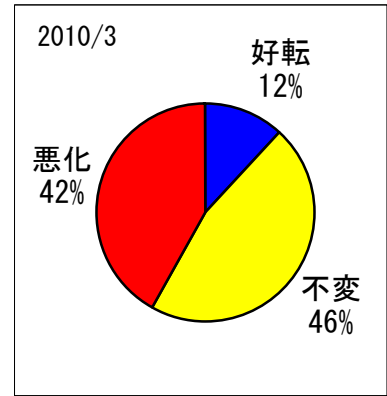
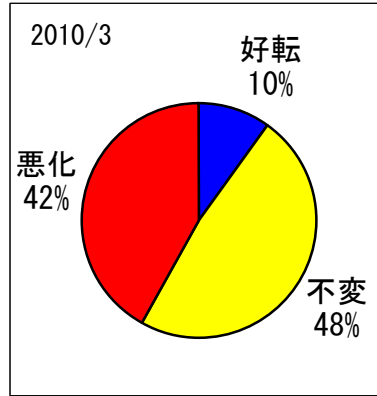
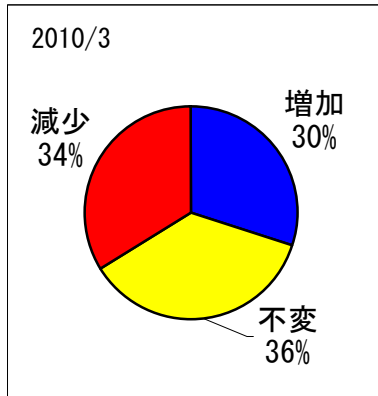
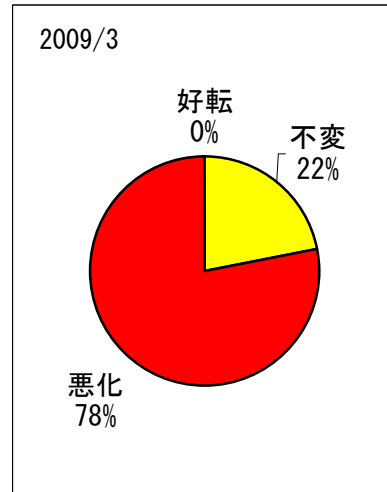
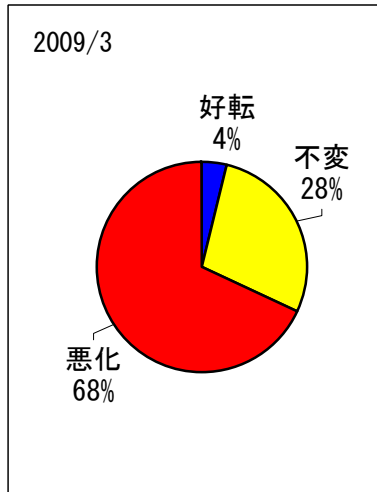
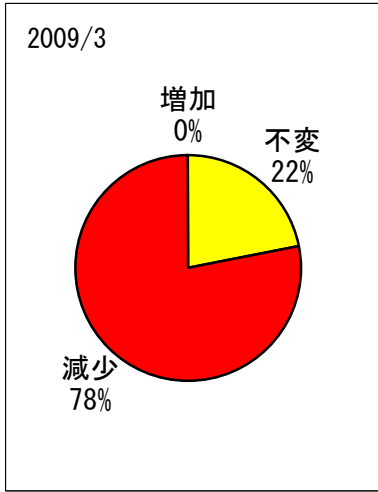


データから見た業界の動き (平成22年3月分)

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		
	09/3	10/2	10/3	09/3	10/2	10/3	2009/3	2010/2	2010/3
売上高	-70	-25	0	-83	-17	-7	-78	-20	-4
収益状況	-55	-45	-40	-70	-50	-27	-64	-48	-32
景況感	-75	-30	-35	-80	-50	-27	-78	-42	-30

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

■ 概 況

本県の3月の景況では、全業種のD I値が、売上高-4（前年同月比+74）、収益状況-32（前年同月比+32）、景況感-30（前年同月比+48）と前年同月比、前月比ともに全項目において、大幅な改善が見られる結果となった。

業種別のD I値で見ると、製造業は、売上高±0前年同月比+70）、収益状況は-40（前年同月比+15）、景況感-35（前年同月比+40）と前月比で景況感のみが5ポイントのマイナスとなったものの、前年同月比では、全項目でのポイント改善となった。特に売上高は大幅な改善が進み、プラスマイナスゼロの水準まで戻った。

非製造業でもD I値は、売上高-7（前年同月比+76）、収益状況-27（前年同月比+53）、景況感-27（前年同月比+53）と、前年同月比と前月比で大幅にポイントは改善している。

本調査における3月の報告から、安易にD I値の推移のみで判断することは出来ないが、落ち込みが激しかった前年同月との比較では、順調に回復基調にあるように見受けられる。

しかし、本県の景況は、依然としてマイナス水準であり、各業界の連絡員からの報告内容（コメント）には楽観的な観測はなく、中小企業を取り巻く今後の景気見通しも厳しいものばかりとなっている。

■ トピックス

今回の調査では、長引く景気低迷の中にあっても、国内において厳しい経営環境を乗り越え、業績を順調に伸ばしている企業や新しい発想によって活性化を図った地域等々、業界・組合等がその取り組みを参考として視察を希望している先進企業等の有無と具体的な内容について聞いた。回答には、既に視察を実施したとする業界のほか、具体的な企業名と取り組みを挙げ、既に視察の検討段階である業界が見受けられるものの、「特になし」と「無回答」も目立つ結果となり、「特になし」の理由の中には、「国内でなく海外を視野に考えているため」という理由も含まれている。

また、先進企業等の視察希望はあるが、具体的な企業名や地域もない回答では、視察先の条件として「地理的・規模的・交通事情等々、山梨県と酷似した条件での成功例」を希望する業界もいくつか見られた。

中央会では先進地視察を含む、各業界の課題に対応するための研修会事業を組合に対して実施しており、事業をより効果的に活用してもらうための検討を行っている。

今回の調査は、各業界において視察研修に対するニーズと関心、具体的且つ明確な目的がどの程度あるのかを認識することを目的としたものである。

■ 業界の声

【製造業】

●**食料品（水産物加工）**／消費動向は依然厳しい状況だが、翌月の需要を先取りしたことで売上は前年同月比101.6%と何とか前年を維持したが、来月以降は厳しい。

●**食料品（洋菓子製造）**／自社ブランドは新製品の投入等で前年同月比104%と健闘したが、大手スーパー向けのOEMが前年同月比91%と大きく落ち込み、全体での売上は96%と不振であった。

●**食料品（ワイン）**／全体的には好転していない。会社間でもアイテムによっても状況は異なる。

●**繊維・同製品（織物）**／服地など一部の商材に動きが出始めたが、ネクタイはクールビズのシーズンに向け需要の落ち込みが予想され動きが悪い。

●**繊維・同製品（アパレル）**／デフレの進行により、一点単価の下落が続いている。今までの取引業態を見直し、マーケットを絞っていくことが必要。

●**木材・木製品製造**／県内における住宅着工は厳しい状態が続いている。首都圏は大規模の不動産・建築会社などの受注が伸びており、大手プレカット工場は非常に忙しいと聞く。小規模のプレカット工場は仕事量が少ない。県産材の動きがよくなっているため、今後は地域材の活用に更に重点を置き、営業展開をしていく。

●**家具製造**／景気の動向は短期間で極端には変化せず、現在の不景気は既に長期間続いている。今後の見通しに明るい材料はなく、業界は問題点だらけである。

●**紙・紙加工品**／リーマンショック以降景気低迷のまま推移してきた。チリ地震の影響で輸入パルプが不足気味。数ヶ月入手困難が続くそうである。

●**印刷**／前年同月と比べると若干だが、売上が良かったが、目を見張るほどではない。ただ、前年同月より暇だという声が少なくなった。組合の問題点としては組合員の脱退が多くなり、ピーク時の半分の会員数となった。

●**窯業・土石（砂利）**／年度末の工事で、各組合員も売上が増加した。しかし好調だった売上も3月下旬から下降してきた。当業界だけでなく新年度からの仕事量に対して不安がでている。リニアについては、恩恵はなく中部横断道の工事への期待と民間工事への期待もあるが、業界全体が潤う仕事量もなく厳しい状況となりそう。

●**窯業・土石（生コン）**／21年度は昨年比総出荷で20%の減少となった。22年度は21年度より更に落ちる見通し。大型物件（リニア、中部横断道）の打設状況で変わるが、これらを含めてもほぼ前年並と思われる。生コン業界として生き残りは工場を減らすことである。現状アウトサイダーの工場が出荷を伸ばしている中、組合員も組合加入でメリットがあるが不安な様子。ベンチャー企業の成功例もテレビで放送しているが、今は、組合員の団結をどう強めるかが必要である。

●**鉄鋼・金属**／製造業は回復傾向にあるが、先行きは以前として不透明である。建設関係は、全てにおいて不調。

前年同月比より好転してはいる。しかし前前年比35～45%減の状況。

●**一般機器**／一時的に受注があり、忙しい状態。先行きは不安定だが乗り切りたい。

●**電気機器**／マスコミの報道ほど、実績に繋がっていない。ただし、各企業とも引き合いは以前より多くなったとのこと。

上昇気運も見られるが、相変わらず価格面で厳しい状況にある。大手企業の海外進出により海外価格を強いられるため、収益状況が悪く採算が取れない状況。政治が変われば経済も変わる昨今、国内での様々の諸問題から、なお一層海外脱出に拍車がかかるよう思われる。このような状況の中、当組合の集積された技術を社会に広くPRするため、個企業の事業所パンフレットを作成し、仕事の受注に雇用の確保に努めており、経済状況の厳しい最中ではあるが、効果が出ることを期待。

●**その他（貴金属）**／相変わらず低迷をしている。

3月は一時的に受注量は多かったが、4月はかなりの落ち込みが予想される。資金繰りも苦しく、仕事がいつまで続けられるか不安。

【非製造業】

●卸売（衣料品）／機械設備関係で輸出向けは好調だが、国内向けの出荷は低調。新設建物が無く、競争は熾烈を極めている。特に鉄骨加工会社に仕事が無く極めて低調。建設では新設工事が皆無に近く、受注価格は昨年同期より受注価格で2～3割は下落傾向の様相。国内は極めて需要低調にもかかわらず、世界的には（特にBRICs-中でも中国）需要旺盛で石油化学関連ではデフレ化の中での資源高で価格が上昇中。価格を製品に転嫁できず苦戦、商品の値引き要請と仕入れ価格上昇。競争激化の中で負の連鎖が進行中。販売については前年同月で良かっただけで感覚的にはまだまだ悪化の傾向に歯止めが掛からない状態である。

●卸売（紙製品）／中国需要に便乗しての一時的回復と古紙の国内発生量が落ち込んでいく為の需給増。発生量の減少分仕事量は一割程度減となるが経営的には昨年よりかなり持ち直している。

●卸売（宝飾）／ジュエリー市場の回復はメーカーにおいては感じ取れない。しかし、店頭販売では今年は回復するとの情報がある。

●小売（SC）／昨年12月のファーストフードチェーンの出店以来、売上げ前年対比は100%を超えている。その効果は、開店人気もあり当初春までと懸念したが、堅調に推移している。部門別に見れば、食品が全体的に低迷しているが、服飾、雑貨については専門店ゾーンでは微量ではあるが前年比をクリアしている。輸入食品、ケーキ、本屋等においては2年前のリニューアル時の「目玉」であったが、ここに来て売上げの伸張があり地道な努力が、消費者の評価を受け実を結んできたようだ。一方では、じわじわと食品の低迷が長引き今後のテコ入れが必要とされる。

●小売（青果）／不安定な天候等の影響が野菜の単価の上昇に繋がった。そのため消費者が小売店より大型店へと流れる傾向が強まった。

●小売（食肉）／デフレ傾向は依然続いている。一般消費者も安心・安全と価格の狭間におかれ、現況TPOにあわせて買分けが進んでいる。これが加速すると絞り込んだ商品しか販売できない小規模の小売店では客足がおち、さらに厳しくなることが予想される。

●小売（水産物）／自助努力だけでは既に限界に達している感がある。

●**小売（電機製品）**／3月の業況は、エコポイントの駆け込み需要と重なりテレビを中心に大幅な売上増(前年同月比200%以上)となった。テレビが牽引力となり、エコポイント対象の冷蔵庫やエアコンも前年以上の数値で終了した。また、エコポイントも今年12月まで延長され消費者に提案し易い市場環境も整備された。地デジ放送完全移行まで残り1年3ヶ月となり、テレビ中心の需要構造に大きく期待したい。しかしその反面、エコポイント、地デジ放送完全移行後の消費低迷を考えると、会員店の中には廃業を考えている店もあるようだ。テレビ、エアコン、冷蔵庫等の需要先取り分の落ち込みを、リフォーム事業、オール電化（太陽光発電含む）商品陣でカバー出来る販売体制を早急に敷ける業態変更に期待したい。

●**小売（事務機文具）**／販売不振と競争激化による利幅圧迫が厳しさに繋がっている。

●**小売（石油）**／3月の原油価格は中東産原油が上昇しガソリン・灯油・軽油・A重油の4油種が平均で2円程度の値上げとなり、この内特にガソリンの値上げ幅が大きく、県内各SSは3円程度の値上げとなった。これは1月から3ヶ月連続の値上げの中で1月以来の大幅な値上げである。また、4月は原油輸入コストの上昇により、2円～3円程度の値上げが予想される。

●**商店街**／2月が最悪だったのでやや持ち直した感あり。消費者の給料が下がっているので今後も消費は低迷するだろう。秋の紅梅町ビルのオープンまで明るい材料がない。

●**宿泊業**／大学受験のための宿泊や高校生のサッカー大会があったため、売上は前年並みとなった。しかし不況は続いており、客室数の多いホテルではイベントがない限り稼働率を上げるのは難しくなっている。

個々の企業努力と春休み、花の開花に合わせて国内外からの来客が全体を押し上げていると思われる。また今月は学生のスポーツイベントも多種行われたため来客が増加した。

景気にはやや好転状況が見られるが全体としては好転しているとは思われない。3月期は卒業旅行などで4年ほど前までは人出も有ったが現在は就職難もあってその数は減少している。

●**美容業**／美容院は個人事業者がほとんどのため、全国チェーンの安売り店に押されている状況。固定客が減っている。卒業入学シーズンの為忙しい店もある。4月に入り各店に繁閑の格差がでてきている。美容の単価が下がっている。お客様は節約志向が強まっている。

●**自動車整備**／エコカー減税による効果は、一部車両販売では認められるものの、景気後退に伴う車検・点検整備需要の減少は続いており、依然厳しい状況下で推移している。

●**建設業（総合）**／今後更に公共事業費は減少するだろうと予測され、収益状況、資金繰り等にも波及してくると懸念。

●**建設（住宅関連）**／新築・リフォームとも引き合いが少ない。

●**建設業（型枠）**／一昨年のリーマンショック以降民間工事は相変わらず少ないものの、公共工事はそこそこ出てきており、昨年に比べ僅かながら好転しているように思えるが、建築単価は相変わらず過去最低を維持しており、夏以降の仕事に不安を抱えている業者は多い。

●**建設業（鉄構）**／鉄骨工事の需要がない中で鋼材価格が上昇しており、過当競争で鉄骨価格が下がっている時に加工業者が吸収できる値上がり幅ではなく赤字工事の連続である。工場稼働率も30%台に落込み、これから秋口にかけて業界全体が最悪の状況を迎える事になる。

●**設備工事（電気工事）**／日本経済全体で、景気が大きく引き下がったが、尚一層建設業はマインドが下がりっぱなし。中国へすべてのよき事柄がシフトしてしまった。混迷する政治により地方の建設業者はいつおかしな状況でも不思議でない状況である。

●**設備工事（管設備）**／依然住宅着工件数、共同受注工事量が減少し、厳しい決算が予想される。今後の見通しも不明のままである。

●**運輸（タクシー）**／昨年に比べ3月末の収入が伸びた（退職、異動による送別会等）。9日に降った雪のため需要が多くあった。天気が悪いため安全運転に特に配慮した。

●**運輸（バス）**／バス業界への新規参入の増加と川下の旅行業界における競争激化等の影響を受けて、安値受注等により競争が激化し、バス業界は厳しい経営環境が続いている。

●**運輸（トラック）**／3月が繁忙期である引越し件数が減少するとともに引越し単価も下がっている。燃料がジワジワ値上がりしてきているため今後の収益悪化への影響が懸念される。