旅行業代理店) × 電力料金、資材高騰など、経営環境が悪化している(普通倉庫) × 新型コロナウイルスの影響もあるが、高齢化により人材不足が続いている(一般乗用旅客自動車運送) × 消費が芳しくないのか輸送量は減少傾向。燃料に加え、車両価格やタイヤも値上がりし、コストの転嫁が急務だがなかなか進まない(一般貨物自動車運送)	○ 成長している分野の顧客が多い(利用運送) ○ 新型コロナウイルスの第7波も、経済への影響は局所化され、景気は順調に進む(港湾運送) ○ 海外旅行が再開し、徐々に売り上げが回復すると想定している(一般旅行) × 円安やインフレ傾向により景気動向が心配。人手不足は深刻度を増し、2024年問題も近づくなか、業界の持続可能性に赤信号が灯る(一般貨物自動車運送) × BA5オミクロン株の感染者数が急激に増加するなか、若干名感染によって乗務できない乗務員も出てきている(一般乗用旅客自動車運送) × 新型コロナウイルス、ウクライナ情勢に関わる影響が不透明(こん包)
サービス	44.8 ▲	45.9 ▲	44.4 ▼	○ 感染状況の有無に関わらず対面化が進んでいる。新型コロナウイルス下での取組が奏功し、受注環境もゆっくりではあるが改善している(労働者派遣) ○ 2021年度比で250%を超える来客数、売り上げ増加(特殊浴場) ○ 新型コロナウイルスに関する規制緩和で、イベントなどの開催が秋以降一気に増加しており受注が増加している(ラジオ放送) × 第7波ともいわれる感染拡大の影響から、観光客の動きが悪い(飲食店) × 期待されていた全国旅行支援が延期になり、夏旅は期待薄。どん底だった2020年、2021年よりはみしたが、採算分岐には遠く及ばない状況(旅館) × 5月末くらいから案件が復活し良い兆しも見えたが、最近の第7波拡大により、再び広告主側が硬化しており、厳しい状況が続いている(広告代理店)	○ アフターコロナに対し、企業が人材教育に対してリスキリングも含めて積極的になり、今後コンサルティング投資が増加すると見込まれる(経営コンサルタント) ○ 空港検疫の簡略化が進んで、海外の一般の旅行者の出入国がスムーズになり、旅行需要の回復の見通しが明確になる(旅館) ○ インボイス対応などの法改定による、システム需要が多くなる(パッケージソフト) × 企業の倒産はコロナ関連支援策で小康状態が続いているが、貨物運送の倒産が1社発生、引当増となった。今後連鎖倒産が心配(総合リース) × 当面、電力の仕入価格は高止まりする(電気事業所) × 飲食・サービス業務の活動が復活すれば人員の確保の奪い合いになり、ますます人員不足が進展する(ビルメンテナンス)

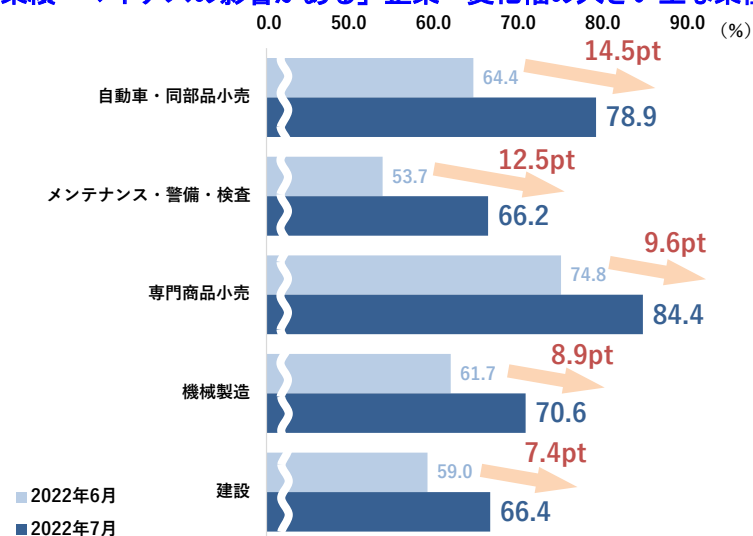
【判断理由】○＝良いと判断した理由△＝どちらでもない理由×＝悪いと判断した理由

今月のポイント（１）新型コロナウイルスの影響

- 新型コロナウイルス感染症により、業績へ「マイナスの影響がある」とした企業は69.4%（前月比5.7ポイント増）となり3カ月ぶりに上昇。
- 業種別では、「自動車・同部品小売」（同14.5ポイント増）や「メンテナンス・警備・検査」（同12.5ポイント増）、「機械製造」（同8.9ポイント増）などで前月より大幅に上昇がみられた。
- 一部でプラスがみられるも、第7波による感染者や濃厚接触者の急増を受け、人手不足による生産の停滞など業務に支障を来している。



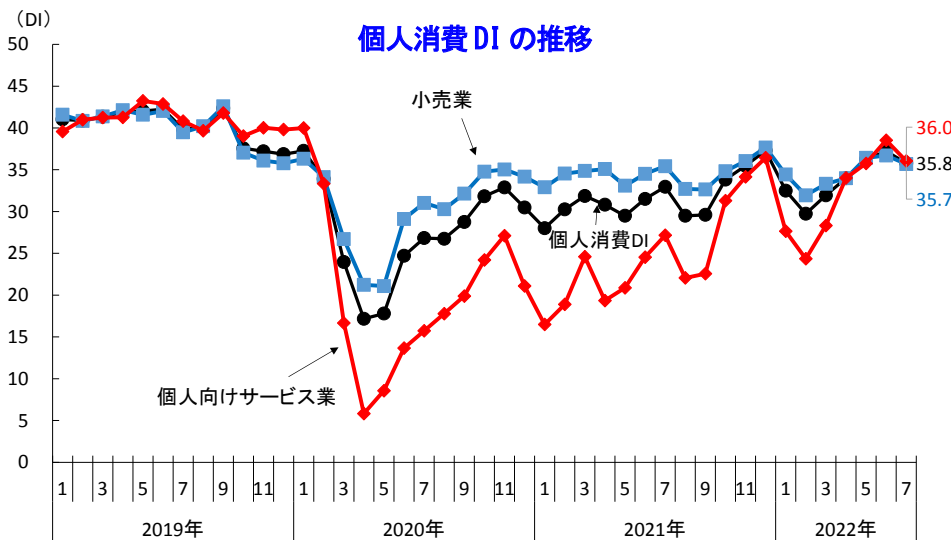
業績「マイナスの影響がある」企業～変化幅の大きい主な業種～



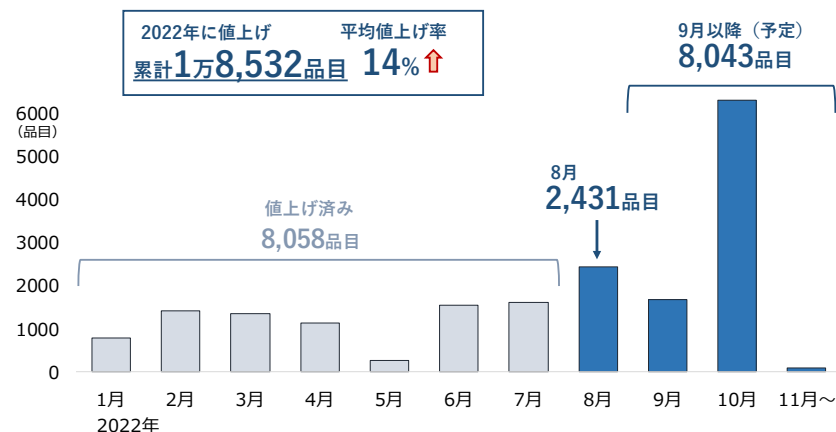
業績への影響	コメント	業種
プラスの影響がある	家庭内食で美味しさと経済性を再認識された。今後いかに傾向を持続させるか、発展させるかが業界全体の課題である	めん類製造
	展示会や対面営業が制約されるなか、ウェブサイトやウェビナーなどのデジタルコンテンツの充実を図ったところ、問い合わせ増に繋がってきた	電気機械器具卸売
	リアルショップ中心からネット販売に中心を移行したことにより、業績が改善した	婦人・子供服小売
	在宅ワーク、リモートワーク促進のためネットワーク環境の提供支援が増加する見込み	国内電気通信
マイナスの影響がある	社内でクラスターが発生し、一週間ほど作業所が閉鎖した。また、抗原検査キットなどかなりの出費になり苦慮している	電気配線工事
	人手不足のなか従業員が濃厚接触者などに該当し、ますます人手が不足している	土木工事
	自宅感染する事で症状が判明しない内に社内に菌が持ち込まれ、クラスター現象が起き、会社全体が回らない状況になっている	一般管工事
	中国のロックダウン、その他世界的な工場稼働停止による部材確保の難しさによる生産の滞りで、売り上げ見通せない	電気計測器製造
	大手自動車メーカーの工場操業の停止から増産といった生産の波が大きく、従業員の雇用確保の難しさが最も大きな問題	自動車操縦装置製造
	スタッフに陽性者、濃厚接触者が出て、業務量を減らさなければならない状況が発生	医薬品小売業
	新型コロナ感染者および主に同居家族感染による自宅待機者が大幅に増えており、操業に支障を来している	特別積合せ貨物運送
	従業員の感染により、通常業務が停止する懸念が常にある。臨時的な人員確保も厳しい状況にある。	ごみ収集運搬

今月のポイント（２）個人消費関連業種の動向

- 『小売』および「飲食店」「旅館・ホテル」「娯楽サービス」「教育サービス」を総合した景気DIである個人消費DIは5カ月ぶりに悪化。
- 食品主要105社において7月末時点で8,058目が値上げ、8月以降も1万品超の値上げが予定され、年内で2万品目を突破する見込み。



2022年の食品値上げ（7月31日時点）品目数



個人消費関連の業種の企業の声	業種
新型コロナウイルスの再拡大に伴い、外出を控える傾向が再度出てきているため、夜間帯の人流が若干ではあるが減りつつある	菓子小売
新型コロナウイルスが収まっていないため、幼稚園・保育園で欠席者多数	料理品小売
回復していた来客数、売上金額がまた減少に転じてしまった。今後の感染拡大が心配	靴小売
気温が高くなり、夏商材の販売が好調	男子服小売
新型コロナウイルス感染症拡大による軽症患者の受診抑制。調剤併設ドラッグストアの台頭	医薬品小売
新車納期の遅延による売り逃しや、下取車不足など、悪循環に陥っている	自動車（新車）小売
アフターコロナの雰囲気があり、人の動きもあった。しかし、また7月後半から冷やかな空気感を感じている	酒場、ビヤホール
7月に入り新型コロナウイルスが再び急拡大。期待していた「全国旅行支援」も延期となり、大幅な需要増が無くなった	旅館
当社は前期にかなり回復したので上昇の兆しは見えているが、業界としてはまだまだ新型コロナウイルス下の会員数減少が回復しているとは言えず、閉鎖される店舗も見受けられる	フィットネスクラブ
イベントは再開したが、新型コロナウイルスの感染拡大により参加率の低下、またキャンセルも多数発生している	個人教室

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万5,723社、有効回答企業1万1,503社、回答率44.7%)

(1) 地域

北海道	576	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,327
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	769	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,978
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	874	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	790
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,266	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	379
北陸(新潟 富山 石川 福井)	598	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	946
合 計			11,503

(2) 業界(10業界51業種)

農・林・水産	164	小売	飲食料品小売業	91
金融	180		繊維・繊維製品・服飾品小売業	53
建設	1,872		医薬品・日用雑貨品小売業	35
不動産	416		家具類小売業	18
製造	飲食料品・飼料製造業	(624)	家電・情報機器小売業	59
	繊維・繊維製品・服飾品製造業		自動車・同部品小売業	109
	建材・家具・窯業・土石製品製造業		専門商品小売業	199
	パルプ・紙・紙加工品製造業		各種商品小売業	46
	出版・印刷		その他の小売業	14
	化学品製造業			
(2,929)	鉄鋼・非鉄・鉱業	サービス	運輸・倉庫	529
	機械製造業		飲食店	100
	電気機械製造業		電気通信業	11
	輸送用機械・器具製造業		電気・ガス・水道・熱供給業	19
	精密機械・医療機械・器具製造業		リース・貸貸業	118
	その他製造業		旅館・ホテル	49
卸売	飲食料品卸売業	(1,943)	娯楽サービス	81
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業		放送業	19
	建材・家具・窯業・土石製品卸売業		メンテナンス・警備・検査業	198
	紙類・文具・書籍卸売業		広告関連業	104
	化学品卸売業		情報サービス業	490
	再生资源卸売業		人材派遣・紹介業	67
(2,800)	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売業	その他	専門サービス業	318
	機械・器具卸売業		医療・福祉・保健衛生業	104
			教育サービス業	40
	その他の卸売業		その他サービス業	225
合 計				46
				11,503

(3) 規模

大企業	1,844	16.0%
中小企業	9,659	84.0%
(うち小規模企業)	(3,669)	(31.9%)
合 計	11,503	100.0%
(うち上場企業)	(247)	(2.1%)

2. 調査事項

- ・景況感(現在)および先行きに対する見通し
- ・経営状況(売り上げ、生産・出荷量、仕入れ単価・販売単価、在庫、設備稼働率、従業員数、時間外労働時間、雇用過不足、設備投資意欲)および金融機関の融資姿勢について

3. 調査時期・方法

2022年7月15日～7月31日(インターネット調査)

景気動向指数(景気 DI)について

■TDB 景気動向調査の目的および調査項目

全国企業の景気判断を総合した指標。国内景気の実態把握を目的として、2002年5月から調査を開始。景気判断や企業収益、設備投資意欲、雇用環境など企業活動全般に関する項目について全国2万5千社以上を対象に実施している月次統計調査(ビジネス・サーベイ)である。

■調査先企業の選定

全国全業種、全規模を対象とし、調査協力の承諾が得られた企業を調査先としている。

■DI 算出方法

DI(ディフュージョン・インデックス(Diffusion Index))は、企業による7段階の判断に、それぞれ以下の点数を与え、これらを各選択区分の回答数に乘じて算出している。

選択区分	非常に良い	良い	やや良い	どちらともいえない	やや悪い	悪い	非常に悪い
点数	6	5	4	3	2	1	0
各区分の回答数	N ₆	N ₅	N ₄	N ₃	N ₂	N ₁	N ₀

$$\text{景気DI} = \frac{(\text{各区分点数} \times \text{各区分回答数}) \text{の合計}}{\text{有効回答数 } N} \times \frac{1}{6} \times 100 = \frac{\sum_{i=0}^6 i \times N_i}{N} \times \frac{1}{6} \times 100$$

景気DIは、50を境にそれより上であれば「良い」、下であれば「悪い」を意味し、**50が判断の分かれ目**となる(小数点第2位を四捨五入)。また、企業規模の大小に基づくウェイト付けは行っており、**「1社1票」**で算出している。

■企業規模区分

企業の多様性が増すなか、資本金や従業員数だけでは計りきれない実態の把握を目的に中小企業基本法に準拠し、全国売上高ランキングデータを加え下記の通り区分している。

業界	大企業	中小企業(小規模企業を含む)	小規模企業
製造業その他の業界	「資本金3億円を超える」かつ「従業員数300人を超える」	「資本金3億円以下」または「従業員300人以下」	「従業員20人以下」
卸売業	「資本金1億円を超える」かつ「従業員数100人を超える」	「資本金1億円以下」または「従業員数100人以下」	「従業員5人以下」
小売業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員50人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員50人以下」	「従業員5人以下」
サービス業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員100人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員100人以下」	「従業員5人以下」

注1: 中小企業基本法で小規模企業を除く中小企業に分類される企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが上位3%の企業を大企業として区分

注2: 中小企業基本法で中小企業に分類されない企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが下位50%の企業を中小企業として区分

注3: 上記の業種別の全国売上高ランキングは、TDB産業分類(1,359業種)によるランキング

■景気予測DI

景気DIの先行きを予測する指標。ARIMAモデルに、経済統計やTDB景気動向調査の「売り上げDI」、「設備投資意欲DI」、「先行き見通しDI」などを加えたstructural ARIMAモデルで分析し、景気予測DIを算出している。

【問い合わせ先】株式会社帝国データバンク 情報統括部

担当：窪田、池田、杉原、石井 Tel：03-5919-9343 e-mail：keiki@mail.tdb.co.jp

©TEIKOKU DATABANK, LTD. 2022

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。