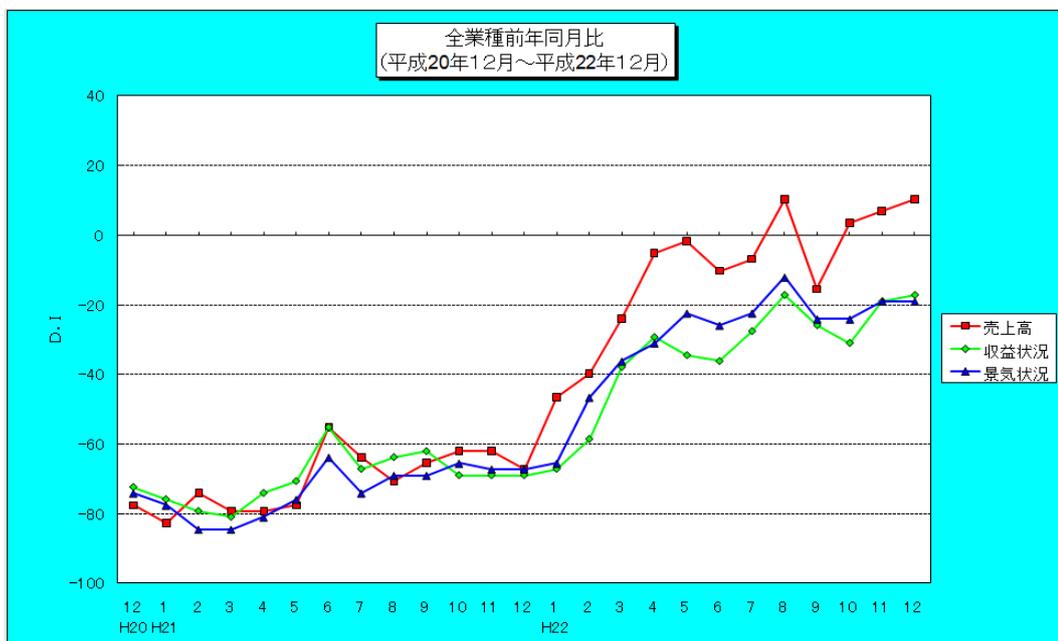


■平成22年12月分

- **12月期において**は、昨年同月比で、「売上高」が増加したと回答したところは約4割であったものの、「収益状況」が好転したとの回答は2割弱に留まるなど、売上に収益が連動する十分な回復と言いき難い状況が窺える。
 このような状況をD.I値で見ると、昨年同月比を基に11月と当月の増減を比べた場合、3項目（「売上高」、「取引条件」、「収益状況」）で若干の改善が見られたものの、その数値は各数ポイント程度に留まるなど、総じて大きな動きは見られなかった。
 その要因としては、製造業は外需を中心に好調が継続している一方、非製造業においては個人消費の改善が思わしくなく、全体としては伸びが鈍化していることなどによるものと考えられる。
- **製造業**では、3項目（「売上高」、「収益状況」、「資金繰り」）で若干の改善を示し、特に売上高は4か月連続で増加となったが、他の4項目に変化が見られないなど数値の伸びが極めて緩やかな結果となった。これは、先月と同様に外需を中心に好調を維持している鉄工・機械関連や繊維関係が牽引しているものの、その他の業種に好材料が見られないことによるものと考えられる。
 また、若干改善した収益状況については未だプラス域に達しておらず、また、厳しい値引き要求の継続、原材料価格の高騰などマイナス要素が多く、改善状況は不十分とする声が目立った。
 なお、木材製材業においては数ヶ月前より品不足が続き、県外からの買い付けなどにより販売単価の上昇や売上に繋がっている模様である。
- **非製造業**においては、5項目（「売上高」、「販売価格」、「取引条件」、「雇用人員」、「業界の景況」）で改善となったが、小幅な上昇であることや各数値が未だマイナス域に留まっていることなどから、厳しい経営環境に変化が見られない状況である。そうした中であって、家電小売業においては当月も好調を維持しており、エコポイントが半減した先月からの納品遅れと相まって、かなりの需要があったとのことである。
 各商店街などにおいては、クリスマスや年末需要が活発であったとする一方、セールの前倒しによる消費の先食いやセール慣れ等により商戦の効果が低下したなどの声も聞かれた。なお、年末の降雪により売上減に影響した模様である。
 温泉旅館業においては、宿泊客数は昨年と同数あるいは増加に転じたが、インターネットによる価格比較などにより全般的に宿泊料金を下げざるを得ない状況にあるため、収益状況が一段と下落している状況である。なお、外国人観光客の宿泊については、一部の温泉地などでは思ったほど増加していないとしている。
- **平成22年を振り返ってみて**、回答のうち4割が「改善した」とし、その内訳としては7割弱が製造業であった。要因としては、鉄工・機械関連による「新興国の需要」とする声が最も多かった。
 その一方で、非製造業においては「悪化した」や「厳しかった」などとした回答が7割弱となるなど、製造業と対比的な結果となった。国の経済施策に一定の効果があったとする声や猛暑などの要因により多少動きが見られたが、消費者の低価格志向や節約傾向などに改善が見られず苦戦したとしている。
- **平成23年の見通し**については、3割弱が好転または昨年的好転を継続すると回答し、こちらもその内の7割弱が製造業であった。ただし、取引先の動向次第や夏以降の見通しは不透明としている業種もあるなど楽観視できないとしている。なお、年後半よりアメリカなど先進国の回復に期待を寄せる声が聞かれた。
 非製造業においては、好転するとした回答は少数に留まり、「厳しさが継続する」や「先行き不透明」とした回答が目立った。なお、その対応策としては事業の多角化、個性的な情報発信、地道な活動などが上げられた。

◇全業種の前年同月比推移（H20.12～H22.12）



	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・業界での問題点)
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8ヶ月ぶりに大幅な増加を見た。しかし、1~12月の累計では依然として前年同期の水準をやや下回ったままで推移している。今後の見通しとしては、消費低迷の長期化が懸念されている。
		パン・菓子製造業 (菓子)	年賀に向けての贈答品や鏡餅などは例年比べて簡素化されている傾向が見られる。
	繊維・同製品	織物業 (加賀方面)	当産地において、輸出関連商品の受注に回復の兆しが見えてきた。ただし、海外製品の割安感により優位性は更に強まりをみせており、それに対応していかなければならないことから、厳しい状況が続いている。縮小均衡の中で在庫整理が進んだ一部商品に堅調な動きが見られるが、総じて輸入原材料が円高のメリット以上に高騰し、価格転嫁が困難なことから採算性は悪化している状況となっている。
		ニット製品製造業	総体的な基調は変わらないが、昨今の大きな問題として綿糸高が3~5月に1~2割、10~11月に2割前後上がっており、これがいつまで続くのかである。綿花自体が投機マネーの格好の対象となっているため相場が11~12月にかけて乱高下している。実際にニューヨーク市場の綿花相場は11月23日から12月20日の1ヵ月で36%上昇した。そうした動きの中、製品価格の値上げが難しい時に自ら原材料を購入している事業者にとっては綿花の高騰は死活問題となっている。
		その他の織物業 (染色加工)	業況や売上高に関しては、昨年並みと言える。問題は商品の低価格化による収益の悪化である。綿糸が原材料であるが、現在も値上がりが続いているため、これも収益を圧迫させている原因と考えられる。消費者動向については相変わらずよくなく、節約志向が継続しているため特に高額品の動きが悪い。今年を振り返ると、政治経済の不安要素が多かったため景気が回復することはなく、やはり厳しい1年であったことには変わりない。平成23年は、「辰年に向けた後半の飛躍」に期待したい。景気が多少回復すれば、消費者の購買意欲は上昇し高額品の売れ行きが良くなると考えられる。
		その他の織物業 (織マークの生産・加工)	12月度においては、全体としては昨年同月と同等の売上高となった。しかし、個別でみると仕事の有無の2極化が顕著である。ただし、ここに来て寒波の影響が冬物衣料の好調さと相まって、仕事のなかった組合員にも多少の上向き傾向を垣間見ることができるようになってきた。
	木材・木製品	製材業、木製品製造業 (金沢方面)	今月も需要があった。総合的に見ると住宅着工数が減る中で、評価できると思う。このまま期末まで行きたいと思うが、厳しいであろうと予測する。
		製材業、木製品製造業 (能登方面)	昨年より市の回数が多かったため、売上高や取扱量は増加した。また、品不足により販売価格が改善しつつある。どこの市場も品不足気味で金沢市や富山県からの買い方が増えた。今年を振り返って見ると、仕事があるのは大手メーカーばかりであり、地元工務店や製材所では仕事が無い状況であった。
	出版印刷製造業	印刷製造業	依然として続くデフレ状況の中で中小企業の経営は大変難しく、先行き不透明な状況にある。
	窯業・土石製品	生コンクリート製造業	12月における県内の生コンクリート出荷状況は、対前年同月比95%であった。地区別で見ると、南加賀と金沢地区はプラス出荷となったものの、鶴来・白峰、羽咋・鹿島、七尾、能登地区はマイナス出荷となるなど、特に能登地区ではますます厳しくなっている。また、官公需は87.3%、民需107.2%の状況である。今年を振り返ると官公需、民需ともに大変厳しい年であった。平成23年の見通しとしては、金沢地区は北陸新幹線の関係で多少良いかと思われるが、能登地区は公共事業の減少が影響してなお一層厳しくなるとと思われる。
		砕石製造業	12月の組合取扱い出荷量は、対前年同月比で生コン向け出荷は22.9%増となったものの、合材用アスファルト向け出荷は9.7%減となり全出荷量では19%の増加となった。これは特に金沢地区及び特需による生コン出荷が好調であったため、全出荷量を押し上げた。また、4~12月期間においては、生コン向け出荷が6.5%増、合材用アスファルト向け出荷は7.5%減、全出荷量では4.9%の増加となった。ただし、市況の厳しさに変わりがない状況であるため、対前年並みの出荷が確保できるよう、第4四半期に期待しているところである。
		粘土かわら製造業	出荷量は持ち直しつつあるも、他産地の低価格攻勢が厳しく販売単価の下落傾向が続いているため売上高の減少や収益圧迫の要因となっている。例年1~3月は降雪による屋根工事の端境期にあるため、厳しいものがある。また、今月より燃料単価が急激に上昇しているため、収益が更に圧迫されると予想される。資金繰りについては、金融機関の姿勢に変化がなく比較的安定している。雇用については、住宅着工戸数80万戸程度と回復の兆しがあるも、好材料が少なく来期も新規雇用は控える予定である。
		陶磁器・同関連 製品製造業	売上高や収益状況は、昨年にくらべると少し悪化している。個人消費動向については、お歳暮商品などの販売が減少気味である。今年を振り返って見ると、いまだ不況の長いトンネルから出られない状況であった。平成23年は積極的に消費地に向いて販売しよう、また、3年間開催された台北展示会でのノウハウを活かし今後も開催できるよう、足を運んでいただけたお客様を大切に販売へ繋げていきたいと考えている。
	鉄鋼・金属	鉄素形材製造業 (鉄鉄鋳物の製造)	地元の織機や建機関連企業より受注している組合員は良好であり、平成22年後半より売上は順調に継続している。ただし、販売価格は非常に厳しいものがある。今年を振り返ると、1月頃より生産量は漸増し年初より30%強の増加となった。ただ、小企業の回復が鈍く1社は廃業となった。平成23年度のキーワードとしては、県内織機、建機、産機の景況動向とエネルギー全量買取・環境税などの税制見直しが見られる。特に税制は現行業で実行された場合は鋳物業界存続の危機となるであろう。
		鉄素形材製造業 (鉄鉄鋳物の製造・修理)	売上高は増加しているが、来月以降の受注動向はマイナスに転じるとの声が一部の組合員から聞かれる。また、収益状況は収益率の低下により依然として厳しい。今年を振り返ると、リーマンショック以降の景気低迷期を脱して回復基調となった。ただ、収益状況についてはこの間に生じた原材料の高騰並びに値引き要求等の諸条件の悪化により、依然として厳しい現状である。平成23年の見通しについては、1月以降の受注動向を心配する経営者の声が多く聞かれている状況にある。
		非鉄金属・同合金圧延業	先月同様、売上高や収益状況に厳しい状況が続いている。来年の展望について、需要の低迷から悪いままで推移しそうである。仏壇や仏具業界以外における需要の開拓が必要だと思われる。
		一般機械器具製造業	一部メーカーでは受注が最盛期に近いものがあるが、部品関係が納期通りの入荷とならないため生産が追いついていかない模様である。今年を振り返ってみると、リーマンショック前を100とするならば現状では一部では100になっているところがあり、他も75から80まで回復してきた状況であった。平成23年の見通しとしては、海外の景気に支えられて最終的にはリーマンショック以前の数字が見込まれると考える。
	一般機器	機械金属、機械器具の製造	売上高、収益状況ともに堅調に推移しており、特に変わった状況は見られない。受注も引き続き一定レベルを維持しているため、この先も急激に変わる兆候はないといえる。新興国の強い需要に支えられている事は確かであり、グローバル化の効果と評価できるのではないかと考える。設備投資についても、組合員社が工場団地に隣接する団地に新工場を移転した。最新鋭設備の設置も含め、生産効率アップを望める新工場のため操業開始が待たれる。ただ、当団体としては団地内旧工場の処理に気を揉むことになる。今年を振り返ると、春頃までは前年からの低迷を引きずっていたが、中国向け織機機械の復活に先導され、自動車メーカーの海外向け投資や新興国を主とする電子部品製造装置の増設に対応する工作機械が追いかけ、それに新興国での在庫調整が進んだ建設機械が上乗せされ、春以降は着実に操業度が上昇し雇用調整助成金制度の利用が皆無に近い状況となった。その後も外需に支えられて好調を維持しつつ年末を迎えるなど、まさに新興国さままでであったと言える。平成23年も高い経済成長を維持するであろう新興国が全体を牽引すると考えられるため、これを上手に対応できることが勝ち組になるとと思われる。欧米や内需の回復が期待される年後半が大いに楽しみにしてくる。浮かれることなく足元を見つめ、手堅くそして着実に果実を手に入れたらと思う。

	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・業界での問題点)	
		プレス、工作機械	当月の売上高は、2009年初を底として回復基調期では最高額を記録した。内需も前月比22.0%増、前年同月比は2倍で12ヶ月連続の増加となった。国内の設備投資はこのところ増加に転じているが、まだ水準は低く円高による輸出企業への影響を考えると、内需も市場環境は依然として厳しい状況である。外需については、前月比19.8%増で2ヶ月ぶりの増加、前年同月比2.1倍で13ヶ月連続の増加と堅調な増加傾向を示している。特に台湾、中国、インドネシアの自動車需要が大きな牽引力を持っている。ただし、ユーザーからの価格引き下げ要求が円高による影響で依然として強い。今年を振り返ると、リーマンショック以来、ボトム雰囲気か復興期間に突入したことを実感できる年であった。ただし、売上に限っては一年ならせばまだ5~6割しか回復していない状況である。平成23年は小回りを利かせた柔軟な対応、中米景気動向、環境、更なる効率化などがキーワードとなると考えられる	
		機械金属、機械器具の製造	大きい会社でも仕事がなく、先の見通しも分らないようである。	
		機械器具及び其の他 金属製品の製造	多忙を極めているのは繊維機械であり、ピークである平成19年度の3割増しの状態である。中国を始めとするアジア向けの輸出が要因となっている。車関係については、エコカー減税終了による国内需要の減退からピークに届く勢いはなく、今後もピーク時の80%程度で推移するものと思われる。二輪関係は特殊なものを除き国内での生産が減少の一途を辿ることが危惧される。家電関係においてはモノによっては多忙とは言いがたい、それらの企業では売上減によるコスト削減を熟慮している。今年一年の動きを見ると、四輪、携帯電話やデジタル家電部品、繊維機械などの生産が持ち直し、特に繊維機械においてはその後が多忙となったため派遣労働者を再雇用し今では正社員を超える雇用での対応となった。もちろん下請企業も生産対応に追われている。為替の影響が懸念されるものの、関連企業にとっては薄日から晴れの良い年であったと言えるのではないかと。一方、二輪業界では受注の落ち込みは改善せず、雨から曇りまでであった。四輪、電気機械は昨年4月に曇りか薄日となったが、それ以上の伸びは期待できずに停滞している模様である。	
		機械、機械器具の製造 又は加工修理	繊維機械メーカー向けの部品加工は、直近ピークである平成19年度月平均比でプラス16.4%であり、メーカーも組合員もフル生産が半年以上続いたことになる。今後の見通しについては、メーカーでは来年前半は大丈夫との見方となっている。高級織物に対する需要は中国でも増えてきてはいるだけでなく、何と言ってもアメリカ、ヨーロッパ、日本など先進国の景気回復が軌道に乗ってくるものとの見方を前提としている。特にアメリカの消費が順調に回復すれば、年後半もそれ程の落ち込みはないであろうと考えられている。工作機器向けの部品加工は、平成19年度月平均比はマイナス34%と回復が本物になることが近いものと思われる。メーカーでも工作機械の受注が順調に回復しているため、工作用機器に対する引き合いが活発になってきたとすることでリーマンショックで凍結していた工場建設を再開している。	
		機械、機械器具の製造 又は加工修理	市場が流れるようになり、受注が増加した。特に中国向けを中心とした繊維機械が好調である。ただし、円高により値引き要求があり、ウォン安の韓国に転注となったケースも見られる。また、現在円高の影響が出ていなくても今後を不安視する声が多い。原材料価格については、上昇分を価格転嫁出来ていない企業と出来ていない企業が見られる。今年を振り返ると、繊維機械と建設機械は春から好調が続いている。全体として4月中旬より月を追うごとに受注が増加した。その一方で、雇用調整助成金で何とか凌いできたという企業も見られる。平成23年の見通しは、アジアの成長や米国の景気回復など海外頼みであるが、大変動や大事件がなければ今年並みかそれ以上が期待できる。ただし、先行きを不透明とする企業も多い。	
	その他の製造業	漆器製造業 (能登方面)	売上高、収益状況とも下げ止まらない状況にある。個人消費動向については、まだまだ手控えが続くようであり、年末商戦はほとんどない状況であった。また、観光客の入り込みは減少が大きかった。来年に向けて仕事量の確保が難しく、人員整理を行う事業所がある模様。今年一年を振り返って見ると、非常に厳しい年であった。百貨店を主体とした流通が大きく様変わりしてしまったため、今後消費者との接点を問い直す必要があると思われる。	
		漆器製造業 (加賀方面)	12月度の売上高は、ほぼ昨年同月並みの数字となった模様。伝統的な本漆器市場は春シーズンと同様にピーク期間が短くなり、加えて年末関連商品が振るわないために出荷額は年間を通して低いレベルでの標準化が進んできた。近代漆器についても、ギフト市場の縮小と自家需要の弁当箱などの市場拡大に伴い、同様の傾向が見られる。消費者動向については、今年は雪が少なく温泉地の入り込み客数が良かったこともあり、年末年始における当会館の入館者及び売上高は昨年同月比で2倍以上の数字となった。ただし、購買層の中心は遠距離送迎バス付きの低価格旅館宿泊客や周遊バスの利用者ではなく、年齢層が高い個人客が典型的な漆器を購入する場合はほとんどであった。今年を振り返って見ると、過去最悪の平成21年を経て回復の22年と期待されたものの、終わってみれば伝統漆器市場は更に落ち込みが続く、底なしの状況にある。来年の見通しについては、カタロググループや各企業とも様々な対策を試しているが、今のところ効果は限定的であるため、全く不透明である。	
		プラスチック製品 製造業	売上高は昨年同月比で上昇した。特に取引先どの業界が突出して良いという訳ではなく、家電エコポイントが半減しても在庫補充のため仕事量は急激には落ちていないようである。個人消費動向についても、年末商戦は昨年より良かったとの話を聞く。ただし、収益面では依然として厳しい状況が続いている。今年を振り返ってみると、前半は徐々に良くなり、8~9月は下がり、11~12月には上がったといった状況であった。当業界は直接販売している物が少なく、部材として使用されている物が多いため、供給している業界に左右される状況にある。	
	非 製 造 業	卸売業	各種商品卸売業	昨今の今頃が最悪な状態であったため、それに比べると売上高は若干回復しているものの、一昨年までには至っていない状況である。また、低価格品が伸びたことも要因と考えられる。ただし、採算性は依然として厳しい。今年を振り返ってみると、先行きが長引いており厳しい一年であったと思う。資金繰りも悪化している模様であり、不良債権などが発生したら更に厳しい状況となることが予想される。
			繊維品卸売業	一生懸命頑張っているものの、先月より特別変化が見られない。相手先の動向でずいぶんと差が出ているようである。
小売業		水産物卸売業	12月分の買受高は、対前年同月比2.4%減と減少幅は前月に引き続き2%台となったが、今年は年末年始の注文品などの需要を見込む、いわば一年で一歩稼ぎ時であるため、もう少し確保できていればと残念の極みである。新しい年を迎え、依然として先行きは不透明な状況にあり、国の景気対策も全くといっていいほど期待が持てない中、組合としても消費者に魚に親しむ魚食活動を実践するなど厳しい現状を乗り切る努力をしていくしかない。	
		一般機械器具卸売業	11~12月は家電エコポイント関連の家電は前年以上の販売が出来た。しかし、建設関連は住宅着工件数が僅かに向上きではあるが、価格競争により価格が下がりすぎてしまい利益が確保できない。今年一年を振り返ると、最悪に近い状況であった。大きな箱物物件がなかったため資金繰りは何とかできたが、異変はなし、ボーナスはカット、人件費がいかに減らしていくかテーマになっている。オール電化が進んでいるものの、これも価格競争や業者種からの介入で大変な状況になっている。平成23年の見通しについては、建設業界は好転の兆しが出てこないと思われる。むしろ、リストラや倒産などが断続的に起こることを懸念している。そこで、当業界としては社員教育、特に原価意識の改善に取り組みたいと考えている。	
百貨店・総合スーパー		昨年同月比で売上高をみると全体で95.2%、ファッション113.4%、服飾・貴金属85.3%、生活雑貨69.9%、食品138.2%、飲食98.5%、サービス113.5%となり、客数では100.8%であった。月の下旬より先行セールなどを行っていたが、概ね昨対は維持または超えている模様。個別で見ても、業種や店舗スタイルにより更に状況が悪化しているところも見られるが、全体的に数字は昨年を維持できている。なお、食品と飲食は観光客の減少が悪化の要因と考えられる。今後期待したい。小売業において、暑い寒いやクリスマス、年末といった要素で数字を見ることが出来なくなってきたこととされている。今年一年を振り返ると、施設としてはリニューアルを行うことが出来たため良かった。ただし、小売業として見ると決して良い一年ではなかった。消費者動向はデフレにもかかわらず高品質、クオリティの高いサービスへの期待度が高まりすぎている。組合員などの小規模小売では消費者の求めるものに限界がはじまっている。		
男子服小売業 婦人・子供服小売業	12月は下旬よりようやく本格的な冬到来で季節肌着、寝具、手袋、帽子などは順調に推移したものの、ファッション性商品はあまり伸びなかった。また、客単価は相変わらず低く、売上高は対前年同月比で99.8%に留まった。予定より大規模量販店の早々な販促攻勢、大量の商品在庫、ポイントカードなどが可能な企画力や資金力で行きセールなどを行っていたが、概ね昨対は維持または超えている。今年一年を振り返ると、例年の春夏秋冬のメリハリがなく、天候不順に加えて景気回復の不透明感、閉塞感、低価格節約志向が漂った一年であった。従って、依然厳しい年に向かっているが来店客数を増やすが鍵であるためピーター作りにより全力を果したい。その一方で、サービス機能の見直しや充実を図り、店舗運営コストの低減に努めたい。			
青果類小売業	今年は酷暑や集中豪雨で産地に被害が出て一時的に野菜不足となったため、価格が上昇した。また、県外資本の量販店などの進出により、組合員からは厳しいとの声がかかる。			
米穀類小売業	売上高は年々減少気味である。一般家庭、業務用ともに正月を迎えるにあたり、あまり動向に変化は見られない。正月用の餅も時代の流れか、だんだんとお飾りやお雑煮などは減少している。また、正月を迎える感覚が薄れる傾向か、元旦からスーパーなどで買い物ができるため、買い置きをしなくなる傾向にある。今年を振り返ってみると、年々消費が減少する傾向があり、それに伴い廃業者が増えているようである。			

	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(景況の変化とその原因・現状等、企業経営・業界等の課題点)
非 製 造 業	小売業	機械器具小売業	12月度の売上高は昨年同月比で110%であった。家電エコポイント対象製品別ではカラーテレビ130%、ルームエアコン150%、冷蔵庫100%であった。エコポイントが半減したものの、カラーテレビは予想以上の年末需要に支えられた。ただ、11月に在庫切れのため納品が遅れた分も含まれているため、当月のみでは110%程度と見込まれる。なお、3Dテレビの需要が出てきており、今後のカラーテレビの主力となるとともに、単価アップにも期待がかかる。ルームエアコンは各社から暖房効率の良い商品が発売され、暖房器具としての買い替えが進んだ。また、今月売れた商品として特筆されるのはDVDレコーダーなどであり、年末年始の録画・再生機としてVTRからの買い替え需要により240%増となった。今年一年を振り返ると、家電業界は猛暑によるルームエアコンの大幅な売上増に加え、家電エコポイントによるカラーテレビの地デジ化対応への買い替え需要による売上増により、久々に良かったといえる一年であった。今後の見通しとしては、エコポイントが終了する3月以降は、カラーテレビなど主力商品の大幅減が予想され、その分をどうカバーするのが大きな課題となる。特に従業員のいる店にとっては深刻である。電力会社の統計では、オール電化普及世帯率は18%と普及の踊り場といわれる15%を超えたため、今後の普及加速に期待したい。
		燃料小売業	原油が1バレル90ドル前後で高止まり、少々円安となったため円換算コストは上昇している。そのため、売上高は増加したものの、量的には横並びである。季節商品の灯油は前半の暖冬模様とオール電化の流れで悪戦苦闘している。また、年末の降雪で洗車需要の機会を少し逃した。今年を振り返ると、金沢周辺地域はセルフSSの進出は峠を越えたものの価格競争に明け暮れて披露した。そのため、収益悪化や後継者の不在などにより廃業・撤退が相変わらず多かった。来年については、消防法の改正により2年の猶予期間があるものの、2月から地下タンク老朽化対策に本腰を入れなければならない。また、少子化、エコ化、オール電化などにより需要が減少傾向の中、どのように事業の多角化を図るかを検討していかなければならない。
		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微増であった。要因は名古屋方面からのツアーがあったためと考えられる。ただし、個人消費の動向は厳しさが続いている。また、年末に大雪警報が出たため観光客の出足が鈍った。今年一年を振り返って見ると、大変厳しい一年であった。観光旅行の形態が変化し、目的が神社・仏閣・名勝以外への見学に変わり、対応が困難である。
	商店街	近江町商店街	年末は降雪の影響が大きく、お客様の減少に繋がり売上高も減った。個人消費の動向については、核家族化が進んでいるためか購入量や購入金額が減少している傾向にある。
		尾張町商店街	年末を迎え、資金繰りに苦勞する企業に対して締め付け厳しい銀行の態度は人情をかなり捨てた合理主義に徹しているようである。もともと、借りの側にしてもこれ以上借りても返済の見込みもないし、またそうした明るい経済情勢・景気的好転が見込めないためどうしようもない。本来、商いと人の心の推し量り、欠けているものを提供して幸せを作り出し、結果として金銭を得るといった「こころの繋がり」を基本とするはずのもの。それが経済効率の美名の下、合理的金貨しで支配する世界となってきたことは憂いある事態と言えよう。今の世界恐慌は言ってみれば資本主義・共産主義を問わず、体制秩序に対する過去の積み上げが限界に達していることに皆が気がつかないのかもしれない。本来、人間とは心と心が両輪となるべきである。偏ったバランスで倒れかかっているのが現状であり悲しい事態であると思う。そのため、今こそ基本に立ち返らなければならないと考える。
		片町商店街	12月に入り、寒くなるとともに冬らしい天気が続く、クリスマス商戦も活発に行われた。普段は節約してより晴れる日には、お金を使うというメリハリのある消費行動が見られる。ただ、雪により観光客の来街は減った。今年一年を振り返って見ると、消費は底から抜け出したような感がある。平成23年の見通しとしては、少し明かりが見えるという状況かと思われる。
		堅町商店街	全体的に単価の減少、値引き時期の繰り上げが影響している。絶対集客力がやはり少ないのが原因である。個人消費動向については、クリスマスや年末商戦は年々低下している。プレセルなどの繰り上げが全体の消費を鈍くさせている。天候も悪かったことも影響していると思われる。今年一年を振り返って見るとやはり悪かった。来年も絶対集客力を増やさない限り解消しないと思われる。当商店街だけではなく、中心街全体で協力し大きくアピールしないとダメだと考える。ITなどを含めた別の戦略も必要となっているため、従来と違う仕掛けが必要である。
	サービス業	旅館、ホテル (金沢方面)	観光客の宿泊は少なく、正月期間の予約状況も旅館については大半が大晦日から2日までは埋まっているものの、ホテルでは空室が目立つ。飲食店を持っているところは忘年会で売上を保っているが、宿泊のみところは下落している。また、忘年会やおせち料理の売れ行きは昨年に比べて良いが、単価が下がっているため収益はさほど伸びていない模様。今年一年を振り返って見ると大変厳しかった。宿泊価格は下がる一方で昨年前の価格に戻る気配はなかった。観光シーズンでもごく短い日程のみが満室でその前後は空室が多くなった。また、宿泊予約サイトの大手がますますシェアを伸ばし、正規予約が減少していることも悩みとなっている。
		旅館、ホテル (加賀方面)	利用人数ベースでは対前年同月比でプラス傾向で推移しているが、利用料金が依然下落しているため資金繰りの厳しい状況が続いている。忘年会シーズンを迎えた月であったが、年々温泉旅館で行う機会が減少しているように感じる。また、割安商品が目立っており、インターネット等により価格比較が容易に出来ることなどが値引きに拍車をかけているようである。海外からの環境客は増加しているものの、まだ地方にまで回ってきていないためこれからといったところである。業界のプラス要因は、消費者の円高慣れによる消費熱が出てきたことや株値上昇機運が見られることであり、マイナス要因としては、失業率がまだ高率で推移していることや新卒者の就職決定率が低いことなど個人消費を減退させることが依然として多いことである。平成23年は地域の魅力に更なる磨きをかけて、個性的な情報発信を手がけ着実に進んでいきたい。
		旅館、ホテル (能登方面)	12月の宿泊人員については、温泉地全体では対前年同月比で95.3%と約2,000人は減少した。そして、今年新規オープンした旅館を除いた場合の対比では90.9%と約4,000人減少するなど、2カ月連続で大きな落ち込みとなった。また、1~12月の宿泊客数は106.1%と約3万人増加したが、新規オープンした旅館を除くと大きく落ち込み結果となった。宿泊単価も下落傾向にあり、大変厳しい状況が続いている。忘・新年会獲得のためのお得なキャンペーンを実施しているが、件数は軒並み減少している状況であり、個人消費の冷え込みは依然として続いている模様。今年を振り返ると、例年になく誘客のための宣伝を展開したが、景況に打ち勝つことができず宿泊客数は減少となった。平成23年の見通しは、しばらくは厳しさが続くと思われるため、今以上に温泉地の回遊性を高めるなど地道な基盤整備を進めていくところである。
		自動車整備業	売上高は対前年同月比で112.0%、既存旅館のみでも101.5%と4カ月ぶりに増加となった。ただし、消費単価は97.1%と今年度に入って一度も対前年同月比をクリアしていない。なお、宿泊人員は122%と増加しており、来月も同様の見通しである。個人消費動向としては、販売単価や消費単価は確実に下がってきている。ただ、町の中を散策している人は増え、昔の活気を取り戻しつつある。今年度を振り返ると、宿泊人員が増え、宿泊単価の下落により既存の旅館は大変厳しい状況であった。平成23年は新総湯の完成により、新しい温泉街が出来るので期待したい。
	建設業	室内装飾工事業	継続検査実績車両数については、対前年同月比で0.3%のプラスで推移している。このうち、登録車では-1.3%減であるが軽自動車は3.2%増であった。登録車については、今年度はマイナスで推移する見方であることから平成23年1~3月期の動向を注視したい。一方、新車登録車両数のうち、登録車はこの12月期においても対前年同月比で34.0%減となり、補助金制度が終了した9月以降は4ヶ月連続マイナスとなっている。なお、軽自動車も8.9%減となっている。今後の傾向に注目していきたい。
板金工事業		個人住宅建設会社と取引のある組合員は忙しかったものの、収益率の改善はなされず収益状況は相変わらず厳しい。中小住宅建設会社は壁用のエコ断熱材の入荷が遅れており、そのため工事も遅れ気味である。リフォームに力を入れている組合員は少数であるものの、それなりの利益率を確保している模様。個人住宅は、土地の割安感、住宅ローンの低金利などにより、相変わらず順調であったようである。なお、床関係の職人は県内では仕事が少なかったが、隣県での仕事が多かったことである。組合としては、工事を直接受注すべく活動している。今年を振り返ると、相変わらず厳しかったが、組合員間で格差があるものの仕事量はそこそこ確保できた一年であった。しかしながら、指値受注や低価格方式の入札が横行したため、収益は厳しい一年であった。平成23年の見通しとしては、1月に商店街の大家がかりな改装や隣県の床関係の工事が見込まれること、また、断熱材で遅れている個人住宅の仕事も見込まれることから出足は順調と思われる。ただ、年間の見込みは立派で、利益率の改善も難しいと思われる。組合としては、今年度も引き続き公共工事の共同受注に注力していきたい。	
管工事業		建築板金業界は冬場は受注が激減するため、厳しい状況にある。通常は年越しの仕事を確保するものであるが、この年末は昨年同様に極めて仕事が少ない。給水工事の受付件数は前年同月比で40%の伸びとなった。また、ガス管工事受付件数は100%の増となった。毎年、年末は駆け込みの申し込みがあるため、すぐには受注環境が良くなったとは思えないが、給水工事の受付件数の伸び率がここ3ヶ月ほど少しは良くなってきている。ただ、受付件数の伸びが金額に反映されていない。住宅版エコポイントの拡充にも期待しながら、業界全体が良くなることを期待したい。今年一年を振り返ると、業界にとっては平成21年に続き厳しい状況であった。一時は良くなる兆しも見えたが、良い状態が長続きしない。公共工事の減少も影響しているが、それよりも民間の受注環境が良くないため、民需の早期回復が望まれる。	
運輸業	一般貨物自動車運送業①	燃料価格は5円の値上げとなり、ここ一年間で10円程度の高騰となっている。高速道路利用状況は、対前年同月比106%、前月比101%で推移した。4月からの新たな高速道路料金案が示されたが、中・大型車の割引制度などはほぼ現状維持となっている。	
	一般貨物自動車運送業②	売上高は対前年同月比で10%程度の増加と思われる。昨年10月頃より長距離の求車情報が増加しているが、各社とも減車しているため十分な対応が出来ず、従って売上も思ったより伸びていない状況である。収益状況については、これまでじわじわと上がってきた軽油価格が当月は4~5円も上がった。一方、運賃単価は上がるまではにまで至っておらず、なんとか黒字を維持する増車までは考えられない状況である。今年一年を振り返って見ると、前半は貨物量はあまり増えず運賃単価の低下に繋がったが、春以降は徐々に増加し空きにはリマーンショック前の約95%程度まで回復し、年末にはほぼ同水準に戻ったと思われる。平成23年の見通しとしては、3月までほぼ今の流れでいくのではと考えられる。しかし、その後の見込みはわからない。組合としては、情報力向上と人材育成に努めていく。	