

第 33 回 長岡しんきん業種別景気動向調査レポート

平成24年10月 発行
長岡信用金庫 総合企画部
 電話：0258-36-4344
 Mail: shinkin@nagaoka-shinkin.com
 URL: http://www.nagaoka-shinkin.com

[実績] 平成24年4月 ~ 平成24年9月 【予想】 平成24年10月 ~ 平成25年3月
 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」

**業況は若干の改善。売上、収益はマイナス幅が拡大。
 ソーシャルメディアを利用している企業は10.6%。**

(全業種) 前回・実績・予想DIの比較

	前回	変化幅	実績	変化幅	予想
業況	24.5	1.7	22.8	14.4	37.2
売上	14.0	6.6	20.6	8.7	29.3
仕入価格	25.3	11.7	13.6	3.2	16.8
販売価格	18.5	2.6	21.1	2.6	23.7
収益	25.1	5.1	30.2	11.4	41.6
在庫	5.7	0.7	6.4	2.9	3.5
受注残高	16.6	4.2	12.4	8.7	21.1
資金繰り	21.0	0.4	20.6	10.1	30.7
人手	4.4	0.5	3.9	2.2	6.1
設備状況	5.3	2.2	7.5	3.5	4.0

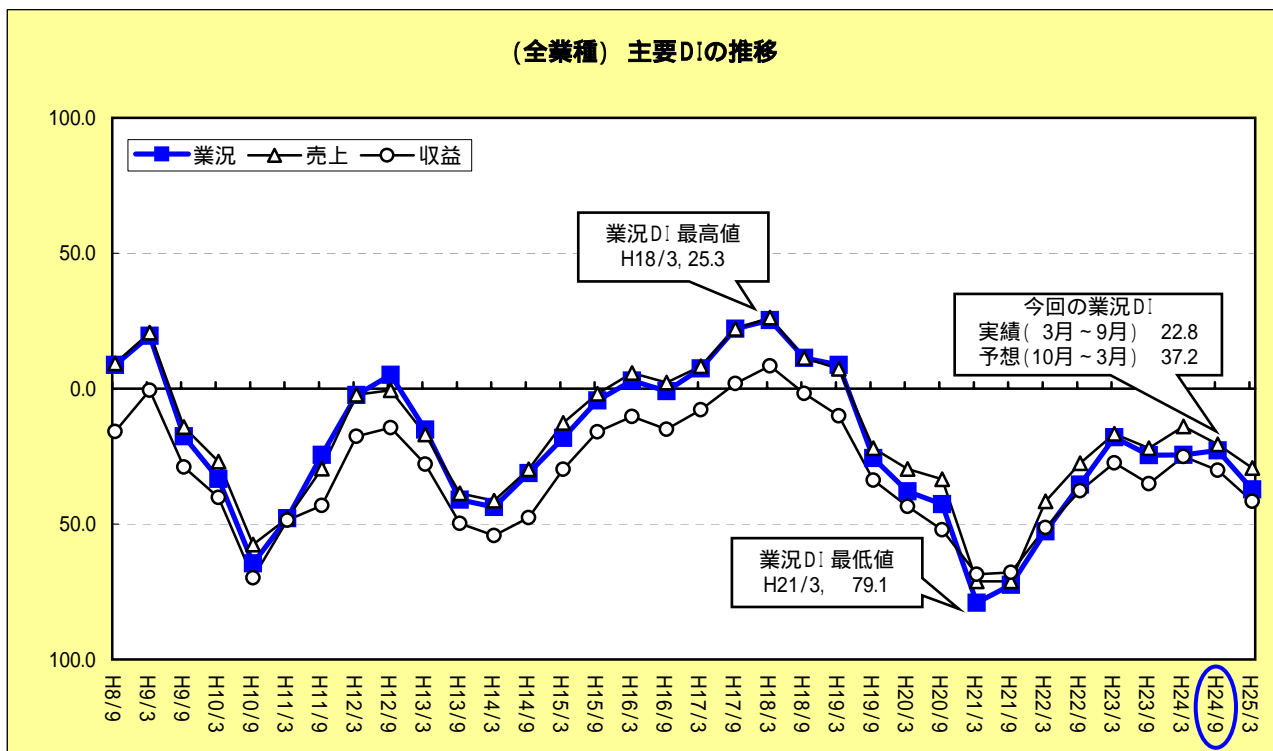
平成24年4月から平成24年9月の実績

(全業種) 業況DIは、「悪い」超幅が1.7ポイント縮小。
 売上DIは、「減少」超幅が6.6ポイント拡大。
 収益DIは、「減少」超幅が5.1ポイント拡大。

平成24年10月から平成25年3月の予想

業況DIは、「悪い」超幅が14.4ポイント拡大。
 売上DIは、「減少」超幅が8.7ポイント拡大。
 収益DIは、「減少」超幅が11.4ポイント拡大。

(全業種) 主要DIの推移



業況は製造業、建設業でマイナス超過幅が縮小。 今後の見通しは、全業種で落込みを予想。

(業種別) 前回・実績・予想DIの比較

	製造業			建設業			卸売業			小売業			その他の業種		
	前回	実績	予想	前回	実績	予想	前回	実績	予想	前回	実績	予想	前回	実績	予想
業況	23.6	21.5	34.4	14.2	10.2	22.4	20.0	45.0	70.0	42.3	30.7	61.5	30.0	25.0	30.0
売上	17.2	22.5	27.9	6.1	6.1	14.2	10.0	35.0	70.0	23.0	34.6	50.0	12.5	17.5	17.5
仕入価格	25.0	6.4	11.8	22.9	22.9	19.1	5.0	15.0	5.0	30.7	26.9	38.4	35.8	10.0	17.5
販売価格	25.8	25.8	29.0	22.9	20.8	22.9	5.0	20.0	20.0	3.8	19.2	19.2	17.9	12.5	17.5
収益	32.2	34.4	39.7	24.4	22.4	40.8	5.0	20.0	55.0	23.0	34.6	50.0	20.5	32.5	35.0
在庫	7.0	2.3	3.4				5.0	15.0	5.0	20.0	32.0	28.0	50.0	0.0	0.0
受注残高	15.5	21.1	27.7	18.7	4.2	8.5									
資金繰り	18.2	24.7	32.2	18.3	10.2	26.5	15.0	15.0	25.0	42.3	34.6	53.8	20.0	17.5	20.0
人手	6.4	2.1	5.3	10.2	20.4	16.3	10.0	10.0	5.0	11.5	15.3	23.0	10.2	7.5	15.0
設備状況	15.0	9.8	3.2	2.0	12.5	14.5	15.7	5.0	5.0	3.8	7.6	7.6	7.5	2.5	5.0

平成24年4月から平成24年9月の実績

(製造業) 業況DIは、「悪い」超過幅が2.1ポイント縮小。
売上DIは、「減少」超過幅が5.3ポイント拡大。
収益DIは、「減少」超過幅が2.2ポイント拡大。

(建設業) 業況DIは、「悪い」超過幅が4.0ポイント縮小。
売上DIは、「減少」超過幅が0.0ポイント変化なし。
収益DIは、「減少」超過幅が2.0ポイント縮小。

(卸売業) 業況DIは、「悪い」超過幅が25.0ポイント拡大。
売上DIは、「減少」超過幅が25.0ポイント拡大。
収益DIは、「減少」超過幅が15.0ポイント拡大。

(小売業) 業況DIは、「悪い」超過幅が11.6ポイント縮小。
売上DIは、「減少」超過幅が11.6ポイント拡大。
収益DIは、「減少」超過幅が11.6ポイント拡大。

平成24年10月から平成25年3月の予想

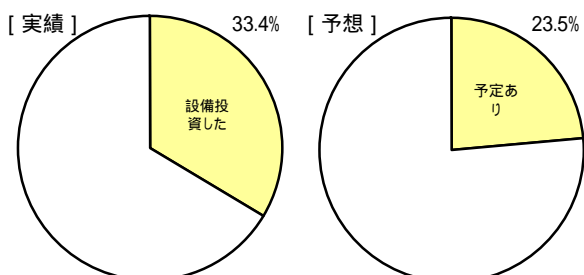
業況DIは、「悪い」超過幅が12.9ポイント拡大。
売上DIは、「減少」超過幅が5.4ポイント拡大。
収益DIは、「減少」超過幅が5.3ポイント拡大。

業況DIは、「悪い」超過幅が12.2ポイント拡大。
売上DIは、「減少」超過幅が8.1ポイント拡大。
収益DIは、「減少」超過幅が18.4ポイント拡大。

業況DIは、「悪い」超過幅が25.0ポイント拡大。
売上DIは、「減少」超過幅が35.0ポイント拡大。
収益DIは、「減少」超過幅が35.0ポイント拡大。

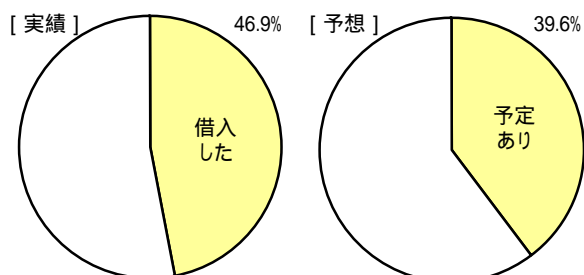
業況DIは、「悪い」超過幅が30.8ポイント拡大。
売上DIは、「減少」超過幅が15.4ポイント拡大。
収益DIは、「減少」超過幅が15.4ポイント拡大。

(全業種) 設備投資の実施と予定



設備投資の状況について、33.4%の企業が今期の設備投資を実施している(事業用土地、建物12.5%、機械設備の新增設26.3%、機械設備の更改30.5%、事務機器8.3%、車両20.8%、その他1.3%)。また、23.5%の企業が来期の設備投資を予定している(事業用土地、建物17.6%、機械設備の新增設21.5%、機械設備の更改23.5%、事務機器9.8%、車両27.4%、その他0.0%)。

(全業種) 借入の実施と予定



借入の状況について、46.9%の企業が今期の借入を実施している(運転資金77.3%、設備資金19.8%、その他2.8%)。また、39.6%の企業が来期の借入を予定している(運転資金78.8%、設備資金16.6%、その他4.4%)。

**問題点1位は「売上の停滞減少」、全体で62.3%。
重点施策1位は「販路を広げる」、全体で63.6%。**

経営上の問題点について（各業種の上位3位まで）

	全業種	製造業	建設業	卸売業	小売業	その他の業種
売上の停滞減少	62.3%	62.4%	59.2%	65.0%	65.4%	62.5%
同業者間の競争激化	34.2%		44.9%	55.0%	38.5%	35.0%
利幅の縮小	37.7%	33.3%	42.9%	35.0%	34.6%	45.0%
販売先からの値下げ要請		30.1%				

製造業の「販売先からの値下げ要請」は前回は21.5%で4位、今回は30.1%で3位となった。また、前回23.7%で3位「同業者間の競争激化」は、今回は22.6%で4位となった。

当面の重点施策について（各業種の上位3位まで）

	全業種	製造業	建設業	卸売業	小売業	その他の業種
販路を広げる	63.6%	71.0%	55.1%	80.0%	53.8%	55.0%
経費を削減する	58.3%	59.1%	63.3%	55.0%	61.5%	50.0%
情報力を強化する	34.6%			45.0%		45.0%
不採算部門を整理縮小する					30.8%	
技術力を強化する		41.9%	42.9%			

小売業の「不採算部門を整理縮小する」は前回は11.5%で6位、今回は30.8%で3位となった。また、前回23.1%で3位の「人材を確保する」は、今回は19.2%で5位となった。

調査員のコメント

原子力発電、火力発電関連の注文が増加。（製造業）

震災復興の仮設住宅の本格化で業況は順調。（製造業）

関東方面からの受注が好調。設備投資効果もあり増収。（製造業）

積極的に設備更改したことで競争力が向上。増収増益となる。（製造業）

中国向けのキャンセルが発生したが、受注を分散していたため影響は少なかった。（製造業）

中国向け輸出の停滞で売上減少。（製造業）

中国情勢により、受注見通しは不安定。（製造業）

モデルハウス建設により知名度アップを図っている。増収増益を予想。（建設業）

災害復旧工事、住宅リフォーム等が重なり、やや人手不足。（建設業）

ハウスメーカーとの価格競争激化、新築物件の減少。増改築・リフォーム主体の営業を行っている。

（建設業）

県内よりも関東方面の仕事が多い。東北方面は仕入先等の確保ができず断念。（建設業）

日本酒離れを実感しているが、梅酒などは人気で種類も豊富。多様化する顧客ニーズに注目している。（小売業）

若年層からの土地購入の打診が出てきているが、（要望）価格が低い。（不動産業）

田舎体験ツアー、納涼会等各種イベントにより売上増加。（サービス業）

来店客数に大きな変化は無いが、客単価が下がり売上が減少している。（サービス業）

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. 主に事業展開上(市場動向把握、各種経営情報の取得など)の情報収集にあたって、どのような媒体や機関を活用していますか？

テレビ・ラジオ	8.1%
新聞・雑誌	15.7%
インターネット	13.0%
国や自治体などの行政機関	5.1%
金融機関	7.2%

販売・仕入先	28.2%
専門家(税理士、技術士)	7.6%
組合や商議所等のコミュニティ	9.7%
その他()	2.0%
特になし	3.4%

問2. 取引推進上(広告・宣伝、販売チャネルなど)、どのような情報発信媒体を活用していますか？

テレビ・ラジオ(コミュニティ放送含む)	4.0%
新聞(折込み広告含む)・雑誌	11.6%
看板・ポスター	10.8%
地域特有の発行物(コミュニティ誌等)	7.9%
自社ホームページ(ブログ含む)	19.5%

インターネット(自社ホームページ等を除く)	8.2%
ダイレクトメール	5.0%
電話・ファクシミリ	4.7%
その他()	4.5%
特になし	23.7%

問3. 取引推進上(広告・宣伝、販売チャネルなど)活用している情報発信媒体には、主にどのような効果を期待していますか？また、期待する効果の実現状況についてもお答えください。

期待する効果	
新規顧客の獲得	41.9%
既存取引先との取引拡大・深耕	15.3%
知名度・信用力の向上	19.2%
その他()	0.0%
取引推進上の情報発信を行っていない	23.6%

効果の実現状況	
期待以上に実現している	2.9%
おおむね実現している	25.1%
どちらともいえない	34.9%
あまり実現していない	18.3%
実現していない	18.9%

問4. 近年、ソーシャルメディア(SNS、ブログなど、インターネットを利用してコミュニケーションを促進するサービス)の利用が広がっていますが、ソーシャルメディアを事業上の情報収集・発信に利用していますか？利用している場合は、最も利用している媒体をお答えください。また、利用していない場合は、今後の方針についてお答えください。

ソーシャルメディアを利用している	10.6%
SNS(フェイスブックなど)	4.8%
ブログ(アメーバなど)	1.8%
ミニブログ(ツイッターなど)	0.4%
動画・情報共有サイト(ユーチューブなど)	1.8%
その他()	1.8%

ソーシャルメディアを利用していない	89.4%
利用を開始する予定	6.2%
利用を検討したい	13.7%
どちらともいえない	30.8%
あまり利用したくない	5.7%
今後も利用しない	33.0%

問5. 事業上の情報収集・発信においてインターネット(ソーシャルメディアを含む)を利用する際にどのような課題を感じていますか？

セキュリティ確保への不安	15.4%
コスト負担が大きい	9.8%
インターネットの利用に長けた人材の不足	14.1%
有効に活用するノウハウがない	13.4%
利用による効果が検証できない	13.4%

業務繁忙で取り組む余裕がない	7.5%
必要性を感じない	7.2%
インターネットを利用できる環境がない	0.5%
その他()	0.8%
特になし	18.0%

調査要領

・調査時点 平成24年9月
 ・調査方法 当金庫職員による面接聴き取りによる感触調査
 ・対象期間 (実績) 平成24年4月 ~ 平成24年9月
 (予想) 平成24年10月 ~ 平成25年3月

・調査地域 当金庫営業地域(長岡市、見附市、小千谷市、南魚沼市)
 ・調査先 228先 (回収率 100%)
 ・分析方法 各質問事項で「良い」(増加等)とした企業が全体に占める構成比と、「悪い」(減少等)とする企業の構成比との差(DI)を中心として分析を行った。