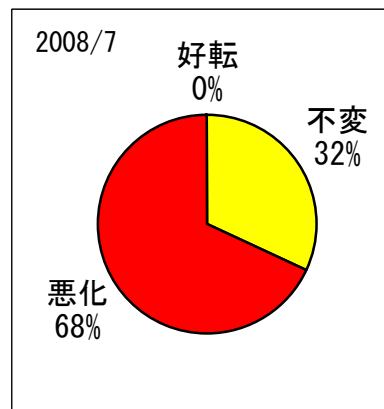
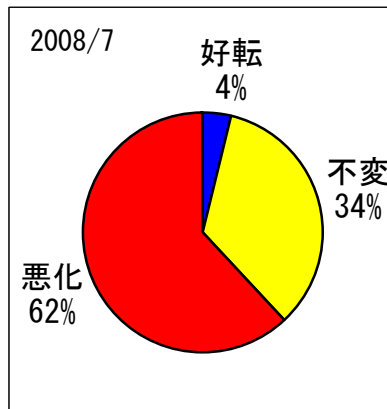
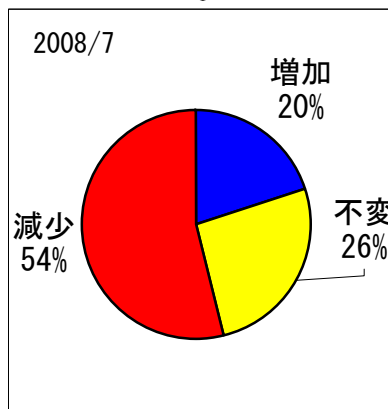
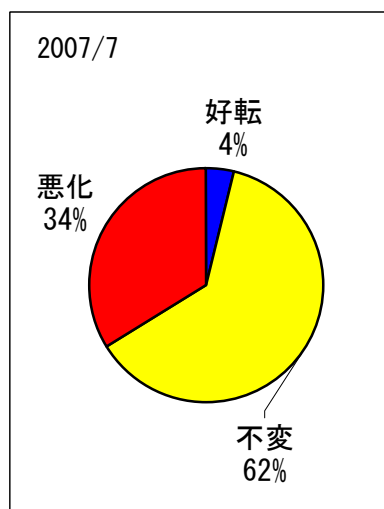
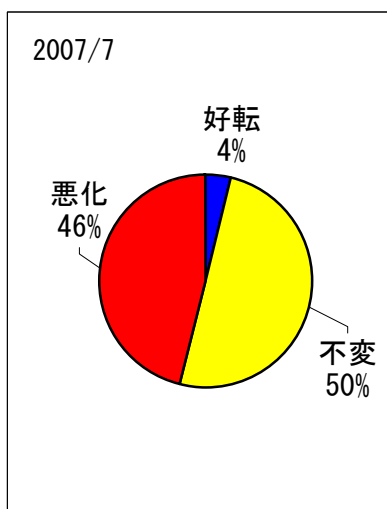
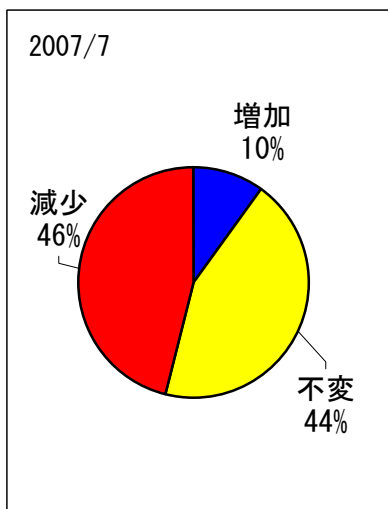


データから見た業界の動き (平成20年7月分)

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		
	07/7	08/6	08/7	07/7	08/6	08/7	2007/7	2008/6	2008/7
対前年,前月,当月									
売 上 高	-20	-55	-40	-47	-70	-30	-36	-64	-34
収 益 状 況	-30	-65	-60	-50	-80	-57	-42	-74	-58
景 況 感	-30	-65	-65	-30	-70	-70	-30	-68	-68

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

■ 概 況

本県の7月の景況は、全業種のD I 値でみると、売上高は-34（前年同月比+2）、収益状況は-58（前年同月比-16）、景況感は-68（前年同月比-38）と前年同月と比較すると売上高でわずかにポイントが回復しているものの、好転の兆しがあるとは言えない。

全体ではマイナス傾向が続いている。業種別では、製造業のD I 値が、売上高では-40（前年同月比-20）、収益状況は-60（前年同月比-30）、景況感は-65（前年同月比-35）となっている。

非製造業のD I 値においては、売上高は-30（前年同月比+17）、収益状況は-57（前年同月比-7）、景況感は-70（前年同月比-40）となっており、売上高のポイントが17ポイント伸びている。

しかしながら、これは、一部の小売業やショッピングセンターから暑さやオリンピック等の影響による売上げの伸びが報告された一方で、製造業や建設業においては、原料、資材等のコスト上昇が売上高アップに繋がっただけで、実質的な売上げ上昇とは言えないことが、収益や景況感のD I 値の推移に表れている。

全体、業種別の景況感については、D I 値が前月と全く同様という結果となり、取り敢えず前月を維持する形の足踏状態となったことが伺える。しかし、原油高・原材料費等の高騰の影響は依然続いており、さらなる中小企業の経営悪化が懸念される。

■ トピックス

原油価格高騰に端を発する燃料費・原材料費・諸物価の高騰が続いている中、今回は業界において取引条件や販売条件（仕入価格、販売価格、支払条件など）にどのように変化や影響が出ているかについて調査した。

「大手メーカー・大手小売店が使用原材料の指定や価格決定権を有している。」、「取引相手も不況にあり、コストアップ分を転嫁できない。」、「得意先から決済条件の変更（現金から手形）を求められたが拒否した。」、「メーカー卸への支払条件が厳しくなった（手形決済から現金取引、支払サイクルの短縮）。」、「取引先からの入金の遅延が見られる。」、「取引に対する不安感が高まり、信用不安がかえって高値取引を誘導する傾向もでており、取引条件が悪化している。」、「支払サイトの長期化、手形のジャンプ、現金支払い比率の低下などが増えており、支払条件が悪化している。」などの回答があった。

ほぼ全ての業種で燃料費・原材料費などのコスト上昇分を「価格転嫁できない、転嫁しきれない」という現状があり、在庫回転率、稼働率を上げることで、ようやく売上確保を図っている状況も見受けられる。受注から納入までが長期となる建設業界などでは、コスト上昇分を価格に転嫁したいものの、吸収仕切れず利益計画を組むことも困難となっている。また、製品・商品によっては価格転嫁できる状況にあるが、先行きの不透明感や不安から消費者需要の動向を見て、価格改定をしないなどの状況も見られ、企業側の努力だけでは対応できない現状となっている。

■ 業界の声

【製造業】

- 食料品（水産物加工）／原油・諸物価高騰のため中元の見直しが顕著で高額商品が不調。カタログ販売は倍増（ウェイトは低い）だが、百貨店向け中元ギフトは売上大幅ダウン。
- 食料品（洋菓子製造）／夏季商品であるゼリー関係は不調。大手メーカーが委託生産を増加し、OEMの好調が全体売上を押し上げ。
- 食料品（ワイン）／国産ワインコンクールの結果発表を受け、問い合わせが増加。今年のブドウの出来について天候を注視。
- 繊維・同製品（織物）／景況感の悪化、先行きの不安感のため、店頭でのバーゲン物の動きは良いが今まで安定していたトップブランドの動きが悪い。建築業界の落ち込みに連動し、インテリアが急激に悪化。
- 繊維・同製品（ニット）／衣料品の店頭での販売が高価格品、中・低価格品とも落ち込んでいる。取引先である専門店・アパレルが余分な在庫を持たず、実需に合わせた仕入をしているため、店頭での商品の販売動向が直接影響。
- 鉄鋼・金属／半導体関係は、全盛期の4分の1の売上。建設関係は、材料の高騰により契約単価に反映できず赤字。
- 電気機器／金融機関の引き締めが厳しい。

■非製造業

- 小売（SC）／宝石・貴金属関連を除く売上は好調。ガソリンの高騰は、広域からの消費者及び観光客の集客に影響。
- 小売（青果）／他の食品が値上がりする中、野菜は価格の低迷が続いている。猛暑で入荷が増えたが、消費者の購買意欲は著しく低下している状況。
- 小売（食肉）／銘柄豚「フジザクラポーク」の品薄から、豚肉相場が他県に比べ1キログラムあたり200円も高くなり、地産地消を進めてきたスーパーを中心に市場の豚肉価格が高騰。
- 小売（電機製品）／猛暑の影響から季節品を中心に推移。エアコン、薄型テレビ、冷蔵庫、洗濯機は順調に推移（特にエアコン、冷蔵庫は省エネ商品が人気）。
- 小売（石油）／産油国の政情と為替レートの円安ドル高により、元売各社が卸値を11円値上げしたため、各給油所は11円を小売価格に転嫁。8月はリットル7円程度の値上げを予想。
- 商店街／街に観光客増加。ガソリン高で首都圏客が増加している。
- 宿泊業／燃油サーチャージのある海外旅行が敬遠され、国内旅行に流れている状況。料金の値上げは難しいため、何とか稼働率を上げ売上高を保つように努めている。
- 建設業（総合）／第1四半期に発注が少なかった分、第2四半期以降の公共工事はこれから徐々に発注量が増加すると予想。しかし原油価格の高騰分はすべての資材に転嫁されている状況。
- 建設（住宅関連）／新築の引き合いはほとんどなく、リフォーム・少額工事でのいである状況。
- 設備工事（電気工事）／材料の値上がりにより、工事収益計画が立たない案件が出てきている。
- 設備工事（管設備）／資材の値上げがあり、来月も予定。ステンレス・バルブ等の価格は1年前と比べ2倍に。官公需は減少。
- 運輸（バス）／燃料コストを予想できないため、時期が先の予約に対する見積額が決められない。消費者に何とか燃料費高騰分の転嫁を交渉。