

製造業DI値が前年比で改善。しかし予断は許されない。

7月の情報連絡員報告によると前年比の景況DI値は製造業・非製造業ともマイナス70台を示しているものの、製造業のDI値については前年比で3.1ポイント改善した。しかしながら、前年同月期は原材料価格の上昇がピークに達し、景況は最悪であったことから、前年比において見かけ上改善しているに過ぎず、売上げの不振に変化はない現状を鑑みると、実態として景況が改善しているとは言い難い。

【製造業64人、非製造業86人、計150人の集計】

各項目のDIの動き（前年同月比）

	全 体	製 造 業	非製造業
売 上 高	😞	😞	😞
在 庫 数 量	😊	😊	😊
販 売 価 格	😞	😞	😞
取 引 条 件	😞	😞	😞
収 益 状 況	😞	😞	😞
資 金 繰 り	😞	😞	😞
設 備 操 業 度	😞	😞	—
雇 用 人 員	😞	😞	😞
業 界 の 景 況	😞	😊	😞

😊 …増加、上昇、好転

😐 …不変

😞 …減少、低下、悪化

✓ 行政庁・中央会に対する主要望事項

集計上の分類業種	具体的な業種	主要望事項
鉄鋼・金属	鍍金加工業	過去に値上がりした原材料の価格引下げが必要。金属材料については相場価格が明確に反映されやすいが、薬品関係は指標が少なく価格決定の理由が不明確である。このため値下げできるにもかかわらず実施されていない可能性があり、適正価格維持のため行政の監視と指導をお願いしたい。
窯業・土石製品	砕石製造業	地産地消の観点から、東京都内における東京都産砕石製品が優先使用されるよう支援願いたい。
卸 売	家具卸売業	高品質な国産家具の国内市場での復権と海外へのアピールを進めるため関係省庁に助力をお願いしたい。
小 売	化粧品小売業	小売りの環境が激変しているにもかかわらず、中小企業等協同組合法を含めた中小企業関連法は制定以来さほど変わっていない。諸法は零細小売店の支援の役割を果たしておらず、抜本的な改正を望む。
サービス	自動車整備業	ユーザー車検の見直しが必要。前検査のみを行い、後整備を実施しない車両が増加している。マイカーは従来に比べ長期間にわたって酷使されているため、たとえ車検を通過しても部品が劣化している可能性がある。事故を未然に防ぐためにも、車両の整備入庫の促進を図ってほしい。
建 設	建具工事業	景気対策として、賃金の助成制度などではなく、必要な公共工事を実施し、仕事を提供してほしい。

平成21年
7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	麺製造業	販売価格が変わらぬ中、粉価が値下がりしたため利益率は向上。
	中華麺製造業	組合員企業間で競り込み（他社の得意先に対する営業。既存の納入業者より安価での売込みをかける。）が発生し、組合への苦情が持ち込まれはじめた。価格維持等の調整行為を実施出来ない組合に対しても風当たりがある。
	製粉業	中小製粉業にとって国産小麦は、事業の柱に据える主力商品の原材料であるが、今秋にも国産小麦の販売価格が外国産小麦を上回る可能性がある。内外麦の価格を安定させる仕組みを創ってほしい。
織 維 ・ 同 製 品	ネクタイ製造業	組合は広報活動の一環として「ネクタイジャーナル」を発刊し、ネクタイの販売促進につなげるため百貨店等に配布した。効果があれば継続して発行する予定である。
	帽子製造業	天候の影響で一般の帽子は苦戦している。女性向けは相変わらず好調である。
	帆布製品製造業	6月は売上の減少幅が狭まったものの、7月は再び悪化傾向が強まり、組合員の受注量はかなり減少している。8月以降が気がかりである。
	洋服製造業	景況は最悪。業界は倒産多発で崩壊寸前である。景気や金融対策を講じてほしい。
印 刷	印 刷 業	材料価格は低下傾向にあるものの、需要回復の兆しが見えず、景況は厳しい。 雇用の削減以外に景況悪化に対する打開策が無くなってきている。
化 学 ゴ ム	塗料製造業	建築・自動車関係等、底這いの状況が続いている。
	プラスチック製品製造業	前月に続き、需要は低迷。前年比90%程度の生産量であった。売上は日用雑貨品はもとより、医療部門の製品まで減少している。
	ゴム製品製造業	景況は底を打ったと思われるが、力強い回復にはほど遠い。
窯 業 ・ 土 石 製 品	コンクリート製品製造業	公共工事は耐震補強工事や修繕工事といった比較的小規模の案件が多く、受注量の確保に繋がらない。民需も低迷しており売上高は激減している。原材料は値上がり傾向にあるが、価格転嫁もままならない。 公共工事（道路事業）の削減によりコンクリート製品の販売が極端に減っている。景況は大変厳しい。
	碎石製造業	公共工事の減少と民需の低迷に加え、舗装材料のリサイクル率が上昇したことから、骨材需要の減少が著しい。販売価格も低迷しており、碎石業界の置かれている立場は非常に厳しい。
	生コンクリート製造業	都市部に比べ周辺地区の需要の落ち込みが大きい。前年比2割以上減少している。
鉄 鋼 ・ 金 属	電線製造業	景況の底打ち感があるが、二番底に対する懸念もある。
	金属熱処理業	操業度は前年比60～70%。毎月若干ずつ回復していることが実感される。また、操業度が低い状況下でも利潤を上げる経営体質を模索する動きも出ている。
	鋳物製造業	一部には回復の動きがあるものの、組合員全体の状況は依然低迷している。
	鍍金加工業	一部組合員には在庫調整が進み受注回復の兆しがあるが、大方の組合員は厳しさがさらに増しており、低迷の長期化が懸念される。また、昨年、原材料価格高騰分を転嫁した企業は現在、値下げ要請を受けている。
	建築金物製造業	季節商品（網戸等）の動きが悪い。消費者心理は冷え込んでいる。
	ダイカスト製品製造業	2、3月が底だったとする組合員企業が大勢であるが、7月でも売上は、前年比の60～70%の状況。
一 般 機 械	木工機械製造業	今年度前半の住宅着工件数は前年比30%以上落ち込んでいる。設備投資は今後も低迷することが予想される。
	精密工具製造業	わずかながら、注文が入ってきている。中国企業から受注したとの回答もある。
	写真製版機材製造業	組合の共同購買事業実績は低調。
そ の 他 の 製 造	ガス圧接業	梅雨明け以降は売上増が見込める時季であるが、住宅着工件数は依然として停滞しており、稼働率は前年比半分程度となっている。この時季の収益悪化は影響が大きい。
	スポーツ用品製造業	今月早くもスキー商戦がスタートした。バンクーバー冬季オリンピックの開催を来年に控えメーカー各社は例年以上に力が入っており、新商品等についての様々な提案がなされている。さらなる需要喚起のためにも今期のシーズンには良い雪が降ることを期待します。
	鉛筆製造業	生産量は前年比約60%。7月は需要期ではないが、今期は極端に発注が少ない。

平成21年
7月

業 界 の 声

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	電線卸売業	直前数ヶ月と同様、荷動き感がない。電線出荷量の5月実績は前年比31%減。これは34年前の水準である。6、7月も動きが鈍く、光が見えない。
	再生資源卸売業	リサイクル資源の市況が底をつき、やや好転した感がある。最大の理由として中国の景気回復が上げられる。
	青果物仲卸売業	組合員の仕入高は前年比約90%。
	セメント建材卸売業	共同購買事業の実績は前年比85.3%。廃業の申し出が2件あり。今年に入ってから毎月廃業の申し出がある。
	食器卸売業	前年比で売上高、利益とも大きく下回っている。
	木材卸売業	需要の減少から荷動きが悪い。当面厳しい状況のまま推移することが予想される。
	理容用品卸売業	若手経営者が中心となり、「TOKYO理容まつりin浅草」の開催に向けた準備を行っている。組合のリーダーが具体的な目標を示し、率先して行動したことが、若い経営者の心をつかみ、「やる気」を引き出す結果となった。
	美容用品卸売業	渋谷、原宿、表参道、六本木といった美容サロンの出店が集中している地域において、閉店が目立っている。いわゆる「カリスマ美容師」ブームの際に出店した店舗が業績不振に陥っているためだが、その影響は美容用品卸売業者にもおよんでおり、一部にはサロンに対し値引きを行わざるを得ないとの情報もある。
	紙卸売業	製紙メーカーが生産調整を行っているにもかかわらず、需要の落ち込みはそれ以上で全体の在庫水準は高く、一部に値下げを行っている卸業者もある。夏場の不要期の中、早くも秋期の需要増を期待せざるを得ない状況にある。
	玩具卸売業	「東京おもちゃショー」がことのほかマスコミに取り上げられた。消費喚起に繋がることを期待する。現状では一般玩具の売上状況は今ひとつであるが、キャラクター玩具、ジグソーパズル、カードゲームの伸びは著しい。
小 売	食品卸売業	高額商品を除き、食品の売上は堅調。天候不順により野菜価格が高騰しているため、バラ売りが好評である。学校が夏期休業に入れば給食用食材の販売は皆無となる。夏休みイベント向けの販売がこの穴埋めとなっている。
	ニット製品卸売業	倒産企業が増加。組合の脱退も多い。残った企業も体力勝負といった状況が続く。天候不順の影響も大きい。
	食肉卸売業	極度の販売不振に陥っている。末端価格の下落が加速している。
	包装材料小売業	段ボール原紙価格が値下がりしているにもかかわらず、段ボール箱そのものについては値下げが不十分。工業用粘着テープの販売落ち込みは大きい。今後原油価格が落ち込んだ場合、包装資材の高騰が予想される。
	木材小売業	先行きの見えない状況から在庫調整を行っている組合員が多い。
	古書籍小売業	組合も7月より新たな事業年度を迎えたが、今期も景況回復の兆しは見えない。
	自動二輪小売業	オートバイ事故による死傷者数は前年比で10%以上減少しているが、死亡事故の4割でヘルメット着用の不備が認められており、ライダーのさらなるモラル向上が求められている。
	タイヤ小売業	インターネットで特価品を購入し、取り付け作業のみを販売店に依頼するケースが増えている。
	文具小売業	売上状況は依然厳しい。効果的に見本市を開催するなど、コマーシャルの手段を工夫することで、需要を喚起する必要がある。 大手スーパーが低価格のPB商品を増やしている。なりふり構わぬ価格競争に小規模・零細店は対応できない。組合員の売上は益々減少している。
	電器製品小売業	天候不順でエアコンは不調。ただし、メーカーが在庫を抱えているため、商品の供給が問題なく行われている。液晶テレビは台数、単価ともダウン。冷蔵庫は横這い傾向。エコポイント制度は地域電器店の支えになってはいるが、大幅な売上増加につながっていない。「得意先から商品購入を希望する声を全く聞かない」との状況にある。
	中古自動車小売業	新車販売に伴う下取車には低年式車が多く中古車として流通に堪えないため、極端な品不足に陥っている。
	衣料品小売業	前月に比べても、さらに夏物衣料の売上が低下している。
	眼鏡小売業	眼鏡の売上が下げ止まらない。眼鏡以外の製品（補聴器等）でカバーしている店が多くなっている。

小 売	ペット小売業	全国紙で、絶滅が危惧される鳥に対する保護の取組みが紹介される一方、タイで小鳥の歌声大会が盛んになっているとのニュースも報道された。人々の鳥への関心と、ふれあいを求める気持ちが高まってくれることを望んでいる。
	家具小売業	組合員数の減少が加速している。組織基盤の脆弱化は避けられない。
	豆腐小売業	11月8日、新宿西口広場にて関東ブロック協議会（構成員は近隣6県の豆腐商工組合）主催による「関東豆腐まつり」が開催される。豆腐の消費拡大に繋げたい。
	自転車小売業	昨年は燃料費高騰による自動車離れの影響から自転車販売は好調であったが、今年は、天候不順の影響もあり、販売数は下降している。
商店街	秋葉原	エコポイントによる販売増があるものの、売れ筋の価格帯が下落しているため、利益が上がらない。エアコンの動きが弱いことについては、天候の影響が考えられる。
	目黒	夏物商品の需要はあるが、季節商品以外の売上は依然として落ち込んでいる。
	赤坂	夜間の人出の減少が続く。エコポイントや定額給付金の効果が見られない。
サービス	廃棄物処理業	再生資源市場は若干上向きであるが、廃棄物排出量が前年比15%前後減少している。当組合には所属業者が少ないため影響は少ないが、建設系廃棄物の減少が著しい。
	自動車整備業	今後、ハイブリッド車、電気自動車の普及が見込まれるが、従来車と構造が異なる為、整備技術上の不安が大きい。
	クリーニング業	夏季は不需要期であるが、クールビズと家計の節約ムードが拍車をかけている。しかし、皺のあるワイシャツやズボンの姿はいかがなものか。オフィスの洒落人が率先してクリーニングを利用して頂きたい。
	複写業	従来型の価格競争を基本とした営業を続ける限り、収益状況の改善は一向に進まず、業界全体が衰退する恐れがある。積極的な提案型営業の展開や設備投資に向けて徹底したコストの削減を図る等、生き残りのための取組みが必要である。
	飲食業	ボーナス時期でも全く売上が伸びていない。
運 送	貨物自動車運送業	鉄鋼関係など一部に底入れ感が出始めているが、一般的に扱引量は低迷している。組合員の資金繰りは相変わらず厳しい。貨物量の実態に合わせ、事業規模を縮小している組合員が多い。ここ4、5年は毎年3社ほど組合脱退者がでているが、今年も同様と思われる。
	港湾運送業	4月～6月までの売上高は前年比20%減少。輸出貨物に回復の兆しがあるが、先行きは未だ不透明。建設機械や建材の輸送量が大幅に減少している。
建 設	建具工事業	住宅着工件数の低迷は依然として続いており、建具需要も低調である。