

業界トピックス

【製造業】

- ・建屋を建てたいが金額が上がりすぎている為に日本では大きな投資を行いつらくなっている(プラスチック樹脂裝飾概観パーツ製造販売)
- ・震災復興に向けて配電盤業界をはじめ精密板金業の設備投資も増加傾向にある(テーブルスポット溶接機専門メーカー)
- ・消費税の転嫁が困難。受注の見込みが少ない。(輸送機器・油圧機器・鉄骨工事・ステンレス加工等)
- ・雇用状況:製造業として募集しているが以前のように面接希望者が少ない。他の条件のいい製造業に流れている感じ。(高周波関連機器、極低温関連機器製造販売)
- ・受注量は8月の連休明けあたりから低迷している感じがあります。
受注は短納期のものが多く短納期に間に合わせるために目先だけが忙しく感じています。(真空装置関連の部品加工)
- ・消費税が上がると受注金額の減少(ディスプレイ業、店舗・展示・サイン・設計施工)
- ・大手の取引先は景気が良さそうだが、中小の取引先は危機感が漂っている。(金属部品の表面処理加工)
- ・業界再編に向けた合従連衡が目立つ(半導体関連装置及び部品の製造・販売)
- ・アベノミクス効果が感じられない。好況になったとは思えない大企業の工場が海外に移ってしまったから？(プリント基板の組立、その他)
- ・メーカーの開発費の圧縮により仕事量の減少。またその少なくなったパイ(仕事)を相見積りによる受注金額の値崩れを起こしてる感がある。(プラスチック樹脂の試作品製造・販売)
- ・円安になり受注状況がさらに良くなった。(グロープラグ、スタータースイッチ)
- ・個人販売は厳しくなります。経営講演会、セミナーを聴いても経営に結びつきません。(パン製造販売)
- ・平均的に受注がなく波が大きい。(溶接製缶、機械加工)
- ・テレビでやっている程の景況感はない(金属加工)
- ・円安、仕入単価の上昇(木製パレット、梱包用木箱)
- ・製品単価の下落(精密機械器具製造業)
- ・消費税増税後の受注減(車載用オイルフィルター部品の製造・販売)
- ・民間の設備投資が良いといわれているが、受注が少ない(自動弁の製造)
- ・景気は良くない。自力での浮上しか生き残る道はないと考えます。(段ボール箱の製造加工)
- ・設備投資をする会社が少なく、海外に進出するには従業員(即戦力になる人材不足)(NC制御盤の設計製造)
- ・円安による材料費・外注費増加分を売上で吸収されない。若年労働力が確保できない。(各種自動車等の部品(ねじ)の製造)
- ・建設現場の人手不足による工期の遅れ。円安(住宅用床暖房装置、融雪ヒーターの製造、販売及び取り付け工事)

【建設業】

- ・受注工事は多く忙しいけれど、ただ動いているだけ採算が取れない。(土木工事業(ガス工事))
- ・雇用状況:熟練労働者が慢性的に不足していることが更に心配(電気設備工事)
- ・業界が好転するような気配がかんじられない!!(一般建設業)
- ・消費税上昇の影響が少しずつ出てきている。売上も上がっているが経費も増加傾向にある。(鳶・土木一式、総合建設業、解体工事、曳屋、耐震補強工事他)
- ・景気の上向感がない。受注件数が減少している。(建築塗装、リフォーム全般)
- ・毎年ではあるが、年度末に仕事が集中し、下請人員が不足して大変である。(特注家具設計施工)
- ・代金回収の遅れが目立つ、消費税増税・仕入れ価格上昇による利益減。(管工事業)
- ・ハローワークに求人を出しているがなかなか決まらない。(建築金物の施工・販売)
- ・人材不足(塗装・防水・マンション改修等)
- ・民間工事受注の減少(電気工事業)
- ・法人事業所向け受注状況の減少。個人客向け事業へのシフト。事業のバランス転換。(電気設備工事)
- ・消費税が上がっても受注単価、人件費は変わらず、結果はマイナス。(土木工事、建築基礎工事)
- ・社会保険、厚生年金の福利厚生費の負担が大きいため、積極的に雇用対策ができない。(塗装、防水工事業)
- ・消費税値上げから3か月後、発注数に減少があり、雇用状況も改革を迫られた。一時資材は高騰したが9月に入ってからは全てではないが売上が上がらないのを理由に元値にした業者もいた。(一般住宅基礎工事)
- ・消費税増税による買い控えが気になる。(住宅外構工事、住宅リフォーム工事、物置、プレハブ工事)
- ・民間業績の低下(空調衛生設備工事及びメンテナンス)

【小売・卸売業】

- ・税率8%になってから特に悪くなった。(未記入)
- ・消費増税前の駆け込み需要による反動の影響によって取引先企業の収益の悪化が見て取れます。それらの影響によって、弊社の利益率の低下を招いています。(電設資材(建築等に用いられる電気工事材料)全般)
- ・海外顧客先の不安定状況(海水淡水化機器の海外への販売)
- ・卸売先の閉鎖や廃業など、個人消費が低迷しているため、まず、店が閉まりその先の影響が大きい。(美容商品(化粧品・シャンプー・リンス等))
- ・消費税の増税(美容材料卸売業)
- ・輸入品が安いので。(国産牛肉の卸業)
- ・やはり増税の影響が大きい。特に衣食住以外のサービス業は厳しいと思います。(カーディティール・車の個人売買仲介業)
- ・長期にわたる個人消費の低迷(洋菓子製造販売)
- ・受注の状況の悪化、燃料代の高騰(客土、畳材の販売)
- ・必要のない業種、中でももまれながらどんどん悪化していく。(酒(和洋酒)、タバコ)
- ・消費増税の影響が大きい。消費者の買い控えが月を追うごとに顕著になってくる気がする。(寝具用品の小売、打直し、加工仕立、羽毛リフォーム、貨ふとん、雑貨販売)
- ・従業員不足(燃料販売)
- ・商品全体が不振状況に有り。(タバコ、印紙(切手類)、土産物)
- ・悪貨は良貨を駆逐する。(酒類・パン和洋・米飯調理パン・アイス氷・食品・菓子・ソフトドリンク・牛乳デザート・雑貨・デリカ冷凍)
- ・輸出先のドバイ及びフィジーの景気があまり良くないため、parts等を高く買ってくれないため、収益率が悪い。円安もなかなかプラスに働かない。(中古車・部品販売、輸出、解体業)
- ・受注後の状況:一般のお客様受注が減少。消費税影響。(家電販売、電気工事、監視カメラ取付工事)
- ・売上不振で個人消費が低く、一人あたりの購買金額がものすごく細かいので、今後も期待できそうになくとも不安です。(製造、販売(菓子))
- ・消費購買客が激減。8%以降低迷が続く。(墓地、墓石販売業)
- ・増税、食品や公共料金増加に伴い、可処分所得が低下しているため、呉服など余剰品の販売低迷が感じられる。(呉服、和装小物、綿布等販売)
- ・中国で製造している商品が多いため、原価(材料+人件費)が大幅にUP。更に円安で仕入れ単価が大幅にUP。販売価格の値上げに踏み切りました。(ナイトウエア、ルームウエアのインターネット通販)
- ・エッ、アベノミクス!? ウーム。(寝装品)
- ・販売先の高齢化で廃業は多くなった。(自動車整備用機械・工具販売)
- ・公共料金、消費税値上げ(婦人服販売)
- ・円安による仕入れ単価の上昇。(商品の開発・企画・製造・販売、輸入業務)
- ・お客様の件数は特に減少していないが、一人当たりの購入数が減少している(惣菜屋、やきとり、揚物専門店)
- ・今後景気が良くなっていくことを望んでいる。少し明るくなっているように感じている。(メガネ・コンタクトレンズの販売)
- ・思ったほど消費税導入後の売上が伸びてこない。(24時間風呂販売、同消耗品販売、マイクロバブル発生装置販売)
- ・雇用の減少が感じられる。今は良いがあと1~2年経って能力の高い従業員が減る傾向にある、特にこの業界は。(生鮮品、ドライ食品、雑貨)

【飲食・サービス業】

- ・先行き不透明な景気感を感じ取って個人消費が低迷していると思う。若い世代の所得が悪いため消費行動がとれない。(珈琲専門店)
- ・常連客の高齢化。チェーン店との価格競争。(ビール、日本酒、サワー等アルコール。焼き鳥、刺身、天麩羅他)
- ・従業員・アルバイトの確保が難しい。営業したくても人員不足のため営業できない日もあった。(ラーメン店)
- ・4月ごろから消費税増税に伴い、出前及び個人単価が低くなり、長年のお得意様のみになりました。(寿司割烹)
- ・原材料費の値上げ、諸経費の値上げが続くことが厳しい。消費税分を価格に加えたところ契約を打ち切る利用者があるので販売価格を値上げするわけにはいかないのが現状(弁当、惣菜、給食)
- ・アルバイトの人員増加したいがなかなか採用に至らない。(ラーメン店)
- ・全体的に景気が良くなっていると思うが、ある特定の分野(個人消費のみ)だけで法人需要全体が伸びている。好調という感じは見えない。(旅行業)
- ・売上等は増えたが景気が戻っている感触はあまり感じない。継続的に続くと判断できない。(ソフトウェア開発、ネットワーク対応、情報処理産業)
- ・受注単価の低下(葬祭業)
- ・今期だけでなく、5年ほど前より顧問先減少。(税理士業)
- ・借アパート・マンション・貸家等の入居希望者の減少→空室が多くなっている。(不動産仲介業)
- ・古くなった年数のたつた物件が多くなり、次に何かをオーナー様に提案していかないと先行き不安(不動産業)
- ・ほとんど変化無し。ただ先に期待したい。(植物のレンタル販売)
- ・最低賃金が増す度に、①パートの扶養範囲が狭み、年末調整等で繁忙期に人材が足りなくなる。
②人件費が上昇するが受注単価が変わらず利益率が減少される。(人材派遣、業務請負)
- ・受注状況は好転しているものの、雇用状況が厳しく客先の要望に対応できていない。(未記入)
- ・増税後(平成26年4月以降)の個人消費、特にある程度全額の大きなものに対する落ち込み。(税理士業)
- ・人通りの増加を望む。(デジカメその他、プリント作成)
- ・基本価格の低下が進み、利益率が想定より上昇していない傾向にある。輸入品など極端な安価な商品の販売が増加傾向にある様に感じる。(警備業)
- ・4月5月全く受注できなかった。業界全体仕事不足との情報。(航空写真測量)
- ・消費税の影響が少しずつできてきている。消費者の方の目が厳しくなっている。(ヘアーサロン理容、美容)
- ・圏央道の開通により日帰りの仕事が多いため、宿泊日数が少なくなった。(旅館業)
- ・やはり消費税増税が足をひっぱっている。(カーアフターメンテナンス業)
- ・石油関連商品の値上がりで経営が苦しくなっている。(クリーニング)
- ・景気の冷え込みが続く(不動産仲介、賃貸管理業)
- ・雇用の確保(機械設備のメンテナンス)
- ・消費者が日々生活するために必要な物の値段が高くなるばかりで収入は変わらない。
生活するためにどこを削るかと考えたときクリーニング費を削る選択をすることは当然のこと。
利用者が減る一方、ドライクリーニング溶剤・ボイラー動力・燃料の灯油などが値上がり、仕入れ単価が上がり続けている。
消費税アップの影響も大きい。(クリーニング)
- ・コスト(燃料・車両・人件費等)のアップ販売単価のアップは困難。(未記入)
- ・景気の回復が見えない(行政書士、ITサービス)
- ・客数が減少、または中期が長くなっている。(カット、パーマ、カラー)
- ・受注単価が上がらない。(地質調査、モノレール工事)