

大阪府中小企業家同友会

大阪同友会定点景況調査集計（2012年10月～12月期）

期間：2012年11月1日～2012年12月11日

対象者：2818名

回答数：410名

P1：大阪産構研コメント

P4：アンケート原紙

P6：売上・利益推移（DI値）

P12：景況感・資金繰り・設備投資推移（DI値）

P16：全体集計（売上動向・利益動向・採算状況・景気動向・資金繰り・銀行対応）

P18：売上増加の要因（選択）

P19：売上増加の要因（記述）

P21：売上減少の特徴（選択）

P22：売上減少の特徴（記述）

P24：設備投資・経営上の課題（選択）

P25：今後の力点（選択）

P26：今後の力点（記述）

P32：新卒内定状況について

P33：金融円滑化法終了に伴う影響（記述）

大阪府中小企業家同友会

定点景況調査集計結果（2012年10月～12月期）（確報値）に対するコメント

大阪産業構造研究会部長 三木得生  
阪南大学経営情報学部准教授 関智宏  
大阪市立大学創造都市研究科准教授 立見淳哉  
摂南大学経済学部准教授 田中幹大  
和歌山大学経済学部講師 藤田和史

## 1. データについて

今回（2012年10月～12月期）の景況調査のデータは、2012年11月1日～12月11日の間に回収された。対象は2818社であり、回答は410社（サービス業73社、運輸業7社、建築業40社、製造業140社、専門サービス業68社、通信情報業6社、流通業53社、空白22社）、回収率は14.5%であった。

## 2. 大阪同友会会員企業の景況

### 【調査結果のポイント】

- ・売上・利益DIの数値は大きく変化せずマイナス値を横ばい
- ・売上DIは、流通業で大きく改善 利益DIは製造業が大きく悪化 業種による差が顕著
- ・売上減少の理由は「国内需要の減少」が多く、設備投資DI値も悪化
- ・経営上の問題は「民間需要の停滞」、経営上の力点は「営業力の強化」
- ・内定を出しているのは20.6%、大学生が多い
- ・金融円滑化法の影響は自社にはないか少ない、しかし顧客・外注先など間接的影響が懸念

売上・利益DI値の推移を前期比で見ると、売上はやや改善、利益はやや悪化の傾向にある。売上では、前期（7月～9月）-3.2から今期（10月～12月）-2.2に、利益では、-5.5から-5.7に変化している。改善や悪化の幅もわずかであり、前期比でみた売上・利益のDI値はマイナスであり、数値自体は悪い。業種別にみると、まず売上では、専門サービス業が14.1から0.0へと大きく悪化している。製造業は-7.2から-5.1へとやや改善したが、マイナスに変わりはない。流通業は-7.5から7.7へと大きく改善している。次に利益では、サービス業が2.9から-9.7へ、また製造業が-2.2から-9.5へと大きく悪化している。建設業は横ばいであったが、数値自体は-12.5とかなり悪い。（ただしサービス業、専門サービス業については、「横ばい」の回答割合が過半数程度ある点を留意しなければならない）。

表、前期比でみた売上・利益DI値の推移（業種別）

売上・利益 DI 値の推移を前年同期比で見ると、売上は 1.8 から 1.3 にやや悪化し、利益は 1.9 から - 4.7 に大幅に悪化（マイナスに転じる）。利益では、建築業、製造業、専門サービス業の悪化が影響している。なかでも製造業は 8.2 から - 11.5 とマイナスに転じた。

景気動向 DI 値の推移を見ると、調査開始以来マイナスが続いてきた。1 月～3 月期でいったん回復基調にあったが（ - 25.2）、4 月～6 月で悪化に転じ（ - 28.1）、今期（10 月～12 月）でさらに数値が悪化した（ - 47.2）。景気が悪化の傾向にあり、深刻化していることを示している。多くの業種で前期比でみて悪化が目立つが、とくに製造業とサービス業の落ち込みが際立っている（製造業は 7 月～9 月期で - 32.6 から 10 月～12 月で - 50.8 へ、サービス業は同じく - 26.2 から - 50.0 へ）。

#### 表、景気動向 DI 値の推移（業種別）

売上減少の要因についてみていこう。前年同期比で売上が減少した要因として、全体の 37.4% が「国内需要の減少」を、21.2% が「販売・受注価格の減少」を、そして 19.7% が「他社との競合状態の悪化」を指摘している。製造業の回答企業のうち 43.8% が「国内需要の減少」（他業種はサンプル数が低い）としている。具体的な要因として、製造業では、国内の投資の冷え込みが影響しているとの記述がみられる。設備投資の計画も製造業の回答企業のうち 30.6% が 1 年以内にあるとしたのに対して、41.8% が「ない」としている。設備投資 DI 値の推移をみるとしばらくマイナスが続いてきた。4 月～6 月にいったん改善の傾向がみられたが、それ以降、悪化の傾向にある（10 月～12 月期は - 36.5）。製造業は前期比で若干改善したが（ - 14.1 から - 11.2）、他業種での落ち込みが目立つ。さらに、他の要因として、大手メーカーによる生産拠点の海外移転、さらに中国市場の低迷（中国向け需要の停滞）といった記述がみられる。

#### 表、設備投資 DI 値の推移（業種別）

経営上の問題点として、全体の 18.2% が「民間需要の停滞」としている（製造業の回答企業の 20.6% が、サービス業の 15.1% が、専門サービス業の 12.9% が、流通業の 22.2% が回答）。次点は「社員教育」の 10.9% であり、回答割合に大きな差がみられる。国内だけでなく、これまで日本企業の需要をけん引していた中国景気の陰りから、その影響が確実に出ている。業種を問わず、全体の 22.2% が「営業力の強化」を経営上の力点に置いている（製造業の回答企業の 19.8% が、サービス業の 24.7% が、専門サービス業の 23.5% が、流通業の 23.0% が回答）。顧客を新規に開拓しようとする企業が多くみられるのも、民間需要の停滞への対策であると思われる。（次点は「新規販路分野開拓」の 13.0% であり、やはり回答割合に大きな差がみられる。）具体的には、「他業種分野での仕事を確保」（製造業）、「関西にとどまらず、日本全国からのオーダーに対しても応えられる」ように対応するところや（サービス業）、「海外拠点設置」を検討しているところも出てきている（流通業）。

### 3. 特別項目

今回、特別項目として、新卒採用の状況と金融円滑化法終了に伴う影響の2つを設定した。

まず、新卒採用の状況をみてみよう。調査終了時点(12月11日)までに、回答企業の20.6%が内定を出している(回答企業410社中76社)。内定を出した人数を学歴別にみると、大学新卒の採用が圧倒的に多い(採用予定人数総数245名のうち146名で59.6%)。内定状況の充実感をみると、過半数近くの企業が「充足している」としているが(49.8%)、24.4%が「充足しておらず、採用活動を続ける」としている。今後の採用活動も、63社中52社(82.5%)が内定を希望しており、その内訳は大学新卒が多い(内定希望総数102名のうち56名で54.9%)。

次に、金融円滑化法終了に伴う影響をみてみよう。自由記述にて尋ねたところ、多くの回答企業にとって、現時点で「自社への影響はない」もしくは「少ない」としている。しかしながら、懸念事項が大きく2点みられる。1つは、取引先・顧客・外注先が影響を受ける可能性があり、倒産・廃業の不安がある点である。「直接自社への影響は限定的だが、協力工場の廃業、倒産などの懸念はある」(製造業)というコメントが象徴的である。もう1つは、金融機関による与信管理がいっそう厳しくなるという懸念である。今後の資金繰りが厳しくなるというコメントがいくつかみられる。金融機関の対応の変化を注視したり、また金融機関との付き合い方を見直したりすることが求められている。

ただし政府により対策が打ち出される可能性もあり、今後の動向を見守る必要がある(もちろん、政府の対策を期待するのではなく、自社の財務力を強化するなど自助努力も必要である)。

以上

(文責：阪南大学経営情報学部准教授 関智宏)



## 【1】業種・生産形態について

(1) 貴社の業種を1つお選び下さい

1. 製造業 2. 建築業 3. 通信情報業 4. 運輸業 5. 流通業 6. 専門サービス業 7. サービス業 8. その他

(2) 貴社の業務内容について簡潔にご記入下さい

--

## 【2】売上・利益について（※2012年度10月～12月期（予測）を元にご回答下さい）

(1) 売上・利益の動向について、該当する項目に○印をつけてください

①売上	前期比(7～9月): 増・横・減	前年同期比: 増・横・減
②利益	前期比(7～9月): 増・横・減	前年同期比: 増・横・減
③採算	黒字・収支トントン・赤字	
④景気動向	好転・悪化・底入れ	
④資金繰り	楽・普通・苦しい	
⑤銀行の対応	好転・悪化・変化なし	

(2) 売上の増加と減少の原因について

①前年同期比が「増加」と回答した企業は、以下の要因の内で該当する全ての番号に○をつけてください

1	営業力の強化・拡大	7	人材育成・採用の強化	13	輸出の増加
2	技術力、サービスの強化	8	国内需要の拡大	14	他社との競合関係の改善
3	コストダウン・生産性アップ	9	販売・受注価格の上昇		
4	新規販路・新分野の開拓	10	出店・規模の拡大		
5	新商品・サービス開発	11	海外進出の強化		
6	高付加価値化	12	輸入の減少		

②売上増につながったと思われる取組の中身について詳しく記入してください

--

③売上の前年同期比が減少と回答した企業は、以下の要因のうちで該当する全ての番号に○印をつけて下さい

1	国内需要の減少	7	公共事業の削減
2	輸入の増加	8	季節的要因
3	輸出の減少	9	その他 ( )
4	他社との競合状態の悪化		
5	販売・受注価格の減少		
6	取引先の海外移転		

④減少の特徴、原因を詳しく記入して下さい

--

【3】経営上の問題点・対応策について

(1) 設備投資、新規出店、規模拡大などの投資計画について該当するものに○印をつけて下さい

1. 今期中にある(1年以内) 2. ない 3. 検討中

(2) 現在の経営上で、最も深刻な悩み・問題点を3つまで選び、番号に○印をつけて下さい

1	民間需要の停滞	10	事業資金の借入難
2	輸入品による圧迫	11	全社一丸体制の確立
3	受注単価の大幅ダウン	12	社員教育
4	新規参入者の拡大による競争の激化	13	従業員の確保
5	税金、公共料金負担の増加	14	熟練技術者の不足
6	管理費等間接経費の増加	15	幹部社員の不足
7	人件費負担	16	取引先ニーズの把握
8	仕入単価の上昇・高止まり	17	その他( )
9	情勢判断・企業進路の確定		

(3) 今後の予定も含めて経営上の力点をどこに置いていますか? 3つまで選び、番号に○印をつけて下さい

1	営業力の拡大	8	情勢と企業進路判断	15	業種・業態転換
2	技術力の強化	9	人材の採用	16	新規設備・規模拡大
3	生産性アップ効率化	10	社員能力のアップ	17	資金確保、銀行取引強化
4	新規販路分野開拓	11	経営理念・計画見直し	18	新規事業立ち上げ
5	新製品・サービス開発	12	経費節減	19	産学連携の強化
6	重要取引先を増やす	13	規模の縮小(機構整備)	20	異業種グループへの参加
7	取引先・消費者ニーズ把握	14	雇用調整の実施(人員カット)		

(4) 力点について具体的にご記入下さい

特別項目

(1) 新卒採用に関して伺います。

① 2013年春の内定状況について該当する項目を選び、予定人数をご記入下さい。

1. 大学新卒( )人 2. 専門卒( )人 3. 高校新卒( )人

② 上記の結果は充足されていますか? 該当する項目をお選び下さい。

1. 充足している 2. 充足していない 3. 充足しておらず、採用活動を続ける

③ 上記の設問において2、3と回答された方にお伺いいたします。

この春に向けてあとどのくらい求人をお考えですか? 該当する項目を選び、予定人数をご記入下さい。

1. 大学新卒( )人 2. 専門卒( )人 3. 高校新卒( )人

(2) 2013年3月に金融円滑化法が終了します。そのことに関して伺います。

金融円滑化法の終了に関して自社においてどのような影響があると思われますか?

間接的な影響も含めて考えをご記入下さい。

# 大阪同友会定点景況調査集計2012年10月～12月期

期間：2012年11月1日～12月11日

410名回答

(サービス業:73名 運輸業:7名 建築業:40名 製造業:140名 専門サービス業:68名  
通信情報業:6名 流通業:53名 空白:22名)

## 【1】.以前までとの比較

(1)売上に関して

DI値推移

前期比

2011年度

	1月～3月期	4月～6月期	7月～9月期	10月～12月期
サービス業	8.1	-24.4	-2.5	6.8
運輸業	0.0	-20.0	9.1	48.0
建築業	0.0	-9.4	-32.2	-11.1
製造業	0.0	-23.5	2.8	16.3
専門サービス業	38.0	-10.3	-6.0	5.5
通信情報業	40.0	-75.0	0.0	-11.4
流通業	-13.0	-10.8	-2.3	-2.3
統計	5.9	-18.2	-2.4	7.7

2012年度

	1月～3月期	4月～6月期	7月～9月期	10月～12月期
サービス業	-2.3	11.3	-4.3	-4.1
運輸業	-25.0	-33.4	0.0	14.3
建築業	4.5	6.5	0.0	-15.0
製造業	5.9	-1.8	-7.2	-5.1
専門サービス業	18.0	12.7	14.1	0.0
通信情報業	16.6	-25.0	-33.3	-42.9
流通業	-3.9	15.4	-7.5	7.7
統計	3.9	4.2	-3.2	-2.2

前年同月期比 2011年度

	1月～3月期	4月～6月期	7月～9月期	10月～12月期
サービス業	22.2	-17.8	5.3	5.4
運輸業	11.1	10.0	30.0	40.0
建築業	-9.6	0.0	-25.9	-5.5
製造業	0.0	2.1	2.8	5.0
専門サービス業	31.0	-7.9	9.7	1.8
通信情報業	40.0	-12.5	25.0	-9.1
流通業	16.1	-10.8	-2.3	-2.3
統計	22.4	-8.1	3.5	3.0

2012年度

	1月～3月期	4月～6月期	7月～9月期	10月～12月期
サービス業	12.2	0.0	-10.9	7.0
運輸業	6.2	-9.1	0.0	0.0
建築業	12.2	29.1	11.1	-28.9
製造業	9.0	10.1	2.2	-3.1
専門サービス業	24.0	7.6	20.7	9.7
通信情報業	9.1	25.0	-16.7	-28.6
流通業	22.0	17.6	2.0	7.7
統計	15.3	8.8	1.8	1.3

(2)利益に関して  
DI値推移  
前期比

2011年度

	1月～3月期	4月～6月期	7月～9月期	10月～12月期
サービス業	5.4	-37.8	-7.5	-1.3
運輸業	-20.0	-11.1	-27.2	27.2
建築業	-22.8	0.0	-34.7	-36.1
製造業	-10.7	-23.7	-6.9	2.1
専門サービス業	31.1	-18.9	0.0	0.0
通信情報業	20.0	-75.0	25.0	-18.2
流通業	-3.2	-5.5	-10.3	-11.6
統計	-3.2	-19.8	-10.3	-3.3

2012年度

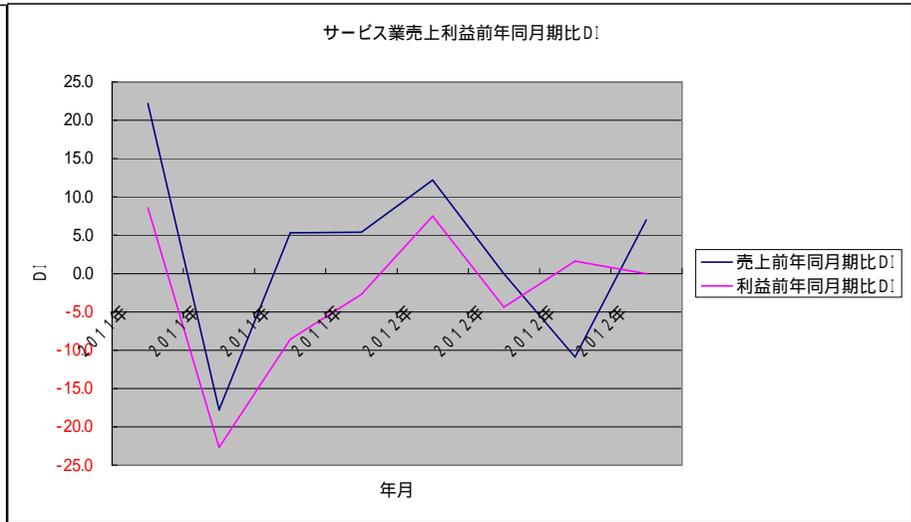
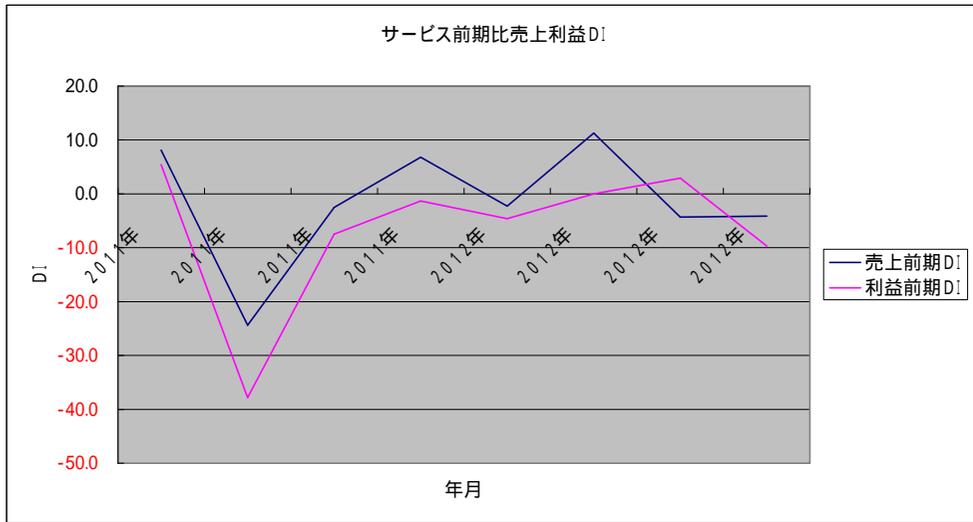
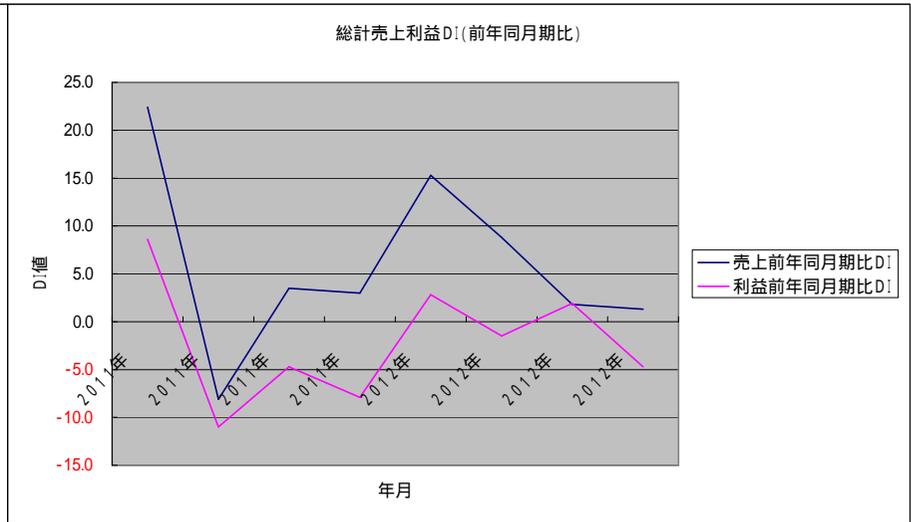
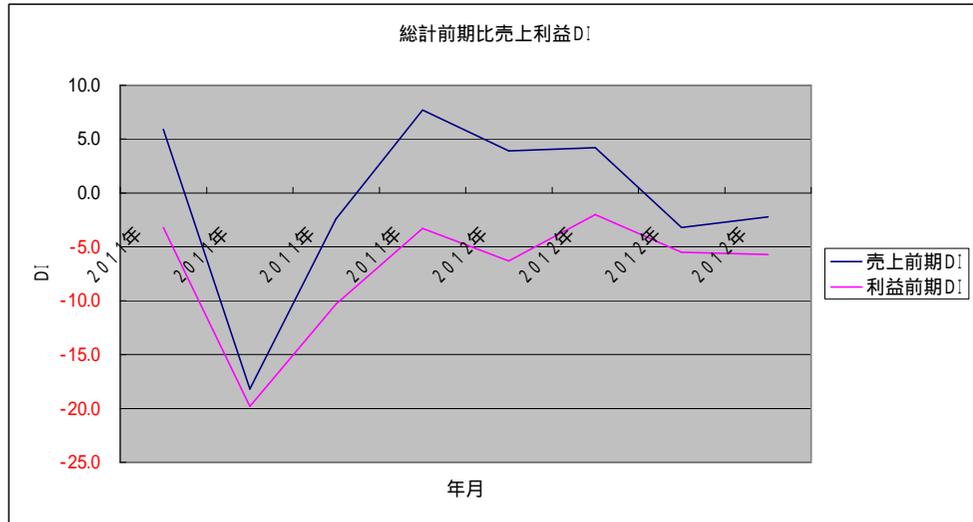
	1月～3月期	4月～6月期	7月～9月期	10月～12月期
サービス業	-4.6	0.0	2.9	-9.7
運輸業	-31.3	-25.0	-15.4	14.3
建築業	-4.6	16.1	-12.2	-12.5
製造業	-9.7	-3.6	-2.2	-9.5
専門サービス業	6.6	0.0	-1.6	0.0
通信情報業	0.0	-50.0	-33.3	-42.9
流通業	-13.8	-1.9	-5.8	0.0
統計	-6.3	-2.0	-5.5	-5.7

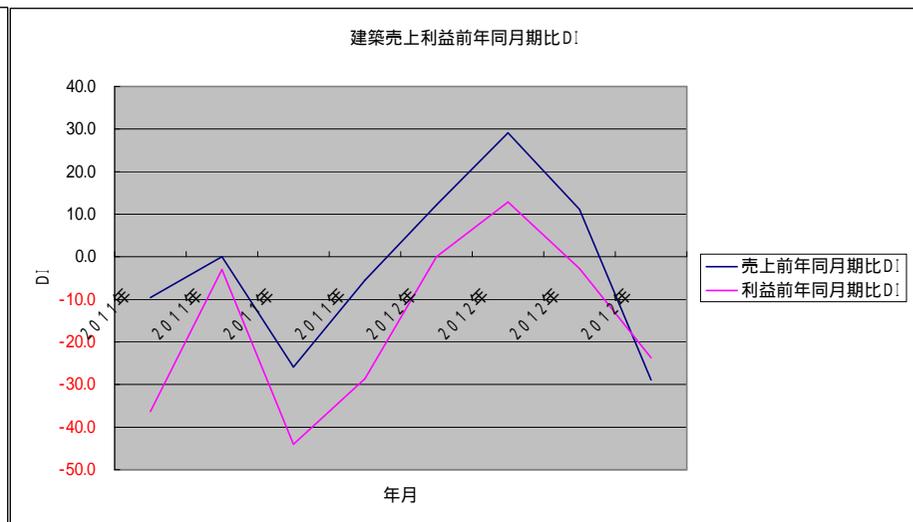
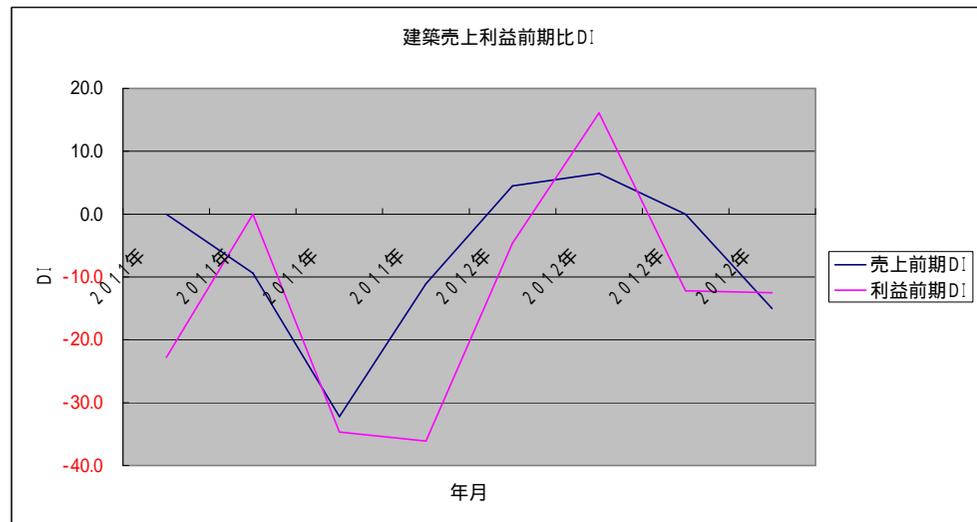
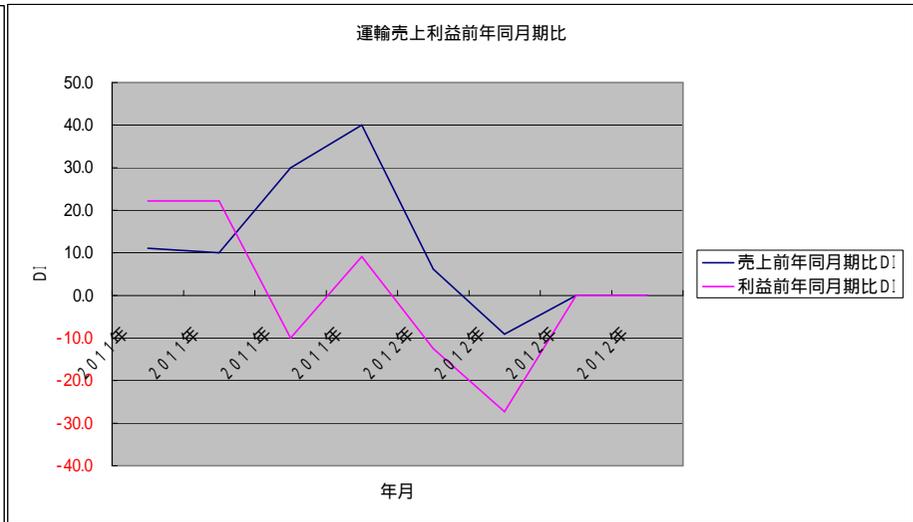
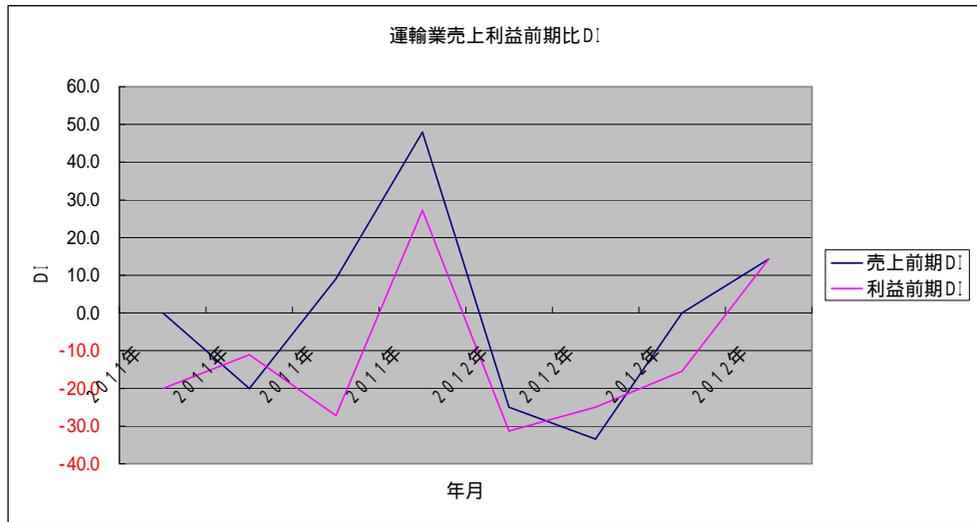
前年同月期比 2011年度

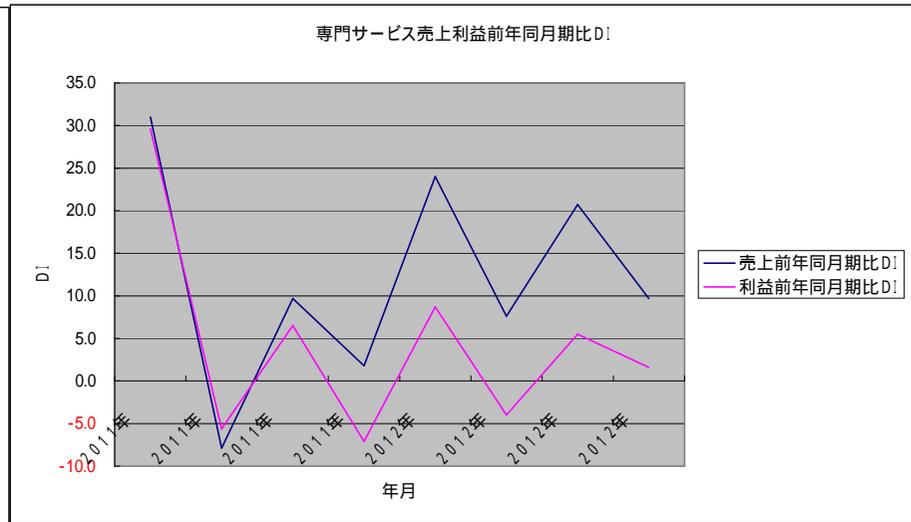
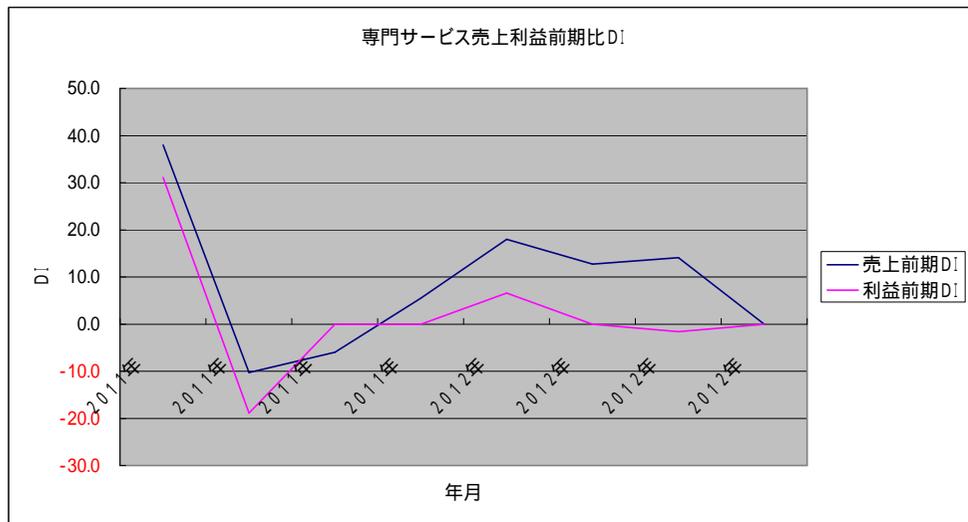
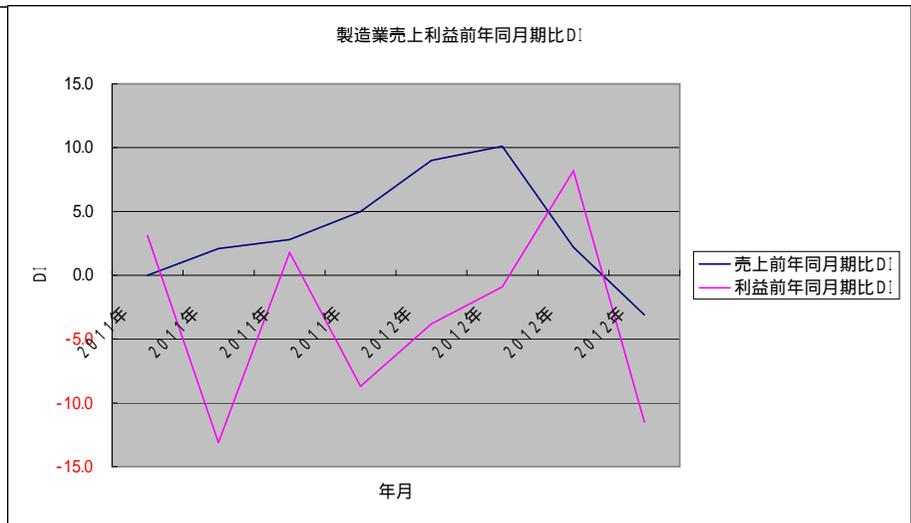
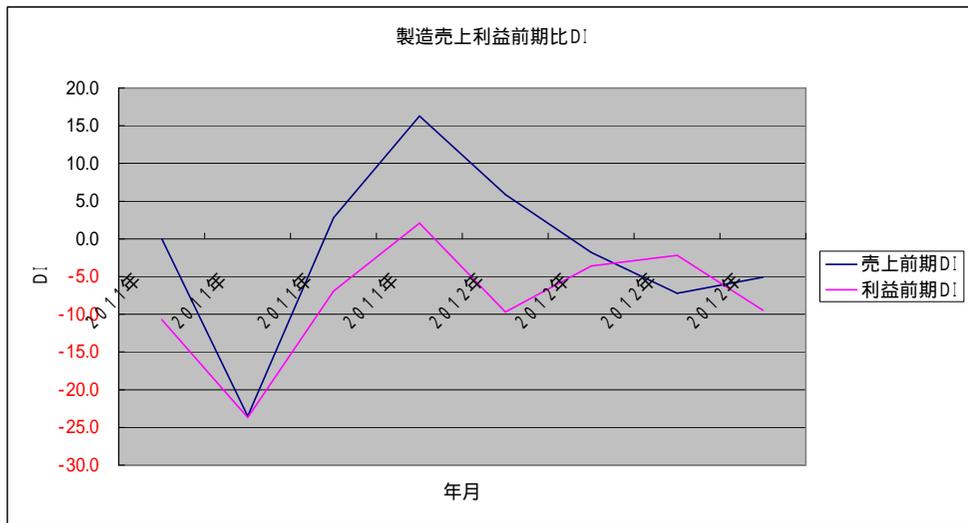
	1月～3月期	4月～6月期	7月～9月期	10月～12月期
サービス業	8.6	-22.7	-8.6	-2.7
運輸業	22.2	22.2	-10.0	9.1
建築業	-36.3	-3.0	-44.0	-28.6
製造業	3.1	-13.1	1.8	-8.7
専門サービス業	29.6	-5.6	6.5	-7.1
通信情報業	40.0	-25.0	25.0	-18.2
流通業	19.4	-8.8	0.0	-9.3
統計	8.6	-11.0	-4.7	-7.9

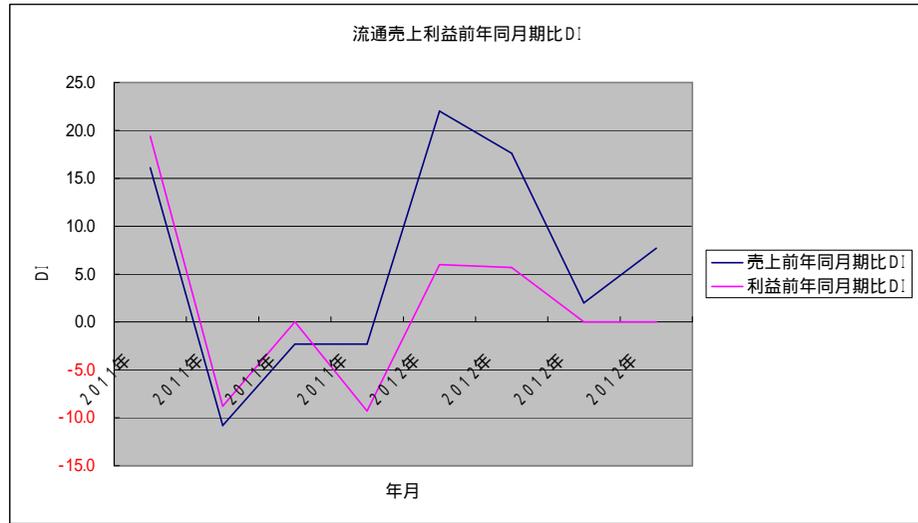
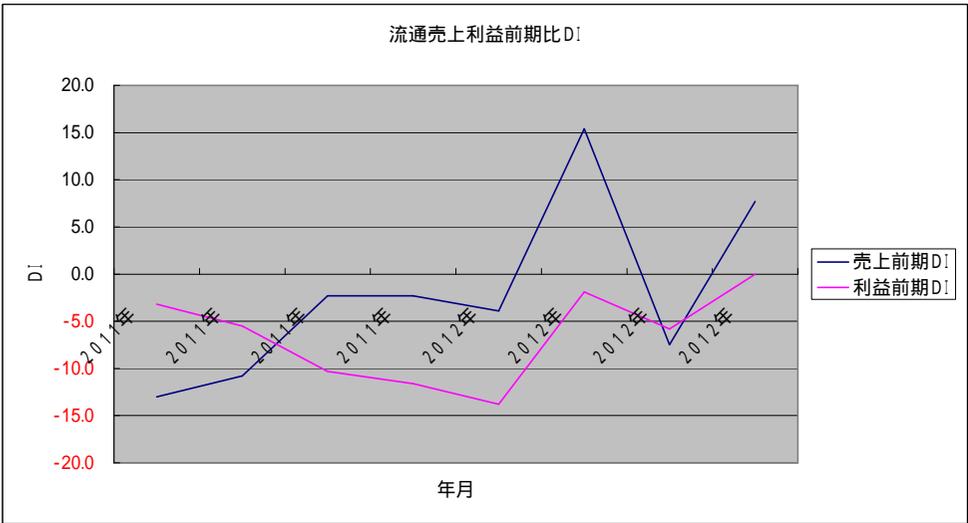
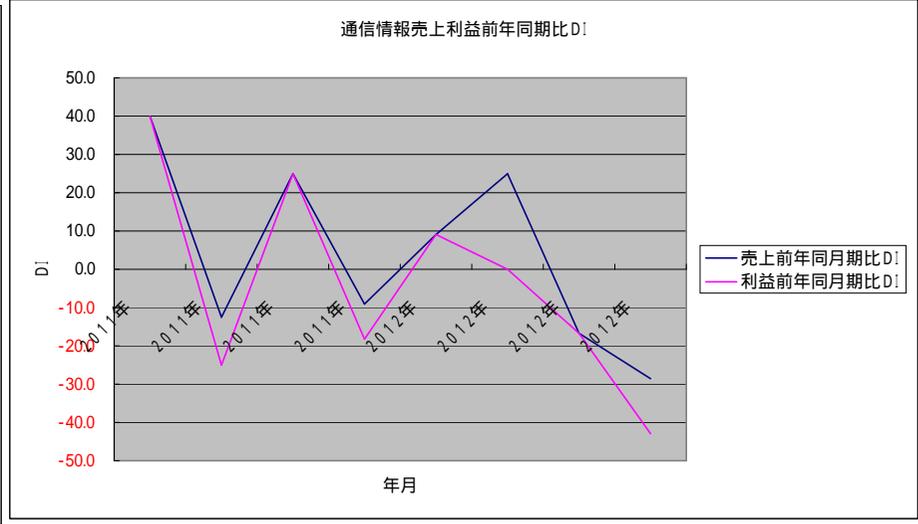
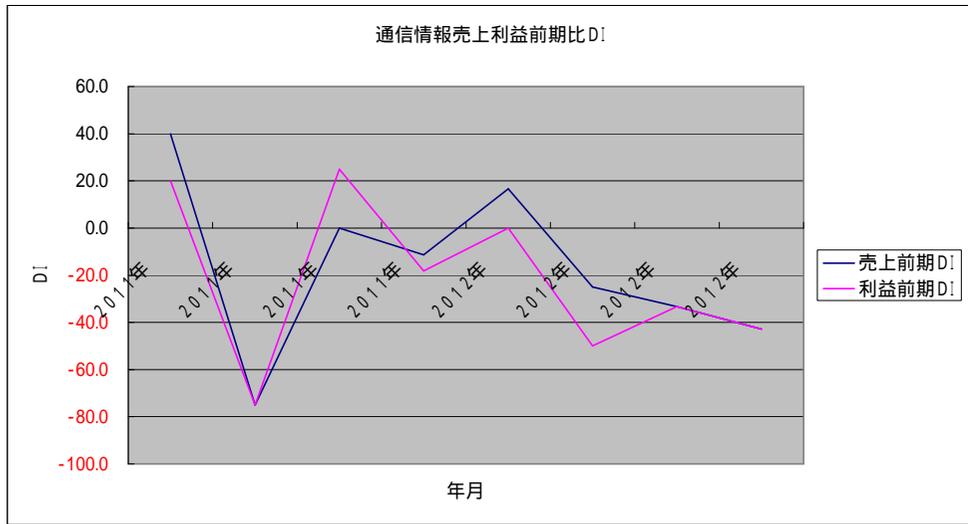
2012年度

	1月～3月期	4月～6月期	7月～9月期	10月～12月期
サービス業	7.5	-4.4	1.6	0.0
運輸業	-12.5	-27.3	0.0	0.0
建築業	0.0	12.9	-2.8	-23.7
製造業	-3.8	-0.9	8.2	-11.5
専門サービス業	8.7	-4.0	5.5	1.6
通信情報業	9.1	0.0	-16.7	-42.9
流通業	6.0	5.7	0.0	0.0
統計	2.8	-1.5	1.9	-4.7









### (3)景況感DI推移

	2011年度		2012年度			
	7月～9月期	10月～12月期	1月～3月期	4月～6月期	7月～9月期	10月～12月期
サービス業		-44.3	-16.5	-27.7	-26.2	-50.0
運輸業		-60.0	-40.0	-45.5	-33.3	-71.4
建築業		-31.3	-19.0	0.0	-40.0	-45.9
製造業		-25.5	-35.1	-35.8	-32.6	-50.8
専門サービス業		-28.8	-23.0	-10.0	-39.3	-29.0
通信情報業		-27.3	-9.1	-25.0	16.7	-14.3
流通業		-50.0	-24.5	-36.7	-60.4	-67.3
統計		-35.0	-25.2	-28.1	-37.3	-47.2

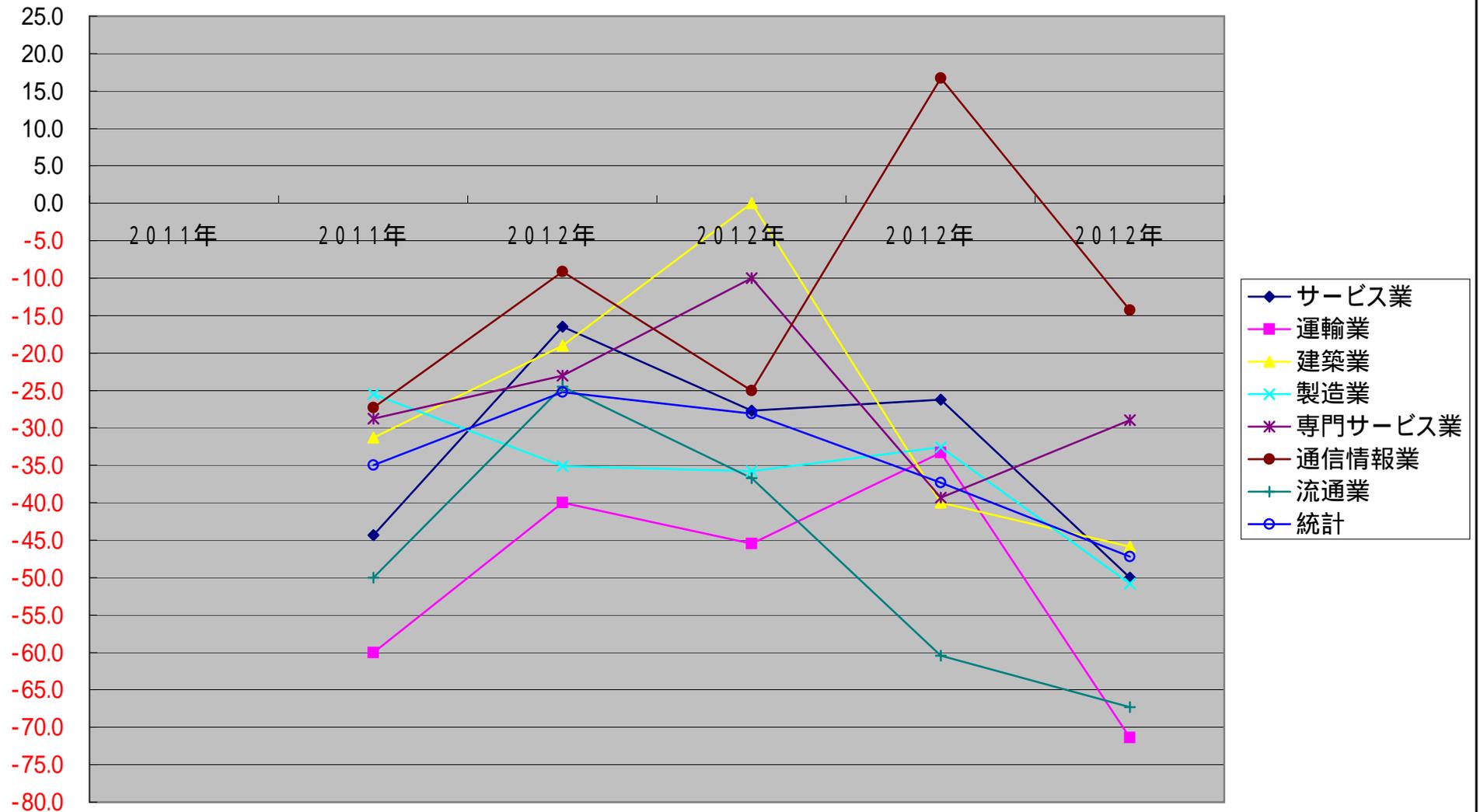
### (4)資金繰りDI推移

	2011年度		2012年度			
	7月～9月期	10月～12月期	1月～3月期	4月～6月期	7月～9月期	10月～12月期
サービス業	-10.8	-32.0	-20.2	-18.8	-24.3	-21.2
運輸業	-40.0	-27.3	-31.3	-33.3	-21.4	-28.6
建築業	-52.3	-30.6	-28.9	-19.4	-14.6	-20.5
製造業	22.6	-7.8	-5.9	-7.0	0.0	-7.9
専門サービス業	-16.1	-14.3	-10.4	-5.3	-19.0	-12.1
通信情報業	0.0	-18.2	-16.7	-50.0	-66.7	-42.9
流通業	-21.6	-14.0	-13.7	-10.0	-11.3	-11.3
統計	-6.3	-17.3	-14.0	-12.7	-12.3	-13.2

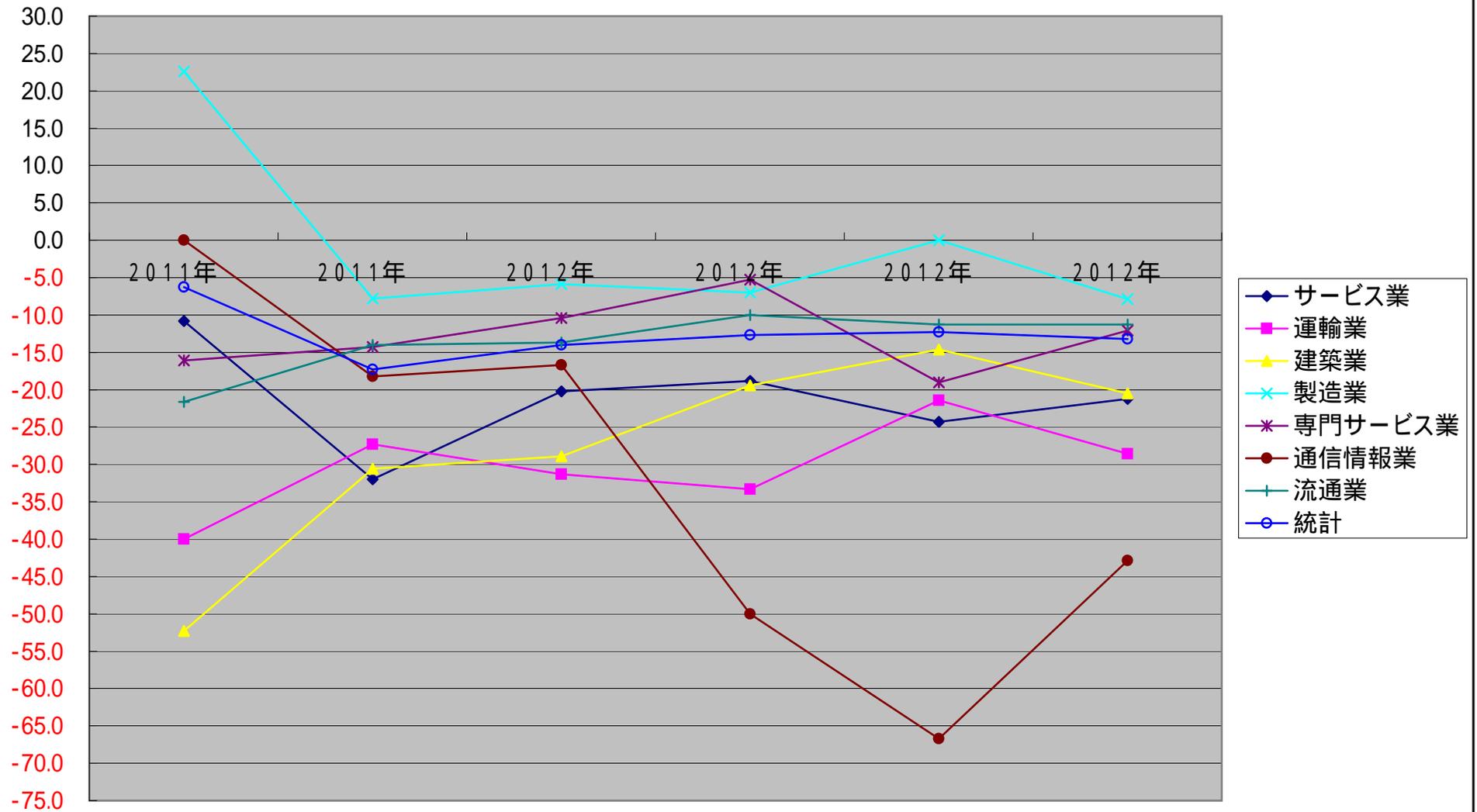
### (5)設備投資DI推移

	2011年度		2012年度			
	7月～9月期	10月～12月期	1月～3月期	4月～6月期	7月～9月期	10月～12月期
サービス業	-25.0	-64.8	-32.5	-39.1	-39.7	-50.0
運輸業	-63.6	-30.0	-53.3	-33.3	0.0	-40.0
建築業	-64.0	-47.2	-65.0	-53.6	-68.3	-70.0
製造業	-21.0	-28.8	-19.2	-3.7	-14.1	-11.2
専門サービス業	-57.2	-33.9	-60.3	-61.8	-41.3	-49.3
通信情報業	-100.0	-50.0	0.0	-50.0	-80.0	0.0
流通業	-48.8	-61.9	-50.0	-26.5	-40.4	-45.1
統計	-37.7	-42.9	-40.2	-30.5	-33.6	-36.5

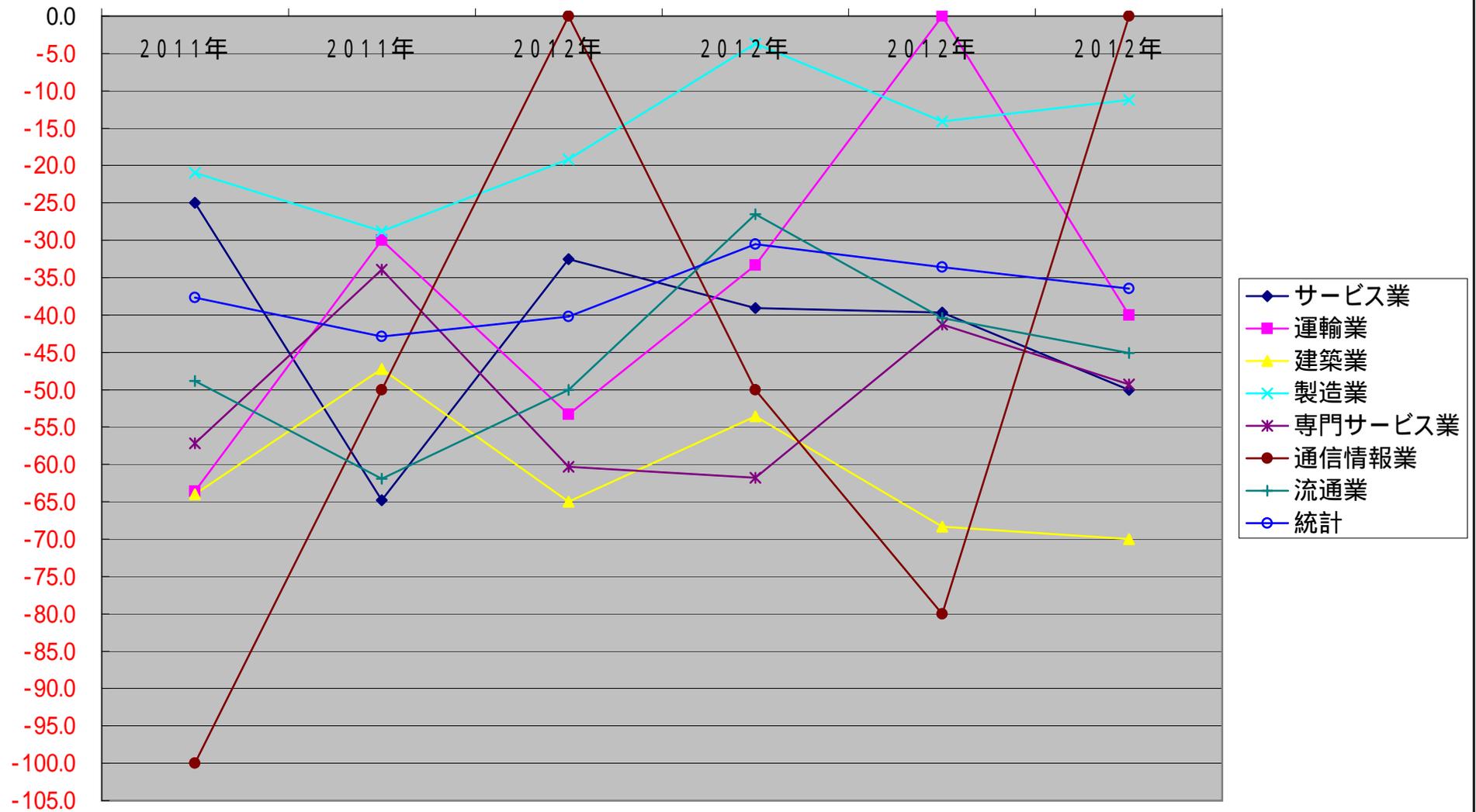
### 景況感DI



### 資金繰りDI



### 設備投資DI



## 【2】売上・利益について

### (1) 売上・利益の動向に関して

#### 売上動向

##### 前期比

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	19	26.0%	32	43.8%	22	30.1%	73
運輸業	3	42.9%	2	28.6%	2	28.6%	7
建築業	9	22.5%	16	40.0%	15	37.5%	40
製造業	41	29.7%	49	35.5%	48	34.8%	138
専門サービス業	15	22.1%	38	55.9%	15	22.1%	68
通信情報業	1	14.3%	2	28.6%	4	57.1%	7
流通業	21	40.4%	14	26.9%	17	32.7%	52
(空白)	7	36.8%	10	52.6%	2	10.5%	19
<b>総計</b>	<b>116</b>	<b>28.7%</b>	<b>163</b>	<b>40.3%</b>	<b>125</b>	<b>30.9%</b>	<b>404</b>

##### 前年同期比

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	25	35.2%	26	36.6%	20	28.2%	71
運輸業	3	42.9%	1	14.3%	3	42.9%	7
建築業	6	15.8%	15	39.5%	17	44.7%	38
製造業	42	32.1%	43	32.8%	46	35.1%	131
専門サービス業	17	27.4%	34	54.8%	11	17.7%	62
通信情報業	2	28.6%	1	14.3%	4	57.1%	7
流通業	18	34.6%	20	38.5%	14	26.9%	52
(空白)	7	38.9%	11	61.1%	0	0.0%	18
<b>総計</b>	<b>120</b>	<b>31.1%</b>	<b>151</b>	<b>39.1%</b>	<b>115</b>	<b>29.8%</b>	<b>386</b>

## 利益動向

##### 前期比

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	17	23.6%	31	43.1%	24	33.3%	72
運輸業	2	28.6%	4	57.1%	1	14.3%	7
建築業	7	17.5%	21	52.5%	12	30.0%	40
製造業	36	26.3%	52	38.0%	49	35.8%	137
専門サービス業	17	25.0%	34	50.0%	17	25.0%	68
通信情報業	1	14.3%	2	28.6%	4	57.1%	7
流通業	16	30.2%	21	39.6%	16	30.2%	53
(空白)	6	33.3%	10	55.6%	2	11.1%	18
<b>総計</b>	<b>102</b>	<b>25.4%</b>	<b>175</b>	<b>43.5%</b>	<b>125</b>	<b>31.1%</b>	<b>402</b>

##### 前年同期比

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	22	31.4%	26	37.1%	22	31.4%	70
運輸業	2	28.6%	3	42.9%	2	28.6%	7
建築業	7	18.4%	15	39.5%	16	42.1%	38
製造業	32	24.4%	52	39.7%	47	35.9%	131
専門サービス業	16	25.8%	31	50.0%	15	24.2%	62
通信情報業	1	14.3%	2	28.6%	4	57.1%	7
流通業	13	25.0%	26	50.0%	13	25.0%	52
(空白)	8	47.1%	9	52.9%		0.0%	17
<b>総計</b>	<b>101</b>	<b>26.3%</b>	<b>164</b>	<b>42.7%</b>	<b>119</b>	<b>31.0%</b>	<b>384</b>

## 採算状況

業種	黒字	割合	収支トントン	割合	赤字	割合	総計
サービス業	25	35.7%	28	40.0%	17	24.3%	70
運輸業	3	42.9%	3	42.9%	1	14.3%	7
建築業	17	42.5%	13	32.5%	10	25.0%	40
製造業	55	39.6%	52	37.4%	32	23.0%	139
専門サービス業	32	47.1%	27	39.7%	9	13.2%	68
通信情報業	2	28.6%	2	28.6%	3	42.9%	7
流通業	29	56.9%	12	23.5%	10	19.6%	51
(空白)	12	63.2%	7	36.8%		0.0%	19
<b>総計</b>	<b>175</b>	<b>43.6%</b>	<b>144</b>	<b>35.9%</b>	<b>82</b>	<b>20.4%</b>	<b>401</b>

## 景気動向

業種	好転	割合	底入れ	割合	悪化	割合	総計
サービス業	12	17.6%	10	14.7%	46	67.6%	68
運輸業	1	14.3%	0	0.0%	6	85.7%	7
建築業	7	18.9%	6	16.2%	24	64.9%	37
製造業	19	14.6%	26	20.0%	85	65.4%	130
専門サービス業	13	21.0%	18	29.0%	31	50.0%	62
通信情報業	2	28.6%	2	28.6%	3	42.9%	7
流通業	5	10.2%	6	12.2%	38	77.6%	49
(空白)	6	40.0%	0	0.0%	9	60.0%	15
<b>総計</b>	<b>65</b>	<b>17.3%</b>	<b>68</b>	<b>18.1%</b>	<b>242</b>	<b>64.5%</b>	<b>375</b>

## 資金繰り

業種	楽	割合	普通	割合	苦しい	割合	総計
サービス業	8	11.3%	40	56.3%	23	32.4%	71
運輸業	0	0.0%	5	71.4%	2	28.6%	7
建築業	5	12.8%	21	53.8%	13	33.3%	39
製造業	21	15.1%	86	61.9%	32	23.0%	139
専門サービス業	6	9.1%	46	69.7%	14	21.2%	66
通信情報業	0	0.0%	4	57.1%	3	42.9%	7
流通業	7	13.2%	33	62.3%	13	24.5%	53
(空白)	3	15.8%	13	68.4%	3	15.8%	19
<b>総計</b>	<b>50</b>	<b>12.5%</b>	<b>248</b>	<b>61.8%</b>	<b>103</b>	<b>25.7%</b>	<b>401</b>

## 銀行の対応

業種	好転	割合	変化無し	割合	悪化	割合	総計
サービス業	5	7.9%	52	82.5%	6	9.5%	63
運輸業	0	0.0%	6	100.0%	0	0.0%	6
建築業	1	2.7%	33	89.2%	3	8.1%	37
製造業	16	11.6%	113	81.9%	9	6.5%	138
専門サービス業	4	6.7%	54	90.0%	2	3.3%	60
通信情報業	1	14.3%	6	85.7%	0	0.0%	7
流通業	6	11.3%	43	81.1%	4	7.5%	53
(空白)	2	12.5%	12	75.0%	2	12.5%	16
<b>総計</b>	<b>35</b>	<b>9.2%</b>	<b>319</b>	<b>83.9%</b>	<b>26</b>	<b>6.8%</b>	<b>380</b>

## (2) 売上の増加と減少の要因に関して

売上前年同期比が「増加」と回答した企業の要因(選択式)

業種		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合	総計
サービス業	19	29.7%	9	14.1%	3	4.7%	9	14.1%	7	10.9%	4	6.3%					
運輸業	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%					
建築業	2	28.6%	1	14.3%	1	14.3%	1	14.3%	0	0.0%	0	0.0%					
製造業	19	17.9%	11	10.4%	3	2.8%	25	23.6%	12	11.3%	10	9.4%					
専門サービス業	9	29.0%	5	16.1%	0	0.0%	7	22.6%	1	3.2%	4	12.9%					
通信情報業	1	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%					
流通業	11	28.9%	3	7.9%	2	5.3%	9	23.7%	3	7.9%	1	2.6%					
(空白)	3	23.1%	3	23.1%	0	0.0%	3	23.1%	0	0.0%	0	0.0%					
<b>総計</b>	<b>65</b>	<b>24.4%</b>	<b>32</b>	<b>12.0%</b>	<b>9</b>	<b>3.4%</b>	<b>54</b>	<b>20.3%</b>	<b>23</b>	<b>8.6%</b>	<b>19</b>	<b>7.1%</b>					
業種		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合	総計
サービス業	7	10.9%	1	1.6%	1	1.6%	2	3.1%	0	0.0%	1	1.6%	1	1.6%			64
運輸業	2	66.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%			3
建築業	0	0.0%	1	14.3%	1	14.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%			7
製造業	9	8.5%	10	9.4%	1	0.9%	0	0.0%	1	0.9%	1	0.9%	4	3.8%			106
専門サービス業	4	12.9%	1	3.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%			31
通信情報業	1	25.0%	2	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%			4
流通業	2	5.3%	0	0.0%	2	5.3%	1	2.6%	0	0.0%	1	2.6%	3	7.9%			38
(空白)	2	15.4%	0	0.0%	1	7.7%	1	7.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%			13
<b>総計</b>	<b>27</b>	<b>10.2%</b>	<b>15</b>	<b>5.6%</b>	<b>6</b>	<b>2.3%</b>	<b>4</b>	<b>1.5%</b>	<b>1</b>	<b>0.4%</b>	<b>3</b>	<b>1.1%</b>	<b>8</b>	<b>3.0%</b>			266

- 1 営業力の強化・拡大
- 2 技術力、サービスの強化
- 3 コストダウン・生産性アップ
- 4 新規販路・新分野の開拓
- 5 新商品・サービス開発
- 6 高付加価値化
- 7 人材育成・採用の強化

- 8 国内需要の拡大
- 9 販売・受注価格の上昇
- 10 出店・規模の拡大
- 11 海外進出の強化
- 13 輸出の増加
- 14 他社との競合関係の改善

## 【2】売上・利益について 売上増につながったと思われる取組みの中身(記述)

業種	業務	売上増加要因記述
1 サービス業	タレントプロダクション 音声・映像制作 業/放送運営管理	新規事業の開拓 各部門のシナジー
2 サービス業	広告アドバイザー及び企画制作	新サービスのスタート
3 サービス業	人材育成、セミナー、研修、個人コーチング	人脈の深さと拡大
4 サービス業	衣類全般 クリーニング	新大手への営業取引
5 サービス業	テクニカルイラスト、テクニカルライティングの技術を基に、取扱説明書他各種マニュアルおよびパーツカタログの企画、制作～印刷管理	・高付加価値の仕事量の増加 ・固定費の削減 ・新開拓の増加
6 サービス業	税関に対する輸出入の通関申告および附帯する業務全般	特段の取組みはしていない。昨年と比べてのことで、昨年よりはやはり震災の影響があったため好転しているように見える。
7 サービス業	包装資材の販売等	徹底した紹介作戦
8 サービス業	印刷企画及びデザイン	顧客デリバリーの強化
9 サービス業	飲料用貯水槽のリフレッシュ・メンテナンス	人材育成には、社内教育の徹底と目標設定と達成のモチベーションアップ。新卒採用による、既存社員の成長による
10 サービス業	生命保険・ライフプランニング	サービス品質の向上
11 サービス業	フラワースクール運営・フラワーギフト販売	新規販路拡大と新規生徒獲得の為、WEBサイトの充実と情報発信を強化した
12 サービス業	インテリアデザイン企画・施工・監理、ビル・マンションの管理 複合施設・工場の設備の企画・施工・メンテナンス	新規顧客の開拓
13 サービス業	主にアロマを使ったボディトリートメントを行いたい	新しいメニューのご提案(オプションメニュー)を打ち出したところ、ほとんどのお客様がリクエストしてくれるようになりました。また、物販の新提案も好評をいただいております
14 サービス業	化学工業薬品製造・卸	客先からの推薦
15 サービス業	保険代理店	訪問と説明量を増やした
16 サービス業	大学・行政向けのサービス	新規顧客の開拓
17 サービス業	企業やデイサービスなどへ、食事のサービス	顧客が望むもの、サービスは何なのかを社員さんを巻き込んで、皆で考えて実施する
18 運輸業	オフィス移転・越越し、精密機器輸送	過去の減車が復活
19 建築業	住宅障害者施設の新築・リフォーム	たまたま、発注が重なったから、(原因はどうも消費増税?)
20 建築業	新築・増改築工事	仕入先との価格調整、工事現場での工期の短縮を計る。
21 建築業	建築業の中で空調、衛生設備の内管、断熱工事の専門業	受注活動の強化
22 建築業	電気設備設計・施工	緊急対応の案件があり、売上の的にも大きく受注価格の内容もよかった(偶発的ですが)
23 建築業	空調設備工事	新規開拓・政府の節電工事・原発問題
24 建築業	新築・リフォーム・設計・不動産	経営革新・ネットワークの強化
25 製造業	プラスチック製品製造販売	HPでの新規獲得
26 製造業	服飾雑貨・ノベルティ商品製造販売	企画開発商品の提案と新分野の開拓
27 製造業	和菓子製造小売卸売業	阪急百貨店に出店
28 製造業	金属熱処理 金属製の部品や金型の寿命を飛躍的に伸ばしてやるのが我々の仕事です。 自社の製品はなく、部品メーカー等からお預かりしたモノに最適な熱処理を施してやります。無形の「技術」が我々の商品です。	営業部員の増強。 売り物の「技術」の基本になるところを改めて学習し直し、データを取り 処理スペックに反映させた。品質の大幅な向上につながった。
29 製造業	焼き菓子製造卸	新規取引先の獲得や製造の拡大
30 製造業	インテリア雑貨及び寝具の製造販売	ネット販売の増加、ネット商品アイテムの増加。
31 製造業	寝具・介護福祉用具のレンタル&販売	国産品の特化が見直されているのでは・・・
32 製造業	金属プレス工業・建築物製造販売	東日本大震災の復興ではないかと思う。 他社の廃業に伴いその分野に生産を重視、これまでのやり方に工夫を加えコストダウンした生産を行っている、震災による特需も
33 製造業	オフセット印刷、UV印刷、オンデマンド印刷、WEB製作	UV印刷を導入してから売上げが少し増加した
34 製造業	チェーンコンベヤ設計・製造	顧客の設備投資計画をキャッチアップし、確実に受注ができていたため。
35 製造業	ステンレス製バルブ・継手・製造販売	顧客数の増大、ホームページの強化により新規取引先からの問い合わせで増えた
36 製造業	鋼板加工販売	設備投資
37 製造業	金属表面処理加工、金属処理加工	新規開拓に注力
38 製造業	プラスチック加工業	短納期に対する対応強化
39 製造業	パッケージを中心とした印刷物の製造・加工	新規得意先の開拓
40 製造業	印刷用インキ製造	特異なマーケットに特化、イメージ作り(ブランディング、広告)製品開発
41 製造業	印刷 ホームページ デザインの制作	優良顧客の強化

42	製造業	別注家具製造・販売	品質向上を常に意識したものづくり
43	製造業	金属表面処理業、機械加工業	昨年12月に加工価格を7%上昇させた。新分野への営業活動が実っている。営業担当者を増員した
44	製造業	生活雑貨、キャラクター文具、ベビー雑貨の企画・製造	特に変わったことはしていない
45	製造業	サイン及び、DIY関連。店舗用品製品の製造販売	新製品の拡販
46	製造業	省力化機械設計・製作	前期、前年同期の業績が悪かったため
47	製造業	プラスチック成型加工	開発支援
48	製造業	金属の溶接・組立・CAD加工等	足りない人手を下請会社でフォローし納期に間に合せています。売上増でも、支払(支出)が増になっている
49	製造業	アルミ建材品の 開発、製造、販売、施工	マーケットの活性化及び、アルミ地分価格安く直安定によるコストダウンで受注増
50	製造業		新規取引の増加
51	製造業	鉄鋼二次製品、釘、ネジ	・新商品の販売強化 ・扱い商品額を見直す
52	製造業	別注スチール家具、什器製造、精密板金加工	既存得意先からの受注が増加した。その増加分に対して外注展開を進めた結果、受注売上げが増加した。
53	製造業	金属焼付塗装	HPにより売上が上がった。
54	製造業	精密機械部品加工・省力化・産業機械設計製作組立て	長年取組んできた産業機械が、ここにきて受注にいたった。
55	製造業	物流支援省力機器製造販売(垂直搬送機、駆動ローラーコンベヤ、パレット交換機)	新商品の需要が増えてきたのと、既存顧客の設備投資計画が実施された為。
56	製造業		展示会への出店、スライダースポーチが世間に認識されてきた新規得意先が増えた
57	製造業	お菓子製造	新規開拓
58	専門サービス業	税理士事務所	スポット売上
59	専門サービス業	行政書士事務所	外国人の在留許可・帰化申請業務に進出したこと。
60	専門サービス業	労務管理を含めた給与処理サービスとコンサルティングサービス	顧客の増加
61	専門サービス業	労務関連全般のコンサルティング業務	形のないもの「知識」を取り扱っているのでスキルアップでしかサービスの強化がない。
62	専門サービス業	経営コンサルティング業	紹介が増えた
63	専門サービス業	税理士	相続案件増
64	専門サービス業	珈琲製造販売	新しい価値向上による新マーケットの提案
65	専門サービス業	会計事務所	徹底した金融機関対策
66	専門サービス業	税理士業務 経営支援コンサルティング	パンフレット作成、セミナーの開催、メルマガ配信などを通じた営業を強化。 その後はしっかりヒアリング 顧客の不満からニーズを抽出サービスの説明 ウォンツの喚起 クロージングといったセールス力の強化が実を結んだ。
67	通信情報業	携帯電話の基地局	他社にない経営戦略で差別化
68	通信情報業	リクルートの求人広告代理店として、企業の人材採用をお手伝いしています。	自社の営業力強化およびマーケットの需要拡大。当社の事業から考えると、企業の求人件数の伸びが求人広告の出稿につながり、売上拡大につながっている。
69	流通業	化学工業薬品販売、産業廃棄物処理	タイの洪水等の影響で顧客の稼働が落ちていた。設備のメンテナンス依頼も増えてきている。
70	流通業		社員力の成長
71	流通業	木材販売	社員の顧客への対応の向上
72	流通業	建築金物卸売商社	新規販売ルートの開拓
73	流通業	オフィス用品、OA機器全般の販売施工	大口のスポット業務を受注したことによる増加
74	流通業	粗品の販売	社員のモチベーション維持に努めた
75	流通業	通信機器(親会社製)の販売サービス(90%卸売)	震災洪水の影響を最小限にとどめ市場に貢献することができた。その流れを今期拡大できている。
76	流通業	製菓材料卸	人材の能力向上
77	流通業	デジカメ販売、DPEショップ	売り上げ増は一時的(7月)なもので、悪化している。新製品の発売があったが、短命のようだ
78	流通業	環境製品・金物卸	大阪の内装関連の工事が多い為
79	流通業	マグネット応用機器販売・中古工作機械販売・各種修理業務	インターネットでの新規客先からの引き合いが増えた。
80	流通業	ポルシェの正規販売店。新車・中古車の販売及び整備全般。部品販売。損害保険代理業。	スポーツカー二車種がモデルチェンジがあり、カイエン・パナメーラもGTSがデリバリーが始まった為。台あたり単価が大きい車種の販売が多かった。
81			人脈が広がり、紹介をいただくことが増えた事。既存客からの評価が上がり依頼が増加したこと。評価を上げるためには、先行投資と思って無料サービスなども行いました。
82		販促品(POP、オリジナルノベルティグッズ、エアPOP、ぬいぐるみ等々)を中国で製造、お客様に受注生産で納めている。企画は国内です。	若干社員が育ってきた。商品の不良なく納めている。誠実にお客様に対応し、継続して受注している。
83			昨年度からの営業強化、施工実績を認められ販売増につながった
84		訪問介護ステーション、ケアプランセンターの経営 介護福祉分野	社員増員 支店の設立
85		障害者社会福祉事業	新しい事業所の設立、新しい支援メニューの開始。

前年同期比が「減少」と回答した企業の要因(選択式)

業種		割合		割合		割合		割合	
サービス業	7	29.2%	0	0.0%	0	0.0%	8	33.3%	
運輸業	2	22.2%	1	11.1%	1	11.1%	1	11.1%	
建築業	5	16.1%	0	0.0%	0	0.0%	8	25.8%	
製造業	39	43.8%	3	3.4%	10	11.2%	14	15.7%	
専門サービス業	6	46.2%	0	0.0%	0	0.0%	3	23.1%	
通信情報業	3	42.9%	0	0.0%	0	0.0%	1	14.3%	
流通業	12	48.0%	0	0.0%	3	12.0%	4	16.0%	
総計	74	37.4%	4	2.0%	14	7.1%	39	19.7%	
業種		割合		割合		割合		割合	総計
サービス業	7	29.2%	0	0.0%	1	4.2%	1	4.2%	24
運輸業	2	22.2%	0	0.0%	1	11.1%	1	11.1%	9
建築業	12	38.7%	0	0.0%	4	12.9%	2	6.5%	31
製造業	12	13.5%	6	6.7%	2	2.2%	3	3.4%	89
専門サービス業	2	15.4%	0	0.0%	2	15.4%	0	0.0%	13
通信情報業	2	28.6%	1	14.3%	0	0.0%	0	0.0%	7
流通業	5	20.0%	1	4.0%	0	0.0%	0	0.0%	25
総計	42	21.2%	8	4.0%	10	5.1%	7	3.5%	198

- 1 国内需要の減少
- 2 輸入の増加
- 3 輸出の減少
- 4 他社との競合状態の悪化
- 5 販売・受注価格の減少

- 6 取引先の海外移転
- 7 公共事業の削減
- 8 季節的要因

## 【2】売上・利益について 減少の特徴・原因に関して(記述)

業種	業務	売上減少の要因記述
1 サービス業	印刷物の企画・制作・印刷・納品	仕事量そのものが減少している
2 サービス業	広報ツールを提案活用し、会社の売上、ブランディング等目的を果たす (TT,web,DTP,system,翻訳)	メインスタッフの「やり方」を履行し、失敗
3 サービス業	家庭用の電気製品の販売及び電気工事	地デジ事業で一気買い替えが進み、それ以降の買い替え需要がほぼ無くなったので、テレビやブルーレイレコーダーなどの関連商品が売れていない。 また、全体的なデフレ傾向と、先行きの不安定や給料の不安定による買い控えが進んでいると思われます。また私のそういった対外的な要因に対して対策を打っていなかった事によるかと思われます。
4 サービス業	防犯用品・防災用品の企画、設計、販売、施工	去年は特需があったから(取扱商品防災用品)
5 サービス業	結婚式場、飲食店	例年 夏季は売上げが減少 今期は特に悪く 又、競合他社の参入も増加
6 サービス業	広告代理業	広告費の減少
7 サービス業	印刷物のデザイン企画	予算が減少しPRにお金をかけられないクライアントが増えたため
8 サービス業	資産運用のアドバイス、住宅ローン保険の見直し	世界経済の伸び悩みで金融市場の低迷による顧客離れ
9 サービス業	製造派遣、職業紹介	飽和状態である
10 サービス業	広告代理業、電子コミック出版行	お客様からの発注件数、発注量の減少
11 サービス業	ビルメンテナンス 清掃	値引き要求が厳しくなっている。
12 運輸業	一般貨物運送業、引越業	物流ニーズの減少、中国不買運動や円高、産業の空洞化など全てが悪いように作用している。
13 運輸業	運輸・倉庫	パナソニック・シャープ等の荷造りが減っているために運ぶものが減る。原材料も海外から調達されるためダブルパンチである
14 運輸業	食品の在庫管理から配送するまでを一貫した業務	アイスクリーム、飲料の扱いが減った。
15 建築業	空調・給排気・集塵等のダクト製作及び取付工事	9月以降、全体の受注量が減少しました。受注できる案件もありましたが、採算が合わないため辞退致しました。それ以降、客先からの発注が減少しました。
16 建築業	店舗、マンション(住居)大阪市内へ進出への必要性を考えている	大阪全体の - 日本全体の景気の悪化 生活の悪化、政策の悪化及後手...
17 建築業	個人住宅の設計、施工。福祉施設の施	低価格入札物件の増加。
18 建築業	建設機械部品販売	問い合わせが減った
19 建築業	機械器具設置工事、鋼構造物工事	国内企業及び公共事業の設備投資の減少。
20 建築業	機械器具設置業 立体駐車場・水処理設備の据付、メンテナンス	職長が辞めたので、現場工事が請け負わなくなったため、売上が減少した。仕事量としては、10月以降は忙しい
21 建築業	店舗設計施工、住宅、事務所リフォーム	メイン取引のコンビニエンスの内装件数減少及び競合会社との仕事の取り合い。異業種交流会からの仕事も安定しない
22 建築業	タイル工事及び販売 住設商品の工事及び販売	例年であれば普通より上です。去年はたまたま大型案件があったためです
23 建築業	設計施工	工事の大小による
24 建築業	内装備品販売及び内装工事	無理な受注を控えているので
25 建築業	内外装工事、独立開業支援コンサルタント	利益率が悪い。改善点を是正していただけないユーザーとの取引を徐々に減らした
26 建築業	電気工事	下請け、外注の確保が不十分の為、仕事があっても受注できず。
27 建築業	ライト、看板、金物、製作・施工	同業他社との入札及び値引き要求、又は、原価割れの価格提示など
28 建築業	電気工事	工務店依存により売上の上下が激しい
29 建築業	防水、防飾、塗床工事等、施工業務	東日本大震災の影響が今シリアスに出ている。
30 建築業	住宅に特化した建築、新築・リフォーム・リノベーション	営業不足
31 製造業	工業用裁断機器製造	引合・受注案件が減少
32 製造業	工作機械部品の製造	季節的要因もありますが、全体的に業種かわらず減少している気がします。
33 製造業	機械設計制作、特にSUSに特化した装置類の製造、食品加工、コンテナ、パレット、食器洗浄乾燥装置	全般に設備投資が減少する中で業界最大手の営業活動が異常であり、安価受注をやむなくされている。
34 製造業	軟質塩化ビニールのリサイクル業	電力会社に影響を受けやすい業種なので、原子力発電所の稼働率が悪く赤字が増える状態では、電力線の交換(リサイクル化)のペースが落ちてきている。
35 製造業	線香製造	全体的に消費量が減少してる
36 製造業	コンピュータ関連ソフト・ハード開発・製造	取引先の減、及び仕事の減。
37 製造業	金属プレス並びに金型製作	取引先の海外移転、海外での生産量増加国内工場が閉鎖された為、生産継続の取引先においても販売促進減で生産量ダウン。新規取引先開発の遅れ。
38 製造業	各種金属プレス加工、板金溶接加工	工作機械関連の取引先の受注量減少のため、特に国内需要の鈍化、輸出の減少(海外製造移管及び円高、海外の経済収縮による)
39 製造業	建設機械・産業車両のカウンタウエイトの製造、販売。	中国の景気後退や反日不買運動、インドネシアでの石炭価格の下落などを受けて、需要が急激に落ち込んだ結果、完成車在庫過多となり大幅な生産調整(造らない)などの影響による。
40 製造業	ディスプレイ等、アクリル加工、サイン業	震災後定期的にあった受注が減少しているため

41	製造業	銅、アルミパイプの曲げ、端末加工	昨年未くらいは注文が多かったのでその反動
42	製造業	銅、真ちゅうのロー付	新規よりもオーバーホールが多くなっている。
43	製造業	硬質クロムめっきの施工	中国市場低迷による顧客の生産減少による。
44	製造業	金属工作油剤製造・販売	景気が悪化とどこでも経費削減していて、インターネットや電子書籍による影響で本が少なくなっている
45	製造業	平版印刷物の表面加工(紙のツヤ出し加工)	居抜き、リサイクルの普及
46	製造業	業務用厨房	タイの洪水による応援生産終了のため
47	製造業	プラスチックブロー成形	国内全体の投資の減少
48	製造業	油圧機器のメンテ・製作	主要得意先からの受注減
49	製造業	製缶・板金業	ヨーロッパの景気悪化による需要減。円高
50	製造業	ねじの製造	中国向け需要の低迷
51	製造業	金型製造	海外移転の空洞化 公共工事内需不足
52	製造業	磨ナット製造	内需のみで外需が殆どない
53	製造業	ポリウレタンゴムの製造	7月初旬から急に仕事が減った。国内設備投資が少ないと思われる
54	製造業	板金加工	得意先が減った。仕事量が少なく内製化が進んだ。大手メーカーが生産拠点を海外に移した。
55	製造業	電子機器製造業(プリント配線板加工)	ネット販売の一番売れ筋商品が4割減したため。
56	製造業	プラスチック板加工業および販売 ディスプレイPOPなどの販売促進物を製作・インテリア雑貨・ノベルティ・液晶画面保護パネル(フィルター)など	国内生産の落ち込みと依存度が高い主要取引先の落ち込みによる。
57	製造業	電気機械器具製造業	景気のマインドが下り受注が停滞
58	製造業	プラスチック切削加工業	耐久消費材的民生品なので、ユーロ危機からの景気低迷で販売数が約15%は低下していると思われる。
59	製造業	光学硝子製造と部品製造販売	内情の先細りと同業他社の価格の繰り下げで困っている
60	製造業	紙全般の卸売りと紙製品の製造販売	年初にかけての機械受注が鈍化している
61	製造業	精密金属切削加工、主に産業機械及び工作機械のフレーム・軸受加工	各取引先共 売上が2割減 将来を考え需要を控えているのでは?
62	製造業	婦人インナー製造販売	昨年は震災影響で特別だった
63	製造業	ドライラミネート加工	低価格化に歯止めが効かない。中高級品市場が振るわない。今までに百貨店や専門店で購入していた消費者が低価格品に対する抵抗感が無くなった。低価格品の常態化。
64	製造業	女性下着の製造卸及び生地・レースの卸。	販売不振、景気の低迷でものが売れない。
65	製造業	高級婦人下着、企画製造販売及び洋菓子製造販売	リーマンショック後の人員整理が落ち着いたこと、雇用調整助成金の活用が落ちてきたことです。いいことです。
66	専門サービス業	求人広告総合代理店	紙媒体からネット媒体へのシフト
67	専門サービス業	社会保険労務士業+人材の育成(ビジネスマンの基本マナー、リーダーシップスキルアップ)	[グラフィックデザイン(商業デザイン)・DTP・SP関連ツールの企画・印刷・WEB・広告代理] チラシ・リーフレット・パンフレット・会社案内・カタログ・冊子・ロゴ・名刺・封筒・ショップカード・DM・ポスター・看板・パッケージなどの制作・デザイン・企画
68	専門サービス業	求人広告総合代理店	斜陽産業に属しています。世間のニーズが変化しているため、必然だと思います。
69	専門サービス業	社会保険労務士業	新規顧問先の開拓が競争激化の為に進まない。むしろ減る傾向。
70	専門サービス業	高年齢者・障がい者の福祉施設	稼働率の減少
71	専門サービス業	印刷関連	オーダー数の減少及び 弊社の得意とする中国から他国へ生産拠点
72	通信情報業	HP制作、管理、デザイン	百貨店の売上げが急激に落ち込んだ結果
73	通信情報業	店舗管理パッケージソフトの作成・販売	案件の減少
74	通信情報業	ソフトウェア受託開発	出店先が少ない為
75	流通業	ステンレス、鋼材、材料販売、加工一式	電機メーカーのソフト開発が海外発注
76	流通業	食肉製品加工卸売り	販売先はあるが、景気悪化のため、与信の問題もあり販売を自粛してしまうところあり。
77	流通業	印刷物加工用塗料仕入れ販売、製造販売	当社主要マーケットである外食産業の低迷による微減
78	流通業	業務用浴場設備機器類の製造輸入卸売り販売	本来、年間で繁忙期であるはずの10月から12月の盛り上がりがない。その分落ち込んでいる。
79	流通業	アパレル小売販売業	大阪は売上げが伸びたが東京が横ばい。名古屋減少。名古屋で新しい商品が伸びていない
80	流通業	中古車、中古農業機械輸出	中国からの旅行者の減少
81	流通業	ユニフォーム全般	欧州不況による需要減に加えて、円高による競争力の低下
82	流通業	鈮螺卸売業	需要の低下・子供の減少 仕事量が少ないので作業服も出ない
83	流通業	鋼材の加工販売	新商品特需の終了による売上高の減少
84	流通業	金属を加工する機械の販売 中古機械の整備および販売 機械の修理	電気・自動車・工作機械も生産減で販売数量が減少しています 客先の設備投資意欲減

### 【3】経営上の問題点・対応策について

#### (1) 設備投資・規模拡大などの投資計画に関して(選択式)

業種	今期中にある(1年以内)	割合	検討中	割合	ない	割合	総計
サービス業	9	14.1%	14	21.9%	41	64.1%	64
運輸業	1	20.0%	1	20.0%	3	60.0%	5
建築業	2	5.6%	5	13.9%	29	80.6%	36
製造業	41	30.6%	37	27.6%	56	41.8%	134
専門サービス業	10	14.9%	14	20.9%	43	64.2%	67
通信情報業	3	42.9%	1	14.3%	3	42.9%	7
流通業	9	17.6%	10	19.6%	32	62.7%	51
(空白)	4	20.0%	4	20.0%	12	60.0%	20
総計	79	20.6%	86	22.4%	219	57.0%	384

#### (2) 現在の経営上の問題点に関して(選択式3つまで)

業種	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	
サービス業	22	15.1%	0	0.0%	11	7.5%	8	5.5%	6	4.1%	5	3.4%	14	9.6%	4	2.7%	
運輸業	3	15.8%	0	0.0%	2	10.5%	1	5.3%	2	10.5%	0	0.0%	1	5.3%	3	15.8%	
建築業	18	19.6%	0	0.0%	10	10.9%	8	8.7%	2	2.2%	2	2.2%	7	7.6%	3	3.3%	
製造業	73	20.6%	17	4.8%	37	10.5%	11	3.1%	14	4.0%	9	2.5%	22	6.2%	20	5.6%	
専門サービス業	18	12.9%	0	0.0%	13	9.3%	12	8.6%	7	5.0%	5	3.6%	8	5.7%	3	2.1%	
通信情報業	3	15.8%	0	0.0%	2	10.5%	2	10.5%	0	0.0%	0	0.0%	2	10.5%	0	0.0%	
流通業	28	22.2%	1	0.8%	10	7.9%	8	6.3%	3	2.4%	2	1.6%	4	3.2%	5	4.0%	
(空白)	6	13.6%	0	0.0%	3	6.8%	3	6.8%	1	2.3%	2	4.5%	4	9.1%	2	4.5%	
総計	171	18.2%	18	1.9%	88	9.4%	53	5.6%	35	3.7%	25	2.7%	62	6.6%	40	4.3%	
業種	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	総計
サービス業	9	6.2%	8	5.5%	10	6.8%	20	13.7%	10	6.8%	3	2.1%	7	4.8%	9	6.2%	146
運輸業	0	0.0%	1	5.3%	1	5.3%	3	15.8%	2	10.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	19
建築業	5	5.4%	2	2.2%	3	3.3%	10	10.9%	6	6.5%	8	8.7%	5	5.4%	3	3.3%	92
製造業	20	5.6%	8	2.3%	18	5.1%	32	9.0%	17	4.8%	20	5.6%	28	7.9%	8	2.3%	354
専門サービス業	7	5.0%	3	2.1%	11	7.9%	14	10.0%	12	8.6%	3	2.1%	11	7.9%	13	9.3%	140
通信情報業	0	0.0%	1	5.3%	0	0.0%	4	21.1%	2	10.5%	2	10.5%	1	5.3%	0	0.0%	19
流通業	10	7.9%	6	4.8%	7	5.6%	14	11.1%	7	5.6%	1	0.8%	11	8.7%	9	7.1%	126
(空白)	0	0.0%	1	2.3%	3	6.8%	5	11.4%	5	11.4%	2	4.5%	4	9.1%	3	6.8%	44
総計	51	5.4%	30	3.2%	53	5.6%	102	10.9%	61	6.5%	39	4.1%	67	7.1%	45	4.8%	940

民間需要の停滞  
 輸入品の圧迫  
 受注単価の大幅ダウン  
 新規参入者の拡大による競争の激化  
 税金、公共料金負担の増加  
 管理費等間接経費の増加  
 人件費負担  
 仕入単価の上昇・高止まり

情勢判断・企業進路の確定  
 事業資金の借入難  
 全社一丸体制の確立  
 社員教育  
 従業員の確保  
 熟練技術者不足  
 幹部社員の不足  
 取引先ニーズの把握

(3) 今後の予定も含めた経営上の力点(選択3つまで)

業種		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合
サービス業	48	24.7%	12	6.2%	10	5.2%	22	11.3%	18	9.3%	17	8.8%	11	5.7%	7	3.6%
運輸業	5	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.0%	0	0.0%	3	15.0%	3	15.0%	1	5.0%
建築業	22	21.4%	11	10.7%	5	4.9%	13	12.6%	3	2.9%	9	8.7%	1	1.0%	3	2.9%
製造業	76	19.8%	47	12.3%	35	9.1%	52	13.6%	38	9.9%	28	7.3%	9	2.3%	5	1.3%
専門サービス業	42	23.5%	13	7.3%	14	7.8%	19	10.6%	11	6.1%	15	8.4%	7	3.9%	4	2.2%
通信情報業	5	26.3%	2	10.5%	2	10.5%	2	10.5%	1	5.3%	1	5.3%	0	0.0%	0	0.0%
流通業	35	23.0%	4	2.6%	7	4.6%	30	19.7%	8	5.3%	12	7.9%	6	3.9%	4	2.6%
(空白)	12	22.2%	6	11.1%		0.0%	4	7.4%	1	1.9%	5	9.3%	1	1.9%	0	0.0%
総計	245	22.2%	95	8.6%	73	6.6%	143	13.0%	80	7.2%	90	8.2%	38	3.4%	24	2.2%
業種		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合
サービス業	15	7.7%	15	7.7%	2	1.0%	4	2.1%	0	0.0%	0	0.0%	3	1.5%	0	0.0%
運輸業	2	10.0%	2	10.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
建築業	10	9.7%	18	17.5%	6	5.8%	1	1.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
製造業	17	4.4%	35	9.1%	8	2.1%	7	1.8%	0	0.0%	0	0.0%	4	1.0%	6	1.6%
専門サービス業	13	7.3%	21	11.7%	5	2.8%	3	1.7%	0	0.0%	1	0.6%	1	0.6%	2	1.1%
通信情報業	2	10.5%	2	10.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
流通業	8	5.3%	19	12.5%	4	2.6%	4	2.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
(空白)	3	5.6%	11	20.4%	2	3.7%	2	3.7%	1	1.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
総計	70	6.3%	123	11.1%	27	2.4%	21	1.9%	1	0.1%	1	0.1%	8	0.7%	8	0.7%
業種		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合
サービス業	3	1.5%	6	3.1%	0	0.0%	1	0.5%								
運輸業	2	10.0%	1	5.0%	0	0.0%	0	0.0%								
建築業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.0%								
製造業	1	0.3%	13	3.4%	2	0.5%	0	0.0%								
専門サービス業	1	0.6%	4	2.2%	1	0.6%	2	1.1%								
通信情報業	0	0.0%	2	10.5%	0	0.0%	0	0.0%								
流通業	5	3.3%	6	3.9%	0	0.0%	0	0.0%								
(空白)	1	1.9%	2	3.7%	1	1.9%	2	3.7%								
総計	13	1.2%	34	3.1%	4	0.4%	6	0.5%								

営業力の拡大  
技術力の強化  
生産性アップ効率化  
新規販路分野開拓  
新製品・サービス開発  
重要取引先を増やす  
取引先・消費者ニーズ把握  
情勢と企業進路判断

人材の採用  
社員能力のアップ  
経営理念・計画見直し  
経費節減  
規模の縮小(機構整備)  
雇用調整の実施(人員カット)  
業種・業態転換  
新規設備・規模拡大

資金確保・銀行取引強化  
新規事業立ち上げ  
産学連携の強化  
異業種グループへの参加

**【3】経営上の問題点・対応策について**  
**(4) 経営上の力点(記述)**

業種	業務	力点記述
1 サービス業	社会福祉事業を通じた生活支援の提供、保育所、障害者作業所、ヘルパーステーション、高齢者デイサービス	近年の福祉事業は制度の変更が大きく、そうした変化に素早く対応しつつ、利用者のニーズに応えていくことが求められる。
2 サービス業	印刷物の企画・制作・印刷・納品	自分一人の営業、人脈では仕事は広がらない。営業のできる人材、仕事を社内でこなせる人材を確保すべきかを検討中である。
3 サービス業	障害者職業能力開発校	関西の地域性を考慮
4 サービス業	タレントプロダクション 音声・映像制作作業/放送運営管理	ボトムアップによる会社全体の能力を上げる事を特に気をつけています。
5 サービス業	陳列器具・ショーケースのレンタル	大阪本社で東京に営業所があるが、商品によって逼迫するものがあり、両センター間に商品を移動する必要があり、運送費が高つくき困っている。商品を量産し、商品を充実したいが、倉庫が大きくなる必要があり、資金面でもお金がかかる。
6 サービス業	広告アドバイザー及び企画制作	関西にとどまらず、日本全国からのオーダーに対しても応えられる品質の向
7 サービス業	家庭用の電気製品の販売及び電気工事	自分自身の能力の向上。技術力の向上。顧客のニーズ把握。横の連携の新規開拓や強化
8 サービス業	人材育成、セミナー、研修、個人コーチング	ターゲットとなる層との人脈がある方と繋がること。継続して人の心を育成できる制度の創設
9 サービス業	テクニカルイラスト、テクニカルライティングの技術を基に、取扱説明書他各種マニュアルおよびパーツカタログの企画、制作～印刷管理	・お客様に合わせた対応力の強化 ・柱となる得意先を増やし、受注額の底上げ
10 サービス業	結婚式場、飲食店	リストラを行わずして、存続させるには売上げの強化以外にない。又、新しいチャンネルの販路や商品を拡充することも視野に入れなければならない
11 サービス業	トラック新車・中古車及びトラック部品販売、トラックメンテナンス、改造などトラックに関するワンストップサービス	社員の能力アップによる顧客満足度向上、営業力強化による顧客囲い込み業界の動向や顧客状況の把握。顧客ニーズに応えるための「ネットワークづくり」
12 サービス業	印刷企画及びデザイン	他社との差別化
13 サービス業	人材派遣、紹介業	求職者の登録拡大、研修、能力向上推進
14 サービス業	不動産の仲介・管理業、飲食業	後継してから3年が経ち変革期に入ったと思っています。今一度、すべての対応を見直し、一から作り上げる気持ちです。
15 サービス業	飲食店経営	従来にない、大きな設備投資なしで可能なサービスを開発 一般社員が中堅社員に育つ環境づくり
16 サービス業	人材派遣業	人材派遣市場が縮小していく中、新たな事業展開を考える必要がある。派遣会社としての特性と経営資源の相乗効果を考えれば完全に教育された人材の派遣と紹介が出来る事業を新たに考える
17 サービス業	パソコン総合サポート・ネットワークサーバー構築	独自サービスの自動バックアップサービスの販路開拓
18 サービス業	飲料用貯水槽のリフレッシュ・メンテナンス業	人材の採用 有能な新卒者を採用するための活動を中心にして次世代を担ってくれる集団にしたいと思う
19 サービス業	印刷物のデザイン企画	従来のビジネスは続けつつ、新しい形態でアプローチする。新規プロジェクトを立ち上げる
20 サービス業	インテリアデザイン企画・施工・監理、ビル・マンションの管理複合施設・工場の設備の企画・施工・メンテナンス	後継者の育成が一番の課題で、雇用についての早急な対策が必要な状況です。
21 サービス業	資産運用のアドバイス、住宅ローン保険の見直し	顧客の新規開拓
22 サービス業	主にアロマを使ったボディトリートメントを行っています	お客様のニーズの把握は多様化しておりますので、情報の入手(知識、技術とも)には力を入れています
23 サービス業	製造派遣、職業紹介	取引先の拡大
24 サービス業	保険代理店	相手のニーズを聞き出すと共に親密性を上げる行動をする
25 サービス業	総合人材サービス業	徹底した高付加価値サービスへ移行し、現行料金の見直し
26 サービス業	自動車の販売整備・損害生命保険販売	お客様とのつながり強化のため、メカニック1名につき約100人の顧客を割り当てメンテナンス時期などの案内を行っている
27 サービス業	大学・行政向けのサービス	より単価の高い仕事に集中
28 サービス業	企業やデイサービスなどへ、食事のサービス	今期やったことの繰り返し
29 サービス業	オートバイ販売	
30 サービス業	医療を使った訪問マッサージをはじめ、治療院でのマッサージ業務	個人利用者(在宅の方)確保のため、もっと施設、事業所へアピールする。店舗での集客するにはどうすればお客様のニーズに答えられるか、人気の出る店舗をめざす。
31 サービス業	寝具のレンタルリース。丸洗い販売	同業他社との差別化
32 サービス業	自動車整備 販売	顧客増大
33 サービス業	消毒業および損保代理店	既存の顧客の売り上げの減少や廃業に伴う新規顧客の獲得

34	サービス業	ビルメンテナンス 清掃	とにかく顧客ニーズを適格につかみ売上がアップにつながる努力をしてゆく
35	運輸業	オフィス移転引越、精密機器輸送	1年前からの新規の開始
36	運輸業	食品の在庫管理から配送するまでを一貫した業務	人材確保、資金確保、消費者ニーズの把握
37	建築業	空調・給排気・集塵等のダクト製作及び取付工事	受注が重複すると、社員だけで施工することが難しくなり、外注へ依頼することが多くなり利益が減少します。若年の労働者を雇用し、自社でまかなう仕事の比率を高めたいと思います。
38	建築業	店舗、マンション(住居)大阪市内へ進出への必要性を考えてい	社員能力のアップ及情報の拡大を強化
39	建築業	内装仕上げ工事業	全社一丸となり経営計画を見直したい。
40	建築業	建築設計、監理	力点というほどではないが、丁寧な仕事を心がけたいと思います。
41	建築業	個人住宅の設計、施工。福祉施設の施工。	自社の強みの強化とその発信手だて。社員の意識変革。
42	建築業	電気設備工事業	値下げ競争からの脱却
43	建築業	建設機械部品販売	オンリーワンのなものが無ければ生き残りはむずかしいのでは
44	建築業	機械器具設置工事業、鋼構造物工事業他	社員教育の投資を重点。
45	建築業	機械器具設置業 立体駐車場、水処理設備の据付、メンテナン	管理技術者が不足しているため、技術者を採用して社内全体の技術力、技術者育成
46	建築業	店舗設計施工、住宅、事務所リフォーム	永年一社依存が続いている。その仕事が年々減って来ている為。新たな顧客開拓に迫られている。その為異業種交流会に参加している
47	建築業	建築業	社員個々の能力を上げる事により、それぞれ自信を持って生き活きと仕事を行い、第三者から見て魅力のある会社になりたい
48	建築業	タイル工事及び販売 住設商品の工事及び販売	人材が高齢化。将来に向けての人材の投資がここ数年できなく、また売上げが拡大している中で、人材が不足しているが、なかなかいい人に当たらない。また、社内の人材育成についてのシステムが確立していく場当たりのまま
49	建築業	電気工事をしております。工事、事務所一般住宅。高圧工事	自社の情報公開(ホームページ作成)
50	建築業	墓石・建築用石材の販売加工施工	1人あたりの生産性向上のための教育
51	建築業	建設工事現場での作業指示、安全、工程、品質等の管理業務を行う	価格面での競争力の強化、人材の育成
52	建築業	内装備品販売及び内装工事	サービス業と現在の業態との組み合わせを考えている。
53	建築業	型枠大工	職人のレベルアップ、新規取引先の確保
54	建築業	内外装工事業、独立開業支援コンサルタント	今後、社員に代表になってもらう。私自身はコンサル業に重点を移す。この計画が2~3年で実現できるよう一丸となって進んでいます。戦略会議、経営会議、実践、改善、これらに力点を置いて活動しています
55	建築業	電気工事業	受注拡大するために、人員の確保が必要である。
56	建築業	ライト、看板、金物、製作・施工	クライアントとの直接取引、営業マンの若返り
57	建築業		社員教育による生産効率のアップを図る 新規販路として分譲マンション改修も開拓
58	建築業	造園、造園土木、工事、樹木管理	従来からの公共事業依存から脱却するためには、社員一人ひとりの能力アップとモチベーションを上げることが大事と考えています。そのためには経営理念を見直し、社員が一丸となって新規顧客開拓が進められる組織づくりをしたいと考えてます。
59	建築業	電気工事業	営業により受注を増加する
60	建築業	防水、防飾、塗床工事等、施工業務	新卒採用 人材育成 営業部の確立
61	製造業	店舗の内装工事を全般に設計施工管理しています。他、住宅リフォーム業・キッズ家具の製造直売	新規販路分野開拓、新規事業キッズファクトリーを展開予定
62	製造業	工業用裁断機器製造	重要顧客に対して新商品の宣伝・受注の拡販
63	製造業		国内外を問わず営業し、自社のコア技術を生かした自社製品を開発し販路開拓する。
64	製造業	工作機械部品の製造	新規開拓のために、商談会への参加や、その他営業を実施する予定です。
65	製造業	プラスチック製品製造販売	新規顧客の獲得、新商品開発を検討中
66	製造業	プラスチック製品製造販売	新規顧客の獲得
67	製造業	プラスチック製品の射出成形	バランスを取り易い様、常に新しいものへの関心は必須と感じる
68	製造業	服飾雑貨・ノベルティ商品製造販売	自社企画商品開発に新規設備拡大に図りたいと思う
69	製造業	機械設計制作、特にSUSに特化した装置類の製造、食品加工、コンテナ、パレット、食器洗浄乾燥装置	1、中国工場稼働を利用しコスト競争力を図るとともに現地受注及びEU、アジアへの直接輸出による売上増を図る。
70	製造業	軟質塩化ビニールのリサイクル製版用フィルム作成とそれに伴うDTP作業、インクジェット機による印刷	2、国内新サービス、製品への着手と海外人材の活用 新しい需要を掘り起こす。新しい仕入れ先を探す。 定期的に(2週間に1回を目標)にサンプル品と自社案内を作成し既存客、新規開拓客に配布する。
71	製造業		社内での情報交換やコミュニケーションにかかる時間を増やす。

72	製造業	テスト・計測・制御システムの設計・製作 LED照明(道路灯、工場灯等)の製造・販売 画像検査装置(二次元測定装置、細菌計数装置等)の製造・販売	生産性アップ効率化 / 仕事にメリハリを付ける(定時退社日の終礼の実施 etc.) 新製品・サービス開発 / 画像検査装置の機能追加・定期メンテナンスの提案 経営理念・計画見直し / CEWビジョン2030の策定
73	製造業	フレキシブルシャフト製造	新製品を開発し、経費を抑え、人件費のカットも取り入れ、じっと耐える。
74	製造業	コンピュータ関連ソフト・ハード開発・製造	新商品の開発
75	製造業	金属プレス並びに金型製作	新規取引先の確保、1日取引先の掘り起こし 新規取引先での他業種分野での仕事も外注先を確保し受注していく
76	製造業	金属熱処理 金属製の部品や金型の寿命を飛躍的に伸ばしてやるのが我々の仕事です。 自社の製品はなく、部品メーカーからお預かりしたモノに最適な熱処理を施してやります。無形の「技術」が我々の商品です。	買っていただく商品は無形の「技術」なので、新しい技術を世に出していく。そのための設備投資を行う。 新卒の採用も例年どおりに実行する。
77	製造業	焼き菓子製造卸	工場拡大による生産性アップと生産量の増大。
78	製造業	各種金属プレス加工、板金溶接加工	新規受注先の開拓、主に展示会への出展、マーケティング力強化
79	製造業	建設機械・産業車両のカウンタウエイの製造、販売。	国内は全社原価低減活動による競争力の強化。海外は協力企業との協力関係の強化と独資による海外進出計画の完遂。
80	製造業	金属加工業	高校1人
81	製造業	金属プレス工業・建築物製造販売	工場設備の拡大で人材が手薄になった。これまでの層は高齢者が多く若い人材の採用と教育が必要。「ものをつくる」ことを通じて社内一丸体制を重視して方針計画の見直しを図る
82	製造業	十字穴付きねじ製造販売	新規顧客獲得に主眼を置き営業活動中
83	製造業	オフセット印刷、UV印刷、オンデマンド印刷、WEB製作	新規事業はUV印刷・WEBに力を入れ、新規販路を開拓する
84	製造業	チェーンコンベヤ設計・製造	品質管理能力の強化(人・仕組みともに)、新規事業の共同開発体制強化
85	製造業	一般産業機械設計、製作、据付など。	能力ある人材の確保
86	製造業	各種プラント設備の製作、及び現地工事を施工	新しい人材の登用により、技術力のアップにつなげる。海外(ベトナム)展開により、日本以外の市場を開拓する
87	製造業	鋼板加工販売	高付加価値化の推進
88	製造業	工業用ガスバーナーの製作、その他機械部品の製作	主要取引先を増やしたいため、設備投資を考えています
89	製造業	電子機器開発、設計、製造。保	重厚長大に役立つ技術で、製品づくりをやっていきたい
90	製造業	OMEによる横綱ニット製造卸売業	年間を通して計画生産のできる取引先を増やし、クオリティの高い商品を供給できる技術力と生産体勢を整える
91	製造業	ディスプレイ等、アクリル加工、サイン業務	LED関連商品の販売
92	製造業	銅、アルミパイプの曲げ、端末加工 銅、真ちゅうのロー付	ロー付けの種類を増やす。(特に技術面)
93	製造業	金属表面処理加工、金属処理加工	新規事業として、超硬分金のリサイクルに取組み既存客先からの受注額アップを目指します。
94	製造業	硬質クロムめっきの施工	関西にとどまらず、他地域にも営業ができる限り体制にする。社員の能力をあげるには教育を含めて「任せていく」ようにする。経営理念及び計画を今一度社員と共に取り組んでいく。
95	製造業	喪缶、板金業	産業機械の製作をする業界以外へ、技術を売り込み
96	製造業	製缶、板金加工 産業用機械製造	企業変革支援プログラムステップ2を幹部社員と進めて本質的な経営指針を成文化しなす
97	製造業	プラスチック成形品の製造	商品に付加価値を付ける
98	製造業	金属工作油剤製造・販売	海外生産拠点設置の場所とタイミング
99	製造業	業務用厨房	ピザ窯の販売
100	製造業	パッケージを中心とした印刷物の製造・加工	組織化/仕組化による営業力強化と生産性アップ。新卒採用による社内改革と社員教育。
101	製造業	電子機器の設計・開発・製造(中国での生産も続行)。電子機器の中国からの輸入販売	いくら零細でも、下請けのみでは継続できない。やはり設計・開発を頼んで見ようと思ってもらえる会社で行きたい。(でもそろそろ限界か?)
102	製造業	印刷 ホームページ デザインの制作	人を育てる事による営業力・サービス力の強化
103	製造業	別注家具製造・販売	技術力強化と生産性のアップ反するような課題をクリアーすること
104	製造業	金属プレス・板金加工・バフ研磨加工	既存顧客の売上が減少傾向なので、新規の開拓と世代交代の為の人員確保
105	製造業	衣服製造	得意先と提携して、新ブランドを立ち上げ、国内でのものづくりの量を少しでも増やしたい。そこにわが社の生き残る道を見いだした。

106	製造業	オフセット印刷と製本	営業力の強化を目的とする人材採用と生産性向上を目指す社員教育の2つ。
107	製造業	業務用浴場・プール設備部材の製造開発 工場向け給湯ユニットの製造開発 介護施設向けリハプールの製造	社員全体に高齢化が進み、技術力のある高齢社員から、若手社員への技術継承をすすめる。
108	製造業	金属表面処理業、機械加工業	来年春に工場棟増設完了する予定。春～夏頃、営業所新設予定。既存大口得意先向け新設備導入など
109	製造業	線材加工	人材に対して(営業)
110	製造業	生活雑貨、キャラクター文具、ベビー雑貨の企画・製造	他社と差別化した新製品を出すことが急務。また、OEMが90%を占めることから、新規事業(自社製品、自社ブランド)を早急に確立したい
111	製造業	製缶・板金業	どんどん外向きに発信して、受注を増やす
112	製造業	ねじの製造	従来品とは違う材料での加工
113	製造業	サイン及び、DIY関連。店舗用品	総合力の強化
114	製造業	製品の製造販売	事業領域の拡大。それに向けた人材育成
115	製造業	板金プレス業	原価意識の向上
116	製造業	プラスチック成型加工	熟練者の確立
117	製造業	金属の溶接・組立・CAD加工等	従業員の高齢化対策として、若年層の補充及び教育研修に注力する必要がある。
118	製造業	アルミ建材品の 開発、製造、販売、施工	継続的に受注をいただける顧客を増やす必要がある
119	製造業	板金加工	老朽化した設備の更新。見積もり段階で図面から製品化へ実験に時間を費やす。ハローワークに社員募集中
120	製造業	電子機器製造業(プリント配線板加工)	技術力の転用、技術面の具体的なアピール方法(営業展開)
121	製造業	プラスチック板加工業および販売 ディスプレイPOPなどの販売促進物を製作・インテリア雑貨・ノベルティ・液晶画面保護パネル(フィルター)など	意匠・特許など、工業所有権を含ませた製品とニーズにあった製品作り。インターネットを使って自社製品をアピールし、実店舗に製品を置いて置き、人の目に触れること。
122	製造業	ダンボールケース製造販売	売上UP
123	製造業	ポリウレタンコーティング、材機器の表面処理	大手企業との取引その品質管理、納期管理等の要求が年々厳しくなっている。対応する為の人材、幹部の能力UPが必要。営業力のUPが必要
124	製造業	印刷用・工業用ゴムロールの製造及び販売	得意先様からの値下げ要請を受け、それに対応するため売上増と支出減を図る
125	製造業	金属焼付塗装	作業場が狭いので移転をして設備が必要。次世代の若年社員を育てる
126	製造業	精密機械部品加工・省力化・産業機械設計製作組立て	営業については基本中基本を徹底的に行う。人との出会いを大事にすること。ひとが全てを引き込んでくれます。全社員がリードタイムを短くするに徹底すること
127	製造業	物流支援省力機器製造販売(垂直搬送機、駆動ローラーコンベヤ、パレット交換機等)	新商品の販路開拓に専門部署を設けて開拓強化を。営業力の拡大に代理店との協体制を築く。
128	製造業		さらに、顧客ニーズを捉え新商品の開発を進めて行く。
129	製造業	プラスチック切削加工	定年を控えているパートさんがいる。若返りを図る
130	製造業	金属加工	現在の下請けから脱却する為に会社の基盤を整える事を最優先に考えています。
131	製造業	電気機械器具製造業	1社依存によらない、新しい分野の開拓。
132	製造業	金属熱処理加工業	独自の技術力を伸ばし他社との違いを明確にすることで、新規顧客の開拓を行う。独自の技術を業界の標準技術として認知できるように最終メーカーにアピールして行く。
133	製造業	金網の製造販売・金網関連製品の製造販売	国内の空洞化への対応のための新事業、海外展開を含めた営業力強化
134	製造業	プラスチック切削加工業	新製品開発:特許の取得と川下製品への参入 人材に採用:新卒(2014年春卒業生)地元高校生の採用(製造部) 経営理念・計画見直し:同友会の経営指針確立・成分化セミナーへの参加
135	製造業	光学硝子製造と部品製造販売	医療、防災分野への拡大
136	製造業	きなこ、香辛料、食品製造販売	市場や顧客ニーズによる製品や商品づくりとその知財戦略そして必要な技術開発に力を入れている。
137	製造業	金属プレス加工業	次世代を荷うマネージャー教育育成、商品及び販路の開発継続
138	製造業	精密金属切削加工、主に産業機械及び工作機械のフレーム・軸受加工	人材育成に伴う受注力の強化
139	製造業	婦人インナー製造販売	既存顧客への深耕をメインに受注活動
140	製造業	ドライミネート加工	人を育てないと会社の中身が変わらないと思うのですが、モチベーションを高める為、模索中です。
141	製造業	女性下着の製造卸及び生地・レースの卸。	クレーム等の削減、社員の力量の向上
142	製造業	高級婦人下着、企画製造販売及び洋菓子製造販売	異業種への積極的なアプローチ。その市場に合った新製品の企画提案力。落ち込み、従来より別の販路に向けて中間業者を除いたに力をいれる。新規事業立ち上げ、販売ルートの確立。(異業種企業とコラボ)新分野に積極的な注力方針。
143	専門サービス業	税理士業	新規取引先の確保

144	専門サービス業	行政書士、社労士	これ以上、受注できないので今の仕事をやりぬくのみ。
145	専門サービス業	税理士業務、経営コンサルタント、相続アドバイザー、飲食業経営アドバイザー	地域ニーズに着目し、専門性を強化するとともに、当事務所のメリットを感じてもらおうアピール
146	専門サービス業	会計監査	営業力
147	専門サービス業	司法書士	未だ緊急課題とはいえないので漠然としている
148	専門サービス業	教育業	組織力アップ
149	専門サービス業	ITシステム開発、WEB制作、CM撮影、人材派遣	時代のニーズをとらえ、事業内容を常に改革していく
150	専門サービス業	行政書士事務所	営業力の強化、営業担当者の採用
151	専門サービス業	社会保険労務士業	顧客数の拡大と営業方針の確定・効率化
152	専門サービス業	会計事務所	新規開拓が難しくなっている。事務所全体で、営業力を含む所員の能力アップに力を入れたい。
153	専門サービス業	印刷物に関わるデザイン・編集	生産性を上げ利益の確保
154	専門サービス業	社会保険労務士業	サービスメニューを増やし、客単価(顧問料)を上げる方向で売上拡大を図
155	専門サービス業	労務管理を含めた給与処理サービスとコンサルティングサービス	サービス内容は決まったので、販売し、単価アップしないと売上がのびない。
156	専門サービス業	情報システム開発(業務ソフト)	ここでは記入を控えます。マル秘事項。
157	専門サービス業	法律事務	今の体制で、現在の仕事量と同じ仕事をより早く正確にまた深く行えるよう合理化、社員間の連携、能力アップ等を力点として取り組んでいる
158	専門サービス業	経営コンサルティング、システム開発	新商品を開発
159	専門サービス業	障がい者、児童対象の社会福祉事業	・計画を具体的に実行あるのみと思っています。計画を私一人で立てても誰もついてこないと思うので、職員と共に計画を立てていこうと思います。 ・新事業立ち上げのため、異業種グループに参加して情報を収集したいと思います。
160	専門サービス業	宣伝広告(DTP・WEB)	新事業部の立ち上げを考えている。これまで、計画的に事業を進めることができなかったため(成り行き)計画書を作成中
161	専門サービス業	税務申告	経営理念、計画の実践を全社一丸で行うこと
162	専門サービス業	経営コンサルティング業	集客が難しいのでホームページや広報に力を入れたい
163	専門サービス業	会計事務所	業務の間口を広げること
164	専門サービス業	広告制作業	市場とのバランス
165	専門サービス業	保険代理業	いかに採用して、いかに教育して、戦力化するか
166	専門サービス業	税理士業	新規取引先の獲得
167	専門サービス業	税理士	幹部不在にてリーダーの育成
168	専門サービス業	衣料品の生産管理、輸入業	今まで日本向けにやってきたが、アメリカ向けなど検討中
169	専門サービス業	人事労務相談、就業規則の作成	営業力をどのように拡大していくか、加えて人材の能力アップが必要
170	専門サービス業	会計事務所	3 「作業」の効率アップ 10 「クリエイティブ」な力を伸ばす 19 「仕事のグレード」をアップする
171	専門サービス業	税理士業務 経営支援コンサルティング	マクドナルドの『ポテトもいかがですか?』 amazonの『この商品を買った人は、これも買ってます』みたいな感じ。 税理士からの視点でサービスを強化するのではなく、市場が求めるサービスを提供できる税理士としてサービスを改善し続け、また作業レベルでの効率を上げる取組を考える。
172	専門サービス業	書の作品の製作・販売、及び書道教室	秋に新規採用(パート4名)をし、社内の人員は整ってきています。販路拡大と既存客の充実に力を入れていく計画。
173	専門サービス業	筋肉矯正健康法、文化教室	修得コースでよそにない技術を持った技術者を養成し、販路を拡大してい
174	専門サービス業	社会保険労務士	地域への販売促進(チラシ等)
175	通信情報業	携帯電話の基地局	全く新規事業ではなく、当社関連の移動体通信事業の中で新たなサービスを考案中
176	通信情報業	HP制作、管理、デザイン	営業力のUP
177	通信情報業	リクルートの求人広告代理店として、企業の人材採用をお手伝いしています。	若手営業マンの成長が課題となっており、ここに注力することで売り上げ拡大につながるため、なによりも優先してこの育成、指導を行っていく予定です。
178	流通業	美容材料卸	全ての営業マンが提案営業できるようにレベルアップする
179	流通業	印刷物加工用塗料仕入れ販売、製造販売	中途採用になりますが大規模な人材募集、教育を行い次世代を育てます。 営業力の拡大と新製品開発の相乗効果で、製品カテゴリごとにニッチな市場開拓をする。競合企業がやらない、やりたがらないところを攻めることで、収益改善をしていく。
180	流通業	安全衛生用品製造卸・機能性樹脂製品企画卸	高齢化社会で介護福祉マーケットで新しい商品が売れ、芽が出た。しかし既存の浴場施設商品が厳しい。
181	流通業	業務用浴場設備機器類の製造 輸入卸売り販売	時代の変化に対応 = 若手(新卒)雇用 独自性があり自立した企業を実現し変化に対応できる企業をめざしております
182	流通業	締結部品(ねじ・ねじ部品)の販売	売上げの安定、利益の確保を行うには、大口の取引先(経営状態良好の)の確保が不可欠であるため、現行取引先の売上増とともに新規の取引先を確保することに力点を置きます。
183	流通業	学習塾・学校への教材・教具の販売	売上げの安定、利益の確保を行うには、大口の取引先(経営状態良好の)の確保が不可欠であるため、現行取引先の売上増とともに新規の取引先を確保することに力点を置きます。
184	流通業	化学工業薬品販売、産業廃棄物処理	販路拡大

185	流通業	鶏肉、鶏卵卸	現在の業態で規模を拡大する事は考えにくく、新規事業を立ち上げてより一層安定した収益体制を築くことです
186	流通業	アパレル小売販売業	新規販路の開拓には相手先の信用状態etc、リスク管理が必要です。各部門の仕事を横断的にみることが出来る人材の育成、確保が急務です。
187	流通業	中古車、中古農業機械輸出	経営計画のPDCAを確実にする
188	流通業	健康食品、化粧品等の卸売業	単独では、新規販路の開拓が難しいので、同友会との仲間連携を進める。
189	流通業	婦人服卸販売業	売上増が見込みづらい為、経費削減を主に、従来、国内生産中心で物づくりをしてきたが、30%~40%の比率で海外生産を増やし、原価率を低下させる。又、多品種、小ロットでプロパー消化率を上げる方向。
190	流通業	木材販売	新規顧客開拓
191	流通業	世界の骨董品輸入販売業	自社の存続が、社会の必要性に合って継続する為に、社会のニーズの変化を正しくとらえる事に力点を置いています。
192	流通業	宝飾品卸販売・ネット小売販売	社員の能力アップ
193	流通業	建築金物卸売商社	より高い付加価値商品の開発と、新規顧客の開拓。
194	流通業	オフィス用品、OA機器全般の販売施工	営業社員の増員、営業最大の武器となる現場の質の向上、提案型事業の強化
195	流通業	粗品の販売	DMの活用やSNSでのPRによる新規へのアプローチ
196	流通業	ユニフォーム全般	粗品を買う所(絶対に買わないといけないところや、予算で買うところを探近畿圏で売上を伸ばすのが望ましいが、競合他社がありパッティングするのでこの際東京へ進出すべきか検討している。そのために社員のスキルが問われる
197	流通業	一般用医薬品・大衆薬の卸売販	従来販路での取引先を増やす。現在とは違う販路の拡大。
198	流通業	特殊鋼の販売	販売増による営業利益の確保
199	流通業	鋳螺卸売業	売上高をアップするため新規顧客を開拓すること。社内では経費削減に努め、売り上げ減少でも利益を計上できる体質にする
200	流通業	機械工具の販売	営業力の拡大、取引先を増やすことも大事だが、利益率のアップ(2~3%、仕入れ価格の低減も含む)を追求
201	流通業	デジカメ販売、DPEショップ	サードパーティー製品販売
202	流通業	鋼材の加工販売	社員能力アップを図りたい。お客様のニーズに応えられる人材を育成したい
203	流通業	ステンレス鋼材卸売問屋	当社は業界で最古参の問屋であり、その歴史から他社とは差別化した営業が出来ます
204	流通業	金属を加工する機械の販売 中古機械の整備および販売 機械の修理	海外拠点の設置
205	流通業	マグネット応用機器販売・中古工作機械販売・各種修理業務	不具合があつてもまず作る事をして新製品を作る。
206		障害者社会福祉事業	新しい事業を来期以降考えているが、それを担う人材の確保と育成
207		処方箋対応調剤薬局	働く者皆での意識改革、共に助け合い、学び、更なる向上の意識。
208		文具・事務用品・事務機械などの卸・小売業	取扱商品・サービス内容の独自性・専門性を高め、幅を広げるのではなく取捨選択を明確にして奥行きを深めて競合相手との差別化を図る
209		訪問介護、居宅支援	店頭販売では、店舗そのものを見直し、「店舗力」を磨く。良いお店作り卸・小売業からサービス事業への転換を模索していく
211		テキストコンバーター	従業員の教育、人材の確保、新規顧客、協力会社の開拓
212			顧客のニーズを正確に把握すること その解決のためには広い視野が必要な時代になった感じ。異業種といえども共通項が必要である。それは何か思索中
213		広告ツールの作成 (企画・デザイン・印刷)	施工能力をより高め、販売増につなげたい。 コスト競争に負けない新商品の開発が課題
			より高い顧客満足をめざし、技術力をUPさせたい

## 特別項目(1)

### 特別項目:新卒採用の状況に関して

(1)2013年卒の内定状況

410社の内76社が内定を出している

76社の内定総数・内訳

項目	人数
大学新卒	146
高校新卒	67
専門卒	32

## (2)現在の内定状況の充足感

410社中201社が回答

項目	人数	割合
充足していない	52	25.9%
充足している	100	49.8%
充足しておらず、採用活動を続ける	49	24.4%
総計	201	

## (3)今後の採用活動

63社が回答内52社が内定を希望

52社の内定希望総数・内訳

項目	人数
大学新卒	56
高校新卒	32
専門卒	14

特別項目(2)  
金融円滑化法終了に伴う影響について(記述)

業種	業務	金融円滑化法
1 サービス業	社会福祉事業を通じた生活支援の提供、保育所、障害者作業所、ヘルパーステーション、高齢者デイサービス	現時点での影響は少ない。
2 サービス業	タレントプロダクション 音声・映像制作	特にありません
3 サービス業	作業/放送運営管理	やや不安
4 サービス業	衣類全般 クリーニング	返済金額の増加による資金繰りの悪化
5 サービス業	テクニカルイラスト、テクニカルライティングの技術を基に、取扱説明書他各種マニュアルおよびパーツカタログの企画、制作～印刷管理	返済金額の増加による資金繰りの悪化
6 サービス業	税関に対する輸出入の通関申告および付帯する業務全般	顧客の先が見えにくいことと、業種が多岐にわたるため、影響は間接的ではあるが、計り知れない。
7 サービス業	広告代理業	特にないと思います
8 サービス業	トラック新車・中古車及びトラック部品販売、トラックメンテナンス、改造などトラックに関するワンストップサービス	自社としては特に影響は無いのですが、お客様にどのような影響があるか、予想つかないので情報収集する必要があります。(顧客債権管理の見直し)
9 サービス業	不動産の仲介・管理業、飲食業	自社には影響なし
10 サービス業	飲食店経営	リスクがしにくくなるので、急激な景気の変化の場合、資金繰りに困窮する恐れが出るため、設備投資等思い切っできません。
11 サービス業	人材派遣業	取引先の倒産などが懸念される。
12 サービス業	衣服雑貨輸入卸売業	取引先の与信管理を厳しくすることが求められる
13 サービス業	飲料用貯水槽のリフレッシュ・メンテナンス	特に影響がある様にはしていませんので、危惧はありません。
14 サービス業	生命保険・ライフプランニング	倒産が増えると影響があると思う
15 サービス業	印刷物のデザイン企画	予算カットが進み、単価の下落が予想される
16 サービス業	インテリアデザイン企画・施工・監理、ビル・マンションの管理	なし。
17 サービス業	複合施設・工場の設備の企画・施工・メンテナンス	直接の影響はない
18 サービス業	製造派遣、職業紹介	わかりません
19 サービス業	総合人材サービス業	まだ予想ができません
20 サービス業	自動車の販売整備・損害生命保険販売	特になし
21 サービス業	大学・行政向けのサービス	それが何かかわからない
22 サービス業	企業やデイサービスなどへ、食事のサービス	得意先、仕入先ともに、倒産するリスクがあるので、情報収集を強化している
23 運輸業	寝具のレンタルリース、丸洗い販売	金融機関が金融円滑化法の対象企業以外にも厳しい対応をしてくる可能性もあるので顧客情報のチェックの必要性を感じています。
24 運輸業	消毒業および損保代理店	銀行の対応が悪化する
25 運輸業	総合物流業	円滑化法の延長の動きもある。
26 建築業	オフィス移転・越し、精密機器輸送	取引先のお客様による影響が心配である
27 建築業	運輸・倉庫	自社においての影響はありません。円滑化法終了に伴い建設業全体に倒産が増加し、その影響が出て貸し倒れが増えることが考えられます。
28 建築業	空調・給排気・集塵等のダクト製作及び取付工事	・倒産の多発(破産整理業)がすでに超多忙となっている。 ・終了後の資金確保が大変、新規融資は銀行は徹底的に絞るだろう、現在では、銀行融資は厳しいのに、融資ストップとなればさらに倒産が増大するには必定。来年3月以降の日本経済は未曽有の危機となるのではないかと、
29 建築業	住宅障害者施設の新築・リフォーム	影響なし
30 建築業	建設機械部品販売	あまり影響はない
31 建築業	機械器具設置業 立体駐車場・水処理設備の据付、メンテナンス	取引先との関係のみで資金調達しているので主要取引先との姿勢のみが気になる
32 建築業	建築業の中で空調、衛生設備の内管、断熱工事の専門業	今すぐはないが、将来また業績が悪くなったとき困る
33 建築業	電気工事をしております。工事、事務所一般住宅、高圧工事	関係がない
34 建築業	墓石・建築用石材の販売加工施工	影響はない
35 建築業	建設工事現場での作業指示、安全、工程、品質等の管理業務を行う	新規顧客の開拓(判断)が難しくなる。設備投資を減少に伴い、受注が困難になる
36 建築業	内装備品販売及び内装工事	予想がつかいません。
37 建築業	内外装工事、独立開業支援コンサル	売掛金の回収が難しくなるのでは？と予測しています。改善策はユーザーの与信管理、情報収集を徹底することに力を入れます
38 建築業	タイル工事及び販売 住設商品の工事及び販売	銀行からの返済金額の増額要求
39 建築業	電気工事をしております。工事、事務所一般住宅、高圧工事	直接的には無いと思うが、間接的にはお客様に影響が出るかもしれません
40 建築業	墓石・建築用石材の販売加工施工	体力のないところは一旦、退場してもらった方が良くと思う。
41 建築業	建設工事現場での作業指示、安全、工程、品質等の管理業務を行う	12月に実行
42 製造業	内装備品販売及び内装工事	個別の銀行からの借入金に対する申し入れが見えず、全く状況が不明
43 製造業	内外装工事、独立開業支援コンサル	景気の悪化
44 製造業	ライト、看板、金物、製作・施工	自社資本率を高めて行く方向にしたいと思う
45 製造業	造園、造園土木、工事、樹木管理	利用はしていないが、取引先で影響が出てくるところが増えるかも知れない。
46 製造業	防水、防錆、塗床工事等、施工業務	倒産が増えているので貸倒れに備える必要がある
47 製造業	工業用裁断機器製造	わからない
48 製造業	プラスチック製品製造販売	製版用フィルム作成とそれに伴うDTP作業、インクジェット機による印刷
49 製造業	服飾雑貨・ノベルティ商品製造販売	影響なし
50 製造業	軟質塩化ビニールのリサイクル業	特に影響は無いが、お得意先の財務内容によっては、間接的な影響があるかもしれない。
	金属表面処理	弊社では全く問題はない。
	製造業	自社は、問題なし
	製造業	取引先(仕入先、得意先)の経営は心配です。

51	製造業	食品を中心としたラミネート包材のラミネート加工	大変!
52	製造業	フレキシブルシャフト製造	倒産企業が増えてほしくない。
53	製造業	金属熱処理 金属製の部品や金型の寿命を飛躍的に伸ばしてやるのが我々の仕事です。自社の製品はなく、部品メーカーからお預かりしたモノに最適な熱処理を施してやります。無形の「技術」が我々の商品です。	小口の得意先の件数が多いので、倒産が数社でると予測している。
54	製造業	焼き菓子製造卸	取引先の減少、仕入れ先の減少。
55	製造業	各種金属プレス加工、板金溶接加工	直接自社への影響は限定的だが、協力工場の廃業、倒産などの懸念はある。
56	製造業	建設機械・産業車両のカウンタウエイトの製造、販売。	特に直接的な影響はないが、間接的影響が有るかもしれない。
57	製造業	食品製造業	特になし
58	製造業	工業用超過用材の販売・ならびに産業機器用ポンプの卸販売	ただちに直面するものではないが、今後の景気悪化においての借入金の対応と景気悪化による取引先の与信管理の必要性が急激に高くなります
59	製造業	十字穴付きねじ製造販売	仕入・得意先からの支払い条件等の変更が考えられる。
60	製造業	オフセット印刷、UV印刷、オンデマンド印刷、WEB製作	影響ありません
61	製造業	商業印刷物製造	自社での影響はほぼないと思われるが、顧客の減少がどうか
62	製造業	チェーンコンベヤ設計・製造	従来よりも、経営計画の確実な履行を求められている(特に売上予測など)
63	製造業	鋼材の切断加工	取引先の倒産や廃業、不良債権の発生増
64	製造業	各種プラント設備の製作、及び現地工事を施工	やはり、いきづまって倒産したり、廃業する会社が出てくるものと思われず、弊社にとってはある程度の会社が淘汰されるのは、ある意味、良い事だと思います。但し、いい会社まで潰れてしまうのは日本国にとって損失だと思います
65	製造業	ステンレス製バルブ・継手・製造販売	特になし取引先の倒産が心配である
66	製造業	鋼板加工販売	得意先の信用不安(連鎖も含めて)
67	製造業	工業用ガスバーナーの製作、その他機械部品の製作	今のところ影響はないと考えています
68	製造業	電子機器開発、設計、製造、保守	開発期間の資金借入が困難になる
69	製造業	OMEによる構網ニット製造卸売業	各金融機関とうまく付き合っていないと資金繰りが難しくなる
70	製造業	ディスプレイ等、アクリル加工、サイン業務	利益、資金状態を自立できる様に販売、利益率向上 経費削減策等経営(経理)の改善を強化する必要がある
71	製造業	銅、アルミパイプの曲げ、端末加工 銅、真ちゅうのロー付	間接的な影響として、お金を借りられなくなり倒産する。会社が増えた結果、仕事量が減少するかもしれない。
72	製造業	硬質クロムめっきの施工	要注意取引先の事業停止や倒産。それにより、手形代金の回収不能による資金繰りの悪化、借入金ができなくなる恐れ。
73	製造業	金属工作油剤製造・販売	特に影響はありません。
74	製造業	平版印刷物の表面加工(紙のツヤ出し加工)	今は資金もうまくいっているが、その後不安がある。取引先も含めて情勢が良くないのが心配です
75	製造業	業務用厨房	経済の悪化
76	製造業	印刷用インキ製造	取引先の中で数件倒産があると思う
77	製造業	印刷 ホームページ デザインの制作	今のところは特にありません
78	製造業	別注家具製造・販売	2~3月にかけこみによる資金調達にともなう仕事量に対応できるかどうか、4月以降の中小企業の資金繰りが難しくなるので、その対応策を考える
79	製造業	プラスチックブロー成形	特に影響なし。全般的に貸出しを絞る雰囲気があり、その点で間接的な影響あり 自社には直接的影響はない。しかし、お得意先や仕入れ先で問題が発生し、間接的な影響が出る可能性がある。金融機関は貸しはがし、貸し渋りをはじめるところが、出そうである。
80	製造業	衣服製造	
81	製造業	オフセット印刷と製本	特になし
82	製造業	婦人服製造卸(アパレルメーカー)	特になし
83	製造業	業務用浴場・プール設備部材の製造開発 工場向け給湯ユニットの製造開発	自社の資金繰りには問題ないが、取引先が倒産するリスクは大いにある 当社自体に影響はないが、東東先のうち20~50社程度にマイナスの影響があると思われる。さらにそのうちの三分の一から二分の一が倒産する可能性がある。但し、いずれも小口得意先なので、当社財務内容に大きく影響しないものとする 今後必要 5年は継続してほしかった
84	製造業	金属表面処理業、機械加工業	大きく二極化されて、生き残りをかけた厳しい状況になると思う
85	製造業	線材加工	金融機関ごとの姿勢の変化に注視したい
86	製造業	製缶・板金業	資金調達が難しくなる 取引先の経営難のリスク
87	製造業	板金プレス業	具体的な内容は無い
88	製造業	プラスチック成型加工	小規模取引先の倒産、廃業による影響は多少あると考えている。
89	製造業	パン製造、卸販売	取引先の倒産
90	製造業	アルミ建材品の 開発、製造、販売、施	倒産件数が増えるので不渡りが発生する可能性がある
91	製造業	ポリウレタンゴムの製造	
92	製造業	電子機器製造業(プリント配線板加工)	すぐに直接的な影響はないと思われる。
93	製造業	ダンボールケース製造販売	わからない
94	製造業	ポリウレタンコーティング、材機器具の表面処理	メイン銀行との話し合い。実情理解を願えば合意点があると考えている。
95	製造業	別注スチール家具、什器製造、精密板金加工	淘汰が進む
96	製造業	金属焼付塗装	半年先くらいに倒産が出始めてくると考えています
97	製造業	精密機械部品加工・省力化・産業機械設計製作組立て	弊社は条件変更は行っており、今の所は影響がないものと思われず。ただ弊社の取引先・協力会社様がどのような取り組みをされているかが不明確ですその点が気がかりです
98	製造業	モデル、ディスプレイ、金型、模型	メイン銀行と返済内容について協議を始めるところで
99	製造業	金属熱処理加工業	銀行の対応の変化について最悪を想定して、事前に資金手当てをしておくに越したことがない。貸倒れの増加が心配される。
100	製造業	金網の製造販売・金網関連製品の製造販売	影響はない
101	製造業	プラスチック切削加工業	金融円滑化法はそのまま推移すると思われるので影響はないが、大阪市信金と大阪東信金の合併が両行とも取引行なのでどうなるかが心配です。
102	製造業	光学硝子製造と部品製造販売	社会全体に多くの会社で影響を受けると考える。マイナスもプラスもあると考えるが、できれば緩やかな影響変化を期待する。
103	製造業	きなこと、香辛料 食品製造販売	財務体質の弱い中小販売先の与信管理が難しくなる可能性
104	製造業		

105	製造業	金属プレス加工業	当社は関係ない
106	製造業	包装用品加工販売	経営フォーラムで取り上げてほしい 今最も大事な課題。その課題が無いため参加しない
107	製造業	精密金属切削加工、主に産業機械及び工作機械のフレーム・軸受加工	提出している経営計画書どおりに業績が推移しているので問題なし。
108	製造業	婦人インナー製造販売	特段影響がないと思われます。
109	製造業	ドライラミネート加工	旧工場の売却が進まなくなる
110	製造業	女性下着の製造卸及び生地・レースの高級婦人下着、企画製造販売及び洋菓子製造販売	リスクスケジュールを実施中だが借り換え等への影響が心配。 本来利用していないが、景気低迷の為、資金調達に難儀している。政府の対策評価せず。自力で頑張るしかない。
112	専門サービス業	経営コンサルティング システム開発 セミナー講師 行政書士許認可	資金繰り難によるコンサルティング相談案件の増加 クライアントの中にも資金難になる可能性大。また、クライアントとの取引先に倒産会社が出ると当方にも遠からず影響がでる。
113	専門サービス業	税理士業	借入れなしなので影響なし。
114	専門サービス業	行政書士、社労士	エレベーター エスカレーターその他昇降機設備保守点検 据付 販売
115	専門サービス業	税理士業務、経営コンサルタント、相続アドバイザー、飲食業経営アドバイザー	取引先の倒産、廃業が増えるのではないかと懸念をしております。
116	専門サービス業	社会保険労務士業	顧問先の倒産が加速する可能性があり、倒産した場合は売上に影響する
117	専門サービス業	会計監査	関与企業の経営、資金繰り悪化
118	専門サービス業	教育業	ビジネスチャンスにはなる(経営コンサル)
119	専門サービス業	ITシステム開発、WEB制作、CM撮影、人材派遣	わからない。
120	専門サービス業	税理士事務所	条件変更を望む
121	専門サービス業	行政書士事務所	主要取引先の業績悪化
122	専門サービス業	会計事務所	取引先の経営が圧迫される。
123	専門サービス業	社会保険労務士業	当所に対するというより、お客さまに対する影響大です。リスクをしている先もあり、これからは、情報の提供、黒字化支援、計画書作成と実践のフォロー等進めていく予定です。
124	専門サービス業	シンクタンク、都市計画・まちづくりのコンサルタント、建築設計	借入れしていないので影響無し。間接的には景気悪化、信用不安の拡大で、売上減少が懸念される。
125	専門サービス業	労務管理を含めた給与処理サービスとコンサルティングサービス	あまり、直接的な影響はない
126	専門サービス業	情報システム開発(業務ソフト)	顧客の倒産があれば困る
127	専門サービス業	広告・カタログ・ホームページの企画・制作	特になし
128	専門サービス業	法律事務	現在借入をしていないので、あまり影響なし。
129	専門サービス業	保険代理店	倒産処理案件が増加する可能性がある点では仕事量が増えるかもしれないが、倒産資金を十分に有しないケースでは仕事量に見合わない対価で請け負わなければならないケースが出てくることも予測される
130	専門サービス業	経営コンサルティング、システム開発	取引先の経営破綻による売上ダウン
131	専門サービス業	労務関連全般のコンサルティング業務	得意先が連鎖倒産する危険性がある
132	専門サービス業	税務申告	特にありません
133	専門サービス業	会計事務所	自社で、どれだけ頑張って利益を捻出するか?できるか?経営者自ら行動できないとどうにもならない企業がつぶれるだけ
134	専門サービス業	税理士業	取引先の資金繰りの悪化
135	専門サービス業	税理士	お客様の減少
136	専門サービス業	人事労務相談、就業規則の作成等	顧問先の状況の変化がある可能性がある
137	専門サービス業	会計事務所	金融関係の不良債権増加により正常な企業への資金の供給が滞ることができると思います。その時に、中小企業全般が経営危機に直面するかもしれない。
138	専門サービス業	税理士業務 経営支援コンサルティング	現状は、金融機関と経営者との情報交換が昔と比べて希薄であり、金融機関は決算書からしか情報を得られず、何も手を打たなければ格付けを下げざるを得ない状況ともいえる。そういう状況を打破するためには、我々のような会計のプロが経営者のビジョンを形にし、金融機関へ同行して補足するサポートをすることが大切であり、いや、それが大切だと経営者に気付かせることが大切である。融資の問題や経営の問題、その解決策として顧問税理士が頭に浮かばない経営者こそが私たちのターゲット顧客である
139	専門サービス業	書の作品の製作・販売、及び書道教室	直接的な影響はないが、世間的には不景気、資金繰りが苦しいところが増えていると思われます。堅実経営の重要性がクローズアップされるとともに、価値観の変化に拍車がかかるかも?
140	専門サービス業	会計事務所	顧問先の資金繰りに影響する可能性がある。
141	専門サービス業	筋肉矯正健康法、文化教室	特に影響なし。
142	専門サービス業	社会保険労務士	特に無し
143	専門サービス業	Webアプリケーションの開発、ASPの提供	直接的にはないが、取引先の倒産は一定量あり得ると思っています。
144	通信情報業	印刷関連	自社の場合、この法律による融資は受けていないが、間接的には景況が悪くなると考える(一時的)同時に金融機関の対応が一層厳しくなると予想されます。
145	通信情報業	HP制作、管理、デザイン	特になし
146	通信情報業	店舗管理パッケージソフトの作成・販売	特になし
147	通信情報業	リクルートの求人広告代理店として、企業の人材採用をお手伝いしています。	政府が企業再生支援機構を5年延長し、支援期間を10年延長する方針を固めたというニュースが出たので、大きな影響はないかと考えています。
148	流通業	美容材料卸	ほとんどない
149	流通業	食肉製品加工卸売り	同業他社の減少により、ビジネスチャンスが拡大する。
150	流通業	印刷物加工用塗料仕入れ販売、製造販売	印刷業界の倒産による間接被害
151	流通業	安全衛生用品製造卸・機能性樹脂製品企画卸	特に問題はない
152	流通業	業務用浴場設備機器類の製造輸入卸売り販売	来年3月以降に不良債権が発生しないか注意しています 円滑化法に甘んじてはいけなしいと思います。
153	流通業	締結部品(ねじ・ねじ部品)の販売	現行法の下でも、大手銀行等の貸し渋りは続いており、大きな影響とは言えないと思います。
154	流通業	学習塾・学校への教材・教具の販売	資金回収に不安を感じる。お得意先を全社的に共有し、取引の縮小を行う。(ABCランクの徹底)3~5%のお得意先が倒産するであろうと予想。今からその予想にもとづいて営業戦略を考えています。
155	流通業	珈琲焙煎卸、食品卸	得意先の資金が不安定になること
156	流通業		ほとんど影響は無いと思われる。
157	流通業	外食産業への食材卸	なし

160	流通業	鶏肉、鶏卵卸	特に影響なし。景気悪化で得意先の閉店は増える可能性がある
161	流通業	アパレル小売販売業	顧客に中小企業の経営者が多いので間接的には売上げの減少につながると考えられる
162	流通業	中古車、中古農業機械輸出	影響なし
163	流通業	物流加工業	関係なし
164	流通業	木材販売	特にない
165	流通業	世界の骨董品輸入販売業	返済を迫られると思います。可能な範囲で応える必要はあるのですが、深刻な悪影響が出る事が予想されます。金融緩和が中小企業や町に直届く施策が望まれます。
166	流通業	宝飾品卸販売・ネット小売販売	借入と返済
167	流通業	オフィス用品、OA機器全般の販売施工	特に影響・問題はない
168	流通業	古紙の回収・加工・販売	仕入先の廃業が考えられ、仕入量の減少が懸念される
169	流通業	粗品の販売	よくわかりません
170	流通業	ユニフォーム全般	直接的な影響はないと考えるが、どれだけ回りの会社・取引先に影響があるかは不明
171	流通業	一般用医薬品・大衆薬の卸販売	特に影響はない。
172	流通業	製菓材料卸	無し
173	流通業	特殊鋼の販売	取引先の信用力の低下
174	流通業	鋸螺卸売業	緊急支援等の保証料等の枠がなくなるにより、新規借入れ時に利息等のコストが増加すると思われる
175	流通業	機械工具の販売	自社は利用していないが、取引先にもしものことがあれば影響があるだろう。倒産防止も含め、資金のことも考えていかなければならない
176	流通業	デジカメ販売、DPEショップ	資金悪化するだろう
177	流通業	鋼材の加工販売	間接的な影響は予測できない
178	流通業	ステンレス鋼材卸売問屋	余り影響はないと考えます
179	流通業	金属を加工する機械の販売 中古機械の整備および販売 機械の修理	客先の廃業、倒産の増加
180	流通業	卸売業(下着)	特に無し
181		中国青島市にある現地法人より日本向け、欧米、オセアニア、南アフリカなどにワイヤローブ端末金具の輸出入をしております。	得意先で利用している場合は得意先の事業継続に営業があるかもしれません。
182		包装資材	借入がないので関係ない
183		障害者社会福祉事業	直接的な影響はない。
184			影響なし
185		販促品(POP、オリジナルノベルティグッズ、エアPOP、ぬいぐるみ等々)を中国で製造、お客様に受注生産で納めている。企画は国内です。	融資が受けにくくなるように思う。又、受けたとしても条件がきびしくなる(額、レート、期間等)と思う。事業継承にむけて進めていたが、銀行が後継者をバックアップする姿勢は弱くなり、今の社長に連帯保証の印を押しよう要求してくるものと思われる。
186		文具・事務用品・事務機械などの卸・小売業	当社では当面の資金手当てを済ませておりますが、今後の運転資金需要に対する不安は拭えません。また当社取引先には、中小零細の企業様が多く、お客様の経営状態の成り行きが、弊社の業績にも大きな影響を及ぼします
187		訪問介護、居宅支援	一部でささやかれるように、中小企業にとって非常に厳しい局面が発生した場合業況の悪化が懸念されます
188		旅行業法による旅行業 海外国内旅行 テキスタイルコンパター	起業直後の状況で、ご返答できない項目がございます。 よく分からないが 金融機関が貸し出しを優良企業以外渋っているのが加速する用に思う 資金調達に明暗を分ける 情報がほしい
189		広告ツールの作成 (企画・デザイン・印刷)	無借金ではあるが 資金繰りを注意しなければならない顧客がある。
190			無いと思います