

自由意見の内容 (調査票回収期間 平成23年12月1日～12月8日)

景況調査票の自由意見欄に344通の貴重なご意見をいただきました。
ご多忙中にもかかわらずご記入いただき、感謝申し上げます。

分類項目	意見数
① 経済・景気動向	140
② 超円高	73
③ 業界の動向	86
④ 国際化・海外進出	15
⑤ 人材の確保・育成	19
⑥ 顧客・得意先	45
⑦ デフレの影響	25
⑧ 金融・資金繰り	33
⑨ 売上・収益	105
⑩ その他	23
計 (複数回答)	564

以下に、それぞれの特徴的な意見を掲載させていただきます。
なお、なるべく多くのご意見を掲載するため、若干の加筆・修正を加えさせていただきます。

① 経済・景気動向について

- 経営者個人の能力ではどうしようもないレベルの話が多すぎて、非常に混乱しています。自分の出来ることを着実に、また、徹底して実行することを心がけています。先の予測をつけがたいのが一番つらいです。(情報通信機器製造業)
- 東日本大震災、タイ国の水害等の影響が、我々小企業の辺りまで徐々に感じられ、今後の物流、販売等に厳しい環境が予想される。(かばん・袋物卸売業)
- 肉の生食規制、セシウム問題で主力商品の牛肉の売行きが悪く、年末に向けて贈答品や正月用も心配です。得意先も震災での忘年会、新年会の自粛ムードで期待できません。(食肉卸売業)

- 建築設備投資の動向が気になりますが、急な回復は見込めず、来年度も厳しさは続くと思われます。(セメント・板ガラス卸売業)
- 景気が悪いので売上が上がらない。大型店があちらこちらに有るので小売りは非常に苦しい。商店街も人通りが無い。(家庭用品・他什器小売業)
- 最悪期はこれからと経営のかじ取りを後ろ向きにして固定費削減に集中。40歳代社員を解雇し、20歳代へシフト、貧乏暇なしの状態となった。かつてない急激な経営改革をしなければ黒字確保が難しい局面である。(ディスカウントストア)
- 日本経済の連続的不況による事業所、一般家庭における経費節減の傾向は、当社にとっては売上減少に連動する危険があります。当社は新商品の開発等で売上減少を少しでも食い止める努力をしているところです。(リネンサプライ業)

② 超円高について

- 円高による輸出不振、その上にタイの洪水でさらに悪化。諸材料の大幅な値上がり、また、電気、ガスの値上がりも影響が大きい。(ゴム製品製造業)
- 得意先が円高の影響により、生産の下方修正をしている。年度内は本格的回復は無理と思われます。(鉄鋼・非鉄金属製造業)
- 円高により、得意先の通信機・コンピューターメーカーは、海外調達を増やし、国内部品メーカーの納入量は減少傾向にある。(金属素形状製品製造業)
- 円高により、コスト面の悪化及び取引先の一層の海外展開が進み、先行きの見通しが厳しい状況。(産業用機械製造業)
- 円が70円に入ったとたん注文がなくなった。なんとかなりませんか。この円高。(金型製造業)
- 近年にない不景気。原因は円高。さらに中国製のイミテーションの問題。私どものマーケットが海外にあるがゆえに超厳しい。(医療用機器製造業)
- 超円高は輸入業者にとって売上増には繋がらない。(がん具・事務用品製造業)
- 当社は自動車関連の業者に納入しています。円高で海外生産がアップして国内生産が減少してくると大変です。(ボルト・ナット・ねじ卸売業)
- 超円高が輸入品(特に原材料)に十分反映されていない。(出版業)
- 国内産業の空洞化が加速度を増し、国内環境の変化に追いつけなくなりそう。内需拡大による国内空洞化対策を真剣に行ってほしい。(産業用機器賃貸業)

③ 業界の動向について

- アクセサリ業界ではメッキ屋、プレス屋、材料屋、その他諸々の業者が縮小、倒産、廃業にて国内ではアクセサリ製作は不可能になりつつあります。注文があっても納められない状況です。海外に頼るしか方法ありません。(装身具・装飾品製造業)
- ここ数年の書類等の電子化の影響を受け、受注減、価格競争が著しいという業界事情に加え、地震、原発による景気の低迷は企業の存続に影響を与えること必至。(印刷業)
- 生コンクリート業界は社会資本の一応の整備が済み、今後は維持、管理へと進み、大きな需要は見込まれないと思われる。企業間の合併、集約を行わなければ企業経営は成り立たないと思われる。(窯業・土石製品製造業)
- 外食産業の景気が良くない。特に大手企業を除く中小飲食店の経営が大変厳しくなっている。ゆえに弊社製品の需要が少ない。(はん用機械製造業)
- 例年なら10月頃より年末にかけて売上増となるのですが、今年は震災後から低迷が続いています。年末の商戦が盛り上がるか心配です。(生鮮魚介卸売業)
- スーパー、コンビニの破格販売に悲鳴の声が多い。(酒類・飲料卸売業)
- 業界全体が公共投資の減少により、受注減、価格競争に陥っており、収益が低下している。今後の見通しについて知りたい。(セメント・板ガラス卸売業)
- 震災以降、原材料仕入の構造が変化してきたように思う。資金のある業者が買い占め、我々末端の小売業は思うように仕入ができない。卸業者も営業の対象が米店からスーパーなどにシフトしているのを感じる。(米穀類小売業)
- 自転車ブームとかで景気が良いように報じられていますが、大型サイクルショップのみで、小型店舗は不景気そのものです。(自転車小売業)
- リサイクルショップ業界でも買い控え客が増え、物が流れなくなってしまいました。部屋を飾ろうとする人よりも、今では片付けようとする人が多く、全く商売になりません。(中古品小売業)
- プラス要因として、リーマンショックや震災で一旦保留されたプロジェクトの再開が続いている。一方、マイナス要因として、欧州危機の影響があり、今後、上向くか下向くかが読みにくくなっている。(ソフトウェア業)
- 出版業だが、問屋さんから小売店への商品移動が少ない。すなわちお客様が買っていない。文字を読むお客様の減少が大きな原因。(出版業)
- バブル崩壊後も比較的安定していた税理士業界も、長引く不況、会社の倒産などから、顧問先の獲得が難しくなり、この2~3年顧問料の価格破壊が著しくなってきた。新規資格者の増加、広告面での自由化、若い世代の進出など、この業界も激しい変化をみせている。(その他専門サービス業)

- 中小零細企業では、事業縮小のため事務所を移転するという動きもほとんどなくなり、廃業する企業が多い状況です。住宅も引っ越しする費用が出ないのか、転居も少ない。震災以降、ますます景気が鈍化しています。(不動産取引業)
- 東日本大震災の影響で仕事量が減少していましたが、8月頃より徐々に回復してきました。現在では平常に近づいてきています。(自動車整備業)

④ 国際化・海外進出について

- 情報革命、パソコンの活用により、外国も国内と同じ扱いでいけます。海外と共存共栄を計りたい。売り買いを考えていく、新時代に乗り遅れないように注意をしていく。(かばん・袋物製造業)
- タイ水害の影響で部品がそろわず、生産が落ちる可能性大です。(自動車・同附属品製造業)
- これだけ製造業が海外に出て行ってしまうと、国内では生き残れないのではないかという不安感に襲われる。かといって単独で進出する知見も知識もないのが問題点としてある。今できる事はせいぜい情報収集程度だ。(その他化学製品卸売業)
- タイの災害で現在は仕事が多少あるところもありますが、日本企業は海外に工場を進出して、仕事を教えては仕事をとられている。これでは日本企業がますます悪くなるのは当然だと思います。(非鉄金属卸売業)

⑤ 人材の確保・育成について

- 人的な面で不足を感じるが、先行きの見通しが立ちにくく、雇用する気にならない。もう少し安定性を上げないと現状維持で我慢するしかないように思う。(発電・送電・配電用機器製造業)
- 中国の生産が増えて、国内の生産者数が減っています。生産者(職人)の確保が急務です。(かばん・袋物卸売業)
- オリジナル商品を持ち、質の高い顧客を有しながらも、人材不足に苦しんでいる。現場系の仕事に携わる若い人が激減している。失業している人は仕事がないのではなく、楽な仕事がないから働かないだけ。(塗料卸売業)
- 人材の確保が大変難しい。薬剤師を求めている、ハローワーク、新聞広告(折込)等をやっているが、効果が出ない。出店の希望は大だが、人材が集まらなければ先に進まない状態です。(医薬品小売業)

⑥ 顧客・得意先について

- 長引く不況で経営不振や後継者難、高齢化などの理由で廃業してしまう得意先があり、当社も引きづられて業績不振となり、事業継続が非常に難しい。
(工業用プラスチック製造業)
- 原発によるセシウム問題で食品に不安が多く、得意先からの発注が少なくなっています。
(野菜・果実卸売業)
- 当社では東日本、特に岩手、福島、茨城などが得意先多数であったため、地震の後は売上減どころか、釜石、いわきなど得意先がなくなってしまった。早い復興を望みます。
(自動車・自動車部品卸売業)
- 顧客の年齢層が高いので、そろそろ購買力の低下が否めません。震災後、お客様の意識もずいぶんと変化しました。シンプルで不必要なものを持たない、整理する事にしました。年金、不景気等も大きなきっかけらしいです。
(ディスカウントストア)

⑦ デフレの影響について

- 紙、材料等は値上がりしています。製品価格も少し上げました。しかし、ネット上の価格競争はすごいです。
(印刷業)
- 原材料は値上げしていても製品が値上げできない。
(菓子・パン類卸売業)
- デフレの影響で単価が上がらず、客数減で売上が望めない状況が続く。
(医薬品小売業)

⑧ 金融・資金繰りについて

- 今後、我々零細企業に対して、金融機関の貸渋り、貸はがしが行われないうちに監督をお願いします。
(その他の食料品製造業)
- 銀行などから借入れが一杯になっている為、他の方法がないかと思っています。
(労働者派遣業)

⑨ 売上・収益について

- 受注は十分にあるが、小ロット多品種、手間のかかる仕事が多く、利益率が悪い。売上高のわりに人件費がかかりすぎる。
(繊維工業)
- 現在のところ、生産、売上が前年比10%増加し、堅調であるが、今後、円高、西欧の金融財政不安、中国経済の停滞等不安要素があり、先行き不透明である。
(鋼鉄・非鉄金属製造業)
- 年末に近づき、納期の短い受注が増えた。量も2~3割増えました。来年に期待したいと思います。
(金属被膜・熱処理業)

- 3月の大震災以来、急激に落ち込んだ売上が8月以降やや戻りつつあるが、依然として対前年比マイナスの状況である。景気の回復を願うばかりである。
(装身具・身の回り品卸売業)
- 開発製品に収益を食われたが、ここ数年の売上は良好のようである。
(金属加工・事務用機器卸売業)
- 売上が減少し、もちろん収益も減少している。テレビや宣伝でヨーロッパ経済の悪いことばかり、放送したり宣伝すると、国内にも影響するのでやめてほしい。
(自動車・自動車部品卸売業)
- 4月、5月は震災の影響で特需がありました(例年は注文が少ない)。10月から来年まで北陸新幹線の注文が多量に入っています。
(電設資材卸売業)
- 震災直後に比べれば、売上の方は回復しているが、震災後3か月にわたる大幅な売上減少をカバーするには至っていない。従って、収益の回復もまだまだで資金繰りも厳しいのが実情である。各方面からの支援を切に望みます。
(呉服・服地・寝具小売業)
- 風評被害による売上減少がキツイ。
(茶・のり・乾物小売業)
- 売上が減少しても、あまりにも在庫が少なくてほしい、どうしても多めに持たせたい。また、消費税が10%に上がったと思うとこれから先が心配で不安です。
(化粧品小売業)
- 震災、原発で農産物に被害が出て、食の安全の不安が高まっている中で、米は縁故米が増加、米販売業者からの購入が減ってきています。売り上げの減少、利益の減少、先行きの不安で精米機械等の設備投資が先行不安です。
(機械修理業)
- 価格破壊が起きているのか、仕事量はあっても売上が落ちて止まらない。また、中間業者が支払いを延ばしてくるので、資金繰りにも頭が痛い。
(労働者派遣業)
- 事務所の需要がなく、空室率が上がっている。従って売上が減少している。これは昨年秋以降の傾向。
(不動産取引業)
- リーマンショック以来、売上が下落しています。ネット広告や割引サービスを行いましたが、効果はあまりありませんでした。やはり景気が悪いとシミジミ感じます。
(普通洗濯業)

⑩ その他

- 仏具の輸入を行っていますが、中国のインフレにより輸入価格が上がっているが、国内の需要が弱く、転嫁しにくく困っている。
(装身具・装飾品製造業)

(平成23年12月20日作成)