

# LOBO 調査

## 早期景気観測

1月 日商調査日 1月8日～19日  
当所調査日 1月8日～21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

1月の全産業DI ▲49・5  
(前月比 ▲3・4ポイント)

#### ○中小企業の景況感

企業のデジタル投資や5G向けの需要増を背景に受注が伸びている電子部品関連や、中国・米国向けの輸出が増加している自動車関連が好調なほか、巣ごもり需要に下支えされた飲食料品関連の製造業が堅調に推移した。

一方、新型コロナウイルス感染再拡大の影響から、11都府県における緊急事態宣言の再発令やGo Toキャンペーンの一時停止により、客足が減少した飲食・宿泊業や小売業では業況感が悪化した。売上低迷に直面している外食産業を中心に、需要回復を見通せない中、先行き不透明感を指摘する声が多く、中小企業の景況感には弱さが見られる。

#### ○先行き

先行き見通しDIが ▲49・4 (1月比 +0・1ポイント)。  
自動車や電子部品関連の製造業による下支えのほか、ネット販売の強化や

巣ごもり需要に対応した商品開発による売上回復への期待感がうかがえる。  
一方、消費者マインドの低下に加え、雇用調整助成金の特例措置など政策効果剥落後の資金繰り悪化への懸念もあり、中小企業においては先行きへの不透明感が一段と増しており、厳しい見方が広がっている。

#### 【関東ブロックの業況に関するコメント】

新型コロナウイルスの影響により、設備投資を抑制あるいは先送りする取引先が多く、民間工事は売上改善が見込めない状況。一方、公共工事は補正予算に基づくインフラ関係の土木工事の発注増加に期待している(一般工事業)。  
1月2日から初売りを行ったが、来店客数は前年同月比4割以上の減少となり、売上も大幅に悪化。新型コロナウイルス感染再拡大に伴い、主要顧客である年配層が外出を控えており、当面は服飾雑貨などの販売不振は続く見込み(百貨店)。

#### 【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 ▲39・0ポイントで、前月に比べ6・9ポイント悪化、新型コロナウイルス再拡大の影響で景況感はさらに悪化した状況である。

項目別では、前月と比較し売上先行きが14・2ポイント悪化し、採算先行きも14・3ポイント悪化した。感染再拡大により先行きに厳しい状況がみられる。

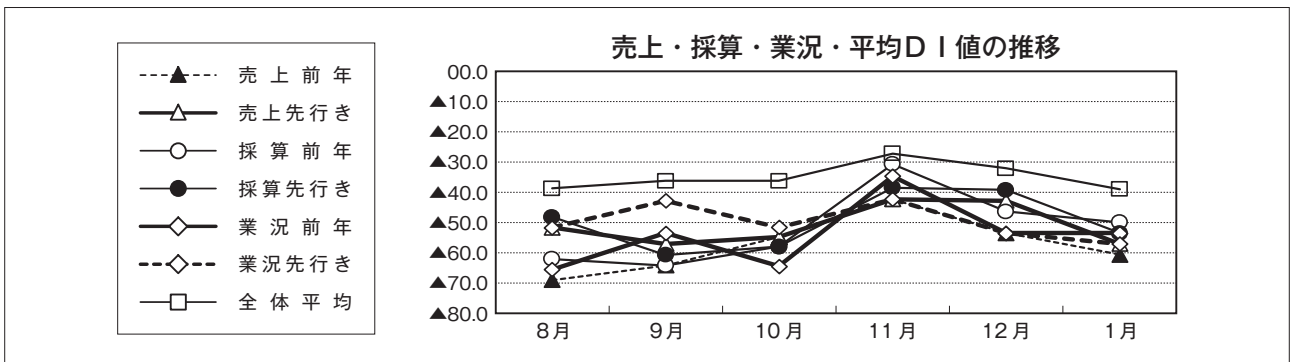
寄せられたコメントには「売上減少に対して、経費削減の工夫で踏みとどまっている」(小売業)という声が聞かれた。

(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3年
	1月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
売上前年	▲ 44.4	▲ 69.0	▲ 64.3	▲ 54.8	▲ 42.3	▲ 53.6	▲ 60.7
売上先行き	▲ 7.4	▲ 51.7	▲ 57.1	▲ 54.8	▲ 42.3	▲ 42.9	▲ 57.1
採算前年	▲ 44.4	▲ 62.1	▲ 64.3	▲ 58.1	▲ 30.8	▲ 46.4	▲ 50.0
採算先行き	▲ 18.5	▲ 48.3	▲ 60.7	▲ 58.1	▲ 38.5	▲ 39.3	▲ 53.6
仕入前年	▲ 33.3	▲ 31.0	▲ 25.0	▲ 22.6	▲ 23.1	▲ 28.6	▲ 21.4
仕入先行き	▲ 29.6	▲ 31.0	▲ 25.0	▲ 25.8	▲ 26.9	▲ 32.1	▲ 32.1
社員前年	14.8	10.3	10.7	9.7	15.4	10.7	▲ 3.6
社員先行き	14.8	6.9	10.7	6.5	3.8	7.1	▲ 3.6
業況前年	▲ 33.3	▲ 65.5	▲ 53.6	▲ 64.5	▲ 34.6	▲ 53.6	▲ 53.6
業況先行き	▲ 18.5	▲ 51.7	▲ 42.9	▲ 51.6	▲ 42.3	▲ 53.6	▲ 57.1
資金前年	▲ 33.3	▲ 34.5	▲ 32.1	▲ 38.7	▲ 38.5	▲ 25.0	▲ 39.3
資金先行き	▲ 18.5	▲ 37.9	▲ 32.1	▲ 22.6	▲ 26.9	▲ 28.6	▲ 35.7
全体平均	▲ 21.0	▲ 38.8	▲ 36.3	▲ 36.3	▲ 27.2	▲ 32.1	▲ 39.0



※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。