

## 調査5 景気が改善あるいは悪化している要因についての主な意見

- 政府の研究開発予算が大きく動いている。(製造業)
- 新規顧客の増加、一部消費税増加のための駆け込み需要がみられる。(製造業)
- ムダ・ムラ・ムリをなくす。(製造業)
- 大震災後10%程度売上の減少をみたが、今年度は震災以前の状態に戻ってきている。円安による材料費の高騰のなか価格転嫁の成否が今後の鍵となる。(製造業)
- 設備投資需要の低迷が続いていることが本格的な景気回復に至らない要因であり、政府の具体的な刺激策が望まれる。(製造業)
- 大企業対象の政治姿勢、政策が大きな問題だと思う。(製造業)
- 公共工事が増加しているが、末端まで届いていない。事業の絶対量の不足が原因。(建設業)
- 消費税増税により現状の納入価格となり、値下げ交渉が入る恐れがある。(建設業)
- 施工単価が下がってしまい、利益がでずらくなるのが下半期の見通したが、数でこなしていくしかない。(建設業)
- 少しずつ良くなってきている。(建設業)
- 人口減少、供給過剰。(不動産業)
- 消費税増税後の売上の減少。(不動産業)
- 物件数は増加するも1件あたりの単価減少により利益は下がる。それを見込んで受注を増やす。(サービス業)
- 支出を減らさず、増税する政府の姿勢。(サービス業)
- 官僚と大企業優遇政治システムの制度疲労の限界で、国家と一般国民の借金経済、官僚と富裕層庇護政治の一般国民との乖離等。(サービス業)
- 政治の動き、今後に期待。(サービス業)
- メーカーのサポート切れ製品の修理ビジネスに傾注をしてきたことが、ここにきて大企業のニーズを掴み確実にビジネスの拡大に繋がっている。(サービス業)
- アベノミクスと宣伝し思わく先行しているが、作業員、技術者がいない現状で先行き不透明でインフレが進行している。(サービス業)
- 年々団塊世代が高齢化していくに合わせて、売上が減少していく。しかも消費税をはじめすべての負担が増していく。(サービス業)
- エレクトロニクス関連大手メーカーの海外進出が加速、特に中国から東南アジアへ移行。(卸売業)
- 現政権の長期展望プランが論理的でない。数字を示すが、その方程式が空論に近い。(卸売業)
- 企業の国際競争力の低下及び政府に対する国民の信頼度の低下。(卸売業)
- 4月より取引先が増加した。(卸売業)
- 消費マインドの低下と長引くデフレからの脱却がまだ出来ていない。同業者間の競争激化。(卸売業)
- 客数、客単価は上昇傾向だが不安定。仕入単価は上昇一辺倒で当面の問題。(飲食業)
- 地域の活性化が必要。(飲食業)

- 4月に店舗移転し、売上好調。(飲食業)
- 業種的に買わなくても生活できる。先行不安でお金を使ってくれない。厳しい現状はこの先も続きそう。(小売業)
- 利幅が少なく賃金上がらず、円安で輸出企業の業績は回復しているようだが、国内景気は厳しい。(小売業)
- 自動車業界では、円安や株高を好感して盛り上がりを見せる世相をうけ、消費者が財布の紐を緩めてきている。企業においても今まで我慢していた社用車等の設備投資に積極性が出てきている。(小売業)
- 改善の要因として、売上は概ね横ばいの状態が続いているが、消費増税前の駆け込み需要に動きが出始めている。悪化の要因としては、受注価格の低下に加え、仕入単価の高騰が収益に影響がでている。(小売業)
- 企業イメージや認知度の上昇、企業全体でのセール等の取り組み。(小売業)
- 老舗の都心店では、アベノミクス効果により一部に高額品(時計・美術宝飾・貴金属)に動きがみられるが、郊外店までには波及しない。セレオ八王子など競合店の影響がみられる。(小売業)
- 一般の方の花離れ。まだまだ景気が悪い。この暑さで秋以降の花の仕入れ価格が上がるのではないかと懸念している。(小売業)
- 消費税増税されたら経営不能に陥ると思う。すでに消費者の節約指向は強烈で、ものを買わない。値下げ競争、デフレ現象が逆に加速化している。(小売業)
- 個人所得がふえること。ネット販売、カードマネーによる影響等、目に見えないところで物流していること。人を育成する対話不足、テレビやスマートフォンでの買い物、時代が変わったとはいえない。身近なところで助け合い精神が必要。(小売業)
- アベノミクスで徐々に良くなっていくと思う。(運輸業)
- 顧客の営業業種により好不景気業種が極端に分かれている。航空宇宙先端技術・地震測定器関連は上向き、一般製造業は下向き。(運輸業)