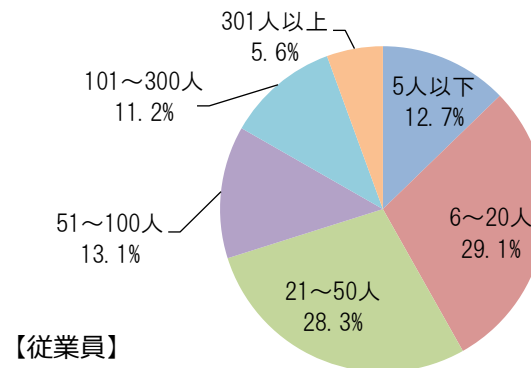
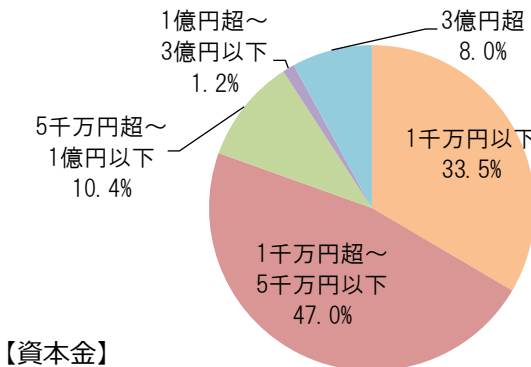
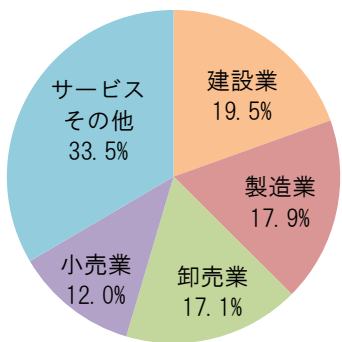


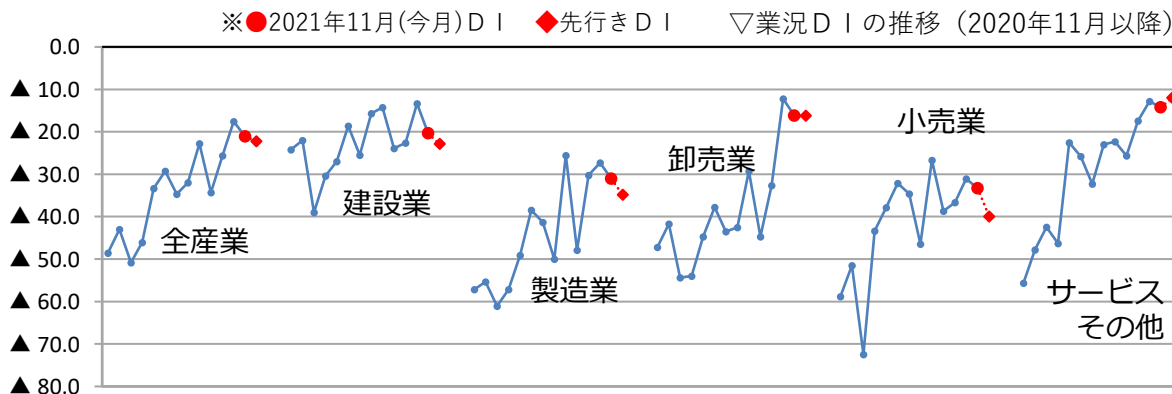
1. 調査期間 2021年11月16日(火)～2021年11月29日(月)
2. 調査対象 札幌商工会議所定期景気調査 登録企業545社
3. 回答状況 251社 (回答率46.1%)
4. 調査項目
 - ①11月の業況と先行き見通し
 - ②付帯調査…新型コロナウイルスによる経営への影響
 - ③付帯調査…価格転嫁の動向
5. 回答企業属性



① 11月の業況と先行き見通し

全産業合計の業況DIは▲21.1と、3.5ポイントの悪化。先行き見通しDIは▲22.3と悪化の見込み。

	2021年		
	10月	11月	12月～2月
全産業	▲17.6	▲21.1	▲22.3
建設	▲13.3	▲20.4	▲22.9
製造	▲27.3	▲31.1	▲34.9
卸売	▲12.2	▲16.3	▲16.3
小売	▲31.0	▲33.3	▲40.0
サービスその他	▲12.8	▲14.3	▲12.0



※DI値について…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。

※先行き見通しDI = 当月(11月)と比べた、向こう3ヶ月(12月～2月)の先行き見通し

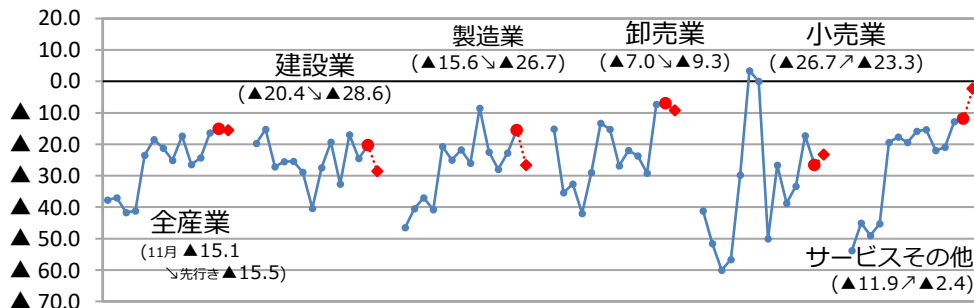
【例】

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

1) 売上D I と先行き見通し

▽売上D I の推移 (2020年11月以降)

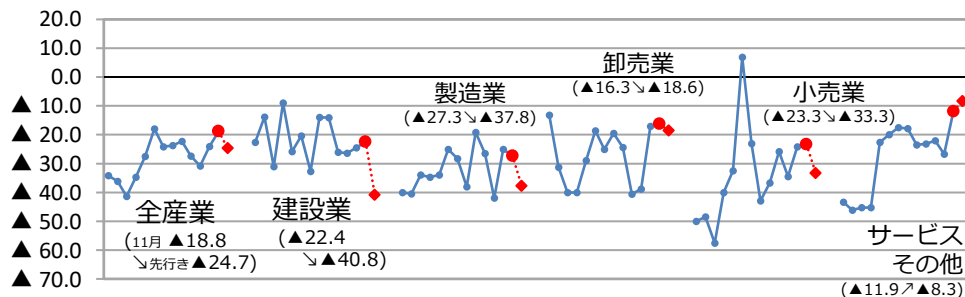
売上D I は▲15.1と前月から1.2ポイント増加。
先行きD I は▲15.5と悪化の見込み。



2) 採算 (経常利益) D I と先行き見通し

▽採算D I の推移 (2020年11月以降)

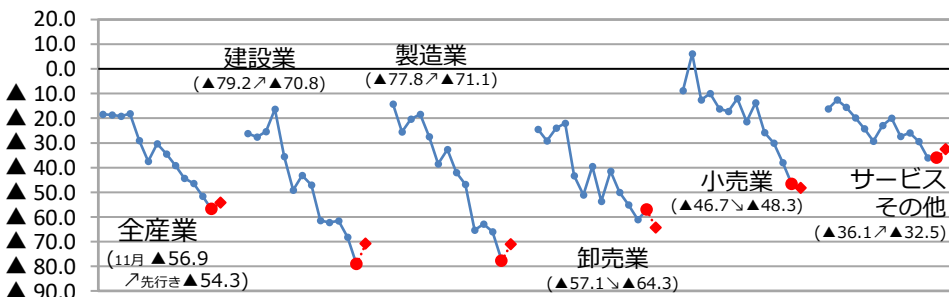
採算D I は▲18.8と前月から5.3ポイントの増加。
先行きD I は▲24.7と悪化の見込み。



3) 仕入単価D I と先行き見通し

▽仕入単価D I の推移 (2020年11月以降)

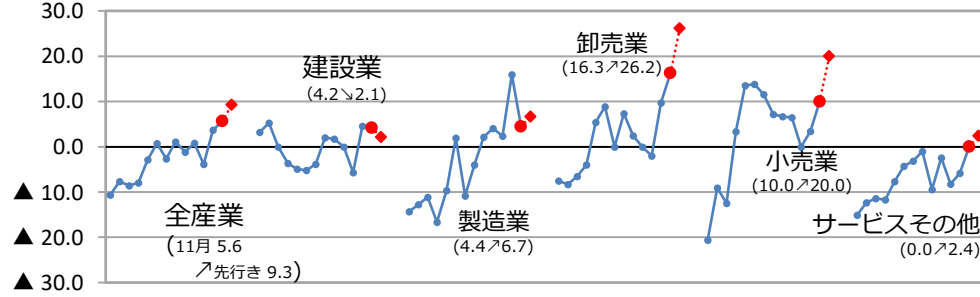
仕入単価D I は▲56.9と前月から5.2ポイント減少。
先行きD I は▲54.3と価格の上昇を訴える傾向が弱まる見込み。



4) 販売単価D I と先行き見通し

▽販売単価D I の推移 (2020年11月以降)

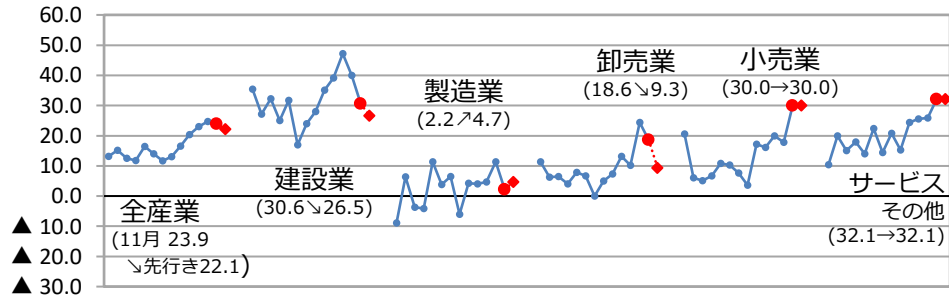
販売単価D I は5.6と前月から1.9ポイントの増加。
先行きD I は9.3と価格の上昇を訴える傾向が強まる見込み。



5) 従業員D I と先行き見通し

▽従業員D I の推移 (2020年11月以降)

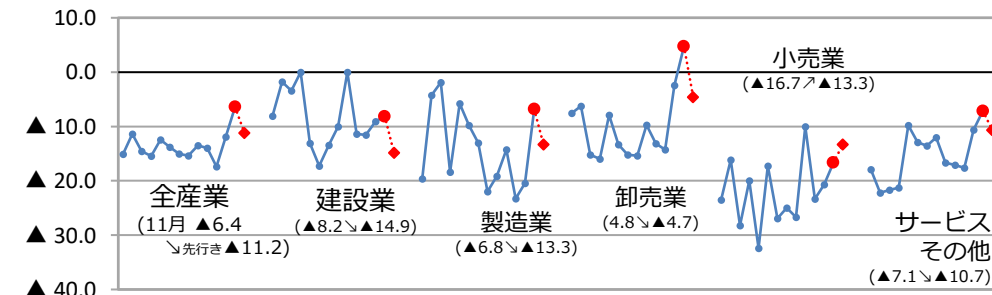
従業員D I は23.9と前月から0.8ポイント減少。
先行きD I は22.1で、人手不足感が弱まる見込み。



6) 資金繰りD I と先行き見通し

▽資金繰りD I の推移 (2020年11月以降)

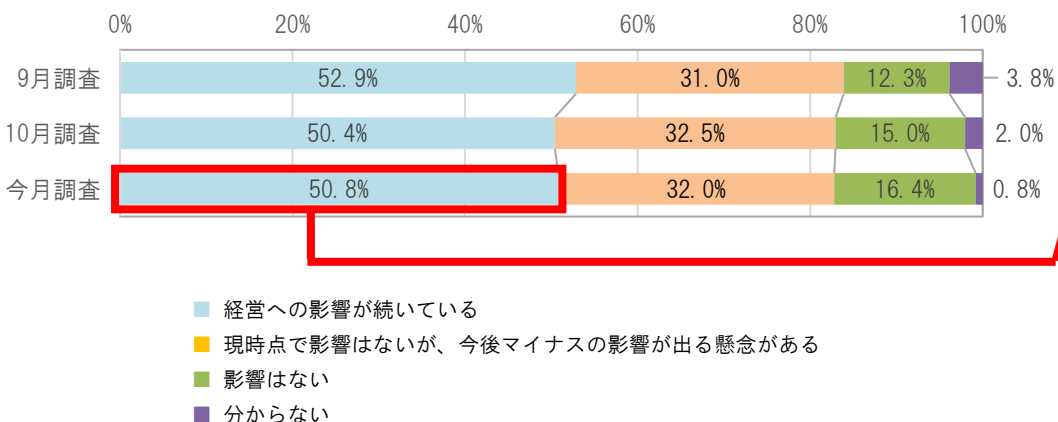
資金繰りD I は▲6.4と前月から5.5ポイントの増加。
先行きD I は▲11.2と悪化の見込み。



②新型コロナウイルスによる経営への影響

- ▶ 新型コロナウイルスによる経営への影響について、「影響が続いている」と回答した企業は50.8%で、前月調査時と比較して0.4ポイント増加した。「現時点で影響はないが、今後マイナスの影響が出る懸念がある」と回答した企業は32.0%、「影響はない」と回答した企業は16.4%であった。【図1】
- ▶ 「感染拡大前と比べたマイナスの影響の大きさ」については、前月調査と比べて、「深刻な影響（売り上げが50%超減少）」、「大きな影響（売り上げが30%程度減少）」と答えた企業の割合が減少し、「ある程度の影響（売り上げが10%超減少）」と答えた企業の割合が増加した。【参考】

図1 【新型コロナウイルスによる経営への影響】



参考【感染拡大前と比べたマイナスの影響の大きさ】

※「経営への影響が続いている」と回答した企業を100とした場合

	11月	10月	9月
深刻な影響 (売り上げが50%超減少)	10.2%	14.5%	12.3%
大きな影響 (売り上げが30%程度減少)	31.5%	33.9%	33.3%
ある程度の影響 (売り上げが10%程度減少)	58.3%	51.6%	54.4%

(参考) 会員の声

- ▶ 人手不足により社員の奪い合いが過熱している。 … 【運輸業】
- ▶ 赤潮などの影響で、水産物の不漁が続いており、北海道の前浜の原料をあてにしても経営が成り立たない状況となっている。高付加価値の製品や加工処理でBtoC商品の開発と販路開拓が急務である。 … 【食品製造業】
- ▶ 原油価格の高騰による資材・燃料費の仕入価格上昇で販売価格に転嫁ができず大幅な利益圧迫が生じている。 … 【土木工事業】
- ▶ 原材料の仕入れ単価値上がりで見積もりの競合が激化。燃料費も上がっており影響が甚大である。 … 【金属製品製造業】
- ▶ 灯油、ガソリン価格の上昇等の理由による顧客の消費に対する防衛感の高まりを感じます。また近隣に競合大型店が2店舗開店し、価格競争が激化している中で、最低賃金引上げなどコストも上昇しており、更なる収益構造の見直しやコスト削減につながる業務見直し、商品やサービスの向上に向けた店づくりの必要性を感じています。 … 【酒類小売業】

③価格転嫁の動向

- 消費者向け商品・サービス（BtoC）におけるコスト増加分の価格転嫁については、「全く転嫁できていない」企業は24.5%、「一部転嫁できていない」企業は50.0%で、価格転嫁できていない企業は合計74.5%となり、前年の価格転嫁できていない企業の合計73.2%を上回った。【図1】
また、価格転嫁できない理由は、「競合他社が販売価格を上げていない（据え置き、値上げ）」が最も多く42.1%となった。【表1】
- 企業向け商品・サービス（BtoB）におけるコスト増加分の価格転嫁については、「全く転嫁できていない」企業は22.8%、「一部転嫁できていない」企業は59.1%で、価格転嫁できていない企業は合計81.9%となり、前年の価格転嫁できていない企業の合計68.8%を上回った。【図2】
また、価格転嫁できない理由は、「競合他社が販売価格を上げていない（据え置き、値下げ）ため」が最も多く、51.7%となった。【表2】

図1【価格転嫁の動向（BtoC）】

※円グラフ外側が今回調査、内側は前年同月調査

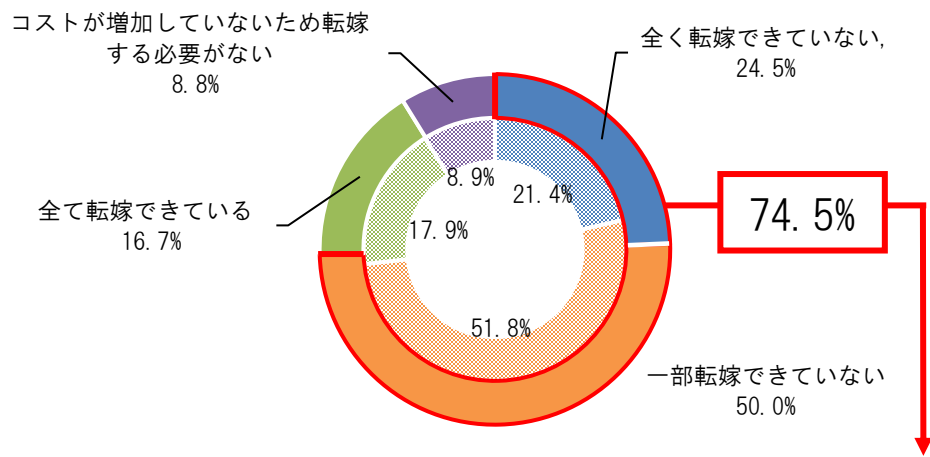


図2【価格転嫁の動向（BtoB）】

※円グラフ外側が今回調査、内側は前年同月調査

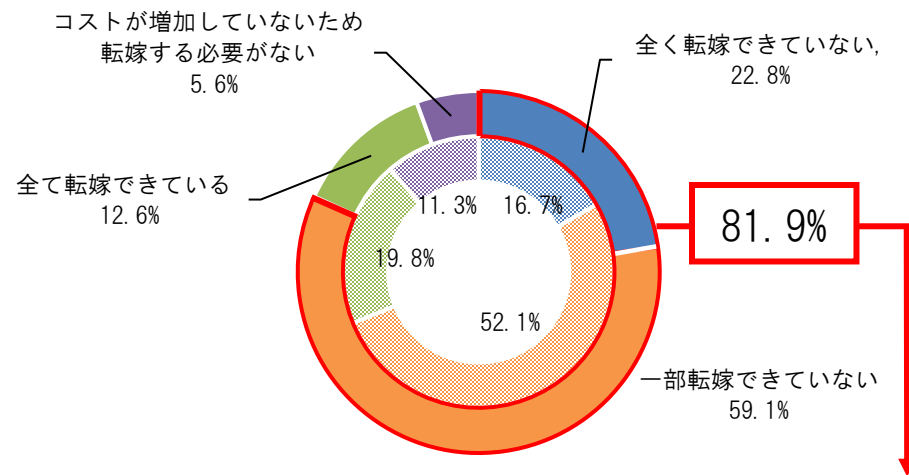


表1【価格転嫁できない理由】（複数回答・上位4項目）

※（）内：前年同月調査

競合他社が販売価格を上げていない（据え置き、値下げ）ため	42.1%(40.2%)
消費者の節約志向・低価格志向が続いている（強まっている）ため	38.2%(46.3%)
予め販売価格を固定した長期契約により、足元の価格変動を反映できないため	34.2%(17.1%)
需要が減少しているため	32.9%(47.6%)

表2【価格転嫁できない理由】（複数回答・上位4項目）

※（）内：前年同月調査

競合他社が販売価格を上げていない（据え置き、値下げ）ため	51.7%(55.4%)
予め販売価格を固定した長期契約により、足元の価格変動を反映できないため	35.8%(19.2%)
需要が減少しているため	33.0%(40.7%)
消費者の節約志向・低価格志向が続いている（強まっている）ため	22.7%(29.9%)