

札幌商工会議所  
業界動向調査結果(2月)

平成 22 年4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

## 札幌商業界動向調査結果(2月)

### 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、厳しい状況ながら、景気対策効果により持ち直している。需要面を見ると、設備投資は大幅に減少している。住宅投資は低水準ながら下げ止まっている。個人消費は、雇用・所得環境が厳しく弱含みで推移しているが、エコカー減税やエコポイント効果から乗用車や一部の家電製品などは堅調な動きとなっている。公共投資は、補正予算がほぼ一巡しているが、基調としては増加している。

設備投資は、企業収益の低迷から輸送用機械製造業、小売業などを中心に大幅に減少している。住宅投資では、1月の新設住宅着工戸数は前年比47.2%増と3ヶ月連続で増加した。持ち家、貸家、分譲のいずれも大幅に増加した。

個人消費は、1月の大型小売店売上高が、新設店を含めた全店ベースでは同2.7%減、既存店ベースでは前年比4.6%減と低迷した。業態別（既存店ベース）では、百貨店は、主力の衣料品のほか身の回り品、飲食料品が落ち込んだ。スーパーは、主力の衣料品のほか、身の回り品、飲食料品が落ち込んだ。1月の来道客数は、旅行需要の冷え込みから前年比1.5%減と20ヶ月連続で前年を下回ったが、外国人観光客が増加していることもあり、減少幅は縮小している。1月の公共工事請負金額は、道および市町村からの発注が減少したほか、補正予算の一巡により国が大幅に減少し前年比50.5%増と7ヶ月ぶりに前年を下回った。

一方、1月の鉱工業生産指数は、前年比で7.9%増と2ヶ月連続の上昇、前月比では3.7%増と2ヶ月ぶりの上昇となった。在庫調整の進展などから金属製品工業、石油・石炭製品工業などで上昇した。雇用情勢では、1月の有効求人倍率（常用）は、前年比0.03ポイント低下し0.36倍となった。新規求人数は、前年に比べ医療・福祉、サービス業などで増加したものの、製造業、卸売・小売業などで減少し同2.0%減と2ヶ月ぶりに前年を下回った。また、2月の企業倒産は、件数では前年比30.0%減、負債総額では同71.9%とそれぞれ減少した。件数は8ヶ月連続で減少し落ち着きをみせている。

## 《2月の業界動向》

### 建設業

全体売上としては昨年同時期比及び先月比とも10%の落ち込みとなった。土木・建築の動向で見ると、建築の売上は、40～50%の落ち込みであるのに対して土木工事の売上は、ほぼ前年を辛うじて増額で推移する結果となった。しかし、利益率の低下は否めず、営業利益の低下は避けられない。

公共事業は、競争入札の厳しい中、発注の縮減により4～5月の時期にいかにか受注確保出来るかで、来年の売上・景況も判断されることから、可能な限り入札に参加する予定である。業界団体も企業の業績悪化で経費の縮減の一環とし、会費の据え置き処置や各種年間行事の取りやめ、縮小を始めており、厳しい先行きを案じている。

### 住宅業界

全国の新築住宅着工戸数も昨年と比べると年度累計で大幅に減少し、45年ぶりの80万戸割れと非常に厳しい状態であるが、当社グループの受注はほぼ計画ラインで推移している。業界としては、太陽光発電システム・長期優良住宅先導的モデル事業・住宅版エコポイントなど注目されているが、当社グループとしても、これらを取り入れて新築戸建て事業に力を入れるとともに、増改築事業や不動産事業の強化等を行っている。

当社グループが北海道の単独企業・グループでは初めて国から採択された「長期優良住宅先導的モデル事業」の効果を生かし、さらに住宅版エコポイント制度のキャンペーン等も行い、受注増を目指している。

今後は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・所得不安から住宅取得層のマインドが停滞しており、住宅版エコポイント等での優遇が住宅取得喚起となるよう期待したい。また、省エネ・太陽光発電住宅への関心・普及が高まっている。住宅着工戸数の継続的減少等により、組織再編を継続し、より強い企業体質へ。老舗・中堅の倒産、廃業・撤退・事業規模縮小はこれからも継続すると思われる。

### 貨物運送業界

営業力を強化していた引越・移転部門については、対前年50%増の売上を確保した。特積・区域の輸送部門の2月売上げについても、対前年増収となった。ただし、平成21年度の累計売上げについては、リーマンショック以降の影響を大きく受ける形となった。3・4月は引越繁忙期を迎えるため、さらなる売上拡大を図る。

### 情報関連

2月は、前年同期と比較し約30%以上の大幅な売上減となった。前年に道内で規模の大きな機器販売があったため、対前年では大きく落ち込んだが、前月対比ではほぼ横ばいとなっている。前月との比較ではソフトウェア開発が減少し、機器販売が増加した。

今後2、3ヶ月の売上の見通しとしては、3月はソフトウェア開発の売上が最も増加する時期なので例月に比べて売上高は増加する見込みである。しかし、景気回復の実感が薄い中、企業のITと投資意欲はまだ低調であり、前年並みの水準には達しない

見込みである。道内の自治体が将来の成長分野としてデータセンターを誘致する動きが広がりを見せている。特に北海道は環境配慮データセンターに最大で 5 億円を助成する制度を新設するなど誘致に力を入れている。

#### 事務機・OA 関連

2 月の売上は、前年同月比で 43.8%増となった。大きな要因は、学校 I C T 整備事業での校務用パソコン・プロジェクター・サーバー等で好結果に繋がったことである。複合複写機・ページプリンタは昨年同期比微増、横ばいであり民需より公共自治体の構成比が高く民需市場の回復傾向へはまだ不透明である。

先行きへの見通しとしては、特需案件としての学校 I C T 整備事業により、3 月・4 月中旬頃までは顕著に推移するが、それ以後は全く不透明である。C O 2 削減に伴う省電力 I T 商材の展開も即成果に繋げるには時間を要するので、民需市場においてニッチな I T 商材で当面耐えるしかないと考える。

#### 総合スーパー業界

2 月の既存店売上高は前年比 1.3%減となった。構造的には客数前年比が 0.7%減、客単価前年比 0.6%増であった。客単価の内訳は、一点単価 4.2%減、一人当たり買上点数 3.8%増という結果であった。客数の対前年減少幅が縮小し、回復感が出てきているものの、一方で一点単価の下落は底をついておらず、買上点数もここに来て増加率が落ちてきているところから客単価が前年割れとなっており、売上高の底入れがままならない状況である。昨年末、実施してきた土曜、日曜の週末販促の強化の効果が徐々に薄れてきており、週末のまとめ買いがやや落ち着きつつある一方で、平日の来店頻度が高まってきていることが要因ではないかと見ている。

地域別の売上高動向としては、旭川を中心にした道北地域及び函館などの道南地域は好調に推移しているが、帯広・十勝及び北見・網走地区はやや苦戦、札幌を中心とした道央圏は前年割れが続いているもののみならずの水準という状況で、競合環境の違いもあるが、地域ごとの売上格差が開きつつあるという点が気になるころではある。

業界内での低価格競争は一段と激しさを増しており、大手、中小、本州企業、地場企業が入り乱れての乱打戦の様相である。各企業共に体力勝負の領域に入っていると思われ、年央意向の更なる業界内での淘汰・再編が予見される。

#### 飲食業

2 月は既存店売上高で前年比 4.6%減、客数は 5.5%減となった。厳しい経済状況が続いている中で、個人消費は伸びず、雪まつりも繁華街店舗はほとんどと言っていい程恩恵を受けることなく、売上も伸びなかった。

先行きへの見通しとしては、3 月、4 月の歓送迎会シーズンが始まるが、前年並みの売上を確保できるかどうか不安な状況である。

## 旅行業

2月の売上は、個人旅行については昨年に比べて僅かに良好となり、特に海外旅行やチャーター便が好調であった。団体は横ばい傾向であるが、売上は落ちていない。全体の売上としては、僅ではあるが上向きにある。

先行きへの見通しとしては、GWは予約好調であり、海外がこれに引っ張られて僅かに微増傾向にある。一般団体は、小型化してきている。継続団体が減少している中、新規団体が発生しているが、小型化しているため繁忙になっている。売上は横ばい傾向であり、上海万博に期待している。

JAL問題、航空業界の団体販売手数料金のゼロ化などが話題になり、旅行業界は航空券販売を今後どのように扱うか模索中である。最悪は航空券を扱わない方向になるのではないと思われる。業界では、店舗の縮小傾向がはじまり、店舗の統廃合を強化しているところもある。また、当社以外の大手は分社になっているが、当社は分社化しない。

## ホテル業界

今年の2月は、上旬の雪まつり、中旬の旧暦の旧正月、下旬の冬季国体と市内の宿泊者の入込みが順調に推移し、市内ホテル全般では稼働率を高める結果となった。背景には、一昨年から景気低迷の影響を考え、各施設が早めに雪祭り期間を低価格販売に切り替えて集客増を図った為と、アジア地区の観光客に対しても旧正月前から集客拡大を図った結果と思われる。ただし、低価格で販売を行ったため、対前年比で利益率を下回った施設が多かった。

3～5月は、北海道の観光シーズンが始まる前のショルダーシーズンで毎年宿泊客の入込みが低い時期であり、料飲施設についても、春は例年歓送迎会のシーズンとなり繁忙期となるが、今年は規模縮小や中止、予算削減等でホテル利用の減少が懸念されている。対策としては、薄利多売で低価格で対応するが利益の減少に繋がっている。

宿泊、宴会、ブライダルと低価格商品から売れて、デフレの渦に飲み込まれ価格競争のみが突出しているのが市内の現状。

## 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に伴う時間帯別電灯の加入増や、融雪用電力での契約電力の増加に加え、産業用での前年の生産調整による大幅な落ち込みの反動増などから、29億8千1百万kWh、対前年伸び率3.7%と前年実績を上回った。

特定規模需要以外の需要（自由化対象以外の需要）では、検針期間が前年より短かった影響はあるが、オール電化住宅の普及に伴う時間帯別電灯の加入増に加え、融雪用電力の契約電力の増加などから、対前年伸び率1.6%と前年実績を上回った。

特定規模需要（自由化対象需要）では、産業用で前年の生産調整による大幅な落ち込みの反動増などから、対前年伸び率マイナス5.8%と前年実績を上回った。

大口電力は、「紙・パルプ」「鉄鋼業」「機械工業」で前年の生産調整の大幅な落ち込みの反動増などから、対前年伸び率23.3%減と前年実績を上回った。

## 定山溪

2月は前年同月比で本州からの雪まつりツアーが減少、道内客も10名程度入込が低下し、売上も同様となった。同地域の短期的な見通しとしては入込みに繋がる好材料が見られず、先行きが不安である。

札幌商工会議所  
札幌商業界動向調査結果(2月)  
平成22年3月31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