























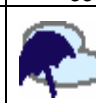

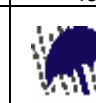

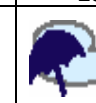

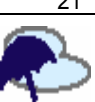

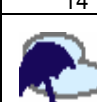

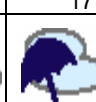
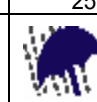

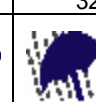




1. 景気動向

依然として全業種においてマイナスポイントで推移しているが、建設業で若干の改善傾向が見られる。主要産業である製造業は、前期に比べややマイナス幅が増加したものの原材料価格の上昇は落ち着いてきていると考えられる。また、年末商戦時期にもかかわらず商業関係の業況悪化が更に顕著になってきている。

		建設業		製造業		卸売業		小売業		サービス業	
		10~12月	1~3月	10~12月	1~3月	10~12月	1~3月	10~12月	1~3月	10~12月	1~3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		 32	 39	 16	 16	 8	 50	 43	 37	 5	 14
採算		 63	 61	 23	 20	 33	 42	 43	 35	 23	 32
資金繰り		 21	 44	 14	 14	 17	 25	 41	 32	 10	 10
業況		 25	 39	 18	 21	 18	 36	 54	 44	 23	 24
経営上の 当面する 問題点	1位	請負単価の低下・上昇難		需要の停滞		需要の停滞		購買力の他地域への流出		利用者ニーズの変化への対応	
	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		消費者ニーズの変化への対応		需要の停滞	
	3位	民間需要の停滞		原材料価格の上昇		仕入単価の上昇		大型店・中型店の進出による競争の激化		人件費以外の経費の増加	
業種別 コメント		<p>いつれの設問項目も前期より改善の兆しが見られるものの、請負単価の低下・上昇難が大きな要因となって最終的に採算面での厳しい経営を強いられている。</p> <p>来期に向けて完成工事額、引き合いは増加するとの回答企業割合が増えているものの、需要の停滞が一気に回復するとは考えられず、自社の経営努力が一層必要になると思われる。</p>		<p>景況はほぼ横這いで推移しているが、全項目でわずかながら悪化傾向にある。</p> <p>冬場という季節的要因もあると思うが、来期の見通しを見ても急激に悪化するという状況ではなく、しばらくは現状のまま推移するものと考えられる。</p> <p>一方で、今期生産設備を実施した企業割合が増加する等、明るい兆しも見られ始め、原材料仕入れ単価の対応などの更なる自助努力が必要である。</p>		<p>年末商戦などで景気回復が見込まれるはずの期であるが、結果としてほぼ横ばいの状況であり、急激な悪化は見られないものの業績は低迷している。また小売・サービス業での景気回復も全く見られていないため、本格的な景気回復はまだ先のように思われる。</p> <p>流通事情が激変し業界自体の生き残りが難しいわけだが、豊富な取引先からの「情報」や「ノウハウ」を武器としたサービス・付加価値が今後の生き残りに関して、今まで以上に必要となるであろう。</p>		<p>年末商戦に入ったこともあり、DI値は前期より改善しているものの全体的に極めて不振な状況が続いている。</p> <p>11月に入り天候不順が続き、12月でも暖冬予想の影響から衣料品を中心とした冬物商品の出足が鈍くなっている。</p> <p>来期見通しでは、新年を迎え購買意欲の向上から少しずつはあしるものの改善するとの期待感を持っている。</p> <p>最近の消費者動向では、消費者の季節感覚が薄れてきており、年末など季節の節目などの購買意欲が他月に分散する傾向にあるため、個性的な店作りによる消費者への訴求効果向上が必要である。</p>		<p>業況としては厳しいながらも、前期に比べて少しずつはあるものの売上や資金繰りなど改善傾向にある。</p> <p>クリスマスや忘年会等シーズンではあるものの規模縮小、客単価の低下、材料単価の上昇などを懸念する見方がある。</p> <p>来期は、季節的な要因から毎年需要が停滞し、売上、採算など少しではあるものの厳くなる見方をしている。</p> <p>利用者ニーズの変化に対応した潜在意識の掘り起こしが必要である。</p>	



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。