



練馬区 中小企業の景況

平成26年度 第1四半期（平成26年4月～6月期）

目次

1	総合（製造・卸売・小売・サービス・建設）	1
2	製造業	3
3	卸売業	5
4	小売業	7
5	サービス業	9
6	建設業	11

冊子「練馬区 中小企業の景況」は、一般社団法人練馬区産業振興公社が、「都内中小企業景況調査」の実施機関である一般社団法人東京都信用金庫協会から、当該調査の練馬区地域データを購入して編集・発行するものです。

編集・発行

一般社団法人練馬区産業振興公社 練馬ビジネスサポートセンター
〒176-0001 練馬区練馬一丁目17番1号 Coconeri 4階
TEL:03-6757-2020 FAX:03-6757-1014

調査実施機関

一般社団法人東京都信用金庫協会

1 総合（製造・卸売・小売・サービス・建設）

- ・区業況DIは、－11（前期比－7ポイント）、6期連続上昇から下降に転じる。
- ・区業種別業況DIは、卸売業を除きすべて下降
- ・都業況DIは－17（前期比－2ポイント）、3期振り下降に転じた。
- ・経営上の問題点では「人手不足」が減少し「材料価格の上昇」が上位となった。

業 況

〔業況〕

今期の区業況総合DIは、－11（前期比－7ポイント）となり、6期連続の上昇から下降に転じた。業種別業況DIでは、卸売業を除く業種で下降となった。（【グラフ1】参照）。都業況DIは、－17（前期比－2ポイント）、12期連続で区業況DIが都業況DIを上回っている。（【グラフ2】参照）。

〔事業者アンケート〕

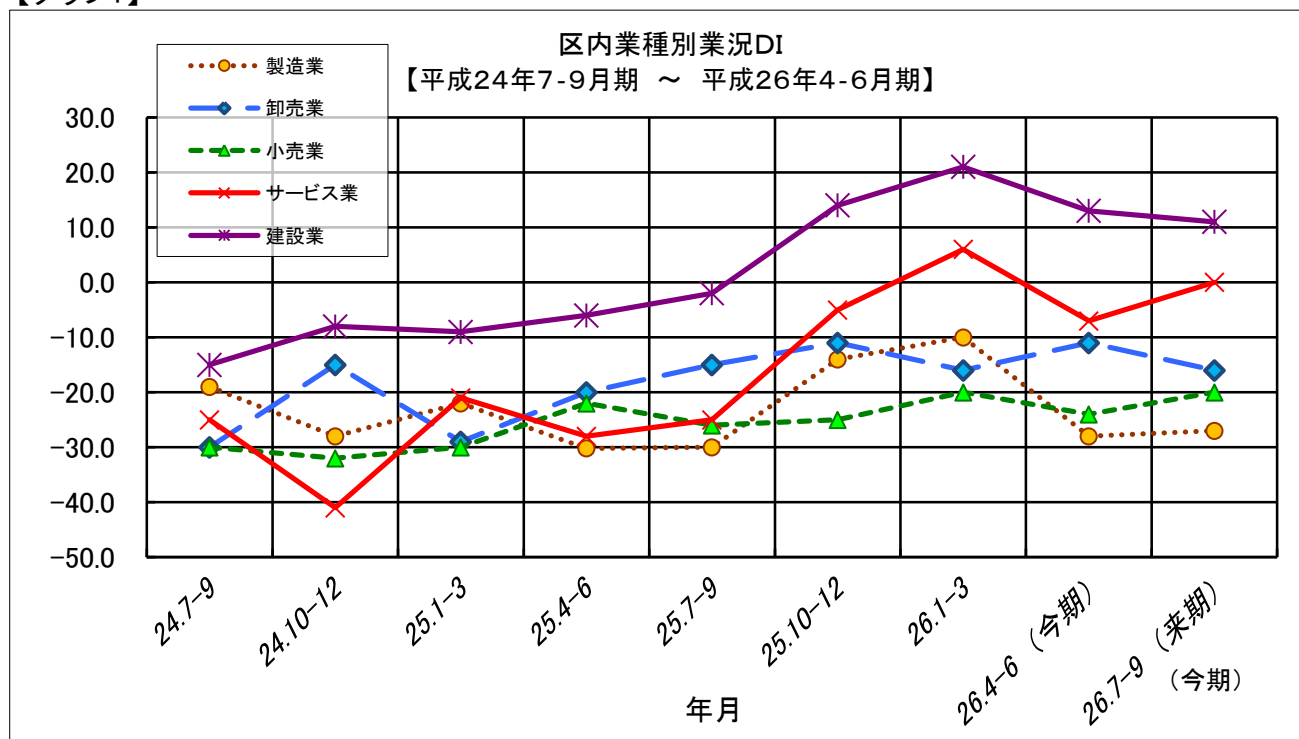
経営上の問題点は、「人手不足」が減少し「材料価格の上昇」が上位項目に再度加わった。当面の重点経営施策の上位5項目には、特筆すべき変化はみられない。

設備投資動向の「実施した・予定あり」は16.1%（前期比+0.4ポイント）となり5期連続で回答比率が増加している。

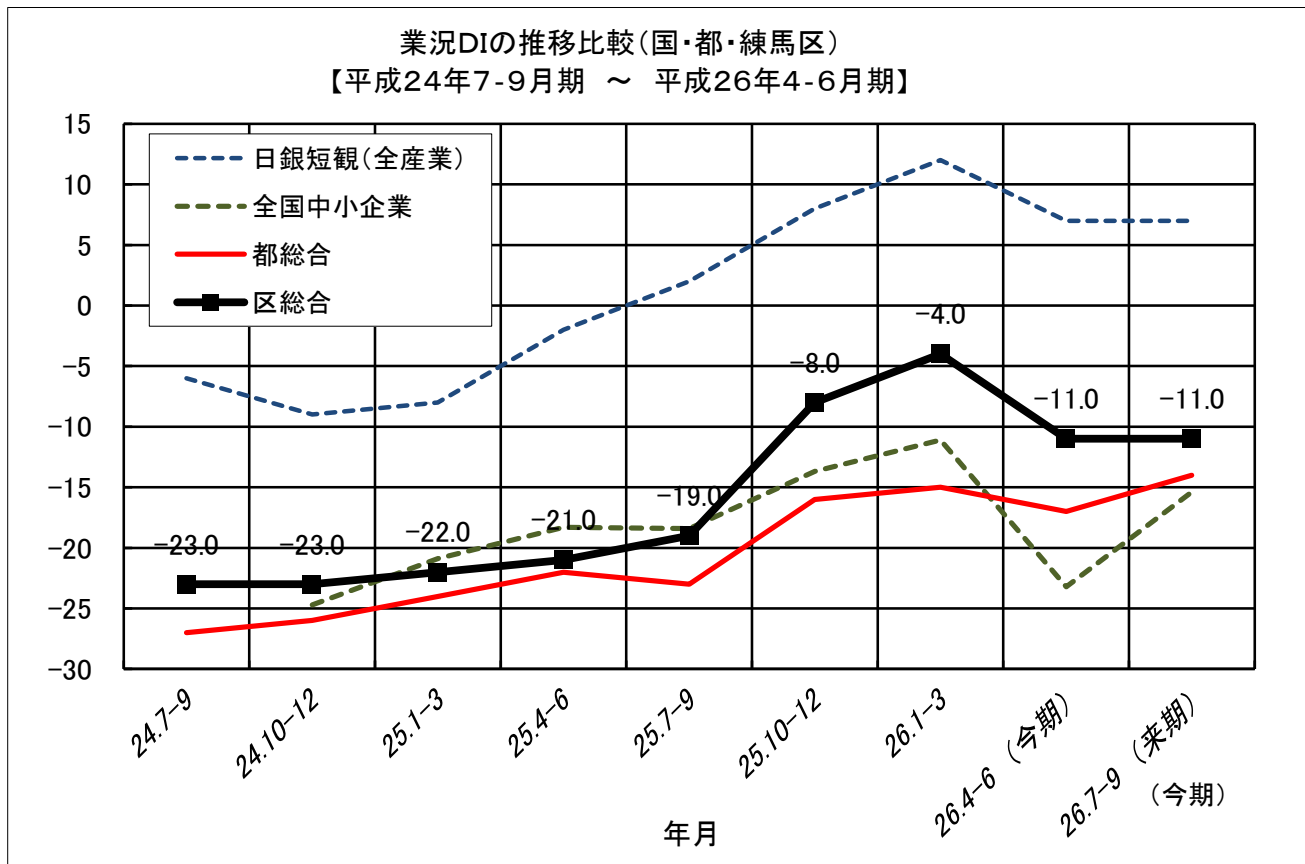
〔四半期別業況DI〕

年月	区業種別業況					区(総合)	都(総合)	(区－都)
	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業			
24.7-9	-19	-30	-30	-25	-15	-23	-27	4
24.10-12	-28	-15	-32	-41	-8	-23	-26	3
25.1-3	-22	-29	-30	-21	-9	-22	-24	2
25.4-6	-30	-20	-22	-28	-6	-21	-22	1
25.7-9	-30	-15	-26	-25	-2	-19	-23	4
25.10-12	-14	-11	-25	-5	14	-8	-16	8
26.1-3	-10	-16	-20	6	21	-4	-15	11
26.4-6 (今期)	-28	-11	-24	-7	13	-11	-17	6
26.7-9 (来季)	-28	-11	-24	-7	13	-11	-14	3

【グラフ1】



【グラフ2】



事業者アンケート

〔経営上の問題点〕

単位: %

	平成25年度				平成26年度
	第2四半期	第3四半期	第4四半期		第1四半期
1位	同業者間の競争の激化 41.3	売上の停滞・減少 41.0	売上の停滞・減少 38.9	売上の停滞・減少 38.9	売上の停滞・減少 39.2
2位	売上の停滞・減少 40.1	同業者間の競争の激化 41.0	同業者間の競争の激化 38.4	同業者間の競争の激化 38.4	同業者間の競争の激化 35.2
3位	利幅の縮小 25.5	利幅の縮小 20.5	利幅の縮小 21.3	利幅の縮小 21.3	利幅の縮小 21.0
4位	大手との競争の激化 15.1	大手との競争の激化 15.2	大手との競争の激化 14.4	大手との競争の激化 14.4	大手との競争の激化 14.5
5位	材料価格の上昇 12.4	材料価格の上昇 12.1	人手不足 13.9	材料価格の上昇 13.9	材料価格の上昇 14.5

〔重点経営施策〕

単位: %

	平成25年度				平成26年度
	第2四半期	第3四半期	第4四半期		第1四半期
1位	経費を節減する 48.5	経費を節減する 47.2	経費を節減する 50.1	経費を節減する 50.1	経費を節減する 51.4
2位	販路を広げる 45.8	販路を広げる 46.9	販路を広げる 44.8	販路を広げる 44.8	販路を広げる 44.6
3位	情報力を強化する 12.6	人材を確保する 18.0	人材を確保する 14.9	人材を確保する 14.9	人材を確保する 16.7
4位	品揃えの改善・充実 11.6	情報力を強化する 12.0	品揃えの改善・充実 13.9	情報力を強化する 13.9	情報力を強化する 11.3
5位	人材を確保する 11.2	品揃えの改善・充実 10.5	情報力を強化する 12.0	品揃えの改善・充実 12.0	品揃えの改善・充実 10.8

〔設備投資動向〕

単位: %

	平成25年度			平成26年度
	第2四半期	第3四半期	第4四半期	第1四半期
実施しない・予定なし	85.6	84.4	84.3	83.9
実施した・予定あり	14.4	15.6	15.7	16.1

2 製造業

- ・区業況DIは-28(前期比-18ポイント)
- ・すべてのDI(売上額、収益、販売価格および原材料価格)が下降
- ・当面の重点経営施策で「人材を確保する」の割合が減少

業 況

〔業況〕

今期の業況DIは、-28(前期比-18ポイント)となり、平成24年第2四半期以降最大の下降幅となった。前期上昇したすべてのDI(売上額・収益・販売価格および原材料価格)が、一転下降となった。〔グラフ3〕参照。業種中分類別では、出版等DIが-34(前期比+5ポイント)で上昇した以外、すべて下降した。〔グラフ4〕参照。

都業況は、-17(前期比増減なし)であった。

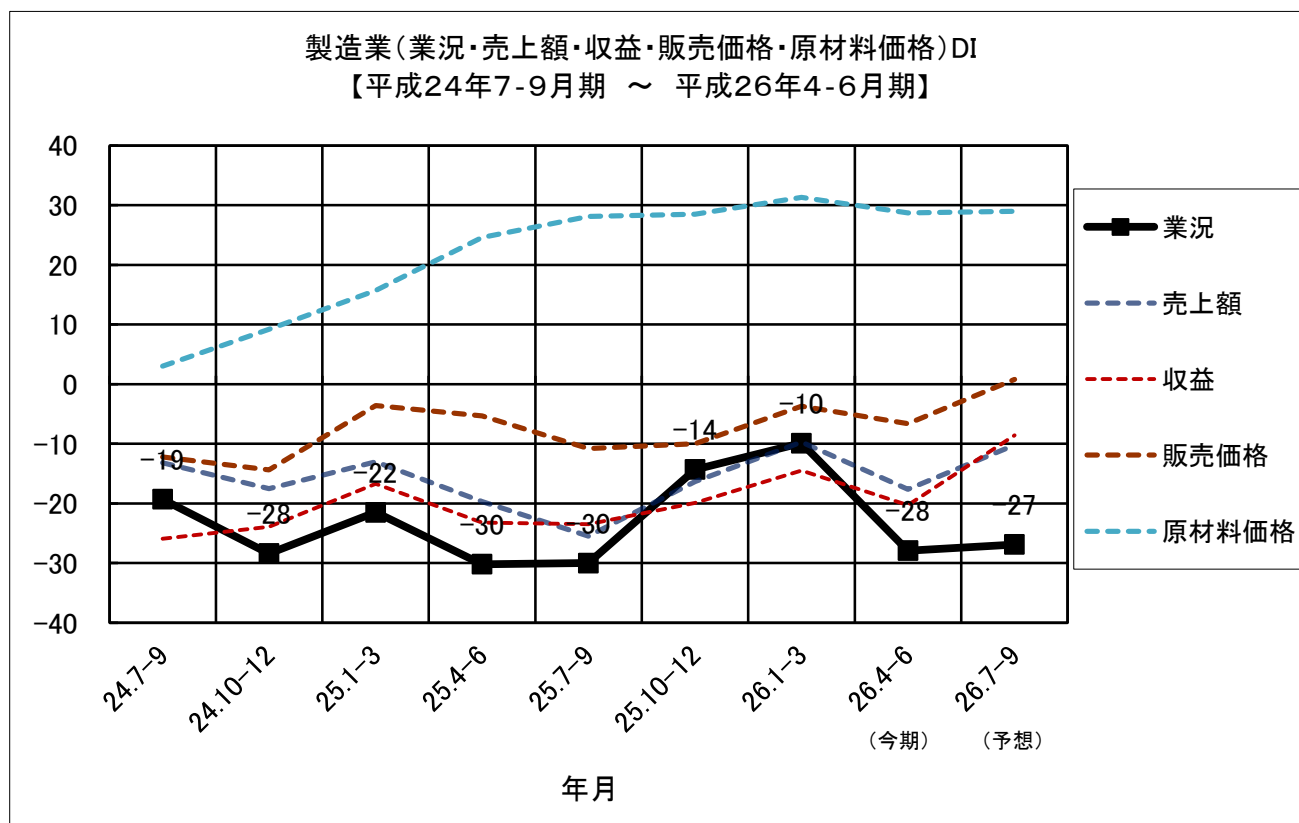
〔事業者アンケート〕

経営上の問題点では、「売上の停滞・減少」が1位を継続した。当面の重点経営施策では、「販路を広げる」が1位を継続しつつ75.0%(前期比+4.1ポイント)と高水準となっている。設備投資動向の「実施した・予定あり」は、12.0%(前期比-1.9ポイント)となり横ばいから下降に転じた。

〔製造業(業況・売上額・収益・販売価格・原材料価格)DI〕

	24.7-9	24.10-12	25.1-3	25.4-6	25.7-9	25.10-12	26.1-3	26.4-6 (今期)	26.7-9 (予想)
業 況	-19	-28	-22	-30	-30	-14	-10	-28	-27
売 上 額	-13	-18	-13	-20	-26	-16	-10	-18	-10
収 益	-26	-24	-17	-23	-24	-20	-15	-20	-9
販 売 価 格	-12	-14	-4	-5	-11	-10	-4	-7	1
原 材 料 価 格	3	9	16	25	28	29	31	29	29

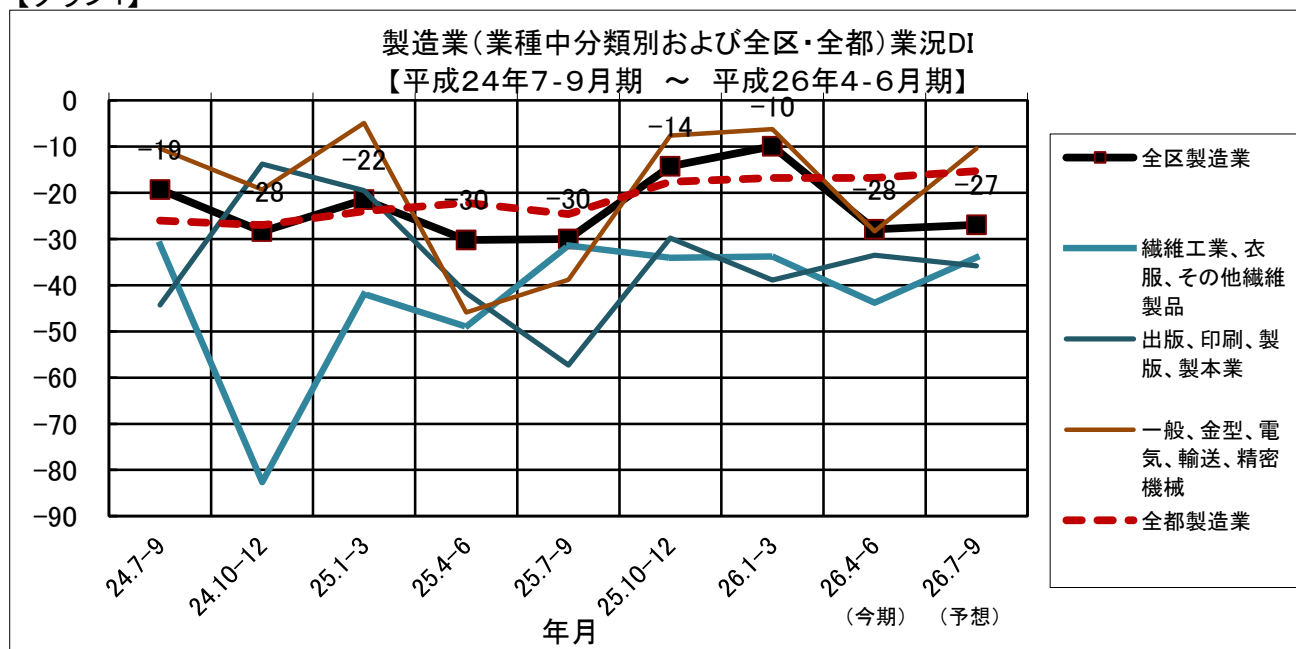
〔グラフ3〕



〔製造業(業種中分類別(繊維工業等・出版等・一般機械等)および全区・全都)業況DI〕

	24.7-9	24.10-12	25.1-3	25.4-6	25.7-9	25.10-12	26.1-3	26.4-6 (今期)	26.7-9 (予想)
全区製造業	-19	-28	-22	-30	-30	-14	-10	-28	-27
繊維工業等	-31	-83	-42	-49	-31	-34	-34	-44	-34
出版等	-44	-14	-20	-42	-57	-30	-39	-34	-36
一般機械等	-10	-19	-5	-46	-39	-8	-6	-28	-10
全都製造業	-26	-27	-24	-22	-25	-18	-17	-17	-15

【グラフ4】



事業者アンケート

〔経営上の問題点〕

単位: %

	平成25年度				平成26年度			
	第2四半期	第3四半期	第4四半期		第1四半期			
1位	売上の停滞・減少 50.0	売上の停滞・減少 45.0	売上の停滞・減少 50.6		売上の停滞・減少 55.3			
2位	同業者間の競争の激化 36.3	同業者間の競争の激化 37.5	同業者間の競争の激化 36.7		同業者間の競争の激化 31.6			
3位	利幅の縮小 31.3	利幅の縮小 26.3	利幅の縮小 26.6		材料価格の上昇 22.4			
4位	材料価格の上昇 25.0	材料価格の上昇 21.3	材料価格の上昇 20.3		利幅の縮小 18.4			
5位	大手との競争の激化 15.0	大手との競争の激化 16.3	大手との競争の激化 17.7		大手との競争の激化 11.8			

〔重点経営施策〕

単位: %

	平成25年度				平成26年度			
	第2四半期	第3四半期	第4四半期		第1四半期			
1位	販路を広げる 70.0	販路を広げる 70.0	販路を広げる 70.9		販路を広げる 75.0			
2位	経費を節減する 55.0	経費を節減する 52.5	経費を節減する 53.2		経費を節減する 56.6			
3位	新製品・新技術の開発・導入 17.5	情報力を強化する 12.5	人材を確保する 15.2		新製品・新技術の開発・導入 13.2			
4位	情報力を強化する 15.0	新製品・新技術の開発・導入 12.5	情報力を強化する 12.7		人材を確保する 11.8			
5位	提携先を見つける 10.0	人材を確保する 12.5	新製品・新技術の開発・導入 12.7		情報力を強化する 11.8			

〔設備投資動向〕

単位: %

	平成25年度			平成26年度
	第2四半期	第3四半期	第4四半期	第1四半期
実施しない・予定なし	83.7	86.1	86.1	88.0
実施した・予定あり	16.3	13.9	13.9	12.0

3 卸売業

- ・区業況DIは、－11(前期比＋5ポイント)
- ・仕入価格を除くDI(売上額・収益・販売価格)が上昇
- ・都業況DIは、－18(前期比－5ポイント)
- ・設備投資動向は、「実施した・予定あり」の割合が上昇から下降に転じた

業 況

〔業況〕

今期の業況DIは、－11(前期比＋5ポイント)となり前期の下降分を回復した。仕入価格を除く売上額・収益および販売価格のDIが上昇した。【グラフ5】参照。業種中分類別では、食料品卸DIが－29(前期比－2ポイント)で3期連続の下降となったが、下降幅は大きく縮小した。

都業況DIは、－18(前期比－5ポイント)で下降に転じた。【グラフ6】参照。

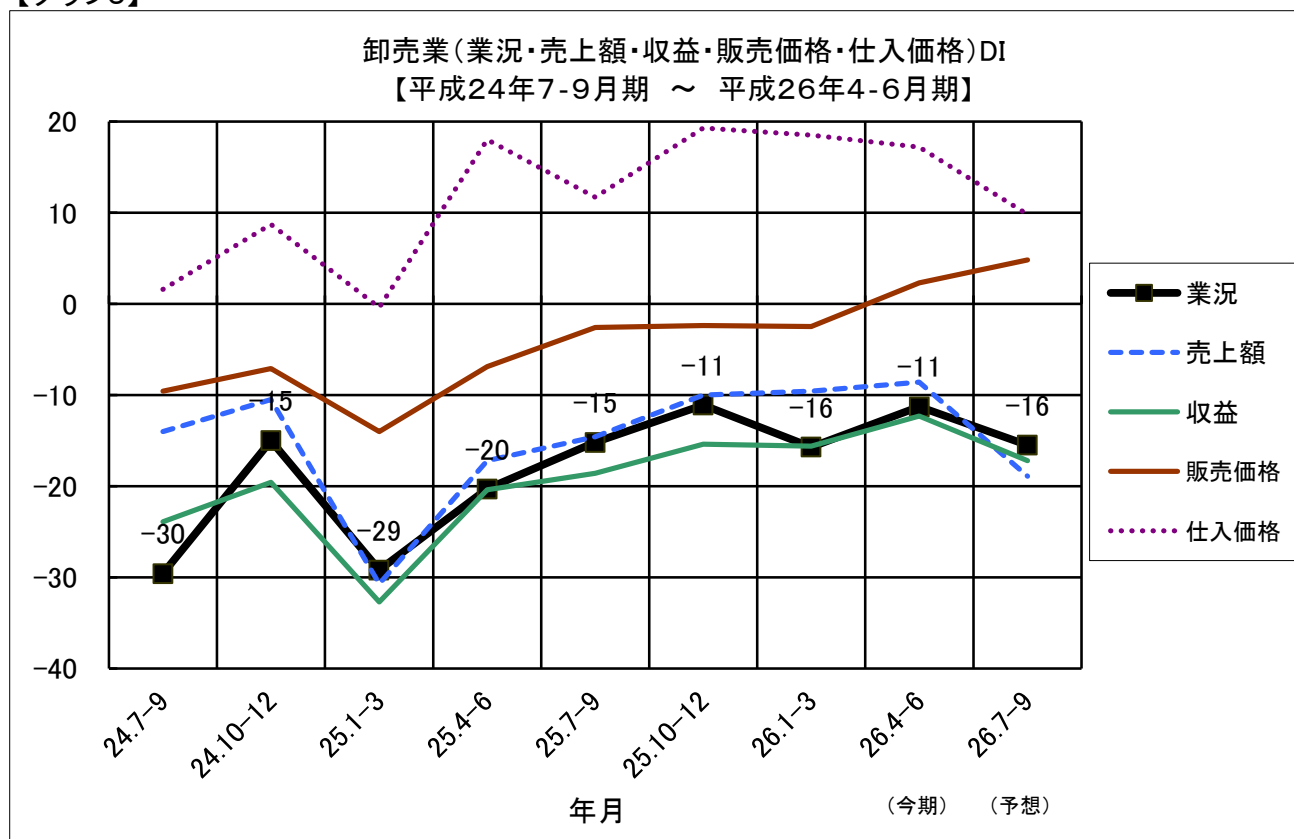
〔事業者アンケート〕

経営上の問題点に顕著な変動はなかった。当面の重点経営施策の上位項目は、4期続けて構成に変動がなかったが、今期「人材と確保する」が減少し「特になし」が5位に入った。設備投資動向では、25年度第2四半期から「実施した・予定あり」とする回答増加が継続してきたが、今期13.2%(前期比－1.1ポイント)となり減少に転じた。

〔卸売業(業況・売上額・収益・販売価格・仕入価格)DI〕

	24.7-9	24.10-12	25.1-3	25.4-6	25.7-9	25.10-12	26.1-3	26.4-6 (今期)	26.7-9 (予想)
業 況	-30	-15	-29	-20	-15	-11	-16	-11	-16
売 上 額	-14	-11	-31	-17	-15	-10	-10	-9	-19
収 益	-24	-20	-33	-20	-19	-15	-16	-12	-17
販 売 価 格	-10	-7	-14	-7	-3	-2	-3	2	5
仕 入 価 格	2	9	0	18	12	19	19	17	10

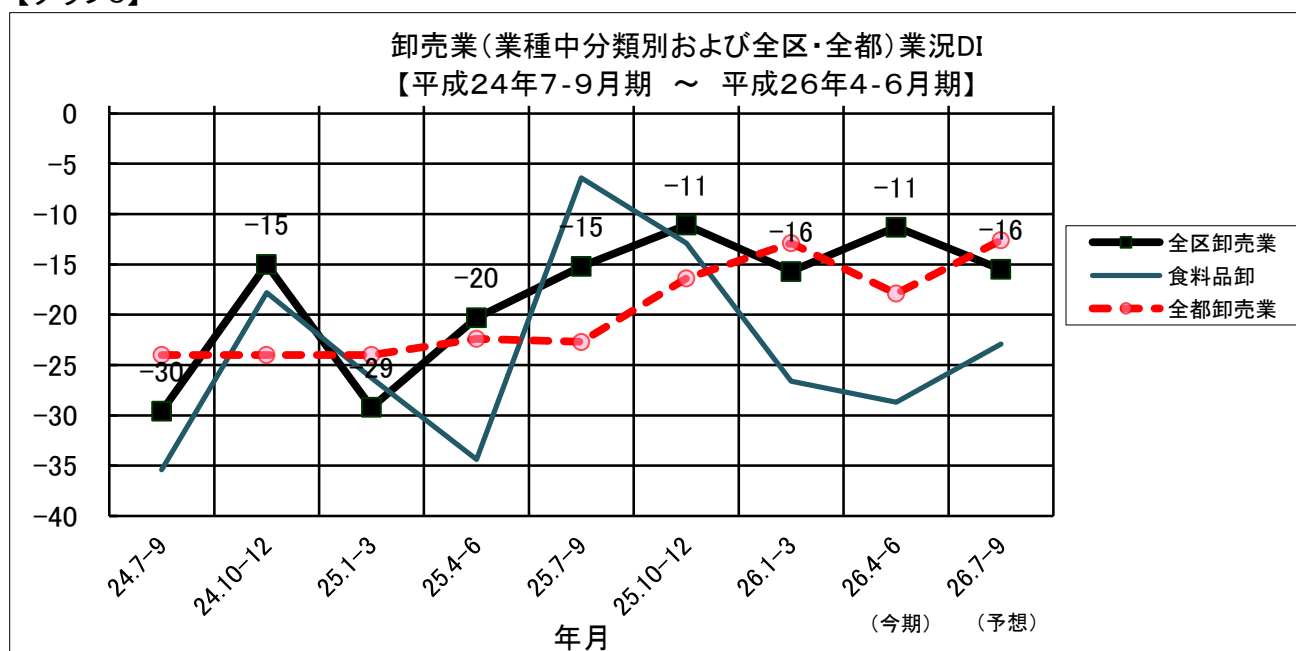
【グラフ5】



〔卸売業(業種中分類別(食料品卸)および全区・全都)業況DI〕

	24.7-9	24.10-12	25.1-3	25.4-6	25.7-9	25.10-12	26.1-3	26.4-6 (今期)	26.7-9 (予想)
全区卸売業	-30	-15	-29	-20	-15	-11	-16	-11	-16
食料品卸	-35	-18	-26	-34	-6	-13	-27	-29	-23
全都卸売業	-24	-24	-24	-22	-23	-16	-13	-18	-13

【グラフ6】



事業者アンケート

〔経営上の問題点〕

単位: %

	平成25年度				平成26年度	
	第2四半期	第3四半期	第4四半期		第1四半期	
1位	売上の停滞・減少 44.9	同業者間の競争の激化 47.5	売上の停滞・減少 43.4	売上の停滞・減少 46.3	売上の停滞・減少 46.3	
2位	同業者間の競争の激化 40.4	売上の停滞・減少 42.5	同業者間の競争の激化 37.3	同業者間の競争の激化 34.1	同業者間の競争の激化 34.1	
3位	利幅の縮小 27.0	利幅の縮小 25.0	利幅の縮小 27.7	利幅の縮小 31.7	利幅の縮小 31.7	
4位	取引先の減少 19.1	仕入先からの値上げ要請 12.5	取引先の減少 13.3	仕入先からの値上げ要請 13.4	仕入先からの値上げ要請 13.4	
5位	仕入先からの値上げ要請 13.5	取引先の減少 12.5	仕入先からの値上げ要請 10.8	小口注文・多頻度配送の増加 11.0	小口注文・多頻度配送の増加 11.0	

〔重点経営施策〕

単位: %

	平成25年度				平成26年度	
	第2四半期	第3四半期	第4四半期		第1四半期	
1位	販路を広げる 65.2	販路を広げる 73.8	販路を広げる 62.7	販路を広げる 68.3	販路を広げる 68.3	
2位	経費を節減する 48.3	経費を節減する 46.3	経費を節減する 44.6	経費を節減する 47.6	経費を節減する 47.6	
3位	情報力を強化する 20.2	情報力を強化する 22.5	情報力を強化する 21.7	情報力を強化する 22.0	情報力を強化する 22.0	
4位	品揃えの改善・充実 18.0	品揃えの改善・充実 15.0	品揃えの改善・充実 18.1	品揃えの改善・充実 13.4	品揃えの改善・充実 13.4	
5位	人材を確保する 9.0	人材を確保する 10.0	人材を確保する 8.4	特になし 11.0	特になし 11.0	

〔設備投資動向〕

単位: %

	平成25年度			平成26年度
	第2四半期	第3四半期	第4四半期	第1四半期
実施しない・予定なし	87.8	86.7	85.7	86.7
実施した・予定あり	12.2	13.3	14.3	13.3

4 小売業

- ・区業況DIは、－24(前期比－4ポイント)
- ・売上額、収益のDIが下降、販売価格、仕入価格のDIは上昇
- ・都業況DIは、－31(前期比－1ポイント)
- ・業種別中分類の飲食店DIが大幅上昇、家具・家電DIが大幅下降

業況

〔業況〕

区小売業業況DIは、－24(前期比－4ポイント)となり、3期ぶりに下降した。売上額と収益DIは下降し、販売価格と仕入価格DIは上昇した。〔グラフ7〕参照。

業種中分類別は飲食店DIが大幅に上昇したが、一方で家具・家電等DIが大幅に下降した。家具・家電等の下降幅は、前期、前々期の上昇分に相当し、消費税増税前駆け込み需要の反動と考えられる。〔グラフ8〕参照。

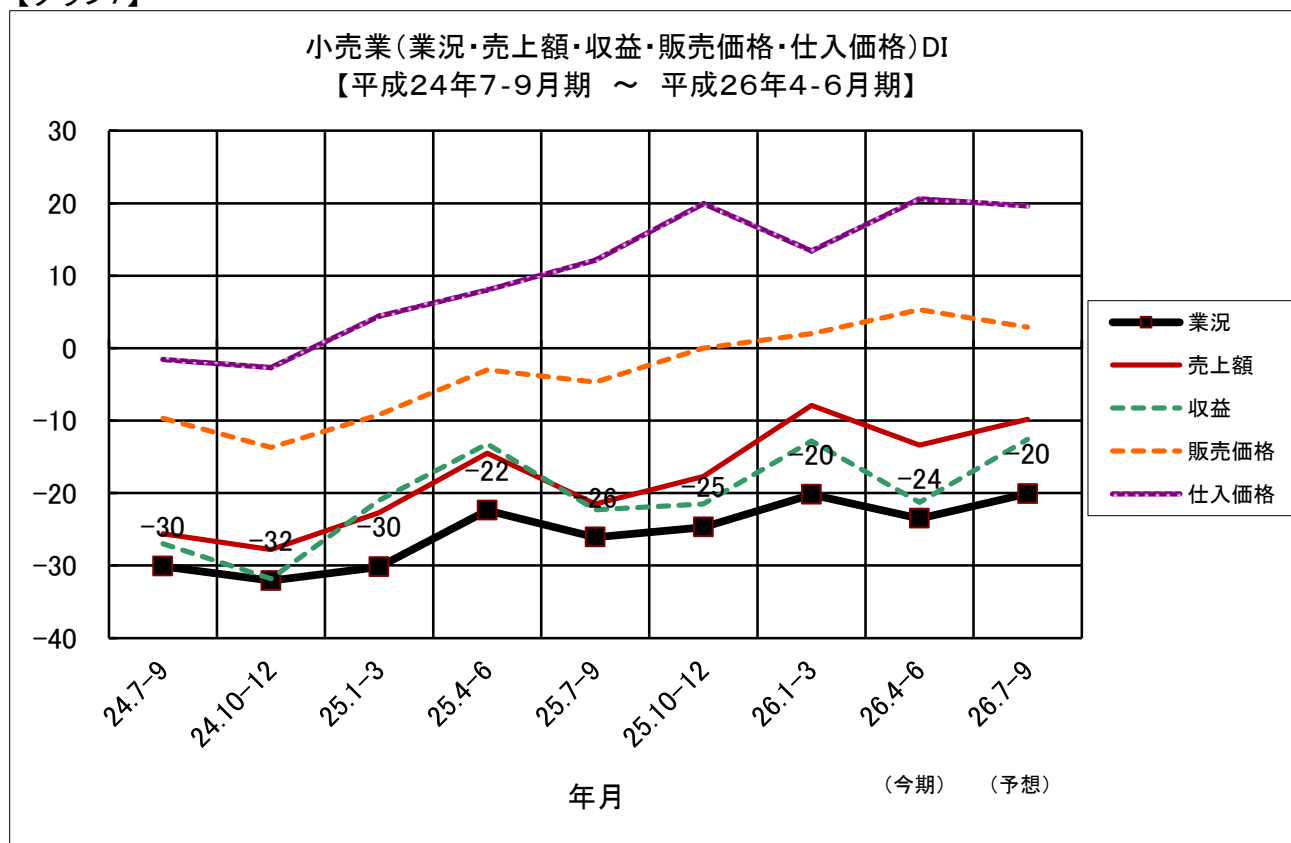
〔事業者アンケート〕

経営上の問題点では、「大手との競争の激化」が40.2%(前期比＋12.2ポイント)と増加し1位となった。重点経営施策では、上位5項目として継続していた「商店街事業を活性化させる」が減少し、替わって「特になし」が5位となった。設備投資動向の「実施した・予定あり」は、3期連続で増加し17.5%となり、前年同期を3.2ポイント上回った。

〔小売業(業況・売上額・収益・販売価格・仕入価格)DI〕

	24.7-9	24.10-12	25.1-3	25.4-6	25.7-9	25.10-12	26.1-3	26.4-6 (今期)	26.7-9 (予想)
業況	-30	-32	-30	-22	-26	-25	-20	-24	-20
売上額	-26	-28	-23	-15	-22	-18	-8	-13	-10
収益	-27	-32	-21	-13	-22	-22	-13	-21	-13
販売価格	-10	-14	-9	-3	-5	0	2	5	3
仕入価格	-2	-3	4	8	12	20	13	21	20

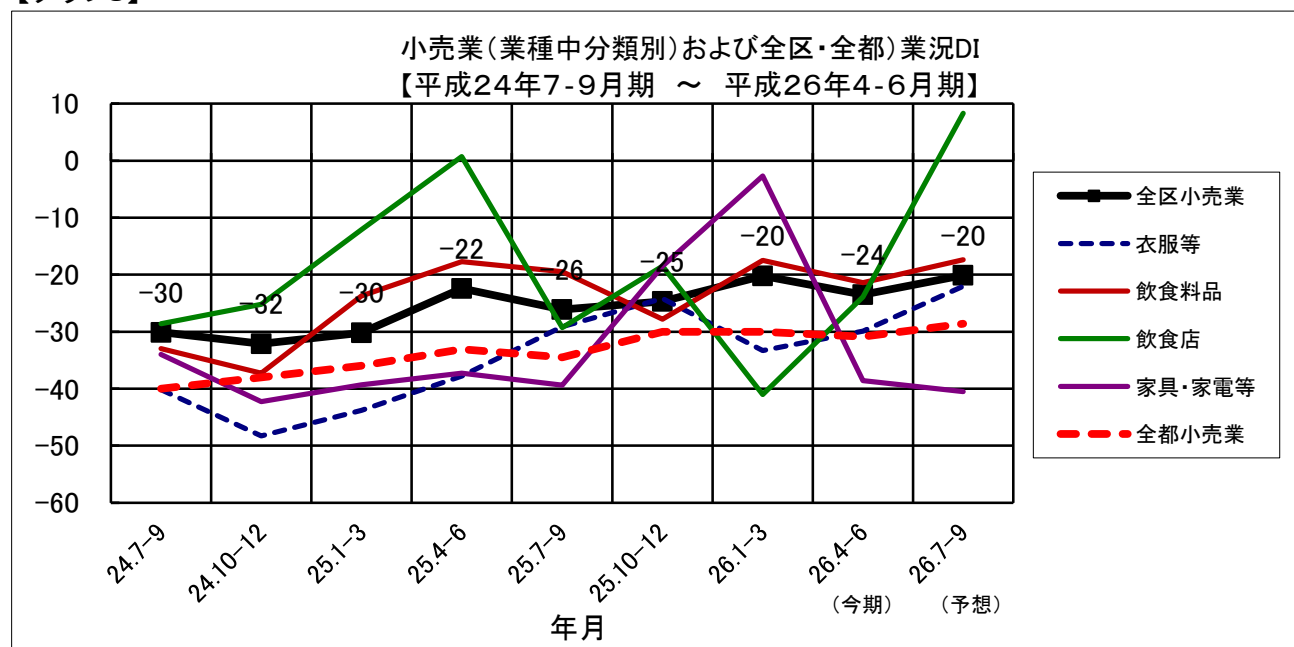
〔グラフ7〕



〔小売業(業種中分類別(衣服等・飲食料品・飲食店・家具家電等)および全区・全都)業況DI〕

	24.7-9	24.10-12	25.1-3	25.4-6	25.7-9	25.10-12	26.1-3	26.4-6 (今期)	26.7-9 (予想)
全区小売業	-30	-32	-30	-22	-26	-25	-20	-24	-20
衣服等	-40	-48	-44	-38	-29	-24	-33	-30	-22
飲食料品	-33	-37	-24	-18	-20	-28	-18	-21	-17
飲食店	-29	-25	-12	1	-29	-19	-41	-24	8
家具家電等	-34	-42	-39	-37	-39	-19	-3	-39	-41
全都小売業	-40	-38	-36	-33	-35	-30	-30	-31	-29

〔グラフ8〕



事業者アンケート

〔経営上の問題点〕

単位: %

	平成25年度			平成26年度	
	第2四半期	第3四半期	第4四半期	第1四半期	
1位	売上の停滞・減少 45.3	売上の停滞・減少 43.0	売上の停滞・減少 41.5	大手との競争の激化 40.2	
2位	同業者間の競争の激化 37.2	大手との競争の激化 38.4	同業者間の競争の激化 35.4	売上の停滞・減少 36.6	
3位	大手との競争の激化 33.7	同業者間の競争の激化 36.0	大手との競争の激化 28.0	同業者間の競争の激化 32.9	
4位	商店街の集客力の低下 16.3	利幅の縮小 16.3	利幅の縮小 19.5	利幅の縮小 20.7	
5位	利幅の縮小 14.0	商店街の集客力の低下 14.0	商店街の集客力の低下 18.3	商店街の集客力の低下 18.3	

〔重点経営施策〕

単位: %

	平成25年度			平成26年度	
	第2四半期	第3四半期	第4四半期	第1四半期	
1位	経費を節減する 45.3	経費を節減する 41.9	経費を節減する 54.9	経費を節減する 48.8	
2位	品揃えの改善・充実 36.0	品揃えの改善・充実 33.7	品揃えの改善・充実 45.1	品揃えの改善・充実 35.4	
3位	売れ筋商品を取り扱う 32.6	売れ筋商品を取り扱う 31.4	宣伝・広報を強化する 25.6	宣伝・広報を強化する 25.6	
4位	宣伝・広報を強化する 20.9	宣伝・広報を強化する 29.1	売れ筋商品を取り扱う 22.0	売れ筋商品を取り扱う 24.4	
5位	商店街事業を活性化させる 16.3	商店街事業を活性化させる 16.3	商店街事業を活性化させる 15.9	特になし 14.6	

〔設備投資動向〕

単位: %

	平成25年度			平成26年度	
	第2四半期	第3四半期	第4四半期	第1四半期	
実施しない・予定なし	92.8	90.5	87.2	82.5	
実施した・予定あり	7.2	9.5	12.8	17.5	

5 サービス業

- ・区業況DIは、－7(前期比－13ポイント)。
- ・売上額を除くDI(収益・料金価格および材料価格)が上昇。
- ・都業況DIは、－17(前期比－4ポイント)。
- ・〔経営上の問題点〕では「材料価格の上昇」が増加。

業 況

〔業況〕

区サービス業業況DIは、－7(前期比－13ポイント)となり、前期までの3期連続の上昇から下降に転じた。すべてのDI(売上額・収益・料金価格および材料価格)においても3期連続で上昇の局面にあったが、今期の売上額DIは－10(前期比－9ポイント)と下降に転じた。〔グラフ9〕参照)

都業況DIは、－17(前期比－4ポイント)であった。〔グラフ10〕参照。)

〔事業者アンケート〕

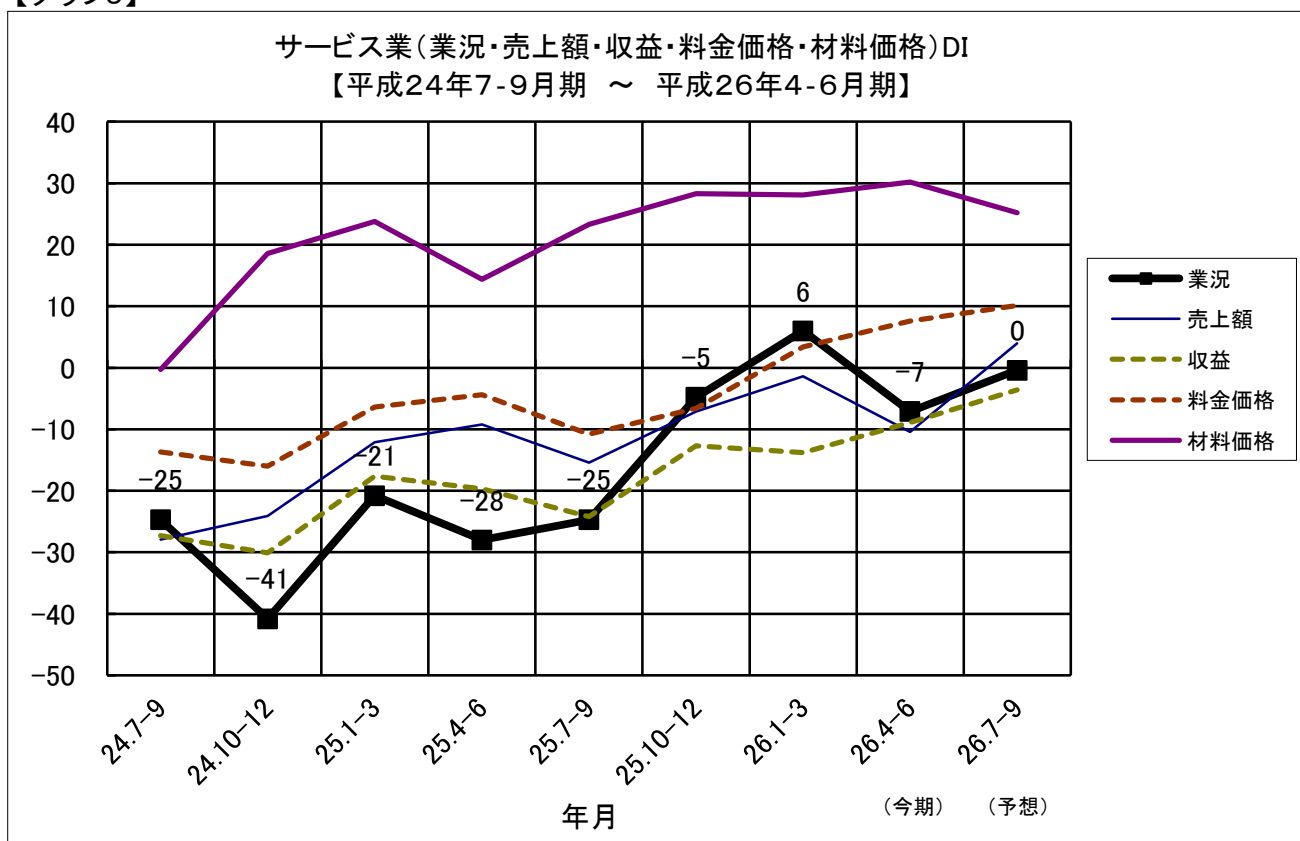
経営上の問題点では「材料価格の上昇」が17.8%(前期比＋7.2ポイント)と大幅に増加した。

設備投資動向は、「実施した・予定あり」が18.2%(前期比＋4.2ポイント)と増加し、前年同期の15.4%を上回った。

〔サービス業(業況・売上額・収益・料金価格・材料価格)DI〕

	24.7-9	24.10-12	25.1-3	25.4-6	25.7-9	25.10-12	26.1-3	26.4-6 (今期)	26.7-9 (予想)
業 況	-25	-41	-21	-28	-25	-5	6	-7	0
売 上 額	-28	-24	-12	-9	-15	-7	-1	-10	4
収 益	-27	-30	-18	-20	-24	-13	-14	-9	-4
料 金 価 格	-14	-16	-6	-4	-11	-7	3	8	10
材 料 価 格	0	19	24	14	23	28	28	30	25

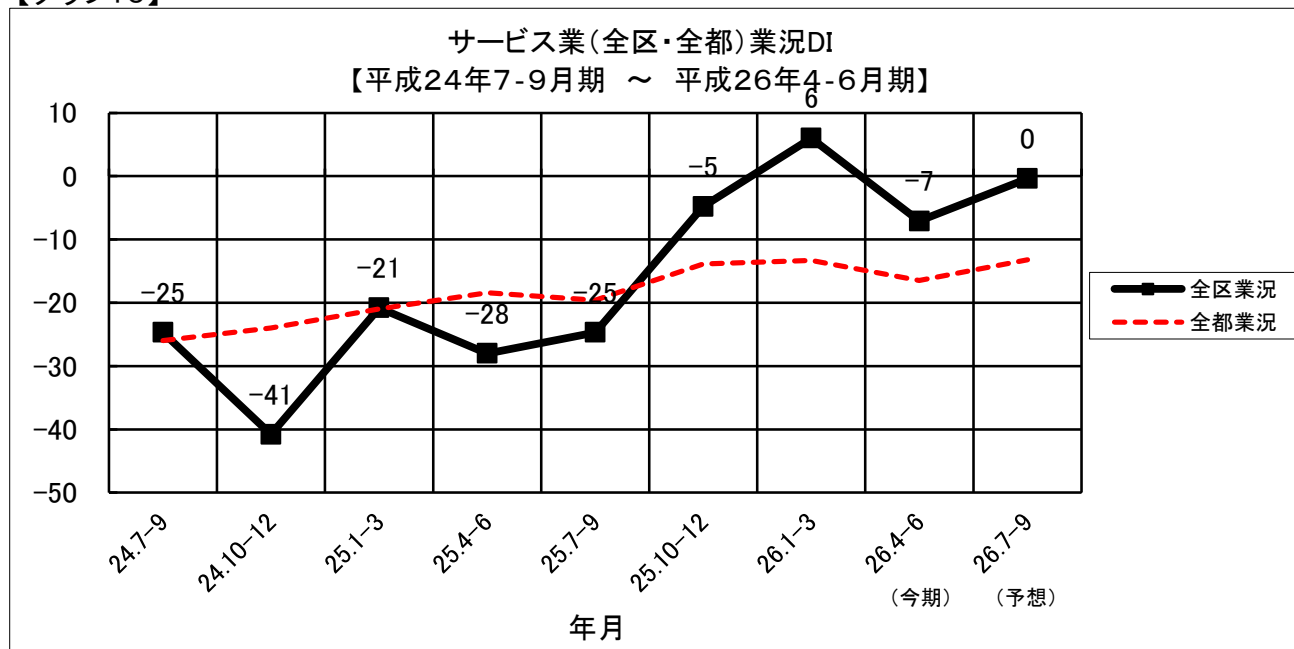
〔グラフ9〕



〔サービス業(全区・全都)業況DI〕

	24.7-9	24.10-12	25.1-3	25.4-6	25.7-9	25.10-12	26.1-3	26.4-6 (今期)	26.7-9 (予想)
全区サービス業	-25	-41	-21	-28	-25	-5	6	-7	0
全区サービス業	-26	-24	-21	-18	-20	-14	-13	-17	-13

【グラフ10】



事業者アンケート

〔経営上の問題点〕

単位: %

	平成25年度			平成26年度
	第2四半期	第3四半期	第4四半期	第1四半期
1位	同業者間の競争の激化 57.1	同業者間の競争の激化 49.0	同業者間の競争の激化 46.8	同業者間の競争の激化 48.9
2位	売上の停滞・減少 44.6	売上の停滞・減少 41.2	売上の停滞・減少 38.3	売上の停滞・減少 37.8
3位	利幅の縮小 28.6	人手不足 17.6	人手不足 10.6	材料価格の上昇 17.8
4位	材料価格の上昇 17.9	材料価格の上昇 13.7	利幅の縮小 11.1	利幅の縮小 11.1
5位	人手不足 7.1	利幅の縮小 11.8	材料価格の上昇 10.6	人件費の増加 11.1
	商品・サービスの値下げ要請 7.1	取引先の減少 11.8	商圏人口の減少 10.6	

〔重点経営施策〕

単位: %

	平成25年度			平成26年度
	第2四半期	第3四半期	第4四半期	第1四半期
1位	経費を節減する 44.6	経費を節減する 47.1	経費を節減する 55.3	経費を節減する 55.6
2位	販路を広げる 42.9	販路を広げる 43.1	販路を広げる 48.9	販路を広げる 37.8
3位	宣伝・広報を強化する 32.1	特になし 19.6	宣伝・広報を強化する 27.7	特になし 20.0
4位	技術力を強化する 16.1	宣伝・広報を強化する 17.6	特になし 17.0	宣伝・広報を強化する 17.8
5位	特になし 16.1	人材を確保する 11.8	提携先を見つける 8.5	人材を確保する 15.6

〔設備投資動向〕

単位: %

	平成25年度			平成26年度
	第2四半期	第3四半期	第4四半期	第1四半期
実施しない・予定なし	83.0	78.0	86.0	81.8
実施した・予定あり	17.0	22.0	14.0	18.2

6 建設業

- ・区業況DIは、13(前期比－8ポイント)となった。
- ・すべてのDI(売上額・収益・請負価格および材料価格)が下降した。
- ・都業況DIは、7(前期比－2ポイント)となった。
- ・経営上の問題点に「人手不足」を回答する割合が前期比－5.8ポイントとなった。

業 況

〔業況〕

今期の建設業業況DIは、13(前期比－8ポイント)と下降に転じた。また、すべてのDI(売上額・収益・請負価格および材料価格)が下降した。(【グラフ11】参照)。都建設業業況DIは、7(前期比－2ポイント)で区と同様、今期下降に転じた。都区DIの比較では、引き続き区DIが都DIを上回っている。(【グラフ12】参照)。

〔事業者アンケート〕

経営上の問題点の回答上位5項目は、「下請けの確保難」に代わり「利幅の縮小」が5位となった。当面の重点経営施策の回答上位および構成比は大きな変動はなかった。

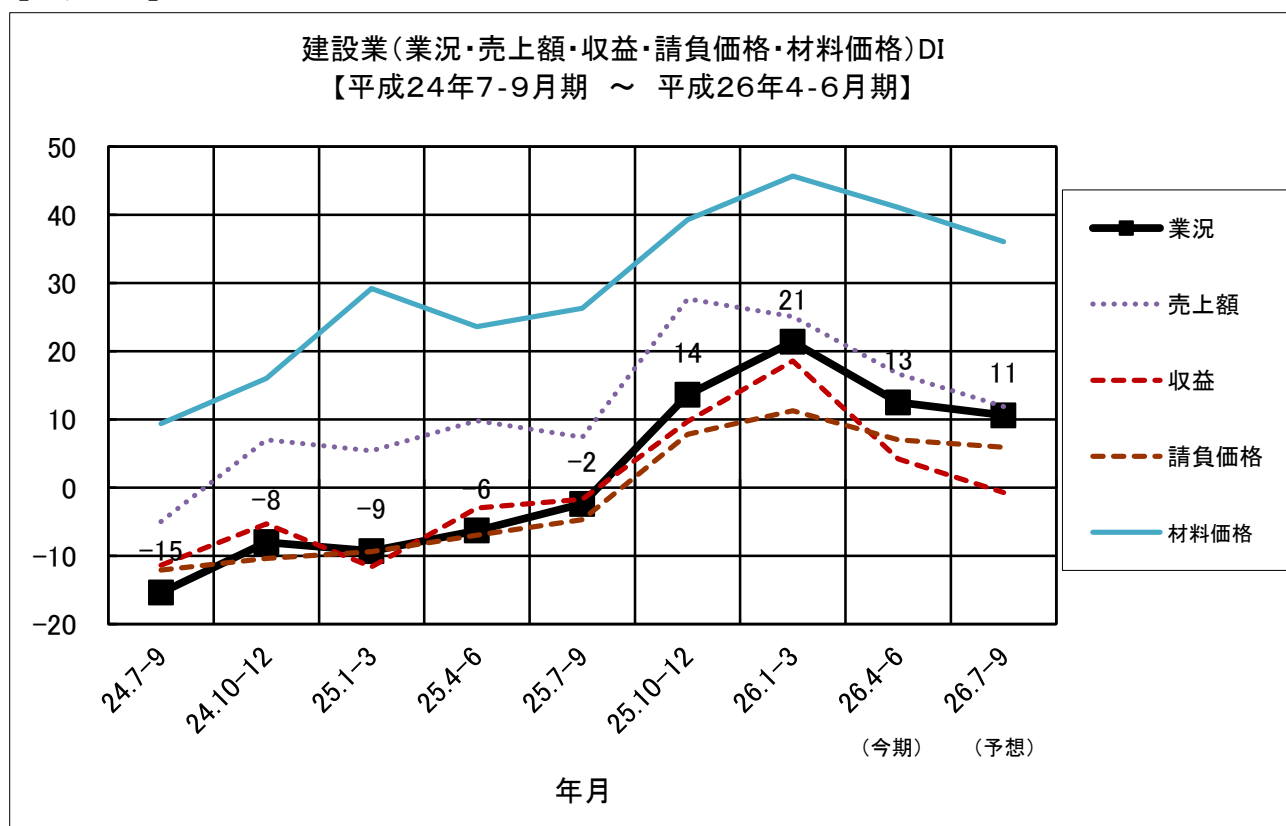
〔設備投資動向〕

「実施した・予定あり」は、おおむね前3期と同水準で推移している。

〔建設業(業況・売上額・収益・請負価格・材料価格)DI〕

	24.7-9	24.10-12	25.1-3	25.4-6	25.7-9	25.10-12	26.1-3	26.4-6 (今期)	26.7-9 (予想)
業 況	-15	-8	-9	-6	-2	14	21	13	11
売 上 額	-5	7	5	10	7	28	25	17	12
収 益	-11	-5	-12	-3	-2	10	19	4	-1
請 負 価 格	-12	-10	-9	-7	-5	8	11	7	6
材 料 価 格	9	16	29	24	26	39	46	41	36

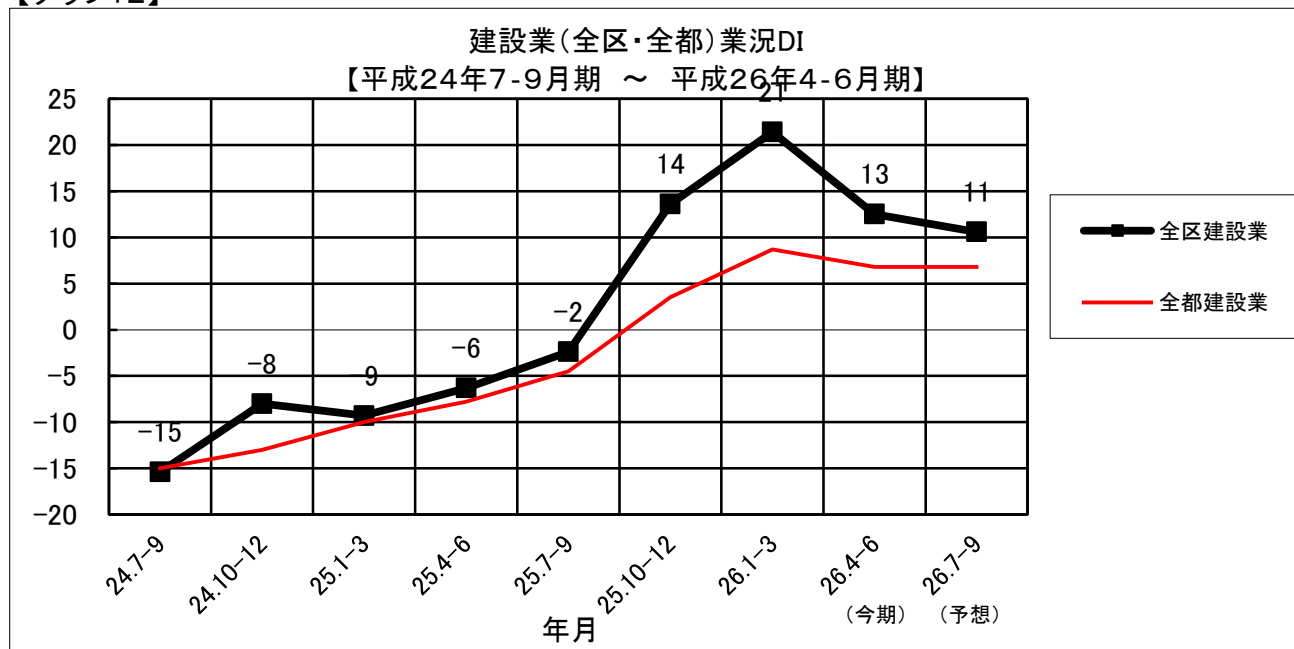
〔グラフ11〕



〔建設業(全区・全都)業況DI〕

	24.7-9	24.10-12	25.1-3	25.4-6	25.7-9	25.10-12	26.1-3	26.4-6 (今期)	26.7-9 (予想)
全区建設業	-15	-8	-9	-6	-2	14	21	13	11
全都建設業	-15	-13	-10	-8	-5	4	9	7	7

【グラフ12】



事業者アンケート

〔経営上の問題点〕

単位: %

	平成25年度			平成26年度
	第2四半期	第3四半期	第4四半期	第1四半期
1位	同業者間の競争の激化 40.9	同業者間の競争の激化 38.7	同業者間の競争の激化 39.3	同業者間の競争の激化 34.5
2位	利幅の縮小 28.0	売上の停滞・減少 34.4	人手不足 35.7	材料価格の上昇 33.3
3位	人手不足 22.6	人手不足 29.0	材料価格の上昇 33.3	人手不足 29.9
4位	材料価格の上昇 21.5	材料価格の上昇 24.7	下請の確保難 22.6	売上の停滞・減少 21.8
5位	売上の停滞・減少 19.4	利幅の縮小 20.4	売上の停滞・減少 21.4	利幅の縮小 18.4
	大手との競争の激化	下請の確保難		

〔重点経営施策〕

単位: %

	平成25年度			平成26年度
	第2四半期	第3四半期	第4四半期	第1四半期
1位	販路を広げる 50.5	販路を広げる 49.5	経費を節減する 45.2	経費を節減する 50.6
2位	経費を節減する 48.4	経費を節減する 48.4	販路を広げる 44.0	販路を広げる 41.4
3位	人材を確保する 26.9	人材を確保する 43.0	人材を確保する 39.3	人材を確保する 39.1
4位	情報力を強化する 22.6	情報力を強化する 20.4	情報力を強化する 20.2	情報力を強化する 17.2
5位	技術力を強化する 20.4	技術力を強化する 20.4	技術力を強化する 15.5	技術力を強化する 16.1

〔設備投資動向〕

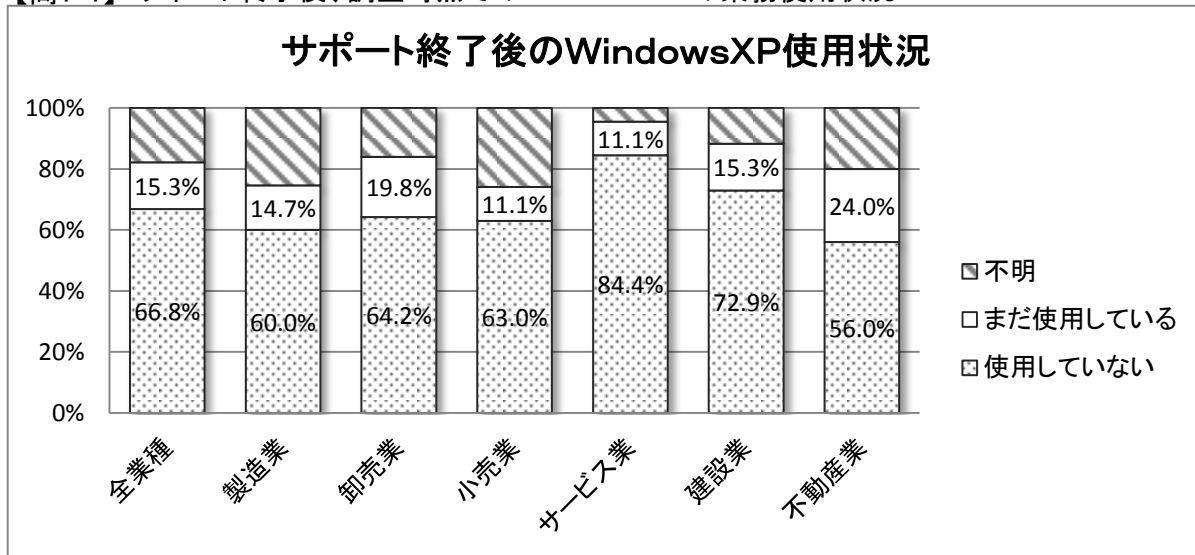
単位: %

	平成25年度			平成26年度
	第2四半期	第3四半期	第4四半期	第1四半期
実施しない・予定なし	80.6	78.7	76.9	79.3
実施した・予定あり	19.4	21.3	23.1	20.7

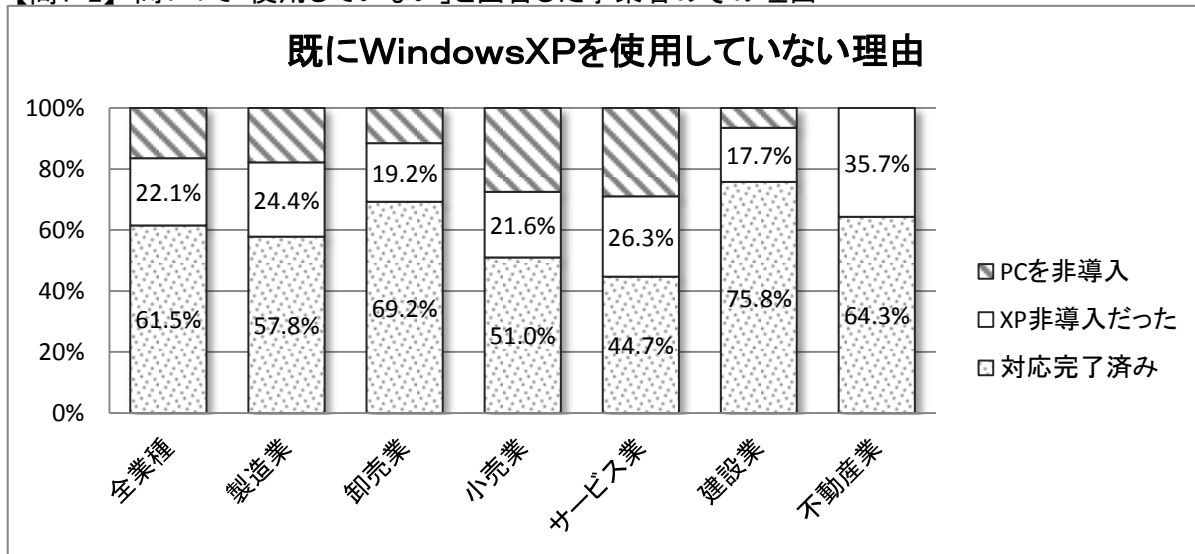
「中小企業のIT(情報技術)活用について」

※詳細データは巻末に一括して掲載した。

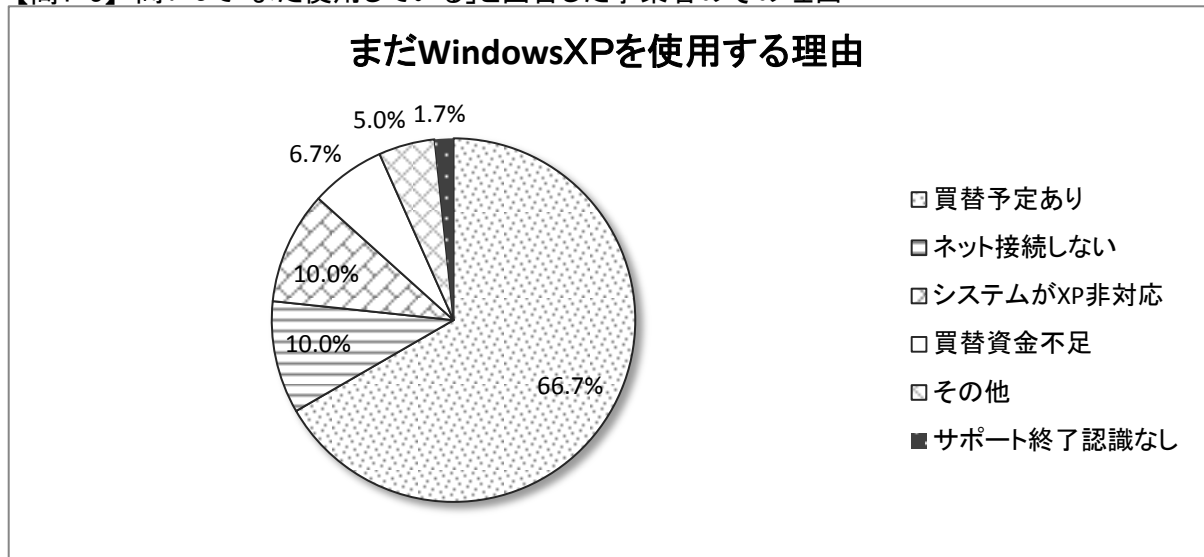
【問1-1】 サポート終了後、調査時点でのWindowsXPの業務使用状況



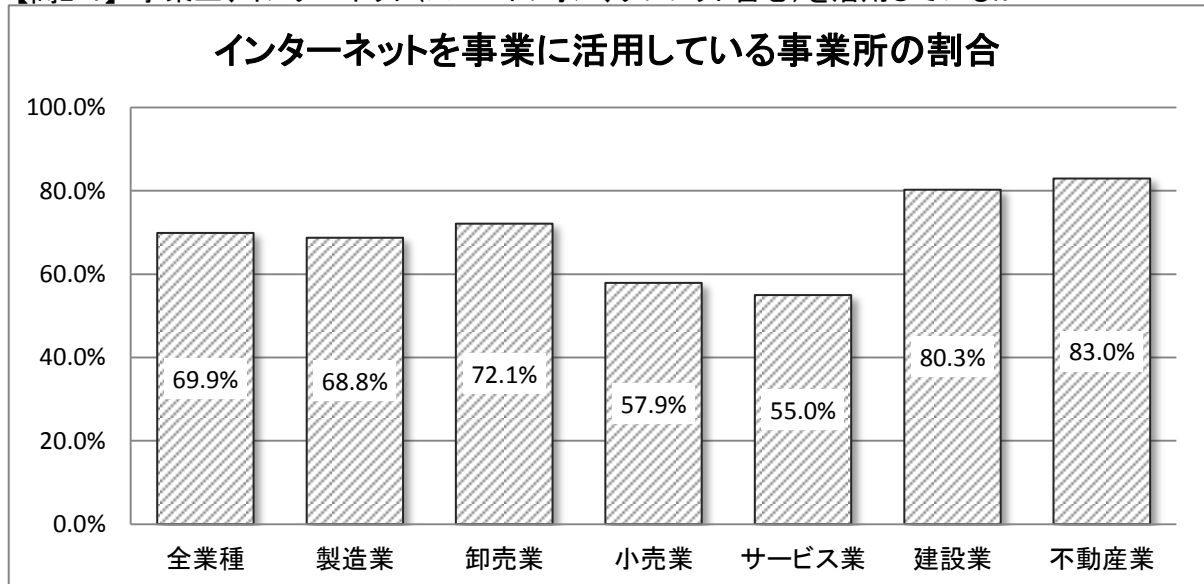
【問1-2】 問1-1で「使用していない」と回答した事業者のその理由



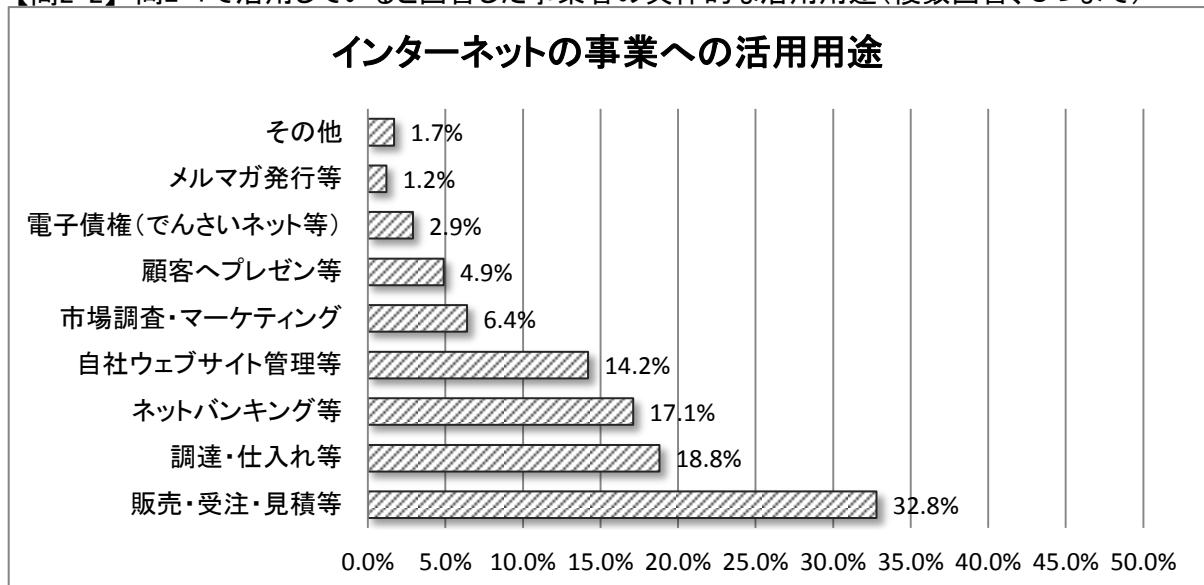
【問1-3】 問1-3で「まだ使用している」と回答した事業者のその理由



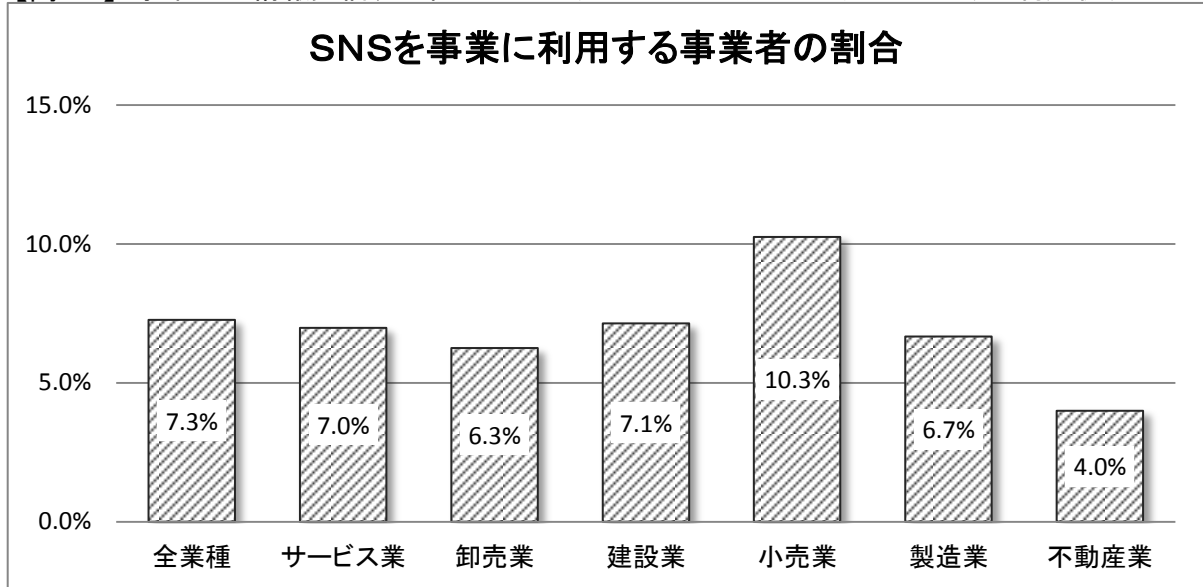
【問2-1】 事業上、インターネット(スマートフォン、タブレット含む)を活用しているか



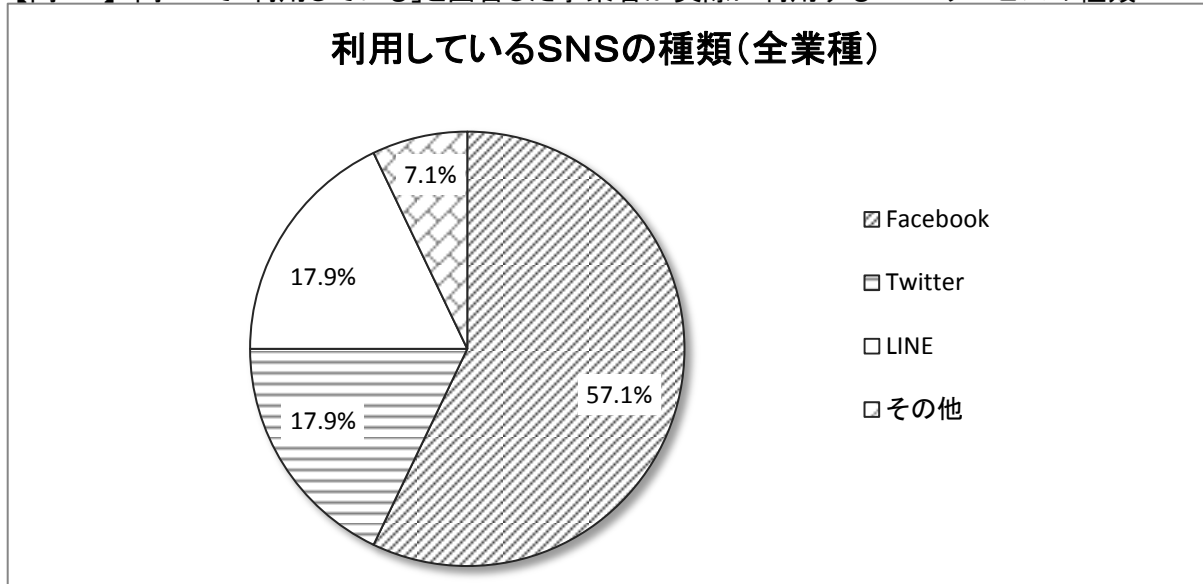
【問2-2】 問2-1で活用していると回答した事業者の具体的な活用用途(複数回答、3つまで)



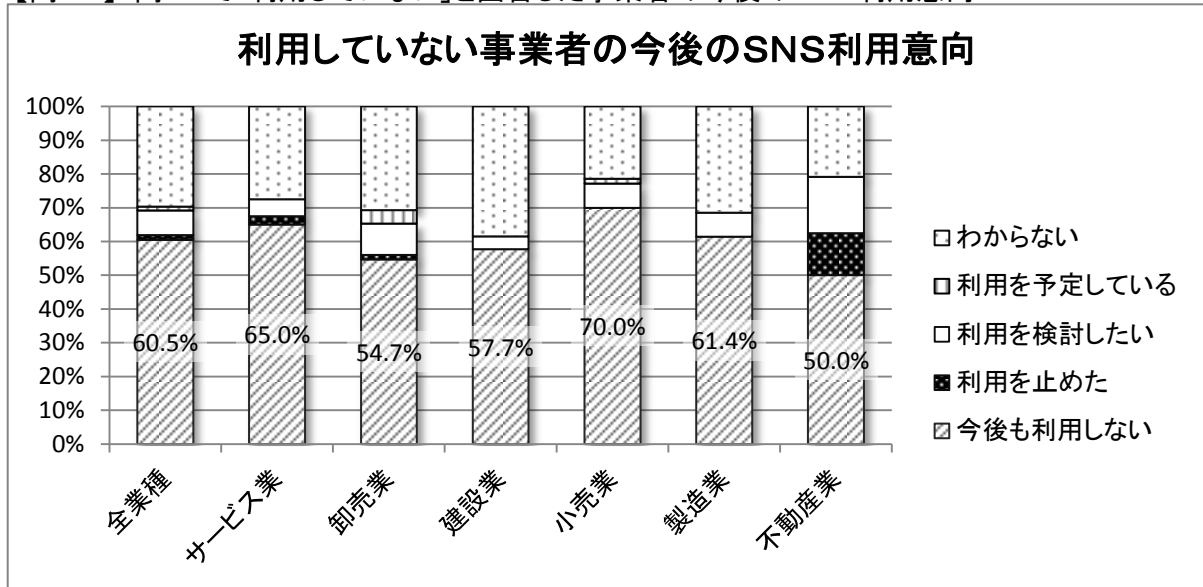
【問3-1】 事業上の情報発信、収集へのSNS(ソーシャルネットワークサービス)の利用状況



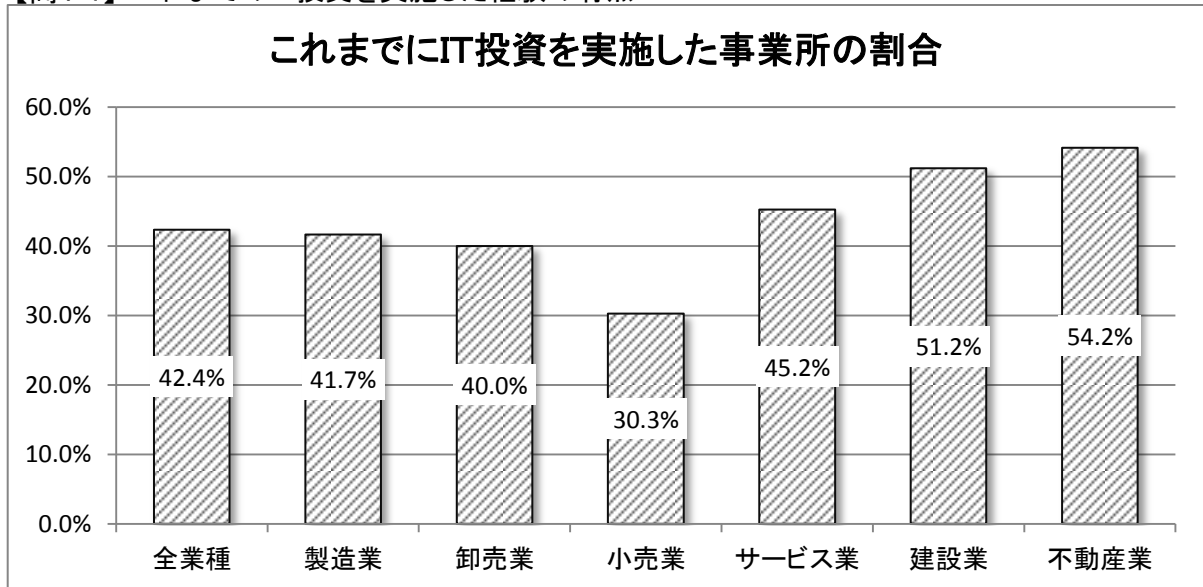
【問3-2】 問3-1で「利用している」と回答した事業者が実際に利用するSNSサービスの種類



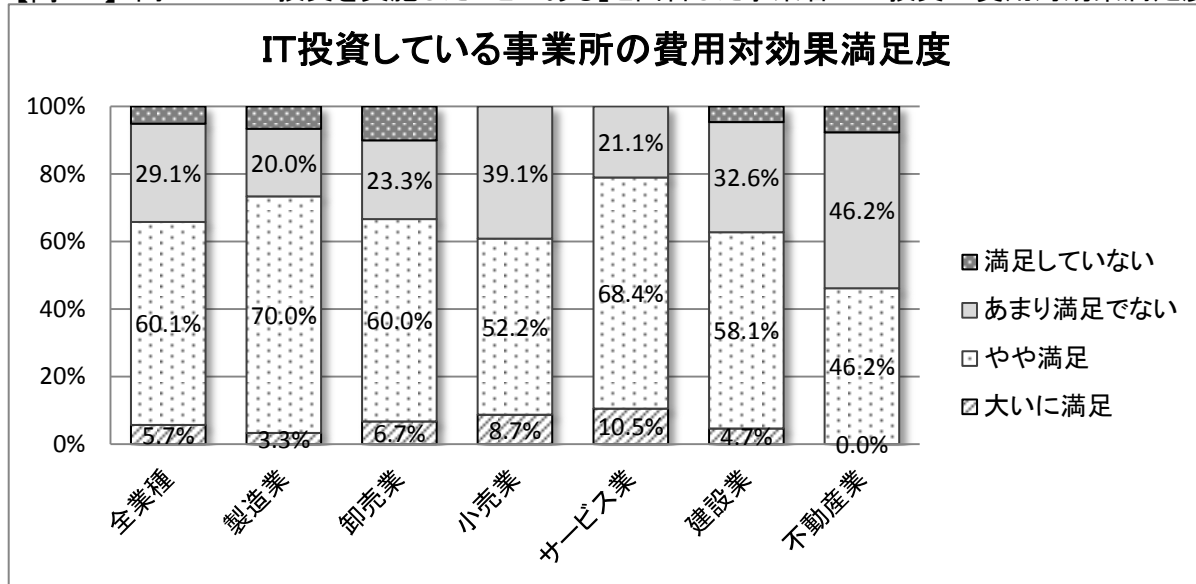
【問3-3】 問3-1で「利用していない」と回答した事業者の今後のSNS利用意向



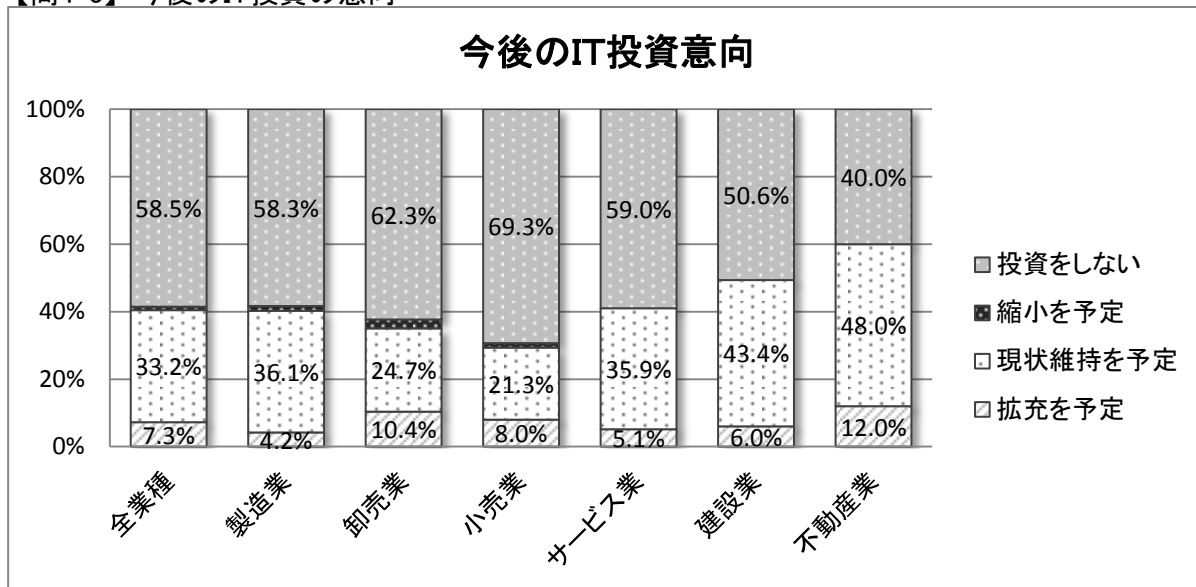
【問4-1】 これまでのIT投資を実施した経験の有無

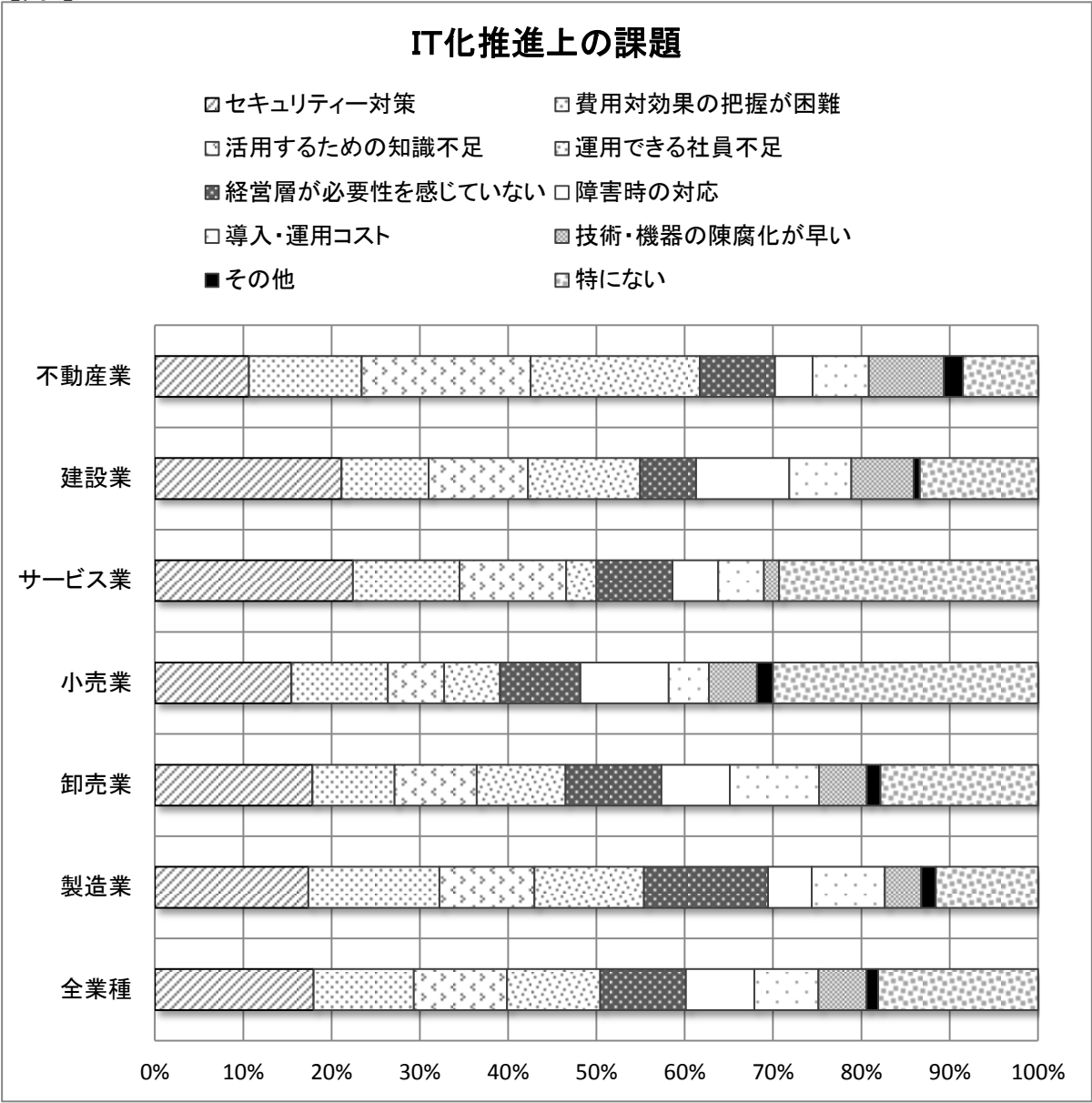


【問4-2】 問4-1で「IT投資を実施したことがある」と回答した事業者のIT投資の費用対効果満足度



【問4-3】 今後のIT投資の意向



[illegible]

■設問2-2 インターネットを活用している事業・業務の内容（3つまで回答可）

業務の内容	全業種	構成比
販売・受注・見積等	134	32.8%
調達・仕入れ等	77	18.8%
ネットバンキング等	70	17.1%
自社ウェブサイト管理等	58	14.2%
市場調査・マーケティング	26	6.4%
顧客へプレゼン等	20	4.9%
電子債権（でんさいネット）	12	2.9%
メルマガ発行等	5	1.2%
その他	7	1.7%
総計	409	100.0%

■設問3-1 SNSサービスの利用状況

事業所数	全業種	サービス業	卸売業	建設業	小売業	製造業	不動産業
利用していない	357	40	75	78	70	70	24
利用している	28	3	5	6	8	5	1
総計	385	43	80	84	78	75	25
構成比	全業種	サービス業	卸売業	建設業	小売業	製造業	不動産業
利用していない	92.7%	93.0%	93.8%	92.9%	89.7%	93.3%	96.0%
利用している	7.3%	7.0%	6.3%	7.1%	10.3%	6.7%	4.0%
総計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

■設問3-2 利用しているSNSの種類

サービス名	構成比	回答数
Facebook	57.1%	16
Twitter	17.9%	5
LINE	17.9%	5
その他	7.1%	2
総計	100.0%	28

調査概要

1. 調査時期

平成26年4～6月期を対象に、平成26年6月上旬に実施

2. 調査機関

一般社団法人東京都信用金庫協会

3. 調査方法

調査方法は、信用金庫営業店から企業に出向いて聴取、ただし、平成24年度第3四半期調査から1つの信用金庫が郵送調査に変更している。

4. 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	有効回答率
製造業	86	76	88.4%
卸売業	90	82	91.1%
小売業	100	82	82.0%
サービス業	64	45	70.3%
建設業	113	87	77.0%
合計	453	372	82.1%

5. 未集計事業所数

	倒産・廃業	事業転換	移 転	不在が続く	調査拒否	取引解消	休 業	その他	合 計
製造業	0	0	0	0	0	0	0	10	10
卸売業	0	0	0	0	0	0	0	8	8
小売業	0	0	0	0	0	0	0	18	18
サービス業	1	0	0	0	0	1	0	17	19
建設業	0	0	0	0	0	0	0	26	26
合 計	1	0	0	0	0	1	0	79	81

※その他は、郵送調査での未回答事業所数を計上している。

※DIとは・・・

Diffusion Index(ディフュージョン・インデックス)の略で、増加(「上昇」「楽」など)したと答えた企業の割合から、減少(「下降」「苦しい」など)したと答えた企業の割合を差し引いた数値のこと。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、時系列的に傾向をみようとするものです。