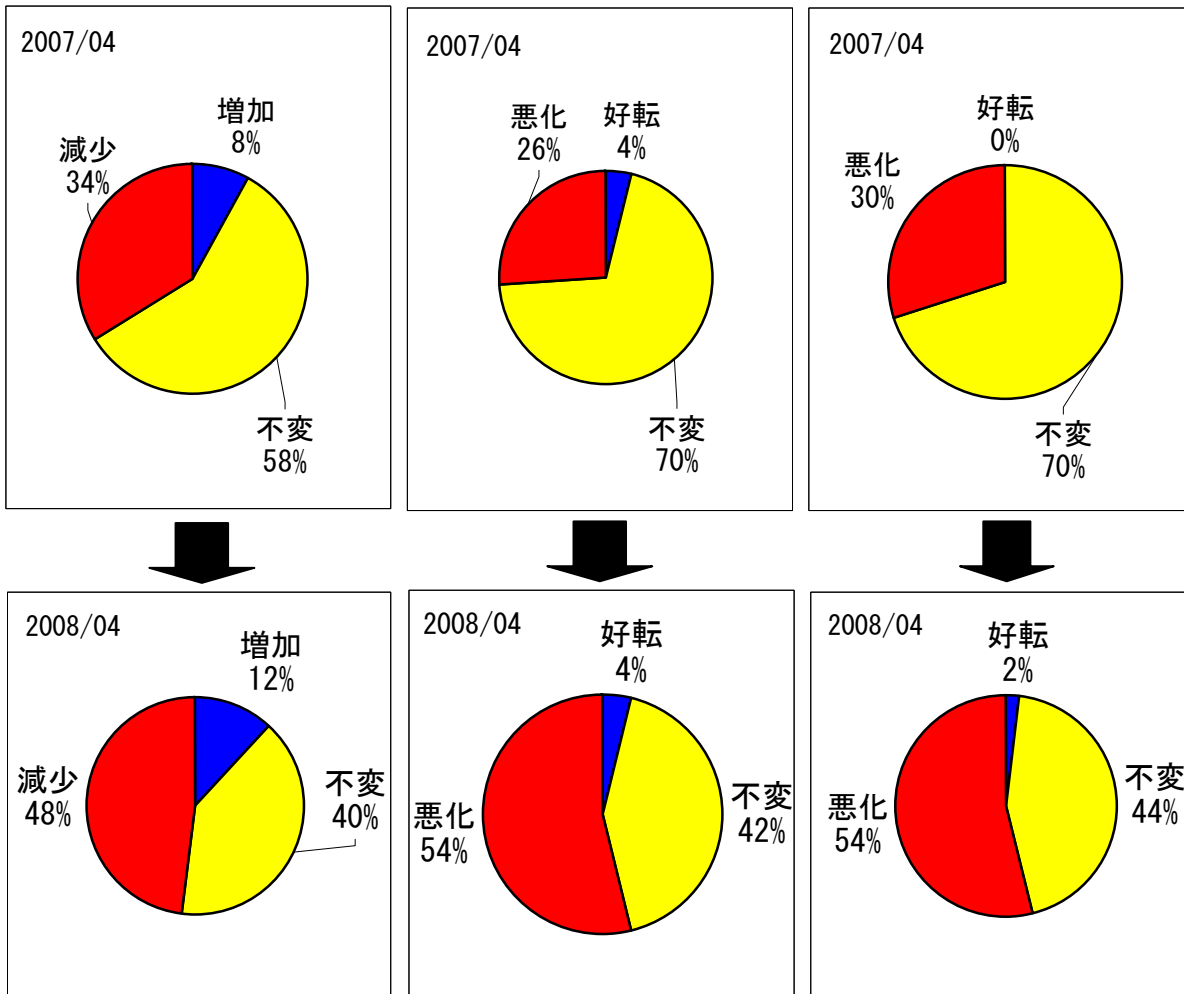


データから見た業界の動き (平成20年4月分)

売上高 (前年同月比)

収益状況 (前年同月比)

景況感 (前年同月比)



■ 対前年同月比及び前月比景気動向D I 値 (好転又は増加の割合から、悪化又は減少の割合を引いた値)

区 分	製造業			非製造業			合 計		
	07/04	08/03	08/04	07/04	08/03	08/04	2007/04	2008/03	2008/04
対前年,前月,当月									
売上高	-20	-55	-55	-30	-27	-23	-26	-38	-36
収益状況	-20	-65	-60	-23	-37	-43	-22	-48	-50
景況感	-35	-55	-60	-27	-53	-47	-30	-54	-52

※((良数値÷対象数)×100) - ((悪数値÷対象数)×100)=D.I値

※ 情報委員 50人
 回答者数 50人
 回答率 100%

■ 概 況

全業種でのD1値は、売上高は-36（前年同月比-10）、収益状況は-50（前年同月比-28）、景況感は-52（前年同月比-22）と全ての項目において悪化している。内訳として、製造業におけるD1値でも、売上高は-55（前年同月比-35）、収益状況は-60（前年同月比-40）、景況感は-60（前年同月比-25）と全ての項目において悪化しており、また、非製造業におけるD1値でも、売上高は-23（前年同月比+7）、収益状況は-43（前年同月比-20）、景況感は-47（前年同月比-20）と、同様の結果となっている。

また、ガソリン価格に係る揮発油税の暫定税率廃止の影響は、各業界において、多少なりとも影響はあった様子である。

■ 業界の声

【製造業】

食料品（洋菓子製造）：健康食品ブームからくるOEMの引き合いが比較的好調で、売上は前年同期比104%となった。原材料の高騰や入手難もあり、米粉を使った商品開発にも注力している。

食料品（ワイン）：ガソリン減税で内需拡大を期待したが、5/1の復活でまた景気沈下が予測される。ワイン業界にとって、ガソリン増税は痛手である。

繊維・同製品（織物）：今まで中国等で受注していた製品が品質や商品バリエーション等の問題から日本国内へ注文にシフトしてきた。本年も例年になく引き合い、見本の注文が多い。

印刷：古紙配合率の偽装問題発覚後以降、日本の2大製紙メーカーの1社は再生紙の製造を中止しているため、再生紙の仕入れが困難になっている。官庁等の仕様には再生紙の指定があるので、見積合わせや入札に参加できない状態になっている。

電気機器：平成20年1月より、一段と受注量の減少が顕著となった。米国のサブプライムローン問題や原油の高騰に起因する影響と思われる。

その他（貴金属）：業界全体を見ても『売れ筋』商品がない。小売店の売上高が減少しているため展示会なども集客が弱く、各社とも手探りの状況と思われる。

【非製造業】

小売（SC）：お客様の消費は非常に慎重だと感じる。お客様の立場にたつてMD（マーチャンダイジング）を確立しなければならないと思う。また、今後は常に変化していくことが重要かと感じる。

小売（食肉）：畜産物飼料の高騰による仕入れ価格の上昇は、豚肉・鶏肉で昨年同月比125%となっており、価格転嫁を余儀なくされている。そんな中、輸入肉の世界的流通ルートが北京五輪・ロシアの経済発展の影響により、日本に不利に変化してきている。

小売（石油）：4月は、暫定税率が失効したため25円10銭の値下げとなった。元売り各社は、円高ドル安だが原油価格の上昇によるコスト分を考慮し、5円の値上げを行った。県内SSは3円程度の値上げとし、暫定税率失効の値下げ分との差引で、ガソリン22円/ℓ、軽油14円/ℓ程度の値下げとなった。

宿泊：対前年ベースでは1~2割の落ち込みの様相。昨年は風林火山ドラマ効果があり一昨年に比べ好調だったことから、その反動と思われる。今の所、DC（デスティネーションキャンペーン）効果が目立ってはいないので低調。

一般廃棄物処理：リサイクル資源の値上がりにより、売上、販売額が増額した。しかし、仕入競争による仕入単価の高騰で収益は昨年並み。増収減益というところ。組合員の個人企業状況は、過当競争による減収減益の様相である。

建設：暫定税率の行く末が定まらない形で新年度を迎えたため、公共事業がほとんど。建設（住宅関連）：住宅着工件数の減少と資材の高騰により、仕事のない業者が増えた。

運輸（バス）：4月だけは道路特定財源の暫定税率がなく、若干安く燃料を購入できた。
運輸（トラック）：今の状況（原油高騰）が続けば、トラックドライバー職に魅力が

■ トピックス

今回は、業界内における『雇用及び人材育成に関わる問題点や課題とその対策』について調査した。

人材育成に関し、ワイン業界では『山梨大学と連携や、若手醸造家と農家との連携と研究会を立ち上げ等を行って』おり、また、織物業界では『他産地の研修（産地独特の技術、若手との交流）や展示会の出展、また、糸等素材展への研修も行っている』とのことだった。その他、貴金属業界では『技術者（特に若手）は不足しているが、仕事量が少ないので技術者も育たない、という悪循環になっている』というコメントや、建設業界では『首都圏では現場監督の人材が不足しているため、他県にまで資格者の募集採用活動を行っている』、『型枠大工のなり手が少なく、若者が就労しても、賃金も高くなく、待遇も良くないので定着しない。また、若者のやる気も減退している。型枠大工も高齢化しており、将来、技術のレベルダウンや人手不足が心配』とのコメントがあった。特に建設業界が抱える問題として、仕事確保のため抱えている資格者へのコストが企業経営を圧迫している、という問題点も複数あがっていた。