



# 商工会議所 LOBO (早期景気観測)

2024年7月調査結果

2024

7

## 物流2024年問題への対応の動向（主に荷主）①

### 物流2024年問題による影響の9割超が物流コスト増加 物流コスト増加分の価格転嫁実施率は3割にとどまる

- 物流2024年問題によるマイナスの影響があると回答した企業は84.1%と、8割を超えた。
- マイナスの影響があると回答した企業のうち、具体的な内容として「物流コストの増加」を挙げた企業は90.5%と9割を超えた。次いで、「長距離輸送の見直し等による納期の延長」（39.4%）、「物流の停滞による機会損失」（19.6%）と続いた。
- 物流コスト増加分を価格に転嫁できている企業は32.3%と3割強にとどまり、原材料価格等増加分の転嫁実施率（56.6%）と比べて低い水準となった。原材料価格等の転嫁は一定程度進んでいるものの、物流コストの価格転嫁については、まだ難航していることがうかがえる。

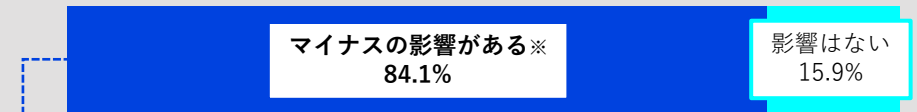


中小企業の声

- 運送業者から作業負担を理由に数社積み合わせでの運送を断られるようになった。自社のみでトラック1台を貸切って手配する必要があり、運送コストが上昇した。（廿日市 建築材料卸売業）
- 商品の納品方法が単独配送から共同配送に変更となり、配送回数の減少などの影響が出始めている。（会津若松 百貨店）
- 物流遅延を想定して在庫を多めに持つ必要が出てきており、在庫保管等関連コストも上がっている。（札幌 調剤薬局）
- 材料費のコスト増加分を転嫁したばかりであり、物流費のコスト増加分をすぐに転嫁するのは難しい。（今治 織物外衣製造業）
- 物流コスト、原材料が値上げしているが、販売価格に転嫁できず、利益を削りながら営業せざるを得ない状況。（越谷 食料品製造業）

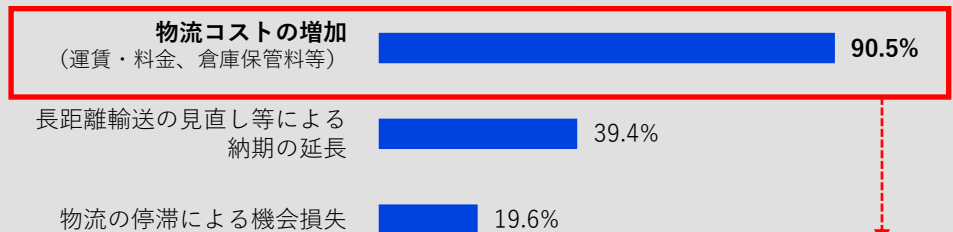
#### 物流2024年問題によるマイナスの影響

※マイナスの影響が今後生じる見込みがある場合を含む



#### マイナスの影響の具体的な内容（複数回答）

※「マイナスの影響がある」と回答した企業が対象、上位3位



#### 物流コスト増加分の価格転嫁状況

(原材料費等増加分の価格転嫁状況との比較)

※物流2024年問題によるマイナスの影響として「物流コストの増加」を挙げた企業が回答  
 ※コスト上昇分の概ね4割以上価格転嫁できている場合に「転嫁できている」としている  
 ※「その他」（全体の2.4%）を除いた数値で割り戻して集計

		物流コスト増加分		(合計)
		転嫁できている	転嫁できていない	
原材料費等 増加分	転嫁できている	23.2%	33.4%	56.6%
	転嫁できていない	9.1%	34.3%	43.4%
(合計)		32.3%	67.7%	100%

#### (参考) 回答企業の属性

発荷主	着荷主	発荷主・着荷主両方	物流事業者
25.4%	53.3%	18.5%	2.9%



## 物流2024年問題への対応の動向（主に荷主）②

### 物流効率化への取組を開始（予定含む）している企業は3割超に拡大

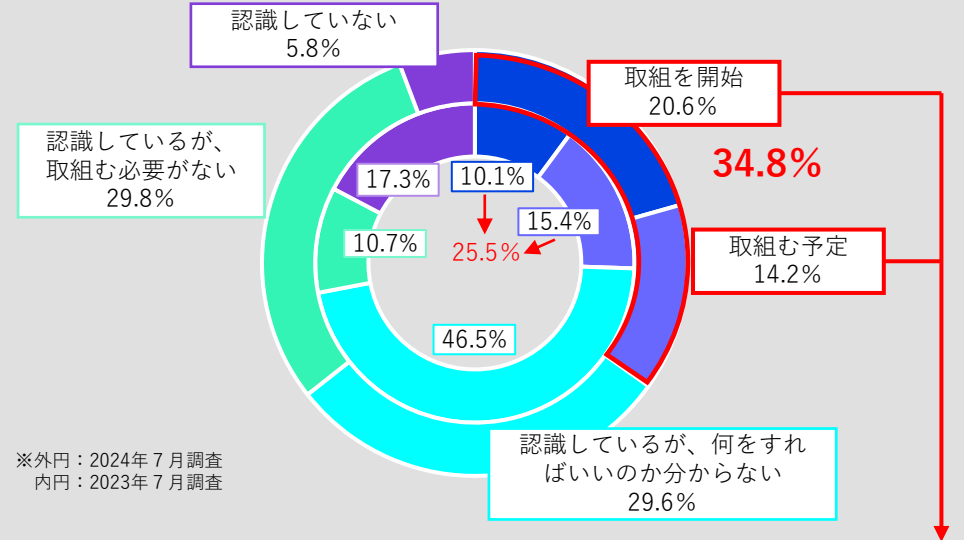
- 2024年問題を背景とした物流効率化への取組状況は34.8%の企業で「取組を開始（予定含む）」となっており、2023年7月の前回調査（25.5%）から9.3ポイント増加。一方で、「認識しているが、何をすればいいのかわからない」が29.6%となっており、前回調査から大幅に低下しているものの、依然として高い数値となっている。
- また、2024年問題を「認識していない」割合は、5.8%と前回調査から11.5ポイント低下しており、働き方改革関連法に伴う時間外労働の上限規制が始まる中で、2024年問題が広く認識されていることがうかがえる。
- 属性別に物流効率化への取組状況を見ると、「取組を開始（予定を含む）」と回答した荷主の割合が増加。
- 取組の具体的な内容としては、「物流コストの適切な価格転嫁の実施」が33.1%と最も高くなっており、次いで、「発注頻度の見直し等による配送回数の削減」（21.3%）、「物流を考慮した商品企画・製造工程等の見直し」（12.4%）となっている。



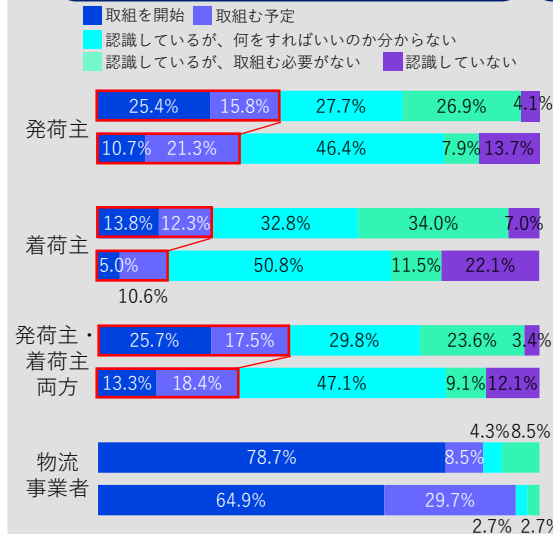
中小企業の声

- 物流コストの増加分については、以前から顧客の理解を得ながら、負担のお願いをしている。（福岡 什器小売業）
- 物流コストの上昇に対応するため、大きな冷蔵庫を購入し、1回の仕入量を増やして回数を減らしている。品質の問題もなく、経費削減につながっている。（飯山 飲食店）
- 共同輸送や混載輸送の推進、荷積みや荷下ろし等の時間短縮を行っている。（富山 医薬品製造業）
- 物流効率化のために製品梱包形態等を見直す必要があると感じているが、そこにかかるコストを考えると取り組むべきか否かの判断が難しい状況。（小牧 プラスチックシート製造業）

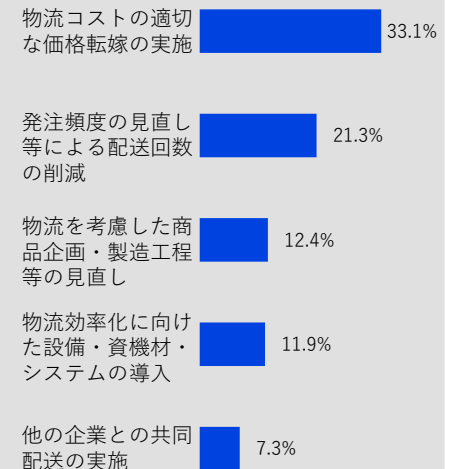
### 物流2024年問題を背景とした物流効率化の取組状況



### 属性別の物流効率化の取組状況



### 取組の具体的な内容（複数回答）



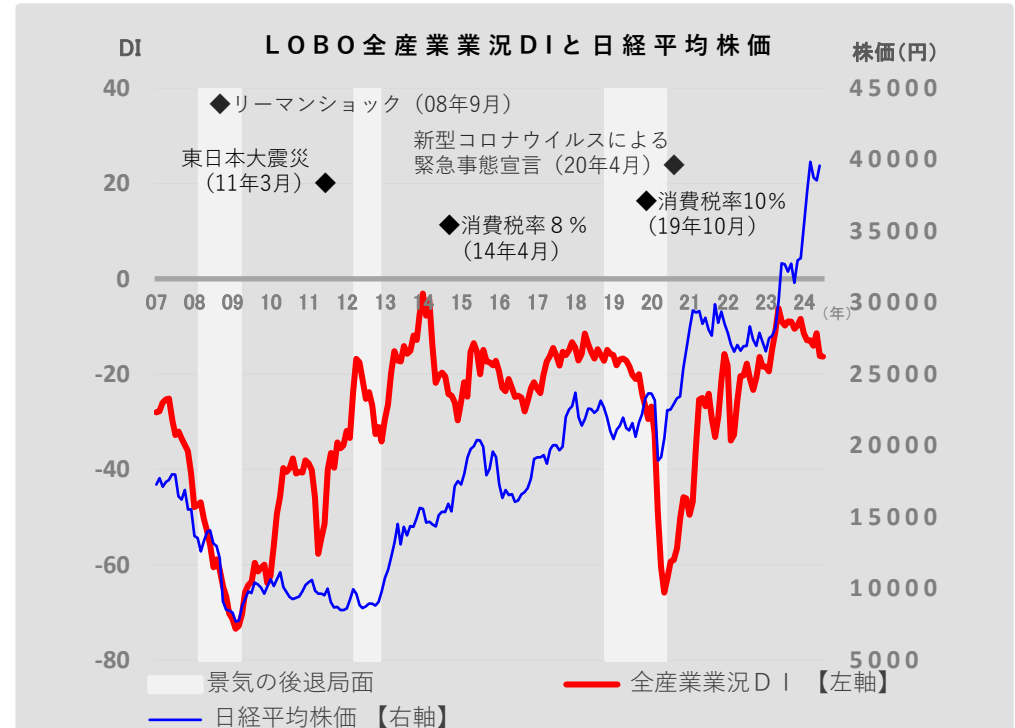
※上段：2024年7月調査、下段：2023年7月調査  
※物流事業者において「認識していない」との回答はなかった

※「取組みを開始」および「取組む予定」と回答した企業が対象、上位5位

## 2024年7月の動向

**業況DIは、消費低迷の中、コスト増継続で横ばい  
先行きは、消費拡大の見通し立たず、慎重な見方**

- **全産業合計の業況DIは、▲16.3（前月比▲0.1ポイント）**
- 製造業は、物価高により企業の設備投資意欲に弱さが見え、機械器具関係を中心に悪化した。小売業・サービス業は、堅調なインバウンド需要が下支えするものの、長引く物価高による消費者の購買意欲の低下で力強さを欠いている。また、卸売業でも日用品や飲食品関係の需要減で弱含みとなっている。建設業では、公共工事の下支えで改善を示すも、人手不足やコスト増等の重荷は継続している。
- 原材料価格が高止まりする中、激変緩和措置の終了や円安基調で、コスト負担増は継続している。また、日経平均株価は最高値を記録したものの、中小企業は価格転嫁等で恩恵を十分に享受できておらず、業況は足踏み状態となった。
- **先行き見通しDIは、▲15.4（今月比+0.9ポイント）**
- 定額減税や酷暑乗り切り緊急支援等による可処分所得の増加に加え、夏休み需要やイベント等による個人消費の拡大が期待される。
- 一方、長引く物価高で購買意欲が低迷する中、輸送費や人件費の上昇、電気代の高騰等、コスト増は続いている。価格転嫁や人材確保等の課題も山積する中、抜本的な消費拡大の見通しは立たず、先行きは慎重な見方が続く。



業況DI (※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

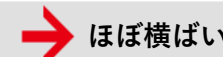
	2023年	2024年		5月	6月	7月	先行き見通し 8~10月	
	7月	2月	3月					4月
全産業	▲ 9.8	▲ 12.9	▲ 12.9	▲ 14.0	▲ 11.4	▲ 16.2	▲ 16.3	▲ 15.4
建設	▲ 19.2	▲ 13.0	▲ 15.6	▲ 16.5	▲ 16.5	▲ 18.7	▲ 13.1	▲ 12.5
製造	▲ 4.1	▲ 17.0	▲ 14.8	▲ 21.7	▲ 13.6	▲ 17.6	▲ 22.8	▲ 19.4
卸売	▲ 20.9	▲ 19.2	▲ 17.4	▲ 16.6	▲ 14.8	▲ 23.3	▲ 24.0	▲ 23.2
小売	▲ 18.5	▲ 14.4	▲ 17.9	▲ 16.5	▲ 16.6	▲ 22.2	▲ 20.8	▲ 19.8
サービス	2.4	▲ 4.4	▲ 3.8	▲ 2.4	▲ 0.8	▲ 6.0	▲ 5.4	▲ 6.9

## 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



**住宅関係を中心に民間工事は受注不振が継続しているものの、堅調に推移する公共工事が下支えし、改善。一方、資材価格やエネルギー価格が高止まりする中、働き方改革により人件費も増加し、コスト増に苦慮する声が聞かれた。**

- 「資材価格の高騰が続いており、受注時の設計単価と実際の工事単価に乖離が出ている。自治体の中には、公共工事での価格スライドに柔軟に対応してくれているところもあり、こうした流れが全国に普及してほしい」（一般工事業）
- 「資材価格が高止まりする中、時間外労働の上限規制による働き手の増員で人件費も増加している。工事価格への転嫁は追いついていない」（舗装工事業）



**円安による輸入部材価格の高騰や輸送費・電気代の上昇等でコスト負担増が継続する中、物価高による企業の設備投資意欲に弱さが見え、機械器具関係を中心に、悪化。**

- 「円安による仕入価格の高騰や電気代の上昇によるコスト増が収益を圧迫している。価格転嫁に取り組んでいるが、物価上昇が断続的に発生しており、その都度対応するのは難しい。加えて、輸送費も値上がりし始め、対応方法を模索している」（金属加工機械製造業）
- 「取引先の在庫調整による販売数の減少が続いている。秋以降は回復する見込みだが、確証はなく、先行きは不安定な状況である」（通信機械器具製造業）



**猛暑で夏物衣料等の繊維製品の需要は増加したものの、個人消費の低迷による日用品や飲食品関係の引き合い減少や、物流2024年問題による輸送費の上昇、円安による輸入品の高騰等でコスト負担増が継続し、ほぼ横ばい。**

- 「コスト増が続いているため価格転嫁を行ったが、それに伴って販売店でも値上げを行ったため、消費者の買い控えが発生し、受注数が減少。結果的に売上も伸びず、コスト増をカバーできない状況になっている」（食料・飲料卸売業）
- 「円安による仕入コストの上昇による負担増も大きい。顧客先である製造業の業績不振の影響で引き合いが減少している」（精密機械器具卸売業）



**消費者の購買意欲は低迷しているものの、堅調なインバウンドや猛暑に伴う夏物衣料の需要増で売上が好調な百貨店が全体をけん引し、改善。イベント等での特需と日常とで、消費意識の二極化が顕著に見られるとの声が聞かれた。**

- 「物価高により、生活用品を始めとする様々な品目で購入点数は伸び悩んでいるが、販売単価は上昇しているため、売上は好調。今月は気温の高い日も多い中、政府の激変緩和措置も終了しており、電気代の上昇によるコスト増が負担となっている」（百貨店）
- 「地域の夏祭りイベントでは、日頃は節約志向が見られる地域住民の消費が活発になり、当社も売上が伸びた」（衣料品小売業）



**インバウンド・国内観光需要に下支えされ、宿泊業等は堅調に推移しているものの、消費者の節約志向から生活関連サービスでは需要の伸び悩みが見られ、ほぼ横ばい。**

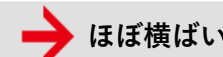
- 「インバウンド需要もあり、宿泊客は増加傾向にあるものの、時間外労働の上限規制は地域の路線バスや観光バスの運転手にも適用されるため、減便や廃便が増えており、総じてみると受注機会の損失に繋がっている」（宿泊業）
- 「地産地消の考え方に切り替え、仕入先を地域の事業者に変更し、CO2削減に努めていく」（飲食業）

## 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。** サービス業では、長引く物価高による消費意欲の低迷により、飲食店が押し下げ、売上・採算が悪化した。製造業では、飲食店からの引き合い減少により、食料品関係を中心に売上・採算が悪化した。ラピダスの新工場への期待感がある一方、北海道新幹線の延伸延期や2030年冬季オリンピック・パラリンピックの招致断念などによる、今後の見通しへの不安の声が聞かれた。



東北

**東北は、改善。** 小売業では、堅調なインバウンド需要で百貨店が押し上げ、売上が改善した。製造業では、小売業からの引き合い増加により、食料品関係を中心に売上・採算が改善した。8月に東北各県で開催される夏祭りへの期待感がある一方、旅行業の事業者からは、時間外労働の上限規制が貸切バスのドライバーにも適用されており、夏祭りのツアーで夜の見学時間を短縮せざるを得ないという声が聞かれた。



北陸信越

**北陸信越は、悪化。** サービス業では、長引く物価高による消費意欲の低迷により、飲食店が押し下げ、売上・採算が悪化した。卸売業では、飲食店等からの引き合い減少により、食料品関係を中心に売上・採算が悪化した。石川県の事業者からは、能登半島地震からの復旧で現状は精一杯だが、今月1日には岸田総理から能登地域の復興応援割について言及があり、復旧が進んだ折にはぜひとも活用したいという声が聞かれた。



関東

**関東は、ほぼ横ばい。** 建設業では、受注が堅調に推移する公共工事が押し上げ、売上が改善した。卸売業では、物価高による消費意欲の低迷によって引き合いが減少した食料品関係を中心に売上が悪化した。食肉卸の事業者からは、円安で輸入品の豚肉が高騰しているほか、豚熱や猛暑の影響で国内の出荷頭数も減少しており、非常に厳しい状況だという声が聞かれた。



東海

**東海は、改善。** 建設業では、民間工事で受注が増加傾向にあり、売上・採算が改善した。小売業では、長引く物価高による消費意欲の低迷で商店街の業況は悪化するも、堅調なインバウンド需要によって百貨店が押し上げ、売上・採算が改善した。事業者からは、高級品と低価格品はよく売れるが、その中間の価格帯の商品の売れ行きが悪いという声が聞かれた。



関西

**関西は、悪化。** 製造業では、物価高により企業の設備投資意欲に弱さが見え、金属製品関係を中心に売上・採算が悪化した。サービス業では、物価高による消費意欲の低迷に加え、国内観光需要の一服感もあって飲食店が押し下げ、売上・採算が悪化した。一方、今月開催された京都の祇園祭では、前祭の山鉾巡行で沿道に14万人が集まるなど、大きな賑わいが見られた。



## 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。**製造業では、円安等による原材料・エネルギー価格の高騰により、化学関係や食料品関係を中心に採算が悪化した。卸売業では、物価高に伴う企業の設備投資意欲の弱さに加え、輸送費が高騰していることにより、機械器具関係を中心に採算が悪化した。今月9日からの豪雨により、島根県内の一部の事業者では、工場が浸水するなどの被害が発生した。



四国

**四国は、悪化。**製造業では、物価高による消費意欲の低迷により、食料品関係を中心に売上・採算が悪化した。愛媛県の食料品製造の事業者からは、物流2024年問題によって関東への配送が以前は翌日着だったのが翌々日着となり、仕入先を変更されてしまったという声が聞かれた。卸売業では、食料品関係の引き合い減少により、売上・採算が悪化した。



九州

**九州は、ほぼ横ばい。**建設業では、人件費や資材価格の高騰に伴って住宅工事の受注が減少しており、売上・採算が悪化した。小売業では、堅調なインバウンド需要により、売上・採算が改善した。青果を扱う事業者からは、物流2024年問題によって産地からの配送時間が長くなることに加え、猛暑で品質が悪くなるというケースが出てきているという声が聞かれた。

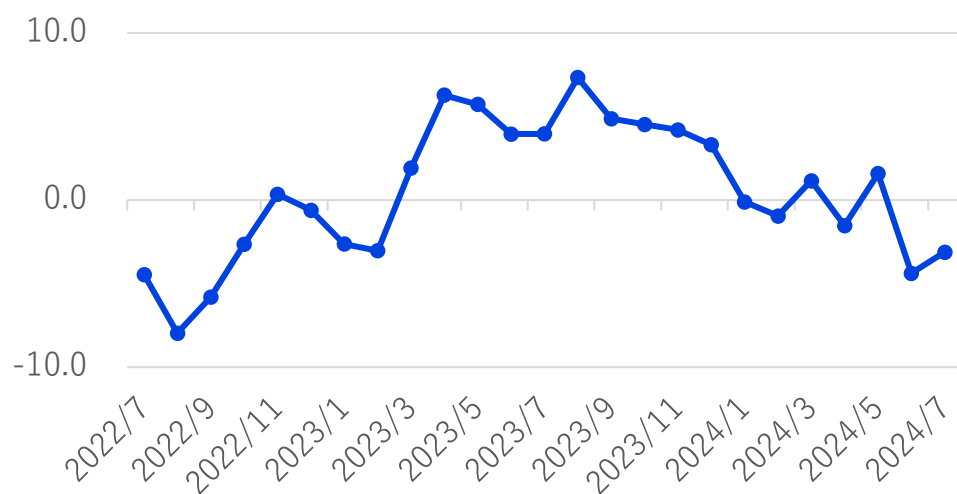
	2023年	2024年						先行き 見通し
	7月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8~10月
全国	▲ 9.8	▲ 12.9	▲ 12.9	▲ 14.0	▲ 11.4	▲ 16.2	▲ 16.3	▲ 15.4
北海道	▲ 6.7	▲ 7.0	▲ 4.7	▲ 7.0	▲ 3.5	▲ 5.9	▲ 10.0	▲ 10.4
東北	▲ 15.2	▲ 18.2	▲ 21.6	▲ 18.1	▲ 16.2	▲ 22.2	▲ 18.1	▲ 16.2
北陸信越	▲ 19.2	▲ 31.4	▲ 14.2	▲ 21.8	▲ 27.5	▲ 31.6	▲ 34.3	▲ 26.4
関東	▲ 4.6	▲ 9.8	▲ 12.4	▲ 13.5	▲ 9.4	▲ 14.9	▲ 14.6	▲ 14.2
東海	▲ 5.4	▲ 9.6	▲ 12.5	▲ 7.4	▲ 5.6	▲ 15.4	▲ 9.7	▲ 14.3
関西	▲ 10.3	▲ 14.4	▲ 12.2	▲ 15.8	▲ 10.6	▲ 13.8	▲ 15.8	▲ 16.8
中国	▲ 19.7	▲ 13.9	▲ 16.2	▲ 14.9	▲ 11.6	▲ 13.3	▲ 19.0	▲ 15.9
四国	▲ 12.2	▲ 14.4	▲ 19.7	▲ 13.5	▲ 12.9	▲ 19.2	▲ 21.1	▲ 13.3
九州	▲ 10.0	▲ 5.8	▲ 5.8	▲ 19.9	▲ 13.2	▲ 14.6	▲ 14.7	▲ 15.2

## 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)

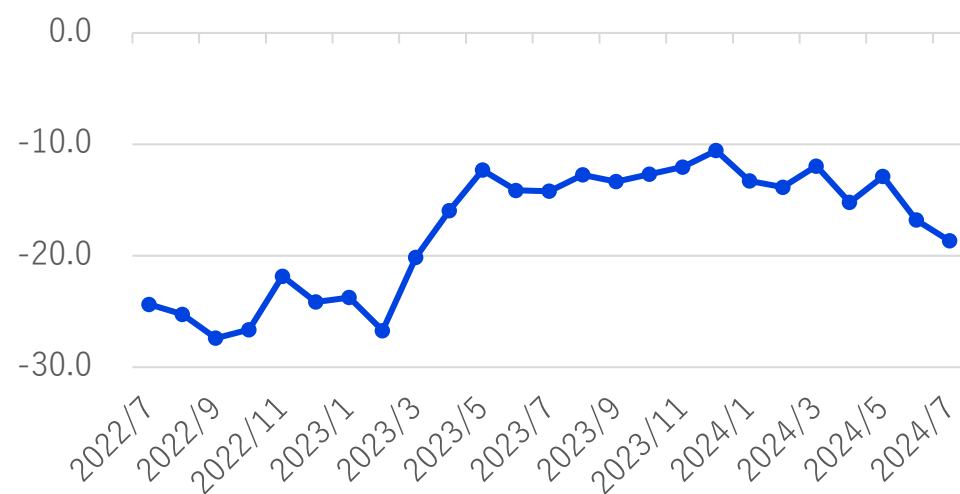
	2023年	2024年						先行き 見通し
	7月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8~10月
全産業	4.0	▲0.9	1.2	▲1.5	1.6	▲4.4	▲3.1	▲4.4
建設	▲14.4	▲3.3	▲9.3	▲10.1	▲8.1	▲13.5	▲9.1	▲2.7
製造	9.2	▲5.1	▲5.5	▲10.9	0.8	▲6.3	▲10.1	▲7.3
卸売	0.0	▲4.6	4.7	▲0.9	3.9	▲3.8	▲13.3	▲12.9
小売	▲1.7	▲3.1	▲1.8	▲0.5	▲7.3	▲11.8	1.3	▲12.2
サービス	16.4	8.3	14.8	11.3	14.3	8.2	8.4	6.9



### 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
	7月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8~10月
全産業	▲14.2	▲13.8	▲11.9	▲15.2	▲12.9	▲16.8	▲18.7	▲16.7
建設	▲26.6	▲20.2	▲16.9	▲20.2	▲18.0	▲17.1	▲21.0	▲14.0
製造	▲12.1	▲15.2	▲14.4	▲18.9	▲12.2	▲18.0	▲22.6	▲18.7
卸売	▲17.0	▲15.5	▲12.2	▲14.5	▲16.1	▲22.0	▲23.2	▲19.3
小売	▲16.7	▲15.2	▲12.5	▲16.8	▲17.1	▲21.9	▲19.3	▲24.1
サービス	▲5.3	▲6.4	▲6.0	▲7.8	▲5.6	▲9.3	▲11.0	▲9.9

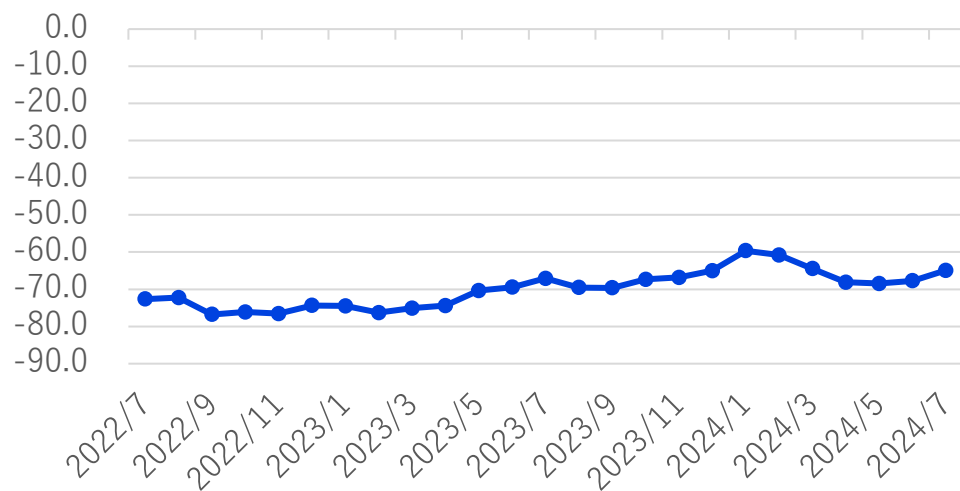




## 参考：DI時系列表

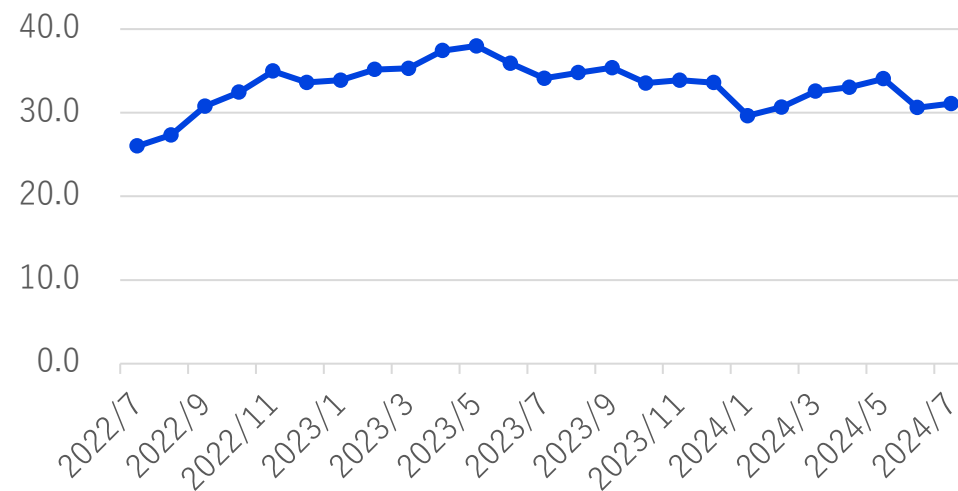
### 仕入単価DI (※DI=「下落」の回答割合-「上昇」の回答割合)

	2023年	2024年						先行き見通し
	7月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8~10月
全産業	▲ 67.1	▲ 60.8	▲ 64.5	▲ 68.1	▲ 68.5	▲ 67.7	▲ 64.9	▲ 54.7
建設	▲ 75.0	▲ 70.0	▲ 69.5	▲ 73.4	▲ 76.6	▲ 71.6	▲ 70.8	▲ 59.3
製造	▲ 68.4	▲ 52.3	▲ 56.6	▲ 61.5	▲ 63.3	▲ 64.8	▲ 62.5	▲ 52.8
卸売	▲ 57.4	▲ 59.8	▲ 63.4	▲ 66.4	▲ 67.4	▲ 64.4	▲ 62.7	▲ 54.5
小売	▲ 69.7	▲ 67.0	▲ 73.2	▲ 73.5	▲ 72.1	▲ 72.0	▲ 66.8	▲ 59.4
サービス	▲ 63.2	▲ 59.3	▲ 62.8	▲ 67.9	▲ 66.0	▲ 66.5	▲ 63.3	▲ 50.4



### 販売単価DI (※DI=「上昇」の回答割合-「下落」の回答割合)

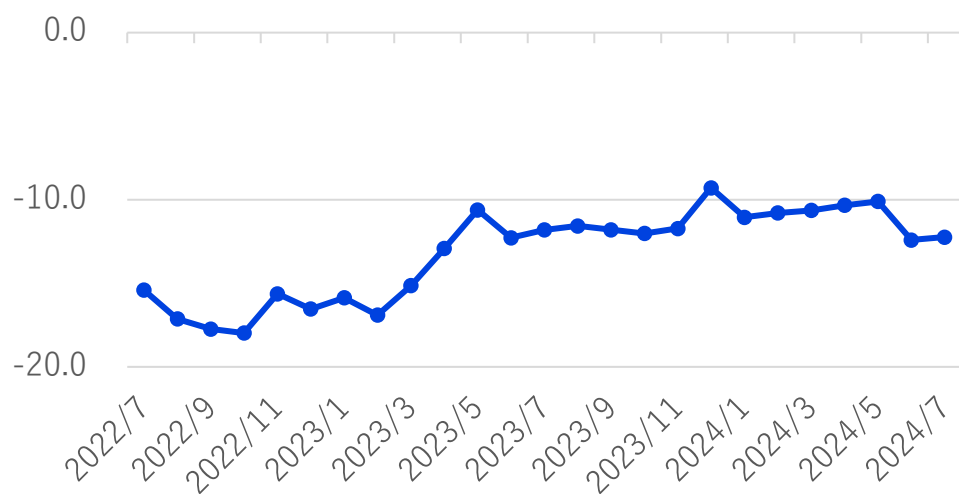
	2023年	2024年						先行き見通し
	7月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8~10月
全産業	34.1	30.7	32.6	33.1	34.1	30.6	31.1	22.0
建設	29.8	25.1	26.8	33.0	31.2	31.5	28.0	19.1
製造	39.2	27.9	30.2	26.6	29.9	26.2	26.0	14.9
卸売	40.4	34.2	38.0	40.4	38.3	39.0	37.8	30.9
小売	44.8	46.4	48.2	43.8	46.5	43.1	43.9	37.3
サービス	20.2	22.8	23.8	27.9	28.5	21.4	25.5	15.2



## 参考：DI時系列表

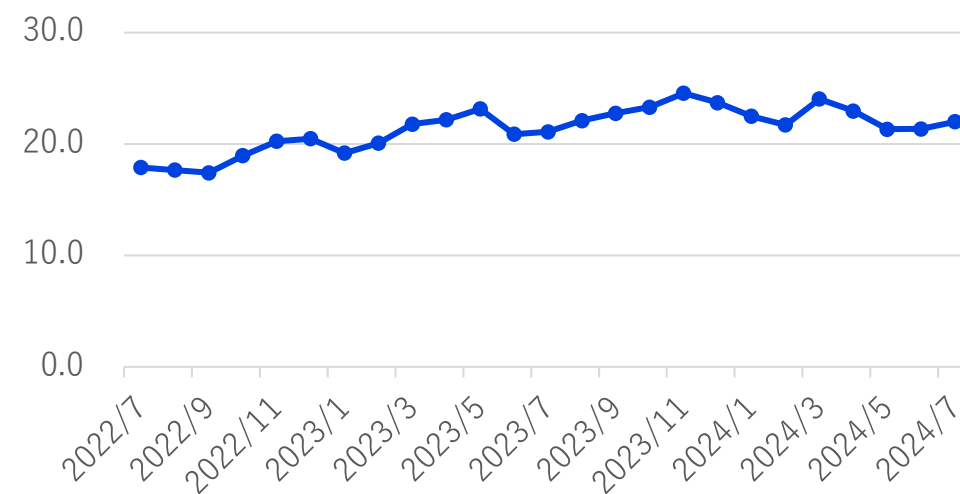
### 資金繰りDI (※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

	2023年	2024年						先行き見通し
	7月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8~10月
全産業	▲ 11.8	▲ 10.8	▲ 10.6	▲ 10.3	▲ 10.1	▲ 12.4	▲ 12.2	▲ 12.9
建設	▲ 6.7	▲ 6.5	▲ 7.9	▲ 6.7	▲ 8.4	▲ 6.1	▲ 7.0	▲ 7.0
製造	▲ 13.6	▲ 14.5	▲ 12.4	▲ 12.7	▲ 11.3	▲ 13.9	▲ 13.9	▲ 15.7
卸売	▲ 9.6	▲ 10.0	▲ 5.6	▲ 8.5	▲ 7.8	▲ 10.2	▲ 8.2	▲ 9.4
小売	▲ 18.5	▲ 13.7	▲ 15.1	▲ 13.6	▲ 14.9	▲ 18.9	▲ 18.3	▲ 18.5
サービス	▲ 8.7	▲ 7.7	▲ 9.2	▲ 8.6	▲ 7.3	▲ 11.0	▲ 11.2	▲ 11.4



### 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
	7月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8~10月
全産業	21.1	21.7	24.1	23.0	21.3	21.4	22.0	22.2
建設	32.7	35.8	35.8	32.4	33.0	35.5	37.7	38.9
製造	12.7	11.1	13.6	13.1	10.9	9.8	12.1	12.3
卸売	13.9	13.2	19.7	14.9	13.9	16.5	15.0	14.6
小売	15.3	20.4	21.9	22.1	20.3	18.4	19.8	18.5
サービス	30.5	28.8	30.8	30.7	28.1	28.1	26.4	27.3



## 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 2,489企業  
(有効回答数1,994企業[回答率80.1%])  
(内訳)

建設業：411 (有効回答数329企業[回答率80.0%])

製造業：613 (有効回答数504企業[回答率82.2%])

卸売業：289 (有効回答数233企業[回答率80.6%])

小売業：493 (有効回答数394企業[回答率79.9%])

サービス業：683 (有効回答数534企業[回答率78.2%])

### 調査期間

2024年7月16日～22日

### 公表日

2024年7月31日

# 今月の調査協力商工会議所一覧

