

景況れぼうと すみだ104

目次

1	区内中小企業の業況 1
2	区内製造業の業況 2
3	区内卸売業の業況 4
4	区内小売業の業況 5
5	区内サービス業の業況 6
6	区内建設業の業況 7
7	区内不動産業の業況 8
8	特別調査 9

調査対象とした区内事業所数と回収状況

	調査数	回収数
製造業	230	229
卸売業	69	69
小売業	93	90
サービス業	32	32
建設業	13	12
不動産業	19	19
合計	456	451

未回収の理由

倒産・廃業	4
移転・不在	0
調査拒否	0
取引解消	0
休業	1

「景況れぼうとすみだ」は、一般社団法人東京都信用金庫協会が区内企業を対象に行った調査資料をもとに、墨田区が編集したものです。

発行月 = 平成26年6月

発行者 = 墨田区産業観光部産業経済課 ☎5608 - 6186 (直通)

平成26年1月～3月期 【第104号】

区内企業の取組事例

情報提供：すみだ中小企業センター

前回は引き続き、今回も「廃業」と「事業再生」について考えてみたい。企業において、後継者もなく、自身の高齢化で廃業の選択肢しか残されていないと思える状況において、実際にどうするべきだろうか。多くの経営者は、自身が働けるまで働きたいという意見が圧倒的に多い。しかし、働けなくなる時は突然やってくる。その時に初めて考えればいいのであろうか。

(1) 自社に残された時間から営業計画を立てる。

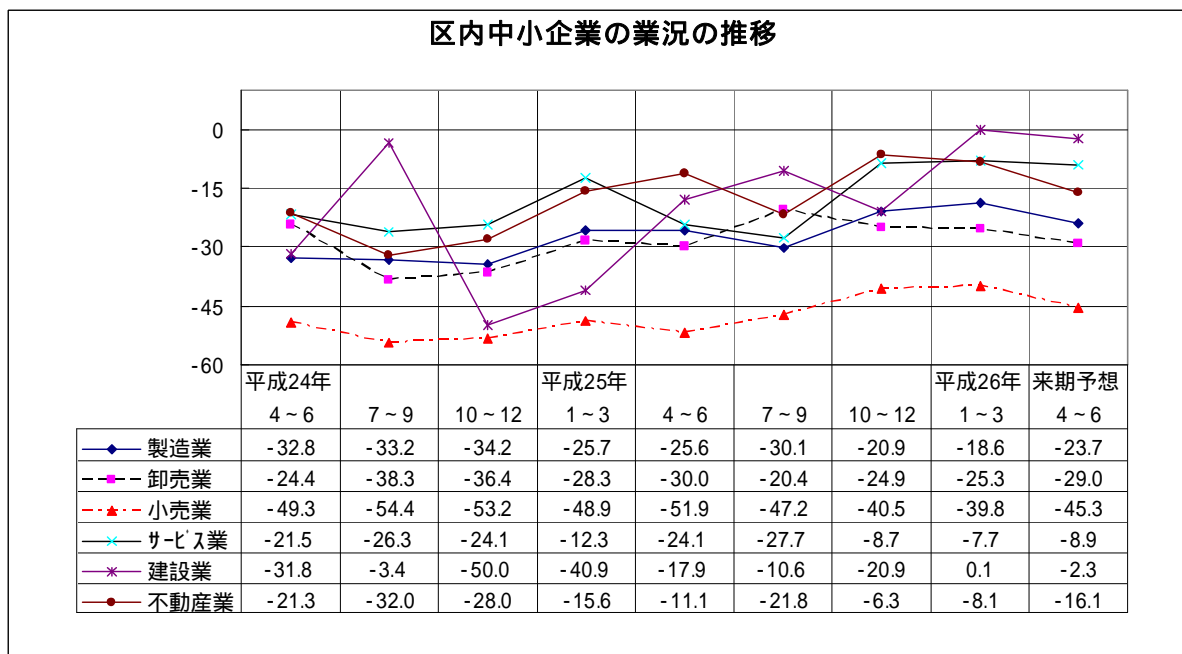
A社は区内で、金属研磨を3代に渡ってやってきた老舗企業である。しかし経営者はすでに65歳を超え、後継者となる子息も教員になり、継がせられる状況にはない。従業員も高齢で年金プラスの賃金がもらえればそれでいいという状況であり、そうなるも廃業も時間の問題である。しかし数年前に入れた設備の借入金も残っている。そこで廃業する時期を明確に定め、それに向けたアクションプランを策定した。負債額や工場兼自宅の評価額、そして今後見込める営業収入(キャッシュフロー)を税理士やファイナンシャルプランナーなどと相談し、老後の必要資金、そして妻や子供たちに残せる財産などを検討した。その際に現在の売上額が3割減で推移した場合でも、3年継続すれば希望する残せる財産と収支が均衡することが判った。大きな販路開拓ではなく、仲間内からの仕事を少しでもいいから廻してもらおうよう営業活動を始めた。当初はあまりいい感触は得られなかったが根気よく顔を出して仕事をもらいに動いた。その結果、仕事量は従来2割アップとなり、稼働率も高まったため3年という時間をさらに短縮できそうな状況となった。

(2) 自社の資産でも磨いておけばいつかは誰かの役に立つ。

B社はプレス加工を50年近く営んできた企業である。最盛期には従業員も8名いて売上は毎年伸びていた。しかし業績はその後振るわず、子息も継がず、従業員とともに高齢化した経営者は3年目前に廃業した。処理費用がかかるということで、工場に並んだプレス機も静かに休んでいるままである。しかし、機器の手入れだけはボケ防止を兼ねてこまめに行い、いつでも稼働できる状況にあった。ある時、プレスを貸して欲しいという依頼が来る。まとまった仕事を自社で対応できないため2週間程度、プレス数台を貸す。依頼先の言い値で電気代ぐらい面倒見てもらえればと思ったのが、気がつけば2週間が1ヶ月になり、2ヶ月となりとうとう半年近く貸し出すことになった。すると途中で「手も貸してくれ」といわれ老骨に鞭打ち手伝った。昔の腕は衰えておらず、借りに来ていた若い作業員にも技術指導をしている状況になった。思わぬ収入になったことは言うまでもない。一旦は半年でその仕事も終わったが、またお願いしたいという依頼を受ける。依頼した企業もゆくゆくは自社の後継者の一人にその工場を任せ、本格的に第二工場として稼働させることを検討している。

廃業する形態はその企業によって多様である。一概に廃業するからといって、今までの資産を全て処分する必要が無ければ誰かに譲り渡してもいいだろう。上記の2社は実は廃業対応ではなく、事業再生と見ていいのではないだろうか。期間限定の事業再生だ。漫然と「働けるうちは」とか「金がかかるから」と設備を打ち捨てるのではなく、今の状況からどう変革すれば円滑な廃業、または廃業後でも仕事が見込みがあるかなど検討すべきである。廃業は「敗北」ではない。仕事をとことんやりきった企業のみと与えられる結果なのである。

1 区内中小企業の業況



平成 26 年 1 月～3 月期の区内中小企業の業況は、製造業は前期に引続き減少傾向にあり、今期も悪化幅がやや縮小した。卸売業、小売業、サービス業においては、引続き減少傾向のまま、ほぼ横ばいに推移している。建設業は非常に大きく好転したが、不動産業は減少幅がやや拡大した。

業種別に見ると、製造業は依然として減少傾向にあるものの、今期は前期に比べ悪化幅の縮小が見られた。しかし、来期の業況においては、悪化幅は拡大すると予想される。

卸売業は、前期と同様に減少傾向のままで、ほとんど変化なく推移している。しかし、来期の卸売業の業況は、悪化幅がやや拡大すると予想される。

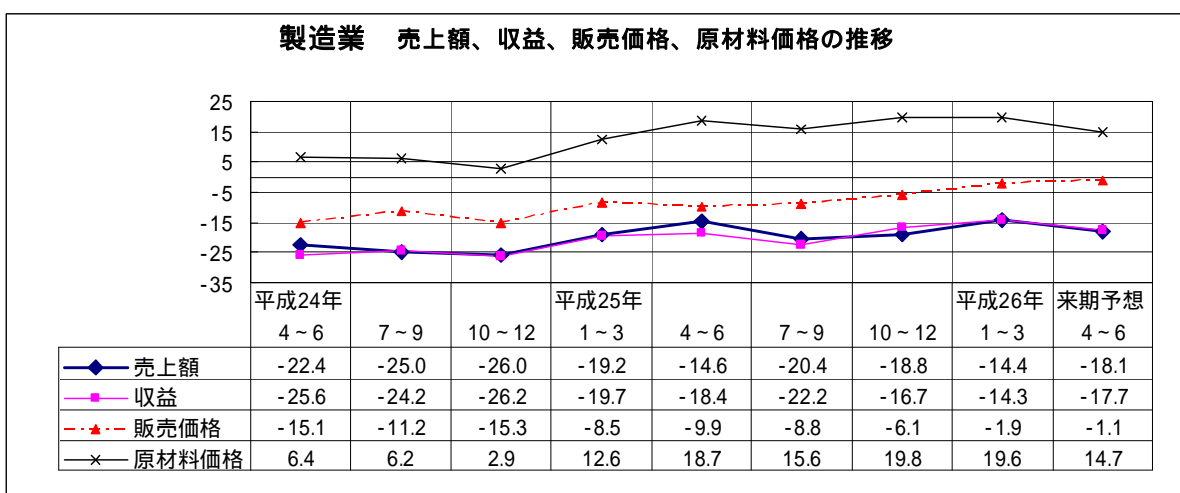
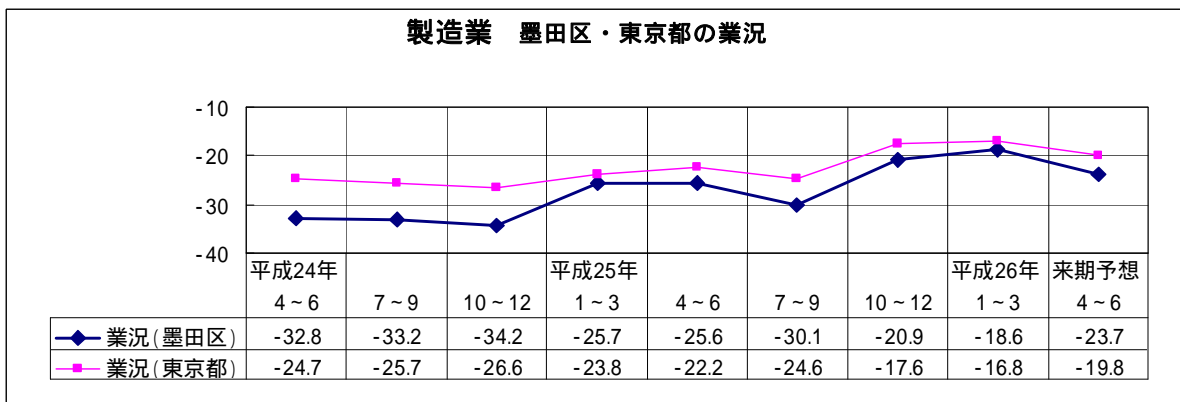
小売業においても、前期と同様に減少傾向のままで、ほぼ横ばいに推移している。しかし、来期においては、悪化幅は拡大すると見られる。

サービス業も、前期と同様に減少傾向のままであり、前期とほぼ同様の水準で推移している。来期においても、業況感にほとんど変化なく推移することが予想される。

建設業は、前期においては悪化傾向を強めたが、今期は好調に転じることができた。しかし来期は、再び水面下に落ち込むことが予想される。

不動産業は、前期に悪化幅が大きく縮小したが、今期はやや業況感が落ち込んだ。来期においても、さらに業況感が落ち込むことが予想される。

2 区内製造業の業況

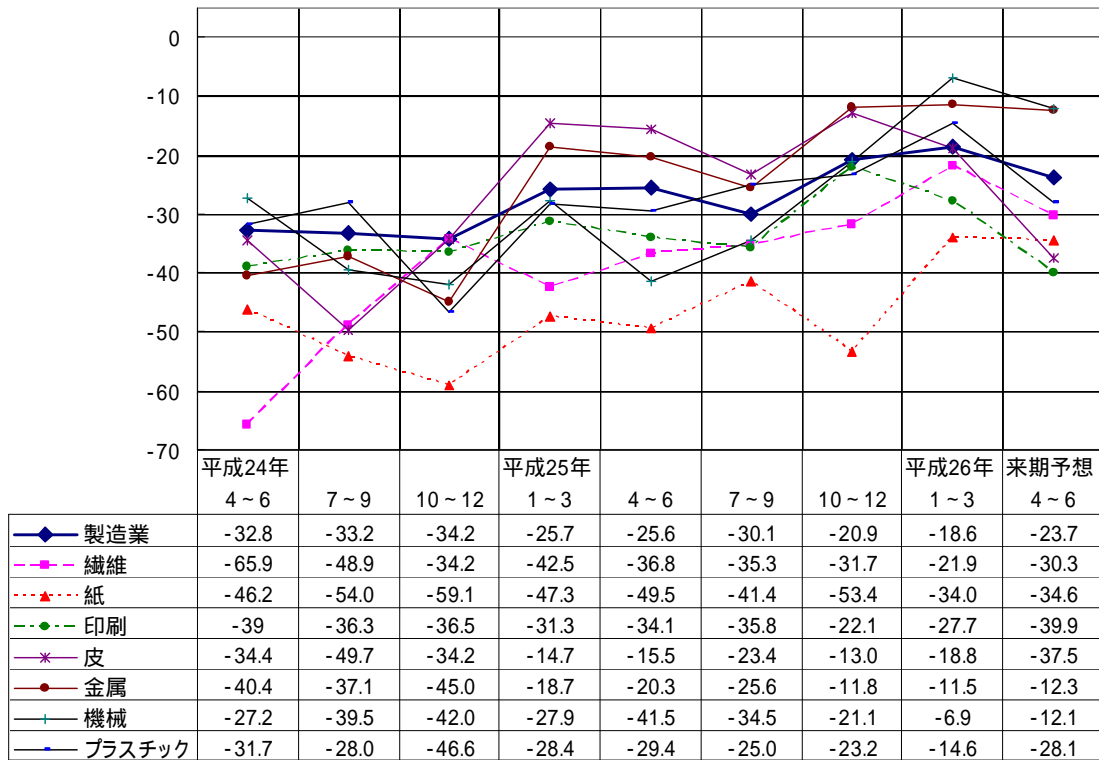


区内製造業の業況は、前期と比較して悪化幅がやや縮小したが、来期は再び悪化幅が拡大することが予想される。傾向としては、都内製造業に比べ低い水準にあるが、同様の業況感で推移することが予想される。

今期の原材料価格は、前期と同様の水準で推移している。また、販売価格は前期に比べて大幅に厳しさが和らいだ。売上額と収益はともに、前期と比較して減少・減益幅が縮小した。

全体的な傾向としては、来期の原材料価格は上昇が弱まることが予想される。販売価格においては、ほぼ横ばいで推移することが予想される。また、売上額・収益については、今期と比較して減少・減益幅がやや拡大すると見られる。

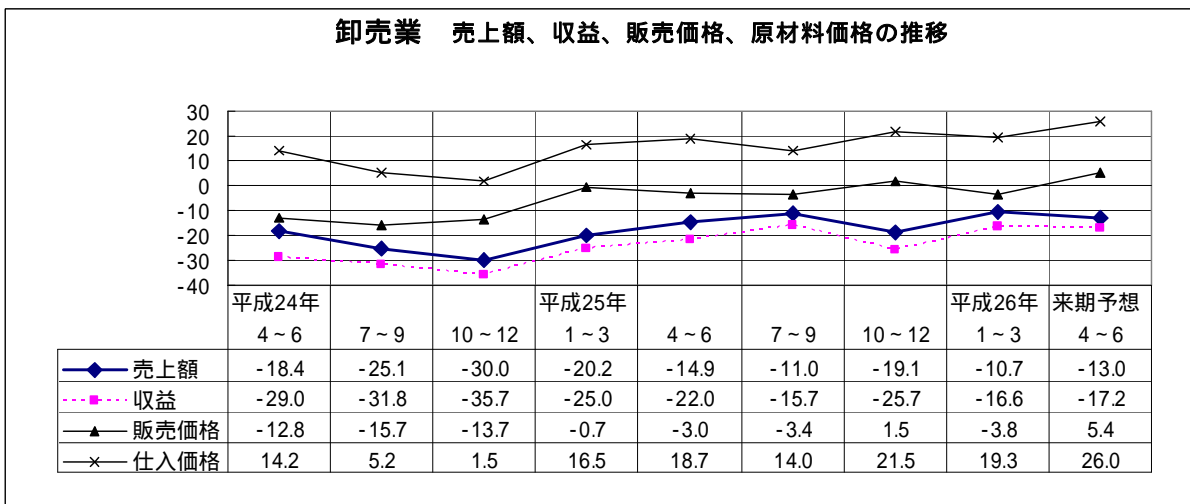
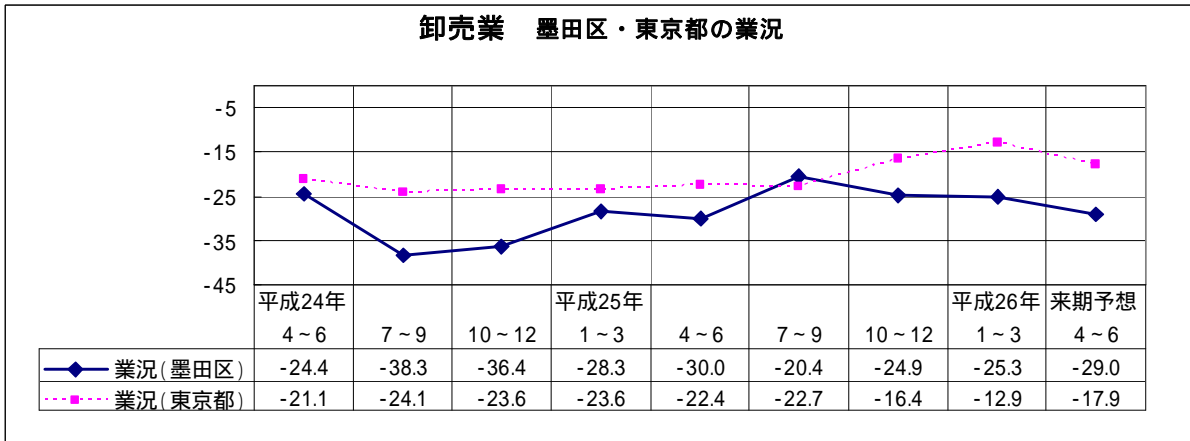
製造業 業種別業況の推移



区内製造業の業況を業種別に見ると、繊維（繊維工業、衣服・その他繊維製品）、紙（パルプ・紙、紙加工品）、機械（一般機械器具、金型）、プラスチック（プラスチック製品）は、前期に引続き水面下であるものの、悪化幅が大きく縮小した。印刷（出版、印刷、製版、製本業）、皮（なめし皮・同製品・毛皮）においても、やや悪化幅が縮小した。また、金属（金属プレス、メッキ・彫刻、熱処理業）においては、前期と同様の水準で推移している。

来期において、紙（パルプ・紙、紙加工品）、金属（金属プレス、メッキ・彫刻、熱処理業）は前期とほぼ同様の水準で推移すると予想される。繊維（繊維工業、衣服・その他繊維製品）、印刷（出版、印刷、製版、製本業）、皮（なめし皮・同製品・毛皮）、機械（一般機械器具、金型）、プラスチック（プラスチック製品）の来期の業況は、悪化幅が拡大すると予想される。

3 区内卸売業の業況

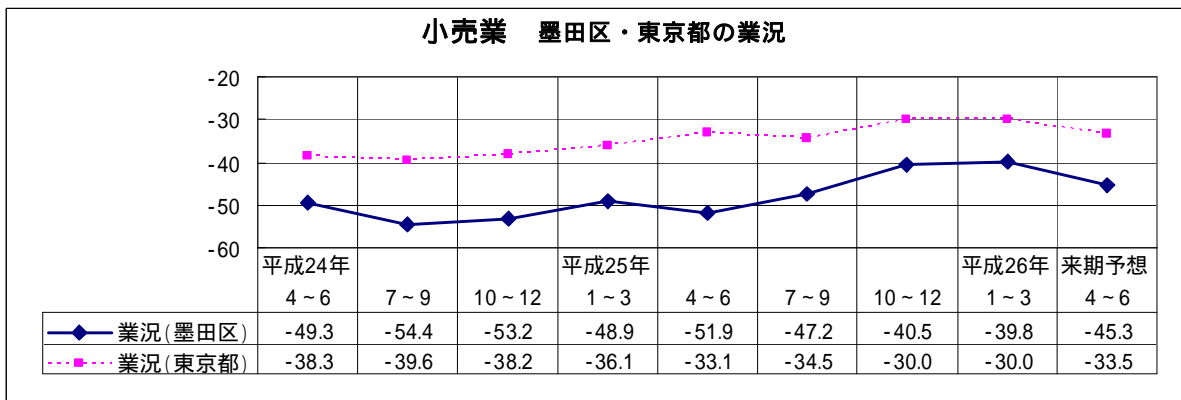


区内卸売業の業況は、前期並みの悪化幅で推移しているが、来期は悪化幅がやや拡大することが予想される。傾向としては、都内卸売業に比べ低い水準にあるが、同様の業況感で推移することが予想される。

今期の仕入価格は、前期に比べ上昇傾向がやや弱まった。販売価格は前期において好転したが、今期は再び下降へ転じて厳しさを強めた。売上額・収益ともに減少・減益幅が大きく縮小した。

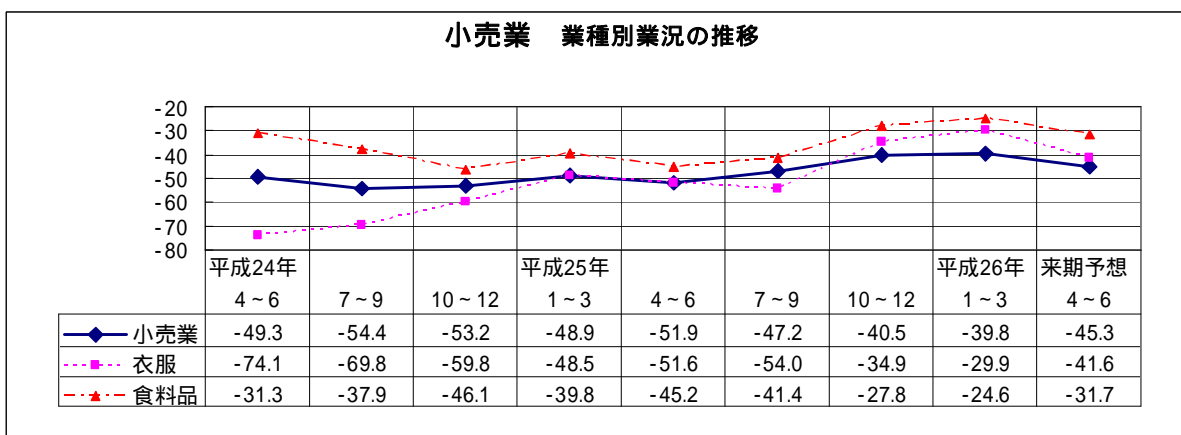
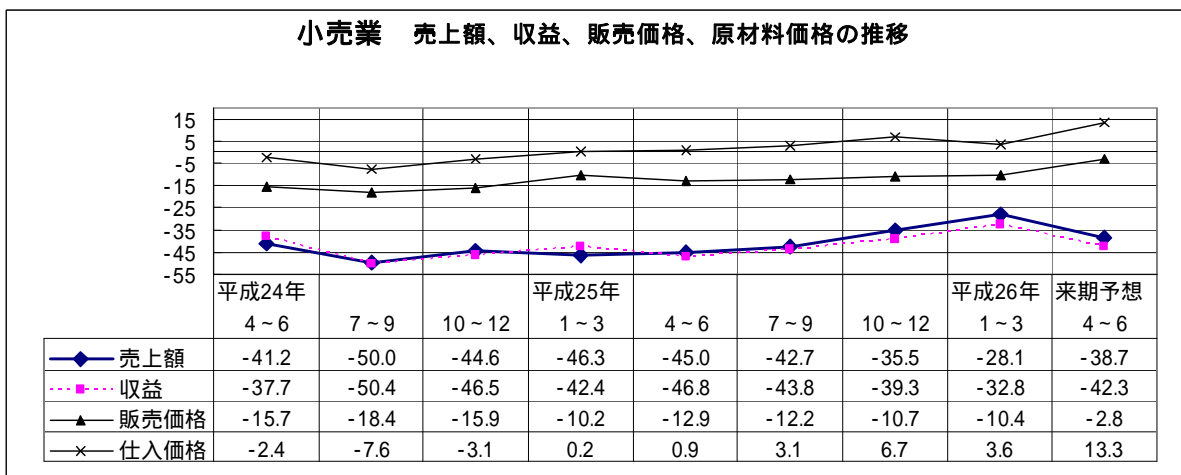
全体的な傾向としては、来期の仕入価格は再び上昇が強まり、販売価格においても上昇傾向を強めて推移し、好転することが予想される。来期の売上額・収益ともに、悪化幅はほぼ横ばいで推移することが予想される。

4 区内小売業の業況



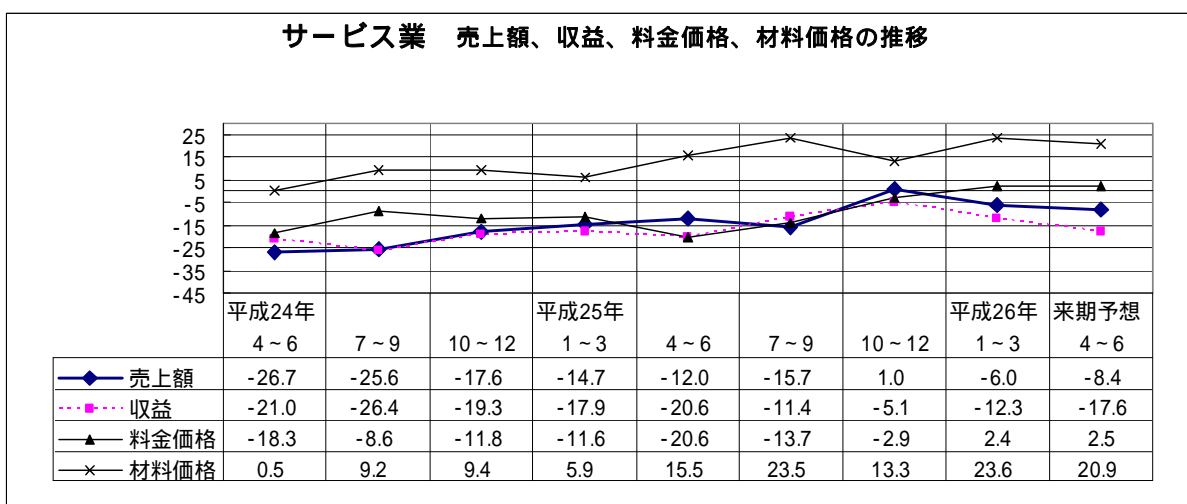
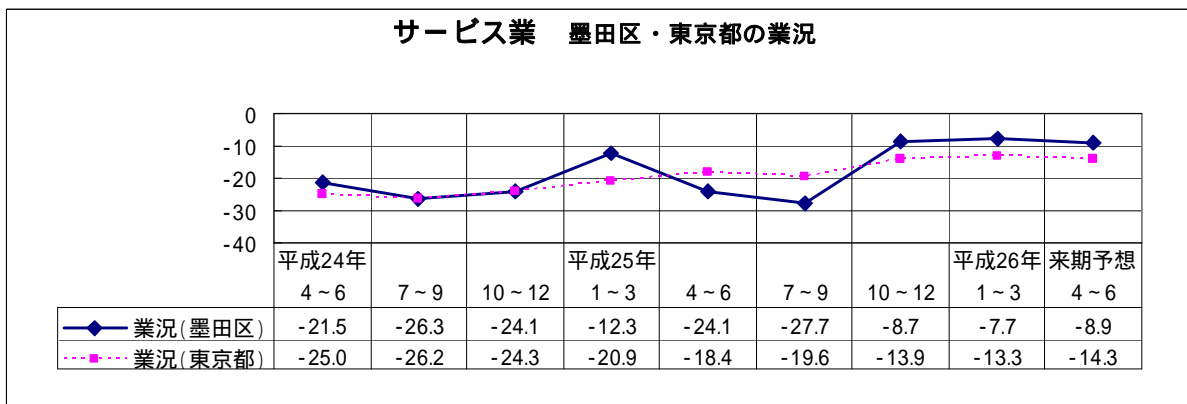
区内小売業の今期業況は、前期に引続き同様の水準で推移している。来期においては、減少幅がやや拡大することが予想される。全体的な傾向としては、都内小売業に比べると低い水準ではあるが、ほぼ同様の水準で推移していくと予想される。

今期の仕入価格は上昇が弱まったが、来期は再び上昇を強めて推移すると予想される。今期の販売価格は前期並みであるが、来期は大幅に厳しさが和らぐと予想される。今期の売上額、収益は水面下ながら減少・減益幅が縮小したが、来期は厳しさが増すと見られる。



区内小売業の業種別業況は、衣服（呉服、身の回りの品）、食料品（飲食料品）ともに、水面下ながらやや改善されたが、来期は再び減少傾向が拡大すると予想される。

5 区内サービス業の業況

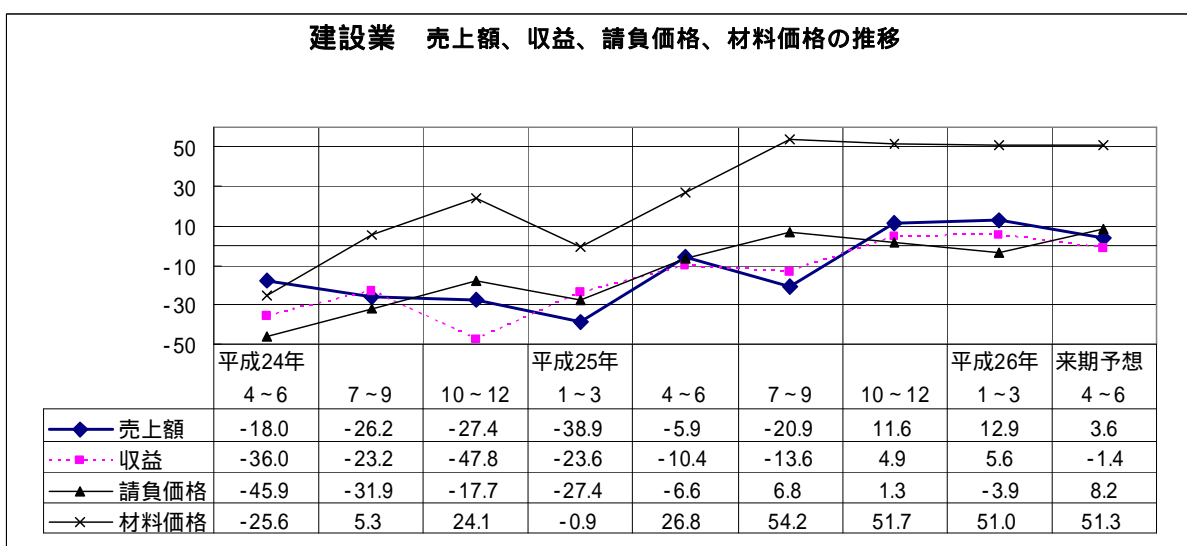
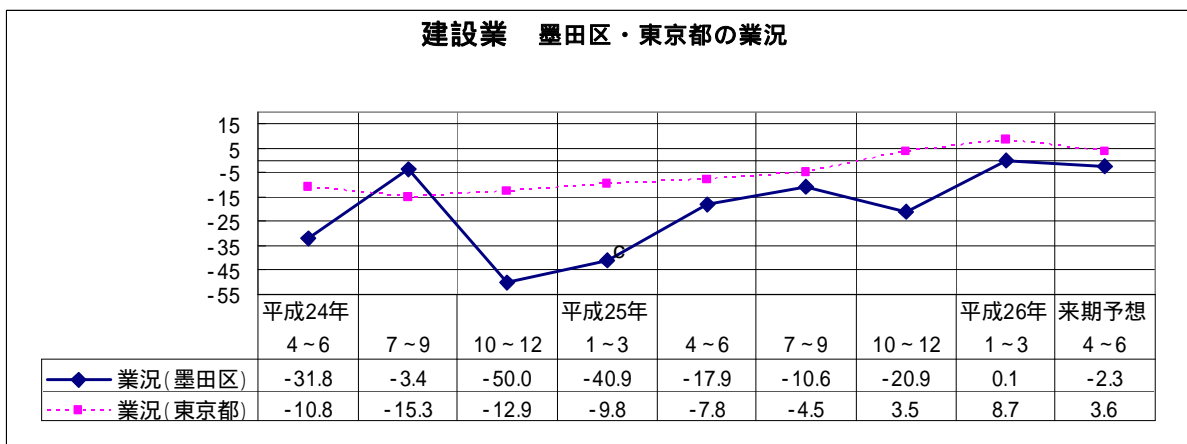


区内サービス業の今期業況は、前期とほぼ同様の水準で推移している。来期においても、ほぼ同様の業況感であることが予想される。傾向としては、都内サービス業に比べて、やや高い水準にあるが、来期においても同様の傾向で推移することが予想される。

今期の材料価格は、上昇傾向が非常に強まった。料金価格は大きく好転した。売上額は前期に好転に転じたが、今期は再び下降へ転じて厳しさを強めた。収益は前期に比べて減益幅が拡大した。

全体的な傾向として、来期の材料価格は上昇傾向がやや弱まり、料金価格はほぼ横ばいで推移することが予想される。来期の売上額は減少幅がやや拡大し、収益においても今期に比べて減益幅がやや拡大することが予想される。

6 区内建設業の業況

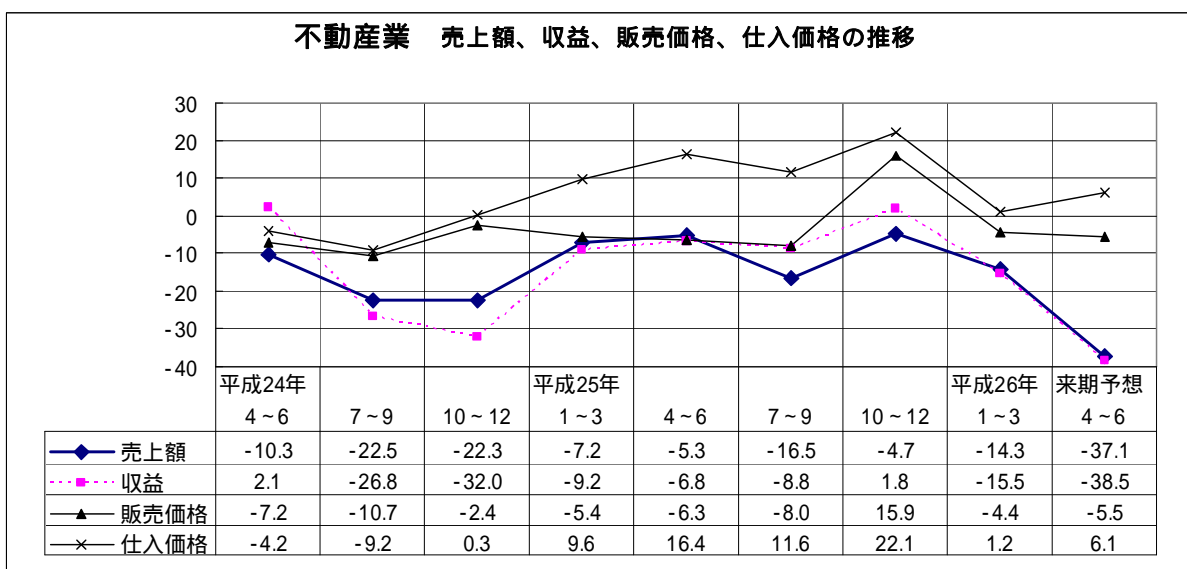
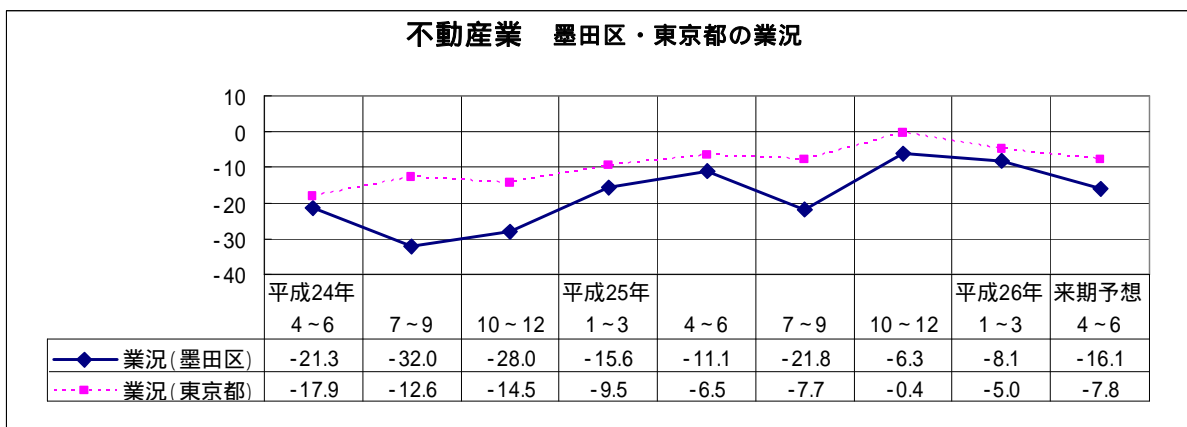


区内建設業の業況は、今期において悪化傾向に歯止めがかかり、減少傾向から好転した。来期においては、再び増加傾向が後退し、減少に転じることが予想される。傾向としては、都内建設業に比べ、やや低い水準にあるが、来期においても同様の傾向で推移することが予想される。

今期の材料価格は前期とほぼ同様に推移している。また、請負価格は今期において下降へ転じた。売上額は、前期とほぼ同様の水準である。収益においては、前期に好転し、今期も同様の水準で推移している。

全体の傾向として、来期の材料価格は、ほぼ横ばいであると見られている。請負価格は、上昇幅が拡大して、来期には好転することが予想される。来期の売上額は、増加幅が縮小することが予想される。また、収益においては、増加傾向から来期には減少に転じることが予想される。

7 区内不動産業の業況



区内不動産業の業況は、前期において悪化幅が大幅に縮小したが、今期は悪化幅がわずかに拡大した。来期は今期よりもさらに落ち込むことが予想される。傾向としては、都内不動産業より低い水準ではあるが、水面下ながら、ほぼ同様の水準で推移していくと予想される。

仕入価格は前期において大幅に上昇したが、今期は上昇が弱まって落ち着きを見せた。販売価格においても前期に大幅な上昇を見せたが、今期は下降に転じた。今期の売上額は前期に比べ、減少幅が大幅に拡大し、収益においても、今期は増加から減少に転じた。

来期の仕入価格は、上昇幅がやや拡大することが予想される。来期の販売価格は、今期とほぼ同様に推移することが予想される。売上額は来期に減少傾向を強めて低迷することが予想され、収益は来期に大幅に減少を強めて推移すると見られる。

8 特別調査（平成26年の経営見通し）

平成26年3月上旬調査

①消費増税の販売価格への反映（転嫁）見込み

		回答数	全て反映（転嫁）できる		一部の反映（転嫁）にとどまる		まったく反映（転嫁）できない		わからない	
総数		442	76	17.2	149	33.7	48	10.9	169	38.2
業種	製造業	227	28	12.3	86	37.9	26	11.5	87	38.3
	卸売業	67	18	26.9	23	34.3	5	7.5	21	31.3
	小売業	87	15	17.2	20	23.0	8	9.2	44	50.6
	サービス業	31	9	29.0	8	25.8	6	19.4	8	25.8
	建設業	11	2	18.2	4	36.4	1	9.1	4	36.4
	不動産業	19	4	21.1	8	42.1	2	10.5	5	26.3

②消費増税の売上げへの影響の見通し

		今年4月末ごろまで減少する		今年6月末ごろまで減少する		今年9月末ごろまで減少する		今年12月末ごろまで減少する		来年(2015年)以降も減少する		どちらともいえない		影響はない/変わらない		むしろ増加する		わからない		その他		
総数		446	11	2.5	43	9.6	34	7.6	57	12.8	42	9.4	139	31.2	27	6.1	1	0.2	92	20.6	0	-
業種	製造業	229	3	1.3	23	10.0	20	8.7	26	11.4	21	9.2	80	34.9	10	4.4	0	-	46	20.1	0	-
	卸売業	66	2	3.0	10	15.2	5	7.6	12	18.2	2	3.0	16	24.2	3	4.5	0	-	16	24.2	0	-
	小売業	90	1	1.1	6	6.7	6	6.7	14	15.6	16	17.8	19	21.1	6	6.7	0	-	22	24.4	0	-
	サービス業	31	3	9.7	2	6.5	1	3.2	1	3.2	1	3.2	12	38.7	6	19.4	1	3.2	4	12.9	0	-
	建設業	11	1	9.1	1	9.1	0	-	1	9.1	0	-	6	54.5	1	9.1	0	-	1	9.1	0	-
	不動産業	19	1	5.3	1	5.3	2	10.5	3	15.8	2	10.5	6	31.6	1	5.3	0	-	3	15.8	0	-

③消費増税後の収益確保に向けた対策

		回答数	販売価格を全面的に引き上げる		販売価格を個別品目・区分ごとに見直す		新事業・分野への進出を検討する		仕入価格の上昇を抑える		新しい仕入先を検討する		駆け込み需要の平準化につとめる		いっそうの経費削減につとめる		現状の業容を拡大する		これまでと変わらぬ		その他	
総数		446	46	10.3	93	20.9	13	2.9	95	21.3	43	9.6	57	12.8	133	29.8	48	10.8	137	30.7	4	0.9
業種	製造業	228	18	7.9	45	19.7	7	3.1	54	23.7	29	12.7	30	13.2	82	36.0	28	12.3	59	25.9	1	0.4
	卸売業	67	9	13.4	18	26.9	1	1.5	20	29.9	2	3.0	11	16.4	19	28.4	6	9.0	20	29.9	3	4.5
	小売業	90	13	14.4	20	22.2	3	3.3	13	14.4	6	6.7	7	7.8	16	17.8	3	3.3	38	42.2	0	-
	サービス業	31	3	9.7	8	25.8	1	3.2	5	16.1	3	9.7	1	3.2	9	29.0	3	9.7	11	35.5	0	-
	建設業	11	1	9.1	0	-	1	9.1	1	9.1	3	27.3	4	36.4	5	45.5	3	27.3	2	18.2	0	-
	不動産業	19	2	10.5	2	10.5	0	-	2	10.5	0	-	4	21.1	2	10.5	5	26.3	7	36.8	0	-

④賃金の引き上げ・引き下げの有無とその理由

	回答数	アベノミクスの流れを踏襲		従業員の処遇改善		自社の業績改善を反映		人手不足を背景とした賃金上昇		その他		自社の業績低迷		景気見通しが不透明		諸経費増で支払余力なし		当面のところは様子を見て		その他		
総数	445	4	0.9	11	2.5	11	2.5	2	0.4	2	0.4	105	23.6	118	26.5	37	8.3	152	34.2	3	0.7	
業 種	製造業	229	3	1.3	5	2.2	4	1.7	1	0.4	1	0.4	58	25.3	73	31.9	16	7.0	68	29.7	0	-
	卸売業	67	0	-	3	4.5	2	3.0	0	-	1	1.5	13	19.4	14	20.9	5	7.5	27	40.3	2	3.0
	小売業	90	1	1.1	0	-	1	1.1	0	-	0	-	25	27.8	19	21.1	10	11.1	34	37.8	0	-
	サービス業	31	0	-	2	6.5	1	3.2	1	3.2	0	-	5	16.1	5	16.1	4	12.9	13	41.9	0	-
	建設業	11	0	-	1	9.1	2	18.2	0	-	0	-	3	27.3	1	9.1	0	-	4	36.4	0	-
	不動産業	17	0	-	0	-	1	5.9	0	-	0	-	1	5.9	6	35.3	2	11.8	6	35.3	1	5.9

⑤価格改定をした理由・しない理由

	回答数	原材料価格の上昇		仕入先値上げ要請		人件費上昇		円安傾向の定着		その他		競争激化で改定困難		顧客・販売先に受け入れられない		現状の価格が適正		むしろ価格を引き下げた		その他		
総数	443	29	6.5	11	2.5	7	1.6	7	1.6	3	0.7	153	34.5	90	20.3	126	28.4	8	1.8	9	2.0	
業 種	製造業	229	15	6.6	5	2.2	3	1.3	4	1.7	2	0.9	83	36.2	55	24.0	59	25.8	1	0.4	2	0.9
	卸売業	66	5	7.6	5	7.6	0	-	3	4.5	0	-	22	33.3	11	16.7	15	22.7	1	1.5	4	6.1
	小売業	90	4	4.4	0	-	2	2.2	0	-	0	-	30	33.3	14	15.6	34	37.8	4	4.4	2	2.2
	サービス業	31	4	12.9	1	3.2	1	3.2	0	-	0	-	6	19.4	7	22.6	12	38.7	0	-	0	-
	建設業	11	0	-	0	-	1	9.1	0	-	1	9.1	6	54.5	1	9.1	1	9.1	1	9.1	0	-
	不動産業	16	1	6.3	0	-	0	-	0	-	0	-	6	37.5	2	12.5	5	31.3	1	6.3	1	6.3