

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10月～12月期）

期間：2013年11月18日～2013年12月11日

対象者：2785名

回答数：538名

P 1 : 大阪産業構造研究会コメント

P 4 : アンケート原紙

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・先行き景況感・資金繰り)

P 1 7 : 売上増加の要因（選択・記述）

P 2 1 : 売上減少の要因（選択・記述）

P 2 4 : 設備投資・経営上の課題（選択）

P 2 5 : 今後の力点（選択・記述）

特別項目（消費税転嫁について）

P 3 3 : 主な得意先について・賃上げの実施について

P 3 4 : 消費税5%が転嫁できているかどうか

P 3 5 : 消費税5%転嫁選択についての意見

P 4 0 : 増税分の転嫁について

P 4 1 : 価格転嫁のための対策について

大阪府中小企業家同友会

定点景況調査集計結果（2013年10月～12月期）に対するコメント

大阪産業構造研究会部長 三木得生  
阪南大学経営情報学部准教授 関智宏  
大阪経済法科大学経済学部准教授 高橋慎二  
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准教授 藤田和史  
阪南大学経済学部准教授 松村幸四郎

## 1. データについて

今回（2013年10月～12月期）の景況調査は、2013年11月18日～12月11日の間に回収されたものである。対象者2785名に対し回答数は538名で、（回答率は19.3%であった）。

## 2. 大阪同友会会員企業の景況について

### （1）売上・利益動向ー大幅な回復

今回調査の顕著な特徴として、売上・利益を増加させた企業が大幅に増加したことがあげられる。売上と利益の動向について、それぞれD I値を確認していこう。まず、売上動向であるが、前期比では前期（2013年7月～9月期）の5.3に対して、23と17.7ポイントの上昇である。前期比に関しては季節的な影響も考えられるが、前年同月比についても同様の傾向を示しており、前期8.8に対して20.6と11.8ポイントの上昇となっている。

利益動向も同様である。前期比については、前期2.7に対して14.3と11.6ポイントの上昇である。前年同月比については前期-1.6に対して9.7と11.3ポイントの上昇である。

製造業では2012年3月の東日本大震災以降、業績を悪化させる企業が増加し、2013年1月～3月期には、売上・利益動向は非常に深刻で、それぞれのD I値（前期比）は-15、-20を上回る状況であった。それが今年一年でほぼ右肩上がり回復し、今回の21.2、10.6という結果に至ったことの意義は大きい。設備投資のD I値も、前期1.9→今期15.4と大幅な上昇をみている。

### （2）売上増加の要因（前年同月比）

こうした要因を、売上増加の要因についてたずねたアンケート項目から探してみよう。売上増加の要因として最も多くの回答があったのは、「1.営業力の強化・拡大」28%で、これに「4.新規販路・新分野の開拓」16.1%が続いた。こうした企業努力が、「8.国内需要の拡大」10.1%といった外的要因を上回っていることは注目に値する。会員企業の継続的努力

の蓄積が、今回の結果につながっていると考えられる。

他方で、建築業では消費税増税前の駆け込み需要の影響も確認されている。高額商品で消費税の影響を受けやすいと考えられる建築関係では、「8.国内需要の拡大」を要因として挙げる企業が31.6%と高い。自由記述欄でも、売上増加の要因として、「消費税増税のため」「消費税増税前の駆け込み需要によるもの」「自社の取り組みよりも建設業の需要の拡大が売り上げ増につながった」などの回答が見られた。

### (3) 専門サービス業/通信情報業の業績悪化

全体としては以上のような傾向が確認できるが、専門サービス業（士業）、通信情報業では売上・利益動向ともに業績を悪化させている。なかでも専門サービス業は2012年4期から売上・利益ともに順調に推移し、景況感DI値も高いだけに、今期の落ち込みが目立った。売上減（前年同月比）の要因として回答数が多かったものとして、「4.他社との競合状態の悪化」54.5%、「1.国内需要の減少」18.2%、「季節的要因」18.2%と続いた。さらに自由記述欄では、「顧客の廃業」「数が増えたんです」「顧問契約先の会社の業績悪化に伴う経費削減」「同業他社への取引変更」「一件当たりの単価が低下」など、需要が拡大しない中での同業者間の競争の激化（仕事ごとりにくくなっている）と単価の低下が推察される。これに季節的な要因が重なり今回の結果に至ったと考えられる。

通信情報業は回答数が3名と極端に少ないため注意が必要だが、「1.国内需要の減少」「5.販売・受注価格の減少」「8.季節的要因」がいずれも33.3%であり、自由記述欄では「景気が悪く出店意欲があるオーナーが出てこない」「価格競争に巻き込まれ、従業員の成長をさしてあげられず厳しい結果」といった回答があった。

## 3. 特別項目—消費税増税について

前回に引き続き、特別項目として2014年4月に予定されている消費税増税の影響について、価格転嫁に対する考えを中心にたずねた。回答数503名のうち、海外向けはほとんどなく、国内の一般消費者向けとする企業が125名(25%)、国内の事業所向けが374社(74%)であった。「現在の5%の価格転嫁」が「できている」と答えた企業が81%に上った。自由記述を見ると、「(消費税5%)は認知されており定着しているので、外税扱いで問題はないうというトーンが目立った。他方で、「次回増税分の転嫁については、「可能」と回答した企業は59.4%にとどまった。「不可能」は6.8%と少数であったものの、「わからない」が33.8%と高く、率直な意見を反映しているものと考えられる。なお、流通業では一般消費者向けには「不可能」の回答が25%と高く、対一般消費者向けの業種が、増税をより深刻に捉えていることが分かった。

#### 4. 調査結果の留意点

今回の調査結果は会員企業の継続的努力が結実したものであり、高く評価されるべきである。しかしその反面、以下のような諸点にも留意したい。

第一に、業績の良い企業の大幅増加とは対照的に、資金繰りはむしろ悪化していることである。D I 値の推移をみると資金繰りについては常に厳しい状況にあるが、前期-9.7 に対して-13 と 3.3 ポイントの悪化となっている。

第二に、売上と利益を増加させた企業の割合は大幅に上昇しているが、採算状況を見ると改善しているとは言えないことである。今回調査では、「黒字」43.1%、「収支トントン」36.9%、「赤字」20%となっており、これ自体決して悪い状況ではない。しかし、今年一年を通じてこの割合に大きな変化が見られず、採算状況は足踏み状態である。

第三に、好調に見える製造業でも景況感は必ずしもよくないことである。前期-6.9 から 3.5 に改善してはいるが、-4.3 から 6.4 に改善した業種全体と比べても低調である。今後の推移を見守る必要がある。

最後に、消費税について、増税の影響を強く危惧する回答が多くはなかったことである。この要因の一つとして、質問項目の設定が考えられる。今回は、現行の税率下での価格転嫁の有無と、増税への対策をたずねたため、増税に対する意見が十分に反映されなかったことが考えられる。もう一つの要因が問題であるが、1997 年の消費税引き上げを経験していない経営者層が増えてきていることである。実際、回答数 538 名のうち、237 名の会員が 1998 年以降に会社設立しており、増税による悪影響の具体的なイメージを持たない経営者も少なくないことが予測される。2014 年 4 月の消費税の引き上げに向けて、今から対策を練っておくことが求められる。

(文責：立見淳哉)



## 【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10月～12月期(予測)を元にご回答下さい)

(1) 売上・利益の動向について、該当する項目に○印をつけてください

①売上	前期比(7～9月)： 増・横・減	前年同期比： 増・横・減
②利益	前期比(7～9月)： 増・横・減	前年同期比： 増・横・減
③採算	黒字・収支トントン・赤字	
④景気動向	好転・横ばい・悪化	⑤次期景況感 好転・横ばい・悪化
⑥資金繰り	楽・普通・苦しい	
⑦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

消費税調査

① 「主な」販売先・納入先等について(一つだけ○を)

1. 国内の一般消費者 2. 国内の事業所 3. 海外の一般消費者 4. 海外の事業所
- 
5. その他( )

② 現在の消費税5%は価格転嫁できていますか?

1. できている 2. できていない 3. その他( )

③ 消費税率が2014年4月から8%に上げられますが、増税分の価格転嫁は可能でしょうか?

1. 可能 2. 不可能 3. わからない 4. その他

④ 上記②についてその理由をご記入下さい。

⑤ 価格転嫁のためにどのような対策を講じていますか?または講じようとお考えですか?ご記入下さい。

⑥ 政府は去る10月各経済団体に異例の賃上げ要請を行ないましたが、次年度の賃上げについて該当する項目をお選び下さい。

1. 賃上げを実施する 2. 据え置く 3. 引き下げる 4. わからない

大阪同友会定点景況調査集計2013年10月～12月期

期間:2013年11月18日～12月11日

538名回答

(サービス業:131名 運輸業:17名 建築業:35名 製造業:183名 専門サービス業:70名  
通信情報業:10名 流通業:48名 その他:26名 空白:18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	3期	4期
サービス業	5.9	30.5	6.7	28.7
運輸業	33.3	37.5	-16.7	22.2
建築業	9.4	0.0	15.2	24.2
製造業	-15.9	-1.8	3.5	21.2
専門サービス業	25.0	18.2	27.4	19.1
通信情報業	30.0	100.0	0.0	-30.0
流通業	12.8	12.2	-36.6	27.1
統計	-1.4	12.9	5.3	23.0

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	3期	4期
サービス業	10.9	23.8	6.1	26.9
運輸業	46.2	50.0	0.0	33.3
建築業	3.3	8.3	-4.9	12.1
製造業	-5.1	-12.7	3.0	18.2
専門サービス業	30.6	32.5	33.8	18.6
通信情報業	40.0	50.0	18.2	10.0
流通業	-19.6	10.0	7.1	14.0
統計	2.8	9.3	8.8	20.6

## (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	3期	4期
サービス業	1.0	23.8	2.3	22.7
運輸業	0.0	75.0	-25.0	23.5
建築業	-3.0	3.8	10.9	2.9
製造業	-20.8	-7.1	-4.1	10.6
専門サービス業	10.3	15.9	22.0	11.9
通信情報業	-20.0	40.0	8.3	0.0
流通業	-16.7	9.8	-6.3	14.0
統計	-10.2	8.7	2.7	14.3

### 利益前年同月期

2011年

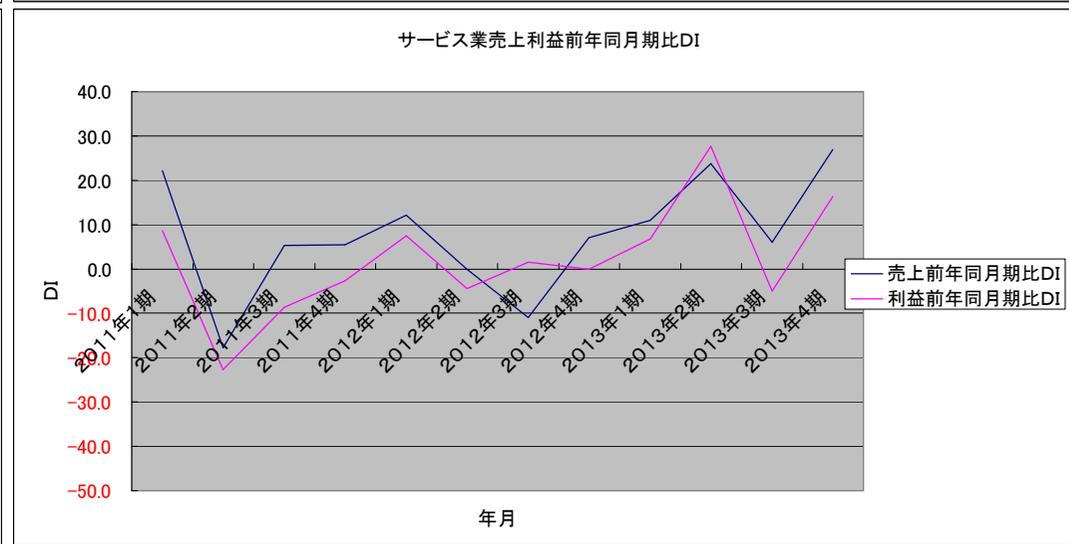
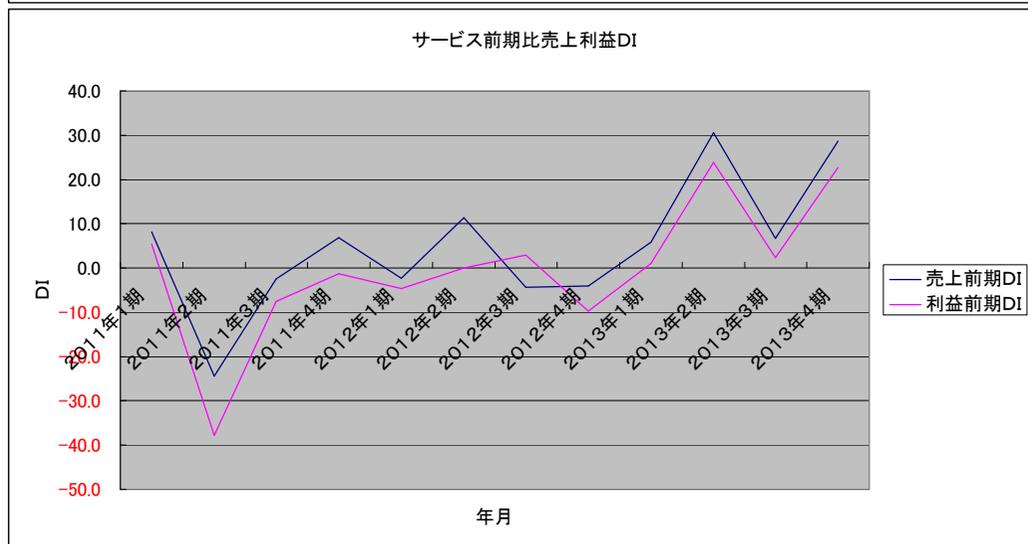
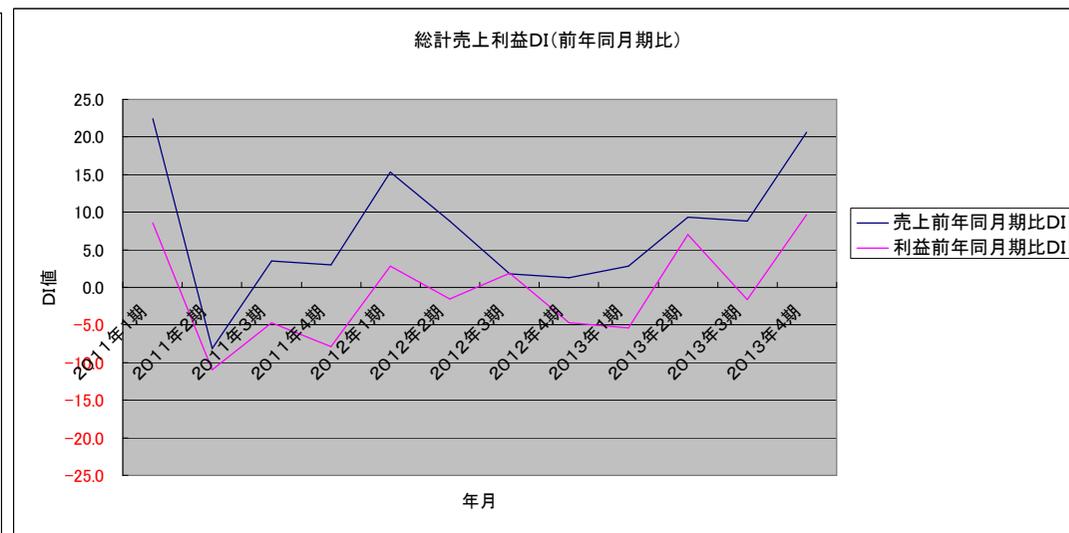
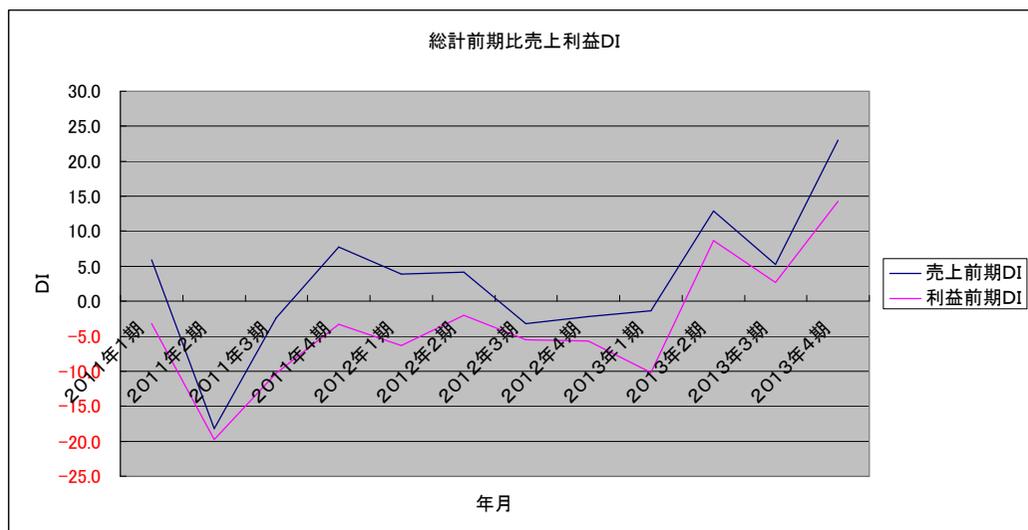
	1期	2期	3期	4期
サービス業	8.6	-22.7	-8.6	-2.7
運輸業	22.2	22.2	-10.0	9.1
建築業	-36.3	-3.0	-44.0	-28.6
製造業	3.1	-13.1	1.8	-8.7
専門サービス業	29.6	-5.6	6.5	-7.1
通信情報業	40.0	-25.0	25.0	-18.2
流通業	19.4	-8.8	0.0	-9.3
統計	8.6	-11.0	-4.7	-7.9

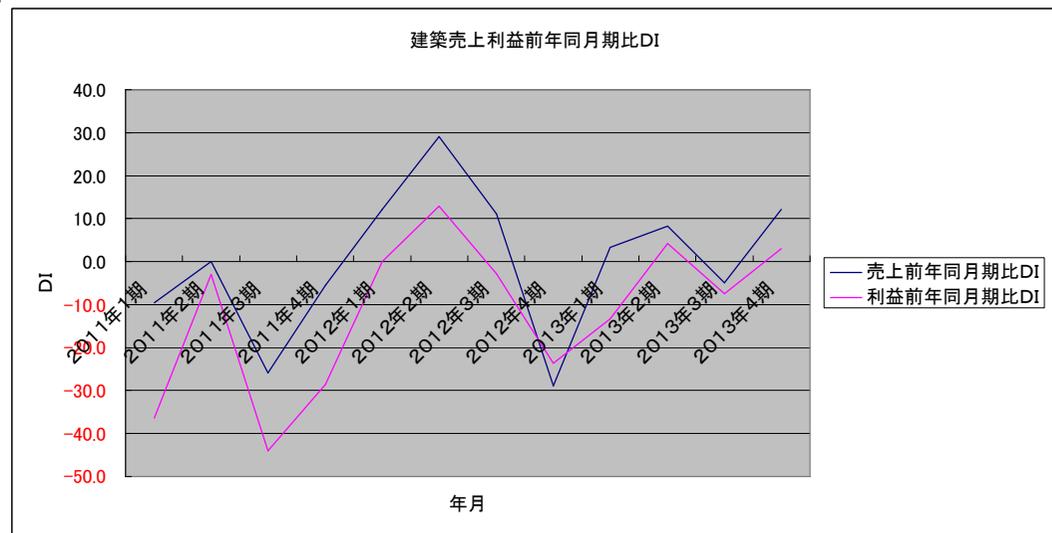
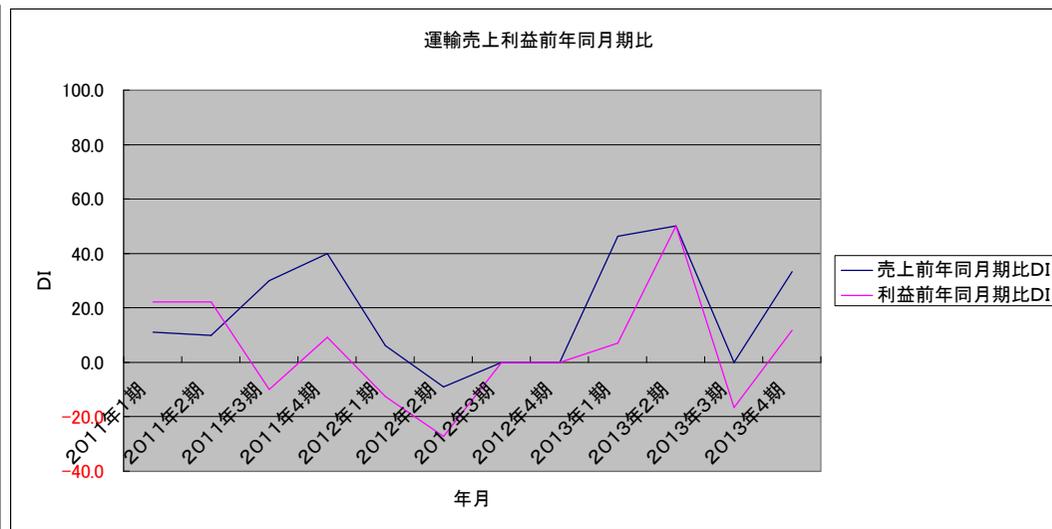
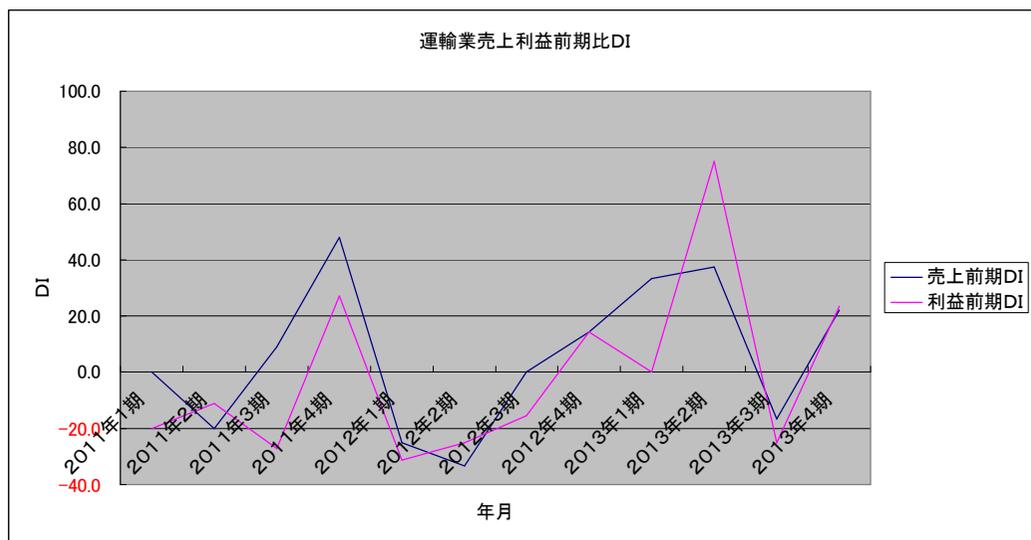
2012年

	1期	2期	3期	4期
サービス業	7.5	-4.4	1.6	16.4
運輸業	-12.5	-27.3	0.0	11.8
建築業	0.0	12.9	-2.8	3.0
製造業	-3.8	-0.9	8.2	4.1
専門サービス業	8.7	-4.0	5.5	12.1
通信情報業	9.1	0.0	-16.7	20.0
流通業	6.0	5.7	0.0	0.0
統計	2.8	-1.5	1.9	-4.7

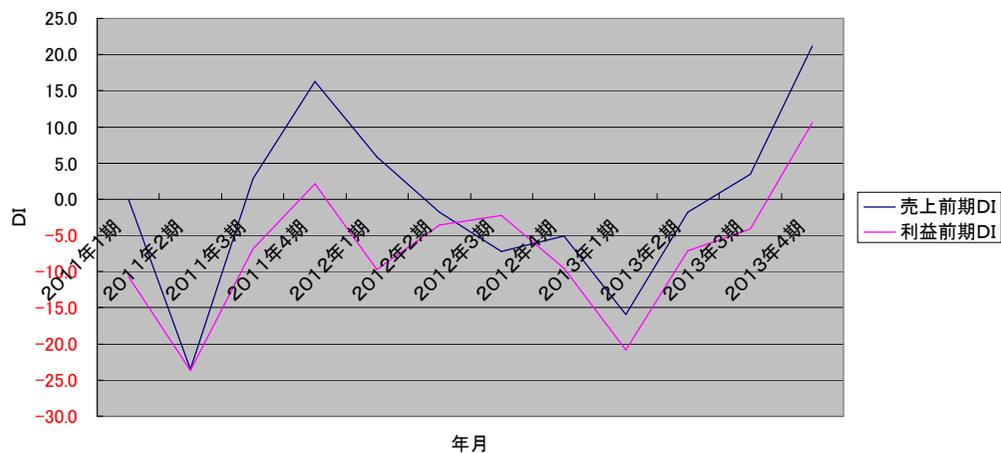
2013年

	1期	2期	3期	4期
サービス業	6.7	27.6	-5.0	16.4
運輸業	7.1	50.0	-16.7	11.8
建築業	-13.3	4.2	-7.5	3.0
製造業	-11.8	-16.5	-9.8	4.1
専門サービス業	21.6	36.6	34.7	12.1
通信情報業	0.0	20.0	27.3	20.0
流通業	-23.9	2.6	-19.6	-4.4
統計	-5.4	7.0	-1.6	9.7

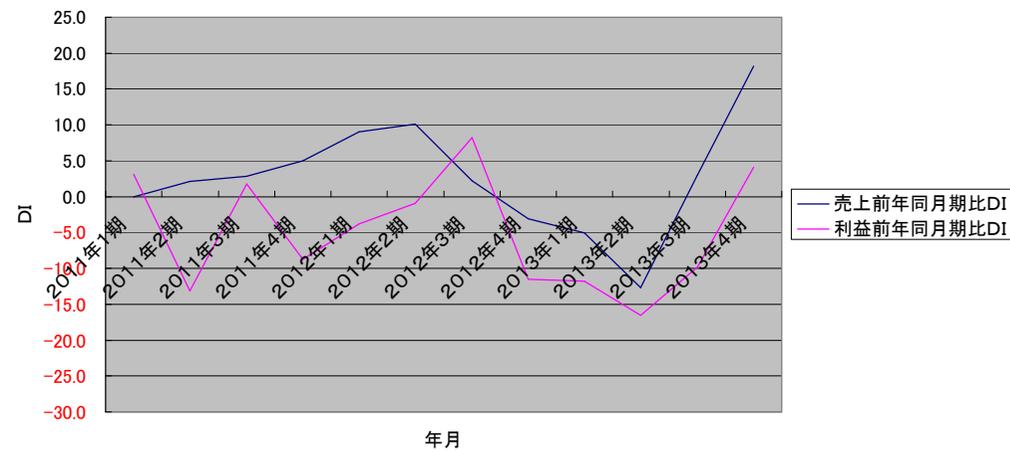




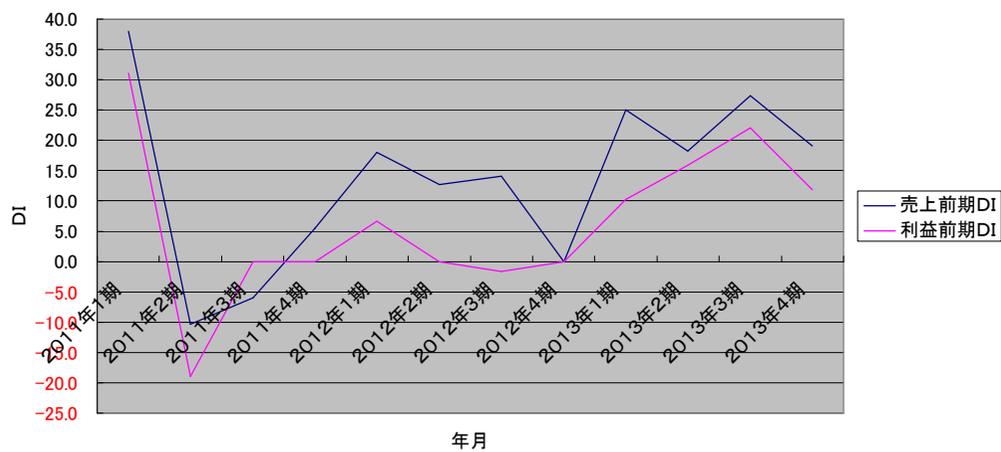
製造売上利益前期比DI



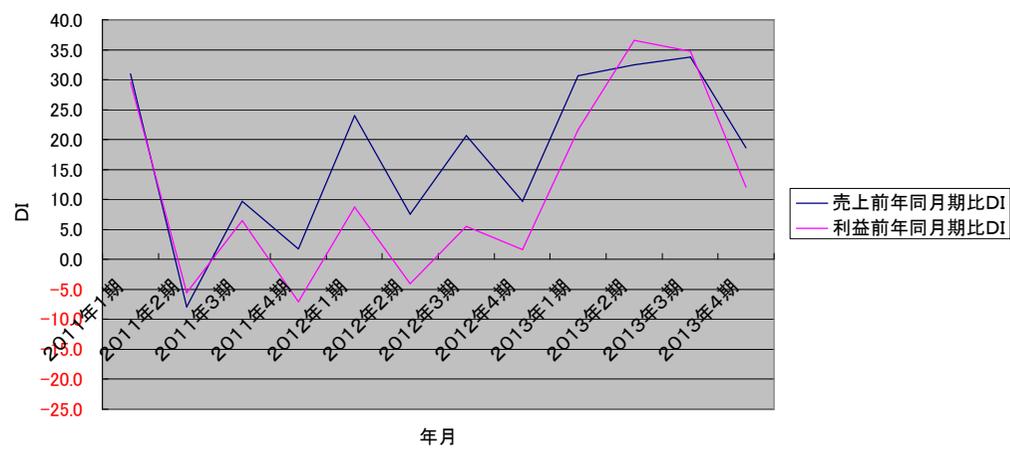
製造業売上利益前年同月比DI

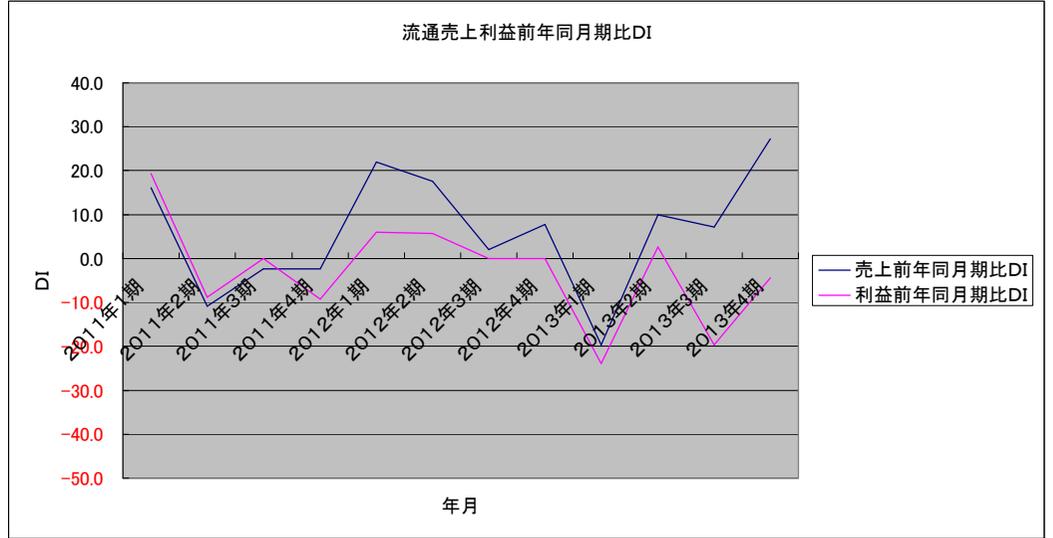
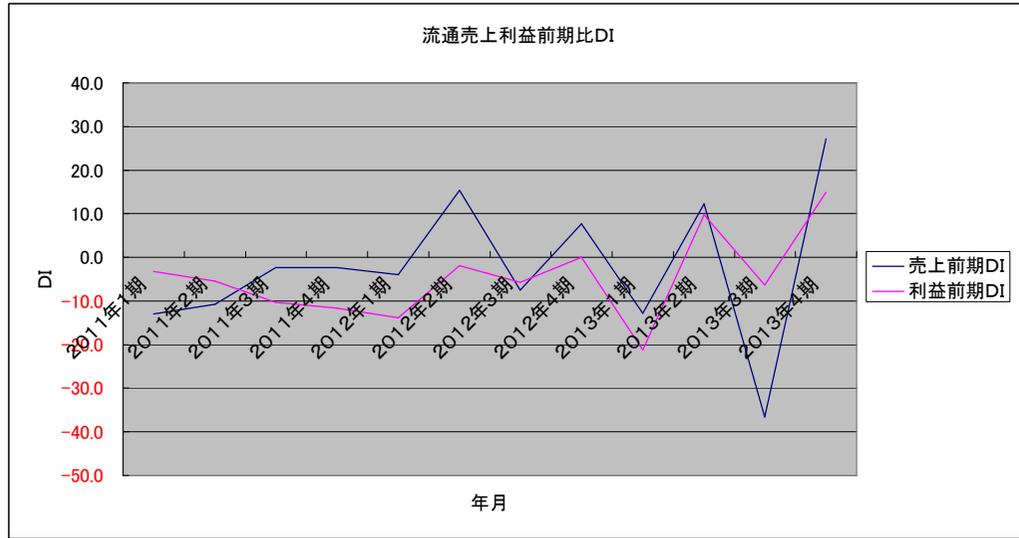
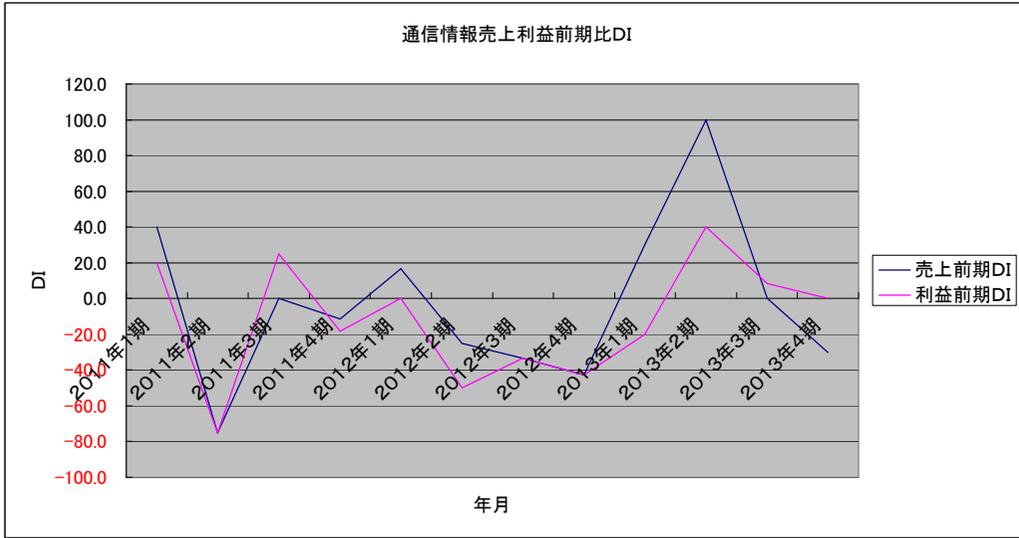


専門サービス売上利益前期比DI



専門サービス売上利益前年同月比DI





景況感DI推移

	2011年度		2012年度							
	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	2013年3期	2013年4期
サービス業		-44.3	-16.5	-27.7	-26.2	-50.0	5.6	1.2	-2.3	6.0
運輸業		-60.0	-40.0	-45.5	-33.3	-71.4	-14.3	25.0	-33.3	25.0
建築業		-31.3	-19.0	0.0	-40.0	-45.9	22.6	4.0	8.7	22.6
製造業		-25.5	-35.1	-35.8	-32.6	-50.8	-1.4	-21.4	-6.9	3.5
専門サービス業		-28.8	-23.0	-10.0	-39.3	-29.0	27.3	9.3	4.8	16.7
通信情報業		-27.3	-9.1	-25.0	16.7	-14.3	22.2	40.0	8.3	10.0
流通業		-50.0	-24.5	-36.7	-60.4	-67.3	-15.6	-34.1	-14.3	0.0
統計		-35.0	-25.2	-28.1	-37.3	-47.2	2.6	-8.5	-4.3	6.4

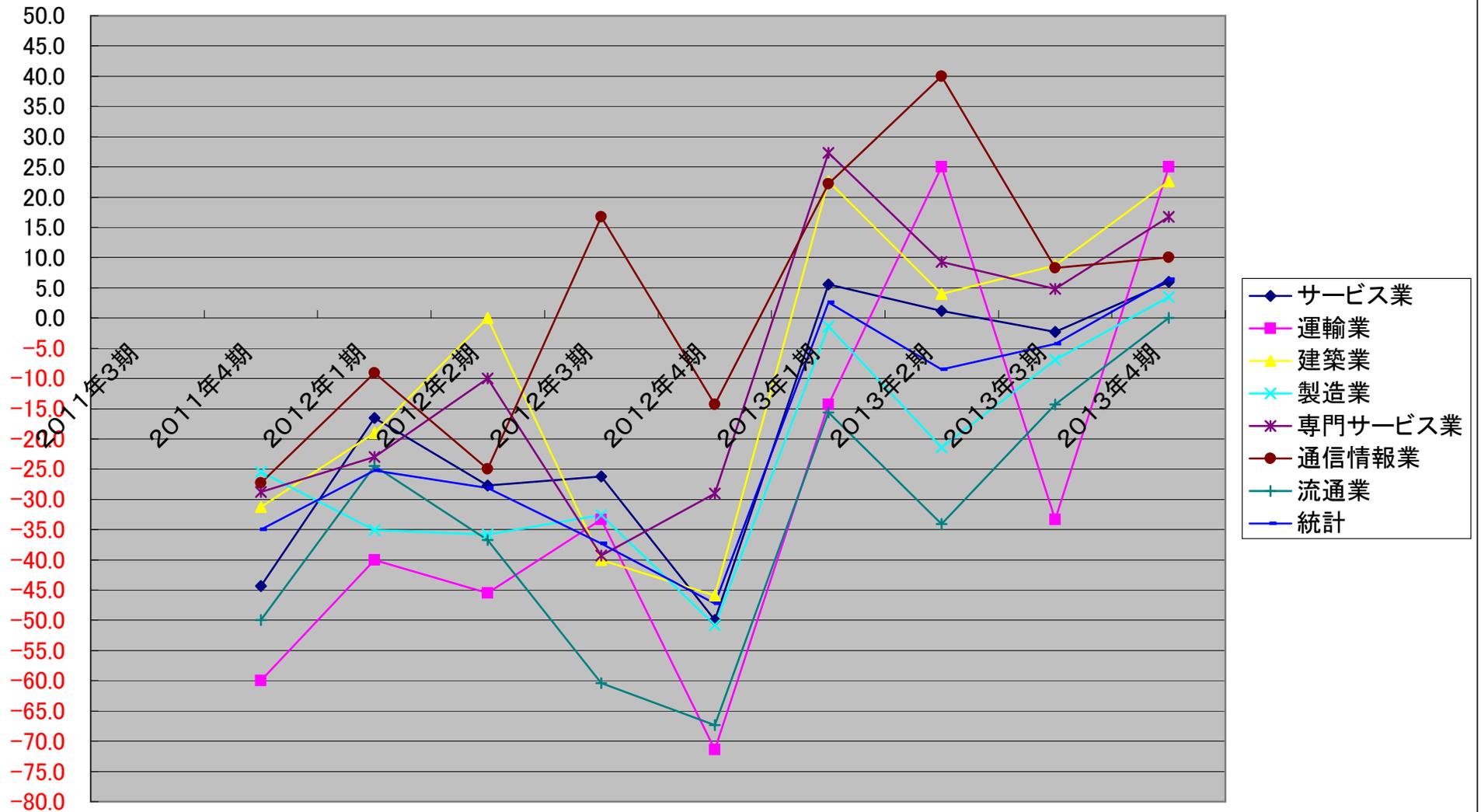
資金繰りDI推移

	2011年度		2012年度							
	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	2013年3期	2013年4期
サービス業	-10.8	-32.0	-20.2	-18.8	-24.3	-21.2	-13.1	-13.8	-15.2	-14.5
運輸業	-40.0	-27.3	-31.3	-33.3	-21.4	-28.6	-13.3	-12.5	-41.7	-41.2
建築業	-52.3	-30.6	-28.9	-19.4	-14.6	-20.5	-23.5	-30.8	-18.2	-15.2
製造業	22.6	-7.8	-5.9	-7.0	0.0	-7.9	-6.1	-10.5	-8.8	-15.2
専門サービス業	-16.1	-14.3	-10.4	-5.3	-19.0	-12.1	-7.7	2.2	1.2	-4.5
通信情報業	0.0	-18.2	-16.7	-50.0	-66.7	-42.9	-40.0	20.0	0.0	-50.0
流通業	-21.6	-14.0	-13.7	-10.0	-11.3	-11.3	-4.2	-10.3	-4.7	-15.6
統計	-6.3	-17.3	-14.0	-12.7	-12.3	-13.2	-11.8	-12.8	-9.7	-13.0

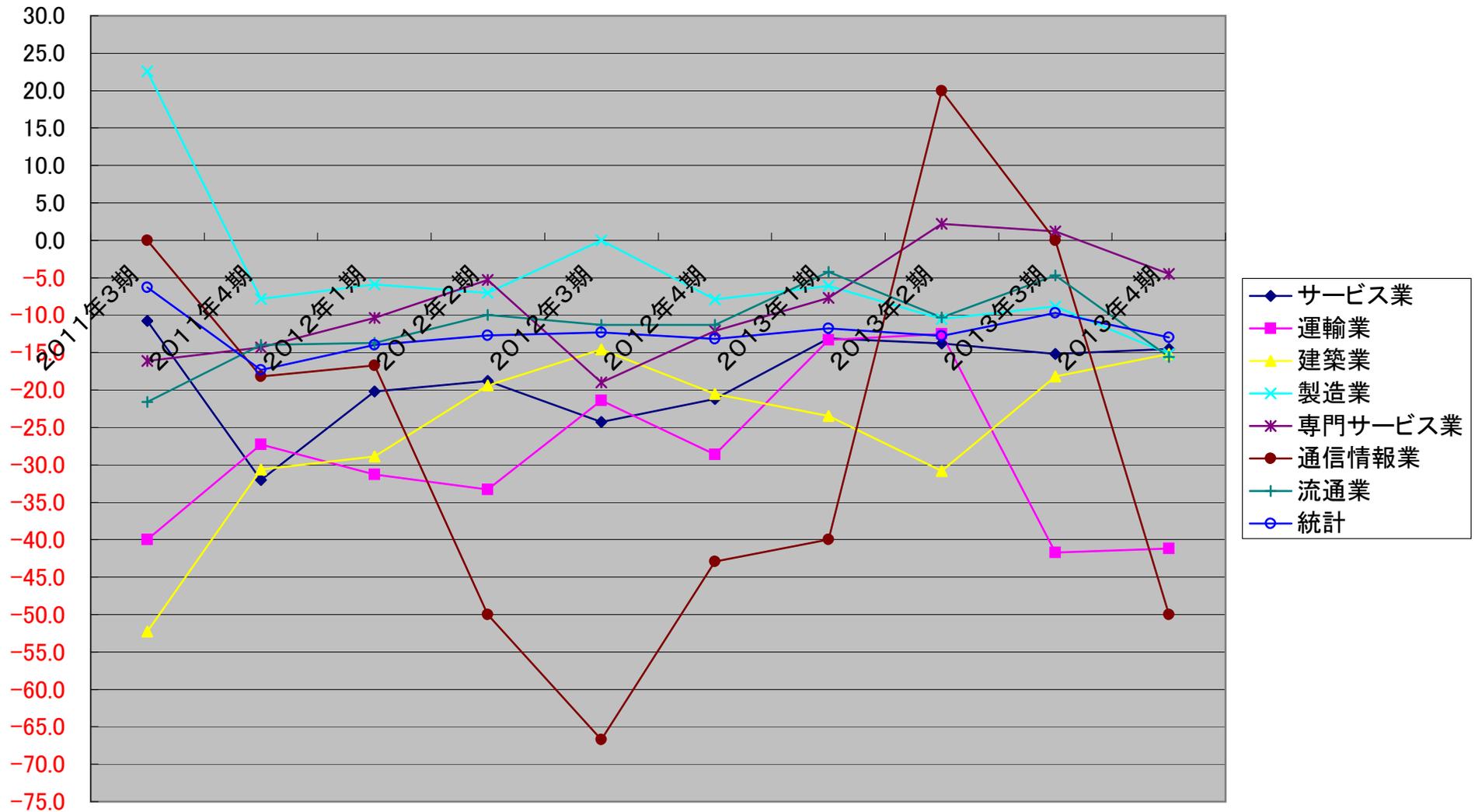
設備投資DI推移

	2011年度		2012年度							
	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	2013年3期	2013年4期
サービス業	-25.0	-64.8	-32.5	-39.1	-39.7	-50.0	-25.8	-16.9	-20.5	-15.6
運輸業	-63.6	-30.0	-53.3	-33.3	0.0	-40.0	14.3	75.0	23.1	46.7
建築業	-64.0	-47.2	-65.0	-53.6	-68.3	-70.0	-53.3	-78.3	-21.4	-3.1
製造業	-21.0	-28.8	-19.2	-3.7	-14.1	-11.2	0.7	-1.9	1.9	15.4
専門サービス業	-57.2	-33.9	-60.3	-61.8	-41.3	-49.3	-51.4	-63.6	-19.5	-6.2
通信情報業	-100.0	-50.0	0.0	-50.0	-80.0	0.0	11.1	25.0	0.0	0.0
流通業	-48.8	-61.9	-50.0	-26.5	-40.4	-45.1	-25.5	-33.0	-1.7	-13.0
統計	-37.7	-42.9	-40.2	-30.5	-33.6	-36.5	-20.2	-23.8	-8.3	0.6

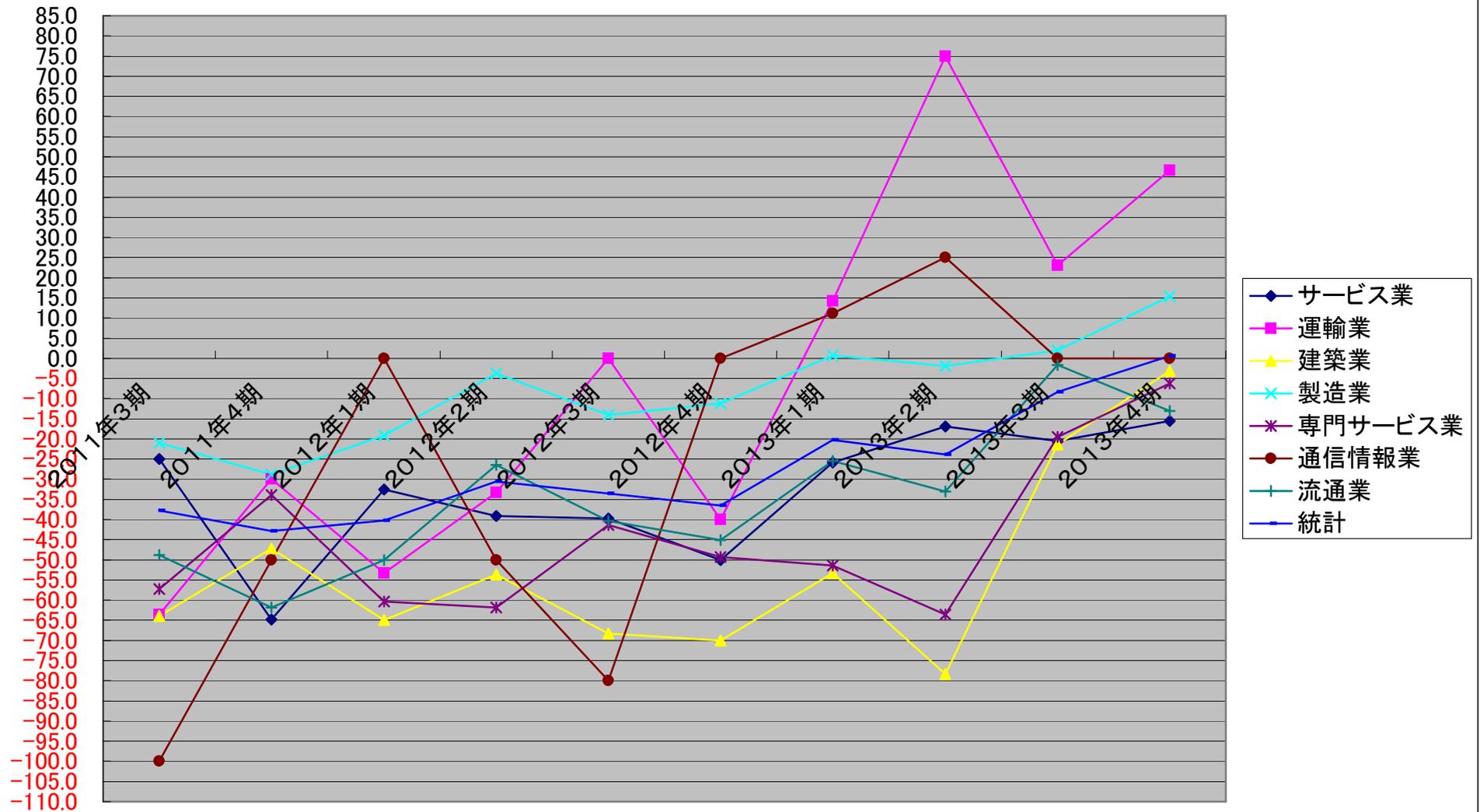
### 景況感DI



### 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

売上前期比

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	55	42.6%	56	43.4%	18	14.0%	129
運輸業	10	55.6%	2	11.1%	6	33.3%	18
建築業	13	39.4%	15	45.5%	5	15.2%	33
製造業	74	41.3%	69	38.5%	36	20.1%	179
専門サービス業(土業の方)	23	33.8%	35	51.5%	10	14.7%	68
通信情報業	2	20.0%	3	30.0%	5	50.0%	10
流通業	22	45.8%	17	35.4%	9	18.8%	48
その他	13	50.0%	9	34.6%	4	15.4%	26
(空白)	4	25.0%	10	62.5%	2	12.5%	16
<b>総計</b>	<b>216</b>	<b>41.0%</b>	<b>216</b>	<b>41.0%</b>	<b>95</b>	<b>18.0%</b>	<b>527</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	54	45.4%	43	36.1%	22	18.5%	119
運輸業	11	61.1%	2	11.1%	5	27.8%	18
建築業	13	39.4%	11	33.3%	9	27.3%	33
製造業	70	41.2%	61	35.9%	39	22.9%	170
専門サービス業(土業の方)	24	40.7%	22	37.3%	13	22.0%	59
通信情報業	4	40.0%	3	30.0%	3	30.0%	10
流通業	18	41.9%	13	30.2%	12	27.9%	43
その他	11	50.0%	6	27.3%	5	22.7%	22
(空白)	7	43.8%	6	37.5%	3	18.8%	16
<b>総計</b>	<b>212</b>	<b>43.3%</b>	<b>167</b>	<b>34.1%</b>	<b>111</b>	<b>22.7%</b>	<b>490</b>

#### 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	49	41.2%	48	40.3%	22	18.5%	119
運輸業	8	47.1%	5	29.4%	4	23.5%	17
建築業	11	31.4%	14	40.0%	10	28.6%	35
製造業	62	34.4%	75	41.7%	43	23.9%	180
専門サービス業(土業の方)	22	32.8%	31	46.3%	14	20.9%	67
通信情報業	4	40.0%	2	20.0%	4	40.0%	10
流通業	18	38.3%	18	38.3%	11	23.4%	47
その他	14	53.8%	8	30.8%	4	15.4%	26
(空白)	1	6.3%	12	75.0%	3	18.8%	16
<b>総計</b>	<b>189</b>	<b>36.6%</b>	<b>213</b>	<b>41.2%</b>	<b>115</b>	<b>22.2%</b>	<b>517</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	43	37.1%	49	42.2%	24	20.7%	116
運輸業	7	41.2%	5	29.4%	5	29.4%	17
建築業	11	33.3%	12	36.4%	10	30.3%	33
製造業	52	30.6%	73	42.9%	45	26.5%	170
専門サービス業(土業の方)	22	37.9%	21	36.2%	15	25.9%	58
通信情報業	5	50.0%	2	20.0%	3	30.0%	10
流通業	11	24.4%	21	46.7%	13	28.9%	45
その他	11	50.0%	8	36.4%	3	13.6%	22
(空白)	6	37.5%	7	43.8%	3	18.8%	16
<b>総計</b>	<b>168</b>	<b>34.5%</b>	<b>198</b>	<b>40.7%</b>	<b>121</b>	<b>24.8%</b>	<b>487</b>

### 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	50	38.5%	57	43.8%	23	17.7%	130
運輸業	9	56.3%	4	25.0%	3	18.8%	16
建築業	14	41.2%	10	29.4%	10	29.4%	34
製造業	78	44.1%	64	36.2%	35	19.8%	177
専門サービス業(士業の方)	30	45.5%	22	33.3%	14	21.2%	66
通信情報業	1	10.0%	7	70.0%	2	20.0%	10
流通業	20	42.6%	15	31.9%	12	25.5%	47
その他	15	60.0%	6	24.0%	4	16.0%	25
(空白)	7	46.7%	7	46.7%	1	6.7%	15
総計	224	43.1%	192	36.9%	104	20.0%	520

### 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	26	20.6%	80	63.5%	20	15.9%	126
運輸業	5	31.3%	10	62.5%	1	6.3%	16
建築業	12	33.3%	20	55.6%	4	11.1%	36
製造業	38	21.5%	99	55.9%	40	22.6%	177
専門サービス業(士業の方)	14	20.6%	49	72.1%	5	7.4%	68
通信情報業	3	30.0%	4	40.0%	3	30.0%	10
流通業	10	21.3%	24	51.1%	13	27.7%	47
その他	5	20.8%	15	62.5%	4	16.7%	24
(空白)	2	14.3%	12	85.7%	0	0.0%	14
総計	115	22.2%	313	60.4%	90	17.4%	518

### 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	22	18.8%	80	68.4%	15	12.8%	117
運輸業	3	15.8%	12	63.2%	4	21.1%	19
建築業	12	38.7%	14	45.2%	5	16.1%	31
製造業	45	26.3%	87	50.9%	39	22.8%	171
専門サービス業(士業の方)	19	28.8%	39	59.1%	8	12.1%	66
通信情報業	4	40.0%	3	30.0%	3	30.0%	10
流通業	8	17.0%	31	66.0%	8	17.0%	47
その他	7	30.4%	11	47.8%	5	21.7%	23
(空白)	2	14.3%	9	64.3%	3	21.4%	14
総計	122	24.5%	286	57.4%	90	18.1%	498

### 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	11	8.4%	90	68.7%	30	22.9%	131
運輸業	1	5.9%	8	47.1%	8	47.1%	17
建築業	2	6.1%	24	72.7%	7	21.2%	33
製造業	30	16.9%	91	51.1%	57	32.0%	178
専門サービス業(士業の方)	6	9.0%	52	77.6%	9	13.4%	67
通信情報業	0	0.0%	5	50.0%	5	50.0%	10
流通業	5	11.1%	28	62.2%	12	26.7%	45
その他	6	26.1%	14	60.9%	3	13.0%	23
(空白)	1	6.3%	10	62.5%	5	31.3%	16
総計	55	11.3%	312	64.3%	118	24.3%	485

## (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	割合
サービス業	33	27.3%	14	11.6%	8	6.6%	19	15.7%	8	6.6%	9	7.4%	11	9.1%
運輸業	7	30.4%	2	8.7%	1	4.3%	2	8.7%	3	13.0%	1	4.3%	3	13.0%
建築業	4	21.1%	2	10.5%	2	10.5%	3	15.8%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.3%
製造業	33	22.1%	12	8.1%	7	4.7%	23	15.4%	8	5.4%	12	8.1%	10	6.7%
専門サービス業(士業の方)	20	45.5%	6	13.6%	0	0.0%	7	15.9%	4	9.1%	3	6.8%	2	4.5%
通信情報業	1	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	33.3%	2	33.3%	0	0.0%	0	0.0%
流通業	12	28.6%	2	4.8%	1	2.4%	9	21.4%	5	11.9%	3	7.1%	4	9.5%
その他	10	35.7%	2	7.1%	2	7.1%	4	14.3%	2	7.1%	4	14.3%	1	3.6%
(空白)	5	35.7%	1	7.1%	0	0.0%	3	21.4%	1	7.1%	0	0.0%	2	14.3%
総計	125	28.0%	41	9.2%	21	4.7%	72	16.1%	33	7.4%	32	7.2%	34	7.6%
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	6	5.0%	7	5.8%	3	2.5%	0	0.0%	1	0.8%	2	1.7%	121	
運輸業	1	4.3%	1	4.3%	1	4.3%	0	0.0%	1	4.3%		0.0%	23	
建築業	6	31.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.3%	19	
製造業	26	17.4%	11	7.4%	1	0.7%	2	1.3%	3	2.0%	1	0.7%	149	
専門サービス業(士業の方)	1	2.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.3%	0	0.0%		0.0%	44	
通信情報業	1	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%		0.0%	6	
流通業	3	7.1%	0	0.0%	1	2.4%	0	0.0%	1	2.4%	1	2.4%	42	
その他	0	0.0%	3	10.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%		0.0%	28	
(空白)	1	7.1%	0	0.0%	1	7.1%	0	0.0%	0	0.0%		0.0%	14	
総計	45	10.1%	22	4.9%	7	1.6%	3	0.7%	6	1.3%	5	1.1%	446	

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UP記述
1 サービス業	不動産管理・仲介業	情報発信
2 サービス業	送迎バスの運転手派遣 運行管理	新規顧客の開拓により増加
3 サービス業	ペットの葬儀・火葬・納骨・供養など	営業強化
4 サービス業	食品包装資材	事業領域の見直しと利益改善
5 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、複合施設の設備の企画・施工・監理およびメンテナンス	メンテナンス内容の見直しから新たなサービスの提案
6 サービス業	トラック・部品の販売から車輛メンテナンス・改造まで「トラックのワンストップサービス」業	営業強化の一環として既存取引先のシエアップと新規取引先の獲得が売上増加の要因となった。
7 サービス業	損害保険・生命保険代理業	どう業種の吸収、付加価値の向上
8 サービス業	医療機器(MR・CT・リハビリ機器等)及び医療消耗品(注射器・包帯・ガーゼ等)販売	営業努力。消費税の駆け込み需要
9 サービス業	毛筆書き全般。表彰状、目録、封筒の宛名書き、実用書道教室、印刷、その他	各イベント等外部への発信へ積極参加。認知度を上げると共にニーズの把握につながっている。
10 サービス業	鍼灸院接骨員支援事業	新規事業の強化と拡大
11 サービス業	不動産仲介業	価値の告知
12 サービス業	パソコン教室の運営、企業研修の企画・提案	人材教育でサービス力が上がったこと。
13 サービス業	人事コンサルティング業	サービス内容が他社にはない差別化されたものであること。
14 サービス業	就労継続支援A型事業所、就労以降支援事業所の運営	業界内での信頼をか勝ち取れているため
15 サービス業	オリジナル商品 販売管理システム「ふくろう販売」の販売・サポート	ネット検索により弊社HPから資料請求増、商品のバージョンアップ
16 サービス業	写真撮影業	商品の価格を上げた
17 サービス業	PCサポート、ネットワークサーバ構築	新規商材販路拡大に取組んだ
18 サービス業	粗品の企画、開発販売	あきらめない営業力
19 サービス業	フラワーアレンジメントスクール経営、フラワーギフトの販売	新サービス開発と売価の高額化に挑んだ
20 サービス業	異業種協同組合	事業PRによる新規利用、日々の訪問の成果
21 サービス業	シンクタンク、コンサルタント、建築設計	国の経済政策。組織再編によるイノベーション、社内連携の進展
22 サービス業	印刷関連のデザイン及びデータ編集	コストダウンを要求する既存客からのシフト
23 サービス業	WEBサイト制作	販路拡大
24 サービス業	デザイン編集業	組織的な経営
25 サービス業	印刷・デザイン	新規が少し増えた
26 サービス業	メンテナンス・清掃業	新規取引先の獲得
27 サービス業	システム開発	消費税対応です。そしてパソコンの入れ替えです
28 サービス業	産学連携のコーディネート	既存取引引きの中で展開
29 サービス業	眼鏡、雑貨小売	客単価up
30 サービス業	ガソリンスタンド	しっかりと営業する
31 サービス業	潤滑油の販売	顧客が増加
32 サービス業	障がい者の就労支援	起業後の営業活動から認知度が増したため。
33 サービス業	訪問マッサージ、医療マッサージ、治療マッサージ	取引先強化
34 サービス業	大衆演劇団用整理箱製造販売各種グッズ作成・Tシャツプリント業務撮影、DVDなど	人材の増員と育成の徹底(うえあ工房の機械設備の増設)設備の増設新規業務の拡大(撮影事業部の設置)
35 サービス業	社内管理システムの構築、開発サポート	windowsXPのサポート終了に伴いパソコンの入れ替え特需消費税アップにおいての特需
36 サービス業	web製作 ネットワーク構築 ITコンサルティング 企業研修	食品業界の偽装問題でメニューなどのやりかえが増えた
37 サービス業	不動産取引業・建築工事業・人材派遣業・害虫駆除	既存の得意先の営業が売上につながった。支店チェーン店の年間契約が増えた
38 サービス業	訪問介護業	新規開拓、人材育成
39 サービス業	薬剤師の人材紹介業	新規事業の売上が増加したから。
40 サービス業	食肉卸し、通信販売、ギフト販売	今までの販売方法からポイント事業への販売
41 サービス業	クリーニングチェーン店	新規出店、サービス向上
42 サービス業	記帳代行	新規顧客の獲得
43 サービス業	障害者福祉サービス事業	利用日数を増やした
44 サービス業	靴、シャツ、ジーンズ、スーツ等のオーダーメイド	自身の技術向上
45 サービス業	清掃業務、エアコン修理・工事・洗浄	今期新卒採用を行い、社内風土が良くなったので生産性が上がりお客様からの評価も上がった。結果として受注増加につながった。
46 運輸業	物流運輸、倉庫、機密文章処理	営業所の出展と人材採用の強化、新規お客様様の拡大
47 運輸業	引越、精密機器関連	利益率を特に意識したこと
48 運輸業	軽貨物運送業	地道に普段通りにしている。
49 運輸業	おもに食品の配達	仕事をえらばない
50 運輸業	運輸業	付加価値の業務の依頼のある得意先の獲得
51 運輸業	一般貨物運輸業	新サービスの営業強化
52 運輸業	一般貨物運輸業	増車、増員
53 運輸業	地場中心に活動中型車をメインに配達	同業者との連携強化、レギュラー対応による信用強化
54 建築業	木造住宅の新築及びリフォーム、福祉施設等の鉄骨建物他	地域での信頼関係 & 仕事を通じたネットワークの拡大。来年の消費税への駆け込みも予想される。
55 建築業	住宅・店舗工事	顧客の再営業
56 建築業	電気工事業・現場の管理から設計施工迄全てを請け負う総合的施工の電気工事会社です。工事現場の品質、安全、工程を管理し円滑に工事を進める	部分請負を一式請負に変えていく。新規大手顧客を少しずつ増やしていく
57 建築業		消費税増税前の駆け込み受注によるもの 現在施工中の物件では、他社は発注者の利益を考えられず、自社の利益確保を考えるが、「当社は発注者の利益を中心に考える」点が評価されている。同友会会員が基本的につながっている同友会ブランド。建設業は、秋頃から、消費税前の駆け込み受注で職人、下請不足が著しい。
58 建築業	住宅及障害者施設の新築リフォーム宅連学併設	
59 建築業	機械器具設置工事業	顧客増、担当者増
60 建築業	鋼構造物業	消費税増税の為
61 建築業	建築鉄骨加工業	相応の強み弱み、業務分担化によるネットワーク強化
62 建築業	建築金物販売	地方への出張を増やしている
63 建築業	内装仕上工事業	10.11月にたまたま大きめの現場が重なった為

64	建築業	空調・給排気等のダクト施工及び取付工事	自社の取り組みよりも建設業の需要の拡大が売上増につながったからだと思います。
65	製造業	電子関連機器の設計・製造	展示会への出展。
66	製造業	金属加工業	既存取引先に技術力を認めていただいた。
67	製造業	金属プレス加工・板金溶接加工業	過去の営業努力が今に繋がってきている
68	製造業	製缶板金業	既存取引先の輸出強化・国内受注増加・消費増税の駆け込み受注等が受注増につながった。
69	製造業	業務用洗剤、ワックス、化粧品等の製造販売	展示会への出展とそのアフターフォロー
70	製造業	寝具・インテリア雑貨の製造販売	営業努力
71	製造業	寝具・福祉用具・家電のレンタル業務	営業力の強化。ネット販売の商品アイテムの増加。メイドインOSAKAの評価の増大。
72	製造業	流量計の製造販売	何の要因で売上が増加したかは、不明
73	製造業	紳士オーダーシャツの企画・製造・販売	新規得意先の増加
74	製造業	金属製品加工販売	新企画の導入
75	製造業	回答済み	WEB受注システムの導入によるオンライン化
76	製造業	金属焼き付け塗装	雇用増による規模拡大
77	製造業	打ち抜き加工業	顧客との関係性強化
78	製造業	焼き菓子製造卸	従来のお客様が忙しくなった。技術の向上で新規顧客が増えてきた。
79	製造業	フレキシブルシャフト製造	自社調達材料比率の増加
80	製造業	金属加工業	ネットからの受注(リピート案件)
81	製造業	金属熱処理、塗装、表面処理	販売範囲の拡大。主に中部東海、関東での販売。
82	製造業	プラスチック切削加工業	駆け込み需要かも
83	製造業	製缶板金加工、産業用機械設計製作	展示会出展と利益率の低い仕事の減少
84	製造業	物流支援機器製造販売(垂直搬送機、駆動ローラーコンベヤ、パレット入れ替え装置等)	昨年同期は尖閣問題で受注が低下した時期で、当時よりは回復基調にある。その他、営業への異動、新規開拓、値上げを実施。
85	製造業	精密金属パネ製造業	小ロット短納期対応
86	製造業	ドライミネット加工	新規顧客開拓
87	製造業	金属プレス加工	売上増は消費税の関係で需要が一時増えた事と思われる。
88	製造業	金属切削業 NC自動盤、多軸自動盤	提案(今までにない形・デザイン)活動の推進。
89	製造業	サイン、DIY関連製品、店舗用品製造販売	設備増強
90	製造業	精密射出成形、粉末焼結積層造形	新しい商品の開発
91	製造業	カバン・袋物製造販売	中国の人的費高騰と政情不安によって国内に回帰したものがあつた
92	製造業	金属及び非金属の精密板金・NCTターレットパンチ	新製品発売の分売り上げアップ
93	製造業	プレス・レーザー加工・溶接加工全般	同業者が倒産したために、移管の仕事が合った
94	製造業	FA・ロボット・メカトロ等・各種自動化省人化システムの企画・開発設計・製作	顧客のニーズを先回りする技術、サービス対応を強化することで販売価格引き上げを成功している
95	製造業	清涼飲料、調味料、製造販売	受身営業から積極営業への意識改革
96	製造業	野菜カット工場	こまめな営業、ニーズへの対応
97	製造業	化学機器設計、製造、及び設置、配管工事	外注から内製による効果
98	製造業	和装製品・製造卸・化粧品雑貨卸売	景況、需要増
99	製造業	食品軟包装の(フィルム)企画、製造、販売	新規分野の売上が伸びている。今後はアイテムを増やし、水準展開していきたい
100	製造業	プラスチック板加工及びプラスチック製品販売	カット野菜の需要が増えた
101	製造業	木型製造業	お客様の設備投資が増え、その需要をうまくつかめたことが要因だと考えます。
102	製造業	ポリウレタンゴム製造販売	アクセサリー販売と楽天市場の広告が良かった
103	製造業	粘着テープの製造販売	メインの食品以外の分野の増大。
104	製造業	生産機械の金属部品の切削加工	特化した商品づくりで効果を挙げた、売れ筋商品の価格の見直し、大手メーカーの新規顧客の獲得
105	製造業	店舗向けオーダーメイド金物製作	特殊な装置を開発しリピートが出た
106	製造業	アルミ材に特化した板金加工	2年前から新規営業部門として、市場開発販売部をもうけて新規受注活動に専念した
107	製造業	部品塗装	コストダウン設備の導入
108	製造業	ステンレスねじの表面処理	利益率の低い商品の受注をさせた
109	製造業	冷間鍛造金型メーカー&IT事業(ソフト開発)	新規のお客様の受け入れ態勢ができた
110	製造業	各種金属材料販売及びレーザー加工機による軟素材加工販売	ネット活用
111	製造業	樹脂成型業及び組立販売。ホールグッズ、OA機器部品、弱電部品、住器部品etc	新しいリフォームの形態を作り全国展開をしている
112	製造業	合成樹脂原料の着色加工販売	立ち上げた仕事が上向いた。
113	製造業	温浴施設の設備金物等の製造・販売	立ち上げた仕事が上向いた。
114	製造業	冷間鍛造加工、プレス加工	PDCAをキッチリ回しているため
115	製造業	金属プレス加工業	展示会などで新分野のお客を開拓できた。大型物件が受注できた。
116	製造業	薄型テレビ用金具、デジタルサイネージ、店舗用什器制作	樹脂成型業及び組立販売。ホールグッズ、OA機器部品、弱電部品、住器部品etc
117	製造業	きなこ、香辛料等食品製造販売	合成樹脂原料の着色加工販売
118	製造業	弁護士業	温浴施設の設備金物等の製造・販売
119	製造業	豆腐、油揚げ製造	冷間鍛造加工、プレス加工
120	製造業	菓子製造業	金属プレス加工業
121	専門サービス業(土業の方)	事務代行、コンサルティング業、会社設立支援業、許認可申請代行など	薄型テレビ用金具、デジタルサイネージ、店舗用什器制作
122	専門サービス業(土業の方)	組織マネジメント上の課題解決サービス。マネジメント改革プロジェクトやコーチングセッションなどのサービスを提供しています。	きなこ、香辛料等食品製造販売
123	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士業	弁護士業
124	専門サービス業(土業の方)	社労士業務・労働保険・社会保険諸法令に基づく関係届、社内規程の作成、助成金の申請業務、賃金制度・人事制度のコンサルティング等。	豆腐、油揚げ製造
125	専門サービス業(土業の方)	会計事務所	菓子製造業

126	専門サービス業(土業の方)	弁護士業務及び弁理士業務	新規顧客の獲得。 ビジネスパートナーの構築。
127	専門サービス業(土業の方)	建築の設計 宅地造成設計 開発申請及び許可申請	景気の上昇
128	専門サービス業(土業の方)	税理士業	認定支援機関としての活動をPRし、行った。
129	専門サービス業(土業の方)	建築設計・監理。耐震診断・改修設計。建物調査・定期報告。	指名願を広く多くの行政に提出し、取引先が広がった。規制緩和によりグループ企業や特定の企業から広く取引先をつる動きがあり新規参入できた。
130	専門サービス業(土業の方)	税理士	紹介数の増加
131	専門サービス業(土業の方)	税理士事務所	キャッシュフローの改善
132	専門サービス業(土業の方)	弁護士業	営業活動機会を増やした
133	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士業、行政書士業	少ない人数でいかに効率よく売上を上げ、事務処理をしていくのが課題。
134	専門サービス業(土業の方)	税理士	パートナー先からの業務の依頼が増えた(自社顧客は微増)
135	専門サービス業(土業の方)	コンサルタント業	コツコツ営業した成果
136	専門サービス業(土業の方)	税務・会計業務、経営相談、記帳代行、相続対策	信用度アップから紹介が増えた
137	専門サービス業(土業の方)	社労業	色んな団体での顔出し、カコの得意先への顔出し
138	専門サービス業(土業の方)	特許業務、知的財産	人からの紹介が増えた。
139	専門サービス業(土業の方)	社労士業として会社のサポート	より介護事業サポートに特化しサービスを増やした事
140	通信情報業	コンピュータソフトウェア受託開発	企業努力無く客先の案件が増えた
141	通信情報業	データベースソフト開発	営業チャネルを増やした
142	通信情報業	映像制作、照明設計	同業者との連携
143	流通業	機械工具の販売	モノづくり支援法の助成効果
144	流通業	塗料製造販売	新規ユーザーの獲得、輸入品使用ユーザーから国産品への置き換え成功
145	流通業	機械工具の販売	営業マンが積極的に拡販、新規開拓した。徹底した顧客サービスが売上の上げ像に繋が
146	流通業	流通加工、アウトソーシング、人材サービス	新規お客様増、自動車関連好転
147	流通業	自社ブランド帽子の企画、製造、販売	百貨店の期間限定ショップに出展できた
148	流通業	自動車部品販売	時代対応で、再生部品、輸入部品他仕入れを安くする工夫をして得意先の増加、得意先シェアの拡大が出来た
149	流通業	税理士業	銀行の紹介
150	流通業	ステンレス鋼板在庫販売	営業部の組織変更(長を替えた)顧客の生産量増(建築金物)
151	流通業	健康食品、化粧品等卸売業	新規の紹介が多く、又、新分野へのアプローチが実になってきた。
152	流通業	住宅用及びビル用アルミサッシ設計、販売、施工、板ガラス販売、施工	建設業界の補助金活用、コンサル業務による受注拡大
153	流通業	機械部材販売	需要の回復
154	流通業	義肢装具材料卸し業	中間管理職との合同会議
155	流通業	携帯電話販売	店舗移転による売り場面積の拡大と人員増加による効果
156	その他	日本初の教材リサイクル専門店として創業いたしました。資源を大切に！の気持ちでお客様に喜んでいただいております。	採用と共有
157	その他	作業服、作業用品、靴類手袋等の販売。レンタルクリーニング。	新規顧客の増加に努力した
158	その他	青果卸売業(野菜)	野菜の相場高から売上が増加、取引先の新規オープン
159	その他	金属リサイクル	5Sの取り組みにより生産効率がアップした
160	その他	販促シールの企画、ブランディング	昨年は起業したばかりだったので売上がほとんどなかったため
161	その他	インテリア用品の設計開発	オーダーメイドの製品にこだわって価格がついてきている
162	その他	一般病院	医療連携の担当者を明確にし、外部医療機関への訪問を行うようにしたこと、定期的に面談チェックを行っている。
163	その他	不動産売買、仲介、賃貸、管理	販売件数を増した
164	その他	中古トラック販売、中古トラック部品販売	人材育成は元よりインターネットによる販路拡大
165	その他	イベント勉強会の企画、スイッチング、土業紹介、保険(生保、損保)	仕事の内容をスリム化、無駄をなくす。
166	その他	障害者就労支援	利用者増加し運営費増加、作業項目増加し施設との差別化、新しい試みで収益アップ
167	その他	建築金具資材の輸出入	消費税増税前の駆け込み需要、アベノミクスによる公共事業の増加、仕入価格上昇の転東京オフィスの開設による社員増加と新規取引先の開拓により売上が増えた事が一番の要因。 また、大阪本社でも景気回復により売上が増えた。
168		・ソフトウェア受託開発 ・要員派遣 ・パッケージソフト及びハードウェアの販売 テキスタイルコンバーター	
169		LED照明・CFL照明の卸販売、施工。	既存商品の高度化によるモデルチェンジ 毎月一回の営業代理店との情報交換会。
170			地域密着営業に舵を切った
171		旅行業および関連業務 マグネット応用機器の一部製造販売・中古工作機械販売・溶接機及び各種修理業務	産業廃棄物関連ユーザーさんに直接販売が増。

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	②	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合
サービス業	8	27.6%	0	0.0%	1	3.4%	8	27.6%	9	31.0%
運輸業	1	25.0%	0	0.0%	1	25.0%	2	50.0%	0	0.0%
建築業	1	12.5%	0	0.0%	0	0.0%	3	37.5%	3	37.5%
製造業	26	32.1%	4	4.9%	5	6.2%	16	19.8%	17	21.0%
専門サービス業(土業の方)	2	18.2%	0	0.0%	0	0.0%	6	54.5%	1	9.1%
通信情報業	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%
流通業	8	42.1%	0	0.0%	0	0.0%	6	31.6%	5	26.3%
その他	3	30.0%	0	0.0%	1	10.0%	3	30.0%	3	30.0%
(空白)	3	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	33.3%	1	16.7%
<b>総計</b>	<b>53</b>	<b>31.0%</b>	<b>4</b>	<b>2.3%</b>	<b>8</b>	<b>4.7%</b>	<b>46</b>	<b>26.9%</b>	<b>40</b>	<b>23.4%</b>
業種	⑥	割合	⑦	割合	⑧	割合	総計			
サービス業	0	0.0%	0	0.0%	3	10.3%	29			
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	4			
建築業	0	0.0%	1	12.5%	0	0.0%	8			
製造業	7	8.6%	4	4.9%	2	2.5%	81			
専門サービス業(土業の方)	0	0.0%	0	0.0%	2	18.2%	11			
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%	3			
流通業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	19			
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	10			
(空白)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	6			
<b>総計</b>	<b>7</b>	<b>4.1%</b>	<b>5</b>	<b>2.9%</b>	<b>8</b>	<b>4.7%</b>	<b>171</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

### 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	総合人材サービス業「人材派遣業・有料職業紹介事業・業務請負」 工場や倉庫へのLED照明の販売等	受注単価の見直しを重点的に実施しているので売上は減少したが利益は好転した。
2 サービス業	印刷企画・出版、不動産管理	前期は大型受注があった。今期はそれに見合うものを会得できていない。
3 サービス業	不動産賃貸業	景気が悪くお金がまわっていない。消費者に生活へのお金しかまわっていない。
4 サービス業	警備業	取引先との契約コスト削減
5 サービス業	自動車販売・整備及び損保・生命保険代理	前年度はエコカー補助金制度があったので販売台数が多かった。整備部門は台数及び価格下落となっている。
6 サービス業	生保代理店	販売 Territories の景況感悪化
7 サービス業	広告デザイン	取引先の売上減少のおり、広告費が削減されている
8 サービス業	食品スーパー	競合店が出店、競争が激化している
9 その他	自動車販売整備、損害保険代理店	ディーラーのユーザー囲い込み戦略、保険通信販売
10 その他	障がい者の就労支援	事業所の増加による競争の激化
11 その他	葬儀やその前後の市民相談	単価の下落
12 その他	障害者能力開発高	市・府の状況悪化
13 運輸業	運送・倉庫・流通加工・特定人材派遣	紙を中心に保管、配送をしている為ペーパーレス、チラシ、カレンダー等の減少。得意先の物流をアウトソーシングとして頂いていたものが社内で内製化をされることとなり減少となった。
14 運輸業	倉庫業です。物流部門の出荷代行です。	物流拠点集約のあおりをうけた。
15 運輸業	一般貨物運送、日本全国対応、難しい品物が得意	従業員数が減少し依頼が来ても数がさばけない。
16 運輸業	荷主の荷物を預かり保管し、荷主の指定するところに、配送、納品する業務	運賃の値上がり(コスト増)、主要取引先の減少(売上減)
17 建築業	総建設業	とにかく相見積もりが多く指名物件の減少
18 建築業	店舗設計施工リフォーム	一社依存が裏目、親会社の方針や本体に吸収されたことで開発が止まり出店がない
19 建築業	建築施工業	設計事務所から去年は工事の依頼が多く、工事規模も大きかったが、今年度は昨年に比べ少なかった
20 建築業	電気工業業	設備投資の減少
21 建築業	建築一式、リフォーム全般、空調設備工事、空調メンテナンス	目の前の仕事に追われ、先の仕事をのがす。主力社員やめたことにより、営業攻めかけられなかった
22 建築業	総合建設業、リフォーム、排水管清掃、外溝清掃	固定受注の減少
23 製造業	チェーンコンベヤの設計製造	受注案件が重なり、一部売上が他社へ流れたため
24 製造業	女性下着の製造卸・衣料品資材卸。(輸出入含む)	低価格品の購入意識が、年齢を問わず浸透している。(本来中高年齢者は良いものを知っているはずだが、低価格品に抵抗感が無くなっている)
25 製造業	繊維製品カットソーのOEM生産製造卸・ニット生地販売・産業用メリヤスウエス製造販売	取引先様の売り上げ減少。
26 製造業	工場設備、プラント設備の電機設計	大企業が利益を出せていないので、設備投資の行う余裕が無い
27 製造業	光学硝子製造および部品販売	多様な一時的要因での売上減少と考えている。
28 製造業	軟質塩化ビニールのリサイクル業	電力会社の業績に影響される業態なので、震災以後の業績の悪化と連動している。
29 製造業	フッ素樹脂加工	昨年同期の売上げ高が非常に多かったから。
30 製造業	工業用ガスバーナー製造業	仕事量は減少していませんが、単価の下落が原因です。
31 製造業		アベノミクス効果により前年度は日本経済全体に多少の動きを感じる部分がありました。その結果当社の計画も順調に進んだ感がありましたが、今年度は期首よりその動きも減速したように感じます。円安、株高から一部の大手企業や輸出産業はそれなりの利益確保は出来ていますが、国内の産業は受注の減少や円高に苦しめられる状況が続きました。まさに実態の無い景気回復が今年度現象に転じた原因と考えます。
32 製造業	製缶・板金業	仕事にまとまりがなく、忙しくしているが利益がでない 単価が落ちている
33 製造業	プレス金型 設計 製作	金型の仕事自体が少ない。
34 製造業	表面処理化工業	得意先の販売先の電子入札取引で価格競争で大口がとれなかった
35 製造業	金属旋盤加工	受注数の減少
36 製造業	食品機械製造業	客先の売り上げ減少
37 製造業	自社オリジナルのアルミシステムパイプで、業種を問わずオーダーメイドをしています。クリーンルームやBOX等	自社の特徴を生かした提案に胡坐をかいて、仕事を選んでいたのではないかと思う。顧客の思いを形にする、に、もっと挑戦しなければ回復しない
38 製造業	金属熱処理受託加工、精密極小部品、各種金型、各種表面	「ものづくり」は依然として会外移転が続いており、国内生産は減少し続けているため
39 製造業	コンピュータ関連装置のソフトハードの開発、製造、販売。	取引先の不振
40 製造業	婦人インナー製造販売	現在の流れが高価格(ブランド品)と低価格(ユニクロ)にはっきりわかれてきている。日本製の存在価値が薄れてきているのが現状です。
41 製造業	プラスチックブロー成形	タイ洪水による特需終了

42	製造業	印刷物の表面加工、印刷	需要は本のデジタル化等で印刷物は減っている少子化海外生産等要因は多い
43	製造業	別注家具製造	物件数の減少による競争激化
44	製造業	電子機器の設計開発製造。防犯カメラ用電源等製造	円安による材料輸入。競合による販売価格の激減
45	製造業	ディスプレイ業	イベント・展示会の減少 大型商業施設等物件の減少
46	製造業	精密機械部品製造及び省力化機械設計製作組立	金属加工製品が海外の生産会社に移管されている
47	製造業	ポリウレタン・テフロン等の機能的コーティング加工	見積もりをするが決まるのが少ない
48	製造業	段ボールケース製造・販売	全体的に売上が減少
49	製造業	鋼材の加工販売	昨年好調であった得意先数件の売上減
50	製造業	電子部品加工	プリント板の仕事量減少。新規事業がカバーするまで伸びていない
51	製造業	印刷関連	売上減少。取引先の減少。商品価格の値下げ。
52	製造業	溶接、NC旋盤加工	主力の建設機械メーカーの発注減
53	製造業	プラスチック加工業	業界全体的に需要が縮小傾向にあると思われる。
54	製造業	菓子製造、マンション経営	消費税の買いしづり、原料高騰
55	製造業	紙全般の卸売、印刷化粧箱の製造販売	内需の盛り上がり偏っており、こちらまで好景の余波がまだ来ていない
56	製造業	卸売業	単価の総合計だけ見ていると思う
57	製造業	照明器具製作・電気特殊金物製作販売	工場新設した為、工事費等多く掛かった
58	製造業	デニム衣料製造・卸・販売	受注型から自社完結型への移行中で来年はもう少し方向性が見えると思います。
59	製造業	清酒製造	不祥事のため
60	製造業	印刷・デザイン・企画	各企業売上げ低迷
61	専門サービス業 (土業の方)	FP業務(保険提案・節税対策・資産運用提案)	事業内容の移転をしたため
62	専門サービス業 (土業の方)	税理士事務所	前期は臨時的な売上があった
63	専門サービス業 (土業の方)	都市計画・まちづくり、及び、建築・土木・造園に関する調査・計画設計	社内体制及び人材育成において、予定よりも組織化と社員育成が遅れているため。
64	専門サービス業 (土業の方)	会計監査、財務アドバイザー	同業他社への取引変更
65	専門サービス業 (土業の方)	行政書士業務全般	営業力不足
66	専門サービス業 (土業の方)	税理士	顧問先の廃業、解約
67	専門サービス業 (土業の方)	司法書士	1件あたりの単価が低下。事件数の減少が新しい業務でもカバーしきれなかった
68	専門サービス業 (土業の方)	法律事務所	受注件数が増え、体力集中力が減退し、生産性がダウンした。事務員の病欠有給の取得が重なり生産性がダウンした。
69	専門サービス業 (土業の方)		顧客の廃業
70	専門サービス業 (土業の方)	法律業務	数が増えたんです。
71	専門サービス業 (土業の方)	労務管理、年金相談業務、コンサルティング業	顧問契約先の会社の業績悪化に伴う経費削減。
72	通信情報業	コンピュータ・ソフトウェアの企画、開発、販売、運用、保守およびコンサルティング	メイン取引先の経営状況の悪化に伴う売上現象。
73	通信情報業	情報処理システム構築技術に関する研究及び教育 コンピュータソフトウェアの開発及び販売 コンピュータハードウェアの選定及び販売 中小企業経営に関するコンサルティング	別会社に業務を移管している
74	通信情報業	電話、LAN工事、機器販売	良い商材が無い
75	通信情報業	コンビニ・スーパー・サービスエリアなどお店の業務のシステム化	景気が悪く出店意欲があるオーナーが出てこない。
76	通信情報業		価格競争にまきこまれ、従業員の成長をさしてあげられず厳しい結果となっている。
77	流通業	美容材料卸	販売先の来客減少がそのまま売上の減少につながっている
78	流通業	建築材料販売業	現場職人不足(単価のいい東北・首都圏)への流出に伴い、近畿圏の建設着工の遅れにより売上の減少 単価の安い公共工事等、ゼネコンが対応せず。
79	流通業	安全衛生用品製造卸・機能性樹脂製品製造卸	利益率のあまりに低い商売については、放棄したから。
80	流通業	学習塾・学校への教材・教具の販売・卸	販売先の買い控え、同業他社との価格競争などの労因に、より厳しい状況が続いています。
81	流通業	自動車整備・販売 自動車用フロアマット製造販売	競合他社の増加 客単価の減少
82	流通業	古紙の選別加工・販売	生産が少なかった
83	流通業	骨董品輸入販売業	消費の低迷につきる
84	流通業		店舗数の減少。人材採用がとて難しい
85	流通業	保険代理店業	競合他社への顧客流出

### 【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	割合	検討中	割合	ない	割合	総計
サービス業	22	18.0%	59	48.4%	41	33.6%	122
運輸業	9	60.0%	4	26.7%	2	13.3%	15
建築業	7	21.9%	17	53.1%	8	25.0%	32
製造業	71	40.6%	60	34.3%	44	25.1%	175
専門サービス業(土業の方)	12	18.5%	37	56.9%	16	24.6%	65
通信情報業	1	10.0%	8	80.0%	1	10.0%	10
流通業	9	19.6%	22	47.8%	15	32.6%	46
その他	7	35.0%	10	50.0%	3	15.0%	20
(空白)	2	14.3%	5	35.7%	7	50.0%	14
総計	140	28.1%	222	44.5%	137	27.5%	499

#### (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	⑨	割合
サービス業	25	9.7%	2	0.8%	15	5.8%	22	8.5%	11	4.3%	6	2.3%	18	7.0%	19	7.4%	11	4.3%
運輸業	2	5.7%	0	0.0%	2	5.7%	1	2.9%	2	5.7%	1	2.9%	3	8.6%	5	14.3%	0	0.0%
建築業	4	5.1%	0	0.0%	3	3.8%	7	9.0%	0	0.0%	4	5.1%	2	2.6%	10	12.8%	10	12.8%
製造業	54	13.5%	12	3.0%	31	7.7%	9	2.2%	22	5.5%	8	2.0%	21	5.2%	36	9.0%	28	7.0%
専門サービス業(土業の方)	13	10.7%	0	0.0%	4	3.3%	16	13.1%	5	4.1%	6	4.9%	7	5.7%	0	0.0%	13	10.7%
通信情報業	2	12.5%	0	0.0%	1	6.3%	0	0.0%	1	6.3%	0	0.0%	1	6.3%	0	0.0%	1	6.3%
流通業	16	16.8%	0	0.0%	4	4.2%	6	6.3%	2	2.1%	2	2.1%	4	4.2%	10	10.5%	9	9.5%
その他	5	10.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	8.0%	3	6.0%	3	6.0%	6	12.0%	4	8.0%	2	4.0%
(空白)	5	14.7%	0	0.0%	3	8.8%	2	5.9%	1	2.9%	1	2.9%	2	5.9%	4	11.8%	1	2.9%
総計	126	11.6%	14	1.3%	63	5.8%	67	6.2%	47	4.3%	31	2.8%	64	5.9%	88	8.1%	75	6.9%
業種	⑩	割合	⑪	割合	⑫	割合	⑬	割合	⑭	割合	⑮	割合	⑯	割合	⑰	割合	総計	
サービス業	10	3.9%	16	6.2%	33	12.8%	21	8.1%	12	4.7%	20	7.8%	14	5.4%	3	1.2%	258	
運輸業	2	5.7%	1	2.9%	1	2.9%	8	22.9%	1	2.9%	5	14.3%	1	2.9%		0.0%	35	
建築業	4	5.1%	4	5.1%	10	12.8%	10	12.8%	6	7.7%	3	3.8%	1	1.3%		0.0%	78	
製造業	15	3.7%	20	5.0%	52	13.0%	21	5.2%	26	6.5%	30	7.5%	14	3.5%	2	0.5%	401	
専門サービス業(土業の方)	2	1.6%	5	4.1%	13	10.7%	10	8.2%	1	0.8%	6	4.9%	20	16.4%	1	0.8%	122	
通信情報業	2	12.5%	2	12.5%	2	12.5%	1	6.3%	2	12.5%	1	6.3%	0	0.0%		0.0%	16	
流通業	1	1.1%	5	5.3%	14	14.7%	8	8.4%	1	1.1%	9	9.5%	4	4.2%		0.0%	95	
その他	2	4.0%	6	12.0%	4	8.0%	5	10.0%	1	2.0%	2	4.0%	2	4.0%	1	2.0%	50	
(空白)	3	8.8%	1	2.9%	4	11.8%	4	11.8%	1	2.9%	2	5.9%	0	0.0%		0.0%	34	
総計	41	3.8%	60	5.5%	133	12.2%	88	8.1%	51	4.7%	78	7.2%	56	5.1%	7	0.6%	1089	

- |                   |               |
|-------------------|---------------|
| 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	81	24.7%	33	10.1%	14	4.3%	32	9.8%	24	7.3%	20	6.1%	16	4.9%	3	0.9%
運輸業	10	22.2%	3	6.7%	2	4.4%	1	2.2%	0	0.0%	3	6.7%	1	2.2%	0	0.0%
建築業	16	18.2%	14	15.9%	4	4.5%	9	10.2%	5	5.7%	6	6.8%	1	1.1%	2	2.3%
製造業	86	17.3%	58	11.6%	59	11.8%	54	10.8%	46	9.2%	37	7.4%	13	2.6%	14	2.8%
専門サービス業(土業の方)	51	29.7%	9	5.2%	5	2.9%	17	9.9%	9	5.2%	18	10.5%	11	6.4%	4	2.3%
通信情報業	4	16.0%	2	8.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.0%	3	12.0%	0	0.0%	0	0.0%
流通業	23	19.0%	2	1.7%	1	0.8%	21	17.4%	15	12.4%	7	5.8%	6	5.0%	6	5.0%
その他	18	28.6%	1	1.6%	4	6.3%	8	12.7%	1	1.6%	4	6.3%	3	4.8%	2	3.2%
(空白)	10	25.6%	4	10.3%	1	2.6%	5	12.8%	3	7.7%	2	5.1%	0	0.0%	1	2.6%
総計	299	21.7%	126	9.1%	90	6.5%	147	10.7%	104	7.5%	100	7.3%	51	3.7%	32	2.3%
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	24	7.3%	37	11.3%	4	1.2%	9	2.7%	2	0.6%	1	0.3%	2	0.6%	5	1.5%
運輸業	11	24.4%	7	15.6%	0	0.0%	1	2.2%	0	0.0%		0.0%	0	0.0%	3	6.7%
建築業	15	17.0%	6	6.8%	5	5.7%	1	1.1%	1	1.1%		0.0%	1	1.1%	0	0.0%
製造業	30	6.0%	52	10.4%	13	2.6%	8	1.6%	1	0.2%	1	0.2%	3	0.6%	8	1.6%
専門サービス業(土業の方)	17	9.9%	11	6.4%	5	2.9%	1	0.6%	0	0.0%		0.0%	1	0.6%	1	0.6%
通信情報業	4	16.0%	3	12.0%	0	0.0%	1	4.0%	1	4.0%		0.0%	0	0.0%	0	0.0%
流通業	10	8.3%	16	13.2%	0	0.0%	2	1.7%	1	0.8%		0.0%	3	2.5%	0	0.0%
その他	4	6.3%	7	11.1%	3	4.8%	3	4.8%	0	0.0%		0.0%	1	1.6%	1	1.6%
(空白)	0	0.0%	3	7.7%	3	7.7%	3	7.7%	0	0.0%		0.0%	1	2.6%	2	5.1%
総計	115	8.3%	142	10.3%	33	2.4%	29	2.1%	6	0.4%	2	0.1%	12	0.9%	20	1.5%
業種	17	割合	18	割合	20	割合	総計									
サービス業	5	1.5%	13	4.0%	3	0.9%	328									
運輸業	1	2.2%	2	4.4%	0	0.0%	45									
建築業	1	1.1%	0	0.0%	1	1.1%	88									
製造業	5	1.0%	10	2.0%	0	0.0%	498									
専門サービス業(土業の方)	2	1.2%	4	2.3%	6	3.5%	172									
通信情報業	3	12.0%	3	12.0%	0	0.0%	25									
流通業	3	2.5%	5	4.1%	0	0.0%	121									
その他	1	1.6%	2	3.2%	0	0.0%	63									
(空白)	1	2.6%	0	0.0%	0	0.0%	39									
総計	22	1.6%	39	2.8%	10	0.7%	1379									

- 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)

(1)1業種	(1)2業務内容	(3)4力点記述
1 サービス業	損害保険・生命保険代理業	右腕の育成。雇用拡大
2 サービス業	イベント、展示会、商業施設、ショールームなどの企画、デザイン設計、施工	効率の良い仕事の進め方
3 サービス業	自動車の販売、整備、板金塗装	市場が衰退していく中で、サービス内容を見直し、営業力をつけて会社を発展させる
4 サービス業	総合人材サービス業「人材派遣業・有料職業紹介事業・業務請負」 工場や倉庫へのLED照明の販売等	・幹部社員教育と新卒採用 ・新規事業開発「医療業界の往診」「地域密着型小口配達所設置」等
5 サービス業	パソコンサポート他 IT 関連業務、ホームページ制作他各種デザイン業務等	新規分野への進出。市場の創造。
6 サービス業	不動産管理、仲介業	企業進路判断、新規サービスの確立、情報発信の確率変数
7 サービス業	送迎バスの運転手派遣 運行管理	事故を減少させるための社員教育
8 サービス業	輸出入の通関申告及び関連する業務全般	受身の営業から攻めの営業を展開しようと組織を変革しようとしているところ。
9 サービス業	食品包装資材	地域密着10キロ圏内リストアップ(業種別)
10 サービス業	人材派遣業	営業拠点の新規開設や営業社員の増員による営業力強化と付加価値を高めて新たな分野の取引先の開拓を行う
11 サービス業	ルーター・HUB等のインターネット接続機器の設置設定	新規得意先の開拓
12 サービス業	エステティックサロンの経営	新規集客と顧客継続は半永久的に続き、社員の営業力・技術力も、エステティシャンは女性で結婚退職、出産休暇などあるため常に標準化と能力アップが必要です。
13 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、複合施設の設備の企画・施工・監理およびメンテ	新商品・新サービスの開発で売上の向上は限界があり、さらなる売上の向上は新規販路開拓が課題となっている。
14 サービス業	トラック・部品の販売から車輛メンテナンス・改造まで「トラックのワンストップサービス」業	70周年「夢計画」実現に向けてのプロセスづくり
15 サービス業	毛筆書き全般。表彰状、目録、封筒の宛名書き、実用書道教室、印刷、その他	新しい仕事づくりに励むことと、スタッフ一丸体制の両立が最重要課題であるとの認識から。
16 サービス業	陳列ケース、陳列器レンタル	来年4月の消費税増税対策
17 サービス業	鍼灸院接骨員支援事業	認知度を高める
18 サービス業	人事コンサルティング業	当社のノウハウを、同じ人事コンサル業界に広めることd、当社の理念を実現する。
19 サービス業	就労継続支援A型事業所、就労以降支援事業所の運営	受託事業の積上による受注拡大
20 サービス業	LED照明 産業用太陽光	変わりゆくニーズをとらえてタイムリーに消費者に提供していきたい
21 サービス業	広告カタログのデザイン制作、WEBサイト企画制作	増員したため、一人あたりの売上高アップが必須。そのためには社員の能力アップ+新規営業が必要
22 サービス業	ソフト開発	新しい製品開発による新規顧客の開拓
23 サービス業	資産運用のアドバイス	相続業務の拡大
24 サービス業	生命保険販売業	ニーズに関する仮説検証を行う
25 サービス業	粗品の企画、開発販売	常に新規販路開拓し続ける
26 サービス業	名刺封筒の印刷	新規顧客の獲得
27 サービス業	異業種協同組合	効率的な訪問活動の実施及び社員の同友会運動への積極的な参加
28 サービス業	印刷企画・出版、不動産管理	受注内容見直し
29 サービス業	大道具、舞台美術、商業施設の装飾、ディスプレイ、イベントなどの仮説ステージの製作、施工。	成長無しに営業拡大はありえない。まず社員成長させる！！
30 サービス業	自家用自動車運行管理業(送迎バスの運転手派遣、請負、車両管理、事故処理等)	事故を減少するための社員教育
31 サービス業	建築コンサルタント	BIM、CIMへの新規参入
32 サービス業	不動産賃貸業	景気等の判断にたより、地道に進むしかない
33 サービス業	鳥害対策専門企業です。	新装置開発でニーズが高まる
34 サービス業	印刷関連のデザイン及びデータ編集	社員意識がまだまだ低い(何の為に働いているか等)
35 サービス業	WEBサイト制作	業界的には非常に人材が不足しているため若干の確保が難しい
36 サービス業	警備業	若手社員および人材採用
37 サービス業	メンテナンス・清掃業	重要な取引先を増やしリスクを回避していきたい
38 サービス業	きもの(小売、卸、レンタル、サイクル)	お客様に自社のできることを、もっと知ってもらう。PRをする。
39 サービス業	自動車販売・整備及び損保・生命保険代理	顧客との接触頻度を高め、つながりを深める。車に関する新規事業の立ち上げ。
40 サービス業	生保代理店	業務に力点をおきながら、新規事業を考える
41 サービス業	産学連携のコーディネート	紹介

42	サービス業	自然食品、製造・販売業	新規販路拡大
43	サービス業	潤滑油の販売	経費を減らし売上げを上げる。
44	サービス業	ガス検知器、部品製造、メンテナンス	新事業立ち上げ
45	サービス業	障がい者の就労支援	幹部社員となる者の採用・教育。
46	サービス業	大衆演劇団用整理箱製造販売各種グッズ作成・Tシャツプリント業務撮影、DVDなど	社員の給料が上昇し生活安定となるには本人自身の資質の向上が必要であるし、教育育成の哲理の徹底が技術の向上、売上の拡大につながっていく。
47	サービス業	社内管理システムの構築、開発サポート	事業領域を拡大することで従業員雇用の拡大と売上げを上げていく
48	サービス業	web製作 ネットワーク構築 ITコンサルティング 企業研	販路拡大
49	サービス業	不動産取引業・建築工事業・人材派遣業・害虫駆除業	競争激化、過当競争傾向にあり現状お得意先へよりサービスの向上を図っていく
50	サービス業	カフェ経営 コーヒー豆卸売コンサルティング	コーヒー豆生産事業の立ち上げ
51	サービス業	訪問介護業	営業力UP
52	サービス業	経営コンサルタント&情報システム	情報システムで業界特化型のソフトを開発中
53	サービス業	食品スーパー	特徴ある商品の開発や企画を作業光りゆアップ、人材育成
54	サービス業	記帳代行	作業効率アップ、新規顧客獲得
55	サービス業	障害者福祉サービス事業	2015年に新しい事業所開設に向け(スタッフ育成を資金作りを行う)みんなで作り上げ、進める様話し合いを行っている。
56	サービス業	速読教室経営	顧客満足
57	サービス業	産業廃棄物処理業	国内生産が縮小傾向であるため新規事業の立ち上げを行いたい。
58	サービス業	清掃業務、エアコン修理・工事・洗浄	仕事量、社員数ともに増加しているが幹部社員の教育が追いついていないので強化する。
59	その他	作業服、作業用品、靴類手袋等の販売。レンタルクリーニング。	営業力の強化、新しい販売体制の確立
60	その他	青果卸売業(野菜)	既存社員の能力アップ(今一度作業内容の見直し)をすることによって効率を上げる。営業力の強化は特に仕入れ強化をする(仕入れの見直し)
61	その他	旅行業	お客様のニーズに応えられる人材育成
62	その他	販促シールの企画、ブランディング	資金
63	その他	インテリア用品の設計開発	製品開発
64	その他	自動車販売整備、損害保険代理店	自社のPRポイントを整理しその部分を求めている。ユーザーの掘り起こし
65	その他	障がい者の就労支援	重要取引先の確保
66	その他	包装資材販売卸	全体でボトムアップしなければいけない
67	その他	葬儀やその前後の市民相談	IT戦略
68	その他	障害者能力開発高	カリキュラムの流動化
69	その他	イベント勉強会の企画、スイッチング、土業紹介、保険(生保、損保)	ターゲットを決めて無駄なくストレートに業務や投資を考える。
70	その他	障害者就労支援	新施設を建築、利用者数を今の倍に拡大するオリジナル自転車の製造をはじめ。
71	その他	建築金具資材の輸出入	新人が複数名いるので、スムーズな引継ぎと指導教育、マニュアルの作成が必要
72	運輸業	運送業、倉庫業	銀行取引を開始して、人材確保、育成のため
73	運輸業	運送・倉庫・流通加工・特定人材派遣	営業をしていく。値引きをされている取引先へ撤廃を求めていく。原価意識をもって料金を決めていく
74	運輸業	物流運輸、倉庫、機密文章処理	仕事案件があるが人材不足採用に至らない
75	運輸業	おもに食品の配達	責任感のある管理職を育成したい
76	運輸業	運輸業	社員による広告宣伝、求人活動
77	運輸業	一般貨物運輸業	移転も含め業務の拡大
78	運輸業	倉庫業です。物流部門の出荷代行です。	ネットショップ向け物流の強化
79	運輸業	地場中心に活動中型車をメインに配送	同業者異業種間の連携を強化することで生産性のアップ社員能力のアップを目指す
80	運輸業	運輸、倉庫、軽作業、印刷	社員能力UPで他社との差別化をしたい
81	運輸業	荷主の荷物を預かり保管し、荷主の指定するところに、配送、納品する業務	新規客先を増やす
82	建築業	電気工事業・現場の管理から設計施工迄全てを請け負う総合的施工の電気工事会社です。	人材不足、右腕不在のため、受注拡大に繋がらない。人を増やす
83	建築業	空調機器販売・施工工事・修理・オフィスエアコンクリーニング・冷媒(フロンガス)回収及び破壊	地元中心でエンドユーザーとの直接取引(新規顧客開拓)
84	建築業	木造住宅の新築及びリフォーム、福祉施設等の鉄骨建物	理念の見直しを含めた社員教育での一丸体制の確立。
85	建築業	住宅・店舗工事	新商品へのアプローチとその宣伝対応の検討・実践
86	建築業	太陽光発電業	今ある顧客を拡大営業をする 新規営業力の強化

87	建築業	工事現場の品質、安全、工程を管理し円滑に工事を進める	熟練した職人の確保が難しくなってきたので、協力業者の強化が重要だと考えています。
88	建築業	墓石、建築用石材販売・加工・施工	営業力強化のための人材採用及社員教育
89	建築業	建築、土木その他建設業に属する一式工事	愛犬家住宅など特殊な住まいを推進し、リフォームに力を入れていく
90	建築業	電気工事・エアコン・照明・アンテナ・消防・オール電化・太陽光・通信設備	5年後のビジョンを示す。
91	建築業	店舗設計施工リフォーム	販路開拓しかなか中で異業種交流会で新規開拓する
92	建築業	建築施工業	自社は技術会社なので人材採用・育成が自社を発展させるポイントと考えています
93	建築業	住宅及障害者施設の新築リフォーム宅連学併設	来年4月からの消費税で大阪の中小建設業者の仕事は、殆ど無くなります。倒産は多発するだろうし、大変な事態だ。
94	建築業	機械器具設置工事業	同業他社にない技術・サービスの提供
95	建築業	鋼構造物業	技術力をアップさせ、重要取引先にアピールする
96	建築業	住宅リフォーム	まず、人の採用
97	建築業	建築一式、リフォーム全般、空調設備工事、空調メンテナンス	営業力の拡大、人材採用、売上を伸ばすには人材採用が必要。攻撃をしかけるには資金力というリスクがある。
98	建築業	建築鉄骨加工業	強み、弱みの明確化、協力業者のネットワーク化
99	建築業	建築金物販売	新規開拓、知識力を高める
100	建築業	ステンレス鋼板のパフ研磨及び保護テープ貼り	現在の販路において新規獲得は難しく技術的にも古い技術なので既存業界では難しさが残る。そのため応用のきく分野での新規需要及び手作業の分野の新規獲得、そのための設備投資、技術向上。
101	建築業	空調・給排気等のダクト施工及び取付工事	若い人材を確保したい。品質の高い外注業者の確保
102	建築業	総合建設業、リフォーム、排水管清掃、外溝清掃	高圧洗浄機を利用して新規販路開拓する(一般戸建、ハイツ等)
103	製造業	鋸螺類製造販売(ドリルねじ、タップタイト、タッピング)	共同開発による需要の安定化
104	製造業	金属プレス加工	新商品開発
105	製造業	サイン、DIY関連製品、店舗用品製造販売	ニーズに合った新製品の開発
106	製造業	文具、装粧品、旅行用品、ベビー用品などの企画製造販売	新規事業、自社ブランド開発に力を入れる
107	製造業	金属プレス加工	いろいろな分野への進出
108	製造業	食品機械製造業	個人のスキルアップ
109	製造業	畳、襖などの建具の製造、施工、販売	得意分野の一点深堀
110	製造業	マシン、ししゅう機用ネジ関連部品、ハサミ用センターネジ等製造販売、切削工具チップ止めネジ	社員を減らしても生産量が変わらないように効率化する
111	製造業	自社オリジナルのアルミシステムパイプで、業種を問わずオーダーメイドをしています。クリーンルームやBOX等	知っていただけないことには存在の意味が無い
112	製造業	金属熱処理受託加工、精密極小部品、各種金型、各種表面処理	新技術(新製品)を世に送り出します。そのための設備投資も終わり、あとは受注の確保です。そのための「営業力」「技術力」の強化を進めています
113	製造業	コンピュータ関連装置のソフトウェアの開発、製造、販売。	新製品の開発
114	製造業	スチール家具製造業	アウトソーシング、外注を活用し、これまで以上の生産量に対応できる体制を作る
115	製造業	端子コネクタ等精密プレス品の試作金型製造加工及びメッキ塗装付樹脂製品のプレス	海外企業との取引強化
116	製造業	電子関連機器の設計・製造	技術者の採用、設備(計測器)を導入し、実務を強化したい。
117	製造業	金属製品製造業	収益性の悪い既存の事業を撤退し、利益率の高い事業にシフトしていくかが課題
118	製造業	金属加工業	新規顧客の確保
119	製造業	チェーンコンベヤの設計製造	・競争力強化のための新規設備投資 ・新規設備を生かした販路拡大 ・研究開発の強化
120	製造業	女性下着の製造卸・衣料品資材卸。(輸出入含む)	既存得意先の販売拡大が難しい面もあるが、異業種も含めて新商品の供給により、活性化を図る。
121	製造業	繊維製品カットソーのOEM生産製造卸・ニット生地販売・産業用メリヤスウエス製造販売	販売先を絞って営業に重点を置く。
122	製造業	工場設備、プラント設備の電機設計	商品開発
123	製造業	業務用洗剤、ワックス、化粧品	売上げ確保は当然の力点 ・製品開発力の強化
124	製造業	流量計の製造販売	・経営計画を見直し、全社員のベクトルを揃える。
125	製造業	光学硝子製造および部品販売業	経営計画の達成と経営理念の具現化です。

126	製造業	軟質塩化ビニールのリサイクル業	仕入れ先の拡大、生産の合理化で、コスト削減
127	製造業	フッ素樹脂加工	顧客の海外投資が増え、その分国内市場が空洞化、海外進出を計画す
128	製造業	紳士オーダーシャツの企画・製造・販売	国内新規販路(百貨店、小売チェーン店)の開拓
129	製造業	金属製品加工販売	海外販路の構築
130	製造業	線香製造	新規設備による規模拡大
131	製造業	工業用ガスバーナー製造業です	新製品投入による利益率改善。 品質向上による他社との差別化。
132	製造業	電気電子計測機器製造	重要取引先を増やすことが最重要ポイントです。
133	製造業	金属焼き付け塗装	技術力の強化/勉強会の開催、スキルマップからの目標設定 生産性アップ効率化/開発用PCの更新、基板設計最新CAD導入、完全3DCAD化
134	製造業	打ち抜き加工業	待ち受けとHPLが営業ツールしかない。
135	製造業	焼き菓子製造卸	三位一体の経営
136	製造業	フッ素樹脂焼付コーティング、ライニング業(金属表面処理業)	工場のキャパが限界に来ていて、注文は増えてきているので、どれだけ早く増産体制を整えられるかが問題です。 企業ドメインを表面処理業とし、専門分野であるフッ素樹脂焼付コーティングだけでなくメッキ処理や他の樹脂を利用したコーティングなど取扱う分野を徐々に拡大していくもの。
137	製造業		既存ユーザーのアプローチ強化と既存業界への新規開拓及び新製品(自社ブランド品)開発によるマーケットの拡大
138	製造業	衣料品製造	弊社2つ目となる自社ブランド商品の拡販に全力を投入する。
139	製造業	フレキシブルシャフト製造	地道な営業努力
140	製造業	金属加工業	技術力のある同業とのパイプを太くしていきたい。
141	製造業	金属熱処理、塗装、表面処理	新技術の設備投資をして販路拡大していく。営業、技術の組織的活動、人材育成。
142	製造業	プラスチック切削加工業	今後量産品は見込めない為、小ロット、多品種、短納期、高品質への生産の効率化を計る。
143	製造業	製缶板金加工、産業用機械設計製作	新規顧客開拓 取引先深堀
144	製造業	物流支援機器製造販売(垂直搬送機、駆動ローラーコンベヤ、パレット入れ替え装置)	営業人員の増強、展示会等への出品、代理店増強にて、販路の拡大を進行中 生産設備入れ替え等による生産性の向上を図っています。
145	製造業	十字穴付きタッピンネジ製造販売	技術労働者の拡充と技術の継承
146	製造業	プレス金型 設計 製作	情勢悪化に対して生き残るための「会社力」の強化
147	製造業	ドライラミネート加工	技術力のアップ
148	製造業	FA・ロボット・メカトロ等・各種自動化省人化システムの企画・開発設計・製作	人材
149	製造業	婦人インナー製造販売	営業面に力をいれる
150	製造業	野菜カット工場	最小限の経費で1KGでも多く出荷する
151	製造業	印刷物の表面加工、印刷	印刷会社を買い取って今から動こうとしています。
152	製造業	別注家具製造	技術を上げて生産性をあげること
153	製造業	紙器製造業	社員教育による体質改善
154	製造業	電子機器の設計開発製造。防犯カメラ用電源等製造	生き延びるために、新規を絞り不採算商品の製造を辞める
155	製造業	化学機器設計、製造、及び設置、配管工事	先輩の社員がいずれ引退していくので、その技術力を1つでも
156	製造業	和装製品・製造卸・化粧品雑貨卸売	自社商品の拡販
157	製造業	ツッパリ棒等、家庭日用品企画製造	売上を増やすには、新規販路開拓が不可欠。新規顧客にあった商品提案が必要
158	製造業	ディスプレイ業	LED関連商品の開発と新市場開拓、営業サービス向上と展示会出展
159	製造業	タイルの販売及び工事	次世代の人材が育っておらず、かつ不足しているため、増員及び教育の必要がある
160	製造業	印刷全般	3DCGの技術力を強化してゆきたい
161	製造業	電子機器開発・設計	企業存続の人材育成
162	製造業	商業印刷・セールスプロモーション販促の支援	印刷業に拘らず自分達の周囲の人達が求めている事を把握すること
163	製造業	食品軟包装の(フィルム)企画、製造、販売	社員の高齢化に伴う、新入社員の雇用
164	製造業	印刷用及び工業用ゴムロールの製造・販売	業務改善による効率化、社員一人一人の能力向上による効率化と不良対策、新商品開発による新聞屋への展開
165	製造業	プラスチック板加工及びプラスチック製品販売	新製品や技術力を強化するには社員の採用が必要。生産性の効率化、コスト面の強化
166	製造業	金属加工、一般産業機械・金型部品加工	現場従業員のスキルアップ
167	製造業	板金加工	作業のローテーション化
168	製造業	木型製造業	ニーズの掘り起こし
169	製造業	精密機械部品製造及び省力化機械設計製作組立	海外事業の確立に力点をしています
170	製造業	建築内外装金物製作	営業力
171	製造業	段ボールケース製造・販売	売上を上げて新入社員を入れる
172	製造業	粘着テープの製造販売	新しいことにチャレンジしながら、従来市場でも生き残れるようにした

173	製造業	生産機械の金属部品の切削加工	自社でできることを顧客にアピールし、技術力アップで付加価値アップ
174	製造業	店舗向けオーダーメイド金物製作	高校新卒者の採用に取り組んでいる
175	製造業	電子部品加工	従来の技術を生かした新規事業展開。ニッチ分野を探す
176	製造業	アルミ材に特化した板金加工	技術伝承。社員との付き合い方
177	製造業	NC旋盤による加工業	生産性のあがらない部門のテコ入れ。社員の能力のレベルアップ
178	製造業	金属熱処理加工	航空機部品の熱処理に参入
179	製造業	90%特殊車輛の部品製造及び組立 10%産業用プラント製缶・組立	社員の技術(スキルUP)し、自社が数年後メーカーになる為の設計力もつけていきたい
180	製造業	金網製造	営業力:採用(新卒者)と育成、技術力=新製品開発
181	製造業	溶接、NC旋盤加工	自社製品を作り、メーカーになる。 営業力が企業の方だと言う認識。出るを抑えることが基本(但し、モチベーションの下がる削減はしたくない...)
182	製造業	印刷紙器製造販売	
183	製造業	冷間鍛造金型メーカー&IT事業(ソフト開発)	消費税8%導入後の景気下降に備えて運転資金の確保
184	製造業	各種金属材料販売及びレーザー加工機による軟素材加工販売	社長の片腕になる人材の確保
185	製造業	マシュマロの製造・卸	経営指針に基づく経営と販路拡大に力を注いでいく
186	製造業	銅切削・各種産業部品精密加工	人材の採用
187	製造業	温浴施設の設備金物等の製造・販売	海外の展示会より、新商品をみつける。組織の若がえり化。
188	製造業	婦人服アパレル	新規開拓
189	製造業	オフセット印刷、製本	景気の不透明もあり、先が読みづらい
190	製造業	冷間鍛造加工、プレス加工	内製化による短納期生産体制の強化
191	製造業	金属プレス加工業	人材の育成採用
192	製造業	金属製品製造業	営業部門の強化、生産現場、管理部門を含めた見える化の取り組み、新商品開発
193	製造業	きなこ、香辛料等食品製造販売	7月末に上場企業に事業継承してもらい、社員、ブランド、社名すべて引き継いでもらう。グループ会社の販路、商品開発で発展を目指す
194	製造業	非鉄金属卸業、加工業	新規取引先を開拓し、現状までに取り扱っていない製品など、取引先へ足を運び商談を行い、いりぐちを広げていく。経営理念をしっかりと固め、社員能力なども高めていきたい
195	製造業	紙全般の卸売、印刷化粧箱の製造販売	まだまだ全社一丸の意識改革が必要
196	製造業	卸売業	固定費を超えているが必要に迫られている
197	製造業	カーテンの製造及び施工と販売	社員同士で教える社員教育システム
198	製造業	服装飾、雑貨、ノベルティー、コンサートグッズ製造販売	営業マンの増強と教育
199	製造業	照明器具製作・電気特殊金物製作販売	工場社員でもお客様と打合せができるように教育レベルアップを考えています。
200	製造業	デニム衣料製造・卸・販売	卸先(小売店)への営業力、ニーズをつかむことと新製品とのリードタイムをなくす。
201	製造業	フレグランス等のメーカー、宝飾品販売(独自製作品)、ビル管理業	新規事業を本年度より立ち上げたので販路開拓に力を入れ、特にプロのセールスマンや人脈作りに力を入れている。
202	製造業	機械器具設置業、化学プラント製造装置設計施工	既存客、休眠客への営業アピールに重点をおきながら新規開拓も行って行かなければならない。客にアピールするためにはニーズに合った技術を提供できるように力をつけていく。
203	製造業	NC旋盤・マシニング等の工作機械を使用してアルミ合金の加工を主にやっている。	新規にて工作機械を購入
204	製造業	製紙業	既存分野の市場縮小を補う為の新規商品、新規販路開拓に注力する
205	製造業	菓子製造業	手作業による技術職なので、社員の能力をアップが必要
206	専門サービス業(士業の方)	個性学を活用した人材育成サービス、採用コンサルタント、コミュニケーションカウンセラー育成等	分かりやすい商品づくりと販路拡大
207	専門サービス業(士業の方)	不動産登記・法人登記 訴訟 成年後見・相続問題 借金整理 財産管理など	販路拡大・異業種交流
208	専門サービス業(士業の方)	組織マネジメント上の課題解決サービス。マネジメント改革プロジェクトやコーチングセッションなどのサービスを提供しています。	海外事業の展開
209	専門サービス業(士業の方)	FP業務(保険提案・節税対策・資産運用提案)	営業努力の向上・事務所の確保
210	専門サービス業(士業の方)	社会保険労務士の業務	これまでと違った層の方々アプローチするサービスを商品として開発している。
211	専門サービス業(士業の方)	社会保険労務士業	異業種交流会への参加をより積極的に行う。

212	専門サービス業(士業の方)	社労士業務—労働保険・社会保険諸法令に基づく関係届、社内規程の作成、助成金の申請業務、賃金制度・人事制度のコンサルティング等。	戦略ドメインを明確にして、事業計画を磨きあげること。ぶれない経営を目指したい。
213	専門サービス業(士業の方)	会計事務所	高付加価値分野の売り上げを上げていくため、社員能力と営業力のアップは必須。
214	専門サービス業(士業の方)	都市計画・まちづくり、及び、建築・土木・造園に関する調査・計画設計	人材育成の遅れから、受注計画と新事業所計画の遅れが出ている。この点を含めた社内の意識共有と計画の見直しが早急の取り組み課題である。
215	専門サービス業(士業の方)	税理士業務	職員の能力を向上させて、営業に活かしていきたいと思います。
216	専門サービス業(士業の方)	社会保険労務士業。	新規顧客の開拓。
217	専門サービス業(士業の方)	税理士	大口取引をもう1社増やし、経営安定を図る
218	専門サービス業(士業の方)	外国人のVIZA申請	売上アップ
219	専門サービス業(士業の方)		営業力の強化が一番の課題です。
220	専門サービス業(士業の方)	税理士事務所	能力、生産性をアップして、労働時間を短縮すること
221	専門サービス業(士業の方)	弁護士業	従業員の技術力アップ
222	専門サービス業(士業の方)	経営コンサル・税理士業	社員の能力アップさせるための研修時間拡大
223	専門サービス業(士業の方)	司法書士	新しい業務の立ち上げ
224	専門サービス業(士業の方)	法律事務所	急な人員不足が生じて業務が回るように、また、収支が合うように、業務内容を見直す
225	専門サービス業(士業の方)	弁護士	営業代行の利用
226	専門サービス業(士業の方)	税理士	顧客満足度アップ→紹介につなげる
227	専門サービス業(士業の方)	社労業	出会いが大切
228	専門サービス業(士業の方)	労務管理、年金相談業務、コンサルティング業	同業者との業務提携
229	専門サービス業(士業の方)	不動産の登記、成年後見業務、司法書士業務	人とのつながりを強化する。
230	専門サービス業(士業の方)	診断士、経営コンサルティング	人のつながりを増やす
231	専門サービス業(士業の方)	社労士業として会社のサポート	営業をしていない分、回答した力点をもっと力を入れたい
232	通信情報業	コンピュータソフトウェア受託開発	人材の中途採用
233	通信情報業	コンピュータ・ソフトウェアの企画、開発、販売、運用、保守およびコンサルティング	既存の展開商品(サービス)と方向性の違う商品の開発によるリスク分散。
234	通信情報業	情報処理システム構築技術に関する研究及び教育 コンピュータソフトウェアの開発及び販売 コンピュータハードウェアの選定及び販売 中小企業経営に関するコンサル	業務移管～収束。休業予定。
235	通信情報業	電話、LAN工事、機器販売	利益率上げる
236	通信情報業	データベースソフト開発	来年、法人化をして事業拡大したいと思っています。
237	通信情報業	コンビニ・スーパー・サービスエリアなどお店の業務のシステム化	ソフト会社は技術をアップするしか方法はない
238	通信情報業	映像制作、照明設計	収支を健全化し、資金調達の糸口としたい
239	流通業	石油化学品の販売	販売ボリューム、利益性ともに下がっていくことが明らかなので、新しい顧客、品物、仕入先を増やす必要がある。期日現金等、支払い条件の多様化により、さらに資金が必要となるであろうため、銀行とは親密に。
240	流通業	美容材料卸	選択と集中を全ての分野で行う
241	流通業	塗料製造販売	新規部門の開拓
242	流通業	安全衛生用品製造卸・機能性樹脂製品製造卸	当社の営業企画職の仕事は、難易度が高いと思うが、人材が育成されれば成果に繋がる可能性が高まる。営業・新製品の企画は、人材の育成によるところが大きい。
243	流通業	締結部品(ねじ、ねじ関連部品)の販売。	内部環境を整備し新商品、新サービスなどで市場を広げたい。社員を雇用したい
244	流通業	自動車整備・販売 自動車用フロアマット製造販売	環境の変化に合わせた対応力
245	流通業	流通加工、アウトソーシング、人材サービス	新規お客様の確保
246	流通業	古紙の選別加工・販売	新入社員の教育等

247	流通業	自社ブランド帽子の企画、製造、販売	大丸、松坂屋の各店舗に期間限定ショップの出店、もしくは半年の長期出店
248	流通業	自動車部品販売	商品の販売価格決定権を持つ。業界を取り巻く環境が厳しい
249	流通業	アパレル小売	一般消費者のみならずいろいろな販路を模索中です
250	流通業	税理士業	幹部の育成、理念の浸透
251	流通業	ステンレス鋼材卸売及び加工	足で売り込む
252	流通業	ステンレス鋼板在庫販売	社員教育と新規開拓
253	流通業	健康食品、化粧品等卸売業	2年後をメドに採用を考えているので、新販路開拓等フェイスを広げてい
254	流通業	工業用ファスナー販売	会社継続を念頭においた経営基礎の確立
255	流通業	機械部品販売	弊社のブランド商品の拡販と新商品の開発に努力
256	流通業		新規取引先の確保
257	流通業	義肢装具材料卸し業	既存の分野だけでは見込みが立たないため卸売+小売+ネット販売に徐々に。
258	流通業	建築を中心としたした商社	独自商品の開発と独自販売方法を考えている
259	流通業	被服販売等	本年度後半からの仕入額上昇が予想されるので、消費税UPも含めたお客様への丁寧な対応と不要経費の削減をしたい
260	流通業	携帯電話販売	新卒採用を本格的に導入、幹部社員の能力アップのための教育の強化
261		機械工具卸売り業・生産財総合商社	事業領域拡大・新規開拓・新市場創造
262		保険代理店業	若年従業員の採用
263		・ソフトウェア受託開発 ・要員派遣 ・パッケージソフト及びハードウェアの販売	東京での営業、技術社員増員。 大阪本社での取引先(エンドユーザー)開拓。
264		テキスタイルコンバーター	商品の高度化 市場ニーズに合致した商品開発
265		LED照明・CCFL照明の卸販売、施工。	経営理念を含めた、企業としての方向性。 高齢技術者から次世代への引き継ぎ。 家賃、駐車場代、交際費などの経費削減
266		旅行業および関連業務	地域密着を加速 海外特にASEANからの訪日家族 富裕層の取り込みへの研究
267		各種プラントの設計施工	1.経営理念の成文化 2.社員の技術力向上 3.新商品の開発
268		マグネット応用機器の一部製造販売・中古工作機械販売・溶接機及び各種修理業務	来年、不透明である為、営業活動に力を入れて行きます。

## 特別項目 消費税転嫁について

### ①主な販売先・納入先について

業種	海外の一般消費者	海外の事業所	国内の一般消費者	国内の事業所	総計
サービス業	1	0	49	68	118
運輸業	0	0	2	14	16
建築業	0	0	8	24	32
製造業	2	1	16	157	176
専門サービス業(土業の方)	0	0	19	45	64
通信情報業	0	0	1	9	10
流通業	0	0	12	40	52
その他	0	0	13	7	20
(空白)	0	0	5	10	15
総計	3	1	125	374	503

### ⑥賃上げの実施について

業種	賃上げを実施する	割合	据え置く	割合	引き下げる	割合	わからない	割合	総計
サービス業	25	25.0%	38	38.0%	1	1.0%	36	36.0%	100
運輸業	7	46.7%	6	40.0%	0	0.0%	2	13.3%	15
建築業	9	28.1%	15	46.9%	0	0.0%	8	25.0%	32
製造業	57	35.0%	54	33.1%	5	3.1%	47	28.8%	163
専門サービス業(土業の方)	10	20.0%	17	34.0%	0	0.0%	23	46.0%	50
通信情報業	2	28.6%	3	42.9%	1	14.3%	1	14.3%	7
流通業	13	31.7%	18	43.9%	0	0.0%	10	24.4%	41
その他	5	26.3%	5	26.3%	1	5.3%	8	42.1%	19
(空白)	2	15.4%	6	46.2%	0	0.0%	5	38.5%	13
総計	130	29.5%	162	36.8%	8	1.8%	140	31.8%	440

## ②現在の5%の価格転嫁について

データの個数：5%の転嫁		5%の転嫁				
業種	主な販売先	できている	割合	できていない	割合	総計
サービス業	海外の一般消費者	0	0.0%	1	100.0%	1
	国内の一般消費者	34	81.0%	8	19.0%	42
	国内の事業所	52	80.0%	13	20.0%	65
<b>サービス業計</b>		<b>86</b>	<b>79.6%</b>	<b>22</b>	<b>20.4%</b>	<b>108</b>
運輸業	国内の一般消費者	2	100.0%	0	0.0%	2
	国内の事業所	10	83.3%	2	16.7%	12
<b>運輸業計</b>		<b>12</b>	<b>85.7%</b>	<b>2</b>	<b>14.3%</b>	<b>14</b>
建築業	国内の一般消費者	6	85.7%	1	14.3%	7
	国内の事業所	18	75.0%	6	25.0%	24
<b>建築業計</b>		<b>24</b>	<b>77.4%</b>	<b>7</b>	<b>22.6%</b>	<b>31</b>
製造業	海外の一般消費者	1	50.0%	1	50.0%	2
	海外の事業所	1	100.0%	0	0.0%	1
	国内の一般消費者	11	68.8%	5	31.3%	16
	国内の事業所	126	84.6%	23	15.4%	149
<b>製造業計</b>		<b>139</b>	<b>82.7%</b>	<b>29</b>	<b>17.3%</b>	<b>168</b>
専門サービス業(土業の方)	国内の一般消費者	15	83.3%	3	16.7%	18
	国内の事業所	34	87.2%	5	12.8%	39
<b>専門サービス業(土業の方)計</b>		<b>49</b>	<b>86.0%</b>	<b>8</b>	<b>14.0%</b>	<b>57</b>
通信情報業	国内の一般消費者	1	100.0%	0	0.0%	1
	国内の事業所	5	71.4%	2	28.6%	7
<b>通信情報業計</b>		<b>6</b>	<b>75.0%</b>	<b>2</b>	<b>25.0%</b>	<b>8</b>
流通業	国内の一般消費者	7	58.3%	5	41.7%	12
	国内の事業所	29	93.5%	2	6.5%	31
<b>流通業計</b>		<b>36</b>	<b>83.7%</b>	<b>7</b>	<b>16.3%</b>	<b>43</b>
その他	国内の一般消費者	7	70.0%	3	30.0%	10
	国内の事業所	5	83.3%	1	16.7%	6
<b>その他計</b>		<b>12</b>	<b>75.0%</b>	<b>4</b>	<b>25.0%</b>	<b>16</b>
(空白)	国内の一般消費者	0	0.0%	3	100.0%	3
	国内の事業所	6	66.7%	3	33.3%	9
<b>(空白)計</b>		<b>6</b>	<b>50.0%</b>	<b>6</b>	<b>50.0%</b>	<b>12</b>
<b>総計</b>		<b>370</b>	<b>81.0%</b>	<b>87</b>	<b>19.0%</b>	<b>457</b>

## 特別項目④ 項目②についての理由(記述)

業種	業務内容	5%の時の転嫁について
1 サービス業	エレベーターエスカレーター等昇降機の保守管理 改造 据え付け	消費税上がった分請求するのであれば、もっと単価の安い業者に変えると言われる。
2 サービス業	パソコンサポート他 IT 関連業務、ホームページ制作他各種デザイン業務等	原則外税でやっているの 3%の時は業界の環境が良かったので転嫁可能であったが、5%の時は他社との価格競争が激しい時だったため価格転嫁できなかった。
3 サービス業	消毒業及び損保代理店	税率が変わることを予想していたので 契約書を税別にして締結してきた
4 サービス業	送迎バスの運転手派遣 運行管理	価格設定の改定。価格の改定を行った。
5 サービス業	ペットの葬儀・火葬・納骨・供養な	問題なく、消費税は請求できている。
6 サービス業	輸出入の通関申告及び関連する業務全般	実質は価格ダウンになりえるかも・・・
7 サービス業	食品包装資材	料金体系について収益構造について説明できる能力を高める努力を行うことによって達成させる
8 サービス業	人材派遣業	
9 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、複合施設の設備の企画・施工・監理およびメンテナンス	新年度から取り組む予定であるから現時点では予測できない。
10 サービス業	トラック・部品の販売から車輛メンテナンス・改造まで「トラックのワンストップサービス」業	外税であることを普通に説明して行った。
11 サービス業	・地方自治体、公共機関向けのITコンサルティングサービス ・中小企業向けのIT経営コンサルティングサービス	公共機関が取引先なので、問題ないと考えております。
12 サービス業		対法人であるため、消費税はいただく立場である。
13 サービス業	毛筆書き全般。表彰状、目録、封筒の宛名書き、実用書道教室、印刷、その他	以前より(特に消費税が3%→5%にUPした時点で)消費税は別途請求としている為。
14 サービス業	陳列ケース、陳列器レンタル	得意先が現在も消費税は、別途請求が理解されているので、増税してもスムーズに移行できると思っている。
15 サービス業	パソコン教室の運営、企業研修の企画・提案	値上げしてからの判断
16 サービス業	人事コンサルティング業	契約時に提示する。
17 サービス業	LED照明 産業用太陽光	キッチリした優良な法人を顧客にしている
18 サービス業	広告カタログのデザイン制作、WEBサイト企画制作	発注者より別途消費税分はいただいている
19 サービス業	写真撮影業	少しでも受注を増やすために下げていた
20 サービス業	PCサポート、ネットワークサーバ構築	消費税の値引き要請は受けたことがない
21 サービス業	資産運用のアドバイス	相続業務なので
22 サービス業	異業種協同組合	内税価格のものと外税価格のものがあるため
23 サービス業	求人広告総合代理店	税金は税金と割り切る。
24 サービス業	大道具、舞台美術、商業施設の装飾、ディスプレイ、イベントなどの仮説ステージの製作、施工。	税込みの受注がある。
25 サービス業	建築コンサルタント	契約時に税額を明記するから
26 サービス業	不動産賃貸業	不動産賃貸業で住居については非課税である。営業倉庫や土地については3%時から込みで決めていたのでしていない。
27 サービス業	印刷関連のデザイン及びデータ編集	現在も消費税は別請求をしているから
28 サービス業	WEBサイト制作	消費税はあまり問題ではない
29 サービス業	自動車販売・整備及び損保・生命保険代理	使用しているCPシステムが外税方式のため
30 サービス業	潤滑油の販売	出来ているかどうかは解らないが、仕入先との価格交渉などで仕入価格を引き下げる。
31 サービス業	障がい者の就労支援	収入に上限がある為
32 サービス業	大衆演劇団用整理箱製造販売 各種グッズ作成・Tシャツプリント 業務撮影、DVDなど	国政業務を信頼して協力するのが当然である。
33 サービス業	web製作 ネットワーク構築 ITコンサルティング 企業研修	準備不足

34	サービス業	不動産取引業・建築工事業・人材派遣業・害虫駆除業	お得意様から認知されている
35	サービス業	カフェ経営 コーヒー豆卸売 コンサルティング	価格競争激しい
36	サービス業	訪問介護業	制度上可能な業界
37	サービス業	薬剤師の人材紹介業	国の方針に従っているため
38	サービス業	経営コンサルタント&情報システム	特に問題となるお客はない
39	サービス業	クリーニングチェーン店	生産性UP
40	サービス業	障害者福祉サービス事業	簡易課税の手続きを行い支払っているため…(今後商品の価格にも大きくかわるので悩み所です)
41	サービス業	産業廃棄物処理業	メーカー側からの希望で価格維持を行っているため
42	サービス業	清掃業務、エアコン修理・工事・洗浄	ほとんど外税にて販売しているため
43	サービス業	自動車の販売、整備、板金塗装	顧客への説明をしっかりと行い、納得していただく
44	その他	不動産収益	収益物件の賃料においては、年々下落するため。
45	その他	障害福祉サービス	お客様層が値上げに敏感で機を逃している
46	その他	障がい者の就労支援	NPO法人なので関係しない。
47	その他	包装資材販売卸	仕入れ価格の上昇分さえも転嫁が難しい
48	その他	障害者就労支援	障害者施設としては、なかなか価格をあげにくい。
49	その他	建築金具資材の輸出入	消費税は今まで別に頂いていたため
50	運輸業	運送・倉庫・流通加工・特定人材派遣	消費税が内税ではなく外税で請求しているため
51	運輸業	軽貨物運送業	サービス業(運送)の仕入はガソリンだけ
52	運輸業	一般貨物運輸業	運送運賃は外税適応が大半の為
53	建築業	木造住宅の新築及びリフォーム、福祉施設等の鉄骨建物他	工事の遅れと材料の高騰等により一部顧客との対応で転嫁できない場合が予測される。
54	建築業	工事現場の品質、安全、工程を管理し円滑に工事を進める	5%は周囲も認知されており定着しているため
55	建築業	建築、土木その他建設業に属する一式工事	5%になって長期間がたつので消費者様が認識されているため
56	建築業	電気工事・エアコン・照明・アンテナ・消防・オール電化・太陽光・通信設備	税込にて契約されている。
57	建築業	一般屋内配線電気設備工事、弱電設備工事	業界として転嫁するのが通例になっている。
58	建築業	店舗設計施工リフォーム	何も考えていない。その時でないと対応しにくい
59	建築業	建築施工業	工事契約時に双方確認し、受注するため
60	建築業	鋼構造物業	見積もりを出しても端数カットは消費税が込みになる
61	建築業	住宅リフォーム	見積もりなど値交渉が厳しい
62	建築業	ステンレス鋼板のバフ研磨及び保護テープ貼り	製品販売ではなく加工賃であるが、そもそもの単価が低いこともあり業界として通っている。
63	建築業	空調・給排気等のダクト施工及び取付工事	税率を上げる前に、計画された工事が4月以降にあります。その工事については、価格転嫁の是非は不明です。客先が一般消費者ではないため、受け入れてもらえると考えています。
64	製造業	電子関連機器の設計・製造	価格転嫁は行われると思うが、これから出てくる新製品について消費税増加分の買い叩きがあるのではないかと思います。
65	製造業	金属製品製造業	価格はこちらである程度決められるから
66	製造業	金属加工業	値引き要請がある
67	製造業	精密板金加工業	特になし
68	製造業	チェーンコンベヤの設計製造	特になし
69	製造業	女性下着の製造卸・衣料品資材卸。(輸出入含む)	事前に想定確認はしているが、実際に4月以降の市場での反応がわからない。
70	製造業	工場設備、プラント設備の電機設備	当たり前の事でしょう
71	製造業	業務用洗剤、ワックス、化粧品	国の法律であるから従うのは当然、何の問題も無い。
72	製造業	流量計の製造販売	B to Bの事業の為、今までの増税で特に問題がなかった。
73	製造業	光学硝子製造および部品販売業	商品は自社製品が多く、独自性があり三方良しの販売価格を相談できる。
74	製造業	軟質塩化ビニールのリサイクル業	取引の9割以上が、外税で取引しているのと、値上げは比較的認められる取引先が多い。
75	製造業	フッ素樹脂加工	消費税は税金なので、徴収、納税することは義務であり、当然のことだから。
76	製造業	紳士オーダーシャツの企画・製造・販売	税抜き価格表示に変更済み
77	製造業	金属製品加工販売	従来から転嫁できています。
78	製造業	線香製造	自社製品なので、消費税付加に関しての抵抗がほとんど無い。
79	製造業	回答済み	質問の意味がわかりません
80	製造業	精密板金加工、別注スチール家具製造	製造業の場合、対企業なので消費税は価格交渉とは別と認識されているから

81	製造業	シルクスクリーン印刷およびプレス・トムソン加工による各種銘板の製造	見積もりは税抜価格のため、請求時に消費税を乗せている。
82	製造業	打ち抜き加工業	価格転嫁に問題はない
83	製造業	焼き菓子製造卸	販売先が大手量販や菓子問屋などのため、今のところ問題はないようです。
84	製造業	フッ素樹脂焼付コーティング、ライニング業(金属表面処理業)	景気の動向等の要因が影響すると思われ、その時になってみないとわからない。
85	製造業	衣料品製造	最終小売価格をいくらにするかによって、われわれの納入価格も決まってくるので、全てが全て転嫁できるかどうかかわからない。取引先との力関係によるだろう。
86	製造業	フレキシブルシャフト製造	価格設定がケタ超すと消費意欲が落ちるため。
87	製造業	金属加工業	請求書で消費税を別途計算して請求している。
88	製造業	物流支援機器製造販売(垂直搬送機、駆動ローラーコンベヤ、パレット入れ替え装置等)	消費税別の見積もり価格にての提示 価格の値引きは要求されますが税は別途としています。
89	製造業	精密金属バネ製造業	転嫁しないと事業の存続にかかわる為
90	製造業	十字穴付きタッピンネジ製造販売	世の中の動きに合わせる為
91	製造業	婦人インナー製造販売	税率が低かった。時代が良かった。余裕があった。
92	製造業	出版	何とかとんとんで行っているので
93	製造業		下請けはしない
94	製造業	印刷物の表面加工、印刷	価格は税抜きです。
95	製造業	木材の販売	税別販売
96	製造業	ツツパリ棒等、家庭日用品企画製造	デフレ脱却できないから
97	製造業	ディスプレイ業	売上価格+消費税の考え方が定着している 元々業界的に目標は税抜が主流で消費税は自動的に加算されるため
98	製造業	タイルの販売及び工事	
99	製造業	粉末薬品の錠剤加工受託・企画	外税
100	製造業	印刷用及び工業用ゴムロールの製造・販売	特になし
101	製造業	プラスチック板加工及びプラスチック製品販売	価格の主導権はこちらが持っている
102	製造業	金属加工、一般産業機械・金型部品加工	決められたことだから
103	製造業	段ボールケース製造・販売	税別で見積もりしているから
104	製造業	ポリウレタンゴム製造販売	外税のため
105	製造業	粘着テープの製造販売	あたりまえです
106	製造業	店舗向けオーダーメイド金物製	税別価格で金額を決めるため問題ない
107	製造業	電子部品加工	消費税込みの話をしていない
108	製造業	アルミ材に特化した板金加工	見積書で転嫁できるから
109	製造業	金属熱処理加工	現状も外税で対応している
110	製造業	金網製造	製品の価格は景気や需要に影響される。事務処理上8%転嫁できていても、実際の状態は今のところわからない。
111	製造業	プラスチック加工業	小口の案件が多い為。
112	製造業	印刷紙器製造販売	請求するのが当然であるから。
113	製造業	冷間鍛造金型メーカー&IT事業(ソフト開発)	業界自体そのような動きがないので突出できない。
114	製造業	銅切削・各種産業部品精密加工	外税で計算している
115	製造業	旗、のれん等の製造	消費税分負けてと言われる
116	製造業	冷間鍛造加工、プレス加工	業界内では常にコストダウンが求められる。消費税増税にかかわらず常に、納入価格の見直しはある
117	製造業	製本	得意先の言うがまま。(単価が勝手にくる)
118	製造業	金属製品製造業	顧客からのコストダウンの要求が高い
119	製造業	きなこ、香辛料等食品製造販売	本体価格と消費税を区分けして表示、請求しているため
120	製造業	包装用加工卸	商品の値下げを要求される
121	製造業	非鉄金属卸業、加工業	原材料の仕入れ価格などに変化はない
122	製造業	卸売業	売上金額のため
123	製造業	照明器具製作・電気特殊金物製作販売	皆様に理解して頂いています。
124	製造業	フレグランス等のメーカー、宝飾品販売(独自製作品)、ビル管理	その際には請求額を上げるだけ
125	製造業	各種パイプ曲げ等加工及びロウ付け加工	外税方式のため
126	製造業	機械器具設置業、化学プラント製造装置設計施工	税込の価格で見積もりしても5~10%くらいは値下げ交渉されてしまう
127	製造業	豆腐、油揚げ製造	やりきるのみ
128	製造業	菓子製造業	利益や原価は消費税と関係ないのでは?
129	製造業	清酒製造	今までから可能であった

130	製造業	製紙業	業界の習慣として転嫁は可能
131	製造業	鋸螺類製造販売(ドリルねじ、タップタイト、タッピング)	全ての商品に5%のせて販売している
132	製造業	サイン、DIY関連製品、店舗用品製造販売	法令順守
133	製造業		コンプライアンスを遵守できない取引先とは関係を持たない方針を周知させること
134	製造業	金属プレス加工	消費税が払えているので、できると思う
135	製造業	畳、襖などの建具の製造、施工、販売	納税は国民の義務だから
136	製造業	ミシン、ししゅう機用ネジ関連部品、ハサミ用センターネジ等製造販売、切削工具チップ止めネジ	競争率が低下する
137	製造業	自社オリジナルのアルミシステムパイプで、業種を問わずオーダーメイドをしています。クリーンルームやBOX等	意識不足
138	専門サービス業(土業の方)	個性学を活用した人材育成サービス、採用コンサルタント、コミュニケーションカウンセラー育成等	商品全体の内容と価格を見直し中
139	専門サービス業(土業の方)	FP業務(保険提案・節税対策・資産運用提案)	消費税免除事業のため
140	専門サービス業(土業の方)	税理士事務所	業務契約書で 消費税別途にしているため「税別」として契約しているから。
141	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士の業務	
142	専門サービス業(土業の方)	社労士業務—労働保険・社会保険諸法令に基づく関係届、社内規程の作成、助成金の申請業務、賃金制度・人事制度のコンサルティング等。	決まり事だし、消費税アップは長期的には日本の国際競争力を高め、持続可能な定常型社会実現の礎になるから。目先の損得だけを見ずに、本質論を重視すべし。
143	専門サービス業(土業の方)	都市計画・まちづくり、及び、建築・土木・造園に関する調査・計	契約直前に消費税分をサービスするように要求されることがよくある。
144	専門サービス業(土業の方)	税理士業務	免税事業者であるため
145	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士業。	契約時に設定しているため。
146	専門サービス業(土業の方)	税理士業	本体価格での見積契約をしている。
147	専門サービス業(土業の方)	税理士	契約時に説明しているため
148	専門サービス業(土業の方)	外国人のVIZA申請	外国人相手の場合、理解されないことがある。
149	専門サービス業(土業の方)	行政書士業務全般	消費税と言ったら、納得してくれる
150	専門サービス業(土業の方)		普通にご理解いただけています
151	専門サービス業(土業の方)	弁護士業	特になし
152	専門サービス業(土業の方)	法律事務所	仕入れがあるしごとではなく、全体の仕事量に併せて値段を調整できるため
153	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士業、行政書士業	顧客の理解を得られているから。
154	専門サービス業(土業の方)	税理士	税理士事務所は消費税を値切られることはあまりないように思われる。
155	専門サービス業(土業の方)	不動産の鑑定評価、仲介	当然のこと
156	専門サービス業(土業の方)	特許業務、知的財産	消費税によって売り上げは変わらない。
157	専門サービス業(土業の方)	建築の設計 宅地造成設計 開発申請及び許認可申請	2014年以降の景気次第
158	通信情報業	コンピュータソフトウェア受託開発	請求金額に無条件で消費税を加算できるから
159	通信情報業	データベースソフト開発	ソフトウェア開発の場合、消費税は余り影響ありません。
160	通信情報業	コンビニ・スーパー・サービスエリアなどお店の業務のシステム	仕入れがほとんどないので価格転嫁はほぼ不可能
161	流通業	美容材料卸	流通業で今でも原則外税処理だから

162	流通業	安全衛生用品製造卸・機能性樹脂製品製造卸	3%の消費税が始まったとき、5%になったときも外税扱いでスムーズに移行できた。今回も大きく問題視していない。取引上のことについてはそう考えているが、景気全般に関する影響についてはわからない。
163	流通業	貴金属販売	増税後の消費低迷をさける為には仕方がない
164	流通業	締結部品(ねじ、ねじ関連部品)の販売。	価格決定権がない。市場の動向に歩調を合わせる考え
165	流通業	学習塾・学校への教材・教具の販売・卸	書籍についての価格は、本体+税で、ほぼ統一されており、大きな混乱はない。
166	流通業	薬局薬店店舗むけ医薬品の製造販売	外税計算のため率を変えるのみ
167	流通業	古紙の選別加工・販売	売り先が大手
168	流通業	木材販売	当然と考える
169	流通業	自動車部品販売	販売先にはきっちり消費税をもらっています。
170	流通業	骨董品輸入販売業	今秋から売上の減少
171	流通業	アパレル小売	5%程度なら消費者への還元と考えている
172	流通業	コーヒーの焙煎加工・卸売小売、WEB通信販売、飲食店の直営、フランチャイズチェーンの主宰	小売・卸売が中心だから
173	流通業	ステンレス鋼板在庫販売	外税
174	流通業	健康食品、化粧品等卸売業	卸売をしている為
175	流通業		消費者から消費税を徴収できない業界だから
176	流通業	義肢装具材料卸し業	特になし
177	流通業	建築を中心とした商社	見積を都度提出するので
178	流通業	被服販売等	特定の価格競争商品に関してはどうのこうの言ってもらえない
179	流通業	携帯電話販売	導入当時より転嫁済
180		機械工具卸売り業・生産財総合商社	外税なので大丈夫
181		保険代理店業	保険商品が内税の為
182		・ソフトウェア受託開発 ・要員派遣 ・パッケージソフト及びハードウェアの販売	取引先が事業者であることと同業界の取引先が多く、業界的にコンプライアンスに敏感な業界である。ただし、エンドユーザーについては業種、企業規模が様々であるため、見積、受注段階で根気よく説明が必要な場面があるかもしれない。
183		テキストコンバーター	商談価格は消費税抜きで決め、決済は自動的に税率を掛け合わせる
184		旅行業および関連業務	今後も楽観的に見ても販売価格(旅行費用)は総額では現状維持だと思う。手配単価の上昇を転化できるとは思えない
185		各種プラントの設計施工	客先は事業所であり、これまでも消費税抜きで受注金額を決定し、外税にて処理している。

## ②次回増税分の転嫁について

データの個数：次回の転嫁		次回の転嫁						
業種	主な販売先	可能	割合	不可能	割合	わからない	割合	総計
サービス業	海外の一般消費者		0.0%	1	100.0%		0.0%	1
	国内の一般消費者	28	62.2%	2	4.4%	15	33.3%	45
	国内の事業所	36	60.0%	5	8.3%	19	31.7%	60
<b>サービス業計</b>		<b>64</b>	<b>60.4%</b>	<b>8</b>	<b>7.5%</b>	<b>34</b>	<b>32.1%</b>	<b>106</b>
運輸業	国内の一般消費者	1	50.0%		0.0%	1	50.0%	2
	国内の事業所	9	69.2%	1	7.7%	3	23.1%	13
<b>運輸業計</b>		<b>10</b>	<b>66.7%</b>	<b>1</b>	<b>6.7%</b>	<b>4</b>	<b>26.7%</b>	<b>15</b>
建築業	国内の一般消費者	4	57.1%		0.0%	3	42.9%	7
	国内の事業所	11	57.9%		0.0%	8	42.1%	19
<b>建築業計</b>		<b>15</b>	<b>57.7%</b>		<b>0.0%</b>	<b>11</b>	<b>42.3%</b>	<b>26</b>
製造業	海外の一般消費者		0.0%		0.0%	2	100.0%	2
	海外の事業所		0.0%	1	100.0%		0.0%	1
	国内の一般消費者	10	62.5%	0	0.0%	6	37.5%	16
	国内の事業所	88	56.8%	9	5.8%	58	37.4%	155
<b>製造業計</b>		<b>98</b>	<b>56.3%</b>	<b>10</b>	<b>5.7%</b>	<b>66</b>	<b>37.9%</b>	<b>174</b>
専門サービス業(土業の方)	国内の一般消費者	12	63.2%	3	15.8%	4	21.1%	19
	国内の事業所	30	73.2%		0.0%	11	26.8%	41
<b>専門サービス業(土業の方)計</b>		<b>42</b>	<b>70.0%</b>	<b>3</b>	<b>5.0%</b>	<b>15</b>	<b>25.0%</b>	<b>60</b>
通信情報業	国内の一般消費者		0.0%		0.0%	1	100.0%	1
	国内の事業所	6	75.0%	1	12.5%	1	12.5%	8
<b>通信情報業計</b>		<b>6</b>	<b>66.7%</b>	<b>1</b>	<b>11.1%</b>	<b>2</b>	<b>22.2%</b>	<b>9</b>
流通業	国内の一般消費者	3	25.0%	3	25.0%	6	50.0%	12
	国内の事業所	25	75.8%	2	6.1%	6	18.2%	33
<b>流通業計</b>		<b>28</b>	<b>62.2%</b>	<b>5</b>	<b>11.1%</b>	<b>12</b>	<b>26.7%</b>	<b>45</b>
その他	国内の一般消費者	4	33.3%	2	16.7%	6	50.0%	12
	国内の事業所	5	83.3%	1	16.7%		0.0%	6
<b>その他計</b>		<b>9</b>	<b>50.0%</b>	<b>3</b>	<b>16.7%</b>	<b>6</b>	<b>33.3%</b>	<b>18</b>
(空白)	国内の一般消費者	1	20.0%	1	20.0%	3	60.0%	5
	国内の事業所	5	50.0%		0.0%	5	50.0%	10
<b>(空白)計</b>		<b>6</b>	<b>40.0%</b>	<b>1</b>	<b>6.7%</b>	<b>8</b>	<b>53.3%</b>	<b>15</b>
<b>総計</b>		<b>278</b>	<b>59.4%</b>	<b>32</b>	<b>6.8%</b>	<b>158</b>	<b>33.8%</b>	<b>468</b>

**特別項目④  
次回増税に向けての対策**

業種	業務内容	次回に向けての対策
1 サービス業	パソコンサポート他 IT 関連業務、ホームページ制作他各種デザイン業務等	特になし
2 サービス業	消毒業及び損保代理店	す。
3 サービス業	不動産管理 仲介業	事前に書面にて告知
4 サービス業	送迎バスの運転手派遣 運行管理	税率が変わることを予想していたので 契約書を税別にして締結してきた
5 サービス業	人材派遣業	社員教育と取引先との信頼関係づくりと理解への努力
6 サービス業	エステティックサロンの経営	役務サービスを付加
7 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、複合施設の設備の企画・施工・監理およびメ	消費税は、あくまでお預かりするお金であることを強調したい。
8 サービス業	トラック・部品の販売から車輛メンテナンス・改造まで「トラックのワンストップサービス」業	価格転嫁というよりも販売価格と消費税は別扱いであることを普通に説明していただく
9 サービス業	毛筆書き全般。表彰状、目録、封筒の宛名書き、美用書道教室、印刷、そのパソコン教室の運営、企業研修の企画・提案	従来通り本体商品とは別途請求する。
10 サービス業	人事コンサルティング業	総額表示をやめる
11 サービス業	異業種協同組合	見積時に提示し、納得していただく。
12 サービス業	求人広告総合代理店	取引先への事前通知、チラシなど案内表示の変更
13 サービス業	大道具、舞台美術、商業施設の装飾、ディスプレイ、イベントなどの仮設ステージの製作、施工。	税抜き価格を中心にする
14 サービス業	自家用自動車運行管理業(送迎バスの運転手派遣、請負、車両管理、事故処理等)	消費税をきっちり意識する。
15 サービス業	建築コンサルタント	税率アップの可能性があったため、契約書を税別になっている。
16 サービス業	不動産賃貸業	価格転嫁する予定なし
17 サービス業	自動車販売・整備及び損保・生命保険代理	交渉しかない
18 サービス業	広告デザイン	増える税負担に対応できるようにする
19 サービス業	潤滑油の販売	そのまま請求するしかない
20 サービス業	障がい者の就労支援	基本的にどこも同じ条件なので、仕入、経費をうまくしていく。
21 サービス業	大衆演劇団用整理箱製造販売各種グッズ作成・Tシャツプリント業務撮影、DVDなど	同上
22 サービス業	不動産取引業・建築工事業・人材派遣業・害虫駆除業	今年7月までに価格改正も行い対策は終わっている
23 サービス業	カフェ経営 コーヒー豆卸売 コンサルティング	セミナー受講を予定している
24 サービス業	骨董・古美術の卸売、食品卸、テナント業	付加価値商品に移行していく
25 サービス業	食品スーパー	わからない
26 サービス業	クリーニングチェーン店	きちんと5%消費税上乗せできる
27 サービス業	障害者福祉サービス事業	コストダウン
28 サービス業	遠読教室経営	商品の価値を上げることかなと思います。
29 サービス業	産業廃棄物処理業	価格改定
30 サービス業	清掃業務、エアコン修理・工事・洗浄	事前に取引先へのアナウンス
31 運輸業	運送業、倉庫業	特になし。
32 運輸業	運送・倉庫・流通加工・特定人材派遣	価格転嫁がわからない。5%→8%になれば8%をもらうのでは？
33 運輸業	軽貨物運送業	今までどおり外税で請求していく
34 運輸業	一般貨物運輸業	必要なし
35 運輸業	地場中心に活動中型車をメインに配	外税適応の運送運賃表の作成
36 運輸業	型枠工事	ない税表示を概税表示に値上げではない意味を理解してもらう
37 建築業	木造住宅の新築及びリフォーム、福祉施設等の鉄骨建物他	契約時に、消費税別とし消費税金額を明記し内容依頼する。 4月以降は8%に変更してもらう。
38 建築業	住宅・店舗工事	まだ未定
39 建築業	総建設業	払ってくれる顧客に営業する
40 建築業	工事現場の品質、安全、工程を管理し円滑に工事を進める	各企業の理解を得ている
41 建築業	墓石、建築用石材販売・加工・施工	検討中
42 建築業	建築、土木その他建設業に属する一式工事	まずはお客様に納得いただけるように願います。
43 建築業	電気工事・エアコン・照明・アンテナ・消防・オール電化・太陽光・通信設備	決められたことを受け入れる
44 建築業	住宅及び障害者施設の新築リフォーム	取引先に話をしていく。
45 建築業	宅連学併設	価格転嫁はできるが、その前に仕事なくなる。
46 建築業	鋼構造物業	見積段階で単価に少し乗せておく
47 建築業	建築鉄骨加工業	消費税分の値引きが強まるのではないか
48 建築業	ステンレス鋼板のバフ研磨及び保護テープ貼り	細かい単価設定及びその為の付加価値の向上
49 建築業	空調・給排気等のダクト施工及び取付工事	価格転嫁が認められない受注をできるだけ控える。
50 建築業	総合建設業、リフォーム、排水管清掃、外溝清掃	元々内訳で消費税全般を提示しているため
51 製造業	金属製品製造業	既存のものについては、特に対策はしていない。
52 製造業	チェーンコンベヤの設計製造	得意先と協議中
53 製造業	女性下着の製造卸・衣料品資材卸。(輸出入含む)	原価低減策や生産の効率化は常時すすめているので、特に利益を圧迫するような価格設定はしない。
54 製造業	業務用洗剤、ワックス、化粧品等の製造販売	質問23の回答と同じ。納税は国民の義務。
55 製造業	フッ素樹脂加工	特になし。
56 製造業	紳士オーダーシャツの企画・製造・販売	本体価格＋消費税の価格表示
57 製造業	回答済み	税制に則って対応します
58 製造業	打ち抜き加工業	特になし
59 製造業	焼き菓子製造卸	特になし。問題が起こってから対応を考えます。

60	製造業	フッ素樹脂焼付コーティング、ライニング業(金属表面処理業)	特にない。
61	製造業	衣料品製造	本体価格で採算を守って値決めすることを徹底する。
62	製造業	フレキシブルシャフト製造	まだ不明
63	製造業	精密金属パネ製造業	真実をお客様にお伝えするだけ。
64	製造業	十字穴付きタッピングネジ製造販売	生産停止
65	製造業	プレス金型 設計 製作	未対策
66	製造業	鋸螺類製造販売(ドリルねじ、タップタイ、タッピング)	従来どおり
67	製造業	サイン、DIY関連製品、店舗用品製造販売	特に無し
68	製造業		取引先にとって「絶対無くてはならない存在」に位置すること。そのために行う全ての努力を徹底して行うこと。消費税増税前に値上げを実施済み
69	製造業	文具、装粧品、旅行用品、ペーパー用品などの企画 製造販売	自社商品は商品価格アップ、OEM商品はできない
70	製造業	マシン、しゅう機用ネジ関連部品、ハサミ用センターネジ等製造販売、切削工具チップ止めネジ	請じない
71	製造業	婦人インナー製造販売	対策があれば教えて下さい。
72	製造業	出版	原価がアップするのでその対策
73	製造業		外税表示
74	製造業	別注家具製造	外付け表示の徹底
75	製造業	電子機器の設計開発製造。防犯カメラ用電源等製造	策が無く困っている
76	製造業	和装製品・製造卸・化粧品雑貨卸売	インターネット販売は価格が一瞬で調べることができますが、価格を上げるのも難しく、悩んでいます。
77	製造業	ソッパリ棒等、家庭日用品企画製造	原価みなおし
78	製造業	電子機器開発・設計	検討中わからない
79	製造業	プラスチック板加工及びプラスチック製品販売	お客様のほうから商品を購入したいと思わせるように販売すること。弊社なしでは、不便という存在を目指す
80	製造業	ポリウレタン・テフロン等の機能的コーティング加工	見積りの税めき表示
81	製造業	ポリウレタンゴム製造販売	特になし
82	製造業	電子部品加工	消費税込みの話をしていない
83	製造業	金網製造	社内:コストdownと改善、製品開発
84	製造業	スチール家具製造	新たな付加価値のある仕事を見つけ出すしかない。
85	製造業	印刷紙器製造販売	対策を講じることはないが、当然請求させて頂く。
86	製造業	冷間鍛造金型メーカー&IT事業(ソフト開発)	動向調査が必要
87	製造業	鋼切削・各種産業部品精密加工	変わりなく可能
88	製造業	旗、のれん等の製造	見積もり時点で、値引きされそうな金額をのせる
89	製造業	冷間鍛造加工、プレス加工	ムダの削除、3S
90	製造業	製本	お願いするしかない
91	製造業	包装用加工卸	方法なしで困っている
92	製造業	非鉄金属卸業、加工業	消費税を品物に価格転嫁すると、現状の価格競争にもついていけないので、難しいです。今後の動向をみながら考えていきたい
93	製造業	卸売業	事業の柱を1つ増やす
94	製造業	照明器具製作・電気特殊金物製作販売	現地不明、業界の動向に合わせる
95	製造業	フレグランス等のメーカー、宝飾品販売(独自製作品)、ビル管理業	国民全てですのであまり反感はないと考えます。
96	製造業	各種パイプ曲げ等加工及びロウ付け加工	外税方式
97	製造業	機械器具設置業、化学プラント製造装置設計施工	今のところ仕入れ先がどのように転嫁してくるか不明であるが仕入れ価格をそのまま反映したいと考える。
98	製造業	豆腐、油揚げ製造	カルテル参加
99	製造業	菓子製造業	対策などはないのでは？販売価格に5%のせるだけですよね…
100	専門サービス業(士業の方)	個性学を活用した人材育成サービス、採用コンサルタント、コミュニケーションカウンセラー育成等	商品の内容を見直し
101	専門サービス業(士業の方)	税理士事務所	税率引き上げ前の お客様への説明
102	専門サービス業(士業の方)	社会保険労務士の業務	特になし。
103	専門サービス業(士業の方)	社労士業務—労働保険・社会保険諸法令に基づく関係届、社内規程の作成、助成金の申請業務、賞金制度・人事制度のコンサルティング等。	特にないが、価格設定に工夫する。
104	専門サービス業(士業の方)	都市計画・まちづくり、及び、建築・土木・造園に関する調査・計画設計	良案は今のところない。無理ですと言うほかはないと思うが、その分作業などを軽減するとかなどと言いつつ、結局、そうならないことも多い。
105	専門サービス業(士業の方)	社会保険労務士業。	あらかじめ了解を取る。
106	専門サービス業(士業の方)	建築の設計 宅地造成設計 開発申請及び許認可申請	企業努力と景気の上昇がベース
107	専門サービス業(士業の方)	税理士業	本体価格を契約段階で定時している。
108	専門サービス業(士業の方)	税理士	事前に説明を尽くす
109	専門サービス業(士業の方)	外国人のVIZA申請	特になし
110	専門サービス業(士業の方)		ご理解いただけるよう説明してまいります。
111	専門サービス業(士業の方)	弁護士業	普通に上乗せするしか方法はない
112	専門サービス業(士業の方)	社会保険労務士業、行政書士業	特にこれといった対策はしない(必要ない)
113	専門サービス業(士業の方)	訴訟法律相談等	見積り段階で明記している
114	通信情報業	コンピュータソフトウェア受託開発	何も無し
115	通信情報業	電話、LAN工事、機器販売	多めに請求したい

116	通信情報業	コンビニ・スーパー・サービスエリアなどお店の業務のシステム化	消費税分利益をあげなければならない状況で利益が2~3%なので、8%になると赤字になってしまう
117	流通業	石油化学品の販売	原料の取り扱いの為、一般消費者とは違うので、問題はないかと思う。
118	流通業	売。	お客様に理解をしてもらうしかない
119	流通業	機械工具の販売	弊社は一括請求方式のため、従来の方式を踏襲する。特に問題は起こらないと思う
120	流通業	自動車整備・販売 自動車用フロアマット製造販売	税抜きの本体価格の表示
121	流通業	自動車部品販売	一応得意先へ話をする、もしNOなら商品を買らない。
122	流通業	骨董品輸入販売業	売上増進と経費節減
123	流通業	ステンレス鋼材卸売及び加工	在庫の先行買い
124	流通業	工業用ファスナー販売	個別交渉for顧客
125	流通業	義肢装具材料卸し業	特になし
126	流通業	建築を中心としたした商社	今までと同様
127	流通業	被服販売等	来年初から店舗外や店内への消費税UPの理解へのPOPや商品POPへの価格表示の工夫
128	流通業	携帯電話販売	現状は検討中
129	その他	作業服、作業用品、靴類手袋等の販売。レンタルクリーニング。	ユーザーに対してのお願い。商品価格表示と消費税込価格表示の併記
130	その他	自動車販売整備、損害保険代理店	特に考えていない
131	その他	障害福祉サービス	商品のリニューアル
132	その他	包装資材販売卸	交渉あるのみ
133	その他	障害者就労支援	仕入れ価格を下げる交渉をする。自所で栽培を試みる。
134		・ソフトウェア受託開発 ・要員派遣 ・パッケージソフト及びハードウェアの販売	見積書に明記。
135		旅行業および関連業務	いいアイデアがない ひたすら売り上げ総額を上げるよう努力するのみ