

# LOBO 調査

## 早期景気観測

8月分 日商調査日 8月4日～20日  
当所調査日 8月4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

8月の全産業DI ▲21.0  
(前月比 ▲3.2ポイント)

#### ○中小企業の景況感

感染拡大の継続に猛暑や大雨が重なり、帰省や旅行、会食などを控える動きが見られ、飲食・宿泊業などのサービス業や百貨店などの小売業で業況が悪化。

小売業・サービス業からの引き合いが減少した卸売業も業況が悪化した。半導体などの部品供給不足が継続する製造業も業況が悪化した。堅調な民間工事に下支えされた建設業では業況が改善するも、資材や燃料価格の高止まりによる負担増が続く、力強さを欠いている。

資源・原材料価格の高騰や円安によるコスト負担増が継続する中、物価高による消費マインドの低下や、感染拡大の継続、猛暑・大雨による外出控えにより、中小企業の業況は、半年ぶりの悪化となった。

#### ○先行き

先行き見通しDIは ▲26.6 (今月)

比 ▲5.6ポイント)

今後感染拡大が継続し、従業員の感染による生産や取引などへの影響を懸念する声が業種を問わず聞かれた。特に、サービス業や小売業では、消費者の外出控えによる需要減を危惧する事業者が増加している。資源・資材価格の高騰が長期化し、コスト増加分の十分な価格転嫁が追い付かず、収益確保も難しい中、感染の沈静化を見通せず、中小企業の先行きは、厳しい見方となった。

#### 【関東ブロックの業況についてのコメント】

供給不足の継続で、部品の値上がりが続いており、収益を圧迫しているが、必要不可欠な機械設備の受注は増えている(一般産業用機械製造業)。

感染拡大により、顧客の来店頻度は減少するも、まとめ買いで客単価は上昇。客単価は維持し、顧客確保を図り、売上改善に努めたい(総合スーパー)。

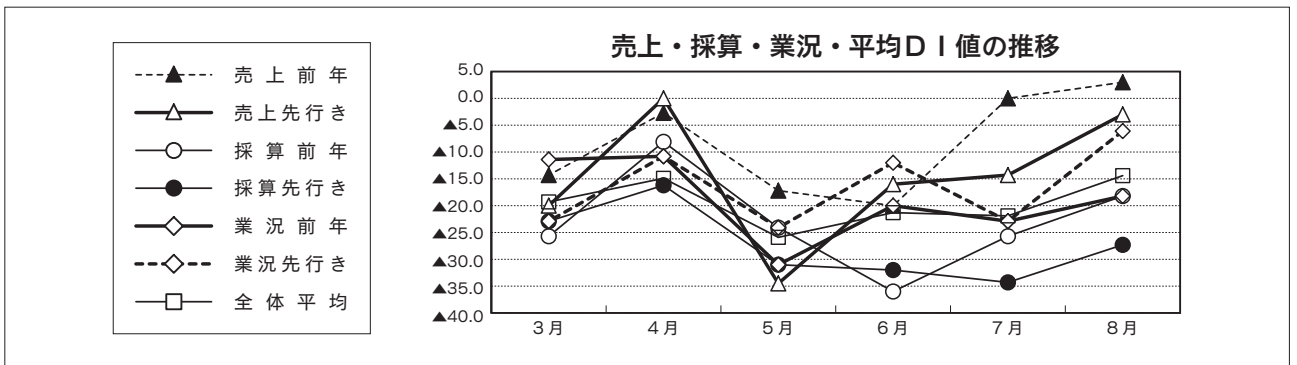
#### 【当所調査】

「第7波と原材料高騰で先行き不透明」

全体平均DIは ▲14.4で前月に比べ+7.5ポイントの改善。項目別では、業況先行き+16.8ポイント、売上先行き+11.3ポイントの改善が見られたが数値は依然低迷している。コメントには、「感染者数の増加における行動制限は発令されていないが、予約のキャンセルが発生している」(観光バス・旅行業)、「材料費の高騰により建築コストが上がっている」(宅地建物取扱業)、といった、新型コロナウイルスの感染拡大による第7波と資材・原材料高騰の影響が見受けられた。

(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3年		令和4年					
	8月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	
売上前年	▲ 17.6	▲ 14.3	▲ 2.7	▲ 17.2	▲ 20.0	0.0	3.0	
売上先行き	▲ 11.8	▲ 20.0	0.0	▲ 34.5	▲ 16.0	▲ 14.3	▲ 3.0	
採算前年	▲ 20.6	▲ 25.7	▲ 8.1	▲ 24.1	▲ 36.0	▲ 25.7	▲ 18.2	
採算先行き	▲ 20.6	▲ 22.9	▲ 16.2	▲ 31.0	▲ 32.0	▲ 34.3	▲ 27.3	
仕入前年	▲ 50.0	▲ 68.6	▲ 78.4	▲ 69.0	▲ 64.0	▲ 74.3	▲ 72.7	
仕入先行き	▲ 41.2	▲ 60.0	▲ 73.0	▲ 65.5	▲ 52.0	▲ 71.4	▲ 63.6	
社員前年	11.8	17.1	18.9	10.3	12.0	14.3	18.2	
社員先行き	5.9	20.0	16.2	6.9	4.0	14.3	21.2	
業況前年	▲ 20.6	▲ 11.4	▲ 10.8	▲ 31.0	▲ 20.0	▲ 22.9	▲ 18.2	
業況先行き	▲ 17.6	▲ 22.9	▲ 10.8	▲ 24.1	▲ 12.0	▲ 22.9	▲ 6.1	
資金前年	0.0	▲ 11.4	▲ 8.1	▲ 20.7	▲ 12.0	▲ 14.3	▲ 9.1	
資金先行き	▲ 8.8	▲ 11.4	▲ 5.4	▲ 10.3	▲ 8.0	▲ 11.4	3.0	
全体平均	▲ 15.9	▲ 19.3	▲ 14.9	▲ 25.9	▲ 21.3	▲ 21.9	▲ 14.4	



※DI値(景況判断指数) = (増加・好転等の回答数 - 減少・悪化等の回答数) / 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なく、強気・弱気などの景気感の相対的な広がり意味するもの。