

TDB 景気動向調査(全国) — 2023年6月調査 —

2023年7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>

景気は5カ月ぶりに悪化、回復傾向に一服感

～ 人手不足の長期化やインフレがジワリと影響も、インバウンドの拡大はプラス材料 ～

(調査対象 2万7,771社、有効回答 11,105社、回答率 40.0%、調査開始 2002年5月)

調査結果のポイント

- 2023年6月の景気DIは前月比0.4ポイント減の45.0となり、5カ月ぶりに悪化した。景気は、長びく人手不足やインフレ傾向などがマイナス要因となり、回復傾向が一時的にストップした。今後は、ポストコロナへの対応を進めつつ、緩やかに回復しながら推移していくとみられる。
- 原材料価格やエネルギー価格の高騰、食品などの値上げによる買い控えなどが悪材料となり、10業界中7業界、51業種中34業種で悪化した。地域別では、前月までの全地域改善から一転し、10地域中7地域が悪化、2地域が改善、1地域が横ばいとなった。天候要因や物価高などの影響が表れたほか、各地域で個人消費関連が低調だったこともあり、29都府県が悪化した。規模別では、「大企業」「中小企業」「小規模企業」が6カ月ぶりにそろって悪化した。
- 今後の円安進行による価格の上昇分に対する価格転嫁へ懸念を示す声が多く聞かれた。企業の想定為替レートは平均1ドル=127.61円(2023年4月調査時)。

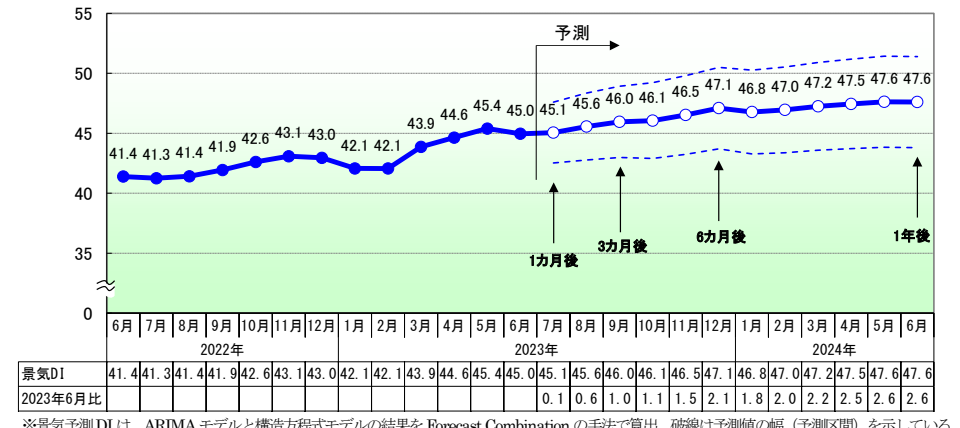
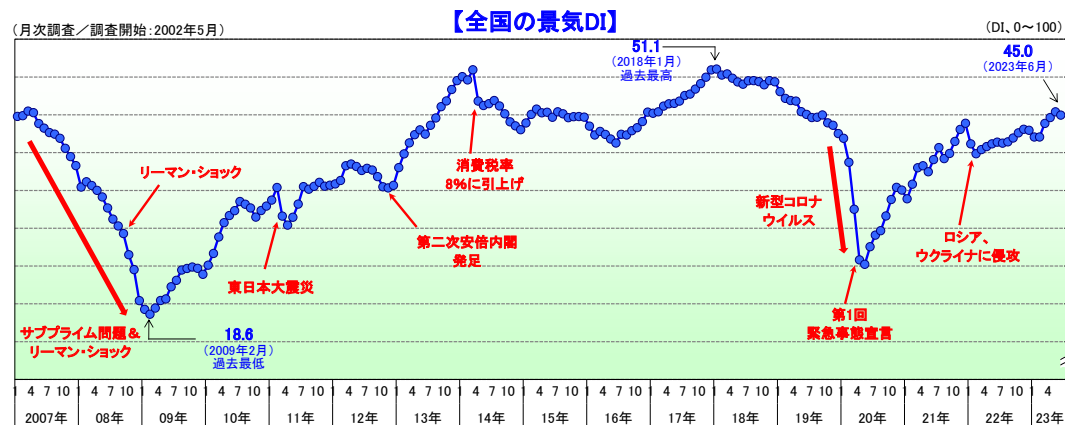
< 2023年6月の動向：回復傾向が一時的にストップ >

2023年6月の景気DIは前月比0.4ポイント減の45.0となり、5カ月ぶりに悪化した。経済活動や社会生活の正常化に向けた動きがさらに加速するなかで、景気は、長引く人手不足やインフレ傾向などがマイナス要因となり、回復傾向が一時的にストップした。

食品など生活必需品の値上げや電気代を含むエネルギー価格の高騰などが悪材料となった。またインフレに賃上げのペースが追いつかず買い控えの動きも表れるなど、個人消費が低調だった。観光産業では、国や自治体の支援策が一部で販売終了となったほか、平年よりも早い梅雨入りなど天候による影響もみられた。他方、インバウンドや人出の増加、新型コロナ禍からのリベンジ消費、半導体の不足が緩和したことなどはプラス材料だった。

< 今後の見通し：緩やかな回復傾向で推移 >

今後1年間の国内景気は、ポストコロナ時代に向けた経済・社会システムの構築に対する動きが加速するなかで推移するとみられる。悪材料として海外経済の減速やウクライナ情勢などは先行き不透明な状態が続く。さらに生活必需品や電気代の値上げ、人手不足、為替レートの変動なども懸念される。他方、ボーナスを含む賃上げの広がりや消費マインドの改善、夏の観光などがプラス材料となろう。DXの推進や脱炭素化などの設備投資は着実に進むと見込まれ、インフレ傾向は徐々に鈍化していくと期待される。今後は、ポストコロナへの対応を進めつつ、緩やかに回復しながら推移していくとみられる。



業界別: 10 業界中 7 業界が悪化、人出の増加で好調も値上げの影響が重しに

・人出の増加とともにリベンジ消費などは続いている一方で、原材料価格やエネルギー価格の高騰、食品などの値上げによる買い控えなどが悪材料となり、10 業界中 7 業界、51 業種中 34 業種で悪化した。加えて長期的な人手不足による機会損失も下押し要因となった。

・『**運輸・倉庫**』(42.2) …前月比 1.2 ポイント減。4 カ月ぶりに悪化。「燃料高、ドライバー不足が強く影響している」(一般貨物自動車運送) というように貨物輸送を中心に燃料費の高騰や人材確保に苦戦している。さらに整備部品の高騰も下押し要因となった。また「円安と中国経済の低迷で、輸入貨物の取り扱い量が前年に比べ 3 割ダウンしている」(港湾運送) といった声も聞かれた。一方で、結婚式や懇親会の復活、インバウンドの増加などでタクシー利用が徐々に増えているなど明るい声もあがられた。

・『**卸売**』(42.5) …同 1.2 ポイント減。5 カ月ぶりに悪化。「建材・家具、窯業・土石製品卸売」(同 1.1 ポイント減) は住宅着工戸数の減少ほか、物価高騰のため耐久消費財の需要低迷などにより 2 カ月連続で悪化した。紙の値上げによるペーパーレスが加速という声もあり「紙類・文具・書籍卸売」(同 3.8 ポイント) は 6 カ月ぶりに悪化に転じた。「繊維・繊維製品・服飾品卸売」(同 3.7 ポイント減) は「需要は増えているが、人員不足による供給力不足、原材料高による利益の圧迫がある」(下着類卸売) というように 11 カ月ぶりに下向いた。『卸売』は 1 年 5 カ月ぶりに全 9 業種で悪化となった。

・『**小売**』(42.0) …同 0.4 ポイント減。2 カ月連続で悪化。総合スーパーなどを含む「各種商品小売」(同 0.9 ポイント減) は、商品価格の値上げにより買い控え行動が表れ 2 カ月連続で悪化した。同様に消費は回復しているが、必要な物しか買わない傾向が強くなったとの声も聞かれる「飲料品小売」(同 3.1 ポイント減) は 4 カ月ぶりに悪化。「家電・情報機器小売」(同 1.9 ポイント減) も 2 カ月ぶりに悪化に転じ、再び 30 台となった。一方で、アパレルなどを含む「繊維・繊維製品・服飾品小売」(同 2.1 ポイント増) は、外出機会の増加に起因して 2 カ月連続で改善した。とりわけ、婦人服などで回復が目立った。

・『**サービス**』(51.6) …同横ばい。引き続きインバウンド需要は活発であるが、全国旅行支援の一部販売終了などで「旅館・ホテル」(同 4.7 ポイント減) は 2 カ月連続で悪化した。天候に左右されたゴルフ場などを含む「娯楽サービス」(同 2.8 ポイント減) は 2 カ月ぶりに悪化。「値上げなどで外食費を抑えていると強く感じる」(酒場、ビヤホール) というように「飲食店」(同 3.1 ポイント減) は 5 カ月ぶりに下向いた。一方で、「情報サービス」(同 0.6 ポイント増) は「DX 推進における補助金も多種あり IT 投資意欲が旺盛」(ソフト受託開発) といった声が多く、5 カ月連続で改善した。

		22年6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	23年1月	2月	3月	4月	5月	6月	前月比
農・林・水産		34.7	36.3	35.9	35.8	36.4	37.7	37.9	37.4	38.9	41.6	42.2	44.8	46.7	1.9
金融		42.3	41.9	41.7	43.6	43.2	44.5	44.3	44.8	43.3	44.0	45.0	47.8	48.1	0.3
建設		42.5	43.1	43.3	44.0	44.2	44.9	44.6	44.1	43.7	45.5	45.6	46.9	46.8	▲ 0.1
不動産		45.9	44.7	44.8	45.3	44.0	45.6	44.6	46.1	46.3	47.5	49.6	50.7	50.3	▲ 0.4
製造	飲料品・飼料製造	37.8	36.7	36.1	35.5	38.2	38.8	38.3	38.1	37.0	41.1	42.0	43.7	43.6	▲ 0.1
	繊維・繊維製品・服飾品製造	34.4	36.1	32.6	36.2	35.7	36.5	37.9	37.7	39.0	38.6	41.0	42.1	42.0	▲ 0.1
	建材・家具、窯業・土石製品製造	40.4	40.8	39.8	40.2	40.9	41.9	41.0	38.0	37.6	37.0	39.7	39.0	38.4	▲ 0.6
	パルプ・紙・紙加工品製造	37.4	37.5	36.6	38.0	40.4	40.2	39.2	39.8	36.6	38.6	37.6	38.6	35.8	▲ 2.8
	出版・印刷	29.7	29.1	29.6	30.0	31.8	32.9	32.4	31.7	31.6	34.3	33.9	35.4	33.9	▲ 1.5
	化学品製造	41.1	41.8	42.6	42.3	40.8	40.8	41.5	40.3	39.2	40.1	41.0	40.6	41.6	1.0
	鉄鋼・非鉄・鉱業	41.2	42.9	42.7	43.0	43.9	43.6	43.1	41.7	41.0	41.9	41.1	40.9	40.4	▲ 0.5
	機械製造	46.3	46.3	46.2	45.4	45.8	45.9	44.9	43.3	43.7	43.4	43.8	42.9	41.9	▲ 1.0
	電気機械製造	44.8	44.7	44.2	45.2	44.8	45.4	44.5	43.3	43.2	42.8	43.2	43.1	43.9	0.8
	輸送用機械・器具製造	36.8	40.3	41.2	40.2	42.2	42.1	41.0	38.7	39.6	41.2	41.5	43.0	44.6	1.6
	精密機械・医療機械・器具製造	48.8	48.5	46.5	46.2	46.1	46.1	46.3	46.5	49.0	46.8	45.6	46.2	46.8	0.6
	その他製造	38.1	37.8	38.2	37.5	35.4	35.9	37.0	39.1	36.1	40.8	41.9	42.7	42.3	▲ 0.4
	全体	40.8	41.3	41.0	41.1	41.6	41.9	41.5	40.4	40.0	41.0	41.4	41.7	41.5	▲ 0.2
	卸売	飲料品卸売	37.1	37.0	35.6	35.8	37.4	38.8	38.2	37.5	38.3	42.1	44.3	45.2	44.9
繊維・繊維製品・服飾品卸売		31.3	29.9	29.9	29.9	32.4	33.1	34.0	34.7	35.9	38.0	41.9	43.1	39.4	▲ 3.7
建材・家具、窯業・土石製品卸売		38.3	38.6	38.5	37.5	39.8	39.5	40.2	38.3	37.2	38.0	39.9	38.4	37.3	▲ 1.1
紙類・文具・書籍卸売		32.8	33.0	33.5	34.5	37.1	37.0	33.8	34.8	35.6	37.3	37.9	40.3	36.5	▲ 3.8
化学品卸売		41.6	43.5	43.0	43.4	42.6	43.8	43.5	42.8	41.7	43.5	44.9	46.8	45.3	▲ 1.5
再生资源卸売		41.4	40.9	39.6	47.0	46.3	43.5	46.2	43.3	43.2	41.7	43.5	40.4	38.9	▲ 1.5
鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売		39.7	39.3	39.3	39.8	39.7	40.2	39.9	38.5	37.1	37.8	37.9	38.1	37.5	▲ 0.6
機械・器具卸売		42.9	43.1	42.6	43.3	44.1	44.1	43.8	43.0	43.3	45.2	45.2	46.0	45.4	▲ 0.6
その他の卸売		38.1	37.7	37.7	38.2	39.0	39.6	40.9	40.0	40.9	42.3	43.9	44.9	43.2	▲ 1.7
全体		39.4	39.5	39.2	39.6	40.6	41.0	41.0	40.1	40.1	41.9	42.9	43.7	42.5	▲ 1.2
小売	飲料品小売	42.7	40.3	39.9	40.2	39.6	43.2	42.2	42.3	40.6	42.7	49.1	49.7	46.6	▲ 3.1
	繊維・繊維製品・服飾品小売	33.6	37.1	33.6	34.9	38.7	38.1	35.4	34.2	35.7	39.7	36.6	38.3	40.4	2.1
	医薬品・日用雑貨品小売	40.1	37.1	41.9	39.5	38.9	40.6	39.0	37.2	38.5	42.9	47.8	47.4	45.9	▲ 1.5
	家具類小売	39.8	35.2	36.1	40.0	37.8	36.2	31.0	34.2	33.3	39.5	38.1	34.7	33.3	▲ 1.4
	家電・情報機器小売	34.0	36.7	32.7	37.1	35.1	35.3	37.2	36.3	37.5	40.2	37.8	40.5	38.6	▲ 1.9
	自動車・同部品小売	36.4	32.4	35.9	38.8	37.6	37.2	35.3	38.2	38.7	40.8	44.0	41.5	40.6	▲ 0.9
	専門商品小売	34.3	33.2	34.7	34.0	33.5	35.4	34.8	34.4	35.3	38.6	39.0	39.4	40.1	0.7
	各種商品小売	37.8	40.2	38.0	36.1	41.3	41.4	42.6	42.5	41.0	43.6	47.8	45.8	44.9	▲ 0.9
	その他の小売	39.7	36.9	42.3	32.1	36.5	44.9	41.1	42.3	44.8	41.1	41.7	41.1	45.8	4.7
	全体	36.7	35.7	36.3	36.7	36.8	38.2	37.4	37.5	37.7	40.6	42.5	42.4	42.0	▲ 0.4
運輸・倉庫	37.1	37.8	37.3	38.2	40.7	41.6	41.6	38.9	38.0	41.2	42.1	43.4	42.2	▲ 1.2	
サービス	飲食店	38.0	34.0	28.1	31.8	39.0	39.1	41.5	38.5	42.4	49.8	50.8	56.7	53.6	▲ 3.1
	電気通信	56.0	47.0	47.9	51.9	52.4	50.0	48.3	47.6	44.4	52.8	52.8	58.3	53.3	▲ 5.0
	電気・ガス・水道・熱供給	34.3	37.7	35.9	36.1	31.1	32.3	36.7	32.4	32.1	39.7	38.9	44.0	44.1	0.1
	リース・賃貸	44.9	40.8	44.7	45.6	47.5	48.4	47.4	46.8	47.4	48.1	50.5	49.7	52.1	2.4
	旅館・ホテル	33.3	30.3	38.0	37.4	53.3	54.8	52.2	48.3	48.0	59.5	62.1	59.8	55.1	▲ 4.7
	娯楽サービス	41.6	40.7	40.1	42.2	45.0	43.8	43.2	42.1	44.1	50.9	48.9	50.4	47.6	▲ 2.8
	放送	41.7	43.0	38.3	46.1	43.1	41.7	39.5	40.7	41.1	42.6	44.7	47.4	43.1	▲ 4.3
	メンテナンス・警備・検査	44.2	42.2	43.4	42.8	42.8	43.6	45.6	42.9	42.6	45.3	45.8	47.3	48.0	0.7
	広告関連	37.3	34.3	36.7	39.3	40.9	40.3	39.7	40.2	41.4	43.7	46.6	45.0	45.0	0.0
	情報サービス	52.0	51.5	52.7	53.0	52.3	53.0	53.6	53.2	53.8	55.5	55.8	56.2	56.8	0.6
	人材派遣・紹介	45.7	46.5	49.8	47.4	48.8	46.5	50.0	48.5	47.9	47.3	49.6	50.7	52.0	1.3
	専門サービス	49.6	48.7	48.3	49.4	49.0	48.8	48.7	48.5	49.2	50.1	50.9	52.3	51.7	▲ 0.6
	医療・福祉・保健衛生	43.5	42.5	41.2	41.7	43.2	43.6	42.8	42.9	41.5	42.2	41.8	44.6	44.8	0.2
	教育サービス	40.1	38.8	39.7	43.7	42.1	42.8	41.2	38.4	41.9	44.4	38.4	42.2	41.4	▲ 0.8
その他サービス	42.8	42.4	41.2	42.8	43.3	43.5	44.0	42.2	44.3	46.5	48.6	47.5	49.2	1.7	
全体	45.9	44.4	45.4	46.3	47.1	47.3	47.7	46.6	47.4	50.0	50.8	51.6	51.6	0.0	
その他	35.6	36.6	38.3	37.2	37.9	38.2	36.7	36.5	37.0	38.2	39.2	41.2	39.8	▲ 1.4	
格差 (10 業界別『その他』除く)	11.2	9.0	9.5	10.5	10.7	9.6	10.3	9.2	9.7	9.4	9.4	10.1	10.3	▲	

※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

規模別:全規模が6カ月ぶりにそろって悪化、物価高の影響続く

- ・「大企業」「中小企業」「小規模企業」が6カ月ぶりにそろって悪化した。物価高が続くなか、素材関係の落ち込みが目立ったほか、消費者の節約志向の高まりも下押し要因だった。
- ・「大企業」(47.7) …前月比0.4ポイント減。4カ月ぶりに悪化。『運輸・倉庫』は、「荷動きが少ない」といった声が多く、加えて低調な価格転嫁なども悪材料となった。一方で、「受注がやや上向きつつある」といった声も聞かれる『製造』は4カ月連続で上向いた。
- ・「中小企業」(44.5) …同0.4ポイント減。5カ月ぶりに悪化。「紙の値上げによりペーパーレス化が加速した」など、価格上昇による顧客離れがみられた。また、値上げなどの影響が表れた『小売』が2カ月連続で悪化したほか、『卸売』は素材関係の落ち込みが目立った。
- ・「小規模企業」(43.6) …同0.3ポイント減。5カ月ぶりに悪化。物価高が続くなか「消費者の買い控えが顕著で売り上げが伸びない」など、節約志向の高まりによる影響が『卸売』などに広がった。『不動産』は空室率の上昇もあり6カ月ぶりの低下となった。

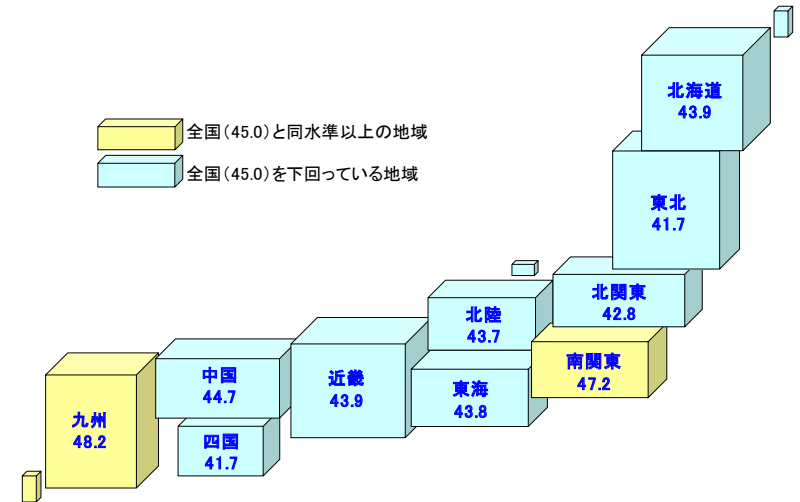
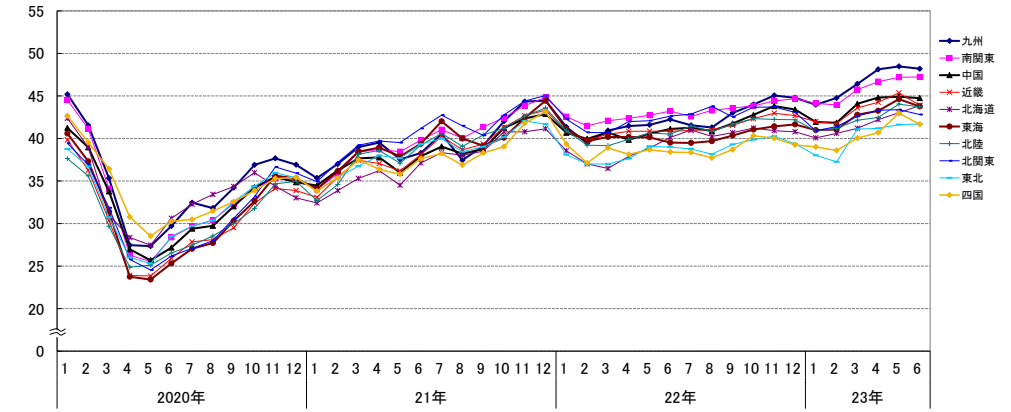
	22年6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	23年1月	2月	3月	4月	5月	6月	前月比
大企業	43.5	43.4	43.8	43.6	44.2	45.0	44.8	44.8	44.2	46.1	47.3	48.1	47.7	▲ 0.4
中小企業	41.0	40.8	41.0	41.6	42.3	42.7	42.6	41.6	41.7	43.5	44.2	44.9	44.5	▲ 0.4
(うち小規模企業)	40.0	39.7	39.8	40.7	41.1	41.4	41.3	40.4	40.9	42.4	42.9	43.9	43.6	▲ 0.3
格差(大企業-中小企業)	2.5	2.6	2.8	2.0	1.9	2.3	2.2	3.2	2.5	2.6	3.1	3.2	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:全10地域中7地域が悪化、各地域で個人消費関連が低調

- ・前月までの全地域改善から一転し、『近畿』『四国』など10地域中7地域が悪化、『北海道』『東北』が改善、『南関東』が横ばいとなった。天候要因や物価高などの影響が表れたほか、各地域で個人消費関連が低調だったこともあり、29都府県が悪化した。
- ・『近畿』(43.9) …前月比1.5ポイント減。4カ月ぶりに悪化。域内2府4県のうち「和歌山」が改善したものの、2府3県が悪化した。全規模がそろって落ち込んだのは5カ月ぶり。個人消費関連が低調に推移し『小売』『サービス』などが大幅に低下した。
- ・『四国』(41.7) …同1.3ポイント減。4カ月ぶりに悪化。域内4県のうち「高知」「香川」「徳島」の3県が悪化した。平年より梅雨入りが早かったうえ、「販売価格の低迷」「来客数の減少」など『小売』の落ち込みが目立った。他方、『建設』は堅調に推移した。
- ・『北海道』(43.9) …同0.9ポイント増。5カ月連続で改善。道東エリアが2カ月ぶりに上向いた。「中小企業」の持ち直し傾向が続くなか、特に「小規模企業」が大きく改善。好調な観光産業のほか、鶏卵価格の高騰が好材料となった『農・林・水産』がけん引した。

地域別グラフ(2020年1月からの月別推移)



	22年6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	23年1月	2月	3月	4月	5月	6月	前月比
北海道	40.1	41.0	40.2	40.7	41.2	40.9	40.8	40.1	40.6	41.2	42.2	43.0	43.9	0.9
東北	39.0	38.8	38.1	39.3	39.9	40.3	39.4	38.0	37.2	41.1	41.2	41.6	41.7	0.1
北関東	42.6	42.9	43.8	42.5	43.7	43.7	43.1	40.9	41.4	42.6	43.3	43.4	42.8	▲ 0.6
南関東	43.2	42.6	43.3	43.6	43.8	44.4	44.7	44.1	43.9	45.7	46.7	47.2	47.2	0.0
北陸	40.5	41.5	40.8	41.7	42.3	42.2	42.2	40.9	41.2	42.1	42.5	44.0	43.7	▲ 0.3
東海	39.5	39.5	39.7	40.4	41.1	41.4	41.7	41.0	41.1	42.8	43.3	44.6	43.8	▲ 0.8
近畿	40.9	40.9	41.1	41.5	42.3	43.0	42.7	42.0	41.8	43.6	44.3	45.4	43.9	▲ 1.5
中国	41.1	41.3	40.9	41.8	42.8	43.8	43.4	41.9	41.8	44.1	44.8	44.9	44.7	▲ 0.2
四国	38.4	38.3	37.7	38.7	40.3	40.0	39.3	39.0	38.6	40.0	40.7	43.0	41.7	▲ 1.3
九州	42.2	41.5	41.3	43.0	44.0	45.1	44.8	44.0	44.8	46.4	48.1	48.5	48.2	▲ 0.3
格差	4.8	4.6	6.1	4.9	4.1	5.1	5.5	6.1	7.6	6.4	7.4	6.9	6.5	

※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
	4月	5月	6月	
農・林・水産	42.2 ↑	44.8 ↑	46.7 ↑	<ul style="list-style-type: none"> ○ 観光関連が復調した(釣・はえ縄漁) ○ 鳥インフルエンザの影響により卵価の高騰で儲かっている(養鶏) ○ 観光客が確実に増えていることによる好影響(肉用牛生産) × 原料価格の高騰を受け、生産物価格が上昇し販売量が低迷(魚類養殖) × コストアップが激しく価格転嫁が進んでいない(酪農)
金融	45.0 ↑	47.8 ↑	48.1 ↑	<ul style="list-style-type: none"> ○ 観光客の増加による好影響が続く見込み(肉用牛生産) ○ 人の交流が多くなったことにより需要が増していくと考える(施設野菜作農) ○ 順調に景気が回復している(養鶏) × 肥料、農薬、燃料、機械の維持費など生産コストの上昇が止まらない(米作農) × 原料費のさらなる高騰が見込まれるが、価格転嫁はこれ以上難しい(魚類養殖)
建設	45.6 ↑	46.9 ↑	46.8 ↓	<ul style="list-style-type: none"> ○ 新型コロナの落ち着きにもなる消費活動の回復、インバウンド需要の増加、株価上昇などでやや良い影響がでている(クレジットカード) × 新型コロナ禍からの回復が不完全であるほか、原材料やエネルギー価格の高止まりによる影響も大きい(信用金庫・同連合会) × 前向きな資金需要は継続的に強くない(信用農業協同組合連合会)
不動産	49.6 ↑	50.7 ↑	50.3 ↓	<ul style="list-style-type: none"> ○ 新型コロナ明けでイベントなどが回復してきている(機械器具設置工事) ○ 災害関連工事が多数発注されている(一般管工事) ○ 建設の改修、解体等の工事は、安定した受注および工事計画が決定していて、堅調である(内装工事) △ 需要は旺盛であるが、地価の高止まり、資材や労務費の高騰・人手不足等、建設コストを施主への売価に転嫁することが難しくなっている(建築工事) × 当地域では規模の大きな工事が少ないため、低価格競争が続いている。資材高騰や人材不足、人件費の高騰による負担も大きい(土木工事) × 個人消費の落ち込みや住宅需要の低迷、人口流出による影響。リニア新幹線の開業に向けての周囲の状況の変化もあまりみられない(金属製屋根工事)
製造	41.4 ↑	41.5 ↑	41.3 ↓	<ul style="list-style-type: none"> ○ 円安の進行により輸出が好調(針・ホック等製造) ○ 自動車メーカー各社の生産回復にもない、流動量が増加している(潤滑油製造) ○ 自動車関連プラスチック着色剤の受注が好調(プラスチック成形材料製造) ○ 各エアコンメーカーの宣伝数が増えてきたこと。猛暑が続きこの夏に省エネタイプのエアコンへの買い替えが進むと予想(プリント回路製造) × 鯖の大不漁、電気代の大暴騰などによる影響(水産缶詰・瓶詰製造) × 半導体・電子部品関連の取引先の稼働が良くない(ガラス・同製品製造) × 半導体の米中問題、ロシア等における地政学リスクの影響で中国向け半導体製造装置等に影響が出始めている(電子応用装置製造) × 注文は殺到しているが、購入電装品が半導体不足で購入できず、15億円以上の注文が入るが、こなせない(樹脂加工機械等製造)
				<ul style="list-style-type: none"> ○ 熊本県へのTSMC進出による好影響。また、第2工場も熊本県への進出がほぼ決定であることが一層の追い風(投資業) ○ イベントの再開もみられ、飲食業等を中心に景気が回復(信用金庫・同連合会) × セーフティーネット融資の返済が本格化すると、行き詰る企業が増えると考え(事業者向け貸金)
				<ul style="list-style-type: none"> ○ 大企業の設備投資による計画がある(塗装工事) × 物価高騰や金利上昇懸念による消費マインドの低下(建築工事) × 新規事業や投資がみられない。価格競争の激化、価格転嫁ができない状態も続くほか、インボイス等への対応による影響もでてくる(金属製屋根工事) × 設備投資計画の情報が少ないうえに、仕入価格の高騰や長納期品が依然多発しており、経済が回らなくなっている(機械器具設置工事)
				<ul style="list-style-type: none"> ○ これから閑散期に入るものの、賃貸ニーズは今後も堅調に推移すると考察(貸家) ○ インバウンドの拡大と株価の上昇の2つの要因により、国内の景気が少しずつ回復し、不動産投資も不動産仲介も増えてくと予想(不動産代理業・仲介) × 資材価格や人件費、工事費などの高騰による影響は続く(貸事務所) × インフレと金利の先高感はず変わらず、不動産価格の高騰が継続するなかで、物件の仕入れは厳しく、エンド価格は高止まりが予想される(建物売買)
				<ul style="list-style-type: none"> ○ 引き続き、原材料価格や人件費など製造コストの上昇分を価格に転嫁していくことで改善を図る(水産食料品製造) ○ ハイブリット・EV車の売上げが見込めるため、自動車関連プラスチック着色剤の受注も継続して好調(プラスチック成形材料製造) ○ 半導体不足が完全に解消されると予想(自動車操縦装置製造) ○ 今年は人々の消費マインドが高く、この傾向は続くと予想(野菜果実缶詰等製造) × 生産台数が増えず、経費の増加が続く。人材確保も難しい(自動車車体製造) × 原料費や電気代などが軒並み高騰し、価格転嫁が追いつかない。また、新型コロナ禍で減った印刷物の一部はデジタル化し戻ってこない(印刷) × 価格転嫁が進まず、利益が出ない。2024年以降は物流問題の発生によりさらなる影響を受けると予想(寝具製造)

【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

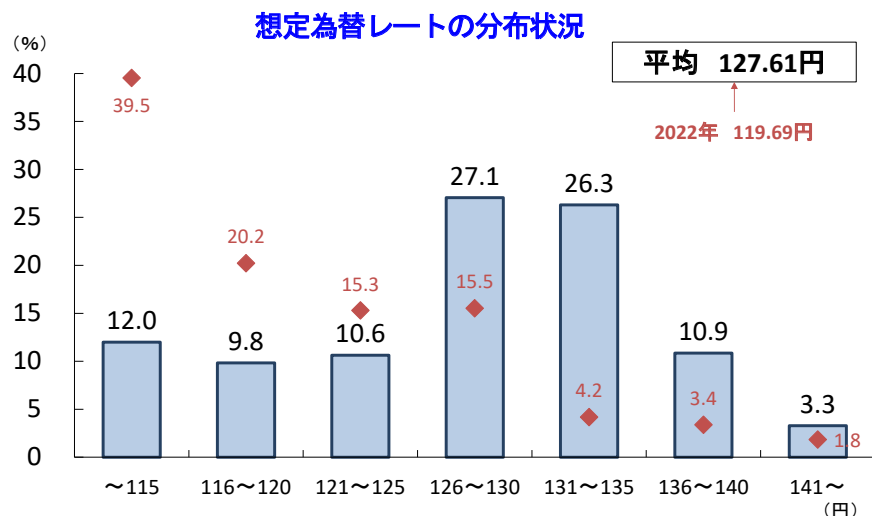
業界別の景況感企業の声2(卸売～サービス)

業界名				現在	先行き
	4月	5月	6月		
卸売	42.9 ↑	43.7 ↑	42.5 ↓	<ul style="list-style-type: none"> ○ アイスクリームが少し盛り返してきた。ただし、値上げの影響で販売数量は落ちて、価格アップでカバーをしている。冷凍食品も同じ状況(食料・飲料卸売) ○ 新型コロナの5類移行で対面が可能となり設備投資が増えた(電気機械器具卸売) × 紙業界では、インバウンドやイベントの売り上げが通常なら伸びるのだが、急激な洋紙価格値上げにより2022年よりも販売量が減少している(和洋紙卸売) × 製品の値上がり、円安により商品価格が高騰した。多くの顧客が購入を見送るか先送りしている状況(家庭用電気機械器具卸売) × 円安、現地における原料費の高騰により仕入価格が高止まりしている。すぐに価格転嫁するのは難しく、利幅が取れていない(食肉卸売) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 原料高騰は続くが、弱いインフレ状態になり価格転嫁も進む。ウクライナ情勢もそれなりに収まり、落ち着いてくると考える(化学製品卸売) ○ 継続的な日本ブランドの商談会、展示会などの販促活動および円安により、食品輸出需要が喚起されている(生鮮魚介卸売) △ 新型コロナの自粛明けで人流制限がなくなり、観光客の増加はみられている。しかし、物価の高騰により、観光客も減少していく可能性が高い(菓子・パン類卸売) × 人件費や電気代が上がり続けており、利益が圧縮される状況が続く(婦人・子供服卸売) × 商品の不足はしばらく続く懸念がある(自動車卸売)
小売	42.5 ↑	42.4 ↓	42.0 ↓	<ul style="list-style-type: none"> ○ 2022年に比べ車両の供給量が少しずつ増えている(自動車(新車)小売) ○ 新型コロナウイルスの諸制限解除から1カ月が経過し、人流も回復して新型コロナ禍前の活況へ徐々に回復している印象がある(菓子小売) ○ 新型コロナが終息に向かい、発熱患者も普通に受診できるようになり、患者数が増えている。また、出社率増により帰宅時の利用者が増えている(医薬品小売) △ 2019年比で90%前後と完全に戻ってこない。アパレルは年齢層でばらつきがあり、ヤングは好調、ミセスは不調(婦人・子供服小売) × 来客数が減少している(自転車小売) × 若者の車離れおよび燃料の補助額の減少による影響(ガソリンスタンド) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 新型コロナも5類に変わり、在庫数も良くなりつつある。ウクライナや半導体問題が解決の方向に向かえば良くなる(自動車(新車)小売) ○ 新型コロナの落ち着きにともない、小売業にも新たな消費ジャンルが誕生し、販売チャンネルも増えてきている(各種商品小売) △ 客数は戻ってきているが単価が低い。価格高騰が不安材料(各種食料品小売) × 政府の燃料補助金の縮小にともないガソリン価格は上がっていく傾向にあり買い控えの要因となる(ガソリンスタンド) × 商品単価の引き上げによる客数減で売り上げが減少していく(料理品小売) × 円安や電気料金値上げ、資源高、人手不足の影響は続く(燃料小売)
運輸・倉庫	42.1 ↑	43.4 ↑	42.2 ↓	<ul style="list-style-type: none"> ○ 結婚式や会社の懇親会などが増えてきたためタクシー利用が増加。インバウンドの顧客も増えている(一般乗用旅客自動車運送) ○ 出張等で人の移動が回復してきている(一般旅行) × 運送・物流業界は価格転嫁ができていない状況。荷主の立場が強い状況であり、値上げが激しい(組立こん包) × 運送需要が回復しない。燃料高、ドライバー不足が強く影響している(一般貨物自動車運送) × 輸入貨物の取り扱い量が2022年に比べて3割ダウンしている。原因は円安と中国経済の低迷と思われ、長期化するとされている(港湾運送) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 消費の回復および東南アジアからの輸入量の増加による好影響(冷蔵倉庫) ○ 半導体不足が解消されてくることによる自動車の生産回復にともない、当社の自動車関連の仕事は復調を予想(普通倉庫) △ 需要は戻っているが、要員不足により売り上げの大幅増が期待できそうにない(一般貸切旅客自動車運送) × 海外旅行の回復にはまだ時間を要すると予想(一般旅行) × 乗務員の確保ができない(一般乗用旅客自動車運送) × 2024年問題への対応が間に合っていない。輸送料金の値上げは、立場の弱い中小企業では商談しにくい(一般貨物自動車運送)
サービス	50.8 ↑	51.6 ↑	51.6 →	<ul style="list-style-type: none"> ○ インバウンド需要および個人消費の回復が続いている(中華料理店) ○ 自動車の供給が良くなってきており、リース等の申込も増加している(総合リース) ○ レジャー関連は、インバウンド関連が好調を維持し、高水準の需要が続いている。ビジネス関連も底堅い動きが継続して堅調な動きとなっている(自動車賃貸) ○ 終了間際の全国旅行支援の駆け込み分がある(旅館) × 円安による資材価格の高騰のほか、部品不足による生産遅延や値上げが続いている(一般機械修理) × 新型コロナの影響による休会者・退会者が充分に戻っていない。水道光熱費の増加の影響もある(フィットネスクラブ) × ゴルフブームが終息方向に向かっている(ゴルフ練習場) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ インバウンドの来客が増加しており、今後さらに増加が見込める。国内団体旅行も、増加傾向がみられる(一般食堂) ○ 短期的には全国旅行支援策の終了により判断はしにくいだが、6カ月後、1年後は底堅くインバウンド需要が伸びてくると予想(旅館) ○ 「2025年の崖」に向けて、大規模システムの更新が進行している(ソフト受託開発) × 顧客の消費率が低い状況は続く(自動車一般整備) × 大半の中小企業は、働き方改革で益々人手が足りなくなり、工事遅延が進むと予想される(産業廃棄物収集運搬) × 電気代や物価が上昇し続けており、景気が良くなるはずがない。今呼びかけられている賃上げは到底できない(パチンコホール)

【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）】 円安に関する影響

- 今後の円安進行による価格の上昇分に対する価格転嫁へ懸念を示す声が多数あがっている
- 2023年4月時点における、企業の想定為替レートは平均1ドル=127.61円。前年同月時点の119.69円から7円92銭の円安水準を想定していた



注1: ◆は2022年の想定為替レートに対する分布割合
注2: 母数は想定為替レートを設定している企業2,642社

想定為替レート～規模、輸出入別～

	想定為替レート (円)			
	想定為替レート	大企業		中小企業
				うち小規模
全体	127.61	129.92	127.17	126.18
輸出	129.63	130.13	129.47	131.57
直接輸出のみ	129.43	128.00	129.75	130.00
輸入	130.64	131.32	130.46	131.46
直接輸入のみ	131.03	132.11	130.81	130.66

注: 母数は想定為替レートを設定している企業2,642社

※帝国データバンク「企業の想定為替レートに関する動向調査（2023年度）」（2023年6月16日）

外国為替レートの推移



注: 日本銀行「外国為替市場」より帝国データバンク作成

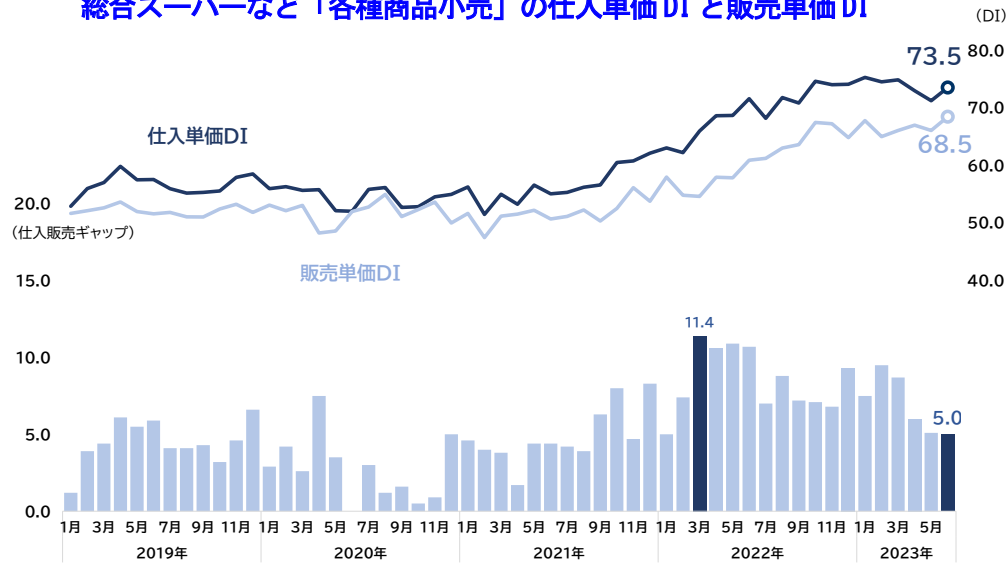
企業からのコメント

円安に関するコメント（抜粋）	業種
・円安により仕入価格が高止まりしている。すぐに価格転嫁するのは難しく、利幅が取れない	食肉卸売
・1ドル=138円程度で考えていた価格設定では売れば売るほど損がでる。商品への需要はあるが、円安分の値上げが上手くできない。競合他社との我慢比べのような状況である	果実卸売
・円安の継続による仕入価格の高騰や電気料金の高止まりはコスト増加の要因となっている。さらなる価格転嫁も厳しく、収益確保に苦慮することが継続されると予想	食料・飲料卸売
・円安により商品価格が高騰した。多くの顧客が購入を見送るか、先送りしている状況	家庭用電気機械器具卸売
・業界的には円安を背景に高価格帯商材の輸出が増えている	飲食料品小売
・円安が輸出の追い風となっている	針・ホック等製造

【今月のポイント（2）】 原材料価格高騰などともなう値上げと価格転嫁に関する影響

- 総合スーパーなどの「各種商品小売」について直近の仕入販売ギャップは小さくなっており、価格転嫁が進んでいると考えられる
- 値上げの状況が進むなか、幅広い業種から消費者の買い控えの声が聞こえている

総合スーパーなど「各種商品小売」の仕入単価DIと販売単価DI



企業からのコメント

買い控えに関する企業からの声（抜粋）	業種
・原料資材などの高騰で値上げが相次ぎ、消費者からの買い控えが起こっている	各種商品通信販売
・物価高騰により耐久消費財の買い控えがある	自動車卸売
・スポーツ自転車は、販売価格が上昇し消費者の買い控え状況が続いている	輸送用機械器具卸売
・日用品、食品の値上げが続いており、生活防衛による買い控えの傾向がみられる。不要不急品の購入は後回しになり、出荷量の落ち込みが顕著になってきた	時計・同部分品製造
・消費者の不安感からくる節約志向が顕著で物が売りにくい	燃料小売
・生活品全般の値上げから、有料放送などの娯楽へのコストをかけた節約志向がでている	有線テレビジョン放送
・消費者の買い控えが顕著で自社の売り上げ数量が伸びず、利益減となっている	コーヒー・茶類卸売
・物価高で家計への圧迫感が強くなり、買い控えムードを感じる	食料品製造
・嗜好品を扱っているため、食料品や普通の消耗品に消費がまわっているような印象を受ける	菓子小売
・消費者に購買意欲はあるものの、財布のひもは依然として固い	食肉小売

2023年の食品値上げ（6月30日9時）の動向



[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7月（2023年6月30日）

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万7,771社、有効回答企業11,105社、回答率40.0%)

(1) 地域

北海道	511	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,201
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	737	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,898
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	872	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	761
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,246	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	384
北陸(新潟 富山 石川 福井)	553	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	942
合計			11,105

(2) 業界(10業界51業種)

農・林・水産	111	小売	飲食料点小売業	103
金融	157		繊維・繊維製品・服飾品小売業	57
建設	1,714		医薬品・日用雑貨品小売業	65
不動産	456		家具類小売業	18
製造	飲食料品・飼料製造業	333	家電・情報機器小売業	41
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	113	自動車・同部品小売業	80
	建材・家具・窯業・土石製品製造業	216	専門商品小売業	222
	パルプ・紙・紙加工品製造業	96	各種商品小売業	56
	出版・印刷	154	その他の小売業	12
	化学品製造業	375	運輸・倉庫	509
	鉄鋼・非鉄・鉱業	494	飲食店	87
	機械製造業	469	電気通信業	10
	電気機械製造業	302	電気・ガス・水道・熱供給業	17
	輸送用機械・器具製造業	104	リース・賃貸業	104
精密機械・医療機械・器具製造業	68	旅館・ホテル	98	
その他製造業	74	娯楽サービス	96	
卸売	飲食料品卸売業	324	放送業	17
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	156	メンテナンス・警備・検査業	182
	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	304	広告関連業	104
	紙類・文具・書籍卸売業	101	情報サービス業	580
	化学品卸売業	253	人材派遣・紹介業	94
	再生資源卸売業	33	専門サービス業	308
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売業	269	医療・福祉・保健衛生業	135
	機械・器具卸売業	828	教育サービス業	29
	その他の卸売業	319	その他サービス業	217
			その他	41
合計			11,105	

(3) 規模

大企業	1,697	15.3%
中小企業	9,408	84.7%
(うち小規模企業)	(3,623)	(32.6%)
合計	11,105	100.0%
(うち上場企業)	(225)	(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

2023年6月19日～6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乗じて算出している。

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。