

1. 平成27年10月～12月期の景気動向

今期のDI平均値は△27.0ポイントで、前期(7～9月期)の△25.2ポイントから1.8ポイントのマイナスとなった。サービス業で11ポイントのマイナスとなっており、来期(1～3月期)の見通しも大幅なマイナスとなっている。また、どの業種も需要の停滞が課題として挙がってきており、景気の回復感は薄い。

| 業種 項目 | | 建設業 | | 製造業 | | 卸売業 | | 小売業 | | サービス業 | |
|---------------------|----|---|--|--|--|--|---|--|--|---|--|
| | | 10～12月 | 1～3月 | 10～12月 | 1～3月 | 10～12月 | 1～3月 | 10～12月 | 1～3月 | 10～12月 | 1～3月 |
| | | 今期状況 | 見通し | 今期状況 | 見通し | 今期状況 | 見通し | 今期状況 | 見通し | 今期状況 | 見通し |
| 売上高 | | △ 31 (△ 15)  | △ 31 (△ 47)  | △ 19 (△ 16)  | △ 24 (△ 37)  | 13 (△ 22)  | △ 38 (△ 25)  | △ 37 (△ 44)  | △ 50 (△ 46)  | △ 5 (△ 38)  | △ 30 (△ 14)  |
| 採算 | | △ 38 (△ 46)  | △ 54 (△ 46)  | △ 37 (△ 20)  | △ 29 (△ 28)  | △ 12 (△ 11)  | △ 50 (△ 11)  | △ 40 (△ 49)  | △ 42 (△ 38)  | △ 35 (△ 30)  | △ 40 (△ 25)  |
| 資金繰り | | △ 38 (△ 46)  | △ 38 (△ 31)  | △ 13 (△ 20)  | △ 18 (△ 30)  | △ 13 (△ 25)  | △ 13 (△ 13)  | △ 25 (△ 19)  | △ 23 (△ 26)  | △ 27 (△ 15)  | △ 26 (△ 25)  |
| 業況 | | △ 15 (△ 23)  | △ 46 (△ 46)  | △ 29 (△ 25)  | △ 20 (△ 33)  | △ 25 (△ 22)  | △ 43 (△ 11)  | △ 40 (△ 41)  | △ 36 (△ 40)  | △ 26 (△ 15)  | △ 39 (△ 19)  |
| 経営上の 当面する 問題点 | 1位 | 官公需要の停滞 | | 需要の停滞 | | 需要の停滞 | | 消費者ニーズの変化への対応 | | 需要の停滞 | |
| | 2位 | 請負単価の低下 | | 製品ニーズの変化への対応 | | 販売単価の低下 | | 購買力の他地域への流出 | | 利用者ニーズの変化への対応 | |
| | 3位 | 民間需要の停滞 | | 生産設備の不足・老朽化 | | 店舗・倉庫の狭隘・老朽化 | | 需要の停滞 | | 店舗施設の狭隘・老朽化 | |
| 業種別 コメント | | <p>今期は、売上高で16ポイントのマイナスであるが、業況で8ポイントの回復であった。</p> <p>来期の見通しとして、需要の停滞と、下請業者の確保難も問題として挙がってきている。</p> <p>来期は季節的に受注が停滞するため厳しい状況が続くと思われる。</p> | | <p>今期は、売上高・業況ともマイナスとなっているが、来期見通しについては回復傾向にある。</p> <p>また、生産設備不足・老朽化について問題点として挙がっているが、今期は工場建物・生産設備・付帯施設等の設備投資を実施した事業が増えており、業界の状況は落ち着いた感じである。</p> | | <p>今期業況は横ばい、売上高は大幅なプラスとなった。要因として取扱商品の需要の増加が挙げられる。</p> <p>しかし、来期については安定しない売上、仕入単価を懸念し、マイナスの見通しとなっている。</p> <p>また、問題点として大企業の進出、新規参入企業の増加が挙げられており、顧客離れが心配な状況である。</p> | | <p>年末商戦に入っても依然、業況は厳しい状況である。経営上の問題点として、依然消費者ニーズの変化への対応や他地域への購買流出等が挙げられている。</p> <p>また、通販・インターネットの普及により売上が低下しているとの声もある。大型店や無店舗販売と競合する品揃や価格での対抗ではなく、安心や信頼を売る対面販売等を更に強化する必要がある。</p> | | <p>年末商戦、忘年会、クリスマスイベント等により売上は前期より大幅に回復した。しかし、仕入単価上昇、経費の増加から業況は未だ厳しい状況である。</p> <p>今後の新年会、歓送迎会に向けリピート客を確保し、集客維持するための接客対応、店のPR強化が必要である。</p> | |



※当所では分析にあたってD・I(好転したとする企業割合から悪化したとする企業割合を差し引いた値)を採用しました。

※()は前回調査時のD・I値