

【自由意見の内容】 (調査票回収期間 平成26年3月1日～3月10日)

景況調査票の自由意見欄に319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をいただき、感謝申し上げます。

分類項目	意見数
1. 経済・景気動向	133
2. 業界の動向	67
3. 顧客・得意先	39
4. 為替	26
5. 金融・資金繰り	25
6. 売上・収益	85
7. 物価変動	26
8. 消費税	113
9. 人材の確保・育成	31
10. 中小企業税制	8
11. その他	10
計 (複数回答)	563

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・修正を加えています。

1. 経済・景気動向について

- 新聞等では大企業の業況が上がっているとのことだが、中小企業では見通しは非常に厳しい状況である。(金属素形材製品製造業)
- 景気は盛り上がっているとは言えず、横ばいである。下げるよりは良いと考えている。日本経済は20年に及ぶ停滞を脱しきれていない。(工業用プラスチック製造業)
- オリンピックに向けて、景気が良くなってほしい。(照明・電子応用装置製造業)
- アベノミクス効果で回復基調と言われているが実感がない。小売店もメーカーも格差が広がっている。(装身具・身の回り品卸売業)

- 好不況感は業種によりまだら模様の状況。消費税率アップで消費の減退が見込まれ、見通しに不安がある。(鉄鋼・石油・鉱物卸売業)
- 寒さと天候不順のためか、特に夕方以降の人通りが少なく、まさにシャッター通りとなっている。スカイツリー効果も見えない。(時計・眼鏡小売業)
- 景気が腰折れして厳しくなるのではないか。アベノミクスの一段の強化を希望している。(家電・電気機器小売業)
- 広告宣伝費は、不景気時には真っ先に削減されるため、景気動向が良くわかる。一向に景気は改善されていない。この先もしばらく見通しは暗い。(その他情報通信業)
- 4月に消費税が増税され、景気動向は一時的に悪くなると思われる。停滞がどれくらい続くのか、予測が難しい。(機械設計業)

2. 業界の動向について

- 製靴業は、同業者や材料関係の廃業が多く、業界全体の規模が小さくなりすぎてしまった。小規模メーカーでも材料の不足が出始めている。新事業開発や人材育成で助成金の活用も検討している。(革製履物・革製品製造業)
- 大手エンドユーザーは、海外への金型発注を続けている。国内回帰は話だけで、受注額が厳しく、結局は海外に発注されている。このままでは、日本の金型業界の技術力が保てない。(理化学・光学機器製造業)
- 水産物は、世界的な需要が増大し、日本の低価格志向では買い負けが起きている。スーパーなど販売側が価格の意識を変えないと、店頭で販売するものがなくなかねない。(生鮮魚介卸売業)
- 業界全体は動いているが、雪の影響による商品供給の遅れや、職人不足などで現場は混乱気味である。(セメント・板ガラス卸売業)
- 天候に左右される業界であり、2月の大雪後の対応に苦慮している。毎日夜遅くまで仕事をしているが、限界を超えた忙しさが4月末頃まで続く見込みである。(自動車・自動車部品卸売業)
- 大型店だけでなく、コンビニや中型店舗の出店に悩まされている。国産など、品物の違いをわかってもらえない。町の八百屋は危機的な状況だ。(野菜・果実小売業)

- 消費税アップや景気上昇により、建設需要が一斉に立ち上がっており、ゼネコンは繁忙を極めている。設計しても工事に取り掛かってもらえない状況が当分続く見通しである。(建築設計業)
- 旅行業界は、余裕資金がなければ我慢されてしまう。少しでもベースアップがあれば回復するのはと期待している。(旅行業)

3. 顧客・得意先について

- 得意先が海外にシフトし、仕事が激減している。(ばね・その他金属製品製造業)
- 中小零細工場の廃業・倒産が増え、商品の入手が難しくなっている。消費税増税前の駆け込み需要で生産・加工工場は大変混雑していて、手が回らない様子。納品の遅延が生じており厳しい状況である。(ゴム・プラスチック卸売業)
- 売上の減少により、店舗を閉じる顧客がでてくる。その影響が連鎖して、当社も経営が厳しくなっている。(生鮮魚介卸売業)
- 消費者の購買行動が極めて慎重だ。先行き1～3年を見据えて、不安感が強いようだ。相当な景気刺激策が必要だと思う。(婦人服小売業)
- 顧客の高齢化に伴い、新規開拓を余儀なくされている。ただ、同業者間の価格競争が激しくなっているため、経営は厳しくなる一方である。(建物サービス業)

4. 為替について

- ユーロ高で原材料の仕入れが高くなり、収益がなくなった。業界では、薬品の値上がりも転嫁できず苦しんでいる。(なめし革・革製材料製造業)
- 売上の4分の1は輸出によるため、為替動向に関心がある。円安で安定すればと願っている。(洋食器・刃物・金物製造業)
- より円安になることを願っている。海外に出た工場も国内に戻ってきてほしい。(事務・サービス機器製造業)
- 鞆小売業は輸入産業なので、円安で厳しい状況。商品の価格がどんどん上昇するだけでなく、運賃も上がり、特に大型商品が厳しい。(かばん・袋物小売業)
- 円安などで原材料価格が上昇しているが、売値に反映できない状況である。(運輸附带サービス業)

5. 金融・資金繰りについて

- 受注量が減少し、売上が低い状況が続いて、資金繰りに苦慮している。借入れだけが增加する状況。やりくりができるだけの売上がほしい。(ゴム製品製造業)
- 売上・収益向上のためには、運転資金の増加が必要となる。中小企業の融資枠を増やしてほしい。(婦人・子供服卸売業)
- 消費税が上がるためか、客足が減少している。資金繰りも個人商店にはどこも厳しく、やりくりが苦しい。赤字でも頑張っており、小規模なところにも資金援助をしてほしい。(ディスカウントストア)
- 天候不順により売上が減少した。個人資金を注入したが、近年の景気低迷により底をつきそうで心配している。(家具・インテリア小売業)
- いつまで資金繰り対策が続くのか、社員一同、不安な状況が続いている。事業計画が立てられず困っている。(広告・ディスプレイ業)
- 若い人が志を持って起業する時に、なかなか資金を借りられず断念する人がいて残念でならない。若い人を応援する施策が必要だ。(その他土木建築サービス業)

6. 売上・収益について

- 大雪で来客数が減少した。2月は1月までの受注分に対応していたが、増税前の駆け込み需要は終わったと思われ、これからは心配である。(貴金属・宝石製造業)
- 3月までの売上予想は、直近5年間では最高である。ただ、4月以降は大幅減少が予想される。景気が腰砕けにならないよう、政策を考えてほしい。(家具製造業)
- エネルギー(電力・石油)価格の上昇により、利益が圧縮されている。中小企業の海外進出と国内空洞化で、雇用喪失が懸念される。(計量・測定・分析器製造業)
- 仕入価格が上がり、円安もあって収益が悪化している。販売価格の値上げを考えて客先と交渉しているが、値上げ後の売上がどうなるか不安である。(化粧品卸売業)
- 売上は前年比で増加しているが、増税前の駆け込み需要によるものと思われる。4月以降の売上が大いに心配である。(ゴム・プラスチック卸売業)

- 天候不順で生花の仕入価格の変動が激しく、収益の確保が難しい。また、消費税増税後、価格設定にきちんと転嫁できるか不安がある。(花・植木小売業)
- 新規出店等により収入は伸びるが、経費が心配。また人員の確保も課題である。(運輸附带サービス業)
- 屋外施設を運営しているが、2月は大雪のため3日間の休業があった。例年に比べて客数・売上の低下が激しい。(スポーツ施設提供業)

7. 物価変動について

- まだまだデフレを脱却していない。政府がデフレ脱却に向けた体制作りをしているのに、それとは反対の動きがあるのは疑問。(ニット製衣服製造業)
- 原材料の値上がり分を商品に転嫁しようとすると、売場の確保ができなくなる可能性がある。なかなかスムーズに値上げができない。(パン・菓子製造業)
- 仕入単価や包装材料費が高騰して、利益を圧迫している。商品の売値を上げざるをえなくなり、2月から増額に踏み切った。(菓子・パン小売業)

8. 消費税について

- 消費税が上がった後、消費の落ち込みがいつまで続くのか、どの程度になるのかが心配である。(建具製造業)
- 2～3月は良いが、消費税増税後の景気が心配。マイナスにはなるが、秋頃には戻ってくるのではと考えている。(発電・送電・配電用機器製造業)
- 小売部門の価格表示をどうするかが当面の課題。総額表示が定着し、消費者も実際の支払額を知りたいとの声が多いことから、当店では総額を表示することにした。量販店は本体価格表示が多く、競争が不利にならないか懸念している。(食肉卸売業)
- 増税を控え、年度末の繁忙期に、在庫品の買占めが起きるのではと懸念している。金融緩和で大手企業は資金に余裕があるようなので、不安だ。(電設資材卸売業)
- 例年、5・6月に開いていた展示会を前倒して実施し、売上は上がっている。4月以降がどのようになるか懸念される。(ジュエリー製品小売業)

- 消費税アップに伴い、2月から本体価格表示やレジ精算方法の変更に着手している。3月は駆け込み需要が見込めるものの、4月以降の反動に注意を要する。(各種食料品小売業)
- 2月は天候不順で混乱したこともあり、消費税増税への準備が間に合うか不安。(化粧品小売業)
- 消費税の影響で3月納期が重なり、4月以降の仕事がない状況。2月から受注が重なり人員の手配も大変である。労務管理を考えれば、まんべんなく発注があることが望ましい。(広告・ディスプレイ業)
- 消費税は2段階の引き上げで、景気悪化のスパイラルになるのではと心配している。(不動産賃貸・管理業)

9. 人材の確保・育成について

- 人材の確保・育成には、長期的な活動が必要となる。資金力がない企業には特に大切なことなので力を入れていきたい。まずは、学校の就職課を訪ねる予定である。(繊維工業)
- ハローワークを通じて採用しているが、英語力がある人材を確保できず困っている。海外からのメールなどに対応する必要がある、従業員に一から英語教育をしなければならない。(男子服卸売業)
- 中小・小規模事業所で、アルバイトが集まりにくくなってきた。時給を高くせざるを得ない場合がでてきた。(婦人服小売業)
- ソフトウェアの受託開発では、人材を確保できなければ仕事はあっても受注できない。新規プロジェクトが増え、人材不足が顕著になってきた。(ソフトウェア業)
- 新卒採用後、3年を経過すると、半数程度が転職を考える状況である。理由は「何となく…」これが課題である。(ソフトウェア業)

10. 中小企業税制、その他

- 消費税の影響がどうなるか、国内の製造業の今後や、中小企業税制など、課題が多いと感じる。(産業用機械製造業)
- 大雪の影響で山梨工場の入出荷が止まり、売上は半減、資金繰りがたたない状況。降雪地域だけでなく、関連した被害にも支援を検討してほしい。(紙製品製造業)