



商工会議所 LOBO (早期景気観測)

2023年3月調査結果

2023

3

2022年度の所定内賃金（正社員）の動向①

賃上げ実施企業は61.5%と前年比14.8ポイント増も依然として約7割の企業が防衛的な賃上げ

- 2022年度の所定内賃金の動向について、「業績が改善しているため賃上げを実施」は20.1%、「業績の改善がみられないが賃上げを実施」は41.4%となり、2022年度に正社員の所定内賃金の引き上げを実施した企業は2022年3月調査から14.8ポイント増の61.5%となった。また、「賃金は同水準を維持する」は37.7%、「賃金は引き下げる」は0.8%となった。
- 前向きな賃上げ・防衛的な賃上げを実施した企業を業種別にみると、前向きな賃上げの割合は卸売業が最も高く28.7%となった。一方で、小売業・サービス業はそれぞれ12.3%、18.7%にとどまった。防衛的な賃上げを実施した企業の割合は建設業が最も高く47.5%で、次いで製造業で47.4%となった。
- 2022年度に賃上げを実施した企業は昨年同月比で大幅に増加した。物価上昇や人手不足に対応するための賃上げ意欲は高まっているが、その内訳は約7割が防衛的な賃上げとなっている。また、コスト増や価格転嫁が進まないことに加え、民間ゼロゼロ融資（実質無利子・無担保）の本格返済も迫ることから、賃上げ原資を確保できないといった声も多く聞かれた。

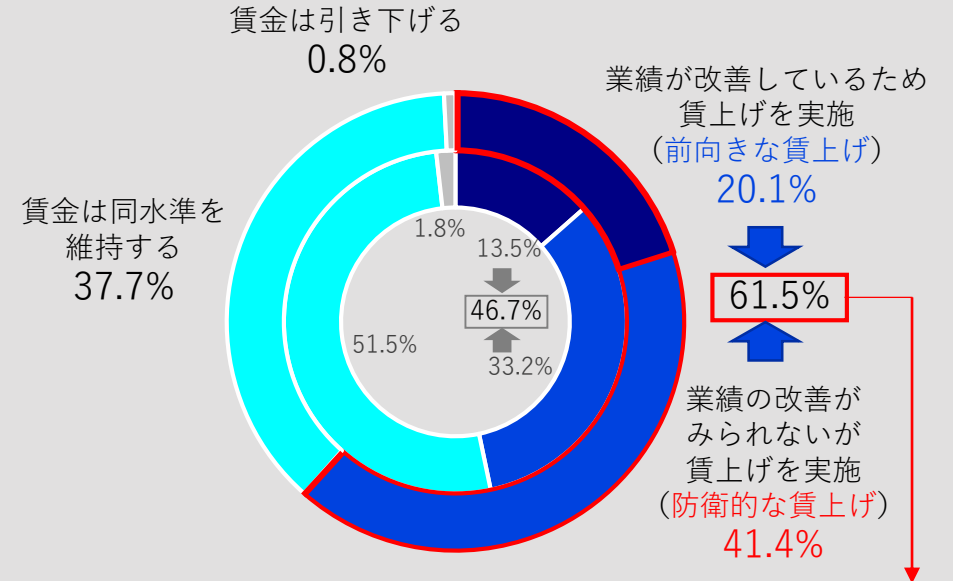


中小企業の声

- 最近の物価高をふまえ、従業員の生活改善・モチベーションアップが業績向上の好循環に繋がればと考え、賃上げを行った。
(札幌 特殊産業用機械製造業)
- 人手不足のため賃上げを実施したいが、コロナ禍を経て返済が積み重なる飲食店では難しい。賃上げ原資確保に向けた価格転嫁には付加価値の創造が不可欠である。
(加古川 飲食店)

2022年度の所定内賃金の動向（全産業）

※円グラフの外側が2023年3月調査、内側が2022年3月調査



【参考：賃上げ企業を100とした場合の前向きな賃上げと防衛的な賃上げの割合】

前向きな賃上げ 32.7% (+3.8) 防衛的な賃上げ 67.3% (▲3.8)

() 内：前年比

全企業における前向きな賃上げ・防衛的な賃上げ実施企業の割合

	前向きな賃上げ	前年比	防衛的な賃上げ	前年比
全業種	20.1%	+6.6	41.4%	+8.2
建設業	20.4%	+3.9	47.5%	+7.0
製造業	22.5%	+3.0	47.4%	+9.1
卸売業	28.7%	+15.0	35.4%	+2.2
小売業	12.3%	+2.3	36.8%	+9.7
サービス業	18.7%	+11.2	36.8%	+9.5

2022年度の所定内賃金（正社員）の動向② 3月13日以降のマスク着用の取扱い方針

物価上昇を理由とする賃上げが増加

- 賃金を引き上げる企業の主な理由は「人材確保・定着やモチベーション向上のため」が89.3%と、2022年12月調査と変わらず最も多かった。また、「物価が上昇しているため」は2022年12月調査の37.3%から4.8ポイント増加し、42.1%となった。
- 賃金の引き上げを見送る企業の主な理由は「今後の経営環境・経済状況が不透明なため」が74.5%と、2022年12月調査と変わらず最も多かった。



中小企業の声

- 2022年度の賃金は同水準を維持した。今月の決算で判断するが、次年度は従業員のモチベーション向上のため、賃上げを実施する予定。（鹿児島 農畜水産物卸売業）

マスク着用は利用者には8割強が個人の判断に委ねる一方、従業員には4割強が着用を求める

- 3月13日以降のマスク着用の取扱い方針について、利用者に対しては、82.8%の企業が「個人の判断に委ねる」と回答。
- 一方、従業員のマスク着用の取扱い方針については「業務中のマスク着用を求める」が26.8%、「一部の場面では着用を求める」の17.7%とあわせて4割強になり、「個人の判断に委ねる」は47.2%にとどまった。従前よりコロナと関係なくマスクを着用している食料品製造業のほか、営業担当者や小売・サービス業の接客担当者などにおいて、マスク着用を求める声が多く聞かれた。

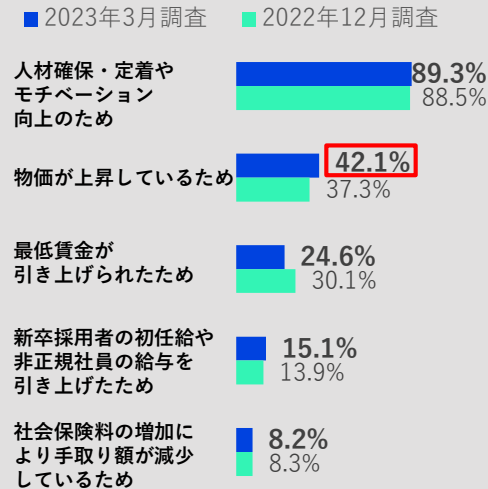


中小企業の声

- 現状では従業員にマスク着用を求めているが、5類への移行時の対応方針は検討中。政府には業種別の指針などの明確な情報提供を求めたい。（石岡 紙・文房具小売業）

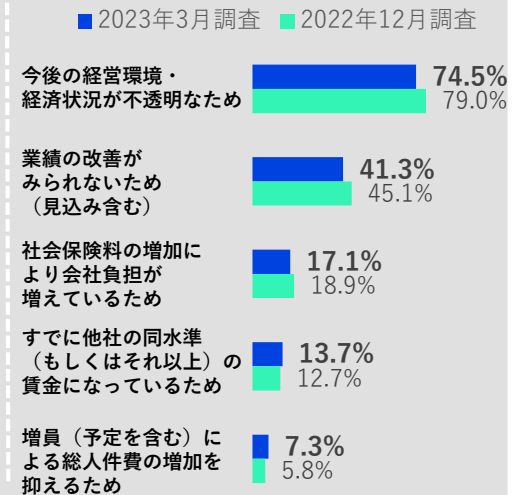
賃金を引き上げる主な理由

※賃金を引き上げる企業が対象
【複数回答・上位5項目】

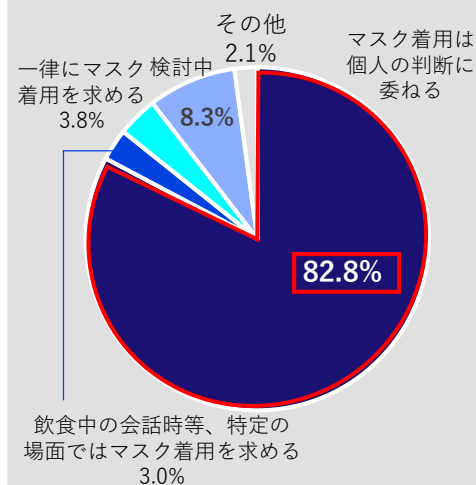


賃金の引き上げを見送る主な理由

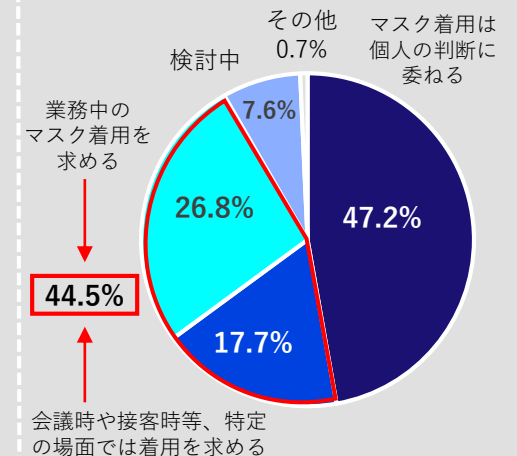
※賃金の引き上げを見送る企業が対象
【複数回答・上位5項目】



利用者のマスク着用の取扱い方針



従業員のマスク着用の取扱い方針



2023年3月の動向

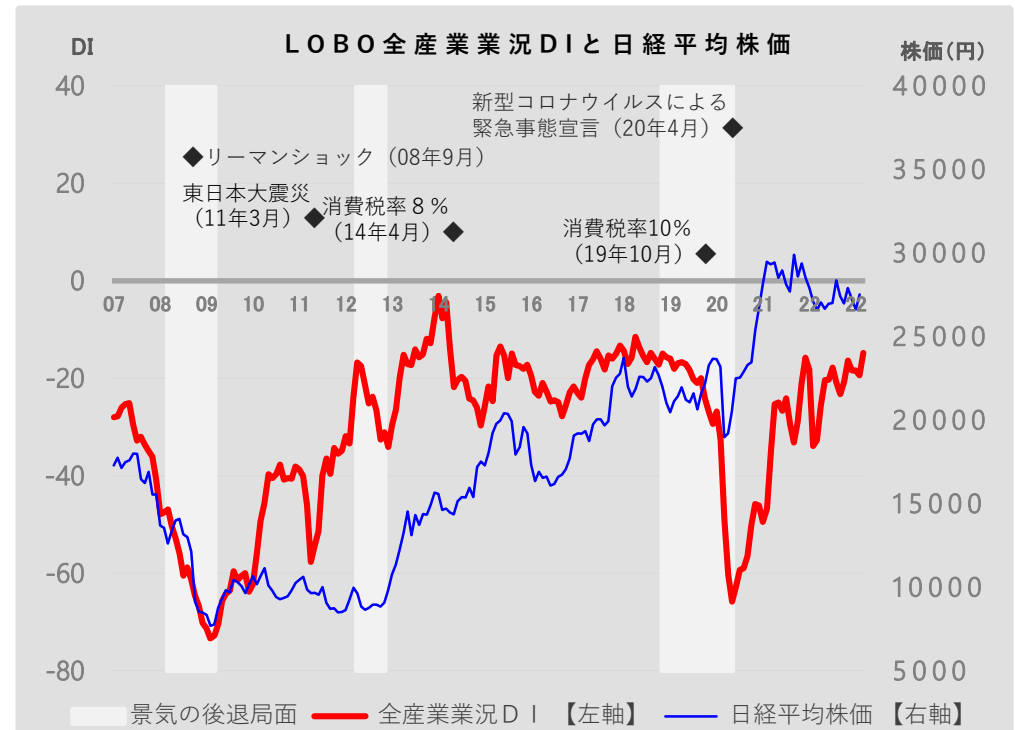
業況DIは、コロナ禍からの活動回復が進み、改善 先行きは、コスト増や外需停滞等から、厳しい見方

● 全産業合計の業況DIは、▲14.8（前月比+4.6ポイント）

● サービス業では、マスク着用ルール緩和による消費者意識の変化で、客足が回復した飲食・宿泊業を中心に改善した。小売業では、インバウンド需要の増加により売上が堅調な百貨店を中心に改善した。建設業でも、需要が増加する住宅関連の民間工事に下支えされ、改善した。一方、製造業では、電子部品関連の外需減退で横ばいに留まり、卸売業では、製造業関連の引き合い減少に加え、保管料等のコスト増も重なり、悪化となった。原材料・エネルギー価格の高騰等によるコスト増や人手不足、度重なる仕入価格の上昇に価格転嫁が十分に行えていない等、経営課題は山積するも、経済活動は回復が進み、中小企業の業況は改善した。

● 先行き見通しDIは、▲16.3（今月比▲1.5ポイント）

● 経済活動の回復への期待感はある一方、業種を問わず原材料・エネルギー価格の高騰、人材確保に向けた賃上げ等によるさらなるコスト増が懸念される。また、海外経済の鈍化や人手不足による受注機会の損失で売上悪化も危惧される。政府の激変緩和措置はあるものの、度重なるコスト増に対する価格転嫁も十分に行えておらず、企業収益の圧迫が続いており、先行きは厳しい見方となっている。



業況DI（※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合）

	2022年	2022年			2023年			先行き 見通し 4~6月
	3月	10月			11月	12月	1月	
全産業	▲ 32.7	▲ 20.7	▲ 16.4	▲ 18.4	▲ 18.4	▲ 19.4	▲ 14.8	▲ 16.3
建設	▲ 23.6	▲ 29.9	▲ 22.9	▲ 27.2	▲ 25.1	▲ 31.9	▲ 24.5	▲ 23.9
製造	▲ 25.0	▲ 20.1	▲ 16.2	▲ 14.2	▲ 16.9	▲ 18.4	▲ 18.9	▲ 21.1
卸売	▲ 33.3	▲ 21.1	▲ 20.3	▲ 16.3	▲ 17.3	▲ 16.4	▲ 22.4	▲ 21.9
小売	▲ 40.9	▲ 29.4	▲ 23.9	▲ 32.1	▲ 27.1	▲ 25.9	▲ 19.5	▲ 18.7
サービス	▲ 39.0	▲ 8.1	▲ 4.5	▲ 7.0	▲ 8.8	▲ 8.6	2.8	▲ 2.2

業種別の動向

前月と比べたDI値の動き



改善



ほぼ横ばい



悪化



建築資材・エネルギー価格の高騰に加え、コスト増に見合う価格転嫁も十分に行えていないものの、分譲住宅など住宅関連の民間工事の受注が堅調に推移し、改善。また、政府の補正予算による公共工事の受注増を期待する声も聞かれた。

- ・「人手不足対策として高齢化している技術者の若返りを図るため、企業説明会の実施やウェブサイトの更新、SNSを活用した新卒・中途採用を実施。また、生産性向上のため、現場と本社の連携による事務作業の効率化に着手し、従業員の待遇改善を図っている」（一般工事業）
- ・「受注数は堅調に推移しているが、建築資材や人手不足で人件費が高騰しており、原価に見合う受注金額が確保できず、収益を圧迫している」（管工事業）



国内の設備投資需要は底堅く推移しているものの、外需減退による電子部品関連の受注減少に加え、エネルギー価格の高騰によるコスト負担増が重荷となり、ほぼ横ばい。

- ・「コロナ禍を契機にネット通販事業を開始し、売上は堅調に推移している。一方で、ネット通販事業を開始している同業他社も増加してきており、他社との差別化を図ることで、安定した収益確保に努める」（健康食品製造業）
- ・「海外からの受注が急激に減少しており、今後の受注増加も厳しい状況である。収益悪化を防ぐため、価格転嫁交渉を進める」（計量器測定器等製造業）



海外需要の減少による電子部品関連など製造業からの引き合いの減少や、輸送費や在庫保管料、梱包資材費の高騰により、悪化。また、長期化する鶏卵の高騰により収益が悪化しているとの声も聞かれた。

- ・「仕入価格の高騰が続いており、価格転嫁を進めているものの、全ての上昇コスト分を転嫁できていない。差額分を自社で負担している中で、電気料金、梱包資材の価格も上昇しており、収益を圧迫している。コロナ融資の返済も始まるため、資金計画を作成し、実行していく」（建築材料卸売業）
- ・「海外からの受注数が減少しているものの、ベースアップを実施し、従業員のモチベーション向上に繋げた」（電気機械器具卸売業）



物価高による消費者の節約志向の高まりは継続しているものの、インバウンド需要の増加による免税品・高付加価値商品の販売が堅調な百貨店や、卒業式などの季節品の需要が回復した服飾品小売業を中心に改善。

- ・「インバウンド需要の増加により、売上は回復傾向にある。今後の安定的な収益確保に向けては、地域住民の取り込みが重要課題であるため、催事やイベント等を通じた販促活動に注力していく」（百貨店）
- ・「コロナ禍も落ち着きを見せ、イベント等への客足も回復している。季節的に人の移動が旺盛になるため、需要の取り込みに努める」（日用品小売業）



全国旅行支援やインバウンド需要の増加に加え、マスク着用ルール緩和で客足が回復した飲食・宿泊・旅行業を中心に改善。一方、人手不足で需要増に対応が追いつかないとの声も聞かれた。

- ・「インバウンド需要の回復に加え、消費者の意識の変化の見られ、少しずつ団体客の利用も増加。一方で、人手不足が深刻化しており、受注機会を逃してしまうケースも出てきている」（飲食店）
- ・「仕入価格の上昇分についてサービス価格への転嫁を実施。今後の収益改善に向けて、事務作業の効率化による生産性向上を図っていく」（写真業）

ブロック別の動向

前月と比べたDI値の動き



改善



ほぼ横ばい



悪化



北海道

北海道は、改善。 製造業では、マスク着用ルールの緩和による消費者の意識変化に伴い、客足が改善している飲食店向けの引合いが増加した結果、食料品関係を中心に売上・採算が改善した。小売業では、電気代等のコスト負担の増加が継続しており、採算の改善は伸び悩んでいるものの、インバウンド需要の回復や全国旅行支援による客足の増加により、百貨店を中心に売上が改善した。



東北

東北は、改善。 建設業では、受注が減少傾向にあった公共工事について、政府の補正予算による需要回復の兆しが見られ、売上・採算が改善した。建設資材不足の緩和により、延期されていた工事が再開しつつあるという声も聞かれた。小売業では、インバウンド需要の回復や全国旅行支援による客足の増加により、百貨店を中心に売上・採算が改善した。



北陸信越

北陸信越は、改善。 建設業では、設備工事などの民間工事を中心に受注が増加しており、また、工事進捗も改善傾向にあるため、売上・採算が改善した。一方、工業生産の伸びは鈍化傾向にあり、設備投資を中心に将来の需要減少を懸念する声も聞かれた。サービス業では、インバウンド需要の回復や全国旅行支援による客足の回復により、宿泊業を中心に、売上・採算が改善した。



関東

関東は、改善。 建設業では、分譲住宅等の需要が増加している影響で、民間工事を中心に売上・採算が改善した。小売業では、富裕層向けの高付加価値商品や春物衣料の販売が好調な百貨店を中心に、売上・採算が改善した。一方、商店街を中心に客単価が減少しているという声も聞かれており、物価高による消費マインドの低下が継続していることがうかがえる。



東海

東海は、改善。 製造業では、マスク着用ルールの緩和による消費者の意識変化に伴い、客足が改善している飲食店向けの引合いが増加した結果、食料品関係を中心に売上・採算が改善した。卸売業では、仕入価格の高騰が継続しているものの、部品供給不足の一部緩和により、自動車等の工業生産が改善傾向を示している影響で、機械器具関連を中心に売上・採算が改善した。



関西

関西は、悪化。 製造業では、原材料価格やエネルギー価格の高騰の継続に加え、海外経済の鈍化による電子部品の需要が減少した影響で、化学関係や機械器具関係を中心に売上・採算が悪化した。卸売業では、製造業の業況悪化に下押しされ、機械器具関係を中心に売上・採算が悪化した。また、鳥インフルエンザのまん延による鶏卵の供給不足により、畜産関係の事業者からも採算について厳しい声が聞かれている。

ブロック別の動向

前月と比べたDI値の動き



改善



ほぼ横ばい



悪化



中国

中国は、改善。建設業では、住宅需要が持ち直していることに加え、政府の補正予算により公共工事の受注が増加した影響で、売上・採算が改善した。また、G7広島サミット開催に向けて、インフラの整備需要が増加しているという声も聞かれた。サービス業では、インバウンド需要の回復や全国旅行支援による客足の増加により、宿泊業を中心に売上・採算が改善した。



四国

四国は、改善。製造業では、マスク着用ルールの緩和による消費者の意識変化に伴い、客足が改善している飲食店向けの引合いが増加した結果、食料品関係を中心に売上が改善した。サービス業では、インバウンド需要の回復や全国旅行支援による客足の増加により、宿泊業を中心に売上・採算が改善した。一方、観光需要が急激に増加しているため、人手不足を懸念する声も聞かれた。



九州

九州は、ほぼ横ばい。卸売業では、インバウンド需要の回復や全国旅行支援による客足の増加の影響を受けた宿泊業に牽引される形で、食料品関係を中心に売上・採算が改善した。小売業では、消費マインドの回復傾向は続いているものの、商店街を中心に改善に一服感が見られ、売上が悪化に転じた。また、鳥インフルエンザのまん延により、鶏卵が欠品しているという声も聞かれた。

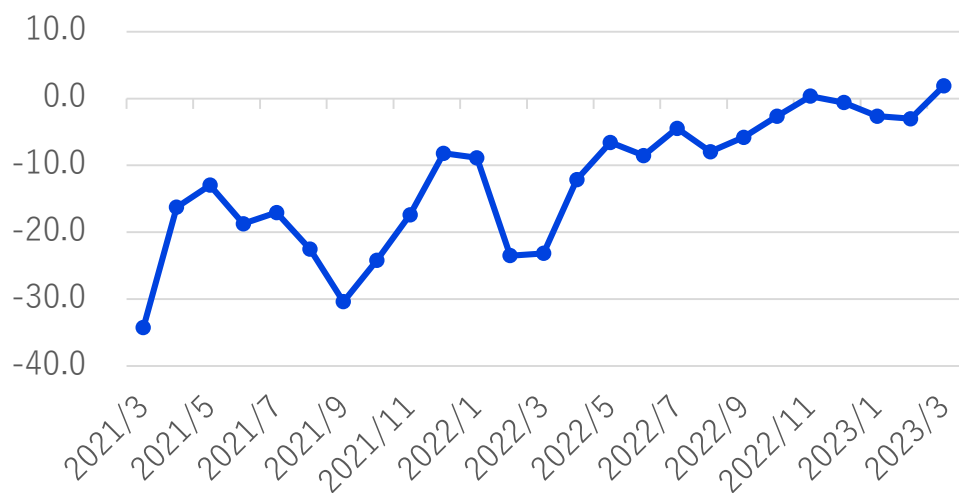
	2022年	2022年	11月	12月	2023年			先行き 見通し
	3月	10月			1月	2月	3月	4～6月
全国	▲32.7	▲20.7	▲16.4	▲18.4	▲18.4	▲19.4	▲14.8	▲16.3
北海道	▲34.7	▲16.4	▲15.7	▲14.7	▲10.0	▲14.7	▲10.3	▲12.7
東北	▲42.8	▲31.3	▲24.5	▲27.2	▲19.7	▲28.6	▲13.1	▲19.4
北陸信越	▲37.0	▲20.2	▲12.9	▲12.8	▲19.8	▲17.9	▲13.9	▲16.9
関東	▲25.9	▲19.5	▲11.8	▲16.6	▲16.8	▲18.0	▲12.1	▲14.3
東海	▲31.3	▲24.3	▲20.5	▲21.2	▲23.2	▲27.5	▲20.2	▲21.3
関西	▲37.9	▲20.5	▲15.4	▲17.2	▲16.1	▲14.2	▲19.2	▲20.1
中国	▲32.5	▲21.5	▲13.4	▲14.8	▲18.6	▲16.0	▲15.0	▲21.7
四国	▲33.1	▲16.4	▲20.8	▲23.6	▲21.0	▲23.8	▲20.8	▲13.8
九州	▲29.9	▲13.3	▲17.6	▲17.6	▲23.1	▲10.7	▲11.5	▲6.7

参考：DI時系列表

売上DI

(※DI=「増加」の回答割合-「減少」の回答割合)

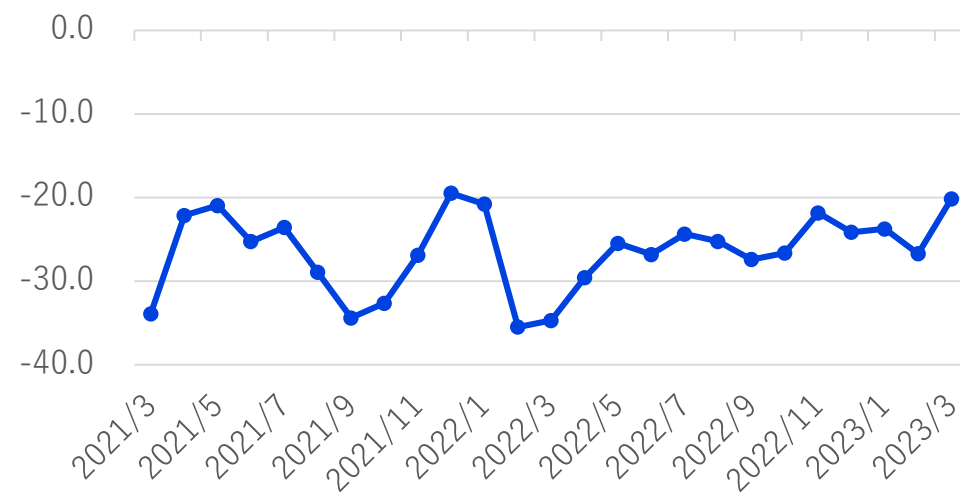
	2022年				2023年			先行き 見通し
	3月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
全産業	▲23.2	▲2.6	0.4	▲0.6	▲2.6	▲3.0	1.9	▲4.7
建設	▲22.0	▲17.1	▲16.0	▲17.5	▲17.1	▲22.4	▲11.9	▲17.4
製造	▲11.7	3.2	5.1	10.4	4.2	▲1.6	1.2	▲2.6
卸売	▲14.2	▲0.4	3.9	5.4	▲1.3	2.2	0.0	▲7.2
小売	▲33.9	▲12.5	▲14.1	▲17.8	▲12.8	▲8.6	▲6.8	▲13.1
サービス	▲30.1	7.9	16.7	10.1	7.8	10.0	19.4	9.2



採算DI

(※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

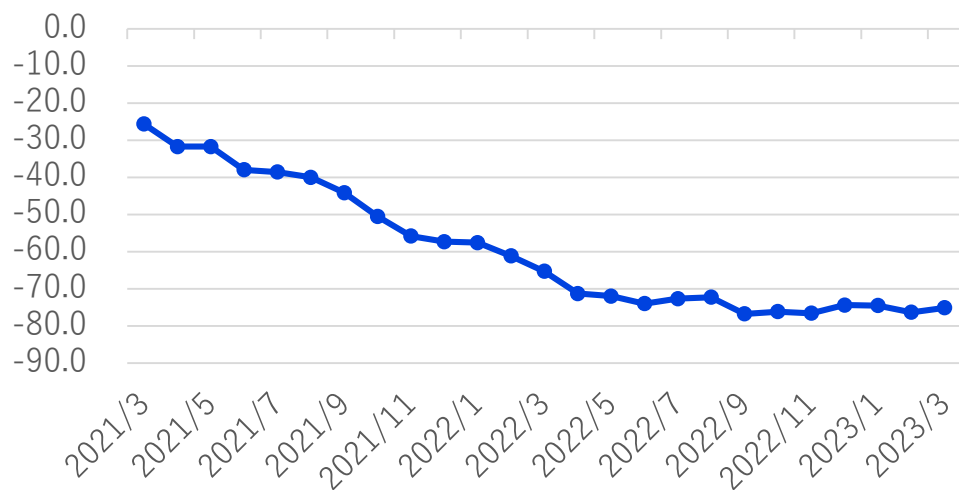
	2022年				2023年			先行き 見通し
	3月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
全産業	▲34.7	▲26.6	▲21.8	▲24.1	▲23.7	▲26.7	▲20.1	▲20.9
建設	▲26.7	▲37.1	▲30.1	▲31.3	▲29.9	▲37.2	▲26.6	▲24.5
製造	▲29.5	▲29.6	▲27.0	▲24.8	▲25.0	▲29.5	▲25.5	▲23.5
卸売	▲31.6	▲25.3	▲21.2	▲15.8	▲23.6	▲20.4	▲20.3	▲20.3
小売	▲40.9	▲28.9	▲27.2	▲33.8	▲28.5	▲28.4	▲23.4	▲25.8
サービス	▲41.0	▲15.8	▲7.3	▲15.3	▲14.7	▲18.7	▲8.1	▲12.4



参考：DI時系列表

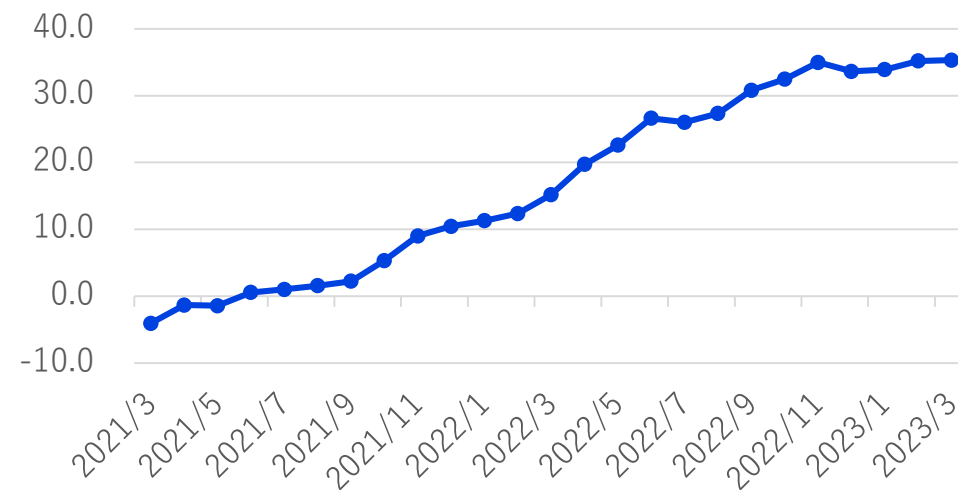
仕入単価DI (※DI=「下落」の回答割合-「上昇」の回答割合)

	2022年				2023年			先行き見通し
	3月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4～6月
全産業	▲65.3	▲76.2	▲76.6	▲74.4	▲74.5	▲76.3	▲75.1	▲69.1
建設	▲78.9	▲86.8	▲84.6	▲83.8	▲81.4	▲81.4	▲84.4	▲76.1
製造	▲74.9	▲82.1	▲82.4	▲82.1	▲81.3	▲82.0	▲78.7	▲68.7
卸売	▲68.4	▲74.3	▲76.2	▲68.3	▲67.1	▲73.0	▲73.0	▲67.5
小売	▲57.5	▲74.5	▲74.9	▲71.4	▲73.7	▲75.6	▲74.2	▲72.0
サービス	▲52.6	▲65.8	▲67.2	▲66.4	▲67.3	▲69.5	▲67.4	▲63.5



販売単価DI (※DI=「上昇」の回答割合-「下落」の回答割合)

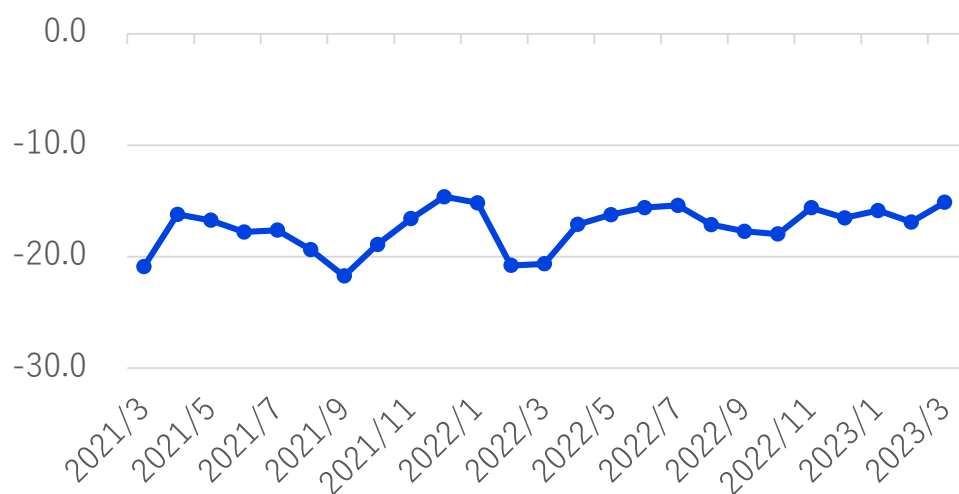
	2022年				2023年			先行き見通し
	3月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4～6月
全産業	15.2	32.5	35.0	33.6	33.9	35.2	35.3	32.4
建設	17.1	26.3	28.6	22.2	27.2	26.8	26.6	23.2
製造	15.6	35.2	37.5	40.2	40.1	38.3	39.4	34.3
卸売	36.4	50.2	53.7	48.3	44.4	52.2	48.9	43.5
小売	18.7	42.2	43.2	42.7	41.3	48.4	47.0	43.8
サービス	1.4	17.9	21.4	20.4	21.5	18.9	21.2	22.0



参考：DI時系列表

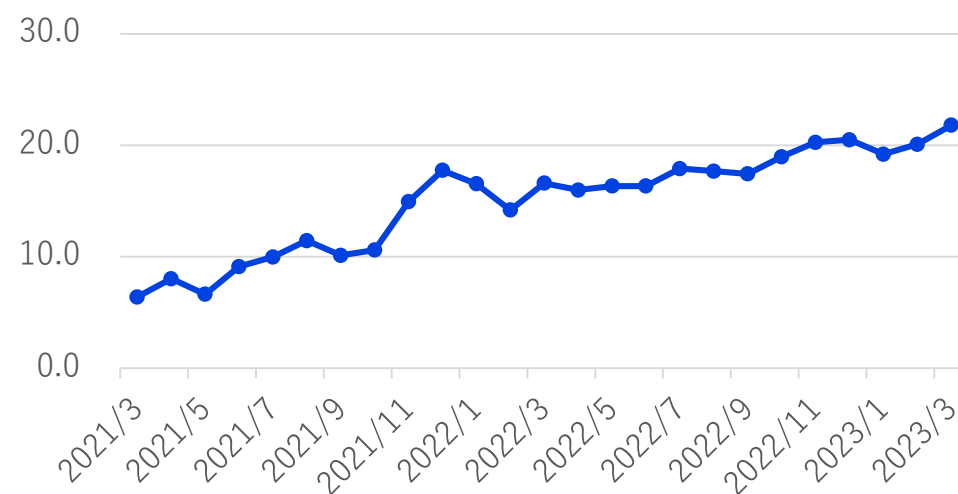
資金繰りDI (※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

	2022年	2022年			2023年			先行き
	3月	10月			11月			12月
全産業	▲20.7	▲18.0	▲15.6	▲16.5	▲15.9	▲16.9	▲15.1	▲14.5
建設	▲8.7	▲12.6	▲6.6	▲10.0	▲7.8	▲11.4	▲12.8	▲12.2
製造	▲18.2	▲18.3	▲18.9	▲14.4	▲17.7	▲18.4	▲17.1	▲15.9
卸売	▲16.4	▲15.2	▲12.1	▲12.9	▲13.8	▲6.6	▲15.2	▲13.9
小売	▲25.9	▲26.0	▲21.5	▲26.2	▲24.2	▲24.0	▲19.7	▲20.2
サービス	▲28.0	▲16.0	▲15.1	▲16.7	▲13.5	▲17.9	▲11.0	▲10.4



従業員DI (※DI=「不足」の回答割合-「過剰」の回答割合)

	2022年	2022年			2023年			先行き
	3月	10月			11月			12月
全産業	16.6	19.0	20.3	20.5	19.2	20.1	21.8	21.8
建設	30.7	29.9	29.2	31.6	30.2	33.8	33.6	31.2
製造	13.1	13.5	13.6	14.6	11.7	13.6	15.7	16.3
卸売	12.0	15.2	16.9	17.1	12.0	15.5	17.3	17.7
小売	14.5	13.7	16.0	13.3	15.7	15.1	15.6	13.9
サービス	15.0	23.1	25.9	26.4	25.2	24.1	27.3	29.7



調査要領

LOBOとは

「CCI (CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY) – QUICK SURVEY SYSTEM OF **LOCAL BUSINESS OUTLOOK**」
(商工会議所早期景気観測) からとった略称

目的

商工会議所のネットワークのもと、地域や中小企業が「肌で感じる足元の景気感」を全国ベースで毎月調査するとともに、月毎にテーマを設定して調査(例：設備投資や採用・賃金の動向等)を実施・公表することにより、企業を取り巻く経営環境や直面する課題等の現状を示すデータとして、経済対策に関する政策提言・要望活動などに活用することを目的に1989年4月より調査開始。

調査方法

調査協力商工会議所職員(含む経営指導員)による調査票配布・回収

調査項目

業況・売上・採算・資金繰り・仕入単価・販売単価・従業員の前年同月比(前年同月と比較した今月の水準)と向こう3カ月の先行き見通し(今月水準と比較した向こう3カ月(当月を除く)の先行き見通し)、自社が直面している経営上の問題など

※DI値(景況判断指数)について

DI値は、業況・売上・採算などの各項目についての、判断の状況を表す。ゼロを基準として、プラスの値で景気の上向き傾向を表す回答の割合が多いことを示し、マイナスの値で景気の下向き傾向を表す回答の割合が多いことを示す。したがって、売上高などの実数値の上昇率を示すものではなく、強気・弱気などの景況感の相対的な広がりの意味する。

DI = (増加・好転などの回答割合) - (減少・悪化などの回答割合)

調査対象数

配布先：全国327商工会議所の会員 2,503企業

(有効回答数1,982企業[回答率79.2%])

(内訳)

建設業：416 (有効回答数327企業[回答率78.6%])

製造業：619 (有効回答数498企業[回答率80.5%])

卸売業：293 (有効回答数237企業[回答率80.9%])

小売業：506 (有効回答数411企業[回答率81.2%])

サービス業：669 (有効回答数509企業[回答率76.1%])

調査期間

2023年3月15日～22日

公表日

2023年3月31日

今月の調査協力商工会議所一覧

