

札幌商工会議所 定期景気調査結果 (平成27年7月)

【調査要領】

1. 調査期間：平成27年7月15日（水）～平成27年7月31日（金）
2. 調査方法：札幌商工会議所会員企業のうち、402社へ調査票を送付。
FAX、またはインターネットにより156社から回答（回答率38.8%）
3. 調査項目
 - (1) 定例調査 7月の景況感（売上・採算等）と先行き見通しについて
（D I 値（※下記参照）を集計）
 - (2) 付帯調査 コスト増加分の価格転嫁の状況について
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	34	21.8%
製造業	21	13.5%
卸売業	33	21.2%
小売業	15	9.6%
サービス業その他	53	34.0%
合計	156	

資 本 金	回答企業数	割合
1千万円以下	45	28.8%
1千万円超～5千万円以下	66	42.3%
5千万円超～1億円以下	21	13.5%
1億円超～3億円以下	6	3.8%
3億円超	18	11.5%
合計	156	

※D I 値について

D I 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。

$$\left(\text{業況D I} = \frac{(\text{好転} - \text{悪化}) \times 100}{(\text{好転} + \text{不変} + \text{悪化})} \right)$$

※先行き見通しD I = 当月（7月）と比べた、向こう3ヶ月（8月～10月）の先行き見通し

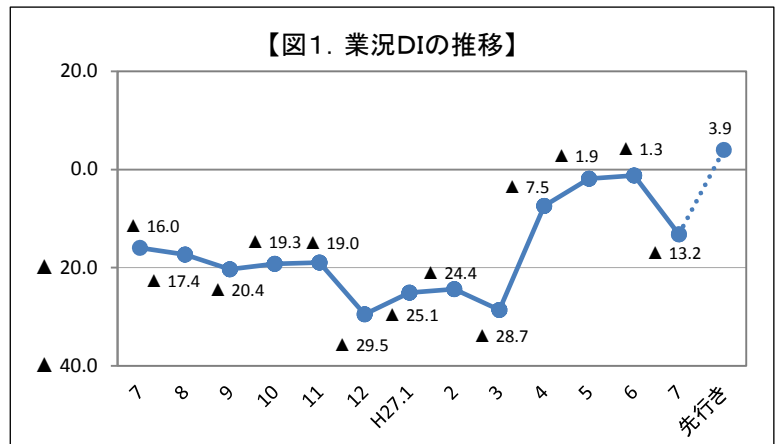
1. 平成27年7月 調査結果

建設業の業況DIが大きく悪化。先行きは改善を見込むもばらつき

(1) 業況DI

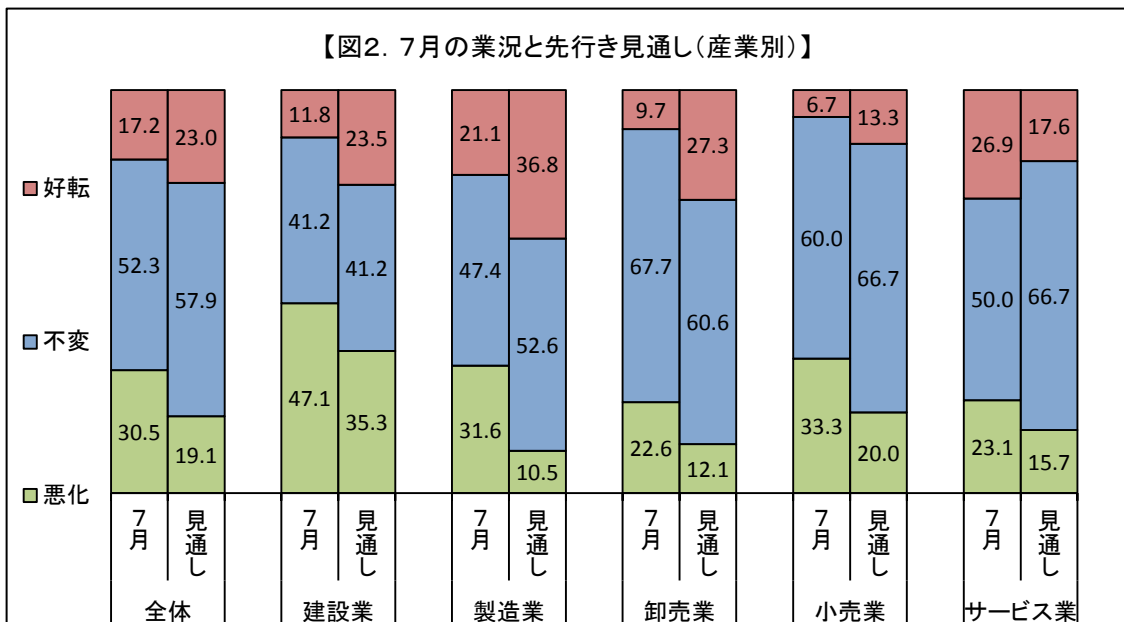
業況DI（前年同月比）は3カ月連続で上昇していたが、7月のDIは▲13.2となり、前月から11.9ポイント悪化した。産業別では、建設業は公共工事の減少などからマイナス幅が21.5ポイント拡大し大幅に悪化。製造業は4ヶ月連続で上昇していたが、食料品製造以外の業種で悪化した。卸売業はほぼ横這い、小売業はマイナス幅が9ポイント縮小した。サービス業は主に土木建築サービス業などの悪化から、8.7ポイントの減少となった。

向こう3ヶ月の先行き見通しDIは3.9と、7月から17.1ポイントの上昇。サービス業を除く全産業で上昇したが、先行きの受注の不安から建設業のDIは引き続きマイナスで、他の産業においてもコスト増加分の価格転嫁の遅れなど、収益面での回復には慎重な見方も多い。



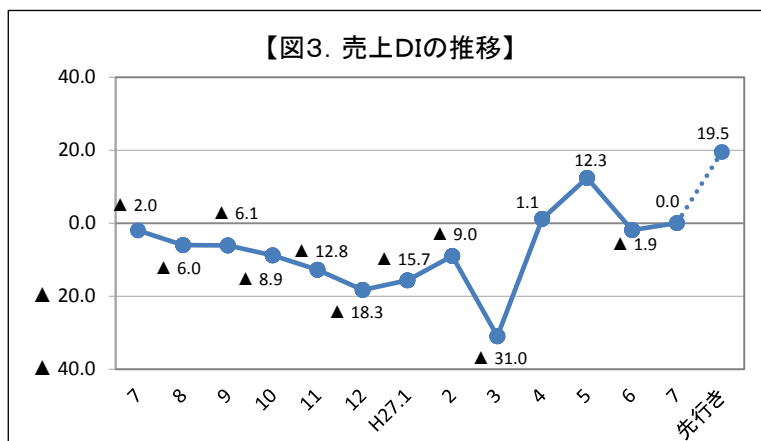
【表1. 産業別の業況DI推移】

	H27. 2	H27. 3	H27. 4	H27. 5	H27. 6	H27. 7	先行き
全産業	▲24.4	▲28.7	▲7.5	▲1.9	▲1.3	▲13.2	3.9
建設業	▲19.0	▲24.3	▲5.1	▲16.7	▲13.8	▲35.3	▲11.8
製造業	▲18.2	0.0	4.8	16.0	18.2	▲10.5	26.3
卸売業	▲50.0	▲62.5	▲2.9	▲21.2	▲11.8	▲12.9	15.2
小売業	▲23.5	▲50.0	▲14.3	▲7.7	▲35.7	▲26.7	▲6.7
サービスその他	▲16.9	▲18.5	▲13.6	14.6	12.5	3.8	2.0



(2) 売上（受注・出荷）について

- 7月の売上DIは0.0となり、前月からほぼ横這い。産業別では、引き続き宿泊業が好調なサービス業で6.1ポイントの上昇、個人消費の持ち直しがみられる小売業でマイナス幅が縮小した。公共事業の発注減少や競争激化などの影響を受けた建設業は、マイナス幅は前月から縮小したが、DIは全産業で最も低い▲17.6となった。
- 先行き見通しDIは19.5となり、今月から19.5ポイント上昇した。

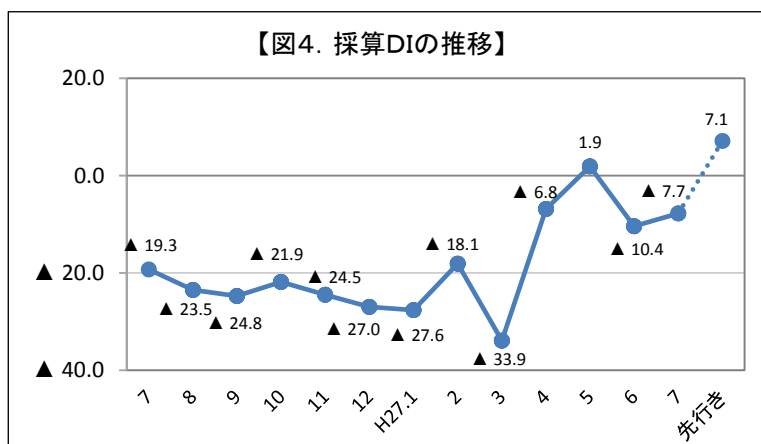


【表2. 産業別の売上DI推移】

	H27.2	H27.3	H27.4	H27.5	H27.6	H27.7	先行き
全産業	▲9.0	▲31.0	1.1	12.3	▲1.9	0.0	19.5
建設業	▲18.6	▲23.1	▲5.0	▲2.6	▲20.0	▲17.6	9.1
製造業	17.4	▲9.5	14.3	11.5	9.1	▲10.0	45.0
卸売業	▲23.5	▲57.6	23.5	11.8	11.8	8.8	35.3
小売業	11.8	▲50.0	▲4.8	23.1	▲50.0	▲13.3	▲13.3
サービスその他	▲9.8	▲24.6	▲9.7	21.6	7.1	13.2	15.4

(3) 採算（経常利益）について

- 7月の採算（経常利益）DIは▲7.7となり、前月から2.7ポイントの上昇。産業別では、卸売業・小売業でマイナス幅が縮小し、サービス業（比較対象の前年同月の燃料費が高水準であった運送業など）が5.8ポイント改善した。
- 先行き見通しDIは7.1と、7月から14.8ポイントの上昇。サービス業を除く4業種でDIは上昇し採算の改善を見込む。

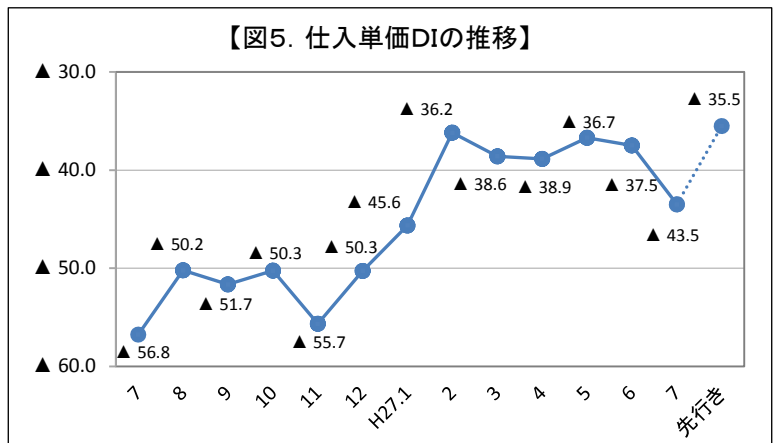


【表3. 産業別の採算DI推移】

	H27.2	H27.3	H27.4	H27.5	H27.6	H27.7	先行き
全産業	▲18.1	▲33.9	▲6.8	1.9	▲10.4	▲7.7	7.1
建設業	▲14.0	▲25.6	▲12.5	▲5.4	▲16.7	▲17.6	▲3.0
製造業	4.3	▲9.5	0.0	3.8	▲9.1	▲20.0	35.0
卸売業	▲39.4	▲63.6	6.1	▲3.8	▲11.8	▲5.9	14.7
小売業	0.0	▲62.5	▲4.8	16.7	▲35.7	▲20.0	▲6.7
サービスその他	▲23.0	▲24.6	▲12.9	5.9	0.0	5.8	1.9

(4) 仕入単価について

- 7月の仕入単価DIは▲43.5となり、前月から6ポイントの悪化。前年対比で仕入単価が「低下」と回答した企業は全体の3.9%にとどまり、48.7%が「上昇」と回答している。
- 先行き見通しDIは▲35.5と、7月から8ポイントの改善だが、依然としてDIは全産業でマイナスで、全体の37.5%が更なる仕入価格上昇を見込んでおり、引き続き厳しい見方が続いている。

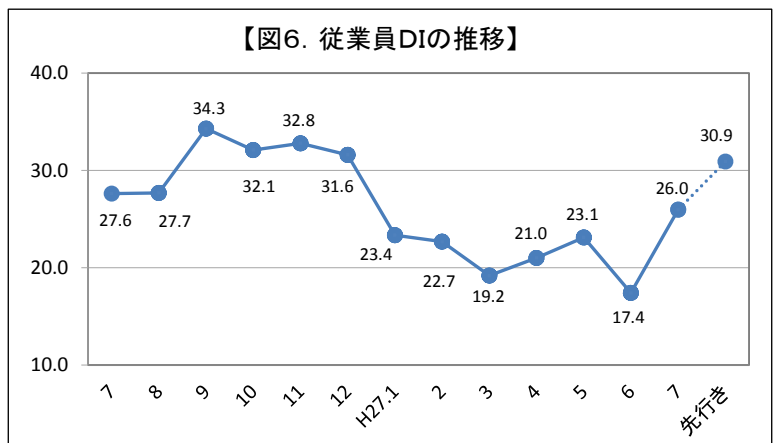


【表4. 産業別の仕入単価DI】

	H27.2	H27.3	H27.4	H27.5	H27.6	H27.7	先行き
全産業	▲36.2	▲38.6	▲38.9	▲36.7	▲37.5	▲43.5	▲35.5
建設業	▲51.2	▲61.5	▲40.0	▲52.6	▲40.0	▲44.1	▲35.3
製造業	▲45.5	▲47.6	▲47.6	▲44.0	▲50.0	▲50.0	▲25.0
卸売業	▲41.2	▲42.4	▲47.1	▲48.5	▲44.1	▲47.1	▲36.4
小売業	▲23.5	▲37.5	▲28.6	▲30.8	▲50.0	▲46.7	▲46.7
サービスその他	▲22.4	▲19.4	▲33.9	▲14.3	▲23.1	▲37.3	▲36.0

(5) 従業員について

- 7月の従業員DIは26.0となり、前月から8.6ポイントの上昇（人手不足感が強まる）。人手不足と回答した企業は最近1年間のピークである9月からは6.1ポイント低下しているが、依然、全体で29.2%の企業が人手不足と回答し、幅広い業種で人手不足が続いている。
- 先行き見通しDIは30.9と、今月から更に4.9ポイント上昇し、建設業のDIが52.9と人手不足感が大きく強まっている。



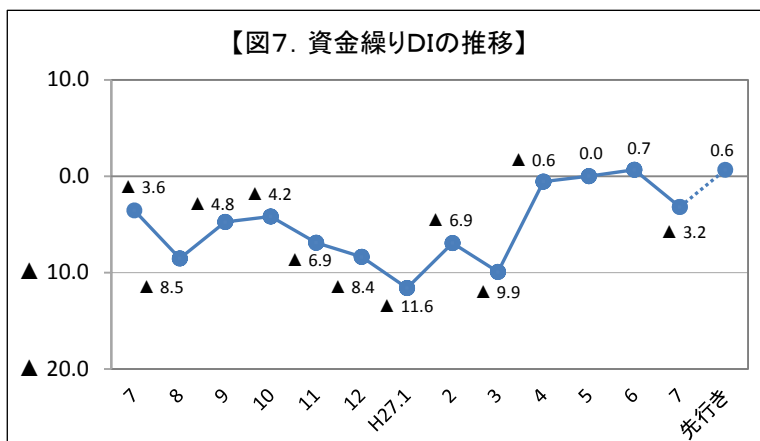
(※) 従業員DI = 「不足」 - 「余剰」。数値が大きくなるほど、人手不足感が強まる。

【表5. 産業別の従業員DI】

	H27.2	H27.3	H27.4	H27.5	H27.6	H27.7	先行き
全産業	22.7	19.2	21.0	23.1	17.4	26.0	30.9
建設業	27.5	28.2	27.5	28.9	23.3	41.2	52.9
製造業	17.4	4.8	9.5	0.0	0.0	0.0	20.0
卸売業	11.8	3.1	6.1	18.8	11.8	23.5	27.3
小売業	17.6	20.0	28.6	23.1	14.3	13.3	13.3
サービスその他	26.8	29.3	26.2	33.3	25.5	31.4	28.0

(6) 資金繰りについて

- 7月の資金繰りDIは▲3.2となり、前月から3.9ポイント悪化した。産業別では、建設業・製造業・サービス業（土木建築サービス業など）で悪化し、卸売業と小売業は改善した。
- 先行き見通しDIは0.6となり、今月からは3.8ポイントの上昇で、サービス業を除く4業種で改善を見込む。



【表6. 産業別の資金繰りDI】

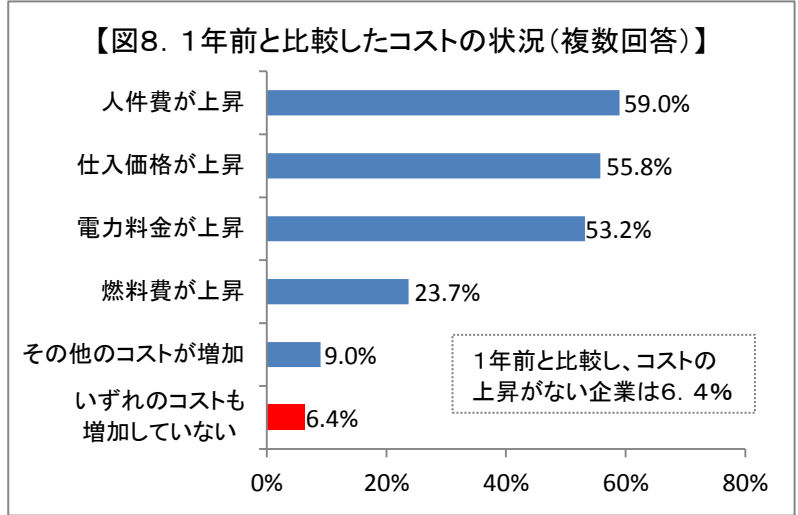
	H27.2	H27.3	H27.4	H27.5	H27.6	H27.7	先行き
全産業	▲6.9	▲9.9	▲0.6	0.0	0.7	▲3.2	0.6
建設業	▲11.6	▲10.5	▲5.0	▲5.3	▲6.9	▲11.8	0.0
製造業	0.0	▲4.8	9.5	3.8	9.1	▲5.0	0.0
卸売業	▲6.1	▲9.4	8.8	0.0	3.0	5.9	11.8
小売業	▲11.8	▲11.8	▲19.0	▲15.4	▲28.6	▲20.0	▲13.3
サービスその他	▲5.2	▲9.4	0.0	5.9	7.3	1.9	▲1.9

2. コスト増加分の価格転嫁について～消費者向けでは35%が全く転嫁できていない

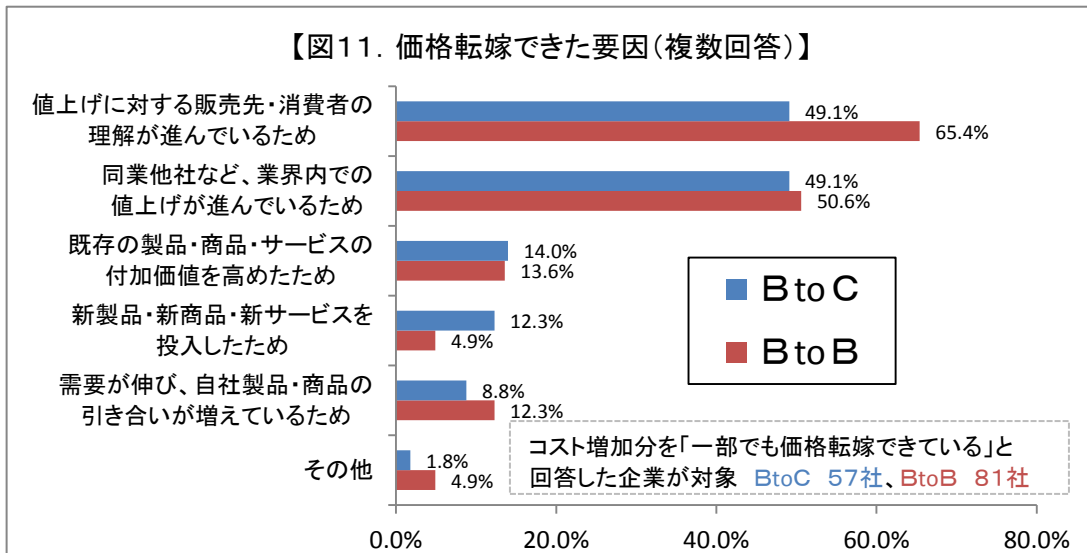
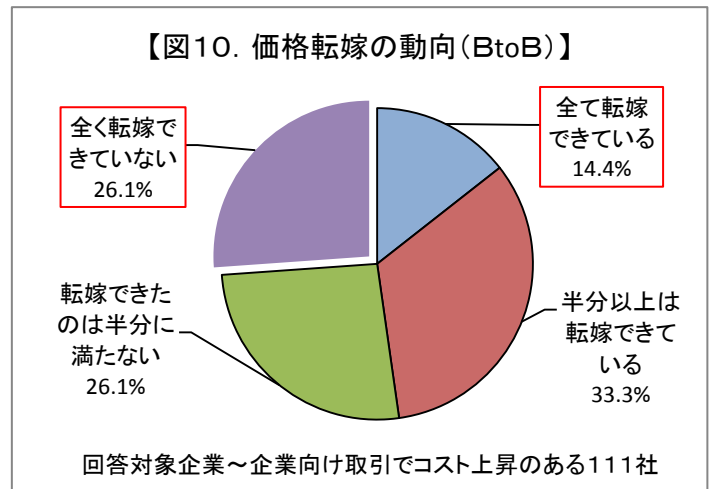
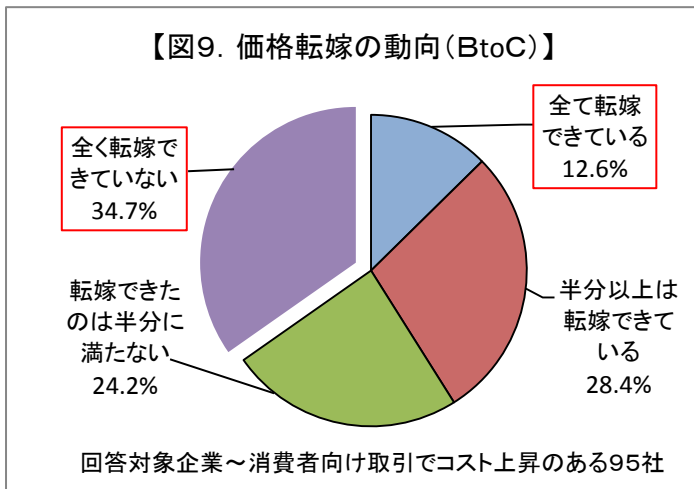
・仕入や人件費などのコスト増が続く中、取引価格への転嫁の遅れから収益が圧迫されているとの声が多く聞かれており、コスト増加分の価格転嫁の動向について調査を実施した。

・1年前との比較で、コストが上昇していない企業は6.4%のみで、93.6%が人件費、仕入価格など何らかのコストが上昇していると回答した(図8)。

・上昇したコストを「全て転嫁できている」とした企業は、BtoCでは12.6%、BtoBでは14.4%となった。
一方、「全く転嫁できていない」企業は、BtoBの26.1%に対し、BtoCでは34.7%と差が頭れ、消費者向け取引において特に価格転嫁が困難となっている結果となった。(図9.10)。



・一部でも価格転嫁ができた要因は、「値上げに対する販売先・消費者の理解が進んでいるため」が最も多く、「同業他社など業界内での値上げが進んでいるため」、「既存の製品・商品・サービスの付加価値を高めたため」と続く(図11)。



3. 会員企業の声

【建設業】

● 資材の価格上昇等、値上げ要因について取引先からある程度の理解を得られる土壌にはなっているが、全てを価格に転嫁できる状況ではない。	防水工事業
● 現在のところ工事物件の数自体は昨年同期比で10～15%程度減少しているが、受注価格は下落してはならず、資材等のコストの上昇もない。今年度下半期の受注状況が非常に気になる。	防水工事業
● 円安や電力料の値上げ、人件費の上昇等により、コストは徐々に上昇しているが、建設業のため契約時と引き渡し時の期間ずれがあり、その間のコスト増分を顧客に負担させるのは難しく、自社の利益減につながり経営を圧迫する。	電気工事業
● 取引先の景気状況が思わしくなく、当社も今年下半期の売上予想がたてられない。	リフォーム工事業

【製造業】

● 原材料費・人件費・電力費の上昇を取引価格へ転嫁できず、売上増と経費削減で対応せざるを得ない	水産食料品卸売業
● 商品を製造する上で全てのコストが上昇している。値上げは相手先に理解を求めているが、同業他社の価格と比較して交渉されるため、思い通りには行かないのが現状である。水産品は漁獲量により相場が変動するため、定番品の価格設定には苦労する。	水産食料品製造業
● 今年度電力料金の値上げや原油価格の上昇など、エネルギーコストが上昇、為替も変動が大きく、今後の見通しが不透明な状況にある。	食品製造業
● 売上の大部分は受注生産で弊社独自の商品が多いので、コスト上昇分の販売価格への転嫁は、比較的スムーズに取引先の協力が得られている。	帆布製品製造業
● 一部製品で原価割れ販売の製品があり、価格適正化で見直しを行なっている。しかし、販売競争もありすべての製品での仕切金額アップは難しい状況。	各種計測器製造

【卸売業・小売業】

● 書籍業界はアマゾンなどネット販売の影響を受け書店は厳しい状況。当社の売上高は影響を受けつつも横這いで推移。	書籍雑誌小売業
● 再販価格制度により、本来価格競争ができないが、ポイント付加等による実質割引が行われている。また、アマゾンが新刊の割引販売キャンペーンを発表し、これを機会に定価販売を崩していく意向を発表している。書籍も「再販価格制度の柔軟的対応」が始まるということである。	書籍雑誌小売業
● コスト上昇については仕入価格や人件費だけではなく車輻に関わるコストも上昇している。又、施工業者の単価をゼネコンが上げて行かないといつまでもきつい状態である。	建築資材卸売業
● 輸送コストの異常な値上りと、集荷拒否商品の増加でコストアップを収出来ず困っている。	建築資材卸売業
● 運送コストなど、配送コストがかなり増えており、利益確保が厳しくなってきた。	その他卸売業

● 仕入価格上昇の原因が、円安や市況材料価格動向と連動しない、いわゆる便乗値上げも散見され困惑している。このようなものは当社取引先にも説明がつかず価格転嫁できないでいるのが実際のところ。	電気機械器具 卸売業
● 仕入・販売共に、取引先へ、又は取引先からの要請・交渉によって時期も価格幅も異なっており、最終的には力関係や業界の流れの中で価格交渉が行われている。	包装資材等卸売

【サービス業その他】

● コスト以外の面では、高齢化や、市場の札幌圏への集中から、地方では寡占化が進み、結果として値上げ傾向にある。	一般貨物 自動車運送業
● 業務態様の特徴から、役場・漁協との委託契約での取引が多く、前もってコスト上昇を予測し委託料の見積設定を行っていることから、委託先との協議の中で価格転嫁についての理解が得やすい状況となっている。しかしこれは基本的に取引先との技術サービスにおける信頼関係が前提である。	産業廃棄物 処理場
● 業界全体が値上げをしておらず転嫁ができないので、コスト低減・合理化をし、対応しているのが現状である	自動車教習所
● 競争が激しく価格転嫁ができないため、客数の増加により対応せざるを得ない	会計事務所