

調査

LOBO 早期景気観測

10月

日商調査日 10月9日～20日
当所調査日 10月9日～22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

10月の全産業DI ▲50・2

(前月比+6・3ポイント)

○中小企業の景況感

新型コロナウイルスの影響が長期化する中、巣ごもり需要の拡大に下支えされた飲食料品関連が堅調なほか、東京が追加されたGoToトラベルやGoToイートの政策効果により宿泊業、飲食業でも利用客の増加がみられた。

また、オンライン会議の普及などによるデジタル投資の増加を受け、電子部品製造業やソフトウェア関連で受注が伸びているほか、中国向けを中心に生産が回復しつつある自動車関連でも持ち直しの動きが続く。

一方、衣料品や化粧品をはじめ、不急不怠の商品を買い控えるなど、一部では消費者の生活防衛意識の高まりを指摘する声も聞かれており、コロナ禍からの回復に向けた動きはまだら模様の状況が続く。

○先行き

先行き見通しDIが▲38・0（10月比+12・2ポイント）。雇用維持や家賃負担軽減のための助成

金など、政策効果が剥落した後の経営悪化や都市部から地方への感染再拡大への懸念が続く。一方で、年末年始を含む旅行需要の回復やGoTo商店街などによる消費喚起への期待感もうかがえる。

また、海外向けの自動車関連や、5G向けなどの半導体関連、中国向けの工作機械の持ち直しに期待する声も聞かれた。

【関東ブロックの業況についてのコメント】

北米向けなどの完成車の生産台数が持ち直しつつあることから、主力商品であるヘッドランプの受注が増加した（自動車部品製造業）。消費者の外出自粛による来客数の減少が続いている。巣ごもり需要に対応した調理用品の販促や全国の名産品・特産品を販売する催事の開催などにより、売上・採算の改善を図る（百貨店）。

GoToトラベルにより客足が戻りつつあるものの、団体客は低調。先行きもGoToトラベル終了後の利用客減少を懸念している（宿泊業）。

当所調査

「新型コロナウイルスの影響から、DIは依然低迷」

全体平均DIは、前月と同程度の▲36・3ポイントとなった。新型コロナウイルス感染症の影響で景況感は依然と低迷した状況にある。

項目別では、前月と比較し売上前年が9・5ポイント改善したが、業況前年は10・9ポイント悪化。持ち直しの兆しが見えるものの、厳しい状況に変わりはない。

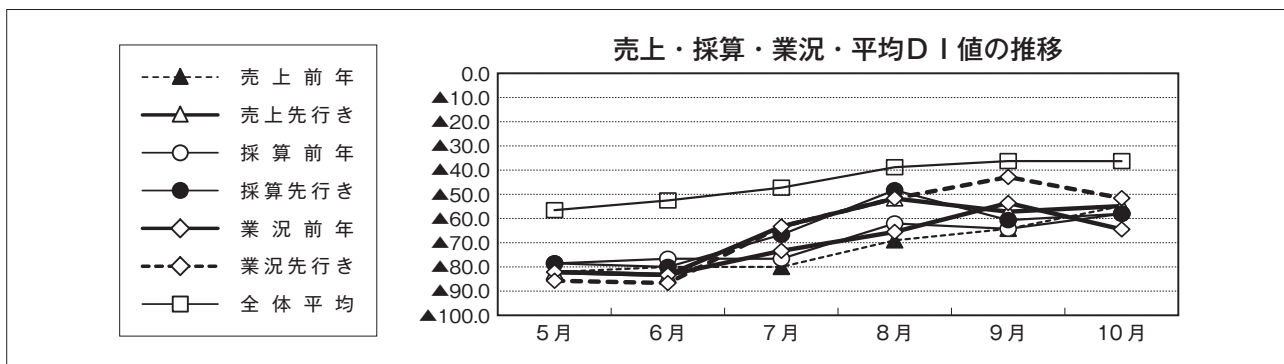
寄せられたコメントには「プレミアム商品券などの利用で、購買意欲が高まり、来店客が増加した」（菓子小売業）。「前年度水準に戻るにはあと数年かかることが予想され、今後の会社の在り方が問われる」（製造業）という声が聞かれた。

(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	令和2年							
	令和元年 10月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	
売上前年	▲26.9	▲82.1	▲80.0	▲80.0	▲69.0	▲64.3	▲54.8	
売上先行き	▲30.8	▲82.1	▲83.3	▲63.3	▲51.7	▲57.1	▲54.8	
採算前年	▲38.5	▲78.6	▲76.7	▲76.7	▲62.1	▲64.3	▲58.1	
採算先行き	▲38.5	▲78.6	▲80.0	▲66.7	▲48.3	▲60.7	▲58.1	
仕入前年	▲42.3	▲28.6	▲26.7	▲36.7	▲31.0	▲25.0	▲22.6	
仕入先行き	▲42.3	▲35.7	▲23.3	▲36.7	▲31.0	▲25.0	▲25.8	
社員前年	19.2	▲3.6	0.0	3.3	10.3	10.7	9.7	
社員先行き	19.2	▲7.1	▲6.7	3.3	6.9	10.7	6.5	
業況前年	▲19.2	▲82.1	▲83.3	▲73.3	▲65.5	▲53.6	▲64.5	
業況先行き	▲30.8	▲85.7	▲86.7	▲63.3	▲51.7	▲42.9	▲51.6	
資金前年	▲19.2	▲57.1	▲43.3	▲43.3	▲34.5	▲32.1	▲38.7	
資金先行き	▲26.9	▲57.1	▲40.0	▲33.3	▲37.9	▲32.1	▲22.6	
全体平均	▲23.1	▲56.5	▲52.5	▲47.2	▲38.8	▲36.3	▲36.3	



※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。