

大阪府中小企業家同友会

大阪同友会定点景況調査集計（2013年1月～3月期）

期間：2013年3月4日～2013年3月21日

対象者：2818名

回答数：423名

P 1 : 大阪産業構造研究会コメント

P 3 : アンケート原紙

P 5 : 売上利益D I 推移

P 1 1 : 景況感・資金繰り・設備投資D I 推移

P 1 5 : 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)

P 1 7 : 売上増加の要因(選択・記述)

P 2 0 : 売上減少の要因(選択・記述)

P 2 3 : 設備投資・経営上の課題(選択)

P 2 4 : 今後の力点(選択・記述)

P 3 3 : 大阪府に対しての要望(記述)

P 3 8 : 円安・株価変動について(記述)

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  
大阪経済法科大学経済学部准教授 高橋慎二

《ポイント》

1. 景況感 DI 値が大幅に回復しているが、実際の売上利益には転化されておらず、注意が必要
2. 円安の影響も、原材料の値上がりなど、今の所よい方向にまだ転化されていない。
3. 前年同月期比の売上、利益 DI 値の変化をみると、2013年1期では、サービス業、建築業、専門サービス、情報通信業が改善、製造業、流通業、運輸業での悪化傾向の継続

今回は、前期比、前年同月期比の売上、利益 DI 値について、2011年1期からの変化をふまえたうえで、2013年1期の特徴についてコメントする（なお、1期を1～3月期、2期を4～6月期、3期を7～9月期、4期を10～12月期とする）。

### 1. 売上、利益の DI 値の動向について

#### （1）全体の傾向

売上、利益の DI 値の変化として、次の点が指摘できる。第1に、2011年1期から2013年1期まで前期比、前年同月期比の売上と利益とで DI 値の推移に若干違いがあるものの、基本的には2つとも同じ動向を示している。

第2に、前期比に関しては、売上 DI 値は、2011年2期を底に以降改善し、2011年4期をピークとして、それ以降、悪化したが、2012年3期以降は若干改善している。利益 DI 値については、2011年2期を底に、4期まで改善し、その後上下変動して、2012年2期以降悪化傾向にある。

第3に、前年同月比に関しては、売上 DI 値は、2011年2期を底に、2012年1期まで改善し、それ以降悪化したが、2013年1期で若干改善した。利益 DI 値は、2011年2期を底に、上下変動しつつも改善傾向を示していたが、2012年3期以降悪化傾向にある。

以上より、2013年1期の特徴として、売上 DI 値については、前期比、前年同月比ともに改善しているが、利益 DI 値については悪化傾向にあることが指摘できる。

#### （2）業種別の傾向

全体の傾向としては、2013年1期には売上 DI 値が改善しているが、DI 値の変化を業種別にみると、状況は、業種によって大きく異なっている。業種別の動向として、次の点が指摘できる。

第1に、前期比の売上 DI 値について、製造業のみが悪化している（全体の傾向に反している）。前期比利益 DI 値については、サービス業、建築業、専門サービス、情報通信業で改善しているが、運輸業、製造業、流通業は悪化している。

第2に、前年同月比の売上 DI 値については、運輸業、製造業、流通業が悪化している。前年同月比の利益 DI 値については、製造業が横ばい、流通業がもっとも悪化しており、他業種は改善している。

以上にみたように、業種別に前期比、前年同月期比の売上、利益 DI 値の変化をみると、2013年1期では、サービス業、建築業、専門サービス、情報通信業の改善、製造業、流通業、運輸業での悪化傾向の継続という点が特徴と言える。全体の傾向として売上 DI 値が2013年1期に改善しているが、業種によって状況がまったく異なっており、製造業、流通業は特に悪化していることが特徴となっている。

## 2. 売上、利益のDI値の2011年以降の変化と2013年1期の状況について

2011年以降の売上、利益DI値の変化は、およそ次のような推移によるものと考えられる。すなわち、「リーマンショックからの回復の兆しが見えてきたところでの震災影響」→「震災後特需の影響、需要の一時的回復」→「需要の一時的回復の終了、円高問題などによる需要の縮小」という経過である。しかし、2013年1期については、景況感DI値の推移にみられるように、どの業種も「底入れ」期待感があるようにみられる。売上・利益増に関する記述でも、「景気の一部好転（サービス業）」、「景気の押し上げを感じる。その影響か催事が増えたため（サービス業）」、「値引も終わり、底入れで好転（サービス業）」、「市況の好転、需要の増加（専門サービス業）」、「アベノミクスの影響か、店舗オーナーが強気になり受注が増えた（情報通信業）」といった内容がみられた。こうした「底入れ」期待感は、特に、サービス業、建築業、専門サービス業、情報通信業での売上、利益DI値の改善と関連している可能性がある。なお、他の中小企業景況調査でも、売上、利益に関するDI値は改善傾向にあることが指摘されている（日本政策金融公庫中小企業景況調査2013年3月調査）。

しかし、「底入れ」期待感と売上、利益DI値の改善に関しては、今後、注意して見ていく必要があると思われる。今回の調査結果にあるように、業種によって状況は、大きく異なっており、製造業、流通業に関しては、改善はみられなかったからである。もちろん、製造業、流通業でも、売上・利益増に関する記述で「景気の上向き（流通業）」など「底入れ」と関連した記述はみられた。しかし、売上・利益増に関する記述でも「底入れ気配は感じられますが、消費税増額を視野にとらえると楽観視できない（製造業）」といった内容や売上・利益減少に関する記述で、「円安になり経済全体的に好転模様であるが、今のところ恩恵を受けているのは大企業のみで、今後の経済の様子をうかがっているようで、利益は内部留保され、新たな設備導入は控えているようです（製造業）」、「昨年9月からの自動車の生産ダウンが続いている。先行き明るい話しはあるものの底から抜け出せない状態（製造業）」などの内容が見られた。「底入れ」が実質化していくのかどうか、あるいは、そもそも「底入れ」の話題のみが先行しているだけで、実際には売上、利益が減少している状況が製造業では見られるのである。

また、製造業では円安の悪影響が先に表面化している記述も多くみられた（「昨今の円安・株価変動についての影響」に関する記述）。すなわち、「円安は原材料や石油関連などの価格が先行して上がるので、中小企業にとっては厳しい」、「資材を含め海外の調達分が多いため、円安は即各製品の原価アップになるが、販売価格にはすぐに転嫁できない」という声にみられるように、原材料高騰するが、販売価格に転嫁できないため、利益を圧迫するなどの悪影響がもたらされていることを訴えているものが多かった。こうしたことも、製造業における売上、利益DI値の悪化傾向と関連があると考えられる。



## 【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（土業の方） 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（※2013年度1月～3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(10～12月): 増・横・減	前年同期比: 増・横・減
②利益	前期比(10～12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) 大阪同友会では毎年「大阪府に対する中小企業政策に関する要望と提言」を作成しております。本項目は大阪同友会で毎年作成されている「大阪府に対する中小企業政策に関する要望と提言」の土台となります。ご協力の程宜しく御願ひ致します。  
「行政に言いたいこと」(例えば、税制や金融、制度や慣習など)をご記入下さい。

(2) 昨今の円安・株価変動についての影響を良い・悪いも含めてご記入下さい。

大阪同友会定点景況調査集計2013年1月～3月期

期間:2013年3月4日～3月21日

423名回答

(サービス業:102名 運輸業:15名 建築業:34名 製造業:147名 専門サービス業:40名  
通信情報業:10名 流通業:48名 空白:27名)

【1】.以前までとの比較

※1期…1～3月期 2期…4～6月期 3期…7～9月期 4期…10～12月期

(1)売上に関して

DI値推移

前期比

2011年

	1期	2期	3期	4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

	1期	2期	3期	4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

2013年

	1期
サービス業	5.9
運輸業	33.3
建築業	9.4
製造業	-15.9
専門サービス業	25.0
通信情報業	30.0
流通業	12.8
統計	-1.4

(2)利益に関して

DI値推移

前期比

2011年

	1期	2期	3期	4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

	1期	2期	3期	4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

2013年

	1期
サービス業	1.0
運輸業	0.0
建築業	-3.0
製造業	-20.8
専門サービス業	10.3
通信情報業	-20.0
流通業	-16.7
統計	-10.2

前年同月期比 2011年

	1期	2期	3期	4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

	1期	2期	3期	4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

2013年

	1期
サービス業	10.9
運輸業	46.2
建築業	3.3
製造業	-5.1
専門サービス業	30.6
通信情報業	40.0
流通業	-19.6
統計	2.8

前年同月期比 2011年

	1期	2期	3期	4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

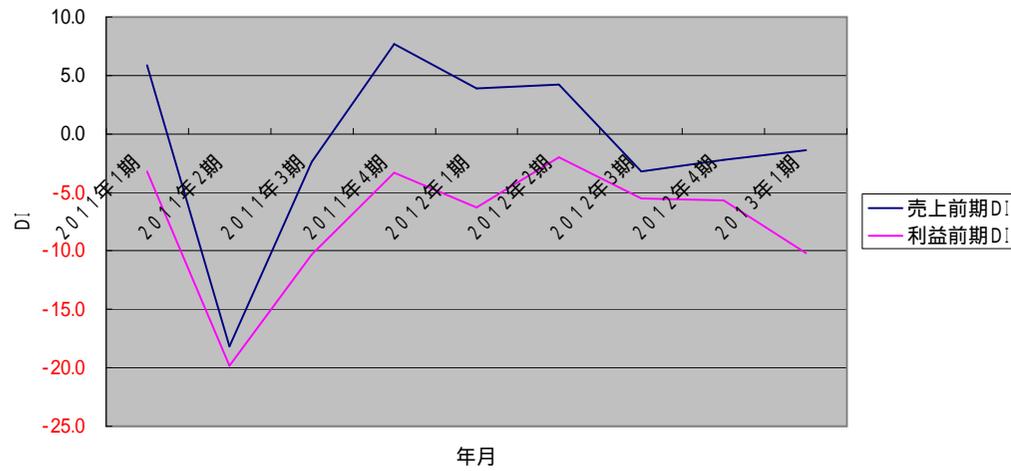
2012年

	1期	2期	3期	4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

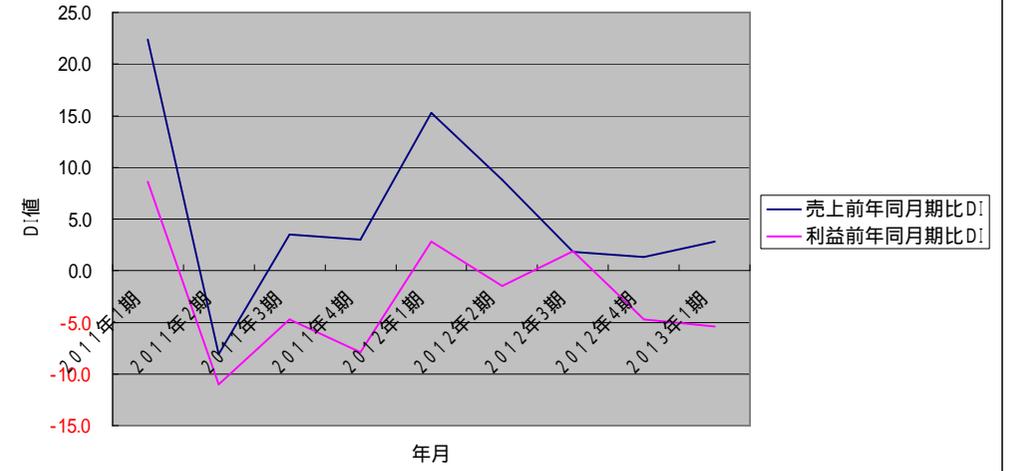
2013年

	1期
サービス業	6.7
運輸業	7.1
建築業	-13.3
製造業	-11.8
専門サービス業	21.6
通信情報業	0.0
流通業	-23.9
統計	-5.4

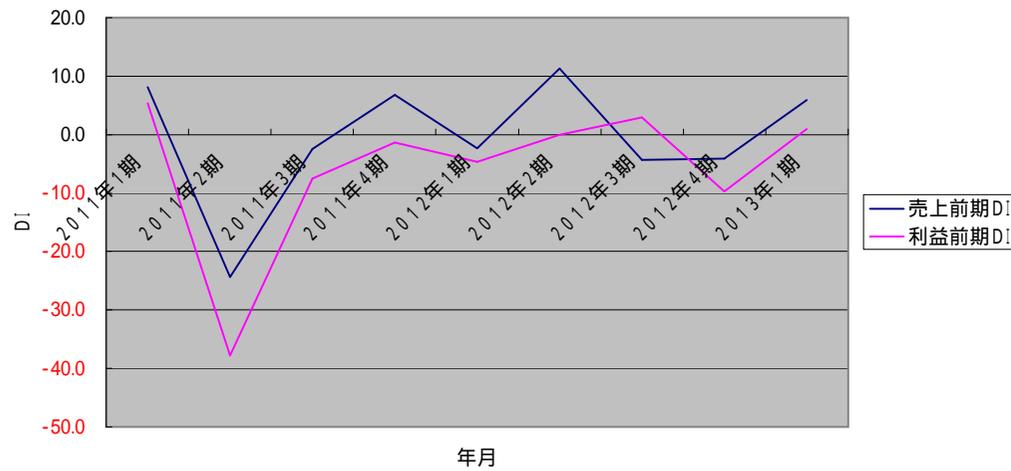
総計前期比売上利益DI



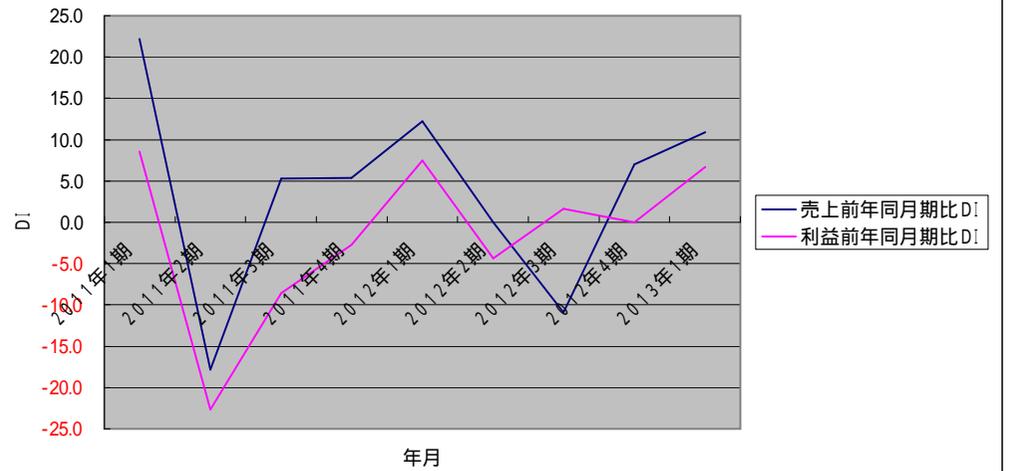
総計売上利益DI(前年同月期比)



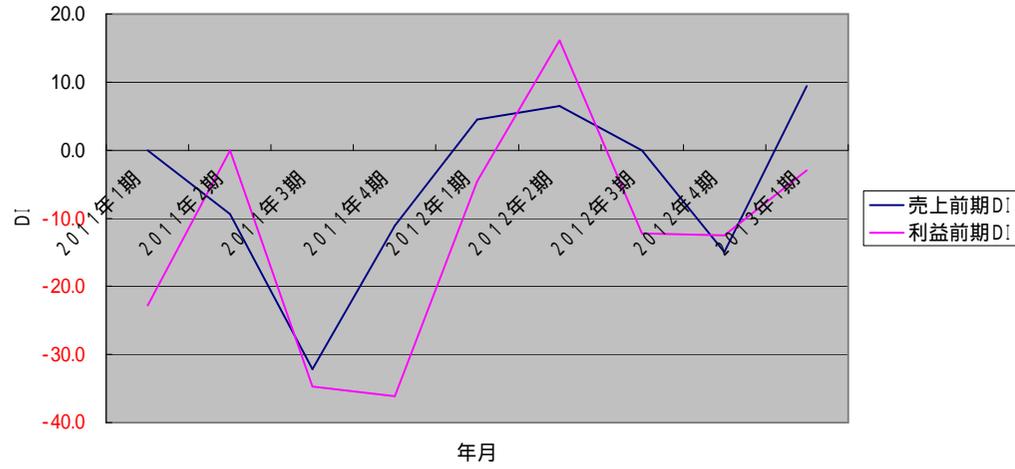
サービス前期比売上利益DI



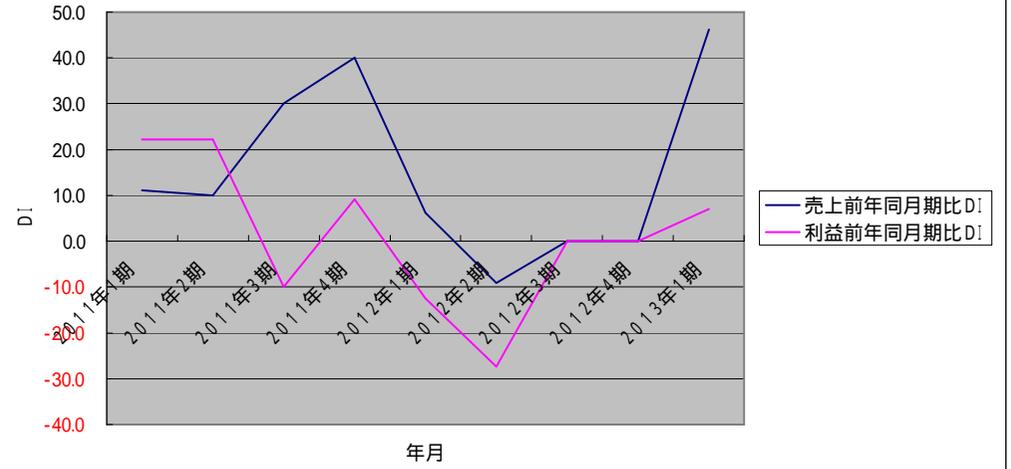
サービス売上利益前年同月期比DI



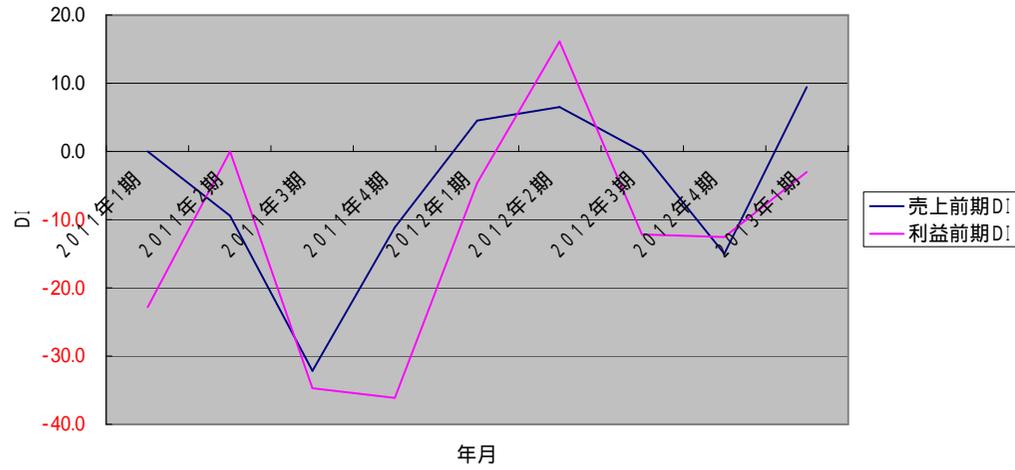
運輸業売上利益前期比D1



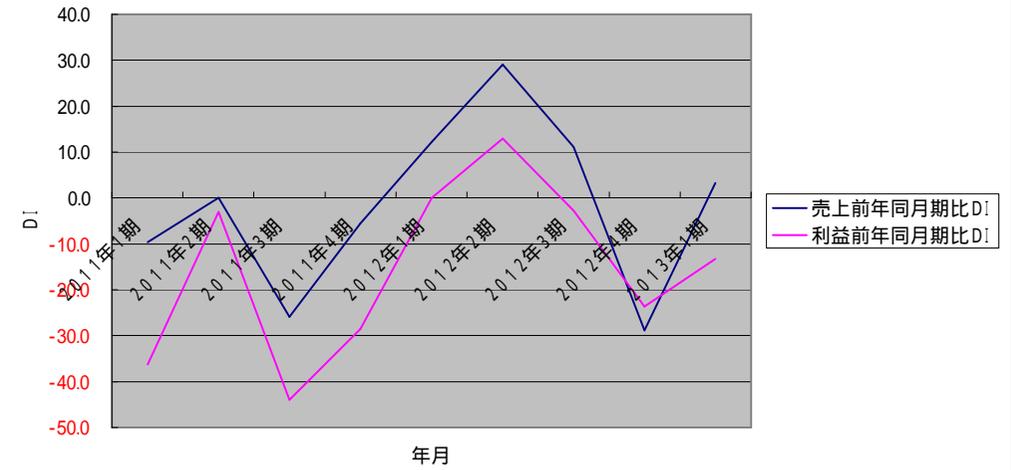
運輸売上利益前年同月期比

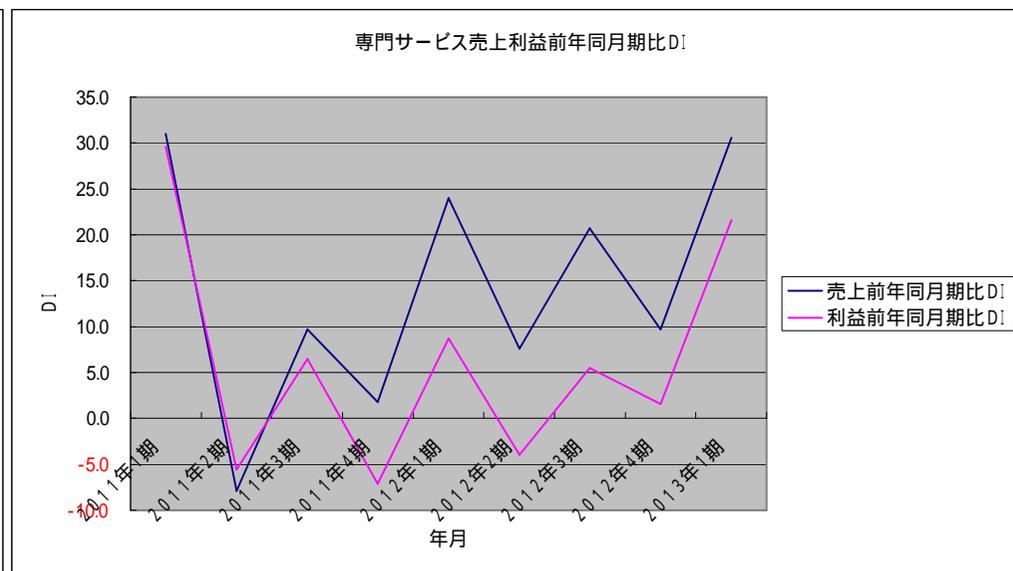
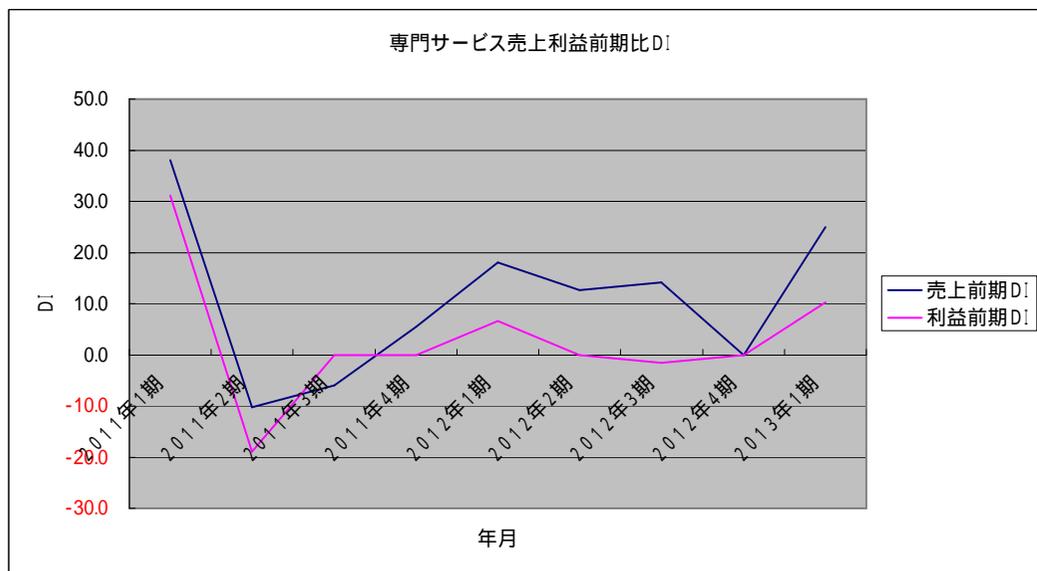
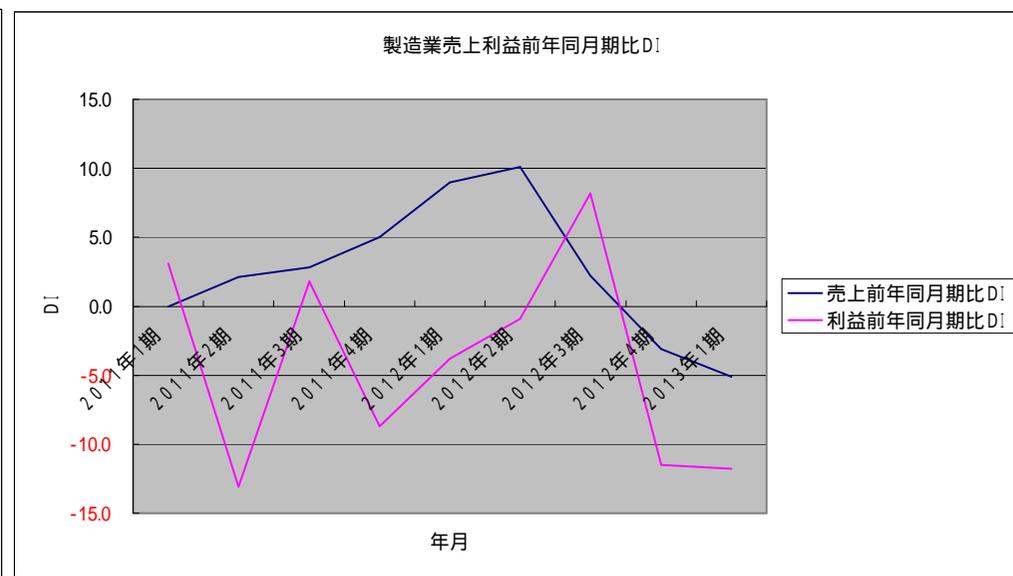
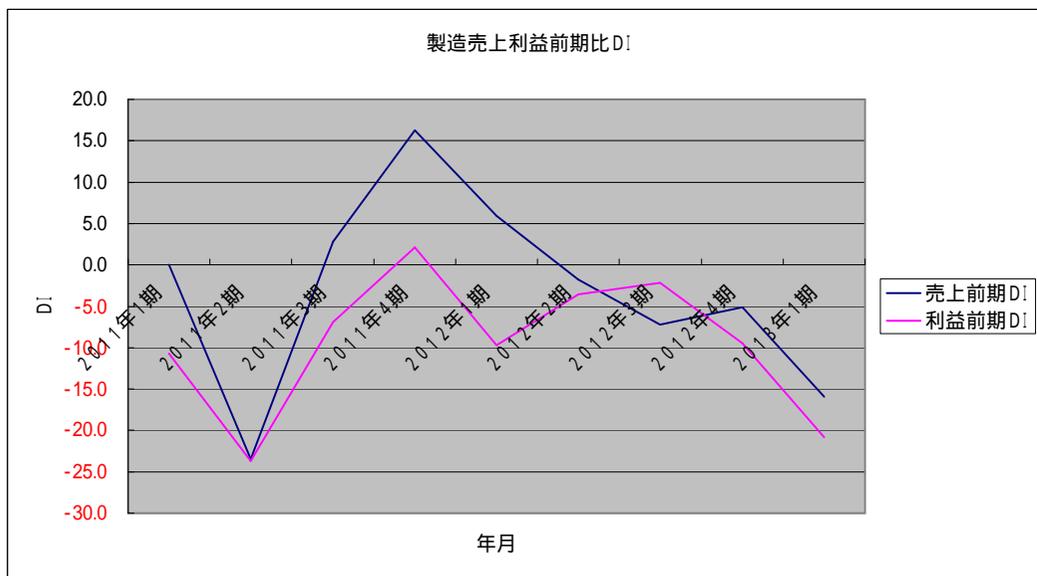


建築売上利益前期比D1

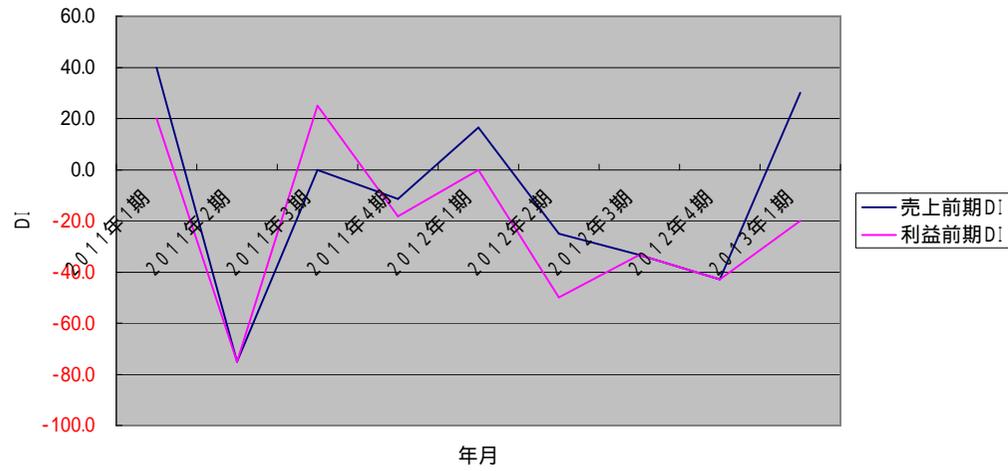


建築売上利益前年同月期比D1

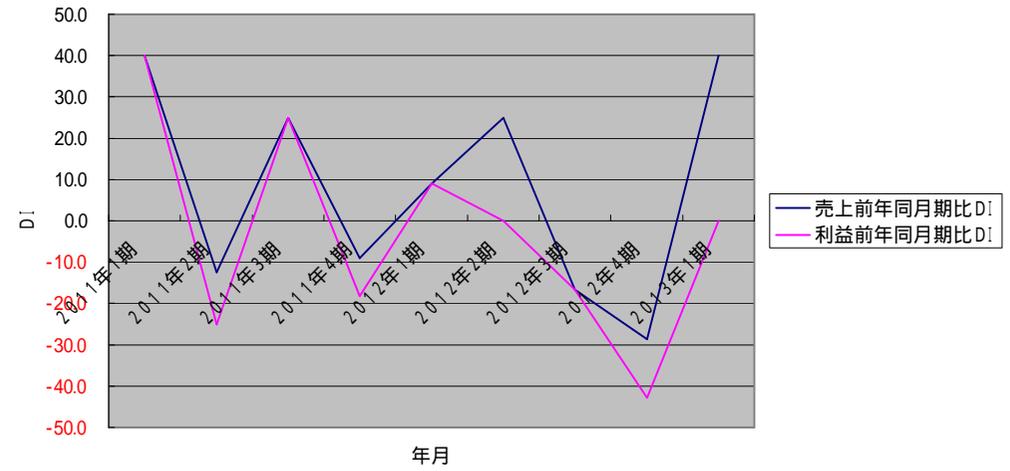




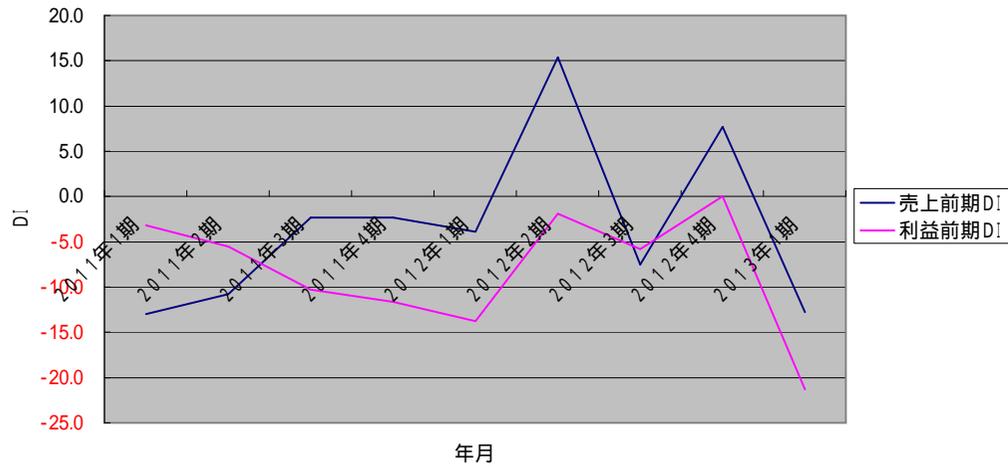
通信情報売上利益前期比D1



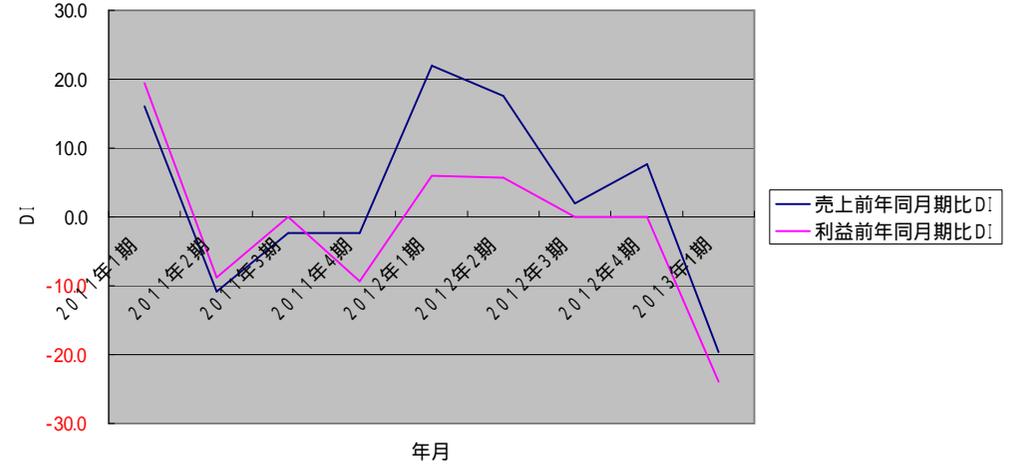
通信情報売上利益前年同期比D1



流通売上利益前期比D1



流通売上利益前年同期比D1



### (3)景況感DI推移

	2011年		2012年				2013年
	2011年3期	2011年4期	2012年1期	2012年2期	2012年3期	2012年4期	2013年1期
サービス業		-44.3	-16.5	-27.7	-26.2	-50.0	5.6
運輸業		-60.0	-40.0	-45.5	-33.3	-71.4	-14.3
建築業		-31.3	-19.0	0.0	-40.0	-45.9	22.6
製造業		-25.5	-35.1	-35.8	-32.6	-50.8	-1.4
専門サービス業		-28.8	-23.0	-10.0	-39.3	-29.0	27.3
通信情報業		-27.3	-9.1	-25.0	16.7	-14.3	22.2
流通業		-50.0	-24.5	-36.7	-60.4	-67.3	-15.6
統計		-35.0	-25.2	-28.1	-37.3	-47.2	2.6

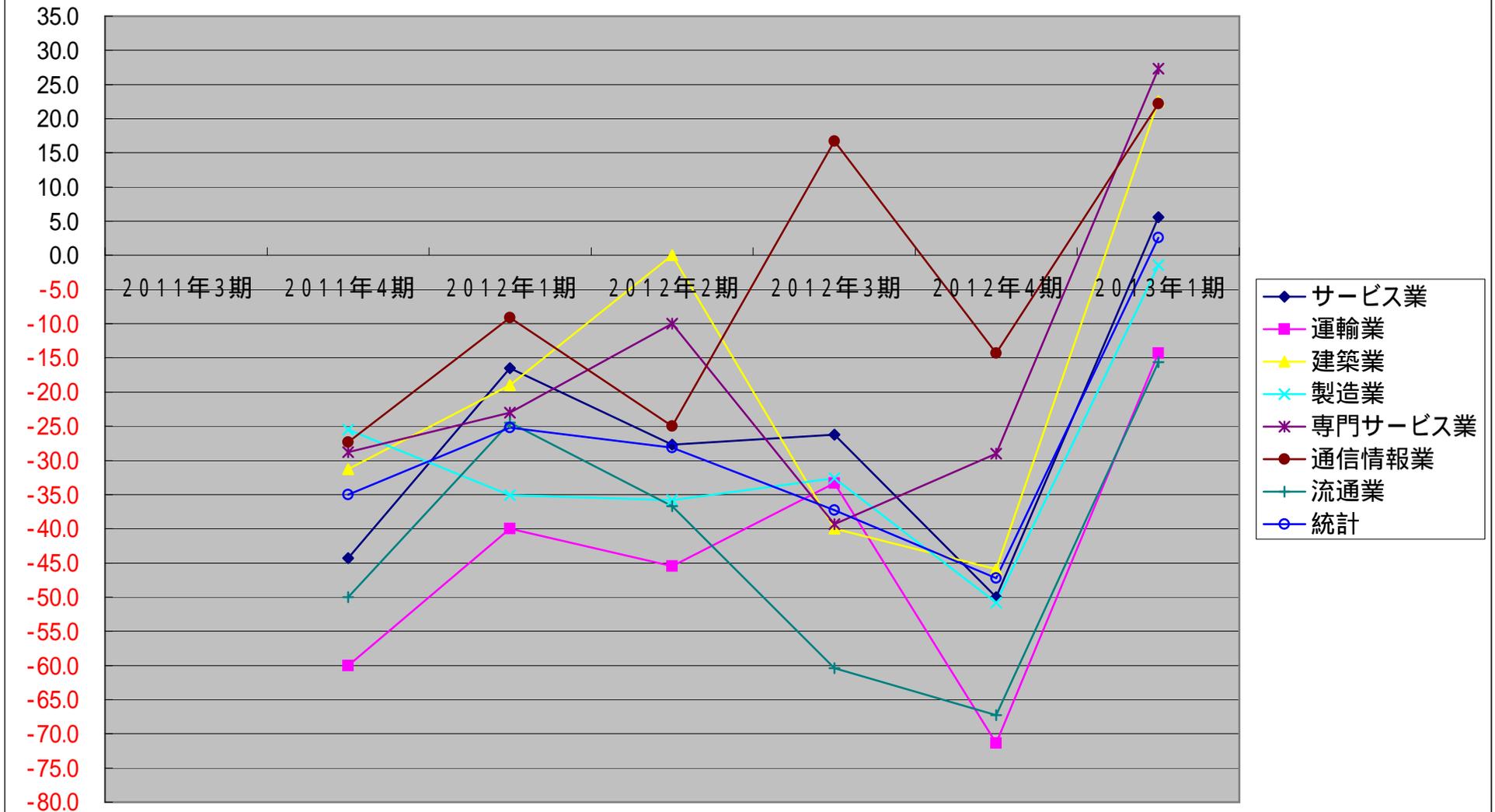
### (4)資金繰りDI推移

	2011年		2012年				2013年
	2011年3期	2011年4期	2012年1期	2012年2期	2012年3期	2012年4期	2013年1期
サービス業	-10.8	-32.0	-20.2	-18.8	-24.3	-21.2	-13.1
運輸業	-40.0	-27.3	-31.3	-33.3	-21.4	-28.6	-13.3
建築業	-52.3	-30.6	-28.9	-19.4	-14.6	-20.5	-23.5
製造業	22.6	-7.8	-5.9	-7.0	0.0	-7.9	-6.1
専門サービス業	-16.1	-14.3	-10.4	-5.3	-19.0	-12.1	-7.7
通信情報業	0.0	-18.2	-16.7	-50.0	-66.7	-42.9	-40.0
流通業	-21.6	-14.0	-13.7	-10.0	-11.3	-11.3	-4.2
統計	-6.3	-17.3	-14.0	-12.7	-12.3	-13.2	-11.8

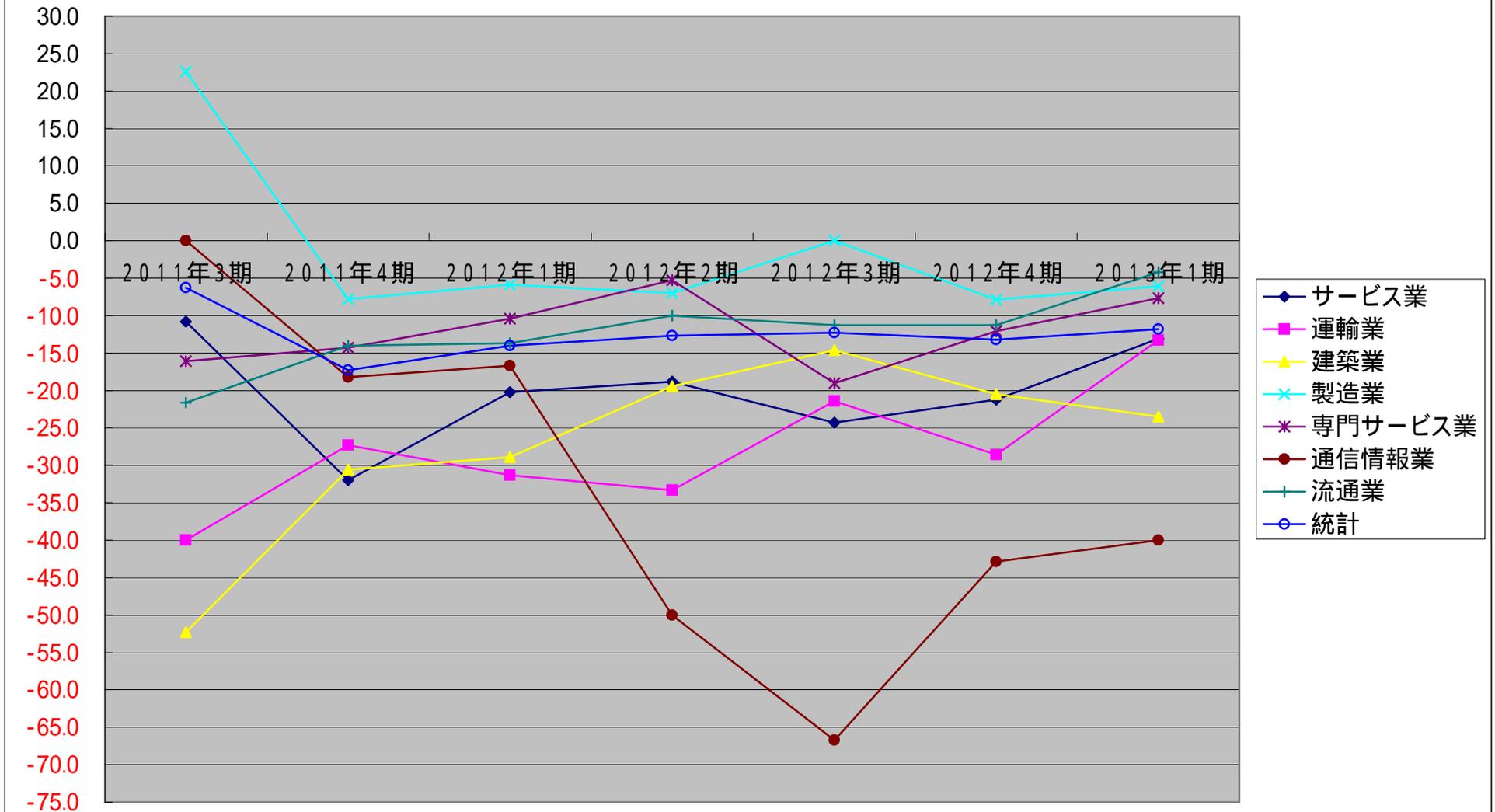
### (5)設備投資DI推移

	2011年		2012年				2013年
	2011年3期	2011年4期	2012年1期	2012年2期	2012年3期	2012年4期	2013年1期
サービス業	-25.0	-64.8	-32.5	-39.1	-39.7	-50.0	-25.8
運輸業	-63.6	-30.0	-53.3	-33.3	0.0	-40.0	14.3
建築業	-64.0	-47.2	-65.0	-53.6	-68.3	-70.0	-53.3
製造業	-21.0	-28.8	-19.2	-3.7	-14.1	-11.2	0.7
専門サービス業	-57.2	-33.9	-60.3	-61.8	-41.3	-49.3	-51.4
通信情報業	-100.0	-50.0	0.0	-50.0	-80.0	0.0	11.1
流通業	-48.8	-61.9	-50.0	-26.5	-40.4	-45.1	-25.5
統計	-37.7	-42.9	-40.2	-30.5	-33.6	-36.5	-20.2

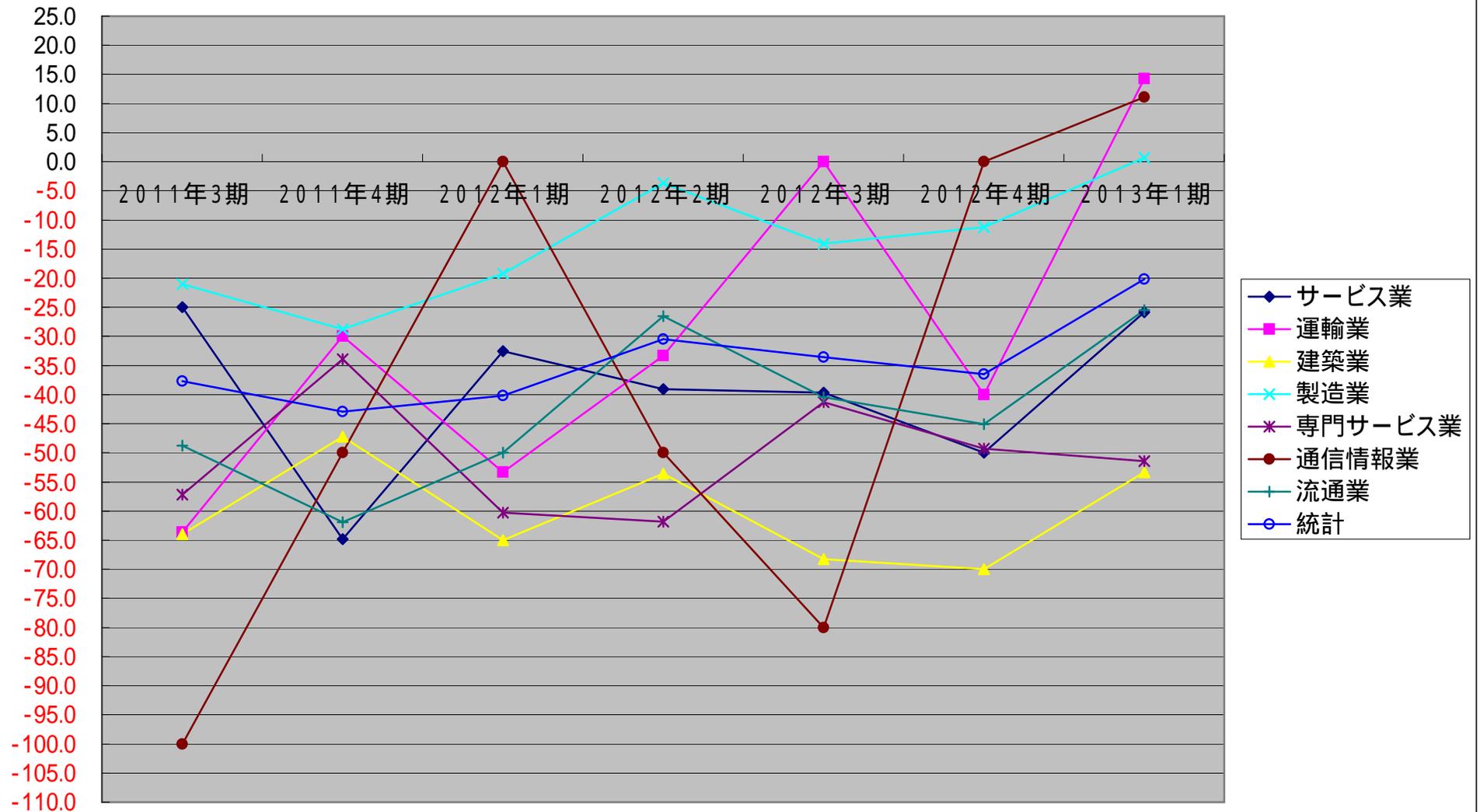
### 景況感DI



### 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	33	32.7%	41	40.6%	27	26.7%	101
運輸業	7	46.7%	6	40.0%	2	13.3%	15
建築業	10	31.3%	15	46.9%	7	21.9%	32
製造業	33	22.8%	56	38.6%	56	38.6%	145
専門サービス業	17	42.5%	16	40.0%	7	17.5%	40
通信情報業	5	50.0%	3	30.0%	2	20.0%	10
流通業	15	31.9%	11	23.4%	21	44.7%	47
(空白)	5	20.0%	11	44.0%	9	36.0%	25
<b>総計</b>	<b>125</b>	<b>30.1%</b>	<b>159</b>	<b>38.3%</b>	<b>131</b>	<b>31.6%</b>	<b>415</b>

##### 前年同月期比

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	33	35.9%	36	39.1%	23	25.0%	92
運輸業	8	61.5%	3	23.1%	2	15.4%	13
建築業	9	30.0%	13	43.3%	8	26.7%	30
製造業	37	26.8%	57	41.3%	44	31.9%	138
専門サービス業	17	47.2%	13	36.1%	6	16.7%	36
通信情報業	6	60.0%	2	20.0%	2	20.0%	10
流通業	12	26.1%	13	28.3%	21	45.7%	46
(空白)	4	16.7%	11	45.8%	9	37.5%	24
<b>総計</b>	<b>126</b>	<b>32.4%</b>	<b>148</b>	<b>38.0%</b>	<b>115</b>	<b>29.6%</b>	<b>389</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	25	25.5%	49	50.0%	24	24.5%	98
運輸業	3	20.0%	9	60.0%	3	20.0%	15
建築業	7	21.2%	18	54.5%	8	24.2%	33
製造業	30	20.8%	54	37.5%	60	41.7%	144
専門サービス業	14	35.9%	15	38.5%	10	25.6%	39
通信情報業	3	30.0%	2	20.0%	5	50.0%	10
流通業	11	23.4%	15	31.9%	21	44.7%	47
(空白)	4	16.7%	12	50.0%	8	33.3%	24
<b>総計</b>	<b>97</b>	<b>23.7%</b>	<b>174</b>	<b>42.4%</b>	<b>139</b>	<b>33.9%</b>	<b>410</b>

##### 前年同月期比

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	25	28.1%	45	50.6%	19	21.3%	89
運輸業	3	21.4%	9	64.3%	2	14.3%	14
建築業	5	16.7%	16	53.3%	9	30.0%	30
製造業	35	25.7%	50	36.8%	51	37.5%	136
専門サービス業	16	43.2%	13	35.1%	8	21.6%	37
通信情報業	3	30.0%	4	40.0%	3	30.0%	10
流通業	9	19.6%	17	37.0%	20	43.5%	46
(空白)	4	16.7%	11	45.8%	9	37.5%	24
<b>総計</b>	<b>100</b>	<b>25.9%</b>	<b>165</b>	<b>42.7%</b>	<b>121</b>	<b>31.3%</b>	<b>386</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	36	35.6%	49	48.5%	16	15.8%	101
運輸業	6	42.9%	5	35.7%	3	21.4%	14
建築業	9	26.5%	17	50.0%	8	23.5%	34
製造業	56	38.4%	55	37.7%	35	24.0%	146
専門サービス業	20	51.3%	13	33.3%	6	15.4%	39
通信情報業	3	30.0%	3	30.0%	4	40.0%	10
流通業	21	44.7%	17	36.2%	9	19.1%	47
(空白)	11	44.0%	10	40.0%	4	16.0%	25
<b>総計</b>	<b>162</b>	<b>38.9%</b>	<b>169</b>	<b>40.6%</b>	<b>85</b>	<b>20.4%</b>	<b>416</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	32	36.0%	30	33.7%	27	30.3%	89
運輸業	4	28.6%	4	28.6%	6	42.9%	14
建築業	12	38.7%	14	45.2%	5	16.1%	31
製造業	45	32.4%	47	33.8%	47	33.8%	139
専門サービス業	16	48.5%	10	30.3%	7	21.2%	33
通信情報業	4	44.4%	3	33.3%	2	22.2%	9
流通業	10	22.2%	18	40.0%	17	37.8%	45
(空白)	7	35.0%	4	20.0%	9	45.0%	20
<b>総計</b>	<b>130</b>	<b>34.2%</b>	<b>130</b>	<b>34.2%</b>	<b>120</b>	<b>31.6%</b>	<b>380</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	11	11.1%	64	64.6%	24	24.2%	99
運輸業	2	13.3%	9	60.0%	4	26.7%	15
建築業	3	8.8%	20	58.8%	11	32.4%	34
製造業	28	19.0%	82	55.8%	37	25.2%	147
専門サービス業	5	12.8%	26	66.7%	8	20.5%	39
通信情報業	0	0.0%	6	60.0%	4	40.0%	10
流通業	6	12.5%	34	70.8%	8	16.7%	48
(空白)	1	4.0%	15	60.0%	9	36.0%	25
<b>総計</b>	<b>56</b>	<b>13.4%</b>	<b>256</b>	<b>61.4%</b>	<b>105</b>	<b>25.2%</b>	<b>417</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	11	11.7%	79	84.0%	4	4.3%	94
運輸業	2	14.3%	11	78.6%	1	7.1%	14
建築業	1	2.9%	33	97.1%	0	0.0%	34
製造業	21	14.4%	118	80.8%	7	4.8%	146
専門サービス業	2	5.9%	32	94.1%	0	0.0%	34
通信情報業	0	0.0%	10	100.0%	0	0.0%	10
流通業	3	6.3%	42	87.5%	3	6.3%	48
(空白)	1	5.3%	15	78.9%	3	15.8%	19
<b>総計</b>	<b>41</b>	<b>10.3%</b>	<b>340</b>	<b>85.2%</b>	<b>18</b>	<b>4.5%</b>	<b>399</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													
サービス業	16	19.3%	13	15.7%	2	2.4%	16	19.3%	5	6.0%	6	7.2%	10	12.0%	
運輸業	2	16.7%	1	8.3%	1	8.3%	3	25.0%	0	0.0%	2	16.7%	0	0.0%	
建築業	5	25.0%	5	25.0%	3	15.0%	4	20.0%	0	0.0%	2	10.0%	1	5.0%	
製造業	16	21.1%	9	11.8%	6	7.9%	12	15.8%	7	9.2%	3	3.9%	8	10.5%	
専門サービス業	10	31.3%	6	18.8%	0	0.0%	6	18.8%	2	6.3%	5	15.6%	1	3.1%	
通信情報業	1	14.3%	1	14.3%	1	14.3%	1	14.3%	1	14.3%	0	0.0%	0	0.0%	
流通業	8	26.7%	0	0.0%	1	3.3%	7	23.3%	3	10.0%	0	0.0%	4	13.3%	
(空白)	2	18.2%	0	0.0%	1	9.1%	2	18.2%	1	9.1%	2	18.2%	1	9.1%	
総計	60	22.1%	35	12.9%	15	5.5%	51	18.8%	19	7.0%	20	7.4%	25	9.2%	
業種	割合	割合	総計												
サービス業	8	9.6%	2	2.4%	2	2.4%	1	1.2%	1	1.2%	0	0.0%	1	1.2%	83
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	8.3%	2	16.7%	12
建築業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	20
製造業	9	11.8%	2	2.6%	1	1.3%	1	1.3%	0	0.0%	1	1.3%	1	1.3%	76
専門サービス業	2	6.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	32
通信情報業	2	28.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	7
流通業	3	10.0%	1	3.3%	2	6.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.3%	30
(空白)	0	0.0%	1	9.1%	1	9.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	11
総計	24	8.9%	6	2.2%	6	2.2%	2	0.7%	1	0.4%	2	0.7%	5	1.8%	271

- 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

### ②売上増につながったと思われる取組みの中身(記述)

業種	業務内容	売上増加記述
1 サービス業	オートバイ販売(大型車中心)	仕入の強化。人材確保。
2 サービス業	建設機械器具販売	景気の一部好転
3 サービス業	陳列棚、陳列危惧宝飾催事用品レンタル	安倍政権にあり、景気の押し上げを感じる。その影響か催事が増えたため
4 サービス業	飲食店経営	一人時間当たりの生産性強化 2年前からの新業態が売上増
5 サービス業	エレベーターエスカレーターの保守管理 各種昇降機設備の保守 エレベーターのリニューアル改造 据付	エレベーターのリニューアル工事の増加 プレーキ二重化の大臣認定をいち早く3年前に取得したこと。
6 サービス業	食品包装資材	方針に添ってPDCAがまわるようになった。
7 サービス業	自動車整備業、自動車販売	新規顧客の獲得
8 サービス業	広告企画デザイン マーケティング	提案力強化、信頼関係強化
9 サービス業	フラワースクール運営・フラワーギフト販売	新規販路の開拓
10 サービス業	建物管理	値引も終わり、底入れで好転
11 サービス業	事務用品・オフィス家具・OA機器・通信機器・省力化機械・雑貨の販売、損害保険代理店・物流業・貿易	新商品開発・販売・新規顧客開拓
12 サービス業	社会福祉事業	障害福祉サービスで新しい加算(送迎)が法人事業に合致していたため
13 サービス業	障害者の就労支援事業	利用者拡大のための広報活動
14 サービス業	グラフィックデザイン・DTP	一社依存を脱却する為に地道に営業先を増やしたこと
15 サービス業	広告の企画・制作	お客様の声から新しいサービスを始めたこと
16 サービス業	プロモーション企画	やらない事を決めた
17 サービス業	給与処理のコンサルティング、働きやすい職場へ改善サポート	本当に顧客に求められている商品が何かをずっと考え続け、いろんな人の意見を聞きまわった。
18 サービス業	広告企画制作・Webサイト制作	社員の子ページアップ
19 サービス業	ビルメンテナンス	まだわからない。
20 サービス業	一般住宅、ビル内清掃、内装工事全般、空気触媒セルフフィルの施工	新規取引先からの要請があった為。
21 サービス業	OA機器の販売・メンテナンス 防犯カメラ販売・メンテナンス 弱電設備関係一式	取扱商品の幅が増えた。営業活動の取り組み姿勢の変化
22 サービス業	セールスプロモーション及びプロサッカークラブ「FC大阪」運営	モラル、クオリティ、スピードの向上
23 サービス業	金属全般の売買(収集分別リサイクル) 産業廃棄物の収集運搬 IT技術をつかった広告代行やソフトウェアの作	為替が円安になるに連れての金属原料価格の上昇によるもの。
24 運輸業	一般貨物輸送、軽貨物輸送、取扱い運送事業、倉庫業、ピッキング作業、内職業	営業力、顧客増
25 運輸業	企業専属行 緊急便 軽四～10トン車両まで	新規得意先が増えた。自社の実車率、利益率の増加 軽四配送を中心にやっていましたが、最近1年は一般貨物(新分野開拓)したのが売上げ増
26 建築業	建築鉄工加工	業界淘汰によるキャバの減少により、フォローの風が吹いてきた
27 建築業	木造住宅の新築、リフォーム中心 鉄骨等も手掛けている。	営業力の関係で、まとまった仕事が来たこと。
28 建築業	建築施工業、新築、増改築、改修	施工手順、方法を検討し、工期の短縮を可能とする技術提案を行った。日頃からの地道な技術営業活動により受注が増えた
29 建築業	建築リフォーム工事	微増程度ですので、これといってないが社員さんを一人増やした分が大きいと思います。
30 建築業	内外装工事業	HP戦略、紹介依頼の徹底。商品サービスの改善
31 建築業	建築設計	マンション中心から、新分野「物流施設」を進めているが、設計寮の支払いが遅れている。
32 製造業	食品製造業	新製品開発 営業力強化
33 製造業	金属機械加工業、新エネルギー業、コンサルタント業	太陽電池事業を15年間継続してきたノウハウ、信用力が顧客の信頼を得て、売上げに繋がっています。
34 製造業	金属熱処理工程の受託加工。NDA契約を締結し、大手メーカーと共同研究、研究開発を行う業務。	1. 営業マンを増員。中途採用、他部署から営業部へ 2. 既存客の掘り下げを重点的に行い効果をあげた 3. 営業品目を増加させた。社外ネットワークの活用(外注)
35 製造業	服飾品製造販売、雑貨品、アクセサリー	新規取引先との連携での大口が決まった為
36 製造業	食品加工機械製造	商品の更なる性能UP、競争力
37 製造業	ネジ、ナット、自動車部品及び、電子部品の全数検査選別装置	新製品の投入
38 製造業	ドライラミネート加工	設備増設
39 製造業	印刷物及びホームページの企画 デザイン	ホームページの充実 人材育成
40 製造業	ごみ貯溜機製造販売、保守。	売上増加要因は、上の1～14には該当しません。受注生産による受注集中の結果であり、年間通期を通した当期の売上は「横ばい」と予測しております。底入れ気配は感じられますが、消費税増額を視野にとらえると楽観視できないと思います。
41 製造業	別注家具の製造	技術力を付けて高付加価値を高くすることが少しずつできてきているのではないかとと思う

42	製造業	製本業	総選挙の様子見て動きが止まっていたものがいっせいに動き出した。昨年末に動くべき仕事が年明けに動いただけで好況感はない
43	製造業	金属製品製造	顧客開発部門との連携強化
44	製造業	合成樹脂着色加工、販売	稼働時間の延長、原料値上げ前のかけこみ需要
45	製造業		新商品の売上増
46	製造業	納豆の製造、販売	全国納豆鑑評会にて業界初の同一商品3年連続(現在4年に更新)の受賞を頂き、品質面で信用を得たため、新規販路を広げることができました。
47	製造業	CNC自動旋盤加工	営業アウトソーシング。商社に多くの案件を頂き、得意先分野を中心に受注する。
48	製造業	給食、食事サービス	常に新たなサービスを考える。従業員みんなで。
49	製造業	オフセット印刷 製本	経営理念の発信、経営方針の実践 営業努力 現場の品質への意識向上
50	製造業	鋸螺、卸、販売とプレス品製造	輸入品の直取引によるコストダウンは大きい。人材育成なども効果有り
51	製造業	金属加工業	外部要因によるところが大きい。
52	製造業		受注先の生産量増加に伴っただけ。我々の取組の結果では無い。
53	製造業	焼き菓子製造卸	新規販売先の増加、販売地域の広域化。
54	製造業	建築金物製作	社員の団結が強まり大きな仕事ができる様になった 大手が手がけないニッチな製品で多ジャンルに打って出ているため、不景気ではない業界に出会うことができるから
55	製造業	アルミ製品の製造・開発・設計・販売	新規出店
56	製造業	化粧品研究開発及び製造販売	相続受注増
57	専門サービス	税理士	消費税があがるのでその前に何かという心理では？
58	専門サービス	建築設計	センター利用料の増加、セミナーの増加、受託業務の増加
59	専門サービス	経営コンサル、キャリアコンサル、起業家支援センター運営	紹介による顧客の増加
60	専門サービス		従来を中心業務である技術資料制作にIT(Web)による付加価値を強化したため。
61	専門サービス	メーカー向け技術資料の作成、及びソフト開発	社会資本整備への投資が動き出したこと。
62	専門サービス	都市計画、まちづくりの計画。建築・土木・造園の計画・設計。	新規顧客の獲得に成功していること。
63	専門サービス	企業の税務・会計コンサルティング及び経営サポート	キャッシュフローに注目した経営改善計画書策定サポートの申込みが増加している。
64	専門サービス	夫婦関係修復カウンセリング、離婚業務、遺言・相続業務	周りへの告知、HP強化
65	専門サービス	美容業 カット パーマ ヘアカラー お顔そり着付け等を施術させていただいております	他店にはないサービス向上
66	専門サービス	社会保険労務士業	市況の好転、需要の増加
67	専門サービス	税理士	既存顧客への紹介依頼等の営業活動
68	専門サービス	税理士	昨年開業したところであるため、事務所自体の広告に力を入れているため
69	専門サービス	経営戦略面、財務面からの経営者に対する助言業務	前年度がゼロだったため
70	通信情報業	コンビニ、スーパー等、量販店向けの店舗管理ソフトを作っています。	アベノミクスの影響が、店舗オーナーが強気になり受注が増えた。
71	通信情報業	ソフトウェア開発	前年同期が最悪のため少し回復しただけ
72	通信情報業	社内システム開発	増員
73	通信情報業	電気、空調、通信	受注価格の選定、実行予算、能力(故人、適切人材)の選定
74	通信情報業	OA機器販売メンテ、及び人材派遣、職業紹介	人材派遣
75	流通業	通信機器の卸売、設計、施工、保守	行動量の増加策
76	流通業	食品卸 野菜・果物・食品	新規開拓と新卒採用の取り組みの結果
77	流通業	金物卸	大阪での商業施設が動いているため
78	流通業	小売業	他店の廃業から当社へのお客様の流れが変わった
79	流通業	古紙リサイクル	同業他社店舗縮小の応援の為
80	流通業	ステンレス鋼板在庫販売、加工、非金属販売、加工全般	新規販路商品の開拓、中期経営計画における販売予算に対する営業の行動の結果。
81	流通業	締結部品(ねじ・ねじ部品)の販売業	景気の上向き
82	流通業	製菓材料卸	会社の成長(新しい会社のため)
83	流通業	中古トラック・中古部品販売	人材育成、共育の強化、作業回転のアップ、数値目標の意識拡大
84		自社ブランドの帽子の企画・製造・販売	IFF(インターナショナルファッションフェア ビッグサイト)の展示会に出展したことにより、新規販路が開拓された。雑誌に載せたことによりネット販売が増えた。
85		物流加工業	拠点の増設 未開拓分野の参入

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	11	31.4%	0	0.0%	1	2.9%	8	22.9%	
運輸業	1	20.0%	1	20.0%	0	0.0%	1	20.0%	
建築業	2	15.4%	0	0.0%	0	0.0%	4	30.8%	
製造業	38	45.2%	3	3.6%	9	10.7%	10	11.9%	
専門サービス業(土業の方)	1	12.5%	0	0.0%	0	0.0%	4	50.0%	
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	50.0%	
流通業	18	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	7	19.4%	
(空白)	5	45.5%	0	0.0%	1	9.1%	2	18.2%	
<b>総計</b>	<b>76</b>	<b>39.2%</b>	<b>4</b>	<b>2.1%</b>	<b>11</b>	<b>5.7%</b>	<b>37</b>	<b>19.1%</b>	
業種		割合		割合		割合		割合	総計
サービス業	10	28.6%	1	2.9%	1	2.9%	3	8.6%	35
運輸業	1	20.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	20.0%	5
建築業	4	30.8%	0	0.0%	1	7.7%	2	15.4%	13
製造業	15	17.9%	4	4.8%	1	1.2%	4	4.8%	84
専門サービス業(土業の方)	3	37.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	8
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	1	50.0%	0	0.0%	2
流通業	8	22.2%	1	2.8%	1	2.8%	1	2.8%	36
(空白)	2	18.2%	1	9.1%	0	0.0%	0	0.0%	11
<b>総計</b>	<b>43</b>	<b>22.2%</b>	<b>7</b>	<b>3.6%</b>	<b>5</b>	<b>2.6%</b>	<b>11</b>	<b>5.7%</b>	<b>194</b>

- 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

### ②売上増につながったと思われる取組みの中身(記述)

業種	業務内容	売上増加記述
1 サービス業	オートバイ販売(大型車中心)	仕入の強化。人材確保。
2 サービス業	建設機械器具販売	景気の一部好転
3 サービス業	陳列棚、陳列危惧宝飾催事用品レンタル	安部政権にあり、景気の押し上げを感じる。その影響か催事が増えたため
4 サービス業	飲食店経営	一人時間当たりの生産性強化 2年前からの新業態が売上増
5 サービス業	エレベーターエスカレーターの保守管理 各種昇降機設備の保守 エレベーターのリニューアル改造 据付	エレベーターのリニューアル工事の増加 プレーキ二重化の大臣認定をいち早く3年前に取得したこと。
6 サービス業	食品包装資材	方針に添ってPDCAがまわるようになった。
7 サービス業	自動車整備業、自動車販売	新規顧客の獲得
8 サービス業	広告企画デザイン マーケティング	提案力強化、信頼関係強化
9 サービス業	フラワースクール運営・フラワーギフト販売	新規販路の開拓
10 サービス業	建物管理	値引も終わり、底入れで好転
11 サービス業	事務用品・オフィス家具・OA機器・通信機器・省力化機械・雑貨の販売、損害保険代理店・物流業・貿易	新商品開発・販売・新規顧客開拓
12 サービス業	社会福祉事業	障害福祉サービスで新しい加算(送迎)が法人事業に合致していたため
13 サービス業	障害者の就労支援事業	利用者拡大のための広報活動
14 サービス業	グラフィックデザイン・DTP	一社依存を脱却する為に地道に営業先を増やした事
15 サービス業	広告の企画・制作	お客様の声から新しいサービスを始めたこと
16 サービス業	プロモーション企画	やらない事を決めた
17 サービス業	給与処理のコンサルティング、働きやすい職場へ改善サポート	本当に顧客に求められている商品が何かをずっと考え続け、いろんな人の意見を聞きまわった。
18 サービス業	広告企画制作・Webサイト制作	社員のモチベーションアップ
19 サービス業	ビルメンテナンス	まだわからない。
20 サービス業	一般住宅、ビル内清掃、内装工事全般、空気触媒セルフフィルの施工	新規取引先からの要請があった為。
21 サービス業	OA機器の販売・メンテナンス 防犯カメラ販売・メンテナンス 弱電設備関係一式	取扱商品の幅が増えた。営業活動の取り組み姿勢の変化
22 サービス業	セールスプロモーション及びプロサッカークラブ「FC大阪」運営	モラル、クオリティ、スピードの向上
23 サービス業	金属全般の売買(収集分別リサイクル) 産業廃棄物の収集運搬 IT技術をつかった広告代行やソフトウェアの作	為替が円安になるに連れての金属原料価格の上昇によるもの。
24 運輸業	一般貨物輸送、軽貨物輸送、取扱い運送事業、倉庫業、ピッキング作業、内職業	営業力、顧客増
25 運輸業	企業専属行 緊急便 軽四～10トン車両まで	新規得意先が増えた。自社の実車率、利益率の増加 軽四配送を中心に行っていましたが、最近1年は一般貨物(新分野開拓)したのが売上げ増
26 建築業	建築鉄工加工	業界淘汰によるキャバの減少により、フォローの風が吹いてきた
27 建築業	木造住宅の新築、リフォーム中心 鉄骨等も手掛けている。	営業力の関係で、まとまった仕事が来たこと。
28 建築業	建築施工業、新築、増改築、改修	施工手順、方法を検討し、工期の短縮を可能とする技術提案を行った。日頃からの地道な技術営業活動により受注が増えた
29 建築業	建築リフォーム工事	微増程度ですので、これといってないが社員さんを一人増やした分が大きいと思います。
30 建築業	内外装工事業	HP戦略、紹介依頼の徹底。商品サービスの改善
31 建築業	建築設計	マンション中心から、新分野「物流施設」を進めているが、設計寮の支払いが遅れている。
32 製造業	食品製造業	新製品開発 営業力強化
33 製造業	金属機械加工業、新エネルギー業、コンサルタント業	太陽電池事業を15年間継続してきたノウハウ、信用力が顧客の信頼を得て、売上げに繋がっています。
34 製造業	金属熱処理工程の受託加工。NDA契約を締結し、大手メーカーと共同研究、研究開発を行う業務。	1. 営業マンを増員。中途採用、他部署から営業部へ 2. 既存客の掘り下げを重点的に行い効果をあげた 3. 営業品目を増加させた。社外ネットワークの活用(外注)
35 製造業	服飾品製造販売、雑貨品、アクセサリー	新規取引先との連携での大口が決まった為
36 製造業	食品加工機械製造	商品の更なる性能UP、競争力
37 製造業	ネジ、ナット、自動車部品及び、電子部品の全数検査選別装置	新製品の投入
38 製造業	ドライラミネート加工	設備増設
39 製造業	印刷物及びホームページの企画 デザイン	ホームページの充実 人材育成
40 製造業	ごみ貯溜機製造販売、保守。	売上増加要因は、上の1～14には該当しません。受注生産による受注集中の結果であり、年間通期を通した当期の売上は「横ばい」と予測しております。底入れ気配は感じられますが、消費税増額を視野にとらえると楽観視できないと思います。
41 製造業	別注家具の製造	技術力を付けて高付加価値を高くすることが少しずつできてきているのではないかとと思う

42	製造業	製本業	総選挙の様子見て動きが止まっていたものがいっせいに動き出した。昨年末に動くべき仕事が年明けに動いただけで好況感はない
43	製造業	金属製品製造	顧客開発部門との連携強化
44	製造業	合成樹脂着色加工、販売	稼働時間の延長、原料値上げ前のかけこみ需要
45	製造業		新商品の売上増
46	製造業	納豆の製造、販売	全国納豆鑑評会にて業界初の同一商品3年連続(現在4年に更新)の受賞を頂き、品質面で信用を得たため、新規販路を広げることができました。
47	製造業	CNC自動旋盤加工	営業アウトソーシング。商社に多くの案件を頂き、得意先分野を中心に受注する。
48	製造業	給食、食事サービス	常に新たなサービスを考える。従業員みんなで。
49	製造業	オフセット印刷 製本	経営理念の発信、経営方針の実践 営業努力 現場の品質への意識向上
50	製造業	鋸螺、卸、販売とプレス品製造	輸入品の直取引によるコストダウンは大きい。人材育成なども効果有り
51	製造業	金属加工業	外部要因によるところが大きい。
52	製造業		受注先の生産量増加に伴っただけ。我々の取組の結果では無い。
53	製造業	焼き菓子製造卸	新規販売先の増加、販売地域の広域化。
54	製造業	建築金物製作	社員の団結が強まり大きな仕事ができる様になった 大手が手がけないニッチな製品で多ジャンルに打って出ているため、不景気ではない業界に出会うことができるから
55	製造業	アルミ製品の製造・開発・設計・販売	新規出店
56	製造業	化粧品研究開発及び製造販売	相続受注増
57	専門サービス	税理士	消費税があがるのでその前に何かという心理では？
58	専門サービス	建築設計	センター利用料の増加、セミナーの増加、受託業務の増加
59	専門サービス	経営コンサル、キャリアコンサル、起業家支援センター運営	紹介による顧客の増加
60	専門サービス		従来を中心業務である技術資料制作にIT(Web)による付加価値を強化したため。
61	専門サービス	メーカー向け技術資料の作成、及びソフト開発	社会資本整備への投資が動き出したこと。
62	専門サービス	都市計画、まちづくりの計画。建築・土木・造園の計画・設計。	新規顧客の獲得に成功していること。
63	専門サービス	企業の税務・会計コンサルティング及び経営サポート	キャッシュフローに注目した経営改善計画書策定サポートの申込みが増加している。
64	専門サービス	夫婦関係修復カウンセリング、離婚業務、遺言・相続業務	周りへの告知、HP強化
65	専門サービス	美容業 カット パーマ ヘアカラー お顔そり着付け等を施術させていただいております	他店にはないサービス向上
66	専門サービス	社会保険労務士業	市況の好転、需要の増加
67	専門サービス	税理士	既存顧客への紹介依頼等の営業活動
68	専門サービス	税理士	昨年開業したところであるため、事務所自体の広告に力を入れているため
69	専門サービス	経営戦略面、財務面からの経営者に対する助言業務	前年度がゼロだったため
70	通信情報業	コンビニ、スーパー等、量販店向けの店舗管理ソフトを作っています。	アベノミクスの影響が、店舗オーナーが強気になり受注が増えた。
71	通信情報業	ソフトウェア開発	前年同期が最悪のため少し回復しただけ
72	通信情報業	社内システム開発	増員
73	通信情報業	電気、空調、通信	受注価格の選定、実行予算、能力(故人、適切人材)の選定
74	通信情報業	OA機器販売メンテ、及び人材派遣、職業紹介	人材派遣
75	流通業	通信機器の卸売、設計、施工、保守	行動量の増加策
76	流通業	食品卸 野菜・果物・食品	新規開拓と新卒採用の取り組みの結果
77	流通業	金物卸	大阪での商業施設が動いているため
78	流通業	小売業	他店の廃業から当社へのお客様の流れが変わった
79	流通業	古紙リサイクル	同業他社店舗縮小の応援の為
80	流通業	ステンレス鋼板在庫販売、加工、非金属販売、加工全般	新規販路商品の開拓、中期経営計画における販売予算に対する営業の行動の結果。
81	流通業	締結部品(ねじ・ねじ部品)の販売業	景気の上向き
82	流通業	製菓材料卸	会社の成長(新しい会社のため)
83	流通業	中古トラック・中古部品販売	人材育成、共育の強化、作業回転のアップ、数値目標の意識拡大
84		自社ブランドの帽子の企画・製造・販売	IFF(インターナショナルファッションフェア ビッグサイト)の展示会に出展したことにより、新規販路が開拓された。雑誌に載せたことによりネット販売が増えた。
85		物流加工業	拠点の増設 未開拓分野の参入

### 【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	24	25.8%	21	22.6%	48	51.6%	93
運輸業	6	42.9%	4	28.6%	4	28.6%	14
建築業	4	13.3%	6	20.0%	20	66.7%	30
製造業	52	37.7%	35	25.4%	51	37.0%	138
専門サービス業	4	10.8%	10	27.0%	23	62.2%	37
通信情報業	5	55.6%	0	0.0%	4	44.4%	9
流通業	13	27.7%	9	19.1%	25	53.2%	47
(空白)	3	13.0%	5	21.7%	15	65.2%	23
<b>総計</b>	<b>111</b>	<b>28.4%</b>	<b>90</b>	<b>23.0%</b>	<b>190</b>	<b>48.6%</b>	<b>391</b>

#### (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	割合	
サービス業	18	8.3%	0	0.0%	15	6.9%	13	6.0%	8	3.7%	3	1.4%	14	6.5%	10	4.6%		
運輸業	2	5.7%	0	0.0%	2	5.7%	1	2.9%	4	11.4%	1	2.9%	4	11.4%	7	20.0%		
建築業	8	9.6%	2	2.4%	8	9.6%	11	13.3%	5	6.0%	2	2.4%	5	6.0%	5	6.0%		
製造業	43	12.0%	9	2.5%	27	7.6%	15	4.2%	20	5.6%	11	3.1%	20	5.6%	36	10.1%		
専門サービス業	8	11.1%	0	0.0%	7	9.7%	5	6.9%	6	8.3%	0	0.0%	7	9.7%	1	1.4%		
通信情報業	2	10.5%	0	0.0%	2	10.5%	0	0.0%	1	5.3%	1	5.3%	2	10.5%	0	0.0%		
流通業	15	14.2%	4	3.8%	6	5.7%	8	7.5%	1	0.9%	1	0.9%	5	4.7%	19	17.9%		
(空白)	5	9.6%	0	0.0%	1	1.9%	4	7.7%	2	3.8%	2	3.8%	3	5.8%	5	9.6%		
<b>総計</b>	<b>101</b>	<b>10.7%</b>	<b>15</b>	<b>1.6%</b>	<b>68</b>	<b>7.2%</b>	<b>57</b>	<b>6.1%</b>	<b>47</b>	<b>5.0%</b>	<b>21</b>	<b>2.2%</b>	<b>60</b>	<b>6.4%</b>	<b>83</b>	<b>8.8%</b>		
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	割合	総計
サービス業	11	5.1%	10	4.6%	13	6.0%	31	14.3%	22	10.1%	11	5.1%	21	9.7%	17	7.8%	217	
運輸業	0	0.0%	1	2.9%	2	5.7%	1	2.9%	6	17.1%	0	0.0%	2	5.7%	2	5.7%	35	
建築業	2	2.4%	4	4.8%	4	4.8%	8	9.6%	6	7.2%	5	6.0%	8	9.6%	0	0.0%	83	
製造業	22	6.2%	14	3.9%	21	5.9%	39	10.9%	16	4.5%	29	8.1%	25	7.0%	10	2.8%	357	
専門サービス業	4	5.6%	2	2.8%	4	5.6%	9	12.5%	4	5.6%	0	0.0%	5	6.9%	10	13.9%	72	
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	10.5%	4	21.1%	1	5.3%	3	15.8%	1	5.3%	19	
流通業	7	6.6%	7	6.6%	4	3.8%	12	11.3%	4	3.8%	2	1.9%	8	7.5%	3	2.8%	106	
(空白)	7	13.5%	4	7.7%	3	5.8%	8	15.4%	2	3.8%	0	0.0%	3	5.8%	3	5.8%	52	
<b>総計</b>	<b>53</b>	<b>5.6%</b>	<b>42</b>	<b>4.5%</b>	<b>51</b>	<b>5.4%</b>	<b>110</b>	<b>11.7%</b>	<b>64</b>	<b>6.8%</b>	<b>48</b>	<b>5.1%</b>	<b>75</b>	<b>8.0%</b>	<b>46</b>	<b>4.9%</b>	<b>941</b>	

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	57	20.5%	22	7.9%	10	3.6%	27	9.7%	15	5.4%	21	7.6%	13	4.7%	7	2.5%
運輸業	8	20.5%	0	0.0%	2	5.1%	0	0.0%	1	2.6%	4	10.3%	2	5.1%	2	5.1%
建築業	19	20.7%	11	12.0%	5	5.4%	7	7.6%	4	4.3%	7	7.6%	4	4.3%	1	1.1%
製造業	80	19.6%	41	10.0%	50	12.2%	46	11.2%	42	10.3%	32	7.8%	11	2.7%	8	2.0%
専門サービス業	27	25.2%	5	4.7%	4	3.7%	10	9.3%	8	7.5%	16	15.0%	4	3.7%	2	1.9%
通信情報業	6	26.1%	3	13.0%	3	13.0%	3	13.0%	1	4.3%	1	4.3%	0	0.0%	0	0.0%
流通業	28	21.4%	1	0.8%	7	5.3%	27	20.6%	9	6.9%	14	10.7%	7	5.3%	3	2.3%
(空白)	14	23.3%	2	3.3%	0	0.0%	9	15.0%	2	3.3%	4	6.7%	2	3.3%	2	3.3%
総計	239	21.0%	85	7.5%	81	7.1%	129	11.3%	82	7.2%	99	8.7%	43	3.8%	25	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	26	9.4%	39	14.0%	5	1.8%	10	3.6%	1	0.4%	1	0.4%	1	0.4%	2	0.7%
運輸業	5	12.8%	6	15.4%	2	5.1%	2	5.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.6%
建築業	10	10.9%	10	10.9%	6	6.5%	3	3.3%	0	0.0%	0	0.0%	2	2.2%	0	0.0%
製造業	17	4.2%	51	12.5%	3	0.7%	4	1.0%	1	0.2%	0	0.0%	3	0.7%	5	1.2%
専門サービス業	9	8.4%	11	10.3%	3	2.8%	2	1.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.9%
通信情報業	3	13.0%	3	13.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
流通業	6	4.6%	15	11.5%	1	0.8%	3	2.3%	0	0.0%	1	0.8%	0	0.0%	1	0.8%
(空白)	5	8.3%	9	15.0%	2	3.3%	3	5.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.7%	0	0.0%
総計	81	7.1%	144	12.6%	22	1.9%	27	2.4%	2	0.2%	2	0.2%	7	0.6%	10	0.9%
業種		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合
サービス業	5	1.8%	13	4.7%	0	0.0%	3	1.1%								
運輸業	1	2.6%	2	5.1%	0	0.0%	1	2.6%								
建築業	2	2.2%	1	1.1%	0	0.0%	0	0.0%								
製造業	4	1.0%	8	2.0%	1	0.2%	2	0.5%								
専門サービス業	0	0.0%	3	2.8%	0	0.0%	2	1.9%								
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%								
流通業	2	1.5%	5	3.8%	0	0.0%	1	0.8%								
(空白)	2	3.3%	2	3.3%	0	0.0%	1	1.7%								
総計	16	1.4%	34	3.0%	1	0.1%	10	0.9%								

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	業務内容	力点記述
1 サービス業	自動車の販売・整備及び保険全般の取扱い	少数での営業体制のために、各自のレベルアップ、技術向上、他部門の協力を今まで以上に努力していくことで効率向上を図る。
2 サービス業	建設機械器具販売	商品開発として、取引先と提携し車内で使うベッドキットや足回り部品の開発、製作を行ないインターネットで販売したいと考えている
3 サービス業	消毒業および損保代理店	太陽光発電の設備(売電事業)
4 サービス業	テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、テレビ、cf等主としてマスメディア広告	営業の中身を濃くしお客様との距離を縮める。
5 サービス業	不動産仲介業	アイデアと営業力、きめ細かい仕事内容を売りにする事でしょう
6 サービス業	「トラックの事なら何でもご相談下さい」を合言葉に、車輛の販売から新品部品、リサイクル部品の販売、車輛メンテナンス・トラックボデーの改造、そして車輛の買取までさせて頂いている。	人的交流を増して、情報力を高める。
7 サービス業	不動産賃貸業	ハードプラスソフト面の強化のため、お客様への情報交換と人材教育。
8 サービス業	システム開発(ソフト)	パイの大きさは同じ、とりあいで強いものが勝つ
9 サービス業	陳列棚、陳列危惧宝飾催事用品レンタル	SEパワーの強化が必要増に対して必要課題です。
10 サービス業	不動産賃貸、管理業	レンタル用品の充実、陳列ケース等1台当りの金額が高いので投資金額がかさむが同業他社を引き離し、市場で優位に立ちたい
11 サービス業	求人情報誌の発行、求人情報サイトの運営	管理会社を立ち上げ、自社の管理業務体制の見直しと強化。社員教育も含めて。
12 サービス業	会社、工場、学校の食堂の委託運営	社員教育、仕事の効率化、社員一人一人の生産性のアップ、新商品の開発
13 サービス業	人材派遣業	新規得意先の確保(新規営業開拓にウェイトを置く) 現場作業の見直し(効率化、食材料費の適正化) 既存得意先との関係強化(イベントの積極実施、内容の見直し提案)
14 サービス業	施設・工場等の設備の企画、施工、管理	事業領域を拡大し、市場を広げる努力をしなければならない。
15 サービス業	ビル・マンションの管理	取引業者(協力的)の確保が整乗っているため、事業を拡大をすすめ、業者の皆様方にも喜んでいただける新規取引先を増やすことが今年度の課題である。
16 サービス業	出版、広告	一人当たりの生産性アップ
17 サービス業	文具、事務用品販売	社員の能力アップが営業の拡大に繋がる
18 サービス業	エステ、商社、スクール	・採用費を大幅にかけてゆく ・人事評価制度を根づかせてゆく ・取引先と共に成長する
19 サービス業	食品包装資材	営業力の強化
20 サービス業	自動車整備業、自動車販売	人材の採用、専用テスターを購入し、他社との差別化、ホームページの充実
21 サービス業	通関業(輸出入の通関手続き等)および関連する業務全般	社員教育の体系化が急がれる。
22 サービス業	同友会会員で構成する異業種協同組合	新入社員の社員教育
23 サービス業	生・損保代理業	新規顧客の拡大により、人材不足に陥っており即戦力のある社員が必要
24 サービス業	液晶保護フィルムのメーカー	販売チャンネルの開拓
25 サービス業	衛生資材の代理店	新商品の開発
26 サービス業	販売促進のお手伝い(セミナー、HP制作、販売ツール企画、デザイン)	セミナーなどの回数を増やしていく。社員さんの異業種交流会への参加。
27 サービス業	総合人材サービス	付加価値の追求
28 サービス業	人材派遣 有料職業紹介 業務請負	人材ビジネスの撤退と新規事業分野への進出
29 サービス業	人材派遣、紹介、業請	
30 サービス業	中小企業向け、経理税務アウトソーシングサービス	売れるサービスの開発
31 サービス業	液晶保護フィルムのメーカー	営業力...売上向上(既存顧客掘り起し)
32 サービス業	衛生資材の代理店	人材...採用基準とキャリア制度整備
33 サービス業	販売促進のお手伝い(セミナー、HP制作、販売ツール企画、デザイン)	新規販路分野...販路代理店開拓
34 サービス業	総合人材サービス	もう一度、自社の現状を点検し、問題点をだしたい
35 サービス業	人材派遣、紹介、業請	新サービスの販売展開・とりあえず実績づくり

31	サービス業	事務用品・オフィス家具・OA機器・通信機器・省力化機械・雑貨の販売、損害保険代理店・物流業・貿易	従業員の教育、特に幹部社員の教育です。新卒・中途採用の問題
32	サービス業	社会福祉事業	税と社会保障の一体改革が福祉施策の締め付けに向かう危惧があるため事業の拡大や業態変換に躊躇している。また、退職者の補充や新規採用者の募集に人が集まらない状況が続いている。
33	サービス業	展示会、イベント、店舗、商業施設の企画、施工	営業方針、姿勢の見直しと、その理由となるニーズの把握
34	サービス業	グラフィックデザイン・DTP	売上構成比率をバランスのとれた状態にする
35	サービス業	広告、主にWebの制作が多いです。	既存客からの売上がアップした。
36	サービス業	広告の企画・制作	情報発信力の強化(情報収集、情報分析、情報発信)
37	サービス業	給与処理のコンサルティング、働きやすい職場へ改善サポート	自動的に販売できるように、販売制度を作ること 売上目標計画を作り、販売すること パイロットユーザーを作り、ニーズの把握をすること
38	サービス業	広告企画制作・Webサイト制作	各社員の制作能力アップと営業能力UP
39	サービス業	生・損保代理店	保険業界も競争激化の中、信頼を得られる企業づくりと商品の販売を複数社に乗りあえるようにしたい
40	サービス業	ラジオDJ、アナウンサー等タレントマネジメント 映像、音声製作事業、広告代理事業	人の力が全てである。事業展開であるため、最も力を入れざるを得ない。
41	サービス業	広告物のグラフィックデザイン	同業他社にないサービスの開発
42	サービス業	ブランディング業	新しいクライアント開発を国内外問わず考える
43	サービス業	地図情報処理サービス業	社会に役立つ事業を立ち上げ軌道にのせること
44	サービス業	一般住宅、ビル内清掃、内装工事全般、空気触媒セルフフィルの施工	新規取引先及び、新規顧客の開拓
45	サービス業	OA機器の販売・メンテナンス 防犯カメラ販売・メンテナンス 弱電設備関係一式	弱電工事等の幅を広げ、顧客のニーズに対し分かりやすく営業していく。人材確保により、他社にないサービス提供が可能な企業を目指す
46	サービス業	介護保険法に伴う訪問介護事業及び障害者自立支援法に伴う訪問介護事業	創業期でデータはございません。
47	サービス業	生命保険代理店	効率的な営業と運営
48	サービス業	FC加盟飲食店、コンビニエンスストアの運営および管理	新店舗出店、新規事業展開における資金調達と管理者の育成
49	サービス業	金属全般の売買(収集分別リサイクル) 産業廃棄物の収集運搬 IT技術をつかった広告代行やソフトウェアの作成	営業員のおおのが質の高いサービスを今以上に意識し実践していく。
50	サービス業	ヘルパーステーション、ケアプランセンター	慢性的な人員不足を解消し、事業拡大を図る。外部研修を積極的に受講し、能力アップを図る社員には研修費の支援を行い質の向上を図る。
51	運輸業	運送・倉庫・流通加工	今、お取引のある業界と違う業界との接点を模索する。既存の取引先の与信管理、一社比率を下げる努力。
52	運輸業	企業専属行 緊急便 軽四～10トン車両まで	営業の組織化(強化)効率性を上げていく。新卒者の受け入れ体制をつくる
53	運輸業	運送業、食品、雑貨の工場へのはいた多雨、倉庫管理	計画を作成し、社員と一緒に経営していく。売上増加、投資で借入がいると思うので、銀行取引。
54	建築業	戸建て住宅:内外装:ビル・マンション:工場・機械:プラント塗装	顧客管理台帳の再確認・個々訪問活動の強化
55	建築業	建築鉄工加工	人材採用
56	建築業	障害者施設、住宅等の新築リフォーム	来年の3年以降の受注は皆無となる。再来年はもっとひどい。従って今年度中に相当期間の内部留保をしなければならぬが、現在でもガツガツなのに…。借金もできないし、見通しがたたないなら、いっそ廃業するか。
57	建築業	墓石・建築用石材、販売、加工、施工	社員教育、特に業種柄(墓石販売)人間性の教育
58	建築業	冷暖房空調機器の販売・施工工事	地元でのエンドユーザー新規顧客開拓
59	建築業	サッシ・ガラス販売	得意先を増やしていく
60	建築業		従業員のプロ意識の強化。新分野(障害者就労支援B型作業所)
61	建築業	住宅リフォーム	価格競争ない商品、サービスの開発をめざす
62	建築業	木造住宅の新築、リフォーム中心 鉄骨等も手掛けている。	経営理念に基づく計画を社員全員のものにして一人ひとりの課題を明確にしなが、実践総括をおこなっていくこと。社員の成長につながる人事評価を定着させること。

63	建築業	セキュリティシステムの構築から施工迄	私自身がプレイヤーとして動き、なんとか回り始めていますが、理念を共有した社員作りが急務です。
64	建築業	総合建設業	技術者、職人の人員の確保
65	建築業	建設機械部品販売	スピード
66	建築業	内装仕上工事	人材の採用検討
67	建築業	新築・リフォーム・リノベーション	確実な受注とリピーター(紹介者)の拡大
68	建築業	タイル及び住宅機器の施工及び販売	職人の高齢化と不足。5~10年後はかなり心配。タイルだけで存続しない。売上げ増を考えていかないと、売上増は見込めない。そういう意味でも取引先を増やしたい
69	建築業	建築設計・施工 注文住宅新築・リフォーム	OB顧客の掘り起こし
70	建築業	建築施工業、新築、増改築、改修	自社の総合力を上げるには、まず技術者を確保し、育成により、技術力を高める取組を実施していくことが、今後の受注を左右するポイントとなると思われるため
71	建築業	内外装工事	会社分割をして本業を幹部スタッフに任せ、私自身は経営に困っている法人、これから開業を検討し準備している個人のコンサルタントに力点を置いています
72	建築業	建築設計	全員営業の徹底化、時間の厳守、
73	建築業	防水工事 塗装工事	同友会への入会を機会に経営理念・計画を見直し、社内の環境を変えていきたい。
74	製造業	線香製造	作業場間の移動(人・モノ)を減じて、効率を上げる。超高級品の分野を拡充し付加価値を高める。
75	製造業	食品製造業	社員能力アップを行い、生み出す付加価値を高める
76	製造業	電子機器ハード、ソフト開発設計・製造・修理保守	働く意識の意識向上 生産性向上
77	製造業	フレキシブルシャフト製造	新商品開発、新規ルート開拓。
78	製造業	金属工作油剤製造・販売	5、ニッチ狙いの製品・サービス 10、社員の多能化
79	製造業		提案型のものづくりの基本に戻る売り方
80	製造業	ドリルねじ製造販売	情勢に対応するバランス力
81	製造業	鋼板加工販売	設備拡大による生産力の向上
82	製造業	プラスチック製品製造販売	ホームページの更新・刷新による集客
83	製造業	金属機械加工業、新エネルギー業、コンサルタント業	太陽光発電など、顧客自身が電機事業などで、発電所を所有されていますので、今までの物を販売する時代からシステムソリューションを提供する時代になって参りました。あわせて金融に関しても同時に提案しなくてはなりませんので、経営者層に提案する機会が多くなり、技術+人間力を力点においております。
84	製造業	金属熱処理工程の受託加工。NDA契約を締結し、大手メーカーと共同研究、研究開発を行う業務。	1.品質重視への回帰 2.製造部門、営業部門の生産性の向上 3.新しい設備の稼働率をいかに早くあげるか
85	製造業	服飾品製造販売、雑貨品、アクセサリ	新商品、企画提案力の強化と販売できる仕組みの開発、他社との差別化を出す。
86	製造業	光学ガラス製造業	独自製品の開発と製造と販売の強化が事業継続の要点である。
87	製造業	金属プレス加工並びに金型製作	新規の取引先の開拓及び、受注品目の増大化
88	製造業	精密板金加工、別注スチール家具、保管庫の製造	人材を育成すること(知識面も、技能面も)
89	製造業	穀粉、香料等食品製造販売	定年退職者の若手人材活用・新規需要開拓に対する現場の能力UP
90	製造業	建設機械・産業車両用各種カウンタウエイの製造・販売。	人材の採用と共育。国内生産と海外生産の二極化をコントロールする。
91	製造業	金属加工業	高付加価値商品の比率を増やす
92	製造業	鋼材の加工販売	重要取引先を増やして安定した仕事を確保する。また、社員力のアップで生産効率を上げ、適正利益を確保する
93	製造業	ネジ、ナット、自動車部品及び、電子部品の全数検査選別装置	営業の拡大
94	製造業	プレス加工業	小ロットに的を向けている為、売り上げ総額を確保するのは顧客数の増加が必要となる。また社員一人一人の顧客への対応力をつけることが求められる
95	製造業	工業用裁断機 製造	引合/受注による別注製造より、自社提案型の新機種開発
96	製造業	ドライラミネート加工	効率を高めて仕事を回す
97	製造業	プラスチックブロー成形	好ましい社風の確立、価値観の共有
98	製造業	ディスプレイ等、アクリル樹脂加工及びサイン業務	経営革新新支援制度、異業種新連携事業開拓計画の認定と推進 経営戦略戦術の再構築を実施

99	製造業	金属加工	生産量UPの為、器具、備品等検討。生産量UPすることで営業幅を増加
100	製造業	鋼材の加工及び販売	資金の安定化、技術力の強化、営業市場の開拓
101	製造業	ポリウレタンコーティング	技術力の強化は即社員能力のアップであり、営業力の拡大も同じ
102	製造業	焼付け塗装	従来のお客さんを大切にしながら、社内に刺激を作る為に自社商品と新規開拓が必要になります。
103	製造業	設備工事業	既存客での売上げのアップと新規開拓、技術伝承
104	製造業	化学工場向機器、貯槽、圧力容器製作、配管工事	現在1名作業員の採用活動を始めている。採用した人材をいかに活用していくかが課題である
105	製造業	物流支援機器(垂直搬送機、パレット入れ替機、搬送コンベヤ等)	生産性アップ:鉄、電気、輸入品の価格アップが見込まれる為のコストダウンの要。 新規販路分野開拓:元気印の企業は多く新規顧客とする為の営業活動 新製品・サービス開発:新規顧客開拓の為。
106	製造業	給食運営受託、し出し弁当	営業部内に資源を投入します。
107	製造業	印刷物及びホームページの企画 デザイン	新商品の開発 人材育成 ホームページの充実
108	製造業	ごみ貯溜機製造販売、保守。	国内市場ニーズの減少が懸念されることから、海外市場に参入することで受注機会の増加を図ってまいります。ただし、海外市場の販売単価は厳しく単価交渉はもとより生産コスト減額に力点を置く必要があります。しかしながら、円安に傾向したことで輸入原材料、燃料等に関連した値上げが仕入れ単価を押し上げると予想されますので、固定費の削減にも力点を置かざるを得ません。
109	製造業	プラスチックフィルム製品の製袋加工販売	展示会への出展。社員教育。
110	製造業	チェーンコンベヤの設計・製作	新任の中間管理職育成に力を入れています。
111	製造業	別注家具の製造	すべてにおいての能力をUPさせて、組織力を強くする
112	製造業	サイン、DIY関連製造販売	変化への対応
113	製造業	金属熱処理加工	新規技術の用途開発、環境分野への進出、タイ工場の立上げ
114	製造業	プリント基板加工業	新技術の開発をお客様に知らせること、営業力を強化してお客様に技術提案を行う。弊社の技術に興味を示すお客様の獲得を目指す。
115	製造業	工業用ガスバーナー及び一般機械部品製造	今年5月より第二工場を稼働するのですが、大きく伸びる売上げのメドがたっていないので、社員さんの能力アップと作業の効率化で当面は乗り切りたいと考えているため
116	製造業	精密機械部品加工、省力化・産業機械設計・製作・組み立て	当社の顧客が海外法人を持っており、そのつながりで日系企業から問い合わせが増えている。案件に対応すべく海外現地法人設立に向けて進行中です。新規販路を国内だけでなく、海外にも軸足を置いています。
117	製造業	金属加工業	自社の現時点での弱みを強くする。
118	製造業	繊維製品の製造・卸	1. 既存の顧客ルート外の異業種市場での展開を図る。 2. 新規市場に見合った商品の企画開発を促進する。 3. 従来の卸ルートから消費者に直接販売のシステムを構築する事により、的確な情報収集と高利益の体制を取る。
119	製造業	食品菓子製造販売	効率化 マーケティング
120	製造業	和生菓子製造卸、小売	工場拡張にともない生産性アップ効率化は必須。工場拡張にともなう経費増を最小限にする。顧客満足度を高めるための新製品、サービスの開発。
121	製造業	磁力の応用による、自動省力化装置の製作	景気上昇を信じて新製品を開発、そして営業力アップを推進中です
122	製造業		大手工場のムチャクチャな単価引き下げにより、従来の取引先が離れていく。製造業卸から製造小売へ軸足を移しつつあります。ニーズが変わるのでその変化に対応したい。
123	製造業	食品等の包装資材加工業	新製品の生産体制の構築で売上げの向上を目指す。

124	製造業	カスタムメイドのテスト・計測・制御システム(もしくは装置)を、ソフト・ハード、一部機構に至るまでワンストップで対応するメーカー。 その他、画像処理を用いた自社ブランド測定装置やLED照明の設計・製造・販売も対応。	社員共育の充実。具体的にはスキルマップを導入し、現状の力量把握と今後の目標を明確にした上で、定期的な勉強会の開催を通じて着実にレベルアップできるようにする。また、新入社員についてはトレーナー制を導入し、相談相手となる先輩社員を明確にする等、定着率の向上も意識した共育を推進していく。
125	製造業	硬質クロムめっきの施工	営業力・関西圏だけでなく関東方面の強化 ニーズ・機会メーカーとの情報交換 社員能力・勉強会や仕入先の新製品情報交換 経営理念の浸透をはかって、企業と個人の目標のすり合わせを行いたい
126	製造業	金属部品加工	オンリーワン発想の設備検討
127	製造業	金属製品製造	時代のニーズをとらえ、事業内容を改革する。
128	製造業	化学工業薬品製造販売	営業に力点を置く
129	製造業	線材加工業	経営者、営業担当が一体となった高く営業の実践。展示会出展。新製品等の投入
130	製造業	ファンシー雑貨、文具、ペーパー雑貨の企画製造	価格下落が激しいため、売上の確保が困難な現状を考え、仕事量を増大させる戦略に重点を置く。生産の効率化、新規設備の導入、営業力強化に力を注ぐ。
131	製造業	大物の金属プレート、製罐の機械加工	多能工化を図るよう社員を育てる
132	製造業	金属プレス加工	有能な方と営業委託契約を結びました。 上記の方、私、社員で取り組んでいます(弊社の理念でもあります)。 弊社の理念です。
133	製造業	納豆の製造、販売	資金繰り
134	製造業	プラスチック切削加工業	新規顧客の獲得と人材育成による技術の継承を同時に行う
135	製造業	十字穴タッピンネジの製造販売	販路拡大し設備投資に対する効果をupさせる
136	製造業	CNC自動旋盤加工	精密金属バネ 丸線 製造業、線径0.14mm～4.0mmまでは機械で成形し、4.0mm以上は機械+手加工で対応している
137	製造業	精密金属バネ 丸線 製造業、線径0.14mm～4.0mmまでは機械で成形し、4.0mm以上は機械+手加工で対応している	バネ材 丸線 を使用した新しい形状の提案。
138	製造業	給食、食事サービス	自分の代わりとなる人を早く育てたい。
139	製造業	鋼材の組立、溶接加工	時間を使わず、いかに完成品を作るか。電気料金も上がるので節電に努力します
140	製造業	高級婦人、紳士、下着企画製造販売	・従来の販路での成長望めず ・新規販路開拓が急務 ・新規事業の販売強化(国内外向き共に)
141	製造業	製造会社向けの生産設備・検査設備の設計・製造・販売業	コスト意識を持った技術者の養成 仕事範囲を広げた技術者の養成
142	製造業	ポリウレタンゴム製品の製造	中小企業は、営業力と考えています。仕事が確保できていれば、ある程度はついてくると考えています。
143	製造業	オフセット印刷 製本	やはり社員の教育 特に仕事への取組み意識を改革させることに注力したいです。
144	製造業	鈮螺、卸、販売とプレス品製造	2～3年前よりも良い方向に向かっていると思う。このチャンスに本当に基礎を安定させ、内部留保に勤めたいと思っている
145	製造業	軟質の塩化ビニールのリサイクル業	電線会社をメインに取引しているが、企業間の景況感にばらつきがあるので、景気の良い企業に対して営業を強化していきたい
146	製造業		加工賃から販売売上げ確保するために新商品投入
147	製造業	焼き菓子製造卸	現在、生産キャパが厳しいので、生産能力を上げるように考えています。その後、また、販売先の開拓や新製品の開発も考えています。
148	製造業	スチール製金物加工、販売	景況の波が大きすぎるので、より多い得意先を必要とします。と同時に、新たな仕事に対応できる人材の確保とスキルアップ。
149	製造業	照明器具の製造・板金加工	仕事があっても人材は確保しておきたい「発信と営業」積極的に展開する
150	製造業	建築金物製作	組織として動く体制作り
151	製造業	NC、LZ加工、板金加工	受注量増加による生産性はアップできているが、更なる効率化をする時に、技術力アップが必要
152	製造業	精密部品製造	少ない人数で効率よく仕事をこなす
153	製造業	製造用フィルム作成、インクジェット印刷	既存客訪問、新規客開拓、インクジェット印刷サンプル配布。環境整備、ムダ排除の推進。
154	製造業	超硬金ピン・パンチの製造販売	生産効率の見直し、簡素化、社員のスキルアップ 新事業展開

155	製造業	別注家具製造	工場職員の高齢化を一新する(新規採用)
156	製造業	看板、標識製造、アクリル加工業	社内人員体制の見直し、再構築を図る
157	製造業	金網と金網関連製品の加工	新卒者の採用、新製品開発体制確立、企業連携による製品開発
158	製造業	プラスチック板加工業、オリジナル製品製作及び販売	製品・会社・ブランディングの発信拠点を志向しています。クリコア常設展示場へ出展します。
159	製造業	アルミ製品の製造・開発・設計・販売	ニーズを掴む
160	製造業	スポーツなどの衣類のプリント加工	仕事量の減少で仕事確保が難しくなり、どこの得意先も取りあいとライバル会社間での単価の値下げ競争となっている。ネット上での安価な情報があるため単価勝負に拍車がかかっている。
161	製造業	化粧品研究開発及び製造販売	新規販路拡大のための全国展開
162	製造業	金属研磨加工業	営業への力が弱く新規取引先を増やすことが困難
163	専門サービス業	税理士	同友会に積極的に参加、付加価値を上げ、市場創造
164	専門サービス業	会計事務所	社員の能力をアップさせ、既存客へのサービス向上と、新規開拓に今まで以上に取り組みたい。
165	専門サービス業		顧客ニーズを把握すると共に顧客数の増大をはかることが重要項目(平成25年度の)
166	専門サービス業	建築設計	個人のスキルを上げることが全体の技術力、営業のアップにつながると思います。
167	専門サービス業	経営コンサル、キャリアコンサル、起業家支援センター運営	新たな事業を4月から開始する。3月末に向けて求人、顧客確保に動いている。
168	専門サービス業	社会保険労務士	プレゼンによる新規顧客の獲得
169	専門サービス業		ビジョンの明確化
170	専門サービス業	メーカー向け技術資料の作成、及びソフト開発	売上の半分程度をIT関係が占めてきている、弊社開発ソフトとIT技術の新たな売り先とIT技術者の確保が必要。
171	専門サービス業	税理士事務所	社員教育
172	専門サービス業	都市計画、まちづくりの計画、建築・土木・造園の計画・設計。	東京事務所の開設。幹部社員・後継者の育成。新規事業への取り組み強化。
173	専門サービス業	企業の税務・会計コンサルティング及び経営サポート	会計事務所ので「人」が全てです。
174	専門サービス業	会計監査、株式公開支援、事業再生支援	営業力の強化
175	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	受注をこなすだけで手いっぱい。新規営業が後手に回っているため、営業力強化、生産能力強化のため人員拡大・教育していきたい。
176	専門サービス業	行政書士業務	商品のパッケージ化
177	専門サービス業	不動産・会社・法人登記 成年後見 裁判	新サービスを開発し、それを基に継続的取引先、見込み客の確保が最重点課題です。
178	専門サービス業		メインとなる得意先をつくり、取引先を拡大したい。また、どの業務を伸ばしていくかきめたい。人材の採用については業務量が増えてきたため、適切に対応したい。
179	専門サービス業	会計、税務、労務における経営コンサルティング業務	営業力強化のため、チラシ、パンフレット作成、HP修正、交流会等の参加などを行なっている。
180	専門サービス業	法律事務	同種業務を効率的に回せるよう経験・知識を積むこと。時々の業務の重点を企業メンバー全員が認識できる体制とすること
181	専門サービス業	労働保険事務代行、外国人実習生、異業種の事業協同組合	従業員の能力向上に、業務効率、引き上げ、顧客からのニーズを吸い上げ、仕事につなぐ、解決していく、という循環を確立。新しい事業や方向性を検討するためにも、計画の見直しからはじめる。
182	専門サービス業	税理士	目まぐるしく改正される税制情報を常に把握できるよう、業務時間内でも研修に時間を割くことをしております
183	専門サービス業	経営戦略面、財務面からの経営者に対する助言業務	現時点では私自身を広める必要があるために、営業力強化を図るものです
184	通信情報業	ソフトウェア開発	得意先が偏っているため得意先を増やしたい
185	通信情報業	印刷物に関わるデザイン及び編集	今後、人件費の上昇と人材の確保が難しいと予測しています。現在、雇用形態を広げ、正社員、契約社員、委託社員と三つの形態で採用を進めています。
186	通信情報業	社内システム開発	海外へ事業範囲の拡大
187	通信情報業	電気、空調、通信	人材の適切な配置、道徳的な人間育成、とにかく人を育てること。

188	通信情報業	ホームページ制作、SEO対策、WEB動画制作、WEBサービスの提供	異業種交流による提携先開拓、新規サービスの代理店営業
189	通信情報業	OA機器販売メンテ、及び人材派遣、職業紹介	経費を増やす営業力を向上させ新規開拓をするには1にも2にも社員のスキルやモチベーションが大前提をなす。
190	流通業	建築金物・建設資材卸商社	倒産の増加が予想されるので、得意先の与信管理について、従来よりも留意する。
191	流通業	アパレル小売販売	新規販売ルートの開拓については主に即売りになるかもしれませんが、販売条件が合わない等の問題があります。
192	流通業	塗料製造販売	業界内での新分野へ参入予定。
193	流通業	一般用医薬品の卸売販売	新販路(異業種・同業種)の開拓に重点を置く。
194	流通業	学習塾・学校への教材、教具の販売	・大口取引の拡充 ・新規商材の発掘 ・営業の効率化
195	流通業		1.代理店の拡大とスムーズな商品供給 2.輸入品目の拡大による利益率の大幅アップ
196	流通業	安全衛生用品製造卸 機能性プラスチック製品製造卸	中長期の成長を考えたときに、人材のさらなる育成は避けて通れない。営業力やセクション管理能力の向上は、それらに通じる。
197	流通業	健康食品・化粧品等の卸売業	美容室、薬局の取引先中心なので、飲食店、ペットショップへの参入
198	流通業	食品卸 野菜・果物・食品	社員力アップのため新卒採用に力を入れることと理念ビジョン達成のため目標を明確にする
199	流通業	被服販売業	販売チャンネルを増やし、従来の地域密着も踏まえながら、インターネットを活用した幅広いサービスを考えたい。
200	流通業	小売業	内向きの組織力構築だけでなく、外に向けた営業力や発信力の強化をしなければならぬと再確認したため。
201	流通業	古紙リサイクル	年齢層が40代が多いため、20代～60代までバランスの取れた社員数を指すと共に、会社内でどのように共育していくかがテーマです
202	流通業	美容材料卸売	地域密着を意識した営業展開を徹底する
203	流通業	ニット生地製造卸 ニット製品輸入卸	売り上げの確保拡大は永遠のテーマ。取り扱い商品の品質向上、安定も同様。
204	流通業	食肉加工卸	自社にあったターゲティングによる開拓及び生産性の向上
205	流通業	特殊鋼販売	国内需要の減少に対し、新規開拓等による売上げの増加を図り業績の向上を図っている
206	流通業	ステンレス鋼板在庫販売、加工、非金属販売、加工全般	取引先ニーズに如何に対応して行くか、幅広い要求にこたえるべく情報を収集し、進むべき路を探る。
207	流通業	ネジ・ナット販売	一社依存度が非常に高い売上構成になっているので新たな販路の拡充が課題。
208	流通業	食品卸売業	若手社員の育成
209	流通業	婦人既製服卸し販売業	得意先1社あたりの取引額が減少している事を踏まえ、新規取引先の開拓を第一に考える。売上と仕入れのバランスを整わせる。
210	流通業		1顧客あたりの取扱い商品数増 継続した新規開拓
211	流通業	食肉販売業	新製品をどのように販売していくか模索中。ネット販売を重要な位置づけとして展開する予定。
212	流通業	締結部品(ねじ・ねじ部品)の販売業	独自性のある商品やサービスを開発し消費者市場へ販路を開拓する
213	流通業	製菓材料卸	経営者～社員まで人材全員のレベルアップ
214	流通業	ワイヤーロープ連結金具、建築資材金具の輸出入業	既存客からの受注が不安定(減少)なのでそれを補うために新規顧客の開拓に時間をかけて種蒔きしております。
215	流通業	化粧品卸売業	国内は従業員に新規顧客開拓マニュアルを作成して担当してもらい、海外部門は私が担当して販路開拓を実践中です。
216	流通業	家庭用品の卸売	経営理念...全社員への教育と共有 展示会への出店を積極的に行い、商品の案内と新規販売先の開拓に力を入れています。
217	流通業	旅行業法による旅行業、国内海外旅行取扱い	ブルーオーシャンへの挑戦、福祉系資源開発(顧客)が実る。近隣顧客の増加。
218	流通業	障害者の職業能力開発高	訓練カリキュラムの多様化
219	流通業	デザイン企画、印刷物販売	中小企業診断士と相談し見直しています。

220	テキスタイルコンバーター	リピーターを確保するためには満足させる対応が一番
221	中古トラック・中古部品販売	現地点では計画通りに進んでいますが、全社員が常に意識を高く持ち続け、しかりとその計画・目標を達成できる様、継続し続けていくことを心掛けてやっています。
222	塗料販売業	販売業である以上、社員個々のスキルアップと販促に力点を置いています
223	自社ブランドの帽子の企画・製造・販売	百貨店との取引が多くなり、人材、資金が多く入りそうなので、その確保
224	サポート付きアパート経営	地域でのフォーラム、勉強会に積極的に参加し情勢をつかみ、ネットワークを作り、今後の経営の助けとしていきたいです。
225	物流加工業	社内組織の再構築に伴い、幹部社員として働ける人材の確保と教育。
226	機械工具卸売業	顧客開拓。
227	障害者の方の就労支援	人材の能力向上がそのまま事業内容を決定します。
228	防水工事全般、建築塗装工事、塗り床工事、建物改修工事等	利益率が減少する中、接待などの経費がかかり過ぎているので押さえたい。営業力を強化し新規開拓や既存のお客様から取りこぼしのないようにしたい。
229	障害者就労支援	スタッフの新規採用と能力(育成力・人の見方)
230	経営コンサルタント・マーケッター	紹介営業の拡大

# 特別項目

## (1) 大阪府に対しての要望

業種	業務内容	提言記述
1 サービス業	建設機械器具販売	行政事務の簡素化、規制の撤廃と自由な職業の選択
2 サービス業	消毒業および損保代理店	「シャッター通り」などと言われている商店街など町の疲弊は深刻です。大阪の町の活性化を行政と府民と一体となって取り組んでいただきたい。
3 サービス業	シンクタンク、コンサルタント、建築設計	自治体による業務発注の方法(プロポーザル方式、入札方式等)、業務の進め方、業務の管理などについて改善する。そのために、受注する中小企業を含めた事業者の現場の声を聞く機会を設ける。
4 サービス業	不動産仲介業	家賃補助や子育て支援を厚くしてほしい。
5 サービス業	不動産賃貸業	行政は大企業優先、中小零細は切り捨てごめん。親方日の丸をやめてほしい、格差をなくしてほしい。
6 サービス業	システム開発(ソフト)	特になし
7 サービス業	不動産賃貸、管理業	新婚補助の廃止による、入居者の減少。大阪府の人口を増加させるための施策を具体的に考えてほしい。
8 サービス業	飲食店経営	企業の社会保険料負担の減額 短時間労働者への社会保険適用の更なる拡大には反対
9 サービス業	求人情報誌の発行、求人情報サイトの運営	毎年の最低賃金のアップは中小企業にとっては厳しい上げ幅も大きく法律を守ってはやっていけないところが多く、パートでも必然的に委託に切り替えていかなければ継続できない。融資の方ばかり力を入れないで、その点をもっと考えてほしい、ベースアップが毎年になってしまう。
10 サービス業	人材派遣業	消費税を考え直して欲しい。(生活必需品とそうでない物の差を付けるなど)
11 サービス業	施設・工場等の設備の企画、施工、管理 インテリアデザインのプランニング、施工、管理	自民党政権に戻って期待はしていなかったが、案の定中小企業に対する施策が全くといっていいほどなされていない。また、維新の会を含めたも野党も、目先の参議院選にしか目が行っていない状況であると感じているのは私だけでしょうか？
12 サービス業	出版、広告	財団の民営化
13 サービス業	文具、事務用品販売	税金や社会保障費の負担を軽くしてほしい
14 サービス業	エレベーターエスカレーターの保守管理 各種昇降機設備の保守 エレベーターのリニューアル 改造 据付	昇降機等の事故が多く、規制を厳しくする方向で動いてくださっているようですが、責任や負担を業者側に押し付けるような傾向があると言えます。問題の有る昇降機や建物のオーナーに、行政として毅然と対応していただきたいと思います。行政が誤った施策を行うと、業界自体が衰退し、いい加減な業者が乱立し、そのつげはまたユーザーに帰ってきます。行政が逃げずにきちんと問題に対峙して欲しいと思います。
15 サービス業	エステ、商社、スクール	助成金の制度等、急な変更はかんべんして欲しい。
16 サービス業	食品包装資材	保育所入所待ちをなくしてほしい。
17 サービス業	通関業(輸出入の通関手続き等)および関連する業務全般	製造業に対する支援は手厚く感じるが、サービス業に対する支援策を増やしてほしいし、情報発信を積極的にしてほしい。
18 サービス業	同友会会員で構成する異業種協同組合	公的な届出窓口の柔軟な対応、労働局、監督署、ハローワーク、年金事務所、健保協会等(縦割り行政 フラット化)どの所轄でも対応してほしい。
19 サービス業	生・損保代理業	税制の優遇
20 サービス業	広告企画デザイン マーケティング	大阪の復活、第二首都、国際商業都市
21 サービス業	液晶保護フィルムのメーカー 衛生資材の代理店	完全な規制緩和 大・小にかかわらず同じ企業として競争できるようにすべての規制を無くしてほしい。 その混沌とした状況から新ビジネス・需要が生まれ、真の景気回復へとつながるのではないかと考えます。
22 サービス業	人材派遣、紹介、業請	事業税、事業所税、府市民税の減額措置
23 サービス業	広告に使用する漫画の企画、制作	サービス業も大切に
24 サービス業	整骨院業	経済情報の視点が、われわれの目線に無いように思える
25 サービス業	事務用品、オフィス家具・OA機器・通信機器・省力化機械・雑貨の販売、損害保険代理店・物流業・貿易	助成金の仕組みを簡素化し、会社の総務部・経理部に通達して欲しい。 中小企業が独自性を発揮している事業への報奨金や給与に限定した特別な補助金などを制度化してほしい。
26 サービス業	社会福祉事業	助成金制度などを広く開示案内して欲しい。異業種グループでの新規事業取り組みに対する取り組み
27 サービス業	展示会、イベント、店舗、商業施設の企画、施工	経済がよくなるような取り組み
28 サービス業	グラフィックデザイン・DTP	もう、ハコモノは作らなくていい。
29 サービス業	広告の企画・制作	
30 サービス業	給与処理のコンサルティング、働きやすい職場へ改善サポート	地方税(住民税)の徴収管轄が各市町村だからといって、フォーマットが全て違う(色、形、ちょっとした書く場所)のは、やりにくくて仕方ありません。 小さい企業は、大して手間でないのに文句を言う人が居ないのでしょうか、統一フォーマットにすれば、各市町村毎に書き方の説明をHPに載せる必要もなくなります。無駄が多すぎます。パソコンから出力している企業にしたら、その用紙自体が使われていないので、市町村毎の違いに意味は無くなってきているはず。なのにそれらによって税金が使われているのはおかしいです。
31 サービス業	広告企画制作・Webサイト制作	大企業、高利益を上げている企業への税率アップをお願いしたい
32 サービス業	生・損保代理店	小中学生の時から、金融や保険、社会保証等の勉強を取り入れてほしい。企業訪問や地域産業への関心を高める授業を充実させる。

33	サービス業	ラジオDJ、アナウンサー等タレントマネジメント 映像、音声製作事業、広告代理事業	・税の減税をお願いしたい ・ハローワーク等のシステムの見直し
34	サービス業	インターネットコミックカフェ	なぜ東京に負けるのか？
35	サービス業	広告物のグラフィックデザイン	独立支援機構などの助成サービスはよく聞きますが、企業後のフォローアップに関するサービスにも力を入れてほしい。
36	サービス業	一般住宅、ビル内清掃、内装工事全般、空気触媒セルフフィルの施工	同友会内部の企業間の交流の強化を行いビジネスに繋がる取り組みを強化して欲しい。
37	サービス業	OA機器の販売・メンテナンス 防犯カメラ販売・メンテナンス 弱電設備関係一式 金属全般の売買(収集分別リサイクル) 産業廃棄物の収集運搬 IT技術をつかった広告代行やソフトウェアの作成	金融に関しては、いい傾向にあるようなので、もう少し中小企業向けの制度を具体化して欲しい。デフレ脱却による景気アップへつなげる仕組みをより具体化して欲しい
38	サービス業		頑張っている中小企業の行動をもっと理解する動きが欲しいです、諦めかける気持ちを引っ張り上げることが出来る体制を共に作って行きたい。
39	運輸業	一般貨物	せめて軽油の暫定税をなくして欲しい。 従業員の給与カットという手段をとり、どうにか苦境を脱した。来期は給与を元に戻せると喜んでた矢先の円安。頭が変になりそう。従業員への申し訳ない。みんなやめてしまうかもしれない怖さもある。
40	運輸業	運送・倉庫・流通加工	ガソリン特に軽油の値上がりには、我々業界は限界に来ています。このままでは、若者の採用も出来ません。継続、継承に警鐘が鳴ります。
41	運輸業	一般貨物運送	経由の値上げ、乗務員の労務管理等、運送業をとりまく環境は厳しすぎるのに行政的な介入が全く見られない。
42	運輸業	企業専属行 緊急便 軽四～10トン車両まで	借入金についても緩和して欲しい 駐車違反の取締りも厳しすぎる
43	運輸業	物流梱包業	消費税増は苦しいです。
44	建築業	建築鉄工加工	金融機関の貸し出しの緩和をすべき
45	建築業	障害者施設、住宅等の新築リフォーム	数年前から、府の社会福祉法人等の補助金事業(国の事業)の支払い期日が約90日(完工日からは100日超)後となっている。これは、支払い等遅延防止法に低解するのではないかと、本来行政が業界を指導する立場なのに中小企業をいじめてどうするのか。これが大阪府の中小企業を大切にす姿勢か。
46	建築業	木造住宅の新築、リフォーム中心 鉄骨等も手掛けている。	リフォーム助成制度の導入を期待する。
47	建築業	セキュリティシステムの構築から施工迄	特にありません。
48	建築業	建築リフォーム工事	融資について
49	建築業	内外装工事	事業承継時のスムーズなバトンタッチに向けた行政による揭示
50	建築業	建築、リフォーム、しゅんせつ、排水管清掃、浄化槽管理、土木、給排水工事	既存建築物(学校、集合住宅、公共施設)の施設修繕費予算を増やして建物の安全に努めてほしい。
51	建築業	建築設計	公僕が民間がやりやすいように、指導支援することが肝要。この官民が一体にならないと、世の中は良くならないと思う。大阪市も良くなってきたが、尚一速のレベルUPが必要
52	建築業	防水工事業 塗装工事業	公共工事における予定最低価格が安く、デフレに拍車を掛けてきた可能性あり。今後、建設資材の高騰や労務費の改善を念頭に入れた価格設定を行ってほしい。
53	製造業	食品製造業	消費税増税の先送り
54	製造業	電子機器ハード、ソフト開発設計・製造・修理保守	内需拡大、強化を図り、価格競争力の打開、メイドインジャパン製品で役立つ国になる
55	製造業		スピードと方向性を明確にしたい
56	製造業	ドリルねじ製造販売	景気を良くして欲しい。原材料の値上がりに中小企業が対応しやすいよう、対策を打って欲しい
57	製造業	鋼板加工販売	府発注事業の府下中小企業者比率を高めてほしい。
58	製造業	金属熱処理工程の受託加工。NDA契約を締結し、大手メーカーと共同研究、研究開発を行う業務。	1. 国内生産を増やすための施策。海外生産、海外調達を国内に切り替えた場合に税制で優遇するとか、、、、ももっとも円安に誘導するとか、 2. 助成金の有効活用と、事業化に繋がったケースへの優遇策。
59	製造業	金属製品製造業	中小企業に対する税制優遇、補助金等の支援をより一層お願いします
60	製造業	光学ガラス製造業	小さな行政機構で税金を有効に使い、民間力を高めてこそ大阪や日本は元気になる。
61	製造業	産業用設備機械設計、製作	大企業に対して、賃金UPし、消費がまわるように要請していますが、それとともに大企業が国内取引先中小企業に対して仕事が回るように努力をする要請をして頂きたい
62	製造業	穀粉、香料等食品製造販売	金融円滑化法終了に伴う取引先の倒産激増の懸念。ハードランニングではなく、ソフトランディングになるような受け皿の仕組み
63	製造業	ネジ、ナット、自動車部品及び、電子部品の全数検査選別装置	ちゃんと調べて補助金を出して欲しい。ユタカ(製品)の名前を勝手につかって、大阪府は補助金を他社に与えている。これは詐欺になるのでは？
64	製造業	木型製造業	保有株の上昇で少し利益が出ましたが、素材費が10%アップし3月の利益を食うかもしれない
65	製造業	工業用裁断機 製造	リサイクルを推奨しているのに、廃棄処理設備に対する優遇税制や、補助金を充実できないか？
66	製造業	ドライラミネート加工	ハローワークの仕組みが問題だ、中途採用がハローワークから来る人は良い人が少ない。
67	製造業	ディスプレイ等、アクリル樹脂加工及びサイン業務	中小企業にとって公共事業は拡大の良い影響が早期、直接的に及ぶとは予想しにくい。金融支援制度の打ち切りが市場経済(経営)に大きなマイナス。ギャップを埋める政策が必要

68	製造業	鋼材の加工及び販売	中小企業の新規開発発展に関する様々なこと
69	製造業	ポリウレタンコーティング	拡販するための販路開拓支援の強化・支援策の充実
70	製造業	焼付け塗装	住工問題がある中で工業地域で安心して仕事が出来るようにして頂きたい。
71	製造業	部品塗装	かげんない強い企業な強い
72	製造業	印刷物及びホームページの企画 デザイン	余り当てにしません
73	製造業	プラスチックフィルム製品の製袋加工販売	税金は安くしてほしい。母子家庭に厚くするのは良いが、補助・手当をあてにして、就職意欲のない人がいるのが問題だと思う。
74	製造業	金属熱処理加工	原発停止に加えて円安による電気やガスの料金高騰は非常に大きな経営課題。値上げ抑制と同時に円安メリットのある輸出分野では価格転嫁が進む環境整備を望みます。(むしろ値下げ要請が出ている状況。) 自助努力で事業転換を進めてはいるものの急激な高騰には対応が追い付かない。
75	製造業	プリント基板加工業	消費税の増税を止めることと消費税を廃止すること。 銀行借り入れの担保・保証人制度の廃止。 地元の中小企業に優先的に仕事を発注する仕組みを作る。
76	製造業	繊維製品の製造・卸	業績低迷の中、新規借入が難しい。(当然企業としての売上・利益の確保が前提であるが) 特にプロパー借入が厳しく審査される。
77	製造業	磁力の応用による、自動省力化装置の製作	銀行は昔から、言われている晴れた日には傘を貸して、雨の日は傘を引き上げる特に昨今は、その傾向が見受けられて苦しい戦いをしております
78	製造業		役所の入札見積をたまにさせて頂きますが、適正価格がわかっていない。安ければそれでいいならお店はつぶれていく。
79	製造業	食品等の包装資材加工業	関西電力の値上げの比率を下げてもらいたい、せめて10%くらいまで、借金の条件変更をしている企業が正常化に戻る為、借り換えの政策を打ち出した欲しい。
80	製造業	カスタマイズメイドのテスト・計測・制御システム(もしくは装置)を、ソフト・ハード、一部機構に至るまでワンストップで対応するメーカー。 その他、画像処理を用いた自社ブランド測定装置やLED照明の設計・製造・販売も対応。	社員共育に活用できる補助金の充実や、補助金等の活用可能な制度のタイムリーな情報提供。
81	製造業	硬質クロムめっきの施工	業績の良い会社から税金をとるかわりに、優遇措置や助成金補助を増やし、企業の海外進出を防ぐ。
82	製造業	金属部品加工	労働基準法の抜本的見直し、最低賃金法の廃止を行い、成長する人材を確保できる環境を整備してほしい。職業能力が不足してきても既社員であれば、契約の不利益変更はできないというのはおかしい。成長する意欲の無い正社員を、解雇できるようにして、若年層の雇用を促進するようになれば、競争力は生まれぬ。
83	製造業	化学工業薬品製造販売	特になし
84	製造業	大物の金属プレート、製罐の機械加工	住工混在問題の対策費として助成金・補助金などの政策
85	製造業	金属プレス加工	中小企業に対する長期借入金制度を作って欲しい
86	製造業	納豆の製造、販売	官僚の受け皿を目的にした非効率な制度や組織を作るのではなく、国民のため、実情にあった制度組織づくりを目的に意識を変えてほしいです。
87	製造業	プラスチック切削加工業	融資の緩和
88	製造業	精密金属バネ 丸線 製造業、線径0.14mm~4.0mmまでは機械で成形し、4.0mm以上は機械+手加工で対応しています。	今年4月からの電気料金の値上げについて、府と電力会社とが力を合わせ値下げになる工夫・努力を率先してしていただきたい。私達利用者の節電はもちろん毎年していきます。
89	製造業	オフセット印刷 製本	消費税のUPは避けられないが景気を刺激するような税制対策も必要だと思います。
90	製造業	電子機器製造業(プリント配線板加工業)	空洞化を止める施策がとられていない。
91	製造業	焼き菓子製造卸	もっと、行政の効率化を行い、お金を残し、そのお金でインフラなどへ投資をしてほしい。
92	製造業	スチール製金物加工、販売	より細かい情報と、その量のUPをお願いします。いい人材、いい会社、豊かな会社は、どんな会社か、本当にそんな会社大阪に何社ありますか？社員満足。
93	製造業	照明器具の製造・板金加工	問題ない
94	製造業	建築金物製作	近隣に住宅が建ち、騒音やにおいなどでトラブルになっている事を良く耳にします。工場の移転などで優遇される政策などがあればいいのでは？ すでにありましたらすみません。
95	製造業	製造用フィルム作成、インクジェット印刷	近所の道路を不必要に穿り返している。公共投資が増加し、その様な事例が増長する事を懸念している。価値を生み出す活動のみにお金を使っていたきたい。
96	製造業	別注家具製造	税制負担の軽減
97	製造業	プラスチック板加工業、オリジナル製品製作及び販売	モノづくりとは、ITなどの先端分野だけではない。モノづくりを支える根っこの部=中小企業に、水や肥料を注ぎ足してください。
98	製造業	金属研磨加工業	準工業地域に対する住宅建設の規制(トラブル発生)
99	専門サービス	税理士	保証協会の対応
100	専門サービス	会計事務所	雇用について、増えたところには雇用促進税制がありますが、ハードルが高いです。一人~二人の増加でも税制及び助成金で援助してもらいたいです。
101	専門サービス	建築設計	建築に関すること(例えば上下水道についてなどまで)ネットで調べられるようなサービスを増やしてほしい。

102	専門サービス業		大企業に頼らず、中小零細企業が元気に日々暮らすことができる政策を期待します。そのためには府のトップの方々が、時間を費やし、府民の生の声を直に聞く機会をどれだけ多く取ることができるかにかかっていると思います。情報収集を人任せにせず！！
103	専門サービス業	都市計画、まちづくりの計画、建築・土木・造園の計画・設計。	公共事業の入札条件の見直し 技術者の人数、実績主義の脱却、元請け企業の隠れての丸投げの改善 元請けに下請け(協力会社)などへの委託構造をオープンにさせる仕組み作り。建設業の建設現場ではかなりオープンになっている。設計・コンサルタント業界ももっとオープンな関係作りを加速させるべきである。
104	専門サービス業	社会保険労務士業	行政職員自身、それ相応の負担をするべき。 給与減額、福利厚生削減、保険料額増加、税金等
105	専門サービス業	会計監査、株式公開支援、事業再生支援	中小企業支援策の策定
106	専門サービス業	行政書士業務	特になし
107	専門サービス業	会計、税務、労務における経営コンサルティング業務	助成金制度をもっと使いやすく！
108	専門サービス業	社会保険労務士業	・消費税増税反対 ・雇用拡大の為の施策強化
109	専門サービス業	美容業 カット パーマ ヘアカラー お顔そり 着付け等を施術させていただいております	要望、税制改革をうたう前に、大阪府の採用されている雇用者の給料の見直し 鉄道、府の管理する駐車場の代金の低価格化 金融政策における貸し渋りの前に、全銀行の合併によるサービスの均一化 大阪府は、税制、制度を富裕層にあわせているのか？ 本当の、大阪府に在住の年収を人口で割り、大阪府全人口の平均給与と所得を調査し、現在の平均より下回る収入者への対策が、現状の対策でいいのか？ 税務署と役所の連携サポート体制を確立できないものであろうか？
110	専門サービス業	社会保険労務士業	雇用状況の改善のため、助成金制度の拡充を
111	専門サービス業	税理士	消費税の転嫁が著しく困難な零細事業者の負担を軽減するため、免税点の引上げを求める
112	専門サービス業	経営戦略面、財務面からの経営者に対する助言業務	直接給付の補助金による支援ではなく、税制優遇で支援していただきたい。
113	通信情報業	印刷物に関わるデザイン及び編集	金融面の支援
114	通信情報業	WEBサイト制作、運営	セーフティネット(金融)の再設置
115	通信情報業	電気、空調、通信	公共事業の拡大、入札制度をくじ引きに、下請け業者に発注不能額により受注後倒産多々あり、ブローカー会社、他に同じ会社を数社入札のために作っているところ多々あり、法律にふれなければ書類で額がとりの見直ししてほしい。支払能力のない会社には融資するな。金を貸す前に人を見ろ。
116	通信情報業	OA機器販売メンテ、及び人材派遣、職業紹介	環境への取り組み(特に電力)をする企業に対しての補助金枠の拡大をするべき。特に企業における電力費削減に対しての具体的な援助。
117	流通業		大企業の下請けは、円高のときは円高の協力をさせられるが、昨今の円安の中でも元へ戻してくれるかといえばそれはそのままである。中小企業が社員の賃金をどうしてあげていけるのか
118	流通業	建築金物・建設資材卸商社	特になし。
119	流通業	アパレル小売販売	アベノミクスは金融上昇も伴いますので、国債の利払いだけで税収を食潰す可能性が出てきます。消費税増税をはじめ間接税の収入増にはおのずと限界があります。子孫への負債の継承は許せません
120	流通業	塗料製造販売	公共事業、資材の地元発注の強化。 知っている人だけが得をするのではだめだと思います。補助金や制度に関する広報をもっと充実させて欲しい。
121	流通業	一般用医薬品の卸売販売	特になし
122	流通業	学習塾・学校への教材、教具の販売	特になし
123	流通業	通信機器の卸売、設計、施工、保守	早期の大阪都実現
124	流通業	安全衛生用品製造卸 機能性プラスチック製品製造卸	海外子会社の配当金利益不算入をやるのなら、国内だけでやっている企業の利益も含めて、総合的な法人税率提言をやってほしい。
125	流通業	食品卸 野菜・果物・食品	やる気のある中小企業を応援する
126	流通業	金物卸	公共工事が3月に集中しないよう調整してほしい。1年間まんべんなく
127	流通業	被服販売業	中小企業にスポットを当てた税制や規制はやはりあったほうが良いと思う。あまりダメージを受け過ぎると立ち直るのが大変難しい。商店街など地域に密着した生活者(高齢者)に優しいメリットを提供する必要があると思う。
128	流通業	古紙リサイクル	地元企業を優先してほしい
129	流通業	美容材料卸売	児童、生徒に職場と触れ合う機会を多く作り、中小企業で働く実態を体験、理解させる。憲章の理念浸透は若年層の教育から。
130	流通業	ステンレス鋼板在庫販売、加工、非金属材料、加工全般	税制に関して、利益に対する課税率の引き下げを求めます。国や自治体への納税義務は当然のやるべきことですが、内部留保との比率を変えていただきたいです。国や一部の大企業のように業績に関係なく金融機関から借入できない中小企業にとっては内部留保を厚くする為には更なる法人税の引き下げが必要。
131	流通業	ネジ・ナット販売	助成施策の紹介。
132	流通業	ステンレス鋼材卸・加工品販売	新規事業立ち上げの際の支援策。認定をスピードに出来ないか？ 経費の大幅削減を図りながらも売上額減少、業務内容の悪化により赤字となっているが、そういう起業への支援融資の制度を考慮してほしい。
133	流通業	婦人既製服卸し販売業	
134	流通業	ステンレス鋼材卸売、フィルター機械加工、製缶加工	ISOを取得後も費用が発生しています。費用を無料化、もしくは軽減できないか。
135	流通業	締結部品(ねじ・ねじ部品)の販売業	子供が増える世の中にしましょう
136	流通業	製菓材料卸	行政に言う前に自社がすべきことがあるので無しです。

137	流通業	鋼材の加工・販売	円滑な事業継承が出来るような税制改正(現行では、相続税等含め、円滑な事業継承を行ううえで支障が多い)
138		旅行業法による旅行業、国内海外旅行取扱い	金融、借入れ難
139		自社ブランドの帽子の企画・製造・販売	無担保での貸付け枠を広げて欲しい。
140		サポート付きアパート経営	地域で頑張っている我々に対し、大切な情報が伝わってこないことがある。行政側とも綿密な情報交換ができることが望ましい。
141		物流加工業	特になし
142		障害者の方の就労支援	職員の処遇改善をお願いします。
143		加工業、鉄工業	行政は行政の仕事をするのみ。
144		障害者就労支援	毎年出されている平均収入の計算方法を中小企業と大企業を分けて考えた上で、税制度を組んで欲しい
145		経営コンサルタント・マーケッター	障害者雇用制度・助成制度を分かりやすく提示して欲しい 社会保険の制度を見直して欲しい

## 円安・株価変動について

### 良い影響がある・良いと思う

業種	業務内容	記述
1 サービス業	出版、広告	良い方向にある
2 サービス業	エステ、商社、スクール	良い。業界が活性化してきている。
3 サービス業	生・損保代理業	変額保険分野が好調
4 サービス業	広告企画デザイン マーケティング	良い
5 サービス業	中国人技能実習生の派遣、日中ビジネスコンサルタント	円安のため、円から人民元への両替によって収益に影響がありました。
6 サービス業	グラフィックデザイン・DTP	以前よりはBetterだと思います。
7 サービス業	インターネットコミックカフェ	最高に良い。国内製造業の増加
8 サービス業	一般住宅、ビル内清掃、内装工事全般、空気触媒セルフィールの施工	経済活性につながるものとして前向きに考えている。
9 サービス業	金属全般の売買(収集分別リサイクル) 産業廃棄物の収集運搬 IT技術をつかった広告代行やソフトウェアの作成	弊社の金属リサイクルにおいては、円安よっての原料高が良い風になります。5年ぶりに上向きを感じています。国内での製造業の活性化が起これば更なる上昇が期待出来ます。
10 運輸業	企業専属行 緊急便 軽四～10トン車向まで	よいと思います。
11 建築業	総合建設業	気分的に好転したと雰囲気生まれ、前向きに考える経営者が多くなるという良い影響が出ています
12 製造業	食品製造業	円安シフトは元に戻るだけで、必要不可欠
13 製造業	ドリルねじ製造販売	全体としては良い
14 製造業	金属製品製造業	大企業からの受注が今後増加傾向になるのではないかと考えられます
15 製造業	金属プレス加工並びに金型製作	円安によりややムードはよくなっていると思う。実際の仕事量にはまだ結びついていない。
16 製造業	精密板金加工、別注スチール家具、保管庫の製造	良い影響と思う
17 製造業	ネジ、ナット、自動車部品及び、電子部品の全数検査選別装置	円安になれば輸出しやすい。
18 製造業	ポリウレタンコーティング	原料輸出方針を出しており良い方向 物価も上がって少しのインフレを期待しています。
19 製造業	焼付け塗装	円安、そして株価上昇は景気に明るさを示しているため企業も設備投資を3月以降は増大傾向にあり、期待しております
20 製造業	磁力の応用による、自動車力化装置の製作	良い
21 製造業	プラスチック切削加工業	良い
22 製造業	CNC自動旋盤加工	日本国内受注は良い方向に動いていると実感できる。中国子会社の日本付製品についてはすでに移管が始まっています。
23 製造業	精密金属ハネ(丸線)製造業、線径0.14mm～4.0mmまでは機械で成形し、4.0mm以上は機械+手加工で対応しています。	良い傾向です。景気が以前より良いように感じますが結果がまだ出ていません。
24 製造業	製造会社向けの生産設備・検査設備の設計・製造・販売業	輸出する場合顧客に喜ばれる
25 製造業	銀螺、卸、販売とプレス品製造	やはり良い傾向だと感じています
26 製造業	照明器具の製造・板金加工	それで景気がよくなるなら、良いと考えるべき
27 製造業	プラスチック板加工業、オリジナル製品製作及び販売	株価上昇は、景気好転につながると思います。
28 専門サービス業		マインドは良くなっている。
29 専門サービス業	メーカー向け技術資料の作成、及びソフト開発	機械、建材、電機メーカーが取引先のため、今程度の円安は歓迎です。弊社にとっては良い方向に進むと思います。
30 専門サービス業	税理士事務所	株だかなど、マスコミがネガティブをへらしよい演出しているのは、マインドにいい影響をもたらしていると思う。
31 専門サービス業	会計、税務、労務における経営コンサルティング業務	顧客の影響はまだないが、好転する可能性があり、当社にも良い意味で影響をうける可能性がある。
32 通信情報業	コンビニ、スーパー等、量販店向けの店舗管理ソフトを作っています。	全体的に景気が上向くのは良い事だと思う。
33 通信情報業	ソフトウェア開発	良い傾向にある
34 通信情報業	WEBサイト制作、運営	アベノミクスは良い方向に向かう感じはしています。動きが見られる。
35 流通業	機械工具の販売	国内部品調達が回復する。
36 流通業		弊社に取って円安は良い方向。
37 流通業	学習塾・学校への教材、教具の販売	輸入品の価格上昇により、紙価格の上昇が取扱商品の価格増につながる可能性はあるが、当社で製作している商品はないため、影響は少ない。景気好転は、当然プラス要因になり期待しています。
38 流通業	ワイヤーロープ連結金具、建築資材金具の輸出入業	輸出及び輸入の比率が半々なのでどちらに転んでもいいが、為替相場が乱高下するので一定のレンジで安定して欲しい。 株高は消費マインドが明るくなるので大歓迎です。
39	自社ブランドの帽子の企画・製造・販売	輸出を考えているので、円安の方がありがたい



81	製造業	プラスチックフィルム製品の製袋加工販売	フィルムの原料が石油なので、仕入原価に影響しつつある。
82	製造業	チェーンコンベヤの設計・製作	現時点で影響はありませんが、長期的には輸入資材を中心とした原材料の価格上昇を懸念しております。
83	製造業	サイン、DIY関連製造販売	資材を含め海外の調達が多いため、円安は即各製品の原価アップなるが、販売価格にはすぐに転嫁できない
84	製造業	金属熱処理加工	円安メリットよりもデメリットが先に出てきている段階。
85	製造業	プラスチック加工(成形)	原材料代の上昇が急増している。良くなるようには思えない
86	製造業	プリント基板加工業	中小企業には恩恵は少ない、電気代・ガソリンなど負担が増えている。
87	製造業	食品等の包装資材加工業	プラスチックフィルムを主原料としている、弊社企業に取っては、円安は非常に大きな問題であります、また、食品の原材料も輸入に頼っておりますので悪影響が出ております。
88	製造業	硬質クロムめっきの施工	円高になった途端に値上げが(仕入の)くる、円高の時には値下げの話は全くないのに。
89	製造業	金属部品加工	円安・円高双方にメリットもデメリットもあるので、どちらか一方が良いというわけではないと考える。レートよりも、急激な動きは双方にデメリットを生じさせると感じる。
90	製造業	線材加工業	悪い影響
91	製造業	印刷業	現状変化なし。だが、今後の仕入れコストアップは必至
92	製造業	ファンシー雑貨、文具、ベビー雑貨の企画製造	輸入しているため円安はマイナス
93	製造業	大物の金属プレート、製罐の機械加工	円安・株高の恩恵を受けているのは大企業ばかりであり、その影響が中小企業にも波及しなければデフレからの脱却は難しいものになるだろう
94	製造業	納豆の製造、販売	輸入品(大豆、包材)が値上りしました(予定も含め)。これを機に商品が適正価格で流通すればよいと思います。
95	製造業	十字穴タッピンネジの製造販売	当面は悪いこと(現在利用の値上げ)が続く
96	製造業	金属製品製造業	あまり良いことは無いと考えます
97	製造業	給食、食事サービス	今の所は影響ないが、回り回ってくるでしょう。悪く。
98	製造業	高級婦人、紳士、下着企画製造販売	急激な円安に伴い海外よりの原材料が大幅アップの為、継続商品の生産に支障。 大企業が機械の輸出に走れば、当社にとってメリットとなると思う。円安になると原材料の調達コストが上がり、デメリットとなる。
99	製造業	ポリウレタンゴム製品の製造	円安にふれると原油高などの影響でさまざまな生活必需品にも値上げが想定され悪い影響が大きいと思う。
100	製造業	オフセット印刷 製本	石油(ナフサ)が円安でじんわりと価格が上昇してくると思うが、中々売値に転嫁しにくいと思う。
101	製造業	軟質の塩化ビニールのリサイクル業	円安の恩恵が無く、原材料の価格高騰などの悪い面だけが目立つ。
102	製造業	食品製造業	急激な円安により輸入原料価格が大幅に上がっていく中での売価への価格転嫁が難しい。
103	製造業	製造用フィルム作成、インクジェット印刷	一時的な需要増になると思われるが、その後の見通しが不透明で、近い将来ツケが回ってくるように思われる。
104	製造業	別注家具製造	資材費の値上がり
105	製造業	通関業	円安で客先の輸入が減少している
106	専門サービス業	建築設計	消費税も加わり、原料高、コストにはねかえってくる。
107	専門サービス業	建築設計	実態を伴わない株値上昇と円安なので、一部の方を除いて多くの方にとっては、今の現象は大変その影響を憂慮します。
108	専門サービス業	建築設計	実態を伴わない株値上昇と円安なので、一部の方を除いて多くの方にとっては、今の現象は大変その影響を憂慮します。
109	専門サービス業	社会保険労務士業	政府の金融財政政策でこの様なバブルが発生している。大手輸出企業と大口投資家(金もち)・法人投資家のみが儲けるパターンでは、日本経済の破綻が必ずやってくる筈。中小零細企業に対する経営改善・支援策が望まれる。
110	専門サービス業	経営戦略面、財務面からの経営者に対する助言業務	円安がだめとは思わないのですが、「レートが不安定」であることは問題です。また、円安であることを理由とした原材料単価の上昇は悪い影響として出ますね。
111	通信情報業	印刷物に関わるデザイン及び編集	経済に内容以上に進み、あまり良くないと思います。
112	通信情報業	電気、空調、通信	仕入れ価格の上昇、投機マネーによる小バブルにより少し消費拡大、安いものが売れなくなり、普通の物が横ばい、高価な物は売れる(1、2年)
113	流通業	建築金物・建設資材卸商社	円安傾向は日本にとっていいことだと思うが、あまり行き過ぎると輸入物価が高くなって庶民が困ることになる
114	流通業	建築金物・建設資材卸商社	円安により、輸入商材の原価が上がっているが、その分全てを販売価格に転嫁できていない。
115	流通業	金属材料販売、ペーパークラフト製作、	経費、仕入れ価格の上昇に結びついている。
116	流通業	外食産業への卸売り	円安は輸入品の値上がりで対策が必要
117	流通業	塗料製造販売	輸入ナフサの高騰。原料、燃料の値上げラッシュ
118	流通業	健康食品・化粧品等の卸売業	まだ、買い控えが続く中、燃料費の上昇が気になります。 将来的に円安はいいかもしれないけど、現状消費低迷が心配です。
119	流通業	被服販売業	原材料の高騰の声ばかりで、景況感が復活している印象が薄い。大手にスポットを当てても、我々中小企業にそのメリットを受けることは考え難い。
120	流通業	古紙リサイクル	古紙の輸出価格が上昇し、国内で古紙が足りない工場があり、売り手市場になりつつある。
121	流通業	美容材料卸売	直接の影響は無いが、国内民需への影響を注視している。
122	流通業	ニット生地製造卸 ニット製品輸入	円安は我々輸入サイトには直撃する問題。いずれにしても急角の変化は厳しい。真の好景気を望む。
123	流通業	ステンレス鋼板在庫販売、加工、非金属材料販売、加工全般	為替の変動が原材料(鉄鉱石、石炭、ニッケル、クロム等)に大きく影響を為すに好ましく思えません。安定を求めます。(高くも安くも安定)
124	流通業	販売促進、イベント用品、四季装飾品の企画、輸入販売	急激な円安により、仕入れ価格の上昇分を販売価格に転嫁できなく、収益を圧迫されている
125	流通業	婦人既製服卸し販売業	国内需要が、これにより本当に伸びるのか否か分からない。デフレ脱却が景気幅幅につながるわけではなく、今の状況でより影響を受けるのは、一部の産業と大手企業に限定される。
126	流通業	締結部品(ねじ・ねじ部品)の販売業	消費者の財布を圧迫している(油など) 国民所得が増加すればよいが・・・
127	流通業	鋼材の加工・販売	大手は、円に左右されるが、中小・零細企業においては、円よりも大手からの値下げ要請や海外移転による受注減少の方が厳しい。 海外競争に打ち勝つためというお題目ではなく、国内の中小企業をいかに生かし、共存するかも考える必要があるの
128	流通業	家庭用品の卸売	円安による輸入価格上昇の影響を受けています。 株値変動についての影響は何もない。
129	流通業	テキスタイルコンバーター	繊維関係は円安になっても生産力が小さくなっているため輸出増に繋がりにくい。百貨店の売上が少し回復しているが高額商品が牽引しており 必需品は低迷したままのようだ。購買力が上がらないで株価や不動産が上がるとバブルになる可能性が高く同じ過ちを繰り返すようである。
130	流通業	塗料販売業	塗料や溶剤は石油化学製品のため、円安はもろに製品価格に反映されるので、4月以降の価格改定を考えると頭が
131	流通業	経営コンサルタント・マーケッター	レートの安定に向けて政府の取り組みが見えない

良い影響も悪い影響もある

132	サービス業	陳列棚、陳列危惧宝飾催事用品レンタル	円安だと仕入価格は少し上がると思うが、世の中の景気ムードが上がると財布の紐もゆるむのではと期待している
133	サービス業	飲食店経営	気運としてはよくなっていると思うが、政策が実際に行われなければ一気にまた不景気感が進む
134	サービス業	会社、工場、学校の食堂の委託運営	悪 輸入食材の価格上昇 良 得意先の業績改善
135	サービス業	人材派遣業	良いが先行きをしっかり見定めないといけない。 現状だけ見ると各社良し悪しはあると思います。 円安によって弊社は有利となります。 しかしながら長期的視点で見ると人為的な操作では何もかわりません。 結局のところ需要を増やさなければならぬと思いますが、それには民間の力だけが必要なので、小さな政府による完全な規制緩和が必要でしょう。
136	サービス業	液晶保護フィルムのメーカー 衛生資材の代理店	景気好転は1年～2年先
137	サービス業	人材派遣、紹介、業請	今のところ弊社には良くも悪くも影響が出ていません
138	サービス業	広告物のグラフィックデザイン	輸出量増→良い 燃料(軽油)高→悪い
139	運輸業	総合物流業	東南アジアの可能性を検討している中での円安、方向転換も必要か？
140	建築業	セキュリティシステムの構築から施工迄	円安:個人的には○。景気的にも○。ガソリン代アップ×。原材料アップに伴うコストアップの可能性あり×。どちらでも無い。
141	建築業	内装仕上工事業	円安で輸出産業が活性化され、日本で製造生産がされ、設備投資して頂くと、我々は良くなってくる。
142	建築業	電気工事業 (店舗、オフィス、工場、鉄道電気設備)	良い点:海外売上の増加が見込める 悪い点:材料価格が上昇気味
143	製造業	計量器製造、計量計測器卸	「気」だけは変わりつつあるが、中小企業には簡単によい影響は出てこない。一層の自助努力が求められている。
144	製造業	衣服製造	海外販売(円建て)にとっては良いレベルまで安くなってきたが、一方原料代が上昇して痛し痒しの状態。
145	製造業	金属工作油剤製造・販売	1. 良い影響 1)海外生産の国内回帰 2)輸出が増え、国内生産が増え、雇用が増える 3)ライバルの韓国、中国との戦いがやりやすくなった 2. 悪い影響 1)資源高によるエネルギーコストの上昇 2)円安を理由にしたコストダウン要請
146	製造業	金属熱処理工程の受託加工。NDA契約を締結し、大手メーカーと共同研究、研究開発を行う業務。	良い点も悪い点もあるが、投機で急激な変化をせず、為替相場は実態経済で緩やかに動いてもらいたい。株価はある程度上がるほうが良い。
147	製造業	光学ガラス製造業	韓国支店の引き合い増加。契約数増加。仕入れ材料の値上がり予想される
148	製造業	食品加工機械製造	(良い)円安による為替差損の軽減。 (悪い)円安による原材料の値上がり。
149	製造業	建設機械・産業車両各種カウンタウエイトの製造・販売。	別会社の輸出商社では、毎月経理処理として当月の為替レートで円換算をしなくてはならぬ、その差益が7ヶ月で7,000万円も発生。 でも逆に、円高となると差損が多大。 ドル仕入で、ドル販売でも、この様になる事は税務処理上でどうにかならないか? 営業利益など関係無しの状態。
150	製造業	工業用裁断機 製造	原油高、円安によるコストが上がりつつある。 円安、株高により活性化されつつある。
151	製造業	印刷	デフレ不況脱却のマクロ視点では、アベノミクスに称される円安、株価変動は緩やかなインフレに向うことと歓迎すべきレジームチェンジであると思います。一方で、ミクロ視点に立つならば、消費税増額が景気条項によって歯止めされなかった場合を含め、国内市場の冷え込みが考えられ、売上、利益共に下降することを危惧しています。
152	製造業	ごみ貯溜機製造販売、保守。	国内の設備投資が頭打ちのため、得意先さんが輸出の割合を増やされているので、今後の成長には期待しています
153	製造業	工業用ガスバーナー及び一般機械部品製造	实体经济が伴っていないので、何ともいえない。マスコミの情報に振り回されないよう、気をつける必要がある
154	製造業	精密機械部品加工、省力化・産業機械設計・製作・組み立て	弊社には輸入品扱いが多いが、何時の時代でも円安・高があるが、いずれにせよ、急激な上下のブレには対応できない。多少の範囲内に収める様になるのが望ましい。そうする事で長期展望の計画ができる。
155	製造業	繊維製品の製造・卸	円安により原料高がすでに進行中。130円1ドルを超えてくると悪影響が出てくる。それまでは影響は軽微。
156	製造業	食品菓子製造販売	海外からのドル建ての部品購入においてはコストアップがネックとなり、一方で、北米等への提案については購買意欲が高まる可能性がありチャンスありと見ている。
157	製造業	カスタムメイドのテスト・計測・制御システム(もしくは装置)を、ソフト・ハード、一部機構に至るまでワンストップで対応するメーカー。 その他、画像処理を用いた自社ブランド測定装置やLED照明の設計・製造・販売も対応。	このまま円安に進めば奥なる可能性有り。
158	製造業	電子機器製造業(プリント配線板加工業)	

159	製造業	焼き菓子製造卸	原料、電気代、運賃などの仕入れの値段が上がると思うが、物価上昇に景気がついていけるのか？また、ついていくスピードが遅いか、早いかが問題と思う。それなりの対応策を考えないといけないと思う。
160	専門サービス業	会計事務所	一時的な円安、株高に一喜一憂しすぎです。マスコミも、さも景気回復して来たような論調は、きけんです。経営者は、感わされることなく危機感を持ち、先を見ていかねばと思っています。 良い点：輸出関連企業の業績向上。 悪い点：輸入品価格向上。
161	専門サービス業	社会保険労務士業	
162	専門サービス業	労働保険事務代行、外国人実習生、異業種の事業協同組合	まだ、わからないが、長期的な影響を考慮していく必要がある
163	専門サービス業	税理士	よい点＞輸出企業の利益が改善、デリバティブの為替取引で多額の損失を出していた企業が、現在は利益がでることとなった。 わるい点＞運送業を中心に燃料費が増えてきた。 以上の結果、当事務所の顧問料に値引きの要請が来ている
164	流通業	アパレル小売販売	円安については輸入品のコストが上昇しますが、売上の単価upにつながらない。輸入インフレの可能性あります。株価上昇についての資産拡大効果による消費拡大には期待しています
165	流通業	安全衛生用品製造卸 機能性プラスチック製品製造卸	「最初に悪く、後に良くなるかも…」輸入商品の取り扱いや、製造時には石油化学材料を使うために、円安は原価上昇となり利益を圧迫する。世間の景気が上昇していく過程で、販売価格の値上げも飲んでもらえるようになれば良いが、果たして原価上昇した分だけでも飲んでもらいたいが、難易度が高そうである。
166	流通業	食品卸 野菜・果物・食品	目先はお金が動き、利益があるように思えるが、振り回されてはいけぬ。真剣に方針とビジョンを実行しないとだめに
167	流通業	食肉加工卸	良い面・・・マーケットの拡大が見込める 悪い面・・・仕入れ価格の上昇の可能性
168	流通業	ネジ・ナット販売	×原材料のUP ○輸出型企業(顧客)の活性化
169	流通業	ステンレス鋼材卸・加工品販売	円安によって落ち込んでいた輸出が増加する。海外からの流入に歯止めがかかる。悪い点は輸入資材等の高騰により資材価格が上昇し原価高に振れる。 株価上昇により企業の決算内容が上方に振れ、税収も増加する。株価上昇が消費マインドを高める。ただ今後のイタリア・スペイン等の欧州金融不安が再燃するとまた状況が変わる可能性がある 良い： 海外から国内への切り替え需要が見込める
170	流通業		悪い： 原料価格高騰
171		機械工具卸売業	得意先の中には輸出企業もあるので、好転を期待。一方、輸入価格があがるので、固定費の上昇が懸念。

## 特に影響はなし

172	サービス業	テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、テレビ、cf等主としてマスメディア広告	全然影響なし
173	サービス業	シンクタンク、コンサルタント、建築設計	とくになし。
174	サービス業	システム開発(ソフト)	特になし
175	サービス業	同友会会員で構成する異業種協同組合	特になし
176	サービス業		影響なし
177	サービス業	整骨院業	現・新政権になった結果、どの様に情勢が変化していくか見定めたい
178	サービス業	広告の企画・制作	日経平均12,500円まで、回復してほしい。
179	サービス業	広告企画制作・Webサイト制作	なし
180	サービス業	ネジメット 映像、音声製作事業、広告代理事業	特になし
181	サービス業	FC加盟飲食店、コンビニエンスストアの運営および管理	特に影響はない
182	建築業	住居リフォーム	影響なし
183	製造業	印刷物及びホームページの企画デザイン	特に影響なし
184	製造業	別注家具の製造	あまり影響はないと思う
185	製造業	製本業	内需産業なので、あまり実感が無い
186	製造業		よくわかりません。
187	製造業	化学工業薬品製造販売	変動為替相場制なので影響なし。
188	製造業	看板、標識製造。アクリル加工業	直接、売上、仕入には影響なし
189	製造業	金属研磨加工業	影響を受けていない
190	専門サービス業	経営コンサル、キャリアコンサル、起業家支援センター運営	関係なし
191	専門サービス業	都市計画、まちづくりの計画。建築・土木・造園の計画・設計。会計監査、株式公開支援、事業再生支援	影響はない。
192	専門サービス業	行政書士業務	特に影響無し
193	専門サービス業		特になし
194	専門サービス業	美容業 カット パーマ ヘアカラー お顔そり 着付け等を施術させていた ただいております	株価変動は、一般市民にとってどれだけの影響を与えることができるのかを、解り易くメディアを通じて先ずは、お知らせをすべきだと思う。 どれだけの人間が理解できているのだろうか？ 影響のいい悪いを、求めても答えられるのは、一部の方々ではないだろうか？
195	流通業	一般用医薬品の卸売販売	今のところ、時に影響はない。 影響を受けるほどの会社でもないし、影響を受けているようでは話にならない。気にしてられない。
196	流通業	通信機器の卸売、設計、施工、保守	
197	流通業	金物卸	影響はない
198	流通業	化粧品卸売業	弊社としては貿易関係がほぼ皆無のため、今のところ円安による直接的な影響はほとんど無い。株価変動についても、影響無し。
199		旅行業法による旅行業、国内海外旅行取扱	どちらになっても景気向上になれば。
200		物流加工業	特になし