



# 商工会議所 LOBO (早期景気観測)

2024年10月調査結果

2024

10

コスト増加分の価格転嫁の動向①

価格協議が実施できた企業は7割超と依然高水準、4割以上の価格転嫁ができた企業は5割超

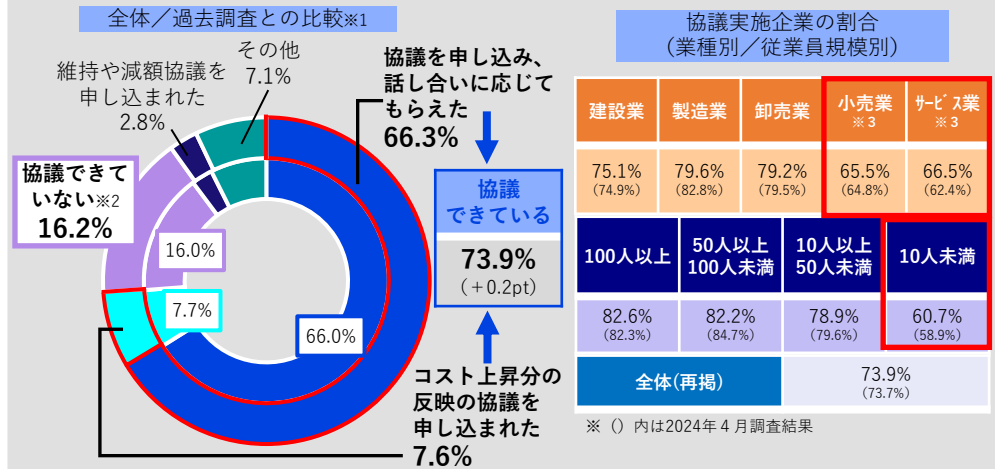
- 発注側企業との「価格協議の動向」について、「協議を申し込み、話し合いに応じてもらえた」は66.3%、「コスト上昇分の反映の協議を申し込まれた」は7.6%、合計で「協議できている」企業は73.9%となった。2024年4月調査から0.2ポイント増加し、依然7割超と高水準であり、価格協議が浸透している。
- 業種別にみると、製造業と卸売業は約8割と高水準だが、小売業とサービス業は6割台と全体を下回った。また、従業員規模別にみると、10人未満の小規模企業は約6割にとどまった。
- コスト増加分の「価格転嫁の動向」について、「4割以上の価格転嫁」が実施できた企業は52.2%と、2024年4月調査から1.3ポイント増加した。コスト増が続く中でも、価格転嫁が浸透してきているが、いまだ道半ばの状況である。
- 業種別にみると、卸売業は「4割以上の価格転嫁」が実施できた企業が約7割と高水準だが、サービス業は3割強と低水準。また、従業員規模別にみると、10人未満の小規模企業で全体を下回った。



中小企業の声

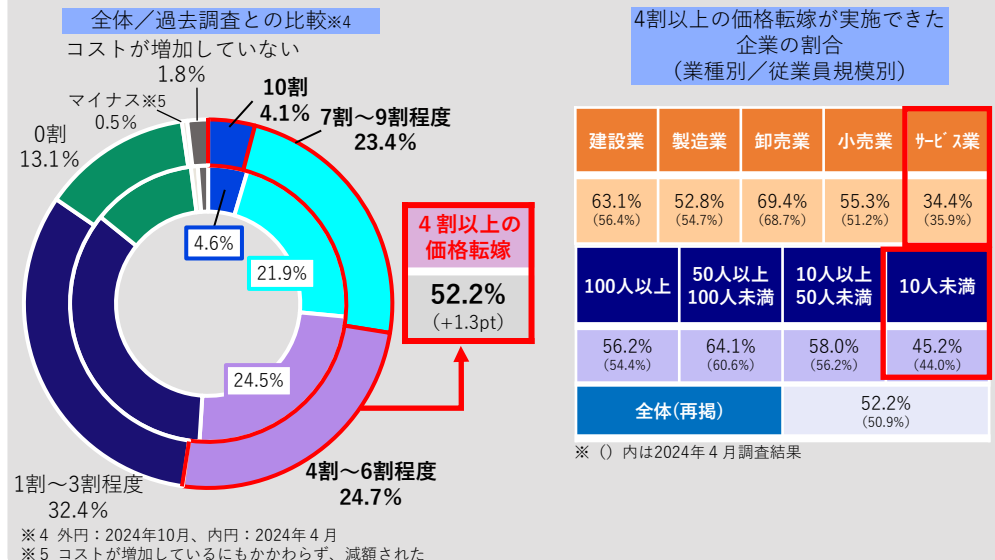
- 仕入価格が上昇したことにより、販売価格の引き上げを行ったが、販売価格を引き上げていない価格帯の商品のみが売れ、販売価格の引き上げを行った商品は全く売れていない状況。  
(長野 時計・眼鏡小売業)
- 原材料費・労務費の上昇分については、半分程度は価格転嫁できているが、値上げに伴って、顧客離れが起こっている。  
(札幌 印刷業)
- 仕入価格の上昇に伴う価格転嫁については、取引先からの理解が得られやすく、価格転嫁に応じてもらえることが多い。  
(糸魚川 食料・飲料卸売業)

価格協議の動向



※1 外円：2024年10月、内円：2024年4月  
 ※2 「①取引価格の維持や減額について一方的な通知があった」、「②協議を申し込んだが、話し合いに応じてもらえなかった」、「③発注量の減少や取引を断られること等を考慮し発注側企業に協議を申し込まなかった」の合計  
 ※3 回答企業に占めるBtoB取引を行っている企業の割合は、小売業48.9%、サービス業70.6%

価格転嫁の動向 (コスト全体)





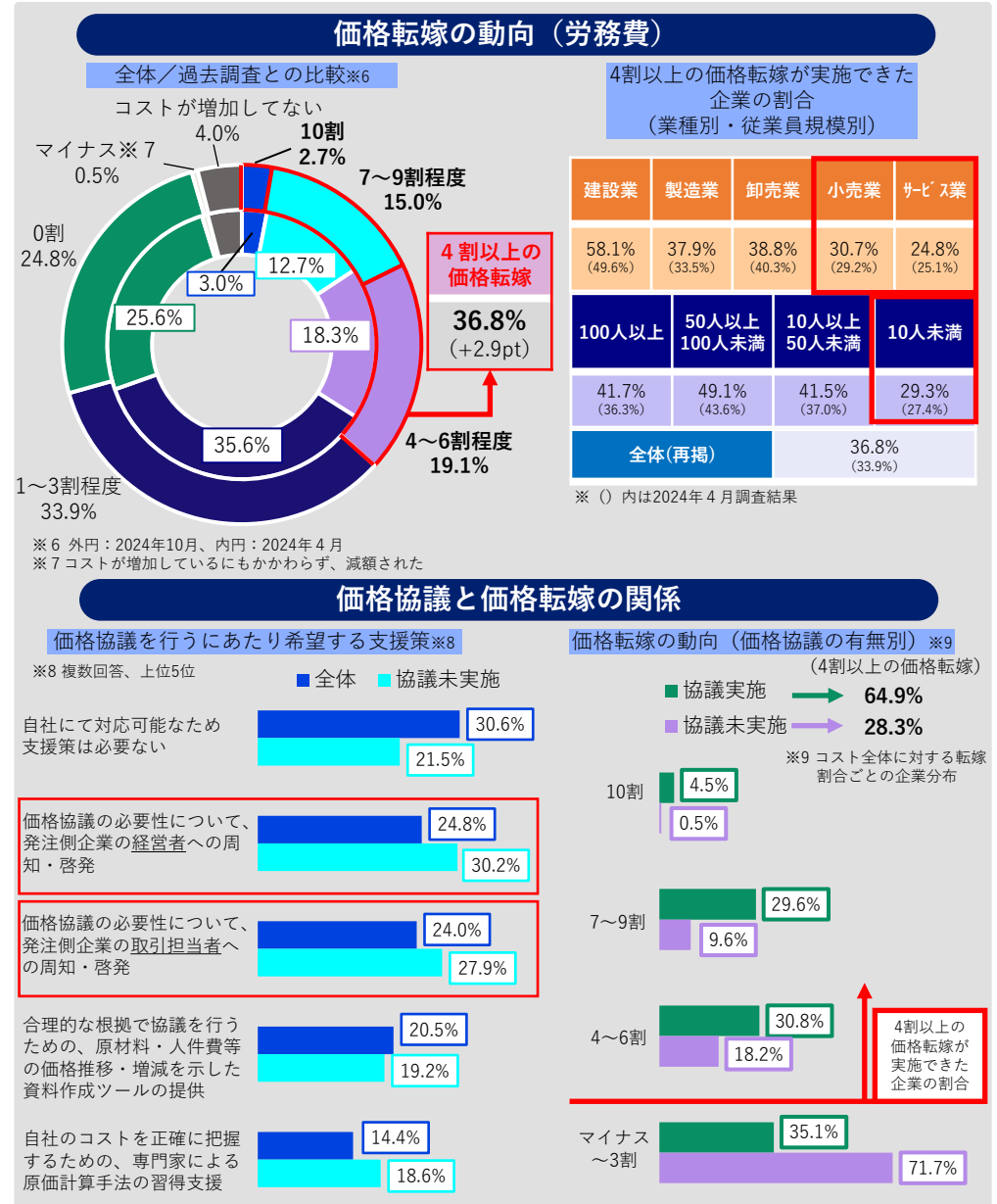
## コスト増加分の価格転嫁の動向②

### 労務費増加分を「4割以上価格転嫁」できた企業は36.8%と増加するも、依然として低水準

- コスト増加分のうち、労務費増加分の「価格転嫁の動向」について、「4割以上の価格転嫁」が実施できた企業は36.8%と、「労務費転嫁指針」が周知されていることの効果もあり、2024年4月調査から2.9ポイント増加するも、依然として低水準となった。
- 労務費増加分の「価格転嫁の動向」を業種別にみると、建設業は「4割以上の価格転嫁」が実施できた企業が6割に迫るなど他業種と比較して高水準だが、小売業、サービス業は全体を下回った。また、従業員規模別にみると、10人未満の小規模企業が最も低水準となった。
- 「価格協議を行うにあたり希望する支援策」は、「自社にて対応可能なため支援策は必要ない」が30.6%と最も多くなった。次に、「価格協議の必要性の経営者への周知・啓発」が24.8%、「価格協議の必要性の取引担当者への周知・啓発」が24.0%となった。価格協議の必要性を経営者、取引現場の双方に浸透させていくことが必要であると考えられる。
- 価格協議の実施有無で「価格転嫁の動向」に大きな格差があり、「協議実施」企業では「4割以上の価格転嫁」が実施できた企業が6割を超えるが、「協議未実施」企業では3割を下回った。

**中小企業の声**

- 原材料の価格上昇は比較的転嫁しやすいが、労務費上昇分については、取引先の理解が得られず、転嫁することが難しい。  
(大竹 電気工事業)
- 市内の同業者組合で「賃金改定と価格転嫁に関する実態調査」を実施し、公表した。地元新聞でも取り上げられ、賃金引上げ状況がオープンになったことで、値上げの根拠を示すことができるようになり、価格転嫁を行うことができた。(新見 石灰製造業)
- 消費者は他店との比較で購入先を決めるため、価格転嫁を行うと資本力のある企業に売り負けることになり、価格転嫁は難しい。  
(四日市 総合スーパー)



## 2024年10月の動向

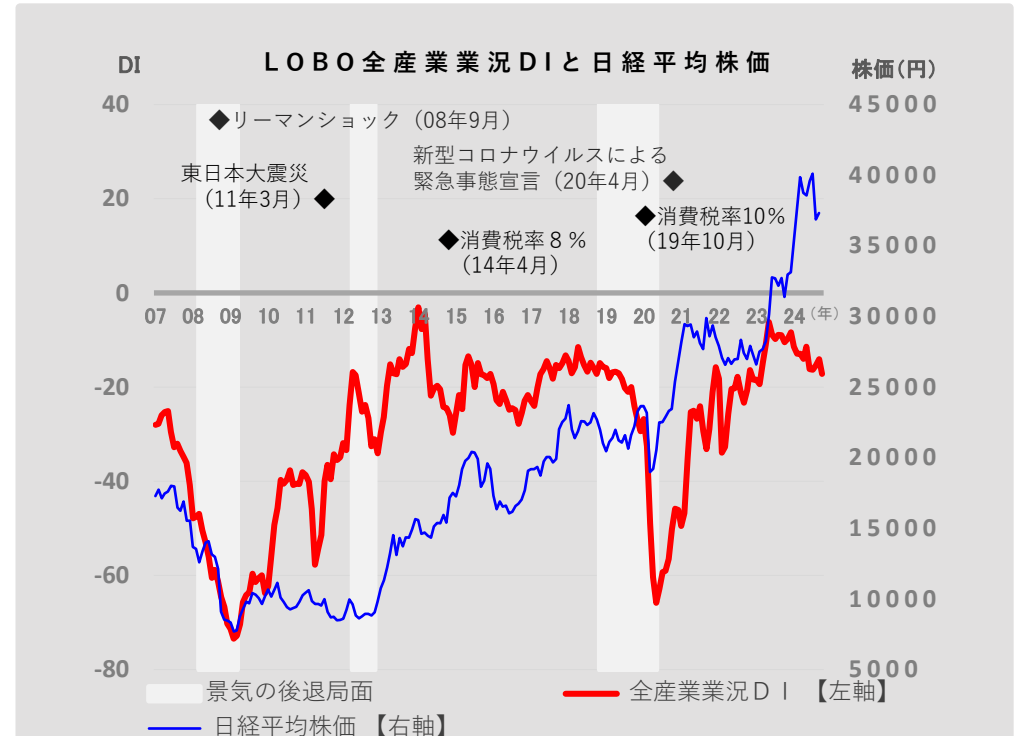
**業況DIは、物価高による消費低迷が続き、再び悪化  
先行きは、長引く経営課題多く、力強さを欠く**

● **全産業合計の業況DIは、▲17.2（前月比▲3.1ポイント）**

- 小売業は、消費者の買い控えが重く、悪化した。サービス業は、秋の行楽シーズンで宿泊業は堅調な一方、生活関連サービス等が下押しし、悪化した。また、卸売業は、小売業・サービス業からの引き合い減少に加え、農畜産水産物関係では天候不順による価格高騰で収益悪化も見られ、悪化した。建設業は、資材価格の高騰や住宅関連の受注不振で、悪化した。製造業は、自動車関係がけん引し、改善したが、小幅に留まっている。
- 原材料・電気代の高騰や最低賃金の引上げ等、コスト増が続いている。また、深刻な人手不足の中、人材確保に向けた賃上げ等を行っているものの、価格転嫁は十分に追いついておらず、中小企業の業況は再び悪化に転じた。

● **先行き見通しDIは、▲15.1（今月比+2.1ポイント）**

- 電気・ガス代への補助などが見込まれる新たな経済対策や、高い賃上げに伴う冬の賞与増加による消費拡大への期待感がうかがえる。
- 一方、長引く物価高の中、実質賃金が再びマイナス転換し、個人消費の低迷が景気回復の足かせとなっている。また、コスト増や人手不足、価格転嫁の遅れ等、経営課題は長期化しており、中小企業の先行きは力強さに欠ける。



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
	10月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11~1月
全産業	▲ 10.5	▲ 11.4	▲ 16.2	▲ 16.3	▲ 15.4	▲ 14.1	▲ 17.2	▲ 15.1
建設	▲ 14.3	▲ 16.5	▲ 18.7	▲ 13.1	▲ 11.6	▲ 8.4	▲ 11.8	▲ 10.3
製造	▲ 9.3	▲ 13.6	▲ 17.6	▲ 22.8	▲ 24.4	▲ 23.4	▲ 22.0	▲ 17.5
卸売	▲ 20.6	▲ 14.8	▲ 23.3	▲ 24.0	▲ 19.9	▲ 16.1	▲ 26.1	▲ 18.9
小売	▲ 16.0	▲ 16.6	▲ 22.2	▲ 20.8	▲ 18.4	▲ 18.7	▲ 24.1	▲ 20.9
サービス	0.0	▲ 0.8	▲ 6.0	▲ 5.4	▲ 5.2	▲ 4.3	▲ 6.9	▲ 9.9

## 業種別の動向

前月と比べたDI値の動き



**資材価格の高騰や、住宅関連を中心に民間工事の受注不振が継続する中、技術者の深刻な人手不足による受注損失も発生し、悪化。工期の長い案件では、度重なる仕入価格の上昇に価格転嫁が追い付かないとの声が聞かれた。**

- 「短期間の民間工事では、都度見積もりを出して価格交渉を行っており、取引先からも受け入れられている。一方で、工期の長い工事では、見積もり時から二度・三度と資材価格が上がるため、利益率が悪く、経営に影響が出ている」（一般工事業）
- 「案件があっても、深刻な技術者不足で受注体制ができておらず、断らざるを得ない状況が発生している」（建築工事業）



**円安基調による輸入部材やエネルギー価格の高止まりに加え、消費者の購買意欲の低下で日用品や飲食料品を中心に需要が減少しているものの、堅調な自動車関係や電子機器関係が下支えし、改善。**

- 「受注が増加する中、日本人材の採用は依然として厳しく、外国人材の雇用により補完している。一方で、労働時間の上限規制等で思うように生産量を増やせないため、設備投資にも取り組んでいく必要を感じている」（鉄鋼業）
- 「受注が増加傾向にあり、人材採用・育成ができれば増収増益を見込めるが、現状では人手不足で断る案件も発生している」（産業用電気機械器具製造業）



**消費者の購買意欲の低下に伴う日用品や飲食品関係の引き合い減少に加え、包装資材価格の高騰や輸送費の上昇等によるコスト増で、悪化。農畜産水産物関係では、天候不順による価格高騰で収益悪化を訴える声が聞かれた。**

- 「異常気象により、秋冬野菜の供給量が安定せず、価格が高騰している。取引価格が高騰すると、需要が減少するため、収益の悪化につながっている」（農畜産水産物卸売業）
- 「個人消費が冷えこんでおり、売上が伸び悩んでいる。消費喚起につながる政策を期待したい」（日用品・生活関連商品卸売業）



**百貨店ではインバウンド需要や高価格帯の商品の売上が好調なもの、消費者の購買意欲の低下や電気代の高騰、最低賃金の引き上げ等に伴うコスト増が全体を下押しし、悪化。**

- 「高価格帯の商品の需要は堅調なもの、物価上昇の継続で全体として消費者の購買意欲が低く、売上が伸び悩んでいる。また、今月から最低賃金が引き上げられたことで、労務費が増加しており、採算も悪化している」（百貨店）
- 「売上が伸び悩む中、購入者の半数がキャッシュレス決済を利用しており、手数料負担が大きく、収益を圧迫している」（スポーツ用品小売業）



**秋の行楽シーズンの恩恵で宿泊業は堅調に推移したもの、物価高に伴う消費者の節約志向により、飲食店や生活関連サービスを中心に、悪化。最低賃金の引き上げに伴い、すでに就労調整が出始めているとの声が聞かれた。**

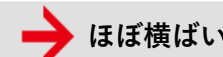
- 「最低賃金の引き上げに伴い、パート従業員の給与改定を行ったことにより、就労調整が例年よりも早く出始めている。もともと人手不足で需要の取りこぼしが発生している中、年末にかけて一層の損失を懸念している」（飲食店）
- 「労働時間の上限規制に伴い、より多くの人材を確保する必要があるが、募集をかけても全く応募がない状態が続いている」（運送業）

## ブロック別の動向

前月と比べたDI値の動き



改善



ほぼ横ばい



悪化



北海道

**北海道は、悪化。**製造業では、物価高による消費者の購買意欲の低下や、秋サケ・イカの不漁が影響し、食料品関係を中心に売上・採算が悪化した。卸売業では、製造業やサービス業からの引き合いが減少し、飲食品関係などで売上が悪化した。農産物の卸売事業者からは、首都圏までの長距離輸送を伴う取引が多い中、輸送コストの増加により配送便数を減らさざるを得ない状況である、という声が聞かれた。



東北

**東北は、悪化。**小売業では、物価高による消費者の買い控えに、仕入コストの増加や最低賃金の引き上げなどが重なり、百貨店や総合スーパーなどで売上・採算が悪化した。駅ビルの商業施設からは、複数回求人を出したが応募が無く、人手不足に苦慮している、という声が聞かれた。卸売業では、民間の住宅需要が低迷している建設業からの引き合い減少により、建築金属材料関係や機械器具関係を中心に売上・採算が悪化した。



北陸信越

**北陸信越は、改善。**サービス業では、観光支援策「いしかわ応援旅行割キャンペーン」により観光需要が堅調に推移し、宿泊業を中心に売上・採算が改善した。飲食店からは、宴会・テイクアウトの受注が好調であり、今後は観光列車への納品などを契機に新規顧客を獲得していきたい、という声が聞かれた。建設業では、復旧復興関連工事を含む公共工事が下支えし、売上・採算が改善した。



関東

**関東は、悪化。**小売業では、観光客やイベント向けの商品は堅調な一方、地元住民の消費マインドの低迷により、幅広い店舗で売上・採算が悪化した。和菓子店からは、もち米の価格高騰に伴い、需要が高まる年末年始に向けた仕入コストの増加を懸念している、という声が聞かれた。卸売業では、小売業やサービス業からの引き合い減少に加えて、輸送コスト等の増加を受け、飲食品関係で売上・採算が悪化した。



東海

**東海は、悪化。**サービス業では、消費者の節約志向の高まりが影響し、生活関連サービスなどで売上・採算が悪化した。理容店からは、来店頻度の減少や、オプションメニューの需要低下など、顧客の節約志向が顕著であり、売上が大幅に減少している、という声が聞かれた。小売業でも、消費者の買い控えが生じている中、仕入コストの増加や賃金引き上げにより収益が圧迫され、百貨店や総合スーパーを中心に売上・採算が悪化した。



関西

**関西は、改善。**建設業では、開幕まで約半年となった大阪・関西万博に向けた建設工事などの受注が増加し、売上・採算が改善した。一方、建設事業者からは、職人の高齢化が進む中、依然として若手の職人をはじめとする人材の確保は難しく、人手不足と技術継承が喫緊の課題である、という声が聞かれた。製造業では、建設業からの引き合いが増加し、鉄鋼関係や金属製品関係などで業況が改善した。



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。**建設業では、住宅需要が低迷する中、労務費やエネルギー価格の高騰により、採算が悪化した。製造業では、建設業からの引き合い減少や消費マインドの低迷により、機械器具関係や飲食品関係を中心に売上が悪化した。食料品の製造事業者からは、コスト増に伴い価格転嫁を検討しているが、消費者の節約志向が高まる中、売上に影響が出ないよう、転嫁のタイミングを見計らっている、という声が聞かれた。



四国

**四国は、悪化。**サービス業では、人手不足により、労務費の増加や機会損失が生じている飲食店や宿泊関係を中心に業況が悪化した。運送事業者からは、ドライバーの不足により配送車数や貨物の取扱量が減少し、売上が伸び悩んでいる、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が減少し、飲食関係や建築金属材料関係を中心に売上・採算が悪化した。



九州

**九州は、悪化。**小売業では、消費者の買い控えの影響を受け、専門小売店を中心に売上・採算が悪化した。建設業では、民間の住宅工事の受注が減少している中、深刻な人手不足による工期延長や労務費の増加が生じ、採算が悪化した。建設事業者からは、民間の設備投資に関する受注が増加している一方、人手不足により対応が追い付かず、受注を断るケースが生じている、という声が聞かれた。

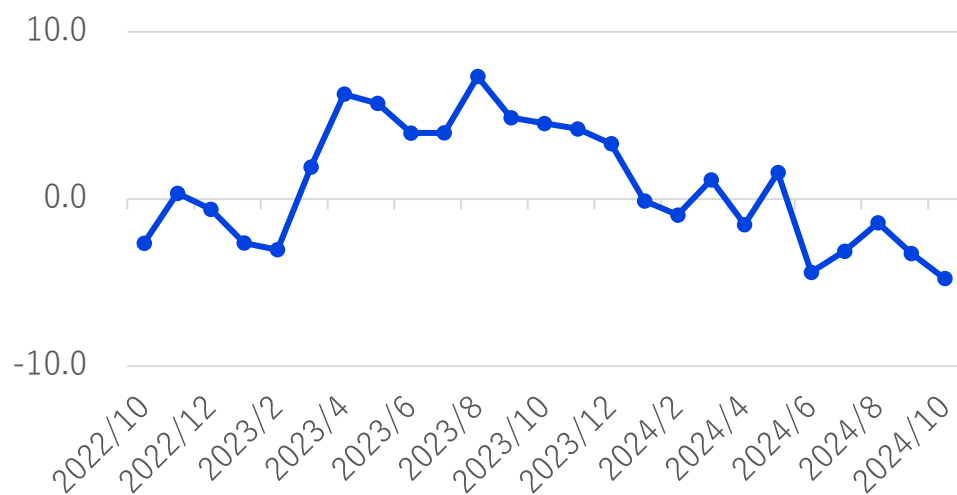
	2023年	2024年						先行き 見通し
	10月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11~1月
全国	▲ 10.5	▲ 11.4	▲ 16.2	▲ 16.3	▲ 15.4	▲ 14.1	▲ 17.2	▲ 15.1
北海道	▲ 5.4	▲ 3.5	▲ 5.9	▲ 10.0	▲ 11.7	▲ 9.4	▲ 13.5	▲ 16.7
東北	▲ 12.6	▲ 16.2	▲ 22.2	▲ 18.1	▲ 16.0	▲ 22.5	▲ 25.3	▲ 24.0
北陸信越	▲ 15.2	▲ 27.5	▲ 31.6	▲ 34.3	▲ 24.4	▲ 19.1	▲ 17.4	▲ 18.0
関東	▲ 9.0	▲ 9.4	▲ 14.9	▲ 14.6	▲ 18.7	▲ 14.0	▲ 18.6	▲ 14.3
東海	▲ 8.9	▲ 5.6	▲ 15.4	▲ 9.7	▲ 10.2	▲ 8.7	▲ 15.9	▲ 13.0
関西	▲ 16.9	▲ 10.6	▲ 13.8	▲ 15.8	▲ 13.4	▲ 13.9	▲ 12.5	▲ 11.1
中国	▲ 14.4	▲ 11.6	▲ 13.3	▲ 19.0	▲ 8.8	▲ 6.2	▲ 8.5	▲ 9.2
四国	▲ 14.9	▲ 12.9	▲ 19.2	▲ 21.1	▲ 17.3	▲ 14.8	▲ 17.7	▲ 16.9
九州	▲ 3.3	▲ 13.2	▲ 14.6	▲ 14.7	▲ 16.0	▲ 18.3	▲ 21.8	▲ 13.0

## 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)

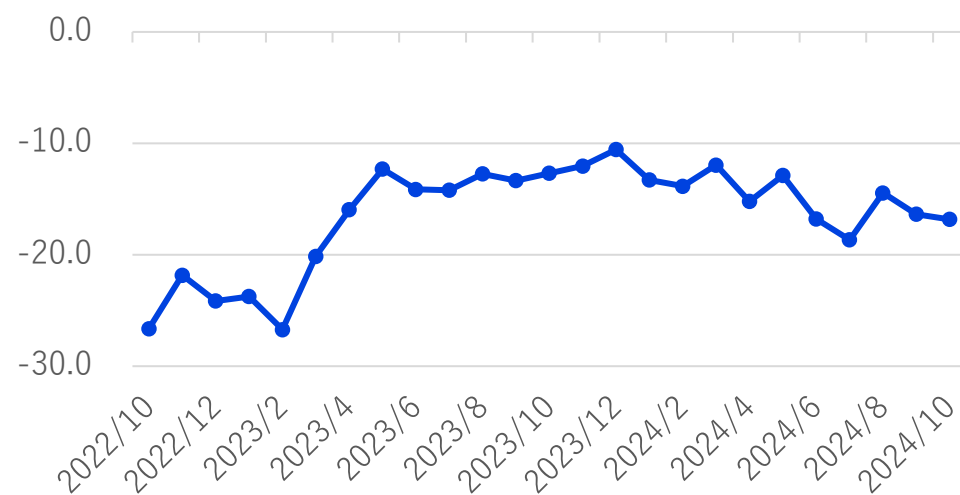
	2023年	2024年						先行き見通し
	10月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11~1月
全産業	4.5	1.6	▲ 4.4	▲ 3.1	▲ 1.4	▲ 3.3	▲ 4.8	▲ 0.7
建設	▲ 6.7	▲ 8.1	▲ 13.5	▲ 9.1	▲ 3.1	▲ 8.4	▲ 2.4	▲ 1.2
製造	7.1	0.8	▲ 6.3	▲ 10.1	▲ 8.9	▲ 15.8	▲ 14.1	▲ 3.3
卸売	▲ 5.9	3.9	▲ 3.8	▲ 13.3	▲ 4.0	▲ 4.3	▲ 11.8	▲ 2.9
小売	1.0	▲ 7.3	▲ 11.8	1.3	▲ 4.3	3.8	▲ 8.8	▲ 4.2
サービス	16.8	14.3	8.2	8.4	9.6	7.1	8.9	5.8



### 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
	10月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11~1月
全産業	▲ 12.7	▲ 12.9	▲ 16.8	▲ 18.7	▲ 14.4	▲ 16.4	▲ 16.8	▲ 13.8
建設	▲ 19.7	▲ 18.0	▲ 17.1	▲ 21.0	▲ 13.1	▲ 16.8	▲ 14.2	▲ 9.7
製造	▲ 9.3	▲ 12.2	▲ 18.0	▲ 22.6	▲ 19.6	▲ 21.8	▲ 21.4	▲ 18.7
卸売	▲ 12.6	▲ 16.1	▲ 22.0	▲ 23.2	▲ 12.4	▲ 15.2	▲ 23.5	▲ 12.6
小売	▲ 14.8	▲ 17.1	▲ 21.9	▲ 19.3	▲ 19.4	▲ 17.7	▲ 23.3	▲ 14.5
サービス	▲ 10.0	▲ 5.6	▲ 9.3	▲ 11.0	▲ 7.8	▲ 10.4	▲ 6.1	▲ 11.5

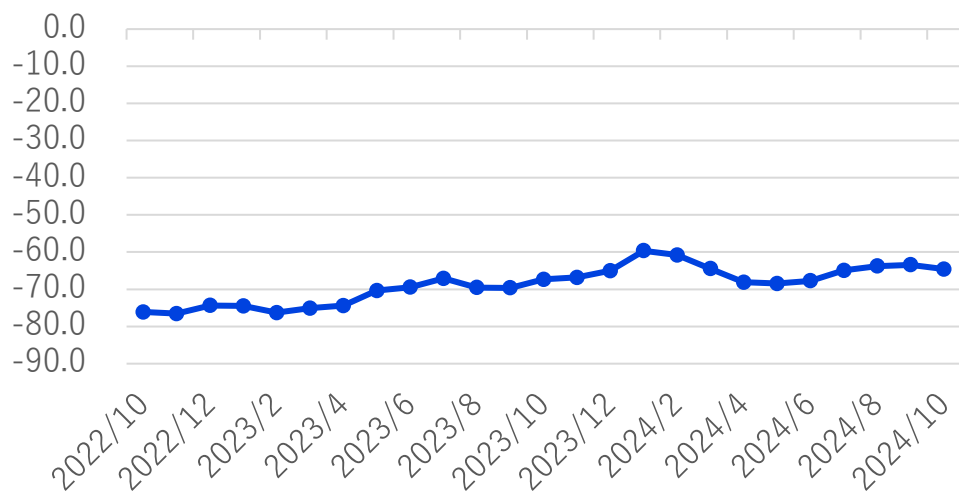




## 参考：DI時系列表

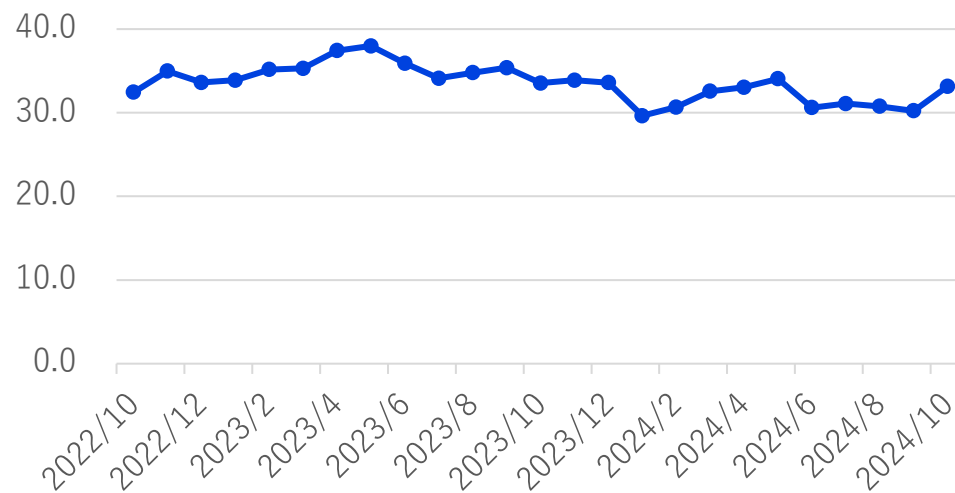
### 仕入単価DI (※DI=「下落」の回答割合-「上昇」の回答割合)

	2023年	2024年						先行き見通し
	10月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11~1月
全産業	▲ 67.4	▲ 68.5	▲ 67.7	▲ 64.9	▲ 63.8	▲ 63.4	▲ 64.6	▲ 53.6
建設	▲ 72.9	▲ 76.6	▲ 71.6	▲ 70.8	▲ 71.9	▲ 68.2	▲ 67.0	▲ 52.8
製造	▲ 64.1	▲ 63.3	▲ 64.8	▲ 62.5	▲ 59.3	▲ 58.7	▲ 60.7	▲ 49.5
卸売	▲ 64.7	▲ 67.4	▲ 64.4	▲ 62.7	▲ 60.2	▲ 63.5	▲ 63.9	▲ 51.3
小売	▲ 70.7	▲ 72.1	▲ 72.0	▲ 66.8	▲ 69.6	▲ 68.7	▲ 70.3	▲ 61.7
サービス	▲ 65.7	▲ 66.0	▲ 66.5	▲ 63.3	▲ 60.3	▲ 60.8	▲ 62.8	▲ 52.8



### 販売単価DI (※DI=「上昇」の回答割合-「下落」の回答割合)

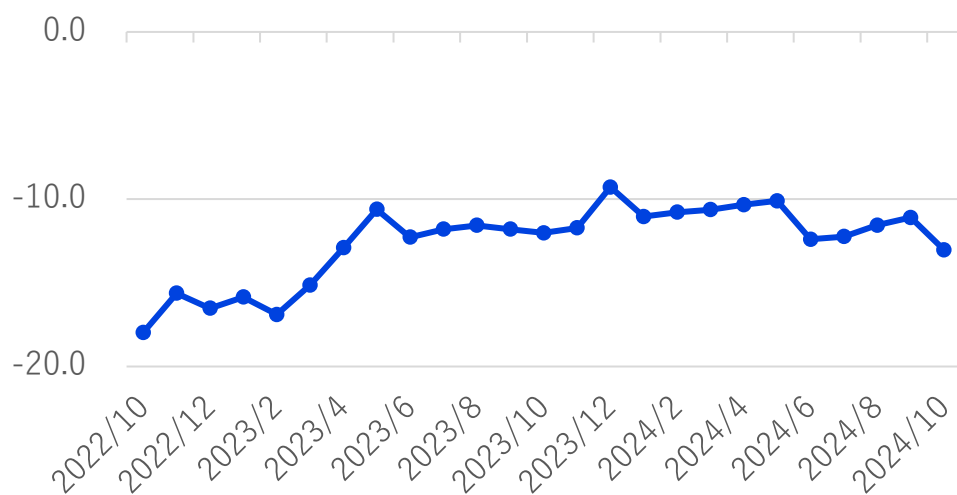
	2023年	2024年						先行き見通し
	10月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11~1月
全産業	33.6	34.1	30.6	31.1	30.8	30.2	33.2	23.3
建設	28.3	31.2	31.5	28.0	29.1	30.2	31.6	18.9
製造	31.8	29.9	26.2	26.0	26.8	25.1	26.8	15.0
卸売	44.5	38.3	39.0	37.8	40.7	43.0	37.4	30.3
小売	45.3	46.5	43.1	43.9	42.9	41.3	49.9	43.7
サービス	23.8	28.5	21.4	25.5	22.4	21.0	25.8	15.6



## 参考：DI時系列表

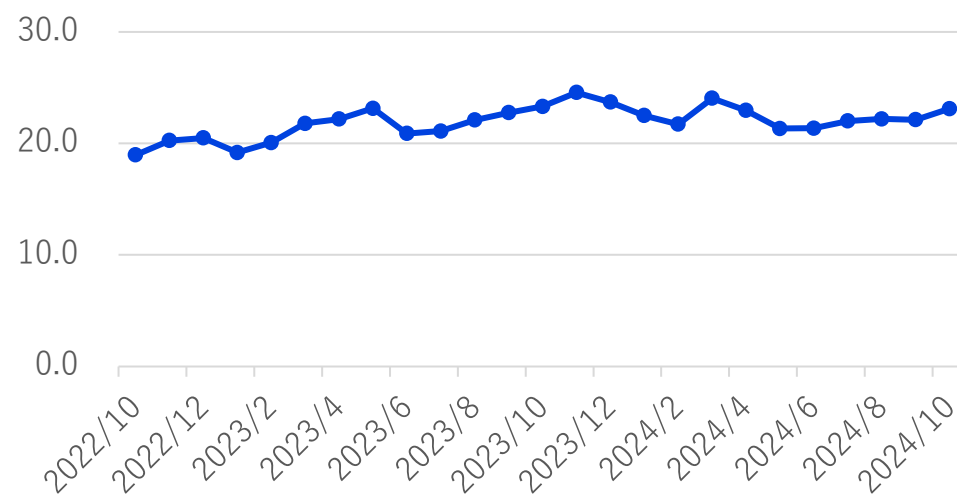
### 資金繰りDI (※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

	2023年	2024年						先行き見通し
	10月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11~1月
全産業	▲ 12.0	▲ 10.1	▲ 12.4	▲ 12.2	▲ 11.6	▲ 11.1	▲ 13.0	▲ 11.7
建設	▲ 6.4	▲ 8.4	▲ 6.1	▲ 7.0	▲ 3.8	▲ 5.9	▲ 7.1	▲ 5.3
製造	▲ 11.8	▲ 11.3	▲ 13.9	▲ 13.9	▲ 16.1	▲ 16.0	▲ 15.2	▲ 12.3
卸売	▲ 7.6	▲ 7.8	▲ 10.2	▲ 8.2	▲ 9.3	▲ 4.3	▲ 10.9	▲ 10.9
小売	▲ 20.7	▲ 14.9	▲ 18.9	▲ 18.3	▲ 17.6	▲ 15.4	▲ 20.4	▲ 17.4
サービス	▲ 10.8	▲ 7.3	▲ 11.0	▲ 11.2	▲ 8.5	▲ 9.4	▲ 10.0	▲ 11.0



### 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
	10月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11~1月
全産業	23.3	21.3	21.4	22.0	22.2	22.1	23.1	22.2
建設	35.4	33.0	35.5	37.7	35.3	38.9	37.5	35.7
製造	13.2	10.9	9.8	12.1	12.3	12.1	12.5	11.4
卸売	16.4	13.9	16.5	15.0	14.6	13.5	16.8	16.8
小売	20.9	20.3	18.4	19.8	20.4	20.0	20.9	19.7
サービス	31.3	28.1	28.1	26.4	28.0	26.7	28.8	28.6



## 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325商工会議所の会員 2,488企業

(有効回答数2,041企業[回答率82.0%])

(内訳)

建設業：409 (有効回答数339企業[回答率82.9%])

製造業：615 (有効回答数519企業[回答率84.4%])

卸売業：286 (有効回答数238企業[回答率83.2%])

小売業：495 (有効回答数407企業[回答率82.2%])

サービス業：683 (有効回答数538企業[回答率78.8%])

### 調査期間

2024年10月16日～22日

### 公表日

2024年10月31日

# 今月の調査協力商工会議所一覧

