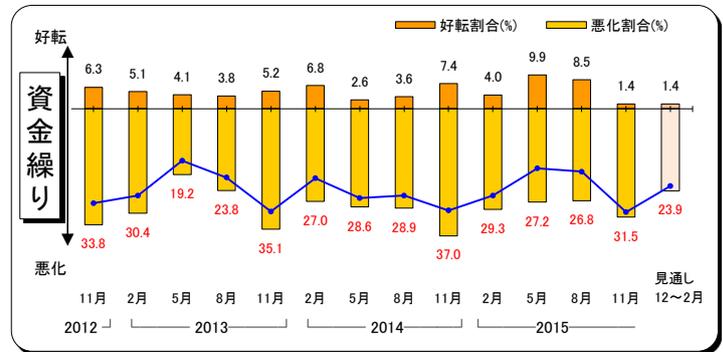
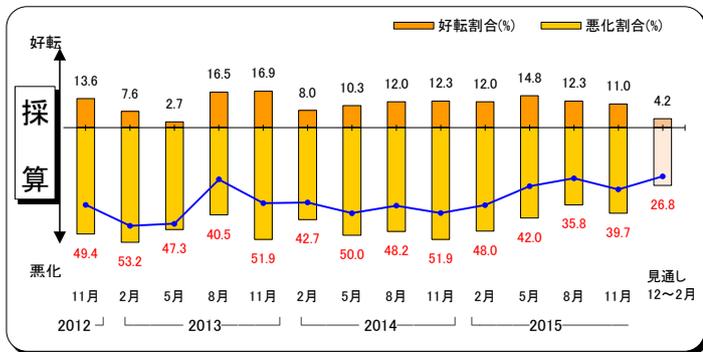
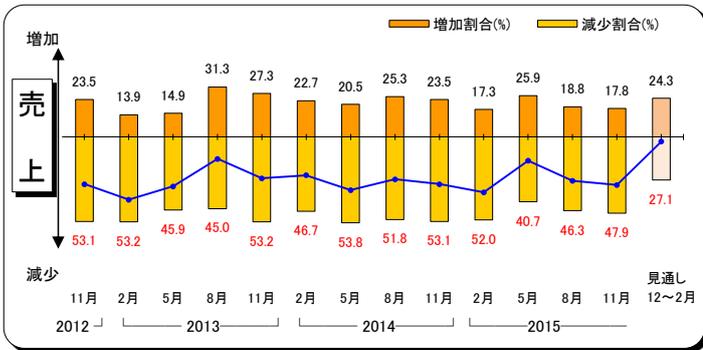
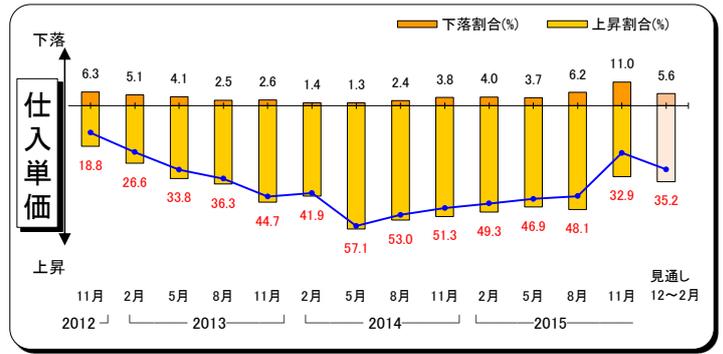
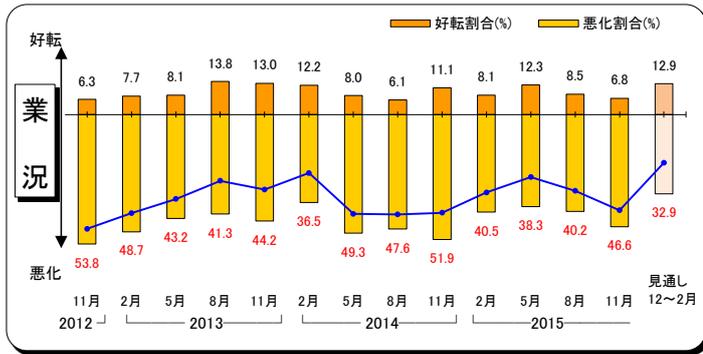


# 【小売業】①



## 【小売業】②

### 企業の声（日本標準産業分類順）

百貨店・総合スーパー	保険適用拡大での人材の動向。
靴小売業	円安による物価の上昇が外国人観光客を除く国内の消費を下降させている感が強く感じられる。また、当社においても円安による仕入原価の上昇は避けられず、取引条件の変更等により仕入原価を下げる努力が常に必要となっている。安定した価格で消費者に商品提供するために一日も早い為替の安定を望んでいる。
食料品小売業	移転後、今までやっていたランチルート配達をやめたので、一時的に採算が悪化していますが、新しいコンセプトにあったお客様の獲得に向けて頑張っています。
食肉小売業	WHO（世界保健機関）が発表した、ハム・ソーセージ及び牛肉・赤身肉のガン発生のリスクが非常に高く、アスベスト並みとニュースで流れたその日から、ウィンナー・ソーセージ・ハムなど売上が2～3割少なくなった。来年のハムギフトは絶望的で、年末商戦もギブアップです。
電気機械器具小売業	相変わらず厳しい。
家具小売業	県全体に活力が感じられない。
医薬品小売業	私共の業界は皆同じだと思います。お先真っ暗です。
紙・文房具小売業	地銀再編の影響が心配。
燃料小売業	石油元売は2極体制による方向も出てきました。長期の需要減少傾向の中で、流通も含めての供給過剰解決に光明は見出せるかも知れませんが、個々の流通業者の対応は、一層難しい局面となります。千葉県のように各社の商圏の重なりあう地域での再編成は、業界勢力図を全く新しいものに塗り替えてしまう可能性があります。
スポーツ用品小売業	個人消費は回復の兆しはなく、業界的にも非常に厳しいです。営業方法等、今までと全く違う発想をしないと難しいかもしれません。
スポーツ用品小売業	売上高の増加は、仕入単価上昇による値上げが要因であり、見通しは明るくはありません。
ホームセンター	11月は天候不順（気温が下がらず）で冬物は低調。
他に分類されない その他の小売業	毎年12～2月は売上が減少します。社会保険料等の会社負担があまりにも多すぎるので、従業員を入れたくても雇用できません。