

1. 景気動向

D I値（好転と回答した数から悪化と回答した数を引いた値）は、マイナスとなったが、全業種においてマイナス数値は減少しており、前回調査時と比べてわずかながらも好転の兆しが見られる。特に製造業は、業況が比較的安定してきている。一方で、依然として小売業は厳しい状況が続いており、本格的な景気回復の兆しはもうしばらく先になりそうである。

		建設業		製造業		卸売業		小売業		サービス業	
		1~3月	4~6月	1~3月	4~6月	1~3月	4~6月	1~3月	4~6月	1~3月	4~6月
		今期状況	見通し	今期状況	見通し	今期状況	見通し	今期状況	見通し	今期状況	見通し
売上高		10	10	16	3	10	10	55	36	12	27
採算		45	35	9	11	30	30	52	48	27	27
資金繰り		30	20	19	10	0	0	36	24	17	4
業況		30	30	9	6	10	30	47	38	19	27
経営上の 当面する 問題点	1位	民間需要の停滞		需要の停滞		需要の停滞		購買力の他地域への流出		需要の停滞	
	2位	官公需要の停滞		製品(加工)単価の低下・上昇難		販売単価の低下・上昇難		需要の停滞		利用者ニーズの変化への対応	
	3位	請負単価の低下・上昇難		製品ニーズの変化への対応		仕入単価の上昇		消費者ニーズの変化への対応		利用料金の低下・上昇難	
業種別 コメント		冬場という時期的な要因も影響していると考えられるが、前回時とほぼ同様のマイナス30ポイントと、需要の停滞を要因に依然として低調で推移している。 売上高（完成工事）だけを見れば、横這いで推移しているが、採算面で苦慮している傾向が見られる。請負単価の低下・上昇難が問題点のトップにあげられていることから、この傾向は続くものと思われる。官公需要も明るい兆しが見られず業界全体は依然厳しい状況が続くものと思われる。		マイナスで推移しているが、業況としては比較的落ち着いてきており、一時期の最悪の状況からは脱した感が見られる。しかしながら、依然業種間にバラツキがあり製造業全体が好転するには今しばらく時間がかかりそうである。また、今回調査では問題点として「需要の停滞」が圧倒的に多く回答が寄せられており、来期に期待感を抱いているが、業種に偏りがあり、個々の企業間にも大きなばらつきが生じると思われる。消費回復と企業努力が一層必要となってきた。		売上高と資金繰りには若干の改善傾向が見られる。しかしながら業況の見通しの悪化と、問題点の「需要の停滞」から見て、市場全体の本格的な回復にはまだ時間がかかるであろう。また採算性は今期状況、見通しとも悪化しており、厳しい業況の中での、業者間の激しい競争があることが見受けられる。消費者の消費動向が上向き、小売業の業況の回復が本格化するまでは現状のような状況が続くことが予想される。		新年に入ったものの、稼働日数も少なく、年末商戦の一服感から個人消費は依然として低調な動きのまま推移し、全般的に前期見通しを大きく下回る景況感となった。卒業シーズンでもあり、新しく買い替えの時期でもあったが、不安定な気温など気候的要因の影響もあり、改善への移行は難しい。 来期見通しでは、原油価格の値上げや季節的要因から消費者の購買意欲の改善への期待により、全般的に改善傾向となっている。 しかしながら、個店における商品力、販売力が弱いことからの「購買力の他地域への流出」が問題となっており、常に変化する消費者ニーズに合わせた取り組みが重要である。		新年を迎え季節的要因による消費者マインドの向上で、原油価格の値上げによる影響もそれほど大きくなく、売上、採算、資金繰りなど全般的に大幅な改善が見られた。歓送迎会の時期的要因も手伝って、飲食関係を中心とした消費支出に動き始めている。 来期見通しでは、夏季前の消費マインドの悪化傾向にはあるものの、全体的には改善されると期待している。 やはり、消費者の潜在意識をどのようにして掘り起こすかが各店の取り組みポイントであり、ファンを作りリピーターとなる顧客作りが必要である。	

*表中の天気図はD・Iを以下のように分類したものです。

とくに好調 (50 DI)	好調 (25 DI<50)	まあまあ (0 DI<25)	不振 (25 DI<0)	きわめて不振 (DI<25)

当所では分析にあたってD・I（好転したとする企業割合から悪化したとする企業割合を差し引いた値）を採用しました。