

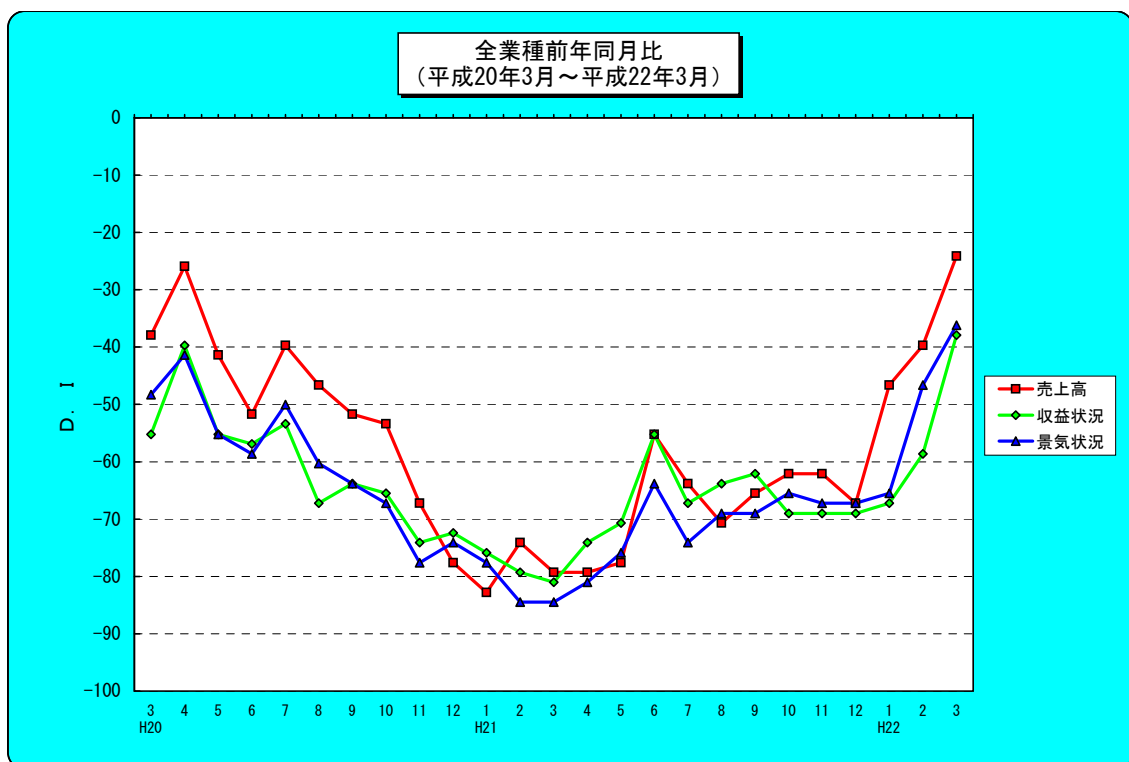
県内の情報連絡員報告

石川県中小企業団体中央会

■平成22年3月分

- **3月のDI値**は、前月と比べ全9項目中「雇人員」を除く8項目(「売上高」、「在庫数量」、「販売価格」、「取引条件」、「収益状況」、「資金繰り」、「設備操業度」、「業界の景況」)で回復が見られ、中でも「売上高」などの6項目についてはそれぞれ2桁の大幅な上昇となった。この傾向はここ3ヶ月連続の改善である。特に「設備操業度」については28ヶ月ぶりにマイナス域を脱しプラスマイナス0まで改善しており、今後の動向に期待を持って注目していきたいとしている。なお、上昇の要因はここ数ヶ月の推移と同様、鉄工・機械関連を中心とした製造業に顕著な回復が見られることや比較対象である昨年同月の数値が深いマイナス域にあったことなどの影響によるものと考えられる。
- **製造業**では、「販売価格」と「取引条件」を除く7項目で改善が見られ、うち6項目(「売上高」、「在庫数量」、「収益状況」、「資金繰り」、「設備操業度」、「業界の景況」)については2桁の回復となった。鉄工・機械関連において中国などアジア圏での需要が旺盛であることなどに伴い、受注回復が継続していることが主要要因と考えられる。また、プラスチック製品製造業においても、取引先の新製品開発に伴い売上高の改善が見られたとの声が聞かれた。
 ただ、引き続きコストダウン要求に加え、表面化しつつある原油や鉄を中心とした原材料の高騰を販売価格に転嫁し難い状況から収益状況の改善の足かせとなることが懸念されており、一連の動きに対し慎重に取り組んでいく必要があるとしている。
 雇用状況については、定時操業に戻りつつあるとともに雇用調整助成金の活用も減少しつつあるが、先行きの不安が払拭されないことなどから新たな採用を控える傾向が見られ、本格的な改善には至っていない模様である。
- **非製造業**においては、「収益状況」や「資金繰り」など4項目で改善が見られたものの、全体的にはその動きが弱く、改善要因も数値が落ち込んでいた昨年同月の比較であったことなどが影響しているものと考えられる。個人消費には改善の兆しが見られず、「消費者の心に響くのは低価格のみ」との声も多く聞かれるなど、長引く不況の影響で消費者の不安心理が根深いことが窺える。
 店舗のリニューアルを実施した共同店舗では改装記念セールを行ったが、低価格品を中心に動きが見られた模様である。
 温泉旅館業においては、新規旅館のオープン効果により温泉地全体で宿泊客や売上高の増加が見られたが、画一料金型のため低価格化に拍車がかかるのではないかと懸念の声が聞かれる。
 家電業界においては、家電エコポイントの効果によりこれまで好調な数値を続けてきたが、制度の変更で4月以降エコポイントの対象外となる製品の処分セールを行ったことで大幅に売上を伸ばしたものの、大手量販店などの競合で売上単価が下がり、大幅な収益増には繋がらなかった模様である。

◇全業種の前年同月比推移 (H20.3～H22.3)



	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)
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やや減少した。今年の累計でも前年同期で微減に推移している。消費低迷の底はまだ先の様である。
		パン・菓子製造業 (菓子)	不景気が続く中、組合員企業は試行錯誤しながら独自の運営や菓子作りに努力をしている。
	繊維・同製品	織物業	インテリア織物は一部商品に堅調な動きが見られるようになってきているが、景気低迷のムードが根強くその力や持続性は弱く、総じて厳しい状態が続いている。衣料、ファッション織物は大型ブランドのヒット商品用途に受注が増大し、また中国や中近東向けのごく一部商品で堅調な動きが見られる。しかし、繊維業界では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デフレ傾向は顕著に表れており、全体では厳しさが更に増してきている。
		その他の織物業 (染色加工)	組合員の業況については、工賃等の低下が続いているため多少仕事があっても十分に生活できない状態が続いている。売上高においては前年同月比並みであり、収益状況については悪化している。製品単価は低下が著しく、川下からの要求が高まっている。個人消費の動向については購入意欲が弱く、低価格の製品しか動かない。その中でも高くても良いものより、低価格でそれなりのものの方に需要がある。平成22年度の重点的な取り組みについては、需要の底辺拡大へのアプローチを試みることで、着物以外の商品の開発、職人の技術を消費者に見ていただく機会の創出を行うことである。
		その他の織物業 (織マークの生産・加工)	3月度の売上高は対前年同月比で10%の減となった。今年1月から時の経過とともに仕事量の減少が顕著に進行しているようである。新興国の隆盛の陰で日本の消費は底なし沼のように先が見えない状況にあると感じる。
	木材・木製品	製材業、木製品製造業 (金沢方面)	前月が悪かったため今月は売上高が上がったが、内容は決して良いとはいえない。最近の価格情勢は原価を無視した受給先導型の価格形成が進んでいるように思われる。この状態が長引くようであれば各製造メーカーの体力に限りがあるのではと心配になる。
		製材業、木製品製造業 (能登方面)	例年なら年度末で沢山の入荷や春先需要で活気があるのだが、今年は仕事の予測が出来ない状況にある。取引量と売上高については、平成21年度は市場開設以来最低の数値であった。公共事業で小径木の材が好調であるが、本来の建築材の売れ行きは厳しい状態であり、材の入荷が減少している。
	出版印刷製造業	印刷製造業	売上高、収益状況とも前月と比較して変化は見られない。平成22年度の重点的な取り組みとしては、組合に取引公正化委員会を新設するため、その運用等の研究を行うことである。
	窯業・土石製品	生コンクリート製造業	県内の生コンクリート出荷状況は、前年同月比で108.0%の出荷となった。地区別で見ると金沢、鶴来・白峰、能登地区がプラス出荷となったが、南加賀、羽咋・鹿島、七尾地区はマイナスとなった。また、官公需107.7%、民需108.4%の状況であった。厳しさは多少緩んでいる傾向にあると思われる。平成22年度の重点的な取り組みとしては、構造改善において情報を収集するとともに努力することである。
		砕石製造業	3月の組合取扱い出荷額は、対前年同月比でアスファルト合材向けは29.4の減少で全体出荷量は9.9%の減少となった。生コン向けは地区別で見ると、金沢地区2.4%増、白山麓地区24.6%増となったものの、南加賀地区は28.8%の大きな減少となり、これらを特需による出荷でカバーすることになったものの全体量で0.5%の減少となった。新年度も厳しい状況が予想される中、組合として更に合理化を図り組合員の結束のもと事業を進めていきたい。
		粘土かわら製造業	景気低迷に加え天候不順により売上高が減少した。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見られず、資金繰りは安定している。雇用については、先行き不透明の中、新たな雇用は控えている。年初めより燃料価格がじりじりと上昇してきているが価格転嫁がしづらいため、今後の燃料価格の動向に注視している。
		陶磁器・関連製品製造業	今月は転勤、退職、異動などで多少は動いたものの、昨年と比較するとかなり厳しい状況にある。また、百貨店での売上は減少が続いているとともにプロパー商品はほとんど売れず、バーゲンやイベントで購入の方が大半となっているようである。組合においては、平成21年度末で組合員が5名減少した。今年度は若手作家や催事を活用して販売に繋げていきたいと思う。
	鉄鋼・金属	鉄素形材製造業 (鉄鉄鋳物の製造)	仕事量は対前年度比では200%、リーマンショック前と比較すると65~75%まで回復している。自動車向けの回復が先行し、工作機械向けも若干動き出しているように感じる。しかしながら、仕事の波が大きく、また客先が安値で受注した影響が出ているなど安定した状況になっていない。また、主原料の鉄鉄やスクラップ、その他副資材関係も価格が高騰しており、客先との価格交渉に苦慮している。雇用状況については、人員を縮小しているため生産能力が低くなっており、一部で残業を行っている企業がある。また、仕事量回復に伴い、先月頃から雇用調整助成金の受給を停止している企業が出てきた。平成22年度の重点的な取り組みとしては、上部団体の指導を受け2010年ビジョンに取り組んでいくことである。
		鉄素形材製造業 (鉄鉄鋳物の製造・修理)	当工業団地の生産高は前年同月比で総じて増加している。ただし、企業間においては差異があり、ここ数ヶ月間は順調に推移してきたが、4月以降の見通しははっきりしないとのことである。これらのことから、依然として安定受注とはいえず、またスポット的で非効率な状況となっているため、本格的な収益の改善には至っていない。
		非鉄金属・合金圧延業	今月の売上高と収益状況について、先月同様厳しい状況である。今年度の重点的な取り組みについて、技術保存会の運営、重要無形文化財の認定への取り組み、職人大学に設置される設備を活用し後継者育成を図ることである。
		一般機械器具製造業	見積の引き合いは日を追って良くなって来ているため、現実になるのはそう遠い先ではない様に思える。一部でなく多くの企業がその様になってきているが、現実の売上高や収益は横ばいと見るべきであろう。
		一般機械器具製造業	組合員企業の大半が大手メーカー関連に部品を納入しているが、受注が少なく厳しい状況が続いている。特に産機関係は低調である。大手メーカーは中国・インドネシアなどにおける建設機械の需要が拡大傾向にあり、海外工場では部品を海外調達する生産体制が進んでおり、大きく変化していく海外の生産体制の動向に注視している。また、地元の工場が閉鎖されて部品の納入先が変わることになり、地元のローカルな地域経済に大きな変化をもたらすものと思われる。
	一般機器	機械金属、機械器具の製造	最悪の状況となりつつあった1年前と比較するとかなり回復してきたと思われる。期末月という特殊要因はあったにせよ、間違いなく空気は暖かく感じる。売上高に上昇傾向が見られるようである。繊維機械は2年前の状態に近づきつつあり、建設機械にも動きが出てきたようである。また工作機械の受注が伸びており、これから部品加工の注文が増えてくるのが期待出来るようであるし、関連装置のマシンデバイスも僅かであるが生産ロット数が大きくなってきた。雇用については、工場の操業度は上がってきており、その影響で雇用調整助成金に係る教育訓練研修受講者の減少が顕著になってきたため、組合開催分においては5月以降は中断することになった。しかしながら、いずれも外需頼りで厳しい価格競争にさらされており、息が抜けない状態に変わりはないと懸念される。それに加えて鉄の大幅な価格上昇が影響してくることが懸念される。今年度は、組合設立から40年が経過し世代交代も進行した中、色々な面でグローバル化した環境の中で組合をどういう姿にして存続させるのかを問いかけてみたいと考えている。

	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	3月度の売上高は、前月比でプラス10%、前年同月比で1年7ヶ月ぶりにプラスとなった。しかしながら、水準としては低レベルである。収益状況は今年2月以降は利益に転じているが、先行きは不透明である。工作機械メーカーは回復基調にあるが、下請にはなかなか仕事が回ってこないのが現状である。
		機械器具及びその他 金属製品の製造	仕事量はピークの80%前後で推移しているようであるが、一部の部品や機械などの企業で繁忙が見られる。売上高も増加しており、要因としては中国をはじめとする新興国や米国への輸出増加が背景にあることや期末駆け込み需要がまわっているものと思われる。しかしながら、鋼材など使用資材の値上げが予想されている中、コストダウン要求が4月から3年かけて30%と重ねられており対応に苦慮している企業が多い。また、海外の取引が多いため円高は収益に大きく影響している。今後は大企業に付いて外へ向かうか、内で新規分野に活路を見出し事業化を行うか、経営者は雇用を維持しながら厳しい選択に迫られることになると思われる。平成22年度の重点的な取り組みとしては、ホームページのリニューアル事業と人材確保推進事業である。
		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年度平均比50～55%の水準が続いていたが、3月は発注先である繊維機械メーカーの予告どおり73.6%まで回復した。これは平成16～17年頃と同水準の数字であり、当時はようやく鉄工業界の景気は良くなりつつあったものの原材料の価格がそれよりも一足早く値上がりしその対策に苦慮していたが、今回も既に鋼材が値上がりしている。鉄工業界は仕事量確保の苦慮に併せて原材料の値上がりに対する苦労が始まっている。工作機械の部品加工も徐々に回復しており、3月は平成19年度平均比42%となった。
		機械、機械器具の製造 又は加工修理	2月に引き続き今月も中国向けを中心に、総じて短納期であるが仕事がきているし引き合いも増えており忙しい。今年度の重点的な取り組みは、組合の将来を背負う人材の育成を図り、組合の新規事業創出を見つけることを目的として毎月1回研究会や検討会を行うこととしている。
	その他の製造業	漆器製造業 (能登方面)	個人消費・法人消費とも冷え込んでおり、売上・収益ともに減少している。また、受注についても低調で生産活動が益々落ち込む見込みであり、解決策は見出せない現状の中で地道な販売活動が続けるしかない状況にある。
		漆器製造業 (加賀方面)	春商戦において、近代漆器については食洗機対応の汁椀や弁当箱などにある程度の動きが見られ、各社ともカラーの展開や新規デザイン開発等の動きが活発である。また、国内のみならずフランスを中心に海外からの引き合いが増えている。伝統漆器については落ち込みが食い止められない状況にあり、リーマンショック後は出荷額の減少傾向が続いている。特に当産地の独壇場とも言える茶道具を扱う市場が厳しさを増している。平成22年度の重点的な取り組みとしては、昨年に県の指定を受けた木地挽物技術を国の無形文化財登録を目指した活動を引き続き行うことである。
		プラスチック製品 製造業	依然として厳しい状況が続いており、雇用調整も多くの企業で継続している。そのような中で先月と比較して売上高は8%ほど増えている。一部自動車関連の部品や繊維機械メーカーで生産量が増えているが、コストの面では厳しいなど収益状況はまだ厳しい。メーカーの新製品投入における投資が始まっており、平成22年度後半は生産が増加する見通しである。
非 製 造 業	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という形が表面化しつつあり、組合員の大半が売上、採算ともに悪化し、今後この傾向は変わらないものと思われる。今年度の重点的な取り組みとしては、当組合は団地が完成して40年が経過し建物並びにあらゆる施設の老朽化が目立ち、また倒産廃業による空き店舗が目立つようになってきているため、この状態を打開すべく環境整備に積極的に取り組み、地域住民から愛されあらゆる企業が入りたくする街、従業員が働きやすくなるような親しまれる街づくりを目指すことである。
		繊維品卸売業	色々手を尽くしているが、聞こえてくるのは一向に良くならないという悲観的な話ばかりである。
		水産物卸売業	3月分の買受高は対前年同月比で5.4%の減となり、21年度のトータルとしては対前年度比9.1%減となり、年間を通して減少傾向が続き、一向に回復の兆しが見えない不透明な一年間であった。新年度は少しでも景気が回復するよう、国の景気対策に期待しつつ地道な魚食普及活動を進め、少しでも売上が伸びるよう努めていくこととしている。
		一般機械器具卸売業	組合員企業における21年度の従業員数の増減について、北陸三県で10%弱の減となった。パートや60歳以上の退職者を含めると15%の減を超えることになる。新年度の新卒採用人数は各社とも控えめであり、10%以上のダウンとなった。3月度の販売や収益状況は極めて悪く、建設関連業種は壊滅的である。
小売業	百貨店・総合スーパー	百貨店・総合スーパー	対前年同月比の売上高は全体で101.0%となった。部門別に見ると、ファッション120.1%、服飾・貴金属127.7%、生活雑貨55.8%、食品147.9%、飲食94.3%、サービス81.6%、客数は102.4%であった。3月11日より改装終了店舗より順次リニューアルオープンし、第2週、第3週は概ね好調であった。特にファッション店舗は1階に移動した店舗が多く反響が大きかった。また、2階の大型組合店舗も好調であったが、すべての店舗で好調という訳ではなく定価販売をせざるを得ない業種においてはリニューアル効果は薄かった。第4週目頃より反応が鈍くなり、訴求がリニューアルだけでは難しいと思われる。4月15日に全館グランドオープンが控えているため、なんとか持ちこたえたい。核店舗との時期をずらしてのリニューアルについてはマイナス意見が多かったが実際にはそれほど影響はなく、売上が伴ったように感じるところである。個人消費の状況については、価格以外で訴求する方法がないのが現状である。今回はリニューアルという手があったが、それなしで乗り切ることが難しかった。価格を落とすことのできる業種は反応があるものの、それができない業種はリニューアルですら効き目がなかった。
		男子服小売業 婦人・子供服小売業	本来の春らしい天候でなく、また気温も上昇しなかったため春物は全般的に苦戦した。業況には明るい話題がなく依然として低価格商材中心の販売実績であり、売上高は対前年同月比で90.4%となった。個人消費動向は、子供学生服は少子化の影響により年々減少傾向にある。また、大手各競合店の攻勢が多めで無視出来ない状況にある。平成22年度の重点的な取り組みについて、商品の「安かろう悪かろう」から脱却して高品質低価格や新規需要などによる取引先の見直しや接客販売を重視し商品回転率を向上させ粗利率改善に取り組むことである。
	米穀類小売業	売上高は1～2月と比べて微増となったものの、前年同月比では減少となった。個人消費は相変わらず低価格志向であり、品質は落ちても我慢している様である。外食が控えられており相変わらず売上が伸びない。新学期を迎え、弁当の持参に多少の期待がかかるが余り拡大とはいえないと思われる。また、花見の季節を迎えるが余り期待出来そうにない。組合としては決算期を迎えるが大変厳しい状況であり、会員減少など組合存続も大変である。	
	機械器具小売業	地域店の売上高は対前年同月比で120%と大きく伸びた。製品別での台数は、地デジ対応カラーテレビが160%、DVDやBDレコーダーが250%、冷蔵庫も105%、ルームエアコンは100%と大きく伸びたことが売上高を大きく伸ばした要因である。ただし、カラーテレビは4月以降にエコポイント対象外となる機種の特価セールにより売上単価は一層下がりが、大幅な収益増に繋がらなかった。当初今年3月末で終了予定のエコポイント付与が本年12月末まで延長されることと決定したため、平成23年7月のアナログ波停止までに地デジ対応のカラーテレビの買い替え促進は12月にピークを迎える。それまでは、テレビやブルーレーターの好調は維持できる。また、冷夏にならなければ昨年の冷夏での買い替え需要の買い替え需要が期待できる。平成22年度の重点的な取り組みとしては、引き続きエコポイント活用による対象商品の販売活動である。また、デジサポ戸別訪問事業やデジタル110番の推進、エコポイント終了後の売上確保、太陽光発電システムやオール電化への推進などである。	

	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	仕切り価格は上昇しているが、小売価格への転嫁が不十分であるため収益を圧迫している。黄砂の影響で洗車需要はあるものの、メインのガソリン販売に繋がらない。また、天候不順のためタイヤ交換の需要がずれ込んでいる。平成22年度の重点的な取り組みとしては、エコ時代に増加傾向であるハイブリッド車の点検や整備を行える人材育成研修を行うことである。
		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95%と減少した。名残雪の影響と消費の低迷が原因であると考えられる。先月は卒業旅行が多かったが、今月はそれほどでもなかった。旅先でのお土産は欲しいが、本当に欲しい分だけに絞って買う傾向が見られる。高速ETC割引も一年が経ち、平日の落ち込みのみが続いている。今年6月からの一律上限設定に期待している。
	商店街	近江町商店街	個人消費については、売上の購入金額の減少が感じられる。
		尾張町商店街	3月末の官公庁からの駆け込み受注はほとんど無く、静かな年度末の日々が過ぎていくだけだった。むしろ民間の方が長く低迷しすぎているためそろそろ需要が出てきそうであるが、目立った動きは新年度からであると思われる。建設会社、旅館関係が次々と倒産しているが、商店もいづうなるか分からない。商店街の元気が減っている証は、それぞれの商店街の理事長の会社で多分分かるのではないかと思う。市内の商店街も場合は理事長の後任が決まらないケースが多く、本来商店の力が強ければ何事もなく決まるはずであるが、その点から未来への展望に明るさが見えない。
		片町商店街	株価の上昇や円安への傾向など経済復興の兆しが見られるものの、購買力の高まりには繋がっていない。個人消費については、卒業式などで一時的に賑わいを見せたものの飲食店を除いて大幅な消費に繋がらなかった。平成22年度の重点的な取り組みについて、5月開催の日仏自治体交流会議など市のイベントや活性化施策などを活用しながら、誘客に繋げることである。
	サービス業	旅館、ホテル (金沢方面)	3月に入り予約状況が好転しているが、特定日もしくは週末のみである。また、昨年よりは良いがここ2～3年の80%の水準である。また、依然として低価格の状況にある。平成22年度の重点的な取り組みとしては、着地型旅行商品の開発やインターネットによる更なる情報発信である。
		旅館、ホテル (加賀方面)	世界的な景況悪化の影響は薄れているものの個人消費の持ち上げ感は依然として薄い。また、個人消費額が減額気味で推移しており価格帯の低い旅館のニーズが高いため、収益性は低い。利用人数ベースで見ると対前年同月比で110%であったが、本格的に営業を開始した2旅館により全体の実績を持ち上げている結果となった。平成22年度の重点的な取り組みについては、地域ブランドカアアップに力を入れることとしている。例えば、町の中心街の整備促進、通りの顔の一つである商店の個性化推進、既存イベントのブラッシュアップ、Web商品の充実などを考えている。 3月の宿泊人員について、温泉地全体の対前年同月比は107.8%と約3,600名の増加となった。ただし、今月開業した新規旅館が営業を開始したため宿泊客数は増加したが、既存旅館のみでは96.4%で約1,700名が減少しており、大変厳しい状況が今なお続いている。売上高や収益状況も大変難しく、新規の低価格旅館の開業で地区内に競争することにより安定した集客ができるか今後を懸念している。個人消費動向については、卒業旅行シーズンにより例年に比べ多くの若い旅行者が宿泊し温泉街を散策し、土日のみならず平日も多くの観光客で賑わいを見せた。ただし、実際のところ宿泊増には至っていない模様である。今後は卒業旅行を始めとする季節的行事を取り入れた宿泊プランを各旅館ともより、温泉地全体で取り組んでい必要があると考ええる。平成22年度の重点的な取り組みとして、4月から温泉地全体として大きな記念事業を開始するためマスコミにも多く取材をしてもらうことで利用者が増えることに繋げることや9月には集中的にイベントを行うとともに連泊プランを活用して集客を図ることである。
		旅館、ホテル (能登方面)	浴客数は対前年同月比90%となり、今年度は一度も対前年比100%を超えた月がなく年間80万人を切ってしまった。それに伴い、売上高や収益についても厳しい状況が続いている。来月は営業を開始する新規旅館があるため、今後客数は伸びると思われるが、既存旅館の経営は厳しい状況になると思われる。また、販売価格の下落も懸念されることである。平成22年度の重点的な取り組みについては、花いっぱい運動などによる町並み整備や既存のものを利用して町おこしを行うことである。
		自動車整備業	継続検査実績車両数については、3月期は年間一番需要が多い月で毎年実施しているが、平成22年3月は対前年同月比で15.9%の減少となった。この原因としては、今年4月からスタートとしている平成22年度税制改正である自動車重量税の改正によるものであるため、来月はかなりの増加が見込まれる。一方、新車については登録車で対前年同月比134.8%、軽自動車は105.0%であった。登録車は大幅に増加しているものの比較対象である昨年同月が64.5%と極端に落ち込んだ時であり、平成20年同月と比べると87%で推移しており、厳しい状況である。軽自動車についてもどうにか増加となったが、平成20年同月と比べると86.0%と完全に低迷した状態にある。
	建設業	钣金工事業	売上高、収益状況とも改善の兆しはまだ見られない。
		室内装飾工事業	売上高・収益状況ともに下げ止まりしたままの状態が続いている。原因は少ない物件の中での過当競争にあるが、改善の兆しが見られない。長引く不況により、資金的に今までの蓄えが底をついた、或いは借入に頼ることを迷い廃業する企業も出てきている。
		管工事業	給水装置工事受付件数は前年同月比で30%の増加であり、またガス管工事受付件数はほぼ横ばいの状態となった。やっと受付件数が増加したが、年度末の駆け込み需要かどうかは分からない。売上高は対前年同月比で減少となり新築住宅の着工減が原因と思われるが、多少回復傾向にある。今後の住宅建築の増加に期待したいところであるが、少し様子見の状態である。公共事業は来年度も期待ができそうにない。
	運輸業	一般貨物自動車運送業①	一般貨物は落ち込んでいた昨年から見ると少し動いたと感じられる程度である。建設関係は年度末で動きが見られたものの、4月以降については不透明な状況である。高速道路の利用状況は、前年同月比で2%の微増となり、首都高速の利用額が多くなった。なお、軽油の価格は2～3円程度の値上げとなりました。全国の上部団体が求車求荷のネットワークシステムを運用しているが、平成20年秋からの大不況により現行システムとなって初めて求車情報が求荷情報を下回るという深刻な状況であったが、昨年の12月より回復が進んでいる傾向が見られるとのことである。
		一般貨物自動車運送業②	3月度の売上高は前月比で約10%のプラスとなったが、対前年同月比では微増に留まり、今後の上昇機運が感じられないのが実情である。収益状況は仕事量に合ったコスト削減に努めているが、規模以下の貨物量において黒字化は極めて困難な状況である。なお、転勤、卒業、入学に伴う引越関係は例年程度の動きは見られた。平成22年の重点的な取り組みとしては、組合員の拡充拡大と実務者の資質向上及び安全性優良事業所認定、グリーン経営の取得を推進することなどである。