

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7月～9月期）

期間：2014年8月19日～2014年9月18日

対象者：2703名

回答数：554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 6 : D I 推移（売上・利益・景況感・資金繰り・設備投資・先行き景況感）

P 1 9 : 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 2 1 : 売上増加の要因（選択・記述）

P 2 6 : 売上減少の要因（選択・記述）

P 2 9 : 設備投資・経営上の課題（選択）

P 3 0 : 今後の力点（選択・記述）

P 3 8 : 特別項目集計

大阪府中小企業家同友会

定点景況調査集計結果（2014年7月～9月期）に対するコメント

| | |
|------------------|-------|
| 大阪産業構造研究会 | 三木得生 |
| 阪南大学経営情報学部教授 | 関 智宏 |
| 大阪経済法科大学経済学部准教授 | 高橋慎二 |
| 大阪市立大学創造都市研究科准教授 | 立見淳哉 |
| 摂南大学経済学部准教授 | 田中幹大 |
| 和歌山大学経済学部准教授 | 藤田和史 |
| 阪南大学経済学部准教授 | 松村幸四郎 |

調査結果のポイント

1. 売上・利益等各種のDI値の推移からみると、会員企業の景況は前期の消費増税による落ち込みからは回復基調にあると判断される。しかし、実際には今期の数値は前期の期待感を下回る業種が大部分であり、来期以降の先行きに不安感を覚えている会員が多数を占める。
2. 売上・利益の動向と経営上の課題と対応から、需要が停滞する中、一部の業種では円安等の悪影響を受けた仕入れ単価の上昇に悩まされている会員企業が存在することがわかる。一方で、複数の業種で景気回復の中で人手不足が発生し人材採用や採用した人材の教育を課題とする会員企業があることもわかった。また、サービス業などのB to C領域の企業では、個人消費の冷え込みによる消費増税の影響が依然として残っていることもわかった。
3. このように回復基調にある業種と立ち後れている業種という、業種間の二極化が進みつつある。それと同時に、個々の業種の個別企業間でも回復基調にある企業と、回復の遅れている企業という二極化が進みつつある。このような「二重の二極化」が生じ始めており、注意が必要な状況にある。

1. データについて

今回（2014年7月～9月期）の景況調査データは、2014年8月19日～9月18日の間に回収されたものである。対象者2,703名に対し回答数は554名、回収率は20.5%であった。

2. 大阪同友会会員企業の景況について

(1) DI値の推移

DI値の推移をみると、売上・利益ともに前期より改善傾向にある。具体的には、売上は2014年2期で0.2あった数値が、今期では12.5(+12.3)となっている。また、利益についても、2014年2期で-5.9あったものが、今期では6.7(+12.6)となっている。なお、両数値とも、前年同期比でもやや改善の傾向がみられている。しかし、個別業種のDI値について検討すると、売上については運輸業・情報通信業・流通業で前期比・前年同期比ともに改善がみられるものの、他業種と比較すると動きは鈍い。同様に利益のDI値を検討すると、前期比ではサービス業・運輸業がマイナスとなっているほか、流通業についても他業種と比較すると改善の幅は小さい。前年同月期比では建築業・情報通信業・流通業がプラスに、それ以外の業種は悪化の傾向を示している。とりわけ、サービス業はマイナスに、専門サービス業が大幅なマイナスとなっている。このような状況を反映してか、景況感のDIは全体としてマイナス、個別にみると悪化した業種でマイナスとなっている。景況感先行きDIについては、建築業・専門サービス業を除くすべての業種で悪化しており、それを反映して全体もマイナスへと2期ぶりに悪化してい

る。これらから、現時点においては、会員企業の景況は回復基調にあると考えられるが、先行きに不安感を感じている会員が多数いることがわかる。

(2) 売上・利益動向

売上・利益についての動向をみると、前期比で「横ばい」と回答する会員企業が多数を占める。今期では「増加」と回答する会員企業が、「減少」と回答する会員企業を若干上回っている。前年同月期と比較すると、「増加」・「横ばい」がほぼ同数となり、全体的には改善傾向にあるといえる。個別業種の売上動向については、前期比で流通業・運輸業・情報通信業が増加と減少と回答する企業が同数である。前年同月期比ではすべての業種で増加と回答する企業が多数を占める。利益動向についても、全体的な傾向は売上と同様である。個別業種に関しては、前期比でみた場合には運輸業の、前年同月期比でみた場合、サービス業で減少と回答する企業が若干多くなっている。

売上が増加した企業においては、「営業力の強化・拡大(25.6%)」、「新規販路・新分野の開拓(16.7%)」、「技術力・サービスの強化(12.1%)」を増加要因としている。これらに次いで、今期では「国内需要の拡大(8.7%)」がみられるが、個別のコメントでは「全社一丸での営業力アップ」、「人材が育ってきた」など会員企業の努力、「停滞していた需要が動き出した」、「たまたま売れる商材が続いた」など偶発的な需要による増加といった部分が多くを占め、好況による受注拡大という声は限定的である。一部の企業で政府の補助金による効果がみられるが、対象が狭く間接的な効果にとどまっている。一方、売上が減少したと回答した会員の減少に繋がった要因についてみていくと、「国内需要の減少(42.7%)」、「他社との競合状態の悪化(22.1%)」、「販売・受注価格の減少(21.6%)」を挙げる会員企業が多い。このうちサービス業・製造業・流通業で国内需要の減少、サービス業・建築業では販売・受注価格減少と競合状態の悪化を回答している会員が多くを占める。個別のコメントを確認すると、取引先の業務縮小・廃業・海外移転等によって国内の需要が減少していること、競合他社との価格競争の激化、他業種の景況悪化の波及を指摘する声がみられる。また、サービス業や流通業の会員で、直接・間接合わせてB to C領域を中心に消費増税の悪影響が継続している。

4月の消費税増税以降、日銀などが実施した多数の調査においても想定以上の反動減が観測されている。その様子は徐々に緩解傾向にあるが、それは会員企業でも看取されるとおりである。しかし、依然としてコスト高・需要減など円安や増税のマイナスの影響にさらされている会員も多数存在しており、来年度に予定される10%への消費税については結論ありきではなく、情報・状況の正確な分析に基づく慎重な判断が求められる。

(3) 投資計画・経営上の問題点・対応策

投資計画について、多くの会員企業においては現状での投資計画は持ち合わせていない。個別の業種については、運輸業と製造業で投資意欲が多少みられるものの、旺盛とは言いがたい。経営上の問題点としては「民間需要の停滞(11.5%)」、「従業員の確保(11.7%)」、「社員教育(11.4%)」、「仕入れ単価の上昇・高止まり(9.1%)」を回答する企業が多かった。これらへの対応策については、「営業力の拡大(20.8%)」、「社員能力のアップ(12.6%)」、「人材採用(9.8%)」、「新規販路・分野開拓(8.9%)」を挙げる企業がみられる。これらのことから、需要が停滞する中、円安等の悪影響を受けた仕入れ単価の上昇に悩まされている会員企業がある一方で、景気回復の中で人手不足が発生し人材採用や採用した人材の教育を課題とする会員企業があるという、会員企業の二極化が進みつつあることがわかった。上記の課題を解決するために、顧客・販路の拡大や新分野開拓を模索すると同時に、積極的な人材採用と雇用している社員へも教育を通じて能力アップを図り、目標を達成しようとしていることがコメントからも理解できる。

今期の特徴としては、一部の業種を中心に、人手不足・人材採用に関する記述がこれまでよりも多くみられることであろう。とりわけ、建築業では「職人不足」、「人材の定着」など人手不足の中に構造的な課題をみることもできるが、「新卒採用」、「高卒採用」など新たな人材確保を試みる会員企業がある。このような課題は他業種においても共通であり、「若手育成に重点をおきたい」、「数年先の技術者不足を見越した採用・教育を実施する」など、好調な会員企業では人材確保・育成は規模拡大・設備投資・新規分野開拓とあわせて行う必要があるとのコメントが散見される。ただし、このような動きは業種間・業種内でもばらつきがあり、上記と合わせて二重の意味での二極化が進みつつあるという警戒すべき状況にあるともいえる。

3. 特別項目について

今回の調査では、特別項目として2014年5月に改組された大阪信用保証協会の制度融資利用についてと、これまでもたびたび言及してきた人手不足についてたずねた。

大阪信用保証協会の制度融資については、回答企業506社の43.9%が利用している。個別の業種については、製造業(59.1%)・建築業(59.0%)・運輸業(64.3%)での利用率が高い。保証協会の制度融資のあり方について自由記述のコメントを求めたところ、利用企業、利用していない企業の双方から課題が指摘されてきた。回答の中で多くみられるのが、協会・制度そのものへの不満である。融資が金融機関を通じて行われることで、「(仲介の)金融機関の要領が悪い」、「(協会とのやりとりが)もどかしい」、銀行が「貸し先探しに躍起に」になっており、「無理貸し」を作っていること、そして協会自体の対応について「担当者によって対応がまちまち」、「審査が厳しい」、「合併してから審査が遅くなった」、「審査の根拠が不明」など運営上の不備・不満を指摘する声が多数を占める。融資制度のあり方、審査の透明性確保など、協会の対応が求められるといえよう。

人手不足感については、回答企業483社のうち62.1%で不足感があると回答している。とりわけ、建築業(82.9%)、サービス業(66.0%)、製造業(61.3%)、運輸業(100.0%)と複数の業種で人手不足感が高まっていることがわかる。ただ、個別のコメントを確認すると「人手不足ではあるが売上低迷のため思い切って人材確保に動けない(サービス業)」という企業側の問題と、「若い人の応募がなかなかない(建築業)」、「新卒社員の定着率が悪い(専門サービス業)」、「適切な人材が応募してこない(流通業)」、「景気がよいとはとても思えない割に、就職は売り手市場(情報通信業)」など雇用のミスマッチに起因する問題とが混在している。一方で、雇用するとしても新卒人材については、長期的な人材教育が必要であるというコメントも多数みられる。仮に採用できても教育期間に退職されてしまうといった企業側の悩みも深まっている。ただし、人手は充足していると回答した企業においても採用それ自体は苦戦しており、「求人者の人間性がわかる方法があれば(製造業)」、「1名を採用するのにかなりの時間とコストがかかった(流通業)」といったコメントもみられる。会員企業の多くは人材確保のために情報発信や共同求人強化しているが、新卒採用を中心に大手企業に人気集中しており、中小企業での人材確保が難航することが予想される。一部の会員企業は中途採用を強化するとしている。しかし、従前の項目であったように短期的な人手不足解消にとどまることなく、人材育成を考慮して第二新卒の採用を含めた長期的な人材確保を意識する必要があるといえよう。

(文責：和歌山大学経済学部准教授 藤田和史)



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8月19日～9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7月～9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(4～6月)： 増 ・ 横 ・ 減 | 前年同期比： 増 ・ 横 ・ 減 |
| ②利益 | 前期比(4～6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、以下の要因の中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5月19日に「大阪府中小企業信用保証協会」と「大阪市信用保証協会」が統合され「大阪信用保証協会」となりました。

保証協会の制度融資の活用についてお伺いします。

1. 保証協会の制度融資を利用されていますか?
 1. 利用している
 2. 利用していない
2. 保証協会の制度融資を活用する中で何かお困りなどはありますか?

●人手不足感についてお伺いします。

1. 現在人手不足感はありますか
 1. 充足している
 2. 不足感がある
 3. 過剰
2. 求人活動をしている中で問題や課題、取組んでおられることを記述下さい。

大阪同友会定点景況調査集計2014年7月～9月期

期間:2014年8月19日～9月18日

554名回答

(サービス業:114名 運輸業:14名 建築業:44名 製造業:190名 専門サービス業:69名
通信情報業:14名 流通業:60名 その他:22名 空白:27名)

【1】.以前までとの比較

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

(1)売上に関して

DI値推移

前期比

| 2011年 | | 1期 | 2期 | 3期 | 4期 |
|---------|--|-------|-------|-------|-------|
| サービス業 | | 8.1 | -24.4 | -2.5 | 6.8 |
| 運輸業 | | 0.0 | -20.0 | 9.1 | 48.0 |
| 建築業 | | 0.0 | -9.4 | -32.2 | -11.1 |
| 製造業 | | 0.0 | -23.5 | 2.8 | 16.3 |
| 専門サービス業 | | 38.0 | -10.3 | -6.0 | 5.5 |
| 通信情報業 | | 40.0 | -75.0 | 0.0 | -11.4 |
| 流通業 | | -13.0 | -10.8 | -2.3 | -2.3 |
| 統計 | | 5.9 | -18.2 | -2.4 | 7.7 |
| 2012年 | | 1期 | 2期 | 3期 | 4期 |
| サービス業 | | -2.3 | 11.3 | -4.3 | -4.1 |
| 運輸業 | | -25.0 | -33.4 | 0.0 | 14.3 |
| 建築業 | | 4.5 | 6.5 | 0.0 | -15.0 |
| 製造業 | | 5.9 | -1.8 | -7.2 | -5.1 |
| 専門サービス業 | | 18.0 | 12.7 | 14.1 | 0.0 |
| 通信情報業 | | 16.6 | -25.0 | -33.3 | -42.9 |
| 流通業 | | -3.9 | 15.4 | -7.5 | 7.7 |
| 統計 | | 3.9 | 4.2 | -3.2 | -2.2 |
| 2013年 | | 1期 | 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 | 3期 | |
| サービス業 | | 12.3 | 1.7 | 7.1 | |
| 運輸業 | | -9.1 | -10.0 | 0.0 | |
| 建築業 | | 28.2 | -2.7 | 20.9 | |
| 製造業 | | 16.7 | 6.3 | 15.6 | |
| 専門サービス業 | | 28.6 | 27.6 | 26.1 | |
| 通信情報業 | | 54.5 | -27.3 | 0.0 | |
| 流通業 | | 17.5 | -22.8 | 0.0 | |
| 統計 | | 18.2 | 0.2 | 12.5 | |

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 | 3期 |
|---------|------|-------|------|
| サービス業 | 15.7 | 13.8 | 5.8 |
| 運輸業 | 9.1 | 0.0 | 18.2 |
| 建築業 | 27.0 | 8.6 | 29.3 |
| 製造業 | 26.2 | 17.8 | 11.9 |
| 専門サービス業 | 23.7 | 45.3 | 35.5 |
| 通信情報業 | 37.5 | -20.0 | 25.0 |
| 流通業 | 30.8 | -15.8 | 13.8 |
| 統計 | 22.4 | 13.3 | 14.6 |

(2)利益に関して

DI値推移 前期比

2011年

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

2012年

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

2013年

| | 1期 | 2期 | 3期 | 4期 |
|---------|-------|------|-------|------|
| サービス業 | 1.0 | 23.8 | 2.3 | 22.7 |
| 運輸業 | 0.0 | 75.0 | -25.0 | 23.5 |
| 建築業 | -3.0 | 3.8 | 10.9 | 2.9 |
| 製造業 | -20.8 | -7.1 | -4.1 | 10.6 |
| 専門サービス業 | 10.3 | 15.9 | 22.0 | 11.9 |
| 通信情報業 | -20.0 | 40.0 | 8.3 | 0.0 |
| 流通業 | -16.7 | 9.8 | -6.3 | 14.0 |
| 統計 | -10.2 | 8.7 | 2.7 | 14.3 |

2014年

| | 1期 | 2期 | 3期 |
|---------|------|-------|-------|
| サービス業 | 5.7 | -5.0 | -0.9 |
| 運輸業 | 18.2 | 0.0 | -16.7 |
| 建築業 | 13.2 | -16.2 | 16.3 |
| 製造業 | -1.1 | -3.7 | 8.6 |
| 専門サービス業 | 19.0 | 27.6 | 20.6 |
| 通信情報業 | 63.6 | -24.6 | 15.4 |
| 流通業 | 19.3 | -24.6 | 1.7 |
| 統計 | 8.2 | -5.9 | 6.3 |

利益前年同月期 2011年

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

2012年

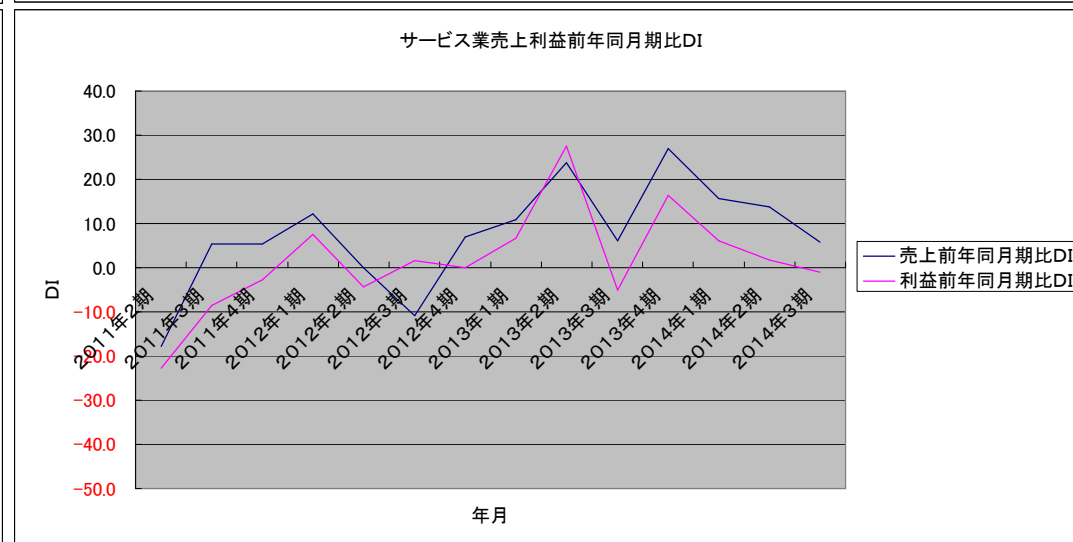
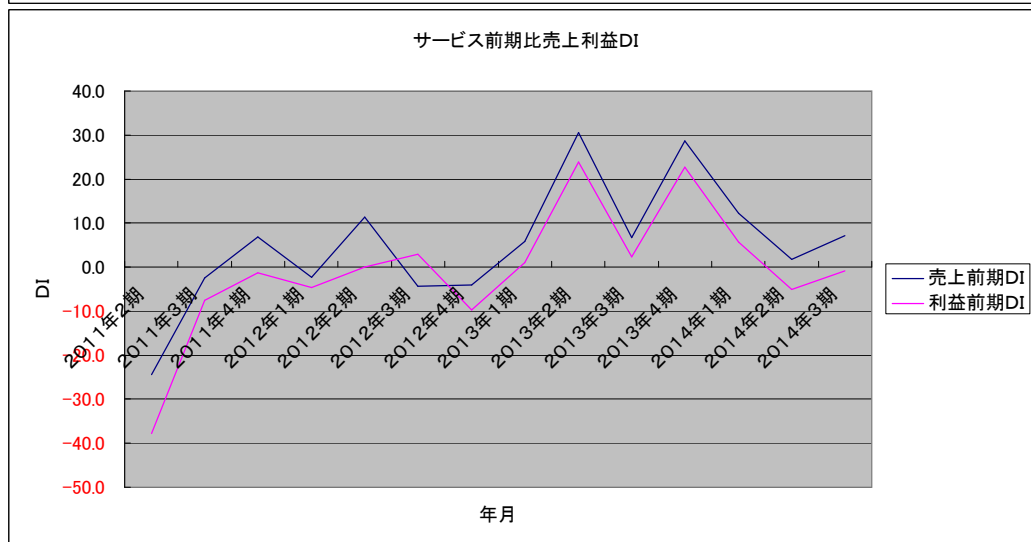
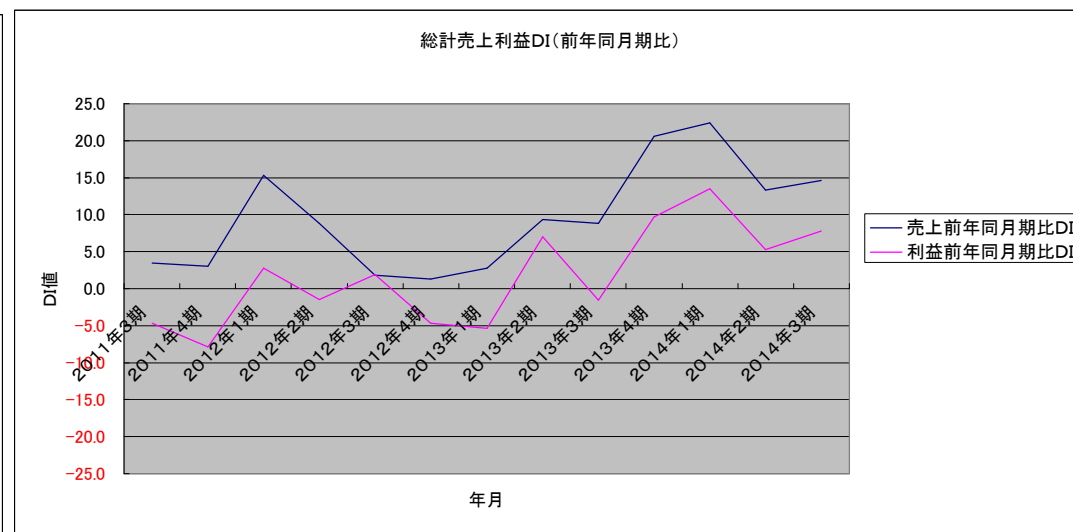
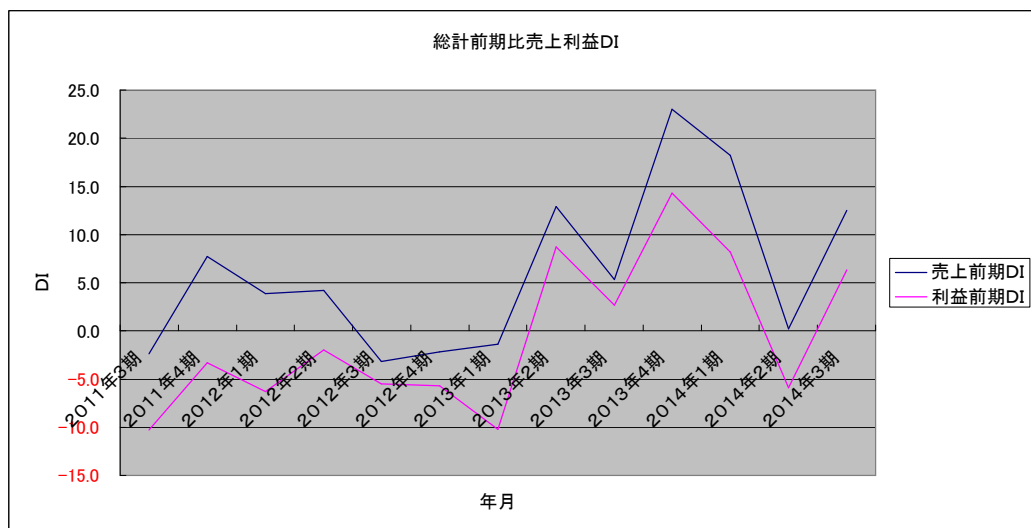
| | 1期 | 2期 | 3期 | 4期 |
|---------|-------|-------|-------|------|
| サービス業 | 7.5 | -4.4 | 1.6 | 16.4 |
| 運輸業 | -12.5 | -27.3 | 0.0 | 11.8 |
| 建築業 | 0.0 | 12.9 | -2.8 | 3.0 |
| 製造業 | -3.8 | -0.9 | 8.2 | 4.1 |
| 専門サービス業 | 8.7 | -4.0 | 5.5 | 12.1 |
| 通信情報業 | 9.1 | 0.0 | -16.7 | 20.0 |
| 流通業 | 6.0 | 5.7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

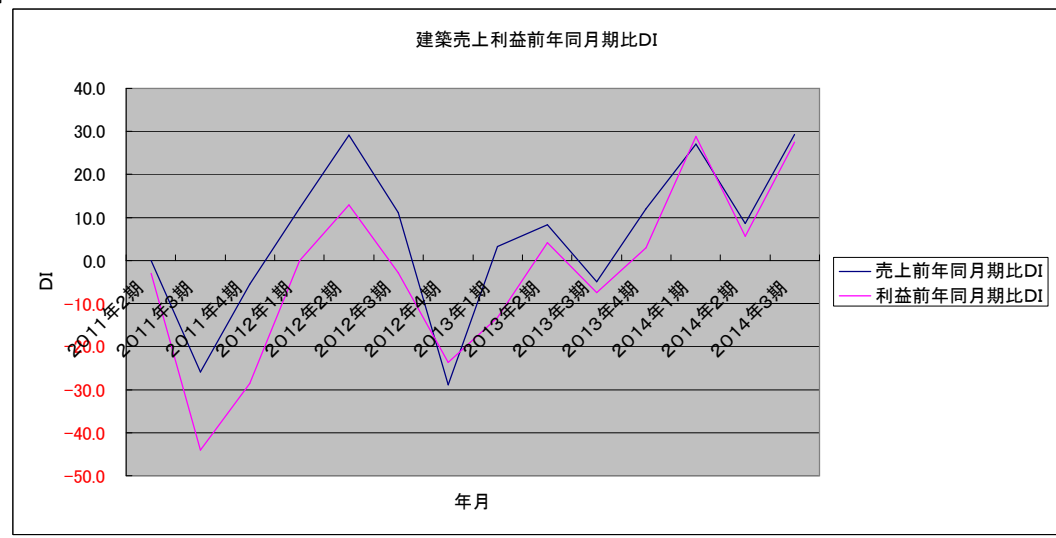
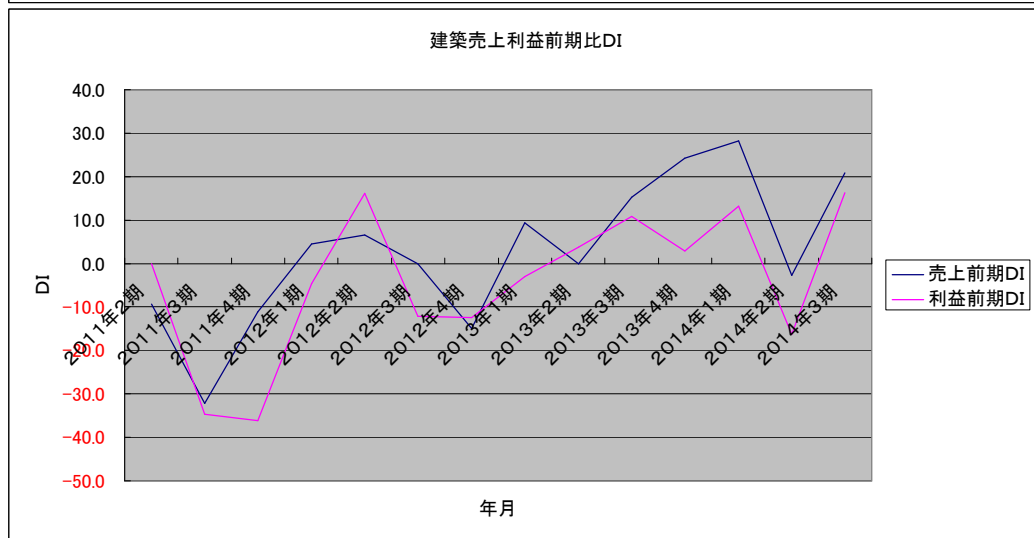
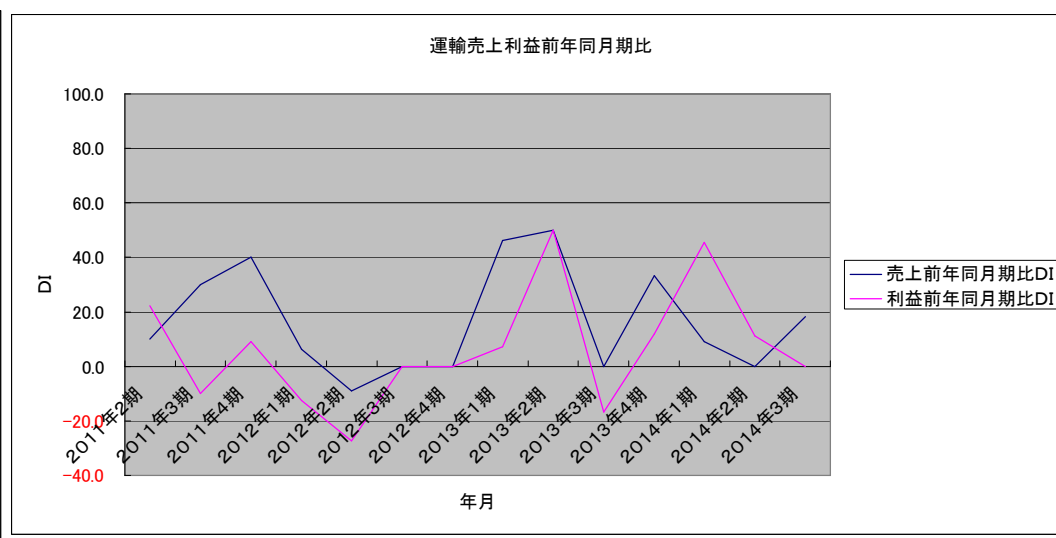
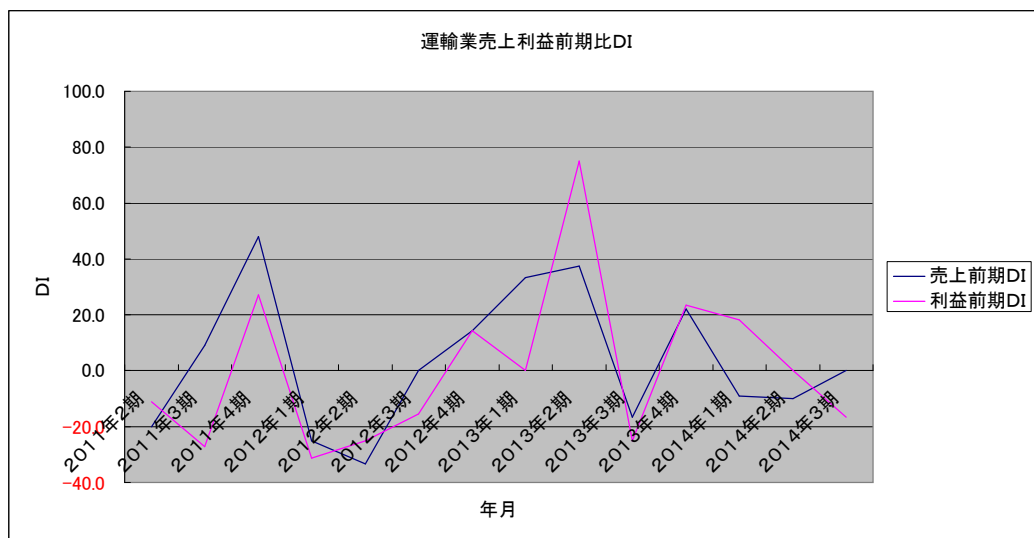
2013年

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

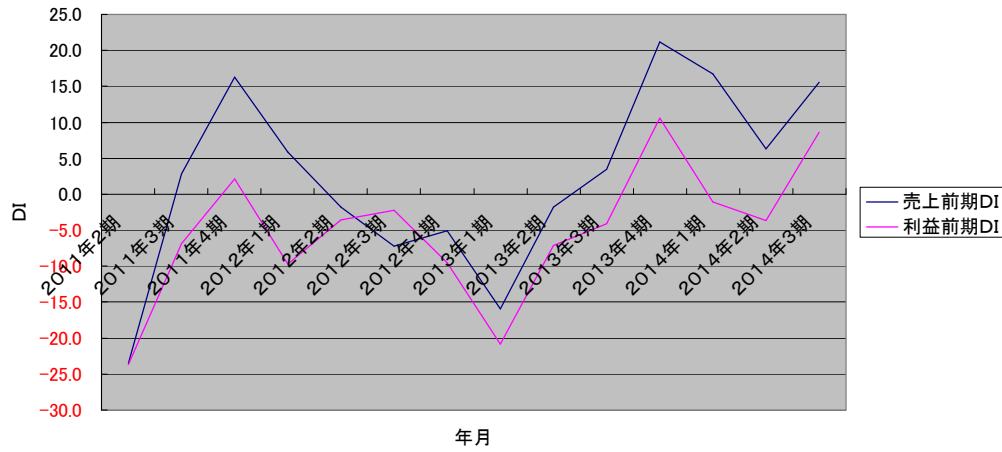
2014年

| | 1期 | 2期 | 3期 |
|---------|------|-------|------|
| サービス業 | 6.1 | 1.7 | -1.0 |
| 運輸業 | 45.5 | 11.1 | 0.0 |
| 建築業 | 28.9 | 5.7 | 27.5 |
| 製造業 | 15.3 | 8.4 | 3.4 |
| 専門サービス業 | 18.6 | 41.5 | 28.3 |
| 通信情報業 | 50.0 | 0.0 | 8.3 |
| 流通業 | 13.5 | -16.4 | 8.8 |
| 統計 | 13.5 | 5.3 | 7.8 |

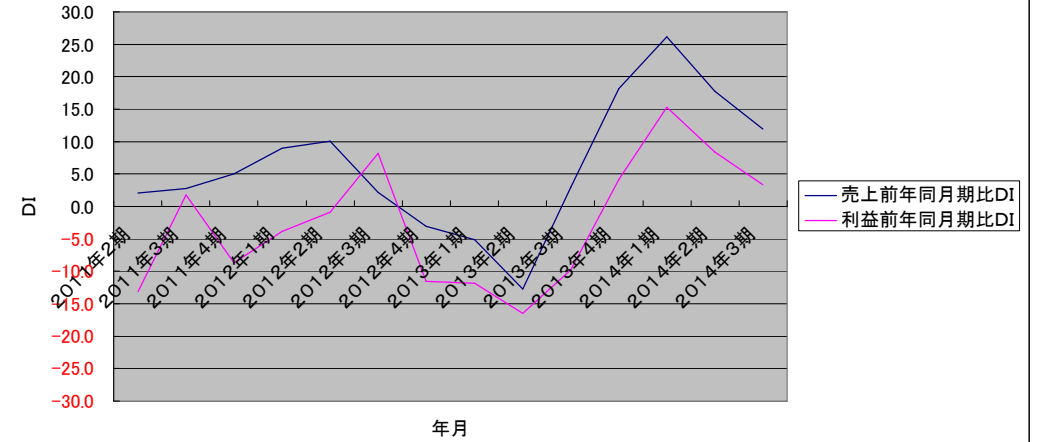




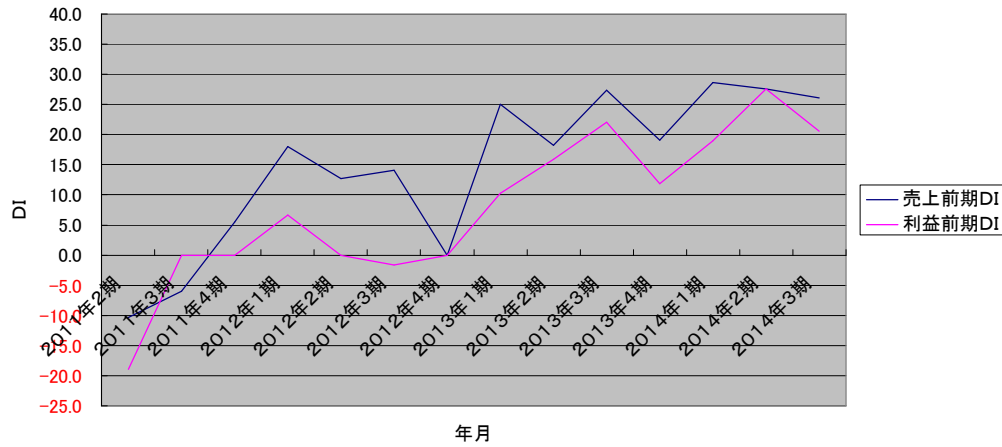
製造売上利益前期比DI



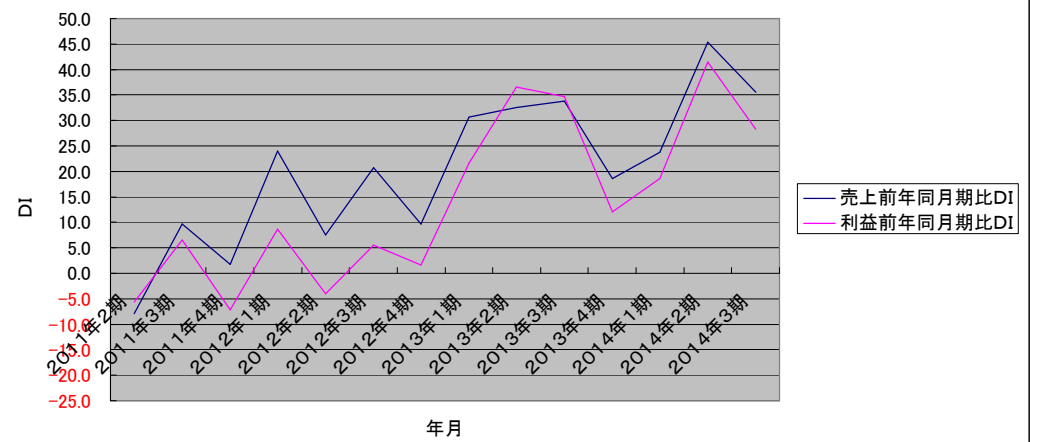
製造業売上利益前年同月期比DI



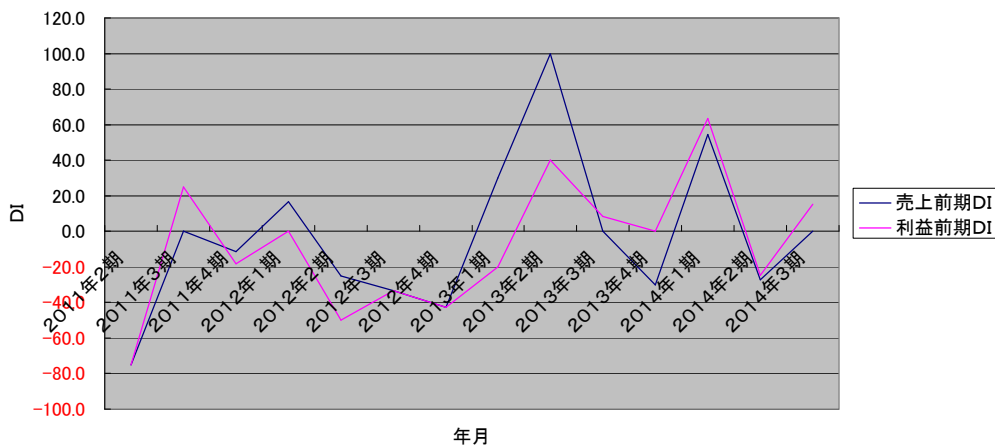
専門サービス売上利益前期比DI



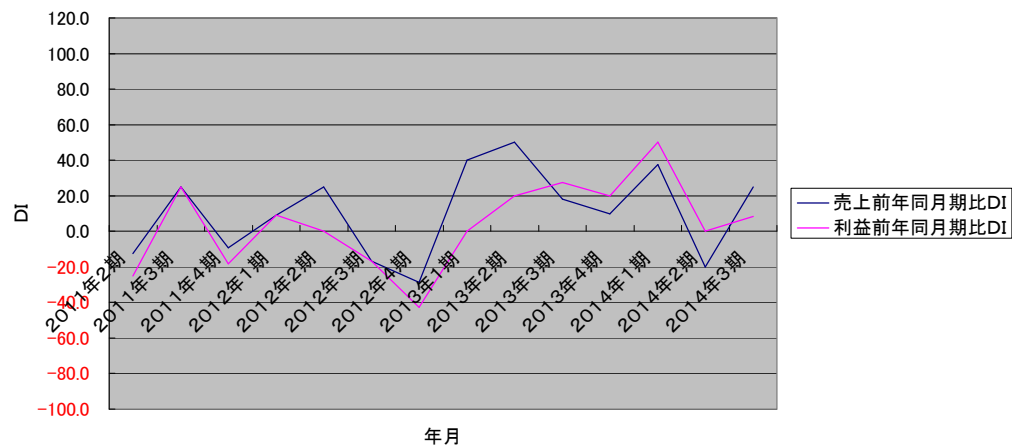
専門サービス売上利益前年同月期比DI



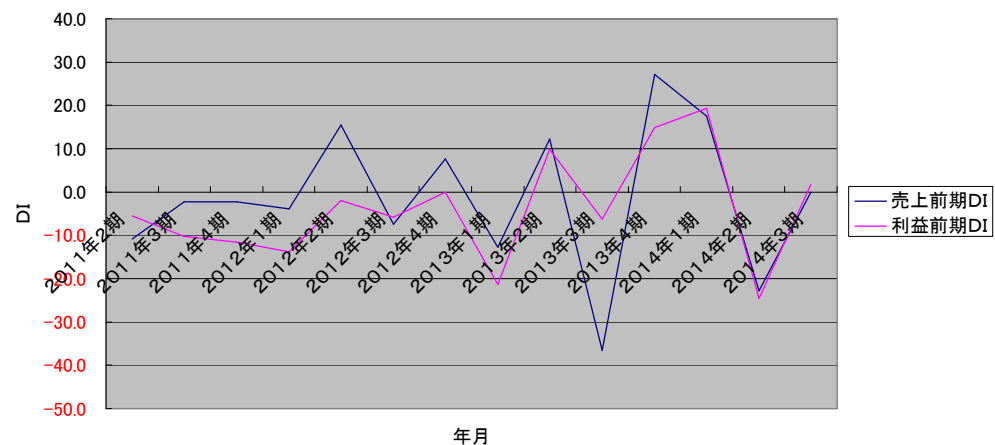
通信情報売上利益前期比DI



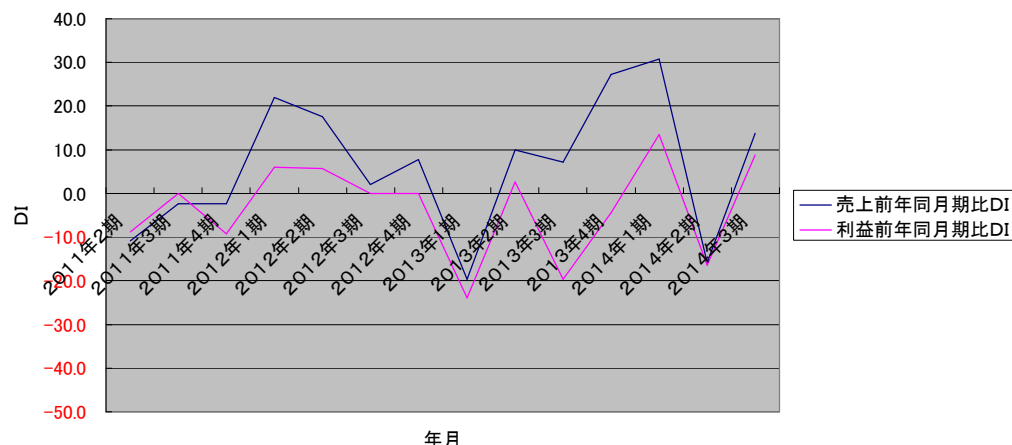
通信情報売上利益前年同期比DI



流通売上利益前期比DI



流通売上利益前年同期比DI



景況感DI推移

| | 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 | 2014年3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 | -16.1 |
| 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 | -21.4 |
| 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 | 9.1 |
| 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 | -5.3 |
| 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 | 11.9 |
| 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 | 23.1 |
| 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 | -25.0 |
| 統計 | | -35.0 | -25.2 | -28.1 | -37.3 | -47.2 | 2.6 | -8.5 | -4.3 | 6.4 | 30.4 | 0.4 | -6.1 |

資金繰りDI推移

| | 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 | 2014年3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 | -9.1 |
| 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 | -7.1 |
| 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 | -4.7 |
| 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 | -9.1 |
| 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 | 6.0 |
| 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 | 15.4 |
| 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 | 1.7 |
| 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 | -4.8 |

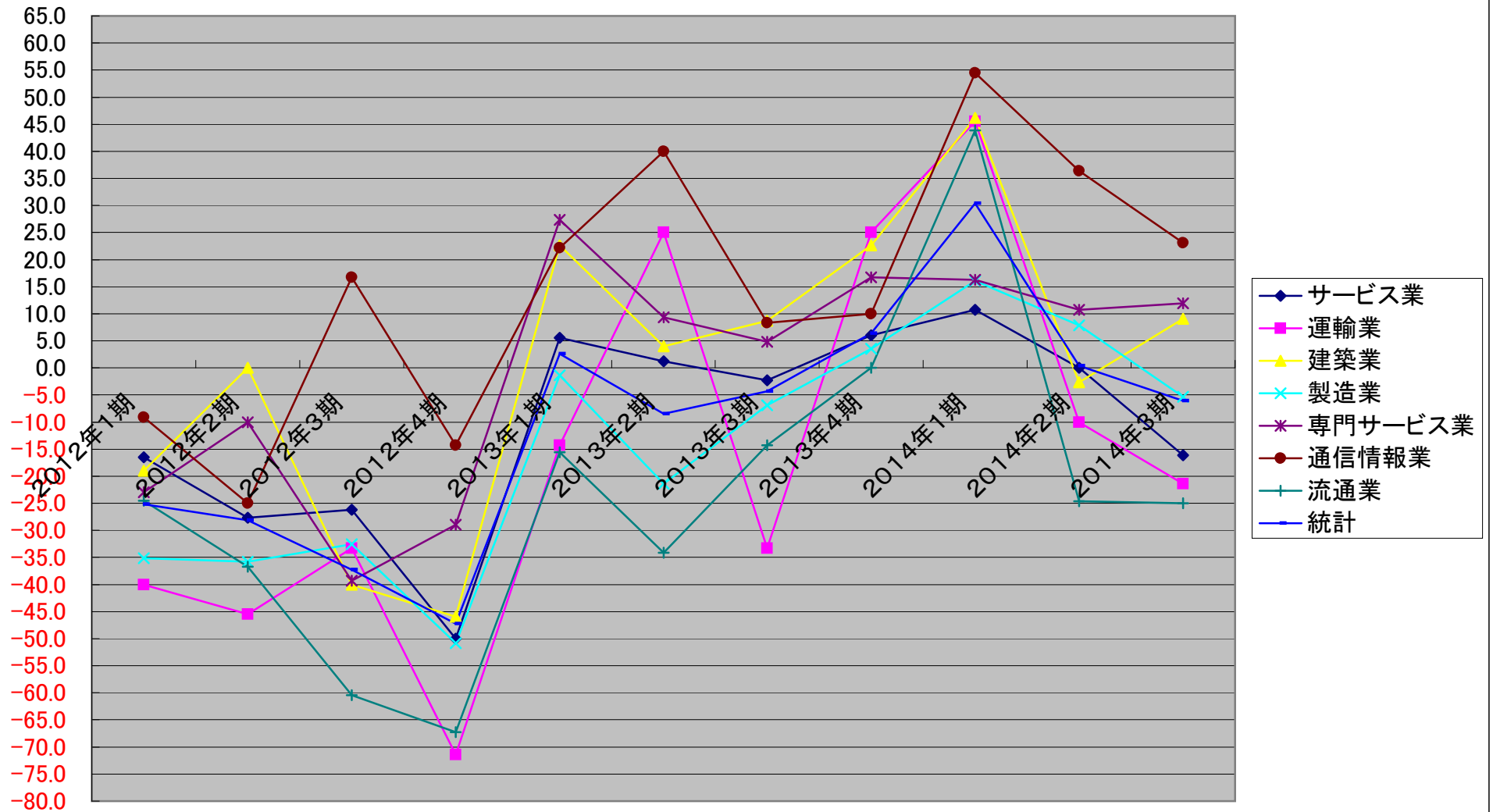
設備投資DI推移

| | 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 | 2014年3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 | -34.6 |
| 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 | 30.8 |
| 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 | -17.1 |
| 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 | 2.2 |
| 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 | -59.7 |
| 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 | -100.0 | -16.7 |
| 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 | -10.2 |
| 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 | -16.8 |

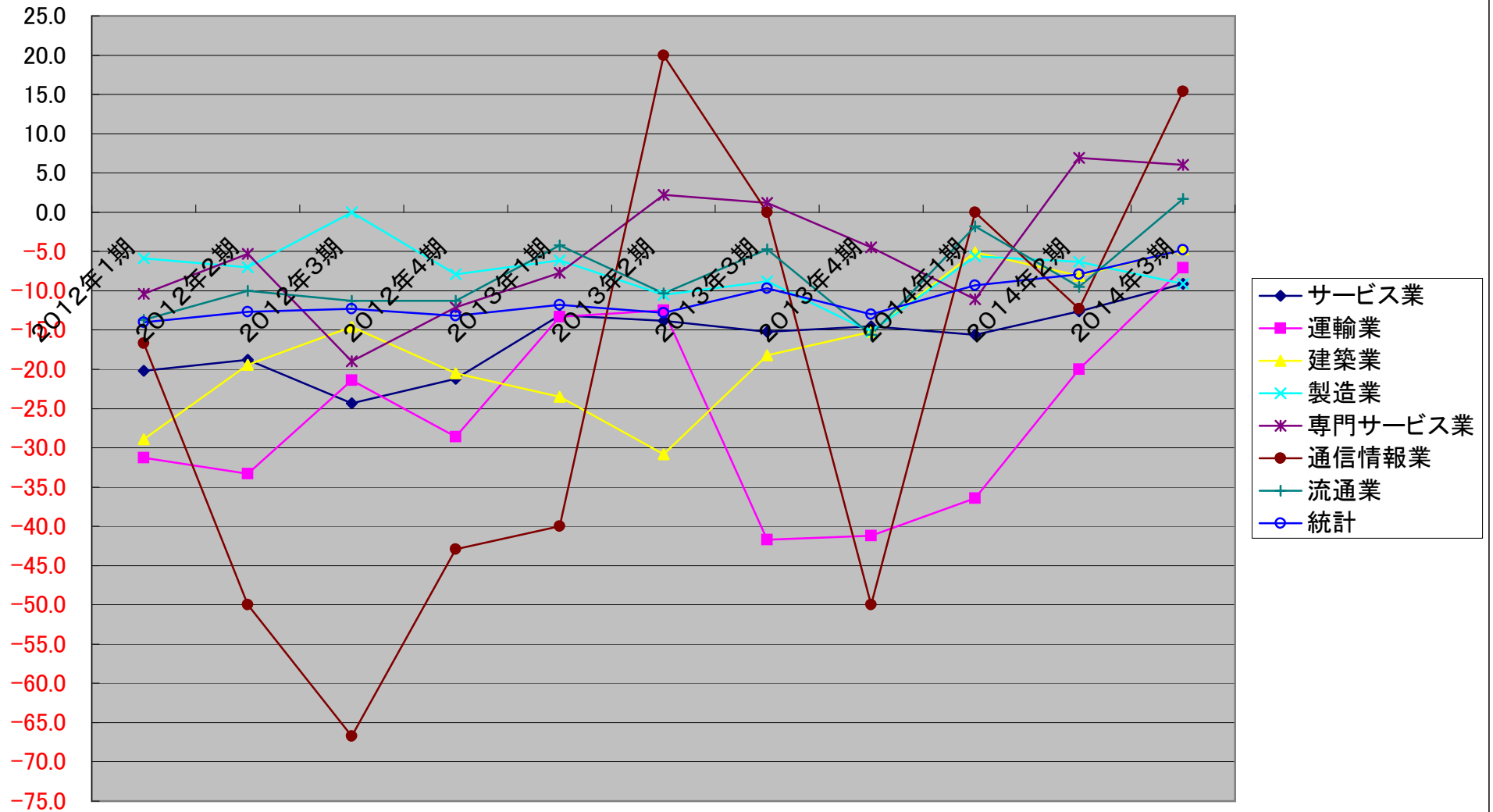
景況感先行きDI推移

| | 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 | 2014年3期 |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| サービス業 | | | | | | | | 8.7 | -1.7 | 6.0 | -3.5 | 5.4 | -6.5 |
| 運輸業 | | | | | | | | 62.5 | -16.7 | -5.3 | 9.1 | -20.0 | 7.7 |
| 建築業 | | | | | | | | 13.0 | 16.7 | 22.6 | 20.0 | 3.0 | 4.8 |
| 製造業 | | | | | | | | 1.0 | 5.5 | 3.5 | -8.2 | 16.0 | -3.4 |
| 専門サービス業 | | | | | | | | 5.4 | 9.0 | 16.7 | -5.0 | 5.5 | 9.5 |
| 通信情報業 | | | | | | | | 50.0 | 30.0 | 10.0 | 10.0 | 22.2 | 8.3 |
| 流通業 | | | | | | | | -5.6 | -6.8 | 0.0 | -9.5 | 1.8 | -12.1 |
| 統計 | | | | | | | | 5.6 | 10.6 | 6.4 | -6.9 | 8.9 | -0.4 |

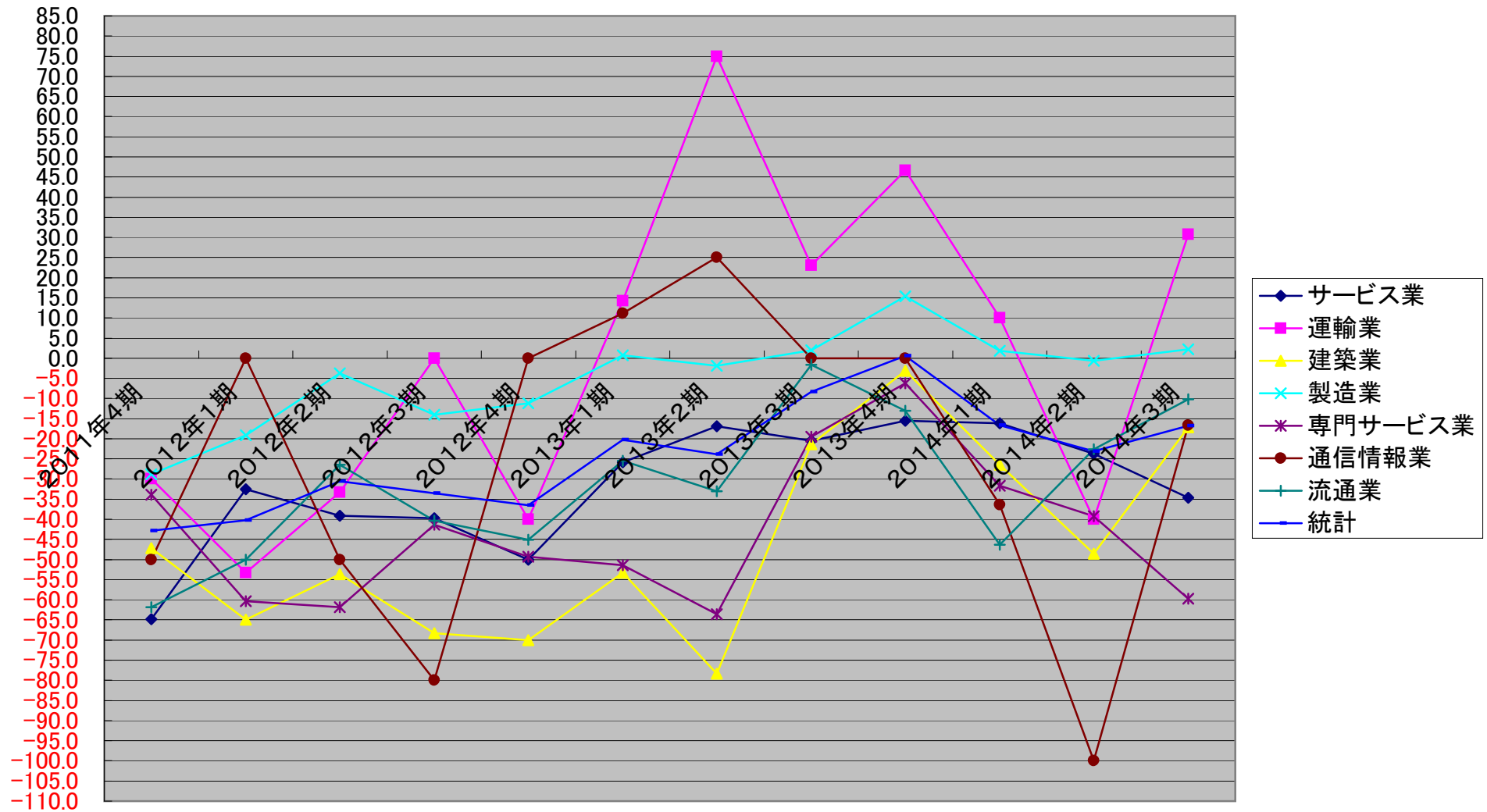
景況感DI



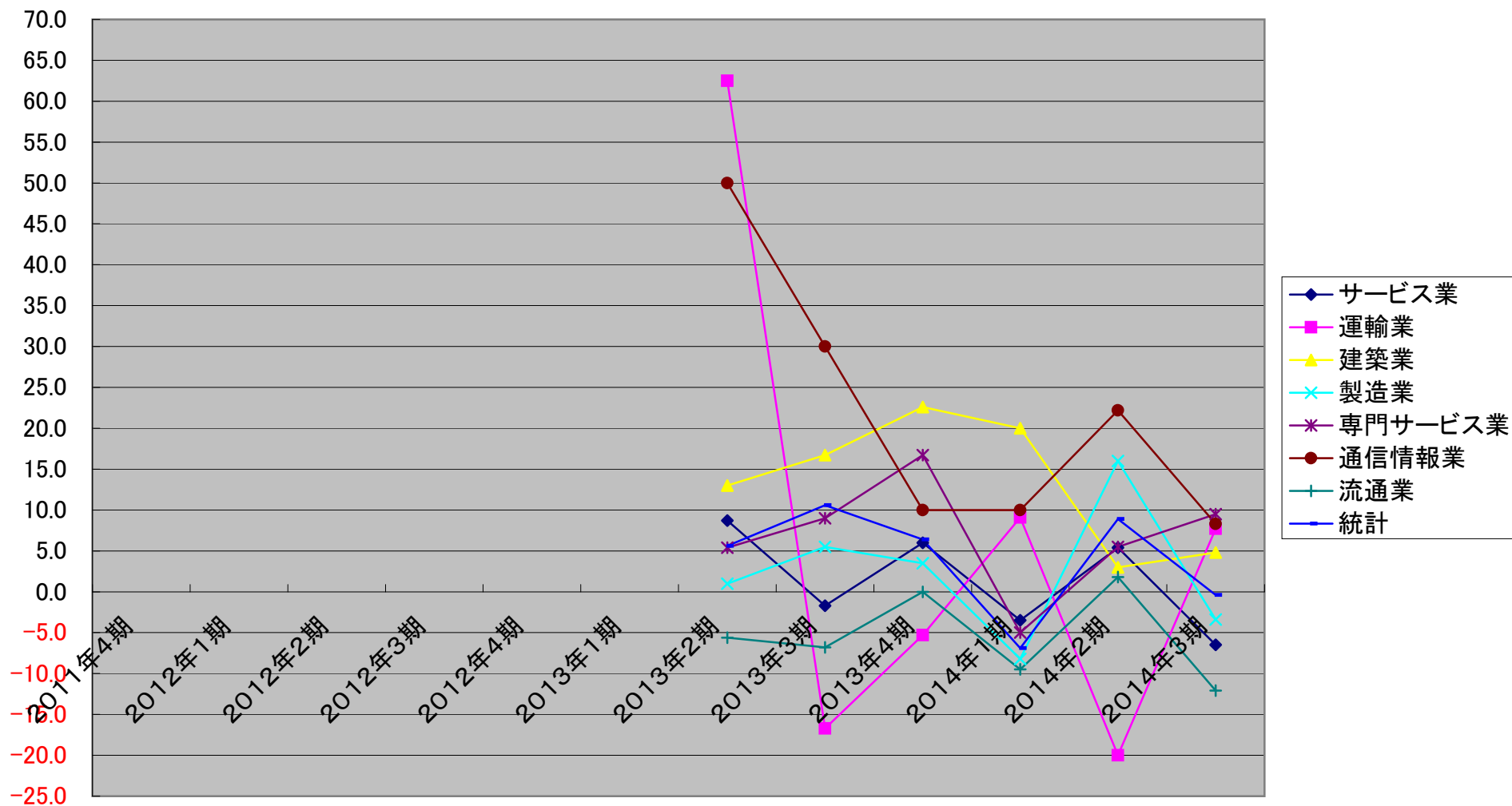
資金繰りDI



設備投資DI



先行きの景況感DI推移



【2】売上・利益について

(1) 売上・利益の動向に関して

① 売上動向

前期比

| 業種 | 増加 | 割合 | 横ばい | 割合 | 減少 | 割合 | 総計 |
|---------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|
| サービス業 | 37 | 33.0% | 46 | 41.1% | 29 | 25.9% | 112 |
| 運輸業 | 5 | 35.7% | 4 | 28.6% | 5 | 35.7% | 14 |
| 建築業 | 16 | 37.2% | 20 | 46.5% | 7 | 16.3% | 43 |
| 製造業 | 67 | 36.0% | 81 | 43.5% | 38 | 20.4% | 186 |
| 専門サービス業(土業の方) | 26 | 37.7% | 35 | 50.7% | 8 | 11.6% | 69 |
| 通信情報業 | 7 | 53.8% | 3 | 23.1% | 3 | 23.1% | 13 |
| 流通業 | 17 | 28.3% | 26 | 43.3% | 17 | 28.3% | 60 |
| その他 | 6 | 27.3% | 10 | 45.5% | 6 | 27.3% | 22 |
| (空白) | 7 | 30.4% | 9 | 39.1% | 7 | 30.4% | 23 |
| 総計 | 188 | 34.7% | 234 | 43.2% | 120 | 22.1% | 542 |

前年同月期比

| 業種 | 増加 | 割合 | 横ばい | 割合 | 減少 | 割合 | 総計 |
|---------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|
| サービス業 | 40 | 38.5% | 30 | 28.8% | 34 | 32.7% | 104 |
| 運輸業 | 5 | 45.5% | 3 | 27.3% | 3 | 27.3% | 11 |
| 建築業 | 18 | 43.9% | 17 | 41.5% | 6 | 14.6% | 41 |
| 製造業 | 65 | 36.9% | 67 | 38.1% | 44 | 25.0% | 176 |
| 専門サービス業(土業の方) | 28 | 45.2% | 28 | 45.2% | 6 | 9.7% | 62 |
| 通信情報業 | 6 | 50.0% | 3 | 25.0% | 3 | 25.0% | 12 |
| 流通業 | 21 | 36.2% | 24 | 41.4% | 13 | 22.4% | 58 |
| その他 | 6 | 30.0% | 8 | 40.0% | 6 | 30.0% | 20 |
| (空白) | 6 | 26.1% | 11 | 47.8% | 6 | 26.1% | 23 |
| 総計 | 195 | 38.5% | 191 | 37.7% | 121 | 23.9% | 507 |

② 利益動向

前期比

| 業種 | 増加 | 割合 | 横ばい | 割合 | 減少 | 割合 | 総計 |
|---------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|
| サービス業 | 31 | 27.9% | 48 | 43.2% | 32 | 28.8% | 111 |
| 運輸業 | 3 | 25.0% | 4 | 33.3% | 5 | 41.7% | 12 |
| 建築業 | 13 | 30.2% | 24 | 55.8% | 6 | 14.0% | 43 |
| 製造業 | 60 | 32.3% | 82 | 44.1% | 44 | 23.7% | 186 |
| 専門サービス業(土業の方) | 23 | 33.8% | 36 | 52.9% | 9 | 13.2% | 68 |
| 通信情報業 | 6 | 46.2% | 3 | 23.1% | 4 | 30.8% | 13 |
| 流通業 | 16 | 26.7% | 29 | 48.3% | 15 | 25.0% | 60 |
| その他 | 4 | 18.2% | 11 | 50.0% | 7 | 31.8% | 22 |
| (空白) | 7 | 29.2% | 10 | 41.7% | 7 | 29.2% | 24 |
| 総計 | 163 | 30.2% | 247 | 45.8% | 129 | 23.9% | 539 |

前年同月期比

| 業種 | 増加 | 割合 | 横ばい | 割合 | 減少 | 割合 | 総計 |
|---------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|
| サービス業 | 33 | 31.4% | 38 | 36.2% | 34 | 32.4% | 105 |
| 運輸業 | 4 | 36.4% | 3 | 27.3% | 4 | 36.4% | 11 |
| 建築業 | 16 | 40.0% | 19 | 47.5% | 5 | 12.5% | 40 |
| 製造業 | 57 | 32.8% | 66 | 37.9% | 51 | 29.3% | 174 |
| 専門サービス業(土業の方) | 25 | 41.7% | 27 | 45.0% | 8 | 13.3% | 60 |
| 通信情報業 | 5 | 41.7% | 3 | 25.0% | 4 | 33.3% | 12 |
| 流通業 | 18 | 31.6% | 26 | 45.6% | 13 | 22.8% | 57 |
| その他 | 4 | 20.0% | 10 | 50.0% | 6 | 30.0% | 20 |
| (空白) | 7 | 30.4% | 11 | 47.8% | 5 | 21.7% | 23 |
| 総計 | 169 | 33.7% | 203 | 40.4% | 130 | 25.9% | 502 |

③採算状況

| 業種 | 黒字 | 割合 | 収支トントン | 割合 | 赤字 | 割合 | 総計 |
|---------------|-----|-------|--------|-------|----|-------|-----|
| サービス業 | 50 | 45.0% | 35 | 31.5% | 26 | 23.4% | 111 |
| 運輸業 | 6 | 42.9% | 3 | 21.4% | 5 | 35.7% | 14 |
| 建築業 | 23 | 54.8% | 14 | 33.3% | 5 | 11.9% | 42 |
| 製造業 | 88 | 48.4% | 69 | 37.9% | 25 | 13.7% | 182 |
| 専門サービス業(土業の方) | 35 | 51.5% | 27 | 39.7% | 6 | 8.8% | 68 |
| 通信情報業 | 6 | 46.2% | 5 | 38.5% | 2 | 15.4% | 13 |
| 流通業 | 31 | 51.7% | 16 | 26.7% | 13 | 21.7% | 60 |
| その他 | 6 | 28.6% | 11 | 52.4% | 4 | 19.0% | 21 |
| (空白) | 11 | 45.8% | 7 | 29.2% | 6 | 25.0% | 24 |
| 総計 | 256 | 47.9% | 187 | 35.0% | 92 | 17.2% | 535 |

④景気動向

| 業種 | 好転 | 割合 | 横ばい | 割合 | 悪化 | 割合 | 総計 |
|---------------|----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|
| サービス業 | 14 | 12.5% | 66 | 58.9% | 32 | 28.6% | 112 |
| 運輸業 | 2 | 14.3% | 7 | 50.0% | 5 | 35.7% | 14 |
| 建築業 | 12 | 27.3% | 24 | 54.5% | 8 | 18.2% | 44 |
| 製造業 | 32 | 17.1% | 113 | 60.4% | 42 | 22.5% | 187 |
| 専門サービス業(土業の方) | 15 | 22.4% | 45 | 67.2% | 7 | 10.4% | 67 |
| 通信情報業 | 5 | 38.5% | 6 | 46.2% | 2 | 15.4% | 13 |
| 流通業 | 4 | 6.7% | 37 | 61.7% | 19 | 31.7% | 60 |
| その他 | 5 | 22.7% | 11 | 50.0% | 6 | 27.3% | 22 |
| (空白) | 4 | 16.7% | 15 | 62.5% | 5 | 20.8% | 24 |
| 総計 | 93 | 17.1% | 324 | 59.7% | 126 | 23.2% | 543 |

⑤景況感先行き

| 業種 | 好転 | 割合 | 横ばい | 割合 | 悪化 | 割合 | 総計 |
|---------------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|
| サービス業 | 22 | 20.4% | 57 | 52.8% | 29 | 26.9% | 108 |
| 運輸業 | 3 | 23.1% | 8 | 61.5% | 2 | 15.4% | 13 |
| 建築業 | 8 | 19.0% | 28 | 66.7% | 6 | 14.3% | 42 |
| 製造業 | 30 | 17.2% | 108 | 62.1% | 36 | 20.7% | 174 |
| 専門サービス業(土業の方) | 14 | 22.2% | 41 | 65.1% | 8 | 12.7% | 63 |
| 通信情報業 | 3 | 25.0% | 7 | 58.3% | 2 | 16.7% | 12 |
| 流通業 | 6 | 10.3% | 39 | 67.2% | 13 | 22.4% | 58 |
| その他 | 7 | 31.8% | 10 | 45.5% | 5 | 22.7% | 22 |
| (空白) | 9 | 39.1% | 11 | 47.8% | 3 | 13.0% | 23 |
| 総計 | 102 | 19.8% | 309 | 60.0% | 104 | 20.2% | 515 |

⑥資金繰り

| 業種 | 楽 | 割合 | 普通 | 割合 | 苦しい | 割合 | 総計 |
|---------------|----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|
| サービス業 | 16 | 14.5% | 68 | 61.8% | 26 | 23.6% | 110 |
| 運輸業 | 2 | 14.3% | 9 | 64.3% | 3 | 21.4% | 14 |
| 建築業 | 7 | 16.3% | 27 | 62.8% | 9 | 20.9% | 43 |
| 製造業 | 28 | 15.1% | 113 | 60.8% | 45 | 24.2% | 186 |
| 専門サービス業(土業の方) | 9 | 13.4% | 53 | 79.1% | 5 | 7.5% | 67 |
| 通信情報業 | 4 | 30.8% | 7 | 53.8% | 2 | 15.4% | 13 |
| 流通業 | 13 | 22.0% | 34 | 57.6% | 12 | 20.3% | 59 |
| その他 | 3 | 13.6% | 12 | 54.5% | 7 | 31.8% | 22 |
| (空白) | 4 | 16.7% | 17 | 70.8% | 3 | 12.5% | 24 |
| 総計 | 86 | 16.0% | 340 | 63.2% | 112 | 20.8% | 538 |

(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)

データの個数：売上UP選 売上UP選

| 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 | 29 | 26.9% | 16 | 14.8% | 5 | 4.6% | 17 | 15.7% | 11 | 10.2% | 4 | 3.7% | 12 | 11.1% |
| 運輸業 | 6 | 37.5% | 2 | 12.5% | 1 | 6.3% | 2 | 12.5% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 2 | 12.5% |
| 建築業 | 12 | 29.3% | 7 | 17.1% | 2 | 4.9% | 6 | 14.6% | 0 | 0.0% | 2 | 4.9% | 5 | 12.2% |
| 製造業 | 38 | 20.8% | 21 | 11.5% | 12 | 6.6% | 31 | 16.9% | 16 | 8.7% | 15 | 8.2% | 11 | 6.0% |
| 専門サービス業(土業の方) | 19 | 45.2% | 3 | 7.1% | 1 | 2.4% | 7 | 16.7% | 3 | 7.1% | 3 | 7.1% | 2 | 4.8% |
| 通信情報業 | 5 | 33.3% | 3 | 20.0% | 2 | 13.3% | 1 | 6.7% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% |
| 流通業 | 11 | 21.6% | 4 | 7.8% | 1 | 2.0% | 11 | 21.6% | 6 | 11.8% | 3 | 5.9% | 4 | 7.8% |
| その他 | 4 | 17.4% | 2 | 8.7% | 0 | 0.0% | 5 | 21.7% | 2 | 8.7% | 0 | 0.0% | 3 | 13.0% |
| (空白) | 3 | 16.7% | 2 | 11.1% | 2 | 11.1% | 3 | 16.7% | 1 | 5.6% | 1 | 5.6% | 3 | 16.7% |
| 総計 | 127 | 25.6% | 60 | 12.1% | 26 | 5.2% | 83 | 16.7% | 39 | 7.8% | 28 | 5.6% | 42 | 8.5% |
| 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 | 8 | 7.4% | 2 | 1.9% | 3 | 2.8% | 0 | 0.0% | 1 | 0.9% | 0 | 0.0% | 108 | |
| 運輸業 | 1 | 6.3% | 0 | 0.0% | 1 | 6.3% | 1 | 6.3% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 16 | |
| 建築業 | 6 | 14.6% | 1 | 2.4% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 41 | |
| 製造業 | 18 | 9.8% | 8 | 4.4% | 1 | 0.5% | 1 | 0.5% | 5 | 2.7% | 6 | 3.3% | 183 | |
| 専門サービス業(土業の方) | 1 | 2.4% | 2 | 4.8% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 2.4% | 42 | |
| 通信情報業 | 2 | 13.3% | 0 | 0.0% | 1 | 6.7% | 1 | 6.7% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 15 | |
| 流通業 | 3 | 5.9% | 2 | 3.9% | 3 | 5.9% | 0 | 0.0% | 2 | 3.9% | 1 | 2.0% | 51 | |
| その他 | 3 | 13.0% | 1 | 4.3% | 1 | 4.3% | 1 | 4.3% | 0 | 0.0% | 1 | 4.3% | 23 | |
| (空白) | 1 | 5.6% | 1 | 5.6% | 1 | 5.6% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 18 | |
| 総計 | 43 | 8.7% | 17 | 3.4% | 11 | 2.2% | 4 | 0.8% | 8 | 1.6% | 9 | 1.8% | 497 | |

1 営業力の強化・拡大
 2 技術力、サービスの強化
 3 コストダウン・生産性アップ
 4 新規販路・新分野の開拓
 5 新商品・サービス開発
 6 高付加価値化
 7 人材育成・採用の強化

8 国内需要の拡大
 9 販売・受注価格の上昇
 10 出店・規模の拡大
 11 海外進出の強化
 13 輸出の増加
 14 他社との競合関係の改善

【2】売上・利益について

②売上増につながったと思われる取組みの中身(記述)

| 業種 | 業務内容 | 売上UP記述 |
|----------|--|--|
| 1 サービス業 | パソコン総合サポート | 卸ビジネスの増加と旧来からの設備更新が偶然重なった |
| 2 サービス業 | 法律事務所 | 代表者自身が営業に積極的に参加したこと |
| 3 サービス業 | 保険代理店 | 顧客層の収益の回復 |
| 4 サービス業 | 飲食店経営 | 新規出店 |
| 5 サービス業 | 人材派遣業 | 取引先との信頼関係作りを力を入れて取引拡大につなげることに成功した。 |
| 6 サービス業 | タレント事務所、人材派遣、映像制作、音声制作 | ウェブマーケティングの強化、人材採用・育成 |
| 7 サービス業 | WEB制作 | 営業の強化、人材が育った |
| 8 サービス業 | コンビニ店経営 | 新商品の販売強化 |
| 9 サービス業 | ペットの葬儀、火葬、納骨 | 単価を上げた |
| 10 サービス業 | 流通加工、アウトソーシング、人材サービス | 倉庫や製造の需要が大きいため |
| 11 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。 | 少しずつ増えた。 |
| 12 サービス業 | 不動産仲介、管理、家主業及び飲食業 | 人員削減 |
| 13 サービス業 | シンクタンク、コンサルタント、建設設計 | 外需的要因:国の経済対策、自治体による積極的な施策展開、内需的な要因:組織再編による社員の意識改革、モチベーションアップ |
| 14 サービス業 | 介護サービス業 | 特化したサービスの迫り |
| 15 サービス業 | 介護サービス業 | 地域から新規利用者の紹介(病院・不動産等) |
| 16 サービス業 | 人材派遣 | 営業社員を増やした |
| 17 サービス業 | OA機器販売 | 新規のお客様の開拓 |
| 18 サービス業 | 広告写真撮影、広告物、web製 | 新規の営業 |
| 19 サービス業 | 英会話教室運営、翻訳、通訳 | 既存のお客様の満足度を上げること(コミュニケーション強化) |
| 20 サービス業 | 介護業務 | 細やかなサービス、特に介護保険売上以外の有料サービスが売上増に繋がった。 |
| 21 サービス業 | 居酒屋 | 新規事業が強い、既存の店も社員教育強化で増加している |
| 22 サービス業 | エアコン洗浄 | 新たな業務の提案、技術の向上 |
| 23 サービス業 | 保険代理業 | たまたま |
| 24 サービス業 | 障害者、福祉サービス | 職場の中で、目標に対する意思統一 |
| 25 サービス業 | 飲食業 | 商品力の強化、広告の見直し |
| 26 サービス業 | 寝具のリース、レンタル | 紹介が増えた |
| 27 サービス業 | 障害者能力開発施設 | 新事業の活用 |
| 28 サービス業 | 中古トラック部品販売 | ネットの充実、ネット広告の強化 |
| 29 サービス業 | 作業服小売販売 | お客様の景気が良い。人材確保の為、新入社員が多い。 |
| 30 サービス業 | 産業廃棄物処理業 | 営業体制の見直し、アベノミクスの影響 |
| 31 サービス業 | パソコンのトータルサポートをしています。PCトラブル解決、ネットワーク構築、サーバー構築、システム開発、web開発、基幹システム等の導入指導、etc | 売上増につながったのは、今年に入ってからwindowsxpと消費税の変更に伴うPCの入れ替えが多かった為。 |
| 32 サービス業 | 美容業 | 人を雇ったことで集客することができた |
| 33 サービス業 | リネンクリーニング業 | 新卒採用に取組むにあたり、各部署のマニュアル整備や作業手順書作成する中で、効率的な作業と役割が明確になる中で個々のモチベーションもアップした。 |
| 34 運輸業 | | 協力会社との連携がうまく進んでいる。得意分野と不得意分野の共有 |
| 35 運輸業 | 物流業務請負業 | 生産性アップコストダウン |
| 36 運輸業 | 一般貨物事業所 | 増車のため、売上は増加する |
| 37 運輸業 | お客様の荷物を預かり、納品す | 新規開拓 |
| 38 建築業 | 電気設備工事 | 受注金額が高額な公共工事の元請受注 |
| 39 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 | 世間的に景気は回復し、これまで引き伸ばしてきた修繕、営繕の必要な現場について、一挙に改修する事ができた。長くつきあってきたゼネコンとは立場、関係が好転。 |
| 40 建築業 | 機械据付・メンテナンス | 外部環境、取引会社が上向きになったため |
| 41 建築業 | リフォーム工事業 | 人材採用 |
| 42 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 | BtoB売上は地道な営業(見積依頼や雑務にすばやく対応)、BtoCは月一回のセミナー、イベント開催と月一回の通信新聞の発行。全社総営業。 |
| 43 建築業 | タイル及び住宅設備機器の販売及び施工 | 新しくなった顧客がさらに売上げ増になった |
| 44 建築業 | 店舗設計施工、住宅リフォーム | 前向き、元気、明るく感謝 |
| 45 建築業 | 建築業 | 顧客との関係性を重視している |
| 46 建築業 | 建物内外装リニューアル工事、住宅リフォーム | 自然増加的で安定感がない |
| 47 建築業 | 店舗リフォーム、マッサージ等 | 店舗工事の件数が増えたこと |

| | | | |
|----|-----|---|--|
| 48 | 建築業 | インフラ用特殊配管。風力・水力・太陽光などの再生可能エネルギー設備 | 停滞していた需要が動き出した |
| 49 | 建築業 | 建築デザイン | デザイン～設計業務への拡大 |
| 50 | 建築業 | 型枠工事 | 来期は減少の傾向。仕入価格高騰による発注減が予想される。 |
| 51 | 建築業 | 重量物件の据付、解体 | たまたま、取引先が忙しくなったから |
| 52 | 建築業 | ビルメンテナンス | 付加価値を付け顧客満足を上げる |
| 53 | 建築業 | リフォーム業 | リピート客が増えました |
| 54 | 建築業 | 土木、建築、リフォーム、設計、施工 | 営業対応スピードが速くなり、受注増になった為 |
| 55 | 建築業 | 下請けをしない自社独自の方針で営業している | 技術力、サービスの強化、新規販路・新分野の開拓、高付加価値化 |
| 56 | 建築業 | 空調、集塵、給排気ダクトの加工及び取り付け | 客先を選び受注することが利益増につながった。 |
| 57 | 製造業 | 金属加工業 | 特になし |
| 58 | 製造業 | 搬送機械の設計・製造 | ・新規顧客獲得のための新たな営業チャンネルの展開 |
| 59 | 製造業 | 鋼板加工販売 | 業容拡大 |
| 60 | 製造業 | 紙の再生 | 新商品の開発 |
| 61 | 製造業 | プリント基板用金型製造・プレス加工 | 独自開発の金型とプレス加工技術が業界に浸透し、新規顧客の取引が多くなった。 |
| 62 | 製造業 | シルクスクリーン印刷およびプレストムソン加工による各種銘板の製造 | 危機感の共有 |
| 63 | 製造業 | トムソン型による打ち抜き加工業 | 拠点の増加、季節商品の需要増加 |
| 64 | 製造業 | 焼き菓子製造卸 | 販売エリアの拡大。関西中心から全国へ拡大したため。 |
| 65 | 製造業 | 衣服製造業 | 営業に注力した。 |
| 66 | 製造業 | 熱処理、塗装、表面処理 | 顧客の生産量の増加、値上げ(価格転嫁)、生産性管理の強化 |
| 67 | 製造業 | 樹脂切削加工業 | 内部環境の充実 |
| 68 | 製造業 | 精密金属バネ製造業 丸線φ0.14～φ4.0までオール機械で製作、以上の線径は手加工(内製)及び協力工場に依頼(板バネも) | お客様の問い合わせに、正確、迅速を持って対応 |
| 69 | 製造業 | ドライラミネート加工 | 設備更新 |
| 70 | 製造業 | 生コン製造販売 | 営業力の強化 |
| 71 | 製造業 | 別注家具製造 | こだわりの作り込みに徹した |
| 72 | 製造業 | 化学プラントの設計・施工 | 今まで経験していなかった分野への取り組みがうまく行った。特に他業種の連携で新しい価値を作り出した |
| 73 | 製造業 | 木材の流通(製材業、卸売) | 販売価格の値下げ |
| 74 | 製造業 | アルミ・各銅の製作加工・テフロン製の張替えなど | しっかりと対応すること |
| 75 | 製造業 | イス・ソファの張替え事業 | 社外の研修を取り入れる事で社員さんの意識が高まりました。研修に参加していない社員さんも含め、社内でチームブランディングに取り組むことで、目的が明確になり社内の共通認識に繋がった。販路拡大よりも社内の人材育成に重点を置き取り組むことで、一人一人の意識が高まり売上向上に繋がりました。社員さんの協力のおかげです。 |
| 76 | 製造業 | 食品加工業 | 為替変動に伴う輸入品の価格アップ、原材料不足にともなう販売価格の上昇 |
| 77 | 製造業 | 食品軟包装資材(フィルム)の企画、製造、販売 | たまたま、売れる商材が続いた。 |
| 78 | 製造業 | 製麺業 | 展示会出展、異分野への進出 |
| 79 | 製造業 | 金属精密部品加工及び組立 | 前期が悪すぎた |
| 80 | 製造業 | ウレタンゴムの製造・販売 | 3年前に立ち上げた新規対策部署が軌道にのってきたため |
| 81 | 製造業 | 金属焼付塗装 | 他社が嫌がる仕事が増加し、お客様の要望に応える為の技術力強化が原因 |
| 82 | 製造業 | 精密機械部品加工省力化、産業機械設計・製作・組立 | 自動車関連を中心に省力化、産業機械の受注増 |
| 83 | 製造業 | プラスチック板加工業及び販売(インターネット通販) | 一般向け商品の見直し、新規取引先の拡大、サブ商品の受注増 |
| 84 | 製造業 | 農業機械の自社開発製品販売 | 営業技術部による販売促進強化と社内の5S活動の成果と感じている |
| 85 | 製造業 | プリント配線板、樹脂板加工業 | 得意先の数を増やし、売上増減のリスクを分散させた。好調な客を捕まえた。他分野の商品を扱い始めた |
| 86 | 製造業 | 珈琲製造販売 | 値上げ、展示会等積極営業 |
| 87 | 製造業 | ドリルネジの製造・販売 | 消費税アップの前の駆け込み |
| 88 | 製造業 | アルミ製品の企画・開発・設計・製造販売 | ①食品という新しい分野に進出し、ニーズをキャッチできた ②アルミ製品にこだわらずスチールなどの素材製品を手がけた |
| 89 | 製造業 | 金属切削業 | 新商品の受注。中国から国内生産への切り替えで受注増 |
| 90 | 製造業 | 金属製品製造業 | 短納期対応 |
| 91 | 製造業 | 金属化工業 | 展示会出展やHPでの発信 |
| 92 | 製造業 | 金属製品製造業 | 新規顧客の開拓 |
| 93 | 製造業 | ネジ販売、プレス製造 | 輸入の増加による |

| | | | |
|-----|---------------|----------------------------------|--|
| 94 | 製造業 | ネジ、ボルト、自動車・電子部品の全数検査装置の製造・販売メーカー | 政府のモノづくり補助金導入や中小企業投資促進減税で、弊社の検査装置を導入しやすくなったことが売上増につながった |
| 95 | 製造業 | 印刷・紙工機器の修理・改造・メンテナンス | メーカーの技術者不足と弊社の技術力が向上したため、依頼が増えた |
| 96 | 製造業 | 鋼板加工（レーザー切断、ガス溶断など） | 新規営業の成功、ホームページ刷新による集客力の向上、同業他社の廃業、若手が育ち業務遂行力がアップした |
| 97 | 製造業 | 機械及び機械部品の製作・修理 | 従業員を一人増やした。一番の得意先から全く注文がなかったが、大口の注文が来た |
| 98 | 製造業 | キャラクター雑貨、文具など製造企画販売 | 営業面で人材が育ってきた。ヒント商品があった。 |
| 99 | 製造業 | 電線製造業卸し | 消費税率upの前の駆け込み需要 |
| 100 | 製造業 | 金属表面処理加工、熱処理加工 | アベノミクスの効果か？自動車関連の受注が増加 |
| 101 | 製造業 | 納豆の製造・卸・小売 | 商品の差別化、メディアの力 |
| 102 | 製造業 | 金属熱処理業 | エネルギーコスト上昇分をわずかではあるが、価格転嫁することができた。HPからの問い合わせが増え、受注に結びつけることができたのが増加してきた |
| 103 | 製造業 | 金属プレス加工、及び金型製作、試作 | 新規取引先、又は、最近取引の始った会社から受注増加、営業の拡大、提案等の成果（？） |
| 104 | 製造業 | 金属加工業、工業用バキューム製造販売 | 設備増強 |
| 105 | 製造業 | 菓子製造販売 | 目先の売上ではなく、以前より種をまいていたものが実った |
| 106 | 製造業 | 金型メーカー | 営業力 |
| 107 | 製造業 | 制御盤製造 | 前年が大きく落ち込んでいた |
| 108 | 製造業 | 洗浄剤、カーケミカル、化粧品、石鹼製造販売 | 新規取引先増え、新製品の販売 |
| 109 | 製造業 | スタッド溶接加工、あらゆるボルトの溶接 | 環境用、機会開発の分野で受注拡大 |
| 110 | 製造業 | 機械加工、設置 | 職人の技術力、社員の向上心 |
| 111 | 製造業 | アルミの切削加工 | 中国の設備が増加した |
| 112 | 製造業 | 金属製品製造業 | 運と少しの実践 |
| 113 | 専門サービス業（土業の方） | 美容師 | 徹底的に基本的な事を見直した。クオリティー、サービス、清潔 |
| 114 | 専門サービス業（土業の方） | 税務業務、会計業務、経営コンサルタント業務 | 過去に行なってきた営業の成果が今年になって表れてきた |
| 115 | 専門サービス業（土業の方） | 社会保険労務士の事務所 | セミナーを毎月開催するようになって、少しずつ反響があるように思う。 |
| 116 | 専門サービス業（土業の方） | 社会保険労務士業 | 過去からの営業活動が、実を結んできた。 |
| 117 | 専門サービス業（土業の方） | 会計事務所 | 全社一丸での営業力アップによる成果が出てきたことによる。 |
| 118 | 専門サービス業（土業の方） | 経営コンサルティング業 セミナー講師業 他 | 国の補助金施策などの関わりで依頼が増えた。これまでの顧客からの紹介につながった。 |
| 119 | 専門サービス業（土業の方） | 財務を切り口とした経営改善・支援 | 事業継承分野の顧客獲得に取組んだ |
| 120 | 専門サービス業（土業の方） | 税理士 | HPIによる新規受注 |
| 121 | 専門サービス業（土業の方） | 税務相談、申告、コンサルティング | 平成25年10月開業のため増加 |
| 122 | 専門サービス業（土業の方） | 司法書士業務 | 営業活動等の成果 |
| 123 | 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 | 社員の営業意識の向上 |
| 124 | 専門サービス業（土業の方） | 社労士業 | 関係構築が大事なため、日頃の努力が重要。目に見える形で要因は測りがたい |
| 125 | 専門サービス業（土業の方） | 税理士業 | 新サービスへの取組み |
| 126 | 専門サービス業（土業の方） | 店舗の販売促進コンサルティングおよび広告制作 | ターゲットの明確化、商品の見直し |
| 127 | 専門サービス業（土業の方） | 建築設計・管理 | 実績が増え、HPIにUPLした |
| 128 | 専門サービス業（土業の方） | 税務申告 | 客単価の増加 |
| 129 | 専門サービス業（土業の方） | 生損保代理業 | 代理店廃業の吸収等による増収増益 |
| 130 | 専門サービス業（土業の方） | 税理士業 | 未来会計の取り組みが、ある種の顧客に受け入れられている |
| 131 | 専門サービス業（土業の方） | 組織チームビルディングコンサルティング研修講師 | 人材採用やチームリーダー育成、困っている企業様が増えていること。 |
| 132 | 専門サービス業（土業の方） | 大学キャリア教育、人材育成、組織開発コンサルタント | 昨年抑えていた仕事を増やした。同時に経費削減 |

| | | | |
|-----|-------------------|---|--|
| 133 | 専門サービス業 (土業の方) | 税理士業 | たまたまお客様の紹介が重なり売り上げ増加しました。来期は廃業見込み客もあり売り上げ不明 |
| 134 | 専門サービス業 (土業の方) | 経営コンサルタント業 | コンサルメニューの強化+外部認知の向上=業務UP |
| 135 | 通信情報業 | WEB製作 | 顧客対応の強化 |
| 136 | 通信情報業 | システム開発 | 昨年開設した東京オフィスの売上好調 |
| 137 | 通信情報業 | ソフトウェア受託開発 | 案件の幅が広がってきている |
| 138 | 通信情報業 | 流通業、特にお店関係のソフト開発を行っております | 消費税のアップに伴う作業が一時的に増加した為。来年はまた元に戻っている |
| 139 | 通信情報業 | web制作、ECサイト運営 | 製産高率もよくして、コストダウンとスピードアップ |
| 140 | 流通業 | 衣服・服飾雑貨卸売 | 販売促進に力を入れた。とくに、プレス活動を強化し、媒体露出度を高め、ブランドイメージを向上させることに力を入れた。 |
| 141 | 流通業 | 文具・事務用品・事務機器・事務用家具などの販売 | 継続的な営業強化策と新販路拡大への取り組みそれぞれについて決定的な取り組みというのではない 大きな方向性として「営業力強化」と「新販路拡大」をテーマに掲げて 試行錯誤を繰り返している。 弊社の場合、効果が実感できるまでに3年程度要した |
| 142 | 流通業 | 物流加工 | 顧客との連動間、一体感の関係構築。 |
| 143 | 流通業 | ギフト 全国通販 | 顧客数を増やし、受注率を上げた |
| 144 | 流通業 | | アクセサリーの売上増 |
| 145 | 流通業 | 青果物～雑貨まで保管、加工、発送までを一括で行っている | 仕事によって人が成長した |
| 146 | 流通業 | 自社ブランド帽子の企画・製造・販売 | 大丸京都店での自社店舗の売上が向上した。販売単価がアップ。店長の責任感が強くなった。 |
| 147 | 流通業 | 鶏肉卸 | 顧客店舗の増加 |
| 148 | 流通業 | 一般鋼材・特殊鋼材・ステンレス・非鉄金属・特殊金属等の販売 | 今まで北大阪のみの営業であったが、東大阪を新規営業範囲に入れた。新たな販売先の確保につながっている。 |
| 149 | 流通業 | 運輸倉庫、運輸全般、清掃業 | 新販路拡大、営業力強化、モチベーションUP |
| 150 | 流通業 | 義肢・医療用装具等の製作材料及び半製品・既製品の販売、それらの輸入販売。リハビリ用品の | 人材教育 |
| 151 | 流通業 | 通信機器製造販売 | 介護市場 |
| 152 | 流通業 | 事務機器販売及び内装工事 | トータルの受注ができた |
| 153 | その他 | 金融業 | 積極的な新規開拓 |
| 154 | その他 | 3D設計、製造システムの販売 | 価格競争回避の為に差別化を推進、販路拡大の為に専任を置き、仕組み化した |
| 155 | その他 | 金属表面処理 | 復興需要、自動車関連 |
| 156 | その他 | 教材の通販 | 消費税の影響が薄れてきたように思う |
| 157 | その他 | 太陽光パネルの販売、設置、保守 | 営業活動による知名度アップと来年度の制度改正を見据えた国内需要の拡大 |
| 158 | その他 | ワイヤーロープ関連建築資材金具、LED投光器、家庭用蓄電池の輸出入業 | 新商品の投入とPR、積極的な営業 |
| 159 | | 建築金物製造業 | 社員が明るくなった事が売上増につながった。 |
| 160 | | マグネット応用機器販売 | 補助金事業での紹介で、新規客先が増。 |
| 161 | | 業務用浴場スィミングプール施設機器の全国卸販売 | 消費税UPに伴う受注増があった |
| 162 | | 建築金物販売 | 出張を強化し、新規開拓と販売品目の拡販。仕入先の見直し(一社購買をやめた) |

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 | ③ | 割合 | ④ | 割合 | ⑤ | 割合 |
|---------------|----|-------|---|-------|----|-------|-----|-------|
| サービス業 | 24 | 42.9% | 0 | 0.0% | 11 | 19.6% | 16 | 28.6% |
| 運輸業 | 2 | 50.0% | 0 | 0.0% | 2 | 50.0% | 0 | 0.0% |
| 建築業 | 3 | 27.3% | 0 | 0.0% | 4 | 36.4% | 2 | 18.2% |
| 製造業 | 37 | 46.3% | 3 | 3.8% | 13 | 16.3% | 14 | 17.5% |
| 専門サービス業(土業の方) | 3 | 33.3% | 0 | 0.0% | 2 | 22.2% | 3 | 33.3% |
| 通信情報業 | 1 | 50.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 50.0% |
| 流通業 | 9 | 42.9% | 0 | 0.0% | 7 | 33.3% | 4 | 19.0% |
| その他 | 3 | 37.5% | 0 | 0.0% | 3 | 37.5% | 1 | 12.5% |
| (空白) | 3 | 37.5% | 1 | 12.5% | 2 | 25.0% | 2 | 25.0% |
| 総計 | 85 | 42.7% | 4 | 2.0% | 44 | 22.1% | 43 | 21.6% |
| 業種 | ⑥ | 割合 | ⑦ | 割合 | ⑧ | 割合 | 総計 | |
| サービス業 | 0 | 0.0% | 1 | 1.8% | 4 | 7.1% | 56 | |
| 運輸業 | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 4 | |
| 建築業 | 0 | 0.0% | 1 | 9.1% | 1 | 9.1% | 11 | |
| 製造業 | 4 | 5.0% | 4 | 5.0% | 5 | 6.3% | 80 | |
| 専門サービス業(土業の方) | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 11.1% | 9 | |
| 通信情報業 | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 2 | |
| 流通業 | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 4.8% | 21 | |
| その他 | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 12.5% | 8 | |
| (空白) | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 8 | |
| 総計 | 4 | 2.0% | 6 | 3.0% | 13 | 6.5% | 199 | |

- | | |
|---------------|------------|
| 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 | |

その他回答の中身

円安
消費増税に起因する反動減
前年のスポット売上が今期ナシ
増税
人員の減少
消費税増の反動
消費税UP
資材等の単価アップ
全体的な買い控え感有り

物流の内製化
商品仕入れ単価の上昇
消費税のup

【2】売上・利益について

④減少の特徴・原因に関して(記述)

| 業種 | 業務内容 | 売上DOWN記述 |
|----------|---|--|
| 1 サービス業 | IT技術サポート業、Web制作 | 業界の構造の変化に対し自社の体制の変更に伴う過渡期であること |
| 2 サービス業 | 一般家庭、オフィス店舗等への清掃道具他の物品賃貸、販売、サービスの提供 | 顧客単価の減少、閉店、閉鎖、人員の減少 |
| 3 サービス業 | パソコン教室 レンタルルーム 各種セミナー講座、生涯共育事業 | 対象高齢者をエリアで食い尽くした感がある、PCが使えてつかえて当り前の中でが学校で既に勉強してきている。就活つのための主婦層が期待。 |
| 4 サービス業 | 宅配水販売、ハートギフト(ギフト商品製造販売) | 競合他社の増加。価格競争に伴う売上高の減少。 |
| 5 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 | 表彰状やイベントでの浄書は春・秋・年末の季節に行われる事が多い。毎年夏は需要が減る。対策として教室の強化や出張を増やしている。 |
| 6 サービス業 | 物品賃貸業(陳列ケース、器具レンタル) | 弊社売上25%を占める顧客が宝飾の展示会(全国一流ホテル)での催事を減らし、百貨店等の店舗売りに力を注ぎ、弊社の陳列ケース・宝飾催事用品の使用量が減少し、毎月140万くらいの売上が少なくなった。 |
| 7 サービス業 | 補聴器販売 | 消費税アップに伴い、買い控えが増えている |
| 8 サービス業 | 広告・カタログ・HPの制作 | メイン顧客の事業縮小に伴う売上減少 |
| 9 サービス業 | 不動産賃貸業 | 賃金上昇がない、パート、非正規社員で消費が低調 |
| 10 サービス業 | 広告制作業 | 消費税8%導入による減少 |
| 11 サービス業 | WEBサイト制作・管理 | 人材の離職によるノウハウ流出 |
| 12 サービス業 | ディスプレイ業 | 昨年が良かった |
| 13 サービス業 | クリーニング | 請負業務の減少 |
| 14 サービス業 | セキュリティー関連 | 今までの顧客対応を怠ったため |
| 15 サービス業 | 広告物のデザイン | お客さんの売上が悪く、こちらに注文が出て来ない |
| 16 サービス業 | 会社案内や製品カタログ、WEBサイト等を構築する制作会社 | 消費税増税の駆け込み需要の反動が多少ひびいている模様 |
| 17 サービス業 | 倉庫業です。在庫管理出荷代行 薬剤師の紹介業(新卒、中途採用) | 主要取引先の売上が大幅減のため 前期退職者が多く、売り上げ減につながった。全体の景気が悪いわけではない。需要はあるが、供給元(薬剤師がいない) |
| 18 サービス業 | 葬祭業 | 異業種参入、平均単価の減少 |
| 20 サービス業 | インターネットコミックカフェ | スマートフォンの普及による環境の変化 |
| 21 運輸業 | 軽貨物に配達 | 取引先の荷物の減少と人員の減少が重なり、前年同期比で売上げは減少しました。 |
| 22 運輸業 | 運輸・倉庫業 | 得意先1社が物流の内製化を行ったため、運送・倉庫の両方の仕事が減少 |
| 23 運輸業 | 運送物流業 | 増税後の反動で4~6月の動きが止まっていた |
| 24 運輸業 | 機械から雑貨まで地場を中心とした配達 | 主要取引先の物量減少、消費税の反動 |
| 25 建築業 | 新築、増改築の見積もり作業、顧客折衝、現場管理、実行予算管理等々 | 受注状況の悪化、消費税増税の影響、顧客の高齢化等々 |
| 26 建築業 | 省エネサポート、LED、CCFL販売、施工 | 単価のダウン。ライバル企業の増加 |
| 27 建築業 | 総合建設業 | 駆け込み需要が終わり、周りも仕事が減少している。 |
| 28 建築業 | 墓石、建築石材販売、化工・施工 | 消費税増税後の落ち込み。消費税増税後の落ち込み権時点で10-12期については見通し出来ている |
| 29 建築業 | 設備工事業 | ダンピングする他業者あり |
| 30 建築業 | 障害者施設住宅の新築リフォーム、住宅業 | 消費増税の駆け込み需要の終結、新築の問合せは皆無。 |
| 31 建築業 | 空調設備工事 | 相見積もりの結果と営業不足 |
| 32 建築業 | 建築業 | 消費増税の駆け込み需要の反動減 |
| 33 製造業 | | 消費税の影響 |
| 34 製造業 | 金属プレス・板金・溶接加工一式 | 4月消費増税による受注減少(反動減) |
| 35 製造業 | 防犯カメラ専用電源の製造・販売が業務のベース。電子機器(検査装置・美容器、自動制御機器など)の設計・製造・販売が、売上増への業務です。 | 売上の約15%のお客様(医療分野)が、他社との競争に苦戦、製品は中国広州で生産・輸入していたため、急激な円安で、価格競争に協力出来ず。結果価格競争で不利となり、現在受注の未透視たらずとなり、この分野が売る上げ減となった。 |
| 36 製造業 | 光学ガラス製造および部品販売業 | 業界の構造変化による減少。 |
| 37 製造業 | 各種精密板金加工部品、別注スチール製家具・什器の製造 | 得意先の事情 |
| 38 製造業 | 非鉄金属 加工および組立 | 消費税の反動 |
| 39 製造業 | 独自技術を使つての、工業用金網加工業。主には金網のスリッター。 | 弊社取引先同士が価格競争に突入していると思われる。 |
| 40 製造業 | | 消費増税後の落ち込みからの回復が遅れている。増税前の多少の駆け込みはあったが、増税後の国内の景気停滞から抜け出せていない。 |
| 41 製造業 | フレキシブルシャフト製造 | 不明 |
| 42 製造業 | 十字穴付タッピンネジ製造販売 | 全体的な買い控え感の為出荷停止が発生 |
| 43 製造業 | 金型メーカー | 製品単価が悪化し、伸び悩んでいる。 |
| 44 製造業 | 教材等の出版 | 生徒数の減少とデジタル化 |
| 45 製造業 | 食品 | 販売先の売上げ減少 |

| | | | |
|----|---------------|---|---|
| 46 | 製造業 | 化学薬品製造 | 大手企業の外注減 |
| 47 | 製造業 | 電力・通信会社向け屋外電設資材 | 需要の一巡。原発停止による電力会社の予算縮小 |
| 48 | 製造業 | プラスチック成形 | 消費税によるものかどうか… |
| 49 | 製造業 | | 受注は増加していますが、製造業等は人員が不足して納期が遅れる |
| 50 | 製造業 | 商業印刷 | 消費税増税により競合他社との相見積もりをする会社が増えた |
| 51 | 製造業 | 線香製造 | 3月末売上が1ヶ月あたり80%増加、その後4～8月で同額の減少となった。 |
| 52 | 製造業 | 和菓子製造 | 百貨店内の退店 |
| 53 | 製造業 | プラスチック射出・成型 | 新規受注は増加しているが量産に移行してもモノがなかなか売れず、プラスになるまで補填できない |
| 54 | 製造業 | 精密光学機器の製造販売 | 上期の受注ゼロ。下期の見積依頼等に兆候はあるが、下期の受注納品で昨年同等は困難 |
| 55 | 製造業 | 金属プレス加工業 | 受注が少ない |
| 56 | 製造業 | パーツフィルダーをメインとして自動省力装置のオーダーメイドによる設計・製作・販売 | 消費増税による需要減少、先行き不安要因があった。9月頃より上向きである。 |
| 57 | 製造業 | 菓子製造販売 | 消費税による購買意欲の低下。原材料値上げによる利益幅の低下、商品の値上げに踏み切れない |
| 58 | 製造業 | 珈琲豆の販売、カフェ経営 | 人的要因 |
| 59 | 製造業 | 金属材料販売及びレーザー化工 | 取引先の廃業 |
| 60 | 製造業 | 銅製品の金属加工 | 新製品に切り替わった |
| 61 | 製造業 | 建築金物製造販売 | 建築資材関係の伸び悩みで工事がストップ停滞気味、その影響で商品が止まっている現場が多い |
| 62 | 製造業 | 旗・幕のプリント染め | 業者相手の取引まで価格が折り合わず、利益の薄い内容のものとなっている |
| 63 | 製造業 | オフセット印刷、製本 | 業界的に斜陽傾向が強まっている数年ですが、今年葉3月消費増税前の駆け込み需要が想定外に多く |
| 64 | 製造業 | ガラス加工、販売 | 受注量不足 |
| 65 | 製造業 | 発泡スチロール製造販売 | 消費増税の駆け込み需要の反動有 |
| 66 | 製造業 | 服飾品、ファッショングッズ、ノベルティ(販売促進) | 国内アパレル産業の生産拠点の海外移行と販売商品の低廉化と個人の消費の変化によるもの |
| 67 | 製造業 | 熱伝導・導電性グラフェン材料製造販売、新規開発品、超臨界流体反応機械製造販売 | 新規開発に注力しているがマーケットの成長が予想と差が生じている。 |
| 68 | 専門サービス業(土業の方) | 経営コンサル | 大きい案件の継続受注ができない |
| 69 | 専門サービス業(土業の方) | 税理士 | 関与先の業務悪化による顧問料の減少が多い中小企業の経営環境は好転しない。 |
| 70 | 専門サービス業(土業の方) | 経営コンサルティング | 取引先の経費削減の為 |
| 71 | 専門サービス業(土業の方) | 税理士業 | 収益性の高い仕事の確保 |
| 72 | 専門サービス業(土業の方) | 社会保険労務紙業 | 手数料が減りました |
| 73 | 通信情報業 | ITコンサルティング 金属加工製品 | 国内需要の伸び悩み、特に金属加工製品の受注が大幅減。取扱い製品に競合他社が無いので、恐らくエンドユーザも受注が減っていると思われます。 |
| 74 | 流通業 | 輸入販売 | 消費増税の反動がもたらした |
| 75 | 流通業 | 美容材料卸 | 取引先の売り上げ減、取引先の廃業等 |
| 76 | 流通業 | 一般用医薬品の卸売販売 | 消費・製造業の減少 |
| 77 | 流通業 | 古紙の選別化工販売 | 7月～8月は天候不順もあり来店員数が大幅に減少。夏物の動きが鈍かった。 |
| 78 | 流通業 | アパレル販売業 | |
| 79 | 流通業 | 金物卸 | |
| 80 | 流通業 | 金属原料卸売り | 消費税増税による落ち込み |
| 81 | 流通業 | 社章、カップ、トロフィー製造・卸 | 屋外スポーツ等が天候不順で中止・延期も多少あった |
| 82 | 流通業 | 機械工具卸売業 | 自動車関連の受注減少 |
| 83 | 流通業 | 工業用ファスナー販売 | 顧客が複数社販売を強化した為 |
| 83 | 流通業 | 業務用食品卸 | 顧客の減少(旅館・ホテル、飲食店) |
| 84 | その他 | 公益財団法人として、中小企業の健全な発展に寄与、損害補償、災害補償、災害防止事業を推進 | 信用金庫による口座振替推進の停滞による |
| 85 | その他 | 障害者集棲支援 | 障害者の雇用率の上昇により事業所の必要性の低下 |
| 86 | その他 | 収集運搬 | 業者は安いところと契約する |
| 87 | その他 | 包装資材販売 | 消費税がココに来て悪影響 |
| 88 | | 魚介類卸売業 | 原材料の高騰が著しく今後下がる見込みがない為、他の事業展開も考え現状の業務を減らしている。 |
| 89 | | | 増税による需要の減少 |
| 90 | | OA機器販売及び保守メンテナンス、パソコンスクール。オンデマンド印刷事業 | 前年の売り上げが良かった。今年度は悪すぎた。 |
| 91 | | 化粧品、健康食品等の卸売業 | 消費税増税による顧客のローテーションが悪化したため。 |

【3】経営上の問題点・対応策について

(1)設備投資・規模拡大などの投資計画に関して(選択式)

| 業種 | ① | 割合 | ② | 割合 | ③ | 割合 | 総計 |
|---------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|
| サービス業 | 21 | 20.2% | 26 | 25.0% | 57 | 54.8% | 104 |
| 運輸業 | 7 | 53.8% | 3 | 23.1% | 3 | 23.1% | 13 |
| 建築業 | 12 | 29.3% | 10 | 24.4% | 19 | 46.3% | 41 |
| 製造業 | 71 | 39.0% | 44 | 24.2% | 67 | 36.8% | 182 |
| 専門サービス業(土業の方) | 9 | 14.5% | 7 | 11.3% | 46 | 74.2% | 62 |
| 通信情報業 | 4 | 33.3% | 2 | 16.7% | 6 | 50.0% | 12 |
| 流通業 | 19 | 32.2% | 15 | 25.4% | 25 | 42.4% | 59 |
| その他 | 8 | 36.4% | 5 | 22.7% | 9 | 40.9% | 22 |
| (空白) | 7 | 31.8% | 2 | 9.1% | 13 | 59.1% | 22 |
| 総計 | 158 | 30.6% | 114 | 22.1% | 245 | 47.4% | 517 |

①今期中にある(1年以内)②検討中③ない

(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 | 22 | 9.4% | 0 | 0.0% | 10 | 4.3% | 17 | 7.2% | 14 | 6.0% | 10 | 4.3% | 18 | 7.7% | 10 | 4.3% | 12 | 5.1% |
| 運輸業 | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 2 | 5.6% | 3 | 8.3% | 1 | 2.8% | 2 | 5.6% | 8 | 22.2% | 0 | 0.0% |
| 建築業 | 10 | 8.5% | 1 | 0.8% | 3 | 2.5% | 5 | 4.2% | 4 | 3.4% | 2 | 1.7% | 3 | 2.5% | 8 | 6.8% | 3 | 2.5% |
| 製造業 | 60 | 12.7% | 11 | 2.3% | 11 | 2.3% | 13 | 2.7% | 35 | 7.4% | 14 | 3.0% | 22 | 4.7% | 59 | 12.5% | 24 | 5.1% |
| 専門サービス業(土業の方) | 18 | 14.0% | 0 | 0.0% | 2 | 1.6% | 13 | 10.1% | 8 | 6.2% | 2 | 1.6% | 12 | 9.3% | 1 | 0.8% | 5 | 3.9% |
| 通信情報業 | 2 | 6.3% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 4 | 12.5% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 4 | 12.5% | 0 | 0.0% | 1 | 3.1% |
| 流通業 | 20 | 14.2% | 3 | 2.1% | 8 | 5.7% | 12 | 8.5% | 4 | 2.8% | 6 | 4.3% | 6 | 4.3% | 21 | 14.9% | 11 | 7.8% |
| その他 | 5 | 10.4% | 0 | 0.0% | 2 | 4.2% | 3 | 6.3% | 4 | 8.3% | 1 | 2.1% | 3 | 6.3% | 5 | 10.4% | 4 | 8.3% |
| (空白) | 8 | 17.0% | 0 | 0.0% | 2 | 4.3% | 3 | 6.4% | 3 | 6.4% | 3 | 6.4% | 0 | 0.0% | 2 | 4.3% | 3 | 6.4% |
| 総計 | 145 | 11.5% | 15 | 1.2% | 38 | 3.0% | 72 | 5.7% | 75 | 6.0% | 39 | 3.1% | 70 | 5.6% | 114 | 9.1% | 63 | 5.0% |
| 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 | 5 | 2.1% | 19 | 8.1% | 31 | 13.2% | 28 | 11.9% | 6 | 2.6% | 11 | 4.7% | 17 | 7.2% | 5 | 2.1% | 235 | |
| 運輸業 | 1 | 2.8% | 1 | 2.8% | 4 | 11.1% | 7 | 19.4% | 0 | 0.0% | 6 | 16.7% | 1 | 2.8% | | 0.0% | 36 | |
| 建築業 | 1 | 0.8% | 9 | 7.6% | 17 | 14.4% | 22 | 18.6% | 12 | 10.2% | 13 | 11.0% | 4 | 3.4% | 1 | 0.8% | 118 | |
| 製造業 | 15 | 3.2% | 32 | 6.8% | 48 | 10.1% | 48 | 10.1% | 35 | 7.4% | 27 | 5.7% | 14 | 3.0% | 5 | 1.1% | 473 | |
| 専門サービス業(土業の方) | 1 | 0.8% | 10 | 7.8% | 16 | 12.4% | 9 | 7.0% | 4 | 3.1% | 8 | 6.2% | 15 | 11.6% | 5 | 3.9% | 129 | |
| 通信情報業 | 0 | 0.0% | 2 | 6.3% | 5 | 15.6% | 9 | 28.1% | 1 | 3.1% | 3 | 9.4% | 1 | 3.1% | | 0.0% | 32 | |
| 流通業 | 2 | 1.4% | 4 | 2.8% | 14 | 9.9% | 11 | 7.8% | 1 | 0.7% | 11 | 7.8% | 6 | 4.3% | 1 | 0.7% | 141 | |
| その他 | 2 | 4.2% | 2 | 4.2% | 5 | 10.4% | 6 | 12.5% | 3 | 6.3% | 2 | 4.2% | 1 | 2.1% | | 0.0% | 48 | |
| (空白) | 3 | 6.4% | 7 | 14.9% | 3 | 6.4% | 7 | 14.9% | 0 | 0.0% | 1 | 2.1% | 2 | 4.3% | | 0.0% | 47 | |
| 総計 | 30 | 2.4% | 86 | 6.8% | 143 | 11.4% | 147 | 11.7% | 62 | 4.9% | 82 | 6.5% | 61 | 4.8% | 17 | 1.4% | 1259 | |

- 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 | ⑨ | 割合 |
| サービス業 | 64 | 22.0% | 20 | 6.9% | 18 | 6.2% | 22 | 7.6% | 23 | 7.9% | 21 | 7.2% | 11 | 3.8% | 8 | 2.7% | 26 | 8.9% |
| 運輸業 | 8 | 21.1% | 1 | 2.6% | 1 | 2.6% | 3 | 7.9% | 0 | 0.0% | 5 | 13.2% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 7 | 18.4% |
| 建築業 | 24 | 19.4% | 9 | 7.3% | 2 | 1.6% | 7 | 5.6% | 2 | 1.6% | 14 | 11.3% | 6 | 4.8% | 3 | 2.4% | 25 | 20.2% |
| 製造業 | 95 | 18.5% | 58 | 11.3% | 54 | 10.5% | 39 | 7.6% | 47 | 9.1% | 36 | 7.0% | 11 | 2.1% | 9 | 1.8% | 32 | 6.2% |
| 専門サービス業(土業の方) | 44 | 25.9% | 9 | 5.3% | 6 | 3.5% | 13 | 7.6% | 14 | 8.2% | 16 | 9.4% | 10 | 5.9% | 4 | 2.4% | 16 | 9.4% |
| 通信情報業 | 6 | 16.2% | 4 | 10.8% | 4 | 10.8% | 6 | 16.2% | 0 | 0.0% | 2 | 5.4% | 1 | 2.7% | 1 | 2.7% | 8 | 21.6% |
| 流通業 | 35 | 22.0% | 3 | 1.9% | 7 | 4.4% | 28 | 17.6% | 11 | 6.9% | 14 | 8.8% | 6 | 3.8% | 3 | 1.9% | 16 | 10.1% |
| その他 | 11 | 18.3% | 6 | 10.0% | 2 | 3.3% | 4 | 6.7% | 6 | 10.0% | 5 | 8.3% | 1 | 1.7% | 1 | 1.7% | 5 | 8.3% |
| (空白) | 15 | 25.0% | 3 | 5.0% | 2 | 3.3% | 8 | 13.3% | 3 | 5.0% | 2 | 3.3% | 2 | 3.3% | 2 | 3.3% | 7 | 11.7% |
| 総計 | 302 | 20.8% | 113 | 7.8% | 96 | 6.6% | 130 | 8.9% | 106 | 7.3% | 115 | 7.9% | 48 | 3.3% | 31 | 2.1% | 142 | 9.8% |
| 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 | ⑱ | 割合 |
| サービス業 | 34 | 11.7% | 11 | 3.8% | 9 | 3.1% | 0 | 0.0% | 1 | 0.3% | 1 | 0.3% | 2 | 0.7% | 2 | 0.7% | 15 | 5.2% |
| 運輸業 | 7 | 18.4% | 0 | 0.0% | 1 | 2.6% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 2.6% | 2 | 5.3% | 1 | 2.6% | 1 | 2.6% |
| 建築業 | 18 | 14.5% | 5 | 4.0% | 3 | 2.4% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 0.8% | 1 | 0.8% | 0 | 0.0% | 4 | 3.2% |
| 製造業 | 71 | 13.8% | 8 | 1.6% | 13 | 2.5% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 3 | 0.6% | 14 | 2.7% | 10 | 1.9% | 12 | 2.3% |
| 専門サービス業(土業の方) | 17 | 10.0% | 5 | 2.9% | 2 | 1.2% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 2 | 1.2% | 1 | 0.6% | 1 | 0.6% | 3 | 1.8% |
| 通信情報業 | 4 | 10.8% | 1 | 2.7% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% |
| 流通業 | 21 | 13.2% | 1 | 0.6% | 1 | 0.6% | 1 | 0.6% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 4 | 2.5% | 2 | 1.3% | 6 | 3.8% |
| その他 | 5 | 8.3% | 1 | 1.7% | 4 | 6.7% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 1.7% | 2 | 3.3% | 1 | 1.7% | 4 | 6.7% |
| (空白) | 6 | 10.0% | 2 | 3.3% | 1 | 1.7% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 1.7% | 2 | 3.3% | 2 | 3.3% |
| 総計 | 183 | 12.6% | 34 | 2.3% | 34 | 2.3% | 1 | 0.1% | 1 | 0.1% | 9 | 0.6% | 27 | 1.9% | 19 | 1.3% | 47 | 3.2% |
| 業種 | ⑲ | 割合 | ⑳ | 割合 | 総計 | | | | | | | | | | | | | |
| サービス業 | 1 | 0.3% | 2 | 0.7% | 291 | | | | | | | | | | | | | |
| 運輸業 | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 38 | | | | | | | | | | | | | |
| 建築業 | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 124 | | | | | | | | | | | | | |
| 製造業 | 2 | 0.4% | 0 | 0.0% | 514 | | | | | | | | | | | | | |
| 専門サービス業(土業の方) | 0 | 0.0% | 7 | 4.1% | 170 | | | | | | | | | | | | | |
| 通信情報業 | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 37 | | | | | | | | | | | | | |
| 流通業 | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 159 | | | | | | | | | | | | | |
| その他 | 0 | 0.0% | 1 | 1.7% | 60 | | | | | | | | | | | | | |
| (空白) | 1 | 1.7% | 1 | 1.7% | 60 | | | | | | | | | | | | | |
| 総計 | 4 | 0.3% | 11 | 0.8% | 1453 | | | | | | | | | | | | | |

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

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

- ⑰資金確保・銀行取引強化
- ⑱新規事業立ち上げ
- ⑲産学連携の強化
- ⑳異業種グループへの参加

【3】経営上の問題点・対応策について

(4) 経営上の力点(記述)

| 業種 | 業務内容 | 力点記述 |
|----------|--|---|
| 1 サービス業 | パソコン総合サポート | スポットの売上が望めるものより、定期的に継続して売上を上げることのできる商品、サービスの企画と販売を促進する。 |
| 2 サービス業 | 3部門あり売り上げの大きい順番に記入します。 ①サプリメント・調理用水加工用ミネラル液の製造販売 ②昼食用お弁当・飲み水の製造販売 ③加工食品の仕入れ販売 | 販売力を持たなければ、いくら良い製品を開発しても資金循環につながらない営業が、不要なぐらいの技術開発力があれば良い |
| 3 サービス業 | IT技術サポート業、Web制作 | 既存ジャンルにとらわれない新規分野の展開 |
| 4 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、お客様の現状把握の明確化 |
| 5 サービス業 | 法律事務所 | 後輩の育成、教化 |
| 6 サービス業 | 土地活用に伴うプロデュース。フランス、パリよりブランド品のネット販売。ブランド保険(コンサルティング業務)。 | 新しいサービスの企画開発 |
| 7 サービス業 | 飲食店経営 | 店舗によって生産性が違う、優れた店舗の全店展開 採用を確実にするため学校等の訪問強化 |
| 8 サービス業 | 一般家庭、オフィス店舗等への清掃道具他の物品賃貸、販売、サービスの提供 | パート・アルバイトさん雇用が困難を極めており、採用、教育、評価等の人事制度を魅力あるモノに。従業員・スタッフの教育体制や内容を多様且つ個性的なモノにするため目下取組中です。 |
| 9 サービス業 | 人材派遣業 | 取引先との信頼関係作りを如何に短期間で構築できるかと、他社との差別化を的確に伝えることができる営業力を社員教育すること。 |
| 10 サービス業 | パソコン教室 レンタルルーム 各種セミナー講座、生涯共育事 | 営業力 |
| 11 サービス業 | 工作機械、鍛圧・板金機械ならび それに関連する機器の販売 | 海外現地法人立ち上げ |
| 12 サービス業 | 企業の営業プレゼンテーション構築 | 従業員だけでも回る仕組み、生産回転率の効率化と最大化 |
| 13 サービス業 | サロン運営管理、人材研修 | 任せられる仕組みと人づくり |
| 14 サービス業 | 物品賃貸業(陳列ケース、器具レンタル) | 一つの顧客に対する比率を低下させて、広く顧客を開拓し、企業経営の安定化を図る。良い機会かもしれないので、今までやってこなかった営業に力を注ぎたい。ちなみにわが社の売上に対する比率の高い顧客は、全体の25%を占める。 |
| 15 サービス業 | WEB制作 | 新サービスを開発し、社員共育と共に営業力の強化 |
| 16 サービス業 | 人事制度コンサルティング | 新サービス開発に取り組んでいます。 |
| 17 サービス業 | コンビニ店経営 | 社員の能力を上げて、人件費を下げる |
| 18 サービス業 | 物流、不動産管理 | 経営方針 |
| 19 サービス業 | 自動車整備、レンタカー、保険 | レンタカー部門をのぼす |
| 20 サービス業 | エステティックサロンの経営 | 技術力の強化→集客メニュー、技術の標準化 |
| 21 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。 | 銀行やコンサルタントの言う事をうのみにせず、自社に本当に必要なことを検討していく。 |
| 22 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 | 営業力を強化するため、新規ターゲットを見直し中。 |
| 23 サービス業 | 不動産仲介、管理、家主業及び 飲食業 | 商品力の強化に力を入れたい |
| 24 サービス業 | 介護サービス業 | 社員研修により意識、知識、技術力のアップを図る |
| 25 サービス業 | 人材派遣 | 社員を増やす |
| 26 サービス業 | 不動産賃貸・輸出業 | 社員が自主的に改善を取組んでもらいたい。その様に社員教育をしていきたい |
| 27 サービス業 | 不動産賃貸業 | 他との差別化、不動産へのこだわり、時の流れに随う |
| 28 サービス業 | 広告制作業 | 営業担当の増員を図る、中途・新卒の雇用を進める |
| 29 サービス業 | WEBサイト制作・管理 | 自社ビジネスモデルの確立 |
| 30 サービス業 | ディスプレイ業 | 在来顧客のランクアップ営業と新規開拓 |
| 31 サービス業 | 地図情報処理サービス | web営業ツールの強化 |
| 32 サービス業 | 男性向け美容の資格、教育事業 | 受講者の増加と加盟店の獲得 |
| 33 サービス業 | OA機器販売 | 新会社になり、まだ銀行など取引が浅いので信用をつけていきたい。 |
| 34 サービス業 | 広告写真撮影、広告物、web製 | 営業力を強化し、自社を広報する |
| 35 サービス業 | 広告物のデザイン | 自社の強みのあぶり出しをしている |
| 36 サービス業 | 会社案内や製品カタログ、WEB サイト等を構築する制作会社 | 制作者のスキルと仕事量、価格のバランスが不均衡。安定雄需要先と毎月の売上の上下が激しい |
| 37 サービス業 | 包装資材販売 | 新商品の開発 |
| 38 サービス業 | 英会話教室運営、翻訳、通訳 | 認知度upに力を入れたい |
| 39 サービス業 | 倉庫業です。在庫管理出荷代行 | 取引先の偏り自社の欠点である、新規の柱となる取引先獲得が急務である。 |

| | | | |
|----|-------|--|---|
| 40 | サービス業 | 介護業務 | サービス業としての介護を迫及する。ボランティア精神を求められる業界だが、営利法人として新たなサービス開発による、売上増を目指す。 |
| 41 | サービス業 | 居酒屋 | 出店をしていくにあたって人材の採用と教育。既存店のレベルアップ |
| 42 | サービス業 | エアコン洗浄 | ネットワークの構築、協力会社をどうつくるか |
| 43 | サービス業 | 経営コンサルタント | 自社でソフト開発中 |
| 44 | サービス業 | 薬剤師の紹介業(新卒、中途採用) | 市場そのものが悪いわけではない。企画力提案力不足 |
| 45 | サービス業 | 障害者能力開発施設 | 人材の活用 |
| 46 | サービス業 | 中古トラック部品販売 | 会社の成長、発展は社員の力がすべてである。 |
| 47 | サービス業 | 作業服小売販売 | 自分を含め、社員の間人カアップが会社の成長となる。今後も人間教育に一番力を入れる。新製品・サービス開発も行っていきたい。 |
| 48 | サービス業 | 産業廃棄物処理業 | 新サービス、技術の見直し |
| 49 | サービス業 | パソコンのトータルサポートをしています。PCTラブル解決、ネットワーク構築、サーバー構築、システム開発、web開発、基幹システム等の導入指導、etc | システム開発の部分を強化し、そのノウハウを生かしたサービスに力点を置いてサービス強化に努めたい |
| 50 | サービス業 | 美容業 | 目の前の仕事をこなしているだけで計画性が全くない |
| 51 | サービス業 | 速読教室の経営 | 質のアップ |
| 52 | サービス業 | 印刷デザイン、Web製作 | 新規事業(WEB製作)の拡散、技術向上としくみの見直し |
| 53 | 運輸業 | 軽貨物に配達 | 人材の採用が確保できれば、新規事業も実行できる |
| 54 | 運輸業 | 物流業務請負業 | 社員自身が役割を理解して取り組むことを重点的に教育している |
| 55 | 運輸業 | 運送物流業 | 品質を向上させる事で信用を増して強みに変えていく。 |
| 56 | 運輸業 | 機械から雑貨まで地場を中心とした配送 | 新規顧客開拓に向けて営業力アップのための人材の確保 |
| 57 | 建築業 | 電気設備工事 | 人材不足を解消すること |
| 58 | 建築業 | 電気工事業 | 他社と差別化できる強みを持つこと 業界全体の職人不足 |
| 59 | 建築業 | 新築、増改築の見積もり作業、顧客折衝、現場管理、実行予算管理等々 | 自社の力点を、外部に発信する力を身に着ける。HPやネット等の活用含めて。 |
| 60 | 建築業 | 建築業で新築工事・既存物の改造やメンテ工事を生業としてます、特に商業施設の改修・メンテ工事を得意とする | 新卒採用をやりたい |
| 61 | 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 | 世代交代をこの後5年先に予定しています。それまでに技術の育成マニュアル化、営業幹部を増やし、取引先との担当者セットアップを確立していきたいです。⑧は常に正道、戦略をたどっているのか、目を光らせるということです。 |
| 62 | 建築業 | 機械据付・メンテナンス | 現場作業の不足のため、人材の採用に苦労している。その中で社員能力をアップしていかないといけない |
| 63 | 建築業 | 省エネサポート、LED、CCFL販売、施工 | 自社の強みの確立 |
| 64 | 建築業 | リフォーム工事業 | 人材不足のため求人強化 |
| 65 | 建築業 | 造園工事、植栽管理 | 来期計画において、大幅な売上げ増を考えている。現有勢力でいかに効率的な仕事をしていくかがひとつの課題 |
| 66 | 建築業 | 設備工事業 | 集客 |
| 67 | 建築業 | 電気工事業 | 人材不足 |
| 68 | 建築業 | 関西電力の引き込み線工事をしています。 | 人材の採用、育てる |
| 69 | 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 | 売上の安定とコンスタントにこなす技術確保。 |
| 70 | 建築業 | タイル及び住宅設備機器の販売及び施工 | 人材がなかなか定着しないので人材確保が急務 |
| 71 | 建築業 | 建築施工業 | 技術会社にとって人材(技術力の高い)は宝で、会社を発展させるには継続して採用する必要がある。 |
| 72 | 建築業 | 店舗設計施工、住宅リフォーム | 1社依存体質からの脱却を目指して |
| 73 | 建築業 | 建築業 | 不動産業立ち上げ、人材雇用 |
| 74 | 建築業 | 障害者施設住宅の新築リフォーム、住宅業 | 障害者施設の転員の大量退職に併せその人達の能力を、活用した天場づくり、組づくり(NOP,生協、一般社団籐)を検討中。 |
| 75 | 建築業 | 建物内外装リニューアル工事、住宅リフォーム | 会社の中がキッチリできあがっていない部分があるのでそこを強化する |
| 76 | 建築業 | 空調設備工事 | 営業の強化、社員教育 |
| 77 | 建築業 | 店舗リフォーム、マッサージ等 | 売上を伸ばす為に、仕事をたくさん取りたいので人材が必要 |
| 78 | 建築業 | インフラ用特殊配管。風力・水力・太陽光などの再生可能エネルギー設備 | とにかく人が足りません |
| 79 | 建築業 | 建築デザイン | 取引先の拡大 |
| 80 | 建築業 | 建築塗装、防水工事を中心とした新築・リフォーム工事請負・全 | 相談を受けた際、できる限りの知識・技術力・資格・人脈を生かし規模拡大を目指す |
| 81 | 建築業 | 型枠工事 | 技術者不足のため人材の確保と強化が企業の強みになる |

| | | | |
|-----|-----|---|---|
| 82 | 建築業 | 重量物件の据付、解体 | 販路を増やすと共に人材確保、教育を進めるべき |
| 83 | 建築業 | ビルメンテナンス | ニーズを把握し営業力を拡大していく |
| 84 | 建築業 | 下請けをしない自社独自の方針で営業している | 営業力の拡大、新規販路開拓、経営理念の計画書の見直し |
| 85 | 建築業 | 空調、集塵、給排気ダクトの加工及び取り付け | 高校求人を見直しを本年から始めました |
| 86 | 建築業 | 管洗浄、リフォーム、浚渫、落書き洗浄 | 社内の技術力の底上げ |
| 87 | 建築業 | 建築工事 | 同じ建築の中で、新規部門を考えています。 |
| 88 | 製造業 | 金属加工業 | 新卒採用 |
| 89 | 製造業 | 浴槽、プールろ過装置等水処理装置の製造・販売 | 社員の意識改革を行い、営業力の拡大に繋げたい。 |
| 90 | 製造業 | 搬送機械の設計・製造 | ・生産ラインの設備更新 ・顧客フォローの強化 |
| 91 | 製造業 | 建築鉄骨業 | 異業種連携 |
| 92 | 製造業 | コンピュータ関連装置の開発・製造 | 展示会の出展による顧客確保 |
| 93 | 製造業 | 金属プレス・板金・溶接加工一式 | 新規販路開拓、重要取引先の拡大 社員の採用 |
| 94 | 製造業 | 建設機械、産業車両用製缶製・鑄鉄製カウンタウエイトの製造 | 固有技術を更に上げる。合理化設備導入や社内改善活動により生産性の向上を図る。多能工化。 |
| 95 | 製造業 | | 今競争環境の改善により順調に売上げも伸びて居るが、今後もこの状況が続けられるように、新商品や準新規事業を考えて着手して行かなければ成らない |
| 96 | 製造業 | 防犯カメラ専用電源の製造・販売が業務のベース。電子機器(検査装置・美容器、自動制御機器など)の設計・製造・販売が、売上増への業務です。 | リピートする電子機器製品の設計と生産で、新分野の営業中。もし引き合いとなれば、年末から新年春にかけて生産となり、期待している所です。 防犯カメラ専用電源は、関東地区のオリンピック向け治安対策で、数量景気は上向きとなっている様に思う。 |
| 97 | 製造業 | ダンボールケース製造販売 | 売上を伸ばさないと人も雇えない |
| 98 | 製造業 | 軟質塩化ビニールのリサイクル業 | 電気代、ガソリン代などの値上がり、利益を圧迫しているため、経費の節減がもったの急務。取引先は、どこも製品の値上げしていないので、自社だけ値上げするのは、困難。 |
| 99 | 製造業 | ・水処理装置(膜装置及び周辺機器)の設計・製作・据付・試運転 ・粉体(無機系)の輸送機、集塵機、定量機の設計・製作・据付・試運転 ・管材・継手・バルブ等の販売 | エンジニアリングを中心に機器のメーカー対応をしている企業なので 技術の継承と技術力のUPが不可欠と考え 技術者の採用、新卒の採用を計画し会社風土の改革と社員が未来志向を持てる会社創りに邁進したい。 |
| 100 | 製造業 | 鋼板加工販売 | 生産効率の向上 |
| 101 | 製造業 | 印刷 ウェブ 動画の企画制作 | 商品力と販売力を強化 |
| 102 | 製造業 | 工業用ガスバーナーの製造 | まだまだ得意先一社依存体質から抜け出せていないので、取引先を広く増やしていきたいです。 |
| 103 | 製造業 | 各種ポンプ製造業 | 3Dプリンター導入に伴い構成部品の樹脂化及び新商品の開発 |
| 104 | 製造業 | 非鉄金属 加工および組立 | |
| 105 | 製造業 | 塗料製造販売、卸売 | 同業者の廃業があり、市場の流れの変化をうまく取り込むこと。 |
| 106 | 製造業 | 独自技術を使っている、工業用金網加工業。主には金網のスリッター。 | 人間力 |
| 107 | 製造業 | プリント基板用金型製造・プレス加工 | 受注増に伴い生産性を上げる為に、設備の稼働率を上げる事。2部制・3部制の生産体制を行う為の人材確保が必要になるが、稼働率を上げる程の受注を確保するには取引先も更に増やす必要がある。 |
| 108 | 製造業 | トムソン型による打ち抜き加工業 | 人材の確保、営業力の強化、社員教育 |
| 109 | 製造業 | 焼き菓子製造卸 | 製造量の増加のための設備、土地の習得。工場の拡大で、商品の増産を目標にします。 |
| 110 | 製造業 | | 蓄積されたデータおよび技術力がある。これを活用しての営業展開と生産性向上につなげていく。 |
| 111 | 製造業 | 衣服製造業 | 海外との取引を含め、EC事業に参入する。 |
| 112 | 製造業 | フレキシブルシャフト製造 | 新製品開発 |
| 113 | 製造業 | 熱処理、塗装、表面処理 | ・組織拡大に対する管理職の育成 ・新事業の技術開発、販路開拓 ・生産性管理の強化 |
| 114 | 製造業 | 樹脂切削加工業 | 黒字転回しているがリーマン時に抱えた借入返済で運転資金が窮屈している。しかし財務体質改善の為、新規借り入れを行わずキャッシュフローないでやりくりしています。 |
| 115 | 製造業 | 物流支援機器(垂直搬送機・パレット入替機等)製造販売 | 生産効率のアップにより仕入れコストアップの吸収 販路拡大新規顧客の開拓 自社製商品を増やし販路拡張に |

| | | | |
|-----|-----|---|---|
| 116 | 製造業 | 精密金属バネ製造業 丸線φ0.14～φ4.0までオール機械で製作、以上の線径は手加工(内製)及び協力工場に依頼(板バネも含む) | 新しいデザインの製品を創出する事 |
| 117 | 製造業 | 金型メーカー | 少数精鋭で乗り切れれば… |
| 118 | 製造業 | ドライラミネート加工 | 人材を確保して3交代勤務へ移行する |
| 119 | 製造業 | 教材等の出版 | 社員の能力アップ |
| 120 | 製造業 | レディースインナー製造販売 | 外部のプロに指導をして頂き、会社全体の能力を高める。 |
| 121 | 製造業 | 生コン製造販売 | 社員の所得アップと設備の充実 |
| 122 | 製造業 | | 大卒の採用を検討 |
| 123 | 製造業 | 別注家具製造 | こだわりをいれるという基本的考え方を続けながら、生産性アップする方法を検討する |
| 124 | 製造業 | 化学プラントの設計・施工 | 古参社員の技術伝承、新しい受注先とのパイプを太くする |
| 125 | 製造業 | 電力・通信会社向け屋外電設資材 | 中長期的な需要の減少のため新規製品の分野への進出が急務 |
| 126 | 製造業 | アルミ・各銅の製作加工・テフロン張替えなど | まだまだ自社の特徴が知られておりません。 |
| 127 | 製造業 | イス・ソファの張替え事業 | 全員が同じ方向に向かって会社を創り上げていくためにも理念の浸透に力点を置いています。 |
| 128 | 製造業 | ケミカル薬品の加工 | 新規大手受注先の数を増やす |
| 129 | 製造業 | 商業印刷 | 柱となる会社を深彫りして収益の改善をはかる。従来の印刷に留まらずにクライアントの求める商品開発をする |
| 130 | 製造業 | 線香製造 | 生産効率の向上を図り、利益率改善。原材料の原価率は下げず、品質を維持する。 |
| 131 | 製造業 | 和菓子製造 | 技術力のアップにより今までにない商品開発もしていない。 |
| 132 | 製造業 | 食品軟包装資材(フィルム)の企画、製造、販売 | 人材確保社員の高年齢化に対して新入社員がいない、この先が見えない。 |
| 133 | 製造業 | 製麺業 | 地道な営業努力の継続 |
| 134 | 製造業 | ウレタンゴムの製造・販売 | 新聞やへの製品開発・納入に力を入れている |
| 135 | 製造業 | 印刷用ゴムロール製造 | 高性能な新製品を作る為の新技術、生産設備更新等による効率化 |
| 136 | 製造業 | 金属焼付塗装 | 工場が手狭で設備投資ができないと社員が増えるので、移転したいと考えている |
| 137 | 製造業 | 精密機械部品加工省力化、産業機械設計・製作・組立 | 人材採用で、特に若手育成に重点を置いていきたい |
| 138 | 製造業 | プラスチック板加工業及び販売(インターネット通販) | 特化した製品作り |
| 139 | 製造業 | 農業機械の自社開発製品販売 | 農業機械分野での新規参入 |
| 140 | 製造業 | プリント配線板、樹脂板加工業 | 主力のプリント基板の仕事が少ないので、切削技術、新設備を活かし他分野で安定した仕事を得る策を進める |
| 141 | 製造業 | アルミ製品の企画・開発・設計・製造販売 | 新態を狙うために、社員の知識・ヤル気が必要で、それ無しに営業力の拡大もない |
| 142 | 製造業 | サイン・店舗用品・DIY関連製品の製造・販売 | ニーズある新製品開発 |
| 143 | 製造業 | 金属切削業 | 海外との価格競争に勝てる生産性のアップ・コストダウン、機械化 |
| 144 | 製造業 | プラスチック射出・成型 | お客様へのお役立ち度をアップするに尽きる |
| 145 | 製造業 | | 数年先は技術者不足が社会問題となることが確実視されます。採用・教育・規模拡大・機械化投資が必要不可欠です |
| 146 | 製造業 | プラスチック射出成形 | 上記項目にないが、製品及び部品の購入先見直しによる原価低減。人員を変えずに生産量を増加させる改善計画。営業ツール等の充実 |
| 147 | 製造業 | 金属製品製造業 | 新製品を主体とした脱下請への転換 |
| 148 | 製造業 | 精密光学機器の製造販売 | ④はリピーターの確保。海外への販路開拓。⑤はモノづくり補助金活用で環境にやさしい、長寿命製品ができた |
| 149 | 製造業 | 印刷業 | 今まで営業活動をしていなかったため、営業力拡大をはかりたい |
| 150 | 製造業 | 特殊鋼切断・加工・販売 | 新規計画に必ず新製品の拡販で規模拡大 |
| 151 | 製造業 | ネジ、ボルト、自動車・電子部品の全数検査装置の製造・販売メーカー | 海外の競合をどのようにしていくかが大事。技術力の圧倒的な優位の確立と資金の調達。 |
| 152 | 製造業 | 省力化機械、治工具 設計・製作 | 商社との同行営業。新規先訪問営業 |
| 153 | 製造業 | 機械の架台、フレーム、ブラケット、カバーの製造 | 技術力強化で仕事を取り、生産性を上げて利益幅を増やす、そのためには社員の能力アップが必要 |
| 154 | 製造業 | 鋼板加工(レーザー切断、ガス溶断など) | ①今後5年以内に新工場を導入する、②業容拡大に対応できる人材力を確保する、③上場企業、有力業者への営業力・対応力の向上、④賃金規定の見直し、「成長シート」と賃金をリンクさせ、成長への意欲を高める |
| 155 | 製造業 | キャラクター雑貨、文具など製造企画販売 | 新規事業を軌道に乗せるべく販路開拓を実施するムダ、ムラ、ムリをなくし生産効率をup |
| 156 | 製造業 | 電線製造業卸し | 現在の業種を種としながら新しい転換を考える。 |
| 157 | 製造業 | 金属表面処理加工、熱処理加工 | 航空機部品の熱処理加工に参入 |
| 158 | 製造業 | 納豆の製造・卸・小売 | 社員のメンタル面の向上に力を入れています。 |
| 159 | 製造業 | プレス金型、設計、製造 | 社長自身の能力の向上 |

| | | | |
|-----|---------------|---|---|
| 160 | 製造業 | 金属熱処理業 | 売っているのは技術である。25才以下の社員が、この4年間の積極的な新卒採用で16名(全社員の40%)に増加。教育が充分にできておらず、報連相のまずさ、関係プレイのまずさが不具合に結びついている。至急改善を要する |
| 161 | 製造業 | 金属プレス加工、及び金型製作、試作 | 新しい取引先が増えたので、柱になるよう受注拡大を図る。更に、現在引き合いの有る会社との取引が始まるよう努力。増加した仕事のこなし方、又は新しい仕事をこなすため社員野力アップ |
| 162 | 製造業 | 金属熱処理 | 今まで以上にOJTに力を入れる。 |
| 163 | 製造業 | 金属溶接加工、NC旋盤加工 | 新しく従業員を採用したい。 |
| 164 | 製造業 | 金網及び関連製品の製造販売 | 物価上昇と利益の確保の為に→常に生産性アップ効率化を行う必要があります。マーケットの縮小対策→営業力の拡大と製品開発が必要です。 |
| 165 | 製造業 | 鉄、ステンレス、アルミの鍍金加工一式。 | 技術力を持っている人間だけに頼らず、その技術を社員全体に広めていき、さらなる生産性アップを目指したい。 |
| 166 | 製造業 | 金属加工業、工業用バキューム製造販売 | 工業用バキュームの販売に力を入れていきたい。設備拡大における人材能力のUP。 |
| 167 | 製造業 | 提灯製造 | 生産力のアップ |
| 168 | 製造業 | 菓子製造販売 | とりあえず資金確保、発想や確実な販売路はあっても初期投資の余裕がない |
| 169 | 製造業 | 珈琲豆の販売、カフェ経営 | 輸入食品の取扱い |
| 170 | 製造業 | 銅製品の金属加工 | 人材の確保が出来ない |
| 171 | 製造業 | 建築金物製造販売 | 新人の技術力アップで会社全体が底上げになる。技術力も去ることながら人間力を磨くことが営業にもつながっていく。幹部を含め社員教育に力を入れていく。 |
| 172 | 製造業 | ルイボステイとルイボス関連商品の製造販売卸小売 | 個人顧客開拓、新商品のブランド化 |
| 173 | 製造業 | HP、DTP制作、企業研修 | 人材の募集をしているが応募がない |
| 174 | 製造業 | 金型メーカー | 技能の継承 |
| 175 | 製造業 | 旗・幕のプリント染め | 業者間の価格競争が厳しいので、団体向け、個人向けへの売り込み、サービス等に力を入れている |
| 176 | 製造業 | オフセット印刷、製本 | 受注獲得の為に生産性の分、単価のダウンを受注者で補うべく、取引先の拡大をねらい活動中です |
| 177 | 製造業 | ガラス加工、販売 | 材料のいらない加工の受注を増やす |
| 178 | 製造業 | 金網の製造販売 | 新卒採用 |
| 179 | 製造業 | 洗浄剤、カーケミカル、化粧品、石鹼製造販売 | 1.4.5の課題の通り |
| 180 | 製造業 | スタッド溶接加工、あらゆるボルトの溶接 | 新技術の開発、基礎実験の時間と実験量の不足強化 |
| 181 | 製造業 | 金属プレス加工 | 従来型、はじめ社員から自立創造型社員の採用、育成が必要。設備もデジタル化へ移行 |
| 182 | 製造業 | 服飾品、ファッショングッズ、ノベルティー(販売促進) | 競合他社との技術力、営業力、開発商品の差別化を計る |
| 183 | 製造業 | プラスチック製品製造販売 | いかに他社より差別化できるか |
| 184 | 製造業 | 機械加工、設置 | まず社員の能力アップをし、お客様に喜ばれる仕事をする |
| 185 | 製造業 | 熱伝導・導電性グラフェン材料製造販売、新規開発品、超臨界流体反応機械製造販売 | マーケット(顧客)のニーズの把握をいかにするかが最重要である。 |
| 186 | 製造業 | 検品、組み立て、包装から発送業務 | 人材確保に力を入れ新規開拓に力を入れる |
| 187 | 製造業 | ガラス彫刻加工販売 | 今まではBtoCでしたが、BtoBの新規開拓を目指す。 |
| 188 | 製造業 | アルミの切削加工 | 加工時間の短縮を社員さんだけで自主的に考えて欲しいので社員教育にも力を入れている。 |
| 189 | 製造業 | 金属製品製造業 | 人材教育は最大の経営のテーマだからです |
| 190 | 専門サービス業(土業の方) | 司法書士業務として、不動産登記、商業登記、裁判所提出書類作成、遺言書作成、債務整理、成年後見業務等 | 今年度より法人化したことで、各事業所の体制確立と、人件費、税金面等の負担増を賄えるまで受注増に向けて営業活動を強化していかなければならない。新規顧客開拓に結び付くよう再現性のある動きをするよう計画する。 |
| 191 | 専門サービス業(土業の方) | 社会保険労務士の事務所 | |
| 192 | 専門サービス業(土業の方) | 社会保険労務士業 | 経営者団体の会合に、顔を出すこと。 |
| 193 | 専門サービス業(土業の方) | 会計事務所 | 幹部社員の力量アップが今後の事務所経営に大きな影響を与えることは確実。 |
| 194 | 専門サービス業(土業の方) | 経営コンサルティング業 セミナー講師業 他 | 社員の採用 |
| 195 | 専門サービス業(土業の方) | 社会保険労務士業 | 新規顧客の開拓。 |
| 196 | 専門サービス業(土業の方) | 税理士業 | 人材採用 |
| 197 | 専門サービス業(土業の方) | 財務を切り口とした経営改善・支援 | レベルの高い企業と取引できるよう、社員のレベルを上げる |

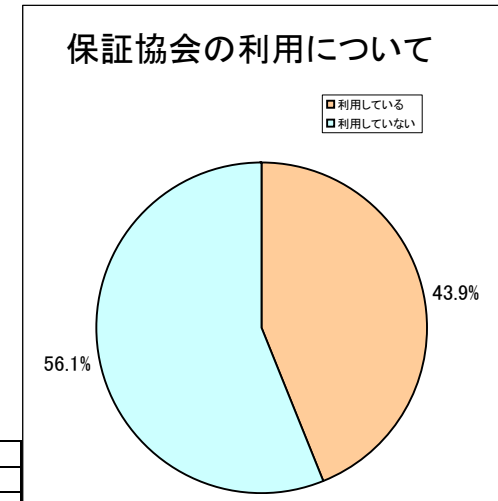
| | | | |
|-----|--------------|-----------------------------------|---|
| 198 | 専門サービス業(土業の) | 経営コンサル | 新規販路分野開拓 |
| 199 | 専門サービス業(土業の) | 税理士業 | 現在の顧問先を通じた新規顧客先の拡大 |
| 200 | 専門サービス業(土業の) | 社会保険労務士業、行政書士業 | クライアントに対し、積極的に情報を発信していきたい。 |
| 201 | 専門サービス業(土業の) | 都市計画、まちづくり、建築土木造園に関する計画設計 | 自社フィールドの獲得、東京支店の開設。人事考課制度の確立 |
| 202 | 専門サービス業(土業の) | 行政書士業・社労士業 | HPによる宣伝。ニーズ把握のためのアンケートを実施。異業種交流会への参加 |
| 203 | 専門サービス業(土業の) | 社労士業 | 重要取引先を増やし安定した事務所にしていきたい |
| 204 | 専門サービス業(土業の) | 建築設計・管理 | 関東圏での受注拡大 |
| 205 | 専門サービス業(土業の) | 税理士業 | 営業のしくみを作り、全社一丸となって取り組む |
| 206 | 専門サービス業(土業の) | ISOのシステム構築、運用支援サービス | 顧客ニーズを再分析し、自社の商品・サービス見直しに反映したい |
| 207 | 専門サービス業(土業の) | 税理士 | 新規取引先を増やす、業務効率上げる、得意分野を明確にする、HPを活用する ☆顧客満足度を上げる工夫をする。 |
| 208 | 専門サービス業(土業の) | 弁護士 | 集客 |
| 209 | 専門サービス業(土業の) | 社労士 | 顧問先のそばに常にいる体制と連携関係を強化して企業労務をサポート |
| 210 | 専門サービス業(土業の) | 不動産、商業の登記をメイン業務 | 明確な経営指針を作ることが急務である |
| 211 | 専門サービス業(土業の) | 経営コンサルティング | 現状にマッチしたサービスにより既存取引先への深耕及び新規取引先への横の展開 |
| 212 | 専門サービス業(土業の) | 相続、遺言書、許認可関係 | 社員はおらず、現状は雇用が難しいので、webを利用して宣伝活動を考えている |
| 213 | 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 | 仕事量を増やすことで、その後の雇用につなげたい |
| 214 | 専門サービス業(土業の) | 弁護士業 | 広告 |
| 215 | 専門サービス業(土業の) | 知的財産業務 | 知的財産の重要性の普及 |
| 216 | 専門サービス業(土業の) | 税理士 | 自社の見直し |
| 217 | 専門サービス業(土業の) | 社会保険労務士業 | 方針、計画の建て直し、サービスの向上 |
| 218 | 専門サービス業(土業の) | 経営コンサルタント業、ITシステムの運用 | お客様を増やす |
| 219 | 通信情報業 | ITコンサルティング 金属加工製品輸入販売 | 情報セキュリティの強化 |
| 220 | 通信情報業 | ソフトウェアの開発 | 従業員の確保が必要だが、経験者の採用は困難な状況にあるため、未経験者を採用して教育する必要がある。そのための環境作りが急務である。 |
| 221 | 通信情報業 | ソフトウェア受託開発 | 継続的な案件受注取り込む |
| 222 | 通信情報業 | 流通業、特にお店関係のソフト開発を行っております | ソフト開発力を自社でおこなえるように社員を増やしたい |
| 223 | 流通業 | 衣服・服飾雑貨卸売 | 現状の売れ筋商品に頼りすぎることなく、次の次の商品開発・発掘をすること。 |
| 224 | 流通業 | 文具・事務用品・事務機器・事務用家具などの販売 | どのように斬新なアイデアがあっても、あるいは資本力があっても独自性のある商品の開発ができて、結局は営業力が要になる もちろん弊社は、今のところアイデアも資本力も新製品開発能力もない しかし営業力の強化はできるし、新販路の開拓もできる できることはやっておいた方がよい。 何かを得たときに、それを生かし事業を拡大できる力を養っている |
| 225 | 流通業 | 美容材料卸 | 営業力の強化が何よりも必要 |
| 226 | 流通業 | ステンレス鋼板(薄板)の在庫販売、加工、その他非鉄金属の加工・販売 | 各部門長の後継者づくり。販売先の開拓(与信管理必須)。設備の更新。 |
| 227 | 流通業 | 化学工業薬品製造・卸 | 今季は、新卒採用を目指す |
| 228 | 流通業 | 金属リサイクル業 | 職人個々の役割分担 |
| 229 | 流通業 | 安全衛生用品・日用品製造卸 | 顧客へのソリューション提供力をもっと高める必要を感じるとともに、新製品開発と既存業界とは別の分野への水平展開をしていく必要有り。景気動向で高級食品や外食業界への動きは良くなりつつあるが、一般の食品業界は本当に厳しい。 |
| 230 | 流通業 | 締結部品卸売販売 | 付加価値を高めて存在意義や強みを明確にしたい |
| 231 | 流通業 | 一般用医薬品の卸売販売 | 新規取引先の開拓、新製品の開発、他業種への販売強化 |
| 232 | 流通業 | 自動車用フロアマット製造販売 | 消費者の購入動機が変化している⇒実態を正確に把握 |

| | | | |
|-----|-----|--|---|
| 233 | 流通業 | 物流加工 | 売上、利益を増やし、また経費を節減し、資金を残し、財務強化を行う。 |
| 234 | 流通業 | 加工部品卸売 | 適材適所の人員配置と加工技術の向上を営業力拡大につなげる。製造・加工工程フローの効率化をすすめる。 |
| 235 | 流通業 | ニット生地卸 婦人衣料卸 | たくさんせねばなりません。減ろう減ろうとしている現状を何とか・・・という感じでは |
| 236 | 流通業 | 古紙の選別化工販売 | 新卒採用の継続と社員教育 |
| 237 | 流通業 | | 自社商品販売方法の確立 |
| 238 | 流通業 | アパレル販売業 | 社員、パート人員の頭数はそろっていますが、各部門の仕事が統合されておらず無駄が多い。経営の責任を痛感 |
| 239 | 流通業 | 鶏肉卸 | 新たな事業の柱を創り出して経営力を強化する。その為の人材の確保・教育 |
| 240 | 流通業 | 社章、カップ、トロフィー製造・卸 | 当社でできる商品化にむけて、ニーズの把握に取り組んでいる |
| 241 | 流通業 | 機械工具卸売業 | 社員の高齢化にともない雇用確保 |
| 242 | 流通業 | 機械工具、建築金物、工場用品卸 | 時代に合った販路、商品を見つけて行かなければ、生き伸びれない。 |
| 243 | 流通業 | 工業用ファスナー販売 | 一社依存を改善。利益を拡大し、人材を採用する。 |
| 244 | 流通業 | 青果を中心とした総合食品業 | 社員の人材力アップが全てにつながる |
| 245 | 流通業 | 業務用食品卸 | 既存以外の仕事を増やす |
| 246 | 流通業 | 運輸倉庫、運輸全般、清掃業 | 対人が主となってくるのですべての場面で人間関係を強くする |
| 247 | 流通業 | 義肢・医療用装具等の製作材料及び半製品・既製品の販売、それらの輸入販売。リハビリ用品の販売。 | 進捗確認、各社員、年間、月間、計画立案、提出 |
| 248 | 流通業 | 事務機器販売及び内装工事 | 共同開発商品ができる予定です |
| 249 | 流通業 | 被服販売業 | 来月には美原区に大手ホームセンターが進出予定。きめ細かいサービスがより求められるので対応策を練っていききたい。 |
| 250 | 流通業 | 機械工具の販売 | 価格競争に巻き込まれない付加価値商品の開発 |
| 251 | その他 | 公益財団法人として、中小企業の健全な発展に寄与、損害補償、災害補償、災害防止事業を | 会員減少に伴う経費の見直しを検討中。 |
| 252 | その他 | 金融業(生命保険) | 相手のニーズを的確に把握し、提案能力をアップさせること |
| 253 | その他 | 金融業 | 定例勉強会の開催 |
| 254 | その他 | 建設コンサルタント | B2M・C2Mへの参入 |
| 255 | その他 | 建設業(工場プラント設備の設計・施工) | 若手エンジニアの技術向上、新製品・サービス開発または新規事業たちあげ |
| 256 | その他 | 卸売業 | 他社にない商品の取り扱い |
| 257 | その他 | 3D設計、製造システムの販売 | 3D設計・製造システムを活用するコンサルティングと技術支援によりお客様の労働生産性を高める |
| 258 | その他 | 鉄板・帯鋼の加工販売 | 社員の能力の底上げを行い、重要取引先を少しでも増やしたい |
| 259 | その他 | 設計請負 | 第2創業の検討 |
| 260 | その他 | 金属表面処理 | 金融機関が過去の営業状態をいつまでも判定要素にしている。現況及び将来についての査定をしてほしい。 |
| 261 | その他 | 教材の通販 | 人、経営者を含めての能力、意識の向上 |
| 262 | その他 | 一般病院 | 医療法において医師、看護師、薬剤師に関する必要数が定められており、また診療報酬についても同様である。この人員確保が困難であるため、求人広告、人材紹介会社など利用しているがなかなか定着しない。 |
| 263 | その他 | 太陽光パネルの販売、設置、保守 | 太陽光の需要がひと段落してからの次の主力事業の開拓 |
| 264 | その他 | 不動産賃貸業 | 橋梁点検用飛行ロボットの開発による新規事業 |
| 265 | その他 | ワイヤーロープ関連建築資材金具、LED投光器、家庭用蓄電池の輸出入業 | 品質の向上に取り組むべく仕入先との協力体制強化。若手社員の営業マンへの育成のため出張に同伴させる。 |
| 266 | | 生産財総合商社「機械工具卸売業」 | 新卒雇用。新規開拓。事業領域拡大。 |
| 267 | | 繊維製品製造及び生地・レース | 既存顧客および市場の縮小により、異業種市場の開拓が必要。 |
| 268 | | テキスタイルコンバーター | 生産依頼するところが減り しぶしぶ発注するケースが多い |
| 269 | | | 社員教育 幹部社員育成 |
| 270 | | 化粧品、健康食品等の卸売業 | 一番は、新規開拓し顧客を増やさないで売上が減少してきます。 新たな市場 ASEANの富裕層小グループの訪日サポート |
| 271 | | 国内旅行 海外旅行取扱い | |
| 272 | | 建築金物製造業 | 労働時間の短縮と利益増を同時に進めて行く上で社員の理解と納得を得る事。 |
| 273 | | 行政や大学を顧客とする業務請負 | 実績を基に横展開を行うなどリスク分散を行う |
| 274 | | 業務用浴場スイミングプール施設機器の全国卸販売 | 4名の大卒を採用した |
| 275 | | 建築金物販売 | 自社商品を開発する |

特別項目数字関連

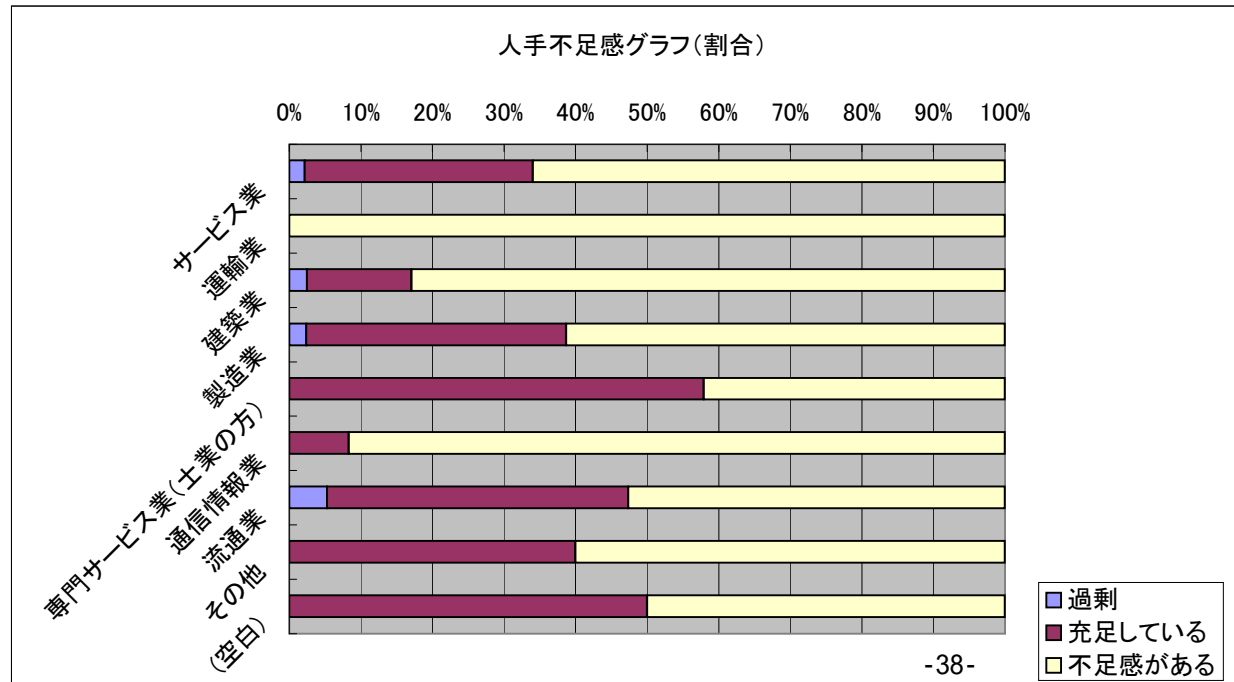
(1) 保証協会の制度融資の利用について

| 業種 | 利用している | 割合 | 利用していない | 割合 | 総計 |
|---------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|
| サービス業 | 33 | 32.7% | 68 | 67.3% | 101 |
| 運輸業 | 9 | 64.3% | 5 | 35.7% | 14 |
| 建築業 | 23 | 59.0% | 16 | 41.0% | 39 |
| 製造業 | 104 | 59.1% | 72 | 40.9% | 176 |
| 専門サービス業(土業の方) | 11 | 16.9% | 54 | 83.1% | 65 |
| 通信情報業 | 4 | 33.3% | 8 | 66.7% | 12 |
| 流通業 | 25 | 44.6% | 31 | 55.4% | 56 |
| その他 | 6 | 30.0% | 14 | 70.0% | 20 |
| (空白) | 7 | 30.4% | 16 | 69.6% | 23 |
| 総計 | 222 | 43.9% | 284 | 56.1% | 506 |



(2) 人手不足感について

| 業種 | 過剰 | 割合 | 充足している | 割合 | 不足感がある | 割合 | 総計 |
|---------------|-----------|-------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|
| サービス業 | 2 | 2.1% | 30 | 31.9% | 62 | 66.0% | 94 |
| 運輸業 | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 14 | 100.0% | 14 |
| 建築業 | 1 | 2.4% | 6 | 14.6% | 34 | 82.9% | 41 |
| 製造業 | 4 | 2.4% | 61 | 36.3% | 103 | 61.3% | 168 |
| 専門サービス業(土業の方) | 0 | 0.0% | 33 | 57.9% | 24 | 42.1% | 57 |
| 通信情報業 | 0 | 0.0% | 1 | 8.3% | 11 | 91.7% | 12 |
| 流通業 | 3 | 5.3% | 24 | 42.1% | 30 | 52.6% | 57 |
| その他 | 0 | 0.0% | 8 | 40.0% | 12 | 60.0% | 20 |
| (空白) | 0 | 0.0% | 10 | 50.0% | 10 | 50.0% | 20 |
| 総計 | 10 | 2.1% | 173 | 35.8% | 300 | 62.1% | 483 |



保証協会に関して(記述)

| 業種 | 保証協会選択 | 保証協会記述 |
|------------------|--------|--|
| 1 サービス業 | 利用している | 特になし |
| 2 サービス業 | 利用している | 特になし |
| 3 サービス業 | 利用している | 利用していきたいと考えている |
| 4 サービス業 | 利用している | 書類審査が厳しい。仲介の銀行が要領が悪い |
| 5 建築業 | 利用している | 銀行員が貸先探しに、躍起になっているが、借りたくない所に「無理借り」を押つけている。保証協会統合で府市の預託金を減らしたり、どう考えても、借方の立場など全く考慮されていない発想だ。 |
| 6 製造業 | 利用している | 特にありませんが、銀行からの融資を受ける上で、65歳以上の経営者は、保険適応が無いので、民間保険しかないのが困ります。今検討していただいている、経営者個人の保証で借りる事じたいが、健康不安・家族への迷惑など思い切って動けません。やはり健康に何か起こった時に、安心な保険制度が保証協会のほうで、年齢を上げて検討できないものではないでしょうか？ |
| 7 製造業 | 利用している | リスクからの脱出 |
| 8 製造業 | 利用している | 特にありません。 |
| 9 製造業 | 利用している | 統合されてからは利用していません。 |
| 10 製造業 | 利用している | なし |
| 11 製造業 | 利用している | 特になし |
| 12 製造業 | 利用している | そもそもの存在意義に疑問を感じる。銀行のとるべきリスクを肩代りしてる存在があるから市中金利が上昇しない。まして銀行にたいして利用ノルマを課すなど理解できない |
| 13 製造業 | 利用している | 保証料の安い別枠制度が廃止や狭まったこと。 |
| 14 製造業 | 利用している | 無し。 |
| 15 製造業 | 利用している | 特になし。 |
| 16 製造業 | 利用している | 特になし |
| 17 製造業 | 利用している | 保証協会は銀行の為にあるのか？とつねづね思います。もっと企業の声を聞いてほしい。 |
| 18 製造業 | 利用している | 有りません |
| 19 製造業 | 利用している | なし |
| 20 製造業 | 利用している | 銀行との繋がりが弱くなったらしく、協会の担当者と1から繋がりをつくらなければならなくなったそう |
| 21 製造業 | 利用している | 今のところなし |
| 22 製造業 | 利用している | 金利が高いので極力使わないようにしている |
| 23 製造業 | 利用している | 今は使っていない。金利は低いですが保証料を考えるとプロパーとさほど変わらない |
| 24 製造業 | 利用している | 限度額が分かりにくい |
| 25 専門サービス業(土業の方) | 利用している | 特になし。 |
| 26 専門サービス業(土業の方) | 利用している | 特になし |
| 27 専門サービス業(土業の方) | 利用している | 保証料が高い 保証料が、業績が悪いほど利率アップするのはおかしい。たいへんだから保証協会を使うのに。 |
| 28 流通業 | 利用している | 今のところありません |
| 29 流通業 | 利用している | 対応が非常に厳しくなった。 |
| 30 流通業 | 利用している | 強いて言えば、出来上がりの金利高 |
| 31 流通業 | 利用している | 担保がないので希望金額借入不可 |
| 32 流通業 | 利用している | 手続きも簡単で感謝しています。 |
| 33 流通業 | 利用している | 営業力を強化し、新規販路拡大、新規営業所の確立につなげていく。 |
| 34 流通業 | 利用している | 別になし。 |
| 35 | 利用している | ない。 |
| 36 | 利用している | 大東市の施策で50000円保証料が帰ってきました。 借り換えが難しくなってきた |
| 37 | 利用している | |
| 38 | 利用している | 合併してから、審査が遅くなったと感じる |
| 39 製造業 | 利用している | 返済金額を増やせと困っています |

| | | | |
|----|---------------|---------|---|
| 40 | サービス業 | 利用していない | 利用をしてないが、利用の検討をする |
| 41 | サービス業 | 利用していない | ない |
| 42 | サービス業 | 利用していない | 大手銀行を通しての融資なので、利息が二重に取られているような気になる。現在は、日本政策金融公庫のみの資金の調達となっている。 |
| 43 | サービス業 | 利用していない | 銀行経由でしか話さないのも、もどかしい。 |
| 44 | サービス業 | 利用していない | プロパーで借入できるので、必要ないかと思っています。 |
| 45 | 運輸業 | 利用していない | 特になし |
| 46 | 建築業 | 利用していない | ゼロ金利政策から一変して保証料を上げないように望みます。金利に比して保証料が高いです。 |
| 47 | 建築業 | 利用していない | 十三、摂津水都信金が北おおさか信用金庫への統合により、2種類(2口)(保証協会の融資)を1つにまとめたと思っています。 |
| 48 | 建築業 | 利用していない | 最後の利用としている |
| 49 | 建築業 | 利用していない | 内容がよくわからない |
| 50 | 建築業 | 利用していない | 相手にしてもらえない |
| 51 | 製造業 | 利用していない | |
| 52 | 製造業 | 利用していない | 海外事業に対する融資制度をもっと充実させて欲しい |
| 53 | 製造業 | 利用していない | 保証料が高い |
| 54 | 製造業 | 利用していない | 金利が高いことは貸し倒れを想定してのことだと思うが、弊社のように40年間一度も不良債権を出していない企業は、金利を下げて良いものではないか |
| 55 | 製造業 | 利用していない | 統合による対応が実務的にダメ! |
| 56 | 製造業 | 利用していない | 担当者によって対応がまちまち。以前ひどすぎる担当になったが、こちらからの文句は一切言えないのが困る。 |
| 57 | 製造業 | 利用していない | 保証料が高い |
| 58 | 専門サービス業(土業の方) | 利用していない | 現時点で借入れが必要な状況ではないため、検討していない。 |
| 59 | 専門サービス業(土業の方) | 利用していない | 80%保証と100%保証の違いがわからない |
| 60 | 通信情報業 | 利用していない | 特になし |
| 61 | 流通業 | 利用していない | 特になし |
| 62 | 流通業 | 利用していない | 費用が高い。 |
| 63 | その他 | 利用していない | 繰り上げ返済に間に入っている銀行が応じてくれない |
| 64 | その他 | 利用していない | 審査が遅い、審査の根拠が不明 |
| 65 | その他 | 利用していない | 保証協会は利用しているが制度融資ではない。金融機関所定金利のものである。 |
| 66 | | 利用していない | できるだけ融資は受けたくないような体制、資金づくりをしたい。 |

求人活動に関して(記述)

| 業種 | 雇用について | 雇用記述 |
|------------------|--------|---|
| 1 建築業 | 過剰 | 代理店(プロ)に依頼中 |
| 2 製造業 | 過剰 | 地方の工場には万能な知識を十分に持ったものが集まらない |
| 3 流通業 | 過剰 | 特になし |
| 4 流通業 | 過剰 | 大学新卒の採用活動で苦戦している。少ない有望な人材を大手などが確保して中小企業までまわらない |
| 5 流通業 | 過剰 | 若年労働者の不足 |
| 6 サービス業 | 充足している | ない |
| 7 サービス業 | 充足している | サロン、学校の課題と解決に向け、それぞれがマッチングできるような仕組みづくり |
| 8 サービス業 | 充足している | 今は採用の予定はないが、採用する際に有能な人材を確保するのが難しい |
| 9 サービス業 | 充足している | お金をかけなくても店のファンや知人の紹介がある。 |
| 10 サービス業 | 充足している | 昨年度からインターンシップ事業がさかんになり、その制度を活用し、新卒者を1名採用した。システムの人材なので、業界的にも専門学校・機関からの紹介が主にはなるが、一本釣り方式で人材確保に動いている。 |
| 11 建築業 | 充足している | 需要と供給のバランスが難しい |
| 12 製造業 | 充足している | 専門技術者(電子技術)を雇うだけの利益が出ないし、今後はますます厳しくなるので困っている。技術者の高齢化→若返り、これが出来ず、悪循環に向かっているので、頭が痛い。 |
| 13 製造業 | 充足している | 高齢化しているので引き継ぐ必要があるが売上が伸びないので雇えない |
| 14 製造業 | 充足している | 世代交代や技能と技術伝承の為、経営計画に入れて行きたい。ただ経営環境が激変する為に、収益と経費バランス管理が難しい。 |
| 15 製造業 | 充足している | 今年の大卒求人は苦戦している |
| 16 製造業 | 充足している | なし |
| 17 製造業 | 充足している | 地元地域の人材とよりかかわる為に体験学習などを行っている |
| 18 製造業 | 充足している | 新卒にこだわっている |
| 19 製造業 | 充足している | インターンシップや大学・高専とのつきあい |
| 20 製造業 | 充足している | 求人していない |
| 21 製造業 | 充足している | 求人者の人間性等が分かる方法がありましたら情報提供して下さい |
| 22 製造業 | 充足している | 新卒者の採用 |
| 23 製造業 | 充足している | 労働とは何かが分かっている人が少ない |
| 24 製造業 | 充足している | 特になし、人手不足感ということではなくパワーワークでも人は集まる。 |
| 25 製造業 | 充足している | 金型を含むものづくりの面白さを学生に理解してもらえるような事をこれからしたい |
| 26 製造業 | 充足している | 高校の先生方と定期的に連絡を取り合っている。 |
| 27 製造業 | 充足している | この様なアンケートはあまり意味がないと思います。 |
| 28 専門サービス業(土業の方) | 充足している | 特になし。 |
| 29 流通業 | 充足している | 合同企業説明会参加、但し、希望人材の出会いが少ない |
| 30 流通業 | 充足している | 新卒の優秀な人材を迎え入れることが困難。 |
| 31 流通業 | 充足している | 今回、1名採用するのにかなりの時間とコストがかかりました。計画的採用が必要だと思いました |
| 32 | 充足している | 応募数は多いが 質の高い学生が少ない |
| 33 | 充足している | ベンチャー企業の管理本部長やCFOの人材ニーズが旺盛になってきている |
| 34 | 充足している | 新入社員が半年で退職したりして困る |
| 35 サービス業 | 不足感がある | 地味な作業をコツコツ出来る若い人を探しており、多様な採用ルートを当たっている。 |
| 36 サービス業 | 不足感がある | 検討中 |
| 37 サービス業 | 不足感がある | 取引先等の企業に紹介のお願いをしている。 |
| 38 サービス業 | 不足感がある | 昨年より応募の反応が非常に悪い 学校訪問を強化する |

| | | | |
|----|-------|--------|---|
| 39 | サービス業 | 不足感がある | 若手の人の採用、育成が困難で、従業員全体として高齢化している。新しい人材確保のための新たな取り組みとして社内の教育制度や、人事制度の刷新や創意工夫に取り組んでいます。 |
| 40 | サービス業 | 不足感がある | 新卒採用を進めたい |
| 41 | サービス業 | 不足感がある | 質の高い人材が確保できない |
| 42 | サービス業 | 不足感がある | 弊社では、人材に余裕がないため、新人を採用できない。欠員ができる途中採用するのが常套手段である。即戦力になる人がほしい。 |
| 43 | サービス業 | 不足感がある | 新卒採用は専門学校への求人票→会社説明会などを経て入社・採用試験。問題点は求人開始が早すぎるため人財の見極めが難しい。中途採用はリジョブなどのWEBを採用 |
| 44 | サービス業 | 不足感がある | タイミング難しい。 |
| 45 | サービス業 | 不足感がある | 大学との直接の関係性構築 |
| 46 | サービス業 | 不足感がある | 新卒採用と人事制度の見直し |
| 47 | サービス業 | 不足感がある | 新卒採用 |
| 48 | サービス業 | 不足感がある | 求人の効果的な方法を知りたい、面接の手順なども |
| 49 | サービス業 | 不足感がある | 人手不足ではあるが売上低迷の為思い切って人材確保へ動けない。 |
| 50 | サービス業 | 不足感がある | 求人が40才～の年齢が多いように思います。経験があれば採用しています(この期間2名採用。8月1名、9月1名、10月1名予定)。 |
| 51 | サービス業 | 不足感がある | 予算不足 |
| 52 | サービス業 | 不足感がある | 就業規則の見直し |
| 53 | サービス業 | 不足感がある | 求人広告を出しているが応募者がほとんどない。 |
| 54 | サービス業 | 不足感がある | 新卒雇用(高校、大学) |
| 55 | サービス業 | 不足感がある | リネン業界の作業があまり知らされていないことで、仕事のしんどさがクローズアップされている。ホームページを作成して会社の理念を発信していきたい。 |
| 56 | その他 | 不足感がある | 信用金庫OBを雇う体制を整えているが、65歳での再雇用制度が拡大し、人材がなかなか集まらない。 |
| 57 | その他 | 不足感がある | 業界全体として技術者が不足している |
| 58 | その他 | 不足感がある | 当社の社員は充足しているが、協力業者(建設業)における人材不足を実感する |
| 59 | その他 | 不足感がある | 新卒採用を継続して行いたい。 |
| 60 | その他 | 不足感がある | 求人はしていない |
| 61 | その他 | 不足感がある | ハローワークに申請中 |
| 62 | その他 | 不足感がある | [3]の(4)を参照。 |
| 63 | その他 | 充足している | 定期的(2～3年)に採用 |
| 64 | 運輸業 | 不足感がある | ホームページの作成により、中長期的に募集ができるようにしている。車両にステッカーを貼り、求人媒体以外にも求人者の目にとまるようにしている |
| 65 | 運輸業 | 不足感がある | 若手(20～30歳代)のドライバーが採用できない。募集しても来ない |
| 66 | 運輸業 | 不足感がある | 高校求人部会にたまに参加 |
| 67 | 運輸業 | 不足感がある | 1年内雇用した人間が退社していく。 |
| 68 | 建築業 | 不足感がある | 新卒求人をしてはいるが、世間では景気が上向いてきて求人数を増やしてきており、当社の求人に対して応募があるのかどうか心配。 |
| 69 | 建築業 | 不足感がある | 現在のところ無い |
| 70 | 建築業 | 不足感がある | 新卒採用のための体制作り |
| 71 | 建築業 | 不足感がある | 高校求人の悩みは退職されること。何とか3年目の子が最長。10年頑張れる子が欲しいです。 |
| 72 | 建築業 | 不足感がある | こない |
| 73 | 建築業 | 不足感がある | いい人材が見つからない |
| 74 | 建築業 | 不足感がある | なし |
| 75 | 建築業 | 不足感がある | 営業職を対象に採用活動をしてはいますが、以前に比べて応募者が減少傾向にある。従来の媒体以外での採用活動に取り組んでいるところです |
| 76 | 建築業 | 不足感がある | 資金、不安 |
| 77 | 建築業 | 不足感がある | 知人に紹介してもらえる様、常に声をかけています。 |
| 78 | 建築業 | 不足感がある | 若い人の応募がなかなかない。コストも高くなってきている |
| 79 | 建築業 | 不足感がある | 取引業者に技術者の紹介をお願いしているが現状良い方向にはすすんでいない |
| 80 | 建築業 | 不足感がある | 前向きに若い人材が足りていない |

| | | | |
|-----|-----|--------|---|
| 81 | 建築業 | 不足感がある | マイペースで仕事ができそうな職種に若手の関心が集まり、(当社の分野には)興味を持ってくれる人が少ない |
| 82 | 建築業 | 不足感がある | 忙しさがコンスタントに続かないので、求人活動にためらいがある。 |
| 83 | 建築業 | 不足感がある | 具体的に募集はしていない。求人活動の方法が分からない |
| 84 | 建築業 | 不足感がある | 若い人材の採用に苦労している |
| 85 | 建築業 | 不足感がある | 募集してもこない |
| 86 | 製造業 | 不足感がある | ・新卒採用の反応が芳しくない |
| 87 | 製造業 | 不足感がある | 特に愛知地域に於いて人が集まらないなどの求人難が深刻になったため、外国人研修生(中国進出都市より)を受け入れる。 |
| 88 | 製造業 | 不足感がある | 新卒・中途ともに採用活動を行っているが、なかなかいい出会いがない |
| 89 | 製造業 | 不足感がある | 入社希望者を受け入れる社内体制の整備 |
| 90 | 製造業 | 不足感がある | 来年4月より新卒採用で2名雇用する計画である。 |
| 91 | 製造業 | 不足感がある | 意欲的な応募が少なくなったような気がします。また採用しても仕事を覚えられない人が多いです。取り組みは出来ていませんが、教えることの難しさは実感し、社員と問題意識は共有しています。 |
| 92 | 製造業 | 不足感がある | 思うように求人できない |
| 93 | 製造業 | 不足感がある | パート募集に人が集まらないので、募集の方法を考える事。 |
| 94 | 製造業 | 不足感がある | 今のところ、派遣社員で様子を見て良さそうなら正社員にしていく方法で取組んでいる。 |
| 95 | 製造業 | 不足感がある | 技術仕事ゆえ、一人前になるまでに時間がかかる。採用面接時にその個人が持っている性格や仕事に対する積極性などを見極めるのが難しい。 |
| 96 | 製造業 | 不足感がある | ハローワークからの中途採用への応募者が少ないため、縁故者の紹介を募っている。 |
| 97 | 製造業 | 不足感がある | 若いやる気のある人材を募集しています。(新卒にはこだわっていません。) |
| 98 | 製造業 | 不足感がある | ここ8年ほど高校新卒で採用してきたが、熟練工不足のため今年は中途社員を採用しようか思案中 |
| 99 | 製造業 | 不足感がある | 新卒採用は毎年活動しているが、昨年、今年と大手採用が増え、弊社への採用が不透明 |
| 100 | 製造業 | 不足感がある | 良い人の確保が難しい |
| 101 | 製造業 | 不足感がある | 正社員、パート共に困難 |
| 102 | 製造業 | 不足感がある | 人が集まらない(支店)での確保が良い人材がいない。試験期間3ヶ月までに辞めてしまう。 |
| 103 | 製造業 | 不足感がある | 募集単価が上昇していると思われる。 |
| 104 | 製造業 | 不足感がある | 売り手市場になっているので良い人材が集まらない。就職説明会等もタイムリーなところがない |
| 105 | 製造業 | 不足感がある | ハローワークに応募しても3年人が来ていないので、今は高校求人の活動に力を入れている |
| 106 | 製造業 | 不足感がある | 人材不足が課題。若手育成に関しても根気が必要です。中途はそれなりの人しか来ない |
| 107 | 製造業 | 不足感がある | 求人活動をしているが来ない。人材派遣も来ない |
| 108 | 製造業 | 不足感がある | 求人しても人が来ない。良い人材が集まらない |
| 109 | 製造業 | 不足感がある | 「入社してもらうのに、このような知識が備わっていればいい」ということを現社員に出してもらいキャリアシートを作成中 |
| 110 | 製造業 | 不足感がある | 当社に合う人がほしい |
| 111 | 製造業 | 不足感がある | ハローワークでの求人の場合、利用制限内容が多く、思った内容での記載ができない。窓口の人のスキルアップを図ってほしい。 |
| 112 | 製造業 | 不足感がある | 新しい人を採用すれば、会社も色々を変えたいかなくてはならない。 |
| 113 | 製造業 | 不足感がある | 求人のお問合せがこない。 |
| 114 | 製造業 | 不足感がある | 現場技術者の育成 |
| 115 | 製造業 | 不足感がある | 人手をいれても、忙しい時期がばらついていることと、場所があいていない。 |
| 116 | 製造業 | 不足感がある | フレックスタイムで人材確保(パートタイム) |
| 117 | 製造業 | 不足感がある | 新卒求人で見てもらえない |
| 118 | 製造業 | 不足感がある | 自分にあう人材が来ない |
| 119 | 製造業 | 不足感がある | 高卒は順調であるが、大卒はむづかしい |

| | | | |
|-----|---------------|--------|---|
| 120 | 製造業 | 不足感がある | 求人倍率の増加と共に採用が難しくなってきた。短期的ではなく長期的計画で人材採用していく、ほしい社員像を明確にすることが大切 |
| 121 | 製造業 | 不足感がある | なかなか求めている人材がない |
| 122 | 製造業 | 不足感がある | 人が集まらないので協力工場にお願いしています。 |
| 123 | 製造業 | 不足感がある | 海外での活動で外国人スタッフの投入 |
| 124 | 専門サービス業(土業の方) | 不足感がある | 各事業所の売上平均化とするため、人材教育と営業活動強化に取り組んでいる。 |
| 125 | 専門サービス業(土業の方) | 不足感がある | 応募数がへった |
| 126 | 専門サービス業(土業の方) | 不足感がある | 新卒社員の定着率が悪い |
| 127 | 専門サービス業(土業の方) | 不足感がある | 正社員になっていただく人材にめぐりあえない。大企業に流れがちではないか。業界全体の雇用条件の悪さも関係すると思う |
| 128 | 専門サービス業(土業の方) | 不足感がある | 人材派遣を申し込んででも人材が来ない |
| 129 | 専門サービス業(土業の方) | 不足感がある | 幹部候補者の意識改革の必要があり、細かくチェックし、アドバイスしている |
| 130 | 専門サービス業(土業の方) | 不足感がある | なかなか集まらない |
| 131 | 通信情報業 | 不足感がある | 景気が良いとはとても思えない割の、就職は売手市場。非常に不気味さを感じます。とりあえず、知人への声掛け、学校への説明会等。反応悪し。できれば新卒が欲しい。 |
| 132 | 通信情報業 | 不足感がある | ハローワーク、職業訓練校への求人 |
| 133 | 通信情報業 | 不足感がある | どんな人材を採用したいかを明確にする |
| 134 | 通信情報業 | 不足感がある | 新卒が採用できない、応募が少ない |
| 135 | 流通業 | 不足感がある | 新卒採用に興味はあるが「即戦力になりづらい」という点で取り組む余力がない |
| 136 | 流通業 | 不足感がある | 雇用するにあたり様々な経費を要する 育つまで時間がかかるが支払う人件費は膨大 やはり金持ちでないと経営なんかするべきでないと思ってしまう |
| 137 | 流通業 | 不足感がある | 特になし |
| 138 | 流通業 | 不足感がある | 適切な人材が、なかなか応募してこない |
| 139 | 流通業 | 不足感がある | 社内整備、社員教育の向上 |
| 140 | 流通業 | 不足感がある | 気をきかせてまともに真剣に働こうと考える子が少ない |
| 141 | 流通業 | 不足感がある | 応募人数が少ない、当社への志望度が低い |
| 142 | 流通業 | 不足感がある | 募集しても人が集まらない |
| 143 | 流通業 | 不足感がある | 将来を見据えて新卒採用に力点をおくようにしている。 |
| 144 | | 不足感がある | 新卒求人を出しているが今年は反応が薄い。景気回復の感で、学生が再び大手思考に変化しているようだ。ハローワーク求人も前年比30%の上昇と聞いている。しばらく見守るしかないようだ。 |
| 145 | | 不足感がある | 会社説明会等への参加者減 |
| 146 | | 不足感がある | 従来は求人誌のみの求人だったが、ハローワークでの求人も検討中。 |
| 147 | | 不足感がある | 高校新卒の求人をしているが、零細企業では応募が少なく今後も困難である。 インターンシップも受け入れているが、社員と生徒で親子ほどの差がある為、採用できたとしても勤まる社風であるかどうか不安である。 |
| 148 | | 不足感がある | 定期的、日常的な仕事ではなく、突発的な仕事が多いため、社員ではなくアルバイト、登録社員になって責任能力仕事の意欲が低く年齢も高齢になりがちである。若年層の確保(ホームクリーニング業)(社員だと社会保険の負担が大きいので社員は一人) |
| 149 | 建築業 | | 特にありません |
| 150 | 製造業 | | 高校新卒に再トライする予定です。私も含めて面接スキルを向上させたい |
| 151 | 専門サービス業(土業の方) | | 理念に共感していただける方であるかどうかを面接等で見極めること |