

Ⅱ 業種別平成21年の景況予測

1. 食料品製造業

(1) 菓子製造業界は、食べ物なので極端な落ち込みはないにしろ、消耗品なので不景気の影響で買い控えが進むだろうと思われる。

(2) 醤油業界は、昨年夏頃からすでに消費意欲の減退傾向が現れている。今年は更に低価格志向が進み、市場では厳しい競争が続くものと予想される。新商品の投入や既存商品のモデルチェンジなど商品の強化をすすめ、消費者の購買意欲を高めるなどの努力が今まで以上に必要であると考えられる。

(3) 水産練り製品業界は、原料価格のパニック的な上昇はなくなり、原料によっては価格が下がってくると考えられる。それにより、また製品の乱売にならない様、注意が必要である。

2. 繊維・同製品製造業

繊維・同製品製造業では、不況・不景気のための売り上げ不振となり生産数が減少すると考えられる。

3. 木材・木製品製造業

(1) 合板製造業界は、国産材利用を進めるため、各企業は数年前から設備等の増強をしてきたが、とても厳しい年になると思われる。

(2) 木材業界は、景気の悪化に伴い木材需要のおおむねを占める住宅着工数の減少が懸念され、経営環境は厳しくなるものと思われる。

(3) 家具製造業界は、昨年耐震強度規定改定により着工数が落ち込み、その後は世界同時不況という環境なので、全体としては平成20年より悪くなると考えている。

4. 出版・印刷業

出版・印刷業を見ると、危機的な閉塞感から脱却するのは容易ではなく、平成21年の業界景況が、前年比で好転する要素は極めて少なく、当面、厳しい状況が続くものと予想される。

5. 窯業・土石製品製造業

(1) 瓦業界では、出荷枚数（価格、売上高）は、12の民間調査期間による新設住宅着工件数予想（平均値）では、ほぼH20年並みの1,097千戸という強気な情報もあるが、落ち込みも想定しておかねばならない。その要因としてH20/11-12の減少傾向が上半期は続くものと思われる。又、瓦出荷量についても、昨年同様に化粧スレートとの競合激化、太陽光パネル一体施工普及、公共投資の更なる抑制、等による需要減を想定しておかねばならない。その上でのシェア奪回、需要喚起策を講じ、必達目標：80,000千枚（H20年実績キープ）と見ている。価格では、燃料油価格が現状並みで推移すれば市場からの価格下げ要求は必至である

が、H16年比40%高—H17年比15%高の水準であることから、現状維持キープが必要と考えられる。生産枚数（操業度）は、既存生産設備能力100,000千枚に対し80%の操業度と見ている。H20/3月の（株）森崎窯業—（株）丸惣佐々木窯業所の石央瓦販売（株）への販売一本化、（株）石州川上窯業—石央瓦販売（株）の一部商品販売提携により設備集約がなされ、生産設備能力100,000千枚（推定）とした。収益は、原油価格・燃料価格動向に左右されるが、更なる生産設備集約、生産品目の絞り込みによる生産効率と歩留まり向上、若干の雇用自然減等により収益は若干の回復が期待できる。

（2）コンクリート二次製品製造業界は、今年度の見通しが全く予想できず、昨年度同様あるいはそれ以上に悪化傾向と思われる。

（3）生コンクリート製品業界は、大型物件では松江第五大橋道路、松江市ごみ処理施設、松江工業高校、島根大学医学部新病棟、山陰道斐川～出雲、仁摩温泉津道路、浜田三隅道路塚ヶ原トンネル、などの大型需要が見込まれる。しかし、県下全体では公共事業の減少基調と景気悪化による民需の不振が続き、需要は平成20年比で1割程度減少するものと予測している。

6. 鉄鋼・金属製造業

（1）鉄鋼製造業界は、百年に一度といわれる経済危機による世界的な景気後退が一段と進む中、自動車、電気、機械など日本を代表する大企業が底の見えない需要後退に減産をするなど厳しい対応をしてきており、こうした状況下において、中小企業は益々厳しい環境下に置かれ、特に地方にある我が島根県の鉄工業界においては、発注企業からの受注の減少やコストダウン要求、県外企業との競合の激化が一段と強まり、経営環境をさらに厳しくするものと思われる。

（2）安来地区の鉄鋼製造業界は、製造業、特に自動車関連の部品製造を主としていた事業所においては、受注の見通しが全く立たず、平成21年上期は、業界の動向を静止せざるを得ない状況である。

（3）鋳物製造業界は、景気後退の影響をまともに受け12月より50%近くの操業度の落ち込みとなっており、1月以降さらにその落ち込みが拡大すると思われる。特に自動車、工作機械、建設機械は底が見えない状況だが、船舶や重工業関係には底堅い需要があり、生産品目による格差が生ずると予想される。主要な製造業の在庫調整が進み業界の景況が好転するには相当の時間がかかるものと考えられる。

7. 機械器具製造業

金属加工機械製造業界では、自動車業界、単車業界が全てのメーカーにて減産・リストラ・工場閉鎖などを実施している中で、我々の工作機械業界は直に影響を受け出している。今年はもちろん来年の秋以降までは、不況の状況から脱出できないと予測している。

8. 自動車部品・付属品製造業

自動車部品・付属品製造業では、増産体制であった物が、今度は極端な減産体制を引かざるを得ず、経営の舵取りがなかなか難しくなっている。現状売上が半減した中、緊急雇用安定助成金制度を活用し、雇用を削減する事無く現状は操業しているが、いずれにしても製造原価が賄えない赤字の経営がどこまで続けられるのか非常に難しい舵取りとなっている。

緊急の受注確保対策・製造原価の低減策・品質不良の撲滅・新部品の開発販売・資金の調達等々具体的に実施し結果を出す必要がある。

9. 畳製造業

畳製造業界では、去年以上に厳しい状況が予想される。張替工事は企業努力次第で生き残れることを信じたい。

10. 卸売業

県東部では、来期見通しも悲観的とならざるを得ないが、政府の景気刺激策としての公共事業拡充製作の可能性に期待したい。

県西部では、公共事業が激減し、地元経済が落ち込んでいるため、この先も厳しい景況状況が続くものと考えられる

11. 小売業

(1) 共同店舗では、特に20年秋口より消費者に対する消費抑制が進んできたが、21年は更に消費者心理として、消費の抑制が強まると思われる。

(2) 石油製品業界では、低炭素化時代、ガソリン需要の減退といった社会的背景、元売り直営店・県外フリー等のシェア拡大、適正利潤の確保難が引き続き予想され、今後の見通しの暗さから地場企業の撤退増加も予想される。

(3) 市街地の商店街は、連日のテレビでの不況報道で消費者心理は最悪となっており、今年一年は我慢の一年となりそうだ。

郊外のロードサイド型商店街では、同業社間の競争がますます激化する。又、大手外食チェーンの出店が相次いでいる。又、物販店の退店が多くなり外食に取って変わるだろう。理容、美容室の出店も多くなりそうである。

12. サービス業

(1) 旅館業界を見ると、昨年同様、旅行業者の県外団体宿泊客を世界遺産石見銀山へ、また松江市でのホーランエンヤ等での集客を期待しているが、逆にマイナス面が多い。出雲大社への遷宮工事の本格化(現時点未定)が予想され、また宣伝効果があったと思われるNHK放映の「だんだん」の終了等において集客減少傾向が懸念される。

(2) 自動車整備業界を見ると、更に厳しい状況で推移すると考える。新車、中古車の販売台数の減少、対ロシアへの車輛輸出の減少等により、車を取り巻く状況は厳しい。その上販売店(ディーラー)の統合等による合理化、リストラの加速、経営不振等による脱退組合

員の増加などが考えられる。

(3) 情報サービスの業界では、20年よりは少しは良くなると思うが、大幅な好転は無いのではないと思う。

(4) ビルメンテナンスの業界では、全く先行不透明ではあるが、現況の経済動向から見た場合、明るい材料はなく当業界は相当厳しいものになることが予想される。

13. 建設業

(1) 総合工事の業界では、公共事業予算は、国において100年に1度といわれる世界的な経済危機の中「当面は景気対策」との観点から平成21年度予算は実質5.2%の減であるが第1次補正、第2次補正を含め前年度当初予算は確保、また第2次補正、平成21年度予算で1兆6000億円の地方交付税の増額による地方活性化や地域の安心安全に向けた事業を円滑に推進する手当がなされたことから、前年度当初より増額の期待感がある。一方で、県内の約40%を占める民間建設需要は民間の設備投資の急激な減少や住宅関連の落ち込みが懸念される。

(2) 電気工事の業界では、製造業の立ち直り時期が今秋から来年と見ている。設備収益はその頃から出てくると思われる。

消費面からの需要は、この縮小マインドが回復する秋口から上がってくる。個人住宅・企業への営業が課題。夏まで乗り切る業者は良いが、厳しい業者は資金面で相当圧迫される。

14. 運輸業

道路貨物運送業では、世界同時不況に伴い、輸出の不振と国内需要の冷え込みによって底打つ時期を予想することもできず、荷動きはかつてない大幅な落ち込みとなる見通しである。

公共投資についても政府・県の景気対策により若干の増加はあっても、景気浮揚の呼び水となるような新規の大規模な発注は期待できないことから、建設資材関連貨物の輸送は低調に推移すると予測される。

景気が一段と悪化する中で雇用不安や社会保障・医療への不安から個人消費も冷え込んでおり、物が売れず生産・消費関連貨物も落ち込むなど、毎日の生活に必要な食品分野を除き総じて全業種において企業業績が悪化することが予想されており、生産・在庫調整や民間設備投資の先送り、人員の削減等を余儀なくされるなどから、総輸送量は大幅な減少傾向を示すものと予想する。

燃料費が大きく下落したことにより輸送コストは軽減されたが、荷物需要が大幅に減り売上が大きく減少することは燃料費が下がったメリットを相殺しても資金繰り等、事業経営に与えるそのダメージは大きい。

いずれにしても効率的な運行計画や省エネ運転の実施、組合の行う共同事業を積極的に活用するなど、出来る限りの経営コスト対応策に取組ながら、併せて政府の打ち出す様々な経済対策を効果的に活用しながら苦境を乗り切らねばならない。