〈情報連絡員報告・８月分〉

株価１万円回復も、景気好転の実感無し

～冷夏の影響は、農産物関係を中心に深刻～

＜東京都中央会＞

８月の情報連絡員報告によると、数値は相変わらず水面下で足踏みしたままの状況であることが明らかとなった。報告欄には「株価が１万円を回復したが、景気好転の実感はない」という景気に関する報告のほか、「夏の暑さも期待はずれ各企業とも必死の努力で頑張るしかない」「業界にとって夏は暑く冬は寒くないと厳しい」「麺類は冷夏のため売上は伸びない」など冷夏を怨む声が満ちあふれている。製造業65人、非製造業85人、計150人の集計。

＜特記事項欄より＞

製粉業＝麺類は冷夏のため売上は伸びていない。

飲料製造＝夏の暑さも期待はずれ各企業とも必死の努力で頑張るしかない非常に厳しい状況であります。

工業用ゴム製品製造＝株価が１万円を回復し、景気好転の話もあるが、現実的な実感はなく、依然経営環境は厳しい。

生コン製造＝排ガス規制に伴い、大幅な原材料価格のアップを見込み、10月１日契約分から値上げを打ち出した。

理容用品卸＝二・八の夏枯れに冷夏が追い討ち、８月下旬の猛暑で客足が急増し、当業界もほっと一息。

電線販売＝需要が減少する中で物流費が正当な対価としてもらえるか苦しい交渉が続いている。

スポーツ用品卸＝冷夏により夏物商品が激減。業界にとって夏は暑く冬は寒くないと厳しい。

玩具人形卸＝季節商品の多い玩具業界にとって、この夏の天候は大きなダメージ。

横山町問屋街＝問屋街活性化の取組みとして文化服装学園と産学官連携による活性化事業を進行中。

ニット製品卸＝消費税法改正に伴う「総額表示の義務化」について、どの方法を選択するか、各業界の事情が流動的

で業界に不安を与えている。

電気製品小売＝前年同月比90％を割込む店が多い。挽回策として９月に発表される地上波デジタル放送受信機等に期待。

豆腐製造小売＝食の安全志向から、国産大豆へシフトする店が多くなっているが、今年の異常気象や台風の被害で、品質・相場が心配。

多摩地区青果物小売＝冷夏の影響で果実が不作で、売上が伸びず。また、里帰りもあり８月の減少は７月を上回った。

秋葉原電気街＝冷夏に関係なく売行きの良い商品はビジュアル関連で、液晶テレビが順調、ユーザーはプラズマテレビより液晶テレビに傾斜しつつあるように感じられる。DVDレコーダーも引き続き順調。

運送業＝10月の排ガス規制実施の前に廃業する企業や減車に追い込まれる組合員もあり車両ベースで換算すれば２割程度の減車になるのではないか。

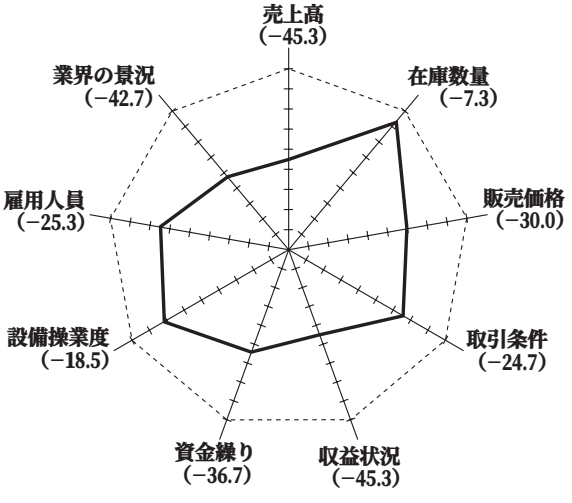
＜要望事項欄より＞

＊デフレ対策、景気回復策を望む。　[ネジ類製造]

＊結果的に大金融機関、一部大企業だけを救済し、弱者を切るだけの行政庁なら本当に不要だ。　[包装材料販売]

＊最近の政治の討論の中で「中小企業対策」の言葉が出るが、ほとんどが「中小企業対策マニュアル」を読んでいるように思われる。本当の心からの政策を期待する。　[帽子製造]

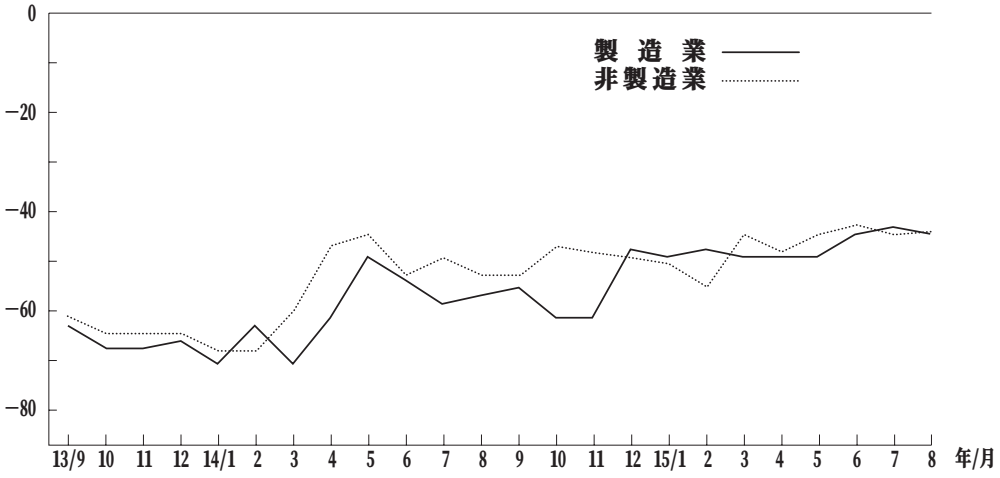
８月のレーダーチャート（全産業、前年同月比DI値）



(注)点線の９角形が「DI＝０」を示す。したがって、点線の内側は「減少」「低下」「悪化」、外側は「増加」「上昇」「好転」となる。

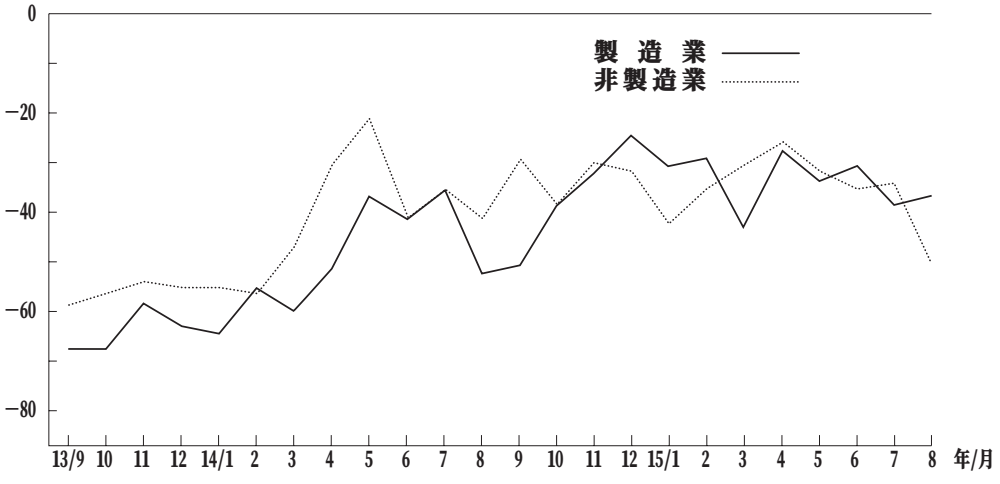
業界の景況DIの変化

（前年同月比）



売上高DIの変化

（前年同月比）



(注)DIとは、ディフュージョン・インデックスの略で、前年同月に比べ「増加」・「上昇」・「好転」したとする割合から「減少」・「低下」・「悪化」したとする割合を差引いた値である。