

製造業の景況DI値は2年ぶりにマイナス50台まで回復

1月の情報連絡員報告によると、製造業、非製造業とも景況のDI値は大きく好転し、製造業においては約2年ぶりにマイナス50台の数値を示した。1年前はマイナス90台に達していたことから、数字の上では大幅な改善を示しているが、情報連絡員の報告からは、回復実感を伴わない業界の厳しい現状を伝える声が多くよせられている。

【製造業63人、非製造業87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
繊維・同製品	帆布製品製造業	補正予算の一刻も早い通過を望む。公的資金を投入し、不況に対処してほしい。
鉄鋼・金属製品	建築金物製造業	住宅関連の振興策の実施を望む。
運 輸	貨物自動車運送業	高速道路料金無料化が徐々に現実味を帯びてきたが、別納事業を実施する組合にとって存亡の危機である。

平成22年
1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	粉価が若干下がった一方、売上価格に変動がないため収益は好転した。
	中華麺製造業	都外業者の安値攻勢により得意先を失うケースが発生している他、価格下落につながるなど、深刻な状況となっている。
	製粉業	各社とも合理化に取り組み収益を確保している。しかし、厳しい売上状況や価格の値下げ圧力は今後も続くことが予想され、収益源の多角化や経費の削減に取り組む必要がある。
繊維・同製品	ネクタイ製造業	売上は前年比10～15%減少。売上減少に歯止めをかけるため、エコ商品の開発を検討している。
	帽子製造業	昨年より売上が好調であった中折れ帽、ベレー帽の流行も一段落した模様。ニット帽の売上も振るわず、前年比80%程度に落ち込んだ。
	帆布製品製造業	1月の売上は、前年比で大きく減少した。例年1、2月は売上の伸びない時期ではあるが、今年は予想以上に悪化している。
	洋服製造業	景況は依然悪化。自主廃業も多く、先行きは不透明である。
木材・木製品	建具製造業	住宅エコポイント制の施行に期待している。現政権のタイムリーな施策の実行を望む。組合員の景況は横ばいの状態。
紙・紙加工品	紙製品製造業	景気は上向いている。ただし、前年と比べての結果であり、実質的に改善しているわけではない。原材料価格が落ち着いてきた事で販売価格等は安定している。
印 刷	印刷業	昨年9月から10月まで組合加入の促進策を実施したが、成果が上がらなかった。脱退組合員数は減少しているものの、純減数は増えつつあり、組合員の減少に歯止めがかからない。
	印刷加工業	業況の悪化が続いている。販売価格が低下しており、収益状況はますます悪化している。
化学ゴム	塗料製造業	販売の落ち込んだ前年と比べると売上高は96%となっているが、一昨年との比較では83%となっており、回復傾向は見られない。
	プラスチック製品製造業	例年1月の生産量は減少するが、今年は特に仕事量の減少が著しい。
	ゴム製品製造業	前年比では数字上好転しているが、決して景況が回復しているとはいえない。受注が伸びても人員を増やす余裕がない。
窯業・土石製品	セメント建材製造業	12月の実績は前年比111.8%となった。
	コンクリート製品製造業	見積もり依頼件数は増加傾向にあるが小規模物件が多い。また、実際の売上状況は依然停滞している。
	生コンクリート製造業	依然として需要の減少が続いている。
鉄鋼・金属	金属熱処理業	昨年の1～3月期が景気の底であり、これと比較すれば、回復したことになるが、回復の実感はない。操業度は70%近く回復しているものの、経営上はこれでもマイナスである。
	鋳物製造業	一部、短納期の受注があるものの、全体的には受注回復のさざしは感じられない。
	鍍金加工業	組合員の一部には受注回復の動きがあるが、大方は大幅な受注減少が続いている。受注回復のめどが立たないため工場の統廃合が進んでいる。政府の緊急支援策でなんとか経営を維持してきた組合員の中で、回復の見込みがたっていないところは瀬戸際の状況となっている。
	製缶業	ようやく前年比でプラスに転じた。ただし、景況は極めて厳しい状況にある。
	建築金物製造業	集合住宅の建設は低調であるが、戸建て住宅は若干回復している。しかしながら、本来1～3月期は売上がピークになる時期であるが、例年の実績には及ばない。
	電線製造業	景気回復感がみられる。仕事量は戻りつつあるが、操業面で対処が難しい現状にある。
輸送用機器	自動車部品製造業	売上が急激に悪化した前年に比べると好転しているとはいえ、1年半前の実績と比較すれば55%程度で、相変わらず収支は赤字となっている。
一般機械	写真製版機材製造業	最低の売上状況であった。今後も回復するとは思わず、先行きの見通しは暗い。
	精密工具製造業	各社とも在庫数量が増加している。
	木工機械製造業	住宅着工件数の減少傾向は変わらず、住宅建設用木工機械の販売は全く振るわない。
その他の製造	工業塗装業	景況が悪化している組合員の割合が益々増加している。
	ガス圧接業	稼働率は低迷している。建設需要は動かず、受注単価の上昇材料は無い。
	スポーツ用品製造業	スポーツ用品業界でも環境や安全対策への取り組みが重要なポイントとなっており、対応が強く求められている。また、市場拡大というテーマについてはスポーツ人口の拡大以外に方策はなく、業界全体の取り組みが必要となっている。

平成22年
1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	家具卸売業	売上の低迷から事業の継続が難しい状況にある。
	電線卸売業	新年に入っても景況は好転していない。建設分野の不況が長引けば、電線業界への影響はさらに大きくなる。
	ニット製品卸売業	寒気のおかげでニット製品の売上は増加傾向にあるが、景況は依然厳しい。価格競争は今なお続いており、業績は回復しない。
	洋食器卸売業	飲食業界の不振に伴い、売上は悪化。小規模な組合員は経営に苦慮している。
	再生資源卸売業	再生資源卸売業は年末年始が繁忙期である。低迷していた市況もやや回復しており、安堵感が漂う。
	青果卸売業	組合員の仕入状況は前年同月比95.6%。
	銅製品卸売業	投機的な商品取引が冷めつつあり、2月以降、原材料価格は大幅に下落する見込み。製品価格への波及は必至である。
	木材卸売業	販売価格は弱含みであり、販売量も少ない。
	美容用品卸売業	前年比で5%以上回復した組合員が現れるなど、回復傾向が若干見え始めている。
	紙卸売業	前年比の売上は激減している。厳しい状況が続いているが、印刷業界の稼働率が一部上向いているとの情報があり、今後の売上増を期待している。
	玩具卸売業	年始商戦はよく健闘し、前年比では売上を維持することができた。ただし、この数字は最も厳しかった昨年と比較したものであり、楽観視できる状況ではない。
	鶏卵卸売業	昨年末の売上は幾分好調であったが、1月は不振。特に業務用の売上が落ち込んでいる。
小 売	化粧品小売業	立地条件による売上の格差が現れている。マンション等集合住宅地の周辺の状況が特に悪い。また、若年層は繁華街、高齢層は地元でというように、年齢層で購買地に違いがある。
	青果小売業	大手スーパーの安値攻勢が続いているが、地域小売店は安売りをスーパーに任せ専門店としてよい商品を消費者に提供し、繰り返し店に訪れてもらえる店作りを心がけるしか方策はない。 野菜類の販売額が全般的に高値で推移した。大型スーパーの影響で客数が減少している。
	古書籍小売業	業況は12月に上昇したものの、1月は下降するなど、一進一退の状況が続いている。
	包装材料小売業	原材料価格は依然、高止まりしているが、需給バランスにより大手メーカーに対する値下げ圧力が続いている。
	自動二輪小売業	平成21年の国内自動二輪車出荷台数は38万台となり、前年に比べ2割の減少となった。2年連続の大幅減少である。
	酒小売業	新年会シーズンにより業務用売上は微増。家庭用販売は微減。低価格品の売上は伸びたが利益率は悪化。販売価格の下落が著しい。
	食品小売業	相変わらず売上は低調。客数の減少と客単価の低下が響いている。
	電器製品小売業	1月は需要が冷え込む時期なので、地域の小売店は、国の事業でもある高齢者世帯向けの地上デジタル放送の巡回説明を集中的に行い、需要増大に努めている。しかしながらこの事業も2月で終了する。地域小売店の売上の状況は、液晶テレビが伸びている一方、エアコンは不調、冷蔵庫は横ばいである。販売価格は低下しており、地域販売店には厳しい状況である。
	中古自動車小売業	一部のオートローン会社が与信の仕組みを改め、ローンの可決率アップに努力し始めている。
	衣料品小売業	商品の仕入れ先の廃業が相次ぎ、売れ筋商品の仕入れに支障をきたしている。仕入れ先が限られ、商品を揃えることが困難となり、売上を伸ばすことができない。
	ペット小売業	以前はお年玉を持った子供たちが小鳥を買いに来たものであったが、今では見られない風景である。変わって現在では、お年寄り的小型犬をかわいがる姿を見かけるようになった。お年寄りには、小鳥など他の動物についても可愛がっていただくことを期待している。
	豆腐小売業	12月は脱退組合員が17名に達した。22年度は組織力強化を試みる予定。

小 売	文具小売業	家計の中で文具購入費が年700円程度との調査結果もある。厳しい家計が需要開拓を困難にしている一因となっている。
	眼鏡小売業	消費者の低価格志向を極めて強く、廉売を行っていない専門店は、自らの行く末に強い不安を抱いている。
	機械工具小売業	景況はやや戻った感があるが、好転するには至っていない。
	自転車小売業	数年前のような価格競争の状況に戻りつつある。
商 店 街	秋葉原	ビジュアル関連は売上台数が増加したものの、単価は下落。エコポイント制度の延長により駆け込み需要は期待ができない。パソコンは単価が下落しているが、売上台数は順調に伸びている。
	目 黒	年始の売り出しで前々月等に比べれば売上は回復しているが、前年比では悪化となった。
サ ー ビ ス	廃棄物処理業	廃棄物排出量が減少する中で、再生資源物の販売価格が下落している。また、廃棄物処理費の未払い案件が増加している。
	自動車整備業	自動車の販売低迷が、整備需要の減少につながっている。
	クリーニング業	一世帯あたりのクリーニングへの支出は17年連続減少しており、底の見えない深刻な状況が続いている。手入れ不要の衣類の増加も影響している。
	複写業	顧客からの値下げ要求が続いている。従って昨年と比べ利益の減少が多くみられている。特に大型図面の売上減少は最悪だった昨年9月並の売上減少となっているほか、官公需の減少も著しい。
	飲食業	年末年始の出費で外食する余裕がないと思われ、客足がさらに鈍っている。
運 送	軽貨物自動車運送業	団塊の世代及び高齢組合員の事業承継が進まず組合からの脱退が進んでいる。
	港湾運送業	輸出入貨物の荷動きが若干ながら回復の兆しが見えてきている。しかしながら、依然として扱量は低水準であり、厳しい事業環境が続いている。
建 設	管工事業	町の工務店がハウスメーカーやゼネコンに駆逐され、組合員の仕事は激減している。