

大田区の 景況

調査対象事業所数（うち有効回答数）

製造業 250 社（157 社）小売業 190 社（99 社）

建設業 190 社（105 社）運輸業 150 社（77 社）

調査方法 郵送アンケート調査

調査機関 （株）東京商工リサーチ

景気予報

製造業	20 以上	19～10	9～0	△1～△10	△11～△20	△21～△30	△31 以下
小売業	10 以上	9～0	△1～△10	△11～△20	△21～△30	△31～△40	△41 以下
建設業	20 以上	19～10	9～0	△1～△10	△11～△20	△21～△30	△31 以下
運輸業	15 以上	14～5	4～△5	△6～△15	△16～△25	△26～△35	△36 以下
	好調 ←						→ 不調

これは、平成 27 年 9 月～10 月に調べた平成 27 年 7 月～9 月期区内中小企業の景気動向と、これから先 3 か月（平成 27 年 10 月～12 月期）の予想をまとめたものです。

製造業	今期		製造業全体の主要指標について見ますと、業況は前期並の厳しさが続きました。売上額はわずかに減少し、収益は大幅に減少しました。受注残は大幅に悪化傾向が強まりました。
	来期		価格面では、原材料価格は上昇傾向が大幅に弱まり、販売価格は前期並の低下基調が続きました。在庫は過剰感がわずかに強まりました。来期の原材料価格は今期並の上昇傾向が続き、販売価格は下降傾向が大幅に強まると見込まれています。 来期の業況は悪化傾向が大幅に強まると見込まれています。
小売業	今期		小売業全体の主要指標について見ますと、業況は前期並の厳しさが続きました。売上額はわずかに改善しましたが、収益はわずかに減少しました。
	来期		価格面では、販売価格は下降傾向が大幅に強まり、仕入価格は上昇傾向が大幅に弱まりました。在庫は過剰から適正水準へ推移しました。来期の販売価格は下降傾向がわずかに弱まり、仕入価格は今期並の上昇が続くと見込まれています。 来期の業況は大幅に持ち直すと見込まれています。
建設業	今期		建設業全体の主要指標について見ますと、業況は前期並の厳しさが続きました。売上額と収益はともに大幅に減少しました。また、受注残と施工高はともにわずかに減少しました。
	来期		価格面では、請負価格は下降傾向がわずかに弱まり、材料価格は上昇傾向がわずかに弱まりました。来期の請負価格は下降傾向が大幅に弱まり、材料価格は上昇傾向がわずかに弱まると見込まれています。 来期の業況は大幅に持ち直すと見込まれています。
運輸業	今期		運輸業全体の主要指標について見ますと、業況は非常に大きく持ち直しました。売上額は非常に大きく改善し増加に転じ、収益は非常に大きく改善しました。
	来期		価格面では、サービス提供価格は大幅に下降傾向が改善して上昇に転じ、仕入価格は上昇傾向が非常に大きく弱まり下降傾向に転じました。来期のサービス提供価格は今期並の水準が続き、仕入価格は下降傾向が大幅に弱まると見込まれています。 来期の業況は今期並の厳しさが続くと見込まれています。

経営上の問題点

経営上の問題点（製造業）（％）

	平成26年 10～12月期	平成27年 1～3月期	4～6月期	7～9月期
1位	売上の停滞・減少 51	売上の停滞・減少 55	売上の停滞・減少 49	売上の停滞・減少 55
2位	原材料高 26	工場・機械の狭小・老朽化 22	従業員の高齢化 27	従業員の高齢化 29
3位	利幅の縮小 22	利幅の縮小 19	受注先の減少 22	後継者の育成 17 工場・機械の狭小・老朽化 17
4位	同業者間の競争の激化 18 工場・機械の狭小・老朽化 18	同業者間の競争の激化 16 原材料高 16	技術・技能の継承 19	人手不足 15
5位	人手不足 14	人件費の増加 15	国内需要の低迷 17	国内需要の低迷 15 受注先の減少 15

経営上の問題点（小売業）（％）

	平成26年 10～12月期	平成27年 1～3月期	4～6月期	7～9月期
1位	売上の停滞・減少 66	売上の停滞・減少 54	売上の停滞・減少 56	売上の停滞・減少 60
2位	利幅の縮小 33	利幅の縮小 29	利幅の縮小 26	利幅の縮小 27
3位	取引先の減少 21	同業者間の競争の激化 22 商店街の集客力の低下 22	人手不足 21	人手不足 23
4位	同業者間の競争の激化 19	取引先の減少 15	同業者間の競争の激化 15 人件費の増加 15	取引先の減少 21
5位	仕入先からの値上げ要請 16	人手不足 13 大型店との競争の激化 13	仕入先からの値上げ要請 14	同業者間の競争の激化 18

経営上の問題点（建設業）（％）

	平成26年 10～12月期	平成27年 1～3月期	4～6月期	7～9月期
1位	人手不足 44	人手不足 52	人手不足 44	人手不足 47
2位	売上の停滞・減少 43	売上の停滞・減少 38	売上の停滞・減少 40	利幅の縮小 37
3位	利幅の縮小 31	利幅の縮小 27	利幅の縮小 36	売上の停滞・減少 34
4位	材料価格の上昇 27	同業者間の競争の激化 20	下請の確保難 26	下請の確保難 22
5位	同業者間の競争の激化 25	材料価格の上昇 19 取引先の減少 19	同業者間の競争の激化 20	同業者間の競争の激化 19

経営上の問題点（運輸業）（％）

	平成26年 10～12月期	平成27年 1～3月期	4～6月期	7～9月期
1位	人手不足 48	人手不足 55	売上の停滞・減少 51 人手不足 51	人手不足 58
2位	売上の停滞・減少 36	売上の停滞・減少 36	仕入価格の上昇 24	売上の停滞・減少 34
3位	車両の老朽化 31	人件費の増加 28	人件費の増加 23	人件費の増加 27
4位	人件費の増加 24	利幅の縮小 19 車両の老朽化 19	同業者間の競争の激化 20 車両の老朽化 20	車両の老朽化 25
5位	同業者間の競争の激化 21 利幅の縮小 21 仕入価格の上昇 21	同業者間の競争の激化 16 仕入価格の上昇 16	人件費以外の経費の増加 17	利幅の縮小 20

コメント

製造業

<輸送用機械器具>

1. 仕事全般に関することだが、すぐに売上の回復等は出来ないので、常に努力することが大切ということを実感させられる。
2. 円安ではあるが受注先の海外シフト（地産地消）の動きに変化はない。
3. トラック車体生産は来年3月までは順調との予測の下、弊社の部品需要も販売面で順調に推移中。来年4月以降は中国景気低迷の間接的影響は避けられないものと予想する。
4. 中国のバブルが終わり、建設機が減少。

<電気機械器具>

1. 7～9月期においては当社代理店の輸出先への注文が突然入った為、今までの厳しさから多少上向きましたが、まだまだ以前のような各月一定した注文はありません。
2. 大手企業の設備投資が堅調なため、売上・受注は増加したが来期の見通しは不明。
3. 従業員の1人が退職した。生産力が下降し、取引先からの注文案件も何割か断わらなければならなくなり、売上にも影響が出てしまった。
4. 新たな分野への参入効果が若干見えてきており、既存の顧客からさらに販路拡大の必要性を感じています。
5. 月により売上の変動はありますが、最近見積依頼も多くなっています。
6. 受注量の減少が続き今後の見通しも良くない。

7. 2～3年前に比べると良くなっているが、2007年頃に比べると悪い。為替レートが会社にとって良い方向にあるので他国の製品に対して強くなった。少しずつ良くなっているが、もう少し円安が続いていけば良くなると思う。展示会は年2回出していたが、今は出せなくなっている。また出したいと思っている。
8. 主要取引先の1社が東京から地方に移転。中国経済の減速等が来期に影響するのかわからない。今期については若干の売上減少。
9. 日々刻々と事業環境が変化し、対応出来る組織作りを考え、継続を一番の基本としています。
10. 取引先が弊社の倒産を心配して調査をするが、30～40年前の単価を見直す事をしないのが現状です。このままだと後1～3年で廃業しようと思っています。
11. 大手得意先が電子入札を採用してから競争相手が見えないため、受注価格が大幅に下がってしまった。
12. 資金的には、まったく不安はありません。人材の育成、経費削減などが主な課題です。
13. 7～8月頃が大変厳しかった。学校関連の案件が多数流れてしまい対応が難しかった（親会社が入札を失注した等）。また8～9月頃納品予定が、9～11月に延期になったのが影響した。
14. 取引先の受注増に合わせ、受注件数の増加となりました（受注生産）。また部品の販売では西日本方面の受注が多いような状況でした。
15. 短納期で急ぎが多く、物件仕入れが早目早目になり、売上の締めとの差が多い（先払いが必要）。量産品が少量になっても単価。
16. 経営を続けるかどうか思案中。休業に追い込まれている。

<一般機械器具、金型>

1. 受注量が毎年安定せず、先行きが不透明で心配。
2. 半導体設備・液晶パネル設備・車関連設備等の受注が安定していた為、当社の商品受注も比較的安定していたが、7月頃より減少している。10月以降も需要回復の見通しはない。
3. 4月から9月までは、やや良い。
4. 当社は環境関係の機器を製造販売している企業ですが、今年後半新しい建築関係がどのようになるかによって左右されますので、景気の向上に期待している次第です。
5. 見積依頼も減少しており当面は赤字経営が予想される。縮小移転なども検討しているが、貸工場の物件自体少なく割高に感じる物件や操業しづらい環境が増えている。
6. 取引先（メーカー）の国内工場でのライン操業を海外（タイ工場）に移管したことにより受注量が激減。各客先にはお願いはしているが、新たな仕事の確保には至らず。
7. 広い意味でアベノミクスは失敗と思われる。期待感だけで終わりそう。
8. 同業会社の閉鎖により受注増加。
9. 国内生き残りの為、少量生産・会社合理化で、売上高に頼らない利益優先の会社構造にした。しかし小規模企業の経営では営業売上高の確保は生命線です。営業力が弱く、広く新規取引先を開拓するのに商談会で成果が上がらないとすれば、商社との関係を模索するのも有効かも。
10. 外注先の減少のせいか新規の取引依頼が増えたが、機械の増設・人員の増加をするか検討中で判断が大変。
11. 新製品の開発中なので、これが認められれば・・・と思っています。
12. 製品の定価より値引きされる。

<金属製品、建設用金属、金属プレス>

1. 取引先との関係は良好。
2. 昨年、大手電力会社より送電鉄塔の発注がありました。近年に無い発注量で、向こう3年間程度フル操業になります。ただしそれ以降の量が不透明です。
3. 受注のみの業種なので顧客の景況に100%影響されてしまう。好不況の間隔が長くなったような気がする。
4. 見積依頼件数は多く有りますが、受注につながらず。結果もつかめず。どこが問題なのか？困っている。
5. 4人で働く町工場です。金属加工業です。少数短納期なのでバタバタしている割に売上が伸びません。常時10社以上と取引があるので、なんとかやっています。
6. 最終ユーザーが中国というお客様は、非常に注文が減った。
7. 機器が長持ちする為、日本では飽和状態なので外国製と競争中です。国内は国産を使ってもらいたいものです。

8. 売上低迷の長期化。度重なる原材料の高騰。
9. 原発の停止による影響。
10. 取引先からの受注が減り、もともとの製品から新しいものになる時、単価の見直しがあり、受注単価の低減と発注数の減少が多くなっている。

<精密機械器具>

1. 得意先へ納品する倉庫が次々と都心から離れ、結果輸送コストがアップした。製品の利益率の設定を再度考え直さなければならないが、値上げは困難。
2. 周囲の同業者が高齢化で活気がない。
3. 大きな災害や社会インフラの老朽化等、対策が急がれる昨今である。公共事業等建造物工事発注情報の入手をはじめ、営業力を強化し、経営の向上を計りたいところである。
4. 2015年9月初めごろから景気が悪くなってきた。先が心配です！
5. 納期の短縮化が常軌を逸している案件が多々ありました（連休中に会社に出て製作しなければならない等）。
6. 売上・利益の停滞打破。
7. 製造業は今後も含めて辛い状況だと思います。また世の中の産業構造も働き方、考え方も大きく変わってきています。ものづくりを続けられるか？が大きな不安です。
8. 円安がこのまま続いてほしい。
9. 試作開発の会社なので売上の安定を常に保つことは難しいが、自社製品の開発にも取り組んでいる。技術、技能継承のためにパートの人を1人正社員にする予定。いつまで続けられるかわからないが、将来に対する投資は必要経費と考えてなんとか経営している。
10. 現在はやや良好である。しかしながら顧客1社に対する依存率が高く、その問題点を打破する活動を行っている。結果が出るのに時間はかかると思うが、継続的に前へ進む活動を行っている。
11. 春先からの営業努力が半年後の正式受注につながり、ほっとしているところですが、思いのほか原材料の仕入値の上昇が続き収益を圧迫する要因となっており、油断できない状況です。

<ほか製造業>

1. 当業界はここ10数年デフレスパイラル傾向にあり、アベノミクスによる円安は原料高騰を産み価格転嫁が計れていない。
2. 中国向けに商社を通して輸出しているが、年々数量が減ってきた。中国でコピー生産しているのか不安。
3. 受注の品目、数量が減少している。

公益財団法人大田区産業振興協会 受発注相談員より

今期における仕事の受注量の動向	公益財団法人大田区産業振興協会の受発注相談員による巡回相談の中では、今期（7～9月期）は、前期（4～6月期）と比較して変化はないという回答が多く見受けられます。
今期における売上および利益の増減	<p>売上が「良好」である企業と、「伸び悩む」「悪化した」企業との二極分化の状態が依然見受けられます。また、利益は総じて「減少」しているとの回答が多く見受けられます。</p> <p>その要因としては、「良好」と回答した企業については、元請会社とのつながりがしっかりしていることが考えられます。また、企業の従業員数が比較的多く（おおむね従業員30名以上）、営業組織体制が整備されている場合も「良好」の要因の1つと考えられます。</p> <p>利益の減少については、加工賃や製品価格が下落している傾向が見受けられます。</p>
今期における経営上の課題	「売上の停滞・減少」「利幅の減少」「企業の廃業に伴う、仲間回し的なネットワークの弱体化」「加工賃や製品価格の下落」について多く寄せられています。

※区内製造業企業に関するコメントを掲載しています。

小売業

<家具、家電>

1. 地域同業者が廃業され、お客様の引継ぎ有。
2. 8月と9月は季節的に暑かったので私達の企業は多少良かったと感じますが、先行きの不透明感は変わらず読めません。
3. JR蒲田西口に長年いて、大田区は何もしていない。個の問題でもあるが長期的にどうしたいのか。リサーチばかりしても、何も生かされていない。
4. 大型店との価格差が大きく、売りに影響しています。

<飲食店>

1. よく消費税等で仕入先が買ったたかるとか言われていますが、実際は仕入先がカルテルを組んで何だかんだと理由をつけて値上げて来ています。我々消費者を相手にしている所は簡単に仕入れが上がったからといって、値上げは出来ません。食肉・野菜等を適性価格で仕入れられるよう、カルテル等にはアメリカのように厳罰で対処する事をお願いします。

<飲食料品>

1. 小売業で好調な店は外国人客相手の店。大田区全体を免税特区にして、免税手続きを一括して行う免税事務センターのような機関を作れないだろうか。
2. 当店は酒販店として永年に亘り続けて参りましたが、御承知の通り個人店としての限界さえ感じる。スーパーやコンビニ店の影響を受け、加えて大型店の価格（販売）が私共の仕入れ価格よりも安く、全く競争になりません。もちろん取扱い数量の差は充分承知していますが、結論としてメーカーの出荷価格が疑わしくなりません。
3. 景況感はマスコミの発表の通り、段々と悪くなっています。オリンピック関連のムダづかいや気候の変化などで家計のひもは固いままで。安い牛肉や豚肉に目がひかれ高級品の動きが特に悪い。プレミアム商品券の奪い合うニュースが代表的な気がします。
4. 仕入価格の上昇分を販売価格に転嫁できない為、売上高は変わらないが収益が減少している。

<衣服、身の回り品>

1. 変わらず厳しい。
2. 規制緩和になり商店街利用低下と着物離れ。仕入先が厳しくなった。
3. 売上を伸ばしたい。
4. 売上の確保が難しい。業界全体が悪い。
5. 再開発で駅の改札口を商店街から離れた所に作り、又、再開発でその中に大型店舗を入れる。これでは商店街は良くなるはずがありません。

<ほか小売業>

1. 良くない状況に変わりありません。
2. 他社との仕入条件の格差を少しでも縮めることにより収益を確保していくことで、景況感は改善されると考えている。
3. 消費税増税の影響が大きく、売上が変わらず、増税分だけ収益が落ちています。円安の為、仕入れ価格が上昇していますが、販売価格に上乘せが出来ません。
4. 8月末までは大変厳しい状況であったが、9月・10月と業務が回復した。大きな要因は不動産部門の売買が活性化したものである。
5. 一般的に商店街での買い物をしなくなっている。若い世代は、大型店へ行っている。
6. 当事者が高齢になったので仕事の内容が適当で、意欲が少ない。
7. 10月末に工場の廃業で一部商品が作ることが出来なくなり、売上全体の20%ほど減少するのが非常に痛い。
8. 取引先の廃業が目立ちます。
9. 来店客の大幅な減少が続いている。

- 取引先の減少。年金暮らしの方が買う時1本のカラオケテープ、CDシングルの1,170円が大変になってきています。

建設業

- リフォーム業への新規参入者による市場の食い荒らし。建設業とは異業種からの参入者による低価格工事による顧客の奪い合い。
- 前年同期に大きな売上(20百万円)があったので、それと比べると今期は売上が減少する。しかし収益的にはそれほど悪化ではなかった。例年10~12月に工事量が増加するので今年もそれに期待している。
- 取引先からの減額要求。
- 景況感は、かなり良い方だ。同業者間の競争もかなり和らぎ、受注単価にも余裕が出てきた。
- 材料単価の見直し並びに設計積算基準の大幅な見直しを望みます。実質的な材料単価は、8ヶ月程反映されるのが遅れています。不採算の原因です。
- 受注は増えていますが、うまく回転しない(人手不足)状況です。来期は人材育成が課題となりそうです。
- 建設業なので今回の国立競技場問題等各所でオリンピック関連の予算見直しや再入札等で、全体の雰囲気が悪い。ゼネコンの受注額が低ければ業者に負担が来るのは間違いなく、オリンピック景気は今建設業界には負担だけ?
- いい状況ではない。
- 順調。
- 原子力発電所の廃炉の為の工事物量が増加しているので売上は増加している。しかしながら、当社に限らず建設業として人手不足が大きな問題であり、かつ事故を起こし放射線等に問題が懸念される原発に従事しても良いという人材が少ない。
- 取引先は営業により増加してきている。収益においては利幅に厳しさを感じる。この先も人材・仕事の確保を増加しないと会社の存続が難しい。
- 受注量を増加させることは容易だが、それに見合った人員の確保が出来ない。従業員の労働条件改善により収益が上がるよう図っている。
- 2020年を見据え、技術・技能の更なる向上、社内体制の充実を目指し出来る事から頑張っています。前進あるのみ。
- 営業活動が難しいので経営が成り立たないです。インターネットなどで安売りしているので対抗する事も出来ません。
- 通年4~6月が減少傾向にあったが、今期は4~7月まで続き、逆に通年10月落ちるところが伸びており、時期パターンが後倒しになっているように感じられる。
- ここ2~3年の建設現場での工期・工事の遅れは人手不足か。工期末での突貫工事がとても目立つ。安定工期でないと見積もる意味がない。突貫での急な人員増・遅れによる人員のだぶ付きが、最近とても多い。
- 安全衛生の面から過重労働を防止したいが、受注産業のためどうしてもシステムチックな施策が取れない。代替として工期・工程を詳しく把握し、振替・代休・有休休暇を取得するよう指導している。但し、取引先からの要求は第一優先となることから、手当の増加が避けられない。元請の工期にも1日8時間労働、休日がしっかり取れるような仕組みを導入してほしい。さもないと若年労働力が確保出来ず、労働単価が上昇し続けてしまう。
- 変わらずで、特になし。
- 取引先の減少等で売上が上がらず、新規営業をしたくても職人や下請が集まらず、思うようにはいかない。また若い職人は運転免許が普通免許しか無く、2t車までしか運転できないのも問題です。仕事量は増えている様子だが、大手ゼネコンのみで2次3次はまだです。
- 現在、特に問題なし。
- 案件、利益率共に増加している。人手不足、先行き不安は根強い。
- 世間では景気上昇、賃金ベースアップと騒がれているが、弊社に限っては、受注単価はまったく上がっていないので給料を上げられない
- 人材不足。技術者の高齢化による技術の低下。
- 人材不足と同業者間の競争の激化。

25. 大手ハウスメーカーの地場への参入のため、昨年より仕事量が減少。
26. 2020年オリンピックに向けての建築工事の増加が見込まれる。
27. 今期は収益性の高い工事を受注出来たため、資金繰りも安定している。来期もほぼ横ばいの見込であるため、全体としては上向き傾向にあると思われる。
28. ちょうど9月が決算期となり、前年度比でマイナス8,000万円の売上高となった。しかし、JVなどの工事がなく単独工事の受注が増えたことにより利益は横ばいとなり、ほっとしている。10月からの受注が不安定となり少し心配はしているが、来年度工事の受注に期待をしている。
29. 人材の確保に問題有り。
30. 前期と比べ20%ダウン（売上高）しましたが、来期は比較的明るい感じがする。取引先次第？
31. 可もなく不可もなくというような感じです。
32. 競争の激化は悪い方向にしかいかない。
33. 売上は毎年伸びています。人材を確保して、受注を増やしたいです。
34. 人手不足ではないが日本人の雇用が難しい為、技術や言葉の教育等にも時間をかけたりするため経費がかかる。産廃処分等の分別の細分化や処分費値上りにより収益減となっている。
35. 仕事の内容が変化して一部の人が忙しく収益を出す一方で、今までの内容しか出来ない人はあまり仕事がなく、バランスが悪くなってきている。
36. 見積段階で以前より金額的に押えて提示するも更に見積金額の減を指示され、かつ請求段階時に値引きを、また見積金額を消費税込とする要求を受ける事が多くなってきた。
37. 役所の工事発注減少。
38. 人手不足。若者の定着が思うようにいかない。

運輸業

1. 景気回復を感じない。市場での荷動きが悪い。
2. この夏は大変の一言でした。本当に海上コンテナは動かなかったとしか言いようがない。それでも9月中旬から何気に動き出したようです。10月の中国の大型連休を気にしたが落ち込むことなく通り過ぎていった。これは、なぜ？私の頭のレベルでは不思議な出来事です。さて、今後どうするの？と聞かれたら何度も言うように荷主さんから「あなたの会社がいい。だからお願いしたい」とご指名される会社に育ってほしい。従業員に対しても企業努力は充分にしているつもり。どちらも根本のコミュニケーションがとても重要となってくる。「大田区の景況」をみると、どうも大変な会社ばかりではないようです。この不況下においても売上も収益も落ちることなく頑張っている会社があると…。やはり今一度360°回転、頭も視線も回転させて当社を見つめ直してみる必要がありそうです。何度も言うようになるが経営者も従業員も全てが勉強。色々な努力で会社全体のレベルアップが最大目標。
3. 取引先との関係は良好。新規取引先も増え、協力関係をさらに強固なものにするために尽力していきたい。
4. 景気には左右されないが、季節や天候に左右される。
5. 得意先の事業縮小等による収入減。
6. 零細企業の運送店は得意先の景気動向に左右されてしまいます。ですから年間の企業プランは立てますが思うようにならないのが現状です。また大企業は、昔は下請け業者をある程度守ってくれましたが、現在は自社の利益確保のため中小零細から利益を搾取しています。これでは悪循環で零細はいつまでも浮かび上がりません。
7. 消費税が上がった後、どのような動きになるか心配です。
8. 人件費が高過ぎる。正社員化を進めたくても社会保障費などのコストもあり実行できない。零細企業の社会保険の負担はゼロにすべきだ。
9. 人材不足のため客先のオーダーに対応できていない。
10. 取引先よりのコストダウン要請が毎期継続されている。
11. 最大の問題は、ドライバーの確保⇒人手不足⇒売上減少⇒利益減少の悪循環に落ち込んでいる。
12. 他産業へ人手が流れているので若くて、能力が有る人材確保が難しい。自動車運転免許の2種取得は普通免許取得後3年過ぎていないと取得出来ないの18才で取得しても21才まで採用出来ない。新卒者は上記の理由から採用が難しい。新卒の様々な人に一から教育するシステムや機会が業界に乏しい。

13. 今年度は経営上の問題は何もなく進んでいますが、来年度は取引先が減少する予想があり、収益の減少があるかなと考えています。
14. 主な業務は新聞（朝・夕刊・その他諸紙）の郵送および取扱作業が中心であるが、若年層の購読者数が増加せず（ネット配信へ移行）、紙ベースでの配送および部数減少による荷役作業料の低下が売上減少に影響している。軽油費については低下傾向にあり改善されている。
15. 一般貨物の減少で運搬品が70%位減少した。当社はメンテナンスと据付で食いつないでいる。政治家は零細企業の事を良く理解しているのか。マスコミも少しは零細企業の苦しさを取上げてもらいたい。
16. 運輸業は例年9月位から過渡期に入るが、今年は8月から多忙になった。取引先との運賃交渉も納得に近い金額になった。
17. 売上は順調に伸びているが、人手不足が懸念されます。経費の高騰が心配です。
18. 夏から取引先による減車が始まって、他の取引先を捜しています。昨年より従業員が年齢以外の理由で色々と辞めていって、人手不足で困っています。新規で採用しても数日で辞めていくので、全く先がわからない状態です。
19. サービス提供価格は据え置きから下がり気味なのに対して、人件費・仕入価格は上がる一方で収益が減っている。サービス提供価格が荷主側（大手企業も含む）に半強制的に決められており、適正価格への値上げ交渉も難しい関係である（交渉に応じない取引先、交渉に応じても契約打ち切りをほのめかす発言をする取引先が多い）。
20. 単価（売上）の上昇が見込めない中で、人材の定着も図れず、人材育成に係る費用が減少しない。
21. 台当り収入は増加傾向であるが、人手不足のため稼働率が低下し、思うような収益を確保できていない。国策による費用負担が徐々に増加し収益を圧迫している。
22. 売上は多少減少しましたが、自車両の稼働率がアップしたので利益が増加しました。取引先が増えたけれど、あまり売上には寄与していない。来年以降には大きく寄与されるものと思います。

日銀矢野観

[調査対象企業数]

(2015年9月調査)

	製造業	非製造業	合計	回答率
全国企業	4,479社	6,538社	11,017社	99.5%
うち大企業	1,095社	1,045社	2,140社	99.4%
中堅企業	1,185社	1,881社	3,066社	99.5%
中小企業	2,199社	3,612社	5,811社	99.5%
金融機関	-	-	197社	98.5%

(参考)事業計画の前提となっている想定為替レート(大企業・製造業) (円/ドル)

	2014年度			2015年度		
	上期	下期	修正率	上期	下期	修正率
2015年6月調査	108.96	103.17	114.29	115.62	115.59	115.65
2015年9月調査	-	-	-	117.39	117.50	117.28

[売上高・収益計画]

(前年度比・%)

		2014年度		2015年度	
		修正率	(計画)	修正率	(計画)
大企業	製造業	1.3	-	0.9	0.0
	国内	-0.6	-	-0.1	-0.3
	輸出	5.9	-	3.3	0.4
	非製造業	0.5	-	0.1	-0.2
	全産業	0.8	-	0.4	-0.1
中堅企業	製造業	1.9	-	1.6	0.2
	非製造業	0.2	-	1.1	-0.1
	全産業	0.6	-	1.2	-0.1
中小企業	製造業	1.2	-	0.3	-0.2
	非製造業	0.0	-	-0.5	0.4
	全産業	0.2	-	-0.3	0.2
全規模合計	製造業	1.4	-	0.9	0.0
	非製造業	0.3	-	0.1	0.0
	全産業	0.6	-	0.4	0.0

(注)修正率・幅は、前回調査との対比

[業況判断]

(「良い」-「悪い」・%ポイント)

	2015年6月調査		2015年9月調査			
	最近	先行き	最近	変化幅	先行き	変化幅
大企業						
製造業	15	16	12	-3	10	-2
非製造業	23	21	25	2	19	-6
全産業	19	18	19	0	14	-5
中堅企業						
製造業	2	4	5	3	4	-1
非製造業	16	14	17	1	13	-4
全産業	10	9	12	2	9	-3
中小企業						
製造業	0	0	0	0	-2	-2
非製造業	4	1	3	-1	1	-2
全産業	2	1	3	1	0	-3
全規模合計						
製造業	4	5	5	1	2	-3
非製造業	10	8	10	0	7	-3
全産業	7	7	8	1	5	-3

[需給・在庫・価格判断]

(%ポイント)

		2015年6月調査		2015年9月調査			
		最近	先行き	最近	変化幅	先行き	変化幅
国内での製商品・サービス需給判断 (「需要超過」-「供給超過」)	製造業	-23	-22	-23	0	-24	-1
	うち素材業種	-31	-28	-30	1	-30	0
	加工業種	-17	-18	-17	0	-20	-3
	非製造業	-19	-20	-19	0	-20	-1
海外での製商品需給判断 (「需要超過」-「供給超過」)	製造業	-12	-11	-14	-2	-16	-2
	うち素材業種	-18	-17	-21	-3	-23	-2
	加工業種	-7	-7	-10	-3	-12	-2
製商品在庫水準判断 (「過大」-「不足」)	製造業	15	15	14	-1	-	-
	うち素材業種	20	20	18	-2	-	-
	加工業種	12	12	11	-1	-	-
製商品流通在庫水準判断 (「過大」-「不足」)	製造業	18	18	20	2	-	-
	うち素材業種	26	26	26	0	-	-
	加工業種	13	13	14	1	-	-
販売価格判断 (「上昇」-「下落」)	製造業	-4	-4	-6	-2	-9	-3
	うち素材業種	1	1	-4	-5	-5	-1
	加工業種	-7	-8	-9	-2	-12	-3
	非製造業	0	2	-5	-5	-2	3
仕入価格判断 (「上昇」-「下落」)	製造業	35	39	22	-13	24	2
	うち素材業種	36	39	17	-19	19	2
	加工業種	34	38	26	-8	27	1
	非製造業	25	32	18	-7	25	7

東京都と大田区の企業倒産動向 (平成27年9月)

1. 東京都の倒産概況

(単位:件・億円)

	平成26年9月	平成27年8月	平成27年9月	前月比	前年同月比
	件数	165	130	119	-11
金額	242	221	1,891	1,670	1,649

2. 原因別倒産動向

(単位:件・億円)

	放漫経営	過小資本	他社倒産の余波	既往のしわ寄せ	販売不振	その他
件数	27	2	0.3	6	571	16
金額	8	0	0	1	0.7	0
その他	2	0	0	0	1	0.1

3. 業種別・規模別倒産動向

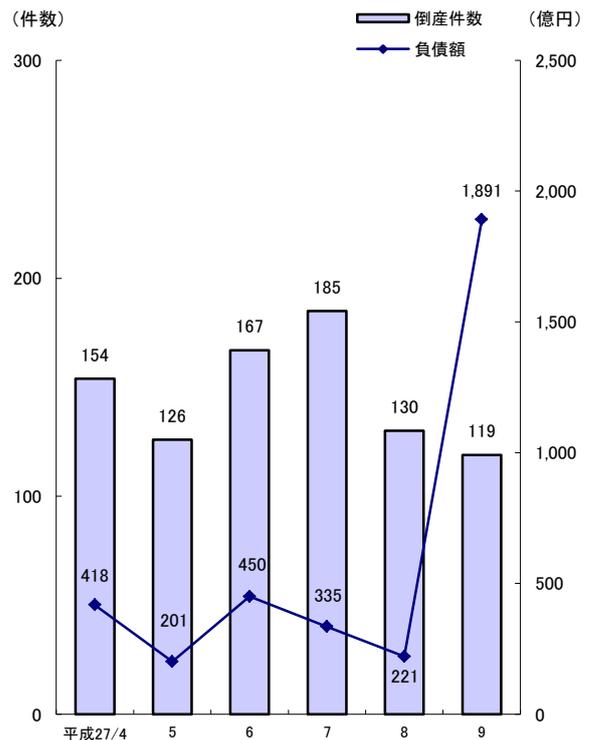
(単位:件・億円)

	件数			金額		
	前年同月	前月	当月	前年同月	前月	当月
製造業	22	21	12	20	46	35
卸売業	28	23	22	82	23	24
小売業	12	12	13	13	6	7
サービス業	34	18	21	47	21	9
建設業	22	17	10	11	11	10
不動産業	11	5	4	10	77	4
情報通信業・運輸業	22	22	22	43	25	1,783
宿泊業・飲食サービス業	6	9	8	1	2	2
その他	8	3	7	11	6	14
合計	165	130	119	242	221	1,891

4. 大田区内の平成27年9月の倒産動向

業種	件数	負債総額
製造業	1件	1,718百万円
卸売業	1件	100百万円
小売業	1件	10百万円
サービス業	0件	0百万円
建設業	0件	0百万円
不動産業	0件	0百万円
情報通信業・運輸業	2件	216百万円
宿泊業・飲食サービス業	2件	40百万円
その他	1件	20百万円
合計	8件	2,104百万円

(株)東京商工リサーチ調べ



特別調査「中小企業における経営課題に対する取り組みについて」

近年の景況調査において各企業の経営課題には、製造業と小売業では「売上の停滞・減少」が、建設業と運輸業では「人手不足」がトップに挙げられています。今期は、製造業と小売業は「売上の停滞・減少」の対策である「販路開拓・拡大」、建設業と運輸業は「人手不足」の対策である「従業員募集」をテーマに特別調査を実施しました。

注1：グラフの数値は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計数値が100%にならないことがあります。

注2：グラフの横に記載している「n」は、有効回答件数を意味しています。

I 「販路開拓・拡大」について（調査対象業種：製造業・小売業）

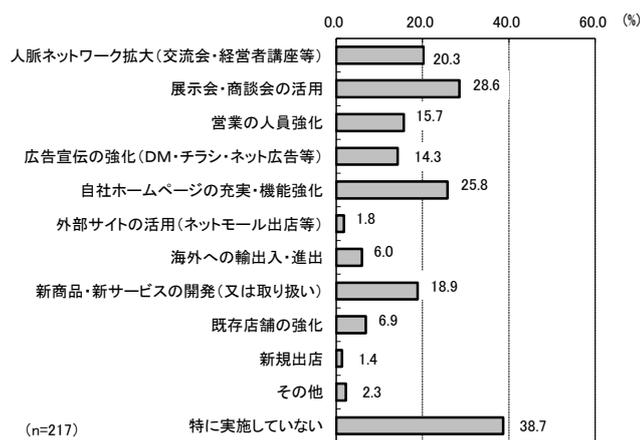
- ① 過去3年間に取り組んだ販路開拓・拡大に関する具体的な取り組みは、「特に実施していない」が4割弱で最多。次いで「展示会・商談会の活用」が3割弱。
- ② 最も効果的だった販路開拓・拡大に関する具体的な取り組みは、「いずれも効果的でなかった」が2割弱で最多。次いで「展示会・商談会の活用」、「人脈ネットワーク拡大（交流会・経営者講座等）」と「自社ホームページの充実・機能強化」。
- ③ 最も効果的だった販路開拓・拡大への評価は、「わずかだが効果があった」が約5割。
- ④ あまり効果がなかった販路開拓・拡大に関する具体的な取り組みは、「特になし」が6割弱で最多。

問1. 販路開拓・拡大に関する具体的な取り組み（複数回答可）

過去3年間に取り組んだ販路開拓・拡大に関する具体的な取り組みについては、「特に実施していない」が38.7%で最も多く、次いで「展示会・商談会の活用」28.6%、「自社ホームページの充実・機能強化」25.8%、「人脈ネットワーク拡大（交流会・経営者講座等）」20.3%と続いた。

業種別にみると、製造業では「特に実施していない」が37.2%で最も多く、次いで「展示会・商談会の活用」31.8%、「自社ホームページの充実・機能強化」29.1%と続いた。小売業でも「特に実施していない」42.0%が最も多く、次いで「広告宣伝の強化（DM・チラシ・ネット広告等）」26.1%、「展示会・商談会の活用」21.7%と続いた。

【販路開拓・拡大に関する具体的な取り組み（複数回答可）】

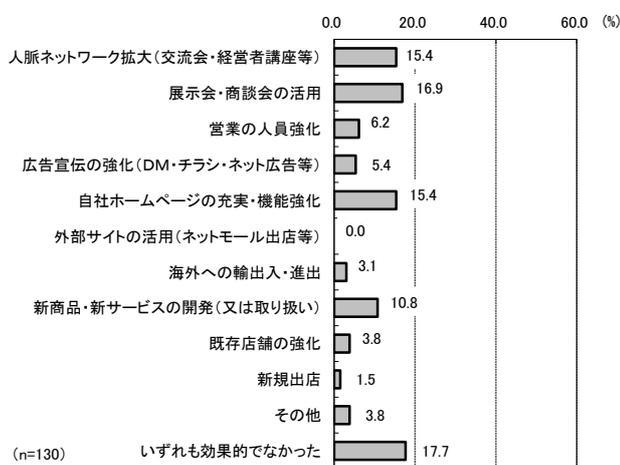


問2. 最も効果的だった販路開拓・拡大に関する具体的な取り組み

問1で「特に実施していない」以外を回答した方に、最も効果的だった販路開拓・拡大に関する具体的な取り組みを尋ねたところ、「いずれも効果的でなかった」が17.7%で最も多く、次いで「展示会・商談会の活用」16.9%、「人脈ネットワーク拡大（交流会・経営者講座等）」と「自社ホームページの充実・機能強化」がともに15.4%と続いた。

業種別にみると、製造業では「いずれも効果的でなかった」が20.7%で最も多く、次いで「展示会・商談会の活用」と「自社ホームページの充実・機能強化」がともに18.5%と続いた。一方、小売業では「広告宣伝の強化（DM・チラシ・ネット広告等）」が18.4%で最も多く、次いで「人脈ネットワーク拡大（交流会・経営者講座等）」、「展示会・商談会の活用」および「新商品・新サービスの開発（又は取り扱い）」が同率の13.2%と続いた。

【最も効果的だった販路開拓・拡大に関する具体的な取り組み】

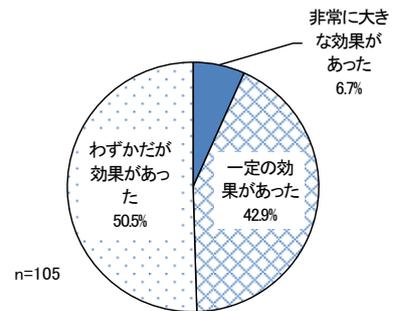


問3. 最も効果的だった販路開拓・拡大への評価

【最も効果的だった販路開拓・拡大への評価】

最も効果的だった販路開拓・拡大への取り組みに対する評価は、「わずかだが効果があった」が50.5%で最も多く、約5割を占めた。次いで「一定の効果があった」42.9%。「非常に大きな効果があった」6.7%の順であった。

業種別にみると、製造業では「一定の効果があった」が47.9%と、「わずかだが効果があった」45.2%を僅差で上回った。小売業では、「わずかだが効果があった」が62.5%と、「一定の効果があった」31.3%を上回った。

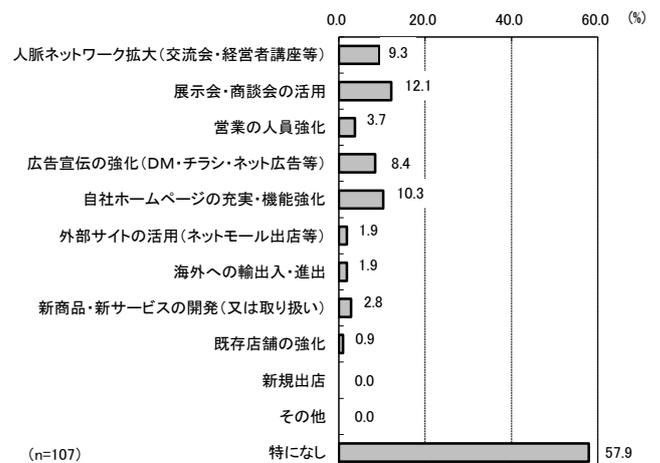


問4. あまり効果がなかった販路開拓・拡大に関する具体的な取り組み（複数回答可）

問1で「特に実施していない」以外を回答した方に、あまり効果がなかった販路開拓・拡大に関する具体的な取り組みを尋ねたところ、「特になし」が57.9%で最も多く、次いで「展示会・商談会の活用」12.1%、「自社ホームページの充実・機能強化」10.3%と続いた。これらは問2の「最も効果的だった販路開拓・拡大に関する具体的な取り組み」でも上位にランクしている。

業種別にみると、製造業では「特になし」が52.8%で最も多く、次いで「展示会・商談会の活用」13.9%、「人脈ネットワーク拡大（交流会・経営者講座等）」12.5%と続いた。小売業でも「特になし」が68.6%で最も多く、次いで「広告宣伝の強化（DM・チラシ・ネット広告等）」11.4%、「展示会・商談会の活用」および「自社ホームページの充実・機能強化」が同率の8.6%と続いた。

【あまり効果がなかった販路開拓・拡大に関する具体的な取り組み（複数回答可）】



なお、『問3. 最も効果的だった販路開拓・拡大への評価』で「非常に大きな効果があった」または「一定の効果があった」と回答した企業のうち、10社にヒアリング調査を実施した。

【ヒアリング結果】 ※（ ）で社数の記載がなければ、1社からの回答。

1. 最も効果的だった販路開拓・拡大に関する具体的な取り組み

展示会・商談会の活用（4社）、自社ホームページの充実・機能強化、営業の人員強化、海外への輸出入・進出、新商品・新サービスの開発（又は取り扱い）、既存店舗の強化、新規出店。

2. 販路開拓・拡大に関する社内のキーマン

社長（4社）、営業の人員強化では総務部次長、新規出店では既存店経験者（店長として新規店を運営）。

3. 効果を挙げられた要因

- ・製品効果が目に見えないので、実用テストを実施。代理店へ説明員を派遣。製品の貸出制度。
- ・東京ビッグサイトで開催の展示会に参加。10種類の自社製品の試食実施。100社以上の人と名刺交換。
- ・展示会の参加と、製造技術データベースサイトに有料会員登録。
- ・展示会で他社が活用している技術やサービス・製品を把握することで、自社の開発型提案の幅に広がり。
- ・営業人員確保のため、民間の人材紹介会社に親会社名義で求人掲載。
- ・取引先の海外展開増加。
- ・インターネットのコンサルティング企業を活用し、既存HPを一新。
- ・当社は会員登録をした顧客向けに会員限定の催事を運営し、衣料品および関連商品を販売。従来、展

開してなかった、もしくは品揃等が弱かったジャンルの商品展開を進め、若年層向けやスポーツ関連・子供ベビー向けの商品を拡充。

- ・特に利益を確保しやすい商品取付工事の付随する商品（エアコン等）の販売強化。
- ・フランチャイズの飲食店を展開しているが、自社独自の肉の取扱い方法により、肉の品質への評判良好。

4. 成果の具体的な内容

新規顧客獲得（2社）、新規案件受注（2社）、大型案件受注、営業担当者からの情報を新規商材開発に反映、閲覧数や問い合わせ数および引き合い数増加、海外向け製品メンテナンスで業績安定化、若い年齢層や子供を持つ家族の来場増加、売上増加。

5-1. 利用した行政サービス（補助金・助成金）

中小企業振興公社「開発に関する助成金」、東京都「展示会補助金」、工場を設置している県の「ものづくり補助金」、大田区「開発コラボ助成金」（申請中）、大田区産業振興協会の紹介案件では一部補助金、東京ビックサイトへの出展費用の一部補助。

5-2. 利用した行政サービス（補助金・助成金以外）

- ・大田区の商談会やマッチング会に参加（2社）。
- ・展示会申込の際に、東京商工会議所提供の中小企業診断利用。
- ・大田区開催の産業技術に関する展示会・セミナーに参加。
- ・大田区産業振興協会（案件紹介を受けた）。
- ・パンフレット作成の際、大田区の英語翻訳サービスを利用。
- ・信用保証協会を利用して金融機関から新規出店費用を調達しているが（約3,000万円）、大田区の利子補給（1.3%を大田区が負担）を利用。

6. 成功のポイント

- ・当社の場合は人間の健康に役立つものを主体と考えて製品開発。
- ・常に新規受注の獲得、新規顧客の開拓、顧客の入替等を意識し、能動的に受注活動に取り組んでいくことで、横ばい程度の業績は維持できている。これをやらなければ右肩下がりが続いてしまう。
- ・以前は大量生産品を扱っていたが、当時から自社で省力化設備等を開発し、活用していた。そのため、他社が展開する技術を把握した上で、当社独自の「安価で最大のパフォーマンス」を狙う提案が可能であり、現在も当時のノウハウが生きていると考えている。
- ・産業技術展やセミナー、大田区の企業ネットワークなどに参画し、他社に先んじて情報を収集、新製品の開発に結びつけ、相応の開発予算を投じる（当社は研究費に関して売上総利益率3%の上限があったが、近年は撤廃した）。
- ・社長1人で運営出来る展示場スペースの広さ。
- ・HPの逐次の情報更新と、HPの見え方やその他SEO対策も講じている。
- ・会員限定の催事のため、売上向上には会員数の拡大が最重要事項。そのため来場した会員が再度来場することと、また友人を紹介してもらうことが重要となり、まずは年齢層の拡大にむけた商品展開に努めた。
- ・ネット販売も利用しつつ、既存顧客からの紹介等、地元顧客に重きを置いた営業活動。
- ・品質の良い肉を使用するなど、顧客目線での経営。

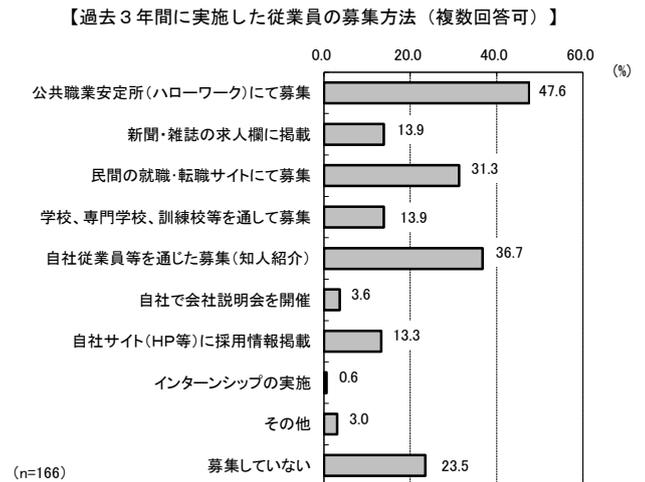
II 「従業員募集」について（調査対象業種：建設業・運輸業）

- ① 過去3年間に実施した従業員の募集方法は、「公共職業安定所（ハローワーク）にて募集」が5割弱で最多。
- ② 募集した従業員の職種は、建設業では「現場作業員（職人）」8割弱で最多、運輸業では「トラックドライバー」が7割強で最多。
- ③ 希望する従業員を採用できたかは、「希望に近い人材を採用できた」が4割強で最多。
- ④ 最も効果的だった従業員の募集方法は、「自社従業員等を通じた募集（知人紹介）」が3割弱で最多。
- ⑤ 採用した人材の定着度は、「ほぼ定着している」が5割強で最多。

問1. 過去3年間に実施した従業員の募集方法（複数回答可）

過去3年間に実施した従業員の募集方法については、「公共職業安定所（ハローワーク）にて募集」が47.6%で最も多く、次いで「自社従業員等を通じた募集（知人紹介）」36.7%、「民間の就職・転職サイトにて募集」31.3%と続いた。なお「募集していない」は23.5%に止まり、76.5%の企業が何かしらの従業員募集を行っていた。

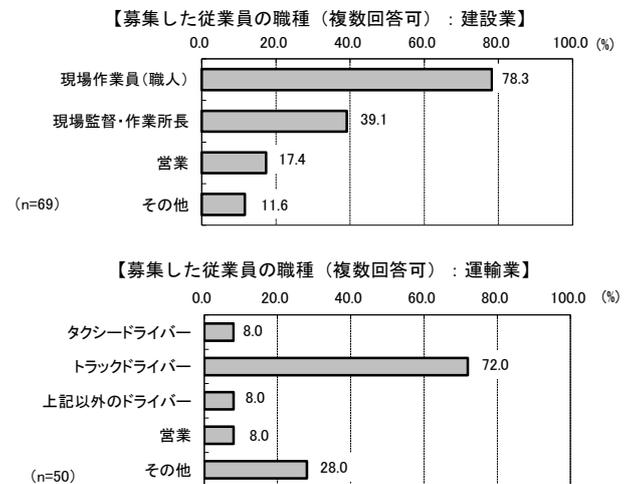
業種別にみると、建設業では「公共職業安定所（ハローワーク）にて募集」が40.2%で最も多く、次いで「自社従業員等を通じた募集（知人紹介）」36.1%、「募集していない」27.8%と続いた。運輸業でも「公共職業安定所（ハローワーク）にて募集」が58.0%で最も多く、次いで「民間の就職・転職サイトにて募集」46.4%、「自社従業員等を通じた募集（知人紹介）」37.7%と続いた。



問2. 募集した従業員の職種（複数回答可）

募集した従業員の職種について業種ごとに尋ねたところ、建設業では「現場作業員（職人）」が78.3%で最も多く、次いで「現場監督・作業所長」39.1%、「営業」17.4%、「その他」11.6%の順となった。

運輸業では「トラックドライバー」が72.0%で最も多く、7割強を占めた。次いで「その他」28.0%、「タクシードライバー」「上記以外のドライバー」および「営業」が同率の8.0%であった。なお、運輸業の「その他」の具体的な職種としては、「事務職」4件、「整備士」2件、「検数員」「現場作業」「梱包作業員」「施設管理者」「倉庫内作業」各1件と多岐に渡った。

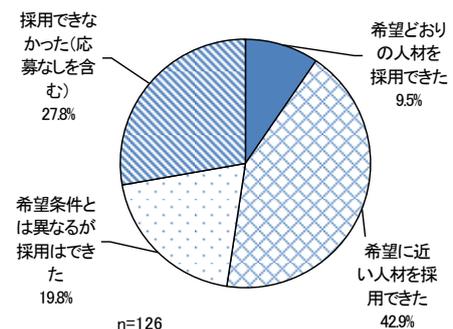


問3. 希望した従業員（人材）の採用

問1で「募集していない」以外を回答した方に、問1の募集を通じて希望する従業員を採用できたか尋ねたところ、「希望に近い人材を採用できた」が42.9%で最も多かった。一方、「採用できなかった（応募なしを含む）」は27.8%と、4社に1社の割合で、募集したにもかかわらず採用できない状況であった。

業種別では、建設業では「採用できなかった（応募なしを含む）」が34.3%で最も多く、僅差で「希望に近い人材を採用できた」31.4%が続いた。一方、運輸業では「希望に近い人材を採用できた」が57.1%で最も多く、6割強を占めた。

【希望した従業員（人材）の採用】

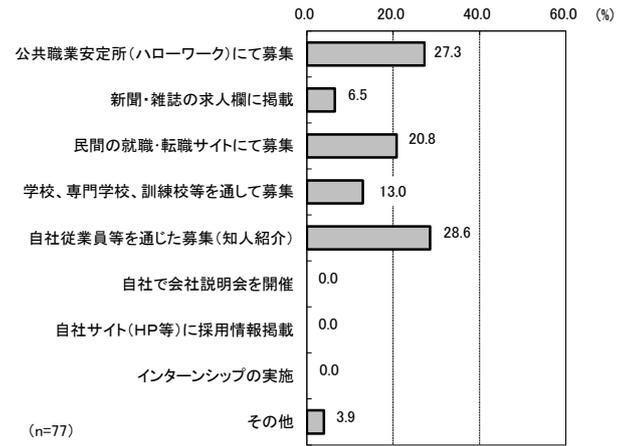


問4. 最も効果的だった従業員の募集方法

問3で「希望どおりの人材を採用できた」または「希望に近い人材を採用できた」を回答した方に、最も効果的だった従業員の募集方法について尋ねたところ、「自社従業員等を通じた募集（知人紹介）」が28.6%で最も多く、次いで「公共職業安定所（ハローワーク）にて募集」27.3%、「民間の就職・転職サイトにて募集」20.8%と続いた。

業種別にみると、建設業では「公共職業安定所（ハローワーク）にて募集」が33.3%で最も多く、次いで「自社従業員等を通じた募集（知人紹介）」28.2%、「学校、専門学校、訓練校等を通して募集」23.1%と続いた。一方、運輸業では「民間の就職・転職サイトにて募集」が36.8%で最も多く、次いで「自社従業員等を通じた募集（知人紹介）」28.9%、「公共職業安定所（ハローワーク）にて募集」21.1%と続いた。

【最も効果的だった従業員の募集方法】

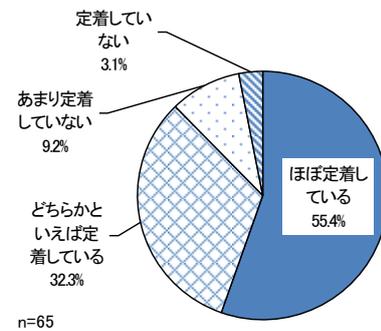


問5. 採用した人材の定着度

問3で「採用できなかった（応募なしを含む）」以外を回答した方に、採用した人材の定着度を尋ねたところ、「ほぼ定着している」が55.4%で最も多く、次いで「どちらかといえば定着している」32.3%、「あまり定着していない」9.2%、「定着していない」3.1%の順であった。

業種別にみると、建設業では「ほぼ定着している」が65.5%で最も多く、次いで「どちらかといえば定着している」24.1%と続いた。運輸業では「ほぼ定着している」が47.2%で最も多く、次いで「どちらかといえば定着している」38.9%と続いた。

【採用した人材の定着度】



なお、『問3. 希望した従業員（人材）の採用』で「希望どおりの人材を採用できた」または「希望に近い人材を採用できた」と回答した企業のうち、9社にヒアリング調査を実施した。

【ヒアリング結果】 ※（ ）で社数の記載がなければ、1社からの回答。

1. 貴社の最も効果的だった従業員募集

民間の就職・転職サイトにて募集（5社）、学校・専門学校・訓練校等を通じて募集（3社）、その他（外国人技能実習生受け入れ）。

2. 従業員募集に関する社内のキーマン

社長（3社）。

3. 効果を挙げられた要因

- ・ 自社サイトの募集では経験者等が集まらなかったが、民間転職サイトでは経験者を募ることが出来た。
- ・ ハローワークでも募集しているが、民間就職サイトでは年齢層がハローワークと比較して低かったため採用に繋がった。
- ・ 同じ学校から每期確実に社員募集を行っている事から、学校の就職課との結び付きも出来、有能な人材を優先的に紹介して貰える。
- ・ 学校との長年の繋がり。少なくとも40年以上前より同じ学校から採用している。
- ・ 協同組合を通じた外国人技能実習生の受け入れにつき、組合よりサポートがあった。

4. 成果の具体的な内容

- ・民間転職サイトの応募者はほぼ全員と面談が可能となり、人となりやスキル等を良く確認できた。
- ・1年前に民間の就職サイトで採用したトラックドライバーは、現在も業務に従事し戦力になっている。
- ・定期的な社員採用により地域密着型の企業を根ざす事が出来ている。
- ・毎年採用を行っていることで、人員補充が為されている。
- ・ベトナム人の外国人技能実習生を2名受け入れたが、勤務態度は真面目で、今後も定期的な受け入れを検討している。

5-1. 利用した行政サービス（補助金・助成金）

過去に3年以内既卒者（新卒扱い）採用拡大奨励金を活用。

5-2. 利用した行政サービス（補助金・助成金以外）

- ・大田区産業振興協会への求人広告掲載（他の媒体より安価との事）。

6. 成功のポイント

- ・民間の転職サイトは若者層に浸透しており、ハローワーク等の人員よりも幅広い就職希望者と関わりが持てた（2社）。
- ・本社と事業所それぞれで募集しているが、現場に採用の決定権をおいているので、自社に合った人が採用されている。
- ・同じ学校から定期的に採用する事により、就職課と密接な関係作りが出来ている事から、当社が必要としている人材を就職課の担当者が良く理解している。
- ・毎年採用することで補充採用が継続的に為されていることが重要。また地元出身者や同校の先輩・後輩がいる環境から、就職後も社員同士の自然な交流に繋がりがやすい。
- ・必ず、採用試験ないし面接の前に当社見学会を兼ねて現地に来てもらい、会社の立地や雰囲気を感じてもらうことにし、職場に対する応募者のイメージと現実との乖離が起きないようにしている。
- ・協同組合による外国人技能実習生のサポートがあり、実際に現地において採用活動を行った。

また、『問3. 希望した従業員（人材）の採用』で、「希望どおりの人材を採用できなかった」と回答した企業のうち1社にヒアリング調査を実施したところ、「従業員募集については、公共職業安定所（ハローワーク）にて募集や、自社で会社説明会を開催しているが、自社で開催している会社説明会は、ハローワークが主導となって行っており、説明会を開催してもハローワークからの紹介（特に若い人）が少ないこともあり、なかなか採用に結びつかない」とのことであった。

概況

平成 27 年 9 月の都内中小企業の業況 D I（業況が「良い」とした企業割合－「悪い」とした企業割合）は－33 となり、前期に比べて 9 ポイント減少し、大幅に悪化しました。今後 3 か月（平成 27 年 10 月～12 月）の業況見通し D I では、今期比 17 ポイント増の－16 と大幅に改善すると見込まれます。

製造業

前期（27 年 6 月）と比較すると、業況は大幅に悪化し、売上高も大幅に悪化しました。

価格面では、販売価格は前期並の厳しさが続き、仕入価格は大幅に上昇傾向を弱めました。

業種別に見ますと、「材料・部品」はわずかに改善しました。一方、「一般・精密機械等」「住宅・建物関連」は非常に大きく悪化し、「衣料・身の回り品」「紙・印刷」「その他」は大幅に悪化し、「電気機器」はわずかに悪化しました。

今後 3 か月の見通しの業況は大幅に改善し、売上高も大幅に改善すると予想されています。

小売業

前期（27 年 6 月）と比較すると、業況はわずかに悪化し、売上高は前期並の厳しさが続きました。

価格面では、販売価格はわずかに下降傾向を強め、仕入価格は大幅に上昇傾向が弱まりました。

業種別に見ますと、「日用雑貨」は大幅に改善し、「食料品」もわずかに改善しました。一方、「耐久消費財」は非常に大きく悪化し、「余暇関連」は大幅に悪化し、「衣料・身の回り品」もわずかに悪化しました。

今後 3 か月の見通しの業況は大幅に改善し、売上高はわずかに改善すると予想されています。

サービス業

前期（27 年 6 月）と比較すると、業況は大幅に悪化し、売上高は前期並の厳しさが続きました。

価格面では、販売価格は下降傾向が改善しました。

業種別に見ますと、「企業関連サービス」と「個人関連サービス」ともに大幅に改善しました。

今後 3 か月の見通しの業況は大幅に改善し、売上高も大幅に改善すると予想されています。

この調査についてのお問い合わせは、下記までご連絡ください。

大田区産業経済部産業振興課

TEL : 5744-1363 FAX : 5744-1528

E-mail : sangyo@city.ota.tokyo.jp