

北見市における景気動向調査報告書

< 第 IV 四 半 期 >

北 見 商 工 会 議 所

I. 調 査 要 領

1. 調査時点及び調査対象期間

(1) 調査時点 令和6年4月22日

(2) 調査対象期間 令和6年1月～3月期実績および令和6年4月～6月期見通しについて調査した。

2. 調査対象

北見市に所在する企業を対象に、製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業の5業種150社をインターネット（Google forms）、FAXにより調査した。

3. 回収状況

| 業種 \ 企業数 | 対象企業数 | 回答企業数 | 回答率 |
|----------|-------|-------|--------|
| 製造業 | 30社 | 24社 | 80.0% |
| 建設業 | 30社 | 30社 | 100.0% |
| 卸売業 | 30社 | 25社 | 83.3% |
| 小売業 | 35社 | 27社 | 77.1% |
| サービス業 | 25社 | 19社 | 76.0% |
| 合計 | 150社 | 125社 | 83.3% |

注) 本調査結果の中で、D・I値とある記号は、ディフュージョン・インデックス（景気動向指数）で好転企業割合から悪化企業割合を差し引いた値を示す

II . 概 況

《 全 体 の 動 き 》

令和5年度第IV四半期<1月～3月>の北見市における業況は、前年比で「好転企業」27.2%、「悪化企業」44.8%、「好転」から「悪化」を差し引いたD・I値は△17.6となっています。

前年同期（△1.0）との比較では16.6ポイントの悪化傾向を示しました。また、前期調査<令和5年度第III四半期>と比較してみると前期0.0→今期△17.6と17.6ポイントの悪化傾向を示しています。

今回の業況を業種別で見ると、製造業D・I値△41.7、建設業D・I値△20.0、卸売業D・I値△16.0、小売業D・I値△22.2、サービス業D・I値21.0となっており、前年同期調査と比較すると、建設業のみ4.0ポイントの改善となりましたが、その他の業種では小売業で38.8ポイント、サービス業で29.0ポイント、製造業で14.4ポイント、卸売業で11.0ポイントの悪化となりました。

来期の見通しを全業種で見ると「好転企業」24.8%、「悪化企業」35.2%でD・I値△10.4と、前年同期見通し（△4.7）に比べ5.7ポイントの悪化見通しとなりました。

《 業 種 別 の 動 き 》

1) 製 造 業

生 産 高

前年比で「増加企業」20.8%、「減少企業」54.2%、D・I値△33.4と前年同期（△27.2）に比べ6.2ポイントの悪化となりました。

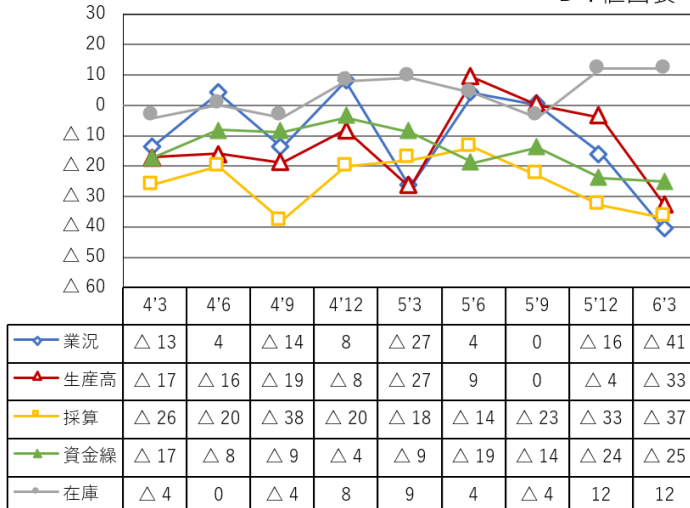
採 算

前年比で「好転企業」20.8%、「悪化企業」58.3%、D・I値△37.5と前年同期（△18.2）に比べ19.3ポイントの大幅な悪化を示しました。

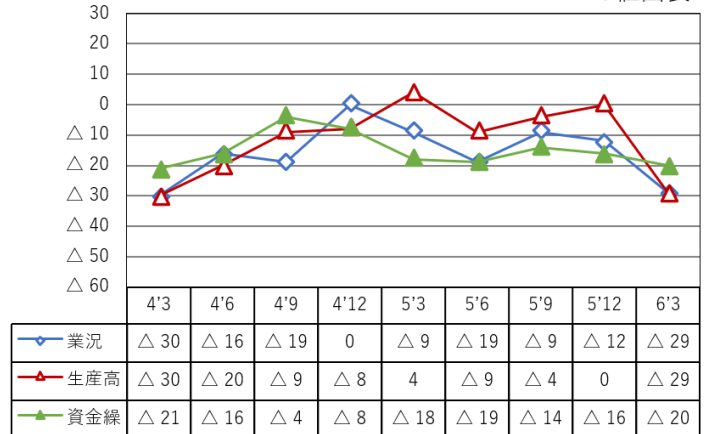
来期見通し

業況D・I値△29.2（前年同期△9.1）、生産高△29.2（同4.5）、資金繰り△20.9（同△18.2）と、前年同期に比べ、全ての項目で悪化の見通しとなりました。

前年同期比 D・I 値図表



来期見通し D・I 値図表



2) 建設業

完成工事高

前年比で「増加企業」20.0%、「減少企業」50.0%、D・I値△30.0と、前年同期(△24.0)に比べ6.0ポイントの悪化となりました。

採算

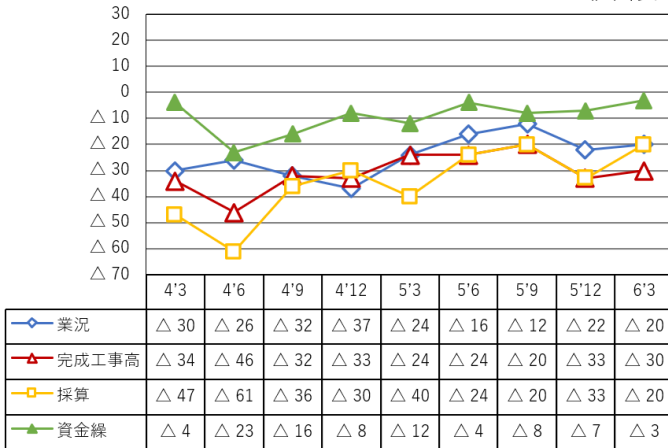
前年比で「好転企業」20.0%、「悪化企業」40.0%、D・I値△20.0と、前年同期(△40.0)に比べ20.0ポイントの改善を示しました。

来期見通し

業況D・I値△20.0(前年同期△28.0)、完成工事高△30.0(同△28.0)、資金繰り△10.0(同△16.0)と前年同期に比べ、業況・資金繰りで改善、完成工事高でのみわずかに悪化の来期見通しとなりました。

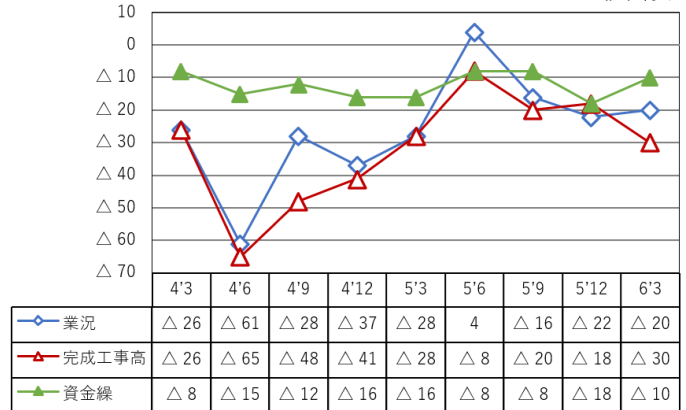
前年同期比

D・I値図表



来期見通し

D・I値図表



3) 卸売業

売上高

前年比で「増加企業」28.0%、「減少企業」56.0%、D・I値△28.0と前年同期(20.0)に比べ48.0ポイントの大幅な悪化となりました。

採算

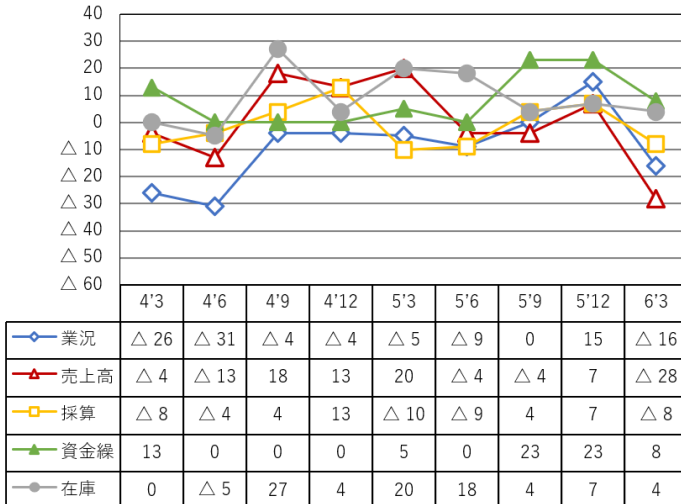
前年比で「好転企業」32.0%、「悪化企業」40.0%、D・I値△8.0と前年同期(△10.0)に比べ2.0ポイントとわずかに改善となりました。

来期見通し

業況D・I値△36.0(前年同期△10.0)、売上高△40.0(同△5.0)、資金繰り0.0(同5.0)と前年同期に比べ、全ての項目で悪化見通しとなりました。

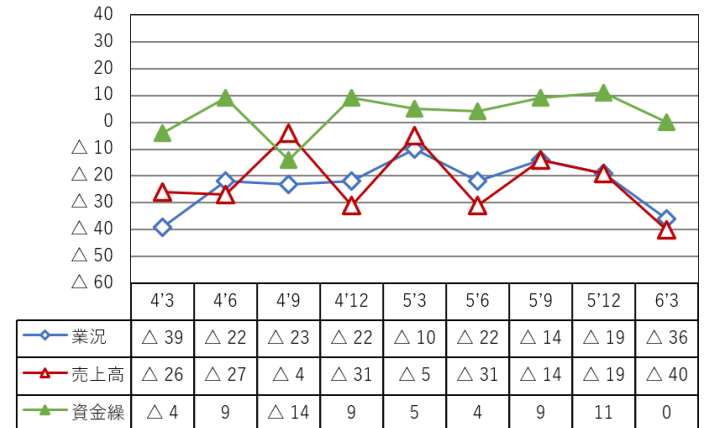
前年同期比

D・I値図表



来期見通し

D・I値図表



4) 小売業

売上高

前年比で「増加企業」25.9%「減少企業」44.4%、D・I値△18.5と前年同期(12.5)に比べ31.0ポイントの大幅な悪化となりました。

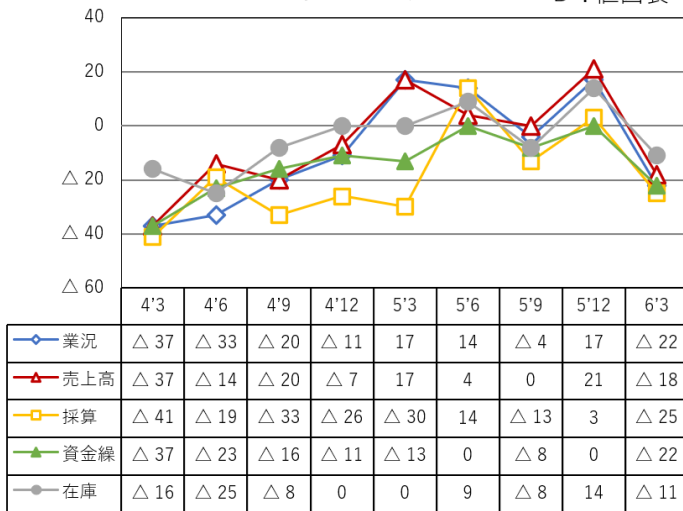
採算

前年比で「好転企業」18.5%「悪化企業」44.4%、D・I値△25.9と前年同期(△25.0)から0.9ポイントのわずかな悪化を示しました。

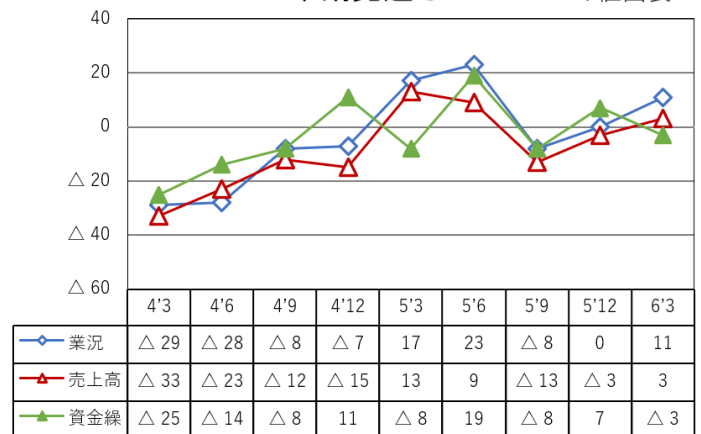
来期見通し

業況D・I値11.1(前年同期16.7)、売上高3.7(同8.4)、資金繰り△3.7(同△8.3)と前年同期に比べ、業況・売上高で悪化、資金繰りでわずかに改善の見通しを示しました。

前年同期比 D・I 値図表



来期見通し D・I 値図表



5) サービス業

売上高

前年比で「増加企業」36.8%、「減少企業」26.3%、D・I値10.5と、前年同期(50.0)に比べ39.5ポイントの大幅な悪化となりました。

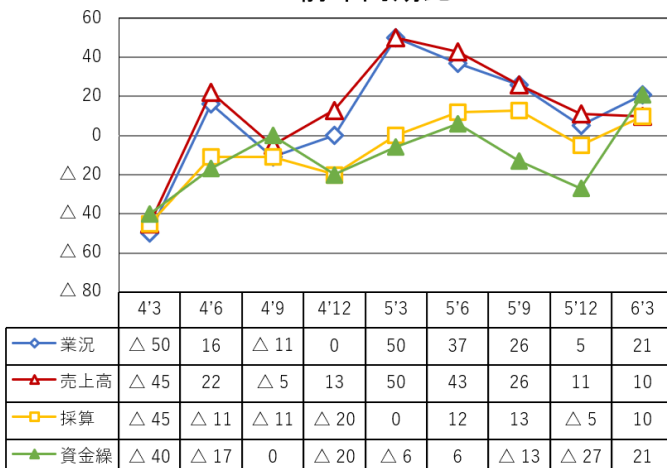
採算

前年比で「好転企業」36.8%、「悪化企業」26.3%、D・I値10.5と前年同期(0.0)に比べ、10.5ポイントの好転を示しました。

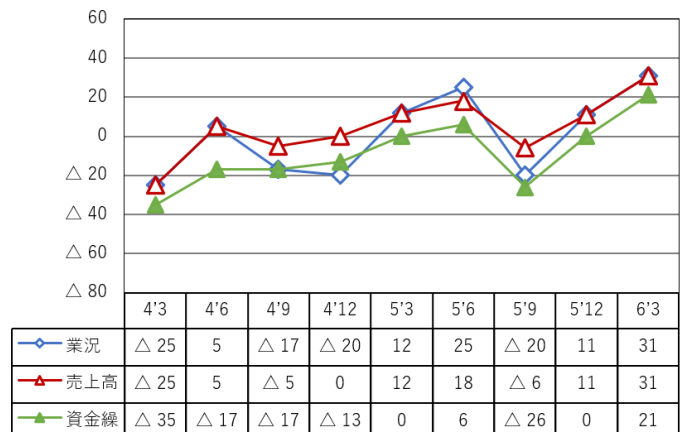
来期見通し

業況D・I値31.5(前年同期12.5)、売上高31.5(同12.5)、資金繰り21.0(同0.0)と前年同期に比べ、全ての項目で好転する来期見通しを示しました。

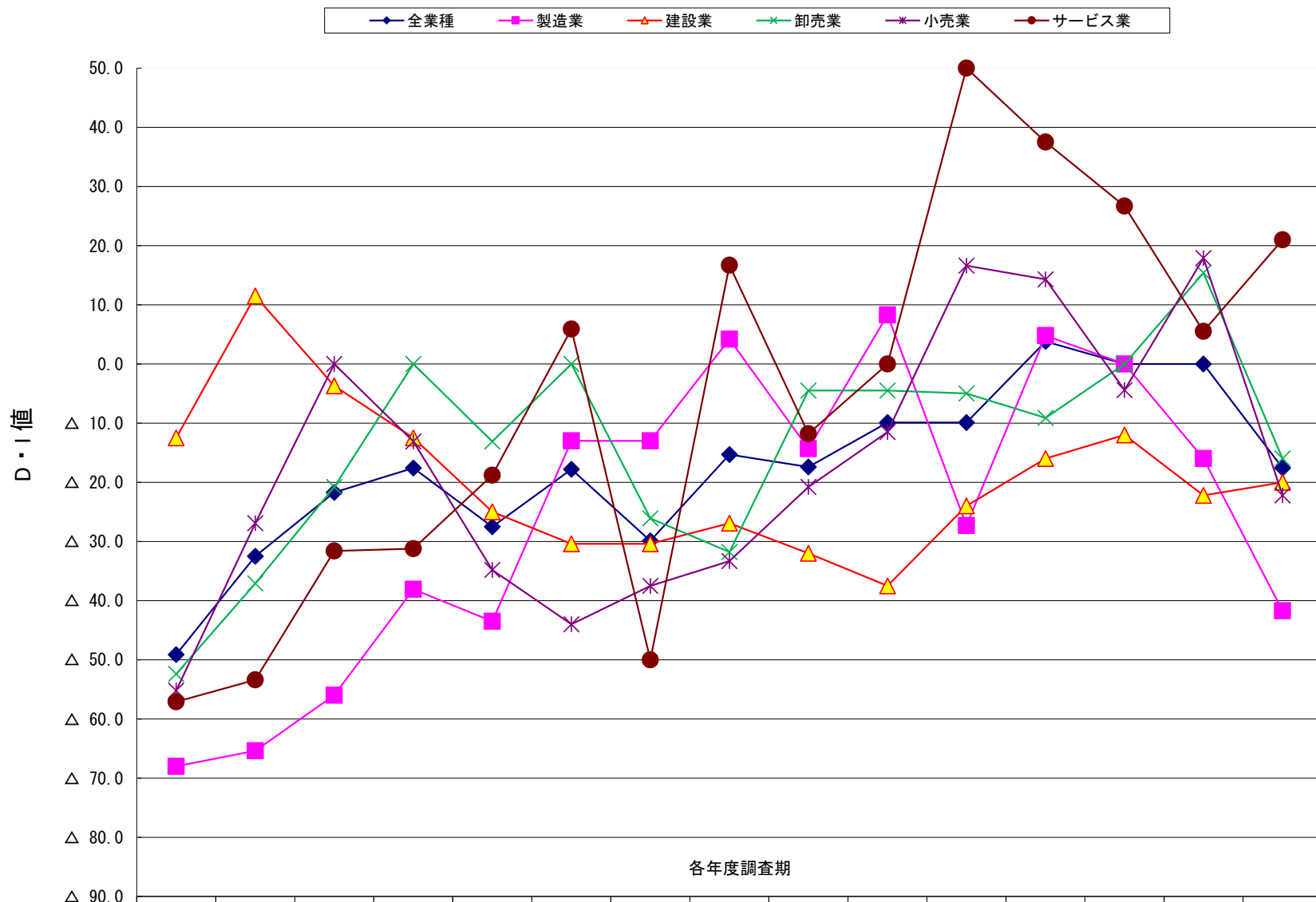
前年同期比 D・I 値図表



来期見通し D・I 値図表



各年度調査期における業況（前年同期比）のD・I値の比較



| | 2. 7~2. 9 令和 2 年度 II | 2. 10~2. 12 令和 2 年度 III | 3. 1~3. 3 令和 2 年度 IV | 3. 4~3. 6 令和 3 年度 I | 3. 7~3. 9 令和 3 年度 II | 3. 10~3. 12 令和 3 年度 III | 4. 1~4. 3 令和 3 年度 IV | 4. 4~4. 6 令和 4 年度 I | 4. 7~4. 9 令和 4 年度 II | 4. 10~4. 12 令和 4 年度 III | 5. 1~5. 3 令和 4 年度 IV | 5. 4~5. 6 令和 5 年度 I | 5. 7~5. 9 令和 5 年度 II | 5. 10~5. 12 令和 5 年度 III | 6. 1~6. 3 令和 5 年度 IV |
|-------|----------------------------|-------------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|-------------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|-------------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|-------------------------------|----------------------------|
| 全業種 | △ 49.1 | △ 32.5 | △ 21.7 | △ 17.6 | △ 27.5 | △ 17.8 | △ 29.9 | △ 15.3 | △ 17.4 | △ 9.9 | △ 9.9 | 3.8 | 0.0 | 0.0 | △ 17.6 |
| 製造業 | △ 68.0 | △ 65.4 | △ 56.0 | △ 38.1 | △ 43.5 | △ 13.0 | △ 13.0 | 4.2 | △ 14.3 | 8.3 | △ 27.3 | 4.8 | 0.0 | △ 16.0 | △ 41.7 |
| 建設業 | △ 12.5 | 11.5 | △ 3.7 | △ 12.5 | △ 25.0 | △ 30.4 | △ 30.4 | △ 26.9 | △ 32.0 | △ 37.5 | △ 24.0 | △ 16.0 | △ 12.0 | △ 22.2 | △ 20.0 |
| 卸売業 | △ 52.4 | △ 37.1 | △ 20.8 | 0.0 | △ 13.1 | 0.0 | △ 26.1 | △ 31.8 | △ 4.5 | △ 4.5 | △ 5.0 | △ 9.1 | 0.0 | 15.4 | △ 16.0 |
| 小売業 | △ 55.2 | △ 26.9 | 0.0 | △ 13.1 | △ 34.8 | △ 44.0 | △ 37.5 | △ 33.3 | △ 20.8 | △ 11.5 | 16.6 | 14.3 | △ 4.4 | 17.9 | △ 22.2 |
| サービス業 | △ 57.1 | △ 53.4 | △ 31.6 | △ 31.2 | △ 18.8 | 5.9 | △ 50.0 | 16.7 | △ 11.8 | 0.0 | 50.0 | 37.5 | 26.7 | 5.5 | 21.0 |

業 種 別 経 営 上 の 問 題 点

| | 1 位 | 2 位 | 3 位 | 4 位 | 5 位 |
|-------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 製 造 業 | 諸 経 費 増 | 人 件 費 増 | 得 意 先 減 少 | 人 材 不 足 | 同業者間の競合 |
| 建 設 業 | 人 材 不 足 | 人 件 費 増 | 諸 経 費 増 | 同業者間の競合 | 得 意 先 減 少 |
| 卸 売 業 | 人 材 不 足 | 人 件 費 増 | 諸 経 費 増 | 得 意 先 減 少 | 同業者間の競合 |
| 小 売 業 | 諸 経 費 増 | 得 意 先 減 少 | 人 件 費 増 | 人 材 不 足 | 同業者間の競合 |
| サービ業 | 諸 経 費 増 | 人 材 不 足 | 人 件 費 増 | 得 意 先 減 少 | 同業者間の競合 |
| 合 計 | 諸 経 費 増 | 人 件 費 増 | 人 材 不 足 | 得 意 先 減 少 | 同業者間の競合 |

※ 問題点は、各業種とも3つ選択。

全業種でみると、1位「諸経費増」、2位「人件費増」、3位「人材不足」となっており、前回調査までトップ3が8期連続で固定でしたが、今期調査では「人件費増」と「人材不足」の順位が入れ替わり、物価等高騰による諸経費の増加が最大の課題であることは変わらないものの、賃上げ対応等を背景とした人件費に対する課題の深刻化が懸念されます。

業種別でみると、製造業、小売業、サービス業で「諸経費増」がトップで、建設業、卸売業では「人材不足」がトップとなっています。

業 況

製造業 ⇒ 好転（ビール製造、製麺、ハッカ製品）
悪化（印刷、松製材、一般製材、木製品、鋳物製品、石材加工、石灰製品、車体）

建設業 ⇒ 好転（給排水・衛生）
悪化（建築、土木、塗装、とび土工、舗装）

卸売業 ⇒ 好転（塗料、青果物、農産物、機械工具、米穀、自動車ガラス、ガス等）
悪化（鋼材、一般製材、上下水道資材、介護用品、肥料、製紙原料、石油製品）

小売業 ⇒ 好転（菓子、スーパーマーケット、農業機器、青果、贈答品、靴、化粧品）
悪化（お茶、眼鏡、燃料、リサイクル品、自動車、機械工具、家電、家具、画材、米穀、日曜大工等、火薬・銃砲）

サービス業 ⇒ 好転（エステ、焼肉店、バー、レンタカー、IT）
悪化（そば店）

（※太字アンダーライン表示は重複該当業種）

その他及び具体的な業界の問題点についての記載事項

【製造業】

- 生産性の向上と作業の平準化、中長期的な経営計画と社内の仕組みづくりが課題
- 働き方改革の一環として、従業員の福利厚生・人手不足の影響などを考慮し週1回の定休日を導入。そのため売上げの減少が見込まれ、利益確保へ向け厳しい経営環境となる。
- 仕入価格の上昇、電気料金の上昇、ガソリン価格の上昇による影響あり
- 電気料金の値上がりが鋳造業には厳しすぎる
- 技能者不足（職人）、働き方改革により残業が制限
- 円安による酪農業界経営全般の圧迫
- 原材料高騰による価格転嫁

【建設業】

- 4月からの残業規制に適応するのが喫緊の課題（他1件）
- 技術者の根本的な人員不足（他1件）
- 人手不足の上に2024年問題、36協定の時間外労働の見直しが始まり、受注工事が順調に遂行できるか、また、完成工事高の減少につながるのではないかと不安。
- 原油・原材料価格の変動の影響
- 円安が続いていることで、仕入価格が下がらない。

【卸売業】

- 原油、原材料価格の変動の影響、高齢化の影響
- 円安、2024年問題の影響
- 配送業者不足
- 諸経費が増加している分を売値に転嫁できない。
- 資材の高騰、金利の上昇
- 当社は同業会社の子会社となり、事業の大半を移産。年間売上高が1/10に縮小の見込み。
- 仕入商品の高騰と下落

【小売業】

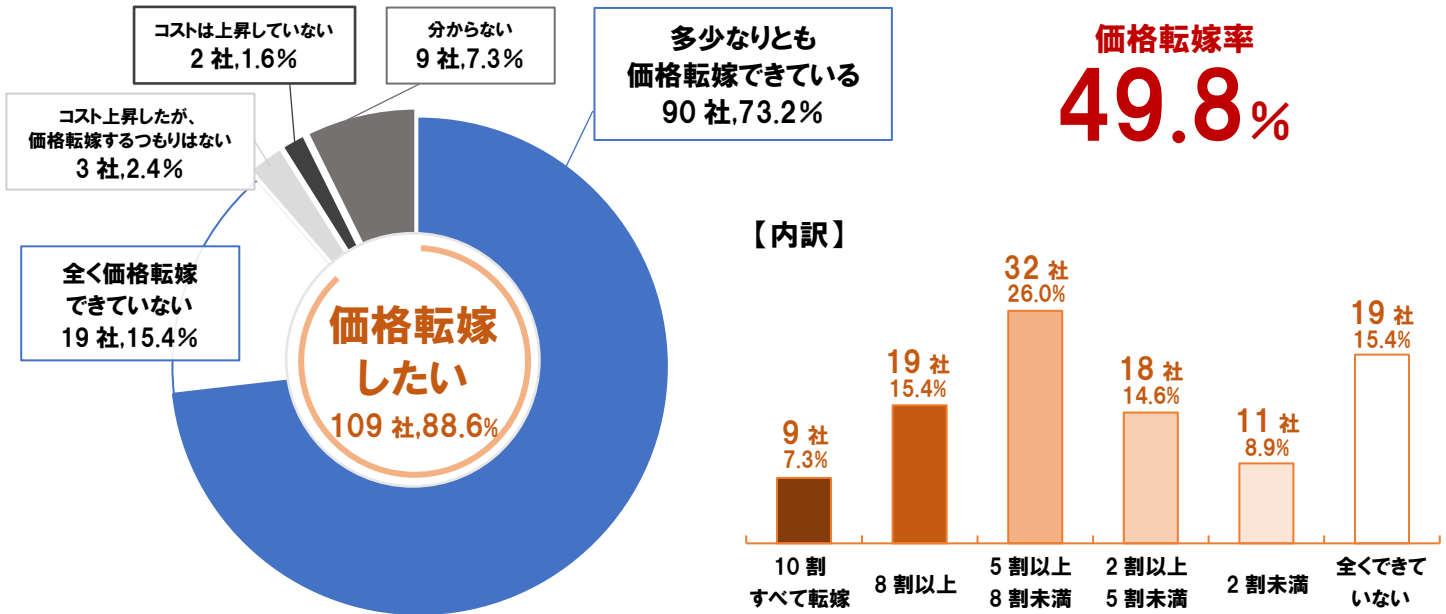
- 大型物件の減少、水道光熱費、ガソリン代の高騰による諸経費の増加
- 原材料価格の高騰
- 新商材の開拓困難
- 人手不足
- 人口減少、特に子供（他1件）
- 外国人技能実習生制度の法改正

【サービス業】

- 建物の老朽化による修繕費、エネルギー価格・物価高騰、人材不足・働き方改革の影響を受けている
- 原材料価格の上昇が幾度となく続いており、価格転嫁が追い付かない状況（他1件）
- 飲食業（繁華街）は打つ手なしかと思えます。コンパクトシティのような縮小政策を飲食業にあわせていくと衰退すると考えています。繁華街を北見市観光の最終着地点にするなら今しかないのではないかと思えます。
- インボイスと燃料費増加
- エネルギー関係はすでに高く、さらにサービス業でも働き方改革の取り組みにより、時短や、週休二日制の導入もある中での人材不足が深刻な問題。
- 人材確保の困難が継続し自動車の新車仕入が不正問題の影響で不安定。レンタカー回収の輸送問題があり経費が増加している。

エネルギー価格や原材料が高騰し、中小企業が適切に価格転嫁をしやすい環境をつくるため経済産業省が毎年3月と9月を「価格交渉促進月間」と設定しています。本調査は2023年4月に行った調査※に続き、市内事業者へ「価格転嫁」に関する実態調査をインターネット（Google Forms）、FAXにより実施しました。【2024年4月、回答123社】

■ 現在の価格転嫁の状況について



エネルギー価格や原材料が高騰している分を自社の商品価格やサービス料金にどの程度転嫁できているか調査したところ、「多少なりとも価格転嫁できている」が90社（73.2%）となりました。その内訳をみると「10割すべて転嫁できている」が9社（7.3%）、「8割以上転嫁」が19社（15.4%）、「5割以上8割未満」が32社（26.0%）、「2割以上5割未満」が18社（14.6%）、「2割未満」が11社（8.9%）となり、コスト上昇分を多少なりとも販売価格へ転嫁している状況が伺えました。一方で「全く価格転嫁が出来ていない」と19社（15.4%）が回答した他、「コスト上昇したが、価格転嫁をするつもりはない」が3社（2.4%）、「コストは上昇していない」が2社（1.6%）、「分からない」が9社（7.3%）という結果となりました。

価格転嫁をしたいと考えている企業（「多少なりとも価格転嫁できている」と「全く価格転嫁が出来ていない」）は全体で109社（88.6%）、このうち販売価格への転嫁割合を示す「価格転嫁率」は49.8%となり、前回調査より4.7ポイント上昇しました。

【これはコストが100円上昇したうち、49.8円分販売価格に反映できていることを示しています。】

※前回調査 <http://kitamicci.or.jp/kcciws/wp-content/uploads/kakakutenka2023.3.pdf> (2023年4月)

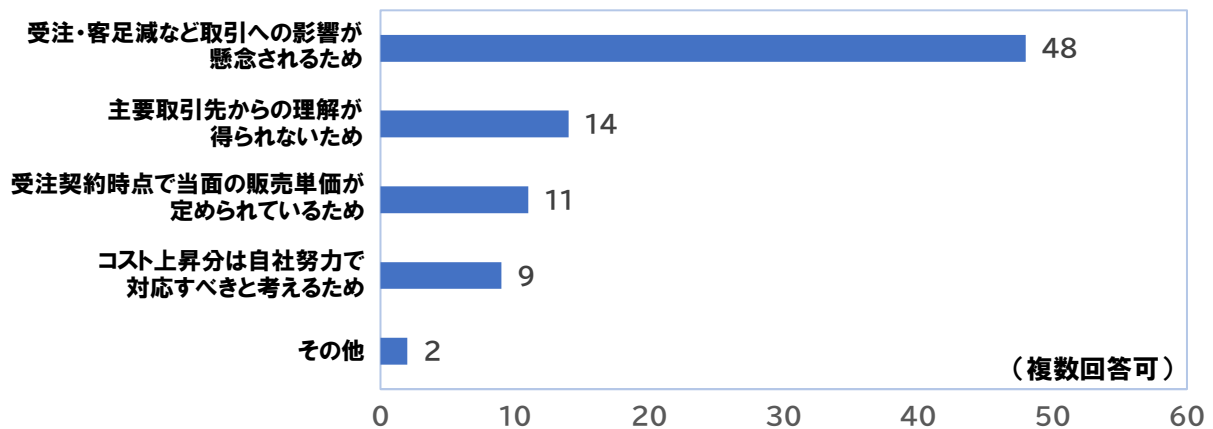
また、価格転嫁率を業種別にみると、卸売業のみ前回調査時より低くなっています。

業種別 価格転嫁率

| 業 種 (回答社数) | 前回調査時 | 今 回 | |
|-------------|-------|------|---|
| 小売業 (26社) | 41.5 | 59.6 | ↗ |
| 製造業 (24社) | 50.7 | 52.2 | ↗ |
| 卸売業 (25社) | 61.3 | 49.4 | ↘ |
| 建設業 (30社) | 42.6 | 46.7 | ↗ |
| サービス業 (18社) | 13.0 | 37.5 | ↗ |

■ 価格転嫁できていない理由について

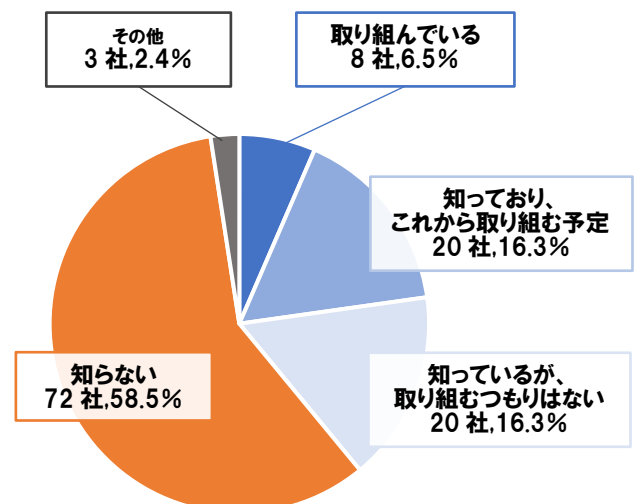
価格高騰分を転嫁できていない企業からその理由を伺いました。「受注・客足減など取引への影響が懸念されるため」が48社、「主要取引先からの理解が得られないため」が14社、「受注契約時点で当面の販売価格が定められているため」が9社、「コスト上昇分は自社努力で対応すべきと考えるため」が9社となりました。その他、「顧客が逃げてしまうのではないかという懸念がある」といった回答がありました。また、最終頁に記載の価格転嫁に対する特記事項では、「同業者の価格状況を伺う」という声がありました。



■ パートナーシップ構築宣言について

「パートナーシップ構築宣言」とは、企業規模の大小にかかわらず、企業が「発注者」の立場で自社の取引方針を宣言する取組みです。

この宣言の取組状況を伺ったところ「取り組んでいる」が8社(6.5%)、「知っており、これから取り組む予定」と「知っているが、取り組むつもりはない」が20社(16.3%)、「知らない」が72社(58.5%)という結果でした。その他、「立場的に先方からの値上げ等に対して全て受け入れている状況なので、取り組むことに関して理解を深めたい。」といった声が上がりました。



価格転嫁に対する記載事項

価格転嫁で苦慮していること

- あらゆるコストと人件費が高騰していることは事実として知られているので、理解してもらいやすいが、単純に値上げするのではなく付加価値を高めたうえでの価格改定もしなければならぬと感じている。(製造業)
- 少しの値上げなら理解も得られやすいが、大幅な値上げは中々難しいのが現実(製造業)
- 材料の値上げは了承してもらえるが、経費の値上げ、材料価格への転嫁に苦慮している(卸売業)
- やはりお客様の反応が気になる(小売業)
- 道内における、北見地方の価格は低いので地元では価格競争が激しくなり、価格転嫁が難しい。(製造業)
- 価格転嫁により、見積価格が上がると競争に負ける。(建設業)
- 民間受注専門企業に対しての価格転嫁(建設業)
- 先に大手が価格転嫁しているため、タイミングが悪く中小企業の転嫁は直ぐには難しい。(卸売業)
- 価格の改定をもっと早期に実施したかったが、自動車メーカー本社の承認が必要であり時間がかかった。(小売業)

価格転嫁できた部分

- ユーザーの理解が高まっていると感じているので、仕入れ先からの値上げは基本的に価格転嫁できている。(小売業)
- 世界中がデフレからインフレに移行する潮目にある。そこで受注・客足減など取引への影響を恐れずに、適正な価格で販売するという考えを重視している。(サービス業)
- 値上げ前に旧価格の商品を多めに在庫して、価格転嫁できないユーザー様の為、少しでも利益率を上げる努力をした。(小売業)
- 値上げと客離れがイコールにならないよう、担当者レベルではあるが、値上げした分サービスが良い内容になったのではなく転嫁したということをしつかりと伝えるようにしている。(サービス業)
- お客様には利益の上乗せをお願いしているのではない。と言っている。(サービス業)

パートナーシップ構築宣言について

- お客様にそれを求めるつもりは無いし、逆に発注側としては、当たり前前に受注者の希望の価格で仕入れをしている現状がある。
- 自社企業努力として行っていくのは当たり前と考える。

その他

- 周りの価格調査を行う(建設業)
- 正確な情報を素早く知らせる事。(建設業)
- 官庁の対応が鈍い場合がある(建設業)