




















# 板橋区の景況

これは、平成28年6月上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。

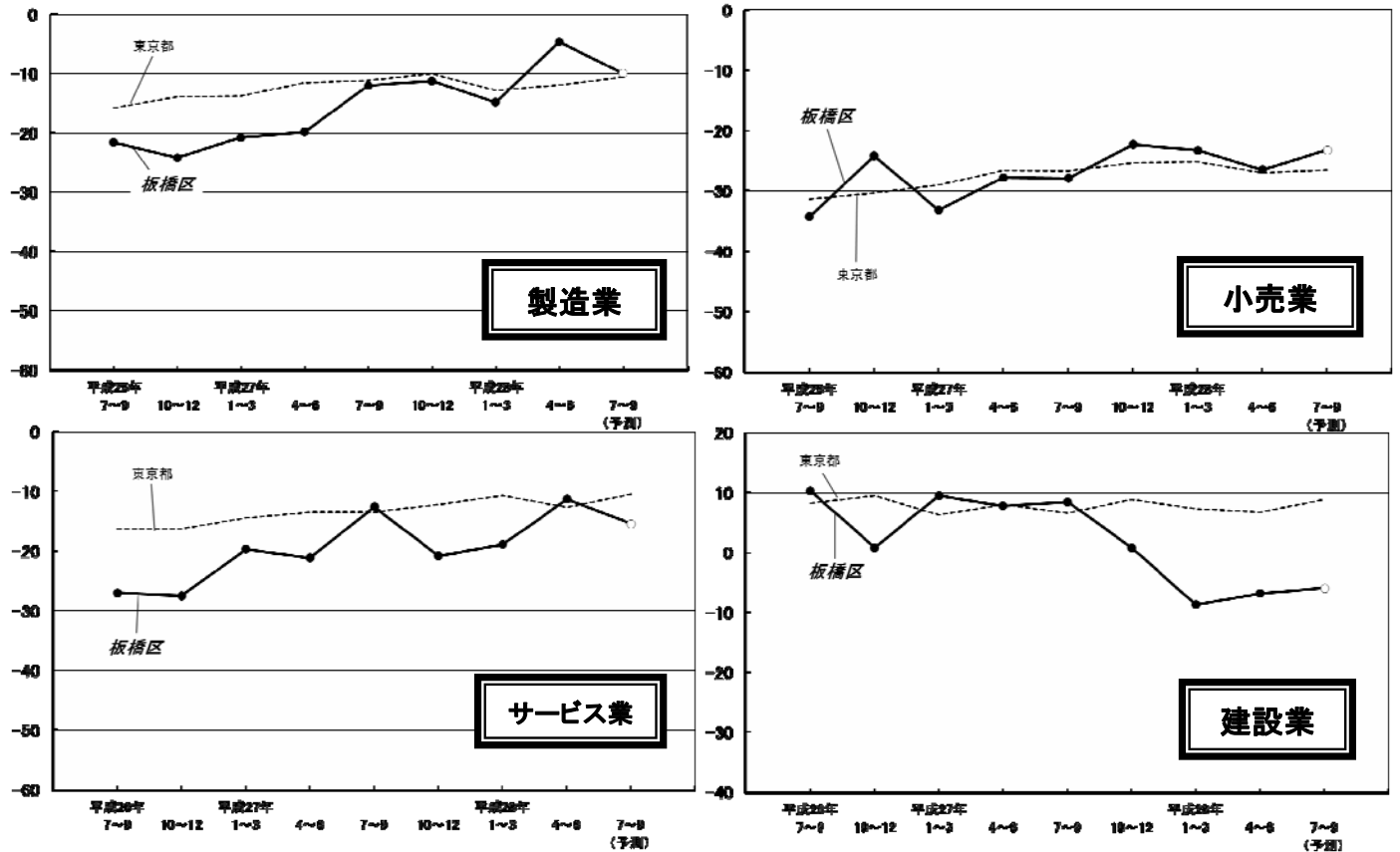
## 平成28年4～6月期

調査対象 製造業88社 小売業76社  
 サービス業64社 建設業63社  
 調査方法 面接聴取  
 調査機関 (一社) 東京都信用金庫協会  
 分析・作成 (株) 帝国データバンク

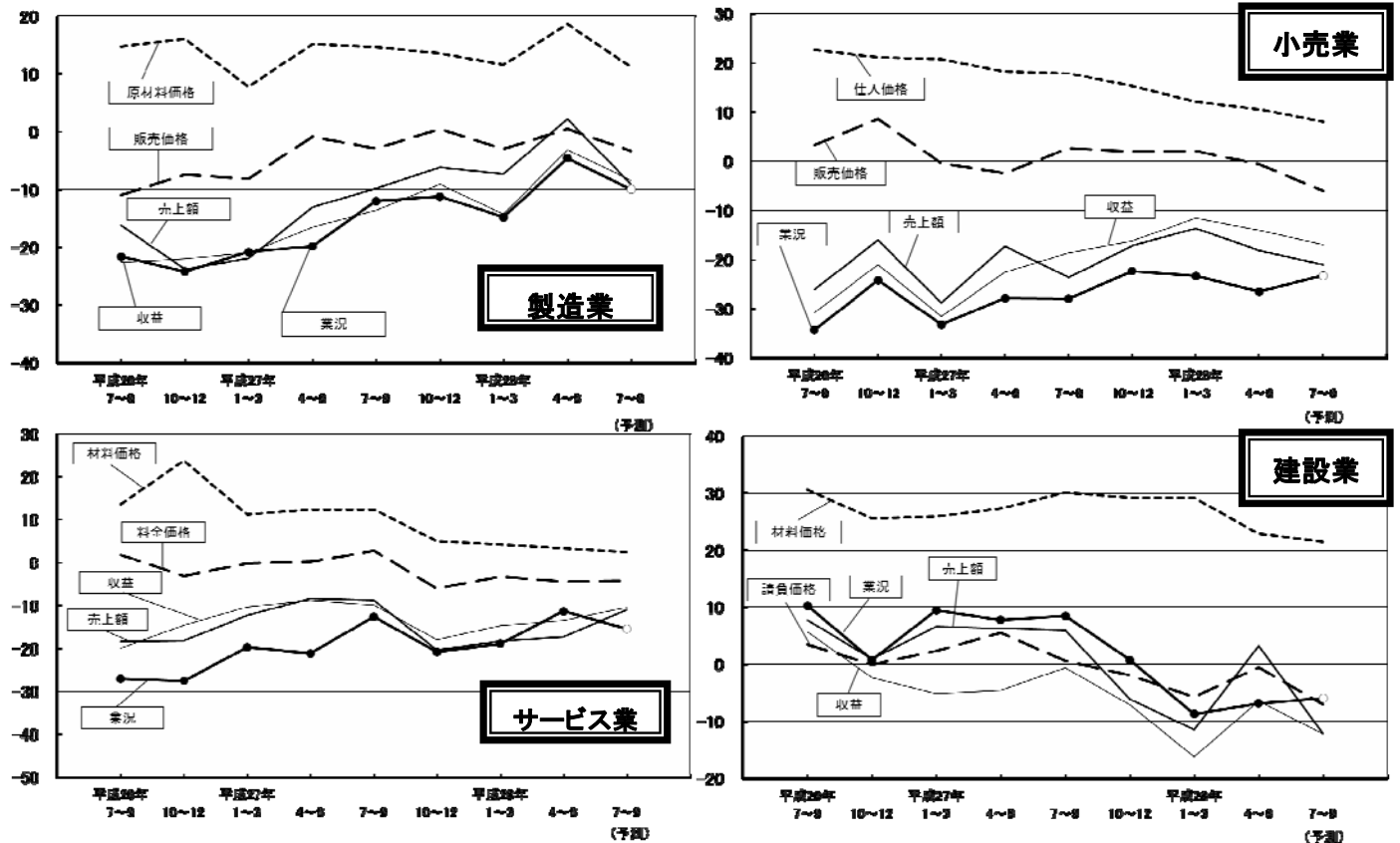
							
	好調 ←			普通 →			不調
製造業	20以上	19～10	9～0	△1～△10	△11～△20	△21～△30	△31以下
小売業	10以上	9～0	△1～△10	△11～△20	△21～△30	△31～△40	△41以下
サービス業	15以上	14～5	4～△5	△6～△15	△16～△25	△26～△35	△36以下
建設業	20以上	19～10	9～0	△1～△10	△11～△20	△21～△30	△31以下

製 造 業	前期		売上額は前期比9.5ポイント増の2.2と増加に転じ、収益は11.2ポイント増の-3.1と大幅に減益幅が縮小したことなどから、業況は10.2ポイント増の-4.6とかなり厳しさが和らいだ。資金繰りは5.3ポイント増の-8.2と若干厳しさが和らいだ。来期の業況は今期に比べ5.3ポイント減の-9.9と若干厳しさを増す見通し。
	今期		
	来期		
小 売 業	前期		業況は前期より3.2ポイント減の-26.5とやや悪化傾向が強まった。売上額が4.5ポイント減の-18.1、収益は2.5ポイント減の-14.0と多少減少幅が拡大。資金繰りは4.4ポイント減の-22.9と若干窮屈感が強まった。来期の業況は3.3ポイント増の-23.2と若干悪化幅が縮小する見込み。
	今期		
	来期		
サ ー ビ ス 業	前期		業況は前期より7.6ポイント増の-11.3と水面下ながら大幅に改善、売上額は0.9ポイント増の-17.3、収益は1.2ポイント増の-13.5とともに前期同様の減少幅で推移した。資金繰りは0.9ポイント増の-15.8と前期並の苦しきとなり、来期の業況は今期に比べ4.1ポイント減の-15.4と若干厳しさを増すと予想。
	今期		
	来期		
建 設 業	前期		売上額は前期より14.7ポイント増の3.3と増勢に転じ、収益は9.8ポイント増の-6.4と大きく改善、業況は1.9ポイント増の-6.8と前期同様の厳しさが続いた。資金繰りは4.0ポイント増の-13.0と若干窮屈感が緩和され、来期について業況は今期より0.9ポイント増の-5.9と今期並の悪化幅となる予想。
	今期		
	来期		

## 板橋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



## 板橋区 業種別 経営上の問題点

	製造業	小売業	サービス業	建設業
第1位	売上の停滞・減少 40 %	売上の停滞・減少 57 %	同業者間の競争の激化 49 %	売上の停滞・減少 35 %
第2位	同業者間の競争の激化 25 %	同業者間の競争の激化 34 %	売上の停滞・減少 43 %	同業者間の競争の激化 33 %
第3位	工場・機械の狭小・老朽化 18 %	大型店との競争の激化 33 %	人手不足 21 %	人手不足 32 %
第4位	利幅の縮小 15 %	商店街の集客力の低下 24 %	利幅の縮小 14 %	材料価格の上昇 25 %
第5位	原材料高 12 %	利幅の縮小 15 %	店舗・設備の狭小・老朽化 11 %	利幅の縮小 16 % 下請の確保難 16 %

## 板橋区 業種別 重点経営施策

	製造業	小売業	サービス業	建設業
第1位	販路を広げる 58 %	経費を節減する 55 %	販路を広げる 41 %	経費を節減する 59 %
第2位	経費を節減する 40 %	品揃えを改善する 32 %	経費を節減する 35 %	販路を広げる 41 %
第3位	情報力を強化する 21 %	宣伝・広告を強化する 24 %	宣伝・広告を強化する 16 % 人材を確保する 16 %	人材を確保する 37 %
第4位	新製品・技術を開発する 18 %	売れ筋商品を取り扱う 21 %	教育訓練を強化する 13 %	技術力を高める 21 %
第5位	提携先を見つける 11 % 機械化を推進する 11 %	商店街事業を活性化させる 18 %	提携先を見つける 10 %	情報力を強化する 16 %

### 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。業種別に見ると、「輸送用機械」は幾分好調感が強まり、「化学工業」は前期並の好感が続いた。「ゴム製品」「皮革関連」はかなり厳しさが和らぎ、「プラスチック」「一般機械」「建設用金属」「食料品」「プレス・メッキ」「金属製品」「木材・家具」はやや持ち直した。「電気機械」は若干悪化に転じ、「精密機械」「繊維・衣服」はわずかに厳しさを増し、「紙・紙加工品」「印刷関連」は前期同様の厳しさが続いた。来期の業況は今期同様の厳しさが続くともみている。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。業種別では、「医薬品・化粧品」は水面下ながら大幅に上向き、「繊維・衣服・身の回り品」はわずかに厳しさが和らいだ。一方、「ガソリンスタンド・燃料」「飲食店」「飲食料品」「書籍・文房具」「カメラ、時計・眼鏡」は幾分業況感が落込み、「スポーツ用品・玩具」は大きく低調感を強めた。来期の業況は、今期同様の厳しさが続くとも予想している。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。業種別に見ると、「情報サービス・調査・広告」は前期同様変化なく、「洗濯・理容・美容」は前期同様の厳しさが続いた。「自動車整備・駐車場」はやや低調感を強めた。来期の業況は厳しさが和らぐともみている。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。業種別に見ると、「職別工事」「総合工事」は前期並の好感が続き、「設備工事」はわずかに弱含んだ。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。

# 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				電子メール		
	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	利用することはない
全体	33.0	27.1	10.1	29.2	50.9	13.4	32.4
業種							
製造業	42.9	28.6	10.7	17.9	65.5	10.7	22.6
小売業	21.3	21.3	5.3	49.3	24.0	17.3	57.3
サービス業	23.8	30.2	11.1	34.9	36.5	19.0	34.9
建設業	25.8	27.4	14.5	32.3	59.7	9.7	29.0

## 問2. 事業上のソーシャルメディア等の利用

	利用している					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
	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					
全体	8.0	0.6	0.6	2.1	0.6	3.0	15.1	31.5	11.0	27.6
業種										
製造業	7.1	-	-	3.6	-	3.6	20.2	32.1	10.7	22.6
小売業	8.0	1.3	-	2.7	2.7	1.3	10.7	25.3	9.3	38.7
サービス業	7.9	-	1.6	1.6	-	4.8	15.9	28.6	14.3	25.4
建設業	4.8	-	-	1.6	-	1.6	11.1	38.1	9.5	33.3

## 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	27.9	47.2	35.3	5.6	21.1	46.3	15.7	16.9	1.2	8.6
業種										
製造業	21.4	38.1	39.3	3.6	27.4	56.0	22.6	11.9	1.2	11.9
小売業	42.1	43.4	26.3	2.6	19.7	44.7	6.6	18.4	2.6	7.9
サービス業	42.9	57.1	34.9	7.9	14.3	23.8	15.9	15.9	-	11.1
建設業	14.5	46.8	29.0	12.9	22.6	43.5	21.0	21.0	-	8.1

## 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(ブログ含む自社ホームページを除く)	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	10.9	22.5	12.4	12.4	21.3	16.0	7.7	12.1	4.1	34.3
業種										
製造業	7.1	15.5	6.0	9.5	25.0	19.0	3.6	15.5	3.6	35.7
小売業	15.8	21.1	15.8	10.5	17.1	7.9	10.5	11.8	2.6	39.5
サービス業	14.3	23.8	17.5	15.9	14.3	7.9	6.3	11.1	4.8	33.3
建設業	11.1	25.4	6.3	11.1	12.7	12.7	9.5	9.5	4.8	42.9

## 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				取引推進上の情報発信を行っていない	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		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	42.9	11.9	10.3	-	34.0	-	8.8	42.6	11.2	21.0
業種										
製造業	41.0	16.9	12.0	-	30.1	-	10.8	51.8	6.0	19.3
小売業	38.2	11.8	7.9	-	40.8	-	7.9	32.9	17.1	25.0
サービス業	37.7	8.2	14.8	-	37.7	-	8.2	42.6	6.6	14.8
建設業	41.4	8.6	10.3	-	37.9	-	3.4	41.4	10.3	29.3

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。

**板橋区 産業経済部 産業振興課**

TEL:03(3579)2172 FAX:03(3579)9756