



商工会議所 LOBO (早期景気観測)

2024年6月調査結果

2024

6

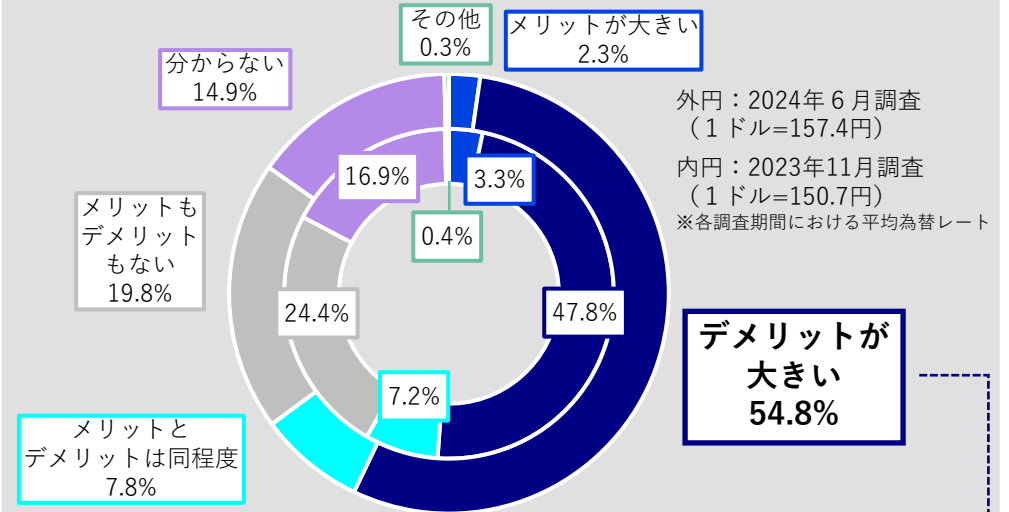
円安基調が業績に与える影響①

円安は、5割超の企業にデメリット
原材料・エネルギー価格の上昇が多くの企業に悪影響

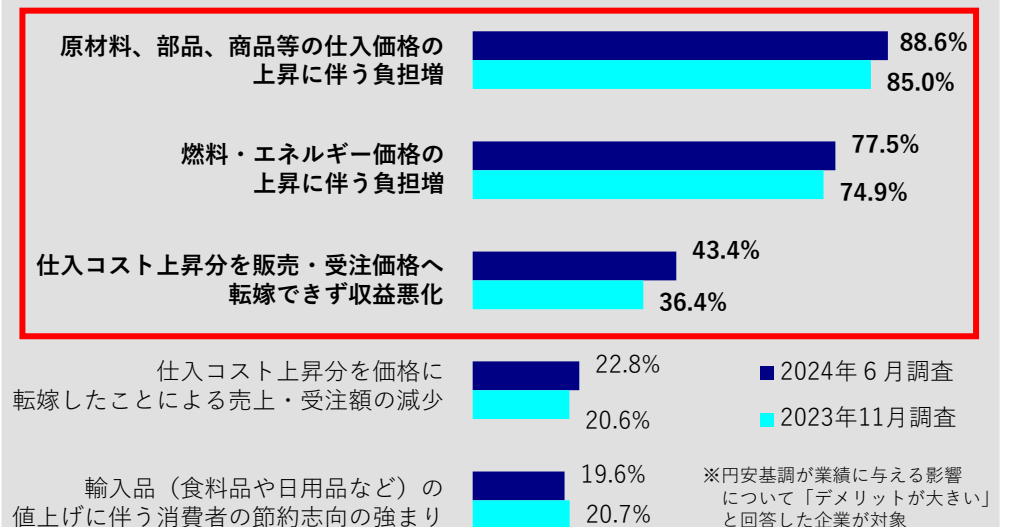
- 「円安基調が業績に与える影響」について、「メリットが大きい」は2.3%にとどまった。「デメリットが大きい」が54.8%と半数を超え、2023年11月調査から7.0ポイント増加した。また、「メリットもデメリットもない」は19.8%と、同調査から4.6ポイント減少した。
- 円安基調が業績に与える「具体的なデメリット」は、「原材料、部品、商品等の仕入価格の上昇に伴う負担増」が88.6%（同調査から3.6ポイント増）と9割に迫り、次いで「燃料・エネルギー価格の上昇に伴う負担増」が77.5%（同調査から2.6ポイント増）と8割に迫る。
- また、「仕入コスト上昇分を販売・受注価格へ転嫁できず収益悪化」は同調査から7.0ポイント増加し、43.4%となった。目下の円安基調によるコスト増加分を価格転嫁できず、多くの中小企業で収益が圧迫されている様子が見えてくる。
- そのほか、円安は外国人労働者にとって日本での収入が自国通貨換算時に目減りしてしまうことから、外国人労働者の求職が減少しており、人手不足に拍車をかけているという声も聞かれた。

- 中小企業の声**
- 円安により食料品価格やエネルギー価格が上昇し、大きな悪影響を受けている。円安によるメリットは一切ない。
(東京 介護業)
 - 価格転嫁を行うことによる売上の減少が懸念され、円安によるコスト上昇分を価格に転嫁できない。
(前橋 一般工事業)
 - 円安により、外国人労働者の求職が減少し続けており、人手不足がより一層深刻になっている。
(備前 繊維製品製造業)

円安基調が業績に与える影響



デメリットの具体的な内容（複数回答／上位5位）



円安基調が業績に与える影響②

円安への対応を実施している(予定含む)企業は4割超 対応策としては、価格転嫁が最多

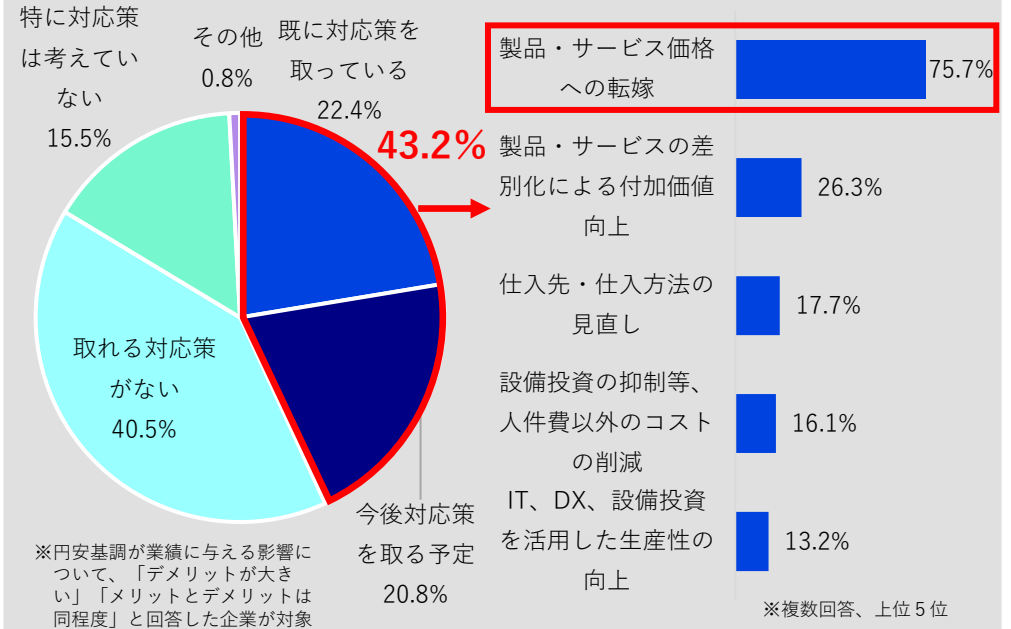
- 円安に伴う対応状況は「既に対応策を取っている」が22.4%、「今後対応策を取る予定」が20.8%と、あわせて43.2%となった。
- 対応策の具体的な内容としては、「製品・サービス価格への転嫁」が75.7%と最も高く、次いで、「差別化による付加価値向上」が26.3%となっている。対応策を実施(予定)している企業では、円安基調が長引く中でも、価格転嫁の取組みにより、コスト上昇分を転嫁できる環境が整いつつあることがうかがえる。
- 一方で、「取れる対応策がない」は40.5%となっており、価格転嫁を図ることができず、収益を圧迫しているとの声も聞かれる。
- 望ましい為替レートは「120円以上125円未満」が最も多くなっており、「110円以上135円未満」で69.5%となっている。
- 調査期間中の平均為替レート(157.4円)である「155円以上160円未満」は0.3%となっており、内需がメインとなる中小企業にとっては、現在の円安基調を望ましいと考えている割合は少ない。



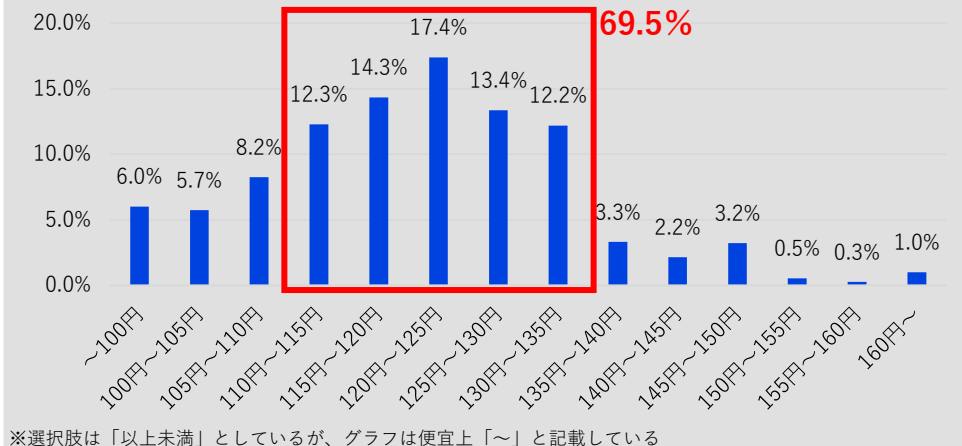
中小企業の声

- 円安による原材料・エネルギー価格の上昇に価格転嫁が追いつかず採算面に影響。今後、原材料の仕入先の変更に加え、インバウンド需要を取り込むためのSNS等での発信強化を予定している。(飯山 飲食店)
- 円安により仕入額が上昇しているが、販売価格に全額転嫁し、利益率を維持しているため増益。(春日井 食料・飲料卸売業)
- 自社にとっては、円高になる方が原材料・燃料等が安価になり、望ましい。現状の円安による原材料・燃料等の高騰分の価格転嫁は難しく、賃上げも進んでいない。(札幌 情報サービス業)

円安に伴う対応状況と対応策



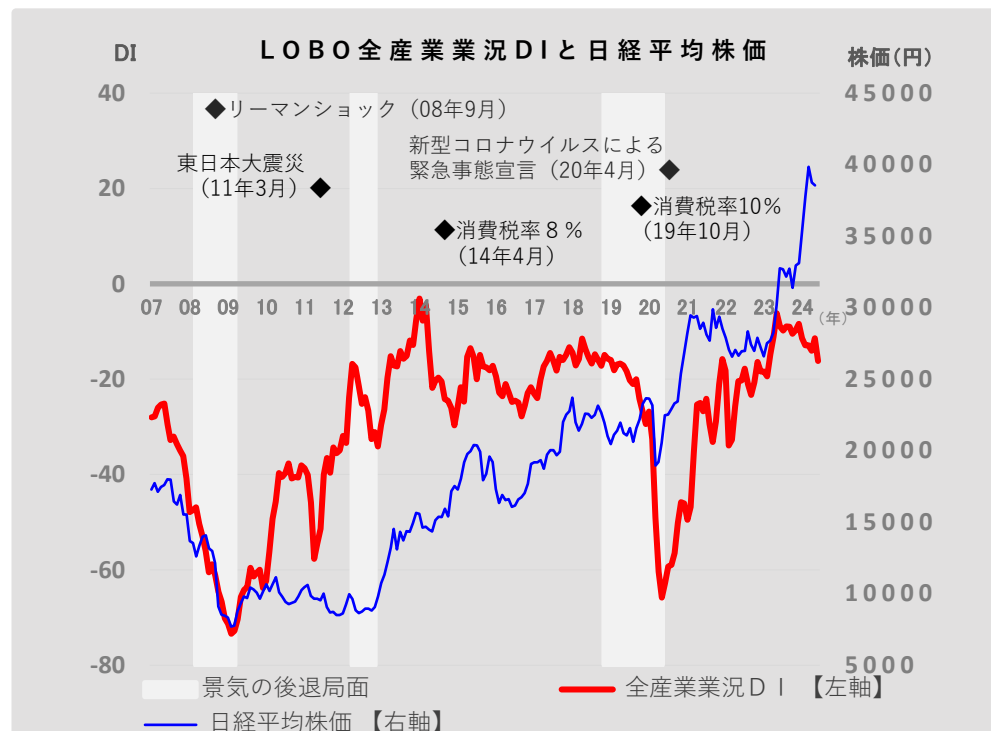
自社にとって望ましい為替レート



2024年6月の動向

業況DIは、物価高に伴う消費低迷で、全業種で悪化 先行きは、一層のコスト負担増継続で厳しい見方

- **全産業合計の業況DIは、▲16.2（前月比▲4.8ポイント）**
- 資源・原材料価格が高止まりする中、歴史的な円安基調や人材確保に向けた賃上げ、輸送費の上昇等の複合的な要因による企業のコスト負担増は業種を問わず継続している。
- とりわけ、建設業や卸売業では、働き方改革関連法による輸送費・労務費の上昇や需要の取りこぼしが見られたほか、製造業では企業の設備投資が力強さを欠き、需要が伸び悩んでいる。また、小売業やサービス業では、インバウンド需要は底堅いものの、物価高による消費者の購買意欲の低下が下押しした。継続する物価高による消費低迷により、全業種で業況は悪化となった。（全業種で業況DIが1.0ポイント以上悪化したのは、2022年9月以来）
- **先行き見通しDIは、▲16.0（今月比+0.2ポイント）**
- 高い賃上げ率や定額減税等による可処分所得の増加が期待される一方、資源価格の高止まりや円安の伸長等による物価高が依然として上回っており、消費低迷が続いている。
- また、人手不足による労務費や輸送費の上昇、電気代等の光熱費の高騰で、企業のコスト負担増は継続している。価格転嫁も進捗は見られるが、度重なる物価上昇に追い付いておらず、先行きは厳しい見方が続いている。



業況DI (※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

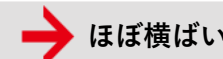
	2023年	2024年						先行き見通し 7~9月
	6月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	
全産業	▲ 8.9	▲ 11.4	▲ 12.9	▲ 12.9	▲ 14.0	▲ 11.4	▲ 16.2	▲ 16.0
建設	▲ 17.8	▲ 12.3	▲ 13.0	▲ 15.6	▲ 16.5	▲ 16.5	▲ 18.7	▲ 16.2
製造	▲ 8.8	▲ 13.4	▲ 17.0	▲ 14.8	▲ 21.7	▲ 13.6	▲ 17.6	▲ 17.8
卸売	▲ 13.2	▲ 10.4	▲ 19.2	▲ 17.4	▲ 16.6	▲ 14.8	▲ 23.3	▲ 28.4
小売	▲ 16.7	▲ 16.2	▲ 14.4	▲ 17.9	▲ 16.5	▲ 16.6	▲ 22.2	▲ 21.2
サービス	4.7	▲ 5.2	▲ 4.4	▲ 3.8	▲ 2.4	▲ 0.8	▲ 6.0	▲ 4.8

業種別の動向

前月と比べたDI値の動き



改善



ほぼ横ばい



悪化



建築資材価格の高騰や住宅関連を中心とした民間工事の受注低迷が継続。技術者等の専門人材が不足する中、働き方改革関連法に伴う時間外労働の上限規制により深刻な人手不足に拍車がかかり、悪化。

- 「時間外労働の上限規制により、工事の受注を見送る等の影響が出てきている。一方、以前よりも従業員の残業時間の管理や人員配置を考えるきっかけとなっている。また、発注者にも適切な工期設定を依頼できるようになった」（土木工事業）
- 「原材料の高騰が続く中、人材確保に向けて賃上げにも努めているが、業界全体が人手不足であり、恒常的に人手が足りない」（防水工事業）



輸入部材やエネルギー価格の高騰によるコスト負担増が継続する中、消費者の購買意欲の低迷から飲食品関係も需要が減少し、悪化。円安は仕入価格の上昇に加え、外国人労働者の採用の足かせにもなっているとの声が聞かれた。

- 「円安基調により再び原材料価格が上昇しており、再度の価格転嫁を進めざるを得ない状況である。しかし、長引く物価高・実質賃金のマイナスが継続しているため、最終消費者の購買意欲が低下しており、値上げによる販売数量の減少を危惧して足踏みしている」（パン・菓子製造業）
- 「ここ数年で10%以上の賃上げを実施したが、円安で外国人労働者の賃金が自国通貨換算時に目減りしており、人材確保の足かせになっている」（鉄鋼業）



物流2024年問題による輸送費の高騰や円安による輸入コストの上昇に加え、消費低迷から飲食品関係の引き合いに一服感が見られ、悪化。価格転嫁に取り組むも、度重なる仕入価格の高騰に追い付かないとの声が聞かれた。

- 「物価高による消費者の購買意欲の低下が大きく、少しでも安価な商品を購入するようになっている。仕入価格や運送費の上昇分を販売価格に転嫁しているが、何度も値上げは行えないため、収益を圧迫している」（農畜産水産物卸売業）
- 「物流2024年問題で運送事業者の輸送費が上昇。物流の効率化に向けて方策を模索しているところである」（建築材料卸売業）



物価高に伴う消費者の購買意欲の低迷により専門小売店や商店街を中心に売上が伸び悩む中、円安に伴う輸入品の高騰や電気代等の光熱費の上昇が収益を圧迫し、悪化。

- 「インバウンド需要の高まりで、外国人観光客による免税品の売上は好調が続いている。一方、地域顧客の購買意欲の低迷や、電気代の高騰等に伴うコスト増により、総じてみると売上・収益ともに伸び悩み状態にある」（百貨店）
- 「運送事業者の働き方改革に伴い、輸送費の上昇によるコスト負担増に加え、納品回数の減少で欠品も起きている」（服飾品小売業）



インバウンド需要は堅調なもの、電気代等の光熱費や労務費の上昇によるコスト負担増が足かせとなる中、物価高による消費者の購買意欲の低下や国内観光需要の一服感により、飲食・宿泊業や生活サービス関係を中心に悪化。

- 「円安による備品等の価格の上昇に加え、電気代も高騰しており、経営は苦しさを増している。また、物価高で顧客の来店頻度・客単価の双方が下がっており、これ以上の顧客離れを懸念して料金改定も行えない」（理容業）
- 「インバウンド観光客の客単価は上昇しているが、地域顧客はまだ賃金上昇が物価高に追い付いておらず外食離れが進行している」（飲食店）

ブロック別の動向

前月と比べたDI値の動き



北海道

北海道は、悪化。製造業では、原材料・エネルギー価格高騰の影響を受ける中、国内観光需要に一服感が見られ、飲食品関係などで売上・採算が悪化した。卸売業では、製造業からの引き合い減少の影響を受け、飲食品関係で売上・採算が悪化した。水産物卸売の事業者からは、円安により外国人労働者の採用が厳しくなりつつあり、繁忙期となる秋以降の受注の取りこぼしを懸念する声が聞かれた。



東北

東北は、悪化。製造業では、消費者の買い控えの影響を受けた飲食品関係に加えて、企業の設備投資需要が力強さを欠き、機械器具・鉄鋼関係で売上・採算が悪化した。小売業では、物価高に伴う消費者の節約志向の高まりにより、幅広い業態で売上・採算が悪化した。一方、仙台市で開催された「東北絆まつり」では来場者数が過去最多の約57万人となるなど、堅調な観光需要の継続を期待する声が聞かれた。



北陸信越

北陸信越は、悪化。サービス業では、人手不足に伴う人件費や、電気代等の光熱費の高騰によるコスト負担増の影響を受け、宿泊関係を中心に売上・採算が悪化した。卸売業では、宿泊業や飲食店などからの引き合い減少により、飲食品関係で売上・採算が悪化した。一方、新潟県の宿泊施設からは、観光支援策「北陸応援割」が再開となったことで、足元では予約が増加しており、今後の業績回復を期待する声が聞かれた。



関東

関東は、悪化。製造業では、円安に伴う原材料・エネルギー価格の上昇や、企業における設備投資の一服感により、機械器具関係で売上・採算が悪化した。小売業では、物価高に伴う消費者の購買意欲の低迷により、幅広い業態で売上・採算が悪化した。総合スーパーからは、日用品などの買い控えが進む一方で、イベント関連の高価格帯商品の売れ行きは底堅いため、好機を逃さないようPRを行っていく、という声が聞かれた。



東海

東海は、悪化。建設業では、資材価格の高騰で民間工事の受注不振が続いており、売上・採算が悪化した。製造業では、人件費や輸送費などのコスト増加分の価格転嫁が追いつかず、飲食品関係で売上・採算が悪化した。調味料製造の事業者からは、輸送費の高騰によりBtoC向け商品の通信販売は利益率が低くなるため、直売所での対面販売を強化し利益率の向上を図っている、という声が聞かれた。



関西

関西は、悪化。建設業では、民間工事の受注減少に加えて、働き方改革関連法に伴う人手不足や人件費の高騰が影響し、売上・採算が悪化した。大阪府の事業者からは、これからの大阪・関西万博の関連工事の追い込み需要に備え、現場の人繰りを調整していく必要がある、という声が聞かれた。小売業では、消費者の節約志向の高まりにより、商店街や専門小売店で売上・採算が悪化した。

ブロック別の動向

前月と比べたDI値の動き



中国

中国は、悪化。 サービス業では、円安基調に伴う原材料・電気代等の光熱費の高騰により収益が圧迫され、飲食・宿泊関係などで売上・採算が悪化した。宿泊施設からは、コロナ禍からの回復は見られるものの、「全国旅行支援」が展開されていた昨年同月と比較すると売上は伸びていない、という声が聞かれた。卸売業では、サービス業や建設業からの引き合い減少で、飲食品関係や建築金属材料関係で売上が悪化した。



四国

四国は、悪化。 建設業では、資材価格の高騰に伴う民間の住宅工事の受注減に、深刻な人手不足が重なり、売上・採算が悪化した。サービス業では、消費者の購買意欲の低迷や度重なるコスト負担増により、生活サービス関係や飲食・宿泊関係などの幅広い業種で売上・採算が悪化した。運送業の事業者からは、物流2024年問題に伴い長距離輸送に係るドライバーの手配が難しく、商圈が狭くなりつつある、という声が聞かれた。



九州

九州は、悪化。 小売業では、長引く物価高による食料品・日用品などの買い控えが影響し、専門小売店で売上・採算が悪化した。飲料の販売店からは、配達コストの削減を図るため、販売エリアの縮小や販売方法を対面に限定するなどの対応を実施している、という声が聞かれた。サービス業では、消費者の節約志向が継続しており、生活サービス関係などで売上が悪化した。

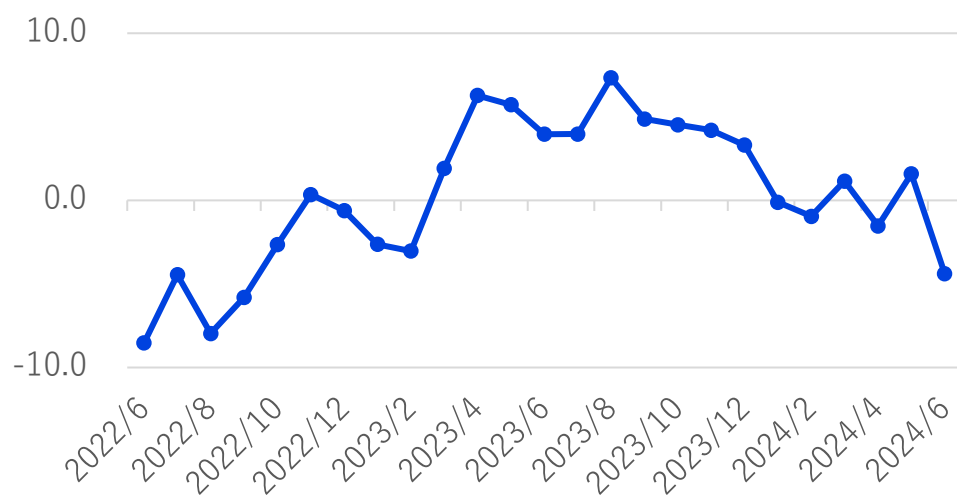
	2023年	2024年						先行き 見通し
	6月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7~9月
全国	▲ 8.9	▲ 11.4	▲ 12.9	▲ 12.9	▲ 14.0	▲ 11.4	▲ 16.2	▲ 16.0
北海道	▲ 8.3	▲ 10.1	▲ 7.0	▲ 4.7	▲ 7.0	▲ 3.5	▲ 5.9	▲ 10.9
東北	▲ 8.8	▲ 18.0	▲ 18.2	▲ 21.6	▲ 18.1	▲ 16.2	▲ 22.2	▲ 24.1
北陸信越	▲ 14.9	▲ 23.6	▲ 31.4	▲ 14.2	▲ 21.8	▲ 27.5	▲ 31.6	▲ 28.2
関東	▲ 5.6	▲ 7.4	▲ 9.8	▲ 12.4	▲ 13.5	▲ 9.4	▲ 14.9	▲ 11.8
東海	▲ 6.3	▲ 6.4	▲ 9.6	▲ 12.5	▲ 7.4	▲ 5.6	▲ 15.4	▲ 18.2
関西	▲ 10.1	▲ 13.7	▲ 14.4	▲ 12.2	▲ 15.8	▲ 10.6	▲ 13.8	▲ 12.2
中国	▲ 13.5	▲ 12.7	▲ 13.9	▲ 16.2	▲ 14.9	▲ 11.6	▲ 13.3	▲ 7.0
四国	▲ 11.4	▲ 13.3	▲ 14.4	▲ 19.7	▲ 13.5	▲ 12.9	▲ 19.2	▲ 20.0
九州	▲ 10.6	▲ 8.2	▲ 5.8	▲ 5.8	▲ 19.9	▲ 13.2	▲ 14.6	▲ 16.2

参考：DI時系列表

売上DI

(※DI=「増加」の回答割合-「減少」の回答割合)

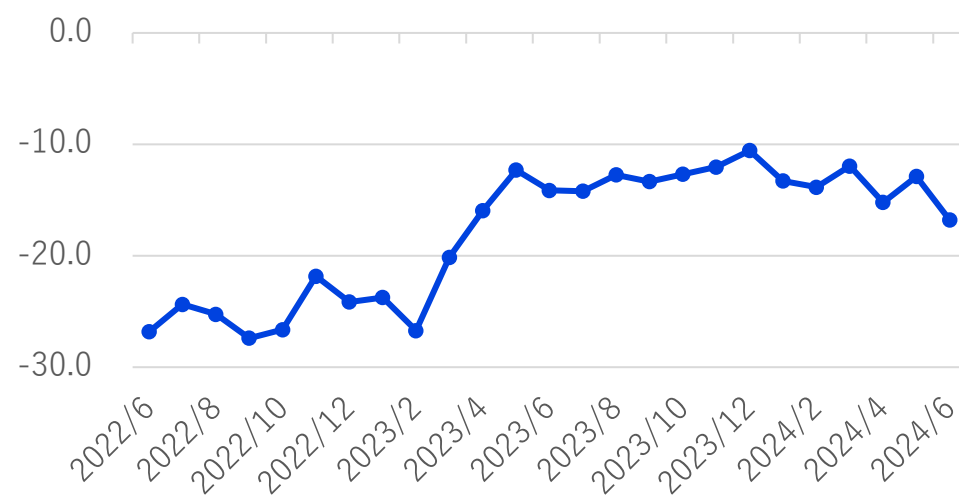
	2023年	2024年						先行き見通し
	6月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7~9月
全産業	4.0	▲ 0.1	▲ 0.9	1.2	▲ 1.5	1.6	▲ 4.4	▲ 4.6
建設	▲ 15.6	▲ 6.1	▲ 3.3	▲ 9.3	▲ 10.1	▲ 8.1	▲ 13.5	▲ 10.1
製造	13.3	▲ 1.8	▲ 5.1	▲ 5.5	▲ 10.9	0.8	▲ 6.3	▲ 5.3
卸売	1.6	1.4	▲ 4.6	4.7	▲ 0.9	3.9	▲ 3.8	▲ 9.3
小売	▲ 4.9	▲ 7.0	▲ 3.1	▲ 1.8	▲ 0.5	▲ 7.3	▲ 11.8	▲ 9.8
サービス	15.0	10.3	8.3	14.8	11.3	14.3	8.2	5.4



採算DI

(※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

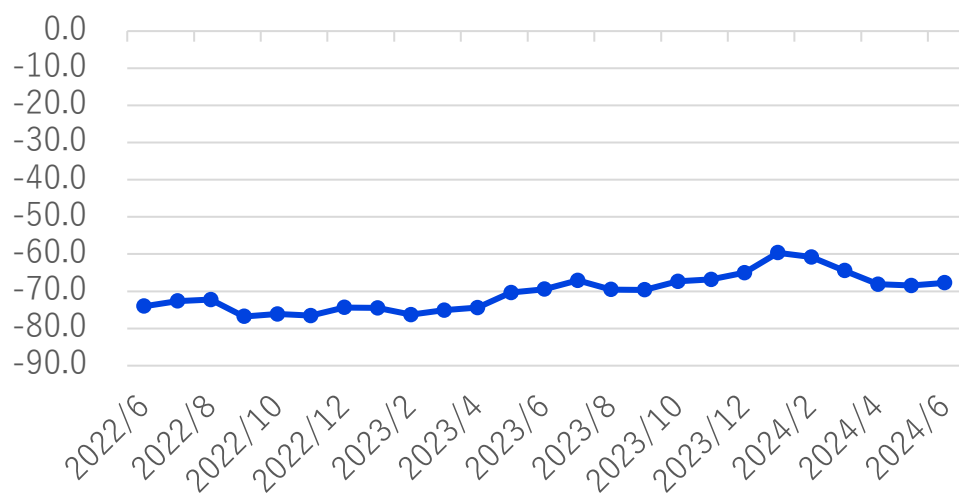
	2023年	2024年						先行き見通し
	6月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7~9月
全産業	▲ 14.1	▲ 13.3	▲ 13.8	▲ 11.9	▲ 15.2	▲ 12.9	▲ 16.8	▲ 14.4
建設	▲ 22.2	▲ 18.8	▲ 20.2	▲ 16.9	▲ 20.2	▲ 18.0	▲ 17.1	▲ 15.3
製造	▲ 14.0	▲ 13.8	▲ 15.2	▲ 14.4	▲ 18.9	▲ 12.2	▲ 18.0	▲ 14.7
卸売	▲ 14.8	▲ 14.5	▲ 15.5	▲ 12.2	▲ 14.5	▲ 16.1	▲ 22.0	▲ 18.6
小売	▲ 17.6	▲ 14.7	▲ 15.2	▲ 12.5	▲ 16.8	▲ 17.1	▲ 21.9	▲ 20.7
サービス	▲ 6.1	▲ 7.6	▲ 6.4	▲ 6.0	▲ 7.8	▲ 5.6	▲ 9.3	▲ 7.3



参考：DI時系列表

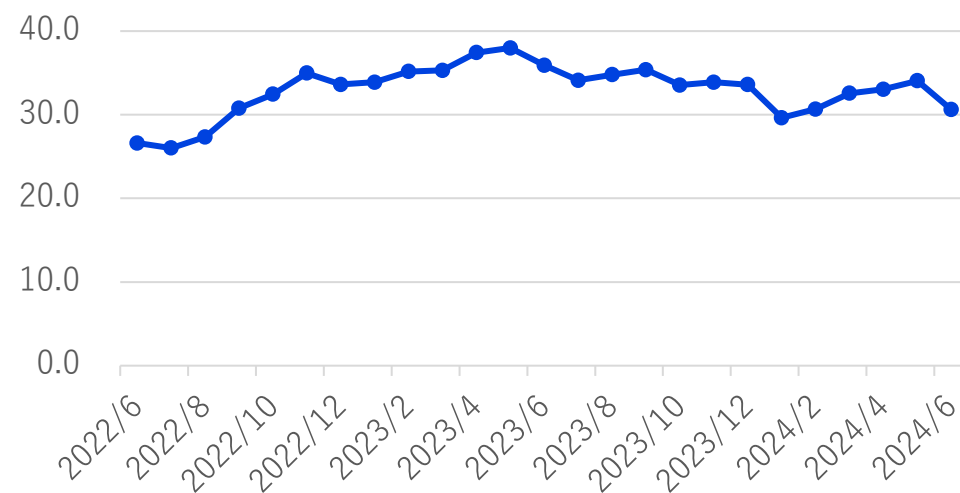
仕入単価DI (※DI=「下落」の回答割合-「上昇」の回答割合)

	2023年	2024年						先行き見通し
	6月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7～9月
全産業	▲ 69.4	▲ 59.6	▲ 60.8	▲ 64.5	▲ 68.1	▲ 68.5	▲ 67.7	▲ 56.8
建設	▲ 74.1	▲ 68.0	▲ 70.0	▲ 69.5	▲ 73.4	▲ 76.6	▲ 71.6	▲ 60.6
製造	▲ 69.6	▲ 49.9	▲ 52.3	▲ 56.6	▲ 61.5	▲ 63.3	▲ 64.8	▲ 53.6
卸売	▲ 67.1	▲ 56.1	▲ 59.8	▲ 63.4	▲ 66.4	▲ 67.4	▲ 64.4	▲ 57.2
小売	▲ 71.3	▲ 64.9	▲ 67.0	▲ 73.2	▲ 73.5	▲ 72.1	▲ 72.0	▲ 60.7
サービス	▲ 66.0	▲ 61.4	▲ 59.3	▲ 62.8	▲ 67.9	▲ 66.0	▲ 66.5	▲ 54.4



販売単価DI (※DI=「上昇」の回答割合-「下落」の回答割合)

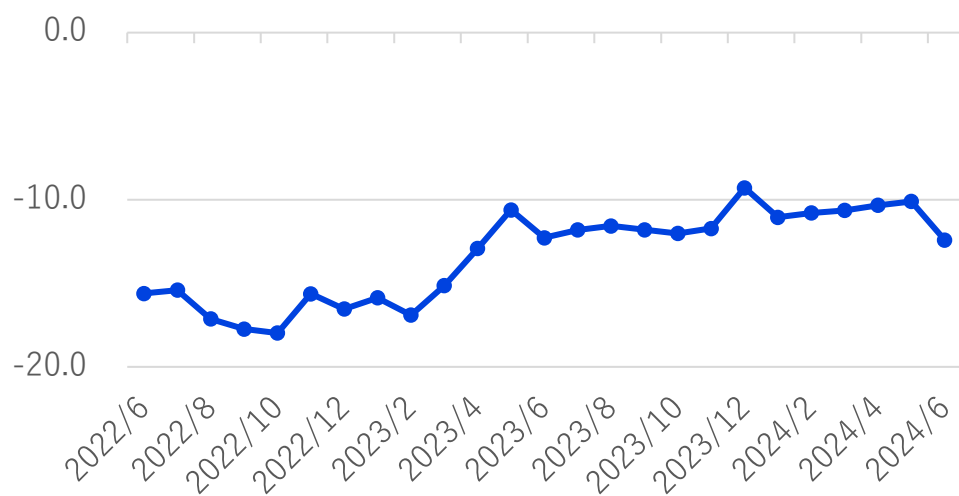
	2023年	2024年						先行き見通し
	6月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7～9月
全産業	35.9	29.6	30.7	32.6	33.1	34.1	30.6	21.5
建設	28.4	25.6	25.1	26.8	33.0	31.2	31.5	20.2
製造	38.4	25.9	27.9	30.2	26.6	29.9	26.2	15.9
卸売	44.0	34.4	34.2	38.0	40.4	38.3	39.0	33.5
小売	46.1	42.5	46.4	48.2	43.8	46.5	43.1	34.8
サービス	26.2	23.3	22.8	23.8	27.9	28.5	21.4	12.5



参考：DI時系列表

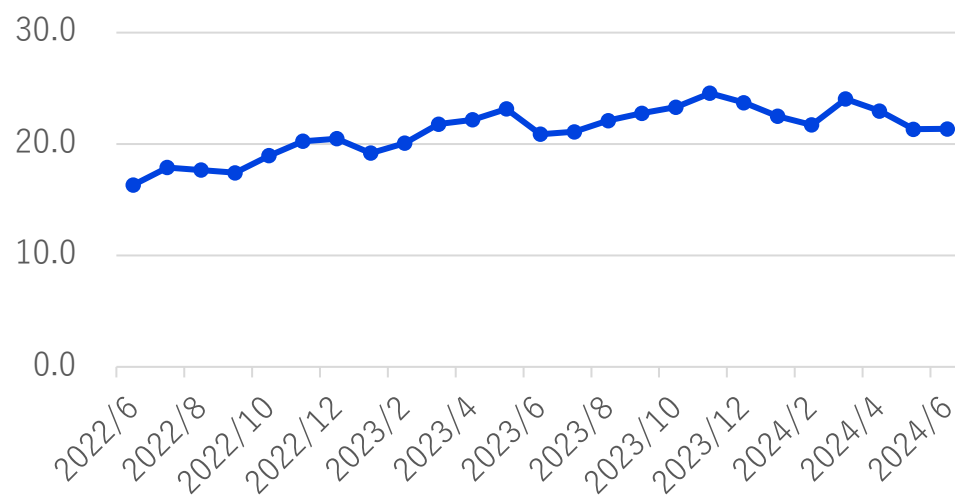
資金繰りDI (※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

	2023年	2024年						先行き見通し
	6月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7~9月
全産業	▲ 12.3	▲ 11.0	▲ 10.8	▲ 10.6	▲ 10.3	▲ 10.1	▲ 12.4	▲ 12.6
建設	▲ 8.8	▲ 7.1	▲ 6.5	▲ 7.9	▲ 6.7	▲ 8.4	▲ 6.1	▲ 6.4
製造	▲ 13.3	▲ 10.0	▲ 14.5	▲ 12.4	▲ 12.7	▲ 11.3	▲ 13.9	▲ 15.3
卸売	▲ 9.5	▲ 7.2	▲ 10.0	▲ 5.6	▲ 8.5	▲ 7.8	▲ 10.2	▲ 11.9
小売	▲ 18.4	▲ 16.9	▲ 13.7	▲ 15.1	▲ 13.6	▲ 14.9	▲ 18.9	▲ 16.6
サービス	▲ 10.0	▲ 11.5	▲ 7.7	▲ 9.2	▲ 8.6	▲ 7.3	▲ 11.0	▲ 11.2



従業員DI (※DI=「不足」の回答割合-「過剰」の回答割合)

	2023年	2024年						先行き見通し
	6月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7~9月
全産業	20.9	22.5	21.7	24.1	23.0	21.3	21.4	21.7
建設	30.0	33.3	35.8	35.8	32.4	33.0	35.5	37.9
製造	12.7	14.5	11.1	13.6	13.1	10.9	9.8	10.6
卸売	15.2	17.6	13.2	19.7	14.9	13.9	16.5	17.4
小売	16.2	20.9	20.4	21.9	22.1	20.3	18.4	18.4
サービス	29.9	27.2	28.8	30.8	30.7	28.1	28.1	26.6



調査要領

LOBOとは

「CCI (CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY) – QUICK SURVEY SYSTEM OF **LOCAL BUSINESS OUTLOOK**」 (商工会議所早期景気観測) からとった略称

目的

商工会議所のネットワークのもと、地域や中小企業が「肌で感じる足元の景気感」を全国ベースで毎月調査するとともに、月毎にテーマを設定して調査（例：設備投資や採用・賃金の動向等）を実施・公表することにより、企業を取り巻く経営環境や直面する課題等の現状を示すデータとして、経済対策に関する政策提言・要望活動などに活用することを目的に1989年4月より調査開始。

調査方法

調査協力商工会議所職員（含む経営指導員）による調査票配布・回収

調査項目

業況・売上・採算・資金繰り・仕入単価・販売単価・従業員の前年同月比（前年同月と比較した今月の水準）と向こう3カ月の先行き見通し（今月水準と比較した向こう3カ月（当月を除く）の先行き見通し）、自社が直面している経営上の問題など

※DI値（景況判断指数）について

DI値は、業況・売上・採算などの各項目についての、判断の状況を表す。ゼロを基準として、プラスの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。したがって、売上高などの実数値の上昇率を示すものではなく、強気・弱気などの景況感の相対的な広がりの意味する。

DI = (増加・好転などの回答割合) - (減少・悪化などの回答割合)

※数値処理の方法について

構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない。

調査対象数

配布先：全国328商工会議所の会員 2,506企業

(有効回答数2,008企業[回答率80.1%])

(内訳)

建設業：415 (有効回答数327企業[回答率78.8%])

製造業：615 (有効回答数511企業[回答率83.1%])

卸売業：290 (有効回答数236企業[回答率81.4%])

小売業：493 (有効回答数397企業[回答率80.5%])

サービス業：693 (有効回答数537企業[回答率77.5%])

調査期間

2024年6月13日～19日

公表日

2024年6月28日

今月の調査協力商工会議所一覧

