

商工会議所LOBO(早期景気観測)

-2014年2月調査結果(概要版・付帯調査)-

2014年2月28日

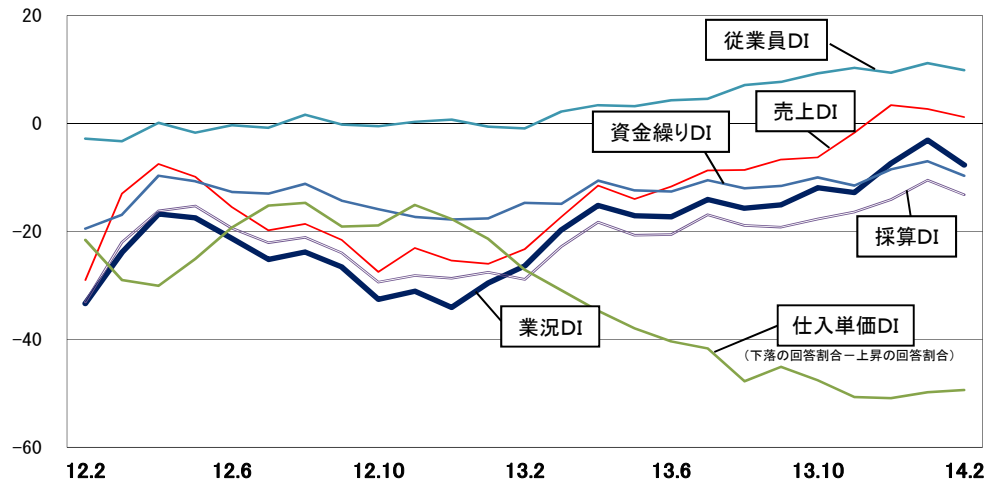
業況DIは、一服。駆け込み需要への期待も、反動減など先行き不安が広がる

ポイント

▶2月の全産業合計の業況DIは、▲7.7と、前月から▲4.6ポイントの悪化。個人消費では、消費税引き上げ前の駆け込み需要がみられるものの、東北・関東を中心とする記録的な大雪により、物流への支障や売上減少など、製造業・非製造業を問わず、影響は広範に及んだ。中小企業の景況感は、売上・受注の堅調な推移を背景に改善傾向が続いていたが、足元では、仕入コストや電力料金、人件費などの負担増に加え、駆け込み需要の反動減への警戒感が伺える

▶先行きについては、先行き見通しDIが▲14.5(今月比▲6.8ポイント)と、大幅な悪化を見込む。消費税引き上げ前の駆け込み需要により、3月は衣料品や日用品など、小売業を中心に売上・受注の増加が見込まれるものの、仕入コストや電力料金、人件費などの負担増が続く中、4月以降、反動減による受注の落ち込みや消費マインドの低下などが見込まれ、中小企業においては先行きに対する警戒感が強まっている

LOBO全産業合計の各DIの推移(2012年2月以降)

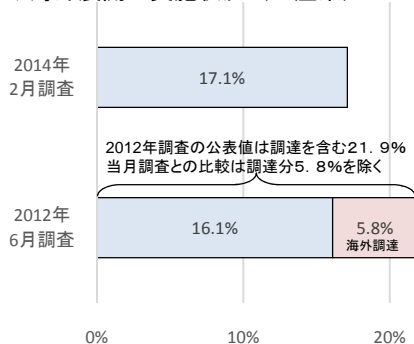


この1年における海外展開の動向

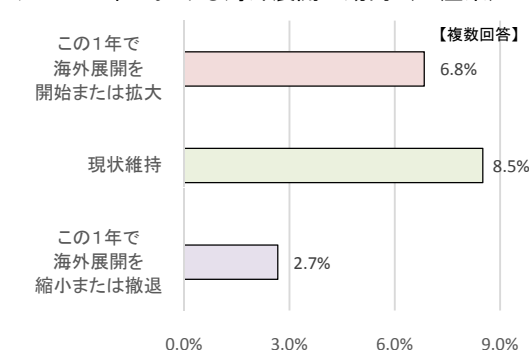
- ▶海外展開(※)を実施している企業(全産業)は17.1%。2012年6月調査(16.1%)と比較して微増。製造業は36.5%で、前回調査から6.3%の増加
- ▶国内経済の回復や円安傾向が定着する中、この1年間で海外展開を「開始または拡大」した企業(全産業)は6.8%、「開始」:0.5%、「拡大」:6.3%、「現状維持」は8.5%、「縮小または撤退」は2.7%。海外展開を実施している企業のうち、この1年で「拡大」した企業は37.1%

(※)自社製品・商品の輸出、海外での生産・販売・物流拠点の整備・増強、生産・販売委託

◆海外展開の実施状況(全産業)



◆この1年における海外展開の動向(全産業)



[中小企業の声]

- ▶現地の日本食ブームや富裕層の増加により、中国・東南アジアへの輸出が増加している(札幌 水産食料品製造業)
- ▶ロシアやモンゴルへの輸出を検討しているが、商習慣や文化の違いから相手企業と信頼関係が築けず、取引が始められない(札幌 建築材料卸売)
- ▶中国の生産拠点について、この1年は現状維持。長期的な視点で為替や日中関係等の情勢を判断し、今後の方針を決定(草加 ねじ製造業)
- ▶数年前から計画のベトナムへの進出は業績回復が十分でないため踏み切れない(東京 繊維製造・卸売業)
- ▶円高が修正されたことで、中国や韓国に加え、インド・シンガポールでの商談が好調。受注にも結び付いている(横浜 船舶部品製造業)
- ▶受注は好調であるが、中国での人件費の高騰により採算が悪化していることから、一部の中国の拠点を閉鎖(諫早 ワイヤ製造業)

◆海外展開内容別の動向(全産業)

