

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4月～6月期）

期間：2013年5月30日～2013年6月13日

対象者：2816名

回答数：353名

P 1 : アンケート原紙

P 3 : 大阪産業構造研究会コメント

P 6 : 売上利益D I 推移

P 1 4 : 景況感・資金繰り・設備投資D I 推移

P 1 8 : 全体集計

(売上動向・利益動向・採算状況・景気動向・先行き景況感・資金繰り・銀行対応)

P 2 0 : 売上増加の要因（選択・記述）

P 2 3 : 売上減少の要因（選択・記述）

P 2 5 : 設備投資・経営上の課題（選択）

P 2 6 : 今後の力点（選択・記述）

P 3 3 : 特別項目について（数値関連）

P 3 4 : 円安・株価変動について（記述）

P 3 8 : 電気などのエネルギーの年間経費について（記述）

P 4 2 : 電気などのエネルギー対策について（記述）



【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（士業の方） 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4月～6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(1～3月)： 増 ・ 横 ・ 減	前年同期比： 増 ・ 横 ・ 減
②利益	前期比(1～3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 ・ 横ばい ・ 悪化	先行(次期) 好転 ・ 横ばい ・ 悪化
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新聞などのマスメディアでは、「アベノミクス」効果で景況感は上向きになってきているなど報道されています。今回は、この間の株高、円安は、大阪の中小企業にとってどのような影響があったのかを検証し情報発信したいと思っております。ご協力の程よろしくお願い致します。

(1) 株価変動は企業経営にどのような影響がありましたか? 下記項目よりお選びください

1. 良い影響があった 2. 悪い影響があった 3. 影響はなかった

(2) 急激な円安は企業経営にどのような影響がありましたか? 下記項目よりお選びください

1. 良い影響があった 2. 悪い影響があった 3. 影響はなかった

(3) 特別項目(1)(2)でご回答いただいたことについて、詳しくお聞かせください。

②電気などのエネルギーの値上げ実施についての影響・対策について

(1) エネルギー価格の値上げについて年間でどの程度の経費でしょうか?

() 記入例(電気:〇〇万円)(電気〇〇万円・ガス〇〇万円)

(2) エネルギー価格の値上げの実施についてどのような影響がありましたか? 下記項目よりお選びください。

1. 良い影響があった 2. 悪い影響があった 3. 影響はなかった

(3) その影響について詳しくお聞かせください。また現状どのような対策を取られていますか? そちらも詳しくご記入ください。

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
大阪市立大学大学院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准教授 藤田和史
大阪経済法科大学経済学部准教授 高橋慎二
阪南大学経済学部准教授 松村幸四郎

《ポイント》

1. 全体について、売上・利益 DI 値では、今期は大きく改善している。一方、景況感では今期は低迷しているが、次期については改善の見通しを示している。
2. 業種別で見た場合、製造業の業績は改善傾向も見られるが、まだ完全な改善基調には至っていない。アベノミクス効果は、とくに中小製造業にとってはムード先行で、実体としてあまり及んでいないと思われる。
3. 中小企業にとって、現段階におけるアベノミクス効果は、主に円安に基因する原材料・エネルギー関連の値上げによる経営への悪影響（負の効果）の方が、大きく先行しているのが現実であるとも言える。

今期（2013年4月～6月期）の景況調査は、2013年5月30日～6月13日に実施され、対象2,816社、回答354社、回収率12.6%であった。回答先の業種・割合は、サービス業82社・23.2%、運輸業8社・2.3%、建築業26社・7.3%、製造業115社・32.5%、専門サービス業（士業の方）46社・13.0%、通信情報業6社・1.7%、流通業41社・11.6%、空白30社・8.5%である。以下では、今期の景況調査結果について、前期までの調査結果との比較を取り入れながら、特徴等をコメントする。

1. 売上・利益動向について

(1) 全体の動向

2011年1期～2013年2期における全体の前期比の売上DI値、利益DI値の推移を見ると、両者とも同じような動きを示している。前年同月期比の場合では、2012年2～3期は売上DI値が悪化、利益DI値が改善、2012年4期～2013年1期は売上DI値が改善、利益DI値が悪化と、若干異なる動きを見せているが、前期比、前年同月期比に共通して読み取ることができるのは、売上DI値、利益DI値ともに今期は前期に比べ、大きく改善している点である。

(2) 業種別の動向

前期比については、売上DI値で建築業、専門サービス業、前年同月期比については、売上DI値、利益DI値で製造業が悪化している以外は、大きく改善している。製造業については、前期比での売上・利益DI値は大きく改善しているが、前年同月期比ではともに悪化しており、対照的な結果となっている。このように、製造業の業績は改善傾向も見られるが、まだ完全な改善基調にまでには至っていないと思われる。

2. 景気動向について

(1) 全体の動向

景況感DIの推移を見ると、全体では2012年2～4期に大きく悪化したが、2013年1期は大きく改善した。しかし、2013年2期（今期）は低迷している。また、次期の景気動向（先行き）について尋ねた結果を見ると、DI値はプラスに転じ改善傾向を示している。このように、1. で見た売上・利益の動向と比してやや遅れての追隨した動きが見られる。

(2) 業種別の動向

今期マイナスの景況感DI値を示したのは製造業と流通業であった。また、次期の景気動向について尋ねた結果を見ると、流通業のみマイナスのDI値を表している。しかし、今期のDI値に比して大きく改善している。さらに、製造業のDI値はプラスに転じ、改善の見通しを示しているが、他業種に比して弱い動き

となっている。

3. 売上増加・減少の要因について

(1)売上増加の要因（前年同月比）

売上増加の要因として、全体では「営業力の強化」、「新規販路・新分野の開拓」と続いており、営業・販売力の強化に対する努力が、売上増加に結びついていることがわかる。

(2)売上減少の要因（前年同月比）

売上減少の要因として、全体では「国内需要の減少」、「販売・受注価格の減少」、「他社との競合状態の悪化」と続いており、上位は前期調査と同様の傾向が続いている。

1. (2)で見た、前年同月比で売上・利益 DI 値が悪化している製造業の場合については、「国内需要の減少」、「他社との競合状態の悪化」、「販売・受注価格の減少」と順位は入れ替わるが、全体と同様の傾向を示している。このうち、「国内需要の減少」の回答割合が高いのが目立つ。この製造業に注目し、減少の特徴・原因にかんする記述を見てみると、「設備投資の減少」「受注製品が海外に流れてしまった」に代表されるような記述が多く見られる。さらに設備投資の動向について、設備投資 DI の推移を見ると、全体として 2013 年 1 期は前期に比べて持ち直し（改善）が見られたが、2013 年 2 期（今期）は低迷している。さらに、設備投資、新規出店、規模拡大などの投資計画について尋ねた今期調査の全体の結果を見ると、「今期中にある（1 年以内）」は 28.7%に留まり、一方「ない」は 52.4%にも及んでいる。

この間見られたアベノミクス効果は、中小製造業にとってはムード先行で、実体として取引先企業の設備投資増加、需要の高まりという形ではあまり及んでいないと思われる。

4. 経営上の問題点・対応策について

(1)経営上の問題点

経営上の問題点として、全体では「民間需要の停滞」、「社員教育」、「仕入単価の上昇・高止まり」と続いており、このうち製造業について見ても、「民間需要の停滞」は最も回答割合が高い。3. (2)で見た通り、需要低迷が現状として続いていることが、この結果からも確認できる。

(2)経営上の対応策

今後の経営上の力点として、全体では「営業力の強化」、「新規販路分野開拓」、「社員能力のアップ」と続いている。前項の意識と関連して、限られた需要を掘り起こしていくために、今後も営業・販売力の強化に対する努力が必要と感じている企業が多い。そのためには、人材育成も欠くことができない。そのことが「社員能力のアップ」に対する思いへとつながっていると考えられる。以上の力点にかんする意識は、具体的記述を見ても、広く各業種で重なるところが多い。

5. 【特別項目】株価変動・円安の影響について

前期調査では、円安・株価変動の影響について一括して尋ねている。記述式回答で、全回答分（200 社）を分類すると、「良い影響がある・良いと思う」（39 社・19.5%）、「悪い影響がある」（92 社・46.0%）、「良い影響も悪い影響もある」（40 社・20.0%）、「特に影響なし」（29 社・14.5%）であり、「悪い影響」のほうが「良い影響」を大きく上回る結果となっていた。一方、今回調査では、「株価変動」「円安」を別々に尋ねている。

(1)株価変動の影響

今期調査での株価変動の影響として、全体では、「影響はなかった」（86.6%）、「良い影響があった」（9.0%）、「悪い影響があった」（4.5%）であった。「影響なし」がほとんどを占め、業種別の回答割合を見ても、とくに大きな違いは見受けられない。全業種において「影響は特になし」（製造業）に代表されるような記述が多く見られる。また、「アベノミクスは何の効果も影響もなく、よそ様のお話して言う感じです」（サービス業）、「世の中の景気の影響はすぐにこない。1 年後あたりに影響するのでは」（通信情報業）といった記述が見られるなど、アベノミクス効果はムード先行で、総じて中小企業経営に良い影響をもたらすところまで至っていないという現状を捉えることができる。

(2)円安の影響

今期調査での円安の影響として、全体では、「影響はなかった」（62.7%）、「良い影響があった」（5.7%）、

「悪い影響があった」(31.6%)であった。前項の株価変動の影響とは異なり、「影響はなかった」の回答割合は減り、「悪い影響があった」の回答割合が「良い影響があった」を大きく上回る結果となっている。また、前期調査でも円安の悪影響にかんする記述回答が全般に多く見られたが、今回も同様の傾向が続いている。とくに「悪い影響があった」との回答割合が目立った製造業、流通業の記述内容を見ると、「原材料・エネルギーすべて価格が上がり原価コスト増大」「円安は、海外調達部品に直接関係し、購入品価格高騰になり売価に反映できず、利益圧迫の要因になる」(以上、製造業)、「円安による仕入商品の原価増。販売価格に転嫁しきれない」(流通業)に代表されるような記述が多く見られる。

6. 【特別項目】電気などのエネルギーの値上げについて

5. (2)で見た円安による影響のなかで、原材料価格とともに、エネルギーの値上げについても取り上げられていたが、今期調査では新たに電気などのエネルギーの値上げについて、その影響・対策を尋ねている。

エネルギー値上げの影響として、全体では、「影響はなかった」(51.7%)、「悪い影響があった」(47.7%)、「良い影響があった」(0.7%)であった。「影響はなかった」とする回答が最も多かったが、それに匹敵するくらい「悪い影響があった」との回答があり、あらためて、昨今のエネルギー値上げの影響は、広く中小企業経営に悪影響を与えていることが確認できる。ここでも、「悪い影響があった」との回答割合でとくに製造業が目立つ。エネルギーコストの実態にかんする記述を見てみると、「11年度比で12年度は電気200万円、都市ガス600万円値上がり。さらに今年度は電気20%値上げで800万円上がり、別途、円安による原材料調整分が上乘せとなる。」(製造業)との記述が見られ、先に見た原材料価格に加え、エネルギー値上げも加わり、ダブルパンチの状況に苦しんでいる。

そうした中、エネルギー値上げに対する対策についての記述回答を見てみると、「節電、経費節約」(建築業)に代表されるような記述が多く見られる。また節電の具体的な方法についての記述も多く見られるが、「デマンド監視装置の導入」(製造業)などがある。このエネルギー値上げ分の価格転嫁については、「販売価格に転嫁できないので、コスト負担のみ増加している」「価格アップ分を売価に反映できず、利益を圧迫」(以上、製造業)といった記述も見られ、厳しい状況にあると言える。

7. 業種別の現状の把握と課題

これまで大阪産業構造研究会では、毎期の景況調査結果を受けてその分析と考察を進め、「コメント」としてまとめ公表してきた。本調査には記述回答を多く取り入れるなど、選択回答だけでは読み取ることが難しい現場の声を考察に反映させる工夫が施されてきた。今回の研究会では、さらに考察を深めるために、大阪同友会会員企業から専門サービス業(税理士事務所)、流通業(水産物仲卸業者)の方をゲストとしてお招きし、企業経営を通した内外の動向についてお話を伺う機会を設定した。

専門サービス業については、例えば今期調査の売上DI値(前年同月比)を見てみると、「増加」が「減少」を大きく上回りプラスとなっている。売上増につながったと思われる取組みの中身についての記述回答を見ると、「地道な営業」など、顧客獲得への取組みにかんする記述が複数見られる。この営業力にかんしては、今後の経営上の力点を尋ねた結果においても、他の業種に比して最も高い回答割合となっている。さらに力点に関する具体的記述を見ると、社員確保・教育にかんする記述が多く見られる。このように、すでに士業界において、営業の強化を意識し実践してきた結果が、今期調査結果にも重なる点がある点があらためて確認された。さらに、これから士業界においても営業力を一層強化していくことが必要であり、そのためには人材育成がキーポイントになることが示された。

流通業については、例えば2. で見た景況動向では、唯一流通業だけが今期・次期(先行き)の景況感DI値がマイナスであり(しかし、次期は今期に比べて大きく改善傾向を示している)、厳しい経営環境にあることがあらためて確認された。流通システム、消費者の価値観・行動様式が大きく変わるなか、その変化に応じた経営の変革が必要であり、今回の研究会では、ゲストの方の企業も、仲卸業を中心に小売分野に進出するなど、事業分野を拡大させ、従業員と一丸となって需要獲得に取り組まれてきたことなどが紹介された。

以上のように、こうした2業種だけでも、業界内外の事情は異なる。業種ごとの特質をより鮮明にし、課題を見出していくことが研究会の今後の課題となる。一方、他の業種も含めて共通して言えることは、限られた需要を獲得する、新たな需要を創出するためには、経済社会環境の変化を読み、それに適応させる供給力を生み出す経営革新を、業界・企業内のこれまでの常識・慣行を変えて取り組んでいく覚悟と実行力が、これからの中小企業経営にあらためて求められていることであろう。アベノミクス効果は、その恩恵を待っているのではなく、自分で良い結果を取りに行くという姿勢で企業経営に取り組むことが必要ではないだろうか。

以上

大阪同友会定点景況調査集計2013年4月～6月期

期間:2013年5月30日～6月13日

354名回答

(サービス業:82名 運輸業:8名 建築業:26名 製造業:115名 専門サービス業:46名
通信情報業:6名 流通業:41名 空白:30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	2期
サービス業	5.9	30.5
運輸業	33.3	37.5
建築業	9.4	0.0
製造業	-15.9	-1.8
専門サービス業	25.0	18.2
通信情報業	30.0	100.0
流通業	12.8	12.2
統計	-1.4	12.9

売上前年同月期比 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	2期
サービス業	10.9	23.8
運輸業	46.2	50.0
建築業	3.3	8.3
製造業	-5.1	-12.7
専門サービス業	30.6	32.5
通信情報業	40.0	50.0
流通業	-19.6	10.0
統計	2.8	9.3

(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	2期
サービス業	1.0	23.8
運輸業	0.0	75.0
建築業	-3.0	3.8
製造業	-20.8	-7.1
専門サービス業	10.3	15.9
通信情報業	-20.0	40.0
流通業	-16.7	9.8
統計	-10.2	8.7

利益前年同月期 2011年

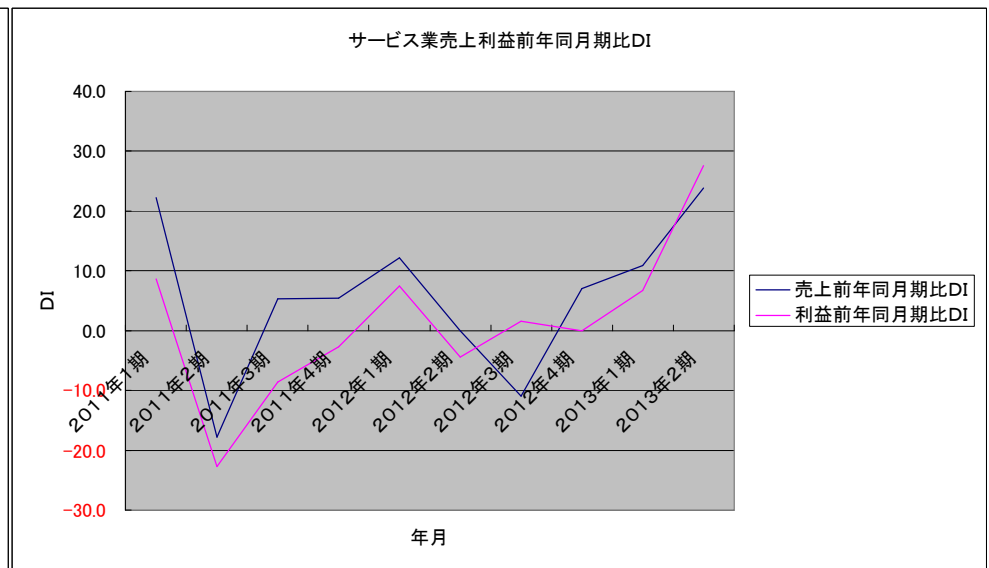
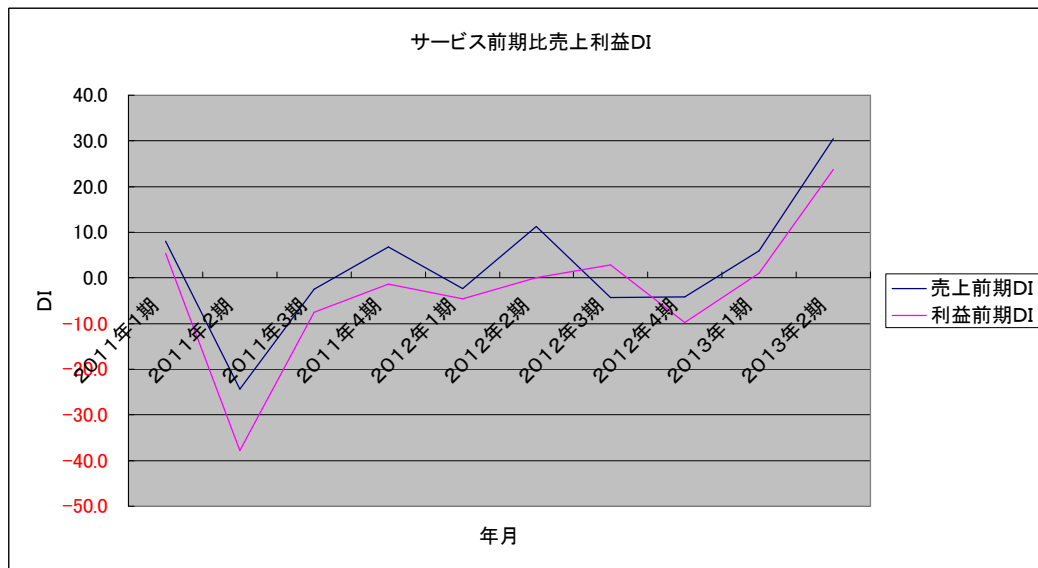
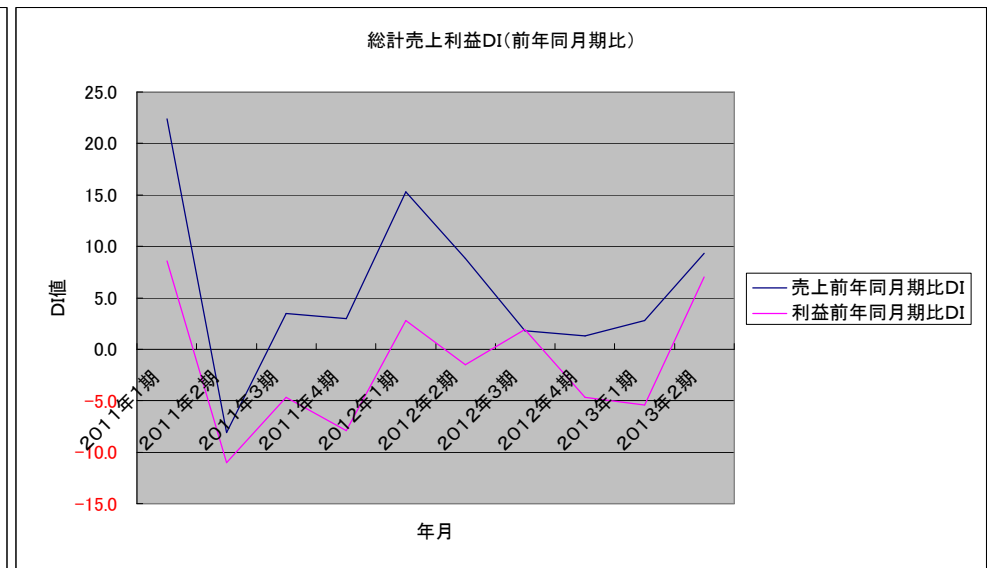
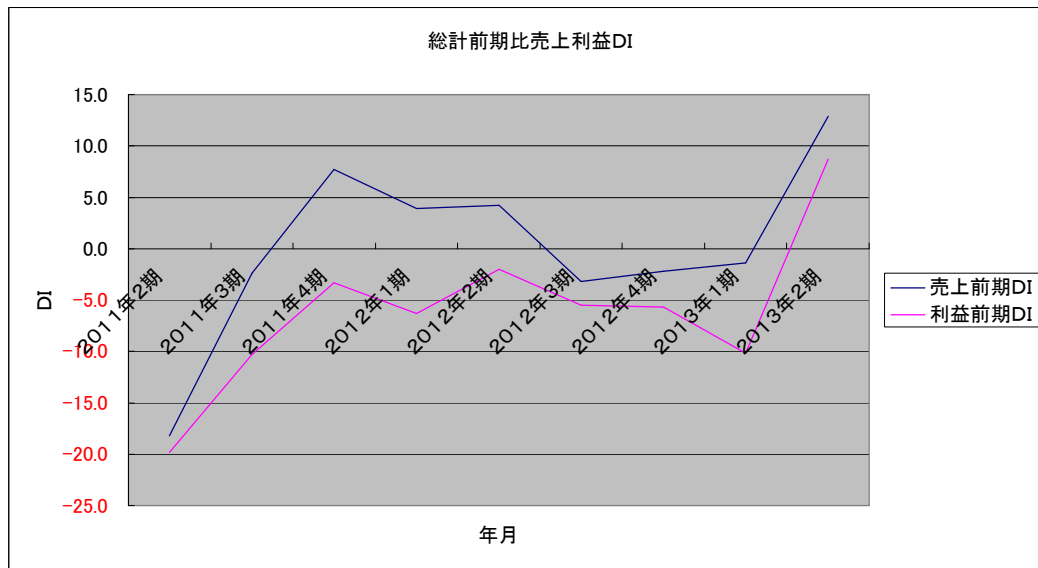
	1期	2期	3期	4期
サービス業	8.6	-22.7	-8.6	-2.7
運輸業	22.2	22.2	-10.0	9.1
建築業	-36.3	-3.0	-44.0	-28.6
製造業	3.1	-13.1	1.8	-8.7
専門サービス業	29.6	-5.6	6.5	-7.1
通信情報業	40.0	-25.0	25.0	-18.2
流通業	19.4	-8.8	0.0	-9.3
統計	8.6	-11.0	-4.7	-7.9

2012年

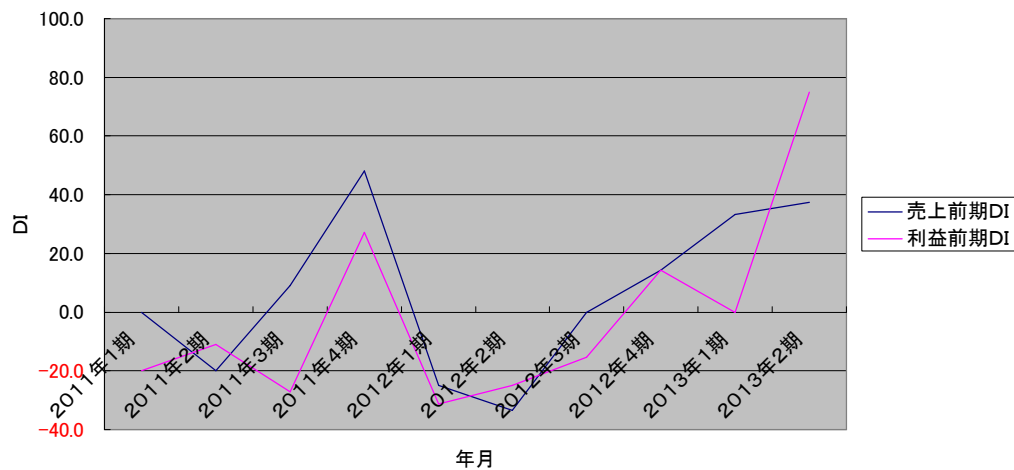
	1期	2期	3期	4期
サービス業	7.5	-4.4	1.6	0.0
運輸業	-12.5	-27.3	0.0	0.0
建築業	0.0	12.9	-2.8	-23.7
製造業	-3.8	-0.9	8.2	-11.5
専門サービス業	8.7	-4.0	5.5	1.6
通信情報業	9.1	0.0	-16.7	-42.9
流通業	6.0	5.7	0.0	0.0
統計	2.8	-1.5	1.9	-4.7

2013年

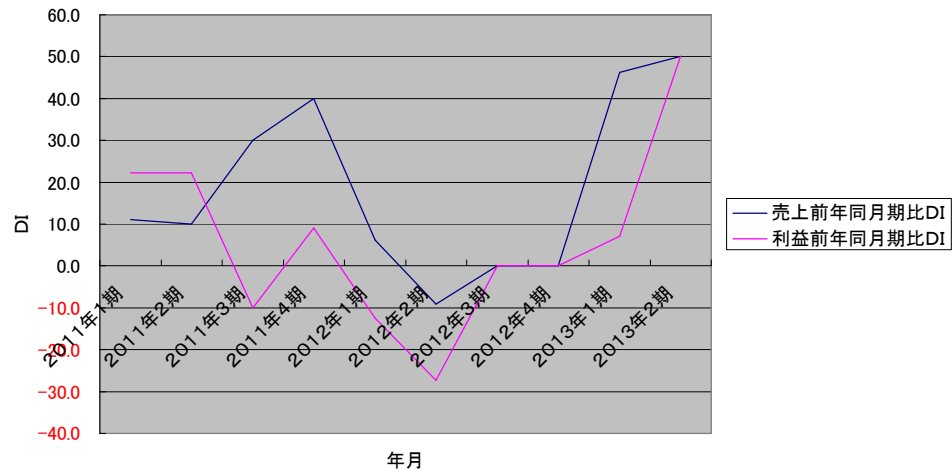
	1期	2期
サービス業	6.7	27.6
運輸業	7.1	50.0
建築業	-13.3	4.2
製造業	-11.8	-16.5
専門サービス業	21.6	36.6
通信情報業	0.0	20.0
流通業	-23.9	2.6
統計	-5.4	7.0



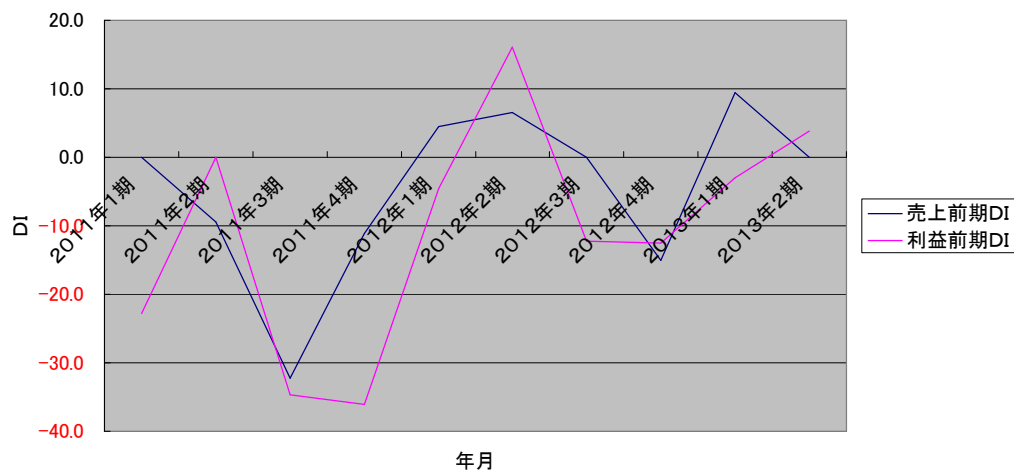
運輸業売上利益前期比DI



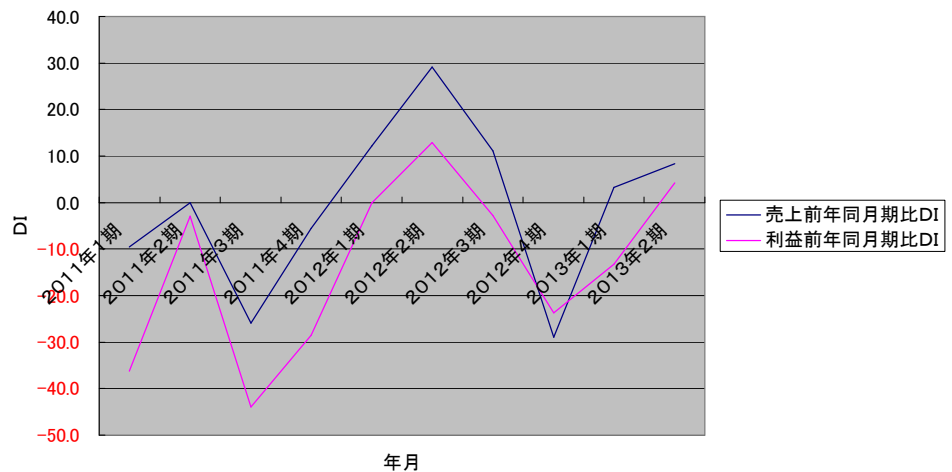
運輸業売上利益前年同月期比

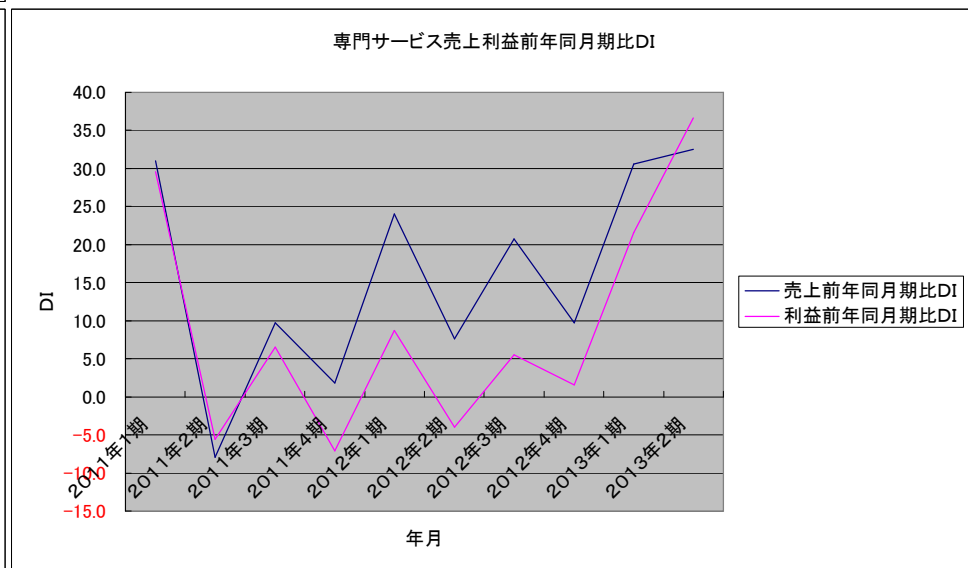
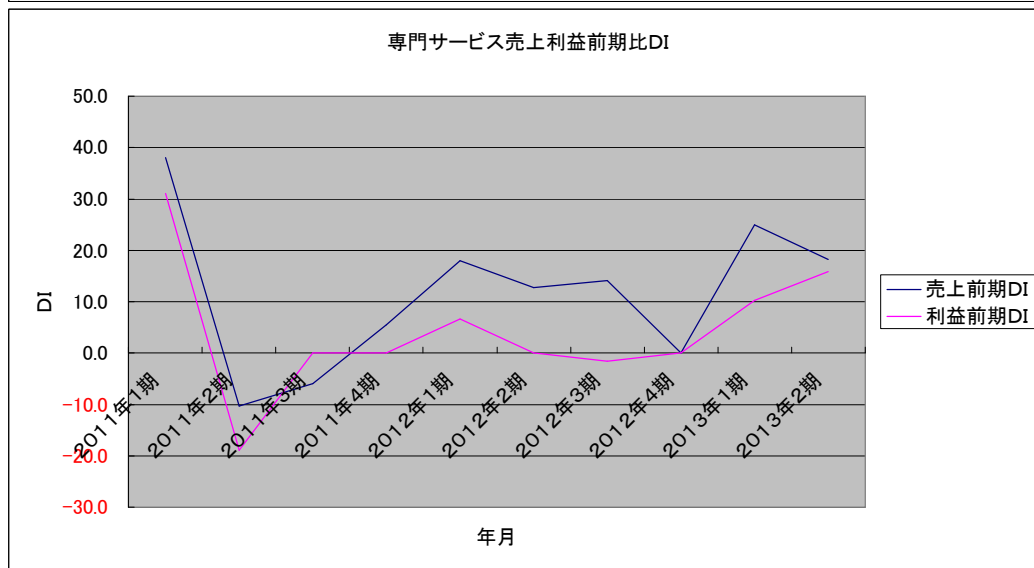
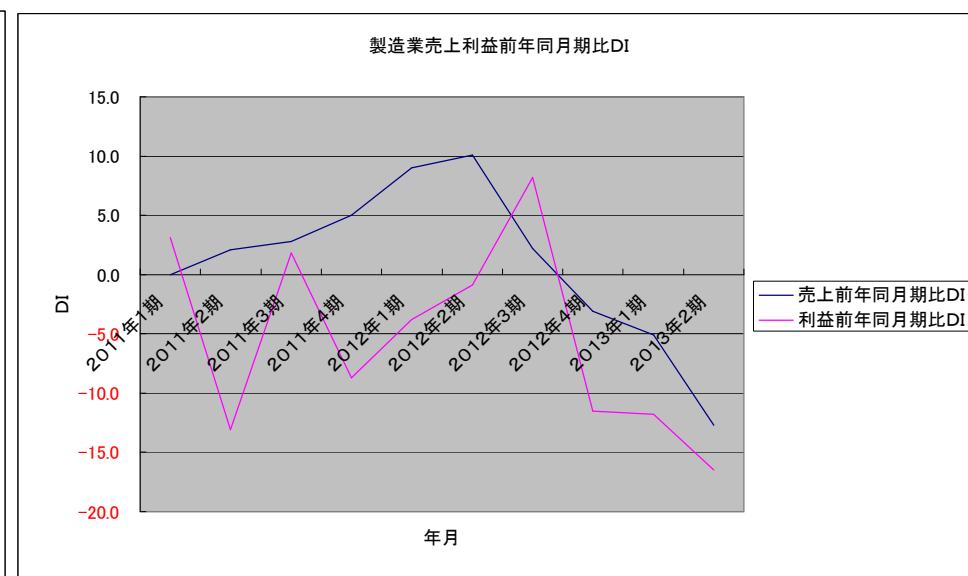
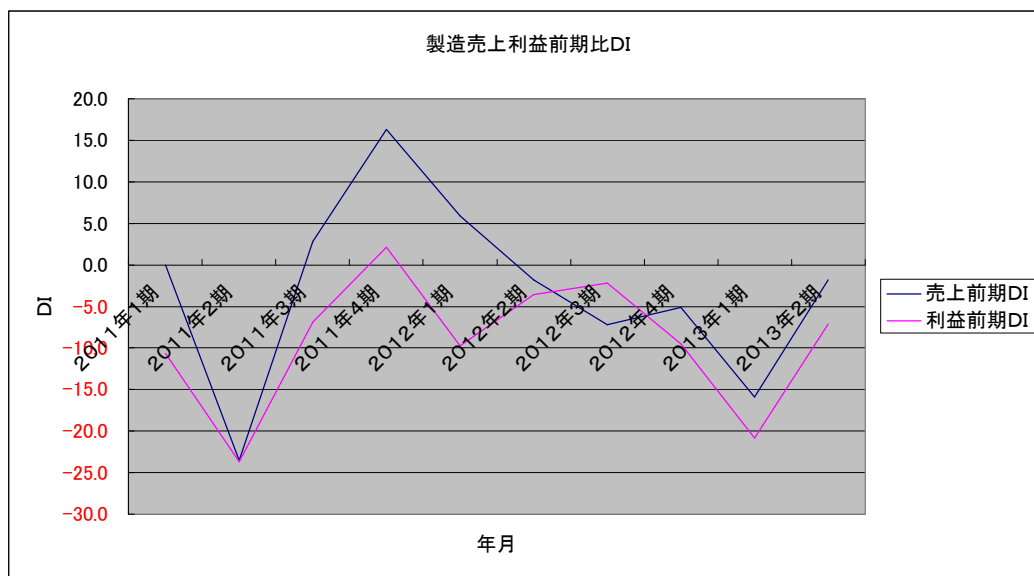


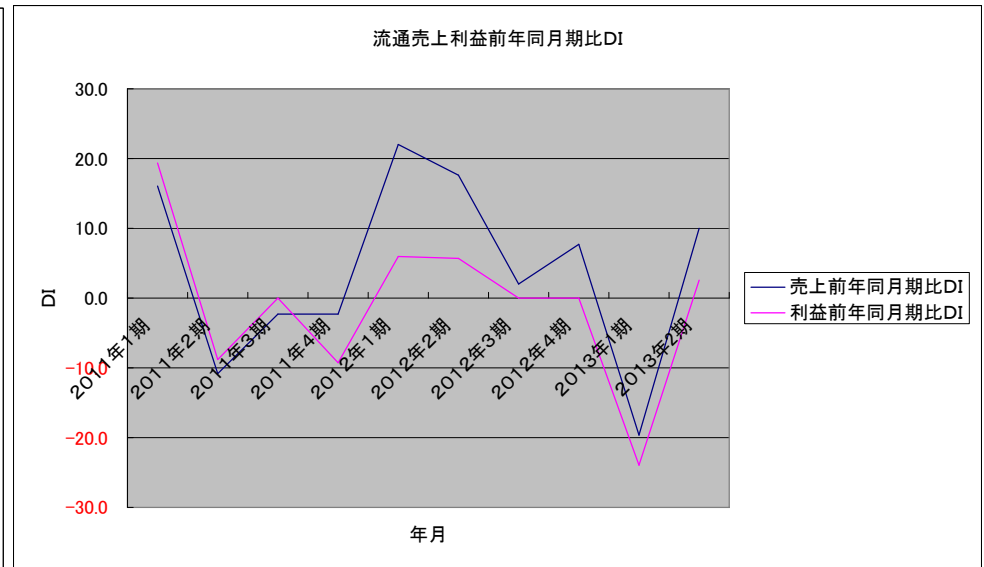
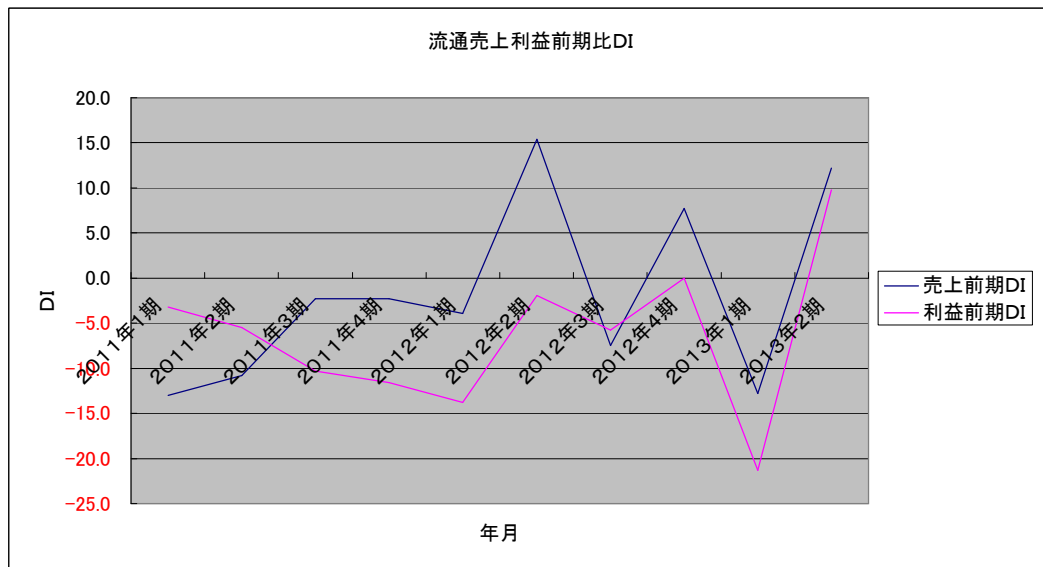
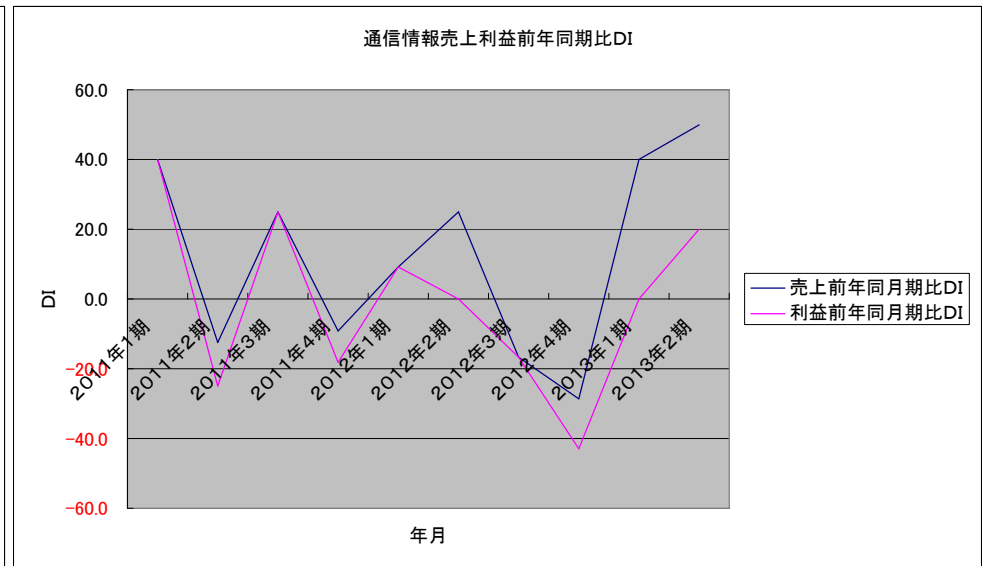
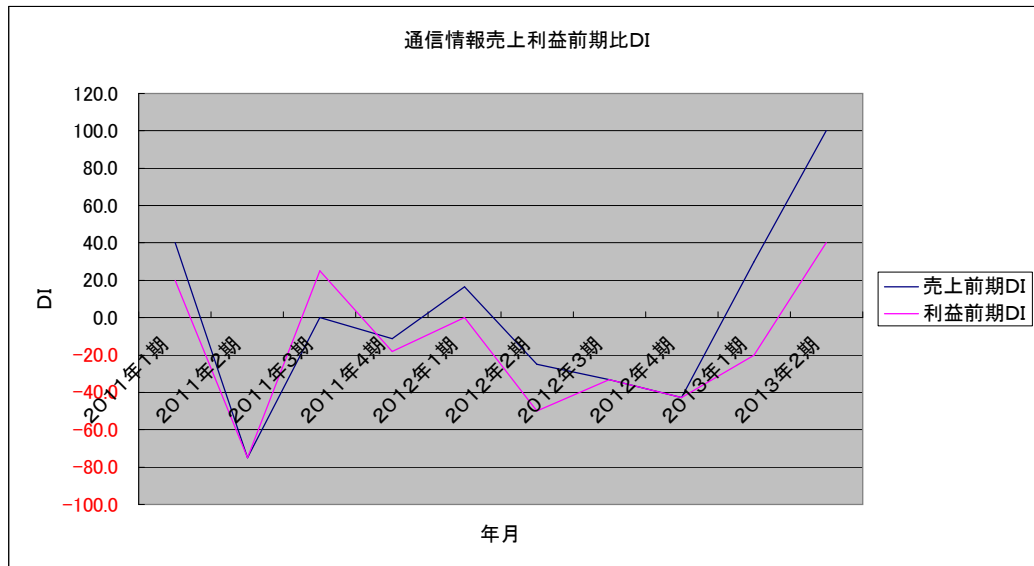
建築業売上利益前期比DI



建築業売上利益前年同月期比DI







(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	2013年2期
サービス業		-44.3	-16.5	-27.7	-26.2	-50.0	5.6	1.2
運輸業		-60.0	-40.0	-45.5	-33.3	-71.4	-14.3	25.0
建築業		-31.3	-19.0	0.0	-40.0	-45.9	22.6	4.0
製造業		-25.5	-35.1	-35.8	-32.6	-50.8	-1.4	-21.4
専門サービス業		-28.8	-23.0	-10.0	-39.3	-29.0	27.3	9.3
通信情報業		-27.3	-9.1	-25.0	16.7	-14.3	22.2	40.0
流通業		-50.0	-24.5	-36.7	-60.4	-67.3	-15.6	-34.1
統計		-35.0	-25.2	-28.1	-37.3	-47.2	2.6	-8.5

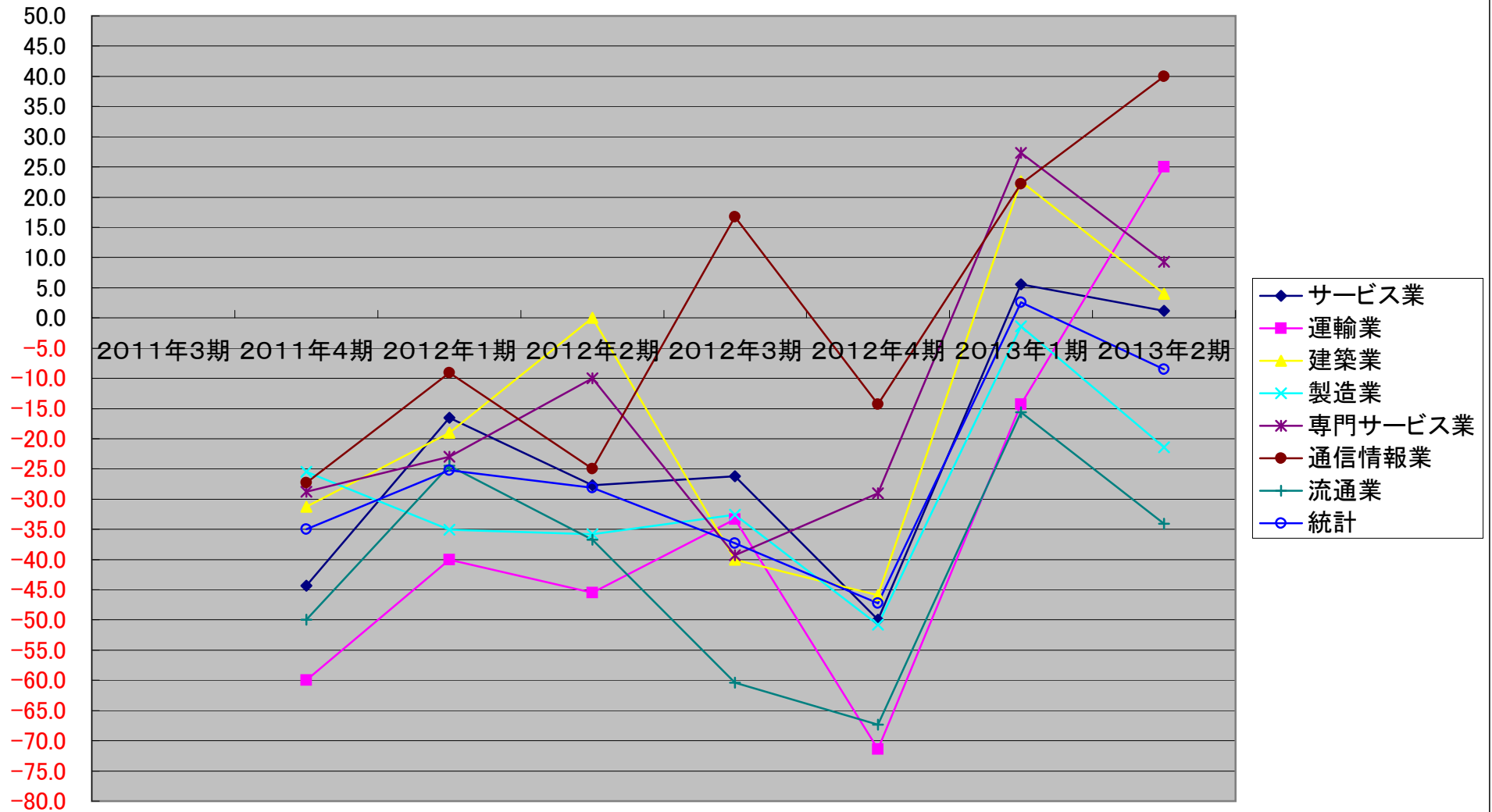
(4)資金繰りDI推移

	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	2013年2期
サービス業	-10.8	-32.0	-20.2	-18.8	-24.3	-21.2	-13.1	-13.8
運輸業	-40.0	-27.3	-31.3	-33.3	-21.4	-28.6	-13.3	-12.5
建築業	-52.3	-30.6	-28.9	-19.4	-14.6	-20.5	-23.5	-30.8
製造業	22.6	-7.8	-5.9	-7.0	0.0	-7.9	-6.1	-10.5
専門サービス業	-16.1	-14.3	-10.4	-5.3	-19.0	-12.1	-7.7	2.2
通信情報業	0.0	-18.2	-16.7	-50.0	-66.7	-42.9	-40.0	20.0
流通業	-21.6	-14.0	-13.7	-10.0	-11.3	-11.3	-4.2	-10.3
統計	-6.3	-17.3	-14.0	-12.7	-12.3	-13.2	-11.8	-12.8

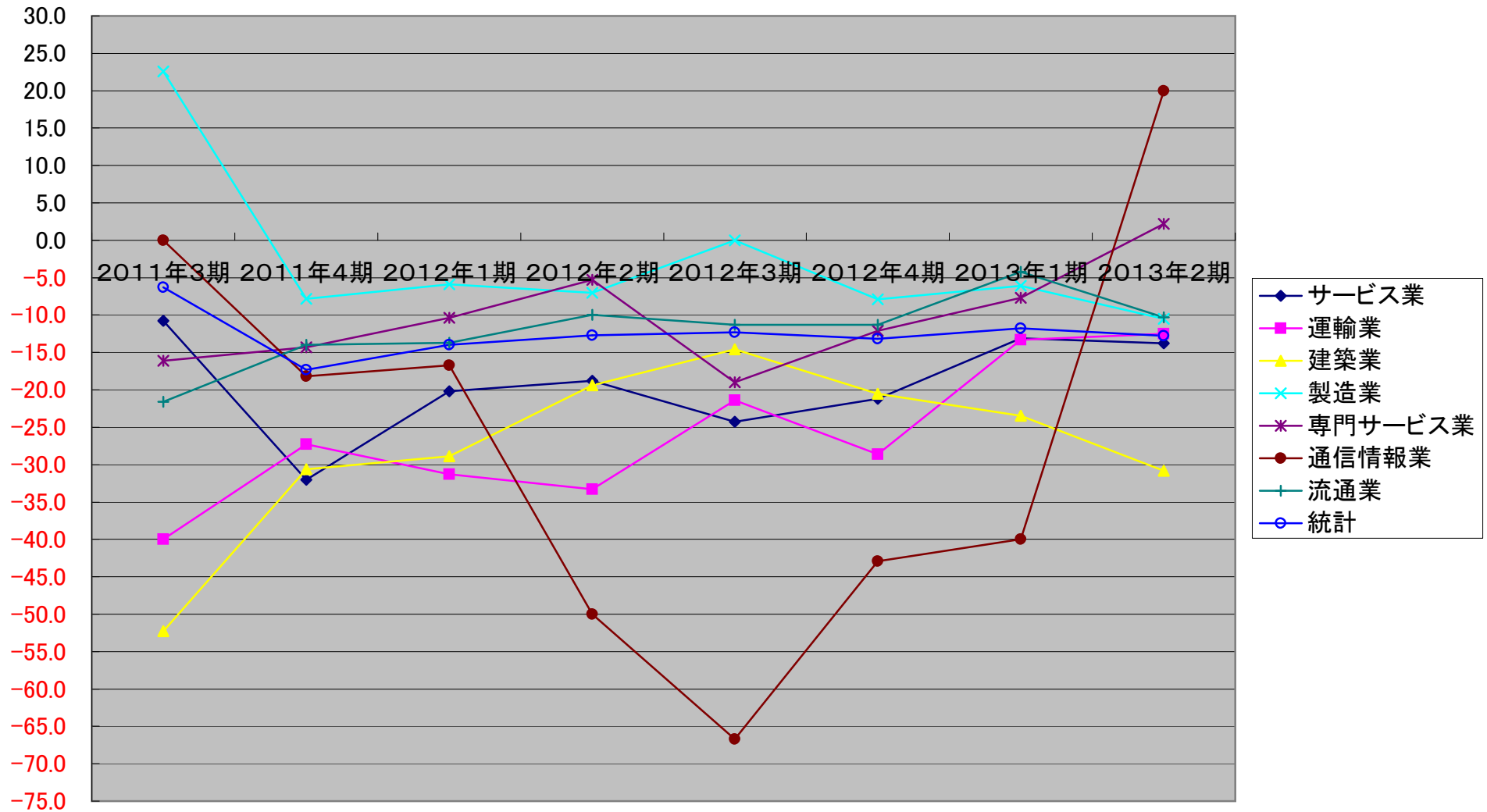
(5)設備投資DI推移

	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	2013年2期
サービス業	-25.0	-64.8	-32.5	-39.1	-39.7	-50.0	-25.8	-16.9
運輸業	-63.6	-30.0	-53.3	-33.3	0.0	-40.0	14.3	75.0
建築業	-64.0	-47.2	-65.0	-53.6	-68.3	-70.0	-53.3	-78.3
製造業	-21.0	-28.8	-19.2	-3.7	-14.1	-11.2	0.7	-1.9
専門サービス業	-57.2	-33.9	-60.3	-61.8	-41.3	-49.3	-51.4	-63.6
通信情報業	-100.0	-50.0	0.0	-50.0	-80.0	0.0	11.1	25.0
流通業	-48.8	-61.9	-50.0	-26.5	-40.4	-45.1	-25.5	-33.0
統計	-37.7	-42.9	-40.2	-30.5	-33.6	-36.5	-20.2	-23.8

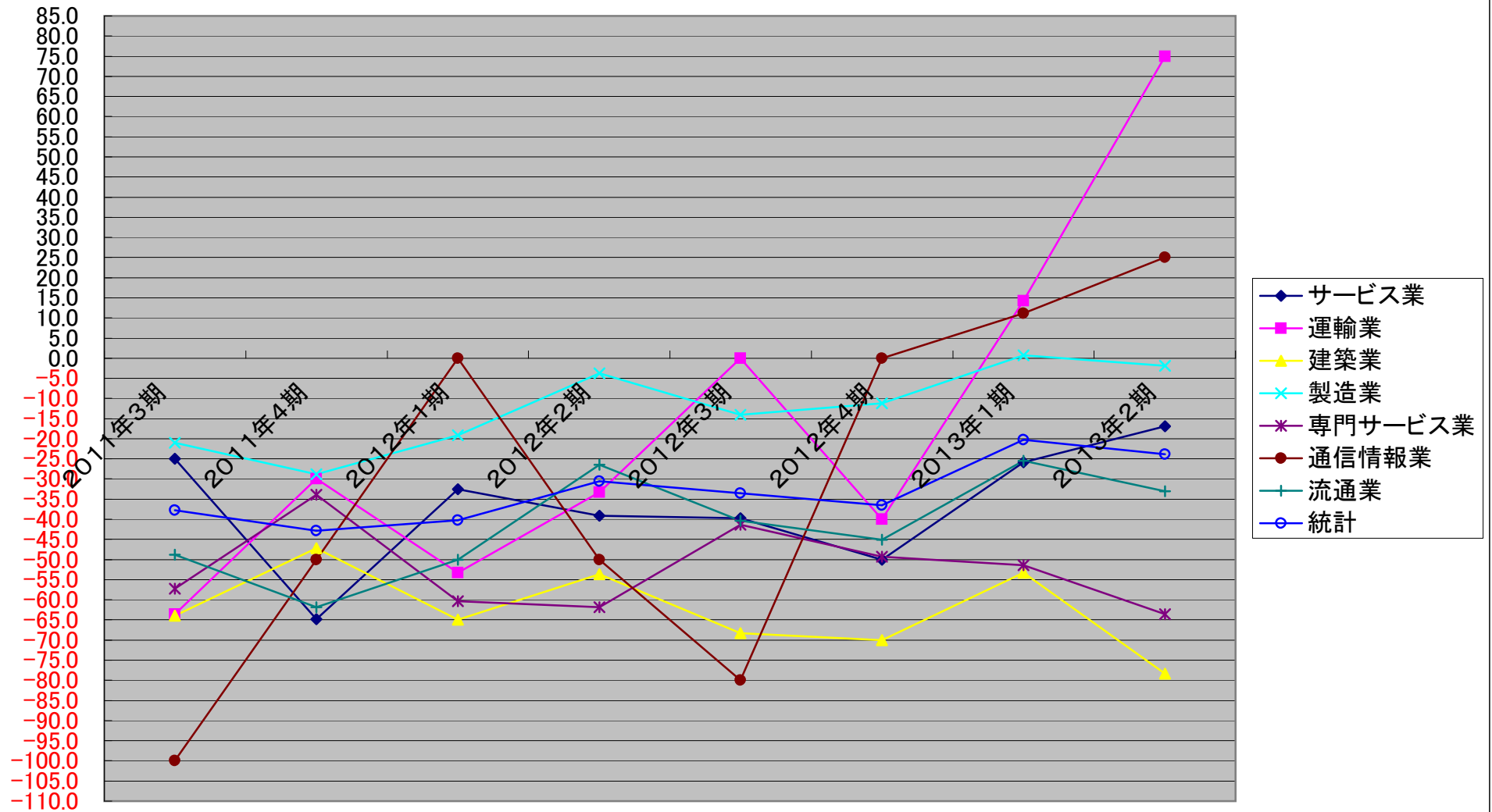
景況感DI



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

① 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	38	46.3%	31	37.8%	13	15.9%	82
運輸業	4	50.0%	3	37.5%	1	12.5%	8
建築業	10	38.5%	6	23.1%	10	38.5%	26
製造業	32	28.1%	48	42.1%	34	29.8%	114
専門サービス業(土業の方)	16	36.4%	20	45.5%	8	18.2%	44
通信情報業	5	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	5
流通業	17	41.5%	12	29.3%	12	29.3%	41
(空白)	7	25.0%	15	53.6%	6	21.4%	28
総計	129	37.1%	135	38.8%	84	24.1%	348

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	35	43.8%	29	36.3%	16	20.0%	80
運輸業	5	62.5%	2	25.0%	1	12.5%	8
建築業	10	41.7%	6	25.0%	8	33.3%	24
製造業	24	21.8%	48	43.6%	38	34.5%	110
専門サービス業(土業の方)	18	45.0%	17	42.5%	5	12.5%	40
通信情報業	3	75.0%		0.0%	1	25.0%	4
流通業	15	37.5%	14	35.0%	11	27.5%	40
(空白)	7	26.9%	13	50.0%	6	23.1%	26
総計	117	35.2%	129	38.9%	86	25.9%	332

② 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	33	41.3%	33	41.3%	14	17.5%	80
運輸業	7	87.5%		0.0%	1	12.5%	8
建築業	10	38.5%	7	26.9%	9	34.6%	26
製造業	29	25.7%	47	41.6%	37	32.7%	113
専門サービス業(土業の方)	14	31.8%	23	52.3%	7	15.9%	44
通信情報業	3	60.0%	1	20.0%	1	20.0%	5
流通業	15	36.6%	15	36.6%	11	26.8%	41
(空白)	7	25.0%	13	46.4%	8	28.6%	28
総計	118	34.2%	139	40.3%	88	25.5%	345

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	43.4%	31	40.8%	12	15.8%	76
運輸業	5	62.5%	2	25.0%	1	12.5%	8
建築業	8	33.3%	9	37.5%	7	29.2%	24
製造業	23	21.1%	45	41.3%	41	37.6%	109
専門サービス業(土業の方)	20	48.8%	16	39.0%	5	12.2%	41
通信情報業	2	40.0%	2	40.0%	1	20.0%	5
流通業	11	28.2%	18	46.2%	10	25.6%	39
(空白)	8	30.8%	8	30.8%	10	38.5%	26
総計	110	33.5%	131	39.9%	87	26.5%	328

③ 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	38	46.9%	25	30.9%	18	22.2%	81
運輸業	5	62.5%	3	37.5%	0	0.0%	8
建築業	6	23.1%	13	50.0%	7	26.9%	26
製造業	37	32.7%	48	42.5%	28	24.8%	113
専門サービス業(土業の方)	23	51.1%	14	31.1%	8	17.8%	45
通信情報業	4	80.0%	1	20.0%		0.0%	5
流通業	22	53.7%	13	31.7%	6	14.6%	41
(空白)	8	28.6%	11	39.3%	9	32.1%	28
総計	143	41.2%	128	36.9%	76	21.9%	347

④景気動向

業種	好転	割合	横ばい	割合	悪化	割合	総計
サービス業	15	18.5%	52	64.2%	14	17.3%	81
運輸業	3	37.5%	4	50.0%	1	12.5%	8
建築業	6	24.0%	14	56.0%	5	20.0%	25
製造業	11	9.8%	66	58.9%	35	31.3%	112
専門サービス業(土業の方)	7	16.3%	33	76.7%	3	7.0%	43
通信情報業	3	60.0%	1	20.0%	1	20.0%	5
流通業	3	7.3%	21	51.2%	17	41.5%	41
(空白)	2	7.4%	22	81.5%	3	11.1%	27
総計	50	14.6%	213	62.3%	79	23.1%	342

⑤景況感先行き

業種	好転	割合	横ばい	割合	悪化	割合	総計
サービス業	19	27.5%	37	53.6%	13	18.8%	69
運輸業	5	62.5%	3	37.5%	0	0.0%	8
建築業	7	30.4%	12	52.2%	4	17.4%	23
製造業	20	19.4%	64	62.1%	19	18.4%	103
専門サービス業(土業の方)	6	16.2%	27	73.0%	4	10.8%	37
通信情報業	2	50.0%	2	50.0%	0	0.0%	4
流通業	6	15.8%	24	63.2%	8	21.1%	38
(空白)	4	17.4%	15	65.2%	4	17.4%	23
総計	69	22.6%	184	60.3%	52	17.0%	305

⑥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	12	15.0%	45	56.3%	23	28.8%	80
運輸業	0	0.0%	7	87.5%	1	12.5%	8
建築業	3	11.5%	12	46.2%	11	42.3%	26
製造業	17	14.9%	68	59.6%	29	25.4%	114
専門サービス業(土業の方)	7	15.6%	32	71.1%	6	13.3%	45
通信情報業	1	20.0%	4	80.0%	0	0.0%	5
流通業	7	17.9%	21	53.8%	11	28.2%	39
(空白)	0	0.0%	16	61.5%	10	38.5%	26
総計	47	13.7%	205	59.8%	91	26.5%	343

⑦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	10	12.5%	67	83.8%	3	3.8%	80
運輸業	4	50.0%	4	50.0%	0	0.0%	8
建築業	1	3.8%	23	88.5%	2	7.7%	26
製造業	10	8.8%	102	89.5%	2	1.8%	114
専門サービス業(土業の方)	2	5.3%	35	92.1%	1	2.6%	38
通信情報業	0	0.0%	5	100.0%	0	0.0%	5
流通業	3	7.7%	35	89.7%	1	2.6%	39
(空白)	0	0.0%	20	90.9%	2	9.1%	22
総計	30	9.0%	291	87.7%	11	3.3%	332

(2) 売上の増加と減少の要因に関して

①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	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合	⑥	割合	⑦
サービス業	18	26.5%	10	14.7%	2	2.9%	8	11.8%	6	8.8%	4	5.9%	9
運輸業	3	20.0%	2	13.3%	1	6.7%	1	6.7%	1	6.7%	1	6.7%	4
建築業	7	31.8%	2	9.1%	2	9.1%	4	18.2%	1	4.5%	1	4.5%	1
製造業	5	9.1%	4	7.3%	5	9.1%	8	14.5%	8	14.5%	3	5.5%	4
専門サービス業(士業の方)	12	33.3%	6	16.7%	0	0.0%	4	11.1%	0	0.0%	5	13.9%	4
通信情報業	1	14.3%	1	14.3%	0	0.0%	2	28.6%	1	14.3%	1	14.3%	0
流通業	6	25.0%	1	4.2%	1	4.2%	5	20.8%	3	12.5%	1	4.2%	3
(空白)	3	25.0%	1	8.3%	0	0.0%	2	16.7%	3	25.0%	1	8.3%	1
総計	55	23.0%	27	11.3%	11	4.6%	34	14.2%	23	9.6%	17	7.1%	26
業種	⑧	割合	⑨	割合	⑩	割合	⑪	割合	⑬	割合	⑭	割合	総計
サービス業	5	7.4%	2	2.9%	1	1.5%	1	1.5%	0	0.0%	2	2.9%	68
運輸業	0	0.0%	1	6.7%	0	0.0%	0	0.0%	1	6.7%	0	0.0%	15
建築業	3	13.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.5%	22
製造業	9	16.4%	2	3.6%	2	3.6%	0	0.0%	3	5.5%	2	3.6%	55
専門サービス業(士業の方)	2	5.6%	2	5.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.8%	36
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	14.3%	7
流通業	2	8.3%	0	0.0%	1	4.2%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.2%	24
(空白)	1	8.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	12
総計	22	9.2%	7	2.9%	4	1.7%	1	0.4%	4	1.7%	8	3.3%	239

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

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UP記述
1 サービス業	FCのコンサルティングサービス	業界に特化したサービスをする。
2 サービス業	中古トラック部品販売	インターネットによる新規顧客拡大と人材育成・共育の結果
3 サービス業	商社	輸入の商品
4 サービス業	不動産仲介、不動産コンサルティング、内装請負、インテリア販売 タレントマネジメント	スタッフ一人増員
5 サービス業	映像音声制作事業 人材派遣	新規事業の成長
6 サービス業	エレベーター・エスカレーター等 昇降機 輸送機器の保守管理	古くなったエレベーターをリニューアルする、工事の受注が増えた。 その工事に必要な、政府の認証も取得した。
7 サービス業	オートバイ販売 レンタル 中古車 買取	少しずつ営業力、サービス力がついてきていると思います。又買取の 強化によりいい中古車特にハーレが仕入れられているのが大きいと考えて います。
8 サービス業	企業のイメージアップのための WEB企画、製作	人員の増加と教育の強化
9 サービス業	自動車整備、販売	今までの地域密着活動が実を結び始めたかも？
10 サービス業	文化サービス業(毛筆での浄書・書 道教室)	イベント出展・ネット販売・知人紹介
11 サービス業	法人を対象にした海外出張の渡航 手配	同グループの京都店の販路を、4月より譲渡して拓いたため(京都店 が廃業のため)
12 サービス業	陳列ケース、陳列器具レンタル	アベノミクス3本の矢の政策により、市場or希望的な気分によって、 わが社の関係する宝飾品、時計等が百貨店等で売れていることにある かもしれない。
13 サービス業	人材派遣	営業努力
14 サービス業	塗料及び設備、副資材等販売	まとまった物件が4~6月に入ったことや、大きな設備を受注できた
15 サービス業	リスクマネジメント	競合他社との差別化(商品・サービス・マーケット)etc
16 サービス業	広告用マグネットの輸入、会社案内、 チラシ等のデザイン、印刷	広告用マグネットの受注増
17 サービス業	ペットの葬儀火葬納骨供養	一つ一つの依頼に対してより丁寧に対応したこと。
18 サービス業	介護サービス	地域での信頼が少しずつ得られる様になった事で利用者数が増加
19 サービス業	食品包装資材	仕入れの見直し
20 サービス業	人材派遣業	営業指導に力点を置いた。 ・営業力強化の為にターゲット等をしぼり込んだ ・商品を開発した
21 サービス業	給与処理アウトソーシング	利益の高くない(悪い)仕事はやらないようにする。
22 サービス業	大道具、舞台美術、イベント施工	
23 サービス業	トラック及び関連部品の販売、車両 メンテナンス、板金&改装。トラック 廉ターカーなどトラックに関わる事 業サービスを展開する	勉強会の継続を含む人材育成の強化、新たな販売チャンネルの開拓
24 サービス業	収益向上につながる在庫管理の 仕組みづくり	経営指針の明確化
25 運輸業	トラックによる配送業	新規得意先の増加。
26 運輸業	物流業(倉庫、輸配送、個人配達、 輸出支援)	人材育成→新規業務拡範、強みを活かした活動
27 運輸業	集配、ピッキング作業、倉庫保管 業	できるだけ案件は断らない。自社でダメなら協力会社を紹介してあげ る。(手数料、紹介料は取らない)
28 運輸業	一般貨物運送・主に引越し業務	受注システムの構築。優秀な人材が増えた
29 運輸業	軽貨物運送業	人員を増やした
30 建築業	総合建築請負業	地域ごとで開催する建築イベント
31 建築業	総合建設業、不動産業	新規販路と自社独自の新商品シリーズを作りあげた。
32 建築業	障害者施設住宅の新築リフォーム	大手の住宅メーカーとの競合。大手はとんでもなく高く、提案力もな い。競合すれば必ず勝てます。私どもの優位性が発揮される。
33 建築業	塗装工事業	過去の実績の評価による再度お声掛け:その方々からの紹介:月一 度の情報誌の発行通算133号:地域折り込みチラシ69号による集客の 増加:地域自治会(老人会)組織への参加
34 建築業	タイル及び住宅設備機器の販売及 び施工	顧客に対してのフォローの強化と模索、営業努力につける
35 建築業	防水、防蝕、塗床等樹脂系特殊工 事責任施工	政権交代による内需が見込まれるのと、円安差益の影響で大企業に 利益が戻ってきたこと。消費税値上げ前の取込受注がある。
36 建築業	建設現場における工程、品質、安全、 原価管理を行い、工事を完成 させる業務	新規顧客の開拓
37 製造業	健康器具、健康用品の製造販売	利益率の高い商品に絞り込んだ 更に新商品を発表し新しい販路に売り込んだ
38 製造業	金属プレス加工及び板金溶接加工 業	獲得した新販路に新商品のアイデア強化を実行中 同業者廃業・倒産による既存取引先受注増加、期末生産量増加による もの
39 製造業	建設機械、産業車両用カウンタウ エイトの製造、販売。	客先の輸出案件(北米など)が増回したことによる売上増。
40 製造業	工業用裁断機器・製造	オーダーメイド機種の受注拡大
41 製造業	主に建築現場で使用される取り付 け金物の製造	突発的な仕事が入ってきた。それがなければ横ばいか減
42 製造業	ウレタンゴム製造	新規営業部の新設

43	製造業	機械加工、建築業で太陽光発電機 の設計・施工、サービスコンサル ディング	16年間継続してきた太陽光発電などの再生可能エネルギー業界が 国の固定買取制度(昨年7月開始)により急加速したため。売上増加 につながった。
44	製造業	豆腐、油揚げ製造業	競合関係の改善に伴い品質重視の姿勢が浸透してきた。
45	製造業	化学薬品製造	旧顧客へ新商品を販売
46	製造業	光学硝子及び部品製造業	リーマンショックで止まった設備を3年半ぶりに稼働できる状況に出来 た事と同時に北米と日本の需要が増えてきた。
47	製造業	きな粉 香辛料販売	前年度から地道に行ってきた新規開発の成果が出始めてきた。従来 顧客との取組みの深掘りで新製品受注ができた
48	製造業		開発品(5年前)増産
49	製造業	コンクリート製品の製造業	新商品(ソーラーパネル)案件が急激に増えていて、それに強みの対 応力とマッチしたから。
50	製造業	食品加工機械製造販売	常に競合他社の先を行く新商品の開発。新分野への進出。
51	製造業	和菓子製造卸小売業	阪急出展
52	製造業	焼き菓子製造卸	販売エリアが関西中心から、関東、九州に広がったため。
53	製造業	ディスプレイ業、アクリル樹脂加 工、サイン製作施工	市場の活性化に対し、新商品(サービス)を営業(ツール)切り口として PRを強化している
54	製造業	プラスチック射出成形	展示会への出展、WEBの強化
55	製造業	ドライラミネート加工	設備投資
56	専門サービス業(土業)	税理士業	昨年4月開業から順調に顧問契約あり、既存のお客様への働きかけ、 工業ネットワーク構築
57	専門サービス業(土業)	税理士業	業務品質改善による紹介増
58	専門サービス業(土業)	社会保険労務士業	営業力強化のために、営業経験者を雇用したため
59	専門サービス業(土業)	税理士事務所	仕入・外注価格の売上への転嫁
60	専門サービス業(土業)	社会保険労務士業	特にこれと言ってないが、名前が世に知れ渡りつつある過程だと思う。
61	専門サービス業(土業)	社労士業務	関与先の増加と助成金制度の充実
62	専門サービス業(土業)	経理 会計 税務業務	営業のチャネルが広がった結果、紹介が増えた。
63	専門サービス業(土業)	税理士	セミナーや無料相談を実施して、税理士や事務所スタッフの雰囲気 に触れてもらい好感を得た
64	専門サービス業(土業)	不動産登記、会社登記、相続、遺 言、裁判等	お客様がクチコミで広げてくれた。
65	専門サービス業(土業)	行政書士業務	人とのつながりが増えた
66	専門サービス業(土業)	都市計画・まちづくり・建築・土木・ 造園の計画設計	東京(東日本)エリアの営業拠点開設に向けて、営業活動の強化を 行った。関西エリアでの新規顧客の獲得ができた。
67	専門サービス業(土業)	税理士	地道な営業
68	専門サービス業(土業)	社労士業務	既存顧問先への対応強化によるもの
69	専門サービス業(土業)	社会保険労務士	人的つながりによる(紹介)顧客数の増加
70	通信情報業	社会インフラ関連の制御系ソフト ウェア受託開発	メーカー様とのパートナー関係の構築し事業量の拡大が行えた(但し単価 はダウン)、売上は増えたが利益が伸び悩んでいる。
71	通信情報業	OA機器、IT機器の販売及びメンテ ナンス。人材派遣&職業総合業。	2011年11月より、人材サービス事業部を新設→会社トータルでの売 上増に貢献。
72	通信情報業	WEBアプリケーションを作っていま	商品開発を続けてきたことによる商品力の強化
73	流通業	ステンレス鋼材販売	市場業況の改善が見られたが逆に新規参入もあり失注する等の悪い ニュースもある
74	流通業	衣服・雑貨の卸売	マーケット、販売先の声を良く聞いて、商品規格などをマイナーチェン ジしたこと
75	流通業	ネジの販売	主要取引先の生産需要がUPしたのに連動した注文増
76	流通業	文具・事務用品の卸、小売業 OA機器、卸 オフィス家具、卸	
77	流通業	印刷全般、印鑑、ゴム印など	地道な提案型営業が評価された
78	流通業	鉄鋼の加工販売	仕入れ単価の減少、前期が悪すぎた
79	流通業	ワイヤロープそれに付随する建築 金具資材の輸出入業	東北復興現場の増加、政府による防災予算の執行
80	流通業	機械工具の販売	受注残の売上への寄与
81	流通業	塗料製造販売	新規ユーザーの獲得、新企画商品に材料が採用された。
82	流通業	医療器具用材料部品 一般向けサ ポーター インソール等、それらの ネット販売及び卸売り	同業他社とのパートナー会社として位置づけをドイツの会社から選定 要望され、それらの相乗効果で新マーケット販売増
83	流通業	機械工具の販売	営業マンの努力
84	流通業	酒類の販売	昨年10月に新店舗の出店で売上利益が上がってきていますが、借入金 などの返済や維持管理のために現状は赤字です。
85	流通業	屋外広告業	客先との関係強化、サービス対応力アップ
86	流通業	物流加工業	利益減少にとまない、単価が低い仕事も行うようになったため
87	流通業	マッサージ業務	今まで営業してきたことが、すこしづつ実を結んできているような
88	流通業	テキスタイルコンバーター	新商品が好調
89	流通業	自社オリジナルの帽子的企画・製 造・販売	百貨店のイベント出展が増えた
89	流通業	パソコンスクールの運営 企業研修の企画・運営	法人研修の受注増

②前年同期比が「減少」と回答した企業の要因(選択式)

業種	①	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合
サービス業	3	13.0%	0	0.0%	6	26.1%	9	39.1%
運輸業	1	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	50.0%
建築業	4	36.4%	0	0.0%	1	9.1%	3	27.3%
製造業	29	44.6%	5	7.7%	13	20.0%	11	16.9%
専門サービス業(士業の方)	0	0.0%	0	0.0%	2	100.0%	0	0.0%
流通業	7	31.8%	0	0.0%	7	31.8%	6	27.3%
(空白)	3	33.3%	0	0.0%	1	11.1%	3	33.3%
総計	47	35.1%	5	3.7%	30	22.4%	33	24.6%
業種	⑥	割合	⑦	割合	⑧	割合	総計	
サービス業	2	8.7%	1	4.3%	2	8.7%	23	
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	
建築業	0	0.0%	2	18.2%	1	9.1%	11	
製造業	4	6.2%	1	1.5%	2	3.1%	65	
専門サービス業(士業の方)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	
流通業	1	4.5%	1	4.5%	0	0.0%	22	
(空白)	1	11.1%	1	11.1%	0	0.0%	9	
総計	8	6.0%	6	4.5%	5	3.7%	134	

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

④減少の特徴・原因に関して(記述)

業種	業務内容	売上DOWN記述
1 サービス業	人材派遣、紹介	受注は増加したが供給(スタッフ)の確保が困難
2 サービス業	骨董、古美術の卸売業、食品、雑貨品等の卸売、ビルの賃貸業	多く売上を頂いていた会社の悪化により、支払いを手形等による厳しい条件を提示しに來られたために今、売上が減少しています。
3 サービス業	税関に対する輸出入の申告等、及び関連する業務全般	4月は非常に好調だったが、5月は極端に悪化。円安の影響かと思われるが、確かでない。
4 サービス業	フラワー教室運営及びフラワー装飾(ブライダル)	競合店による価格破壊・営業力不足
5 サービス業	エアコンプレッサー販売・修理、エア配管工事	設備されている機械が稼働していない。生産量の減少で従業員様の減少。修理はもちろん、新品の入替も少ない。
6 サービス業	インテリアデザイン・施工・監理、ビル・マンションの管理、工場・複合施設の設備の設計・施工・監理およびメンテナンス	中規模新規物件の最終的な赤字
7 建築業		工事物件が少なくなった。受注価格の値下がり。
8 建築業	石油タンクの製造、補修	国の予算決定が遅れたことで着工が遅れている。
9 建築業	電気工事業	受注工事業が少なかった
10 建築業	建築資材卸売	業界的に毎年4~6月は落ちるが今年は道路関係の出荷が特に少なかった。
11 製造業	金属製品製造、溶接	企業向けの製品が振るわない
12 製造業		燃料高騰による取引先の業況悪化に伴って、貸し倒れが発生
13 製造業	溶接 機械加工 オートバイメンテナンス	受注製品が海外に流れてしまった。
14 製造業	コンベアの設計製造	公共事業製品も海外に流れてしまった。
15 製造業	プラスチックフィルム製品の製袋加工販	景気先行の見通しが良くないことから、設備投資が停滞気味
16 製造業	鉄筋、鉄線加工	少しでも単価の安いものへの移行がみられる。
17 製造業	服飾品製造販売、販売促進品、ファッション雑貨、コンサートグッズ等製造販売	内需減少
18 製造業	板金加工	国内アパレル販売の不振、海外商品等低廉な価格競争により
19 製造業	硬質クロムめき施工	ここ数ヶ月見積り依頼が来ない
20 製造業	電子部品	設備投資の減少
21 製造業	食品包装資材の企画・製造・販売	仕事量が少なく、下請け、孫受けにまわってこない
22 製造業	表面処理加工業	年明けより大衆向けの安価な食品の販売数が減少している。
23 製造業	印刷 ウェブサイトの企画・制作	パン・ケーキ・麺類・和菓子等のあらゆる企業にて同じ現象です。
24 製造業	高級婦人紳士下着企画製造販売	設備投資が一巡した端境期にあると考える
25 製造業	工業用ガスバーナーの製造	前年は特殊大口受注があったため
26 製造業	プラスチック製造、電機電子応用商品	需要の増加が見込めず、消費動向が変化している。
27 製造業	各種ポンプ・同装置製造販売	設備投資の減少だと考えています
28 製造業	金属プレス加工及び、金型製造	昨年の時需の反動です。2年前よりはupしていますのでOK
29 製造業	設備工事業	化学プラント関係の設備投資が少ない。今まさに景気が良くなったとしても計画を今から立案して実際に発注受注というのは今季末からであろう。
30 製造業	金型製造	取引先の生産中止、海外展開など
31 製造業	印刷業。同関連事業	設備投資減
32 製造業	樹脂押出成形金型の製造販売	今年は自動車関係の落ち込みが大きい
33 製造業	金属熱処理加工	大口需要の減少
34 製造業	木型、ディスプレイ品の製造	国内需要の停滞(建築、電化製品、インフラ整備等の停滞)
35 製造業	プラスチック加工業	輸出向けが昨年9月の日中問題を契機に悪化したまま推移し、アベノミクスにより一部自動車関係は好転しているものの、依然として海外現地との価格競争、海外生産シフトが続いている。環境エネルギー分野への事業も進んではいるが補うまでには至っていない。
36 製造業	製缶、板金加工 産業用機械製造	値崩れしている
37 製造業	精密金属バネ製造	4月以降全体的に動きが悪い。
38 製造業	十字穴付タッピンネジ製造、販売	昨年12月に低価格で受注した物件を5月まで制作していたのが足かせとなった。
39 専門サービス業(工業の)	弁護士	国内需要の冷え込みにより、大部分の御得意先様が販売数量を落としておられます。
40 専門サービス業(工業の)	障がい者の就労支援	国内需要の減少
41 通信情報業	携帯電話、auショップとソフトバンクショップの運営	スポットの相談が無くなった
42 流通業	アパレル小売販売業	当事業の特徴として就職者を多く出すとバランスよく利用者の増加が見込めないで、構造的なものによります。
43 流通業	学習塾、学校への教材・教具の販売、卸倉庫業。顧客の物流部門の代行業務です	不採算店舗閉店にともない、人財の活性化ができた。店舗改装にともない売上増を見込んでいる。
44 流通業	下着輸入、製造、卸売、小売業	販売価格下落、春先の冷え込みetc 天候要因
45 流通業	事務機器販売及びそれに伴う内装工事	関西地区では、まだまだ厳しい状況が続いており、弊社を取り巻く状況は昨年より悪化しました。
46 流通業	締結部品販売業	全体の物量が減っている。低価格の案件をみんなで取り合いさらに値が下がる悪循環
47 流通業	工場の自動化を行う、制御盤等の設計、製作、ソフト、工事、調整。	為替の急な変動による小売価格のアップを利益圧縮
48 印刷関連	設計やソフトだけ等、各作業のみでも請	社員ののれん分け
49 印刷関連	印刷関連	3月期末後特に受注が減りました。
50 木材販売	木材販売	こういう事態の時のために戦略をとっておくべき

【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	22	28.6%	20	26.0%	35	45.5%	77
運輸業	7	87.5%	0	0.0%	1	12.5%	8
建築業	2	8.7%	1	4.3%	20	87.0%	23
製造業	42	38.9%	22	20.4%	44	40.7%	108
専門サービス業(士)	4	9.1%	8	18.2%	32	72.7%	44
通信情報業	1	25.0%	3	75.0%	0	0.0%	4
流通業	10	25.6%	6	15.4%	23	59.0%	39
(空白)	6	24.0%	2	8.0%	17	68.0%	25
総計	94	28.7%	62	18.9%	172	52.4%	328

(2) 現在の経営上の問題点に関して(選択式3つまで)

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合	⑥	割合	⑦	割合	⑧	割合
サービス業	17	9.1%	1	0.5%	10	5.3%	15	8.0%	9	4.8%	3	1.6%	14	7.5%	8	4.3%
運輸業	2	9.1%	0	0.0%	3	13.6%	1	4.5%	3	13.6%	0	0.0%	0	0.0%	2	9.1%
建築業	5	8.1%	1	1.6%	4	6.5%	6	9.7%	0	0.0%	1	1.6%	2	3.2%	8	12.9%
製造業	59	21.0%	11	3.9%	24	8.5%	7	2.5%	16	5.7%	4	1.4%	12	4.3%	30	10.7%
専門サービス業(士)	5	6.4%	0	0.0%	4	5.1%	7	9.0%	2	2.6%	1	1.3%	8	10.3%	0	0.0%
通信情報業	1	6.7%	0	0.0%	2	13.3%	0	0.0%	1	6.7%		0.0%	2	13.3%	0	0.0%
流通業	17	18.7%	2	2.2%	4	4.4%	7	7.7%	5	5.5%	2	2.2%	2	2.2%	14	15.4%
(空白)	7	13.0%	0	0.0%	3	5.6%	6	11.1%	1	1.9%	2	3.7%	10	18.5%	2	3.7%
総計	113	14.3%	15	1.9%	54	6.8%	49	6.2%	37	4.7%	13	1.6%	50	6.3%	64	8.1%
業種	⑨	割合	⑩	割合	⑪	割合	⑫	割合	⑬	割合	⑭	割合	⑮	割合	⑯	割合
サービス業	10	5.3%	7	3.7%	13	7.0%	28	15.0%	19	10.2%	5	2.7%	19	10.2%	9	4.8%
運輸業	0	0.0%	1	4.5%	1	4.5%	3	13.6%	4	18.2%	1	4.5%	1	4.5%	0	0.0%
建築業	2	3.2%	3	4.8%	9	14.5%	7	11.3%	3	4.8%	7	11.3%	3	4.8%	1	1.6%
製造業	17	6.0%	8	2.8%	22	7.8%	21	7.5%	11	3.9%	16	5.7%	16	5.7%	7	2.4%
専門サービス業(士)	8	10.3%	1	1.3%	2	2.6%	9	11.5%	9	11.5%	2	2.6%	8	10.3%	12	15.0%
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	1	6.7%	3	20.0%	3	20.0%	0	0.0%	2	13.3%	0	0.0%
流通業	6	6.6%	4	4.4%	4	4.4%	7	7.7%	7	7.7%	1	1.1%	4	4.4%	5	5.6%
(空白)	4	7.4%	3	5.6%	3	5.6%	5	9.3%	3	5.6%	0	0.0%	4	7.4%	1	1.6%
総計	47	5.9%	27	3.4%	55	7.0%	83	10.5%	59	7.5%	32	4.1%	57	7.2%	35	4.5%

- | | |
|--------------------|----------------|
| ① 民間需要の停滞 | ⑨ 情勢判断・企業進路の確定 |
| ② 輸入品の圧迫 | ⑩ 事業資金の借入難 |
| ③ 受注単価の大幅ダウン | ⑪ 全社一丸体制の確立 |
| ④ 新規参入者の拡大による競争の激化 | ⑫ 社員教育 |
| ⑤ 税金、公共料金負担の増加 | ⑬ 従業員の確保 |
| ⑥ 管理費等間接経費の増加 | ⑭ 熟練技術者不足 |
| ⑦ 人件費負担 | ⑮ 幹部社員の不足 |
| ⑧ 仕入単価の上昇・高止まり | ⑯ 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	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合	⑥	割合	⑦	割合	⑧	割合
サービス業	48	21.9%	13	5.9%	11	5.0%	24	11.0%	13	5.9%	14	6.4%	10	4.6%	5	2.3%
運輸業	6	26.1%	0	0.0%	2	8.7%	2	8.7%	1	4.3%	3	13.0%	1	4.3%	0	0.0%
建築業	14	19.4%	7	9.7%	2	2.8%	8	11.1%	2	2.8%	7	9.7%	2	2.8%	3	4.2%
製造業	56	17.6%	30	9.4%	27	8.5%	46	14.4%	33	10.3%	28	8.8%	6	1.9%	7	2.2%
専門サービス業(土業の方)	34	31.8%	6	5.6%	4	3.7%	11	10.3%	5	4.7%	10	9.3%	4	3.7%	2	1.9%
通信情報業	3	23.1%	1	7.7%	1	7.7%	1	7.7%	0	0.0%	2	15.4%	0	0.0%	0	0.0%
流通業	32	28.3%	2	1.8%	3	2.7%	21	18.6%	8	7.1%	12	10.6%	5	4.4%	2	1.8%
(空白)	16	25.0%	2	3.1%	1	1.6%	8	12.5%	4	6.3%	6	9.4%	5	7.8%	3	4.7%
総計	209	22.5%	61	6.6%	51	5.5%	121	13.0%	66	7.1%	82	8.8%	33	3.5%	22	2.4%
業種	⑨	割合	⑩	割合	⑪	割合	⑫	割合	⑬	割合	⑭	割合	⑮	割合	⑯	割合
サービス業	18	8.2%	33	15.1%	4	1.8%	4	1.8%	0	0.0%	0	0.0%	4	1.8%	4	1.8%
運輸業	4	17.4%	3	13.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.3%	0	0.0%
建築業	9	12.5%	6	8.3%	3	4.2%	2	2.8%	1	1.4%	1	1.4%	0	0.0%	2	2.8%
製造業	17	5.3%	32	10.0%	7	2.2%	3	0.9%	0	0.0%	4	1.3%	8	2.5%	7	2.2%
専門サービス業(土業の方)	9	8.4%	10	9.3%	2	1.9%	2	1.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.9%
通信情報業	2	15.4%	1	7.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	7.7%	0	0.0%
流通業	9	8.0%	9	8.0%	1	0.9%	3	2.7%	0	0.0%	1	0.9%	0	0.0%	2	1.8%
(空白)	3	4.7%	4	6.3%	3	4.7%	4	6.3%	1	1.6%	0	0.0%	1	1.6%	1	1.6%
総計	71	7.6%	98	10.5%	20	2.2%	18	1.9%	2	0.2%	6	0.6%	15	1.6%	17	1.8%
業種	⑰	割合	⑱	割合	⑳	割合	総計									
サービス業	13	5.9%	1	0.5%	0	0.0%	219									
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	23									
建築業	2	2.8%	0	0.0%	1	1.4%	72									
製造業	7	2.2%	0	0.0%	1	0.3%	319									
専門サービス業(土業の方)	4	3.7%	0	0.0%	3	2.8%	107									
通信情報業	1	7.7%	0	0.0%	0	0.0%	13									
流通業	3	2.7%	0	0.0%	0	0.0%	113									
(空白)	1	1.6%	0	0.0%	1	1.6%	64									
総計	31	3.3%	1	0.1%	6	0.6%	930									

- ①営業力の拡大
- ②技術力の強化
- ③生産性アップ効率化
- ④新規販路分野開拓
- ⑤新製品・サービス開発
- ⑥重要取引先を増やす
- ⑦取引先・消費者ニーズ把握
- ⑧情勢と企業進路判断

- ⑨人材の採用
- ⑩社員能力のアップ
- ⑪経営理念・計画見直し
- ⑫経費節減
- ⑬規模の縮小(機構整備)
- ⑭雇用調整の実施(人員カット)
- ⑮業種・業態転換
- ⑯新規設備・規模拡大

- ⑰資金確保・銀行取引強化
- ⑱新規事業立ち上げ
- ⑲産学連携の強化
- ⑳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	人材派遣、紹介	人材関連分野への参入、高齢者・ブライダル分野へ
2 サービス業	食品スーパー	店内改装し、特色のある売場に2号店の出店を計画
3 サービス業	中古トラック部品販売	リースなどの経費を見直し、惣菜部門の強化
4 サービス業	賃貸マンション、駐車場管理	営業力拡大+社員能力のアップ→新規販路拡大
5 サービス業	商社	マンション、一戸建てが増え、金利も安くなり、購入者が増え、賃貸マンションの空き室が目立ってきた。内装工事をどのようにしていくか 検討が必要
6 サービス業	不動産仲介、不動産コンサルティング、内装請負、インテリア販売	弊社にふさわしい人材の採用
7 サービス業	映像音声制作事業 人材派	若いスタッフを今後増やしたい。通年利益を見込める取引先を拡充
8 サービス業	オートバイ販売 レンタル 中古車買取	事業の新しい方向性や可能性を広げるための人材採用は最も重要
9 サービス業	自動車整備、販売	社員能力のアップ、営業力の拡大はずっと続けていけないと思います。売上の中で落ちるところ、オートバイから離れずプラス部分を追加して行く
10 サービス業	法人を対象にした海外出張の渡航手配	顧客の増大
11 サービス業	消毒業及び損保代理店	業務渡航手配以外の新規事業をどうするのが最大のテーマです。
12 サービス業	人材派遣	顧客の代替わりや担当者変更への対応や新たな顧客への営業力を高める
13 サービス業	リスクマネジメント	新分野の営業開拓
14 サービス業	製図サービス	新規借入の申し込み
15 サービス業	広告用マグネットの輸入、会社案内、チラシ等のデザイン、印刷	アライアンスと社員能力のアップ。3年後、5年後を考えた戦略
16 サービス業	ペットの葬儀火葬納骨供養	アジア系企業との差別化
17 サービス業	税関に対する輸出入の申告等、及び関連する業務全般	扱っている商品の新規参入者の増加、それに伴う受注単価の大幅なダウンが高まってきている。このような状況の中、いかに新規の顧客を増やし、小ロットの注文にも応えていかなければならない。その為には、当社の扱う商品をより多くの方に氏ってもらう必要があります。現状のホームページの見直しをはじめ、販売促進イベントへの参加など会社の認識に力を注ぎ、併せて人材の育成と材用を行う
18 サービス業	食品包装資材	動物病院などへの営業強化、お客様のニーズに応えるサービス精神を社員それぞれに持つ教育をする、新規採用受け入れのための準備を整える
19 サービス業	人材派遣業	既存の顧客の防衛と新規開拓を積極的に行う組織体制を作る。
20 サービス業	自動車販売、整備、修理	経営指針を各取引銀行に説明することで信用力を上げる。
21 サービス業	グラフィックデザイン・DTP	営業力の強化と在庫の回転率
22 サービス業	給与処理アウトソーシング	業務手順の見直しとシステムの拡充を図り、作業効率を高める。
23 サービス業	エアコンプレッサー販売・修理、エアー配管工事	地域の仕事をどんどん増やす
24 サービス業	大道具、舞台美術、イベント施工	仕事の確保→新規・既存お客様の深掘り
25 サービス業	WEBサイト・システム制作	チャンネルの開発
26 サービス業	トラック及び関連部品の販売、車両メンテナンス、板金&改装。トラック廉ターカーなどトラックに関わる事業サービスを展開する	修理業が主でお得意様から依頼を受けて仕事に出向いていたのを、こちらから問い合わせに伺って仕事を頂く様に努力をしなければ仕事は待っていたらこないがあまり故障もしていないのに顔を出すと断られる事になるのでその点がむずかしい。
27 サービス業	各種写真撮影業、テナント業、各種広告データ企画制作業	社員のモチベーションUP 社員内の連絡密に
28 サービス業	求人情報誌の発行	変化のはげしい業界なので、新サービスが常に求められる

29	サービス業	筋肉矯正 文化教室	よそにない技術の伝承
30	サービス業	人材サービス業、人材紹介、薬学生向け就職サイト運営	薬学生向け就職サイトの運営事業をしっかりと軌道にのせること！
31	運輸業	物流業(倉庫、輸配送、個人配達、輸出支援)	ターゲット顧客の絞込みとその拡充、現場の生産性向上
32	運輸業	集配、ピッキング作業、倉庫保管業	個々の売り上げ把握。個々の行動把握
33	運輸業	一般貨物運送・主に引越し業務	全国主要都市の進出を目指す上で統括するスタッフの教育。また従業員を確保するための仕事量を増やす
34	建築業	内装業	新規の固定客への営業拡大
35	建築業	店舗設計施工・リフォーム(家・事務所他)	従来の営業方法では先細りになるので、積極的に販路拡大をはかる。その為異業種交流会やセミナー参加で他の道筋がいくつか出てきている
36	建築業		継続的な仕事量の確保
37	建築業	造園工事、公共、民間、個人植栽維持管理	公共事業から民間にシフトして安定化をはかりたい
38	建築業	障害者施設住宅の新築リフォーム	消費税前のかけ込み需要も、3月～4月で終了。業界のどこに聞いてもヒマ。昨年秋～墓のある状況は、はかなく消滅。そろそろだ相変わらずのデフレなのに消費税の財布のヒモは堅い。後は来年4月の消費税増税で倒産、廃業を待つのはつらい。まだ9ヶ月あるが。
39	建築業	塗装工事業	質問13項の回答を継続発展させる。情報誌の部数の拡大・内容を充実させる。
40	建築業	石油タンクの製造、補修	石油タンクに関わるほか(配管)を今まで以上にこなすことで幅が広がる。
41	建築業	タイル及び住宅設備機器の販売及び施工	主要取引先が大きく動いているので、重要取引先を増やす必要があるのと、若返りを含め人材の確保が必要
42	建築業	防水、防蝕、塗床等樹脂系特殊工事責任施工	次世代への企業継続システムづくりをしています。
43	建築業	電気工事業	人材確保の強化
44	建築業	建築資材卸売	主力商品の売上アップ、販管費の削減、支店の集約
45	建築業	建設現場における工程、品質、安全、原価管理を行い、工事を完成させる業務	新規顧客の開拓と新規雇用の確保
46	製造業	金属製品製造、溶接	脱下請商品の開発と販路拡大に力点を置く
47	製造業	健康器具、健康用品の製造販売	革新的でニッチな新商品の開発に力を注いでいます。マーケットには類似品が多数ありますが、消費者のニーズを的確にとらえたものはありません。まだまだ開発の余地が充分にあります
48	製造業	金属加工業	新分野への進出を展示会や交流会等で発掘
49	製造業	オフセット印刷 製本	人員を増やして生産体制を強化し社内の生産性を向上させ受注拡大につなげたい。
50	製造業	スタッド溶接	これからの景気は アジア インドアフリカにシフトする。製造業に道はない。地球環境悪化につき、環境機を開発
51	製造業	溶接 機械加工 オートバイメンテナンス	新規取引先の開拓
52	製造業	消防自動車、ゴミ収集車、バキュームカー等、特装車の架装部品	現在、取引先1社で95%のため、他の取引先の割合を高める。経営理念、経営計画策定中。
53	製造業	レントゲン等医療機器の部品 各種板金部品	団塊世代の退職により、30代の若手中心となっており、早急な技術力の再構築が急務。
54	製造業	コンベア的设计製造	社員教育の強化(新たな仕組み)他社との連携
55	製造業	プラスチックフィルム製品の製袋加工販売。	新製品を創りそれを継承していく技術を磨く。業界内だけでなく、違う分野へ販路を広げたい。若い芽を育てたい。
56	製造業	コンピュータ関連装置	自社商品の開発
57	製造業	金属プレス加工及び板金溶接加工業	定年後嘱託社員から若年層への技術継承・人員雇用・各自の技術向上への取り組み、今後メインとなる取引先の発掘
58	製造業	建設機械、産業車両用カウンタウエイトの製造、販売。	海外(中国)に於ける受注活動の強化。海外(中国)新規ベンダーに対する技術指導。
59	製造業	シール印刷	社員の技術力アップが鍵
60	製造業	印刷業	クライアントのニーズに幅広く応えるために新製品を作ること
61	製造業	工業用裁断機器・製造	新規商品の販路を技術データーを準備して顧客の理解を深める
62	製造業	女性下着及び生地卸売	中高級品の市場が安定回復していない為、異業種市場の開拓にシフトする。
62	製造業	繊維、ギフト製品の加工、販	新規事業のギフトサービスを拡大させる

63	製造業	製造用フィルム作成、インクジェット印刷	経営計画にもとづいて計画的営業、教育を行っている。
64	製造業	主に建築現場で使用される取り付け金物の製造	販路拡大(一業種、特定業種にこだわらない)。ホームページを利用した営業活動
65	製造業	服飾品製造販売、販売促進品、ファッション雑貨、コンサートグッズ等製造販売	海外の安価な商品により販売路線が縮小されてくる為、更に勉強していかなければならない。
66	製造業	化学タンクの設計・製作 配管工事	新入社員を採用したので少しでも早く1人前になれるよう、教育していく。増えた人件費をまかなうために取引先を増やしたい。
67	製造業	ウレタンゴム製造	開発中の新商品の上市
68	製造業	板金加工	生産性を上げるために段取りの時間減らしを各行程ごとにミニ尾会議を持ち実践している。今年の目標は、自社開発商品を特許・販売にまで持っていくこと。
69	製造業	硬質クロムきめ施工	客先の要求が、品質が価格面で厳しさが増している。それに対する為にも、更なる社員にも、さらなる社員の能力があがらないと苦し
70	製造業	機械加工、建築業で太陽光発電機の設計・施工、サービスコンサルティング	太陽光業界においては、新規参入の会社が多数あり競争が激化しております。今後はオペレーティング、メンテナンスを強化するため社内教育、技術力アップを進めております。
71	製造業	鉄鋼製品加工販売	営業力の強化(取引中断先の掘り起こしと社長のトップセールス)
72	製造業	金属部品加工	顧客ニーズに応える形で内製化
73	製造業	電子部品	電子部品業界の市況が下がり続けているので、何とか他の分野で技術を生かしたい。インターネット等の活用で開拓する
74	製造業	光学硝子及び部品製造業	経営計画の達成にPDCAサイクルをまわす事。
75	製造業	軟質塩化ビニールのリサイクル	削減を強力に進めないといけない。円安で、リサイクル向けの材料が外国(主に中国)に流出しているため、現在は取り合いになっている。材料が循環するよう取引先に提案する。
76	製造業	鋼板の加工及び鋼材の販売	生産力の向上
77	製造業	印刷 ウェブサイトの企画・制作	受注件数を増やすために出来ることを考え、実行する
78	製造業	きな粉 香辛料販売	次世代を荷う準経営者の育成と事業継承の準備をすすめていく
79	製造業	線香製造	少数精鋭での会社運営を心がけ、黒字体質を維持する
80	製造業	台車の製造販売	新しコンセプトの新製品を開発し、新規販路の開拓を目指す
81	製造業	別注家具製造	付加価値を認めてくれる企業を探す。すべてにおいて対応できる人材を育てること
82	製造業	スチール製店舗什器、家具、金物等製造販売	従来からのOEM生産は、乱高下がはげしく安定度が低い
83	製造業	工業用ガスバーナーの製造	得意先一社依存体質からの脱却です
84	製造業	ゴムロール製造	新工場を建設し、生産性をアップと新製品開発をはかる
85	製造業	金網の製造・販売	社員1人1人の能力を上げ、生産性、効率性のアップを図っていま
86	製造業	金属プレス加工及び、金型製造	国内で生産活動を行って行くため、国内取引先の確保。大手企業より中堅企業を確保して行く
87	製造業	設備工事業	補助金で新製品を開発し、技術力を高め営業強化する。
88	製造業	塗装業	現在の社員数5名から10名にしていくために新たな事業展開をして
89	製造業	精密機械部品加工、省力化、産業機械設計・製作・組	原点に立ち返り顧客第一、「後工程はお客様」を常に心がけて業務に取り組むことを指示しています
90	製造業	IH機器製造、ワークシューズ販売	海外の販路の開拓
91	製造業	プリント基板プレス加工・金型製作	技術力を高め、弊社の技術を広める営業活動が重要である。その上で、弊社の技術を正当に評価し日本で高付加価値で高品質の製品作りに手掛けている取引先を増やすことである。
92	製造業		中堅社員、中核社員の育成、事業継承課題
93	製造業	コンクリート製品の製造業	新商品の販路・生産力の安定と、それに伴う従業員のレベルアップ
94	製造業	食品加工機械製造販売	現在の経営戦略の成功をより強化する為に、戦略の重点をより鮮明にし、競合先との差別化を徹底すること。
95	製造業	和菓子製造卸小売業	赤字解消のための方針が上記の回答
96	製造業	繊維製品製造販売	会社の移転、倉庫兼事務所(営業倉庫ソーシング費用の圧縮)
97	製造業	軟素材の打ち抜き加工業	新商品の開発、製品クオリティーのUP、生産効率化(中国)
98	製造業	焼き菓子製造卸	受注に対する生産体制の再構築 製造量のキャバが、今の工場ではもう厳しいので、工場の拡大、移転で製造量を増やす事。

99	製造業	ディスプレイ業、アクリル樹脂加工、サイン製作施工	既存事業と新規事業との融合(コラボレーション)の強化により、提供営業を通じて、既存顧客の深耕と新規販路開拓
100	製造業	樹脂押出成形金型の製造販売	基盤技術を発展させて新規分野への参入及びその技術革新を活用した生産性向上
101	製造業	衣服製造販売	二つ目の自社オリジナルブランドをテイクオフさせること。この半年が勝負となる。
102	製造業	フレキシブルシャフト製造	新製品、新規分野の開拓。
103	製造業	金属熱処理加工	まず当面はお客様に売上単価の値上げをお願いしている。また、海外工場の立上げを行いながら、国内では家庭用燃料電池や太陽光発電などの分野へ参入する技術導入を進めている。そのためには競争力、収益性のない分野、技術を手放していくことも必要。
104	製造業	主に特殊車輛部品を製造	一社依存の脱却
105	製造業	金網及び関連製品の製造・販売	技術力の強化:製品の高品質化(標準化) 新製品:業務提携・特許戦略 社員能力アップ:社員研修(社外・社内)の活用
106	製造業	プラスチック加工業	政府のものづくり補助金により新技術開発
107	製造業	製缶、板金加工 産業用機械製造	新規顧客を開拓しているが、しかし継続して仕事が入ってくる顧客になっていない。深堀と新規開拓に重点。 設計技能者が、専務しかいない。新規に雇用を計画しなければいけないと思っているのだが...
108	製造業	物流支援機器(垂直搬送機・駆動ローラーコンベヤ・パレット積替え機等)製造販売	特定代理店との提携強化にて新規販路の開拓と営業力の拡大(人員強化) 為替変動(円安)に於ける購入部品の価格アップに対してのコスト対策で さらなる生産効率の改善。
109	製造業	精密金属バネ製造	節電を切り口にした省エネと社員教育
110	製造業	ごみ貯溜機製造販売	ごみ貯溜機の製造においては良き環境を常に視野において技術を高める努力を日々いたしております。
111	製造業	十字穴付タッピンネジ製造、販売	新規設備機械導入と人材育成に力点を置く
112	製造業	幟の製造から他の商品(提灯、幕)オーダー注文小売へシフト中です。	今までお客様から問い合わせのあった看板は他社に任せてしまったりしていたが少しずつ自分達で取付けられる様にしていった。
113	専門サービス業(土業の方)	税理士業	国税分野にも研究を進めています。
114	専門サービス業(土業の方)	会計業務	付加価値、差別化
115	専門サービス業(土業の方)	税理士業	差別化戦略
116	専門サービス業(土業の方)	人事、労務相談、就業規則の作成等他	販路を開拓し、幅広く認知してもらう
117	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士→労働、社会保険、手続代理及びコンサルティング。行政書士→各種許認可取得及びコンサルティング	新規客先を見つけて営業するしかないの
118	専門サービス業(土業の方)	経営コンサルティング業	社員のコミュニケーション能力の向上
119	専門サービス業(土業の方)	経営コンサル・キャリアコンサル	社員一人ひとりの売上UPをめざす。
120	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士業	ホームページのコンテンツの見直し、充実を図ろうと思っている。
121	専門サービス業(土業の方)	社労士業務	上記1、4、7全てに関連するが、ニーズを掘り起こし、いかに受注に結びつけるかがポイント
122	専門サービス業(土業の方)	会計事務所	全所一丸体制で営業等の努力をしていますが、売上げが伸び悩んでいます。 新事業及び新規開拓を皆でチエを出し合い成果を出すべく努力しています。
123	専門サービス業(土業の方)	税理士	提案力、判断力、説得力などをスタッフがリアルタイムで回答できる力を身につけさせることが当面の力点です
124	専門サービス業(土業の方)	不動産登記、会社登記、相続、遺言、裁判等	広報(媒体)の強化
125	専門サービス業(土業の方)	広告や広報、販売促進の企画・デザイン・編集	人材の確保と教育に力点を置き、売上と利益を伸ばす。

126	専門サービス業(土業の方)	障がい者の就労支援	当事業については事業所の利用者の確保が運営における安定につながりますが、他方、就職者を出して利用者を社会に出していかなければならないところに運営の構造的な悩みがあります。
127	専門サービス業(土業の方)	行政書士業務	リスク分散
128	専門サービス業(土業の方)	都市計画・まちづくり・建築・土木・造園の計画設計	東京(東日本)エリアの営業拠点の開設。リーダー・新入社員とレベルに応じたOJTの仕組みづくり
129	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士	業務量の増加により、人手が足りなくなった。
130	通信情報業	社会インフラ関連の制御系ソフトウェア受託開発	リーダーの育成と営業力の強化
131	通信情報業	携帯電話、auショップとソフトバンクショップの運営	auショップの拡張改装をテコに全社の売上げ拡大を図る。
132	通信情報業	OA機器、IT機器の販売及びメンテナンス。人材派遣&職業総合業。	オフィスシステム事業部・・・新規開拓が必要(訪問、紹介等)人材サービス事業部・・・重要取引先の増加が必要。新戦力となる優秀な人材が必要。
133	流通業	ニット生地製造卸	業界全体で雰囲気悪い 売上確保が絶対必要
134	流通業	小売業	変化する顧客のニーズに応える為サービスを提供する側の質の向上が大切。社員教育がとても大切である
135	流通業	衣服・雑貨の卸売	販売先チャンネルに大手ネット販売先などを組み込んで行く
136	流通業	ギフト全般、企業販売促進商品の卸、小売業	客単価を増やしていくこと
137	流通業	ネジの販売	一社依存の営業体制を変革したい(リスクのヘッジ)
138	流通業	文具・事務用品の卸、小売業 OA機器、卸 オフィス家具、卸 印刷全般、印鑑、ゴム印など	原則的には、低価格であること、安価であることを、市場は「経済的」と見るが そうではない側面があることに気づく顧客もいる 安価であることと引き換えに、その顧客にとって重要なものが損なわれていると 知っている相手に対して、有効な営業活動が行えるかどうかがかギであり そのような顧客にとって弊社が重要な役割を果たせる機能を持つことが重要
139	流通業	運送業、倉庫業	人材採用をして、トラックを増やしパイプを太くする。
140	流通業	美容材料卸	選択と集中、そのスキルアップ
141	流通業	古紙の集荷加工販売	社内で何をするかを浸透させ、社員の能力をアップする
142	流通業	アパレル小売販売業	セールスイベントへの商品提供、各種勉強会への参加
143	流通業	鉄鋼の加工販売	新設備導入による、生産性、技術アップ
144	流通業	学習塾、学校への教材・教具の販売、卸	・大口取引先の拡充 ・営業の効率化 ・新規商材の取引開始
145	流通業	被服販売業	仕入れ価格が上昇傾向だが、ユーザーの価格現状維持、それ以上コストダウンの雰囲気を感じる。消費税増税時の対応が政府の情報通りに進むのか疑問。自社の強みを増やし、アピールする体制を整
146	流通業	業務用浴場機器の製造、輸入卸売業。高齢者向けハビリプール用水中運道具輸入卸	提案型営業に注力して売上を伸ばす。アフターフォロー売上を伸ばす(リピートオーダーやメンテナンスの事業)の受注をUPさせる。新規取扱製品を伸ばす。
147	流通業	ワイヤロープそれに付随する建築金具資材の輸出入業	周辺業界へのアプローチ 海外営業の強化
148	流通業	倉庫業。顧客の物流部門の代行業務です	大きな売上の取引先に依存せず、小さな売上の取引先の数を増やす。活動を小さくする
149	流通業	世界骨董品輸入販売業	売上達成(必要最低限度としても)を継続的に進める上で、環境面(政策と消費者の購買意欲)に不安があります。
150	流通業	下着輸入、製造、卸売、小売	個人型専門店の減少とそれをカバーする新規販路の開拓が急務
151	流通業	塗料製造販売	「機械の分かる塗料屋」を目指し、後継者不足で業界が困っているメンテナンス部門へのチャレンジ
152	流通業	医療装具用材料部品 一般向けサポーター インソール等、それらのネット販売及び事務機器販売及びそれに伴う内装工事	既存のルート以外に販路を求め営業マンの能力アップをしないと新規開発もできないので、売るべき商材はあるので売るようにする
153	流通業		自社の独自商品の開発、利益率の確保
154	流通業	締結部品販売業	新商品、新サービス、新入社員、オリジナル
155	流通業	医薬品卸売販売	創造力と実行力
156		障害者能力開発校	新規顧客拡大、新規販路の拡大 伸びる分野への進出

157	機械工具卸売り業 生産財 総合商社	新規開拓、既存得意先需要掘り起こし、顧客ニーズ発掘
158	一般病院	入院患者様がスムーズに退院していけるよう、連携医療機関との調整また、入院患者様を断らないようにすること。
159	工場の自動化を行う、制御盤等の設計、製作、ソフト、工事、調整。 設計やソフトだけ等、各作業のみでも請け負う。	特定の客先に特定せず、仕事を回してきていたつもりだったが、現状は仕事薄となってしまう。もう少し、景気によって反動する違う分野の客先開拓が必要かと感じる。 経費に関しては、実務労働社員にかかる比率が高すぎる。 経営理念等、会社の行く末を社員と共に共有することが出来れば、社員が自己で技術力向上や仕事効率なども考えて行くのではないかと期待している。
160	印刷関連	仕事の量(受注)を増やすための方策をつくらないと、どうにもならなくなってしまう。
161	テキスタイルコンバーター	既存商品はすべてダウンすると考えておくべし。新規商品の開発が命。
162	青果物 問屋	営業力を鍛えるために、まずは営業している人間の現状を把握す
163	介護保険・医療保険による介護福祉事業	従業員の確保はある程度できたが、今後はそれに見合う仕事の受注が必要。営業に力を入れる必要あり。
164	国内 海外旅行 旅行素材 販売 旅行代理店	情報発信 既存顧客の掘り起こし シルバー層への営業拡大

特別項目①急激な円安・株価変動の影響について

(1) 株価変動について

業種	良い影響があった	割合	影響はなかった	割合	悪い影響があった	割合	総計
サービス業	8	10.0%	67	83.8%	5	6.3%	80
運輸業	0	0.0%	7	87.5%	1	12.5%	8
建築業	1	4.3%	22	95.7%	0	0.0%	23
製造業	13	11.5%	94	83.2%	6	5.3%	113
専門サービス業	3	7.3%	38	92.7%	0	0.0%	41
通信情報業	0	0.0%	5	100.0%	0	0.0%	5
流通業	5	12.8%	33	84.6%	1	2.6%	39
(空白)	0	0.0%	24	92.3%	2	7.7%	26
総計	30	9.0%	290	86.6%	15	4.5%	335

(2) 円安について

業種	良い影響があった	割合	影響はなかった	割合	悪い影響があった	割合	総計
サービス業	5	6.3%	57	72.2%	17	21.5%	79
運輸業	0	0.0%	5	62.5%	3	37.5%	8
建築業	2	8.3%	16	66.7%	6	25.0%	24
製造業	9	8.0%	50	44.6%	53	47.3%	112
専門サービス業	0	0.0%	37	88.1%	5	11.9%	42
通信情報業	0	0.0%	5	100.0%	0	0.0%	5
流通業	3	7.7%	19	48.7%	17	43.6%	39
(空白)	0	0.0%	19	82.6%	4	17.4%	23
総計	19	5.7%	208	62.7%	105	31.6%	332

特別項目②電気などのエネルギーの値上げについて

(1) 値上げの影響について

業種	良い影響があった	割合	影響はなかった	割合	悪い影響があった	割合	総計
サービス業		0.0%	49	72.1%	19	27.9%	68
運輸業		0.0%	3	50.0%	3	50.0%	6
建築業		0.0%	8	47.1%	9	52.9%	17
製造業	2	1.9%	23	22.3%	78	75.7%	103
専門サービス業		0.0%	30	76.9%	9	23.1%	39
通信情報業		0.0%	4	80.0%	1	20.0%	5
流通業		0.0%	17	48.6%	18	51.4%	35
(空白)		0.0%	20	80.0%	5	20.0%	25
総計	2	0.7%	154	51.7%	142	47.7%	298

特別項目①急激な円安・株価変動の影響について 影響の記述

業種	業務内容	影響について
1 サービス業	不動産業	不動産売買について、売り物件が少し出回りが少ない様です。
2 サービス業	補聴器の販売・修理	来客数が微増ではあるが増えた。購買意欲増加の表れだと思います。
3 サービス業	商社	為替レートとの変動で仕入れ原価が上がった
4 サービス業	LPガス販売、住宅リフォーム	仕入れ価格の上昇
5 サービス業	エレベーター・エスカレーター等 昇降機 輸送機器の保守管理	海外よりエレベーターパーツを輸入して使っているため、仕入れ単価が上昇する。あと車両の燃料費も高騰する。
6 サービス業	オートバイ販売 レンタル 中古車 買取	普通でも下降している業界なので影響なかったとは言えません。景気の上向きは一般の人の給料が上がった時、お金が使いやすくなった時だと思います。
7 サービス業	法人を対象にした海外出張の渡航手配	海外商品の値上がり
8 サービス業		東京に比べて大阪はアベノミクスの影響は3年先
9 サービス業	消毒業及び損保代理店	仕入れする薬剤などの価格が上昇した
10 サービス業	異業種共同組合	海外取引先への支払い手数料の増加
11 サービス業	陳列ケース、陳列器具レンタル	宝飾品関連業者が希望的観測で良いムードになりつつある。
12 サービス業	あんしん安全の販売(防犯・防災)	輸入が多いため
13 サービス業	人材派遣	直接的には関係ないが間接的に景気が上がったせいで忙しくなった
14 サービス業	塗料及び設備、副資材等販売	特別に良い影響は実感していない。ニュースに踊らされている感じはありませんが、ムードは悪くないと思います。ぼちぼち値上げの話が出てき
15 サービス業	不動産の賃貸・売買です	ぼんやりとでも景気の回復感があり、住宅の賃貸・購入にエンドユーザーが興味を深められようになってきた感じがある。
16 サービス業	製図サービス	注文・問い合わせの増加
17 サービス業	広告用マグネットの輸入、会社案内、チラシ等のデザイン、印刷	受注した商品は中国の工場で製造し、決済は米ドルで行っているため、急激な円安は取引先との価格交渉の時間さえ与えず、契約時の価格と決済額と大きく非難し、予定した売買益を計上できなかった。
18 サービス業	税関に対する輸出入の申告等、及び関連する業務全般	取扱いの9割が輸入のため、円安の影響を受けやすい。
19 サービス業	食品包装資材	小麦粉など食品の値上がりが包装資材の見直しにつながる
20 サービス業	人材派遣業	影響はなかった
21 サービス業	エアーコンプレッサー販売・修理、エアー配管工事	アベノミクスは何の効果も影響もなく、よそ様のお話して言う感じです。
22 サービス業	インテリアデザイン・施工・監理、ビル・マンションの管理、工場・複合施設の設備の設計・施工・監理およびメンテナンス	投資家のマネーゲームが起こっただけで、我々中小企業には大きな影響はないのではと思う。ただ、政策に中小企業のための政策が皆無で、今後の先行きに不安を感じざるをえない。
23 サービス業	WEBサイト・システム制作	まだ、零細企業には景気の影響はないように思われます。
24 サービス業	トラック及び関連部品の販売、車両メンテナンス、板金&改装。トラック廉ターカーなどトラックに関わる事業サービスを展開する	仕入れの高騰、お客様の経費増大による製品買い控え傾向 中小企業には直接何の影響が形として判断が付きにくい、一番分かりやすいのは、資金確保、銀行取引のかんわをして(期限付2~3年でもよい)数字として出さないと感じられない。
25 サービス業	各種写真撮影業、テナント業、各種広告データ企画制作業	医療に關係する人材サービスなので、景気の影響を受けることは少ない。
26 サービス業	人材サービス業、人材紹介、薬学生向け就職サイト運営	影響はないというよりいい言えば良い影響はないというが適当かもしれ
27 運輸業	トラックによる配送業	影響はないというよりいい言えば良い影響はないというが適当かもしれ
28 運輸業	物流業(倉庫、輸配送、個人配達、輸出支援)	お客様が輸入企業によるところが多い為。お客様の利益の減少が気になる。
29 運輸業	運送業	円安により燃料の高騰
30 運輸業	集配、ピッキング作業、倉庫保管業	株高の理由がわからない。かぶだかはいちじてきなものなので、今後の景気は横ばい、もしくは下げ
31 運輸業	軽貨物運送業	まだ反映されていないだけで、今後影響があるかもしれない
32 運輸業	総合物流業	輸出は増えたが輸入が減った。
33 建築業	型枠大工業	材料の高騰
34 建築業	総合建設業、不動産業	仕入れ単価が一部高くなった。
35 建築業		円安で電力会社の経営が圧迫し、電気料金の値上げにつながり、民間需要の活性化がにぶる。
36 建築業	障害者施設住宅の新築リフォーム	アベノミクスでお札をジャンジャン刷って金融機関に投入しているらしいが全然そんな気配すらない。金融が少しゆるむと、信金の営業が飛び込んでくるが今回は全くない。
37 建築業	塗装工事業	客層は、真面目な一般庶民が中心です。あまり「株」「投資」には関係ありません。
38 建築業	タイル及び住宅設備機器の販売及び施工	当社は輸出入もしていないし直接にはない。あるとすれば取引先がこれによって受注が増えることによって当社に仕事が増えるかなというところ
39 建築業	防水、防蝕、塗床等樹脂系特殊工事責任施工	大企業の黒字復活で期末駆け込み営繕書の急増受注。
40 建築業	電気工事業	設備投資をしてから

41	建築業	防水工事をはじめとし塗装工事・外壁改修工事・リフォーム工事などをしております。	石油製品である材料価格の値上げ
42	建築業	新築、リフォーム、リノベーション設計と施工	特に変化はまだ見られないが雰囲気はある。
43	建築業	注文住宅新築、リフォーム、店舗内装、建築全般	資材の高騰、特に鉄、合板類
44	建築業	建築資材卸売	輸入、輸出とも、無い業界なので影響は少なかった。
45	製造業	金属製品製造、溶接	報道されている程日々の仕事量に変化はない。余計に悪化しているように思う
46	製造業		原材料の高騰による取引先の業績圧迫
47	製造業	オフセット印刷 製本	円安を理由に石油精製品を原料とする資材の値上げが続いており、仕入れ額の増加になっている。しかし、販売時に値上げ分を価格転嫁できず苦しい状況である。
48	製造業	スタッド溶接	原材料の値上げ
49	製造業	消防自動車、ゴミ収集車、バキュームカー等、特装車の架装部品 レントゲン等医療機器の部品 各種板金部品	最終顧客が官庁関係が多いため、元々急激な受注環境の変化は起きにくい。 原材料価格もまだ大きな変化はない。
50	製造業	コンベアの設計製造	原材料の輸入価格変動による
51	製造業	プラスチックフィルム製品の製袋加工販売。	輸出入関連の仕事ではないのであまり影響を受けなかったと思う。
52	製造業	コンピュータ関連装置	間接的にはあるかもしれないが、直接はない
53	製造業	金属プレス加工及び板金溶接加工業	株価上昇は部分的にエンドユーザーの購買意欲の向上には寄与していると思われる。 円安は素材の価格上昇もなく、また輸出関連業界もほとんど影響がなかった(輸出関連の企業は先般の円高で海外での現地調達を行っており国内回帰にはしばらく時間がかかりそうです)
54	製造業	建設機械、産業車両用カウンタウエイトの製造、販売。	株価の上昇は含み資産が上がった。(保有上場株) 円安は外貨為替差損の解消。
55	製造業	シール印刷	影響は特にない
56	製造業	鉄筋、鉄線加工	材料の値上げ
57	製造業	工業用裁断機器・製造	円安による輸出増大よりも海外仕入れ価格の高騰の影響の方が大きい
58	製造業	女性下着及び生地卸売	中高級品を海外から輸入している為、為替変動で影響がある。
59	製造業	和生菓子製造	輸入原材料の値上げ
60	製造業	ナット製造販売	株価は行き過ぎて、円はまだまだ安いと思わない。普通である。大手企業が良くなり国内に設備投資を出来れば雇用も生まれ良い方向に進む。
61	製造業	プラント等の回路設計	海外移転によるもの
62	製造業	服飾品製造販売、販売促進品、ファッション雑貨、コンサートグッズ等製造販売	以前の様な高級な百貨店アパレル服が販売不振のため、増々低廉品の製品が多くなってきた。
63	製造業	ウレタンゴム製造	実態の取り引きで良くなったことはない
64	製造業	板金加工	消耗品であるストレッチフィルムやPPバント類(石油化学製品)の値上げがあった。
65	製造業	食品製造業	輸出品の増加
66	製造業	硬質クロムめっき施工	仕入れ価格の高騰
67	製造業	機械加工、建築業で太陽光発電機の設計・施工、サービスコンサルティング	円安で80円/ドル→100円/ドルになっただけで、大企業の資金を国内に持ち込む際に800億円が1000億円となって、大企業の社員の給料がアップしたのみです。中小企業は光熱費アップのみで受注価格が上昇するわけではなく、デメリットのみである。
68	製造業	豆腐、油揚げ製造業 金属製品製造業	持ってる株があがった。原材料・エネルギーすべて価格が上がり原価コスト増大。
69	製造業		メーカーの新製品開発、投資意欲の向上に伴う受注確保
70	製造業	電子部品	もう少し続けば良い影響がでると思われる
71	製造業	食品包装資材の企画・製造・販売	円安での原料高騰が起こったが、内需停滞の為値上げ出来ていない。
72	製造業	化学薬品製造	急激な円安で原料費が上がり、コスト高だ。
73	製造業	光学硝子及び部品製造業	自立的で質の高い仕事づくりを目指してきたから、外国為替の交易条件好転で業績も好転した。
74	製造業	表面処理加工業	円安が進んだことで、投資マインドが明るくなった
75	製造業	鋼板の加工及び鋼材の販売	仕入れ材料の高騰
76	製造業	ポリウレタンコーティング	円安は原料輸出に効果があるが、中国元の決済時に円高に転じたため換金のタイミングをなくした
77	製造業	印刷 ウェブサイトの企画・制作	当社は経済環境がすぐ業績に響くような体質ではない。
78	製造業	きな粉 香辛料販売	円安で輸入原料が高騰。販売価格江の転嫁はごく一部にかぎられ、タイムラグもあり、減益要因になった
79	製造業	高級婦人紳士下着企画製造販売	輸入材料の仕入れ価格の大幅アップ(円安)コストアップが転嫁不能
80	製造業	線香製造	輸入原材料の価格上昇
81	製造業	金属プレス加工業	中国からの仕入れが高くなった
82	製造業	台車の製造販売	弊社に実感の湧くような効果はなし
83	製造業	別注家具製造	原材料が値上がりした

84	製造業	工業用ガスバーナーの製造	大企業のみ利益をもたらし、中小企業にとっては逆に悪影響を与えた感じがします
85	製造業	ゴムロール製造	輸入している原料代が増加している
86	製造業	プラスチック製造、電機電子応用商品	円高で、為替のデリバティブ損をしなかったけど、輸入用はでたのでプ ラマイゼロです。
87	製造業	各種ポンプ・同装置製造販売	弊社製品も10年前と比べたら最終仕向け地が海外という案件が増えて きた。その中で円安方向というのはプラス材料。実際に案件もまとまる が、購買力平価で考えると、弊社製品のような国で作っても性能は 同じというような商品はこの為替ではまだテーブルに乗れない。ドル120 円ユーロ140円ぐらいでない...
88	製造業	金属プレス加工及び、金型製造	まだ影響はないが、ムードは良くなりつつあるように思う。各企業が前向 きに動くための施策が欲しい
89	製造業	包装用品加工卸	化成品価格の値上がりの販路に転嫁が苦しい
90	製造業	設備工事業	仕入れ単価があがりそう。
91	製造業	塗装業	数字が変動するだけでモノが動いていない
92	製造業	精密機械部品加工、省力化、産業 機械設計・製作・組立	実態の動きがないのに騒ぎすぎです。当社では情報に振り回されない よう、自分の目と耳で情報を収集し、決して鵜呑みにしないよう指示して います
93	製造業	プリント基板プレス加工・金型製作	輸入品が高くなり商品の販売が難しい。
94	製造業		製造に使用する原材料は海外より調達→部品メーカーより部品を購入 する高くなるだろ
95	製造業	コンクリート製品の製造業	部材は中国・韓国・日本製で対応している為、輸入コスト増が影響して いる。
96	製造業	食品加工機械製造販売	株高、円安は中期的には全中小企業にとって恩恵になる。海外の引合 いが劇的に増加し、国内取引も増加した。
97	製造業	和菓子製造卸小売業	原材・包材の仕入れ値アップ
98	製造業	印刷金板製作	材料は仕入れが海外のための急騰
99	製造業	繊維製品製造販売	円安が替で輸入コストの大幅UP
100	製造業	軟素材の打ち抜き加工業	実際の経営にはそれほど影響は出ていない
101	製造業	焼き菓子製造卸	株価は上がったが、売り上げにはさほど影響していない。また円安で原 材料の値上げや、依頼があった。
102	製造業	ディスプレイ業、アクリル樹脂加 工、サイン製作施工	大手家電メーカーの黒字化で、受注増加が期待できる。海外委託製品 コスト高
103	製造業	樹脂押出成形金型の製造販売	輸入原材料の高騰による自社製品材料等の値上がり及びお客様も原 材料高騰からコスト削減のための受注減少
104	製造業	衣服製造販売	繊維を中心に素材の値上がりがはげしい。また、染色料金の値上げ も始まっている。全てコストアップにつながるが、それを製品の価格に転 嫁するのに苦労している。
105	製造業	フレキシブルシャフト製造	輸入品の値上がり。
106	製造業	ガラス加工	部品や消耗品などの値上げがあった
107	製造業	金属熱処理加工	今春の電気値上げとは別に、円安によって高くなった原料費調整による 電気ガスの値上がりがこれから現れてくる。
108	製造業	金網及び関連製品の製造・販売	海外からの発注につながった案件がある
109	製造業	プラスチック加工業	円安により材料メーカーが値上げをしてきている。
110	製造業	物流支援機器(垂直搬送機・駆動 ローラーコンベヤ・パレット積替え 機等) 製造販売	株価の上昇に付いては、直接経営には影響有りませんが、顧客に於いて 決算内容が良くなり設備投資につながるかも？ 円安は、海外調達部品に直接関係し、購入品価格高騰になり売価に反 映できず 利益圧迫の要因となる。
111	製造業	精密金属バネ製造	株価が購入価格より高くなった。 お客様の半数以上が輸出企業の為影響なし。
112	製造業	ごみ貯溜機製造販売	15年以上のデフレ対策を講じていなかったのに、政権奪取後、6カ月程 度で中小企業までに景況感が波及するとは考えておりません。今後は 参院選や消費増税等の動向によります。
113	製造業	幟の製造から他の商品(提灯、幕) オーダー注文小売ヘシフト中です。	今はまだ直接的な影響は感じない
114	製造業	ドライラミネート加工	材料費のUP
115	専門サービ ス業(土業の 方)	社会保険労務士・行政書士業	得意先の状況などに変化が実感できないため、正直変化があった実感 が持てない。
116	専門サービ ス業(土業の 方)	税理士事務所	得意先の経営が改善した
117	専門サービ ス業(土業の 方)	会計事務所	仕入高アップの得意先が増えてきている。
118	専門サービ ス業(土業の 方)	経理 会計 税務業務	円安の影響はこれからと思います。
119	専門サービ ス業(土業の 方)	税理士	円安により顧問先企業の経費圧迫が高まるとともに、先行き不安が広 がった。事務所の経費圧迫懸念が生まれ、不安感が増える。 株価の上昇による影響はないが、本業の補填を投資に走り出す零細企 業も生まれるのが従来のパターンとしてある。その結果、バブル崩壊や 株価急落により資金繰りがつかなくなり、破綻に向うケースもあり、企業 の投資傾向や資金繰り状況をチェックする必要が生まれる

120	専門サービス業(土業の方)	都市計画・まちづくり・建築・土木・造園の計画設計	建設資材の単価上昇で、計画・設計の見直しを迫られた。
121	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士	輸入をメインにしている顧客が円安による業績悪化により顧問契約が打ち切られた。
122	通信情報業	社会インフラ関連の制御系ソフトウェア受託開発	世の中の景気の影響はすぐにこない。1年後あたりに影響するのでは
123	通信情報業	OA機器、IT機器の販売及びメンテナンス。人材派遣&職業総合業。	好気感の一部で感じられるが、商売ベースでは何も変わらない。
124	流通業	ニット生地製造卸	輸出入どちらにせよ急激な変化は困る
125	流通業	衣服・雑貨の卸売	輸入仕入れ価格が20~30%UPした
126	流通業	ネジの販売	中小の市場に降りてきているムードがない
127	流通業	文具・事務用品の卸、小売業 OA機器、卸 オフィス家具、卸 印刷全般、印鑑、ゴム印など	今のところ大きな影響はないというだけ 中長期的に見れば、影響はあると思うが、現時点での株価、為替の乱高下が 直接的な影響を及ぼす範囲は非常に小さく限定的
128	流通業	鋼材の切断加工	海外現地調達していた資材が円安の影響により国内品を輸出するのと費用的に大差無くなり高品質の国内品で受注出来た事。
129	流通業		株で利益を得た方が弊社商品を購入。
130	流通業	美容材料卸	民間需要に左右される業界なので、影響があるとしたらこれから
131	流通業	古紙の集荷加工販売	輸出がよく製品単価がアップしたものの、国内が活発化していないため、資源物(古紙)の発生は低調
132	流通業	アパレル小売販売業	輸入品のコストupでマイナス、可処分所得上昇による顧客来店数のupでプラス
133	流通業	鉄鋼の加工販売	今のところ影響はないが、今後、仕入れ単価増の要因となりうる
134	流通業	学習塾、学校への教材・教具の販売、卸	特になし
135	流通業	被服販売業	原料費ばかり上昇する感覚しかない。
136	流通業	業務用浴場機器の製造、輸入卸売業。高齢者向けリハビリプール用水中運道具輸入卸売業	円安となり輸入品のコストがUPして収益が落ちた。
137	流通業	ワイヤロープそれに付随する建築金具資材の輸出入業	輸出と輸入の比率が半々なので相殺されます。
138	流通業	倉庫業。顧客の物流部門の代行業務です	まったく上向き感はない。実体は報道と違うと感じる
139	流通業	機械工具の販売	公私とも投資活動はリスクが高く、行っていない。
140	流通業	世界骨董品輸入販売業	円安で仕入れ価格が20~30%程上がってしまいました。
141	流通業	下着輸入、製造、卸売、小売業	輸入販売がメインなので仕入コストが30%UPした。個人消費は変わら
142	流通業	塗料製造販売	ナフサを始め輸入原材料の高騰
143	流通業	医療装具用材料部品 一般向けサポーター インソール等、それらのネット販売及び卸売り	輸入商材が多いので、コストアップ利益圧縮、値上げにより競争力弱
144	流通業	機械工具の販売	化、それから仕入先からの値上げにより、利益圧縮 減
145	流通業	締結部品販売業	多くの分野の価格上昇
146	流通業	建築金物・建設資材卸商	原材料コストアップによる市場の停滞
147	流通業	ステンレス、線材加工・卸売問屋	円安による仕入商品の原価増を。販売価格に転嫁しきれていない。
148	流通業	医薬品卸売販売	持ち株が上昇した、海外からの仕入れが上昇した
149		障害者能力開発校	特に影響はない
150		一般病院	まだ影響が出て来るには時間がかかる。今の状況は実経済と連動していない。
151		工場の自動化を行う、制御盤等の設計、製作、ソフト、工事、調整。設計やソフトだけ等、各作業のみでも請け負う。	まだ医療材料の値上げなどには至っていないが、円安にはデメリットしか感じられない。
152		テキスタイルコンバーター	円安により輸入燃料や材料価格に影響が出てきている。 製造業社も原価が上がることにより、社内の無駄や我慢できる保守関係の出費を抑えると思われる。
153		青果物 問屋	当初は、前期末より仕事が減少し、6・7月には戻ってくるだろうと同業者とも話していたが、上記理由により設備投資は、下半期にずれ込むと予想する。
154		健康食品・化粧品等を美容室、薬局への卸売	株価上昇で潤う部門はごく一部。 為替が安くなっても生産力が小さくなっており輸出につながりにくい 急な変動であったため設備投資には疑心暗鬼と思われる
155		木材販売	株式の取引をしていないので、株価変動によって大きな変化はありませんでした。
			物価の上昇で消費低迷と原料価格の上昇。
			仕入れの高騰

特別項目②電気などのエネルギーの値上げについて

(1)年関係費について

業種	業務内容	経費について
サービス業	パソコン総合サポート	電気12万
サービス業	人材派遣、紹介	電気20万以上
サービス業	骨董、古美術の卸売業、食品、雑貨品等の卸売、ビルの賃貸業	2~3万
サービス業	食品スーパー	約100万円
サービス業	商社	対比はしていない
サービス業	オートバイ販売 レンタル 中古車買取	電気 ガス 550万
サービス業	あんしん安全の販売(防犯・防	45000円程度
サービス業	人材派遣	電気 250万
サービス業	塗料及び設備、副資材等販売	電気 70万円 ガス 2万円
サービス業	リスクマネジメント	ほとんど変わらず
サービス業	クリーニング全般	電気250万円 ガス880万円
サービス業	広告用マグネットの輸入、会社案内、チラシ等のデザイン、印刷	電気料40万円
サービス業	障害者支援	40~50万
サービス業	飲食店経営	電気20万円
サービス業	食品包装資材	電気代 年間3万ガスはひびかない
サービス業	人材派遣業	電気のみ85万円程度
サービス業	放送番組制作	電気100万円
サービス業	ホテル	電気ガス200万円
サービス業	エアーコンプレッサー販売・修理、エアー配管工事	電気80万円
サービス業	インテリアデザイン・施工・監理、ビル・マンションの管理、工場・複合施設の設備の設計・施工・監理およびメンテナンス	当社は、事務所家賃に電気代を含んだかたちで契約しているため、昨年同様の金額で経費負担はありません。
サービス業	WEBサイト・システム制作	10万円
サービス業	各種写真撮影業、テナント業、各種広告データ企画制作業	直接影響がない
サービス業	ビルメンテナンス(清掃業)	電気3万円
サービス業	筋肉矯正 文化教室	まだよくわかりません。
サービス業	人材サービス業、人材紹介、薬学生向け就職サイト運営	電気約40万円
運輸業	物流業(倉庫、輸配送、個人配達、輸出支援)	電機3.98万円、燃料30.17万円
運輸業	集配、ピッキング作業、倉庫保管	水道、光熱費 60万円
建築業	木造建築並びにリフォーム工事	36万円
建築業	鉄骨建設	電気24000程度
建築業	障害者施設住宅の新築リフォー	不明だが大したことはない。
建築業	塗装工事業	少し程度の負担になります。
建築業	防水、防蝕、塗床等樹脂系特殊工事責任施工	さして影響なし(自社)
建築業	建築資材卸売	電気70万円アップ。
建築業	建設現場における工程、品質、安全、原価管理を行い、工事を完成させる業務	全部ひっくるめた水道光熱費としては、あまり変わっていない
建築業	電気通信設備の請負工事会社(2次下請け)	電気に関しては、現在まだ解らない。
建築業	ソフト開発 地図を使用しての商品開発	ガスに関しては、未使用。
製造業	金属製品製造、溶接	電気60万円
製造業		電気代200万円
製造業	金属加工業	10万
製造業		ス料金はいまだに値上げ額の具体的提示はありません。
製造業	オフセット印刷 製本	
製造業	溶接 機械加工 オートバイメンテナンス	電気ガス年間200万くらい
製造業	消防自動車、ゴミ収集車、パキユムカー等、特装車の架装部品	
製造業	レントゲン等医療機器の部品	
製造業	各種板金部品	電気100万円、ガスはなし。
製造業	コンベアの設計製造	電気100万円
製造業	プラスチックフィルム製品の製袋加工販売。	電気代で約60万程増

45	製造業	コンピュータ関連装置	電気 5万円
46	製造業	金属プレス加工及び板金溶接加工業	電気代は現行年間220万程度、ガス使用は冬季のみなので10万円に満たないです。
47	製造業	建設機械、産業車両用カウンタウエイトの製造、販売。	電気1, 200万円
48	製造業		電気500万円
49	製造業	自動制御盤の設計・製造	電気20万円
50	製造業	印刷業	100万円
51	製造業	工業用裁断機器・製造	不明
52	製造業	紙器製造業	電気300万
53	製造業		電気代30万
54	製造業	金属部品加工	電機200万円
55	製造業	ウレタンゴム製造	会社全体で50万~100万円
56	製造業	硬質クロムきめ施工	電気240円
57	製造業	鉄鋼製品加工販売	電気代300万円
58	製造業	豆腐、油揚げ製造業	電気60万円、ガス240万円
59	製造業	金属部品加工	2~3百万
60	製造業	金属製品製造業	電気代 50万円
61	製造業	電子部品	25万円アップ
62	製造業	化学薬品製造	電気10万円
63	製造業	光学硝子及び部品製造業	年間で節電対策も含んで、値上げ18%から電気240万円、ガス代60万円程度経費増加を折込済み。
64	製造業	軟質塩化ビニールのリサイクル	電気 年間960万円から1.150万円(190万円程度増えそ
65	製造業	表面処理加工業	電気5千万円、ガス10千万円
66	製造業	鋼板の加工及び鋼材の販売	80万
67	製造業	ポリウレタンコーティング	電気3万円
68	製造業	印刷 ウェブサイトの企画・制作	電気10万円 ガス0円
69	製造業	きな粉 香辛料販売	その他コストアップで減益要因重なる
70	製造業	高級婦人紳士下着企画製造販	50~10万
71	製造業	金属プレス加工業	100万円UP
72	製造業	スチール製店舗什器、家具、金物等製造販売	電気6万円 ガス6万円位
73	製造業	省力化機器設計製作	電気代 30万円
74	製造業	工業用ガスバーナーの製造	電気20万円、ガス5万円
75	製造業	ゴムロール製造	電気500万円、ガス400万円
76	製造業	金網の製造・販売	電気10万円
77	製造業	プラスチック製造、電機電子応用商品	60万
78	製造業	各種ポンプ・同装置製造販売	電気30万円
79	製造業	金属プレス加工及び、金型製造	電気代 50~60万円
80	製造業	金型製造	電気30万円、ガス無し
81	製造業	精密機械部品加工、省力化、産業機械設計・製作・組立	年間50万円
82	製造業	プリント基板プレス加工・金型製	電気1000万円
83	製造業		電気代10万円
84	製造業	コンクリート製品の製造業	10万
85	製造業	食品加工機械製造販売	電気600万円、ガス??
86	製造業	和菓子製造卸小売業	分かりませんが確実にアップ
87	製造業	シルクスクリーン印刷及びプレス・トムソン加工による各種銘版類の製造	250万円
88	製造業	印刷金板製作	電気200万円
89	製造業	焼き菓子製造卸	電気800万円、ガス90万円
90	製造業	衣服製造販売	弊社では直接影響はほとんどない。
91	製造業	フレキシブルシャフト製造	電気20万円位。ガス不明。
92	製造業	ガラス加工	電気 30万
93	製造業	金属熱処理加工	11年度比で12年度は電気200万円、都市ガス600万円値上がり。更に今年度は電気20%値上げで800万円上がり、別途、円安による原料費調整分が上乗せとなる。
94	製造業	プラスチック射出成形	電気代年間約135万増
95	製造業	木型、デスプレー品の製造	20万円
96	製造業	主に特殊車輛部品を製造	電気 120万/年
97	製造業	金網及び関連製品の製造・販売	電気 180万
98	製造業	金属プレス加工	電気代 20万円
99	製造業	プラスチック加工業	電気約30万円のUP
100	製造業	製缶、板金加工 産業用機械製	電気:23万円

		物流支援機器(垂直搬送機・駆動ローラーコンベヤ・パレット積替え機等) 製造販売	電気300万円程、ガス200万円程
101	製造業	精密金属パネ製造	電気40万円、ガス3万円。
102	製造業	ごみ貯溜機製造販売	ガス≒7万円 電気≒71万円
103	製造業	十字穴付タッピンネジ製造、販売	電気40万円(約1か月分の利益)
104	製造業	ドライラミネート加工	電気1800万円 ガス600万円
105	専門サービス業 (土業の方)	弁護士	30万円
106	専門サービス業 (土業の方)	税理士事務所	電気10万円 ガス2万円
107	専門サービス業 (土業の方)	コンサルタント、シンクタンク、建築設計	100万円程度
108	専門サービス業 (土業の方)	税理士	1万円
109	専門サービス業 (土業の方)	経営コンサル・キャリアコンサル	不明
110	専門サービス業 (土業の方)	社労士業務	今のところ分からない
111	専門サービス業 (土業の方)	会計事務所	電気代75万円
112	専門サービス業 (土業の方)	不動産登記、会社登記、相続、遺言、裁判等	1万円もない
113	専門サービス業 (土業の方)	広告や広報、販売促進の企画・デザイン・編集	電気150万円(年間)
114	専門サービス業 (土業の方)	障がい者の就労支援	具体的には把握していませんが、大きな動力は使用していませんので経営を圧迫するには至っていません。
115	専門サービス業 (土業の方)	税理士業務管理のコンサルタント業	電気代3万
116	専門サービス業 (土業の方)	社会保険労務士業	大きな影響はない。
117	専門サービス業 (土業の方)	社労士業務	特になし
118	専門サービス業 (土業の方)	社会保険労務士	特に変化なし
119	通信情報業	携帯電話、auショップとソフトバンクショップの運営	電機50万円
120	通信情報業	OA機器、IT機器の販売及びメンテナンス。人材派遣&職業総合WEBアプリケーションを作っています。	電気3万円くらい/値上げ/年間
121	通信情報業	ニット生地製造卸	電気24万円 ガス12万円
122	流通業	ステンレス鋼材販売	ほぼなし
123	流通業	小売業	電気数千円
124	流通業		電気代7万円
125	流通業		電気600万 ガス60万
126	流通業	ネジの販売	電気 3万円程度
127	流通業	文具・事務用品の卸、小売業 OA機器、卸 オフィス家具、卸 印刷全般、印鑑、ゴム印など	電気30万円程度 ガスは会社としては殆ど使っていない
128	流通業	運送業、倉庫業	電力年間30万アップ
129	流通業	美容材料卸	電気8万円
130	流通業	古紙の集荷加工販売	年間100万円アップ
131	流通業	アパレル小売販売業	年間光熱費20~25万円up
132	流通業	学習塾、学校への教材・教具の販売、卸	電気年間約150万円(値上げ分含む)
133	流通業	世界骨董品輸入販売業	電気150万円
134	流通業	医療装具用材料部品 一般向けサポーター インソール等、それらのネット販売及び卸売り	電気100万 ガス3万 水道18万 ガソリン100万 UP
135	流通業	機械工具の販売	電気3万円
136	流通業	事務機器販売及びそれに伴う内装工事	電気 数万円
137	流通業	締結部品販売業	電気約25万円
138	流通業	医薬品卸売販売	事務所経費なので特に影響はない。
139		不動産仲介業	電気16万円
140		障害者能力開発校	10万
141		機械工具卸売り業 生産財総合商社	電気代使用額 年間80万円
142		一般病院	約100万
143			

144	テキスタイルコンバーター	加工場は明らかにコストアップしているが今のところ工費値上げの要請はない
145	高齢者の生活援助、生活支援、相談支援 障がい者の生活援助、生活支援、相談支援	電気代300万円
146	健康食品・化粧品等を美容室、薬局への卸売	電気20万円、ガス15万円
147	介護保険・医療保険による介護福祉事業	特に問題にならない。
148	木材販売	電気5万円高騰
149	パソコンスクールの運営 企業研修の企画・運営	電気120万円 ガス25万円

特別項目②電気などのエネルギーの値上げについて

(1) 影響対策記述

	業種	業務内容	記述
1	サービス業	人材派遣、紹介	特になし
2	サービス業	食品スーパー	電気代が増え、LEDの導入をすることになった
3	サービス業	記帳代行	お客様の経費増
4	サービス業	オートバイ販売 レンタル 中古車買取	2年前ソーラに変え本年2月7店舗あるうち4店舗太陽光発電に変えました。
5	サービス業	人材派遣	特になし
6	サービス業	リスクマネジメント	特になし
7	サービス業	クリーニング全般	コストアップになっている
8	サービス業	飲食店経営	現在は家主から値上げ転嫁を言ってきたのは一部であるがいずれすべての店舗が電気ガスの経費UPとなる。 LED化など徐々に進めている
9	サービス業	ペットの葬儀火葬納骨供養	コスト高になる。節約。
10	サービス業	税関に対する輸出入の申告等、及び関連する業務全般	電気代が1年前と比較して2倍になっているのに、値上げは厳しい。
11	サービス業	人材派遣業	特になし
12	サービス業	大道具、舞台美術、イベント施	それほど問題はない
13	サービス業	WEBサイト・システム制作	固定費が上がった。
14	サービス業	トラック及び関連部品の販売、車両メンテナンス、板金&改装。トラック廉ターカーなどトラックに関わる事業サービスを	現在の所、大きな変化はありませんが、今後は仕入れ価格上昇へと影響が出ると考えられる
15	サービス業	各種写真撮影業、テナント業、各種広告データ企画制作業	基本的に夏場がひまな職業であり、節電はしやすいが値上げは反対であるが、災害による為後年(短期間)で値下げする事を決めて欲しい。
16	サービス業	筋肉矯正 文化教室	エネルギー価格の値上げにより使用電力の節電をビル全体としてやるので、電気がついていない所が多くなり全体的にビルに活気がなく感じられる。
17	サービス業	人材サービス業、人材紹介、薬学生向け就職サイト運営	特に対策は取っていません。
18	運輸業	物流業(倉庫、輸配送、個人配達、輸出支援)	物流業のため、燃料代の値上げは影響がでる。デジタコを車輛に設置しエコドライブを推進。
19	運輸業	集配、ピッキング作業、倉庫保管業	とくにきにしていないので、対策もしていない
20	建築業	店舗設計施工・リフォーム(家・事務所他)	節電、経費節約
21	建築業		取引先の民間企業の設備投資が鈍い。取引先で市の補助金を活用できないか一子になって検討中。
22	建築業	鉄骨建設	今の所大きな問題はなし
23	建築業	タイル及び住宅設備機器の販売及び施工	小さいが単純に電気代がかさむ
24	建築業	建築資材卸売	電気使用量は元から最小限のため、LEDへの変更などの節電のみ。
25	建築業	建設現場における工程、品質、安全、原価管理を行い、工事を完成させる業務	取引先へ悪い影響がないか懸念する。
26	建築業	電気通信設備の請負工事会社(2次下請け) ソフト開発 地図を使用しての商品開発	車両関連の燃料費の増。 対策は未解決。
27	製造業	金属製品製造、溶接	経費が増加し、売月上減の中、非常に答える
28	製造業		LED導入費用の補助が在籍団体からあった
29	製造業	金属加工業	エネサーブ等の会社の活用
30	製造業	オフセット印刷 製本	結果として、経費の増加を招き 悪いことばかりです。対策・・・節電？
31	製造業	溶接 機械加工 オートバイメンテナンス	材料の値上げ
32	製造業	消防自動車、ゴミ収集車、パキウムカー等、特装車の架装部品 レントゲン等医療機器の部品	電気代の上昇。 デマンド監視装置の設置や社員教育による節電。 節電設備への切り替えの検討。

33	製造業	コンベア的设计製造	節電につながる設備投資を行い、電気使用量を減らす
34	製造業	プラスチックフィルム製品の製袋加工販売。	フィルムの仕入れ単価がUPしている。
35	製造業	コンピュータ関連装置	一般家庭並みの電気代の影響
36	製造業	プラスチック製品の製造販売	プラスチック材料の値上げ
37	製造業	金属プレス加工及び板金溶接加工業	値上げについてははっきり言って説明がなさ過ぎる 経費に占める電気代のウエイトは高くはないが、価格転嫁は出来ない のでその分損しています。 現状の対策は、電灯や使用していない機器類の電源OFFの取り組み 電気器具の取替えなどです
38	製造業	建設機械、産業車両用カウンタウエイトの製造、販売。	電力単価の値上げが製造原価に影響を与える。安い深夜電力を使用 するなど作業時間の変速シフトなどで対応する。
39	製造業	シール印刷	電気代の節約だけでは全然効果がない
40	製造業	工業用裁断機器・製造	経費UPよりも、省エネ商品の拡販増加の方が大きい
41	製造業	和生菓子製造	電気・ガスで製造するため直接原価に影響する。 現状は経費節減するしかない。
42	製造業	ナット製造販売	関西電力の値上げはうれしくないが仕方がない電力会社も賃金カット・ 人員整理・遊休地の処分・原材料の値上げ。 顧客に値上げ申請をしても中々認めてくれない、需要が少ない為、認 めてくれる所も有るが、最終的には転注の声も・・・
43	製造業	主に建築現場で使用される取り付け金物の製造	電気(高圧から低圧に契約変更。LED証明への転換)
44	製造業	ウレタンゴム製造	電気料金が会社全体で50万～100万円アップする。対策としては太陽 光発電による売電事業を行う200～250万販売予定
45	製造業	板金加工	工場水銀灯を半分蛍光灯に交換した。空調機器2台のうち1台を空冷 式空調に変えた。
46	製造業	硬質クロムきめ施工	電気価格に上昇における固定費大。デマンド監視装置の導入。
47	製造業	機械加工、建築業で太陽光発電機的设计・施工、サービスコンサルティング	省エネ、新エネ設置
48	製造業	金属部品加工	デマンド監視による使用量減
49	製造業	電子部品	デマンド管理
50	製造業	光学硝子及び部品製造業	エネルギー問題は近代日本の国家的課題であり、一私企業は価格転 嫁するのみです。ただ原発を国策としてどうするかは大切な問題であ り、現状では日本国内から大手製造業が海外へ出てゆく。鉄鋼生産 などは世界中で25%も生産過剰であるので、国際的なエネルギー課 題調整が必要である。
51	製造業	軟質塩化ビニールのリサイクル	トラックが長距離を走るので、結構負担になる。
52	製造業	表面処理加工業	以前は、ガス料金と電気料金が同じくらいだったが、ここ最近のガス料 金の値上がりで倍程になった
53	製造業	鋼板の加工及び鋼材の販売	他の経費の削減
54	製造業	印刷 ウェブサイトの企画・制	影響はありません。
55	製造業	線香製造	節電は当然であるが、定時内操業を基本に、生産効率の向上に力点 を置いてコストアップを吸収する
56	製造業	台車の製造販売	販売価格に転嫁できないので、コスト負担のみ増加している
57	製造業	プラスチック成形	原材料の仕入の値上げがきつい
58	製造業	別注家具製造	経費の増大
59	製造業	スチール製店舗什器、家具、金物等製造販売	さらなる合理化をする。
60	製造業	工業用ガスバーナーの製造	対策としては社員さんに節電の意識をもってもらっているぐらいです
61	製造業	ゴムロール製造	電気代増加による利益減少、関西電力以外の電力会社から電気の 購入を検討中

62	製造業	金網の製造・販売	少しですが経費が増えます。対策は特にしていません。
63	製造業	プラスチック製造、電機電子 応用商品	工場が三重県、都市部ので大きく影響はなかったので助かった。
64	製造業	金属プレス加工及び、金型製 造	毎月の支出が増加する。全員が省エネに取り組んできたが、値上げ で飛んでしまう。もう一段省エネに取り組む
65	製造業	精密機械部品加工、省力化、 産業機械設計・製作・組立	全社を挙げてコスト低減の目標値を設定しているのですが、今回の値 上げで社員さんが積み上げてきた努力が報われません！！ 文句を言っても進まないの①売上拡大、②変動費、固定費の圧縮 に努めています
66	製造業	プリント基板プレス加工・金型 製作	電気代が上がった。電気は必要なので対策はない。
67	製造業		現在対策なし、企業活動は単価削減に取り組んでいる
68	製造業	食品加工機械製造販売	節電を震災以降、接続実施。①全ての事業所の照明をLEDへ変更。 ②ほぼ全ての空調を省エネ型へ変換。③全社員の夏制服を室温 28℃に対応可能な物に変更。
69	製造業	和菓子製造卸小売業	経費のアップ機械等小まめにスイッチを切る
70	製造業	シルクスクリーン印刷及びプレ ス・トムソン加工による各種銘 版類の製造	負担は増加したが売値への転嫁は難しい。
71	製造業	繊維製品製造販売	諸経費のUP
72	製造業	焼き菓子製造卸	電気代が増えて、採算が悪くなったが、解決策がなく、只今、対応を検 討中です。特に、電気代を下げる方法が知りたい。
73	製造業	ディスプレイ業、アクリル樹脂 加工、サイン製作施工	社内で節電の意識が多少高まった
74	製造業	樹脂押出成形金型の製造販 売	生産コストアップ及び節電等の対策のための設備投資
75	製造業	フレキシブルシャフト製造	燃料費の高騰。
76	製造業	金属熱処理加工	利益の圧迫。この3年間で電気ガス油類が売上対比で5%以上上がっ ており、社内で吸収することは困難。お客様にデータを提示して値上 げ(価格転嫁)をお願いしている。最終的には円安メリットを受けてい る輸出企業が価格転嫁を認めていかなければデフレ脱却は成り立た ない。
77	製造業	プラスチック射出成形	製造業なので、原動費の1割以上の悪化は非常に厳しい
78	製造業	主に特殊車輛部品を製造	製品価格に転価できていない。
79	製造業	金網及び関連製品の製造・販	電気料金のUP→節電の意識付
80	製造業	金属プレス加工	不採算部門の整理を考えている
81	製造業	プラスチック加工業	泣き寝入り。
82	製造業	物流支援機器(垂直搬送機・ 駆動ローラーコンベヤ・パレ ット積替え機等) 製造販売	価格アップ分を売価に反映できず、利益を圧迫。
83	製造業	精密金属バネ製造	一昨年から取り組んでいる節電を今後も取り組み、省エネ教育の柱に していきたい。
84	製造業	ごみ貯溜機製造販売	現時点で大きな影響はありません。国家にはエネルギー戦略の目標 や方針を決めていただければ、中小企業の我々もある程度事前に対 策することができます。いずれにしましても、参院選以降の動向に注 視せざるを得ません。
85	製造業	十字穴付タッピンネジ製造、販 売	約1か月分の利益が電気代金アップによって吹き飛ぶ。 生産設備を停止するわけにはいかないので対策できず。
86	製造業	織の製造から他の商品(提 灯、幕)オーダー注文小売へ シフト中です。	節電努力
87	製造業	ドライラミネート加工	電気、ガス代のUP
88	専門サービス業 (土業の方)	税理士業	節電(こまめな電気off)

89	専門サービス業 (土業の方)	社会保険労務士→労働、社会 保険、手続代理及びコンサルティング。 行政書士→各種許認可取得 及びコンサルティング	自宅兼事務所の電気代が上がった。
90	専門サービス業 (土業の方)	税理士事務所	経費増加
91	専門サービス業 (土業の方)	経営コンサル・キャリアコンサル	節電
92	専門サービス業 (土業の方)	会計事務所	節電による経費削減の努力をしているが、ここへきて、値上げ分で相殺されてきた
93	専門サービス業 (土業の方)	税理士	ガソリン代値上げによる出張経費の増大
94	専門サービス業 (土業の方)	行政書士業務	対策なし
95	通信情報業	携帯電話、auショップとソフト バンクショップの運営	auショップなどで電気代の節約などは無理なので、対策は取れない。
96	通信情報業	OA機器、IT機器の販売及びメン テナンス。人材派遣&職業 総合業。	LED蛍光灯に変えたが補助金はない(LED化したい)せめて昼でも電 気が必要なオフィスには、エネルギー問題も配慮し補助金にすべき。
97	流通業	文具・事務用品の卸、小売業 OA機器、卸 オフィス家具、卸 印刷全般、印鑑、ゴム印など	様々なモノの価格が上がることは、必ずしも悪いことではないと思うが デフレに慣らされてきた企業や個人は、値上げ=悪のイメージを強く 感じ 過ぎる側面があり、この点が一番問題であり、今後の懸念材料である あれほどデフレ脱却を望んでいた個人や企業が、いざインフレに転じ ようと するときに、様々な物価上昇に過敏に反応するのはどういいうわけか？ この心理的要因が、経済を悪くするのではないかと感じる
98	流通業	美容材料卸	ガソリン代の値上げは経費増
99	流通業	古紙の集荷加工販売	エネルギーについての経費削減はエコアクションを通してやっています
100	流通業	アパレル小売販売業	店舗でのビジネスの為、照明をはじめスイッチオフetcの対策を採るに は限界があり、光熱費の上昇は避けられない
101	流通業	鉄鋼の加工販売	通常の省エネ活動
102	流通業	学習塾、学校への教材・教具 の販売、卸	経費アップ
103	流通業	被服販売業	秋以降の仕入れ商品の価格上昇が予定されるのと、ガソリン代の上 昇が足かせになる。仕入れ商品の絞込みを、高燃費車両の導入。
104	流通業	業務用浴場機器の製造、輸入 卸売業。高齢者向けハビリ プール用水中運道具輸入卸	事務所の照明や空調の電力なので取りたてて営業は無い。
105	流通業	倉庫業。顧客の物流部門の代 行業務です	全社員のコスト意識の向上。現場の消灯の徹底
106	流通業	機械工具の販売	お客様の経費圧迫による設備投資および経費削減で売上が圧迫して きている。
107	流通業	世界骨董品輸入販売業	節電の一手しかありません
108	流通業	下着輸入、製造、卸売、小売 業	直接影響はそれほどではないが、染色工場などがガス代UPに伴い、 染色代の値上げを要求、運送費UP
109	流通業	塗料製造販売	電気代のアップ。LEDの採用、節電
110	流通業	医療装具用材料部品 一般向 けサポーター インソール等、 それらのネット販売及び卸売り	固定経費がアップして、利益圧縮。値上げしてお客を失うわけにも行 かず、競争力維持経費増。販売力、営業力強化で現在はまだ対処で きている。電力会社のように値上げするとお客はなくなる
111	流通業	機械工具の販売	しょうりょうがすくないため、対した影響にならない
112	流通業	事務機器販売及びそれに伴う 内装工事	特になし
113	流通業	ステンレス、線材加工・卸売問 屋	原価の上昇につながる、転嫁はできない
114		障害者能力開発校	空調の利用ek
115		一般病院	節電対策を検討している。

116	工場の自動化を行う、制御盤等の設計、製作、ソフト、工事、調整。 設計やソフトだけ等、各作業のみでも請け負う。	製造業者の原価が上がる。販売価格は上げたくないと思うので、どこかで原価を下げようとする。
117	テキスタイルコンバーター	いずれ値上げ要請がくると考えているが売値アップで対応する
118	青果物 問屋	電気、冷蔵庫を長時間使用するので、こまめに電気を消したりしています。
119	健康食品・化粧品等を美容室、薬局への卸売	こまめに電気を消す
120	介護保険・医療保険による介護福祉事業	ガソリン代の値上げで燃料費がかさむ。
121	国内 海外旅行 旅行素材販売 旅行代理店	今後 消費マインドの落ち込みが心配