

経営動向調査

research of management trend

Vol. 23

業況D I が対前期比^{ポイント}10 p 悪化し^{マイナス}▲52.2

～売上高D I の大幅な悪化が影響～

調査対象期間

平成14年

1月～3月

(平成13年度第4四半期)

〈本調査に関するお問い合わせ先〉
熊本商工会議所 情報調査課
TEL 354-6688

〈結果概要〉

全業種の3月期業況D Iは、対前期比で平成13年12月期の前回調査に比べて10.0ポイント悪化しマイナス52.2となった。13年9月期において本調査最低の業況D I（マイナス52.8）を記録し、前回の12月期調査では、年末需要等の効果もあり、業況D Iは幾分改善されていた。しかし、昨年暮れから相次ぐ地場中核企業及び中小企業の倒産などの影響から、売上面を中心とした大幅な悪化が影響し、依然として厳しい状況が続いている。なお、対前年同期比は平成13年12月期の結果に対し2.5ポイント改善し、マイナス53.8だった。

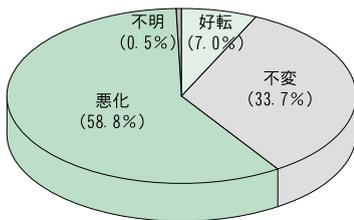
調査対象

熊本市内小規模
企業292事業所と
FAXネットワーク

(小規模企業とは、商業・サービス業は従業員5人以下、それ以外の業種は20人以下の企業のこと)

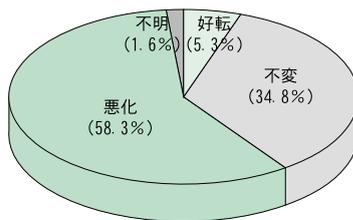
全産業の業況 (H14/1～3月)

対前期比
(平成13年10月～12月)



D I = ▲52.2 (前回▲42.2)

対前年同期比
(平成13年1月～3月)



D I = ▲53.8 (前回▲56.3)

悪化

- ・企業倒産の増加
- ・デフレの進行
- ・雇用情勢の悪化

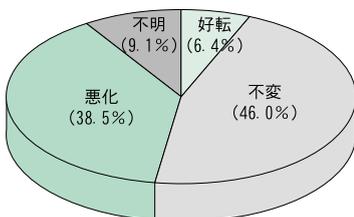
好転

- ・底入れから回復基調の兆し

来期 (平成14年4月～6月の) イメージ

来期の業況見通し

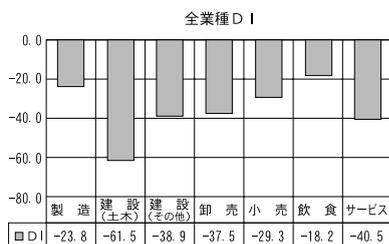
(平成14年4月～6月)



D I = ▲35.3 (前回▲37.6)

(産業別) 来期の業況見通し

D I = (好転企業割合) - (悪化企業割合)



全業種における来期(平成14年4月～6月)の業況見通しD Iは、マイナス35.3と前回調査からは2.3ポイント改善した。業種別では、来期の見通しD Iが改善された業種は、製造業、建設業の土木、卸売業、小売業、飲食店の5業種。一方、来期の見通しD Iが悪化した業種は、建設業の職別・設備、サービス業の2業種。

来期(平成14年4月～6月)の
見通しについて

産業別概況

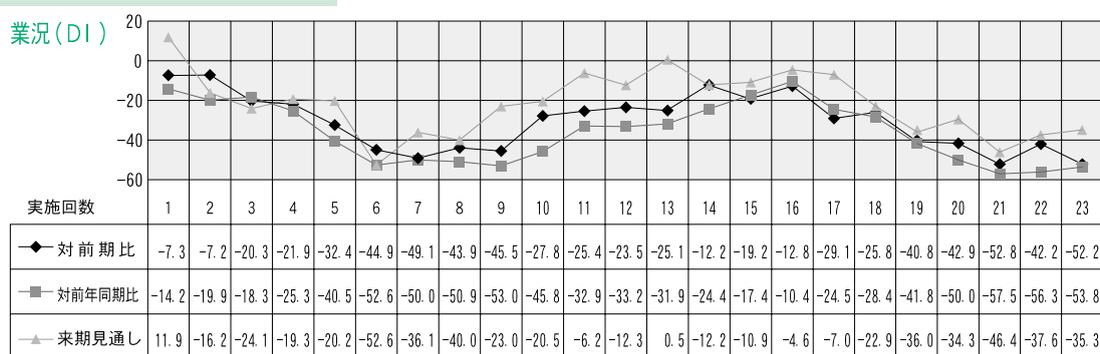
製造業が大幅に悪化

製造業、建設業（土木）は売上高、営業利益がともに大幅に悪化し、業況感も大幅に悪化。建設業（職別・設備）は売上高がやや悪化する中、営業利益も低水準のまま、やや悪化し業況感もやや悪化。卸売業は売上高、営業利益がともに大幅に悪化した。これまでの業況感がかなりの低水準だったため、全体の業況感としてはやや改善の結果、小売業、飲食店、サービス業は売上高、営業利益がともに大幅に悪化し、業況感も悪化した。

産業別業況DI（対前期比）

	今回分 (H14. 3月期)	前回分 (H13. 12月期)	比較ポイント
製造	▲56.5	▲21.7	▲34.8
建設(土木)	▲50.0	▲35.7	▲14.3
建設(職別・設備)	▲27.3	▲22.7	▲4.6
卸売	▲46.2	▲58.3	+12.1
小売	▲68.9	▲56.8	▲12.1
飲食店	▲25.0	▲23.1	▲1.9
サービス	▲56.8	▲46.7	▲10.1

業況DIの推移を見る



“光るモニター” 企業レポート

現下の厳しい経営環境にあって、個性的な商品力や強い営業力、価格力、きめ細かな戦略性などによって売り上げ、利益を伸ばしている「光る企業」を、本経営動向調査のモニター企業からピックアップしてレポートします。

☆ 確かな商品力が本物志向のニーズに合致

(有)ソルトファーム
代表 小出 史さん

天草通詞島で海水から作られる天然塩にほれ込み、唐人町通りに小売店を出店して早四年目を迎えたソルトファーム(塩工房)。「始めた当初はかなり厳しい経営でしたが、1人1人のお客様に誠心誠意、商品の素晴らしさを伝えていきました」と振り返る小出代表。そうした

粘り強い営業が奏功し、この不況の時代の中、着実に売り上げを伸ばしている。「商品力には絶対の自信がありますから、お客様には納得いく形



出代表。そうした粘り強い営業が奏功し、この不況の時代の中、着実に売り上げを伸ばしている。「商品力には絶対の自信がありますから、お客様には納得いく形

でご購入頂くことがその後のリピートにつながっています。最近では食品をめぐる騒動が絶えないが「お客様が食品全般に対して本物志向を一段と強められ、特に「生命の源」である塩についての意



たりが競争店の新規参入がピークと見えますが、経営資源と経営効率を徹底的に見直してきました」と振り返る篠原代表。昨年から価格帯と商品構成も徹底的な見直しを進めており、商品回転率のさらなる向上が利益率につながっている。篠原代表は現在のマーケットについて「不況の時代は単に低価格のものに需要が傾きますが、今のようなデフレ時代は高い品質と低価格がマッチングして初めてお客様のニーズにお応えすることができず」と見ている。「スピードと情報」を経営のキーワードとする同社の今後の店舗展開が注目される。

☆ デフレ時代は低価格だけでは通用しない

(株)なまず堂
代表 篠原 正一さん

90年に1号店をオープン以来、漫画、雑誌、CD、ゲームソフトなどのリサイクル販売として、現在熊本市内を中心に直営店5店舗、FC6店舗を運営する株式会社なまず堂。順風満帆に見える業況だが「一昨年あ