

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

《改善要因》

- 国の予算執行がスムーズ(製造業)
- 新商品の営業強化。経費財政面の改善(製造業)
- オリンピックの工事で多くの業者が取られ、それ以外の内装工事の依頼が回ってきて売上増加している(建設業)
- 低金利・金融緩和(不動産業)
- 円安、原油価格下落(不動産業)
- 政府のバラマキ政策による景気改善(サービス業)
- 立地変更(サービス業)
- 取引先との信頼関係が良好(サービス業)
- 店舗改装で新規顧客増加(サービス業)
- 近隣マンションの工事があり売上がアップした(飲食業)
- 商品値上げを実施し、利益が改善された(飲食業)
自動車業界では、企業収益の改善傾向をうけ、主に法人需要が堅調であり、輸入車や高級国産車の市場が伸びている。法人・個人の需要は、今後2020年のオリンピックまでは比較的安定した市場が確保されるのではないか(小売業)
- 雇用情勢の改善による通勤定期の収入増(運輸業)
- 取引先が好調のため(運輸業)

《悪化要因》

- 仕事が少ない(製造業)
- 親会社の景気の改善がみられない(製造業)
- 取引先納入の自社製品の買換えが鈍い。新設案件の減少(製造業)
- 各業種の生産減少のため受注減(製造業)
- 円安による仕入価格の高騰、販売不振(製造業)
- 税金が高い(建設業)
- 客先掘り起しは、アプローチすれば受注可能性大だが、ほとんどが保証工事のため人材育成が最大の課題(建設業)
- 材料仕入の値上がりに関わらず、受注単価が上がらない(建設業)

《悪化要因》

- 少子化(不動産業)
- 雑貨業界自体が縮小傾向で売上増加は望めない(小売業)
- 大企業優遇のしわ寄せ。大量安売りによる顧客はく奪(サービス業)
- 公共工事の減少、補正予算が遅い(サービス業)
- 環境の変化への対応が難しい。消費税増税の影響(サービス業)
- 翻訳業界競争激化。外国にいる外国人が安い単価で請けているケースがみられる(サービス業)
- この1年間で仕入価格が1~2割上がり、利益が減少した(サービス業)
- 取引先の業務減少(サービス業)
- 円安による仕入価格の上昇により、利益が減少(卸売業)
- 円安で損失が大きくなった(卸売業)
- マスコミ等の報道が悪化要因。仕入価格の変動。鮮魚が高い(飲食業)
- 政策に対する不安(飲食業)
- 天候不順による冬物商品の不振。仕入コスト上昇による価格高騰による客数減。今後の消費税増税に伴う客数減の見込み(小売業)
- 景気の先行き不透明感やさらなる消費税増税を控え、主要顧客である高齢者の財布のひもが閉まる話題が多い。年金受給者にとっては景気回復より支出が増えることが大きなリスクであること(小売業)
- 価格競争が厳しさを増し、大企業の参入で厳しい状況(小売業)
- 業界全体の悪化(米離れ)、高齢による営業範囲の縮小(小売業)
- 円安、ウォン高が悪化要因(小売業)
- 下期は気温が高く冬物衣料が苦戦(小売業)
- 少子高齢化、人口減少、ネット販売などの流通の変化。消費税の増加(小売業)
- 高齢化、若者の都市志向及び不安定な雇用・晩婚化。ニュータウンエリアの沈滞。低価格、大量消費のファスト文化は今が最盛期。本物志向の店は生き残ると信じている(小売業)