

TDB 景気動向調査(全国) — 2023 年 1 月調査 —

2023 年 2 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 2 カ月連続で悪化、コスト負担高まる

～ 生活費の上昇に加え、生産・出荷が振るわず、海外経済に不確実さ ～

(調査対象 2 万 7,362 社、有効回答 1 万 1,719 社、回答率 42.8%、調査開始 2002 年 5 月)

調査結果のポイント

- 2023 年 1 月の景気 DI は前月比 0.9 ポイント減の 42.1 となり、2 カ月連続で悪化した。国内景気は、生活費の上昇に加え、設備稼働率の低下で生産・出荷が振るわず、2 カ月連続で悪化した。今後は、海外経済情勢などの不確実性が高まるとみられるものの、おおむね横ばい傾向で推移するとみられる。
- 10 業界中 7 業界、51 業種中 37 業種で悪化した。依然として原材料価格の高止まりや電気代などエネルギーコストの増加は企業活動の負担となっている。また、「旅館・ホテル」の落ち込みなど、ここまでけん引してきた全国旅行支援の効果にやや陰りも表れている。
- 10 地域すべてが悪化した。全国的に新型コロナ感染が落ち着きを見せてきたなか、設備稼働率 DI や生産・出荷量 DI が全地域で減少するなど、41 都道府県が悪化となった。降雪による費用負担なども景況感を下押し。規模別では、「大企業」が前月と同水準だった一方、「中小企業」「小規模企業」は 2 カ月連続で悪化した。

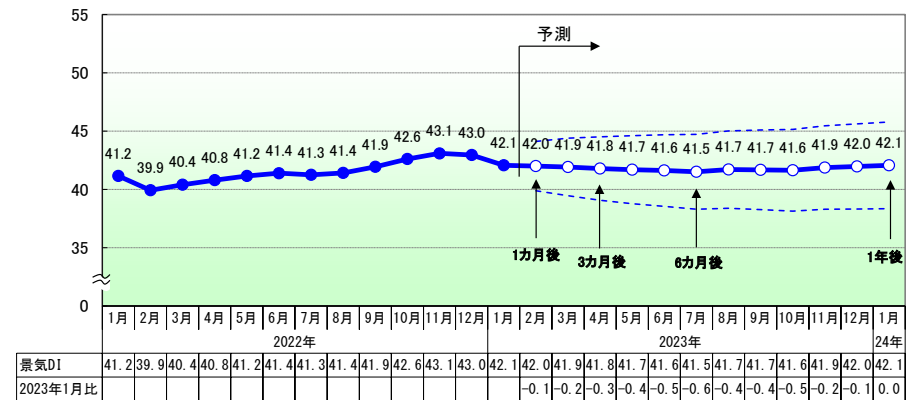
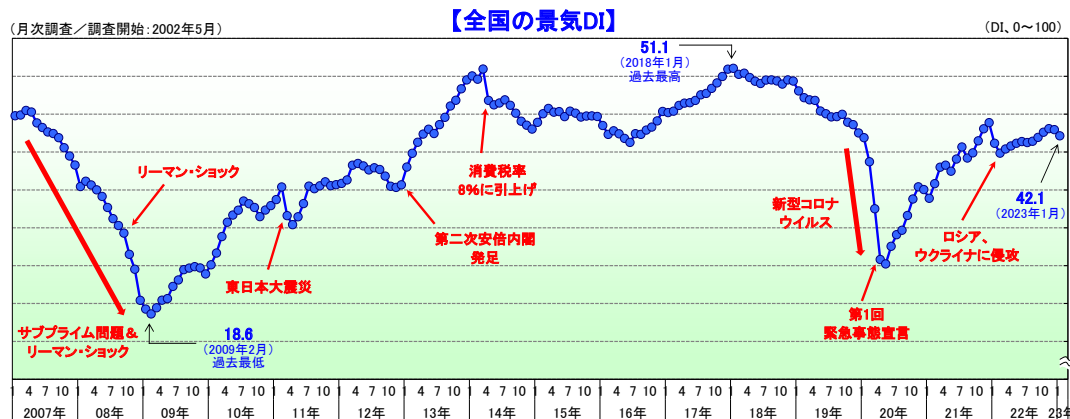
< 2023 年 1 月の動向：悪化続く >

2023 年 1 月の景気 DI は前月比 0.9 ポイント減の 42.1 となり、2 カ月連続で悪化した。

1 月の国内景気は、新型コロナウイルスの感染状況が徐々に落ち着きを見せていたなかで、原材料価格の高止まりや電気料金などエネルギーコストの増加などが悪化要因となった。また全国旅行支援の効果で上向いていた観光産業は、宿泊・飲食サービスを中心に大きく落ち込んだ。さらに大手製造業の生産調整や不十分な価格転嫁、月後半の寒波なども悪材料となった。一方、投資用・資産用不動産は売買・賃貸とも活発だったほか、DX（デジタルトランスフォーメーション）など IT 投資需要も引き続き好調だった。国内景気は、生活費の上昇に加え、設備稼働率の低下で生産・出荷が振るわず、2 カ月連続で悪化した。

< 今後の見通し：横ばい傾向で推移 >

今後 1 年間程度の国内景気は、平時に向かう社会とともに経済活動の正常化が景気を下支えする一方、米中欧などの海外経済やウクライナ情勢、今後の金利動向などの影響を受けつつ推移する。脱炭素やサプライチェーンの見直しなどは設備投資のプラス要因。また急速に進んだ円安からの調整などは景気の押し上げ要因となろう。さらに全国旅行支援の継続やインバウンド消費の拡大、賃上げの動きや DX 需要の拡大なども好材料。一方で、コロナ関連融資の返済本格化にともなう負担の増加、新型コロナ感染の動向、生活費の上昇、人手不足の深刻化などはマイナス材料となる。今後は、海外経済情勢などの不確実性が高まるとみられるものの、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:7 業界 37 業種で悪化。原材料価格や電気代高騰は企業活動の重荷に

・10 業界中 7 業界、51 業種中 37 業種で悪化した。依然として原材料価格の高止まりや電気代などエネルギーコストの増加は企業活動の負担となっている。また、「旅館・ホテル」の落ち込みなど、ここまでけん引してきた全国旅行支援の効果にやや陰りも表れている。

・『**運輸・倉庫**』(38.9) …前月比 2.7 ポイント減。5 カ月ぶりに悪化。「燃料費、車両費、整備費全てが上昇している」(一般貨物自動車運送) というように燃料価格の高騰を筆頭に経費増が重くのし掛かっている。さらにドライバー不足なども下押し要因となった。また倉庫などで生鮮品等を扱う場合は終日の温度管理が必要となり電気代高騰は死活問題に。全国旅行支援による特需はみられたが「割引率が下がり利用者が減少」(旅行業代理店) や仕組みの煩雑さは悪材料、加えて海外旅行の不調など旅行業では厳しさがみられている。

・『**サービス**』(46.6) …同 1.1 ポイント減。6 カ月ぶりに悪化。閑散期を迎えるなか新型コロナウイルスの感染第 8 波の影響に加え、「全国旅行支援の割引額が少なくなった影響」(旅館) といった声が多い「旅館・ホテル」(同 3.9 ポイント減) や原材料費の高騰、自粛意識の高まりなどから「飲食店」(同 3.0 ポイント減) は大幅悪化となった。また、「メンテナンス・警備・検査」(同 2.7 ポイント減) は人材不足や整備部品の高騰などがマイナス材料となっている。そのほか、「情報サービス」(同 0.4 ポイント減) は 3 カ月ぶりに減少となるも 51 業種中唯一 50 台を維持。「国の DX 推進の後押しやコロナ禍で加速した IT 化もあり案件が多い」(ソフト受託開発) とあるように依然として底堅さが表れている。

・『**製造**』(40.4) …同 1.1 ポイント減。2 カ月連続で悪化。「輸送用機械・器具製造」(同 2.3 ポイント減) は大手自動車メーカーの生産調整が響いたほか、燃料や原材料高騰分を価格に転嫁できず 3 カ月連続で悪化した。「諸物価の高騰により利益率が低下」(生コンクリート製造) といった声が多い「建材・家具、窯業・土石製品製造」(同 3.0 ポイント減) や設備投資の鈍化から「機械製造」(同 1.6 ポイント減) は 2 カ月連続で悪化。「在庫調整が始まってきた」(工業用プラスチック製品製造) という声がある「化学製品製造」(同 1.2 ポイント減) も厳しい水準となった。他方、一部で電子機器や医療機器などの受注が増加する「精密機械、医療機械・器具製造」(同 0.2 ポイント増) は 2 カ月連続で改善した。

・『**不動産**』(46.1) …同 1.3 ポイント増。2 カ月ぶりに改善。実質的利上げによる先行きの警戒感はあるものの「投資用、資産用不動産は活発」(不動産代理・仲介) や「賃貸市場がコロナ明けを睨み一気に動き出した印象がある」(貸家) といった声が聞かれ、回復基調が表れた。売買、賃貸ともに活気が戻りつつあるが、都心部を避け郊外移住が順調といった取引エリアによる濃淡はみられている。

														22年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	23年 1月	前月比		
農・林・水産															38.7	36.4	34.8	35.0	37.6	34.7	36.3	35.9	35.8	36.4	37.7	37.9	37.4	▲ 0.5	
金融															41.9	41.6	42.5	41.1	42.7	42.3	41.9	41.7	43.6	43.2	44.5	44.3	44.8	0.5	
建設															43.3	42.5	42.8	41.8	42.2	42.5	43.1	43.3	44.0	44.2	44.9	44.6	44.1	▲ 0.5	
不動産															42.9	42.6	42.8	43.2	44.7	45.9	44.7	44.8	45.3	44.0	45.6	44.8	46.1	1.3	
製造	飲食料品・飼料製造														35.4	33.4	34.2	36.4	37.6	37.8	36.7	36.1	35.5	38.2	38.8	38.3	38.1	▲ 0.2	
	繊維・繊維製品・服飾品製造														31.6	31.7	33.0	34.6	33.8	34.4	36.1	32.6	36.2	35.7	36.5	37.9	37.7	▲ 0.2	
	建材・家具・窯業・土石製品製造														44.1	42.7	41.1	41.7	41.1	40.4	40.8	39.8	40.2	40.9	41.9	41.0	38.0	▲ 3.0	
	パルプ・紙・紙加工品製造														40.2	36.4	37.2	40.3	38.3	37.4	37.5	36.6	38.0	40.4	40.2	39.2	39.8	0.6	
	出版・印刷														28.6	29.5	29.6	30.7	30.3	29.7	29.1	29.6	30.0	31.8	32.9	32.4	31.7	▲ 0.7	
	化学製品製造														44.5	42.3	42.7	42.3	41.7	41.1	41.8	42.6	42.3	40.8	40.8	41.5	40.3	▲ 1.2	
	鉄鋼・非鉄・鉱業														44.6	43.8	42.6	42.1	40.9	41.2	42.9	42.7	43.0	43.9	43.6	43.1	41.7	▲ 1.4	
	機械製造														47.7	46.7	46.7	45.9	46.9	46.3	46.3	46.2	45.4	45.8	45.9	44.9	43.3	▲ 1.6	
	電気機械製造														46.6	46.1	44.3	44.8	44.3	44.8	44.7	44.2	45.2	44.8	45.4	44.5	43.3	▲ 1.2	
	輸送用機械・器具製造														41.6	39.9	40.0	38.1	37.6	36.8	40.3	41.2	40.2	42.2	42.1	41.0	38.7	▲ 2.3	
	精密機械・医療機械・器具製造														52.0	49.5	47.1	46.8	48.2	48.8	48.5	46.5	46.2	46.1	46.1	46.3	46.5	0.2	
	その他製造														35.9	36.1	35.4	37.3	39.2	38.1	37.8	38.2	37.5	35.4	35.9	37.0	39.1	2.1	
全 体															42.5	41.2	40.9	41.2	41.0	40.8	41.3	41.0	41.1	41.6	41.9	41.5	40.4	▲ 1.1	
卸売	飲食料品卸売														32.7	30.1	32.6	36.2	37.3	37.1	37.0	35.6	35.8	37.4	38.8	38.2	37.5	▲ 0.7	
	繊維・繊維製品・服飾品卸売														27.6	24.9	25.4	28.7	31.4	31.3	29.9	29.9	29.9	32.4	33.1	34.0	34.7	0.7	
	建材・家具・窯業・土石製品卸売														40.0	39.7	40.5	38.6	38.1	38.3	38.6	38.5	37.5	39.8	39.5	40.2	38.3	▲ 1.9	
	紙類・文具・書籍卸売														32.7	31.9	34.6	33.8	34.2	32.8	33.0	33.5	34.3	37.1	37.0	33.8	34.8	1.0	
	化学品卸売														43.2	41.9	43.5	42.3	42.3	41.6	43.5	43.0	43.4	42.6	43.8	43.5	42.8	▲ 0.7	
	再生资源卸売														45.8	50.5	53.2	54.0	47.5	41.4	40.9	39.6	47.0	46.3	43.5	46.2	43.3	▲ 2.9	
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売														42.3	40.5	41.1	40.3	40.0	39.7	39.3	39.3	39.8	39.7	40.2	39.9	38.5	▲ 1.4	
	機械・器具卸売														42.8	42.4	41.9	42.5	42.0	42.9	43.1	42.6	43.3	44.1	44.1	43.8	43.0	▲ 0.8	
	その他の卸売														36.3	33.7	35.5	37.3	37.8	38.1	37.7	37.7	38.2	39.0	39.6	40.9	40.0	▲ 0.9	
全 体															39.0	37.7	38.6	39.2	39.4	39.4	39.5	39.2	39.6	40.6	41.0	41.0	40.1	▲ 0.9	
小売	飲食料品小売														36.5	36.3	38.6	37.7	41.8	42.7	40.3	39.9	40.2	39.6	43.2	42.2	42.3	0.1	
	繊維・繊維製品・服飾品小売														31.8	23.8	30.6	33.6	33.9	33.6	37.7	33.6	34.9	38.7	38.1	35.4	34.2	▲ 1.2	
	医薬品・日用雑貨品小売														36.0	32.1	36.8	32.1	38.9	40.1	37.1	41.9	39.5	38.9	40.6	39.0	37.2	▲ 1.8	
	家具類小売														35.6	29.8	30.6	39.2	34.3	39.8	35.2	36.1	40.0	37.8	36.2	31.0	34.2	3.2	
	家電・情報機器小売														32.3	30.2	33.0	33.7	34.7	34.0	36.7	32.7	37.1	35.1	35.3	37.2	36.3	▲ 0.9	
	自動車・同部品小売														35.0	33.5	34.7	35.1	37.1	36.4	32.4	35.9	38.8	37.6	37.2	35.3	38.2	2.9	
	専門商品小売														33.3	30.9	29.9	31.3	33.1	34.3	33.2	34.7	34.0	33.5	35.4	34.8	34.4	▲ 0.4	
	各種商品小売														36.2	32.6	34.0	36.4	39.9	37.8	40.2	38.0	36.1	41.3	41.4	42.6	42.5	▲ 0.1	
	その他の小売														40.0	40.0	43.9	34.7	41.0	39.7	36.9	42.3	32.1	36.5	44.9	41.1	42.3	1.2	
	全 体															34.4	31.9	33.3	34.0	36.4	36.7	35.7	36.3	36.7	36.8	38.2	37.4	37.5	0.1
	運輸・倉庫															37.7	35.5	35.4	36.6	37.2	37.1	37.8	37.3	38.2	40.7	41.6	41.6	38.9	▲ 2.7
サービス	飲食店														24.2	16.9	23.8	32.8	34.3	38.0	34.0	28.1	31.8	39.0	39.1	41.5	38.5	▲ 3.0	
	電気通信														46.7	50.0	48.5	50.0	53.0	56.0	47.0	47.9	51.9	52.4	50.0	48.3	47.6	▲ 0.7	
	電気・ガス・水道・熱供給														40.0	37.5	33.3	35.7	40.6	34.3	37.7	35.9	36.1	31.1	32.3	36.7	32.4	▲ 4.3	
	リース・賃貸														42.0	41.0	40.2	42.0	43.3	44.9	40.8	44.7	45.6	47.5	48.4	47.4	46.8	▲ 0.6	
	旅館・ホテル														12.9	12.8	18.1	28.3	33.0	33.3	30.3	38.0	37.4	53.3	54.8	52.2	48.3	▲ 3.9	
	娯楽サービス														33.3	31.2	35.1	35.6	38.9	41.6	40.7	40.1	42.2	45.0	43.8	43.2	42.1	▲ 1.1	
	放送														45.8	47.6	44.4	43.9	43.3	41.7	43.0	38.3	46.1	43.1	41.7	39.5	40.7	1.2	
	メンテナンス・警備・検査														42.3	40.2	42.3	43.1	42.5	44.2	42.2	43.4	42.8	42.8	43.6	45.6	42.9	▲ 2.7	
	広告関連														32.7	31.5	36.4	36.9	34.8	37.3	34.3	36.7	39.3	40.9	40.3	39.7	40.2	0.5	
	情報サービス														50.1	50.2	51.1	50.8	50.8	52.0	51.5	52.7	53.0	52.3	53.0	53.6	53.2	▲ 0.4	
	人材派遣・紹介														45.1	41.5	44.4	45.7	47.6	45.7	46.5	49.8	47.4	48.8	46.5	50.0	48.5	▲ 1.5	
	専門サービス														47.2	46.2	46.9	48.1	48.1	49.6	48.7	48.3	49.4	49.0	48.8	48.7	48.5	▲ 0.2	
	医療・福祉・保健衛生														42.4	41.0	42.5	44.5	44.4	43.5	42.5	41.2	41.7	43.2	43.6	42.8	42.9	0.1	
	教育サービス														39.7	40.2	37.8	39.6	35.6	40.1	38.8	39.7	43.7	42.1	42.8	41.2	38.4	▲ 2.8	
その他サービス														39.3	36.9	39.3	42.1	42.7	42.8	42.4	41.2	42.8	43.3	43.5	44.0	42.2	▲ 1.8		
全 体															42.8	41.4	43.1	44.5	44.8	45.9	44.4	45.4	46.3	47.1	47.3	47.7	46.6	▲ 1.1	
その他															36.3	37.3	38.7	36.8	38.1	35.6	36.6	38.3	37.2	37.9	38.2	36.7	36.5	▲ 0.2	
格差 (10業界別『その他』除く)															8.9	10.7	9.8	10.5	8.4	11.2	9.0	9.5	10.5	10.7	9.6	10.3	9.2	▲	

※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:「大企業」が横ばいとなった一方、「中小企業」は2カ月連続で悪化

- ・「大企業」が前月と同水準だった一方、「中小企業」「小規模企業」は2カ月連続で悪化した。観光需要の取り込みなど、「大企業」と「中小企業」で景況感が分かれた。
- ・「大企業」(44.8) …前月比横ばい。インバウンド需要のほか、「全国旅行割やイベントの開催で人流が徐々に戻っている」など『小売』が改善したほか、『金融』では「資金調達ニーズの高まりで貸出金が増加傾向」の声もあった。一方『製造』は4カ月連続で悪化した。
- ・「中小企業」(41.6) …同1.0ポイント減。2カ月連続で悪化。『運輸・倉庫』や『サービス』など10業界中8業界が悪化した。「全国旅行支援の制度を利用しきれていない」なかで宿泊業の景況感が大幅に落ち込んだほか、製造原価の上昇による収益悪化も下押し要因。
- ・「小規模企業」(40.4) …同0.9ポイント減。2カ月連続で悪化。『運輸・倉庫』は「倉庫の保管料金や運賃の値上げが思うように進んでいない」など、価格転嫁の遅れによる厳しい環境が続いた。また価格高騰などもあり「飲食店」は10.9ポイント減の大幅悪化となった。

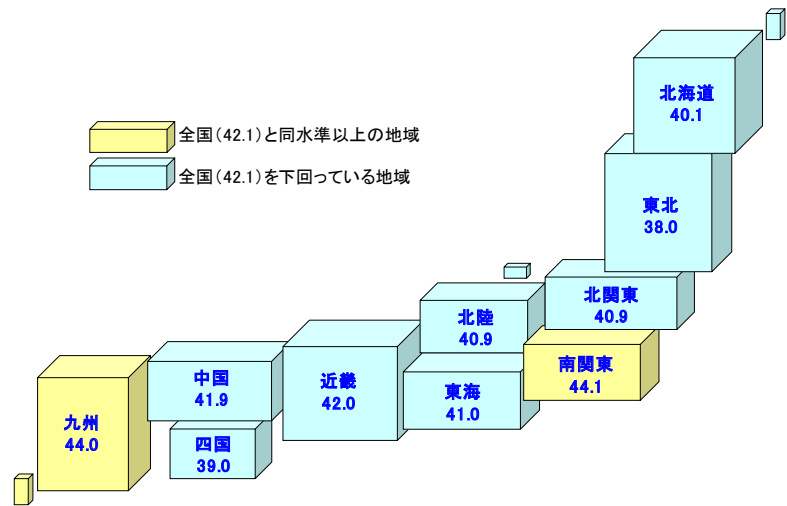
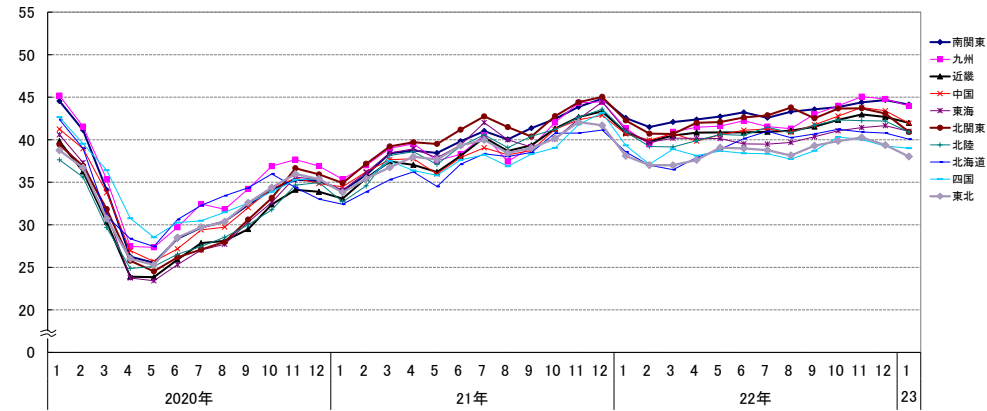
	22年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	23年 1月	前月比
大企業	44.0	42.9	43.4	43.1	43.5	43.5	43.4	43.8	43.6	44.2	45.0	44.8	44.8	0.0
中小企業	40.6	39.3	39.8	40.3	40.7	41.0	40.8	41.0	41.6	42.3	42.7	42.6	41.6	▲1.0
(うち小規模企業)	39.1	37.9	38.4	38.9	39.5	40.0	39.7	39.8	40.7	41.1	41.4	41.3	40.4	▲0.9
格差(大企業-中小企業)	3.4	3.6	3.6	2.8	2.8	2.5	2.6	2.8	2.0	1.9	2.3	2.2	3.2	

※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:11カ月ぶりに全10地域が悪化、地域間格差が拡大傾向に

- ・『北海道』『北関東』『北陸』など10地域すべてが悪化した。全国的に新型コロナウイルス感染が落ち着きを見せてきたなか、設備稼働率DIや生産・出荷量DIが全地域で減少するなど、41都道府県が悪化、5県が改善となった。降雪による費用負担なども景況感を下押しした。
- ・『北海道』(40.1) …前月比0.7ポイント減。3カ月連続で悪化。『農・林・水産』や『建設』などが振るわなかった道東エリアの落ち込みが大きかった(同2.5ポイント減)。資材や燃料価格の高騰、降雪による除雪費用などコスト負担が重しとなった。
- ・『北関東』(40.9) …同2.2ポイント減。2カ月連続で悪化。域内5県すべてで景況感が悪化した。「半導体不足で生産が減少」「中国のゼロコロナ政策による工場の閉鎖で在庫が増え生産調整を実施」など、各種機械製造の景況感の落ち込みの影響が関連業種に広がった。
- ・『北陸』(40.9) …同1.3ポイント減。2カ月ぶりに悪化。域内4県のうち「新潟」「富山」「石川」が悪化した。公共工事の減少や原材料費の高騰などで『建設』がマイナスとなったほか、「娯楽サービス」や「旅館・ホテル」では季節需要が低調だった。

地域別グラフ(2020年1月からの月別推移)



	22年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	23年 1月	前月比
北海道	38.6	37.0	36.5	37.9	38.9	40.1	41.0	40.2	40.7	41.2	40.9	40.8	40.1	▲0.7
東北	38.1	37.0	37.0	37.6	39.1	39.0	38.8	38.1	39.3	39.9	40.3	39.4	38.0	▲1.4
北関東	42.3	40.7	40.7	42.0	42.1	42.6	42.9	43.8	42.5	43.7	43.1	43.0	40.9	▲2.2
南関東	42.6	41.5	42.1	42.4	42.7	43.2	42.6	43.3	43.6	43.8	44.4	44.7	44.1	▲0.6
北陸	40.9	39.2	39.2	39.9	40.6	40.5	41.5	40.8	41.7	42.3	42.2	42.2	40.9	▲1.3
東海	41.1	39.7	40.2	40.2	40.1	39.5	39.5	39.7	40.4	41.1	41.4	41.7	41.0	▲0.7
近畿	40.8	39.8	40.5	40.8	40.9	40.9	40.9	41.1	41.5	42.3	43.0	42.7	42.0	▲0.7
中国	40.7	40.0	40.7	39.8	40.6	41.1	41.3	40.9	41.8	42.8	43.8	43.4	41.9	▲1.5
四国	39.3	37.1	38.9	38.1	38.7	38.4	38.3	37.7	38.7	40.3	40.0	39.3	39.0	▲0.3
九州	41.3	39.5	40.9	41.5	41.6	42.2	41.5	41.3	43.0	44.0	45.1	44.8	44.0	▲0.8
格差	4.5	4.5	5.6	4.8	4.0	4.8	4.6	6.1	4.9	4.1	5.1	5.5	6.1	

※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
	11月	12月	1月		
農・林・水産	37.7 ▲	37.9 ▲	37.4 ▼	○ 木材価格が安定している。大企業が県内進出等で木材需要が増加(森林組合) ○ 水温の低下とともにサバ漁が活発になってきた(まき網漁) × ガソリン、原材料等の高騰、飼料等の価格の高止まりが続くなか、販売価格に転嫁できていない。また、所得が上がらないため消費者の購買意欲が減退しているように感じる(養豚)	○ 新型コロナウイルスの感染が落ち着き、需要が少し回復傾向にあるほか、TSMCの進出により地域が活性化している(養鶏) ○ 1年後には新型コロナの感染状況など現在の環境が改善されると予想(養豚) × 新型コロナウイルスの影響や資材の高騰が続く見通し(育林サービス) × 燃料価格の高騰や不漁、後継者不足・高齢化が続くと考える(漁業協同組合)
金融	44.5 ▲	44.3 ▼	44.8 ▲	○ 原材料価格の高騰による在庫保有等を目的とした資金調達ニーズの高まりにより、貸出金は増加傾向にある(普通銀行) × コロナ融資の返済元金開始が間近に迫り、資金繰りが窮している先は対応が急務(信用金庫・同連合会) × 全体的に顧客の売り上げが低迷している(投資業)	○ TSMCの進出にともない、住宅需要が好調かつ空き部屋が不足しているため、今後は土地取引やアパート・マンション建築が増加する見込み(投資業) × 原材料高等が当面続くと思われるほか、金利動向も不透明である(信用金庫・同連合会) × 原材料価格高騰の見通しが不透明である(信用協同組合・同連合会)
建設	44.9 ▲	44.6 ▼	44.1 ▼	○ SDGs、脱炭素社会への取組みが広がり、自社の水素と直流マイクログリッドに注目が集まるようになってきており、引き合い件数が増えた(電気配線工事) ○ 万博に向けて新築プロジェクト多数のため好況である(電気通信工事) ○ 空調設備の老朽化にともなうリニューアル工事や、居抜き建物の空調工事が顕著である(冷暖房設備工事) × 公共工事の減少や除雪作業の減少により影響を受けている(土木工事) × 仕事はあるが、資材価格など物価が高騰しており、利益がなかなか見込めない(一般管工事) × ロシア・ウクライナ情勢を背景とする石油由来製品の高騰で値上げや物不足が発生。そのため工期の遅延などもやむを得ない状況がでている(建築工事)	○ 設備更新工事、設備新規工事の受注がしばらく継続する見込み(給排水・衛生設備工事) ○ 2020年7月に起きた豪雨災害の復興需要が継続する(一般電気工事) ○ 新型コロナウイルスの収束により鉄道利用者が増加し、保守工事が増加することに期待している(土木工事) × 資材不足と価格高騰に加え、労働力不足および時間外上限規制により影響を受けている(一般土木建築工事) × 今後も原材料・燃料費が上がると見込まれるうえ、賃上げ圧力も強まる。高い給料が出せない地方の中小企業では、人手不足がさらに深刻化する(一般管工事) × 物価高と金利上昇にともない、客足が鈍くなる傾向は続くと思う(木造建築工事)
不動産	45.6 ▲	44.8 ▼	46.1 ▲	○ 都内の不動産価格が高いため、都内近郊の不動産を購入する流れがある(不動産代理業・仲介) ○ 中心街の空室が、サービス業を中心に順次入居してきており上向き始めているように感じる(貸事務所) × 飲食店の撤退が多い(不動産管理) × 金利と不動産価格の上昇で総額が上がり購入が難しくなっている(土地売買)	○ 移住希望者が継続的にいる。観光需要も旺盛(不動産代理業・仲介) ○ 現在止まっている中国との交流が再開されれば景気はよくなる(貸家) × 金利の上昇により不動産の購買意欲が減退する(建物売買) × 地方では賃金の上昇がないほか、企業はコロナ融資の返済で夏以降に倒産が増えることを懸念している(土地売買) × 光熱費や原材料費が高止まっている。新型コロナの影響も不透明(貸事務所)
製造	41.9 ▲	41.5 ▼	40.4 ▼	○ 値上げしたにもかかわらず、順調に発注がでている(成人男子・少年服製造) ○ 全国旅行支援やインバウンドの回復でホテル・旅館業界の稼働がアップし、商品需要が高まっている(寝具製造) ○ 一部企業で在宅勤務から出社へ切り替わる動きがでており、制服需要が増えてきている(事務・運動服等製造) × 自動車の生産が半導体不足の影響で滞っている(工業用プラスチック製品加工) × 設備投資意欲の回復が鈍化している。また、電子部品の価格高騰および納期遅延の影響もある(化学機械・同装置製造) × 半導体不足による部品調達のリードタイムが長期化(食料品加工機械製造) × 原材料費の高止まりや電気料金の高騰が続くが、同業者との競争激化により価格転嫁は厳しい状況。印刷物の受注も減少している(印刷)	○ 半導体不足の解消、新型コロナウイルス感染の落ち着きによる納入数量の回復が予想される(鋳造類製造) ○ 国内の部品生産化により停滞していた部品供給が安定化し、欧州への製品輸出が増加する見込み(プリント回路製造) ○ 新型コロナウイルスが「5類」へシフトされれば、人流が元通りになり、海外からのインバウンド回復も本格化する(寝具製造) △ 仕事は今後も堅調に推移するが、物価高、政府の政策や日銀総裁の交代等がどう影響するか見通せない(建設用金属製品製造) × 原材料高や人手不足、人件費上昇の先行きが見えない(コンクリート製品製造) × 同業大手が値上げしないため、中小企業は値上げできない(豆腐・油揚げ製造) × 中国の景気悪化の影響が懸念される(界面活性剤製造)

【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

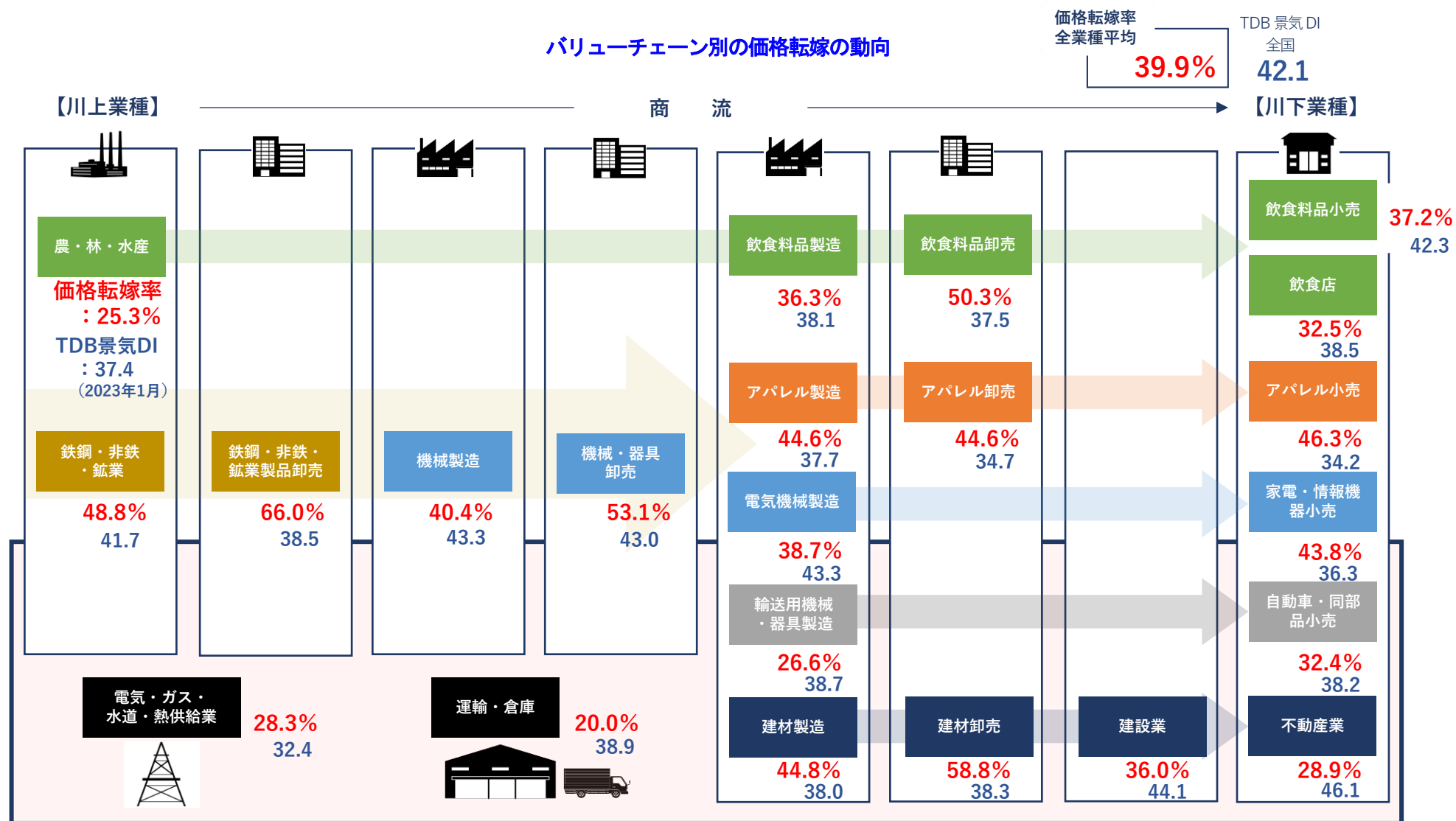
業界別の景況感企業の声2(卸売～サービス)

業界名				現在	先行き
	11月	12月	1月		
卸売	41.0 ▲	41.0 →	40.1 ▼	○ 2022年末頃から半導体不足による稼働停止案内がなくなりつつあり、正常稼働へ回復傾向にある(電気機械器具卸売) ○ 中国の新型コロナ対策と春節が影響し、石材製品の加工が追いつかないため、日本加工が増えている(建設用石材・窯業製品卸売) × 新型コロナの影響により売り上げが落ちているところへ円安の影響で仕入れコストが高騰している(金物卸売) × 若手人材の確保難に加え、業界の中心となる個人商店など小規模零細企業において業務効率化が進んでおらず、問題が山積している(野菜卸売) × 未だに仕入商品が入りにくく、仕入価格も上昇している(紙製品卸売)	○ パネル冷暖房が少し動き出している。エアコンの代替までは行かないが認知度が上がってきている(電気機械器具卸売) ○ 新型コロナウイルスの「5類」への移行により企業活動が大きく復活することに期待(特殊産業用機械器具卸売) ○ 電気給湯機の買い替え周期のほか、品不足も解消してきている(家庭用電気機械器具卸売) × 利上げや増税により景気が悪化する(織物卸売) × 車載用半導体は当面十分確保できないと思う(鉄鋼卸売) × 物価高に収入が追いつかないため、節約志向が高まる(酒類卸売)
小売	38.2 ▲	37.4 ▼	37.5 ▲	○ 訪日客によるインバウンド需要が回復している(各種商品小売) ○ 全国旅行支援やイベント再開で人流が徐々に戻っている(コンビニエンスストア) ○ 新型コロナの影響で東京でのビッグイベントが2年中止になったが、今年は開催されてそれなりの売り上げを確保できた(菓子小売) ○ 中古車需要は伸びて来ている(中古自動車小売) × 仕入れ商品の高騰、さらに商品の品薄によって商品確保が困難な状況である(自転車小売) × 先行き不安や物価高騰の影響で購買意欲が下がっている(自動車(新車)小売) × 円安と原油高等で物価の高騰が続いている(燃料小売)	○ 中国からの観光客の増加や国内旅行支援などで消費が活発になるほか、リベンジ消費も期待できる。また、ある程度の値上げも容認されつつあることから、その分利益確保もでき数字的によくなると考える(食肉小売) ○ アウトドアトレンドは継続しており、中間層から富裕層の趣味への支出は増え続ける見込み(スポーツ用品小売) × 年末にかけてアメリカの景気が悪くなるほか、国内でも物価上昇により購買意欲が薄れ景気が低迷すると考える(コンビニエンスストア) × アメリカの景気後退や中国におけるデフレ傾向を受け、今年から数年間は厳しい状況を予想しており、対策を検討中(貴金属製品小売)
運輸・倉庫	41.6 ▲	41.6 →	38.9 ▼	○ インバウンドの増加および全国旅行支援により旅行者の動きがでてきている(一般旅行) ○ 外食の需給が回復してきている(冷蔵倉庫) ○ 行動制限の緩和で人流が動き出し、依頼が増加(一般貸切旅客自動車運送) × 全国旅行支援事業は割引額が少ないうえに、県によりやり方が違って対応が困難。また立替金の支払いが遅すぎると感じる(国内旅行) × 燃料費、車両費、整備費すべてが上昇している(一般貨物自動車運送) × 倉庫の保管料金や運賃の値上げが思うように進んでいない。破綻する運送業者も多く、厳しい状況である(組立こん包)	○ 中国の新型コロナウイルス対策の緩和によりインバウンド需要が増加し、荷量のアップが見込める(特別積合せ貨物運送) ○ 入出国の規制がなくなれば、旅行気運も高まる(旅行業代理店) △ 足元の景気が悪く、荷主との価格交渉も難化する。一方で、2024年問題による同業の廃業やM&Aの淘汰が進み、1年後を睨んで業界全体としては若干改善の兆しが見え始めると予想(一般貨物自動車運送) × 資材価格および電気料金の高騰により影響を受けている(普通倉庫) × 価格転嫁が進んでいないうえに、貨物取扱量が減少傾向にある(港湾運送) × 物流停滞や中国における景気後退による影響が見込まれる(組立こん包)
サービス	47.3 ▲	47.7 ▲	46.6 ▼	○ スキーに好適な天候。雪まつり効果(中華料理店、その他の東洋料理店) ○ インターネット広告出稿量は全体としては安定的に推移していると感じている(広告代理) ○ 国のDX推進の後押しや、新型コロナで加速したIT化もあり、様々な案件が多くでてきている(ソフト受託開発) × 全国旅行支援の割引率等の縮小により利用者が減少している(一般飲食店) × 大雪などの影響により売り上げが減少。全国旅行支援や県民割の効果も徐々に低下している(旅館) × 原油等の製造原価が上がっていて収益が悪い(普通洗濯) × 企業や個人の自粛意識がまだ強い(酒場・ビヤホール)	○ DX関連で今後も受注が多く、人手不足も続く見通し(ソフト受託開発) ○ 中期経営計画の策定・推進やDX、M&A・事業承継、ブランディング等のコンサルティングニーズが旺盛である(経営コンサルタント) ○ 物価高や人手不足の問題はあるが、人流が確実に活発になってきている(旅館) ○ 「ウイズコロナ」で感染対策を取りながらイベントの開催ができ、売り上げが新型コロナ前に戻りつつある(ディスプレイ) × 新型コロナウイルスによる影響が続くほか、世界的な景気の低迷やウクライナ情勢の長期化および増税による影響もでてくる(一般飲食店) × 増税や社会保険料の増加、輸入価格の上昇などによる実質賃金が低下するなかで金利が上昇し、景気が冷え込むと予想(衣服裁縫修理)

【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）】 価格転嫁の動向

- 価格転嫁率は全体で 39.9%、バリューチェーン別では『卸売』の転嫁状況と比較すると『製造』や『小売』関連は苦戦がみられる
- とりわけ、全商流に関わる『運輸・倉庫』は価格転嫁率が 20.0%と厳しさが表れている

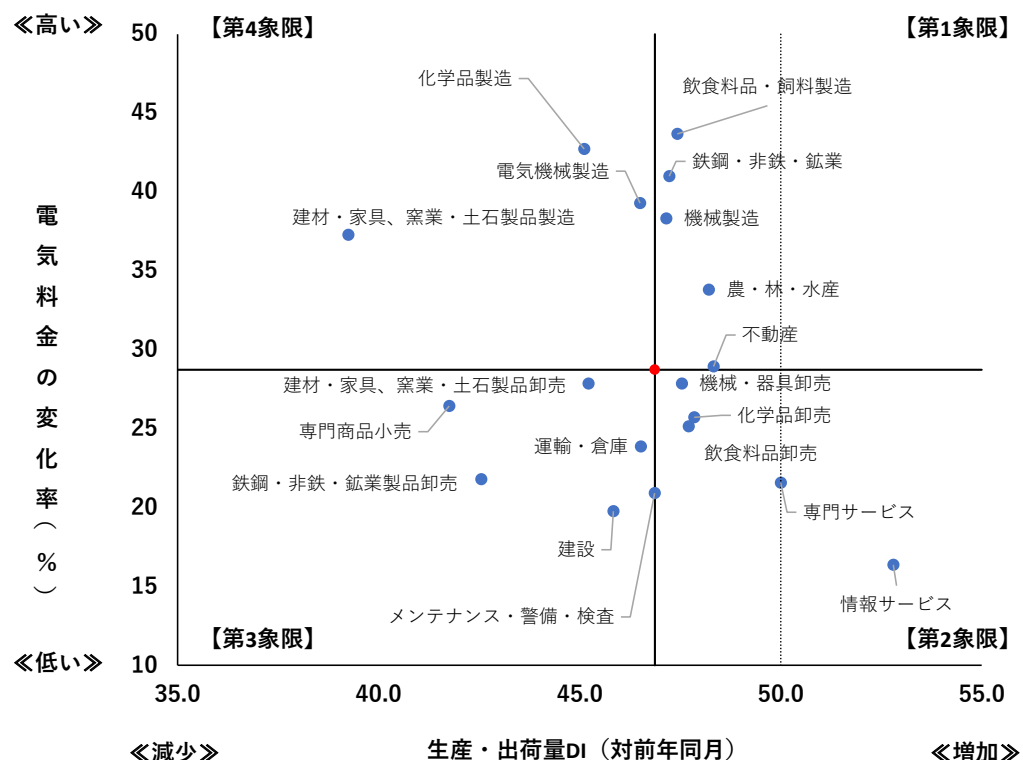


※帝国データバンク「価格転嫁に関する実態調査（2022年12月）」（2023年1月23日発表）

【今月のポイント（2）】 エネルギーコスト高騰に関する動向

- 電気料金の平均変化率は 28.7%、生産・出荷量 DI は 46.9。左下図の第 4 象限に位置する「化学品製造」などでは、生産量が増えていないなか電気料金が大きく上昇。コスト負担の高まりが顕著に

電気料金の変化率（1 年前比）と
生産・出荷量 DI（対前年同月）との関係
～主な業種～



企業からのコメント

企業からのコメント（抜粋）	業種	都道府県
・ 原材料価格が高騰し、納期も遅れている。更に 電気料金の値上げ や人件費の上昇などコスト上昇圧力が激しい	パルプ・紙・紙加工品製造	東京
・ 引き続き、仕入れ価格・ 電気代の高騰が続いている 。それを100%転嫁できていない	プラスチック製品製造	埼玉
・ 受注は戻ってきているが、原材料・エネルギーコスト上昇にかかる 価格転嫁が十分できていない	工業用ゴム製品製造	岡山
・ 電気代高騰で価格改定が間に合わない	アルミニウム・同合金圧延	京都
・ 急激な資材の値上がりで電気料の値上がりは、現時点で製品に対しての転嫁がスムーズに行えない	動力伝導装置製造	福島
・ 材料費・工場経費、電気代が高騰する中、 経費倒れをしており、損益が赤字になっている	油圧・空圧機器製造	京都
・ 経費増のダメージが異常値、特に 電気代の経費負担が吸収しきれない	各種食料品小売	奈良
・ 原材料費や物流コストの高騰で利益率が低くなっている。加えて 電気料金の値上げで経費も増大している	荒物小売	鹿児島
・ 支出が多くなっている。特に電気料金の値上げが33%になることは非常に驚いている	保育所	岩手
・ 太陽光、外線などの本来の電気工事とは異なる業種の作業が増えてきた	電気配線工事	宮城

注1：電気料金の変化率は、帝国データバンク「緊急調査：電気料金値上げに関する企業の実態アンケート」（2022年12月7日発表）

注2：生産・出荷量DI（対前年同月）は、0～100の値をとり50を上回ると前年同月より生産・出荷量が増加、50を下回ると減少していることを示す（帝国データバンク「TDB 景気動向調査」）

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万7,362社、有効回答企業1万1,719社、回答率42.8%)

(1) 地域

北海道	564	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,273
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	800	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,988
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	889	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	819
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,389	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	373
北陸(新潟 富山 石川 福井)	599	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	1,025
合 計			11,719

(2) 業界(10業界51業種)

農・林・水産	120	小売	飲食料品小売業	126
金融	163		繊維・繊維製品・服飾品小売業	60
建設	1,834		医薬品・日用雑貨品小売業	64
不動産	463		家具類小売業	19
製造	飲食料品・飼料製造業		家電・情報機器小売業	39
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	(714)	自動車・同部品小売業	100
	建材・家具・窯業・土石製品製造業		専門商品小売業	233
	パルプ・紙・紙加工品製造業		各種商品小売業	60
	出版・印刷		その他の小売業	13
(2,900)	化学品製造業	運輸・倉庫		532
	鉄鋼・非鉄・鉱業	サービス	飲食店	93
	機械製造業		電気通信業	7
	電気機械製造業		電気・ガス・水道・熱供給業	17
	輸送用機械・器具製造業		リース・貸貸業	108
卸売	精密機械・医療機械・器具製造業		旅館・ホテル	111
	その他製造業		娯楽サービス	108
	飲食料品卸売業	(2,222)	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	121
(2,729)	紙類・文具・書籍卸売業		情報サービス業	601
	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	147
	機械・器具卸売業		教育サービス業	36
その他の卸売業	345		その他のサービス業	246
合 計		その他		42
		合 計		11,719

(3) 規模

大企業	1,791	15.3%
中小企業	9,928	84.7%
(うち小規模企業)	(3,806)	(32.5%)
合 計	11,719	100.0%
(うち上場企業)	(222)	(1.9%)

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1月18日～1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2万6千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。