

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4月～6月期）

期間：2015年5月19日～2015年6月24日

対象者：2577名

回答数：622名

P 1 : 大阪産業構造研究会コメント

P 4 : アンケート原紙

P 5 : D I 推移（売上・利益・景況感・先行き景況感・資金繰り・設備投資・採算状況）

P 1 9 : 全体集計

（売上動向・利益動向・採算状況・景気動向・先行き景況感・資金繰り）

P 2 1 : 売上増加の要因（選択・記述）

P 2 7 : 売上減少の要因（選択・記述）

P 3 1 : 設備投資・経営上の課題（選択）

P 3 2 : 今後の力点（選択・記述）

P 4 1 : 特別項目集計

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
大阪市立大学大学院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

中小企業を取り巻く内外の経営環境は引き続き厳しい状況にある

地道な経営努力のほか、政府による一層のフォローと成長戦略の実効性の向上を

《今回の調査のポイント》

1. 全体では、前期比の売上・利益 DI 値は、前回から悪化が進んでいる。景況感 DI 値の動向を見ても、消費増税直後の前年同月期を近年の景気の「底」と見た場合、力強さ（回復力）は感じられない。
2. しかし業種別では、とくに流通業の改善は著しく、業種間の差（ばらつき）が大きくなってきている。
3. アベノミクスの恩恵を受けている企業と受けていない（あるいはマイナスの効果の方が上回っている）企業との2極化が鮮明になってきている。
4. 特別項目では、①人手不足感が上回る状況に大きな変化はない、②賃上げが困難な要因として、先が見通せない不安感から生じる消極姿勢が根強くある、③電気料金再値上げについては、約8割の企業がほぼ価格転嫁できないという、厳しい経営環境が続いていることが確認された。

今期（2015年2期：4月～6月期）の景況調査は、2015年5月19日～6月24日に実施され、対象2577社、回答622社、回収率24.1%であった。回答先の業種・割合は、サービス業151社・24.3%、運輸業19社・3.1%、建築業53社・8.5%、製造業189社・30.4%、専門サービス業（士業の方）76社・12.2%、通信情報業9社・1.4%、流通業72社・11.6%、その他36社・5.8%、空白17社・2.7%である。この中でとくに運輸業、通信情報業にかんしては回答者数が少ないため、分析結果の考察に際しては留意する必要がある。

1. 売上・利益動向について

(1)全体

前期比の売上・利益 DI 値は、前回は前々回に比べ悪化したが、今回は前回に比べさらに悪化した（売上 DI 値 16.9→10.8→7.2、利益 DI 値 6.5→3.5→3.3）。消費増税の駆け込み需要の反動減等の影響で大きく悪化した2014年2期から改善基調が続いてきたが、前回から悪化が進み、緩やかながらその傾向は続いている。

一方、前年同月比の売上・利益 DI 値の推移は、これまで総じて同じ動向を見せてきたが、前回の売上・利益 DI 値とも前々回に比べ改善したが、今回の売上 DI 値は前回に比べ悪化し、一方今回の利益 DI 値は前回に引き続き改善傾向にあり、異なる動きとなった（売上 DI 値 10.9→12.5→10.6、利益 DI 値 0.8→2.0→6.5）。最近では、2014年2期を第2次安倍政権発足後の景気の「底」と考えた場合、この時期が今回の「前年同月期」になるわけだが、この結果から力強さ（回復力）はあまり感じられない。

(2)業種別

前期比の売上・利益 DI 値は、今回は前回に比べ、通信情報業（売上 DI 値 50.0→△25.0、利益 DI 値 50.0→△0.0）、専門サービス業（34.4→19.2、30.2→8.2）、運輸業（7.7→△5.6、7.7→△5.6）、製造業（0.6→△8.0、△9.1→△16.6）での悪化が著しい。一方、流通業（売上 DI 値△1.6→20.0、利益 DI 値△14.8→21.4）は大きく改善し、2014年1期の消費増税前の駆け込み需要期水準まで回復している。

また、前年同月比の売上・利益 DI 値を見た場合も、同様の業種での悪化、改善が見られるほか、サービス業（売上 DI 値 15.8→19.2、利益 DI 値 6.9→22.9）も大きな改善が見られる。

2. 景気動向について

(1)全体

景況感 DI 値の推移を見ると、消費増税以降、2014 年 2 期～4 期にかけて連続して悪化していたが、前回は大きく持ち直した。しかし、今回は増税直後の 2014 年 2 期よりも悪化した (1.2→△5.9)。一方、次期の景況感 DI 値は、今期△5.9 から次期 1.6 を見込んでおり、緩やかに回復していくと見ている。

(2)業種別

前回に比して今回の景況感 DI 値は、流通業 (△26.7→△11.1) 以外、すべての業種で悪化した。とくに悪化幅が大きかったのは通信情報業 (37.5→△11.1) であった。一方、次期の景況感 DI は、専門サービス業 (11.1→9.2) 以外のすべての業種で今期から見て改善を見込んでいる。

3. 設備投資の動向について

設備投資 DI 値の推移を見ると、今回は前回に比べ悪化した (△17.1→△24.1)。大企業の設備投資への高まりとの間に差が生じている。一方、業種別で見た場合、通信情報業 (20.0→△28.6)、製造業 (7.1→△5.8)、運輸業 (9.1→△21.4)、建築業 (△31.6→△37.8) が悪化し、それ以外の業種は改善を見込んでいる。

4. 売上増加・減少の要因について

(1)売上増加の要因 (前年同期比)

1.(1)で見た通り、前年同期比における今回の売上 DI 値は、前回に比べ悪化に転じているが、こうした状況下でも売上増加と回答した企業は、回答社数のうち 36.2%に及んでいる。全体での増加要因の回答結果を見ると、とくに営業・販売力、開発力の強化に対する地道な努力が、売上増加に結びついていることがわかる。

さらに、1.(2)で見た通り、売上 DI 値の改善が著しい流通業とサービス業の増加要因の回答結果を見てみると、営業力・販売力の強化に加え、そうした取り組みを担うことができる人材に対する取り組みが、売上増加に結びついていることがわかる。

また、増加要因の記述回答を見てみると、こうした人材確保・育成への意識・姿勢を広く確認することができる一方、「国内外の設備投資の増加、円安による製造国内回帰等」(製造業)といった、アベノミクスの恩恵を受けているというケースや、「消費増税の駆け込み需要が昨年 3 月にあったため、その反動減が今年は解消した。取り組みの結果ではない。」(製造業)といった、いわゆる元の状態に戻ったとの冷静な見方をしているケースなど、種々特徴が見られる。

(2)売上減少の要因 (前年同期比)

一方、売上減少と回答した企業は、回答社数のうち 25.6%に及んでいる。全体における減少の要因を見ると、「国内需要の減少」(38.5%)を筆頭に、前回調査と同様の傾向が続いており、(1)で見たように、売上増加に営業・販売力、開発力の強化が大きな原動力となっていることを確認したが、こうした取り組みに積極的に乗り出して(乗り切れて)いない企業にとって、厳しい経営環境は続いていると考えられる。

また、減少要因の記述回答を見てみると、「人手不足」(運輸業)といった人材確保の困難性にかんする記述を確認することができるほか、「円安による仕入れ価格の UP を売上に転嫁できていない」(建築業)といった、アベノミクスのマイナス効果の影響を指摘する声も多く、以上から、アベノミクスの恩恵を受けている企業と受けていない(あるいはマイナスの効果の方が上回っている)企業との 2 極化が鮮明なってきたことが確認できる。

5. 経営上の問題点・対応策について

(1)経営上の問題点

経営上の問題点を見ると、全体の上位は前回と同様に「社員教育」(13.8%)「従業員の確保」(12.3%)と続いている。4.(1)で見た通り、こうした人材に対する取り組みが、売上増加に大きく直結する要因であることを確認したが、例えば「従業員の確保」難は、アベノミクスによる大企業の採用拡大、若者の大企業志向が原因の 1 つとなっているなど、ハードルは高い。

(2)経営上の力点（対応策）について

今後の経営上の力点を見ると、全体の上位は「営業力の強化」（21.4%）、「社員能力のアップ」（12.5%）、「新規販路分野開拓」（10.2%）と続いており、やはり需要を掘り起こしていくために、営業・販売力の強化が必要と感じている企業が多い。とくに建築業をはじめとする人材不足・賃金高騰が社会問題化して久しいが、記述回答でも「とにかく人材を確保しないと仕事が受注できても消化できない」（建築業）といった人材確保・育成に関する記述が、すべての業種で広く多く見られる。

さらに記述回答を見てみると、「新規販路分野開拓」にかんする記述もすべての業種で広く見られるが、このうち、「B to C、直接消費者に販売するための方策を固める」（流通業）のように、市場（顧客）ターゲットの拡大・転換に力点を置いているという回答もあった。

6. 特別項目について

(1)人手不足感について

同様の質問を前回も実施した。その結果と比較してみると、「充足している」（35.0%→35.2%）、「不足感がある」（60.7%→61.3%）となっており、人手不足感が大きく上回る状況には大きな変化（改善）は見受けられない。今回とくに「不足感がある」との回答割合が高かった業種は、建築業（79.2%）、サービス業（70.6%）、運輸業（70.6%）である。

(2)賃金について

今期の賃上げについては、「実施」（39.1%）、「実施を検討している」（22.4%）で約6割を占めており、「予定なし」は30.8%となっている。大企業で先行した賃上げの動きが中小企業にも広く浸透してきていると見て良いのかについては、さらなる検証が必要である。

賃上げを実施した理由について、回答企業数をベースに見てみると、「社員のやる気アップ」（52.8%）、「人材の確保」（25.6%）、「売上増」（19.1%）、「収益の改善」（13.2%）の順となっており、売上・収益増の結果よりも人材に関する理由がより上位に来ていることがわかる。

さらに、賃上げの方法について、回答企業数をベースに見てみると、「定期昇給の実施」（56.1%）、「ベースアップ」（32.0%）、「賞与への反映」（29.7%）の順となっている。

一方、賃上げが難しい理由について、回答企業数をベースに見てみると、「収益の悪化」（45.0%）、「景気の先行き不透明感」（36.9%）、「売上減」（30.9%）と続いており、賃上げを困難にさせる直接的な要因となる売上・収益減のほかに、先が見通せないことへの不安感から生じる消極姿勢が根強くあることが確認できる。

(3)夏季賞与について

同様の質問を前年同期も実施した。その結果と比較して見ると、「支給する」（57.4%→58.1%）、「支給しない」（22.5%→16.5%）となっており、前年同期に比べてやや改善している。

また、今回について前年度の夏季賞与との比較を尋ねた結果を見ると、「同額」（55.6%）、「増額」（30.7%）、「減額」（13.6%）となっている。

(4)関西電力の電気料金再値上げについて

同様の質問を前回も実施した。その結果と比較して見ると、電気料金上昇分における販売価格への転嫁の見通しについては、「ほぼ転嫁できない」（71.9%→82.8%）が圧倒的に多く、「ほぼ全額転嫁」（17.0%→8.5%）、「半分程度は転嫁」（7.5%→5.9%）、「半分以下は転嫁」（3.6%→2.8%）と続き、今回は前回に比して「ほぼ転嫁できない」の回答割合が10ポイントほど上昇し、価格転嫁の難しさは高まってきている。

価格転嫁できない分はコスト削減や利益圧縮等でカバーしていくことになるが、一方で(2)のように、従業員のモチベーションを高めることや人材確保のために、賃上げや夏季賞与の支給に取り組む企業は増えてきており、今後一層、売上・利益増できる経営環境にしていかなければ、経営基盤じたいが大きく揺らぐことにつながりかねない。一企業だけの努力では限界があり、政府としてアベノミクスのマイナス効果へのフォローと成長戦略（とりわけローカル・アベノミクス）の実効性を高めることができるかが、こうした課題解決への大きな鍵となる。以上の調査結果を通して、大阪同友会から強く発信していくことを期待したい。

（文責：高橋 慎二）



【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4月～6月期を元にご回答下さい）

(1) 売上・利益の動向について、該当する項目に○印をつけてください

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

(2) 売上の増加と減少の原因について

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

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

②売上増につながったと思われる取組の中身について詳しく記入してください

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

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

④減少の特徴、原因を詳しく記入して下さい

【3】 経営上の問題点・対応策について

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

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

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

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

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

(4) 力点について具体的にご記入下さい

特別項目

- 人手不足感について
 - 充足している
 - 不足感がある
 - 過剰
- 賃金について
 - ①今期の賃上げの状況はいかがでしょう？
 - 実施
 - 実施を検討している
 - 予定無し
 - 賃金の圧縮を考えている
 - 未定
 - ②賃上げを実施した理由について
 - 売上増、2. 収益の改善、3. 受注増、4. 人材の確保、5. 業界の動向、6. 他社との同調、7. 景気回復の先取、8. 消費増税対策、9. 物価上昇、10. 社員のやる気アップ、11. その他（ ）
 - ③どのような方法での賃上げを実施・検討されますか（「①」で「実施」、「賃上げを検討している」と答えた方、複数回答可）。
 - 定期昇給の実施、2. ベースアップ、3. 賞与への反映、4. パート・アルバイトの時給上げ、5. 諸手当の拡充
 6. その他（ ）
 - ④賃上げが難しい理由をお教え下さい（「①」で「予定無し」、「賃金の圧縮を考えている」と答えた方、複数回答可）。
 - 売上減、2. 収益の悪化、3. 受注減、4. 人材の過剰感、5. 消費増税の影響、6. 景気の先行き不透明感
 7. 設備投資の実施、8. その他（ ）
- 夏季賞与について
 - ①夏季賞与の予定について
 - 支給する
 - 支給しない
 - 未定
 - 該当なし
 - ②前年度の夏季賞与との比較について
 - 増額
 - 同額
 - 減額
- 関西電力の電気料金再値上げについて

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？

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

大阪同友会定点景況調査集計2015年4月～6月期

期間:2015年5月19日～6月24日

622名回答

(サービス業:151名 運輸業:19名 建築業:53名 製造業:189名 専門サービス業:76名
通信情報業:9名 流通業:72名 その他:36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

2015年

	1期	2期
サービス業	21.1	19.3
運輸業	7.7	-5.6
建築業	4.7	13.5
製造業	0.6	-8.0
専門サービス業	34.4	19.2
通信情報業	50.0	-25.0
流通業	-1.6	20.0
統計	10.8	7.2

売上前年同月期比

2011年

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

2012年

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

2013年

	1期	2期	3期	4期
サービス業	10.9	23.8	6.1	26.9
運輸業	46.2	50.0	0.0	33.3
建築業	3.3	8.3	-4.9	12.1
製造業	-5.1	-12.7	3.0	18.2
専門サービス業	30.6	32.5	33.8	18.6
通信情報業	40.0	50.0	18.2	10.0
流通業	-19.6	10.0	7.1	14.0
統計	2.8	9.3	8.8	20.6

2014年

	1期	2期	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	2期
サービス業	15.8	19.2
運輸業	16.7	7.1
建築業	10.0	8.7
製造業	1.2	-9.5
専門サービス業	38.3	30.3
通信情報業	37.5	-14.3
流通業	1.7	28.8
統計	12.5	10.6

(2)利益に関して

DI値推移
前期比

2011年

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

2012年

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

2013年

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

2014年

	1期	2期	3期	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	2期
サービス業	14.3	22.1
運輸業	7.7	-5.6
建築業	4.8	0.0
製造業	-9.1	-16.6
専門サービス業	30.2	8.2
通信情報業	50.0	0.0
流通業	-14.8	21.4
統計	3.5	3.3

利益前年同月期比 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

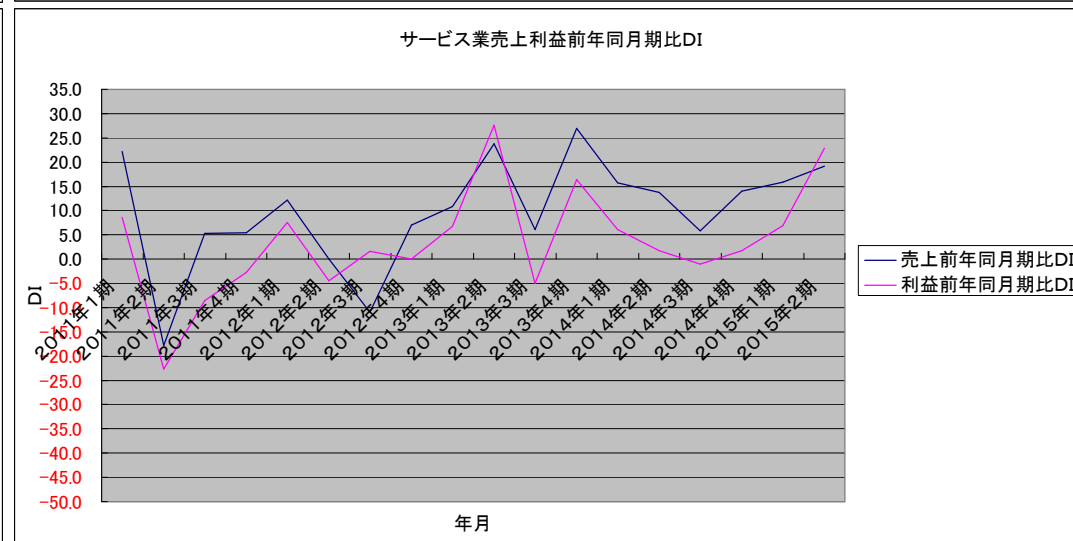
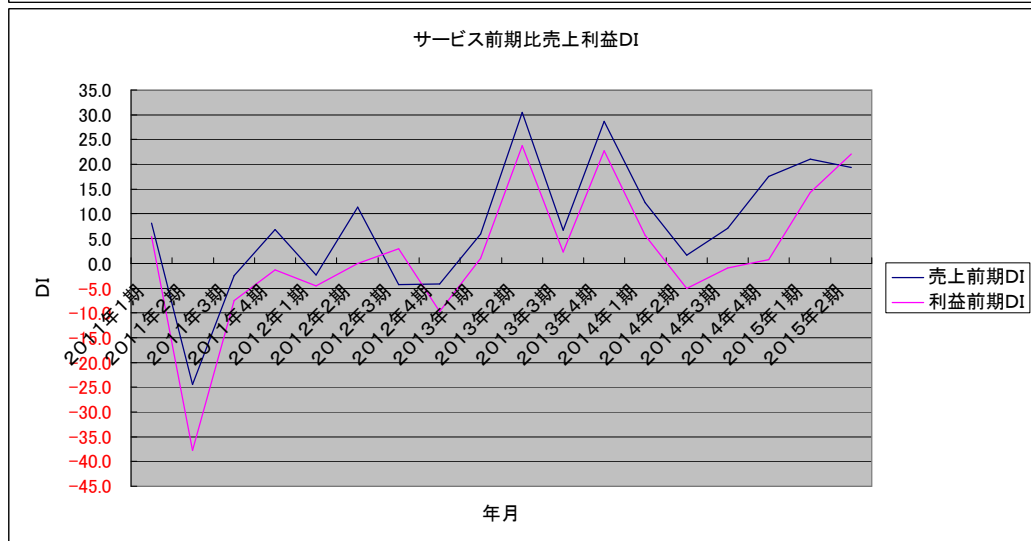
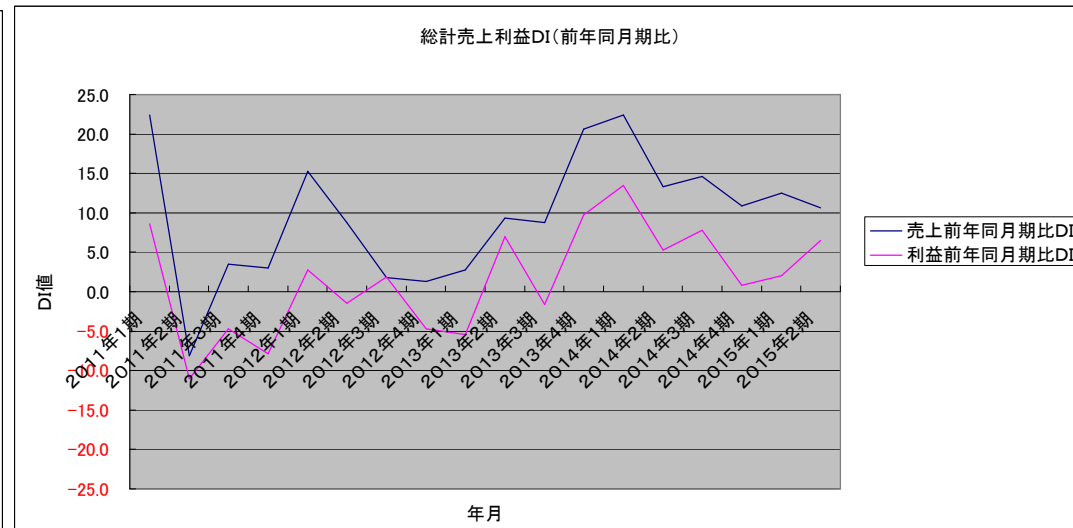
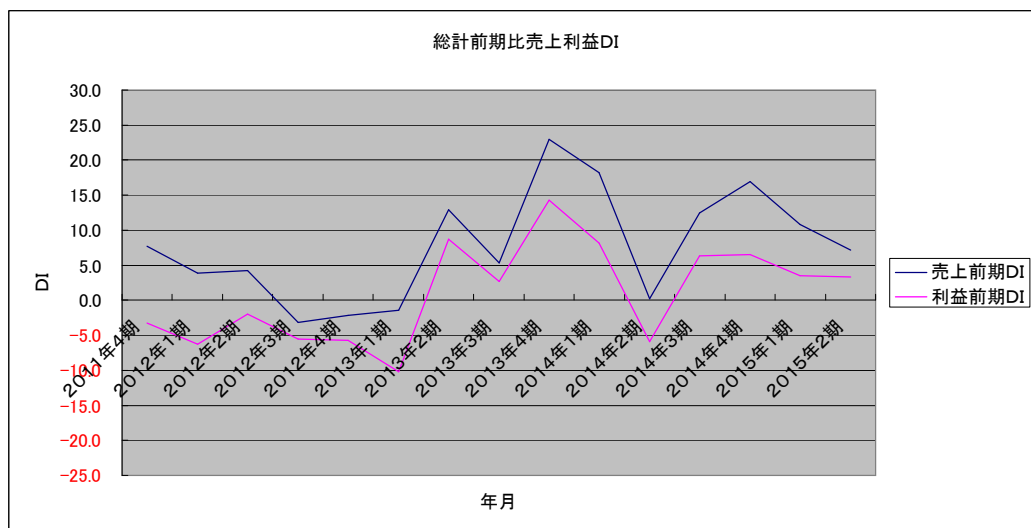
	1期	2期	3期	4期
サービス業	6.7	27.6	-5.0	16.4
運輸業	7.1	50.0	-16.7	11.8
建築業	-13.3	4.2	-7.5	3.0
製造業	-11.8	-16.5	-9.8	4.1
専門サービス業	21.6	36.6	34.7	12.1
通信情報業	0.0	20.0	27.3	20.0
流通業	-23.9	2.6	-19.6	-4.4
統計	-5.4	7.0	-1.6	9.7

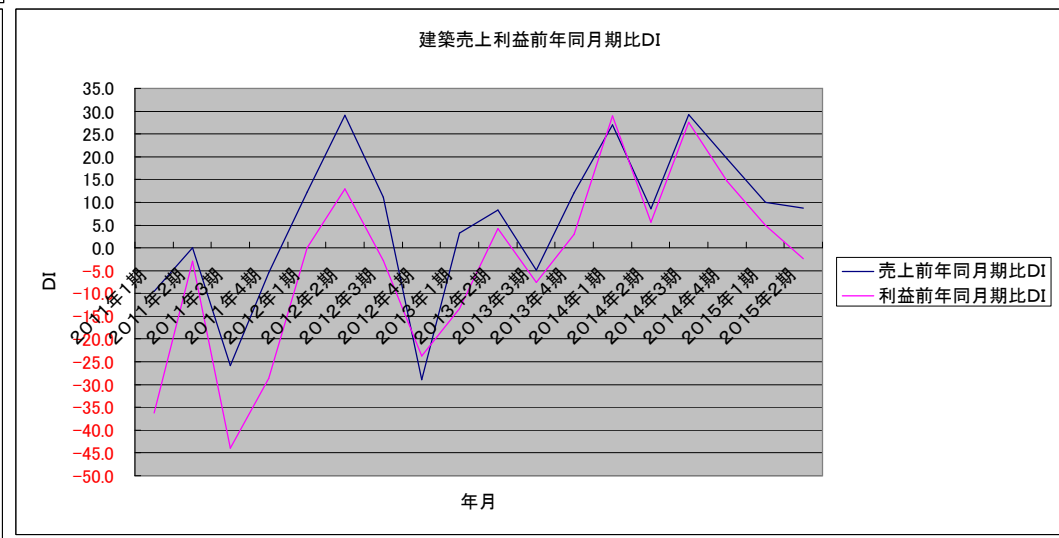
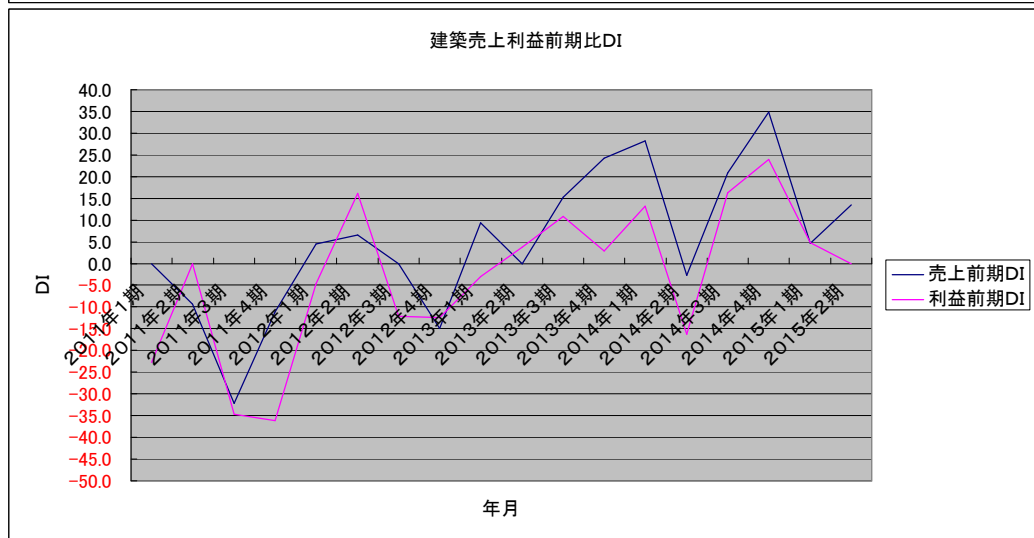
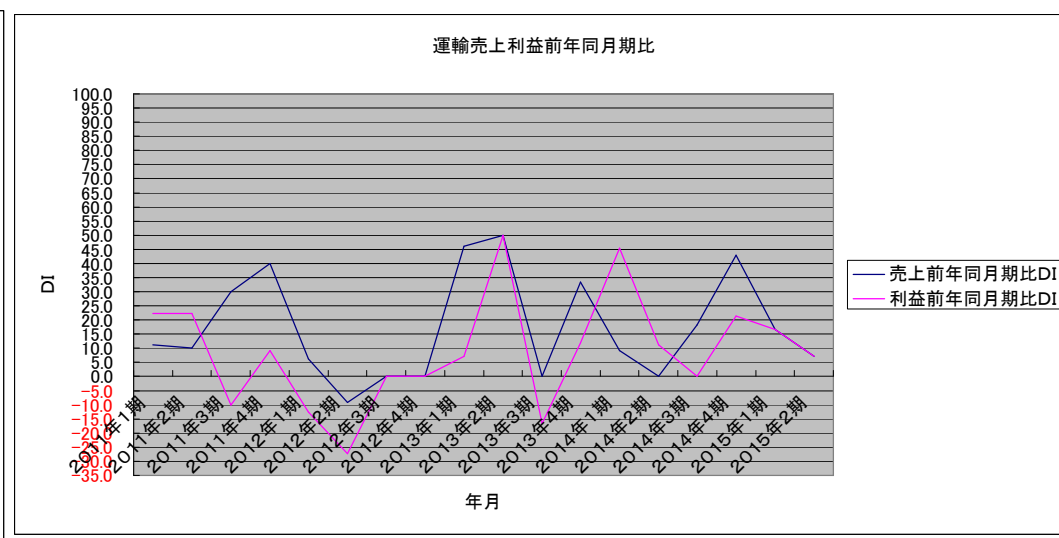
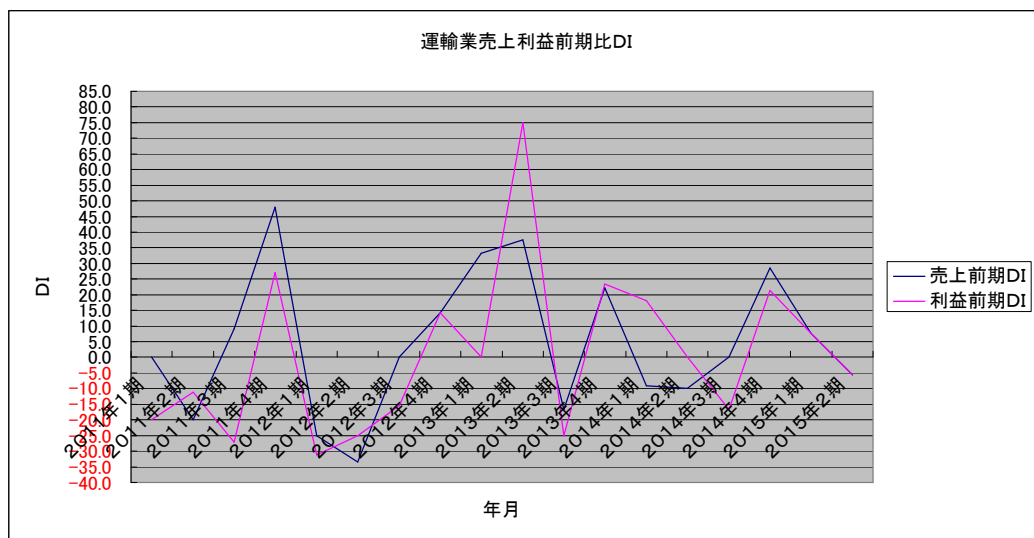
2014年

	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

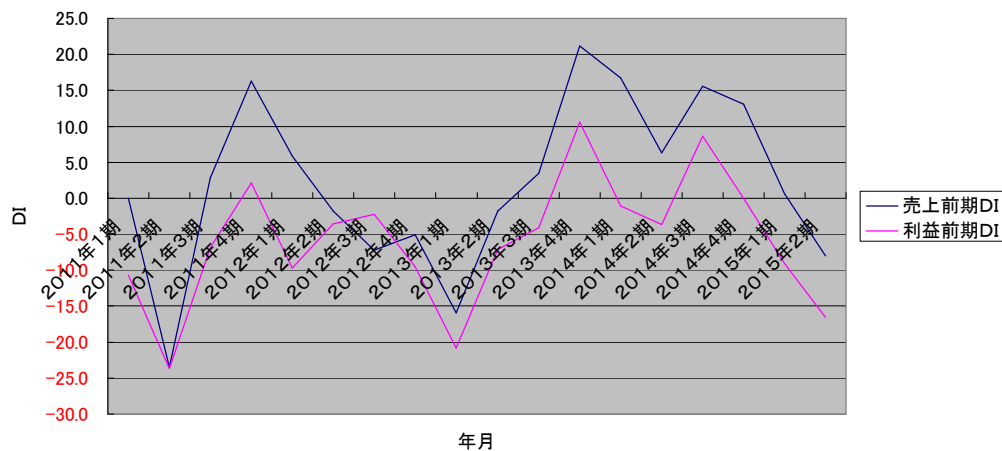
2015年

	1期	2期
サービス業	6.9	22.9
運輸業	16.7	7.1
建築業	5.0	-2.4
製造業	-11.8	-18.0
専門サービス業	31.7	20.9
通信情報業	37.5	0.0
流通業	-15.3	24.2
統計	2.0	6.5

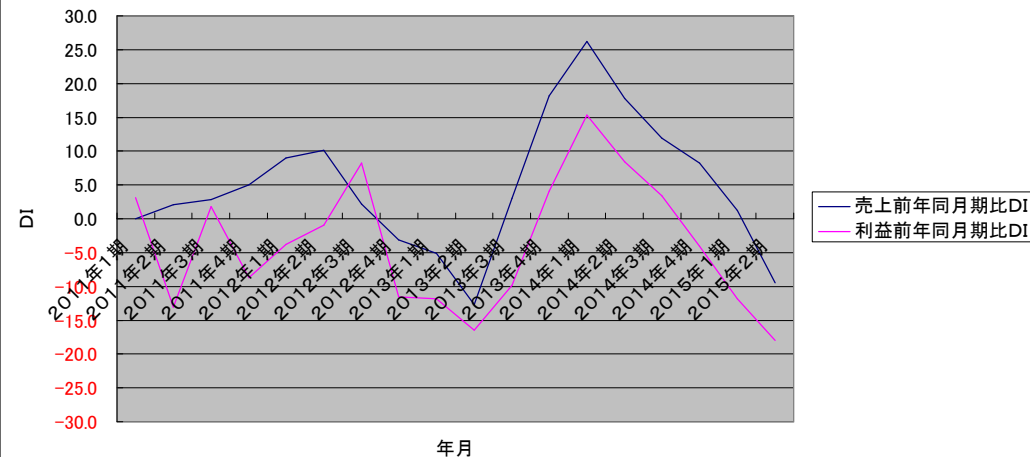




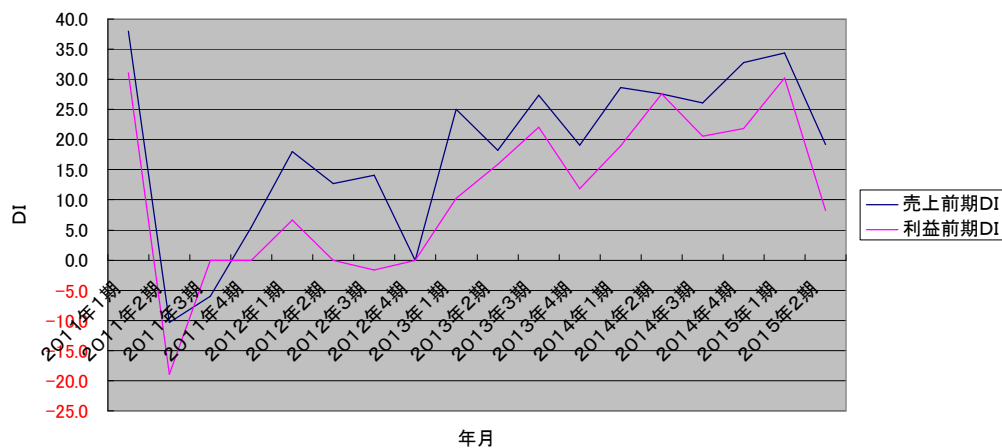
製造売上利益前期比DI



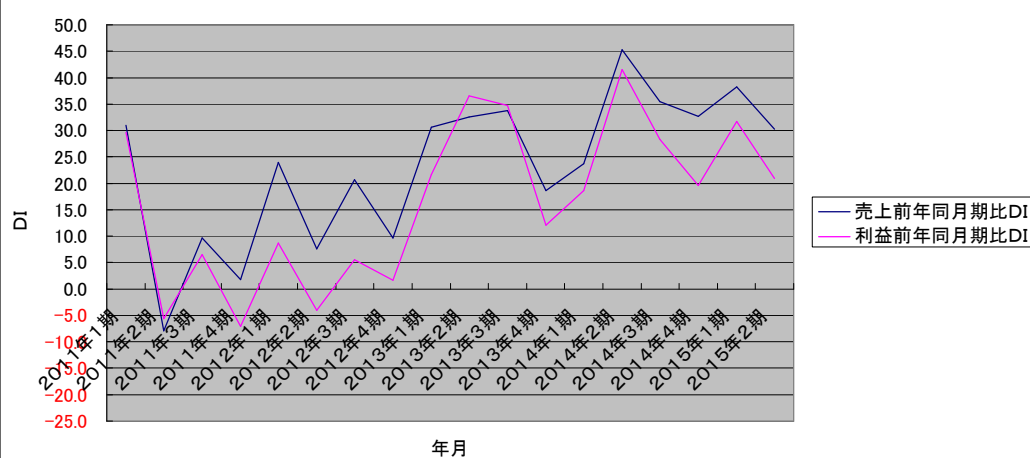
製造業売上利益前年同月期比DI



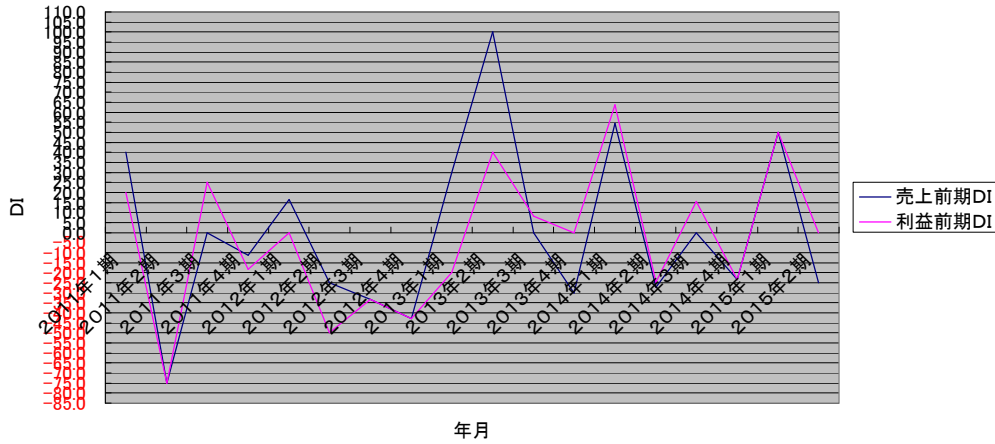
専門サービス売上利益前期比DI



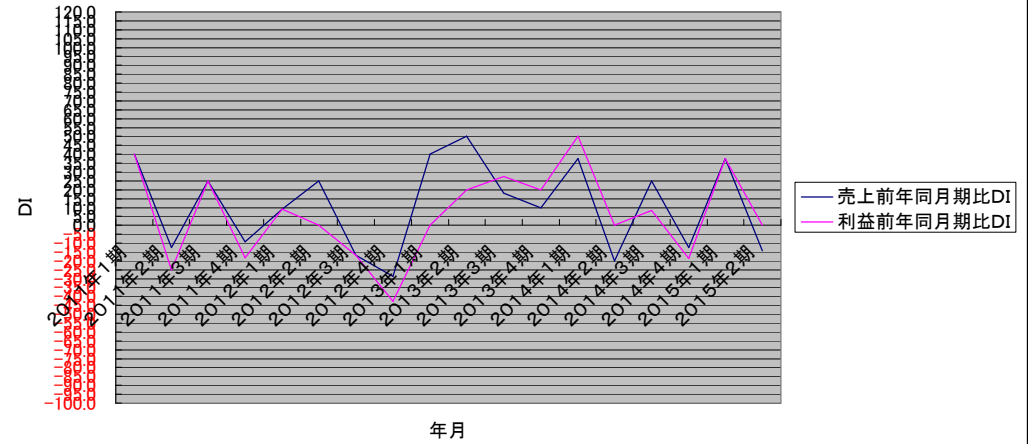
専門サービス売上利益前年同月期比DI



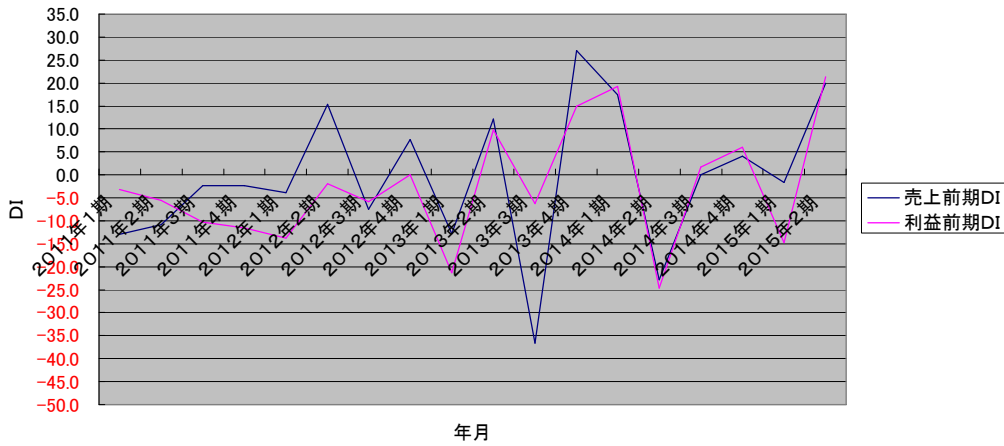
通信情報売上利益前期比DI



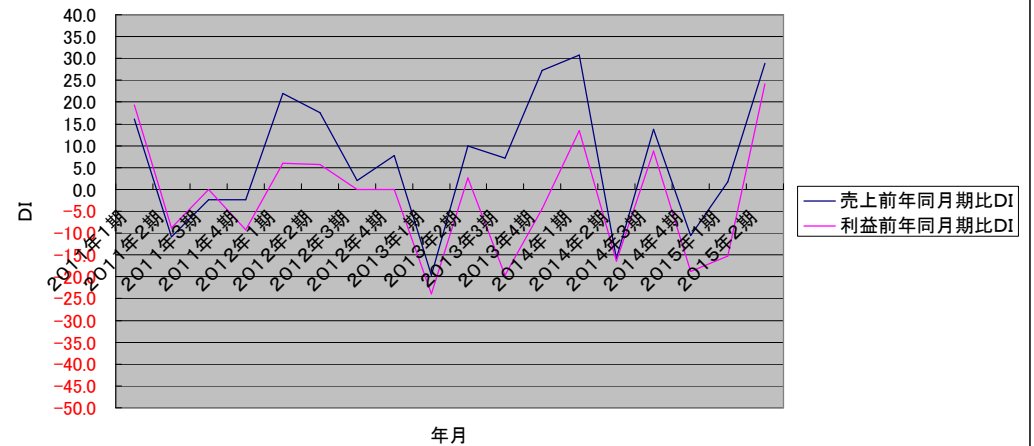
通信情報売上利益前年同期比DI



流通売上利益前期比DI



流通売上利益前年同期比DI



景況感DI推移

	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	2015年2期
サービス業	5.6	1.2	-2.3	6.0	10.7	0.0	-16.1	-10.3	8.8	-3.4
運輸業	-14.3	25.0	-33.3	25.0	45.5	-10.0	-21.4	-14.3	-15.4	-22.2
建築業	22.6	4.0	8.7	22.6	46.2	-2.7	9.1	8.7	11.6	9.8
製造業	-1.4	-21.4	-6.9	3.5	16.1	7.9	-5.3	-17.9	-5.1	-10.6
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	11.1
通信情報業	22.2	40.0	8.3	10.0	54.5	36.4	23.1	-5.9	37.5	-11.1
流通業	-15.6	-34.1	-14.3	0.0	43.9	-24.6	-25.0	-40.0	-26.7	-11.1
統計	2.6	-8.5	-4.3	6.4	30.4	0.4	-6.1	-13.2	1.2	-5.9

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	2015年2期
サービス業		8.7	-1.7	6.0	-3.5	5.4	-6.5	-9.5	6.8	2.1
運輸業		62.5	-16.7	-5.3	9.1	-20.0	7.7	-7.1	-16.7	-7.1
建築業		13.0	16.7	22.6	20.0	3.0	4.8	0.0	-4.9	12.8
製造業		1.0	5.5	3.5	-8.2	16.0	-3.4	-17.5	5.3	-1.7
専門サービス業		5.4	9.0	16.7	-5.0	5.5	9.5	-5.7	18.0	9.2
通信情報業		50.0	30.0	10.0	10.0	22.2	8.3	-17.6	12.5	11.1
流通業		-5.6	-6.8	0.0	-9.5	1.8	-12.1	-33.3	1.7	-4.6
統計		5.6	10.6	6.4	-6.9	8.9	-0.4	-13.2	4.5	1.6

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	2015年2期
サービス業	-13.1	-13.8	-15.2	-14.5	-15.6	-12.6	-9.1	-14.6	-6.3	-6.8
運輸業	-13.3	-12.5	-41.7	-41.2	-36.4	-20.0	-7.1	-21.4	7.7	-11.8
建築業	-23.5	-30.8	-18.2	-15.2	-5.1	-8.1	-4.7	-6.5	-9.5	-8.0
製造業	-6.1	-10.5	-8.8	-15.2	-5.6	-6.3	-9.1	-0.6	0.0	-4.3
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	-2.8
通信情報業	-40.0	20.0	0.0	-50.0	0.0	-12.3	15.4	-17.6	0.0	-22.2
流通業	-4.2	-10.3	-4.7	-15.6	-1.8	-9.5	1.7	-6.0	-6.7	-12.5
統計	-11.8	-12.8	-9.7	-13.0	-9.3	-7.9	-4.8	-6.9	-2.2	-6.4

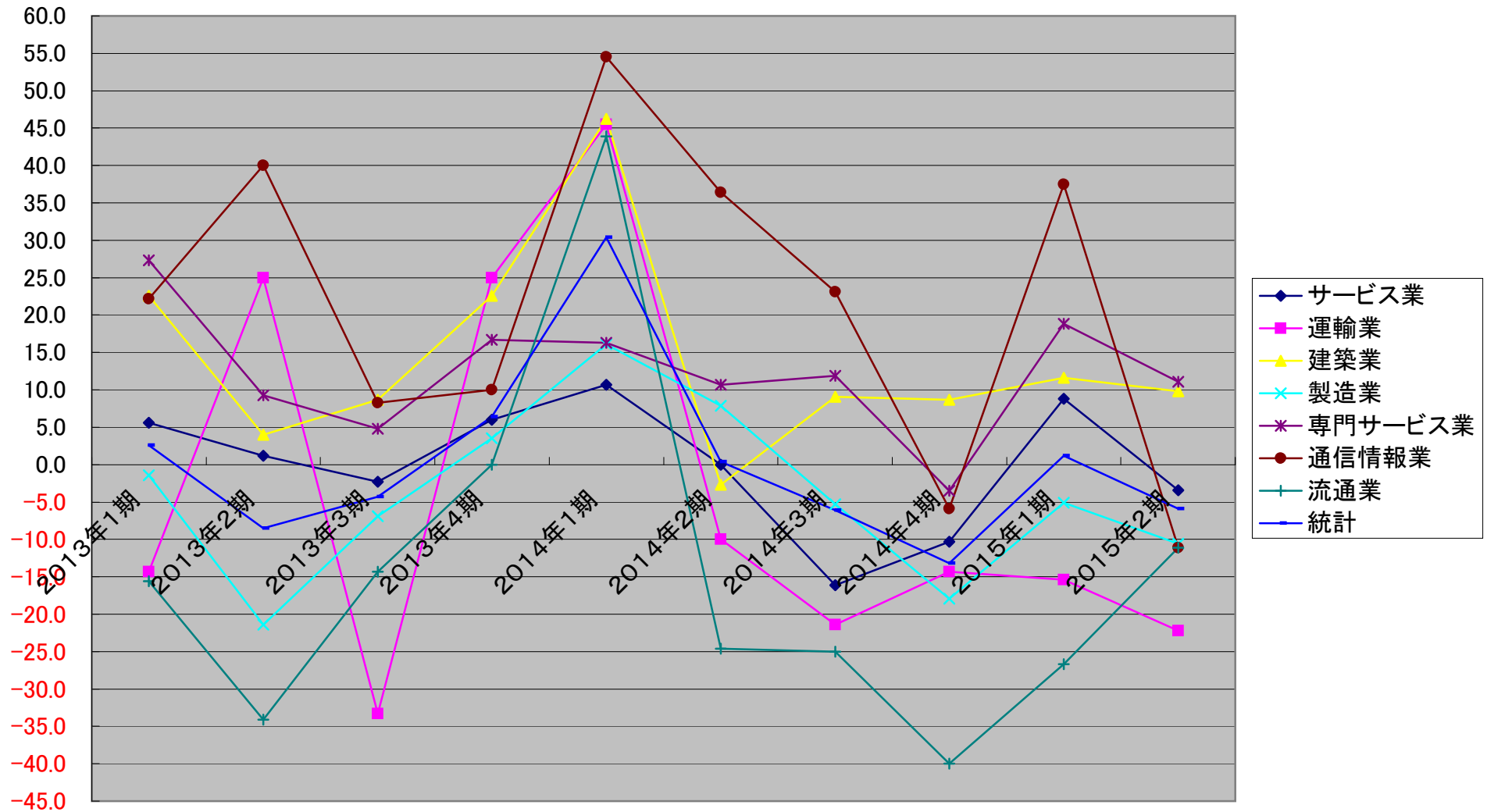
設備投資DI推移

	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	2015年2期
サービス業	-25.8	-16.9	-20.5	-15.6	-16.2	-23.7	-34.6	-36.5	-33.0	-31.4
運輸業	14.3	75.0	23.1	46.7	10.0	-40.0	30.8	0.0	9.1	-21.4
建築業	-53.3	-78.3	-21.4	-3.1	-26.5	-48.5	-17.1	-53.8	-31.6	-37.8
製造業	0.7	-1.9	1.9	15.4	1.8	-0.6	2.2	0.6	7.1	-5.8
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	-41.4
通信情報業	11.1	25.0	0.0	0.0	-36.4	-100.0	-16.7	-6.7	20.0	-28.6
流通業	-25.5	-33.0	-1.7	-13.0	-46.3	-22.6	-10.2	-10.9	-37.5	-19.4
統計	-20.2	-23.8	-8.3	0.6	-16.6	-23.1	-16.8	-26.8	-17.1	-24.1

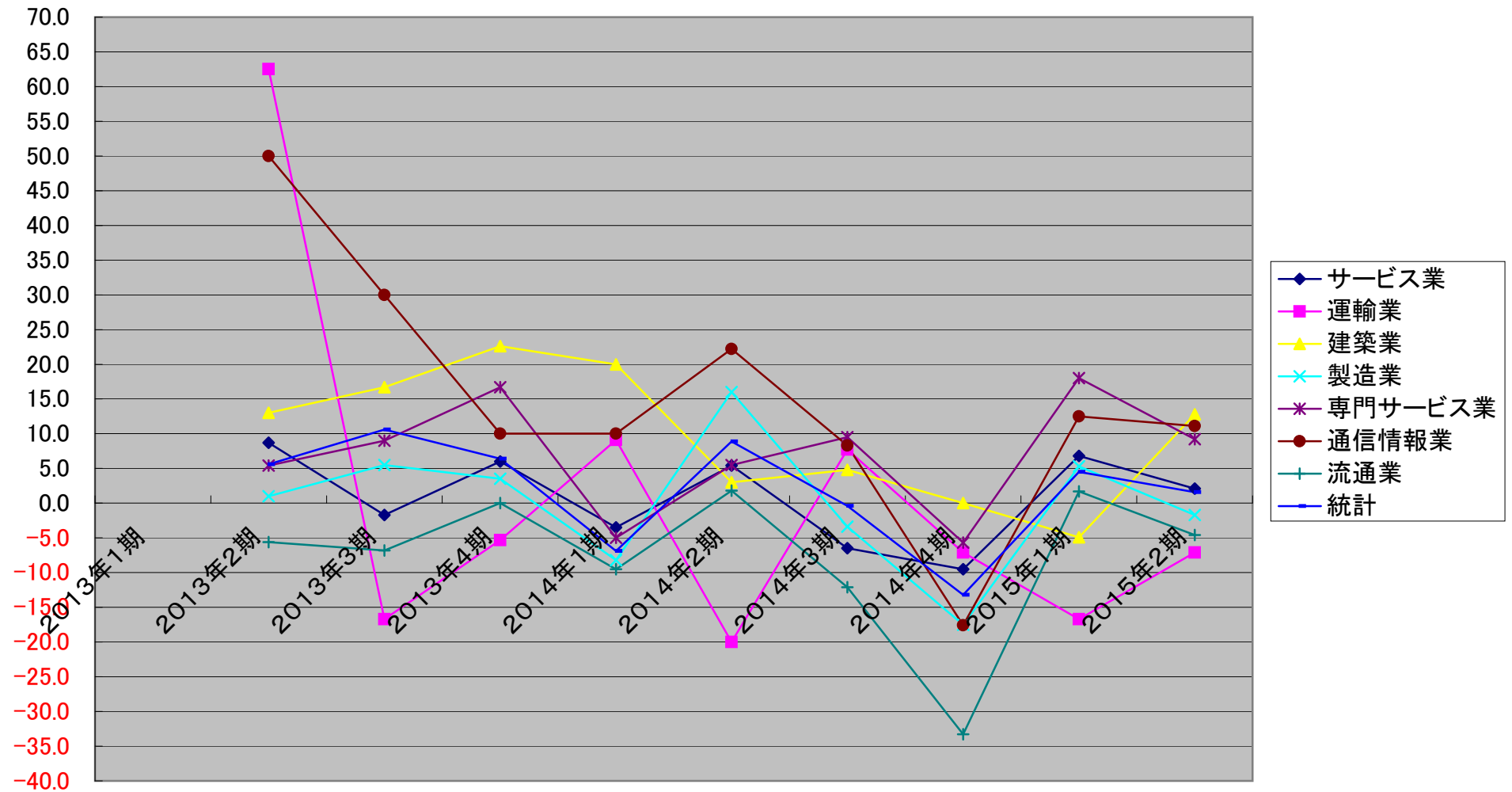
採算状況DI

	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	2015年2期
サービス業	19.8	24.7	20.0	20.8	16.6	22.0	21.6	19.5	33.9	32.0
運輸業	21.5	62.5	-8.3	37.5	36.3	10.0	7.2	35.7	50.0	35.3
建築業	3.0	-3.8	18.2	11.8	41.0	37.8	42.9	41.3	46.3	34.0
製造業	14.4	7.9	10.5	24.3	36.1	28.8	34.7	28.3	16.7	12.3
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	37.8
通信情報業	-10.0	80.0	16.7	-10.0	54.5	18.2	30.8	13.3	62.5	25.0
流通業	25.6	39.1	23.8	17.1	43.8	12.2	30.0	24.5	35.0	38.0
統計	18.5	19.3	19.7	23.1	30.4	-1.8	27.7	28.7	32.7	27.4

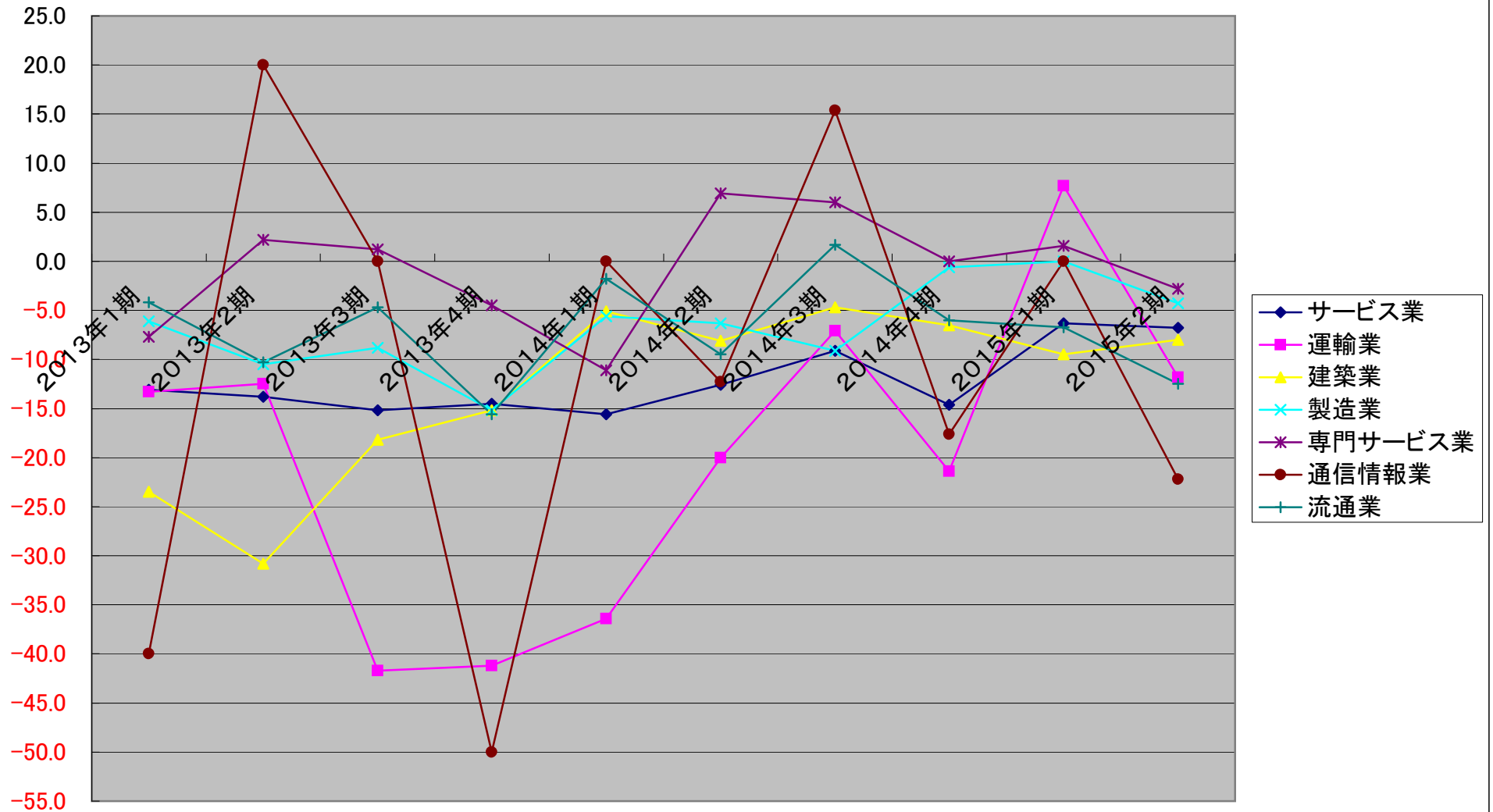
景況感DI



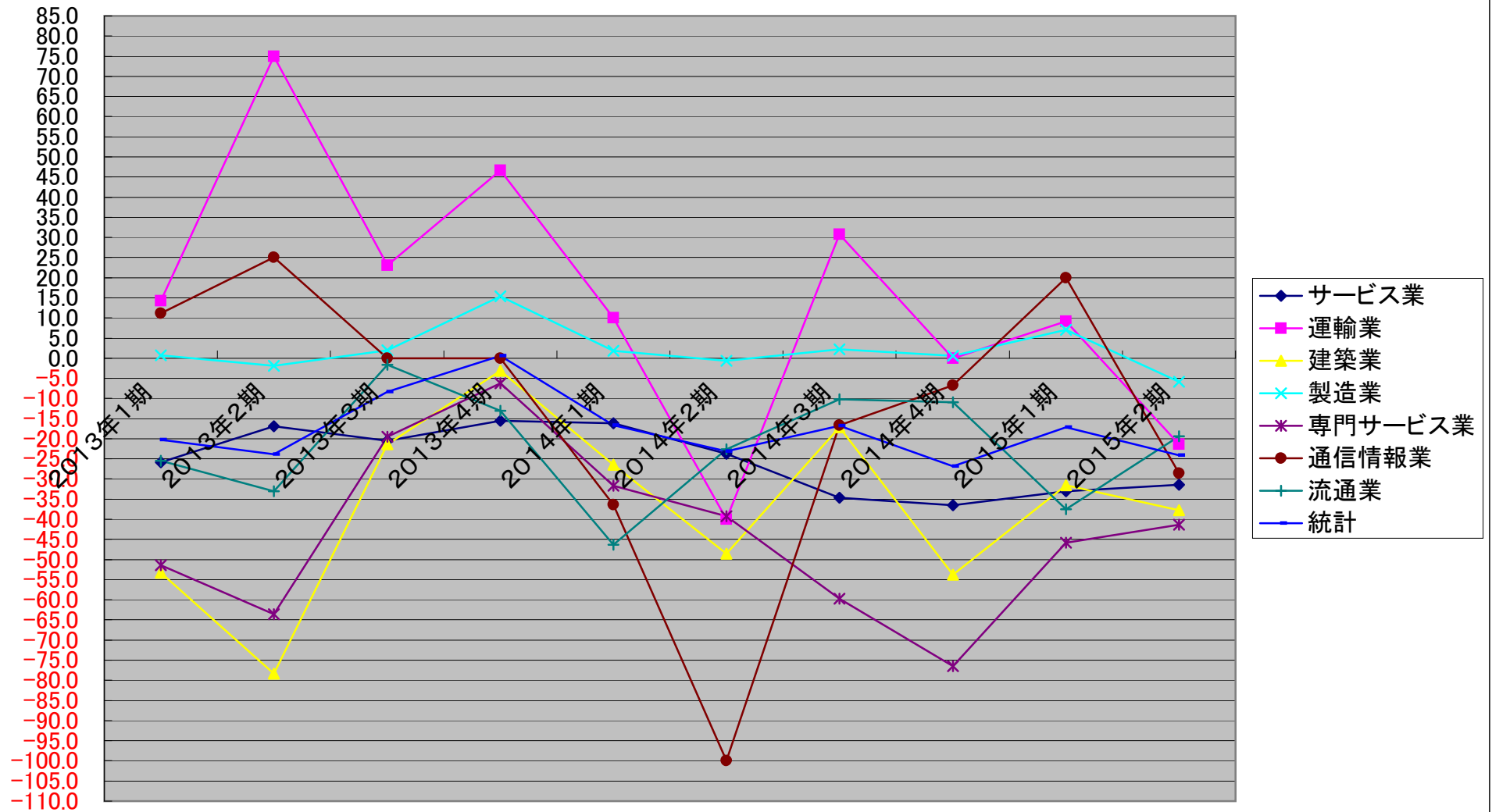
先行きの景況感DI推移



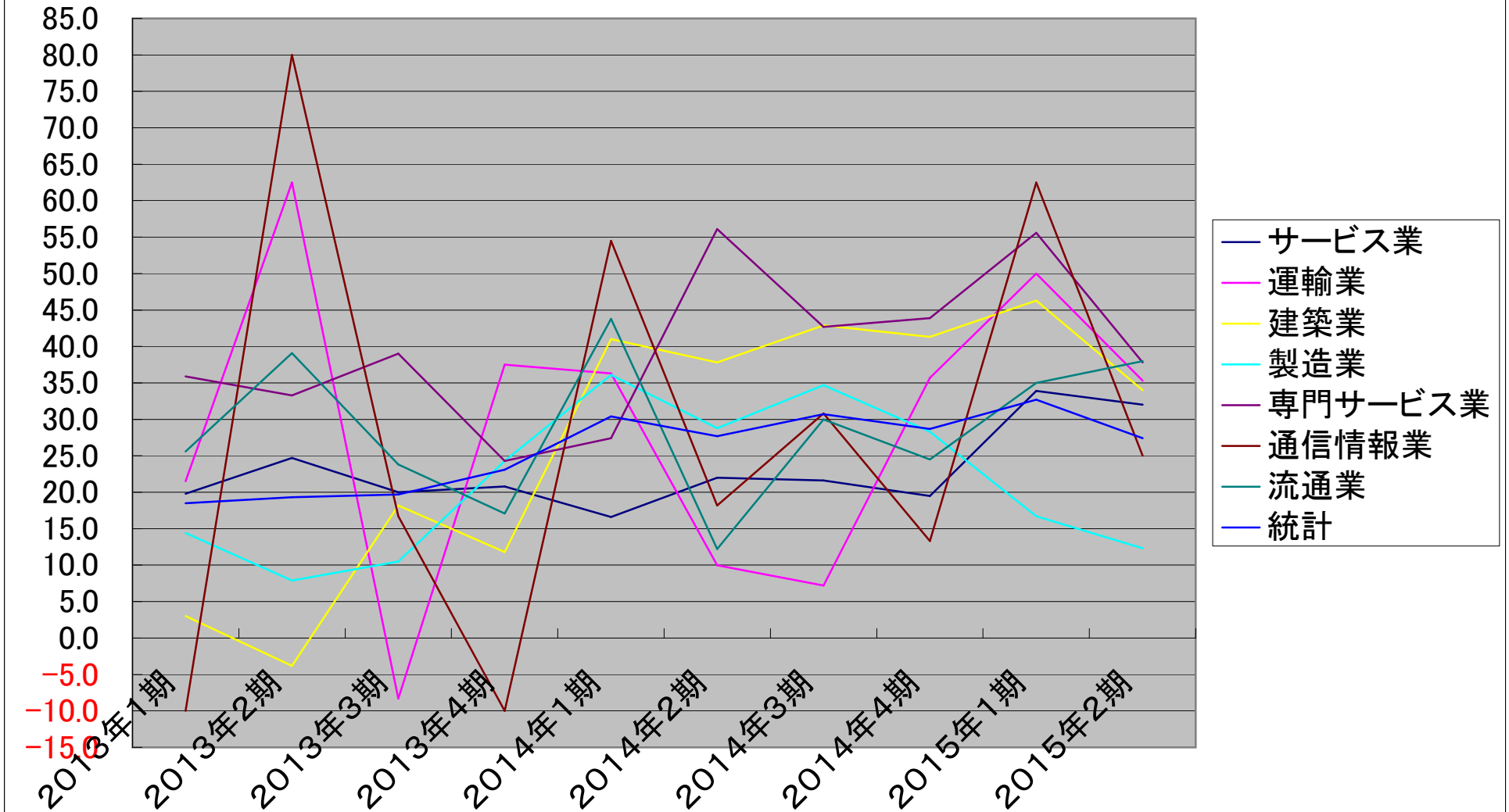
資金繰りDI



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

売上前期

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	60	40.0%	59	39.3%	31	20.7%	150
運輸業	7	38.9%	3	16.7%	8	44.4%	18
建築業	20	38.5%	19	36.5%	13	25.0%	52
製造業	49	26.2%	74	39.6%	64	34.2%	187
専門サービス業(土業の方)	24	32.9%	39	53.4%	10	13.7%	73
通信情報業	1	12.5%	4	50.0%	3	37.5%	8
流通業	31	44.3%	22	31.4%	17	24.3%	70
その他	8	22.2%	17	47.2%	11	30.6%	36
(空白)	6	35.3%	6	35.3%	5	29.4%	17
総計	206	33.7%	243	39.8%	162	26.5%	611

売上前年同期

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	59	40.4%	56	38.4%	31	21.2%	146
運輸業	7	50.0%	1	7.1%	6	42.9%	14
建築業	16	34.8%	18	39.1%	12	26.1%	46
製造業	47	26.3%	68	38.0%	64	35.8%	179
専門サービス業(土業の方)	29	43.9%	28	42.4%	9	13.6%	66
通信情報業	1	14.3%	4	57.1%	2	28.6%	7
流通業	32	48.5%	21	31.8%	13	19.7%	66
その他	11	33.3%	14	42.4%	8	24.2%	33
(空白)	6	35.3%	9	52.9%	2	11.8%	17
総計	208	36.2%	219	38.2%	147	25.6%	574

② 利益動向

利益前期

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	58	38.9%	66	44.3%	25	16.8%	149
運輸業	6	33.3%	5	27.8%	7	38.9%	18
建築業	16	31.4%	19	37.3%	16	31.4%	51
製造業	42	22.5%	72	38.5%	73	39.0%	187
専門サービス業(土業の方)	19	26.0%	41	56.2%	13	17.8%	73
通信情報業	2	25.0%	4	50.0%	2	25.0%	8
流通業	30	42.9%	25	35.7%	15	21.4%	70
その他	6	16.7%	19	52.8%	11	30.6%	36
(空白)	7	41.2%	6	35.3%	4	23.5%	17
総計	186	30.5%	257	42.2%	166	27.3%	609

利益前年同期

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	57	39.6%	63	43.8%	24	16.7%	144
運輸業	6	42.9%	3	21.4%	5	35.7%	14
建築業	12	28.6%	17	40.5%	13	31.0%	42
製造業	42	23.6%	62	34.8%	74	41.6%	178
専門サービス業(土業の方)	25	37.3%	31	46.3%	11	16.4%	67
通信情報業	2	28.6%	3	42.9%	2	28.6%	7
流通業	28	42.4%	26	39.4%	12	18.2%	66
その他	12	35.3%	13	38.2%	9	26.5%	34
(空白)	6	35.3%	8	47.1%	3	17.6%	17
総計	190	33.4%	226	39.7%	153	26.9%	569

③ 採算状況

業種	黒字	割合	収支トントン	割合	赤字	割合	総計
サービス業	66	44.0%	66	44.0%	18	12.0%	150
運輸業	10	58.8%	3	17.6%	4	23.5%	17
建築業	27	50.9%	17	32.1%	9	17.0%	53
製造業	65	34.8%	80	42.8%	42	22.5%	187
専門サービス業(土業の方)	39	52.7%	24	32.4%	11	14.9%	74
通信情報業	4	50.0%	2	25.0%	2	25.0%	8
流通業	38	53.5%	22	31.0%	11	15.5%	71
その他	18	50.0%	12	33.3%	6	16.7%	36
(空白)	6	35.3%	9	52.9%	2	11.8%	17
総計	273	44.5%	235	38.3%	105	17.1%	613

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	28	19.2%	85	58.2%	33	22.6%	146
運輸業	3	16.7%	8	44.4%	7	38.9%	18
建築業	12	23.5%	32	62.7%	7	13.7%	51
製造業	34	18.1%	100	53.2%	54	28.7%	188
専門サービス業(土業の方)	14	19.4%	52	72.2%	6	8.3%	72
通信情報業	1	11.1%	6	66.7%	2	22.2%	9
流通業	11	15.3%	42	58.3%	19	26.4%	72
その他	2	5.7%	21	60.0%	12	34.3%	35
(空白)	3	18.8%	9	56.3%	4	25.0%	16
総計	108	17.8%	355	58.5%	144	23.7%	607

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	33	23.4%	78	55.3%	30	21.3%	141
運輸業	2	14.3%	9	64.3%	3	21.4%	14
建築業	13	27.7%	27	57.4%	7	14.9%	47
製造業	36	20.1%	104	58.1%	39	21.8%	179
専門サービス業(土業の方)	13	20.0%	45	69.2%	7	10.8%	65
通信情報業	3	33.3%	4	44.4%	2	22.2%	9
流通業	6	9.2%	50	76.9%	9	13.8%	65
その他	8	23.5%	20	58.8%	6	17.6%	34
(空白)	2	12.5%	10	62.5%	4	25.0%	16
総計	116	20.4%	347	60.9%	107	18.8%	570

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	15	10.1%	108	73.0%	25	16.9%	148
運輸業	2	11.8%	11	64.7%	4	23.5%	17
建築業	5	10.0%	36	72.0%	9	18.0%	50
製造業	30	16.0%	119	63.6%	38	20.3%	187
専門サービス業(土業の方)	8	11.3%	53	74.6%	10	14.1%	71
通信情報業	0	0.0%	7	77.8%	2	22.2%	9
流通業	9	12.5%	45	62.5%	18	25.0%	72
その他	7	19.4%	23	63.9%	6	16.7%	36
(空白)	1	6.3%	11	68.8%	4	25.0%	16
総計	77	12.7%	413	68.2%	116	19.1%	606

(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	43	29.7%	11	7.6%	9	6.2%	19	13.1%	10	6.9%	10	6.9%	20	13.8%	
運輸業	4	23.5%	0	0.0%	0	0.0%	5	29.4%	1	5.9%	0	0.0%	1	5.9%	
建築業	9	17.3%	6	11.5%	3	5.8%	10	19.2%	3	5.8%	3	5.8%	8	15.4%	
製造業	27	20.1%	21	15.7%	11	8.2%	19	14.2%	12	9.0%	7	5.2%	9	6.7%	
専門サービス業 (土業の方)	22	31.0%	9	12.7%	1	1.4%	12	16.9%	5	7.0%	8	11.3%	5	7.0%	
通信情報	0	0.0%	1	20.0%	1	20.0%	1	20.0%	1	20.0%	0	0.0%	1	20.0%	
流通業	22	31.4%	7	10.0%	3	4.3%	8	11.4%	6	8.6%	4	5.7%	4	5.7%	
その他	2	11.8%	0	0.0%	0	0.0%	3	17.6%	0	0.0%	3	17.6%	0	0.0%	
(空白)	6	37.5%	2	12.5%	0	0.0%	3	18.8%	1	6.3%	1	6.3%	1	6.3%	
総計	135	25.6%	57	10.8%	28	5.3%	80	15.2%	39	7.4%	36	6.8%	49	9.3%	
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	12	8.3%	4	2.8%	5	3.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	1.4%	145
運輸業	0	0.0%	2	11.8%	1	5.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	17.6%	17
建築業	5	9.6%	2	3.8%	2	3.8%	1	1.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	52
製造業	16	11.9%	2	1.5%	1	0.7%	1	0.7%	0	0.0%	7	5.2%	1	0.7%	134
専門サービス業 (土業の方)	7	9.9%	2	2.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	71
通信情報	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	5
流通業	1	1.4%	5	7.1%	3	4.3%	1	1.4%	0	0.0%	3	4.3%	3	4.3%	70
その他	2	11.8%	2	11.8%	2	11.8%	0	0.0%	0	0.0%	2	11.8%	1	5.9%	17
(空白)	1	6.3%	1	6.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	16
総計	44	8.3%	20	3.8%	14	2.7%	3	0.6%	0	0.0%	12	2.3%	10	1.9%	527

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

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

【2】売上・利益について

②売上増につながったと思われる取組みの中身(記述)

業種	業務内容	増加要因記述
1 サービス業	OA機器販売及び保守サポート	従来のハードウェア販売に加えてソフトウェア(システム)を組み合わせ販売を行った。
2 サービス業	ITアウトソース受託 ソフトウェア開発 ネットワーク構築	技術力
3 サービス業	ご高齢者、または障がい者への身体・家事に関する訪問介護サービスと通所介護(Day)サービスを提供しています。	2014年11月より通所介護施設を開所し、提供サービスを多角化したことによる利用者増。
4 サービス業	ソフトウェア開発	営業人員の強化
5 サービス業	社会保険労務士の業務	商品化、セミナー等で、対外的にアピール
6 サービス業	人材派遣	新規取引先の開拓に力点を置いているから
7 サービス業	WEBサイト企画・制作 各種言語翻訳	各種補助金政策、検索エンジンのモバイルフレンドリー強化によるスマホサイトへのシフト
8 サービス業	・家族と会社の記念日パーティーのプロデュース ・メモリアルフォトブック作成のプロデュース ・終活セミナーと個別相談 ・トーク&セミナーの企画	具体的な営業活動の開始
9 サービス業	サービス業	配置転換が成功
10 サービス業	経営サポートサービス	やりつけていた方からの紹介があった
11 サービス業	保険代理店	営業マンの補充
12 サービス業	産業廃棄物処理	新規訪問数増
13 サービス業	空調、電気設備業	インターネット、異業種交流会等での営業力の拡大
14 サービス業	ビルメンテナンス業	総合評価制度の導入による入札になってきたため
15 サービス業	インターネットコミックカ	フードの充実を図った。
16 サービス業	葬祭業	従業員の頑張り
17 サービス業	自動車整備業	取引先の拡大・採用の強化社員のやる気を起こした事
18 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	値上げに対し先買して頂いた為。新規客増。
19 サービス業	音楽コンサートの企画実施・吹奏楽の研究発展	新規開拓
20 サービス業	障害福祉サービス。障がいのある方に各種作業を通じて、訓練実習を経験し、社会参加へと導きます。	新設設備建築により、キャパが広がったためと、サービスの増加事業所の増加によるもの。新設備は従来型の箱ではなく、家庭をイメージしたもので、ゆったりした空間が居心地の高さにつながったと思う
21 サービス業	介護事業	人員の確保
22 サービス業	葬祭業	社員一人一人が高い意識を持って取組んでいるため、サービス強化コストダウンと営業力の強化拡大につながった
23 サービス業	経営コンサルティング業	顧客数の増加
24 サービス業	整体業。骨橋矯正を中心とした治療院	広告が上手くいっている
25 サービス業	生損保代理業	代理店のM&A・高付加価値の提供、営業力強化、社員の活躍
26 サービス業	自動車の整備・販売、損害、生命保険販売	これと言った取り組みはしていないが、車検や車販の台数が前年より増加している
27 サービス業	介護事業	新しい施設を建てたので、その影響が出ている。
28 サービス業	給食配膳業	営業専門の社員を採用
29 サービス業	作業服、作業用品、白衣、レンタルクリーニング	新規需要(新規開拓)
30 サービス業	物流業です。お客様の在庫管理・出荷代行を行う	新規取引先との取り組みが売上につながった。在庫所分業をしているお客様と一緒に新しい仕事が始まった
31 サービス業	デザイン広告代理店、清掃ハウスクリーニング	新規事業の営業強化、清掃部門の紹介
32 サービス業	人材派遣	社会全体の景気がいいから
33 サービス業	産業廃棄物収集運搬・遺品整理	認可の取得

34	サービス業	産業廃棄物処理業(遺品整理、片付け全般)	人材が増えた
35	サービス業	輸入車販売・修理	顧客フォローシステムの導入
36	サービス業	ホテル	新規出店
37	サービス業	ディスプレイ業	新人事制度導入、経営計画と並行して必要不可欠
38	サービス業	各種イベント・展示会備品総合レンタル	新規顧客
39	サービス業	精神障害を雇用する就労継続支援A型事業所	卒業生と会員増強の入退のバランスが悪い
40	サービス業	web制作、DTP制作、システム開発、動画編集	営業にかかるコストを上げた。代理店を開拓した。
41	サービス業	印刷業	新規顧客の増大
42	サービス業	タレントのマネジメント、映像コンテンツ制作、広告代理	営業方針の転換
43	サービス業	粗品の企画・開発・販売	営業の新規採用
44	サービス業	自家用自動車運行管理	新規客先との取引開始
45	サービス業	エステティックサロンの経営	前年は消費税UP後の落ち込みが大きく、今年度はそれに比べて増
46	サービス業	保険代理業	特定の業種に絞った取組みに対し結果が出てきた。
47	サービス業	インテリアデザイン、プランニング、施工、監理、ビル・マンションの管理	既存顧客のアフターフォローの結果、メンテナンスの受注が増加した。
48	サービス業	自動車部品の販売	同業者が廃業した分を引き継ぎ、人材育成に力を注ぐ
49	サービス業	舞台美術、ディスプレイ	きっちりと仕事をこなすのみ
50	サービス業	障がい福祉サービス(居宅介護事業、地域生活支援事業他)	報酬単価が一部の事業において改訂され、UPしたため。
51	運輸業	荷物の保管、納品	HPの改善
52	運輸業		他社との助け合い
53	運輸業	主に鋼構造物などの大掛かりなモノを平トラックを使って全国配送	新規のお客が増えた。現在のお客ともいい関係が築け、仕事を多く回してもらえるようになった
54	運輸業	運輸・倉庫業	新規の得意先が増えたため
55	運輸業	荷主より在庫を行い配送する(倉庫業兼配送業)	原油安による燃料費の減少
56	運輸業	介護サービス	事業所(デイサービス)オープン
57	建築業	建築塗装業	経営計画の重視、毎月点検
58	建築業	空調、給排気等のダクト加工及び取付工事	受注時の採算性を重視
59	建築業	リフォームと材料販売	年末からの工事予定がずれ込んだから
60	建築業	ビルメンテナンス	ビルメンテナンスとして総合的に仕事をもらうこと
61	建築業	電気工事	得意先の増設
62	建築業	建築塗装幸治ならびに防水雨漏り調査、足場架	新しい機械の導入など
63	建築業	各種プラント設備製作・据付・配管工事 各種設備メンテナンス工事	民間耕治の需要が増大したことと人手不足による業者の減少が売り上げ増に繋がっている
64	建築業	戸建建設・土地活用・建築デザイン	集客ルートの開拓
65	建築業	電気工事	景気が良いという部分、日ごろのお客様とのおつきあい社員が進んで動くようになったこと。
66	建築業	造園工事業	入札でたまたま落札できたから
67	建築業	総合建設業	誠実な物作り、外部へのアンテナを張り外へ出る。
68	建築業	新築、リフォーム、リノベーション、施工、設計、不動産	顧客ニーズへの対応、サービス及びコスト等
69	建築業	冷暖房、空調、給排水衛生、ガス、電気設備工事(建築設備業)	新規建設業者の拡大
70	製造業	プレス金型製造	新規販路開拓
71	製造業	コンピュータ関連装置の開発・製造	売上には波がある業種の為、特に無し。
72	製造業	金属プレス加工・板金・溶接業	国内外の設備投資の増加、円安による製造国内回帰等
73	製造業	工業用裁断機器製造	オーダーメイド機種が好調
74	製造業	鋼板加工販売	新規開拓

75	製造業	線香製造業	消費増税の駆け込み需要が昨年3月にあったため、その反動減が今年には解消した。取り組みの結果ではない。
76	製造業	別注スチール家具・什器および精密板金加工品の製造	当社の売上比率1位の得意先の業績が好調に推移しているから
77	製造業	産業機器の設計・製造・販売。自転車部品の製	人材教育と労働力確保
78	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	新規分野の開拓
79	製造業	焼き菓子製造卸	新商品の販売と販売エリアの拡大。
80	製造業	衣服製造販売	作ることばかりでなく、売ることにも力を入れた。
81	製造業	クルマ、カメラ、人工衛星、ポンプ、工作機械等の金属製部品の寿命を永くする金属熱処理、焼き入れをやっています。	営業活動の改善。ホームページからの問い合わせは以前から多かったが売上に結びつくものが少なかった。本気で問い合わせ先と交渉を続けることで受注率が高まった。
82	製造業	椅子張り替え、販売	販売のためのお客様に商品を見ていただくスペースがある。ネット販売商品に置いて売れ筋ができた。
83	製造業	太陽光パネルの販売・設置	設立4年目で会社の信用力が増してきた
84	製造業	電気設備用特殊金物	信頼を得る対処、努力をした
85	製造業	設備機械の設計、製作、据付	自動車業界の好調により設備投資が増加したため、円安により海外新規取引先の拡大
86	製造業	服飾雑貨、アクセサリ、パルティ、販売促進商品、製造販売	新規顧客拡大に増強体制に内部変革としてサンプル対応の早さに他社よりも早く確実に納期順守に心掛けている
87	製造業	清酒製造	酒蔵観光のお客が増え、酒を買ってくれる
88	製造業	板金製缶・溶接	得意先の好況
89	製造業	板金加工業	需要が急激に増えた
90	製造業	冷間鍛造・金属プレス	新規営業
91	製造業	プラスチック成形	値決めにおいて付加価値をつけた提案活動をする技術支援強化
92	製造業		製造業+商社機能の融合によってユーザー層が広がった。
93	製造業	熱処理加工・表面処理加工、表面処理装置製造・販売	人:人事考課内容変更・営業の組織化(5年かけて)物:装置増設。労働生産性など数値化。直間接部門の横の関係強化
94	製造業	プリント配線板及び各種樹脂板切削加工	既在扱品の得意先を増やした結果売上が安定した。従来品と他分野で展開している商品が売れた
95	製造業	プラスチック板加工業、ディスプレイ・POP業製	納期短縮
96	製造業	別注金物、看板、サイン製作	製作工程を見直し、生産性のアップ、コストダウン
97	製造業	CNC自動旋盤による小径・長尺部品の金属加工	増設による規模の拡大と人員補強と育成
98	製造業	プラスチック板加工業・及びオリジナル製品製作 販売	スポット案件が入った。弊社の製品が認知されてきた
99	製造業	床束、フレキ管部品製造販売	新製品の売り上げ増
100	製造業	金属工作油剤製造販売	アベノミクス効果により顧客の設備投資が充実し国内需要の増加が売上増につながった。
101	専門サービス業(土業の方)	税理士業務、会計業務、経営コンサル担当業務	前期の営業の成果が、今期の業績のプラスに働いたため。
102	専門サービス業(土業の方)	会計事務所	客数の増加及び客単価を上げる取り組みをしています。(値上げのお願いと助成金申請の援助など)
103	専門サービス業(土業の方)	弊社は経営理念に「顧客の問題解決を通じて日本社会の発展に貢献する」を掲げて活動する、経営戦略立案支援を主任務とするコンサルティングファームです。	優良顧客を一社獲得できたことによる
104	専門サービス業(土業の方)		新しいツールの開発
105	専門サービス業(土業の方)	コンサルティング業	助成金を活用した事業展開

106	専門サービス業 (土業の方)	建築設計・工事管理業務	受注量の拡大に伴い、技術者の増員で売上増となる
107	専門サービス業 (土業の方)	社労士	他社との提携
108	専門サービス業 (土業の方)	税理士業	顧客のニーズに応じていけている
109	専門サービス業 (土業の方)	税理士事務所	営業力の強化(販路拡大)
110	専門サービス業 (土業の方)	黒字支援業、税務申告 等税理士業	業務品質の改善、黒字支援、PDCAを全社に対応
111	専門サービス業 (土業の方)	特許、意匠、商標等の出 願業務等、及び知的財 産の関するコンサルティ	4月からの開業のためデータなし
112	専門サービス業 (土業の方)	建設コンサルタント(都市 計画、建築、土木、ランド スケープに関する計画、 設計)	業界内の新規ジャンルに早い段階から着手し、ノウハウの蓄積を先行して行ってきた
113	専門サービス業 (土業の方)	税理士	付加サービスによる単価アップ
114	専門サービス業 (土業の方)	在庫管理に特化したコン サルティング及びシステ ム開発	ターゲット層を変えることで売上・利益とも増加した
115	専門サービス業 (土業の方)	外国人のVISA手続き	法改正の案内
116	専門サービス業 (土業の方)	弁護士業	地道な人脈拡大
117	専門サービス業 (土業の方)		知人からの紹介が多く、リピート率が高い
118	専門サービス業 (土業の方)	司法書士業務	地道な営業(顔出し)の継続
119	流通業	衣服・雑貨輸入卸売り	つねに新しい商流と商材を追い求めた結果。
120	流通業	文具・事務用品・OA機 器・他 オフィス用品全般 の小売	正直なところ、何の取り組みが良かったのかがわかっていない というのが最大の課題点
121	流通業	建物内で使用されている 壁紙を通常汚れると張り 替えるが、弊社は特殊な 洗剤と工法でキレイに洗 浄できる洗剤と工法を全 国に代理店制度で販売 管理している会社です。 2015年現在約160店	弊社全国の代理店様の努力でクロス洗浄全国区に広がり賃貸業界にも認知度が上 昇した結果です。これからもブランド力を上げ告知して行きたいです。
122	流通業	塗料製造、販売	日頃からの対応で大手ユーザーと新規取引が始まった。
123	流通業	一般用医薬品の製造販	取り立ててはない。
124	流通業	機械工具の販売	高付加価値の商品展開が売り上げ増に寄与してきた
125	流通業	酒類小売業	ワイン、シャンパン販売強化
126	流通業		新規ビジネス
127	流通業	義肢装具用材料、部品 の卸売、サポータ、イン ソール、ストッキングなど	社員の人間教育
128	流通業	機械部品の販売	円安で輸出増となった
129	流通業	販売業	新商品のPRからの延長上で売上が増加
130	流通業	機械器具卸売業	大物受注が売上に貢献
131	流通業	安全衛生用品製造卸し	円安で輸入品の原価UPした分を転嫁した
132	流通業	青果、果物	営業力のある人材を採用しました
133	流通業	鶏肉卸	得意先の出店増加
134	流通業	和装製品、化粧品卸	別注商品があった
135	流通業	石油製品の仲介・卸、 損害保険代理店	幹部社員の能力向上による自社管理の効率化が良い結果を生んだと思われる。
136	流通業	卸売り	展示会など未開拓市場での商品や新商品投入消費up後反動ダウンの終息
137	流通業	工業用部品の加工、販	顧客ごとの細かいフォロー
138	流通業	ギフト通販業	販売・競争戦略の策定及び実施
139	流通業	自動車販売業	新型車の導入による販売台数増。
140	流通業	幼稚園・学校制服全般及 び企業ユニフォーム	消費税の前倒し購入があったが今年はそのがない。
141	その他	果物小売業、フルーツ パーラー	移転時に駐車場を広くした。インターネット、マスコミなどによる認知度の上昇

142	その他	精密機能部品販売 半 導体・自転車部本・医療	特定ユーザーの海外販売増加による売り上げ増
143	その他		得意先や行政からの紹介で、困っておられる企業の問題解決で増加している。
144	その他	障害者就労支援	独自性の追求
145	その他	古本の通信販売	マーケティングの拡大
146	その他	シェアハウス・マンションの企画・運営・ 管理	新規開拓物件の増加
147	その他	印刷業	原因不明
148		刺繍、プリント、縫製などの加工業です。 ユニフォームのネームや カジュアルなど幅広い分野で仕事をしています。	新規産業に参入してお客様に幅広いサービスを提供できるように努めた。
149		包装資材	新規開拓
150		国内・海外旅行企画販売	既存顧客の業績向上 新規顧客の獲得
151		印刷	普段の営業活動強化
152		自動車用フロアマット、ラグ マット製造販売	商品力(質の向上、改良)強化。営業力(集客)の強化。

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	19	39.6%	0	0.0%	0	0.0%	9	18.8%	11	22.9%
運輸業	5	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	10.0%	1	10.0%
建築業	8	36.4%	1	4.5%	0	0.0%	1	4.5%	7	31.8%
製造業	49	41.5%	4	3.4%	5	4.2%	19	16.1%	19	16.1%
専門サービス業 (土業の方)	5	31.3%	0	0.0%	0	0.0%	4	25.0%	6	37.5%
通信情報	1	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
流通業	10	28.6%	0	0.0%	1	2.9%	9	25.7%	7	20.0%
その他	4	26.7%	0	0.0%	0	0.0%	6	40.0%	3	20.0%
(空白)	3	75.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
総計	104	38.5%	5	1.9%	6	2.2%	49	18.1%	54	20.0%
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	4.2%	1	2.1%	6	12.5%	48	
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	1	10.0%	2	20.0%	10	
建築業	0	0.0%	1	4.5%	2	9.1%	2	9.1%	22	
製造業	3	2.5%	5	4.2%	11	9.3%	3	2.5%	118	
専門サービス業 (土業の方)	0	0.0%	1	6.3%	0	0.0%	0	0.0%	16	
通信情報	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	50.0%	2	
流通業	1	2.9%	2	5.7%	3	8.6%	2	5.7%	35	
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	13.3%	15	
(空白)	0	0.0%	0	0.0%	1	25.0%	0	0.0%	4	
総計	4	1.5%	11	4.1%	19	7.0%	18	6.7%	270	

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	業務内容	減少要因記述
1 サービス業	PC総合サポート	物販とサービスのうち、物販の大型案件が減少したため。
2 サービス業	総合人材サービス業 ・一般労働者派遣事業 ・有料職業紹介事業 ・業務請負業 ・環境関連商品の提案&販	人材不足による残業の増加や健康被害が懸念されるために大手取引「年間売上高1億4千万円」を止む得ず解約しました。
3 サービス業	社交ダンス練習場、社交ダンス教室、ドレス及び練習着販売。	顧客の高齢化により来場者の減少が見受けられる。
4 サービス業	不動産の賃貸・売買の仲介業。賃貸マンション管理業。賃貸業。飲食業。	新築マンションの新規受託をしましたが、竣工が繁忙期を外したので客付けに苦戦しています。
5 サービス業	広告・マーケティングの企画・デザイン制作	仕事量が減っている。昨年あったものがことし無い。
6 サービス業	トラックの車輛、部品、メンテナンスから適正処理までのワンストップサービス業	物流業界の人材不足による車輛代替等に影響が出ている
7 サービス業	求人情報紙の発行	発注回数の減少
8 サービス業	生命保険、損害保険販売	コストダウンの相談が増え保険料単価が低下している。
9 サービス業	パソコンのトータルサポート業、システム開発、WEBシステム開発	パソコン入れ替え作業等で他の企業が設備資金を使ったため、開発ソフトや他の設備に投資できなかったためと思う。消費税8%になったので増税前に設備投資し、その後の仕事が減っているため
10 サービス業	知的障害者・職業能力開発施設	利用者減による収入減・応募者減(他施設との競争)
11 サービス業	ソフトウェア開発	昨年の消費税アップ前野駆け込み需要
12 サービス業	WEB製作、DTP製作、企業研修	新しく入社した人材がまだ技術的な面で不足していたため納期がおそくなった
13 サービス業	Webサイト・アプリ・システム制作。サーバー管理運営、Webコンサルティング	人材の流出
14 サービス業	フラワー教室	入会者の減少による売上の減少
15 サービス業	宅配水事業。ギフト製作・販売事業。	販路開拓の停滞。
16 サービス業	自社オリジナルパッケージソフトのカスタマイズ販売	先行き不安からなのか見積もりをだしてもすぐに注文が来ない
17 サービス業	陳列ケース、陳列器具レンタル	駆け込み需要の反動と消費税アップのため
18 サービス業	新聞販売業	活字離れ
19 サービス業	デザイン制作、印刷	消費税の駆け込み需要が2014年4月は多かったが、今期は既存の受注も減少している。
20 運輸業	一般貨物の運送	国内での生産、物の流れが悪い
21 運輸業	運輸・倉庫業	昨年は1,2,3月の消費税の関係で、仮需があったため、今年の売上に差が出ていると思う
22 運輸業	輸出及び輸入貨物の通関ならびに輸送の手配	得意先のポルトガル向けがなくなった(毎月運んでいた)。価格競争のため利益縮小
23 運輸業	一般貨物事業	人手不足
24 運輸業	運送業	営業努力による得意先増加
25 建築業		公共・民間工事の減少。関東は仕事があるが、関西は新築物件が少ない。地域格差がかなりある。
26 建築業	住宅、施設等の新築、リフォーム	競合物件の減少(当社がかかわる入札物件の減少)、顧客の意欲の減退および慎重になってきている。個別売り上げの減少等々
27 建築業	建築一式・リフォーム全般・空調設備工事・メンテナンス	職人不足・資材高騰・中小があいてとするお客様層はサラリーマンが多く低コストの注文が多い。大阪経済はよくない
28 建築業	店舗・住宅設計施工・リフォーム。病院、介護施設内	常に取引のところと新規のところ、どちらも減少している。外的要因が主だが、営業努力方法考えないといけない
29 建築業	建物内外装	受注先の動向が悪い
30 建築業	個人向け注文住宅建築業	顧客の動きが悪い
31 建築業	住宅、障がい者施設の新築・リフォーム	下請けはしないため受注できれば100、なければ0
32 建築業	タイル及び住宅設備機器の販売	取引先の売上げが下がっている
33 建築業	建築一式工事	案件の話はあるが資金(顧客)調達が悪く受注に結びつかない
34 建築業	太陽光発電システム	電力会社、政府の体制が4月以降大きく変わりました。一気に売上げが落ちました。
35 建築業	アフリカ材(アユース)の製材、流通、南洋材	円安による仕入れ価格のUPを売上に転嫁できていない。
36 製造業	オフセット印刷・製本	受注量の減少、受注単価の下落、全体需要の減少。
37 製造業	搬送機械の設計製造	検収月の兼ね合いによる
38 製造業	建設機械・産業車両用カウンタウエイの製造販売	排ガス規制車の市場投入が一段落した。

39	製造業		減少幅は小さいほぼ横ばいだが、今後が不安。
40	製造業	自動制御盤の設計、製造、配線工事、試運転	全体的に受注が減っている。
41	製造業	女性下着の製造卸及び生地等の輸出入	中高級品市場が多少回復したように思えたが、実情は減少傾向にあり衣料品の低価格は変わっていない。
42	製造業		大手が2014年度利益を出す為、設備投資を抑えた？
43	製造業	建築用金物製造	建築業界の不況の為受注が、減少している。
44	製造業	段ボールケースの製造及び販売	廃業の会社が増えた
45	製造業	各種ポンプ製造販売	3月末の駆け込みの反動かと考えております。
47	製造業	トムソン型による打ち抜き加工業	需要の減少、取引先の内製化
48	製造業	十字穴付タッピンネジ製造、販売	海外現地調達が増加と国内需要の減少
49	製造業	設備工事業	設備投資の減少
50	製造業	薄肉ステンレスパイプの製造から梱包までの一貫生産	待ちの姿勢でしかないため
51	製造業	自動車シート金型	消費税の影響
52	製造業	亜鉛合金を用いたダイカスト製法による建築金具等の下請け製造	住宅着工の伸び悩みにより受注が落ちている。
53	製造業	板ガラス加工販売	ガラスよりプラスチックを使用するのが増えている 家庭日用品業界全体的に国内販売の価格が下がり、薄利状態で売上が下がる。輸入雑貨などにも注目が集中している
54	製造業	家庭用品製造・卸販売	OEMで利益が減っている。海外生産(円安・人権費UP)で特に悪い
55	製造業	キャラクター雑貨の企画・製	投資活性化に伴って、仕事の再分配が進む
56	製造業	金属製品製造業	消費税後の減産が響いている。
57	製造業	金属製品製造業	一時的な仕事がなくなった
58	製造業	金属加工業	アルミ製品の企画、設計、製造、販売
59	製造業		3月末の駆け込み受注以外は、見積もりなばかりで受注に至っていない
60	製造業	プラスチックの射出成形	為替の影響をかなり受けており、販売価格への転化が進まない。営業力の低下(若い営業が)
61	製造業	リードピンの製造・販売	製造ラインの海外移転
62	製造業	建築金物製造販売	住宅需要の頭打ち⇒人口減少⇒見通し暗い
63	製造業	特殊車両部品製造、産業用プラント製缶製造	強烈な値引き
64	製造業	金属の溶接加工、NC旋盤加工	受注先からの発注減
65	製造業	電子機器の設計開発	昨年は4月に比較的大きな案件を受注した為
66	製造業	金属部品の金型製造及びプレス加工	円安が進んでいるが、企業の国内回帰の実感がない
67	製造業	ビニル電線の製造販売	海外への展開と共に国内需要の減少
68	製造業	ステンレス鋼材卸	住宅関連機器が消費税増税の影響がまだ続いている
69	製造業	冷間鍛造金型メーカー	業界全体が冷え込んでいる
70	製造業	珈琲豆の焙煎・販売	大きく変わらないが前年比を割っている
71	製造業	化学プラントの設計、製作。	大型物件の受注ができなかったことに対し、他でケアできなかった。
72	製造業	婦人インナー製造販売	今年に入って動きが悪い、注文も細かい
73	製造業	注文住宅新築・リフォーム	前期は消費税に伴う需要が増加したため。それに比較して今期減少。
74	専門サービス業(土業の方)	建築設計	住宅着工棟数減・消費税アップ前の駆け込みの反動か？
75	専門サービス業(土業の方)	税理士業務	高齢化に伴い廃業
76	専門サービス業(土業の方)	行政書士	顧問先の利益悪化から顧問切が複数続いた。
77	専門サービス業(土業の方)	税理士業	顧客の減少
78	専門サービス業(土業の方)	税理士業	開業したてで前期比不明
79	専門サービス業(土業の方)	サービスマニュアル、取説図面作成、CAD教育	取引企業n利益悪化
80	通信情報業	情報通信設備機械の販売 施工保守	高齢化・後継者問題
81	通信情報業	1、移動体通信業 2、Web製作	設備投資の減少
82	流通業	締結部品販売業	昨年より土木、建築関連得意先の受注が減少した
83	流通業	ステンレス、鋼材問屋	公共事業が少なすぎる
84	流通業		円安
85	流通業	金属全般卸売、ステンレス鋼板加工販売、建築資材販	消費税改定起因の住宅販売(着工件数)減少
86	流通業	毛皮・レザー製品卸メーカー	扱い商品が秋冬のため
87	流通業	ジュエリー販売	宝石ばなれ
88	流通業	アパレル小売販売	卸売業で相手の廃業による売上高の減少

89	流通業	鉄鋼卸売業	需要の減少による競争(過当)生じ単価下落に繋がった。
90	その他	倉庫業	住宅建築の減少
91	その他	機械売買	景気の悪化
92	その他	一般病院	入院患者数の減少。それを補う、他の医療機関との連携努力の不足。連携担当者の退職を補充できていない
93	その他	磨薄鋼板、磨帯鋼、特殊鋼、ステンレス鋼の販売及びシャーリング加工	需要の減少と他社との競合の結果、量、価格共に悪化した
94	その他	貿易	為替
95	その他	信用金庫	他の金融機関との競合が激化し、パイの奪い合いとなっている。弊庫の主力販売先については、逆にその社数が減少するとともに、資金ニーズが然程盛り上がってはいない。
96	その他	水産物卸し	取引先の減少
97		毛筆での筆事業、書道教室	当社の事業内容自体、季節変動値が大きい。年3回、10月・12月・3月の山場をピークにこれから秋まで、低売上が続く。

【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	33	24.1%	76	55.5%	28	20.4%	137
運輸業	4	28.6%	7	50.0%	3	21.4%	14
建築業	7	15.6%	24	53.3%	14	31.1%	45
製造業	62	36.0%	72	41.9%	38	22.1%	172
サービス業(土業の方)	14	20.0%	43	61.4%	13	18.6%	70
通信情報業	0	0.0%	2	28.6%	5	71.4%	7
流通業	21	33.9%	33	53.2%	8	12.9%	62
その他	5	19.2%	14	53.8%	7	26.9%	26
(空白)	2	13.3%	9	60.0%	9	60.0%	15
総計	148	27.0%	280	51.1%	120	21.9%	548

(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	7.5%	2	0.6%	11	3.2%	18	5.2%	22	6.3%	11	3.2%	29	8.3%	17	4.9%	13	3.7%
運輸業	4	9.8%	0	0.0%	1	2.4%	1	2.4%	1	2.4%	1	2.4%	2	4.9%	3	7.3%	2	4.9%
建築業	14	11.0%	0	0.0%	6	4.7%	2	1.6%	5	3.9%	1	0.8%	7	5.5%	8	6.3%	6	4.7%
製造業	54	11.8%	5	1.1%	12	2.6%	7	1.5%	28	6.1%	17	3.7%	30	6.6%	41	9.0%	19	4.1%
専門サービス業(土業の方)	8	5.9%	0	0.0%	8	5.9%	11	8.1%	11	8.1%	5	3.7%	8	5.9%	0	0.0%	6	4.4%
通信情報業	1	5.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	10.5%	1	5.3%	3	15.8%	0	0.0%	2	10.5%
流通業	33	20.0%	4	2.4%	7	4.2%	14	8.5%	9	5.5%	4	2.4%	7	4.2%	21	12.7%	9	5.5%
その他	9	11.7%	2	2.6%	2	2.6%	3	3.9%	6	7.8%	4	5.2%	6	7.8%	9	11.7%	3	3.9%
(空白)	3	7.9%	0	0.0%	1	2.6%	4	10.5%	2	5.3%	0	0.0%	3	7.9%	2	5.3%	2	5.3%
総計	152	10.8%	13	0.9%	48	3.4%	60	4.3%	86	6.1%	44	3.1%	95	6.7%	101	7.2%	62	4.4%
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	割合
サービス業	9	2.6%	25	7.2%	53	15.2%	57	16.4%	10	2.9%	28	8.0%	12	3.4%	5	1.4%	348	
運輸業	1	2.4%	1	2.4%	7	17.1%	11	26.8%	0	0.0%	5	12.2%	0	0.0%	1	2.4%	41	
建築業	4	3.1%	9	7.1%	19	15.0%	21	16.5%	15	11.8%	10	7.9%	0	0.0%	0	0.0%	127	
製造業	9	2.0%	32	7.0%	59	12.9%	41	9.0%	43	9.4%	40	8.7%	19	4.1%	2	0.4%	458	
専門サービス業(土業の方)	2	1.5%	12	8.9%	23	17.0%	18	13.3%	7	5.2%	7	5.2%	7	5.2%	2	1.5%	135	
通信情報業	1	5.3%	1	5.3%	1	5.3%	3	15.8%	1	5.3%	2	10.5%	1	5.3%	0	0.0%	19	
流通業	2	1.2%	8	4.8%	18	10.9%	13	7.9%	1	0.6%	10	6.1%	2	1.2%	3	1.8%	165	
その他	3	3.9%	7	9.1%	8	10.4%	6	7.8%	2	2.6%	4	5.2%	2	2.6%	1	1.3%	77	
(空白)	1	2.6%	3	7.9%	7	18.4%	3	7.9%	2	5.3%	4	10.5%	1	2.6%	0	0.0%	38	
総計	32	2.3%	98	7.0%	195	13.8%	173	12.3%	81	5.8%	110	7.8%	44	3.1%	14	1.0%	1408	

① 民間需要の停滞

② 輸入品の圧迫

③ 受注単価の大幅ダウン

④ 新規参入者の拡大による競争の激化

⑤ 税金、公共料金負担の増加

⑥ 管理費等間接経費の増加

⑦ 人件費負担

⑧ 仕入単価の上昇・高止まり

⑨ 情勢判断・企業進路の確定

⑩ 事業資金の借入難

⑪ 全社一丸体制の確立

⑫ 社員教育

⑬ 従業員の確保

⑭ 熟練技術者不足

⑮ 幹部社員の不足

⑯ 取引先ニーズの把握

(3) 今後の予定も含めた経営上の力点(選択3つまで)

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合	⑥	割合	⑦	割合	⑧	割合	⑨	割合
サービス業	89	22.7%	33	8.4%	15	3.8%	31	7.9%	20	5.1%	20	5.1%	17	4.3%	5	1.3%	45	11.5%
運輸業	13	31.0%	0	0.0%	1	2.4%	3	7.1%	1	2.4%	3	7.1%	0	0.0%	3	7.1%	5	11.9%
建築業	24	17.1%	17	12.1%	7	5.0%	11	7.9%	3	2.1%	8	5.7%	1	0.7%	0	0.0%	22	15.7%
製造業	90	17.8%	58	11.5%	53	10.5%	54	10.7%	53	10.5%	31	6.1%	9	1.8%	7	1.4%	39	7.7%
専門サービス業 (土業の方)	49	28.3%	12	6.9%	5	2.9%	14	8.1%	13	7.5%	19	11.0%	6	3.5%	3	1.7%	17	9.8%
通信情報業	6	30.0%	1	5.0%	2	10.0%	2	10.0%	1	5.0%	1	5.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	20.0%
流通業	44	22.9%	4	2.1%	6	3.1%	27	14.1%	20	10.4%	17	8.9%	4	2.1%	3	1.6%	16	8.3%
その他 (空白)	20	21.3%	4	4.3%	2	2.1%	14	14.9%	4	4.3%	6	6.4%	5	5.3%	2	2.1%	5	5.3%
総計	344	21.4%	131	8.2%	92	5.7%	163	10.2%	120	7.5%	109	6.8%	44	2.7%	23	1.4%	157	9.8%
業種	⑩	割合	⑪	割合	⑫	割合	⑬	割合	⑭	割合	⑮	割合	⑯	割合	⑰	割合	⑱	割合
サービス業	54	13.8%	18	4.6%	10	2.6%	0	0.0%	4	1.0%	9	2.3%	1	0.3%	17	4.3%		
運輸業	5	11.9%	2	4.8%	0	0.0%	0	0.0%	2	4.8%	1	2.4%	1	2.4%	1	2.4%		
建築業	22	15.7%	4	2.9%	5	3.6%	0	0.0%	0	0.0%	4	2.9%	4	2.9%	7	5.0%		
製造業	63	12.5%	12	2.4%	8	1.6%	1	0.2%	1	0.2%	6	1.2%	4	0.8%	14	2.8%		
専門サービス業 (土業の方)	18	10.4%	7	4.0%	3	1.7%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.6%	0	0.0%	5	2.9%		
通信情報業	1	5.0%	0	0.0%	1	5.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.0%		
流通業	22	11.5%	2	1.0%	4	2.1%	0	0.0%	1	0.5%	7	3.6%	4	2.1%	11	5.7%		
その他 (空白)	8	8.5%	4	4.3%	7	7.4%	2	2.1%	2	2.1%	3	3.2%	3	3.2%	2	2.1%		
総計	200	12.5%	50	3.1%	38	2.4%	3	0.2%	10	0.6%	31	1.9%	17	1.1%	61	3.8%		
業種	⑲	割合	⑳	割合	総計													
サービス業	1	0.3%	3	0.8%	392													
運輸業	0	0.0%	1	2.4%	42													
建築業	0	0.0%	1	0.7%	140													
製造業	0	0.0%	3	0.6%	506													
専門サービス業 (土業の方)	0	0.0%	1	0.6%	173													
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	20													
流通業	0	0.0%	0	0.0%	192													
その他 (空白)	0	0.0%	1	1.1%	94													
総計	1	0.1%	10	0.6%	1604													

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

【3】経営上の問題点・対応策について (4) 経営上の力点(記述)

業種	業務内容	力点記述
1 サービス業	PC総合サポート	保守などの継続的な収入になる案件を増加させる。
2 サービス業	ガソリンスタンド	仕事の質を上げること、社員同士の団結
3 サービス業	写真加工・撮影業	取引先ニーズの把握し、満足度向上
4 サービス業	ご高齢者、または障がい者への身体・家事に関する訪問介護サービスと通所介護(Day)サービスを提供しています。	事務のIT化を進め営業時間を確保すること。市販広告媒体を活用し人材確保を図る。
5 サービス業	社交ダンス練習場、社交ダンス教室、ドレス及び練習着販売。	20代～40代の顧客の拡大を目指した新規イベントの開催。 新しい事業を見つけ実行していくこと。
6 サービス業	消毒業および損害保険プランナー	新規顧客の拡大と既存ユーザーとの関係強化
7 サービス業	ソフトウェア開発	エンドユーザーに近い重要取引先を増やすべく営業を強化する。 技術面では未経験者の採用を積極的に行い、中堅社員も含めた技術力の強化を目指す。
8 サービス業	社会保険労務士の業務	人事評価制度をはじめとする社内体制を見直して、社員のやりがいある体制を整えて、安心して働ける職場とする。評価に応じた給与を支払うため、売上の拡大等により利益を拡大する。
9 サービス業	障害福祉サービス事業	2年後の事業所開設に向け、全職員一体化しての取り組みになるよう研修等の充実と資金調達を行っていく
10 サービス業	不動産の賃貸・売買の仲介業。賃貸マンション管理業。賃貸業。飲食	社員に任せるといふ事！！能力up！！
11 サービス業	税関に対する輸出入申告の代理代行および付帯する業務全般	採用が急務。同時並行で採算がとれるように社員教育と顧客への見積もりの見直しが必要。
12 サービス業	広告・マーケティングの企画・デザイン制作	紹介営業の強化
13 サービス業	人材派遣	新たな派遣分野の開拓。
14 サービス業	WEBサイト企画・制作	顧客ごとでスマホやタブレットの縦・横で最も見やすいサイトデザイン
15 サービス業	経営サポートサービス	整理整頓 伝達ルールの統一 セミナー内容の開発
16 サービス業	トラックの車輛、部品、メンテナンスから適正処理までのワンストップサービス業	人材確保特に現業職の採用は非常に苦戦している。新卒、中途、シルバー、女性、外国人などいろいろな視点から採用見直す。
17 サービス業	保険代理店	営業の強化
18 サービス業	産業廃棄物処理	新技術力をつくりたい 求人広告だけでは今後売上確保は困難になると思うので新規事業の立ち上げ検討中
19 サービス業	求人情報紙の発行	
20 サービス業	生命保険、損害保険販売	他社競合が多いので差別化を図ることに力を入れている
21 サービス業	不動産賃貸業	ドローンの開発、事業化
22 サービス業	美容業	人員が少ない中、効率を上げるために新しい商品やメニュー展開を考える必要がある
23 サービス業	ビルメンテナンス業	人材確保
24 サービス業	パソコンのトータルサポート業、システム開発、WEBシステム開発	サービス内容の見直しや価格設定の見直しも今後の課題、新商品の開発に力を入れて営業活動を通して広くサービス提供していきたい。
25 サービス業	自動車整備業	同業者との差別化を測るため
26 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	今後も社員教育・リーダーシップ教育・人間力・組織力アップに力を注ぐ。
27 サービス業	障害福祉サービス。障がいのある方に各種作業を通じて、訓練実習を経験し、社会参加へと導きます。	利用者さんの工賃アップの為、仕事量の確保が重点課題。会内企業へのアプローチにより、企業内での就労手作業の受注を図る

28	サービス業	知的障害者・職業能力開発施設	雇用状況の変化。法制度の変化への対応
29	サービス業	障害者の就労支援	よい人材を確保し、教育していかなければ当法人は障害者に選ばれない法人となっていく
30	サービス業	葬儀全般	多様化するサービスに追随する
31	サービス業		営業地域の拡大
32	サービス業	介護事業	新しい施設をつくり、より良いサービスを提供する
33	サービス業	葬祭業	営業力アップによる、現取引先でのこ入れと新規開拓の急務。売上単価の高上
34	サービス業	経営コンサルティング	経営理念の見直し
35	サービス業	整体業。骨橋矯正を中心とした治療院	人材が欲しいけど技術職なので、育てるカリキュラムが必要かな
36	サービス業	生損保代理業	人材採用が最も重要な課題であり、8月までに必ず雇用する。
37	サービス業	事業継承コンサルタント(マッチングビジネス、後継者支援の事業継承コンサルタント)	企業支援のコンサルタント、人材の掘り起し、人材の確保もこれまで以上に注力していこうと思っています。
38	サービス業	コンサル業	他社との連携
39	サービス業	自動車の整備・販売、損害、生命保険販売	若手社員が長続きしないので、ますます高齢化している。経営計画(方針)をしっかりと見直し、将来展望を明るく語れるようなムード(社風)作り。一人ひとりの能力アップのための無駄の削除
40	サービス業	介護事業	さまざまな社内制度を構築し、働きやすい会社を目指しています。
41	サービス業	給食配膳業	価格改定交渉、材料見直し
42	サービス業	オートバイ販売、修理、保険、オートバイレンタ	社員の自立成長が必要と考え予算を組んで研修を入れています
43	サービス業	飲食店経営	新店舗開店に伴い新たに計画を光に練り直し、社員が1つになり、前へ進めていけるようにしていく
44	サービス業	WEB制作、DTP制作、企業研修	新人教育
45	サービス業	人材派遣	人材不足なので採用強化
46	サービス業	イベントブライダルプロデュース	人材の採用
47	サービス業	フラワー教室	人材の区政を図り、新たな分野にも対応できるよう社内能力のupを目指
48	サービス業	輸入車販売・修理	新規雇用
49	サービス業	広告制作業	社内セミナーの実施
50	サービス業	公営(各衛星都市)の競馬、競輪、ポートルースの専門広告代理店	売上を伸ばすには、まず新鮮な企画力あるのみ!
51	サービス業	クリーニング全般	業態の見直し
52	サービス業	飲食店経営	中堅、管理職のスキルアップ、店舗数と関係。「当たり前前水準の向上」をテーマに基本サービスの見直し
53	サービス業	各種イベント・展示会備品総合レンタル	新規顧客
54	サービス業	精神障害者を雇用する就労継続支援A型事業所	国からの補助金に頼らない経営を目指し、新規事業の立ち上げを目指す
55	サービス業	宅配水事業。ギフト製作・販売事業。	顧客のニーズに合った商品開発。
56	サービス業	異業種協同組合、共同購入、共同事業	新規事業立ち上げを進めるにあたり、ニーズの把握と社員の能力アップが課題。
57	サービス業	印刷業	集客ツールを増やす
58	サービス業	タレントのマネジメント、映像コンテンツ制作、広告代理	人の能力が売上に最も影響を受ける
59	サービス業	食品の仕入れ、ミネラルウォーターの製造販売	商品の内部開発による新商品の製造販売と取り扱い品の変更
60	サービス業	自家用自動車運行管理業	堺に営業所を設立し、人材を確保する。
61	サービス業	エステティックサロンの経営	10月から新年度になるため、現在まとめ中
62	サービス業	筋肉矯正健康法	新店舗さがし
63	サービス業	舞台美術、ディスプレイ業	商売をうまくまわすことと、組織力をupすることは別問題。ともに強化していくことは課題。
64	サービス業	デザイン制作、印刷	事業を拡大するためには、新規開拓をして、そのため人材は確保していきたい。
65	サービス業	障がい福祉サービス(居宅介護事業、地域生活支援事業他)	消防法等の関係で、現事業所が~H30.3月の使用期限のため、新事業所の建設・立替と共に、新規事業の開始を検討しています。合せて規模拡大となりますので、人材の募集のためにも、現社員の人材力のUPが課題

66	運輸業	荷物の保管、納品	社員教育、在庫管理システムの刷新
67	運輸業	運輸・倉庫業	既存のお客様が運賃・入出庫の料金改定に応じてくれる可能性が低い ため、新規の取引先を増やす努力と同時に労働者(特にドライバー)不足に 対応するための人材確保をするための方法を考える
68	運輸業	輸出及び輸入貨物の 通関ならびに輸送の手配	情報、コネを活かし、新規開拓する。
69	運輸業	荷主より在庫を行い配 送する(倉庫業兼配送 業務)	経営理念の見直し、全社一丸体制を確立したい。資金繰りを安定させ、賃 金アップ等により従業員を確保したい。
70	運輸業	運送業	従業員を確保するために新入社員(新卒)から考え行動をする
71	運輸業	介護サービス	営業力→IT力の強化
72	運輸業	軽貨物運送業	人材がいなくて経営として成り立たないの、人の確保から教育。
73	建築業	電気工事業	人材の確保
74	建築業	住宅、施設等の新築、 リフォーム	自社の得意技を整理して新たなブランドとして確立すること。その外部 への発信力の強化・拡大。他の中小企業との連携での販路拡大等。
75	建築業	総合建設業	新卒社員の確保
76	建築業	建築塗装業	経営理念の改定をおこなった。計画の見直しを行う。
77	建築業	空調、給排気等のダク ト加工及び取付工事	クレームが無い様にプロ意識をしっかりともってもら
78	建築業	水廻りリフォーム、排水 管洗浄、浚渫業	洗浄業務を拡大するため、ネットのネットでの発信強化と組合、行政への 営業。指針所を基に社員の能力アップを計画
79	建築業	リフォームと材料販売	人材採用で新卒の採用・30歳ぐらいの人材も確保したい
80	建築業	建築一式・リフォーム全 般・空調設備工事・メン テナンス	営業力と生産性のバランス、少人数体制がゆえに契約～完工まで1つ1 つこなすことで現場がはいると、次の仕事確保が難しい。中々提案・見積 作成ができない
81	建築業	店舗・住宅設計施工・リ フォーム。病院、介護施 設内装	利益率はそれなりなので、売上を上げるための努力をなお一層頑張らな いといけない
82	建築業	建物内外装	営業力の強化
83	建築業	基本、建築用石材販 売・加工・施工	週1回、全体、ランク別教育の実施
84	建築業	個人向け注文住宅建 築業	少ない売上で多くの利益
85	建築業	ビルメンテナンス	若いメンバーがやる気に成、みんなを引っ張るような会社に。
86	建築業		2 新規加工品の製造販売
87	建築業	各種プラント設備製作・ 据付・配管工事 各種 設備メンテナンス工事	とにかく人材を確保しないと仕事が受注できても消化できない
88	建築業	総合建設 建物調査 修繕 診断コンサルタン	得意先に深く接する
89	建築業	空調、衛星設備の熱絶 縁及び管工事業	業界全体として悪い状況ではないので企業基盤強化の時期であり、人材 の強化と業容拡大をめざす。
90	建築業	建築一式工事	技術会社にとって技術力、人材は根底となる為
91	建築業	電気工事	強い経営の為に、強い商品力、人材力。
92	建築業	建築・リフォーム等	社員の営業力、技術力アップ
93	建築業	造園工事業	工事業から物販へ事業を拡大したい。社員教育が課題。
94	建築業	太陽光発電システム	営業力、受注力強化
95	建築業	総合建設業	経理の世代交代
96	建築業	リフォーム業	社内の仕組み強化。管理者養成、OffJT含む。
97	建築業	新築、リフォーム、リノ ベーション、施工、設 計、不動産	仕入先の分散。企業間の取引きと個人との取引比率を50:50にしたい(現 在80:20)
98	建築業	冷暖房、空調、給排水 衛生、ガス、電気設備 工事(建築設備業)	新規取引先の拡大。管理能力の向上。
99	製造業	商業施設向けオーダー 什器・装飾品製造	現在、主としている仕事がこの先続くか楽観視できない。 新しい事に挑戦して初めて気づきや課題が見える。
100	製造業	オフセット印刷・製本	同友会理念である、会社を維持発展させていくうえで、必要な売り上げ、 資金力を上げないとジリ貧である。赤字の上に給与を払い続けられない。
101	製造業	搬送機械の設計製造	・既存客の掘り起こしと、他業種における新規マーケット開拓 ・幹部社員の社外研修への参加
102	製造業	コンピュータ関連装置 の開発・製造	新規自社商品の開発。

103	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	技術力を高め為替に左右されない製品を提供する。
104	製造業	食品加工卸	スタッフ全員が経営者の心をもって仕事をして行く組織を作る事
105	製造業	自動制御盤の設計、製 造、配線工事、試運転	新規顧客獲得 社員雇用
106	製造業	女性下着の製造卸及 び生地等の輸出入	既存得意先の先細り感が強く、異業種市場の開拓が急務。
107	製造業	学校体育器具・トレー ニング器具の製造	長期的には、経営方針・計画の作成と周知徹底 短期では、新製品の開 発や商品力向上など他社との競争で優位にたつこと
108	製造業	段ボールケースの製造 及び販売	売上が激減しているから
109	製造業	軍手製造業	これまでは、得意先への卸売りのみだけだったが、自社として直接消費者 へ販売していく計画である。
110	製造業	鋼板加工販売	また、新規事業として、新しい設備を導入し、今年中に事業展開を計画
111	製造業	線香製造業	新規分野(医療機器)への進出
112	製造業	工業用ガスバーナーの 製造	新製品の発売によって、利益率を改善する事と 製品価格の改定を実施し、利益率を改善する事の2本立て。 生産性をあげるため、もう一度社員さんの能力を分析し、配置転換等の策 を講じたいと思っています。
113	製造業	別注スチール家具・什 器および精密板金加工 品の製造	常に新規開拓し、顧客の要請に応える努力を重ねること
114	製造業	産業機器の設計・製 造・販売。自転車部品 の製造。	力点の意味がわかりません
115	製造業	各種ポンプ製造販売	営業人員の増員、現場生産性の向上の為の整理整頓、技術力、知識平 準化の為のOJT
116	製造業	プリント基板プレス加 工・金型製作	中間管理職の人材教育、幹部としての責任と若手社員を育てる能力を高 める必要がある。
117	製造業	トムソン型による打ち抜 き加工業	営業力の強化
118	製造業	焼き菓子製造卸	増産のための用地獲得と製造設備の準備。
119	製造業	衣服製造販売	メイドインジャパンの商品を海外に売り込む。
120	製造業	フレキシブルシャフト製 造。	大量生産品でなく、少量でユニークな製品の開発が望まれる。
121	製造業	クルマ、カメラ、人工衛 星、ポンプ、工作機械 等の金属製部品の寿命 を永くする金属熱処 理、焼き入れをやって	20歳～26歳の若年社員の比率が45%位になっている。彼らの教育を やり直す。社内外の資源を総動員してやっていく。
122	製造業	ソフトウェア開発	採用活動の範囲(地域)を広げる
123	製造業	樹脂加工業	新卒雇用
124	製造業	製缶板金加工 産業機 械製造	営業、資材の人員配置を変更している。人材採用活動中
125	製造業	物流支援機器(垂直搬 送機、コンベヤ、パレ ット入替機)等製造販売。	計画し 本年度夏に移転します。
126	製造業	十字穴付タッピンネジ 製造、販売	新規取引先の開拓
127	製造業	椅子張り替え、販売	人員確保をし、従業員にまかす部門を増やし、営業と生産に力を入れる。 技術力をあげる活動をする。
128	製造業	設備工事業	販路開拓、社員教育
129	製造業	薄肉ステンレスパイプ の製造から梱包までの 一貫生産	社員の一体感
130	製造業	自動車シート金型	受注が少なくても対応できる自社製品開発
131	製造業	太陽光パネルの販売・ 設置	政策がどの様に展開していくか、情報収集に力を入れている
132	製造業	軟質塩化ビニールのリ サイクル業	主要取引先は単価が低いので、新たな取引先を探す必要がある。
133	製造業	電気設備用特殊金物 設備機械の設計、製 作、据付	管理職の育成、人材不足、能力のある人は大企業へ、我々の所へは応
134	製造業	技術力強のため、機械及び制御技術者の確保に力点を置いていきたい 社員教育に力を入れて、経営理念の浸透をはかり、新商品、新サービス の開発を行う。	
135	製造業	紙再生業	

136	製造業	清酒製造	個々のお客様にダイレクトメールを送る 技術・開発力をアップさせ、常に業界のトップを目指す。生産性を時間軸に頼らず、機械化することにより生産性をアップする。「新製品」を常に提案する(現状では改良品が多い)
137	製造業	ゴム製品製造業	
138	製造業	鉄工所(特装車の部品製造)	熟練工の高齢化、退社で技術力の低下
139	製造業	冷間鍛造・金属プレス	新卒採用・新入社員教育
140	製造業	印刷業(スクールアルバム・ポスター・パンフ・名刺・個人アルバム)	特に会社の将来を担う前向きな人材を確保していきたいです
141	製造業	板ガラス加工販売	営業力強化のため、HPをはじめとして、当社を知ってもらえるように努力 現状まで国内販売のみの販路であったが、国外に向けた販路開拓に取り組んでいる
142	製造業	家庭用品製造・卸販売	
143	製造業	プラスチック成形	新分野への販売拡大
144	製造業	サイン、DIY製品、店舗用品製造販売	新製品、新規ルートによる新しい売上の確保
145	製造業	アルミ製品の企画、設計、製造、販売	他業界や新製品の営業拡大をいかに行っているかがカギ
146	製造業	プラスチックの射出成形	若い営業マンへの能力向上を推進し営業強化をはかる。新商品開発にて利益率の改善をはかる。生産工場の見直しにて原価を抑える。
147	製造業	プリント配線板及び各種樹脂板切削加工	既存品の売上と既存技術を他分野で展開を進める。ネットを活用し、加工技術を発信、受注につなげる
148	製造業	加工部:高周波焼入・機械加工、製造販売:ディペンドバイス・Tミゾカッター	新商品の開発、販売。①食パンで作るサンドイッチを切る道具(子供と一緒に料理をする)②今作っているのは、スポーツシューズ(特にゴルフシューズ)の掃除機です。2号機完成予定。
149	製造業	精密機械部品加工、省力化、産業機械設置製作	今まで経営者側のトップダウンが強すぎ、社員のモチベーションが低下しています。少集団活動を通じて、やる気、社員の力量を上げることに注力していきます。
150	製造業	リードピンの製造・販売	基本的な技術力を外部の力と借りてUPさせる。
151	製造業	空圧、油圧部品、通信機器部品	取引先を増やしてはいるが、人材補充まで利益が上がっていない。若返りは図っているが、このメンバーでの生産性や能力アップが連動しているので、今のはガマンの時期です。
152	製造業	プラスチック板加工業、ディスプレイ・POP業製作販売	特化事業の新製品を増やす
153	製造業	建築金物製造販売	全社員一丸体制
154	製造業	金属加工業	社員の成長と合せて新規事業に参入したい
155	製造業	金網の製造・販売	既存事業の生産性アップと売上増。新規事業の立ち上げ
156	製造業	特殊車両部品製造、産業用プラント製缶製造	1社依存の脱却
157	製造業	金属熱処理・表面処理	技術力・営業力・管理力向上のため、世代交代、仁斎育成に注力しています
158	製造業	CNC自動旋盤による小径・長尺部品の金属加工	生産性と社員能力のアップは密接な関わりがあるが、社員への負担の軽減も考えながら、どのように売上を上げているか日々努力をしている
159	製造業	金属の溶接加工、NC旋盤加工	今までの受注量ではやっていけないので、新規受注先の確保
160	製造業	電気機器の組み立て、設計	新規事業を立ち上げたい
161	製造業	プラスチック板加工業・及びオリジナル製品製作販売	弊社で伸び続けているインターネット通信販売業の取扱商品を増やし新規顧客を開拓する
162	製造業	精密板金	重要取引先を増やす
163	製造業	食品衛生白衣の製造販売	海外生産地の新規。中国以外
164	製造業	電子機器の設計開発	HP、パンフレットを更新し、認知度を上げたい
165	製造業	金属部品の金型製造及びプレス加工	・高齢化が進んでおり、技術継承を進めていく・社員のモチベーションアップのために、人材教育を行う
166	製造業	ビニル電線の製造販売	老朽化した設備投資
167	製造業	製缶・板金業	営業力、生産性向上、製品開発を平行して強化する
168	製造業	飲食、食品製造	営業できる社員の育成
169	製造業	シールラベル、及び一般商業印刷の製造	お客様の繁栄あってこそその会社の繁栄と考えています。お客様があってこそ会社の成長発展。現状に満足せず日々向上し、生産の強化とサービス(営業)の強化が必要
170	製造業	ステンレス鋼材卸	高付加価値素材の拡販。商品開発(メーカーとして)
171	製造業	金属加工業	営業力強化
172	製造業	菓子製造	少し景気の様子をみる
173	製造業	印刷物製作全般	自動化を行い業務効率を上げる

174	製造業	珈琲豆の焙煎・販売	現状の小さな地域だけのアピールより、より広くアピールする必要がある、そのためには消費者ニーズを形に出来る技術力が必要となってくる
175	製造業	化学プラントの設計、製作	景気動向、売上等を考えながら、人材の採用を検討したい。
176	製造業	別注家具製造	知名度を上げてブランド化を進めること。
177	製造業	清涼飲料、調味料製造販売	アジア販売戦略、新規事業の確立
178	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する。情報収集や展示会等に出展。
179	製造業	注文住宅新築・リフォーム	新規顧客の開拓のため有料会員制度を確立。会員増に向けて告知イベント、説明会等を開催。
180	製造業	化学薬品製造	技術者を営業も出来るように教育している。
181	専門サービス業(土業の)	税理士事務所	営業力:セミナーの開催、情報発信増やす 人材:税理士資格取得を目指す人材の確保
182	専門サービス業(土業の)	特許出願等、知的財産に関する代理	人材教育に力を入れたい
183	専門サービス業(土業の方)	会計事務所	新規開拓力が落ちています。5月現在目標に対し40%です。営業力アップの取り組みが必須です。 新卒採用とは別に、営業にかける時間の確保のためにもパートさんを採用していきたいと募集をかけていますが進んでいません。
184	専門サービス業(土業の)	税理士業	お客様に満足してもらえるサービスを作っていきたい
185	専門サービス業(土業の)		新しいツール(引き出し)を増やす
186	専門サービス業(土業の)	コンサルティング業	組織営業の展開
187	専門サービス業(土業の)	経営コンサルタント、IT業	セミナーを開く
188	専門サービス業(土業の)	社会保険労務士業	自社サービス強化
189	専門サービス業(土業の)	会計事務所・コンサルティング	採用強化
190	専門サービス業(土業の)	社労士	営業ツールの作成・他社より特化した事業の追及。
191	専門サービス業(土業の)	税務会計	資金繰対応の事業、サービスアップ
192	専門サービス業(土業の)	税理士事務所	社員への権限移譲
193	専門サービス業(土業の方)	建設コンサルタント(都市計画、建築、土木、ランドスケープに関する計画、設計)	新規及び若手社員の教育と定着。人事考課制度のブラッシュアップ。東日本エリアの営業拠点の設置
194	専門サービス業(土業の)	税理士	単価の高い企業・顧客を増やすためのサービス開発とそれを実現させるための社員教育
195	専門サービス業(土業の)	行政書士	現状の事業ままでは生き残れない、従って、新サービスを創る必要がある。よってニーズ把握も必要。
196	専門サービス業(土業の)	税理士業	全社員営業を取り組み始めた。人材育成のための制度を作り始めた。
197	専門サービス業(土業の方)	在庫管理に特化したコンサルティング及びシステム開発	業務量が増えているので人材を採用し、お客様に高いレベルのサービスが提供できる環境を維持する
198	専門サービス業(土業の)	税理士業	正職員の雇用
199	専門サービス業(土業の方)	国内外の税務リスクに対するコンサルティングサービス。キャッシュフロー改善を実現する財務コンサルティングサービス。	海外取引のある企業に対する税務アドバイスサービスを開始する。新卒定期採用への転換を図る。
200	専門サービス業(土業の)	社会保険労務士業	販促ちらし、事務所ニュース等の発行によるPR
201	専門サービス業(土業の)	サービスマニュアル、取説図面作成、CAD教育	CAD教育事業の強化
202	専門サービス業(土業の)	司法書士業務	潜在的な需要の掘り起こし
203	専門サービス業(土業の)	弁護士業	事業所の方向性に検討の余地あり

204	通信情報業	電気、通信工事業。太陽光設備工事、保守	経費については、放漫をチェック。営業に寄与するもののみ出費。新事業への人、物へのアプローチ。
205	通信情報業	ソフトウェア開発	人員の確保、新商品開発
206	流通業	衣服・雑貨輸入卸売り	BtoC、直接消費者に販売するための方策を固める。
207	流通業	白髪染め剤販売	販売の拡充、販路の開拓、新規顧客の獲得、新商品の開発
208	流通業	文具・事務用品・OA機器・他 オフィス用品全般の小売	営業力の強化は、いかなる局面においても継続的に行わなければならない。「もうこれでいい」という状態はない。当社業界の市場規模は30年以上の間、一定であり企業数の増減に影響を受けていないが、異業種からの参入などで厳しい状況が続いている。このような状況下では、お得意先1社1社をより大切に営業効率を高める一方、新規事業への取り組みを進め新たな活路を見出すことが必要
209	流通業	電子部品販売卸、電子機器の企画・設計・製造、アッセンブリ加工	中期経営計画の策定と計画の履行
210	流通業	建物内で使用されている壁紙を通常汚れると張り替えるが、弊社は特殊な洗剤と工法でキレイに洗浄できる洗剤と工法を全国に代理店制度で販売管理している会社です。2015年現在約160店舗	クロス洗浄に特化したサンリミックス知名度アップ。
211	流通業	化粧品、健康食品等の卸売業	新規販路拡大(海外進出含む)
212	流通業	塗料製造、販売	新規分野へ進出。そのための設備、人材の確保
213	流通業	締結部品販売業	売り上げ、利益が踊り場状態
214	流通業	一般用医薬品の製造販売	方針、計画を遂行し経済的安定が優先課題
215	流通業	カップ、旗、社章、記念品、金属工芸品製造卸	新規販路の拡大、新規事業立ち上げの検討、
216	流通業	機械工具の販売	卸売から、小売りへ(ネット)
217	流通業	工場用品の販売、工場設備に伴う建築業、土木、機械器具の設置	強み商品の更なる販売拡大に向けて各社員の力量アップと提案力アップ
218	流通業	酒類小売業	営業力、商品知識、販売技術など社員教育
219	流通業	建築金物の販売	理念、目的、ビジョンを新しく作りかえる。新規顧客獲得
220	流通業	ワイヤーロープに付随する建築金物輸出入業	関東方面の新規開拓
221	流通業	義肢装具用材料、部品の卸売、サポータ、インソール、ストッキングなど卸	新規顧客の開拓、新商品PR及び販売
222	流通業	機械部品の販売	社員教育・三位一体
223	流通業	販売業	新規事業が困難になっている
224	流通業	ネジの販売	営業にどれだけ時間をかけられるか=効率化
225	流通業	骨董品輸入販売業	BtoB以外BtoCを構想したい
226	流通業	安全衛生用品製造卸	「変化」の見通しに視点を置いて、仕入れを行っています。前線でごんばっている社員を早く若手に権限をわたし、新しい事業の立ち上げ、新製品開発に注力してもらう
227	流通業		営業転換も考えないといけないのではと思っている
228	流通業	食品容器卸売り	営業の人員を近日中に入れて売上アップを図っていく
229	流通業	金属全般卸売、ステンレス鋼板加工販売、建築資材販売	自分も含めた50歳以上の後継者育成を視野に人材採用の計画を立てる必要有り。老朽化した設備を更新するにあたり、製造の意見を取り入れ、カスタマイズした設備を導入する
230	流通業	金属材料販売およびレーザー加工機によるペーパークラフト製作販売	新規のペーパークラフトの販売も含め、従来品のリピートが出だしているのでも売上減少の中利益率が少し上がった。また新たに大手不動産会社と繋がりができ、そこへの提案案件に注力している。従来の市場縮小に歯止めがかからない。
231	流通業	青果、果物	新店舗の飛び込み営業の取り組みをする
232	流通業	毛皮・レザー製品卸メーカー	10年20年後を考えての人材の採用及び育成強化。営業員の能力アップ。
233	流通業	アパレル小売販売	既存のルートでの売上確保はもはや限界に近い、危機感を持った従業員で全てにおいてレベルアップする
234	流通業	鉄鋼卸売業	売上増はほとんど期待出来ない状況下、今いる人員で売上増にする方法を模索
235	流通業	和装製品、化粧品卸	自社商品販売の再構築

236	流通業	卸売り	幹部研修実施 営業マップ作成
237	流通業	古紙の集荷・選別・加工・販売	人材採用にともない、新規分野開拓を目指している。
238	流通業	ステンレス鋼材卸売り、加工	中堅の会社を新規で獲得する
239	流通業	工業用部品の加工、販売	営業力、技術力、効率化を強化し、総合力を高める。個々の能力の底上げを図る。
240	流通業	自動車販売業	第二工場開設し、生産性を上げる。
241	流通業	幼稚園・学校制服全般及び企業ユニフォーム	社員一人ひとりの意識改革、危機感の共有。販路拡大。生産工場(新規)の確保。
242	その他	障害者福祉サービス	既存の利用者のニーズ多様化への対応、新規利用者獲得のためにとりくみ、支援の専門性・力量の向上
243	その他	中古トラックと中古部品の販売	新規顧客と市場の創造
244	その他	教育(市立学校)	短大、高校、幼稚園各校種での教育改革の推進
245	その他	果物小売業、フルーツバーラー	経営理念は作成していない
246	その他	エステサロン(プライベートサロン)	開業して間もないですが、まずはお客さまの集客と新規のお客様の心をいかに強く掴むかを力点としたい
247	その他	不動産業	新規顧客及び販路の開拓をネットです
248	その他	精密機能部品販売 半導体・自転車部本・医療関連	大手企業が取り組まない部品の販売先開拓
249	その他		売上は変わらなくても社員を募集して未来につないでいくことが重要です
250	その他	障害者就労支援	能力のある人材確保
251	その他	子ども教材の販売	現在の社員のやる気を引き上げ、互いに成長しあう社風にする
252	その他	印刷物卸し、小売業、コンサルタント	自社と同じ価値観のクライアントの掘り起こし
253	その他	磨薄鋼板、磨帯鋼、特殊鋼、ステンレス鋼の販売及びシャーリング	営業力を強化して売上がアップする
254	その他	金属で品物を製作	営業力が弱まっています
255	その他	貿易	新規販路開拓
256	その他	信用金庫	営業エリアの拡大について、規制当局とも良く相談しながら、粛々と進めていく必要が有る。
257	その他	工場設備の設計施工	給与体系及び人事制度の見直しを検討している
258	その他	婦人下着卸	為替の影響での利益圧迫がさけられないので、売上増が急務
259	その他	水産物卸し	消費者ニーズに応える提案力を上げる
260		生産財総合商社	新規開拓
261		テキスタイルコンバーター	お客様のニーズを的確に把握し、一緒に開発を進める
262		マンション・施設・倉庫などの電気工事一式 同上の消防設備 改修工事における上記および空調工事	企業は永遠ではないので、新しい先を開拓して入替に備える。
263		国内・海外旅行企画販売	社員スキルの向上 新規路線への挑戦(介護付き旅行 ASEAN富裕層の日本招致)
264		印刷	新商品・新しい仕事へのシフト
265		卸売	採用をしなければ、経営悪化がみえているので行動をする
266			新規口座を増やすに限る
267		自動車用フロアマット、ラグマット製造販売	社員共育
268		毛筆での筆事業、書道教室	社員のやる気アップ(ワクワクと働ける社内環境)の整備・向上に向け、声かけ、話し合いの時間を増やしている。

特別項目1)人手不足感について

業種	充足している	割合	不足感がある	割合	過剰	割合	総計
サービス業	39	27.3%	102	71.3%	2	1.4%	143
運輸業	5	29.4%	12	70.6%	0	0.0%	17
建築業	8	16.7%	38	79.2%	2	4.2%	48
製造業	69	38.3%	101	56.1%	10	5.6%	180
専門サービス業(土業の方)	27	47.4%	30	52.6%	0	0.0%	57
通信情報業	3	37.5%	5	62.5%	0	0.0%	8
流通業	29	41.4%	37	52.9%	4	5.7%	70
その他	14	45.2%	16	51.6%	1	3.2%	31
(空白)	6	42.9%	7	50.0%	1	7.1%	14
総計	200	35.2%	348	61.3%	20	3.5%	568

特別項目2)－①今期の質上げ状況

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合	総計
サービス業	45	31.7%	34	23.9%	48	33.8%	4	2.8%	11	7.7%	142
運輸業	5	29.4%	7	41.2%	5	29.4%	0	0.0%	0	0.0%	17
建築業	20	40.0%	12	24.0%	13	26.0%	1	2.0%	4	8.0%	50
製造業	81	45.5%	37	20.8%	47	26.4%	2	1.1%	11	6.2%	178
専門サービス業(土業の方)	24	39.3%	7	11.5%	24	39.3%	0	0.0%	6	9.8%	61
通信情報業	2	25.0%	3	37.5%	3	37.5%	0	0.0%	0	0.0%	8
流通業	30	44.1%	15	22.1%	20	29.4%	1	1.5%	2	2.9%	68
その他	8	25.8%	8	25.8%	13	41.9%	0	0.0%	2	6.5%	31
(空白)	7	53.8%	4	30.8%	2	15.4%	0	0.0%	0	0.0%	13
総計	222	39.1%	127	22.4%	175	30.8%	8	1.4%	36	6.3%	568

①実施 ②実施を検討している ③予定なし ④賃金の圧縮を考えている ⑤未定

特別項目2)－②質上げを実施した理由について(複数選択式)※割合は回答企業数を分母としています。

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合	⑥	割合
サービス業	17	25.0%	14	20.6%	6	8.8%	21	30.9%	2	2.9%	0	0.0%
運輸業	4	44.4%	1	11.1%	0	0.0%	4	44.4%	1	11.1%	0	0.0%
建築業	8	24.2%	10	30.3%	2	6.1%	7	21.2%	0	0.0%	0	0.0%
製造業	18	16.2%	21	18.9%	5	4.5%	25	22.5%	4	3.6%	5	4.5%
専門サービス業(土業の方)	4	13.8%	3	10.3%	0	0.0%	7	24.1%	1	3.4%	2	6.9%
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	20.0%	1	20.0%	1	20.0%
流通業	12	30.8%	10	25.6%	3	7.7%	9	23.1%	3	7.7%	1	2.6%
その他	1	6.7%	1	6.7%	1	6.7%	3	20.0%	0	0.0%	1	6.7%
(空白)	2	18.2%	1	9.1%	0	0.0%	5	45.5%	0	0.0%	1	9.1%
総計	66	20.6%	61	19.1%	17	5.3%	82	25.6%	12	3.8%	11	3.4%
データの個数：理由	⑦	割合	⑧	割合	⑨	割合	⑩	割合	⑪	割合	総計	回答企業数
サービス業	2	2.9%	1	1.5%	1	1.5%	34	50.0%	0	0.0%	98	68
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	1	11.1%	2	22.2%	0	0.0%	13	9
建築業	2	6.1%	0	0.0%	0	0.0%	13	39.4%	1	3.0%	43	33
製造業	2	1.8%	7	6.3%	7	6.3%	68	61.3%	3	2.7%	165	111
専門サービス業(土業の方)	0	0.0%	2	6.9%	0	0.0%	19	65.5%	0	0.0%	38	29
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	80.0%	0	0.0%	7	5
流通業	0	0.0%	4	10.3%	2	5.1%	15	38.5%	2	5.1%	61	39
その他	0	0.0%	2	13.3%	0	0.0%	8	53.3%	1	6.7%	18	15
(空白)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	6	54.5%	0	0.0%	15	11
総計	6	1.9%	16	5.0%	11	3.4%	169	52.8%	7	2.2%	458	320

①売上増、②収益の改善、③受注増、④人材の確保、⑤業界の動向、⑥他社との同調、
⑦景気回復の先取、⑧消費増税対策、⑨物価上昇、⑩社員のやる気アップ⑪その他

特別項目2)－③賃上げの方法(複数選択式)※割合は回答企業数を分母としています。

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合	⑥	割合	総計	回答企業数
サービス業	38	50.7%	27	36.0%	25	33.3%	11	14.7%	7	9.3%	0	0.0%	108	75
運輸業	2	20.0%	3	30.0%	5	50.0%	0	0.0%	1	10.0%	0	0.0%	11	10
建築業	17	53.1%	12	37.5%	11	34.4%	2	6.3%	3	9.4%	0	0.0%	45	32
製造業	75	64.1%	37	31.6%	29	24.8%	19	16.2%	11	9.4%	0	0.0%	171	117
専門サービス業(土業の方)	16	55.2%	8	27.6%	4	13.8%	8	27.6%	3	10.3%	0	0.0%	39	29
通信情報業	3	60.0%	1	20.0%	1	20.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	5	5
流通業	26	61.9%	13	31.0%	16	38.1%	7	16.7%	3	7.1%	1	2.4%	65	42
その他	8	50.0%	2	12.5%	6	37.5%	2	12.5%	3	18.8%	1	6.3%	22	16
(空白)	4	36.4%	5	45.5%	3	27.3%	4	36.4%	0	0.0%	0	0.0%	16	11
総計	189	56.1%	108	32.0%	100	29.7%	53	15.7%	31	9.2%	2	0.6%	482	337

①定期昇給の実施、②ベースアップ、③賞与への反映、④パート・アルバイトの時給上げ、⑤諸手当の拡充 ⑥その他

特別項目2)－④賃上げが難しい理由(複数選択式)※割合は回答企業数を分母としております。

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合
サービス業	13	30.2%	19	44.2%	4	9.3%	2	4.7%	5	11.6%
運輸業	1	33.3%	2	66.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
建築業	3	27.3%	4	36.4%	2	18.2%	0	0.0%	1	9.1%
製造業	19	38.0%	26	52.0%	7	14.0%	0	0.0%	3	6.0%
専門サービス業(土業の方)	3	20.0%	6	40.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
通信情報	1	100.0%	0	0.0%	1	100.0%	0	0.0%	0	0.0%
流通業	4	22.2%	7	38.9%	2	11.1%	1	5.6%	2	11.1%
その他	2	28.6%	2	28.6%	1	14.3%	1	14.3%	3	42.9%
(空白)	0	0.0%	1	100.0%	1	100.0%	0	0.0%	0	0.0%
総計	46	30.9%	67	45.0%	18	12.1%	4	2.7%	14	9.4%
業種	⑥	割合	⑦	割合	⑧	割合	総計	回答企業数		
サービス業	14	32.6%	4	9.3%	0	0.0%	61	43		
運輸業	2	66.7%	0	0.0%	0	0.0%	5	3		
建築業	3	27.3%	1	9.1%	1	9.1%	15	11		
製造業	21	42.0%	2	4.0%	1	2.0%	79	50		
専門サービス業(土業の方)	6	40.0%	0	0.0%	2	13.3%	17	15		
通信情報	0	0.0%	1	100.0%	0	0.0%	3	1		
流通業	6	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	22	18		
その他	2	28.6%	0	0.0%	0	0.0%	11	7		
(空白)	1	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	1		
総計	55	36.9%	8	5.4%	4	2.7%	216	149		

①売上減、②収益の悪化、③受注減、④人材の過剰感、⑤消費増税の影響、⑥景気の先行き不透明感⑦設備投資の実施、⑧その他()

特別項目3)－①夏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	70	51.5%	30	22.1%	23	16.9%	13	9.6%	136
運輸業	9	52.9%	6	35.3%	2	11.8%	0	0.0%	17
建築業	37	71.2%	5	9.6%	6	11.5%	4	7.7%	52
製造業	118	66.3%	24	13.5%	33	18.5%	3	1.7%	178
専門サービス業(土業の方)	22	37.9%	11	19.0%	9	15.5%	16	27.6%	58
通信情報業	3	42.9%	0	0.0%	3	42.9%	1	14.3%	7
流通業	43	63.2%	10	14.7%	12	17.6%	3	4.4%	68
その他	14	48.3%	6	20.7%	5	17.2%	4	13.8%	29
(空白)	9	64.3%	0	0.0%	4	28.6%	1	7.1%	14
総計	325	58.1%	92	16.5%	97	17.4%	45	8.1%	559

①支給する ②支給しない ③未定 ④該当なし

特別項目3)－②前年度の夏季賞与との比較

業種	①	割合	②	割合	③	割合	総計
サービス業	26	29.2%	54	60.7%	9	10.1%	89
運輸業	7	58.3%	2	16.7%	3	25.0%	12
建築業	16	36.4%	21	47.7%	7	15.9%	44
製造業	36	27.9%	75	58.1%	18	14.0%	129
専門サービス業(土業の方)	8	29.6%	18	66.7%	1	3.7%	27
通信情報業	0	0.0%	2	66.7%	1	33.3%	3
流通業	20	41.7%	21	43.8%	7	14.6%	48
その他	2	10.5%	13	68.4%	4	21.1%	19
(空白)	2	20.0%	6	60.0%	2	20.0%	10
総計	117	30.7%	212	55.6%	52	13.6%	381

①増額 ②同額 ③減額

特別項目4)関西電力の再値上げ分の転嫁について

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	総計
サービス業	16	13.7%	6	5.1%	3	2.6%	92	78.6%	117
運輸業	1	8.3%	1	8.3%	0	0.0%	10	83.3%	12
建築業	8	18.2%	5	11.4%	1	2.3%	30	68.2%	44
製造業	7	4.2%	9	5.4%	9	5.4%	143	85.1%	168
専門サービス業(土業の方)	2	4.0%	2	4.0%	0	0.0%	46	92.0%	50
通信情報業	2	28.6%	2	28.6%	0	0.0%	3	42.9%	7
流通業	2	3.4%	3	5.2%	1	1.7%	52	89.7%	58
その他	3	12.5%	1	4.2%	0	0.0%	20	83.3%	24
(空白)	1	7.7%	0	0.0%	0	0.0%	12	92.3%	13
総計	42	8.5%	29	5.9%	14	2.8%	408	82.8%	493

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