

業界トピックス**【製造業】**

- ・生産が平滑でなく、受注が重複したり少なくなったりして、計画的な生産がやりにくい(電子機器製造)
- ・消費税増税後の消費動向が気になる(空圧機器製造業)
- ・設備納期の集中(自動車関連製造)
- ・アベノミクスの政策では、一部上場(大企業)と行政のみ効果あり。下請・零細には何の効果もない(印刷業からの請負)
- ・今までなかった事を急に取り入れたり、市・県によって手続きが違うなどがあり、市の対応の仕方が気になる
- ・大企業の下請けをしているが、担当者が交代する都度、受注が変動する。いきなり内製化されて、仕事が3分の1になった(自動車関係製造業)
- ・地場産業の減少と業種による仕事の偏りが気になる(精密板金加工)
- ・製品単価の下落(機械器具製造)
- ・消費税増税後の景気の落ち込みで、現状でギリギリの経営状態がさらに悪くなると予想される(製缶板金業)
- ・ニュース報道では景気が回復しているように報じられているが、実際、中小企業では全く感じられず、受注価格が下がっている(精密板金)
- ・受注単価の低下による収益率の低下(通信機器設置)

【建設業】

- ・消費税8%の増税による影響が心配(外構土木業)
- ・長い間の不況感抜けていない様子。4月からの消費税の上り具合がどのように変わるのかが心配。仕入れのチェックも今以上に敏感になる見込みで、雇用を増やす等は状況次第(設備工事)
- ・毎期感じるのだが、決算期や好不況に影響を受けなければいけない今の社会情勢に飽き飽きする。安定してよい仕事ができれば業績も安定するので、そのためにどうするかをいつも考えている(木造建築)
- ・消費税増税による発注の減少(消防設備業)
- ・有資格者従業員の不足(造園工事業)
- ・個人宅の仕事がなかなか増えずに下請けが増え、現場が遠かったりすると経費がかかり、利益がほとんど出ない(造園工事業)
- ・景況感は最悪。お金の動きが見られない(戸建建築)
- ・消費税増税前の景気は好調だが、消費税増税後の景気が気になる(建築板金)
- ・人が集まらない(解体工事業)
- ・昨年まではよかったが、新卒者がこない(建設業)
- ・受発注の状況が悪い(内装業)

【小売・卸売業】

- ・3月までかけこみ受注があり、その影響がしばらく続きそう(建機販売業)
- ・学校関係の卸売業なので、景気の波は感じられない(力良品卸売業)
- ・現状を見据え、アイデアを出しながらがんばっていくしかない(建具部品販売業)
- ・仕事は来ているが、人と場所が足りないので、仕事を断らざるを得ないのがつらい(中古自動車卸売)
- ・景気感は上昇している(自動車部品卸売業)
- ・ホームセンターの進出が気になる(建材販売業)
- ・業界として卸業者からではなく、ネットなどから安く仕入れるという傾向が見られ始めた。若い経営者はネットなどの安値を向いているようだ(美容業向け卸売業)
- ・零細企業は特別な力がなければ廃業(作業用品販売)
- ・販売先が減少。特に飲食店が閉店し、大手チェーン店になっている(米穀店)
- ・大手通販の業種拡大販売による小売業者の排除感を感じる(産業機器販売)
- ・半導体製造関連の部材を扱っているが、国内は厳しい。新規分野への参入等が必要となる(電子産業用途部品販売)
- ・平均客単価が上昇している(インターネット販売)
- ・一部の企業や輸出をしている大企業は好調だが、収入が減っているという話を良く聞く。また、サービス業・小売業には良い話はなかなか回ってこない(食料品販売)
- ・従業員の生産性の低下とお客の期待度の向上を感じる(飲料販売)
- ・金額にうるさい方は、短い付き合いが多い(自動車販売業)
- ・人手の不足でなかなか思うようにお客様を対応できない。小売だけではやっていけないので、その分を別の事業にまわしたいが、すぐにやめてしまうという悪循環になっている(化粧品販売)
- ・諸経費(ガソリン等)の増加。代金回収困難(建築資材卸売)
- ・景気の悪化とあわせて安価なものをばかり求めてくる(事務用品取扱)
- ・大雪の影響による工事の遅れ(内装工事)

【飲食・サービス業】

- ・4月～6月で消費減が気になるが、店は順調と考えている(飲食店)
- ・大雪の影響が大きかった(飲食店)
- ・最低賃金が上がり、人件費の増が厳しい(人材派遣業)
- ・世間では好景気といっているが、現状で感じることはない(宿泊業)
- ・消費税増の影響が気になる(自動車整備業)
- ・景気の変動は感じないが、燃料と高速道路料金が上昇したため、運賃を上げないと経営できなくなってきた。今後は受注単価の見直しが必要(運送業)
- ・雇用状況が悪化している(機械設計)
- ・販売単価が横ばい。またはコストに見合う受注単価にならない(運送業)
- ・新規顧客開拓が困難(専門サービス)
- ・販路拡大に努めているが、従業員不足で結果を出せていない(自動車整備業)
- ・荷量は増えているが、車両と人手が不足しており、受注できない(運送業)
- ・イベント業界全体では回復基調だったが、2月の大雪による影響が大きかった(レンタル業)
- ・施工業者と人手が不足(看板製作業)
- ・受注単価と収益率の低下が著しい(ビルメンテナンス)
- ・人件費が上昇しており、利益率が上がらない。顧客からの単価も低く、採算面が厳しい(人材派遣)
- ・不動産仲介が今期は戻った。来期は消費税の関係でどのような動きになるかは不明。上昇すればよいな、と思っている(不動産業)
- ・積雪による売上不振、流通が止まる、電気量アップによる経費増、消費税増による景気の悪化が気になる(不動産業)
- ・一般的に生活の中でクリーニング代をひかえる傾向がある。売出しの日は20%オフのため、その日を待って日々出すべきものを出さないでためている人が多い(クリーニング)
- ・家賃の値下がり気になると感じる(賃貸管理)
- ・新規案件が出てこない(コンピュータシステム開発)
- ・景気に左右される業界ではないが、今期は開発案件が複数あり、好調であった(ソフトウェア開発)
- ・景気がよくなってきている感じはするが、仕事の量は増加していない(自動車関連)
- ・個人消費としては旅行ニーズは好調。海外旅行も中国韓国以外は好調。対して法人の仕事がいまひとつ伸びてこない。景気が本当に良くなっているとは思えない(旅行業)
- ・大企業の好景気の様子。私ども小規模事業は厳しい時代。消費者状況も不況の感触しかない。雇用も難しい状況としかいえない(清掃関係)