

第 1 5 3 回

取引先企業景気動向調査

〔平成28年 4－6月実績〕
〔平成28年 7－9月見通し〕

瀬戸信用金庫

総合企画部

調査概要

1. 調査期間 平成28年4～6月を対象に6月上旬に実施した。
2. 調査対象先 瀬戸・尾張旭地区は11業種174社。（うち陶磁器製造業87社）
名古屋地区は7業種137社。（下表）
3. 調査方法 当金庫の営業店担当者による面接聞き取り調査。
4. 分析方法 各質問事項につき、増加（上昇）したとする企業割合と減少（下降）したとする企業割合の差（DI）を中心にして分析した。
なお、珪砂製造業、和飲食器卸売業、電設資材卸売業、建築・土木・生コン製造業、螺子製造業は陶磁器製造業の集計には含めていない。

《瀬戸・尾張旭地区》

《名古屋地区》

《瀬戸・尾張旭地区》				《名古屋地区》					
業種		対象企業	有効回答	比率%	業種		対象企業	有効回答	比率%
陶磁器製造業	ノベルティ	17	16	94.1	製造業	繊維製品	11	11	100.0
	洋飲食器	9	9	100.0		機械部品	37	37	100.0
	タイル	8	8	100.0		紙加工品	14	14	100.0
	電磁器	20	20	100.0	卸売業	鋼材伸銅	21	21	100.0
	ファインセラミックス	14	14	100.0		建築材料	15	15	100.0
	和飲食器	19	19	100.0		家具文具	10	10	100.0
陶磁器製造業計	87	86	98.9	— — —		—	—	—	
珪砂製造業	11	11	100.0	— — —		—	—	—	
その他5業種	和飲食器卸売業	24	24	100.0	— — —	—	—	—	
	電設資材卸売業	18	18	100.0	— — —	—	—	—	
	建築・土木・生コン製造業	17	17	100.0	— — —	—	—	—	
	螺子製造業	17	17	100.0	— — —	—	—	—	
	その他5業種計	87	87	100.0	建設業	29	29	100.0	
瀬戸・尾張旭地区合計		174	173	99.4	名古屋地区合計		137	137	100.0
合計		対象企業数	311社	有効回答数	310社	回答率	99.7%		

判断指数：（DI）とは、業況・受注・売上・収益の増加企業割合から減少企業割合を引いた数値で、どちらの割合が多いかを比べて、景気がどの方向に向きつつあるかをみる方法である。

（例）前回に比べて売上が増加した企業割合40%、変わらなかった企業割合50%、減少した企業割合10%の場合、判断指数は $40 - 10 = 30$ となる。

判断指数がプラスのとき → 景気上向き

判断指数が0のとき → 景気横ばい

判断指数がマイナスのとき → 景気下向きと読み取る。

< 瀬戸・尾張旭地区 >

1. 今回調査の景況（4～6月）

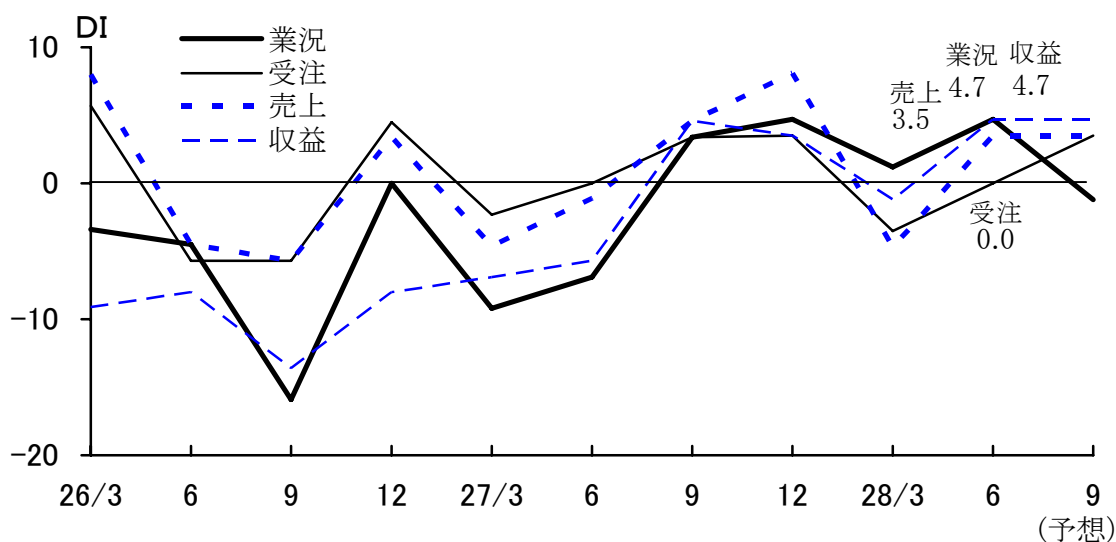
業況DIは前期比3.5ポイント改善

瀬戸・尾張旭地区の陶磁器製造業取引先企業（有効回答企業86社）の4～6月（聞き取りによる前回調査1～3月との対比）の業況についてみると、業況判断DIは4.7となり、前回実績(1.2)比3.5ポイントの改善となった。

当地区陶磁器製造業においては、需要低迷は続いているものの、全体としては持ち直し傾向にあり、業況判断DIは前期を上回った。

業種別の業況判断DIをみると、洋飲食器・電磁器・ファインセラミックス・和飲食器は改善、タイルは悪化、ノベルティは弱含みで推移した。

◎ 陶磁器製造業の業況・受注・売上・収益DI推移（前回調査比）



2. 来期の見通し（7～9月）

5.9ポイント悪化予想

陶磁器製造業全体での予想業況判断DIは△1.2となり、今回実績(4.7)比5.9ポイントの悪化予想となった。

業種別の予想業況判断DIでは、電磁器・ファインセラミックスは改善、ノベルティ・洋飲食器は横ばい、タイル・和飲食器は悪化で推移する見通し。

◎陶磁器製造業のD I 推移

指標		時期										
		H26				H27				H28		H28.7-9
		1-3	4-6	7-9	10-12	1-3	4-6	7-9	10-12	1-3	4-6	(予想)
前回調査比	業況											
		-3.4	-4.5	-15.9	0.0	-9.2	-6.9	3.4	4.7	1.2	4.7 (0.0)	(-1.2)
	受注額	5.7	-5.7	-5.7	4.5	-2.3	0.0	3.4	3.5	-3.5	0.0 (1.2)	(3.5)
	売上額	8.0	-4.5	-5.7	3.4	-4.6	-1.1	4.6	8.1	-4.7	3.5 (1.2)	(3.5)
	売上数量	2.3	-6.8	-8.0	1.1	-4.6	-1.1	8.0	9.3	0.0	3.5 (1.2)	(4.7)
	販売単価	-1.1	3.4	9.1	1.1	2.3	0.0	1.1	3.5	4.7	3.5 (2.3)	(0.0)
	仕入価格	15.9	23.9	20.5	13.6	12.6	14.9	3.4	2.3	5.8	3.5 (3.5)	(1.2)
	製品在庫	0.0	5.7	2.3	0.0	-2.3	3.4	1.1	1.2	-2.3	2.3 (0.0)	(-1.2)
	原材料在庫	1.1	2.3	2.3	-1.1	0.0	2.3	1.1	2.3	0.0	0.0 (1.2)	(0.0)
	収益	-9.1	-8.0	-13.6	-8.0	-6.9	-5.7	4.6	3.5	-1.2	4.7 (-2.3)	(4.7)
資金繰り	-9.1	-17.0	-10.2	-6.8	-9.2	-6.9	-4.6	-9.3	0.0	-1.2 (-2.3)	(-2.3)	
前年同期比	売上額	8.0	-2.3	-8.0	-2.3	-5.7	0.0	5.7	3.5	2.3	8.1	
	収益	-4.5	-5.7	-10.2	-5.7	-9.2	-1.1	6.9	5.8	-2.3	3.5	
設備投資 実施割合 (%)		5.7	6.8	4.5	4.5	5.7	5.7	4.6	4.7	3.5	5.8 (5.8)	(4.7)
平均受注残		3月末 1.5ヶ月	6月末 1.7ヶ月	9月末 1.7ヶ月	12月末 1.7ヶ月	3月末 1.7ヶ月	6月末 1.7ヶ月	9月末 1.9ヶ月	12月末 1.6ヶ月	3月末 1.8ヶ月	6月末 1.8ヶ月	

注. () 内は前期に予想した割合を示す。

景況天気図



陶磁器製造業

<ノベルティ>

1. 景況

業況判断D Iは12.5、前回(11.8)に比べ0.7ポイント改善した。陶磁器業界の不振の影響により廃業した企業はあるが、海外での大型受注や販路拡大に努めている企業もあり、受注・売上・収益はいずれも大幅に改善した。

2. 来期の見通し

予想業況判断D Iは0.0、今期実績比12.5ポイント悪化する見込み。主要取引先からの受注増加が見込まれる企業があるものの、受注・売上・収益は悪化する見込み。

	28年4-6月の実績				前回との 変動幅	前年 同期比 D I	28年7-9月の見通し				今回との 変動幅
	増加	減少	不変	D I			増加	減少	不変	D I	
業況	12.5	0.0	87.5	12.5	0.7		6.3	6.3	87.5	0.0	△12.5
受注	18.8	0.0	81.3	18.8	30.6		6.3	0.0	93.8	6.3	△12.5
売上	18.8	0.0	81.3	18.8	30.6	18.8	6.3	0.0	93.8	6.3	△12.5
収益	18.8	0.0	81.3	18.8	12.9	6.3	12.5	0.0	87.5	12.5	△6.3

<洋食器>

1. 景況

業況判断D Iは0.0、前回(△11.1)に比べ11.1ポイント改善した。業況は依然厳しいものの、主要取引先からの受注が堅調な企業もあり、受注・売上・収益はいずれも改善した。

2. 来期の見通し

予想業況判断D Iは0.0、今期実績比横ばいで推移する見込み。主要取引先からの安定した受注を見込む企業があり、受注・売上・収益はいずれも横ばいで推移する見込み。

	28年4-6月の実績				前回との 変動幅	前年 同期比 D I	28年7-9月の見通し				今回との 変動幅
	増加	減少	不変	D I			増加	減少	不変	D I	
業況	0.0	0.0	100.0	0.0	11.1		0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
受注	11.1	0.0	88.9	11.1	11.1		11.1	0.0	88.9	11.1	0.0
売上	11.1	0.0	88.9	11.1	11.1	△11.1	11.1	0.0	88.9	11.1	0.0
収益	11.1	0.0	88.9	11.1	11.1	△11.1	11.1	0.0	88.9	11.1	0.0

<タイル>

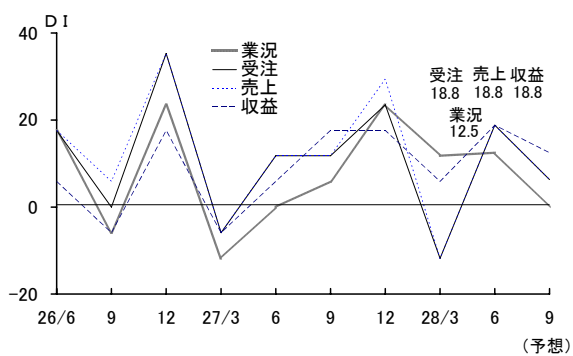
1. 景況

業況判断D Iは△12.5、前回(0.0)に比べ12.5ポイント悪化した。業況は安定している企業があるものの、不景気による主力取引先からの受注減少や注文住宅の着工数の減少などもあり、受注・売上・収益はいずれも悪化した。

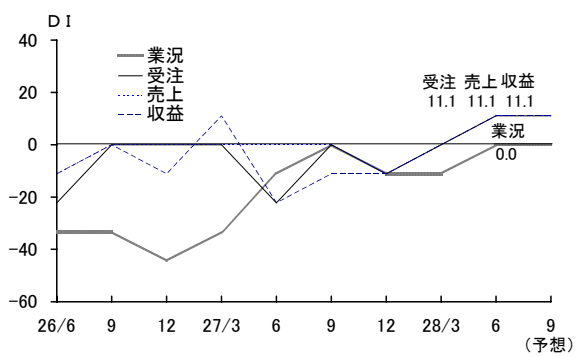
2. 来期の見通し

予想業況判断D Iは△37.5、今期実績比25.0ポイント悪化する見込み。取引先からの受注低迷により売上の減少を見込む企業があるものの、受注・売上が安定した企業もあり、受注・売上はともに改善、収益は横ばいで推移する見込み。

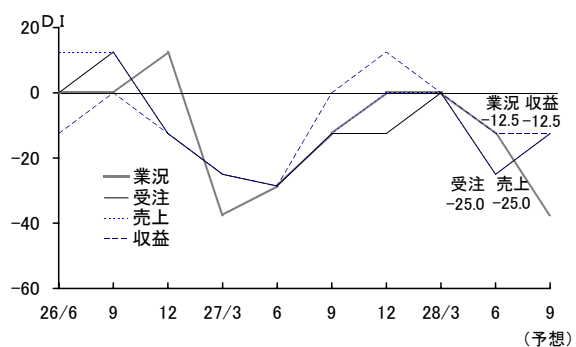
	28年4-6月の実績				前回との 変動幅	前年 同期比 D I	28年7-9月の見通し				今回との 変動幅
	増加	減少	不変	D I			増加	減少	不変	D I	
業況	12.5	25.0	62.5	△12.5	△12.5		0.0	37.5	62.5	△37.5	△25.0
受注	0.0	25.0	75.0	△25.0	△25.0		0.0	12.5	87.5	△12.5	12.5
売上	0.0	25.0	75.0	△25.0	△25.0	0.0	0.0	12.5	87.5	△12.5	12.5
収益	0.0	12.5	87.5	△12.5	△12.5	0.0	0.0	12.5	87.5	△12.5	0.0



時期	前期 平成28年 1~3月	当期 平成28年 4~6月	来期見通し 平成28年 7~9月
業種	ノベルティ	ノベルティ	ノベルティ



洋飲食器			
------	--	--	--



タイル			
-----	--	--	--

＜電磁器＞

1. 景況

業況判断D Iは0.0、前回(△5.3)に比べ5.3ポイント改善した。一定の売上を確保している企業はあるが、販売先から価格の値下げ要請により受注が減少した企業もあり、受注・収益は悪化、売上はわずかに改善した。

2. 来期の見通し

予想業況判断D Iは10.0、今期実績比10.0ポイント改善する見込み。後継者不在で事業縮小を計る企業があるものの、業況の安定を見込む企業や販路拡大に努めている企業もあり、受注・売上・収益はいずれも改善する見込み。

	28年4-6月の実績				前回との 変動幅	前年 同期比 D I	28年7-9月の見通し				今回との 変動幅
	増加	減少	不変	D I			増加	減少	不変	D I	
業況	5.0	5.0	90.0	0.0	5.3		10.0	0.0	90.0	10.0	10.0
受注	5.0	15.0	80.0	△10.0	△4.7		10.0	5.0	85.0	5.0	15.0
売上	5.0	10.0	85.0	△5.0	0.3	0.0	10.0	5.0	85.0	5.0	10.0
収益	0.0	10.0	90.0	△10.0	△4.7	△5.0	5.0	5.0	90.0	0.0	10.0

＜ファインセラミックス＞

1. 景況

業況判断D Iは21.4、前回(14.3)に比べ7.1ポイント改善した。取引先からの受注が大幅に減少した企業がある一方、原子力関連で耐火物煉瓦の生産量増加により受注が増加した企業もあり、受注は横ばい、売上・収益は改善した。

2. 来期の見通し

予想業況判断D Iは21.4、今期実績比横ばいで推移する見込み。引き続き原子力関連の受注増加や機械の新設等により生産力向上を見込む企業もあり、受注・売上は改善、収益は横ばいで推移する見込み。

	28年4-6月の実績				前回との 変動幅	前年 同期比 D I	28年7-9月の見通し				今回との 変動幅
	増加	減少	不変	D I			増加	減少	不変	D I	
業況	21.4	0.0	78.6	21.4	7.1		21.4	0.0	78.6	21.4	0.0
受注	7.1	7.1	85.7	0.0	0.0		7.1	0.0	92.9	7.1	7.1
売上	7.1	7.1	85.7	0.0	7.1	14.3	7.1	0.0	92.9	7.1	7.1
収益	21.4	0.0	78.6	21.4	14.3	14.3	21.4	0.0	78.6	21.4	0.0

＜和飲食器＞

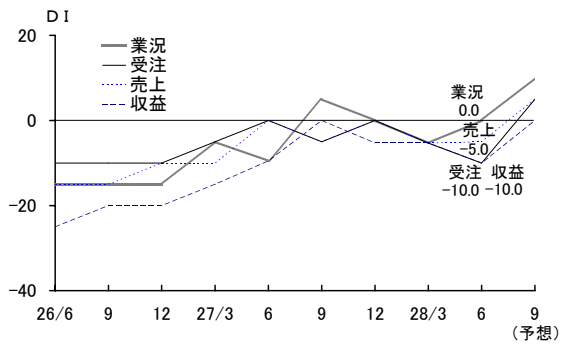
1. 景況

業況判断D Iは0.0、前回(△5.3)に比べ5.3ポイント改善した。取引先の業績不振により受注減少した企業があるものの、オリジナル商品のインターネット販売や主要取引先からの受注が好調な企業もあり、受注は横ばい、売上・収益はともに改善した。

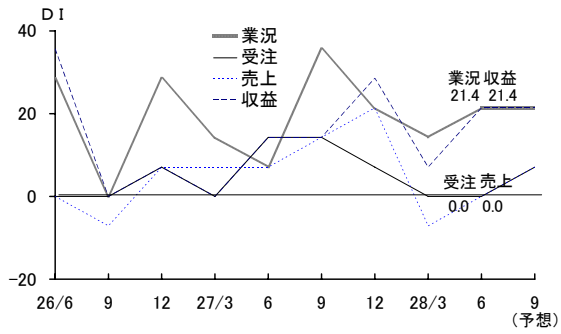
2. 来期の見通し

予想業況判断D Iは△15.8、今期実績比15.8ポイント悪化する見込み。女性向け商品の開発により受注増加を見込む企業はあるが、取引先の業績不振により受注・売上の減少が見込まれる企業もあり、受注は横ばい、売上・収益は悪化する見込み。

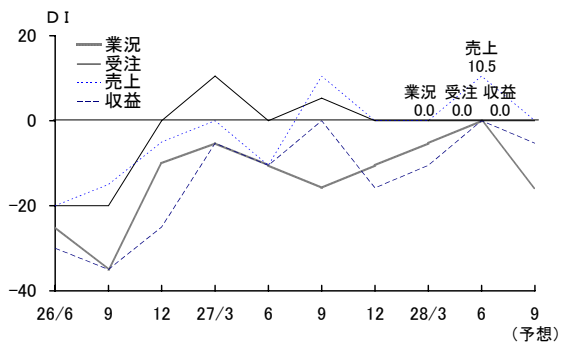
	28年4-6月の実績				前回との 変動幅	前年 同期比 D I	28年7-9月の見通し				今回との 変動幅
	増加	減少	不変	D I			増加	減少	不変	D I	
業況	15.8	15.8	68.4	0.0	5.3		0.0	15.8	84.2	△15.8	△15.8
受注	10.5	10.6	78.9	0.0	0.0		10.5	10.6	78.9	0.0	0.0
売上	15.8	5.3	78.9	10.5	10.5	15.8	5.3	5.3	89.5	0.0	△10.5
収益	10.5	10.6	78.9	0.0	10.5	10.5	5.3	10.6	84.2	△5.3	△5.3



時期	前期 平成28年 1～3月	当期 平成28年 4～6月	来期見通し 平成28年 7～9月
業種	電磁器	電磁器	電磁器



ファインセラミックス	ファインセラミックス	ファインセラミックス	ファインセラミックス
------------	------------	------------	------------



和飲食器	和飲食器	和飲食器	和飲食器
------	------	------	------

その他

<珪砂製造業>

1. 景況

業況判断D Iは18.2、前回(9.1)に比べ9.1ポイント改善した。仕入価格の見直しにより業績は順調に推移している企業はあるが、取引先からの受注予定がずれ込み受注・売上が減少した企業もあり、受注・売上は悪化、収益は改善した。

2. 来期の見通し

予想業況判断D Iは18.2、今期実績比横ばいで推移する見込み。季節要因である飲料用ビン・ガラスの受注増加や大手企業からの受注が好調な企業もあり、受注・売上はともに改善、収益は横ばいで推移する見込み。

	28年4-6月の実績				前回との 変動幅	前年 同期比 D I	28年7-9月の見通し				今回との 変動幅
	増加	減少	不変	D I			増加	減少	不変	D I	
業況	18.2	0.0	81.8	18.2	9.1		27.3	9.1	63.6	18.2	0.0
受注	0.0	9.1	90.9	△9.1	△27.3		18.2	9.1	72.7	9.1	18.2
売上	0.0	9.1	90.9	△9.1	△18.2	18.2	9.1	9.1	81.8	0.0	9.1
収益	9.1	0.0	90.9	9.1	9.1	18.2	18.2	9.1	72.7	9.1	0.0

<和飲食器卸売業>

1. 景況

業況判断D Iは△8.3、前回(0.0)に比べ8.3ポイント悪化した。インターネット販売への切替により売上が増加した企業があったものの、仕入先の廃業等により仕入制限による売上減少や主要販売先からの受注減少の企業もあり、売上は悪化、収益は改善した。

2. 来期の見通し

予想業況判断D Iは0.0、今期実績比8.3ポイント改善する見込み。国内消費低迷の影響により売上減少を見込む企業がある一方、新商品の売上増加を見込む企業もあり、売上、収益は改善する見込み。

	28年4-6月の実績				前回との 変動幅	前年 同期比 D I	28年7-9月の見通し				今回との 変動幅
	増加	減少	不変	D I			増加	減少	不変	D I	
業況	4.2	12.5	83.3	△8.3	△8.3		8.4	8.3	83.3	0.0	8.3
売上	8.4	16.7	75.0	△8.3	△8.3	4.2	12.5	4.2	83.3	8.3	16.6
収益	4.2	16.7	79.2	△12.5	4.2	4.2	12.5	4.2	83.3	8.3	20.8

<電設資材卸売業>

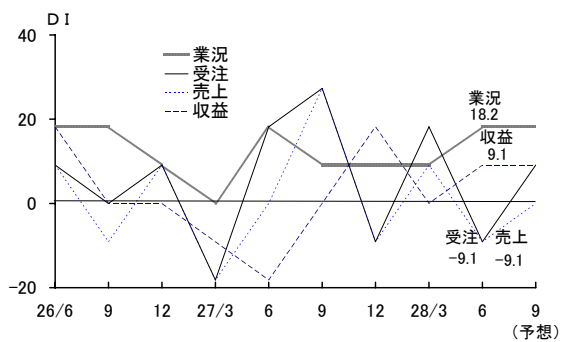
1. 景況

業況判断D Iは△11.1、前回(△5.6)に比べ5.5ポイント悪化した。住宅・店舗等の着工数が堅調に推移して売上が安定している企業はあるが、主要取引先からの売上減少や予定受注のずれ込みにより売上減少した企業があり、売上、収益はともに悪化した。

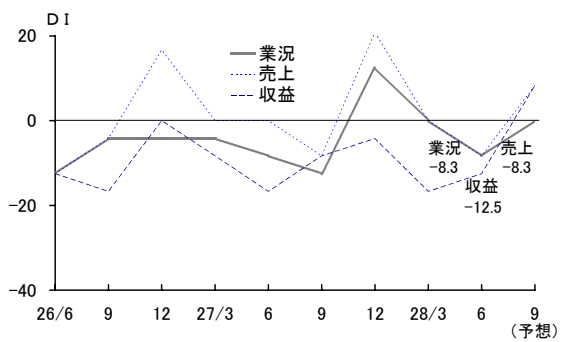
2. 来期の見通し

予想業況判断D Iは0.0、今期実績比11.1ポイント改善する見込み。取引先からの受注減少を見込む企業があるが、予定がずれ込んだことによる売上増加や適正価格での販売により収益増加を見込む企業もあり、売上、収益はともに改善する見込み。

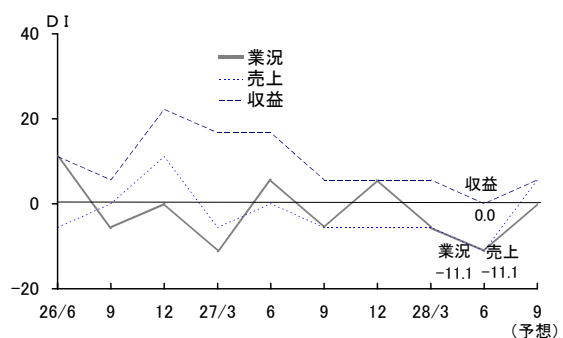
	28年4-6月の実績				前回との 変動幅	前年 同期比 D I	28年7-9月の見通し				今回との 変動幅
	増加	減少	不変	D I			増加	減少	不変	D I	
業況	0.0	11.1	88.9	△11.1	△5.5		0.0	0.0	100.0	0.0	11.1
売上	0.0	11.1	88.9	△11.1	△5.5	△16.7	5.6	0.0	94.4	5.6	16.7
収益	5.6	5.6	88.9	0.0	△5.6	0.0	5.6	0.0	94.4	5.6	5.6



時期	前期 平成28年 1～3月	当期 平成28年 4～6月	来期見通し 平成28年 7～9月
業種	珪砂製造業	珪砂製造業	珪砂製造業



和飲食器 卸売業			
-------------	--	--	--



電設資材 卸売業			
-------------	--	--	--

〈建築・土木・生コン製造業〉

1. 景況

業況判断D Iは0.0、前回(0.0)と変わらず横ばいで推移した。官公庁を中心に受注が安定している企業がある一方、公共工事の受注持ち越しにより受注が減少した企業もあり、受注・売上はともに悪化、収益は横ばいで推移した。

2. 来期の見通し

予想業況判断D Iは△5.9、今期実績比 5.9 ポイント悪化する見込み。公共工事の受注減少を見込む企業がある一方、官公庁からの受注増加を見込む企業もあり、受注・売上・収益はいずれも改善する見込み。

	28年4-6月の実績				前回との 変動幅	前年 同期比 D I	28年7-9月の見通し				今回との 変動幅
	増加	減少	不変	D I			増加	減少	不変	D I	
業況	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0		0.0	5.9	94.1	△5.9	△5.9
受注	0.0	11.8	88.2	△11.8	△35.3		11.8	5.9	82.4	5.9	17.7
売上	0.0	11.8	88.2	△11.8	△35.3	0.0	11.8	5.9	82.4	5.9	17.7
収益	5.9	5.9	88.2	0.0	0.0	△5.9	11.8	5.9	82.4	5.9	5.9

〈螺子製造業〉

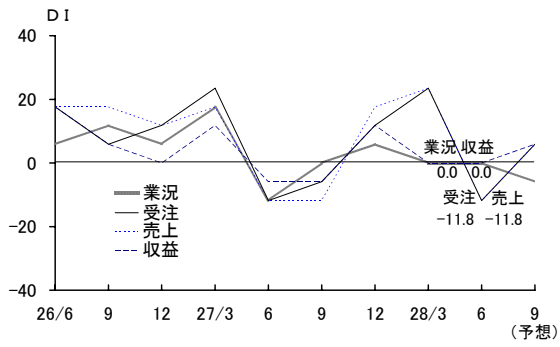
1. 景況

業況判断D Iは0.0、前回(17.6)に比べ17.6ポイント悪化した。取引先からの値下げ要請や三菱自動車向けの自動車部品の受注が減少した企業があるものの、小型受注を数多く確保した企業や受注を安定的に確保している企業もあり、受注・収益は横ばい、売上は改善した。

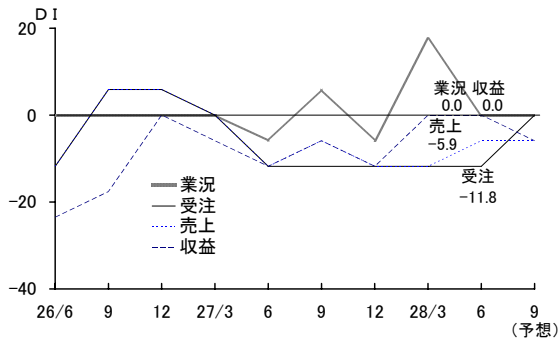
2. 来期の見通し

予想業況判断D Iは0.0、今期実績比横ばいで推移する見込み。取引先からの生産量調整による受注・売上減少を見込む企業があるが、三菱自動車の自動車生産台数の回復に伴う受注・売上増加を見込む企業もあり、受注は改善、売上は横ばい、収益は悪化する見込み。

	28年4-6月の実績				前回との 変動幅	前年 同期比 D I	28年7-9月の見通し				今回との 変動幅
	増加	減少	不変	D I			増加	減少	不変	D I	
業況	5.9	5.9	88.2	0.0	△17.6		11.8	11.8	76.5	0.0	0.0
受注	0.0	11.8	88.2	△11.8	0.0		11.8	11.8	76.5	0.0	11.8
売上	0.0	5.9	94.1	△5.9	5.9	△17.6	5.9	11.8	82.4	△5.9	0.0
収益	5.9	5.9	88.2	0.0	0.0	△11.8	5.9	11.8	82.4	△5.9	△5.9



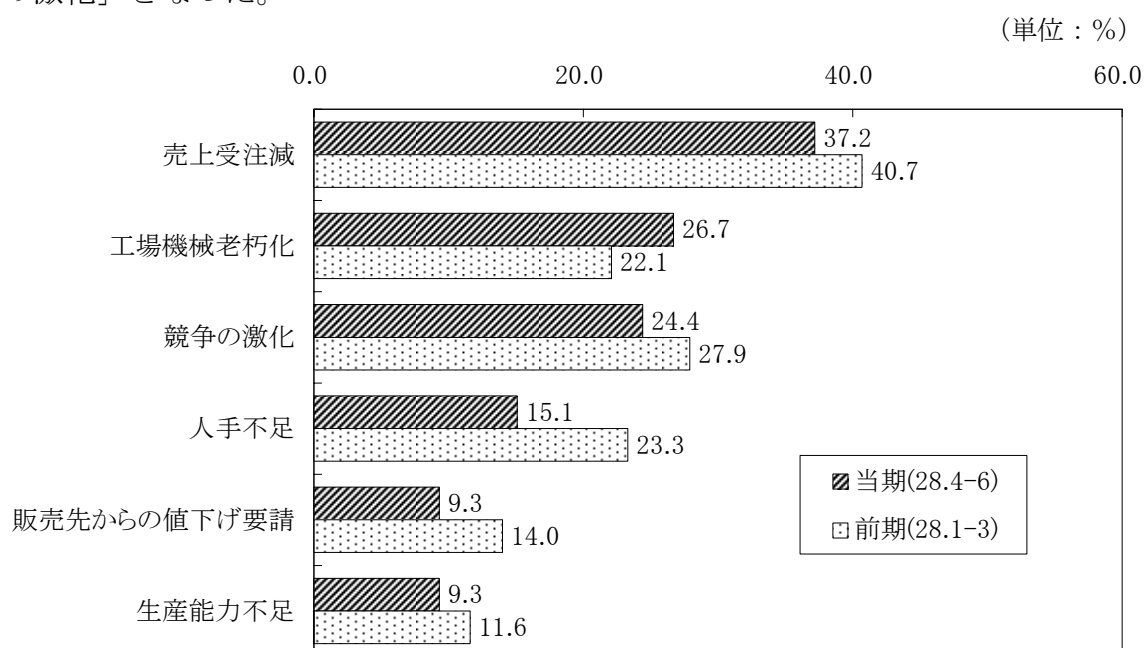
時期	前期 平成28年 1～3月	当期 平成28年 4～6月	来期見通し 平成28年 7～9月
業種			
建築・土木 生コン 製造業			



螺子製造業			
-------	--	--	--

経営上の問題点上位5項目（陶磁器製造業）

今回調査では、1位「売上・受注の停滞・減少」、2位「工場機械老朽化」、3位「競争の激化」となった。



※数字は有効回答数に占める割合で1企業が3項目まで回答

設備投資の動き（陶磁器製造業）

今回調査では、設備投資の実績は5.8%で、前期実績を2.3ポイント上回った。来期（今後3か月以内）は4.7%で、当期実績を1.1ポイント下回る予想となった。

(単位：%)

	前期 28年1-3月期	当期 28年4-6月期	来期 28年7-9月期
実施あり	3.5	5.8	4.7
土地	0.0	0.0	0.0
建物	33.3	20.0	0.0
機械の新設	33.3	60.0	75.0
機械の更改	33.3	20.0	25.0
その他	0.0	0.0	0.0
実施なし	96.5	94.2	95.3

※内訳の数字は「実施あり」に占める割合で、1企業が複数回答あり。

中小企業における事業上の情報収集・発信について

特別調査として「中小企業における事業上の情報収集・発信」について、瀬戸・尾張旭地区の11業種173社（うち陶磁器製造業86社）、名古屋地区の7業種137社を対象に、調査を実施しました。結果は以下のとおりです。

なお、全国、愛知県は、信金中央金庫の調査によるもので、調査先は全国15,917先、愛知県733先の結果です。

1. インターネットと電子メールの利用状況

(単位:%)

		インターネットの利用						電子メールの利用			
		利用している			利用していない			利用している	利用していない		
		自社HP 開設している	自社HP 開設していない		利用意向 あり	利用意向 なし			利用意向 あり	利用意向 なし	
	ノベルティ	62.5	43.8	18.8	37.5	12.5	25.0	56.3	43.8	18.8	25.0
	洋飲食器	33.3	22.2	11.1	66.7	0.0	66.7	22.2	77.8	0.0	77.8
	タイル	50.0	50.0	0.0	50.0	0.0	50.0	75.0	25.0	0.0	25.0
	電磁器	50.0	25.0	25.0	50.0	10.0	40.0	35.0	65.0	30.0	35.0
	ファインセラミックス	78.6	71.4	7.1	21.4	14.3	7.1	78.6	21.4	7.1	14.3
	和飲食器	42.1	26.3	15.8	57.9	10.5	47.4	36.8	63.2	15.8	47.4
	陶磁器製造業計	53.5	38.4	15.1	46.5	9.3	37.2	48.8	51.2	15.1	36.0
	珪砂	54.5	54.5	0.0	45.5	36.4	9.1	63.6	36.4	18.2	18.2
	和飲食器卸売	58.3	25.0	33.3	41.7	8.3	33.3	58.3	41.7	20.8	20.8
	電設資材卸売	77.8	50.0	27.8	22.2	11.1	11.1	77.8	22.2	16.7	5.6
	建築・土木・生コン	76.5	23.5	52.9	23.5	0.0	23.5	52.9	47.1	5.9	41.2
	螺子	64.7	29.4	35.3	35.3	5.9	29.4	52.9	47.1	35.3	11.8
	その他業種計	66.7	34.5	32.2	33.3	10.3	23.0	60.9	39.1	19.5	19.5
	瀬戸・尾張旭地区取引先計	60.1	36.4	23.7	39.9	9.8	30.1	54.9	45.1	17.3	27.7
	名古屋地区取引先計	79.6	53.3	26.3	20.4	9.5	10.9	81.0	19.0	5.1	13.9
	当金庫取引先計	68.7	43.9	24.8	31.3	9.7	21.6	66.5	33.5	11.9	21.6
	全国	75.2	49.2	26.1	24.8	7.5	17.3	70.1	29.9	10.2	19.7
	愛知	88.4	62.4	26.0	11.6	3.1	8.5	82.1	17.9	5.7	12.2

インターネット、電子メールともに6割以上が利用

<当金庫取引先>

インターネットと電子メールの利用状況について、インターネットを「利用している」が68.7%、「利用していない」が31.3%と約7割の企業が利用している。利用していると回答した企業のなかで43.9%が「自社のHPを開設している」となった。また、利用していないと回答した企業のなかで利用の意向がないと回答した割合が21.6%と高かった。

電子メールでは「利用している」が66.5%、「利用していない」が33.5%とインターネットの利用と同様な結果となった。

瀬戸・尾張旭地区取引先はインターネットの利用は60.1%、電子メールの利用は54.9%となった一方、名古屋地区取引先ではインターネットの利用は79.6%、電子メールの利用は81.0%と瀬戸・尾張旭地区取引先を大きく上回り、多くの企業が利用している結果となった。

<陶磁器製造業>

インターネットについては、「利用している」が53.5%、「利用していない」が46.5%と利用している企業が5割強の回答であった。電子メールについては、利用していないが利用しているを上回り51.2%となった。

業種別では、インターネットについては、ファインセラミックスが78.6%と利用率が高いものの、洋飲食器・和飲食器は低い利用率となっている。電子メールについては、インターネットの利用と同様であったが、タイルも利用が7割以上と高い利用率となった。

その他業種では、インターネット・電子メールともに電設資材卸売が77.8%と高い利用率であった。

2. ソーシャルメディアの事実上の情報収集・発信への利用状況

(単位:%)

		利用している(最も利用している媒体)						利用していない(今後の方針)					
		SNS 利用	ブログ 利用	ミニプロ グ利用	動画共有 サイト利 用	その他 利用	利用 開始予定	利用 検討中	どちらとも いえない	あまり利 用したく ない	今後も利 用しない		
業種別	ノベルティ	12.5	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	87.5	0.0	31.3	37.5	6.3	12.5
	洋飲食器	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	22.2	22.2	55.6
	タイル	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	75.0	0.0	12.5	12.5	12.5	37.5
	電磁器	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.0	95.0	0.0	10.0	40.0	10.0	35.0
	ファインセラミックス	21.4	21.4	0.0	0.0	0.0	0.0	78.6	0.0	21.4	42.9	0.0	14.3
	和飲食器	5.3	5.3	0.0	0.0	0.0	0.0	94.7	0.0	26.3	26.3	5.3	36.8
	陶磁器製造業計	10.5	9.3	0.0	0.0	0.0	1.2	89.5	0.0	18.6	32.6	8.1	30.2
	珪砂	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	9.1	27.3	36.4	9.1	18.2
	和飲食器卸売	12.5	8.3	0.0	0.0	0.0	4.2	87.5	4.2	12.5	29.2	8.3	33.3
	電設資材卸売	11.1	5.6	0.0	5.6	0.0	0.0	88.9	0.0	22.2	44.4	5.6	16.7
	建築・土木・生コン	5.9	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	94.1	0.0	0.0	64.7	0.0	29.4
螺子	5.9	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	94.1	5.9	11.8	41.2	5.9	29.4	
その他業種計	8.0	5.7	0.0	1.1	0.0	1.1	92.0	3.4	13.8	42.5	5.7	26.4	
瀬戸・尾張旭地区取引先計	9.2	7.5	0.0	0.6	0.0	1.2	90.8	1.7	16.2	37.6	6.9	28.3	
名古屋地区取引先計	10.2	7.3	1.5	0.0	0.7	0.7	89.8	1.5	20.4	40.9	8.8	18.2	
当金庫取引先計	9.7	7.4	0.6	0.3	0.3	1.0	90.3	1.6	18.1	39.0	7.7	23.9	
全国	19.4	12.7	3.2	0.8	1.6	1.1	80.6	2.8	16.6	31.2	8.4	21.7	
愛知	20.4	13.1	2.8	0.7	2.1	1.8	79.6	3.6	14.2	36.3	6.5	19.0	

ソーシャルメディアの利用企業は少ない

<当金庫取引先>

ソーシャルメディアの事実上の情報収集・発信への利用状況については、「利用している」が9.7%、「利用していない」が90.3%と1割弱の企業しか利用していない結果となった。少ない利用のなかで最も多い媒体が「SNS」の利用であった。「利用していない」と回答した企業のなかの今後の方針でも利用開始予定1.6%、利用検討中が18.1%と回答割合は低く、「どちらともいえない」が39.0%、「今後も利用しない」が23.9%と回答割合が高かった。

瀬戸・尾張旭地区取引先は、「利用している」が9.2%、名古屋地区取引先も「利用している」が10.2%と低い利用率であり、瀬戸・尾張旭地区取引先、名古屋地区取引先ともに「利用していない」と回答した企業のなかの今後の方針でも利用開始予定、利用検討中の回答割合は低く、「どちらともいえない」の回答割合が高かった。

また、全国、愛知県ともに「利用している」が約2割あり、当金庫を上回った利用率があったが、今後の方針では当金庫同様に「どちらともいえない」、「今後も利用しない」の回答割合が高かった。

<陶磁器製造業>

利用状況については、「利用している」が10.5%と当金庫全体を上回り、利用している媒体は殆んどが「SNS」の利用であった。また、「利用していない」と回答した企業のなかで今後の方針でも利用開始予定はなく、利用検討中が18.6%であった。

業種別は、タイル・ファインセラミックスで全国、愛知県を超える利用率であったが、洋飲食器では全ての企業で利用していなかった。

その他の業種では、利用している企業は少なく、珪砂でも全ての企業で利用していなかった。

3. 事業展開上の情報収集の媒体及び機関(複数回答)

(単位:%)

	テレビ・ラジオ	新聞・雑誌	インターネット	国・自治体等行政機関	金融機関	販売・仕入先	税理士、技術士等の専門家	組合や商議所等	その他	特になし
ノベルティ	31.3	62.5	43.8	6.3	31.3	25.0	6.3	12.5	0.0	6.3
洋飲食器	55.6	77.8	11.1	0.0	0.0	22.2	0.0	11.1	0.0	22.2
タイル	12.5	25.0	12.5	12.5	25.0	87.5	12.5	0.0	0.0	12.5
電磁器	15.0	75.0	30.0	5.0	20.0	50.0	20.0	10.0	0.0	5.0
ファインセラミックス	14.3	71.4	64.3	0.0	0.0	28.6	21.4	21.4	0.0	0.0
和飲食器	42.1	57.9	15.8	5.3	26.3	47.4	5.3	36.8	0.0	10.5
陶磁器製造業計	27.9	64.0	31.4	4.7	18.6	41.9	11.6	17.4	0.0	8.1
珪砂	18.2	36.4	18.2	9.1	54.5	45.5	18.2	36.4	0.0	9.1
和飲食器卸売	12.5	33.3	20.8	0.0	37.5	62.5	16.7	66.7	0.0	4.2
電設資材卸売	22.2	72.2	44.4	5.6	22.2	44.4	33.3	16.7	0.0	0.0
建築・土木・生コン	29.4	58.8	23.5	11.8	23.5	23.5	11.8	35.3	0.0	0.0
螺子	35.3	58.8	35.3	11.8	29.4	47.1	17.6	5.9	0.0	0.0
その他業種計	23.0	51.7	28.7	6.9	32.2	46.0	19.5	34.5	0.0	2.3
瀬戸・尾張旭地区取引先計	25.4	57.8	30.1	5.8	25.4	43.9	15.6	26.0	0.0	5.2
名古屋地区取引先計	20.4	48.9	40.9	6.6	21.9	57.7	27.7	15.3	0.0	1.5
当金庫取引先計	23.2	53.9	34.8	6.1	23.9	50.0	21.0	21.3	0.0	3.5
全国	22.3	45.0	39.5	11.8	18.4	52.8	15.9	19.8	1.7	6.5
愛知	19.9	43.5	46.5	11.3	24.4	54.4	19.5	17.9	2.0	3.1

情報収集は新聞・雑誌や取引先が多い

<当金庫取引先>

事業展開上の情報収集の媒体及び機関については、「新聞・雑誌」が53.9%と最も高く、「販売・仕入先」が50.0%、「インターネット」が34.8%と続いた。地域の機関である「金融機関」「組合や商議所等」は2割強の回答割合であった。

瀬戸・尾張旭地区取引先では、「新聞・雑誌」が57.8%と最も高く、「販売・仕入先」が43.9%、「インターネット」が30.1%、名古屋地区取引先では、「販売・仕入先」が57.7%、「新聞・雑誌」が48.9%、「インターネット」が40.9%と回答割合の差はあるものの同様の媒体からとなった。

また、全国、愛知県ともに情報収集の高い媒体は当金庫と同様で「新聞・雑誌」や取引先である「販売・仕入先」となった。

<陶磁器製造業>

情報収集の媒体及び機関については、「新聞・雑誌」が64.0%と最も高く、「販売・仕入先」が41.9%、「インターネット」が31.4%となり、また、地域の機関である「金融機関」「組合や商議所等」は1割台であった。

業種別にみると、タイル以外の5業種では「新聞・雑誌」が最も高い回答割合であったが、タイルは「販売・仕入先」が87.5%と高い回答割合となった。また、洋飲食器・和飲食器では「テレビ・ラジオ」も情報収集の媒体として高い回答であった。

その他業種においては、電設資材卸売、建築・土木・生コン、螺子では「新聞・雑誌」、和飲食器卸売は「組合や商議所等」、珪砂は「金融機関」と業種によって情報収集先が分かれた。

4. 取引推進上の情報発信媒体の活用状況(複数回答)

(単位:%)

	テレビ・ラジオ	新聞・雑誌(広告含む)・	看板・ポスター	コミュニティ誌等 地域発行物	自社HP (ブログ含む)	インターネット(H P以外)	ダイレクト メール	電話・ファクシ ミリ	その他	特になし
ノベルティ	0.0	18.8	0.0	6.3	37.5	18.8	0.0	0.0	6.3	43.8
洋飲食器	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0	88.9
タイル	0.0	0.0	0.0	0.0	37.5	25.0	0.0	0.0	0.0	62.5
電磁器	10.0	25.0	25.0	15.0	15.0	5.0	0.0	0.0	0.0	40.0
ファインセラミックス	0.0	7.1	21.4	7.1	57.1	7.1	0.0	0.0	14.3	35.7
和飲食器	0.0	0.0	21.1	26.3	21.1	15.8	5.3	0.0	0.0	52.6
陶磁器製造業計	2.3	10.5	14.0	11.6	27.9	11.6	1.2	1.2	3.5	50.0
珪砂	9.1	9.1	9.1	18.2	36.4	9.1	0.0	0.0	9.1	27.3
和飲食器卸売	0.0	4.2	4.2	8.3	8.3	12.5	20.8	20.8	12.5	41.7
電設資材卸売	5.6	16.7	0.0	0.0	16.7	16.7	5.6	16.7	5.6	38.9
建築・土木・生コン	0.0	5.9	17.6	17.6	29.4	0.0	0.0	0.0	0.0	58.8
螺子	11.8	23.5	17.6	11.8	17.6	23.5	0.0	0.0	0.0	47.1
その他業種計	4.6	11.5	9.2	10.3	19.5	12.6	6.9	9.2	5.7	43.7
瀬戸・尾張旭地区取引先計	3.5	11.0	11.6	11.0	23.7	12.1	4.0	5.2	4.6	46.8
名古屋地区取引先計	9.5	20.4	18.2	2.9	35.0	20.4	4.4	13.9	2.2	23.4
当金庫取引先計	6.1	15.2	14.5	7.4	28.7	15.8	4.2	9.0	3.5	36.5
全国	9.8	24.2	16.6	12.2	33.5	16.9	8.7	10.3	3.2	29.7
愛知	8.6	22.5	14.6	9.5	44.7	19.9	8.5	9.3	3.4	27.6

情報発信媒体は「自社HP(ブログ含む)」が多い

<当金庫取引先>

取引推進上の情報発信媒体の活用状況については、「自社HP(ブログ含む)」が28.7%で最も高く、「インターネット(HP以外)」が15.8%、「新聞・雑誌(広告含む)」が15.2%となった。また、情報発信媒体の活用をしていない「特になし」との回答が36.5%と多かった。

瀬戸・尾張旭地区取引先においては、「自社HP(ブログ含む)」が23.7%、「インターネット(HP以外)」が12.1%、「看板・ポスター」が11.6%となっている。

名古屋地区取引先では、「自社HP(ブログ含む)」が35.0%、「インターネット(HP以外)」 「新聞・雑誌(広告含む)」がともに20.4%となり、瀬戸・尾張旭地区取引先と同様の媒体の回答割合は高かった。

<陶磁器製造業>

取引推進上の情報発信媒体の活用状況について、「自社HP(ブログ含む)」が27.9%で最も高く、「看板・ポスター」が14.0%、「コミュニティ誌等地域発行物」「インターネット(HP以外)」がともに11.6%となった。

業種別では、ノベルティ、タイル、ファインセラミックスで「自社HP(ブログ含む)」が高い回答割合になっており、電磁器は「新聞・雑誌(広告含む)」「看板・ポスター」、和飲食器は「コミュニティ誌等地域発行物」が最も高かった。

その他業種は、和飲食器卸売で最も高い回答割合は「ダイレクトメール」「電話・ファクシミリ」、電設資材卸売は「新聞・雑誌(広告含む)」「自社HP(ブログ含む)」など4媒体、螺子では「新聞・雑誌(広告含む)」「インターネット(HP以外)」と情報発信媒体が分かれた。

また、全国、愛知県も当金庫取引先と同様に「「自社HP(ブログ含む)」等が上位の回答となっており、特に愛知県での「「自社HP(ブログ含む)」は44.7%と非常に高い回答割合となった。

5. 情報発信媒体の効果への期待と実現状況

(単位:%)

	期待する効果					効果の実現状況				
	新規顧客獲得	既存取引先との取引拡大・深耕	知名度・信用力向上	その他	情報発信を行っていない	期待以上に実現	おおむね実現	どちらともいえず	あまり実現せず	実現せず
ノベルティ	50.0	25.0	6.3	0.0	18.8	7.7	30.8	46.2	15.4	0.0
洋飲食器	0.0	11.1	0.0	0.0	88.9	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
タイル	0.0	12.5	25.0	0.0	62.5	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0
電磁器	50.0	10.0	10.0	0.0	30.0	7.1	14.3	50.0	14.3	14.3
ファインセラミックス	57.1	14.3	7.1	0.0	21.4	0.0	27.3	72.7	0.0	0.0
和飲食器	47.4	5.3	0.0	0.0	47.4	0.0	10.0	40.0	30.0	20.0
陶磁器製造業計	40.7	12.8	7.0	0.0	39.5	3.8	23.1	51.9	13.5	7.7
珪砂	36.4	18.2	9.1	0.0	36.4	0.0	42.9	42.9	14.3	0.0
和飲食器卸売	33.3	25.0	4.2	0.0	37.5	6.7	26.7	40.0	20.0	6.7
電設資材卸売	61.1	11.1	0.0	0.0	27.8	0.0	38.5	61.5	0.0	0.0
建築・土木・生コン	11.8	23.5	5.9	0.0	58.8	0.0	14.3	71.4	0.0	14.3
螺子	52.9	11.8	0.0	0.0	35.3	9.1	27.3	54.5	0.0	9.1
その他業種計	39.1	18.4	3.4	0.0	39.1	3.8	30.2	52.8	7.5	5.7
瀬戸・尾張旭地区取引先計	39.9	15.6	5.2	0.0	39.3	3.8	26.7	52.4	10.5	6.7
名古屋地区取引先計	47.4	21.2	10.9	0.0	20.4	1.8	16.5	56.9	19.3	5.5
当金庫取引先計	43.2	18.1	7.7	0.0	31.0	2.8	21.5	54.7	15.0	6.1
全国	44.7	15.0	15.9	0.4	24.0	1.4	25.6	52.9	14.6	5.6
愛知	46.0	12.6	18.6	0.3	22.5	1.2	25.4	46.3	14.8	12.3

新規顧客獲得に期待、実現状況はどちらともいえず

<当金庫取引先>

情報発信媒体の効果への期待と実現状況について、期待する効果では「新規顧客獲得」の回答割合が43.2%と最も高く、続いて「既存取引先との取引拡大・深耕」が18.1%となった。また、「情報発信を行っていない」も31.0%の回答があった。

効果の実現状況は「どちらともいえず」が54.7%、「おおむね実現」が21.5%となったが、「期待以上に実現」「実現せず」の回答割合は低かった。

瀬戸・尾張旭地区取引先では、期待する効果は「新規顧客獲得」が39.9%、「既存取引先との取引拡大・深耕」が15.6%であった。名古屋地区取引先でも「新規顧客獲得」が47.4%、「既存取引先との取引拡大・深耕」が21.2%となり、瀬戸・尾張旭地区取引先より高い回答割合であった。

また、効果の実現状況は瀬戸・尾張旭地区取引先、名古屋地区取引先ともに「どちらともいえず」が5割を超えた。続いて瀬戸・尾張旭地区取引先は「おおむね実現」が26.7%となったが、名古屋地区取引先では「あまり実現せず」が19.3%と高く、効果の実現状況は瀬戸・尾張旭地区取引先、名古屋地区取引先で回答が分かれた。

<陶磁器製造業>






期待する効果については、「新規顧客獲得」の回答割合が40.7%、「既存取引先との取引拡大・深耕」が12.8%となった。また、効果の実現状況では「どちらともいえず」が5割を超え、「おおむね実現」が23.1%となった。

業種別では、期待する効果でタイルは「知名度・信用力向上」が25.0%と他の業種と比較して高く、洋飲食器は情報発信していない企業が多かった。

その他業種では効果の実現状況で「おおむね実現」が30.2%と陶磁器製造業を上回っており、効果があったと回答した企業が多かった。

景気動向調査結果 (名古屋地区)

平成 28 年 6 月

業種		時期	前期	当期	来期見通し	概 況
		平成 28 年 1~3 月	平成 28 年 4~6 月	平成 28 年 7~9 月		
製 造 業	繊維製品				業況判断D Iは△36.4、前期比 18.2 ポイント悪化となった。受注額D Iは△18.2、前期比 9.1 ポイント悪化。売上額D Iは△9.1、売上数量D Iは△18.2、ともに前期比横ばいとなっている。 予想業況判断D Iは△36.4、今期比横ばいの見込み。	
	機械・部品				業況判断D Iは 0.0、前期比 8.1 ポイント悪化となった。受注額D Iは△5.4、前期比 13.5 ポイント悪化。売上額D Iは 0.0、前期比 8.1 ポイント悪化となっている。 予想業況判断D Iは 16.2、今期比 16.2 ポイント改善の見込み。	
	紙加工品				業況判断D Iは△21.4、前期比横ばいとなった。受注額D Iは△42.9、前期比 14.3 ポイント悪化。売上額D Iは△35.7、前期比 7.1 ポイント悪化となっている。 予想業況判断D Iは△35.7、今期比さらに 14.3 ポイント悪化の見込み。	
卸 売 業	鋼材・伸銅品				業況判断D Iは△14.3、前期比 14.3 ポイント悪化となった。売上額D Iは△14.3、前期比 4.8 ポイント悪化。売上数量D Iは△19.0、前期比 14.2 ポイント悪化となっている。 予想業況判断D Iは△14.3、今期比横ばいの見込み。	
	建築材料				業況判断D Iは△20.0、前期比 26.7 ポイント悪化となった。売上額D I、売上数量D Iともに△26.7、ともに前期比 20.0 ポイント悪化となっている。 予想業況判断D Iは△20.0、今期比横ばいの見込み。	
	家具・文具				業況判断D Iは△10.0、前期比横ばいとなった。売上額D Iは 10.0、前期比 10.0 ポイント改善。売上数量D Iは 20.0、前期比 20.0 ポイント改善となっている。 予想業況判断D Iは△10.0、今期比横ばいの見込み。	
建 設 業					業況判断D Iは 10.3、前期比 3.5 ポイント悪化となった。受注額D Iは 13.8、前期比 10.3 ポイント悪化。売上額D Iは 10.3、前期比 10.4 ポイント悪化となっている。 予想業況判断D Iは 17.2、今期比 6.9 ポイント改善する見込み。	

※この天気図は、本調査を総合的に判断して作成したものです。

好 調 ←      → 低 調

バンコク駐在員事務所通信

平成28年6月
バンコク駐在員事務所
所長 松浦 博章

タイの政治経済等最新事情

1. 政治

労働省職能開発局長は「本年8月にも5業種20職種の新しい最低賃金を官報にて発表する」と述べた。5業種とは、電気・電子業、自動車部品業、自動車業、宝石業、ロジスティクス業であり、同省はこれまでも6業種35職種について、320パーツから815パーツまでとする新最低賃金を発表している。また、同局長は「新最低賃金は、職能調査を受けた者が対象で、各職種において定められた職能レベルに準じて上げられる」と述べた。

2. 経済

タイのカシコン銀行系カシコン・リサーチ・センターは、「2016年4月末時点の地場銀行14行の融資残高は10兆4035億パーツとなり、前年同月末比2.1%の伸びにとどまった」と発表した。また、「第1四半期のタイ国内総生産成長率が3.2%のプラスと予想を上回ったことや、政府によるインフラ投資の加速などで、今後の資金需要が高まるとし、2016年通年の融資伸び率が4~6%になる見通し」としている。4月末の融資残高トップはクルンタイ銀行の1兆8378億パーツで、前年同月末比0.6%減だった。次いでサイアム・コマーシャル銀行、バンコック銀行、カシコン銀行、アユタヤ銀行の順番。大手5行の融資残高は同2.4%増の8兆382億パーツで、全体の77.2%を占めた。

3. 社会

2016年6月9日にタイのプミポン国王（88歳）が在位70年を迎え、全国各地で記念行事が催された。世界の現役君主の在位期間としては、エリザベス英女王らを上回り世界最長を誇るが、入院生活が長期化し健康状態の悪化が懸念されている。

プミポン国王は1946年6月9日、兄ラマ8世王の急死を受け、18歳で国王に即位した。その後は「王室プロジェクト」と呼ばれる数多くの社会開発事業を展開して国民の生活向上に尽力するとともに、政治危機の收拾でも大きな役割を果たし、国民から圧倒的な支持を集めてきた。しかし、近年は体調を崩して入退院を繰り返し、昨年5月末にバンコクの病院に再び入院。その後も体調は優れず、過剰な脳脊髄液を除去する処置のほか、6月7日には心臓手術を受けている。

4. テクノロジー

日本の協力で進めているバンコクーチェンマイ高速鉄道（670キロ）の整備計画において、日本からタイ側へ旅客需要の増加に向け周辺地の開発を同時に進めることを提案した。

日本はタイが以前作成した高速鉄道の設計書を基に、基本設計の中間報告を策定しているが、その中間報告の中で「巨額の事業費を賄う収益を鉄道事業単体で確保するのは容易ではない」との見通しが示されたため、路線が通過する主要地での工業団地造成や観光開発などを同時に進めれば鉄道旅客の需要が増え、鉄道事業の収益好転につながるとタイ側に伝えた。タイ側は、総額約4500億パーツと見込まれる高速鉄道の事業費負担を緩和するため、バンコクー北部のピサヌローク、ピサヌロークーチェンマイの2路線に分けて建設を進めることを検討している。