

TDB 景気動向調査(全国) — 2023 年 3 月調査 —

2023 年 4 月 5 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 4 カ月ぶりに改善

～ 観光・娯楽業が好調、季節需要も重なりアフターコロナに向けた動きが加速 ～

(調査対象 2 万 7,628 社、有効回答 11,428 社、回答率 41.4%、調査開始 2002 年 5 月)

調査結果のポイント

- 2023 年 3 月の景気 DI は前月比 1.8 ポイント増の 43.9 となり、4 カ月ぶりに改善した。国内景気は、懸念材料はあるものの人出の増加にともなう消費活動がけん引し、上向きに転じた。今後は、原材料価格高騰など下振れ要因はあるものの、おおむね横ばい傾向で推移するとみられる。
- 4 カ月ぶりに全 10 業界で改善。特に『運輸・倉庫』『小売』『サービス』などで大きく改善、5 業種で 50 台に。マスク規制の緩和にともない消費者のマインドが改善、春休みや歓送迎会、引っ越しなど季節需要も重なり人流が増加し、企業活動へプラスに作用した。
- 5 カ月ぶりに『近畿』『中国』『九州』など全 10 地域で改善。都道府県別では 41 都道府県が改善となった。人出の増加が好材料となり各地でプラスの影響が表れたほか、建設需要も幅広い地域で押し上げた。規模別では、「大企業」「中小企業」「小規模企業」が 4 カ月ぶりにそろって改善した。



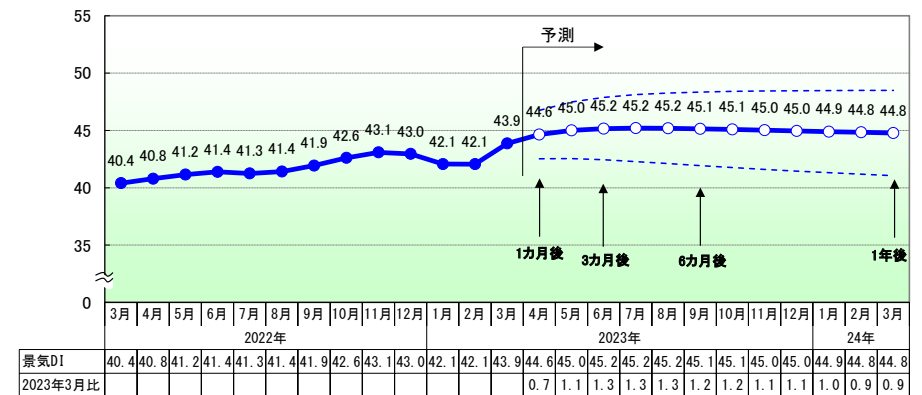
＜2023 年 3 月の動向：上向きに転じる＞

2023 年 3 月の景気 DI は前月比 1.8 ポイント増の 43.9 となり、4 カ月ぶりに改善した。

3 月の国内景気は、新型コロナの感染者数の落ち着きやマスク着用ルールの緩和にともない消費者のマインドが明るくなるなどアフターコロナに向けた動きが加速。新型コロナ流行時の年度末と異なり旺盛な旅行需要や卒業、歓送迎会にともなう消費活動が目立ち、個人消費関連を中心に幅広く景況感は上向いた。また、卒業や就職などの季節需要の増加も押し上げ要因となった。一方、仕入れ価格の高止まりや人手不足・技術者不足による機会損失の発生は悪材料だったほか生活必需品などの高騰継続はマイナス要因に。国内景気は、懸念材料はあるものの人出の増加にともなう消費活動がけん引し、上向きに転じた。

＜今後の見通し：おおむね横ばい傾向で推移＞

今後 1 年間程度の国内景気は、経済社会活動の正常化に向けた動きが一段と進むことが、景気を支える原動力になるとみられる。4 月以降も延長される全国旅行支援やインバウンド、新型コロナの 5 類移行などによる人出の増加は個人消費を中心に幅広い業界でプラスに作用していくと見込まれる。さらに、IT 投資をはじめとする DX の推進、各種イベントの通常開催、都市部の再開発なども好材料となろう。一方で、海外経済やロシア・ウクライナ情勢は不透明感が強く、原材料価格の高騰や人手不足などの長期化は懸念材料となる。構造的な問題に加えて、コロナ関連融資の返済、金利動向なども悪材料に。今後は、原材料価格高騰など下振れ要因はあるものの、おおむね横ばい傾向で推移するとみられる。



※景気予測DIは、ARIMAモデルと構造方程式モデルの結果をForecast Combinationの手法で算出。破線は予測値の幅(予測区間)を示している

業界別:全 10 業界で改善。マスク規制の緩和などで市中に活気が戻り好循環

・4 カ月ぶりに全 10 業界で改善。特に『運輸・倉庫』『小売』『サービス』などで大きく改善、5 業種で 50 台に。マスク規制の緩和にともない消費者のマインドが改善、春休みや歓送迎会、引っ越しなど季節需要も重なり人流が増加し、企業活動へプラスに作用した。

・『**運輸・倉庫**』(41.2) …前月比 3.2 ポイント増。4 カ月ぶりに改善。「年度末における公共工事の集中、民間企業の駆け込み発注、引っ越し関連の物流が増えている」(一般貨物自動車運送) など季節需要が起因してトラック輸送を中心に好調となった。加えて「港湾・車両ともに荷動きが多くなってきている」(普通倉庫) とあるように倉庫業も上向いた。また、先行き不安感の減退から旅行需要の増加や企業のリアルによる研修の実施など旅行業も復調した。ただし、仕事量は回復しつつも、燃料費高騰や人件費増などが不安定要素。

・『**小売**』(40.6) …同 2.9 ポイント増。3 カ月連続で改善。2019 年 9 月以来の 40 台。人出の回復により「繊維・繊維製品・服飾品小売」(前月比 4.0 ポイント増) は 2 カ月連続で改善した。「マスク生活が緩和され、化粧品需要が高まってきた」(化粧品小売) とあるように「医薬品・日用雑貨品小売」(同 4.4 ポイント増) も 2 カ月連続で改善。引っ越しシーズンを迎える「家具類小売」(同 6.2 ポイント増) も大きく上向いた。「食料品小売」(同 2.1 ポイント増) やスーパーストアなど「各種商品小売」(同 2.6 ポイント増) はそれぞれ 2 ポイント以上の改善となるも価格高騰により買い控えを懸念する声は根強くある。

・『**サービス**』(50.0) …同 2.6 ポイント増。2 カ月連続で改善。インバウンドや春休みによる需要増などが好材料となり「旅館・ホテル」(同 11.5 ポイント増) は大幅な改善がみられた。新型コロナ感染第 6 波の影響を受けていた前年同月からは 40 ポイント以上の改善となった。「飲食店」(同 7.4 ポイント増) は卒業祝いや送迎会といったイベント開催などにともない 2 カ月連続の改善となった。「自粛していたコンペの開催が増えた」(ゴルフ場) といった声など感染症対策の緩和でマインドが改善し「娯楽サービス」(同 6.8 ポイント増) は調査開始以来初の 50 台に。一方で、仕事量は増加しているものの人材確保が難しい状態が続く「人材派遣・紹介」(同 0.6 ポイント減) は 3 カ月連続の悪化となった。

・『**卸売**』(41.9) …同 1.8 ポイント増。4 カ月ぶりに改善。「歓送迎会が実施されつつある」(酒類卸売) というように 2 カ月連続で改善した「食料品卸売」(同 3.8 ポイント増) は 2019 年 6 月以来の 40 台に。国内外のコロナの影響が緩和し部材供給の正常化が押し上げ要因となった「機械・器具卸売」(同 1.9 ポイント増) も 2 カ月連続で改善。「繊維・繊維製品・服飾品卸売」(同 2.1 ポイント増) は卒業、就職時期を迎え需要が増加するなど 6 カ月連続で改善。一方、「再生資源卸売」(同 1.5 ポイント減) は 3 カ月連続で悪化した。

		22年 3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	23年 1月	2月	3月	前月比
農・林・水産		34.8	35.0	37.6	34.7	36.3	35.9	35.8	36.4	37.7	37.9	37.4	38.9	41.6	2.7
金融		42.5	41.1	42.7	42.3	41.9	41.7	43.6	43.2	44.5	44.3	44.8	43.3	44.0	0.7
建設		42.8	41.8	42.2	42.5	43.1	43.3	44.0	44.2	44.9	44.6	44.1	43.7	45.5	1.8
不動産		42.8	43.2	44.7	45.9	44.7	44.8	45.3	44.0	45.6	44.8	46.1	46.3	47.5	1.2
製造	飲食料品・飼料製造	34.2	36.4	37.6	37.8	36.7	36.1	35.5	38.2	38.8	38.3	38.1	37.0	41.1	4.1
	繊維・繊維製品・服飾品製造	33.0	34.6	33.8	34.4	36.1	32.6	36.2	35.7	36.5	37.9	37.7	39.0	38.6	▲ 0.4
	建材・家具・窯業・土石製品製造	41.1	41.7	41.1	40.4	40.8	39.8	40.2	40.9	41.9	41.0	38.0	37.6	37.0	▲ 0.6
	パルプ・紙・紙加工品製造	37.2	40.3	38.3	37.4	37.5	36.6	38.0	40.4	40.2	39.2	39.8	36.6	38.6	2.0
	出版・印刷	29.6	30.7	30.3	29.7	29.1	29.6	30.0	31.8	32.9	32.4	31.7	31.6	34.3	2.7
	化学品製造	42.7	42.3	41.7	41.1	41.8	42.6	42.3	40.8	40.8	41.5	40.3	39.2	40.1	0.9
	鉄鋼・非鉄・鉱業	42.6	42.1	40.9	41.2	42.9	42.7	43.0	43.9	43.6	43.1	41.7	41.0	41.9	0.9
	機械製造	46.7	45.9	46.9	46.3	46.3	46.2	45.4	45.8	45.9	44.9	43.3	43.7	43.4	▲ 0.3
	電気機械製造	44.3	44.8	44.3	44.8	44.7	44.2	45.2	44.8	45.4	44.5	43.3	43.2	42.8	▲ 0.4
	輸送用機械・器具製造	40.0	38.1	37.6	36.8	40.3	41.2	40.2	42.2	42.1	41.0	38.7	39.6	41.2	1.6
	精密機械・医療機械・器具製造	47.1	46.8	48.2	48.8	48.5	46.5	46.2	46.1	46.1	46.3	46.5	49.0	46.8	▲ 2.2
	その他製造	35.4	37.3	39.2	38.1	37.8	38.2	37.5	35.4	35.9	37.0	39.1	36.1	40.8	4.7
	全 体	40.9	41.2	41.0	40.8	41.3	41.0	41.1	41.6	41.9	41.5	40.4	40.0	41.0	1.0
卸売	飲食料品卸売	32.6	36.2	37.3	37.1	37.0	35.6	35.8	37.4	38.8	38.2	37.5	38.3	42.1	3.8
	繊維・繊維製品・服飾品卸売	25.4	28.7	31.4	31.3	29.9	29.9	29.9	32.4	33.1	34.0	34.7	35.9	38.0	2.1
	建材・家具・窯業・土石製品卸売	40.5	38.6	38.1	38.3	38.6	38.5	37.5	39.8	39.5	40.2	38.3	37.2	38.0	0.8
	紙類・文具・書籍卸売	34.6	33.8	34.2	32.8	33.0	33.5	34.5	37.1	37.0	33.8	34.8	35.6	37.3	1.7
	化学品卸売	43.5	42.3	42.3	41.6	43.5	43.0	43.4	42.6	43.8	43.5	42.8	41.7	43.5	1.8
	再生資源卸売	53.2	54.0	47.5	41.4	40.9	39.6	47.0	46.3	43.5	46.2	43.3	43.2	41.7	▲ 1.5
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売	41.1	40.3	40.0	39.7	39.3	39.3	39.8	39.7	40.2	39.9	38.5	37.1	37.8	0.7
	機械・器具卸売	41.9	42.5	42.0	42.9	43.1	42.6	43.3	44.1	44.1	43.8	43.0	43.3	45.2	1.9
	その他の卸売	35.5	37.3	37.8	38.1	37.7	37.7	38.2	39.0	39.6	40.9	40.0	40.9	42.3	1.4
	全 体	38.6	39.2	39.4	39.4	39.5	39.2	39.6	40.6	41.0	41.0	40.1	40.1	41.9	1.8
小売	飲食料品小売	38.6	37.7	41.8	42.7	40.3	39.9	40.2	39.6	43.2	42.2	42.3	40.6	42.7	2.1
	繊維・繊維製品・服飾品小売	30.6	33.6	33.9	33.6	37.7	33.6	34.9	38.7	38.1	35.4	34.2	35.7	39.7	4.0
	医薬品・日用雑貨品小売	36.8	32.1	38.9	40.1	37.1	41.9	39.5	38.9	40.6	39.0	37.2	38.5	42.9	4.4
	家具類小売	30.6	39.2	34.3	39.8	35.2	36.1	40.0	37.8	36.2	31.0	34.2	33.3	39.5	6.2
	家電・情報機器小売	33.0	33.7	34.7	34.0	36.7	32.7	37.1	35.1	35.3	37.2	36.3	37.5	40.2	2.7
	自動車・部品小売	34.7	35.1	37.1	36.4	32.4	35.9	38.8	37.6	37.2	35.3	38.2	38.7	40.8	2.1
	専門商品小売	29.9	31.3	33.1	34.3	33.2	34.7	34.0	33.5	35.4	34.8	34.4	35.3	38.6	3.3
	各種商品小売	34.0	36.4	39.9	37.8	40.2	38.0	36.1	41.3	41.4	42.6	42.5	41.0	43.6	2.6
	その他の小売	43.9	34.7	41.0	39.7	36.9	42.3	32.1	36.5	44.9	41.1	42.3	44.8	41.1	▲ 3.7
	全 体	33.3	34.0	36.4	36.7	35.7	36.3	36.7	36.8	38.2	37.4	37.5	37.7	40.6	2.9
運輸・倉庫		35.4	36.6	37.2	37.1	37.8	37.3	38.2	40.7	41.6	41.6	38.9	38.0	41.2	3.2
サービス	飲食店	23.8	32.8	34.3	38.0	34.0	28.1	31.8	39.0	39.1	41.5	38.5	42.4	49.8	7.4
	電気通信	48.5	50.0	53.0	56.0	47.0	47.9	51.9	52.4	50.0	48.3	47.6	44.4	52.8	8.4
	電気・ガス・水道・熱供給	33.3	35.7	40.6	34.3	37.7	35.9	36.1	31.1	32.3	36.7	32.4	32.1	39.7	7.6
	リース・賃貸	40.2	42.0	43.3	44.9	40.8	44.7	45.6	47.5	48.4	47.4	46.8	47.4	48.1	0.7
	旅館・ホテル	18.1	28.3	33.0	33.3	30.3	38.0	37.4	53.3	54.8	52.2	48.3	48.0	59.5	11.5
	娯楽サービス	35.1	35.6	38.9	41.6	40.7	40.1	42.2	45.0	43.8	43.2	42.1	44.1	50.9	6.8
	放送	44.4	43.9	43.3	41.7	43.0	38.3	46.1	43.1	41.7	39.5	40.7	41.1	42.6	1.5
	メンテナンス・警備・検査	42.3	43.1	42.5	44.2	42.2	43.4	42.8	42.8	43.6	45.6	42.9	42.6	45.3	2.7
	広告関連	36.4	36.9	34.8	37.3	34.3	36.7	39.3	40.9	40.3	39.7	40.2	41.4	43.7	2.3
	情報サービス	51.1	50.8	50.8	52.0	51.5	52.7	53.0	52.3	53.0	53.6	53.2	53.8	55.5	1.7
	人材派遣・紹介	44.4	45.7	47.6	45.7	46.5	49.8	47.4	48.8	46.5	50.0	48.5	47.9	47.3	▲ 0.6
	専門サービス	46.9	48.1	48.1	49.6	48.7	48.3	49.4	49.0	48.8	48.7	48.5	49.2	50.1	0.9
	医療・福祉・保健衛生	42.5	44.5	44.4	43.5	42.5	41.2	41.7	43.2	43.6	42.8	42.9	41.5	42.2	0.7
	教育サービス	37.8	39.6	35.6	40.1	38.8	39.7	43.7	42.1	42.8	41.2	38.4	41.9	44.4	2.5
	その他サービス	39.3	42.1	42.7	42.8	42.4	41.2	42.8	43.3	43.5	44.0	42.2	44.3	46.5	2.2
	全 体	43.1	44.5	44.8	45.9	44.4	45.4	46.3	47.1	47.3	47.7	46.6	47.4	50.0	2.6
その他		38.7	36.8	38.1	35.6	36.6	38.3	37.2	37.9	38.2	36.7	36.5	37.0	38.2	1.2
格差 (10業界別『その他』除く)		9.8	10.5	8.4	11.2	9.0	9.5	10.5	10.7	9.6	10.3	9.2	9.7	9.4	▲

※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:全規模が4カ月ぶりにそろって改善、観光需要などがけん引

- ・「大企業」「中小企業」「小規模企業」が4カ月ぶりにそろって改善した。人流が増加するなか規模を問わず『小売』『サービス』がけん引。さらに設備投資意欲もそれぞれ高まった。
- ・「大企業」(46.1) …前月比 1.9 ポイント増。4 カ月ぶりに改善。人出の回復にともない、旅館・ホテルや飲食店、アパレル小売などで大きく改善した。加えて、DX に向けたシステム開発などの IT 投資は堅調に推移し、「情報サービス」の景況感は 60 超となった。
- ・「中小企業」(43.5) …同 1.8 ポイント増。2 カ月連続で改善。業界別では全 10 業界で改善となった。インバウンド拡大やビジネス需要も堅調でホテルやレジャー業で大幅に上向いたほか、関連する飲食料品製造、卸売、小売など幅広く波及した。
- ・「小規模企業」(42.4) …同 1.5 ポイント増。2 カ月連続で改善。「新型コロナの感染状況に良化が表れ、消費にやや増加傾向がみられる」(一般貨物自動車運送) など『運輸・倉庫』が大きく改善した。加えて、季節需要も作用し家具類小売、アパレル小売などで上向いた。

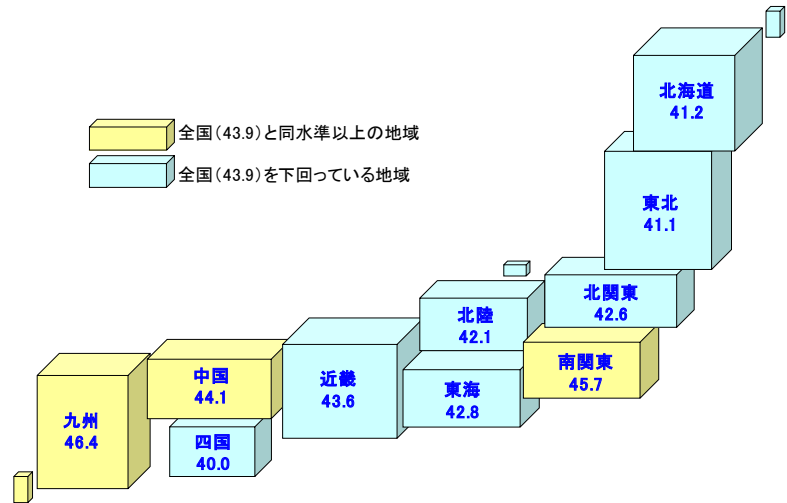
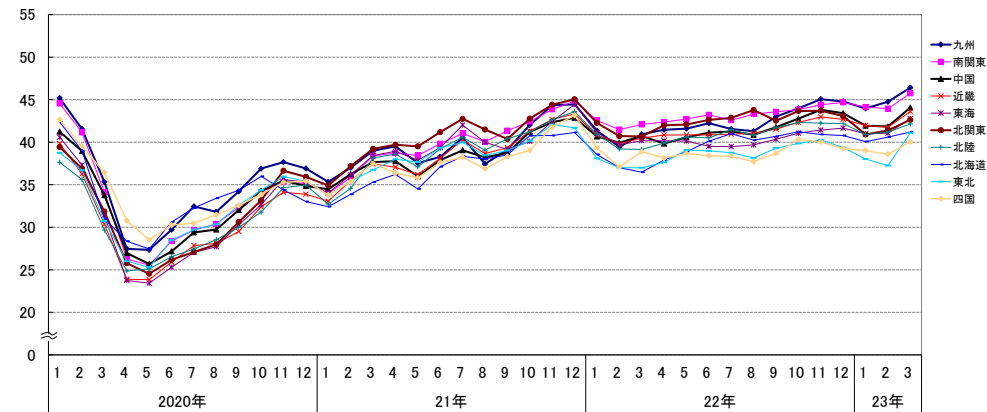
	22年 3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	23年 1月	2月	3月	前月比
大企業	43.4	43.1	43.5	43.5	43.4	43.8	43.6	44.2	45.0	44.8	44.8	44.2	46.1	1.9
中小企業	39.8	40.3	40.7	41.0	40.8	41.0	41.6	42.3	42.7	42.6	41.6	41.7	43.5	1.8
(うち小規模企業)	38.4	38.9	39.5	40.0	39.7	39.8	40.7	41.1	41.4	41.3	40.4	40.9	42.4	1.5
格差(大企業-中小企業)	3.6	2.8	2.8	2.5	2.6	2.8	2.0	1.9	2.3	2.2	3.2	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:全 10 地域で改善、人出の増加などが地域経済を押し上げた

- ・5 カ月ぶりに『近畿』『中国』『九州』など全 10 地域で改善。都道府県別では 41 都道府県が改善となった。人出の増加が好材料となり各地でプラスの影響が表れたほか、建設需要も幅広い地域で押し上げた。ただし、人手不足感は地域を問わず高水準で推移した。
- ・『近畿』(43.6) …前月比 1.8 ポイント増。4 カ月ぶりに改善。域内 2 府 4 県のうち「滋賀」など 5 府県が改善、「和歌山」が悪化となった。「インバウンドの復活」や「多くの観光客が訪れているため土産や飲食店舗が好調」など明るい声も多く全 10 業界で改善した。
- ・『中国』(44.1) …同 2.3 ポイント増。「島根」「広島」など域内 5 県すべてで改善した。「大手自動車メーカーの稼働が良い」といった声が聞かれ、自動車関連を中心に上向いた。また G7 広島サミット開催を控え、景況感を良いと捉える企業も表れてきた。
- ・『九州』(46.4) …同 1.6 ポイント増。2 カ月連続で改善。域内 8 県のうち全国唯一 50 台に達した「大分」など 6 県が改善、「佐賀」など 2 県が悪化した。国内外の旅行客の回復や大規模工場の建設などがプラスに作用し、域内半数以上の県で景況感の全国上位を占めた。

地域別グラフ(2020 年 1 月からの月別推移)



	22年 3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	23年 1月	2月	3月	前月比
北海道	36.5	37.9	38.9	40.1	41.0	40.2	40.7	41.2	40.9	40.8	40.1	40.6	41.2	0.6
東北	37.0	37.6	39.1	39.0	38.8	38.1	39.3	39.9	40.3	39.4	38.0	37.2	41.1	3.9
北関東	40.7	42.0	42.1	42.6	42.9	43.8	42.5	43.8	43.7	43.1	40.9	41.4	42.6	1.2
南関東	42.1	42.4	42.7	43.2	42.6	43.3	43.6	43.8	44.4	44.7	44.1	43.9	45.7	1.8
北陸	39.2	39.9	40.6	40.5	41.5	40.8	41.7	42.3	42.2	42.2	40.9	41.2	42.1	0.9
東海	40.2	40.2	40.1	39.5	39.5	39.7	40.4	41.1	41.4	41.7	41.0	41.1	42.8	1.7
近畿	40.5	40.8	40.9	40.9	40.9	41.1	41.5	42.3	43.0	42.7	42.0	41.8	43.6	1.8
中国	40.7	39.8	40.6	41.1	41.3	40.9	41.8	42.8	43.8	43.4	41.9	41.8	44.1	2.3
四国	38.9	38.1	38.7	38.4	38.3	37.7	38.7	40.3	40.0	39.3	39.0	38.6	40.0	1.4
九州	40.9	41.5	41.6	42.2	41.5	41.3	43.0	44.0	45.1	44.8	44.0	44.8	46.4	1.6
格差	5.6	4.8	4.0	4.8	4.6	6.1	4.9	4.1	5.1	5.5	6.1	7.6	6.4	

※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
	1月	2月	3月	
農・林・水産	37.4 ↓	38.9 ↑	41.6 ↑	○ 高齢化による生産者の減少で価格高へ推移している(果樹作農) ○ 鳥インフルエンザの影響で卵価が高い(養鶏) × 木材価格の市況が落ちてきている。引き合いも弱くなっている(森林組合) × 「公共造園等工事」は、年度末工事の竣工・引渡し時期となっており各社工事は毎日残業に追われている。しかし、新規発注はほとんどない(園芸サービス)
金融	44.8 ↑	43.3 ↓	44.0 ↑	○ 新型コロナ対策の緩和による好影響(投資業) △ 外国人旅行者の増加等により、景気が良くなっている半面、原材料価格高騰で収益面での悪化が懸念される業種も見受けられる(信用協同組合・同連合会) × 金利は今後上昇する見通しがあるも、コロナ関連融資の無利息期間の満了による繰上げ返済の圧力が予想され、資金利益の増加に苦慮する(普通銀行)
建設	44.1 ↓	43.7 ↓	45.5 ↑	○ 人口流入が継続しており、住宅需要は引き続き旺盛である。分譲マンションのデベロッパーは活発な動きをしており、賃貸マンションについても同様(建築工事) ○ 民間の設備投資が増加。特に石油化学・エネルギー関連で更新事業が好調(はつり・解体工事) △ 木材の製材業者等、土木・建築に係る業界の倒産が目立つ。一方、注文住宅のオーダーは多い(土工・コンクリート工事) × 携帯電話の設備投資抑制、半導体不足による受注先延ばしなどにより、2022年度は受注減の状態(電気通信工事) × 発注機関である官公庁の税収減による発注の減少と新型コロナやウクライナ情勢等による物価の高騰で、なかなか苦しい(土木工事)
不動産	46.1 ↑	46.3 ↑	47.5 ↑	○ 新型コロナが落ち着いてきたので、人流が活発になってきた。沖縄も観光客が相当入ってきており、経済活動も活発になってきた(不動産代理業・仲介) ○ 新型コロナ禍の反動なのか、企業の転勤が急増。社宅需要が増えている(貸家) × 極端な価格の高止まりと金融の引き締めにより、物件が流通しない。不景気によりテナントのミスマッチが解消されず、収益物件の利回りが低調さみ(建物売買) × 資料請求およびモデルハウスへの来場数が前年比40%ダウン(土地売買)
製造	40.4 ↓	40.0 ↓	41.0 ↑	○ 全国旅行支援やG7の開催地ということもあり、客が非常に多いと感じている(野菜漬物製造) ○ 航空機案件の需要は少しづつ回復しており、建材等の出荷が増えている。新規の案件も順調に受注できている(工業用ゴム製品製造) ○ 半導体部品の供給に関して、国内生産を優先するようになってから生産が安定してきた(工業用プラスチック製品製造) ○ 空圧・油圧関連が好調で空調関連においては中国向けが回復(金属製品製造) × 半導体をはじめとする原材料不足・価格高騰は続いており、正常な生産活動ができない(非鉄金属鋳造) × 資源エネルギー高および物価上昇の影響が大きい(金物類製造) × 自動車メーカーの減産が続いている(鋼管製造)
				○ 大手企業やその傘下の企業の給与アップの効果が出そう(施設野菜作農) ○ 取り扱っている和牛相場がインバウンド需要で上がると予想(肉用牛生産) × 大手が賃上げを行えば地元企業も賃上げは必定であるが、現在の状態での賃上げは非常に難しい。ますます地元に必要な人材が集まらないと考える(養豚) × 資材高騰等による生産費の増大にともない、収益が減少していく(米作農)
				○ TSMC進出による好影響が見込まれる(投資業) ○ 消費拡大への期待がある(クレジットカード) × 新型コロナ禍の収束が予測できないほか、原材料価格やエネルギー価格の高止まりが解消されない(信用金庫・同連合会) × 前向きな資金需要の増加は当面見込まれない(信用農業協同組合連合会)
				○ カーボンニュートラルに向けた活動の一環として、空調改善工事の増加が見込まれる(冷暖房設備工事) ○ アフターコロナに向けて、需要が拡大傾向にある。特にリゾート・観光関連が好調である見通し(一般土木建築工事) ○ 投資計画が順調に実施されている(一般電気工事) △ 補助金が出る分野だけ忙しくなる状況(内装工事) × 資材価格と人件費が下がる見込みがない。値上がり分が売りに反映されない状況(建築工事) × 発注者・受注者ともに技術者の不足が常態化している。また技能者・作業員の確保も困難を極めているのが現状(一般管工事)
				○ 東京都への転入は外国人も含めてさらに増えていくと思われ、それにともない賃貸需要も増えると予想(貸家) ○ 新型コロナ明けでメンテナンス関連需要が増加する(不動産管理) × 円安基調と原材料高は継続すると考える(不動産代理業・仲介) × 土地価格および建築費の高騰による原価の上昇、金利上昇懸念による買い控えなど懸念材料が多い(建物売買)
				○ 水際対策の緩和を含む新型コロナの規制緩和により、観光地はさらに良くなると考える(ビール製造) ○ 人手不足による施工の遅れが目立っているため、施工業者の受注残が多いと考える(ゴムベルト製造) ○ 半導体不足を起因とした内示のブレが収まり、急な減産はなくなると思う。受注残解消のための増産が6月以降本格的に始まると予想(鋳造類製造) × 固定費の低減が進まない可能性が大きい。自動車業界の回復も遅れると考える(金属製スプリング製造) × 当分の間コスト高を価格に反映できない状況は続き、企業業績は向上しない見込み。ただ、円安の解消および新型コロナの状況に左右される(洋紙製造) × 米国の早期景気回復が期待できない(工業用プラスチック製品製造)

【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)

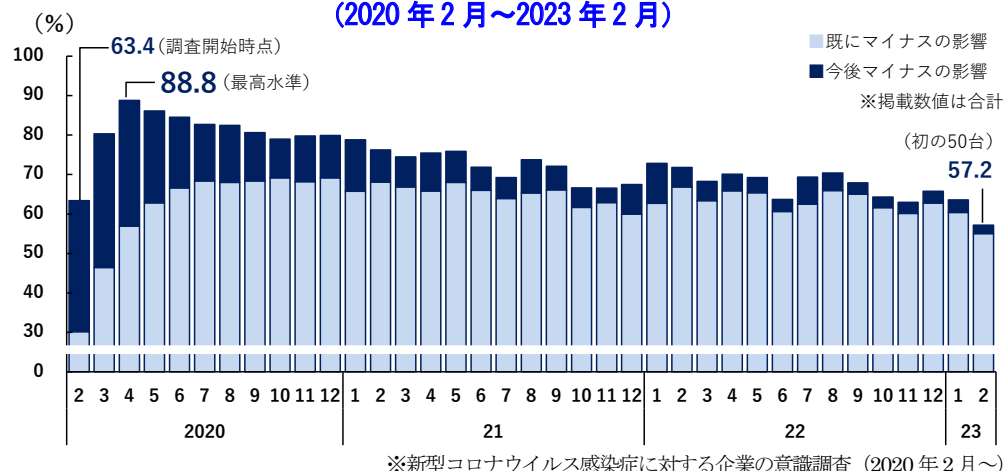
業界名	現在			先行き
	1月	2月	3月	
卸売	40.1 ↓	40.1 →	41.9 ↑	○ 先月に引き続き乳製品への需要が高止まりとなっている(食料・飲料卸売) ○ 年度末完成の仕事が入ったほか、中国での加工製品が人手不足で日本加工に多少切り替わっている(建設用石材・窯業製品卸売) ○ 半導体材料関連品の受注好調(化学製品卸売) ○ 薬価改定の影響で販売価格が低下しているものの、新型コロナ治療薬、検査キット等の売上げが好調(医薬品卸売) × 鋼材など材料価格高騰もあり、建築が落ちている影響で、住宅設備関連の受注が落ち込んでいる。そのため、主要顧客である住設メーカーの生産調整の影響で、3月末までは受注は回復しない(包装用品卸売)
小売	37.5 ↑	37.7 ↑	40.6 ↑	○ 新型コロナも落ち着いてきたのと、年度末や移動の時期ということもあり、顧客の購買意欲が出てきたように感じる(中古自動車小売) ○ 新型コロナの影響はごくごく限定的となり、人流は回復傾向で競合各社数値は上向き(男子服小売) × 生活必需品の価格高騰と当社が扱う商品の価格高騰により、顧客の購買意欲が低下している(自転車小売) × 仕入価格の上昇にともない、販売価格への転嫁を徐々に進めているが、他社との競合や諸経費の値上げも急速に進行しているため、良くなっているという実感が無い。収益環境は、新型コロナ禍の時期よりも厳しい状況にある(ガソリンスタンド)
運輸・倉庫	38.9 ↓	38.0 ↓	41.2 ↑	○ 新型コロナに対する社会的不安が和らいだことから旅行の申し込みが多くなった(旅行業代理店) ○ 港湾・車両共に荷動きが増加(普通倉庫) △ 国内旅行は全国旅行支援効果で新型コロナ禍以前規模に近い水準まで回復も、依然海外・訪日旅行は新型コロナ前の20%水準にとどまる(一般旅行) △ 内航は備船料が大幅に上がらないと物価の高騰に対応できず、外航はドルベースのマーケットは良くなってきたが、海外景気減速が不安材料(内航船舶貸渡) × 新型コロナ禍・原油高・働き方改革で景気は良くない。賃金アップするように協力したいが、その原資が確保できない(一般貨物自動車運送)
サービス	46.6 ↓	47.4 ↑	50.0 ↑	○ 卒業・就職祝い等イベントも増えてきたほか、インバウンドが増えてきたこと等が貢献している(中華料理店、その他の東洋料理店) ○ 新型コロナ収束と全国旅行支援などで旅行機運が盛り上がっている(旅館) ○ 人材市場の需要超過の傾向は継続しており、また自動車業界を含む製造業の生産回復も徐々に改善する気配が見受けられる(広告) △ 人材不足が起因ではあるが、DX推進・IoT・AI化などの好景気要因で地元IT産業の景気自体は良い状況にある。ただし人件費高騰による利益の低下が今後予想される(ソフト受託開発) × 製品の入荷および現場は少しずつ回復してきているが、材料費の高騰により利益が出ない状況(修理事業)

【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

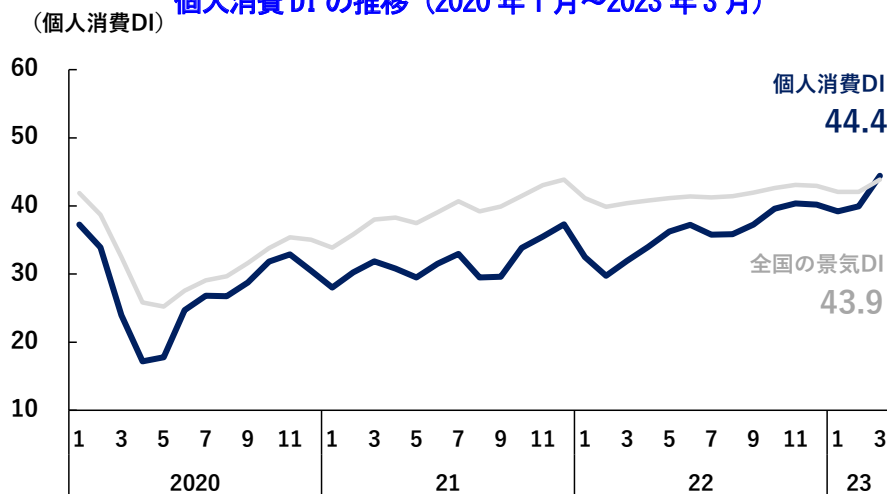
【今月のポイント（１）】 現在、企業が捉える新型コロナウイルスの影響について

- 新型コロナによる業績へのマイナス影響は３年間で大幅に低下。個人消費関連も改善傾向が続き、当月の個人景気DIは全国の景気DIを上回った
- 新型コロナに対して、既に過ぎた出来事と捉えている企業も少なくない。ただし、依然として影響が続く企業・業界も

新型コロナウイルス感染症による業績への『マイナス影響』の推移
(2020年2月～2023年2月)



個人消費DIの推移 (2020年1月～2023年3月)



※「個人消費DI」は、小売業および飲食店、旅館・ホテル、娯楽サービス、教育サービスの景気DIから算出

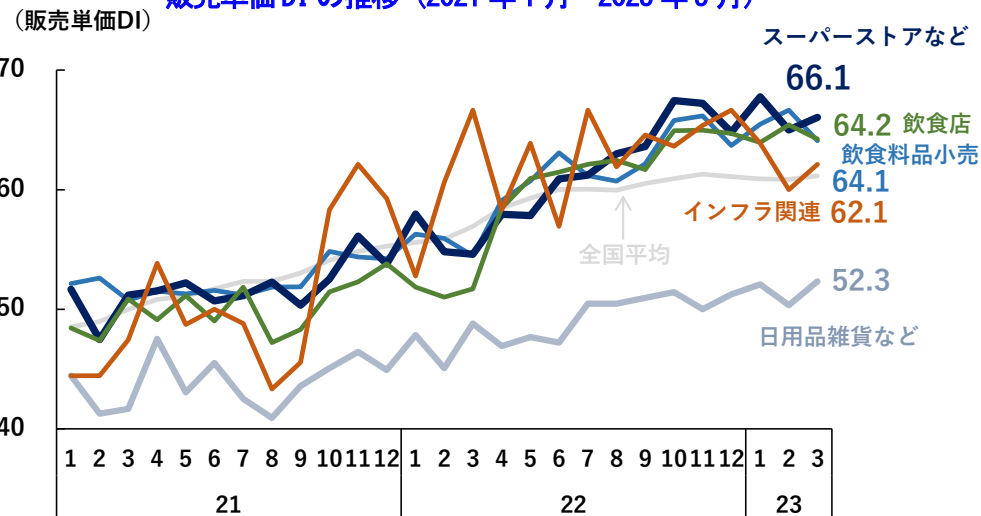
企業の新型コロナウイルスに対する現在の捉え方

現在の捉え方（コメント抜粋）	業種	規模
・新型コロナに対する制限解除や全国旅行支援、インバウンドでの人流回復により、影響を受けていた得意先の売り上げや客単価、客数が回復傾向にある	食料・飲料卸売	大企業
・新型コロナが落ち着いたおかげで反動需要がある	旅館	中小企業
・新型コロナ禍の終息で人流が増加した。飲食店も徐々にではあるが復活傾向が出てきている	包装用品卸売	中小企業
・新型コロナの感染拡大防止に係る制限が緩和の方向にあるなか、全国旅行支援等もあって観光入域客数が増えており、街に賑わいが戻りつつある。併せて、飲食業界も徐々に元気を取り戻しつつある	蒸留酒・混成酒製造	中小企業
・新型コロナ禍も終わるかのような空気感のなか、徐々にテナントの引き合いも増えてきているように感じる	貸事務所	小規模企業
・新型コロナ禍での習慣が定着し、夜の時間帯が総じて不振である	コーヒー・茶類卸売	大企業
・新型コロナ流行前の状態に持ち直してきているが、ゼロゼロ融資の全面的な返済開始を踏まえ、不透明な部分がある	信用金庫・同連合会	中小企業
・新型コロナは終息傾向にあるが、まだまだ新型コロナ流行前に戻るためには時間がかかりそう	生鮮魚介卸売	中小企業
・新型コロナ感染症の5類への移行にともない、関連予算が縮小している	医療用品卸売	中小企業
・新型コロナ禍で停滞していたものが回復しているが、成果が中々上がってこない	一般貸切旅客自動車運送	小規模企業

【今月のポイント（2）】 生活必需品などの価格上昇による影響

- 販売単価 DI はスーパーストアなどの「各種商品小売」で 66.1 となるなど生活に関連する業種で上昇がみられる
- 企業からは電力・ガスや食品を含む生活必需品の価格上昇による買い控えなどを懸念する声も多い

販売単価 DI の推移（2021 年 1 月～2023 年 3 月）



家計負担増の影響に関する企業からのコメント

企業からのコメント（抜粋）	業種	地域
・生活用品や食料品全体の値上げにより、客数だけでなく客単価や購買点数などが減少しているのが見受けられる	食肉小売	東京
・原材料価格の高騰は激しく、生活に必要な燃料高もあり家計を圧迫している	一般管工事	秋田
・生活必需品の価格高騰と自社が扱う商品の価格高騰により、顧客の購買意欲が低下している	自転車小売	愛知
・日常生活に必要な食品や、水道光熱費の上昇で嗜好品まで消費が回りにくくなっている	菓子小売	兵庫

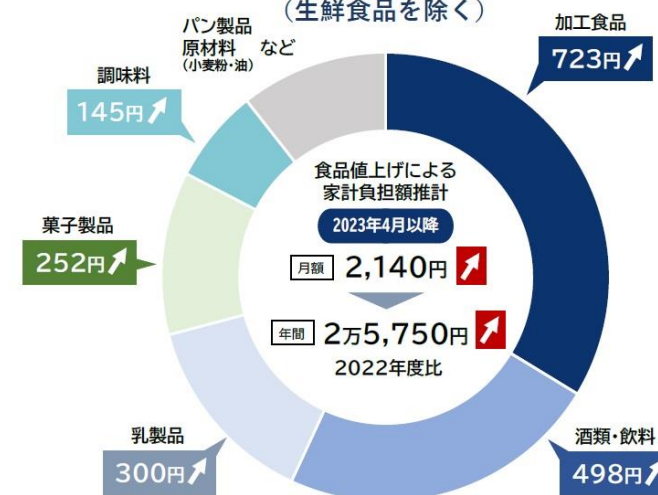
2023 年の食品値上げ（3 月 31 日 12 時時点）
品目数/月別



実施ベースでの値上げ品目数動向



食品値上げ 家計負担額推計
(生鮮食品を除く)



[注] 調査時点の食品上場105社のほか、全国展開を行う非上場食品90社を含めた主要195社の2022-23年価格改定計画。実施済みを含む。
品目数は再値上げなど重複を含む

※帝国データバンク「食品主要 195 社」価格改定動向調査—2023 年 4 月」（2023 年 3 月 31 日）

※帝国データバンク「食品主要 195 社」価格改定動向調査—23 年度家計負担額推計」（2023 年 3 月 31 日）

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万7,628社、有効回答企業11,428社、回答率41.4%)

(1) 地域

北海道	536	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,241
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	764	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,931
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	900	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	791
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,362	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	360
北陸(新潟 富山 石川 福井)	585	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	958
合 計			11,428

(2) 業界(10業界51業種)

農・林・水産	105	小売	飲食料品小売業	110
金融	158		繊維・繊維製品・服飾品小売業	60
建設	1,772		医薬品・日用雑貨品小売業	52
不動産	480		家具類小売業	19
			家電・情報機器小売業	39
製造	飲食料品・飼料製造業	(698)	自動車・同部品小売業	112
	繊維・繊維製品・服飾品製造業		専門商品小売業	236
	建材・家具・窯業・土石製品製造業		各種商品小売業	55
	パルプ・紙・紙加工品製造業		その他の小売業	15
	出版・印刷			
(2,875)	化学品製造業	サービス	運輸・倉庫	505
	鉄鋼・非鉄・鉱業		飲食店	97
	機械製造業		電気通信業	6
	電気機械製造業		電気・ガス・水道・熱供給業	13
	輸送用機械・器具製造業		リース・賃貸業	105
卸売	精密機械・医療機械・器具製造業		旅館・ホテル	104
	その他製造業		娯楽サービス	93
	飲食料品卸売業		放送業	18
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業		メンテナンス・警備・検査業	206
	建材・家具・窯業・土石製品卸売業		広告関連業	113
(2,665)	紙類・文具・書籍卸売業	(2,129)	情報サービス業	594
	化学品卸売業		人材派遣・紹介業	88
	再生資源卸売業		専門サービス業	315
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売業		医療・福祉・保健衛生業	120
	機械・器具卸売業		教育サービス業	36
	その他の卸売業		その他サービス業	221
その他				41
合 計				11,428

(3) 規模

大企業	1,765	15.4%
中小企業	9,663	84.6%
(うち小規模企業)	(3,669)	(32.1%)
合 計	11,428	100.0%
(うち上場企業)	(239)	(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

2023年3月17日～3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2万7千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」などを加えた構造方程式モデルの結果をForecast Combinationの手法により景気予測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、石井 Tel：03-5919-9343 e-mail：keiki@mail.tdb.co.jp

©TEIKOKU DATABANK, LTD. 2023

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。