

TDB 景気動向調査(全国) — 2022 年 11 月調査 —

2022 年 12 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

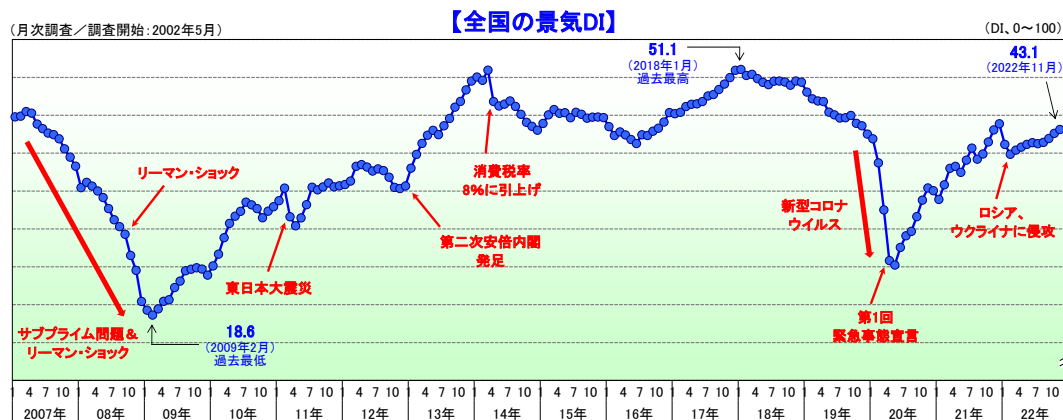
国内景気は 4 カ月連続で改善

～ 感染拡大第 8 波のなか、インバウンド消費や年末需要の高まりが押し上げ ～

(調査対象 2 万 6,953 社、有効回答 1 万 1,510 社、回答率 42.7%、調査開始 2002 年 5 月)

調査結果のポイント

- 2022 年 11 月の景気 DI は前月比 0.5 ポイント増の 43.1 となり、4 カ月連続で改善した。国内景気は、新型コロナ第 8 波のなかで、季節需要や観光関連が上向き、4 カ月連続で改善した。今後は、海外経済の減速が懸念されるも、観光関連などサービス消費を中心に、緩やかな改善傾向で推移するとみられる。
- 1 年ぶりに全 10 業界で改善。クリスマスなど年末に向けた需要の高まりが表れたほか、全国旅行支援などで「旅館・ホテル」など観光関連が好調を維持したことも好材料となった。加えて、公共工事の発注や大企業を中心とする設備投資もプラスに作用した。
- 10 地域中 6 地域が改善、3 地域が悪化、1 地域が横ばいとなった。都道府県別では 34 都府県が改善。人出の増加によるプラス影響が各地域で表れたほか、観光関連も引き続き地域経済の押し上げ要因となった。規模別では、「大企業」「中小企業」「小規模企業」が 2 カ月連続でそろって改善した。



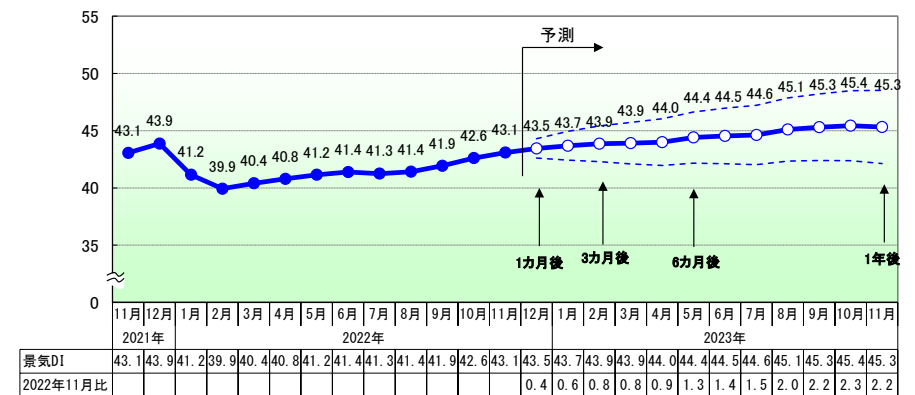
< 2022 年 11 月の動向：改善傾向 >

2022 年 11 月の景気 DI は前月比 0.5 ポイント増の 43.1 となり、4 カ月連続で改善した。

11 月の国内景気は、新型コロナウイルスの感染拡大第 8 波が全国的に広がった一方で、クリスマスや年末に向けた需要の高まり、建設工事関連などもプラス要因となった。また飲食料品の宅配サービスが好調だったほか、インバウンド消費を含め宿泊業などの観光関連や DX (デジタルトランスフォーメーション) など IT 投資需要も上向き傾向が続いた。他方、半数を超える企業で人手不足を感じているほか、半導体不足による自動車の生産調整、電力価格や小売物価の上昇などが悪材料となった。国内景気は、新型コロナ第 8 波のなかで、季節需要や観光関連が上向き、4 カ月連続で改善した。

< 今後の見通し：緩やかな改善傾向で推移 >

今後 1 年間程度の国内景気は、新型コロナ第 8 波の動向に影響を受けつつも、社会全体の平時に向かう動きにともなう経済活動の正常化が景気の原動力になるとみられる。全国旅行支援が年内延長および年明け後の再開が決まるなど、観光関連需要への後押しは好材料となろう。またインフレ手当含め賃上げの動きやインバウンド消費の再拡大、半導体供給の回復、DX 需要の拡大、総合経済対策等の実施などもプラス材料。一方で、生活必需品の価格上昇や人手不足感の高まりなどが続くなか、米中欧経済の先行きやウクライナ情勢など、景気を下押しさせる国内外の要因も多い。今後は、海外経済の減速が懸念されるも、観光関連などサービス消費を中心に、緩やかな改善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、年末需要や好調な宿泊業がけん引

・1年ぶりに全 10 業界で改善。クリスマスなど年末に向けた需要の高まりが表れたほか、全国旅行支援などで「旅館・ホテル」など観光関連が好調を維持したことも好材料となった。

・『小売』(38.2) …前月比 1.4 ポイント増。4 カ月連続で改善。人出の拡大や会食機会の増加、W 杯観戦による食料品の宅配サービスの利用など「飲食料品小売」(同 3.6 ポイント増)が大きく上向いた。自宅内消費やクリスマスに向けた需要の高まりなどがみられた「専門商品小売」(同 1.9 ポイント増)や、医薬品小売などが持ち直した「医薬品・日用雑貨品小売」(同 1.7 ポイント増)は 3 カ月ぶりに改善した。さらに総合スーパーなどを含む「各種商品小売」(同 0.1 ポイント増)も 2 カ月連続で改善。一方、自動車生産の鈍化や納車期間の長期化などで「自動車・同部品小売」(同 0.4 ポイント減)は悪化となった。

・『製造』(41.9) …同 0.3 ポイント増。3 カ月連続で改善。「インバウンド向けホテルなどの新築や改修工事が増えてきた」(家具・装備品製造)など「建材・家具、窯業・土石製品製造」(同 1.0 ポイント増)が改善した。また、一部の企業では年末商戦に向けて受注の増加がみられた「飲食料品・飼料製造」(同 0.6 ポイント増)も好調を維持。さらに「電気機械製造」(同 0.6 ポイント増)は、「県内の設備投資が活発である」(電力制御装置等製造)などの声があがり 2 カ月ぶりに改善した。一方、半導体不足が響き自動車の生産調整が続くなか、「輸送用機械・器具製造」(同 0.1 ポイント減)は 2 カ月ぶりに悪化した。

・『建設』(44.9) …同 0.7 ポイント増。7 カ月連続で改善。「中期的な受注見通しがついている」(内装工事)といった声が聞かれリフォームなど内装工事が堅調となったほか、公共工事もけん引。また、大企業を中心に設備投資が活発化したこともプラスに作用した。一方、「資機材の高騰・人材不足・人件費の高騰など良い環境がない」(一般管工事)というように、原材料価格の上昇や人手不足などによる悪影響も多く聞かれた。

・『サービス』(47.3) …同 0.2 ポイント増。4 カ月連続で改善。全国旅行支援により「旅館・ホテル」(同 1.5 ポイント増)の景気 DI は 2 カ月連続で 51 業種中最高となった。しかし人手不足感の急速な高まりは喫緊の課題となっている。また、DX 推進を筆頭に開発案件などの引き合いが多い「情報サービス」(同 0.7 ポイント増)も堅調に推移した。「今月から少し賑わいが戻ってきた」(西洋料理店)といった声が聞かれた「飲食店」(同 0.1 ポイント増)は 3 カ月連続で改善。他方、「仕事の受注は多いが、人の集まりが悪く企業に紹介できない状態が続いている」(労働者派遣)といった声も多い「人材派遣・紹介」(同 2.3 ポイント減)は悪化。「娯楽サービス」(同 1.2 ポイント減)はスポーツジムなど室内施設などで悪化が目立った。『サービス』は 15 業種中 9 業種が改善、6 業種が悪化となった。

	21年 11月	12月	22年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	前月比	
農・林・水産	42.6	38.2	38.7	36.4	34.8	35.0	37.6	34.7	36.3	35.9	35.8	36.4	37.7	1.3	
金融	43.3	43.8	41.9	41.6	42.5	41.1	42.7	42.3	41.9	41.7	43.6	43.2	44.5	1.3	
建設	45.4	45.2	43.3	42.5	42.8	41.8	42.2	42.5	43.1	43.3	44.0	44.2	44.9	0.7	
不動産	44.7	46.7	42.9	42.6	42.8	43.2	44.7	45.9	44.7	44.8	45.3	44.0	45.6	1.6	
製造	飲食料品・飼料製造	39.6	40.8	35.4	33.4	34.2	36.4	37.6	37.8	36.7	36.1	35.5	38.2	38.8	0.6
	繊維・繊維製品・服飾品製造	31.4	34.1	31.6	31.7	33.0	34.6	33.8	34.4	36.1	32.6	36.2	35.7	36.5	0.8
	建材・家具・窯業・土石製品製造	44.9	46.4	44.1	42.7	41.1	41.7	41.1	40.4	40.8	39.8	40.2	40.9	41.9	1.0
	パルプ・紙・紙加工品製造	41.4	42.9	40.2	36.4	37.2	40.3	38.3	37.4	37.5	36.6	38.0	40.4	40.2	▲ 0.2
	出版・印刷	30.2	32.1	28.6	29.5	29.6	30.7	30.3	29.7	29.1	29.6	30.0	31.8	32.9	1.1
	化学品製造	45.7	46.7	44.5	42.3	42.7	42.3	41.7	41.1	41.8	42.6	42.3	40.8	40.8	0.0
	鉄鋼・非鉄・鉱業	45.9	46.4	44.6	43.8	42.6	42.1	40.9	41.2	42.9	42.7	43.0	43.9	43.6	▲ 0.3
	機械製造	47.8	49.1	47.7	46.7	46.7	45.9	46.9	46.3	46.3	46.2	45.4	45.8	45.9	0.1
	電気機械製造	47.0	48.5	46.6	46.1	44.3	44.8	44.3	44.8	44.7	44.2	45.2	44.8	45.4	0.6
	輸送用機械・器具製造	43.4	45.6	41.6	39.9	40.0	38.1	37.6	36.8	40.3	41.2	40.2	42.2	42.1	▲ 0.1
	精密機械・医療機械・器具製造	49.8	53.0	52.0	49.5	47.1	46.8	48.2	48.8	48.5	46.5	46.2	46.1	46.1	0.0
	その他製造	36.9	41.1	35.9	36.1	35.4	37.3	39.2	38.1	37.8	38.2	37.5	35.4	35.9	0.5
	全 体	43.6	45.1	42.5	41.2	40.9	41.2	41.0	40.8	41.3	41.0	41.1	41.6	41.9	0.3
卸売	飲食料品卸売	36.9	38.2	32.7	30.1	32.6	36.2	37.3	37.1	37.0	35.6	35.8	37.4	38.8	1.4
	繊維・繊維製品・服飾品卸売	27.4	29.3	27.6	24.9	25.4	28.7	31.4	31.3	29.9	29.9	29.9	32.4	33.1	0.7
	建材・家具・窯業・土石製品卸売	42.6	42.4	40.0	39.7	40.5	38.6	38.1	38.3	38.6	38.5	37.5	39.8	39.5	▲ 0.3
	紙類・文具・書籍卸売	35.0	34.2	32.7	31.9	34.6	33.8	34.2	32.8	33.0	33.5	34.5	37.1	37.0	▲ 0.1
	化学品卸売	45.3	45.3	43.2	41.9	43.5	42.3	42.3	41.6	43.5	43.0	43.4	42.6	43.8	1.2
	再生资源卸売	52.9	52.8	45.8	50.5	53.2	54.0	47.5	41.4	40.9	39.6	47.0	46.3	43.5	▲ 2.8
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売	43.2	45.2	42.3	40.5	41.1	40.3	40.0	39.7	39.3	39.3	39.8	39.7	40.2	0.5
	機械・器具卸売	44.4	44.7	42.8	42.4	41.9	42.5	42.0	42.9	43.1	42.6	43.3	44.1	44.1	0.0
	その他の卸売	39.7	40.1	36.3	33.7	35.5	37.3	37.8	38.1	37.7	37.7	38.2	39.0	39.6	0.6
	全 体	41.3	41.8	39.0	37.7	38.6	39.2	39.4	39.4	39.5	39.2	39.6	40.6	41.0	0.4
小売	飲食料品小売	39.7	41.1	36.5	36.3	38.6	37.7	41.8	42.7	40.3	39.9	40.2	39.6	43.2	3.6
	繊維・繊維製品・服飾品小売	34.1	40.0	31.8	23.8	30.6	33.6	33.9	33.6	37.7	33.6	34.9	38.7	38.1	▲ 0.6
	医薬品・日用雑貨品小売	37.5	38.4	36.0	32.1	36.8	32.1	38.9	40.1	37.1	41.9	39.5	38.9	40.6	1.7
	家具類小売	34.5	42.9	35.6	29.8	30.6	39.2	34.3	39.8	35.2	36.1	40.0	37.8	36.2	▲ 1.6
	家電・情報機器小売	35.9	35.5	32.3	30.2	33.0	33.7	34.7	34.0	36.7	32.7	37.1	35.1	35.3	0.2
	自動車・同部品小売	37.8	36.5	35.0	33.5	34.7	35.1	37.1	36.4	32.4	35.9	38.8	37.6	37.2	▲ 0.4
	専門商品小売	33.5	36.0	33.3	30.9	29.9	31.3	33.1	34.3	33.2	34.7	34.0	33.5	35.4	1.9
	各種商品小売	38.0	37.5	36.2	32.6	34.0	36.4	39.9	37.8	40.2	38.0	36.1	41.3	41.4	0.1
	その他の小売	37.9	43.3	40.0	40.0	43.9	34.7	41.0	39.7	36.9	42.3	32.1	36.5	44.9	8.4
	全 体	36.0	37.7	34.4	31.9	33.3	34.0	36.4	36.7	35.7	36.3	36.7	36.8	38.2	1.4
運輸・倉庫	39.1	40.3	37.7	35.5	35.4	36.6	37.2	37.1	37.8	37.3	38.2	40.7	41.6	0.9	
サービス	飲食店	31.4	34.7	24.2	16.9	23.8	32.8	34.3	38.0	34.0	28.1	31.8	39.0	39.1	0.1
	電気通信	40.5	41.7	46.7	50.0	48.5	50.0	53.0	56.0	47.0	47.9	51.9	52.4	50.0	▲ 2.4
	電気・ガス・水道・熱供給	38.9	39.7	40.0	37.5	33.3	35.7	40.6	34.3	37.7	35.9	36.1	31.1	32.3	1.2
	リース・賃貸	44.9	44.8	42.0	41.0	40.2	42.0	43.3	44.9	40.8	44.7	45.6	47.5	48.4	0.9
	旅館・ホテル	30.2	29.5	12.9	12.8	18.1	28.3	33.0	33.3	30.3	38.0	37.4	53.3	54.8	1.5
	娯楽サービス	36.7	38.4	33.3	31.2	35.1	35.6	38.9	41.6	40.7	40.1	42.2	45.0	43.8	▲ 1.2
	放送	48.1	46.9	45.8	47.6	44.4	43.9	43.3	41.7	43.0	38.3	46.1	43.1	41.7	▲ 1.4
	メンテナンス・警備・検査	45.3	45.7	42.3	40.2	42.3	43.1	42.5	44.2	42.2	43.4	42.8	42.8	43.6	0.8
	広告関連	36.8	37.7	32.7	31.5	36.4	36.9	34.8	37.3	34.3	36.7	39.3	40.9	40.3	▲ 0.6
	情報サービス	51.2	52.5	50.1	50.2	51.1	50.8	50.8	52.0	51.5	52.7	53.0	52.3	53.0	0.7
	人材派遣・紹介	44.3	43.3	45.1	41.5	44.4	45.7	47.6	45.7	46.5	49.8	47.4	48.8	46.5	▲ 2.3
	専門サービス	49.2	50.3	47.2	46.2	46.9	48.1	48.1	49.6	48.7	48.3	49.4	49.0	48.8	▲ 0.2
	医療・福祉・保健衛生	45.7	43.2	42.4	41.0	42.5	44.5	44.4	43.5	42.5	41.2	41.7	43.2	43.6	0.4
	教育サービス	39.1	43.2	39.7	40.2	37.8	39.6	35.6	40.1	38.8	39.7	43.7	42.1	42.8	0.7
	その他サービス	41.7	42.4	39.3	36.9	39.3	42.1	42.7	42.8	42.4	41.2	42.8	43.3	43.5	0.2
	全 体	45.3	46.1	42.8	41.4	43.1	44.5	44.8	45.9	44.4	45.4	46.3	47.1	47.3	0.2
その他	39.6	40.5	36.3	37.3	38.7	36.8	38.1	35.6	36.6	38.3	37.2	37.9	38.2	0.3	
格差 (10業界別『その他』除く)	9.4	9.0	8.9	10.7	9.8	10.5	8.4	11.2	9.0	9.5	10.5	10.7	9.6		

※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

規模別:全規模が2カ月連続でそろって改善、季節商品や観光関連が堅調

- ・「大企業」「中小企業」「小規模企業」が2カ月連続でそろって改善した。年末に向けた季節商品や観光関連が堅調に推移したなかで、大型の公共工事や不動産関連も上向いた。
- ・「大企業」(45.0) …前月比0.8ポイント増。2カ月連続で改善。「中古マンションの販売価格が上昇傾向にあり好調」(建物売買) など、大手不動産の景況感が上向いた。また国内の建設投資が好調さを維持するなか、河岸整備など大型の公共工事もプラス材料となった。
- ・「中小企業」(42.7) …同0.4ポイント増。4カ月連続で改善。2021年10月以来1年1カ月ぶりに全10業界が改善した。観光バスやタクシー業界などから「法人需要と観光需要が戻っている」などの声もあり、『運輸・倉庫』が3カ月連続で改善した。
- ・「小規模企業」(41.4) …同0.3ポイント増。4カ月連続で改善。「年末に向けて需要が高まっている」(がん具・娯楽用品小売) など、季節商品や観光関連需要を含む『小売』の景況感が上向いた。一方、新車納期の遅れなどから自動車販売関連が大きく悪化した。

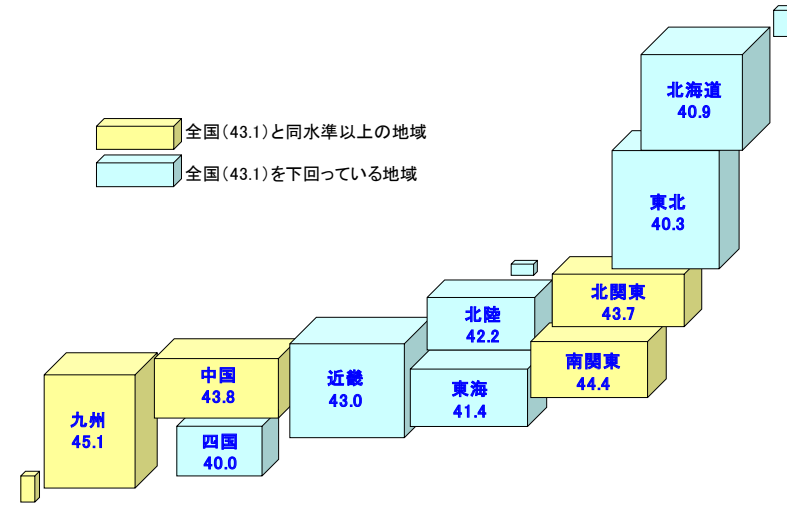
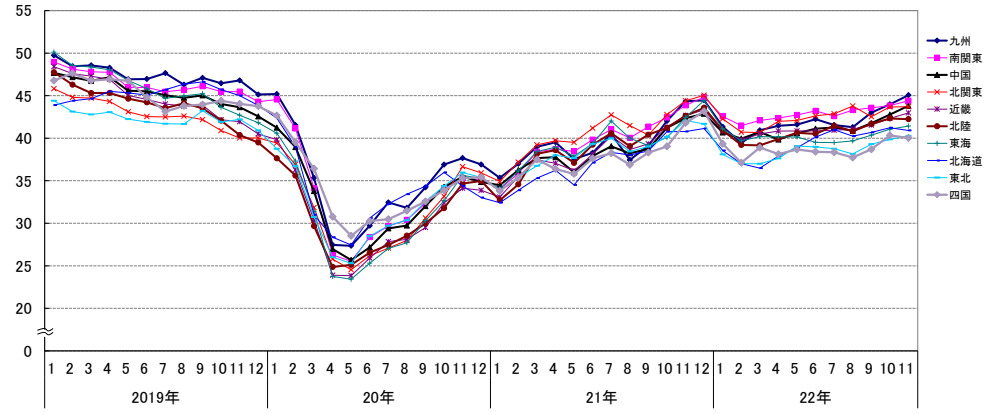
	21年 11月	12月	22年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	前月比
大企業	45.7	45.9	44.0	42.9	43.4	43.1	43.5	43.5	43.4	43.8	43.6	44.2	45.0	0.8
中小企業	42.5	43.5	40.6	39.3	39.8	40.3	40.7	41.0	40.8	41.0	41.6	42.3	42.7	0.4
(うち小規模企業)	41.3	42.1	39.1	37.9	38.4	38.9	39.5	40.0	39.7	39.8	40.7	41.1	41.4	0.3
格差(大企業-中小企業)	3.2	2.4	3.4	3.6	3.6	2.8	2.8	2.5	2.6	2.8	2.0	1.9	2.3	

※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6地域が改善、人出の増加がプラス影響

- ・『南関東』『中国』『九州』など10地域中6地域が改善、『四国』など3地域が悪化、『北関東』が横ばい。都道府県別では34都府県が改善した。人出の増加によるプラス影響が各地域で表れたほか、観光関連も引き続き地域経済の押し上げ要因となった。
- ・『南関東』(44.4) …前月比0.6ポイント増。4カ月連続で改善。域内1都3県がすべて改善した。「観光客が増えて土日・祝日の人出が良くなった」(コンビニエンスストア) などの声もあがり、『小売』は3カ月ぶりに改善するなど大きく上向いた。
- ・『中国』(43.8) …同1.0ポイント増。3カ月連続で改善。2カ月ぶりに域内5県すべてが改善した。「全国旅行支援で旅行客が若干動いている」(一般旅行) など観光関連が堅調に推移した一方で、『小売』は自動車や家電関連が落ち込んだ。
- ・『九州』(45.1) …同1.1ポイント増。3カ月連続で改善。域内8県のうち5県が改善。特に「大分」(全国1位)、「熊本」(同2位)、「宮崎」(同4位) が上位に並ぶ。各種イベントの再開や半導体生産関連などが好材料だった。一方で3県が悪化し域内で明暗が分かれた。

地域別グラフ(2019年1月からの月別推移)



	21年 11月	12月	22年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	前月比
北海道	40.8	41.1	38.6	37.0	36.5	37.9	38.9	40.1	41.0	40.2	40.7	41.2	40.9	▲ 0.3
東北	42.1	41.7	38.1	37.0	37.0	37.6	39.1	39.0	38.8	38.1	39.3	39.9	40.3	0.4
北関東	44.4	45.0	42.3	40.7	40.7	42.0	42.1	42.6	42.9	43.8	42.5	43.7	43.7	0.0
南関東	43.9	44.8	42.6	41.5	42.1	42.4	42.7	43.2	42.6	43.3	43.6	43.8	44.4	0.6
北陸	42.6	43.6	40.9	39.2	39.2	39.9	40.6	40.5	41.5	40.8	41.7	42.3	42.2	▲ 0.1
東海	42.4	44.4	41.1	39.7	40.2	40.2	40.1	39.5	39.5	39.7	40.4	41.1	41.4	0.3
近畿	42.7	43.3	40.8	39.8	40.5	40.8	40.9	40.9	40.9	41.1	41.5	42.3	43.0	0.7
中国	42.3	42.9	40.7	40.0	40.7	39.8	40.6	41.1	41.3	40.9	41.8	42.8	43.8	1.0
四国	41.8	43.2	39.3	37.1	38.9	38.1	38.7	38.4	38.3	37.7	38.7	40.3	40.0	▲ 0.3
九州	44.3	44.5	41.3	39.5	40.9	41.5	41.6	42.2	41.5	41.3	43.0	44.0	45.1	1.1
格差	3.6	3.9	4.5	4.5	5.6	4.8	4.0	4.8	4.6	6.1	4.9	4.1	5.1	

※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
	9月	10月	11月		
農・林・水産	35.8 ↓	36.4 ↑	37.7 ↑	○ 全国旅行支援の実施による人流の活発化(酪農) ○ 林業業界では、木材価格が高値のままで推移している(素材生産サービス) △ 木材(原木)の価格は、ほぼ新型コロナ前の水準に落ち着いている。取扱量は若干持ち直しの動きがあるが、それほど強いものではない(森林組合) × 肥料や機械の価格上昇などに対して、売り上げの上昇が見込めない(米作農)	○ 野菜の単価が上がってきている(施設野菜作農) ○ 観光需要、飲食店の需要が回復してきている(養鶏) × 原材料やエネルギー価格の上昇を販売価格に反映できる見込みがない(養豚) × 燃油高騰、魚価低迷、従事者の高齢化、後継者不足が解消できない限り、厳しい状況は続く(漁業協同組合)
金融	43.6 ↑	43.2 ↓	44.5 ↑	○ TSMCの進出の影響を受け、土地価格、収益物件価格および賃料が上昇し、好況である(投資業) ○ 人流、消費活動は回復基調が続いている(信用協同組合・同連合会) × 顧客より借入の返済条件変更(元金据置)などの依頼が増加しつつある。業界や企業規模によるが、景況が厳しくなりつつあるように感じる(信用金庫・同連合会)	○ 新型コロナウイルスの感染が収束すると予想(事業者向け貸金) △ 全国旅行支援や入国規制撤廃などにより、街のにぎわいは戻って来ているものの、原材料価格の高騰や第8波の影響が未知数(信用協同組合・同連合会) × ゼロゼロ融資の無利子期間の満了にともなう繰上げ返済や、貸出維持のためのレートダウン対応が求められ、中長期的には資金利益の維持に苦慮(普通銀行)
建設	44.0 ↑	44.2 ↑	44.9 ↑	○ 災害復旧工事のあとも河岸整備などの工事が引き続き発注されており、各社忙しく施工している(土木工事) ○ 民間からの設備投資に関する引き合いが多くなっている(一般土木建築工事) ○ 海外製造拠点の代わりとして内製化が進んでいるとみられ、製造業の設備投資が堅調である(一般電気工事) ○ 製品値上げ前の価格での工事の受注が堅調(ガラス工事) ○ 問い合わせ数から、住宅リフォームの景気は若干良いとみられる(内装工事) × 資機材の高騰、人材不足や人件費の高騰など、良い環境がない(一般管工事) × 原材料の値上げが続き、利益率が落ちている(土工・コンクリート工事) × 競争の激化により、受注案件が減少(電気配線工事)	○ しばらくの間は、災害復旧関連工事が続く(一般土木建築工事) ○ 国内公共事業、海外ODA事業の進捗が増加する傾向にある(土木工事) ○ 2024年度まで消防庁舎新築、市役所新築、国道改良工事などといった大型公共工事案件が継続する(舗装工事) ○ 万博に向け大型プロジェクト進行中のため(電気通信工事) × 公共工事受注の競争激化、民間需要の低迷、他地区からの安価な労働力の流入など、好転の材料がない(一般管工事) × 資材、燃料費の高騰で利益を圧迫している。物価高や建築物件の価格高騰により建築件数も減少傾向にある(一般電気工事) × 先々の物件がなく、職人の離脱や他業界への転職を懸念している(内装工事)
不動産	45.3 ↑	44.0 ↓	45.6 ↑	○ 土地価格の上昇と、住宅ローンの低金利が続いている(貸事務所) ○ 地域内でビルの建て替え、店舗の改装等が目につくようになり、街の人出も増えてきている(不動産管理) × 建設資材の高騰を背景に新築案件が減少しているため、不動産の動きが鈍くなっている(不動産代理・仲介) × 価格の高止まりと金融の硬直により物件の流れが悪い(建物売買)	○ 取引業者の稼働率が高い。単価も上がっており、下がる気配がない(不動産代理・仲介) △ 海外情勢、円安、エネルギー価格などといった不安要素はあるが、これさえ大きな変動がなければ景気は浮上すると考える(貸事務所) × 仕入価格の高騰により利幅の低下が続くと予想(建物売買) × 資源高、金利上昇による影響を懸念(土地売買)
製造	41.1 ↑	41.6 ↑	41.9 ↑	○ インバウンド向けホテルなどの新築や改修工事が増えてきた(家具・装備品製造) ○ 年末商戦に向けて受注増(肉製品製造) ○ 建機業界は輸出が好調(建設・鉱山機械製造) ○ 電気自動車関連で米国や中国の引き合いが多い(電気計測器製造) △ 観光・飲食業界に関連している部分は景気の戻りに温度差を感じる(清酒製造) × 半導体不足が響き、生産調整が続いている。また、物価高騰による買い控えや収益率低下による景気減速が起きている(自動車操縦装置製造) × 原材料や電気代が高騰するなか、売り上げが落ち込んでいる。基幹産業である自動車の回復がなく、景気が悪く感じている(洗浄剤・磨剤製造) × 原材料等の仕入価格の高騰、人手不足と人件費上昇(コンクリート製品製造) × エネルギー価格の高止まりや円安による影響(冷凍調理食品製造)	○ 部品不足等に起因する減産が解除されてくる(金属プレス製品製造) ○ 設備投資が少しずつ増加してきている(配管工事用付属品製造) ○ 半導体不足が徐々に回復しつつあり、客先の生産計画も上振れになると予測される(鋳造製品製造) △ 輸出用梱包資材は、円安の影響で堅調に推移しているが、ウクライナ情勢や原材料価格の高騰など懸念材料もあり、先行き不透明(樹脂フィルム等加工) × 半導体不足の影響が解消されるのは2年後と予想(鍛冶品製造) × 原材料などの仕入れ価格の高騰に加え、人手不足と人件費の上昇が続くと予想(コンクリート製品製造) × 半導体不足は回復しつつあるが、メーカーの受注残が多く製品供給が追いついていない。本来の回復までまだまだ時間がかかる(荷役運搬設備製造)

【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)

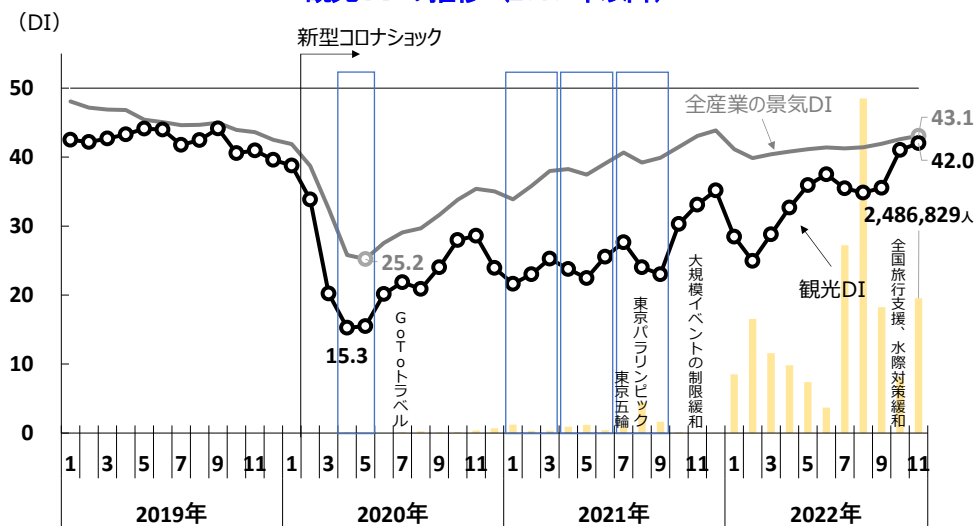
業界名				現在	先行き
	9月	10月	11月		
卸売	39.6 ▲	40.6 ▲	41.0 ▲	○ 旅行者の土産需要、個人需要に対する販売量は計画を上回る(生鮮魚介卸売) ○ 取引先の多くが穏やかではあるが生産量を増やしている(衣服・身の回り品卸売) ○ 物価上昇にともない、販売の前倒しの影響が出始めている(化学製品卸売) ○ 外国人観光客を多くみかけるようになり、自社の売り上げも回復(薪炭卸売) × 売り上げが厳しい。さらに得意先が商品の値上げを認めてくれない(文房具・事務用品卸売) × 鉄スクラップ発生の落ち込みが予想以上で、品薄感が払拭されない。輸出量も少なく、国内の生産活動の低下も想像以上となっている(鉄スクラップ卸売) × ウッドショックが終わる見込みで輸入在庫が巷に溢れている(木材・竹材卸売)	○ 納期遅れの商材が入荷する傾向。潤沢に在庫が積まれる状態になれば、売り上げも伸びる(電気機械器具卸売) ○ 全体的にインバウンド消費が戻ってくる(衣服・身の回り品卸売) ○ 為替レートの変動が落ち着き、景気動向がはっきりすれば、やや上向きになると期待(生鮮魚介卸売) × 海外の製造国でも人手不足で生産能力が減少。そのなかで日本は買い負けている(食料・飲料卸売) × 世界的な景気後退に入る可能性が出てきた(機械工具卸売) × 円安、インフレによる買い控えが長期に渡る(家具・建具卸売)
小売	36.7 ▲	36.8 ▲	38.2 ▲	○ 年末に向けて需要が高まっている(がん具・娯楽用品小売) ○ 観光客が戻りつつあり、売り上げの増加を期待(料理品小売) ○ 観光地として集客効果があったため、飲食店や土産物店などのガス使用量が増加した。ホテル・旅館なども一定の回復があった(燃料小売) × あらゆる物の値上げで購買欲が下がり、必要最低限の消費になっている(自動車部分品・付属品小売) × 物価の高騰、少子高齢化と若者の流失などの影響が大きい(中古自動車小売) × 仕入れ価格の上昇を販売価格にすべて転嫁できない。光熱費の値上がりを吸収できない(各種商品小売)	○ 外国人観光客や日本人の人流が活発化することを期待(コンビニエンスストア) ○ 店舗と工場を統合した結果、順調に売上が伸びている(菓子小売) ○ 2023年から医薬品の供給が安定するとの声がある(医薬品小売) × 当面の間、光熱費や、仕入価格の上昇が継続する(スーパーストア) × コロナ融資の返済が始まれば倒産する会社が多くなり、個人消費も冷える可能性がある(新聞小売) × 原材料価格の高騰、燃料価格の高騰、円安について、改善の兆しがない(各種商品通信販売) × メーカーの値上げに対する顧客の動向がみえない(スポーツ用品小売)
運輸・倉庫	38.2 ▲	40.7 ▲	41.6 ▲	○ 全国旅行支援が始まり、一定の販売効果が出てきている(国内旅行) ○ 農産品の収穫量が増加している(一般貨物自動車運送) ○ コンテナの取扱量が増加(港湾運送) ○ 全国旅行支援の影響で観光客が増加した(一般乗用旅客自動車運送) × 全国旅行支援が始まって、バス利用の団体旅行が増えないと景況感は良くならない(一般貸切旅客自動車運送) × 人件費増加と燃料費の高止まりで、利益率が落ちている(特別積合せ貨物運送) × 国内景気の落ち込みに加え、円安や海上運賃の高止まりによる輸出入の停滞などで、荷動きが悪い(運送取次)	○ 新型コロナウイルスに対する社会的制限が緩和されたため移動が多くなっている(一般貸切旅客自動車運送) ○ 新型コロナウイルスも落ち着き、旅行に対する需要が上がるも期待(一般旅行) ○ 新型コロナウイルスへの対応や、対面でのイベント実施のニーズが底堅くなっている(旅行代理店) × 2024年問題に直面し、特に人件費が企業経営を圧迫する(一般貨物自動車運送) × 半導体不足による影響が不透明(こん包) × 電気代の上昇や円安が厳しい(運輸に付帯するサービス)
サービス	46.3 ▲	47.1 ▲	47.3 ▲	○ 全国旅行支援の効果により、連日満室が続く好況(旅館) ○ DX推進による特需(ソフト受託開発) ○ 冬期講習前の繁忙期のため(教育サービス) ○ イベントの解禁、また少し大きめのイベントが続いた(ディスプレイ) △ 全国旅行支援により観光客の出足にはずみがつきはじめた一方、第8波の到来予兆があり先行き見通しがつきにくい状況(娯楽サービス) × 仕事の受注は多いが、人の集まりが悪く企業に紹介できない状態が続いている(労働者派遣) × 新型コロナウイルス感染者数の増加報道と反比例して客数が落ちている。地方ほどその傾向が強い(中華・東洋料理店)	○ 都内再開発工事も2028年頃まで継続するので、相応の受注が見込まれる(土木建築サービス) ○ 新型コロナウイルスの影響があるものの、TSMC進出の効果が出始めている(一般病院) ○ 徐々にインバウンドが増加する見込み。さらに、中国で規制が緩和されれば、もう一段階良くなる(中華料理店) × 顧客への価格転嫁が十分にできない(普通洗濯) × 欧米の利上げによる景気後退が、日本にも波及する(特殊浴場) × 全国旅行支援が終われば、旅行者の流れも止まり景気は悪くなる。また、円安で外国人労働者が期待できなければ、宿泊者の受け入れに影響がある(旅館)

【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）】 観光産業の景況感

- 全国旅行支援の実施や水際対策の緩和で観光関連の景況感が回復傾向。観光DIは42.0（前月比1.0ポイント増）となり3カ月連続で改善
- 内訳は、「宿泊サービス」54.8（同1.5ポイント増）、「文化サービス／スポーツ・娯楽サービス」50.8（同1.9ポイント増）が50台
- 一方で、「これは特需」「事務手続きが煩雑」「まだ採算がとれるレベルではない」などの意見も

観光DIの推移（2019年以降）



注：四角の枠は緊急事態宣言の実施月。棒グラフは月次の新規陽性者数
出所：帝国データバンク「TDB景気動向調査」。新規陽性者数は厚生労働省「国内の発生状況」より作成

観光産業の声

景況感	企業からのコメント	業種
非常に良い	全国旅行支援が始まったので、その予約で埋まっている。ただし、これは特需のようなものなので一概に言いにくい。	旅館
やや良い	外国人観光客、国内旅行者が急激に増加しており、外出する人の比率も増えているため、飲食業は昼間はかなりの回復が見られる。ただ、夜間の人出は増えたとは言え、採算が取れるレベルまでには回復していない。	喫茶店
やや良い	全国旅行支援割のため、旅行客が若干動いている。	一般旅行
どちらともいえない	全国旅行支援が始まり申込件数は増加しているものの、事務手続きが煩雑で通常の時間に比べて3倍の時間が必要。	旅行代理店
悪い	10月までの対前年比の売上伸長が望めなくなっている。来店者数はまだそこそこ良いのだが、設備稼働日数が大きく減っている。	自動車賃貸

観光DIの内訳

		観光DI						
			宿泊サービス	飲食サービス	旅客輸送サービス／輸送設備レンタルサービス	旅行代理店その他の予約サービス	文化サービス／スポーツ・娯楽サービス	小売
2021年	11月	33.1	30.2	33.6	32.1	15.3	47.2	34.3
	12月	35.2	29.5	35.7	34.3	9.5	46.0	37.7
2022年	1月	28.5	12.9	26.3	28.0	8.0	38.5	33.3
	2月	25.0	12.0	19.8	25.0	3.6	34.7	31.0
	3月	28.8	18.1	25.7	28.6	8.3	40.0	32.2
	4月	32.7	28.3	33.1	33.7	12.0	43.3	33.3
	5月	35.9	33.0	35.3	36.5	20.2	49.4	36.2
	6月	37.5	33.3	37.5	42.5	25.0	51.1	36.5
	7月	35.5	30.3	35.0	37.2	29.8	45.1	35.5
	8月	34.8	38.0	29.8	39.2	21.4	43.8	35.8
	9月	35.5	37.4	32.3	39.2	22.3	49.6	35.6
	10月	41.0	53.3	38.6	45.6	40.0	48.9	36.3
	11月	42.0	54.8	40.1	44.1	40.8	50.8	37.8
前月比（pt）		1.0	1.5	1.5	▲ 1.5	0.8	1.9	1.5
前月同月比（pt）		8.9	24.6	6.5	12.0	25.5	3.6	3.5

注：▲は前月比マイナスを示す

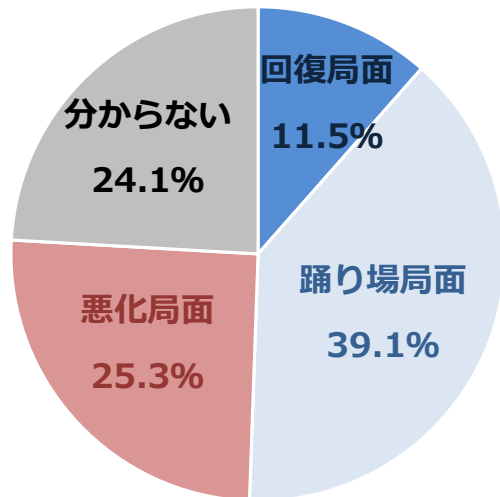
※1：観光産業は非常にすそ野が広く、特定の業種分類として表すことは困難であり、個々の産業に関する統計整備にとどまる。そこで、UNWTO（世界観光機関、World Tourism Organization）が示している国際基準であるTSA（旅行・観光サテライト勘定、Tourism Satellite Account）において観光産業（Tourism Industries）に分類されている業種に基づき、「観光産業」として定義した。

※2：観光DIは、※1で分類した観光産業に属する企業の景気判断を総合した指標。観光DIは0～100の値をとり、50より上であれば景気が「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。

【今月のポイント（2）】 2023年の景気見通し

- 2023年の国内景気で「回復」局面を見込む企業は11.5%にとどまる。他方「悪化」局面は25.3%、「踊り場」局面は39.1%となった
- 懸念材料は「原油・素材価格（の上昇）」が72.7%で最も高く、以下「為替（円安）」（43.5%）や「物価上昇（インフレ）」（33.3%）が続く

2023年の景気見通し



2023年の懸念材料（上位10項目、3つまでの複数回答）

順位	懸念材料	(%)
1	原油・素材価格（の上昇）	72.7
2	為替（円安）	43.5
3	物価上昇（インフレ）	33.3
4	人手不足	26.1
5	地政学的リスク	18.5
6	感染症による影響の拡大	15.4
7	インボイス制度	12.3
8	金利（の上昇）	11.4
9	中国経済	9.8
10	米国経済	8.8

2023年の景気見通しに関する企業の声

2023年の見通し	企業からのコメント	業種
回復局面	新サービスの拡大、新規取引先の獲得など見通しが明るい要素はある。	事業サービス
	自動車のEV化が進むなかで、自動車用途関連の景気は回復する。	プラスチック成形材料製造
	大阪は万博に向けてやや右肩上がりの予想。	板ガラス加工
踊り場局面	どちらにでも動く非常に難しい局面。どちらに動いても対応できる用意がある。	機械同部品製造修理
	2020年から続いた新型コロナウイルスによる長い停滞からは抜け出しつつあるものの、原油や原材料高騰が障壁となり、飛躍的に市場が回復するとは想像しにくい。	駐車場
悪化局面	電気代、燃料代の高騰が続くようであれば、製品価格の大幅な値上げは避けられない。しかし、原価上昇分のすべてを価格に反映できるわけではないので、収益性は悪化する一方である。	舗装材料製造
	今後も景気が好転する材料がなく、依然として先行き不透明な見通しである。新型コロナウイルス、ウクライナ危機、円安対策など、大きな社会不安が払しょくされれば好転していくように感じるが、それには相当な時間が必要だと思う。	食肉小売
	原材料の値上げ・電気料金の引き上げで、製品の値上げを余儀なくされ、値上げに踏み切ったものの、販売は徐々に減少傾向にある。電気料金の更なる引き上げも見込まれることから、製品の再値上げということになれば、景気はますます悪化するものと予想する。	水産食料品製造
	新型コロナウイルスはある程度落ち着きをみせてきたが、その影響が全く無くなったわけでない。加えて、値上げラッシュによる消費の冷え込み、インボイス制度の導入による中小企業への打撃、年金の受給減など影響がある。	個人教授所

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万6,953社、有効回答企業1万1,510社、回答率42.7%)

(1) 地域

北海道	554	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,263
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	760	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,996
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	859	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	783
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,423	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	381
北陸(新潟 富山 石川 福井)	584	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	907
合 計			11,510

(2) 業界(10業界51業種)

農・林・水産	123	小売	飲食料品小売業	103
金融	171		繊維・繊維製品・服飾品小売業	59
建設	1,816		医薬品・日用雑貨品小売業	39
不動産	408		家具類小売業	23
			家電・情報機器小売業	43
製造	飲食料品・飼料製造業	(658)	自動車・同部品小売業	107
	繊維・繊維製品・服飾品製造業		専門商品小売業	211
	建材・家具・窯業・土石製品製造業		各種商品小売業	60
	パルプ・紙・紙加工品製造業		その他の小売業	13
	出版・印刷			
	化学品製造業		運輸・倉庫	505
	鉄鋼・非鉄・鉱業			
(2,845)	機械製造業	サービス	飲食店	99
	電気機械製造業		電気通信業	12
	輸送用機械・器具製造業		電気・ガス・水道・熱供給業	16
	精密機械・医療機械・器具製造業		リース・賃貸業	114
	その他製造業		旅館・ホテル	73
	飲食料品卸売業		娯楽サービス	111
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業		放送業	16
卸売	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	(2,254)	メンテナンス・整備・検査業	199
	紙類・文具・書籍卸売業		広告関連業	122
	化学品卸売業		情報サービス業	646
	再生資源卸売業		人材派遣・紹介業	95
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売業		専門サービス業	310
	機械・器具卸売業		医療・福祉・保健衛生業	143
	その他の卸売業		教育サービス業	37
合 計		その他	その他サービス業	261
				41
		合 計		11,510

(3) 規模

大企業	1,814	15.8%
中小企業	9,696	84.2%
(うち小規模企業)	(3,658)	(31.8%)
合 計	11,510	100.0%
(うち上場企業)	(230)	(2.0%)

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11月16日～11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、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。