

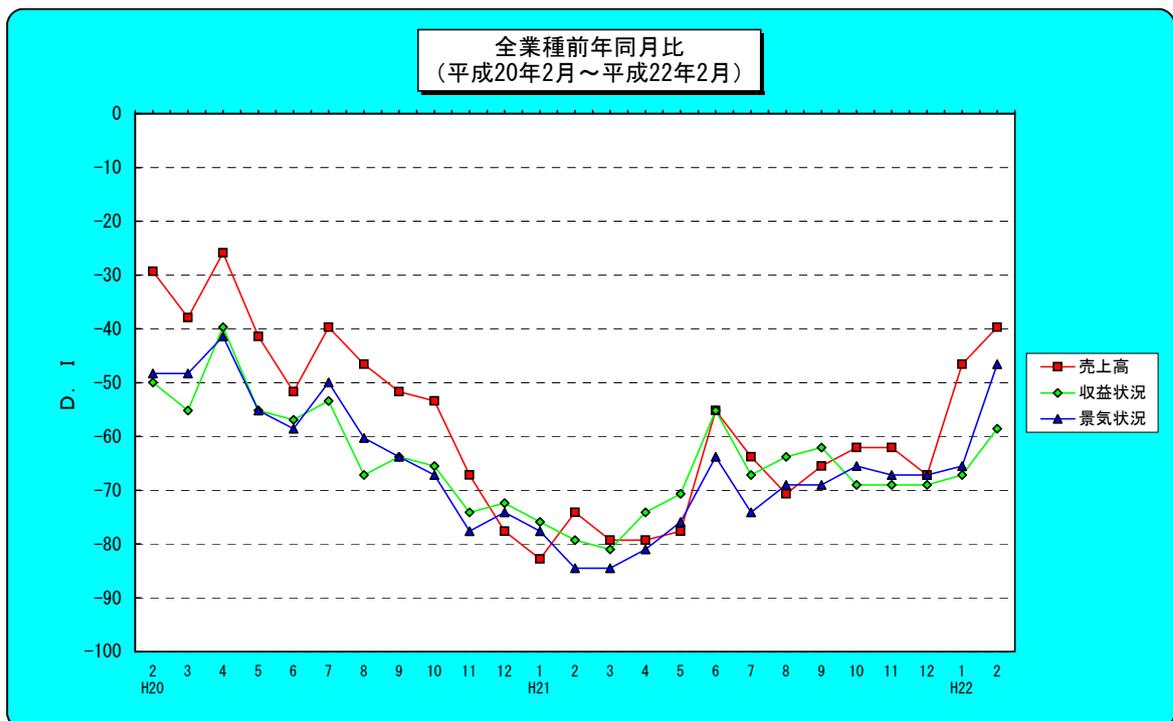
県内の情報連絡員報告

石川県中小企業団体中央会

■平成22年2月分

- **2月のDI値**は、前月と比べ全9項目中8項目(「売上高」、「販売価格」、「取引条件」、「収益状況」、「資金繰り」、「設備操業度」、「雇用人員」、「業界の景況」)で改善が見られ、特に「設備操業度」と「業界の景況」でそれぞれ16.1及び18.9ポイントと大幅な上昇となった。これは先月に引き続き、鉄工・機械関連を中心とした製造業の回復が顕著であり、操業度の上昇から各ポイントを引き上げることに繋がったことなどが主な要因と考えられる。ただ、前年2月がいわゆる「底」であったことの影響しているものと見られる。
- **製造業**では、全体の傾向と同じく8項目で改善が見られ、うち4項目(「売上高」、「収益状況」、「設備操業度」、「業界の景況」)においては2桁の回復となった。ただ、その基調は主に鉄工・機械関連で見られるものであり、繊維製造や伝統産業などは需要の低迷が継続しているなど厳しい状況に変わりはないとしている。鉄工・機械関連においては、操業度の上昇が続いている繊維機械のみならず、建設機械でも大手メーカーが生産を増やすことに伴い回復に向かっている模様である。ただ、製造品目により受注のばらつきが見られたり、「今週は仕事があるが来週は無くなる」との声が聞かれるなど安定的な操業には至っていない状況である。また、円高の影響や中国での金融引き締めの実施、コストダウン要求による収益性の悪化など懸念材料も多いため、今後の動きを慎重に注視する必要があるとしている。
- **非製造業**においては、業界の景況など4項目で改善が見られたものの、総じて小幅な動きに留まっており、製造業と比較すると改善とは言い難い状況が窺える。また、その上昇の要因は比較対象である昨年同月の数値が更に悪い状況にあったことなどが影響しているものと考えられる。個人消費は依然として低調に推移しており、各業種とも需要が伸びないため販売価格を下げざるを得ないものの、収益を削り価格を下げてもらうように売上が伸びないことに解決策を見出せない状況が窺える。金沢市内の商店街などでは各種イベントにより消費者の関心を引く取り組みに注力しているが、効果が一時的であることに苦慮している。新車登録台数については、政府の施策により相変わらず堅調に伸びているが、燃油小売業からはハイブリッドカー普及により販売量の確保が難しくなっているとの意見も聞かれた。
- **平成22年度の業界の見通し**については製造業と非製造業で異なる傾向が窺われる。製造業は、一部ではあるが中国を始めとする新興国向けの需要や発注者の要望する製品を開発してきた成果などにより、急激ではないにしろ回復基調は継続するとの見方が出ている。一方、非製造業においては消費動向が好転する見込みは薄く、来年度も低調に推移するという考えが強いようである。これまで政府のエコポイント制度などにより売上を維持してきた家電業界などについても、制度の継続が決定されたものの対象品目が減ぜられたことにより、これまでの効果が継続するか不安視する声が聞かれた。

◇全業種の前年同月比推移 (H20.2～H22.2)



	集計上の分類業種	具体的な業種 (産業分類細分類相当)	組合及び組合員の業況等(景況の変化とその原因・現状等、企業経営・業界での課題点)
製 造 業	食料品	調味材料製造業	県内の醤油出荷量は前年同月比で微減となった。依然として消費低迷が続いており、前年1～12月の累計との前年同月期ではかなりの出荷減少となった。早期回復が望まれている。
		パン・菓子製造業 (菓子)	前月に比較すると、観光客が増えたものの依然として個人消費の抑制が続いているため、売上の増加に結びつかない。
	繊維・同製品	繊維業	インテリア織物について、2月前半は国内向け商品の一部に堅調な動きが見られ回復が期待されたが、景気の低迷は根強く後半は一変して厳しい状況が続いている。ファッション織物は中国富裕層向けのごく一部の商品で堅調な動きが見られるものの、国内消費マインドの低下、節約ムード、低価格志向の高まりから厳しさが増している。 過去3年間の繊維生産は合繊織物、絹織物との減少傾向を辿っている。したがって売上高は減少し、収益力は低下している。平成19年2月を100%とした生産指数は、平成20年2月は合繊96.7%、絹63.8%であり、平成21年2月は合繊45.8%、絹36.1%、平成22年2月は合繊26.5%、絹53.6%と厳しい状況が続いている。一部輸出関連において、価格引き下げの圧力が強く要求に応えることは限界に達している。雇用については、休業日の増加や従業員の解雇等は見られないが、定年後の再雇用は実施されておらず、人員の削減を図っている。
		ニット製品製造業	昨年同月の生産量が極端に下がったため前年同月比で見ると生産量は増加したが、量は増えても販売価格の値下がり傾向であるため資金繰りが改善したという状況は見られない。特にファッション衣料は安い、早い、若い、軽いがポイントとなっており、これに応えるには設計から製造までを手がけるODMでなければ難しくなっている。
		その他の繊維業 (染色加工)	業況は良くない。売上を上げるために在庫数が増える傾向にある。製品価格は下がる傾向にあるため収益に関しては悪化しており、その状況は厳しいものがある。消費者の動向に関しては低調であり、生活重視の傾向がなお強い。高価格品に対しての購買意欲は低い。来年度の業界の見通しとしては、急激な回復は考えられない。もし回復するとすれば、後半にかけては緩やかに回復するものと考えられる。ただ、ある程度で頭打ちとなると思われる。懸念事項としては、和装業界の衰退により、着物市場が一層冷え込むことである。
		その他の繊維業 (織マークの生産・加工)	売上高は昨年同月比で15%ダウンとなった。昨年来の落ち込みに続き、1月以降の更なる大幅な売上高のダウンは我々中小零細企業にとっては致命的なダメージを与えることになるかもしれない。この不況は政治不況としか言いようがないのではないかとと思われる。
	木材・木製品	製材業、木製品製造業 (能登方面)	価格の低迷と雪の影響で入荷が大幅に減少した。市況は品薄の関係か引き合いはあるものの、安値の取引となっている。例年であれば春の需要に向けて入荷や買い方に活気があるものだが、今年は様子が異なっている。
	出版印刷製造業	印刷製造業	売上高及び収益状況とも変化は見られない。来年度の見通しとしては、業界の見通しについては、明るい状況ではなく現在の状態で推移していくと思われる。
	窯業・土石製品	生コンクリート製造業	2月の県内の生コンクリート出荷状況は前年同月比で90.4%となった。地区別で見ると、鶴来・白峰、金沢、能登地区がプラス出荷となったが、南加賀、羽咋・鹿島、七尾地区がマイナス出荷となった。なお、官公需は99.8%、民需76.9%であった。民間設備投資は大変厳しく、明るさが見えない。春に向かい天候が良くなることに期待したい。来年度の見通しとしては、金沢地区は新幹線工事関係に期待したいが、その他は期待が薄い。
		砕石製造業	2月の組合取扱出荷量は対前年同月比5.2%の減少となった。地区別において、昨年4～2月の11ヶ月トータルの対前年同期で見ると、金沢地区はプラスマイナス0とマイナススタートによりやく追いついたものの、南加賀地区が27.7%減と大きく減少している。これを白山麓地区の22.5%増と特需による出荷により、トータルで0.5%増となった。
		粘土かわら製造業	例年比べて降雪が要因となり売上高、収益とも減少した。操業度については、出荷量と在庫量を考慮したため例年より低い。金融機関の姿勢に特に変化はなく、資金繰りは比較的安定している。先行き不透明の中、新たな雇用(新入社員は除く)は控えている。来年度の見通しとしては、新設住宅着工件数に加え、競合他社の厳しい攻勢が増してきていることから、売上高は多少減少すると予想する。
		陶磁器・関連製品製造業	カタログ販売事業を実施している組合が解散を決定するなど業界の環境は厳しい状況にある。消費者動向としては、相変わらず高額商品が売れない。来年度の業界の見通しは暗い。
	鉄鋼・金属	鉄素形材製造業 (鉄鉄鋼物の製造)	2月度の鋳物生産量は対前年同月比で170%と増加した。ただし、対前々年同月と比較するとまだ70%弱の回復である。また、客先から価格の引き下げ要求が強い中で材料の価格が上がっており、非常に厳しい状況にある。なお、組合員の半分を占める従業員10名程度の企業の回復が遅れている。来年度の業界の見通しは、素材産業は供給先の仕事機械、繊維機械、産業機械メーカーの動向にかかっているため、回復は難しいと思われる。政府の抜本的な景気回復策を強く希望する。
		鉄素形材製造業 (鉄鉄鋼物の製造・修理)	当鉄工団地の組合員企業は8社であり、総じて売上高は回復傾向にあるが収益状況は低迷している。受注のロットが少量他品種であるため効率が低下し、利益に結びつかない。そのため本格的な回復の実感が無い。従って、資金繰りは決して順調とは言えず、仮に借入を実行してもその弁済財源が乏しく合理化に努めてきたが限界があり、対策に苦慮している状況にある。来年度の見通しとしては、売上高並びに収益面に急激な改善が見込めず厳しい状況が続くと思われる。より一層の景気的好転を望む。
		非鉄金属・同合金圧延業	金箔の生産量は先月落ちこんだものの、今月は12月並みに回復した。ただし、厳しい状況に変わりはない。
		一般機械器具製造業	前年度と比較すると前年度が余りにも悪かったため少し良くなったが、前月比で見ると低い数字にほとんど変化は見られない。何を見ても何処を見ても良くなる要素が見つからない。来年度の見通しとしては、全く悪い状況にあるものの、引き合いが多くなってきているため、平成22年度の数字は良くなるのが想定される。中盤頃となる見通しである。
	一般機器	機械金属、機械器具の製造	少しずつではあるが仕事量が増えてきている感がある。状況としては、電子業界向けの工作機械が比較的好調なようでそれに関連する部品加工の受注が出ている。また、まだら模様であるが総体的には生産水準の上昇がうかがえる。ただ、相変わらず週4日休業の企業もあり、業種によってバラツキが見られる。また、今週は仕事があるが来週は無くなるといったように安定操業とは言えない状況が見られる。雇用については、今までは定年などで退社する従業員の補充をせずに実質的な人員削減が行われていたが、最近では求人活動が行われるようになってきている。来年度の見通しについては、一般産業機械は内需の拡大がなかなか望めない状況で中国を始めとする新興国向けの外需に頼らざるを得ないが、在庫調整が進んだことや低価格機や消費者の要望する商品を開発する手法であるマーケットイン製品の投入による新規市場開拓の成果が徐々に表れてきているため、平成22年度中盤以降の回復に期待出来るようである。日本経済の停滞に対する施策の行方が足を引っ張らないか気になるところである。

	集計上の分類業種	具体的な業種 (産業分類細分類相当)	組合及び組合員の業況等(業況の変化とその原因・現状等、企業経営・業界での課題点)
一般機器		プレス、工作機械	2月度の売上高は前月と同レベルであり、対前年同月比では2~3割ダウンの状況である。業況は、工作機械メーカーで回復基調の報道があるにもかかわらず、2~3次下請にはなかなか仕事が回ってこないし、回ってきても少ロット短納期対応のものであるためコスト的に厳しい状況である。来年度の見通しとしては、業界全体は回復基調であるため2番底の懸念は薄まりつつあるが、下請全体に普及するまでにはまだまだ時間がかかると思われるため、その間は各企業の体力勝負となるであろう。
		機械器具及び其他 金属製品の製造	繊維機械は中国向けにおいて既に受注済みであるため、多忙を極めている。現状はチェーンを除き、繊維機械、輸送機器(主に四輪部品)、電機(主にデジタル家電部品)は前年同月比で増加となっている。それに伴い、売上高も増加に転じているが、緩やかな上昇に留まっており、また、自動車や家電などが動いているのは景気対策効果によるものと推察する。収益については、販売価格の低下から利益になり辛い状況が続くものと思われる。来年度の見通しとしては、エコカー減税や補助、エコポイントの効果で上半期は現状維持または緩やかな上昇が続くと考えられるため、そのうち新規分野(太陽光発電、LED照明、電池等)への国内投資が活発になればと考えている。当面、内需不振が継続するが経済発展が著しい新興国などへの輸出は好調に推移するものと思われるが、円高が懸念材料である。
		機械、機械器具の製造 又は加工修理	繊維機械の部品加工は昨年8月から平成19年度平均と比較すると50~55%の水準まで回復している。発注先の繊維機械メーカーから3月以降は65~70%位まで回復する見通しが示されており、実績が楽しみである。懸念事項は主力市場の中国が金融引き締めを実施することである。工作機器の部品加工は、まだ平成19年度平均と比べると30%前後の水準であり、回復傾向は示しているものの歩みは遅い。雇用については、昨年4月から実施している組合主催の教育訓練は12月までは毎週木と金、本年1月からは金曜日だけ開催しており、受講者数は6月の平均109人を最高に10月までは80人以上であったが、11月から平均50~60人に減ってきている。来年度については、自動車、二輪向けや建設機械、農業機械など各種産業機械向けの部品加工が徐々にではあるが回復しているためであり、来年度に希望が持てるようになってきた。
		機械、機械器具の製造 又は加工修理	建設機械大手が中国での公共投資向けの生産を5~8割増としていることから、機種によるバラツキがあったり価格ダウン要求が強かったりするものの受注は回復傾向にある。油圧、シヨベルは前年同月を大幅に上回り、前々年同月で70~80%まで回復してきており、平成22年3~5月の見通しは平成21年2月と比較して80%増加を見込んでいることから、一応明かりが見えてきた感がある。工作機械の回復はまだまだである。大手自動車メーカーのリコール問題は不安材料である。
その他の製造業		漆器製造業 (能登方面)	個人消費、法人消費ともに冷え込んでいるため、売上、収益ともに減少している。消費動向は更に停滞しているが解決策を見出せないのが現状であり、地道な販売活動を続けるしかない状況である。来年度の見通しは立たず、職人の離職が進みそうである。
		漆器製造業 (加賀方面)	2月の産地出荷額は前年同月比で微減となった。1月後半より落ち込み幅は減少してきており、昨年から続いていた二桁の音読みから見れば少し落ち着いた状況になりつつある。産地内では職人の仕事量が極端に薄くなってきており、特に伝統的な茶道具関連の職人が厳しい状況にある。2月初めに開催されたいしかわ伝統工芸フェア2010では、入場者数は前年度と比べて数パーセントの落ち込みとなったものの、売上高は30%の減少となった。特に高価格品の販売が極端に少なくなってきたこと、伝統漆器にとっては厳しい結果となった。
		プラスチック製品 製造業	売上高や収益状況に変化は見られない。コストダウン要求はあるものの、材料の値上げ傾向がある中断している。
卸売業		各種商品卸売業	世界同時不況の影響により、一般消費が萎縮して低価格品で我慢するかもしれないしは買い控えという形で表面化しつつあり、組合員の大半が売上、採算ともに悪化し、今後ともこの傾向は変わらないものと思われる。来年度の見通しとしては、特に大幅な変化はなく今後も厳しさが続くものと思われる。
		繊維品卸売業	何とかしなければいけないという意気込みはあるものの、その様子はかなり疲れているように見える。
		水産物卸売業	2月分の買受高は対前年同月比で8.7%減と前年割れが続く中、政府の景気対策は不透明であり依然として大変憂慮される状況が続いている。こうした中、今後とも辛抱強く景気回復を期待しつつ魚食の普及活動を進めるなど、少しでも売上が伸びる努力を地道に続けていく。
非 製 造 業		百貨店・総合スーパー	対前年同月比の売上高は全体で80.1%となった。部門別に見ると、ファッション48.4%、服飾・貴金属124.3%、生活雑貨65.3%、食品88.3%、飲食96.8%、サービス60.6%、客数は84.5%であった。今月は改装閉店があり、ファッションの全店舗が2月15日より休業した。服飾・貴金属や生活雑貨でも一部店舗が休業。第1週、第2週は閉店セールでの追い込みがあり、それぞれ昨対117%、135%と好調であった。改装に入っても営業店舗の中でも物販販売などは予想より影響は小さかった。食料、飲食は売上を下げた。昨年と比べて消費の盛り上がりがない時期に閉店セールを実施したおかげでこの1ヶ月で昨年の1.2~2倍の売上を作れたのは結果として成功となった。消費者は不確かな部分はあるものの、閉店という言葉には反応があった。低価格商品に目がいく傾向はあるが、それでも宝飾関係もすこしずつではあるが回復の気配が見られる。来年度については、全館リニューアルという大きな販促機会があるため、一年間継続してやり遂げることにしている。
		男子服小売業 婦人・子供服小売業	寒い日が続き、冬物一掃セールを昨年以上に積極的に取り組み、在庫処分の売上高に期待を込めたが、相変わらず低調であり、また春物も気温が上がらず、対前年同月比93.5%と思うように実績が上がらなかった。当業界は百貨店や大型店などを含め国内全体の消費のスマール化と言わざるを得ない。個人消費についてはこども手当支給による景気浮上による少なからず期待している。来年度の見通しとしては、時流の早さとデフレ化傾向のもと不特定多数客商法から特定多数商法への大転換が業種、業態、規模の大小を問わず新たなスタートラインとなると予測される。従来の店を構えて売る「引き寄せ商法」からお客様へ訪問して売る「近づき商法」となると思われるため、今一度地域密着の利点をビックチャンスのお試しとしたいと考えている。
		青果小売業	売上高は年々減少しており、消費者は大型量販店に流れているのではないかとと思われる。個人消費の動向として、低価格の日常食材に対しては購買動向が見られるが、少し高め食材に対しては販売が低調である。
		米穀類小売業	依然として消費の低迷が続いている。低価格品は微増であるが、全体的に売上高は減少傾向にある。価格の安い物が消費される傾向が以前より増している傾向が見られる。来年度の見通しとしては、現在の不景気がいつまで続くのか先行きの見通しがたかない状況にある。
		機械器具小売業	2月度の売上高は対前年同月比で103%であった。カラーテレビの台数の伸びは145%と好調、冷蔵庫も105%と伸びたことが要因である。ただし、洗濯機は80%、ルームエアコン70%と相変わらず低調である。カラーテレビの好調な理由はエコポイントによる買い替え需要が中心であり、台数は伸びているものの量販店同士の低価格競争がますます激化しているため充分な利益確保が困難であるため、物が売れても利益が稼げない状況にある。これからの見通しについては、エコポイント付与制度の期間延長が確定したことが消費者動向にどのような影響を与えるかはまだ把握できていないが、売れ筋商品のカラーテレビは対象機種が1/3に縮小された。これにより、3月の駆け込み需要が無くなったとともに4月からの前半の購買喚起が難しくなった。特に昨年より販売不振が続いているルームエアコンは深刻であり、夏場の天候にかかっている。また、12月に終了するエコポイント対象商品の駆け込み需要をどれだけ獲得できるかであるが、量販店の低価格競争が一層激しさを増すことにより地域店の利益確保に影響が出そうである。

	集計上の分類業種	具体的な業種 (産業分類細分類相当)	組合及び組合員の業況等（業況の変化とその原因・現状等、企業経営・業界での課題点）
	小売業	燃料小売業	土日祝日の値引き販売が蔓延しており、正常価格である平日の顧客が減少し収益を圧迫している。このように競争値下げによりマージンは減少し、収益面は非常に厳しい。また、景気低迷により需要は減少し販売量も減少している。冬物商品である灯油の販売量は横ばいであるが、利幅が減少している。来年度の見通しとしては、ハイブリッド等の低燃費車の普及が進行し、主力のガソリン販売は非常に厳しくなる。電気自動車の充電設備を設置しても現状では採算が合わない。そのため、ガソリンスタンドの閉鎖や廃業が進むと思われる。
		他に分類されない その他の小売業 (土産物)	売上高は対前年同月比で105%となった。微増となったがこの時期はもともとオフシーズンであり、兼六園を中心とした自由散策ツアーなど団体が多く利用したことが良かった。
	商店街	近江町商店街	天候不順などにより来街者は減少した。相変わらず沈滞ムードが見受けられる。
		尾張町商店街	商いとは何であろうか、このような時代だからこそ問い直したい。生き残るためには、義理や人情、人の風評などはどうでもよい、今の状況を乗り切ればその間に企業淘汰がなされお客様を取り込めるはず、といった考えで本当に注文をしていただけなのだろうか。本来、商いとは外から人様をうかがい、何か役に立つことをしようとする姿勢のはずであり、お金は結果として生じるものである。そんな悠長なことを言っていられない、今すぐお金が必要であるという気持ちは分かるが、お客様の動向を見ているとどうも表面だけでなく見えないサービスを積み重ねた信用に期待しているとようである。これは今一度確認すべきことではないかと思う。
		片町商店街	引き続き厳しい状況が続いている。デフレ傾向が一段と進展しており、単価は減少しているが、それによる売上高は思ったより伸びていない状況である。景気の先行き不透明感から個人消費は低調である。当地において商店街などが各種イベントを開催して個人消費の刺激に努めているが、長続きしない。来年度の業界の見通しについては、根本的な解決策が見出せるとは思えないため、低位に推移すると予想される。
	サービス業	旅館、ホテル (金沢方面)	業況の悪化に手の打ちようがない状況である。観光、ビジネス、コンベンションすべてにおいて動きが見られない。受検シーズンであるが受験生までが減少している。来年度の見通しについては、イベントの予定などが決まりつつあるが、集客に繋がるかどうか見当がつかない。
		旅館、ホテル (加賀方面)	利用者数は対前年同月比で110%を超えているが売上増に至っていない。相変わらず個人消費の固さが継続しており、高額レジャー志向が弱く低廉な商品を中心に推移している。利用消費単価は3,000円ほど低下している。また、低廉な商品も新規参入の企業により競争が激化している兆しが見られる。それに伴い収益性が落ちており、資金繰りを圧迫している。また、既存債務の処理が滞っているケースが見られる。卒業旅行需要期を迎え、若い世代の街歩きなどを見かけるようになってきたが、出足はまだまだ本格化までには至っていない状況である。来年度の見通しについては、総湯や周囲整備が本年10月で全面的に完了し、それに伴い通りの商店のリニューアル機運が出てきたため、日中の街歩きの魅力が増加しそうである。ただ、個人消費を伸ばす要因が欲しいところである。
		旅館、ホテル (能登方面)	2月の宿泊人員について、温泉地全体では対前年同月比で97.1%と約1,300名の減少となり、6ヶ月連続で落ち込みが続いている。来月営業を開始する新規旅館があるため、今後宿泊客数は伸びるであろうが、既存旅館の苦戦は当面続きそうである。これに伴い、売上や収益は依然として厳しい状況にある。また、新規旅館開業による競争により販売価格が下落することもあり得る。個人消費の冷え込みが今なお持続している。雪の影響など天候も大きく左右することから、ホームページを活用して情報をタイムリーに発信している。また、季節性を出した宿泊プランを企画、販売する旅館が増えてきている。それにより卒業旅行で温泉に泊まり、街歩きされるお客様が年々増えつつある。来年度の見通しとしては、4月より温泉地として大きな節目に当たるイベントを展開するため、これにより来訪客が増加して各旅館の収益増に繋がることに期待したい。
		自動車整備業	2月の利用者数は前年同月比90%前後を維持した。昨年に比べ旅館が減少したためその数字となったが、好転の兆しが見られず依然として厳しい状況におかれている。なお、3月の予約状況は思わしくない。今後ますます個人消費が低下する恐れがあるため、旅館経営に対する危機感が広がっている。
	建設業	鍍金工事業	価格競争が激しくなっている。従来、工事入札においては適正価格の90%以上の入札がほとんどであったが、最近では75%くらいで入札に加わる業者があり、依然として価格競争が激しい。
		室内装飾工事業	今期は組合員から組合を脱退する申し出が多い。今月の動向は例年通り忙しい月であり、一時的には職人の手配に苦労した時期もあった。ただし、単価的には相変わらず厳しく取引先の状況にもよるが前年同月比で10%程度売上が低下している模様である。
		管工事業	給水装置工事受付件数は前年同月比で15%の減少であり、ガス管工事受付件数はほぼ横ばいであった。全体的には新築住宅の着工件数の減少が主な原因であるため、今後は住宅版エコポイントの普及により新築やリフォームがどれくらい増えるかわからないものの効果に期待したい。来年度の見通しは、現状では何とも言えないが、今年度と変化は見られないと考えられる。また、公共事業は全般的に減少気味と思われる。
	運輸業	一般貨物自動車運送業①	2月の荷動きは前年同月比で多少動きがあった模様であるが回復の実感にまでは至っていない。一方、燃料の出荷量が前年同月比で2%程度増加したが、昨年より7円ほど軽油価格が上がっているため価格は変わらずである。高速道路利用状況は10%のマインとなり最近の落ち込みでは最小となった。首都圏高速方面への荷動きが増えてきているようである。
		一般貨物自動車運送業②	2月の売上高は前月比でプラス17.5%、前年同月比でプラス50.9%と大幅に増加した。しかし、昨年の2月の売上高はリーマンショック以降最悪の状況であったため増加したと考えられる。今の荷動きは不安定であるとともに運賃価格が思わしくないため、収益圧迫を余儀なくされている。資金繰りは収益状況の悪化に伴い厳しさが増している。最小限の車輛入れ替えに係る設備資金の借入及びリースにて対応している。今のところ金融機関は長期借入の返済緩和申請に応じてもらっているようである。雇用については、今後減少させても増加させる要素は今のところない。来年度の見通しとしては、期待はしているが余り良くならないと思う。景気指数は緩やかに上昇しているようであるが、实体经济の水準は決して良くない。また、生産設備が新興国への移行が益々進むと思われることやデフレ化と節約傾向が進行している事など総合的に見て景気の回復は決して順調でないと考えられるからである。