

# 平成 22 年度上期札幌市企業経営動向調査結果 (概要速報)

札幌市経済局産業振興部経済企画課 電話 211-2352 FAX 218-5130

## 1 調査実施要領

### (1) 調査の目的

市内企業の経営実態とその抱える問題及び今後の見通し等、本市産業全体の動向を把握し、施策推進の基礎的な資料とするために、市内に事業所を有する資本金 1,000 万円以上の企業 1,000 社を対象に、毎年度 2 回（8 月、2 月）、アンケート調査を実施する。

### (2) 調査時期

この調査は、昭和 62 年以来、毎年度 2 回(上期・下期)実施しているものであり、今回の調査は平成 22 年 8 月(調査票回収期間 22 年 7 月 28 日～8 月 18 日)に実施した。

### (3) 調査方法

調査票の郵送によるアンケート調査

### (4) 回答状況

有効回答 501 社

### (5) 回答企業の概要

#### ① 本店または本社の所在地

市内に本店または本社のある企業 461 社 (92.0%)

市外に本店または本社のある企業 40 社 (8.0%)

#### ② 企業規模 ※中小企業基本法の分類に基づく。

大企業 61 社 (12.2%)

中小企業 440 社 (87.8%)

#### ③ 業種構成 ※構成比は、四捨五入の関係で 100%に合致しない場合がある。

業種	市内(社)	市外(社)	合計(社)	構成比(%)
建設業	65	6	71	14.2
製造業	41	6	47	9.4
卸売業	55	3	58	11.6
小売業	62	4	66	13.2
飲食業	32	4	36	7.2
不動産業	51	3	54	10.8
運輸・通信業	28	3	31	6.2
サービス業	127	11	138	27.5
計	461	40	501	100.0

## 2 調査結果の概要

### ～札幌市内の景況感は持ち直しの動きが続いている～

今回(22年8月)実施した平成22年度上期(22年4月～22年9月)調査における市内景況判断(B.S.I.)は、平成20年度下期時の過去最低水準から3期連続で改善しており、企業の景況感は持ち直しの動きが続いている。自社の業績に関しても、売上高、経常利益とも改善の傾向を示している。また、1年間に設備投資を実施した企業の割合は、前回(21年度下期)よりやや増加している。経営上の問題点としては、前回調査と同様に「売上不振」が第1位だが、前回よりは減少している。

#### (1) 市内の景気(前期比) —市内の景気は持ち直しの動き— <図1、2>

22年度上期の市内の景気について、21年度下期に比べて「上昇」とみる企業の割合が7.6%、「下降」とみる企業の割合は41.1%となり、B.S.I.は、前回調査のB.S.I.▲56.3と比較して22.8ポイント上昇し▲33.5となった。企業の景況感は依然としてマイナスではあるものの、平成20年度下期時の過去最低水準から3期連続で改善しており、持ち直しの動きが続いている。

22年度下期の見通しは、今期に比べ「上昇」とみる企業が7.0%、「下降」とみる企業は33.7%で、B.S.I.は▲26.7となり、今期(▲33.5)に引き続いて改善する見通しである。

#### B.S.I. (景気動向指数 Business Survey Index)

= 「上昇(増加)と回答した企業の割合」 - 「下降(減少)と回答した企業の割合」

景気、企業の業績等について、+の場合は上昇過程にあると判断され、-の場合は下降過程にあると判断される(-を▲と表示)。

図1 市内の景気

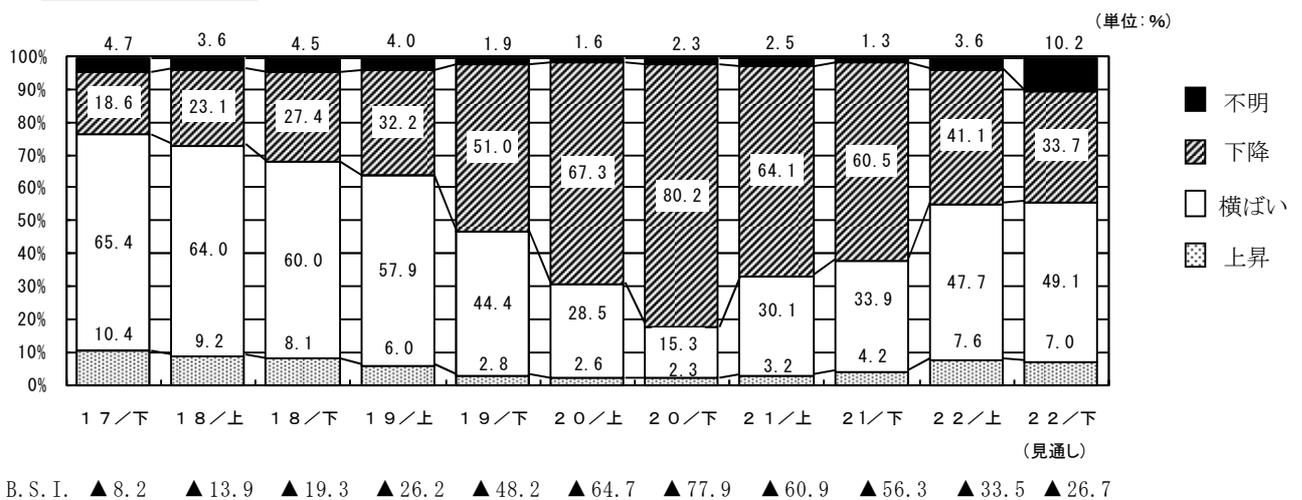
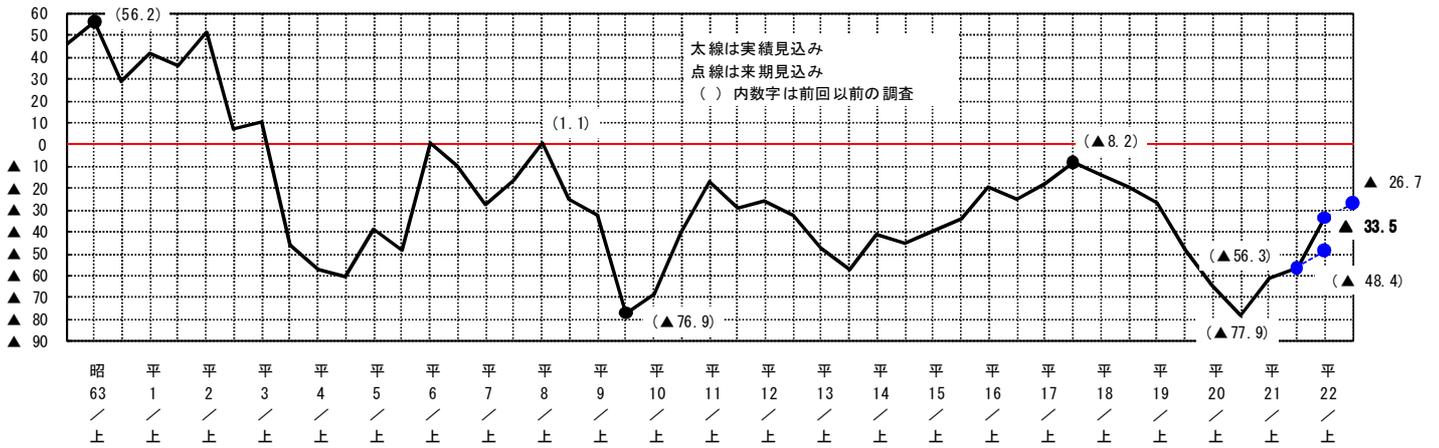


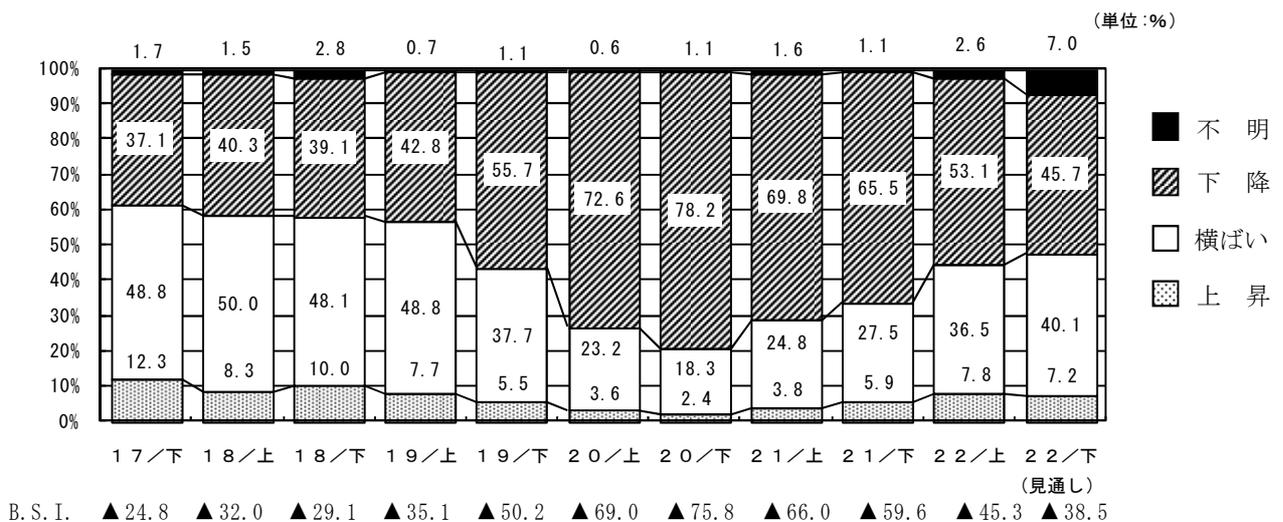
図2 市内の景気(B.S.I.の動き)



(2) 業界の景気(前期比) —業界の景気の見方はやや厳しい— <図3>

自社が属する業界の景気について、22年度上期を「上昇」とみる企業の割合は7.8%、「下降」とみる企業の割合は53.1%で、「上昇」とみる企業は前期より若干増加し、「下降」とみる企業は大きく減少した。その結果B.S.I.は▲45.3と前期(▲59.6)から14.3ポイント改善し、持ち直しの傾向にある。しかし、市内全体の景気に対する判断(▲33.5)と比べると、業界の景気に対する判断(▲45.3)はやや厳しい見方になっている。なお、22年度下期は、B.S.I.▲38.5と今期よりもさらに改善する見通しである。

図3 業界の景気

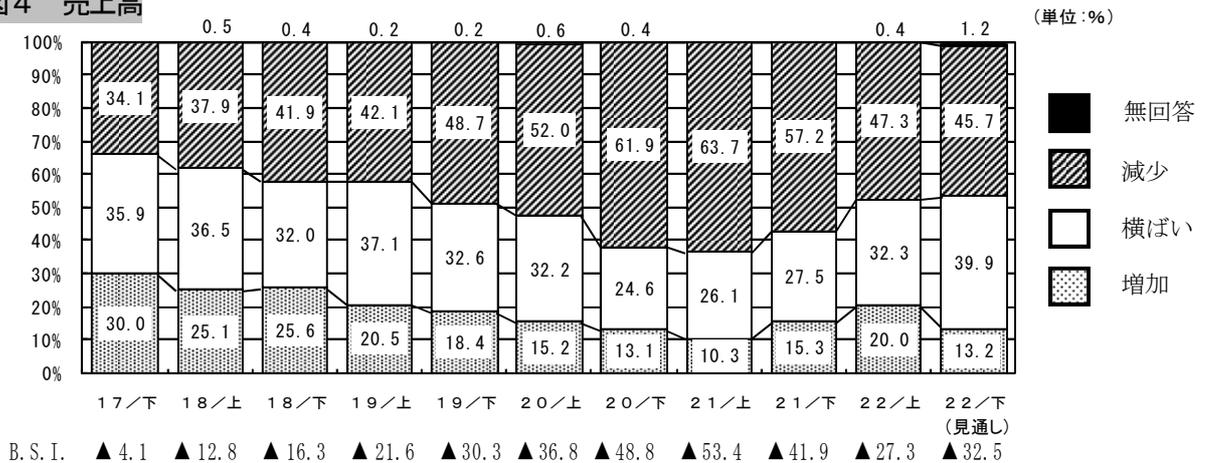


**(3) 企業の業績（売上高・経常利益）（前年度同期比）—売上高、経常利益ともに改善—<図4、5>**

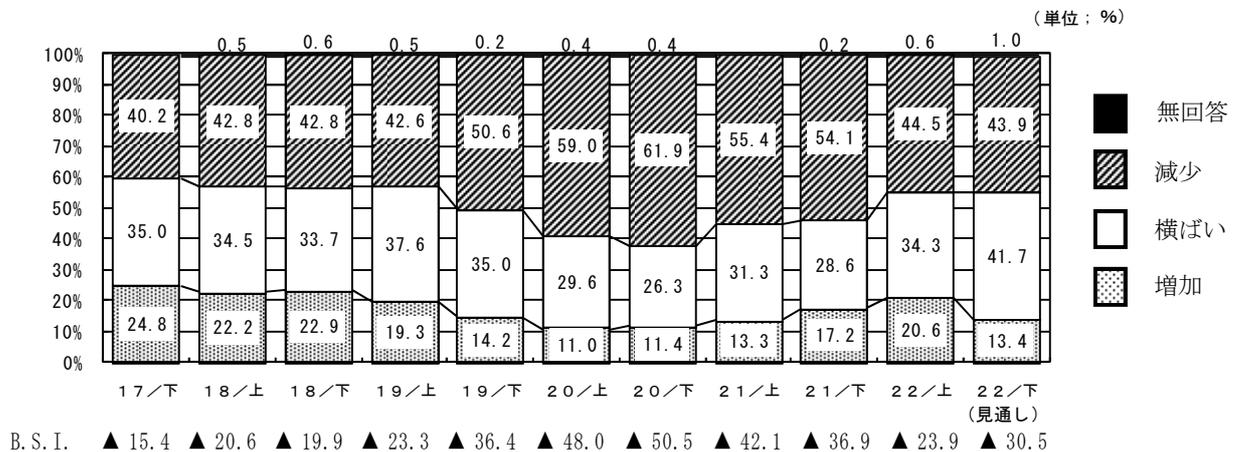
22年度上期については、売上高が前年度同期と比べ「増加」と回答した企業の割合は20.0%、「減少」と回答した企業の割合は47.3%で、B.S.I.は▲27.3と前期（▲41.9）を14.6ポイント上回り、大きく改善した。経常利益についても、「増加」と回答した企業の割合は20.6%、「減少」と回答した企業の割合は44.5%となっており、B.S.I.は▲23.9と前期（▲36.9）を13.0ポイント上回り、こちらも大きく改善している。

22年度下期の見通しについては、売上高のB.S.I.が▲32.5、経常利益のB.S.I.が▲30.5と、ともに、今期よりもやや悪化する見通しとなっている。

**図4 売上高**



**図5 経常利益**



**(4) 設備投資 —投資姿勢の慎重さはやや薄らぐ— <図6、7>**

「過去1年間」(21年10月～22年9月)に設備投資を実施した企業の割合は37.5%で、前期調査時(34.3%)よりやや増加している。投資した理由は、「設備の更新・改修」が68.6%で第1位となっており、前回より増加している。2位は「売上(生産)能力拡大」14.4%で、前回よりやや減少している。

「今後1年間」(22年10月～23年9月)に設備投資を実施する予定と回答した企業の割合は28.9%で、今期より減少の見通しとなっている。

図6 設備投資の実施割合

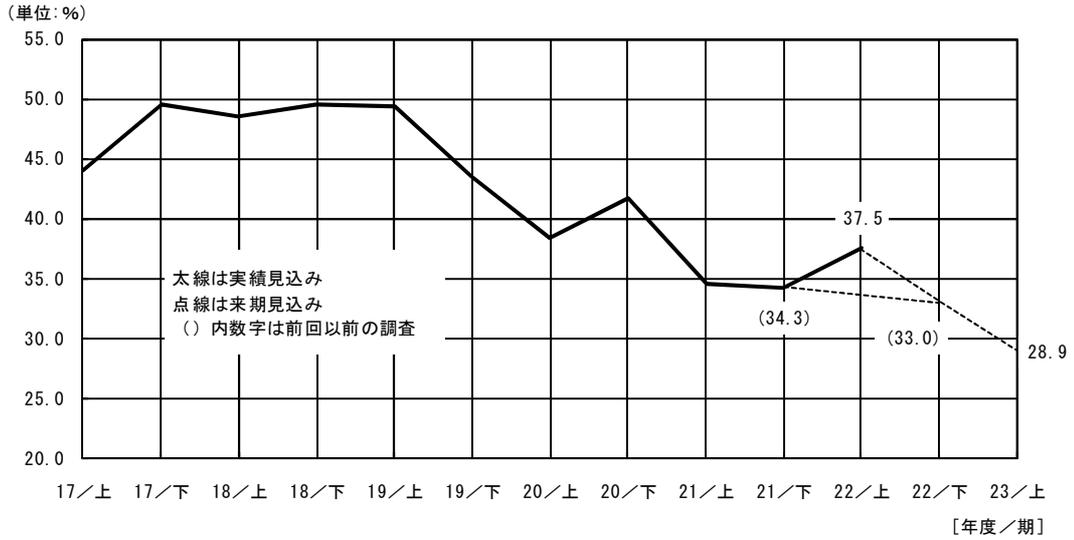
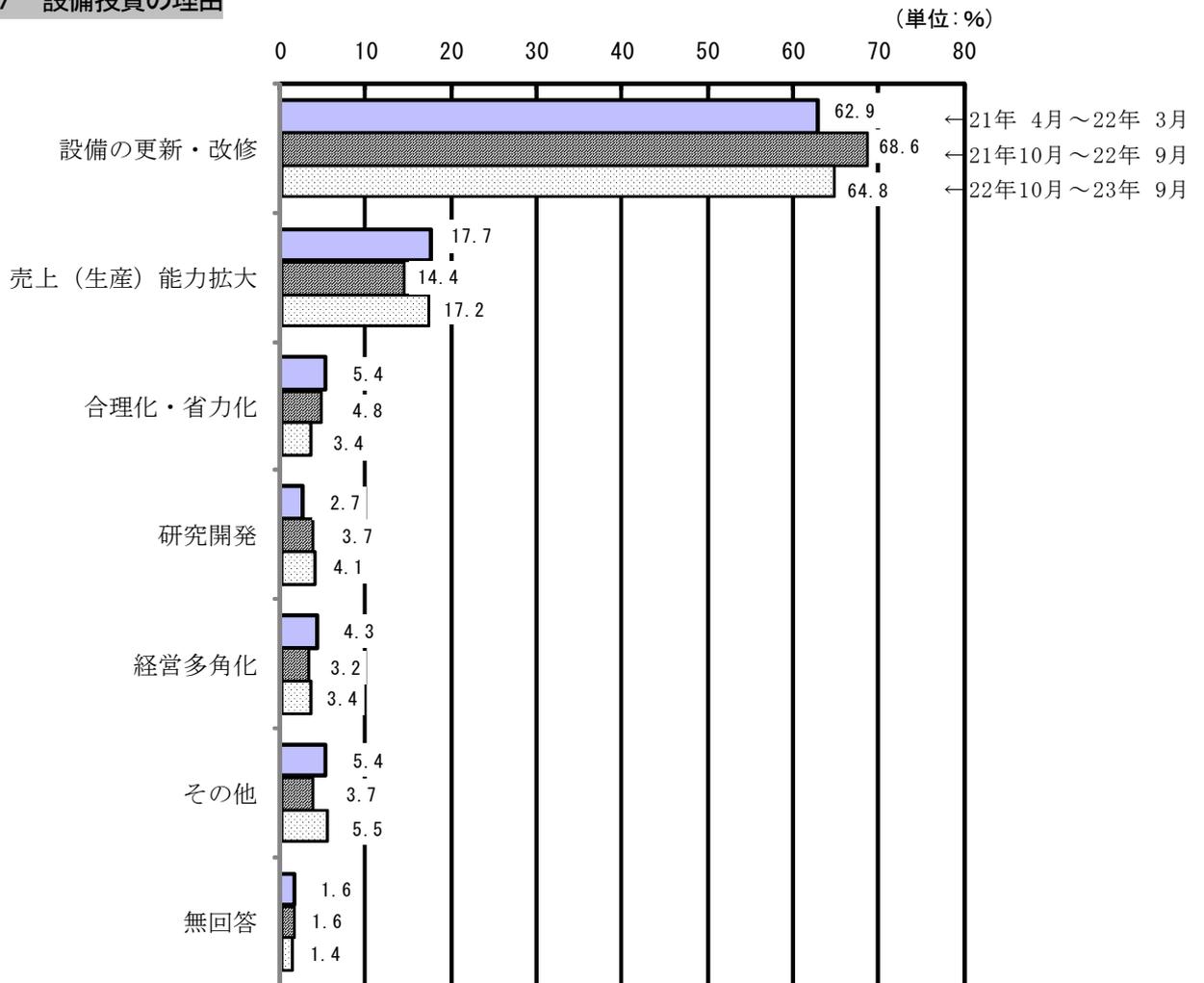


図7 設備投資の理由

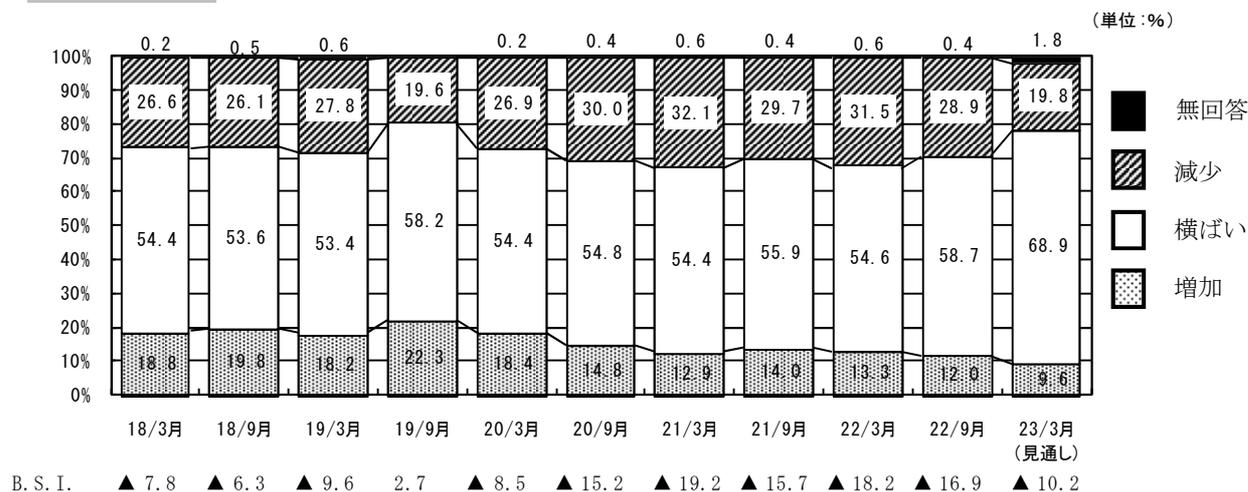


(注) 21年 4月～22年 3月：22年2月調査  
21年10月～22年 9月：今回調査  
22年10月～23年 9月：今回調査での今後1年間の予定

**(5) 従業員数（前年同月比） —やや改善の傾向も同水準の推移— <図8>**

22年9月末の従業員数については、「増加」の企業が12.0%、「減少」の企業は28.9%で、B.S.I.は前期(▲18.2)を1.3ポイント上回る▲16.9となり、やや持ち直している。23年3月末は、B.S.I.が▲10.2と、22年9月末現在(▲16.9)より6.7ポイント上回り、さらに改善に向かう見通しとなっている。

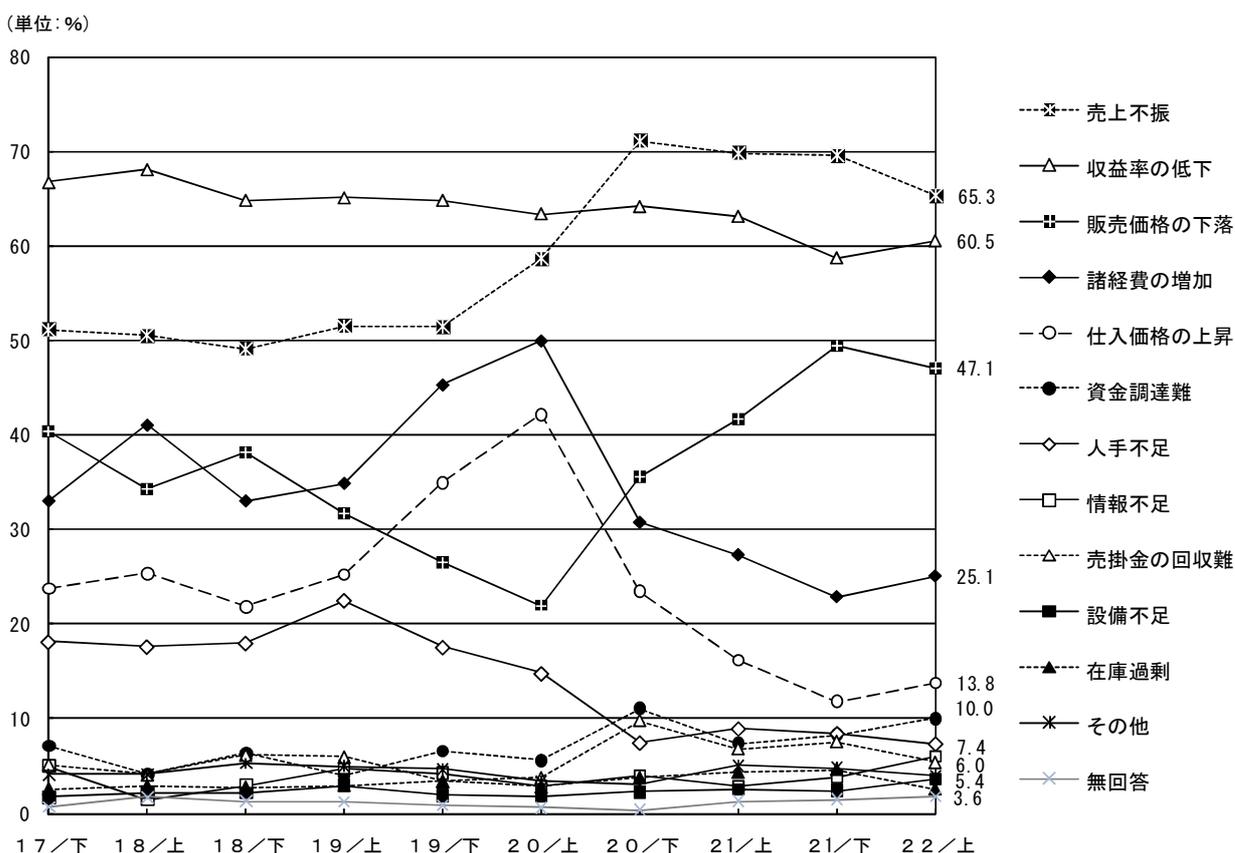
**図8 従業員数**



**(6) 経営上の問題点 —「売上不振」が第1位に— <図9>**

経営上の問題点は、前回調査と同様、第1位「売上不振」(65.3%)、第2位「収益率の低下」(60.5%)、第3位「販売価格の下落」(47.1%)の順となっている。1位の「売上不振」は前回より4.3ポイント減少しており、逆に「諸経費の増加」や「仕入価格の上昇」がわずかではあるが増加気味である。

**図9 経営上の問題点（1社3つ以内）**



<特定質問項目>

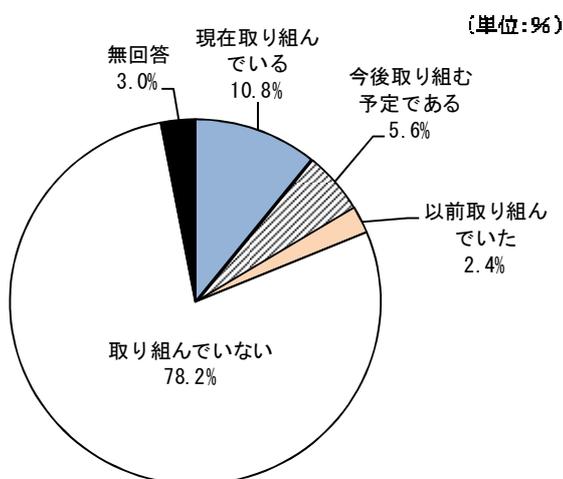
(7) ビジネスにおけるグローバル化への対応状況について

ビジネスにおけるグローバル化への対応状況について、今後の施策推進の参考とするため、基本認識を調査した。有効回答は501社である。

1) 海外との事業展開の有無<図10>

海外との事業展開の有無について、「現在取り組んでいる」は10.8%と約1割である。また「今後取り組む予定である」は5.6%で、両者を合わせると16.4%つまり全体の2割弱の企業が海外展開に積極的と言える。これに対して「取り組んでいない」が78.2%と8割弱を占める(図10)。

図10 海外との事業展開の有無



※以後の設問について、「1. 現在取り組んでいる」、「2. 今後取り組む予定である」を選択した場合は(2), (3), (4), (6)を、「3. 以前取り組んでいた」、「4. 取り組んでいない」を選択した場合は(5), (6)を回答。

2) 海外との事業展開の目的<図11>

海外との事業展開の目的としては、「貿易・企業間取引など海外への販路拡大」が57.3%と6割弱を占め最も高い。その他、「海外企業との技術連携」「コスト削減のための労働力・原材料等の確保」「外国人の能力・ノウハウを生かした事業展開」という回答が2割弱みられる(図11)。

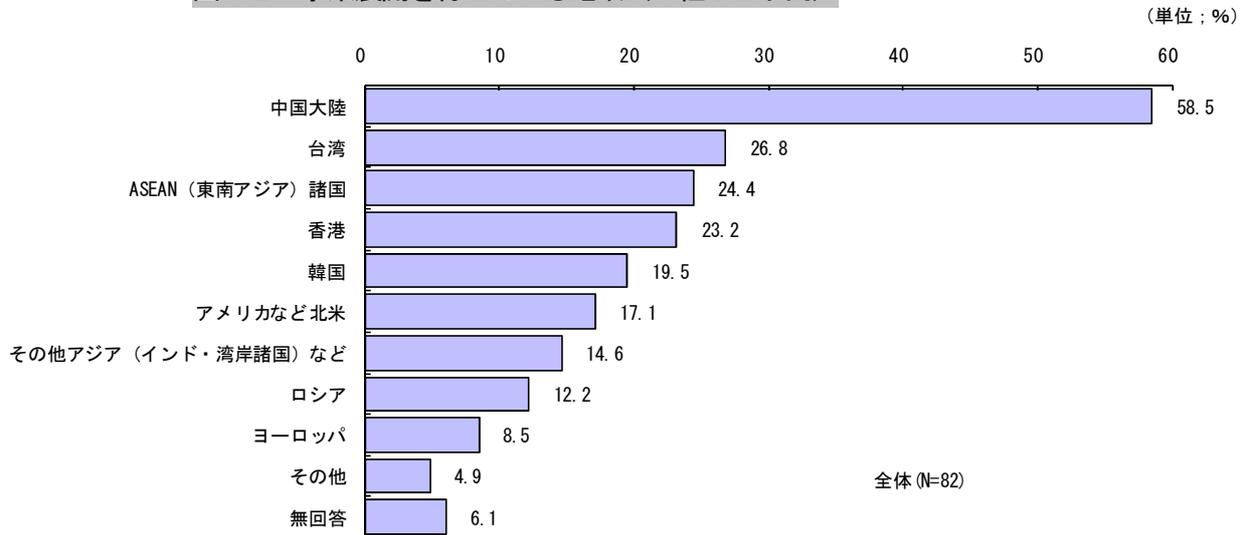
図11 海外との事業展開の目的(1社2つ以内)



3) 事業展開を行っている地域<図12>

事業展開を行っている地域としては、「中国大陸」が58.5%で最も多い。次いで「台湾」「ASEAN（東南アジア）諸国」「香港」が2割台となっている。これに対して、「アメリカなど北米」は17.1%、「ロシア」は12.2%と2割未満にとどまっている（図12）。

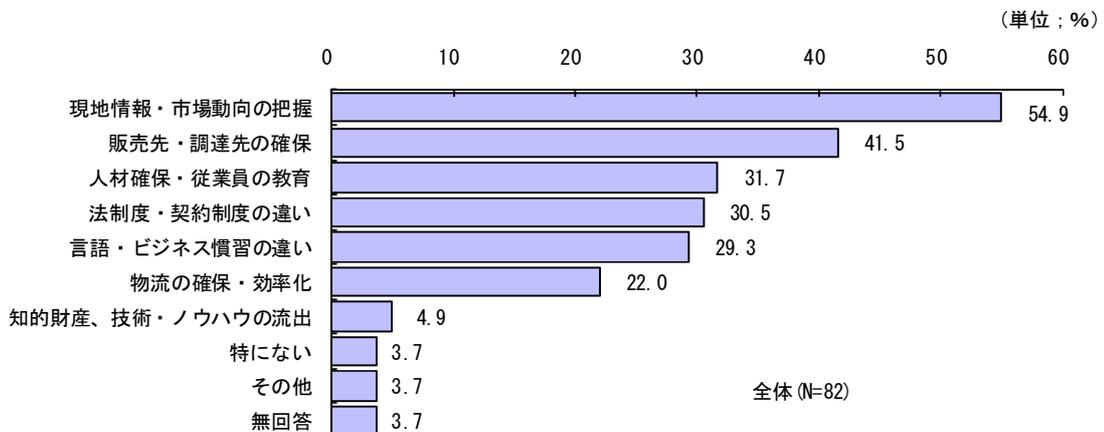
図12 事業展開を行っている地域（1社3つ以内）



4) 海外での事業展開を図る上での課題<図13>

海外での事業展開を図る上での課題は、「現地情報・市場動向の把握」が54.9%と5割を超え第1位、次いで2位「販売先・調達先の確保」41.5%の順である。その他「人材確保・従業員の教育」「法制度・契約制度の違い」「言語・ビジネス慣習の違い」の3項目が3割前後を占める（図13）。

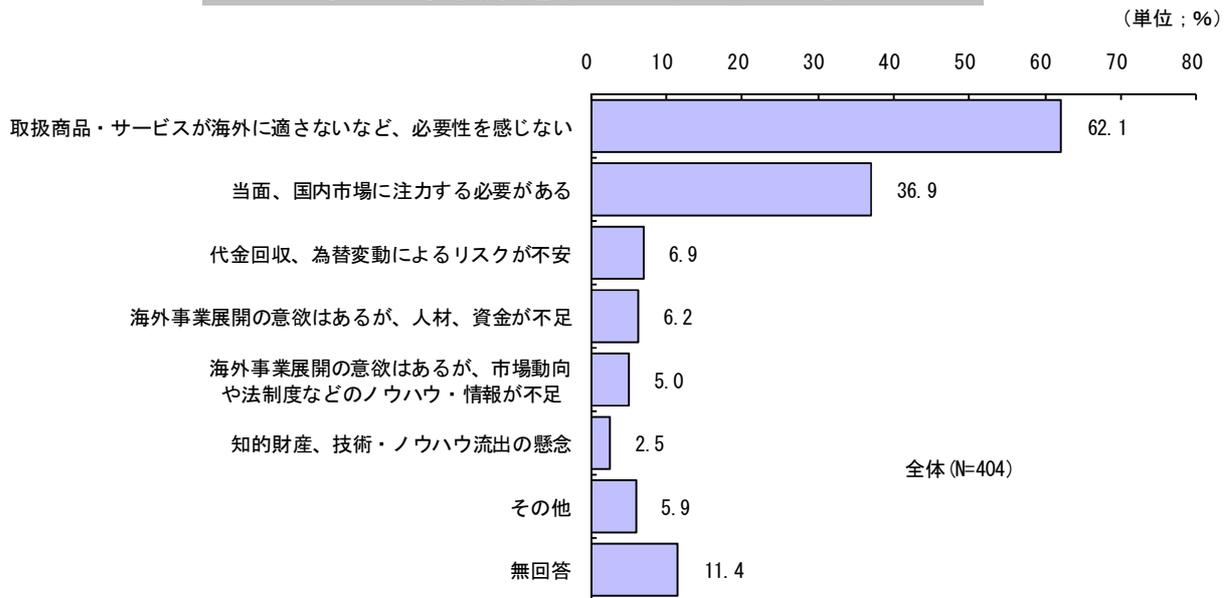
図13 海外での事業展開を図る上での課題（1社3つ以内）



5) 海外での事業展開を行っていない理由<図14>

海外での事業展開を行っていない理由としては、「取扱商品・サービスが海外に適さないなど、必要性を感じない」が62.1%で第1位、次いで2位「当面、国内市場に注力する必要がある」36.9%となっている。これに対して「海外事業展開に意欲はあるが、人材、資金が不足」や「海外事業展開の意欲はあるが、市場動向や法制度などのノウハウ・情報が不足」といった意欲はあるが何らかの事情で海外展開を行っていないというところが数%みられる（図14）。

図14 海外での事業展開を行っていない理由（1社2つ以内）



6) 海外進出する上で希望する行政の支援策<図15>

海外進出する上で希望する行政の支援策としては、「市場調査」が27.5%で最も高く、次いで「個別相談（貿易実務、法律等）」「物流紹介・支援など販路拡大ネットワークの構築」「融資など資金面での支援」「海外対応の人材育成への支援」の4項目が2割前後で続いている（図15）。

図15 海外進出する上で希望する行政の支援策（1社3つ以内）

