

◆ 大田区 ◆

中小企業の景況

平成24年10月～12月期



目 次

平成24年10月～12月期の都内中小企業の景況……………	1
大田区 今期の特徴点……………	2
製 造 業……………	3
小 売 業……………	9
日銀短観……………	14
東京都と大田区の企業倒産動向……………	14
特別調査「中小企業における事業上の収集・発信について」……	15
中小企業景況調査 比較表・転記表……………	20

大田区産業経済部産業振興課

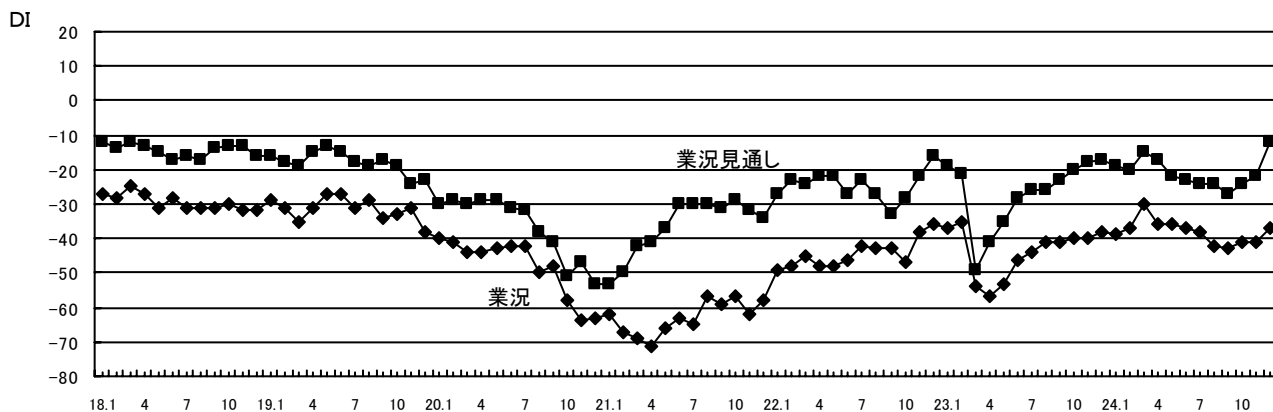
調査実施機関 株式会社東京商工リサーチ

平成24年10月～12月期の都内中小企業の景況

業況：小売業、サービス業で大きく改善

見通し：卸売業、小売業、製造業は非常に大きく改善する見込み

都内中小企業の景況



業況DI（季節調整済、「良い」企業割合－「悪い」企業割合）は-37（前期は-43）と前期比で6ポイント改善した。今後3ヶ月間の見通しでは非常に大きく改善すると見込まれている。

	前期(24.9)	今期(24.12)	増減	今後3か月間の見通し
製造業	-41	-37	4	-9
卸売業	-42	-43	-1	-12
小売業	-64	-50	14	-19
サービス業	-28	-21	7	-10
総合	-43	-37	6	-12

12月の都内中小企業の業況DI（業況が「良い」とした企業割合－「悪い」とした企業割合）は前期比6ポイント増の▲37と、大きく改善した。今後3ヶ月間（1～3月）の業況見通しDIでは、今期比25ポイント増の▲12と、非常に大きく改善すると見込まれている。

都内中小企業の業況DIを業種別にみると、小売業（▲50）は14ポイント増、サービス業（▲21）は7ポイント増とともに大きく持ち直し、製造業（▲37）は4ポイント増とやや厳しさが和らいだ。卸売業（▲43）は1ポイント減と前期並の悪化幅で推移した。なお、仕入価格DI（仕入単価が「上昇」とした企業割合－「低下」とした企業割合）をみると、卸売業（8）は11ポイント増、小売業（0）は7ポイント増といずれも大きく増加し、厳しい状況に転じた。製造業（10）は8ポイント増と上昇が大幅に強まった。一方、販売価格DI（販売単価が「上昇」とした企業割合－「低下」とした企業割合）は、小売業（▲5）は11ポイント増、卸売業（▲2）8ポイント増といずれも大きく厳しさが和らいだ。サービス業（▲10）は増減なく、製造業（▲7）は1ポイント増と、ともに前期並の下降が続いた。

今後3か月間（1～3月）の業況見通しDIを業種別にみると、卸売業（▲12）は31ポイント増、小売業（▲19）は31ポイント増、製造業（▲9）は28ポイント増といずれも非常に大きく改善し、サービス業（▲10）は11ポイント増と厳しさが大きく和らぐと見込まれている。

【注】

○D. I (Diffusion Indexの略)

D. I (ディーアイ) は、増加（又は「上昇」「楽」など）したと答えた企業割合から、減少（又は「下降」「苦しい」など）したと答えた企業割合を差引いた数値のことで、不変部分を除いて増加したとする企業と減少したとする企業のどちらの力が強いかを比べて時系列的に傾向をみようとするものです。

○（季節済）D. I

季節済とは、各期ごとに季節的な変動を繰り返すD. Iを過去5年間まで遡って季節的な変動を除去して加工したD. I値です。修正値ともいいます。

○傾向値

傾向値は、季節変動の大きな業種（例えば小売業）ほど有効で、過去の推移を一層なめらかにして景気の方角をみる方法です。

製造業

売上・収益の動向と業況判断

今期の業況は前期△44 から今期△49 と低調感がやや強まった。売上額は前期△41 から今期△40 と前期同様の減少が続き、収益は前期△43 から今期△48 と幾分悪化した。受注残は前期△45 から今期△50 と減少幅が幾分拡大した。

価格・在庫動向

原材料価格は前期 11 から今期 18 と上昇がかなり強まり、販売価格は前期△26 から今期△27 と前期同様の低下基調で推移した。在庫は前期 19 から今期 13 と過剰感が大きく和らいだ。

資金繰り・借入金動向

資金繰りは前期△32 から今期△39 と苦しさがかなり強まった。また、借入難易度は今期△2 と前期同様の厳しさが続いた。借入をした企業は今期 38%とやや増加した。

経営上の問題点・重点経営施策

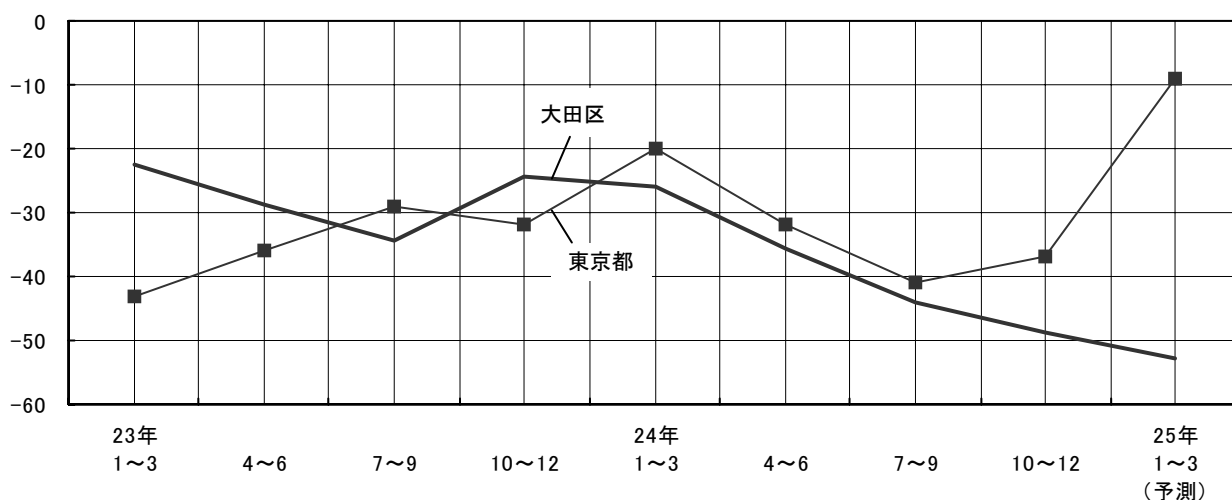
経営上の問題点については、1 位「売上の停滞・減少」79%、2 位「利幅の縮小」27%、3 位「工場・機械の狭小・老朽化」23%、4 位「同業者間の競争の激化」「販売納入先からの値下げ要請」がともに 19%、5 位「親企業による選別の強化」「大手企業・工場の縮小・撤退」がともに 11%となった。前期との比較で主だった動きは、上位5位のうち「同業者間の競争の激化」は 6 ポイント増加、「売上の停滞・減少」「工場・機械の狭小・老朽化」「販売納入先からの値下げ要請」はそれぞれ 3 ポイント増加した。更に業種別にみると、「売上の停滞・減少」は[精密機械器具]（前期 71%→今期 86%）が 15 ポイント増加、[輸送用機械器具]（76%→85%）が 9 ポイント増加した。「利幅の縮小」は[金属製品、建設用金属、金属プレス]（41%→33%）が 8 ポイント減少、[電気機械器具]（20%→13%）が 7 ポイント減少したが、[精密機械器具]（19%→29%）が 10 ポイント増加するなど、業種により違いが見られた。

重点経営施策では、1 位「販路を広げる」59%、2 位「経費を節減する」57%、3 位「新製品・技術を開発する」25%、4 位「人材を確保する」23%、5 位「情報力を強化する」18%であった。前期 4 位と同 5 位が入り替わり、順位に変動がみられた。

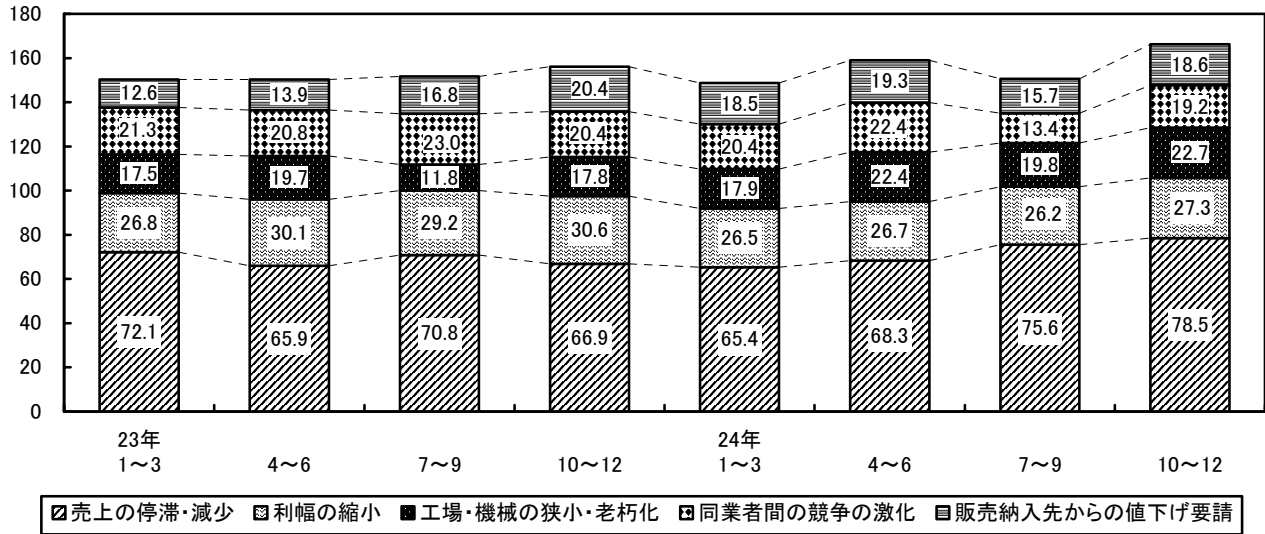
来期の見通し

来期は、業況は厳しさがやや強まり、売上額は今期同様の減少が続き、収益はやや持ち直すと見込まれている。また、原材料価格は上昇幅が大きく拡大し、販売価格は下降をやや強めると予測されている。

大田区と全都の製造業・業況の動き（実績）と来期の予測

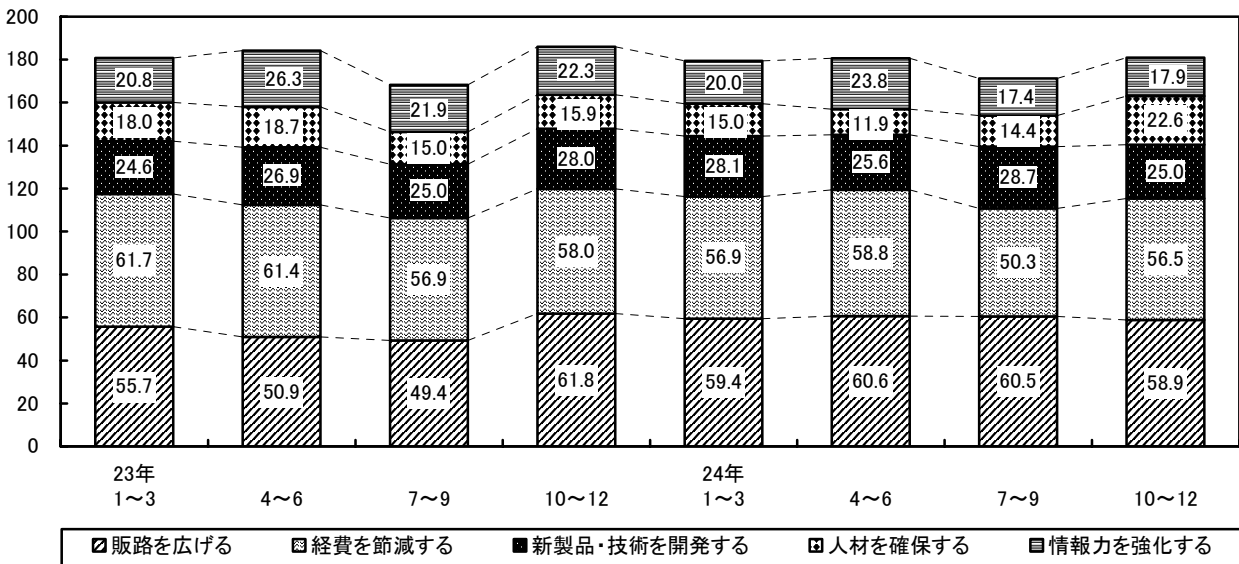


製造業 経営上の問題点 (%)



	24年1~3月期		24年4~6月期		24年7~9月期		24年10~12月期	
第1位	売上の停滞・減少	65.4 %	売上の停滞・減少	68.3 %	売上の停滞・減少	75.6 %	売上の停滞・減少	78.5 %
第2位	利幅の縮小	26.5 %	利幅の縮小	26.7 %	利幅の縮小	26.2 %	利幅の縮小	27.3 %
第3位	同業者間の競争の激化	20.4 %	同業者間の競争の激化 工場・機械の狭小・老朽化	22.4 %	工場・機械の狭小・老朽化	19.8 %	工場・機械の狭小・老朽化	22.7 %
第4位	原材料高 販売納入先からの値下げ要請	18.5 %	販売納入先からの値下げ要請	19.3 %	販売納入先からの値下げ要請	15.7 %	同業者間の競争の激化	19.2 %
第5位	工場・機械の狭小・老朽化	17.9 %	原材料高	10.6 %	原材料高	14.0 %	販売納入先からの値下げ要請	18.6 %

製造業 重点経営施策 (%)



	24年1~3月期		24年4~6月期		24年7~9月期		23年10~12月期	
第1位	販路を広げる	59.4 %	販路を広げる	60.6 %	販路を広げる	60.5 %	販路を広げる	58.9 %
第2位	経費を節減する	56.9 %	経費を節減する	58.8 %	経費を節減する	50.3 %	経費を節減する	56.5 %
第3位	新製品・技術を開発する	28.1 %	新製品・技術を開発する	25.6 %	新製品・技術を開発する	28.7 %	新製品・技術を開発する	25.0 %
第4位	情報力を強化する	20.0 %	情報力を強化する	23.8 %	情報力を強化する	17.4 %	人材を確保する	22.6 %
第5位	人材を確保する	15.0 %	教育訓練を強化する	14.4 %	人材を確保する	14.4 %	情報力を強化する	17.9 %

業種別動向

(1) 輸送用機械器具

業況（前期△32→今期△47）は厳しさがかなり強まった。売上額（△44→△48）は減少がやや強まり、収益（△47→△60）は大幅に悪化した。価格動向を見ると、原材料価格（△25→4）は下降から上昇へ大きく転じ、販売価格（△34→△15）は下降幅が大きく縮小した。在庫（14→7）は過剰感が大きく緩和し、資金繰り（△28→△34）は厳しさがかなり増した。

(2) 電気機械器具

業況（△47→△42）は幾分改善した。売上額（△33→△42）、収益（△34→△45）はともに大きく低迷した。原材料価格（17→24）は上昇傾向がかなり強まり、販売価格（△22→△27）は下降幅が幾分拡大した。在庫（22→16）は過剰感が大きく改善し、資金繰り（△34→△36）は苦しさがわずかに強まった。

(3) 一般機械器具、金型

業況（△33→△55）は極端に厳しさを強めた。売上額（△46→△46）は前期並の減少が続き、収益（△39→△43）はやや悪化した。原材料価格（13→15）は上昇をわずかに強め、販売価格（△28→△29）は前期同様の下降が続いた。在庫（10→11）は前期同様の過剰感が続き、資金繰り（△34→△33）は前期同様の窮屈感が続いた。

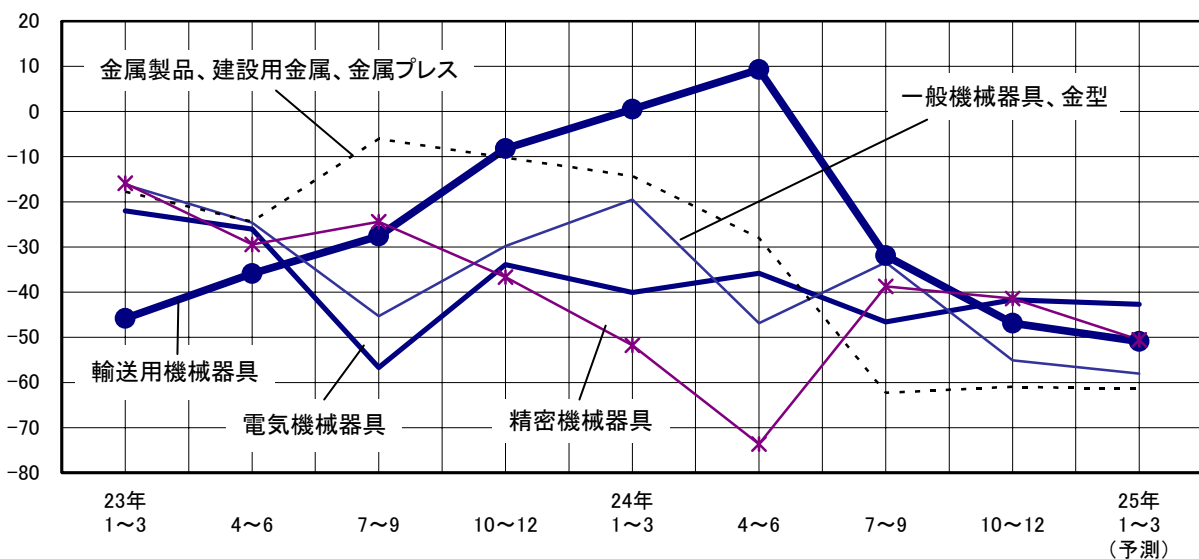
(4) 金属製品、建設用金属、金属プレス

業況（△62→△61）は前期並の厳しさが続いた。売上額（△49→△49）は前期同様の減少幅で推移し、収益（△66→△61）は幾分改善した。販売価格（△31→△32）は前期並の下降が続き、原材料価格（5→12）は上昇がかなり強まった。在庫（30→17）は過剰感が大幅に緩和し、資金繰り（△40→△51）は厳しさが大きく強まった。

(5) 精密機械器具

業況（△39→△41）はわずかに厳しさを強めた。売上額（△29→△15）と収益（△37→△31）はともにかなり持ち直した。販売価格（△11→△32）は極端に下降傾向が強まり、原材料価格（16→36）は上昇が特に大きく強まった。在庫（26→11）は過剰感がかなり改善し、資金繰り（△17→△37）は窮屈感が極端に強まった。

業種中分類別の業況の動き（実績）と来期の予測



コメント《製造業》

＜輸送用機械器具＞

1. 航空会社である親企業の中国問題による売上減少や経費削減により、売上が約 30%減になっている。
2. 国内の受注にかげりが出てきている。
3. 少人数にて、いろいろなチャレンジを行っているが、借入金があるため思うような展開ができていない。
4. 先行きは見えない。
5. 2～3 期先に光あり。
6. 受注設計製造のため販売販路は限られるが原材料の在庫は少ない。人件費削減のため社員は少数、忙しい時はバイトを頼む。販売も自社では行わず営業マンも置かず、商社等に頼む。一番の問題は工場の家賃が高く（月 45 万）機械も老朽化していることである。
7. リーマンショックに続く景気悪化。その為価格破壊。何とか頑張っているが、販路を広げて売上、利益を追求したい。
8. 大手取引先の業績は良好であるが、絶対経費（電気料金等）の増加により事業計画の見直しが再行なわれ、期中途での計画変更等による受注減があり厳しい業況。景気回復と電気料金の安価安定を願っている。
9. 資金力の不足。

＜電気機械器具＞

1. リーマンショックの時よりも厳しい状況。
2. 売上が減少の為、経営が大変。
3. 減収減益が継続。円滑化法が失効したらアウト。
4. 当社は 3 人。受注の波が大きい。仕事が少ない。
5. 2013 年は 5 月頃までの受注残があり、何とか新年に向かう気分だが、社会情勢が不安であり仕事の継続ができるか。
6. 弊社は大手メーカーのグループ企業との取引の割合が高く、同グループが現在 2 期続けて大幅赤字を計上。弊社への協力要請もあり、利幅の確保を懸命にやっている状態です。
7. ここ 2～3 年の売上の減少。

＜一般機械器具、金型＞

1. 官需が主なので需要が減少した。来年度に期待をしている。従来の受注先が減少したが新たな受注先もできた。
2. 今期は後半に売上がアップしたので、黒字を確保した。来期は見通しが立たないので、不

安あり。

3. 機械部品の機械加工と賃貸マンション（7 階）経営の 2 本立て営業中。同族企業（7 名）で 10 年来黒字経営である。
4. やめる時期を考えざるを得ない。
5. 国内の企業が縮小・撤退方向にあるため、営業先が大変少なくなっている。新技術を持って海外メーカーへ営業先を移す必要性が大である。
6. 仕事不足。
7. 受注が少ない。
8. 2013 年 1 月以降、厳しくなる見込み。
9. 7 月頃から景気は下向いてきたよとの情報が入ってきたが、11 月に入って以後、受注が急激に悪化し、12 月に入っても継続した状態である。ある大手企業では 10 月以後週 4 日勤務の休業体制に入ったとのこと。
10. 売上が減少している。仕事量を増加したい。

＜金属製品、建設用金属、金属プレス＞

1. 売上が厳しいの一言。
2. 2012 年 8 月以降、受注が急激に下降し、前年度比 30%減になっている。
3. 2013 年 3 月決算は、4 月～11 月の営業利益で黒字は確保できる見込み。
4. 受注先が一社集中の傾向にあり他の数社がほとんど受注減や工場閉鎖等でメインの受注先に頼ることは不安材料でもあり、提携先が見つければと思う。
5. 安定した注文（受注）が受けられない。
6. 年末に来て、受注が少し増加した。年明けは不明。得意先を多く確保する必要があると営業中。
7. LTE の基地局用ケーブルアセンブリーを筆頭に一部の業界の動きは順調だが、全般的な景況は苦戦である。収益は黒字だが、相当の努力を要する。
8. これからも横ばい状態か。
9. 注文も減少、経営継続に大変な思いをしているが、借入をせずなんとか耐えている。

＜精密機械器具＞

1. 文教予算は増加の見込み、年度末までは大きな落ち込みはないと思われる。2013 年春に新製品を発売し、売上増加を図る。
2. 祭日が多すぎる。大手企業が休むから、下の方まで仕事来ない。
3. 当月になって後半頃には思ったよりも売上が

ある（つまり、納期が非常に短い仕事が多い）
ことが、今期は目立った。今期も同様だが、
来期についても今の時点では注文が大変少なく、
先がまったく見えない状況。

4. 我々町工場が独自に売る市場を作ることは、
不可能に近い。現存の市場の景気が良くなり、
その中で生きるしかないので、日本全体での
景気浮上に期待する。
5. 不採算部門の整理・縮小と同時進行で新技術
の開発、売り込みを進め、この売上・利益の
じり貧状況を新年以降打破していきたい。
6. 今期は特注に助けられて利益も出そうだが、
標準品の低迷は依然続いているので来期に向
けた受注活動が必要である。

小 売 業

売上・収益の動向と業況判断

業況は、前期△60 から今期△61 と前期同様の悪化が続いた。売上額は前期△53 から今期△40 と減少を大きく弱め、収益は前期△54 から今期△51 とやや改善した。

価格・在庫動向

販売価格は前期△24 から今期△33 と下降傾向がかなり強まり、仕入価格は前期 0 から今期 3 と上昇幅がわずかに拡大した。在庫は前期△1 から今期 1 と適正水準で推移した。

資金繰り・借入金動向

資金繰りは前期△56 から今期△46 と苦しさ大幅に弱まった。借入難易度は前期△23 から今期△18 と厳しさが幾分弱まった。今期借入を実施した企業は 28%とやや減少した。

経営上の問題点・重点経営施策

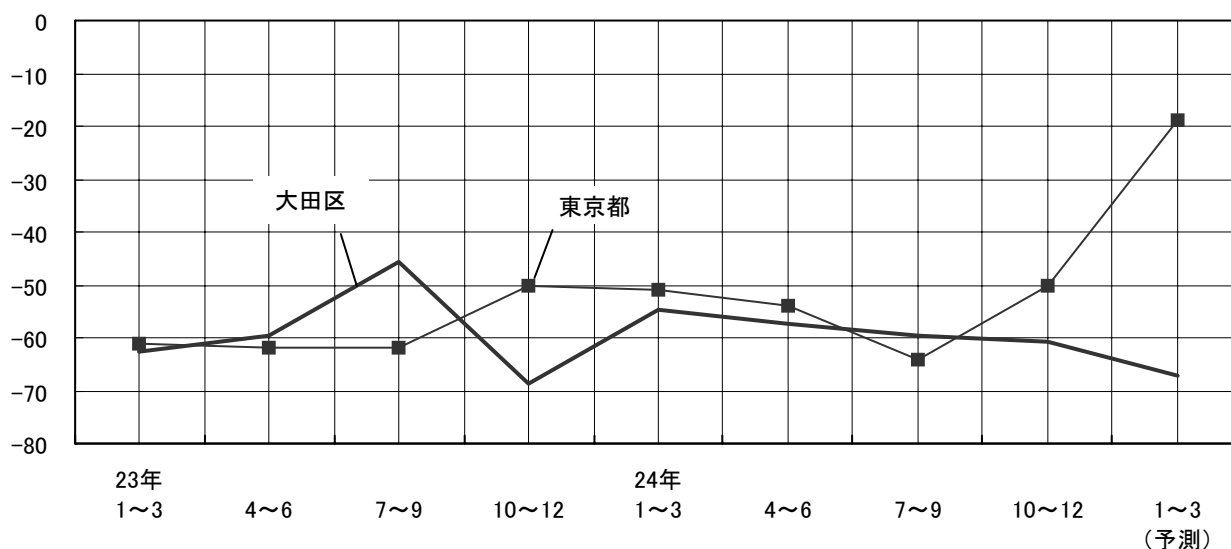
経営上の問題点は、1 位「売上の停滞・減少」67%、2 位「取引先の減少」32%、3 位「利幅の縮小」「同業者間の競争の激化」がともに 24%、4 位「商店街の集客力の低下」22%、5 位「大型店との競争の激化」15%となった。前期との比較で主だった動きは「売上の停滞・減少」「同業者間の競争の激化」がともに 4 ポイント減少したが、「取引先の減少」が 13 ポイント増加した。業種別では、「取引先の減少」で、[飲食料品]（8%→45%）が 37 ポイント増加、[衣服・身の回り品]（13%→21%）が 8 ポイント増加、[飲食店]（13%→20%）が 7 ポイント増加したのが目立った。「同業者間の競争の激化」は[飲食料品]（31%→9%）は 22 ポイント減少、[飲食店]（38%→30%）は 8 ポイント減少したのに対し、[家具・家電]（23%→41%）が 18 ポイント増加するなど、業種によって違いが見られた。

重点経営施策については、1 位「経費を節減する」が 59%で最も多く、以下、2 位「売れ筋商品を取扱う」30%、3 位「品揃えを改善する」24%、4 位「新しい事業を始める」が 14%、5 位「宣伝・広報を強化する」が 13%となった。上位 5 位の項目は、前期と同順位であった。

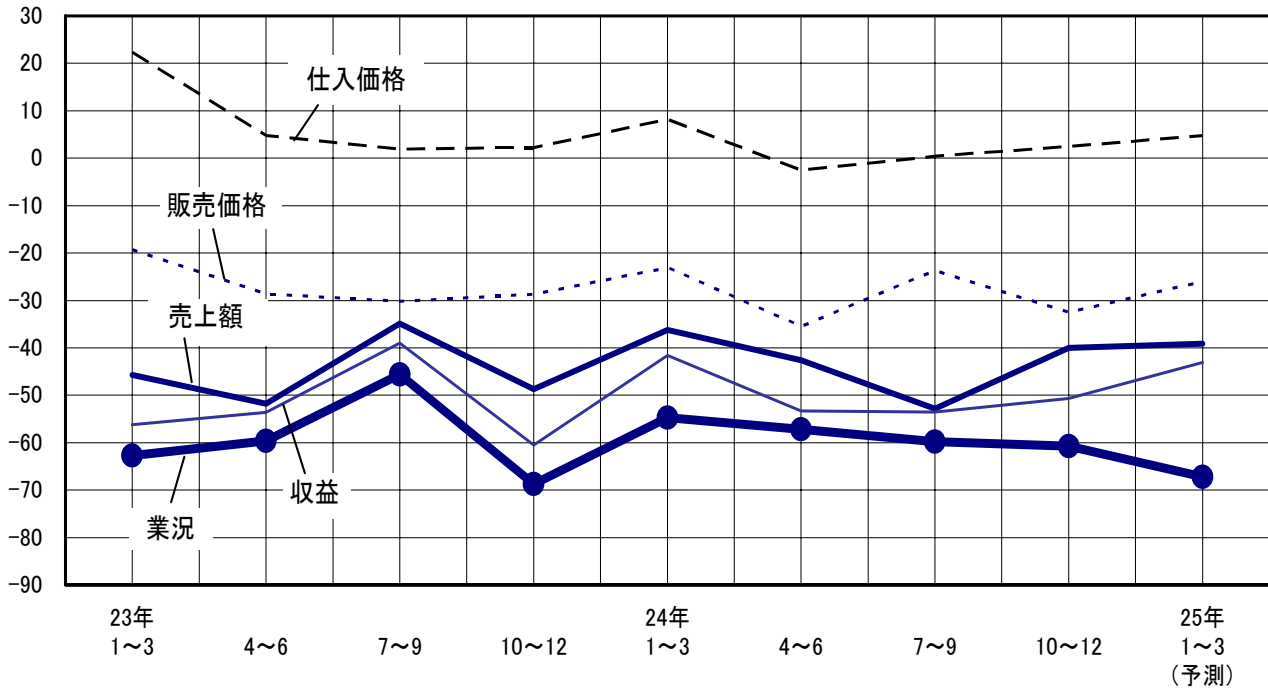
来期の見通し

来期の見通しについては、業況は低調感を大きく強め、売上額は今期並の減少が続き、収益はかなり持ち直すと予測されている。販売価格は下降を大きく弱め、仕入価格はやや上昇を強めると見込まれる。

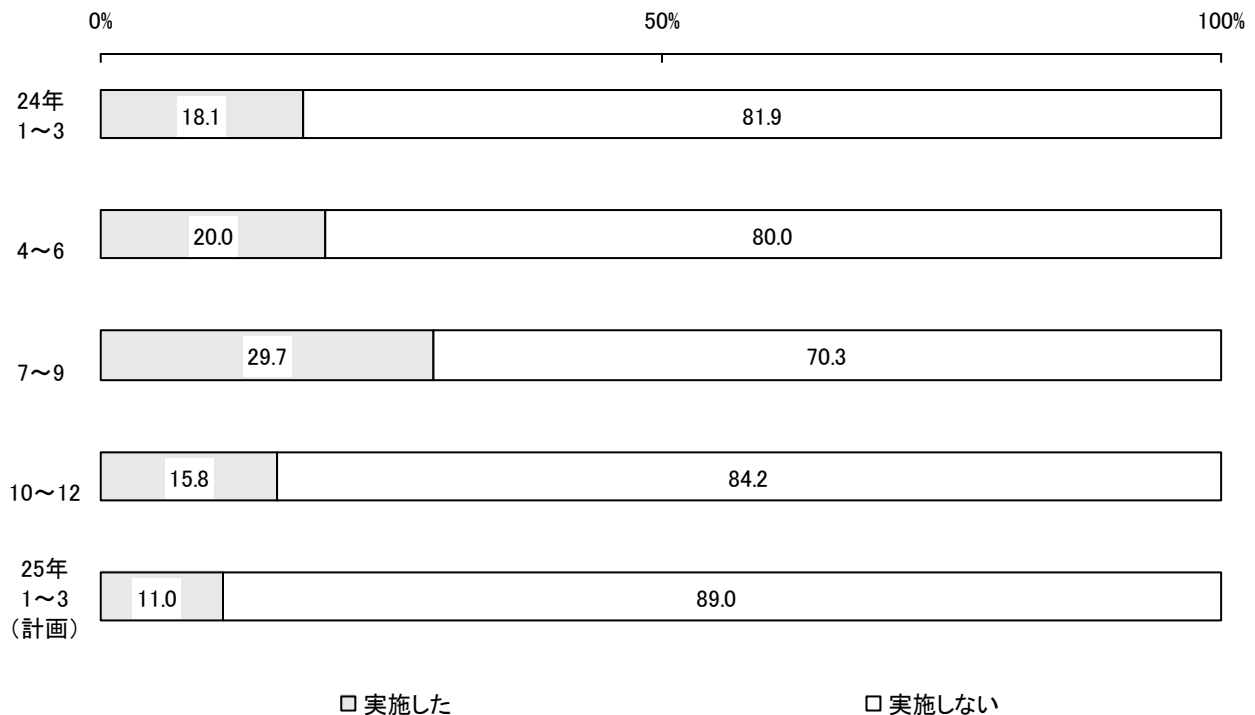
大田区と全都の小売業・業況の動き（実績）と来期の予測



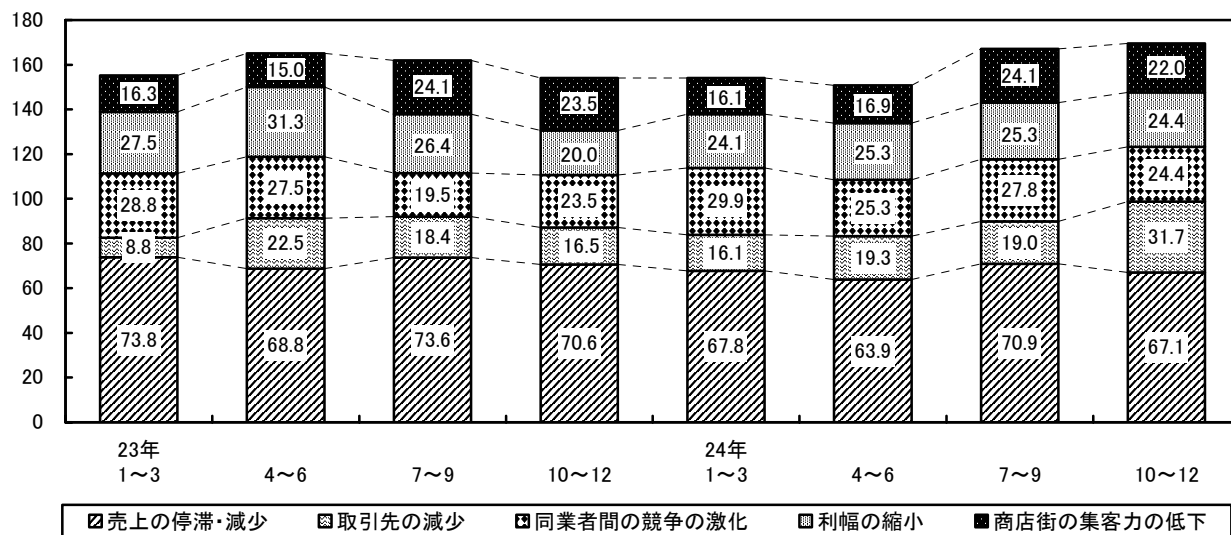
業況と売上額、収益、販売価格、仕入価格の動き（実績）と来期の予測



設備投資動向

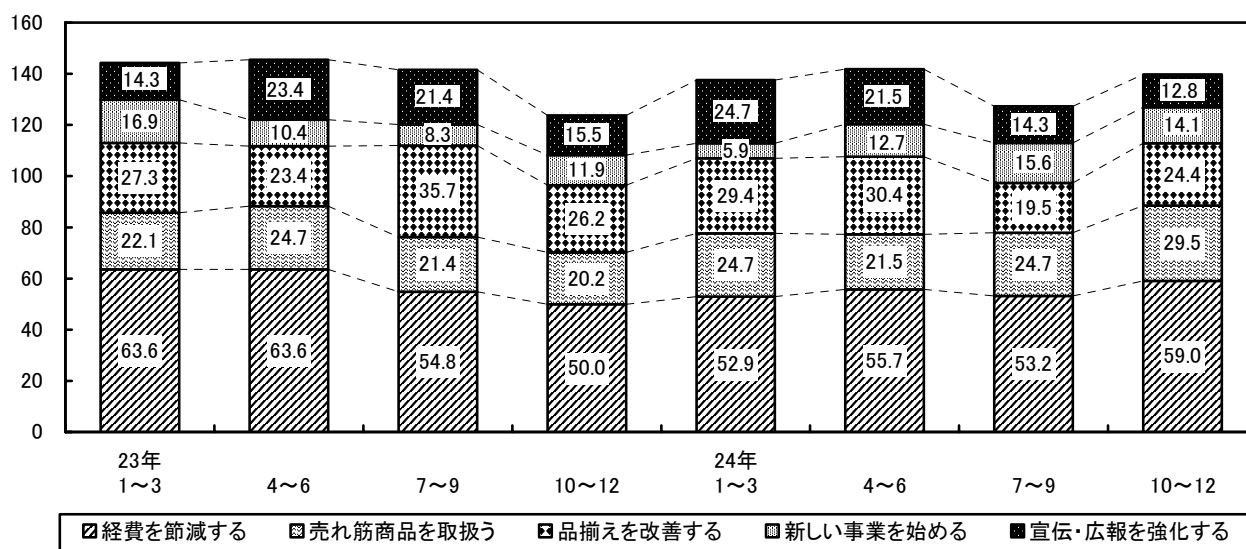


小売業 経営上の問題点 (%)



	24年1~3月期		24年4~6月期		24年7~9月期		24年10~12月期	
第1位	売上の停滞・減少	67.8 %	売上の停滞・減少	63.9 %	売上の停滞・減少	70.9 %	売上の停滞・減少	67.1 %
第2位	同業者間の競争の激化	29.9 %	同業者間の競争の激化 利幅の縮小	25.3 %	同業者間の競争の激化	27.8 %	取引先の減少	31.7 %
第3位	利幅の縮小	24.1 %	取引先の減少	19.3 %	利幅の縮小	25.3 %	同業者間の競争の激化 利幅の縮小	24.4 %
第4位	大型店との競争の激化	18.4 %	大型店との競争の激化 商店街の集客力の低下	16.9 %	商店街の集客力の低下	24.1 %	商店街の集客力の低下	22.0 %
第5位	店舗の狭小・老朽化	17.2 %	人件費の増加	13.3 %	取引先の減少	19.0 %	大型店との競争の激化	14.6 %

小売業 重点経営施策 (%)



	24年1~3月期		24年4~6月期		24年7~9月期		23年10~12月期	
第1位	経費を節減する	52.9 %	経費を節減する	55.7 %	経費を節減する	53.2 %	経費を節減する	59.0 %
第2位	品揃えを改善する	29.4 %	品揃えを改善する	30.4 %	売れ筋商品を取扱う	24.7 %	売れ筋商品を取扱う	29.5 %
第3位	宣伝・広報を強化する 売れ筋商品を取扱う	24.7 %	宣伝・広報を強化する 売れ筋商品を取扱う	21.5 %	品揃えを改善する	19.5 %	品揃えを改善する	24.4 %
第4位	教育訓練を強化する	17.6 %	仕入先を開拓・選別する	19.0 %	新しい事業を始める 教育訓練を強化する	15.6 %	新しい事業を始める	14.1 %
第5位	人材を確保する	15.3 %	新しい事業を始める	12.7 %	宣伝・広報を強化する 仕入先を開拓・選別する	14.3 %	宣伝・広報を強化する	12.8 %

業種別動向

(1) 家具、家電

業況（前期△33→今期△63）は極端に低迷した。売上額（△40→△34）は減少が大きく弱まり、収益（△39→△42）は減益幅がやや拡大した。販売価格（△41→△49）は下降をかなり強め、仕入価格（△24→△17）は上昇幅が大きく拡大した。在庫（26→△1）は過剰から適性水準へ極端に転じ、資金繰り（△47→△51）は苦しさが幾分強まった。借入難易度（△15→0）は厳しさが大きく弱まり、借入をした企業（42%→24%）はかなり減少した。

(2) 飲食店

業況（△60→△46）は大きく持ち直した。売上額（△60→△12）は特に大きく改善し、収益（△55→△42）は減益がかなり弱まった。販売価格（0→△29）は下降傾向が極端に強まり、仕入価格（△5→5）は大きく上昇に転じた。在庫（△16→△7）は品薄感がかなり改善し、資金繰り（△70→△16）は苦しさが特に大きく弱まった。借入難易度（△50→△40）は厳しさがかなり弱まり、借入をした企業（13%→0%）はかなり減少した。

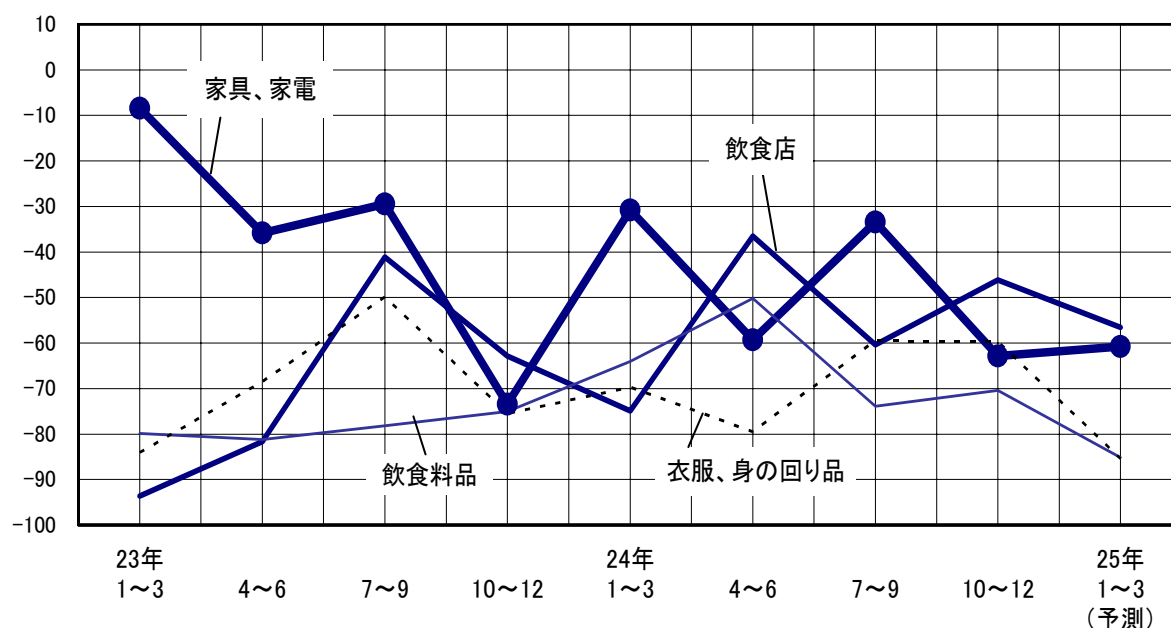
(3) 飲食料品

業況（△74→△70）は幾分改善した。売上額（△49→△65）は減少を大きく強め、収益（△66→△63）はやや持ち直した。仕入価格（30→30）は前期同様の上昇傾向が続き、販売価格（△9→△9）も前期同様の下降幅で推移した。在庫（4→2）は調整が多少進んで適正水準に近づき、資金繰り（△61→△51）は大幅に改善した。借入難易度（△15→△18）は厳しさがやや強まり、借入をした企業（15%→9%）は大きく減少した。

(4) 衣服、身の回り品

業況（△60→△60）は前期同様の厳しさが続いた。売上額（△27→△40）は減少が大幅に強まり、収益（△56→△43）はかなり改善した。仕入価格（7→△16）は上昇から下降へ極端に転じ、販売価格（△38→△63）は下降を特に大きく強めた。在庫（2→25）は適正水準から過剰へ極端に転じ、資金繰り（△67→△70）は窮屈感がわずかに強まった。借入難易度（△14→△22）は厳しさがかなり強まり、借入をした企業（46%→37%）は大きく減少した。

業種中分類別の業況の動き（実績）と来期の予測



コメント《小売業》

＜家具、家電＞

1. 商店（専門店）の名称をメディア等が呼んでくれなくなったと思う。買物はスーパーで、量販店で、とか言っている。これではこの先、商店街は必要なくなると思う。
2. 今期位悪いのは初めてである。このまま行くのだろうか。
3. 頭を使って色々と行動する。打つ手は無限だと思う。
4. 我々小企業の販売会社は、すでに大手IT企業が行っている空中戦はできない。対面サービスの含めた商売がメインになる。価格競争はいつの時代にもあるが、景気が悪い現在はひどすぎる。今回の選挙で政治がどのような手を打ってくれるのか。
5. 新規顧客の獲得が課題。
6. 以前と比べて、あまりにも利益が取れない。価格競争に勝てない。
7. 売上減少。景気不良。
4. 物品に対して購買意欲の減退。
5. 2012年は当初4店舗を2店閉鎖。2店で大幅経営改善を図る。
6. 7～9月はクールビズ奨励でスーツを着用する人が少なく売上減少。10月からは反動で注文が入り、今度は製造が間に合わない問題がおきる。年中平均して注文が入れば良いのだが1年9ヶ月で経費を稼がなければならぬのが一番の問題である。
7. 73歳、1人の女性のブティック。34年目になるがお客も高齢化。
8. 11月からの気温低下で防寒衣料中心に売上が上昇するも9～10月の仕入分の在庫が消化せず、秋～初冬商品を低価格で処分せざるを得なくなった。

＜飲食店＞

1. 最悪。
2. 法事、宴会等予算の減少。人数も少なく、売上が上がらず。収益も横這い。

＜飲食料品＞

1. 零細小売業につき、大型店（スーパー、コンビニなど）との販売価格の差、地区のショッピングモール等の開発による流動的購買層の変化が、辺鄙な立地条件下において苦境に追い込まれる。
2. 三陸の海藻類が主力商品なので、東日本大震災から完全に立ち直れない。
3. 近隣の大型店と競争はせず、商圈のお客様へのサービスを強化しているものの、大型店に集客を取られている状況。現金以外の支払い方法を設ける事でサービス面は向上するが、資金繰りが難しくなる状況。小売として新たなビジネスモデルを構築しないと、事業の継続はきびしいと判断される

＜衣服、身の回り品＞

1. 厳しい。
2. 公共の仕事をしてみたいが、ハードルが高くて参入できない。
3. 今年は寒さが厳しいのでふとん・毛布類の販売が数量的には多くなっているが、単価の低いものが多い（寝具小売店）。

日銀短観

[調査対象企業数]

(2012年12月調査)

	製造業	非製造業	合計	回答率
全国企業	4,287社	6,367社	10,654社	99.3%
うち大企業	1,165社	1,147社	2,312社	99.2%
中堅企業	1,153社	1,765社	2,918社	99.0%
中小企業	1,969社	3,455社	5,424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)

	2011年度		2012年度		
	上期	下期	上期	下期	
2012年9月調査	-	-	79.06	79.16	78.97
2012年12月調査	-	-	78.90	79.09	78.73

[売上高・収益計画]

(前年度比・%)

		2011年度		2012年度	
		修正率	(計画)	修正率	(計画)
大企業	製造業	0.4	1.2	-2.0	-2.0
	国内	2.3	1.0	-0.9	-0.9
	輸出	-4.7	1.8	-5.1	-5.1
	非製造業	3.5	1.0	-0.6	-0.6
	全産業	2.3	1.1	-1.2	-1.2
中堅企業	製造業	2.3	-0.5	-1.3	-1.3
	非製造業	2.8	2.2	-0.2	-0.2
	全産業	2.7	1.4	-0.5	-0.5
中小企業	製造業	1.2	-0.8	-0.6	-0.6
	非製造業	1.6	0.7	0.3	0.3
	全産業	1.5	0.3	0.1	0.1
全規模合計	製造業	0.8	0.6	-1.7	-1.7
	非製造業	2.8	1.1	-0.3	-0.3
	全産業	2.2	1.0	-0.7	-0.7

(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)

	2012年9月調査		2012年12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	-3	-3	-12	-9	-10	2
非製造業	8	5	4	-4	3	-1
全産業	2	1	-3	-5	-3	0
中堅企業						
製造業	-6	-13	-12	-6	-20	-8
非製造業	2	-3	-1	-3	-7	-6
全産業	-2	-7	-5	-3	-12	-7
中小企業						
製造業	-14	-16	-18	-4	-26	-8
非製造業	-9	-16	-11	-2	-19	-8
全産業	-11	-15	-14	-3	-22	-8
全規模合計						
製造業	-8	-12	-15	-7	-20	-5
非製造業	-3	-9	-6	-3	-12	-6
全産業	-6	-10	-9	-3	-15	-6

[需給・在庫・価格判断]

(%ポイント)

		2012年9月調査		2012年12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	-33	-35	-38	-5	-39	-1
	うち素材業種	-40	-38	-41	-1	-43	-2
	加工業種	-29	-32	-35	-6	-36	-1
	非製造業	-32	-34	-32	0	-35	-3
海外での製商品需給判断 (「需要超過」-「供給超過」)	製造業	-22	-23	-26	-4	-26	0
	うち素材業種	-29	-28	-29	0	-30	-1
	加工業種	-19	-19	-25	-6	-24	1
製商品在庫水準判断 (「過大」-「不足」)	製造業	18	18	0	0	0	0
	うち素材業種	24	19	-5	-5	-5	-5
	加工業種	16	18	2	2	2	2
製商品流通在庫水準判断 (「過大」-「不足」)	製造業	24	27	3	3	3	3
	うち素材業種	29	31	2	2	2	2
	加工業種	20	24	4	4	4	4
販売価格判断 (「上昇」-「下落」)	製造業	-21	-25	-22	-1	-25	-3
	うち素材業種	-16	-17	-15	1	-16	-1
	加工業種	-23	-29	-26	-3	-29	-3
	非製造業	-18	-19	-20	-2	-21	-1
仕入価格判断 (「上昇」-「下落」)	製造業	11	16	8	-3	15	7
	うち素材業種	11	16	7	-4	15	8
	加工業種	11	16	9	-2	14	5
	非製造業	10	15	9	-1	13	4

東京都と大田区の企業倒産動向 (平成24年12月)

1. 東京都の倒産概況

(単位:件・億円)

	平成23年12月	平成24年11月	平成24年12月	前月比	前年同月比
	件数	221	206		
金額	723	471	725	254	2

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	既往のしわよせ	販売不振
5	9	2	12	93
19	415	128	202	
売掛金回収	信用性低下	在庫状態悪化	設備投資過大	その他
0	0	0	0	3
0	0	0	0	1

3. 業種別・規模別倒産動向

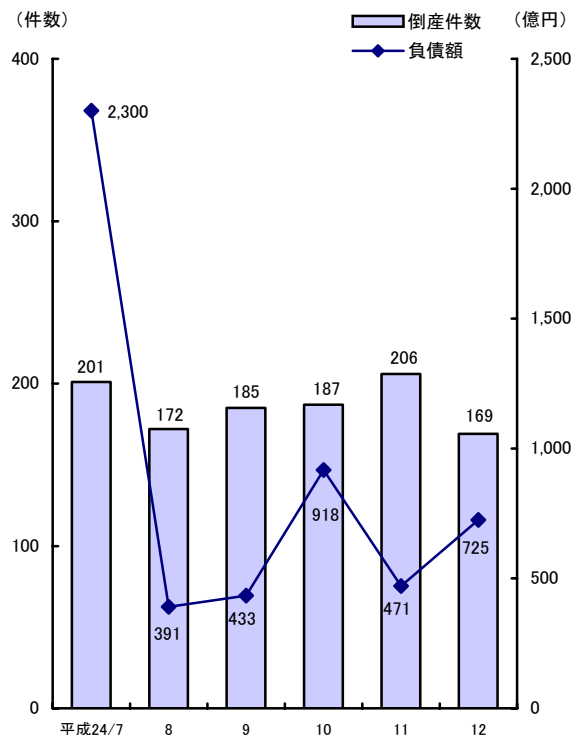
(単位:件・億円)

	件数			金額		
	前年同月	前月	当月	前年同月	前月	当月
製造業	27	24	20	27	26	155
卸売業	43	37	23	136	36	34
小売業	18	22	15	104	21	61
サービス業	33	34	26	37	168	61
建設業	35	26	29	64	47	26
不動産業	14	8	11	35	32	47
情報通信業・運輸業	34	30	24	164	110	67
宿泊業・飲食サービス業	12	21	13	7	24	3
その他	5	4	8	146	3	267
合計	221	206	169	720	467	721

4. 大田区内の平成24年12月の倒産動向

業種	件数	負債総額
製造業	1件	1.0億円
卸売業	0件	0億円
小売業	0件	0億円
サービス業	1件	1.0億円
建設業	0件	0億円
不動産業	0件	0億円
情報通信業・運輸業	0件	0億円
宿泊業・飲食サービス業	0件	0億円
その他	2件	2.8億円
合計	4件	4.0億円

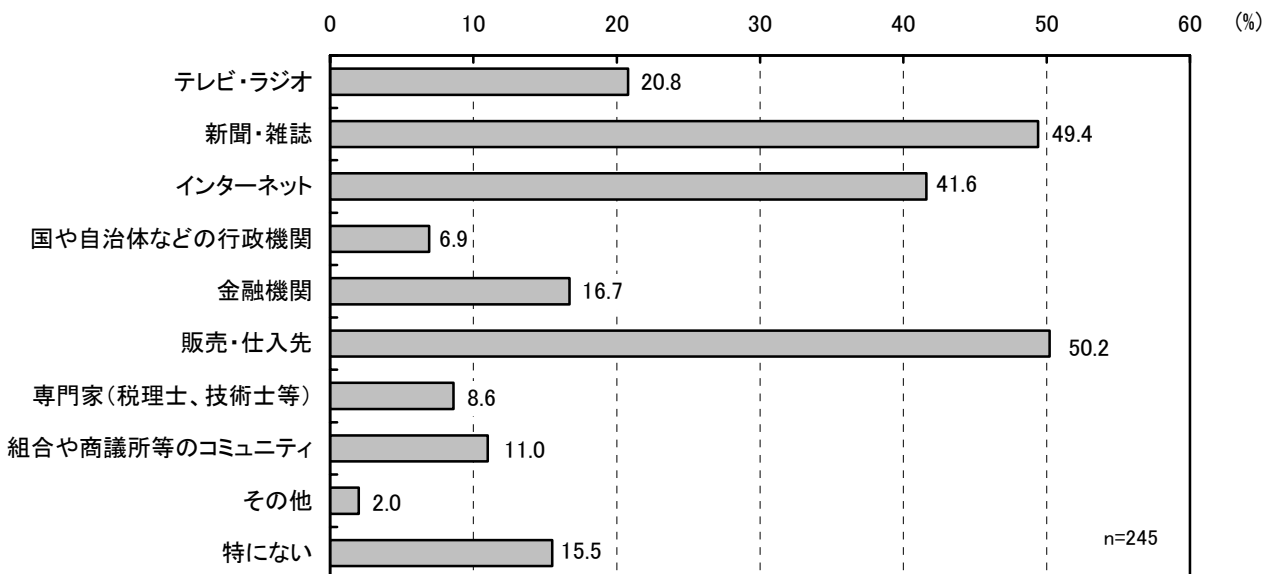
(株)東京商工リサーチ調べ



特別調査「中小企業における事業上の情報収集・発信について」

- ① 情報収集に活用している媒体・機関は「販売・仕入先」が約5割で最多、僅差で「新聞・雑誌」
- ② 活用している情報発信媒体は「特にない」が4割で最多
活用している情報発信媒体の中では「自社ホームページ（ブログを含む）」が4割弱で最多
- ③ 情報発信媒体に期待する効果については「新規顧客の獲得」が約5割と最多
- ④ 情報発信媒体の効果の実現状況は「あまり実現していない」が4割弱で最多
- ⑤ ソーシャルメディアを利用している企業の利用媒体は「SNS（フェイスブックなど）」が6割弱で最多
利用していない企業の今後の方針は、「今後も利用しない」が4割弱で最多、僅差で「どちらともいえない」
- ⑥ インターネットの利用課題は「特にない」が約3割で最多、次いで「セキュリティ確保への不安」が2割強

問1. 情報収集に活用している媒体・機関（3つまで回答可）



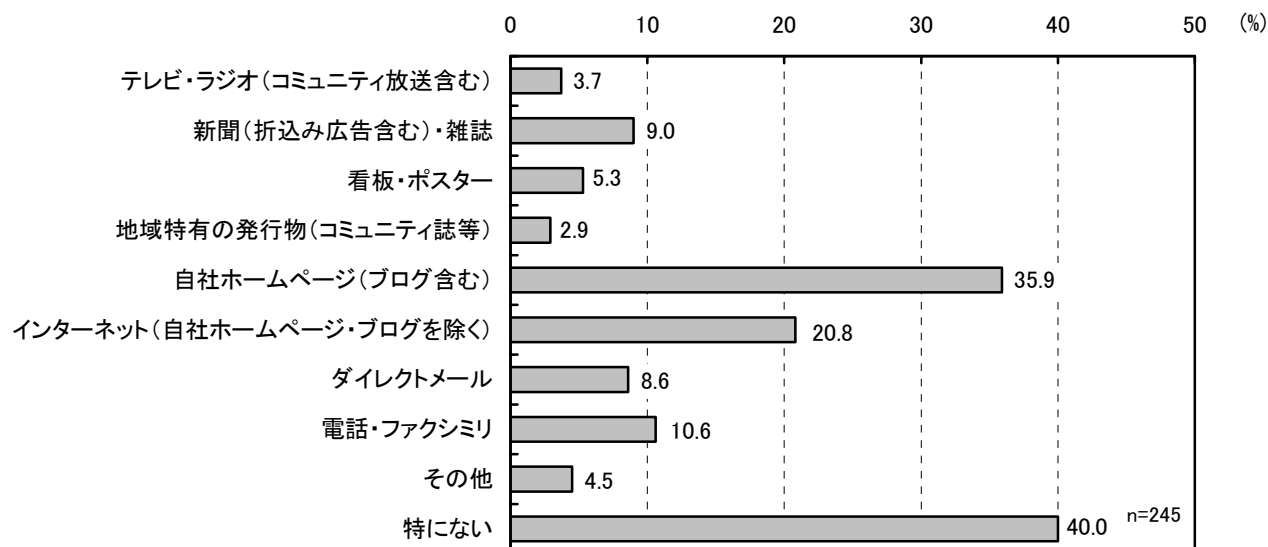
情報収集に活用している媒体・機関は「販売・仕入先」が50.2%で約5割を占めた。次いで、僅差で「新聞・雑誌」が49.4%、「インターネット」が41.6%となり、これらは4割を上回った。

業種別にみると、1位は、製造業が「新聞・雑誌」で50.0%、小売業が「販売・仕入先」で51.9%となっており、2位は、製造業が「販売・仕入先」で49.4%、小売業が「新聞・雑誌」で48.1%と、順位に違いがあるものの、両業種とも「新聞・雑誌」と「販売・仕入先」が5割前後を占めていた。3位は両業種とも「インターネット」で、製造業は4割を超えた。なお、「金融機関」は、製造業の23.2%に対して小売業は2.6%で製造業が20.6ポイント上回り、「組合や商議所等のコミュニティ」は、製造業の13.7%に対して小売業は5.2%で製造業が8.5ポイント上回り、これらは製造業でより多く活用されていた。一方、「テレビ・ラジオ」は、小売業の31.2%に対して製造業は16.1%で小売業が15.1ポイント上回り、小売業の方がより多く活用されていた。

(単位:%)

業種	テレビ・ラジオ	新聞・雑誌	インターネット	国や自治体などの行政機関	金融機関	販売・仕入先	専門家(税理士、技術士等)	組合や商議所等のコミュニティ	その他	特にない
全体	20.8	49.4	41.6	6.9	16.7	50.2	8.6	11.0	2.0	15.5
製造業	16.1	50.0	43.5	8.3	23.2	49.4	7.1	13.7	2.4	14.9
小売業	31.2	48.1	37.7	3.9	2.6	51.9	11.7	5.2	1.3	16.9

問2. 活用している情報発信媒体（3つまで回答可）



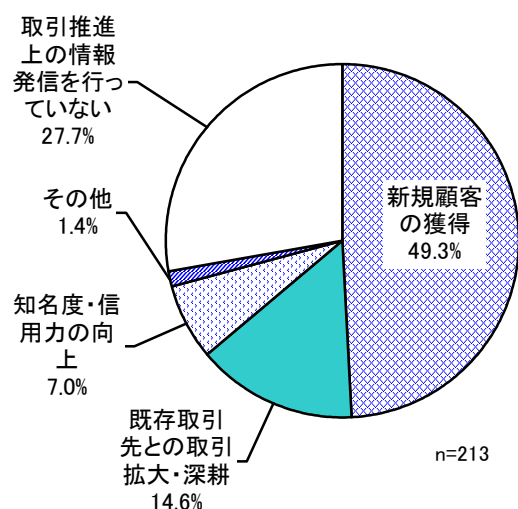
活用している情報発信媒体は、「特にない」が40.0%で最も多かった。次いで「自社ホームページ（ブログを含む）」が35.9%、「インターネット（自社ホームページ・ブログを除く）」が20.8%と続き、活用している場合の情報発信媒体としては、インターネットが主流であるとの結果になった。

業種別にみると、両業種とも「特にない」が最も多く、ともに4割前後であった。活用している場合の情報発信媒体としては、製造業は「自社ホームページ（ブログ含む）」が38.7%で最も多く、次いで、「インターネット（自社ホームページ・ブログを除く）」が20.8%、「電話・ファクシミリ」が10.1%と続いた。一方、小売業は「自社ホームページ（ブログ含む）」が29.9%で最も多かった点は製造業と同じだが、次いで「インターネット（自社ホームページ・ブログを除く）」と「ダイレクトメール」が同率で20.8%、「看板・ポスター」が13.0%と続いており、業種で違いが見られた。

(単位: %)

業種	テレビ・ラジオ(コミュニティ放送含む)	新聞(折込み広告含む)・雑誌	看板・ポスター	地域特有の発行物(コミュニティ誌等)	自社ホームページ(ブログ含む)	インターネット(自社ホームページ・ブログを除く)	ダイレクトメール	電話・ファクシミリ	その他	特にない
全体	3.7	9.0	5.3	2.9	35.9	20.8	8.6	10.6	4.5	40.0
製造業	3.6	7.7	1.8	3.0	38.7	20.8	3.0	10.1	6.5	39.9
小売業	3.9	11.7	13.0	2.6	29.9	20.8	20.8	11.7	0.0	40.3

問3. 情報発信媒体に期待する効果



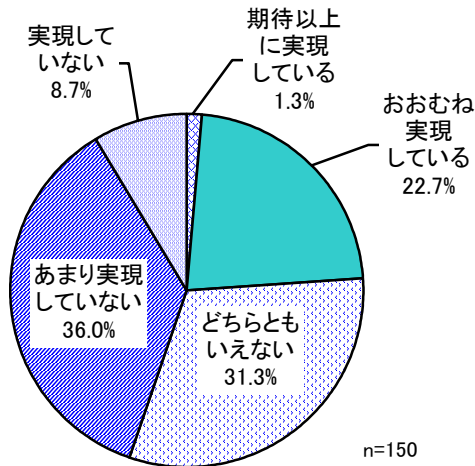
情報発信媒体に期待する効果については、「新規顧客の獲得」が49.3%と約5割を占めた。次いで「取引推進上の情報発信を行っていない」が27.7%、「既存取引先との取引拡大・深耕」が14.6%となった。

業種別にみると、「新規顧客の獲得」が製造業で45.9%、小売業で56.9%と最も多く、特に小売業は6割弱を占めた。一方「既存取引先との取引拡大・深耕」は、製造業で16.2%、小売業で10.8%と、製造業でより多い割合を占めた。

(単位:%)

業種	新規顧客の獲得	既存取引先との取引拡大・深耕	知名度・信用力の向上	その他	取引推進上の情報発信を行っていない
全体	49.3	14.6	7.0	1.4	27.7
製造業	45.9	16.2	6.8	1.4	29.7
小売業	56.9	10.8	7.7	1.5	23.1

問4. 情報発信媒体の効果の実現状況



問3で「取引推進上の情報発信を行っていない」以外を回答した企業に、情報発信媒体の効果の実現状況を尋ねたところ、「あまり実現していない」が36.0%で最も多く、次いで「どちらともいえない」が31.3%、「おおむね実現している」が22.7%となった。「期待以上に実現している」と「おおむね実現している」を合わせた『実現している』は24.0%、「あまり実現していない」と「実現していない」を合わせた『実現していない』は44.7%と、『実現していない』の割合のほうが多かった。

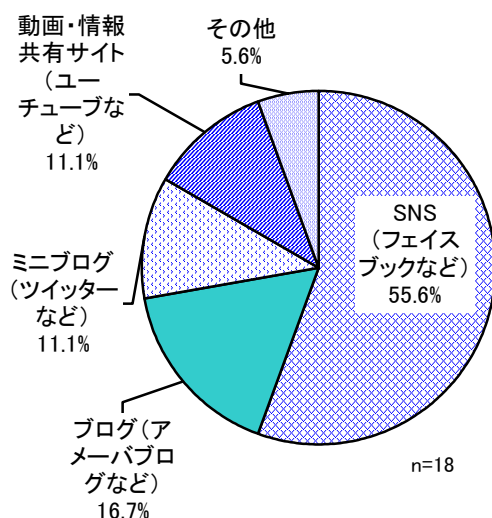
業種別にみると、「あまり実現していない」は両業種とも最も多く、割合も大差はなかった。一方、『実現している』は製造業では20.8%に止まったのに対し小売業では30.6%を占め、小売業のほうが、効果が実現しているとの回答割合が多かった。

(単位:%)

業種	期待以上に実現している	おおむね実現している	どちらともいえない	あまり実現していない	実現していない
全体	1.3	22.7	31.3	36.0	8.7
製造業	0.0	20.8	31.7	36.6	10.9
小売業	4.1	26.5	30.6	34.7	4.1

問5. ソーシャルメディアの利用状況

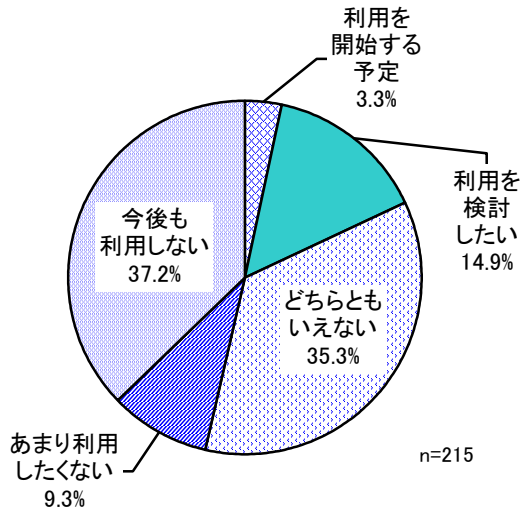
【利用している(媒体)】



ソーシャルメディアの利用状況について、まず、利用している企業に利用媒体を尋ねたところ、「SNS (フェイスブックなど)」が55.6%で最も多く、次いで「ブログ (アメーバブログなど)」が16.7%、「ミニブログ (ツイッターなど)」と「動画・情報共有サイト (ユーチューブなど)」が同率で11.1%となった。

業種別にみると、製造業は「SNS (フェイスブックなど)」が72.7%で圧倒的に多く、次いで、「動画・情報共有サイト (ユーチューブなど)」が18.2%であった。一方、小売業は「SNS (フェイスブックなど)」「ブログ (アメーバブログなど)」「ミニブログ (ツイッターなど)」が同率で28.6%と同じ業種内で回答が多岐に渡っており、「動画・情報共有サイト (ユーチューブなど)」と回答した企業はないなど、業種による違いが見られた。

【利用していない(今後の方針)】



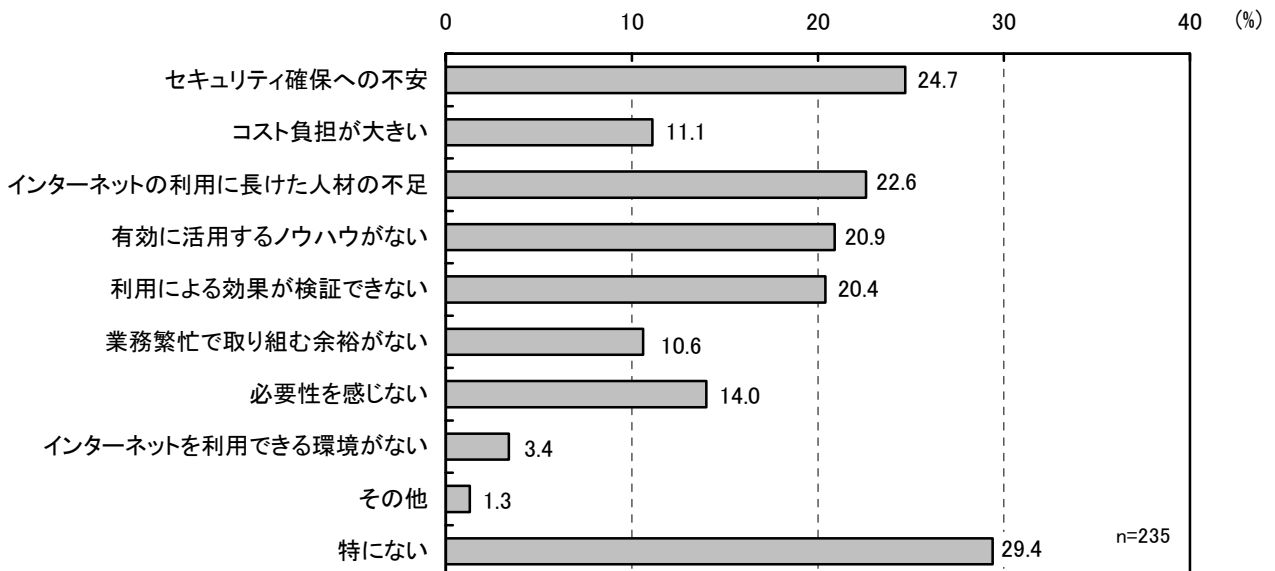
ソーシャルメディアを利用していない企業に今後の方針を尋ねたところ、「今後もしない」が37.2%で最も多く、次いで、僅差で「どちらともいえない」が35.3%、「利用を検討したい」が14.9%となった。

業種別にみると、製造業は「どちらともいえない」が40.4%で最も多く、次いで、「今後もしない」が35.8%、「利用を検討したい」が11.9%であった。一方、小売業は「今後もしない」が40.6%で最も多く、次いで、「どちらともいえない」が23.4%、「利用を検討したい」が21.9%であった。小売業は、「利用を検討したい」で製造業より利用に前向きな傾向が見られた。

(単位:%)

業種	利用している(媒体)					利用していない(今後の方針)				
	SNS (フェイスブックなど)	ブログ (アメーバブログなど)	ミニブログ (ツイッターなど)	動画・情報共有サイト (ユーチューブなど)	その他	利用を開始する予定	利用を検討したい	どちらともいえない	あまり利用したくない	今後もしない
全体	55.6	16.7	11.1	11.1	5.6	3.3	14.9	35.3	9.3	37.2
製造業	72.7	9.1	0.0	18.2	0.0	2.6	11.9	40.4	9.3	35.8
小売業	28.6	28.6	28.6	0.0	14.3	4.7	21.9	23.4	9.4	40.6

問6. インターネットの利用課題(3つまで回答可)



インターネットの利用課題は、「特にない」が29.4%と最も多かった。2位以下は「セキュリティ確保への不安」が24.7%、「インターネットの利用に長けた人材の不足」が22.6%、「有効に活用するノウハウがない」が20.9%、「利用による効果が検証できない」が20.4%と続いた。

業種別にみると、両業種とも「特にない」が最も多く、ともに約3割を占めた。「セキュリティ確保への不安」は、小売業で19.4%であるのに対し、製造業は27.0%と多かった。「利用による効果が検証できない」も、小売業で13.9%であるのに対し、製造業は23.3%と多かった。一方、「インターネットの利用に長けた人材の不足」は、製造業で20.2%であるのに対し、小売業は27.8%と多かった。

(単位:%)

業種	セキュリティ確保への不安	コスト負担が大きい	インターネットの利用に長けた人材の不足	有効に活用するノウハウがない	利用による効果が検証できない	業務繁忙で取り組む余裕がない	必要性を感じない	インターネットを利用できる環境がない	その他	特になし
全体	24.7	11.1	22.6	20.9	20.4	10.6	14.0	3.4	1.3	29.4
製造業	27.0	9.8	20.2	22.1	23.3	9.8	13.5	2.5	1.2	29.4
小売業	19.4	13.9	27.8	18.1	13.9	12.5	15.3	5.6	1.4	29.2

製造業

大田区 中小企業景況調査 比較表

平成24年10月～12月期

[今期の景況]

		全体	輸送用 機械器具	電気機械器具	一般機械 器具、金型	金属製品、 建設用金属、 金属プレス	精密機械器具
業況		-49	-47	-42	-55	-61	-41
売上額		-40	-48	-42	-46	-49	-15
受注残		-50	-63	-45	-55	-61	-30
収益		-48	-60	-45	-43	-61	-31
販売価格		-27	-15	-27	-29	-32	-32
原材料価格		18	4	24	15	12	36
原材料在庫		13	7	16	11	17	11
資金繰り		-39	-34	-36	-33	-51	-37
雇用							
雇用	残業時間	-25	-33	-34	-31	-24	-33
	人手	8	0	23	-3	19	10
同期比	売上額	-42	-60	-31	-33	-67	-40
	収益	-49	-64	-49	-39	-64	-52
経営上の 問題点	①売上の停滞・減少	79	85	74	72	88	86
	②利幅の縮小	27	27	13	31	33	29
	③工場・機械の狭小・老朽化	23	19	10	33	33	29
	④同業者間の競争の激化	19	19	13	17	30	10
	⑤販売納入先からの値下げ要請	19	27	21	22	9	24
重点 経営 施策	①販路を広げる	59	46	69	56	61	62
	②経費を節減する	57	42	59	59	64	48
	③新製品・技術を開発する	25	21	31	27	3	57
	④人材を確保する	23	21	18	21	24	33
	⑤情報力を強化する	18	33	13	21	21	10
借入の難易度		-2	17	5	-6	-19	-10

[来期の景況見通し]

業況		-53	-51	-43	-58	-61	-51
売上額		-41	-25	-43	-56	-42	-41
受注残		-39	-37	-39	-47	-47	-33
収益		-44	-35	-49	-48	-55	-38
販売価格		-29	-22	-38	-33	-31	-28
原材料価格		25	18	31	14	18	39
原材料在庫		8	2	17	7	8	11
資金繰り		-32	-27	-35	-29	-46	-31
雇用							
雇用	残業時間	-27	-33	-34	-42	-12	-19
	人手	3	4	15	0	6	-5

* 単純D・Iを表示している項目。雇用面、前年同期比、借入難易度

* 企業割合(%)を表示している項目。経営上の問題点、重点経営施策

小売業

大田区 中小企業景況調査 比較表

平成24年10月～12月期

[今期の景況]

		全体	家具、家電	飲食店	飲食料品	衣服、身の回り品
業況		-61	-63	-46	-70	-60
売上額		-40	-34	-12	-65	-40
収益		-51	-42	-42	-63	-43
販売価格		-33	-49	-29	-9	-63
仕入価格		3	-17	5	30	-16
在庫		1	-1	-7	2	25
資金繰り		-46	-51	-16	-51	-70
雇用						
	残業時間	-10	-19	-40	10	-12
	人手	-9	6	-30	-46	-6
同期比						
	売上額	-45	-25	-30	-55	-67
	収益	-58	-38	-50	-82	-77
	販売価格	-42	-44	-50	-18	-71
経営上の問題点						
	①売上の停滞・減少	67	65	60	64	79
	②取引先の減少	32	24	20	46	21
	③同業者間の競争の激化	24	41	30	9	11
	③利幅の縮小	24	29	10	9	26
	⑤商店街の集客力の低下	22	6	20	27	42
重点経営施策						
	①経費を節減する	59	31	80	82	59
	②売れ筋商品を取扱う	30	31	10	36	47
	③品揃えを改善する	24	13	30	18	35
	④新しい事業を始める	14	31	20	9	0
	⑤宣伝・広報を強化する	13	13	10	0	24
借入の難易度		-18	0	-40	-18	-22

[来期の景況見通し]

業況		-67	-61	-57	-85	-85
売上額		-39	-17	-7	-34	-66
収益		-43	-32	-34	-43	-61
販売価格		-26	-52	-17	-1	-54
仕入価格		5	-17	8	26	-21
在庫		-4	4	-19	-5	15
資金繰り		-51	-52	-19	-43	-80
雇用						
	残業時間	-14	-20	-40	0	-6
	人手	-5	0	-20	-27	0

* 単純D・Iを表示している項目。雇用面、前年同期比、借入難易度

* 企業割合(%)を表示している項目。経営上の問題点、重点経営施策

製造業
地域名:大田区
中分類:業種合計

中小企業景況調査 転記表 NO. 1

24年10~12月期

1/2

注:各項目の右側は、前期調査における予想(計画)値です。

項目	調査期		23年		23年		23年		23年		24年		24年		24年		対 前期比	25年 1~3月期	
	23年 1~3月期	23年 4~6月期	23年 7~9月期	23年 10~12月期	24年 1~3月期	24年 4~6月期	24年 7~9月期	24年 10~12月期	24年 1~3月期	24年 4~6月期	24年 7~9月期	24年 10~12月期							
業況	良い	29.9	8.4	18.9	9.3	17.8	9.7	22.5	17.8	23.9	15.6	16.6	20.9	13.2	13.7	14.0	12.9		7.6
	普通	17.4	18.7	25.7	19.1	28.2	29.1	28.8	23.3	28.8	28.8	25.8	27.0	27.0	27.3	20.3	21.1		24.4
	悪い	52.7	72.9	55.4	71.6	54.0	61.1	48.8	58.9	47.2	55.6	57.7	52.1	59.8	59.0	65.7	66.1		68.0
	D-I	-22.8	-64.5	-36.6	-62.3	-36.2	-51.4	-26.3	-41.1	-23.3	-40.0	-41.1	-31.3	-46.6	-45.3	-51.7	-53.2		-60.5
	修正値	-22.5	-56.9	-28.9	-56.4	-34.3	-49.7	-24.5	-45.9	-25.8	-29.8	-35.5	-22.8	-44.2	-43.9	-48.6	-55.8	-4.0	-52.9
	傾向値	-39.5		-35.3		-34.0		-31.9		-30.5		-31.1		-33.0		-37.5			
売上額	増加	34.2	12.0	22.7	8.2	27.0	18.2	28.9	19.0	26.8	19.5	20.9	17.7	15.5	16.1	19.8	15.5		11.6
	変らず	21.2	24.7	25.6	26.6	25.8	30.7	30.8	27.0	29.3	24.5	22.7	34.8	29.3	29.2	18.0	26.4		25.6
	減少	44.6	63.3	51.7	65.2	47.2	51.1	40.3	54.0	43.9	56.0	56.4	47.6	55.2	54.7	62.2	58.0		62.8
	D-I	-10.3	-51.2	-29.0	-57.1	-20.2	-33.0	-11.3	-35.0	-17.1	-36.5	-35.6	-29.9	-39.7	-38.5	-42.4	-42.5		-51.2
	修正値	-7.8	-38.8	-21.1	-51.1	-23.7	-37.4	-11.9	-40.3	-15.1	-21.6	-29.7	-19.2	-41.4	-43.7	-40.4	-46.4	1.0	-40.5
	傾向値	-13.0		-16.3		-20.0		-19.2		-18.6		-20.2		-23.5		-29.8			
受注残	増加	23.1	10.3	16.7	11.5	20.6	19.4	20.4	18.6	23.6	15.9	12.4	18.6	7.6	10.6	9.4	14.0		7.6
	変らず	30.2	29.7	32.8	25.3	33.1	32.6	36.3	32.9	34.2	34.4	35.4	37.9	42.4	39.4	28.8	32.7		35.3
	減少	46.7	60.0	50.6	63.2	46.3	48.0	43.3	48.4	42.2	49.7	52.2	43.5	50.0	50.0	61.8	53.2		57.1
	D-I	-23.6	-49.7	-33.9	-51.6	-25.6	-28.6	-22.9	-29.8	-18.6	-33.8	-39.8	-24.8	-42.4	-39.4	-52.4	-39.2		-49.4
	修正値	-22.4	-37.1	-24.8	-46.3	-28.7	-33.5	-21.9	-35.5	-18.5	-18.1	-31.5	-16.4	-44.6	-43.1	-49.9	-43.9	-5.0	-38.5
	傾向値	-20.7		-24.0		-26.9		-27.1		-25.9		-26.0		-28.8		-34.6			
収益	増加	26.1	9.6	20.0	8.7	19.1	14.2	23.9	16.8	28.7	14.5	15.3	17.7	15.5	12.3	12.8	12.1		9.3
	変らず	22.8	26.3	23.4	22.8	27.8	31.3	26.4	29.8	23.8	29.6	27.0	32.3	28.2	32.5	25.6	28.7		28.5
	減少	51.1	64.1	56.6	68.5	53.1	54.5	49.7	53.4	47.6	56.0	57.7	50.0	56.3	55.2	61.6	59.2		62.2
	D-I	-25.0	-54.5	-36.6	-59.8	-34.0	-40.3	-25.8	-36.6	-18.9	-41.5	-42.3	-32.3	-40.8	-42.9	-48.8	-47.1		-52.9
	修正値	-20.9	-43.3	-28.9	-54.1	-36.6	-42.9	-26.6	-43.3	-17.5	-28.2	-36.2	-23.1	-43.1	-45.2	-47.7	-51.9	-5.0	-43.8
	傾向値	-22.4		-24.9		-28.7		-30.3		-29.6		-29.5		-31.1		-34.8			
価格動向	販売価格	-17.5	-32.5	-24.6	-22.4	-22.4	-23.4	-23.3	-24.2	-22.6	-24.5	-27.3	-22.0	-24.4	-24.8	-28.8	-29.1		-34.1
	〃 修正値	-15.2	-27.3	-21.1	-19.7	-23.4	-23.5	-20.9	-25.0	-20.7	-18.5	-25.1	-19.3	-25.6	-26.9	-26.5	-29.7	-1.0	-28.8
	〃 傾向値	-26.8		-25.0		-23.6		-22.3		-22.6		-23.5		-24.1		-25.1			
	原材料価格	44.2	28.9	46.6	55.8	31.9	46.6	20.6	22.1	30.7	16.9	9.9	28.8	11.5	10.5	6.4	10.9		8.7
	〃 修正値	51.1	40.7	38.7	54.6	27.0	34.4	29.8	22.5	37.7	31.8	10.6	28.0	10.6	6.6	17.6	14.3	7.0	25.3
	〃 傾向値	38.3		40.8		40.5		37.6		34.1		27.9		20.7		16.4			
在庫・資金	原材料在庫数量	2.8	10.0	4.1	2.2	12.7	0.6	13.1	8.9	13.8	11.2	15.1	9.4	20.3	7.6	14.2	21.4		10.7
	〃 修正値	2.6	7.5	5.6	3.0	11.7	2.0	9.7	8.0	13.2	7.3	16.7	10.0	19.4	9.1	12.8	19.7	-7.0	8.3
	資金繰り	-28.2	-40.6	-30.3	-42.0	-29.2	-33.1	-33.3	-35.4	-25.3	-40.3	-30.8	-32.7	-32.2	-42.1	-41.9	-39.1		-36.0
	〃 修正値	-22.7	-36.9	-29.3	-37.6	-28.4	-32.0	-33.1	-36.4	-20.1	-36.3	-31.6	-27.3	-32.3	-42.3	-39.2	-41.0	-7.0	-32.4
前年同	売上額	-1.7		-14.4		-17.0		-12.3		-9.3		-16.3		-30.6		-41.8			
	収益	-12.6		-22.0		-30.0		-21.3		-17.3		-26.1		-33.9		-49.1			
雇用	残業時間	-12.2	-24.2	-24.9	-35.0	-16.6	-28.3	-12.1	-21.0	-19.9	-24.8	-21.4	-23.7	-23.7	-22.0	-25.4	-20.1		-27.2
	人手	1.1	13.9	10.9	12.6	7.4	13.7	2.5	13.6	4.4	8.9	12.0	6.3	5.8	14.6	7.6	7.6		2.9
借入金	借入難易度	-15.4		-12.6		-7.0		-11.8		-0.6		-5.8		-1.8		-1.8			
	借入をした(%)	34.3	22.8	26.3	25.7	38.9	18.3	36.8	19.6	24.5	18.1	23.7	16.4	34.1	21.3	37.6	18.4		25.6
	借入をしな(%)	65.7	77.2	73.7	74.3	61.1	81.7	63.2	80.4	75.5	81.9	76.3	83.6	65.9	78.7	62.4	81.6		74.4
有効回答事業所数		185		176		166		162		165		163		174		172			

注:各項目の右側は、前期調査における予想(計画)値です。

項目	調査期		23年		23年		23年		23年		24年		24年		24年		対 前期比	25年 1~3月期	
	23年 1~3月期	23年 4~6月期	23年 7~9月期	23年 10~12月期	24年 1~3月期	24年 4~6月期	24年 7~9月期	24年 10~12月期	対 前期比	25年 1~3月期	24年 1~3月期	24年 4~6月期	24年 7~9月期	24年 10~12月期	対 前期比	25年 1~3月期			
設備投資動向 (%)	現在の設備	-4.4	-7.4	-4.6	3.9	-5.0	-5.2	-8.6	-5.1	-5.7	-5.3	-3.1	-2.5	0.6	-3.1	-4.7	4.1		-4.7
	実施した	27.8	30.6	21.4	20.7	31.8	20.7	25.5	24.7	25.0	30.1	26.0	27.6	30.8	24.2	30.1	24.1		27.5
	事業用地・建物	2.8	3.1	3.6	2.4	3.2	1.2	1.3	2.7	1.9	4.1	3.9	3.3	3.6	3.9	3.7	3.1		3.9
	機械・設備の新・増設	8.5	10.6	4.2	10.1	7.8	9.1	9.4	5.5	9.0	10.3	13.6	14.5	12.4	8.5	12.9	9.3		9.8
	機械・設備の更改	6.3	19.4	6.0	8.3	9.7	6.1	8.7	11.0	11.5	16.4	11.0	13.8	11.2	12.4	12.9	11.7		13.1
	事務機器	13.1	8.1	11.9	7.1	12.3	7.9	8.7	7.5	10.9	11.6	8.4	8.6	10.7	5.2	12.3	6.8		10.5
	車両	8.5	4.4	5.4	5.3	9.7	6.1	6.7	2.7	6.4	4.8	6.5	4.6	6.5	4.6	8.6	3.1		6.5
	その他	0.6	0.0	1.2	0.6	0.6	0.0	1.3	0.7	0.0	0.7	0.6	0.0	2.4	0.7	0.0	1.2		0.7
	実施しない	72.2	69.4	78.6	79.3	68.2	79.3	74.5	75.3	75.0	69.9	74.0	72.4	69.2	75.8	69.9	75.9		72.5
	経営上の問題点 (%)	売上の停滞・減少	72.1		65.9		70.8		66.9		65.4		68.3		75.6		78.5		
人手不足		6.0		2.9		4.3		8.3		6.2		5.6		3.5		8.7			
大手企業との競争の激化		3.3		3.5		0.0		3.2		1.9		3.1		1.7		1.2			
同業者間の競争の激化		21.3		20.8		23.0		20.4		20.4		22.4		13.4		19.2			
親企業による選別の強化		6.0		8.7		6.8		10.8		8.6		9.9		8.7		10.5			
輸入製品との競争の激化		5.5		5.8		5.0		5.1		5.6		9.9		5.2		9.3			
合理化の不足		4.4		4.0		6.2		5.1		6.2		8.7		11.0		4.1			
利幅の縮小		26.8		30.1		29.2		30.6		26.5		26.7		26.2		27.3			
原材料高		33.3		31.8		24.2		17.2		18.5		10.6		14.0		9.9			
販売納入先からの値下げ要請		12.6		13.9		16.8		20.4		18.5		19.3		15.7		18.6			
仕入先からの値上げ要請		7.7		9.8		6.2		7.0		8.6		3.1		4.1		3.5			
人件費の増加		6.6		5.2		4.3		5.7		6.2		5.6		6.4		5.8			
人件費以外の経費の増加		5.5		5.2		5.6		3.2		9.3		8.7		5.8		9.9			
工場・機械の狭小・老朽化		17.5		19.7		11.8		17.8		17.9		22.4		19.8		22.7			
生産能力の不足		4.9		4.6		5.0		5.7		3.7		5.0		4.1		8.1			
下請の確保難		3.8		2.3		4.3		1.3		5.6		3.7		4.7		1.7			
代金回収の悪化		1.6		1.7		1.2		1.3		0.0		0.6		0.6		0.6			
地価の高騰		0.5		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0			
天候の不順		0.0		0.0		0.0		0.6		0.0		0.0		0.0		0.0			
地場産業の衰退		1.1		4.0		5.0		3.2		5.6		3.7		2.9		1.7			
大手企業・工場の縮小・撤退	7.1		6.4		6.2		11.5		8.0		8.7		9.9		11.0				
為替レートの変動	4.9		4.0		5.0		4.5		4.3		3.7		5.2		7.0				
その他	8.2		2.3		1.9		6.4		3.1		3.7		4.7		1.7				
問題なし	1.6		4.0		3.1		1.9		1.2		1.2		1.2		0.6				
重点経営施策 (%)	販路を広げる	55.7		50.9		49.4		61.8		59.4		60.6		60.5		58.9			
	経費を節減する	61.7		61.4		56.9		58.0		56.9		58.8		50.3		56.5			
	情報力を強化する	20.8		26.3		21.9		22.3		20.0		23.8		17.4		17.9			
	新製品・技術を開発する	24.6		26.9		25.0		28.0		28.1		25.6		28.7		25.0			
	不採算部門を整理・縮小する	8.2		5.8		5.6		5.1		6.3		5.6		4.8		9.5			
	提携先を見つける	7.7		7.6		6.9		5.1		9.4		5.6		10.2		7.7			
	機械化を推進する	4.4		5.3		3.8		7.6		8.8		5.6		7.2		7.7			
	人材を確保する	18.0		18.7		15.0		15.9		15.0		11.9		14.4		22.6			
	パート化を図る	2.7		2.9		5.0		5.1		5.0		3.8		2.4		2.4			
	教育訓練を強化する	10.9		10.5		13.1		10.2		13.8		14.4		10.2		11.9			
	労働条件を改善する	2.7		0.0		1.3		1.9		1.3		0.6		2.4		2.4			
	工場・機械を増設・移転する	3.8		5.3		5.6		7.6		6.9		5.0		4.8		2.4			
	不動産の有効活用を図る	2.7		2.3		2.5		2.5		3.8		2.5		3.0		3.0			
その他	3.3		0.6		1.9		3.2		0.0		0.0		0.6		1.2				
特になし	7.1		9.4		8.8		7.6		6.3		6.3		10.8		7.7				
有効回答事業所数		185		176		166		162		165		163		174		172			

小売業
 地域名:大田区
 中分類:業種合計

中小企業景況調査 転記表 NO.1

24年10~12月期 1/2

注:各項目の右側は、前期調査における予想(計画)値です。

項目	調査期		23年		23年		23年		23年		24年		24年		24年		対 前期比	25年 1~3月期	
	1~3月期	4~6月期	7~9月期	10~12月期	1~3月期	4~6月期	7~9月期	10~12月期	1~3月期	4~6月期	7~9月期	10~12月期							
業況	良い	13.4	8.3	14.6	8.5	13.7	10.3	6.7	9.6	11.8	5.6	13.4	11.5	12.3	11.3	5.7	10.0		4.7
	普通	8.5	25.0	12.4	15.9	23.2	16.1	14.4	20.2	20.0	21.1	19.5	23.0	14.8	20.0	21.8	17.5		17.6
	悪い	78.0	66.7	73.0	75.6	63.2	73.6	78.9	70.2	68.2	73.3	67.1	65.5	72.8	68.8	72.4	72.5		77.6
	D-I	-64.6	-58.3	-58.4	-67.1	-49.5	-63.2	-72.2	-60.6	-56.5	-67.8	-53.7	-54.0	-60.5	-57.5	-66.7	-62.5		-72.9
	修正値	-62.7	-50.4	-59.6	-64.0	-45.6	-61.6	-68.7	-62.5	-54.7	-61.7	-57.2	-50.6	-59.8	-55.4	-60.7	-65.6	-1.0	-67.2
	傾向値	-59.6		-60.4		-59.6		-59.5		-60.2		-58.6		-59.3		-60.0			
売上額	増加	13.4	12.5	18.9	9.8	24.2	18.2	15.6	19.1	16.1	6.7	19.5	17.2	12.3	11.3	19.3	21.0		10.3
	変らず	18.3	18.1	14.4	23.2	16.8	18.2	20.0	18.1	20.7	28.9	23.2	17.2	23.5	30.0	22.7	19.8		25.3
	減少	68.3	69.4	66.7	67.1	58.9	63.6	64.4	62.8	63.2	64.4	57.3	65.5	64.2	58.8	58.0	59.3		64.4
	D-I	-54.9	-56.9	-47.8	-57.3	-34.7	-45.5	-48.9	-43.6	-47.1	-57.8	-37.8	-48.3	-51.9	-47.5	-38.6	-38.3		-54.0
	修正値	-45.7	-44.2	-51.8	-55.0	-34.9	-46.1	-48.7	-50.4	-36.2	-43.4	-42.6	-44.9	-52.8	-48.4	-40.0	-46.9	13.0	-39.1
	傾向値	-49.1		-48.4		-47.5		-45.9		-45.6		-43.4		-44.3		-45.1			
収益	増加	11.0	11.0	18.9	11.1	20.2	16.9	10.0	14.0	10.3	5.6	13.4	14.9	12.3	10.0	12.5	18.8		8.0
	変らず	12.2	23.3	13.3	19.8	18.1	18.0	21.1	21.5	23.0	25.8	24.4	19.5	22.2	28.8	28.4	21.3		29.9
	減少	76.8	65.8	67.8	69.1	61.7	65.2	68.9	64.5	66.7	68.5	62.2	65.5	65.4	61.3	59.1	60.0		62.1
	D-I	-65.9	-54.8	-48.9	-58.0	-41.5	-48.3	-58.9	-50.5	-56.3	-62.9	-48.8	-50.6	-53.1	-51.3	-46.6	-41.3		-54.0
	修正値	-56.2	-44.3	-53.6	-53.5	-39.0	-48.8	-60.5	-56.2	-41.6	-52.1	-53.3	-44.8	-53.5	-52.4	-50.7	-49.8	3.0	-43.1
	傾向値	-53.6		-53.3		-51.5		-51.6		-52.6		-51.4		-52.8		-52.7			
価格動向	販売価格	-23.2	-41.1	-26.7	-22.0	-31.6	-21.1	-32.6	-33.3	-26.4	-46.1	-33.3	-21.8	-23.5	-33.8	-37.5	-28.4		-39.1
	// 修正値	-19.3	-33.8	-28.6	-22.6	-30.2	-22.0	-28.7	-34.7	-23.1	-36.1	-35.5	-24.1	-23.7	-35.0	-32.5	-29.0	-9.0	-26.0
	// 傾向値	-39.6		-33.8		-29.6		-28.2		-28.9		-30.1		-30.0		-29.6			
	仕入価格	18.3	-13.7	9.1	22.2	2.1	14.8	0.0	4.3	4.6	-6.7	-2.5	0.0	0.0	-7.6	-2.3	2.5		-5.7
	// 修正値	22.3	-9.9	4.8	24.6	1.9	9.9	2.2	0.8	8.2	0.6	-2.5	2.1	0.4	-7.9	2.5	0.2	2.0	4.8
	// 傾向値	-14.2		-5.0		2.9		6.7		5.7		2.5		0.8		0.2			
在庫・資金	在庫数量	1.2	6.9	5.7	-14.6	1.1	8.0	6.8	7.5	3.4	1.1	8.5	-8.0	-2.5	0.0	4.7	-6.2		-1.2
	// 修正値	3.1	5.1	8.1	-13.7	0.3	11.7	2.4	3.9	5.6	-1.1	9.3	-4.7	-0.8	2.2	1.1	-7.6	2.0	-4.3
	資金繰り	-44.3	-47.2	-51.7	-45.6	-43.0	-52.8	-54.7	-47.3	-41.9	-57.0	-46.9	-41.9	-57.0	-58.0	-47.7	-57.0		-55.2
	// 修正値	-40.1	-43.7	-50.3	-40.8	-43.8	-53.3	-52.2	-46.4	-39.0	-53.3	-47.9	-38.9	-56.3	-59.0	-46.0	-55.9	10.0	-51.3
前年同	売上額	-38.0		-45.7		-40.2		-50.6		-32.2		-34.6		-41.0		-45.0			
	収益	-55.7		-48.1		-45.3		-60.2		-40.7		-46.9		-50.0		-58.2			
	販売価格	-26.9		-30.4		-36.1		-36.9		-25.6		-27.2		-23.4		-41.8			
雇用	残業時間	-36.4	-11.8	-20.3	-18.2	-16.9	-16.5	-20.2	-16.9	-15.7	-20.2	-15.6	-9.6	-21.1	-13.2	-10.3	-18.4		-14.3
	人手	-5.1	-8.5	-1.3	-7.7	-12.0	-3.9	-4.8	-15.7	-21.4	-8.3	-3.9	-21.4	-11.8	-7.9	-8.8	-18.4		-5.1
借入金	借入難易度	-12.2		-22.7		-16.5		-11.0		-14.5		-11.8		-23.4		-18.2			
	借入をした(%)	30.4	12.7	24.7	19.2	40.0	17.3	28.2	23.7	26.5	14.9	28.4	14.3	31.6	15.6	27.7	21.9		12.8
	借入をしな(%)	69.6	87.3	75.3	80.8	60.0	82.7	71.8	76.3	73.5	85.1	71.6	85.7	68.4	84.4	72.3	78.1		87.2
有効回答事業所数		82		90		95		90		87		84		82		88			

注:各項目の右側は、前期調査における予想(計画)値です。

項目	調査期		23年		23年		23年		23年		24年		24年		24年		対 前期比	25年 1~3月期	
	1~3月期	4~6月期	7~9月期	10~12月期	1~3月期	4~6月期	7~9月期	10~12月期	1~3月期	4~6月期	7~9月期	10~12月期							
設備投資動向(%)	現在の設備	-16.5	-17.1	-18.2	-12.7	-22.2	-19.5	-15.7	-22.0	-26.5	-16.9	-27.6	-27.7	-17.6	-24.3	-17.1	-18.7		-17.8
	実施した	20.3	20.6	30.8	17.9	23.5	30.8	22.0	15.4	18.1	17.3	20.0	17.1	29.7	24.7	15.8	23.2		11.0
	事業用地・建物	1.3	3.2	2.6	1.3	2.5	2.6	2.4	0.0	3.6	2.5	1.3	1.2	1.4	3.9	0.0	2.9		0.0
	機械・設備の新・増設	3.8	6.3	7.7	5.1	7.4	7.7	3.7	2.6	3.6	1.2	5.3	7.3	8.1	3.9	3.9	2.9		2.7
	機械・設備の更改	7.6	7.9	9.0	9.0	7.4	6.4	7.3	3.8	4.8	3.7	12.0	6.1	6.8	7.8	5.3	2.9		2.7
	事務機器	12.7	4.8	10.3	9.0	8.6	11.5	13.4	2.6	8.4	8.6	6.7	2.4	14.9	3.9	10.5	7.2		4.1
	車両	3.8	7.9	11.5	3.8	4.9	14.1	6.1	9.0	4.8	3.7	9.3	3.7	9.5	10.4	2.6	11.6		4.1
	その他	0.0	0.0	3.8	1.3	3.7	3.8	1.2	2.6	2.4	1.2	0.0	2.4	2.7	5.2	0.0	1.4		0.0
実施しない	79.7	79.4	69.2	82.1	76.5	69.2	78.0	84.6	81.9	82.7	80.0	82.9	70.3	75.3	84.2	76.8		89.0	
経営上の問題点(%)	売上の停滞・減少	73.8		68.8		73.6		70.6		67.8		63.9		70.9		67.1			
	人手不足	6.3		6.3		9.2		7.1		6.9		7.2		7.6		12.2			
	同業者間の競争の激化	28.8		27.5		19.5		23.5		29.9		25.3		27.8		24.4			
	大型店との競争の激化	11.3		17.5		16.1		18.8		18.4		16.9		16.5		14.6			
	輸入製品との競争の激化	1.3		1.3		2.3		2.4		1.1		0.0		0.0		0.0			
	利幅の縮小	27.5		31.3		26.4		20.0		24.1		25.3		25.3		24.4			
	取扱商品の陳腐化	3.8		6.3		5.7		9.4		5.7		8.4		7.6		3.7			
	販売商品の不足	11.3		6.3		5.7		8.2		2.3		4.8		3.8		6.1			
	販売納入先からの値下げ要請	1.3		2.5		3.4		2.4		0.0		2.4		2.5		2.4			
	仕入先からの値上げ要請	18.8		15.0		5.7		5.9		6.9		6.0		6.3		3.7			
	人件費の増加	10.0		5.0		9.2		10.6		5.7		13.3		3.8		7.3			
	人件費以外の経費の増加	5.0		5.0		8.0		5.9		6.9		3.6		1.3		3.7			
	取引先の減少	8.8		22.5		18.4		16.5		16.1		19.3		19.0		31.7			
	商圏人口の減少	5.0		7.5		5.7		3.5		4.6		3.6		2.5		6.1			
	商店街の集客力の低下	16.3		15.0		24.1		23.5		16.1		16.9		24.1		22.0			
	店舗の狭小・老朽化	5.0		3.8		10.3		8.2		17.2		7.2		5.1		7.3			
	代金回収の悪化	3.8		1.3		2.3		0.0		0.0		3.6		3.8		2.4			
	地価の高騰	0.0		0.0		1.1		1.2		0.0		0.0		0.0		0.0			
	駐車場の確保難	1.3		0.0		1.1		2.4		1.1		2.4		3.8		0.0			
	天候の不順	2.5		5.0		8.0		4.7		11.5		9.6		7.6		3.7			
地場産業の衰退	3.8		6.3		3.4		5.9		2.3		7.2		7.6		7.3				
大手企業・工場の縮小・撤退	2.5		3.8		3.4		4.7		5.7		4.8		6.3		4.9				
その他	6.3		5.0		2.3		2.4		2.3		1.2		2.5		1.2				
問題なし	1.3		0.0		3.4		1.2		4.6		3.6		3.8		1.2				
重点経営施策(%)	品揃えを改善する	27.3		23.4		35.7		26.2		29.4		30.4		19.5		24.4			
	経費を節減する	63.6		63.6		54.8		50.0		52.9		55.7		53.2		59.0			
	宣伝・広報を強化する	14.3		23.4		21.4		15.5		24.7		21.5		14.3		12.8			
	新しい事業を始める	16.9		10.4		8.3		11.9		5.9		12.7		15.6		14.1			
	店舗・設備を改装する	5.2		9.1		8.3		8.3		14.1		8.9		7.8		5.1			
	仕入先を開拓・選別する	19.5		15.6		14.3		4.8		9.4		19.0		14.3		9.0			
	営業時間を延長する	2.6		2.6		2.4		1.2		1.2		1.3		1.3		0.0			
	売れ筋商品を取扱う	22.1		24.7		21.4		20.2		24.7		21.5		24.7		29.5			
	商店街事業を活性化させる	10.4		10.4		11.9		8.3		10.6		5.1		7.8		6.4			
	機械化を推進する	0.0		0.0		0.0		0.0		1.2		2.5		1.3		0.0			
	人材を確保する	6.5		11.7		8.3		10.7		15.3		10.1		10.4		11.5			
	パート化を図る	3.9		5.2		7.1		6.0		2.4		5.1		3.9		2.6			
	教育訓練を強化する	19.5		18.2		20.2		15.5		17.6		10.1		15.6		9.0			
	輸入品の取扱いを増やす	0.0		0.0		2.4		0.0		1.2		0.0		1.3		0.0			
不動産の有効活用を図る	1.3		1.3		3.6		3.6		3.5		3.8		2.6		3.8				
その他	5.2		1.3		4.8		2.4		0.0		1.3		1.3		1.3				
特になし	5.2		3.9		4.8		11.9		8.2		11.4		11.7		11.5				
有効回答事業所数		82		90		95		90		87		84		82		88			

調査の概要

1. 調査時期 平成 24 年 12 月
2. 調査方法 郵送アンケート調査
3. 調査の対象と回収状況

	調査対象事業所数	有効回答事業所数
製 造 業	250	172
小 売 業	190	88
合 計	440	260

大田区産業経済部産業振興課
〒144-0035 東京都大田区南蒲田一丁目 20 番 20 号
TEL 03(3733)6181