


## 回復傾向にあるが、震災前の水準に遠く及ばず

6月の情報連絡員報告によると、前月に比べ製造業では売上高DI値が30ポイント以上回復し、収益状況や景況についても徐々に回復している。一方非製造業は製造業ほど大幅ではないが、各項目ともはっきりと回復傾向を示している。しかしながら回復傾向にあるものの、震災前の水準には遠く及んでいないのが実態である。又、情報連絡員からは、原材料価格が高騰しており収益を圧迫している状況を伝える声が多く寄せられている。

【製造業62人、非製造業、88人、計150人の集計】

前年同月比 のDI値	全産業	製造業	非製造業
	前年同月比	前年同月比	前年同月比
売上高	 -35.3	 -21.0	 -45.5
在庫数量	 -16.7	 -9.7	 -23.4
販売価格	 -13.3	 -14.5	 -12.5
取引条件	 -26.0	 -24.2	 -27.3
収益状況	 -51.3	 -43.5	 -56.8
資金繰り	 -34.7	 -32.3	 -36.4
設備操業度	 -19.4	 -19.4	—
雇用人員	 -19.3	 -19.4	 -19.3
業界の景況	 -56.0	 -50.0	 -60.2

※DI(Diffusion Index)値とは、景気の動きをとらえるための指標です。(−100≦DI値≦100)

DIの計算方法…増加・好転と答えた企業の割合−減少・悪化と答えた企業の割合

【例:調査数「20」のうち好転が「4」、不変が「6」、悪化が「10」とした場合…(4−10)/20×100=−30】



30以上



10以上  
30未満



−10以上  
10未満



−30以上  
−10未満



−50以上  
−30未満



−51以下

平成23年  
6月

# 業界の声

製 造 業		
集計上の分類業種	具体的な業種	組合及び組合員の業況等
食料品	中華麺製造業	小麦等の原材料や副資材の価格が値上している。
	製粉業	6月から小麦価格の値上が行われた一方、震災の影響による観光客の減少や外食産業の停滞により売上状況は厳しく、業者間でシェア争いが起きている。
繊維・同製品	帽子製造業	UVカットや高い遮光性、洗濯機で洗える等の機能性を備えた帽子が売れ筋となっている。
	帆布製品製造業	震災後低迷していた組合員の売上状況が、今月に入り回復傾向を見せ始めた。
	織物製造業	売上は半減しており、先行きが懸念されている。
	ニット製造業	輸入原料が不足し価格が上昇しているが、製品価格に転嫁出来ないため利益率が悪化している。
	洋服製造業	前年比で受注量は減少している。
木材・木製品	建具製造業	売上高が一向に伸びない。震災被災地の仮設住宅向けの引き合いもほとんど無い。新規に着工された住宅では木造物件が減少している。
	木材製造業	原材料の高騰分を販売価格に反映できないため苦慮している。又、受注量も減少している。
印刷	印刷加工業	印刷需要の減退から売上が極端に落ち込んでおり、節電対策が必要ないほどである。
	印刷業	インキの値上が組合員の経営を圧迫している。また、大手製紙メーカーの一角が用紙の値上を行ったが、今後他社の動向が注視される。
化学ゴム	プラスチック製品製造業	前月に続き季節商品を除いた売上は低調となっている。災害関連商品の売上も一段落している。例年この時期は繁忙期であるが、今期の状況は非常に厳しい。
	ゴム製品製造業	事故を起こした福島原発の20km圏内にある関連事業者からの資材納入が絶たれる等、サプライチェーンが崩壊している。組合員各社は未だ減産中であり、生産量が70%減少した組合員もある。このため組合員は海外製品の調達を始めている。 タイヤ価格の値上前に駆け込み需要が若干あったが期待したほどではなく、売上は低迷した。
窯業・土石製品	コンクリート製品製造業	震災の復興需要により売上を伸ばした組合員もいるが、一部に留まっている。
		震災後から受注量は落ち込んでいたが、6月に入りさらに悪化。コンクリート製品の販売価格は極端に低下している。
鉄鋼・金属	缶製造業	鋼材価格や金属印刷加工料が値上する一方、購買意欲の低下や風評被害による缶詰製品の売上減少により業況の悪化が著しい。
	ダイカスト製品製造業	自動車関連の受注量も震災前の8割にまで回復した。建築金物関係は被災地の復興住宅用製品の売上が大きかった。
	鋳物製造業	取引先からの注文量が不安定なため、経営状況は思わしくない。
	鍍金加工業	6月は震災後初めて売上が前年比で増加した。ただし本格的な回復にはほど遠く、自動車関連等の受注量増大を期待している。
	建築金物製造業	資材価格が上昇しており、価格の改定に苦慮している。
	電線製造業	震災直後の特需も落ち着き、ユーザーも十分な在庫を持っているため、今後大きく売上が減少する可能性が大きい。
輸送用機器	自動車部品製造業	震災後激減した生産量を取り戻すため6月以降の生産量は大きく回復しているが、節電への対応と人員確保に苦慮している。
一般機械	写真製版機械製造業	大手企業が広告宣伝費を削減しており、前年比で売上は減少している。
	木工機械製造業	一部組合員は震災被災地からの設備修繕の依頼を受け多忙となっている。
電気機器	配電盤製造業	震災の復興需要は発生しつつあるが、大きなものではない。資材の一部にダブつき感がある一方、半導体部品が不足している。



その他の製造	スポーツ用品製造業	売上が常に堅調な「スイミング」用品の販売が低調となっている。フィットネス関連の水泳愛好者は長期にわたって水泳に取り組む傾向にあり、非常に安定した消費者層であるが、新規のユーザーが増えていない。
	工業塗装業	自動車関連需要の回復が望まれる。
	ガス圧接業	稼働率にはバラツキがあり、乱高下を繰り返している。受注単価は横ばい状態であり、今後の状況が注視されている。
	電動式遊技機製造業	震災被災地にある下請企業が復旧していないため生産が進まず、商品の在庫が不足しつつある。
	ネームプレート製造業	震災後の売上状況は縮小傾向にある。

非 製 造 業		
集計上の分類業種	具体的な業種	組合及び組合員の業況等
卸 売	ニット製品卸売業	震災後の売上落ち込みを脱して徐々に状況は改善しつつある。
	美容用品卸売業	美容院への来客数が減少傾向にあり、東京の周辺地域での減少幅が大きい。経営難の組合員1社が組合を脱退した。
	紙卸売業	中堅以上の印刷・出版会社が印刷用紙の安定調達のため卸売業者を選別し、取引業者を変更する動きに出るとの情報がある。
	電設資材卸売業	震災発生後の品不足はほぼ解消された。ただし売上高は減少傾向にある。
	玩具卸売業	震災の影響による売上減少が懸念されたが、予想したほどの影響はなかった。今月は大規模な玩具の展示会が開催され、マスメディアにも後押しされた結果、非常な盛り上がりを見せた。
	木材卸売業	震災後、住宅や店舗等の着工件数が減少しており、柱などの構造材の売上が極端に悪化している。
	電線卸売業	工事用電線の品不足は解消され、各組合員とも震災被災地向けの供給体制は安定している。ただし大きな荷動きがないのが現状である。
	食器卸売業	外食産業の低迷が売上に大きく影響している。
	銅製品卸売業	サプライチェーンが東京以西に移動しており対応に苦慮している。
小 売	木材小売業	5月末より組合の売上は過去最悪の状況を呈している。
	鶏肉・鶏卵小売業	震災後に落ち込んだ売上は回復傾向にある。ただし、業務用の売上は依然低調である。
	米穀小売業	米の消費者価格に変動は無いが、業者間の取引においては品不足から価格が高騰している。
	豆腐小売業	廃業、脱退組合員が発生している。高齢化と営業不振が最大の課題である。
	鮮魚小売業	全般的に鮮魚の流通量が少なく、価格は高騰気味である。
	包装材料小売業	化成包装材は震災以降、メーカーからの納期が遅れる一方、値上がりが続いている。また、売上そのものは低調であり、廃業を検討している組合員も現れている。
	電器製品小売業	アナログ放送の停波を控え、アンテナ関連工事の受注が増加している。また酷暑からエアコン需要が伸びている一方、節電対応のため扇風機の売上が著しく増加し、在庫が不足している。さらに放射線測定器や蓄電池の需要も見込まれている。
	自転車小売業	震災後の特需が需要を先取りした結果、売上台数は激減している。
	中古自動車小売業	危惧されていた中古自動車の流通量の減少が進んでいる。新車の販売不振に伴うもので、来月以降も苦しい状況が続く見込みである。
	古書籍小売業	前年度の組合員数は16人の減少となった。組合事業の実績は横ばいであったが、組合員の景況は依然厳しい。
	衣料品小売業	気温が上昇したため、夏物衣料全般の売上が伸びている。
文具小売業	文具小売店でも電池や懐中電灯を取り扱っているが、品不足のため入荷されないケースが発生している。	



小 売	文具小売業	商品の供給量は大きく改善している。
	食品小売業	6月は僅かながら前年実績を下回った。震災後の節約志向が影響にあると思われる。ただし、震災後の品不足については完全に解消された。
	眼鏡小売業	客数の減少と単価の下落による売上高の減少が顕著である。
	各種商品小売業	5月まで落ちこんでいた売上状況は、6月に入り若干の回復傾向を示している。また、組合が実施しているクレジットカード事業の売上は予想より速いペースで回復している。
	青果小売業	キュウリ、なす、キャベツ等の夏野菜が高値となっている。スイカも不作で高騰している。
商店街	銀座	中国人観光客が戻ってきた。ただし売上は前年実績に届かなかった。7月の売上回復を期待している。
	目黒	家電等には好調さが見られるが、全般的な売上状況は依然として厳しい。
	秋葉原	秋葉原の歩行者天国は7月3日より再開の予定である。中国人観光客は若干増加しているものの、ピーク時には及ばない。扇風機が活発な動きを見せるなど、節電商品の売上は好調である。テレビの販売数は多いが単価の下落で苦戦が続いている。
サービス	飲食業	夏のボーナスシーズンにもかかわらず、客足が鈍い。
	廃棄物処理業	都内の他団体とともに震災被災地の支援を実施した。車両90台、人員280名が参加し、廃棄物の収集・運搬を実施した。
	公衆浴場業	酷暑が来客数の増加につながることを期待したい。
	自動車整備業	自動車販売は悪化しているが、車検数量は増加している。また、軽自動車の比率が増加している。
	複写業	震災以降、組合員の受注量は大幅に減少している。4月、5月は最悪の状況を呈していたが、6月に入りようやく底を打ち始めた。
運 輸	貨物自動車運送業	震災以降、新規加入組合員が使用する軽自動車の納期が、震災による生産遅延で著しく遅れている。
		震災の復興需要が徐々に増加しており、今後の景況回復を期待している。
	港湾運送業	各地域の協同組合を始めとした各種団体が連携・協力し震災被災地の復旧業務にあたっている。
	港運送業	震災被災地の港が機能を停止したため、被災港に入港予定の船舶を東京港で受入れていたが、被災港の復旧が進んだため、6月15日で受入は終了した。東京港のコンテナ取扱量は増加傾向にあるが、組合員の景況は依然として厳しい。
建 設	内装工事業	震災以降、景況は悪化し続けている。
	基礎工事業	震災により発生した地盤の液状化等により、住宅基礎の復旧工事の受注が増加した組合員が多い。ただし、東北の被災地向けの復旧工事は協力依頼のみで具体的な進展が無い。

## ✓ 行政庁・中央会に対する主な要望事項

集計上の分類業種	具体的な業種	主な要望事項
卸 売	紙卸売業	行政庁等はグリーン購入やFSC認証紙の使用を進めているが、中小出版・印刷業に大きな負担をかけている。再考願いたい。
	再生資源卸売業	東京中央会が被災地域の中央会と連携して、ボランティア活動や被災企業との交流会を手配する仕組みを設けてはいかがだろうか。
小 売	青果小売業	6月は公設市場の休日が日曜日以外に4日間もあり、業務に支障が出た。善処していただきたい。
	酒小売業	原発事故による沈滞ムードが広まらないように願いたい。イベント等の自粛にもつながり、消費の低迷を招いている。