

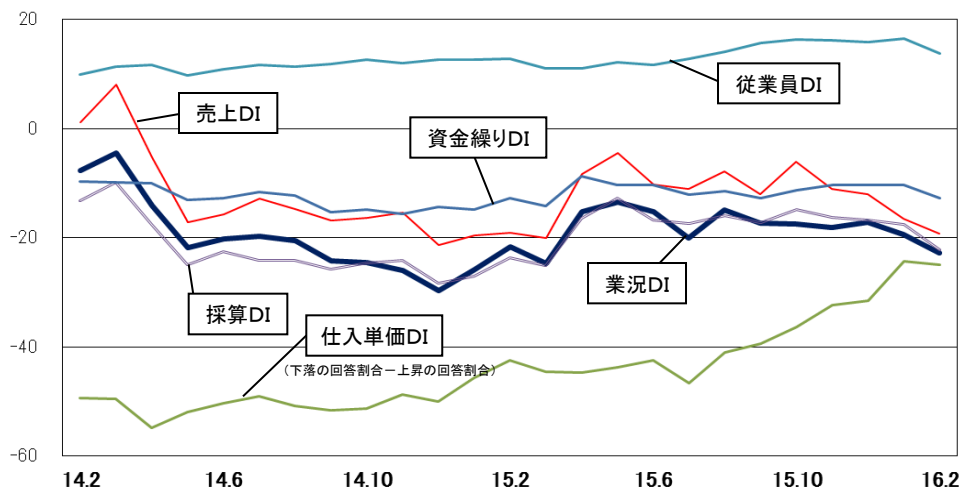


業況DIは、悪化。先行きは改善見込むも、不透明感強く、慎重な見方が続く

ポイント

- ▶ 2月の全産業合計の業況DIは、▲22.8と、前月から▲3.4ポイントの悪化。観光需要による牽引のほか、原油安に伴い、原材料価格や燃料費、電力料金下落の恩恵を指摘する声が聞かれたものの、人手不足と人件費の上昇が足かせとなる中、消費低迷や中国経済減速による受注減などが全体を押し下げた。また、株価・為替の不安定な推移も中小企業のマインドを下押ししており、昨年秋頃から足踏み状況が続いていたが、足元では弱い動きがみられている。
- ▶ 先行きについては、先行き見通しDIが▲18.2(今月比+4.6ポイント)と改善を見込むものの、「悪化」から「不変」への変化が主因。観光需要の拡大や設備投資の持ち直し、補正予算の早期執行への期待感のほか、燃料費や電力料金下落により収益改善を見込む声が聞かれる。他方で、新興国経済の減速や株価・為替の不安定な推移、マイナス金利導入の影響などにより、先行きの不透明感が増す中、中小企業においては、消費低迷の長期化や人手不足の影響拡大などへの懸念を払拭できず、慎重な見方を崩していない。

LOBO全産業合計の各DIの推移(2014年2月以降)



コスト増加分の価格転嫁の動向 (BtoC)

- ▶ 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19.4%、「全く転嫁できていない」と回答した企業(全産業)は26.2%

コスト増加分の価格転嫁の動向 (BtoB)

- ▶ 企業向け商品・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、19.9%、「全く転嫁できていない」と回答した企業(全産業)は、22.8%

◆価格転嫁の動向 (BtoC) (全産業)

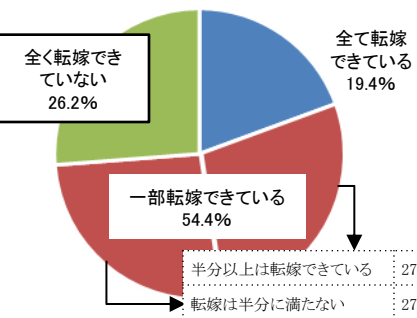
※「一部転嫁できている」「全く転嫁できていない」と回答した企業の転嫁できない要因内訳(複数回答)

消費者の節約志向・低価格志向が続いている(強まっている)ため	49.6%
競合他社が販売価格を上げていない(据え置き、値下げ)ため	36.8%
需要が減少しているため	32.9%
予め取引価格を固定した長期契約により、足元の価格変動を反映できないため	10.6%
既に販売価格を上げており、これ以上の転嫁が困難なため	7.8%

◆価格転嫁の動向 (BtoB) (全産業)

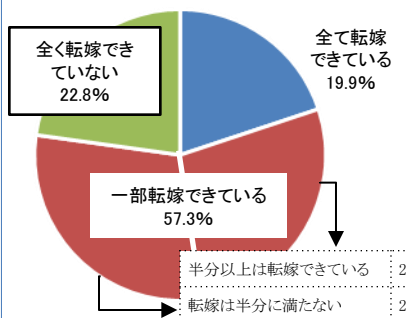
※「一部転嫁できている」「全く転嫁できていない」と回答した企業の転嫁できない要因内訳(複数回答)

競合他社が販売価格を上げていない(据え置き、値下げ)ため	46.7%
需要が減少しているため	31.0%
取引先からの値下げ要求が続いている(強まっている)ため	29.2%
予め取引価格を固定した長期契約により、足元の価格変動を反映できないため	19.8%
既に販売価格を上げており、これ以上の転嫁が困難なため	7.9%



(参考)2015年7月LOBO調査における同様の質問に対する回答割合

全て価格転嫁できている	9.7%
一部転嫁できている	58.9%
全く転嫁できていない	31.4%



(参考)2015年7月LOBO調査における同様の質問に対する回答割合

全て価格転嫁できている	8.8%
一部転嫁できている	60.7%
全く転嫁できていない	30.5%

- [中小企業の声]
- ▶ 付加価値の高い自社の地ビールには価格転嫁できているが、一般の食品は、顧客離れが懸念されるため転嫁を躊躇している (秋田 食品小売業)
 - ▶ 引越し業者間では価格競争が激しく、価格転嫁どころか値下げ競争に巻き込まれている (三島 運送業)

- [中小企業の声]
- ▶ 長期契約の関係でコスト増加分を価格転嫁することは難しい。そのため合理化などで生産性を高め、利益を確保することが精いっぱいである (本庄 自動車部品製造業)
 - ▶ 取引先の減少を覚悟して全ての製品に、仕入価格上昇分を価格転嫁した。既存品の受注減に備え、新製品提案など対応を強化する (明石 建築材料卸)