

Ⅱ ヒアリング調査結果（業種別）

1 製造業 『持ち直しの動きがみられる』

(1) 一般機械器具 『持ち直しの動きがみられる』

【業界の動向】 県内の一般機械の鉱工業生産指数は、直近の平成25年12月で、はん用機械工業が105.5（前年同月比+8.6%）、生産用機械工業が70.1（前年同期比▲40.5%）、業務用機械工業が76.4（前月比▲11.3%）であった。

【景況感】 「目標を超える売上高がキープできている」、「売上、利益ともに上がってきた」など「好況である」とすべての企業が回答した。

【売上げ】 「毎月の売上目標を達成している」、「前年同期比28%増加している」など「増えた」との回答が多数を占めた。

【品目別の状況】 「トラック、自動車、医療、食品」向けは堅調である。一方で「半導体」向けは低調である。

【受注単価】 「まだ値上げできない。円高の時の価格のままである」、「値下げ圧力は依然としてある」など「ほとんど変わらない」との回答が多かった。一方で、「多少良くなってきている。取引先が受注単価を受け入れてくれている」など「上がった」との回答もあった。

【原材料価格】 「円安の影響を受けている」と「上がった」との回答がある一方で、「市場の状況により、値上げしたくてもできない」など「ほとんどかわらない」との回答が多かった。

【採算性】 「コンサルタントを利用してコスト削減、生産を効率化した。利益率は昨年から2～3%増加した」と「良くなった」と回答した企業と「原価の値上がりに加え、利益率のよくない製品の受注が増加し、採算は下がった」と「悪くなった」と回答した企業に分かれた。

【設備投資】 ヒアリングした企業のすべてが「実施した」との回答であった。

【今後の見通し】 「全体として上向いている。中小企業のものづくりを温存してほしい」など「良い方向に向かう」と回答した企業や「受注の勢いが止まっている。成長戦略が見えてこない」と「悪い方向に向かう」と回答した企業があった。

(2) 輸送用機械器具 『持ち直しの動きが続いている』

【業界の動向】 国内の四輪車生産台数は、直近の平成26年1月では前年同月比14.5%増加となり、5か月連続で前年同月を上回った。

【景況感】 「トラック業界は消費増税による駆け込み需要により好況である」、「当社としては普通である」、「短期的にみると好況である」といったように「好況である」との回答が多かった。

【売上げ】 「トラック関係が増えて売上げも伸びた」、「消費増税前の駆け込み需要があった」、「輸出向けが伸び、新しい仕事も入ったので売上げが増えた」、「メインである自動車関係の仕事が増えて売上げも伸びた」と全ての企業が好調であった。

【受注単価】 「変わらなかった」、「外資系の取引先企業の受注単価を1月から5%の大幅値下げを行った」、「一部の製品で受注単価を上げたものがある」と各企業によって分かれた。

【原材料価格】 「原材料は100%有償支給なので変わらない」、「ステンレスの価格は変わらなかった」、「鉄やステンレスの価格が上がった」と様々な状況であった。

【採算性】 「生産工程の改善などを行い、採算性は良くなった」、「受注単価を下げたため、採算性は悪くなった」、「設備の更新など効率化を図ったが、人件費が余計にかかったため採算性はほとんど変わっていない」と各企業によって分かれた。

【設備投資】 「NC旋盤2台、マシニングセンタ1台を購入した」、「国の補助金を利用して油圧専用機を作製した」と設備投資を行った企業と実施しなかった企業に分かれた。

【今後の見通し】 「当社としては新しい仕事も受注でき、良い方向へ向かうだろう」、「どうなるかわからない」、「駆け込み需要の反動減で、今よりは悪くなるであろう」、といった様々な声が聞かれた。

(3) 電気機械器具 『一部に持ち直しの動きがみられる』

- 【業界の動向】「県内の電気機械の鉱工業生産指数は、直近の平成25年12月に72.4となり、前月比で8.1%減少、前年同月比でも3.8%減少となった。
- 【景況感】「業界（電気機械の一部を製造）は厳しく、他の部門で利益を出している会社が多い」、「電気業界は良くない」、「業界全体としては良くなっているかもしれない」といった声が聞かれた。
- 【売上げ】「パソコン、白物家電の国内生産が少なくなり、前期や前年同期と比べて売上げは2割位減少した」、「特に電子関係が受注減となり、前年同期と比べて2割位減少した」、「新しい仕事や思わぬ特需があり、前期より若干良くなっている」と好調な企業と不調な企業に分かれた。
- 【受注単価】「製品の受注サイクルが短いので、価格改定を行うタイミングがない」、「価格を下げるよう言うてはこないが、部材を減らしたり、製造工程の合理化を図ることによって価格が下げられるのではないかとってくる」、「今期は特に変わらなかった」といった状況であった。
- 【原材料価格】「銅などは市場ベースで1か月単位で細かく価格が変動しているが、長期的にみると大きくは変わっていない」、「レアアースは高騰する前の2倍程度の価格で落ち着いている」、「特に変わらなかった」と全ての企業で変わらなかったと回答があった。
- 【採算性】「採算性は売上げと連動しており、売上げが増えたので採算性は良くなった」、「売上げが減少したため、採算性は悪くなった」、「製品ごとの利益率は変わっていない」と企業によって分かれた。
- 【設備投資】今期の設備投資は全ての企業で実施しなかった。来期については、「研磨装置や分析装置を購入する」と回答した企業があった。
- 【今後の見通し】「4月以降はよくわからない」、「良くなるとも悪くなるとも言えないが、現状と変わらない可能性が高いのではないかと」、「取引先企業が来期の事業計画をまだ発表していないのでどうなるかわからないが、良い方向に向かって欲しい」といった声が聞かれた。

(4) 金属製品 『一部に持ち直しの動きがみられる』

- 【業界の動向】県内の金属製品の鉱工業生産指数は、直近の平成25年12月に91.4となり、前月比で+2.1%と良化、前年同月比では▲9.7%と悪化している。
- 【景況感】「自動車会社、建設会社と取引のある会社は売上が増えている。他の業界からの売上の減少は止まっている」など「普通である」という回答が大半であった。しかしながら、「いつも通りの仕事が出てこない」など、「不況である」と回答した企業もあった。
- 【売上げ】「既存の取引先からの受注が減り、新製品の立ち上げが4月以降に遅れた。2月の大雪も追い打ちをかけた」、「前年と比べて「減った」との回答がある一方で、「ホンダ埼玉製作所、建設業から受注を受けている企業は堅調である」など「増えた」との回答が大半を占めた。
- 【品目別の状況】「好調」との話が多かったのは「自動車、トラック、建設、医療」など。「不調」は、特になし。
- 【受注単価】「製品単価を上げたくても上げられない」、「単価値下げ交渉は依然としてある」など、「ほとんど変わらない」との回答が多かった。
- 【原材料価格】「鉄、アルミ等の素材の価格は前年と比べると増加した」など「上がった」との回答が多かった。今後の見通しについては、「ほとんど変わらない」との見方が大半であった。
- 【採算性】「原材料価格、電気代などの費用が上昇し、採算は悪化している」など採算については「悪くなった」とすべてのヒアリング企業が回答した。
- 【設備投資】「補助金を利用して機械を購入した」などすべての企業が「実施した」と回答した。先行きについては「検討中である」、「メンテナンス程度は実施する」など、今後の受注動向によって設備投資を検討する企業が多かった。
- 【今後の見通し】「短期的には消費増税で売上げは下がる。いつまで続くかわからない」など「どちらともいえない」と回答する企業や「オリンピックまで相当の期間があり、持続するのは厳しいのではないかと」と「悪い方向に向かう」と回答する企業もあった。

(5) プラスチック製品 『持ち直しの動きが続いている』

- 【業界の動向】 県内のプラスチック製品の鉱工業生産指数は、直近の平成25年12月に93.5となり、前月と同じであったが、前年同月比では3.5%増加している。
- 【景況感】 「消費増税前の駆け込み需要があり売上げが好調であり好況である」、「企業によって違うだろうが、当社は12～1月で1年間の半分位の利益があり好況である」、「当社の売上はそこそこあるので普通ではないか」といった声が聞かれた。
- 【売上げ】 「建材関係の売上げが好調で、前年同期と比べて10%以上増えている」、「医療機器関係、トラック、食品関係の仕事が順調で前期より増えた」、「年度末に消費増税前の駆け込み需要が少しあったが、前期及び前年同期と比べてほぼ変わらなかった」と順調な企業が多かった。
- 【受注単価】 「特に変わらなかった」と回答する企業があるなかで、「一部の製品で値上げした」、「昔からの取引先では、受注単価を上げてくれた製品もある」という企業もあった。
- 【原材料価格】 「樹脂の一部で数%値上がりしたのものがある」、「樹脂（塩化ビニール、アクリルなど）の価格はほぼ変わっていない」、「特に変わらなかった」といった状況であった。
- 【採算性】 「売上げが増えたため採算性は良くなった」、「機械設備の更新による生産性の向上や作業の効率化に努めたため採算性は良くなった」、「売上げが変わらなかったことから採算性もほぼ変わっていない」と企業によって分かれた。
- 【設備投資】 「塗装用ブースの補修をした」といった企業もあったが、設備投資を実施しなかった企業の方が多かった。今期は実施していないが、「来期はCNC（マシニングセンタ）を購入したい」といった企業もあった。
- 【今後の見通し】 「最近は見通せない」、「消費増税があるので、不安感や不透明感がある」、「新しい仕事の話がきているが、今のところどうなるかわからない」と先行きへの不透明感を訴える企業が多かった。

(6) 食料品 『持ち直しの動きが続いている』

- 【業界の動向】 県内の食料品の鉱工業生産指数は、直近の平成25年12月に102.4となり前月比2.4%増と3か月連続で増加し、前年同月比でも11.8%増加している。
- 【景況感】 「製品ごとにばらつきはあるが、総じて食へのこだわりが高まってきている」、「消費者は消費増税を控え、不安に思っているのではないか」といった声が聞かれた。
- 【売上げ】 「1月は順調であったが、2月は大雪の影響で単独で2億円の損失となった。3月は再び良くなっており、全体では前年同期比10%以上の伸びとなっている」、「雪の影響があったが、顧客の来店する時間帯に合わせた販売方法をとったことで、前年同期比1%ほどの増収となった」など「増えた」と回答した企業が全てであった。
- 【品目別の状況】 「高級食パンとロールパンが好調である」、「生スパゲティ、スープの売上が良かった」といった状況であった。
- 【製品単価】 「パンは価格を維持しているが、麺は値下げ圧力が強くなっている」といった全般的には「ほとんど変わらない」との回答が多くを占めた。一方で、「メニューを工夫し付加価値を高めることで単価を引き上げた」との回答もあった。
- 【原材料価格】 「円安により小麦のコストが大きくなっている」、「包装容器が値上がりした。大雪の影響で野菜が高騰した」、「鶏肉が前年比5%上がった」とすべての企業が「上がった」と回答した。
- 【採算性】 「売上が伸びたが、あらゆるコストが上がっており、2月の大雪の影響もあり良くなってはいない」という「ほとんど変わらない」との回答がある一方で、「売上が伸び、様々な改善を行っていることから採算性は良くなった」、「売上増があり、価格設定の見直しを行ったことから、利益率の改善を図った」という回答もあった。
- 【設備投資】 大半のヒアリング企業は「実施した」と回答した。今後についても「実施する」と回答した企業が多かった。
- 【今後の見通し】 「消費増税で量売ることが難しくなる。消費者の買い方が細くなるであろう」、「消費税率が引き上げられ、売上げの減少が予測される」、「付加価値を高めた製品の開発により、増収を図っていく」といった声が聞かれた。

(7) 鋳鉄鑄物（川口）『一部に持ち直しの動きがみられる』

【業界の動向】川口鑄物工業協同組合によると、鋳鉄鑄物の生産量は、直近の平成25年12月は前月と比べ3.2%減少し、2か月連続で前月を下回った。前年同月比では11.2%増加し、2か月ぶりに上回った。

【景況感】「どちらかと言えば不況に近い」から「好況である」まで、企業によって回答が分かれた。取引先の業界の影響が大きく、建築・土木関係や景観材を扱う企業では景況感が良いところが多かった。「収益があまり良くない仕事が多いが、忙しさはある。残業代が出せるので従業員にとっては良いと思う」などの声が聞かれた。

【売上げ】「増えた」と回答した企業が多かったが、「今四半期の売上は良かった。ただし、顧客は受注が増えている分もあるが、在庫の積み増しも行っているらしく、今後は発注を減らされるかもしれない」などの特殊要因や、増税前の駆け込みによる影響との区別も難しく、来期以降を心配する声が多かった。

【受注単価】横ばいの企業が多いが「値上げができた」との回答もあった。しかし、値上げできた企業でも「去年は円安等でコストが3.5%増加した。4%の値上げ予定だったが2%程度しか上げられていない」や、「売り上げが1割増えており、会社の規模からすると利益は5割くらい増えなければならぬが、利益も1割しか増えていない」など、コスト上昇分をすべて転嫁することは難しいとのことであった。

【今後の見通し】「駆け込みもあり今期は多少良いが、先行きは不安な企業が多いと思う」や「顧客によっては少しずつ明るくなってきている兆しはある。しかし先は読めない」と先行きを不安視する声が多かった。しかし、「来年度の売上は少なくとも今年度と同程度にはなると考えている」、「消費増税の影響はあると思うが、顧客の業界全体が人材不足になっており来期も仕事はあると考えている」、「我々もいつまでも景気のせいにしていないで、良い方向に向かう方法を考えなければいけない」など、明るい見通しや前向きな意見が多かった。

(8) 印刷業 『厳しい状況が続いている』

【業界の動向】県内の印刷業の鋳工業生産指数は、直近の平成25年12月は105.7となり前月比▲0.2%、前年同月比▲0.2%となっている。

【景況感】「良くも悪くもない」と景況感は普通であるという回答と「業界として不況である」など業界構造として不況であるとの回答に分かれた。

【売上げ】「消費増税の駆け込み需要が、ここにきて出てきた」、「取引先から大口受注が入ったため、前年同期比3%増加となった」など「増えた」と回答した企業が多かった。一方で、「雪の影響で各イベントが中止となり、見込んでいた売上機会をロスした」との回答もあった。

【受注単価】「量は増えたが、単価は安くなった」など前年同期比で「下がった」との回答や「単価はほとんど変わらない」との回答であった。受注契約のため、消費増税後、価格に上乗せできるか心配する回答もあった。

【原材料価格】原材料価格はほとんど変わらないか上がっても微増と回答した企業が大半であった。先行きについては「紙代の引上げ要請が来ている」との回答が多かったが、「現状を考えると引上げは難しい」、「引上げの防止交渉を行っている」と受注単価が上がらない中で、原材料価格の引上げへの応諾は困難であるとの意見が多数を占めた。

【採算性】「売上げの減少、原材料費、電気代等の諸費用の増加」を主な要因として「悪くなった」とすべての企業が回答した。

【設備投資】回答は「実施した」と「実施しなかった」が半々であった。先行きについては、設備投資を検討している企業が多かった。

【今後の見通し】「消費税が上がって喜ぶ人はいない」と悪い方向に向かうという回答と「新しい企画がうまくいくがどうかで決まる」といった「どちらともいえない」との回答があった。

2 小売業 『一部に持ち直しの動きがみられる』

(1) 百貨店 『持ち直しの動きが続いている』

【業界の動向】 商業販売統計によると、県内百貨店の平成26年1月の販売額は、前年同月比1.4%の増となっている。

【景況感】 「2月は大雪の影響で厳しい状況となった」が、一時的な特殊要因として捉える向きが多く、「これまでの下げ止まりから確実に上向きつつある」との声が聞かれた。

【売上げ】 1月、2月と前年比マイナスとなった店舗がある一方、2度の大雪にもかかわらず、2月に前年比プラスとなった店舗もあった。

品目別にみると、衣料品は、婦人物でダウンコートやロングブーツなどの主力商品が不振の店舗が多かったが、紳士服は「消費税増税前のオーダー物などの駆け込み需要により堅調」といった店舗が多かった。服飾雑貨類は「マフラーが売れた他、大雪の影響で長靴が完売した」などの声が聞かれた。

食料品は、生鮮三品で青果が「大雪により葉物野菜やいちごなどが品不足の状況で厳しかった」という店舗が多かった一方、肉類は「ファミリーユースとして質の高いものが売れている」との声があった。

バレンタイン関連は、「チョコレートが2ケタの伸び、高級品から売れていった」という店舗と「スーパーなど他業態に流れ、前年比割れ」という店舗に分かれた。

化粧品は「消費増税を控え、日用で使うものの買いだめが多い」といった声が聞かれ、宝飾品は「高級腕時計が引き続き好調の他、パール系の品も良く売れている」などの声が聞かれた。

その他、「消費税増税前の住宅着工の伸びの影響で、絨毯やカーテンなどの内装品の売行きが好調」という店舗もあった。

【設備投資】 年度末の時期で各売り場の小幅な改装や備品の調達等にとどめる店舗が多かった。

【採算性】 2月の雪の影響で、この四半期は悪化した店舗が多かったが、「人件費等の抑制により低コスト体質となっており、売上げが伸びれば良くなっていく」という声があった。

【今後の見通し】 「4月は数%落ちるとみているが、上り基調は変わらないと思う」や「消費税率引き上げ後の動向は予測しづらいが、秋以降はよくなると見込んでいる」など、消費税の影響は一時的との見通しが多かった。

(2) スーパー 『持ち直しの動きがみられる』

【業界の動向】 商業販売統計によると、県内スーパーの直近の平成26年1月の販売額は、既存店ベースでは前年同月比0.2%の減少となり、7か月連続で前年同月を下回った。一方で、全店ベースでは同2.0%の増加となり、11か月連続で前年同月を上回った。

【景況感】 「普通である」と回答した店舗もあったが、「5段階で4ぐらい。好況とまでは言えないが普通よりは良いほうである」や「客数も客単価も上がってきている。景気が動き始めた感じはある」など、景気が上向いてきていることを実感しているような意見が多かった。

【売上げ】 「増えた」店舗が多かった。特に「正月は高い商品が売れた。財布の紐は少しゆるくなっていると思う」、「節分の売上げが良かった」など、「消費者もハレの日には少し贅沢をする余裕が出てきたのではないか」とのことであった。2月の大雪の影響は、「土日を直撃したため、衣料品や雑貨の売上げが大きく落ちこんだ」との声もあったが、「食料品は雪の前後に売れたのでかえってプラスだった」と食料品が中心のスーパーでは逆に売上げが増えたようである。また、「フォーマル品や家電には若干の駆け込みが見られるが、食料品は1週間前くらいからだろう」、「食料品が中心なので駆け込みの影響はあまりない」など、調査時点では消費増税前の駆け込みはそれほど出ていないとのことであった。

【採算性】 「売上が増えたので良くなった」や「売り上げは厳しいが経費削減で採算性は改善している」など、ほとんどの店舗が「良くなった」と回答した。

【設備投資】 大きな設備投資をした店舗はなかったが、「車が歩道に乗り上げないようにポールを設置するなど、安全面は随時改善している」とのことであった。

【今後の見通し】 「消費増税の落ち込みは、希望的観測もあるが1~3ヵ月で戻ると考えている。戻りが前年度比で95%だと厳しいが、98~99%まで戻れば悪くはないと考えている」などと消費増税の懸念はあるものの、「外的な要素が多く予想しづらいが、ゆるやかに良い方向に向かうのではないかと」と「良くなっていく」という意見が多かった。

(3) 商店街 『厳しい状況が続いている』

【業界の動向】平成26年3月の月例経済報告は、個人消費について、「増加している」と総括している。

【景況感】「景気に対する期待感はあるが、店の売上げに実質結びついていない」といった声が聞かれた。

【来街者】「1月に来街者調査を行った結果をみると、昨年より微増している」、「昨年とほとんど変わらない」、「大雪の影響で大幅に減った」と各商店街によって違う状況であった。

【個店の状況】「消費増税前で衣料品店など店によっては駆け込み需要があったようだ」、「消費増税前の駆け込み需要で日用品が売れているようだ」、「個店の売上げは、大雪の影響でかなり悪いのではないか」といったように消費増税と大雪の影響がでている。

【商店街としての取組】「100円商店街を『震災復興元気市』にあわせて開催したが、今まででベスト3に入るくらいの来客、売上げがあった」、「商店街のイベントは実施しなかった」、「街バルを年末の『Xmasバル』に続き、1月の初詣にあわせた『初詣バル』、2～3月はアニメを活用した街バルを実施した」、「商店街連盟主催で『アウトレットセール（1週間）』を2月に実施したが、大雪で駄目だった」といった状況であった。

【今後の課題等】「商店街で新しい事業を始めるには、個店の賛同を得るのが大変である」、「商店街のイベントを実施するにあたっての実行部隊がない」、「商店街の役員になる人がいない」、「商店街に新規開店しても、組合に加入しない店が多い」、「空き店舗が増えている」、「後継者がいない」と様々な課題が聞かれた。

【今後の見通し】「消費増税後は、消費者のひもはさらに固くなるのではないか」、「現状が悪いので、消費増税が予定されているが、4月以降は全般的に良くなるのではないか」といった声があった。

3 情報サービス業 『持ち直しの動きが続いている』

【業界の動向】特定サービス産業動態統計調査によると、情報サービス業の売上高は、直近の平成26年1月は前年同月比で3.7%の増加となり、6か月連続で前年同月を上回った。

【景況感】「既存顧客への売上は安定している。顧客の調子が良いのだと思う」や、「情報システムへの投資が増えている。しばらく使用する予定だったシステムを更新してくれるところもある」など「好況である」との回答が多かった。一部には「制御系などは良いが、情報サービスの全ての分野が良いわけではない」などの声も聞こえた。

【売上げ】「増加した」とする企業が多かった。「オリンピックを見据えて、アジア圏のキャッシュカードが使えるようにするなどの投資が増えている」、「売上げは想定通り増えている。消費増税対応の案件も取れている」などの外的要因のほか、「農業ITに進出した。日本の農業は企業化してITで強化すれば、外国で高く売れる」など、新規の分野に進出する勢いが出てきた企業もあった。

【受注単価】全ての企業が「上がった」もしくは「上げようとしている」との回答だった。「新規の顧客は人手不足で単価を上げてくれるので、既存顧客からシフトしている」、「攻勢に出て製品価格を主体的に上げていく。インフレ傾向になってきたし、大企業は利益がでているのだから、回してもらいたい」、「官公庁は単価が低すぎるので積極的にはやらない。民間は単価が上がっており、4月からの契約で上げてくれそうなところも多い」と、好況による人手不足を背景に、長らく上がらなかった単価をこの機会に上げていこうという積極的な姿勢が見られた。

【採算性】売上げの増加により「良くなった」とする企業が多かった。また、「営業を専任の担当から技術者との兼任にし、全員が営業という意識を持つようにしている」など、原価率の低減にも引き続き努めているとのことだった。

【今後の見通し】ほとんどの企業が「良い方向に向かう」と回答した。「IT業界はもはや成長産業とは言えないと思う」との声も聞かれたものの、「大きく上昇はしないが、良い状態で保てると思う」、「消費増税で景気が悪くなるという心配はしていない。今回は政府の対応が上手くいっているのではないか」、「4月以降は景気に小幅な変動はあるものの、大きく落ち込むことはないのではないか」など、総じて良い状態を保つという意見だった。

4 建設業 『持ち直している』

【業界の動向】 埼玉県の「建設総合統計（出来高ベース）（国土交通省）」は直近の平成25年12月で、前年同月を16.5%上回っている。

【景況感】 「請負価格のスライドが認められてきている」など、「好況である」と回答した企業がある一方で、「工事原価が増加しており、採算が良くない」と「不況である」との回答した企業もあった。

【受注高】 「消費増税の駆け込み需要で前年同期比10～20%受注が増えた」、「3月までの納期の工事多く忙しい」、「昨年9月までに受注した工事を、今忙しくこなしている」など「増えた」との回答が大半であった。

【受注価格】 「工事原価が上がっており、発注者に丁寧に値上げを説明しており、発注者も理解してくれている」、「原価上昇により、前年同期比20%引き上げた」など、「上がった」との回答がすべてであった。

【資材価格】 「人手不足。また、雪害で資材の入荷が遅れており、納期が40～50日遅れる物件も出てきた」、「受注工事を納期通りに仕上げるため残業代も増えている」など「上がった」とヒアリングしたすべての企業が回答した。先行きについても資材価格の上昇傾向はしばらく続く予測である。

【採算性】 「工事原価が上がっているので採算は厳しい」、「受注後に原価が上昇してしまい、大手建設会社ほど苦勞している」など、「悪くなった」という回答が多かった。しかし、「売上増加により、収益は上がっている」という「良くなった」という回答もあった。

【設備投資】 大半の企業が設備投資を実施しなかったが、「仮設材を購入している、以前はリースで対応できたものが借りられなくなっている」など設備投資を実施した企業があった。今後の設備投資については予定していない企業が大半であった。

【今後の見通し】 「建設業に与える消費増税の影響は大きい」、「売上の復調まで消費増税の反動がどこまで続くか心配である」と「悪い方向に向かう」、「どちらともいえない」と回答した企業と「引き続き、今年12月くらいまでは忙しいと思う」と「良い方向に向かう」と回答した企業があった。