

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4月～6月期）

期間：2014年6月2日～2014年6月18日

対象者：2701名

回答数：529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 5 : D I 推移（売上・利益・景況感・資金繰り・設備投資）

P 1 7 : 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 9 : 売上増加の要因（選択・記述）

P 2 4 : 売上減少の要因（選択・記述）

P 2 7 : 設備投資・経営上の課題（選択）

P 2 8 : 今後の力点（選択・記述）

特別項目

P 3 7 : 2014年夏季賞与について

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教授 関 智宏
大阪市立大学大学院創造都市研究科准教授 立見淳哉
摂南大学経済学部准教授 田中幹大
和歌山大学経済学部准教授 藤田和史
大阪経済法科大学経済学部准教授 高橋慎二
阪南大学経済学部准教授 松村幸四郎

《ポイント》

1. 全体について、売上・利益 DI 値は、今期大きく悪化した。一方、景況感 DI 値も今期は大きく悪化した。次期については改善の見通しを示している。
2. 業績や景況感等が悪化した最大の要因は、消費増税の駆け込み需要の反動減である。また、「仕入単価の上昇・高止まり」をはじめとするアベノミクスのマイナス効果についても、引き続き多方面に影響を及ぼしている。
3. 業績や景況感等において、業種間、業界内の差（ばらつき）が大きくなってきている。

今期（2014年2期：4月～6月期）の景況調査は、2014年6月2日～6月18日に実施され、対象2,701社、回答529社、回収率19.6%であった。回答先の業種・割合は、サービス業122社・23.1%、運輸業10社・1.9%、建築業37社・7.0%、製造業191社・36.1%、専門サービス業（士業の方）59社・11.2%、通信情報業11社・2.1%、流通業57社・10.8%、その他21社・4.0%、空白21社・4.0%である。この中でとくに運輸業、通信情報業にかんしては回答者数が少ないため、分析結果の考察に際しては留意する必要がある。

以下では、今期の景況調査結果について、前期までの調査結果との比較を取り入れながら、特徴等をコメントする。

1. 売上・利益動向について

(1) 全体の動向

全体の売上、利益 DI 値の推移を、ここ3期（2013年4期～2014年2期）に絞って見てみると、前期比で見た場合、前期の売上、利益 DI 値は、前々期に比べて悪化した。一方、前年同期比で見た場合、前期の売上、利益 DI 値は前々期に比べて改善したが、今期は前期に比べてやはり大きく悪化しており、以上の結果は、消費増税の駆け込み需要の反動減などマイナスの影響が大きく基因していると考えられる。

(2) 業種別の動向

前期比で見た場合、売上、利益 DI 値は、今期は前期に比べて専門サービス業の利益 DI 値を除き全業種において悪化しており、とくに建築業、通信情報業、流通業の悪化が著しく、前年同期比で見た場合でも、これらの業種での悪化が目立つ。

これらの3業種は、(1)で見たように反動減の影響をとくに大きく受けたのであろうか。これを確認するために、大阪同友会が実施した「消費増税の影響に関するアンケート」（2014年5月1日～5月30日）の結果をもとに、会員企業に消費増税の影響について尋ねた結果（複数回答）を見てみると、建築業が含まれる「建設業」、通信情報業、流通業が含まれる「流通商業」は、他業種に比して「駆け込み需要の発生」（建設業16.7%、流通商業24.3%）、「駆け込み反動による売上減少」（同40.5%、同41.4%）と高い回答割合となっており、全体の水準も上回っている。以上から、この3業種にとっては、とくに駆け込み需要と反動減のギャップ（落差）が大きかったものと推察される。

2. 景気動向について

(1) 全体の動向

景況感 DI 値の推移を見ると、全体では2013年3月期以降、前期に至るまで改善傾向にあったが、今期は大きく悪化した。これも反動減が大きな基因と考えられる。一方、次期の景況感 DI 値を見ると改善しており、この夏にも緩やかに回復軌道に乗り始めると見ていることがわかる。

(2)業種別の動向

今期の景況感 DI 値は、前期に比してすべての業種で悪化したが、とくに悪化幅が大きかったのは流通業、運輸業、建築業であり、1.(2)の売上、利益 DI 値の悪化が著しい業種と重なる部分が多い。一方、次期の景況感 DI 値については、流通業、製造業、建築業、サービス業で改善を見込んでおり、とくに流通業、製造業の改善幅は大きく、製造業は前期の水準までの改善を見込んでおり、こうしたプラスの見通しが全体の景況感を押し上げている。一方、他の業種はさらに悪化することを見込んでおり、とくに通信情報業、運輸業では厳しい見通しを示している。

この1年の景況感 DI 値の動向を見た場合、各業種ともおおよそ同じような動きを見せてきたが、先行きの見通しはここにきて業種間の差（ばらつき）が見え始めている。

3. 資金繰り動向について

(1)全体の動向

資金繰り DI 値の推移を見ると、他の DI 値の推移とは異なり、全体では前期から改善傾向にあるが、依然マイナス値である。今後、消費増税分を含めた納税への対応、真の経済成長につながる設備投資に向けた資金繰りの円滑化・改善が一層求められてくるが、改善基調を継続させることができるかが重要になってくる。

(2)業種別の動向

前期から今期の資金繰り DI 値の動向は、業種間でばらつきが見られる。専門サービス業、運輸業、通信情報業、サービス業で改善が見られ、とくに通信情報業と専門サービス業はプラス値となった。一方、それ以外の業種では悪化した。

4. 設備投資の動向について

(1)全体の動向

設備投資 DI 値の推移を見ると、前々期まで改善基調にあったが、前期から悪化し、今期もさらに悪化した。

(2)業種別の動向

今期の設備投資 DI 値は、流通業を除くすべての業種で悪化したが、とくに悪化幅が大きかったのは通信情報業、運輸業であり、2.(2)で見た次期の景況感において、とくに厳しい見通しを示している業種と重なっている。

5. 売上増加・減少の要因について

(1)売上増加の要因（前年同期比）

1.(1)で見た通り、前年同期比における今期の売上 DI 値は、前期に比べ大きく悪化に転じている。そうした状況下でも売上増加と回答した企業は、回答社数のうち 36.5%に及んでいる。全体における増加の要因を見ると、とくに「営業力の強化」にかんする回答割合が高く、これまで見てきたように全般に反動減等の影響が大きく出ている中、こうした地道な努力が、売上増加に結びついていることがわかる。

さらに、具体的に記述回答から増加要因の特徴を見出していくと、①「消費税の UP 前の駆け込み」（運輸業）をはじめとする駆け込み需要の恩恵の余波、②「XP サポート終了に伴うパソコン販売台数の向上」（サービス業）をはじめとする買い換え特需、③「認定支援機関としての取り組み」（専門サービス業）によるコンサルティング活動の拡大、④「社員を雇用したことで売り上げ増になった」（サービス業）をはじめとする人材確保・育成に取り組んできた成果について、確認することができる。

(2)売上減少の要因（前年同期比）

一方、売上減少と回答した企業は、回答社数のうち 23.2%に及んでいる。全体における減少の要因を見ると、上位は「国内需要の減少」、「販売・受注価格の減少」、「他社との競合状態の悪化」と、前期調査と同様の傾向が続いている。「国内需要の減少」は、まさに反動減が大きく響いていると考えられる。また、「他社との競合状態の悪化」の回答割合が、前期に比して若干ではあるが増加している。(1)で見たように、営業力の強化に加え、開発・差別化への取り組みなどに対して積極的に乗り出して（乗り切れて）いない企業にとっては、一層厳しい経営環境になってきているとも捉えられる。

さらに、具体的に記述回答から減少要因の特徴を見出していくと、「消費税増税後に引き合いが少ない」（建築業）をはじめとする反動減にかんする記述が、専門サービス業以外において広く多く見られる一方、「仕入れコストの上昇によるコスト up」（流通業）、「円安による為替影響」（製造業）といったアベノミクスのマイナス効果についての記述もこれまでと同様に見受けられる。

6. 経営上の問題点・対応策について

(1) 経営上の問題点

経営上の問題点を見ると、全体の上位は「民間需要の停滞」、「従業員の確保」、「社員教育」、「仕入単価の上昇・高止まり」と続いている。このうち「社員教育」以外は、前期に比して回答割合が若干高まってきている。これまでの考察からもわかるように、「民間需要の停滞」は反動減、「仕入単価の上昇・高止まり」はアベノミクスのマイナス効果が大きな基因となっていると考えられるが、「従業員の確保」にかんしても、アベノミクスによる影響の1つである大企業の採用拡大、若者の大企業志向に伴う中小企業の採用難が原因の1つとなっていると考えられる。

(2) 経営上の力点（対応策）

今後の経営上の力点を見ると、全体の上位は「営業力の強化」、「新規販路分野開拓」、「社員能力のアップ」「人材の採用」と続いている。(1)の意識と関連して、限られた需要を掘り起こしていくために、今後も営業力の強化をはじめとする経営努力が必要であると感じている企業が多い。そのためには、人材確保・人材育成も欠くことができない。そのことが「人材の採用」、「社員能力のアップ」に対する思いへとつながっていると考えられる。

最近、とくに建築業の人材不足・賃金高騰が社会問題化しているが、建築業における「人材の採用」、「社員能力のアップ」への回答割合を見ると、全体に比して高くなっている。また、力点に関する記述回答を見ると「とにかく人材が不足しています」（建築業）、「営業力強化のための人材採用・社員教育」（建築業）といった人材に関する記述が、建築業をはじめ、すべての業種で広く多く見られる。

7. 【特別項目】2014年夏季賞与について

(1) 2014年夏季賞与の予定

全体の夏季賞与の予定について見てみると、「支給する」(57.4%)、「支給しない」(22.5%)、「検討中」(20.0%)となっている。業種別で見た場合、全般に5~6割の割合で「支給する」としているが、2.(2)で見た今期の景況感DI値の悪化幅がとくに大きかった運輸業については33.3%に留まっている。

(2) 前年夏季賞与との比較（(1)で「支給する」と回答した企業のみ）

全体で「同額」(53.0%)、「増額」(36.3%)、「減額」(6.3%)となっており、「増額」が「減額」を大きく上回っているほか、「新たに支給する」企業は4.4%存在している。以上の結果から、中小企業にまでアベノミクスによる恩恵が浸透してきていると捉えて良いだろうか。とくに業種、業界内によっては、消費増税（あるいはウインドウズ XP からの買い換え）の駆け込み需要の業績が少なからず影響していると考えられるなど、いわば特殊なタイミングにあったとも言える。2.(1)で見たように、次期の景況感DI値から、全体においてこの夏にも緩やかに回復軌道に乗り始めると見ているが、次期以降、平時の状況下における中小企業の経営動向を引き続き注視していかなければ、その答えを下すことはできないであろう。

以上



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6月2日～6月18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4月～6月期（予測）を元にご回答下さい）

(1) 売上・利益の動向について、該当する項目に○印をつけてください

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

2014年夏季賞与について

① 2014年夏季賞与の予定について該当する項目をお選び下さい。

1. 支給する 2. 支給しない 3. 検討中

②前年（13年夏季賞与）との比較について該当する項目をお選び下さい。

1. 増額 2. 同額 3. 減額 4. 昨年は支給をしていない

大阪同友会定点景況調査集計2014年4月～6月期

期間:2014年6月2日～6月18日

529名回答

(サービス業:122名 運輸業:10名 建築業:37名 製造業:191名 専門サービス業:59名
通信情報業:11名 流通業:57名 その他:21名 空白:21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	2期		
サービス業		12.3	1.7		
運輸業		-9.1	-10.0		
建築業		28.2	-2.7		
製造業		16.7	6.3		
専門サービス業		28.6	27.6		
通信情報業		54.5	-27.3		
流通業		17.5	-22.8		
統計		18.2	0.2		

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	2期
サービス業	15.7	13.8
運輸業	9.1	0.0
建築業	27.0	8.6
製造業	26.2	17.8
専門サービス業	23.7	45.3
通信情報業	37.5	-20.0
流通業	30.8	-15.8
統計	22.4	13.3

(2)利益に関して

DI値推移 前期比

2011年

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

2012年

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

2013年

	1期	2期	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	2期
サービス業	5.7	-5.0
運輸業	18.2	0.0
建築業	13.2	-16.2
製造業	-1.1	-3.7
専門サービス業	19.0	27.6
通信情報業	63.6	-24.6
流通業	19.3	-24.6
統計	8.2	-5.9

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

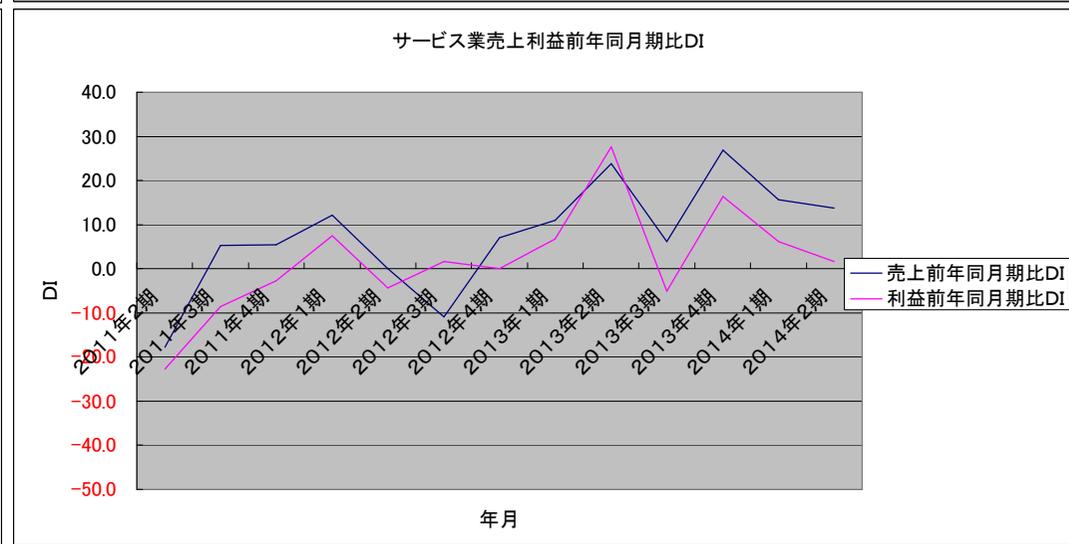
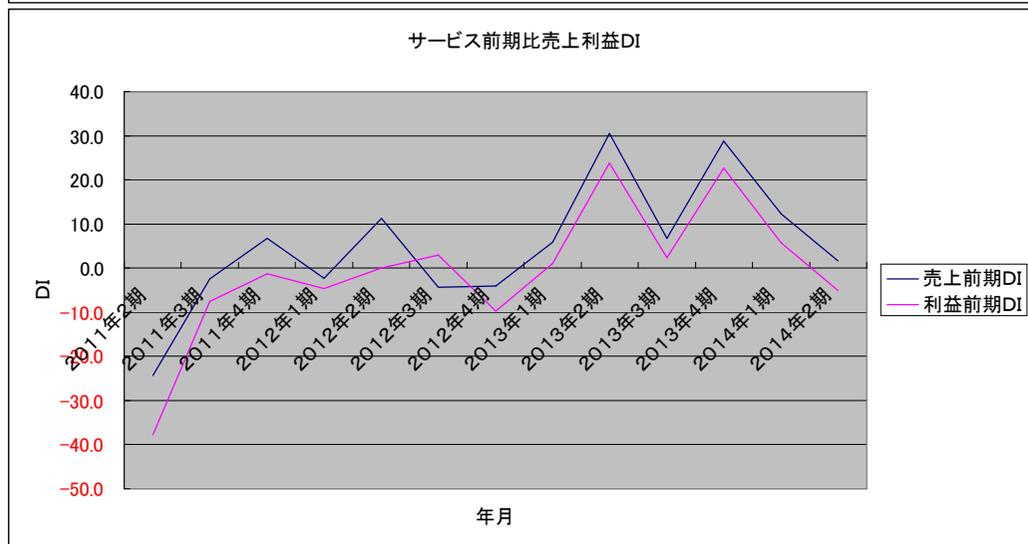
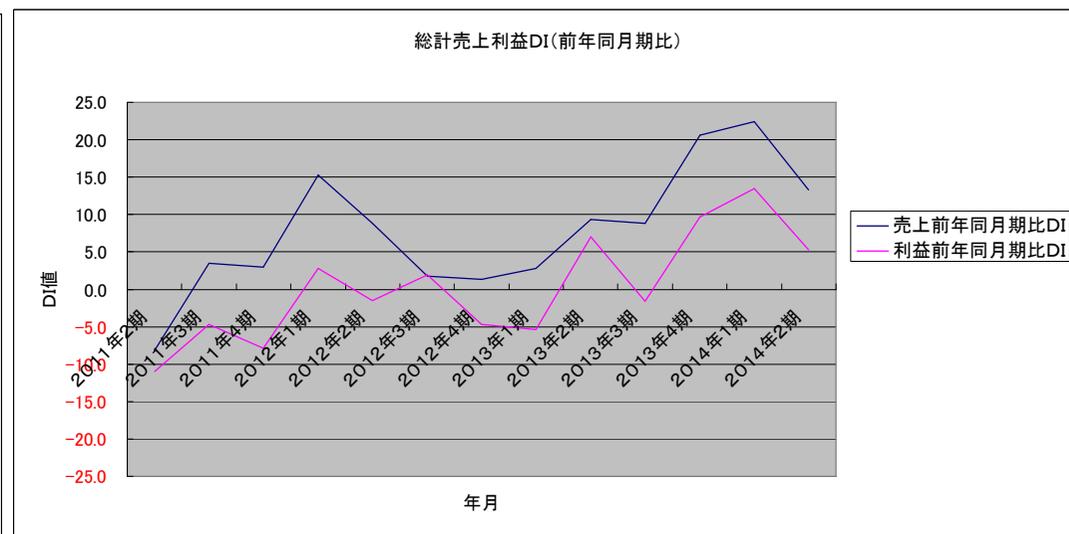
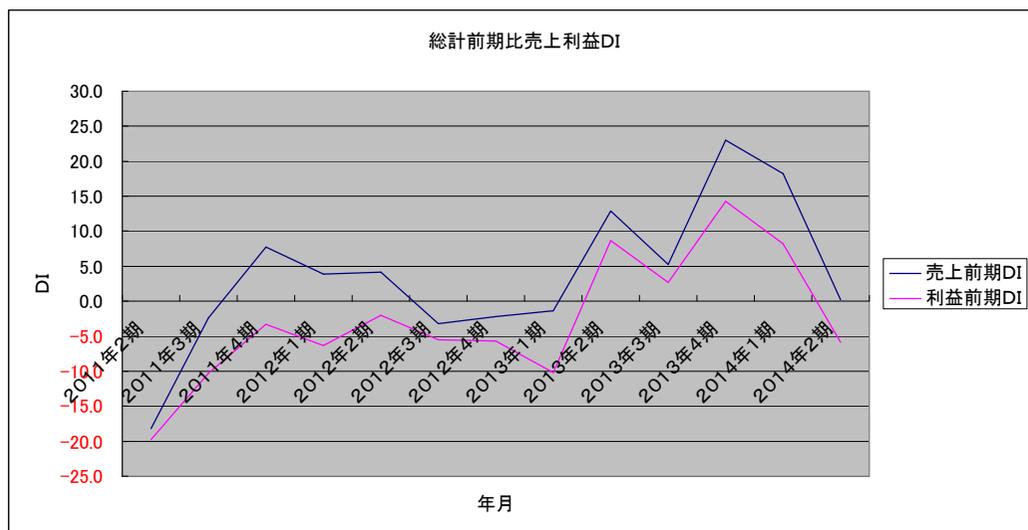
	1期	2期	3期	4期
サービス業	7.5	-4.4	1.6	16.4
運輸業	-12.5	-27.3	0.0	11.8
建築業	0.0	12.9	-2.8	3.0
製造業	-3.8	-0.9	8.2	4.1
専門サービス業	8.7	-4.0	5.5	12.1
通信情報業	9.1	0.0	-16.7	20.0
流通業	6.0	5.7	0.0	0.0
統計	2.8	-1.5	1.9	-4.7

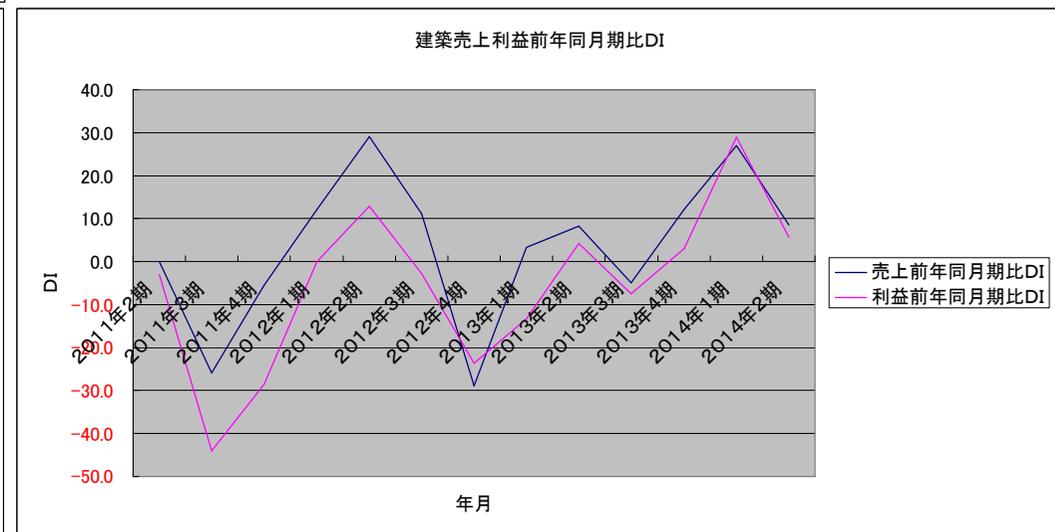
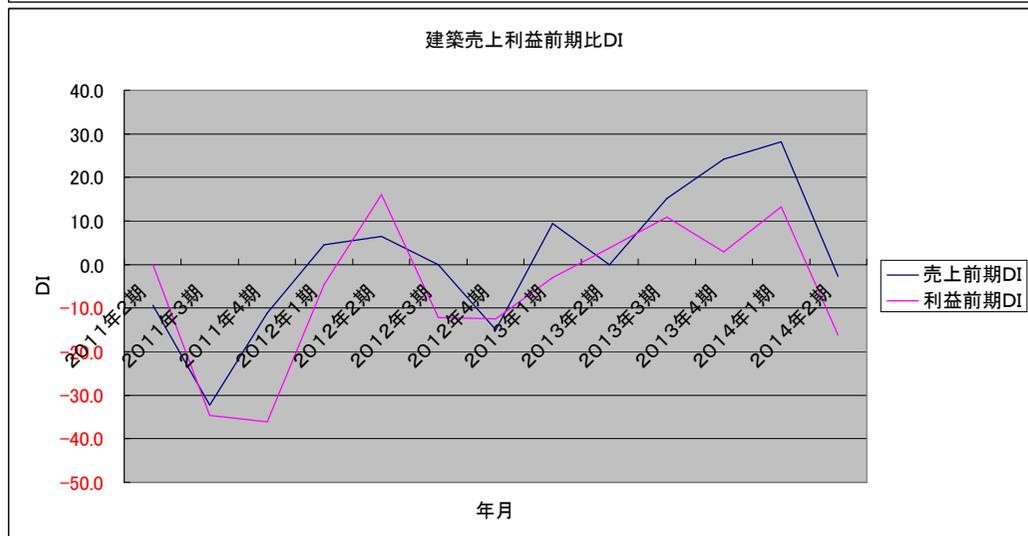
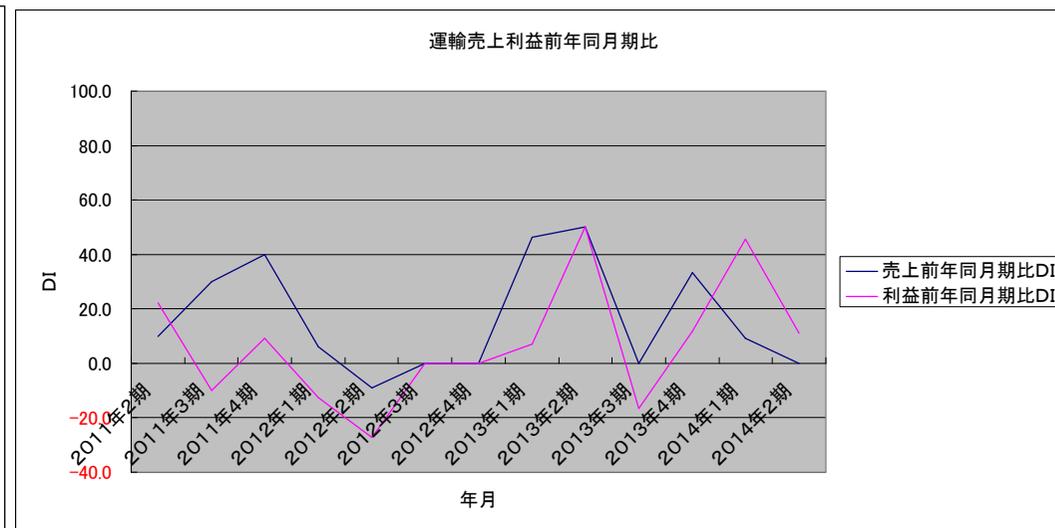
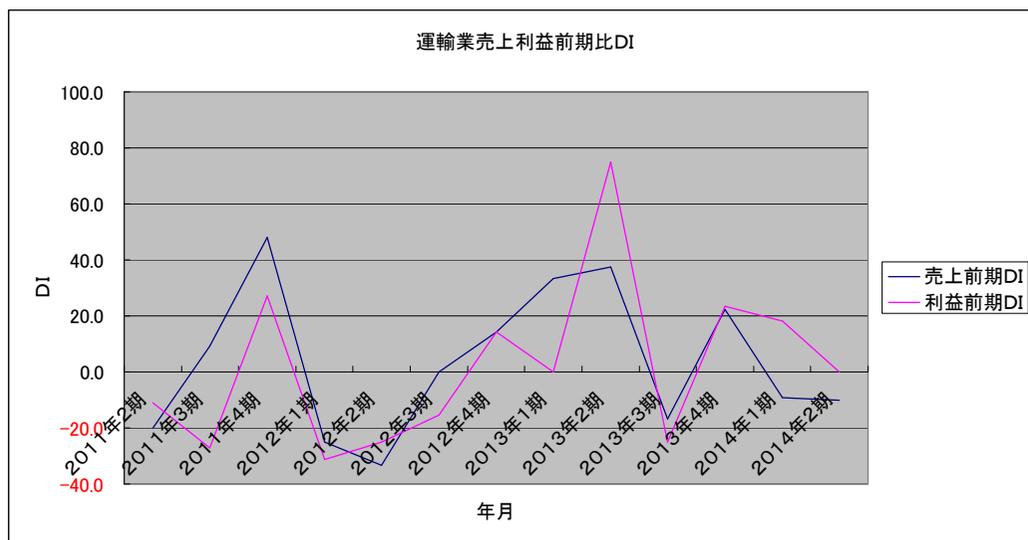
2013年

	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

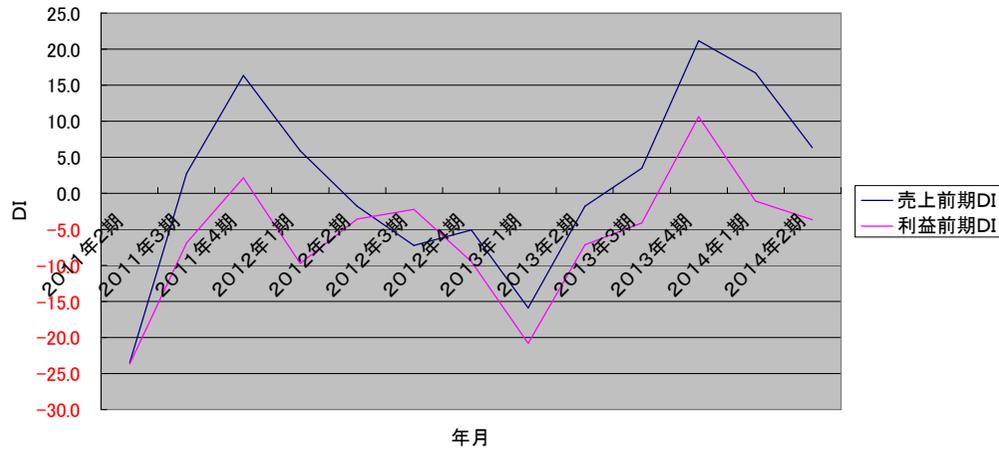
2014年

	1期	2期
サービス業	6.1	1.7
運輸業	45.5	11.1
建築業	28.9	5.7
製造業	15.3	8.4
専門サービス業	18.6	41.5
通信情報業	50.0	0.0
流通業	13.5	-16.4
統計	13.5	5.3

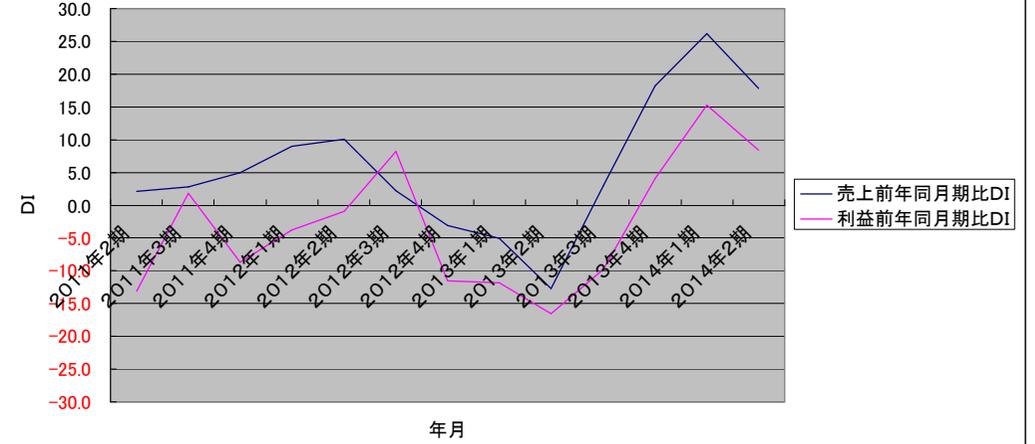




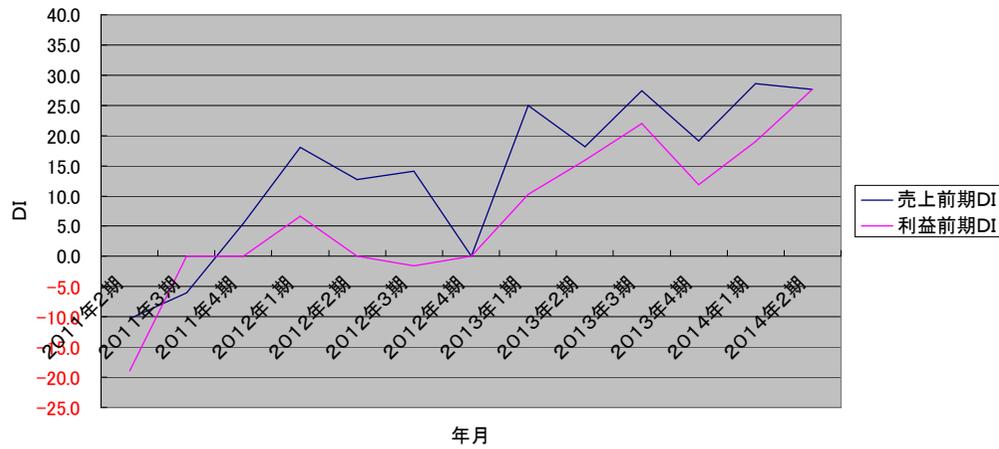
製造売上利益前期比DI



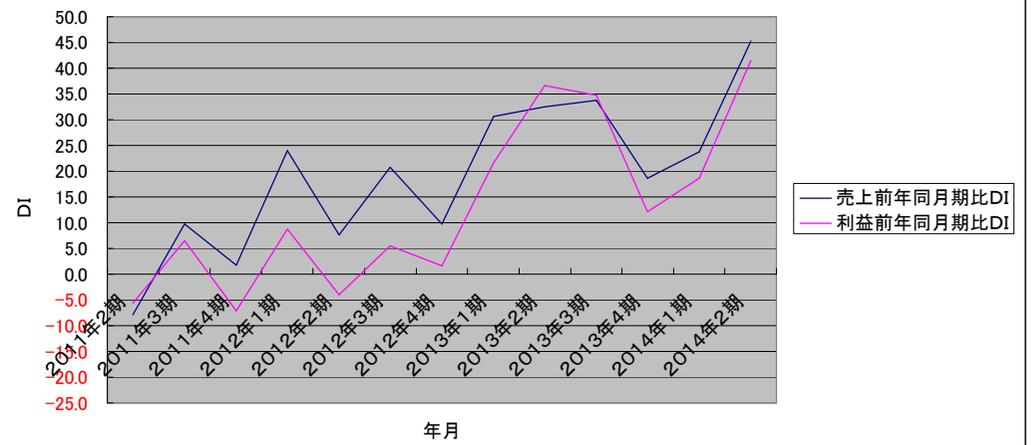
製造業売上利益前年同月期比DI

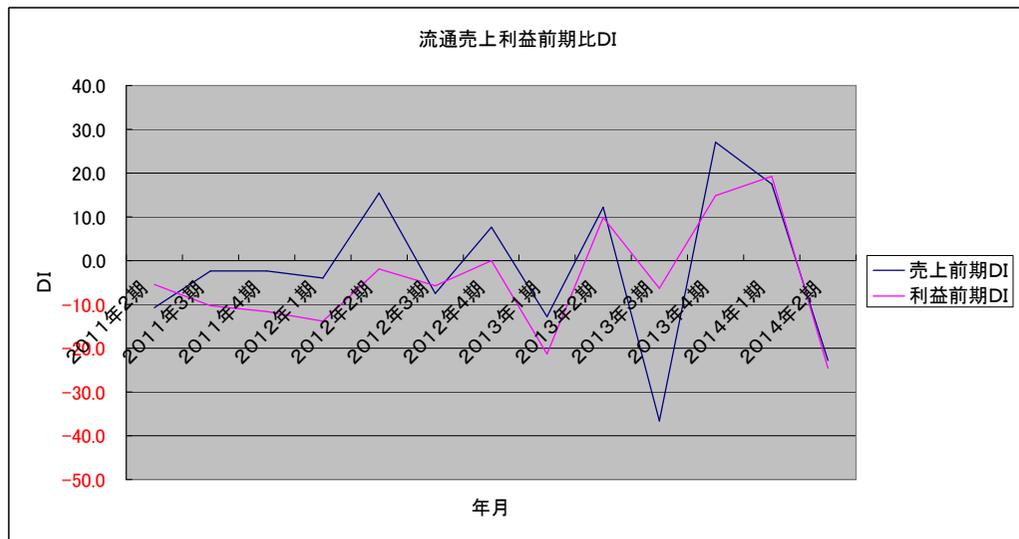
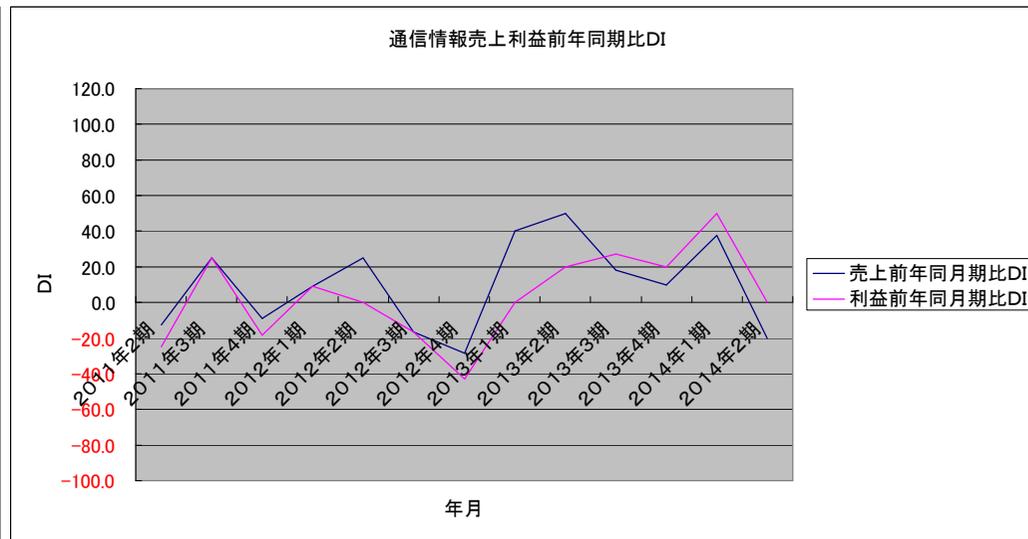
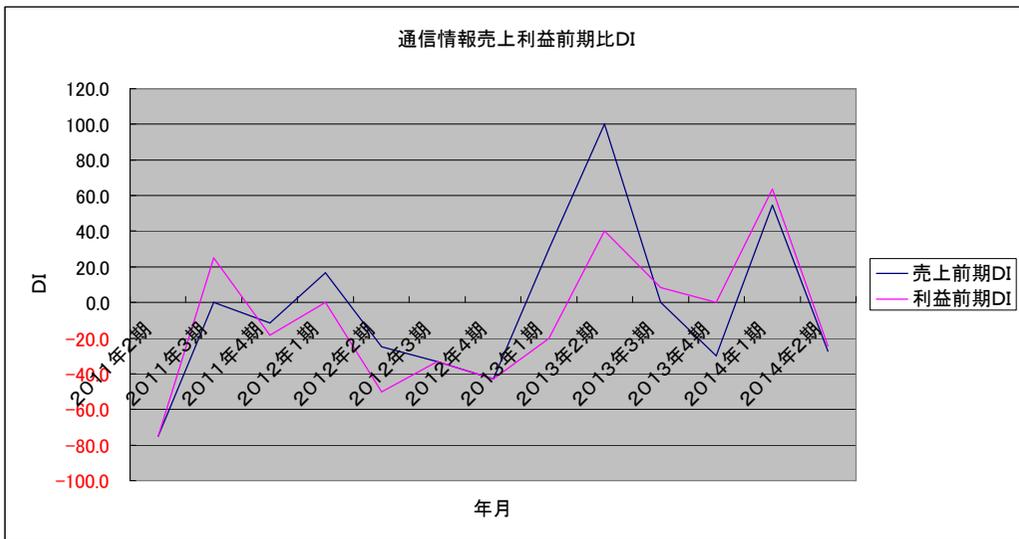


専門サービス売上利益前期比DI



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	2014年2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	0.0
運輸業		-60.0	-40.0	-45.5	-33.3	-71.4	-14.3	25.0	-33.3	25.0	45.5	-10.0
建築業		-31.3	-19.0	0.0	-40.0	-45.9	22.6	4.0	8.7	22.6	46.2	-2.7
製造業		-25.5	-35.1	-35.8	-32.6	-50.8	-1.4	-21.4	-6.9	3.5	16.1	7.9
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	10.7
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	36.4
流通業		-50.0	-24.5	-36.7	-60.4	-67.3	-15.6	-34.1	-14.3	0.0	43.9	-24.6
統計		-35.0	-25.2	-28.1	-37.3	-47.2	2.6	-8.5	-4.3	6.4	30.4	0.4

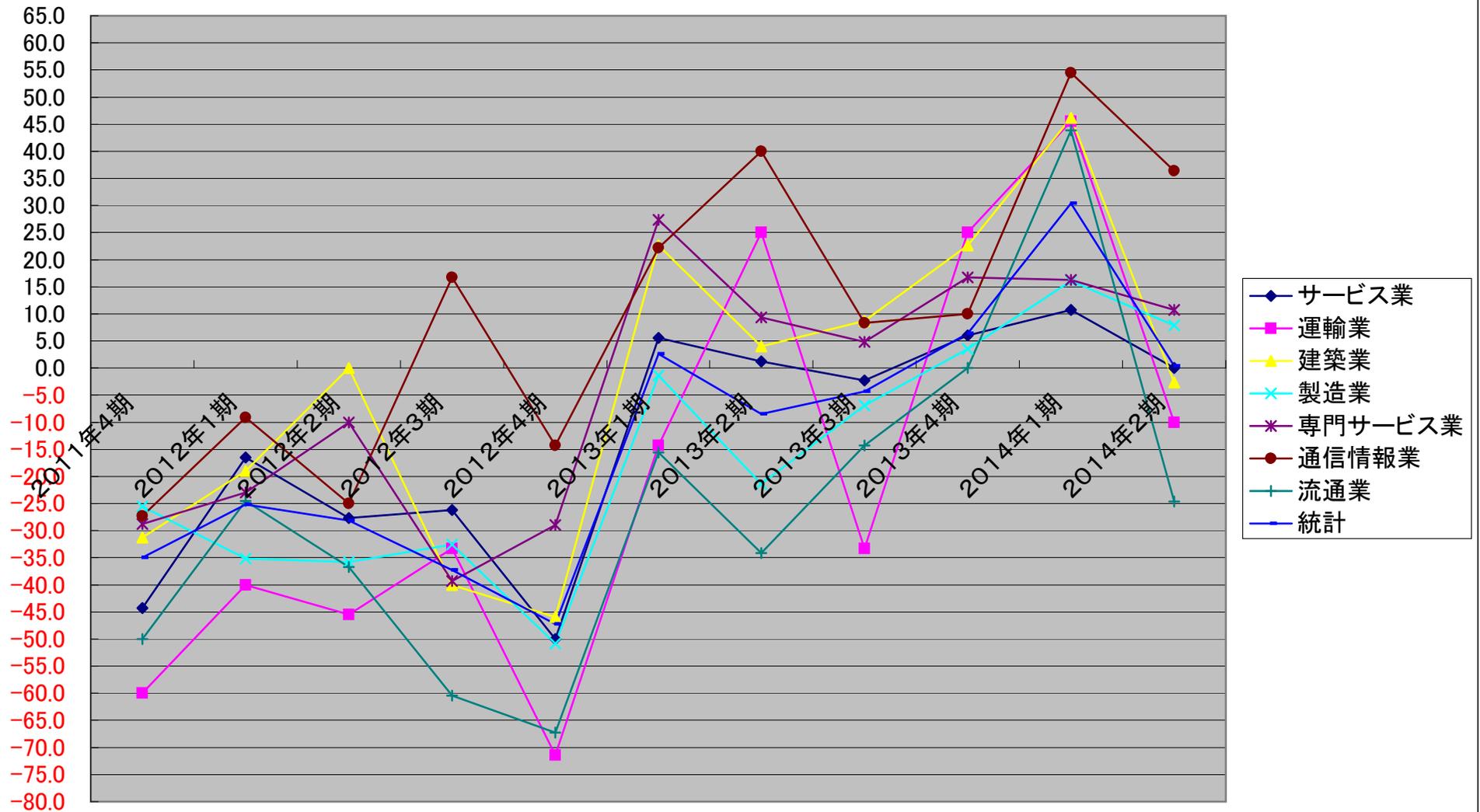
資金繰りDI推移

	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	2014年2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	-12.6
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	-20.0
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	-8.1
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	-6.3
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	6.9
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	-12.3
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	-9.5
統計	-6.3	-17.3	-14.0	-12.7	-12.3	-13.2	-11.8	-12.8	-9.7	-13.0	-9.3	-7.9

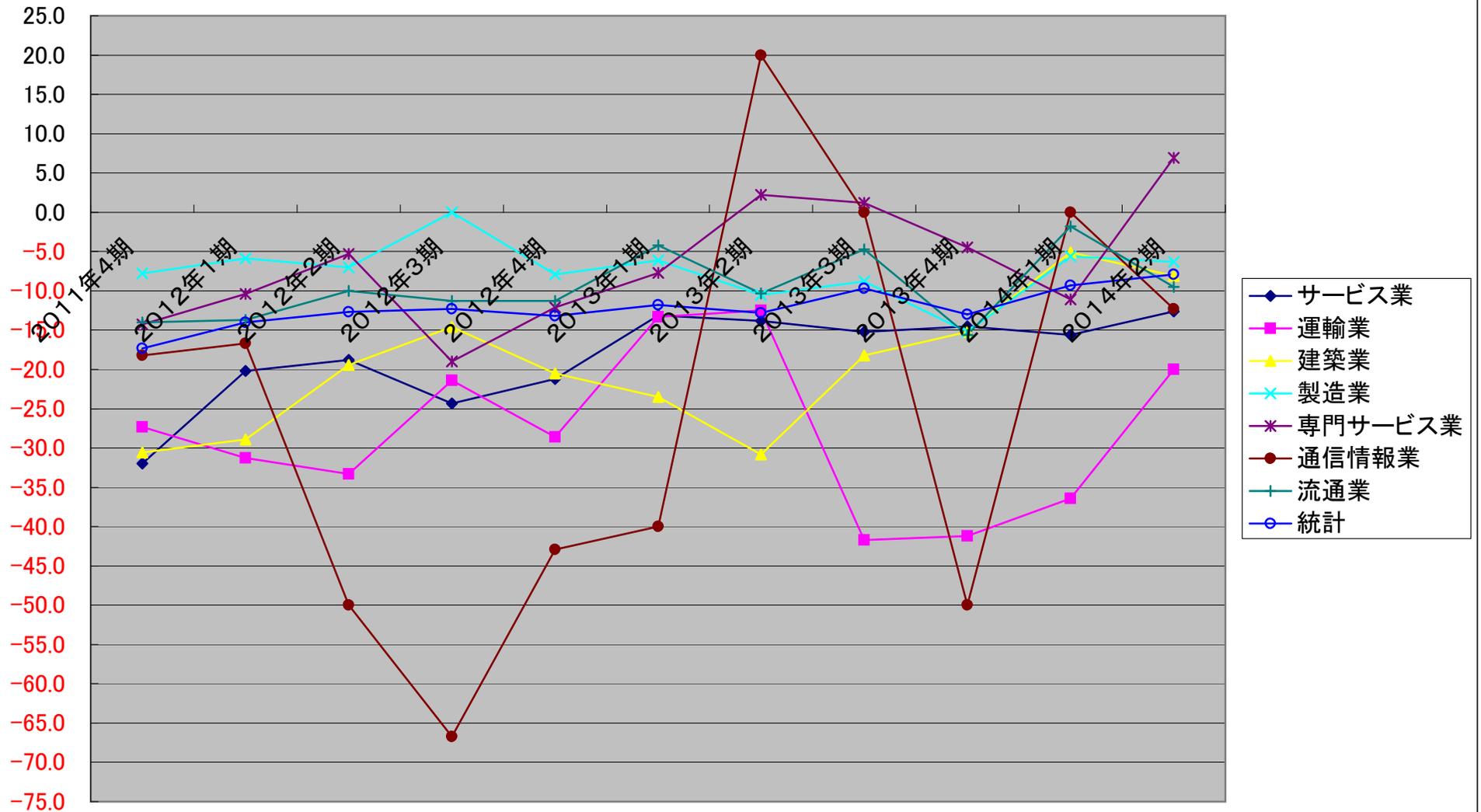
設備投資DI推移

	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	2014年2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	-23.7
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	-40.0
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	-48.5
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	-0.6
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	-39.3
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	-100.0
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	-22.6
統計	-37.7	-42.9	-40.2	-30.5	-33.6	-36.5	-20.2	-23.8	-8.3	0.6	-16.6	-23.1

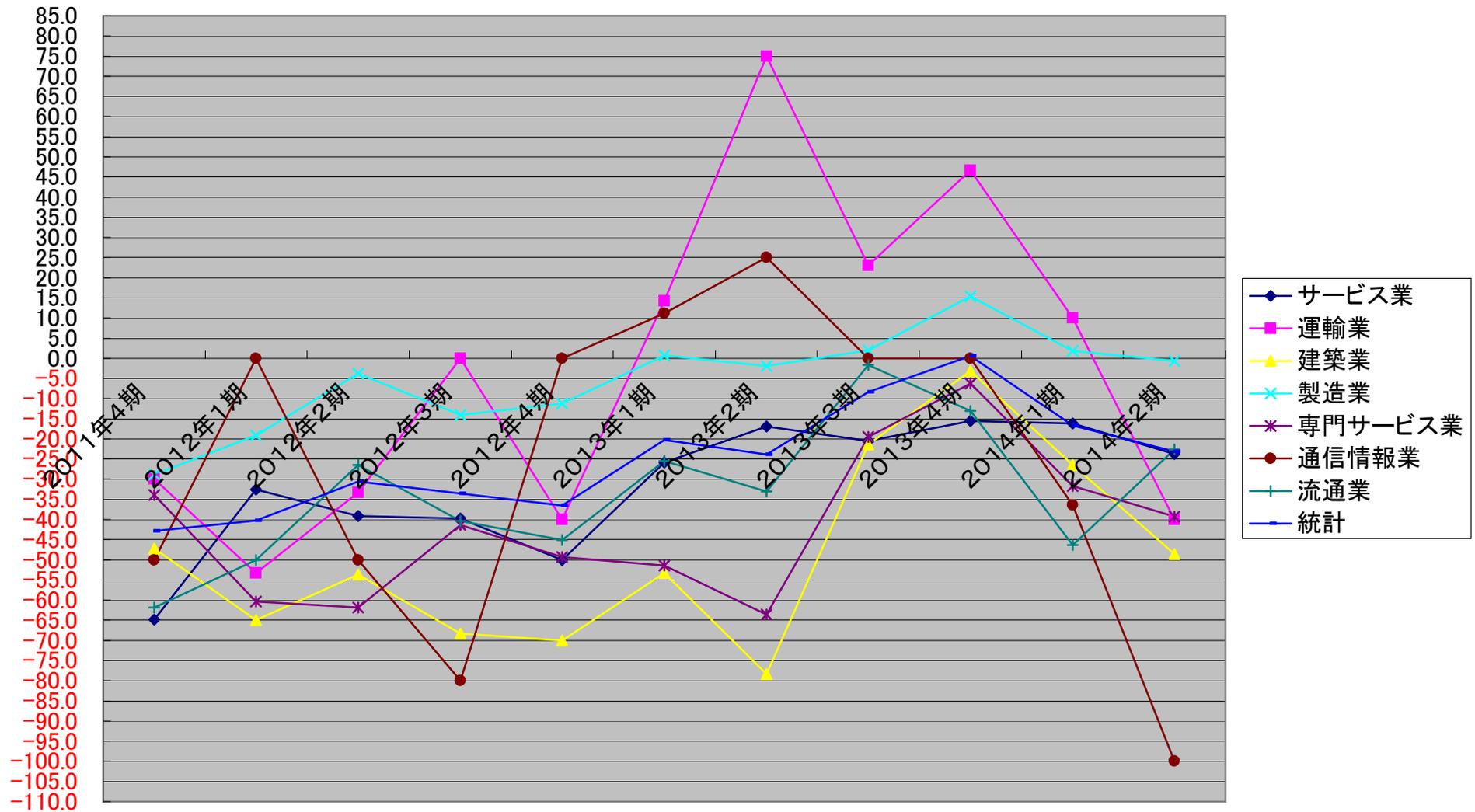
景況感DI



資金繰りDI



設備投資DI



【2】売上・利益について

(1) 売上・利益の動向に関して

① 売上動向

前期比

(1) 1業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	33	27.5%	56	46.7%	31	25.8%	120
運輸業	3	30.0%	3	30.0%	4	40.0%	10
建築業	11	29.7%	14	37.8%	12	32.4%	37
製造業	64	33.5%	75	39.3%	52	27.2%	191
専門サービス業(士業の方)	26	44.8%	22	37.9%	10	17.2%	58
通信情報業	2	18.2%	4	36.4%	5	45.5%	11
流通業	12	21.1%	20	35.1%	25	43.9%	57
その他	6	28.6%	5	23.8%	10	47.6%	21
(空白)	4	21.1%	4	21.1%	11	57.9%	19
総計	161	30.7%	203	38.7%	160	30.5%	524

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	41	35.3%	50	43.1%	25	21.6%	116
運輸業	4	44.4%	1	11.1%	4	44.4%	9
建築業	12	34.3%	14	40.0%	9	25.7%	35
製造業	71	39.4%	70	38.9%	39	21.7%	180
専門サービス業(士業の方)	27	50.9%	23	43.4%	3	5.7%	53
通信情報業	1	10.0%	6	60.0%	3	30.0%	10
流通業	14	25.5%	23	41.8%	18	32.7%	55
その他	6	31.6%	4	21.1%	9	47.4%	19
(空白)	5	26.3%	9	47.4%	5	26.3%	19
総計	181	36.5%	200	40.3%	115	23.2%	496

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	29	24.2%	56	46.7%	35	29.2%	120
運輸業	3	30.0%	4	40.0%	3	30.0%	10
建築業	8	21.6%	15	40.5%	14	37.8%	37
製造業	55	28.8%	74	38.7%	62	32.5%	191
専門サービス業(士業の方)	26	44.8%	22	37.9%	10	17.2%	58
通信情報業	3	27.3%	3	27.3%	5	45.5%	11
流通業	11	19.3%	21	36.8%	25	43.9%	57
その他	4	19.0%	6	28.6%	11	52.4%	21
(空白)	5	26.3%	4	21.1%	10	52.6%	19
総計	144	27.5%	205	39.1%	175	33.4%	524

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	38	32.8%	42	36.2%	36	31.0%	116
運輸業	4	44.4%	2	22.2%	3	33.3%	9
建築業	11	31.4%	15	42.9%	9	25.7%	35
製造業	63	35.4%	67	37.6%	48	27.0%	178
専門サービス業(士業の方)	27	50.9%	21	39.6%	5	9.4%	53
通信情報業	2	20.0%	6	60.0%	2	20.0%	10
流通業	10	18.2%	26	47.3%	19	34.5%	55
その他	3	15.8%	6	31.6%	10	52.6%	19
(空白)	5	26.3%	9	47.4%	5	26.3%	19
総計	163	33.0%	194	39.3%	137	27.7%	494

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	47	39.8%	50	42.4%	21	17.8%	118
運輸業	4	40.0%	3	30.0%	3	30.0%	10
建築業	17	45.9%	17	45.9%	3	8.1%	37
製造業	81	42.4%	84	44.0%	26	13.6%	191
専門サービス業(土業の方)	37	64.9%	15	26.3%	5	8.8%	57
通信情報業	5	45.5%	3	27.3%	3	27.3%	11
流通業	21	36.8%	22	38.6%	14	24.6%	57
その他	6	28.6%	9	42.9%	6	28.6%	21
(空白)	10	52.6%	6	31.6%	3	15.8%	19
総計	228	43.8%	209	40.1%	84	16.1%	521

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	22	19.1%	71	61.7%	22	19.1%	115
運輸業	1	10.0%	7	70.0%	2	20.0%	10
建築業	4	10.8%	28	75.7%	5	13.5%	37
製造業	43	22.6%	119	62.6%	28	14.7%	190
専門サービス業(土業の方)	11	19.6%	40	71.4%	5	8.9%	56
通信情報業	4	36.4%	7	63.6%		0.0%	11
流通業	4	7.0%	35	61.4%	18	31.6%	57
その他	1	4.8%	13	61.9%	7	33.3%	21
(空白)	2	10.5%	14	73.7%	3	15.8%	19
総計	92	17.8%	334	64.7%	90	17.4%	516

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	23	20.4%	73	64.6%	17	15.0%	113
運輸業	0	0.0%	8	80.0%	2	20.0%	10
建築業	6	18.2%	22	66.7%	5	15.2%	33
製造業	54	29.8%	102	56.4%	25	13.8%	181
専門サービス業(土業の方)	9	16.4%	40	72.7%	6	10.9%	55
通信情報業	3	33.3%	5	55.6%	1	11.1%	9
流通業	10	17.9%	37	66.1%	9	16.1%	56
その他	4	21.1%	11	57.9%	4	21.1%	19
(空白)	5	27.8%	12	66.7%	1	5.6%	18
総計	114	23.1%	310	62.8%	70	14.2%	494

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	10.9%	78	65.5%	28	23.5%	119
運輸業	0	0.0%	8	80.0%	2	20.0%	10
建築業	6	16.2%	22	59.5%	9	24.3%	37
製造業	26	13.7%	126	66.3%	38	20.0%	190
専門サービス業(土業の方)	8	13.8%	46	79.3%	4	6.9%	58
通信情報業	3	27.3%	6	54.5%	2	18.2%	11
流通業	9	15.8%	32	56.1%	16	28.1%	57
その他	2	9.5%	15	71.4%	4	19.0%	21
(空白)	1	5.3%	12	63.2%	6	31.6%	19
総計	68	13.0%	345	66.1%	109	20.9%	522

(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	27	32.1%	9	10.7%	3	3.6%	11	13.1%	2	2.4%	3	3.6%	14	16.7%
運輸業	1	12.5%	0	0.0%	1	12.5%	2	25.0%	1	12.5%	0	0.0%	1	12.5%
建築業	7	28.0%	2	8.0%	2	8.0%	5	20.0%	0	0.0%	1	4.0%	3	12.0%
製造業	42	22.0%	19	9.9%	15	7.9%	30	15.7%	18	9.4%	7	3.7%	19	9.9%
専門サービス業(士業の方)	19	34.5%	7	12.7%	0	0.0%	10	18.2%	5	9.1%	5	9.1%	5	9.1%
通信情報業	2	40.0%	1	20.0%	1	20.0%	1	20.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
流通業	9	23.7%	1	2.6%	3	7.9%	5	13.2%	4	10.5%	2	5.3%	2	5.3%
その他	6	40.0%	1	6.7%	2	13.3%	3	20.0%	2	13.3%	0	0.0%	0	0.0%
(空白)	2	16.7%	2	16.7%	0	0.0%	2	16.7%	2	16.7%	0	0.0%	1	8.3%
総計	115	26.6%	42	9.7%	27	6.2%	69	15.9%	34	7.9%	18	4.2%	45	10.4%
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	7.1%	4	4.8%	3	3.6%	0	0.0%	1	1.2%	1	1.2%	84	
運輸業	1	12.5%	1	12.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	8	
建築業	3	12.0%	1	4.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.0%	25	
製造業	26	13.6%	3	1.6%	0	0.0%	4	2.1%	5	2.6%	3	1.6%	191	
専門サービス業(士業の方)	1	1.8%	3	5.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	55	
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	5	
流通業	2	5.3%	5	13.2%	0	0.0%	2	5.3%	3	7.9%	0	0.0%	38	
その他	0	0.0%	1	6.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	15	
(空白)	0	0.0%	1	8.3%	1	8.3%	1	8.3%	0	0.0%	0	0.0%	12	
総計	39	9.0%	19	4.4%	4	0.9%	7	1.6%	9	2.1%	5	1.2%	433	

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
 12 輸出の増加
 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	興業種協同組合	特になし
2 サービス業	WEB制作	制作品質の向上、サービスの向上など
3 サービス業	流通化工、人材サービス、アウトソーシング	車関係の企業が需要が上がっている
4 サービス業	障害者の日常生活及び社会生活を総合的に支援するための法律に基づく障害福祉サービス事業	社員(利用者)の増加、会員企業の増加
5 サービス業	人材紹介・派遣を中心とした人材サービス	人数が増えた分が繋がった
6 サービス業	人材派遣業	社員増
7 サービス業	OA機器販売及び保守。パソコンスクール。オンデオン印刷事業	XPサポート終了に伴うパソコン販売台数の向上
8 サービス業	会社、工場、学校の食堂委託運営	営業担当を増員し、集中的に新規開拓を行なった
9 サービス業	取扱説明書・パーツカタログ他	お客様との接点を増やした
10 サービス業	各種イベント、展示品レンタル	東京を中心とした関東地方の市場開拓
11 サービス業	税理士	新しい仕事の創造
12 サービス業	旅行業、国内・国外旅行	営業の強化、商品の企画力に力を入れる
13 サービス業	不動産業	不動産取引はアベノミクス効果、消費税の駆け込み需要の影響が大きいと感じる。
14 サービス業	web制作・DTP制作	消費税のUPに伴うメニュー、商品変更(DTP)、XP終了に伴うPCの入れ替え作業
15 サービス業		引き合いの案件の取りこぼしのない様に営業します
16 サービス業	作業服の小売、ルート営業	既存のお客様の業績が良い為、新規のお客様が増。ここ2~3年前に入社した社員が成長してきた。
17 サービス業	美容業、カット、パーマ	スタッフが安定してきてお客様がついてきた。
18 サービス業	空調、電気設備業	インターネットを通じての営業活動
19 サービス業	葬祭業	件数増加
20 サービス業	美容業、カット、パーマ、商品販売	社員を雇用したことで売り上げ増になった。
21 サービス業	産業廃棄物処理	横浜に営業所設置
22 サービス業	主に障害者総合支援法にもとづく障害者福祉サービス	4月の新入所者の増によるもの
23 サービス業	フットサルコート運営・コンサルティング	店舗拡大。
24 サービス業	飲食店経営	昨年秋から既存店の業態や商品の改革を進めて増税前の3月までに実行できた。その効果が少しずつあらわれてきたと思う
25 サービス業	人材派遣	消費税とWinXPサポート終了に伴う駆け込み需要
26 サービス業	働きたくなる職場づくりのための経営者サポートサービス	営業活動をしていなかったですが、自分を理解してもらおう活動に注力し、口コミでご紹介を頂いた事。
27 サービス業	トラックの車輛・部品・メンテナンス・リサイクルを販売・扱うトラックのワンストップサービス業	既存の顧客のシェアアップと新規大手顧客の開拓
28 運輸業	地場を中心にした一般貨物・重量物の運搬	消費税のUP前の駆け込み
29 運輸業	オフィス移転引越、鋼材配送、精密機器輸送	営業力の強化と提案力の強化
30 建築業	機械の据付、水処理施設の整備、立体駐車場の据付メンテナンス	外部環境が良くなった。
31 建築業	リフォーム工事業	消費税かけこみ。人員採用
32 建築業	墓石、建築石材販売・化工・施工	消費税増税前の駆け込み需要。増税後も思ったより売上の確保ができた
33 建築業		経営組織の改革。営業力の強化(情報収集、企画提案力のアップなど)
34 建築業	タイルの工事及び販売	新しい顧客の仕事が入って増えた
35 建築業	店舗設計施工、住宅リフォーム	前年が悪すぎたという事もありますが、今年は今まで以上に前向きに対応しています
36 建築業	風力発電設備などの自然エネルギー利用の設計施工。	競争がなく、業界全体が好転しているため
37 建築業	鉄骨建築、鉄骨階段耐震工事、オフィスビルなどの鉄骨部品製作、施工	今までのお客様との信頼関係が深まり、少し、金額の大きな仕事も任せられるようになった。新規のお客様も、交流活動のおかげで早く信頼を得る事ができ仕事数の増加。
38 建築業	主に住宅のリフォーム業	原価見直しによるコストダウン。工事前、工事中、工事後のサービス向上強化による紹介受注増
39 建築業	建設業、公共、一般、木造、新築改修	4、5月暇になることを事前に考えて営業活動ができたこと
40 製造業	化粧品製造、販売業	新規取引先の増加
41 製造業	健康食品、化粧品製造販売業	営業力強化

42	製造業	別注家具製造	品質管理を徹底して高品質を維持する方法を考え、それを守る
43	製造業	食品包装資材(フィルム)の企画、製造、販売	新規分野の拡大
44	製造業	トムソン型による打ち抜き加工	インターネットからの受注、既存客の深堀り
45	製造業	ドリルネジの製造販売	消費税前の駆け込み
46	製造業	プラント設計	棚ボタ
47	製造業	プラスチック加工業	的を絞った売れ筋商品の見直し、増税後の販売戦略
48	製造業	精密機械部品加工、産業機械設計・製作	自動車関連の省力化の受注増
49	製造業	航空機部品精密加工及び機械製作設計	受注確保と納期管理の強化
50	製造業	電動攪拌機メーカー	新分野への取り組みが好転
51	製造業	金属加工業	今までと異なる業種の製品が増えた
52	製造業	ファスナーの製造	地道な努力
53	製造業	プラスチック成型	増といってもわずか。但し、売上増分は、新規の仕事が大半で、それらはおおむね高付加価値のものがそろっている
54	製造業	特殊鋼加工販売	加工機導入と特殊材料の製作・製造
55	製造業	カバン・袋物製造	新規得意先の獲得
56	製造業	NC自動盤による金属切削業	コストダウンにより中国からのものどりあり
57	製造業	サイン及びDIY関連製品製造販売	新製品好調
58	製造業	金属製品製造業	年度末と消費税のかけ込み需要が重なったため
59	製造業	プラスチック用金型の製造	単価の高い仕事の割合を増やすことができた
60	製造業	アルミ製品の企画・開発・製造・販売	簡易クリーンルームの浸透。新ジャンルへの挑戦。
61	製造業	電子部品用金型及び金型部品の製作	大企業の設備投資が活発になった。新規分野の参入が功を奏した。
62	製造業	鋼板の切断	新規開拓の成功、景気の回復
63	製造業	ビニール電線、製造販売	自社努力よりも、消費税upによる駆け込み需要による売上の増加です
64	製造業	金属プレス部品、及び同金型作成。試作部品作成	現状の仕事以外の見積もりにも対応する。新しい企業との取引開始。同業者間の連絡強化
65	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	多品種小ロット、短納期対応を強化するため、人員を増やした。この4年、新卒の積極採用と非正規から正規採用への切り替えによって、「教育、訓練」の成果が上がってきた
66	製造業	金属熱処理業	自社の取組よりも円安効果が大きい
67	製造業	金属熱処理、表面処理	消費税増税の駆け込み需要が4月以降も続いていることが大きい。この1年間、新規技術の量産化、新規開拓に取り組み、これからではあるが貢献している。
68	製造業	シールラベルステッカーの製造	国内既存の需要拡大
69	製造業	金型メーカー	アベノミクス効果、無形のナレッジノウハウを有料化する。
70	製造業	フレキ管部品・配管支持金具製造販売	普段からコツコツと営業の結果と思う
71	製造業	プラスチック加工	新規顧客並びに新商品の生産
72	製造業	スタッド溶接加工	技術開発の結果、環境輸出の製品が受注。今年4月以降売り上げ上昇
73	製造業	包装用品の加工卸	消費税導入による駆け込み需要
74	製造業	各種洗浄剤 自動車用ワックス、コーティング剤 化粧品 石けん等の製造販売	差別化、新商品開発
75	製造業	業務用、浴場、プール設備機器の全国卸売業及び高齢者施設向きのリハビリ機器の販売	営業マンを東京名古屋に1名ずつ増員した。顧客への刺激としてFAX、DMを送り出した。ホームページを充実させた
76	製造業	建築金物の販売	地方への営業の強化
77	製造業	精密金属の切削加工	受注先の海外輸出の増加
78	製造業	金属製品の加工及び生産機器の設計・製作	得意先が堅調なので体制を整えることに成功した。人材の発掘と育成を強化している。
79	製造業	金属加工業	新規顧客開拓
80	製造業	搬送用機械の設計・製造	見積もり機能の強化による安定した受注量の確保
81	製造業	建築鉄骨加工業	同業連携による新規受注
82	製造業	工業用裁断機器・製造	以前から取組している新製品が徐々に拡販されてきた
83	製造業	繊維製品製造及び輸出入卸	消費税UPに伴い、新製品を価格UPして発売。今のところ好評で価格UPにも抵抗感が見られない。(但し、このまま持続されるかは判断できない)
84	製造業	建設機械用油圧タンクの製造 河川護岸用コンクリートブロックのフック筋や連結金具の製造 他、産業機械部品・建築資材の製造	受発注管理体制の刷新 外注先との信頼関係強化
85	製造業	プラスチック板加工業及び製品販売	昨年の売上が下がったため
86	製造業	各種検査システム設計・製作	新規取引先の開拓・海外販売の強化・営業力の強化
87	製造業	椅子・ソファの張り替え・オーダーメイドソファの製作	営業戦略、チームブランディングなどを取り入れることで社員さんの意識が向上しました。
88	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類の製造	コツコツと取り組んだ営業活動

89	製造業	焼き菓子製造卸	販路・販売エリアの拡大。新製品の販売。
90	製造業	金属表面処理業	技術力と営業力
91	製造業	別注金物製作	顧客への対応のスピード
92	製造業	衣服製造および卸売	自社ブランド商品の展示会回数を増やし、営業に力を入れたこと。
93	製造業	プラスチック切削加工業	ユーザーが求める多品種、少ロット、短納期化に社内では取組んでおり関係各社の信頼関係が増し、新規ユーザーも増えてきている。
94	製造業	ドライラミネート加工	設備の稼働率を向上させた
95	専門サービス業(土業の方)	公認会計士業務	過去の人脈活用
96	専門サービス業(土業の方)	税理士業	紹介数の増加
97	専門サービス業(土業の方)	財務の管理と改善、税務の対策と申告	キャッシュフロー改善アプローチと事業継承アプローチの事業化を進めた
98	専門サービス業(土業の方)	司法書士	業務についての情報発信
99	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取組
100	専門サービス業(土業の方)	法律事務	突発的な仕事があったため。法律業務セミナーの開催
101	専門サービス業(土業の方)	都市計画・まちづくり・建築・土木造園に関する計画設計	スタッフ全員の営業的意識の向上
102	専門サービス業(土業の方)	税理士業・コンサル	新たな受託企業が増えた
103	専門サービス業(土業の方)	社労士業務	新規業務の開拓
104	専門サービス業(土業の方)	税理士	既存客へのサービス強化から紹介を増やす。
105	専門サービス業(土業の方)	税理士業	営業の効果
106	専門サービス業(土業の方)	生損保険代理業	他代理店を吸収、販路拡大
107	専門サービス業(土業の方)	税理士業	真面目に仕事おすることで紹介が増えた
108	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士業	より介護事業所に特化していったため
109	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を作成し、外部に見え易くした
110	専門サービス業(土業の方)	会計事務所	かねてより、人材の採用・育成について力を入れてきたこと、全社一丸営業してきたことの成果が出てきた。
111	専門サービス業(土業の方)	人事制度コンサルティング	ブログなどのWEBによる情報発信の強化
112	通信情報業	WEBシステム、WEBサイトの政策	同業のコミュニケーション力不足
113	通信情報業	データベースソフト開発	営業専属要員の確保が出来たこと
114	通信情報業	OA機器販売他	ウィンドウズXP対策で全体需要が好調
115	流通業	LED照明、販売・施工	営業力の拡大⇒異業種交流会の参加
116	流通業	魚屋	飲食部門の売上増加
117	流通業	アフリカ材の流通	円安による仕入価格アップ、から売り単価アップ
118	流通業	自社ブランドの帽子企画・製造・販売	販売先が増えた
119	流通業	機械類輸入	品質管理の徹底、顧客との関係強化
120	流通業	機械工具卸売業	弊社の社員の営業姿勢に対する評価を知った他社からの新規受注
121	流通業	ネジ販売	HP作成による、会社方針の認知UP⇒既存取引先との取引種目が広がった。
122	流通業	輸入菓子材料卸、内外雑穀の卸	売れ筋商品の仕入れ強化と顧客の拡大
123	流通業	事務機器販売、建材の販売施行	利益率を意識するようにしている 大きな受注は売り上げは伸びるが利益がないので多品種少ロットに切り替えたから
124	流通業	鋼材販売及び加工	
125	流通業	ワイヤーロープに付随する建築資材金具輸出入業	東北震災復興、その他全国的な建築需要の増加
126	流通業	工業薬品製造・販売・卸、産業廃棄物処理	新規開拓
127	その他	造園建設業 造園工事 植栽管理	人事異動による人心の変化
128	その他	広告代理店、Web販売 etc	新規事業を見つけられたこと
129	その他	食品業務卸	営業努力、お客様の出展
130	その他	マッチングと勉強会開催	販路の拡大
131		精密光学機器の製造と販売	新商品・新規顧客開拓
132		マグネット応用機器提案製作販売。	国の補助金事業物件が取れた。
133		商社(主にオフィスサプライ)	弊社オンリーワン商品の販売

134	業務用コンピュータシステム開発	営業強化による取引先の増加
135		低収益のみの受注顧客へのアプローチを減らし、満足を求める顧客へのアプローチを増加させている

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	7	20.6%	0	0.0%	1	2.9%	9	26.5%	11	32.4%
運輸業	2	50.0%	0	0.0%	1	25.0%	0	0.0%	0	0.0%
建築業	8	40.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.0%	6	30.0%
製造業	30	32.6%	2	2.2%	7	7.6%	17	18.5%	15	16.3%
専門サービス業(士業の方)	2	28.6%	0	0.0%	1	14.3%	1	14.3%	0	0.0%
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	100.0%
流通業	12	30.8%	1	2.6%	0	0.0%	8	20.5%	12	30.8%
その他	1	7.1%	0	0.0%	0	0.0%	5	35.7%	2	14.3%
(空白)	3	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.0%	1	16.7%
総計	65	29.8%	3	1.4%	10	4.6%	42	19.3%	49	22.5%
業種	⑥	割合	⑦	割合	⑧	割合	⑨	割合	総計	
サービス業	0	0.0%	1	2.9%	3	8.8%	2	5.9%	34	
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	25.0%	4	
建築業	0	0.0%	1	5.0%	0	0.0%	4	20.0%	20	
製造業	6	6.5%	3	3.3%	7	7.6%	5	5.4%	92	
専門サービス業(士業の方)	0	0.0%	1	14.3%	1	14.3%	1	14.3%	7	
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	
流通業	0	0.0%	2	5.1%	3	7.7%	1	2.6%	39	
その他	0	0.0%	1	7.1%	2	14.3%	3	21.4%	14	
(空白)	0	0.0%	0	0.0%	1	16.7%	0	0.0%	6	
総計	6	2.8%	9	4.1%	17	7.8%	17	7.8%	218	

- 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
- 9 その他

【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 化粧品販売、エステティックサロン	化粧品はあらゆる企業が販売圏の中に入ってきて、化粧品の市場はあふれている。販売額の低下。コストダウン、エステは低料金に集中。
2	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	年度末や消費増税前の需要増の反動。
3	サービス業 物品賃貸業(陳列ケース、陳列器具レンタル)	25%の売上を占める顧客が展示会ホテル催事等のセールを縮小し、店頭販売に方向転換したために、レンタル商品の利用がすくなくなり、売上が減少した。
4	サービス業 補聴器の販売・修理	消費税率アップが影響していると思われます
5	サービス業 不動産仲介・管理・飲食業	1~3月期が繁忙期のため
6	サービス業 防犯用品の販売と施工	社員教育をしなければ営業ができていない
7	サービス業 OA機器の販売、サービス、ソフトウェアの販売・印刷物の販売	消費税upのため、3月末までに購入したため
8	サービス業 総合人材サービス	販売価格の上昇をしたが、その分取引先が減少
9	サービス業 珈琲焙煎及び食品卸売り・小売	大手飲食・カフェチェーンの出店拡大による取引先の閉店及び売上減
10	サービス業 清掃用具賃貸、環境衛生サービス業	人員不足、顧客の経費削減
11	サービス業	消費税増税、原油価格高騰で買い控え
12	サービス業 オートバイ販売、レンタル	3月に2カ月分の売上あがったため。
13	サービス業 事務機器販売、売り上げサポート、弱電工事	景気悪化により、自社内メンバー。意識低下による売り上げ減が多いと思います
14	サービス業 中古トラック販売、中古トラック部品販売	中古車販売は増税前の駆け込み需要の反動
15	サービス業 石油製品の販売	仕入れ価格が上昇し続けているが、売値をそこまで上げられないので利幅が狭まってきているため。車のハイブリッド化により需要が減少しているため。
16	サービス業 生命保険、損害保険代理店	営業活動の低下
17	サービス業 障害者福祉サービス、B型就労支援事業	消費増税のボディロー、電線剥離→銅の買い取り価格が下がる。焼き芋→原価が上がり安売りをやめた。
18	サービス業 不動産仲介	物価だけが上がり、顧客の所得が上がってきていない。
19	サービス業 輸出入の通関手続きおよび関連する業務全般	取引先の方針転換と円安の影響による輸入業者のコスト高が影響している。
20	サービス業 インターネット・コミックカフェ	スマートホン等の普及に伴う需要の低下 同業他社との競争
21	サービス業 インテリアデザイン・施工、ビル・マンションの管理、工場・施設の設備のプランニング・施工・メンテナンス	昨年、大規模の受注があったため
23	運輸業 軽貨物運送業	取引先の荷物の減少に加え、人員不足が重なり、売上は前年同期比で減少となりました。
24	運輸業 運送業、倉庫業	手間のかかる所を減らした。
25	運輸業 一般貨物の配送 日本全国対応	単純に国内需要の減少 消費税UPも大いに関係有り
26	運輸業 運送・倉庫(保管・検品・流通加工)・特定人材派遣	お客様の物流の内製化による仕事(職場)の減少。
27	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	消費税の駆け込み受注のあおり。3月まではかつてない売上を計上したが、4~6月については、見積はするが、決定、施工について、経済の様子見されているらしいがある。7月から予定工事はです。
28	建築業 太陽光発電システム工事 設計・施工	助成金は廃止。消費税UP
29	建築業 リフォーム業。住宅リフォーム全てシステムバス システムキッチン トイレ他	消費増税
30	建築業 障害者施設の新築、リフォーム	前期にまとまった物件が完了、前年同月比の昨年の前期にまとまった物件が完了したため。
31	建築業 内装・建築	消費税増税後に引き合いが少ない
32	建築業 住宅、福祉施設等の新築リフォーム	全体として情報量が極端に減少
33	建築業 空調、集塵等のダクト製作及び取り付け工事	消費税率が上がった為3月迄は、忙しく4月以降はその反動で需要が、減少したと思います。
34	製造業	不採算事業から撤退
35	製造業 電子機器の設計と製造。量産品としては防犯カメラ用電源を主に扱う	急激で大幅な円安、USDへの元高により、中国製造品の輸入価格が20%以上アップ。お客様が別途東南アジアからの仕入れ力のある他社へ発注切り替えへ。弊社は対応できず。
36	製造業 粉末薬剤の錠剤加工	消費税増税による駆け込み需要による在庫過多、業者による在庫調整のため受注量減少
37	製造業 コンベアローラ製造	設備投資の減少
38	製造業 電子部品用リードピンの製造販売	生産ラインの海外移転
39	製造業	かけこみ需要の影響だが一時的と考えます
40	製造業 電子部品製造	市場全体の仕事が少なく、海外シフトも止まらない
41	製造業 台車の製造販売メーカー	増税後の反動減
42	製造業 金属部品加工業	中国の輸出量が低減
43	製造業 金属プレス加工	前年が特別に多かった
44	製造業 プラスチック射出成型	海外生産分が人件費、材料費の高騰に加えて円安による為替影響で価格競争力が落ちたため

45	製造業	各種鋼材の切断及びその後の表面処理(油の除去、キリ粉の除去等、バレ研磨までしてお客様の先へ届けます。	新会社が値下げ要求が後をたたない。
46	製造業	機械部品及び専用機の製作・修理	駆け込み需要があったので、増税以降は少しの間受注が減少するのは当然
47	製造業	溶接NC加工	海外に生産がシフトしている。
48	製造業	プラスチック加工業	業界全体が5月末頃より、景気の落ち込みが見られるが、仕事自体は確保出来ている。しかし、社員の退職により、生産力が低下しており、売上が思うように伸びない。
49	製造業	スタッド溶接加工	加工の海外依存、国内の空洞化
50	製造業	包装用品の加工卸	4月以降減少
51	製造業	紙全般卸売、印刷化粧箱、紙製品の製造販売	仕入れ価格の上昇が価格の上昇につながり、仕事が一部他社へ流れた
52	製造業	発泡スチロール販売加工	消費増税の反動
53	製造業	金属プレス加工	受注減少(在庫調整)
54	製造業	組立、検品、梱包から発送	新規は増加しているが、受注数が減少し、トータルとして減になる。
55	製造業	こんにやく、ところてんの製造卸	発注数量が徐々に減っている。他府県からの流入による競争激化。冷夏による発注数量減。
56	製造業	機械加工、設置など	役所の工事が減った。
57	製造業	ステンレス鋼板の研磨及び保護テープ貼り加工	例年この時期良くないが、今回は消費税の影響か？仕事量減、なおかつ素材の値上げによる買い控えが考えられる。
58	製造業	建設機械・産業車両用カウンタウエイトの製造・販売。	一部素材の品不足による生産調整(特殊要因)
59	製造業	板ガラス加工販売	建築産業不信による水道メーターの需要が少なくなったため
60	製造業	金属部品の金型製作及びプレス加工一般	得意先の海外生産に歯止めが掛からない。
61	製造業	光学硝子製造業および光学部品販売業	デジタルカメラ業界がピークアウトした事で、在庫調整の影響を受ける。
62	製造業	線香製造	消費税増税の駆け込み需要とその反動減
63	製造業	樹脂押し出し成型金型の製造	内需の停滞、大手の海外生産
64	製造業	物流支援機器(垂直搬送機・駆動ローラーコンベヤ・パレット入替機等)製造販売	消費税アップによる特需後の落ち込みによるもの。
65	製造業	自動車、家電、建築関係にて使用されてます十字穴付タッピンネジの製造と販売を行っております	購買意欲の減少と値下げ要求の度合いが強まっている為。文書にて値下げをあらかじめ要求するところも出てきています。製品の販売価格がどんどん落ちてきている。
66	製造業	金型製造	
67	専門サービス業(土業の)	不動産鑑定業	3年に一度の固定資産税評価替業務(市町村発注)が3月末で完了したため
68	専門サービス業(土業の)	大学キャリア教育、人材育成、組織開発、コンサルタント	サービス向上のため仕事を抑えて学生になっていたため
69	専門サービス業(土業の)	法務事務	訴訟等による売上は、景気動向等と無関係なため
70	専門サービス業	行政書士業務	業界的に厳しい。
71	通信情報業	システム開発及び情報機器販売	前期は特需のため売り上げが伸びたから
72	流通業	事務用品販売	消費税
73	流通業	和装卸・化粧品等の小売	消費増税分の買い控え
74	流通業	骨董品輸入販売業	お客様の財布の紐が更にかたくなった
75	流通業	アパレル小売	仕入れコストの上昇によるコストup→店頭価格の上昇 高単価品の不振
76	流通業	ステンレス鋼材卸及び加工	引き合いが減少
77	流通業	旗、カップ、社章、記念品製造販売	安い商品に注文が集まって総数も減っている
78	流通業	黒酢を中心とした健康食品の卸、小売	消費増税による駆け込み需要の反動。嗜好品のため、消費増税の影響が当面続くと思われる
79	流通業	物流倉庫です。お客様の在庫管理、出荷代行です。	全体的な物量の減少。新規案件は単価が安すぎる。
80	流通業	葬祭業	インターネット業者の増加で受注価格の減少とお客様のニーズの変化
81	流通業	金属材料販売	基本的流れとして需要不足の傾向が続いている
82	流通業	事務用品、事務機器等の小売	消費税率UPによる駆け込み需要とその反動 プラス 年度末からの新年度受注による季節
83	流通業	酒類小売業	飲食店の売り上げ減少
84	流通業	結節部品の卸売り	営業力不足。輸入品が国内で回り、安価競争になっている。付加価値の付けにくい商材に対し、どのように価値をつけるか。又、第二創業で新しい分野で売り上げをあげる必要がある。この先厳しい、どうしようか
85	流通業	美容材料卸売	消費増税前の過去込み需要の反動
86	流通業		消費税増税
87	流通業	一般用医薬品の卸売販売	消費税増税による仮需要の影響、取引先の販売減少
88	その他	医療品、衛生材料の卸	院外処方増加、他社との競合
89	その他	プラント設備設計	親会社が年度始めて予算計画がおくれている
90	その他	喫茶材料卸、珈琲豆小売	消費税増税
91	その他	不動産業全般・主に分譲住宅販売	消費税？
92	その他	その他卸売業	国内生産拠点減少傾向に伴い受注物件が減少していることと、価格競争がまだまだ多いため販売価格及び受注件数も減っている
93	その他	包装資材の卸販売	消費税増税後の影響がモロに出てきた
94	その他	福祉サービス業	同種事業所の増加
95	その他	太陽光パネルの販売、設置、保守	単価競争による売上高・利益率の減少、取引先の事業縮小
96	その他	オフセット印刷、製本	3月前までの駆け込み需要が異常に多く、その反動で需要の先食いをして急減しています
97	その他	テキスタイルコンバーター	マーケットの調整期にあると判断。先行きを占う分岐点にあるのではないかと
98	その他	化粧品、健康食品の卸売業	3月度に250%UPした為、4月、5月が大幅減少。消費税増税によるものもです。

【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	30	26.3%	57	50.0%	27	23.7%	114
運輸業	2	20.0%	6	60.0%	2	20.0%	10
建築業	4	12.1%	20	60.6%	9	27.3%	33
製造業	66	36.7%	67	37.2%	47	26.1%	180
専門サービス業(土業の方)	12	21.4%	34	60.7%	10	17.9%	56
通信情報業	0	0.0%	10	100.0%	0	0.0%	10
流通業	14	26.4%	26	49.1%	13	24.5%	53
その他	2	10.0%	14	70.0%	4	20.0%	20
(空白)	2	11.1%	12	66.7%	4	22.2%	18
総計	132	26.7%	246	49.8%	116	23.5%	494

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	27	10.1%	0	0.0%	8	3.0%	15	5.6%	18	6.7%	5	1.9%	25	9.4%	20	7.5%	11	4.1%
運輸業	1	4.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.3%	3	13.0%	1	4.3%	0	0.0%	4	17.4%	0	0.0%
建築業	12	12.0%	0	0.0%	3	3.0%	3	3.0%	2	2.0%	0	0.0%	5	5.0%	9	9.0%	1	1.0%
製造業	58	12.2%	10	2.1%	19	4.0%	15	3.2%	28	5.9%	12	2.5%	36	7.6%	56	11.8%	22	4.6%
専門サービス業(土業の方)	6	6.4%	0	0.0%	3	3.2%	11	11.7%	3	3.2%	3	3.2%	6	6.4%	0	0.0%	5	5.3%
通信情報業	1	4.0%	0	0.0%	3	12.0%	2	8.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.0%	2	8.0%	2	8.0%
流通業	16	11.6%	3	2.2%	11	8.0%	15	10.9%	2	1.4%	4	2.9%	7	5.1%	14	10.1%	5	3.6%
その他	6	14.0%	1	2.3%	1	2.3%	3	7.0%	2	4.7%	2	4.7%	3	7.0%	4	9.3%	3	7.0%
(空白)	8	21.1%	1	2.6%	0	0.0%	1	2.6%	3	7.9%	0	0.0%	3	7.9%	3	7.9%	0	0.0%
総計	135	11.2%	15	1.2%	48	4.0%	66	5.5%	61	5.1%	27	2.2%	86	7.2%	112	9.3%	49	4.1%
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	6	2.2%	14	5.2%	29	10.9%	38	14.2%	8	3.0%	30	11.2%	12	4.5%	1	0.4%	267	
運輸業	0	0.0%	1	4.3%	2	8.7%	5	21.7%	0	0.0%	4	17.4%	1	4.3%	0	0.0%	23	
建築業	3	3.0%	7	7.0%	15	15.0%	15	15.0%	12	12.0%	8	8.0%	3	3.0%	2	2.0%	100	
製造業	15	3.2%	22	4.6%	45	9.5%	38	8.0%	42	8.9%	33	7.0%	16	3.4%	7	1.5%	474	
専門サービス業(土業の方)	2	2.1%	6	6.4%	13	13.8%	11	11.7%	3	3.2%	6	6.4%	13	13.8%	3	3.2%	94	
通信情報業	0	0.0%	2	8.0%	1	4.0%	7	28.0%	3	12.0%	1	4.0%	0	0.0%	0	0.0%	25	
流通業	4	2.9%	4	2.9%	12	8.7%	14	10.1%	4	2.9%	15	10.9%	6	4.3%	2	1.4%	138	
その他	1	2.3%	2	4.7%	7	16.3%	2	4.7%	2	4.7%	1	2.3%	3	7.0%	0	0.0%	43	
(空白)	1	2.6%	4	10.5%	6	15.8%	2	5.3%	0	0.0%	2	5.3%	4	10.5%	0	0.0%	38	
総計	32	2.7%	62	5.2%	130	10.8%	132	11.0%	74	6.2%	100	8.3%	58	4.8%	15	1.2%	1202	

- 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)

(1)1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	84	26.6%	12	3.8%	12	3.8%	33	10.4%	14	4.4%	21	6.6%	10	3.2%	6	1.9%
運輸業	6	25.0%	0	0.0%	2	8.3%	4	16.7%	0	0.0%	1	4.2%	0	0.0%	0	0.0%
建築業	22	22.4%	12	12.2%	4	4.1%	8	8.2%	1	1.0%	10	10.2%	2	2.0%	2	2.0%
製造業	107	20.3%	50	9.5%	66	12.5%	57	10.8%	54	10.2%	41	7.8%	8	1.5%	7	1.3%
専門サービス業(土業の方)	39	27.9%	8	5.7%	2	1.4%	11	7.9%	10	7.1%	13	9.3%	12	8.6%	1	0.7%
通信情報業	8	27.6%	4	13.8%	0	0.0%	3	10.3%	3	10.3%	3	10.3%	1	3.4%	3	10.3%
流通業	43	27.4%	3	1.9%	5	3.2%	24	15.3%	13	8.3%	14	8.9%	4	2.5%	1	0.6%
その他	9	18.0%	7	14.0%	1	2.0%	5	10.0%	4	8.0%	2	4.0%	3	6.0%	2	4.0%
(空白)	11	23.4%	1	2.1%	1	2.1%	9	19.1%	4	8.5%	5	10.6%	2	4.3%		0.0%
総計	329	23.7%	97	7.0%	93	6.7%	154	11.1%	103	7.4%	110	7.9%	42	3.0%	22	1.6%
(1)1業種	⑨	割合	⑩	割合	⑪	割合	⑫	割合	⑬	割合	⑭	割合	⑮	割合	⑯	割合
サービス業	39	12.3%	38	12.0%	6	1.9%	6	1.9%	1	0.3%	1	0.3%	8	2.5%	6	1.9%
運輸業	4	16.7%	2	8.3%	1	4.2%	1	4.2%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.2%	1	4.2%
建築業	14	14.3%	14	14.3%	2	2.0%	1	1.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.0%	2	2.0%
製造業	41	7.8%	53	10.1%	12	2.3%	5	0.9%	0	0.0%	2	0.4%	7	1.3%	5	0.9%
専門サービス業(土業の方)	13	9.3%	15	10.7%	3	2.1%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.7%	2	1.4%	1	0.7%
通信情報業	3	10.3%	1	3.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
流通業	15	9.6%	16	10.2%	0	0.0%	2	1.3%	0	0.0%	1	0.6%	4	2.5%	4	2.5%
その他	2	4.0%	7	14.0%	2	4.0%	1	2.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.0%
(空白)	4	8.5%	4	8.5%	0	0.0%	2	4.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.1%	1	2.1%
総計	135	9.7%	150	10.8%	26	1.9%	18	1.3%	1	0.1%	5	0.4%	24	1.7%	21	1.5%
(1)1業種	⑰	割合	⑱	割合	⑳	割合	総計									
サービス業	17	5.4%	0	0.0%	2	0.6%	316									
運輸業	1	4.2%	0	0.0%	0	0.0%	24									
建築業	2	2.0%	0	0.0%	1	1.0%	98									
製造業	7	1.3%	2	0.4%	3	0.6%	527									
専門サービス業(土業の方)	4	2.9%	0	0.0%	5	3.6%	140									
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	29									
流通業	7	4.5%	1	0.6%	0	0.0%	157									
その他	4	8.0%	0	0.0%	0	0.0%	50									
(空白)	1	2.1%	0	0.0%	1	2.1%	47									
総計	43	3.1%	3	0.2%	12	0.9%	1388									

- 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	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	新しい仕事づくりの具体的な展開。新しい作品(商品)の販促に注力する。 ニーズを絞り込んだ投資。(人、金、時間)
2 サービス業	不動産管理、仲介業	
3 サービス業	ラジオDJなどのタレントプロダクション、映像・音声コンテンツの制作、プロモーションコンサルティング	人材の能力をアップさせることと、有能な人材の採用が最も会社業績に直結する。
4 サービス業	物品賃貸業(陳列ケース、陳列器具レンタル)	3月は駆け込み需要のあって売上が良かったが、4、5、6月は反動で前年度われであり、来年(平成27年)10には、8%から10%に増税される予定であるが、同友会の組織として、段階的に増税するよう政府に働きかけてほしい。
5 サービス業	中小企業におけるIT経営化コンサルティング。情報発信・業務効率化など。	企業コンサル(顧問)のため、規模の拡大が難しい。増加する案件に対応しきれないため、企業体制を変える・サービスなどの商品化など、2人目以降が活動できる体質に変化していく必要がある。
6 サービス業	ビルメンテナンス・清掃業	顧客の見直しと情報発信を積極的にやっていく
7 サービス業	WEB制作	新サービスの開発を行いより多くの受注と付加価値の向上につとめたい
8 サービス業	流通化工、人材サービス、アウトソーシング	新規のお客様拡大
9 サービス業	エステティックサロンの経	差別化できる新メソッドを開発、サービス提供予定
10 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。	デザイン力アップ(どちらかというデザインのディレクション力up)、管理能力up
11 サービス業	障害者の日常生活及び社会生活を総合的に支援するための法律に基づく障害福祉サービス事業	定員拡大(15→20)、社員教育のための見学会(毎月1回)
12 サービス業	広告の企画・制作 広告アドバイザー 商品・サービス開発	新商品の開発を通じて、他者との差別化を行い営業活動を進めています。
13 サービス業	介護サービス業	介護スキルの知識と技術の向上。業務の効率化を図る
14 サービス業	人材紹介・派遣を中心とした人材サービス	社員一人一人の力をあげるにはどうしていくべきか
15 サービス業	不動産仲介・管理・飲食業	営業に回れない状況が続いたが今期は打って出る。一人一人の能力UPは必
16 サービス業	人材派遣業	定期雇用
17 サービス業	WEBシステム開発	現在受託での開発が主軸となっているが、今後は自社の製品づくりをして新たな販路をつくっていきたい
18 サービス業	公営競技(競馬・競輪・競艇)のPR広告	競馬場のイベントに力を入れているため、そちらに人材が取られるのがつらいが、仕事を任せてもらえる時に信用をうる努力をしている
19 サービス業	会社、工場、学校の食堂委託運営	新規営業担当を置き、重点的に新規開拓を行なう。材料費、全ての食材の価格を見直し業者との交渉を行なう
20 サービス業	取扱説明書・パーツカタログ他	主要取引先が少なく、その動向の影響が大きい。それを解決するには取引先の数を増やすしかない
21 サービス業	各種イベント、展示品レンタル	人手不足と言われている中での人材の確保
22 サービス業	建設機材のレンタル	公共事業が停滞している
23 サービス業	広告の企画及びセールスプロモーション、デザイン、催事等の企画・実施。各種印刷 他	現状の得意先には今後、業務が拡大しそれに伴う広告媒体の増加を期待できないのが現実です。ゆえにさらなる営業力のアップを図り、新規開拓又は広告宣伝に関連した、新たな業務の推進を考えることが重要であると考えます。
24 サービス業	税理士	業務品質の高い仕事とそれを支える教育
25 サービス業	総合人材サービス	社員能力のアップ
26 サービス業	自動車の整備・販売、損保・生保代理店	2014年問題として車検件数の減少が予想。在庫促進のアプローチを含め確実に付加価値向上の工夫を行う
27 サービス業	ハウスクリーニング等	人材確保が難しく全てにおいて余裕がない。そのことが全社一丸体制に繋がっていない
28 サービス業	行政・大学サポート等	VC等とのパートナー戦略を拡充し、事業拡大を図る
29 サービス業	清掃用具賃貸、環境衛生サービス業	清掃業→健康寿命伸長産業、アレルギー対策ハウス&メンテナンス、セミナー業への転換
30 サービス業	広告(印刷物、WEB、販促、映像等)制作	以前はルーティンの顧客層が多かったが、採算面で新規の顧客獲得からルーティン化、より一層のIT関連業務に力点を置きはじめたため、人材の若返りと活性化が必要になってきている

31	サービス業	不動産業	常に市場は変化しており、これに対応するためには自社の技術と社員の能力の向上が必要ではないかと思う。
32	サービス業	不動産貸付	どのようなことをすればお客様に喜んでもらえるのか検討中
33	サービス業		関東方面に営業所を出しますので、早く確立させねばなりません
34	サービス業	中古トラック販売、中古トラック部品販売	インターネットによる新規顧客拡大
35	サービス業	作業服の小売、ルート営業	売上・自身の成長の目標を立て、その目標に到達できるように自身の行動管理が出来る社員の育成。・既存のお客様だけではジリ貧なので、常に新規取引先の開拓を行う。・販路拡大(隣町:河内長野市)・営業マンと営業サポート増やし、営業力の拡大。・新規事業の模索。
36	サービス業	生命保険、損害保険代理店	健康上の問題があり今期売上が低下した。回復途上であり徐々に営業力アップを図る。
37	サービス業	美容業、カット、パーマ	2年後の新店を出す予定なので新しい社員の確保と今いる社員さんの力量を上げていかないとダメだと思う。
38	サービス業	美容業、カット、パーマ、商品販売	現在4名のスタッフで営業しているが、うち2名が仕事のサポートとして入っている。この2名の技術力を上げることが売り上げにつながる。他2名が現在の売り上げをつけているがさらに連携をとって営業していくことで売り上げアップにつ
39	サービス業	産業廃棄物処理	海外展開
40	サービス業	障害者福祉サービス、B型就労支援事業	10月中旬に新施設完成、収容人数の増加に伴い収入増加を見込む。障害者さんが継続して働けるよう、しっかり生活面、スキル面、精神面の強化につなげる支援を総合的にしていくため新たに建設しました。
41	サービス業	主に障害者総合支援法にもとづく障害者福祉サービス	現状の既存事業の利用者増につながるとりくみの強化。来年の新規事業に向けた人材の確保、育成が当面の課題です。
42	サービス業	フットサルコート運営・コンサルティング	社員力を上げたいので、まずは中身改革かと考えています。
43	サービス業	事業系一般廃棄物及び産業廃棄物収集運搬及び処理業	経営者の最終的なフィルターを感性や経験値をどのように捉え、判断するべきかを考えるようにしています。
44	サービス業	消毒業および損害保険代理店	新規顧客の獲得と世代交代した既存顧客とのパイプ作り
45	サービス業	システム・ソフトウェア開発パッケージシステムの販売	・ソフトウェア開発の技術力だけではなく、団結力を向上させる。 ・会社のあり方、働きやすい環境を明示できるよう、経営理念などを確立。
46	サービス業	飲食店経営	時間当たりの生産性のアップ
47	サービス業	輸出入の通関手続きおよび関連する業務全般	営業拡大し売上を増大させることと、人材の確保を同時進行で実行していかなければならない。
48	サービス業	人材派遣	新規取引先の開拓に力点を置いておく。
49	サービス業	化学工業薬品製造・卸	人財の確保
50	サービス業	働きたくなる職場づくりのための経営者サポートサービス	少人数のため、生産効率が非常に悪い。採用するにも仕組みが必要。社内ルールを決め、社員に何を求めるのかをはっきりさせなくてはならない。同時に売上(利益)拡大のための販路強化活動に注力しています。
51	サービス業	インテリアデザイン・施工、ビル・マンションの管理、工場・施設の設備のプランニング・施工・メンテナンス	自社の方向性を確実に進めていくためには、人材の採用・育成が急務である
52	サービス業	トラックの車輛・部品・メンテナンス・リサイクルを販売・扱うトラックのワンストップサービス業	まずは、新卒採用そして、社員教育。営業力強化や新規開拓と言えども人材力が最低必要条件です。地道に採用してきっちり教育して会社全体のレベルアップを図る。
53	運輸業	地場を中心にした一般貨物・重量物の運搬	社員の能力アップなくしては営業拡大が図れない
54	運輸業	一般貨物の配送 日本全国対応	だんだん流通が国内を無視して流れ出している その中でトラックを活用出来る方法の模索
55	運輸業	オフィス移転引越、鋼材配送、精密機器輸送	人手不足により大型案件の対応が困難である。
56	運輸業	運送・倉庫(保管・検品・流通加工)・特定人材派遣	原油価格の上昇のデーター等を用意して「値上げ」ではなく、「原価アップ」による「価格改定」を説明する。
57	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	これまで、マニュアル化できていなかった技術を、新入社員にもすぐわかる参考本を作り、育成システム、スキルアップシステムとして会社に残す。後継問題に真剣に取り組めます。
58	建築業	リフォーム工事業	人材確保
59	建築業	太陽光発電システム工事 設計・施工	元請受注を増やしていく
60	建築業	墓石、建築石材販売・化工・施工	営業力強化のための人材採用・社員教育

61	建築業	住宅建築設計施工、一般建築全般	ショールーム新設
62	建築業	リフォーム業。住宅リフォーム全てシステムバスシステムキッチン トイレ他	人財育成の為にOFF JT、OJTを強化している。他社との差別化(コア・コンピタンス)を強化している。
63	建築業	電気工事・空調工事・火災報知工事	工場の省エネ化
64	建築業	タイルの工事及び販売	人材が増えてきているので人材を早く教育して戦力にすること
65	建築業	建築工事業	技術会社にとって技術者確保、育成は事業の発展には不可欠
66	建築業	店舗設計施工、住宅リフォーム	今まで1社依存が続いていて、ここ10年でどんどん仕事が減ったため、同友会、異業種交流会参加によって前向きになっている
67	建築業	障害者施設の新築、リフォーム健康住宅の新築、リフォーム	消費税増税前の踏込み受注も5月連休前でほぼ完了。これからは、元の大阪の景況に戻る(右下がり)但、現在5月～リフォームが比較的動きが活発。要因は、三月頃に施工施工がズレこんだもの。
68	建築業	内装・建築	10%の対策が分からない
69	建築業	風力発電設備などの自然エネルギー利用の設計施	とにかく人材が不足しています
70	建築業	建築型枠業	景気の落ち込みが来た時、利益率が上がるための効率化(生産管理と職人の意識向上)同上の時の販路拡大
71	建築業	鉄骨建築、鉄骨階段耐震工事、オフィスビルなどの鉄骨部品製作、施工	より技術力をupする事で、他社との差別化を更に強くする。また、忙しい日々で作業効率を見直し、改善する事で、生産性をアップを！！工場拡大へ向けて、銀行への働きかけや、資金作り強化。
72	建築業	住宅、福祉施設等の新築	全社的に経営計画、方向性について全社一丸とはなっていない、方向性を全社員に落とし込むことが重要。住まいに関する新しい事業の模索が急がれ
73	建築業	リフォーム	
74	建築業	木工事、管工事	新規営業所の立ち上げ
74	建築業	リフォーム、浚渫、管洗浄	技術力の向上を来期(7月～)に掲げている。
75	建築業	空調、集塵等のダクト製作及び取り付け工事	若い人材の確保を最重要課題として取り組んで生きたいと思っています。
76	建築業		QCDの強化。利益追求。
77	建築業	電気工事業	営業すれば仕事はあるが技術力、人間性の高い人材不足
78	製造業	化粧品製造、販売業	現在の販路の業界以外の別業界への販路拡大に注力中。
79	製造業	婦人インナー製造販売	販促も大事だが、社内体勢を強固なものにする
80	製造業	別注家具製造	高品質を追求してブランド化をはかる
81	製造業	化学プラントの設計・製造	熟練社員が数年でいなくなるので、その技術継承
82	製造業	電子機器の設計と製造。量産品としては防犯カメラ用電源を主に扱う	先月5月末で第12期が決算月となりました。アベノミクスで円安をはじめ色々な状況が急変するなか、円安・仕入品値上・販売価格値下の三重苦。今期は根本から計画を考えねば、なおにいかねばと。
83	製造業	プラスチックブロー成形	中堅、幹部社員の教育
84	製造業	文化教室・手づくりショップ・筋肉矯正・看板(トールペイント)	オリジナルの1点物をネットなどを通じて販売していく。
85	製造業	ICT業界を対象に、情報通信工事と付帯する架や什物の製造	従業員個々のスキルアップと営業組織力の強化により受注を増やす。同時に若手中堅社員のスキルアップと良い中堅社員を採用し社員の層を厚くする
86	製造業	電子機器、開発・製造	超高波技術を生かして製品づくり
87	製造業	印刷業	経営の柱となっている企業様への更なるアプローチともう一つの柱となる企業様へのアプローチ
88	製造業	印刷全般、ネットワークコンテンツ	厳しい経済環境の下、従来の営業スタイル個人のスキルや頑張り頼った従来型の営業活動から脱却し、技術営業ができる営業を育てる。業務の効率化を図ることで人的ミスの低減や、業務効率の向上につなげる
89	製造業	粉末薬剤の錠剤加工	重要取引先必ずしもイコールではないが、有名企業との取引は会社全体のモチベーションアップや開発のシナリオの学び、OEM生産企業としてのステータスに繋がる
90	製造業	食品包装資材(フィルム)の企画、製造、販売	社員が高年齢になってしまっているため、人材の確保が必要
91	製造業	トムソン型による打ち抜き加工	営業人員の確保と育成全社員の底上げ製造の強化と生産効率の追求。
92	製造業	製版フィルム作成、インクジェット印刷	お客様、定期訪問、計画的な社員教育、外部支援による計画的推進
93	製造業	ポリウレタンゴムの製造	国内の新規開拓と海外市場の調査
94	製造業	プラント設計	即戦力が必要
95	製造業	プラスチック加工業	新卒を雇用し、業界に特化する
96	製造業	精密機械部品加工、産業機械設計・製作	人材育成に重点を置いた経営をしなければ自己資本増に繋がらない
97	製造業	電子部品用リードピンの製造販売	新規開拓

98	製造業	金属部品加工	新規開拓、人材・協力会社の強化
99	製造業	粘着テープの製造・販売	人材教育
100	製造業		業界依存の脱却と人材確保と社員教育に力を注ぐ
101	製造業	IH土鍋の製造販売、厨房シューズの販売	営業力の拡大。営業指導できる中途採用と大企業のノウハウの導入
102	製造業	電子部品製造	見込みのない従来品目は現状維持し他分野への技術アピールを強める
103	製造業	航空機部品精密加工及び機械製作設計	リピート性の高い受注
104	製造業	フレキシブルチューブ及びベローズの設計・製造	日本のものづくりが益々減少する為、海外への販路を3年後に実現するために行動してます
105	製造業	プラスチック成型	良い意味でのリストラクチャリングをすすめる
106	製造業	特殊鋼加工販売	他社にない特殊鋼を製作し販売ができるようになりました。新鋼種なので販路が広がると思えるのですが、未だできていません。
107	製造業	カバン・袋物製造	既存商品、既存得意先だけでは売上減少傾向にあるため、新分野への進出を押し進める
108	製造業	鉄線、加工と製罐	販路開拓
109	製造業	NC自動盤による金属切削業	無人化推進による人件費削減
110	製造業	サイン及びDIY関連製品製造販売	新製品開発
111	製造業	金属製品製造業	今までと異なる業界へ進出し、提案型営業を目指す
112	製造業	アルミ製品の企画・開発・製造・販売	分母の大きなジャンルへの新規参入をめざして、2年目になるので、結果を出して、この先の売り上げ基盤となるよう持つていく。
113	製造業	電子部品用金型及び金型部品の製作	より高付加価値のビジネスモデルが創出できるよう、市場ニーズに密着した技術やサービスを開発していく
114	製造業	鋼板の切断	今後も新規開拓による顧客増をめざす。新卒採用により、社員力をアップさせる。同業他社よりも優れた商品内容により、今後も拡大を続ける。
115	製造業	プラスチック射出成型	オリジナル商品の開発を促進し、利益率の高い商品を増やしそれらの販売に力を入れていく、また既存品の原価及び経費の削減をすすめ利幅を確保する。
116	製造業	各種鋼材の切断及びその後の表面処理(油の除去、キリ粉の除去等、バレ研磨までしてお客様の先へ届けます。	私がすぐにブレるのでぶれない様にしたい。
117	製造業	機械部品及び専用機の製作・修理	従業員の高齢化で会社の技術力が落ちつつある、できない加工もでてきている。ここを何とかしたい。
118	製造業	金属表面処理	航空材部品への取り組み
119	製造業	鉄鋼物流業	取引先ニーズを把握し、興味となる設備を導入し、新規販路の開拓に展開させて行く。
120	製造業	ビニール電線、製造販売	世代交替の時を迎え、トップダウンの経営から方向性を同じとし、意識レベルをupし各人が前向きに自主的な動きをしていく社風づくり
121	製造業	金属プレス部品、及び同金型作成。試作部品作成	新規取引先の増加を目指すと共に、この一年間で取引が始まった企業への売り上げ増加を図る
122	製造業	コンピューター関連装置の開発、製造	新規ユーザー確保
123	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	人余りの状態なのに労働時間(残業時間)が増加している。「生産性向上」がこの数年置き去りにされていたことを反省。委員会制度を4月からスタート。自主的な活動にまで高めることを推進中
124	製造業	溶接NC加工	オリジナル商品の開発
125	製造業	金網の製造と販売	営業力の拡大:新規採用、情報収集力のアップ。生産性アップ効率化:5S運動の展開、新製品・サービス開発:収集した情報を営業と製造で共有化し、新製品やサービスのアイデアが出て来る仕組み作り
126	製造業	化粧品&容器製造販売	投資育成会社に加入する。二部上場、目指す!
127	製造業	プラスチック加工業	今期の指針目標として、人材の採用と社員教育に重点を置いています。それと同時に、生産性アップの為に効率化を進め、利益の確保をする。ハローワーク及び一般求人紙への求人展開中。工場内のレイアウト変更プラン実行中。
128	製造業	金属熱処理、表面処理	コストアップに対して、価格転嫁と社内の生産性を改めて見直している。ベテランが重点的に指導をしているが、継承と育成を兼ねて取り組んでいる。
129	製造業	シールラベルステッカーの製造	人材確保、教育をすすめながら、営業力の拡大、技術力の強化は急務。現在は良いとしてもその先を見据えた計画に伴う行動が大切と考えます。
130	製造業	海苔製品の製造販売	今までになかった販売チャンネルの開拓、より消費者に受け入れられる商品の開発など
131	製造業	金型メーカー	人材の雇用、教育、戦力化
132	製造業	プラスチック加工	新規顧客の獲得(より高付加価値商品の生産)、生産性を上げるために技術力を上げる

133	製造業	制御盤の製造・工事	まずできるところから自助努力を行なう。売上が大事だが社内強化が次に大事だと感じている。
134	製造業	金網の製造販売	新卒採用にチャレンジ
135	製造業	スタッド溶接加工	エネルギー開発。未知へのチャレンジ
136	製造業	紙全般卸売、印刷化粧箱、紙製品の製造販売	3月に設備投資をおこない内部環境の合理化は進みました。ただ一部のお客様の後継者問題で取引先が減少がこれからおこると考えられます。そのために新規で重要な取引先を増やすことが必須です
137	製造業	段ボール箱、印刷紙器、包装資材	個々の能力を最大限発揮し、適材適所は基本。オールマイティーにこなすことが出来る人材を育てることに尽きる。個々がレベルUPすることで全体の底上げ
138	製造業	金属プレス加工	新規取引先の新しい課題要望に応えられるように社員の技術力をあげる
139	製造業	業務用、浴場、プール設備機器の全国卸売業及び高齢者施設向きのリハビリ機器の販売	海外の展示会に積極的に行き、日本の高齢者市場で販売できる商品を発掘する。中国やベトナムなどに日本の商社を経由して、は販売すべく活動していく
140	製造業	電気設備用特殊製作金物	社員教育実施中でも結果が出てこない。小企業への人材が集まらないです。
141	製造業	建築金物の販売	若い人材を育成したい
142	製造業	こんにやく、ところてんの製造卸	展示会に出展し露出度を高め認知度向上を狙う。作業標準書を作成し無理、無駄、ムラを取る。営業活動やヒアリングにより消費者と話す機会を増やす。
143	製造業	精密金属の切削加工	新規製品加工に向けて設備導入を計画、若手社員の技術力向上実現のため、計画的・定期的に勉強会を開催し実行中。そして新規販路分野の開拓に向けてビジネス商談会にも参加。
144	製造業	金属製品の加工及び生産機器の設計・製作	技術力、管理力、教育力を強化して情報を正確に伝達し何のために何をするのかを正しく理解して行うのが肝要である。それから中期目標からの短期目標を達成するためのプロセス管理が大切だと考えている。
145	製造業	機械加工、設置など	営業力アップさせることにより新しい取引先を増やし売り上げを上げる。
146	製造業	ステンレス鋼板の研磨及び保護テープ貼り加工	今期に置いてクレーム頻発、対処は行うが信用的な物でダウンした。品質要求が厳しくなり技術の向上が必要。生産性を上げることで品質向上の余裕をつくる。新規分野進出における人的余裕をつくる。
147	製造業	医療用不織布製品の加工及び販売	数年前より進めているバースデーギフトサービスの新事業をきっかけに営業力を伸ばしていきたい
148	製造業	工業用裁断器・省力化機器 設計・製造	別注機種標準機化による販売拡大と生産性向上。新分野での開発商品を具体化する。
149	製造業	搬送用機械の設計・製造	・設備投資による生産性向上 ・企業連携による営業力強化
150	製造業	建築鉄骨加工業	受注の選別化
151	製造業	各種金属プレス加工・板金溶接加工業	定年退職者の補充採用及び技術継承、既存取引先の販売強化、新規取引先開拓、
152	製造業	キャラクター雑貨、文具など企画製造	新規事業＝自社ブランド開発および販路開拓に力を注いでいきます。モノづくり補助金を利用して3Dプリンターの導入により、試作モデルを効果的に使って売上拡大につなげます。
153	製造業	工業用裁断機器・製造	新商品を拡販する顧客開発力
154	製造業	繊維製品製造及び輸出入卸	既存市場(中高級品)の成長性は厳しく、新市場の開拓での拡大が必要。
155	製造業	板ガラス加工販売	営業力強化の為HP更新の予定
156	製造業	測定機器製造販売	社員教育体制の確立
157	製造業	プラスチック板加工業及び製品販売	新規雇用の検討(新卒採用)
158	製造業	光学硝子製造業および光学部品販売業	新製品や新販売先が常に大切であるが、それ以上に現得意先と現定番製品がもっと大切である。上記4要素の組み合わせで短期間に又費用も安く、実績ある信頼要素をベースに新規要素をプラスしてイノベーションを起こせることが
159	製造業		社員が少しずつ高齢化しているの、若い人材を採る必要がある
160	製造業	鋼板の加工販売	新規分野の開拓
161	製造業	印刷媒体 ウェブ媒体の企画制作	本当の顧客ニーズを捉え、それを商品化すること
162	製造業	線香製造	新製品の投入により、利益率の改善、付加価値の増加、社内の活性化を図る。
163	製造業	工業用ガスパーナーの製造	何社か取引先は増えましたが、まだまだ一社依存体質からは脱却できていませんので、生産性をアップさせ新しい顧客対応をしっかりとっていきたくです。
164	製造業	塗料製造販売	塗料販売だけでなくそれを使う機械のメンテナンス部門へ進出したい。
165	製造業	焼き菓子製造卸	生産増に対応するための人員の確保と教育。営業人員の確保と教育も。生産増に対する設備の導入。
166	製造業	金属表面処理業	既存取引先様内での当社のシェア拡大
167	製造業	樹脂押出し成型金型の製	自社ブランド製品を中心に、既存ユーザーおよび新規ユーザー開拓
168	製造業	衣服製造および卸売	BtoC のチャネルを準備する。そのための人員を配置する。
169	製造業	フレキシブルシャフト製造	新製品、特殊品開発
170	製造業	プラスチック切削加工業	リーマン時に増えた借入返済による経営の健全化

171	製造業	物流支援機器(垂直搬送機・駆動ローラーコンベヤ・パレット入替機等) 製造販売	自社努力によるコストダウン。仕入れ価格高止まりによる対策。流通業だけでなく、工場内物流への取り組み。好調業種への販路開拓及び製品開発。
172	製造業	精密金属パネ製造・販売。 丸線パネ材φ0.14mm～φ4.0mmを機械で成形しておりますが、手加工による成形により複雑な形状にも対応しております。	若い人材の育成
173	製造業	自動車、家電、建築関係にて使用されてます十字穴付タッピンネジの製造と販売を行っております。	技術力の強化と新規販路の開拓に力点を置く。
174	専門サービス業(士業の方)	公認会計士業務	幹部候補の採用と育成
175	専門サービス業(士業の方)	会計、税務業務	営業力強化
176	専門サービス業(士業の方)	外国人のVISA関連手続き	売上を安定させ、人材を採用する
177	専門サービス業(士業の方)	税理士業	売上の偏りが見られるので、リスク分散の意味からも、もう一本柱が欲しい
178	専門サービス業(士業の方)	財務の管理と改善、税務の対策と申告	どうしていいかわかりません。悩んでいます。
179	専門サービス業(士業の方)	経営コンサル業	特に人材採用に力を入れて生きたい。人材紹介などの依頼
180	専門サービス業(士業の方)	税理士業	新入社員の採用及び教育を行う。
181	専門サービス業(士業の方)	行政書士業・社労士業	HPの活用
182	専門サービス業(士業の方)		研修受講・個々に目標設定をしているので達成率をチェック
183	専門サービス業(士業の方)	都市計画・まちづくり・建築・土木造園に関する計画設計	社内レビュー報告会の定例化、新人社員振返りシート。自社の地域における産学連携によるビジネスモデルの構築。地域活性化の多様な支給の実施と中期的なビジョン基盤の構築
184	専門サービス業(士業の方)	社労士業務	事業ドメインの確立とビジネスモデルの構築
185	専門サービス業(士業の方)	税理士業務	新規顧客開拓とセミナー実施、
186	専門サービス業(士業の方)	生損保険代理業	販売先はあるが人手不足のため営業が中途半端になっている
187	専門サービス業(士業の方)	税理士業	事務員の能力アップ
188	専門サービス業(士業の方)	大学キャリア教育、人材育成、組織開発、コンサルタント	顧問契約の拡大
189	専門サービス業(士業の方)	会計、総務受託企業	取引先企業に対する経営力UPに対して、助言指導
190	専門サービス業(士業の方)	弁護士業	広告
191	専門サービス業(士業の方)	社会保険労務士業、経営コンサルタント業	紹介や相談に誠意を持って対応する
192	専門サービス業(士業の方)	税理士業	社員さんと協力して業務の効率化を進める必要がある。
193	専門サービス業(士業の方)	コンサルタント、社会保険労務士業	顧問契約により安定収入は確保しているが、将来に向けた新たな顧客確保。
194	専門サービス業(士業の方)	建物の設計、企画、管理、建物調査、他	下請取引先の増加及び(下請業者の)技術力アップにより受注を増やしたい
195	専門サービス業(士業の方)	経営コンサルタント	まず商品力をアップする為にソフトウェアを開発しています。そのソフトウェアを軸に販路開拓して、システムを通してコンサル契約をとる営業展開を考えてい
196	専門サービス業(士業の方)	会計事務所	①全社一丸経営(営業) ② 経営指針の浸透 ③人材育成
197	専門サービス業(士業の方)	人事制度コンサルティング	ターゲット顧客にリーチできるWEBプロモーションを構築する
198	通信情報業	データベースソフト開発	新しい組織を作り、新製品を販売すること

199	通信情報業	WEBサイト制作・システム アプリ制作	営業人材の確保に力点をしています
200	通信情報業	OA機器販売他	海外展開を検討したい
201	通信情報業	防犯カメラの設置	関西を中心に営業展開中
202	通信情報業	共同計算、システムの研 究、開発、設計及びコンサル タント	経営者の高齢化による事業継続、経営戦略の練り直し。継続か撤退かの決定 をその具体化
203	通信情報業	ITコンサルティング、ソフト ウェア開発、ネットワーク 保守	販路拡大しようにも、まず、人でしよう。
204	通信情報業	コンピュータソフトウェアの 開発	社員の採用
205	流通業	ニット生地卸売 婦人衣料 輸入卸	売上げ伸び悩みを解決
206	流通業	古紙の選別加工販売	新規分野開拓
207	流通業	アフリカ材の流通	営業力の拡大を図り、アフリカ材(アユースに特化している)の建築用途以外の 新規販路を開拓、そして事業承継の為に人材採用が急務
208	流通業	ユニフォーム全般	適正在庫(現在は超過剰状態)
209	流通業	自動車販売、修理、保険	隣接地購入の為、規模拡大、向上の新規設備を計画。
210	流通業	和装卸・化粧品等の小売	売れ筋商品の開発
211	流通業	骨董品輸入販売業	売場のリノベーション
212	流通業	機械類輸入	仕入れ地域を増やして安定的に商品を確保する
213	流通業	鶏肉卸	業態として行き詰まり感があり、今後の展開は新規事業が立ち上げられるから かかっていると思います。そのためもっと人手が必要でなおかつ人を育てる 仕組みを築いていくことが必要
214	流通業	アパレル小売	魅力ある商品の展開によってリピータを増やす、回転率を高める経費は徹底的 に削減できる費目は減らす
215	流通業	ステンレス鋼材卸及び加	需要を掘り下げる努力
216	流通業	鉄工卸売業	時代にあった競争力と情勢判断力の向上。縮小業界を乗り切ることと新規開 営業マンの担当している得意先をシャッフルして営業マンの特性に合うようにし た。社員の高齢化にともない、新規人材を確保する
217	流通業	機械工具卸売業	
218	流通業	旗、カップ、社章、記念品 製造販売	新規への取引、卸売、小売、ネット販売
219	流通業	黒酢を中心とした健康食 品の卸、小売	産学連携によるエビデンス機能性食品の開発、新規販促開拓。消費者にダイ レクトに売る仕組みの確立
220	流通業	物流倉庫です。お客様の 在庫管理、出荷代行です。	他社との差別化、強みを生かす。
221	流通業	葬祭業	営業範囲にとらわれず、安心できる紹介業者との業務提携と自社オリジナル商 品の開発、徹底したアフターフォローからの新規需要開拓と外注、コストの削減 で、今期は売上と利益を増加させます
222	流通業	輸入菓子材料卸、内外雑 穀の卸	人を育てること
223	流通業	胡蝶蘭のネット販売、化粧 品販売	ネット対策、ネット販路拡大
224	流通業	医療用装具、材料、部材 の販売	代替市場必要
225	流通業	事務機器販売、建材の販 売施行	ネットワークを活用して、他社メーカーができない、サービス商品の展開、競合 相手の少ない分野に参入
226	流通業	事務用品、事務機器等の 小売	基本体力のひとつは営業力と考えています。商品力や付加価値、収益力も営 業力が高まってこそ生きてくると思います
227	流通業	結節部品の卸売り	何をもって自社にプライドを持つか？そこで働く社員がやりがいをもてる会社に したい
228	流通業	被服販売業	現在、刺繍機などの付加価値を高める努力をしているが、個人(団体)向けプリ ント加工でのインターネット通販業者との競合で苦戦する中で、今後人材雇用 を含め自社加工による付加価値、コストダウンを検討したい。
229	流通業	鋼材販売及び加工	営業を主力に置いた会社づくりで各人が専門の技術を持ち、お客様に頼られる 存在となれば必ず売り上げアップにつながる。
230	流通業	ワイヤーロープに付随する 建築資材金具輸出入業	出張による国内外観客及び新規開拓営業、社員の営業訓練、同業他社にはな いオリジナル商品の導入、圧倒的価格優位の商品導入
231	流通業	美容材料卸売	新規取引先の獲得
232	流通業	工業薬品製造・販売・卸、 産業廃棄物処理	展示会等へ積極的に出展する
233	流通業	金属リサイクル業	計画を実行するに至る人員の能力アップと人員の確保
234	流通業	安全衛生用品製造販売	価格競争の激しい商品群には対応できるスペックダウンした製品と、付加価値 の高い製品に区別し、市況に対応できるラインナップを揃える

235	流通業	締結部品(ねじ、ネジ部品)販売業	存在意義、自社のプライドは何か
236	流通業	一般用医薬品の卸売販売	新規販路の模索
237	その他	造園建設業 造園工事	社員の自主性をUPさせる取り組みを今秋までに社員と共にやっていく。
238	その他	植栽管理	BIM CIMへの新規参入
239	その他	建設コンサルタント	社員年齢層に空白がある。特に若い人が少ない。新卒採用も考えているがエンジニアとしての教育体制を整えなければならない
240	その他	プラント設備設計	重要取引先との関係を密にし、新規提案をして事業拡大を図る
241	その他	魚介類卸売業	営業力アップの為に丁寧な社員教育
242	その他	鋼材の加工販売	大阪市内の元気な店に振込みをしていく。社員一人一人の力をアップさせる
243	その他	食品業務卸	今までやってきた路線は撤退する。根本的なことから見直し。新たな路線で舵
244	その他	包装資材の卸販売	20年を迎え業務内容の再構築
245	その他	福祉サービス業	資源エネルギー問題の今後の動向が予測しづらく、社の方針・方向性の確定が難しい
246	その他	太陽光パネルの販売、設置、保守	知的財産権の重要性のアピール
247	その他	知的財産業務	ニーズ把握ができるスキルアップ
248	その他	マッチングと勉強会開催	新製品開発の完了が目前なので新規顧客の開拓。リピーターへの働きかけが
249		精密光学機器の製造と販売	顧客の洗い出し、受注獲得の策を検討中です
250		オフセット印刷、製本	幹部社員の育成が大
251		商社(主にオフィスサプラ	新規のエンドユーザーを増やし、保守契約件数を現在の倍の40社に増やす。
252		業務用コンピュータシステム開発	ニーズの深堀
253		テキスタイルコンバーター	経営計画書にそって行動していますが、営業社員に商品知識の偏りがあるので勉強会を開催している。顧客ニーズへの対抗の仕方なども含めて
254		食品包装資材	新規販売店を増やすしか方法がなく、大阪に留まらず他府県の新規開拓を行っています。人で不足になる懸念があります。
255		化粧品、健康食品の卸売業	人的サービスを求める層へのアプローチを積極推進

特別項目

2014年夏季賞与について

2014年夏季賞与支給について(選択式)

(1)1業種	支給する	割合	支給しない	割合	検討中	割合	総計
サービス業	59	53.6%	24	21.8%	27	24.5%	110
運輸業	3	33.3%	5	55.6%	1	11.1%	9
建築業	22	59.5%	8	21.6%	7	18.9%	37
製造業	115	63.2%	31	17.0%	36	19.8%	182
専門サービス業(士業の方)	24	52.2%	13	28.3%	9	19.6%	46
通信情報業	5	62.5%	3	37.5%	0	0.0%	8
流通業	32	58.2%	10	18.2%	13	23.6%	55
その他	7	38.9%	9	50.0%	2	11.1%	18
(空白)	8	57.1%	5	35.7%	1	7.1%	14
総計	275	57.4%	108	22.5%	96	20.0%	479

前年夏季賞与との比較(選択式)前項で「支給する」と回答した企業を対象

(1)1業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	総計
サービス業	19	32.8%	33	56.9%	5	8.6%	1	1.7%	58
運輸業	1	33.3%	1	33.3%	0	0.0%	1	33.3%	3
建築業	10	47.6%	9	42.9%	1	4.8%	1	4.8%	21
製造業	44	39.3%	58	51.8%	7	6.3%	3	2.7%	112
専門サービス業(士業の方)	10	41.7%	11	45.8%	0	0.0%	3	12.5%	24
通信情報業	2	40.0%	3	60.0%	0	0.0%	0	0.0%	5
流通業	9	28.1%	17	53.1%	3	9.4%	3	9.4%	32
その他	1	14.3%	5	71.4%	1	14.3%	0	0.0%	7
(空白)	2	25.0%	6	75.0%	0	0.0%	0	0.0%	8
総計	98	36.3%	143	53.0%	17	6.3%	12	4.4%	270

- ①増額
- ②同額
- ③減額
- ④昨年は支給をしていない