

第8回定期景況調査

平成26年1～3月期

平成26年3月

名古屋商工会議所

【調査概要】

◎目的

会員企業の景況を早期かつ的確に把握するために、会員企業を対象に「定期景況調査」を四半期毎に年4回(6月、9月、12月、3月)実施する。第8回目の調査概要は下記のとおり。

◎調査時期 平成26年2月17日～3月4日

◎方法 Webを使ったアンケート調査、HP、メール等で依頼・回収

◎対象 会員事業所

◎回答状況 回答企業 320社

◎回答企業の内訳

【業種】

製造業	95社	29.7%
建設業	37社	11.6%
卸売業	52社	16.3%
小売業	20社	6.3%
サービス業	77社	24.1%
その他	39社	12.2%

【規模】

～20人	145社	45.3%
21～50人	56社	17.5%
51～100人	37社	11.6%
101～300人	28社	8.8%
301～500人	14社	4.4%
501～1,000人	12社	3.8%
1,001～3,000人	10社	3.1%
3,001人以上	18社	5.6%

※ 全ての質問について、割合は四捨五入を行っているため、必ずしも合計が100.0%にならない。

【会員企業の景況(今期:1～3月、来期:4～6月)について】

Point1 今期、業況DIは18.9と2期連続プラス幅を拡大し、好調を維持するものの、来期は▲18.5と大きくマイナスに転じる見通し

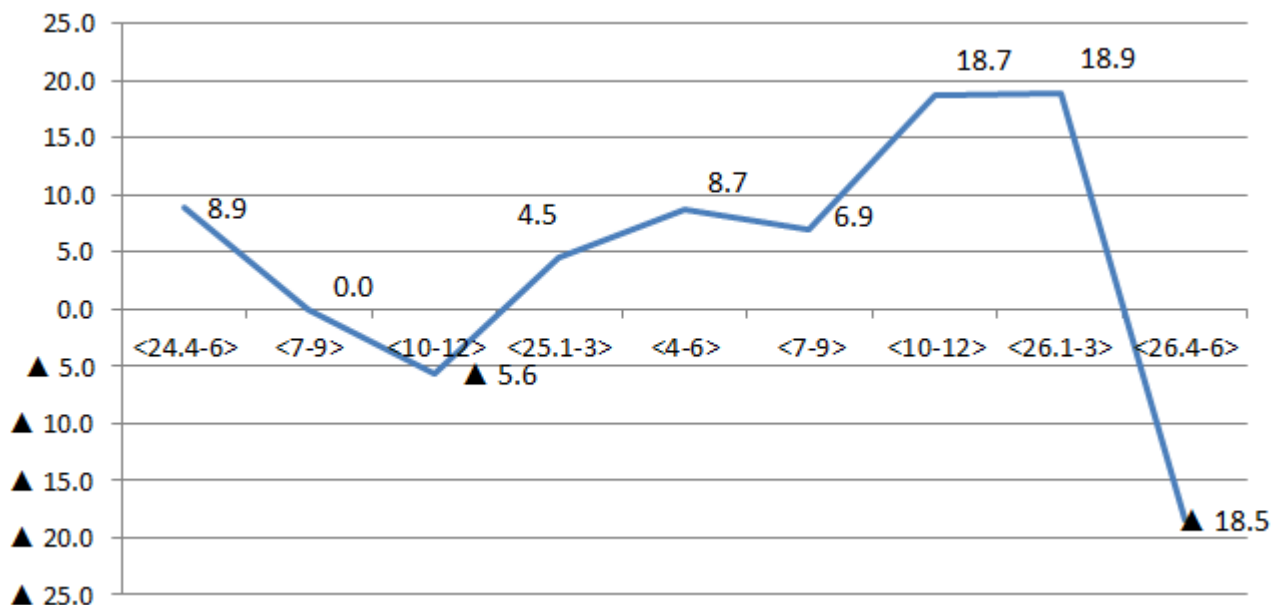
○全体の景況感については、業況DIが、前期(10～12月)の18.7から今期(1～3月)は18.9と2期連続プラス幅を拡大し、好調を維持。来期見通し(4～6月)は▲18.5と大きくマイナスに転じる見通し。消費税率引き上げ前の駆け込み需要もあり、売上が堅調なため今期も業況DIは若干ではあるがプラス幅を拡大した。来期は駆け込み需要の反動や消費税率引き上げの影響により売上の減少を予測した企業が増えたこともあり、業況DIは大きくマイナスに転じた。

Point2 全業種で来期売上が減少、採算が悪化する見通し

○サービス業を除く4業種(製造業、建設業、卸売業、小売業)で来期、売上DIがプラスからマイナスに転じる見通し。そのため来期の採算DIは全業種でマイナスとなる見通し。特に売上DIでは、建設業(11.6→32.4→▲36.1)、卸売業(32.2→15.7→▲36.0)、小売業(37.5→31.6→▲35.0)のマイナス幅が大きく、駆け込み重要の反動が顕著に現れている。

《業況DIの推移》

(予測)



<業況DI>

○業況DIは前期（10～12月）が18.7、今期（1～3月）が18.9とDIはプラスのまま横ばいで推移。来期見通し（4～6月）は▲18.5と大きくマイナスに転じる見通し。

○製造業は、前期11.5→今期22.6→来期▲16.5と今期プラス幅を拡大するものの来期はマイナスに転じる見通し。小売業は、前期31.2→今期0.0→来期▲50.0と来期は大幅にマイナスに転じる見通し。

<売上DI>

○売上DIは前期22.7→今期17.4→来期▲16.5と今期はプラス幅を縮小し、来期はマイナスに転じる見通し。

○全業種で今期はプラスだったが、来期はサービス業（25.0→14.3→3.9）を除く全業種でマイナスに転じる見通し。

<仕入単価DI>

○仕入単価DIは前期41.2→今期33.5→来期41.9と仕入単価は高止まりする見通し。

<採算DI>

○採算DIについては前期3.4→今期3.5→来期▲23.3と今期はプラスを維持するものの、来期は大きくマイナスに転じる見通し。

○製造業は、前期▲6.5→今期▲4.3→来期▲20.9と来期はマイナス幅を拡大する見通し。建設業、卸売業、小売業、サービス業は今期はプラスだが、来期はマイナスに転じる見通し。

<従業員DI>

○従業員DIは前期16.7→今期13.5→来期11.5とプラス幅の縮小が続く見通し。

<資金繰りDI>

○資金繰りDIは前期1.7→今期▲1.6→来期▲7.3と悪化傾向が続く見通し。

【トピックス調査：消費税率引き上げの影響について、防災対策について】

【消費税率引き上げの影響について】

Point1 回答企業の 54.9%が消費税率引き上げ前の駆け込み需要ありと回答

○消費税率引き上げ前の駆け込み需要について聞いたところ「非常にある」(12.0%)と「ややある」(42.9%)を合わせた 54.9%の企業から駆け込み需要ありと回答があった。昨年 9 月の調査時(46.4%)に比べ駆け込み需要ありと回答した企業が 8.5%増加した。一方、「ない」と回答した企業は 33.8%、「わからない」11.4%であった。

Point2 消費税率引き上げに伴う最大の経営課題は「売上の減少」(複数回答)、

○消費税率引き上げに伴う経営課題について聞いたところ、「売上の減少」(45.0%)が最も多く、「税率引き上げに伴う経理システムの改修等」(35.9%)、「価格転嫁」(32.8%)、「事務負担の増大」(32.2%)の順であった。

Point3 約 3 割の企業が価格転嫁を円滑にできないと回答

○消費税率引き上げ後、価格転嫁が円滑にできそうか聞いたところ、「ほぼ全て価格転嫁できると思う」と回答した企業が 56.8%あった反面、「一部しか価格転嫁できないと思う」(16.4%)と「ほとんど価格転嫁できないと思う」(12.6%)を合わせると約 3 割の企業が価格転嫁を円滑に出来ないと予想していることがわかった。

【防災対策について】

Point1 東日本大震災以降、約 7 割の企業が防災対策を実施(あるいは強化)・実施予定

○東日本大震災から 3 年が経つが、震災以降、防災対策を実施(あるいは強化)したかについて聞いたところ、「実施(あるいは強化)した」(45.9%)と「現在のところ実施(あるいは強化)していないが今後実施(あるいは強化)する予定」(23.0%)を合わせると 68.9%の企業が防災対策を実施ないしは実施予定であることがわかった。なお、「何もしていない」という回答は 31.1%であった。

Point2 具体的な防災対策としては「従業員との安否確認手段の確立」が最多

○「防災対策を実施した」、「現在のところ実施していないが今後実施する予定」と回答した企業に具体的に実施(予定含む)した防災対策について聞いたところ、「従業員との安否確認手段の確立」と回答した企業が 68.5%で一番多く、次いで「事業所人数分の食料・飲料の備蓄」(55.3%)、「設備・備品類の転倒防止や落下防止対策、窓ガラスの飛散防止対策」(46.6%)、「防災訓練や防災に向けた従業員教育の実施」(45.7%)の順であった。

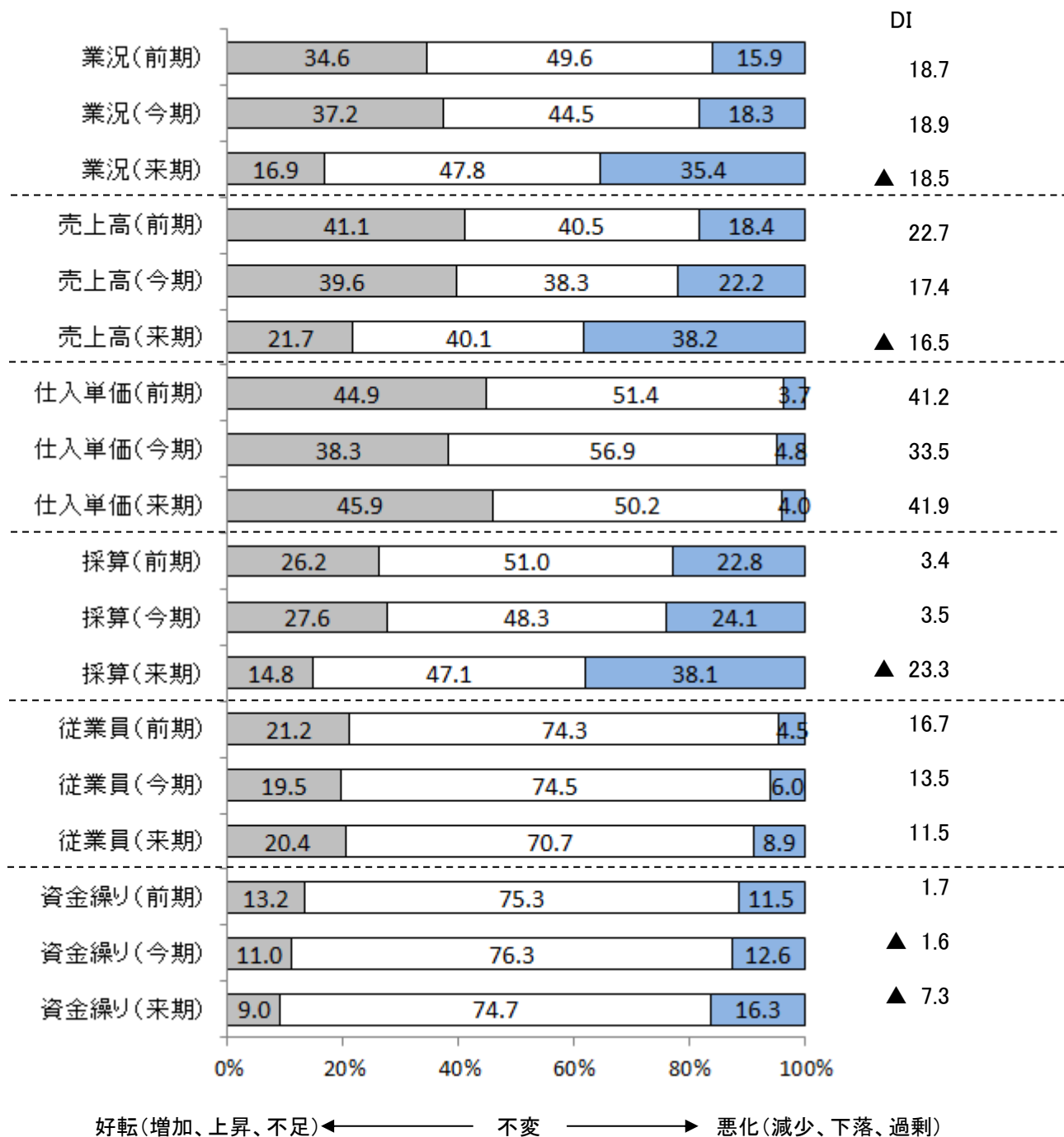
Point3 防災対策を進める上での最大の課題は「資金」

○防災対策を進める上での課題について聞いたところ、「資金的な余裕がない」(34.3%)と回答した企業が最も多く、次いで「人的な余裕がない」(33.6%)、「どのように対策を進めればよいのか方法や手段などの情報が少ない」(23.3%)、「事業の性質上、災害に対する優先順位が低い」(19.5%)の順であった。

I. 会員企業の景況について

1. 全体の景況感

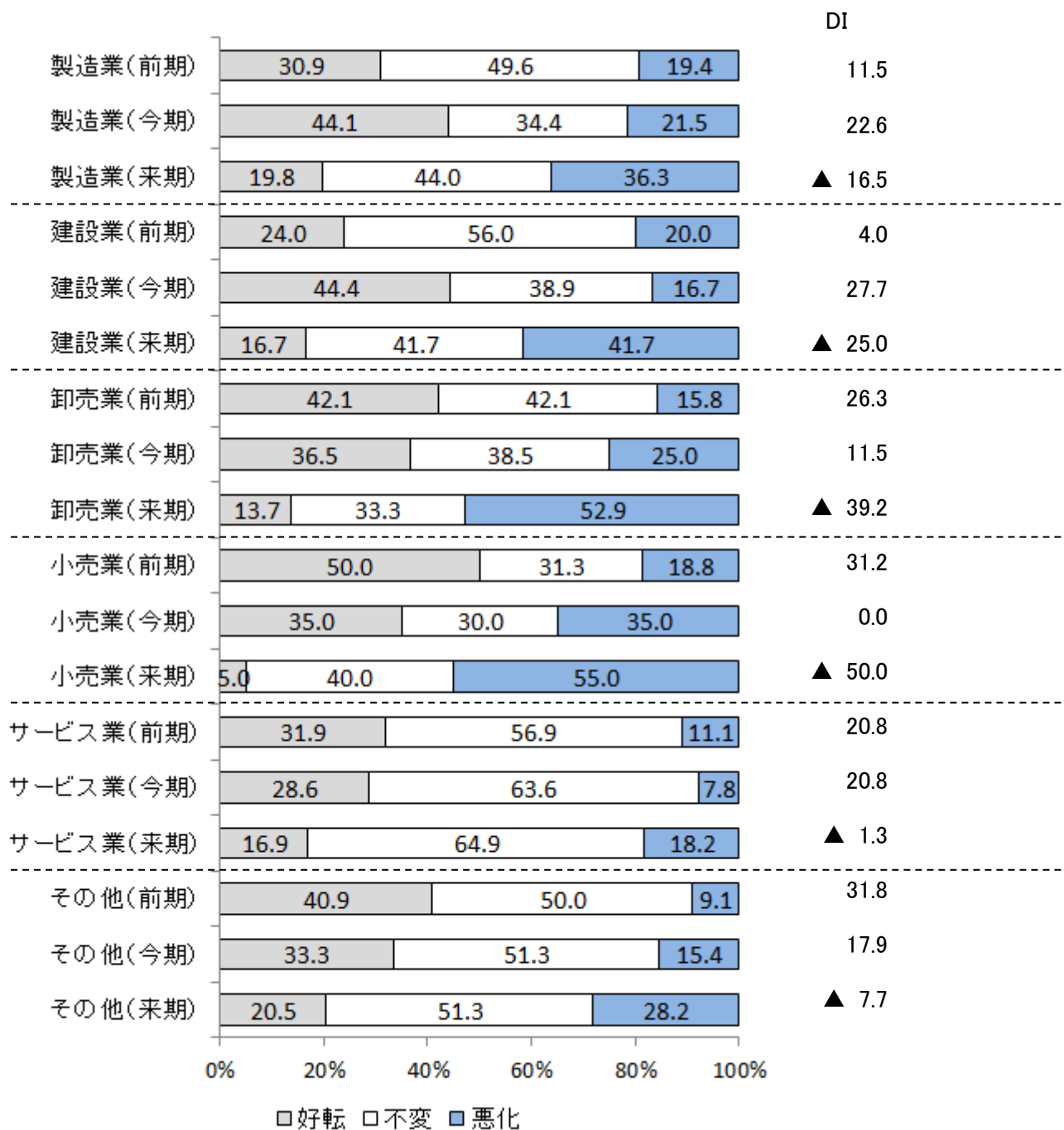
前期(10~12月)・今期(1~3月)、来期(4~6月)の景況感



・業況DIは前期(10~12月)が18.7、今期(1~3月)が18.9とDIは横ばいで推移。来期見通し(4~6月)は▲18.5とDIは大きくマイナスに転じる見通し。売上DIは前期22.7→今期17.4→来期▲16.5と今期はプラス幅を縮小し来期はマイナスに転じる見通し。仕入単価DIは前期41.2→今期33.5→来期41.9と仕入単価は高止まりする見通し。採算DIについては前期3.4→今期3.5→来期▲23.3と来期は大幅にマイナスに転じる見通し。従業員DIは前期16.7→今期13.5→来期11.5と不足感は続く見通し。資金繰りDIは前期1.7→今期▲1.6→来期▲7.3と小幅ながら悪化する見通し。

2. 業況

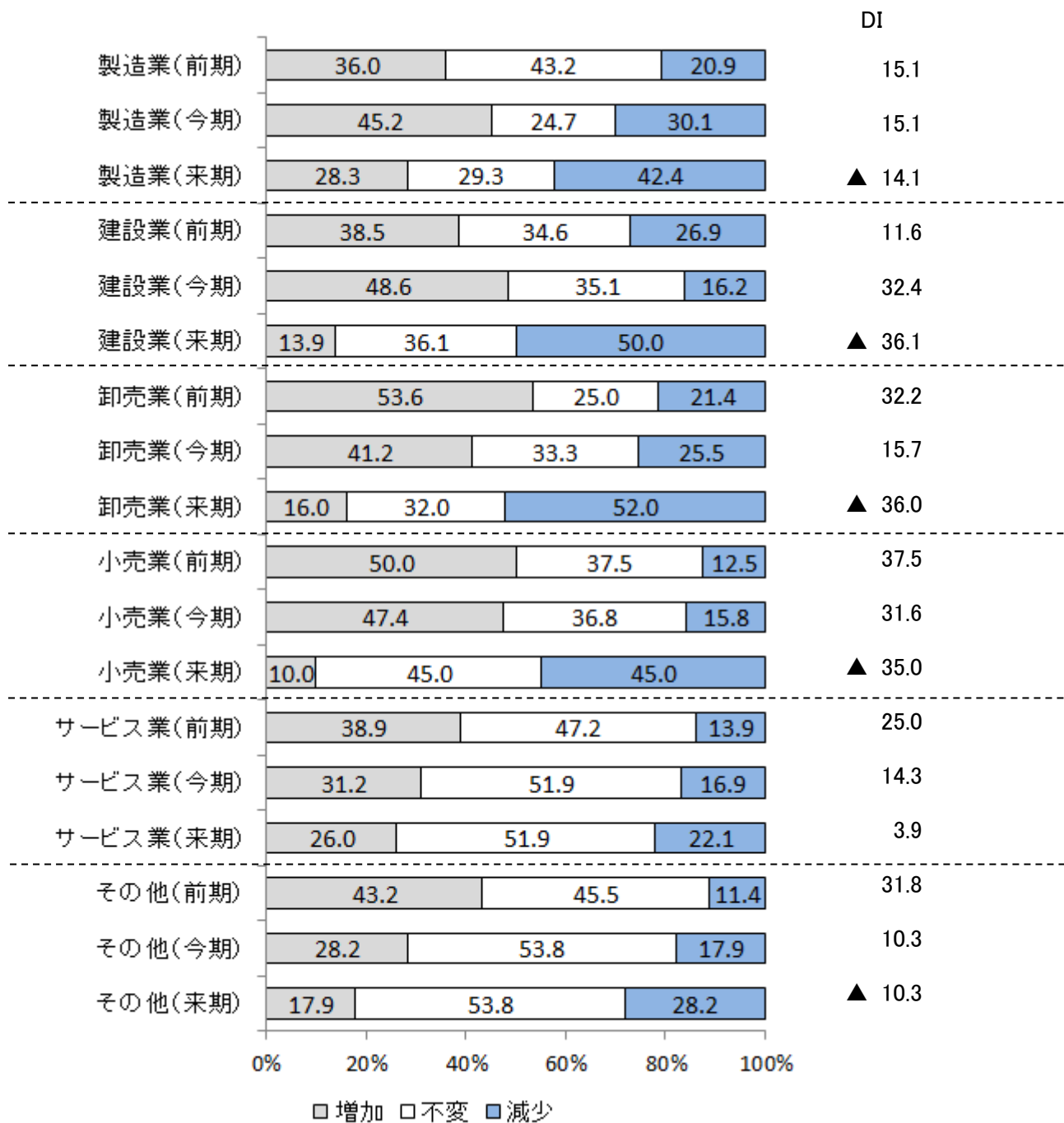
前期(10~12月)・今期(1~3月)の業況、来期(4~6月)の業況見通し



- ・ 製造業は前期 11.5→今期 22.6→来期▲16.5 と今期はプラス幅を拡大するものの、来期はマイナスに転じる見通し。建設業は前期 4.0→今期 27.7→来期▲25.0 と今期はプラス幅を拡大するものの、来期はマイナスに転じる見通し。卸売業は前期 26.3→今期 11.5→来期▲39.2 と今期はプラス幅を縮小し、来期は大幅にマイナスに転じる見通し。小売業は前期 31.2→今期 0.0→来期▲50.0 と来期は大幅にマイナスに転じる見通し。サービス業は、前期 20.8→今期 20.8→来期▲1.3 と来期はマイナスに転じる見通し。

3. 売上高

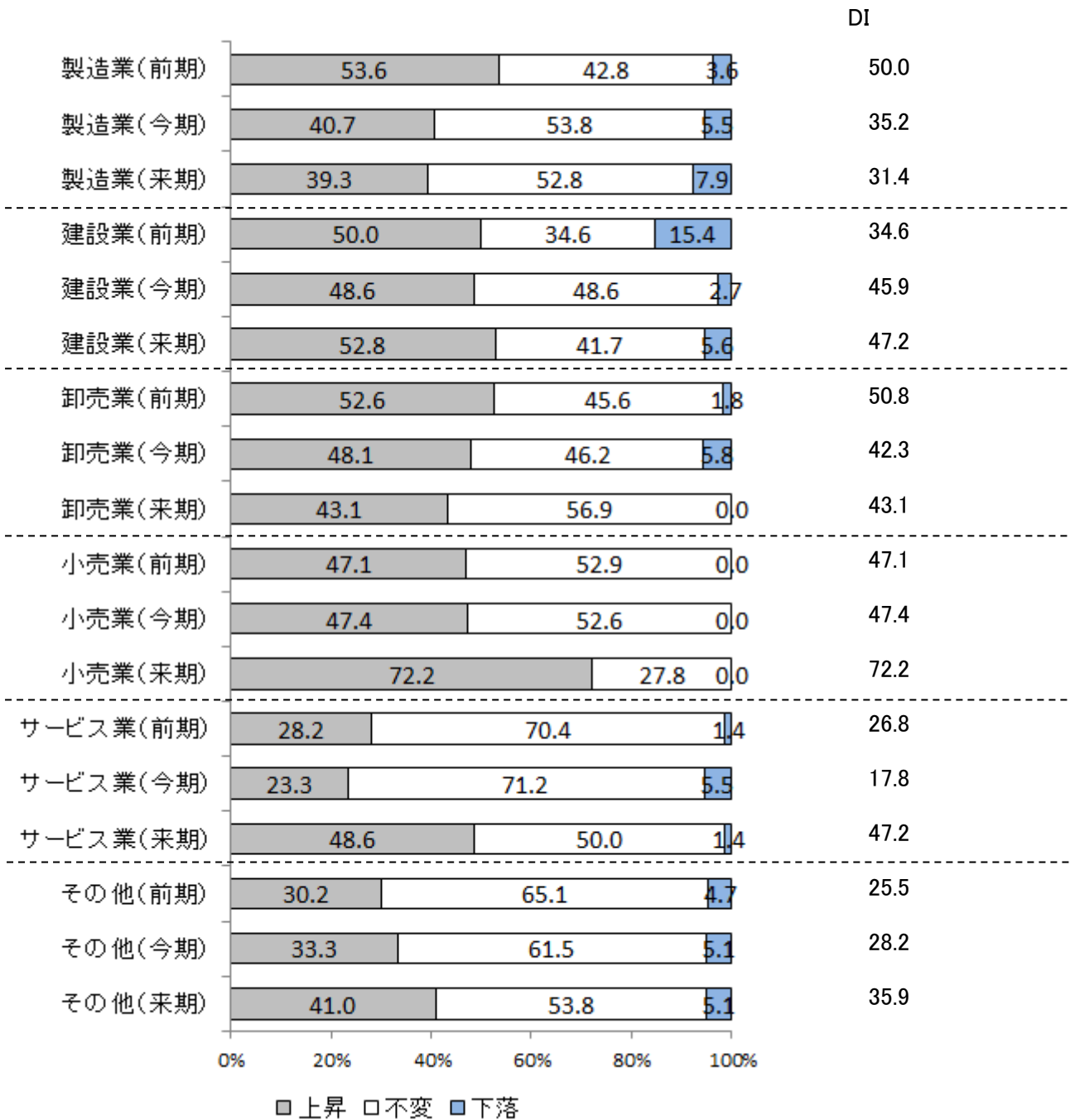
前期(10~12月)・今期(1~3月)の売上高、来期(4~6月)の売上高見通し



・製造業は前期 15.1→今期 15.1→来期▲14.1 と来期はマイナスに転じる見通し。建設業は前期 11.6→今期 32.4→来期▲36.1 と今期はプラス幅を拡大するも来期はマイナスに転じる見通し。卸売業は前期 32.2→今期 15.7→来期▲36.0 と今期はプラスを維持するも来期はマイナスに転じる見通し。小売業は前期 37.5→今期 31.6→来期▲35.0 と今期はプラスで推移するも来期はマイナスに転じる見通し。サービス業は前期 25.0→今期 14.3→来期 3.9 とプラス幅が縮小する見通し。

4. 仕入単価

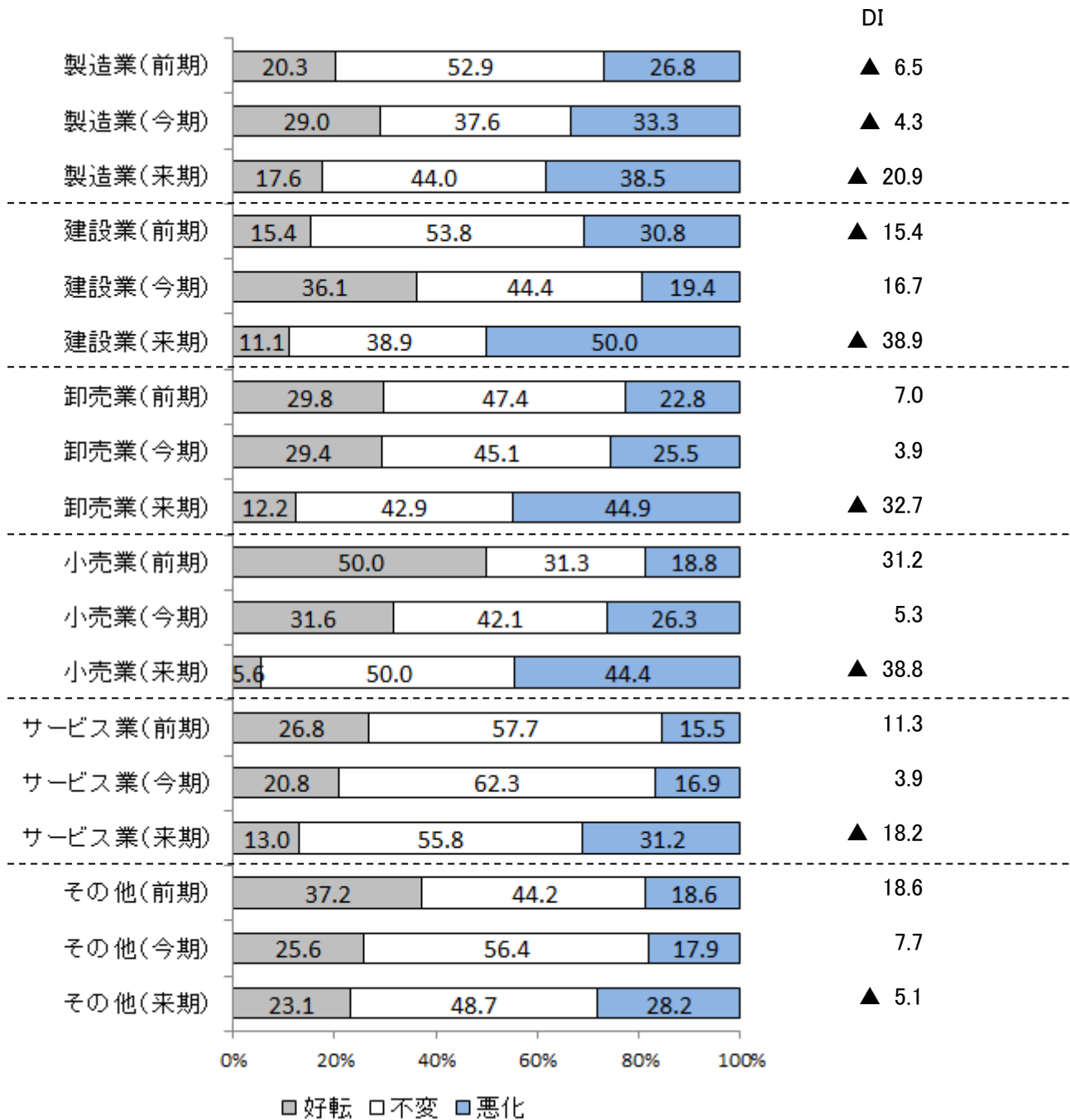
前期(10~12月)・今期(1~3月)の仕入単価、来期(4~6月)の仕入単価見通し



・製造業は前期 50.0→今期 35.2→来期 31.4 とプラス幅を縮小する見通し。建設業は前期 34.6→今期 45.9→来期 47.2 と仕入単価の上昇傾向は続く見通し。卸売業は前期 50.8→今期 42.3→来期 43.1 と今期若干プラス幅は縮小したが来期も高止まりする見通し。小売業は前期 47.1→今期 47.4→来期 72.2 と来期大幅にプラス幅を拡大する見通し。サービス業は前期 26.8→今期 17.8→来期 47.2 と来期はプラス幅を拡大する見通し。

5. 採算

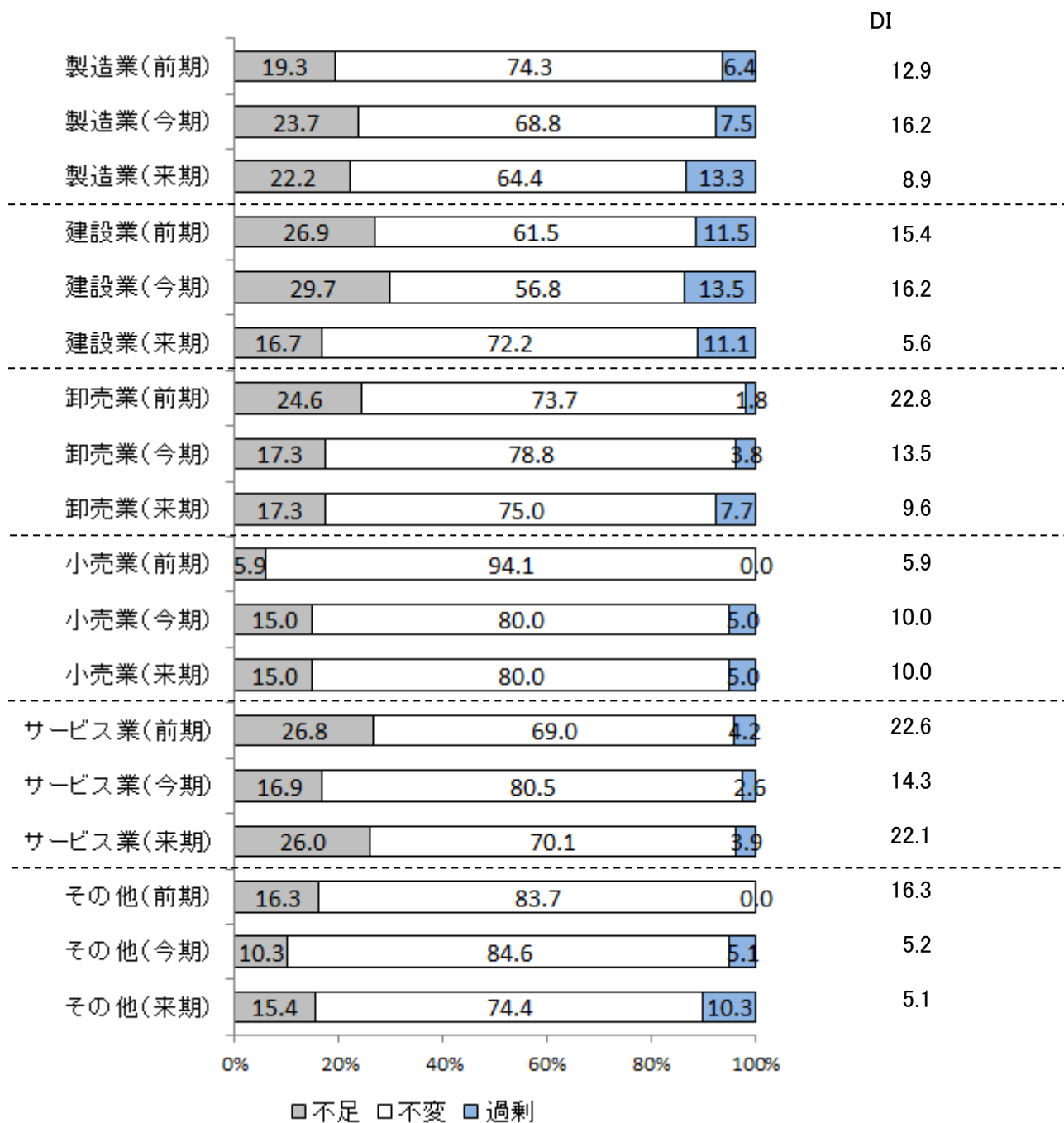
前期(10~12月)・今期(1~3月)の採算、来期(4~6月)の採算見通し



- ・製造業は、前期▲6.5→今期▲4.3→来期▲20.9と来期はマイナス幅を拡大する見通し。建設業は前期▲15.4→今期 16.7→来期▲38.9と今期プラスに転じるものの、来期は大きくマイナスに転じる見通し。卸売業は前期 7.0→今期 3.9→来期▲32.7と来期は大きくマイナスに転じる見通し。小売業は前期 31.2→今期 5.3→来期▲38.8と今期はプラス幅を縮小、来期は大きくマイナスに転じる見通し。サービス業は前期 11.3→今期 3.9→来期▲18.2と今期はプラス幅を縮小、来期はマイナスに転じる見通し。

6. 従業員

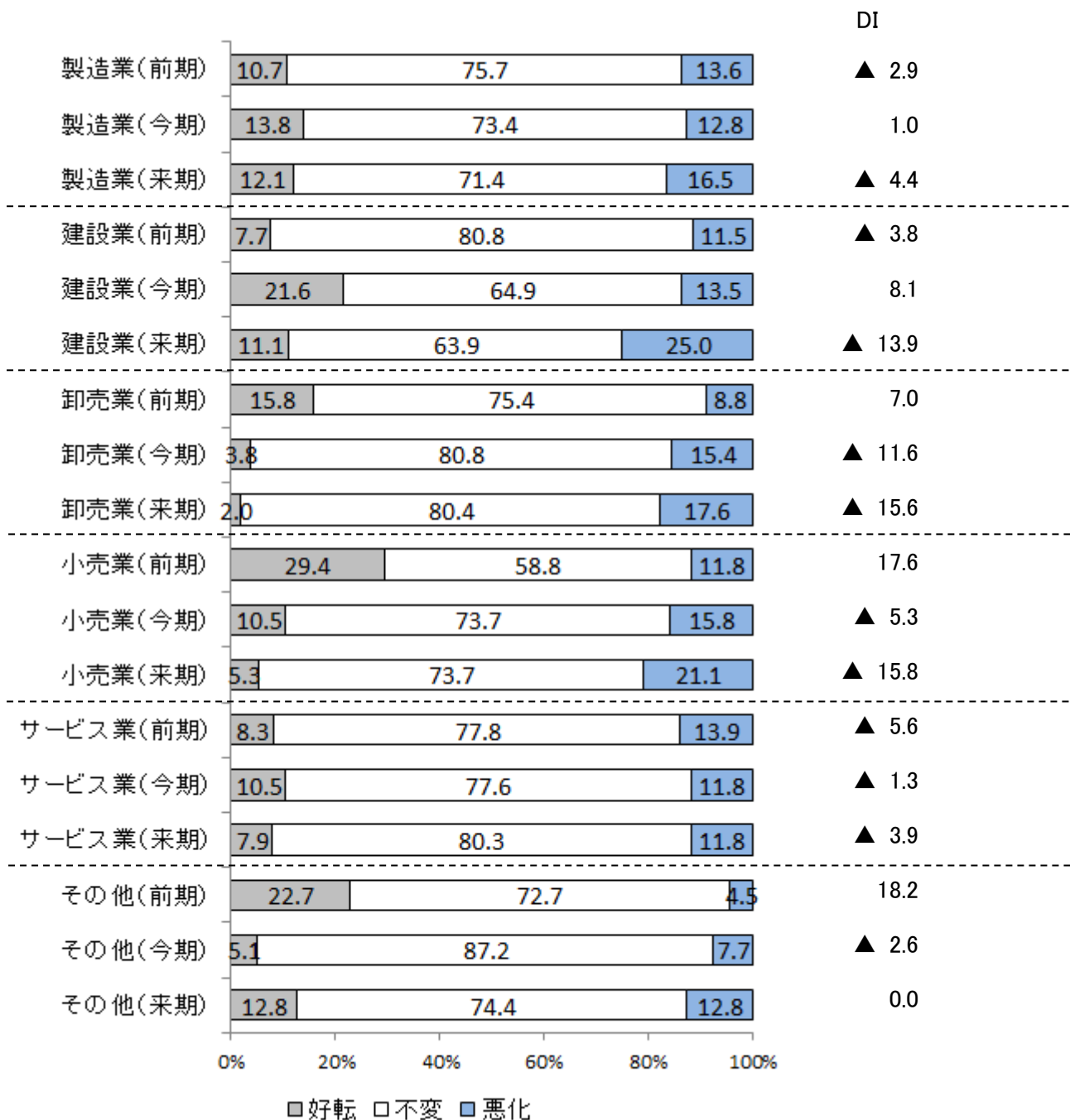
前期(10~12月)・今期(1~3月)の従業員、来期(4~6月)の従業員の見通し



- ・ 製造業は前期 12.9→今期 16.2→来期 8.9 と従業員の不足感が続く見通し。建設業は前期 15.4→今期 16.2→来期 5.6 と来期は従業員の不足感が若干和らぐ見通し。卸売業は前期 22.8→今期 13.5→来期 9.6 と従業員の不足感が和らぐ見通し。小売業は前期 5.9→今期 10.0→来期 10.0 と不足感が続く見通し。サービス業は前期 22.6→今期 14.3→来期 22.1 と不足感が高止まりする見通し。

7. 資金繰り

前期(10~12月)・今期(1~3月)の資金繰り、来期(4~6月)の資金繰りの見通し

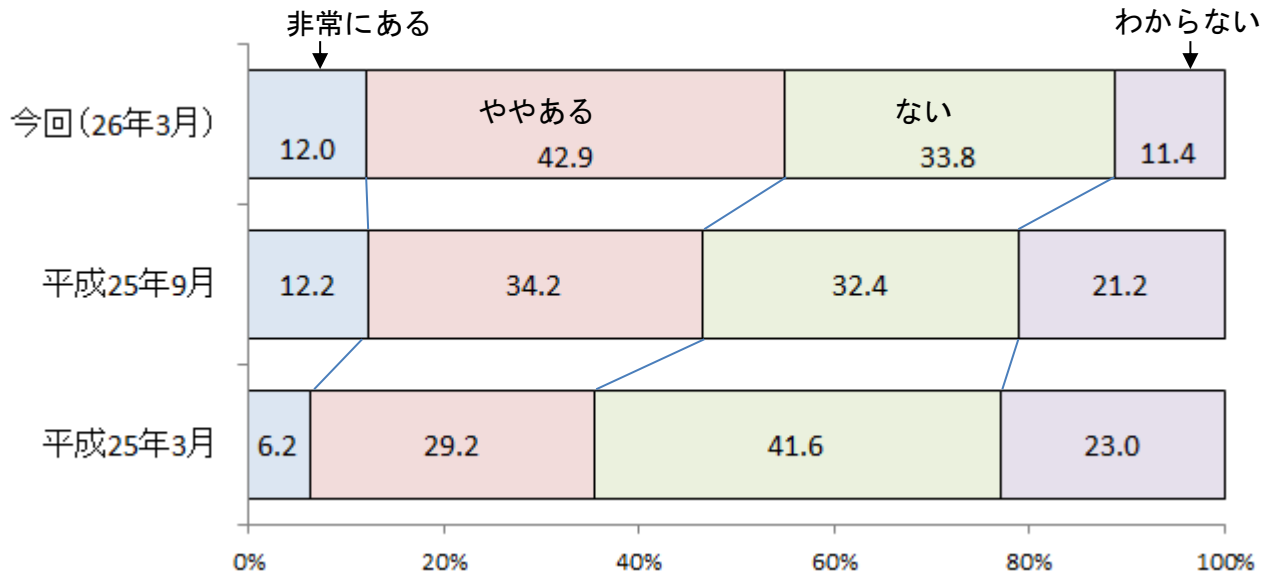


- ・製造業は前期▲2.9→今期1.0→来期▲4.4と今期プラスに転じるものの来期再びマイナスに転じる見通し。建設業は前期▲3.8→今期8.1→来期▲13.9と今期はプラスに転じるものの、来期は再びマイナスに転じる見通し。卸売業は前期7.0→今期▲11.6→来期▲15.6と今期マイナスに転じ来期もマイナス幅を拡大する見通し。小売業は前期17.6→今期▲5.3→来期▲15.8と今期マイナスに転じ、来期もマイナス幅を拡大する見通し。サービス業は前期▲5.6→今期▲1.3→来期▲3.9とマイナスで推移する見通し。

II. トピックス調査

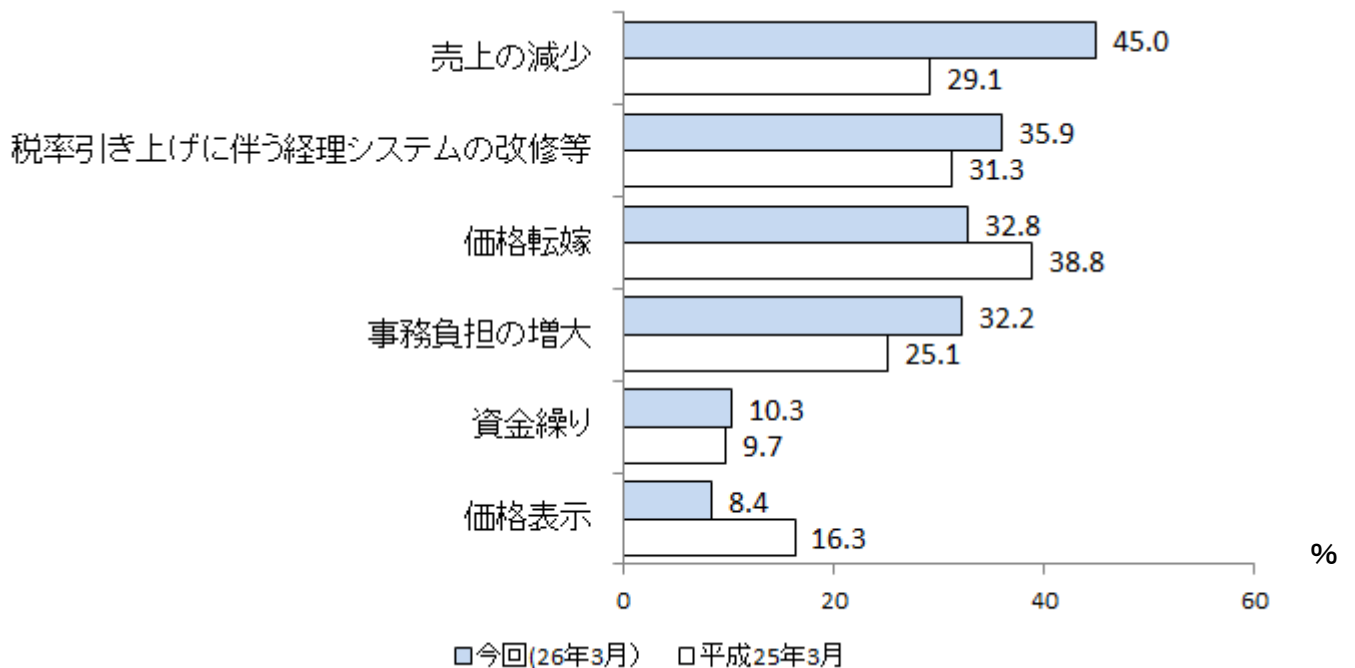
1. 消費税率引き上げの影響について

(1) 消費税率引き上げ前の駆け込み需要について



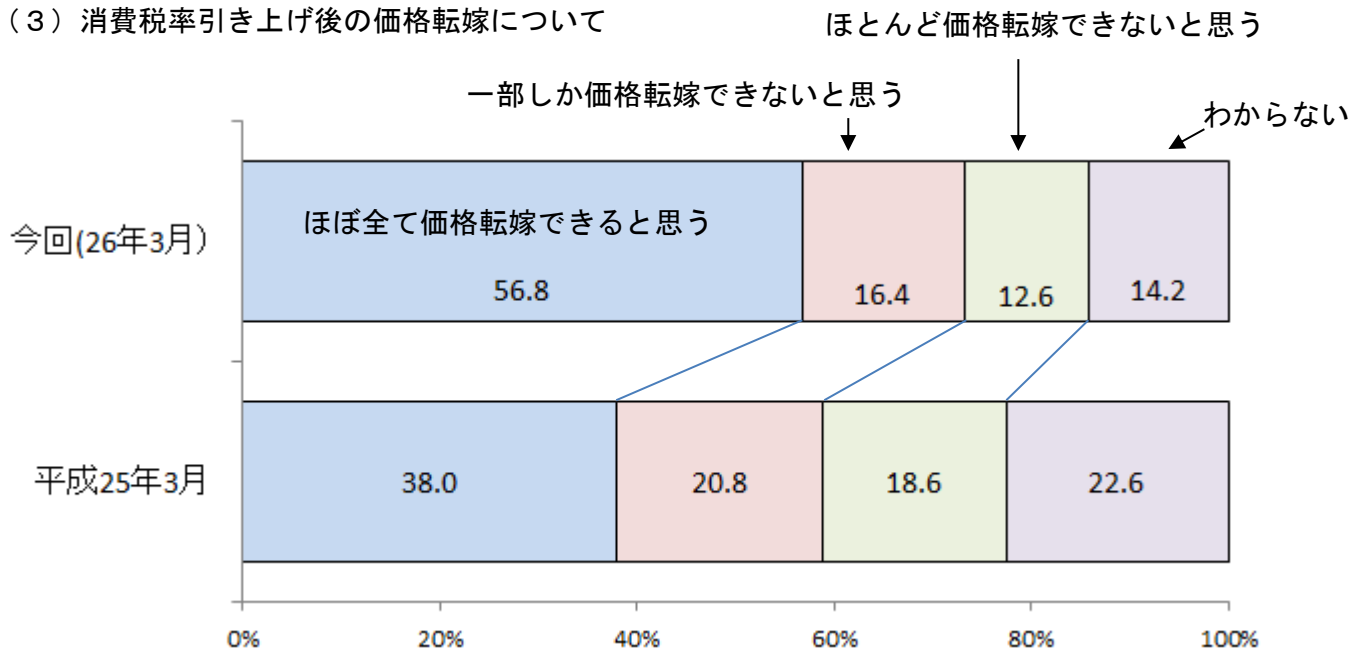
- 消費税率引き上げ前の駆け込み需要について聞いたところ「非常にある」(12.0%)と「ややある」(42.9%)を合わせた54.9%の企業から駆け込み需要ありと回答があった。昨年9月の調査時(46.4%)に比べ駆け込み需要ありと回答した企業が8.5%増加した。一方、「ない」と回答した企業は33.8%、「わからない」11.4%であった。

(2) 消費税率引き上げに伴う経営課題について(複数回答)



- 消費税率引き上げに伴う経営課題について聞いたところ、「売上の減少」(45.0%)が最も多く、「税率引き上げに伴う経理システムの改修等」(35.9%)、「価格転嫁」(32.8%)、「事務負担の増大」(32.2%)の順であった。

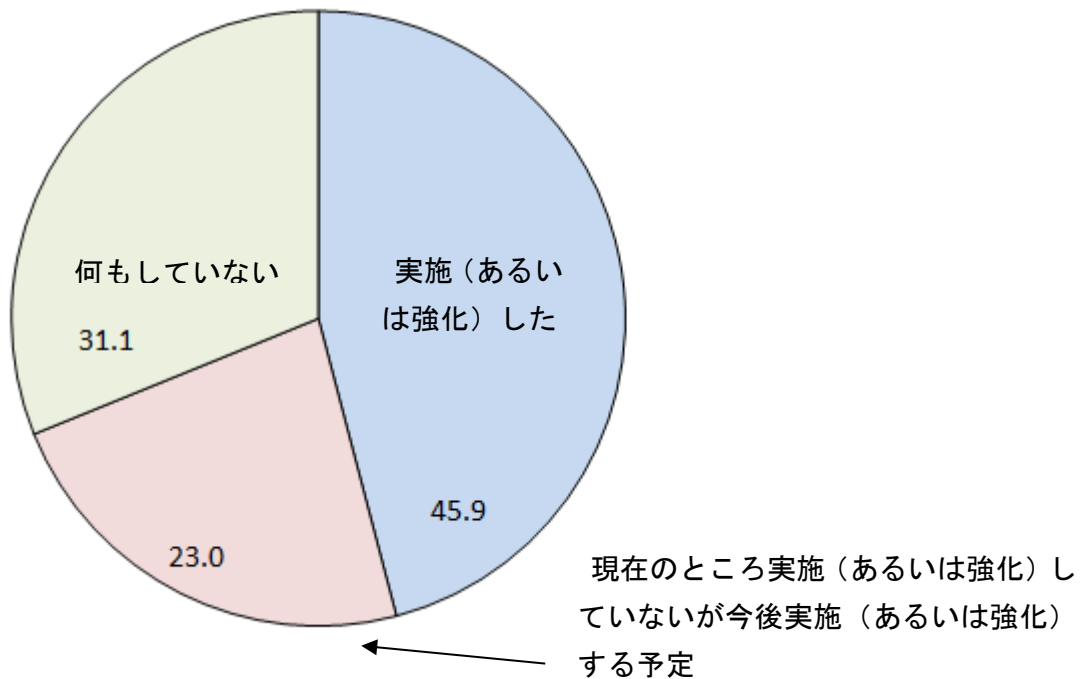
(3) 消費税率引き上げ後の価格転嫁について



- 消費税率引き上げ後、価格転嫁が円滑にできそうか聞いたところ、「ほぼ全て価格転嫁できると思う」と回答した企業が56.8%あった反面、「一部しか価格転嫁できないと思う」(16.4%)と「ほとんど価格転嫁できないと思う」(12.6%)を合わせると約3割の企業が価格転嫁を円滑に出来ないと予想していることがわかった。

2. 防災対策について

(1) 東日本大震災以降の防災対策について

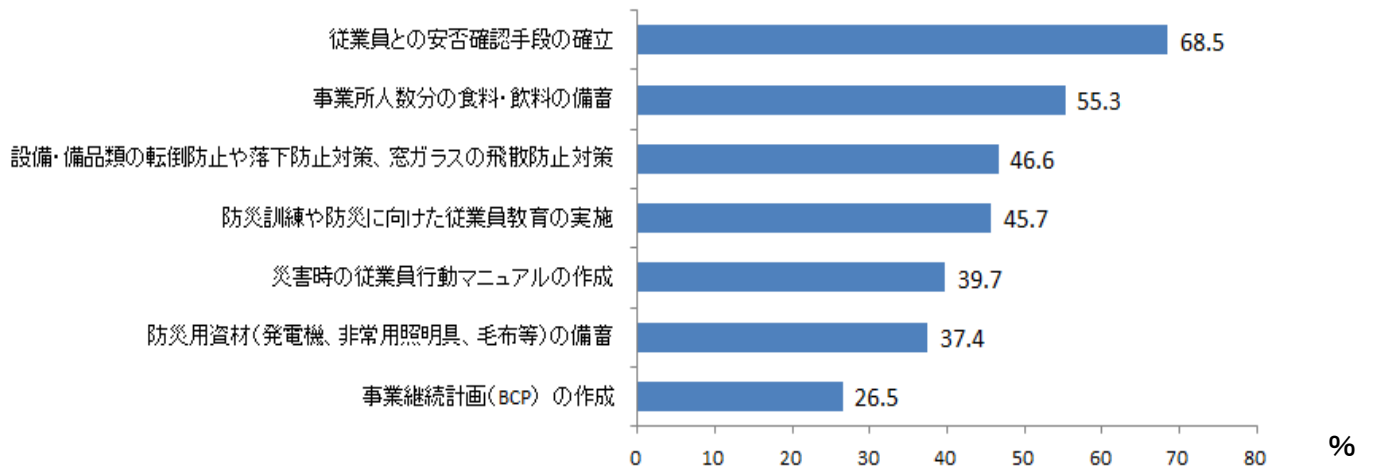


- 東日本大震災から3年経つが、震災以降、防災対策を実施(あるいは強化)したかについて聞いたところ、「実施(あるいは強化)した」(45.9%)と「現在のところ実施(あるいは強化)していないが今後実施(あるいは強化)する予定」(23.0%)を合わせると68.9%の企業が防災対策を実施ないしは実施予定であることがわかった。なお、「何もしていない」という回答は31.1%であった。

(2) 具体的な防災対策について（複数回答）

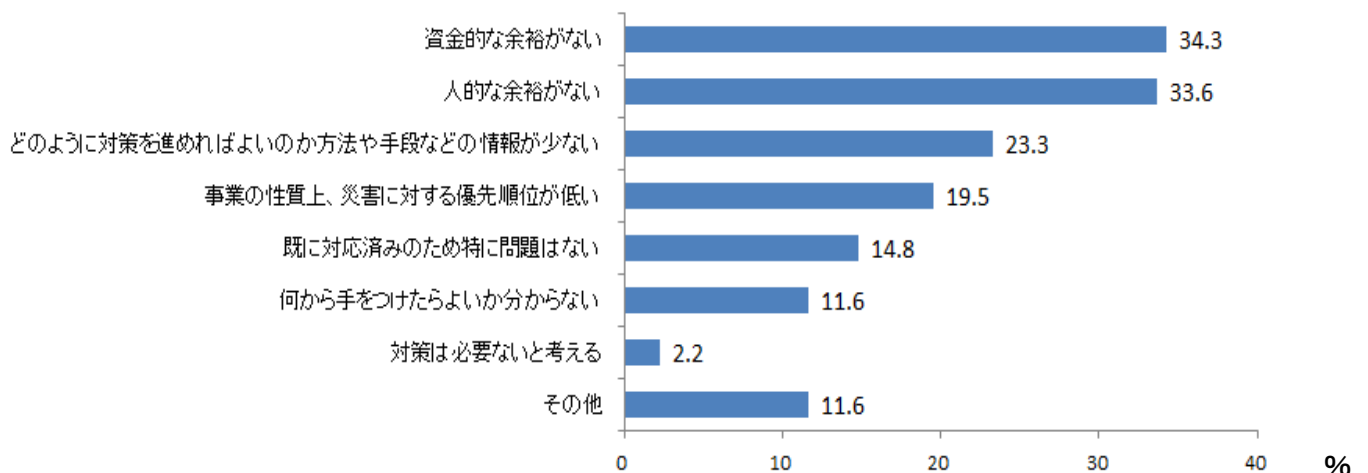
※ 2. (1) で①実施（あるいは強化）した、②現在のところ実施（あるいは強化）していないが今後実施（あるいは強化）する予定と回答した企業に質問

(n=218)



- ・ 2 (1) の設問で「防災対策を実施した」、「現在のところ実施していないが今後実施する予定」と回答した企業に具体的に実施（予定含む）した防災対策について聞いたところ、「従業員の安否確認手段の確立」と回答した企業が 68.5% で一番多く、次いで「事業所人数分の食料・飲料の備蓄」(55.3%)、「設備・備品類の転倒防止や落下防止対策、窓ガラスの飛散防止対策」(46.6%) の順であった。

(3) 防災対策を進める上での課題について（複数選択）



- ・ 防災対策を進める上での課題について聞いたところ、「資金的な余裕がない」(34.3%) が最も多く、次いで「人的な余裕がない」(33.6%)、「どのように対策を進めればよいのか方法や手段などの情報が少ない」(23.3%)、「事業の性質上、災害に対する優先順位が低い」(19.5%) の順であった。