

第25回熊本同友会景況調査報告 (2010年1月～3月期)

全業種のDI値が上昇したが、依然としてマイナス値

【調査要領】

- ①調査時：2010年3月7日～3月16日
- ②対象企業：熊本同友会会員企業
- ③調査の方法：FAXの送受信による自計記入を求めた
- ④回答企業数：566社より134社の回答を得た
(回答率：23.7%)
(製造業 20社、建設業 20社、流通商業 38社、サービス業 53社、その他 3社)
- ⑤平均従業員数：役員を含む正規従業員数 21.7人

■売上高、経常利益、業況判断、運転資金調達

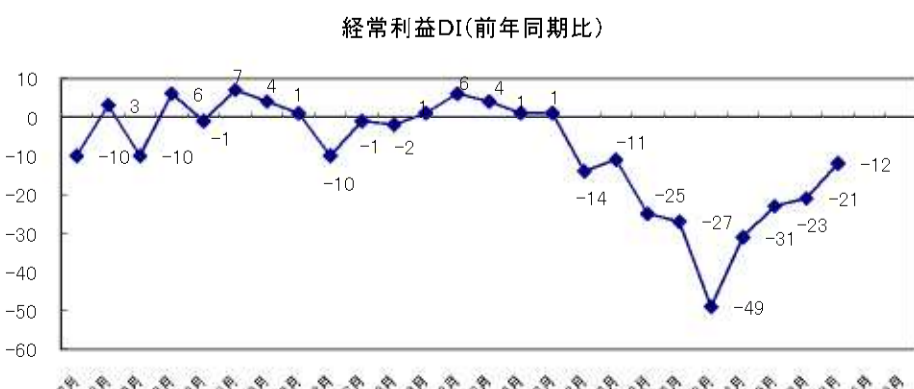
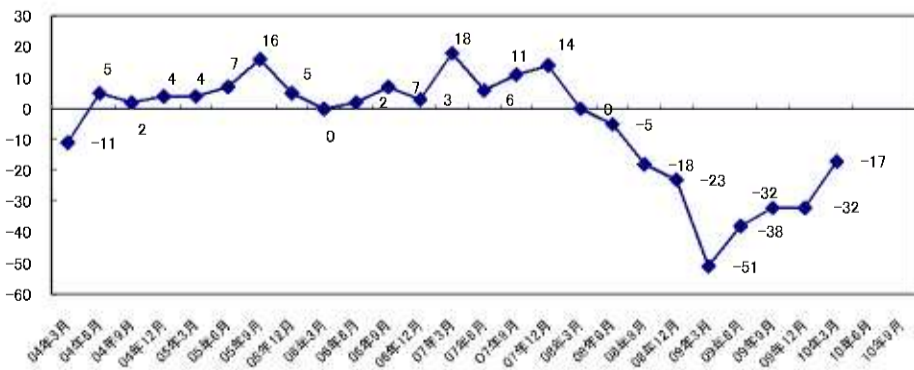
	2009年の10月～12月と比べて (前期比)				2009年1月～3月と比べて (前年同期比)				2009年の4月～6月と比べて 次期見通し			
	増加	横ばい	減少	DI値	増加	横ばい	減少	DI値	増加	横ばい	減少	DI値
売上高	増加	横ばい	減少	DI値	増加	横ばい	減少	DI値	増加	横ばい	減少	DI値
%	21%	39%	40%	△19	22%	38%	39%	△17	17%	50%	33%	△16
経常利益	好転	横ばい	悪化	DI値	好転	横ばい	悪化	DI値	好転	横ばい	悪化	DI値
%	22%	38%	41%	△19	25%	38%	37%	△12	18%	52%	30%	△12
業況判断	好転	横ばい	悪化	DI値	好転	横ばい	悪化	DI値	好転	横ばい	悪化	DI値
%	13%	40%	47%	△34	18%	37%	44%	△26	13%	50%	38%	△25
運転資金調達	容易になった	変わらない	厳しくなった	DI値	容易になった	変わらない	厳しくなった	DI値	容易になる	変わらない	厳しくなる	DI値
%	4%	77%	19%	△15	8%	75%	17%	△9	6%	72%	21%	△15

■全業種

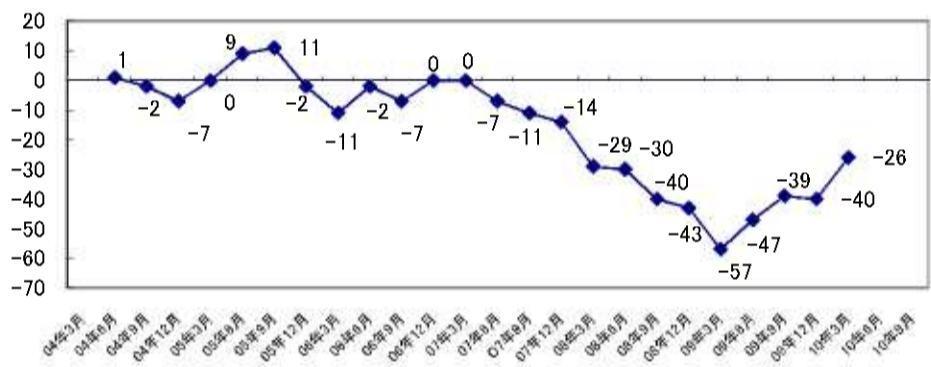
DI値(「良い」と答えた割合から「悪い」と答えた割合を引く)の推移から見ると、前回調査2009年10月～12月と比べると、前年同期比(2009年1月～3月)では、売上高が△32から△17と15ポイント上昇したが8期連続マイナス、経常利益が△21から△12へと9ポイント上昇するも9期連続マイナス、業況判断が△40から△26へと14ポイント上昇したが12期連続マイナス、運転資金調達は前期比(2009年10月～12月)で、△17から△15と2ポイントの上昇だが9期連続マイナスとなった。

日銀短観(2010年1月～3月期)をみると、業況判断DIは、前期比(2009年10月～12月)で製造業が△41から△30へと11ポイント上昇、非製造業が△34から△31へ3ポイント上昇した。次期見通しは製造業が△32で2ポイント下降、非製造業は△37で6ポイント下降とみている。

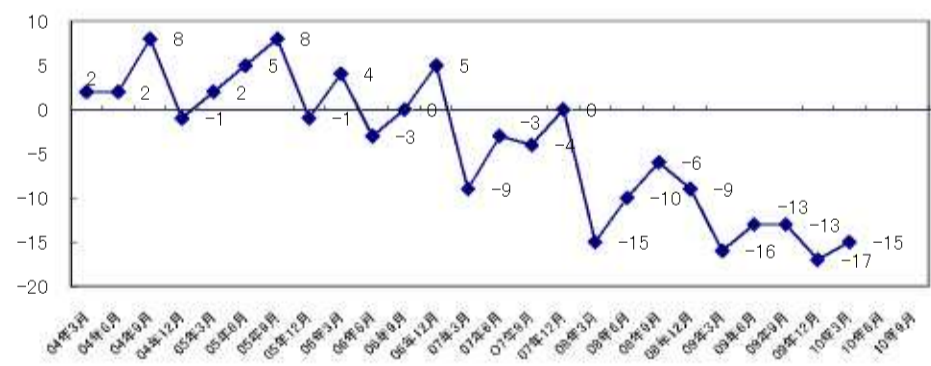
中小企業庁第119回中小企業景況調査(2010年1月～3月期)では「中小企業の業況は、引き続き持ち直しの動きが見られるものの、



業況判断DI推移(前年同期比)



運転資金調達DI推移(前期比)



弱い動きを示した業種もあるなど、依然として厳しい状況にある」としており、全産業・製造業・非製造業の業況判断DIは、マイナス幅が縮小した(△36.4から△34.2)。産業別にみても、製造業、非製造業ともにマイナス幅が縮小した。ただし業種別にみると、小売業およびサービス業の一部ではマイナス幅が拡大したとしている。

同友会景況調査報告(DOR) No90(2010年1月～3月)では、「景気の底(ボトム)は脱するも、収益は低迷」としており、前年同期比(2009年1月～3月)でみた業況判断DIは△45から△18と27ポイント上昇した。L字型ではなくV字型の急角度の反転である。もっともこれは2009年1～3月最悪の底であるから落ち過ぎた分を戻したにすぎない。しかもそれでも大企業に比べ回復は遅れていると概要で述べている。

■業種別のDI値と回答企業のコメント

＜製造業＞

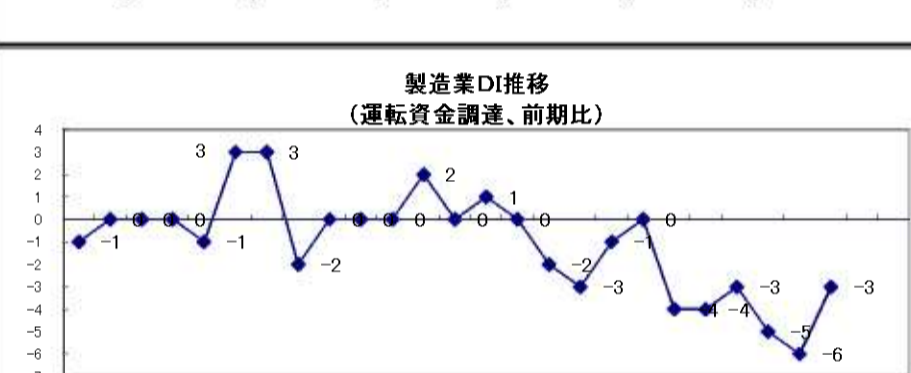
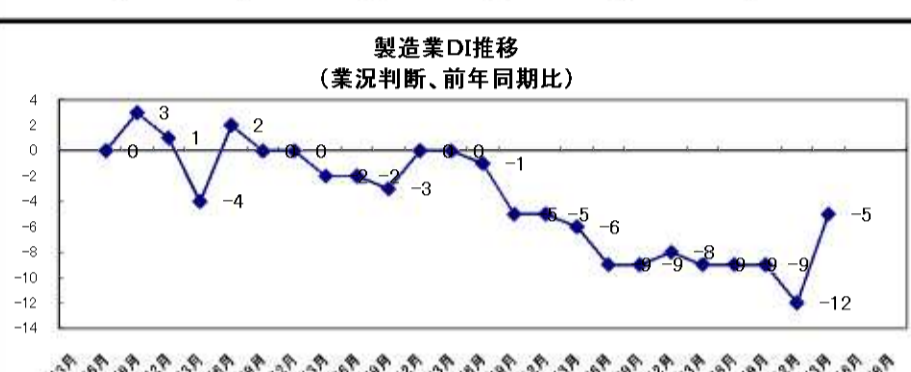
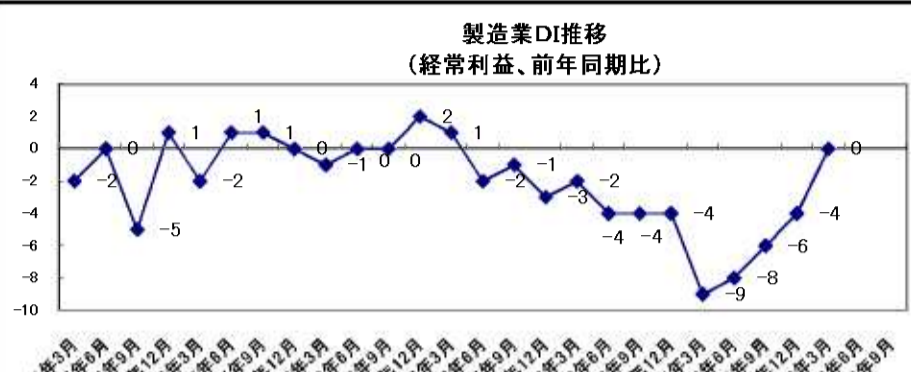
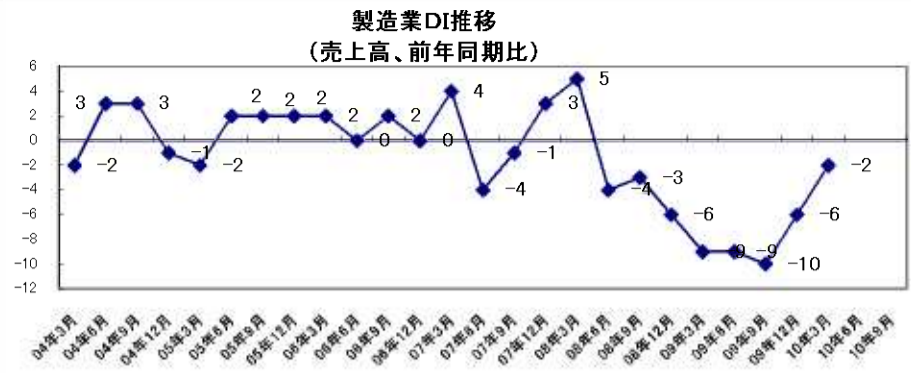
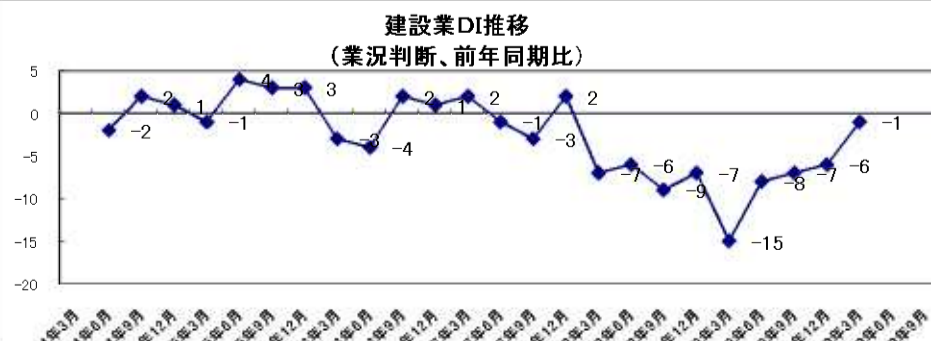
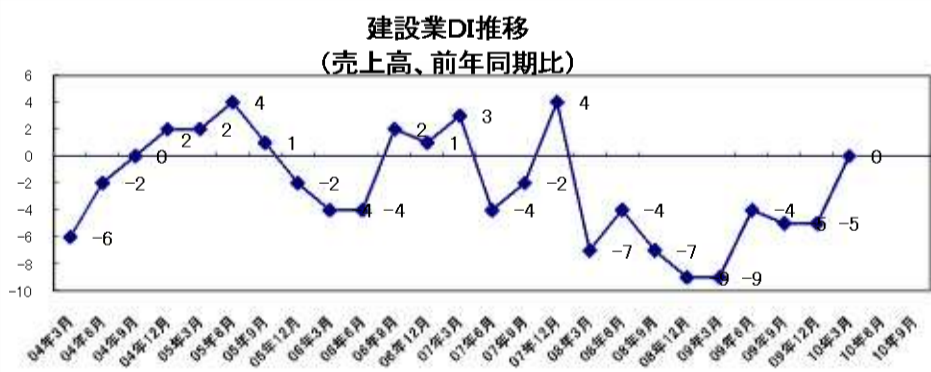
製造業は、前年同期比(2009年1月～3月)で売上高が△6から△2へと2ポイント、経常利益が△4から0へと4ポイント、業況判断が△12から△5へと7ポイント上昇し、運転資金調達では前期比(2009年10月～12月)△6から△3へと3ポイント上昇となった。

●コメント

- ・既存店、既存市場のマイナス分を新商品の開発や、新市場の開拓等でカバーする取り組みをしている。
- ・来年の事業承継に向けた組織の強化(人材育成)社長交替。設備投資による販売力の強化(今年度完成)
- ・IT事業セミナーの開催。年1回の文化講演会の開催。地域密着型フリーペーパーの発刊(年4回)。在庫紙をオール100円で地域に還元。
- ・本年度雇調金制度を利用する。自社の強みを生かす商品を開発中である。しかしながら、コンピュータを使う仕事となる為、アナログでやってきた社員は、次年度不要になると思われる。
- ・各部門ごとに改善提案を出し合っております。
- ・商品(受注数)の減少で売上高減。販売での売上げが少なくなってきた。メーカー等も厳しい状況。支払方法などの相談、変更がある。キャッシュフローの動きが大変である(現金)。低価格商品やネット販売での価格の乱れ。生産性のアップ及び社員教育をする。
- ・食品会社として原料の産地表示の義務化、原料品質の維持(高品質)等による商品付加価値の追求。
- ・新商品の開発及び広告活動。

＜建設業＞

建設業は、前年同期比(2009年1月～3月)で売上高が△5から0と5ポイント、経常利益が△4から△1と3ポイント、業況判断が△6から△1と5ポイント、運転資金調達では前期比(2009年10月～12月)△4から△2と2ポイント上昇した。



●コメント

- ・建設産業全体の衰退と、新規設備投資の減少に伴う絶対工事量の減少。
- ・環境問題、エコ問題、大学との連携、他。
- ・新設住宅着工戸数は1月度前年比8.1減14ヶ月連続して減少。分譲、貸家はマイナスが続いているが私共の持家はこの処3ヶ月連続して微増傾向が続いているのが救い、住宅ローン、税制、エコポイント等で特定の客層が決断しやすい状況が出来ているのではないか。集客は前年比90%前後で税推移、減少傾向のなかに如何に効率的に受注に結び付けているか、益々営業力の強化が課題。財務については、計画通りに借入金に依存しない時期が間近かの見通し出来ました。
- ・4月からの仕事が少ないと思われる。さらなる競争が考えられ利益率が下がると思われる。又、社員全員への仕事配分が出来ると思われる。今こそ革新と経営対策が必要と思われる。
- ・住宅エコポイント付商品の販売強化 個人向けの販売強化。
- ・マーケットを広げている。
- ・業務に対する自社比率を上げるよう努力しています(外注費削減)。
- ・給与制度の見直し。