

# TDB 景気動向調査(全国) — 2023年11月調査 —

2023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、業界・地域で二極化傾向が鮮明

～ 個人消費関連が低調も、インバウンド拡大などで「旅館・ホテル」は過去最高 ～

(調査対象 2万 6,972社、有効回答 1万 1,396社、回答率 42.3%、調査開始 2002年 5月)

### 調査結果のポイント

- 2023年11月の景気DIは前月比0.1ポイント増の44.8となり、2カ月連続で改善した。国内景気は、個人消費関連が低調だったものの、インバウンド需要や活発な公共工事の下支えで小幅ながら改善が続くなか、業界や地域で二極化傾向が鮮明となった。今後の国内景気は、賃金動向に注視しつつも、設備投資やインバウンド需要の拡大により、横ばいで推移するとみられる。
- 堅調な自動車関連やインバウンドをはじめとする観光需要が下支えし、10業界中4業界、51業種中30業種で改善した。地域別では、10地域中5地域が改善、5地域が悪化した。堅調な自動車生産や新車販売などが押し上げたほか、公共事業の増加も地域経済を下支えた。規模別では、「大企業」「中小企業」が2カ月連続で改善、「小規模企業」は2カ月ぶりに悪化した。
- 観光DIは48.1と9カ月連続で全産業の景気DIを上回った。特に「宿泊サービス」と「旅客輸送サービス/輸送設備レンタルサービス」は過去最高を更新した。

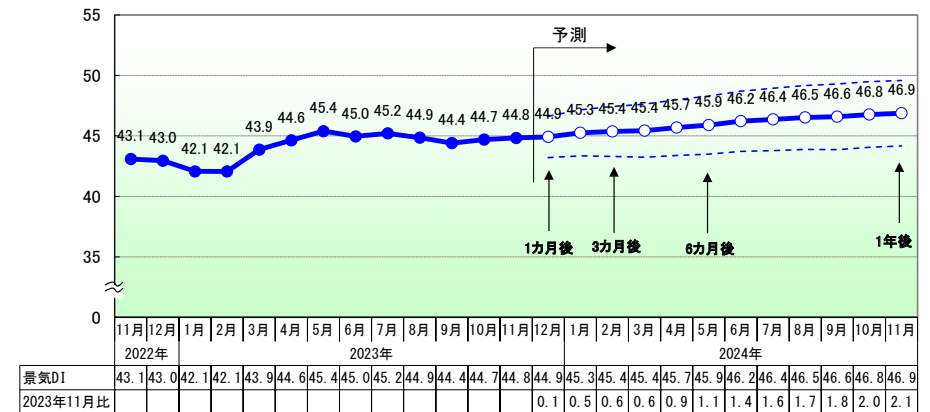
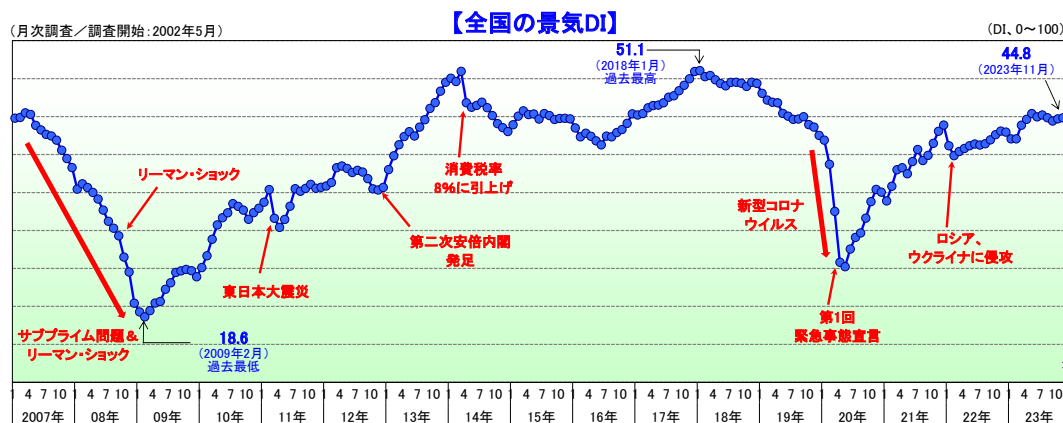
### < 2023年11月の動向：小幅な改善続く >

2023年11月の景気DIは前月比0.1ポイント増の44.8となり、2カ月連続で改善した。国内景気は、個人消費関連が低調だったものの、インバウンド需要や活発な公共工事の下支えで小幅ながら改善が続くなか、業界や地域で二極化傾向が鮮明となった。

11月は、円安傾向の一服感や日経平均株価の一時バブル崩壊後の高値更新など、金融市場が安定的に推移したなか、大型公共工事を含む建設需要の盛り上がり幅広い業種へと波及した。また自動車生産が堅調だったほか、インバウンドなどによる宿泊需要は国内景気を下支えた。他方、人手不足は引き続き半数超の企業でみられているほか、中・小規模企業における個人消費関連の弱さは景況感の下押し材料となった。

### < 今後の見通し：横ばいで推移 >

今後は、設備投資やインバウンド需要の一段の拡大が見込まれるなかで、特に個人消費の行方が焦点となる。個人消費は相次ぐ賃上げで収入の増加が期待されるが、高まる節約志向に対して物価上昇にともなう実質賃金の下落に歯止めをかけられるかがカギとなる。またGXの推進や企業の業績改善、経済対策の実施なども押し上げ要因となりうる。他方、人件費の増加や人手不足の長期化、2024年問題などは悪材料。中東や東アジア情勢の先行き、中米欧など海外経済の動きにも注視すべきであろう。今後の国内景気は、賃金動向に注視しつつも、設備投資やインバウンド需要の拡大により、横ばい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: 4 業界 30 業種が改善、自動車関連や宿泊需要が景気を下支え

・堅調な自動車関連や宿泊需要が下支えし、4 業界 30 業種で改善した。加えて、全国各地で建設需要が盛り上がり幅広い業種へと波及した。他方、人手不足や仕入れ価格の高止まりなど構造的な悪材料は下押し要因としてあげられ、業界間で景況感にバラツキが表れた。

・『製造』(41.6) …前月比 0.5 ポイント増。2 カ月連続で改善。自動車や半導体関連が順調といった声がある「電気機械製造」(同 0.7 ポイント増) は 5 カ月ぶりに改善した。「化学製品製造」(同 1.3 ポイント増) は「季節品である総合感冒薬などが売れ筋」(医薬品製剤製造) などの声もあり 2 カ月連続で上向いた。飲食機会の増加など「飲食料品・飼料製造」(同 0.6 ポイント増) も 2 カ月連続で改善した。他方、資材価格の高騰や中国経済の減退を影響にあげる声のほか、業界全体が厳しいといった意見も散見された「機械製造」(同 0.2 ポイント減) は 4 カ月連続で下落、前年同月比では 5 ポイント以上の大幅悪化となった。

・『建設』(47.8) …同 0.3 ポイント増。2 カ月連続で改善。民間、公共ともに建設工事が増加しているといった声が聞かれたほか、「TSMC バブル」(電気通信工事) や「インバウンド、北陸新幹線開通のため物件が出ている」(内装工事) というように地域特有の押し上げ要因も表れた。加えて人手不足感の高まりから受注単価が上向いているといった声も寄せられた。ただし、全国各地で生じる職人不足や資材高騰などは構造的なマイナス要因として顕在し、時間外労働の上限が規制される 2024 年問題への対応も注視する必要がある。

・『サービス』(50.8) …同横ばい。「子どもの減少や、従業員確保にともない賃金が高騰」(個人教授所) といった声があがる「教育サービス」(同 3.0 ポイント減) は 2 カ月連続で悪化。「情報サービス」(同 0.6 ポイント減) は「インボイス対応・電帳法対応が一段落し若干案件に空白な期間ができた」(ソフト受託開発) などの声が聞かれ、2 カ月ぶりに悪化した。他方、好調なインバウンド需要に加え、ビジネスでの宿泊需要が好材料の「旅館・ホテル」(同 4.6 ポイント増) は 3 カ月連続で改善、7 カ月ぶりに 60 台に達し過去最高を更新した。「ホテルの稼働率が上がり、清掃の仕事が増加」(ビルメンテナンス) というように「メンテナンス・警備・検査」(同 2.2 ポイント増) は 2 か月ぶりに改善となった。

・『小売』(41.2) …同 0.7 ポイント減。2 カ月ぶりに悪化。買い上げ点数の減少など節約志向の高まりを危惧する声が寄せられる「飲食料点小売」(同 0.6 ポイント減) や「各種商品小売」(同 1.0 ポイント減) はともに 3 カ月連続で悪化した。「寒くなる時期が遅かったせいか、冬物の動きが鈍い」(男子服小売) というように「繊維・繊維製品・服飾品小売」(同 3.4 ポイント減) は 2 カ月ぶりに下落した。他方、インフルエンザの流行など季節的な要因を受け「医薬品・日用雑貨品小売」(同 0.9 ポイント増) は 2 カ月連続で改善した。

	22年 11月	12月	23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	37.7	37.9	37.4	38.9	41.6	42.2	44.8	46.7	42.5	43.0	42.1	43.0	40.1	▲ 2.9	
金融	44.5	44.3	44.8	43.3	44.0	45.0	47.8	48.1	47.4	48.8	46.8	47.3	48.0	0.7	
建設	44.9	44.6	44.1	43.7	45.5	45.6	46.9	46.8	47.8	47.4	47.1	47.5	47.8	0.3	
不動産	45.6	44.8	46.1	46.3	47.5	49.6	50.7	50.3	48.8	49.6	48.5	48.7	47.9	▲ 0.8	
製造	飲食料品・飼料製造	38.8	38.3	38.1	37.0	41.1	42.0	43.7	43.6	43.1	44.5	42.6	43.4	44.0	0.6
	繊維・繊維製品・服飾品製造	36.5	37.9	37.7	39.0	38.6	41.0	42.1	42.0	43.6	42.6	43.0	41.5	40.8	▲ 0.7
	建材・家具・窯業・土石製品製造	41.9	41.0	38.0	37.6	37.0	39.7	39.0	38.4	37.9	38.2	39.0	40.3	41.5	1.2
	パルプ・紙・紙加工品製造	40.2	39.2	39.8	36.6	38.6	37.6	38.6	35.8	36.1	36.1	36.9	37.7	37.2	▲ 0.5
	出版・印刷	32.9	32.4	31.7	31.6	34.3	33.9	35.4	33.9	33.4	33.9	32.3	32.5	33.1	0.6
	化学製品製造	40.8	41.5	40.3	39.2	40.1	41.0	40.6	41.6	41.8	41.2	41.2	41.4	42.7	1.3
	鉄鋼・非鉄・鉱業・鉱業	43.6	43.1	41.7	41.0	41.9	41.1	40.9	40.4	40.7	39.9	39.8	41.5	41.9	0.4
	機械製造	45.9	44.9	43.3	43.7	43.4	43.8	42.9	41.9	42.9	42.8	41.2	40.7	40.5	▲ 0.2
	電気機械製造	45.4	44.5	43.3	43.2	42.8	43.2	43.1	43.9	42.9	42.8	42.4	42.3	43.0	0.7
	輸送用機械・器具製造	42.1	41.0	38.7	39.6	41.2	41.5	43.0	44.6	46.2	46.2	48.3	46.9	47.2	0.3
	精密機械・医療機械・器具製造	46.1	46.3	46.5	49.0	46.8	45.6	46.2	46.8	45.4	42.9	44.2	42.9	43.4	0.5
	その他製造	35.9	37.0	39.1	36.1	40.8	41.9	42.7	42.3	43.8	40.3	40.5	39.4	40.7	1.3
	全体	41.9	41.5	40.4	40.0	41.0	41.4	41.5	41.3	41.5	41.2	40.8	41.1	41.6	0.5
	卸売	飲食料品卸売	38.8	38.2	37.5	38.3	42.1	44.3	45.2	44.9	46.4	47.1	45.8	43.3	44.5
繊維・繊維製品・服飾品卸売		33.1	34.0	34.7	35.9	38.0	41.9	43.1	39.4	39.5	38.0	38.1	36.1	36.0	▲ 0.1
建材・家具・窯業・土石製品卸売		39.5	40.2	38.3	37.2	38.0	39.1	38.4	37.3	38.4	38.0	38.1	38.0	38.3	0.3
紙類・文具・書籍卸売		37.0	33.8	34.8	35.6	37.3	37.9	40.3	36.5	38.2	38.6	38.5	38.4	40.1	1.7
化学品卸売		43.8	43.5	42.8	41.7	43.5	44.9	46.8	45.3	45.2	45.1	44.5	44.9	45.1	0.2
再生資源卸売		43.5	46.2	43.3	43.2	41.7	43.5	40.4	38.9	42.2	40.9	43.9	45.2	42.4	▲ 2.8
鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売		40.2	39.9	38.5	37.1	37.8	37.9	38.1	37.5	37.9	34.7	36.7	37.0	38.1	1.1
機械・器具卸売		44.1	43.8	43.0	43.3	45.2	45.2	46.0	45.4	45.3	44.7	43.8	43.9	44.1	0.2
その他の卸売		39.6	40.9	40.0	40.9	42.3	43.9	44.9	43.2	42.6	42.7	41.7	43.1	43.2	0.1
全体		41.0	41.0	40.1	40.1	41.9	42.9	43.7	42.5	42.9	42.3	41.9	41.7	42.1	0.4
小売	飲食料点小売	43.2	42.2	42.3	40.6	42.7	49.1	49.7	46.6	46.2	47.8	46.5	45.5	44.9	▲ 0.6
	繊維・繊維製品・服飾品小売	38.1	35.4	34.2	35.7	39.7	36.6	38.3	40.4	41.4	41.2	36.6	42.7	39.3	▲ 3.4
	医薬品・日用雑貨品小売	40.6	39.0	37.2	38.5	42.9	47.8	47.4	45.9	45.3	42.6	42.5	43.8	44.7	0.9
	家具類小売	36.2	31.0	34.2	33.3	39.5	38.1	34.7	33.3	32.5	30.2	36.3	27.2	32.4	5.2
	家電・情報機器小売	35.3	37.2	36.3	37.5	40.2	37.8	40.5	38.6	41.3	40.2	42.7	42.5	44.0	1.5
	自動車・部品小売	37.2	35.3	38.2	38.7	40.8	44.0	41.5	40.6	40.9	42.0	41.7	42.4	40.2	▲ 2.2
	専門商品小売	35.4	34.8	34.4	35.3	38.6	39.0	39.4	40.1	38.8	38.7	39.1	39.4	38.1	▲ 1.3
	各種商品小売	41.4	42.6	42.5	41.0	43.6	47.8	45.8	44.9	48.1	48.5	45.9	45.3	44.3	▲ 1.0
	その他小売	44.9	41.1	42.3	44.8	41.1	41.7	41.1	45.8	46.2	42.2	47.6	46.2	47.2	1.0
	全体	38.2	37.4	37.5	37.7	40.6	42.5	42.4	42.0	41.9	41.8	41.4	41.9	41.2	▲ 0.7
運輸・倉庫	41.6	41.6	38.9	38.0	41.2	42.1	43.4	42.2	43.5	43.3	42.8	44.1	43.8	▲ 0.3	
サービス	飲食店	39.1	41.5	38.5	42.4	49.8	50.8	56.7	53.6	55.6	52.2	51.8	47.4	49.4	2.0
	電気通信	50.0	48.3	47.6	44.4	52.8	52.8	58.3	53.3	60.4	54.8	57.4	59.5	57.1	▲ 2.4
	電気・ガス・水道・熱供給	32.3	36.7	32.4	32.1	39.7	38.9	44.0	44.1	44.8	43.5	46.3	44.1	50.0	5.9
	リース・賃貸	48.4	47.4	46.8	47.4	48.1	50.5	49.7	52.1	49.8	49.0	49.2	52.5	52.9	0.4
	旅館・ホテル	54.8	52.2	48.3	48.0	59.5	62.1	59.8	55.1	56.6	55.5	57.6	59.7	64.3	4.6
	娯楽サービス	43.8	43.2	42.1	44.1	50.9	48.9	50.4	47.6	49.3	48.8	46.2	46.3	44.8	▲ 1.5
	放送	41.7	39.5	40.7	41.1	42.6	44.7	47.4	43.1	44.7	46.1	45.6	42.6	45.6	3.0
	メンテナンス・警備・検査	43.6	45.6	42.9	42.6	45.3	45.8	47.3	48.0	44.8	47.4	47.8	46.8	49.0	2.2
	広告関連	40.3	39.7	40.2	41.4	43.7	46.6	45.0	45.0	48.4	45.2	45.4	45.2	45.6	0.4
	情報サービス	53.0	53.6	53.2	53.8	55.5	55.8	56.2	56.8	57.0	56.4	55.5	56.0	55.4	▲ 0.6
	人材派遣・紹介	46.5	50.0	48.5	47.9	47.3	49.6	50.7	52.0	52.0	50.9	48.9	50.9	52.3	1.4
	専門サービス	48.8	48.7	48.5	49.2	50.1	50.9	52.3	51.7	52.2	51.3	51.2	52.0	51.1	▲ 0.9
	医療・福祉・保健衛生	43.6	42.8	42.9	41.5	42.2	41.8	44.6	44.8	44.2	43.4	42.4	43.6	41.8	▲ 1.8
	教育サービス	42.8	41.2	38.4	41.9	44.4	38.4	42.2	41.4	40.7	43.8	46.4	45.6	42.6	▲ 3.0
	その他サービス	43.5	44.0	42.2	44.3	46.5	48.6	47.5	49.2	48.2	47.9	47.2	47.6	47.2	▲ 0.4
全体	47.3	47.7	46.6	47.4	50.0	50.8	51.6	51.6	51.7	50.8	50.4	50.8	50.8	0.0	
その他	38.2	36.7	36.5	37.0	38.2	39.2	41.2	39.8	40.9	40.8	39.2	40.1	38.2	▲ 1.9	
格差 (10 業界別『その他』除く)	9.6	10.3	9.2	9.7	9.4	9.4	10.1	10.3	10.2	9.6	9.6	9.7	10.7	▲ 1.0	

※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」がけん引、中・小規模企業は個人消費関連が低調

- ・「大企業」「中小企業」が2カ月連続で改善したが、「小規模企業」は2カ月ぶりに悪化。製造業を中心に「大企業」がけん引するなか、中・小規模企業は個人消費関連が低調だった。
- ・「大企業」(48.4) …前月比0.5ポイント増。2カ月連続で改善、8業界で上向き国内景気の押し上げ要因となった。大手自動車メーカーの生産が好調だったほか、防災・減災対策などの大型公共工事や継続するインバウンド需要もプラスに働いた。
- ・「中小企業」(44.2) …同0.1ポイント増。2カ月連続で改善。観光客の増加により菓子・パンや食肉卸売を含む『卸売』が4カ月ぶりに上向いた。一方で、『小売』は「消費意欲が感じられない」「財布のひもが固い」などの声が聞かれ、再び減少へ転じた。
- ・「小規模企業」(43.1) …同0.3ポイント減。2カ月ぶりに悪化。「コロナで離れた客が戻っていない。特に宴会は人数が減少し、規模も縮小」(日本料理店)など、飲食店の景況感が大きく悪化。『小売』『サービス』の落ち込みが目立つなど、個人消費関連が低調だった。

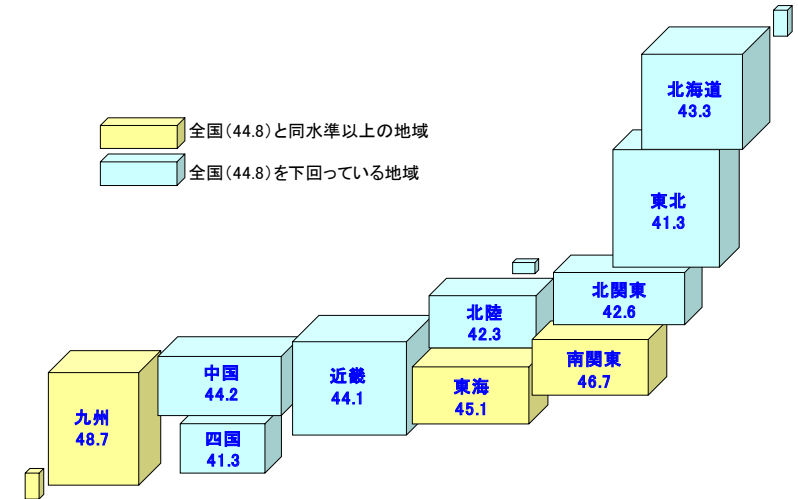
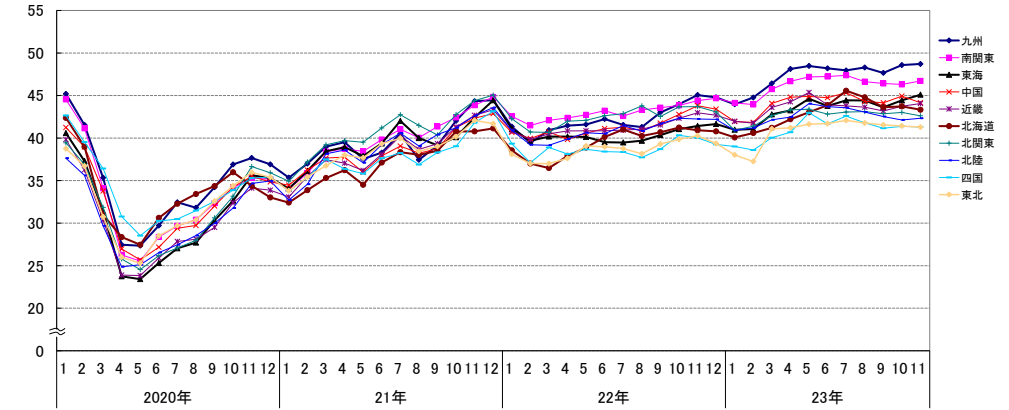
	22年11月	12月	23年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	前月比
大企業	45.0	44.8	44.8	44.2	46.1	47.3	48.1	47.7	48.6	48.0	47.8	47.9	48.4	0.5
中小企業	42.7	42.6	41.6	41.7	43.5	44.2	44.9	44.5	44.6	44.3	43.8	44.1	44.2	0.1
(うち小規模企業)	41.4	41.3	40.4	40.9	42.4	42.9	43.9	43.6	43.4	43.5	43.0	43.4	43.1	▲0.3
格差(大企業-中小企業)	2.3	2.2	3.2	2.5	2.6	3.1	3.2	3.2	4.0	3.7	4.0	3.8	4.2	

※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:10地域中5地域で改善、公共工事が下支えとなるも二極化する傾向

- ・『南関東』『東海』など10地域中5地域が改善、『東北』など5地域が悪化した。都道府県別では24都府県が改善、22道府県が悪化した。堅調な自動車生産や新車販売などが押し上げたほか、公共事業の増加も地域経済を下支えした。
- ・『南関東』(46.7) …前月比0.4ポイント増。4カ月ぶりに改善。「東京」が4カ月ぶり、「千葉」「神奈川」が2カ月ぶりに改善した。好調な新車販売など『小売』が上向いたほか、民需・公需ともに増加している『建設』は3年9カ月ぶりに景気DIが50を上回った。
- ・『東海』(45.1) …同0.7ポイント増。2カ月連続で改善。域内4県のうち「三重」「愛知」「静岡」の3県が上向いた。自動車生産が堅調で、国内や輸出向けの荷動きが活発だった。また、観光やビジネス客の拡大で「旅館・ホテル」が4カ月ぶりに50台へと復帰した。
- ・『東北』(41.3) …同0.1ポイント減。4カ月連続で悪化。域内6県のうち「青森」「岩手」「秋田」が下落した。肥料や燃料価格の高止まりによる悪影響で『農・林・水産』が大きく悪化したほか、値上げによる販売量の減少など『卸売』の悪化も下押し要因だった。

地域別グラフ(2020年1月からの月別推移)



	22年11月	12月	23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	40.9	40.8	40.1	40.6	41.2	42.2	43.0	43.9	45.6	44.8	43.6	43.7	43.3	▲0.4
東北	40.3	39.4	38.0	37.2	41.1	41.2	41.6	41.7	42.1	41.8	41.5	41.4	41.3	▲0.1
北関東	43.7	43.1	40.9	41.4	42.6	43.3	43.4	42.8	43.1	43.1	42.9	43.0	42.6	▲0.4
南関東	44.4	44.7	44.1	43.9	45.7	46.7	47.2	47.2	47.4	46.6	46.4	46.3	46.7	0.4
北陸	42.2	42.2	40.9	41.2	42.1	42.5	44.0	43.7	43.6	43.1	42.5	42.1	42.3	0.2
東海	41.4	41.7	41.0	41.1	42.8	43.3	44.6	43.8	44.4	44.4	43.6	44.4	45.1	0.7
近畿	43.0	42.7	42.0	41.8	43.6	44.3	45.4	43.9	43.8	43.6	43.2	43.7	44.1	0.4
中国	43.8	43.4	41.9	41.8	44.1	44.8	44.9	44.7	45.3	44.3	44.1	44.9	44.2	▲0.7
四国	40.0	39.3	39.0	38.6	40.0	40.7	43.0	41.7	42.6	41.8	41.2	41.4	41.3	▲0.1
九州	45.1	44.8	44.0	44.8	46.4	48.1	48.5	48.2	48.0	48.3	47.7	48.6	48.7	0.1
格差	5.1	5.5	6.1	7.6	6.4	7.4	6.9	6.5	5.9	6.5	6.5	7.2	7.4	

※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	42.1 ↓	43.0 ↑	40.1 ↓	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 悪天候により操業日数・漁獲数量が減少するも、魚価の高値安定により前年同月よりも水揚金額は増加、計画を上回るペースである(まき網漁)</li> <li>○ インバウンド効果が見られている(農業協同組合)</li> <li>× 原材料単価の高騰が価格に反映されない(養豚)</li> <li>× コストの上昇分を価格転嫁できていない(酪農)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 流通価格の安定が見込まれる(製薪炭)</li> <li>○ 豚熱のワクチン接種が2024年には本州全土・沖縄に拡大するため、流通にはプラスの影響が見込まれる(獣医)</li> <li>× 円安とインフレで設備更新ができず、どん詰まり状態である(酪農)</li> <li>× 今後、仕入単価の高騰分を販売単価に転嫁できるかが不透明(魚類養殖)</li> </ul>
金融	46.8 ↓	47.3 ↑	48.0 ↑	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 観光産業の回復ほか、設備投資も上向いている(信用協同組合・同連合会)</li> <li>○ 老後の必要資金に対する関心の高まりや、利便性の向上に資する法改正の後押しも受けて、確定拠出年金全体として拡大基調が続いている(証券)</li> <li>× 取引先の中小企業の倒産が増加傾向にある。長期金利が上昇しているが、貸出金の利ざや改善は限定的(信用金庫・同連合会)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 季節がら冬場は自然災害の影響が比較的小さい(損害保険)</li> <li>○ 新NISAの効果を期待(証券投資信託委託)</li> <li>△ 低金利による資金利益の右肩下がりに底打ち感はあるものの、ゼロゼロ融資の期前返済等も始まり、今後の資金利益については見通しが難しい(普通銀行)</li> <li>× 原材料・燃料価格が依然として高止まりしている(信用金庫・同連合会)</li> </ul>
建設	47.1 ↓	47.5 ↑	47.8 ↑	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 工事最盛期で人手不足と合わさり大忙しの企業が多い(冷暖房設備工事)</li> <li>○ インバウンド対応や北陸新幹線開通に関連する物件が出ている(内装工事)</li> <li>○ 国土強靱化計画、防災・減災対策としての港湾工事の増加、北海道沖での洋上風力発電設置に係る受注増加などで景気が良い(土工・コンクリート工事)</li> <li>○ エネルギー関係の工場の更新工事が増加。公共工事・物流関係も堅調(はつり解体工事)</li> <li>△ 半導体を中心に誘致した製造業の設備投資が盛んである。一方で、物価高、人手不足などで地元中小企業は疲弊しているところが多い(一般電気工事)</li> <li>× 建築工事中セメントの値上がりによるマイナスの影響(左官工事)</li> <li>× 官公庁の発注が不足気味のため、まだ工事量は足りない状況(土木工事)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 県内の大型開発を中心に工事量が多く慢性的な人手不足になっているため、元請けも受注金額を引き上げる傾向にある(左官工事)</li> <li>○ アスベスト、ダイオキシンが問題視され、工事が多くなっている(とび工事)</li> <li>○ 当面、再エネ関連は好景気と予想(電気通信工事)</li> <li>× 建築費の高止まりで、家を建てられる人が減少(木造建築工事)</li> <li>× 資材の高騰や、固定経費の増加に加え、インボイス・電子帳簿などに対応する人件費の増加などコスト増につながる規制強化が多すぎる(内装工事)</li> <li>× 人手不足が深刻化しており、このままだと案件があっても受注できない。資材や人件費も高止まりし、価格に転嫁できるか不安である(一般土木建築工事)</li> <li>× 建設費の高騰により、民間での需要の低迷が予想される(一般管工事)</li> </ul>
不動産	48.5 ↓	48.7 ↑	47.9 ↓	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 来店客数や売上額が新型コロナ前の2019年の水準に戻っている(貸事務所)</li> <li>○ 都内賃貸物件の空きが少なくなっている(建物売買)</li> <li>△ 引き合い物件は多いが、原材料が値上がりして工期の長いものは契約しづらい。納期が長いとメーカーも契約をためらっていて、対応が難しい(貸家)</li> <li>× 労務費および材料費の高騰に加え、人手不足の影響も出ている(不動産管理)</li> <li>× 金利上昇で特に低所得者層の購買意欲が減少したと感じる(土地売買)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 市内でホテルの建設計画があり、観光客の増加を期待している(貸家)</li> <li>○ 不動産価格が大幅に上昇している(不動産管理)</li> <li>○ インバウンド効果が継続する見込み(貸事務所)</li> <li>× 原価コストの上昇により利益が圧迫され、先行き不透明である(建物売買)</li> <li>× 建築資材の高騰などを背景とした住宅・商業施設建築の減少により、土地が動かない(不動産代理業・仲介)</li> </ul>
製造	40.8 ↓	41.1 ↑	41.6 ↑	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 自動車生産台数の好調につき景況感が良い(潤滑油製造)</li> <li>○ インバウンドや日本人の移動、ダブル関西球団の好調、比較的暖かい日が続いていることなどで多少経済は動いていると感じている(印刷)</li> <li>○ 観光客の増加による好影響(仕上用・皮膚用化粧品製造)</li> <li>○ 電気自動車関連の受注が多く忙しんでいる。一方で、ガソリン・HV車関連は以前より受注が少なくなっている(工業用ゴム製品製造)</li> <li>× 中国のホタテ禁輸措置で先行きが不透明。人手不足で加工をたくてもできない状況である(水産食料品製造)</li> <li>× 半導体関係の受注が減少している(産業用電気機械器具製造)</li> <li>× 中国経済の減退により、エンドユーザーが在庫調整に入ったため、受注が半減している。2024年9月頃までこの状況が続くとみられる(油圧・空圧機器製造)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 新型コロナによる半導体不足にともない、自動車のバックオーダー数は1年以上残っており、1年間には生産数が増えることが予想できる(板ガラス加工)</li> <li>○ 自動車業界は受注見込みが多く、産業用ロボットも自動車関連は引き合いがある。2024年はスマートフォン関連設備の受注が見込まれる(電気計測器製造)</li> <li>△ 半導体などサプライチェーンの問題は解消に向かっているが、中国での販売不振は長期化する見込み(工業用ゴム製品製造)</li> <li>× 原料の値上げを十分に価格転嫁できず、利益を圧迫している(水産食料品製造)</li> <li>× 中国の景気減速や物価高による買い控えがすぐに反転する兆しがみえない(段ボール箱製造)</li> <li>× 円安により材料費が高騰している。また、物価上昇による可処分所得の減少を背景に嗜好品の購入力は下がると予想される(電気音響機械器具製造)</li> </ul>

【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

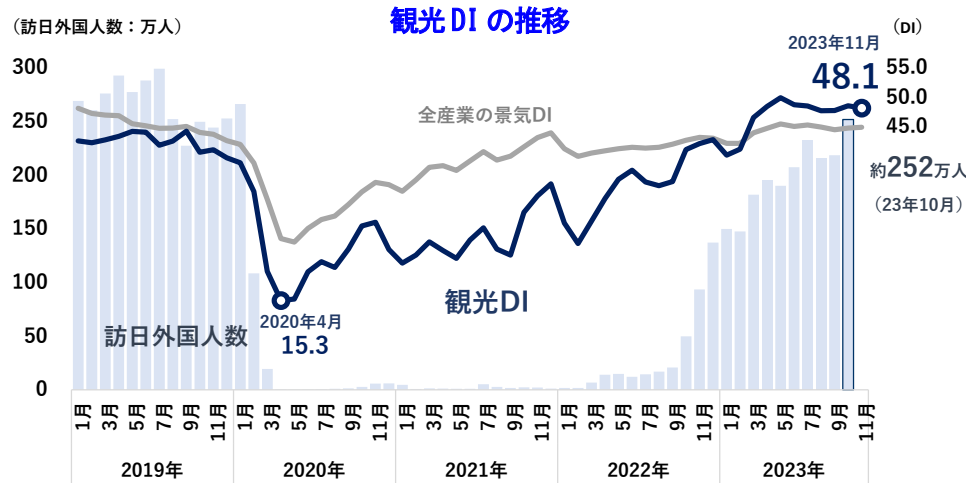
## 業界別の景況感企業の声2(卸売～サービス)

業界名	現在			先行き
	9月	10月	11月	
卸売	41.9 ↓	41.7 ↓	42.1 ↑	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ インバウンドの回復が地方へも波及してくると考える(木材・竹材卸売)</li> <li>○ 円安による輸出関連取引先の業績持ち直しに期待(電気機械器具卸売)</li> <li>△ 外食関連はインバウンドの影響で需要の増加が見込めるも、飲食店での人手不足や仕入価格、販管費の上昇を乗り越えられるか不安である(食料・飲料卸売)</li> <li>× 半導体不足が未だに解消されず、正常化するには1年近くかかる見込み(金属加工機械卸売)</li> <li>× 物価の上昇、エネルギー価格の高止まり、円安のほか、消費者の買い控えによる影響も重なって急激な回復は見込めない(衣服・身の回り品卸売)</li> <li>× 原材料の高騰や円安による悪影響(がん具・娯楽用品卸売)</li> </ul>
小売	41.4 ↓	41.9 ↑	41.2 ↓	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 観光客や外食をする顧客の増加によるプラスの影響(陶磁器・ガラス器小売)</li> <li>○ インボイス制度対応スタンプが売れている(紙・文房具小売)</li> <li>○ 観光業の活況で客数が増加しており、人手不足が深刻化している(菓子小売)</li> <li>× 新規購入ではなく、修理が増えている(スポーツ用品小売)</li> <li>× 顧客の財布のひもが固いと感じる(自動車(新車)小売)</li> <li>× 買替需要は鈍くなっており、修理優先か買い替えても既設品よりサイズやグレードをダウンする顧客が多くなっている(家庭用電気機械器具小売)</li> <li>× 最低賃金上昇などによる人件費の高騰を価格転嫁できず、利益を圧迫している(料理品小売)</li> </ul>
運輸・倉庫	42.8 ↓	44.1 ↑	43.8 ↓	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ インバウンド需要が新型コロナ前の水準に戻っているため、高稼働でバスが動いている(一般貸切旅客自動車運送)</li> <li>○ 自動車業界の荷量が増加している(こん包)</li> <li>○ 輸出と国内貨物の荷物が動き出した(普通倉庫)</li> <li>× 元請けの中国向け輸出の減少および脱炭素におけるアンモニア製造の縮小で売り上げが大きく減少している(港湾運送)</li> <li>× GW以降海外旅行は回復しつつあるが、中東情勢で鈍化している(一般旅行)</li> <li>× 原油価格の高騰分を輸送料金に転嫁できていない(一般貨物自動車運送)</li> <li>× 海外渡航に関して、レジャーマーケットの回復が予想より悪い(旅行業代理店)</li> </ul>
サービス	50.4 ↓	50.8 ↑	50.8 →	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ インバウンドの増加やイベントの再開による人出の増加で好調(一般飲食店)</li> <li>○ 行業シーズンであり、台風も上陸しなかったため好調である(旅館)</li> <li>○ インバウンドを含め、旅行客の増加にともないホテル稼働率が上がり、清掃の仕事が増えている(ビルメンテナンス)</li> <li>○ ここ最近ではサービス業、特に観光客相手の事業が回復しており、自社顧問先の業績も向上している(経営コンサルタント)</li> <li>△ 売り上げは増加したが、インボイスの開始でフリーランスの発注量が減り、人手不足に拍車がかかった(ソフト受託開発)</li> <li>× 物価の高騰や会員の入会数の減少による影響(フィットネスクラブ)</li> <li>× 子どもが減少しているほか、従業員確保にともない賃金が高騰(個人教授所)</li> </ul>

【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

- 観光DIは48.1と前月から悪化となったが、9カ月連続で全産業の景気DIを上回った。特に「宿泊サービス」と貸切バスやレンタカーなどの「旅客輸送サービス／輸送設備レンタルサービス」は過去最高を更新。しかし「小売」などで悪化がみられ、観光産業内で景況感が二分している



※訪日外国人数はJNTO（日本政府観光局）「国籍／月別訪日外客数」より帝国データバンク作成

### 観光産業に関する企業からのコメント

企業からの声(抜粋)	業種 51 分類
・団体の旅行需要が回復傾向。加えて、円安を追い風にインバウンド需要が急速に回復している	旅館・ホテル
・レジャー関連は、好調な状況が継続している。インバウンド需要は紅葉シーズンに入り、さらに増加傾向となっている	リース・賃貸
・インバウンドが都市部で増加してきたため、バス需要も増加している	運輸・倉庫
・最近ではサービス業のなかでも、特に観光客相手の事業が回復しており、自社顧問先の業績も向上している	専門サービス
・海外渡航に関して、レジャーマーケットの回復が想像以上に悪い	運輸・倉庫

### 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
	12月	42.7	52.2	42.3	46.0	36.2	54.0	37.0
2023年	1月	40.1	48.3	38.9	41.0	32.9	47.9	37.2
	2月	41.1	48.0	41.7	45.8	36.2	53.5	36.5
	3月	46.5	59.5	48.6	50.0	46.6	56.7	39.4
	4月	48.4	62.1	50.0	47.9	48.4	59.8	41.9
	5月	49.9	59.8	55.7	52.3	55.1	56.1	42.6
	6月	48.7	55.1	51.9	53.3	56.2	54.8	42.4
	7月	48.5	56.6	52.8	55.2	55.2	53.3	42.1
	8月	47.6	55.5	50.9	56.0	55.4	50.5	41.7
	9月	47.7	57.6	49.8	55.4	59.6	49.2	40.9
	10月	48.5	59.7	45.7	56.0	58.3	51.7	42.9
	11月	48.1	64.3	48.4	57.1	54.6	50.8	41.2
	前月比 (pt)	▲ 0.4	4.6	2.7	1.1	▲ 3.7	▲ 0.9	▲ 1.7
前年同月比 (pt)	6.1	9.5	8.3	13.0	13.8	0.0	3.4	

注：▲は前月比マイナスを示す

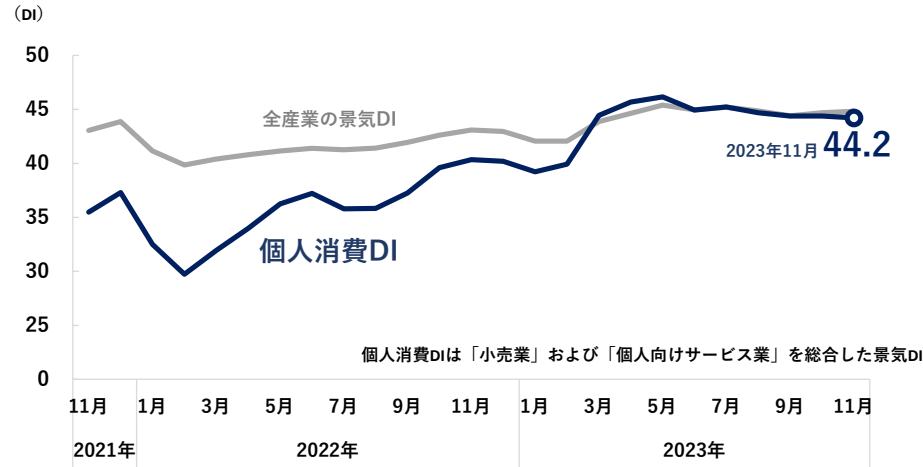
※1: 観光産業は非常にすそ野が広く、特定の業種分類として表すことは困難であり、個々の産業に関する統計整備にとどまる。そこで、UNWTO（世界観光機関、World Tourism Organization）が示している国際標準であるTSA（旅行・観光サテライト勘定、Tourism Satellite Account）において観光産業（Tourism Industries）に分類されている業種に基づき、「観光産業」として定義した。

※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。

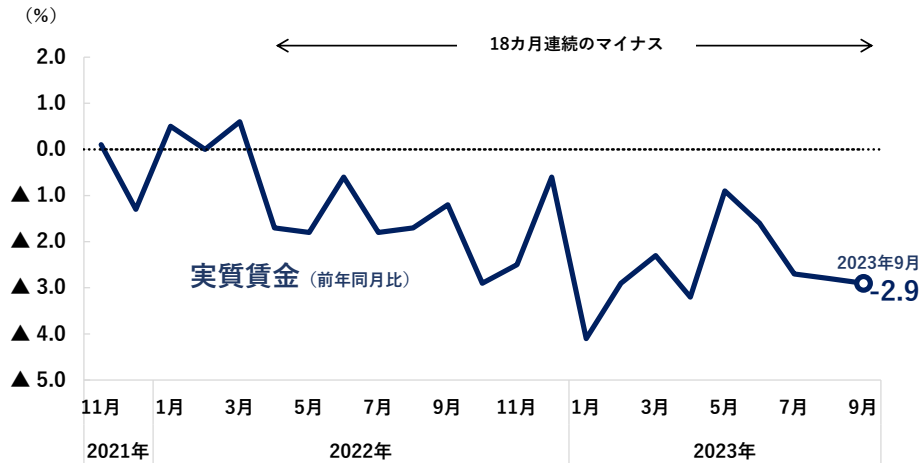
## 【今月のポイント（2）】 個人消費の動向

- 個人消費DI（44.2）は前月比0.2ポイント減で低調に推移。実質賃金は18カ月連続でマイナスの状況が続くなど消費の環境に厳しさがみられる
- 賃上げを進めるなかであるが、賃金の上昇が物価の高騰に追いついておらず、消費者の節約志向に対して企業の危機意識が表れている

個人消費DIの推移



実質賃金指数（前年同月比）の推移



※実質賃金は厚生労働省「毎日勤労統計調査」より帝国データバンク作成

個人消費や人件費に関する企業からのコメント

企業からの声(抜粋)	業種 51 分類
・物価の高騰に反して賃金は満足に上がらず、消費者のマインドが節約に向かっている	建設
・消費者の物価高に対する慣れは感じつつあるが、最低賃金が上がっても物価の高騰で収入が増えていると実感できず、消費者の財布の紐はまだ固い状況である	飲食料点小売
・物価の上昇に所得が追いついていないため、趣味嗜好品は買い控えが感じられる	繊維・繊維製品・服飾品小売
・ユーザーの所得が上がらず販売が鈍っている。特に高価格帯の商材が売れない	家電・情報機器小売
・物価の上昇率に対して所得の上昇率が追いついていないため、景況感は良くない	飲食料品・飼料製造
・物価高騰に可処分所得が追いつかず、買い控えがみられる	繊維・繊維製品・服飾品卸売
・高額品に対する消費者の買い控えがややある。新型コロナ明けのリベンジ消費も一服感がある	繊維・繊維製品・服飾品小売
・足元の業況は良いが、不動産価格の高騰や、物価高による実質賃金の低下、金利の上昇などにより先行き不安である	不動産
・自地域は中小企業が多いが、ほとんどの企業で原材料費の高騰分を十分に価格転嫁できておらず、賃上げする余裕など全くない	建設
・商品の値上げ効果で売り上げは増加したが、客数は前年を下回っている。値上がりが続くなか、賃上げが中小企業まで及ばない限り先行きは不透明である	飲食料点小売



## 調査先企業の属性

### 1. 調査対象(2万6,972社、有効回答企業1万1,396社、回答率42.3%)

#### (1) 地域

北海道	520	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,220
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	792	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,894
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	913	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	784
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,353	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	362
北陸(新潟 富山 石川 福井)	591	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	967
		合計	11,396

#### (2) 業界(10業界51業種)

農・林・水産	111	小売	飲食料点小売業	157
金融	176		繊維・繊維製品・服飾品小売業	87
建設	1,758		医薬品・日用雑貨品小売業	57
不動産	452		家具類小売業	18
製造	飲食料品・飼料製造業	327	家電・情報機器小売業	58
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	109	自動車・同部品小売業	126
	建材・家具・窯業・土石製品製造業	221	専門商品小売業	229
	パルプ・紙・紙加工品製造業	90	各種商品小売業	53
	出版・印刷	153	その他の小売業	12
	化学品製造業	366	運輸・倉庫	484
	鉄鋼・非鉄・鉱業	508	飲食店	130
	機械製造業	480	電気通信業	7
	電気機械製造業	310	電気・ガス・水道・熱供給業	16
	輸送用機械・器具製造業	107	リース・賃貸業	109
精密機械・医療機械・器具製造業	76	旅館・ホテル	86	
その他製造業	75	娯楽サービス	113	
卸売	飲食料品卸売業	318	放送業	15
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	162	メンテナンス・警備・検査業	192
	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	302	広告関連業	109
	紙類・文具・書籍卸売業	123	情報サービス業	557
	化学品卸売業	256	人材派遣・紹介業	88
	再生資源卸売業	35	専門サービス業	350
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売業	262	医療・福祉・保健衛生業	128
	機械・器具卸売業	824	教育サービス業	45
	その他の卸売業	300	その他サービス業	231
			合計	11,396

#### (3) 規模

大企業	1,746	15.3%
中小企業	9,650	84.7%
(うち小規模企業)	(3,757)	(33.0%)
合計	11,396	100.0%
(うち上場企業)	(239)	(2.1%)

### 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約2万7千社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。