

## 売上高DI値が大幅に改善。マイナス一桁台に達する

3月の情報連絡員報告によると、製造業、非製造業とも、各項目のDI値は大きく改善した。業界の景況DI値を見ると、製造業はマイナス30台、非製造業はマイナス40台まで改善した一方、製造業の売上高DI値はマイナス1桁台まで回復するなど全体的に著しい改善状況を示している。

ただし、売上高が上昇したとする製造業の多くが、4月以降の受注見通しが立っていないと回答しており、依然予断を許さない。

【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
鉄鋼・金属	鍍金加工業	売上増加に繋がる、実効性の高い支援策の実施をお願いしたい。
食料品	製粉業	政府は小麦の売渡方式を変更することを決定しているが、業界内には不安が広がっている。影響を最小限に抑える方策を望む。
小 売	自動二輪小売業	業界として自動二輪車用ETCへの助成措置の復活と駐車違反取締りの緩和等について要望を行なっている。
	木材小売業	住宅エコポイント制度の申請手続きを簡素化していただきたい。
	電器製品小売業	地域経済振興策として学校にデジタル家電の導入を行う「スクールニューディール」が進んでいるが、入札価格が余りにも低いため、大型電器店の独壇場となっており、地域家電店の参入余地がない。国はこうした現状を把握していただきたい。

平成22年  
3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	麵製造業	小麦粉価格の下落に比べて麵の販売価格は落ち着いており、業界は一息ついている状況にある。しかしながら、激しい廉売を行なう製麵業者も現れており、予断を許さない状況にある。
	中華麵製造業	需要、販売価格とも低迷している。廃業が危惧される事業者も現れている。
繊維・同製品	ネクタイ製造業	3月は前年比95%となっており、底打ちの兆しが見えてきている。
	帽子製造業	今年はカンカン帽の流行が予想され、5月ごろには街中でもかなり目立つと思われる。
	帆布製品製造業	年度末需要により売上高は若干増加した。しかしながら大きな取引物件は少なく、本格的な回復には至っていない。また、4月以降の動向は不透明で、3月期の反動で売上が減少することが懸念されている。
	洋服製造業	仕事量は確保できているものの、加工賃は前年比15～20%減、5年前の比較では70%減となっており、採算に合わなくなっている。脱退する組合員も増加している。
	ニット製品製造業	受注量に回復の兆しは見られない。消費者のファストファッション指向が変わらない限り現状からの脱却は難しいと思われる。
	織物製造業	微々たる額ではあるが、売上は増加している。
木材・木製品	建具製造業	年度末需要もあり、売上高はやや持ち直している。しかし、新規住宅着工件数は相変わらず減少しており、本格的な回復状況にあるとは言い難い。
紙・紙加工品	紙製品製造業	多少持ち直している組合員も散見されるが、依然として低迷している組合員が圧倒的に多い。
		前年同月比での売上は伸びているが、本格的な回復には至っていない。新学期向け紙文具は低価格指向が続く。なお、現在政府では、祝日法の改正が検討されているが、カレンダー製造メーカーへの影響は大きい。
印 刷	印 刷 業	紙の価格は安定しているものの、印刷需要は改善の兆しが見られない。
	印刷加工業	3月は多少動きがあったが、例年繁忙期である4月以降の受注が振るわない。
化学ゴム	プラスチック製品製造業	前年同月比の受注量は増加したものの、小ロット・短期納入案件の比率が増えた。4月以降の見通しは厳しい。
	ゴム製品製造業	前年同月比では持ち直しているものの、4月以降は依然不透明である。また、一昨年と比べると8割程度の回復状況である。
窯業・土石製品	セメント建材製造業	新年度の受注見通しが立たない。官公需の不振が続く。
	コンクリート製品製造業	3月後半は全くといってよいほど受注がなくなった。先行きの見通しが見えない状況が続いている。
鉄鋼・金属	ダイカスト製品製造業	顧客からの値下げ要求が厳しい。
	金属熱処理業	受注量が回復している。比較的好調な企業はピーク時の80～90%まで持ち直している。この状況が当面続くと想定している組合員が多い。懸念材料は発注者からの値下げ要請と使用部材の値上げの動きである。
	鋳物製造業	取引先からの発注状況は不安定で、先行きの見通しは立っていない。
	鍍金加工業	自動車関係は持ち直しつつあるが、動きは緩慢である。4月以降は受注の見込みがはっきりしないため、生産計画が立てられない状況にある。組合員は運転資金に窮するなど厳しい状況にある。
	電線製造業	売上は大きく持ち直しているが、材料の手当が遅れているため、円滑な操業を行うために苦心している。
	建築金物製造業	前年同月比の景況は、悪化よりも不変とする組合員が増えている。しかしながら前年と同様であるという結果は、依然厳しい景気の現状を示している。
	金庫製造業	売上は若干ながら回復の兆しが見える。期末の駆け込み需要も見られるが、先行きは不透明。
電気機器	配電盤製造業	地方の景気悪化のあおりをうけ、首都圏内の仕事を奪い合う状況が続く。受注高の下落は顕著で収益の影響は大きく、品質の低下が懸念される。
一般機械	写真製版機材製造業	3月の印刷需要は増加傾向にあるが、技術の変化に伴い、印刷材料の使用量は減少しており、景況は改善していない。
その他の製造	工業塗装業	仕事量に変化はないものの、単価の低下や工程数の増加などによる利益率の悪化が目立つようになり始めた。
	ガス圧接業	若干ながら受注量に改善の兆しが見られるが、日ごとの稼働状況にバラツキがあり不安定な状況にある。また、組合員間の格差も発生している。
	スポーツ用品製造業	この冬は降雪量も多く、冬物スポーツ用品の売上増を期待していたが結果的に振るわなかった。

平成22年  
3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	家具業界には景気の浮揚感はない。2組合員が廃業した。
	美容用品卸売業	1社ではあるが新規組合員が加入したほか、大手を中心に売上は上向き傾向にあり、好転の兆しが見えつつある。
	ニット製品卸売業	前年同月比で売上状況は多少改善している。しかし衣料品の消費不振は依然続いており、業績回復には至っていない。
	洋食器卸売業	顧客より販売価格の値下げ要求が強まり、組合員は対応に苦慮している。
	再生資源卸売業	再生資源価格が古紙、アルミ、スチール等、一般的に上昇機運にある。
	食品卸売業	学校給食向けの売上は景気の影響を受けにくい、年度末である3月は余裕のある献立作成となり売上の向上につながった。
	銅製品卸売業	売上高は増加傾向にあるが、平成21年度との比較では景況の判断は出来ない。平成20年度との比較では売上はマイナス20%となっている。
	木材卸売業	販売量は横ばいである。木材価格は産地メーカーの値上げが目立っている。在庫を圧縮しているため、欠品や納期が長くなる部材も発生している。
	電線卸売業	建材向けは相変わらず低調である。縮小した市場で競合が進み、販売価格は下落している。
	紙卸売業	製紙業者の代理店の攻勢もあり、組合員である卸商は苦戦している。
	玩具卸売業	新製品もすぐに値崩れを起こすため、商品価格はますます下がっている。
鶏卵卸売業	外食産業向けの需要は依然として不振が続いている。組合員には外食産業等への進出を図る事例も見られるが状況は厳しい模様。	
小 売	化粧品小売業	天候の不順が客足に響いている。また、ディスカウント店、ドラッグストアの影響による廃業店舗の増加も相変わらず続いている。
	木材小売業	見積もり依頼が増えてきている。
	青果小売業	天候不順で野菜の価格が高値で推移している。春野菜が順調に出荷されることを期待している。
	古書籍小売業	組合事業は持ち直しつつあるが、組合員の景況はいまだ下げ止まってはいない。
	包装材料小売業	年度末での組合員の脱退が増加している。売上状況に関しては、段ボール、粘着テープ等、前年同月比で上回っているが、顧客の値下げ要求は厳しい。
	自転車小売業	天候の悪化と景況が販売不振の原因と考えられる。
	豆腐小売業	平成21年度は、組合員の高齢化と価格競争により廃業者が続出するなど厳しい一年であった。
	電器製品小売業	液晶テレビのエコポイント対象機種変更に伴う駆け込み需要があり、売上台数は増加した。しかしながら、売れ筋は19型、15型と小型テレビにシフトしており、売上高は伸び悩んでいる。
	中古自動車小売業	依然として新車購入の流れは変わらず、中古車販売にとってエコカー減税等の影響は大きい。
	衣料品小売業	気候の不順と消費者の買い控えから売上高は大きく落ち込んだ。
	文具小売業	日本郵政グループが文具事務用品の購入を一括方式からそれぞれの地域からの調達方式に改めることとなった。組合員の参入機会の増大につながることを期待している。 文具小売業の景況も底を打ちつつある。
食料品小売業	3月期はここ数ヶ月で最も厳しく、生鮮品のみならず、一般食品や日用品も大きなマイナスとなった。低価格指向に伴う一点単価の下落が売上減少の最大の要因となっている。	
商 店 街	秋 葉 原	4月以降、エコポイント対象外のテレビの価格が下落している。フレッシュマン需要は期待値に届かなかった。
	目 黒	前年同月比では景況は依然悪化しているが、一部組合員には上昇機運が見られる。
	銀 座	休日は大変な人出であるが、売上は全く伸びない。

サービス	廃棄物処理業	廃棄物の排出量が20～30%減少する一方、処理価格は低下している。また、大手チェーン店からの処理料引下げ要請が強まっている。
	公衆浴場業	東京都とともに入浴料金の策定作業を行っているが、景気の状態から値上げは困難となっている。
	自動車整備業	自動車重量税率の変更で事業者は大混乱をきたしている。
	クリーニング業	3月下旬から冬物衣料を対象とした、一年で最大の繁忙期を迎える。この時期、クリーニング業者は暖くなる日を待ち望んでいる。
	複写業	年度末の官公需は多少増加しているが、建設関連等、民需は依然厳しい。メーカー等も内製化が浸透し外注を抑える傾向が顕著になっている。こうした厳しい状況下で廃業する組合員も発生している。
	飲食業	平成21年度は46人の組合員が脱退する一方、新規の加入は10人とどまった。組合員の減少に歯止めがかからない。 都内のそば屋は売上の減少により疲弊している。また、高齢化等の要因もあり廃業・脱退が非常に多く発生している。
運送	貨物自動車運送業	3月の年度末需要は伸び悩んだ。組合員の資金繰りは厳しく、組合の金融事業に対する条件緩和の要請がなされている。
	港湾運送業	3月は輸出入額がやや増加してきたが、組合の状況はあまり変わっていない。