

業界トピックス

【製造業】

- ・売上はよくなると思いますが受注単価は戻りません。不況のときのままで同じです。(平削機械加工)
- ・競争が減少したのか、価格面で交渉がここ数年の中では受注しやすい環境になりつつある。(金属機械加工)
- ・円安の影響で全ての原材料の仕入れ単価が上昇した。商品に対するクレマーの増加が気になる。(アルミ皿ポップコーン及びポップコーン原料豆)
- ・雇用の難しくなっている。(精密高額機器)
- ・好景気感無し(金属製品焼付け塗装)
- ・10年間程単価の下降があったので単価の上昇に向けてたいが希望通りの単価になることができない。(非破壊検査業務)
- ・設備投資の時期がずれ込んでいる。(高周波誘導加熱装置製造)
- ・仕入れ価格の上昇を売値に上乗せするのが難しい。競争が激化するとされる。(作業着、手袋、梱包資材他作業用品小売)
- ・納入先が海外増加(超音波バリ取り洗浄装置製造、開発、販売)
- ・円安(組込みシステム)
- ・好況感はあるが当社にとって継続的であるかは不透明。(精密機械の製造、販売)
- ・材料高により利益減少(印刷業)
- ・仕事量が多くなってくる感触はある。単価もそれにつれて上がることを望んでいる。(大型の機械加工)
- ・株価上昇の割には中小企業の恩恵がない。(鉄道、自動車関連の製造試作等)
- ・約40年厳しい作業注文単価を協力し現在に至っている。下請保護法はどういうことか理解できません(機械部品、金属表面処理)
- ・原材料がほとんど値上がりしているのに今の現状では値上げができない。大手ではベースアップとか騒いでいるが製造業にとってはそんな話は聞きたくない。(パン製造、販売)
- ・公共・民間企業の設備投資の減少。(制御盤、計装盤、設計制作)
- ・カー用品・日用雑貨の組立においては増加しているものの、一取引ごとのロットが少ないものが多く、収益性が著しくない。(紙器製造・カー用品・日用雑貨の組立等)

【建設業】

- ・公共工事の減少
- ・特に公園工事、遊具の老朽化に対応しない。(造園、土木工事管理)
- ・タイル業界の仕事量の減少が顕著である。(タイル工事)
- ・単価が不調な分野は特に厳しくなっている。発注側は安い業者を探す為、受注側が拒むような単価であることが多々ある。(精密板金加工全般)
- ・景気最低です。開業以来初めてです。(住宅サッシ、板ガラス)
- ・人手不足(建築工事、リフォーム工事)
- ・消費税のUPが全体的にどのように影響がでるのか心配です。(木造新築工事、リフォーム工事)
- ・雇用状況で社員が個人事業主になることが多いので困っている。目先の金額で動いてしまう。メリット、デメリットを明確にできる資料や告知をして欲しい。(空調設備、太陽光、オール電化他)
- ・発注の減少、諸経費の特出、仕入れ単価の上昇、利益率の低下。休日返上にて特定の人材しか使用できずその個人に負担がかかる。(電気工事)
- ・世間では好況といっているが私たちの業界では感じられない。(建設物防水塗装工事請負)
- ・特定技術を持つ人材不足。大手企業による賃上げ報道に伴う今後の人件費増加の懸念(不動産仲介、戸建住宅建築)
- ・長期にわたり不況状態であったために発注量の減少があり、人を雇うまででない現状です。(電機空調設備工事業)
- ・省エネエコポイント制度等の拡大を希望します。(大工工事、ガラス工事、屋根工事、塗装工事、建具工事業)
- ・前半仕事量が少なかったが徐々に持ち上がってきている。利幅は以前変わらない。建設業の標準見積書の効果が下請まで届いていない。(住宅に係るリフォーム)

【小売・卸売業】

- ・仕入れコスト上昇分を販売価格に転嫁する事がいっそう困難になりそう。(プラスチックフィルム)
- ・円安による化学製品の値上げ(化学製品卸売業)
- ・得意先機種によってまだら感あり。(工業用ゴム樹脂金属の加工品販売並びに機械装置の販売)
- ・販売先が小学校・保育園の休職材料の卸につき、好不況の感触があまりかんじられません。(冷凍食品、缶詰、油脂、調味料、乾物、菓子類)
- ・人材不足、募集しても来ない(新聞)
- ・若い消費者等は100円ショップの品で、間に合わせている人が多すぎます。(割れた品は100円ショップで補充するという繰り返しのようなので。そして年金暮らしの人々は食べることに比重を置き余分な出費を切り詰めている感じを受けます。(和陶磁器、雑貨)
- ・時代の流れの変化(理容室、美容室への化粧品機具等販売)
- ・販売価格の低下(メガネ販売)
- ・消費者が魚貝類を食べなくなり、景気は全くよくないです。(鮮魚)
- ・必要以外の商品は全く売れません。(婦人服)
- ・徐々に好景気感だが、無駄買いするほどでもない(青果、精肉、鮮魚他食品)
- ・最近の消費者状況は悪い(LPガス販売工事、住設機器)
- ・海外移転した製造工場が円安でも戻らない。(配管部材)
- ・ネットを使って物権等をお探しになるお客様が増えたと思います。(不動産仲介業)
- ・国内製造業の景気が上昇しなければ売り上げ増は見込めない(製造業、工場などでの消耗品販売)
- ・オール電化の好調、都市ガス管延長。(LPガス、灯油、リフォーム)
- ・大企業と違い小売店では景気上昇の傾向はいっさいありません。景気悪化になるばかりです。(酒類販売)
- ・アベノミクスノ影響がまったく感じない。消費税増税の方が悪い。(文具、事務用品、OAサプライ、オフィス家具等販売)
- ・安いものを探して大型店に行ってしまう。(自動車バイク販売、修理)
- ・株価上昇により少し動きがよくなる兆しが感じられる。(絵画)
- ・消費税の増税により低価格商品に転化できない。取引先の廃業により商品が入りにくい(食料品、酒類、米他)

【飲食・サービス業】

- ・やや売上が伸びているものの、仕入れ単価の上昇や税金支払い等により台所事情は少しも良くならない。(すし店)
 - ・世間的には景気感の上昇が言われているが全く上昇を感じることはない。むしろ円安による仕入れ価格の上昇を価格に反映させられず、利幅の縮小(減少)を感じる。不景気のどん底か?とさえ感じる。(中国料理)
 - ・アベノミクスの効果は感じていない。(倉庫、輸送の物流システム(コンピュータ用)の開発、販売、保守)
 - ・優秀な人材の確保が難しい特にコミュニケーション能力(コンピュータソフト、ハードウェア設計販売受託開)
 - ・エリアによって人手不足が否めない、高齢者雇用と外国人雇用が必須になるが生産性の上がる若い人材の雇用も視野に入れて考えている。(ビル総合管理)
 - ・景気感、好不況感の感触(会計事務所)
 - ・2月に比べ3月に入ってからの停滞感に不安を感じる(運送業)
 - ・景気回復の遅れを感じる。給料の遅れ未払いが家賃に影響している。(テナント料、家賃収入)
 - ・受注先の状況(屋外広告、店舗イベント看板、野立広告)
 - ・ITに大きく投資する会社が減った。やはりITは後回しとなる傾向がある。景気回復を待ちたい(ソフトウェア開発、ホームページ作成)
 - ・昨年はチラシ等の広告で客集めをして売上もよかったが、経費がかかりすぎるためチラシ広告はやめてネットに力を入れようとしているがまだ軌道に乗っていない。店長が退職したので客が減った。(美容業)
 - ・不況感に包まれている。最賃法による人件費高騰、それに応じての売上には変動無し。(総合ビル管理業)
 - ・荷動きを見ると昨年の消費増税の反動はまだ収束していない。(運送業)
 - ・消費税アップによる資金繰りの悪化(税理士業)
 - ・後半以降の引合が多い。(精密機械設計)
 - ・中小零細企業経営者は常に時代の変化を読み取りつつ、蓄積した技能を発揮できる時と場の確保を目指している。閉塞感のある昨今だが逆に必ず公平にチャンスのある時代だと思う。(建築設計、管理)
- 消費税率が上がったのにもかかわらず、売上が昨年度より大幅に上回っている。好況感の感触がある。(観光案内、アンテナショップ経営、キャンプ管理運営)
- ・雇用人数を元に戻したい(不動産)
 - ・求人募集すると、ベテランばかりで若い方の応募がありません。(産業機械の設計製図サービス)
 - ・業界の人件費について、最低賃金が上がるも請負金額が上がらないので収益は低下している。今後も続く。(ビルメンテナンス業)
 - ・人手不足感、色々な業種で人手不足であり、派遣の以来は増えているが、その文費用等が多く、利益が出てこない。(人材派遣、請負、職業紹介)
 - ・物流の停滞感あり。(貨物自動車運送事業、第一種利用運送事業)
 - ・大企業が景気が良いのに、中小への還元がない。(コンピュータソフトウェア開発)
 - ・仕事量の減少、整備台数(自動車整備)
 - ・クライアントに好景気感がない。(コンサルタント)
 - ・全体的に先行き不安のためかお金を使わない様な気がする。(美容全般、関連商品販売)