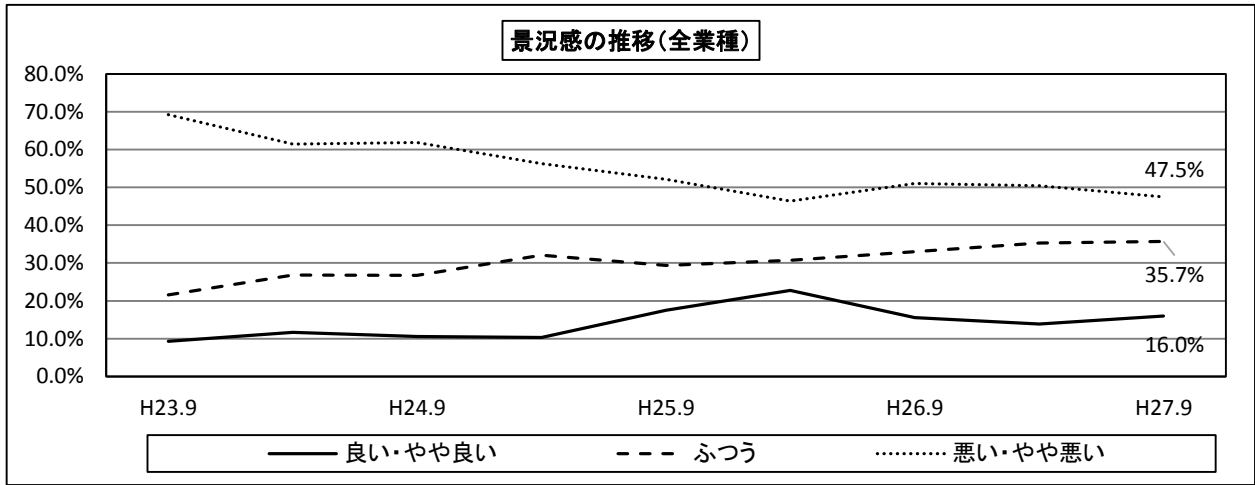


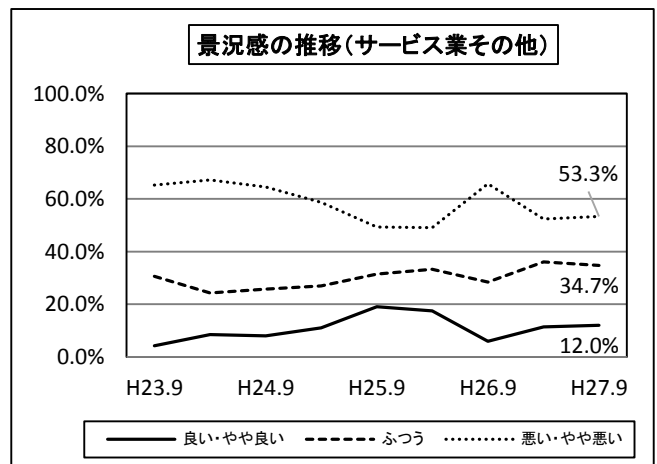
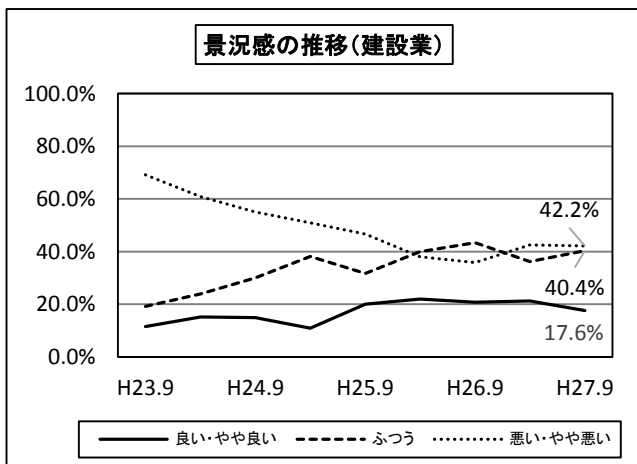
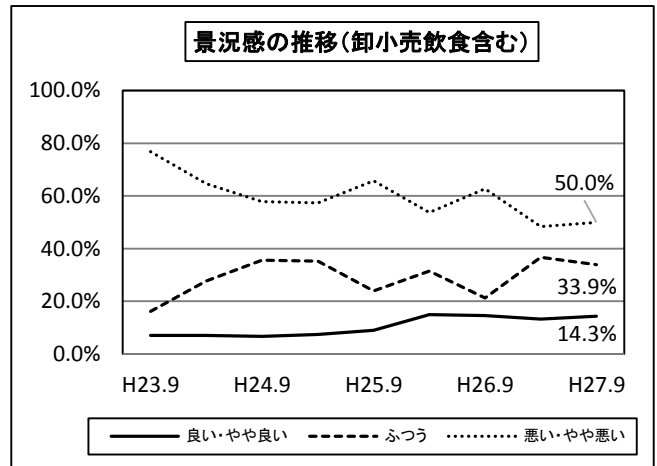
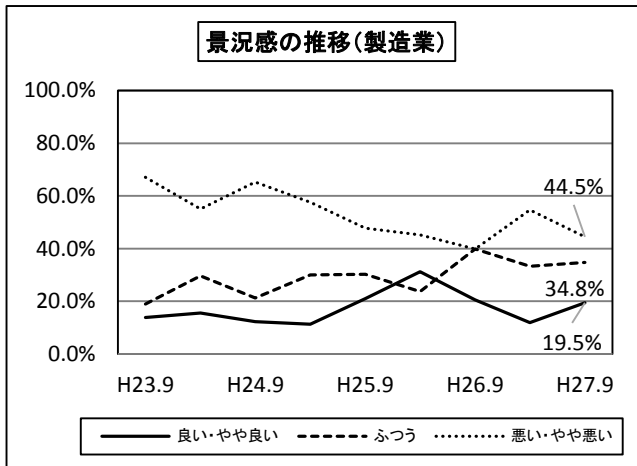
【 概況 】

— 景況感 回復傾向を示す。特に『製造業』は大幅に改善 —

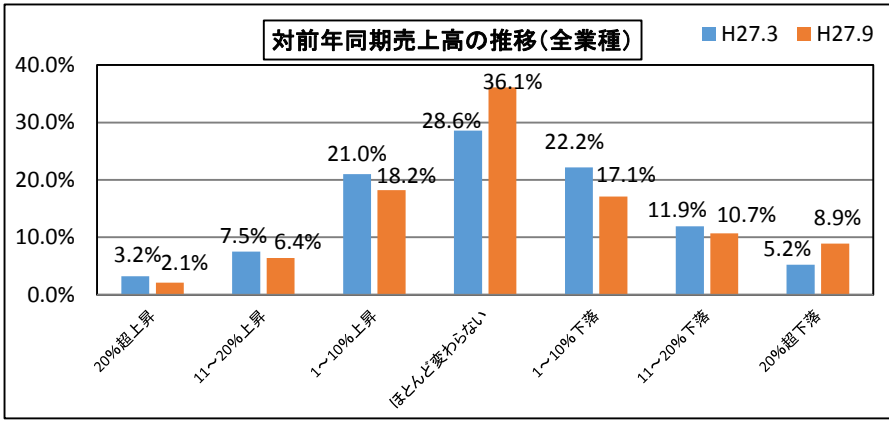
《景況感》



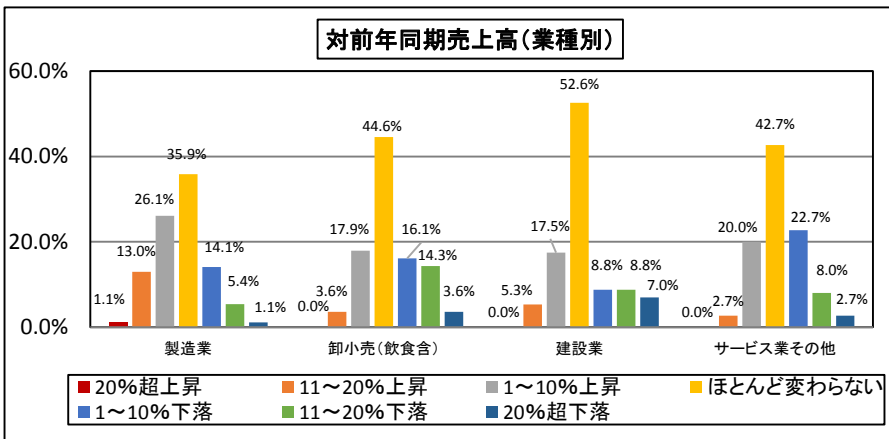
全業種の景況感では、「良い・やや良い」の数値は16.0%（前回13.9%）で2.1ポイント増加した。また、「悪い・やや悪い」の数値については47.5%（前回50.4%）と2.9ポイント減少し、前回調査から回復傾向を示した。業種別では、特に『製造業』において大幅に改善した。（「良い・やや良い」7.7ポイント増加。「悪い・やや悪い」10.2ポイント減少）



《売上高》



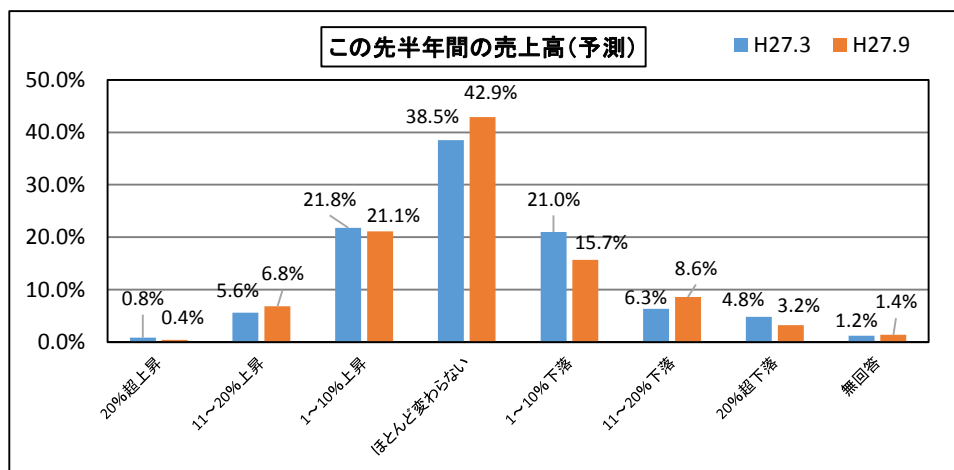
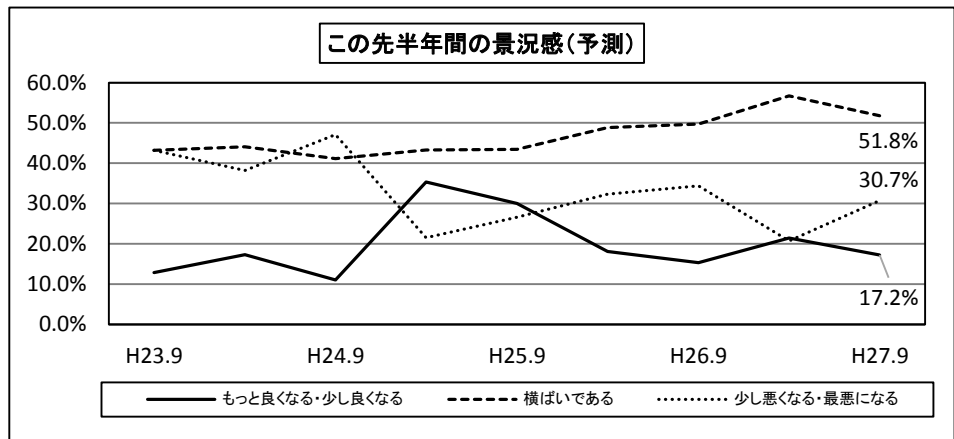
売上高では、対前年同期で“上昇”は5.0ポイント減少した。(今回26.7%、前回31.7%) また、“下落”の数値は2.6ポイント減少しており(今回36.7%、前回39.3%) 全業種を通じて、横ばいの事業所が増加する結果となった。



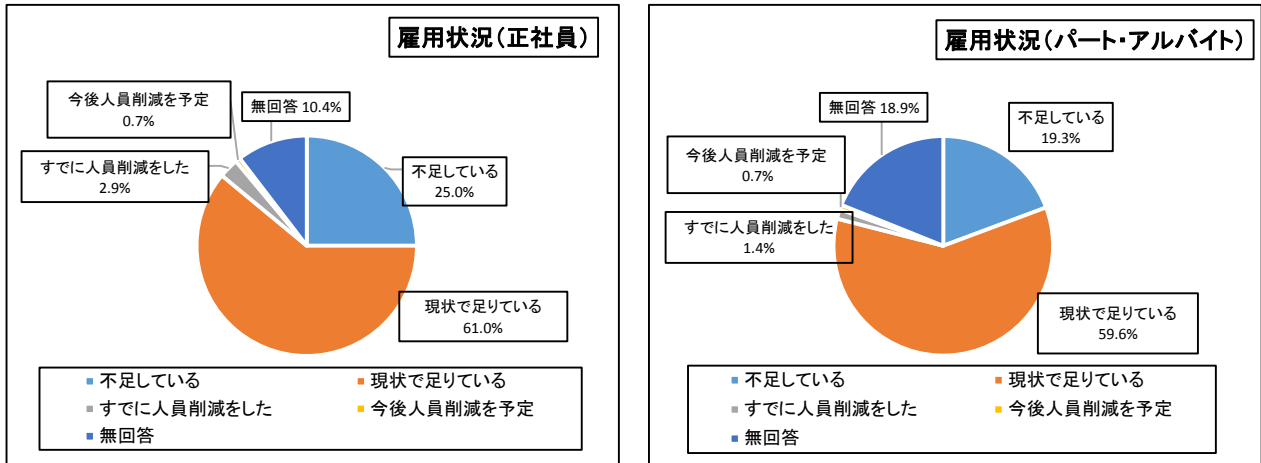
《景気・売上高の見通し》

この先半年間における景況感の予測では、「もっと良くなる・少し良くなる」については、17.2%で4.2ポイント減少(前回21.4%)し、「少し悪くなる・最悪になる」については30.7%で10.0ポイント増加(前回20.7%)し、先行きに懸念を残す結果となった。

売上高の予測においては、“上昇”そして“下降”の合計数値は、ほぼ横ばいとなった。



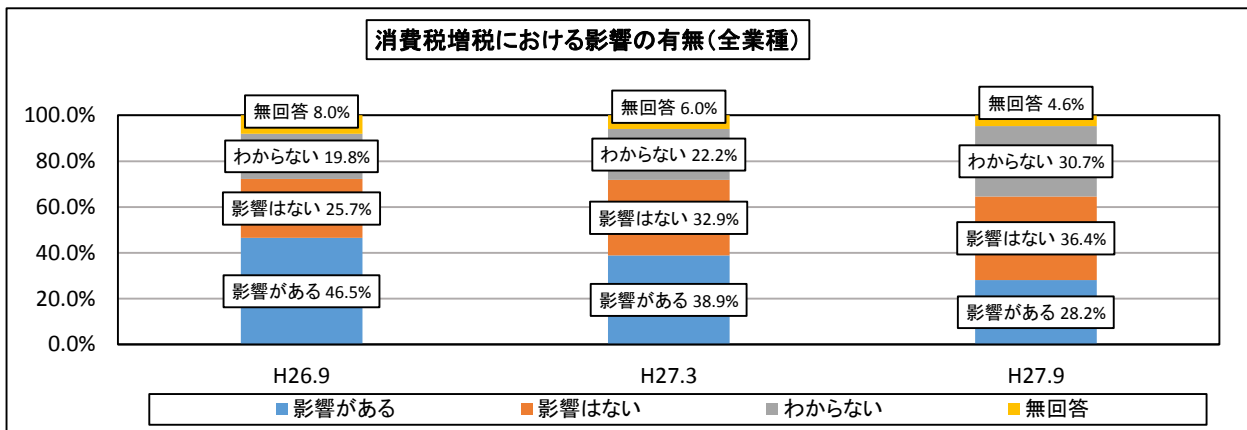
《雇用状況》



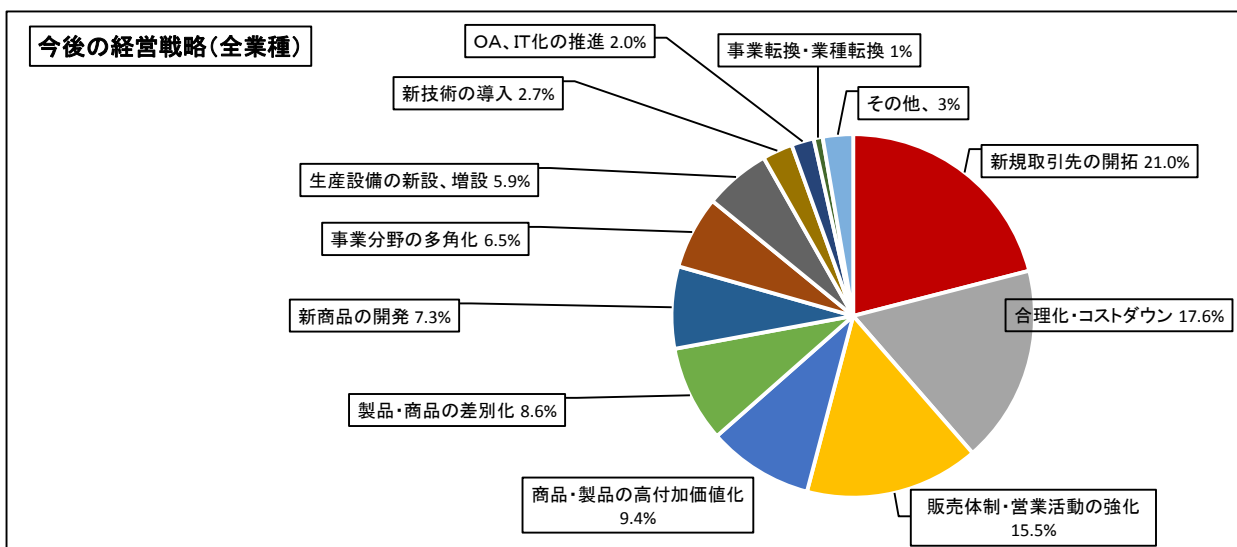
雇用状況においては、『現状で足りている』と回答した事業所が過半数を占めた。

《消費税増税の影響》

平成 26 年 4 月 1 日に施行された消費税増税の影響については、「影響がある」と回答した事業所の割合は減少傾向を示した。「影響がある」とする理由は、前回同様「買控え・顧客の減少」が一番多かった。



《今後の経営戦略》



今後の経営戦略については、『製造業』『建設業』『サービス業その他』の3業種で指摘の多かった「新規取引先の開拓」が21.0%で第1位となり、『卸小売（飲食含）』で指摘が多かった「合理化・コストダウン」が17.6%と続いた。

【調査対象業種】

製造業	繊維工業、金属工業、食品工業、印刷業、窯業、プラスチック工業、電気機器製造業
卸・小売業 (飲食店含む)	卸売業、食料品販売、陶器販売、文具販売、カメラ用品販売、衣料品販売、自動車・自転車販売、荒物・雑貨販売、スポーツ用品販売、花・植木販売、その他の小売、飲食業
建設業	建築・土木、鉄工、製材、木工、電気工事、左官、管・サッシ工事、塗装業、屋根工事、装飾
サービス業その他	理・美容、運送業、写真業、ホテル・旅館、クリーニング、金融・保険、税理士・社労士等、不動産業、教室・塾・練習場など

【調査対象業種】

今回の調査集計の業種別サンプルは次の通り

業 種	サンプル数
製造業	92
卸・小売業（飲食店含む）	56
建設業	57
サービス業その他	75
合 計	280