

1. 経営状況について

○回答数：70件/101件 回答率：69%

(業種内訳：建設業17件、製造業9件、卸売業12件、小売業6件、サービス業26件)

○全産業の業況DIは4.3と、前月比1.6ポイントの悪化。(表1参照)

・業種別でみると、前月比では建設業が改善したものの、その他の産業で悪化しており、全産業では悪化となった。(表1参照)

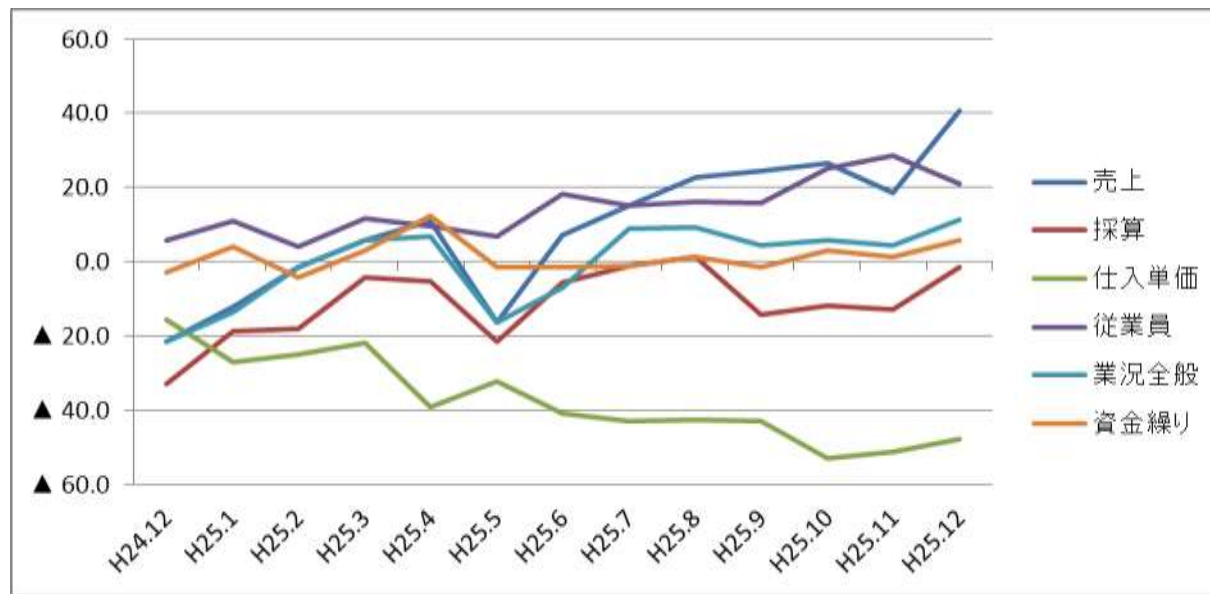
・売上高DIは18.6、従業員DIは28.6と高いが、仕入単価DIが▲51.4、採算DIが▲12.9と低いことから、業況DIは4.3と低くなっている。(図1参照)

・業況DIはプラスだが、約半数(47.1%)もの企業が景気低迷していた昨年と不変と回答しており、景況感は低い。

○先行きについては、業況DIは4.3と、今月と変わらない見通し。業種別では、卸売業、サービス業が改善する見通しで、小売業は変わらず、建設業、製造業で悪化する見通しである。(表1参照)

○「人員不足・新規採用困難」、「燃料・資材高騰」の声が多い。

・図1 全産業合計の各DIの推移



	H24.12	H25.1	H25.2	H25.3	H25.4	H25.5	H25.6	H25.7	H25.8	H25.9	H25.10	H25.11	H25.12	先行き
全産業	▲21.7	▲13.5	▲1.4	5.9	6.8	▲16.4	▲7.1	8.9	9.3	4.3	5.9	4.3	11.3	1.4
建設業	▲30.0	▲20.0	▲21.1	11.1	▲9.5	▲16.7	▲10.5	23.5	31.6	5.9	15.0	35.3	26.3	▲21.1
製造業	12.5	▲40.0	0.0	▲20.0	33.3	▲28.6	0.0	▲10.0	▲12.5	0.0	12.5	0.0	16.7	▲9.1
卸売業	▲46.2	▲33.3	8.3	8.3	9.1	▲38.5	▲25.0	▲7.7	▲9.1	9.1	18.2	8.3	18.2	36.4
小売業	▲50.0	▲16.7	20.0	▲20.0	▲20.0	▲20.0	0.0	▲14.3	16.7	▲20.0	25.0	0.0	▲14.3	▲14.3
サービス業	▲8.3	7.1	3.4	10.7	14.3	▲3.3	0.0	18.8	6.5	7.7	▲12.0	▲15.4	0.0	13.6

2. 付帯調査：仕入価格について

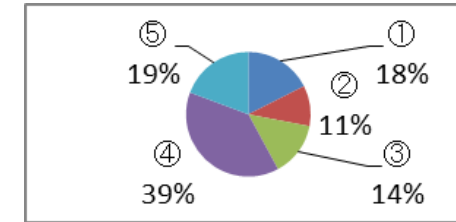
○仕入価格の上昇による経営への影響について

「今のところ影響はないが、更なる上昇・高止まりとなれば業績に響く見込み」が42%と一番多い。

「影響が出ており、業績が悪化」が26%、「影響が大きく業績が大幅に悪化」が6%と、現状で経営に影響が出ている企業は全体の約3割にのぼる。「仕入価格は上昇していない」は17%であった。

○仕入価格上昇分の転嫁状況について(下記グラフ参照)

「ほとんど転嫁できていないが今後転嫁する予定」が39%、「ほとんど転嫁できておらず今後も転嫁できない」が19%と、現状で価格転嫁がほとんど出来ていない企業は約6割にのぼる。



- ① ほぼ全額転嫁できている
- ② 半分以上転嫁できている
- ③ 半分以下しか転嫁できていない
- ④ ほとんど転嫁できていないが、今後転嫁する予定
- ⑤ ほとんど転嫁できておらず、今後も転嫁できない

○仕入価格上昇分を転嫁できない理由について(複数回答可)

「競合他社との価格面での競争が激しいため」が46%と約半数を占め、「消費者の低価格志向が根強い」が19%、「長期契約により価格が固定されているため」が13%、「価格決定権が自社にないため」が12%と続く。

○仕入価格上昇への対応策について(複数回答可)

「販売価格に転嫁する」が28%と一番多く、「付加価値を高め販売価格を上げる」と「より安価な仕入先に変更する」が20%、「経費(人件費を除く)を削減する」が17%と続く。

3. 中小企業の声

○建設労働者不足に伴う工期遅延による下請けへのシワ寄せがある。将来的な建設需要が不透明な為、自然減に対応した計画採用の妥当性の判断が困難。(空調・給排水工事業)

○公共物件、太陽光物件等案件はあるが、人出不足の為対応できない。また、人件費、材料等の上昇も見込まれ案件ごとの利益確保が難しくなっている。(電気工事業)

○水産原料が軒並み高騰し、付加価値の低い商品は価格競争に巻き込まれている。高付加価値化は、機械設備などを充実させ、安定した納品先開拓が急務。(水産食品製造販売)

○景気回復が実感できる状況になってきたが、この状況を長続きさせるために、国の切れ目無い景気対策を望む。(帆布製品製造業)

○顧客の建設業、土木系コンサルタントの人手・建設機械不足。弊社も含め、新人の採用難が出始めている。(OA機器・IT関連卸売業)

○市場価格の下落により、固定費の吸収ができにくい状況。(清涼飲料水卸売業)

○中小企業にアベノミクスの恩恵は全くない。これから経済の停滞期に入る冬場を迎え、灯油・ガソリン代、電気代等生活必需品が値上がりし景気落ち込みは避けられない。(会計事務所)

○増税と物価上昇により、一般企業の広告・販促費は抑えられ、大手広告代理店にも影響は大きくなる。下請けの広告プロダクション及び価格転嫁できない印刷業も淘汰・M&Aは加速すると思われ、広告業界は次の一手が必要。(広告代理制作業)

○エビ等魚貝類全般が値上がりしている。(飲食業)

○案件はあるが、社員、外注先がない為受注できない。(ソフトウェア開発業)

○なかなか好転しない。(コンテンツ制作業)

※商工会議所 LOBO 調査は、日商が毎月行っている調査で、各地域の「肌で感じる足元の景況感」を迅速・的確に把握し、商工会議所の景気対策等に関する意見活動に資することを目的としている。

調査項目は、「売上高」、「採算」、「仕入単価」、「従業員」、「業況」、「資金繰り」の6項目についての前年同月比の見込みと向こう3ヶ月の見通しの景況感調査。そのほか、毎月テーマが変わる付帯調査も実施。