

# 第40回 景気動向アンケート報告

(2014年9月～12月期)

＜今期DI値は+6で前年同期比▲20ポイント、来期は+16で前年同期比▲8予測＞

○全体業況判断DI（好転企業数－悪化企業数）÷回答企業数の％、2010年からの推移表

| 年    | 各期DI推移    |      |           |     | 年3期DI平均値推移 |       |
|------|-----------|------|-----------|-----|------------|-------|
|      | 1-4月      | 5-8月 | 9-12月（今期） |     | 年毎平均値      | 前年比   |
| 2015 | (+16)（予測） | -    | -         | 前年比 | -          | -     |
| 2014 | +24       | +9   | +6        | ▲20 | +13.0      | ▲3.6  |
| 2013 | +8        | +16  | +26       | +22 | +16.6      | +11.0 |
| 2012 | +19       | ▲6   | +4        | ▲3  | +5.6       | +11.9 |
| 2011 | ▲13       | ▲13  | +7        | +14 | ▲6.3       | +3.7  |
| 2010 | ▲1        | ▲22  | ▲7        | +22 | ▲10.0      | +20.3 |

○今回調査で、鹿児島県の中小企業家の業況判断は、今期（2014年9-12月期）DI+6、前年（2013年）同期の+26に比べ▲20ポイントと大きく悪化。前期（5-8月期）DIの前年同期比▲7ポイントに比べ、悪化幅も拡大しており、景況に影が差した感が否めない。来期（2015年1-4月期）予測DIは+16で、前年同期比▲8を予測。

○個別指標の今期実績は、売上DI+8、収益DI+6、資金繰りDI+13。業況判断DIが+6で、個別指標実績平均値+9を下回る点、実績に連動しない先行き不透明感の広がりを若干感じさせる。

○今期業種別業況は、良い順に個人向けサービス業DI+36、建設業DI+4、事業所向けサービス業DI±0、製造業DI±0、小売業DI▲17、卸売業DI▲25。1年以上にわたり全体を安定的に支えてきた2業種（建設業、事業所向けサービス業）が低調となったことが目立つ。2業種共に売上、収益の悪化が影響している。

○このまま景気減速の方向へ向かうのか、消費税ショック（8％へのUP、10％UP延期決定とも）や円安などは、企業家、消費者へ与える影響に正・負両面性があるだけに、今後の推移が注目される。

## 概要

◎経営上の問題点は、前回に引き続き従業員の不足が高い割合を占めている。経営上の力点においては、付加価値の増大と回答する企業が43.6％という割合を占めた。

◎2014年冬季賞与について

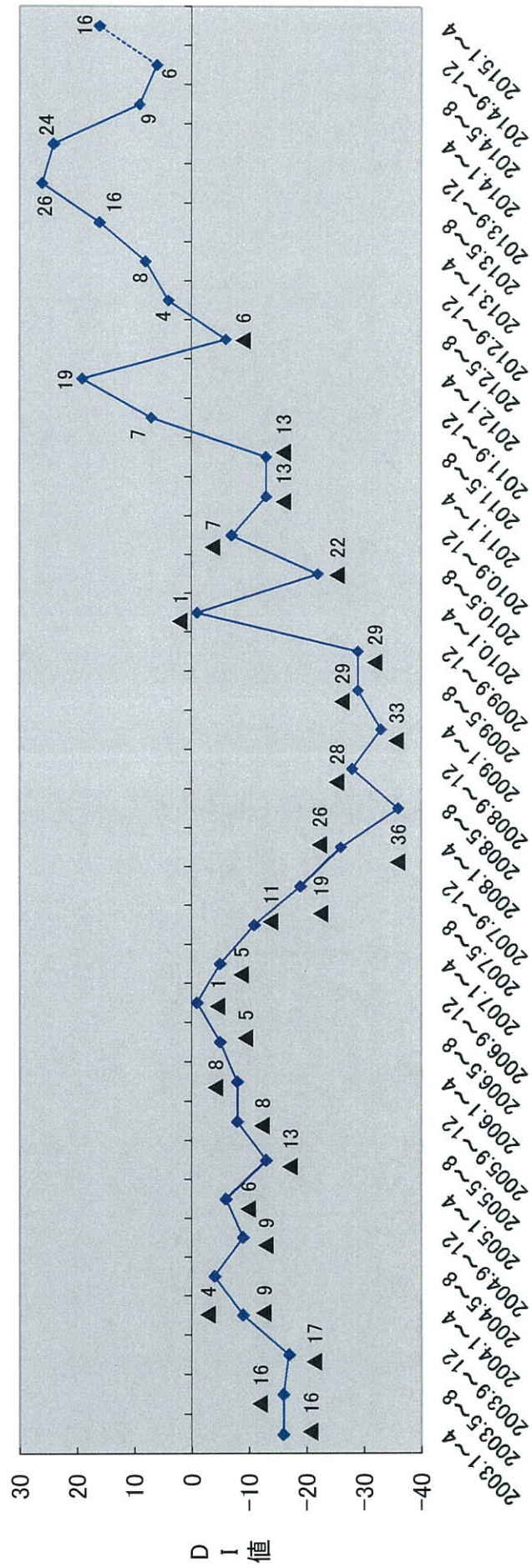
前年冬季比について、回答した90社中、アップ27.3％、据え置き63.6％、ダウン11.4％。75％が据え置き又はダウンの回答となった。前年冬季は、当景況調査でも過去最高の景況判断の時期であり、その時期に比し前述のようにDI値が▲20ポイント悪化した今期に関わる賞与のアップが少数派であることは頷ける。但し、政府は賃金UPを大きな政策課題とし、中央又は大企業ではそれに応ずる向きも少なくない中、地方の中小企業が置かれている経営環境の厳しさを改めて再認識する結果となった。そんな中でも、建設業、卸売業においては、アップが45％前後あり、業種間の違いも鮮明になった。同年夏季比も前年冬季比とほぼ同様の比率であった。

◎2015年の自社の成長戦略（自社ノミクス）について

各社各様の回答を得た。地域企業の連携強化、経営指針の共有、人材への投資、大きな新規事業、地味なコツコツとした取組み、もっと突っ込んだ業界特有、その企業特有の用語を使用した回答もあった。貴重な回答頂いた55社の企業家に感謝すると共に、各社の戦略の成就と弛まない実行及び見直しの努力を期待したい。

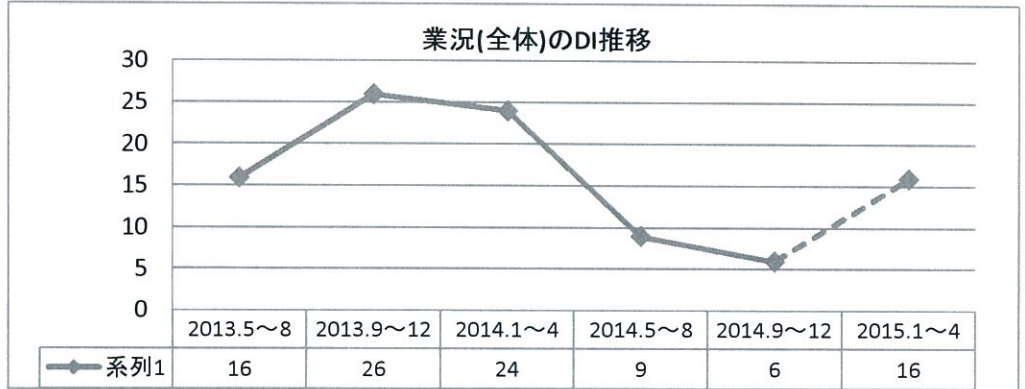
1. 対象企業 鹿児島県中小企業家同友会会員企業（284社）
2. 対象期間 2014年9月～12月期実績、2015年1月～4月見直し
3. 調査方法 FAXによる自計記入を求めた
4. 回答企業数 社より回答を得た 回答率35.6％

# 全体の業況

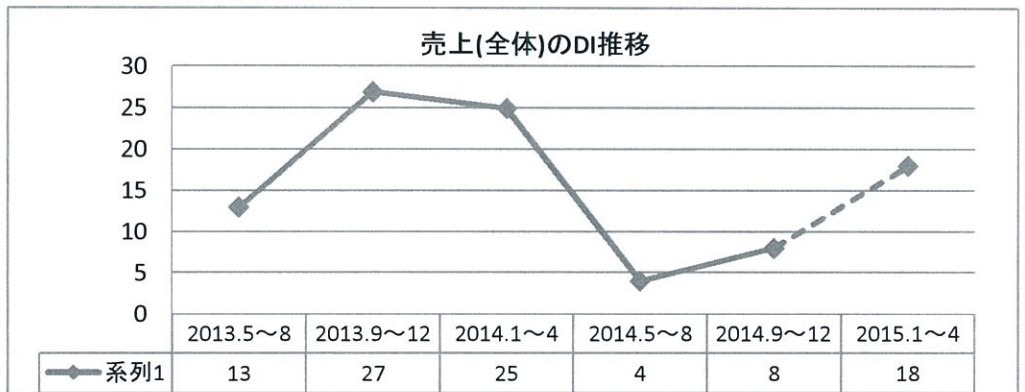


# 全体

今期の業況は「良い」25.0%、「変わらず」56.0%、「悪い」19.0%でD.I.6となっており、前期(9)に比べ、やや悪化しています。来期の業況はD.I.16と改善する見通しです。



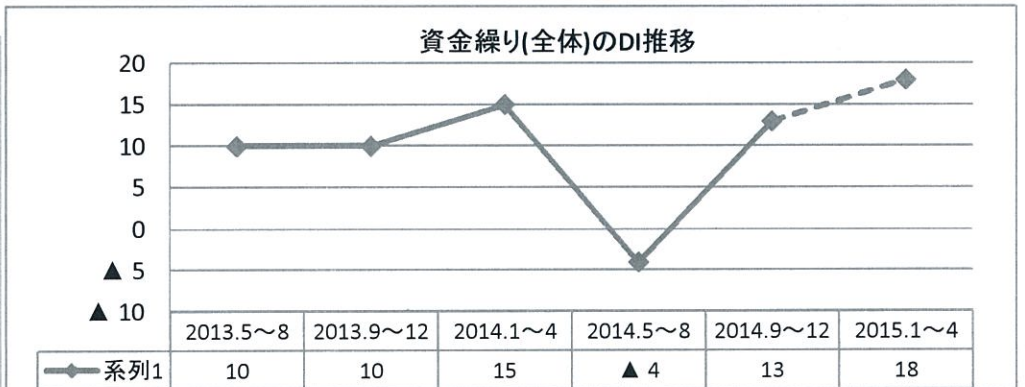
今期の売上は「良い」27.8%、「変わらず」54.5%、「悪い」18.8%でD.I.8となっており、前期(4)に比べ、やや改善しています。来期の売上はD.I.18とさらに改善する見通しです。



今期の収益は「良い」24.8%、「変わらず」56.4%、「悪い」18.8%でD.I.6となっており、前期(▲8)に比べ改善しています。来期の収益はD.I.11と改善する見通しとなっています。

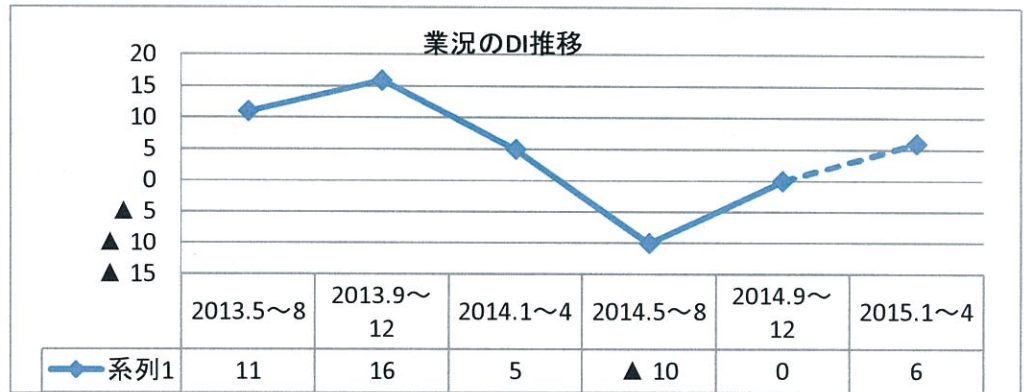


今期の資金繰りは「良い」23.0%、「変わらず」67.0%、「悪い」10.0%でD.I.13となっており、前期(▲4)に比べ大幅に改善しています。来期の資金繰りはD.I.18とさらに改善する見通しです。

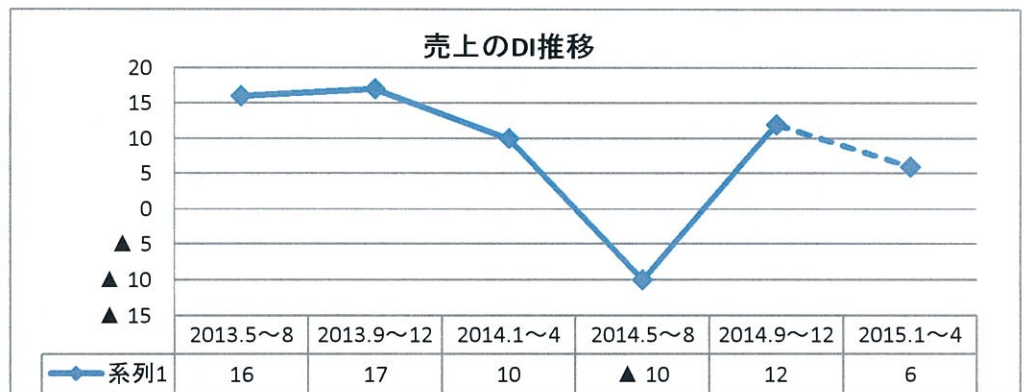


# 製造業

今期の業況は「良い」17.6%、「変わらず」64.7%、「悪い」17.6%でD.I.0となっており、前期(▲10)に比べ改善しています。  
来期の業況はD.I.6とさらに改善する見通しです。



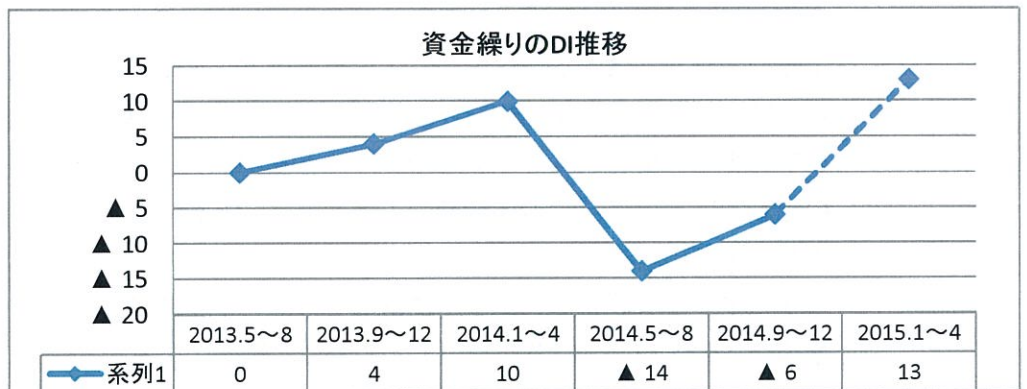
今期の売上は「良い」23.5%、「変わらず」64.7%、「悪い」11.8%でD.I.12となっており、前期(▲10)に比べ大幅に改善しています。  
来期の売上はD.I.6と再び悪化する見通しです。



今期の収益は「良い」17.6%、「変わらず」64.7%、「悪い」17.6%でD.I.0となっており、前期(▲14)に比べ改善しています。  
来期の収益はD.I.13とプラスに転じる見通しとなっています。

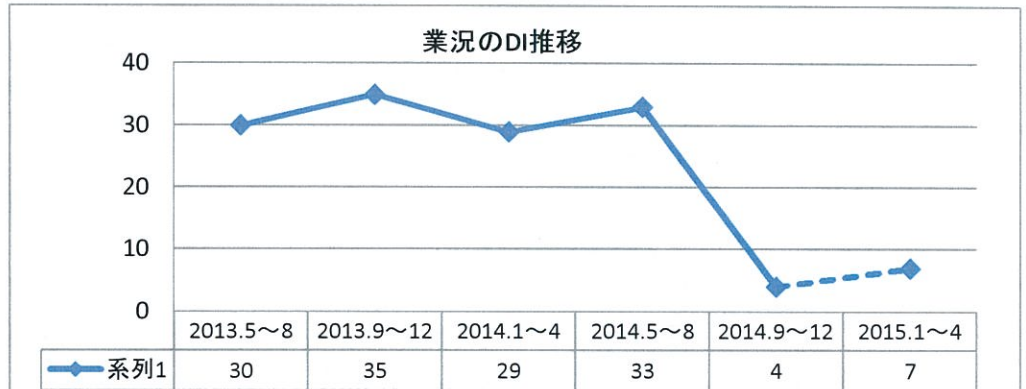


今期の資金繰りは「良い」5.9%、「変わらず」82.4%、「悪い」11.8%でD.I.▲6となっており、前期(▲14)に比べ改善しています。  
来期の資金繰りはD.I.13とプラスに転じる見通しとなっています。

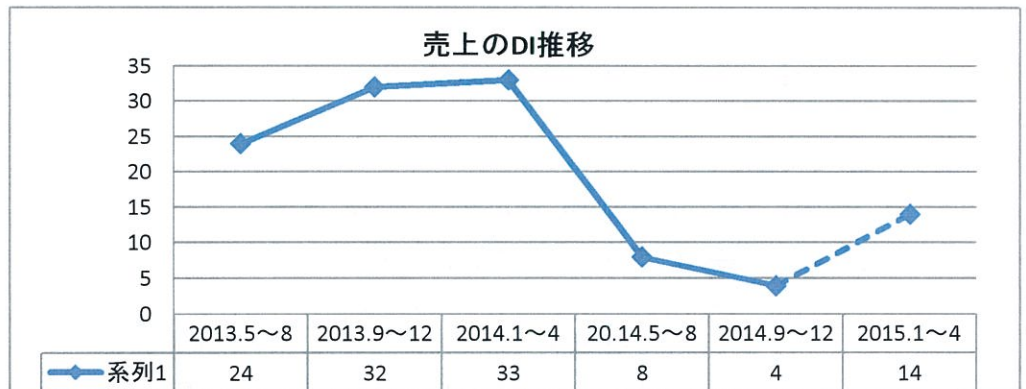


# 建設業

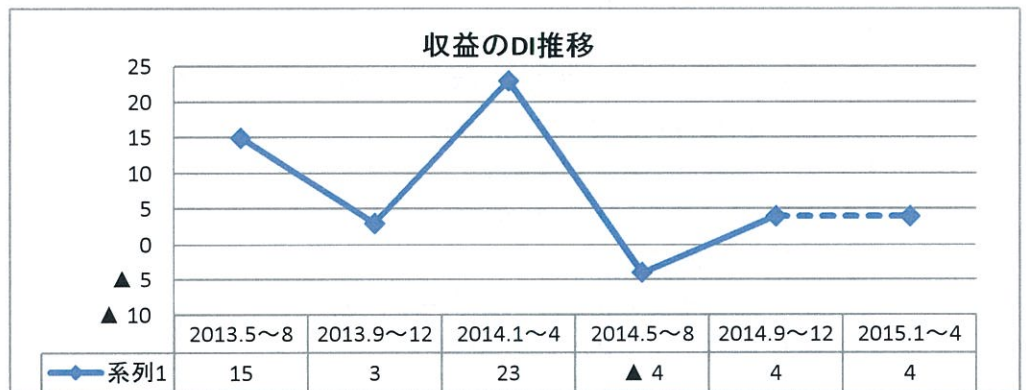
今期の業況は「良い」28.6%、「変わらず」46.4%、「悪い」25.0%でD.I.4となっており、前期(33)に比べ大幅に悪化しています。  
来期の業況はD.I.7とやや改善する見通しです。



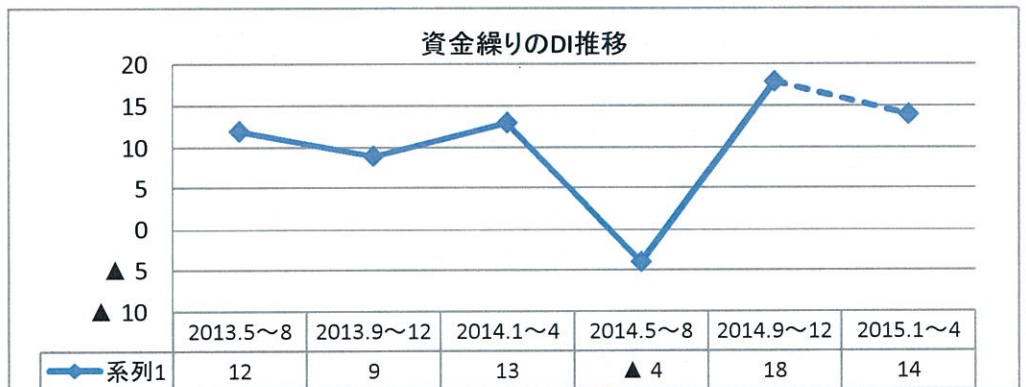
今期の売上は「良い」28.6%、「変わらず」46.4%、「悪い」25.0%でD.I.4となっており、前期(8)に比べやや悪化しています。  
来期の売上はD.I.14と再び改善する見通しです。



今期の収益は「良い」25.0%、「変わらず」53.6%、「悪い」21.4%でD.I.4となっており、前期(▲4)に比べ改善しています。  
来期の収益はD.I.4と横ばいの見通しとなっています。



今期の資金繰りは「良い」28.6%、「変わらず」60.7%、「悪い」10.7%でD.I.18となっており、前期(▲4)に比べ大幅に改善しています。  
来期の資金繰りはD.I.14と再び悪化する見通しとなっています。

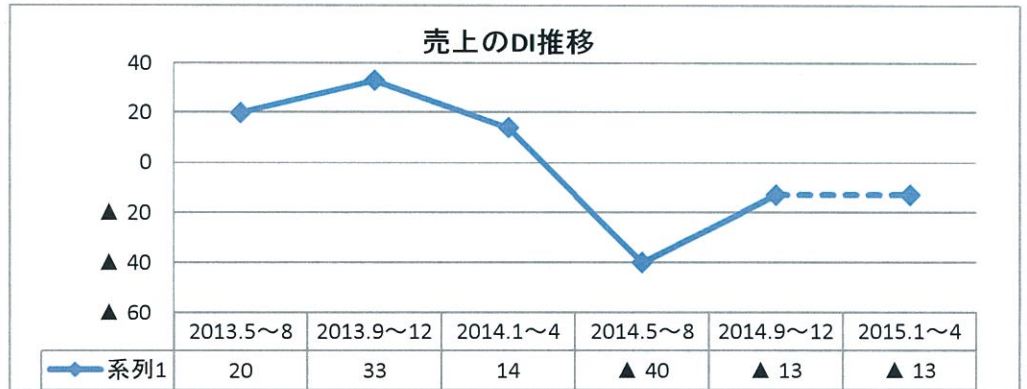


# 卸売業

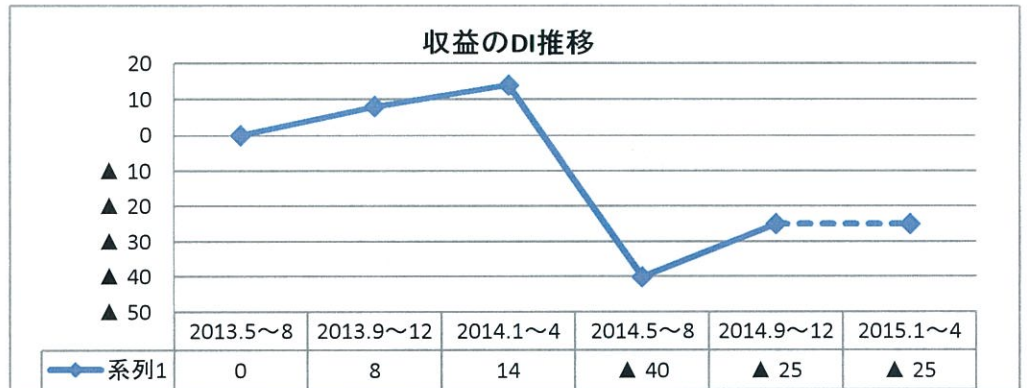
今期の業況は「良い」12.5%、「変わらず」50.0%、「悪い」37.5%でD.I.▲25となっており、前期(0)に比べ大幅に悪化しています。  
来期の業況はD.I.0と再び大幅に改善する見通しとなっています。



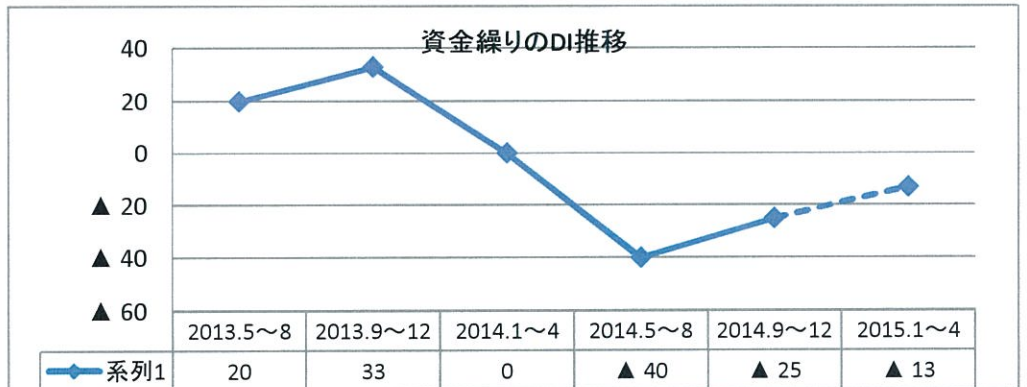
今期の売上は「良い」25.0%、「変わらず」37.5%、「悪い」37.5%でD.I.▲13となっており、前期(▲40)に比べ大幅に改善しています。  
来期の売上はD.I.▲13と横ばいの見通しとなっています。



今期の収益は「良い」12.5%、「変わらず」50.0%、「悪い」37.5%でD.I.▲25となっており、前期(▲40)に比べ改善しています。  
来期の収益はD.I.▲25と横ばいの見通しとなっています。

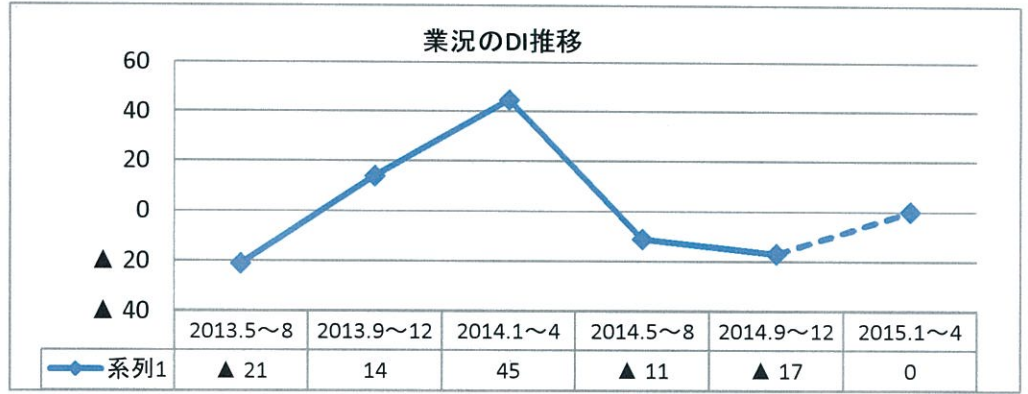


今期の資金繰りは「良い」0.0%、「変わらず」75.0%、「悪い」25.0%でD.I.▲25となっており、前期(▲40)に比べ改善しています。  
来期の資金繰りはD.I.▲13とさらに改善する見通しとなっています。

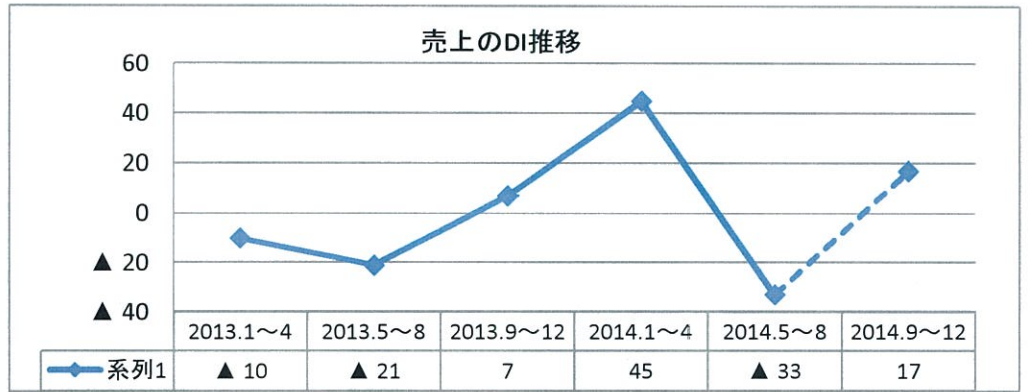


# 小売業

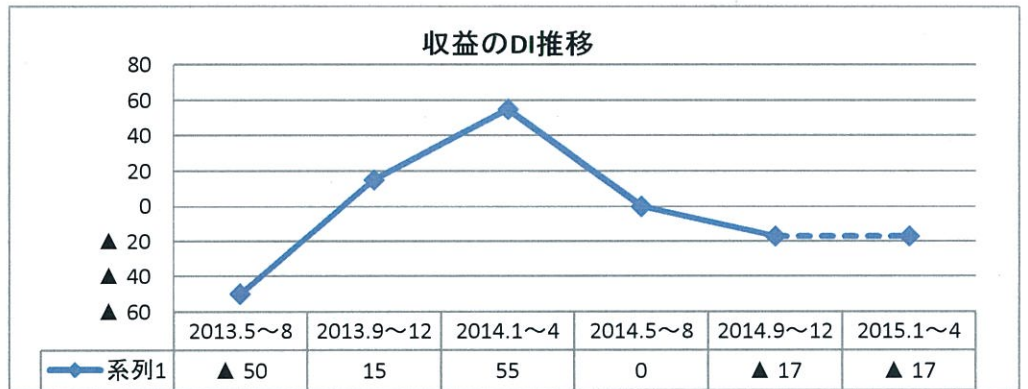
今期の業況は「良い」0.0%、「変わらず」83.3%、「悪い」16.7%でD.I.▲17となっており、前期(▲11)に比べ悪化しています。  
来期の業況はD.I.0と再び改善する見通しとなっています。



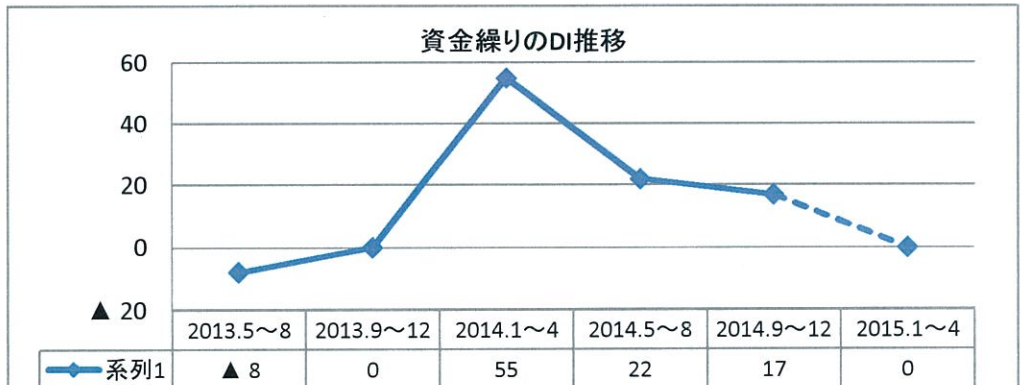
今期の売上は「良い」0.0%、「変わらず」66.7%、「悪い」33.3%でD.I.▲33となっており、前期(45)に比べ大幅に悪化しています。  
来期の売上はD.I.17と大幅に改善する見通しとなっています。



今期の収益は「良い」16.7%、「変わらず」50.0%、「悪い」33.3%でD.I.▲17となっており、前期(0)に比べ悪化しています。  
来期の収益はD.I.▲17と横ばいの見通しとなっています。

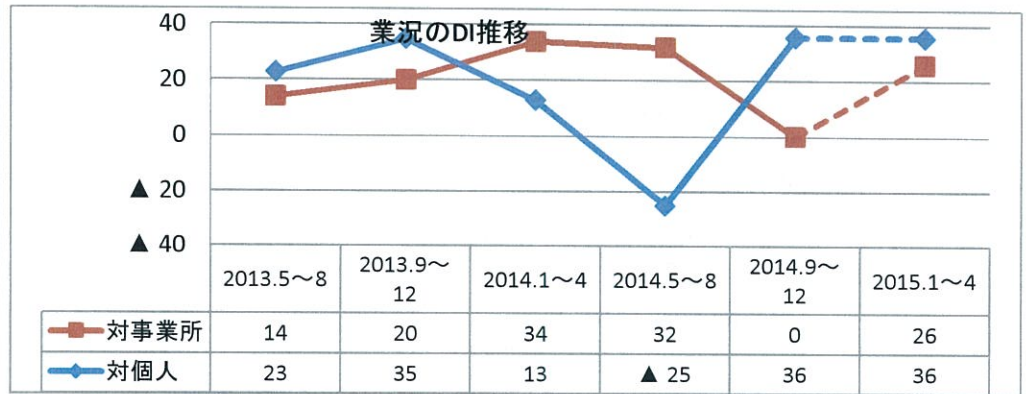


今期の資金繰りは「良い」16.7%、「変わらず」83.3%、「悪い」0.0%でD.I.17となっており、前期(22)に比べ悪化しています。  
来期の資金繰りはD.I.0と大幅に悪化する見通しです。

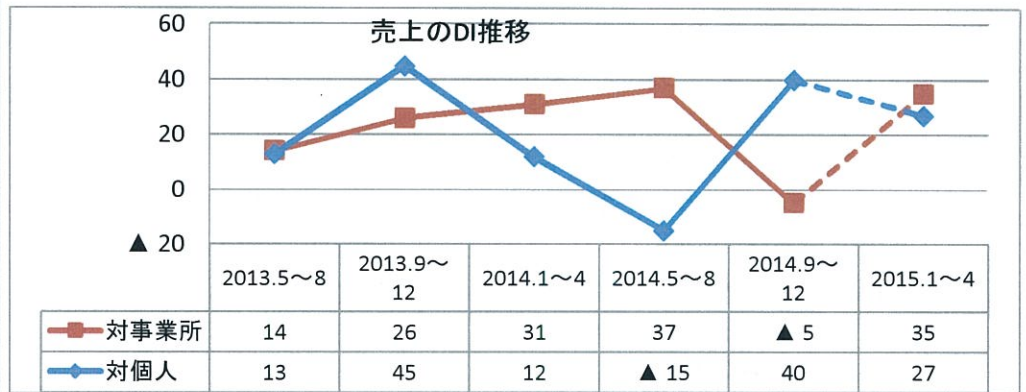


# サービス業

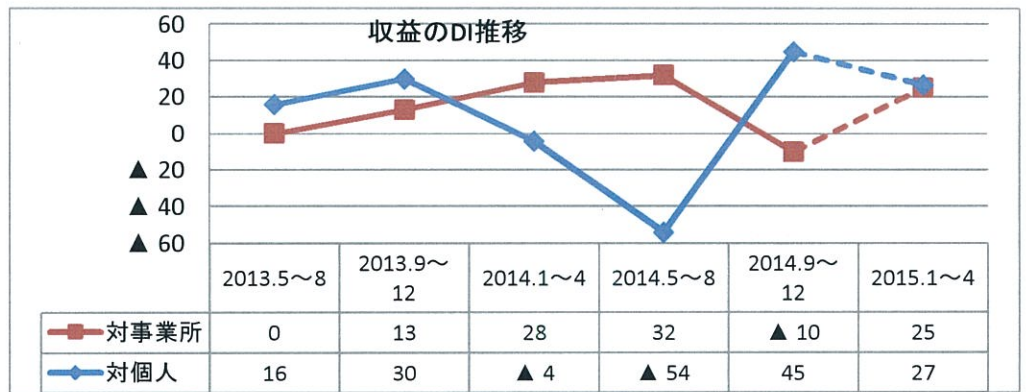
今期の対事業所向けの業況は「良い」15.8%、「変わらず」68.4%、「悪い」15.8%でD.I.0となっており、前期(32)に比べ大幅に悪化している状況です。来期の業況はD.I.26と大幅に改善する見通しです。対個人向けは「良い」45.5%、「変わらず」45.5%、「悪い」9.1%でD.I.36となっており、前期(▲25)に比べ大幅に改善しています。来期はD.I.36と横ばいの見通しです。



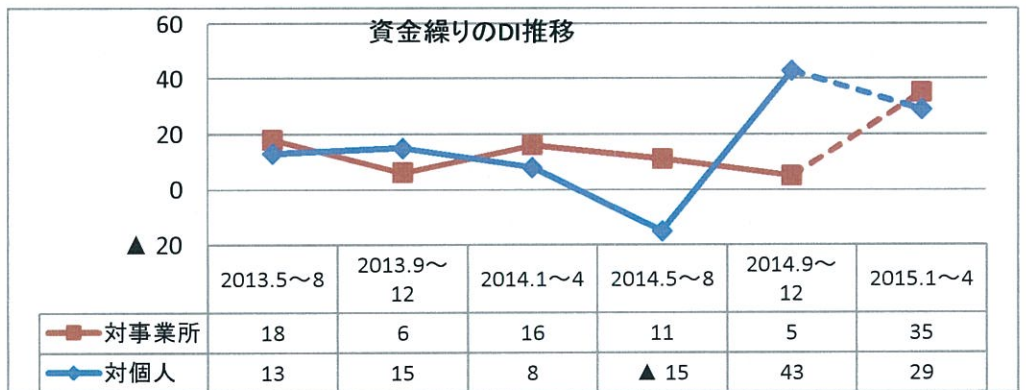
今期の対事業所向けの売上は「良い」15.0%、「変わらず」65.0%、「悪い」20.0%でD.I.▲5となっており、前期(37)に比べ大幅に悪化しています。来期の売上はD.I.35と大幅に改善する見通しです。対個人向けは「良い」45.5%、「変わらず」50.0%、「悪い」4.5%でD.I.40となっており、前期(▲15)と比べ大幅に改善しています。来期はD.I.27と悪化する見通しです。



今期の対事業所向けの収益は「良い」10.0%、「変わらず」70.0%、「悪い」20.0%でD.I.▲10となっており、前期(32)に比べ大幅に悪化しています。来期の収益はD.I.25と大幅に改善する見通しです。対個人向けは「良い」500%、「変わらず」45.5%、「悪い」4.5%でD.I.45となっており、前期(▲54)に比べ大幅に改善しています。来期はD.I.27と悪化する見通しです。

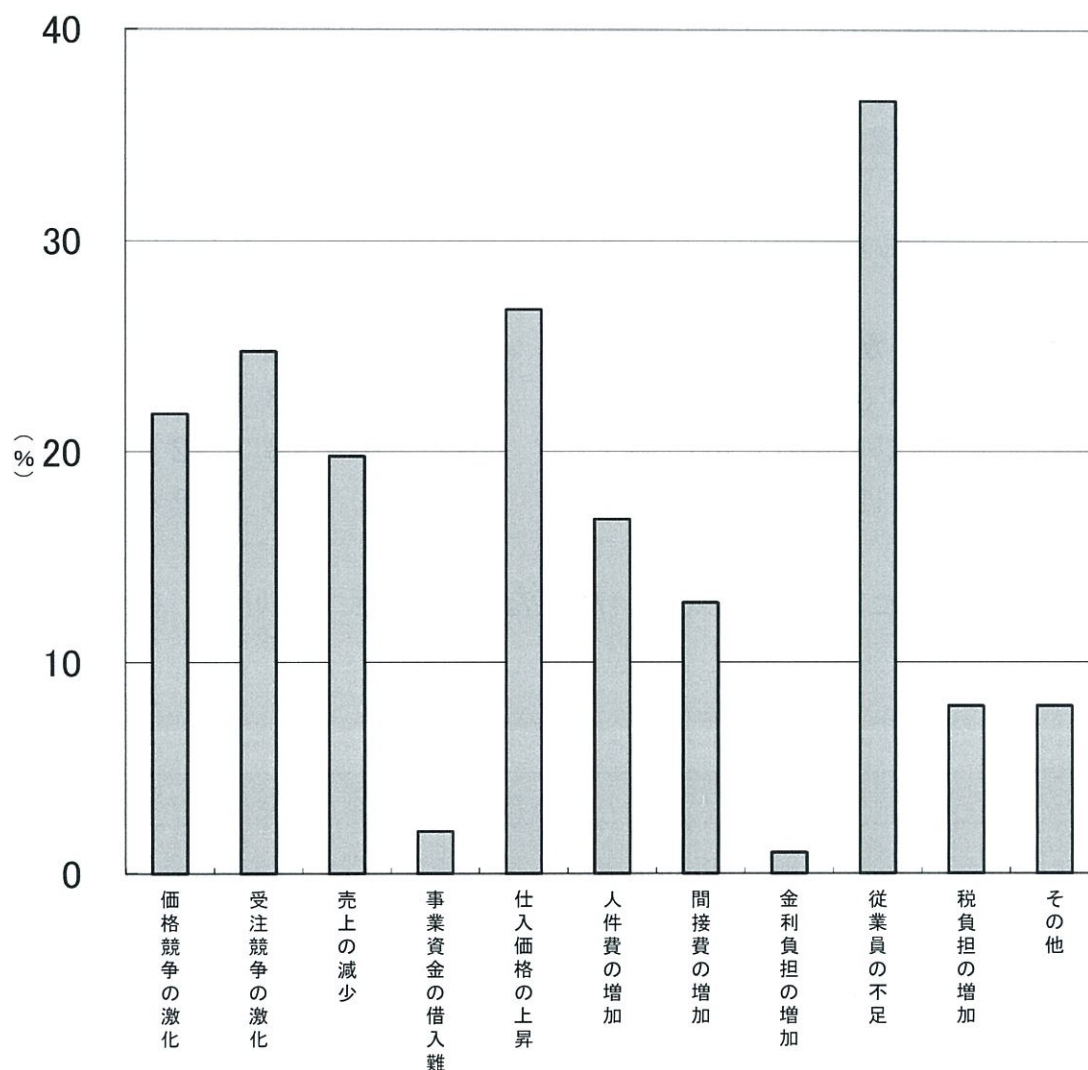


今期の対事業所向けの資金繰りは「良い」20.0%、「変わらず」65.0%、「悪い」15.0%でD.I.5となっており、前期(11)に比べやや悪化しています。来期の資金繰りはD.I.35と大幅に改善するの見通しです。対個人向けは「良い」42.9%、「変わらず」57.1%、「悪い」0.0%でD.I.43となっており、前期(▲15)に比べ大幅に改善しています。来期はD.I.29悪化する見通しです。



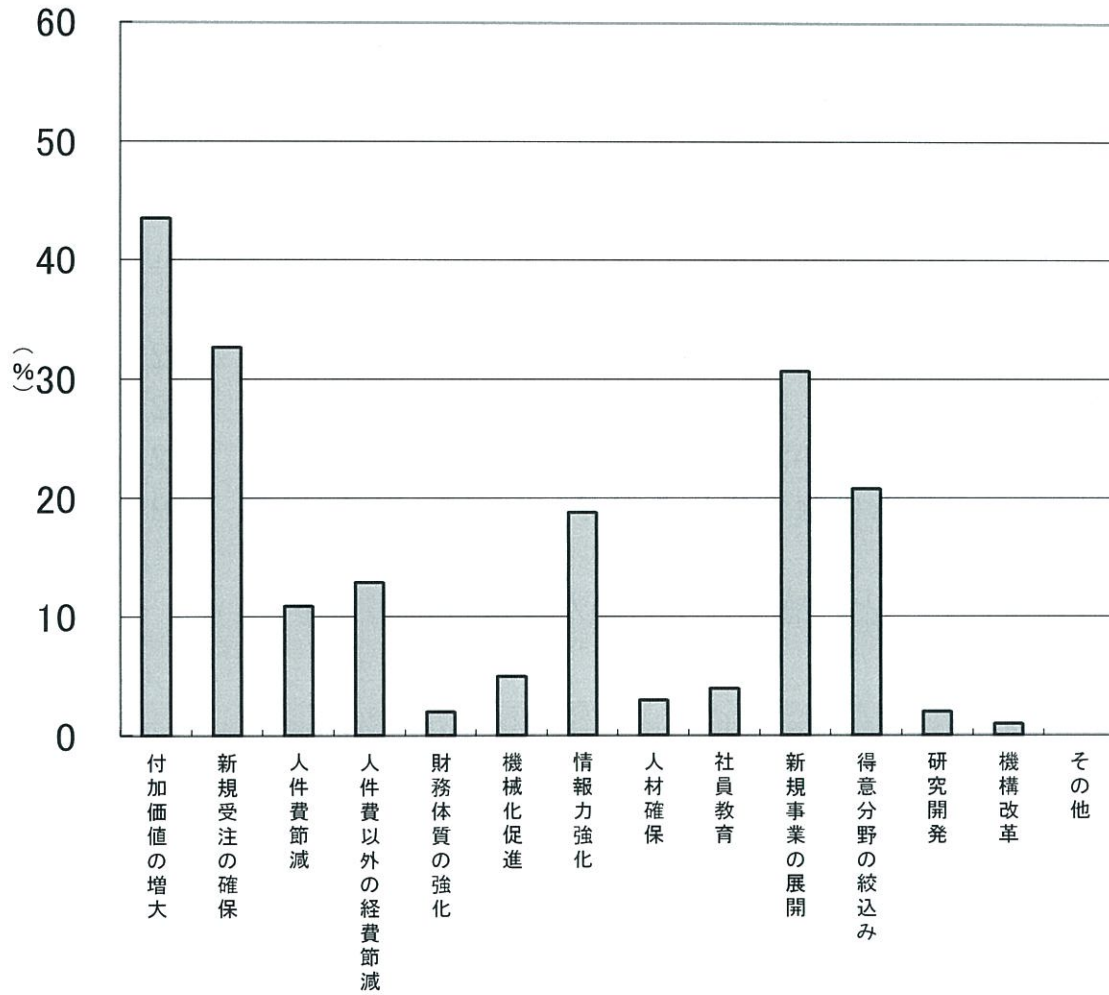


## 経営上の問題点



| カテゴリー        | 度数 | %    |
|--------------|----|------|
| 1.価格競争の激化    | 22 | 21.8 |
| 2.受注競争の激化    | 25 | 24.8 |
| 3.売上減少       | 20 | 19.8 |
| 4.事業資金の借入難   | 2  | 2.0  |
| 5.仕入れ価格の上昇   | 27 | 26.7 |
| 6.人件費の増加     | 17 | 16.8 |
| 7.管理費等間接費の増加 | 13 | 12.9 |
| 8.金利負担の増加    | 1  | 1.0  |
| 9.従業員の不足     | 37 | 36.6 |
| 10.税負担の増加    | 8  | 7.9  |
| 11.その他       | 8  | 7.9  |

## 経営上の力点



| カテゴリー         | 度数 | %    |
|---------------|----|------|
| 1.付加価値の増大     | 44 | 43.6 |
| 2.新規受注(顧客)の確保 | 33 | 32.7 |
| 3.人件費節減       | 11 | 10.9 |
| 4.人件費以外の経費節減  | 13 | 12.9 |
| 5.財務体質の強化     | 2  | 2.0  |
| 6.機械化促進       | 5  | 5.0  |
| 7.情報力強化       | 19 | 18.8 |
| 8.人材確保        | 3  | 3.0  |
| 9.社員教育        | 4  | 4.0  |
| 10.新規事業の展開    | 31 | 30.7 |
| 11.得意分野の絞込み   | 21 | 20.8 |
| 12.研究開発       | 2  | 2.0  |
| 13.機構改革       | 1  | 1.0  |
| 14.その他        | 0  | 0.0  |

(4)冬の賞与支給についておたずねします。

①支給月数または率は、2014年夏の賞与に比べて、

|                        |        |    |        |  |
|------------------------|--------|----|--------|--|
| 製造業<br>(14社)           | 1.アップ  | 3  | 21.4%  | 1社20%、1社10%、1社5%                           |
|                        | 2.据え置き | 9  | 64.3%  |  |
|                        | 3.ダウン  | 2  | 14.3%  |  |
| 建設業<br>(28社)           | 1.アップ  | 12 | 42.9%  | 1社300%、1社150%、2社50%、1社30%、1社28%、2社20%、2社5% |
|                        | 2.据え置き | 14 | 50.0%  |  |
|                        | 3.ダウン  | 2  | 7.1%   |  |
| 卸売業<br>(7社)            | 1.アップ  | 3  | 42.9%  | 1社20%、1社1%                                 |
|                        | 2.据え置き | 3  | 42.9%  |  |
|                        | 3.ダウン  | 1  | 14.3%  |  |
| 小売業<br>(5社)            | 1.アップ  | 0  | 0.0%   |  |
|                        | 2.据え置き | 5  | 100.0% |  |
|                        | 3.ダウン  | 0  | 0.0%   |  |
| サービス業<br>対事業所<br>(16社) | 1.アップ  | 3  | 18.8%  | 2社150%、1社5%                                |
|                        | 2.据え置き | 10 | 62.5%  |  |
|                        | 3.ダウン  | 3  | 18.8%  |  |
| サービス業<br>対個人<br>(21社)  | 1.アップ  | 5  | 23.8%  | 2社30%、1社12%、2社10%                          |
|                        | 2.据え置き | 14 | 66.7%  |  |
|                        | 3.ダウン  | 2  | 9.5%   |  |
| 全体<br>(91社)            | 1.アップ  | 26 | 28.6%  |  |
|                        | 2.据え置き | 55 | 60.4%  |  |
|                        | 3.ダウン  | 10 | 11.0%  |  |

(4)冬の賞与支給についておたずねします。

②支給月数または率は、2013年冬の賞与に比べて、

|              |        |    |       |                 |
|--------------|--------|----|-------|-----------------|
| 製造業<br>(14社) | 1.アップ  | 3  | 21.4% | 1社10%、1社5%、1社3% |
|              | 2.据え置き | 10 | 71.4% |                 |
|              | 3.ダウン  | 1  | 7.1%  |                 |

|              |        |    |       |                                     |
|--------------|--------|----|-------|-------------------------------------|
| 建設業<br>(26社) | 1.アップ  | 12 | 46.2% | 1社150%、1社30%、1社20%、1社32%、3社10%、1社2% |
|              | 2.据え置き | 12 | 46.2% |                                     |
|              | 3.ダウン  | 2  | 7.7%  |                                     |

|             |        |   |       |            |
|-------------|--------|---|-------|------------|
| 卸売業<br>(7社) | 1.アップ  | 3 | 42.9% | 1社30%、1社3% |
|             | 2.据え置き | 2 | 28.6% |            |
|             | 3.ダウン  | 2 | 28.6% |            |

|             |        |   |        |
|-------------|--------|---|--------|
| 小売業<br>(5社) | 1.アップ  | 0 | 0.0%   |
|             | 2.据え置き | 5 | 100.0% |
|             | 3.ダウン  | 0 | 0.0%   |

|                        |        |    |       |           |
|------------------------|--------|----|-------|-----------|
| サービス業<br>対事業所<br>(17社) | 1.アップ  | 2  | 11.8% | 1社3%、1社2% |
|                        | 2.据え置き | 10 | 58.8% |           |
|                        | 3.ダウン  | 5  | 29.4% |           |

|                       |        |    |       |                   |
|-----------------------|--------|----|-------|-------------------|
| サービス業<br>対個人<br>(21社) | 1.アップ  | 4  | 19.0% | 1社30%、1社20%、2社10% |
|                       | 2.据え置き | 17 | 81.0% |                   |
|                       | 3.ダウン  | 0  | 0.0%  |                   |

|             |        |    |       |
|-------------|--------|----|-------|
| 全体<br>(90社) | 1.アップ  | 24 | 27.3% |
|             | 2.据え置き | 56 | 63.6% |
|             | 3.ダウン  | 10 | 11.4% |

(5) 2015年の自社の成長戦略(自社ノミクス)を具体的に教えて下さい。

製造業  
(9社)

- ・新社屋移転及びそれに伴う事業拡大
- ・営業展開の絞込み 医療・文教・一次産業
- ・新たな付加価値営業の展開
- ・原価改善策→7%
- ・新しい事に挑戦する
- ・商品開発を人材育成をベースに付加価値のある商品を開発することと少数精鋭で効率的な製造現場を作ること高収益な会社にする
- ・行政との連携で受注安定を図る。(少子化対策資金の活用)
- ・提案型営業の切り口を特化させる。(業種を選定し、自社独自の技術を活用)
- ・顧客満足度の向上
- ・新規事業のスタート
- ・愚直にコツコツと
- ・生産リードタイム短縮に向けた工程の流れ化・整流化
- ・需要変動に対応した費用構造改革
- ・当社の「強み・製造技術」を活かした主材料の変革と付加価値の取り込み
- ・モノ造りのプロ集団を目指した人材育成策

建設業  
(17社)

- ・仕組み作り
- ・技術力の向上
- ・利益追求
- ・売上増
- ・新規採用(営業職及び職人)
- ・受注単価アップ
- ・優秀な人材の採用と教育あるのみ
- ・リテール事業の拡大(戦略的に)エレクル事業24時間対応
- ・新規事業への早期展開(複数事業の打出し)
- ・基本事業の見直し
- ・組織(小グループ)の強化・・・独立採算の見える化
- ・真面目にコツコツと経営する。
- ・建築分野は低迷していますが、営業に力を入れています。
- やはり、御得意様の確保は重要であり、新規にも力を入れます。
- ・社員一人ひとりの意識を高め企画力を付ける
- ・新規顧客への提案、インターネットなどを活かす
- ・社会や地域を常に生かす
- ・国の施策を他よりも早くキャッチし、それを活用しながらも、それに頼りきらない。
- 自らの経営理念に基づいた経営をする。
- 具体的には、太陽光の施工のみに片寄らずメンテナンスその他を強く推し進めます。
- ・顧客満足度120%、アフター管理即行動、協力体制、現場に携わるすべての人が考えた行動で対応していく事。
- ・建物に対する想いを楽しみ一緒に取り組む、想いが隔々まで伝わり完成させる。
- 完成満足度は営業力となる。
- ・付加価値の増大(提案、表現力の図面)
- ・2015年の動きは人材を確保し、自社で育てる方向に力をいれています。
- クレーン車も古い機械から新車に買い替えていきます。
- 顧客を大事にし、社員とのコミュニケーションもはかり会社が生き生きと動くよう行動していきたいと思えます。
- ・受注機会を拡大するための営業エリアの拡大
- 細かな業績分析による現状把握を踏まえた。社内勉強会
- ・社員共育・弱点の見直し・品質の向上・お客様に対する早い対応
- ・技術者を確保し、受注金額を拡大する
- ・人材育成につとめる事
- ・提案力の強化、独自性の深化

卸売業  
(2社)

- ・自社商品の特徴を活かした、新規受注の確保
- ・今までにない商品の形なので、その良さを広めて行くためにメディアに取り上げてもらうなど工夫していく
- ・青果物の卸売市場という業態なので、天候(気象災害等)、作況等に依る需給状況に左右される面が多い。
- ・県内の人口の減少化、胃袋の縮小等で県内消費者の消費・供給量が年々減少傾向が予想される中で、県外業者、量販店等との取引拡大を模索中。将来のTPP絡みの懸念もあるが、現状の円安で担い手不足の農家が少しでもメリットを享受できれば、青果物卸売業者という特殊な業態には追い風となる。

小売業  
(5社)

- ・4月度、新卒内定者を含め、これからは人材確保を中心に頑張るのみ
- ・店頭外での販売強化(ネット通販)
- ・得意分野の絞込みを強化して、新規受注を上げる。
- ・アロマ関連商品の認知症対策の強化
- ・社内のベクトル統一
- ・情報発信の強化
- ・当たり前のことを当たり前に(顧客に、会社(社員)に、取引先に、地域に、自分に)

サービス業  
対事業所  
(8社)

- ・従業員自然減に対し、補充を控える。(16人→13人)
- ・経営者側のラインに出て、社員減を補う態勢づくり
- ・社長は「社長ならではの営業」に徹し、特にレントオールの実績客や自治体の営業に復帰する専務・常務は倉庫、メンテ、事務所の他、常務は担当者含む。納品等、メンテと流れの中で仕事をサポートする。
- ・人員確保とシロアリ駆除業務を行なう。
- ・新規事業部門の確立
- ・経営理念の更なる共有化
- ・一寸法師の針さがし
- ・マンガによる販促物制作に力を入れてきたが、今後これに加えて、従来の得意分野であった医療・介護分野をうまくミックスさせた事業展開を図る計画を立てています。
- ・地域密着戦略に徹します。
- ・同顧客への商品のクロスセルを図ります。
- ・絶対安定勢力数値を20名体制にする。3名の採用が必須
- 20名体制で生まれる余力金を元手にして
- ①アグリソリューション事業
- ②環境検査ソリューション事業をコツコツと丁寧に社会に根を生やさせる。
- ・人の確保と社員教育が売上増に直結しています。人口減少に伴い働き手をどのように確保していくかに力点をおいてチャレンジしていきたいと考えています。
- ・従来のサービスの見直し
- ・新規営業チャンネルの開拓
- ・組織的対応力の強化

- サービス業  
対個人  
(14社)
- ・学習塾だけにとどまらない「複合型学習施設」を目指す。  
(小・中・高対象から幼児～お年寄りまでを対象に)
  - ・無駄な時間の排除・生産性の向上。
  - ・他の事業所との差別化(オンリーワンのサービス提供)
  - ・始良に新設した事務所の本格稼働
  - ・人材を増やしていく
  - ・管理力強化
  - ・一人ひとりの価値を上げていく
  - ・お客様の癒しであることを更に強化
  - ・新規受注を増加し、リピート率を高めるための努力(営業努力をする)
  - ・新規顧客の開拓、新規事業の展開
  - ・人材確保が業界を挙げて急務です。
  - ・多くの学生が介護業界へ来ることを望みます。
  - ・新卒者の入社により、さらに楽しく働く事ができるように全員参加型のかたちができる。
  - ・14年が良くなかった事により経費節減の意識がスタッフに出てきた。
  - ・良くない事が良い方へ進む事に繋がっている事が自社ノミクスです。
  - ・ホテルは情報と文化の発信地どもあり、鹿児島島の素晴らしい食、文化、歴史などの観光情報を国内外に積極的に発信していく事がわが社の戦略となる。
  - 鹿児島島のホテルとしての情報発信だけではなく、全国の同業他社やパートナー企業、異業種ともネットワークを図り、行政や各種の経済団体とも連携することで、地域間の相互交流の懸け橋となる取り組みを行う。また、新しい商品の開発、新しいサービスの導入を図ることも大事である。人口減少、少子高齢化の中で、いかに交流人口の増加を図るかという点においては、インパウンドへの取り組みが大事であるので、外国人観光客を受入れる為の環境設備、サービス向上に努めていく。
  - ・直取りシステムの充実
  - ・自動車修理は全体的に減少している為、テスターなど使用した、技術等の付加価値を付けた修理、接客等に力を入れる
  - ・まず、第一に本体であるホテル業の売上増の為にどうするか？  
調理の中に、にぎり寿司を入れてみる。(にぎり寿司研修派遣)
  - ・不動産業の鹿児島支店設立を目標とする。
- 鹿児島から徳之島の皆さんへ情報発信
- ・新規店舗2店が決定しており売上増加・収益確保を図り、財務体質の強化による改善を行う。