

業界トピックス

【製造業】

- ・仕事量の行き先が読めないため、計画が組めない。(工業塗装)
- ・取引先2社からの引合がなくなった。取引会社も多くない中で非常にダメージを受けてます。(油圧機器の設計・製作・販売事務所)
- ・来年あたり原料高にストップがかかると思われるので採算好転に期待する。(プラスチック加工)
- ・消費税の増税による駆け込み需要、その後の売上げの落ち込みに翻弄される前期でした。当社の製品は天然原料の特徴を活かした物であり、アレルギー・過敏症の増加に伴って今後成長性が見込まれます。
- 加えてアンチエイジングに対するニーズもあり今後は楽しみな状態です。(パーマ剤、染毛剤、医薬部外品、化粧品等の研究開発及び発売元)
- ・急変する円安が厳しいです。(電子応用装置、設計、製造)
- ・円安により利益が低下する以外は変化無し(データ通信用ケーブル、周辺機器)
- ・受注先の閉鎖、事業の縮小
- ・円安に動きましたが時期遅し、大企業の海外進出とまらず、仕入れ単価等のコストアップと得意先の値下要請で厳しい状況です。(自動車(特にトラック)部品の製造)
- ・不透明で先が見えない。
- ・円安による原材料、動力の高騰。労働者の質の低下(産業用ポンプの設計製造)
- ・客先の設備投資先延ばし、消費税の影響(空調設備工事、冷凍冷蔵設備工事、太陽光発電設備)
- ・受注量が平成25年の2倍ぐらいありますが、単価が40%ぐらいダウンしてます。
- ・消費税問題(人口大理石の加工)
- ・国内で開催される大きな展示会(シーテック、セミコン東京、JPCA等)を見ると、出展社数、来訪者数等以前の半分程度と少なくなっている。例えば、世界の半導体やPC基板、今では日本の生産は10%前後(以前50%前後)しかない状態。どこかの新聞で誰かが日本の衰退が始まっているという記事があったが、まさにその通りの状態。 大手から零細まで、販路を海外に見つけないと経営が成り立たなくなりつつある。弊社のような零細企業でも、海外売上は35から50%前後あり、以前は、アジアで得られる利益を日本がほとんど独り占めしていたが、今は韓国、台湾、中国、タイ等で分けて合っている、(市場は大きくなって)今までのように利益は得られない。非常に厳しい時代に入ってしまったと感じている。 1980年代も変化が早いといわれたが、今は更に早くなり、色々な意味で体力がないと対応できなくなってきた。
- 零細企業にとって早すぎる。追いつくのが大変。(水晶デバイス用ソケットの製造・販売)
- ・購入回数(頻度)の減少(加工食品・化粧品)
- ・この先景気が良くなるのか？全く先が読めません。仕事の受注も増えないし、消費税8%は苦しいです。
- 受ける仕事の値は下がっていく一方ですから、もう廃業した方が楽かなと考えております。(プラスチック金型の製造)
- ・景気、特に良いと思えない。(防湿保管庫)
- ・仕事がない。(高額ガラス部品加工・レンズ他)
- ・受注単価の低下により売上低下と発注全額の上昇が生じていることと、雇用の高齢化も追い討ちとなり好景気とは遠い存在となる。(真空装置制御盤)
- ・消費税8%の影響が消費者の財布のひもを固くしているように思う。(洋菓子製造販売)
- ・需要の低迷を感じる。(精密プレス板金加工、金属焼付塗装(住設機器、工作機械部品等)

【建設業】

- ・今後の計画が立てられない事。先が見えてこない。(公共工事請負、産業廃棄物処分業)
- ・景気回復が見られない。(造園業)
- ・公共工事、特に公園緑地等の維持管理予算の減少により少ない。相模原市の公園はもう少し管理費が必要です。(造園工事、植木職)
- ・例年ならば繁忙期となるのですが今年は静かでした。(増税先送り、選挙などの影響でしょうか？)(リフォーム業住宅設備機器が中心)
- ・受注あるものの大工不足となっているため不変となっている。(木造住宅建設)
- ・職人の不足(仮設足場工事)
- ・世間が言うほどの景気的好調感がない。(金属製建具の設計販売取付け)
- ・建設業に関して、経験のある職人がいない。(造園工事業)
- ・設備関係(マンション建設)が下り坂に向かっている。(電気工事業、建築工事業、太陽光発電設備設置業)
- ・設計技術者の人手不足(測量、用地補償コンサルタント、建設コンサルタント、一級建築士事務所)
- ・事業内容が特殊なため好不況の感触は特に感じていません。(設備陽ポンプ(陸上・水中・加圧・増圧)点検整備及び送風機(休は行き・空調用)の点検整備)
- ・受注残が多く人手が不足し早期に間に合うか心配(工場内給排水空設設計施工)
- ・原材料、材料などの価格上昇【仕入単価上昇】(住宅、工場の外装・防水工事)
- ・従業員の不足(ビル設備業)

【小売・卸売業】

- ・景気感・顧客の動きが鈍く不透明、受発注の状況は減少気味(建築・土木資材販売業)
 - ・資材高騰、人件費増加(建築資材販売業)
 - ・消費者不足(住宅屋根工事業)
 - ・原油状況の把握及び影響(駅構内での物品販売)
 - ・今期、円安の影響により材料費が上がり不景気感がある(内装品販売業)
 - ・大企業のみ優遇され、末端企業への対策がなされていないように感じると共に、一般消費者に対する対応も未熟に感じる(家庭用調理器具の企画、開発および販売)
 - ・国は好景気感を演じているが、中小企業はまったく感じない(電線・電気機器販売)
 - ・人手不足(食品卸)
 - ・消費税のUPで顧客の買い物金額の減少(菓子類卸し・販売)
 - ・大企業から徐々に景気は良くなりつつあるが、その下の中小企業や自営業者にまで波及するにはまだ時間がかかると思う。
- 消費税が10%に上がる前に景気が良くなれば(和菓子製造販売)
- ・地元企業や行政機関が外部から購入している。インターネットで調べた最安値を参考にして、物品購入の目安にされていることが多くなっている(文房具販売)
 - ・不況感あり。値引き交渉が他の地域に比べて増えている。(自動車販売)
 - ・大企業の正規従業員と中小企業の非正規従業員の格差(雑貨販売)
 - ・ここ数年来の不況感から脱せないでいる(旗、のぼり、祭り用品販売)
 - ・個人でお花を買うお客様が少なくなったと思います(生花店)
 - ・単価が上がっている為、トータルでの消費は結局変わっていない(食品販売)
 - ・物価上昇に伴い、消費マインドの低下がある(たばこ・日用雑貨販売)
 - ・中国景気悪化(中古建機販売)
 - ・仕入れ単価の上昇で収益が悪化
 - ・リコールの影響と反動減が続いている(自動車販売業)

【飲食・サービス業】

- ・飲食業は総体的に売り上げ不振(居酒屋)
- ・今期、年末の忘年会が減少した上、予約も低価格帯のプランが多かった。雇用も募集しているが、飲食店は不人気なのか応募が無かった(イタリアン)
- ・原材料・光熱費・最低賃金の値上げが大変厳しい
- ・物価上昇に対する消費減速などの不安がある。資材の価格上昇もある中、受注単価は上がらないので利益が出ない状況(外食設備工事業)
- ・工事件数が減少しているように感じる。前年同期と比べても、経営状況は悪化している。設備にかけられる費用も絞らざるえない(建設機械運搬)
- ・受注単価の低下及び受注件数の減少
- ・取引先が増えない(自動車整備業)
- ・4月の消費税8%後の販売が良くない。不動産を購入するお客様が減少しているように思われる(不動産業)
- ・地域的な人員の募集難(ビルメンテナンス業)
- ・消費の低迷。供給過多により金額が下がっている(不動産賃貸・販売業)
- ・単価が上がらない、どうしたら単価が上がるのか。単価が上がらないと将来性が厳しい(機械設計業)
- ・個人消費の低迷(割烹旅館)
- ・客先の景気状況(行政書士)
- ・ホームページ等の情報過多により安売り合戦になり差別化が難しくなっている(税理士業)
- ・不況感は感じる(特許・実用新案の代理業務)
- ・為替の動向(食品の輸出入業)
- ・車業界の生産減でなかなか好況に至らず(機械技術・品質保証・労働安全のコンサル業)