

札幌商工会議所 定期景気調査結果 (平成27年1月分)

【調査要領】

1. 調査期間：平成27年1月16日（金）～平成27年1月30日（金）
2. 調査方法：札幌商工会議所会員企業のうち、410社へ調査票を送付。
FAX、またはインターネットにより199社から回答（回答率48.5%）
3. 調査項目
 - (1) 定例調査 1月の景況感（売上・採算等）と、先行きに対する見通しについて（DI値（※下記参照）を集計）
 - (2) 付帯調査 1年前と比較した販売価格の動向について
4. 業種別・資本金別の回答状況

業種	回答企業数	割合
建設業	43	21.6%
製造業	25	12.6%
卸売業	37	18.6%
小売業	22	11.1%
サービス業その他	72	36.2%
合計	199	

資本金	回答企業数	割合
1千万円以下	50	25.1%
1千万円超～5千万円以下	91	45.7%
5千万円超～1億円以下	22	11.1%
1億円超～3億円以下	7	3.5%
3億円超	29	14.6%
合計	199	

※DI値について

DI値は、売上・採算・業況など各項目についての、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。

$$\left[\text{業況DI} = \frac{(\text{好転} - \text{悪化}) \times 100}{(\text{好転} + \text{不変} + \text{悪化})} \right]$$

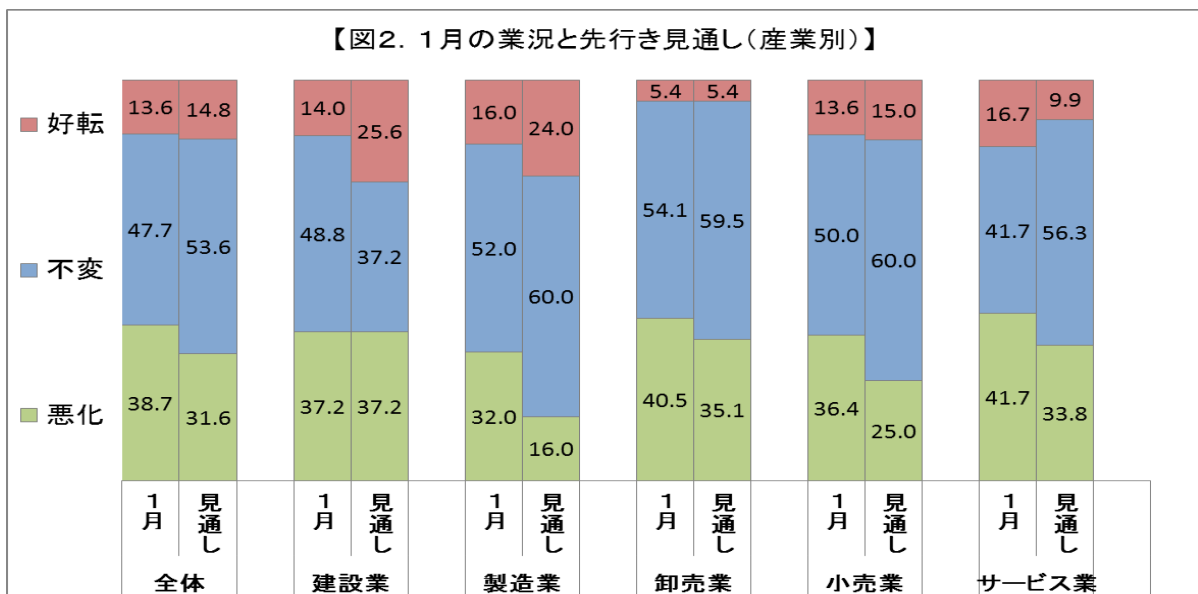
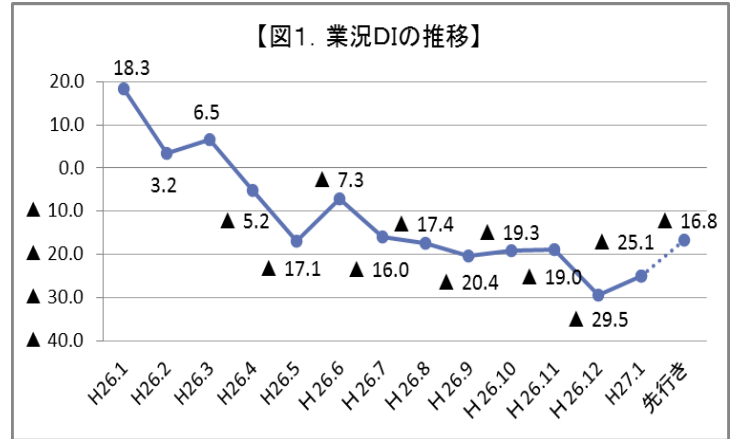
※先行き見通しDI＝当月（1月）に比べた、向こう3ヶ月（2月～4月）の先行き見通し

1. 平成27年1月 調査結果

業況DIは改善。先行きは期待感みられるも慎重な見方が続く

(1) 業況DI

- 27年1月の業況DI（前年同月比、以下同じ）は▲25.1と、大幅な悪化となった12月からは4.4ポイント改善した。
- 向こう3ヶ月の先行き見通しDIは▲16.8と、今月から更に8.3ポイントの改善を見込み、マイナス幅は全産業で縮小した。原油安を受け、採算好転への期待感が伺える一方、原材料など仕入コストが高止まりする中、販売価格への転嫁が進んでいないとの声も多く寄せられており、先行きに対して慎重な見方が続いている。



【表1. 産業別の業況DI推移】

	H26. 8	H26. 9	H26. 10	H26. 11	H26. 12	H27. 1	先行き
全産業	▲17.4	▲20.4	▲19.3	▲19.0	▲29.5	▲25.1	▲16.8
建設業	▲7.0	▲8.2	15.8	0.0	▲20.0	▲23.3	▲11.6
製造業	▲3.0	▲17.9	▲14.8	▲27.3	▲24.1	▲16.0	8.0
卸売業	▲23.8	▲24.3	▲48.7	▲32.4	▲36.7	▲35.1	▲29.7
小売業	▲52.9	▲44.4	▲10.5	▲40.0	▲50.0	▲22.7	▲10.0
サービスその他	▲17.9	▲21.6	▲26.1	▲14.3	▲30.2	▲25.0	▲23.9

【建設業】

● 今年度は受注残高があるため企業業績にメドがたっているが、翌年度以降の業績（先行き）が非常に不安である	電気工事業
● 今年度は昨年の消費税UPによる「消費税特需」もなく、民間工事の動向が見えにくい。又、1件あたりの工事が小規模化し、売上確保も含め苦労している	一般管工事業
● 仕入価格上昇分は価格転嫁出来てきたが、電力料金上昇分等はまだできていない	木造建築工事業
● 原価価格上昇分を転嫁できないのは、競合他社がローコストで頑張っているのも影響しているが、仕様内容で差別化を図った商品で対応したいと考えている	木造建築工事業
● 業界で工事価格の上昇を許容する雰囲気醸成されてきた。少しずつ契約価格を上げてゆく努力をしており、元請け会社もそれに対応して頂いている	防水工事業

【製造業】

● 昨年末から年初にかけて原材料の値上げ要請が相次いでいる。従業員が不足している状況も改善されず、人件費の上昇も利益を圧迫している。これに対して原価の上昇を販売価格に転嫁することは難しく、売上数の増加も望めない事から収益構造は悪化している	水産食料品製造業
● 販売価格は上昇したが、仕入価格の上昇に見合ったものではない。当社商品は全国展開のものであり、特に電気料金のアップは他地域と比較し劣勢で、経営に与える影響には非常に厳しいものがある	食品製造業
● 原油価格が下落しているが、当社の原材料価格には円安の影響もあり反映されていないのが現状。しかし、一般消費者等が直接関わるガソリン価格が下落しているので、当社の製品販売価格がすぐに直結で下がるだろう、と期待されるのが問題で、その説得が今後の課題	プラスチック製品製造業
● 先行き、売り上げ増が見込めない中で、新年度からの賃上げを実施するかどうか判断が難しいところではあるが、少なくとも定期昇給と若手従業員のベアは、人材確保の観点から実施したい	帆布製品製造業
● 原材料の仕入価格が上昇するも、納品製品に転嫁出来ない。むしろ、更なる値下げ要求が強まっている。この先、消費税増税が実施されるのであれば、生活消費市場は、おそらく加速的に冷え込んで行くものと思う	印刷業
● 道内の印刷需要は大幅に縮小しており今後価格競争が激化しなければ良いが。製紙メーカーは2月1日から紙の値上げを発表しているが、実施されると印刷関連業界にとって大きな影響が出るものと思われる	印刷業

【卸売・小売業】

● 円安の影響と昨年秋までの原油価格の関係で石化製品を中心に仕入価格が上昇。運送コストも上昇したが、すべて転嫁できている訳ではないので引き続き納入先の理解を求めているところ。但し、原油価格の下落が続いている中、メーカーからの仕入値の動向はまだ不透明であり注視している状況	包装資材卸売業
● 売価への転嫁は、コストアップの一部で出来ているのであり、利益率は下がっている	物産品卸売業
● 人口減、消費者の節約志向とニーズの変化は、売上と利益の減少を招いている。モノ余り傾向の中、価格競争をまねかないオンリーワン商品・付加価値ある商品開発など苦慮しつつ努力している	物産品卸売業
● 年度初めは秋口から需要の回復を見込んでいたが、ここへ来て月を追うごとに経営環境の厳しさが増している	建設資材卸売業
● 3月は、昨年の消費増税による駆け込み需要の反動により販売減となる見込み	清涼飲料卸売業

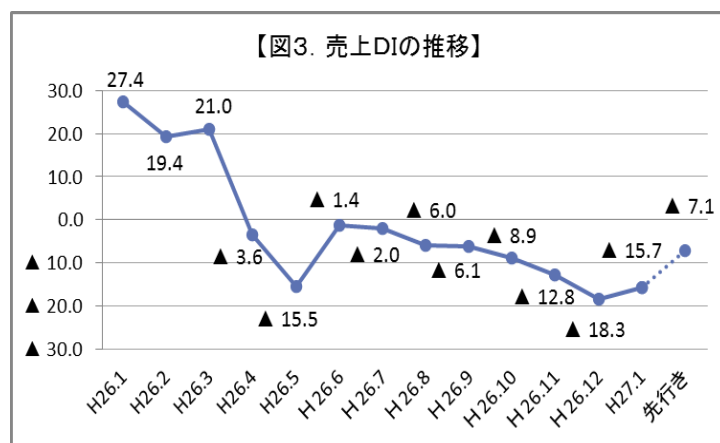
● 中国、ロシアからの輸入木材価格の上昇のみならず良質な木材が少なく、質、量の確保に苦戦している	製材卸売業
● 仕入価格の上昇に診療報酬の上昇が追い付いていない。このままだと、次回消費税改定時に半数の薬局は経営困難になる。現在も M&A が続いているのはそのためである	医薬品小売業
● 円安に伴う仕入価格の上昇、一方で食品メーカーの値上げ発表等で小売り側の価格政策は益々難しさを増している。足元の消費環境が厳しさを増す中では店頭販売価格は下げざるを得ない状況	食品スーパー
● 冬期において、原油相場の急落に伴う灯油価格の下落（約 18%）や、ガソリン価格低下がコストの低減につながっている	ボイラー・クリーニング機器販売業

【サービス業その他】

● 昨年一年間を主に値上げに動き、多少収支が改善した。物流業の当社にとって値上げの主な理由は燃料高騰であったが、昨今、原油市況が下落傾向に転化した為、逆に荷主から値下げ要請が来ると想定している	運輸倉庫業
● 建物の安全上の補修時期にきており改修費、稼働経費増により収益は悪化しているが、商品価値を高め収益の改善に努める	ホテル業
● 官公需の伸び悩みによる売上減少は、次年度も懸念される。資金繰りの心配は尽きない	測量業
● 一時的な人件費の減少で営業利益は確保できたが、販売価格の上昇（粗利益の増加）が難しく、販売数量の減少とともに今後は営業利益の減少が予想される	その他物品 賃貸業
● 今年の大雪と交通障害で大幅な経費増加が見込まれ、経営を圧迫している	駐車場業
● 経済環境の状況を見ると政府の「好転する」というアナウンスには疑問が有り、先行き不安が大きい。原油価格の引き下げによる明るい景気予測が内閣府から出されているが 北海道や札幌市の現況は極めて悪い。先行きについて不安があり、4月の昇給やベースアップについてもどの様に対応すべきか迷っている	会計事務所

(2) 売上（受注・出荷）について

- ・ 1月の売上DIは▲15.7と、前月から2.6ポイント改善した。産業別では小売業・製造業で改善したが、建設業・卸売業・サービス業で悪化した。
- ・ 先行き見通しDIは▲7.1と、当月から8.6ポイントの改善を見込む。12月、1月と大幅に悪化した建設業などで回復を見込むが、先行きの受注確保に対する不安をあげる声も多く寄せられた。

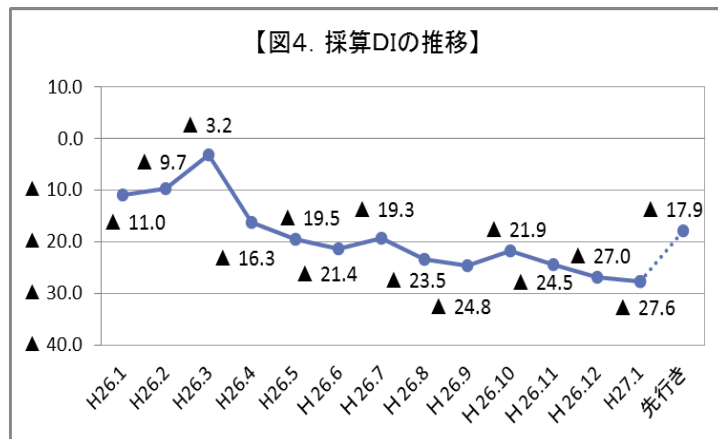


【表2. 産業別の売上DI推移】

	H26. 8	H26. 9	H26. 10	H26. 11	H26. 12	H27. 1	先行き
全産業	▲6.0	▲6.1	▲8.9	▲12.8	▲18.3	▲15.7	▲7.1
建設業	▲9.3	▲2.1	5.4	0.0	▲19.5	▲23.3	11.6
製造業	▲8.8	▲17.2	▲14.8	▲13.0	▲20.7	▲8.0	16.0
卸売業	14.0	0.0	▲23.1	▲23.5	▲22.6	▲27.0	▲27.8
小売業	0.0	▲33.3	▲10.5	▲15.0	▲42.9	0.0	0.0
サービスその他	▲15.2	▲1.3	▲5.7	▲14.1	▲9.2	▲12.9	▲18.3

(3) 採算（経常利益）について

- ・ 1月の採算DIは▲27.6と前月からほぼ横ばい。製造業、小売業は改善したが、原材料価格の上昇等から建設業では2ヶ月連続で悪化。卸売業・サービス業はほぼ横ばい。
- ・ 先行き見通しDIは▲17.9と、当月から9.7ポイントの改善。サービス業を除く4業種で改善しており、特に建設業(32.6ポイント)と製造業(28.0ポイント)で大幅な改善を見込む。

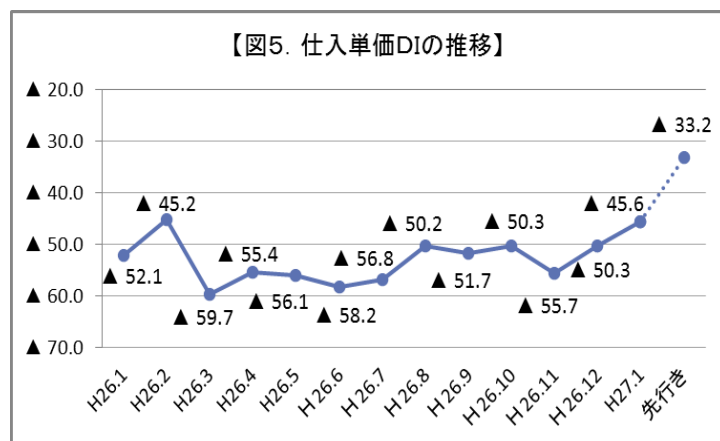


【表3. 産業別の採算DI推移】

	H26. 8	H26. 9	H26. 10	H26. 11	H26. 12	H27. 1	先行き
全産業	▲23.5	▲24.8	▲21.9	▲24.5	▲27.0	▲27.6	▲17.9
建設業	▲28.6	▲16.3	▲5.3	0.0	▲19.5	▲34.9	▲2.3
製造業	▲29.4	▲20.7	▲15.4	▲13.0	▲24.1	▲12.0	16.0
卸売業	▲11.9	▲20.0	▲38.5	▲32.4	▲40.0	▲43.2	▲37.8
小売業	▲41.2	▲52.9	▲31.6	▲50.0	▲50.0	▲22.7	▲15.0
サービスその他	▲20.5	▲28.0	▲21.4	▲31.0	▲21.9	▲22.2	▲30.0

(4) 仕入単価について

- ・ 1月の仕入単価DIは▲45.6と、前月から4.7ポイントマイナス幅が縮小した。原油安が好材料となり、製造業や運送業で改善した一方、建設業では悪化、卸売・小売業ではほぼ横ばいと、改善は小幅に止まっている。
- ・ 先行き見通しDIは▲33.2と、1月から12.4ポイントの改善で、小売業を除いた4業種で改善を見込んでいる。しかし改善の主要因は「仕入価格上昇」から「不変」への変化であり、実態は今月からほぼ横ばい。

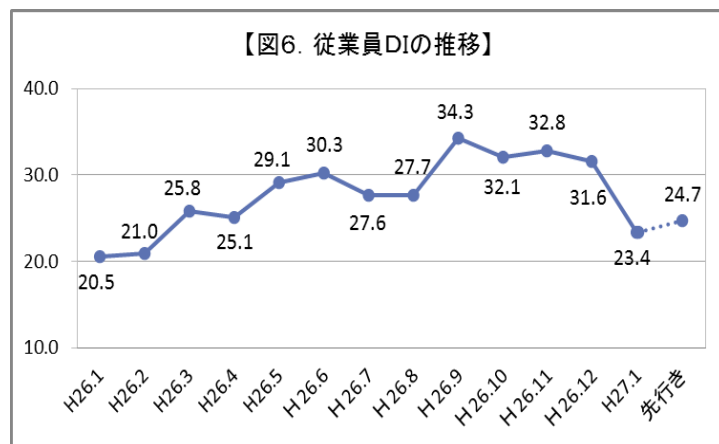


【表4. 産業別の仕入単価DI】

	H26. 8	H26. 9	H26. 10	H26. 11	H26. 12	H27. 1	先行き
全産業	▲50.2	▲51.7	▲50.3	▲55.7	▲50.3	▲45.6	▲33.2
建設業	▲65.1	▲75.5	▲68.4	▲78.9	▲65.0	▲69.8	▲39.5
製造業	▲61.8	▲51.7	▲66.7	▲56.5	▲62.1	▲56.0	▲36.0
卸売業	▲54.8	▲52.5	▲59.0	▲55.9	▲53.3	▲52.8	▲36.1
小売業	▲17.6	▲16.7	▲11.1	▲45.0	▲28.6	▲22.7	▲38.1
サービスその他	▲41.6	▲44.0	▲38.8	▲45.7	▲39.1	▲30.4	▲25.0

(5) 従業員について

- ・ 1月の従業員DIは23.4と前月から8.2ポイントの低下(人手不足感が弱まる)。産業別では、製造業を除いた4業種で人手不足感が弱まり、うち、建設業・卸売業・小売業では10ポイント以上の低下となった。
- ・ 先行き見通しDIは24.7と今月と比べほぼ横ばいを見込んでいる。



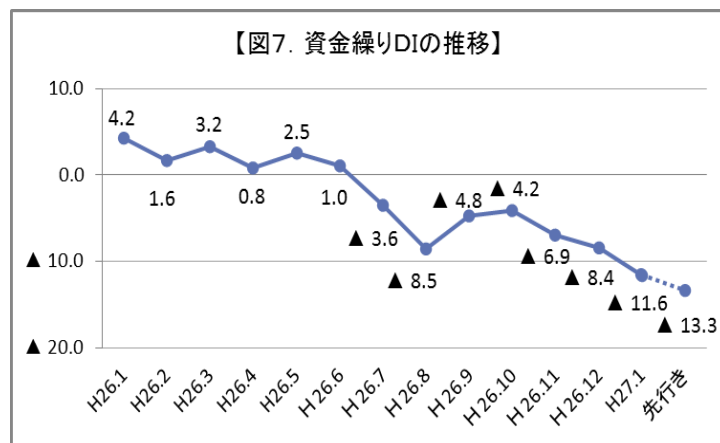
(※) 従業員DI = 「不足」 - 「余剰」。数値が大きくなるほど、人手不足感が強まる。

【表5. 産業別の従業員DI】

	H26. 8	H26. 9	H26. 10	H26. 11	H26. 12	H27. 1	先行き
全産業	27.7	34.3	32.1	32.8	31.6	23.4	24.7
建設業	50.0	55.3	60.5	50.0	48.7	31.0	32.6
製造業	20.6	25.0	23.1	17.4	20.7	24.0	16.0
卸売業	11.9	17.5	17.9	20.6	21.4	10.8	16.2
小売業	17.6	16.7	26.3	30.0	28.6	18.2	22.7
サービスその他	29.5	37.8	29.4	34.7	31.3	26.8	28.2

(6) 資金繰りについて

- ・ 1月の資金繰りDIは▲11.6となり、26年11月から3カ月連続での悪化。産業別では建設業がマイナス14ポイントと大きく悪化した。
- ・ 先行き見通しDIも▲13.3と当月から更に1.7ポイントの悪化を見込んでおり、産業別では建設業(当月比▲6.9ポイント)とサービス業(当月比▲7.7ポイント)で悪化を見込む。



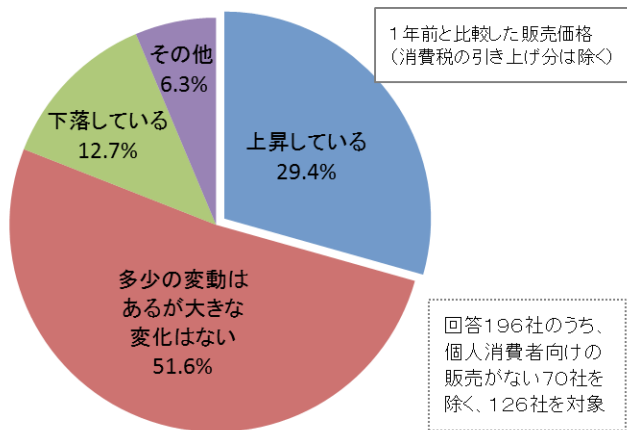
【表6. 産業別の資金繰りDI】

	H26. 8	H26. 9	H26. 10	H26. 11	H26. 12	H27. 1	先行き
全産業	▲8.5	▲4.8	▲4.2	▲6.9	▲8.4	▲11.6	▲13.3
建設業	▲2.3	▲2.0	2.6	0.0	0.0	▲14.0	▲20.9
製造業	0.0	13.8	11.1	0.0	▲6.9	▲8.0	4.0
卸売業	▲7.3	2.6	2.6	▲6.1	▲9.7	▲8.1	▲2.7
小売業	▲35.3	▲33.3	▲15.8	▲25.0	▲21.4	▲4.5	▲5.0
サービスその他	▲10.5	▲10.7	▲14.7	▲8.3	▲10.9	▲15.5	▲22.9

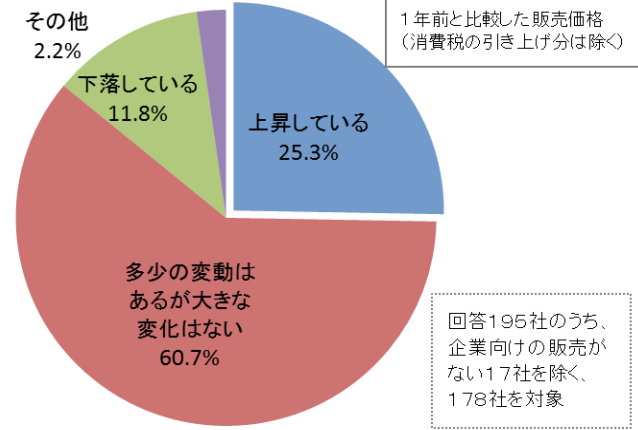
2. 消費者向け・企業向け商品・製品の販売価格の動向について

- ・ 1月の調査における「仕入単価D1」は▲45.6となり、全体の51.8%が昨年対比で仕入単価が「上昇」と回答した。一方、消費者の節約志向が強まる中、中小企業においては販売価格を上げることが困難との声が聞かれており、1年前と比較した消費者向け・企業向けの販売価格についての調査を行った。
- ・ 1年前と比較し、販売価格が「上昇」した企業は、消費者向けで29.4%、企業向けで25.3%となった（5%から8%への消費税率引き上げ分は除く 図8. 図9）。
- ・ 販売価格が「上昇」と回答した企業を対象に、その要因について尋ねところ、「仕入価格上昇分の転嫁」が、消費者向けで70.3%、企業向けでは80.0%と最も多い。「人件費上昇分の転嫁」は消費者向け・企業向けとも約20%で、燃料費や電力料金の上昇分の転嫁は、約1割程度（8.9%～13.5%）にとどまった（図10）。

【図8. 消費者向け商品・製品の販売価格動向】



【図9. 企業向け商品・製品の販売価格動向】



【図10. 販売価格上昇の要因(複数回答)】

