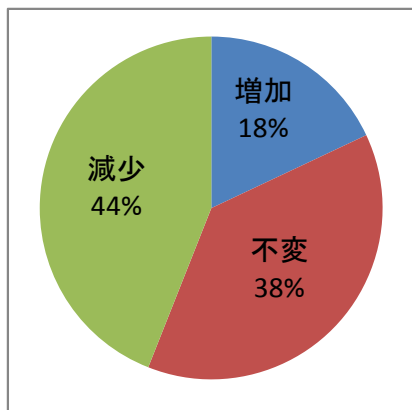


■ データから見た業界の動き

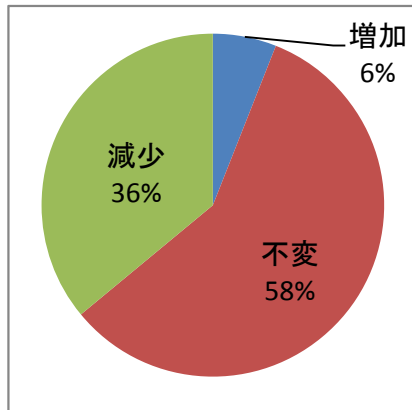
(平成24年7月分)

● 2011 / 7

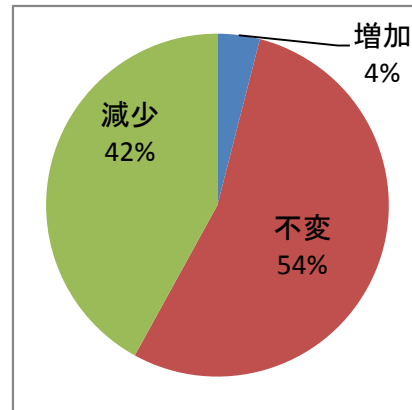
売上高 (前年同月比)



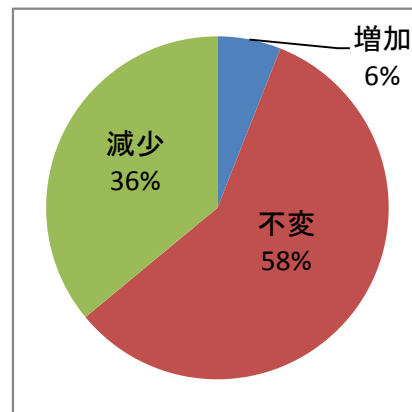
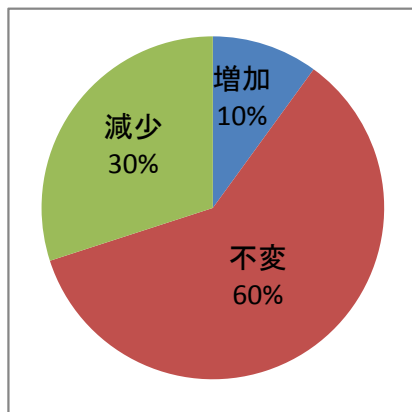
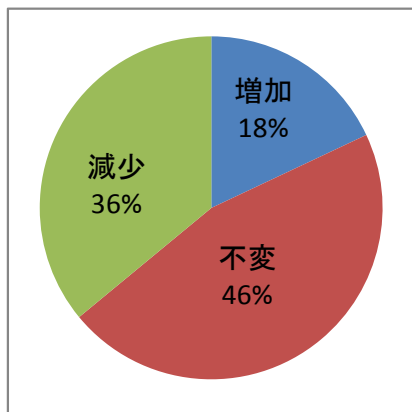
収益状況 (前年同月比)



景況感 (前年同月比)



● 2012 / 7



■ 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)

対前年・前月・当月	製造業			非製造業			合計		
	2011/7	2012/6	2012/7	2011/7	2012/6	2012/7	2011/7	2012/6	2012/7
売上高	-45	-5	5	-13	-17	-33	-26	-12	-18
収益状況	-35	-20	-15	-27	-27	-23	-30	-24	-20
景況感	-45	-15	-20	-33	-33	-37	-38	-26	-30

※((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DI値が、売上高-18(前年同月比+8)、収益状況-20(前年同月比+10)、景況感-30(前年同月比+8)となった。業種別のDI値では製造業で、売上高+5(前年同月比+50)、収益状況は-15(前年同月比+20)、景況感-20(前年同月比+25)。非製造業で、売上高-33(前年同月-20)、収益状況-23(前年同月比+4)、景況感-27(前年同月比-4)となり、製造業においては全ての項目でDI値の改善が見られるものの、非製造業では、売上高と景況感のDI値がマイナスに推移しており、対照的な結果となっている。

DI値を前月比でみると、全体では、収益状況で4ポイント改善しているが、売上高で-6、景況感では-4ポイントの悪化が見られた。

業種別の前月比では、製造業で、売上高が+10、収益状況でも+5ポイントの改善、景況感では-5ポイントの悪化となった。非製造業では、売上高で-16、収益状況+4、景況感-4と収益状況でポイントを改善したほかは、ポイントを下げている。

情報連絡員による県内各業界の7月景況は、前月に引き続き厳しい報告が全体を占めているが、食料品製造(水産物・洋菓子)、繊維同製品(織物・アパレル)、小売(自動車販売)・建設業などの一部では、受注の増加や売上の伸びなど好調な業種もあった。しかし、一方で「採算性が合わず収益に結びつかない」「今後の見通しは分からない」などの問題や将来への不安要素が見受けられる。

また、前月比での景況感DI値を裏付けるように、情報連絡員からの業況報告では、製造業、非製造業から「消費が鈍化している・活気がない」「先行きの見通しが立たない・不安材料が多い」「客数が減少傾向・業界全体が悪い」などのコメントが多くなっており、今後の消費マインドの回復と上昇が、景気の先行きの鍵となりそうである。

■ 業界の声

情報連絡員には、景気動向の変化、現状とその背景などについて、業界または組合員全体の動向・予測(売上高・原材料等経費・資金繰りなど)についてコメントを求めた。

● 製 造 業

食料品 (水産物加工)	ギフト及び通信販売は不振だが、婚礼用食材や付随した仕入食品が増加したため売上は前年同月比102.8%となった。しかし、付加価値の高い加工食品が低調であったため利益面は厳しい。
食料品 (洋菓子製造)	前月に落ち込んだ反動と新製品の投入もあり売上は前年同月比119.1%と伸長した。市場は不安定であり今後も不安要素はつきまとうと予測する。
食料品 (菓子)	猛暑の影響で消費が鈍化しているため、厳しい状況にある。
食料品 (ワイン)	今年は空梅雨気味で経過したため葡萄の成長が順調である。これからの成熟期に台風等が少なければ近年まれにみる良い年になると期待したい。
繊維・同製品 (織物)	スカーフ等は、小ロットであるが忙しい。また、ネクタイも新柄投入により忙しいが継続は難しい。織物の整理加工用薬品の値上げにより工賃の値上げ要求が強い。組合員2社が、7月24～26日に開催されテックスワールドニューヨークに出展し好評を得た。

繊維・同製品（アパレル）	昨年の震災以降、東北地域の仕事が山梨に流れてきているため、順調に推移している。
木材・木製品製造	一時的に需要増となるかもしれないが、消費税問題や住宅エコポイントの廃止など、住宅に関しては長期的に先の見えない厳しい時期に入ると懸念する。
一般機器	前半は半導体関連の仕事をしていたため売上は悪かったが、後半は半導体以外の仕事にシフトしたため売上も増加した。
電気機器	大企業は海外での生産を拡大し、利益を出している。大企業に上野原地域に目を向けてもらい業界が発展していくためには、組合員が一致団結して情報交換や、技術の研鑽を積み、新製品の開発や製造に携わる必要がある。また、上野原地域の企業が国内外の顧客から受注を増すために、さらなる技術革新を推進する必要があると考える。
その他（貴金属①）	夏の中だるみのような活気の無い状態。
その他（貴金属②）	5月以降の落ち込みが厳しく業界全体が悪い。

● 非製造業

卸売（紙製品）	中国経済の悪化にともなう輸出の激減とともに、国内需要の激減のダブルパンチ状態。
卸売（ジュエリー）	昨年は震災の影響で売上減におちいったが、今年は更に厳しい状況にある。8月末開催予定のジャパンジュエリーフェアに期待する。
小売（青果）	暑さのため荷動きが低調、売上も下降した。
小売（食肉）	未だに牛肉の消費が回復せず、特に山梨県の個人消費は鈍化の一方で、売上高は落ち込んでいる。中元商戦も一部加工品を除きギフトは前年同月比65%と一気に落ち込んだ。焼肉も牛レバーの生食の規制強化の影響で落ち込んでいる。
小売（水産物）	毎年7～10人程度の組合員が廃業している。アンケート調査の結果、廃業の要因は、経費を削減しても保冷库等に使う電気代をまかなえないことがあげられている。
小売（自動車）	9月以降はエコカー補助金の終了により、大きな販売減が予想される。
小売（電機製品）	7月の県内売上は、前年同月比78%。商品別の前年同月比は、テレビ15%、エアコン127%、冷蔵庫137%、太陽光発電が23件、LED照明はやや好調である。昨年のデジタル特需大詰めへの反動が極めて大きい、7月度は猛暑が続き冷蔵庫、エアコンの好調によりテレビの大幅落ち込みを多少カバーした。太陽光発電への関心は高まっているものの、地域店ではエアコン、冷蔵庫に集中し、太陽光発電やLED照明等への取組は進んでいない。
小売（事務機文具）	官公庁の発注が減少している。

小売（石油）	7月の天候不順に加え、省エネカーの普及や消費者の節約志向により石油製品の需要は停滞している。中東におけるイランの核開発問題及び内戦状態化しているシリア情勢などの要因により原油が高騰し、元売各社はコスト上昇分の値上げを行ったため県内給油所は1リットルあたり4円程度の値上げを実施した。
宿泊業	リアルエージェント(店舗型旅行代理店)の売上が落ち込んでいる。昨年は、震災による放射能問題により海水浴客が流れてきたが、今年はその反動で海側の観光地に客足が向いている。
美容業	猛暑のため入店客数が減少している。来店サイクルも長くなっている。
廃棄物処理（産廃系）	法的に資格のない不適正な業者の横行や処理コストを抑えたい顧客の認識不足により不適正な取扱いが行われ、コンプライアンスに則り、事業を行っている業者の収益に悪影響を及ぼしている。
警備業	県外資本の警備業者は低価格で業務を受注し、警備業法で定められた教育を実施せず低賃金で警備員を雇用したため、現場での交通誘導に関してトラブルが多発していた。そのため、県内外の建設業者は適正な業務が実施できる県内の警備業者に業務委託を変更しつつある。
建設業（総合）	リニア中央新幹線や中部横断自動車道関連の工事、甲府市、富士吉田市庁舎建設などが売上高増加に寄与している。比較的、国中より郡内地域の建設需要の動きが目立つ。
建設業（住宅関連）	新築及びリフォーム工事ともに引き合いが少ない。
建設業（型枠）	リーマンショック以降、型枠大工が数万人減少した。山梨県内は民間工事に乏しく公共事業に頼りがちであるが、頼みの公共事業も減少している。職人不足から上がりはじめた型枠工事単価も、仕事の減少とともに再び下がり、秋以降不安を抱えている業者が多い。
建設業（鉄構）	当業界は、建築の発注価格が抑えられた中での受注競争のため、価格ばかりの(受注)条件が先行し利益が出ない厳しい状況にある。また、支払条件が現金から手形決済への移行が増加したため、経営状況が悪化し取引出来なくなるなど、受注条件に関し悪循環が続いている。
設備工事（管設備）	共同受注事業が順調に推移しているが、先行きは不透明。正確な設計見積を行わないと採算面で厳しい場合が多く収益を上げることが困難となっている。組合の手数料収入となる給水配置工事申請代行業務の受注件数が減少傾向にあるが、新設住宅着工戸数は前年同月比4.5%増となり今後の受注件数増加を期待する。
運輸（タクシー）	昨年より若干売上は減少した。社内教育や良質なサービスの提供等の事業の活性化に取り組んでいるが、乗客が増えないため先行きが見通せない。
運輸（トラック）	例年7月は山梨特産の青果物を中心に物量のある月である。