

札幌商工会議所
業界動向調査結果(2月)

平成 21 年 3 月

札幌商工会議所 総合企画部

目 次

札幌商工会議所 業界動向調査

調 査 概 要 2

実施調査結果(調査内容:2月分)

総 括 2

2月の業界動向 3

札幌商工会議所
業界動向調査

調査概要

- 趣 旨 本制度は、市内主要企業にご依頼し、各業界の動向をお聞かせ頂き当所の諸事業に反映させる一方、会員・部会役員への情報提供の資料として活用致します。
- 札幌市を代表する13社（総括含む）から動向を聞き、結果を主要指標の動向と共に「札幌市及び道内の最近の経済概況」として取り纏め、公表するものです。
- 調査内容 ①今月の業界動向について
a. 各部門の対前年同期比売上の推移 b. 取扱量の推移 c. 季節的要因
②先行きへの見通し及びその要因
(売上・取扱量の推移、季節的要因などから得られる、先行2～3ヶ月の予測)
③トピックス
a. 社会・国際情勢による変動 b. 新技術事情 c. 業界再編の動向
- 調査方法 調査は隔月で実施

2月調査結果

《総 括(1-2月期)》

道内経済は、世界的な景気後退が波及し多くの経済指標が悪化するなど、一段と厳しさを増している。設備投資は非製造業が下支えているが、公共投資は低水準が続いている。個人消費は将来不安から弱含みで推移し、住宅投資は減少している。

設備投資は、道内企業の投資マインドの慎重姿勢に変わりが、オフィスビル建設などが下支えている。住宅投資では、1月の新設住宅着工戸数は雇用不安もあり、前年比60.9%減と大幅に減少し、4ヶ月連続でマイナスとなった。利用関係別では、持ち家、貸家、分譲すべてで減少した。

個人消費は、1月の大型小売店売上高は既存店ベースでは前年比5.1%減、新設店を含めた全店ベースでは同0.8%増となった。業態別（既存店ベース）では、百貨店は、身の回り品のほか主力の衣料品が大幅に落ち込んだ。スーパーは、主力の飲食料品は新設店で大幅に増加したものの、衣料品と身の回り品は大幅に減少した。1月の来道客数は、国内観光客のほか、円高による外国人観光客の減少が響き、前年比4.3%減と8ヶ月連続で前年を下回った。一方、公共投資では、1月の公共工事請負金額は、低水準ながら国、道、市町村からの発注がいずれも前年を上回り、前年比27.8%増と4ヶ月ぶりに増加した。

1月の鉱工業生産指数は、6ヶ月連続で低下し前年比20.5%減となり、比較可能な昭和39年以降最大の減少幅となった。鉄鋼業、電気機械工業、輸送機械工業など多くの業種で前年を下回った。また、雇用情勢では、1月の有効求人倍率（常用）は、前年比0.12ポイント低下し0.39倍となった。新規求人数は、製造業、サービス業、卸売・小売業など主要産業すべてで前年を下回り、同15.4%減少した。2月の企業倒産は、件数では前年比7.4%減となったが、大型倒産の発生もあり負債総額では同128.3%増加した。

《2月の業界動向》

住宅業界

2月の受注は回復基調であり、今後の受注にかかっているが公表予算レベルに達する見込みと予測している。しかし未だ、日本経済の現状は回復せず厳しい状況が続き、持家縮小傾向など市場規模はここ10年で40%のダウンとなった。当社グループは、新年度を迎えるにあたり、有史以来の組織再編を行った。市場のパイの伸長が見込めない中、減収増益を目指す体制を再構築し、利益体質を確立しつつある。

先行きへの見通しとしては、持家縮小の傾向にはあるが、当社グループでは不動産事業、増改築事業等も行っているため、需要が上昇している中古戸建住宅、中古マンション、リフォーム等でもお客様のニーズに併せてご提案させていただいている。お客様の大きな関心事は「エコ」と「耐震」ですが、これらに「美」を加え、新商品の企画・開発を進めている。

原油価格の乱高下もひと段落し、資材価格の安定化により、当社グループもグループ一括仕入れ等により更なるコストダウンを図る。雇用不安から住宅取得層のマインドは停滞しているが、省エネや太陽光発電住宅への関心、普及が高まっている。住宅着工数の継続的減少により組織再編を余儀なくされ、老舗・中堅の倒産、廃業・撤退・事業規模縮小などこれからもまだまだ続くものと思われる。ローコスト住宅については、全国展開企業が参入するも市場を脅かすまでではない。

貨物運送業界

2月は、特積み、区域部門とも対前年同期比で数量減となっている。紙・パルプ輸送、一部電機、自動車部品等の出荷減の影響が大きい。

引続き、特積み、区域輸送共に、既存荷主の数量減は予測されるが、新規荷主の獲得等について数量を確保していく。

機械関連業界

2月の売上は前年同月比11.5%増、前月比7.7%増となり、昨年受注分の持ち越しで何とかしのいでいる。しかし、受注減は目に見えており非常な危機感を持っている。

先行きへの見通しとしては、原材料安から顧客より値引き要求が強まっている。素材には未だ安値傾向は見られず、4月以降更に厳しい環境が予想される。

昨年暮れから、素材産業関連で休業が増えてきた。自動車関連の影響が大きいと考えられる。雇用に関して厳しい環境になりつつある。

情報関連

2月は、前年同月比で約60%の売上増加となった。道内で規模の大きな機器販売があったため、その設定作業などを含めて大きく売上が増加した。しかし今回の売上の増加は一時的なものであり、景気の悪化を原因とする需要の減少は顕著に表れてきており、先行きに不安を感じる。

今後2、3ヶ月の見通しとしては、3月はソフトウェア開発の検収が多い時期なので、例月に比べて売上は増加する見込みである。しかし、企業のIT投資は今後も低調に推移することが予想されるため、前年比でプラスになることは考えにくい。売上高の

低下が予想される中で経費の削減や生産性の向上などによる利益の確保の必要性を感じている。

3月に政府より「デジタル新時代に向けた新たな戦略」の原案が公表された。電子行政の実現や環境対応、知識創造型産業の育成、人材の育成、医療などの分野において3年間で3兆円の予算が見込まれており、40～50万人の雇用を創出するという内容である。不況の中、情報サービス産業界にも新たな需要が期待される。

事務機・OA 関連

2月の売上は前年同月比92%、計画比88%であった。公共関連は予定通りであったが、民間企業では市場そのものが冷え込み厳しい結果となった。MFP（複合複写機）設置台数は5%減、特にプリンタは12%減で買い替え需要が厳しかった。パソコン・サーバー台数は前期並みであるが、価格低下に伴い受注額は厳しい結果となっている。

先行きへの見通しとしては、情報機器関連では全般的に動きが鈍く、厳しい状況が続くと思われる。国の第二次補正予算に盛り込まれた「地域活性化交付金」に情報機器関連商材を展開中であるが、不透明な部分がある。

温室効果ガス等の排出削減に配慮した契約の推進（環境配慮契約法）により、国・独立行政法人等にOA機器（コピー機・プリンタ）の契約に対し、従来の最低落札方式から環境に配慮した総合評価方式にするよう義務化、また地方公共団体には努力義務化の動きが出ている。

総合スーパー業界

2月の売上動向、既存店ベースの前年比は売上高97.2%、客数95.5%、客単価101.7%、一点単価98.8%、一人当たり買上点数103.0%で終了した。閏年だった前年2月と比較すると売上高は減少しているが、1日分を差し引けば概ね前年並みの水準を確保できたと見ている。ただし、一人当たりの買上点数が大きく上昇している割に客数の減少幅が大きく、平日の買い物頻度が減少し、割引セールに集中する土日にまとめ買いする傾向が見てとれる。

節分用の豆類の売上は好調で、特に単価100円の小サイズの袋物の動きが活発であった。また落花生も従来敬遠されていた中国産が国産を上回る動きをみせており、恵方巻きはハーフサイズの動きが活発であったりと、消費者の低価格志向、生活防衛の意識はますます強くなっていることがうかがえる。

このところ大手総合スーパーを中心に今までにない品目数にわたる価格引下げが発表され、価格競争は一段と激しくなることが予想される。足元の3月も客数だけではなく買上点数も厳しい推移になってきており、小売業界の中では比較的フォローの環境に見られてきた。食品スーパーの事業環境も相当厳しくなると覚悟している。

飲食業

2月は、既存店前年比で売上が94.6%、客数が91.2%となった。前年が29日間であったことを勘案しても実質98%程度。すすきの地区は雪まつり等のイベントの恩恵は年々少なくなっているようである。

3月以降は、景気悪化により歓送迎会、PTAの集まりも前年を下回る見込みである。

旅行業

2月は、団体旅行は対前年60%程度にとどまり、特に教育旅行団体が対前年50%であった。海外団体においても不況のあおりで大きく後退した。個人旅行も対前年80%と低調である。特に、宿泊パック・航空券が減っているが、ビジネス出張が抑えられ、宿泊から日帰りへ変わってきていることが要因と考えられる。

先行きへの見通しとしては、団体旅行は今後ますます厳しくなる傾向にあり、旅行中止・短縮が続く見込み。個人旅行は、サーチャージの引き下げ等の追い風により、連休絡みは増えてくる可能性があるが、単価・日数が抑えられて東南アジアが主力になる。国内も伸びは期待できず、泊数を減らした旅行およびネット予約での旅行が増える。

給付金により高まると見られる旅行需要を取り込もうと各社工夫を凝らした商品を発表し始めてきた。主な業者は郊外支店の統廃合を図り、縮小傾向にある。人件費等での営業費面の削減計画も綿密になってきており、今後の売上の伸びが期待できない対策に余念がない。大手代理店はロイヤルカスタマー狙いの都会型のトラベルサロンを新設し差別化を図る。

ホテル業界

2月の宿泊部門は、景気の低迷と円高を受け、雪まつり期間のアジアからの入込みは勿論、国内の観光客数も大きく落とした結果となった。また、週末を襲った低気圧での航空機の欠航によるキャンセル等が売上の減少に影響している。飲料部門については、宴会は1月に引き続き企業利用の減少、レストランについても、ディナー帯の利用が大きく減少している。

3月、4月は歓送迎会の時期であるが、今年度の料飲部門への予約状況は鈍化しており、前年で大きく下回ると予測する。宿泊部門については、GW明けまで入込みが見込めない状況。

今年の夏から秋にかけての、本州企業のインセンティブツアーや商品展示会等の物件の札幌市内入り込みが鈍化している。

エネルギー業界

2月分の販売電力量は、オール電化住宅の普及拡大に伴う時間帯別電灯の加入増があったものの、気温が前年に比べ高く推移したことによる暖房需要の減少や産業用で景気後退に伴う生産調整の影響がみられたことなどから、28億7千5百万kWh、対前年伸び率マイナス7.4%と前年実績を下回った。

特定規模需要以外の需要（自由化対象以外の需要）では、オール電化住宅の普及拡大に伴う時間帯別電灯の加入増はあったものの、気温が前年に比べ高く推移したことによる暖房需要の減少などから、対前年伸び率マイナス3.2%と前年実績を下回った。

特定規模需要（自由化対象需要）では、気温が前年に比べ高く推移したことにより業務用で暖房需要が減少したことに加え、産業用で景気後退に伴う生産調整の影響がみられることなどから、対前年伸び率マイナス11.2%と前年実績を大きく下回った。

大口電力は、「紙パルプ」「鉄鋼業」「機械工業」での景気後退に伴う生産調整の影響などから、対前年伸び率31.6%と前年実績を大きく下回った。

定山溪

2月は取扱量・売上ともに3%程度のマイナスとなった。特に、2月の雪まつりに期待していたが、道内・国内ともに不振で海外も例年の30%減という状況であった。円高による落ち込みが要因と考えられる。

世界同時不況による影響、円高による海外客の減少等悪い材料には事欠かないが、上昇する材料が見当たらない。ここは近隣のお客様へのPRをして、道内のお客様誘致に力を注ぎたい。特に、特別給付金で来ていただける様な商品を検討中である。

温泉以外の周囲の魅力をPRして連泊滞在型のお客様の誘致を行なっていきたい。また、地域ならではの食材を使った豊富なメニューと地域一体となった行事も考え、温泉に入るだけではなく、自然を含めたこの地域ならではの商品開発で集客を進めていきたいと考えている。

札幌商工会議所
札幌商業界動向調査結果（2月）

平成 21 年 3 月 30 日 発行

【お問合せ・照会先】

札幌商工会議所 総合企画部
札幌市中央区北 1 条西 2 丁目 北海道経済センター
TEL：011-231-1330 FAX：011-222-5215
Mail：kikaku@sapporo-cci.or.jp