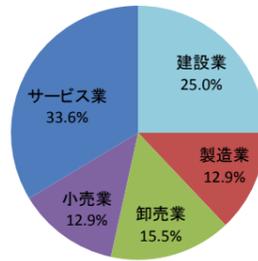


弘前地域企業短期景況観測調査 10月調査(7月~9月期分) 結果報告

【調査概要】

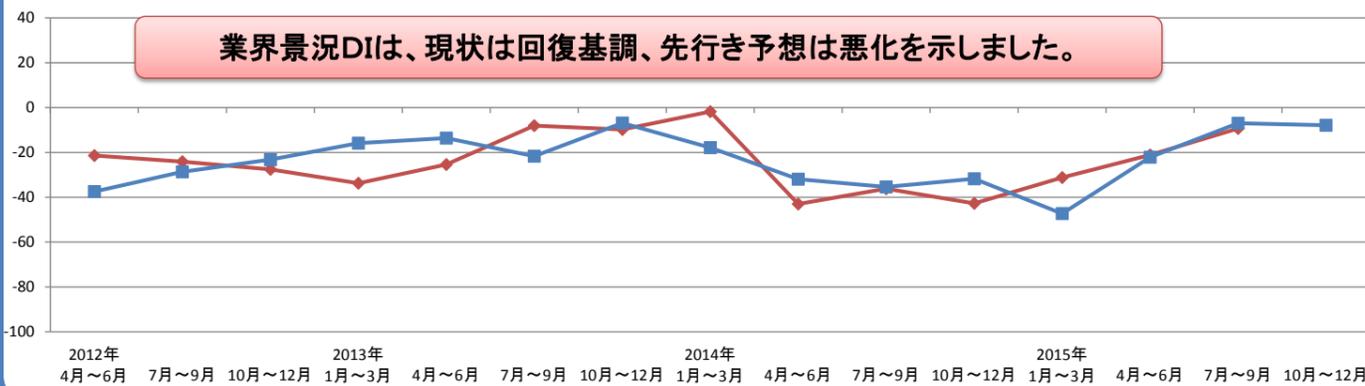
- 1) 調査対象企業 弘前商工会議所会員、議員、部会役員、小規模企業振興委員
旅館・ホテル組合役員、石油卸売業の各企業
- 2) 調査対象期間 平成27年7月~9月期
- 3) 調査時期、方法 平成27年10月1日 調査票発送(FAX)
平成27年10月23日 調査票回収締め切り(FAX)
- 4) 結果報告方法 弘前かいぎしょTODAY11月号に折り込み全会員に発送
- 5) 回答企業の業種割合 (右の円グラフをご参照ください。)



※DI値とは、
デフュージョン・インデックス(Diffusion Index)
の略で、景気動向を示す指標です。
増加・好転など「良い」の回答割合から
減少・悪化など「悪い」の回答割合を差し引いて
計算される景況判断指数です。
プラスの値は景気の上向きの傾向を、マイナス
の値は下向きの傾向を示し、強気・弱気などの
景気感を数値化することができます。

【地域企業の景況DI】

●2012年4月~6月期~2015年10月~12月期までの業界景況(先行き予想含む)の推移



◇弘前地域の景況は、
全産業合計のDI(前年同期比)が
前回調査(4~6月期:▲21.1)より
マイナス幅が11.8ポイント改善して
▲9.3となりました。

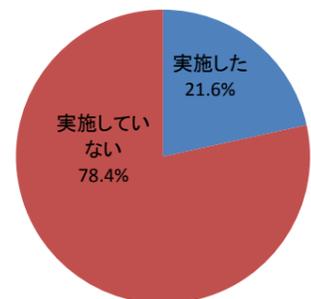
◇先行き(10~12月期)の予想については、
前回調査(7~9月期:▲7.0)
よりマイナス幅が0.9ポイント拡大して
▲7.9となりました。

【地域企業の業種別景況DI】

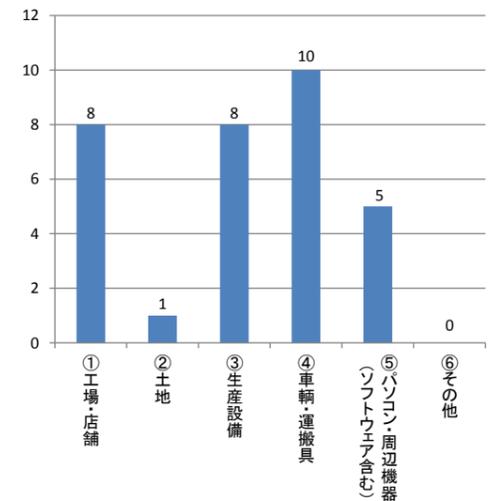
業種	現状・先行き予想ともに回復基調を示しました。	現状・先行き予想ともに悪化を示しました。	現状は回復基調、先行き予想は悪化を示しました。	現状は回復基調、先行き予想は悪化を示しました。	現状・先行き予想ともに悪化を示しました。
建設業	<p>◇DI(前年同期比)が前回調査(4~6月期:▲33.3)よりマイナス幅が36.9ポイント改善して3.6となりました。</p> <p>◇先行き(10~12月期)の予想については、前回調査(7~9月期:▲24.1)よりマイナス幅が31.2ポイント改善して7.1となりました。</p>	<p>◇DI(前年同期比)が前回調査(4~6月期:▲5.3)よりマイナス幅が9.0ポイント拡大して▲14.3となりました。</p> <p>◇先行き(10~12月期)の予想については、前回調査(7~9月期:5.3)より12.0ポイント縮小して▲6.7となりました。</p>	<p>◇DI(前年同期比)が前回調査(4~6月期:▲24.0)よりマイナス幅が12.2ポイント改善して▲11.8となりました。</p> <p>◇先行き(10~12月期)の予想については、前回調査(7~9月期:▲20.0)よりマイナス幅が2.2ポイント拡大して▲22.2となりました。</p>	<p>◇DI(前年同期比)が前回調査(4~6月期:▲36.4)よりマイナス幅が29.3ポイント改善して▲7.1となりました。</p> <p>◇先行き(10~12月期)の予想については、前回調査(7~9月期:4.8)より11.5ポイント縮小して▲6.7となりました。</p>	<p>◇DI(前年同期比)が前回調査(4~6月期:▲8.1)よりマイナス幅が9.0ポイント拡大して▲17.1となりました。</p> <p>◇先行き(10~12月期)の予想については、前回調査(7~9月期:2.9)より16.1ポイント縮小して▲13.2となりました。</p>

【設備投資動向について】

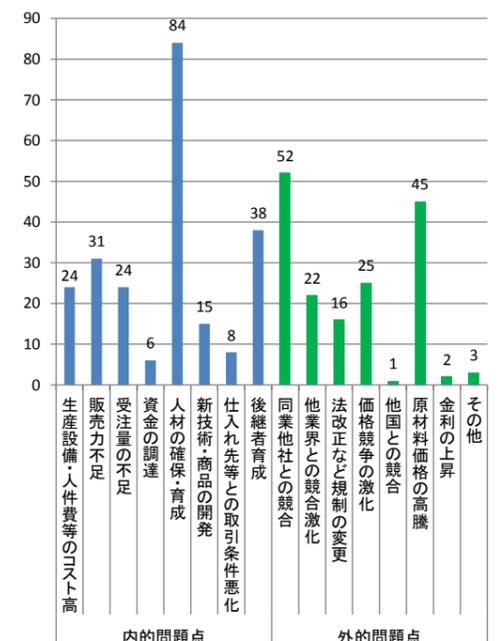
- 1) 7月~9月の間に設備投資を(実施した/実施していない)



- 2) 設備投資の内容について(複数回答可)



【経営上の問題点について】(複数回答可)



■景況動向調査

1)「売上」について

・7月～9月の「売上」は、昨年同期と比較して

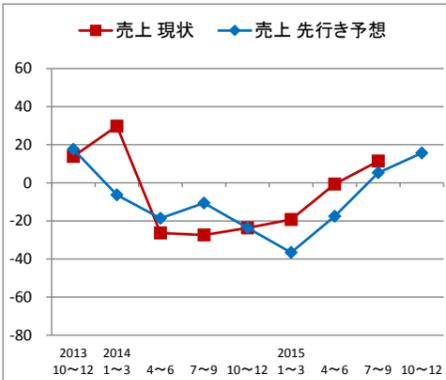


(業種別)	増加	不変	減少	DI値
建設業	27.6%	51.7%	20.7%	▲ 6.9
製造業	53.3%	33.3%	13.3%	▲ 40.0
卸売業	38.9%	38.9%	22.2%	▲ 16.7
小売業	26.7%	33.3%	40.0%	▲ 13.3
サービス業	32.4%	45.9%	21.6%	▲ 10.8

・10月～12月の「売上予想」は、昨年同期と比較して

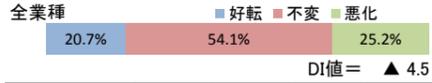


(業種別)	増加	不変	減少	DI値
建設業	41.4%	41.4%	17.2%	▲ 24.1
製造業	33.3%	66.7%	0.0%	▲ 33.3
卸売業	22.2%	61.1%	16.7%	▲ 5.6
小売業	20.0%	53.3%	26.7%	▲ 6.7
サービス業	26.3%	63.2%	10.5%	▲ 15.8



2)「採算」について

・7月～9月の「採算」は、昨年同期と比較して

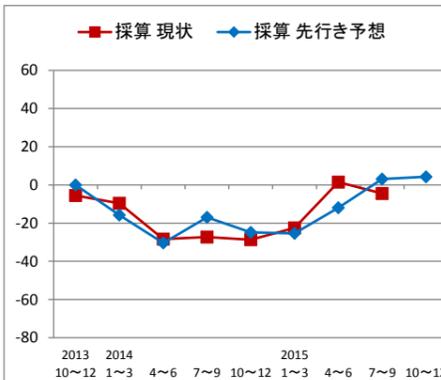


(業種別)	好転	不変	悪化	DI値
建設業	20.7%	51.7%	27.6%	▲ 6.9
製造業	26.7%	40.0%	33.3%	▲ 6.7
卸売業	27.8%	50.0%	22.2%	▲ 5.6
小売業	7.1%	57.1%	35.7%	▲ 28.6
サービス業	20.0%	62.9%	17.1%	▲ 2.9

・10月～12月の「採算予想」は、昨年同期と比較して



(業種別)	好転	不変	悪化	DI値
建設業	20.7%	62.1%	17.2%	▲ 3.4
製造業	26.7%	60.0%	13.3%	▲ 13.3
卸売業	16.7%	66.7%	16.7%	▲ 0.0
小売業	13.3%	66.7%	20.0%	▲ 6.7
サービス業	18.4%	71.1%	10.5%	▲ 7.9



3)「資金繰り」について

・7月～9月の「資金繰り」は、昨年同期と比較して

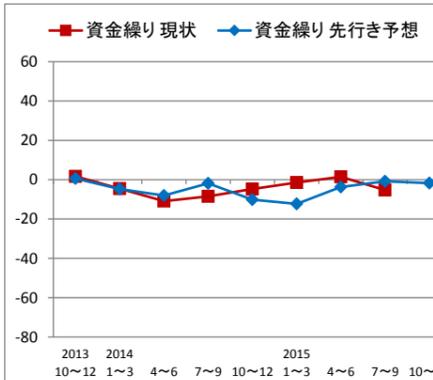


(業種別)	好転	不変	悪化	DI値
建設業	3.4%	82.8%	13.8%	▲ 10.3
製造業	6.7%	86.7%	6.7%	▲ 0.0
卸売業	0.0%	100.0%	0.0%	▲ 0.0
小売業	6.7%	80.0%	13.3%	▲ 6.7
サービス業	5.4%	83.8%	10.8%	▲ 5.4

・10月～12月の「資金繰り予想」は、昨年同期と比較して



(業種別)	好転	不変	悪化	DI値
建設業	6.9%	82.8%	10.3%	▲ 3.4
製造業	6.7%	93.3%	0.0%	▲ 6.7
卸売業	5.6%	94.4%	0.0%	▲ 5.6
小売業	0.0%	93.3%	6.7%	▲ 6.7
サービス業	2.6%	89.5%	7.9%	▲ 5.3



4)「仕入単価」について

・7月～9月の「仕入単価」は、昨年同期と比較して

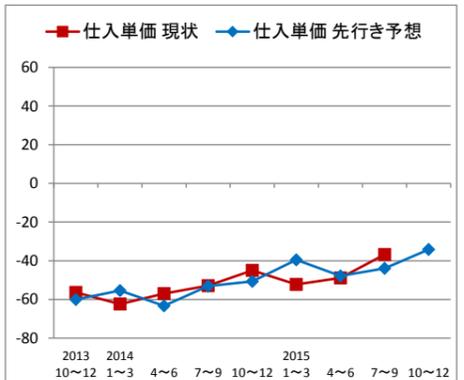


(業種別)	下降	不変	上昇	DI値
建設業	0.0%	58.6%	41.4%	▲ 41.4
製造業	6.7%	46.7%	46.7%	▲ 40.0
卸売業	5.6%	44.4%	50.0%	▲ 44.4
小売業	6.7%	46.7%	46.7%	▲ 40.0
サービス業	13.5%	45.9%	40.5%	▲ 27.0

・10月～12月の「仕入単価予想」は、昨年同期と比較して



(業種別)	下降	不変	上昇	DI値
建設業	3.4%	48.3%	48.3%	▲ 44.8
製造業	6.7%	53.3%	40.0%	▲ 33.3
卸売業	5.6%	61.1%	33.3%	▲ 27.8
小売業	6.7%	60.0%	33.3%	▲ 26.7
サービス業	5.4%	56.8%	37.8%	▲ 32.4



5)「在庫」について

・7月～9月の「在庫」は、昨年同期と比較して

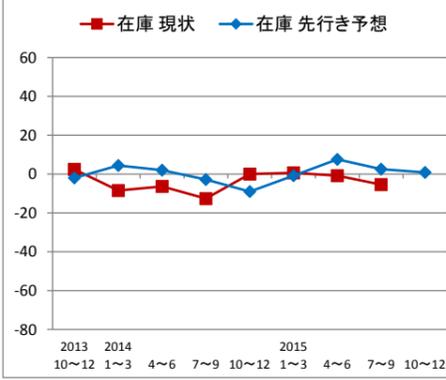


(業種別)	不足	適当	過剰	DI値
建設業	3.4%	96.6%	0.0%	▲ 3.4
製造業	13.3%	80.0%	6.7%	▲ 6.7
卸売業	0.0%	88.9%	11.1%	▲ 11.1
小売業	0.0%	66.7%	33.3%	▲ 33.3
サービス業	5.9%	85.3%	8.8%	▲ 2.9

・10月～12月の「在庫予想」は、昨年同期と比較して



(業種別)	不足	適当	過剰	DI値
建設業	10.3%	89.7%	0.0%	▲ 10.3
製造業	0.0%	100.0%	0.0%	▲ 0.0
卸売業	5.6%	88.9%	5.6%	▲ 0.0
小売業	6.7%	66.7%	26.7%	▲ 20.0
サービス業	8.6%	85.7%	5.7%	▲ 2.9



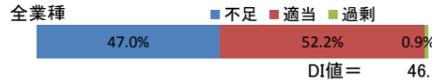
6)「従業員」について

・7月～9月の「従業員」は、昨年同期と比較して

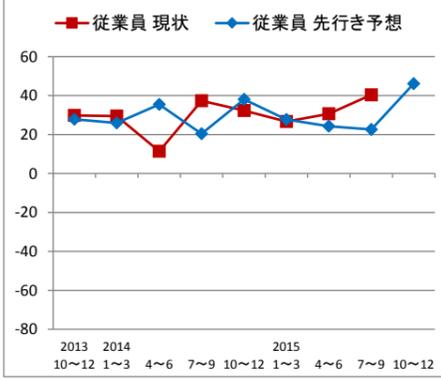


(業種別)	不足	適当	過剰	DI値
建設業	41.4%	58.6%	0.0%	▲ 41.4
製造業	40.0%	60.0%	0.0%	▲ 40.0
卸売業	33.3%	66.7%	0.0%	▲ 33.3
小売業	40.0%	53.3%	6.7%	▲ 33.3
サービス業	45.9%	54.1%	0.0%	▲ 45.9

・10月～12月の「従業員予想」は、昨年同期と比較して



(業種別)	不足	適当	過剰	DI値
建設業	51.7%	48.3%	0.0%	▲ 51.7
製造業	46.7%	53.3%	0.0%	▲ 46.7
卸売業	38.9%	55.6%	5.6%	▲ 33.3
小売業	46.7%	53.3%	0.0%	▲ 46.7
サービス業	47.4%	52.6%	0.0%	▲ 47.4



7)「自社景況」について

・7月～9月の「自社景況」は、昨年同期と比較して

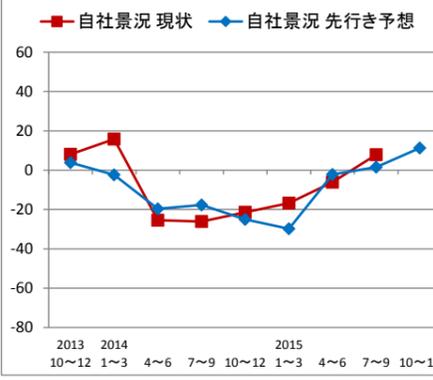


(業種別)	好転	不変	悪化	DI値
建設業	20.7%	69.0%	10.3%	▲ 10.3
製造業	13.3%	80.0%	6.7%	▲ 6.7
卸売業	22.2%	77.8%	0.0%	▲ 22.2
小売業	6.7%	80.0%	13.3%	▲ 6.7
サービス業	16.2%	73.0%	10.8%	▲ 5.4

・10月～12月の「自社景況予想」は、昨年同期と比較して



(業種別)	好転	不変	悪化	DI値
建設業	20.7%	69.0%	10.3%	▲ 10.3
製造業	26.7%	66.7%	6.7%	▲ 20.0
卸売業	16.7%	66.7%	16.7%	▲ 0.0
小売業	6.7%	86.7%	6.7%	▲ 0.0
サービス業	26.3%	65.8%	7.9%	▲ 18.4



8)「業界景況」について

・7月～9月の「業界景況」は、昨年同期と比較して

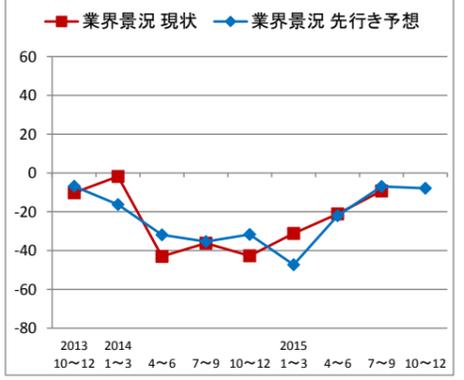


(業種別)	好転	不変	悪化	DI値
建設業	28.6%	46.4%	25.0%	▲ 3.6
製造業	7.1%	71.4%	21.4%	▲ 14.3
卸売業	0.0%	88.2%	11.8%	▲ 11.8
小売業	7.1%	78.6%	14.3%	▲ 7.1
サービス業	14.3%	54.3%	31.4%	▲ 17.1

・10月～12月の「業界景況予想」は、昨年同期と比較して



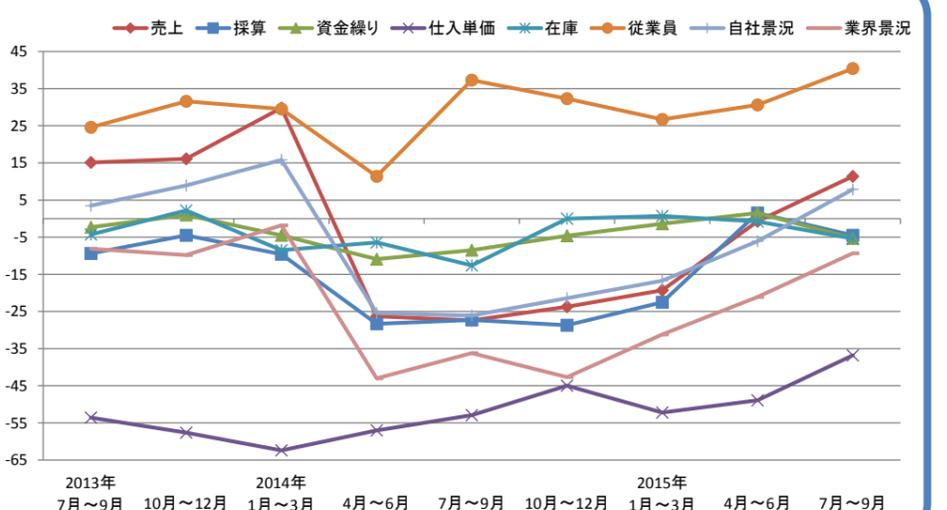
(業種別)	好転	不変	悪化	DI値
建設業	25.0%	57.1%	17.9%	▲ 7.1
製造業	6.7%	80.0%	13.3%	▲ 6.7
卸売業	0.0%	77.8%	22.2%	▲ 22.2
小売業	0.0%	93.3%	6.7%	▲ 6.7
サービス業	15.8%	55.3%	28.9%	▲ 13.2



■地域企業の声■

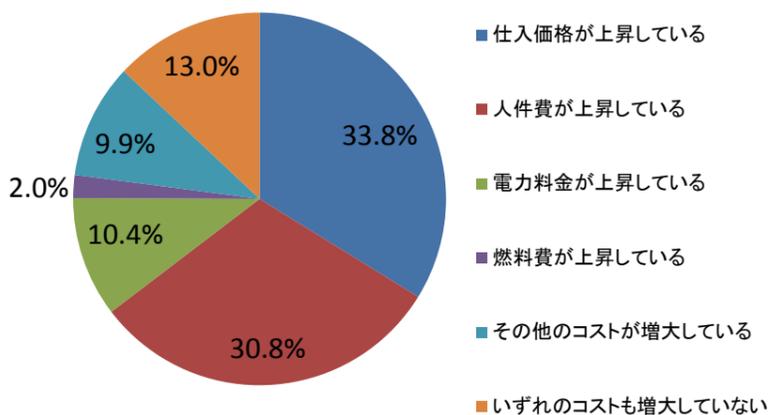
- ・景気が、中央から地方へは浸透しづらいように、建設業では中央業者はほとんど利益の回復がみられるのに対し、地方はまだ価格の競争がみられる。(建設業)
- ・材料価格高騰、設備運営のコスト高に対する人材確保や育成が難しくなっている。(製造業)
- ・冬期に向かい繁忙期となるが、需要に対しての十分な対応に備えるために若手の従業員の熟練度を上げ、より一層お客様のニーズに対応できるようにしたい。(卸売業、小売業)
- ・法定福利のUPIにより人件費・材料費共に上昇傾向にあると同時に人手不足が追い打ちで単価のUPIに繋がっている。(建設業)
- ・本格的な震災復興工事の需要が高まる中で、オリンピック関連工事の動きが活発化し始めている。技術者の不足、流出が非常に懸念される。(建設業)
- ・マイナンバー制度に関連した様々なコスト増。個人情報の管理体制の整備が急務となっている。(小売業)
- ・現在の人手不足は当面解消の見込みはないと思われる。また、少子高齢化はじわじわとビジネスの減少をもたらすと思う。(小売業)

■全業種の各DI推移(2013年7月以降)■



◆コスト増加に係る実態調査

昨年と比較した場合のコスト増の状況について

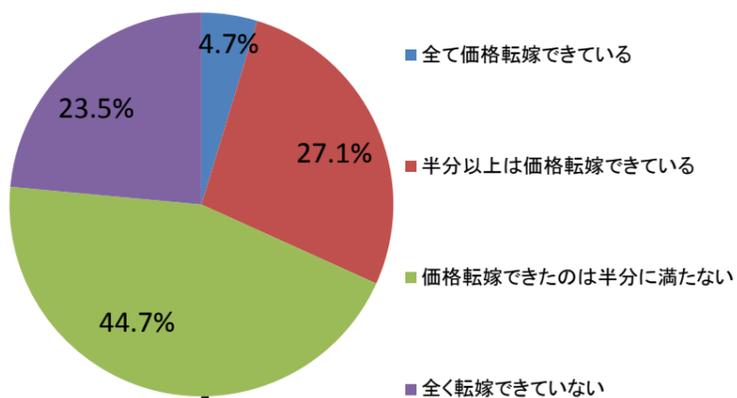


<業種全体>

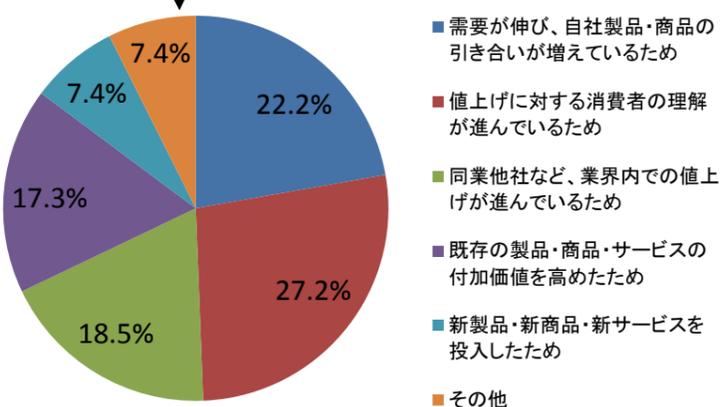
- ・「仕入価格が上昇している」と回答した事業所が最も多く、33.8%であった。
- ・「人件費が上昇している」と回答した事業所は、30.8%であった。最低賃金の引き上げ等による影響が見られる結果となった。
- ・「電力料金が上昇している」(10.4%)、「燃料費が上昇している」(2.0%)と回答した事業所が12.4%であった。
- ・「その他のコストが増大している」と回答した事業所は、9.9%であった。その他のコストとしては、修繕費や運賃といった回答が見られた。

消費者向けの商品・製品(BtoC)注1におけるコスト増加分の価格転嫁の動向について

※昨年に比べ、「コストが増大」(いずれのコストも増大していない以外を回答)している事業所のみを回答



価格転嫁できた要因



<業種全体>

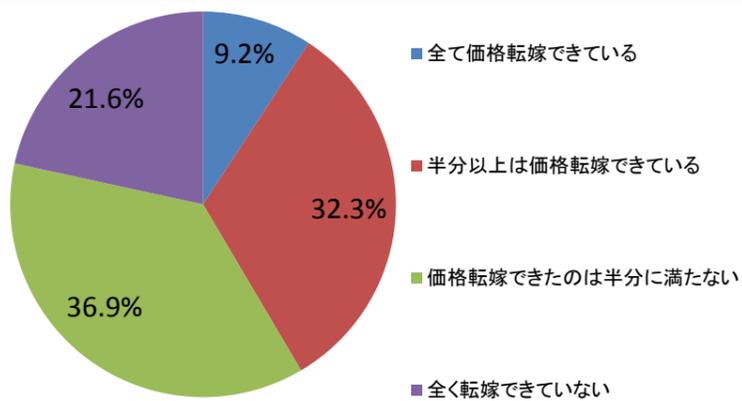
- ・「価格転嫁できたのは半分に満たない」と回答した事業所が最も多く、44.7%であった。
- ・「半分以上は価格転嫁できている」と回答した事業所は、27.1%であった。
- ・「全て価格転嫁できている」と回答した事業所は、4.7%であった。
- ・「全く転嫁できていない」と回答した事業所は、23.5%となっており、材料費・仕入価格が上昇傾向である事が要因であるとの回答が見られた。

<業種全体>

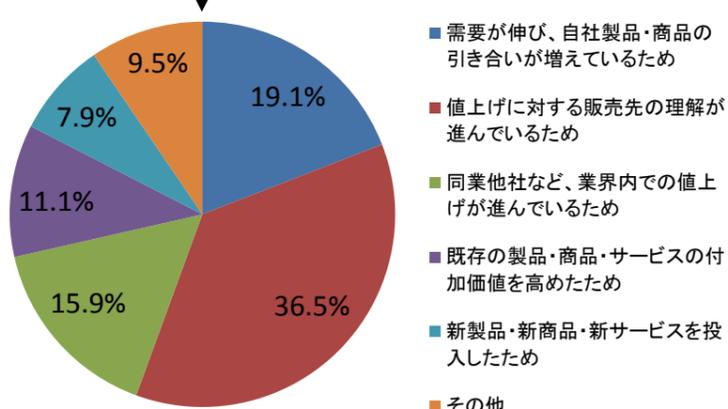
- ・「値上げに対する消費者の理解が進んでいるため」と回答した事業所が最も多く、27.2%であった。
- ・「需要が伸び、自社製品・商品の引き合いが増えているため」と回答した事業所は、22.2%であった。
- ・「既存の製品・商品・サービスの付加価値を高めたため」(17.3%)、「新製品・商品・サービスを投入したため」(7.4%)となっており、既存のものに対して付加価値を付けるとの回答の方が多く見られた。

消費者向けの商品・製品(BtoB)注2におけるコスト増加分の価格転嫁の動向について

※昨年に比べ、「コストが増大」(いずれのコストも増大していない以外を回答)している事業所のみを回答



価格転嫁できた要因



<業種全体>

- ・「価格転嫁できたのは半分に満たない」と回答した事業所が最も多く、36.9%であった。
- ・「半分以上は価格転嫁できている」と回答した事業所は、32.3%であった。
- ・「全て価格転嫁できている」と回答した事業所は、9.2%であった。

<業種全体>

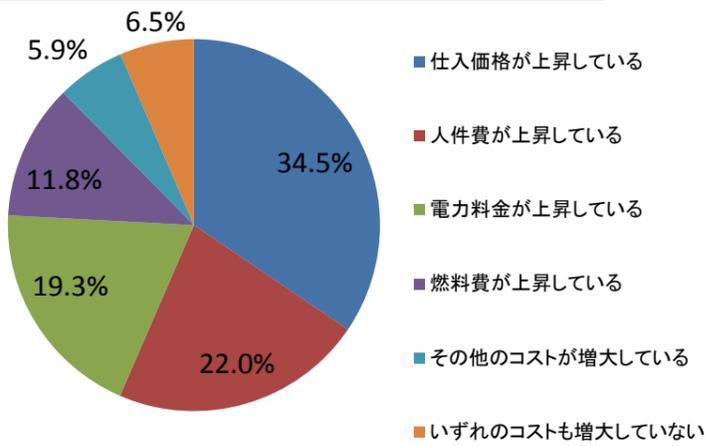
- ・「値上げに対する販売先の理解が進んでいるため」と回答した事業所が最も多く、36.5%であった。
- ・「需要が伸び、自社製品・商品の引き合いが増えているため」と回答した事業所は、19.1%であった。
- ・「既存の製品・商品・サービスの付加価値を高めたため」(11.1%)、「新製品・商品・サービスを投入したため」(7.9%)となっており、既存のものに対して付加価値を付けるとの回答の方が若干多く見られた。

注1：B to C【Business-to-Consumer】企業と個人(消費者)間の商取引、あるいは、企業が個人向けに行う事業のこと。

注2：B to B【Business-to-Business】企業間の商取引、あるいは、企業が企業向けに行う事業のこと。

■【日本商工会議所調査結果(コスト増加に係る実態調査)との比較】■

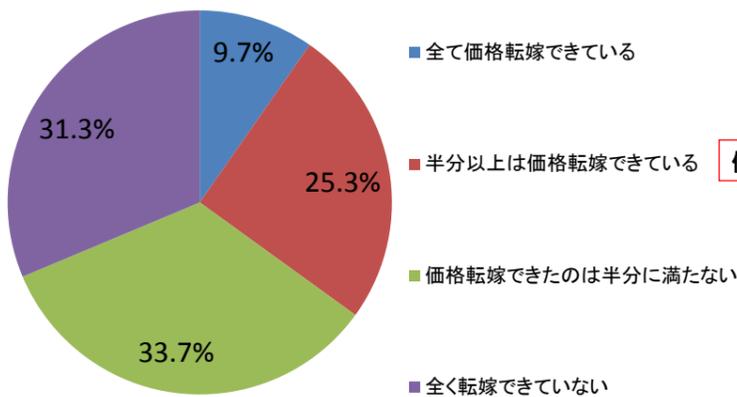
昨年と比較した場合のコスト増の状況について



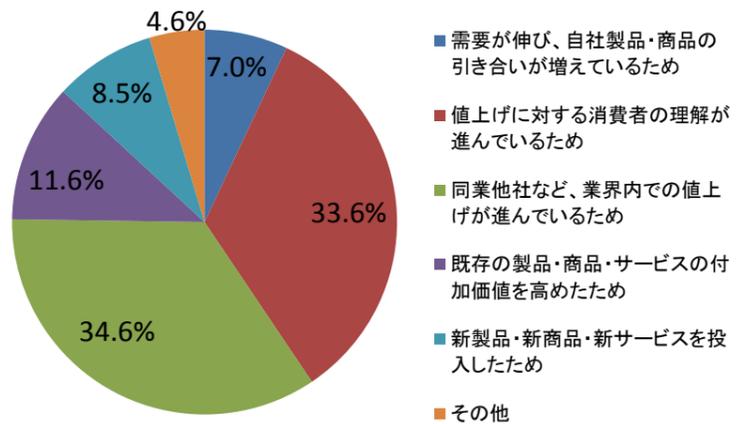
<業種全体>

- ・「仕入価格が上昇している」と回答した事業所が最も多く、34.5%であった。
- ・「人件費が上昇している」と回答した事業所は、22.0%であった。全国的にも最低賃金の引き上げやパート労働者の正社員化などによる影響が見られる結果となった。
- ・「電力料金が上昇している」(19.3%)、「燃料費が上昇している」(11.8%)と回答した事業所が31.1%であった。

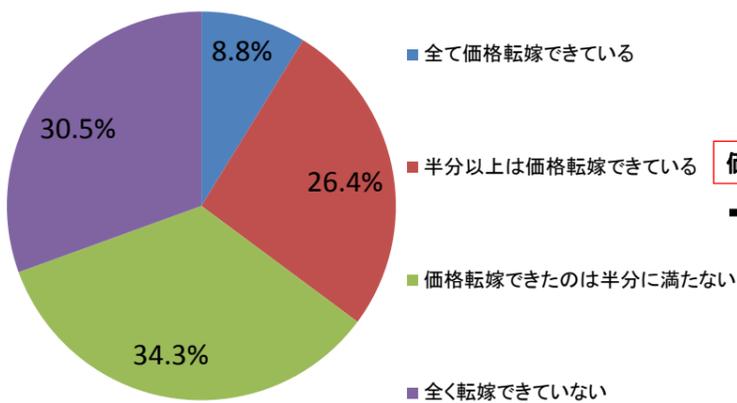
消費者向けの商品・製品(BtoC)におけるコスト増加分の価格転嫁の動向について
※昨年に比べ、「コストが増大」(いずれのコストも増大していない以外を回答)している事業所のみを回答



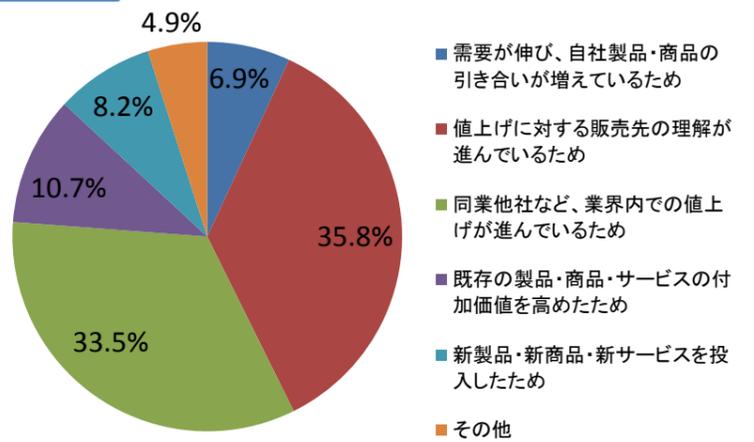
価格転嫁できた要因



消費者向けの商品・製品(BtoB)におけるコスト増加分の価格転嫁の動向について
※昨年に比べ、「コストが増大」(いずれのコストも増大していない以外を回答)している事業所のみを回答



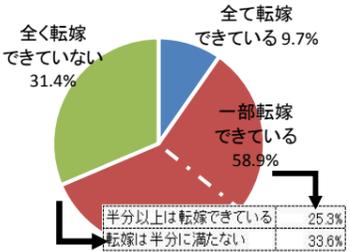
価格転嫁できた要因



コスト増加分の価格転嫁の動向(BtoC)
～日本商工会議所LOBO調査7月調査結果より～

- ・消費者向け商品・製品(BtoC)におけるコスト増加分の価格転嫁について、「全て転嫁できている」と回答した企業(全産業)は、9.7%、「全く転嫁できていない」と回答した企業(全産業)は31.4%

◆価格転嫁の動向(BtoC) (全産業)



※1年前と比較したコスト増加分を「全て転嫁できている」「一部転嫁できている」と回答した企業が対象

転嫁できた要因の内訳(複数回答)	割合
①需要が伸び、自社製品・商品の引き合いが増えているため	8.4%
②値上げに対する消費者の理解が進んでいるため	40.6%
③同業他社など、業界内での値上げが進んでいるため	42.2%
④既存の製品・商品・サービスの付加価値を高めたため	14.0%
⑤新製品・新商品・新サービスを投入したため	10.4%
⑥その他	5.5%

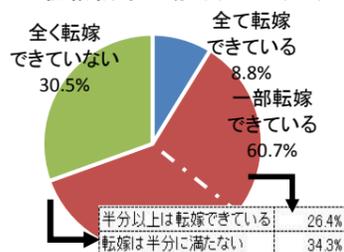
【中小企業の声】

- ・サービスなどで付加価値を高め、仕入コスト上昇分の一部を価格に転嫁できたが、これ以上の転嫁は顧客離れを招くため、難しい(総合百貨店)
- ・食材の値上げに加え、アルバイト時給が1000円を超えるなど負担増が続いているが価格転嫁できない(飲食店)
- ・既存商品への価格転嫁は困難なため、単価の高い新商品を投入。その結果、売上を維持し、利益を確保できている(和菓子製造・販売業)

コスト増加分の価格転嫁の動向(BtoB)
～日本商工会議所LOBO調査7月調査結果より～

- ・消費者向け商品・製品(BtoB)におけるコスト増加分の価格転嫁について、「全て転嫁できている」と回答した企業(全産業)は、8.8%、「全く転嫁できていない」と回答した企業(全産業)は30.5%

◆価格転嫁の動向(BtoB) (全産業)



※1年前と比較したコスト増加分を「全て転嫁できている」「一部転嫁できている」と回答した企業が対象

転嫁できた要因の内訳(複数回答)	割合
①需要が伸び、自社製品・商品の引き合いが増えているため	8.8%
②値上げに対する消費者の理解が進んでいるため	45.6%
③同業他社など、業界内での値上げが進んでいるため	42.7%
④既存の製品・商品・サービスの付加価値を高めたため	13.5%
⑤新製品・新商品・新サービスを投入したため	10.5%
⑥その他	5.8%

【中小企業の声】

- ・資材価格や人件費などが高止まりする中、受注競争が激化しているため、転嫁が難しく、利益を圧迫している(総合建設業)
- ・取引先の理解が進み、一部であるが燃料や運賃等のコスト上昇分を価格転嫁できた(窯業・石灰化工業)
- ・円安定着に伴い、輸入木材の仕入に係る負担が重い。価格への転嫁も進んでおらず、採算が悪化している(製材木製品製造業)