

# T D B 景気白書

*~A forecast of the Japanese economy~*

2023 年版



## はじめに

「TDB 景気動向調査」は 2002 年 5 月の開始以来 20 年が経過しました。

本調査は、毎月、全国の 2 万 7 千社を超える企業さまのご協力のもと実施し、調査結果は日本銀行記者クラブなどを通じてマスコミ各社や関連省庁にリリース、広く社会に発信しています。近年では、調査結果が政府「月例経済報告」で活用されているほか、国会審議や日本銀行の各種レポート等でも取り上げられるなど、ご回答いただいた企業さまのご意見は政府や官公庁・自治体など政策立案へ着実に反映されています。

この度、調査結果を基に 2022 年の国内経済を総括し、2023 年の景気を見通す「TDB 景気白書 2023 年版」を作成しました。

TDB 景気白書では、景気動向指数（景気 DI）や経済統計などの「定量情報」に、企業情報などの「定性情報」を加え、多視点的に国内経済を捉えています。2023 年版では、景気 Special Report として、「製造業の価格転嫁の実態と景気の現状と見通し」を掲載しています。また、近年の気になるトピックスとして政府も後押しする DX（デジタルトランスフォーメーション）に対して、企業が何を考え、どのような対応をしているのか、調査結果のみならず実際の取り組み事例を取りまとめた特集「伸びる企業の DX の取り組み」をお届けします。さらに、国内経済に関する企業さまの具体的な声に加え、景況感の良い企業が取り組んでいる経営戦略事例の紹介など一層の内容の充実を図っております。TDB 景気白書が今後の企業経営に少しでもお役に立てれば幸いです。

最後に、新型コロナウイルスや原材料価格の高騰などが企業活動に大きな影響を及ぼしているなかにおいても、皆さまには「TDB 景気動向調査」に多大なご協力をいただきました。この場をお借りして改めて御礼申し上げます。

2023 年 3 月

株式会社帝国データバンク  
情報統括部  
情報統括課

# 目次

はじめに

## 第1部 国内景気 ～現状と展望～

### 第1章 2022年の国内景気

1. 2022年の概況 ..... 1
2. 10業界の概況 ..... 2

### 第2章 2023年の国内景気の方

1. 2023年の景気見通しに対する企業の意識調査 ..... 4
2. TDB マクロ経済見通しからみる2023年景気 ..... 11

### 第3章 企業の声

1. 景況感の良い企業の経営戦略 ..... 16
2. 企業の具体的戦略 ..... 24

## 第2部 最新の景気・経済トピック

### 第1章 景気 Special Report

- 業界別の景気の現状と見通し～製造業～ ..... 29

### 第2章 2022年、気になるトピックス ..... 35

- 伸びる企業のDXの取り組み

### 第3章 国内外の主な動き

1. イベントカレンダー(2023年1月～12月) ..... 43
2. TDB 業界天気図 ..... 46



# 国内景気 ～現状と展望～

1 2022年の概況

2022年の景気DI（0～100の値をとり50が判断の分かれ目。景気動向指数）は、1月～3月まで続いたまん延防止等重点措置による人流の減少やロシアのウクライナ侵攻など、企業活動が大きく抑制される状態が続いた。4月以降は新型コロナウイルスの感染が落ち着くなか、業種や地域により景況感の改善・悪化が分かれつつ推移。ただ相次ぐ食品の値上げは消費者心理を下押しする要因となった。



7月は41.3、5カ月ぶりに悪化した。新型コロナの感染者数が1日当たり20万人を超えるなど再び増加、慎重な消費行動や出勤人数の制限などを受けた。季節需要が一部で表れたものの、感染者数の増加にともなう個人消費関連の下押しが響いた。

8月は41.4、2カ月ぶりに改善した。新型コロナの新規感染者数の増加が続いた一方、3年ぶりとなる行動制限のない夏シーズンによって改善となった。順調な季節需要やデジタル関連需要の拡大など、小幅ながら上向きへと転じた。

9月は41.9、2カ月連続で改善した。原材料の価格高騰や円安傾向が続いた一方、新型コロナの新規感染者数が小康状態によって改善した。DX需要が旺盛なほか、徐々に人流が戻りつつある個人向けサービス業の景況感が上向いた。

10月は42.6、3カ月連続で改善した。新型コロナの新規感染者数が減少傾向で推移するなか、全国旅行支援の実施や入国時の水際対策の緩和などで人流が増加。宿泊業や旅行業など観光関連が押し上げ要因となった。またDXなどIT投資需要も堅調。

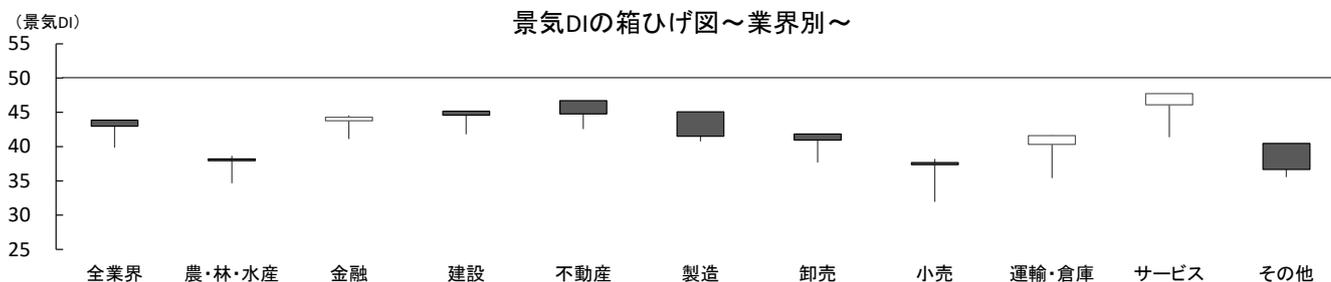
11月は43.1、4カ月連続で改善した。新型コロナの感染拡大第8波が全国的に広がった一方で、クリスマスや年末に向けた需要の高まり、建設工事関連などもプラス要因となった。また飲食料品の宅配サービスが好調だった。

12月は43.0、5カ月ぶりに悪化。電力・ガスなどのライフラインや食品を含む生活必需品の価格上昇、原材料価格の高止まりなどがマイナス要因となった。また、一部の業種で影響がみられる半導体不足は、自動車や電気機械、電気工事などでも悪材料に。



## 2 10 業界の概況

2022年の業界別景気DIは、10業界中3業界が改善、7業界が悪化した。1年間の変化幅は『サービス』(+1.6ポイント)や『運輸・倉庫』(+1.3ポイント)が上昇。一方、『製造』(-3.6ポイント)が大きく低下した。



注：2021年12月～2022年12月の景気DIを表示。ボックスは期間中に景気DIが低下すると黒塗り、上昇すると白塗りとなる

以下は 2021年12月 → 2022年12月

農・林・水産 38.2 → 37.9 ↓

【1年間の変化幅：-0.3ポイント】

飼料価格の高止まりが続くなか、養豚業や酪農業、野菜作農業などの景況感が大幅に悪化。生乳の生産調整など不安定な経営環境が続いた一方で、販売価格への転嫁が進まない状況も下押し要因。他方、園芸サービスや施設野菜作農業は大きく上向いた。

金融 43.8 → 44.3 ↑

【1年間の変化幅：+0.5ポイント】

DXを含むIT関連など堅調な投資需要を背景とした総貸出平均残高の増加はプラス材料だった。また、生命保険業界では医療費の自己負担増などで保険商品のニーズが高まったほか、海外金利の上昇により外貨建て商品の販売が好調だった。一方で、大手・中堅証券で仕組み債の販売停止が相次ぐなど、証券市場の不安定さが露呈した。

建設 45.2 → 44.6 ↓

【1年間の変化幅：-0.6ポイント】

資機材の価格高騰や人手不足、人件費の増加など、企業収益に悪影響を及ぼす要因が多く表れた。1年間の変化は小幅にとどまったものの、2022年を通じて一度も2021年12月の水準を上回ることなく推移した。他方、リフォームなど内装工事は堅調だったほか、大企業を中心とした設備投資もプラス材料となった。

不動産 46.7 → 44.8 ↓

【1年間の変化幅：-1.9ポイント】

建築資材の高騰やテナントの空室増加のほか、長期金利の変動幅拡大にともなう金利上昇なども加わり、不動産賃貸や建物売買、土地売買が大幅に低下した。一方で、貸家の新設着工戸数が2年連続で増加するなど、貸家業は改善傾向が続いた。

製造 45.1 → 41.5 ↓

【1年間の変化幅：-3.6ポイント】

半導体など部品供給不足で「輸送用機械・器具製造」や「精密機械、医療機械・器具製造」などは工場の生産一部停止もあり大きく悪化。また「飲食料品・飼料製造」では仕入単価 DI が 80 を超えるなど、原材料価格の高騰が影響した。一方、全国旅行支援などが奏功し寝具製造業など一部業種からは好調の声も聞かれた。

卸売 41.8 → 41.0 ↓

【1年間の変化幅：-0.8ポイント】

円安にともなうコスト増や感染者数増加による飲食・飲酒機会のキャンセルなどが影響し、「飲食料品卸売」は低調な水準で推移した。また、自動車の減産などが響いた「鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売」や、患者の受診抑制が続く医薬品卸売を含む「化学製品卸売」の景況感も落ち込んだ。

小売 37.7 → 37.4 ↓

【1年間の変化幅：-0.3ポイント】

2022年1月～3月のまん延防止等重点措置により外出が減少し、景況感が大きく低下した。同措置の解除により人流が増加したことで、総合スーパーを含む「各種商品小売」や「飲食料品小売」の景気 DI が 40 台を回復したものの、2022年を通じて『小売』全体で2021年12月の水準を上回ったのは一度だけとなった。

運輸・倉庫 40.3 → 41.6 ↑

【1年間の変化幅：+1.3ポイント】

2022年1月に全国34都道府県がまん延防止等重点措置の対象となっていたが、10月に全国旅行支援などの政策が実施されたことで、旅行業や観光バス、タクシーなど旅客運送の景況感が大きく上昇。物流の増加にともない倉庫業も上向いた。一方で、人手不足の深刻化や燃料費の高騰による悪影響は下押し要因となった。

サービス 46.1 → 47.7 ↑

【1年間の変化幅：+1.6ポイント】

『サービス』の景気 DI は 10 業界で最も高水準となった。全国旅行支援などで「飲食店」「旅館・ホテル」「娯楽サービス」といった、新型コロナ禍で大きな影響を受けた個人向けサービスが厳しい水準ながら上向き傾向で推移した。DXに関連する需要の多い「情報サービス」は年間を通して 50 を上回る水準を継続。ただし、2022年末には「旅館・ホテル」の仕入単価 DI が 81.0、雇用過不足 DI が 74.4（正社員）、時間外労働時間 DI が 67.7 といずれも過去最高を記録、取り巻く経営環境には厳しさがみられた。

## 1 2023年の景気見通しに対する企業の意識調査

## 2023年の景気、悪化を見込む企業が25.3%へ倍増

～「原料高」対策と「個人消費」復活への政策がカギ～

TDB景気動向調査の景気DIは、2022年11月までは4カ月連続で改善し、12月に0.1ポイントの小幅悪化となった。依然として新型コロナウイルスの影響が続いていたものの、全国旅行支援をはじめとする各種経済政策などが奏功し、2022年後半の国内景気は緩やかに持ち直しがみられた。

しかし一方で、長期化する原材料価格の高騰など懸念材料も多く、国内企業物価指数（2022年11月速報）は前年比9.3%上昇と高水準の伸びが続いている。食料品や生活必需品などの相次ぐ値上げだけでなく、さらなる家計への悪影響も懸念される。

そこで、帝国データバンクは、2023年の景気見通しに対する企業の見解について調査を実施した。本調査は、TDB景気動向調査2022年11月調査とともにを行った。なお、景気見通しに対する調査は2006年11月から毎年実施し、今回で17回目。

（調査期間：2022年11月16日～30日）

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

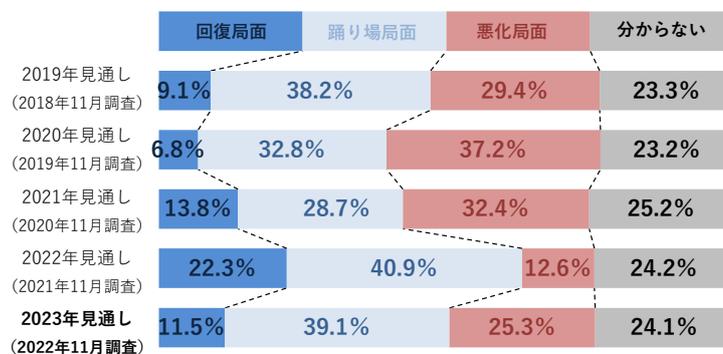
## 1. 2023年の景気見通し、「悪化」と見込む企業25.3%と4社に1社が占める

2023年の景気見通しについて尋ねたところ、「回復」局面になると見込む企業は2022年の景気見通し（2021年11月実施）から10.8ポイント減の11.5%となった。また、「踊り場」局面は39.1%と2022年見通し（40.9%）より若干減少した。

また「悪化」局面を見込む企業は、同12.7ポイント増の25.3%と4社に1社となった。

企業からは「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もないの、収益性は悪化する一方だろう」（舗装材料製造、群馬県）や、「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、ウクライナ危機、円安対策など、大きな社会不安が払拭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」（食肉小売、東京都）といった厳しい声があがっている。

図表1 景気見通しの推移（2019年～2023年）



企業からは「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もないの、収益性は悪化する一方だろう」（舗装材料製造、群馬県）や、「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、ウクライナ危機、円安対策など、大きな社会不安が払拭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」（食肉小売、東京都）といった厳しい声があがっている。

## 2. 2023年の景気の懸念材料、「原油・素材価格の上昇」が72.7%と突出して高い

2023年の景気に悪影響を及ぼす懸念材料を尋ねたところ、「原油・素材価格（の上昇）」が72.7%（前年比9.8ポイント減）で突出して高かった（複数回答3つまで、以下同）。

次いで、「為替（円安）」（43.5%、同24.6ポイント増）や「物価上昇（インフレ）」（33.3%、同15.9ポイント増）が前年より急増した。そのほか「人手不足」（26.1%、同4.5ポイント減）やロシア・ウクライナ問題、東アジア情勢など「地政学的リスク」（18.5%、－）が上位に並んだ。

また、2021年見通しは5割以上、2022年見通しでは4割近くの企業が懸念材料にあげていた新型コロナウイルスなどを含む

「感染症による影響の拡大」は、15.4%と大幅に減少した。しかしながら懸念材料の6位にランクされ、2023年も少なからず新型コロナによる影響を受けると見込んでいる様子もうかがえた。

さらに、2023年10月から制度開始となる「インボイス制度」についても12.3%の企業で懸念材料と見込んでいる。

### 【企業からのコメント(抜粋)】

- 原材料の値上げ・電気料金の引き上げで、値上げに踏み切ったものの、販売額は徐々に減少傾向にある。電気料金のさら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、茨城県)
- 人手不足の解消策はなく、社員の高齢化が進んでおり、仕事はあるが受注できない状況に拍車がかかる。人が減っているうえ、残業時間の上限規制もあり、さらに人手が足りなくなっている。景気が良くなることはない(塗装工事、山梨県)
- 新型コロナはある程度落ち着きをみせてきたが、その影響が全くな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、大阪府)

## 3. 景気回復に必要な政策、「原材料不足・価格高騰」対策がトップ、「個人消費」の復活もカギ

今後、景気が回復するために必要な政策を尋ねたところ、企業の7割超が2023年の懸念材料とした「原材料不足や価格高騰への対策」が41.7%でトップとなった（複数回答、以下同）。

以下、補助金・給付金などの「中小企業向け支援策の拡充」（35.3%）や新型コロナウイルスなどを含む「感染症の収束」（34.8%）、「個人消費の拡大策」（32.1%）が3割台

図表2 2023年の懸念材料  
(上位10項目、3つまでの複数回答)

		2022年		2021年	
		11月調査		11月調査	
1	原油・素材価格（の上昇）	↓	72.7	82.5	(1)
2	為替（円安）	↑	43.5	18.9	(5)
3	物価上昇（インフレ）	↑	33.3	17.4	(6)
4	人手不足		26.1	30.6	(3)
5	地政学的リスク		18.5	-	-
6	感染症による影響の拡大	↓	15.4	39.5	(2)
7	インボイス制度		12.3	-	-
8	金利（の上昇）	↑	11.4	5.7	(10)
9	中国経済	↓	9.8	21.7	(4)
10	米国経済		8.8	8.6	(9)

注1：矢印は2021年11月調査より5ポイント以上増加、または減少していることを示す

注2：カッコ内は2021年11月調査時の順位

注3：2022年11月調査の母数は有効回答企業1万1,510社。2021年11月調査は1万1,504社

で並んだ。さらに、「個人向け減税」(29.5%)や「人手不足の解消」(28.7%)、個人向け手当の創設など「所得の増加」(27.3%)が続いた。

「原材料不足・価格高騰」に対する政策が最重視されているなか、個人消費に関連する政策が上位に並んでいる。

企業からも「個人消費の増加が第一歩と考えている。消費意欲の向上が図られない限り給付や所得を増やしても出し渋り、経済に回るキャッシュ増加が思うように見込めない可能性がある。短期的でも良いので、個人に係る税の軽減や一時的な消費税廃止、生活必需品価格に対する補助などを行い、消費型社会を構築することが長期的な景気改善に繋がるのではないかと考える」(土木工事、北海道)といった声もある。

**図表3 今後の景気回復に必要な政策**  
(上位10項目、複数回答)

		(%)	
		2022年 11月調査	2021年 11月調査
1	原材料不足や価格高騰への対策	41.7	41.4 (2)
2	中小企業向け支援策の拡充	35.3	39.4 (3)
3	感染症の収束	↓ 34.8	50.3 (1)
4	個人消費の拡大策	32.1	36.1 (4)
5	個人向け減税	↑ 29.5	24.2 (9)
6	人手不足の解消	28.7	27.6 (6)
7	所得の増加	↓ 27.3	33.1 (5)
8	法人向け減税	26.5	26.5 (7)
9	公共事業費の増額	↓ 20.3	25.6 (8)
10	物価(インフレ)対策	20.2	-

注1: 矢印は2021年11月調査より5ポイント以上増加、または減少していることを示す

注2: カッコ内は2021年11月調査時の順位

注3: 2022年11月調査の母数は有効回答企業1万1,510社。2021年11月調査は1万1,504社

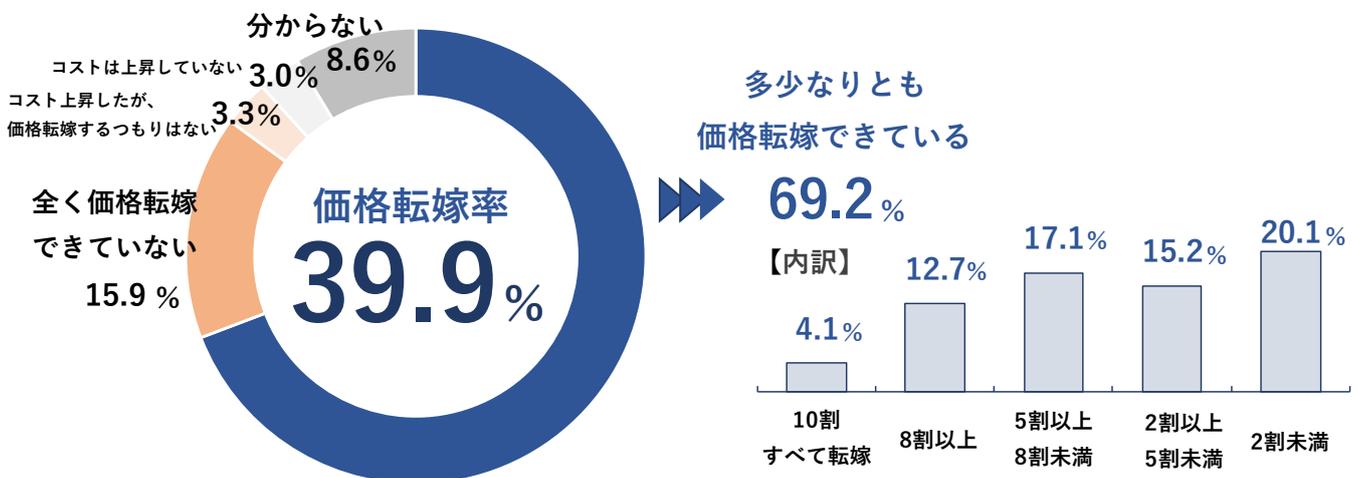
#### 4. 価格転嫁の実態、転嫁率は39.9%で4割に届かず

前述のとおり、原油や素材価格の高騰への対応は2023年の景気を見通すうえで、喫緊の課題と言える。とりわけ商品・サービスの価格転嫁の促進は重要な経営課題である。

その実態を2023年1月23日に帝国データバンクが発表した「価格転嫁に関する実態調査(2022年12月)」からみると、自社の商品・サービスのコスト上昇に対して、多少なりとも価格転嫁ができていない企業は69.2%となった。

さまざまなモノの価格が上昇していることに対する認知や理解が、少しずつ進んでいることを示しているものの、すべて価格転嫁できている企業は数パーセントにとどまるなど、依然として全体の価格転嫁率は4割を下回っていた。

**図表4 価格転嫁の状況と価格転嫁率**



注1: 母数は、有効回答企業1万1,680社

注2: 小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計は必ずしも100とはならない

ただし、認知や理解が進んでいても自社の商品・サービスの価格が高まれば、取引企業や消費者から選択されなくなることを危惧する企業は多く、価格への転嫁だけではなく、経費やムダの削減といった自社内の企業努力もみられている。

他方、価格転嫁が進まない要因として、交渉自体が行えない点をあげる企業もあり、政府にはさらなる取引の適正化に資する取り組みが必要不可欠となろう。

## 5. 望ましい金融政策の方向性は「金融緩和の縮小」が4割、慎重な方向修正を求む

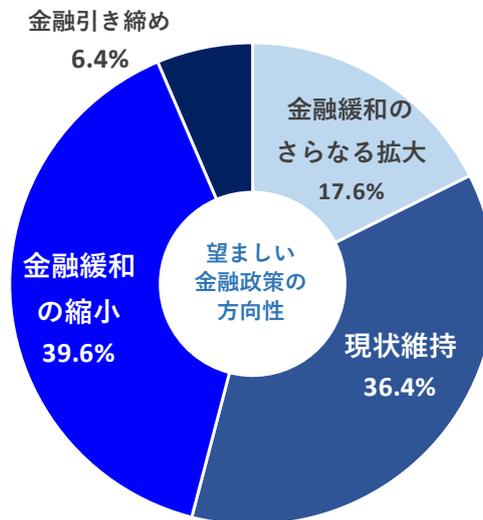
2023年4月に日本銀行の総裁が10年ぶりに交代する。

デフレ脱却と持続的な経済成長の実現のための政府・日銀の政策連携—共同声明（アコード）が公表されてから、2023年1月には10年目を迎えた。アベノミクス「三本の矢」のもと、2%の物価上昇目標を掲げ、異次元の金融緩和政策を約10年にわたって推し進めた、黒田総裁が4月8日に任期を終える。

2023年1月23日に帝国データバンクが発表した「価格転嫁に関する実態調査（2022年12月）」では、今後（1年程度の間）の望ましい金融政策の方向性について調査している。

結果をみると「金融緩和の縮小」が39.6%で最も高くなった。次いで「現状維持」は36.4%、「金融緩和のさらなる拡大」は17.6%、「金融引き締め」は6.4%となった。

図表5 望ましい金融政策の方向性



注：母数は、有効回答企業955社

慎重な方向修正を求めつつも、「現状維持」と「金融緩和のさらなる拡大」で半数を超えており、「行き過ぎた量的緩和の弊害を取り除いてほしいが、借入金の比重が大きい中小企業にとって借入金利息の引き上げは避けたい」（自動車部分品・付属品卸売）といった声もあるように、中小企業を中心に切実な実情が浮かび上がった。

## 【今後の望ましい金融政策の方向性】

- 日銀の役割は、経済の体調を整える医者（薬剤師）である。投薬を長く続けると弊害も出るので、正常化までのプロセスを策定し実行してほしい（工業用プラスチック製品製造）
- 国債や保有株式についての出口戦略を具体的に説明すべき（貸事務所）
- ゼロゼロ融資の返済期限を迎え、業績回復が芳しくない中小・零細企業は、資金繰りに窮する場面が予想されるため、バランスを考慮した政策が望まれる（ガラス工事）
- 金融引き締めに転換すると、日銀保有の国債の金利負担が発生するため、当分は現状程度もしくは緩和を期待する（陶磁器製タイル製造）

## まとめ

2022年の景気は、新型コロナウイルスの影響に加え、急激な円安などにもなう原油・原材料価格の高騰に大きく影響された1年となった。

本調査の結果より、2023年の景気は「悪化」局面と見込む企業が25.3%と前年から倍増した。特に懸念材料として「原油・素材価格（の上昇）」が突出して高くなったほか、「為替（円安）」や「物価上昇（インフレ）」をあげる企業が多かった。

多くの企業では、これまでの新型コロナウイルスの感染拡大による需要減少への対応から、徐々に「原材料不足・価格高騰」を筆頭に、その他諸問題への対応にシフトしていくとみられる。

また、景気回復に必要な政策では「原材料不足や価格高騰への対策」がトップとなり、引き続き商品・サービスの価格上昇は懸念されるなか、企業がコスト上昇分を負担している状況も限界に近づいている。政府による早急の対応は不可欠となり、また金利上昇となれば、借入金負担の増加も懸念事項として表面化していこう。

さらに、個人消費の回復に資する政策を求める声も多い。2023年は「原材料不足・価格高騰」への対応だけでなく、「個人消費」の復活に向けた政策がカギとなる。

引き続き企業にとっては、人手不足が続くなか原材料価格の高騰が重くのしかかり、政府には地政学的リスクも含め早急な対策が求められている。同時に、消費拡大に向けた個人の所得増加に資する政策も重要と言えそう。

## 2023年の景気見通しに関する企業の声

業界	企業の声
農・林・水産	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 燃料費の高騰については、政府の努力により抑えられているので、このまま継続を求めている。木材の国内需給率は、高いまま推移していくと思われるので、対応できるよう設備投資を考えていきたいと思う（林業サービス）</li> <li>・ 米価の上昇以上の経費上昇により、経営が圧迫される。また、米の生産調整の施策次第で経営が左右される（米作農）</li> </ul>
金融	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 外国人旅行者の増加や感染症に対する行動規制の大幅緩和はプラス要因。一方で、中小企業では物価高を反映した賃上げに踏み切れない状況にある。個人消費を本格的な景気回復の起爆剤と考えると、全体を底上げするようなバランス調整が必要と思われ、景気は良くも悪くも踊り場となると予測（信用金庫・同連合会）</li> <li>・ 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することが予想される（銀行）</li> </ul>
建設	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 人手不足の解消策はなく、どんどん社員の高齢化が進み、仕事はあるが受注できないことに拍車がかかる。人が減っているなか、残業時間の上限規制を行うことは、ますます人手が足りなくなる。景気が良くなることはない（塗装工事）</li> <li>・ 災害復旧工事の減少が、業界全体にマイナスの影響を及ぼしていくものと思われる。一方、人口減少による働き手の確保が、さらに困難になってくるものと思われ、人件費の拡大と生産性の向上など、働き方改革の取り組みのための経費が増加し、全体的に景況に影響していくものとする（土木工事）</li> </ul>
不動産	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 日銀総裁の交代による金利政策の基調変化に注目している。2023年前半は今の流れを受けつつ徐々に景況の低下に向かい、後半は明確に不景気の入り口に差し掛かると判断している（建物売買、土地売買）</li> <li>・ 日本のゼロ金利政策の弊害が顕在化することに不安を感じている。国の経済政策は支援金など一時的なものばかりであり、抜本的な経済活動の活発化、消費促進に向けた対応とは言えない。もっと成長戦略を打ち出してほしい（不動産賃貸）</li> </ul>
製造	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 都内を中心に再開発の大型物件の施工がピークを迎え、製品の荷動きが活発になると見通している（発泡軟質樹脂品製造）</li> <li>・ 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（樹脂成形材料製造）</li> <li>・ 円安水準は今程度が限界。製品輸入を国内製造に切り替えようとするも、原料原価高を売価で吸収できなくなる。1ドル130円程度で推移できれば景気は徐々に持ち直せると思う（飲食料品製造）</li> <li>・ 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。しかしながら原価上昇分のすべてを価格に反映できるわけでもないため収益性は悪化する一方だろう。経営基盤の脆弱な中小企業は倒産、廃業が増えていくものと思われる（舗装材料製造）</li> </ul>

## 2023年の景気見通しに関する企業の声

業界	企業の声
卸売	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 世界情勢には不安要素が大きいものの、これまで沈滞していた日本国内の景気もここへきて少しずつ回復の兆しがみえてきているように思われる。楽観視は禁物だが、来年は心理的な不安要因を払拭するような政府の打開策と企業の設備投資意欲の盛り上がり期待したい（石油卸売）</li> <li>▪ 今後の原油、エネルギー事情は見通せないが、高値傾向は続くものと思われる。また為替も円安傾向が続くと想定されるため、良くないインフレの影響が大きくなる1年となるだろう（合成樹脂成形材料卸売）</li> <li>▪ 国内消費の回復がどこまで進むのか、それがともなわないと、景気のプラス要素があったとしても一部の大企業のみにはしか恩恵がない。中小企業を中心とした価格の上げが世の中に受け入れられないと、相当に厳しい状況に見舞われるのではないかと（和洋紙卸売）</li> </ul>
小売	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 自社が身を置く「イベント業界」は、今後期待しかない（花・植木小売）</li> <li>▪ 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と思う。新型コロナ、ウクライナ危機、円安対策など、大きな社会不安が払拭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と考える（食肉小売）</li> <li>▪ 大企業の業績は良いと聞いているが中小企業はまだ新型コロナの影響から完全に抜け切れていない。2022年10月頃から再び失速してきたようで底堅い成長軌道には実際乗り切れていない。お客様の買い控えや節約志向を肌で感じる（料理品小売）</li> </ul>
運輸・倉庫	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 燃料、人件費高騰分を既存の仕事にはほとんど転嫁できていなかった。しかし、新規の仕事に関しては高騰分を含んでの運賃交渉が可能になった。2023年度はゆっくりではあるが改善される希望がみえてきた（一般貨物自動車運送）</li> <li>▪ 米国及び中国経済の景気後退が懸念される。今後の米国利上げ動向に注目しているが、日本国内の利上げ動向も同時に危惧される。大きな利上げはできないと思われるが、中堅中小企業への影響が心配である（一般貨物自動車運送）</li> </ul>
サービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ インターネット広告市場の拡大はまだしばらく続き、市場全体の取引額は引き続き伸びるものと思われる。ただし、市場の成熟や規制の強化、環境の変化などにもない、広告運用会社の淘汰が起きる可能性はあると考えている（広告代理）</li> <li>▪ IT業界は非常に良いと思う。ただし、専門職のエンジニアの確保が問題（ソフトウェア）</li> <li>▪ 学習塾は、少子社会で厳しい状況にある。しかし、単価が伸びているので、例年同じ売り上げをキープしている。ただし、新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの流行など突発的なマイナス要因は予測しづらい側面はある（個人教授所）</li> <li>▪ 介護事業を営んでいるが、人材不足、介護離れにより先行きは厳しい見通し（医療）</li> </ul>