

景況感は、製造業は好転幅微増、非製造業は好転幅微減
先行きは、製造業は好転幅拡大、非製造業は好転幅縮小

目次

	ページ
調査要領	1
1. 概況	2
2. 業況判断	製造業は好転幅微増、非製造業は好転幅微減 3
3. 売上	製造業は好転幅増加、非製造業は好転幅微減 3
4. 受注	製造業は増加幅拡大、建設業は横ばい 4
5. 経常利益	製造業は減少幅拡大、非製造業は増加幅拡大 4
6. 在庫	製品在庫は過剰感は横ばい、商品在庫は不足感減少 4
7. 販売価格・仕入価格	販売価格は低下幅縮小、仕入価格は上昇 5
8. 資金繰り・借入金残高	借入金で非製造業の減少幅拡大 5
9. 雇用	製造業は不足感微増、非製造業は不足感微減 6
10. 設備投資	製造業、非製造業で前年比増、ともに補修、更新が主 6
11. 経営上の問題点	製造業では「先行き見通し難」、「売上・受注の減少」が上位、非製造業では「売上・受注の減少」、「仕入価格の上昇」が上位 7
12. アンケート調査結果	平成26年中の海外戦略について 11

○調査要領

- 調査目的 鳥取県内の企業動向を調査し、県内景気の現状及び先行きを把握するため
 調査対象 県内企業219社、回答企業101社、回答率46.1%
 調査方法 各支店を通じるか、または郵送による記名式回答
 調査対象期間 平成25年7～9月実績及び平成25年10～12月予想
 調査時点 平成25年11月下旬～12月中旬

○業種別回答企業数

		回答企業数	構成比	うち中小企業	構成比
製 造 業	食料品	10	9.9	10	100.0
	繊維・縫製	2	2.0	2	100.0
	木材・木製品	3	3.0	3	100.0
	紙・紙加工品	3	3.0	3	100.0
	窯業・土石	5	5.0	5	100.0
	金属・機械	11	10.9	11	100.0
	電気機械	9	8.9	8	88.9
	印刷・その他	12	11.9	12	100.0
	計	55	54.5	54	98.2
非 製 造 業	建設業	8	7.9	8	100.0
	卸売業	17	16.8	16	94.1
	小売業	10	9.9	6	60.0
	運輸業	5	5.0	5	100.0
	旅館・ホテル	6	5.9	5	83.3
	計	46	45.5	40	87.0
全部門合計		101	100.0	94	93.1

注：中小企業の範囲

- 製造業・建設業・運輸業… 資本金3億円以下または従業員300人以下の企業
 卸売業……………資本金1億円以下または従業員100人以下の企業
 小売業……………資本金5千万円以下または従業員50人以下の企業
 サービス業……………資本金5千万円以下または従業員100人以下の企業

— B S I とは —

ビジネス・サーベイ・インデックスは業況や売上など項目ごとに、企業経営者の「好転」、「不変」、「悪化」の判断を集計し指標化したもので、時系列的に景気の動きを把握するもの。B S I がプラスならば全体として「良い・上昇・好転」とみなされ、逆にマイナスは「悪い・低下・悪化」と判断できる。

1 概況……県内景況感は、製造業は好転幅微増、非製造業は好転幅微減 先行きの景況感は、製造業は好転幅拡大、非製造業は好転幅縮小

本件調査によると、平成25年7～9月の「自社業況の総合判断」は、前期(平成25年4～6月)に比べて製造業では、食料品等で好転幅が拡大したことなどから、0.7ポイント上昇。非製造業では、旅館・ホテルで好転幅が縮小したことなどから、0.5ポイント低下。全産業では8.0と前期(7.9)より0.1ポイント好転幅が拡大。また、前回調査時(9月)の予想(+9.0)よりも1.0ポイント好転幅が縮小した。

先行き平成25年10～12月の景況感は、製造業では、電気機械が悪化から好転となることなどから5.5ポイント上昇。非製造業では、小売業で好転から悪化となることなどから3.2ポイント低下する。全産業では1.5ポイント上昇する見込み。

1. 業種別の景況(詳細はP.3上段をご覧ください)

製造業の景況感は、前期比0.7ポイント上昇し、2四半期連続の好転となった。(+4.9→+5.6)

非製造業の景況感は、前期比0.5ポイント低下するも、2四半期連続の好転となった。(+11.4→+10.9)

2. 売上高の景況(詳細はP.3下段をご覧ください)

製造業では、前期比1.6ポイント上昇した。

非製造業では、前期比2.2ポイント低下した。

全産業では、前期比0.2ポイント低下した。(+6.8→+6.6)

3. 受注高の景況(詳細はP.4上段をご覧ください)

製造業では、前期比1.7ポイント上昇した。

建設業では、前期比±0.0ポイント。

全産業では、前期比1.3ポイント上昇した。(+9.9→+11.2)

4. 経常利益の景況(詳細はP.4中段をご覧ください)

製造業では、前期比0.8ポイント低下した。

非製造業では、前期比1.1ポイント上昇した。

全産業では、前期比±0.0ポイントとなった。

(+0.5→+0.5)

5. 販売価格、仕入価格の景況(詳細はP.5上段をご覧ください)

■販売価格

製造業では、前期比0.3ポイント上昇した。

非製造業では、前期比1.0ポイント上昇した。

全産業では、前期比0.6ポイント上昇した。

(▲1.1→▲0.5)

■仕入価格

製造業では、前期比0.3ポイント低下した。

非製造業では、前期比1.4ポイント上昇した。

全産業では、前期比0.8ポイント上昇した。

(+13.7→+14.5)

6. 経営上の問題点(詳細はP.7下段をご覧ください)

大きいものから2項目選択した上位項目(全産業)

「売上・受注の減少」…39%の企業が選択した。

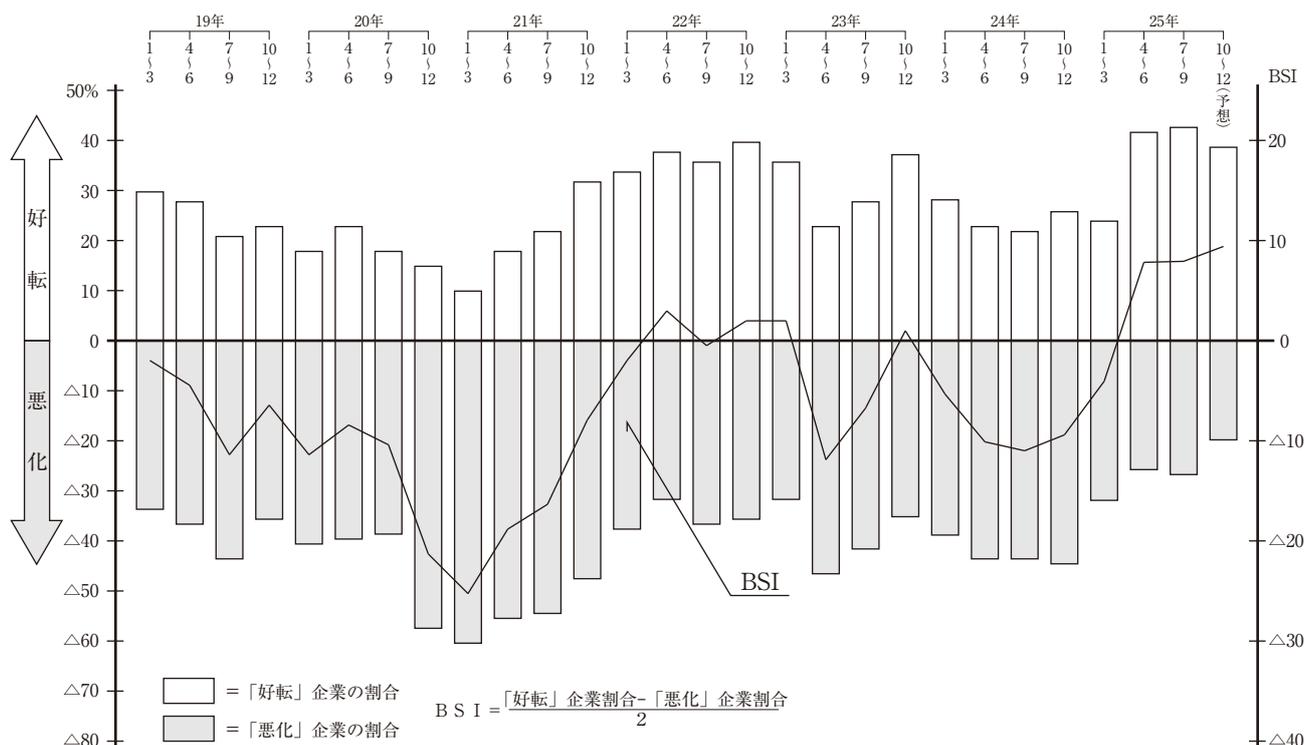
「仕入価格の上昇」…31%の企業が選択した。

「先行き見通し難」…29%の企業が選択した。

「過当競争」…20%の企業が選択した。

「販売価格の低下」…16%の企業が選択した。

図－1 自社業況の総合判断の推移



2 業況判断……製造業は好転幅微増、非製造業は好転幅微減

「自社業況の総合判断」BSI※〔(好転の割合-悪化の割合)÷2〕

25年7～9月は、前回調査比 +0.1(▲7.9→+8.0)

前回(9月)調査の先行き予想比 ▲1.0(+9.0→+8.0)

25年10～12月の見込みは、 +0.5(+8.0→+9.5)

26年1～3月の見込みは ▲0.5(+9.5→+9.0)

自社の業況が前年同期に比べて好転しているか、悪化しているかについて、経営者の判断を示すもの

製造業のBSI

25年7～9月は、前回調査比 +0.7(+4.9→+5.6)

上昇した業種:金属・機械、紙・紙加工品など

低下した業種:木材・木製品、印刷・その他など

25年10～12月の見込みは、 +5.5(+5.6→+11.1)

上昇見込み:食料品、電気機械など

低下見込み:窯業・土石など

26年1～3月の見込みは、 ▲0.7(+11.1→+10.4)

上昇見込み:紙・紙加工品、印刷・その他など

低下見込み:電気機械など

非製造業のBSI

25年7～9月は、前回調査比 ▲0.5(+11.4→+10.9)

上昇した業種:卸売業

低下した業種:旅館・ホテル

25年10～12月の見込みは、 ▲1.4(+10.9→+9.5)

上昇見込み:卸売業

低下見込み:小売業、運輸業

26年1～3月の見込みは、 ▲0.6(+9.5→+8.9)

上昇見込み:卸・小売業、運輸業

低下見込み:建設業、旅館・ホテル

図-2 業況総合判断 (製造業)

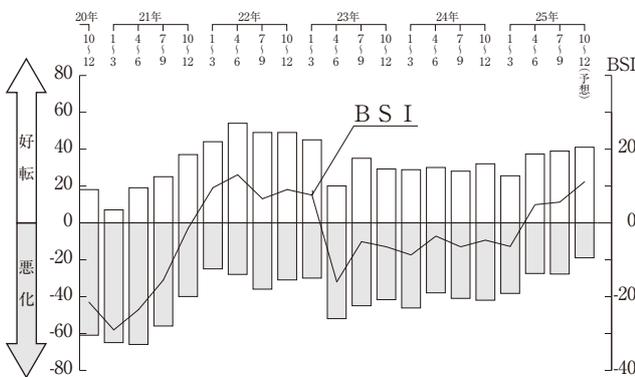
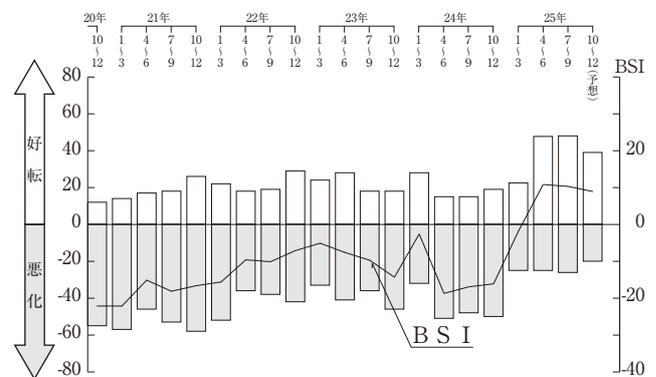


図-3 業況総合判断 (非製造業)



3 売上……製造業は好転幅増加、非製造業は好転幅減少

製造業の売上高BSI

25年7～9月は、前回調査比 +1.6(±0.0→+1.6)

上昇した業種:木材・木製品・家具など

低下した業種:なし

25年10～12月の見込みは、 +3.3(+1.6→+4.9)

上昇見込み:繊維・縫製、木材・木製品・家具など

低下見込み:金属・機械

非製造業の売上高BSI

25年7～9月は、前回調査比 ▲2.2(+14.3→+12.1)

上昇した業種:なし

低下した業種:旅館・ホテル

25年10～12月の見込みは、 ▲5.4(+12.1→+6.7)

上昇見込み:なし

低下見込み:小売業、運輸業など

売上高にかかる回答の集計(回答企業の加重平均)

全産業(回答54社)

25年7～9月実績は、前年同期比 +4.1%

25年10～12月予想は、同 +6.4%

製造業(31社)

25年7～9月実績は、前年同期比 +4.8%

上昇した業種:食料品、電気機械

低下した業種:金属・機械など

25年10～12月予想は、前年同期比 +8.4%

上昇見込みの業種:電気機械、金属・機械など

低下見込みの業種:窯業・土石

非製造業(23社)

25年7～9月実績は、前年同期比 +2.8%

上昇した業種:建設業、運輸業、旅館・ホテルなど

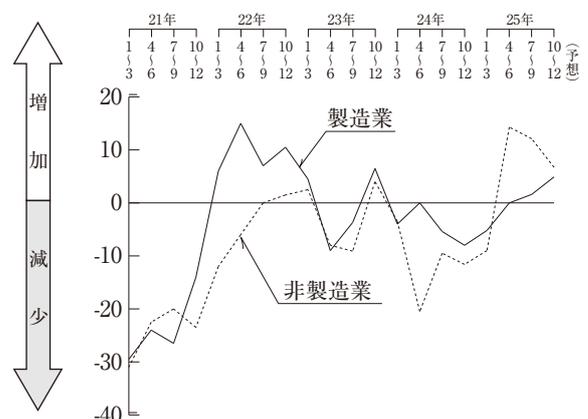
低下した業種:小売業

25年10～12月予想は、前年同期比 +2.6%

上昇した業種:建設業、

低下した業種:卸・小売業、運輸業、旅館・ホテル

図-4 売上高のBSI



4 受注……製造業は増加幅が拡大へ、建設業は横ばい

製造業の受注高BSI

25年7～9月は、前回調査比 +1.7(+7.3→+9.0)

上昇した業種：食料品、木材・木製品・家具

低下した業種：なし

25年10～12月の見込みは、+2.0(+9.0→+11.0)

上昇見込み：金属・機械、木材・木製品・家具など

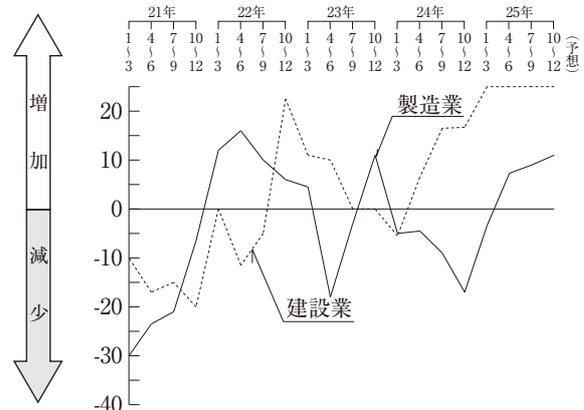
低下見込み：電気機械、窯業・土石

建設業の受注高BSI

25年7～9月は、前回調査比 ±0.0(+25.0→+25.0)

25年10～12月の見込みは、±0.0(+25.0→+25.0)

図-5 受注額のBSI



5 経常利益……製造業は減少幅拡大、非製造業は増加幅拡大

製造業の経常利益BSI

25年7～9月は、前回調査比 ▲0.8(▲1.0→▲1.8)

上昇した業種：食料品

低下した業種：出版・印刷・その他

25年10～12月の見込みは、▲1.0(▲1.8→▲2.8)

上昇見込み：紙・紙加工品など

低下見込み：食料品、金属・機械など

非製造業の経常利益BSI

25年7～9月は、前回調査比 +1.1(+2.3→+3.4)

上昇した業種：卸売業

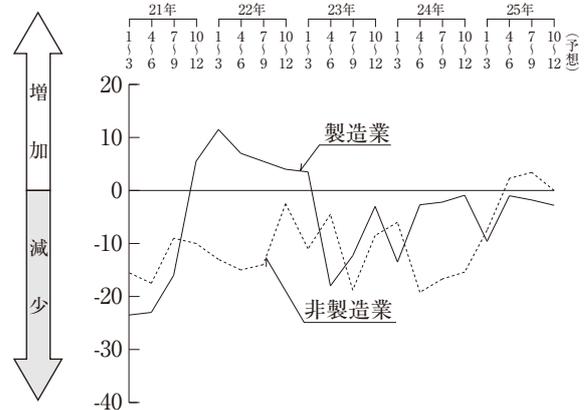
低下した業種：なし

25年10～12月の見込みは、▲3.4(+3.4→±0.0)

上昇見込み：建設業

低下見込み：運輸業、旅館・ホテル

図-6 経常利益のBSI



6 在庫……製品在庫の過剰感は横ばい、商品在庫は不足感減少

製品在庫BSI「(不足-過剰)÷2」

25年7～9月は前回調査比 ±0.0(▲3.1→▲3.1)

過剰感が増加した業種：なし

過剰感が減少した業種：なし

不足感が増加した業種：なし

不足感が減少した業種：なし

25年10～12月の見込みは、+3.1(▲3.1→±0.0)

過剰感減少見込み：電機機械、出版・印刷・その他

不足感増加見込み：食料品

過剰感減少見込み、不足感増加見込みはなし

商品在庫BSI

25年7～9月は前回調査比 ▲2.0(±0.0→▲2.0)

不足感が減少した業種：卸売業

過剰感が減少した業種、不足感が増加した業種、不足感が減少した業種はなし

25年10～12月の見込みは、±0.0(▲2.0→▲2.0)

過剰感が増加見込み：卸売業

過剰感が減少見込み：小売業

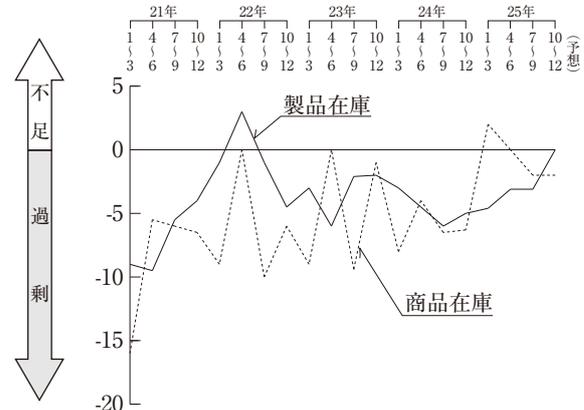
製造業の原材料在庫BSI

25年7～9月は前回調査比 +0.1(▲2.0→▲1.9)

過剰感が減少した業種：食料品

不足感が減少した業種：木材・木製品・家具
過剰感が増加した業種、不足感が増加した業種はなし
25年10～12月の見込みは +0.9(▲1.9→▲1.0)
過剰感が減少した業種：電気機械
不足感減少見込み：木材・木製品・家具

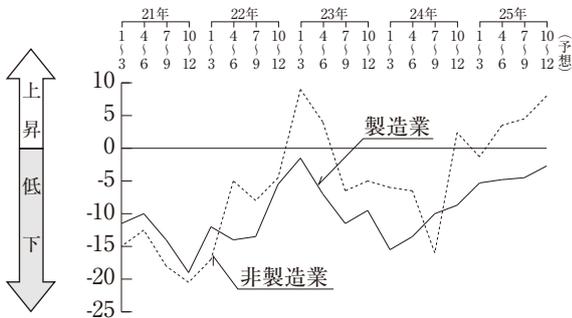
図-7 製品・商品在庫のBSI



7 販売価格・仕入価格……販売価格は低下幅縮小、仕入価格は上昇

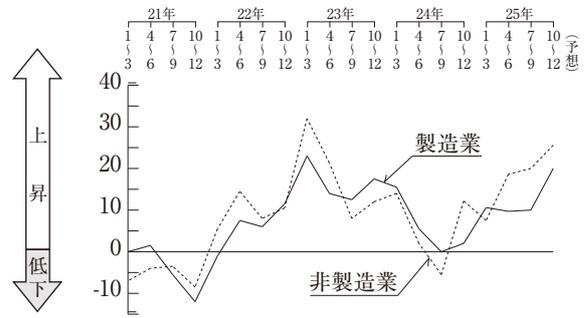
販売価格BSI「(上昇-低下)÷2」	
25年7～9月は、前回調査比	+0.6(▲1.1→▲0.5)
25年10～12月の見込みは、	+1.5(▲0.5→+2.0)
製造業の販売価格BSI	
25年7～9月は、前回調査比	+0.3(▲4.8→▲4.5)
上昇した業種：木材・木製品・家具など	
低下した業種：食料品	
25年10～12月の見込みは、	+1.8(▲4.5→▲2.7)
上昇見込み：食料品、金属・機械	
低下見込み：なし	
非製造業の販売価格BSI	
25年7～9月は、前回調査比	+1.0(+3.5→+4.5)
上昇した業種：卸売業	
低下した業種：なし	
25年10～12月の見込みは、	+3.5(+4.5→+8.0)
上昇見込み：建設業、卸売業、旅館・ホテル	
低下見込み：小売業	

図-8 販売価格のBSI



原材料仕入価格BSI「(上昇-低下)÷2」	
25年7～9月は、前回調査比	+0.8(+13.7→+14.5)
25年10～12月の見込みは、	+8.0(+14.5→+22.5)
製造業の原材料仕入価格BSI	
25年7～9月は、前回調査比	+0.3(+9.7→+10.0)
上昇した業種：出版・印刷・その他	
低下した業種：食料品	
25年10～12月の見込みは、	+10.0(+10.0→+20.0)
上昇見込み：食料品、電気機械、金属・機械など	
低下見込み：なし	
非製造業の原材料仕入価格BSI	
25年7～9月は、前回調査比	+1.4(+18.6→+20.0)
上昇した業種：卸売業、旅館・ホテル業	
低下した業種：なし	
25年10～12月の見込みは、	+5.6(+20.0→+25.6)
上昇見込み：建設業、卸売業など	
低下見込み：なし	

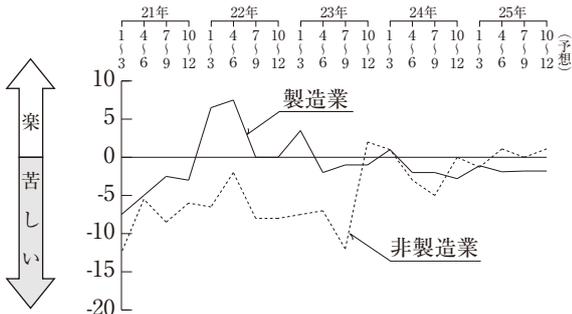
図-9 仕入価格のBSI



8 資金繰り・借入金残高……借入金で、非製造業の減少幅拡大

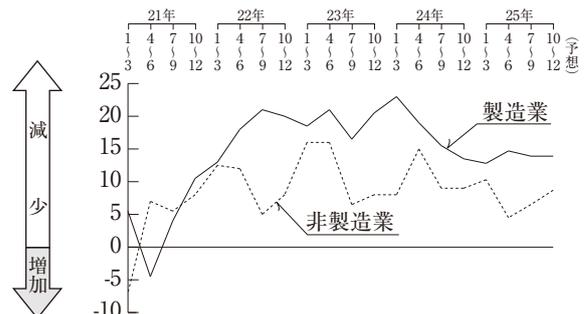
資金繰りBSI「(楽-苦しい)÷2」	
25年7～9月は、前回調査比	▲0.4(▲0.6→▲1.0)
25年10～12月の見込みは、	+0.5(▲1.0→▲0.5)
製造業の資金繰りBSI	
25年7～9月は、前回調査比	+0.1(▲1.9→▲1.8)
楽になる業種：食料品、木材・木製品・家具	
苦しくなる業種：出版・印刷・その他	
25年10～12月の見込みは、	±0.0(▲1.8→▲1.8)
楽になる見込み：木材・木製品・家具	
苦しくなる見込み：金属・機械	
非製造業の資金繰りBSI	
25年7～9月は、前回調査比	▲1.1(+1.1→±0.0)
楽になる業種：なし	
苦しくなる業種：卸売業、旅館・ホテル	
25年10～12月の見込みは、	±1.1(±0.0→+1.1)
楽になる見込み：旅館・ホテル	
苦しくなる見込み：卸売業	

図-10 資金繰りのBSI



借入金残高のBSI「(減少-増加)÷2」	
25年7～9月は、前回調査比	+0.2(+10.0→+10.5)
25年10～12月の見込みは、	+1.0(+10.5→+11.5)
製造業の借入金残高BSI	
25年7～9月は、前回調査比	▲0.8(+14.7→+13.9)
減少する業種：木材・木製品・家具	
増加する業種：食料品など	
25年10～12月の見込みは、	±0.0(+13.9→+13.9)
減少する見込み：出版・印刷・その他など	
増加する見込み：食料品、金属・機械など	
非製造業の借入金残高BSI	
25年7～9月は、前回調査比	+2.0(+4.5→+6.5)
減少する業種：卸売業、旅館・ホテル	
増加する業種：なし	
25年10～12月の見込みは、	+2.2(+6.5→+8.7)
減少する見込み：小売業、旅館・ホテル	
増加する見込み：なし	

図-11 借入金残高のBSI



9 雇 用……製造業は不足感微増、非製造業は不足感微減

製造業の常用雇用者BSI〔(過剰-不足)÷2〕

25年7～9月は、前回調査比 ▲0.7(▲3.9→▲4.6)

過剰感が増加した業種：なし

過剰感が減少した業種：なし

不足感が増加した業種：出版・印刷・その他

不足感が減少した業種：食料品

25年10～12月の見込みは、 ▲2.7(▲4.6→▲7.3)

過剰感増加の見込み：なし

過剰感減少の見込み：なし

不足感増加の見込み：金属・機械、電気機械など

不足感減少見込み：なし

非製造業の常用雇用者BSI

25年7～9月は、前回調査比 +0.2(▲4.6→▲4.4)

過剰感が増加した業種：なし

過剰感が減少した業種：卸売業

不足感が増加した業種：なし

不足感が減少した業種：旅館・ホテル業

25年10～12月の見込みは、 +1.1(▲4.4→▲3.3)

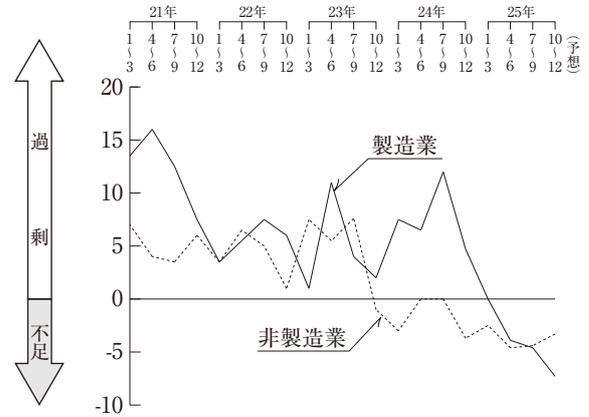
過剰感増加の見込み：卸売業

過剰感減少の見込み：なし

不足感増加の見込み：旅館・ホテル業

不足感減少の見込み：建設業

図-12 雇用(常用雇用者)のBSI



10 設備投資……製造業、非製造業で前年比増、ともに補修・更新が主

25年7～9月：回答企業の49%が設備投資を実施。

前年同期実績(36%)よりも13ポイント上回った。

25年10～12月：回答企業の50%が設備投資を計画。

前年同期実績(37%)よりも13ポイント上回る見込み。

業種別設備投資企業割合

()内は前年同期実績:単位%

	25年4～6月 実 績	25年7～9月 実 績	25年10～12月 計 画
全 産 業	50 (35)	49 (36)	50 (37)
食 料 品	33 (67)	40 (43)	40 (40)
繊 維・縫 製	50 (0)	50 (0)	50 (0)
木 材・木 製 品	0 (0)	0 (0)	0 (0)
紙・紙加工品	33 (25)	33 (50)	33 (50)
窯 業・土 石	40 (17)	40 (20)	20 (17)
金 属・機 械	73 (64)	73 (70)	78 (67)
電 気 機 械	44 (53)	44 (45)	63 (36)
印 刷・そ の 他	67 (11)	67 (0)	63 (0)
製 造 業	50 (41)	50 (40)	50 (37)
建 設 業	14 (0)	13 (0)	25 (33)
卸 売 業	47 (17)	41 (21)	47 (29)
小 売 業	0 (78)	0 (70)	0 (33)
運 輸 業	40 (29)	40 (40)	0 (50)
旅 館・ホ テ ル	0 (20)	0 (0)	0 (60)
非 製 造 業	50 (28)	48 (32)	50 (37)

製 造 業	25年7～9月	実施割合	前年同期実績比 10ポイント増加(40%→50%) 上昇する業種:土石・窯業、印刷・その他など 低下する業種:紙加工品、食料品など
	25年10～12月	投資目的	1 補修・更新 81% (前年同期 61%) 2 増産・能力増強 24% (同 17%) 3 合理化・省力化 19% (同 22%)
		計画割合	前年同期実績比 13ポイント増加減少(37%→50%) 上昇する業種:電気機械、金属・機械など 低下する業種:紙・紙加工品
非 製 造 業	25年7～9月	実施割合	前年同期実績比 16ポイント増加(32%→48%) 上昇する業種:卸売業、建設業 低下する業種:小売業
	25年10～12月	投資目的	1 補修・更新 74% (前年同期 67%) 2 合理化・省力化 29% (同 17%) 3 販売力増強 22% (同 25%)
		計画割合	前年同期実績比 13ポイント増加(37%→50%) 上昇する業種:卸売業 低下する業種:旅館・ホテル、運輸業など
製 造 業	25年10～12月	投資目的	1 補修・更新 86% (前年同期 85%) 2 販売力増強 42% (同 23%) 3 合理化・省力化 36% (同 23%)

注：投資目的は複数回答、構成比。建設業は製造業に含む。

図-13 設備投資実施企業の割合の推移

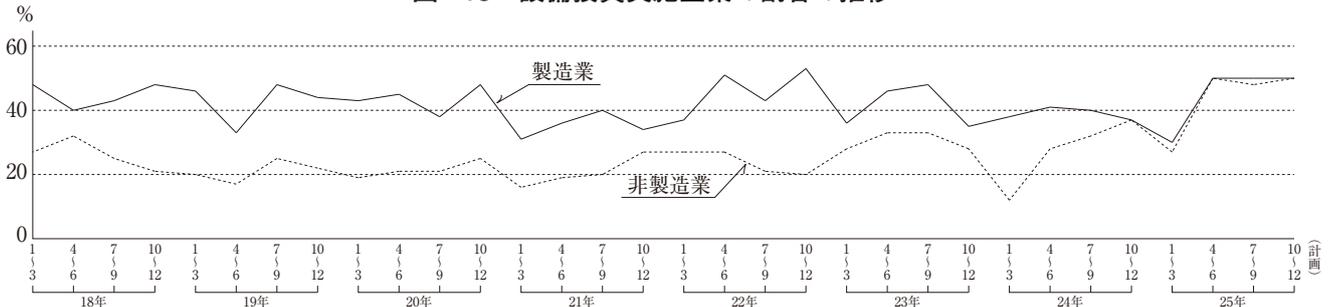
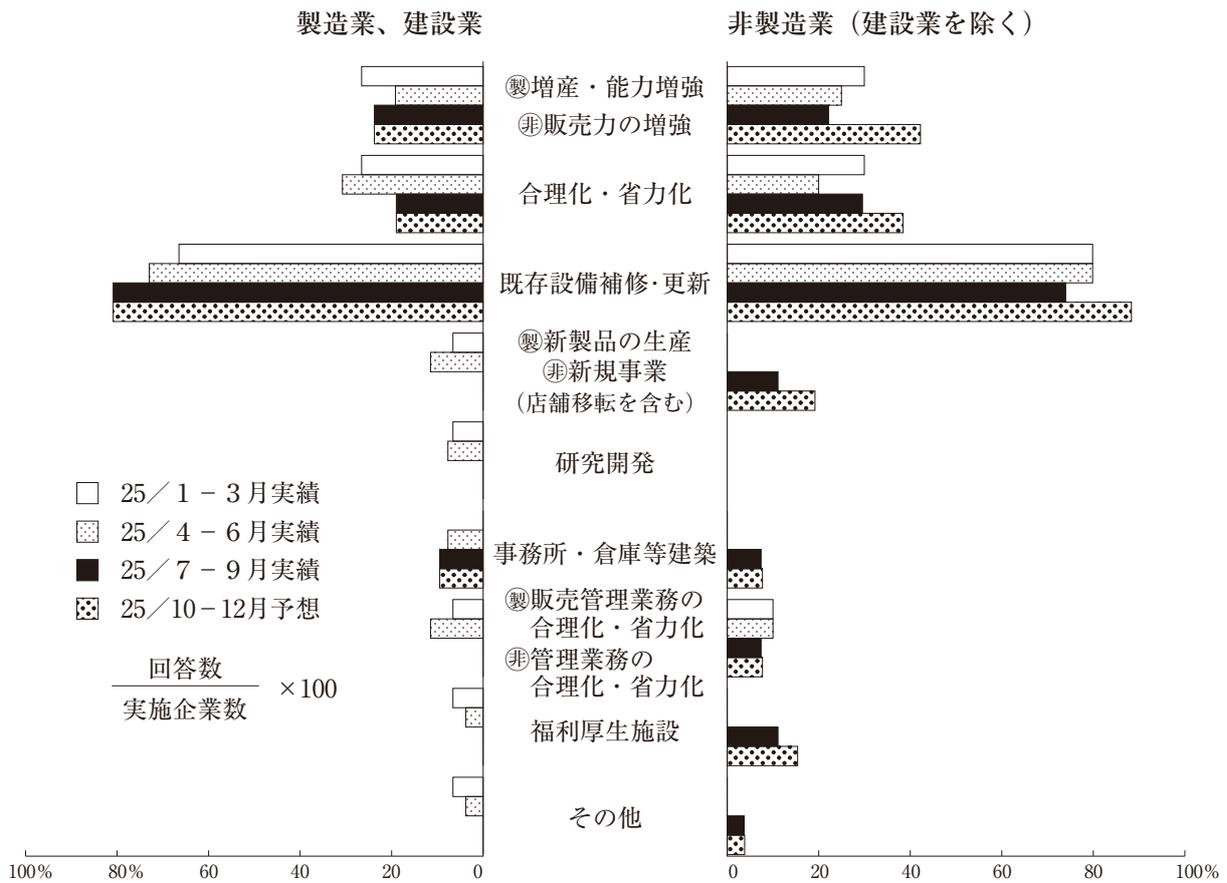


図-14 産業別設備投資の目的（複数回答、構成比）



11 経営上の問題点…… 製造業では「先行き見通し難」、「売上・受注の減少」が上位 非製造業では「売上・受注の減少」、「仕入価格の上昇」が上位

平成25年7～9月：経営上の問題点（大きいものから2項目選択）の上位5項目（全産業）は、前回調査時と同じとなった。一番多かったのは「売上・受注の減少」で39ポイント（製造業では35ポイントの2位、非製造業は43ポイントの1位）。

平成25年10～12月：上位5項目（全産業）は7～9月と同様。一番多かったのは「売上・受注の減少」で▲1ポイント（製造業で+2ポイント、非製造業で▲2ポイント）。

経営上の問題点（上位項目）

（単位：%）

	問題点	25年		
		4~6月	7~9月	10~12月 予想
全産業	1 売上・受注の減少	39	39	38
	2 仕入価格の上昇	29	31	38
	2 先行き見通し難	29	29	32
	4 過当競争	21	20	19
	5 販売価格の低下	15	16	11
製造業	1 先行き見通し難	38	36	38
	2 売上・受注の減少	35	35	35
	3 仕入価格の上昇	27	29	38
	4 過当競争	19	18	20
	5 販売価格の低下	15	16	11
非製造業	1 売上・受注の減少	43	43	41
	2 仕入価格の上昇	32	33	37
	3 過当競争	23	22	17
	4 先行き見通し難	18	20	24
	5 販売価格の低下	14	15	11
	5 資金繰り難	16	15	15
	5 労働力不足	16	15	11

注：上位2項目の複数回答、回答数=企業数（回答なしを含む）

図-15 経営上の問題点（上位項目）

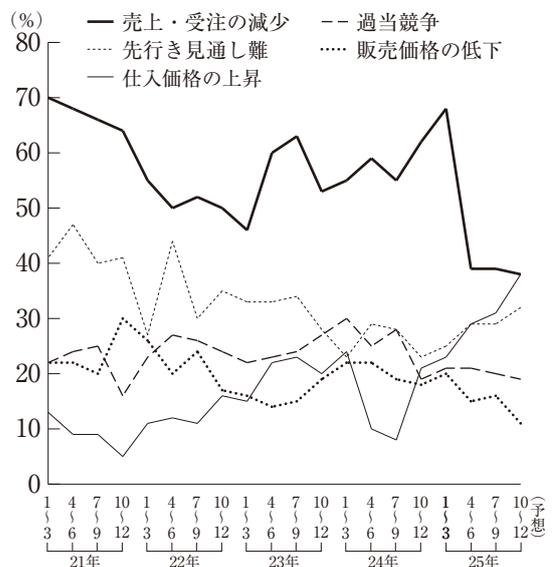


表-1 業種別 業況判断 B S I

業種	期 判断	25年4~6月実績				25年7~9月実績				25年10~12月予想			
		A 好転	B 不変	C 悪化	B S I $\frac{A-C}{2}$	A 好転	B 不変	C 悪化	B S I $\frac{A-C}{2}$	A 好転	B 不変	C 悪化	B S I $\frac{A-C}{2}$
全 産 業		42	32	26	7.9	43	30	27	8.0	39	41	20	9.5
食 料 品		33	45	22	5.6	40	40	20	10.0	40	60	0	20.0
繊維・縫製		0	100	0	0.0	0	100	0	0.0	0	100	0	0.0
木材・木製品		0	0	100	▲50.0	33	0	67	▲16.7	67	33	0	33.4
紙・紙加工品		100	0	0	50.0	100	0	0	50.0	100	0	0	50.0
窯業・土石		50	38	13	18.8	40	40	20	10.0	20	40	40	▲10.0
金属・機械		60	30	10	25.0	60	30	10	25.0	40	60	0	20.0
電気機械		22	45	33	▲5.6	22	45	33	▲5.6	44	22	33	5.6
印刷・その他		27	27	46	▲9.2	25	25	50	▲12.5	33	25	42	▲4.2
製 造 業		37	35	28	4.9	39	33	28	5.6	41	41	19	11.1
建 設 業		50	38	13	18.8	50	38	13	18.8	50	38	13	18.8
卸 売 業		38	31	31	3.1	41	29	29	5.9	41	35	24	8.9
小 売 業		50	20	30	10.0	50	20	30	10.0	20	50	30	▲5.0
運 輸 業		40	20	40	0.0	40	20	40	0.0	20	40	40	▲10.0
旅館・ホテル		80	20	0	40.0	67	17	17	25.0	50	50	0	25.0
非 製 造 業		48	27	25	11.4	48	26	26	10.9	39	41	20	9.5

表-2 業種別 売上高 B S I

業種	期 判断	25年4~6月実績				25年7~9月実績				25年10~12月予想			
		A 増加	B 不変	C 減少	B S I $\frac{A-C}{2}$	A 増加	B 不変	C 減少	B S I $\frac{A-C}{2}$	A 増加	B 不変	C 減少	B S I $\frac{A-C}{2}$
全 産 業		41	32	27	6.8	41	31	28	6.6	37	39	24	6.5
食 料 品		40	40	20	10.0	40	40	20	10.0	40	40	20	10.0
繊維・縫製		0	100	0	0.0	0	100	0	0.0	50	50	0	25.0
木材・木製品		0	0	100	▲50.0	33	0	67	▲16.7	67	33	0	33.4
紙・紙加工品		100	0	0	50.0	100	0	0	50.0	100	0	0	50.0
窯業・土石		33	33	33	0.0	33	33	33	0.0	33	33	33	0.0
金属・機械		60	40	0	30.0	60	40	0	30.0	20	60	20	0.0
電気機械		29	43	29	0.0	29	43	29	0.0	43	14	43	0.0
印刷・その他		17	17	67	▲25.1	17	17	67	▲25.1	33	17	50	▲8.4
製 造 業		32	35	32	0.0	34	34	31	1.6	39	32	29	4.9
建 設 業		50	33	17	16.7	50	33	17	16.7	50	33	17	16.7
卸 売 業		40	40	20	10.0	40	40	20	10.0	40	40	20	10.0
小 売 業		43	29	29	7.2	43	29	29	7.2	14	57	29	▲7.2
運 輸 業		50	0	50	0.0	50	0	50	0.0	0	50	50	▲25.0
旅館・ホテル		100	0	0	50.0	75	0	25	25.0	40	60	0	20.0
非 製 造 業		50	29	21	14.3	48	28	24	12.1	33	47	20	6.7

表-3 業種別 経常利益 B S I

業種	期 判断	25年4~6月実績				25年7~9月実績				25年10~12月予想			
		A 増加	B 不変	C 減少	B S I $\frac{A-C}{2}$	A 増加	B 不変	C 減少	B S I $\frac{A-C}{2}$	A 増加	B 不変	C 減少	B S I $\frac{A-C}{2}$
全 産 業		37	27	36	0.5	37	27	36	0.5	29	40	32	▲ 1.5
食 料 品		33	33	33	0.0	40	30	30	5.0	30	40	30	0.0
繊維・縫製		0	50	50	▲25.0	0	50	50	▲25.0	0	100	0	0.0
木材・木製品		0	0	100	▲50.0	0	0	100	▲50.0	0	33	67	▲33.4
紙・紙加工品		33	33	33	0.0	33	33	33	0.0	67	33	0	33.4
窯業・土石		20	40	40	▲10.0	20	40	40	▲10.0	0	75	25	▲12.5
金属・機械		73	9	18	27.3	73	9	18	27.3	36	18	45	▲ 4.5
電気機械		22	45	33	▲ 5.6	22	45	33	▲ 5.6	33	22	44	▲ 5.6
印刷・その他		36	9	55	▲ 9.1	33	8	58	▲12.5	42	17	42	0.0
製 造 業		37	25	39	▲ 1.0	36	24	40	▲ 1.8	32	32	37	▲ 2.8
建 設 業		25	38	38	▲ 6.3	25	38	38	▲ 6.3	38	25	38	0.0
卸 売 業		25	25	50	▲12.5	29	24	47	▲ 8.9	18	47	35	▲ 8.9
小 売 業		22	56	22	0.0	22	56	22	0.0	11	78	11	0.0
運 輸 業		80	0	20	30.0	80	0	20	30.0	40	40	20	10.0
旅館・ホテル		80	20	0	40.0	80	20	0	40.0	40	60	0	20.0
非 製 造 業		37	30	33	2.3	39	30	32	3.4	25	50	25	0.0

表-4 業種別 販売価格 B S I

業種	期 判断	25年4~6月実績				25年7~9月実績				25年10~12月予想			
		A 上昇	B 不変	C 低下	B S I $\frac{A-C}{2}$	A 上昇	B 不変	C 低下	B S I $\frac{A-C}{2}$	A 上昇	B 不変	C 低下	B S I $\frac{A-C}{2}$
全 産 業		10	79	12	▲ 1.1	10	79	11	▲ 0.5	13	78	9	2.0
食 料 品		11	89	0	5.6	10	90	0	5.0	20	80	0	10.0
繊維・縫製		0	100	0	0.0	0	100	0	0.0	0	100	0	0.0
木材・木製品		0	50	50	▲25.0	0	67	33	▲16.7	0	67	33	▲16.7
紙・紙加工品		0	100	0	0.0	0	100	0	0.0	0	100	0	0.0
窯業・土石		20	60	20	0.0	20	60	20	0.0	20	60	20	0.0
金属・機械		9	73	18	▲ 4.6	9	73	18	▲ 4.6	18	64	18	0.0
電気機械		0	78	22	▲11.1	0	100	0	0.0	0	78	22	▲11.1
印刷・その他		0	82	18	▲ 9.1	0	78	22	▲11.1	0	83	17	▲ 8.4
製 造 業		6	79	15	▲ 4.8	0	83	17	▲ 8.4	9	76	15	▲ 2.7
建 設 業		0	86	14	▲ 7.2	0	86	14	▲ 7.2	14	71	14	0.0
卸 売 業		19	75	6	6.3	24	71	6	8.8	29	71	0	14.7
小 売 業		20	80	0	10.0	20	80	0	10.0	11	89	0	5.6
運 輸 業		0	100	0	0.0	0	100	0	0.0	0	100	0	0.0
旅館・ホテル		20	60	20	0.0	17	67	17	0.0	17	83	0	8.4
非 製 造 業		14	79	7	3.5	16	78	7	4.5	18	80	2	8.0

表-5 業種別 仕入価格 BSI

業種	期 判断	25年4~6月実績				25年7~9月実績				25年10~12月予想			
		A 上昇	B 不変	C 低下	BSI $\frac{A-C}{2}$	A 上昇	B 不変	C 低下	BSI $\frac{A-C}{2}$	A 上昇	B 不変	C 低下	BSI $\frac{A-C}{2}$
全産業		34	60	6	13.7	35	59	6	14.5	49	47	4	22.5
製造業	食料品	22	67	11	5.6	20	70	10	5.0	50	50	0	25.0
	繊維・縫製	50	50	0	25.0	50	50	0	25.0	50	50	0	25.0
	木材・木製品	100	0	0	50.0	100	0	0	50.0	100	0	0	50.0
	紙・紙加工品	0	67	33	▲16.7	0	67	33	▲16.7	0	67	33	▲16.7
	窯業・土石	20	80	0	10.0	20	80	0	10.0	20	80	0	10.0
	金属・機械	18	64	18	0.0	18	64	18	0.0	46	36	18	13.7
	電気機械	33	56	11	11.1	33	56	11	11.1	56	33	11	22.3
	印刷・その他	46	46	9	18.3	42	50	8	16.7	50	50	0	25.0
製造業		31	58	12	9.7	31	58	11	10.0	47	45	7	20.0
非製造業	建設業	29	71	0	14.3	29	71	0	14.3	43	57	0	21.5
	卸売業	25	75	0	12.5	29	71	0	14.7	53	47	0	26.5
	小売業	20	80	0	10.0	20	80	0	10.0	20	80	0	10.0
	運輸業	100	0	0	50.0	100	0	0	50.0	100	0	0	50.0
	旅館・ホテル	60	40	0	30.0	67	33	0	33.4	67	33	0	33.4
非製造業		37	63	0	18.6	40	60	0	20.0	51	49	0	25.6

表-6 経営上の問題点 (上位項目)

(単位：%)

	問題点	21年			22年			23年			24年			25年						
		II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV予想				
製造業	1 先行き見通し難	56	44	45	38	51	32	37	34	32	33	27	19	36	31	32	36	38	36	38
	2 売上・受注の減少	71	61	58	56	44	48	45	42	64	65	43	60	50	48	55	62	35	35	35
	3 仕入価格の上昇	12	12	10	11	18	11	20	19	22	22	24	23	11	10	21	23	27	29	38
	4 過当競争	8	25	8	20	18	18	16	15	22	22	18	23	18	23	13	15	19	18	20
	5 販売価格の低下	15	16	24	20	22	30	20	19	14	14	22	29	23	19	17	19	15	16	11
	6 労働力不足	0	4	2	7	4	2	2	2	0	0	6	0	2	4	6	6	12	13	11
	6 為替相場の変動	3	4	8	4	7	5	10	9	8	8	10	6	7	4	6	6	13	13	13
	8 諸経費の増加	5	12	10	9	16	11	12	11	12	12	16	13	18	19	17	19	10	9	11
非製造業	1 売上・受注の減少	63	71	72	54	59	57	56	52	56	61	63	50	70	63	71	75	43	43	41
	2 仕入価格の上昇	6	4	0	11	4	12	10	10	22	12	15	19	9	5	21	23	32	33	37
	3 過当競争	42	2	26	26	37	36	33	31	25	24	35	23	34	35	26	28	23	22	17
	4 先行き見通し難	37	36	36	13	35	26	33	31	33	15	29	31	21	25	12	13	18	20	24
	5 販売価格の低下	29	24	38	33	17	17	13	12	14	3	15	27	21	20	19	20	14	15	11
	5 資金繰り難	2	11	12	7	0	7	10	10	14	9	10	6	11	15	10	10	16	15	15
	5 労働力不足	0	0	2	2	4	7	5	5	3	3	3	0	4	3	7	8	16	15	11
	8 人件費の増加	6	13	4	9	11	5	5	5	11	15	8	10	9	5	10	10	14	13	9

注：上位2項目の複数回答、回答数÷企業数（回答なしを含む）

■ 平成26年中の海外戦略について

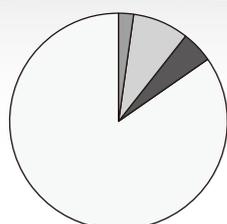
今回の調査では、通常の調査に加え「平成26年の海外戦略」についてもお尋ねしています。

ご回答いただきました内容について集計を以下に記載させていただきました。ご協力をいただきました皆様にお礼申し上げます(回答企業数79社)。

I. 平成26年中(平成26年1月～12月まで)の海外進出を計画されていますか? (前年同時期)

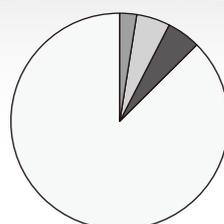
1.今年実施しなかったが、来年は実施する	2社	2.5%	2社	2.4%
2.今年までに既に実施しているが、来年も積極的に実施したい	4社	5.1%	7社	8.3%
3.今年までに既に実施しているが、来年は現状程度としたい	4社	5.1%	4社	4.8%
4.今年に引き続いて来年も海外進出は考えていない	69社	87.3%	71社	84.5%

平成25年中の海外進出を計画されていますか



- 今年までは実施しなかったが、来年は実施する
- 今年までに既に実施しているが、来年も積極的に実施したい
- 今年までに既に実施しているが、来年は現状程度としたい
- 今年に引き続いて来年も海外進出は考えていない

平成26年中に海外進出を計画されていますか



- 今年までは実施しなかったが、来年は実施する
- 今年までに既に実施しているが、来年も積極的に実施したい
- 今年までに既に実施しているが、来年は現状程度としたい
- 今年に引き続いて来年も海外進出は考えていない

設問I.で「1.今年実施しなかったが、来年は実施する」、「2.今年までに既に実施しているが、来年も積極的に実施したい」、を回答された方(平成26年中に海外進出を(積極的に)計画されている方)にお尋ねいたします。

II. 計画している海外進出の内容はどのようなものですか?(複数回答可) (前年同時期)

1.生産拠点(工場・機械設備)の新設(又は増設)	1社	2社
2.店舗の新設(又は売り場面積の拡大)	0社	0社
3.海外の取引先(又は取引量)の増加	4社	7社
4.海外への進出を見据えての人材派遣	0社	1社
5.その他	0社	1社

III. 計画している海外進出の資金はどのように調達されますか?(複数回答可) (前年同時期)

1.自己資金	6社	6社
2.借入金、社債の発行、増資	1社	4社
3.その他	0社	0社

設問I.で「3.今年までに既に実施しているが、来年は現状程度としたい」、「4.今年に引き続いて来年も海外進出は考えていない」を回答された方(平成26年中に海外進出を(積極的には)計画されていない方)にお尋ねいたします。

IV. 海外進出を実施しないのはどのような理由からですか?(複数回答可) (前年同時期)

1.先行きの見通しがたたないため、不透明感があるため	15社	20社
2.投資効果が期待できないため	12社	13社
3.資金調達が困難なため	4社	3社
4.手元資金が不足しているため	4社	4社
5.海外に関する情報がないため	5社	5社
6.国内の現状取引で十分なため	26社	25社
7.その他	8社	11社

■ アンケートの集計結果をうけて

今回のアンケート結果によると、回答企業の中で海外進出に積極的なのは6社、7.6%(前回調査比▲3社、▲3.1%)で逆に海外進出を検討していない企業は69社、87.3%(同▲2社、+2.8%)でした。

進出検討中の内容としては、生産拠点の新設(又は増設)が1社(前回▲1社)、取引先(又は取引量)の増加をあげた企業は4社(前回▲3社)となりました。

一方、進出を検討しない理由として国内の現状取引で十分を一番として以下、先行きの不透明感、投資効果が期待できない、海外の情報不足と続いています。

もし、海外に関する情報不足、海外取引に関する不安のために検討さえできないでいるという経営者がおられましたら、お気軽に当行にお尋ね下さい。当行の専門担当者が各機関の紹介や、助言・アドバイスをさせていただきます。

■ 海外とのお取引をお考えの皆様へ (当行の海外支援取組)

◎外部専門機関との連携

提携・協力関係にある各種専門機関等の外部ネットワークを活用し、海外情報提供やアドバイスなど、海外ビジネスに関するお客様のニーズにお応えいたします。

主な外部提携・協力先

提携先名	支援内容
大和証券	アジア進出コンサルティングなど
三菱UFJリサーチ&コンサルティング	海外業務全般のコンサルティングなど
損害保険ジャパン	海外リスクマネジメントに関する支援など
三井住友海上火災保険	海外リスクマネジメントに関する支援など
東京海上日動火災保険	海外リスクマネジメントに関する支援など
オリックス	海外進出支援、リース取引支援など
日本政策投資銀行 アジア金融支援センター	海外情報提供、ビジネスマッチングなど
日本貿易振興機構(JETRO)	海外業務の各種相談、展示会出展支援など

◎外国為替サービスのご提供

外貨両替や外国送金、信用状取引など外国為替に関するサービスを提供しています。

商品・サービス	内 容	
外貨両替	米ドル通貨の売渡、主要通貨の買取	
外国送金	日本から海外へ送金(仕向送金) 海外から日本への送金受取(被仕向送金)	
貿易取引(※)	輸出取引	輸出信用状の通知、輸出手形の買取・取立など
	輸入取引	輸入信用状の開設、輸入クーザンス、輸入取立手形の決済など
	保証業務	輸入貨物の引取保証(L/G)など
為替予約(※)	為替リスクのヘッジのため輸出入決済、外貨貸付、外貨預金などについて 為替予約の取扱い	

(※) お取引内容によっては、当行所定の審査がございます

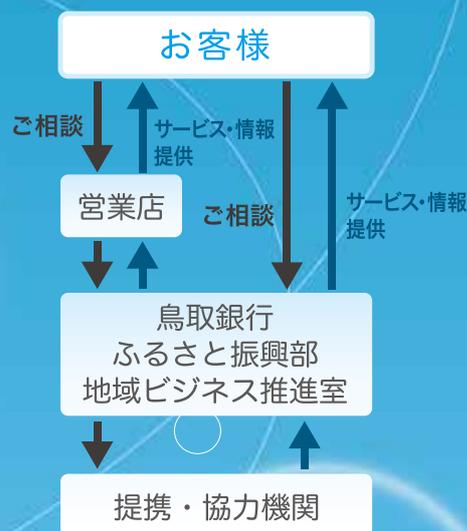
◆鳥取銀行では、今後も提携先やサービスの拡充により、お取引先様の海外展開業務を積極的に支援してまいります。

★鳥取銀行ふるさと振興部 地域ビジネス推進室(TEL:0857-37-0274 担当:細田)まで
お問合せください。

とりぎん海外ビジネスサポート

鳥取銀行では、海外展開を検討されているお客様に対して、各分野の専門機関や公的機関と連携してサポートを行い、海外ビジネスの様々なニーズにお応えしてまいります。

海外ビジネスのご相談は鳥取銀行までお気軽にお問い合わせください。



ご相談内容

- 自社製品の海外販路を開拓したい
- 海外の企業へ製造を委託したい
- 海外に現地法人の設立を検討している
- 海外の最新情報や法規制を知りたい など

専門機関をご紹介します

各種専門機関・公的機関のご紹介

三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)

(現地法人設立、販路拡大、市場調査等の海外進出支援など)

大和証券(株)

(アジア進出のコンサルティング業務など)

損害保険会社

(株)損害保険ジャパン、東京海上日動火災保険(株)、三井住友海上火災保険(株)

(海外リスク情報、リスクマネジメントサービスの提供など)

(独)日本貿易振興機構(ジェトロ)

(海外展開の各種相談、展示会出展支援など)

(独)中小企業基盤整備機構

(海外展開の各種相談、展示会出展支援など)

(株)日本政策投資銀行(DBJ)アジア金融支援センター

(海外企業とのビジネスマッチング、海外進出相談など)

※支援機関によって一部有料のサービスもございますので、個別にご相談ください。