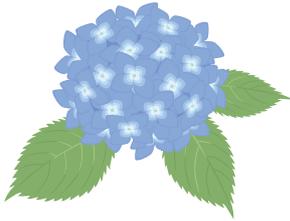


調査の概要

1. 調査の目的 当金庫取引先の最近の景気動向の把握と取引先等に対する経営情報の提供を目的に実施しています。
2. 調査の時期 平成28年6月1日（水）～7日（火）
3. 調査の内容 前期（平成28年1月～3月期）と比べた当期（平成28年4月～6月期）の実績、当期と比べた来期（平成28年7月～9月期）の予想
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
4. 調査対象 当金庫お取引先企業 400社
5. 業種別対象企業数 製造業 94、卸売業 61、小売業 59、サービス業 58、
建設業 80、不動産業 48
6. 調査方法 聴き取りによる調査
7. 分析方法 この調査の分析はDI（Diffusion Index）を景気判断の指数として用います。DIは（「増加」「上昇」「楽」）したと答えた企業割合から（「減少」「下降」「苦」）したと答えた企業割合を差し引いた数値のことです。この数値がプラスかマイナスか、そしてその大きさによって景況の動きを時期的な推移の中で把握しようとするものです。
なお、「増加」には「やや増加」を「減少」には「やや減少」を含みます。「上昇」「下降」等も同様です。



紫陽花

目次

■ 時 流	P1
■ 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	P2～P4
■ 全業種	P5
■ 製造業	P6～P7
■ 卸売業	P8～P9
■ 小売業	P10～P11
■ サービス業	P12～P13
■ 建設業	P14～P15
■ 不動産業	P16～P17
■ 企業レポート	P18～P19
支店紹介	
■ マッチング・産学官連携	P20
■ 交流・情報交換	P21

* 今回の特別調査は中小企業における事業上の情報収集・発信についてと題しP2～4に皆様からのアンケート結果を掲載させて頂いております。

時流

“ゼロ近辺”で推移する中小企業の景況感が示唆するものは



信金中央金庫 地域・中小企業研究所
 首席主任研究員
 はちみね みのも
鉢嶺 実

経歴

【略歴】

昭和37年 8月生 (53才、東京都出身)
 昭和61年 3月 早稲田大学 理工学部 卒業
 同年 4月 山一証券(株)に入社、(株)山一証券経済研究所へ出向、企業調査部に配属
 *以後、出向先にて一貫して中小ベンチャー企業の調査分析業務(上場を目指す中小企業の投資審査等)に従事
 平成10年 2月 全国信用金庫連合会(現・信金中央金庫)へ入会
 総合研究所(現 地域・中小企業研究所)に配属
 *以後、実地ヒアリング調査などに基づいた中小ベンチャー企業の調査研究業務に従事し、現在に至る

【現在の主な調査研究分野】

中小企業経営、創業、第二創業、ベンチャービジネス、産業調査全般、景況調査、老舗経営など

【資格その他】

平成2年 4月 中小企業診断士
 平成4年 8月 日本証券アナリスト協会 検定会員

【これまでの主な委員活動】

東京商工会議所「勇気ある経営大賞」選考WG(ワーキンググループ)委員
 東京商工会議所中央支部「老舗企業塾」WG委員

信金中央金庫 地域・中小企業研究所が全国の信用金庫の協力を得て四半期ごとに取りまとめている「全国中小企業景況動向調査」によると、最近の中小企業の景況感は、2014年4月の消費税率引上げ(5%→8%)以降、およそ2年間にわたり、やや足踏みともいえる状況が続いている。実際、当研究所における訪問取材活動等のなかで全国各地の中小企業経営者の方々と直接に接触してみても、「うちはまだまだ厳しい」という声をしばしば耳にするのが実情となっている。さらに、今後の先行きに目を転じてみても、先行きに不安を抱かせるような報道には事欠かない。

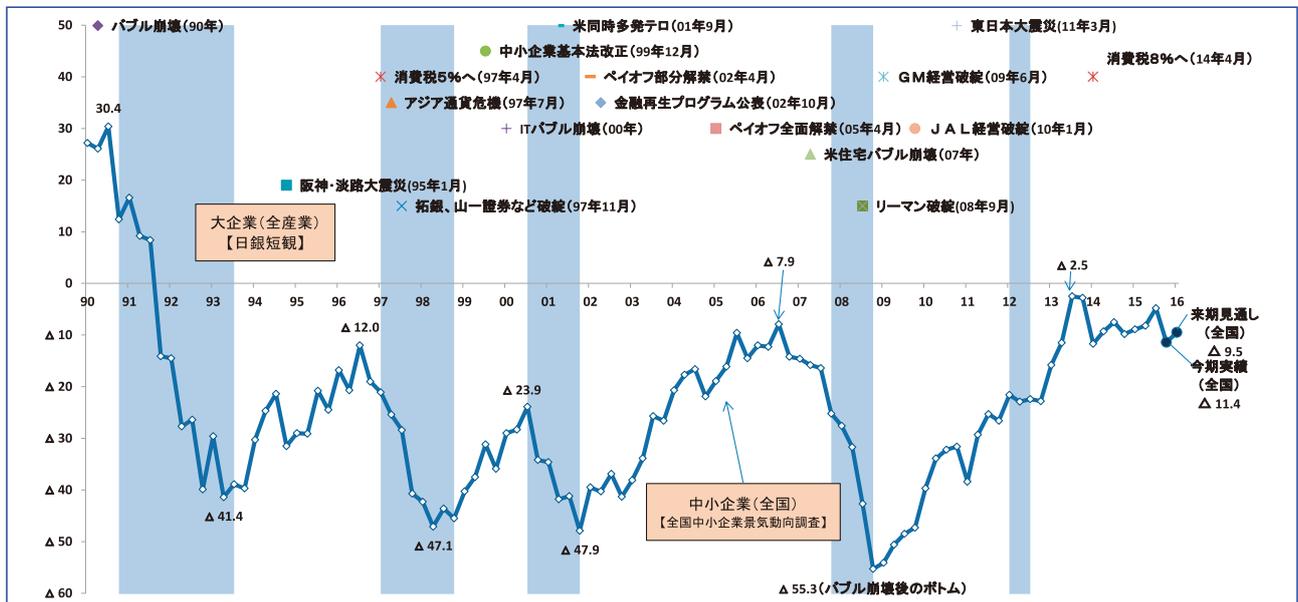
はたして私たちはこの状況をどう捉えるべきなのか。この素朴な疑問を解明すべく、「全国中小企業景況動向調査」のデータを、バブル崩壊後約25年にわたる長いスパンで、あらためて振り返ってみた。

すなわち、メインの指標である業況判断D.I.の推移をもう少し長いスパンで見ると(図表参照)、ここ2年ほどの踊り場局面は、今から振り返ることおよそ8年前のあのリーマン・ショックのころを“どん底”とした、緩やかな回復局面の途上にあるかのようにも見える。しかも、直近では、やや失速気味とはいえ、D.I.の水準自体は“どん底”とは程遠く、むしろ、バブル崩壊後の最高水準ともいえる“ゼロ近辺”での推移となっている。業況判断D.I.が“ゼロ近辺”で推移しているということは、「良い」と回答した企業と、「悪い」と回答した企業が、ほぼ同じくらいの割合で存在していることを示している。

振り返れば過去25年間にわたり、業況判断D.I.は、改善と悪化を繰り返しながらもマイナス水準で推移してきた。この間、一貫して「悪い」と回答し続けてきた中小企業も少なくないと思われ、しばしば「失われた20年」とも表現されるほど、長く厳しい時代であったことは間違いないであろう。しかし、ここへきての“ゼロ近辺”での推移という状況を勘案すると、「景気は厳しい」というのが合言葉のようだった時代、あるいは中小企業経営の前線において自社の業績が振るわない要因を「景気のせい」にしていればよかった時代は、すでに終焉を迎えつつあるように思われる。

冒頭で申し上げたとおり、「うちはまだまだ厳しい」という声が現在でも多方面で聞かれるのが中小企業の実情であることは間違いないが、そうした現実がある反面、「うちはそうでもない」あるいは「うちは結構よい」と感じている中小企業も、実はかなりの割合で潜んでいると考えておいた方がよい。たしかに、わが国の景気の先行きに楽観視は禁物であるが、今後の情勢次第では業況判断D.I.の水準が近い将来にプラス転換するような局面を迎えている可能性もある。気付かないうちに「まだそんなこと言ってるんですか」といわれてしまうような状況になっていないかどうか、地域経済社会に根ざす中小企業といえども、ときには幅広い視野を持って全体観を示すデータにも目を配っていただく必要があるのではないかと考える。

(図表) 業況判断D.I.の推移



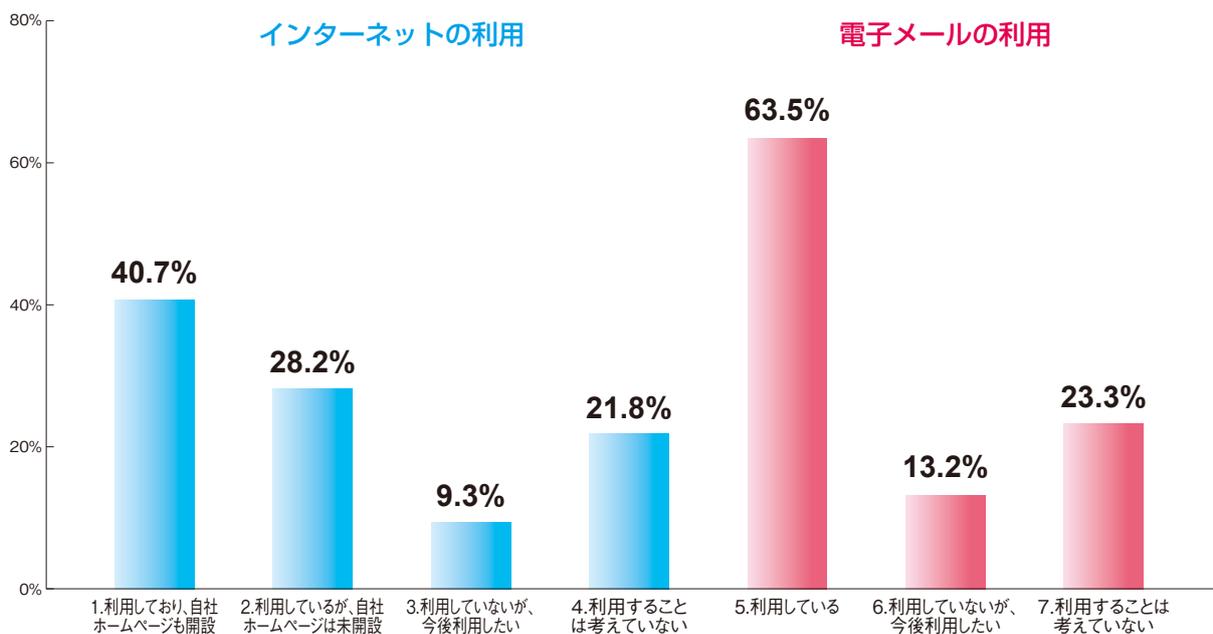
(出所)信金中央金庫 地域・中小企業研究所「全国中小企業景況動向調査」のデータより作成

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

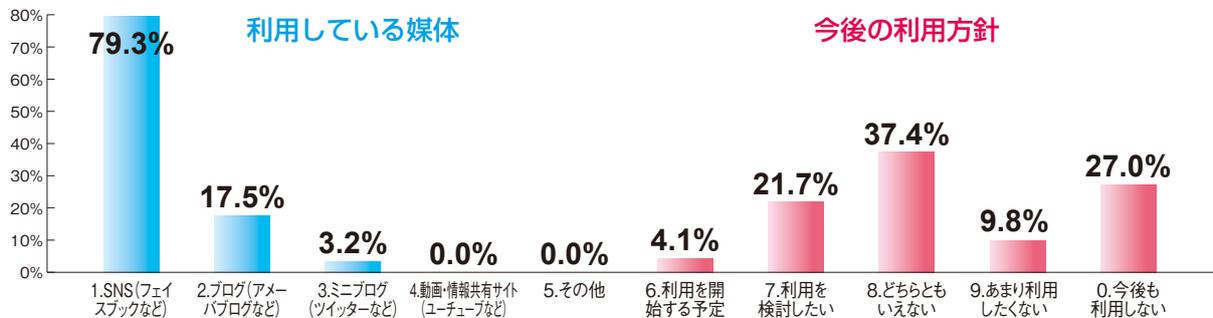
●問1. 貴社では、事業上において、パソコンやスマートフォン等でインターネットを利用していますか。以下の1～4の中から1つ選んでお答えください。また、同様に事業上で電子メールを利用していますか。あてはまるものを以下の5～7の中から1つ選んでお答えください。

選択項目	総計		製造業		卸売業		小売業		サービス業		建設業		不動産業	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
1.利用しており、自社ホームページも開設	163	40.7%	40	42.6%	19	31.1%	25	42.4%	22	37.9%	28	35.0%	29	60.4%
2.利用しているが、自社ホームページは未開設	113	28.2%	24	25.5%	23	37.7%	12	20.3%	18	31.1%	26	32.5%	10	20.8%
3.利用していないが、今後利用したい	37	9.3%	12	12.8%	4	6.6%	4	6.8%	6	10.3%	9	11.2%	2	4.2%
4.利用することは考えていない	87	21.8%	18	19.1%	15	24.6%	18	30.5%	12	20.7%	17	21.3%	7	14.6%
合計	400	100.0%	94	100.0%	61	100.0%	59	100.0%	58	100.0%	80	100.0%	48	100.0%
5.利用している	254	63.5%	59	62.8%	38	62.3%	36	61.0%	36	62.0%	53	66.2%	32	66.7%
6.利用していないが、今後利用したい	53	13.2%	15	15.9%	7	11.5%	6	10.2%	7	12.1%	9	11.3%	9	18.7%
7.利用することは考えていない	93	23.3%	20	21.3%	16	26.2%	17	28.8%	15	25.9%	18	22.5%	7	14.6%
合計	400	100.0%	94	100.0%	61	100.0%	59	100.0%	58	100.0%	80	100.0%	48	100.0%



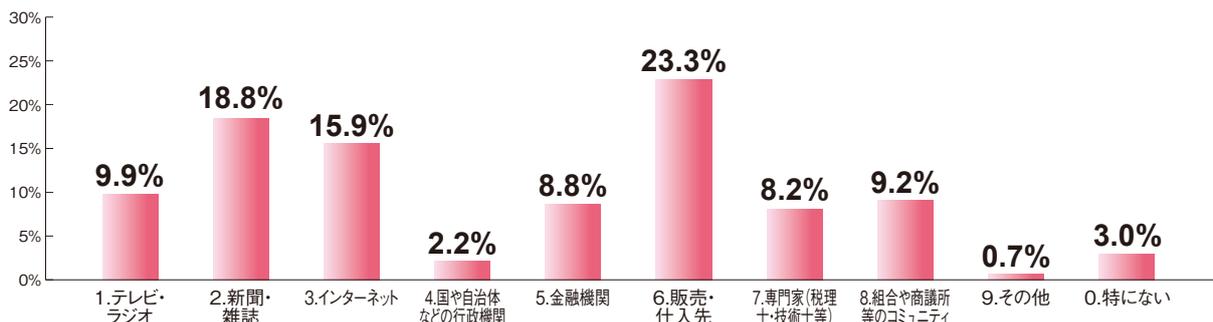
●問2. 最近、ソーシャルメディア (SNS、ブログなど、インターネットを利用してコミュニケーションを促進するサービス) の利用が普及していますが、貴社では、ソーシャルメディアを事業上の情報収集・発信に利用していますか。利用している場合は、もっとも利用している媒体を以下の1~5の中から1つお答えください。また、利用していない場合は、今後の方針について、以下の6~10の中から1つお答えください。

選択項目	総計		製造業		卸売業		小売業		サービス業		建設業		不動産業	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
1.SNS (フェイスブックなど)	50	79.3%	7	87.5%	5	83.3%	13	68.4%	11	91.7%	7	87.5%	7	70.0%
2.ブログ (アメーバブログなど)	11	17.5%	1	12.5%	1	16.7%	6	31.6%	0	0.0%	1	12.5%	2	20.0%
3.ミニブログ (ツイッターなど)	2	3.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	8.3%	0	0.0%	1	10.0%
4.動画・情報共有サイト (ユーチューブなど)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
5.その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	63	100.0%	8	100.0%	6	100.0%	19	100.0%	12	100.0%	8	100.0%	10	100.0%
6.利用を開始する予定	14	4.1%	1	1.2%	2	3.6%	1	2.5%	1	2.2%	7	9.7%	2	5.2%
7.利用を検討したい	73	21.7%	15	17.4%	11	20.0%	6	15.0%	12	26.1%	20	27.8%	9	23.7%
8.どちらともいえない	126	37.4%	38	44.2%	21	38.2%	15	37.5%	14	30.4%	23	31.9%	15	39.5%
9.あまり利用したくない	33	9.8%	13	15.1%	3	5.5%	3	7.5%	3	6.5%	7	9.7%	4	10.5%
0.今後も利用しない	91	27.0%	19	22.1%	18	32.7%	15	37.5%	16	34.8%	15	20.9%	8	21.1%
合計	337	100.0%	86	100.0%	55	100.0%	40	100.0%	46	100.0%	72	100.0%	38	100.0%



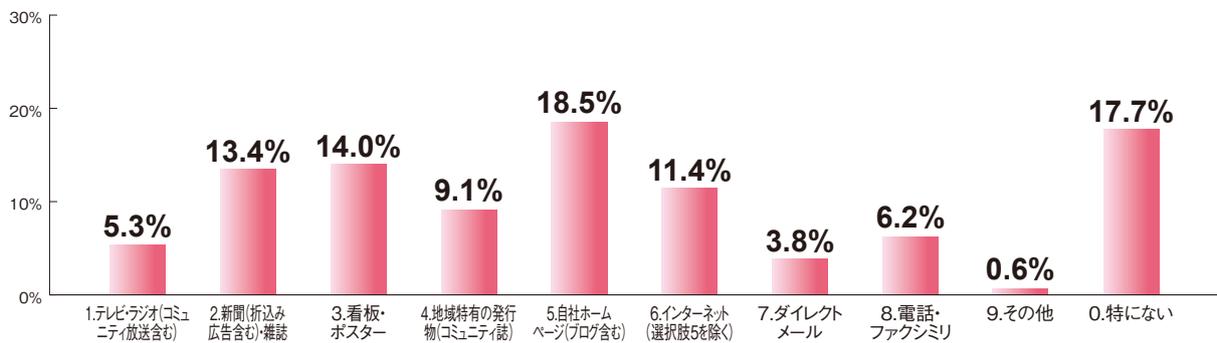
●問3. 貴社では、主に事業展開上 (市場動向把握、各種経営情報の取得など) の情報収集にあたって、どのような媒体や機関を活用していますか。活用度合いの大きいものを以下の1~10の中から3つ以内でお答えください。

選択項目	総計		製造業		卸売業		小売業		サービス業		建設業		不動産業	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
1.テレビ・ラジオ	90	9.9%	20	9.4%	13	9.3%	13	9.7%	14	11.0%	20	11.4%	10	8.5%
2.新聞・雑誌	171	18.8%	43	20.3%	23	16.4%	30	22.4%	25	19.7%	29	16.5%	21	17.8%
3.インターネット	144	15.9%	29	13.7%	22	15.7%	28	20.9%	20	15.7%	22	12.5%	23	19.5%
4.国や自治体などの行政機関	20	2.2%	4	1.9%	2	1.4%	0	0.0%	3	2.4%	8	4.5%	3	2.5%
5.金融機関	80	8.8%	26	12.3%	9	6.4%	6	4.5%	10	7.9%	16	9.1%	13	11.1%
6.販売・仕入先	212	23.3%	51	24.1%	39	27.9%	31	23.1%	26	20.5%	42	23.9%	23	19.5%
7.専門家 (税理士・技術士等)	74	8.2%	18	8.5%	13	9.3%	6	4.5%	9	7.1%	21	11.9%	7	5.9%
8.組合や商議所等のコミュニティ	83	9.2%	17	8.0%	14	10.0%	12	9.0%	14	11.0%	13	7.4%	13	11.0%
9.その他	6	0.7%	1	0.4%	1	0.7%	1	0.7%	1	0.8%	0	0.0%	2	1.7%
0.特にない	27	3.0%	3	1.4%	4	2.9%	7	5.2%	5	3.9%	5	2.8%	3	2.5%
合計	907	100.0%	212	100.0%	140	100.0%	134	100.0%	127	100.0%	176	100.0%	118	100.0%



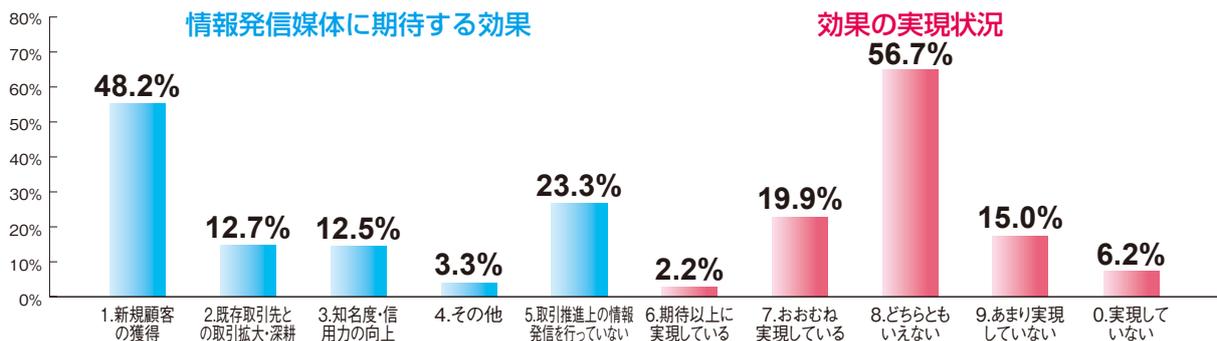
●問4. 貴社では、取引推進上（広告・宣伝、販売チャネルなど）、どのような情報発信媒体を活用していますか。活用度合いの大きいものを以下の1～0の中から3つ以内で選んでお答えください。

選択項目	総計		製造業		卸売業		小売業		サービス業		建設業		不動産業	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
1.テレビ・ラジオ（コミュニティ放送含む）	33	5.3%	6	4.5%	6	6.6%	3	2.9%	4	4.7%	8	6.6%	6	6.3%
2.新聞（折込み広告含む）・雑誌	84	13.4%	13	9.8%	9	9.9%	18	17.5%	11	12.9%	13	10.7%	20	21.1%
3.看板・ポスター	88	14.0%	13	9.8%	4	4.4%	24	23.3%	13	15.3%	13	10.7%	21	22.1%
4.地域特有の発行物（コミュニティ誌）	57	9.1%	12	9.1%	6	6.6%	12	11.6%	7	8.2%	14	11.6%	6	6.3%
5.自社ホームページ（ブログ含む）	116	18.5%	29	22.0%	16	17.5%	19	18.4%	14	16.5%	20	16.5%	18	18.9%
6.インターネット（選択肢5を除く）	71	11.4%	15	11.4%	9	9.9%	9	8.7%	9	10.6%	17	14.0%	12	12.6%
7.ダイレクトメール	24	3.8%	5	3.8%	5	5.5%	5	4.9%	4	4.7%	2	1.7%	3	3.2%
8.電話・ファクシミリ	39	6.2%	8	6.1%	15	16.5%	1	1.0%	5	5.9%	9	7.4%	1	1.1%
9.その他	4	0.6%	1	0.8%	2	2.2%	0	0.0%	1	1.2%	0	0.0%	0	0.0%
0.特になし	111	17.7%	30	22.7%	19	20.9%	12	11.7%	17	20.0%	25	20.6%	8	8.4%
合計	627	100.0%	132	100.0%	91	100.0%	103	100.0%	85	100.0%	121	100.0%	95	100.0%



●問5. 貴社が、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。以下の1～5の中から1つお答えください。また、期待する効果の実現状況について以下の6～0の中から1つお答えください。なお、「期待する効果」について、選択肢5「取引推進上の情報発信を行っていない」と回答された方は、「効果の実現状況」をお答えいただく必要はありません。

選択項目	総計		製造業		卸売業		小売業		サービス業		建設業		不動産業	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
1.新規顧客の獲得	193	48.2%	43	45.7%	20	32.8%	32	54.3%	32	55.2%	35	43.7%	31	64.5%
2.既存取引先との取引拡大・深耕	51	12.7%	12	12.8%	14	23.0%	2	3.4%	5	8.6%	15	18.8%	3	6.3%
3.知名度・信用力の向上	50	12.5%	13	13.8%	7	11.5%	10	16.9%	5	8.6%	9	11.3%	6	12.5%
4.その他	13	3.3%	0	0.0%	4	6.5%	1	1.7%	5	8.6%	2	2.5%	1	2.1%
5.取引推進上の情報発信を行っていない	93	23.3%	26	27.7%	16	26.2%	14	23.7%	11	19.0%	19	23.7%	7	14.6%
合計	400	100.0%	94	100.0%	61	100.0%	59	100.0%	58	100.0%	80	100.0%	48	100.0%
6.期待以上に実現している	7	2.2%	1	1.4%	1	2.2%	1	2.2%	3	6.4%	0	0.0%	1	2.4%
7.おおむね実現している	61	19.9%	8	11.8%	6	13.3%	9	20.0%	11	23.4%	14	23.0%	13	31.7%
8.どちらともいえない	174	56.7%	49	72.1%	26	57.8%	25	55.6%	20	42.6%	32	52.5%	22	53.7%
9.あまり実現していない	46	15.0%	7	10.3%	7	15.6%	8	17.8%	9	19.1%	10	16.4%	5	12.2%
0.実現していない	19	6.2%	3	4.4%	5	11.1%	2	4.4%	4	8.5%	5	8.1%	0	0.0%
合計	307	100.0%	68	100.0%	45	100.0%	45	100.0%	47	100.0%	61	100.0%	41	100.0%





全業種

All industry

業況・売上・収益

○業況

全業種の当期(4~6月)の業況判断DIは▲3.5で、前期(1~3月)の▲3.0と比べて▲0.5ポイント悪化しています。来期(7~9月)は▲2.3と悪化幅が縮小すると予想しています。

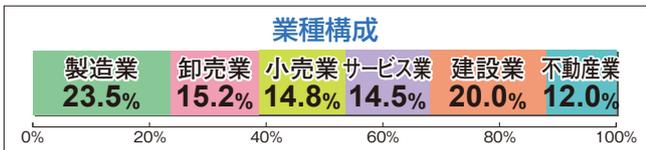
業種別では、前期と比べ卸売業、不動産業で良化し、製造業、小売業、サービス業、建設業で悪化の業況でした。

○売上

売上額判断DIは、前期▲0.6から当期▲2.6と▲2.0ポイント悪化しています。来期は1.0と増加に転じると予想しています。

○収益

収益判断DIは、前期▲4.2から当期▲5.2と▲1.0ポイント減少しています。来期は0.1と増加に転じると予想しています。



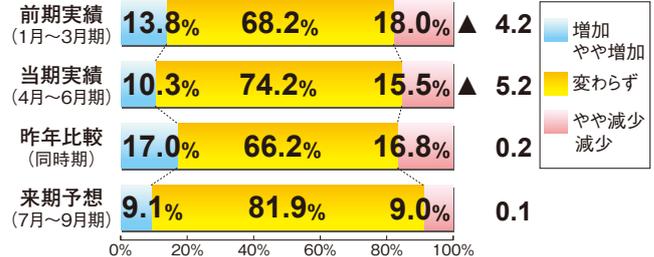
●業況



●売上額



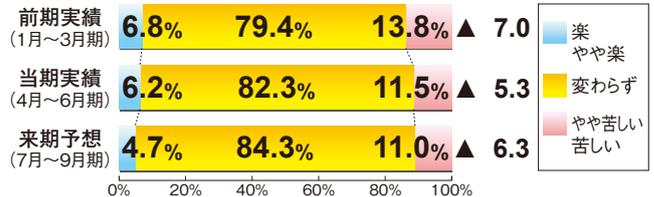
●収益



資金繰り

資金繰り判断DIは、前期▲7.0から当期▲5.3と厳しさが和らいでいます。来期は▲6.3と厳しさが増すと予想しています。

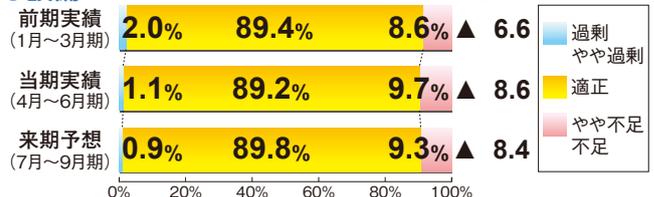
●資金繰り



設備

設備状況判断DIは、前期▲6.6から当期▲8.6と不足感が増加し、来期は▲8.4と不足感がやや減少すると予想しています。

●設備





製造業

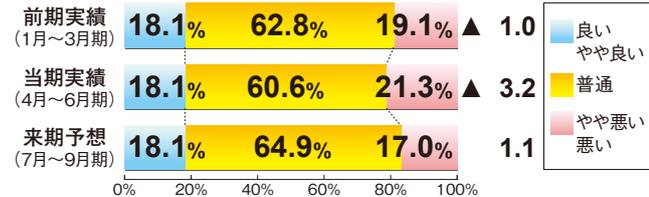
Manufacturing industry

業況・売上・受注・収益

製造業の当期(4~6月)の業況判断DIは▲3.2で、前期(1~3月)の▲1.0と比べて▲2.2ポイント悪化しています。来期(7~9月)は1.1と良化すると予想しています。

売上額判断DIは、前期1.0から当期▲2.2と▲3.2ポイント悪化し、マイナスに転じています。来期は10.6と再び良化に転じると予想しています。受注残判断DIは、前期▲1.1から当期▲1.1と横ばいで推移しています。収益判断DIは、前期▲1.1から当期▲8.6と悪化しています。また、来期は1.0と増加に転じると予想しています。

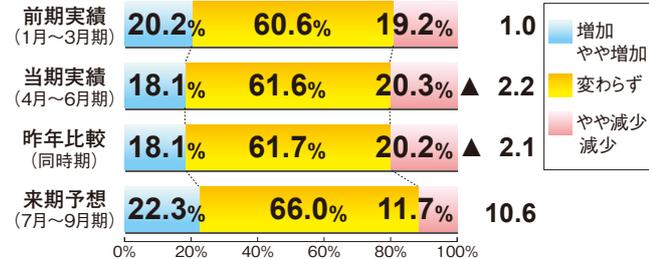
●業況



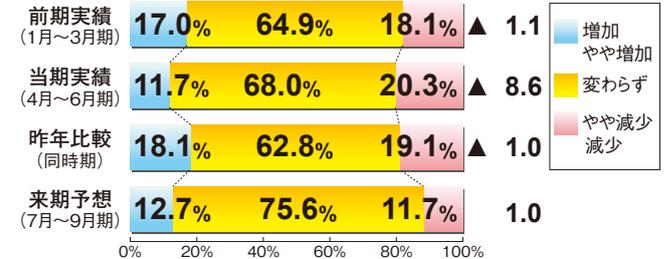
●受注残



●売上額



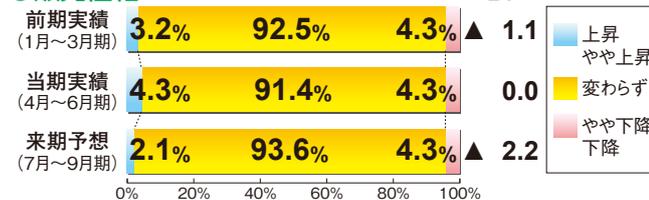
●収益



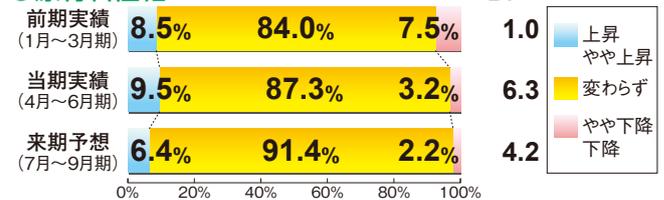
販売価格・原材料価格

販売価格判断DIは、前期▲1.1から当期0.0と上昇しています。来期は▲2.2と再び下降すると予想しています。原材料価格判断DIは、前期1.0から当期6.3と5.3ポイント上昇しています。来期は4.2と上昇幅がやや縮小すると予想しています。

●販売価格



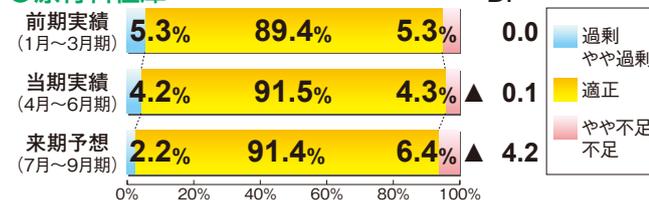
●原材料価格



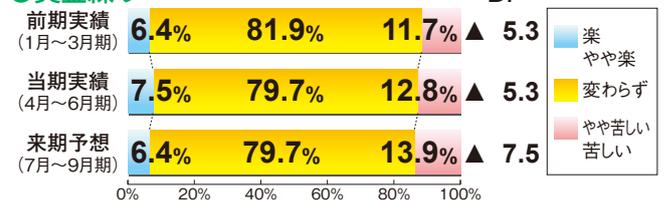
在庫・資金繰り

原材料在庫判断DIは、前期0.0から当期▲0.1と不足感が増えています。来期は▲4.2とさらに品薄感が強まると予想しています。資金繰り判断DIは、前期▲5.3から当期▲5.3と横ばいで推移していますが、来期は▲7.5と厳しさが増すと予想しています。

●原材料在庫



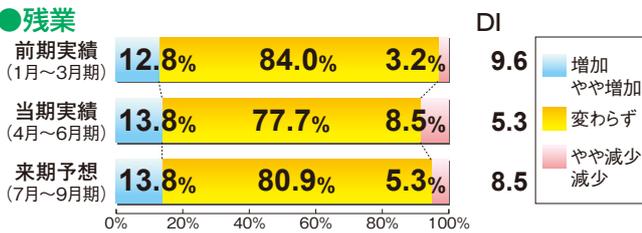
●資金繰り



残業・人手

残業時間判断DIは、当期5.3から来期8.5と増加を予想しています。人手過不足感判断DIは、当期▲17.0から来期は▲19.1と不足感が増加すると予想しています。

●残業



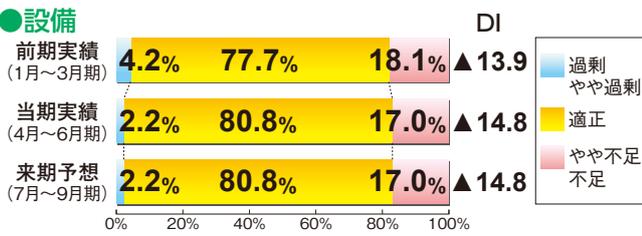
●人手



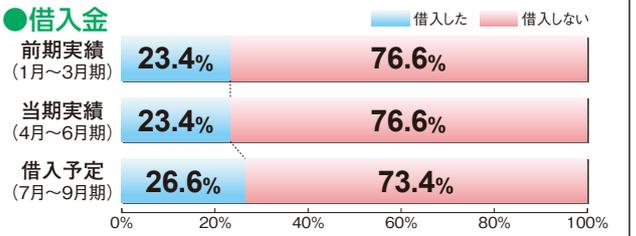
借入れ・設備

借入実施企業の割合は、当期23.4%から来期26.6%と増加予想となっています。設備状況判断DIは、当期▲14.8から来期▲14.8と横ばいを予想しています。

●設備



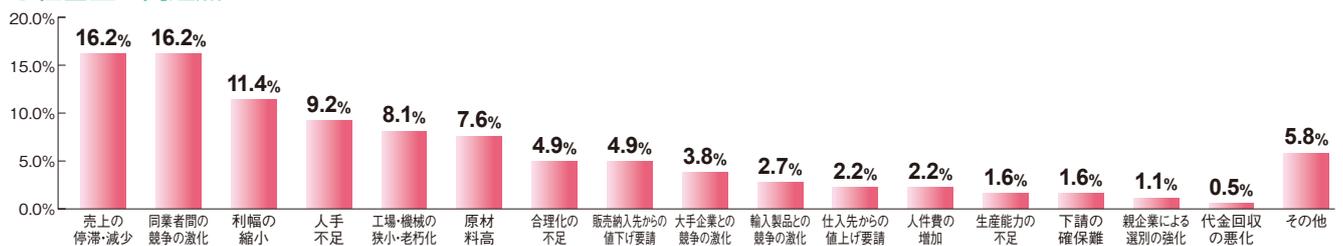
●借入金



経営上の問題点

1位は「売上の停滞・減少」(16.2%)で、同1位は「同業者間の競争の激化」(16.2%)、3位には「利幅の縮小」(11.4%)が続いています。

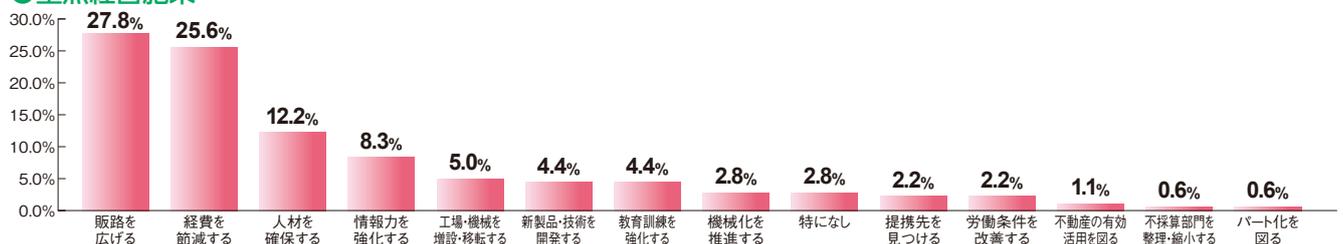
●経営上の問題点



当面の重点経営施策

当面の重点経営施策は、1位は「販路を広げる」(27.8%)で、2位は「経費を節減する」(25.6%)、3位は「人材を確保する」(12.2%)の回答となっています。

●重点経営施策

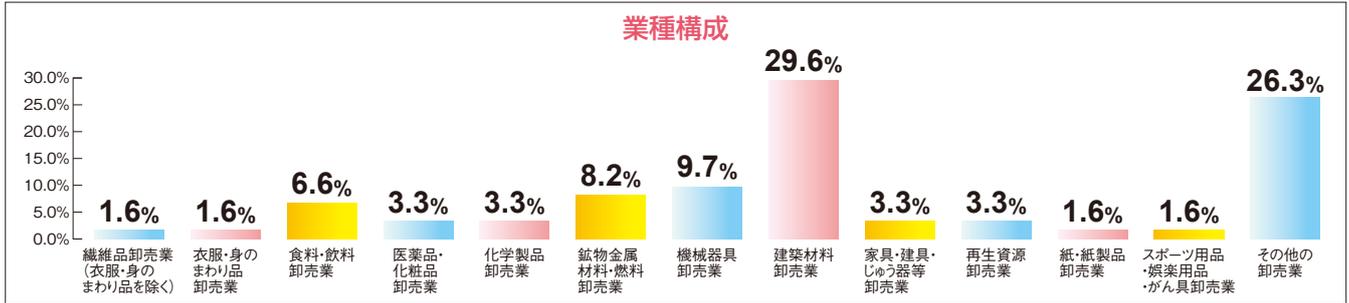




卸売業

Wholesale industry

業種構成

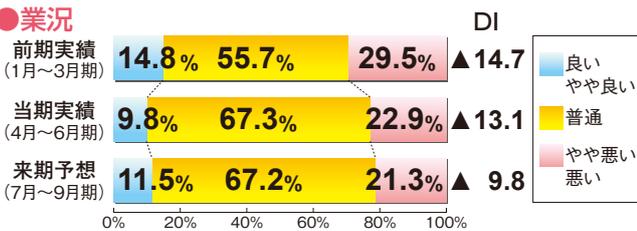


業況・売上・収益

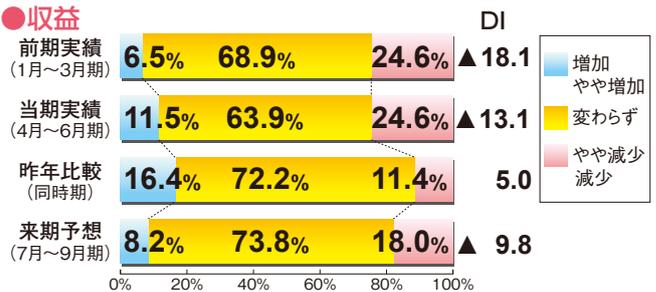
卸売業の当期(4~6月)の業況判断DIは▲13.1で、前期(1~3月)の▲14.7と比べて1.6ポイント良化しています。来期(7~9月)は▲9.8とさらに良化すると予想しています。

売上額判断DIは、前期▲14.7から当期▲11.5と減少幅が縮小しています。来期は▲4.9と減少幅が縮小すると予想しています。収益判断DIは、前期▲18.1から当期▲13.1と減少幅が縮小しています。また、来期は▲9.8と収益の減少幅が縮小すると予想しています。

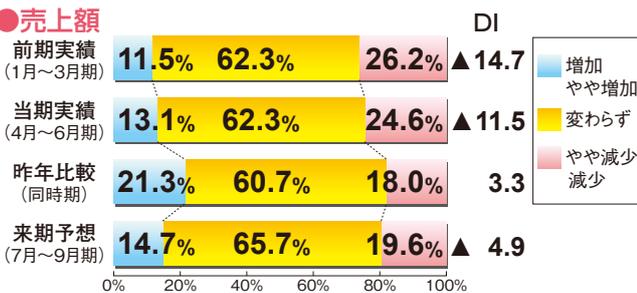
●業況



●収益



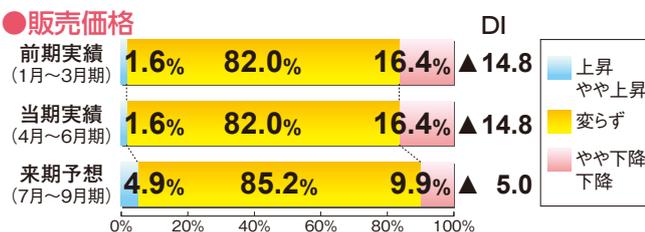
●売上額



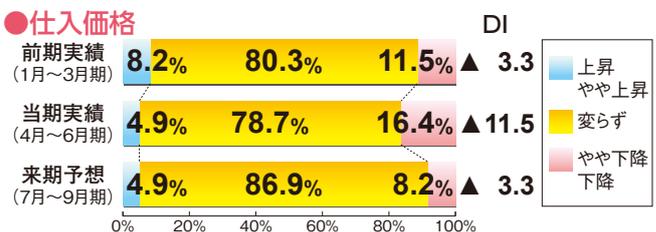
販売価格・仕入価格

販売価格判断DIは、前期▲14.8から当期▲14.8と販売価格は横ばいを推移しています。仕入価格判断DIは、前期▲3.3から当期▲11.5と▲8.2ポイント仕入価格が下降しています。

●販売価格

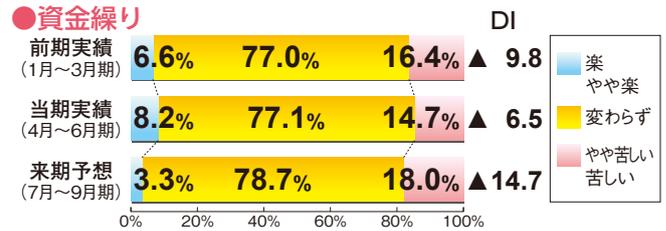
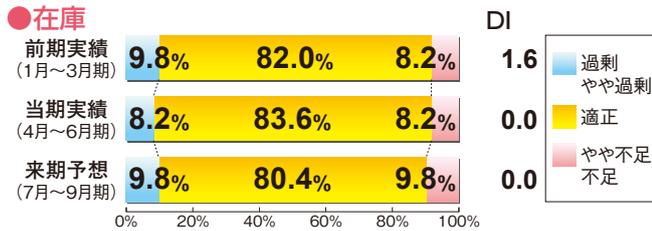


●仕入価格



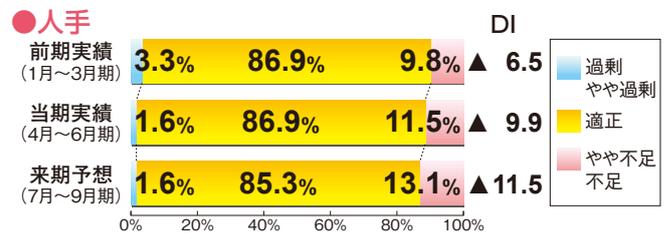
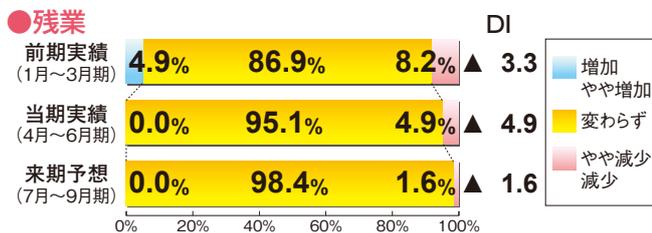
在庫・資金繰り

在庫判断DIは、前期1.6から当期0.0と在庫過剰感が改善しています。資金繰り判断DIは、前期▲9.8から当期▲6.5と厳しさが和らいでいます。



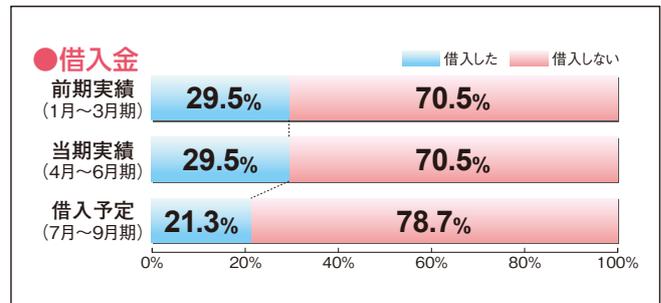
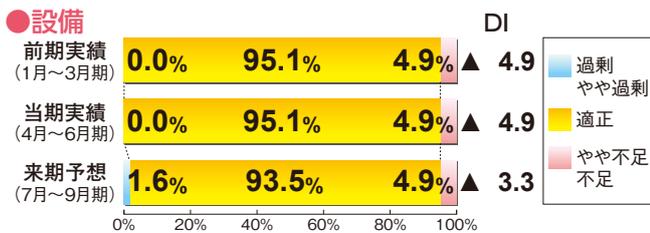
残業・人手

残業時間判断DIは、当期▲4.9から来期▲1.6と増加を予想しています。人手過不足感判断DIは、前期▲6.5から当期▲9.9と不足感が強まる傾向にあります。



借入れ・設備

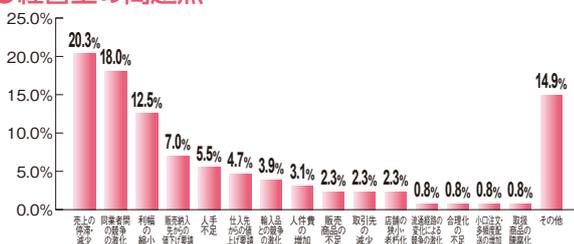
借入実施企業の割合は、当期29.5%から来期21.3%と減少するとの予想となっています。設備状況判断DIは、当期▲4.9から来期▲3.3と、不足感が緩和されると予想しています。



経営上の問題点

1位は「売上の停滞・減少」(20.3%)、2位には「同業者間の競争の激化」(18.0%)、3位には「利幅の縮小」(12.5%)が続いています。

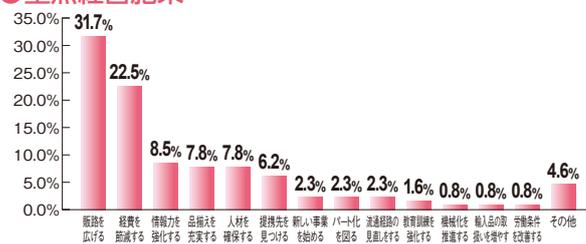
●経営上の問題点



当面の重点経営施策

1位は「販路を広げる」(31.7%)で、2位は「経費を節減する」(22.5%)、3位は「情報力を強化する」(8.5%)の回答となっています。

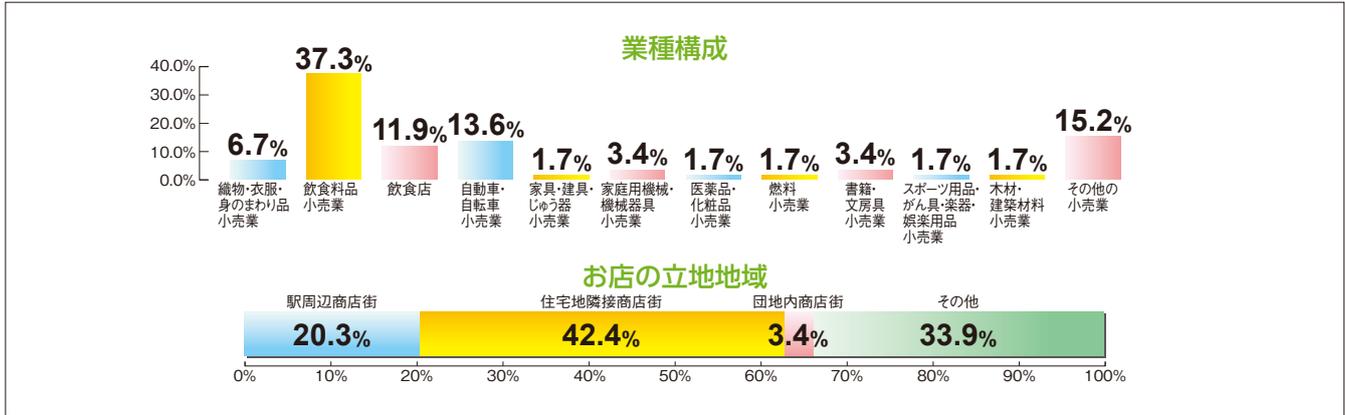
●重点経営施策





小売業

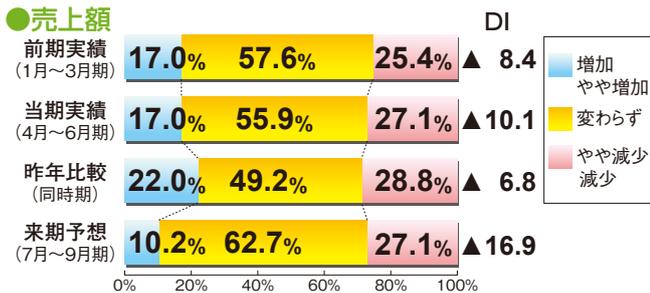
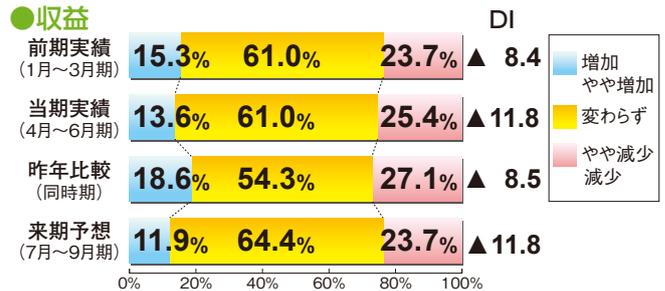
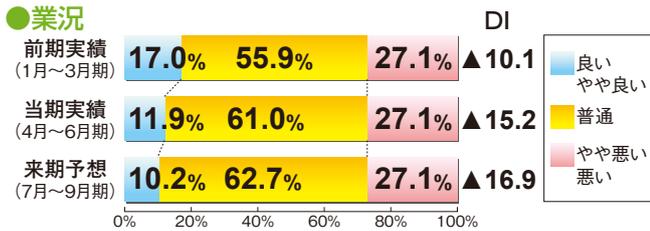
Retail business



業況・売上・収益

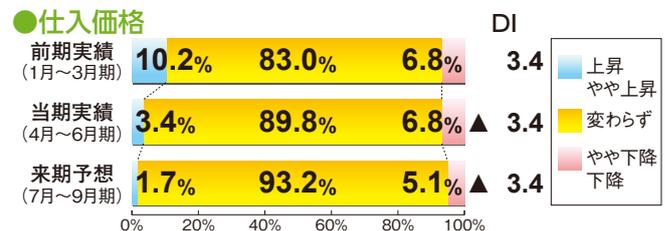
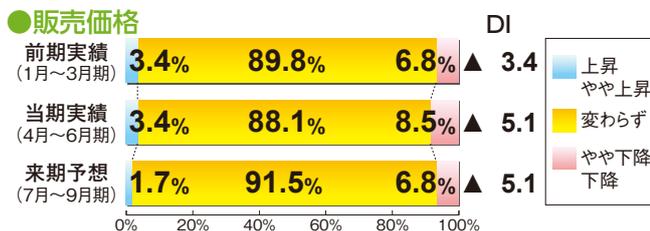
小売業の当期(4~6月)の業況判断DIは▲15.2で、前期(1~3月)▲10.1と比べて悪化しています。来期(7~9月)は▲16.9と悪化幅は拡大すると予想しています。

売上額判断DIは、前期▲8.4から当期▲10.1と減少幅が拡大しています。来期は▲16.9と減少すると予想しています。収益判断DIは、前期▲8.4から当期▲11.8と減少幅が拡大しています。また、来期は▲11.8と横ばいを予想しています。



販売価格・仕入価格

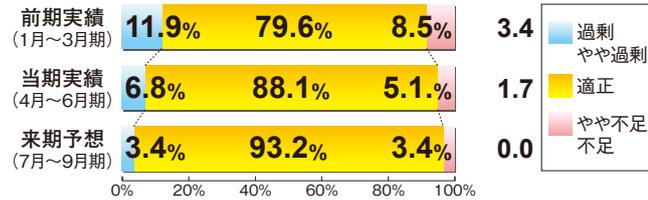
販売価格判断DIは、前期▲3.4から当期▲5.1と下降し、来期は▲5.1と横ばいを予想しています。仕入価格判断DIは、当期▲3.4から来期▲3.4と横ばいを予想しています。



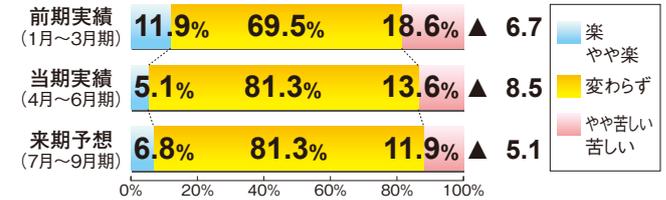
在庫・資金繰り

在庫判断DIは、前期3.4から当期1.7と在庫の在庫過剰感が改善しています。
 資金繰り判断DIは、前期▲6.7から当期▲8.5と悪化しています。

●在庫



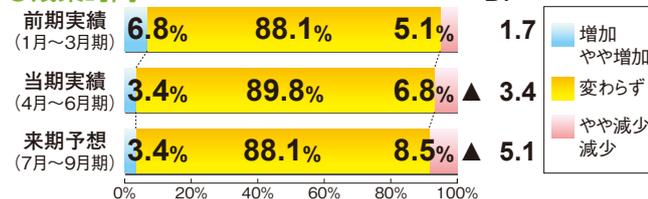
●資金繰り



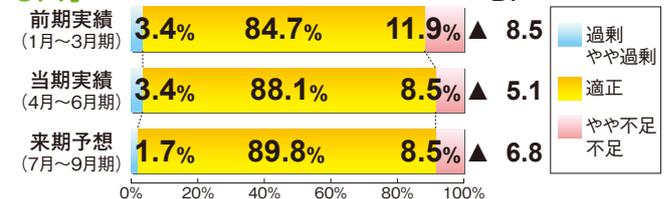
残業・人手

残業時間判断DIは、当期▲3.4から来期▲5.1と減少幅が増加すると予想しています。人手過不足感判断DIは、当期▲5.1から来期▲6.8と不足感が増加すると予想しています。

●残業時間



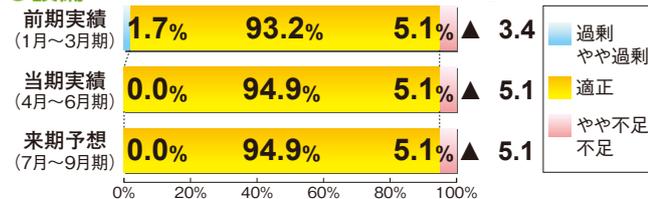
●人手



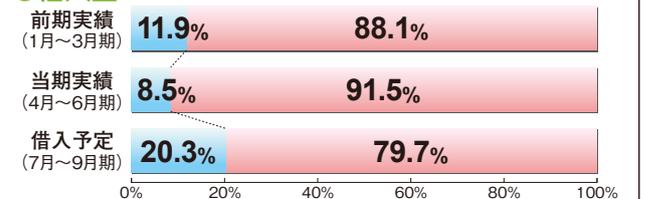
借入れ・設備

借入実施企業の割合は、当期8.5%から来期20.3%と増加するとの予想となっています。設備状況判断DIは、当期▲5.1から来期▲5.1と横ばいを予想しています。

●設備



●借入金



経営上の問題点

1位は「売上の停滞・減少」(20.1%)で、2位には「同業者間の競争の激化」(18.6%)、3位は「大型店との競争の激化」(17.8%)が続いています。

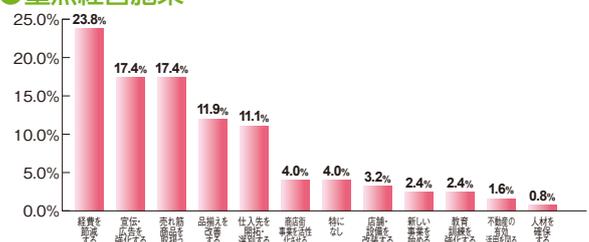
●経営上の問題点



当面の重点経営施策

1位は「経費を節減する」(23.8%)で、2位は「宣伝・広告を強化する」(17.4%)、同2位は「売れ筋商品を取扱う」(17.4%)の回答となっています。

●重点経営施策





サービス業

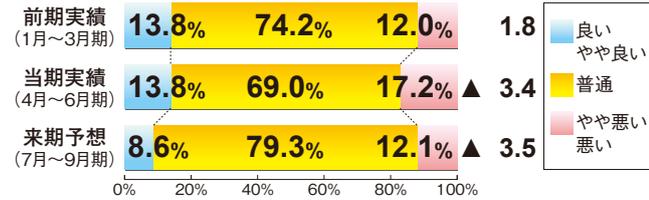
Service industry

業況・売上・収益

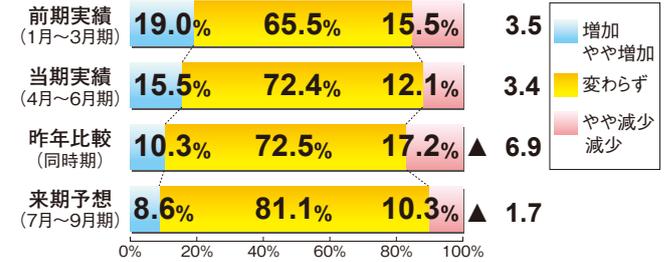
サービス業の当期（4～6月）の業況判断DIは▲3.4で、前期（1～3月）の1.8と比べて▲5.2ポイント悪化し、マイナスに転じています。来期（7～9月）は▲3.5と悪化すると予想しています。

売上額判断DIは、前期0.0から当期1.7と増加しています。来期は▲1.7と減少に転じると予想しています。収益判断DIは、前期3.5から当期3.4と減少しています。また、来期は▲1.7と減少すると予想しています。

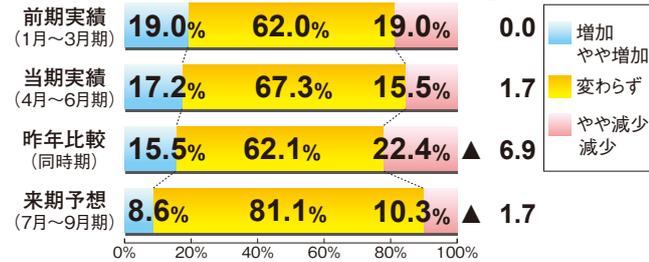
●業況



●収益



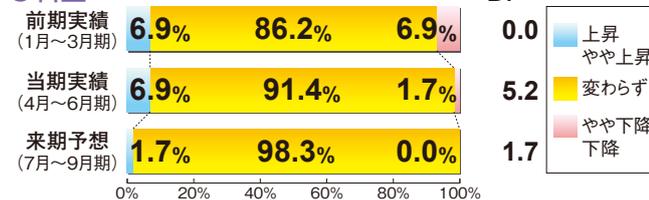
●売上額



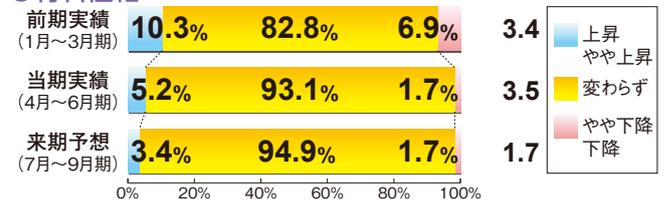
料金価格・材料価格

料金価格判断DIは、当期5.2から来期1.7と価格は上昇幅が縮小すると予想しています。材料価格判断DIは、当期3.5から来期は1.7と下降すると予想しています。

●料金



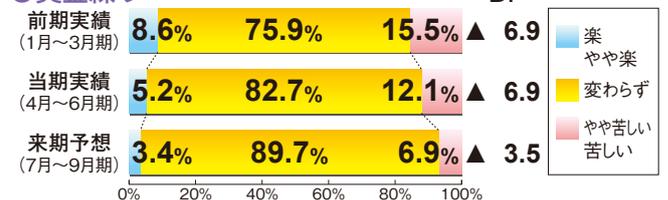
●材料価格



資金繰り

資金繰り判断DIは、当期▲6.9から来期▲3.5と厳しさが緩和すると予想しています。

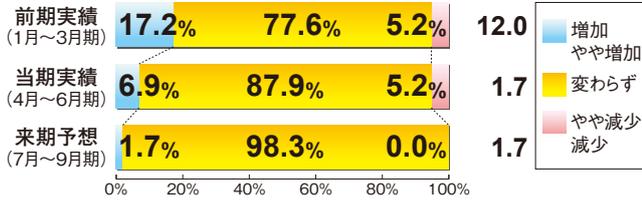
●資金繰り



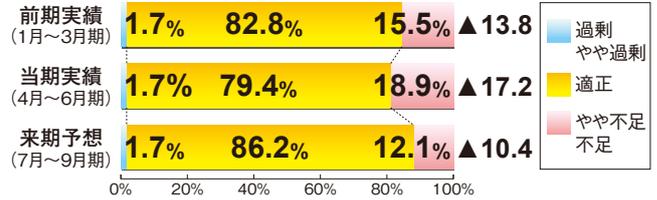
残業・人手

残業時間判断DIは、当期1.7から来期1.7と横ばいを予想しています。人手過不足感判断DIは、当期▲17.2から来期▲10.4と人手不足の厳しさは緩和されると予想しています。

●残業時間



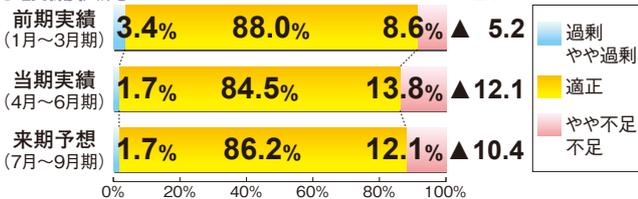
●人手



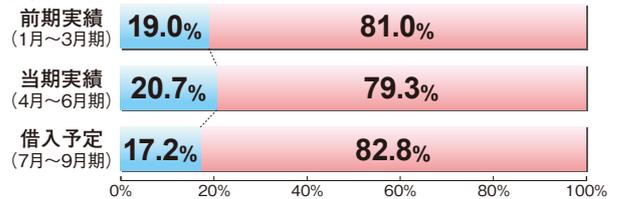
借入れ・設備

借入実施企業の割合は、当期20.7%から来期17.2%と減少するとの予想となっています。設備状況判断DIは、前期▲5.2から当期▲12.1と不足感が拡大しています。

●設備状況



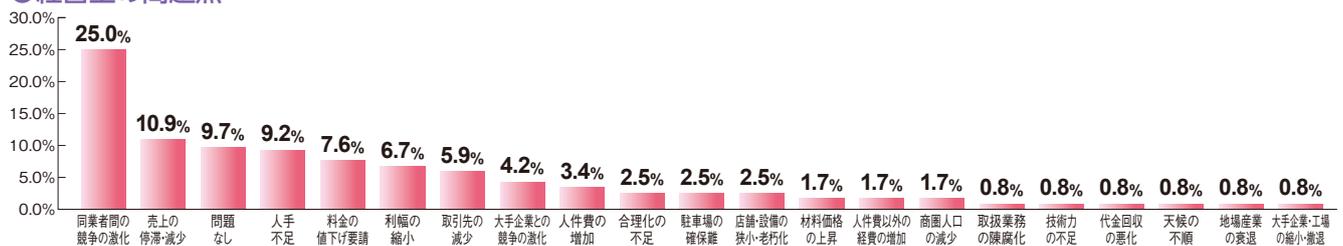
●借入金



経営上の問題点

1位は「同業者間の競争の激化」(25.0%)で、2位は「売上の停滞・減少」(10.9%)、3位には「問題なし」(9.7%)が続いています。

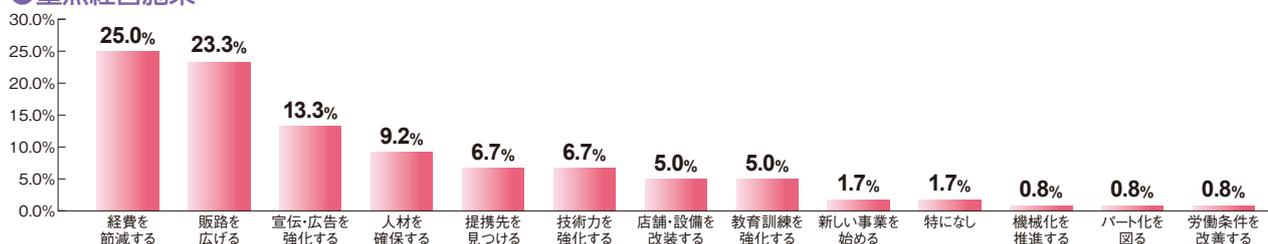
●経営上の問題点



当面の重点経営施策

1位は「経費を節減する」(25.0%)で、2位は「販路を広げる」(23.3%)、3位は「宣伝・広告を強化する」(13.3%)の回答となっています。

●重点経営施策





建設業

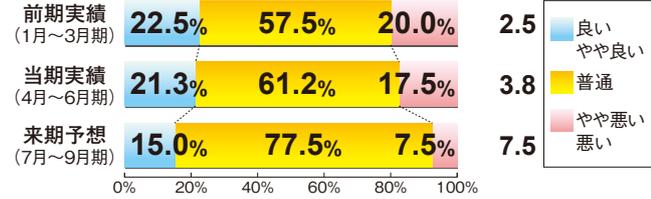
Construction industry

業況・売上・受注・施工・収益

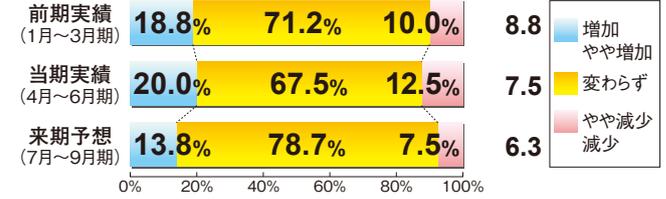
建設業の当期（4～6月）の業況判断DIは3.8で、前期（1～3月）の2.5と比べて良化しています。来期（7～9月）は7.5とさらに良化すると予想しています。

売上額判断DIは、前期8.8から当期6.2と減少しています。来期は6.4と増加すると予想しています。受注残判断DIは、前期3.8から当期0.0と3.8ポイント減少幅が拡大しています。来期は3.7と増加すると予想しています。施工高判断DIは、前期8.8から当期7.5で減少の傾向で来期は6.3とさらに減少すると予想しています。収益判断DIは、前期▲6.2から当期0.1と増加に転じています。また、来期は5.1と増加すると予想しています。

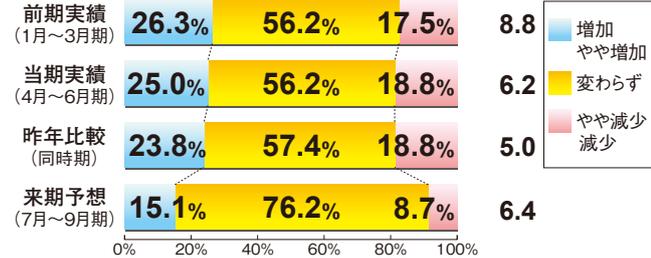
●業況



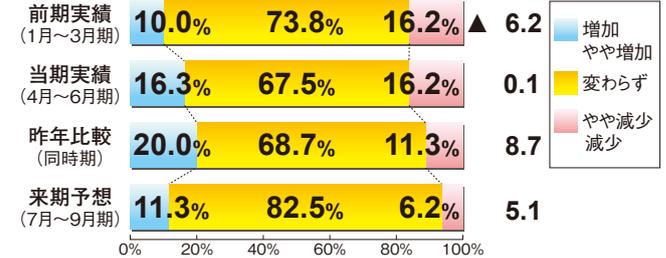
●施工高



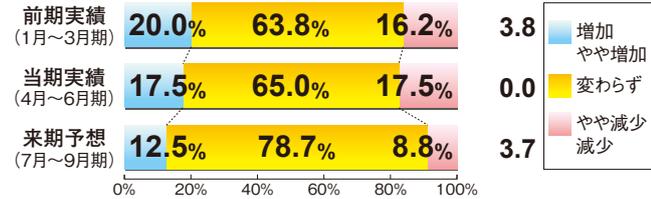
●売上額



●収益



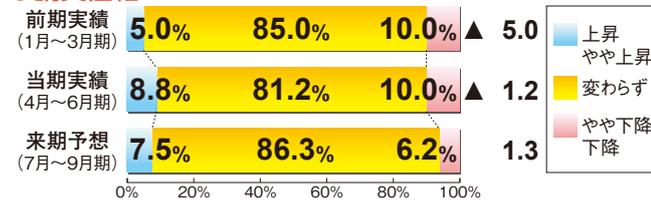
●受注残



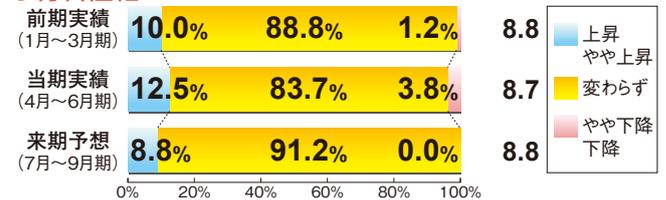
請負価格・材料価格

請負価格判断DIは、当期▲1.2から来期1.3と上昇すると予想しています。材料価格判断DIは、当期8.7から来期8.8と価格の下降幅が縮小すると予想しています。

●請負価格

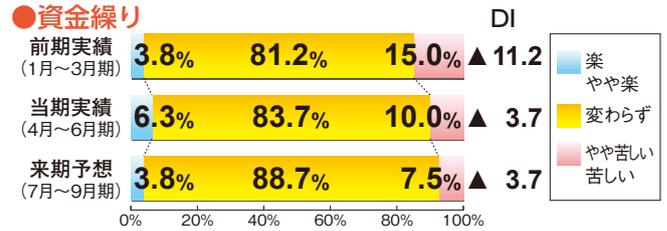
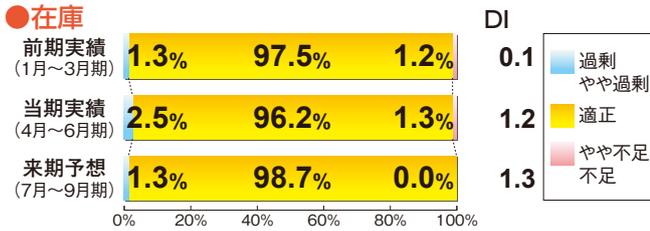


●材料価格



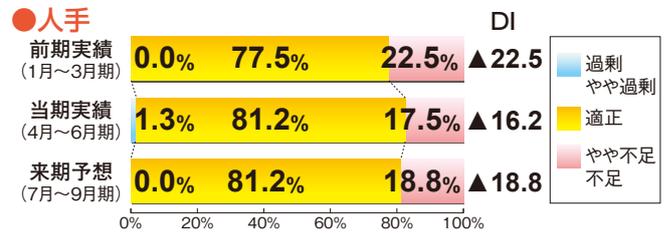
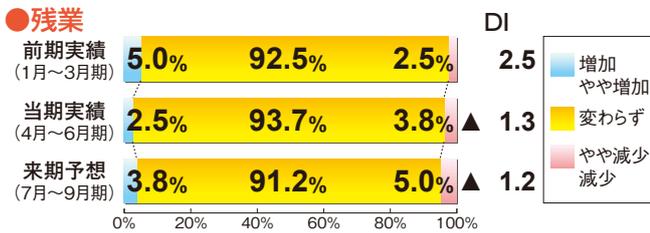
在庫・資金繰り

在庫判断DIは、当期1.2から来期1.3と減少を予想しています。資金繰り判断DIは、前期▲11.2から当期▲3.7と厳しさが緩和しています。



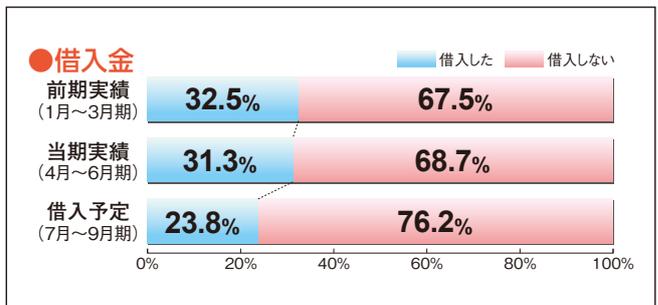
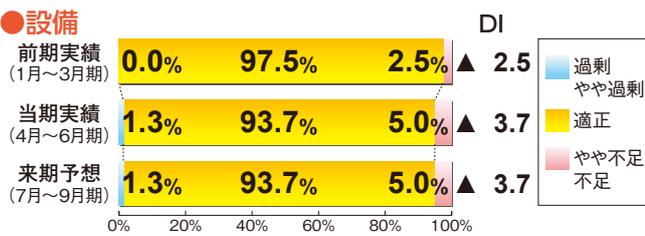
残業・人手

残業時間判断DIは、当期▲1.3から来期▲1.2と増加すると予想しています。人手過不足感判断DIは、前期▲22.5から当期▲16.2と不足感がやや改善されています。



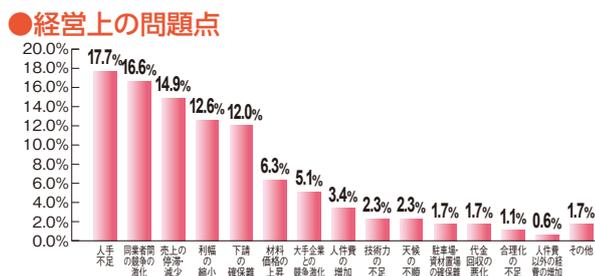
借入れ・設備

借入実施企業の割合は、当期31.3%から来期23.8%と減少予想となっています。設備状況判断DIは、当期▲3.7から来期▲3.7と横ばいを予想しています。



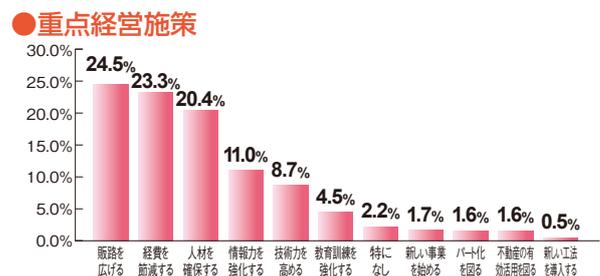
経営上の問題点

1位は「人手不足」(17.7%)で、2位は「同業者間の競争の激化」(16.6%)、3位には「売上の停滞・減少」(14.9%)が続いています。



当面の重点経営施策

1位は「販路を広げる」(24.5%)で、2位は「経費を節減する」(23.3%)、3位は「人材を確保する」(20.4%)の回答となっています。





不動産業

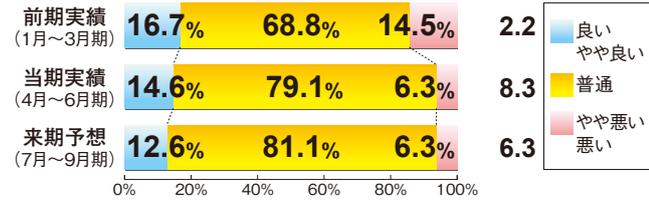
Real estate industry

業況・売上・収益

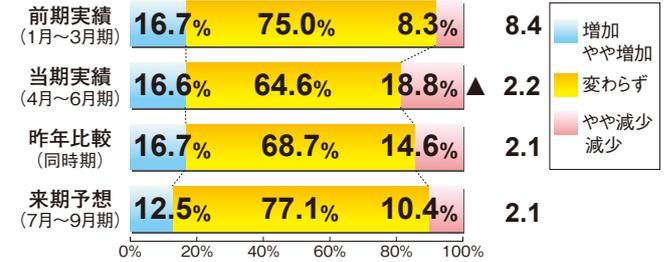
不動産業の当期(4~6月)の業況判断DIは8.3で、前期(1~3月)の2.2と比べて良化に転じています。来期(7~9月)は6.3と悪化すると予想しています。

売上額判断DIは、前期8.4から当期▲2.1と減少していますが、来期は6.3と良化すると予想しています。収益判断DIについては、前期8.4から当期▲2.2と悪化していますが、来期は2.1と良化すると予想しています。

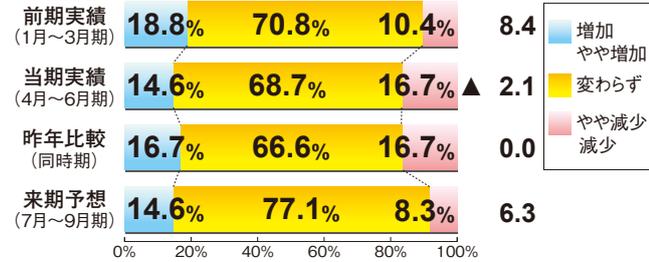
●業況



●収益



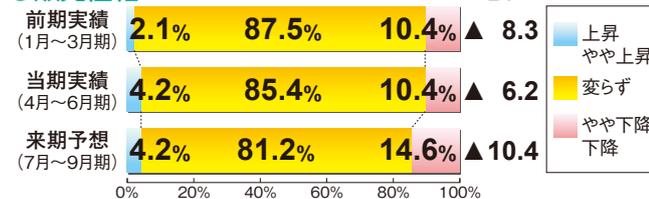
●売上額



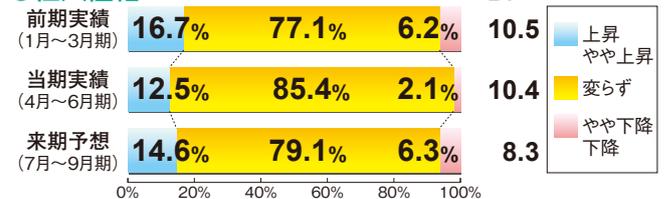
販売価格・仕入価格

販売価格判断DIは、当期▲6.2から来期▲10.4と下降すると予想しています。仕入価格判断DIは、当期10.4から来期8.3と下降幅が拡大すると予想しています。

●販売価格



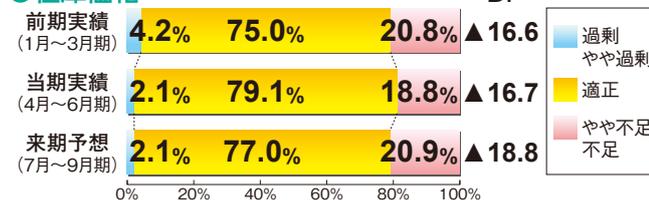
●仕入価格



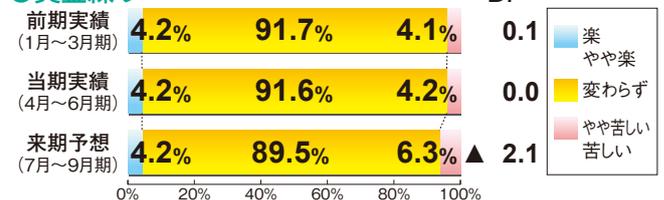
在庫・資金繰り

在庫判断DIは、当期▲16.7から来期▲18.8と在庫の不足感が増加すると予想しています。資金繰り判断DIは、前期0.1から当期0.0と厳しい状況が続いています。

●在庫価格

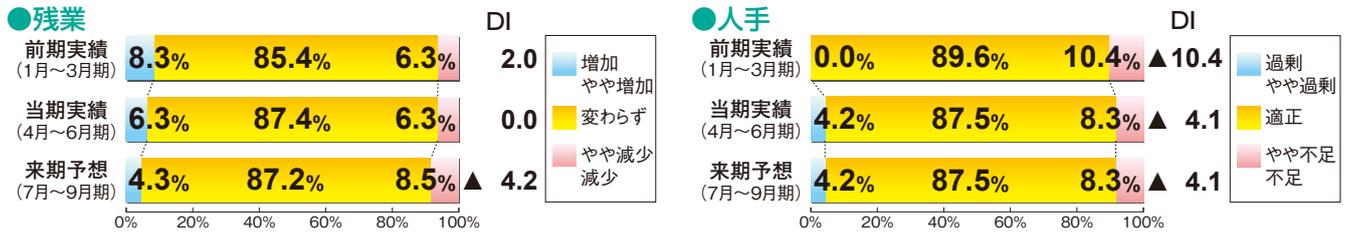


●資金繰り



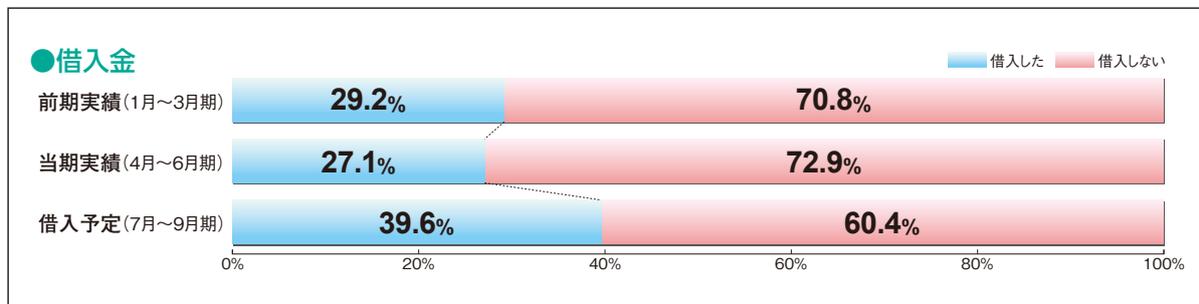
残業・人手

残業時間判断DIは、前期2.0から当期0.0と減少に転じています。人手過不足感判断DIは、前期▲10.4から当期▲4.1と不足感が緩和しています。



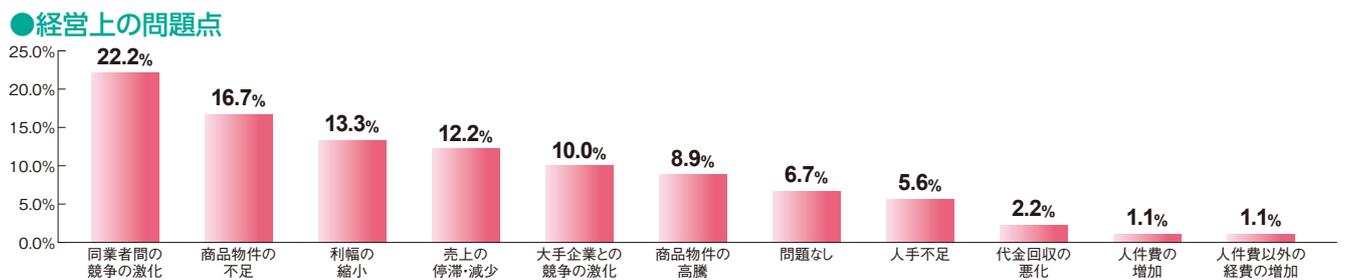
借入れ

借入実施企業の割合は、当期27.1%から来期は39.6%と増加予想となっています。



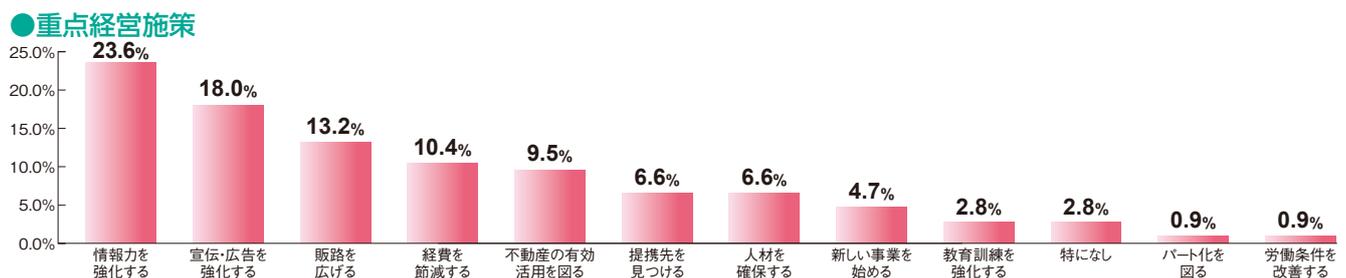
経営上の問題点

1位は「同業者間の競争の激化」(22.2%)で、2位には「商品物件の不足」(16.7%)、3位は「利幅の縮小」(13.3%)、が続いています。



当面の重点経営施策

1位は「情報力を強化する」(23.6%)、2位は「宣伝・広告を強化する」(18.0%)、3位は「販路を広げる」(13.2%)の回答となっています。



中村電設工業株式会社



創業 昭和 39 年 9 月
代表取締役 中村 康宏
資本金 3,000 万円
本店 さいたま市岩槻区本町 6-5-22
 TEL.048-758-5588
 FAX.048-758-6200
支店 幸手市南 3-9-5
 TEL.0480-42-0731
 FAX.0480-43-5450
ホームページ <http://www.nakamura-densetu.co.jp>
事業内容 一般電気設備工事、情報通信設備工事、防災設備工事、保守メンテナンス
 「住まいのおたすけ隊」一般家庭から企業までの電気に関する困りごとへの対応



○企業概要

当社は昭和 39 年に先代・中村章一氏が幸手市にて創業して以来順調に発展され、昭和 45 年に法人成り、更なる業容拡大に伴って平成 18 年には本店をさいたま市に移転。数多くのお取引様に愛され、発展を続けております。また、優秀工事表彰を多数受賞しており、常に高品質な業務を目指しております。

住宅都市整備公団優秀工事表彰受賞 4 回

(S54 年 S57 年 S59 年 S60 年)

関東地方建設局北首都国道工事事務所表彰受賞

(H8 年)

さいたま市優秀建設工事業者表彰 (H25 年)

<主な施工事例>

団地屋外電気設備工事 警察署非常用発電機設置工事

保育園電気設備工事 中学校太陽光発電設備工事

平成 26 年に代表を引継がれた中村康宏氏は職場環境の整備や社員教育にも熱心に取り組まれており社風は明るく闊達であり、その一つとして女性社員の方が発案されて受付に設置された「手書きのウェルカムボード」には心を和まされます。

また昨年より新たに、一般家庭の電気に関する困りごとに対応する「住まいのおたすけ隊」事業を幸手市内中心に展開しており、こちらも好評を得ております。

○社長よりのメッセージ

昭和 39 年の創業以来、弊社は一步一步成長・発展を遂げて参りました。これもひとえにお客様や地域の皆様の多大なるご理解とご協力があったからこそと深く感謝申し上げます。

社会・経済状況が猛スピードで変化する昨今、弊社に課せられた使命はその変化に即応しつつ、社員とお客様の物心両面の豊かさを追求して行くことだと考えております。

これを達成するために、個人の能力の高さよりも、社員全員の価値観の共有を重視し、業務品質の向上とチームワークの深化を図って、ご満足いただける仕事実現と社員育成を益々推進して参ります。全社一丸となって目指すのは「埼玉ナンバーワンの設備会社」。夢の実現のため、多くのお客様に愛され、関係するご縁のある方々が応援して下さる会社を目指し、地域の進歩・発展に力を注ぐ所存です。

久喜支店

住所 久喜市青毛
 3 丁目 1 番地 6
TEL 0480-25-2281



井出支店長

当社は、1975年に一般廃棄物回収を主業務としてスタートし、現在では他に産業廃棄物の収集・運搬・処理をはじめ、浄化槽維持管理、貯水槽清掃などのサービスを行い、生活と環境を支える企業として成長を続けています。

当社は県内はもとより県境を越える多くの工場等から排出される産業廃棄物処理に関わる下記のサービスを行っています。

産業廃棄物収集・運搬・処理→リサイクル化（汚泥・廃油・廃酸・廃アルカリ・動植物性残さ）、各種ピット清掃（原水槽・流量調整槽・バッキ槽・沈殿槽・油脂分離槽・汚泥貯留槽等）、排管・側溝清掃（管内ビデオ、写真撮影）、脱水汚泥収集・運搬・処理→リサイクル化など。

一般家庭向けにおいても、一般廃棄物収集・運搬・処理の他に浄化槽清掃（浄化槽汚泥収集・運搬・処理）、し尿収集・運搬・処理等のサービスを行っています。

環境保全のためには産業系、家庭系を問わず廃棄物の適切な処理が必要となります。当社は後世に美しい自然環境を残すことをコンセプトに事業を行っており、環境汚染や環境破壊が叫ばれるなか、2006年にはISO14001を取得し環境マネジメントシステムの理念を構築し、廃棄物の適切な処理を可能なものにしております。当社の事業は一般家庭、事業者にとって不可欠なものであり、まさに環境保全活動であるといえます。

また、当社は朝礼を通じ社員の倫理教育にも力を入れ、徳の高い社員を育成することで、職場環境、労働条件などの企業の内部システムの改善を進め、社員の動機付けへの働きかけを行っています。

当社の企業活動は、環境・顧客・社員の利益に資するもので地域の健全な発展に寄与するものです。今後はより高度に3者の調和が取れる企業活動を行い、より一層の発展を遂げてまいります。

株式会社 小島商事



法人設立	昭和50年4月3日
代表取締役	小島 孝夫
資本金	1,000万円
従業員	15名
本社	久喜市栗橋東 6-22-54 TEL.0480-52-0367 FAX.0480-52-2788
ホームページ	http://kojima-amenity.co.jp
事業内容	浄化槽保守点検、廃棄物処理



田原支店長

栗橋支店

住所 久喜市栗橋中央
1丁目9番23号
TEL 0480-52-1122

※当金庫お取引先企業を順次ご紹介いたしております

マッチング

「夢ある埼玉・就活プロジェクト」 合同企業面接会開催

平成28年5月16日(月)、大宮ソニックシティにおいて、合同企業説明会が開催されました。当金庫からの参加企業8社を含めた参加122社と、平成29年3月に卒業予定の学生及び34歳以下の既卒者が参加して盛大に開催されました。次回は、11月22日(火)に開催が予定されており、引き続き埼玉県内で働きたい若者を全力で応援します。



産学官連携

日本工業大学 産学連携セミナー

平成28年6月3日(金)宮代町の日本工業大学において日本工業大学工業技術博物館との合同講演会が開催されました。富士電機株式会社営業本部素材産業統括部営業第四部担当課長 根本浩一氏よりモールド変圧器の開発・発展の歩みと題して講演が行われました。

講演後は工業技術博物館の見学会や懇親会も開催され、産学連携の更なる強化を図ることが出来ました。



交流・情報交換

「第1回経営課題解決に向けた相談会」開催

平成28年5月12日(木)、5月18日(水)に(公財)さいたま市産業創造財団と(公財)埼玉県産業振興公社(埼玉県よろず支援拠点)の協力を得て経営課題解決に向けた相談会が開催されました。この相談会の狙いは、経営者を悩ませるさまざまな経営課題に対して、かわしん・コーディネーター双方のノウハウを活かしたアドバイスやサポートを実施し、一歩踏み込んだコンサルティング業務を実現しようというものです。2日間で32社から相談を受け、相談会後は課題内容にあわせて、個別訪問・専門家派遣などを継続して実施してまいります。



「川口中央支店」新築移転グランドオープン

平成28年4月18日(月)に川口中央支店が新築移転オープンしました。34年間営業してきた旧店舗が手狭となり、老朽化も進んだことから南に300メートルの場所に移転致しました。ATM2台と全自動貸金庫162個を設置、さまざまな相談に対応する相談ブースも2ヶ所設置され、駐車場も広くなりました。

4月18日(月)から4月20日(水)の3日間オープニングセレモニーが開催され、760人のお客様にご来店をいただきました。

新築移転を契機に、職員一同気持ちを新たに、地元の「かわしん」として精一杯お手伝いさせていただきますので、今後とも何卒お引き立てくださいますようお願い申し上げます。



川口信用金庫 本店

平成28年12月5日 グランドオープン予定



 川口信用金庫



発行. 川口信用金庫
地域産業支援課

〒332-8686 埼玉県川口市栄町3丁目9番3号

T E L : 048-253-3333(代表)

HPアドレス : <http://www.shinkin.co.jp/ksb/>