

## 売上高 DI はさらに増大するも、収益状況 DI は依然厳しい

7月の情報連絡員報告によると、製造業の売上 DI 値はマイナス 6.5 ポイントと前月に比べさらに改善し、設備操業度 DI 値に至ってはプラスの値に転じるなど、受注量の増加傾向が明確になっている。しかしながら収益状況についてはマイナス 30 台と売上 DI 値に比べ大きな差が生じており、受注単価が伸び悩み、受注量の増大が収益につながっていない実態があらわれている。

【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	組合及び組合員の業況等
鉄鋼・金属	建築金物製造業	雇用が改善され消費者心理が購買欲を抱くような施策を講じてほしい。
窯業・土石製品	コンクリート製品製造業	公共工事が増加することを切に望んでいる。
印刷	印刷業	財政的に逼迫した組合が健全な運営を行えるよう、組合向けの補助金等の充実を望んでいる。
卸売	紙卸売業	グリーン購入法や認証紙（適切な森林管理に根ざした原料に由来することが証明された紙）の扱いなどは中小企業にとって負担が大きい。再生の過程で大量のエネルギーを必要とする再生紙などが本当に環境に良いものなのか。メーカーの主張を鵜呑みにするのではなく、環境問題についての目的や本質について、再検討することも必要ではないだろうか。
サービス	自動車整備業	長期使用車両の安全確保のため定期点検を促進する必要があるとともに、環境対策のため二酸化炭素排出量を減らすための点検整備することを制度化してほしい。

平成22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	漬物製造業	梅干の販売価格が低下していることから売上高が前年比で大幅に増加している。
	麺製造業	牛丼チェーン店の安値競争の余波を受け、そば・うどん店の売上が落ち込んでいる。
	中華麺製造業	北海道といった、地域外からの安売り攻勢が目立っている。
	製粉業	国産麦を使用する製品の開発に力を入れてきたが、外国産麦より高い国産麦製品の販売は困難になっている。このまま国産麦の需要が縮小していけば農家の個別所得補償制度にも影響が現れるとの予測もある。
繊維・同製品	帽子製造業	猛暑が続く中で、子供や高齢者の多くが帽子を被っている。猛暑は当分続く見込みであり、売上の大幅な伸びを期待している。
	帆布製品製造業	前月に続き景況は低迷している。今年度の上半期は毎月、過去最低の売上高を更新し続けた。このままでは組合員の廃業、倒産といった結果を招きかねない。
	織物製造業	売上の善し悪しに差があり、格差が発生している。
	ニット製品製造業	消費者の関心は廉価な衣料品に向いている。質が良くても値段が高ければ見向きもされない状況が続いている。
木材・木製品	建具製造業	住宅着工件数は相変わらず減少している。リフォーム等、一部に持ち直しの動きがあるものの、全体的には競争激化による値下げ競争が続いており、収益の確保は難しい状況である。
印 刷	印刷業	組合員数の減少は依然として続いている。組合員数の増加を見込める余地はなく、先を見据えると組合運営上の財政的見通しは厳しさを増している。組合員の景況は、原材料価格は安定しているものの、印刷需要の低迷は続いており、回復の兆しは見えてこない。
	印刷加工業	若干ずつではあるが売上は減少している。一昨年と比べると売上の減少は明確となっている。
化学ゴム	プラスチック製品製造業	売上高は若干増加傾向にある。原材料の塩ビフィルムの価格が7%ほど上昇しており、今後収益面での影響が懸念される。
	塗料製造業	自動車、機械、金属製品向けを中心に、需要は徐々に回復傾向にある。
	ゴム製品製造業	内需は前年に比べて悪化しているが、外需については好調である。
	タイヤ製造業	ネット通販では店頭販売業者の仕入れ値を下回る価格でタイヤが販売されているため、影響は大きい。
窯業・土石製品	コンクリート製品製造業	コンクリート製品の納入対象先が減少している。他県からの値下げ品の流入も続いている他、原材料が高止まりとなるなど、厳しい状態が続いている。
鉄鋼・金属	缶製造業	売上高は僅かながら増加したが、缶の原料であるブリキ鋼材が値上がりしたため状況は悪化している。また、中元向けの缶詰の売上げは伸び悩み、期待を裏切る結果となった。
	ダイカスト製品製造業	自動車関連は好調であるが、9月以降は受注量が減少する見込みである。
	鋳物製造業	顧客によって受注量にバラツキがある。一部に短納期の受注があるものの、本格的な回復の兆しは見られない。
	鍍金加工業	建築、重電関係の落ち込みが激しい。アジア諸国の需要に頼っているが、国内需要の回復見込みは立っていない。中・長期的には取引先の海外移転が更に進んだ場合、国内需要は一層厳しくなることが予想される。
	金属熱処理業	ほとんどの組合員が回復傾向を示している。ただし、現在の需要がこのまま続くとは思われず、10月以降の状況が不安視されている。
	建築金物製造業	組合員間にバラツキがあるため、業界全体として回復傾向にあるとは判断できない。住宅着工件数の動きを注視している。
一般機械	木工機械製造業	住宅着工件数は年々大きく減少している。住宅建設業界の設備投資意欲は落ち込んだままであり、木工機械メーカーは他分野へのシフトの可能性も検討している。
	写真製版機材製造業	受注量は昨年に比べ増加しているが、単価は安値安定の状態、収益率は悪化している。
その他の製造	スポーツ用品製造業	業界団体主催の見本市開催を皮切りに、有力小売店で早くもスキー商戦が始まったが、来客数・売上とも前年比、微増とのことである。この時期の商戦に反応するのはヘビーユーザーであり購買意欲も高いが、若者のスキー離れが進む中で、シーズン本番に入っているライトユーザーの動向が注目されている。
	ガス圧接業	稼働率は7月に入り上昇したが、この状況が長く続くとは考えられない。また、受注単価の下落は依然続いており、収益率は悪化の一途をたどっている。
	工業塗装業	売上高が上昇したとする組合員が、3割から6割程度に増加している。ただし収益面での改善は見られない。

平成22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	紙卸売業	前年の実績が悪かったため、前年比での売上高は微増となったが、業界の景況が好転したわけではない。
	理容用品卸売業	国の行政刷新会議が進める事業仕分けにより、理美容業界関係の財団法人が行ってきた補助金事業や講習会が廃止されることとなった。理美容業界では制度の存続に向けての請願活動を行っている。
	青果卸売業	前年比の青果の取扱高は115%となったが、収益面の改善は見られない。
	家具卸売業	中小零細業者の廃業や雇用の悪化が続いている。
	美容用品卸売業	売上高、収益状況とも好転状況が続いており、僅かではあるが景況の回復実感が得られている。
	鶏肉・鶏卵卸売業	消費者の生活防衛意識による低価格指向は依然として根強い。鶏肉も売れ筋であった「もも肉」が減少する一方、安価な「胸肉」の購買比率が上昇している。高額な地鶏等は不調となっている。
	玩具卸売業	前年比90%台の売上であった。玩具の展示会である「東京おもちゃショー」が例年以上にマスコミに取り上げられたので、売上に反映することを期待している。
	電線卸売業	ここ半年の電線売上動向は、リーマンショック前の08年の数字までは回復していないものの、前年に比べ約8%増加している。特に電気機器、自動車、電力向けは立ち直りつつあるが、主力である建設関連については依然低調である。
	再生資源卸売業	年間を通じ7月は古紙の発生量が減る時期ではあるが、今年は減少幅が大きい。これは紙の流通量そのものが減少していることが原因と思われる。一方ペットボトルの回収量は増加している。
	食器卸売業	長期間にわたる不況の下で組合員企業は疲弊しきっている。廃業を検討する組合員も現れている。
	ニット製品卸売業	猛暑の影響でニット製品の売上は減少している。しかしながら、秋冬向けの売上は改善している感がある。
	小 売	木材小売業
古書籍小売業		組合事業も一進一退といった感があり、なかなか好転するまでには至らない。先行きについても不透明である。
自動二輪車小売業		家電量販店において、電動バイクの取り扱いが拡大している。自動二輪車は専門店で購入されるというスタイルが崩れることが危惧される。ただし、電動バイク自体はエコブームに乗って市場が拡大することは歓迎できる。自動二輪車の需要拡大の為に電動車をはじめとした環境対応車への助成措置を講じていただきたい。
豆腐小売業		営業不振と高齢化から脱退組合員の発生が止まらない。何らかの対策を講じざるを得ない。
包装材料小売業		包装材の原料であるナフサの国際基準価格が15ヶ月連続の上昇となっている。ポリエチレンやポリプロピレン包装材に対しナフサ価格上昇分の価格転嫁を行いたいが、包装材需要の低迷から価格転嫁は進んでいない。
電器製品小売業		猛暑の影響もありエアコン需要が急増している。各組合員ともエアコンの取り付けで多忙な毎日であった。また、冷蔵能力の落ちた古い冷蔵庫の買い換え需要も発生している。液晶テレビは依然好調であるが、32インチ帯は価格が下落している一方、低価格品の供給が不足しており、地域販売店の懸案事項となっている。消費者には来年は更にテレビの価格は下がるとの腹づもりがあるかもしれないが、アナログ停波時には商品不足が発生することが考えられる。
中古自動車小売業		相変わらず中古車の流通量が不足している。このためオークションの落札価格は上昇している。消費税問題は懸案事項であるが、エコカー補助金の終了は中古車業界にとって朗報となった。
衣料品小売業		猛暑が続く顧客が外出を控えたため、売上高は前年を大きく割り込んだ。
文具小売業		自律的に業績回復の取り組みを行うことは困難になりつつある。競争が激化しているため、低価格で受注確保をせざるを得ず、一般消費者向けでも低価格志向を意識せねばならないため、収益の確保が困難である。
食品小売業		売上高の減少は13ヶ月連続となっている。一向に回復の兆しが見えないまま、主要メーカーの売れ筋品の価格下落が続いている。また、7月は前半に天候不順の影響を受けたが、後半になって季節物の販売が順調となっている。
青果小売業		7月は猛暑が続く、消費者は昼間の時間帯は出歩かないため、客数・売上とも減少した。
メガネ小売業		一部に好転している組合員もいるが、全体としては依然、顧客の減少が続いている。

商店街	目黒	業種によっては売上が回復している組合員も現れている。エコポイント制度の終了後の影響が懸念される。
	秋葉原	猛暑が続くエアコンの販売が好調。取り付け工事に時間がかかっている。また、夏休み需要からデジタルカメラ・ムービーに動きが出てきている。秋葉原の歩行者天国再開は調整が長引いており、8月以降になると思われる。
	銀座	中国からの観光客の増加により、店舗は中国語での対応が出来るよう努力している。
サービス	クリーニング業	猛暑が続くなかでクールビズが浸透し、ネクタイ姿のサラリーマンが不自然に見える。サラリーマンのカジュアル化を止めることは難しく、クリーニング業界はカジュアル衣料への対応を一層強化せねばならない。
	公衆浴場業	猛暑が続くなかで、冷房の効いた自宅からの外出が敬遠されるためか、利用客は伸び悩んでいる。
	廃棄物処理業	他の業界と異なり、廃棄物処理業界には景気の回復感はない。廃棄物の処理業務では利益は上らず、再生資源の販売で帳尻を合わせているのが現状である。再生資源の市況は若干上向いている。
	複写業	選挙期間中は官公需関係の発注が途絶えるため、売上高は著しく減少した。組合員の稼働率は前年比90%前後であり、受注競争は一段と激しくなっている。
運輸	貨物自動車運送業	業界の現在の状況は「低迷」の一言に尽きる。廃業する組合員も現れている。
	港湾運送業	4～6月の売上高は約2.2%増加した。緩やかながら回復傾向を示している。
建設	鉄筋工事業	7月に入り鉄筋不足が深刻化している。
	管工事業	建設需要の減少が著しい。組合が毎年主催している建築資材の展示会も今年は出展企業が大きく減少した。
	内装工事業	7月に入り、組合員企業の動きは一層鈍った感がある。