

LOBO 調査

早期景気観測

4月 日商調査日 4月6日～17日
 当所調査日 4月6日～20日

LOBO調査とは

全国各地の商工会議所が参加して、日本商工会議所が実施する全国規模の早期景気観測調査。当所ではさらに、会員企業40社の皆さまにも調査へのご協力をいただき、より地域に根差した調査を実施。

日商調査

4月の全産業DI ▲60・4
 (前月比 ▲11・4ポイント悪化)

○中小企業の景況感

新型コロナウイルスの流行拡大に伴う緊急事態宣言の発令以降、外出自粛や消費マインドの低下、イベントの中止などによる一段の売上減少。営業時間の短縮や休業を実施する企業もみられたサービス業や小売業で景況感が大幅に悪化。また、新型コロナウイルスの収束が見通せない中、生産・設備投資などの計画見直しやサプライチェーンの停滞による部材の調達難など、生産活動への影響が拡大していることなどが下押しし、中小企業の景況感は、リーマンショックの影響が残る2010年1月▲62・3以来、10年3カ月ぶりの▲60台となった。

○先行き

先行き見通しDIが▲71・1(前月比▲10・7ポイント)悪化。

新型コロナウイルスの世界的な流行の影響によって、グローバルネットワークにおける観光需要の急減や、サプライチェー

ンの停滞、生産活動への影響の長期化を懸念する声に加え、企業や消費者マインドの低迷、資金繰りの急激な悪化などにより、中小企業の業況感は、調査開始以来最悪となったリーマンショック後の2009年2月▲73・4に迫る厳しい見通し。

【関東ブロックの業況コメント】

新型コロナウイルスの収束が見通せないため、契約直前だった顧客の新規工事が延期となったほか、緊急事態宣言を受けて、都内の設計事務所が5月6日まで休業を決定したこと、既存案件の工期にも影響が出ている(一般工事業)。

働き方改革の一環で従業員を増やすべく、新卒人材を1人、中途人材を数人採用した。しかし、新型コロナウイルスの影響で売上が減少する中、人件費が上がったことで資金繰りを圧迫している(食料・飲料卸売業)。外出自粛の動きが広がり、宅食事業者向けや量販店向けの受注は堅調だが、外食産業や給食関連の引き合いが軒並み悪化している(水産食料品製造業)。

【首都圏調査】

「新型コロナウイルスの影響から、DIは2カ月連続で大幅に悪化」

全体平均DIは▲53・6ポイントで、前月に比べ▲18・8ポイントの悪化。

項目別では、前月と比較し売上先行きが▲20・2ポイント、資金繰り先行きが▲38・0ポイントと大幅に悪化した。

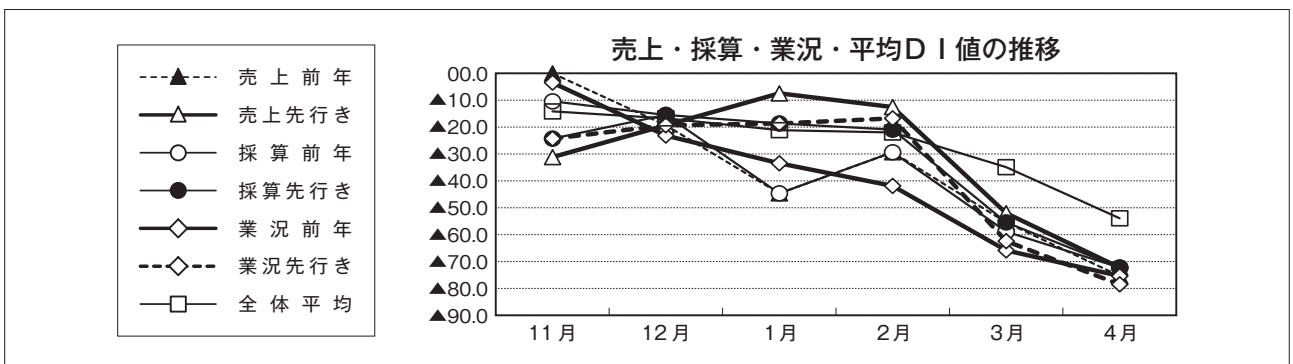
寄せられたコメントには「新型コロナウイルスの影響で歩行者、来店者が少なく、前年に比べ大きく売上が減少」(菓子小売業)、「新型コロナウイルスの影響で納期未定の商品が多く先行きが見えない状況」(管工事業)という声がかかれた。

(全産業)

水戸商工会議所会員企業LOBO調査(DI値推移)

(サンプル数40社)

項目	平成31年	令和元年			令和2年			
	4月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	
売上前年	12.5	0.0	▲19.2	▲44.4	▲29.2	▲55.2	▲75.0	
売上先行き	▲8.3	▲31.0	▲19.2	▲7.4	▲12.5	▲51.7	▲71.9	
採算前年	0.0	▲10.3	▲15.4	▲44.4	▲29.2	▲58.6	▲71.9	
採算先行き	▲16.7	▲24.1	▲15.4	▲18.5	▲20.8	▲55.2	▲71.9	
仕入前年	▲25.0	▲48.3	▲34.6	▲33.3	▲33.3	▲24.1	▲31.3	
仕入先行き	▲29.2	▲24.1	▲38.5	▲29.6	▲37.5	▲24.1	▲43.8	
社員前年	25.0	17.2	7.7	14.8	8.3	17.2	0.0	
社員先行き	20.8	20.7	7.7	14.8	4.2	17.2	0.0	
業況前年	▲8.3	▲3.4	▲23.1	▲33.3	▲41.7	▲65.5	▲75.0	
業況先行き	▲12.5	▲24.1	▲19.2	▲18.5	▲16.7	▲62.1	▲78.1	
資金前年	0.0	▲17.2	▲19.2	▲33.3	▲33.3	▲27.6	▲59.4	
資金先行き	▲12.5	▲24.1	▲11.5	▲18.5	▲20.8	▲27.6	▲65.6	
全体平均	▲4.5	▲14.1	▲16.7	▲21.0	▲21.9	▲34.8	▲53.6	



*DI値(景況判断指数) = (増加・好転などの回答数 - 減少・悪化などの回答数) / 全回答数 × 100。ゼロを基準として、プラス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。従って、売上高などの実数値の上昇率を示すものではなく、強気・弱気などの景気感の相対的な広がりや意味するもの。