

大阪府中小企業家同友会

大阪同友会定点景況調査集計（2014年1月～3月期）

期間：2014年2月18日～2014年3月18日

対象者：2748名

回答数：524名

P1：大阪産業構造研究会コメント

P3：アンケート原紙

P4：景況感・資金繰り・設備投資DI推移

P16：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)

P18：売上増加の要因（選択・記述）

P23：売上減少の要因（選択・記述）

P26：設備投資・経営上の課題（選択）

P27：今後の力点（選択・記述）

特別項目

P35：数値関連集計（決算状況・事業承継・賃上げ）

P37：事業承継課題（記述）

大阪産業構造研究会部長 三木得生
阪南大学経営情報学部准教授 関 智宏
大阪市立大学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. 2013年4期に続いて、売上・利益に関するD I値は良好であるが、これは「消費税増税前の駆け込み需要」によるところが大きい。
2. 一方で従来からの売上・利益の減少に関する構造的要因が除去されているわけではない。消費税増税以降の景気の反動には十分注意を払っていく必要がある。
3. しかし、消費税増税の影響がどれくらいであるか 推し量ることは難しいと思われ、消費税増税後の景況が不明な会員も多いのではないかと考えられる。

2014年1～3月期景況調査は、2014年2月18日～3月18日に実施され、対象2,748名、回答524名であった。業種別回答数は、サービス業126、運輸業11、建築業39、製造業180、専門サービス業66、通信情報業12、流通業57、その他16、空白17であった。

1. 売上・利益動向について

売上、利益のD I値に関して前期比、前年同月比ともにプラスとなっている。2013年からの推移をみると前期比、前年同月比どちらも同じような軌跡を描いており、2013年1期（1～3月）から2期（4～6月）にかけて上昇し3期（7～9月）に下落、4期（10～12月）かけて大きく上昇し、今回の2014年1期で横ばい、ないし若干の上昇・下落となっている。2011年からの数値と比較しても、2013年4期と14年1期の値は飛びぬけて高い値を示している。

では、2013年4期、2014年1期で売上・利益に関する高いD I値はどのような要因に基づくであろうか。2014年1期の売上・利益増加要因に関する自由記述をみると、もっとも多く挙がっていたのは、「消費税増税前の駆け込み需要」であり、これが業種に関係なくもっとも多く挙げられていた。2013年4期の景況調査においても同様のことが確認されていたので、2014年1期についても消費税増税の影響が続いたということになる。この点に関わって確認しておくべき重要なことは次の2点である。第1に、売上・利益減少要因について、記述をみると、「単価が落ちている」「『ものづくりは』は依然として海外移転が続いており、国内生産は減少し続けているため」「金属加工製品が海外の生産会社に移管されている」など、以前から言われているグローバル化などの構造的要因が挙げられていることである。すなわち、今回の売上・利益に関する数値の改善は一時的であり、近年の売上・利益の減少をもたらしている構造的要因そのものは除去されていないということである（円安による材料高などの影響も続いている）。

第2に、次期景況感（景況感先行き）の数値を見る限りでは、今回の売上・利益に関する数値の改善が一時的である、つまり、反動があるという認識がみられない点である。2014年1期の景況感先行きに関しては、前回に比べると、若干「好転」の割合が下がり、「悪化」の割合が上昇しているものの、「横ばい」の割合はほとんど変化がない。この点は2013年4期景況調査の消費税増税の影響に関する特別項目で、増税分の転嫁が可能かどうかをたずねた設問で、「わからない」が33.8%と高かったことと無縁ではないのではなかるうか。つまり、消費税増税の影響が不明、ということである。前回の消費税増税から長い年月が経っていること、また前回増税時には経営者になっていない、あるいは会社が設立されていないなどから、その影響が「わからない」ためと考えられる（2013年4期景況調査の回答538名中237名の会員が1998年以降に会社

を設立している)。そうであるとすれば、2014年4月以降の景況についてこれまで以上に注視し、会員相互で情報交換を行っていく必要があると思われる。

2. 特別項目について

(1) 採用について

回答企業 352 社で今期計 758 名の採用をあった。その内訳は、①大学新卒 179 名、②高校新卒 78 名、③専門学校新卒 14 名、④短大新卒 8 名、⑤中学卒 0 名、⑥中途採用 295 名、⑦パート、派遣社員、契約社員 184 名であった。⑦の一時的雇用以外で 574 名、新卒で 279 名採用しており、中小企業が雇用創出に貢献していることがわかる

(2) 事業承継について

事業承継については、①親族に承継予定が 25.7%、②社員に承継予定が 13.5%、③M&Aの予定が 0.9%、④後継者はなしが 10.1%、⑤未定が 49.9%であった。⑤の未定が多いこと、継承予定で①の親族が多いことは従来からみられる傾向であるが、今回特徴的であったのは、②社員への継承予定が一定割合存在したことである。親族継承が難しくなっている中で、社員への継承が重要な選択肢としてなりつつあることを示していると思われる。しかし、社員への継承には難しい現実的な問題もあり、それをどうクリアするかが焦点になっていくと思われる。

(3) 賃上げについて

賃上げについては「何らかの賃上げ」を実施するとしているのが 45.1%となっている。大企業・中小企業、あるいは業種の違いなどで条件が異なるので、一様に賃上げを迫る世論が必ずしもよいとは思えないが、そのなかでも賃金に関して何らかの形で貢献しようとする姿勢がみられる数値となっている。



第11回大阪同友会定点景気調査 支部 _____ 氏名 _____

FAX番号：06-6941-8352

期間 2014年2月18日～3月14日まで

【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（※2014年1月～3月期（予測）を元にご回答下さい）

(1) 売上・利益の動向について、該当する項目に○印をつけてください

①売上	前期比（10～12月）： 増 ・ 横 ・ 減	前年同期比： 増 ・ 横 ・ 減
②利益	前期比（10～12月）： 増 ・ 横 ・ 減	前年同期比： 増 ・ 横 ・ 減
③採算	黒字 ・ 収支トントン ・ 赤字	
④景気動向	好転 ・ 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

1) 2013年度（2013年4月～2014年3月）の雇用について該当する項目を選び人数をご記入下さい。

1. 大学新卒（ ）人 2. 高校新卒（ ）人 3. 専門新卒（ ）人
 4. 短大新卒（ ）人 5. 中学卒（ ）人 6. 中途採用（ ）人
 7. パートタイム・派遣社員・契約社員（ ）人

2) 2013年度（2013年4月～2014年3月）における決算では業績はいかがだったでしょうか。

該当する項目をお選び下さい。

1. 黒字 2. 赤字

3) 事業承継についてお伺いします。貴方の会社では後継者はどのようにお考えですか？該当する項目をお選び下さい。

1. 親族に承継予定 2. 社員に承継予定 3. M&Aの予定 4. 後継者はなし 5. 未定

4) 事業承継について課題や悩みなどをお聞かせ下さい。

5) 次年度の賃上げについてお伺いします。

来期に定期昇給・ベースアップ・賞与など何らかの賃上げを実施されますか？

1. 実施する 2. 据え置く 3. 未定

大阪同友会定点景況調査集計2014年1月～3月期

期間:2014年2月18日～3月14日

524名回答

(サービス業:126名 運輸業:11名 建築業:39名 製造業:180名 専門サービス業:66名
通信情報業:12名 流通業:57名 その他:16名 空白:17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

2014年

	1期
サービス業	12.3
運輸業	-9.1
建築業	28.2
製造業	16.7
専門サービス業	28.6
通信情報業	54.5
流通業	17.5
統計	18.2

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

2014年

	1期
サービス業	15.7
運輸業	9.1
建築業	27.0
製造業	26.2
専門サービス業	23.7
通信情報業	37.5
流通業	30.8
統計	22.4

(2)利益に関して

DI値推移
前期比

2011年

	1期	2期	3期	4期
サービス業	5.4	-37.8	-7.5	-1.3
運輸業	-20.0	-11.1	-27.2	27.2
建築業	-22.8	0.0	-34.7	-36.1
製造業	-10.7	-23.7	-6.9	2.1
専門サービス業	31.1	-18.9	0.0	0.0
通信情報業	20.0	-75.0	25.0	-18.2
流通業	-3.2	-5.5	-10.3	-11.6
統計	-3.2	-19.8	-10.3	-3.3

2012年

	1期	2期	3期	4期
サービス業	-4.6	0.0	2.9	-9.7
運輸業	-31.3	-25.0	-15.4	14.3
建築業	-4.6	16.1	-12.2	-12.5
製造業	-9.7	-3.6	-2.2	-9.5
専門サービス業	6.6	0.0	-1.6	0.0
通信情報業	0.0	-50.0	-33.3	-42.9
流通業	-13.8	-1.9	-5.8	0.0
統計	-6.3	-2.0	-5.5	-5.7

2013年

	1期	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

2014年

	1期
サービス業	5.7
運輸業	18.2
建築業	13.2
製造業	-1.1
専門サービス業	19.0
通信情報業	63.6
流通業	19.3
統計	8.2

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

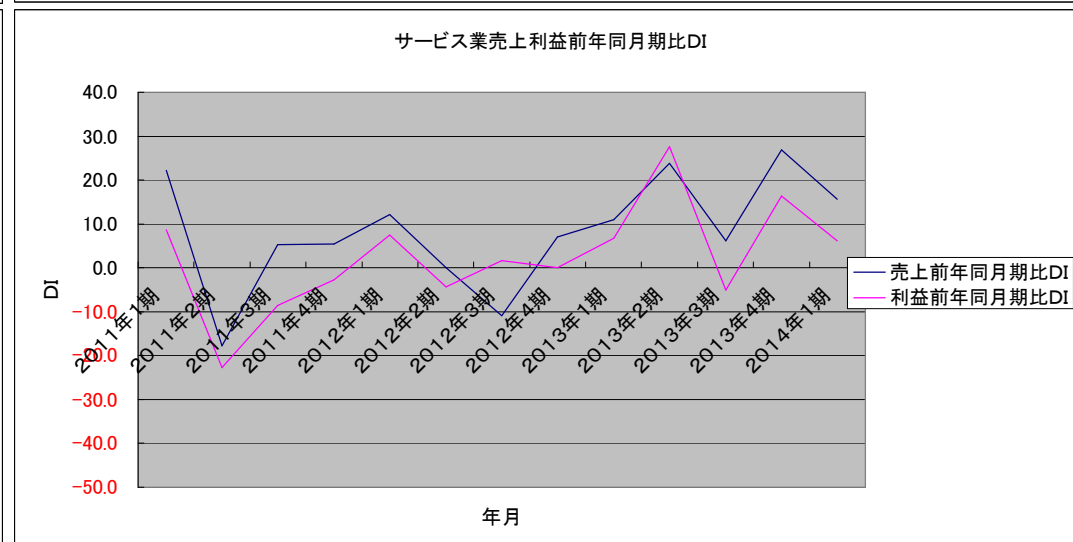
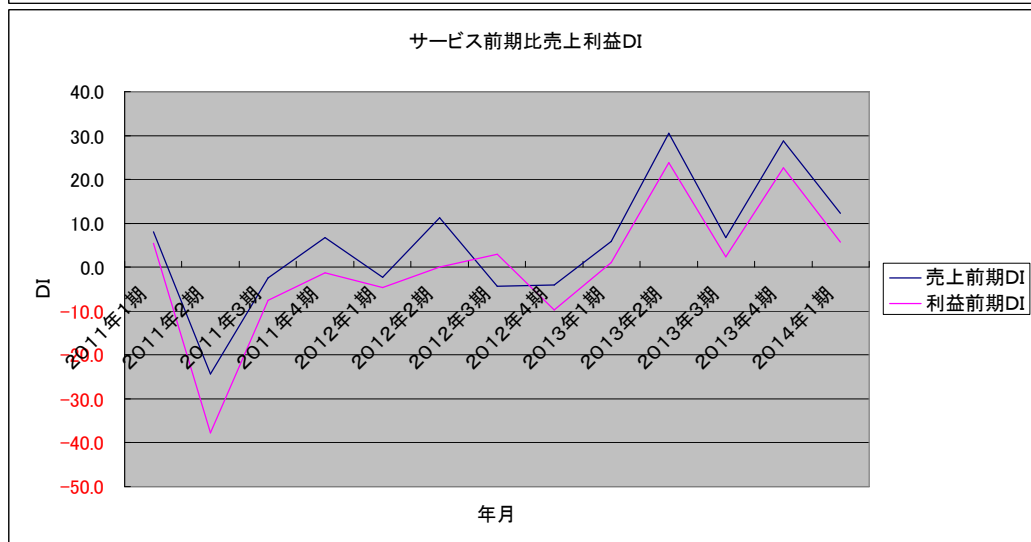
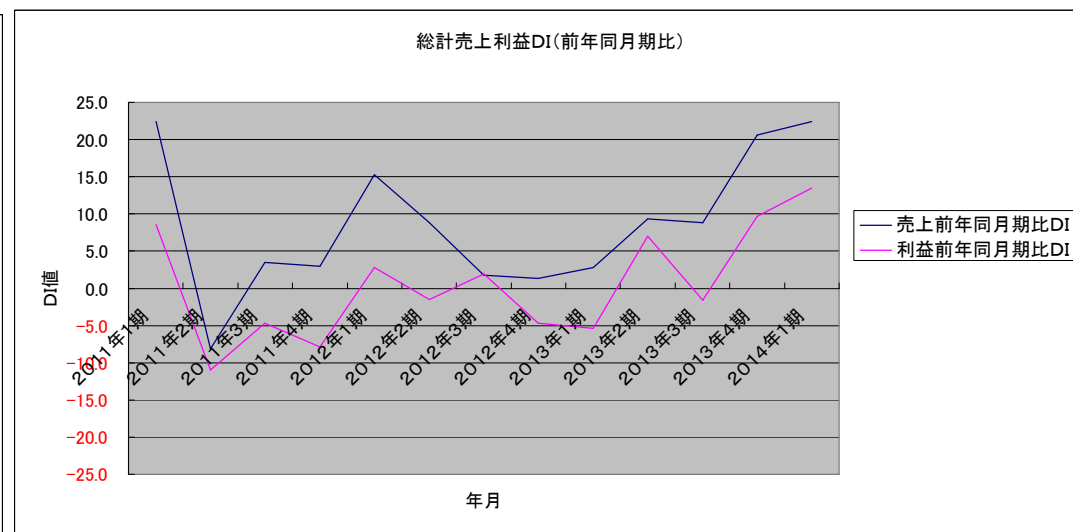
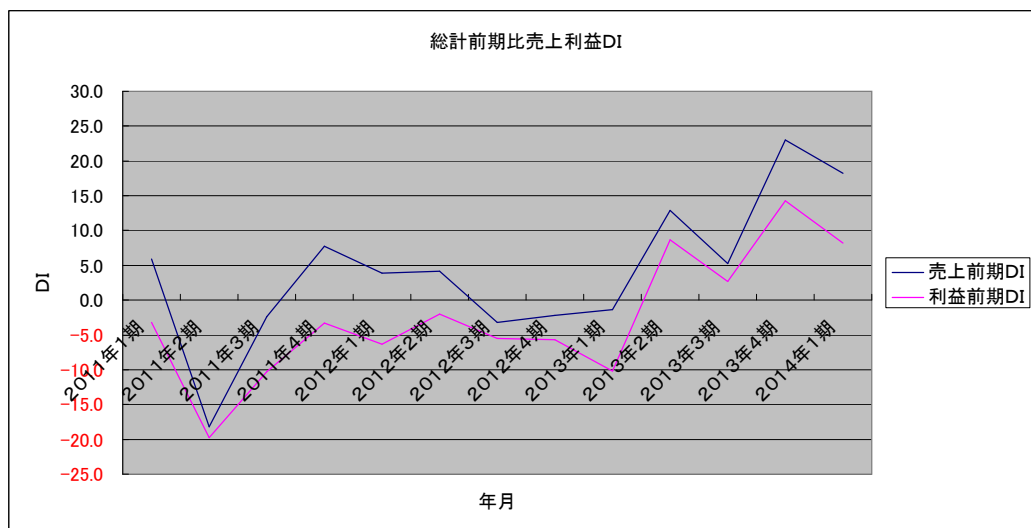
	1期	2期	3期	4期
サービス業	7.5	-4.4	1.6	16.4
運輸業	-12.5	-27.3	0.0	11.8
建築業	0.0	12.9	-2.8	3.0
製造業	-3.8	-0.9	8.2	4.1
専門サービス業	8.7	-4.0	5.5	12.1
通信情報業	9.1	0.0	-16.7	20.0
流通業	6.0	5.7	0.0	0.0
統計	2.8	-1.5	1.9	-4.7

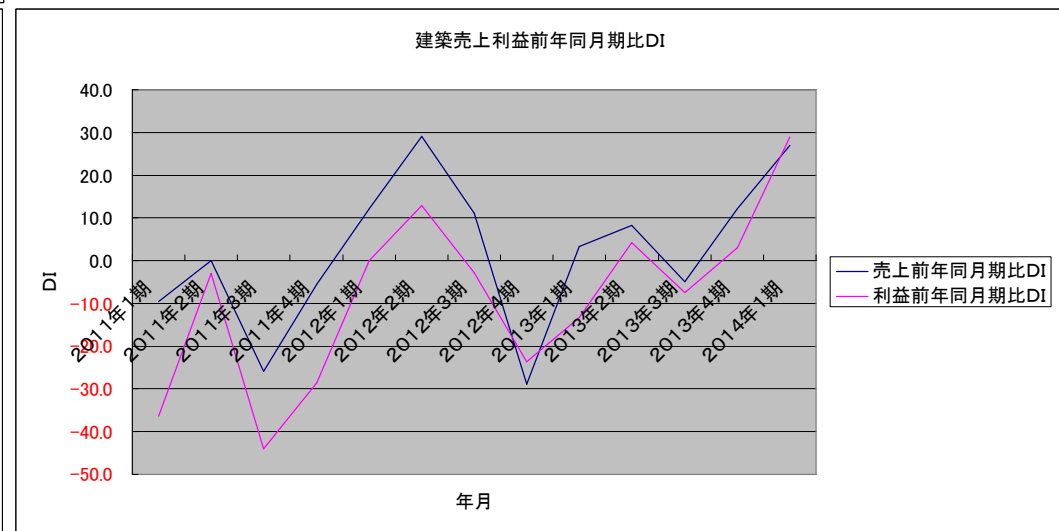
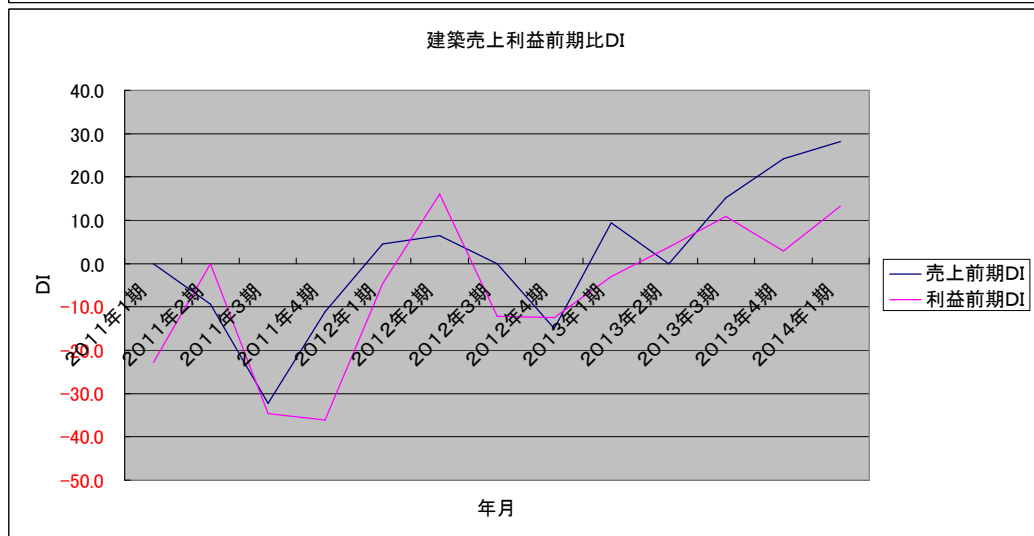
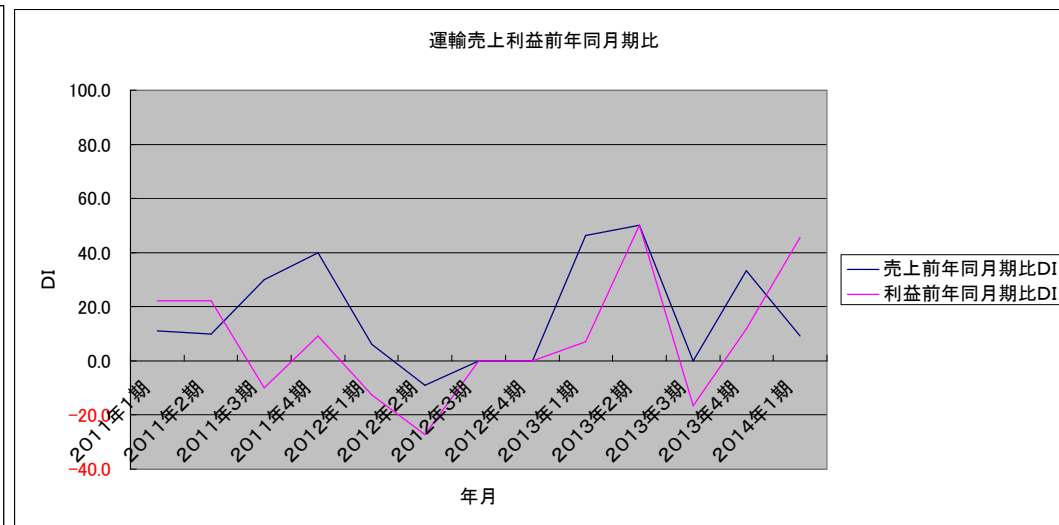
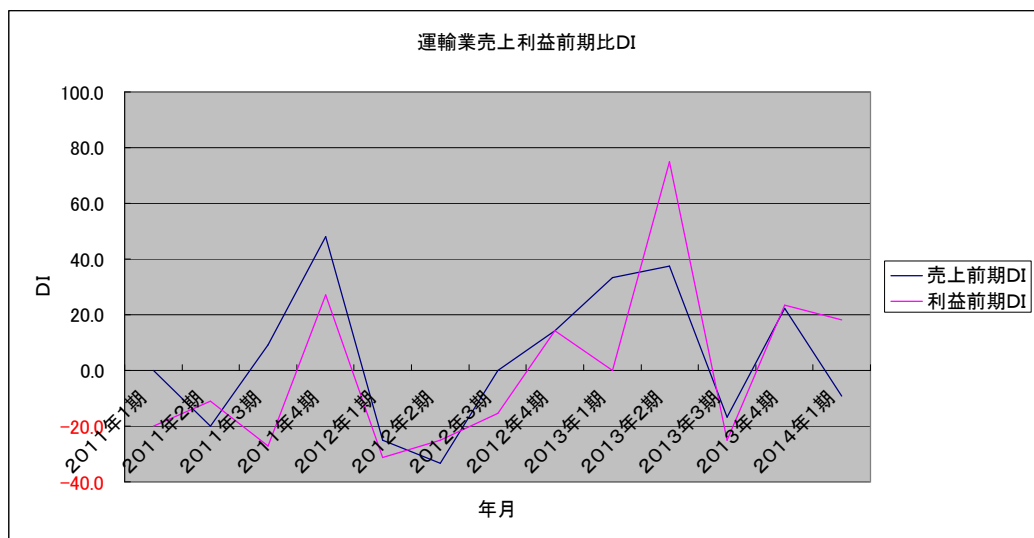
2013年

	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

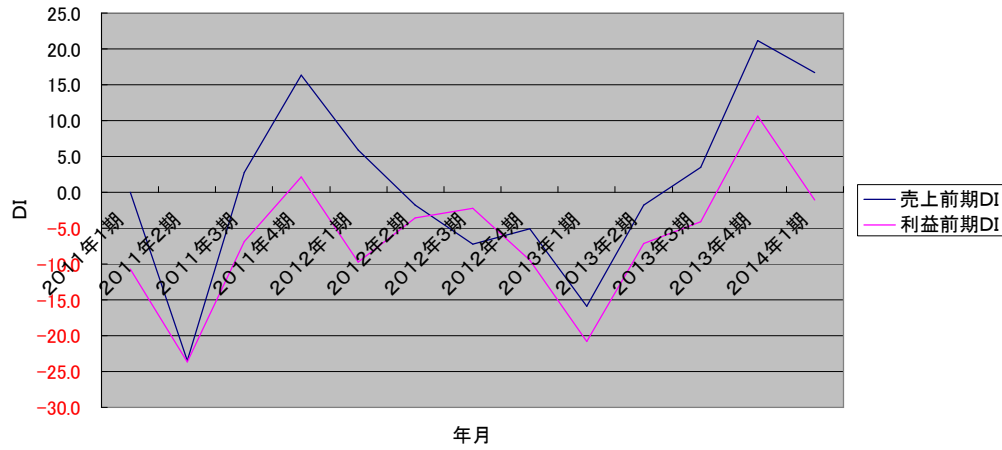
2014年

	1期
サービス業	6.1
運輸業	45.5
建築業	28.9
製造業	15.3
専門サービス業	18.6
通信情報業	50.0
流通業	13.5
統計	13.5

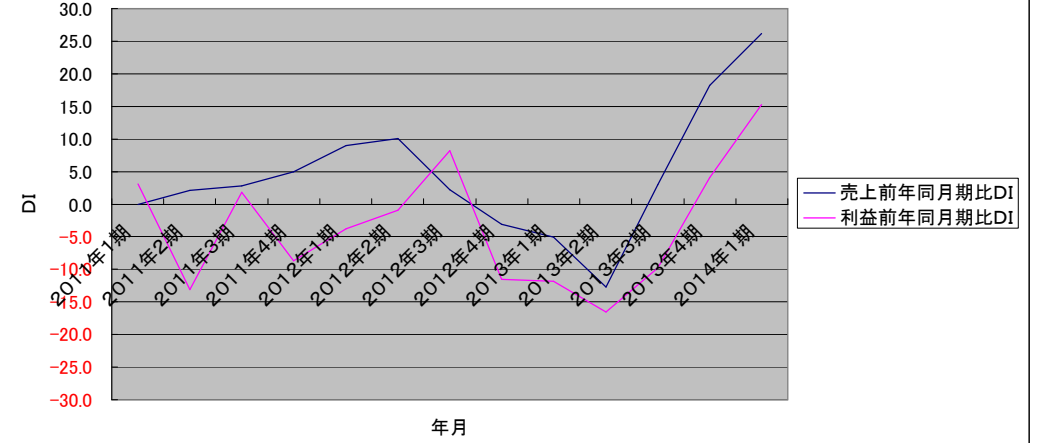




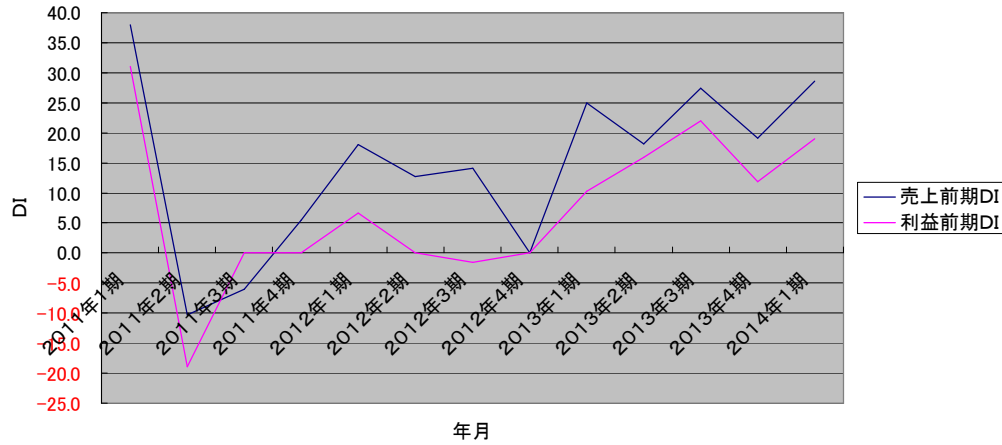
製造売上利益前期比DI



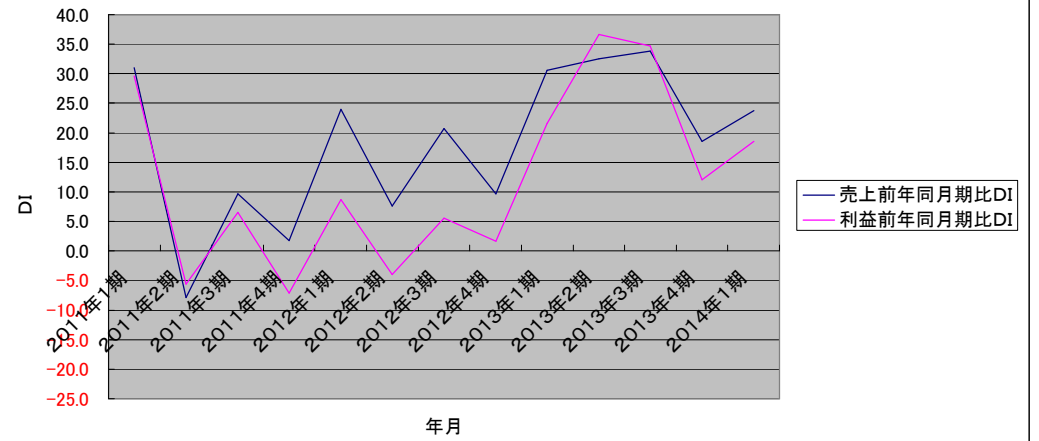
製造業売上利益前年同月期比DI

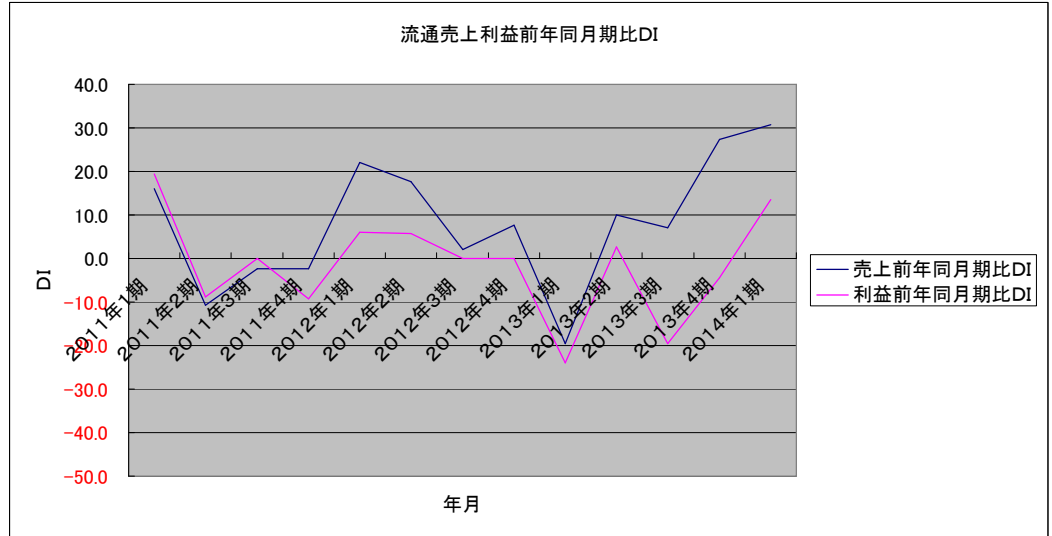
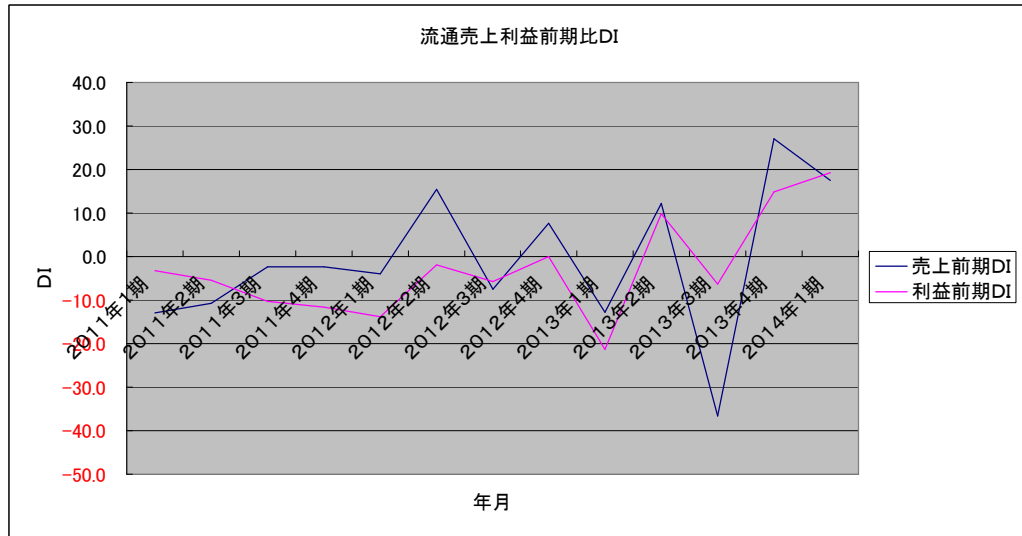
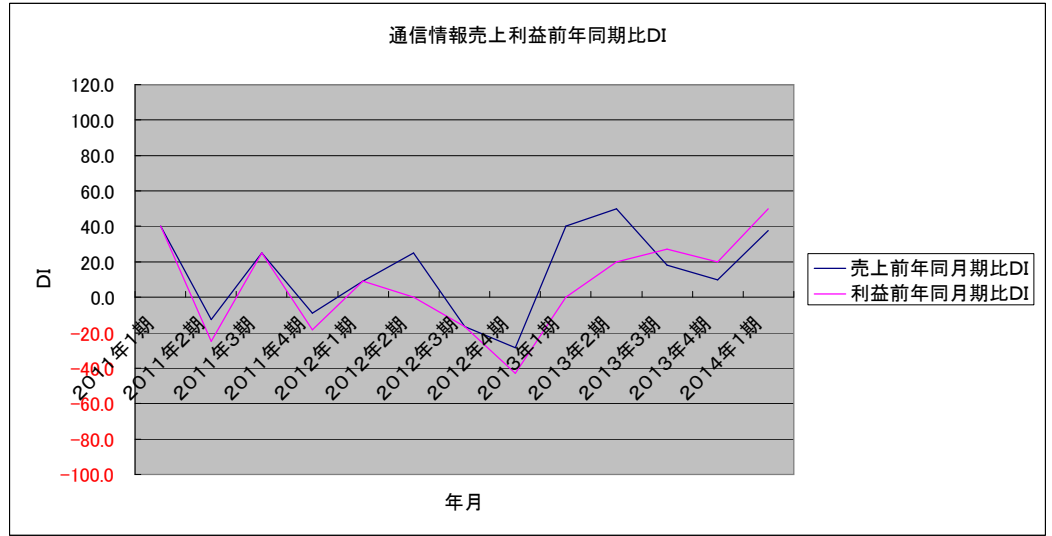
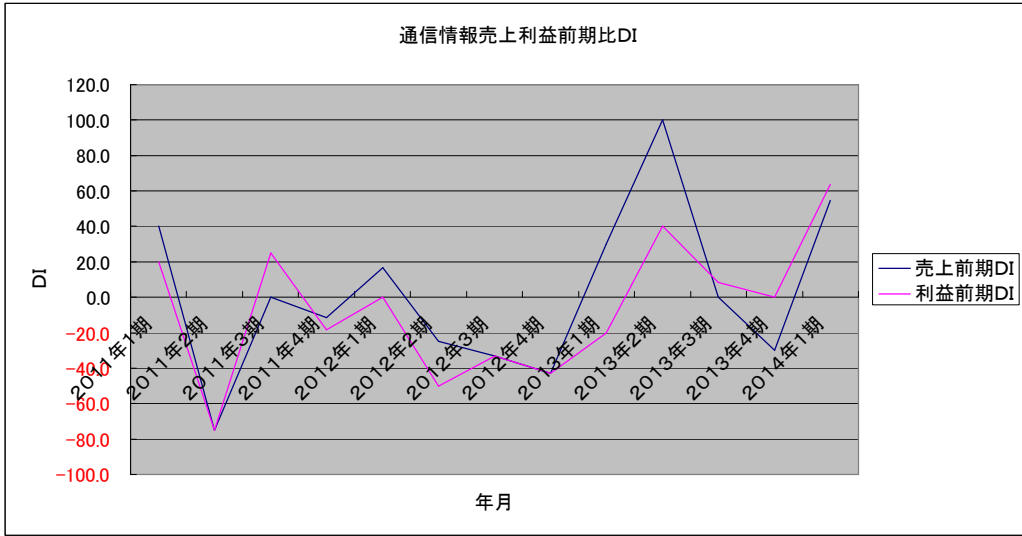


専門サービス売上利益前期比DI



専門サービス売上利益前年同月期比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	2014年1期
サービス業		-44.3	-16.5	-27.7	-26.2	-50.0	5.6	1.2	-2.3	6.0	10.7
運輸業		-60.0	-40.0	-45.5	-33.3	-71.4	-14.3	25.0	-33.3	25.0	45.5
建築業		-31.3	-19.0	0.0	-40.0	-45.9	22.6	4.0	8.7	22.6	46.2
製造業		-25.5	-35.1	-35.8	-32.6	-50.8	-1.4	-21.4	-6.9	3.5	16.1
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	16.3
通信情報業		-27.3	-9.1	-25.0	16.7	-14.3	22.2	40.0	8.3	10.0	54.5
流通業		-21.0	-24.5	-36.7	-60.4	-67.3	-15.6	-34.1	-14.3	0.0	43.9
統計		-35.0	-25.2	-28.1	-37.3	-47.2	2.6	-8.5	-4.3	6.4	30.4

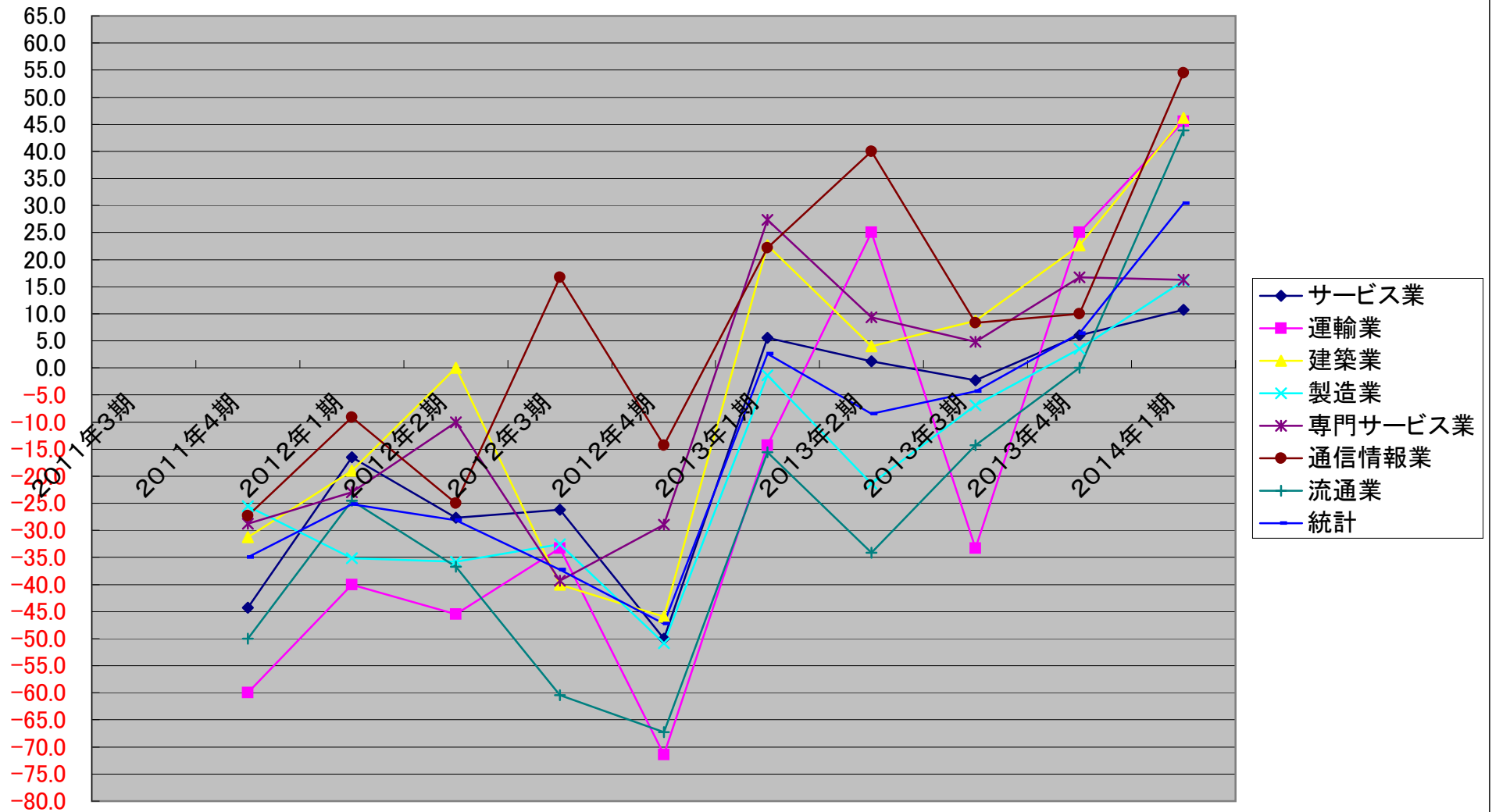
資金繰りDI推移

	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	2014年1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	-15.6
運輸業	-40.0	-27.3	-31.3	-33.3	-21.4	-28.6	-13.3	-12.5	-41.7	-41.2	-36.4
建築業	-52.3	-30.6	-28.9	-19.4	-14.6	-20.5	-23.5	-30.8	-18.2	-15.2	-5.1
製造業	22.6	-7.8	-5.9	-7.0	0.0	-7.9	-6.1	-10.5	-8.8	-15.2	-5.6
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	-11.1
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	0.0
流通業	-21.6	-14.0	-13.7	-10.0	-11.3	-11.3	-4.2	-10.3	-4.7	-15.6	-1.8
統計	-6.3	-17.3	-14.0	-12.7	-12.3	-13.2	-11.8	-12.8	-9.7	-13.0	-9.3

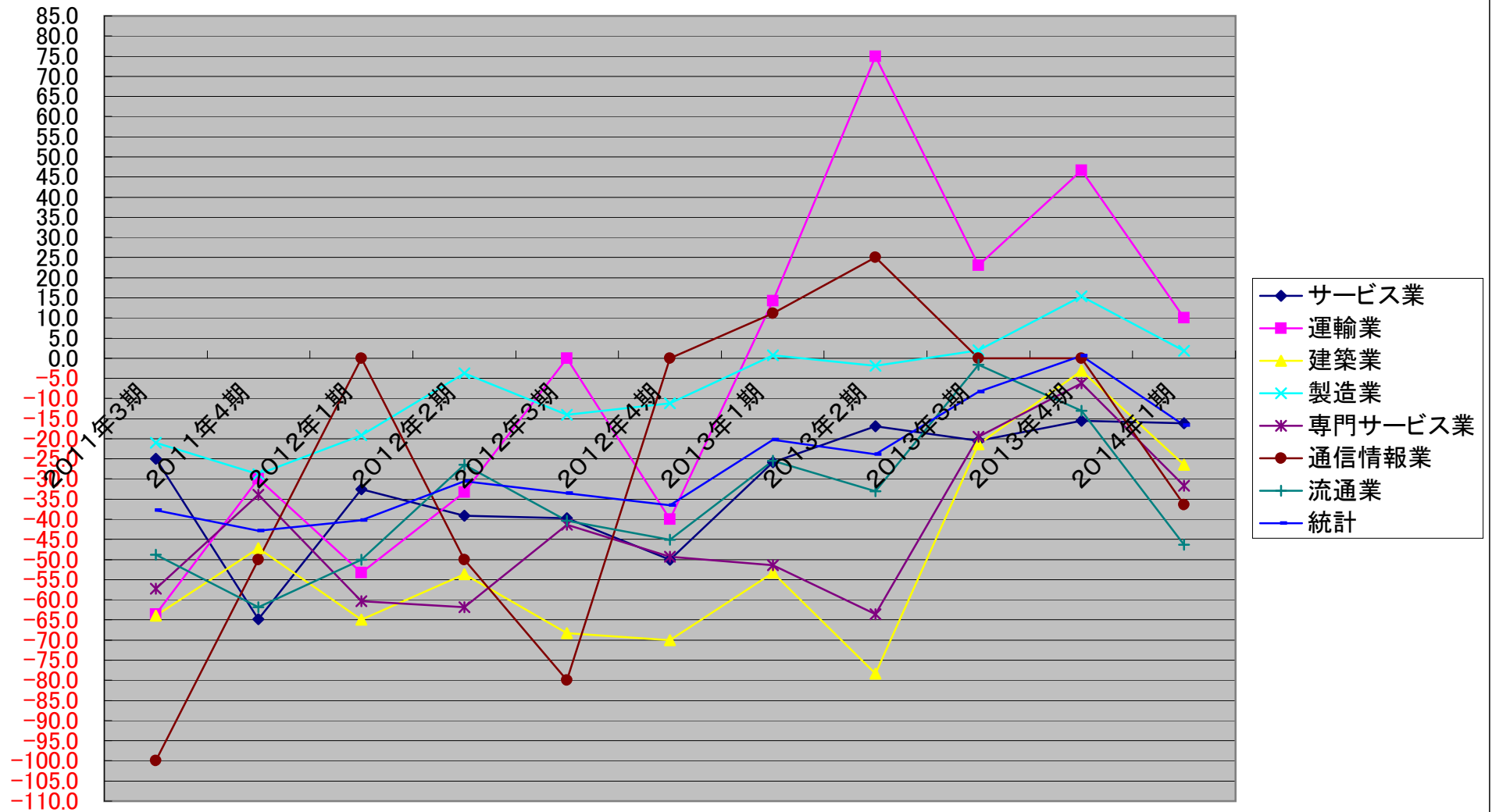
設備投資DI推移

	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	2014年1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	-16.2
運輸業	-63.6	-30.0	-53.3	-33.3	0.0	-40.0	14.3	75.0	23.1	46.7	10.0
建築業	-64.0	-47.2	-65.0	-53.6	-68.3	-70.0	-53.3	-78.3	-21.4	-3.1	-26.5
製造業	-21.0	-28.8	-19.2	-3.7	-14.1	-11.2	0.7	-1.9	1.9	15.4	1.8
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	-31.7
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	-36.4
流通業	-48.8	-61.9	-50.0	-26.5	-40.4	-45.1	-25.5	-33.0	-1.7	-13.0	-46.3
統計	-37.7	-42.9	-40.2	-30.5	-33.6	-36.5	-20.2	-23.8	-8.3	0.6	-16.6

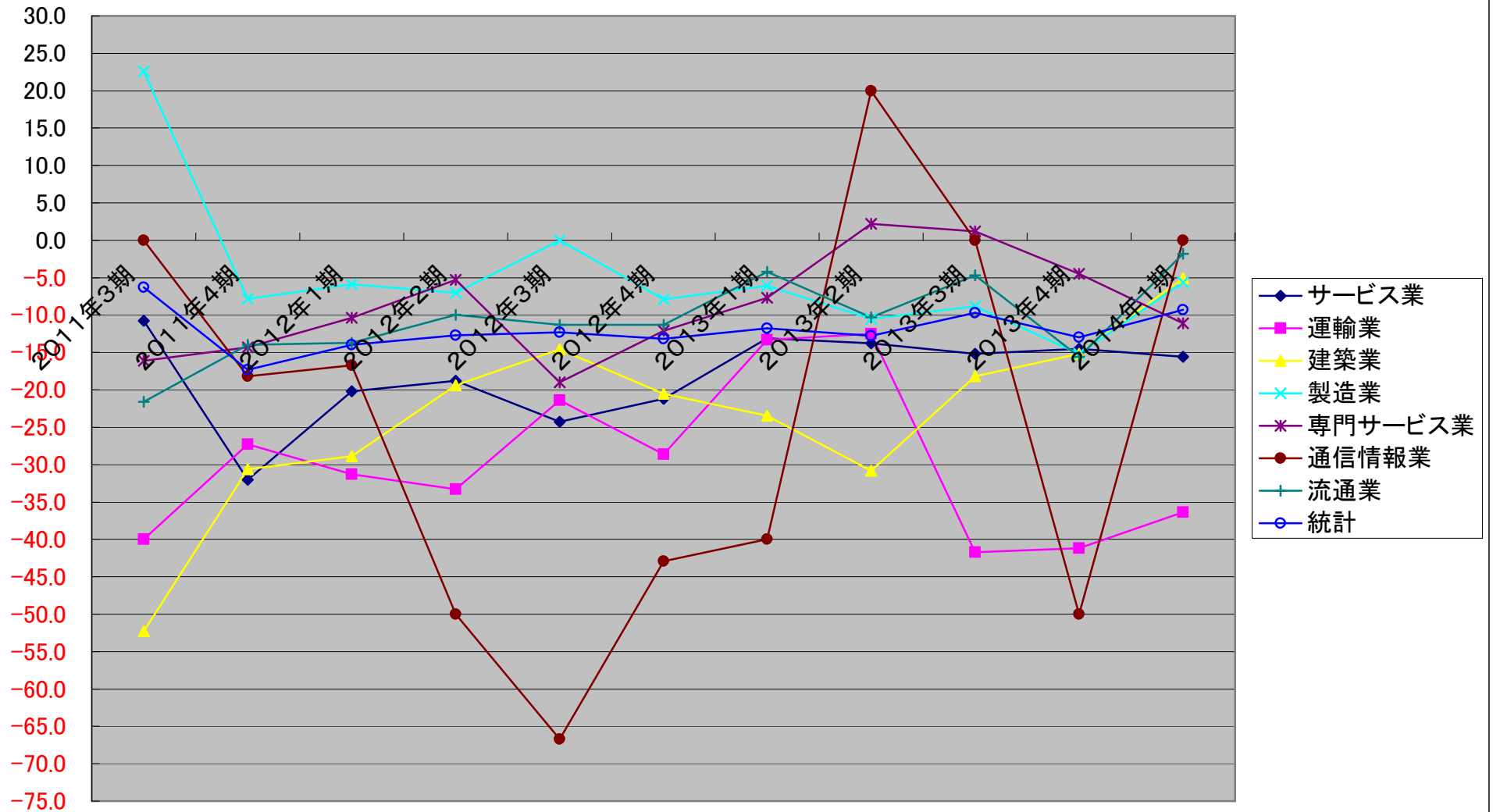
景況感DI



設備投資DI



資金繰り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

(1) 1業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	48	39.3%	41	33.6%	33	27.0%	122
運輸業	3	27.3%	4	36.4%	4	36.4%	11
建築業	18	46.2%	14	35.9%	7	17.9%	39
製造業	69	38.3%	72	40.0%	39	21.7%	180
専門サービス業(土業の方)	25	39.7%	31	49.2%	7	11.1%	63
通信情報業	6	54.5%	5	45.5%	0	0.0%	11
流通業	27	47.4%	13	22.8%	17	29.8%	57
その他	8	50.0%	5	31.3%	3	18.8%	16
(空白)	5	29.4%	7	41.2%	5	29.4%	17
総計	209	40.5%	192	37.2%	115	22.3%	516

前年同月期比

(1) 1業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	48	41.7%	37	32.2%	30	26.1%	115
運輸業	5	45.5%	2	18.2%	4	36.4%	11
建築業	17	45.9%	13	35.1%	7	18.9%	37
製造業	73	44.5%	61	37.2%	30	18.3%	164
専門サービス業(土業の方)	24	40.7%	25	42.4%	10	16.9%	59
通信情報業	4	50.0%	3	37.5%	1	12.5%	8
流通業	24	46.2%	20	38.5%	8	15.4%	52
その他	3	21.4%	5	35.7%	6	42.9%	14
(空白)	5	35.7%	8	57.1%	1	7.1%	14
総計	203	42.8%	174	36.7%	97	20.5%	474

② 利益動向

前期比

(1) 1業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	41	33.6%	47	38.5%	34	27.9%	122
運輸業	5	45.5%	3	27.3%	3	27.3%	11
建築業	12	31.6%	19	50.0%	7	18.4%	38
製造業	49	27.4%	79	44.1%	51	28.5%	179
専門サービス業(土業の方)	22	34.9%	31	49.2%	10	15.9%	63
通信情報業	7	63.6%	4	36.4%	0	0.0%	11
流通業	26	45.6%	16	28.1%	15	26.3%	57
その他	7	43.8%	4	25.0%	5	31.3%	16
(空白)	4	23.5%	7	41.2%	6	35.3%	17
総計	173	33.7%	210	40.9%	131	25.5%	514

前年同月期比

(1) 1業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	40	34.8%	42	36.5%	33	28.7%	115
運輸業	8	72.7%		0.0%	3	27.3%	11
建築業	16	42.1%	17	44.7%	5	13.2%	38
製造業	64	39.3%	60	36.8%	39	23.9%	163
専門サービス業(土業の方)	21	35.6%	28	47.5%	10	16.9%	59
通信情報業	4	50.0%	4	50.0%	0	0.0%	8
流通業	21	40.4%	17	32.7%	14	26.9%	52
その他	2	14.3%	4	28.6%	8	57.1%	14
(空白)	2	14.3%	10	71.4%	2	14.3%	14
総計	178	37.6%	182	38.4%	114	24.1%	474

③採算状況

(1)1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	43	35.8%	54	45.0%	23	19.2%	120
運輸業	7	63.6%	1	9.1%	3	27.3%	11
建築業	20	51.3%	15	38.5%	4	10.3%	39
製造業	88	48.9%	69	38.3%	23	12.8%	180
専門サービス業(土業の方)	27	43.5%	25	40.3%	10	16.1%	62
通信情報業	7	63.6%	3	27.3%	1	9.1%	11
流通業	32	56.1%	18	31.6%	7	12.3%	57
その他	8	50.0%	4	25.0%	4	25.0%	16
(空白)	5	29.4%	6	35.3%	6	35.3%	17
総計	237	46.2%	195	38.0%	81	15.8%	513

④景気動向

(1)1業種	好転	割合	横ばい	割合	悪化	割合	総計
サービス業	31	25.6%	72	59.5%	18	14.9%	121
運輸業	6	54.5%	4	36.4%	1	9.1%	11
建築業	20	51.3%	17	43.6%	2	5.1%	39
製造業	53	29.4%	103	57.2%	24	13.3%	180
専門サービス業(土業の方)	11	25.6%	28	65.1%	4	9.3%	43
通信情報業	5	50.0%	5	50.0%	0	0.0%	10
流通業	15	26.3%	34	59.6%	8	14.0%	57
その他	3	18.8%	8	50.0%	5	31.3%	16
(空白)	5	31.3%	8	50.0%	3	18.8%	16
総計	149	30.2%	279	56.6%	65	13.2%	493

⑤景況感先行き

(1)1業種	好転	割合	横ばい	割合	悪化	割合	総計
サービス業	21	18.8%	66	58.9%	25	22.3%	112
運輸業	3	27.3%	6	54.5%	2	18.2%	11
建築業	10	28.6%	22	62.9%	3	8.6%	35
製造業	33	19.3%	91	53.2%	47	27.5%	171
専門サービス業(土業の方)	11	18.3%	35	58.3%	14	23.3%	60
通信情報業	3	30.0%	5	50.0%	2	20.0%	10
流通業	4	9.5%	30	71.4%	8	19.0%	42
その他	2	8.3%	8	33.3%	14	58.3%	24
(空白)	2	13.3%	6	40.0%	7	46.7%	15
総計	89	18.5%	269	56.0%	122	25.4%	480

⑥資金繰り

(1)1業種	楽	割合	普通	割合	苦しい	割合	総計
サービス業	13	10.7%	77	63.1%	32	26.2%	122
運輸業	1	9.1%	5	45.5%	5	45.5%	11
建築業	7	17.9%	23	59.0%	9	23.1%	39
製造業	28	15.6%	114	63.3%	38	21.1%	180
専門サービス業(土業の方)	6	9.5%	44	69.8%	13	20.6%	63
通信情報業	2	18.2%	7	63.6%	2	18.2%	11
流通業	11	19.3%	34	59.6%	12	21.1%	57
その他	2	13.3%	9	60.0%	4	26.7%	15
(空白)	1	5.9%	12	70.6%	4	23.5%	17
総計	71	13.8%	325	63.1%	119	23.1%	515

(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	35	26.1%	13	9.7%	10	7.5%	15	11.2%	11	8.2%	12	9.0%	15	11.2%
運輸業	4	26.7%	1	6.7%	3	20.0%	1	6.7%	0	0.0%	1	6.7%	2	13.3%
建築業	6	19.4%	5	16.1%	1	3.2%	7	22.6%	0	0.0%	2	6.5%	2	6.5%
製造業	32	20.1%	14	8.8%	10	6.3%	25	15.7%	10	6.3%	12	7.5%	10	6.3%
専門サービス業(土業の方)	15	35.7%	4	9.5%	1	2.4%	4	9.5%	3	7.1%	7	16.7%	5	11.9%
通信情報業	3	37.5%	0	0.0%	0	0.0%	1	12.5%	1	12.5%	0	0.0%	1	12.5%
流通業	10	24.4%	3	7.3%	0	0.0%	11	26.8%	3	7.3%	2	4.9%	5	12.2%
その他	1	7.1%	0	0.0%	0	0.0%	2	14.3%	1	7.1%	3	21.4%	1	7.1%
(空白)	2	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	2	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
総計	108	24.0%	40	8.9%	25	5.6%	68	15.1%	29	6.4%	39	8.7%	41	9.1%
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	9	6.7%	9	6.7%	3	2.2%	0	0.0%	1	0.7%	1	0.7%	134	
運輸業	2	13.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	6.7%	0	0.0%	0	0.0%	15	
建築業	6	19.4%	2	6.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	31	
製造業	23	14.5%	7	4.4%	1	0.6%	2	1.3%	6	3.8%	7	4.4%	159	
専門サービス業(土業の方)	3	7.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	42	
通信情報業	2	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	8	
流通業	2	4.9%	2	4.9%	0	0.0%	0	0.0%	2	4.9%	1	2.4%	41	
その他	2	14.3%	3	21.4%	0	0.0%	0	0.0%	1	7.1%	0	0.0%	14	
(空白)	1	16.7%	0	0.0%	1	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	6	
総計	50	11.1%	23	5.1%	5	1.1%	3	0.7%	10	2.2%	9	2.0%	450	

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)

(1)1業種	(1)2業務内容	(2)②売上UP要因記述
1 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	各イベント、その他取組みで情報発信に力を入れている。
2 サービス業	鍼灸接骨院支援事業	FC事業拡大と紹介が増えてきている。
3 サービス業	デザイン制作(WEB、DTP)	社長の意識改革、活発な活動
4 サービス業	不動産管理、仲介	ターゲットを絞り、単価を上げた。
5 サービス業	WEBシステム制作	紹介
6 サービス業	制作業(営業プレゼンツ制作、営業コンサルティング)、(販促動画制作)	自社のスキルより、ターゲット層のニーズを調査し、それに合わせてサービスを展開、実績が出始めたところで、代理販売先を増やし、ワンパターンに徹した。
7 サービス業	インテリアコーディネート	増税による住宅購入者の増加による売り上げ増
8 サービス業	ラジオDJを中心としたタレントプロダクション事業。映像、音声のコンテンツ制作、放送業界に特化した人材派遣。	新規事業の売上拡大。
9 サービス業	WEBアプリケーション制作	ビジネスマッチングを行う社団法人を作って、そこで活動して販路を広げています。
10 サービス業	自動車修理・販売・レンタカー	レンタカー
11 サービス業	ペットの葬儀・火葬・納骨	増税を見越して価格を上げた
12 サービス業	不動産仲介、マンション管理、飲食業	タイミングはとともよかった。固定費は下がりました
13 サービス業	WEBサイト制作・管理	東京オリンピックによる英会話需要
14 サービス業	販売促進の企画デザイン編集	受注案件の前と後ろの業務を受注
15 サービス業	販売促進一括業務	既存顧客をデータ化し、定期的な案内を行うサイトにお客様の声を反映。更新をまめにする。学生のアイデアを活かし在宅ワークを取り入れて価格の無駄を少なく品を上げることができました。
16 サービス業	サロン・飲食店向けマーケティングの開発と販売マーケティング・コンサルティング	セールスの仕組みが確立してきたため(去年が悪すぎたため)
17 サービス業	ディスプレイ業	納期が業界をブッキング
18 サービス業	マスメディアを主とした広告代理業	本来の新聞、電波媒体以外にイベントの仕事が増えた
19 サービス業	各種イベント展示会 備品総合レンタル	東京の拠点の売上げが著しく伸び、東京の市場の景気が良い方向に向かっている
20 サービス業	デザイン、印刷/ホームクリーニング、リフォーム	種まき成果
21 サービス業	自動車整備業、中古車新車販売	インターネットによる中古車販売
22 サービス業	設計請負	特になし
23 サービス業	コーヒー製造販売業	戦略実行に向けて人材育成の成果ができた。人事制度導入から社員の成長スピードが格段に進化した
24 サービス業	ソフトウェア開発	新しいプロジェクトを採用した
25 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	営業活動の見直し、受注の選択など
26 サービス業	建築の設計 宅地造成設計 開発申請及び許認可申請	高齢者用住宅(老人ホーム)増。消費増税前駆け込み需要
27 サービス業	オートバイ販売、レンタル	売れずじ商品の仕入れ確保
28 サービス業	コンピュータにかかわる全般。システム開発及び顧問先企業の準社員の立場で社外折衝。	業界のosと消費税による特需
29 サービス業	WEB、DTP制作	消費税が4月からUPに伴い、駆け込み需要
30 サービス業	広告業(インターネット)	対外的な営業を休まずしたこと
31 サービス業	訪問介護業	社員教育、研修制度活用
32 サービス業	食品スーパー	営業時間の増加と担当者の姿勢
33 サービス業	寝具のリース・レンタル、丸洗い	同業他店との連携
34 サービス業	記帳代行、経営計画作成支援	紹介して下さる人(人脈)の増加
35 サービス業	産業廃棄物処理業	社員雇用により取れる仕事の幅が広がった。公共事業(入札)落札、値上。
36 サービス業	産業廃棄物処理	営業活動のタイミングと方法
37 サービス業	空調、電気設備業	インターネットを通じて営業力拡大
38 サービス業	ハウスクリーニング、ビルメンテナンス、空調工事及びメンテナンス	空調工事を新規事業としてはじめた
39 サービス業	就労移行支援、就労継続支援B型 異業種協同組合(各種共同利用事業等)	利用される障害者が増加し新作業をあれこれ増加させて作業所の事業収入が増収増益になった為
40 サービス業		新規顧客の獲得と管理コストの削減
41 サービス業	ソフトウェア開発	新規販路の開拓
42 サービス業	訪問介護業	社員採用
43 サービス業	飲食店経営	新規顧客の拡大と、従業員、ヘルパーの育成。
44 サービス業	人材派遣業	一部業態変更したものが順調に売り上げ増になった
45 サービス業	給与計算のアウトソーシングおよび働きたくなる職場作りサポート	IT特需 顧客のニーズにマッチした新商品を開発し、サービスが出来たから。また、出来る体制が整ってきたから。

46	サービス業	トラックの車輛・部品・整備・リサイクルを取り扱う「トラックのワンストップサービス」を合言葉にしている商社です。	車輛販売が底上げしている。リーマンショック後買い控えの需要があった。また、震災復興と東京オリンピック関連にて車輛需要増加。ただ、関西経済への波及がどのような形で来るか慎重に見極める必要がある。
47	運輸業	オフィス引越、精密機械輸送	利益率をUPさせることに重視したこと
48	運輸業	一般貨物運送事業	利益率の見直し、設備投資等
49	運輸業		料金の値上げによる
50	建築業	建築・設計・不動産・心地よい時間を共有する為の空間創り	新規営業
51	建築業	一般建設防水工事業 特殊合成樹脂耐酸耐蝕工事 FRPライニング工事他	景気回復感が企業にも浸透し、今まで改修営業を抑えていたところから発注がでてきた。製造を日本で、として取組がある。
52	建築業	太陽光発電システム工事、設計、施工リフォーム	国内の需要が拡大しています。特に産業用太陽光の伸びが著しいです。
53	建築業	電気工事業	太陽光発電設備による受注拡大
54	建築業	墓石、建築石材販売、加工、施工	消費税前の駆け込み需要が多少影響
55	建築業	障害者施設の新築・リフォーム・住宅の新築・リフォーム	・たまたま、受注が重なっただけ(他社のやれないやらない工事を受注、施工)・消費税前の駆け込み受注。
56	建築業	産業機械重量物の運搬据付解体請負業	お客様が忙しくなった
57	建築業	ビルメンテナンス	取引会社から信頼を得て、取引項目が増え売上げ利益増につながる
58	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	消費税増税前駆け込み需要
59	建築業	建築板金、リフォーム全般、金属屋根、金属壁、雨樋工事、板金工事加工	下請けの特性上、先方の景気に右左される
60	建築業	美装業全般 白蟻業	消費税の増税、アヘムクス
61	建築業	空調、給排気、集塵等のダクト制作及び取り付け工事	消費税の増税に伴い仕事量が増加にしよう
62	製造業	清涼飲料水及び、調味料 製造業	新規事業の高付加価値商品が伸びている
63	製造業	野菜カット工場	新規取引先の開拓
64	製造業	プラスチックフロー成形	設備投資と地道な営業活動
65	製造業	化学工場向けタンクの製作、配管工事	お客様のご要望に出来る限り応えを出していく努力をしていった結果だと思えます
66	製造業	別注家具製造	価格を下げずに付加価値をつけることが少しずつ出来たこと
67	製造業	高級婦人紳士インナーの企画製造販売、洋菓子の企画製造販売	新規販売先の成約分のみで増加。継続性には問題あり。
68	製造業		昨年夏より販売のアクセサリが安定してきました
69	製造業	金属工作油剤製造販売	景気改善
70	製造業	自社ブランドの帽子、蝶ネクタイの企画製造販売	大丸京都店5階、デザイナー&キャラクター売場に出店
71	製造業	ステンレス製品、製缶、加工	消費税増税及び決算前の駆け込み需要
72	製造業	ステンレス製バルブ、継手、製造販売	円安のお陰で輸出の大口物件が受注できた。国内の造船が良くなった
73	製造業	食品の軟包装資材(フィルム)の企画、製造、販売。	新規事業の拡大
74	製造業		品質、対コストに対しての原点の追及
75	製造業	ウレタン塗装、テフロン・ナイロン等の技術塗装など	記述なし
76	製造業	電気厨房機器、業務用各種洗浄機等、単品から量産まで精密板金加工一式を請負	仕事が増えた分、マイナスの仕事を大幅にカットして行けた。
77	製造業	自動制御盤の設計、製造	医療関係の仕事を受注
78	製造業	ウレタンゴムの製造	2年半前に新たに新規開発する部署を作り、その芽がでてきたから
79	製造業	金属製品製造	新規開拓
80	製造業	産業機械製造	海外営業継続
81	製造業	精密機械部品加工、産業機械設計・製作・組立	省力化、産業機械部門の受注が多いこと、海外事業を進めるにあたり、国内での新規顧客の拡大に繋がった
82	製造業	プラスチック板加工業、オリジナル製品開発など	納期対応や国内需要の上昇が原因。他にネット上での高評価や売れ筋商品のリサーチなど
83	製造業	金属製品製造業	計画的な設備投資の狙いが的中した
84	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)	消費税前駆け込み需要
85	製造業	金属プレス加工及び金型設計製作	消費税前駆け込み需要。国内需要増加
86	製造業	サイン及びDIY関連製品製造販売	新製品等の拡販
87	製造業	金属加工	HPや展示会での販売促進の成果が5年目にしてやっと出てきた
88	製造業	精密光学機器の製造・販売。理化学用レーザ	製品開発、新規顧客開拓
89	製造業	薄物板金加工(プレス、タレパン、レーザ、曲げ、溶接)、パイプ加工、組立、ゴミ集積箱製造販売	展示会に出展する等の新規取引先開拓
90	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)	駆け込み需要
91	製造業	金属熱処理加工	よりきめ細かくお客様への対応を行う。

92	製造業	子機器の開発・設計・製造	顧客からの信頼度向上
93	製造業	金属プレス加工、スチール寝具部品製造	駆け込み需要
94	製造業	溶接、NC加工	新規販路の拡大
95	製造業	特殊車輛部品製造、産業用プラント製 缶製造	増税前のかげこみ需要
96	製造業	プリント基板設計製造及びプレス加工 (メンテナンス含む)、ツール部品の研 削加工	ツール部品の研削加工の受注増加
97	製造業	ボルト及び精密部品の冷間鍛造金型 の設計、製造、販売 冷間鍛造部品用 金型の設計、製造、販売・ソフト開発	公共事業関連受注増
98	製造業	オフセット印刷、製本	社内生産体制を強化したら受注増に伴い、収益が上がった。
99	製造業	和菓子製造卸小売り	利益減少覚悟でシェアを取りにいった
100	製造業	温浴設備製造	東京の市場の活性化と人材投入
101	製造業	各種粉体食品製造販売	新用途開発と販路開拓
102	製造業	プレス機械での冷間鍛造加工	円安外部要因
103	製造業	洋菓子製造販売	行政とのつながり
104	製造業	金属表面処理業(フッ素樹脂焼付コー ティング)	顧客にテスト品が認められたため
105	製造業	建築金物製造販売	出張を強化し、新規開拓に力を入れた結果、売上げが伸びた。新規仕入先を 開拓した結果、コストが下がった(2社購買など)
106	製造業	コンクリート製品の製造・販売	太陽光発電関連の新分野・新商品の開発、消費税増税
107	製造業	自動車シート用ウレタン発砲、金型	リードタイムの短縮、メディアの仕掛け
108	製造業	豆腐油揚げなどの大豆加工食品製造	競合他社の倒産業が相次ぎ経営環境が好転している。
109	製造業	金属製品製造、溶接、組立	消費税前の駆け込み需要があると思われる
110	製造業	各種金属プレス加工 板金溶接加工 治工具、金型製作	取引先の需要好転による注文数増加・消費税前の駆け込み受注
111	製造業	食品等を包むフィルム袋の製造加工 業	設備投資による新商品の開拓により受注を大幅に増やしたと、営業力と技術 力が実を結んだと思われます。
112	製造業	フレキシブルチューブとペローズの設 計・製造	消費税の影響で売り上げ増と思われる。
113	製造業	歯車製造業、他機械加工部品製造 業。	顧客の需要増
114	製造業		営業努力
115	製造業	打ち抜き加工業	総合的な営業力の強化、材料の支給から調達へのシフト
116	製造業	電動攪拌機メーカー	営業の強化 海外調達の強化
117	製造業	焼き菓子製造卸	販路が広がったため。関西中心から全国へ。
118	製造業	金属熱処理、表面処理加工	値上げは行ったが、消費税前の駆け込み需要の影響が大きい
119	製造業	プラスチック切削加工業	小ロット、短納期、高付加価値対応が他社より優れている。
120	専門サービス業(士 業の方)	税理士業	企業へのシステム導入による単価アップ。創業支援の取組強化。
121	専門サービス業(士 業の方)	弁護士業務	人脈開拓
122	専門サービス業(士 業の方)	会社の財務改善を中心とした経営支 援	企業の財務改善アドバイスを仕組化した。
123	専門サービス業(士 業の方)	人事、労務相談、就業規則の作成 等	営業の強化
124	専門サービス業(士 業の方)	司法書士	付加価値の高いサービスの依頼があった
125	専門サービス業(士 業の方)	パソコン総合サポート	消費税増税前の駆け込み需要に加えXPから7への入れ換えなどの駆け込み需 要
126	専門サービス業(士 業の方)	シンクタンクコンサルタント、建築設計	政府による経済対策(政府調達力増加など)と主体的要因(営業の強化など)
127	専門サービス業(士 業の方)	税理士	パートナー事務所からの業務紹介
128	専門サービス業(士 業の方)	社労士系	紹介増
129	専門サービス業(士 業の方)	黒字支援	税務から利益を創造する大切さを意識している
130	専門サービス業(士 業の方)	社会保険労務士事務所 助成金申請 代行 労務関連システム提案	同業者とのタイアップと分業
131	専門サービス業(士 業の方)	税理士	紹介社とのコネクションや名刺交換により新規受注
132	専門サービス業(士 業の方)	社会保険労務士業として、介護事業所 をメインサポートしています	より特化した介護事業所のサポートを行うことで、他にできないサービスを行っ ている
133	専門サービス業(士 業の方)	会計事務所	全所一丸での営業力アップに取り組んだことの成果がでてきている。

134	専門サービス業(士業の方)	都市計画・まちづくりに関する計画、建築・土木・造園に関する計画・設計など	人材育成の強化、特に新入社員教育の強化により作業効率があがってきたことで業務稼働率があがってきた。 積極的な受注・業務支援活動が新規開拓先の固定化に繋がってきた。
135	通信情報業	Web制作、ブランディング	新サービスの開拓
136	通信情報業	データベースソフト開発	営業部門、開発部門、サポート部門と分けることによる効率アップ。
137	通信情報業	オリジナルソフトウェア開発・OA機器販売・事務用スチール家具	ソフトウェア受託開発
138	通信情報業	コンビニ、スーパー、サービスエリア等お店の管理システム作成販売	景気がよくなったと感じられ、需要が上がったから
139	通信情報業	OA機器販売及び、メンテナンス・人材サービス業	増税前、windowsXPのサポート期限間近
140	通信情報業	パソコンのトラブル回避、PC接続設定、インターネット接続設定、ネットワーク接続設定、サーバー構築設定、システム開発、WEB開発、TDP等デザイン開発、業務ソフト導入支援及び	消費税値上げへの変更及びWINXPのサポート終了に伴うPCの入れ替え需要。これらのW影響で各企業ともリーマンショック後で買い控えていたソフトやハードの入れ替えを余儀なくされ、一気に需要が重なったと予想される。これは3月末までがピークで、その後4～5月までは個人や小規模事業者の入れ替え需要に転じ、その後、6月以降は一気に需要がなくなると予想される。
141	流通業	牛肉卸売及び小売(インターネット・店舗販売)。大正元年より味と安全にこだわった近江牛を一頭買いで仕入れ販売しています。	新規店舗出店で売上増につながった。
142	流通業	自動車用フロアマット製造販売	商品力の強化、商品のラインナップの拡大。
143	流通業	学習塾・学校への巨財・教具の販売・卸	生徒数が減少している販売先が多く厳しい状況ですが、販売アイテムの増加で、売上を何とか維持しています。
144	流通業	ギフト全国通販	戦略の実施。社員の志気向上
145	流通業	自動車部品、用品卸売	貿易商社等の海外向け商品及び、大規模整備工場の売上が引き続き堅調な増加はあるものの、低い利益率と小規模工場の減収により、利益は微増である 主カブランドのブランドイメージを高める努力をしてきたこと。宣伝広告やプレス活動に力を入れた。
146	流通業	衣料品・雑貨の輸入卸売り	人材の育成(問題意識を明確にしていく)
147	流通業	自動車部品販売業	昨年が低すぎた
148	流通業	金物卸	記述なし
149	流通業	プラスチック加工品の卸売と梱包買材の卸売	記述なし
150	流通業	特殊鋼・ステンレス鋼材・一般鋼材、卸売及び加工販売業務	昨年の営業活動が今期に繋がった
151	流通業	特殊鋼販売	消費税前駆け込み需要
152	流通業	特殊鋼販売	新規取引先の開拓と既存取引先の深耕
153	流通業	工作機械 機械工具 FA機器 空調機器 販売	顧客の要望に何でもこたえる。ネットワークを利用したサービスの提供、商品の提供等
154	流通業	工業用ファスナー	かけこみ需要と思われる
155	流通業	青果卸売業	相場に右左される業種なので天候不順に夜価格上昇で売上が増えた
156	流通業	外食産業に食材の納品	社内体制確立と社員力アップ
157	流通業	リハビリ用品製作材料卸し、一般高機能インソール卸し	「新規販路・新分野の開拓」につきる。
158	流通業	非鉄金属卸業	お客さんへ新素材の提案
159	流通業	業務用浴場スライミングプール施設機器・スチーム給湯機全国販売 製造販売	半年前に1名、2ヶ月前に1名の男子営業マンを東京支店、名古屋支店に新規採用したので営業力UPして、売り上げも向上。東京の景気が少し回復した感がある
160	流通業	機械工具の販売	ものづくり助成金、消費税かけ込み
161	流通業	機械工具卸売り業 生産財総合商社	顧客購入品の掘り起こしの成果 新規開拓
162	流通業	美容材料卸売り	高付加価値の新製品に絞り込んだ営業展開
163	流通業	中古車、農業機械輸出	中古機械の品質向上に努めた。
164	流通業	塗料製造販売	全社総力による新規ユーザーが獲得できた。
165	流通業	衛生用品企画製造卸	新規取引先の開拓・既存取引先への深耕開拓・顧客要望の具体化
166	流通業	宝石貴金属のネット販売・卸販売	増税需要のみ
167	その他	野生ルイボスの販売、小売、ルイボス関連	ルイボスの関連商品(スイーツ類)の開発、自社商品の開発、高付加価値をつけ新たな顧客と流れを作った
168	その他	中古トラック部品販売	インターネットによる新規販売への伸びが牽引している
169		アパレル小売販売業	利益はありませんが、新規顧客先の開拓を行いました。消費税増税分の高価格品の消費が若干伸びている様です
170		監査業務、コンサルティング業務(上場支援、M&Aアドバイザー)	理念に従った種まき
171		マグネット応用機器の販売(食品・異物除去用機械ライン設置)	補助金仕事が1件受注、引合…2件、インターネットHPからの話が多数なり、受注に繋がって来た。

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	21.6%	0	0.0%	0	0.0%	10	27.0%	11	29.7%
運輸業	2	33.3%	0	0.0%	1	16.7%	1	16.7%	0	0.0%
建築業	1	11.1%	0	0.0%	0	0.0%	1	11.1%	4	44.4%
製造業	25	39.7%	2	3.2%	3	4.8%	8	12.7%	16	25.4%
専門サービス業(土業の方)	1	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	75.0%	0	0.0%
流通業	6	35.3%	0	0.0%	1	5.9%	2	11.8%	6	35.3%
その他	2	28.6%	0	0.0%	0	0.0%	2	28.6%	2	28.6%
総計	45	31.5%	2	1.4%	5	3.5%	27	18.9%	39	27.3%
業種	⑥	割合	⑦	割合	⑧	割合	⑨	割合	総計	
サービス業	1	2.7%	0	0.0%	3	8.1%	4	10.8%	37	
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	33.3%	6	
建築業	0	0.0%	1	11.1%	1	11.1%	1	11.1%	9	
製造業	2	3.2%	1	1.6%	3	4.8%	3	4.8%	63	
専門サービス業(土業の方)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	
流通業	0	0.0%	1	5.9%	1	5.9%	0	0.0%	17	
その他	0	0.0%	1	14.3%	0	0.0%	0	0.0%	7	
総計	3	2.1%	4	2.8%	8	5.6%	10	7.0%	143	

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

【2】売上・利益について

④減少の特徴・原因に関して(記述)

(1)1業種	(1)2業務内容	(2)④売上DOWN要因記述
1 サービス業	不動産管理	顧客の減少。少子高齢化
2 サービス業	請負派遣業及び液剤製造販売、ハウスクリーニング	営業力の低下
3 サービス業	資産運用のアドバイス、住宅ローン、保険、相続などの相談業務	住宅の消費税増税の抱え込み相談が終わった
4 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。	デフレによる、予算圧縮。垣根なき競争激化による値下げの慣習。
5 サービス業	介護サービス	お客様の長期入院等
6 サービス業	商業デザイン・及び印刷受注	客先の収益悪化のため。当社下請け業者へのダンピング
7 サービス業	資格スクール。セミナー業	営業力＝ブランディング、顧客獲得
8 サービス業	広告、デザイン、印刷、web	自分がなに屋さんかわかっていない。発信力が乏しい
9 サービス業	清掃関連総合サービス業	顧客の倒産や家計支出の減少
10 サービス業	健康食品、化粧品等の卸売	美容業界の景気の悪化
11 サービス業	精神障害の方への就労支援	利用者の一時的な減少
12 サービス業	ガス検知器、メンテナンス、関連部品製造	新製品へモデルチェンジとなり、主力商品がなくなった為。
13 サービス業	包装資材販売	消費税導入も見据えて購売が偏っている
14 サービス業	携帯電話(au、ソフトバンク)販売店運営	au、ソフトバンクともに、売上げインセンティブが減少
15 サービス業	複合カフェ	環境変化により顧客の望むものが変わっています。今後、もっと加速すると思います。
16 サービス業	荷主の荷物を保管、配送する(倉庫業)	運賃UP、客先の減少
17 サービス業	写真加工	取引先数は変わっていないが、一社あたりの受注件数・単価下落のため。
18 サービス業	工場設備の自動化を補助する電気事業。制御盤の設計・製作・現地工事・現地調整の一連の作業を主とする。	消費税の駆け込みにより、仕事はあるが短納期物件が多い。客先も短納期のため見切り発進が多いようで、仕様の変更、現地日程の変更などが多く、効率が上がらないのが原因と見ている。
19 サービス業	輸出入の通関申告および関連する業務全般	アベノミクスの政策で円安傾向が続いているが、輸入業者にとっては厳しい環境で、当社の取扱の8~9割が輸入のため、売上、利益ともに減少している。
20 サービス業	結婚式場業、飲食店	来館数の分母が低下。その場合成約率を向上させることで必要組数を維持できるが、受注率が思うように伸びず。
21 サービス業	広告、販売促進の企画・デザイン	得意先の民事再生
22 運輸業	運送業、倉庫業	社員3名退職のため
23 運輸業	運送・倉庫業	取引先の体力低下により、社員リストラする前に物流の内製化が行われている。それと仕事量は増えても販売単価が相変わらず低いままのため残業が増え利益が出ない
24 建築業	立体駐車場、水処理設備据付、メンテナンス	人材不足のため受注できていない。
25 建築業	プラント設備の製造及び据付配管工事	仕事量が少なく競争が激しいため採算が悪化する
26 建築業	設備の断熱、管工事	梅田グランフロント、アベノアークス昨年あり、今年は規模小
27 建築業	建築一式、リフォーム全般、空調メンテナンス、設備工事	スタッフが辞め、得意先・業者の横領、人手不足、資金不足による攻撃難
28 建築業	総合建設業、管洗浄、外溝洗浄、しゅんせつ	公共の予算削減の為
29 製造業	食品の製造販売(飲み水・お弁当・食品全般・ミネラル製品・健康食品・浄水器の取付・メンテナンス)	一般の消費は必要な物意外買わない。心理的要因。
30 製造業	書籍の出版	子供の数の減少等
31 製造業	印刷物表面加工、印刷(パッケージ)	少子化、電子化、海外と景気が悪い
32 製造業	化学薬品製造	客先の商品変更のタイミングで、市場が冷えたため、切り替えが1年間頓挫してしまった。

33	製造業	機械梱包、カートンケースの製造販売	中国向貨物の減少
34	製造業	ウレタン塗装、テフロン・ナイロン等の技術塗装など	なし
35	製造業	電子部品用リードピン、プレス加工など	製造ライン海外移転
36	製造業	板金加工	営業力不足もあった
37	製造業	鋼材の販売	去年は年度末需要があったが今年はない
38	製造業	食品製造機械	大型機械受注の減少
39	製造業	パーツフィーダー(部品連続整送機)を主体とした振動機とマグネットの応用省力装置の設計製作メーカーとして44	内需の低迷
40	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)	前期にキャンペーンをやった
41	製造業	十字穴付タッピンネジ	海外生産への転換
42	製造業	弱電・自動車金属プレス加工	業界動き悪い。特に大阪、反面関東方面はよい
43	製造業	建築金物製造販売	1件あたりの取引高が減っている。ネットでの価格で商談される。
44	製造業	幟旗・幕等のプリント	コストアップ
45	製造業	美容雑貨・服飾資材、ファッショングッズ、雑貨、製造販売	競合他社との価格競争激化に依り
46	製造業	清酒製造	取引先の減少
47	製造業	軍手工場、軍手輸入	円安と輸入のほとんどは当社で卸売りしていたが、近年問屋が直接貿易し、当社の受注量が減少したため
48	製造業	衛生用品加工・販売業	新卒新人含め教育と新規事業に力を入れたため
49	製造業	工業用裁断機器製造	輸出関連が低迷
50	製造業	製缶板金業	需要が減っている
51	製造業	光学硝子製造及び光学部品製造販売	業界全体の需要減少と世界経済低迷の為もあるが、新商品実現への自社努力も不十分である。
52	製造業	樹脂押出成形金型の製造販売	少量短納期のオーダーが多い
53	製造業	製缶・板金業	前年度、この時期に大きな物件(設備)に関するオーダーが決まった。
54	製造業	製缶・板金業	産業機器の設備投資が動かない
55	専門サービス業(土業の方)	建築コンサルタント	公共事業が思うように落札できない
56	専門サービス業(土業の方)	税理士業	得意先の廃業
57	専門サービス業(土業の方)	知的障害を持つ子供たちが学校外、家庭外で人との関わりを持つことのできる居場所	事業運営時間帯が原因で、他の同業種への利用変更等があり利用者が減ったこと
58	流通業	鮭の卸売り	お客様が減った
59	流通業	幼稚園、学校、一般ビジネスユニフォーム等、制服全般	少子化
60	流通業	骨董品輸入販売業	顧客様の多くが本当に必要なもののみを求められている様になっている。満足度のいく品々を探すのが大変です
61	流通業	金物卸	なし
62	流通業	ステンレス鋼材卸	引き合いそのものが減った
63	流通業	ステンレス鋼板在庫販売	消費税の駆け込み
64	流通業	機会工具、建築金物・工場用品卸	製造業の海外移転
65	流通業	倉庫業です。荷主の出荷代行です	1月位まで積んでいた保管在庫が2月3月と出荷となり4月以降の消費税の関係による在庫の圧縮で取扱高の減少。
66	流通業	骨董品、貸ビル、食品流通業	取引先の社長交替で、マイナス要因が取引先の中に起り、支払い条件を厳しく言われています。当社はそれに賛同しなかった為に、売り上げ減になりました。
67	流通業	法人のノベルティとプレミアム、地域の冠婚葬祭、ギフト	大口受注の減少が続いている
68	流通業	機械・工具・厨房機器等の輸出	顧客からの受注が定期ではなく、毎年1-3月は減少傾向。
69	流通業	通信・放送用工事部材、情報	今のところ構造要因か一時的要因か分からない
70	その他	テキスタイルコンバーター	前年同期に比べ患者数が減少した。
71	その他	一般病院	同業種の事業所が増加したこと、法的に障がい者の雇用義務が厳しくなってきたことから当事業に対する需要が減少している。
72	その他	障がい者に対する就労支援	大阪市の事業のDAWN
73	その他	障害者職業能力開発施設	中小企業の利益の低下
	その他	保険	

【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)

(1)業種	①	割合	②	割合	③	割合	総計
サービス業	32	28.8%	50	45.0%	29	26.1%	111
運輸業	4	40.0%	3	30.0%	3	30.0%	10
建築業	10	29.4%	19	55.9%	5	14.7%	34
製造業	64	37.6%	61	35.9%	45	26.5%	170
専門サービス業(土業の方)	15	23.8%	35	55.6%	13	20.6%	63
通信情報業	2	18.2%	6	54.5%	3	27.3%	11
流通業	9	16.7%	34	63.0%	11	20.4%	54
その他	2	16.7%	5	41.7%	5	41.7%	12
(空白)	4	25.0%	9	56.3%	3	18.8%	16
総計	142	29.5%	222	46.2%	117	24.3%	481

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	26	9.6%	0	0.0%	14	5.1%	14	5.1%	15	5.5%	7	2.6%	25	9.2%	17	6.3%	19	7.0%
建築業	5	5.1%	0	0.0%	2	2.0%	2	2.0%	2	2.0%	0	0.0%	6	6.1%	12	12.2%	4	4.1%
製造業	50	11.8%	6	1.4%	21	5.0%	9	2.1%	31	7.3%	6	1.4%	31	7.3%	50	11.8%	21	5.0%
専門サービス業(土業の方)	9	7.6%	0	0.0%	4	3.4%	13	11.0%	4	3.4%	5	4.2%	8	6.8%	1	0.8%	11	9.3%
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	1	4.2%	2	8.3%		0.0%	2	8.3%	2	8.3%	0	0.0%	3	12.5%
流通業	19	15.4%	2	1.6%	6	4.9%	12	9.8%	3	2.4%	2	1.6%	7	5.7%	5	4.1%	12	9.8%
その他	4	12.1%	0	0.0%	0	0.0%	2	6.1%	3	9.1%	0	0.0%	3	9.1%	1	3.0%	2	6.1%
(空白)	5	14.3%	1	2.9%	1	2.9%	2	5.7%	2	5.7%	1	2.9%	2	5.7%	2	5.7%	2	5.7%
総計	118	10.3%	9	0.8%	50	4.4%	56	4.9%	62	5.4%	23	2.0%	85	7.4%	93	8.1%	74	6.5%
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	3.7%	17	6.3%	32	11.8%	33	12.1%	11	4.0%	13	4.8%	15	5.5%	4	1.5%	272	
建築業	7	7.1%	3	3.1%	10	10.2%	16	16.3%	12	12.2%	9	9.2%	3	3.1%	5	5.1%	98	
製造業	15	3.6%	23	5.5%	46	10.9%	34	8.1%	35	8.3%	27	6.4%	12	2.8%	5	1.2%	422	
専門サービス業(土業の方)	3	2.5%	8	6.8%	15	12.7%	15	12.7%	2	1.7%	6	5.1%	12	10.2%	2	1.7%	118	
通信情報業	0	0.0%	1	4.2%	2	8.3%	4	16.7%	2	8.3%	1	4.2%	4	16.7%	0	0.0%	24	
流通業	4	3.3%	6	4.9%	15	12.2%	9	7.3%	3	2.4%	9	7.3%	7	5.7%	2	1.6%	123	
その他	1	3.0%	4	12.1%	3	9.1%	4	12.1%	3	9.1%	1	3.0%	0	0.0%	2	6.1%	33	
(空白)	2	5.7%	2	5.7%	4	11.4%	3	8.6%	2	5.7%	4	11.4%	0	0.0%	0	0.0%	35	
総計	43	3.7%	65	5.7%	130	11.3%	123	10.7%	70	6.1%	73	6.4%	53	4.6%	20	1.7%	1147	

①民間需要の停滞

②輸入品の圧迫

③受注単価の大幅ダウン

④新規参入者の拡大による競争の激化

⑤税金、公共料金負担の増加

⑥管理費等間接経費の増加

⑦人件費負担

⑧仕入単価の上昇・高止まり

⑨情勢判断・企業進路の確定

⑩事業資金の借入難

⑪全社一丸体制の確立

⑫社員教育

⑬従業員の確保

⑭熟練技術者不足

⑮幹部社員の不足

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	69	27.0%	18	7.0%	21	8.2%	26	10.2%	13	5.1%	17	6.6%	6	2.3%	5	2.0%
運輸業	5	26.3%	1	5.3%	1	5.3%	0	0.0%	2	10.5%	1	5.3%	0	0.0%	0	0.0%
建築業	19	23.8%	11	13.8%	5	6.3%	4	5.0%	1	1.3%	9	11.3%	2	2.5%	3	3.8%
製造業	69	17.9%	50	13.0%	49	12.7%	53	13.8%	41	10.6%	32	8.3%	9	2.3%	8	2.1%
専門サービス業(土業の方)	41	32.0%	7	5.5%	7	5.5%	15	11.7%	3	2.3%	21	16.4%	11	8.6%	0	0.0%
通信情報業	6	27.3%	3	13.6%	2	9.1%	3	13.6%	0	0.0%	1	4.5%	0	0.0%	2	9.1%
流通業	30	22.2%	0	0.0%	5	3.7%	27	20.0%	15	11.1%	15	11.1%	7	5.2%	4	3.0%
その他	9	31.0%	2	6.9%	4	13.8%	6	20.7%	1	3.4%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.4%
(空白)	5	35.7%	2	14.3%	0	0.0%	1	7.1%	0	0.0%	4	28.6%	1	7.1%	0	0.0%
総計	253	23.7%	94	8.8%	94	8.8%	135	12.6%	76	7.1%	100	9.4%	36	3.4%	23	2.2%
業種	9	割合	10	割合	11	割合	12	割合	15	割合	16	割合	17	割合	18	割合
サービス業	25	9.8%	26	10.2%	8	3.1%	8	3.1%	1	0.4%	3	1.2%	2	0.8%	8	3.1%
運輸業	5	26.3%	1	5.3%	0	0.0%	1	5.3%	0	0.0%	1	5.3%	1	5.3%	0	0.0%
建築業	14	17.5%	9	11.3%	1	1.3%	0	0.0%	1	1.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.3%
製造業	21	5.5%	20	5.2%	8	2.1%	5	1.3%	1	0.3%	4	1.0%	2	0.5%	9	2.3%
専門サービス業(土業の方)	9	7.0%	7	5.5%	2	1.6%	1	0.8%	0	0.0%	2	1.6%	0	0.0%	1	0.8%
通信情報業	4	18.2%	1	4.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
流通業	9	6.7%	8	5.9%	2	1.5%	3	2.2%	0	0.0%	2	1.5%	4	3.0%	3	2.2%
その他	4	13.8%	1	3.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
(空白)	0	0.0%	1	7.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
総計	91	8.5%	74	6.9%	21	2.0%	18	1.7%	3	0.3%	12	1.1%	9	0.8%	22	2.1%
(1)1業種	19	割合	20	割合	総計											
サービス業	0	0.0%	0	0.0%	256											
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	19											
建築業	0	0.0%	0	0.0%	80											
製造業	3	0.8%	1	0.3%	385											
専門サービス業(土業の方)	0	0.0%	1	0.8%	128											
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	22											
流通業	0	0.0%	1	0.7%	135											
その他	0	0.0%	1	3.4%	29											
(空白)	0	0.0%	0	0.0%	14											
総計	3	0.3%	4	0.4%	1068											

- 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	鍼灸接骨院支援事業	専門学校生の卒業後の就職先にバラツキがあり、メリットや給与面での強みを伝えきれていない。
2 サービス業	デザイン制作(WEB、DTP)	自社サービスの向上、仕組みづくりを社員と共に進行
3 サービス業	制作業(営業プレゼンツ制作、営業コンサルティング)、(販促動画制作)	3生産性アップ効率化について、現状、制作での生産回転率が低く、あまり力を入れて、1営業力の拡大できない状態。対策として、しえさん回転率の高いサービス開発、制作効率アップ仕組化が解決次第、1と3に力を入れる予定。
4 サービス業	空調機メンテナンス	新規サービスの部門を作る
5 サービス業	陳列ショーケース、陳列器具レンタル	社員教育、商品管理、事務処理の正確な処理、この部門の人材不足。長続きしないので、対応に苦慮している
6 サービス業	WEBアプリケーション制作	人材を増やし、新規営業のスキームを作ります。
7 サービス業	自動車修理・販売・レンタカー	競争力のup
8 サービス業	資産運用のアドバイス、住宅ローン、保険、相続などの相談業務	相続相談など拡大
9 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。	外部コンサルタントなどに相談はするが、答えは自ら出していかなければならない。弊社ならではの改善点を探して、実行に移すのみ。そのためにも全社一丸となる仕組み作りが大切。
10 サービス業	WEBサイト制作・管理	東京支店の開設
11 サービス業	不動産仲介、管理業	新サービスの開発についての計画PDCA、情報発信の戦略PDCA
12 サービス業	商業デザイン・及び印刷受注	収益性の悪化のため。利益率良い客先へのシフトその為の新規販路開拓
13 サービス業	販売促進の企画デザイン編集	生産性を上げて利益率を上げる
14 サービス業	販売促進一括業務	自社の商品の販売促進からノウハウを活かし提案するだけでなく、共に考えて実行することで成果が上がる販売促進を行う。
15 サービス業	サロン・飲食店向けマーケティングの開発と販売マーケティング・コンサルティング	人的営業力の強化、WEB営業の拡大、数値計画の見直し
16 サービス業	マスメディアを主とした広告代理	斜陽産業ともいえる日刊紙相手の仕事なので方向転換しないと
17 サービス業	各種イベント展示会 備品総合レンタル	市場の大きい東京方面への営業拡大
18 サービス業	設計請負	なし
19 サービス業	コーヒー製造販売業	営業力強化を東京マーケットに目標を起きたい。新マーケット開拓を今期スタートさせます。この2本柱を社員教育強化からの自立型社員が実現していきます。
20 サービス業	清掃関連総合サービス業 販売及びレンタル	採用・教育に力を入れ売り上げ、顧客満足に力を入れる
21 サービス業	主に、アロマを使用したリンパトリートメント。アロマセラピー・美容関連商品の販売。	オリジナルブランドの立ち上げと、新規メニュー解説による顧客獲得の具体化
22 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	人材を増やし、社員能力をアップすることに、影る付加価値の実現
23 サービス業	健康食品、化粧品等の卸売業	新製品開発により、BtoBからBtoCへの拡大
24 サービス業	建築の設計 宅地造成設計 開発申請及び許認可申請	多様化に対応する技術・能力アップ
25 サービス業	ガス検知器、メンテナンス、関連部品製造	現取引先が頭打ちの為、新規顧客・新事業立ち上げに努力しています。
26 サービス業	コンピュータにかかわる全般。システム開発及び顧問先企業の準社員の立場で社外折衝。	販路の拡大
27 サービス業	WEB,DTP制作	社内体制の強化
28 サービス業	食品スーパー	経費の見直しが進みましたが、継続して行う。その上で売上げに繋がる企画をドンドン行う
29 サービス業	バッテリー販売	顧客ターゲット決定、規模拡大、人材力、営業強化
30 サービス業	寝具のリース・レンタル、丸洗い	経営は人なりなので、社員ひとりひとりのレベルUPを図りたい
31 サービス業	記帳代行、経営計画作成支援	スピードアップ
32 サービス業	携帯電話 (au、ソフトバンク) 販売店運営	au、ソフトバンク販売の採算が取れ難くなってきており、今後au、ソフトバンクからのインセンティブも益々減少傾向にあり、新規事業に向かいたい
33 サービス業	障害福祉サービス	採用活動の活発化、社員の働き方の見直し
34 サービス業	不動産売買、賃貸仲介	不動産仲介業において購入売却希望のお客様の反響を多くとり、成約に結びつけることが重要ですが、売却に関しての反響、依頼が少なく、その点を強化することに力点を置いています。
35 サービス業	ハウスクリーニング、ビルメンテナンス、空調工事及びメンテナンス	紹介客を増やし技術力とサービスで継続させる。社員教育が重要。

36	サービス業	就労移行支援、就労継続支援B型	障害者福祉サービスの就労A型を始める為、同友会内の企業の中でパート等に任せている部門をコラボすることで人件費削減で増益となる企業を探す。工場は用意できているので、後は仕事を見つける。職種は、金属部品の種わけ、袋詰め、商品の梱包、商品の袋詰め、シール貼り、食品であれば、野菜の下処理(カット、小分け、袋詰め)、焼き鳥の串刺し、果物の皮むき、カット、水煮等、基本的に単純作業であれば何でも可。年賀はがき、暑中見舞い、寒中見舞い、喪中はがき等のデザイン印刷及び宛名入力など
37	サービス業	荷主の荷物を保管、配送する(倉庫業)	新規客先の増加
38	サービス業	異業種協同組合(各種共同利用事業等)	社員能力の向上と社内一丸体制の確立
39	サービス業	工場設備の自動化を補助する電気事業。 制御盤の設計・製作・現地工事・現地調整の一連の作業を主とする。	技術の必要な業種なので、更なる技術の習得、対人や営業力での能力アップ、今後の方針などを社員と共に判断をし、理解して欲しい。
40	サービス業	ソフトウェア開発	エンドユーザーの新規開拓 利益率の高い案件の開拓 中途採用だけでなく新卒採用も行う
41	サービス業	訪問介護業	従業員のモラル、技術レベルの向上。
42	サービス業	飲食店経営	お客様の望む一つ上の「質」に対応する、感度高い社員が育つ環境整備に力点を置く
43	サービス業	輸出入の通関申告および関連する業務全般	自立的な幹部社員の育成と販路拡大(新規顧客開拓)を重要テーマに取り組ま
44	サービス業	結婚式場業、飲食店	世代交代による幹部社員の育成が急務。 受注力アップのための社内研修強化。
45	サービス業	人材派遣業	現有戦力の意識改革によるコストダウン。 管理職社員の育成
46	サービス業	ルーターおよびHUB等ネットワーク機器の販売・設定・設置	とにかく得意先を増やすこと
47	サービス業	給与計算のアウトソーシングおよび働きたくなる職場作りサポート	作業を行う人の確保、間違わない仕組み作りを着実に伸ばしながら、売上を伸ばすために営業に時間を費やします。
48	サービス業	インテリアデザイン施工管理、ビル・マンション管理、工場・施設の設定のプランニング・施工・メンテナンス	業界の職人の絶対的不足状況では従来の売上を下方修正しなければならず、その代わりに売り上げとして、新製品の開発・販売を重点的にすすめる。
49	サービス業	トラックの車輪・部品・整備・リサイクルを取り扱う「トラックのワンストップサービス」を合言葉にしている商社です。	社員のスキルアップがそのまま業績へ反映しますので、人材確保と教育には資金投入する。
50	サービス業	大阪富田林市で作業服・事務服・白衣・飲食店ユニフォーム・ケアなど「働く人達の為のユニフォーム」の販売営業	既存客への新商材売り込み・新規顧客獲得しないと会社は衰退して行く。その為には社員の能力を上げ、営業力を高めていく。既存商材では利益確保が厳しいので、新規商材を発掘する。
51	サービス業	筋肉矯正健康法 文化教室	筋肉矯正の効果を全国的に知らせていく。
52	運輸業	運送業、倉庫業	社員全員(私含む)の能力アップ、技術力のアップをし、取引先とパイプを太く、信用を強くする。
53	運輸業	運送・倉庫業	原価意識をしっかりとってお客様との価格交渉に当たる
54	運輸業	オフィス引越、精密機械輸送	仕事量と人材採用のバランスが課題
55	運輸業		業界の発展の為に運賃料金値上げによる、社員の賃金アップ、及び新しい人の業界への参入。
56	運輸業	地場中心に重量物から雑貨物まで中型車中心に配送	社員の能力アップ、配送効率を上げ取引先との関係を強化
57	運輸業	一般貨物の運送、日本全国対応	とにかく燃料高、当分の間、運賃に転嫁できない。
58	建築業	一般建設防水工事業 特殊合成樹脂耐酸耐蝕工事 FRPライニング工事他	営業職の雇用と育成に合同求人に参加し、新人教育でもお世話になっています。
59	建築業	立体駐車場、水処理設備据付、メンテナンス	自分、幹部教育
60	建築業	建築リフォーム工事	売上高をUPし、期間利益の確保
61	建築業	太陽光発電システム工事、設計、施工 リフォーム	下請から元請へ、その反応に消費者と直接受注できる営業力をつけていきます
62	建築業	電気工事業	教育に力を入れ、人材確保にも力を入れる
63	建築業	墓石、建築石材販売、加工、施	社員教育(スキル、人間性)
64	建築業	タイル住設販売及び施工	次世代を担う人材の確保が急務。入ってきてもらうように教育についても考えていく必要がある

65	建築業	プラント設備の製造及び据付配管工事	優秀な人材を登用する事によって事業の活性化と拡大をはかる
66	建築業	建築工事業	受注客数の増、技術者の高齢化により人材の採用育成が急務
67	建築業	店舗設計施工、住宅リフォーム	長年一社依存体質で、その体制が変わって受注激減、その為新規開拓に迫られている。そのため異業種交流会参加
68	建築業	設備の断熱、管工事	新規得意先の拡大
69	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。	職人不足が深刻であり、仕事はげない
70	建築業	産業機械重量物の運搬据付解体請負業	高まる需要に対応できるようにすること、新規開拓
71	建築業	ビルメンテナンス	責任者として社員の能力アップに努め、技術力を強力していく
72	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	地元での顧客開拓
73	建築業	建築一式、リフォーム全般、空調 メンテナンス、設備工事	資金力があれば営業戦略、人材確保、生産性アップ効率化が計れる、チャレンジ が難しい。
74	建築業	電気設備工事	技術の継承をするため、若手社員を採用し一人前になってもらう
75	建築業	内装、リフォーム業	固定取引先を増やし売上げを安定させたい
76	建築業	建設設計、管理	外注先の整理、自己研鑽、雇用
77	建築業	空調、給排気、集塵等のダクト制 作及び取り付け工事	技術者の高齢化に伴い、若年層を確保して育てること
78	建築業	総合建設業、管洗浄、外溝洗 浄、しゅんせつ	一般向けへの営業力強化
79	建築業	木材事業部、自然の素材販売と 健康住宅造り	福祉事業分野の拡大計画
80	建築業	建築工事全般	全従業員の人間性の向上
81	建築業	木造住宅の新築、リフォーム。 高齢者・障害者施設の新築リ フォーム等	社員の将来展望(会社と自分自身)の見通しをつけられるような社風を作っていくこと。
82	建築業	建設工事における施工の管理業 務(工程、品質、安全等)を行い、 円滑に現場を収め工事を完成さ せる。	安定した経営には、景気に左右されても出来るだけ影響が出ないように取引先の 確保が必要であり、また生産性の向上は、資材の上昇が予想される為に必要と考 えています。
83	製造業	鋼材の加工販売	新規分野を開拓して重要取引先を増やす
84	製造業	食品の製造販売(飲み水・お弁 当・食品全般・ミネラル製品・健 康食品・浄水器の取付・メンテナ	他社との差別化ができる技術と商品開発と販路拡大。
85	製造業	清涼飲料水及び、調味料 製造	新卒採用
86	製造業	野菜カット工場	取引先を分散させることでリスク削減
87	製造業	印刷・同関連業	海外展開
88	製造業	印刷物表面加工、印刷(パッケー ジ)	今は新事業をしていてスタートが遅れている何とかつくりあげたい
89	製造業	化学工場向けタンクの製作、配 管工事	技術をできるだけ継承していくことが大切
90	製造業	別注家具製造	品質を落とさず生産性をあげる
91	製造業	化学薬品製造	新規先は出来ているが、安定した売上は実現していない
92	製造業	高級婦人紳士インナーの企画製 造販売、洋菓子の企画製造販売	現有販路の減少に伴い、新販路の開拓が最重要課題の為、営業力の拡大をどの ようにはかるか検討中。
93	製造業		ここ数年、銀行との取引がないため、資金確保を安定させたい
94	製造業	袋物製造業	少人数の生産効率UP
95	製造業	自社ブランドの帽子、蝶ネクタイ の企画製造販売	百貨店で自社ブランドショップ出店に力を入れる
96	製造業	ステンレス製品、製缶、加工	受注した仕事を流利的にこなすのではなく、計画的な経営計画をたてる
97	製造業	ステンレス製パルプ、継手、製造 販売	管理職及び海外勤務者の仕事に対する取り組み
98	製造業	線香製	他社との差別化を進め、品質で勝負したい
99	製造業	食品の軟包装資材(フィルム)の 企画、製造、販売。	新入社員の雇用
100	製造業	ウレタン塗装、テフロン・ナイロン 等の技術塗装など	なし
101	製造業	電子部品用リードピン、プレス加 工など	営業力及び社員の能力アップ
102	製造業	電気厨房機器、業務用各種洗浄 機等、単品から量産まで精密板 金加工一式を請負	なし
103	製造業	粘着テープの製造販売	市場は縮小方向、原価下げで利益出すことが重要、魅力ある商品を継続的に作っ ていかないといけない
104	製造業	ウレタンゴムの製造	建築・土木分野への参入
105	製造業	金属製品製造	ベトナムでの立ち上げ
106	製造業	アルミ材に特化した板金加工業	会社内外を見直し、指針書、行動計画を作る

107	製造業	木型製作、ディスプレイ品製作	情報を取るのに苦労している
108	製造業	精密機械部品加工、産業機械設計・製作・組立	海外事業を進めるにあたり資金が必要なので、金融機関との連携を密にしています。
109	製造業	プラスチック板加工業、オリジナル製品開発など	来月移転予定で、それに伴い、人員、設備を2倍以上に増設する予定
110	製造業	鋼材の販売	営業戦略の練り直し
111	製造業	アクリル等樹脂加工	企画を事業として成立させることい重点を置いてます
112	製造業	金属焼付塗装	ファン作りをしていく為には全社員が経営者感覚にならないと今後の経営存続は難しくなる。これらが伝わったら力点に繋がる
113	製造業	金属製品製造業	新分野への設備投資と営業活動
114	製造業	精密金属検査装置	新規参入者が多いので、技術力の強化を進めて、装置性能の大幅アップをしていかなければ、装置単価の値下げ競争に巻き込まれ収益力の低下を阻止できない
115	製造業	食品製造機械	付加価値の高い商品への移行
116	製造業	金属プレス加工及び金型設計製	今までのやり方を少し変える。社員教育に力を入れる
117	製造業	サイン及びDIY関連製品製造販	企業としての総合力アップ
118	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	OEMが主力だが、自社商品開発に力を入れています
119	製造業	精密射出成形、粉末焼結積層造形	新事業立ち上げ
120	製造業	薄物钣金加工(プレス、タレパン、レーザー、曲げ、溶接)、パイプ加工、組立、ゴミ集積箱製造販	展示会や商談会等への積極的な参加
121	製造業	特殊鋼を定尺で在庫し切断及び2次加工を施し販売	営業力の弱さで取れる受注が取りきれない状態。
122	製造業	金属、樹脂、ガラス等の製品へのサンドブラスト処理	新規取引先の獲得(今年度は10社)
123	製造業	パーツフィーダー(部品連続送機)を主体とした振動機とマグネットの応用省力装置の設計製作メーカーとして44年。	3月は受注増。4月以降が心配です
124	製造業	各種鋼材(丸、角、パイプ)鉄(S S、SC、AL、SUS、TITAN、銅、真鍮)の切断をメインとした会社です	仕事は少し増えても単価は逆に減らされ数字は余り変わりません
125	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)	設備の更新
126	製造業	金属部品研磨業	同じ業界でなく別業界に参入することで売上の平準化を目指す
127	製造業	店舗用ディスプレイ、陳列代器等の制作	現状の仕事(分野)以外に柱を構築しないと環境の変化に対応できない。
128	製造業	金属熱処理加工	新規事業として航空機分野に挑戦します
129	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	人件費削減
130	製造業	金属プレス加工、スチール寝具部品製造	社内を任せられるような社員を教育していきたい
131	製造業	溶接、NC加工	自社ブランド製品を作る
132	製造業	特殊車輛部品製造、産業用プラント製缶製造	既存の仕事だけでは不安要素が多い。
133	製造業	十字穴付タッピンネジ	生産効率アップとコストダウン
134	製造業	ボルト及び精密部品の冷間鍛造	求人、雇用、人材
135	製造業	金型の設計、製造、販売 冷間鍛造部品用金型の設計、製造、販売・ソフト開発	従業員の力を十分に発揮させる環境を作っていく予定
136	製造業	制御盤の製造。配線工事。 弱電・自動車金属プレス加工 建築金物製造販売	技術力向上が第一
137	製造業	幟旗・幕等のプリント	幟・旗・幕等の取引時に一緒にすすめられる商材を探しています。
138	製造業	オフセット印刷、製本	消費税UP前後の対応と対策をきっちり行う。
139	製造業	和菓子製造卸小売り	非効率的と思われる仕事が弊社の強みであるが、いかに効率的にし、販路開拓に役立てれるか。
140	製造業	お菓子製造	収益マンションの建設計画
141	製造業	温浴設備製造	アジア中心に海外販路をつくる
142	製造業	各種粉体食品製造販売	事業継承とM&Aによる新販路拡大
143	製造業	各種洗剤 自動車用ワックス製造販売	ものが売れなければ倒産する
144	製造業	プレス機械での冷間鍛造加工	小ロット、短納期の強化、そのための新人材の育成
145	製造業	各種金属機械、板金加工及びプレス加工	現生産部品の減少で、埋め合わせ生産部品を増産目的で市場の新規開発を行う
146	製造業		生産性のアップの方法を色々考え中
147	製造業	金属表面処理業(フッ素樹脂焼付コーティング)	フッ素コーティングによる生産性アップのPRと有償でのテスト施工の推進。消耗品の価格の見直し。低金利融資の利用

148	製造業	服飾資材、ファッショングッズ、雑貨、製造販売	特に新規販路分野の更なる開拓
149	製造業	電気設備用特殊制作金物	お客様の要求に応じられる様に社員教育を現在実行中(トーマツ研修しています)
150	製造業	建築金物製造販売	東京での新規開拓に力を入れる。20代の社員がいないので10年後が不安。
151	製造業	自動車シート用ウレタン発砲、金	人物金が集まる会社
152	製造業	豆腐油揚げなどの大豆加工食品製造	売り上げ増加に伴いすべてのライン、保管スペース、事務、福利厚生スペースが不足しているので早急に解消する必要がある。
153	製造業	建設機械部品等金属加工	当たり前前の方が当たり前前になるようにするためお客様に選択される企業になるために、収益力の向上
154	製造業	軍手工場、軍手輸入	軍手のみでは受注量を見込めないで、新規販路開拓の手段として、ファッション手袋を製造し、新規顧客を見込む
155	製造業	衛生用品加工・販売業	自社の社員教育制度を作り、レベルアップにより営業力を拡大する。
156	製造業	金属製品製造、溶接、組立	現在の受注が本物かどうかの見極めが重要
157	製造業	チェーンコンベヤの設計製造	・生産性向上につながる設備投資及び社員教育 ・新規顧客の開拓
158	製造業	食品等を包むフィルム袋の製造加工業	現在、賃貸物件で営業していますが、工場が狭すぎて手狭のため、他の物件に移動して生産ラインを拡大する方向に方針を向けています。
159	製造業	工業用裁断機器製造	他社では出来ない裁断関連機器の開発
160	製造業	繊維製品製造卸	既存ルートでの市場拡大は見込めず、異業種でのニーズを把握し、その市場に合った製品の提供を目指す。
161	製造業	製造ライン設計	人を育てて行かないと現状を維持出来ない様になってきている
162	製造業	一般工業用計測機器製造販売	と同時に経費節約も並行していかないと・・・
163	製造業	電子部品(プリント配線板)製造	人材教育の確立
164	製造業	光学硝子製造及び光学部品製造販売	プリント配線板以外の薄板切削加工
165	製造業	機械及び部品 製作修理	今の業界と顧客を大切にしながら、共に変化をしてゆく事が一番大切である。
166	製造業	鋼材の加工販売	従業員の確保
167	製造業	印刷とウェブの連携を図る商品販売開始	新事業部門の確立
168	製造業	省力化機械・治工具 設計製作	印刷とウェブの連携を図る商品販売開始
169	製造業	工業用ガスバーナーの製造	弱電業界から他業界へのシフトを最大の目的とする。
170	製造業	水中、陸上サンドポンプ 高珪素	特に主要取引先確保に重点を置いています
171	製造業	打ち抜き加工業	社内体制の再構築。利益が出る体質へ
172	製造業	電動攪拌機メーカー	三位一体の経営の実践
173	製造業	焼き菓子製造卸	海外拠点の拡大
174	製造業	オーダーメイド金物製作	新商品の開発とその製造のための設備投資。
175	製造業	樹脂押出成形金型の製造販売	新卒採用の実施
176	製造業	衣服製造業	自社ブランドの開発と販売方法
177	製造業	フレキシブルシャフトシャフト製造	提案型営業力と製品精度
178	製造業	金属熱処理、表面処理加工	オリジナルブランドの小売店への販促を強化すること。
179	製造業	プラスチック切削加工業	他国にまねされない形状製品を開発し、意匠登録をとる。
180	製造業	製缶・板金業	設備投資をして開始する新規事業の受注活動、エネルギー高騰によるコストアップ分の価格転嫁
181	専門サービス業(土業の方)	税理士業	得意先とのパートナー関係を強める。
182	専門サービス業(土業の方)	税理士業	現在の業界以外の新規開拓
183	専門サービス業(土業の方)	会計監査、財務アドバイザー	新製品の開発販売
184	専門サービス業(土業の方)	弁護士業務	新入社員そしてよい人材を確保する。人件費に見合うよう顧客数を増やす。
185	専門サービス業(土業の方)	弁護士業	重要取引先(同業)の取引の拡大
186	専門サービス業(土業の方)	会社の財務改善を中心とした経営支援	幹部候補の採用
187	専門サービス業(土業の方)		整理収納
188	専門サービス業(土業の方)	弁護士業	安定顧客の確保
189	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士業・人事及び総務分野におけるサービス業。	企業にとって開発と効率化、優秀な人材採用は永遠のテーマです。
190	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士業、行政書士業	東京進出
191	専門サービス業(土業の方)	社労士業、行政書士業	M&A/IPO分野への注力

192	専門サービス業(土業の方)	建築コンサルタント	BIM・CIMの導入
193	専門サービス業(土業の方)	弁護士業	顧問先、中小企業の仕事はやや増加傾向にあるが、一般市民の相談が法テラスなどの影響により激減している状況である。したがって顧問先の増加を積極的に図る必要がある
194	専門サービス業(土業の方)	行政書士業	今後の本業の方向性を0から再構築したい
195	専門サービス業(土業の方)	税理士	既存サービスの需要の減少、低価格下に対応、高付加価値サービスの開発、先行投資という位置づけでの人材の採用、教育が必要と考える。
196	専門サービス業(土業の方)	社労士系	なし
197	専門サービス業(土業の方)	黒字支援	社会貢献、人の成長
198	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士事務所 助成金申請代行 労務関連システム提	収益の柱をもうひとつ増やす
199	専門サービス業(土業の方)	大学キャリア教育、経営コンサルタント	3年計画で新規事業を確立化していきたい。雇用の創出
200	専門サービス業(土業の方)	税理士	新たなつながりをつくる。
201	専門サービス業(土業の方)	特許業務	企業と共に開発をすすめる
202	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士業として、介護事業所をメインサポートしていま	より介護事業所に対してわかりやすい営業を行うこと
203	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士の業務	エントリーサービスにあたるわかりやすい安価なサービスを検討中
204	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士業	新規顧客開拓。
205	専門サービス業(土業の方)	会計事務所	一人当たりの付加価値の増大・コンサル部門の拡充・研修及びOJTでの社員教育
206	専門サービス業(土業の方)	都市計画・まちづくりに関する計画、建築・土木・造園に関する計画・設計など	後継者を含めた幹部社員のスキルアップ、新入社員の技術力向上、東京事務所の開設、自社フィールド獲得のための基盤づくり。
207	専門サービス業(土業の方)	税理士業	得意先の拡大
208	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	2～3年で一般就職できる障害者の採用。
209	通信情報業	データベースソフト開発	開発スタッフが1名のため、複数の案件を処理できないため、売上増になりにくい。
210	通信情報業	オリジナルソフトウェア開発・OA機器販売・事務用スチール家具	新規事業の取り組み
211	通信情報業	コンビニ、スーパー、サービスエリア等お店の管理システム作成	新卒採用に力を入れていく
212	通信情報業	OA機器販売及び、メンテナンス・人材サービス業	他社競合における差別化と優良な社員の獲得。
213	通信情報業	パソコンのトラブル回避、PC接続設定、インターネット接続設定、ネットワーク接続設定、サーバー構築設定、システム開発、WEB開発、TDP等デザイン開発、業務ソフト導入支援及び導	顧客満足度を向上させるため営業戦略や技術力強化に努めていかなければならないが、中小企業であるゆえに優秀な人材の確保が難しく、情報系大学との連携を強固にしつつ人材確保と技術革新につとめていきたい。また、同業者や外注業者との連携でサービス内容の幅を広げ顧客ニーズに合わせて総合的なサポート支援ができる体制をより一層強めていきたいと考えている。
214	通信情報業	ITコンサルティング、システム開	得意先・仕事量を増やせる体制作り
215	通信情報業	WEB制作業、WEBの運用メンテナンス	新しい売り先をどんどん開拓していかなければならない
216	流通業	牛肉卸売及び小売(インターネット・店舗販売)。大正元年より味と安全にこだわった近江牛を一頭買いで仕入れ販売しています。	新規店舗を増やす。
217	流通業	自動車用フロアマット製造販売	商品力強化、人の対応力強化。
218	流通業	学習塾・学校への巨財・教具の販売・卸	事務用品・機器メーカーとの連携を図っています。
219	流通業	ギフト全国通販	新しい通販の構築
220	流通業	自動車部品、用品卸売	重要取引先とのより密接な連携を強化するとともに、縮小や分散された小規模事業者の新規開拓。他、同業他社で取扱いのないもの、有利なもの(サービスも含む)を開発
221	流通業	古紙の収集選別・加工・販売	若い人を採用し社内を活性化する。みんなが成長する仕組み作り
222	流通業	幼稚園、学校、一般ビジネスユニフォーム等、制服全般	少子化、製造業の海外移転でユニフォーム等の需要が少なくなったため。新規顧客の開拓が不可欠

223	流通業	骨董品輸入販売業	売上が減少にも継続可能なそろばん勘定
224	流通業	自動車部品販売業	人材格差が企業格差ですので、社員さんに研修にいらっている
225	流通業		販売シェア拡大のための方策
226	流通業	金物卸	なし
227	流通業	ステンレス鋼材卸	原点に戻る
228	流通業	工作機械 機械工具 FA機器 空調機器 販売	徹底した顧客満足の追及
229	流通業	鋼材の加工および販売	海外ニーズ掘り起こし
230	流通業	ステンレス鋼板在庫販売	営業力拡大し、新規分野開拓等、現在の経営状態を更に安定させ人材採用し後継者を育て、新規事業へ取り組む資源を稼ぐ。
231	流通業	機会工具、建築金物・工場用品	販路はとにかく拡大しないとイケない
232	流通業	倉庫業です。荷主の出荷代行で	自社の強みを生かし他社との差別化をいっそうはかる。
233	流通業	青果卸売業	輸出に目を向けているので特に社員の能力アップと新しい人材を探している
234	流通業	リハビリ用品製作材料卸し、一般 高機能インソール卸し	全国規模の取引先を3件確保
235	流通業	事務機器及び建築材料の商社	競争の少ない場所(ステージ)を見つけ、利益率の確保
236	流通業	業務用浴場スィミングプール施設 機器・スチーム給湯機全国販売 製造販売	弊社は世代交代の時期に入るので、近くベテランが少しずつ退職し、若い社長で、若い人材で経営して都野で技術力継承を行うと共に、勉強会に力を注いでいる
237	流通業	法人のノベルティとプレミアム、 地域の冠婚葬祭、ギフト販売	営業力の拡大
238	流通業	被服販売業	店舗の効率化を高めて、自由度を高めたい
239	流通業	機械工具の販売	経営環境に左右されない営業力をつけていく
240	流通業	ワイヤーロープ付属金具の輸出	品質向上及び安全性の確保のため仕入先への協力依頼
241	流通業	機械工具卸売業 生産財総合 商社	社員共育 来期新卒雇用
242	流通業	オフィス用品・事務機器・事務用 家具全般 印刷・印章全般 販売管理システムなどの卸・小 売業	お得意先になりうる中小企業は年々減少しつつ、また規模の大きな企業については本社一括購入などにより購買窓口は東京などに集約されつつある。一方、同業他社も減少し続けており地域経済は、今も徐々に縮小している。しかしながら、厳しい情勢の中を生き残った企業には確かな需要があるのでこれを開拓するための営業力強化、新規開拓を続けたい
243	流通業	機械・工具・厨房機器等の輸出 通信・放送用工事部材、情報通 信機器の販売	取引先が吸収合併されるため、合併後も取引を継続できるよう提案。
244	流通業	中古車、農業機械輸出	農業機械メーカーと新規取引(仕入れ)を始める。
245	流通業	塗料製造販売	人材採用養成、新分野への進出
246	流通業	衛生用品企画製造卸	輸入商材の依存率が高いために購買価格が上昇しているが、販売価格に転嫁することが困難な状態が続いている。新販路・新商品に注力することが重要であるが、スムーズに前進できるようにするための社員力量アップが求められる。故に共育が重要となっている。
247	流通業	締結部品販売業	若手雇用できる準備 社員教育による営業力強化。
248	流通業	一般用医薬品の卸売販売	異業種への販路拡大、そこで扱う新製品の投入
249	その他	自費出版	新しい著者と出会うため、新しい会にどんどん参加しています。
250	その他	美術展企画、出版	他の医療機関との連携強化、医療水準の向上努力
251	その他	障がい者に対する就労支援	一定の制度の中での業務ですので、業務の質が問われますが、業務の質は人材が育つか育たないかで決まります。よい人材の採用と育成が一番大事です。
252	その他	精密部品製造	基本を大切にし、自社の強みを発揮する
253	その他	障害者職業能力開発施設	計画見直し
254	その他	輸入卸商	他社との差別化
255	その他	薄板ステンレス鋼板の研磨及び 保護テープ貼り	新規販路開拓に伴う人員配置の効率化と不足分人材の採用
256		アパレル小売販売業	売上げを上げようとする利益がなく、見切り販売をしても利益は伴いません。高付加価値商品とは顧客にとって何か？考え去らせられる昨今です。ターゲットを絞り込む事を指向しております
257		民事事件一般、家事、遺言、相	無料相談の実施展開、出張相談等の検討
258		包装資材	危機感の共有とモチベーションアップ
259		下着輸入、製造、販売	既存取引先だけでは後継者不足等の問題でジリ貧になる 5年前から販売チャネルの多様化に対応している
260		不動産の賃貸及び管理	空きテナントへの誘致
261		旅行業法による第三種旅行業	旧来のビジネスモデルではもはや先はない 新たな方向へのシフトを考える
262		工場設備の設計・施工およびメ ンテナンス	1.新商品の開発または新規サービスの開発 2.人材の確保と育成 3.エンジニアとしての技術力アップ

特別項目(1)今期の採用について

特別項目(1)における回答企業:352社(サービス業86社、運輸業7社、建築業26社、製造業148社、専門サービス業
通信情報業9社、流通業41社、その他11社、空白9社)

業種	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	統計
サービス業	49	21	8	2	0	58	55	193
運輸業	8	0	0	4	0	10	0	22
建築業	8	5	0	0	0	28	4	45
製造業	37	50	3	0	0	115	74	279
専門サービス業(土業の方)	8	0	0	0	0	11	4	23
通信情報業	14	0	0	0	0	20	0	34
流通業	46	2	1	1	0	41	36	127
その他	3	0	2	0	0	6	6	17
(空白)	6	0	0	1	0	6	5	18
総計	179	78	14	8	0	295	184	758

- ①大学新卒
- ②高校新卒
- ③専門新卒
- ④短大新卒
- ⑤中学卒

- ⑥中途採用
- ⑦パートタイム・派遣社員・契約社員

特別項目(2)2013年度(2013年4月～2014年3月)における決算状況

(1)1業種	黒字	割合	赤字	割合	総計
サービス業	77	68.8%	35	31.3%	112
運輸業	7	63.6%	4	36.4%	11
建築業	32	84.2%	6	15.8%	38
製造業	127	76.5%	39	23.5%	166
専門サービス業(土業の方)	37	71.2%	15	28.8%	52
通信情報業	10	90.9%	1	9.1%	11
流通業	48	85.7%	8	14.3%	56
その他	11	84.6%	2	15.4%	13
(空白)	13	81.3%	3	18.8%	16
総計	362	76.2%	113	23.8%	475

特別項目(3)事業承継について

(1)1業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合	総計
サービス業	24	22.0%	24	22.0%	2	1.8%	10	9.2%	49	45.0%	109
運輸業	3	30.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	7	70.0%	10
建築業	7	19.4%	12	33.3%	0	0.0%	3	8.3%	14	38.9%	36
製造業	60	35.7%	10	6.0%	1	0.6%	12	7.1%	85	50.6%	168
専門サービス業(土業の方)	2	4.0%	5	10.0%	1	2.0%	15	30.0%	27	54.0%	50
通信情報業	1	10.0%	3	30.0%	0	0.0%	1	10.0%	5	50.0%	10
流通業	19	34.5%	4	7.3%	0	0.0%	4	7.3%	28	50.9%	55
その他	2	15.4%	3	23.1%	0	0.0%	1	7.7%	7	53.8%	13
(空白)	2	12.5%	2	12.5%	0	0.0%	1	6.3%	11	68.8%	16
総計	120	25.7%	63	13.5%	4	0.9%	47	10.1%	233	49.9%	467

①親族に承継予定 ②社員に承継予定 ③M&Aの予定 ④後継者はなし ⑤未定

特別項目(5)賃上げについて

(1)1業種	①	割合	②	割合	③	割合	総計
サービス業	50	45.0%	34	30.6%	27	24.3%	111
運輸業	5	45.5%	2	18.2%	4	36.4%	11
建築業	16	43.2%	10	27.0%	11	29.7%	37
製造業	80	46.5%	43	25.0%	49	28.5%	172
専門サービス業(土業の方)	22	46.8%	12	25.5%	13	27.7%	47
通信情報業	5	50.0%	1	10.0%	4	40.0%	10
流通業	27	47.4%	15	26.3%	15	26.3%	57
その他	5	35.7%	3	21.4%	6	42.9%	14
(空白)	4	25.0%	3	18.8%	9	56.3%	16
総計	214	45.1%	123	25.9%	138	29.1%	475

①実施する ②据え置く ③未定

特別項目(3)事業承継についての課題など(記述)

(1)1業種	(1)2業務内容	承継について記述
1 サービス業	鍼灸接骨院支援事業	特になし
2 サービス業	デザイン制作(WEB、DTP)	具体的には考えていないが、後々は考えていかないと考えている。
3 サービス業	制作業(営業プレゼンツ制作、営業コンサルティング)、(販促動画制作)	「自分の分身を作る」という意味では、全く仕組化(パッケージ化)できていない。
4 サービス業	陳列ショーケース、陳列器具レンタル	息子、39歳に後をつがえるつもりで、現在、一緒に働いているが、社員が高齢のため、社員の方が経験が豊富。息子の能力不足に社員がついてきてくれるか心配。
5 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。	今は特になし。いまが一番大事。
6 サービス業	商業デザイン・及び印刷受注	事業承継は理念承継であるべきと思っています。しかしそのレベルに達する社員がまだそだっていない。
7 サービス業	販売促進の企画デザイン編集	長男に打診済みで回答をもらってなく、中途半端である
8 サービス業	サロン・飲食店向けマーケティングの開発と販売マーケティング・コンサルティング	社内の仕組みが進んでいないので、現状は困難である
9 サービス業	マスメディアを主とした広告代理業	親族でない者への承継は非常に難しい
10 サービス業	コピー製造販売業	社員への継承実現と財務強化が最大の課題になります。
11 サービス業	健康食品、化粧品等の卸売業	その前に会社の常態を安定させないと。
12 サービス業	建築の設計 宅地造成設計 開発申請及び許認可申請	技術者能力不足
13 サービス業	寝具のリース・レンタル、丸洗い	あと5年以内に完全事業継承したい
14 サービス業	就労移行支援、就労継続支援B型(荷主の荷物を保管、配送する(倉庫業))	新施設建築に際し借入を行った為、返済のめどを立てるまで承継が困難になった。
15 サービス業	訪問介護業	社長交代による客先の増減
16 サービス業	輸出入の通関申告および関連する業務全般	従業員が継承を望む環境を整備中。
17 サービス業	結婚式場業、飲食店	自立的な社員の育成にかかっている。
18 サービス業	人材派遣業	それよりも先に事業継承
19 サービス業	ルーターおよびHUB等ネットワーク機器の販売・設定・設置	社風の維持が難しい気がするが時代の変化と共にそれも変わっていくのが常なのかどうか。
20 サービス業	インテリアデザイン施工管理、ビル・マンション管理、工場・施設の設備のプランニング・施工・メンテナンス	特になし
21 サービス業	トラックの車輛・部品・整備・リサイクルを取り扱う「トラックのワンストップサービス」を合言葉にしている会社です。	新卒採用による承継を考えています。
22 サービス業	筋肉矯正健康法 文化教室	教育と事業継承のタイミング。
23 サービス業	鋼材の加工販売	完全に任せるタイミングをいつにするか
24 製造業	労働保険事業組合、外国人研修生受入事業、セミナー事業	後継者の教育育成
25 その他	労働保険事業組合、外国人研修生受入事業、セミナー事業	実務的な事業継承が不安。
26 その他	自費出版	創業8年目なので、まだ考えていません。
27 その他	障がい者に対する就労支援	現在の事業については社会的な必要性がうすくなって来ると考えられます。現制度の中でいかに私達の事業が社会に必要とされる仕事をしていくかが問われる時代となってゆくと感じています。
28 その他	障害者職業能力開発施設	人材育成
29 その他	薄板ステンレス鋼板の研磨及び保護テープ貼り	現在若手社員の定着が進まず育成に時間がかかりそう。経営者が引き継ぎ5年と浅いため、これからかかる課題と認識。
30 運輸業	運送業、倉庫業	今はまだ考えていない。
31 運輸業	運送・倉庫業	今の状況では親族に継がせるのがベストだと思いますが、継げるかどうか。世の中の流れが読めない？
32 運輸業	地場中心に重量物から雑貨物まで中型車中心に配送	その前に会社の安定化

33	建築業	一般建設防水工事業 特殊合成樹脂耐酸耐蝕工事 FRPライニング工事他	娘に継承させることについて、社員の理解を得たい。時間をかけます。
34	建築業	立体駐車場、水処理設備据付、メンテナンス	まだ、そのような人材もいないし、幹部も育てられていない。
35	建築業	太陽光発電システム工事、設計、施工 リフォーム	社員が近い将来、経営者マインドを持ってくれるかが最も大きな課題だと思います。
36	建築業	電気工事業	なし
37	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	共有(社員・後継者)
38	建築業	タイル住設ま販売及び施工	役員が営業もしているのので、社員になってからその顧客を誰がやっていくか悩む
39	建築業	プラント設備の製造及び据付配管工事	海外事業は息子が責任者だが国内事業をどのようにするか 私は後継者です。まだまだ建築工事に対して経験が浅く技術的にレベルアップが必要です
40	建築業	建築工事業	人材採用
41	建築業	産業機械重量物の運搬据付解体請負業	承継より今は継続する悩みが多い。
42	建築業	建築一式、リフォーム全般、空調メンテナンス、設備工事	先代社長が急に亡くなり、円滑な事業継承ができず大変だった。自分が仕事ができなくなったら閉鎖するつもり、時期の見定めが難しい。
43	建築業	電気設備工事	経営を十分にまかせる人材に少し不安があります
44	建築業	建設設計、管理	事業承継者が決まっていない。
45	建築業	空調、給排気、集塵等のダクト制作及び取り付け工事	次世代幹部の養成ができていない。
46	建築業	型枠工事	時間的ゆとりがない。
47	建築業	木造住宅の新築、リフォーム。高齢者・障害者施設の新築リフォーム等	他人に渡そうと思っている
48	製造業	食品の製造販売(飲み水・お弁当・食品全般・ミネラル製品・健康食品・浄水器の取付・メンテナンス)	ゆっくり時間をかけて考える
49	製造業	印刷物表面加工、印刷(パッケージ)	現在社長交代の話が出ているが、スムーズには進んでいない
50	製造業	別注家具製造	会社経営方針に対しての将来方向が決められていない。
51	製造業	化学薬品製造	自社製品で安定販売を目指したい
52	製造業	高級婦人紳士インナーの企画製造販売、洋菓子の企画製造販売	事業は承継したが、まだ株の1/3を父が保有している。どのように引き継ぎするのか
53	製造業	ステンレス製パルプ、継手、製造販売	他社で働いている、親族でどのようにして入社してもらうか 相続税の負担が極めて大きく、事業継承や企業の存続を危うくすると思う。しかし、この対策はたいへん難しい。
54	製造業	プラスチック加工、オリジナル商品	借金の問題、後継者が納得しないと継続できない
55	製造業	線香製	まだ考えていない
56	製造業	ウレタン塗装、テフロン・ナイロン等の技術塗装など	社員に承継完了
57	製造業	ウレタンゴムの製造	変わったところ
58	製造業	金属製品製造	成長するにつれて親族意外の承継は難しいと考えています。
59	製造業	プラスチック板加工業、オリジナル製品開発など	自社株などを次の世代にどのように移すか
60	製造業	アクリル等樹脂加工	後継者は長男ですが、良くも悪くも本人次第であり、どんどん自分自身を磨いて欲しい
61	製造業	金属焼付塗装	後継者候補が働きに来てくれる会社になりたい
62	製造業	精密金属検査装置	事業分野が縮小気味なので業態転換しないと持続困難(輸出が実現すれば展望が開ける)
63	製造業	金属加工	後継者の育成
64	製造業	精密光学機器の製造・販売。理化学用レーザ	完全黒字になってから承継したい
65	製造業	薄物钣金加工(プレス、タレパン、レーザー、曲げ、溶接)、パイプ加工、組立、ゴミ集積箱製造販売	
66	製造業	特殊鋼を定尺で在庫し切断及び2次加工を施し販売	
67	製造業		

68	製造業	金属、樹脂、ガラス等の製品への サンドブラスト処理	取引先が国内に残るかどうか心配
69	製造業	各種鋼材(丸、角、パイプ)鉄(SS、 SC、AL、SUS、TITAN、銅、真 鍮)の切断をメインとした会社です	息子がいるが、後を継ぐ気が見られません
70	製造業	金属熱処理加工	特になし
71	製造業	レーザー切断、一般、機械、製缶、 切粉圧縮処理装置制作、販売	現在、社内教育中ですが、具体的な指名はこれからです。
72	製造業	幟旗・幕等のプリント	現状維持が精一杯
73	製造業	和菓子製造卸小売り	組織を固めないと承継につながらない
74	製造業	プレス機械での冷間鍛造加工	製造要因はいても経営スタンスの人材が居ない
75	製造業	電気設備用特殊制作金物	続投の一所懸命です
76	製造業	豆腐油揚げなどの大豆加工食品製 造	息子の決断次第で動けない。
77	製造業	軍手工場、軍手輸入	個人事業主→株式会社への変更、後継者も含め全従業員の意識 改革
78	製造業	金属製品製造、溶接、組立	継承出来るような企業づくりを行うことが先決
79	製造業	チェーンコンベヤの設計製造	株式の譲渡
80	製造業	各種金属プレス加工 板金溶接加 工 治工具、金型製作	事業継承は一通り無事終了したが、株の譲渡や技術継承の課題が 残っています。
81	製造業	食品等を包むフィルム袋の製造加 工業	株の譲渡時の節税対策についてが不安です。
82	製造業	工業用裁断機器製造	適材な人がいない
83	製造業	繊維製品製造卸	現在の経営状況(健全ではない)では承継に動きにくい。
84	製造業	鋼板の溶断加工	親族以外でも後継者になれるような会社を作りたい。
85	製造業	電子部品(プリント配線板)製造	年齢的にも具体的には考えていない
86	製造業	機械及び部品 製作修理	現在の悪い状況では事業継承の予定無し
87	製造業		既に社長はバトンタッチ 社長の教育中
88	製造業	スプリング設計、製造	複数の3代目候補の誰に継承させるか、株式譲渡についても課題
89	製造業	水中、陸上サンドポンプ 高珪素鑄 鉄(アリロン)製ケミカルポンプ等製 造販売	事業継承について悩まなければいけない事をわかっていながらそこ まで手を付ける余裕もなく、対象者候補を育てる過程にもまだない事 が悩み。
90	製造業	打ち抜き加工業	まだ先なので、具体的に考えていない
91	製造業	電動攪拌機メーカー	特に無し
92	製造業	フレキシブルシャフトシャフト製造	新人営業の確保
93	製造業	金属熱処理、表面処理加工	社員への継承も考えているが、借入金などを考えるとまだ話し合 えてはいない。
94	製造業	プラスチック切削加工業	只今共育中
95	製造業	製缶・板金業	まだ、考えていない
96	専門サービス業(士 業の方)	税理士業	子供がいないので、有資格者の後継者を育成したい。
97	専門サービス業(士 業の方)	会計監査、財務アドバイザー	特になし
98	専門サービス業(士 業の方)	会社の財務改善を中心とした経営 支援	承継(社内人材)もしくはM&A
99	専門サービス業(士 業の方)	社会保険労務士業・人事及び総務 分野におけるサービス業。	事務所雰囲気維持が難しい。
100	専門サービス業(士 業の方)	弁護士業	法人化を図る必要がある
101	専門サービス業(士 業の方)	税理士	事業規模をどこまでにするか
102	専門サービス業(士 業の方)	社労士系	なし
103	専門サービス業(士 業の方)	都市計画・まちづくりに関する計 画、建築・土木・造園に関する計 画・設計など	後継者候補の技術者視点から経営者視点への転換がうまくいって いない。 後継者候補が後継したいと思える企業づくりにまだまだ至っていな いと考えている。
104	通信情報業	パソコンのトラブル回避、PC接続 設定、インターネット接続設定、ネッ トワーク接続設定、サーバー構築 設定、システム開発、WEB開発、T DP等デザイン開発、業務ソフト導 入支援及び導入設定	事業規模から判断して社員の中から継承者が出るのが望ましいが、 なかなかこの業界で引き継いでやろうと考える社員は少なく、先の読 みづらい業種である。事業継承の際には、顧客の固定化や売り上げ の安定性がはかれた時点で採算性が取れ、売り上げピークの時点 で継承したいと考える。それなら受け継いだ人の才覚次第で継承し やすいのではないかと思っている。
105	通信情報業	ITコンサルティング、システム開発	まだまだ先の話なので・・・。

106	通信情報業	WEB制作業、WEBの運用メンテナンス	まだ考えていない
107	流通業	古紙の収集選別・加工・販売	息子がまだ小さいので中継ぎがいる
108	流通業	幼稚園、学校、一般ビジネスユニフォーム等、制服全般	社員にとは思っているが予定者の人望が無いように思う。「経営者」としての自覚は無い(本人に言ってないからかもしれないが)
109	流通業	骨董品輸入販売業	現社長を含め、次期役員が社会の変化に対応適応し続け得るかどうか。
110	流通業	自動車部品販売業	承継時期について。社員さんの信頼を得るようにすること
111	流通業	金物卸	なし
112	流通業	工作機械 機械工具 FA機器 空調機器 販売	特になし。常にコミュニケーションを良くし、意思の疎通を図っておく
113	流通業	倉庫業です。荷主の出荷代行です	娘2人の為悩みます。
114	流通業	工業用ファスナー	必ず承継者を見つける
115	流通業	リハビリ用品製作材料卸し、一般高機能インソール卸し	課題多し。意思も確認できず。まだ17歳、私57歳。
116	流通業	業務用浴場スイミングプール施設 機器・スチーム給湯機全国販売 製造販売	2013年9月息子が社長になった。自身会長職へ
117	流通業	機械工具卸売り業 生産財総合商社	今の所、なし
118	流通業	オフィス用品・事務機器・事務用家具全般 印刷・印章全般 販売管理システムなどの卸・小売業	後継者の育成を行うことも課題ではあるが、まずは事業が存続できる道筋を 確かなものにしなければならないと思う 「鶏が先か卵が先か」的議論もあろうが、市場の縮小という現実の前では 後継者を育成すると同時に、確かな自社の活路も開かねばならない 人材の育成は重要かつ時間のかかる問題で、早めに手を打たなければと 考える一方で、いまだ展望を模索し続けている事業を誰かに託すために 行動を起こすというのは現段階では躊躇いがある
119	流通業	機械・工具・厨房機器等の輸出	承継して間もないため特にありません。
120	流通業	通信・放送用工事部材、情報通信機器の販売	後継者が見当たらない。息子もいない。
121	流通業	中古車、農業機械輸出	まだ10年以上リタイアする年齢ではないが、自分の身に何かあったときのことまでは、まだ準備しきれていない。
122	流通業	衛生用品企画製造卸	特に無し
122	流通業	締結部品販売業	特に無し
123		アパレル小売販売業	継承してもらった価値のある会社であるのか、地域社会や業界にとって本当に必要たりえる会社であるのか？また実際の継承者の苦勞を考えてしまいます。決断できずです
124		テキスタイルコンバーター	今のところ事業承継について突き詰めて考えていない。廃業するに際してはお客様に迷惑かけないで承継できる見通し。ぼっくり死の可能性は当然あるが 生産工場をオープンにしているので供給が途絶えることはない判断。
125		包装資材	継承したいという者はいるがリーダーシップが取れないので悩んでいる
126		下着輸入、製造、販売	負債を減らしたい
127		旅行業法による第三種旅行業	許認可を伴う個人事業で継承は難しい
128		工場設備の設計・施工およびメンテナンス	私はサラリーマン経営者です。 後継者の推薦をすることになりますが、最終判断は親会社の意向によるものです。