

# 東京都中小企業の景況

(平成18年3月調査)



景況：ほぼ横ばいに推移し、一服状態続く  
見通し：慎重さの度合いを強める

## 《2月の景況》

◎都内中小企業の業況DIはほぼ横ばいに推移し、一服状態が続いた。前年同月比売上高DIは前月の一時的な悪化から再び改善に転じた。製造業が大幅に改善し、小売業、サービス業もやや改善した。今後3ヶ月の見通しDIは、2ヶ月連続の減少で、先行きに対する慎重さの度合いを強めている。

○2月の都内中小企業の業況DIは▲28(前月▲27)とほぼ横ばいに推移し、前月の一服状態が続いた。業種別にみると、製造業は▲19と前月に比べ変化なく、3ヶ月連続して同じ水準となった。小売業は▲49と前月比1ポイント減少し、ほぼ横ばいに推移。一方、卸売業は▲26と前月比3ポイント減少し、2ヶ月連続してわずかな悪化となった。また、サービス業も▲23と前月比2ポイント減少し、わずかに悪化した。

業種区分別にみると、製造業は印刷・製本が好調で、「紙・印刷」が大幅に改善した。一方、卸売業では前月まで比較的高い水準を維持してきた「衣服・身の回り品」が大幅に悪化した。また、小売業では「余暇関連」、サービス業では「企業関連サービス」の悪化が目立った。

○前年同月比の売上高DIは▲27(前月▲31)と前月比4ポイント増加し、前月の一時的な悪化から再び改善に転じた。業種別にみると、製造業は前月比10ポイント増加し、大幅に改善。小売業、サービス業もそれぞれ前月比4ポイント増加し、やや改善した。卸売業のみほぼ横ばい推移した。

業種区分別にみると、製造業では前月大幅に落ち込んだ「材料・部品」が大きく改善し、マイナス1桁台にまで戻した。卸売業でも「化学・金属材料」が大きく改善し、±0水準に近づいた。また、小売業では「余暇関連」を除く全業種区分、サービス業でも全業種区分が改善した。

○当月と比べた今後3ヶ月(3~5月)の業況見通しDIは▲14(前月▲12)と前月比2ポイント減少し、僅かずつであるが連続の減少となり、先行きに対する慎重さの度合いを強めている。業種別にみると、卸売業、小売業とも前月比4ポイントの減で、悪化予想をやや強めている。製造業とサービス業はともに横ばいに推移し、先行きの見方を変えていない。

## 景況指数表(業種)

・指数値(%):DI = 「良い」・「増加」等企業割合 - 「悪い」・「減少」等企業割合

調査規模	調査対象企業数	3,875	2月の景況					今後3ヶ月の見通し				
			業況	売上(前上月比)高	売上(前年上同月比)高	仕入(前月比)格	販(前月比)格	製品商品在庫	業(当月比)況	売上(上月比)高	売上(前年上同月比)高	
												業
全体			▲28	▲20	▲27	8	▲10	10	▲14	▲10	▲23	
製造業			▲19	▲17	▲15	18	▲9	10	▲11	▲10	▲17	
			衣料・身の回り品	▲34	▲21	▲38	15	▲8	8	▲13	▲4	▲32
			住宅・建物関連	▲27	▲23	▲32	15	▲15	5	▲29	▲32	▲26
			紙・印刷	▲16	▲21	▲27	18	▲15	5	▲17	▲21	▲27
			材料・部品	▲17	▲17	▲5	26	▲4	5	▲7	▲6	▲10
			一般・精密機械等	▲14	▲10	▲7	11	▲4	18	▲3	▲4	▲11
			電気機器	▲8	▲14	0	18	▲13	14	▲11	▲12	▲14
			その他	▲34	▲13	▲10	23	▲11	22	4	10	0
卸売業				▲26	▲19	▲22	0	▲7	13	▲8	▲1	▲16
			衣料・身の回り品	▲46	▲52	▲31	▲24	▲15	29	▲11	4	▲15
			食料品	▲38	▲21	▲45	9	▲8	12	▲7	▲2	▲33
			日用雑貨	▲43	▲33	▲33	▲4	▲14	12	▲18	▲1	▲31
			建築・住宅関連	▲17	▲3	▲23	3	▲7	8	▲7	▲7	▲9
			化学・金属材料	▲13	▲9	▲1	13	8	18	▲1	7	4
			機械器具	▲4	▲5	0	▲3	▲10	5	▲6	▲10	▲14
小売業				▲49	▲30	▲49	1	▲12	5	▲24	▲18	▲39
			衣料・身の回り品	▲48	▲31	▲40	▲9	▲27	13	▲18	▲18	▲24
			食料品	▲46	▲30	▲57	3	▲7	8	▲25	▲17	▲47
			日用雑貨	▲52	▲29	▲52	13	3	0	▲37	▲25	▲52
			耐久消費財	▲54	▲34	▲57	▲6	▲26	▲2	▲19	▲13	▲43
			余暇関連	▲53	▲25	▲41	5	▲3	▲4	▲21	▲19	▲30
サービス業				▲23	▲17	▲27	-	▲13	-	▲14	▲10	▲23
			企業関連サービス	▲20	▲11	▲24	-	▲14	-	▲15	▲9	▲23
			個人関連サービス	▲32	▲32	▲34	-	▲9	-	▲9	▲12	▲23

(注) 1. 調査項目：業況(良い・普通・悪い)、売上高(増加・ほぼ同様・減少)、仕入価格・販売価格(上昇・ほぼ同様・低下)、製品商品在庫(過大・適正・不足)。

2. 売上高：製造業は生産額。  
3. 販売価格：サービス業は料金単価。

登録番号(17)73

## 《規模別景況》

- 規模別業況DIは、「中小規模」が前月比5ポイント増加し、やや改善となった。対照的に「小規模」は5ポイント減少し、やや悪化した。また、「中規模」は前月比2ポイント減少で、やや悪化。「大規模」は横ばいの推移で、マイナス1桁台を保った。
- 前年同月比の売上高DIは、前月比で全規模が増加した。特に、「中小規模」は前月比11ポイント増で、大きな改善となった。一方、「小規模」「中規模」「大規模」は前月比2～4ポイント増にとどまり、改善度合いは小さかった。
- 今後3ヶ月（3～5月）の業況見通しDIは、「中小規模」のみ前月比4ポイント増加し、見通しにやや明るさを加えている。これに対し、「中規模」は前月比8ポイントの減少で、悪化懸念を強めている。また、「小規模」「大規模」は前月比2～4ポイント減で、やや厳しい見方となった。

## 景況指数表（規模）

・指数値(%)：DI = 「良い」・「増加」等企業割合 - 「悪い」・「減少」等企業割合

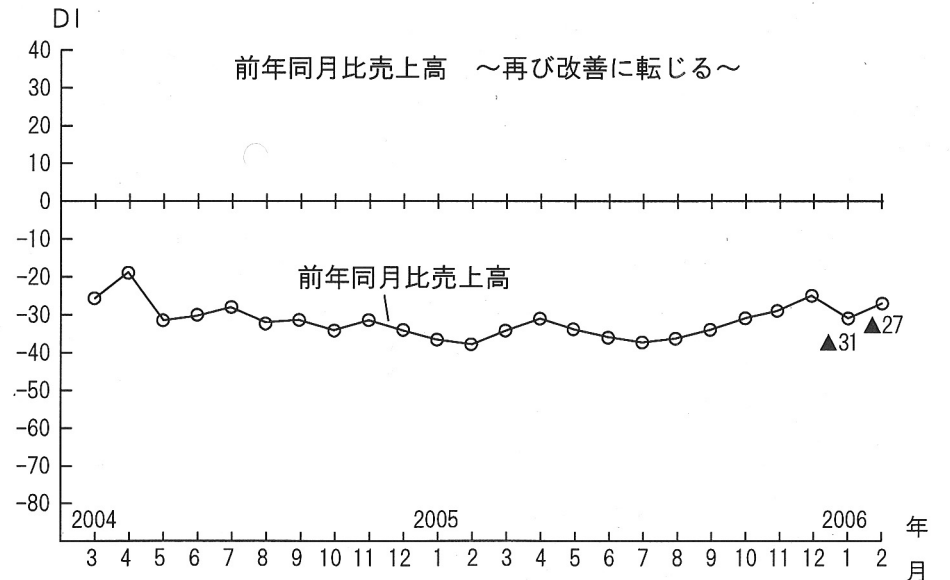
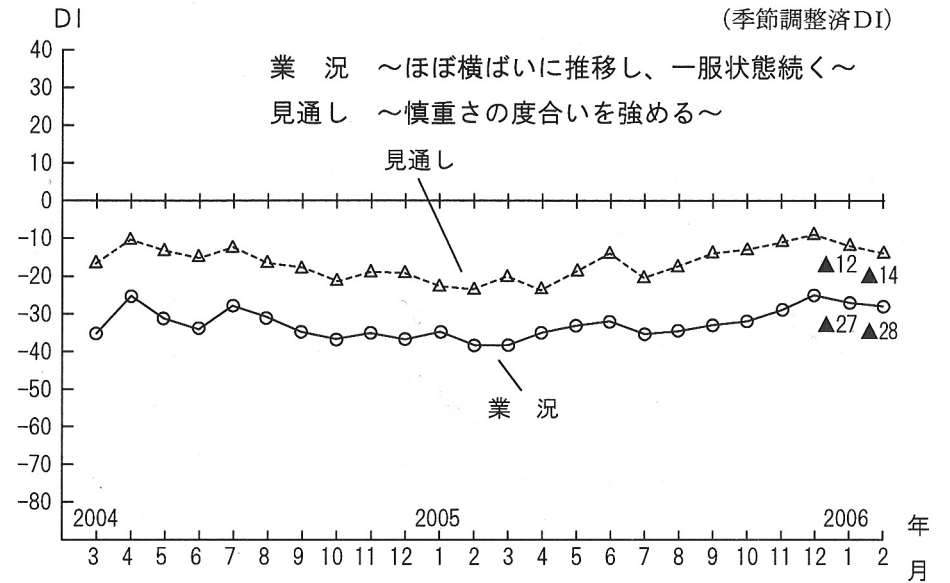
調査規模	調査対象企業数	3,875	2月の景況						今後3ヶ月の見通し		
	回答企業数	1,364	業況	売(前上月比)高	売(前年同月比)高	仕入(前月比)格	販(前月比)格	製品商品在庫	業(当月比)況	売(当上月比)高	売(前年同期比)高
全体	回答率	35.2%	▲28	▲20	▲27	8	▲10	10	▲14	▲10	▲23
規模	小規模		▲43	▲32	▲39	4	▲8	7	▲21	▲18	▲37
	中小規模		▲25	▲21	▲28	8	▲12	5	▲9	▲6	▲19
	中規模		▲24	▲14	▲22	10	▲12	12	▲13	▲7	▲19
大規模		▲9	▲5	▲6	11	▲7	15	▲5	0	▲3	

(注) 規模区分：  
 小規模 製造業、卸売業、サービス業（1～9人）、小売業（1～2人）  
 中小規模 製造業、卸売業、サービス業（10～19人）、小売業（3～4人）  
 中規模 製造業、卸売業、サービス業（20～49人）、小売業（5～19人）  
 大規模 製造業、卸売業、サービス業（50人以上）、小売業（20人以上）

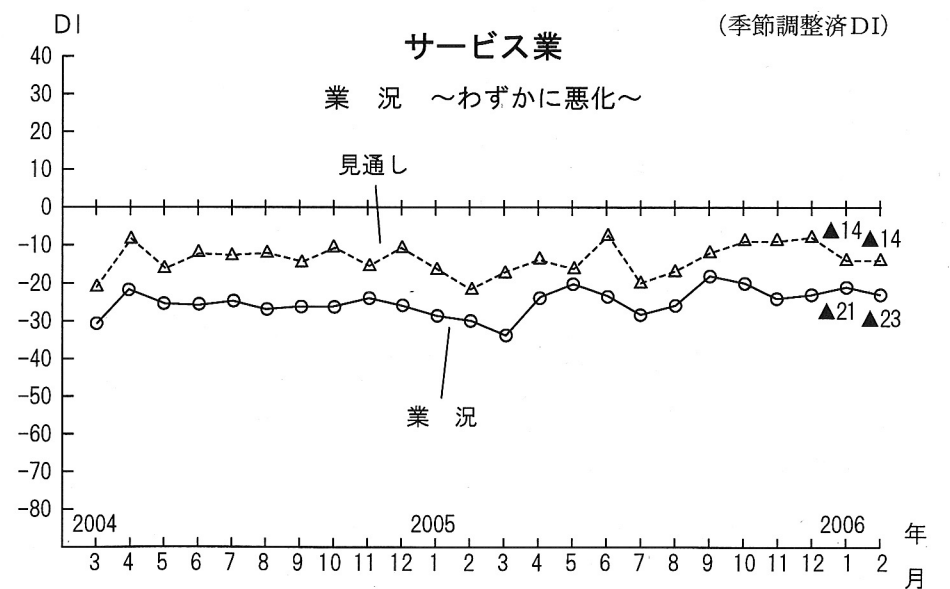
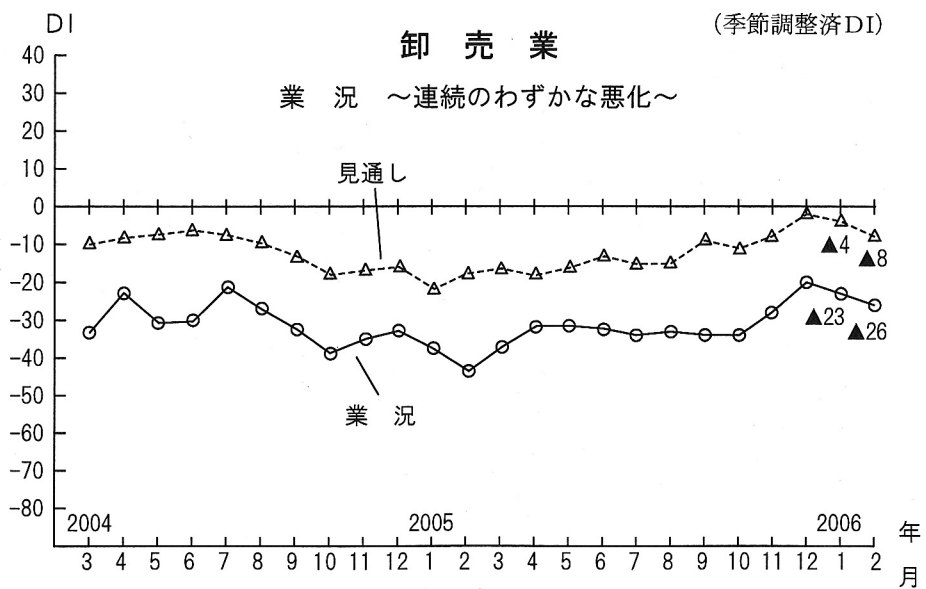
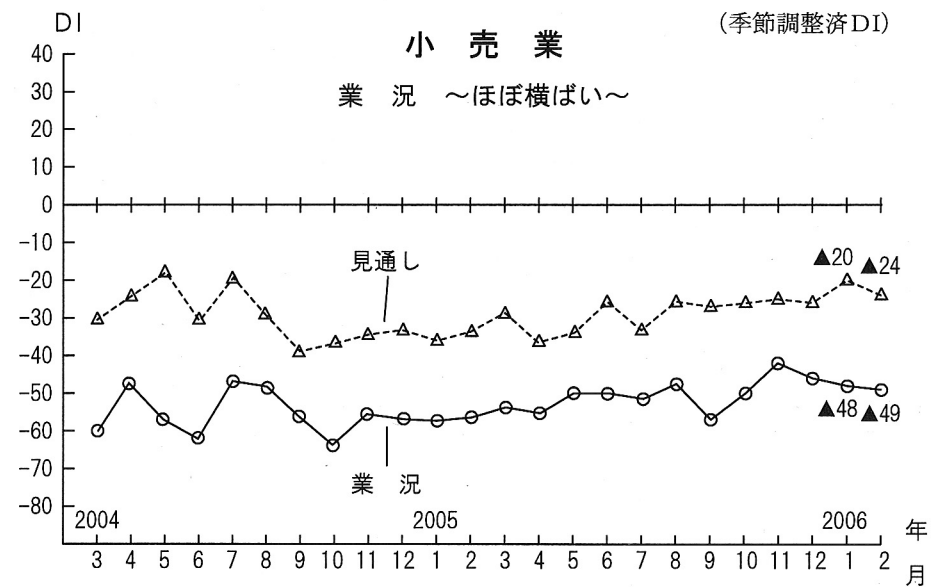
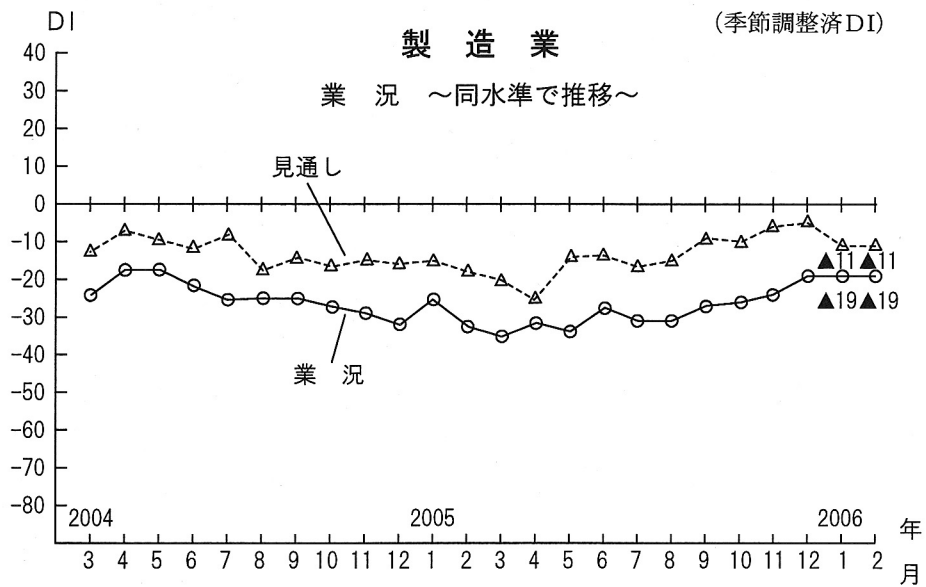
## 回答企業数

	対象数	回答数	回答率		対象数	回答数	回答率
全体	3,875社	1,364社	35.2%	小規模	1,042社	447社	42.9%
製造業	1,125社	438社	38.9%	中小規模	600社	290社	48.3%
卸売業	875社	335社	38.3%	中規模	702社	325社	46.3%
小売業	875社	296社	33.8%	大規模	518社	240社	46.3%
サービス業	1,000社	295社	29.5%	規模不明	1,013社	62社	6.1%

## 全 体



# 業種別

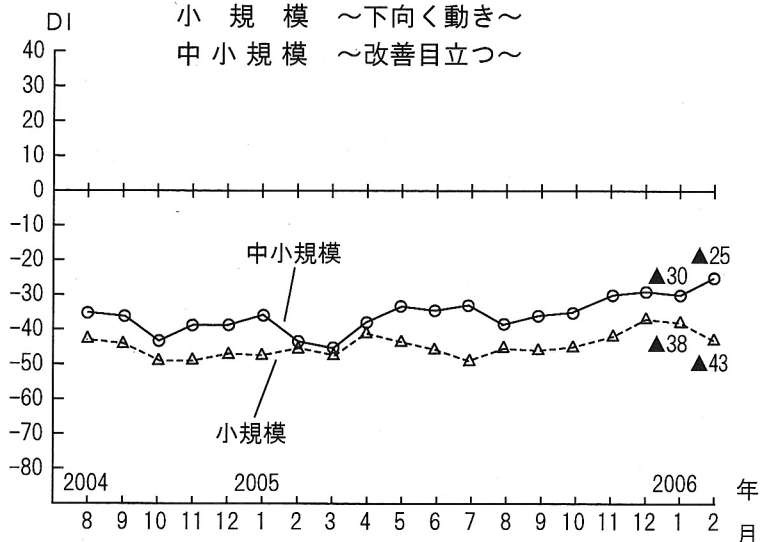


# 規模別

(季節調整済DI)

## 小・中小規模

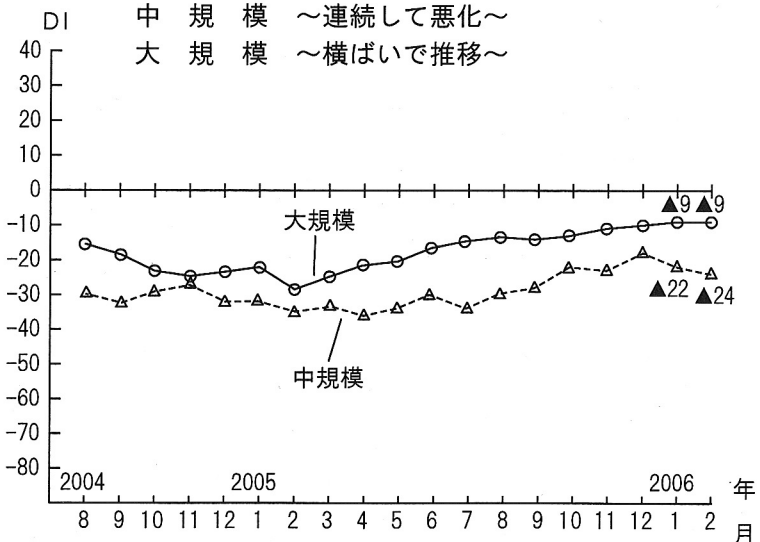
小規模 ~下向き動き~  
中小規模 ~改善目立つ~



(季節調整済DI)

## 中・大規模

中規模 ~連続して悪化~  
大規模 ~横ばいで推移~



# 【業種別業況動向 (DI)】

### ◇ このグラフのみかた

各項目とも0を基準に左右のグラフの長さで業況の「良い」・「悪い」の程度を判断する。ただし◎印は全回答が普通ないしは同様、○印は良い、悪いの回答数が同数を示す。

### ◇ DI (Diffusion Index : 景況判断指数)

指数 (%) の算出方法は次のとおりである。

$$DI = \frac{X-Z}{X+Y+Z} \times 100$$

X: 「良い」「増加」「上昇」等の回答企業数

Y: 「普通」「ほぼ同様」等の回答企業数

Z: 「悪い」「減少」「低下」等の回答企業数

従って、DIのプラスは景況の好転(売上の増加等)、マイナスは景況の悪化(売上の減少等)を表している。

製造業			業況					
対象数	回答数	回答率	2月		今後3ヶ月見通し(当月比)			
1,125	438	38.9%	悪い	良い	悪い	良い		
			-100	0	100	-100	0	100
衣料・身の回り品	1. ニット製外衣							
	2. 染色整理							
	3. 婦人・子供服							
	4. シャツ・下着							
	5. 製靴							
	6. かばん・袋物							
	7. 貴金属製品							
	8. 装身具							
住宅・建物	9. 家具							
	10. 建具							
	11. 刃物・金物							
	12. 建設用金属製品							

製造業			業況					
対象数	回答数	回答率	2月		今後3ヶ月見通し(当月比)			
1,125	438	38.9%	悪い	良い	悪い	良い		
			-100	0	100	-100	0	100
紙	13. 紙製品							
	14. 紙製容器							
	15. 印刷							
印刷	16. 特殊印刷							
	17. 製版							
	18. 製本							
材料	19. 製革(なめし革)							
	20. プラスチック・ガラス							
	21. 工業用ゴム・セメント							
	22. 鉄鋼・非鉄金属							
	23. 製缶・板金							
	24. 金属プレス							
部品	25. 金属塗装							
	26. 電気めっき							
	27. ボルト・ナット・ねじ							
	28. ばね							
一般・精密機械等	29. 金属加工機械							
	30. 一般機械							
	31. 半導体製造装置							
	32. 油圧・空圧機器							
	33. 金型							
	34. 自動車部品							
	35. 計量器・試験機							
	36. 医療用機械器具							
	37. 光学機械器具							
電気機器	38. 配電盤							
	39. 電気照明器具							
	40. 電子・通信機器							
	41. 電子計測器							
	42. 電子部品・デバイス							
その他	43. パン・菓子							
	44. その他の食料品							
	45. 玩具							



卸売業			業況					
対象数	回答数	回答率	2月		今後3ヶ月見通し(当月比)			
875	335	38.3%	悪い	良い	悪い	良い		
			-100	0	100	-100	0	100
衣料・身の回り品	1. 男子衣料							
	2. 婦人・子供服							
	3. くつ							
	4. かばん・袋物							
	5. 装身具							
食料	6. 青果・果実							
	7. 食肉							
	8. 生鮮魚介							
	9. 酒類							
	10. 茶・のり・乾物							
日用品	11. パン・菓子							
	12. 紙・紙製品							
	13. 家庭用品							
	14. 玩具							
雑貨	15. 文具・事務機							
	16. 医薬品							
	17. 化粧品							
建築・住宅関連	18. 木材							
	19. セメント・板ガラス							
	20. 管工機材							
	21. 家具							
	22. 室内装飾品							
	23. 電設資材							
化学・金属材料	24. 塗料							
	25. 工業用薬品							
	26. ガラス製品							
	27. ゴム・プラスチック							
	28. 鉄鋼・非鉄金属							
	29. ボルト・ナット・ねじ							
機械器具	30. 金属加工機械器具							
	31. 事務用機械器具							
	32. 機械工具							
	33. 自動車部品							
	34. 医療用機器							
	35. 電気機械器具							

小売業			業況					
対象数	回答数	回答率	2月		今後3ヶ月見通し(当月比)			
875	296	33.8%	悪い	良い	悪い	良い		
			-100	0	100	-100	0	100
衣料・身の回り品	1. 寝具							
	2. 男子衣料							
	3. 婦人・子供服							
	4. 洋品雑貨							
	5. くつ							
	6. かばん・袋物							
	7. 中古品							
	8. メガネ・時計							
	9. 貴金属・宝石							
食料	10. 食品スーパー							
	11. コンビニエンスストア							
	12. 青果・果実							
	13. 食肉							
	14. 鮮魚							
	15. 弁当・惣菜							
	16. 茶・のり・乾物							
	17. 酒類							
	18. 米穀							
	19. パン・菓子							
日用品	20. 家庭用品							
	21. 医薬品							
	22. 化粧品							
雑貨	23. 文具・事務機							
	24. ガソリンスタンド							
	25. ディスカウントストア							
耐久消費財	26. 家具・インテリア							
	27. 家電製品							
	28. 自転車							
	29. 中古車							
余暇関連	30. ペットショップ							
	31. 書籍・雑誌							
	32. スポーツ用品							
	33. 玩具							
	34. CD・楽器							
	35. 生花・園芸							

サービス業			業況					
対象数	回答数	回答率	2月		今後3ヶ月見通し(当月比)			
1,000	295	29.5%	悪い	良い	悪い	良い		
			-100	0	100	-100	0	100
企業関連サービス	1. 機械修理業							
	2. 映画・ビデオ制作業							
	3. 有線放送業							
	4. ソフトウェア業							
	5. 情報処理サービス業							
	6. 情報提供サービス業							
	7. 広告業							
	8. 建物サービス業							
	9. 民営職業紹介業							
	10. 労働者派遣業							
	11. 警備業							
	12. ディ스플레이業							
	13. 土木建築サービス業							
	14. 産業廃棄物処理業							
	15. デザイン業							
	16. 駐車場業							
	17. 道路貨物運送業							
	18. 倉庫業							
	19. 運輸附帯サービス業							
	20. 産業用機器賃貸業							
	21. 事務用機器賃貸業							
	22. 専門サービス業							
	23. 医療附帯サービス業							
	24. 計量証明業							
	25. リネンサプライ業							
	26. 機械設計業							
	27. 非破壊検査業							
	個人関連サービス	28. 出版業						
		29. 各種物品賃貸業						
		30. クリーニング業						
		31. 理容業						
		32. 美容業						
		33. 飲食店						
		34. 自動車整備業						
		35. 旅館業						
		36. 旅行業						
		37. スポーツ施設提供業						
		38. 遊戯場業						
		39. 冠婚葬祭業						
		40. 不動産関連業						

## 【自由意見記入欄の内容】

### 《概要》

景況調査票の自由意見欄に405企業の方から412件の貴重なご意見をいただきました。各分類項目の意見数は以下のとおりです。今回も前回（平成17年12月調査）と同様に、「景気は回復しているという報道があるが、実感がない」「原材料・商品価格高騰により経営に影響がある」という意見が多くみられました。

(複数回答)

分類項目	意見数
経済・景気動向について	79
原材料・商品価格について	74
業界動向について	65
売上・収益について	64
地域・商店街・集積について	46
顧客・消費者・得意先について	30
海外・国際化について	19
金融・資金繰について	18
その他	17
計	412

以下に、それぞれの項目の特徴的なご意見について掲載させていただきます。なお、平易な表現の書き換えや一部省略など、多少の修正を加えてあります。

#### ① 経済・景気動向について

- 「いざなぎ景気」を越える好景気だといわれますが、我々中小企業にはその実感がありません。（一般機器製造業）
- 景気回復が確実との判断（大企業中心）ですが、中小では実感はありません。必死に仕事を追いかけて、毎年不況です。（金属プレス）

- 中小メーカーは政府がいうほど改善されていません。デフレはまだまだ続きそうです。（自動車部品卸売業）
- \* その他「景気が回復したという実感がない」など合計27件
- 全体的に上向きの状況になっていますが、いつまでこの状況が続くかわかりません。設備投資も計画的というより、必要不可欠なものになっています。（鉛フリーやRoHS指令対策など）（通信・電子部品製造業）
- 一般に景気が上昇しているという報道がなされる中で、当社でも以前に比べ受注状況は好転しています。しかし一時的なもので、持続するとは思えません。（金属プレス）
- 高齢社会になると食事の量が少なくなるので、売上減少は免れません。また、増税等で年金生活者は一層厳しくなると考えられます。（食品スーパー）
- 景気回復のなかでも、原材料費アップ分を製品に反映できないため、収益が圧迫されています。現状のゼロ金利政策を継続しないと、数年前の状況に逆戻りするのではないのでしょうか。（建設用金属製品製造業）
- 今後金利が上がっても、景気回復が持続すればよいのですが、以前のように不景気の原因にならないか心配です。（事務用機器賃貸業）

#### ② 原材料・商品価格について

- 原油価格の高騰により、プラスチックフィルム全般が一年に30%程度値上がりしました。今後まだ値上がりがあるとすれば、相当の赤字を覚悟しなければなりません。（プラスチック製造業）
- ガソリン価格の高騰により運賃が値上りしています。商品価格も値上げせざるを得ないのですが、この景気では厳しいのが現状です。（木材卸売業）
- 原材料は歴史的な高値になっています。それでも価格上昇分を製品に転嫁できず、利益率が悪化しています。（金属加工業）
- アルミ、真鍮の原材料価格がかなり高騰していますが、中国との競争のため製品の値上げができません。吸収するにも限界があります。（自動

### 車部品製造業)

- 砂糖相場が急騰しています。原材料の中でも配合量が最も多いため、今後の状況によっては利益が大きく圧迫されます。販売価格の値上げは難しいです。(パン・菓子製造業)
- 春から段ボール及び原紙の値段が上がるのはほぼ確定的です。どう製品価格に転嫁していくかが課題となります。(紙製容器製造業)
- 3月に合板及びその他材料の値上げがあると、材料卸店より通知がありました。(家具製造業)
- 安価な海外製自転車が多いため、本体や部品の仕入価格が上がっても製品が値上げできず困っています。(自転車小売業)
- 原材料・商品価格の推移を注意深く見守っています。仕入価格の上昇分をそのまま商品価格に転嫁するのは難しいからです。どこまで転嫁すべきか、それが課題です。(装身具卸売業)

### ③ 業界動向について

- 少子高齢社会に向って医療費抑制の政策がうたれ、業界にとっては逆風です。さらに改正薬事法により商売を続けづらくなっています。(医療用機器卸売業)
- 得意先である出版業界の不況(一部ベストセラーはあるが氷山の一角)のため“忍”の一字でガンバッテいます。(印刷業)
- 業界全体をみると、縮小再編の時代が近づいている状況が見受けられます。(紙製品製造業)
- 技術者(職人)の高齢化により、技術伝承(承継)の困難に直面しています。(貴金属製品製造業)
- VOC(揮発性有機化合物)や産廃問題の対応方法について、行政側の規制や支援制度などが知りたいです。(金属塗装業)
- 米国産牛肉輸入の再停止が業界全体の足かせになっています。(食肉卸売業)
- 近年同業者の新規参入が多く、売上高の減少と倉庫保管料金の低下が心

### 配です。(倉庫業)

- 建設業界、とりわけ建具・襖関係は低迷続きです。(建具製造業)
- 大手及びインターネット業者の参入により廃業が続出しています。(旅行業)
- 鉄鋼業界は順調といえます。機械・建機・自動車・造船等の納入先も当面(2年位)は、この状況が続くものと思います。(鉄鋼・非鉄金属製造業)
- 時計は高級品志向と低価格品志向の両端に分かれています。眼鏡は平均単価が6万から7万円位にアップ。若年層では1万円以内の商品も値上がり気味です。(メガネ・時計小売業)
- 4月から施行されるPSE法(電気用品安全法)により、各リサイクル店は苦慮しています。売れ筋である家電の確保ができず、売上の大幅ダウン予測から、閉店を考える経営者もいます。(リサイクル小売業)

### ④ 売上・収益について

- 寒波による品薄から輸入青果物が多くなっています。仕入単価は下がりますが、品質や安全性の不安が増えています。また、売上は上がっていますが、収益はダウンしています(青果卸売業)
- 多様化する消費に応えるべく、中小卸売業者がとるべき方向はますます狭まりつつあり、売上と収益のいずれをとるか対外的に難しい局面にあります。(食品卸売業)
- 経営者、スタッフ共に加齢してゆくのに従い、顧客も高齢化して若年層顧客の獲得が難しく、売上増加になりません。かといって若いスタッフを入れると人員過剰になります。(美容業)
- 空中戦と言われるメーカー直取引により、事務用品の売上が減少しています。(文具・事務機小売業)
- 売上は増加しているが収益が伴いません。大手取引先のうち2社がカンバン方式を採用し、材料製品の在庫増を強いられています。(プラスチック・ガラス製造業)

## ⑤ 地域・商店街・集積について

- 中心市街地の空洞化以前に小売業と消費者ニーズの乖離は進んでいます。商店街振興と現実のギャップがあります。(衣料品小売業)
- 商店街通行量調査にもみられるように、客足の減少等に加えて近隣地区に大型店が出現し、商店街内の空店舗がマンションビル等に変わりつつあります。(家電製品小売業)
- 商店街とは名ばかりで、物販店が飲食店と事務所になり、客数も伸びず困っています。売上もほぼ横ばいの状態で、売上増の方法を考える日々です。(かばん・袋物小売業)
- 今までのお客様が減少し、冷やかしの観光客が増え、客単価が下落しました。観光客は食べ物や記念品に流れるため、物販は良くありません。(婦人服小売業)
- 商店街としても努力は必要ですが、各店がお客様の欲しいと思うような商品を売るよう切磋琢磨して欲しいと思います。その上で歯抜け商店等の対処が必要ではないでしょうか。(冠婚葬祭業)
- 商店街でポイントカードのサービスはじめて1年半になりますが、売上は増加していません。(鮮魚小売業)

## ⑥ 顧客・消費者・得意先について

- 顧客は大型店に流れがちです。中小小売店の生き残りは販売だけでは駄目で、電気工事・リフォーム等のサービスを付加して何とか生き残りをかけています。(家電小売業)
- 規制緩和の波が小売店に響いています。若い人はスーパーやディスカウントストアに流れています。(米穀小売業)
- 顧客が商品の選別眼を失い、コストダウンという美名に隠れたレベルダウンに陥っているように思えます。(のり卸売業)
- 顧客の高年齢化とカジュアルな服装化により売上が年々減少しています。反面、原材料が高騰しているので利益率は減少です。(クリーニング)
- 客層が50歳代男性のためか、ニュースの明暗、気温の寒暖でお客様の入

りが違います。明るい話題で満ちあふれ早く暖かくなってほしいものです。(くつ小売業)

## ⑦ 金融・資金繰について

- 日銀は量的緩和の解除を考えているようですが、大企業には影響がなくとも中小企業にとっては負担となり心配です。(金属製品製造業)  
\*その他「量的緩和解除により金利上昇が心配」など合計4件
- 黒字決算を続けていても過去の累積で債務超過との評価しかされません。資金さえあれば新規事業にも踏み込めるのですが。(一般機械製造業)
- 政府系金融機関の整理統合により、特に中小企業政策の後退が心配です。(製版業)

## ⑧ 海外・国際化について

- 主な得意先が海外移転を進めてきています。現在は景気の良さもあって仕事が途切れる事はありませんが、移転した得意先が現地に定着した後の受注が心配です。(金型)
- タイに進出した友人の工場を見学しましたが、日本企業の頑張りに関心しました。海外に出ることを積極的に考えるべきだと思いました。(金属プレス)
- 中国やその他の国へ生産がシフトし、国内の中小零細企業は淘汰されていくと思われます。また、コストはまだまだ下がるのではないのでしょうか。(プラスチック・ガラス製造業)
- 装身具、雑貨(身の回り商品)の国内生産が空洞化し、製造拠点は海外、特に中国が多くなっています。(装身具製造業)

## ⑨ その他

- 毎日のようにメディアを賑わしているマネーゲーム的な記事(紙切れ一枚で多額の金を動かし利益を得る手法、体でなく頭で勝負する世の中)をみていると、私達のように商品を扱い、サービスを提供する側としてやりきれない思いです。(家庭用品小売業)