

業界別: 8 業界が改善。10 月以降の値上げを前に一部で駆け込み需要も発生

・10 業界中、『サービス』『卸売』など 8 業界が改善。「情報サービス」などデジタル関連が堅調に推移したほか、10 月以降の値上げを前に『卸売』などで駆け込み需要もみられた。一方、原材料の高騰や円安傾向が進むなか、仕入単価 DI は 20 業種で過去最高を更新した。

・『サービス』(46.3) …前月比 0.9 ポイント増。2 カ月連続で改善。「最悪期 (2020 年) との比較になるが、動員が戻ってきている」(遊園地) といった声もあり、「娯楽サービス」(同 2.1 ポイント増) や「飲食店」(同 3.7 ポイント増) など個人向けサービス業の景況感が回復。また、DX 需要が旺盛な「情報サービス」(同 0.3 ポイント増) は、景気 DI が 51 業種中最も高い水準で、堅調な推移が続いた。他方、「お盆の時期は市内で多くの観光客がみられたが、以降は平日を中心に弱い状況が続いている」(旅館) など、「旅館・ホテル」(同 0.6 ポイント減) は 2 カ月ぶりに悪化。また、電力価格が上昇するなか「電気・ガス・水道・熱供給」の仕入単価 DI (83.3) は、全 51 業種中最も高い水準となっている。

・『卸売』(39.6) …同 0.4 ポイント増。2 カ月ぶりに改善。「テレワーク、インボイス制度、キャッシュレスなど好材料がそろっている」(事務用機械器具卸売) など「機械・器具卸売」(同 0.7 ポイント増) が改善。さらに、10 月以降の値上げを前に「酒類値上げ前の駆け込み需要が始まっている」(酒類卸売) など駆け込みの動きもみられた。他方、「建材・家具、窯業・土石製品卸売」(同 1.0 ポイント減) は悪化。「資材が高騰し、新築住宅の価格が大幅に値上がり。家を買いたい人がローンを組めない」(木材・竹材卸売) との声が聞かれた。

・『製造』(41.1) …同 0.1 ポイント増。2 カ月ぶりに改善。「受注状況が非常に好調である」(成人男子・少年服製造) など「繊維・繊維製品・服飾品製造」(同 3.6 ポイント増) が大きく改善したほか、「輸出梱包は円安の影響もあり、輸出額が 17 カ月連続して増加」(樹脂フィルム等加工) など、企業によっては円安による好影響がみられた。一方、「原料高、原油高、円安の影響があり値上げも予定通りできない」(植物油脂製造) といった、原料高や円安による仕入単価の上昇を懸念する企業も多く、『製造』の仕入単価 DI は 78.2 (同 0.3 ポイント増) と 3 カ月ぶりに上昇。また、自動車メーカーの減産や生産停止が続くなか、自動車部品など「輸送用機械・器具製造」(同 1.0 ポイント減) は 3 カ月ぶりに悪化した。

・『小売』(36.7) …同 0.4 ポイント増。2 カ月連続で改善。10 月以降の値上げを前にして、酒小売など一部で駆け込み需要の影響がみられた。一方、燃料価格の高止まりが続くなか、ガソリンスタンドが含まれる「専門商品小売」(同 0.7 ポイント減) は悪化。「各種商品小売」(同 1.9 ポイント減) も「原材料の値上げで販売価格が上昇。包材、電力などのコストも増加」(スーパーストア) など、原材料や電力価格の上昇がマイナス要因となった。

	21年 9月	10月	11月	12月	22年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	前月比	
農・林・水産	38.1	41.1	42.6	38.2	38.7	36.4	34.8	35.0	37.6	34.7	36.3	35.9	35.8	▲ 0.1	
金融	41.5	43.0	43.3	43.8	41.9	41.6	42.5	41.1	42.7	42.3	41.9	41.7	43.6	1.9	
建設	43.7	44.7	45.4	45.2	43.3	42.5	42.8	41.8	42.2	42.5	43.1	43.3	44.0	0.7	
不動産	42.6	43.6	44.7	46.7	42.9	42.6	42.8	43.2	44.7	45.9	44.7	44.8	45.3	0.5	
製造	飲食料品・飼料製造	34.1	38.1	39.6	40.8	35.4	33.4	34.2	36.4	37.6	37.8	36.6	35.5	▲ 0.6	
	繊維・繊維製品・服飾品製造	28.2	30.2	31.4	34.1	31.6	31.7	33.0	34.6	33.8	34.4	36.1	32.6	36.2	3.6
	建材・家具・窯業・土石製品製造	42.7	43.7	44.9	46.4	44.1	42.7	41.1	41.7	41.1	40.4	40.8	39.8	40.2	0.4
	パルプ・紙・紙加工品製造	36.2	39.3	41.4	42.9	40.2	36.4	37.2	40.3	38.3	37.4	37.5	36.6	38.0	1.4
	出版・印刷	27.1	29.4	30.2	32.1	28.6	29.5	29.6	30.7	30.3	29.7	29.1	29.6	30.0	0.4
	化学品製造	41.9	42.6	45.7	46.7	44.5	42.3	42.7	42.3	41.7	41.1	41.8	42.6	42.3	▲ 0.3
	鉄鋼・非鉄・鉱業	43.8	44.2	45.9	46.4	44.6	43.8	42.6	42.0	40.9	41.2	42.9	42.7	43.0	0.3
	機械製造	46.2	47.2	47.8	49.1	47.7	46.7	46.7	45.9	46.9	46.3	46.3	46.2	45.4	▲ 0.8
	電気機械製造	45.8	47.5	47.0	48.5	46.6	46.1	44.3	44.8	44.3	44.8	44.7	44.2	45.2	1.0
	輸送用機械・器具製造	37.6	37.7	43.4	45.6	41.6	39.9	40.0	38.1	37.6	36.8	40.3	41.2	40.2	▲ 1.0
	精密機械・医療機械・器具製造	50.8	50.4	49.8	53.0	52.0	49.5	47.1	46.8	48.2	48.8	48.5	46.5	46.2	▲ 0.3
	その他の製造	35.3	35.5	36.9	41.1	35.9	36.1	35.4	37.3	39.2	38.1	37.8	38.2	37.5	▲ 0.7
	全体	40.7	42.1	43.6	45.1	42.5	41.2	40.9	41.2	41.0	40.8	41.3	41.0	41.1	0.1
	卸売	飲食料品卸売	29.8	33.0	36.9	38.2	32.7	30.1	32.6	36.2	37.3	37.1	37.0	35.6	35.8
繊維・繊維製品・服飾品卸売		22.4	24.5	27.4	29.3	27.6	24.9	25.4	28.7	31.4	31.3	29.9	29.9	29.9	0.0
建材・家具・窯業・土石製品卸売		39.6	39.9	42.6	42.4	40.0	39.7	40.5	38.6	38.1	38.3	38.6	38.5	37.5	▲ 1.0
紙類・文具・書籍卸売		29.6	31.8	35.0	34.2	32.7	31.9	34.6	33.8	34.2	32.8	33.0	33.5	34.5	1.0
化学品卸売		42.2	44.2	45.3	45.3	43.2	41.9	43.5	42.3	42.3	41.6	43.5	43.0	43.4	0.4
再生資源卸売		51.8	53.4	52.9	52.8	45.8	50.5	53.2	54.0	47.5	41.4	40.9	39.6	47.0	7.4
鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売		41.6	41.6	43.2	45.2	42.3	40.5	41.1	40.3	40.0	39.7	39.3	39.3	39.8	0.5
機械・器具卸売		41.8	42.6	44.4	44.7	42.8	42.4	41.9	42.5	42.0	42.9	43.1	42.6	43.3	0.7
その他の卸売		34.4	37.8	39.7	40.1	36.3	33.7	35.5	37.3	37.8	38.1	37.7	37.7	38.2	0.5
全体		37.6	39.1	41.3	41.8	39.0	37.7	38.6	39.2	39.4	39.5	39.2	39.6	39.6	0.4
小売	飲食料品小売	33.1	38.0	39.7	41.1	36.5	36.3	38.6	37.7	41.8	42.7	40.3	39.9	40.2	0.3
	繊維・繊維製品・服飾品小売	21.5	27.9	34.1	40.0	31.8	23.8	30.6	33.6	33.9	33.6	37.7	33.6	34.9	1.3
	医薬品・日用雑貨品小売	34.6	45.8	37.5	38.4	36.0	32.1	36.8	32.1	38.9	40.1	37.1	41.9	39.5	▲ 2.4
	家具類小売	32.2	35.6	34.5	42.9	35.6	29.8	30.6	39.2	34.3	39.8	35.2	36.1	40.0	3.9
	家電・情報機器小売	33.8	34.6	35.9	35.5	32.3	30.2	33.0	33.7	34.7	34.0	36.7	32.7	37.1	4.4
	自動車・部品小売	37.2	35.9	37.8	36.5	35.0	33.5	34.7	35.1	37.1	36.4	32.4	35.9	38.8	2.9
	専門商品小売	31.7	32.8	33.5	36.0	33.3	30.9	29.9	31.3	33.1	34.3	33.2	34.7	34.0	▲ 0.7
	各種商品小売	33.0	35.9	38.0	37.5	36.2	32.6	34.0	36.4	39.9	37.8	40.2	38.0	36.1	▲ 1.9
	その他の小売	35.4	31.7	37.9	43.3	40.0	40.0	43.9	34.7	41.0	39.7	36.9	42.3	32.1	▲ 10.2
	全体	32.6	34.8	36.0	37.7	34.4	31.9	33.3	34.0	36.4	36.7	35.7	36.3	36.7	0.4
運輸・倉庫	35.8	37.1	39.1	40.3	37.7	35.5	35.4	36.6	37.2	37.1	37.8	37.3	38.2	0.9	
サービス	飲食店	15.2	27.8	31.4	34.7	24.2	16.9	23.8	32.8	34.3	38.0	34.0	28.1	31.8	3.7
	電気通信	41.7	50.0	40.5	41.7	46.7	50.0	48.5	50.0	53.0	56.0	47.0	47.9	51.9	4.0
	電気・ガス・水道・熱供給	45.8	42.6	38.9	39.7	40.0	37.5	33.3	35.7	40.6	34.3	37.7	35.9	36.1	0.2
	リース・賃貸	39.6	43.9	44.9	44.8	42.0	41.0	40.2	42.0	43.3	44.9	40.8	44.7	45.6	0.9
	旅館・ホテル	10.4	22.6	30.2	29.5	12.9	12.8	18.1	28.3	33.0	33.3	30.3	38.0	37.4	▲ 0.6
	娯楽サービス	29.0	34.0	36.7	38.4	33.3	31.2	35.1	35.6	38.9	41.6	40.7	40.1	42.2	2.1
	放送	39.2	49.1	48.1	46.9	45.8	47.6	44.4	43.9	43.3	41.7	43.0	38.3	46.1	7.8
	メンテナンス・警備・検査	44.0	44.3	45.3	45.7	42.3	40.2	42.3	43.1	42.5	44.2	42.2	43.4	42.8	▲ 0.6
	広告関連	29.5	32.4	36.8	37.7	32.7	31.5	36.4	36.9	34.8	37.3	34.3	36.7	39.3	2.6
	情報サービス	48.5	50.5	51.2	52.5	50.1	50.2	51.1	50.8	50.8	52.0	51.5	52.7	53.0	0.3
	人材派遣・紹介	41.9	39.7	44.3	43.3	45.1	41.5	44.4	45.7	47.6	45.7	46.5	49.8	47.4	▲ 2.4
	専門サービス	45.5	47.9	49.2	50.3	47.2	46.2	46.9	48.1	48.1	49.6	48.7	48.3	49.4	1.1
	医療・福祉・保健衛生	41.4	42.8	45.7	43.2	42.4	41.0	42.5	44.5	44.4	43.5	42.5	41.2	41.7	0.5
	教育サービス	39.0	43.5	39.1	43.2	39.7	40.2	37.8	39.6	35.6	40.1	38.8	39.7	43.7	4.0
	その他のサービス	39.2	40.6	41.7	42.4	39.3	36.9	39.3	42.1	42.7	42.8	42.4	41.2	42.8	1.6
	全体	41.1	43.6	45.3	46.1	42.8	41.4	43.1	44.5	44.8	45.9	44.4	45.4	46.3	0.9
	その他	35.6	38.0	39.6	40.5	36.3	37.3	38.7	36.8	38.1	35.6	36.6	38.3	37.2	▲ 1.1
格差 (10 業界別『その他』除く)	11.1	9.9	9.4	9.0	8.9	10.7	9.8	10.5	8.4	11.2	9.0	9.5	10.5	▲	

※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」が2カ月連続で改善も、「大企業」は食品値上げが悪影響

- ・「中小企業」「小規模企業」が2カ月連続で改善した一方、「大企業」は2カ月ぶりに悪化した。食品値上げの影響が一部でみられたものの、「中小企業」で個人消費関連が上向いた。
- ・「大企業」(43.6) …前月比0.2ポイント減。2カ月ぶりに悪化。『建設』や『不動産』は、建築資材の不足などで工期の長期化やコストアップの影響が表れた。また相次ぐ食品値上げを受けて飲食料品卸売・小売の景況感が大きく悪化した。
- ・「中小企業」(41.6) …同0.6ポイント増。2カ月連続で改善。「未完成の手持工事がある」という状況に加え、生産・出荷量や設備稼働率が2カ月ぶりに上向いたほか、飲食店や教育サービスなど個人消費関連の改善も目立った。
- ・「小規模企業」(40.7) …同0.9ポイント増。2カ月連続で改善し、3カ月ぶりに40台へと復帰。「値上げをしたが、客足の目立った減少はない」「経済効果があったイベントの復活」など、行動制限のない秋シーズンのなか、厳しいながらも飲食店が大きく上向いた。

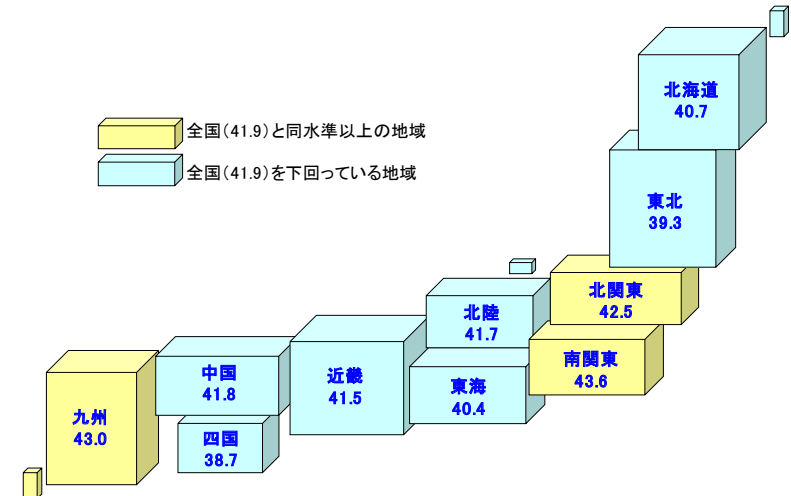
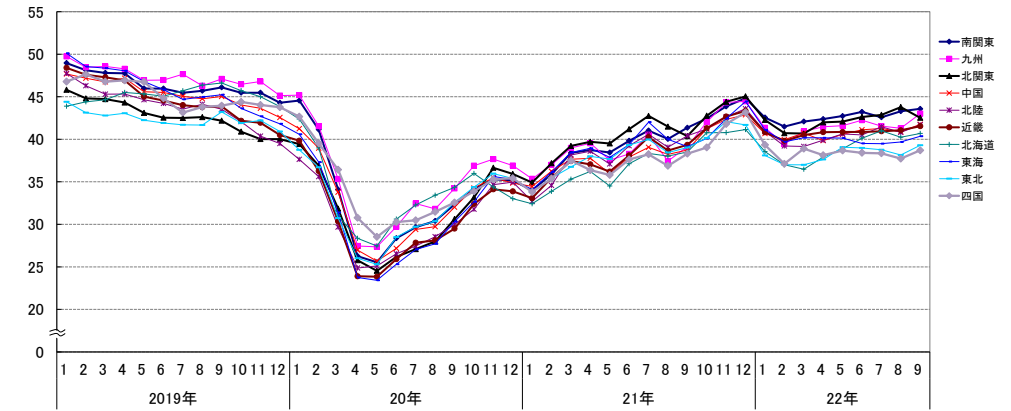
	21年9月	10月	11月	12月	22年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	前月比
大企業	42.5	43.8	45.7	45.9	44.0	42.9	43.4	43.1	43.5	43.4	43.8	43.6	▲0.2	
中小企業	39.4	41.0	42.5	43.5	40.6	39.3	39.8	40.3	40.7	41.0	40.8	41.0	▲0.6	
(うち小規模企業)	38.7	40.0	41.3	42.1	39.1	37.9	38.4	38.9	39.5	40.0	39.7	39.8	▲0.7	
格差(大企業-中小企業)	3.1	2.8	3.2	2.4	3.4	3.6	3.6	2.8	2.8	2.5	2.6	2.8	2.0	

※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

地域別:10地域中9地域が改善、観光地域での個人消費関連が堅調

- ・『東北』『北陸』『九州』など10地域中9地域が改善、『北関東』が悪化した。都道府県別では31都道府県が改善、15県が悪化、1県が横ばいとなった。観光地域での消費関連や公共工事の受注、DXなどソフト関連が押し上げた。
- ・『東北』(39.3) …前月比1.2ポイント増。4カ月ぶりに改善。域内6県のうち「青森」など5県が改善し、「山形」が悪化した。「観光で訪れるお客さまが多くなっている」(一般飲食店)など、飲食店を含む『サービス』が3カ月ぶりに上向き、全体を押し上げた。
- ・『北陸』(41.7) …同0.9ポイント増。2カ月ぶりに改善。域内4県のうち「新潟」「石川」「福井」が改善した一方、「富山」が悪化した。公共工事が発注件数・金額とも増加した『建設』や、DX投資がIT補助金による追い風を受けたソフト開発などが好調だった。
- ・『九州』(43.0) …同1.7ポイント増。3カ月ぶりに改善。域内8県のうち「福岡」など5県が改善、「佐賀」など3県が悪化した。『運輸・倉庫』は「設備投資がやや上向き貨物量も前期比プラス」「受注は順調」などの声もあり、厳しいながら4カ月ぶりに上向いた。

地域別グラフ(2019年1月からの月別推移)



	21年9月	10月	11月	12月	22年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	前月比
北海道	38.5	40.8	40.8	41.1	38.6	37.0	36.5	37.9	38.9	40.1	41.0	40.2	40.7	0.5
東北	39.0	40.2	42.1	41.7	38.1	37.0	37.0	37.6	39.1	39.0	38.8	38.1	39.3	1.2
北関東	40.4	42.8	44.4	45.0	42.3	40.7	40.7	42.0	42.1	42.6	42.9	43.8	42.5	▲1.3
南関東	41.4	42.4	43.9	44.8	42.6	41.5	42.1	42.4	42.7	43.2	42.6	43.3	43.6	0.3
北陸	40.4	41.2	42.6	43.6	40.9	39.2	39.2	39.9	40.6	40.5	41.5	40.8	41.7	0.9
東海	39.1	40.1	42.4	44.4	41.1	39.7	40.2	40.2	40.1	39.5	39.5	39.7	40.4	0.7
近畿	39.3	41.3	42.7	43.3	40.8	39.8	40.5	40.8	40.9	40.9	40.9	41.1	41.5	0.4
中国	38.7	41.2	42.3	42.9	40.7	40.0	40.7	39.8	40.6	41.1	41.3	40.9	41.8	0.9
四国	38.3	39.0	41.8	43.2	39.3	37.1	38.9	38.1	38.7	38.4	38.3	37.7	38.7	1.0
九州	39.1	42.0	44.3	44.5	41.3	39.5	40.9	41.5	41.6	42.2	41.5	41.3	43.0	1.7
格差	3.1	3.8	3.6	3.9	4.5	4.5	5.6	4.8	4.0	4.8	4.6	6.1	4.9	

※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
	7月	8月	9月		
農・林・水産	36.3 ▲	35.9 ▼	35.8 ▼	<ul style="list-style-type: none"> ○ しいたけは原産地表示を10月1日から義務付けられ、中国産のしいたけが市場から減少する見込み。国内産はシェア拡大の好機(施設野菜作農) ○ 木材の価格が、高値のまま維持している(素材生産サービス) × 飼料の高騰と資材の値上げで厳しい状況(養鶏) × 肥料薬品、燃料費など的高騰。価格転嫁できず、大変厳しい状況(果樹作農) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 1年後の受注も先行してできている(園芸サービス) × 円安による輸入飼料や物資の原材料の高騰は続き、そのため、今後廃業を余儀なくされる業者が多数出てくる(養豚) × 資源相場の高騰、円安、生乳の供給過剰、肉牛業界の厳しい経営と、今後良くなる材料が少しもない(酪農)
金融	41.9 ▼	41.7 ▼	43.6 ▲	<ul style="list-style-type: none"> ○ 建築、建設業関係の業績が順調のように感じる(生命保険) ○ 人口が増加しており、町に活気がある(信用金庫・同連合会) × 新型コロナウイルスの影響が長引いている(クレジットカード) × 原材料・原油高騰による提供サービスへの影響度は少ないと感じられるが、現状の景気動向では金利上昇などへの期待感は感じられない(普通銀行) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 1年後には新型コロナウイルスの影響もかなり収まってくる(信用金庫・同連合会) × 材料の高騰や納期の遅れなどから、資金が不足する顧客が増えている(事業者向け貸金) × 円安が企業の設備投資の負担になる(生命保険) × 新型コロナウイルスの影響が見通せない(信用協同組合・同連合会)
建設	43.1 ▲	43.3 ▲	44.0 ▲	<ul style="list-style-type: none"> ○ 民間の設備投資意欲の好調を感じる。土木公共工事の発注も堅調(一般土木建築工事) ○ 現在の現場量が多く、今後も途切れなく現場がある(とび工事) ○ 商談が連続しており、見積もり件数が多い。特に、5坪～10坪の中型プレハブ冷蔵庫・冷凍庫が増加。小売のストック需要のためと考えられる(冷暖房設備工事) ○ 豪雨災害の復興工事がある(一般電気工事) × 物価上昇、人手不足による人件費の高騰など原価の上昇が激しく、販売価格に反映できない(一般管工事) × 材料高騰のため予算が合わず、予定されていた大型現場が中止(鉄筋工事) × 半導体不足による機器納期の遅れ(電気通信工事) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 2023年度下期の工事受注が多く、特にホテル関係が多い(内装工事) ○ 2023年は災害関係の工事が見込まれる(一般管工事) ○ TSMCの進出による(電気通信工事) ○ 入国制限の緩和により、ホテル、旅館、観光地の経済活性化に期待(給排水・衛生設備工事) × 燃料価格の高騰により、除雪費用などの上昇が予想される(一般土木建築工事) × 新型コロナウイルスの終息が見通せないほか、資材価格の高騰、円安の加速もあり、先行きが不透明(建築工事) × 円安がさらに物価を押し上げ、消費意欲減退に繋がりがかねない(木造建築工事) × 円安による輸入資材・製品の高騰。人手不足(とび工事)
不動産	44.7 ▼	44.8 ▲	45.3 ▲	<ul style="list-style-type: none"> ○ 将来への布石を打つべく設備投資をしている企業が多い(土地売買) ○ 不動産の売れ行きが好調(建物売買) ○ 本業も良く動き、取引業者も仕事に追われている(不動産代理・仲介) × 貸し会議室の稼働がまだ2019年度の水準に戻ってきていない(不動産賃貸) × 新型コロナウイルスの影響で、計画物件の着工時期が不透明(貸家) × 新型コロナウイルスによる飲食・観光関連の不景気が影響している(貸事務所) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ウィズコロナのビジネス環境が整い、仕事動き出して忙しい。冬場の感染状況と燃料、円安問題を乗り越え、金利が上がらなければ、景気は良くなる(貸事務所) ○ 物価高騰による工事費の上昇要因があるものの、基本的には低金利が続く限り、好調を維持するのではないかと思う。外資の投資意欲も強い(土地売買) × 金利の上昇が気になる(不動産代理・仲介) × 利上げが予想される(建物売買)
製造	41.3 ▲	41.0 ▼	41.1 ▲	<ul style="list-style-type: none"> ○ 輸出梱包は円安の影響もあり、輸出額が17カ月連続して増加しているため、堅調に推移(樹脂フィルム等加工) ○ 新たなインフラとして5G関連の機器の受注が進んでいる(電気メッキ) ○ 調達難が解消傾向にあり、建設機械部品を中心に増産を見込む(建設機械・鉱山機械製造) ○ 受注状況が非常に好調である(成人男子・少年服製造) × 原料高、原油高、円安の影響があり値上げも予定通りできない(植物油脂製造) × 自動車のEV化が進んで既存の部品の受注が減少し、閉塞感を感じている(自動車用内燃機関製造) × 原材料高騰によるコストアップが価格転嫁されていない(コンクリート製品製造) × インボイス、電子帳簿保存法への対応でシステム改修に費用がかさむ(出版) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 半導体の需給が安定すれば自動車のEV化が進み、これまで足踏みしていた分も含めて受注が増加する(樹脂成形材料製造) ○ 産業用ロボット、自動車に関する受注は多く、しばらく仕事が減る事はない(電気計測器製造) ○ 今後も健康ブームが続き、さらにプロテインの需要が高まる(食品製造) ○ 新規部品の立ち上げがあり売り上げが増加する見込み(工業用ゴム製品製造) × 地域の基幹産業である漁業の水揚げ不振が続くなか、エネルギー、資材、原材料など製造コストの上昇が改善される見込みがない(冷凍水産物製造) × 紙やインクなどの原材料が今年に入り2回の値上げとなった。競争も激化しすぐに価格転嫁が出来ない状況(印刷) × 大手自動車メーカーのデータ改ざんの影響がある(自動車部品・付属品製造)

【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)

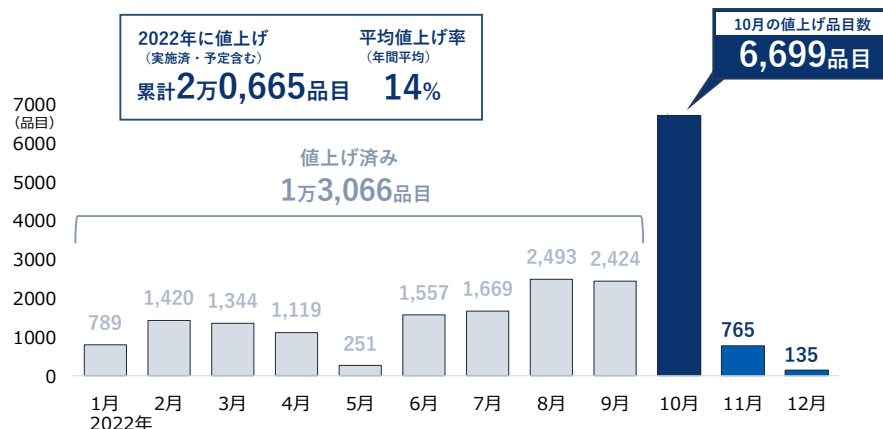
業界名				現在	先行き
	7月	8月	9月		
卸売	39.5 ▲	39.2 ▼	39.6 ▲	<ul style="list-style-type: none"> ○ 10月の酒類値上げ前の駆け込み需要が始まっている(酒類卸売) ○ 国内、海外ともに旅行者が増えた(衣服身辺雑貨卸売) ○ テレワーク、インボイス制度、キャッシュレスなど好材料がそろっている(事務用機械器具卸売) × 資材が高騰し、新築住宅の価格が大幅に値上がり。家を買いたい人がローンを組まず、家を買うことができなくなっている(木材・竹材卸売) × 新型コロナウイルスに円安の影響が重なってきた(和洋紙卸売) × 大手自動車メーカーの問題により影響を受けている。他社メーカーも生産数量が上がらず低迷(鉄鋼卸売) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 観光客向けの商売のため、回復する可能性がある(農畜産水産物卸売) ○ インバウンドの復活や、国内旅行への助成に期待できる(がん具・娯楽用品卸売) ○ 注文品の長納期問題が徐々に緩和してきている(電気機械器具卸売) ○ 来年度引き合いが多く、販売価格次第も市場の動きは活発(鉄鋼卸売) × 消費者の賃金上昇が進むまでは、一般消費財は厳しい(衣服身辺雑貨卸売) × 商品の値上げが相次ぎ、現状では値上げ前の駆け込み受注が見込めるがその後は需要の減少が予想される(建築材料卸売) × 部品発注の先食いの影響が2023年にははる(電気機械器具卸売) × 現状の円安レートが続くようであれば、倒産する会社も出てくる(荒物卸売)
小売	35.7 ▼	36.3 ▲	36.7 ▲	<ul style="list-style-type: none"> ○ 新型コロナウイルスの影響が徐々に薄くなり、飲食部門の客足が戻ってきている(菓子小売) ○ 新型コロナウイルスも収まりつつあり、秋冬への支度や販売単価の上昇で、やや売り上げの上昇がみられる(靴小売) ○ 新型コロナウイルスで二輪車が見直されている(二輪自動車小売) × 車両販売は新車待ち状態が長く販売機会が大幅に減少。中古車も価格上昇で手に入らない状態(自動車(新車)小売) × 仕入価格が高騰。販売価格も上昇し買い控えが発生(ガソリンスタンド) × 原材料の値上げで販売価格が上昇。包材、電力などのコスト増(スーパーストア) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 新型コロナウイルスの収束、自主的な行動制限からの解放、インバウンド需要に期待したい(靴小売) ○ 新型コロナウイルスの状況次第も、年末需要による売り上げの増加が期待できる。その後も徐々に回復すると見込む(家庭用電気機械器具小売) ○ 半導体の供給改善の情報が少しずつではあるが多方面から聞えてくるようになった(自動車(新車)小売) × 原材料の高騰に伴い、11月に今年2度目の値上げを予定している事業があり、価格改定により客足の減速が予想される(菓子小売) × 原油や為替の先行きが全く読めない(ガソリンスタンド)
運輸・倉庫	37.8 ▲	37.3 ▼	38.2 ▲	<ul style="list-style-type: none"> ○ 法人・団体の動きは鈍いが、個人の顧客は回復(旅行代理店) ○ 輸入コンテナが増えている(冷蔵倉庫) ○ 新型コロナウイルス対策の緩和やオミクロン対応ワクチン、人数制限の緩和による海外旅行者増加で、国内団体旅行へ期待感がある(一般貸切旅客自動車運送) × 全般的に回復基調と思われたが、物価の上昇や円安などの影響で停滞感がでてきた(普通倉庫) × 人手不足がますます深刻になっている(一般乗用旅客自動車運送) × 円安の影響もあり、原料の買い負けが発生。価格転嫁が難しいので、荷動きが非常に鈍くなっている(一般貨物自動車運送) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 全国旅行支援が始まると団体旅行も動いてくる(旅行代理店) ○ まだまだ予断を許さない状況ではあるが、主要な売り上げのコンテナの取扱い増加や主要顧客の業績も好調と予想(港湾運送) ○ インフレや燃料高騰の影響でコスト高は続くものの、観光関係の利用者が増えると思込む(一般乗用旅客自動車運送) ○ 上海ロックダウンの解除と新型コロナウイルス終息への期待(集配利用運送) × 2024年問題としてトラック業者の労働環境問題(一般貨物自動車運送) × 団体客が動かないと良くはならない(一般旅行) × 新型コロナウイルスや、ウクライナ情勢の変化を警戒している(船舶仲立)
サービス	44.4 ▼	45.4 ▲	46.3 ▲	<ul style="list-style-type: none"> ○ オータムフェストの開催が実現。新型コロナウイルス前、200万人超えの入込客があり、さっぽろ雪まつりに次ぐ経済効果のイベントが復活する(中華・東洋料理店) ○ 最悪期(2020年)との比較になるが、動員が戻ってきている(遊園地) ○ IT補助金を利用したシステムの構築案件が増えている(ソフト受託開発) ○ 中期経営計画の策定やDX、M&A・事業承継、HR、ブランディング&マーケティングなどの経営コンサルティングニーズが旺盛(経営コンサルタント) × 電力の仕入単価が上がりすぎている(電気事業所) × お盆の時期は市内で多くの観光客がみられたが、以降は平日を中心に弱い状況が続いている(旅館) × 新型コロナウイルス感染者が非常に多い(自動車車体整備) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ アフターコロナのリベンジ消費や国の観光施策の恩恵が見込まれる(旅館) ○ 今後のインバウンドの規制緩和に期待感が持てる(中華・東洋料理店) ○ アフター、ウィズコロナに移行し、健康への意識が高まる(フィットネスクラブ) ○ 人流が回復で、実施できるイベントやキャンペーンの規模も大きくなる(広告制作) ○ サイバーセキュリティ関連の需要はさらに高まる(パッケージソフト) × 建築材料費の上昇にとともに住宅価格も上昇し、消費者の購入意欲が低下。また出回っている土地が少なく、競売価格もその分付加される(土木建築サービス) × 燃料代金、電気料金の増加。輸入商品の円安による価格増加が原因で利益が全くとれない状況(普通洗濯) × 円安で機材購入のコストが上昇した(ソフト受託開発)

【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】 10月以降の値上げの影響

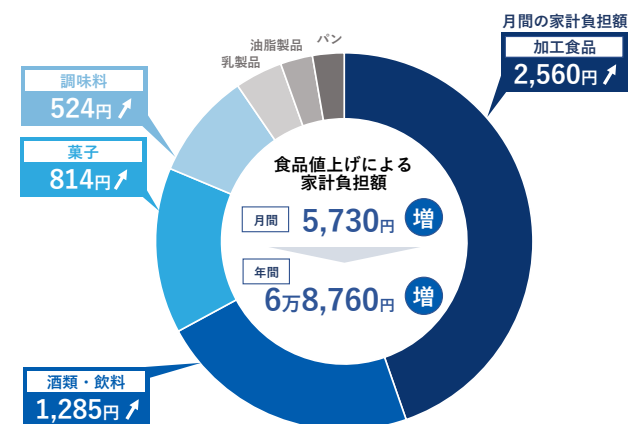
- 食料主要105社では、10月から6,699品目が値上げ。全企業においても10月～12月の間に16.7%の企業で値上げを予定している。
- 食品の値上げによる家計負担額は、年間で6万8,760万円の増加となる見込み。
- 前年からの販売単価の変化ごとに景気DIを算出したところ、販売単価が前年から低下した企業は景気DIも低い傾向。また、販売単価が非常に上昇した企業の景気DIも低い。

食品主要105社の価格改定動向（2022年9月末時点）



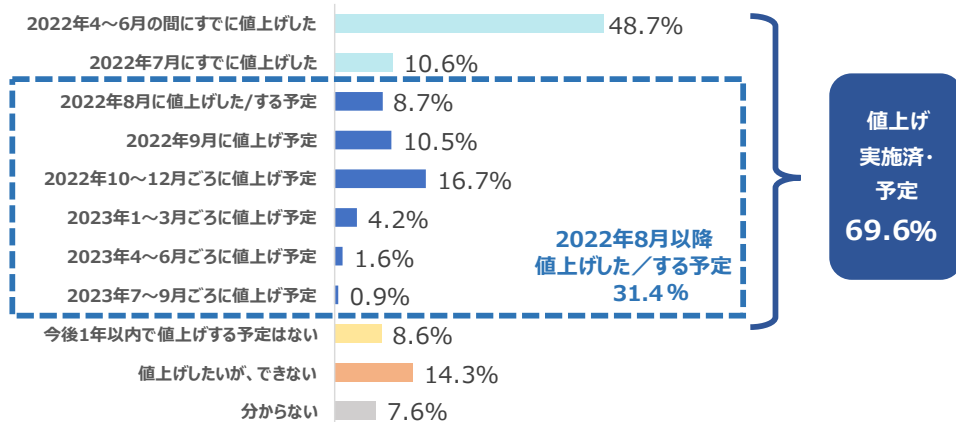
注：調査時点の上場105社の2022年価格改定計画。実施済みを含む。品目数は再値上げなど一部重複を含む
出所：帝国データバンク『「食品主要105社」価格改定動向調査（10月）』

食品値上げ 家計負担額推計



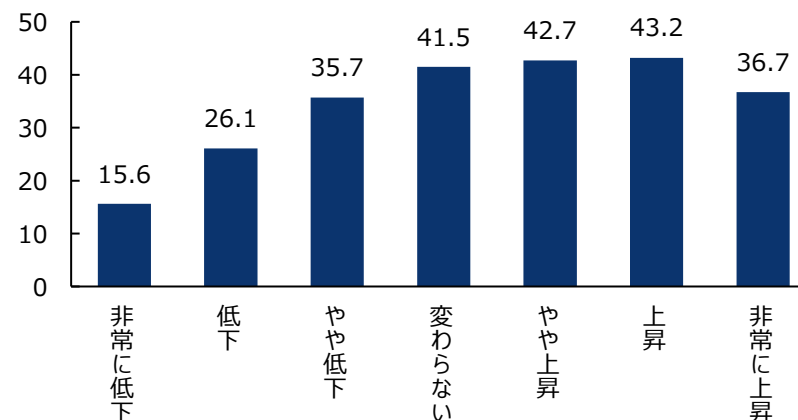
出所：帝国データバンク『「食品主要105社」価格改定動向調査—家計負担額推計』

企業の値上げ動向（2022年8月時点、複数回答）

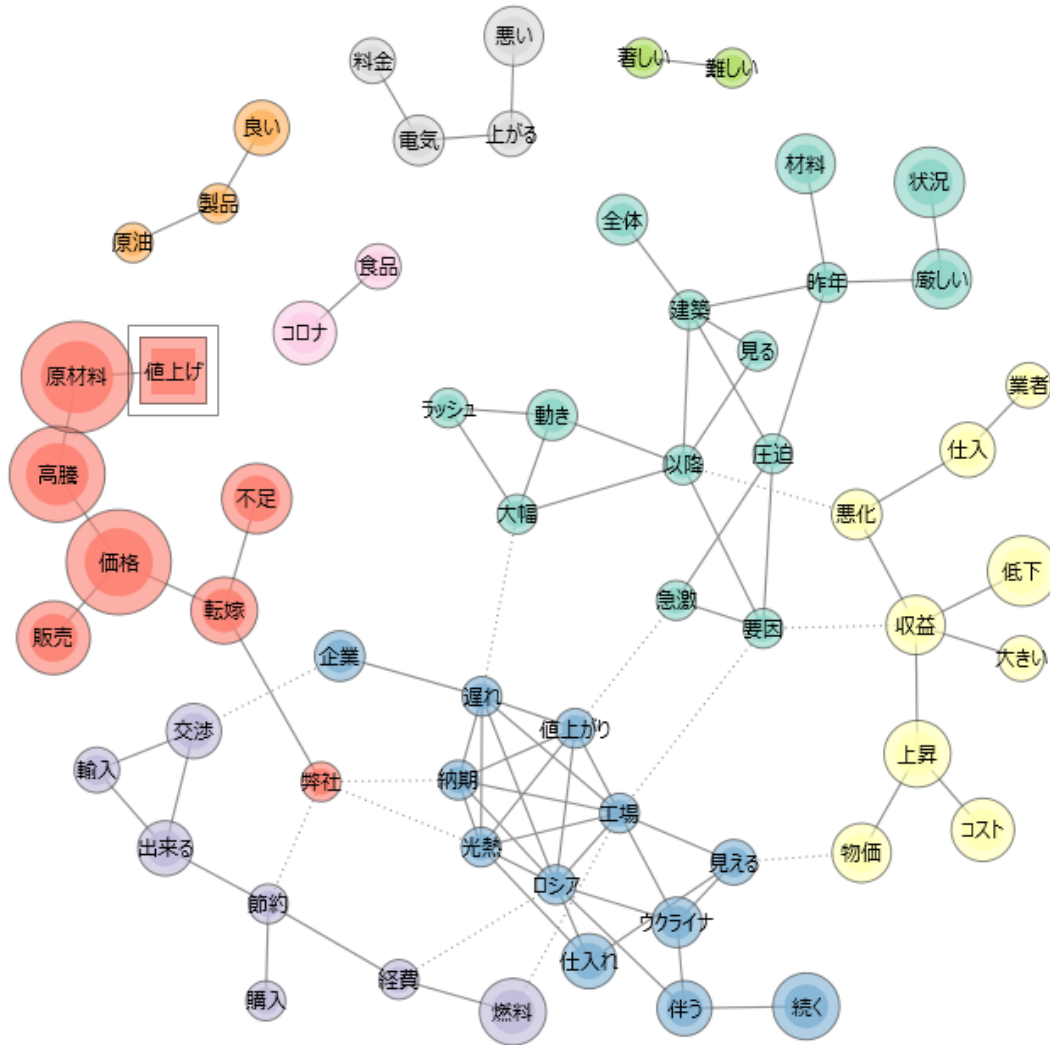


出所：帝国データバンク『企業の今後1年の値上げに関する動向アンケート（2022年8月）』

販売単価の前年同月からの変化別の景気DI（2022年9月）



「値上げ」に関する企業の声の共起ネットワーク図 (2022年9月)



注：共起ネットワーク図は、テキストデータ内で登場頻度が高い単語のうち、同一のコメント内で登場する（共起される）程度が高い単語を線で結んだネットワーク図。また、登場頻度が多い単語ほど、大きな円で表示される。

値上げに関する企業の声（一部抜粋）

現在の景況感	コメント	業種
やや良い	発注残の売り上げおよび価格の値上げにより粗利益が増加	鉄鋼卸売
やや良い	値上げ前の駆け込み購入により売り上げが増加。次月に反動があるだろう	電気機械器具卸売
やや良い	値上げ遂行して前期比+7%増収で計画利益を上回った	配管・暖房・冷凍装置・同付属品卸売
やや良い	コロナ禍また円安や原材料値上げなど不確定要素はあるが、販売価格転嫁は進んでおり景況感は良くなっている	労働者派遣
どちらともいえない	2022年は主材料の鋼材の高騰などで厳しい環境だったが、一巡したことで多少は落ち着いた。しかし、消耗材や電気料金などの値上げが続き、利益を圧迫している	鉄骨工事
どちらともいえない	原材料の値上げが著しい	食料・飲料卸売
どちらともいえない	目立つ大きな動きは見えない。しかし、仕入れ先各社からの値上げ案内は多い	各種商品通信販売
どちらともいえない	値上げ交渉をしているが、「どこも厳しい」と交渉すらできない売り上げの比率の高い会社がある	一般貨物自動車運送
どちらともいえない	仕入価格値上げが、自社の料金へまだ転嫁できていない。半導体や様々な部品不足から納期が長くなっている。ただし円安の影響で中古販売は好調	産業用機械器具賃貸
やや悪い	建設資材等の値上げに受注金額が追いついていない	建築金物工事
やや悪い	商品の値上げによって消費が落ち込んでいる	米菓製造
やや悪い	売り上げは年度計画を数パーセント下回る程度まで回復も電気料金の値上げが大きく響き利益がでない。顧客も値上げ要請にどれだけ応じてくれるかわからない	工業用プラスチック製品製造
やや悪い	顧客の商品値上げにより出荷数減少	包装用品卸売
やや悪い	商品値上げとコロナ禍が購買意欲を落としている	スーパーストア
やや悪い	円安でコスト増、ただし値上げ交渉は嫌われる	ソフト受託開発
やや悪い	クリーニングはスーツ、Yシャツ等、ビジネスにおける需要が一定数失われて戻らない。また、世間の値上げが影響し、クリーニング代を削る傾向がある	普通洗濯
悪い	紙やインクなどの原材料が今年に入り2回の値上げとなった	印刷
悪い	飼料の高騰と資材の値上げで厳しい状況	養鶏

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万6,494社、有効回答企業1万1,621社、回答率43.9%)

(1) 地域

北海道	572	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,280
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	768	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,990
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	881	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	799
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,404	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	382
北陸(新潟 富山 石川 福井)	596	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	949
合計			11,621

(2) 業界(10業界51業種)

農・林・水産	128	小売	90	
金融	168	繊維・繊維製品・服飾品小売業	52	
建設	1,829	医薬品・日用雑貨品小売業	35	
不動産	405	家具類小売業	15	
製造	飲食料品・飼料製造業	354	家電・情報機器小売業	49
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	111	自動車・同部品小売業	109
	建材・家具・窯業・土石製品製造業	224	専門商品小売業	198
	パルプ・紙・紙加工品製造業	90	各種商品小売業	49
	出版・印刷	165	その他の小売業	14
(2,905)	化学品製造業	392	運輸・倉庫	556
	鉄鋼・非鉄・飲業	515	飲食店	99
	機械製造業	468	電気通信業	9
	電気機械製造業	321	電気・ガス・水道・熱供給業	12
	輸送用機械・器具製造業	111	リース・貸貸業	113
	精密機械・医療機械・器具製造業	70	旅館・ホテル	81
	その他製造業	84	娯楽サービス	116
	飲食料品卸売業	366	放送業	17
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	170	メンテナンス・警備・検査業	205
	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	306	広告関連業	109
(2,712)	紙類・文具・書籍卸売業	97	情報サービス業	691
	化学品卸売業	275	人材派遣・紹介業	101
	再生资源卸売業	33	専門サービス業	315
	鉄鋼・非鉄・飲業製品卸売業	285	医療・福祉・保健衛生業	109
	機械・器具卸売業	856	教育サービス業	45
	その他の卸売業	324	その他サービス業	238
	その他			47
	合計			11,621

(3) 規模

大企業	1,835	15.8%
中小企業	9,786	84.2%
(うち小規模企業)	(3,689)	(31.7%)
合計	11,621	100.0%
(うち上場企業)	(241)	(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9月15日～9月30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乗じて算出している。

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。