

















































## ◎ 県内の景況(情報連絡員報告から)

<1月> 業界の景況(前月比DI値)

景況感は、仙台の初売りは賑わいを見せたが客単価は低く、全体的に低調。地域企業においては人件費上昇分を価格転嫁できずに自助努力で賄っているケースが多い。

30以上	10~30未満	10未満 ~△10	△10超~ △30未満	△30以下
				

情報連絡員報告をもとに景況についてDI値を作成しました。業界の景況についての項目を「好転」割合から「悪化」割合を引いた値をもとに作成し、その基準は右記のとおりです。

業種		業界の景況 (前月比D I 値)			
		令和5年10月	令和5年11月	令和5年12月	令和6年1月
製造業	食料品製造業	 0	 △ 33	 △ 33	 △ 33
	木材・木製品製造業	 0	 0	 △ 100	 △ 100
	印刷・出版 同関連製造業	 0	 0	 0	 0
	窯業・土石製品 同製造業	 △ 33	 △ 33	 △ 50	 △ 33
	鉄鋼・金属 同製造業	 0	 △ 67	 △ 67	 △ 33
非製造業	卸売業	 0	 0	 0	 △ 40
	小売業	 △ 60	 △ 33	 0	 △ 50
	商店街	 △ 33	 0	 0	 0
	サービス業	 14	 0	 △ 14	 14
	建設業	 △ 17	 △ 17	 △ 40	 △ 50
	運輸業	 △ 33	 △ 33	 33	 △ 33
その他	 0	 0	 0	 0	

各業界の詳細(前年同月比、業界の動き)が必要な方は本会までご連絡ください。

2. 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)	
味噌醤油業界	<p>11月に開催した「仙台みそフェア2023」では宮城の芋煮を来場者に食べて頂き好評を得た。この話題を聞いた地元の大学から、欧州研修の際に宮城のソウルフードである芋煮を現地で、欧州の学生に食べさせたいので調理方法を教えて欲しいとの依頼を受けた。早速若手の会メンバーと共に学生と交流したところ、仙台味噌に対する熱意と宮城の芋煮作りに対する情熱がひしひしと感じられ、学生から励ましを受けたと同時に、若い人達は我々以上に健康を気遣う事を考えているのだと感じた。</p> <p>味噌は、伝統食品であると同時に一番の発酵食品であるため、人間の身体には良いのだと力説していたのは他でもない20代の学生であった事が大変うれしく感じられた。</p>
水産練製品業界	<p>中小企業者もこれから毎年のように3～5%の給与ベースアップを要求されると、廃業、倒産に追い込まれかねない。</p> <p>運送業界の2024年問題はこれから本格化するが、日配商品を扱う蒲鉾業界は、今まで通り毎日のスーパーからの発送依頼に当日中に納品対応できるか非常に不安である。運賃を値上げして済む問題ではない。</p>
木材業界	<p>12月の新設住宅着工数は1,206戸で前月比6%減、前年同月比13%減と8ヶ月連続で減少している。総戸数では前年比累計9%の減で、工事別では貸家、給与住宅は変わらないが持家が12%強、分譲住宅は23%強と大きく減少している。新設住宅の着工戸数の減少が木材製造業の景況悪化に大きく影響しており、好転材料が見つからない。</p> <p>一方、原木価格はスギ良質材の品薄感から依然として原木価格高、製材品安の状態が続いている。</p>
印刷業界	<p>印刷・情報用紙の国内出荷が前年同期比16ヶ月連続で減少、12月は14.2%のマイナスとなった。中小印刷業者の受注状況は事業所によって格差が生じている。紙媒体の市場縮小により業界全体の印刷需要は減少しているが、大日本印刷やトッパンといった大手印刷業者が内製を縮小させ、中小印刷業者へ外注している動きもある。2024年問題で、物流費の上昇も懸念している。</p>
生コンクリート業界	<p>1月の生コン出荷量は約55.9千m<sup>3</sup>で、前月に比べ34.2%と大きく減少したが、対前年同月比では10.8%減にとどまり、季節要因(年始休業)によるものが大きいと見られる。</p> <p>地域的には、気仙沼地区で前年同月比が34.2%と低迷し、累計でも対前年同月比で4割に届かず、厳しい状況が続いている。</p> <p>販売価格は、原材料費等の高騰を踏まえた値上げが地区ごとのペースで段階的に進んでいるが、収益改善には結びついていない。</p>
コンクリート製品業界	<p>出荷量は前月より5%、前年同月比では22%減少し、4～12月の累計も前年同期比で14%の減少となった。昨年よりも更に厳しい状況となっている。(※コンクリート製品業界は、とりまとめ時期の関係から1ヶ月遅れの報告です)</p>

砕石業界	生産コスト上昇分を販売価格に転嫁できない事業所が多く、出荷量も減少のままにあり、業界の景況感が悪くなっている。
機械金属業界 A	売上高は業種によりばらつきが見られ、前年同時期より減少傾向にある。全体の景況感は停滞気味で大きな変化は見られない。 エネルギー価格の高騰がいつまで続くのか不透明な状況で、物価上昇も長期化している。そのような中、今年は賃上げや家計の負担軽減策などによる経済の回復を期待したい。
機械金属業界 B	年明けの1月も引き続き業界全体の設備投資が減少傾向にあり、受注（売上高）低迷が続くなか、原材料等の値上げや人件費の高騰を受注価格に反映することが困難な状況が続いている。
各種卸売業界	昨今の原価高騰により、昨年同期比40%程度価格が上昇している。原価は中期的にみて更に上昇していく見込み。一方、暖冬の影響で冬物の販売不振が結果的に業界内の値引き合戦を進め、収益率が大幅に低下した。
再生資源業界	1月の鉄スクラップは、全国的に上旬の輸出価格の上昇に国内メーカーが一斉に値上げしたが、後半は東日本で荷余り感が台頭し値下げの動きが広がった。 スクラップの発生は減少しているが東北は異常に雪が少なく、比較的順調にメーカーに納入されているようだ。銅線スクラップ等の盗難が多いようで、管理が必要。古紙は特に動きがない。
繊維卸売業界	年明け早々の能登半島地震の影響が消費マインド低下につながった。 朝晩の冷え込みはあるが、暖冬の流れは変わらず、バーゲン期間も動きは鈍い状態が続いている。
ゴム製品卸売業界	毎年1月は稼働日が少ないため営業活動が遅れるが、昨年11月頃からの低調な状況と比べると問い合わせや、年度末にかけての依頼が多く見られる。年末と比べても慌ただしさが有り、若干ではあるが上向きの傾向を感じている。
鮮魚卸売業界	1月に入り水揚げ量も減少し、閑散期に突入した。令和6年3月で脱退する組合員3名が確定し、今期は6名の脱退となる。多くが自身の高齢化、後継者がいないことが理由だ。潜在的に同年代で同様の状況の方が20名近く在籍しているため、この2～3年も減り続けることが予想される。水産事業者の減少を防ぐために M&A や事業承継などを早急に進める必要がある。
鮮魚小売業界	1月に入り時化が続き、入荷の少ない日が続いた。真白子、たら子、たら等生たら関係の商品が多かった。しかし、海水温の温暖化から近海魚の不漁が続き、品ぞろえができない状況である。
青果小売業界	取扱高は、前年同月比102.8%と組合加入が相次いでいることも要因となった。 12月に実施した価格転嫁等に関するアンケートがまとまった。回答率は2割程度であったが、そのほとんどの組合員が価格転嫁（仕入値・エネルギー費・労務費・配送費）出来ず苦しんでいる状況にあっ

	<p>た。</p> <p>中央会の全面協力のもと、10月に専門家を交えた「価格転嫁と将来の事業展望委員会」を立ち上げ、計3回の委員会を開催して検討を重ねた結果、2月にセミナーを開催することとなった。経営改善はもとより青果小売業のさらなる活性化の一助になるよう様々なセミナーを開催していきたい。</p>
食肉小売業界	<p>量販店では年明け以降、例年どおり食肉の売れ行きが鈍化している。昨年の旧盆商戦も厳しい結果に終わったが、流れが好転しないまま年度末に向かいそうな気配だ。</p> <p>客数減に伴う買上点数の減少が継続する中、必要な分しか購入しないという消費行動パターンが定着。それに加えて23年は22年に比べて主要3畜種の相場が下落しているため、1品単価の落ち込みもみられる。</p> <p>年度末のセールに取り組む企業もあるが、点数や単価を引き上げる要素にはなりづらい。売上、利益の両面で大きなボリュームを稼ぐ位置付けの和牛不振は変わらず、豚、鶏肉も大幅な増加が見込めない。担当者の中には「前年並みの実績が残れば十分」という声も多い。</p> <p>幅広い地域で積雪になるなど、気温の上下動が激しいが、全体的に暖冬傾向は変わらず、鍋物需要の伸び悩みが解消される見通しはない。春先から売り場の仕様変更に取り組む企業が多いため、当面は現状のレイアウトで対応するしかなさそうだ。</p> <p>牛肉のスライス商材の伸長に期待できないため、中心になるのは豚、鶏肉、ミンチなどの頻度品。容量の見直しが進んでおり、大型パックもさほど伸びない。</p> <p>牛肉で動く可能性があるのは焼き材。節約志向の浸透で高単価商材が動きづらいため、交雑牛、もしくは輸入ビーフのセット商品が2月に2回ある3連休でどこまで動くかがカギになる。</p> <p>外食需要が回復傾向にあるが、厳しいことには変わらない。しかし、逆にいえばそこで動かなければ2月の月間売上高前期比は1割以上の落ち込みをみせる企業が出てきてもおかしくない。</p>
家電小売業界	<p>地域電器店では、テレビやドアホンの販売が好調。1日の能登半島地震の影響で、石油ストーブからエアコンへの買い替え傾向も一部見られた。しかし、暖冬の為か地域によっては暖房機器の販売が伸び悩んでいるところもある。</p> <p>今年も昨年度に続き「住宅省エネキャンペーン」を3省により展開。補助金を活用した買い替えが今後更に進んでくるのではないかと期待している。</p>
石油小売業界	<p>原油価格は中東の緊迫に加え、円安の状況もあり上昇傾向にある。政府補助金の効果もありガソリン小売価格は抑えられているが、世界的にも国内的にも様々な問題がある中で、今後の状況を注視していく必要がある。</p>
花卉小売業界	<p>令和5年末より、生花の供給量は需要に比べ回復傾向にあり、入荷条件は同年5月頃以来の好転となったが、引き続き高温や多雨による</p>

	<p>供給量に乱れがあればすぐにバランスを崩す状況に変わりはない。全体的には生花店の売上げ等に関して重たい話題が少なくなり、年初めとしては好スタートが切れた。</p> <p>市場内では、次世代に仕入等を任せるため若手を同伴させセリ台に立つ生花店も見られ、良い意味で「平行線」ではないかと思う。</p> <p>昨年より報告しているが、人件費引上げにより生花店のアルバイトはハードルの高いものとなった。平行線から右肩を上げるためには未経験者の教育も必要となるはずだが、宮城県内では10年近いキャリアを積むにはもう手遅れと言わざるを得ない状況にあるかもしれない。</p>
商店街	<p>(仙台地区A商店街)</p> <p>インボイス制度やIT化への対応に追われている。</p> <p>(仙台地区B商店街)</p> <p>初売りの人出は、コロナ禍後最大の賑わいを見せたが、客単価の低い商品の売上げが伸びていた。</p> <p>営業不振、移転統合により、組合脱退の申し出が2件あった。</p> <p>(大崎地区A商店街)</p> <p>恒例の初売りは全く盛り上がりのないものであった。</p>
クリーニング業界	<p>業界全体が減少傾向にあり、昨年度より取次店等の閉鎖が顕著に増えている。</p>
自動車整備業界	<p>ダイハツの認証試験不正問題により組立工場からの出荷停止が続いていることで、新車登録台数に少なからず影響が出ているようだ。整備業界の基盤となる車検台数は大きな変化は無く推移している。</p>
廃棄物処理業界	<p>人材不足が深刻な課題であり、早急に手を打っていかねばならない。</p>
湾岸旅客業界	<p>元旦から好天の日が多く、売上、旅客数は前年同月比ともに増加が続いており、資金繰りも改善、組合員の所得も増加してきた。当地は、冬場は閑散期となるが、コロナ感染症蔓延時期より増加傾向にあり、資金繰りや売上げは維持していきたい。</p> <p>インフルエンザ・コロナ感染症対策は継続している。</p>
ホテル・旅館業界	<p>宮城県及び仙台市で宿泊税の動きが加速しており、宿泊事業者としてその推移を、緊張感をもって見守っている。</p>
シーリング業界	<p>通年の業務量は均等して確保できているが、特にこれから年度末完工に向けた最繁忙期となる。</p> <p>どの事業所も、コスト高も相まって業務量と人員確保のバランスをとり工期に追われている。各社の経営状況は、原材料の値上げによる影響はもとより、人員、エネルギーコスト高を受け、取引価格はやや改善傾向にあるが、全体的なコスト高により良いとは言えない経営状況が当月も続く。</p> <p>改修リニューアル工事の増加により業務量は多く、受注金額はやや上向きである中、会員各社は交渉を続けているものの、価格転嫁しきれない状況が続いている。更なる企業努力が今後も重要と考える。</p> <p>様々なコスト高を織り込んだ厳しい適正価格交渉と同時に適正工期</p>

	<p>の確保交渉にも組合全体で取り組んでいく。</p>
建設業界	<p>建設業の2024年問題が目前に迫り、賃金アップも含め人材確保に苦慮している。公共工事は、工事費上昇や工期設定等での対応が徐々に浸透するものと考えられるが、民間工事は施主の理解が得られるかが課題である。何れ対応しなければ、建設業界からの人離れが加速するものと危機感を抱いている。</p> <p>地域の生活基盤を支えるのが地域建設業であり、除融雪業務も含めた維持管理等にも今後支障を来す恐れがあるのではと感じてしまう。</p> <p>各地域に「地域の守り手」となる地域建設業が存続しなければ、災害時や家畜伝染病等の防災、防疫対応にも影響が及んでしまうことから、常日頃から安定的、継続的な県内での建設投資が望まれるが、東日本大震災の復興収束によって投資額が極端といえるくらいに激減している実態から、大きな改善が切望される。</p>
硝子業界	<p>受注工事は前年に比べ安値傾向が顕著になってきた。材料費高騰が続く中、収益悪化が懸念される。</p>
電気工事業界	<p>電線は2～3ヶ月、高圧 CV 線においては約6ヶ月後の納期と、入荷状況が悪い。</p>
板金業界	<p>一般住宅施工件数は前月同様悪化傾向だが、リフォーム工事も冬場は避けるため春までは少ない。大型物件も宮城県内の地元業者は減少傾向で、組合員の景況は良くない。</p>
タクシー業界	<p>新型コロナが5類に移行された最初の1月であり、気候も安定していたが、人の流れは低調で利用客は伸びなかった。</p> <p>LPG 価格は僅かに値下がりしたものの、ガソリン同様高値で推移している。</p>
軽自動車運送業界	<p>料金改定は実際にはまだまだ実施できる状態ではなく、できるところからになる。ヤマトが郵政との業務提携によって一般軽貨物ドライバーを多数カット、また予定されている件が問題視されている。</p>
倉庫業界	<p>前月比は、出庫量、売上高(収入)は増加したが、入庫量、在庫量は減少傾向となった。品目別では、入出庫量ともに増加したのは、雑工業品、雑品である。他の品目は、同程度か減少傾向である。特に農産品(米)は昨年の品質低下により減少している。</p> <p>前年同月比は、出庫量、入庫量、在庫量、売上高(収入)がともに減少した。品目別では、入出庫量ともに増加したのは、雑品で、他の品目は、入出庫量、在庫量ともに同程度か減少傾向であった。農産品(米)の在庫が減少に転じ、低温倉庫の空坪(空きスペース)が目立つようになった。</p>