

# 大田区の 景況

これは、平成25年12月に調べた平成25年10月～12月期区内中小企業の景気動向と、これから先3か月（平成26年1月～3月期）の予想をまとめたものです。

平成25年10月～12月期

調査対象事業所数（うち有効回答数）

製造業 260社（158社）

小売業 208社（82社）

調査方法 郵送アンケート調査

調査機関 （株）東京商工リサーチ

## 景気予報

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
	好調 ←						→ 不調

製造業	今期		<p>製造業全体の主要指標について見ますと、業況は水面下ながら大きく上向きました。売上額は大幅に改善し、収益は大きく持ち直しました。受注残はかなり改善しています。</p> <p>価格面では、原材料価格はわずかに上昇が強まり、販売価格は前期並の下降が続きました。在庫は前期同様の過剰感が続きました。来期の原材料価格は上昇が大きく強まり、販売価格は今期並の低調基調で推移すると予測されています。</p> <p>業況が大きく上向いた要因としては、売上額および収益が改善したこと、資金繰りの窮屈感が緩和したことが考えられます。</p> <p>経営上の問題点は、1位「売上の停滞・減少」53%、2位「利幅の縮小」27%、3位「原材料高」20%、4位「同業者間の競争の激化」19%、5位「工場・機械の狭小・老朽化」16%となりました。前期と比較しますと、「売上の停滞・減少」が13ポイント減少し、「原材料高」は5ポイント増加しました。</p>
	来期		<p>重点経営施策では、1位「販路を広げる」54%、2位「経費を節減する」46%、3位「新製品・技術を開発する」32%、4位「情報力を強化する」24%、5位「人材を確保する」20%でした。前期と比較しますと、3位までは同じ項目が並びましたが、4位の「情報力を強化する」が前期5位から順位を上げ、5位の「人材を確保する」が前期4位から順位を下げました。</p> <p>来期の業況は今期同様の厳しさが続くと思われています。</p>

小売業	今期		<p>小売業全体の主要指標について見ますと、業況は大きく持ち直しました。売上額はかなり改善し、収益は前期並の減少が続きました。</p> <p>価格面では、販売価格はわずかに下降傾向が改善し、仕入価格は上昇が幾分強まりました。在庫は過剰感が大きく改善し、適正範囲となりました。来期の販売価格は厳しさがかなり和らぎ、仕入価格は上昇が大きく強まると見込まれています。</p> <p>業況が大きく持ち直した要因としては、売上額が改善したこと、在庫の過剰感が大きく改善し適正範囲となったことが考えられます。</p> <p>経営上の問題点は、1位「売上の停滞・減少」61%、2位「利幅の縮小」29%、3位「同業者間の競争の激化」と「商店街の集客力の低下」がともに22%、4位「人手不足」と「仕入先からの値上げ要請」がともに17%、5位「大型店との競争の激化」14%となりました。前期と比較しますと、「人手不足」が11ポイント増加し、「取引先の減少」が13ポイント減少しました。</p>
	来期		<p>重点経営施策では、1位「経費を節減する」50%、2位「売れ筋商品を扱う」24%、3位「品揃えを改善する」23%、4位「宣伝・広報を強化する」21%、5位「新しい事業を始める」19%でした。前期と比較しますと、1位と2位の「売れ筋商品を扱う」は変わりませんでしたが、前期同率2位だった「品揃えを改善する」が3位へ、前期3位だった「宣伝・広報を強化する」が4位へ順位を下げました。一方、前期7位だった「新しい事業を始める」が5位と順位を上げました。</p> <p>来期の業況は今期同様の厳しさが続くと思われています。</p>

# 経営上の問題点

## 経営上の問題点（製造業）

(%)

## 経営上の問題点（小売業）

(%)

順位	平成25年 1～3月期		4～6月期		7～9月期		10～12月期	
	問題点	割合	問題点	割合	問題点	割合	問題点	割合
1位	売上の停滞・減少	73	売上の停滞・減少	69	売上の停滞・減少	66	売上の停滞・減少	53
2位	利幅の縮小	25	利幅の縮小	28	利幅の縮小	30	利幅の縮小	27
3位	同業者間の競争の激化	21	同業者間の競争の激化	23	同業者間の競争の激化	17	原材料高	20
4位	工場・機械の狭小・老朽化	18	原材料高	20	原材料高	15	同業者間の競争の激化	19
5位	原材料高	15	工場・機械の狭小・老朽化	18	工場・機械の狭小・老朽化	14	工場・機械の狭小・老朽化	16

順位	平成25年 1～3月期		4～6月期		7～9月期		10～12月期	
	問題点	割合	問題点	割合	問題点	割合	問題点	割合
1位	売上の停滞・減少	67	売上の停滞・減少	60	売上の停滞・減少	61	売上の停滞・減少	61
2位	利幅の縮小	31	同業者間の競争の激化	28	取引先の減少	24	利幅の縮小	29
3位	同業者間の競争の激化	26	取引先の減少	24	同業者間の競争の激化	23	同業者間の競争の激化	22
4位	商店街の集客力の低下	22	商店街の集客力の低下	24	利幅の縮小	20	商店街の集客力の低下	22
5位	取引先の減少	20	大型店との競争の激化	14	大型店との競争の激化	20	大型店との競争の激化	14

# コメント

## 製造業

### <輸送用機械器具>

- ①消費税引上げ前の駆け込み需要 ②根強い震災復興需要 ③オリンピック関連需要 ④アベノミクス効果 以上により、景況としては「やや良い」が持続しています。
- 消費税アップに伴い、売上の動向がかなり左右されると思われます。零細企業にも、もう少し援助の手を差し伸べて欲しいです。
- 4月以降の消費税増税に向けて特需が発生しており、生産が追いついていない状態です。
- アベノミクス効果で景気は上向きと伝えられていますが、中小企業にはまだまだ反映されておりません。来期も希薄ですが、設備投資等をしながら前進していきたいと思っています。
- 先の受注が見えない。
- 取引先に鉄道会社が多く、電力政策（原発関連）がはっきりしない為、受注対象の工事計画が不安定。
- アベノミクスにより、円安、株高。投資家、自動車産業、一部の輸出関連だけ恩恵を受けているような気がします。やはり、内需拡大です。景気を良くしないとダメです。消費税等により、4月以降落ち込むのは間違いないです。
- 円安による原材料の高騰に利益が縮小しています（亜鉛、アルミ材、プラスチック材等）。

### <電気機械器具>

- 現在は競争が激しく、コストによる客先減少大である。
- 弊社はエレクトロニクス業界にて製造を行っておりますが、近年売れ行きの良い製品に限られる傾向があり、競争が厳しくなっております。景気がさらに上向き、各メーカー様が活発に開発をするようになればと期待します。
- 11月までは良い状態できていたが、12月、1月以降の見通しがいまいちです。アベノミクスに期待しています。
- メインの受注先の工場が地方に移ったり、リーマンショックで部がなくなって、なかなか受注が回復しなかったが、ようやく見積依頼も来るようになった。
- 4月に消費税増税したら、もう無理っぽい。
- 今後、材料の値上げが心配です。事業継承の時期です（社員3人）。息子がうまくやれるか心配。
- 平成24年後期より仕事量が倍増し、人手不足になり補充したが、力量不足にて戦力にならず。現在も人手確保が出来てない。残業にて消化している。
- 親会社が製品の海外調達や製造部門を海外に移すために、国内製造業が衰退をして行く。どこかで国が歯止めをかけないと、中小企業は今後成り立っていかない。

9. 値下げ要求が強い（提出見積が通らない）。売上が伸びない。
10. 主要顧客が電子入札を採用したため一発勝負になった。そのため見えない敵との競争になり、心理的にどうしても入札価格が低くなりがちで、その分利幅が少なくなってしまう。仕事をする割には利益が出ない。
11. 消費税アップに伴い、件数が一時的には多くなると思いますが、4月以降の件数が不透明です。
12. 来期は不透明。アベノミクスは現状から拡大しない。来年は倒産の多発を予測。

#### <一般機械器具、金型>

1. アベノミクス効果で公共事業発注が少しずつ増えはじめてきたので、来年の受注増に期待する。震災向け資材は大手が独占してほとんど受注できなかったの、従来の受注先の増加に期待している。
2. 商品の開発力が低下し、売上減につながっている。技術資産の再活用と客先の拡大が急務。
3. 前年・今年と順調！！二年をかけて新製品を開発した。来期は、新製品の売出しに本腰を入れる！！当社は、常にモデルチェンジを行い、値下げの対象にならないようにする！！
4. 我々の業種は、景気回復は望めず。むしろ真剣に廃業を考えています。
5. 消費税増税前の駆け込み受注で、3月頃まで忙しそう。
6. 原油・電力の値上げによる損失。
7. 今年上半期の受注減により資金繰りが苦しかった。下半期に入り徐々に受注回復し、増収・増益となり、財務内容も改善されつつある。
8. 量産品が減り、少量多品種となって、収益率が年々悪化している。
9. アベノミクスの効果は全く感じられない。これから景気が良くなってくることを期待している。
10. 自社ビルを所有しています。賃貸及び社宅使用。土地も同族で所有しています。
11. 原材料の輸入量の減少にともなう原材料費の高騰。そして入手が困難になっている。親企業による一方的理由による受注減。
12. 売上の増加はないが、リストラによる人件費（高年齢者）の縮小で収益は上昇している。今後は良い人材を確保し、事業を発展させる予定です。

#### <金属製品、建設用金属、金属プレス>

1. ここ30年間、年ごとに5～10%コストダウンの要請が続いています。
2. 売上の低迷が長く続いていたので、今、一息というところです。この状況が来年も続いてくれると有難いのですが。
3. 長年の取引先が携帯電話の金型造りで、その部品を当社が納入していたところ、スマートフォンに変わった為にめっきり当社で納める部品が減った。売上全体の7割近いものだけに、急激な売上の減少で廃業を考える機会に。従業員の雇用を考えると廃業も出来ず、不動産を売却するべく不動産会社に依頼するものの、平成25年2月以来反応もなく、不安な日が続いております。
4. 日銀短観では景気は上昇しているようであるが、あまり実感はない。受注の増減は以前から頻繁にあり、慣れてしまった。この状況でしばらく続くと思います。
5. 新規受注が極めて難しい。また、小ロットな物が多く、収益アップは遠い。
6. 年間を通して、安定した受注が得られない。納期の少ない仕事が多く、残業代がかさみ、人件費の増加の割には売上・収益がしっかり得られない。今後消費税アップによる反動が、心配される。
7. 大手の企業が海外へと生産等を広げ、大田区内の中小企業へ回さなくなってきました。
8. 取引先の海外への加工の強化。
9. 製造業にも様々な技術革新が生じ、必然的な変化が起こっている様に思われ、進化するもの消え去るものと、変化のスピードが加速しているのを感じます。
10. 受注減少と在庫増加により、好況感はありません。

#### <精密機械器具>

1. 平成25年12月に売上がピークに達し、今後は減少すると考えられる。仕入れに注意しながら、在庫を調整していく方針。
2. 前年（平成25年度）一年は苦しいだけ。今年は年始より少し明るさ？が見える。

3. 平成 25 年 7 月以降の受注が右肩上りで増加している。この動きは、来年 4 月消費税増税を見込んだ 9 月契約実行の現れではないかと考えている。社会的な景気の浮上ではなく、一時的なものと捉えて、来年の経済動向を静観している処である。中小零細企業が経営維持を図れるよう、本物の景気回復を切望する。
4. 何度もアンケートに書いているけど、何の変化もなく製造業は悪化するばかり。この調子で行くと消費税が上がったら、どうなるやら。
5. 親会社の製品が売れないので、既に納入されている。客先製品の修理依頼が増えている。
6. 消費税増税前の駆け込み需要を予想し生産中。だが、注文がまだない。
7. 大変悪い。好転の兆しなし。周りで良いと言っている人も前月比の話で、実際の上昇機運は感じられない。
8. 現在、不況業種に関係していますので、無理せず我慢するのみです。
9. 弊社は測定機器業界です。他社、同業者共に業態は良好のようです。特に円安方向で、海外向けが好調です。
10. ①従来の受注先からの指値では大赤字になる為受注しない（総合的にみて）。②人件費・電気代・油代も出ない見積で受注している同業者のやり方に疑問。③接待・リベートがないと仕事が取れない。④節電の為、不要な電気を消しているが、お客さんから暗いとかシケた会社だとか言われる。
11. CDが厳しい。

### <ほか製造業>

1. 大手の海外生産などによる受注減を、新規ユーザーの受注を入れる事により、なんとか現状維持している状況です。
2. 季節の商品のため、12月～翌年3月までの4ヶ月間に年間売上の6割が集中します。
3. 取引先の大手企業が縮小の為に、注文数が無くなった。
4. 公共事業予算は確保されていると政府発表があるが実感が無い。大企業に回っているかと思いたい。
5. 当社の顧客の中で最も売上が多い大企業からの受注が減ってきている。これが当社の業況に多大に影響している。

## 小売業

### <家具、家電>

1. 12月は消費税増税前の売上増を見込んでいたが、全く伸びず冷え込んでしまった。2月・3月に直前の駆け込み需要の大商期を期待しているが、このままではこちらも見込み違いになりかねない。
2. 商品の売上は、毎年下降しています。エアコン・電気工事などで補っています。
3. 仕入価格の高騰。代金未回収（支払いの悪さ）。
4. 物品販売が少々減少したものの、来月1月よりクラウドサーバーのセミナーを開始して、販路の拡大を図る予定。その為にセミナールームを新設しました。
5. 特別な策はありませんし、ユーザーの資金のヒモは、まだまだ固い。世の中全体にお金が動かないとどうしようもありません（車と建設とスマホと大手通販のみ）。
6. インターネットでの販売がすべてですが、同業者との価格競争の激化で思うように利益が確保できない。

### <飲食店>

1. 引き続き順調であるが、消費税があがると一気に冷え込むような不透明感あり。
2. 食品価格値上げ、来年の消費税引き上げ、人件費の増加など、当社は各店舗の経営が少し大変だと思えます。
3. 大変苦しい状態が続いている。消費税が高いため経営を苦しめている。税金の正しい使い道を願う。

### <飲食料品>

1. 不況のため閉店する顧客飲食店が多い。公共料金等の値上げにより、飲食に使われるお金が減った。
2. 零細小売業の為、競合大型店の圧迫に追われ非常に険しい商況となっております。
3. 震災後の落ち込み、少しずつ回復の兆し。

## <衣服、身の回り品>

1. 店頭販売はあまり望めません。仕入先が廃業してしまい、新規の取引先を探さねばならず、支払いが現金払となるので資金繰りが苦しくなります。
2. 大変市況が悪く、人通りが少ない。
3. ブティック 35 年目にして、お客様高年齢。客足無し。大手問屋直営店、またはデパート展開の為。若い人は出向く。
4. 売上の減少傾向が続き、非常に厳しい状態。
5. 蒲田東口で創業 55 年の店舗を業種変更か廃業を考えている。商店街、物販員回りの機能を失っており、チェーンストア化しており単独の個店はミスマッチになっている。対策としてグランデュオ内に顧客を移して継続している。自由ヶ丘南口に 2 店舗を有しているが、観光地化し商店の付加価値のある商品は受け入れられない。個性ある商品を提供していた卸売先も弱体化、倒産している。アパレルから雑貨の取扱いを増加して対応したいと考えている。大田区の観光地化も問題である。
6. 11 月以降、高額アウター（コート）の販売が伸び悩んでおり苦戦。「買い控え」と見ている反面、競合店の中には前年比を伸ばしている店舗も少なからずあり、お客様のニーズへのきめ細かな対応が、大手チェーンと少しずつ品揃えの差として出てきている。
7. オーダーメイド紳士服製造販売業を 50 年営んでいます。7~9 月の 3 ヶ月クールビズ奨励で売れず、あと 10 月末からたくさん注文いただけるのですが、技術者能力不足で取り戻す事が出来ない。技術者を増員すれば 7~9 月の保証金が大変で増員出来ない。この点が経営上の一番の課題であります。
8. 時代の変化を先読みし、それに合った仕入れ（販売）をする事が大事だと思います。何処の商店街も人出が減少している中で、いかにお客様とのつながりを持てるかで他店（競合店）との差別化を図っていきたいと思います。

## <ほか小売業>

1. 新規事業が重要。
2. 二輪車の駐車禁止のおかげで、車両の売上が 10 年前に比べ 70%も減です。オートバイ店は半分になりました。二輪車の駐車場をたくさん作って下さい。
3. ネット販売の影響で、価格面、また、店に行かずに購入出来るという利便性によって、店頭販売の減少。
4. 景気は変わらず悪く、アベノミクスは小売店レベルではまだ実感が無いのが正直な所です。政治のせいだけでは無いのですが、明らかに 40 代以下の方々の消費が落ちています。取引先との関係は良好ですが、経費削減による見積の提出等不安定であるのは変わりません。経済は繋がっている為、景気回復はまだまだ先になるでしょう。
5. 一人一人のお客様単価が上昇してきた。安かれ悪かれを望まないお客様が増えつつある。
6. 苦しい！
7. 販売促進のみの仕事で売上に対して一定のリピートを受けている会社なので、親会社の売上で左右されてしまう。
8. 取引先の売上は変わらないが、取引先の増加で収益増。
9. 大手自動車販売会社が、自社のオプションパーツも多く取り扱い始めた為、アフターパーツの売れ行きが悪くなった。

# 特別調査「中小企業における事業継承について」

注)以下における平成22年調査とは、「大田区 中業企業の景況(平成22年10月～12月期)」掲載の特別調査「中小企業経営者の健康管理と事業継承について」を、平成19年調査とは、「大田区 中業企業の景況(平成19年10月～12月期)」掲載の特別調査「中小企業の実業継承について」を指します。

## 問1. 社長(代表者)の年齢階層と自社の業歴

社長(代表者)の年齢階層は、「60歳代」が4割弱で最多。

自社の業歴は、「40年以上」が7割弱で最多。

(単位:%)

業種		社長(代表者)の年齢階層					自社の業歴				
		20歳代・30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上	10年未満	10年以上～20年未満	20年以上～30年未満	30年以上～40年未満	40年以上
全体	今回調査	3.5	10.2	22.6	38.9	24.8	3.7	7.0	9.3	13.1	66.8
	平成22年調査	3.4	9.4	17.2	47.6	22.3	4.1	4.1	10.8	21.6	59.5
製造業	今回調査	2.7	8.1	22.8	39.6	26.8	1.4	5.0	9.9	9.2	74.5
	平成22年調査	3.0	7.3	18.2	50.9	20.6	2.5	2.5	8.0	22.2	64.8
小売業	今回調査	5.2	14.3	22.1	37.7	20.8	8.2	11.0	8.2	20.5	52.1
	平成22年調査	4.4	14.7	14.7	39.7	26.5	8.3	8.3	18.3	20.0	45.0

## 問2. 事業継承の相談のきっかけ・相談していない理由

事業継承(経営の引き継ぎ)について具体的な相談は、「していない」が7割強で多数。

(単位:%)

業種		相談している	相談していない
全体	今回調査	27.0	73.0
	平成22年調査	27.6	72.4
製造業	今回調査	26.1	73.9
	平成22年調査	32.3	67.7
小売業	今回調査	28.9	71.1
	平成22年調査	16.1	83.9

相談のきっかけは、「事業継承にむけての環境が整った」が5割弱で最多。

相談をしていない理由は、「事業継承は対応済み」が4割弱で最多。僅差で「事業継承についてまだ必要性を感じていない」。

(単位:%)

業種		事業継承の相談のきっかけ					事業継承の相談をしていない理由				
		他社の事業継承に啓発された	周囲から勧められた	自身の健康・体力に不安が生じた	事業継承にむけての環境が整った	その他	事業継承についてまだ必要性を感じない	事業継承は対応済み	信頼できる人が周りにいない	その他	廃業予定であるため、相談不要
全体	今回調査	1.6	9.4	31.3	45.3	12.5	32.4	35.3	13.3	5.2	13.9
	平成22年調査	10.0	11.7	21.7	36.7	20.0	31.2	28.7	8.9	10.8	20.4
製造業	今回調査	2.4	4.8	28.6	52.4	11.9	31.9	35.3	12.6	7.6	12.6
	平成22年調査	12.0	14.0	18.0	34.0	22.0	31.4	34.3	9.5	11.4	13.3
小売業	今回調査	0.0	18.2	36.4	31.8	13.6	33.3	35.2	14.8	0.0	16.7
	平成22年調査	0.0	0.0	40.0	50.0	10.0	30.8	17.3	7.7	9.6	34.6

## 問3. 後継者について・後継者にしたい人材

後継者は、「すでに決まっている」が3割強で最多。

後継者にしたい人材は、「子供(娘婿を含む)、配偶者」が5割強で最多。

(単位:%)

業種	後継者について					後継者にしたい人材				
	後継者はすでに決まっている	候補者はいるが、まだ決まっていない	候補者が見当たらない	まだ考えていない	その他	子供(娘婿を含む)、配偶者	その他の同族者(兄弟、親戚など)	非同族の役員、従業員	非同族の社外の人材	その他
全体	34.6	24.7	15.9	22.5	2.2	51.2	11.6	20.9	7.0	9.3
製造業	36.2	25.2	15.0	20.5	3.1	50.5	8.8	22.0	8.8	9.9
小売業	30.9	23.6	18.2	27.3	0.0	52.6	18.4	18.4	2.6	7.9

## 問4. 事業継承にまつわる問題点について(複数回答可)

事業継承にまつわる際の問題点は、「事業の将来性」が7割弱で最多。

(単位:%)

業種		事業の将来性	取引先との信頼関係の維持	社員の不平・不満	先代経営者の影響力	後継者の力量	候補者の不在	借入に際しての個人保証	相続税などの税金対策	自社株など個人資産の取扱い	その他
全体	今回調査	65.5	29.6	5.4	7.9	58.6	14.8	22.2	8.9	11.8	4.9
	平成19年調査	65.0	33.2	9.2	8.5	58.7	17.0	26.9	12.0	15.2	1.8
製造業	今回調査	64.0	33.1	4.4	5.1	58.1	13.2	25.0	11.0	15.4	3.7
	平成19年調査	61.8	33.3	6.3	7.7	61.8	17.4	29.0	13.5	17.9	2.4
小売業	今回調査	68.7	22.4	7.5	13.4	59.7	17.9	16.4	4.5	4.5	7.5
	平成19年調査	73.7	32.9	17.1	10.5	50.0	15.8	21.1	7.9	7.9	0.0

## 問5. 円滑な事業継承のために地域金融機関や行政に期待すること

円滑な事業継承のために地域金融機関に期待することは、「個別相談」が4割弱で最多。

行政に期待することは、「税制面での負担軽減」が約5割で最多。

(単位:%)

業種	地域金融機関に期待すること					行政に期待すること					
	セミナー等による情報提供	個別相談	専門家の紹介	事業譲渡先の紹介	その他	セミナー等による情報提供	個別相談	専門家の紹介	税制面での負担軽減	その他	
全体	今回調査	31.8	37.8	11.5	6.8	12.2	19.5	12.6	8.6	50.6	8.6
	平成19年調査	35.6	38.6	9.4	7.3	9.0	15.1	9.7	8.5	62.9	3.9
製造業	今回調査	34.7	36.6	7.9	7.9	12.9	20.5	12.8	5.1	54.7	6.8
	平成19年調査	37.3	38.4	9.0	7.9	7.3	14.6	11.5	8.9	62.0	3.1
小売業	今回調査	25.5	40.4	19.1	4.3	10.6	17.5	12.3	15.8	42.1	12.3
	平成19年調査	30.4	39.3	10.7	5.4	14.3	16.4	4.5	7.5	65.7	6.0

## コメント (自由記述)

- 利益が薄く長年無配当の株にも関わらず、工場用の土地が有るために莫大な税金を払わなければ株の移動が行えない。評価の方法を実体に即した形で行えるようにする必要がある。
- 自社株の資産価値が拡大。引受人がない。
- 当社の場合、10年先を考えています。準備は進めていますが、実際の行動はもう少し先です。
- 健康を害したら廃業します。
- 製造業の将来に対する不安が大きい。

(寄せられたコメントを一部抜粋して掲載しております。)

## 東京都と大田区の企業倒産動向 (平成25年12月)

### 1. 東京都の倒産概況

(単位:件・億円)

	平成24年12月	平成25年11月	平成25年12月	前月比	前年同月比
	件数	169	180		
金額	725	280	299	19	-426

### 2. 原因別倒産動向

(単位:件・億円)

放漫経営	過小資本	他社倒産の余波	既往のしわ寄せ	販売不振					
3	94	6	12	4	2	14	100	122	88
売掛金回収	信用性低下	在庫状態悪化	設備投資過大	その他					
2	0.5	1	0.3	0	0	0	0	1	0.1

### 3. 業種別・規模別倒産動向

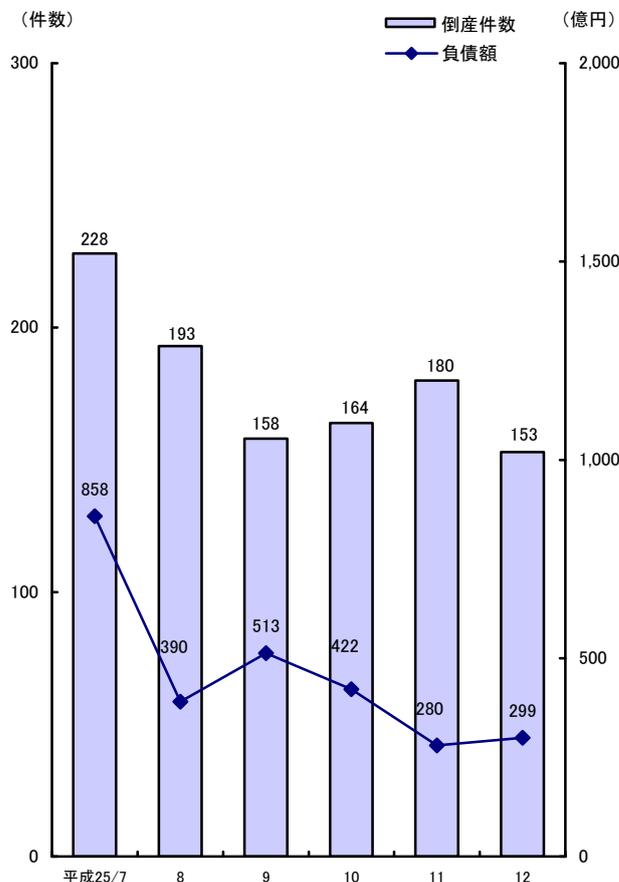
(単位:件・億円)

	件数			金額		
	前年同月	前月	当月	前年同月	前月	当月
製造業	20	23	25	155	70	21
卸売業	23	39	24	34	50	36
小売業	15	21	15	61	21	104
サービス業	26	35	19	61	51	23
建設業	29	22	26	26	31	14
不動産業	11	7	5	47	4	1
情報通信業・運輸業	24	19	16	67	24	8
宿泊業、飲食サービス業	13	11	18	3	23	4
その他	8	3	5	267	1	85
合計	169	180	153	725	280	299

### 4. 大田区内の平成25年12月の倒産動向

業種	件数	負債総額
製造業	1件	30百万円
卸売業	4件	70百万円
小売業	0件	0百万円
サービス業	0件	0百万円
建設業	1件	51百万円
不動産業	0件	0百万円
情報通信業・運輸業	1件	50百万円
宿泊業、飲食サービス業	1件	10百万円
その他	0件	0百万円
合計	8件	211百万円

(株)東京商工リサーチ調べ



# 東京都内の概況

業況：小売業は大きく改善し、製造業もわずかに改善した

見通し：小売業は特に大きく改善し、製造業も大幅に改善する見込み

## 概況

平成 25 年 12 月の都内中小企業の業況 D I（業況が「良い」とした企業割合－「悪い」とした企業割合）は－24 となり、前期に比べて 6 ポイント増加し、かなり改善しました。今後 3 か月（平成 26 年 1 月～3 月）の業況見通し D I では、今期比 17 ポイント増の－7 と大幅に上向くと見込まれます。

### 製造業

前期（25 年 9 月）と比較すると、業況はわずかに改善し、売上高も厳しさが幾分和らぎました。

価格面では、販売価格は下降傾向が幾分改善し、仕入価格は上昇をかなり強めました。

業種別に見ますと、「住宅・建物関連」は特に大きく持ち直しました。「材料・部品」「その他」も大きく改善しました。一方、「衣料・身の回り品」「一般・精密機械等」は悪化傾向を幾分強め、「紙・印刷」「電気機器」は厳しさを大きく増しました。

今後 3 か月の見通しの業況は大幅に改善し、売上高もかなり持ち直すと予想されています。

### 小売業

前期（25 年 9 月）と比較すると、業況は大きく改善し、売上高も厳しさが大幅に和らぎました。

価格面では、販売価格は厳しさがかなり和らぎ、仕入価格は厳しい状況に大きく転じました。

業種別に見ますと、「耐久消費財」は特に大きく上向き、「衣料・身の回り品」「食料品」も大幅に改善しました。一方、「日用雑貨」は前期同様の厳しさが続き、「余暇関連」は厳しさを大きく増しました。

今後 3 か月の見通しの業況は特に大きく改善すると予想されており、売上高もかなり改善すると見込まれています。

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。

## 大田区産業経済部産業振興課

TEL : 3733-6181 FAX : 3733-6103

E-mail : sangyo@city.ota.tokyo.jp