

調査4 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》

- 政府予算が予定通り執行されている。円高傾向。(製造業)
- 新製品販売による売上・利益の上昇。(製造業)
- 設備の導入で営業品目が増えた。(製造業)
- 今年に入り大型受注があった。他社製品の取り換え工事も請負っている。(製造業)
- ユーザーの海外進出の鈍化。(製造業)
- 人員削減による経費節減。(製造業)
- 経営戦略により固定収入の増加。(建設業)
- 利益率の高い工事にシフトし、かつ自社施工をしている。(建設業)
- 派遣人員の要望が減少しており、単価の減少が起これ始めている。(サービス業)
- 宣伝費を増やした。(サービス業)
- 自社の特徴を見極め、それを徹底することで差別化をはかること。従業員に対し自社の方針を徹底することが大事。(サービス業)
- 子育て支援の広がり(サービス業)
- オリンピック需要(サービス業)
- 丁寧な接客が売上増加につながっている(サービス業)
- 1～3月外国人客の増加・円安効果(サービス業)
- 人脈の広がりにより仕事の依頼が増えた。(卸売業)
- 新規取引先の拡大(運輸業)

《悪化要因》

- 消費税増税の動向を見据えた状況で受注が減少。(製造業)
- 人材不足(製造業・運送業)
- 製品開発が少ない。積極的営業が出来ていない。(製造業)
- ユーザーの生産調整(製造業)
- 仕入れの値上がり、売上減少。(製造業)

《悪化要因》

- 設備投資需要の減少。円高基調による利益の減少。(製造業)
- 労務及び外注費の上昇(建設業)
- 工事物件の規模が小さくなり売上が減少。(建設業)
- 周辺地域の企業の縮小、撤退。生産年齢の人口の減少。(不動産業)
- 貸家対象者の減少傾向が進んでいる。(不動産業)
- 景気先行きの不安。地方経済の沈滞。都心部との景気格差。(不動産業)
- 売買仲介は好調だが、賃貸は減少気味である。(不動産業)
- 東北の需要が頭打ちの影響。(サービス業)
- 少子化。大手企業との競合激化(サービス業)
- 化学繊維の衣類が増え家庭での選択が増加。安価な衣類が流通し、ワンシーズンで使い捨てる傾向が強い(サービス業)
- 需要市場はあるものの業界が要望している利益率を満たせないの売り場が小さくなっていく(サービス業)
- 人件費の上昇が単価に反映されない。(サービス業)
- 取引先の景気後退がそのまま反映されている。
- 4月以降外国人客の減少、熊本地震によるツアー催行中止、景気の先行き不透明感(サービス業)
- 外国での人件費等高騰。円安。(卸売業)
- 近隣大手企業の移転に伴い、売上が減少。(飲食業)
- 仕入原価の上昇による利益の減少。景気上昇が一般に及んでいない為、販売価格は上げられない。時給の最低賃金上昇で人件費が上昇。(飲食業)
- コンビニの出店が目立ち、若い消費者は値段の安さより近くにあるお店を利用しているように感じる。(飲食業)
- 商業施設の集客低下。商品のマンネリ化。横並び社員の増加。(小売業)
- 燃費の良い車が多くなりガソリンの需要が減ってきている。(小売業)
- 円高といっても仕入価格にはすぐに反映されないし、輸入仕入価格は高くなってきている。資金繰りが厳しいので仕入幅を抑えざるを得ず売上也減少している。(小売業)

《悪化要因》

- 仕入の値上がり。事業主及び従業員の高齢化で遠距離の配達が困難。(小売業)
- 円高による仕入高。景気悪化による購買意欲の低下。相次ぐ天災による不安増加。(小売業)
- 本年3月頃から急速に業績が低迷。全体的にはインバウンドの低迷に伴う高額品の不振。(小売業)
- 消費税問題で庶民の購買力低下(小売業)
- 中国などの新興国経済の減速により、観光による爆買いの客単価も下げてきている。(小売業)
- 高齢者の消費鈍化。景気の先行き不透明さからくる個人消費の落ち込み。(小売業)
- 円安による原価の高騰。暖冬に伴う冬物商品の不振。冬物値引き販売による粗利の減少。(小売業)
- 気候の変化により、冷たい麺類、飲料、サンドイッチが好調。反面、タバコ、酒の落ち込みが前年比8~10%くらいとなり、結果的には前年と同水準。(小売業)
- 低価格商品が好調だが、値段の高い良い商品は苦戦している。(小売業)
- タクシー利用者の減少(運送業)
- 運送業はコスト調整の調整弁になりやすく、付帯業務が増え実質的な値下げになってしまっている。ネット関連の事業の急成長で業界の需要はあるが、人材確保が難しくビジネスチャンスを生かしきれない。(運送業)
- 人件費の増加。(運送業)