

調査8 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

改善要因

- 政府の政策により改善している。(製造業)
- 品質が認められ、短納期に対応など業務努力の結果が実を結んだ。顧客の要求に対応できるよう品質管理、設備投資、雇用の増進等、努力していく。(製造業)
- 消費税率引き上げに伴う一時的な影響は残るものの全体的には回復基調にあると思われる。しかし、景気回復の恩恵は、大手企業であったり、業種別に偏りが見られるため、回復感が薄いのではないか。(製造業)
- 昨年の春夏にかけて駆け込み受注がピークで現場が追いつかない状況であったが、消費税増税が引き金となって落ち込むという事はなかった。業界全体として景気が上昇傾向にあると感じている。(建設業)
- 官庁関係の仕事は夏休み頃から入り、ゼネコンの民間工事は7月から着工急増している。数日前から人手不足になっている。(建設業)
- ・アベノミクス効果、オリンピック景気の報道によりスーパーゼネコンが単価上昇を認めてくれた。H29.3を期に社会保険に加入していない業者は公共事業に受け入れられないとの政府政策により、H28.3にはその保障として4000～5000円の単価上昇も見込んでいるのでその分増益になる予定。(建設業)
- オリンピックに向けてムードは良いと思われる。今後の見通しとして、耐震工事及びメンテナンス工事等が活発になると思う。(建設業)
- 面倒なもの、難しいものに積極的に取り組んだ結果、引き合いが増加(サービス業)
- 官公庁の仕事が100%占めるため、景気が好転してもすぐにその効果は表れない。ただ良い方向に向かっている感覚はある。(サービス業)
- ゆるキャラがはやり、イベントに役者を使ってもらえた。(サービス業)
- 消費税の駆け込み需要に伴う反落が、当初の予測より小さく、早期の解消した傾向にある。大企業を中心に、ベースアップを含めた報酬の改善が報道されるなどしており、旅行や買い物などへの出費にも積極性がみられ、消費意欲が盛り上がっていると考えられる。自動車業界としても、各社から投入されている新型車や特別仕様車などへの顧客の関心が高まっている模様。(小売業)
- アベノミクスの影響が多々ある。(小売業)

悪化要因

- 特殊印刷業界では景気は下降気味。印刷技術の進歩が速いため、その設備投資の対応が難しい。(製造業)
- 消費税増税後の4、5月は売上に影響はあまりなかったが、6月は天候不順で売上が減少した。(製造業)
- 原油価格の高騰。(製造業)
- 景気改善は大手メーカーで、その動向をマスコミは景気改善と報道しており、末端製造業の現実を正確に報道していないことで、多くの中小企業者を勘違いさせており、期待ばかりが先行し、実益が出ていないのが現状。メーカーの国内生産の諸条件等の整備を政府が力を入れること。中小企業者はこの現状でも先を！先を！と進んで行っていることを考えてほしい。(製造業)
- 内需拡大、国内生産の増加を望む(製造業)
- 需要はあるが人材不足による出来高の悪化。ガソリン及び建築資材の高騰、受注単価が変わらない(建設業)
- 駆け込み受注もなく、1年前から一般顧客の受注が減っている。価格の安いハウスメーカーや大手リフォーム業者の増加もあり、これからも中小の工務店には厳しい感じがする。(建設業)

- 公共工事について、労務単価は上がっているのに数量が減少するなど、売上が増えてこない。公共施設の老朽化に伴う改修などに多くの予算が充てられ、毎年必要な維持管理の予算が増えない。また先行きの見通しが見つからないため、設備・人材にお金をかけて準備することはできない。(造園業)
- かねてからの職人不足に加え、消費税増税を要因とする駆け込み需要が発生したことにより職人不足がさらに加速し、工賃の高騰を招いた。原油高の上昇により資材価格も上昇、一時の売上上昇メリットよりもはるかにコスト増加、デメリットが大きい。増税後には反動により工事がぜんぜん無い状況。(建設業)
- 不動産賃貸業においては、インターネットで物件を探す時代となり、大手の客付会社が圧倒的な物件数をネット上に掲載するために顧客は大手会社に流れている。少子化のため築浅物件、駅前物件は決まるが、その他は空いたままの部屋が多い。(不動産業)
- 少子化につきる。不動産賃貸業において少子化で借り手減少傾向は向い風。消費税増税の直接的な影響はおそらくない。(不動産業)
- 駐車場ではガソリンの値上がり、消費税により自動車を手放す人が増えてきた。(不動産業)
- 消費税の増税。食料品の実質値上げ。年金受給の減額に対する将来への不安。年金受給の減額に対する将来への不安。ガソリンの値上げ。高速道路割引率の減少。大手企業中心の政策。(サービス業)
- 過当競争による悪循環。(サービス業)
- 増税に伴い支出を控えたり、支出の見直しをされるお客様が多く、保険会社にとっては厳しい状況。保険料には消費税がかからないが、代理店手数料などには消費税がかかってくるのでその分、減になってしまう。(損保代理店)
- 仕入や人件費が増加しているが、受注単価が変わっていない。(サービス業)
- 為替レートの変動、円安20%(前年比)その分仕入価格は20%UPとなり利益が減少となる。(卸売業)
- 業界国内空洞化が加速している。主に中国、ベトナム、タイへの進出及び向上拡大へ動いている。(卸売業)
- 8%の消費税は仕方ないですが、10%はたいへんに厳しくなると思う。(飲食業)
- 新聞などメディアの風評より景気が上向きとは思われない。市場など小売りはガラガラで体力のない店はたたんでいる。一方、とにかく安い物を欲しがらるだけではないお客様も多く、晴れの日やお祝い事など、モチベーションによっては売上は悪くない。しっかりと手を抜かず、良いもの本物を提案していけばその層のお客様は必ずいる。(飲食業)
- 売上は増加しているものの20~30代の若いお客がいないので先行きが不安。消費税UPがほとんどすべての仕入れ価格の予想以上の値上がりになり、更に値上がりが続いているためにメニュー等の再検討のタイミングが判らない。コンビニ等の他業種との競合も更に大きくなると思う。今後の在り方について考えなければならぬ。(飲食業)
- 物価の下落がおさまりきれない。量販店やネット販売になかなか太刀打ち出来ないところが多い。(小売業)
- スーパーマーケットのみならず、ドラッグストア、ホームセンター、コンビニエンスストアといった業界の垣根を越えた競合が激しくなっており、現状では顕在化していないが、今後近隣への出店等により売上、利益の減少のリスクは常にあり楽観できない。(小売業)
- 軽油価格が下がらず上昇する一方となり運輸業全体に厳しい状況。軽油価格の上昇分を運賃に転嫁できない状況。(運輸業)
- 人材不足であり、かつ、受注単価の値上げも見込めない。(運輸業)