

2011/1/11

柏の景気情報（平成23年1月分）

柏 商 工 会 議 所

（本件担当） 柏商工会議所 中小企業相談所 振興課
〒277-0011 千葉県柏市東上町7-18
TEL : 04-7162-3305
FAX : 04-7162-3323
URL : <http://www.kashiwa-cci.or.jp>
E-mail : info@kashiwa-cci.or.jp

柏の景気情報（平成23年1月分）

○ 調査期間 : 平成23年1月20日 ~ 1月25日

○ 調査対象 : 柏市内107事業所及び組合にヒアリング

＜産業別回収状況＞

調査産業	調査対象数	回答数	回収率
全産業	107	66	61.7%
建設	19	16	84.2%
製造	23	13	56.5%
卸・小売	43	26	60.5%
サービス	22	11	50.0%

○ 調査方法と調査表 : 下記「質問A」をDI値集計し、「質問B」で「業界内のトピック」の記述回答。

質問A

質問事項	回答欄					
	前年同月と比較した 今月の水準			今月の水準と比較した向 こう3ヶ月の先行き見通し		
a.売上高 (出荷高)	1 増加	2 不変	3 減少	1 増加	2 不変	3 減少
b.採算 (経常利益ベース)	1 好転	2 不変	3 悪化	1 好転	2 不変	3 悪化
c.仕入単価	1 下落	2 不変	3 上昇	1 下落	2 不変	3 上昇
d.従業員	1 不足	2 適正	3 過剰	1 不足	2 適正	3 過剰
e.業況	1 好転	2 不変	3 悪化	1 好転	2 不変	3 悪化
f.資金繰り	1 好転	2 不変	3 悪化	1 好転	2 不変	3 悪化

質問B 業界内のトピック(記述式)

$$DI値 = 1 \text{ 増加他の回答割合} - 3 \text{ 減少他の回答割合}$$

※ DI値(景況判断指数)について

DI値は、売上、採算、業況などの項目についての判断状況を表す。0(ゼロ)を基準として、プラスの値で景気の上向きを表す回答の割合が多いことを示し、マイナスの値で景気の下向き傾向を表す回答の割合が多いことを示す。従って、売上高などの実数値の上昇率を示すものではなく、強気・弱気などの景気感の相対的な広がりの意味する。

※ DI値と景気の概況

DI ≥ 50	50 > DI ≥ 25	25 > DI ≥ 0	0 > DI ≥ ▲25	▲25 > DI
特に好調	好調	まあまあ	不振	極めて不振

【平成23年1月の調査結果のポイント】

《業況DIがマイナス20ポイント台へ回復》

○1月の全産業合計のDI値(前年同月比ベース、以下同じ)は、▲28.7(前月水準▲39.7)となり、マイナス幅が△11.0ポイント縮小した。

業種別では、前月水準と比べて、マイナス幅が縮小した業種は、幅の大きい順に、サービス業▲27.2(同▲50.0)、建設業▲12.5(同▲28.5)、卸小売業▲38.4(同▲53.8)である。特に、サービス業はマイナス幅が△22.8ポイントと大幅に縮小した。マイナス幅が拡大した業種は、製造業▲30.7(同▲14.2)である。

【建設業】からは、「受注量は少々増えているが内容が非常に厳しい。安定化に対策が必要」(板金・金物工事業)、「相変わらず景気停滞。仕事量の動きはあるものの適正な価格と言えない部分も多く、品質の低下にならないか心配」(電気工事業)とコメントがあった。

【製造業】からは、「景気の改善が見えてこない。まだまだ国内のデフレ感が続いているよう」(その他の機械・同部分品製造業)とコメントがあった。

【卸小売業】からは、「寒さのせいもあるのか客足が遠く感じます。成人式の日程を変えるまではそこそこ需要があったのですが、今は一週間早くそれも終わってしまいます」(食料・飲料卸売業)、「青果物の新年後の動向は厳しい寒さが響き、野菜は入荷減少に伴う単価高となり、果物も主力商品が大幅に減少していることから高値となり、総体的に利益はやや減少傾向であります。生鮮食品の流通は今後ますます変化する」(食料・飲料卸売業)、「卵・砂糖・アーモンド等原材料が値上げ傾向」(菓子・パン小売業)、「寒波の為冬物在庫が減少し売上にプラス。大口のお客様の注文が例年並みにあり。新規受注もある。昨年発行した割引カードの効果が出てきた。ただし子供用品が主体であるが、子供手当の効果は見えない」(その他の飲食料小売業)などのコメントがあった。

◎売上減少

各業種から、「当店では競合店舗の進出等の影響で前年対比で若干売り上げが減っているが、地区内店舗の平均では伸びている」(その他の各種商品小売業)、「初売りは好調であったが、連休明けには動きが止まり、前年数字確保は難しい情勢である」(その他の各種商品小売業)、「毎年盛況である初売りは、入店客数は前年を上回ったものの、売上高は買い上げ率客単価の低下により、前年を若干下回った。セールでは入店客数は昨年対105.2%と好調であったものの、売上高は昨年対96.3%という結果であった。内容的には入店客数の増加により飲食店業種は好調であったが、衣料品を中心に買い上げ率の低下が顕著にみられたことから苦戦する店舗が多かった」(各種商品小売業)などのコメントが寄せられた。

◎価格下降

各業種から、「建築新規物件に福祉関係が多くなって、全体の件数が少ないため、価格の下降が止まらない」(一般産業用機械設備製造業)、「採算割れ販売の回避上、1月から小売価格を値上げしたため、取引先の切り替えが多発した」(燃料小売業)、「宿泊はビジネス需要の動きが悪く稼働一室単価ともに落とす。安価でインターネット出しするも稼働上がらず。企業の出張費を含めた営業諸費の引き締めはしばらく続くと思われる」(ホテル)など、さまざまな声が上がってきた。

◎エコポイント

各業種から、「住宅エコポイントを活用した耐震&省エネルギーフォーム工事の受注が順調に推移しています」(一般土木建築工事業)、「エコポイント制度期間を延長してほしいと思う。建設業界も少しはよくなるのではないか」(一般土木建築工事業)などのコメントがあった。

	全産業	建設	製造	卸・小売	サービス
8月	▲38.0	▲50.0	△21.4	▲58.6	▲42.8
9月	▲44.7	▲33.3	▲6.6	▲72.0	▲50.0
10月	▲40.7	▲40.0	±0.0	▲56.6	▲53.3
11月	▲32.8	▲50.0	△12.5	▲51.7	▲28.5
12月	▲39.7	▲28.5	▲14.2	▲53.8	▲50.0
1月	▲28.7	▲12.5	▲30.7	▲38.4	▲27.2
見通し	▲31.8	▲12.5	▲38.4	▲38.4	▲36.3

見通しは今月の水準と比較した向こう3ヶ月の先行き見通しDI

【平成23年1月の業況についての状況】

○ 1月の全産業合計のDI値(前年同月比ベース、以下同じ)は、▲28.7(前月水準▲39.7)となり、マイナス幅が△11.0ポイント縮小した。

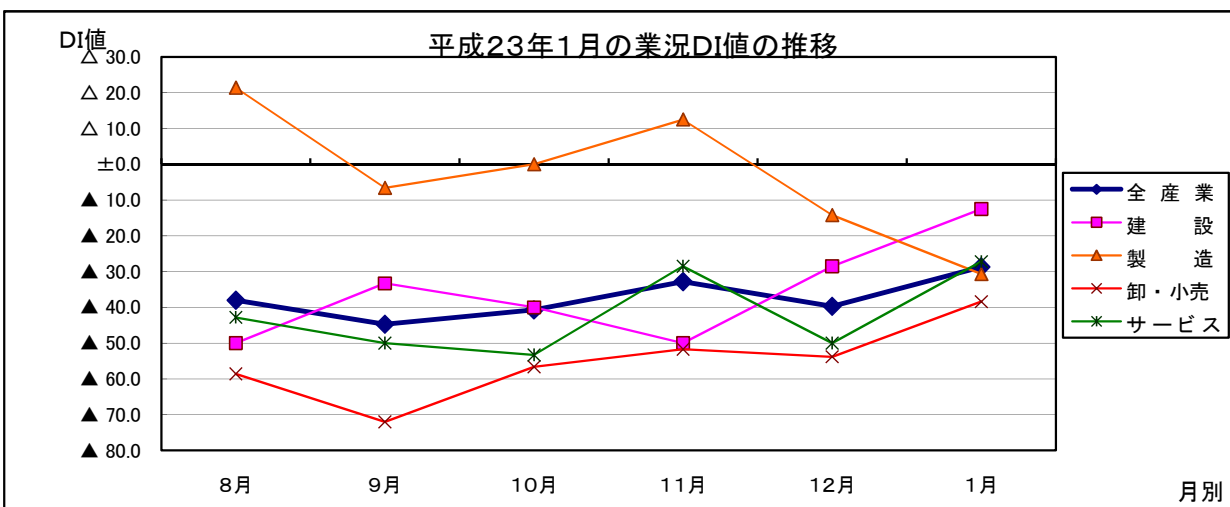
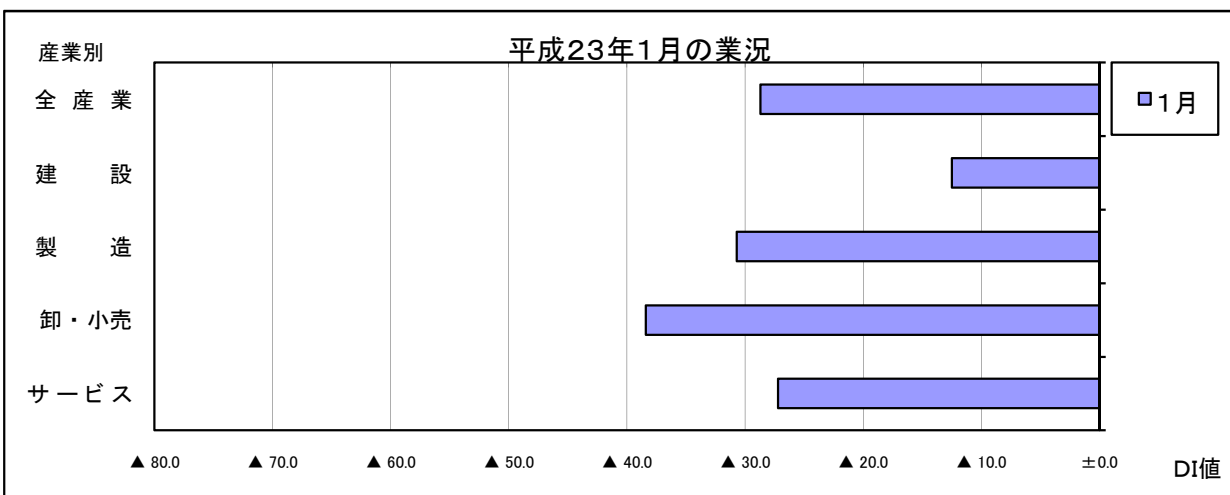
業種別では、前月水準と比べて、マイナス幅が縮小した業種は、幅の大きい順に、サービス業▲27.2(同▲50.0)、建設業▲12.5(同▲28.5)、卸小売業▲38.4(同▲53.8)である。特に、サービス業はマイナス幅が△22.8ポイントと大幅に縮小した。マイナス幅が拡大した業種は、製造業▲30.7(同▲14.2)である。

○ 向こう3ヶ月(2月から4月)の先行き見通しについては、全産業では、▲31.8(前月水準▲39.7)となり、マイナス幅が△7.9ポイント縮小する見通しである。

業種別では、前月水準と比べて、マイナス幅が縮小する見通しの業種は、幅の大きい順に、建設業▲12.5(同▲35.7)、サービス業▲36.3(同▲57.1)、製造業▲38.4(同▲42.8)である。特に、建設業はマイナス幅が△23.2ポイントと大幅に縮小する見通しである。マイナス幅が拡大する見通しの業種は、卸小売業▲38.4(同▲30.7)である。

平成23年1月業況DI値(前年同月比)の推移

	平成22年 8月	9月	10月	11月	12月	平成23年 1月	先行き見通し 2月~4月(1月~3月)
全産業	▲ 38.0	▲ 44.7	▲ 40.7	▲ 32.8	▲ 39.7	▲ 28.7	▲ 31.8 (▲ 39.7)
建設	▲ 50.0	▲ 33.3	▲ 40.0	▲ 50.0	▲ 28.5	▲ 12.5	▲ 12.5 (▲ 35.7)
製造	△ 21.4	▲ 6.6	±0.0	△ 12.5	▲ 14.2	▲ 30.7	▲ 38.4 (▲ 42.8)
卸・小売	▲ 58.6	▲ 72.0	▲ 56.6	▲ 51.7	▲ 53.8	▲ 38.4	▲ 38.4 (▲ 30.7)
サービス	▲ 42.8	▲ 50.0	▲ 53.3	▲ 28.5	▲ 50.0	▲ 27.2	▲ 36.3 (▲ 57.1)



【平成23年1月の売上についての状況】

○ 1月の全産業合計のDI値(前年同月比ベース、以下同じ)は、▲24.2(前月水準▲20.5)となり、マイナス幅が▲3.7ポイント拡大した。

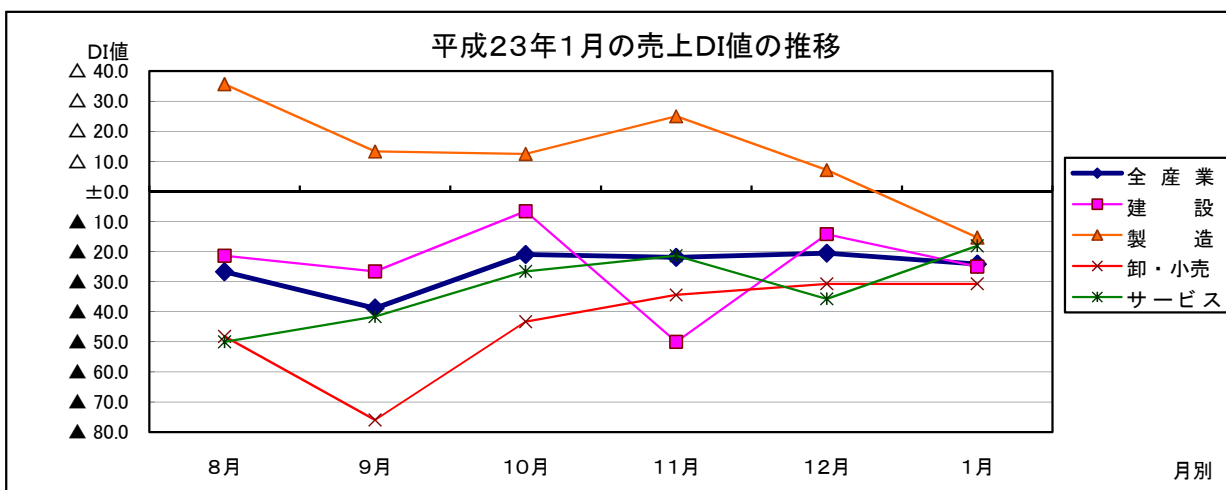
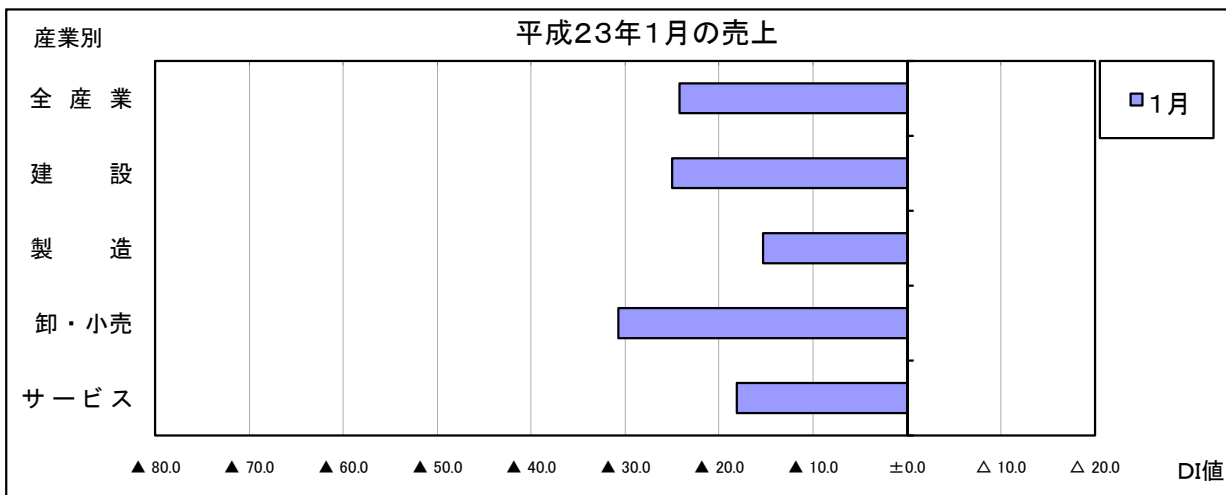
業種別では、前月水準と比べて、マイナス幅が縮小した業種は、サービス業▲18.1(同▲35.7)である。変らない業種は、卸小売業▲30.7(同▲30.7)である。プラスからマイナスに転じた業種は、製造業▲15.3(同△7.1)であり、▲22.4ポイントと大幅に悪化した。マイナス幅が拡大した業種は、建設業▲25.0(同▲14.2)である。

○ 向こう3ヶ月(2月から4月)の先行き見通しについては、全産業では、▲16.6(前月水準▲35.2)となり、マイナス幅が△18.6ポイント縮小する見通しである。

業種別では、前月水準と比べて、すべての業種においてマイナス幅が縮小する見通しであり、幅の大きい順に、サービス業▲18.1(同▲50.0)、製造業▲23.0(同▲50.0)、建設業▲12.5(同▲28.5)、卸小売業▲15.3(同▲23.0)である。特に、サービス業はマイナス幅が△31.9ポイントと大幅に縮小する見通しである。

平成23年1月の売上DI値(前年同月比)の推移

	平成22年 8月	9月	10月	11月	12月	平成23年 1月	先行き見通し 2月~4月(1月~3月)
全産業	▲26.7	▲38.8	▲21.0	▲21.9	▲20.5	▲24.2	▲16.6(▲35.2)
建設	▲21.4	▲26.6	▲6.6	▲50.0	▲14.2	▲25.0	▲12.5(▲28.5)
製造	△35.7	△13.3	△12.5	△25.0	△7.1	▲15.3	▲23.0(▲50.0)
卸・小売	▲48.2	▲76.0	▲43.3	▲34.4	▲30.7	▲30.7	▲15.3(▲23.0)
サービス	▲50.0	▲41.6	▲26.6	▲21.4	▲35.7	▲18.1	▲18.1(▲50.0)



【平成23年1月の採算についての状況】

○ 1月の全産業合計のDI値(前年同月比ベース、以下同じ)は、▲33.3(前月水準▲33.8)となり、マイナス幅が△0.5ポイント縮小した。

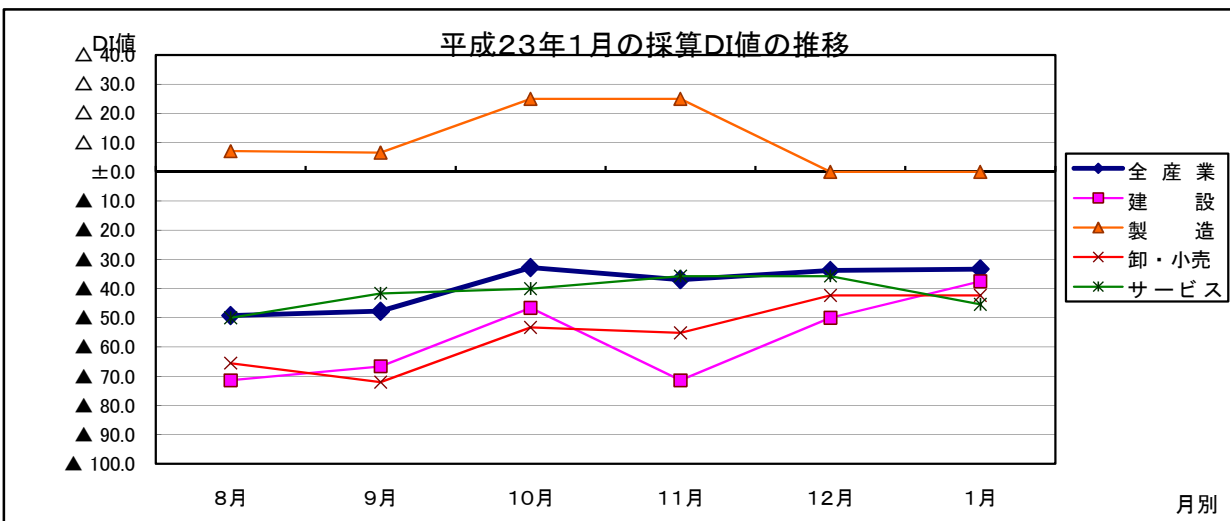
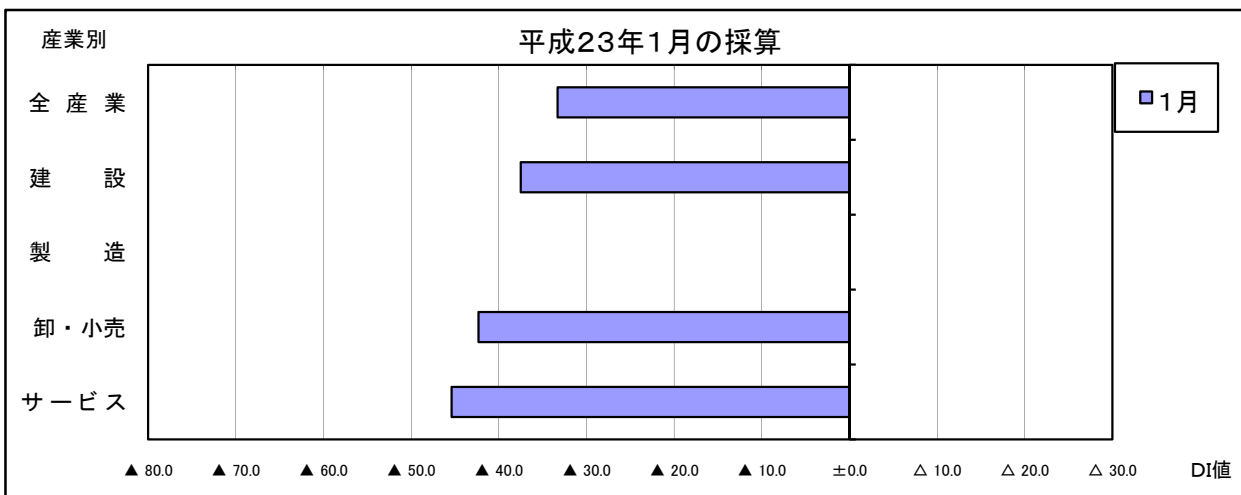
業種別では、前月水準と比べて、マイナス幅が縮小した業種は、建設業▲37.5(同▲50.0)である。変らない業種は、製造業±0.0(同±0.0)、卸小売業▲42.3(同▲42.3)である。マイナス幅が拡大した業種は、サービス業▲45.4(同▲35.7)である。

○ 向こう3ヶ月(2月から4月)の先行き見通しについては、全産業では、▲27.2(前月水準▲44.1)となり、マイナス幅が△16.9ポイント縮小する見通しである。

業種別では、前月水準と比べて、マイナス幅が縮小する見通しの業種は、幅の大きい順に、建設業▲18.7(同▲50.0)、卸小売業▲26.9(同▲46.1)、サービス業▲27.2(同▲42.8)である。特に、建設業はマイナス幅が△31.3ポイントと大幅に縮小する見通しである。マイナス幅が拡大する見通しの業種は、製造業▲38.4(同▲35.7)である。

平成23年1月の採算DI値(前年同月比)の推移

	平成22年 8月	9月	10月	11月	12月	平成23年 1月	先行き見通し 2月~4月(1月~3月)
全産業	▲49.2	▲47.7	▲32.8	▲36.9	▲33.8	▲33.3	▲27.2(▲44.1)
建設	▲71.4	▲66.6	▲46.6	▲71.4	▲50.0	▲37.5	▲18.7(▲50.0)
製造	△7.1	△6.6	△25.0	△25.0	±0.0	±0.0	▲38.4(▲35.7)
卸・小売	▲65.5	▲72.0	▲53.3	▲55.1	▲42.3	▲42.3	▲26.9(▲46.1)
サービス	▲50.0	▲41.6	▲40.0	▲35.7	▲35.7	▲45.4	▲27.2(▲42.8)



【平成23年1月の仕入単価についての状況】

○ 1月の全産業合計のDI値(前年同月比ベース、以下同じ)は、▲33.3(前月水準▲32.3)となり、マイナス幅が▲1.0ポイント拡大した。

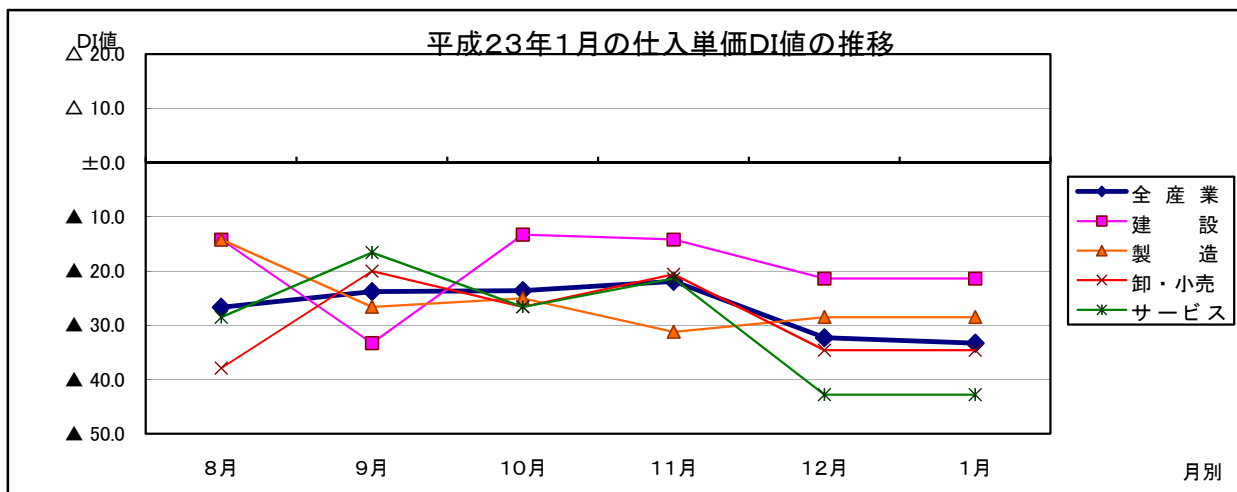
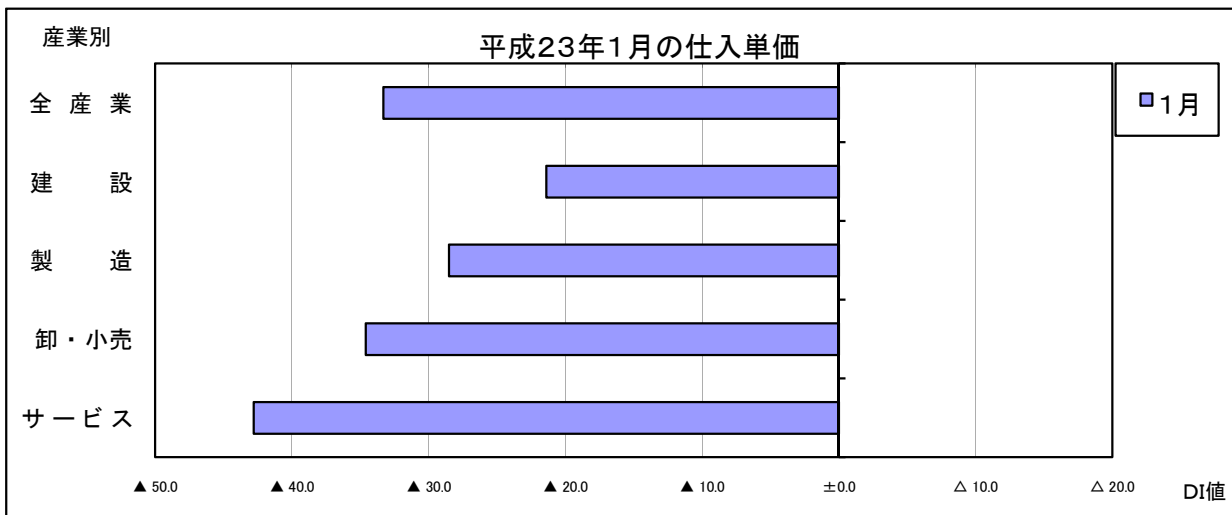
業種別では、前月水準と比べて、マイナス幅が縮小した業種は、幅の大きい順に、サービス業▲27.2(同▲42.8)、卸小売業▲30.7(同▲)である。マイナス幅が拡大した業種は、幅の大きい順に、製造業▲46.1(同▲28.5±)、建設業▲31.2(同▲21.4)である。

○ 向こう3ヶ月(2月から4月)の先行き見通しについては、全産業では、▲24.2(前月水準▲23.5)となり、マイナス幅が▲0.7ポイント拡大する見通しである。

業種別では、前月水準と比べて、マイナス幅が縮小する見通しの業種は、幅の大きい順に、建設業▲12.5(同▲21.4)、サービス業▲27.2(同▲35.7)である。変らない見通しの業種は、卸小売業▲26.9(同▲26.9)である。マイナス幅が拡大する見通しの業種は、製造業▲30.7(同▲7.1)であり、マイナス幅が▲23.6ポイントと大幅に拡大する見通しである。

平成23年1月の仕入単価DI値(前年同月比)の推移

	平成22年 8月	9月	10月	11月	12月	平成23年 1月	先行き見通し 2月~4月(1月~3月)
全産業	▲26.7	▲23.8	▲23.6	▲21.9	▲32.3	▲33.3	▲24.2(▲23.5)
建設	▲14.2	▲33.3	▲13.3	▲14.2	▲21.4	▲21.4	▲21.4(▲21.4)
製造	▲14.2	▲26.6	▲25.0	▲31.2	▲28.5	▲28.5	▲7.1(▲7.1)
卸・小売	▲37.9	▲20.0	▲26.6	▲20.6	▲34.6	▲34.6	▲26.9(▲26.9)
サービス	▲28.5	▲16.6	▲26.6	▲21.4	▲42.8	▲42.8	▲35.7(▲35.7)



【平成23年1月の従業員についての状況】

○ 1月の全産業合計のDI値(前年同月比ベース、以下同じ)は、▲10.6(前月水準▲1.4)となり、マイナス幅が▲9.2ポイント拡大した。

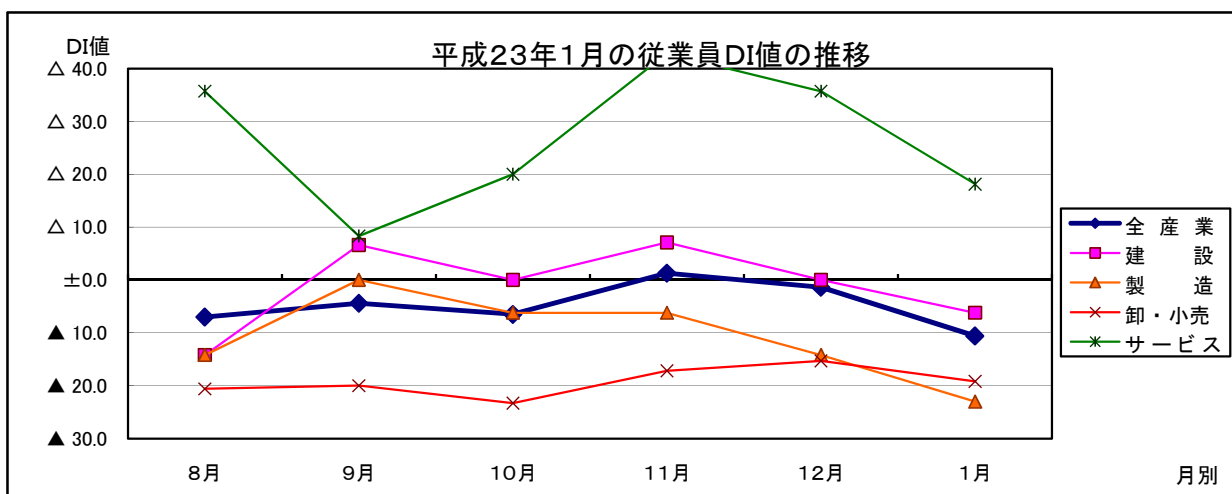
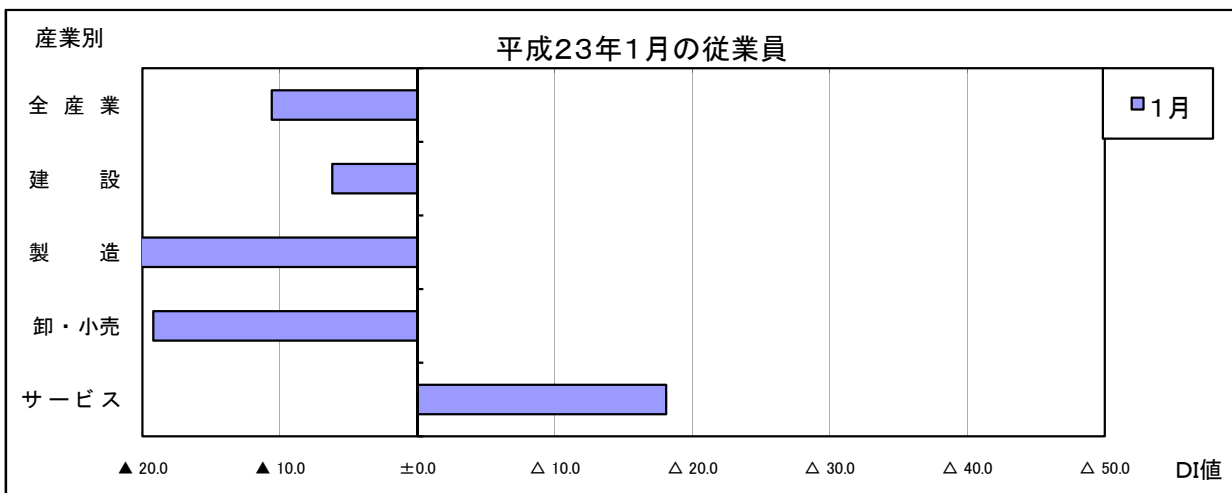
業種別では、前月水準と比べて、プラス幅が縮小した業種は、サービス業△18.1(同△35.7)である。マイナス幅が拡大した業種は、幅の大きい順に、製造業▲23.0(同▲14.2)、建設業▲6.2(同±0.0)、卸小売業▲19.2(同▲15.3)である。

○ 向こう3ヶ月(2月から4月)の先行き見通しについては、全産業では、▲7.5(前月水準▲7.3)となり、マイナス幅が▲0.2ポイント拡大する見通しである。

業種別では、前月水準と比べて、マイナス幅が縮小する見通しの業種は、幅の大きい順に、製造業▲15.3(同▲28.5)、卸小売業▲15.3(同▲19.2)である。プラス幅が縮小する見通しの業種は、サービス業△27.2(同△28.5)である。マイナス幅が拡大する見通しの業種は、建設業▲12.5(同±0.0)である。

平成23年1月の従業員DI値(前年同月比)の推移

	平成22年 8月	9月	10月	11月	12月	平成23年 1月	先行き見通し 2月~4月(1月~3月)
全産業	▲7.0	▲4.4	▲6.5	△1.3	▲1.4	▲10.6	▲7.5(▲7.3)
建設	▲14.2	△6.6	±0.0	△7.1	±0.0	▲6.2	▲12.5(±0.0)
製造	▲14.2	±0.0	▲6.2	▲6.2	▲14.2	▲23.0	▲15.3(▲28.5)
卸・小売	▲20.6	▲20.0	▲23.3	▲17.2	▲15.3	▲19.2	▲15.3(▲19.2)
サービス	△35.7	△8.3	△20.0	△42.8	△35.7	△18.1	△27.2(△28.5)



【平成23年1月の資金繰りについての状況】

○ 1月の全産業合計のDI値(前年同月比ベース、以下同じ)は、▲18.1(前月水準▲22.0)となり、マイナス幅が△3.9ポイント縮小した。

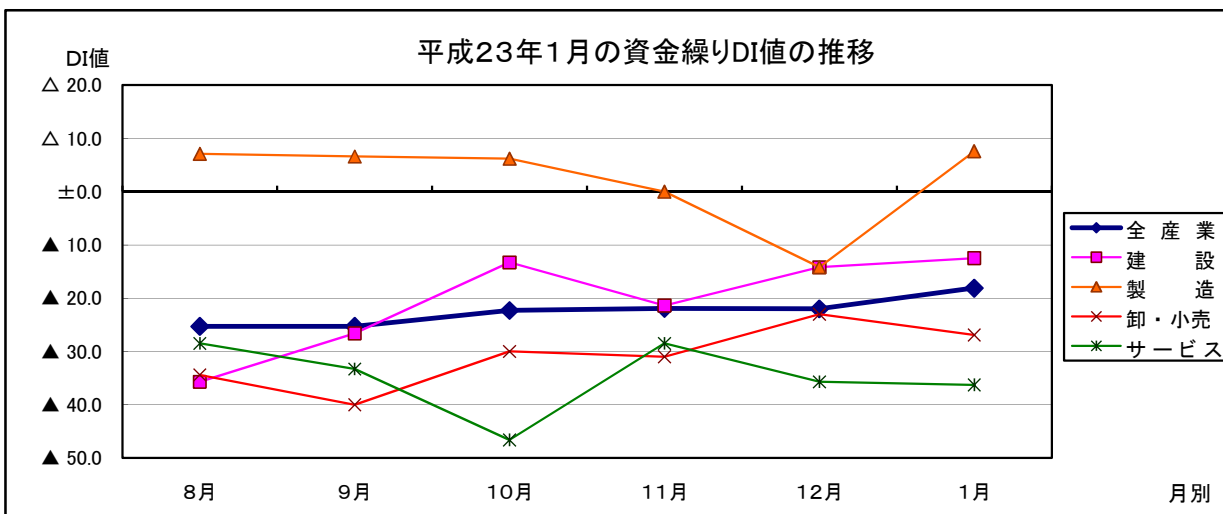
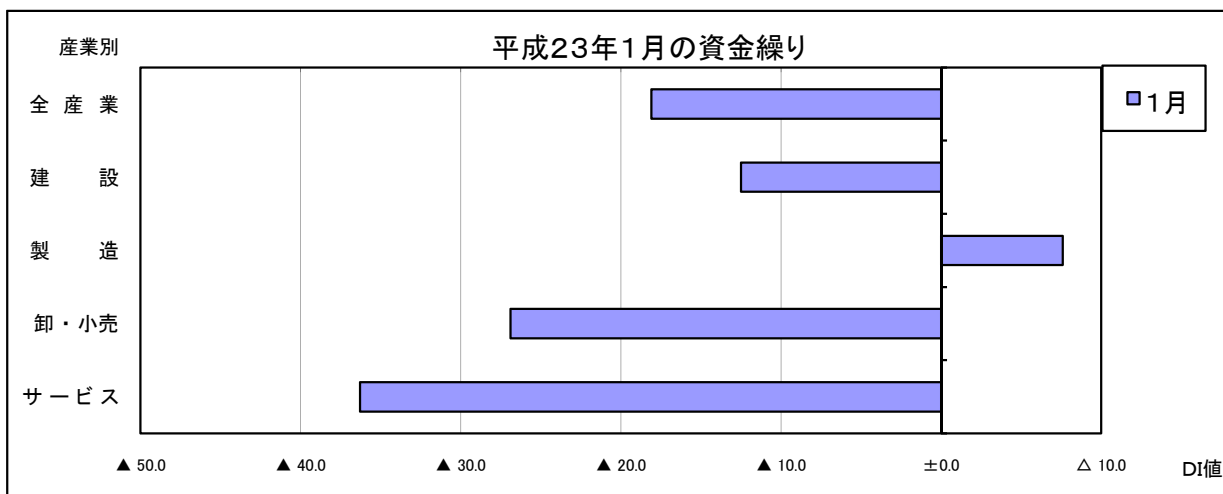
業種別では、前月水準と比べて、マイナスからプラスに転じた業種は、製造業△7.6(同▲14.2)である。マイナス幅が縮小した業種は、建設業▲12.5(同▲14.2)である。マイナス幅が拡大した業種は、幅の大きい順に、卸小売業▲26.9(同▲23.0)、サービス業▲36.3(同▲35.7)である。

○ 向こう3ヶ月(2月から4月)の先行き見通しについては、全産業では、▲19.6(前月水準▲23.5)となり、マイナス幅が△3.9ポイント縮小する見通しである。

業種別では、前月水準と比べて、マイナス幅が縮小する見通しの業種は、幅の大きい順に、建設業▲6.2(同▲21.4)、サービス業▲27.2(同▲35.7)である。マイナス幅が拡大する見通しの業種は、卸小売業▲23.0(同▲19.2)、製造業▲23.0(同▲21.4)である。

平成23年1月の資金繰りDI値(前年同月比)の推移

	平成22年 8月	9月	10月	11月	12月	平成23年 1月	先行き見通し 2月~4月(1月~3月)
全産業	▲25.3	▲25.3	▲22.3	▲21.9	▲22.0	▲18.1	▲19.6(▲23.5)
建設	▲35.7	▲26.6	▲13.3	▲21.4	▲14.2	▲12.5	▲6.2(▲21.4)
製造	△7.1	△6.6	△6.2	±0.0	▲14.2	△7.6	▲23.0(▲21.4)
卸・小売	▲34.4	▲40.0	▲30.0	▲31.0	▲23.0	▲26.9	▲23.0(▲19.2)
サービス	▲28.5	▲33.3	▲46.6	▲28.5	▲35.7	▲36.3	▲27.2(▲35.7)



【DI値集計表】

	売上高(受注・出荷)		採算		仕入単価		従業員	
	前年比	先行き	前年比	先行き	前年比	先行き	前年比	先行き
全業種	▲ 24.2	▲ 16.6	▲ 33.3	▲ 27.2	▲ 33.3	▲ 24.2	▲ 10.6	▲ 7.5
建設	▲ 25.0	▲ 12.5	▲ 37.5	▲ 18.7	▲ 21.4	▲ 21.4	▲ 6.2	▲ 12.5
製造	▲ 15.3	▲ 23.0	±0.0	▲ 38.4	▲ 28.5	▲ 7.1	▲ 23.0	▲ 15.3
卸・小売	▲ 30.7	▲ 15.3	▲ 42.3	▲ 26.9	▲ 34.6	▲ 26.9	▲ 19.2	▲ 15.3
サービス	▲ 18.1	▲ 18.1	▲ 45.4	▲ 27.2	▲ 42.8	▲ 35.7	△ 18.1	△ 27.2

	業況		資金繰り	
	前年比	先行き	前年比	先行き
全業種	▲ 28.7	▲ 31.8	▲ 18.1	▲ 19.6
建設	▲ 12.5	▲ 12.5	▲ 12.5	▲ 6.2
製造	▲ 30.7	▲ 38.4	△ 7.6	▲ 23.0
卸・小売	▲ 38.4	▲ 38.4	▲ 26.9	▲ 23.0
サービス	▲ 27.2	▲ 36.3	▲ 36.3	▲ 27.2

【平成23年1月の業種別業界内トピックス】

産業別	概況	キーワード	業種
建設業	住宅エコポイントを活用した耐震＆省エネリフォーム工事の受注が順調に推移しています	エコポイント 受注好調	一般土木建築工事業
	エコポイント制度期間を延長してほしいと思う。建設業界も少しはよくなるのではないかと。	エコポイント	一般土木建築工事業
	受注量は少々増えているが内容が非常に厳しい。安定化に対策が必要	受注微増 安定化対策	板金・金物工事業
	相変わらず景気停滞。仕事量の動きはあるものの適正な価格と言えない部分も多く、品質の低下にならないか心配	景気停滞 適正価格 品質低下	電気工事業
製造業	建築新規物件に福祉関係が多くなって、全体の件数が少ないため、価格の下降が止まらない	福祉関連建築 受注減少 価格下降	一般産業用機械設備製造業
	景気の改善が見えてこない。まだまだ国内のデフレ感が続いているよう	デフレ感	その他の機械・同部分品製造業
卸小売業	寒さのせいもあるのか客足が遠く感じます。成人式の日程を変えるまではそこそこ需要があったのですが、今は一週間早くそれも終わってしまいます	天候の影響 来店客数減少 成人式 需要減少	食料・飲料卸売業
	青果物の新年後の動向は厳しい寒さが響き、野菜は入荷減少に伴う単価高となり、果物も主力商品が大幅に減少していることから高値となり、総体的に利益はやや減少傾向であります。生鮮食品の流通は今後ますます変化する。	天候の影響 入荷減少 青果物単価高 利益減少 流通の変化	食料・飲料卸売業
	当店では競合店舗の進出等の影響で前年対比で若干売り上げが減っているが、地区内店舗の平均では伸びている。たばこ値上げ前に買いためたものも無くなり、たばこの売り上げが増えている	競合店舗進出 売上減少 たばこ売上増加	その他の各種商品小売業（従業者が常時50人未満のもの）
	卵・砂糖・アーモンド等原材料が値上げ傾向	原材料値上げ	菓子・パン小売業
	寒波の為冬物在庫が減少し売上にプラス。大口のお客様の注文が例年並みにあり。新規受注もある。昨年発行した割引カードの効果が出てきた。ただし子供用品が主体であるが、子供手当の効果は見えない	冬物商戦 売上増加 割引カード発行 新規受注 子供手当	その他の飲食料品小売業
	採算割れ販売の回避上、1月から小売価格を値上げしたため、取引先の切り替えが多発した。	価格値下げ	燃料小売業（ガソリンスタンド含まず）
	募集すれば何倍かの応募はあるが、欲しい人材が確保できない。	人材確保	書籍・文房具小売業
	初売りは好調であったが、連休明けには動きが止まり、前年数字確保は難しい情勢である	初売り好調 売上停滞 厳しい業況	その他の各種商品小売業（従業者が常時50人未満のもの）
サービス	毎年盛況である初売りは、入店客数は前年を上回ったものの、売上高は買い上げ率客単価の低下により、前年を若干下回った。セールでは入店客数は昨年対105.2%と好調であったものの、売上高は昨年対96.3%という結果であった。内容的には入店客数の増加により飲食店業種は好調であったが、衣料品を中心に買い上げ率の低下が顕著にみられたことから苦戦する店舗が多かった。セール終了後からは店頭は徐々にプロパー商材に切り替え、春物の早期実売に結び付けていく。	初売り 客数好調 客単価減少 売上減少 飲食業好調 春物商戦	各種商品小売業
	宿泊はビジネス需要の動きが悪く稼働一室単価ともに落ち、安価でインターネット出しするも稼働上がらず。企業の出張費を含めた営業諸費の引き締めはしばらく続くと思われる	ビジネス需要停滞 単価下降 ネット販売不振 経費節減	ホテル

◎売上減少

- ・ 当店では競合店舗の進出等の影響で前年対比で若干売り上げが減っているが、地区内店舗の平均では伸びている。 その他の各種商品小売業
- ・ 初売りは好調であったが、連休明けには動きが止まり、前年数字確保は難しい情勢である。 その他の各種商品小売業
- ・ 毎年盛況である初売りは、入店客数は前年を上回ったものの、売上高は買い上げ率客単価の低下により、前年を若干下回った。セールでは入店客数は昨年対105.2%と好調であったものの、売上高は昨年対96.3%という結果であった。内容的には入店客数の増加により飲食店業種は好調であったが、衣料品を中心に買い上げ率の低下が顕著にみられたことから苦戦する店舗が多かった。 各種商品小売業

◎価格下降

- ・ 建築新規物件に福祉関係が多くなって、全体の件数が少ないため、価格の下降が止まらない 一般産業用機械設備製造業
- ・ 採算割れ販売の回避上、1月から小売価格を値上げしたため、取引先の切り替えが多発した。 燃料小売業
- ・ 宿泊はビジネス需要の動きが悪く稼働一室単価ともに落とす。安価でインターネット出しするも稼働上がらず。企業の出張費を含めた営業諸費の引き締めはしばらく続くと思われる ホテル

◎エコポイント

- ・ 住宅エコポイントを活用した耐震&省エネルギーフォーム工事の受注が順調に推移しています 一般土木建築工事業
- ・ エコポイント制度期間を延長してほしいと思う。建設業界も少しはよくなるのではないかと 一般土木建築工事業











平成23年1月のCCI - LOBOとの比較











- 【業況DI】 全産業合計では、「柏の景気」が▲28.7に対し、「CCI-LOBO」が▲38.7で、柏の方がマイナス幅が10.0ポイント小さい。「柏の景気」の方が良い業種は、建設業・サービス業で、いずれも10ポイント以上良い。「柏の景気」の方が悪い業種は製造業・卸小売業。
- 【売上DI】 全産業合計では、「柏の景気」が▲24.2に対し、「CCI-LOBO」が▲31.6で、柏の方がマイナス幅が7.4ポイント小さい。「柏の景気」の方が全ての業種において良く、建設業・サービス業は10ポイント以上良い。
- 【採算DI】 全産業合計では、「柏の景気」が▲33.3に対し、「CCI-LOBO」が▲34.4で、柏のほうがマイナス幅が1.1ポイント小さい。「柏の景気」の方が良い業種は、建設業・製造業、サービス業で、製造業は10ポイント以上良い。「柏の景気」の方が悪い業種は卸小売業で10ポイント以上悪い。
- 【仕入単価DI】 全産業合計では、「柏の景気」が▲33.3に対し、「CCI-LOBO」が▲18.3で、柏の方がマイナス幅が15.0ポイント大きい。全ての業種において「柏の景気」の方が悪くなっており、製造業・卸小売業で、いずれも10ポイント以上悪い。
- 【従業員DI】 全産業合計では、「柏の景気」が▲10.6に対し、「CCI-LOBO」が▲9.0で、柏の方がマイナス幅が1.6ポイント大きい。「柏の景気」の方が良い業種は、建設業・サービス業で、いずれも10ポイント以上良い。「柏の景気」の方が悪い業種は製造業・卸小売業で、いずれも10ポイント以上悪い。
- 【資金繰りDI】 全産業合計では、「柏の景気」が▲18.1に対し、「CCI-LOBO」が▲27.0で、柏の方がマイナス幅が8.9ポイント小さい。「柏の景気」の方が良い業種は、建設業・製造業で、いずれも10ポイント以上良い。「柏の景気」の方が悪い業種は卸小売業・サービス業。











平成23年1月の柏の景気天気図











柏の景気情報と全国CCI LOBOとの比較











景気天気図					
	特に好調 DI 50	好調 50>DI 25	まあまあ 25>DI 0	不振 0>DI 25	極めて不振 25>DI











業況DI	全産業	建設	製造	卸小売	サービス
柏の景気	 28.7	 12.5	 30.7	 38.4	 27.2
CCI LOBO	 38.7	 48.7	 26.8	 37.4	 46.8


売上DI	全産業	建設	製造	卸小売	サービス
柏の景気	 24.2	 25.0	 15.3	 30.7	 18.1
CCI LOBO	 31.6	 46.1	 15.8	 31.5	 41.5


採算DI	全産業	建設	製造	卸小売	サービス
柏の景気	 33.3	 37.5	 ±0.0	 42.3	 45.4
CCI LOBO	 34.4	 46.5	 26.5	 27.3	 47.1

仕入単価DI	全産業	建設	製造	卸小売	サービス
柏の景気	 33.3	 21.4	 28.5	 34.6	 42.8
CCI LOBO	 18.3	 22.7	 24.5	 10.8	 18.6

従業員DI	全産業	建設	製造	卸小売	サービス
柏の景気	 10.6	 6.2	 23.0	 19.2	 18.1
CCI LOBO	 9.0	 21.9	 10.1	 4.0	 4.2

資金繰りDI	全産業	建設	製造	卸小売	サービス
柏の景気	 18.1	 12.5	 7.6	 26.9	 36.3
CCI LOBO	 27.0	 40.4	 21.4	 21.6	 32.7

 は「柏の景気」の方が、10ポイント以上良い項目

 は「柏の景気」の方が、10ポイント以上悪い項目

柏の景気情報

(1月の調査結果のポイント)

調査期間：平成23年1月20日～25日

調査対象：柏市内107事業所及び組合にヒアリング、回答数66

柏の景気情報・産業別業況DI

	全産業	建設	製造	卸・小売	サービス
8月	▲38.0	▲50.0	21.4	▲58.6	▲42.8
9月	▲44.7	▲33.3	▲6.6	▲72.0	▲50.0
10月	▲40.7	▲40.0	0.0	▲56.6	▲53.3
11月	▲32.8	▲50.0	12.5	▲51.7	▲28.5
12月	▲39.7	▲28.5	▲14.2	▲53.8	▲50.0
1月	▲28.7	▲12.5	▲30.7	▲38.4	▲27.2
見通し	▲31.8	▲12.5	▲38.4	▲38.4	▲36.3

「見通し」は今月の水準と比較した向こう3ヶ月の先行き見通しDI

柏市の業況

業況DIがマイナス20ポイント台へ回復

1月の全産業合計のDIは前年同月比ベース、以下同じ。28（前月水準）39（となり、マイナス幅が11.0ポイント縮小した。

業種別では、前月水準と比べて、マイナ幅が縮小した業種は、幅の大きい順に、サービス業（27.2同）、50.0、建設業（12.5同）、28.5、卸小売業（38.4同）、53.8）である。特に、サービス業

はマイナ幅が22.8ポイントと大幅に縮小した。マイナ幅が拡大した業種は、製造業（30.7同）、14.2）である。

【建設業】からは、「受注量は少々増えているが内容が非常に厳しい。安定化に対策が必要」（板金・金物工業業）、「相変わらず景気停滞。仕事量の動きはあるものの適正な価格と言えない部分も多く、品質の低下にならないか心配」（電気工業業）とコメントがあった。

【製造業】からは、「景気の改善が見えてこない。まだまだ国内のデフレ感が続いているよつ」（その他の機械・同部分品製造業）とコメントがあった。

【卸小売業】からは、「寒さのせいもあるのか客足が遠く感じます。成人式の日程を変えるまではそこそこの需要があったのですが、今は一週間早くそれも終わってしまいました」（食料・飲料卸売業）、「青果物の新年後の動向は厳しい寒さが響き、野菜は入荷減少に伴って単価高となり、果物も主力商品が大幅に減少していることから高値となり、総体的に利益はやや減少傾向であり

ます。生鮮食品の流通は今後もますます変化する」（食料・飲料卸売業）、「卵・砂糖・アイモンド等原材料が値上げ傾向」（菓子・パン小売業）、「寒波の為冬物在庫が減少し売上にプラス。大口のお客様の注文が例年並みにあり。新規受注もある。昨年発行した割引カードの効果がでてきた。ただし子供用品が主体であるが、子供手当の効果は見えない」（その他の飲食料品小売業）など多くのコメントが寄せられた。

1月の景気キーワード

売上減少

各業種から、「当店では競合店舗の進出等の影響で前年対比で若干売り上げが減っているが、地区内店舗の平均では伸びている」（その他の各種商品小売業）、「初売りは好調であったが、連休明けには動きが止まり、前年数字確保は難しい情勢である」（その他の各種商品小売業）、「毎年盛況である初売りは、入店客数は前年を上回ったものの、売上高は買い上げ率客単価の低下により、前年を若干下回った。セールでは入店客数は昨年対105.2%と好調であったものの、売上高は昨年対96.3%という結果であ

った。内容的には入店客数の増加により飲食店業種は好調であったが、衣料品を中心に買い上げ率の低下が顕著にみられたことから苦戦する店舗が多かった」（各種商品小売業）などのコメントが寄せられた。

価格下落

各業種から、「建築新規物件に福祉関係が多くなって、全体の件数が少ないため、価格の下落が止まらない」（一般産業用機械設備製造業）、「採算割れ販売の回避上、1月から小売価格を値上げしたため、取引先の切り替えが多発した」（燃料小売業）、「宿泊はビジネス需要の動きが悪く稼働一室単価ともに落ちます。安価でインターネット出しても稼働上がらず。企業の出張費を含めた営業諸費の引き締めはしばらく続くと思われる」（ホテル）など、さまざまな声が上がってきた。

エコポイント

各業種から、「住宅エコポイントを活用した耐震&省エネルギーリフォーム工事の受注が順調に推移しています」（一般土木建築工事業）、「エコポイント制度期間を延長してほしいと思う。建設業界も少しはよくなるのではないか」（一般

土木建築工事業）などのコメントがあった。

CCI・LOBOとの比較

全産業合計では、「柏の景気」が28.7に対し、「CCI・LOBO」が38.7で、柏の方がマイナ幅が10.0ポイント小さい。「柏の景気」の方が良い業種は、建設業・サービス業でいずれも10ポイント以上良い。「柏の景気」の方が悪い業種は製造業・卸小売業。

CCI - LOBO

商工会議所早期景気観測 (1月速報)

調査期間：平成23年1月18日～24日

調査対象：全国の408商工会議所が2687業種
組合等にヒアリング調査を実施

全国の業況

業況DIは一部で好転の兆しがあるも、低水準で推移

1月の全産業合計の業況DIは38.7(前月比0.6ポイント)と、前月からほぼ横ばい。景気回復につながる明るい材料は依然乏しく、業況は昨年6月以降、低水準で推移している。受注の減少に伴う価格競争の激化や消費者の節約志向、円高の長期化に加え、ここに至る多くの原材料価格が高騰していることが、企業経営に悪影響を及ぼしている。

先行きについては、先行き見通しDIは38.6(前月比+2.1ポイント)とほぼ横ばい。原材料の一部では、一段の価格上昇が見込まれるなど、厳しい見通しを訴える声が多いものの、売上の増加など先行きに期待する声もみられる。

【建設業】「アスファルトの仕入価格が上昇するも、公共工事の予算額は確定しており、受注価格に転嫁できない」(一般土木建築工事業)、「住宅エコポイントにより需要が増加するも、原料となる断熱材が不足し、工事の進捗に遅れが出ている」(建築工事業)、「本年度分の公共

工事の発注がほぼ終了しているため、受注は当面期待できず、厳しい状況が続く見通し」(管工事業)

【製造業】「中国の旺盛な需要に支えられ、輸出が好調」(建設・鉱山機械製造業)、「印刷需要が減少し、低価格での受注競争が深刻」(印刷関連工業)、「今後売上が減少する見通しであるため、新規採用の停止や経費節減で事前に対処している」(その他の輸送用機械器具製造業)

【卸売業】「中国の経済発展に伴い人件費が高騰し、仕入価格が上昇」(衣服・日用品卸売業)、「後継者不足、売上不振による取引先の閉店が続く、先行きが不安」(農畜産・水産物卸売業)、「依然として消費者の財布のひもが固く、販売単価が減少」(農畜産・水産物卸売業)

【小売業】「初売りセールに多数の来客者が訪れ、各店とも売上が好調だった」(商店街)、「雪の影響で来客数が少なくなり、売上が大幅に減少」(百貨店)、「1月から家電エコポイントの対象商品が絞りこまれたことから、薄型テレビ等の売上が減少」(機械器具小売業)

【サービス業】「正月2が日を過ぎた途端、来店客が激減し、業況が厳しい」(食堂・レストラン)、「玉ねぎの仕入価格が前年比1.5倍に上昇」(その他の一般飲食店)、「地デジ化に伴う客室のテレビ買い替えにより、多額の費用が発生」(旅館)

1月のキーワード

円高の影響

円高の長期化の影響で、輸出の減少に加え、取引先が生産拠点を海外に移す動きが広がっており、企業経営に悪影響が及んでいるとの声が多い。

「取引先の生産拠点の海外移転や国内での生産調整が影響し、受注が減少」(相生・船舶製造・修理業)、「円高の影響で、地元の自動車メーカーが海外移転することになり、今後受注が落ち込むことを懸念」(高崎・自動車・同属品製造業)、「円高により輸出市場における欧州メーカーとの競争が厳しい」(大阪・繊維機械製造業)

原材料価格の高騰

原材料・食料価格の高騰を背景に、仕入価格が上昇し、製造業を中心に、採算の悪化を訴える声が多い。

「鉄鉱石の価格が上昇しており、生産コストや収益に悪影響が及ぶことを懸念」(呉・製鉄業)、「ここ4カ月間で、ガスの仕入価格が3割以上上昇」(多治見・陶磁器・関連製品製造業)、「砂糖とコーヒード豆の仕入価格が上昇し、経営状況が厳しい」(大洲・食堂・レストラン)

経済対策で住宅産業に動き

住宅関連の経済対策の効果で、新設住宅着工戸数が増加するなど、関連業種では好影響がみられる。

「住宅関連の経済対策の効果で住宅着工件数が若干増加」(柳井・土木工事業)、「住宅エコポイントや住宅関連減税の効果で、売上が前年を上回っている」(松戸・建設・建築用金属製品製造業)、「住宅エコポイントが1年延長されたことから、住宅着工の増加が期待される」(帯広・建築工事業)

全国・産業別業況DIの推移

	全産業	建設	製造	卸売	小売	サービス
8月	▲37.7	▲56.1	▲20.0	▲35.4	▲43.9	▲38.8
9月	▲36.4	▲48.9	▲24.7	▲30.1	▲37.4	▲41.5
10月	▲40.5	▲54.4	▲23.3	▲34.6	▲45.6	▲46.7
11月	▲40.6	▲51.5	▲27.7	▲41.3	▲41.8	▲45.3
12月	▲38.1	▲50.7	▲27.1	▲26.3	▲39.1	▲45.0
1月	▲38.7	▲48.7	▲26.8	▲36.4	▲37.4	▲46.8
見通し	▲38.6	▲50.9	▲34.2	▲37.8	▲35.9	▲38.1

「見通し」は当月水準と比較した向こう3ヶ月の先行き見通しDI