

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10月～12月期）

期間：2014年11月4日～2014年11月19日

対象者：2703名

回答数：529名

P1：大阪産業構造研究会コメント

P3：アンケート原紙

P4：DI推移（売上・利益・景況感・資金繰り・設備投資・先行き景況感）

P18：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）

P20：売上増加の要因（選択・記述）

P25：売上減少の要因（選択・記述）

P29：設備投資・経営上の課題（選択）

P30：今後の力点（選択・記述）

P38：特別項目集計

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

## 厳しい環境が続く中でも、会員企業はふんばり、採算を維持！ 景況感は特定業種でシビアな局面が続き、先行きは全業種で不安拡大

### 1. データについて

今回（2014年10月～12月期）の景況調査データは、2014年11月4日～11月19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529名、回収率は19.6%であった。

### 2. 大阪同友会会員企業の景況について [D I の推移]

業種によるばらつきが大きく、まとまった傾向として総括するのが難しい結果となった。D I 値について、売上および利益の前期比ならびに前年同月比についてそれぞれみていこう。

売上（前期比）については、前回調査12.5に対して16.9となっており、業種全体としては回復の兆しを示しているように見える。業種によっては大幅回復しており、サービス業7.1→17.6、運輸0.0→28.6、建築20.9→34.8、10ポイント以上の増加である。しかし、製造業は15.6→13.1、通信情報業に至っては0.0→-23.5と大幅に悪化していることも見逃せない。通信情報業は回答数が17社と少ないため一定の保留が必要であるにしても、売上増加企業17.6%に対し売上を悪化させた企業が41.2%も存在することは注意に値する。

売上（前年同期比）をみると、前回調査（3期）の14.6に比べて10.9と悪化している。ただし、比較の基準となる2013年4期は駆け込み需要で売上が大幅に回復した時期であったことから（前年同期比8.8→20.6）、前年同期比で売上増加企業が少ないのはやむを得ない面がある。判断を難しくさせるのは業種によるばらつきが大きいことである。サービス業（5.8→14.0）、運輸業（18.2→42.9）など、前回調査よりもD I 値が高くなっている業種が存在する一方、通信情報業（25.0→-12.5）や流通業（13.8→-10.4）のようにD I 値の落ち込みが激しい業種が存在する。製造業（11.9→8.2）もやや低調である。

次に利益（前期比）であるが、6.3→6.5とほぼ横ばいで推移している。全体として、売上動向に利益が追い付いていない状況が見て取れる。多くの業種は緩やかながら前回調査よりも高い数値となっているが、製造業と通信情報業についてはシビアである。製造業は売上前期比と同様に低下傾向、通信情報業は15.4→マイナス23.5と大幅な低下を経験している。通信情報業については、2期における売上前期比の大幅悪化54.5→-27.3が影響を及ぼしている可能性もある。

利益（前年同期比）ではいっそう深刻である。全業種でも7.8→0.8とD I 値の低下が目立つが、なかでも製造業の3.4→-4.1、通信情報業と流通業に至っては8.3、8.8からいずれも-18.8と、D I 値の低下が際立つ。後者の二業種はいずれも10ポイント近くの低下である。

D I 値を2011年3月期からの推移の中で捉えなおすと、売上と利益は、タイムラグはあるもののおよそ同様の傾向で推移している。前期比と前年同期比についても、およそ一年前の2013年4期から2014年1期（1～3月期）にかけてピークを迎え、2期（4～6期）に大幅な落ち込みを示す点で共通している。これは消費税増税前の駆け込み需要とその反動として理解することができる。ただし、その後の推移については異なる動きを示しており、前期比では今回調査にかけてD I 値が持ち直しているのに対し、前年同期比ではむしろD I 値は低下している。比較時点の2013年4期がちょうど駆け込み需要の影響を受けた時期であるために、今回のD I 値

の低下を過度に悲観的に捉える必要はないが、消費税増税後の業績悪化からの今後の推移を慎重に見守る必要がある。景況感D Iは、2014年1期の30.4をピークに右肩下がりであり、今回は-13.2にまで低下した。景況感の先行きD Iも同様の傾向である。

なかでも製造業と通信情報業のように、売上・利益の前期比でもD I値を低下させている業種には注意する必要がある。製造業は、円安によるコスト増の影響や、増税後に売上が伸びないことで在庫調整に入り生産にブレーキがかかっている可能性がある。

ただし、会員企業の健闘ぶりについても言及しておきたい。採算状況では、8割以上の企業が黒字43.6%もしくは収支トントン41.5%である。通信情報業で黒字企業の割合が27%と低いものの、いずれの業種も4割~5割の企業が黒字である。また、設備投資・規模拡大などの投資計画についても、D I値で見ると-26.8と低調に見えるが、景況感の先行きが悪い中で26.8%の企業が1年以内に設備投資する予定があるとし、さらに2割近くの企業が検討中と回答している。運輸業、製造業、通信情報業ではいずれも40%以上の企業で計画があり、投資意欲も必ずしも低くはない。

### 3. 売上動向の要因等

売上を増加させた企業（前年同期比）の要因としては、「営業力の強化・拡大」が22.4%、次いで「新規販路・新分野の開拓」16.9%、「技術力、サービスの強化」10.7%、「人材育成・採用の強化」が10.5%と続いた。高付加価値化、国内需要の拡大、海外進出などを回答した企業の割合はそれほど高くなかった。厳しい状況を乗り切るための取り組み内容として、営業力を強化し、そのために人材の育成・採用に積極的な企業の姿が見える。

他方で、売上を減少させた企業（前年同期比）の要因としては、「国内需要の減少」がダントツで42.5%であった。次いで「販売・受注価格の減少」19.2%、「他社との競合状態の悪化」16.0%と続いた。輸出入の影響や取引先の海外移転などに関する回答は少なかった。

経営上の問題点については、「民間需要の停滞」20.7%、「社員教育」12.5%、「従業員の確保」11.4%、「仕入れ単価の上昇・高止まり」10.3%との回答が目立った。前回調査とおおむね同じ傾向だが、「民間需要の停滞」がより深刻な問題として認識されている（前回：「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%）」）。

今後の経営上の力点については、「営業力の拡大」19.9%、「社員能力のアップ」12.8%、「人材の採用」10.3%、「新規販路分野開拓」9.2%などの回答が多く、前回調査とほぼ同じ結果である。上述の売上増加の要因とも整合的である。

### 4. 特別項目について

#### (1) 「経営者保証に関するガイドライン」の認知

経営者保証を外すことができるガイドラインの認知については必ずしも十分ではなく、内容を「知っている」が43.3%、「知らない」56.2%の結果となった。ガイドラインに関して金融機関から説明が「あった」企業は8.7%にとどまり、「なかった」とする企業が91.3%を占める。

ガイドラインの取り組みはまだ進んでおらず、「経営者保なしで融資を受けることができた」企業と、「経営者保証を外すことを金融機関に申し入れたが外すことができなかった」企業はいずれも5%強にとどまった。59%の企業は、「現状では外せないと考えるので申し入れをしていない」と回答している。

#### (2) 冬季賞与に関して

冬季賞与の予定は、「支給する」55%、「支給しない」15.4%、「検討中」16.2%、「支給対象者なし」13.4%との結果であった。昨年度との比較では、「増額」23.1%、「同額」38.1%、「減額」10.5%、「昨年は支給していない」28.3%となった。昨年は支給していない企業28.3%に対して、今年「支給しない」企業は15.4%であり、「検討中」が流動的であることを考慮しても、昨年に比べて冬季賞与を支給する企業は増加することが見込まれる。

(文責：大阪市立大学創造都市研究科准教授 立見淳哉)



【1】 業種・生産形態について

(1) 貴社の業種を1つお選び下さい

1. 製造業 2. 建築業 3. 通信情報業 4. 運輸業 5. 流通業 6. 専門サービス業（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10月～12月期（予測）を元にご回答下さい）

(1) 売上・利益の動向について、該当する項目に○印をつけてください

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

(2) 売上の増加と減少の原因について

①前年同期比が「増加」と回答した企業は、以下の要因の内で該当する全ての番号に○をつけてください

1	営業力の強化・拡大	7	人材育成・採用の強化	13	輸出の増加
2	技術力、サービスの強化	8	国内需要の拡大	14	他社との競合関係の改善
3	コストダウン・生産性アップ	9	販売・受注価格の上昇		
4	新規販路・新分野の開拓	10	出店・規模の拡大		
5	新商品・サービス開発	11	海外進出の強化		
6	高付加価値化	12	輸入の減少		

②売上増につながったと思われる取組の中身について詳しく記入してください

③売上の前年同期比が減少と回答した企業は、以下の要因のうちで該当する全ての番号に○印をつけて下さい

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

④減少の特徴、原因を詳しく記入して下さい

【3】 経営上の問題点・対応策について

(1) 設備投資、新規出店、規模拡大などの投資計画について該当するものに○印をつけて下さい

1. 今期中にある（1年以内） 2. ない 3. 検討中  
 (2) 現在の経営上で、最も深刻な悩み・問題点を3つまで選び、番号に○印をつけて下さい

1	民間需要の停滞	10	事業資金の借入難
2	輸入品による圧迫	11	全社一丸体制の確立
3	受注単価の大幅ダウン	12	社員教育
4	新規参入者の拡大による競争の激化	13	従業員の確保
5	税金、公共料金負担の増加	14	熟練技術者の不足
6	管理費等間接経費の増加	15	幹部社員の不足
7	人件費負担	16	取引先ニーズの把握
8	仕入単価の上昇・高止まり	17	その他（ ）
9	情勢判断・企業進路の確定		

(3) 今後の予定も含めて経営上の力点をどこに置いていますか？ 3つまで選び、番号に○印をつけて下さい

1	営業力の拡大	8	情勢と企業進路判断	15	業種・業態転換
2	技術力の強化	9	人材の採用	16	新規設備・規模拡大
3	生産性アップ効率化	10	社員能力のアップ	17	資金確保、銀行取引強化
4	新規販路分野開拓	11	経営理念・計画見直し	18	新規事業立ち上げ
5	新製品・サービス開発	12	経費節減	19	産学連携の強化
6	重要取引先を増やす	13	規模の縮小（機構整備）	20	異業種グループへの参加
7	取引先・消費者ニーズ把握	14	雇用調整の実施（人員カット）		

(4) 力点について具体的にご記入下さい

特別項目

1 今年2月、「経営者保証に関するガイドライン」（以下「ガイドライン」）が発表されましたが金融機関等との対応についてお尋ねします。該当する項目に○をつけて下さい

1. 条件によっては経営者保証を外すことができる「ガイドライン」の内容を知っていますか？

- ①知っている ②知らない

2. 金融機関からの説明はありましたか？

- ①あった（金融機関名： ） ②なかった

3. 「ガイドライン」の取組みについて該当する項目をお選び下さい。

- ①経営者保証なしの融資を受けることができた（金融機関名： ）  
 ②経営者保証を外すことを金融機関に申し入れたが外すことができなかった。  
 ③現状では外せないと考えるので申し入れをしていない  
 ④その他（ ）

2 冬季賞与について

1. 冬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 ④支給対象者がいない

2. 前年（13年冬季賞与）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昨年は支給していない

# 大阪同友会定点景況調査集計2014年10月～12月期

期間:2014年11月4日～11月19日

529名回答

(サービス業:133名 運輸業:14名 建築業:46名 製造業:176名 専門サービス業:59名  
通信情報業:17名 流通業:50名 その他:22名 空白:17名)

## 【1】.以前までとの比較

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

(1)売上に関して

DI値推移

前期比

2011年		1期	2期	3期	4期
サービス業		8.1	-24.4	-2.5	6.8
運輸業		0.0	-20.0	9.1	48.0
建築業		0.0	-9.4	-32.2	-11.1
製造業		0.0	-23.5	2.8	16.3
専門サービス業		38.0	-10.3	-6.0	5.5
通信情報業		40.0	-75.0	0.0	-11.4
流通業		-13.0	-10.8	-2.3	-2.3
統計		5.9	-18.2	-2.4	7.7
2012年		1期	2期	3期	4期
サービス業		-2.3	11.3	-4.3	-4.1
運輸業		-25.0	-33.4	0.0	14.3
建築業		4.5	6.5	0.0	-15.0
製造業		5.9	-1.8	-7.2	-5.1
専門サービス業		18.0	12.7	14.1	0.0
通信情報業		16.6	-25.0	-33.3	-42.9
流通業		-3.9	15.4	-7.5	7.7
統計		3.9	4.2	-3.2	-2.2
2013年		1期	2期	3期	4期
サービス業		5.9	30.5	6.7	28.7
運輸業		33.3	37.5	-16.7	22.2
建築業		9.4	0.0	15.2	24.2
製造業		-15.9	-1.8	3.5	21.2
専門サービス業		25.0	18.2	27.4	19.1
通信情報業		30.0	100.0	0.0	-30.0
流通業		12.8	12.2	-36.6	27.1
統計		-1.4	12.9	5.3	23.0
2014年		1期	2期	3期	4期
サービス業		12.3	1.7	7.1	17.6
運輸業		-9.1	-10.0	0.0	28.6
建築業		28.2	-2.7	20.9	34.8
製造業		16.7	6.3	15.6	13.1
専門サービス業		28.6	27.6	26.1	32.8
通信情報業		54.5	-27.3	0.0	-23.5
流通業		17.5	-22.8	0.0	4.0
統計		18.2	0.2	12.5	16.9

売上前年同月期比

2011年

	1期	2期	3期	4期
サービス業	22.2	-17.8	5.3	5.4
運輸業	11.1	10.0	30.0	40.0
建築業	-9.6	0.0	-25.9	-5.5
製造業	0.0	2.1	2.8	5.0
専門サービス業	31.0	-7.9	9.7	1.8
通信情報業	40.0	-12.5	25.0	-9.1
流通業	16.1	-10.8	-2.3	-2.3
統計	22.4	-8.1	3.5	3.0

2012年

	1期	2期	3期	4期
サービス業	12.2	0.0	-10.9	7.0
運輸業	6.2	-9.1	0.0	0.0
建築業	12.2	29.1	11.1	-28.9
製造業	9.0	10.1	2.2	-3.1
専門サービス業	24.0	7.6	20.7	9.7
通信情報業	9.1	25.0	-16.7	-28.6
流通業	22.0	17.6	2.0	7.7
統計	15.3	8.8	1.8	1.3

2013年

	1期	2期	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	4期
サービス業	15.7	13.8	5.8	14.0
運輸業	9.1	0.0	18.2	42.9
建築業	27.0	8.6	29.3	19.5
製造業	26.2	17.8	11.9	8.2
専門サービス業	23.7	45.3	35.5	32.7
通信情報業	37.5	-20.0	25.0	-12.5
流通業	30.8	-15.8	13.8	-10.4
統計	22.4	13.3	14.6	10.9

## (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	4期
サービス業	5.7	-5.0	-0.9	0.8
運輸業	18.2	0.0	-16.7	21.4
建築業	13.2	-16.2	16.3	23.9
製造業	-1.1	-3.7	8.6	0.0
専門サービス業	19.0	27.6	20.6	21.8
通信情報業	63.6	-24.6	15.4	-23.5
流通業	19.3	-24.6	1.7	6.0
統計	8.2	-5.9	6.3	6.5

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

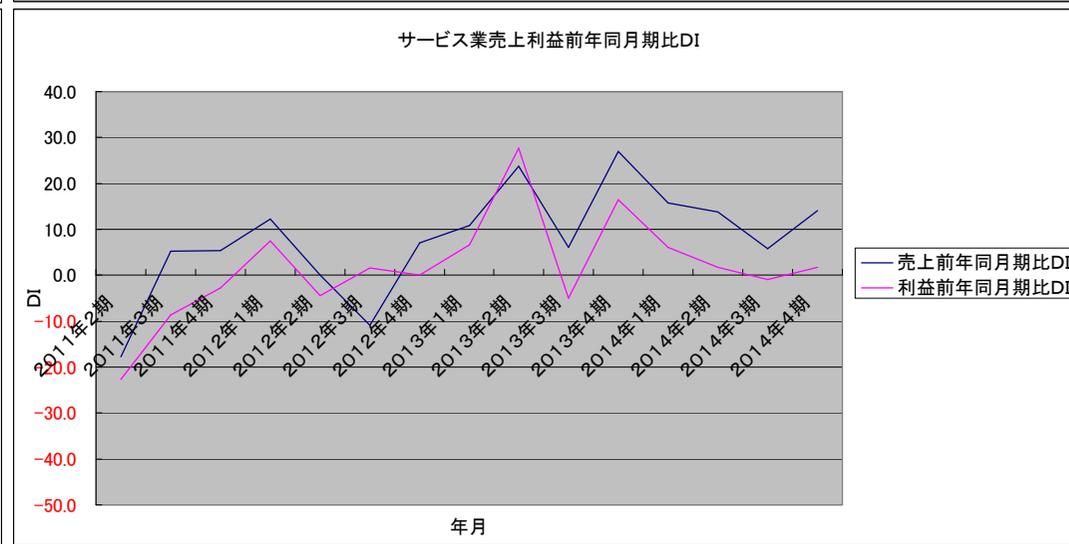
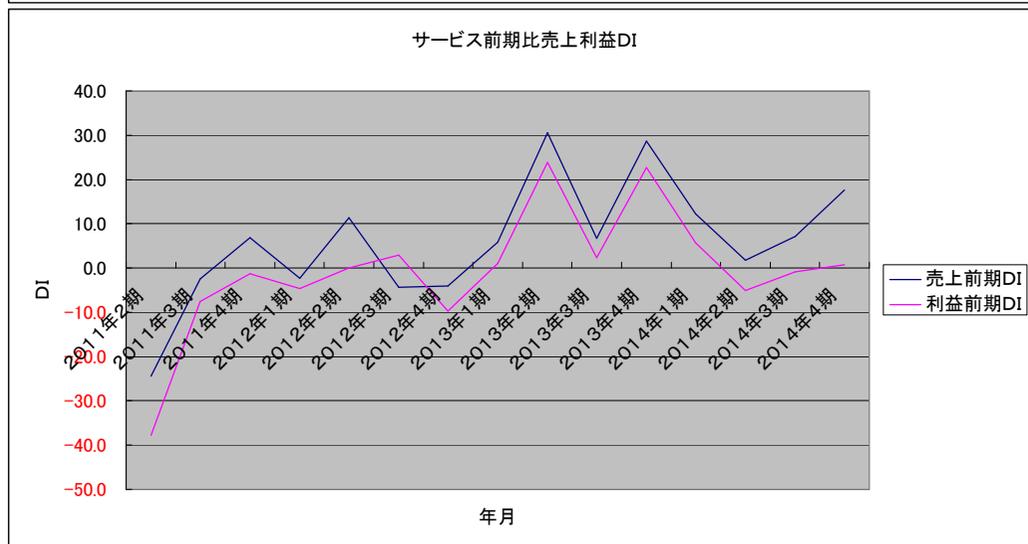
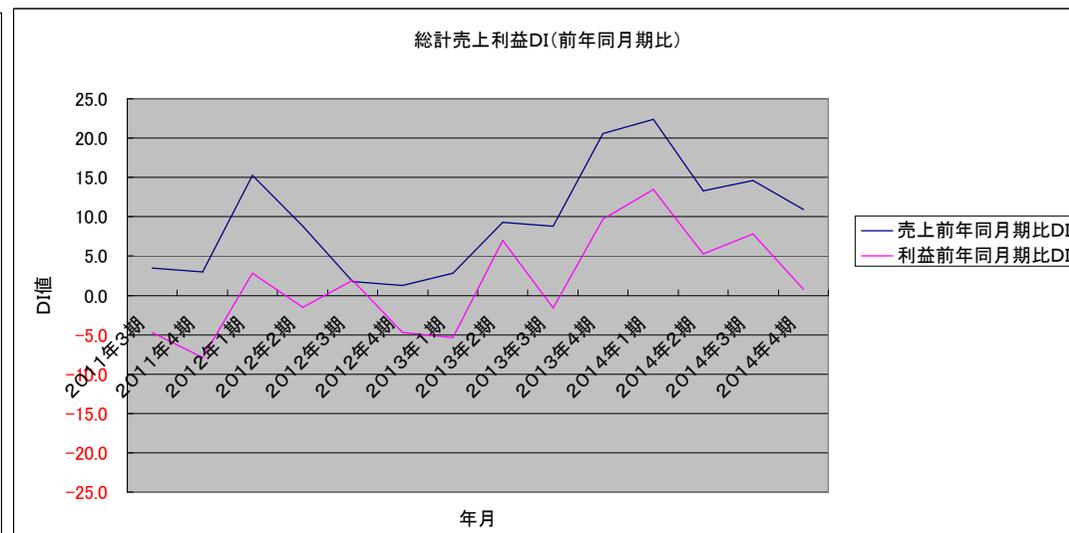
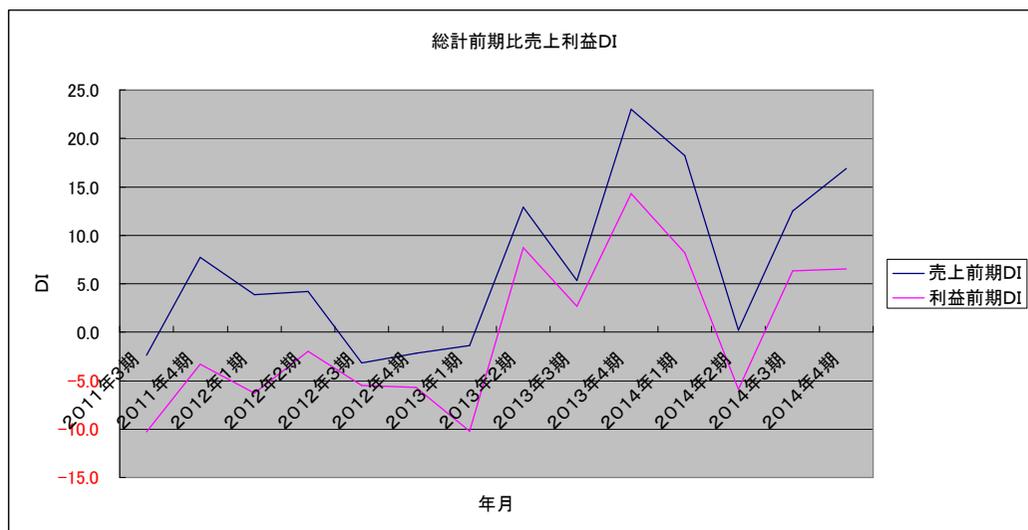
	1期	2期	3期	4期
サービス業	7.5	-4.4	1.6	16.4
運輸業	-12.5	-27.3	0.0	11.8
建築業	0.0	12.9	-2.8	3.0
製造業	-3.8	-0.9	8.2	4.1
専門サービス業	8.7	-4.0	5.5	12.1
通信情報業	9.1	0.0	-16.7	20.0
流通業	6.0	5.7	0.0	0.0
統計	2.8	-1.5	1.9	-4.7

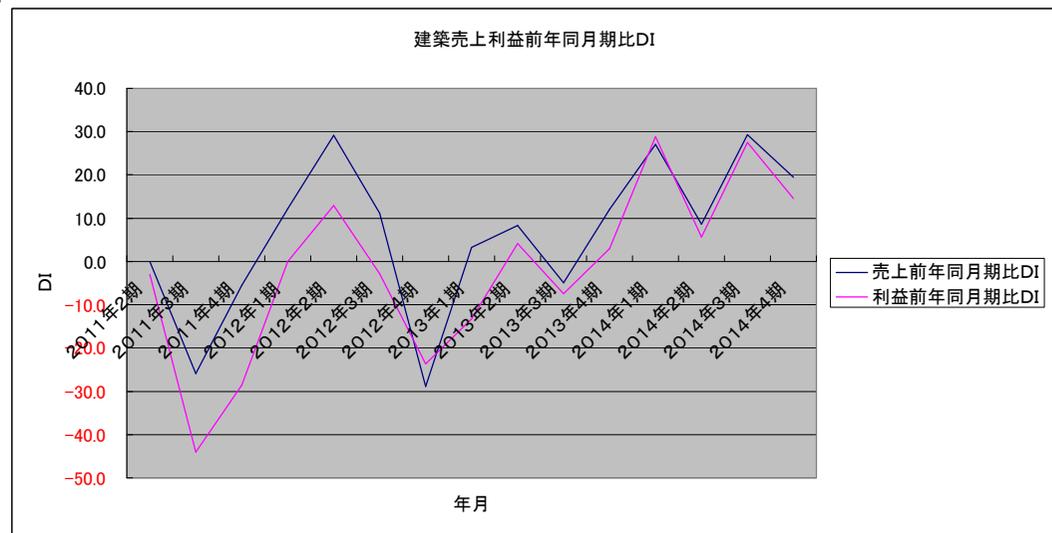
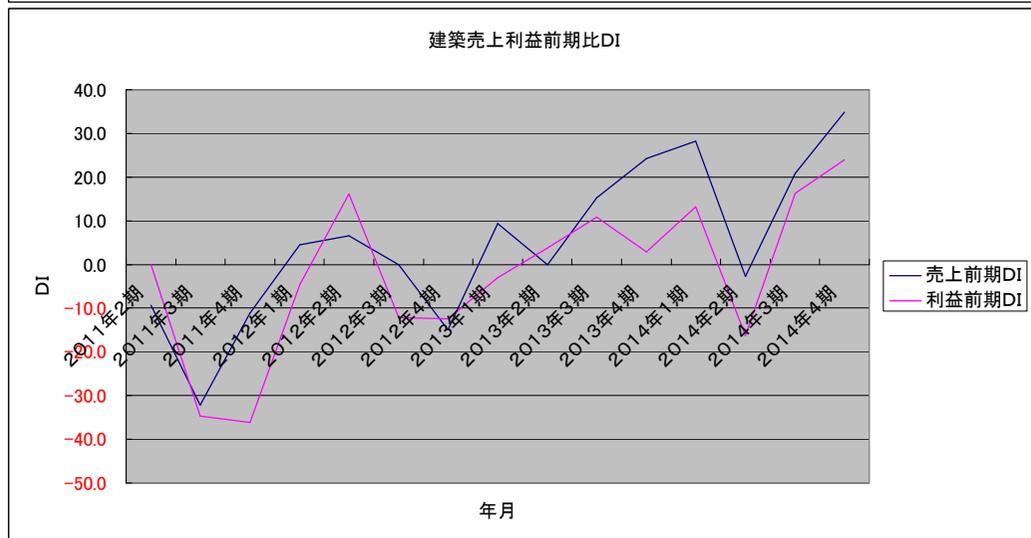
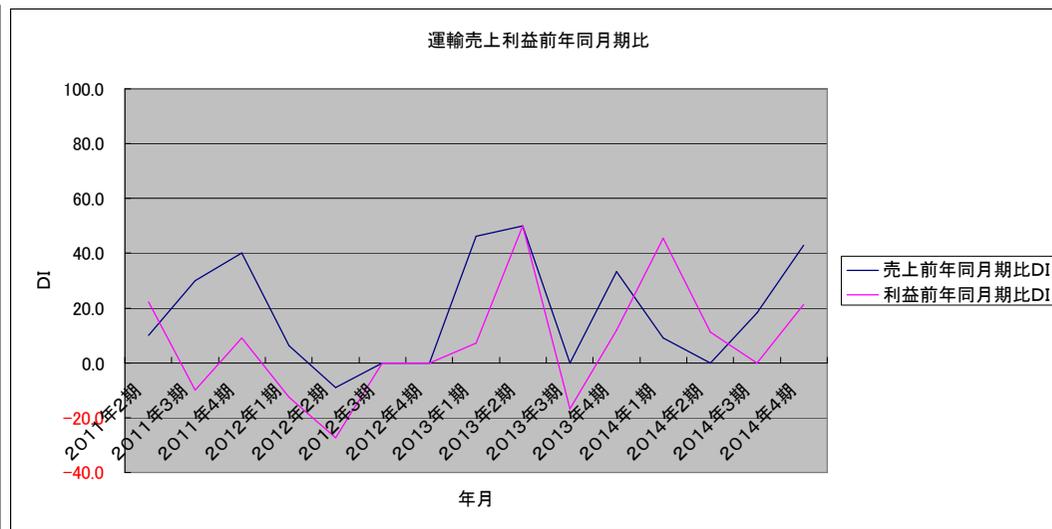
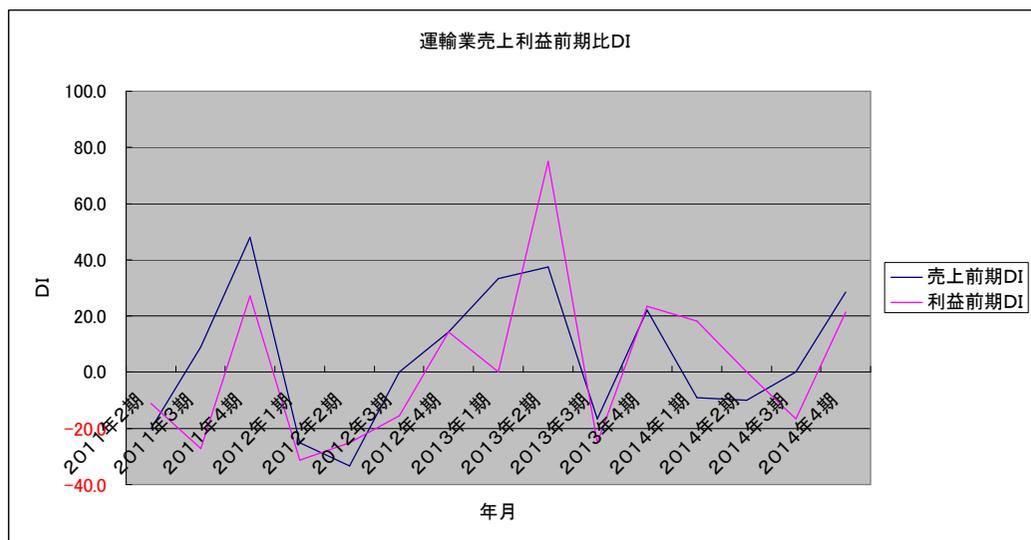
2013年

	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

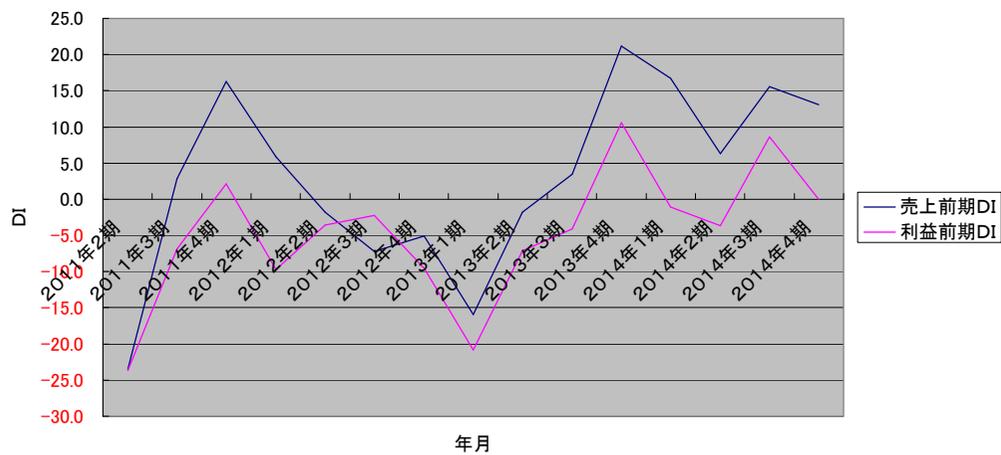
2014年

	1期	2期	3期	4期
サービス業	6.1	1.7	-1.0	1.7
運輸業	45.5	11.1	0.0	21.4
建築業	28.9	5.7	27.5	14.6
製造業	15.3	8.4	3.4	-4.1
専門サービス業	18.6	41.5	28.3	19.6
通信情報業	50.0	0.0	8.3	-18.8
流通業	13.5	-16.4	8.8	-18.8
統計	13.5	5.3	7.8	0.8

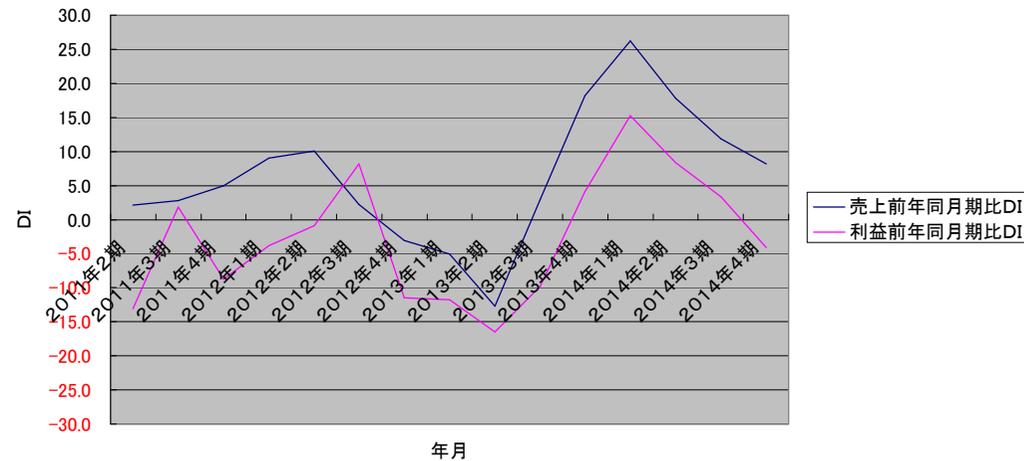




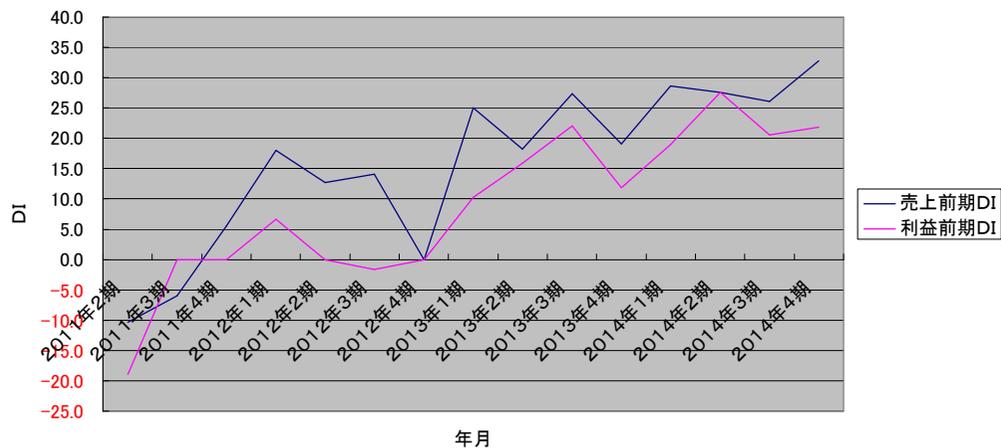
製造売上利益前期比DI



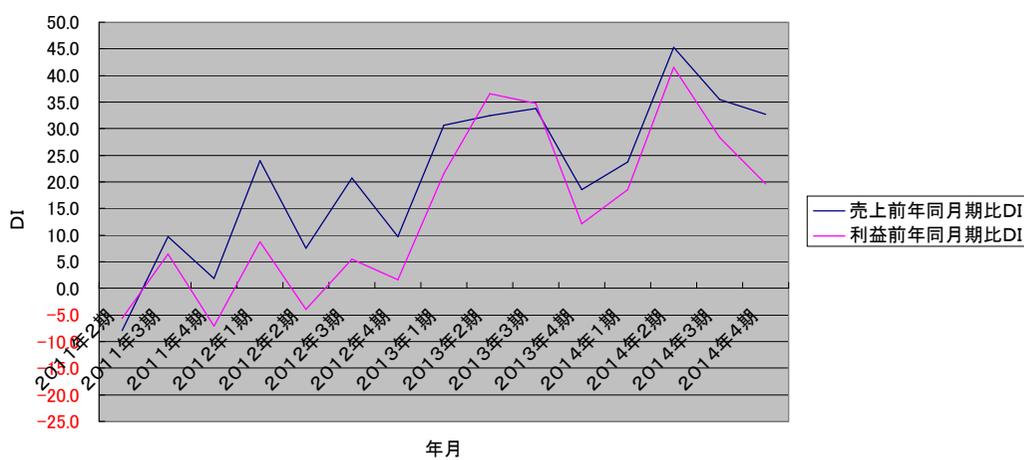
製造業売上利益前年同月期比DI

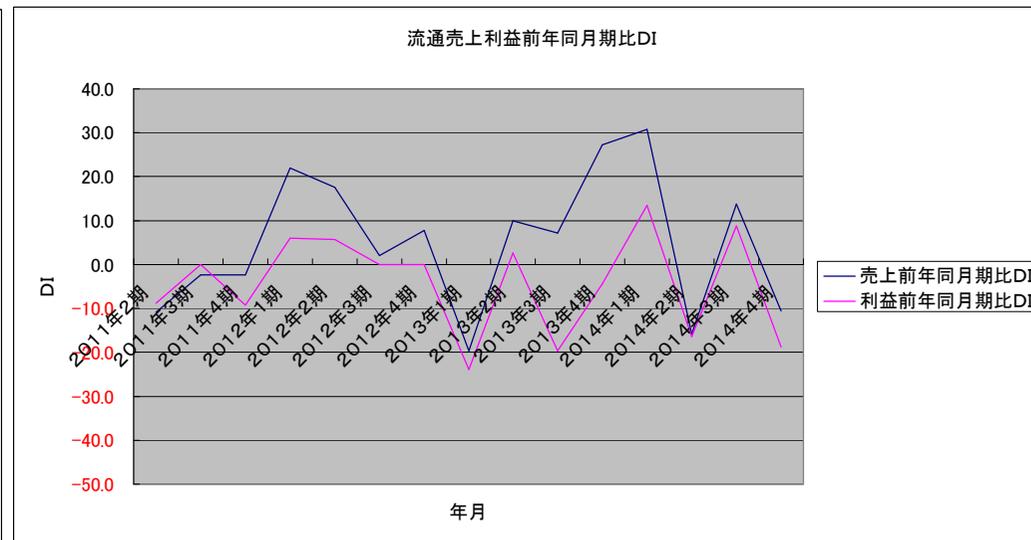
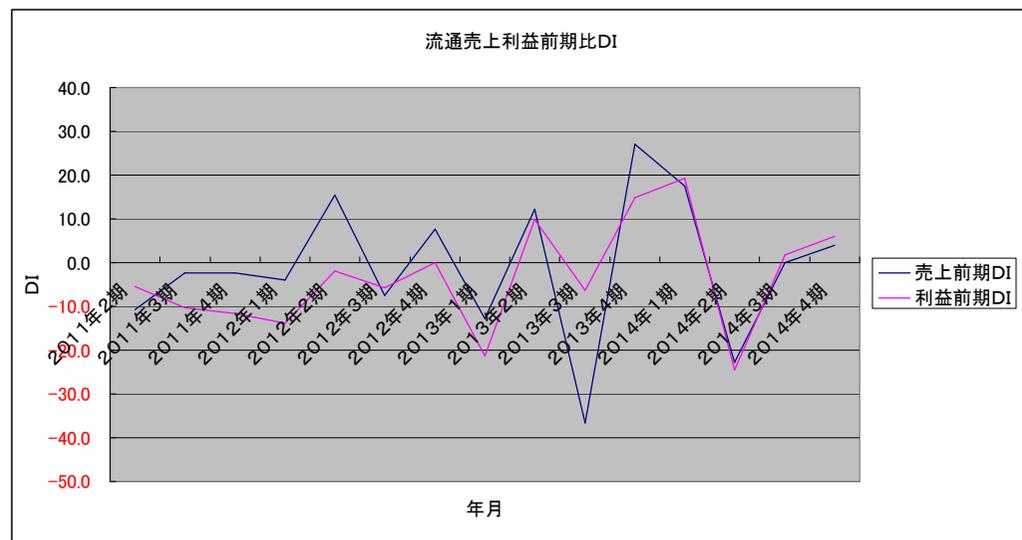
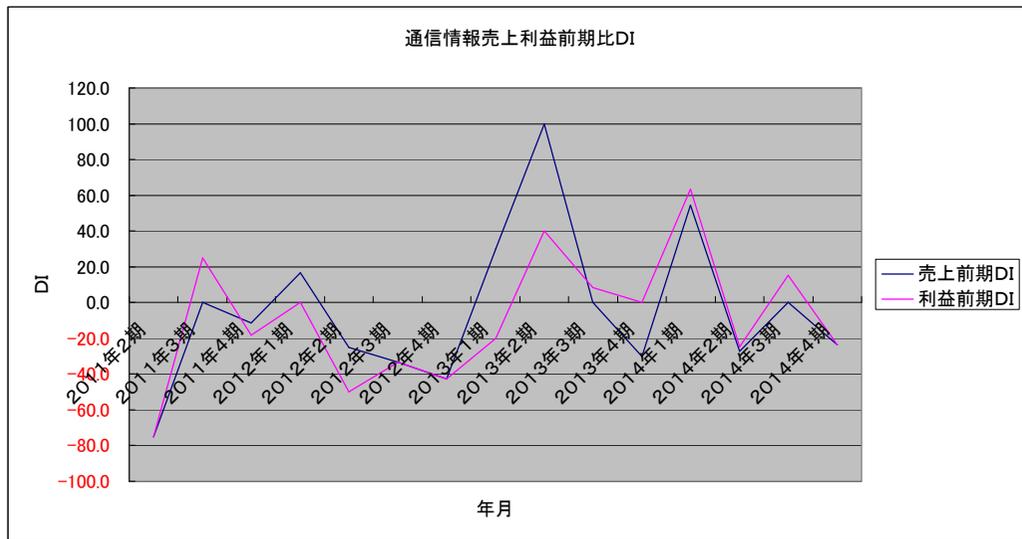


専門サービス売上利益前期比DI



専門サービス売上利益前年同月期比DI





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	2014年4期
サービス業		-44.3	-16.5	-27.7	-26.2	-50.0	5.6	1.2	-2.3	6.0	10.7	0.0	-16.1	-10.3
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	-14.3
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	8.7
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	-5.3	-17.9
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	11.9	-3.5
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	-5.9
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	-40.0
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	-13.2

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	2014年4期
サービス業								8.7	-1.7	6.0	-3.5	5.4	-6.5	-9.5
運輸業								62.5	-16.7	-5.3	9.1	-20.0	7.7	-7.1
建築業								13.0	16.7	22.6	20.0	3.0	4.8	0.0
製造業								1.0	5.5	3.5	-8.2	16.0	-3.4	-17.5
専門サービス業								5.4	9.0	16.7	-5.0	5.5	9.5	-5.7
通信情報業								50.0	30.0	10.0	10.0	22.2	8.3	-17.6
流通業								-5.6	-6.8	0.0	-9.5	1.8	-12.1	-33.3
統計								5.6	10.6	6.4	-6.9	8.9	-0.4	-13.2

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	2014年4期
サービス業	-10.8	-32.0	-20.2	-18.8	-24.3	-21.2	-13.1	-13.8	-15.2	-14.5	-15.6	-12.6	-9.1	-14.6
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	-7.1	-21.4
建築業	-52.3	-30.6	-28.9	-19.4	-14.6	-20.5	-23.5	-30.8	-18.2	-15.2	-5.1	-8.1	-4.7	-6.5
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	-0.6
専門サービス業	-16.1	-14.3	-10.4	-5.3	-19.0	-12.1	-7.7	2.2	1.2	-4.5	-11.1	6.9	6.0	0.0
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	-17.6
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	-6.0
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	-6.9

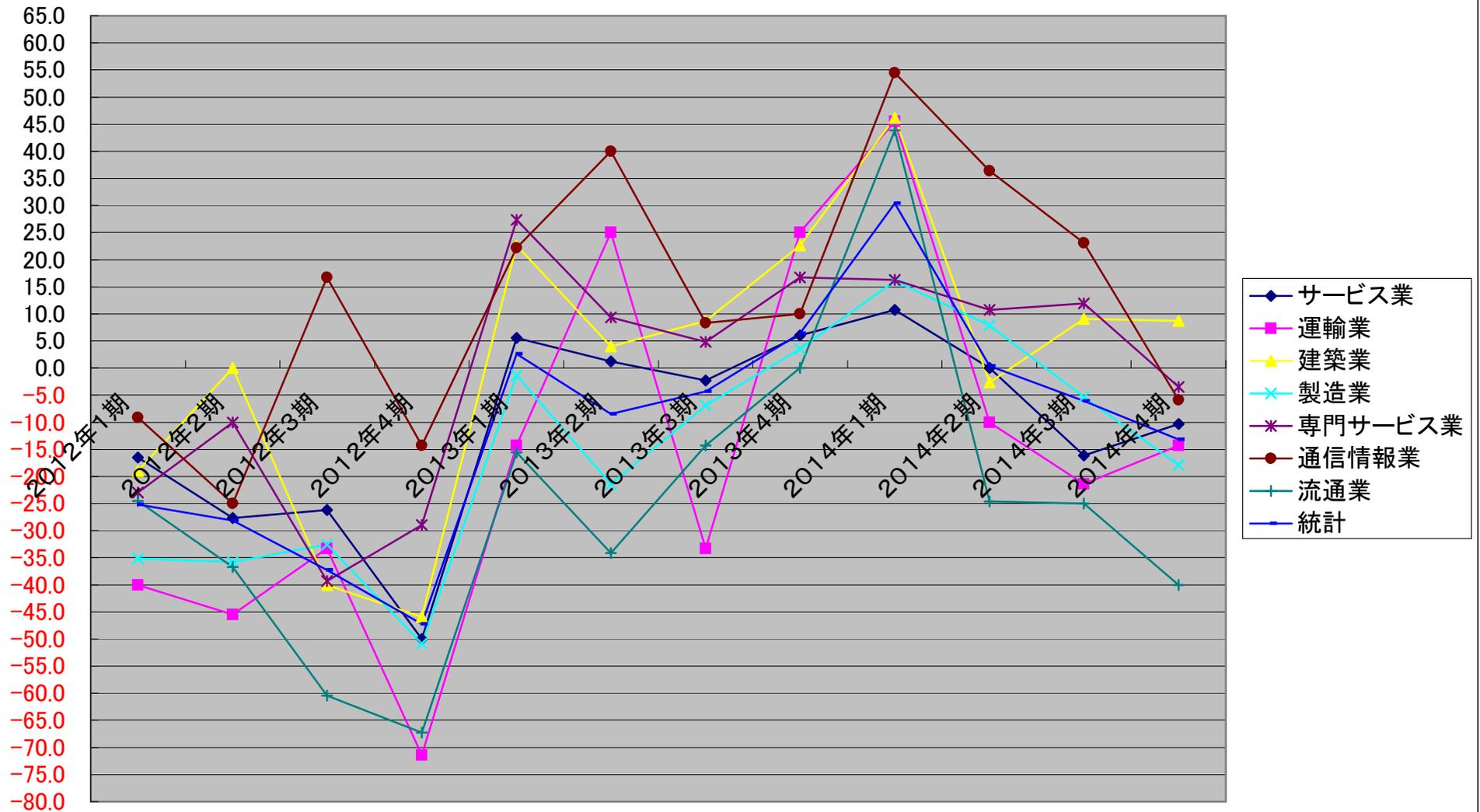
設備投資DI推移

	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	2014年4期
サービス業	-25.0	-64.8	-32.5	-39.1	-39.7	-50.0	-25.8	-16.9	-20.5	-15.6	-16.2	-23.7	-34.6	-36.5
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	0.0
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	-17.1	-53.8
製造業	-21.0	-28.8	-19.2	-3.7	-14.1	-11.2	-19.2	-3.7	-1.9	1.9	15.4	1.8	-0.6	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	-59.7	-76.5
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	-6.7
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	-10.9
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	-26.8

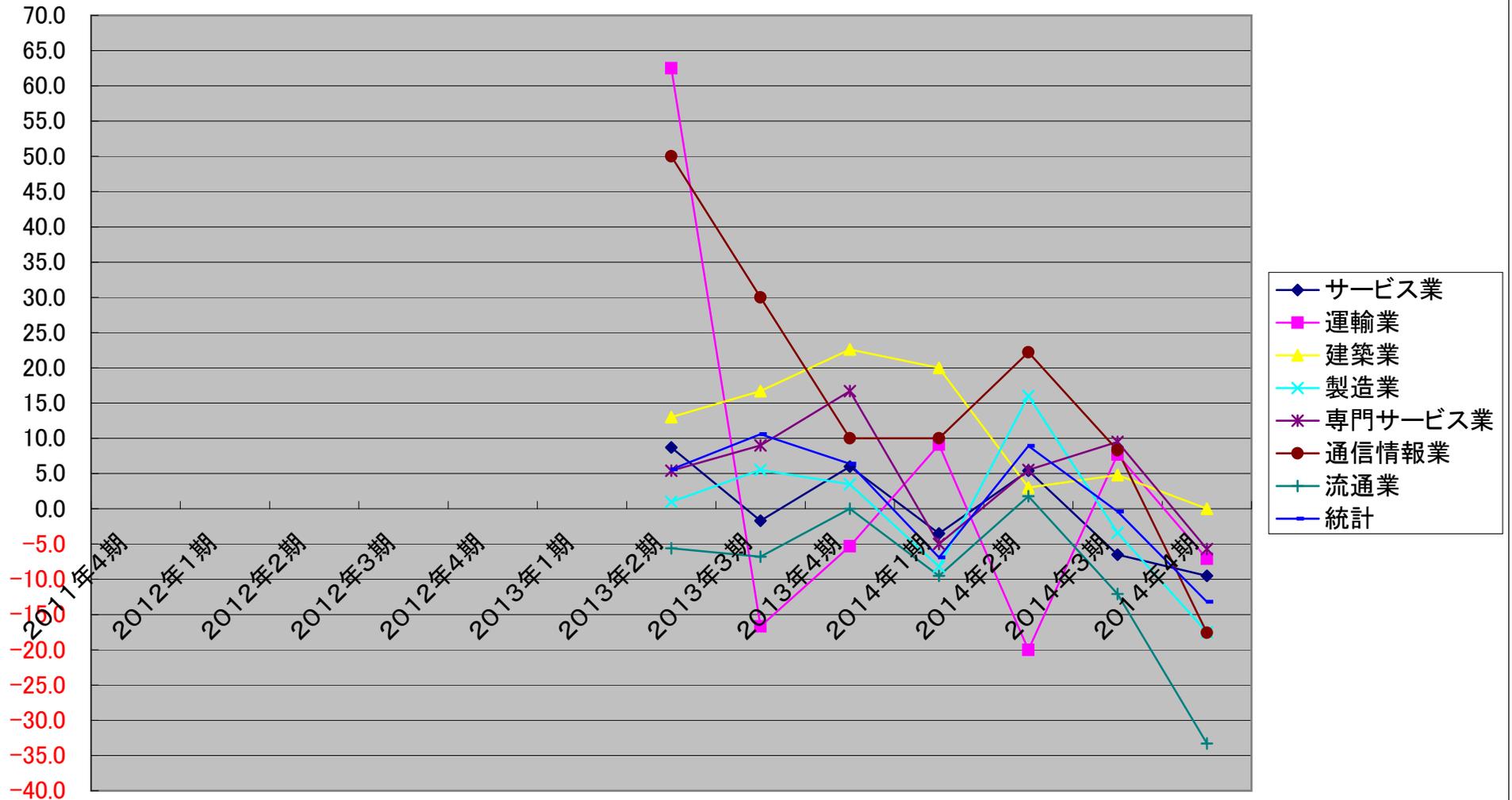
採算状況DI

	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	2014年4期
サービス業		9.9	5.7	5.7	10.1	11.4	19.8	24.7	20.0	20.8	16.6	22.0	21.6	19.5
運輸業		45.4	18.7	8.3	14.3	28.6	21.5	62.5	-8.3	37.5	36.3	10.0	7.2	35.7
建築業		2.8	-2.2	35.5	7.5	17.5	3.0	-3.8	18.2	11.8	41.0	37.8	42.9	41.3
製造業		23.8	18.8	19.1	31.7	16.6	14.4	7.9	10.5	24.3	36.1	28.8	34.7	28.3
専門サービス業		14.9	11.3	21.4	30.8	33.9	35.9	33.3	39.0	24.3	27.4	56.1	42.7	43.9
通信情報業		-27.3	0.0	-25.0	-33.3	-14.3	-10.0	80.0	16.7	-10.0	54.5	18.2	30.8	13.3
流通業		22.7	29.4	24.0	17.0	37.3	25.6	39.1	23.8	17.1	43.8	12.2	30.0	24.5
統計		16.1	13.8	18.4	22.2	23.2	18.5	19.3	19.7	23.1	30.4	27.7	30.7	28.7

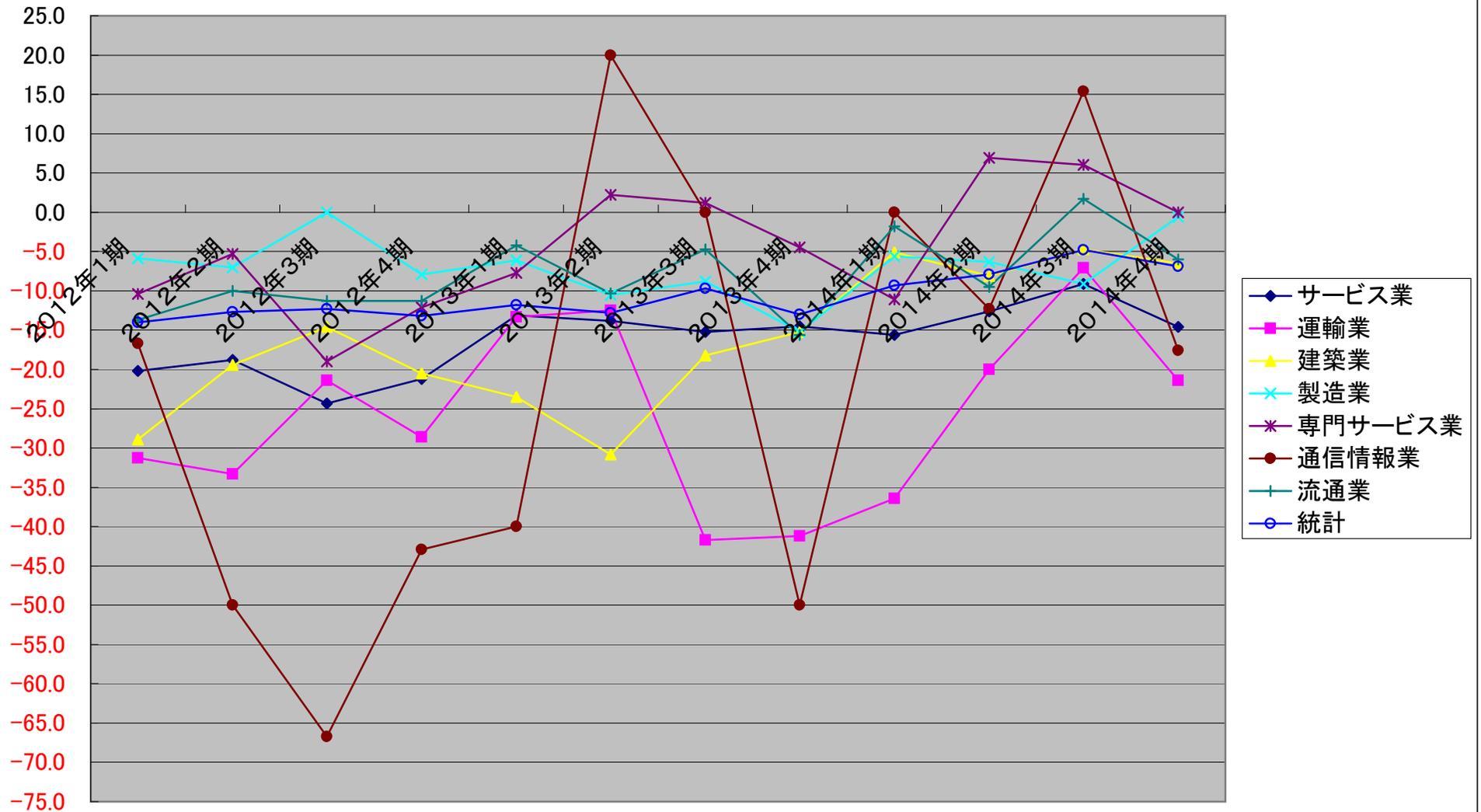
### 景況感DI



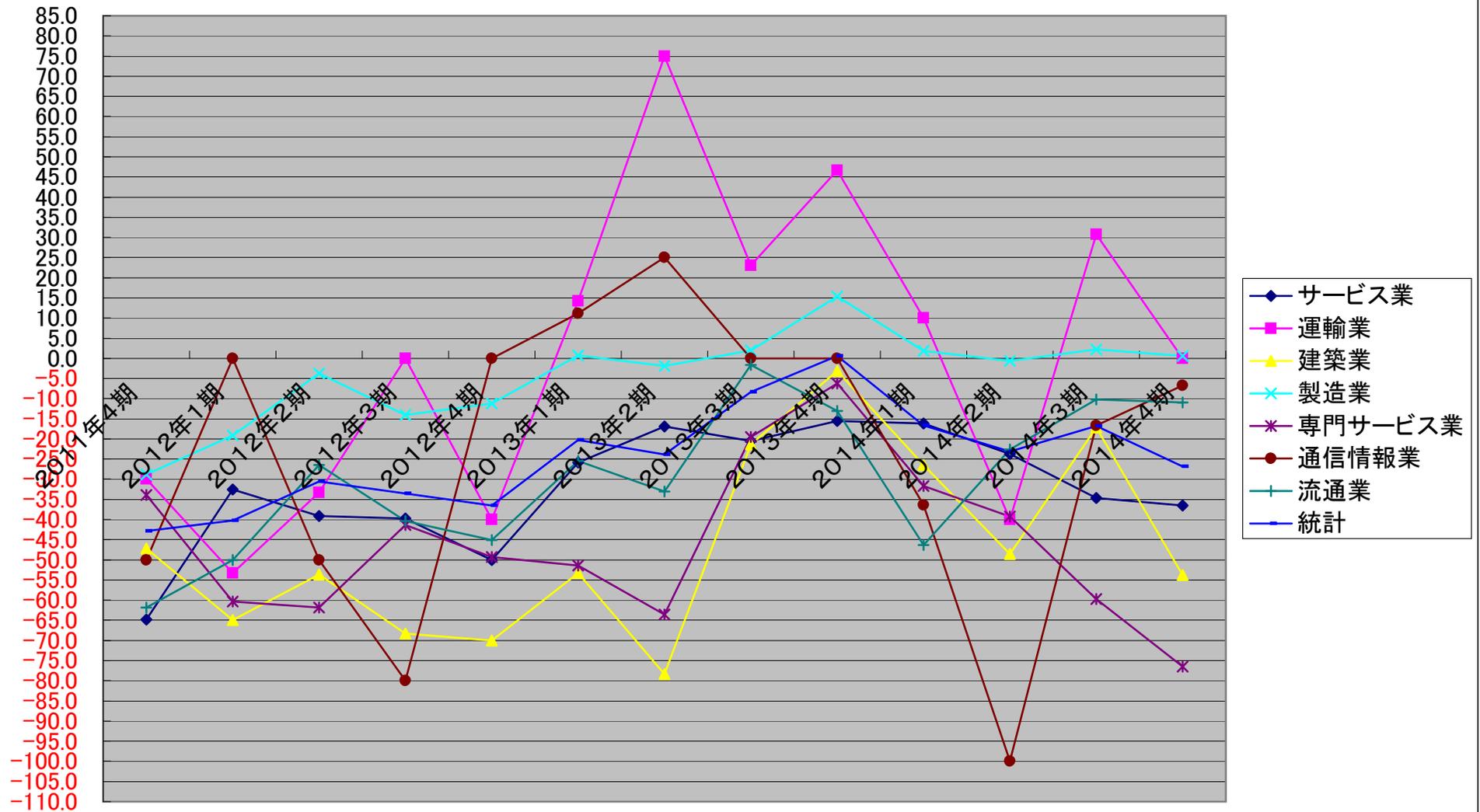
先行きの景況感DI推移



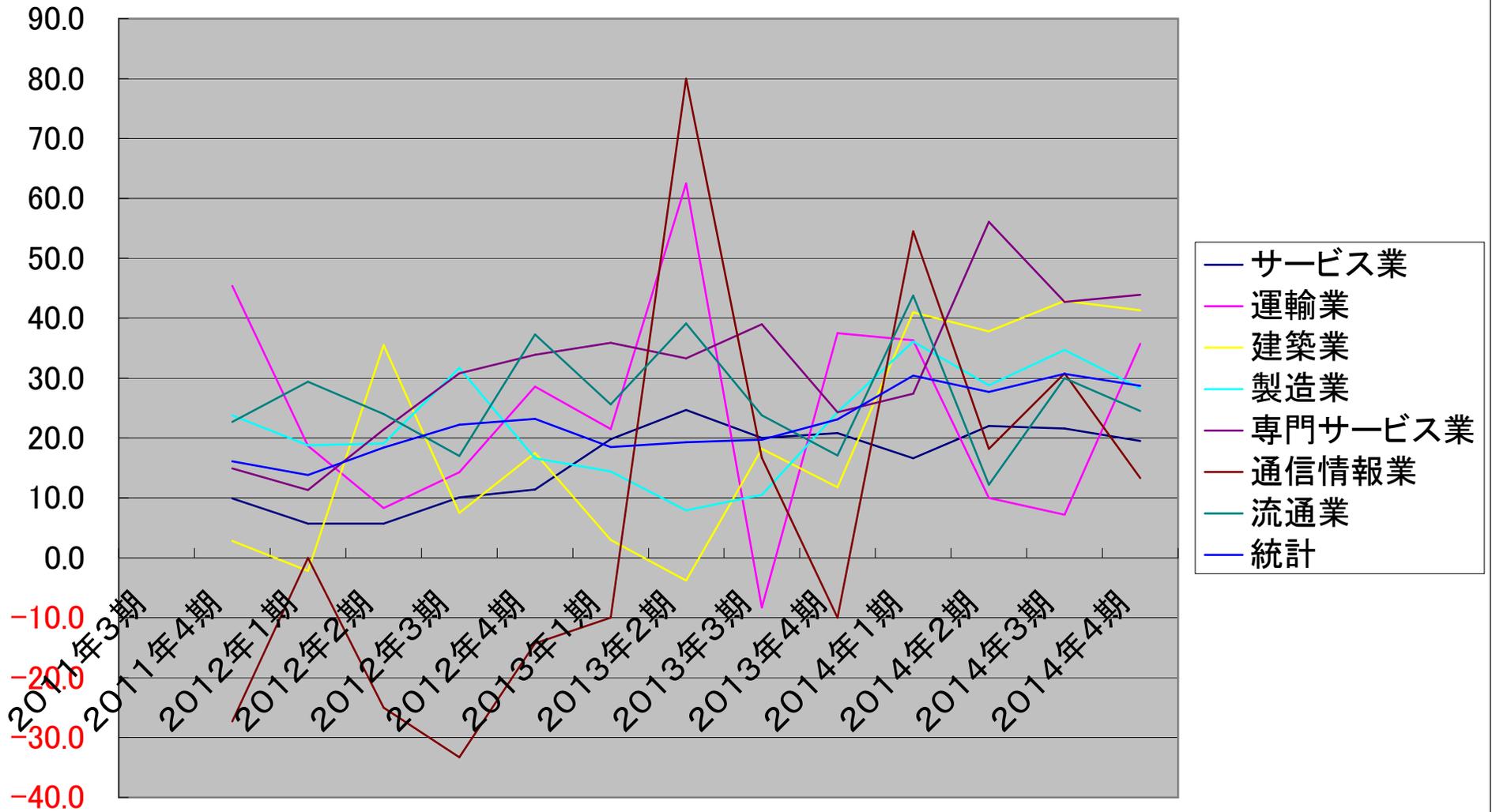
### 資金繰りDI



### 設備投資DI



### 採算状況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	統計
サービス業	52	39.7%	50	38.2%	29	22.1%	131
運輸業	7	50.0%	4	28.6%	3	21.4%	14
建築業	22	47.8%	18	39.1%	6	13.0%	46
製造業	64	36.4%	71	40.3%	41	23.3%	176
専門サービス業 (土業の方)	23	39.7%	31	53.4%	4	6.9%	58
通信情報業	3	17.6%	7	41.2%	7	41.2%	17
流通業	16	32.0%	20	40.0%	14	28.0%	50
その他	12	54.5%	7	31.8%	3	13.6%	22
(空白)	3	25.0%	3	25.0%	6	50.0%	12
総計	202	38.4%	211	40.1%	113	21.5%	526

売上前年同月期

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	統計
サービス業	43	35.5%	52	43.0%	26	21.5%	121
運輸業	8	57.1%	4	28.6%	2	14.3%	14
建築業	15	36.6%	19	46.3%	7	17.1%	41
製造業	60	35.1%	65	38.0%	46	26.9%	171
専門サービス業 (土業の方)	19	36.5%	31	59.6%	2	3.8%	52
通信情報業	4	25.0%	6	37.5%	6	37.5%	16
流通業	12	25.0%	19	39.6%	17	35.4%	48
その他	8	38.1%	8	38.1%	5	23.8%	21
(空白)	2	16.7%	4	33.3%	6	50.0%	12
総計	171	34.5%	208	41.9%	117	23.6%	496

#### ② 利益動向

利益前期比

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	統計
サービス業	42	32.3%	47	36.2%	41	31.5%	130
運輸業	7	50.0%	3	21.4%	4	28.6%	14
建築業	20	43.5%	17	37.0%	9	19.6%	46
製造業	52	29.5%	72	40.9%	52	29.5%	176
専門サービス業 (土業の方)	19	34.5%	29	52.7%	7	12.7%	55
通信情報業	3	17.6%	7	41.2%	7	41.2%	17
流通業	16	32.0%	21	42.0%	13	26.0%	50
その他	12	57.1%	7	33.3%	2	9.5%	21
(空白)	3	27.3%	3	27.3%	5	45.5%	11
総計	174	33.5%	206	39.6%	140	26.9%	520

利益前年同月期

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	統計
サービス業	38	31.7%	46	38.3%	36	30.0%	120
運輸業	6	42.9%	5	35.7%	3	21.4%	14
建築業	14	34.1%	19	46.3%	8	19.5%	41
製造業	49	28.7%	66	38.6%	56	32.7%	171
専門サービス業 (土業の方)	16	31.4%	29	56.9%	6	11.8%	51
通信情報業	4	25.0%	5	31.3%	7	43.8%	16
流通業	9	18.8%	21	43.8%	18	37.5%	48
その他	9	45.0%	7	35.0%	4	20.0%	20
(空白)	2	18.2%	4	36.4%	5	45.5%	11
総計	147	29.9%	202	41.1%	143	29.1%	492

### ③採算状況

業種	黒字	割合	収支トントン	割合	赤字	割合	統計
サービス業	50	39.1%	53	41.4%	25	19.5%	128
運輸業	8	57.1%	3	21.4%	3	21.4%	14
建築業	23	50.0%	19	41.3%	4	8.7%	46
製造業	74	42.8%	74	42.8%	25	14.5%	173
専門サービス業 (土業の方)	29	50.9%	24	42.1%	4	7.0%	57
通信情報業	4	26.7%	9	60.0%	2	13.3%	15
流通業	20	40.8%	21	42.9%	8	16.3%	49
その他	11	50.0%	8	36.4%	3	13.6%	22
(空白)	6	50.0%	3	25.0%	3	25.0%	12
総計	225	43.6%	214	41.5%	77	14.9%	516

### ④景気動向

業種	好転	割合	横ばい	割合	悪化	割合	統計
サービス業	12	9.5%	89	70.6%	25	19.8%	126
運輸業	1	7.1%	10	71.4%	3	21.4%	14
建築業	10	21.7%	30	65.2%	6	13.0%	46
製造業	24	13.9%	94	54.3%	55	31.8%	173
専門サービス業 (土業の方)	8	14.0%	39	68.4%	10	17.5%	57
通信情報業	3	17.6%	10	58.8%	4	23.5%	17
流通業	1	2.0%	28	56.0%	21	42.0%	50
その他	5	25.0%	11	55.0%	4	20.0%	20
(空白)	1	8.3%	6	50.0%	5	41.7%	12
総計	65	12.6%	317	61.6%	133	25.8%	515

### ⑤景況感先行き

業種	好転	割合	横ばい	割合	悪化	割合	統計
サービス業	20	17.2%	65	56.0%	31	26.7%	116
運輸業	3	21.4%	7	50.0%	4	28.6%	14
建築業	7	16.3%	29	67.4%	7	16.3%	43
製造業	20	11.7%	101	59.1%	50	29.2%	171
専門サービス業 (土業の方)	7	13.2%	36	67.9%	10	18.9%	53
通信情報業	3	17.6%	8	47.1%	6	35.3%	17
流通業	1	2.1%	30	62.5%	17	35.4%	48
その他	5	25.0%	12	60.0%	3	15.0%	20
(空白)	1	8.3%	7	58.3%	4	33.3%	12
総計	67	13.6%	295	59.7%	132	26.7%	494

### ⑥資金繰り

業種	楽	割合	普通	割合	苦しい	割合	統計
サービス業	11	8.5%	89	68.5%	30	23.1%	130
運輸業	2	14.3%	7	50.0%	5	35.7%	14
建築業	6	13.0%	31	67.4%	9	19.6%	46
製造業	33	18.8%	109	61.9%	34	19.3%	176
専門サービス業 (土業の方)	8	14.0%	41	71.9%	8	14.0%	57
通信情報業	2	11.8%	10	58.8%	5	29.4%	17
流通業	10	20.0%	27	54.0%	13	26.0%	50
その他	1	5.0%	17	85.0%	2	10.0%	20
(空白)	1	8.3%	7	58.3%	4	33.3%	12
総計	74	14.2%	338	64.8%	110	21.1%	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	33	25.8%	14	10.9%	6	4.7%	22	17.2%	15	11.7%	6	4.7%	14	10.9%	
運輸業	5	41.7%	0	0.0%	1	8.3%	1	8.3%	1	8.3%	1	8.3%	2	16.7%	
建築業	9	21.4%	3	7.1%	3	7.1%	8	19.0%	3	7.1%	2	4.8%	5	11.9%	
製造業	28	16.6%	21	12.4%	12	7.1%	25	14.8%	14	8.3%	12	7.1%	13	7.7%	
専門サービス業(土業の方)	11	27.5%	6	15.0%	0	0.0%	8	20.0%	2	5.0%	6	15.0%	4	10.0%	
通信情報業	4	33.3%	2	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	16.7%	3	25.0%	
流通業	8	26.7%	0	0.0%	0	0.0%	9	30.0%	4	13.3%	1	3.3%	4	13.3%	
その他	3	14.3%	3	14.3%	2	9.5%	4	19.0%	1	4.8%	1	4.8%	3	14.3%	
(空白)	1	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	
総計	102	22.4%	49	10.7%	24	5.3%	77	16.9%	40	8.8%	31	6.8%	48	10.5%	
業種	⑧	割合	⑨	割合	⑩	割合	⑪	割合	⑫	割合	⑬	割合	⑭	割合	総計
サービス業	7	5.5%	1	0.8%	5	3.9%	1	0.8%	0	0.0%	0	0.0%	4	3.1%	128
運輸業	0	0.0%	1	8.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	12
建築業	4	9.5%	4	9.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.4%	42
製造業	18	10.7%	7	4.1%	1	0.6%	3	1.8%	1	0.6%	5	3.0%	9	5.3%	169
専門サービス業(土業の方)	1	2.5%	0	0.0%	1	2.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.5%	40
通信情報業	0	0.0%	1	8.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	12
流通業	0	0.0%	1	3.3%	1	3.3%	0	0.0%	0	0.0%	2	6.7%	0	0.0%	30
その他	2	9.5%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.8%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.8%	21
(空白)	1	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2
総計	33	7.2%	15	3.3%	8	1.8%	5	1.1%	1	0.2%	7	1.5%	16	3.5%	456

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 他社との競争関係の改善

## 【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	売上増記述
1	サービス	介護サービス業	新規サービス事業の好調
2	サービス業	税関への輸出入の申告及び関連する業務全般	営業組織を強化し目標に対する進捗管理を十分行っている。
3	サービス業	人材派遣業	新規取引先の開拓を継続して行っているから。
4	サービス業	化粧品販売、エステティックサロン	顧客の細部に渡り商品の購入チェック。少ない金額の積み重ね。今まで見逃していた事のチェック。
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WEB、DTPのデザイン制作	各イベント出展(9~11月で3回)、インターネットの拡充(ネット販売の開始)
6	サービス業	WEB、DTPのデザイン制作	デザインスタッフに営業の意識をつけさせたこと
7	サービス業	コンサルタント業	人脈づくり
8	サービス業	WEB制作小売	自社サイトの改善、新商品追加等
9	サービス業	タレントマネジメント、映像制作、音声	新規事業の成長
10	サービス業	WEB販促、広告全般、動画SEO対策	動画をつくったSEO対策を開拓したこと
11	サービス業	粗品の企画、開発、販売	商品の価格(原材料の値上げによる商品値上げや増税)をアップすべき物をきっちりアップし、営業の人たちにもキッチリアップしたことを納得してもらう体
12	サービス業	大道具、舞台美術、商業施設の装飾、ディスプレイ、イベントなどの仮設ステージの製作、施工。	とにかく仕事が増えた。
13	サービス業	自家用自動車運行管理業(送迎バスの運転士派遣、請負、車両管理、事故処理等)	新規顧客との取引開始
14	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	社員増のため見学会を毎月実施。応援いただける会員企業の増加。
15	サービス業	シンクタンク・都市計画コンサルタント・建築設計	国の政策によるもの。同業他社の淘汰によるもの。人材の強化
16	サービス業	不動産業、及び飲食業	顧客動向がずれこんだ。新商品の開発を進めている
17	サービス業	障害福祉サービス	顧客の増加
18	サービス業	遺品整理及び、片付け全般	人材育成、規模の拡大
19	サービス業	在庫コンサルジェ、在庫管理コンサルティング	販売チャンネルの拡大
20	サービス業	給食施設の委託運営	新規営業マンの採用、積極的な新規開拓
21	サービス業	取説・マニュアルの企画制作	得意先好況のため新しい仕事が発生した
22	サービス業	マンション専門のハウスクリーニング業	ハウスクリーニング業界ではあまりない換気ダクト清掃。
23	サービス業	産学連携コーディネーター	新規開拓
24	サービス業	官公庁向け工事完成図書作成業務	老朽化した橋梁が増加し、大規模補修や橋梁の架替えが増えたこと。
25	サービス業	倉庫業です。出荷代行・流通加工おしています。	お客様目線の支援サービスが少しずつ交点してきた。
26	サービス業	飲食店経営	スタッフ自信が企画サービスを提供考えれる組織になってきたため
27	サービス業	介護事業	人材の定着に伴い、業務が安定したことに加え、新しいサービスが利用者様(顧客)に受け入れられた。
28	サービス業	しょうがい福祉 就労支援	利用者数の増加
29	サービス業	旅行法業による旅行業	福祉系の旅行開業に活路を見出した
30	サービス業	記帳代行、コンサルタント	新規顧客の獲得
31	サービス業	生命保険、損害保険販売	人脈拡大、紹介増
32	サービス業	美容業	お客様が必要とするメニューを取り入れた
33	サービス業	種類を中心とした業務用卸	ワイン、スパークリング等の販路拡大
34	サービス業	産業廃棄物処理業	社内全体の意識改革
35	サービス業	保険代理店	人員増
36	運輸業	事務所移転引越作業、精密機器輸送など	今年4月より値上げに踏み切ったこととユーザー案件が比較的大型案件が続いておりそれに付随する作業もまとめて受注するよう努力したため。
37	運輸業	運送・倉庫・流通加工・特定人材派遣・不動産業	お客様の商売が伸びたため、新規のお客様が数社増えたため
38	運輸業	一般貨物事業所	増車のために売上は増加する
39	運輸業	一般貨物運送業	新サービス開始のため助成金チャレンジ
40	運輸業	一般貨物運送	新規顧客の獲得
41	運輸業	お客様の荷物を預かり、納品する	HP改善、強みを前面に出した。
42	建築業	建築鉄骨業	公共工事関連の増加と民需の拡大
43	建築業	総合リフォーム業(内外装工事)、設計、デザイン	OneStepと外注業者たちが、チームとしてまとまってきた為。
44	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	特定化学物質に認定された素材を決して使用しない。別仕様の生み出し、速硬化、mmA樹脂の開発。
45	建築業	機械器具設置業	メーカーが需要の拡大
46	建築業	造園工事業	季節的な要因(造園工事業という自然の生き物を扱う特殊性から)
47	建築業	建築リフォーム工事業	増税駆込み

48	建築業	飲料用貯水槽のメンテナンス業	新しい修理工法の営業展開を始めた
49	建築業	木材の流通、および製材業	取り扱い樹種の専門家による優位性を維持
50	建築業	建築現場に置いて安全、工程、品質、原価の面を管理し工事を完成させる	昨年の消費税増税前のかけこみ需要の際、確実に工期内で仕事を収めた結果、信頼を得ることができて、新規のお客様を紹介していただいたことが受注に繋がった
51	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	人材増加と人材育成
52	建築業	新築・リフォーム・建築総合請負	営業力
53	建築業	大工工事業	外部要因が大きい
54	建築業	個人向け建築リフォーム業	営業力の強化
55	建築業	内装仕上げ工事	増税と共に値崩れしなく対応しています
56	建築業	建築全般の企画設計管理業務	人脈から新規開拓
57	建築業	総合建設業、設計・施工、不動産業、自然素材の健康住宅	運営しているカフェルームを通じて、新規顧客の開拓、イベントを通して人とふれあい、会社の来て頂いたりしてのきっかけづくり。他社との違いを出す為クオリティを高める努力。
58	建築業	空調、集塵、給排気ダクトの加工及び取り付け	品質を大切に守ってきたことの結果と思われる。採算の合う仕事を多く受注できた
59	製造業	金属板金加工、溶接	特注品が増加した
60	製造業	工業用裁断機器製造	以前より継続した案件が受注確定した為
61	製造業	和生菓子の製造卸及び販売	新規取引先の拡大。商品開発。
62	製造業	産業用製造ライン設備製作	仕事が受注出来た
63	製造業		公共投資による内需拡大
64	製造業		設備投資と営業力強化の効果
65	製造業	電気機械器具製造業、プリント基板用金型製造及びプレス加工	独自の金型開発とプレス加工技術がお客様に浸透した結果、新規取引先の増加と新商品の受注が増加した。
66	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	客先の生産量の増加と新規販路開拓が軌道に乗り始めたため
67	製造業	焼き菓子製造卸	新商品の販売と販路の拡大。
68	製造業	金属表面処理業	国内外の消費拡大により需要が増えメーカーが新規設備投資と既存設備の生産効率アップを行った。また、技術面で同業他社では施工が不可能であったことから当社に依頼が来た。よって、需要増が大きな要因だが、応える専門的技術力を常日頃から磨いていたこと、技術的ノウハウを蓄積していたことが売上増に繋がった。
69	製造業	別注装飾金物製作	社内チームワーク向上
70	製造業	自動車用フロアマット製造販売	マーケットを詳細に分析することで自社商品を伸ばせる領域の絞りこみ。価値の創造
71	製造業	寝具・介護用品の製造、レンタル。インテリア布物雑貨の製造販売	日本製にこだわった商品づくり。オーダー対応
72	製造業	ドライラミネート加工	設備増強
73	製造業	食品ギフト製造	新規取引先の開拓
74	製造業	キャスターユニットの設計開発製造販売	医療関係の取引先が増加
75	製造業	女性下着及びレース・生地等の企画製造卸。日本国内品及び韓国・イタリー・フランス等からの輸入卸。	長期待番商品を中止し、新商品を価格UPして展開。特殊な商品なので固定客に現在のところ、受け入れて頂いている。(先は判らない)
76	製造業	メンズドレスシャツ製造販売卸	素材開発による企画の充実。Web受注システムの開発により、受発注ロス
77	製造業	食品及び工業製品の、フィルム包装資材の企画、製造、販売業	利益を下げ、注文数を拡大させた。
78	製造業	プラスチック板加工、オリジナル製品製造・販売	納期短縮、製品の破損率減少【梱包改善】
79	製造業	板金加工	オーバーブッキング気味に受注を増やした
80	製造業	電子部品(プリント板、樹脂板加工)	客先件数の増加、新商品の取り扱いと顧客の分散をした結果、安定した
81	製造業	精密機械部品加工、省力化・産業機械設計・製作	省力化、産業機械の受注増のため
82	製造業	粘着テープの製造	マメな営業の継続
83	製造業	トムソン用抜き刃物製造	小ロット多品種の生産設備の増設。会外展示会の出席
84	製造業	航空機部品製造	業界が良いから
85	製造業	鋼板の切断	新規開拓による顧客増。新卒採用による組織力の強化
86	製造業	自動車部品の製造・販売	円安と現地での商品説明
87	製造業	ネジ関連全数検査装置製造・販売	技術力と新商品の販売がうまくいっていると思う
88	製造業	薄物板金加工	社内のムダ取り改善活動、展示会出席、新卒採用
89	製造業	ダンボール用機械の製造	機械見学会の実施
90	製造業	金属製品製造業	生産管理システム刷新による端軀気対応。環境変化対応力の強化。新設備導入とフル稼働。
91	製造業	金属加工業	選択と集中
92	製造業	パーツフィルターをメインとして各種自動省力装置の設計・製作・販売	企業の姿勢が人手を使わず機械・ロボットにさせようとする方向に変わってきている
93	製造業	給食受注業、仕出し、弁当製造業配達、ケータリング	イベント出店等広く露出したので、ケータリング受注が増加・新規取引先の増加。
94	製造業	金属プレス加工、及び金型製作	新規取引先の開拓

95	製造業	金属部品、金型の熱処理受託加工	新卒採用の継続と採用後の教育訓練のグレードアップ
96	製造業	電子機器設計・開発	新規顧客の開拓と開発品の量産フェーズへの移行
97	製造業	コンピューター関連装置のソフト・ハード開発。製造	展示会での新規ユーザーからの受注。新分野への進出
98	製造業	金属熱処理・表面処理	駆け込み需要が4月以降も何とか続いている。値上げ、新規設備の稼働などが反映されてきた。
99	製造業	特殊車輛部品の製造・組立。	親会社の受注増
100	製造業	食品製造販売	他社との違いを明確にアピールするようにした。
101	製造業	プラスチック製品の製造・販売	新規取引先との取引拡大および高付加価値化による商品単価の上昇。
102	製造業	金型メーカー	アベノミクス効果
103	製造業	スタッド溶接、多種金属のボルトを瞬時に溶接加工	中国における大気汚染を減少させる集塵機器の生産部品製造機械を独自開発して、大量受注に成功する
104	製造業	パーキングブロック、スライドブロック、U字溝、その他コンクリート製品製造販売	お客さま(ネット)等からのお問い合わせにしっかり対応してチャンスをキャッチすることで、新商品の開発につながって売上アップに。工場の改善・改革を継続し続ける事。
105	製造業	切削、精密金属部品加工	受注先からの厳しい品質管理、精度についていけるよう努力しています(社員教育強化)
106	製造業	椅子張り替え、製造	新規営業ができた。リピーターが増えた。
107	製造業	ドリップ珈琲の製造、及び卸、小売	価格以上の価値提供。CS満足度アップ。
108	製造業	各種歯車製造製作	営業力強化による新規受注先の存在
109	製造業	製紙業(古紙再生)	価格の修正(値上)
110	専門サービス業(士業の方)	不動産登記、会社登記、裁判事務、債務整理	地道な営業活動
111	専門サービス業(士業の方)	社会保険労務士業	これまでの営業が実を結びつつある。
112	専門サービス業(士業の方)	公認会計士業務	新しい分野の開拓に成功した
113	専門サービス業(士業の方)	税理士業	紹介の増加
114	専門サービス業(士業の方)	税理士業務・経営コンサルティング業務	全社一丸となって営業活動に取り組んだ成果と認識しています
115	専門サービス業(士業の方)	行政書士事務所	紹介が増えるよう、既存の顧客に接触機会を増加させた
116	専門サービス業(士業の方)	税理士	外に出ることを多くしてきた結果。
117	専門サービス業(士業の方)	税理士業	顧問先への地道な営業活動
118	専門サービス業(士業の方)	税務会計顧問及びチームビルド	事業所で取り組んでいる未来会計
119	専門サービス業(士業の方)	生・損保代理店	業界の統廃合の影響もある
120	専門サービス業(士業の方)	社労士	単発の大型受注
121	専門サービス業(士業の方)	社労士業務	いろんなイベント交流会に参加。関与の中で仕事生まれた
122	専門サービス業(士業の方)	入管手続き 各種営業許可 相続 遺言	新しいサービス(分野)に、営業・技術等を投資したため
123	専門サービス業(士業の方)	経営コンサルタント業・社会保険労務士業	紹介
124	通信情報業	業務系ソフトウェア開発	新規取引先の拡大 協力パートナーの拡大
125	通信情報業	WEB製作、管理更新	顧客との関係強化
126	通信情報業	中小企業のシステム化の第一歩のお手伝い	HPのまめな更新→HPからの受注増

127	通信情報業	通信工事業・情報端末販売	会社合併によるサービスの強化
128	流通業	塗料製造販売、印刷物加工用資材販	新規大手ユーザー獲得。同業他社の廃業による代替え受注発生。
129	流通業	漆器、木製品、日用品の卸売り	展示会への出展を継続したため、新規の案件確保ができた。
130	流通業	水産物の卸売業	取引先が好調である。人間力向上に努めたから
131	流通業	和装製品、製造卸、化粧品アクセサ	アクセサリ販売のHPで売上UP。別注「日本でぬぐい」の売上UP
132	流通業	自社ブランド帽子の企画製造販売	百貨店の売上が伸びた
133	流通業	トラックリワンストップサービス業	取引先のシェア拡大及び新規取引増加
134	流通業	金物卸	特になし
135	流通業		新規の取引先の増加と、既存への販売量増加
136	流通業	毛皮、レザーコート、小売	前年悪かった展示会をカットし良かった先の取り組み強化と新規展示会の取り組みにより前年よりは良くなってきている。
137	流通業	高機能インソール卸、医療装具材料卸	営業エリア拡大、社内体制強化
138	その他	印刷関連業	時期的要因(年末は売上げが増える)10~12月期で年間の40~50%
139	その他	金属表面処理加工	建築関係が増。生産性向上。
140	その他	印刷卸販売	仕入先の変更。スキルアップ
141	その他	給食・仕出し	仕出し部品の宣伝効果
142	その他	美術展企画運営出版	社員の危機感
143	その他	太陽光パネルの販売、設置、保守	施策期限が迫ってきたので。
144	その他	保険代理店及び経営支援サービス	顧客目線に立ったコンサルティングによる長期的視野に基づく提案が評価された。
145	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	国内需要増に伴う注文量、件数の増加。若手営業マンの育成による営業力強化。海外営業展開による新規開拓。
146		機構、回路、ソフトの設計請負	とくになし

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	15	31.9%	0	0.0%	0	0.0%	9	19.1%	13	27.7%
運輸業	2	66.7%	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%	0	0.0%
建築業	4	36.4%	0	0.0%	0	0.0%	2	18.2%	0	0.0%
製造業	47	49.5%	2	2.1%	5	5.3%	12	12.6%	14	14.7%
専門サービス業(土業の方)	2	40.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	40.0%	0	0.0%
通信情報業	4	44.4%	0	0.0%	1	11.1%	0	0.0%	1	11.1%
流通業	12	35.3%	0	0.0%	1	2.9%	7	20.6%	9	26.5%
その他	3	42.9%	0	0.0%	0	0.0%	1	14.3%	2	28.6%
(空白)	4	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	12.5%	3	37.5%
<b>総計</b>	<b>93</b>	<b>42.5%</b>	<b>2</b>	<b>0.9%</b>	<b>7</b>	<b>3.2%</b>	<b>35</b>	<b>16.0%</b>	<b>42</b>	<b>19.2%</b>
業種	⑥	割合	⑦	割合	⑧	割合	⑨	割合	総計	
サービス業	0	0.0%	2	4.3%	1	2.1%	7	14.9%	47	
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	
建築業	0	0.0%	2	18.2%	0	0.0%	3	27.3%	11	
製造業	2	2.1%	3	3.2%	6	6.3%	4	4.2%	95	
専門サービス業(土業の方)	0	0.0%	0	0.0%	1	20.0%	0	0.0%	5	
通信情報業	1	11.1%	0	0.0%	0	0.0%	2	22.2%	9	
流通業	2	5.9%	0	0.0%	1	2.9%	2	5.9%	34	
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	14.3%	7	
(空白)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	8	
<b>総計</b>	<b>5</b>	<b>2.3%</b>	<b>7</b>	<b>3.2%</b>	<b>9</b>	<b>4.1%</b>	<b>19</b>	<b>8.7%</b>	<b>219</b>	

- 1 国内需要の減少
- 2 輸入の増加
- 3 輸出の減少
- 4 他社との競合状態の悪化
- 5 販売・受注価格の減少

- 6 取引先の海外移転
- 7 公共事業の削減
- 8 季節的要因
- 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)

業種	業務	減少記述
1 サービス業	パソコン総合サポート	前期の特需部分が元に戻った
2 サービス業	異業種協同組合(共同購入・共同事業)	制度事業の改正等の伴う利用減及び手数料減
3 サービス業	広告制作、販促・マーケティングの企画	広告制作受注量の減少
4 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	より効果的に自社の作品・特徴を知っていただく施策を計画的・段階的に行っていくことの継続。又、智恵の集合に努める。
5 サービス業	不動産管理仲介業	不動産投資家の方がお客様であるが、価格の高騰で成約に至らない
6 サービス業	日本サブウェイ代理店	コミュニケーション不足
7 サービス業	図面データ作成	大口契約先との契約打ち切り
8 サービス業	補聴器販売	競争激化のためと考えられる
9 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	障害を持つ社員の採用。会員企業の拡大。
10 サービス業	飲食店(ラーメン店)	消費者の節約志向
11 サービス業	フラワースクール	人件費増加
12 サービス業	グラビア印刷のパッケージデザインの企画	取引先の内製化
13 サービス業	総合広告業(公営競技、競輪、競艇)の広告及び場内イベント	売上げの伸び悩み
14 サービス業	クリーニング衣類全般	消費税、円安、物価高、一般消費減
15 サービス業	広告のグラフィックデザイン	取引先の売上減少による受注の落ち込み
16 サービス業	自動車販売・整備/損害・生命保険取り扱い	中古車販売台数の減少、車検相見積もり等で入庫車減少と単価下落
17 サービス業	WEB制作、DTP制作、企業研修	社内体制で、メインの社員が産休に入ったので生産性が落ちた。
18 サービス業	障害福祉サービス	作業所の利用者の減少。入院等により一時的に利用休止。また就労移行事業では一般就職者が多数出たため一時的に減少。それに関して新規利用者が見つかりにくくなっている現状がある。
19 サービス業	複合カフェ、インターネットコミックカフェ	スマートホンの普及による顧客ニーズの減少
20 サービス業	不動産業・内装業	人員拡充、要望の厳しさ
21 建築業	電気工事業	人材不足
22 建築業	関西電力の引き込み線工事をしていきます。	技術力、バランスそろって、チームワークのグループ仕事なので、人数不足、技術力が揃っていないため、予算減少のため仕事へっている。関電の試験・免許必要。
23 建築業	タイル及び住宅設備機器の販売施工	顧客の仕事量が減っている
24 建築業	障害者施設の新築、リフォーム。(個人住宅の新築リフォーム)	4月の消費増税以降、住宅関連は全くの不振。長く続く不況の下で消費増税の駆け込みで需要をあおった結果(先食い状態)。昨年も今年もたまたま住宅外の工事が受注できたから、横ばいなだけ。
25 建築業	個人向け注文住宅設	忙しすぎて原価の見直しができない
26 建築業	内装仕上げ	今年に入り3名雇い人件費がかかった。
27 製造業	浴槽、プール用ろ過装置の販売	工事現場の遅れによる納期の延長
28 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。	国内消費税増税の買い控え等による減少。
29 製造業	金属の表面処理	取引先、全般にヒマ
30 製造業	各種ポンプ製造販売	一部部品について調達難が生じている。故に弊社製品の製造に遅れが発生し販売タイミングを逃すこともしばしば。
31 製造業	トムソン型による打ち抜き加工	材料費込みの加工品の減少、メーカーの製造方法変更による部品点数の減少
32 製造業	製缶、板金加工 産業機械製造	設備投資の業界だが、活況との報道はあるが斑模様の様相がはっきりしている。色の濃い分野は限られている感がある
33 製造業	物流支援機器(垂直搬送機、コンベヤ、等)製造販売。	前年は消費税特需があった為、特別でした。

34	製造業	精密金属ばね製造販売。φ0.14mmからφ4.0mm迄は自動機での製作、φ4.0mm以上の製作は手作り及び協力工場にて対応。	内需縮小、輸出企業優先対策
35	製造業	金型メーカー	受注数・単価とも減少
36	製造業	別注家具製造	消費税の増額を見込んでの買い控えの影響と、全体的な業界・とくに大阪の落ち込みなど
37	製造業	防犯カメラ用電源の設計、製造販売など	急激は円安→中国からの製品輸入価格が高くなる→客が東南アジアからの仕入れに変更→弊社の仕事なくなる
38	製造業	女性下着及びレース・生地等の企画製造卸。日本国内品及び韓国・イタリー・フランス等からの輸入卸。	近年(2~3年)新企画開発は進んでいるが、既存業種は飽和状態のため、異業種への進出を推進しているが、業種慣習等厳しいものあり。しかし今後も新製品開発・異業種へは積極的に攻勢をかける。
39	製造業	通信ケーブル製造にかかる機材製造	需要の一巡
40	製造業	商業印刷	景気の悪化で各企業様が印刷物のコスト見直しや発注数量の削減をされている
41	製造業	選考製造	全般的に消費量の減少傾向が続いている。
42	製造業	金属リサイクル原料の加工・卸売り	国内下請け製造業に仕事が回っていない
43	製造業	電子部品用リードピン製造・販売	製造ラインの海外移転
44	製造業	アルミ材に特価した板金加工業	ニーズの変化
45	製造業	粘着テープの製造	消費税アップ以降、戻ってこない
46	製造業	ダンボールケース製造・販売	安売りしている会社に荒らされている
47	製造業	プラスチック成形品、金属加工品、オリジナル商品の設計・製造・販	原材料の高騰に海外工場の人件費アップ及び円安により原価が高騰しており、他社との競争にも厳しく利益が出しにくい
48	製造業	プラスチック射出成型	多くの業界の顧客が一律に受注減。モノが売れていない。
49	製造業	金属加工業	売上より利益を重視した見積を行っている
50	製造業	精密光学機器の製造・販売	受注が12月以降に偏りすぎていて苦しい
51	製造業	自動車部品加工・産業機械部品加工・機械工具設計製造販売	グローバル化による現調化
52	製造業	ユニフォーム製造販売卸し	円安、コスト高、値上げ、売れない
53	製造業	溶接NC加工	メーカーの海外シフトの為
54	製造業	段ボール印刷用水性インキ製造・販売、段ボール工場向け排水処理設備 設計・施工・販売	企業の予算が生産機に回されることが多く、決まりかけていた物件のキャンセル等もありました。
55	製造業	新建材、ベニヤ、化粧板、販売	一時に注文が来るので当社のノルマ以上の子他は出来ない。一年間のうち暇な月が多すぎる。
56	製造業	十文字穴付きタッピングネジ製造販売	国内需要の減少による値下競争の悪化、輸出については現地調達が増加によって減少
57	製造業	学校、卒業アルバム製造業	競合他社による値下げ等。9月が決算月であるが、昨年と比較し売り上げ計上時期のズレが影響している
58	製造業	菓子製造卸	同業他社で全て同じ傾向であり、小売店、販売店が不振
59	製造業	新エネルギー、エネルギーコンサル、製造業(金属加工)	太陽光発電関連では、円安のため販売価格アップ要因がありますが、固定買取制度の下落、電力会社の連携が困難なため減少
60	製造業	特殊硝子の製造加工業務	他社との競争で価格破壊が生じ、受注価格がやはり減少。これからは他社との差別化を図らなければ生き残れない状況にきている。
61	製造業	ステンレス薄板の研磨及び保護テープ貼り	景気の流れが少し変わったようで通常10月11月忙しいのが前倒しになった。
62	専門サービス業(士業の方)	税理士事務所	不動産取引、保険契約に関わる手数料収入が減少した
63	専門サービス業(士業の方)	建築設計・監理。耐震診断・改修設計。建物調査・定期報告。	選別受注している。
64	通信情報業	スーパー、コンビニ等のお店の管理システムを作成、指導。	消費税の変更時にシステム更新を行ったので当分リプレースがない。つまり先食いしている
65	通信情報業	ソフト開発、派遣	技術者減

66	通信情報業	情報部門のアウトソーシングソフトウェア開発、ネットワーク構築	円安、アベノミクス負の影響
67	通信情報業	ホームページ制作、webシステム開発、webマーケティングコンサルティングetc	営業責任者の独立、他スタッフとの連携不足
68	通信情報業	事務機、OA機器の販売を中心に、そこに関連する配線工事。HP作成など	社内の人間関係の悪化から動きが低迷。新体制変更計画の遅れ
69	流通業	美容材料卸	業界全体が縮んでいる
70	流通業	締結部品卸売販売業	受身の経営体質 自立的でない
71	流通業	アパレル小売販売	消費税の対応も終わり、店頭は落ち着いていますが、仕入れコスト上昇分を売上価格UPには100%反映させられない
72	流通業	鋼材販売	需要そのものが減少している
73	流通業	旗、カップ、トロフィー、社章製造・卸業	販売ルートの変化、エンドユーザーの店舗離れ、流通の変化、インターネット販売、直販への対応の遅れ
74	流通業	金属挽物・工業用ファスナー販売	一社依存により、一社の動向に左右され易い。
75	流通業	文具、事務用品、小売業	個人消費車は出資を極力抑えに入っている。企業も経費を含めあらゆる出資を抑えている。一部の企業は元気だが総体的に低迷している
76	流通業	事務機器販売及び内装工事	無意味な価格競争
77	流通業		経費が増えている
78	その他	コンビニエンスストア経営	客数減
79	その他	石油製品販売	石油相場が下がり続けていることが要因。よって、仕入れ・販売価格とも減少傾向。
80	その他	工業用フィルター及びポンプ類の販売	海外品の進出により価格面等が厳しい状況
81	その他	不動産全般	7—9月に販売予定物件がたまたまずれこんだだけ
82	その他	包装資材販売	消費意欲が減少している
83		投資用賃貸物件の売買・仲介・管理 不動産売買・仲介・賃	前年は、アベノミクス効果で投資用マンションの販売が好調でしたが、今年に入り売れ行きが悪くなってきたため
84		OA機器販売及び保守、パソコンスクール、オンデマンド印刷	価格競争による売り上げおよび利益の減少
85		下着輸入卸	為替変動による価格高騰で、輸入品全般に苦戦 インバウンド需要のある店とそうでない店の格差拡大

**【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	23	20.0%	27	23.5%	65	56.5%	115
運輸業	6	46.2%	1	7.7%	6	46.2%	13
建築業	5	12.8%	8	20.5%	26	66.7%	39
製造業	65	41.4%	28	17.8%	64	40.8%	157
サービス業(土業の)	2	3.9%	8	15.7%	41	80.4%	51
通信情報業	6	40.0%	2	13.3%	7	46.7%	15
流通業	16	34.8%	9	19.6%	21	45.7%	46
その他	1	5.3%	4	21.1%	14	73.7%	19
(空白)	1	9.1%	4	36.4%	6	54.5%	11
<b>総計</b>	<b>125</b>	<b>26.8%</b>	<b>91</b>	<b>19.5%</b>	<b>250</b>	<b>53.6%</b>	<b>466</b>

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	26	8.5%	1	0.3%	13	4.2%	18	5.9%	16	5.2%	12	3.9%	29	9.4%	16	5.2%	13	4.2%
運輸業	1	2.7%	0	0.0%	2	5.4%	0	0.0%	4	10.8%	0	0.0%	5	13.5%	3	8.1%	1	2.7%
建築業	7	5.6%	0	0.0%	3	2.4%	3	2.4%	3	2.4%	1	0.8%	4	3.2%	16	12.7%	6	4.8%
製造業	58	13.2%	5	1.1%	16	3.6%	6	1.4%	25	5.7%	11	2.5%	24	5.5%	53	12.1%	22	5.0%
サービス業(土業の)	10	10.4%	0	0.0%	4	4.2%	12	12.5%	4	4.2%	2	2.1%	4	4.2%	1	1.0%	7	7.3%
通信情報業	4	9.5%	0	0.0%	1	2.4%	1	2.4%	0	0.0%	0	0.0%	5	11.9%	2	4.8%	0	0.0%
流通業	23	19.0%	1	0.8%	4	3.3%	7	5.8%	2	1.7%	4	3.3%	7	5.8%	15	12.4%	9	7.4%
その他	4	9.1%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.3%	3	6.8%	0	0.0%	6	13.6%	4	9.1%	5	11.4%
(空白)	6	20.7%	1	3.4%	1	3.4%	1	3.4%	1	3.4%	0	0.0%	1	10.3%	3	10.3%	1	3.4%
<b>総計</b>	<b>139</b>	<b>11.2%</b>	<b>8</b>	<b>0.6%</b>	<b>44</b>	<b>3.5%</b>	<b>49</b>	<b>3.9%</b>	<b>58</b>	<b>4.7%</b>	<b>30</b>	<b>2.4%</b>	<b>85</b>	<b>6.8%</b>	<b>113</b>	<b>9.1%</b>	<b>64</b>	<b>5.2%</b>
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	9	2.9%	26	8.5%	40	13.0%	40	13.0%	7	2.3%	20	6.5%	20	6.5%	1	0.3%	307	
運輸業	1	2.7%	1	2.7%	5	13.5%	7	18.9%	0	0.0%	4	10.8%	2	5.4%	1	2.7%	37	
建築業	4	3.2%	11	8.7%	14	11.1%	20	15.9%	21	16.7%	10	7.9%	3	2.4%	0	0.0%	126	
製造業	11	2.5%	28	6.4%	57	13.0%	36	8.2%	36	8.2%	39	8.9%	10	2.3%	2	0.5%	439	
サービス業(土業の)	1	1.0%	7	7.3%	14	14.6%	10	10.4%	2	2.1%	9	9.4%	8	8.3%	1	1.0%	96	
通信情報業	1	2.4%	3	7.1%	6	14.3%	10	23.8%	2	4.8%	4	9.5%	2	4.8%	1	2.4%	42	
流通業	6	5.0%	4	3.3%	10	8.3%	12	9.9%	1	0.8%	9	7.4%	7	5.8%	0	0.0%	121	
その他	0	0.0%	3	6.8%	5	11.4%	5	11.4%	1	2.3%	2	4.5%	4	9.1%	1	2.3%	44	
(空白)	0	0.0%	0	0.0%	4	13.8%	2	6.9%	3	10.3%	5	17.2%	0	0.0%	0	0.0%	29	
<b>総計</b>	<b>33</b>	<b>2.7%</b>	<b>83</b>	<b>6.7%</b>	<b>155</b>	<b>12.5%</b>	<b>142</b>	<b>11.4%</b>	<b>73</b>	<b>5.9%</b>	<b>102</b>	<b>8.2%</b>	<b>56</b>	<b>4.5%</b>	<b>7</b>	<b>0.6%</b>	<b>1241</b>	

- |                   |               |
|-------------------|---------------|
| ①民間需要の停滞          | ⑨情勢判断・企業進路の確定 |
| ②輸入品の圧迫           | ⑩事業資金の借入難     |
| ③受注単価の大幅ダウン       | ⑪全社一丸体制の確立    |
| ④新規参入者の拡大による競争の激化 | ⑫社員教育         |
| ⑤税金、公共料金負担の増加     | ⑬従業員の確保       |
| ⑥管理費等間接経費の増加      | ⑭熟練技術者の不足     |
| ⑦人件費負担            | ⑮幹部社員の不足      |
| ⑧仕入単価の上昇・高止まり     | ⑯取引先ニーズの把握    |

### (3) 今後の予定も含めた経営上の力点(選択3つまで)

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合	⑥	割合	⑦	割合	⑧	割合	⑨	割合
サービス業	74	21.4%	21	6.1%	18	5.2%	27	7.8%	19	5.5%	18	5.2%	20	5.8%	9	2.6%	43	12.4%
運輸業	9	29.0%	0	0.0%	2	6.5%	2	6.5%	1	3.2%	2	6.5%	0	0.0%	1	3.2%	6	19.4%
建築業	22	16.5%	13	9.8%	9	6.8%	7	5.3%	4	3.0%	11	8.3%	4	3.0%	3	2.3%	22	16.5%
製造業	79	16.1%	51	10.4%	58	11.8%	50	10.2%	48	9.8%	27	5.5%	7	1.4%	9	1.8%	31	6.3%
専門サービス業(土業の方)	37	27.6%	9	6.7%	9	6.7%	9	6.7%	9	6.7%	9	6.7%	8	6.0%	3	2.2%	16	11.9%
通信情報業	10	22.2%	7	15.6%	1	2.2%	4	8.9%	1	2.2%	2	4.4%	1	2.2%	1	2.2%	8	17.8%
流通業	27	20.6%	4	3.1%	1	0.8%	21	16.0%	13	9.9%	18	13.7%	3	2.3%	4	3.1%	12	9.2%
その他	12	20.7%	3	5.2%	3	5.2%	4	6.9%	2	3.4%	1	1.7%	4	6.9%	5	8.6%	5	8.6%
(空白)	9	27.3%	2	6.1%		0.0%	5	15.2%	2	6.1%	4	12.1%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.0%
総計	279	19.9%	110	7.8%	101	7.2%	129	9.2%	99	7.1%	92	6.6%	47	3.4%	35	2.5%	144	10.3%
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	38	11.0%	12	3.5%	10	2.9%	0	0.0%	1	0.3%	3	0.9%	7	2.0%	6	1.7%	18	5.2%
運輸業	2	6.5%	0	0.0%	1	3.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.2%	1	3.2%	2	6.5%
建築業	20	15.0%	6	4.5%	3	2.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	3.0%	4	3.0%
製造業	74	15.1%	11	2.2%	13	2.6%	0	0.0%	1	0.2%	5	1.0%	8	1.6%	7	1.4%	10	2.0%
専門サービス業(土業の方)	15	11.2%	2	1.5%	2	1.5%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.7%	1	0.7%	0	0.0%	3	2.2%
通信情報業	6	13.3%	2	4.4%	1	2.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.2%		0.0%
流通業	14	10.7%	2	1.5%	3	2.3%	1	0.8%	0	0.0%	0	0.0%	2	1.5%	2	1.5%	4	3.1%
その他	5	8.6%	3	5.2%	2	3.4%	0	0.0%	0	0.0%	4	6.9%	1	1.7%	2	3.4%	1	1.7%
(空白)	6	18.2%	1	3.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.0%		0.0%	2	6.1%
総計	180	12.8%	39	2.8%	35	2.5%	1	0.1%	2	0.1%	13	0.9%	21	1.5%	23	1.6%	44	3.1%
業種	⑲	割合	⑳	割合	総計													
サービス業	1	0.3%	1	0.3%	346													
運輸業	0	0.0%	1	3.2%	31													
建築業	0	0.0%	1	0.8%	133													
製造業	1	0.2%	1	0.2%	491													
専門サービス業(土業の方)	0	0.0%	1	0.7%	134													
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	45													
流通業	0	0.0%	0	0.0%	131													
その他	0	0.0%	1	1.7%	58													
(空白)	0	0.0%	0	0.0%	33													
総計	2	0.1%	6	0.4%	1402													

- 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	力点記述
1 サービス業	パソコン総合サポート	新規サービスを別会社で立ち上げた。そちらの方の営業活動。
2 サービス業	エレベーター・エスカレーター 立体駐車場 メンテナンス エ レベーターリニューアル。	若い社員が増えてきたので、教育して経験を積ませることに尽きる。
3 サービス業	総合人材サービス業 ・一般労働者派遣事業 ・有料職業紹介業 ・業務請負 ・環境関連商品販売	大手依存割合が大きい 年間の波動性が大きい 新規参入が難しい ※大手依存
4 サービス業	消毒業および損保代理店	得意先の減少(廃業)や弱体化による横ばい化をカバーするための新規顧客の開拓に力を入れる必要がある。
5 サービス業	異業種協同組合(共同購入・共同事業)	顧客の動向(ニーズ)の把握。社員の育成
6 サービス業	税関への輸出入の申告及び関連する業務全般	自立的な社員の育成が喫緊の課題。特に管理職の育成に力を注いでいる。
7 サービス業	広告制作、販促・マーケティングの企画	紹介など営業拡大
8 サービス業	人材派遣業	新分野への取り組みと新規顧客の開拓。新分野は施工業務などのスタッフを育成して派遣すること。
9 サービス業	インテリアプランニング・施工・監理、ビル・マンションの管理、複合施設の設備プランニング・施工・メンテナンス	事業承継が一番の課題であることから新規採用を最重点としてかんがえているが、そのためにも新規事業の開拓をはかり安定した売上のベースアップが必要となってくると考える。
10 サービス業	工業製品の技術資料制作、ソフトウェア開発、および動画/映像制作	今まで主業務の付加価値と考えていた、ソフトウェア開発、動画制作および販促資料制作を主業務とは別の柱として確立し、重要取引先を増やし、定期的な人材の採用を目指す。
11 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)	社員の意識改革による営業力強化。営業力低下に伴う生産性のアップ効率化。
12 サービス業	WEB、DTPのデザイン制作	既存顧客へのアプローチ方法の見直し。強みの最大化
13 サービス業	コンサルタント業	一緒に活動できるチームづくり(仲間づくり)。自分自身のボトムアップ
14 サービス業	WEB制作小売	新製品開発に力点を置きたい(市場開拓のため)
15 サービス業	自動車設備	新しい顧客の分野を開拓
16 サービス業	WEB販促、広告全般、動画SEO対策	スピードの速い業界ですので、ついていくのが非常に大変です。
17 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、	社員の中に差がある。足並み揃って成長してもらいたい。
18 サービス業	広告代理業。提案型の販促物の作製から印刷まで。特に建設業界向けの販促物が多い。	事業拡大にあたっての新ブランド立ち上げ
19 サービス業	飲食店(ラーメン店)	人材の確保
20 サービス業	介護サービス	内部研修・外部研修への参加で社員能力のアップを図る
21 サービス業	不動産業、及び飲食業	営業拡大=新製品に通じている
22 サービス業	障害福祉サービス	社員の質の向上
23 サービス業	商業・専門用不動産の賃貸・売買仲介及び管理業	売上高、利益拡大の為に東京に支店を出す予定です
24 サービス業	広告代理店	仕事の効率化、営業力の拡大のため人材の採用
25 サービス業	給食施設の委託運営	無駄の削減
26 サービス業	取説・マニュアルの企画制作	得意先を増やすことで一社あたりの影響を減らしたい
27 サービス業	珈琲製造・販売	営業の高度化
28 サービス業	産学連携コーディネーター	質の高い仕事で顧客満足の向上
29 サービス業	人材派遣業、企業ニーズに合った人材を選定、派遣いた	人材採用が最大の課題少子化等の予見から、新事業のモデル確立が必要
30 サービス業	官公庁向け工事完成図書作成業務	営業力を強化。小さな仕事でも数で勝負し、取りこぼしをしない。

31	サービス業	倉庫業です。出荷代行・流通加工おしています。	ニッチを攻める。仕組みづくり。現在の売上(取引先)をキープしながら新規分野進出へのパワー不足(営業・人材)
32	サービス業	飲食店経営	新店舗オープンに当たり、社員教育並びに新しい提案で進化し続ける店舗を目指す。
33	サービス業	不動産業	市場の変化を先取りしたい
34	サービス業	介護事業	乱立する介護施設の中で如何に差別化して行くか?を常に考え、将来の高齢化分布を頭に入れた上で、会社の考えに共感し、実行できるような人材を育成している。
35	サービス業	しょうがい福祉 就労支援	人員確保・強化が最優先課題。それによって動向も決まる。
36	サービス業	WEB制作、DTP制作、企業研修	人材の採用
37	サービス業	旅行法業による旅行業	ASEANN富裕層の旅行。福祉関係旅行の受注拡大
38	サービス業	バッテリー販売	SWOTを再度全員で自覚し、会社の強味を発揮できる。営業にて売り上げを計画的に伸ばす
39	サービス業	作業服小売販売	外部・内部で積極的に社員教育を行っていく。
40	サービス業	記帳代行、コンサルタント	技術ある人員の確保
41	サービス業	障害福祉サービス	作業所について特に就労支援分野の地域の潜在的ニーズの掘り起こしが急務
42	サービス業	生命保険、損害保険販売	中身のある新来のおける人間
43	サービス業	美容業	少しずつ客が増えているが、従業員の確保が難しい。
44	サービス業	種類を中心とした業務用卸	中長期計画の具体的作成、ビジョンの明確化
45	サービス業	産業廃棄物処理業	新たな会社が増えたので体制を整える
46	サービス業	保険代理店	新規開拓
47	サービス業	印刷物の企画デザイン印刷業務	人材不足のため、お客様の要望に応えきれないのが早急に対応する予定。法人化も計画中。
48	サービス業	複合カフェ、インターネットコミックカフェ	新しい顧客ニーズの開発
49	運輸業	事務所移転引越作業、精密機器輸送など	人手不足によりより多くの案件をとれない。営業職、技能職の人員増が急務である。
50	運輸業	運送・倉庫・流通加工・特定人材派遣・不動産業	仕事があっても人がいない問題は大きい。今の社員さんの確保や新規採用が出来るよう収益を上げる努力をしないと先がない。お客様を選ぶ時代が来たように思う
51	建築業	建築鉄骨業	ネットワークの強化
52	建築業	電気工事	職人確保
53	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	社員が、この会社を居場所にできるような人生をうめる。値打ちのある会社へしていきたい。そのためには基盤を上げ仕組みをつくることと思っています。
54	建築業	機械器具設置業	技術力、人間力の強化
55	建築業	事務所のパーティションかOAフロア等を扱うオフィス内装	重要取引先を増やす一方、過度の価格競争に巻き込まれないようににできるかが問題
56	建築業	造園工事業	社員の年収倍増目標推進中で、そのための効率化を社員の自覚で進めたい。関連事業への展開を進めるための開発を進めていて、新しい分野への挑戦を社員と共に進めていこうとしている。
57	建築業	建築リフォーム工事業	人材不足が大問題となっている
58	建築業	飲料用貯水槽のメンテナンス	経営者になれる新卒者の確保活動を確実なものとする
59	建築業	建築現場に置いて安全、工程、品質、原価の面を管理し工事を完成させる	建設業の人手不足は深刻な問題であり、自社の新規採用や専門業種の協力会社の確保に力を入れています
60	建築業	電気工事業	人材不足のため(技能も含め)
61	建築業	住宅建築設計施工、一般建築全般	断熱リフォーム事業への参入
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	売上アップに伴い人員不足が明確になり、満足な仕事ができなかったため、減収増益に切り替える。顧客満足の為に新部署を立ち上げる。
63	建築業	関西電力の引き込み線工事を行っています。	60歳以上2人と40歳と20代という現状なので、新人を育てる為、資金(人件費)が必要。技術を必要としている。人数が少ないため、予算、仕事量減少されている。
64	建築業	建築業の空調・衛生設備	売上げ確保と技能習熟工を確保し、安全的収益構造をつくりだす
65	建築業	障害者施設の新築、リフォーム。(個人住宅の新築リフォーム)	消費税は全て福祉に回す。などと云っているが舌の根も乾かない内に、医療費が、年金切下げ、ガソリン等の値上げ。一方大企業向けの法人減税を計画。この為の増税でしたと云っているようなもの。ホンマに今の政治にホトホトあいそがつきる。

66	建築業	木造建築物をメインに建築業を学んでいます	各業種の職人さんが不足していますので、職人さんの確保。
67	建築業	個人向け建築リフォーム業	人材育成と規模拡大を図る
68	建築業	建築全般の企画設計管理業	営業力の拡大、スキルアップ、重要取引税を増す。
69	建築業	塗装業	急いで計画書の見直しを実行したい。
70	建築業	内装仕上げ	全社一丸となり体制強化しないといけない
71	建築業	空調、集塵、給排気ダクトの加工及び取り付け	若い人材の確保が今後の一番の課題です。
72	建築業	リフォーム、管洗浄	新規採用
73	建築業	建築設計業	社会のニーズや情勢の変化に的確に対応していかないといけない為
74	製造業	商業施設向け什器備品製造	従来通りの分野だけでは繁忙時期に限られる為、年間通じての安定性に欠ける。新規分野でのマーケットを現在開発中。
75	製造業	金属加工業	新規顧客の確保
76	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。	新卒定期採用を26年間継続しており社員共育の充実により経営理念の浸透と全社一丸体制の確立に力を入れる。
77	製造業	工業用裁断機器製造	マルチ能力を持った社員を育てる事
78	製造業	産業用製造ライン設備製作	技術者の確保または育成
79	製造業	工場関係の設備を電氣的に制御する盤を、設計、製作。	総社員数と実働で稼ぐ社員数のバランスが悪いので、内作などで女性社員にも実働をもらい付加価値を上げたい。 また、仕入・売上がずれるため、月毎の売上高の上下が激しいので、もう少し平均化できるように、仕事を増やしたい。
80	製造業	油圧シリンダー部品、高圧配管継手、食品機械・産業機械部品等の製造	会社の将来の為「企業進路判断・存続理由」が大変重要な局面にあると考えている。 極端な方向転換が必要になる可能性もあるが、その為にも今の生産効率アップが、
81	製造業	鋼板加工販売	利益確保に直接つながるので、並行して取り組んでいる。
82	製造業	製造卸	生産効率の向上
83	製造業		輸入コスト引き下げ 消費税 大反対 新たに作業者を確保することで、生産性改善に向けた仕事に社員は重点を置き、収益性の向上を目指す。
84	製造業	工業用ガスバーナーの製造	新しい取引先の利益率が悪いので、生産効率をあげて解消したいと考えています。
85	製造業	各種精密板金加工、別注スチール製家具・什器製造	次年度の経営計画を検討する時期になった。情勢分析や自社の進むべき方向を模索している
86	製造業	各種ポンプ製造販売	工場の生産性向上、生産管理体制の強化の為人員をシフト。御客様に応えられる納品体制を構築する。
87	製造業	金属プレス加工 冷間鍛造加工	当社の方針である少量、短納期への対応力を強化するため 社員個人のスキルアップ、金型加工設備の充実を図る
88	製造業	電気機械器具製造業、プリント基板用金型製造及びプレス加工	金型技術を高めて今後予測される新規開発製品の技術承認を取得し、既存のお客様以外からも次世代の製品の獲得を目指す。自社の開発力と技術を活かして現業界以外の産業にも進出することで経済情勢が悪化しても経営できる体制を構築する事。
89	製造業	トムソン型による打ち抜き加工	営業の強化、協力会社の確保、生産効率を高める、社員教育
90	製造業	焼き菓子製造卸	生産量の拡大のために、工場拡張と製造機械への投資。
91	製造業	衣服製造業	外注管理を含めたものづくりの最適化を図ること。
92	製造業	自動制御盤の製造、工事、設	技術力の強化をすることが営業力の強化に繋がります
93	製造業	製缶、板金加工 産業機械製造	営業の努力で新規開拓に成果は出ている。自社にはコスト競争力は無い。 価格競争の土俵に上がるつもりは無いが、しかし安く作るために生産効率を上げる努力や工夫は必ずしていかなければならない。
94	製造業	精密金属ばね製造販売。φ0.14mmからφ4.0mm迄は自動機での製作、φ4.0mm以上の製作は手作り及び協力工場にて対応。	毎年の技能士試験合格に向けて、一人一人の技術を向上さず機会を作る。
95	製造業	金型メーカー	人手がかかるところを機械化加工でまかなうよう工夫する。 他部署の補佐が出来るよう教育し、労働格差を少なくする。
96	製造業	化粧品製造販売業	現在の販路がインターネットと理美容サロンであるため、別ルートの拡大をしていく必要がある
97	製造業	別注家具製造	技術力の伝承に力を入れて、価格決定権をもてるようにする

98	製造業	墓石の販売加工施工、および 建築用石材の販売加工施工	営業が面であるため、社員教育の充実
99	製造業	防犯カメラ用電源の設計、製 造販売など	新製品・サービス開発による売上増が重要右来年も含めての計画を深 める→節減対策は必死
100	製造業	繊維資材製品などの卸売り販 売	常にテーマを定め個々のレベルアップを共にする。新しいことへの挑戦
101	製造業	キャストユニットの設計開発 製造販売	ターゲットを絞り、そちらに向けた製品開発
102	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)	修得コースの卒業生に働ける場所を確保していくために技術力UP、営 業力UPを目指す。
103	製造業	プラスチック成型	社員の能力アップが利益に繋がる
104	製造業	メンズドレスシャツ製造販売卸	生産キャパの確保(外注含む)海外販路の構築及び人材育成
105	製造業	商業印刷	印刷業としての基本的な部分を変えないが、従来の印刷だけでなく他 の印刷方法での人や地域とのかかわりを強めていく
106	製造業	食品及び工業製品の、フィル ム包装資材の企画、製造、販	人材の採用
107	製造業	選考製造	少数精鋭で効率向上を図る。
108	製造業	和菓子製造	社員能力のアップが技術力の強化に繋がり結果生産性アップ効率化 に繋がる。
109	製造業	ゴム製品の製造	人件費の増加なく自動化による生産効率アップ、新製品・サービスによ る差別化、不必要な経費の節減
110	製造業	プラスチック板加工、オリジナ ル製品製造・販売	機械の導入で生産効率アップと人材の確保、各部署のフォロー体制
111	製造業	電子部品用リードピン製造・販 売	営業力、技術力アップ
112	製造業	電子部品(プリント板、樹脂板 加工)	引き続き、客先数の増加と売上の分散を目指す
113	製造業	精密機械部品加工、省力化・ 産業機械設計・製作	今期は売上を最大にし、経費を最小にし、筋肉質の経営を目指す
114	製造業	スチール製家具(主に小売業 向けレジ)の製造・販売	人員・設計担当を増やす。増やした上で製品開発の着手
115	製造業	IH対応土なべ等の製造	昨年までの取り組みで生産性をアップしてそれを売上に繋げたい
116	製造業	ポリウレタンコーティング・原料 製造	営業力の拡大
117	製造業	プラスチック成形品、金属加工 品、オリジナル商品の設計・製 造・販売	原価高騰の改善のために海外生産の見直し、販売強化のための情報 発信及び営業戦略の見直し
118	製造業	トムソン用抜き刃物製造	価格競争を仕掛けてくる競合先との差別化
119	製造業	航空機部品製造	社員教育
120	製造業	特殊鋼材販売	丸加工の追加。現在は平加工のみ
121	製造業	プラスチック射出成型	マーケットをしばらくこんで開発・営業に注力する
122	製造業	金属加工業	既存顧客のフォロー
123	製造業	鋼板の切断	より上位の顧客層への食い込み、人材の確保・育成
124	製造業	キャラクター雑貨、文具製造 ネジ関連全数検査装置製造・ 販売	自社ブランドの開発・販路開拓に力を入れている
125	製造業	ネジ関連全数検査装置製造・ 販売	技術力を大幅に上げるにつきる
126	製造業	薄物板金加工	設備更新、新卒採用
127	製造業	金属製品製造業	高齢者・女性・外国人研修生の活躍の場を増やす。正社員の生産高付 加価値化。
128	製造業	金属加工業	3S活動を通じて社員の能力・生産性を向上させ、収益を確保していく
129	製造業	パーツフィルターをメインとし て各種自動省力装置の設計・ 製作・販売	技術力強化による重要取引先の拡大
130	製造業	給食受注業、仕出し、弁当製 造業配達、ケータリング	既存の取引先の営業を強化できる社員の能力の向上。
131	製造業	金属プレス加工、及び金型製	新規取引先に対しアピールし各社の売上を伸ばす
132	製造業	プレス金型設計、製造	若手社員の確保
133	製造業	電子機器設計・開発	補助金を利用し、次期量産商品を開発する
134	製造業	コンピューター関連装置のソフ ト・ハード開発。製造	新商品の開発

135	製造業	ユニフォーム製造販売卸し	価格競争から少し離れることのできる高付加価値商品の開発販売
136	製造業	金属熱処理・表面処理	管理職人材の育成
137	製造業	溶接NC加工	社員一人一人の力を上げる
138	製造業	特殊車輛部品の製造・組立	1社依存の脱却から
139	製造業	食品製造販売	人を育てる
140	製造業	プラスチック加工業	現在社内の生産性向上に取り組んでおります。その上で、付加価値を上げること(自社製品の開発)を中期経営計画としています。
141	製造業	プラスチック製品の製造・販売	従業員の高齢化と若い従業員の不在の現状を考えた場合、人材採用と教育。それに伴う技術力の強化。当面については柱となる取引先の増加が力点と考えます。
142	製造業	鉄・ステンレス・アルミの钣金・製缶加工	熟練の社員が高齢のため、技術力を今後ひきつげるよう努力しなければならぬ。
143	製造業	十文字穴付きタッピングネジ製造販売	新規顧客の開拓、製造から販売へ力点の移動が必要であると考えます。
144	製造業	シール、ラベル、一般印刷の製造及び販売	営業があつてこそ技術義が活かせる
145	製造業	金属加工	現状を積み上げるのではなく、三年後の景況を考え自社の強みを考え生かして生きたい
146	製造業	板ガラス加工販売	新規取引先の確保
147	製造業	オフセット、印刷、製本	重要取引先は営業力強化(社長の力量)、情勢の判断も重要、社員の意識向上が課題
148	製造業	印刷全般。受注、生産、納入まで	理念を共有して少数精鋭を進めたい
149	製造業	温浴施設、プール向けの設備機械の製造販売	東南アジアや中東への販路を拡大したい。オリジナル商品の開発と海外輸入品の発掘
150	製造業	スタッド溶接、多種金属のボルトを瞬時に溶接加工	新規開発の製品は良いが、従来の下請け加工製品は受注低下、次の新商品開発中
151	製造業	学校、卒業アルバム製造業	今後、会社の柱となる売り上げ確保を見込める事業分野を開拓していきたい
152	製造業	特殊硝子の製造加工業務	営業力アップと納期の短縮に努め、効率よく製品を上げ納品する。徹底を目指す。
153	製造業	パーキングブロック、スライドブロック、U字溝、その他コンクリート製品製造販売	会社の強みをもっと磨き続けながら、改善・改革を進め強靱な会社作りを目指します。
154	製造業	切削、精密金属部品加工	特に力を注ぎたいのが新規販路の開拓であるが、現状の受注増によりキャバ的に問題があり、取り組めずにいる。
155	製造業	椅子張り替え、製造	外注に生産をまかせ回転率を上げる
156	製造業	ドリップ珈琲の製造、及び卸、小売	現在事業規模を2倍にしても、安定して生産・出荷できる体制づくり。スタッフが楽しく仕事できる環境づくり
157	製造業	各種歯車製造製作	より良い企業風土をつくっていく為のしくみづくり
158	製造業	製紙業(古紙再生)	新商品の開発を積極的に行う
159	専門サービス業(土業の)	不動産登記、会社登記、裁判事務、債務整理	大阪事務所に限って言えば、将来の共同経営者の採用が急務
160	専門サービス業(土業の)	税理士事務所	雇用条件等を見直し、早期に正社員を雇用したい。雇用を行い、自身の営業力を強化したい。
161	専門サービス業(土業の)	社会保険労務士業	さらに営業に力を入れる。
162	専門サービス業(土業の)	会計事務所	新規顧客の開拓に引き続き力を入れていきます。
163	専門サービス業(土業の)	公認会計士業務	幹部候補の育成
164	専門サービス業(土業の)	税理士業	年内にパート1名募集(予定)
165	専門サービス業(土業の)	外国人の在留資格手続き	営業力をアップして売上を上げる
166	専門サービス業(土業の)	税理士	人格を基本としたスキルアップ研修(内容と時間)の充実
167	専門サービス業(土業の)	社労士業務全般。特に労務管理についてのコンサルタント	新規顧客開発ルートの制度化
168	専門サービス業(土業の)	税理士事務所	企業の「代行業務型」から「経営支援型」への移行

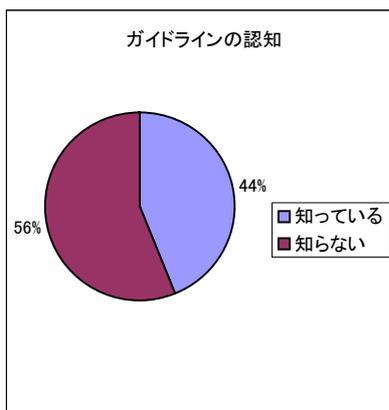
169	専門サービス業(土業)	社会保険労務士業、行政書士業	広告チラシ等の配布による販路拡大をはかる。
170	専門サービス業(土業)	建築設計・監理。耐震診断・改修設計。建物調査・定期報	受注業務のレベルが上がってきているので社員の能力アップ、技術力の向上が必要。
171	専門サービス業(土業の方)	税理士業務・経営コンサルティング業務	新卒採用をはじめ、当所の理念に共感していただける人材を採用し、その方に活躍いただけるように、力量をつけていくことに力を注ぎたい
172	専門サービス業(土業)	建設コンサルタント(都市計画・土木・造園の計画設計)	既存顧客の新しい窓口開拓。自社の足元と東日本の市場開拓。就業規則の見直し、人事考課制度の構築
173	専門サービス業(土業)	行政書士業	強みを活かせる部分へシフトする
174	専門サービス業(土業の方)	税理士	・事業分野を特化してサービスの特徴を明確化し、営業力強化に活かす。 ・主力となる人材の採用を能力開発はできるだけ早い時期にしたいが、売上がまだ追い付いてこないのが悩み。
175	専門サービス業(土業)	税理士業	経営計画書の作り方の推進
176	専門サービス業(土業)	税務会計顧問及びチームビルド	社員教育と採用を強化し、弊社独自のサービス展開
177	専門サービス業(土業)	社労士	創業期なので、売り上げ増と独自の強みを作ることが最優先
178	専門サービス業(土業)	弁護士	この10年で弁護士は10倍、手数料は減少、同じことをやっていたのではは生き残れない。
179	専門サービス業(土業)	入管手続き 各種営業許可 相続 遺言	同業他社が行っていない分野の発見とサービス開発(技術力の向上)
180	専門サービス業(土業)	税理士業	自社の存在を知ってもらうこと、そして、その方法
181	専門サービス業(土業)	税理士業	時間あたりの利益をどうしてあげていくのか
182	専門サービス業(土業)	知的財産業務	業務内容の周知を図り中小企業を強くするように努力します。
183	通信情報業	組み込み系ソフトウェア受託開発	人材確保
184	通信情報業	業務系ソフトウェア開発	できる限りエンドユーザーに近いところでの受注 技術社員のリーダー能力強化 営業及び技術社員の積極採用
185	通信情報業	WEB製作、管理更新	既存顧客の満足度UP、新規顧客の開拓
186	通信情報業	スーパー、コンビニ等の店の管理システムを作成、指	店舗管理だけでなく他分野にも挑戦
187	通信情報業	広告制作業	新規顧客の獲得
188	通信情報業	中小企業のシステム化の第一歩のお手伝い	既存客、新規客へのサービス向上
189	通信情報業	情報部門のアウトソーシングソフトウェア開発、ネットワーク構	ISO27001取得予定、それを活用した営業展開
190	通信情報業	ホームページ制作、webシステム開発、webマーケティングコンサルティングetc	人員増加するだけでなく、一人ひとりのスキルアップ、組織力の強化。
191	通信情報業	事務機、OA機器の販売を中心に、そこに関連する配線工事。HP作成など	社員能力UPする為の新規販路の開拓をしながら、新社内体制を推進する
192	流通業	衣料品・雑貨の卸売業	この3年で、得意先が倍増したが、その1社1社についての見直しと深掘りを進める。
193	流通業	美容材料卸	選択と集中。得意先との協働をすすめる。
194	流通業	金属リサイクル業	弊社の商売スタイルの特性上、個々の能力UPが利益に大きく反映する。
195	流通業	締結部品卸売販売業	理念から考え直し存在意義が明確になる指針を明文化する
196	流通業	一般用医薬品の卸売販売	取引先販路の拡大
197	流通業	漆器、木製品、日用品の卸売り	新規の取引先を増やし、新製品を開発して、売上の確保に取り組む。
198	流通業		人材不足、新卒・中途採用がきびしい
199	流通業	ニット生地卸売、婦人服輸入卸	購買意欲が落ちている消費者に常に新しい展開(素材・デザイン)をやり続ける努力、体制づくり
200	流通業	水産物の卸売業	営業できる体制、新規開拓の体制をつくる
201	流通業	古紙の集荷・選別・加工販売	社員が成長する事により取引先から信頼を得る

202	流通業	和装製品、製造卸、化粧品アクセサリー	経営計画づくり
203	流通業	骨董品輸入販売	顧客さまに満足頂くことにより売上増加に全力を尽くす
204	流通業	自社ブランド帽子の企画製造販売	百貨店の新規開拓
205	流通業	トラックリワンストップサービス	新規採用(新卒)による社員確保と社内及び社外での社員教育
206	流通業	アパレル小売販売	限られたメンバーで仕事の質を上げ効率的な動きをしていきたいと思 います。人・モノ・金・情報・企業の持てる資産のフル活用
207	流通業	珈琲豆の小売・卸売り	新商品を開発していくための新技術の向上が必要
208	流通業	ステンレス鋼材卸売業	自分の会社のメリットを十分に分析し、活用してくれる会社を探す事
209	流通業	鋼材販売	売上アップのため、いろいろな取り組み
210	流通業	旗、カップ、トロフィー、社章製造・卸業	卸売から直販へ。得意先に頼らない。
211	流通業	大豆石鹼の販売、衛生管理商品の販売	大豆石鹼の販売店の拡大に重点を置いています。
212	流通業		社員の質を底上げて実績につながりやすくする
213	流通業	毛皮、レザーコート、小売	1展示会あたりの瀬三打かのアップ、小売ウエイトの増大、10年20年後のための新卒者採用
214	流通業	外食産業など食材の提供	これから新卒社員の採用が厳しくなると思います。社員力が会社力と 考えています。
215	流通業	高機能インソール卸、医療装具材料卸	社員の発揮できていない能力を発揮させてあげること。適材適所。社 員の人間教育
216	流通業	文具、事務用品、小売業	営業力を強化して、重要取引先数を増やす。その過程で、新規開拓は 欠かせない。切り込むための新製品、新サービスの開発必要
217	流通業	事務機器販売及び内装工事	ネットワークによる製品開発
218	流通業		関連の新製品を出して従来製品の底上げも図りたい
219	その他	印刷関連業	取引額の減少が続いているため、新規開拓は急務な問題
220	その他	石油製品販売	自動車燃料の非石油化への対応及び主力業態の転換。民間需要の 確保。
221	その他		会計事務所として人材、営業、能力向上は常に必要としている目。
222	その他	印刷卸販売	創業してまだ日が浅いので、これからの方向性をしっかりと見ていき たい
223	その他	一般病院	厚労省の病床機能報告制度による締めつけへの対応。
224	その他	包装資材販売	会社全体の構造改革しています
225	その他	障害者能力開発施設	事業計画の見直し
226	その他	太陽光パネルの販売、設置、保守	グリーン投資減税、再生エネルギー買取価格の動向を把握し、企業進 路の判断に努める。
227	その他	施設で働く障害者の自立支援活動	施設製品の販売拡大に向けた営業力の強化、販路の拡大での施設で 働く利用者さんの工賃向上のため
228	その他	保険代理店及び経営支援サービス	事業ビジョンについての目標はあるが、今後そのための具体的な実践 を成果をいかに出すか。
229	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	若手社員の営業力強化。新商品、パテントアイテムの導入。海外新興 国の営業展開。
230		投資用賃貸物件の売買・仲介・管理 不動産売買・仲介・賃貸	現在は、営業をしながら事務作業をする状態で、効率が悪いと考えて いますので、今後は、営業と事務作業の区別をして、効率の良い組み を作ります。
231		包装資材取り扱い	営業力アップ(社員教育)
232		化粧品・健康食品の卸売業	新規取引拡大に伴い、経費が大幅UPしています。 採算はなんとか取れていますが、もっと効率よくなる方法を模索中。
233		工場生産設備(プラント)の設計・施工	エンジニアリング会社としての技術者の育成 新卒者の採用のための準備

特別項目集計

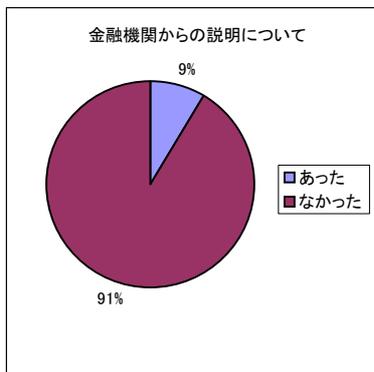
(1)ガイドラインの認知について

業種	知っている	割合	知らない	割合	総計
サービス業	38	32.2%	80	67.8%	118
運輸業	4	36.4%	7	63.6%	11
建築業	16	36.4%	28	63.6%	44
製造業	84	50.9%	81	49.1%	165
専門サービス業 (土業の方)	31	58.5%	22	41.5%	53
通信情報業	1	6.3%	15	93.8%	16
流通業	24	50.0%	24	50.0%	48
その他	8	42.1%	11	57.9%	19
(空白)	7	58.3%	5	41.7%	12
<b>総計</b>	<b>213</b>	<b>43.8%</b>	<b>273</b>	<b>56.2%</b>	<b>486</b>



(2)ガイドラインについて金融機関からの説明

業種	あった	割合	なかった	割合	総計
サービス業	5	4.7%	102	95.3%	107
運輸業	1	11.1%	8	88.9%	9
建築業	3	7.3%	38	92.7%	41
製造業	20	12.6%	139	87.4%	159
専門サービス業 (土業の方)	2	4.4%	43	95.6%	45
通信情報業	0	0.0%	14	100.0%	14
流通業	6	12.5%	42	87.5%	48
その他	2	13.3%	13	86.7%	15
(空白)	0	0.0%	11	100.0%	11
<b>総計</b>	<b>39</b>	<b>8.7%</b>	<b>410</b>	<b>91.3%</b>	<b>449</b>



(3)ガイドラインの取組み

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	統計
サービス業	1	2.2%	1	2.2%	25	54.3%	19	41.3%	46
運輸業	0	0.0%	2	40.0%	3	60.0%	0	0.0%	5
建築業	2	10.0%	2	10.0%	13	65.0%	3	15.0%	20
製造業	6	7.1%	5	6.0%	52	61.9%	21	25.0%	84
専門サービス業 (土業の方)	1	4.3%	0	0.0%	9	39.1%	13	56.5%	23
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	3	60.0%	2	40.0%	5
流通業	3	11.5%	0	0.0%	18	69.2%	5	19.2%	26
その他	0	0.0%	1	16.7%	3	50.0%	2	33.3%	6
(空白)	0	0.0%	1	14.3%	5	71.4%	1	14.3%	7
<b>総計</b>	<b>13</b>	<b>5.9%</b>	<b>12</b>	<b>5.4%</b>	<b>131</b>	<b>59.0%</b>	<b>66</b>	<b>29.7%</b>	<b>222</b>

- ① 経営者保証なしの融資を受けることができた。
- ② 経営者保証を外すことを金融機関に申し入れたが外すことが出来なかった。
- ③ 現状では外せないと考えるので申し入れをしていない
- ④ その他

その他の意見

1	融資自体受けていない
2	現在借り入れがないので、次に借り入れるときに聞くこととする。
3	現在、金融機関からの借入なし
4	なにもない
5	現在交渉中
6	外す必要はない
7	外せると思うが今は特に行動していない
8	知らなかった
9	来期融資を受ける際に申し入れる予定
10	借り入れがない
11	金利が上がるとのことなので見送りました。
12	聞いていなかったなので対応できていません。
13	オーナー経営者でないため必要がない
14	説明はあったが、外せなかった
15	具体的な行動はとっていない
16	個人事業体なので関係なし
17	元来経営者個人保証はつけていない
18	資金需要がない
19	当初より保証を提供をしていない
20	金利条件が厳しいと思われるので現状では申し入れていない
21	(理由はないが特に申し入れはしていない)
22	(無借金経営)
23	(まだ取り組んでいない)
24	(特に気にしていない)
25	(借入なし)
26	借り入れがない
27	(融資なし(返済))
28	(個人会社なので独身の社長には融資はできないと言われた。)
29	(取引不要)
30	金融機関等とつながりがないです
31	今は無借金経営なので取組まないが、近未来借入する予定なので取り組みたい
32	クライアントの融資で取り組んでみたい
33	借入なし
34	説明を受けたが申込みず
35	必要なし
36	融資の必要性が今現在ありません。
37	考えていない

説明を行った金融機関

1	池田泉州銀行
2	大阪citybnk
3	大阪シティ信用金庫
4	大阪信用金庫
5	紀陽銀行
6	京都銀行
7	京都銀行
8	京都信金、枚方信金
9	近畿産業信組
10	第三銀行
11	取引
12	日本政策金融公庫
13	日本政策金融公庫
14	日本政策金融公庫
15	日本政策金融公庫
16	日本政策金融公庫
17	百十四銀行
18	北陸銀行
19	みずほ銀行
20	三井住友
21	三井住友・三菱東京UFJ
22	三井住友他
23	三菱東京UFJ銀行
24	りそな、尼新
25	国民政策金融公庫
26	大阪シティ信用金庫
27	大阪信用金庫
28	池田泉州銀行、南都銀行
29	尼崎信用金庫(こちらからの問いに対し)
30	日本政策金融公庫

ガイドラインに基づいて経営者保証を外した融資を行った金融機関

1	京都信用金庫
2	三井住友
3	大阪商工信用金庫
4	京都銀行
5	国民政策金融公庫
6	三井住友・三菱東京UFJ
7	日本政策金融公庫
8	日本政策金融公庫
9	日本政策金融公庫

## 特別項目② 冬季賞与に関して

### (1) 冬季賞与の予定について

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	総計
サービス業	54	45.4%	17	14.3%	22	18.5%	26	21.8%	119
運輸業	5	41.7%	5	41.7%	2	16.7%	0	0.0%	12
建築業	22	51.2%	6	14.0%	9	20.9%	6	14.0%	43
製造業	118	69.0%	21	12.3%	28	16.4%	4	2.3%	171
専門サービス業 (士業の方)	25	47.2%	7	13.2%	3	5.7%	18	34.0%	53
通信情報業	6	40.0%	5	33.3%	3	20.0%	1	6.7%	15
流通業	27	56.3%	9	18.8%	7	14.6%	5	10.4%	48
その他	9	45.0%	4	20.0%	4	20.0%	3	15.0%	20
(空白)	5	41.7%	2	16.7%	2	16.7%	3	25.0%	12
<b>総計</b>	<b>271</b>	<b>55.0%</b>	<b>76</b>	<b>15.4%</b>	<b>80</b>	<b>16.2%</b>	<b>66</b>	<b>13.4%</b>	<b>493</b>

①支給する ②支給しない ③検討中 ④支給対象者なし

### (2) 昨年度と比べて

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	総計
サービス業	19	18.1%	40	38.1%	8	7.6%	38	36.2%	105
運輸業	3	33.3%	3	33.3%	1	11.1%	2	22.2%	9
建築業	8	20.5%	17	43.6%	0	0.0%	14	35.9%	39
製造業	38	23.8%	68	42.5%	27	16.9%	27	16.9%	160
専門サービス業 (士業の方)	13	29.5%	12	27.3%	1	2.3%	18	40.9%	44
通信情報業	1	9.1%	5	45.5%	3	27.3%	2	18.2%	11
流通業	13	28.3%	15	32.6%	4	8.7%	14	30.4%	46
その他	5	29.4%	4	23.5%	0	0.0%	8	47.1%	17
(空白)	1	14.3%	3	42.9%	2	28.6%	1	14.3%	7
<b>総計</b>	<b>101</b>	<b>23.1%</b>	<b>167</b>	<b>38.1%</b>	<b>46</b>	<b>10.5%</b>	<b>124</b>	<b>28.3%</b>	<b>438</b>

①増額 ②同額 ③減額 ④昨年は支給していない