大阪府中小企業家同友会
大阪同友会定点景況調査集計（２０１５年１月～３月期）
期間：２０１５年２月１６日～２０１５年３月１１日
対象者：２６２６名
回答数：５２４名

Ｐ１　：大阪産業構造研究会コメント

Ｐ３　：アンケート原紙

Ｐ４　：ＤＩ推移（売上・利益・景況感・景況感先行き・資金繰り・設備投資・採算状況）

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）

Ｐ２８：設備投資・経営上の課題（選択）

Ｐ２９：今後の力点（選択・記述）

Ｐ３７：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（2015 年 1 月ー3 月期）に対するコメント

大阪産業構造研究会部長　三木得生
同志社大学商学部准教授　関智宏
大阪市立大学創造都市研究科准教授　立見淳哉
立命館大学経営学部准教授　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

中小企業をとりまく環境は依然厳しい
大企業の動向にふりまわされることなく、中小企業の状況をふまえた冷静な議論を

今回の調査のポイント

○ **前期比 DI 値は前回から落ち込んだ。DI 値が上昇している業種と減少している業種に分かれた。**

○ **製造業を中心にいくつかの業種では DI 値が傾向的に減少しており、厳しい状況が続いている。大企業の好況さが中小企業に及んでいるとは言えない。**

○ **特別項目では多くの会員が人手不足を感じていること、また電気代の値上げに対して対策できていないことが判明した。**

１. データ

2015 年 1ー3 月期の景況調査アンケートは、2015 年 2 月 16 日ー3 月 11 日に実施、回収された。対象者 2626 名に対し回答 524 名、回収率 19.9%であった。

２. 売上・利益 DI 値について

2014 年 4 期の前期比売上 DI 値と比較すると、全業種で前回が 16.9 であったのに対し今回が 10.8 と減少している。業種別には、サービス業↑（17.6→21.1）、運輸業↓（28.6→7.7）、建築業↓（34.8→4.7）、製造業↓（13.1→0.6）、専門サービス業↑（32.8→34.4）、通信情報業↑（マイナス 23.5→50.0）、流通業↓（4.0→マイナス 1.6）となった。2014 年 3 期から 4 期の変化と比べると DI 値が減少した業種が多くなっている。前期比利益についても同様の傾向があり、全体では 6.5 から 3.5 へ減少し、業種別ではサービス業↑（0.8→14.3）、運輸業↓（21.4→7.7）、建築業↓（23.9→4.8）、製造業↓（0.0→マイナス 9.1）、専門サービス業↑（21.8→30.2）、通信情報業↑（マイナス 23.5→50.0）、流通業↓（6.0→マイナス 14.8）となった。製造業と流通業でマイナスとなっている点に注意が必要であろう。

2015 年 1 期の近畿圏に関する他の景況調査（近畿財務局法人企業景気予測調査など）でも前期（2014 年 10ー12 月）から悪化していることが確認できる。多くの業種で落ち込んでいること、そのなかで不動産業、情報通信業ではポイントが上昇しており、今回の大阪府中小企業家同友会のデータ結果と類似している。なお、通信情報業についてはデータのある 2011 年から毎年 4 期に落ち込み 1 期にポイントが上昇する傾向にあり、業種特性・季節要因が絡んでいる可能性がある。

次に前年同月比の売上 DI 値についてみると、全業種で前回が 10.9、今回が 12.5 と上昇している。業種別にみると、サービス業↑（14.0→15.8）、運輸業↓（42.9→16.7）、建築業↓（19.5→10.0）、製造業↓（8.2→1.2）、専門サービス業↑（32.7→38.3）、通信情報業↑（マイナス 12.5→37.5）、流通業↑（マイナス 10.4

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

→1.7)となっており、通信情報業の上昇幅の大きいことが全業種のポイントを引き上げていることがわかる。前期比と異なるのは流通業でポイントが上昇している点である。ただし、次にみる前年同月比の利益 DI 値では、売上ほどにはポイントは上昇していない点に注意する必要がある。

前年同月比の利益 DI 値は全業種で前回が 0.8、今回が 2.0 となっており、業種別にはサービス業↑（1.7→6.9)、運輸業↓（21.4→16.7)、建築業↓（14.6→5.0)、製造業↓（マイナス 4.1→マイナス 11.8)、専門サービス業↑（19.6→31.7)、通信情報業↑（マイナス 18.8→37.5)、流通業↑（マイナス 18.8→マイナス 15.3）となっている。売上同様、通信情報業の上昇幅が大きくなっている。また、製造業、流通業でマイナスとなっている。

３.前年同月比 DI 値の推移

2011 年からの売上・利益 DI 値（全業種）の推移をみると、前回のコメントにもあるように、2012 年 4 期から 2013 年 1 期ぐらいまでをボトムとし、その後、起伏をともないつつ上昇していき 2014 年 1 期にピークを迎え、以後、減少傾向にある。業種によって異なるが、特に製造業と流通業はこうした軌跡を描いている（なかでも製造業の前年同月比売上・利益 DI 値が明確である)。これには消費税増税に関わる駆け込み需要とその反動が関わっていると考えられる。また、2012 年 4 期から 2013 年 2 期にかけては一挙に円安が進んだ時期であり、円安の悪影響が出ていたことも考えられる。その後、為替の変動幅は比較的安定したが、2014 年秋頃からさらに円安が進行しており、その影響が今期に出たとも考えられる。いずれにしもて製造業で明確なように、景況動向は 2014 年 1 期以降、好転していない。

最近、大手製造業を中心にベアが過去最高水準になったことが盛んに報道され、また政府や日銀大阪支店の景気判断が引き上げられたが、大企業の好況さは中小企業まで及んでいない。大企業を中心とした業況の好調さ（あるいはその報道）にふりまわされることなく、中小企業の状況を冷静に見ていく必要があると考えられる。

４.売上増減要因

売上増減要因の上位項目に変化はなく、売上増では「営業力の強化・拡大」「新規坂路・新分野の開拓」「技術力、サービスの強化」、売上減では「国内需要の減少」「販売・受注価格の減少」「他者との競合状態の悪化」に回答が集中している。

売上増要因に関する記述をみると、これまでにない新しいことに取り組んだことによるとの回答が多い。一方、売上減要因に関する記述では、「輸入コストの上昇で採算性悪化」「昨年は、増税前の駆け込み需要があった」「海外からの仕入れ割合が高いため、円安による原価高騰を販売価格に転嫁できない」など消費税増税の反動、円安要因によるものが見られた。

５.特別項目

（１）人手不足感、雇用について

６割が「不足感がある」と回答している。また採用では「中途採用」がもっとも多かった。上記したが、大企業の好況さやベアに関する報道で、さらに中小企業の採用が困難になり人手不足感が増加しないか危惧されるところである。

（２）決算と賃上げ

「黒字」と回答している企業が８割近くあるが、その一方でなんらかの賃上げを実施すると回答している企業は約５割であった。「黒字」の内容がどのようなものであるかに注意を払う必要があると思われる。

（３）電気代値上げについて

「ほぼ転嫁できない」が７割となっている。また、電気代値上げへの対策は「予定なし」がもっとも多く 42.8%、ついで「エアコンや照明の調整などのコスト削減」が 36.7%となっている。とれる対策はこれまでにすでに行ってきているものと思われ、電気代の値上げ分を転嫁も削減もできない状況を示した結果になっていると考えられる。

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

㊙ 第17回大阪同友会定点景気調査　　支部＿＿＿＿　氏名＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿

ＦＡＸ番号：０６－６９４１－８３５２

期間２０１５年２月１６日～３月１１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（※２０１５年１月～３月期（予測）を元にご回答下さい）

（１）売上・利益の動向について、該当する項目に〇印をつけてください

①売上	前期比（１０～１２月）：　増　・　横　・　減	前年同期比：　増　・　横　・　減
②利益	前期比（１０～１２月）：　増　・　横　・　減	前年同期比：　増　・　横　・　減
③採算	黒字　・　収支トントン　・　赤字	
④景気動向	好転　・　横ばい　・　悪化	⑤次期景況感　好転　・　横ばい　・　悪化
⑥資金繰り	楽　・　普通　・　苦しい	
⑦銀行の対応	好転　・　悪化　・　変化なし	

（２）売上の増加と減少の原因について

①前年同期比が「増加」と回答した企業は、以下の要因の内で該当する全ての番号に〇をつけてください

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〇印をつけて下さい

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〇印をつけて下さい

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、番号に〇印をつけて下さい

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、番号に〇印をつけて下さい

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）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）２０１４年度（２０１４年４月～２０１５年３月）の雇用について該当する項目を選び人数をご記入下さい。

　１．大学新卒（　　）人　　２．高校新卒（　　）人　　３．専門新卒（　　）人

　４．短大新卒（　　）人　　５．中学卒　（　　）人　　６．中途採用（　　）人

　７．パートタイム・派遣社員・契約社員　　（　　）人

３）２０１４年度（２０１４年４月～２０１５年３月）における決算では業績はいかがだったでしょうか。

　該当する項目をお選び下さい。

　１．黒字　　２．赤字

４）次年度の賃上げについてお伺いします。

　来期に定期昇給・ベースアップ・賞与など何らかの賃上げを実施されますか？

　１．実施する　　２．据え置く　　３．未定

５）２０１５年４月より電気料金の再引き上げが実施される予定です。

　電気料金の上昇分の販売価格への転嫁の見通しはいかがでしょうか？該当する項目をお選び下さい。

　１．ほぼ全額転嫁できる　２．半分程度は転嫁できる　３．半分以下は転嫁できる　４．ほぼ転嫁できない

６）電気料金上昇への対策について該当する項目を全てお選び下さい。

　１．エアコンや照明の調節などのコスト削減　２．人件費の削減　３．対策がとれない　４．対策の予定なし

　５．その他（　　）

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

大阪同友会定点景況調査集計2015年1月～3月期
期間:2015年2月16日～3月11日
524名回答

（サービス業:114名　運輸業:13名　建築業:43名　製造業:176名　専門サービス業:65名
通信情報業:9名　流通業:62名　その他:23名 空白:19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

2015年

	1期
サービス業	21.1
運輸業	7.7
建築業	4.7
製造業	0.6
専門サービス業	34.4
通信情報業	50.0
流通業	-1.6
統計	10.8

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

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

2015年

	1期
サービス業	15.8
運輸業	16.7
建築業	10.0
製造業	1.2
専門サービス業	38.3
通信情報業	37.5
流通業	1.7
統計	12.5

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

（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

2015年

	1期
サービス業	14.3
運輸業	7.7
建築業	4.8
製造業	−9.1
専門サービス業	30.2
通信情報業	50.0
流通業	−14.8
統計	3.5

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

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

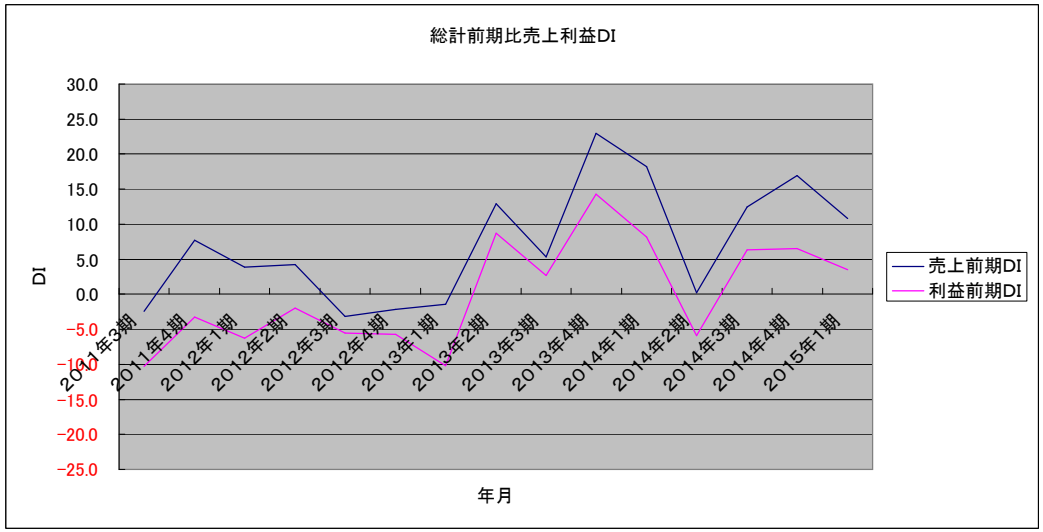
2014年

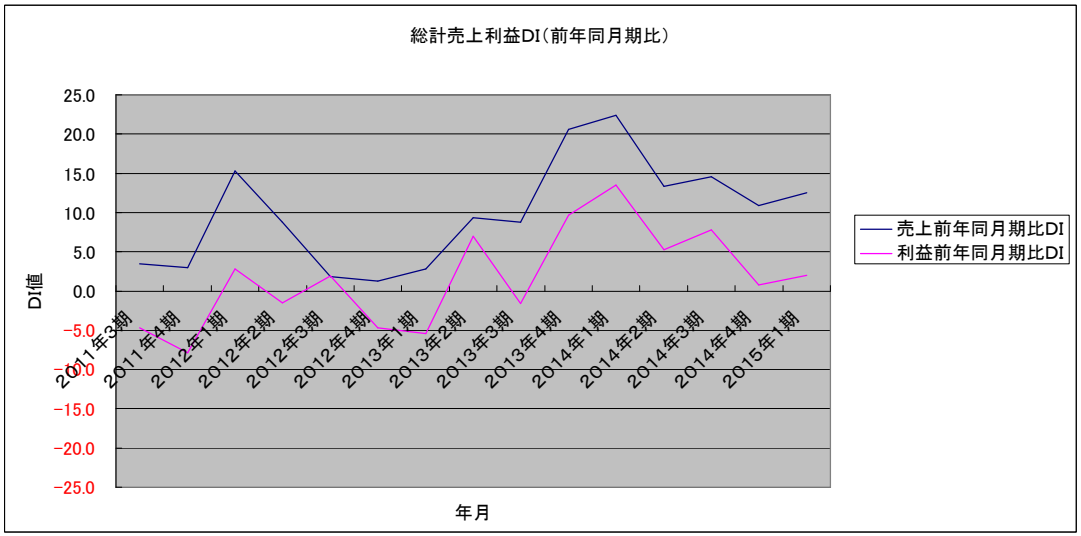
	1期	2期	3期	4期
サービス業	6.1	1.7	−1.0	1.7
運輸業	45.5	11.1	0.0	21.4
建築業	28.9	5.7	27.5	14.6
製造業	15.3	8.4	3.4	−4.1
専門サービス業	18.6	41.5	28.3	19.6
通信情報業	50.0	0.0	8.3	−18.8
流通業	13.5	−16.4	8.8	−18.8
統計	13.5	5.3	7.8	0.8

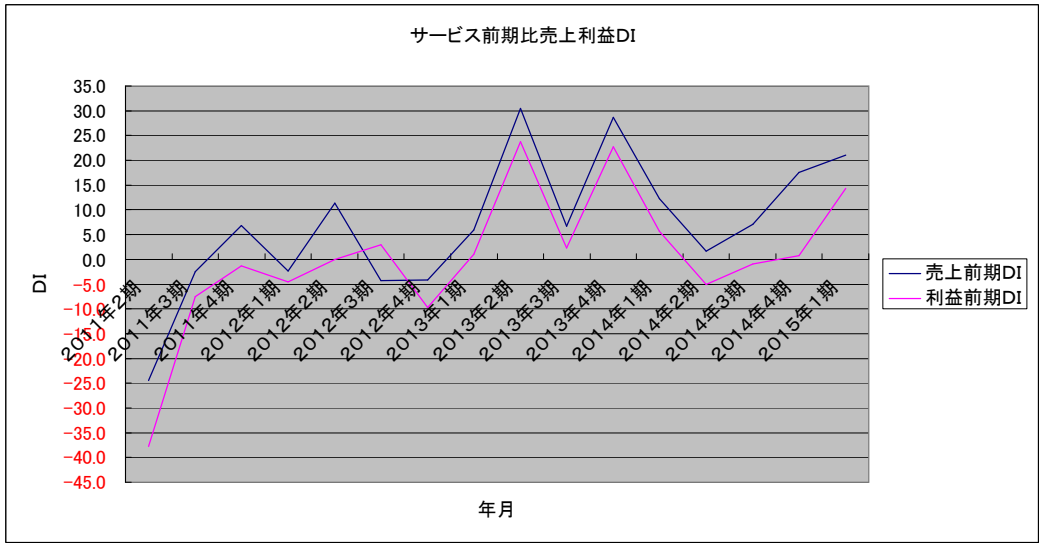
2015年

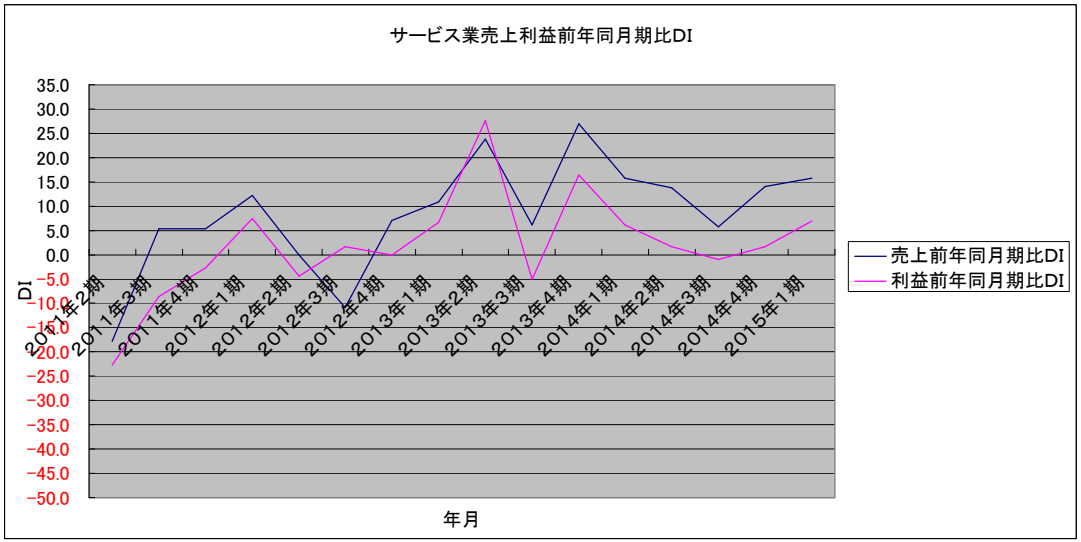
	1期
サービス業	6.9
運輸業	16.7
建築業	5.0
製造業	−11.8
専門サービス業	31.7
通信情報業	37.5
流通業	−15.3
統計	2.0

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

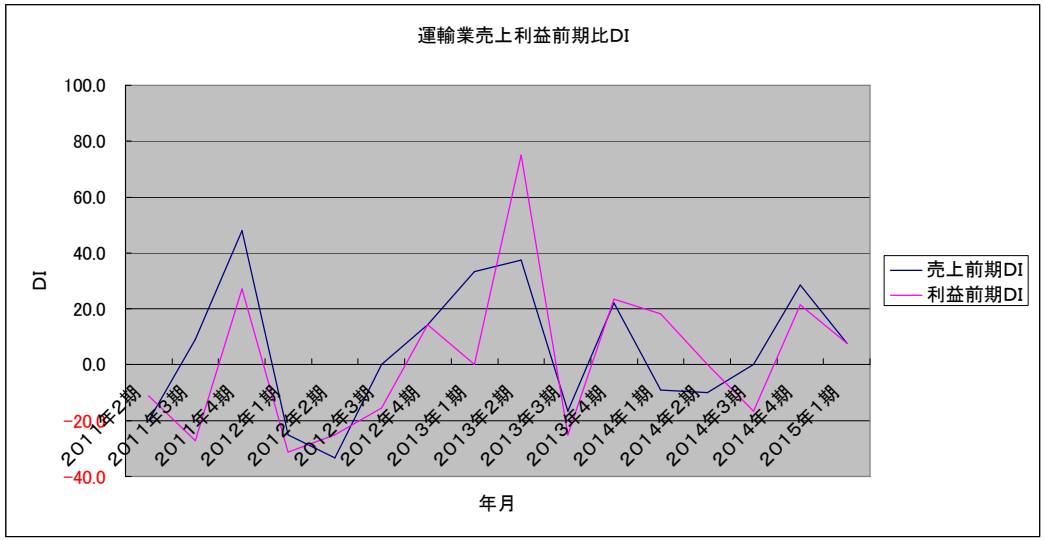


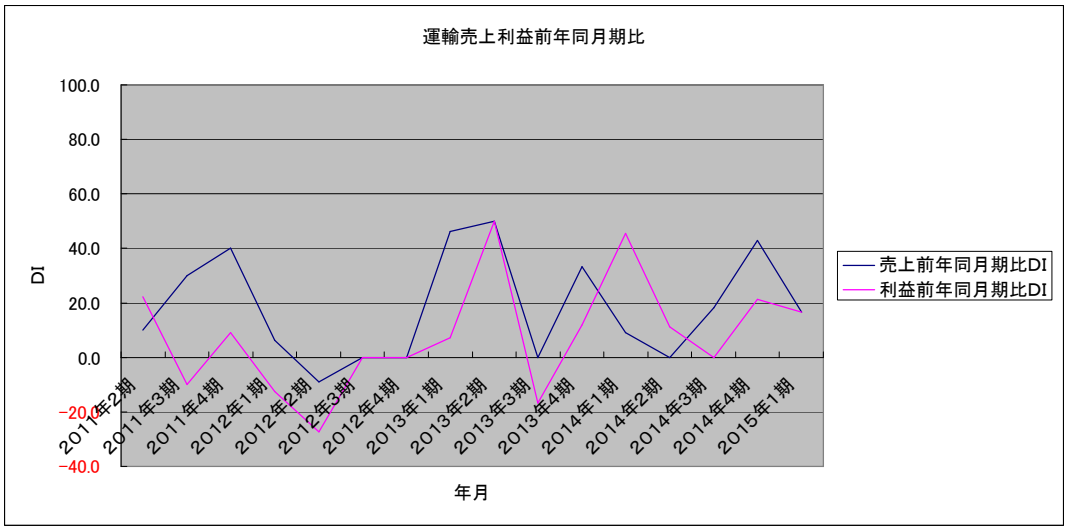


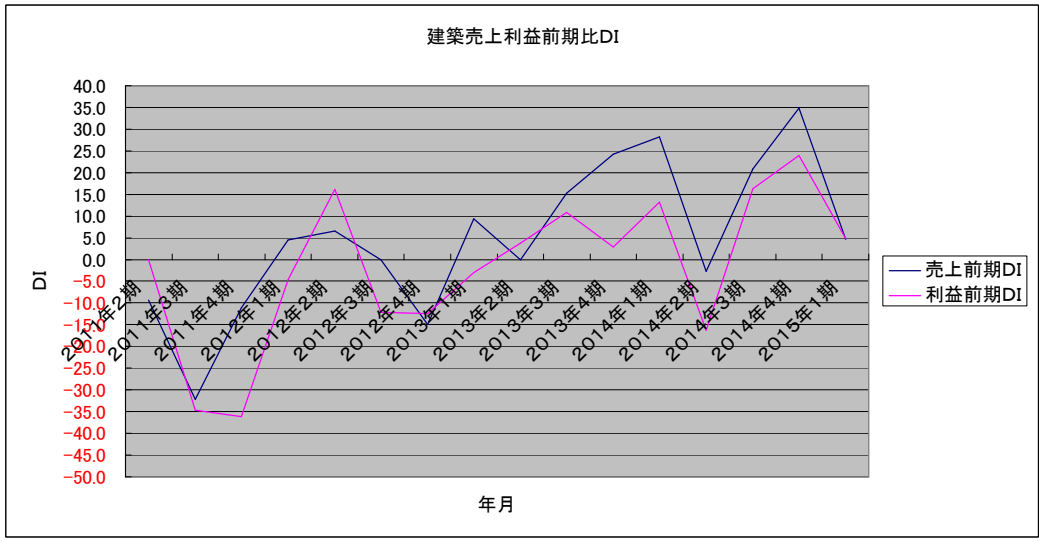


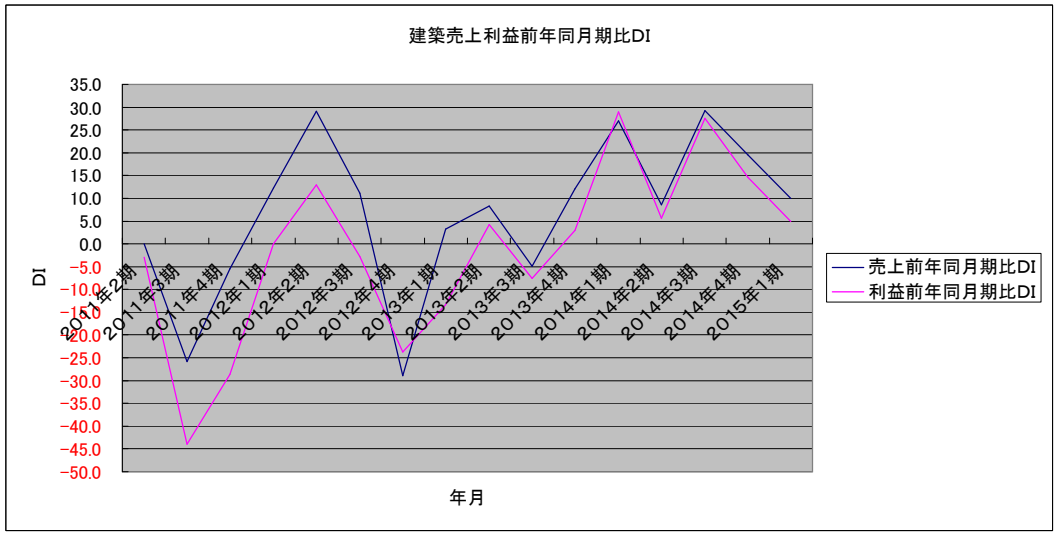


pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

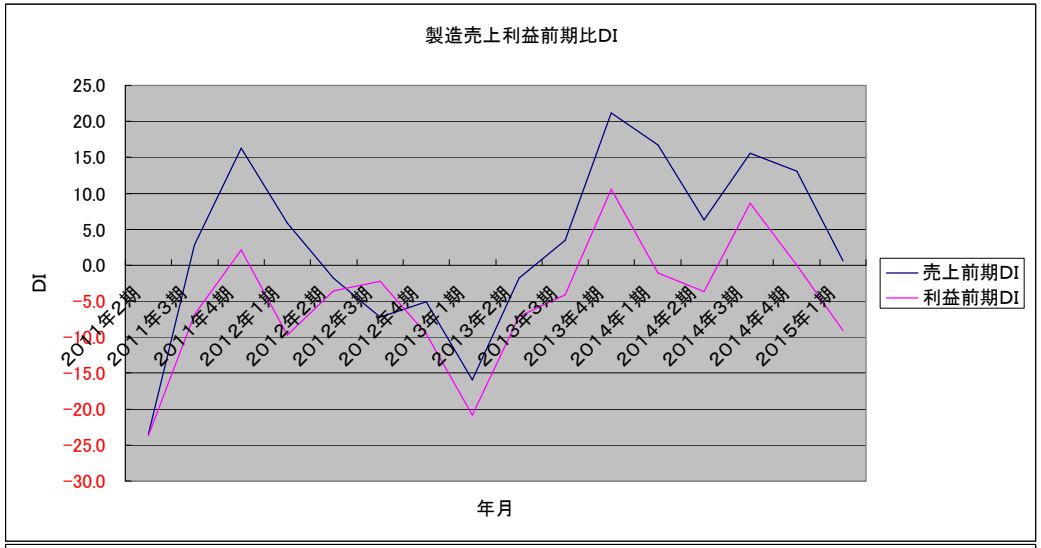


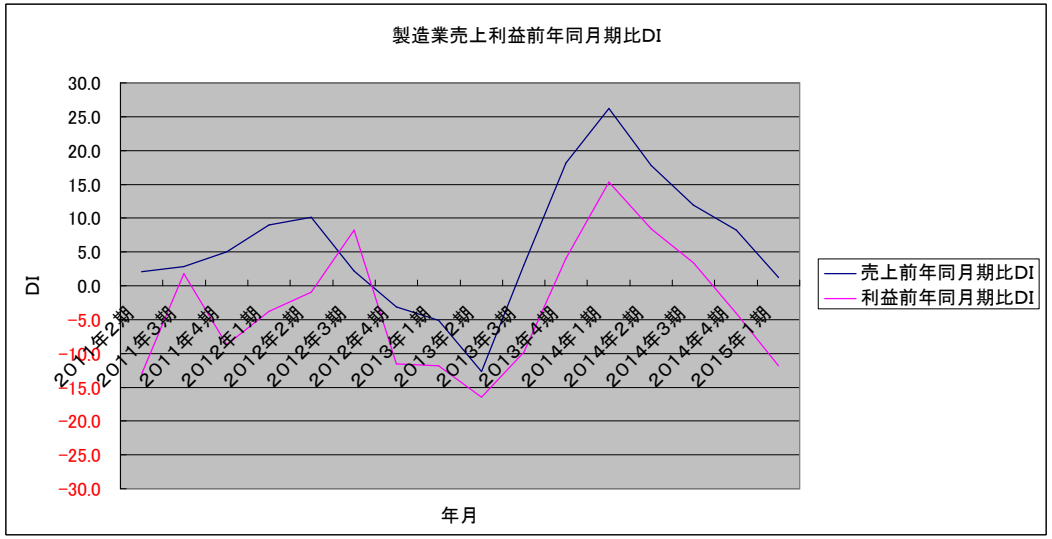


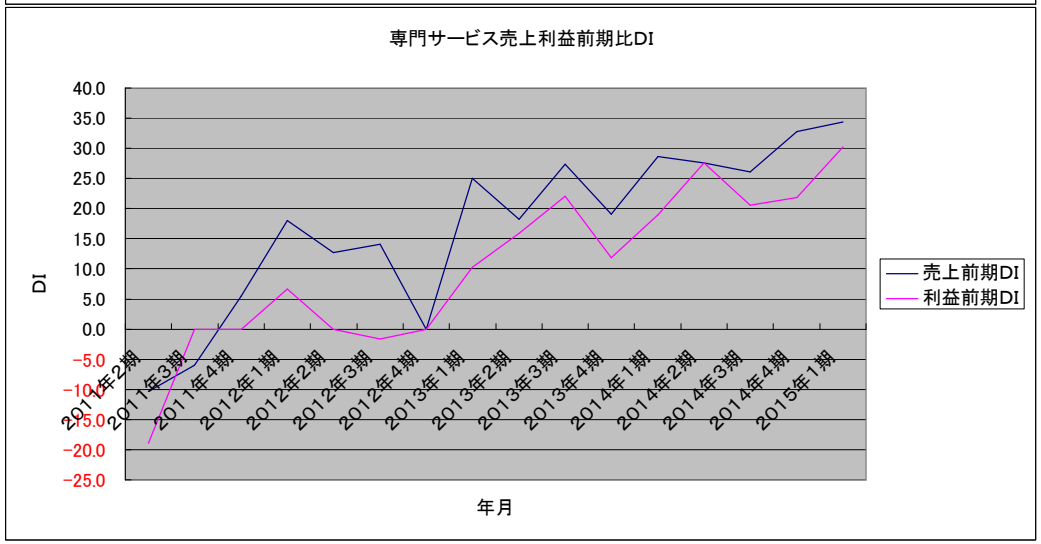


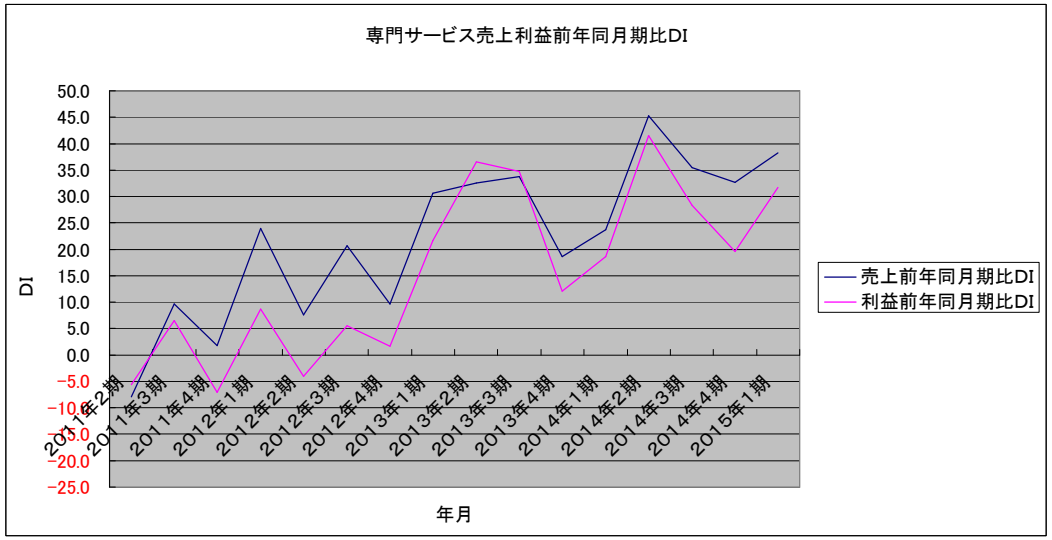


pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

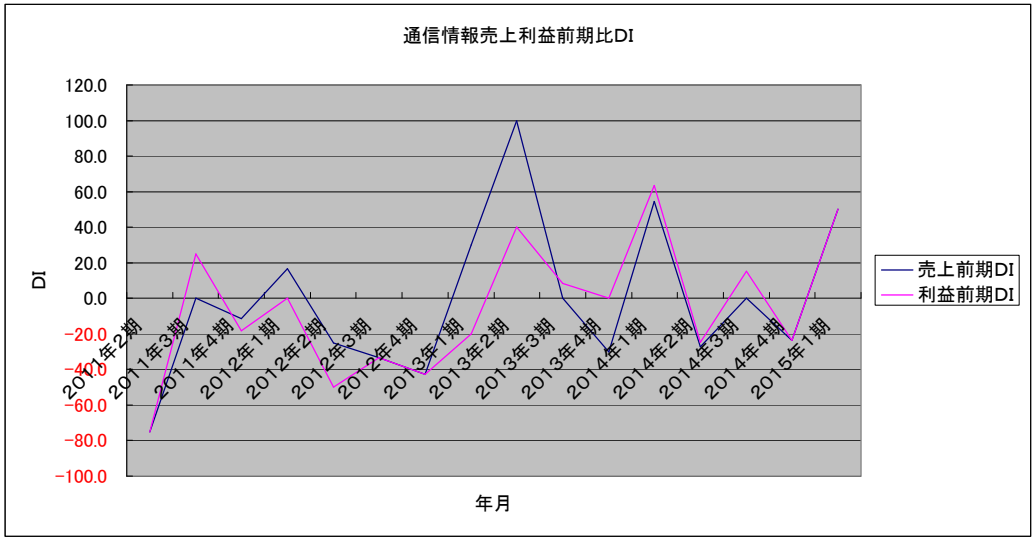


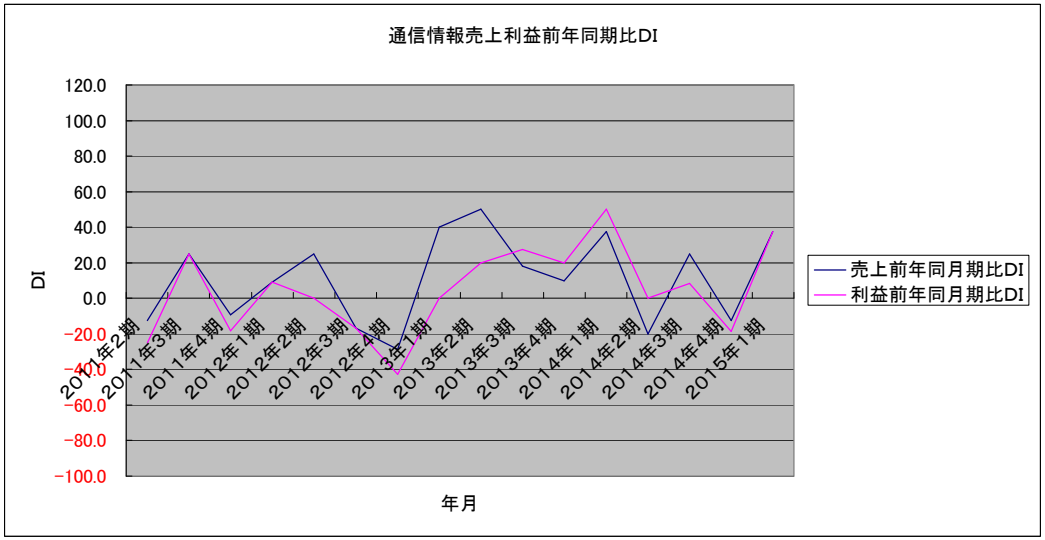


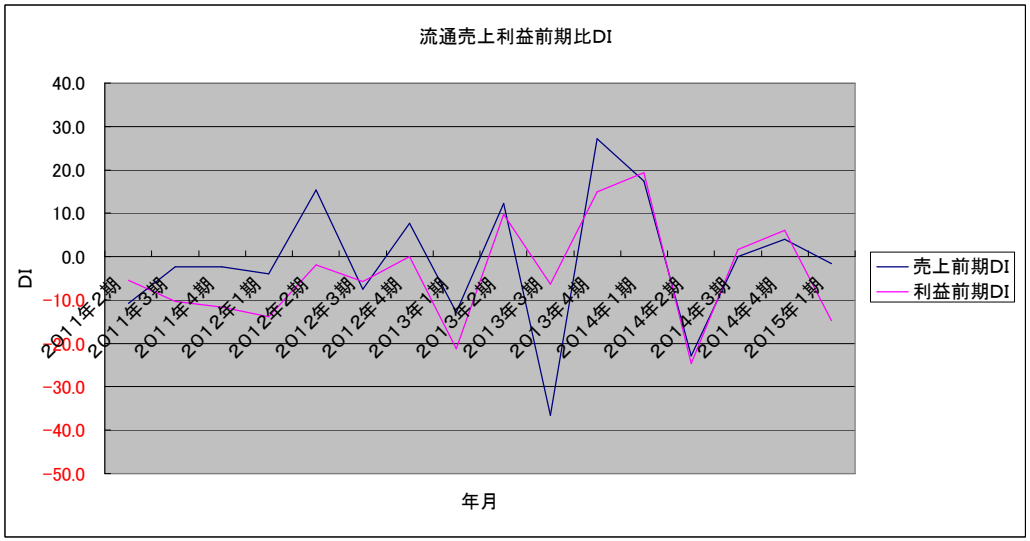


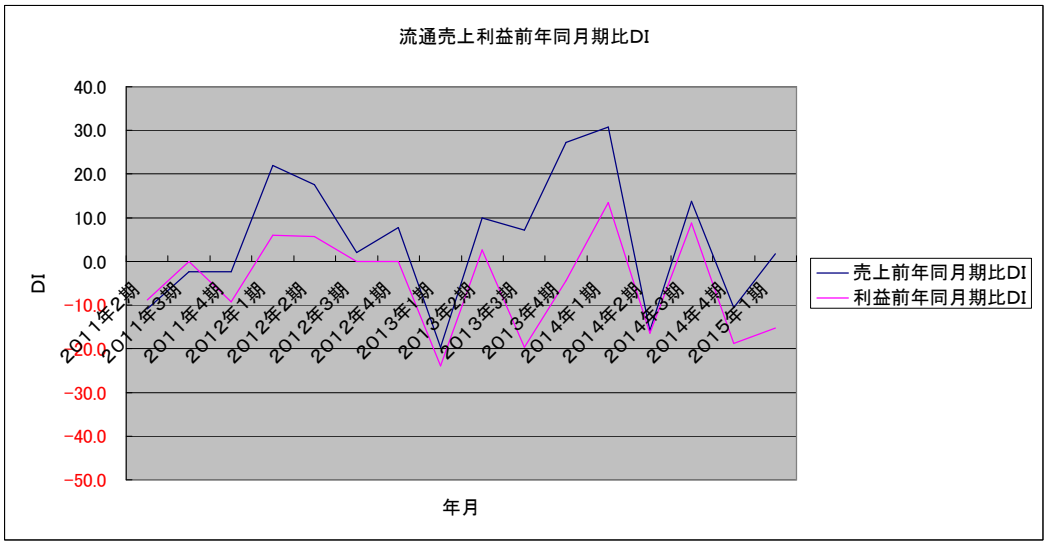


pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/









pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

景況感DI推移

	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	2015年1期
サービス業	5.6	1.2	-2.3	6.0	10.7	0.0	-16.1	-10.3	8.8
運輸業	-14.3	25.0	-33.3	25.0	45.5	-10.0	-21.4	-14.3	-15.4
建築業	22.6	4.0	8.7	22.6	46.2	-2.7	9.1	8.7	11.6
製造業	-1.4	-21.4	-6.9	3.5	16.1	7.9	-5.3	-17.9	-5.1
専門サービス業	27.3	9.3	4.8	16.7	16.3	10.7	11.9	-3.5	18.8
通信情報業	22.2	40.0	8.3	10.0	54.5	36.4	23.1	-5.9	37.5
流通業	-15.6	-34.1	-14.3	0.0	43.9	-24.6	-25.0	-40.0	-26.7
統計	2.6	-8.5	-4.3	6.4	30.4	0.4	-6.1	-13.2	1.2

景況感先行きDI推移

	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	2015年1期
サービス業		8.7	-1.7	6.0	-3.5	5.4	-6.5	-9.5	6.8
運輸業		62.5	-16.7	-5.3	9.1	-20.0	7.7	-7.1	-16.7
建築業		13.0	16.7	22.6	20.0	3.0	4.8	0.0	-4.9
製造業		1.0	5.5	3.5	-8.2	16.0	-3.4	-17.5	5.3
専門サービス業		5.4	9.0	16.7	-5.0	5.5	9.5	-5.7	18.0
通信情報業		50.0	30.0	10.0	10.0	22.2	8.3	-17.6	12.5
流通業		-5.6	-6.8	0.0	-9.5	1.8	-12.1	-33.3	1.7
統計		5.6	10.6	6.4	-6.9	8.9	-0.4	-13.2	4.5

資金繰りDI推移

	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	2015年1期
サービス業	-13.1	-13.8	-15.2	-14.5	-15.6	-12.6	-9.1	-14.6	-6.3
運輸業	-13.3	-12.5	-41.7	-41.2	-36.4	-20.0	-7.1	-21.4	7.7
建築業	-23.5	-30.8	-18.2	-15.2	-5.1	-8.1	-4.7	-6.5	-9.5
製造業	-6.1	-10.5	-8.8	-15.2	-5.6	-6.3	-9.1	-0.6	0.0
専門サービス業	-7.7	2.2	1.2	-4.5	-11.1	6.9	6.0	0.0	1.6
通信情報業	-40.0	20.0	0.0	-50.0	0.0	-12.3	15.4	-17.6	0.0
流通業	-4.2	-10.3	-4.7	-15.6	-1.8	-9.5	1.7	-6.0	-6.7
統計	-11.8	-12.8	-9.7	-13.0	-9.3	-7.9	-4.8	-6.9	-2.2

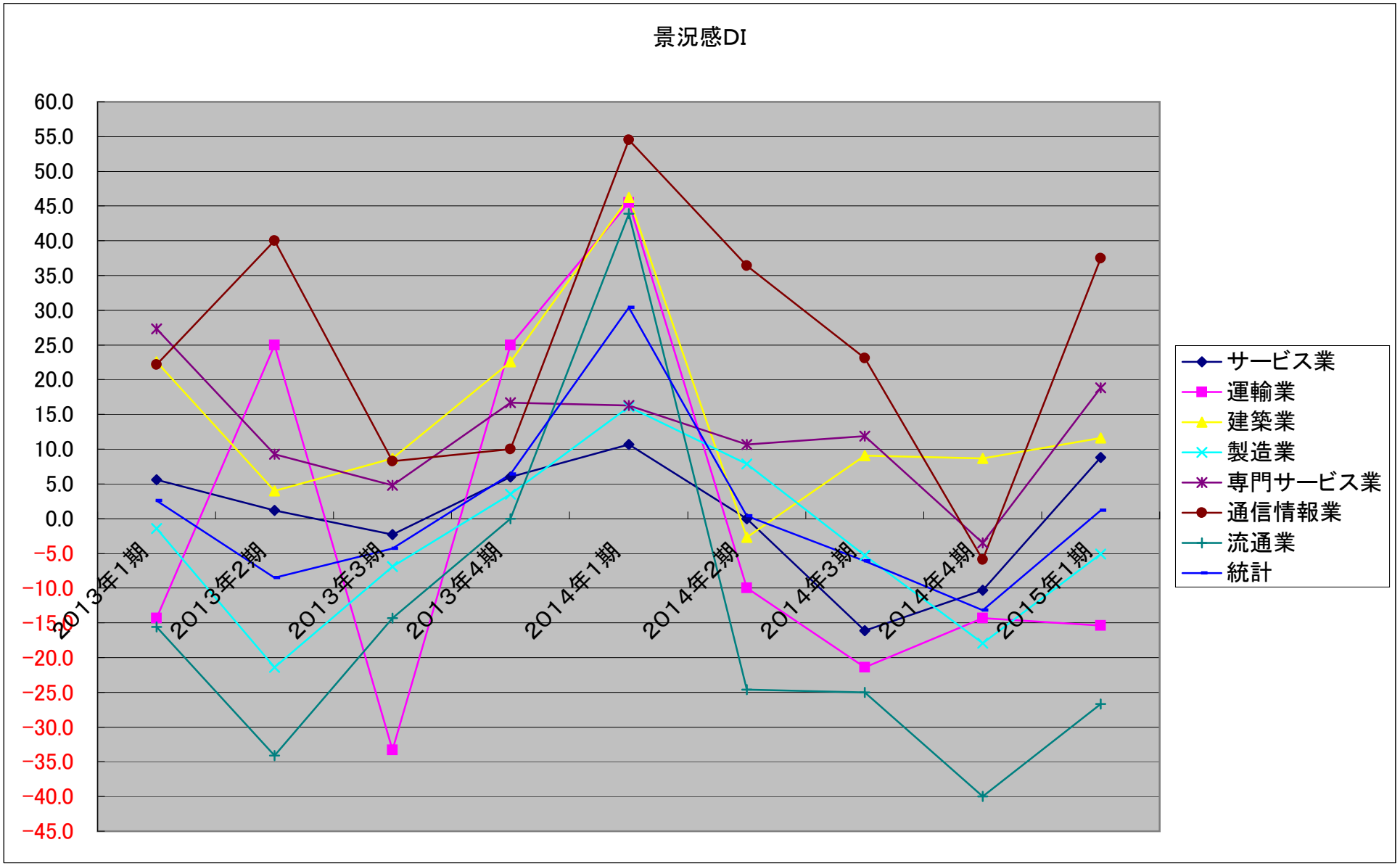
設備投資DI推移

	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	2015年1期
サービス業	-25.8	-16.9	-20.5	-15.6	-16.2	-23.7	-34.6	-36.5	-33.0
運輸業	14.3	75.0	23.1	46.7	10.0	-40.0	30.8	0.0	9.1
建築業	-53.3	-78.3	-21.4	-3.1	-26.5	-48.5	-17.1	-53.8	-31.6
製造業	0.7	-1.9	1.9	15.4	1.8	-0.6	2.2	0.6	7.1
専門サービス業	-51.4	-63.6	-19.5	-6.2	-31.7	-39.3	-59.7	-76.5	-45.8
通信情報業	11.1	25.0	0.0	0.0	-36.4	-100.0	-16.7	-6.7	20.0
流通業	-25.5	-33.0	-1.7	-13.0	-46.3	-22.6	-10.2	-10.9	-37.5
統計	-20.2	-23.8	-8.3	0.6	-16.6	-23.1	-16.8	-26.8	-17.1

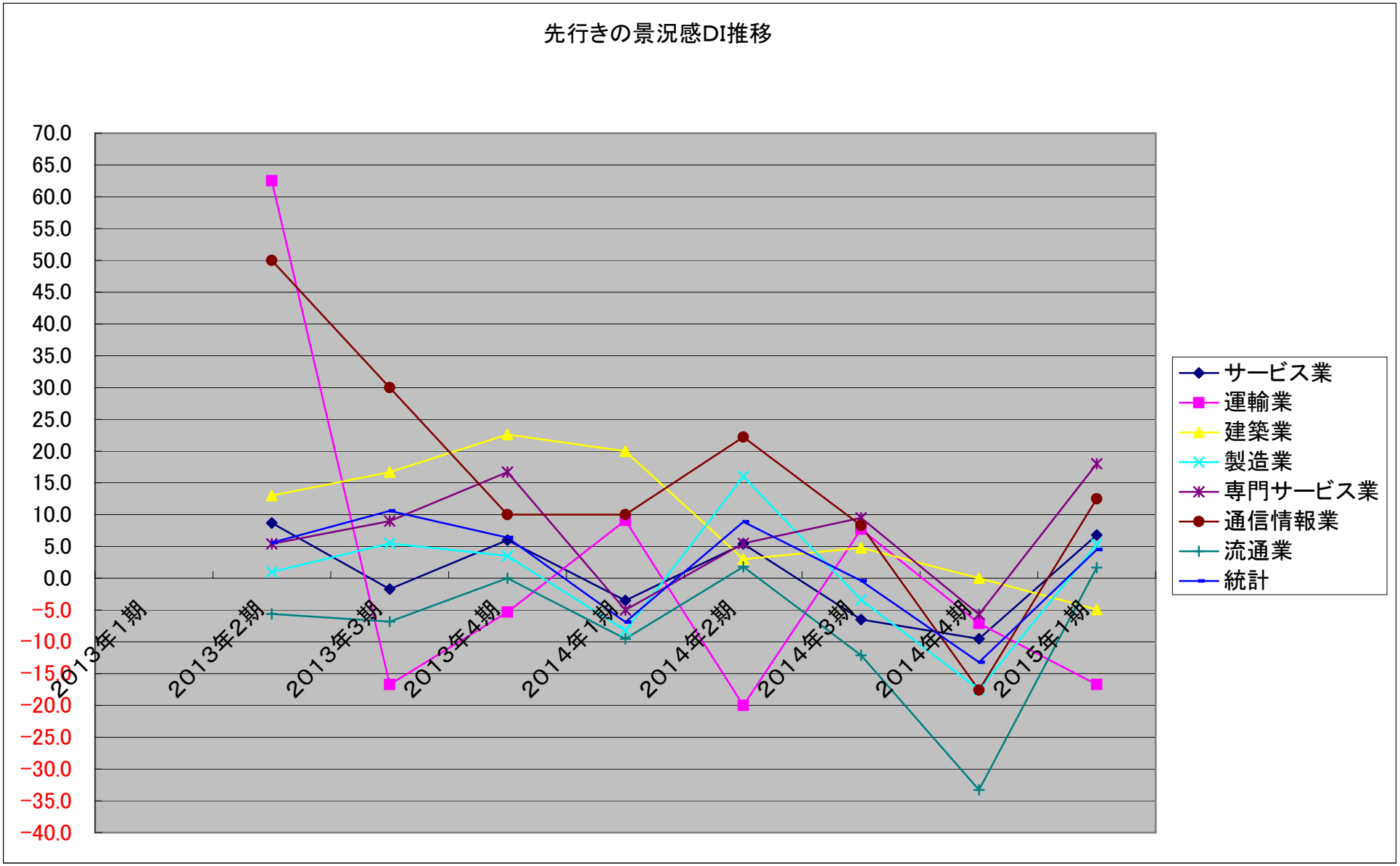
採算状況DI

	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	2015年1期
サービス業	19.8	24.7	20.0	20.8	16.6	22.0	21.6	19.5	33.9
運輸業	21.5	62.5	-8.3	37.5	36.3	10.0	7.2	35.7	50.0
建築業	3.0	-3.8	18.2	11.8	41.0	37.8	42.9	41.3	46.3
製造業	14.4	7.9	10.5	24.3	36.1	28.8	34.7	28.3	16.7
専門サービス業	35.9	33.3	39.0	24.3	27.4	56.1	42.7	43.9	55.6
通信情報業	-10.0	80.0	16.7	-10.0	54.5	18.2	30.8	13.3	62.5
流通業	25.6	39.1	23.8	17.1	43.8	12.2	30.0	24.5	35.0
統計	18.5	19.3	19.7	23.1	30.4	27.7	30.7	28.7	32.7

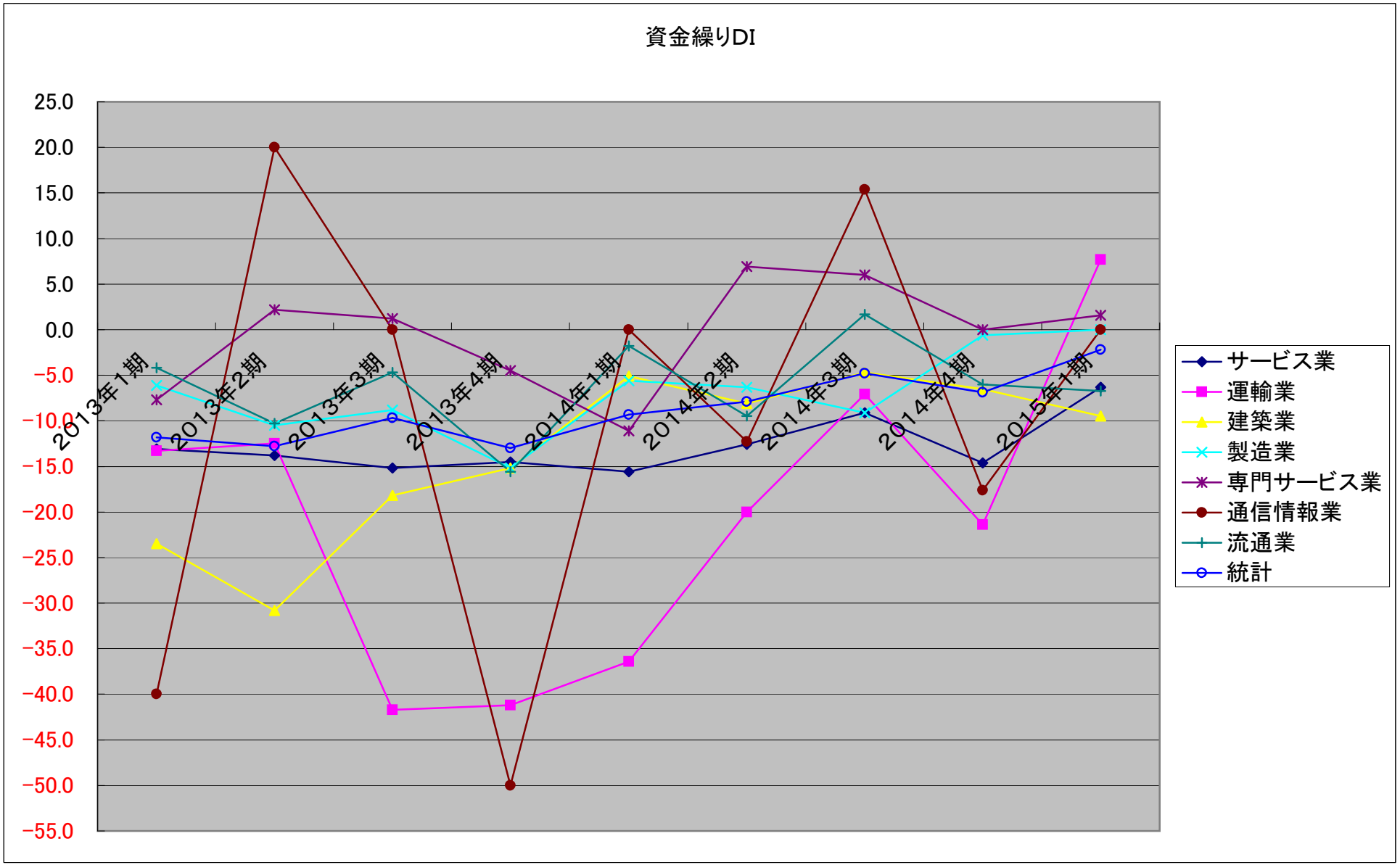
pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/



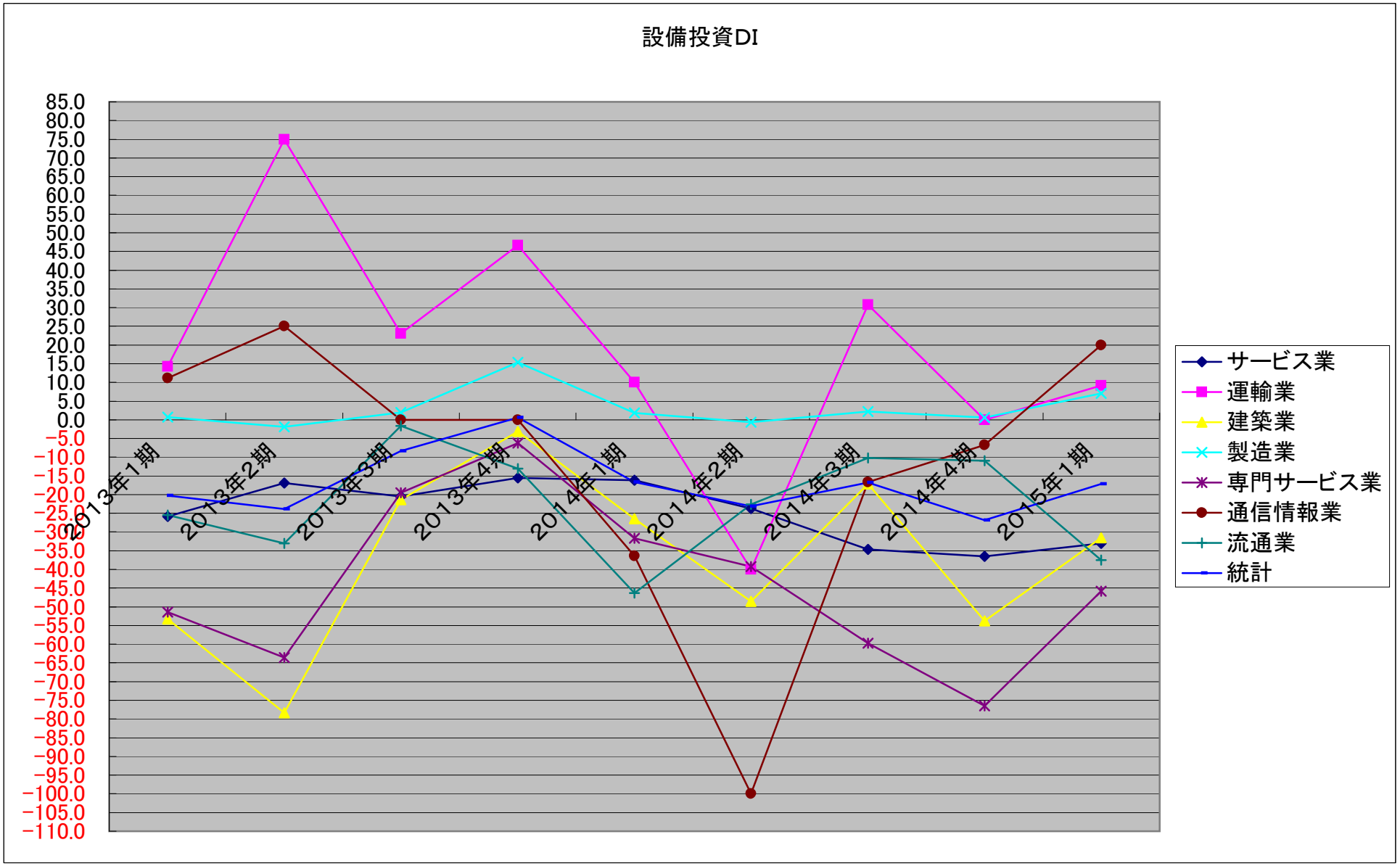
pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/



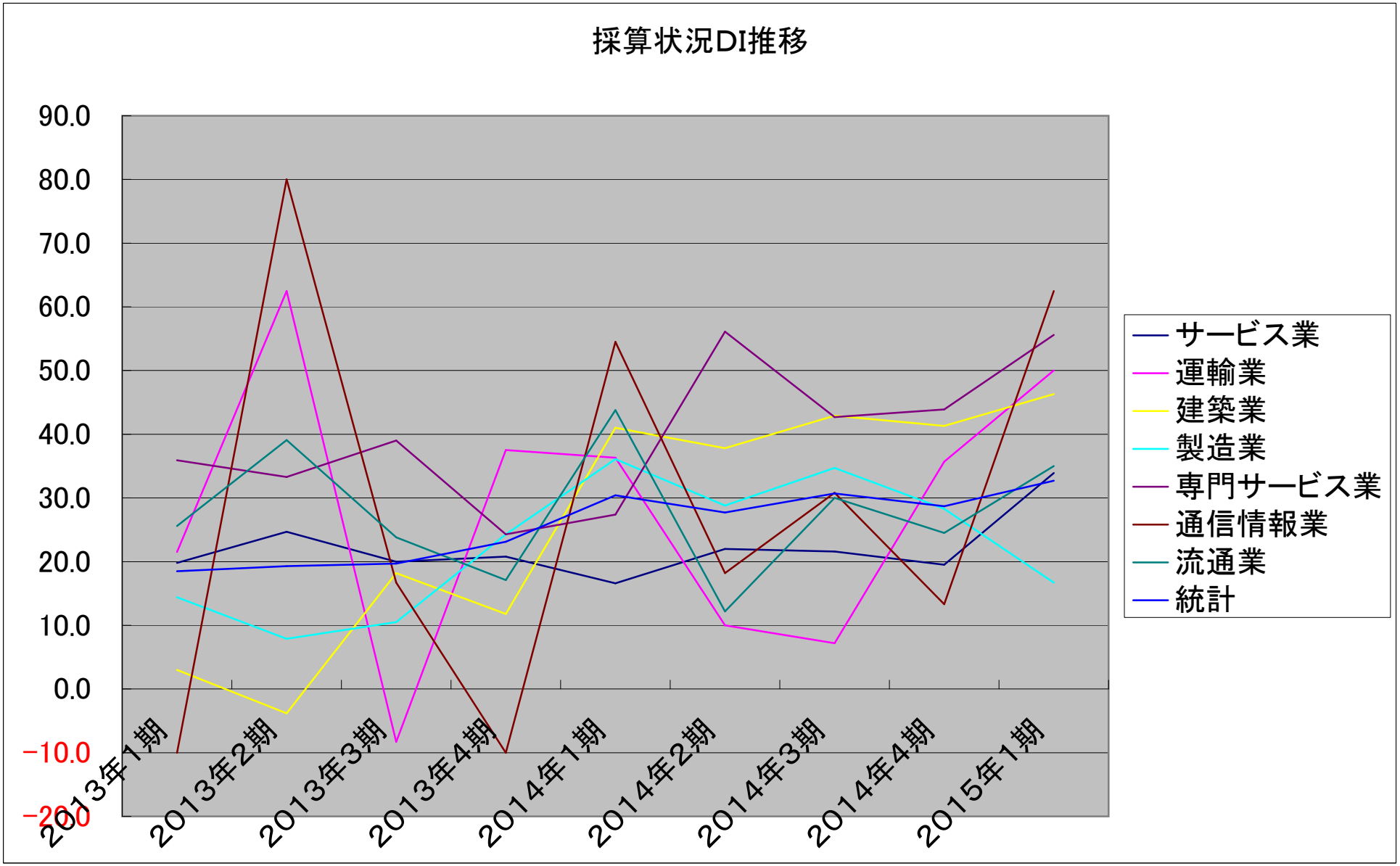
pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/



pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/



pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/



pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

【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	46	40.4%	46	40.4%	22	19.3%	114
運輸業	5	38.5%	4	30.8%	4	30.8%	13
建築業	13	30.2%	19	44.2%	11	25.6%	43
製造業	58	33.0%	61	34.7%	57	32.4%	176
専門サービス業（士業の方）	27	42.2%	32	50.0%	5	7.8%	64
通信情報業	4	50.0%	4	50.0%	0	0.0%	8
流通業	22	36.1%	16	26.2%	23	37.7%	61
その他	10	45.5%	8	36.4%	4	18.2%	22
（空白）	4	25.0%	5	31.3%	7	43.8%	16
総計	189	36.6%	195	37.7%	133	25.7%	517

売上前年同月期比

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	40	39.6%	37	36.6%	24	23.8%	101
運輸業	5	41.7%	4	33.3%	3	25.0%	12
建築業	15	37.5%	14	35.0%	11	27.5%	40
製造業	63	37.1%	46	27.1%	61	35.9%	170
専門サービス業（士業の方）	26	43.3%	31	51.7%	3	5.0%	60
通信情報業	4	50.0%	3	37.5%	1	12.5%	8
流通業	22	37.3%	16	27.1%	21	35.6%	59
その他	12	54.5%	5	22.7%	5	22.7%	22
（空白）	6	40.0%	6	40.0%	3	20.0%	15
総計	193	39.6%	162	33.3%	132	27.1%	487

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	総計
サービス業	42	37.5%	44	39.3%	26	23.2%	112
運輸業	5	38.5%	4	30.8%	4	30.8%	13
建築業	12	28.6%	20	47.6%	10	23.8%	42
製造業	46	26.1%	68	38.6%	62	35.2%	176
専門サービス業（士業の方）	26	41.3%	30	47.6%	7	11.1%	63
通信情報業	4	50.0%	4	50.0%	0	0.0%	8
流通業	17	27.9%	18	29.5%	26	42.6%	61
その他	7	31.8%	11	50.0%	4	18.2%	22
（空白）	5	31.3%	4	25.0%	7	43.8%	16
総計	164	32.0%	203	39.6%	146	28.5%	513

利益前年同期比

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	35	34.3%	39	38.2%	28	27.5%	102
運輸業	5	41.7%	4	33.3%	3	25.0%	12
建築業	13	32.5%	16	40.0%	11	27.5%	40
製造業	48	28.2%	54	31.8%	68	40.0%	170
専門サービス業（士業の方）	26	43.3%	27	45.0%	7	11.7%	60
通信情報業	4	50.0%	3	37.5%	1	12.5%	8
流通業	17	28.8%	16	27.1%	26	44.1%	59
その他	9	40.9%	8	36.4%	5	22.7%	22
（空白）	6	40.0%	5	33.3%	4	26.7%	15
総計	163	33.4%	172	35.2%	153	31.4%	488

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

③採算状況

業種	黒字	割合	トントン	割合	赤字	割合	総計
サービス業	58	51.8%	34	30.4%	20	17.9%	112
運輸業	8	66.7%	2	16.7%	2	16.7%	12
建築業	22	53.7%	16	39.0%	3	7.3%	41
製造業	73	42.0%	57	32.8%	44	25.3%	174
専門サービス業（士業の方）	40	63.5%	18	28.6%	5	7.9%	63
通信情報業	5	62.5%	3	37.5%	0	0.0%	8
流通業	31	51.7%	19	31.7%	10	16.7%	60
その他	11	52.4%	7	33.3%	3	14.3%	21
（空白）	9	56.3%	3	18.8%	4	25.0%	16
総計	257	50.7%	159	31.4%	91	17.9%	507

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	25	22.1%	73	64.6%	15	13.3%	113
運輸業	0	0.0%	11	84.6%	2	15.4%	13
建築業	10	23.3%	28	65.1%	5	11.6%	43
製造業	35	20.0%	96	54.9%	44	25.1%	175
専門サービス業（士業の方）	16	25.0%	44	68.8%	4	6.3%	64
通信情報業	3	37.5%	5	62.5%	0	0.0%	8
流通業	7	11.7%	30	50.0%	23	38.3%	60
その他	5	22.7%	15	68.2%	2	9.1%	22
（空白）	2	12.5%	12	75.0%	2	12.5%	16
総計	103	20.0%	314	61.1%	97	18.9%	514

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	26	25.2%	58	56.3%	19	18.4%	103
運輸業	0	0.0%	10	83.3%	2	16.7%	12
建築業	9	22.0%	21	51.2%	11	26.8%	41
製造業	41	24.3%	96	56.8%	32	18.9%	169
専門サービス業（士業の方）	16	26.2%	40	65.6%	5	8.2%	61
通信情報業	2	25.0%	5	62.5%	1	12.5%	8
流通業	12	20.3%	36	61.0%	11	18.6%	59
その他	3	14.3%	15	71.4%	3	14.3%	21
（空白）	1	7.1%	9	64.3%	4	28.6%	14
総計	110	22.5%	290	59.4%	88	18.0%	488

⑤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	17	15.3%	70	63.1%	24	21.6%	111
運輸業	4	30.8%	6	46.2%	3	23.1%	13
建築業	6	14.3%	26	61.9%	10	23.8%	42
製造業	33	18.9%	109	62.3%	33	18.9%	175
専門サービス業（士業の方）	11	17.2%	43	67.2%	10	15.6%	64
通信情報業	1	12.5%	6	75.0%	1	12.5%	8
流通業	10	16.7%	36	60.0%	14	23.3%	60
その他	5	23.8%	12	57.1%	4	19.0%	21
（空白）	3	18.8%	11	68.8%	2	12.5%	16
総計	90	17.6%	319	62.5%	101	19.8%	510

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

（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）

（1）1業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合	⑥	割合	⑦	割合
サービス業	27	24.5%	12	10.9%	8	7.3%	14	12.7%	6	5.5%	8	7.3%	17	15.5%
運輸業	4	30.8%	1	7.7%	1	7.7%	1	7.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	15.4%
建築業	7	20.0%	5	14.3%	4	11.4%	2	5.7%	0	0.0%	1	2.9%	6	17.1%
製造業	27	17.9%	14	9.3%	11	7.3%	29	19.2%	12	7.9%	8	5.3%	10	6.6%
専門サービス業	15	34.9%	4	9.3%	0	0.0%	10	23.3%	2	4.7%	5	11.6%	4	9.3%
通信情報業	2	22.2%	1	11.1%	0	0.0%	3	33.3%	1	11.1%	1	11.1%	0	0.0%
流通業	10	16.9%	6	10.2%	0	0.0%	14	23.7%	7	11.9%	6	10.2%	5	8.5%
その他	5	22.7%	3	13.6%	0	0.0%	5	22.7%	2	9.1%	3	13.6%	2	9.1%
（空白）	3	20.0%	4	26.7%	2	13.3%	4	26.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	13.3%
総計	100	21.9%	50	10.9%	26	5.7%	82	17.9%	30	6.6%	32	7.0%	48	10.5%

（1）1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	6.4%	1	0.9%	5	4.5%	0	0.0%	1	0.9%	0	0.0%	4	3.6%	110
運輸業	0	0.0%	1	7.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	7.7%	2	15.4%	13
建築業	5	14.3%	4	11.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.9%	35
製造業	22	14.6%	8	5.3%	0	0.0%	1	0.7%	0	0.0%	5	3.3%	4	2.6%	151
専門サービス業	2	4.7%	0	0.0%	1	2.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	43
通信情報業	1	11.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	9
流通業	5	8.5%	3	5.1%	0	0.0%	1	1.7%	0	0.0%	2	3.4%	0	0.0%	59
その他	1	4.5%	1	4.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	22
（空白）	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	15
総計	43	9.4%	18	3.9%	6	1.3%	2	0.4%	1	0.2%	8	1.8%	11	2.4%	457

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

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

【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	（記述）売上UP
1	サービス業	障害福祉サービス事業	吸収合併による事業の拡大
2	サービス業	自動車販売、整備、修理、保険代理店	今までより高付加価値商品の取り扱いによる
3	サービス業	経営者のサポート業	知りあう人が増える分、自社を知って頂ける方が増えたから、お客様の増加に繋がっていると思われる。また、SNSを活用して活動を発信している事も影響していると思われる。
4	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、複合施設の設備の企画、施工、管理およびメンテナ	管理別件の設備等の修繕、取替えの拡大
5	サービス業	車輌・部品販売から車輌メンテンス・改造などトラックに関するワンストップサービス業	商品やサービスの強化は当然ですが、総合サービス力での差別化
6	サービス業	情報システム開発	長年の地道な取り組みの顧客からの評価
7	サービス業	工業製品の技術資料制作、システム開発、および販促資料制作	得意先の新商品の増加による受注増と、主業務である技術資料作成をIT化する提案で得意先の評価を得たため。
8	サービス業	不動産コンサルタント・投資顧問、不動産仲介・不動産管理、内装請負、インテリアコーディネート・インテリア販売	直取引の拡大、需要の拡大
9	サービス業	リネンサプライ業（ホテル、病院の寝具類、タオル）	新卒採用にあたり、社員と一緒にルールや仕組みづくりを進める中で、社員のモチベーションが上がってきている。営業力強化を進める中で、強化する事が出てきている。
10	サービス業	飲食業、焼き肉、ラーメン、居酒屋	人材の成長、チームのまとまり
11	サービス業	空調、電気設備業	リピート紹介による販売先の増加
12	サービス業	働く人のユニフォームのルート営業と小売。だんじり祭衣装の小売販売	祭商い売上増だが、仕入れバランスが悪く利益が減となる。営業部が売上増。若手が成長している。
13	サービス業	記帳代行	新規顧客獲得
14	サービス業	寝具のリース。レンタル、寝具の丸洗い、寝具の販売	白光の独自性が認められた為
15	サービス業	介護事業	新しい物件のオープンにともない、新規顧客を獲得したこと。
16	サービス業	マグネット応用機器販売、色彩選別機販売	新規顧客の増加。インターネット顧客の増。
17	サービス業	産学連携コーディネート	新規案件の獲得
18	サービス業	学校、事務請負	新規分野の受注増
19	サービス業	輸入車販売、修理	サービス内容の特化、顧客サポートシステム導入
20	サービス業		社内営業力の強化
21	サービス業	販売促進コンサルティング・広告制作	取引先からの受注増⇒サービスの強化
22	サービス業	商業デザイン（デザインプロダクション）	社員の増加
23	サービス業	信用金庫	販売単価の見直し（値下げ）・販売エリアの拡大
24	サービス業	人材派遣	景気がよくなったから
25	サービス業	シンクタンク・コンサルタント・建築設計	国の景気対策・人員の強化
26	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。	地道に実直にやってきたことが花開いた。業界的に仕事が増えている。会社のムードがよくなっていること。（定期的な人材確保）
27	サービス業	補聴器の販売、修理	広告を出したこと
28	サービス業	CADデータサービス	ていねい仕事
29	サービス業	タレントプロダクション、映像、音声近テンス制作	人材の能力向上、育成。会社組織の改革
30	サービス業	不動産管理、仲介業	単価が上がる取り組み
31	運輸業	運送・倉庫・流通加工・特定人材派遣・賃貸業	社員と共に、与えられた仕事を確実に誠意を持って行ってきているから。
32	運輸業	運送業　主に引越し業	優秀な人材が増え、社内での競争が活発になった
33	運輸業	軽貨物運送事業	新規の取引に対し人材が確保できたこと
34	建築業	電気設備工事業	受注金額の高い工事を受注したため（利益率は低い）
35	建築業	空調・給排気等のダクト化工及び施工	採算の合わない仕事をしない。品質を第一に納期も第一に取組んでいる。
36	建築業	太陽光パネルの販売・設置・保守	施策期限による駆け込み需要
37	建築業	空調設備工事会社	地道な継続
38	建築業	環境プラント機器の備付工事	国内の設備更新、新設案件需要の増加のため
39	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	・他社が技術的に施工困難な物件を、発注者に信頼を得て施工を竣工した。又下請協力企業者確保し施工に継げた。設計事業所が具体的な施工方法を提案できない中で当社が施工法を提案受注した。
40	建築業	店舗設計施工	異業種交流会参加で紹介増加、一時的に業界が忙しい

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

41	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	発注者との信頼関係、技術力の提供
42	建築業	住宅リフォーム、大規模改修工事、関西ペイント、日本ペイント、アステックペイントなど（のびる塗幕）	セミナー集客の回数を増やし、人材の育成を続けた結果が売上・利益を増やした。売上については昨年（決算）1億9千→2億8千と1億ほど伸ばす事ができた。
43	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	営業マン増員、宣伝広告強化
44	建築業	建築全般、防水、塗装工事	取引先の主軸が変更になった点
45	建築業	リフォーム工事業	人員増員による
46	建築業	機械器具設置業	取引先が忙しくなっている
47	製造業	搬送機器の設計製造、鋼板加工	客先前工程を巻き込んでの早期受注
48	製造業	建築鉄骨業	公共工事を中心とする内需政策の効果
49	製造業	工業用裁断機器　製造・販売	オーダーメイド製品の受注が多数件、確定した為
50	製造業	紙器製造業	展示会出展による新規開拓等
51	製造業	繊維製品製造卸	新製品の展開により新規受注につながった。
52	製造業	精密板金	営業強化、サービスの向上。
53	製造業		取引先の需要が旺盛。中国の不況により、海外に高値で流れていたリサイクル材料が国内で流通するようになった。
54	製造業	鋼板加工販売	新入社員の教育
55	製造業	印刷　ウェブ　デザイン　制作	営業努力
56	製造業	プラスチック製品製造業	自動車部品に偏っていた受注から新たに介護用品分野の受注が増えた。
57	製造業	カスタムメイドのテスト・計測・制御システムの開発・設計・製作	量産品の受注増により売上のベースを支え押し上げる形となった。
58	製造業	金属プレス加工及び溶接加工	営業活動・社員の意識の変化
59	製造業	プリント基板用金型製作、プレス加工	独自に開発した技術力が業界内に浸透してきたで新規お客様が増大した。
60	製造業	焼菓子製造卸	新商品の発売と販路の拡大。
61	製造業	衣服製造業	既存の得意先の掘り起こしを重点に営業した。
62	製造業	看板の製作施工、アクリル加工業	長期にわたる営業が偶然この期間に成果として売上げが集中したための短期的な増加によるもので、継続的な好転とは考えていません。
63	製造業	清酒製造	酒販売店だけでなく旅行代理店にも営業し、酒蔵見学に来た客に販売
64	製造業	各種歯車歯切、歯研ミーリング工事一式及び設計	円安等による得意先、受注増加と月に一度の方針会議による社内モチベーションのUP
65	製造業	生産設備の製造販売	具体的な人材育成プログラムにより意識が変わる
66	製造業	椅子張り替え、アンティークチェア販売	営業促進につながるようメディアからの取材、HPの検索順位の上昇
67	製造業	鋼製建具の設計製造販売	関西での売り上げも伸びたが関東での市場開拓が貢献しつつある
68	製造業	電気設備用特殊金物	信用と信頼をモットーに社員一丸で営業・生産を実行させた
69	製造業	建築金物卸	売上：新規開拓に力を入れている。　利益：1社購買～2社購買に切り替え、仕入れ単価が上がった。
70	製造業	焼き菓子製造	新商品の発売と販路拡大
71	製造業	日用雑貨、健康食品卸	新商品の開発
72	製造業	金属プレスイ加工	新規営業、国内回復
73	製造業	板金加工業	新規のお客様から受注いただきました
74	製造業	床束、ﾌﾚｷ製造販売	円安効果
75	製造業	食品製造販売	常に新しい提案をお客様に出していく。
76	製造業	プラスチック成形	産業機器、バイオ関係
77	製造業	カバン・袋物製造	展示会への出展等積極的営業
78	製造業	サイン及びDIY関連製品製造・販売	新製品の開発と拡販
79	製造業	電動撹拌機メーカー	営業の強化を図り、特定重要顧客に他社との技術力の違いや商品力メンテナンスサービスの充実を提案している
80	製造業	金属板金プレス業	新規販路の開拓
81	製造業	電子部品及び樹脂成形品の2次加工・検査	新規取引先の拡大
82	製造業	製罐板金	新規案件の受注、納期厳守率の向上
83	製造業	鉄鋼、シャースリット業	新卒で採用した人材が戦力化し、社内の仕事力が強化された。顧客満足度が向上した。
84	製造業	印刷業	技術力を上げた
85	製造業	金属焼付塗装	付加価値の高い商品が増えた
86	製造業	プラスチック加工業、オリジナル製品製造	インターネット販売の認知度が上がってきた。大手の新規取引先が増え、詳しい説明をできたのも良かった。生産性を高めるために作業効率などテコ入れをした
87	製造業	バルブ製造販売	物件が増えた
88	製造業	金属工作油剤製造販売	積極的な設備投資で技術開発力が向上し顧客満足度がアップし売上増に繋がった
89	製造業	化学プラントの設計製造	新規分野でも積極的に他社も巻き込んで受注できたこと
90	製造業		客先のニーズキャッチと確実な対応に成功したと思われる

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

91	製造業	墓石、建築用石材、販売加工施工	売上やや微増。人材育成強化による微増。業界全体では2～3割減少している
92	製造業	健康食品製造業	新製品
93	専門サービス業	税理士	紹介による顧客増加。特に何もしていない。
94	専門サービス業	児童、障害、高齢分野における社会福祉事業	事業が増えたため
95	専門サービス業	自動車整備業	取引先との関係強化。取引先増加
96	専門サービス業	会計事務所	紹介、web、セミナー、業務提携
97	専門サービス業	大学ｷｬﾘｱ教育支援　経営コンサルタント	無料ｾﾐﾅｰの開催
98	専門サービス業	製造業向けコンサル・研修事業	営業方針の変更
99	専門サービス業	税理士	自分が正しいを辞め、相手と一緒にやるようにしている
100	専門サービス業	歯科治療	患者様にアンケートを実施し、指摘のあった項目を改善した。
101	専門サービス業	ISOに関するしくみつくり	ISO改定に伴う新サービスの提供
102	専門サービス業	社労士業務	関与先が増えた
103	専門サービス業	行政書士事務所	既存顧客に案内を送り、紹介とリピートに繋がった
104	専門サービス業	まんがとイラストで関西の中小企業様を「らしく」その先のお客様に伝える仕事をしております。	広告実施
105	専門サービス業	発明、プロダクトデザイン、商標の保護、著作権、不正競争防止法、ライセンス契約による知財の保護	他事務所にない総合知財保護サービス
106	専門サービス業	会計事務所	高額顧客へのアプローチ
107	専門サービス業	税理士	事務員の採用
108	専門サービス業	公認会計士業務	同業他社との連携強化
109	専門サービス業	行政書士、心理カウンセラーの経験を生かして、婚姻継続業務・離婚業務を円滑に行います。	HPの充実
110	専門サービス業	税務会計	顧客先の建設業関係が好調のためそれに引っ張られてどこも売上が上がっている感じです。ただし、それ以外の業種ではまだまだ景気はあがっておらず、よくなっているところ、悪くなっているところの二極化が進んでいると感じます
111	専門サービス業（士業の	会計事務所	昨年新規開拓目標達成に全員営業で取り組んだ。その結果、目標を超過達成し、その影響が今年に出ている。
112	通信情報業	ソフトウェアの受託開発 パッケージシステムの製造・販売	高付加価値の需要が多く発生している
113	通信情報業	コンサルティング、ソフトウェア開発	やれること全て行った
114	通信情報業	OA聞き販売及び保守	取り扱い内容の拡大、ハードウェア販売だけでなくソフトウェア販売を行ってきたため
115	流通業	塗料製造、仕入れ販売	新規ユーザーとの取引開始。同業他社の廃業に伴う受注増。
116	流通業	自動車部品用品の卸	前年が悪かったので
117	流通業	珈琲の通信販売、ドリップ珈琲の製造、飲食店への卸売	CS満足度の強化、ブルーオーシャンの商品強化
118	流通業	義肢・医療用装具等の製作材料及び半製品,整形靴用インソール	各社員の営業努力、内勤者のきっちりとした対応。先を見た管理
119	流通業	青果物卸売会社	新規の顧客開拓
120	流通業	ネジ、ナットの販売業	短納期製品の取引
121	流通業	主に機械工具の販売	取扱い商品の分野をプラントの部品をネットワークを利用してかなり多く製作・販売したことによる。高額の測定器を受注。
122	流通業	石油製品仲介、卸、配送	石油製品相場価格の下落が続き粗利益が増大した
123	流通業	工業用機器の卸売	ユーザーの設備投資の拡大。子会社化した製造業との相乗効果
124	流通業	デジタルものづくりツール、生産財の技術商社	国内設備投資の増加、生産性向上設備への助成金

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

125	流通業	金属リサイクル原料卸	新規顧客の開拓
126	流通業	魚介類卸売業	既存取引先との取引強化。
127	流通業	輸出商社	既存顧客のフォロー
128	流通業	食肉処理業	直売所オープン
129	流通業	鶏肉卸	得意先の出展
130	流通業		過去実績の評価で購入してもらいやすくなった
131	流通業	南洋材、アフリカ材の製材・卸売り	円安によるコストアップをなんとか価格に転嫁している
132	流通業	ギフト販売業	有名百貨店との業務提携
133	その他	建築資材輸入業	輸入商品為替円安による値上の実施
134	その他	障害者就労支援	新施設建設に伴い規模が拡大、既存の施設との差別化により高付加価値がついたから
135	その他	WEBコンサルティング、プロデュース	紹介の増加、1社当たりの売り上げの増加
136	その他	イベント、勉強会の企画、士業の先生のご紹介	新規開拓の増強
137	その他	機械工具卸売業	大きな物件が多々受注になった。
138	その他	設計請負	景気の好転
139	その他	保険代理店	紹介による自然増
140	その他	印刷関連業	正直、景気がよくなりつつあるとしかいえません。
141	その他	自動車整備、販売、レンタカー	レンタカー
142	その他	保険代理店	営業戦略が徐々にいい方向に進んでいる。人材が育ちつつある
143		生産財総合商社	新規開拓・顧客掘り起こし・設備投資
144		通信設備事業	3社合併の効果が出ている
145		障害者の就労支援、生活支援	頑張って利用していただけるよう呼びかけた
146		金型製造業	新規販路、新分野（自社商品）の成長が大きい
147		自動車用のナット、冷間圧造部品の製	よく解りません。

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

②前年同期比が「減少」と回答した企業の要因（選択式）

（1）1業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合
サービス業	8	22.2%	1	2.8%	0	0.0%	8	22.2%	11	30.6%
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%	1	33.3%
建築業	7	33.3%	1	4.8%	0	0.0%	4	19.0%	4	19.0%
製造業	39	38.2%	3	2.9%	1	1.0%	17	16.7%	18	17.6%
専門サービス業	2	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	25.0%	2	25.0%
流通業	17	47.2%	0	0.0%	1	2.8%	5	13.9%	7	19.4%
その他	2	28.6%	0	0.0%	0	0.0%	3	42.9%	1	14.3%
空白	1	20.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	40.0%	2	40.0%
総計	76	34.9%	5	2.3%	2	0.9%	42	19.3%	46	21.1%

（1）1業種	⑥	割合	⑦	割合	⑧	割合	⑨	割合	総計
サービス業	0	0.0%	3	8.3%	0	0.0%	5	13.9%	36
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%	3
建築業	0	0.0%	1	4.8%	2	9.5%	2	9.5%	21
製造業	2	2.0%	3	2.9%	11	10.8%	8	7.8%	102
専門サービス業	0	0.0%	0	0.0%	1	12.5%	1	12.5%	8
流通業	1	2.8%	1	2.8%	3	8.3%	1	2.8%	36
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%	5
総計	3	1.4%	8	3.7%	17	7.8%	19	8.7%	218

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

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

【2】売上・利益について
④減少の特徴・原因に関して（記述）

	（1）1業種	（1）2業務内容	（2）④売上DOWN要因記述
1	サービス業	車販売、整備、板金、保険、レンタカー	移転にともない
2	サービス業	包装資材販売	主要取引先が円安で利益がかなり悪化している。来年度、倒産廃業のうわさが絶えない
3	サービス業	福祉用具の貸与販売、家具、インテリア小売	価格競争と販売減少
4	サービス業	web制作、ﾊﾟﾝﾌ制作、企業研修	人手不足で仕事はあるが納品遅れ気味となった
5	サービス業	不動産管理、仲介業	中小の会社がやっていた事業を大手企業が参入してきている事と賃貸物件の借りて需要の減少
6	サービス業	広告物のグラフィックデザイン	客の売上が下がり、広告費の削減でパッケージの受注が減っている
7	サービス業	総合人材サービス、人材派遣	大口取引先の契約解除年間1.4億円減少
8	サービス業	地図情報処理	規模の縮小
9	サービス業	保険代理店	ネット直売との競合が激しくなってきた
10	サービス業	異業種協同組合	国の制度事業の改正に伴う利用者減、新規顧客の未開拓
11	サービス業	インテリアコーディネート請負部門、デザイン部門、ショップ運営部門	増税で一時的な建築理想物件が増えたが、増税後は落ち込みが大きい。駆け込み契約の方は予算がなく、インテリアにお金をかけない
12	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）	競合他社の伸び。価格競争による顧客減少、売上減。
13	運輸業	商品の保管、在庫管理、検品、梱包や全国配送	円安による輸入商材の減少
14	運輸業	全国対応の一般貨物運送	他社に仕事を取られた
15	運輸業		会社・商店、その他、倒産、閉店
16	建築業	設備工事、リフォーム工事	昨年は消費税増税前の駆け込み受注があった為
17	建築業	建築設計、管理	こまめな努力が必要
18	建築業	建設機械部品修理販売	商品が多品種になり品揃えできない。仕入れ単価の上昇
19	建築業	個人向け建築リフォーム業	消費増税による景気足踏みの影響
20	建築業		全体的に得意先が減少気味になっています
21	建築業	タイル及び住設商品の販売及び施工	昨年が消費税の駆け込みで多すぎたため
22	建築業	総合建築業	消費税増税後の市場序状況の悪化、コスト高傾向がつつく
23	建築業	建築施工	前期（10-12）に工事が集中し、入札の参加が少なかった
24	建築業	住宅建築設計施工、一般建築全般	新築着工件数の減少
25	建築業	太陽光発電の設計施工	国の補助が縮小されています
26	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	1月中に着工の予定で受注していた工事が、約1ヶ月順延となり、その間の急な受注が無理となる。
27	建築業	電気設備工事業	受注金額が高い工事を受注したが、外注費がかかり、利益が残らない
28	製造業	日用雑貨、健康食品卸	輸入コストの上昇で採算性悪化
29	製造業	製本業	昨年は消費税UPにて価格改正カタログや駆け込み需要で忙しかった。今年は反動で動きが悪い
30	製造業	ダンボール箱製造	既存の顧客、1件当たりの売り上げが減少。新製品を出される企業が少なくなり、パイが縮小
31	製造業	スクールアルバム製造	他社との価格競争並びに受注冊数の減少が影響している
32	製造業	十字穴タッピンネジ製造販売	市況の鈍化
33	製造業	建築金物製造、金属プレス加工業	安売りが増加で、建築金物の受注減
34	製造業	金属材料販売・ペーパークラフト製作販売	得意先に対して大手企業がなりふり構わず売り込みをかけてくる。
35	製造業	溶接、機械加工	受注減
36	製造業	金網及び関連製品の製造と販	設備関連の受注の減少
37	製造業	金属部品、金型の熱処理受託加工	昨年の1～3月は前年対比、駆け込み需要のおかげで＋20%で異常であった

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

38	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	Aクラスユーザーの赤字による受注減
39	製造業	金属プレス加工、金型製作、樹脂成形	住宅関連のため住宅着工数減少のため受注減
40	製造業		公共事業は人手不足の影響.産業機械は設備投資に伴う力点
41	製造業	台車メーカー	昨年は、増税前の駆け込み需要があった
42	製造業	食品製造用機械の製造・販売	客先の売上減少
43	製造業	ドリル　ネジ製造販売	消費税関連
44	製造業	プラスチック射出成形	海外からの仕入れ割合が高いため、円安による原価高騰を販売価格に転嫁できない。新商品を発売しても顧客の購買力が低下しているように見受けられる
45	製造業	ステンレス鋼板加工及び卸売	国内需要の現象により大手元請けが去年秋に突然生産を中止
46	製造業	ウレタンゴム製造	製鉄会社の再編により一時的に注文が止まった
47	製造業	産業機械、食品機械等の金属部品加工	人材育成のスピードが仕事の高度化に追いついていないことが売上減少の最大の理由。しかし、注残の増加で明るいきざし
48	製造業		営業努力不足
49	製造業	精密機械加工、産業機械設計	営業力、原価管理に不備があったため
50	製造業	鋼材販売及び、切断、曲げ加工販売	稼動日数が少なく売上も低調でした。顧客離れが進んでいる
51	製造業	化学製品の製造。加工	受注量の減少
52	製造業	電設資材製造	設備構築がほぼゆきわった
53	製造業	食品の製造販売（飲み水・お弁当・食品全般・ミネラル製品・健康食品・浄水器の取付・メンテナンス）	アメリカのメーカーの工場移転に伴う、製品の未入荷と在庫切れ
54	製造業	婦人インナー製造販売	売先からの注文が小ロットになっている
55	製造業	印刷・写真の製版業	受注の減少
56	専門サービス業	税理士業	前年期のスポットの売上がなくなった
57	流通業	ユニフォーム販売及び刺繍、プリント加工	注文数の減少、仕入れ単価の値上がり
58	流通業	中古トラック・中古部品販売	中古部品の販売はまずまずですが、中古車が売れない
59	流通業	制服・被服販売小売	秋口から需要の鈍さを感じる。お客様の仕事面での受注も安定しているとはいえない。
60	流通業	文具、事務用品小売	全体に押しなべて悪い。ボトムダウン。需要についてはこれといった悪い点はない。全体的にじわじわ落ちてきている
61	流通業	建築に関する商品販売、卸、販売	大型案件の価格競争が激しく、取れなくなってきている
62	流通業	ステンレス冷延鋼板の在庫販売、非鉄・普通鋼材料販売及び各種加工。	消費税改定時の駆込み需要の見込み外れた在庫の処理に時間を要している。
63	流通業	アパレル小売販売	一人当たりの売上げ単価は上昇傾向にはあるが、来客員数が減っているため、昨対で売上をカバーできない
64	流通業	鶏肉卸	毎年減少する期限
65	流通業	加工・保管・発送の物流を1ヶ所で実施しています	西日本拠点から東日本拠点へ得意先が移転。物流の流れが変わる
66	流通業	古紙卸売り販売	内需が冷え込んでいる
67	流通業	ニット生地卸売販売	為替のアゲイント、消費の冷え込み
68	流通業		新しい得意先へのアプローチが不十分であった
69	その他	障害福祉サービス	利用者が一般就労で退所したあと次の新規利用者の確保が難しくなった。
70	その他	空調機器販売、修理工事	予定していた現場が延期になった
71	その他	鋼材加工販売	全体の仕事量が減少している

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

【3】経営上の問題点・対応策について

（1）設備投資・規模拡大などの投資計画に関して（選択式）

（1）1業種	①	割合	②	割合	③	割合	総計
サービス業	19	20.2%	50	53.2%	25	26.6%	94
運輸業	5	45.5%	4	36.4%	2	18.2%	11
建築業	10	26.3%	22	57.9%	6	15.8%	38
製造業	66	42.3%	55	35.3%	35	22.4%	156
専門サービス業	11	18.6%	38	64.4%	10	16.9%	59
通信情報業	2	40.0%	1	20.0%	2	40.0%	5
流通業	12	21.4%	33	58.9%	11	19.6%	56
その他	9	45.0%	10	50.0%	1	5.0%	20
（空白）	8	50.0%	7	43.8%	1	6.3%	16
総計	142	31.2%	220	48.4%	93	20.4%	455

①今期中にある　②ない　③検討中

（2）現在の経営上の問題点に関して（選択式3つまで）

（1）1業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合	⑥	割合	⑦	割合	⑧	割合	⑨	割合
サービス業	17	6.4%	2	0.8%	11	4.1%	23	8.6%	14	5.3%	12	4.5%	24	9.0%	18	6.8%	13	4.9%
運輸業	2	6.1%	0	0.0%	1	3.0%	0	0.0%	2	6.1%	0	0.0%	5	15.2%	1	3.0%	5	15.2%
建築業	5	4.5%	2	1.8%	3	2.7%	2	1.8%	2	1.8%	2	1.8%	1	0.9%	12	10.8%	4	3.6%
製造業	49	11.4%	7	1.6%	14	3.3%	11	2.6%	22	5.1%	12	2.8%	24	5.6%	44	10.2%	19	4.4%
専門サービス業	10	7.6%	0	0.0%	4	3.1%	8	6.1%	6	4.6%	5	3.8%	10	7.6%	0	0.0%	7	5.3%
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.3%	0	0.0%	1	5.3%	1	5.3%	0	0.0%	1	5.3%
流通業	25	17.5%	2	1.4%	7	4.9%	7	4.9%	3	2.1%	4	2.8%	8	5.6%	21	14.7%	8	5.6%
その他	4	8.7%	0	0.0%	1	2.2%	3	6.5%	1	2.2%	4	8.7%	5	10.9%	1	2.2%	3	6.5%
（空白）	8	27.6%	0	0.0%	2	6.9%	4	13.8%	2	6.9%		0.0%	1	3.4%	4	13.8%	1	3.4%
総計	120	9.9%	13	1.1%	43	3.6%	59	4.9%	52	4.3%	40	3.3%	79	6.5%	101	8.4%	61	5.0%

（1）1業種	⑩	割合	⑪	割合	⑫	割合	⑬	割合	⑭	割合	⑮	割合	⑯	割合	⑰	割合	総計
サービス業	8	3.0%	18	6.8%	33	12.4%	31	11.7%	10	3.8%	13	4.9%	17	6.4%	2	0.8%	266
運輸業	1	3.0%	1	3.0%	3	9.1%	7	21.2%	0	0.0%	5	15.2%	0	0.0%	0	0.0%	33
建築業	5	4.5%	11	9.9%	15	13.5%	15	13.5%	16	14.4%	11	9.9%	4	3.6%	1	0.9%	111
製造業	12	2.8%	31	7.2%	61	14.2%	44	10.2%	33	7.7%	32	7.4%	10	2.3%	5	1.2%	430
専門サービス業	2	1.5%	8	6.1%	24	18.3%	17	13.0%	2	1.5%	4	3.1%	20	15.3%	4	3.1%	131
通信情報業	1	5.3%	1	5.3%	3	15.8%	4	21.1%	1	5.3%	3	15.8%	2	10.5%	0	0.0%	19
流通業	3	2.1%	7	4.9%	10	7.0%	15	10.5%	3	2.1%	12	8.4%	6	4.2%	2	1.4%	143
その他	1	2.2%	2	4.3%	8	17.4%	6	13.0%	1	2.2%	1	2.2%	3	6.5%	2	4.3%	46
（空白）	0	0.0%	2	6.9%	2	6.9%	0	0.0%	1	3.4%	1	3.4%	1	3.4%	0	0.0%	29
総計	33	2.7%	81	6.7%	159	13.2%	139	11.5%	67	5.5%	82	6.8%	63	5.2%	16	1.3%	1208

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

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

(3)今後の予定も含めた経営上の力点(選択3つまで)

(1)1業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合	⑥	割合	⑦	割合	⑧	割合	⑨	割合
サービス業	76	25.4%	15	5.0%	15	5.0%	24	8.0%	20	6.7%	16	5.4%	12	4.0%	10	3.3%	30	10.0%
運輸業	7	20.0%	0	0.0%	3	8.6%	2	5.7%	0	0.0%	5	14.3%	0	0.0%	0	0.0%	4	11.4%
建築業	19	17.8%	9	8.4%	3	2.8%	9	8.4%	1	0.9%	11	10.3%	3	2.8%	1	0.9%	17	15.9%
製造業	83	17.1%	50	10.3%	56	11.6%	49	10.1%	48	9.9%	27	5.6%	4	0.8%	3	0.6%	41	8.5%
専門サービス業	44	27.5%	10	6.3%	9	5.6%	9	5.6%	9	5.6%	14	8.8%	6	3.8%	5	3.1%	20	12.5%
通信情報業	7	21.9%	3	9.4%	2	6.3%	3	9.4%	1	3.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	5	15.6%
流通業	34	22.5%	5	3.3%	6	4.0%	19	12.6%	13	8.6%	10	6.6%	11	7.3%	4	2.6%	19	12.6%
その他	17	32.1%	5	9.4%	1	1.9%	7	13.2%	0	0.0%	6	11.3%	0	0.0%	2	3.8%	5	9.4%
(空白)	8	19.5%	5	12.2%	2	4.9%	5	12.2%	2	4.9%	1	2.4%	2	4.9%	0	0.0%	3	7.3%
総計	295	21.7%	102	7.5%	97	7.1%	127	9.3%	94	6.9%	90	6.6%	38	2.8%	25	1.8%	144	10.6%

(1)1業種	⑩	割合	⑪	割合	⑫	割合	⑬	割合	⑭	割合	⑮	割合	⑯	割合	⑰	割合	⑱	割合
サービス業	36	12.0%	11	3.7%	8	2.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	0.7%	7	2.3%	3	1.0%	11	3.7%
運輸業	3	8.6%	1	2.9%	3	8.6%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.9%	1	2.9%	2	5.7%	2	5.7%
建築業	16	15.0%	3	2.8%	7	6.5%	0	0.0%	1	0.9%	1	0.9%	2	1.9%	1	0.9%	3	2.8%
製造業	67	13.8%	6	1.2%	11	2.3%	1	0.2%	1	0.2%	3	0.6%	16	3.3%	7	1.4%	9	1.9%
専門サービス業	22	13.8%	1	0.6%	4	2.5%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.6%	3	1.9%	2	1.3%	1	0.6%
通信情報業	4	12.5%	1	3.1%	1	3.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.1%	4	12.5%
流通業	18	11.9%	2	1.3%	3	2.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	1.3%	1	0.7%	4	2.6%
その他	5	9.4%	0	0.0%	1	1.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	3.8%	2	3.8%
(空白)	6	14.6%	0	0.0%	1	2.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	4.9%	2	4.9%
総計	177	13.0%	25	1.8%	39	2.9%	1	0.1%	2	0.1%	8	0.6%	31	2.3%	21	1.5%	38	2.8%

(1)1業種	⑲	割合	⑳	割合	総計
サービス業	0	0.0%	3	1.0%	299
運輸業	0	0.0%	1	2.9%	35
建築業	0	0.0%	0	0.0%	107
製造業	1	0.2%	1	0.2%	484
専門サービス業	0	0.0%	0	0.0%	160
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	32
流通業	0	0.0%	0	0.0%	151
その他	0	0.0%	0	0.0%	53
(空白)	0	0.0%	2	4.9%	41
総計	1	0.1%	7	0.5%	1362

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

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

【3】経営上の問題点・対応策について
（4）経営上の力点（記述）

	（1）1業種	（1）2業務内容	（3）4力点記述
1	サービス業	不動産コンサルタント・投資顧問、不動産仲介・不動産管理、内装請負、インテリアコーディネート・インテリア販売	営業力を強化しつつ、固定収入を得る管理物件等を増やし、営業スタッフを採用し、営業力の拡大を目指す。
2	サービス業	生命保険・損害保険の販売	徹底したアフターフォローによる顧客の定着
3	サービス業	青写真　大判複写　データ出力データ入力	パソコン業務の向上、能力アップに強化、デザイン・編集など
4	サービス業	障害者福祉サービス事業	採用試験で人が集まらないのが、今しんどい所です。2年後の新事業立ち上げに向け、人材もろもろの計画が大切だと思っています。
5	サービス業	働く人のユニフォームのルート営業と小売。だんじり祭衣装の小売販売	これからも社員教育に力を入れる（社長を含め）。企業の海外進出や人口減少によるマーケット縮小は想像を遥かに越え進んでいる。早急に新規事業を考えチャレンジしなければ未来はない。
6	サービス業	葬祭請負	社員1人1人が仕事に対する理解度、意識を上げ、サービス向上に努める。新規開拓を増強し、売り上げ工場する
7	サービス業	福祉用具の貸与販売、家具、インテリア小売	新規事業に取り組む
8	サービス業	不動産管理、仲介業	そのつどにあわせたものでなく、本当に良いものを追及したサービスを作りあげる
9	サービス業	介護事業	社員の報酬制度を見直し、定着率を上げ利益還元する。
10	サービス業	オートバイ販売、修理、レンタル、買取	社員教育（外部）今期入れています
11	サービス業	マグネット応用機器販売、色彩選別機販売	事務所、人材、海外商品の増。新規製品。
12	サービス業	会社案内、製品カタログ，WEBサイト、映像コンテンツ、製作デザイン	サービスを専門特化して拡販するか、顧客のニーズにとことん合わせてサービスを専門化させていくか、動きながら把握していくしかないのか・・・
13	サービス業	広告物のグラフィックデザイン	小回りがきき、トータル的にサポートできる
14	サービス業	産学連携コーディネート	新規案件の獲得
15	サービス業	学校、事務請負	スクラップ＆ビルド
16	サービス業	生花、鉢物、プリザードのインターネット販売	販路は無限にあると感じているが営業する、いただいた注文を確実に納めるなどには社員の定着する環境づくりが必須と感じています。その為の経営方針をきちんと示す社員能力upの為の研修やスキルupも取り組んでいきたいです。
17	サービス業	輸入車販売、修理	顧客フォローの徹底、ソフト面の強化
18	サービス業	葬儀業	葬儀業界において主な営業先として病院や寺院も、各地の町内会などが主流でしたが、昨今家族が自分で葬儀社を選ぶことが多くなった為に、病院などからの紹介に頼らず、各個人への認知度アップが必要と考え、営業力の拡大にチェックしました。
19	サービス業	ディスプレイ業	生産性向上による利益率UP
20	サービス業	不動産賃貸・売買・管理・コンサルティング	東京支社設立予定です。また知識と経験を積むために資格取得と研修に力点を入れます。
21	サービス業	販売促進コンサルティング・広告制作	営業採用のための取引拡大
22	サービス業	保険代理店	販売チャンネルの充実
23	サービス業	信用金庫	新商品分野への進出・既存店舗の好立地への移転及び、新規店舗の出店・販売員の能力向上。
24	サービス業	飲食業	店長の経営数値等のレベルアップのために店長塾を開始
25	サービス業	介護サービス	ハローワーク、福祉人材センター、ネット新聞折込等実施をしていますが応募がない状態です。人材派遣人材紹介にも依頼しています。
26	サービス業	人材派遣	社員を増やす。現状は足りていない
27	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	毎年4月に経営指針発表会を行う。今期は特にPDCAサイクルを意識すると共に新入社員採用と教育に力点を置く。
28	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。	がむしゃらに営業だけしても売上が伸びる時代ではない。会社の成熟こそが売上増大への近道だ。さらに色んな事仕掛けていくことが取引先にもニュースとなり、会社、社員の成長にもつながるし、結果収益アップにつながる。
29	サービス業	異業種協同組合	少人数で運営しているため、個々の社員のレベルアップが最重要

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

30	サービス業	補聴器の販売、修理	社長交代にあたり、先代の社長が補填していた資金がなくなり資金繰りに困るようになりました。今後は自力で回転していけるよう頑張ります。
31	サービス業	ビルメンテナンス業	下請ではなく、自力で売上増（純利益）を達成してゆくには営業力を高める努力が欠かせません。
32	サービス業	人事制度コンサルティング	新サービスの開発と展開
33	サービス業	不動産管理、仲介業	取引先の開拓、出店（新規店確保）
34	サービス業	インテリアコーディネート請負部門、デザイン部門、ショップ運営部門	スキルを生かせる取引先（新規）はどこか。現在の土日のみが営業日から、7日間営業できる先を見つけたい。
35	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）	大口の法人契約。個人から法人へ。
36	サービス業	パソコン総合サポート	既存顧客へ新サービス・商品の販売を行う。 新規顧客開拓。
37	サービス業	情報部門アウトソース受託 ITコンサルティング 金属加工製品の輸入販売	方針に従った計画
38	サービス業	消毒業及び損保代理店	新規ユーザーの開拓と既存ユーザーとのパイプを太くする
39	サービス業	不動産賃貸・仲介・管理業 飲食業	新規事業にチャレンジしている事で、この事業を成功させるためにも、エンドユーザーを直接つかめる力をもっと養っていきたい。その状態をキープしていくために、今はがまんの時。経費を削減しながら、会社を守ることと、新規事業への継続的なチャレンジのために、事業資金を確保していく事も必要である。
40	サービス業	輸出入の通関業務及び関連する業務全般	残業の削減を目標にしているが、今後のより一層の効率化について具体的な処置をけんとうしなければならない。
41	サービス業	障害福祉サービス事業	社内営業の強化が重要
42	サービス業	広告企画デザイン	事業の継承とエンディング
43	サービス業	人材派遣業	顧客との関係性強化と高付加価値化
44	サービス業	コンサルタント業になります。	産業構造の変化から、従来型のビジネスでは難しくなっている。特に半導体関連、電気産業でのビジネスでの大きな革新が必要と感じている。企業連携の仕組みを研究したい。
45	サービス業	経営者のサポート業	受注までの流れ、入金までの流れで整っていない資料を整える。 もう少し計画に沿って動けるように、計画の練り直し。 それらを進めることで、採用の時期と段取りを確定させていく。
46	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、複合施設の設備の企画、施工、管理およびメンテナ	近々に、異業種グループによる、新商品の開発・販売のスタートをきれる段階までのステージに持ってくることができました。
47	サービス業	車輌・部品販売から車輌メンテンス・改造などトラックに関するワンストップサービス業	サービス力・営業力の強化や業務提携など最終的には、人的能力に影響をされますので、上記の事柄を熟せる社員がどれだけ存在するかが重要である。よって社内外での「教育」にて育てていくかが課題であり、急務である。
48	運輸業	商品の保管、在庫管理、検品、梱包や全国配送	新規販路獲得、生産性アップ、新システム導入による効率化
49	運輸業	全国対応の一般貨物運送	自社の強みをもっと売りだす
50	運輸業	地場中心に雑貨から重量物運搬	同業者からの売上の比率を下げる。
51	運輸業	運送・倉庫・流通加工・特定人材派遣・賃貸業	業界の社員さんの高齢化・社員不足がひどくなる中、労働環境・社員教育をしっかり行い、新卒者及び中途採用者（異業界からの転職含む）が確保できる 又、社員さんが辞めない（辞めにくい）会社作りを行う。後輩が出来る事によるモチベーションの向上＝お客様に安心・信頼してもらえる（長くお付き合い）・後継者にも継いでもらいやすい環境。ご紹介を頂ける・口コミでご相談を頂ける事に繋がる。
52	建築業	設備工事、リフォーム工事	受注拡大が重要である
53	建築業	空調・給排気等のダクト化工及び施工	若い人材の採用に広告・ハローワークへ求人を出しています。
54	建築業	水廻り、リフォーム、管洗浄、浚渫	今年一年は社員教育に力を入れて平均レベルアップ
55	建築業	建築工事業、管工事業	見習工でもいいので人材が欲しい
56	建築業	建築設計、管理	他社の強みをまねできる部分はまねる。
57	建築業	太陽光パネルの販売・設置・保守	施策の動向の見極めに注力している
58	建築業	建築のキカク設計監理及びこれに付随する一切の業務	戦略的営業を強化し、新規顧客を増やす
59	建築業	電気設備工事業	お客様増→仕事量増→人員増をくりかえしていきたい
60	建築業	個人向け建築リフォーム業	人材確保

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

61	建築業	鉄骨工事一式、鋼構造物件工事業	社員の教育に、力を入れて、一人、一人が、責任を持って仕事に勤しむことで、効率upを目指す。経費削減し、利益を上げ、新規の設備に、投資できるようにする。
62	建築業	電気工事業	組織力アップ
63	建築業		基本的に見直しをかけなければならない
64	建築業	環境プラント機器の備付工事	地域の企業をバックアップしてくれる金融機関が欲しい。あとは、人材不足
65	建築業	タイル及び住設商品の販売及び施工	兎に角人材の確保
66	建築業	建築業の空調、衛生設備分の断熱、管工事業	受注物件は慎重に検討し、確実に収益に結びつける努力をする一方無駄な経費の削減にとつめる
67	建築業	建築施工	技術会社にとって技術者は宝であり、いかにしていい技術者を育てるかが自社発展のカギとなる
68	建築業	店舗設計施工	1社依存の体質から脱却してより広い範囲から集客すべく異業種交流会に参加
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	社員教育を含め能力アップを行いお客様対応を全社行うことが出し、各担当者が受注から引渡し、入金までの作業ができるようになる。
70	建築業	住宅建築設計施工、一般建築全般	技術者の育成、確保
71	建築業	住宅リフォーム、大規模改修工事、関西ペイント、日本ペイント、アステックペイントなど（のびる塗幕）	①現在、営業職は私を含め2名、私自身職人だったので営業職を学び部下を増やしていく。②現在住宅部の方に力を入れている為に法人部の売上がダウンしている。新規取引先も増やしていく。（景気もある）③現在経営理念はあるが、もう少しわかりやすく、社員にも響く理念に改善したい。
72	建築業	リフォーム業。住宅リフォーム全てシステムバス　システムキッチン　トイレ他	人財育成を強化し、社内ベクトルを合わす為に、理念の見直しをしている。その後、営業力強化を行い、他店舗化を図る！！
73	建築業	建築全般、防水、塗装工事	人材育成
74	建築業	太陽光発電の設計施工	下請から元請へ自社受注に力を入れていきます。
75	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	社員が高齢者と若手にわかれ、中間層がいない。10年のベテランを新卒雇用で育てていきたい。
76	建築業	建築塗装業	経営計画書の見直
77	建築業	住宅新築・改修、社会福祉施設新築・改修、その他	自社ブランドの確立とそれに基づく経営計画の力点を明確にすること。それに合わせた社員教育の日常的運営。
78	製造業	清酒製造	海外の客を取り込む営業
79	製造業	各種歯車歯切、歯研ミーリング工事一式及び設計	新規得意先の確保と社内の環境整備等によるモチベーションの拡大
80	製造業	生産設備の製造販売	無駄をなくす
81	製造業	椅子張り替え、アンティークチェア販売	販売促進の為に新たな新部門を検討中
82	製造業	アルミの切削加工	技術力をあげて生産効率を上げる
83	製造業	鋼製建具の設計製造販売	固定費の増加を最小限に抑えつつそれぞれの作業レベルの向上と生産方法等の改善
84	製造業	電気設備用特殊金物	小企業への人気がなく人材不足です。能力のある人がこない。管理職の育成。
85	製造業	プラスチック製品製造販売	新規販路開拓
86	製造業	建築金物卸	新規開拓に力を入れている。売上が上がっているが、生産・納期が追いつかないので、協力業者を探している。
87	製造業	焼き菓子製造	工場移転、増産体制、雇用拡大
88	製造業	包装用品加工卸	中小企業対策で具体的対策案を出す
89	製造業	スクールアルバム製造	管理職ならびに、若手社員の意識向上やスクールアルバムに関わる新製品サービスに注力していきたい
90	製造業	金属プレスイ加工	新設備導入
91	製造業	ガラス加工販売	技術力の割りに営業力が弱いので営業力強化を図る
92	製造業	菓子製造、マンション経営	新商品をつくる
93	製造業	十字穴タッピンネジ製造販売	営業に注力しないと受注が減少。良い製品を作るため技術力の向上を図る
94	製造業	建築金物製造、金属プレス加工業	営業力、全社的営業(販売)について意識を持つ
95	製造業	床束､ﾌﾚｷ製造販売	社員の能力ｱｯﾌﾟで生産性が効率化し営業力の拡大
96	製造業	金属材料販売・ペーパークラフト製作販売	取引先である明治村が今年50年を迎え売り場面積を拡大予定なのでシリーズ化したﾍﾟｰﾊﾟｰｸﾗﾌﾄ充実化していく
97	製造業	金型(冷間鍛造部品)ﾒｰｶｰ	福利厚生の充実化
98	製造業	溶接、機械加工	自社製品の強化

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

99	製造業	金網及び関連製品の製造と販売	製品開発体制の確立（ニーズの把握からマーケティングや販路開拓まで）個々人の目標設定に対してPDCAサイクルを回転させる習慣を付けていきたい。
100	製造業	特殊車輌部品の製造	リーダーのリーダーシップを強化したい。
101	製造業		新製品の販路開拓
102	製造業	金属部品、金型の熱処理受託加工	WLBの改善をターゲットにして「生産性の向上」「設備保全の再構築」「品質の向上」に手を打つ
103	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	産学連携による補助金の確保
104	製造業	レーザー切断、機械製缶	外部講師をまねいての技術力向上に向けて、マンツーマンの指導を受けさせている。
105	製造業	プラスチック成形	成長分野にメーカーとして販路を開拓する
106	製造業	金属プレス加工、金型製作、樹脂成形	今のままでは収支トントン。利益率の良いところを捜す。
107	製造業	カバン・袋物製造	個々の営業社員の意識改革
108	製造業	アルミ製品の製造	海外進出にむけ毎月のように東南アジアに出張しているが、次につなげていく人材を育てる必要がある
109	製造業	機械及び機械部品の製造修理	人材をいかに確保するのかが最重要問題となっている
110	製造業	プラスチック射出成形	営業部門が若手が多いため個々の能力アップに努め営業力を強化する良い商品を開発し自社のオリジナル商品の販売を伸ばす。無駄なコストを削減する
111	製造業	ネジ、ボルト、ナット自動車部品、電子部品等の全数選別装置の製造販売	円安になってきているので会外販売を強化します
112	製造業	電動撹拌機メーカー	更なるニーズに対応する新製品の早期充実
113	製造業	金属製品の製造業	設備が老朽化しているので、新設備を導入し新規事業を立ち上げ
114	製造業	金属板金プレス業	社員の高齢化にともなう生産性のダウンに対し人材の採用と技術者の育成
115	製造業	電子部品及び樹脂成形品の2次加工・検査	個人のスキルアップ
116	製造業	製罐板金	効率人員配置を念頭に入れた設備投資
117	製造業	鉄鋼、シャースリット業	若手社員の採用、育成、定着。将来の幹部にまで育て上げること。
118	製造業	金属化工業	幅広い分野に新規営業する
119	製造業	ウレタンゴム製造	景気が良くなると大手が人材を採るのでとりにくくなる。長期的な視野で計画的に人材育成をしているつもりです
120	製造業	金属加工	新設備を入れたのでそれを中心に力をいれていく
121	製造業	産業機械、食品機械等の金属部品加	定期採用と人材育成
122	製造業	電子部品、樹脂製品加工	従来技術を転用して他分野への展開（長期） 主業であるプリント配線板加工の売上分散を図る（短期）
123	製造業	精密機械加工、産業機械設計	社員に経営者の考え方が伝わっていない、全社的に数字の位置づけがあいまいになっている
124	製造業	ゴム製品製造	自動化による生産性の向上、新製品、公共料金他の削減
125	製造業	ポリウレタンコーティング	社員教育と共に育つ社風作りがカギです
126	製造業	金属焼付塗装	社員を募集しているが集まらない。募集方法を教えて欲しい
127	製造業	プラスチック加工業、オリジナル製品製	会社にあった人材、それを支えるフォロー体制、3S活動など
128	製造業	鋼材販売及び、切断、曲げ加工販売	ものづくり補助金が採択されれば新しい機械を導入。 新分野への販路が見込める為、営業代行業に依頼し、営業力の向上を目指す
129	製造業	FRPパイプ製造、絶縁工具製造、販売	社員の多能工化
130	製造業	印刷、web、動画事業	営業の拡大を行なうため技術営業ま強化提案力の強化を行なっていきたい
131	製造業	金属工作油剤製造販売	多様化する顧客ニーズに素早く対応し的確な返答をしていく。情報収集や展示会等に出展し開拓していく
132	製造業	食品の製造販売（飲み水・お弁当・食品全般・ミネラル製品・健康食品・浄水器の取付・メンテナンス）	営業力が無いのでその強化
133	製造業	化学プラントの設計製造	取引先が増えたことにより、対応力を強化しないといけない。社員それぞれの能力アップと同時に新しい人材の確保も視野にいれて
134	製造業	婦人インナー製造販売	専門家に指導を受けたが実践では、なかなか難航している。営業面が製造に追われているので、今年は力を入れていく予定。
135	製造業	自動車用フロアマット・ラグマット製造販売	変化・流れを読みながらニーズの創造。
136	製造業	搬送機器の設計製造、鋼板加工	・新規分野での販路開拓 ・人材採用を伴った開発力強化

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

137	製造業	建築鉄骨業	人材の確保
138	製造業	工業用裁断機器　製造・販売	生産性向上の為に、無駄な設計ミスや組立ミスを防止する
139	製造業	紙器製造業	中堅クラスの社員を育成することで、社内改善や生産性向上、営業力の強化を狙う
140	製造業	FAシステム販売及びリチウム電池設計・製造・販売	若手から中間層の人材が不足している為、そこを重点的に採用を行いたい。
141	製造業	繊維製品製造卸	既存取引先だけでは市場の拡大は望めず、異業種等の新規開拓が必要。
142	製造業	ナット製造販売	様々な、ものづくりの展示に参加
143	製造業	精密薄物板金加工、パイプ加工、組立、自社製品の製造販売	展示会出展やHPによる販売促進と営業力強化
144	製造業	特殊鋼　切断　加工　販売	新規加工技術の導入
145	製造業	精密板金	工場を一部拡張して新たな設備の導入を計る。ものづくり助成金を活用する。
146	製造業	印刷　ウェブ　デザイン　制作	ないしょ
147	製造業	別注家具製造	高品質の維持
148	製造業	プラスチック製品製造業	社員教育
149	製造業	工業用ガスバーナーの製造	経営計画をしっかりと考え、設備投資を含め生産性のアップを図りたいです
150	製造業	カスタムメイドのテスト・計測・制御システムの開発・設計・製作	業務効率30%アップを掲げ、次の取り組みを力点とする。①生産管理システムの導入②社員共育の充実（社内外の勉強会を活用）③定時退社日の厳格化（仕事にもっとメリハリを）④生産体制強化（設備投資を伴う検査業務の合理化）⑤設計標準化の推進（ハードおよびソフトライブラリの整備等）
151	製造業	亜鉛ダイカスト（専用の亜鉛合金を用いたダイカスト製法）による建築金具・水栓金具などの素形材の製造	【技術力の強化】定性的判断から計算シミュレーションを用いた定量的判断による品質強化、作業者のスキル強化 【生産性アップ効率化】効率よく作業できるような作業内容の標準化を進める 【経費節減】老朽機器の予防保守、主力の製造機器の遊び時間の削減
152	製造業	紙再生業	人財の育成
153	製造業	プリント基板用金型製作、プレス加工	技術力を高め、弊社でしかできない「ものづくり」に特化する。
154	製造業	ユニフォーム製造販売	製品品質向上価格競争力生産性の向上
155	製造業	焼菓子製造卸	工場拡張により増産し、売り上げの拡大を行う。
156	製造業	衣服製造業	アクリルパネル・ハンドバッグの商品を海外に売り出す実験をしている。
157	製造業	金属熱処理、塗装、表面処理加工	管理職の育成、海外事業の黒字化
158	製造業	物流支援機器製造販売（垂直搬送機、可動スロープ（レベラー）、パレット交換機、駆動ローラー（チェーン）コンベヤ、等。）	物流支援機器として、新分野の開拓を計画しており、人材の確保を強く考えており、現本社の場所では、人材の確保が難しく本社移転を視野に入れて新分野の開拓を進めて行く。
159	専門サービス業	介護事業所を中心とした社会保険労務士業	介護事業所向けに新しいサービスの開発
160	専門サービス業	児童、障害、高齢分野における社会福祉事業	高齢、保育、障害ともに単価見直し等の変更があります。行政の動き等に注意し事業内容の再検討が必要と思われます。
161	専門サービス	自動車整備業	人材確保
162	専門サービス	会計事務所	売り上げ拡大
163	専門サービス業	医療・サービス	社員のモチベーションUPと古い体質意識を改善し、サービスの質を向上させていく
164	専門サービス業	大学ｷｬﾘｱ教育支援　経営コンサルタント	人材採用のためにこんごの営業計画をしっかり実行。新規顧客増めざす。そのための新サービスも開発する
165	専門サービス	製造業向けコンサル・研修事業	コンサルティングのパッケージ化
166	専門サービス	税理士	チーム力、黒字変換力
167	専門サービス	ISOに関するしくみつくり	力量あるISOコンサルタントの確保が成功の鍵
168	専門サービス	社労士業務	関与先を増やすことが最優先
169	専門サービス業	行政書士事務所	新サービスを開発し、新規顧客の獲得と既存顧客からの紹介の増加
170	専門サービス業	都市計画まちづくり・建築・土木・造園の計画設計	人事考課制度の導入・実践。社員教育制度の確立
171	専門サービス	法律業務	自身のスキルアップ
172	専門サービス	社会保険労務士業、行政書士業	事務所ニュース等を発行して新規顧客を増やす。

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

173	専門サービス業	まんがとイラストで関西の中小企業様を「らしく」その先のお客様に伝える仕事をしております。	有効な広告実施しつつ人材を確保。東京市場に進出。
174	専門サービス業	発明、プロダクトデザイン、商標の保護、著作権、不正競争防止法、ライセンス契約による知財の保護	顧客の増加、安定化によるメンバー増加の環境づくり、ワンストップサービス、質の向上と維持
175	専門サービス	法律業務全般	個々のスキルアップ、事務員の能力向上。専門分野の特化
176	専門サービス	会計事務所	高質の技術力と顧客へのアプローチ方法の向上
177	専門サービス	税理士事務所	社員に愛される会社をつくる
178	専門サービス	税理士	正社員の採用
179	専門サービス	公認会計士業務	幹部候補者の育成
180	専門サービス	税理士業	事業承継をスムーズに行う
181	専門サービス	外国人の在留資格関連手続き	作業の効率化
182	専門サービス業（士業の方）	税理士	売上増のための自社のサービスの絶対的付加価値アップが課題
183	専門サービス業（士業の方）	司法書士業として、不動産登記と会社登記をメイン業務としている	3月に入社する社員の教育
184	専門サービス業（士業の方）	会計事務所	1．営業力：自社の付加価値をアピールしていくツール等の作成 10．採用したパートの教育と社員がより付加価値の高い業務を行えるようにする
185	専門サービス業（士業の方）	司法書士・行政書士業務　具体的には不動産名義変更、会社登記、企業法務支援、終活（遺言、相続、事業承継、民事信託活用）、建設業許認可等各種許認可支援業務	団塊の世代向けに、遺言、相続生前対策、事業承継、民事信託活用　の業務分野を充実させていく
186	専門サービス業（士業の方）	会計事務所	コンサル分野の営業力アップと新規顧客獲得に力を入れています。
187	通信情報業	データベースソフト開発	月々定額収入がある仕組、サービスの作成
188	通信情報業	OA聞き販売及び保守	毎月の安定した売上、利益の確保
189	通信情報業	WEB制作	社内のチームビルディング
190	通信情報業	組込みソフトウェア開発	採用地域を広げる
191	流通業	珈琲の通信販売、ドリップ珈琲の製造、飲食店への卸売	自社ならではの商品力、技術力の向上。新店舗オープンによるブランド力、サービスの向上。自社の存在意義の見直し
192	流通業	ユニフォーム販売及び刺繍、プリント加	今までとは違う切り口での営業開拓
193	流通業	制服・被服販売小売	地域に根付いた営業活動とインターネットを介した広域営業の両面で攻めていきたい。
194	流通業	義肢・医療用装具等の製作材料及び半製品,整形靴用インソール	社内は社長不在でも大丈夫にして、トップ営業をして営業力拡大
195	流通業	文具、事務用品小売	需要の停滞は深刻度を増していて、新サービスの展開をしても下落を吸収できない。ベタではあるが、営業力を高め、売る力を強化。重要取引先とのパイプを強化するしかない
196	流通業	建築に関する商品販売、卸、販売	営業の効率化、社員に任せる部分を広げてゆき、新製品販売に力を入れていく
197	流通業	総合食品	人材採用が未来の会社を作っていく。そして仕事を通じて社員が成長することが会社の成長につながる
198	流通業	青果物卸売会社	飲食店の立ち上げ
199	流通業	ネジ、ナットの販売業	世代交代の必要性
200	流通業	ステンレス冷延鋼板の在庫販売、非鉄・普通鋼材料販売及び各種加工。	営業職全員の交渉力、情報収集向上。新規顧客の開拓。
201	流通業	主に機械工具の販売	ベテラン社員が定年退職するため、新人を採用したが、その教育と新たに営業にまわった社員の能力アップを図る
202	流通業	石油製品仲介、卸、配送	競合他社の中、どう生き残っていくのか、石油販売業態の情勢と起業進路判断を常に模索していく
203	流通業	カップ、トロフィー、バッジ、旗類、記念品製造卸売	販売力を高めるには、より一層商品の一つ一つに確実なクオリティーをつけていき、信頼される企業となること
204	流通業	工業用機器の卸売	製造子会社を使った販売員の技術力向上
205	流通業	金属リサイクル原料卸	人材雇用に苦労
206	流通業	鋼材の卸売り・及び加工業	ステンレス加工及び半世紀に及ぶ加工技術の蓄積でこれを前面に打ち出す。準備と実践の積み重ねを大事にする
207	流通業	アパレル小売販売	仕入、在庫、営業、顧客管理と各部内を横断的にみれる社員が不足しています。個々人の能力アップでカバーするしかありません
208	流通業	鶏肉卸	労務管理・賃金体系の確立、正社員の雇用

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

209	流通業	骨董品輸入販売業	消費者の求めている商品を直営店の販売スタッフが積極的にリサーチする無駄を省いて安定定期経営基盤を築く
210	流通業	建築金物建設資材卸売	新規得意先時に、開拓が不十分な業種・業態の開拓
211	流通業		自社商品の見直し（見せ方や広告）
212	流通業	古紙卸売り販売	人材確保と利益アップ
213	流通業	南洋材、アフリカ材の製材・卸売り	木材の使用目的の多様性を探ってゆかなければならない
214	流通業	ギフト販売業	事業の本質について徹底追求する。
215	流通業	衣服・雑貨卸売り	直接消費者に販売することに注力する。
216	流通業	電子部品卸し、LED電球組立加工ほか	・会社基盤の整備。 ・営業体制を中心とした社内の構造改革。 ・当社の強みを伸ばす取組み。
217	流通業	塗料製造、仕入れ販売	新分野進出の準備、設備投資
218	流通業	締結部品の卸売販売業	指針の見直し 社員雇用で営業力強化 付加価値高める
219	流通業	一般用医薬品の卸売販売	新規事業の模索、新分野の販路拡大
220	その他	建築資材輸入業	値上用在庫商品販売による現金化。若手営業マンの育成・訓練
221	その他	障害者就労支援	5年後の事業継承にむけて、人材確保と社員教育を図っていく必要があります。
222	その他	WEBコンサルティング、プロデュース業	1社当たりのかけるパワーを増やし、売り上げをあげ、そういった会社を増やす。そして、そこからの実績を元に取引社数を増やす。
223	その他	障害福祉サービス	利用者、家族の高齢化に対して日中事業の再編、暮らしを支える事業（新規）をすすめていく。又、対外的な情報発信、関係強化をはかっていく。
224	その他	イベント、勉強会の企画、士業の先生のご紹介	地域の拡大（全国）
225	その他	教育（私学）	幼稚園、高校、短大の各校種の教育改革の推進
226	その他	不動産管理、仲介業	顧客管理物件を増す
227	その他	一般病院	他の医療機関との連携を強化し、紹介入院を増やすこと。そのための人員を補充（退職したので）すること。
228	その他	鋼材加工販売	営業力アップして売上を伸ばす
229	その他	鳥害対策・専門企業	新規受注先の確保
230	その他	デザイン	コスト感の合う取引先を増やすことで売上を上げる
231	その他	印刷関連業	人手をかけない営業力の強化を模索中
232	その他	保険代理店	優秀な人材をタイムリーに採用し、教育体制を確立していくこと
233		金型製造業	仕事の需要はある。利益をのこせるかどうかは社内の生産能力次
234		自動車用のナット、冷間圧造部品の製	技術・技能の向上
235		電気製品の販売。電気工事	地域などいろんな所と連携をして、自店の強化につなげていく
236		化粧品、健康食品の卸売業	国内市場は、少子高齢化が進み益々、消費が低迷すると考えていますので、海外進出
237		国内・海外旅行業および付帯業務一式	地域の認知度を上げる努力を加速する
238		プラント（工場の生産設備）の設計画・設計・製作・施行	・若手技術者のレベルアップ ・新規顧客開拓 ・新卒者の採用
239		障害者の就労支援、生活支援	新しい事業所を建設するので、その段取り。新しい事業の展開に必要な人材確保。

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

特別項目

【1】人手不足感に関して

業種	①	割合	②	割合	③	割合	総計
サービス業	29	26.9%	77	71.3%	2	1.9%	108
運輸業	4	30.8%	9	69.2%	0	0.0%	13
建築業	10	25.0%	28	70.0%	2	5.0%	40
製造業	58	33.5%	103	59.5%	12	6.9%	173
専門サービス	25	46.3%	29	53.7%	0	0.0%	54
通信情報業	2	22.2%	7	77.8%	0	0.0%	9
流通業	28	45.9%	29	47.5%	4	6.6%	61
その他	10	45.5%	11	50.0%	1	4.5%	22
（空白）	7	50.0%	7	50.0%	0	0.0%	14
総計	173	35.0%	300	60.7%	21	4.3%	494

①充足している　②不足感がある　③過剰

【2】2014年度雇用について

採用企業数256社

（サービス業53社・運輸業9社・製造業99社・専門サービス業24社
通信情報業5社・流通業29社・その他10社・空白8社）

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合
サービス業	31	17.0%	14	7.7%	7	3.8%	2	1.1%
運輸業	7	15.6%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.2%
建築業	2	4.7%	9	20.9%	0	0.0%	0	0.0%
製造業	48	16.1%	64	21.4%	14	4.7%	2	0.7%
専門サービス	22	27.8%	1	1.3%	6	7.6%	2	2.5%
通信情報業	1	12.5%	0	0.0%	2	25.0%	0	0.0%
流通業	40	42.6%	2	2.1%	2	2.1%	0	0.0%
その他	14	28.0%	5	10.0%	2	4.0%	2	4.0%
（空白）	6	18.8%	4	12.5%	3	9.4%	2	6.3%
総計	171	20.6%	99	11.9%	36	4.3%	11	1.3%

業種	⑤	割合	⑥	割合	⑦	割合	総計
サービス業	0	0.0%	70	38.5%	58	31.9%	182
運輸業	0	0.0%	18	40.0%	19	42.2%	45
建築業	0	0.0%	30	69.8%	2	4.7%	43
製造業	5	1.7%	81	27.1%	85	28.4%	299
専門サービス	0	0.0%	32	40.5%	16	20.3%	79
通信情報業	0	0.0%	5	62.5%	0	0.0%	8
流通業	0	0.0%	21	22.3%	29	30.9%	94
その他	0	0.0%	9	18.0%	18	36.0%	50
（空白）	0	0.0%	10	31.3%	7	21.9%	32
総計	5	0.6%	276	33.2%	234	28.1%	832

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

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

【3】2014年4月～2015年3月までの決算に関して

業種	黒字	割合	赤字	割合	総計
サービス業	79	72.5%	30	27.5%	109
運輸業	9	75.0%	3	25.0%	12
建築業	35	87.5%	5	12.5%	40
製造業	134	77.9%	38	22.1%	172
専門サービス業	45	78.9%	12	21.1%	57
通信情報業	8	100.0%	0	0.0%	8
流通業	44	75.9%	14	24.1%	58
その他	18	85.7%	3	14.3%	21
（空白）	15	93.8%	1	6.3%	16
総計	387	78.5%	106	21.5%	493

【4】来期の賃上げに関して

業種	①	割合	②	割合	③	割合	総計
サービス業	48	44.4%	30	27.8%	30	27.8%	108
運輸業	7	53.8%	4	30.8%	2	15.4%	13
建築業	19	47.5%	12	30.0%	9	22.5%	40
製造業	96	54.9%	47	26.9%	32	18.3%	175
専門サービス業	26	50.0%	10	19.2%	16	30.8%	52
通信情報業	5	62.5%	0	0.0%	3	37.5%	8
流通業	36	59.0%	17	27.9%	8	13.1%	61
その他	11	57.9%	3	15.8%	5	26.3%	19
（空白）	11	68.8%	1	6.3%	4	25.0%	16
総計	259	52.6%	124	25.2%	109	22.2%	492

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/

【4】電気代値上げ分の価格転嫁に関して

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	総計
サービス業	14	15.6%	7	7.8%	5	5.6%	64	71.1%	90
運輸業	1	10.0%	0	0.0%	1	10.0%	8	80.0%	10
建築業	11	31.4%	6	17.1%	0	0.0%	18	51.4%	35
製造業	25	14.9%	14	8.3%	6	3.6%	123	73.2%	168
専門サービス業	10	20.4%	2	4.1%	0	0.0%	37	75.5%	49
通信情報業	2	28.6%	0	0.0%	0	0.0%	5	71.4%	7
流通業	9	17.3%	2	3.8%	2	3.8%	39	75.0%	52
その他	2	10.5%	1	5.3%	1	5.3%	15	78.9%	19
(空白)	1	8.3%	1	8.3%	1	8.3%	9	75.0%	12
総計	75	17.0%	33	7.5%	16	3.6%	318	71.9%	442

①ほぼ全額転嫁できる ②半分程度は転嫁できる ③半分以下は転嫁できる ④ほぼ転嫁できない

【5】電気代値上げへの対策

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合	総計
サービス業	42	39.6%	2	1.9%	13	12.3%	45	42.5%	4	3.8%	106
運輸業	5	38.5%	0	0.0%	2	15.4%	6	46.2%	0	0.0%	13
建築業	12	32.4%	1	2.7%	4	10.8%	20	54.1%	0	0.0%	37
製造業	63	38.0%	1	0.6%	34	20.5%	55	33.1%	13	7.8%	166
専門サービス業	22	41.5%	0	0.0%	3	5.7%	27	50.9%	1	1.9%	53
通信情報業	2	25.0%	0	0.0%	1	12.5%	5	62.5%	0	0.0%	8
流通業	20	33.3%	0	0.0%	9	15.0%	26	43.3%	5	8.3%	60
その他	4	20.0%	0	0.0%	3	15.0%	11	55.0%	2	10.0%	20
(空白)	6	37.5%	0	0.0%	0	0.0%	10	62.5%	0	0.0%	16
総計	176	36.7%	4	0.8%	69	14.4%	205	42.8%	25	5.2%	479

①エアコンや照明の調整などのコスト削減
②人件費の削減
③対策が取れない
④対策の予定なし

pdfStamp copyright(c)2005 O.Ishikawa http://ohju.cside4.jp/software/