









北区の景況

平成28年4～6月期

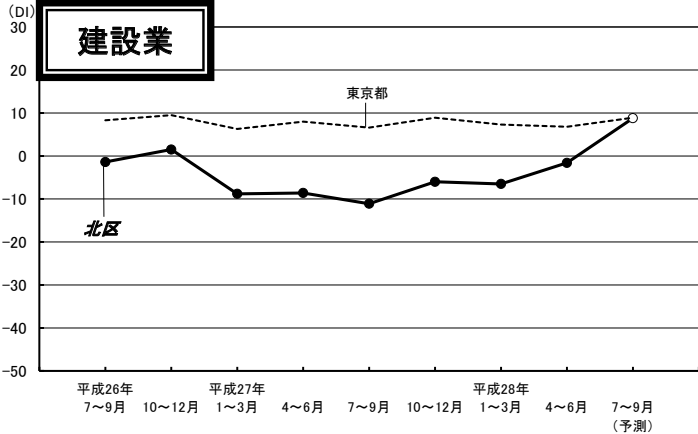
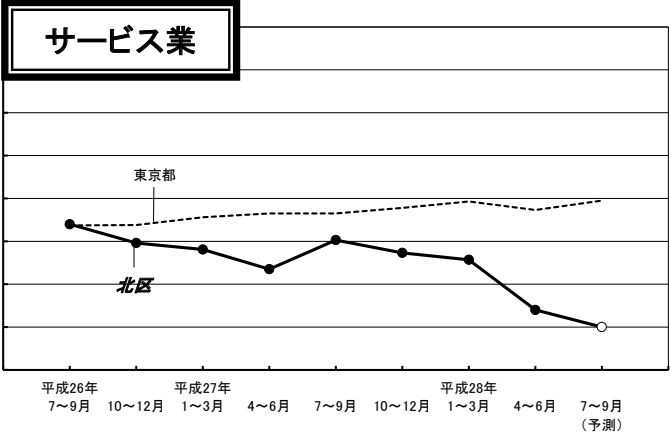
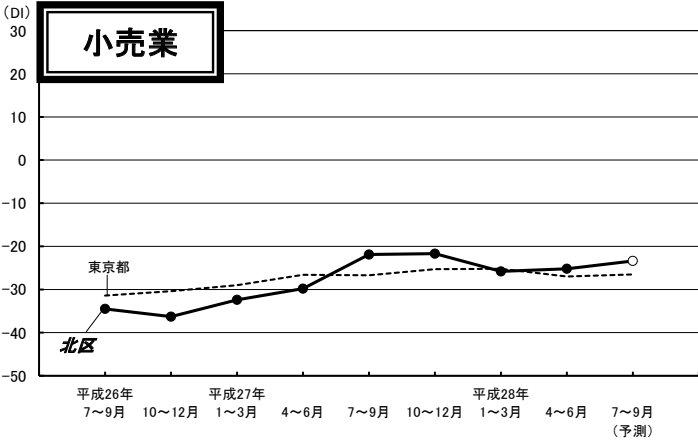
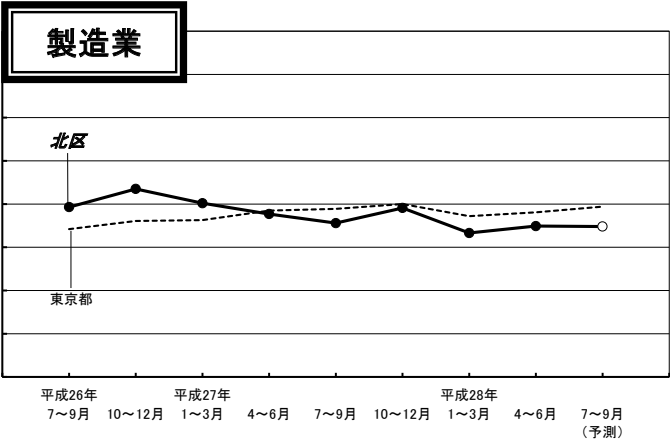
調査対象 製造業131社 小売業83社
サービス業39社 建設業40社
調査方法 面接聴取
調査機関 (社) 東京都信用金庫協会
分析・作成 (株) 帝国データバンク

これは、平成28年6月中旬に調べた区内中小企業の景気動向と、これから先の3ヵ月間（平成28年7～9月期）の予想をまとめたものです。

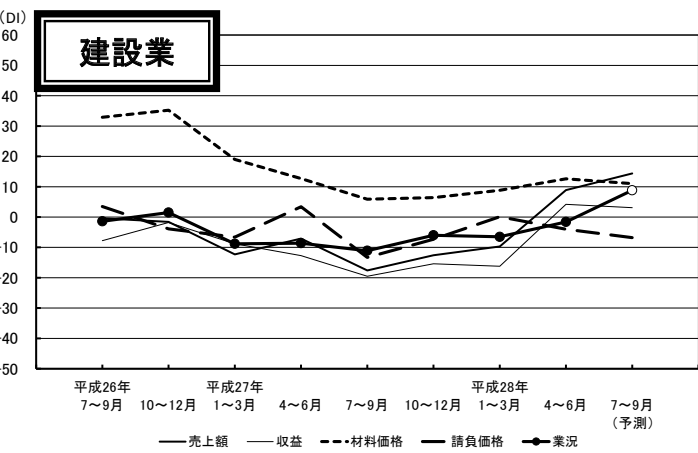
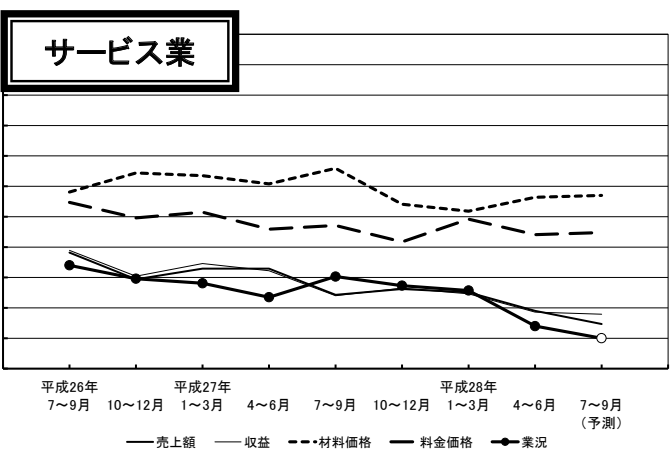
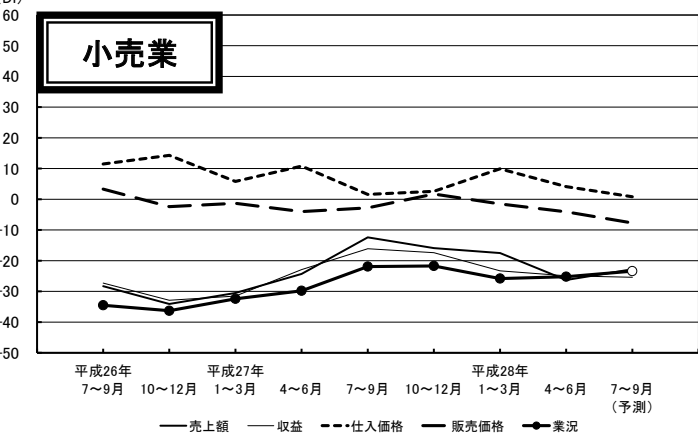
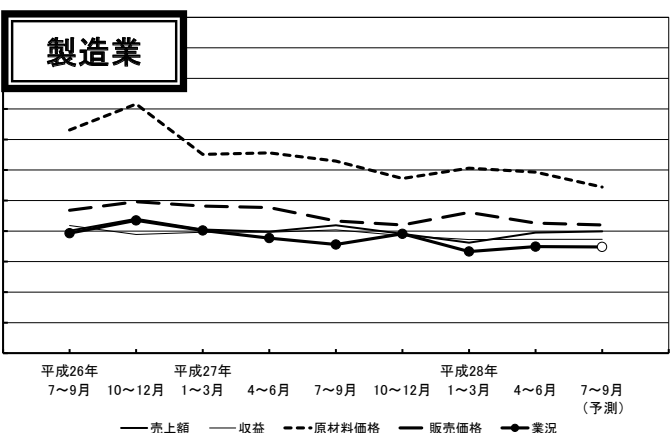
季調済DI (修正値)							
	好調 ←			普通		→ 不調	
製造業	20以上	19～10	9～0	△1～△10	△11～△20	△21～△30	△31以下
小売業	10以上	9～0	△1～△10	△11～△20	△21～△30	△31～△40	△41以下
サービス業	15以上	14～5	4～△5	△6～△15	△16～△25	△26～△35	△36以下
建設業	20以上	19～10	9～0	△1～△10	△11～△20	△21～△30	△31以下

製 造 業	前期		業況DIは前期比1.6ポイント増の-15.1と2期ぶりに改善した。全都との比較では5期連続で北区が下回った。売上額はわずかに改善、収益は前期並となった。価格面では、販売価格はわずかに下降幅が拡大した一方、原材料価格は前期並の上昇幅となった。資金繰りは窮屈感が大幅に和らいだ。借入難易度は幾分容易さが増した。借入をした企業はやや増加し、設備投資をした企業はわずかに増加した。
	今期		
	来期		
小 売 業	前期		業況DIは前期比0.6ポイント増の-25.2で前期並となった。全都との比較ではやや北区が上回った。売上額は大きく悪化し、収益はやや悪化した。価格面では、仕入価格は大きく上昇幅が縮小したものの、販売価格は下落幅が拡大した。資金繰りは大幅に厳しさが弱まり、借入難易度はかなり厳しさが和らいだ。借入をした企業はやや増加した。設備投資をした企業はやや減少した。
	今期		
	来期		
サ ー ビ ス 業	前期		業況DIは前期比11.7ポイント減の-36.0となり大幅に悪化した。全都との比較では7期連続で北区が下回った。売上額は大幅に悪化し、収益は減益幅が大きく拡大した。価格面では、料金価格は下降傾向が大幅に強まり、材料価格は上昇傾向が幾分強まった。資金繰りは窮屈感が大幅に増した。借入難易度は前期と同水準で、借入をした企業は前期並となった。設備投資をした企業はやや減少した。
	今期		
	来期		
建 設 業	前期		業況DIは前期比4.9ポイント増の-1.6とやや改善した。全都との比較では15期連続で北区が下回った。売上額・収益いずれも過去2年間で初めてプラスに転じた。受注残は非常に大きく改善、施工高も大きく改善し7期ぶりにプラスに転じた。価格面では、請負価格は2期ぶりに下降に転じ、材料価格は上昇幅がやや拡大した。資金繰りは大きく窮屈感が和らぎ、借入難易度は厳しさがやや緩和した。
	今期		
	来期		

北区と全都の業況の動き(実績)と来期の予測



業況と売上額、収益等の動き(実績)と来期の予測



北区 業種別 経営上の問題点

	製造業	小売業	サービス業	建設業
上位項目	売上の停滞・減少 48.1 %	売上の停滞・減少 48.2 %	売上の停滞・減少 56.4 %	同業者間の競争の激化 65.0 %
	同業者間の競争の激化 38.2 %	同業者間の競争の激化 37.3 %	同業者間の競争の激化 46.2 %	売上の停滞・減少 35.0 %
	利幅の縮小 22.9 %	大型店との競争の激化 34.9 %	取引先の減少 12.8 % 人手不足 12.8 %	利幅の縮小 27.5 %
	大手企業との競争激化 11.5 %	商店街の集客力の低下 20.5 %	商圈人口の減少 7.7 % 材料価格の上昇 7.7 % 利幅の縮小 7.7 %	大手企業との競争激化 22.5 %
	工場・機械の狭小老朽化 10.7 %	利幅の縮小 12.0 %	人件費の増加 5.1 % 店舗・設備の狭小・老朽化 5.1 %	材料価格の上昇 17.5 % 人手不足 17.5 %

北区 業種別 重点経営施策

	製造業	小売業	サービス業	建設業
上位項目	販路を広げる 71.8 %	経費を節減する 44.6 %	経費を節減する 35.9 %	経費を節減する 67.5 %
	経費を節減する 53.4 %	品揃えを改善する 37.3 %	宣伝・広告を強化する 30.8 %	販路を広げる 67.5 %
	情報力を強化する 22.1 %	宣伝・広告を強化する 33.7 %	販路を広げる 28.2 %	情報力を強化する 27.5 %
	新製品・技術を開発する 14.5 %	売れ筋商品を取扱う 19.3 %	人材を確保する 12.8 %	人材を確保する 22.5 %
	人材を確保する 7.6 %	商店街事業を活性化 18.1 %	技術力を強化する 10.3 %	技術力を高める 15.0 %

東京都の景況

<製造業>

業況は前期同様の厳しさが続いた。売上額・収益はわずかに持ち直し、受注残は前期並の減少が続いた。価格面では、販売価格は前期同様の低下基調で、原材料価格は多少落ち着きを見せた。来期の業況は今期同様の厳しさが続くともっている。売上額は減少が一服し、受注残・収益は今期並の減少が続くと予想している。

<小売業>

業況はわずかに厳しさを増した。売上額・収益は前期並の低迷が続いた。価格面では、販売価格はやや下降を強め、仕入価格はわずかに上昇が弱まった。来期の業況は、今期同様の厳しさが続くともっている。売上額・収益は水面下ながら改善するとみている。

<サービス業>

業況はわずかに厳しさを増した。売上額・収益はやや減少を強めた。価格面では、料金価格は変動なく推移し、材料価格は前期並の上昇が続いた。来期の業況は厳しさが和らぐともっている。売上額・収益はともに水面下ながら改善するとみている。

<建設業>

業況は前期並の好感が続いた。売上額・受注残・施工高・収益は前期同様の増加で推移した。価格面では、請負価格はやや上昇が弱まり、材料価格は大きく上昇幅が縮小した。来期の業況は好感が増すと予想している。売上額・受注残は強含み、施工高・収益は今期同様の増加が続くとみている。

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」

問1 事業上のインターネット・電子メールの利用

	インターネットの利用				電子メールの利用			
	利用しており、自社ホームページも開設	利用しているが、自社ホームページは未開設	利用していないが、今後利用したい	利用することは考えていない	利用している	利用していないが、今後利用したい	利用することは考えていない	
全体	25.2	25.2	11.4	38.2	45.4	13.9	38.5	
業種	製造業	30.5	23.7	15.3	30.5	55.0	15.3	27.5
	小売業	9.6	26.5	4.8	59.0	27.7	7.2	62.7
	サービス業	23.1	12.8	12.8	51.3	28.2	17.9	51.3
	建設業	30.8	38.5	12.8	17.9	59.0	23.1	17.9

問2 事業上のソーシャルメディア等の利用

	ソーシャルメディアを利用している					ソーシャルメディアを利用していない					
	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(YouTube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	今後も利用しない	
全体	6.0	0.6		1.3	0.3	2.2	16.2	31.1	9.5	32.7	
業種	製造業	4.6	0.8		3.1		3.8	20.8	33.8	8.5	24.6
	小売業	6.0	1.2				1.2	8.4	25.3	8.4	49.4
	サービス業	7.9						15.8	23.7	15.8	36.8
	建設業	2.6				2.6	2.6	17.9	38.5	12.8	23.1

問3 事業上の情報収集源

	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	特になし	
	全体	34.9	50.6	33.0	4.4	14.2	44.3	6.9	15.4	0.3	10.7
業種	製造業	34.4	50.4	35.1	5.3	15.3	50.4	9.2	10.7		10.7
	小売業	44.6	54.2	26.5	1.2	13.3	37.3		14.5		12.0
	サービス業	30.8	46.2	28.2	5.1	5.1	28.2	2.6	23.1	2.6	15.4
	建設業	20.0	57.5	37.5	7.5	15.0	62.5	15.0	20.0		5.0

問4 取引推進上の情報発信媒体の活用

	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(ブログ含む)」を除く)	ダイレクトメール	電話・ファクシミリ	その他	特になし	
	全体	8.8	15.5	14.8	10.1	17.4	14.8	3.2	8.5	1.6	47.0
業種	製造業	9.2	16.8	10.7	3.8	21.4	22.9	2.3	13.7	1.5	40.5
	小売業	9.8	7.3	9.8	14.6	6.1	7.3	2.4		1.2	62.2
	サービス業	12.8	15.4	20.5	7.7	20.5	2.6	7.7	7.7		51.3
	建設業	2.5	22.5	20.0	22.5	17.5	7.5	2.5	10.0	2.5	50.0

問5 情報発信媒体に期待する効果とその実現状況

	期待する効果					効果の実現状況					
	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	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	34.8	10.4	8.9	0.3	44.3	0.6	10.4	30.1	10.4	10.4	
業種	製造業	39.5	13.2	5.4	0.8	39.5		11.6	31.0	13.2	10.9
	小売業	26.5	7.2	8.4		57.8		7.2	25.3	7.2	7.2
	サービス業	38.5	2.6	10.3		48.7	2.6	5.1	23.1	12.8	17.9
	建設業	27.5	12.5	15.0		42.5		15.0	32.5	7.5	7.5

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。

東京都北区地域振興部産業振興課

TEL:03(5390)1234 FAX:03(5390)1141

刊行物登録番号

28-2-008