

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7月～9月期）

期間：2015年8月26日～2015年9月17日

対象者：2596名

回答数：610名

P 1 : 大阪産業構造研究会コメント

P 5 : アンケート原紙

P 6 : 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 2 0 : 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 2 : 売上増加の要因（選択・記述）

P 2 8 : 売上減少の要因（選択・記述）

P 3 2 : 設備投資・経営上の課題（選択）

P 3 3 : 今後の力点（選択・記述）

P 4 2 : 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7月～9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
大阪経済法科大学経済学部准教授	高橋慎二
大阪市立大学創造都市研究科准教授	立見淳哉
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
阪南大学経済学部准教授	松村幸四郎

**しばむ期待、会員企業にひろがる「景気の先行き悪化」の不安  
改善傾向に甘んじることなく、経済環境の変化に対応できる一層の創意工夫を**

今回調査のポイント

1. 全体的に、回答企業の景況は改善傾向にあり、堅調に推移しているといえる。ただし、前年ほどの伸びはみられず、低位安定へと変化をしつつある。また業種間でバラツキがみられる。
2. 景況感が2期連続でマイナスを記録しているだけでなく、景況感先行きが3期ぶりにマイナスへと転じている。ほとんどの業種において数値が悪化しており、景気に対する期待がしばみ、来期以降の景況に不安を感じている会員企業が多い。
3. 特設項目については、人材採用においては多くの業種で難航している様子が看取される。インバウンド消費についても、サービス・流通の2業種を中心に、周辺の関連業種へと波及効果がみられるが、全体への影響は小さい。今期の決算見通しについては、黒字51.7%、収支トントン37.4%合わせて89.1%の企業が堅実な企業経営を実践していることが明らかとなった。

1. データについて

今回（2015年7月～9月期）の景況調査データは、2015年8月26日～9月17日の間に回収されたものである。対象者2,596名に対し回答数は610名、回収率は23.5%であった。

2. 大阪同友会会員企業の景況について

(1) DI値の推移

DI値の推移をみると、売上・利益ともに堅調に推移している。具体的には、売上は2015年2期で7.2あった数値が、今期では10.8(+3.6)となっている。また、利益についても、2015年2期で3.3あったものが、今期では4.5(+1.2)となっている。なお、両数値とも、前年同期比でも改善傾向がみられるが、前年ほどの伸びはみられなくなりつつある。個別業種のDI値について検討すると、売上については運輸業・製造業・通信情報業で前期比、前年同期比では情報通信業がマイナスとなっている。とくに、前者は2期連続のマイナスであり、業種ごとの明暗

が分かれている。同様に利益のDI値を検討すると、前期比では建築業・製造業がマイナスとなっているほか、流通業についても他業種と比較すると改善の幅は小さい。前年同月期比では製造業のみが4期連続でマイナスを記録している。対照的であるので専門サービス業であり、3期連続で大幅なプラスを示している。これには後述するように、政府の地方創生施策が由来していると思われる。上記のように業種ごとにバラツキが大きいが、景況感のDIは全体としてマイナス、個別にみると専門サービス業を除くすべての業種でマイナスとなっている。景況感先行きDIについても、専門サービス業を除くすべての業種で悪化しており、それを反映して全体もマイナスへと3期ぶりに悪化している。これらから、現時点においては、会員企業の景況は低位安定で推移していると考えられるが、業種間でバラツキがあり、先行きに不安感を感じている会員が多数いることがわかる。

## (2) 売上・利益動向

売上動向についてみると、前期比で「横ばい」と回答する会員企業が多数を占める。今期では「増加」と回答する会員企業が、「減少」と回答する会員企業を11ポイント上回っている。前年同月期と比較すると、「横ばい」が最多となるが、「増加」が「減少」を13ポイント上回っており全体的には改善傾向にあるといえる。同様に利益動向について検討すると、前期比・前年同月期比とも「横ばい」を最多とし、「増加」がそれに次ぐ。ただ、売上動向とは異なり、「増加」と「減少」の差は4.5%にとどまる。その傾向は前年同月期比でも同様であり6.2%差と売上動向に比して小さい。

個別業種の売上動向については、前期比で運輸業・製造業・通信情報業で「減少」と回答する企業が「増加」を上回る。前年同月期比では、通信情報業を除くすべての業種で、「増加」と回答する企業が「減少」よりも多い。個別業種の利益動向は、前期比でみた場合には建築業と製造業、前年同月期比で製造業が減少と回答する企業が若干多くなっている。

売上が増加した企業においては、「営業力の強化・拡大(26.1%)」、「新規販路・新分野の開拓(15.1%)」、「人材育成・採用の強化(11.4%)」の3要因を主な増加要因としている。これらに次いで、今期では「高付加価値化(9.2%)」がみられる。個別のコメントでは「新規顧客の拡大と新商材の取組(サービス業)」、「地道な人脈づくり(土業)」、「新人採用・育成が奏功した(製造業)」など会員企業の創意・努力があったことに加え、一部の会員で「付加価値商品の売上増(サービス業)」、「単価上昇(流通業)」などコスト増の転嫁可能であったことが好作用している。また、前回調査からもみられるが、「国内生産回帰(製造業)」、「既存顧客の業績が良くなった」などアベノミクスの好影響を直接・間接的に受けている企業がみられるが、「消費増税の反動減が解消しただけ(製造業)」、「先行きの不透明感はさらに強くなった(製造業)」など慎重な見方は依然として根強い。

一方、売上が減少したと回答した会員の減少に繋がった要因についてみていくと、「国内需要の減少(34.5%)」、「他社との競合状態の悪化(20.2%)」、「販売・受注価格の減少(19.4%)」を挙げる会員企業が多い。業種別でみると、運輸業・製造業で国内需要の減少、サービス業・通信情報業・流通業では競合状態の悪化や販売・受注価格の減少を回答している会員が多くを占める。個別のコメントを確認すると、従来と同様に取引先の業務縮小・廃業・海外移転等によって国内の需要が減少していること、競合他社との価格競争の激化、他業種の景況悪化の波及を指摘する声が見られる。今期の特徴としては、「世界的な需要減(製造業)」など世界的な経済の停滞、「紙媒体離れ(サービス業)」、「紙媒体への印刷、製本需要が国内全体で減少(製造業)」など産業構造そのものの転換による影響を訴える会員がみられる。

昨年の消費増税の反動減が解消し、好循環に転換できている企業の多くは、会員企業自らの努力に依るところが大きい。アベノミクスの影響は一部の企業において直接・間接的にみられるが、負の影響として前期まで続いていた為替安にともなう原油高が解消したことが一部の企業で歓迎されている。ただ、原油高が解消した要因は、世界的な経済減速・需要減どの影響によるものでもあるため、今後の経済動向に注視が必要である状況は変わらない。

### (3) 投資計画・経営上の問題点・対応策

投資計画について、多くの会員企業においては現状での投資計画は持ち合わせていない。個別の業種については、運輸業と製造業で投資意欲が多少みられるものの、旺盛とは言いがたい。

経営上の問題点としては「従業員の確保（13.1%）」、「社員教育（12.1%）」、「民間需要の停滞（10.4%）」、「幹部社員の不足（8.6%）」、「人件費負担（7.4%）」5項目を回答する企業が多かった。これらへの対応策については、「営業力の拡大（21.5%）」、「社員能力のアップ（13.1%）」、「人材採用（11.2%）」、「新規販路・分野開拓（9.9%）」、「技術力の強化（7.9%）」を5項目挙げる企業がみられる。これらのことから、景況が堅調に推移する中で人手不足が発生し、人材採用や採用した人材の教育・指導的社員の不足を課題とする会員企業がある一方で、需要が停滞する中で営業力や技術力を強化することで経営の安定化を図ろうとする会員企業があるという、会員企業の置かれた二つの困難が理解できる。また、「社員の高齢化にともなう補充（製造業）」、「会長の退任と30～40代の採用（流通業）」、「社員の若返りにともなう技術継承（製造業）」などのコメントに象徴されるように、高齢化する経営者・技術者の代わりをいかにして獲得・代替するかという事業承継面での人材確保・技術力の強化を考えている様子もみられる。

今期の特徴としては、多くの業種で人手不足・人材採用に関する記述がみられること、そして経営戦略・営業戦略に関する記述が具体的に述べられていることであろう。とりわけ、人材確保については昨年度の採用に関する課題から、採用した人材の教育、能力向上に課題へと変化している。また、これらの人材に関する課題は、経営戦略へと直結しており、経営上の両輪として会員企業に定着しつつあることがわかる。コメントも上記の動向を反映しており、「将来を見据えた幹部社員の採用と育成（製造業）」、「売上高確保と営業力をアップするには、人材採用・教育は不可欠（建築業）」、「社員教育（特に幹部社員）による理想の生産体制確立と、新規開拓・新規事業立ち上げの体制づくり（製造業）」、「新卒および中途採用のバランスのとれた雇用実施、幹部の育成と新卒が定着できる社内体制の構築（専門サービス業）」、「一律に質の高いサービスを提供できるよう能力アップ、カリキュラムを具体的に作成する必要がある（サービス業）」といった人材と経営に関わる考え方に関するコメントが多数を占めている。

## 3. 特別項目について

今回の調査では、特別項目として2016年採用新卒・中途・パート等の人材採用、インバウンド消費の影響、そして今期の決算見通しについて尋ねた。

人材採用については、各項目とも「募集していない」が最多の回答となった。(新卒:70.1%、中途:58.5%、パート:71.4%)採用を希望している企業でも、「募集通りの採用」ができているとする会員企業は各採用枠の全体の10%程度にとどまり、「募集の半分」や「採用が難しい」と回答する企業が残りの割合を占め、人材確保が難航している様子がうかがえる。業種別に検討すると、新卒・中途採用で順調に採用できているのは通信情報業である。それ以外の業種は、いずれの採用枠でも人材確保が難航している。個別に検討すると、新卒については30%の企業が新卒採用を希望しているが、「募集通りの採用」を見込める企業は8.8%であり、「募集の半分」採用・「採用が難しい」とする企業が、それぞれ7.2%と13.9%となっている。中途採用についても40%の企業が採用を希望しているが、「募集通り」9.4%、「半数」10.5%、「採用が難しい」21.6%である。パートについても30%の企業が採用を希望しつつも、「募集通り」9.6%、「半数」8.7%、「採用が難しい」10.3%と厳しい採用状況が垣間見える。

昨年の第3期でも人材確保について特設項目として調査しているが、そこでも指摘したとおり人材確保は難航している。大企業を中心に景気が回復基調にある中で、新卒採用については大手企業へと人気が集集中し、かつ大卒採用については経団連加盟企業の採用活動解禁が後ろ倒しになったことで、中小企業にとってはより不利な状況が発生している。不足する人材を確保するべく中途採用・パート採用を強化することが昨年も指向されていたが、景気が拡大する中で多くの業種・業態・企業間での奪い合いが発生しており、こちらでも知名度のある大手企業が有利に作用していると考えられる。

インバウンド消費については、「影響なし(69.4%)」と回答する会員企業が最多となっている。影響の有無については、「プラスの影響があった」とする企業は8.1%であり、「マイナスの影響があった」企業はごくわずかである。また、「影響がわからない」と回答した企業が22.2%あった。インバウンド消費の直接的な影響がみられる業種はサービス業・流通業などに限られており、これらの業種の企業を中心に間接的な影響が製造業などでみられるというように、会員企業への影響はそれほど大きくない。コメントにおいては、「象印の炊飯器が売れているため生産での依頼が増えている(サービス業)」、「一部弱電メーカーの部品が増えている(製造業)」、「酵素ブームに乗って中国人が購入している(流通業)」など、中国からのいわゆる爆買いツアー客にかかる影響が散見される。大阪府観光局が旺盛なインバウンドツーリスト需要を見込んで、大阪市内での宿泊施設増を計画しているが、今後それらの派生需要が発生すると考えられる。ただし、中国経済にブレーキが掛かり始めた現在、これまでの団体ツアーのような形態での需要が継続するかは不透明な部分も多い。

今期の決算見通しについては、「黒字(51.7%)」、「トントン(37.4%)」と回答する企業が89.1%を占め、多くの会員企業が堅実な企業経営を実践していることを示している。一方で、「赤字」の見通しと回答した企業が10.9%あり、業種別にはサービス業(12.1%)・運輸業(14.3%)・製造業(13.1%)など昨年度の消費増税やアベノミクスのマイナス影響を受けた業種がやや高い割合で並んでいる。しかし、これらの業種においても黒字経営を達成している会員企業が多数を占めている状況を考慮すれば、同友会での種々の活動が会員企業の経営においてプラスの作用をもたらしていると考えられる。

(文責：和歌山大学経済学部准教授 藤田和史)



第19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8月26日～9月17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7月～9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(4～6月)： 増 ・ 横 ・ 減	前年同期比： 増 ・ 横 ・ 減
②利益	前期比(4～6月)： 増 ・ 横 ・ 減	前年同期比： 増 ・ 横 ・ 減
③採算	黒字 ・ 収支トントン ・ 赤字	
④景気動向	好転 ・ 横ばい ・ 悪化	⑤次期景況感 好転 ・ 横ばい ・ 悪化
⑥資金繰り	楽 ・ 普通 ・ 苦しい	
⑦銀行の対応	好転 ・ 悪化 ・ 変化なし	

(2) 売上の増加と減少の原因について

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

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

②売上増につながったと思われる取組の中身について詳しく記入してください

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

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

④減少の特徴、原因を詳しく記入して下さい

【3】 経営上の問題点・対応策について

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

1. 今期中にある（1年以内） 2. ない 3. 検討中

(2) 現在の経営上で、最も深刻な悩み・問題点を3つまで選び、番号に○印をつけて下さい

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

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

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

(4) 力点について具体的にご記入下さい

特別項目

1. 採用状況

●採用状況について

新卒採用（2016年4月卒）見込みについて該当する項目をお選び下さい。

1. 募集どおり採用ができる見込み 2. 募集の半分は採用ができる見込み 3. 募集をするが採用が難しい  
4. 募集をしていない

中途採用の状況について該当する項目をお選び下さい

1. 募集どおり採用ができていない 2. 募集の半分は採用できている 3. 募集をするが採用ができない  
4. 募集をしていない

パートの採用状況について該当する項目をお選び下さい。

1. 募集どおり採用ができていない 2. 募集の半分は採用できている 3. 募集をするが採用ができない  
4. 募集をしていない

2. インバウンド

●「インバウンド消費（海外からの来日した外国人の日本での消費のこと）」について該当する項目をお選び下さい。

1. プラスの影響があった 2. マイナスの影響があった 3. わからない 4. 影響なし

●具体的な影響についてご記入下さい。

3. 今期の見通し

●今期（2015年度決算）の見通しについて該当する項目をお選び下さい。

1. 黒字 2. 収支トントン 3. 赤字

# 大阪同友会定点景況調査集計2015年7月～9月期

期間:2015年8月26日～9月17日

## 610名回答

(サービス業:140名 運輸業:14名 建築業:52名 製造業:196名 専門サービス業:78名  
通信情報業:12名 流通業:64名 その他:33名 空白:21名)

### 【1】.以前までとの比較

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

(1)売上に関して

DI値推移

前期比

2011年

	1期	2期	3期	4期
サービス業	8.1	-24.4	-2.5	6.8
運輸業	0.0	-20.0	9.1	48.0
建築業	0.0	-9.4	-32.2	-11.1
製造業	0.0	-23.5	2.8	16.3
専門サービス業	38.0	-10.3	-6.0	5.5
通信情報業	40.0	-75.0	0.0	-11.4
流通業	-13.0	-10.8	-2.3	-2.3
統計	5.9	-18.2	-2.4	7.7

2012年

	1期	2期	3期	4期
サービス業	-2.3	11.3	-4.3	-4.1
運輸業	-25.0	-33.4	0.0	14.3
建築業	4.5	6.5	0.0	-15.0
製造業	5.9	-1.8	-7.2	-5.1
専門サービス業	18.0	12.7	14.1	0.0
通信情報業	16.6	-25.0	-33.3	-42.9
流通業	-3.9	15.4	-7.5	7.7
統計	3.9	4.2	-3.2	-2.2

2013年

	1期	2期	3期	4期
サービス業	5.9	30.5	6.7	28.7
運輸業	33.3	37.5	-16.7	22.2
建築業	9.4	0.0	15.2	24.2
製造業	-15.9	-1.8	3.5	21.2
専門サービス業	25.0	18.2	27.4	19.1
通信情報業	30.0	100.0	0.0	-30.0
流通業	12.8	12.2	-36.6	27.1
統計	-1.4	12.9	5.3	23.0

2014年

	1期	2期	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	3期
サービス業	21.1	19.3	13.8
運輸業	7.7	-5.6	-7.1
建築業	4.7	13.5	11.5
製造業	0.6	-8.0	-0.5
専門サービス業	34.4	19.2	32.9
通信情報業	50.0	-25.0	-33.3
流通業	-1.6	20.0	18.8
統計	10.8	7.2	10.8

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	3期
サービス業	15.8	19.2	7.8
運輸業	16.7	7.1	7.7
建築業	10.0	8.7	19.1
製造業	1.2	-9.5	5.9
専門サービス業	38.3	30.3	39.2
通信情報業	37.5	-14.3	-16.7
流通業	1.7	28.8	13.3
統計	12.5	10.6	13.1



## (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	3期
サービス業	14.3	22.1	11.0
運輸業	7.7	-5.6	7.1
建築業	4.8	0.0	-1.9
製造業	-9.1	-16.6	-6.1
専門サービス業	30.2	8.2	25.0
通信情報業	50.0	0.0	8.3
流通業	-14.8	21.4	4.7
統計	3.5	3.3	4.5

利益前年同月期 2011年

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

2012年

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

2013年

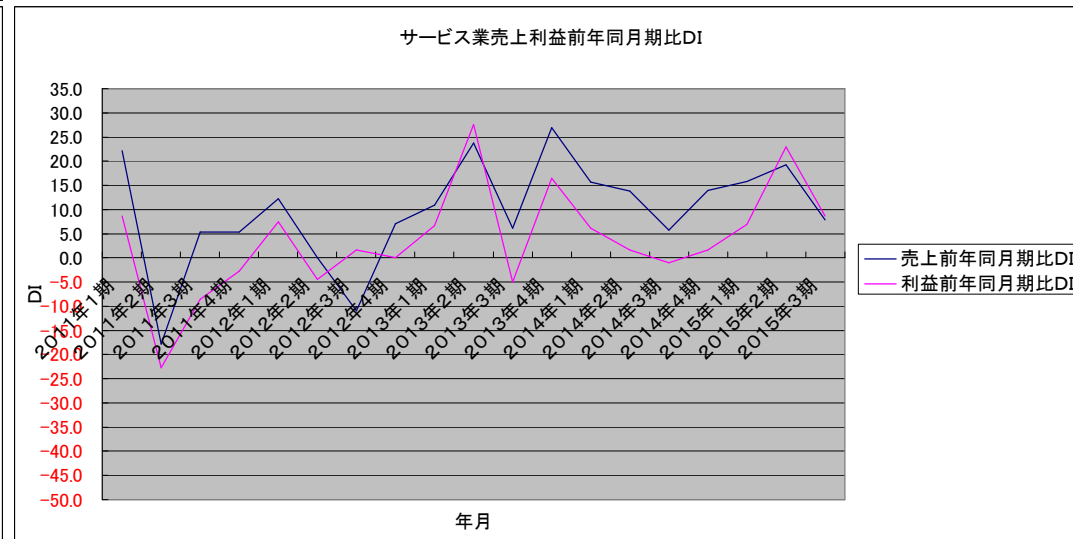
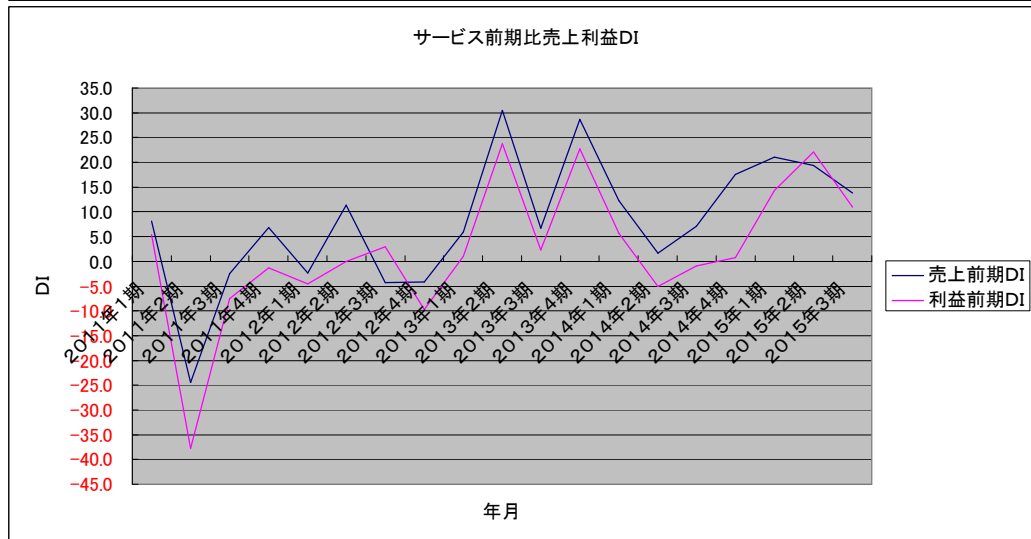
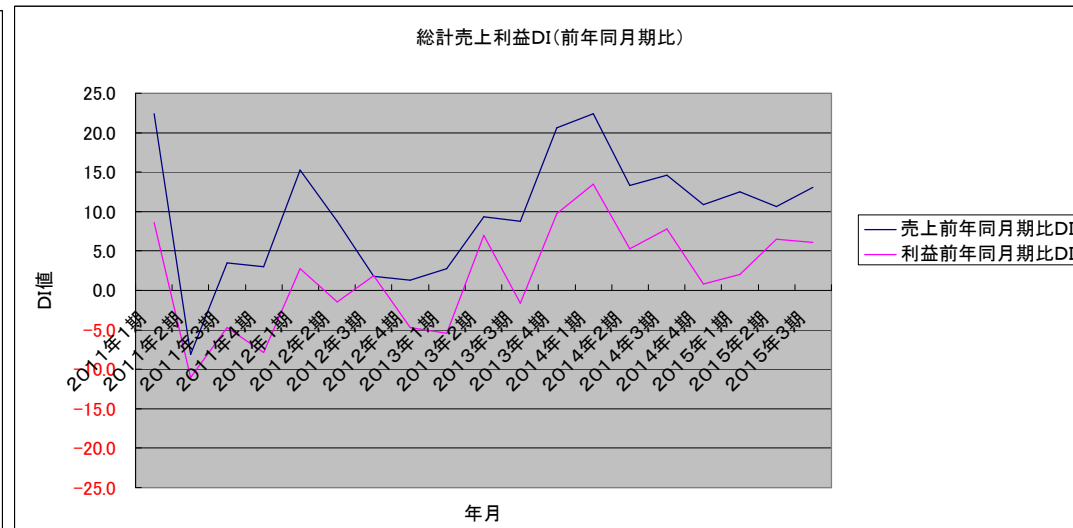
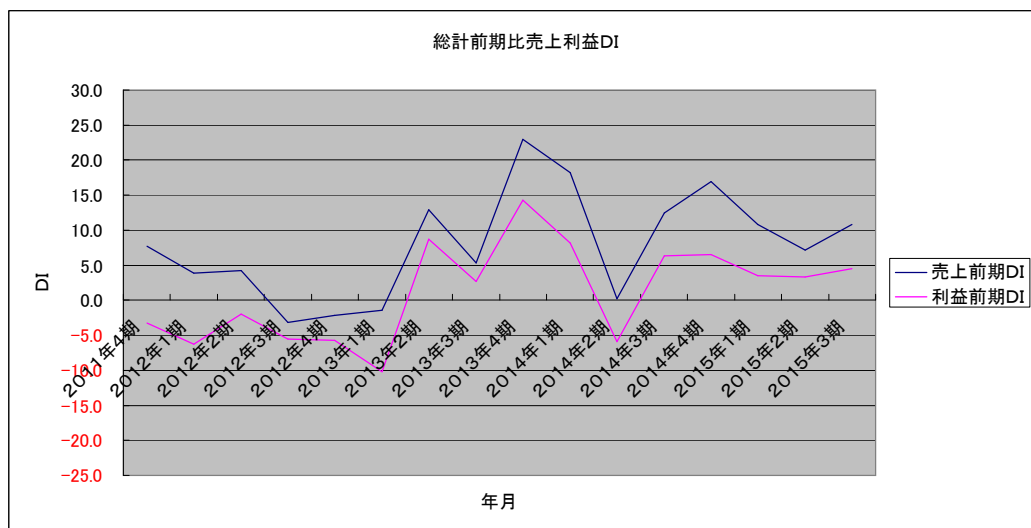
	1期	2期	3期	4期
サービス業	6.7	27.6	-5.0	16.4
運輸業	7.1	50.0	-16.7	11.8
建築業	-13.3	4.2	-7.5	3.0
製造業	-11.8	-16.5	-9.8	4.1
専門サービス業	21.6	36.6	34.7	12.1
通信情報業	0.0	20.0	27.3	20.0
流通業	-23.9	2.6	-19.6	-4.4
統計	-5.4	7.0	-1.6	9.7

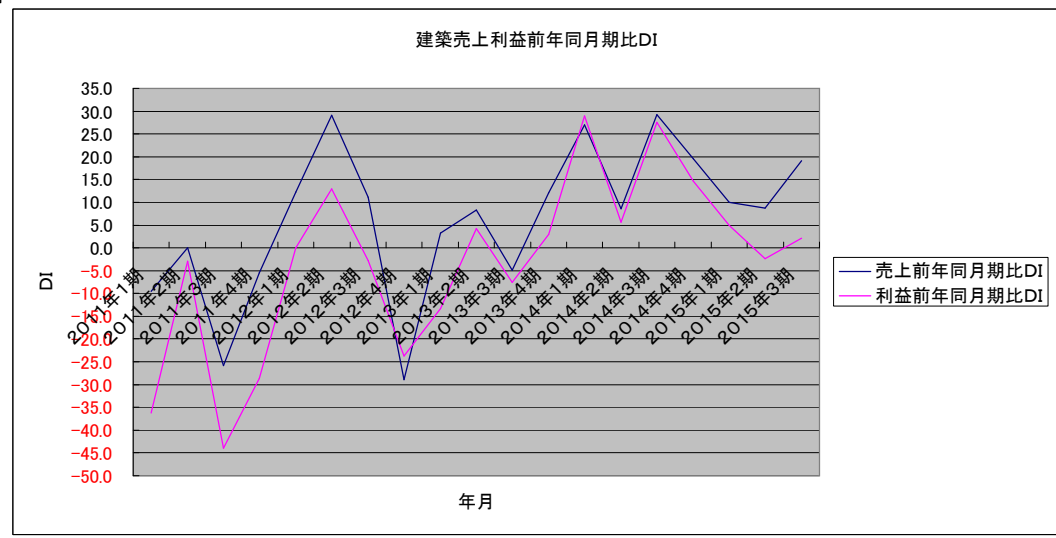
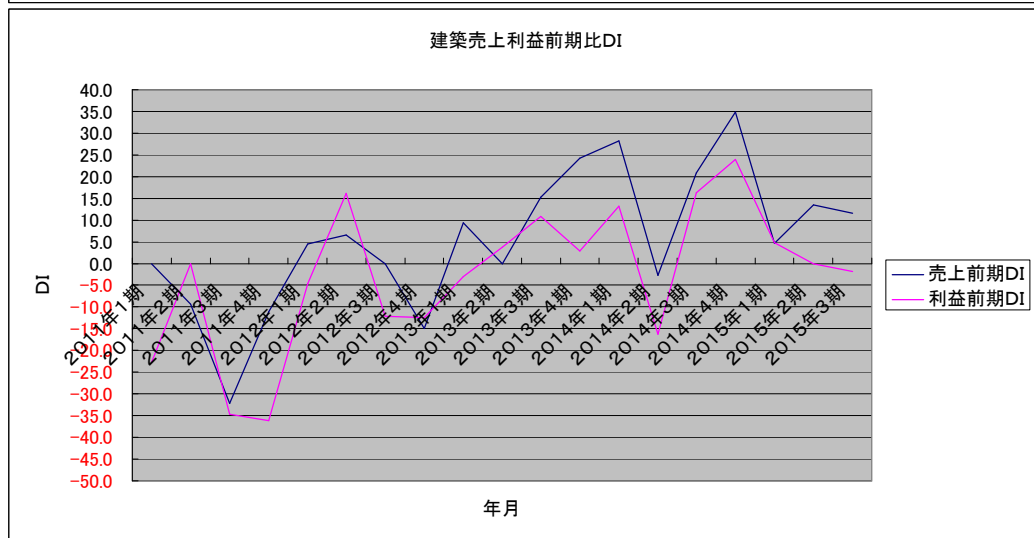
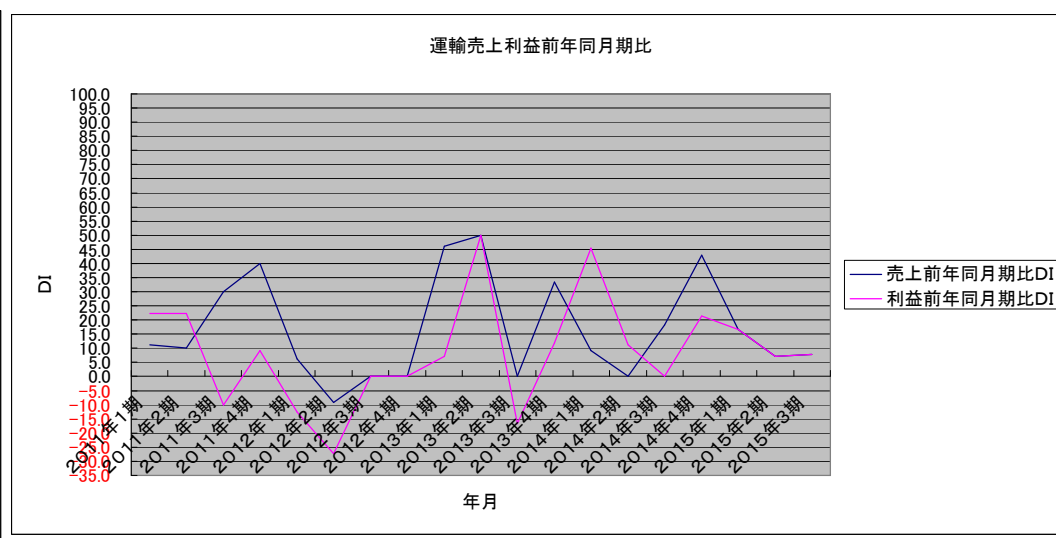
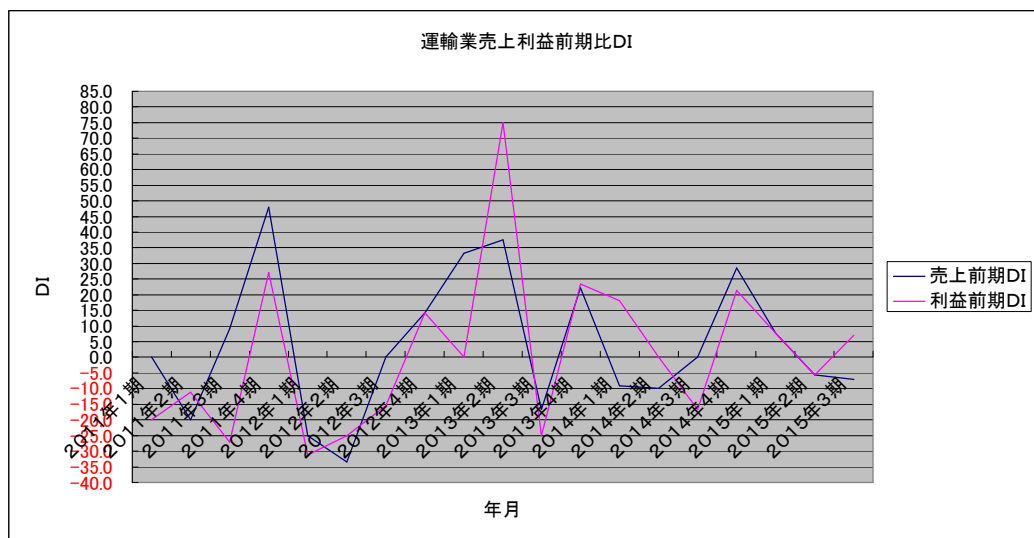
2014年

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

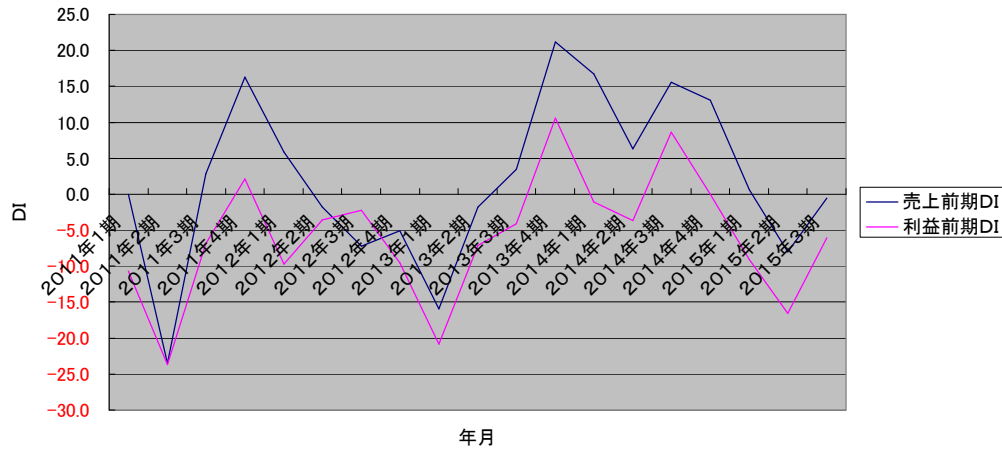
2015年

	1期	2期	3期
サービス業	6.9	22.9	8.6
運輸業	16.7	7.1	7.7
建築業	5.0	-2.4	2.1
製造業	-11.8	-18.0	-4.8
専門サービス業	31.7	20.9	35.1
通信情報業	37.5	0.0	8.3
流通業	-15.3	24.2	5.0
統計	2.0	6.5	6.1

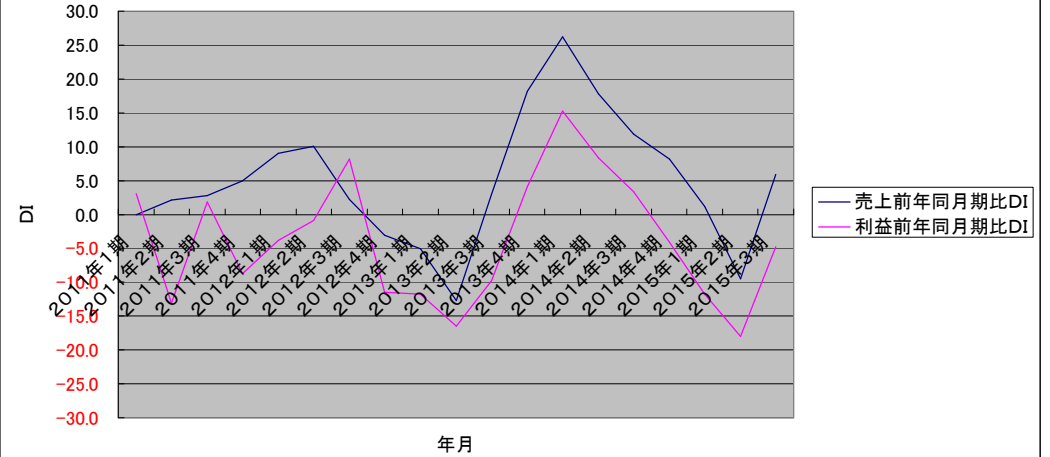




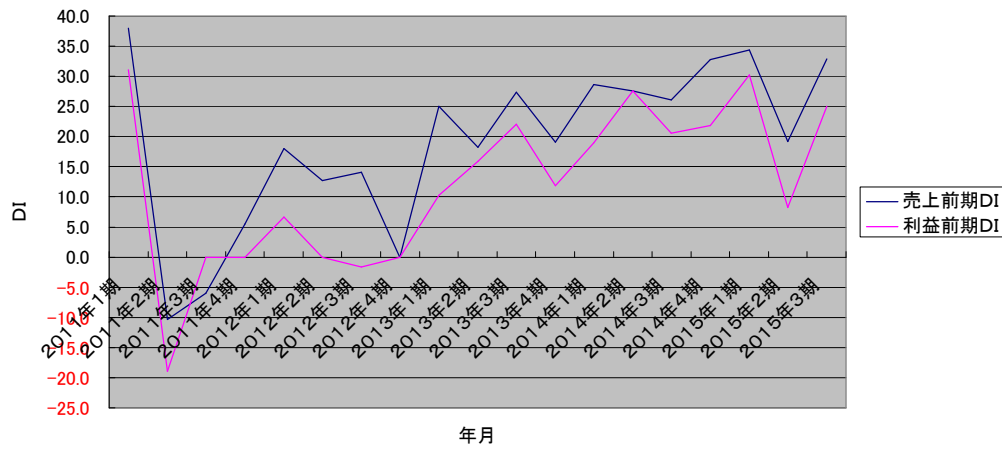
製造売上利益前期比DI



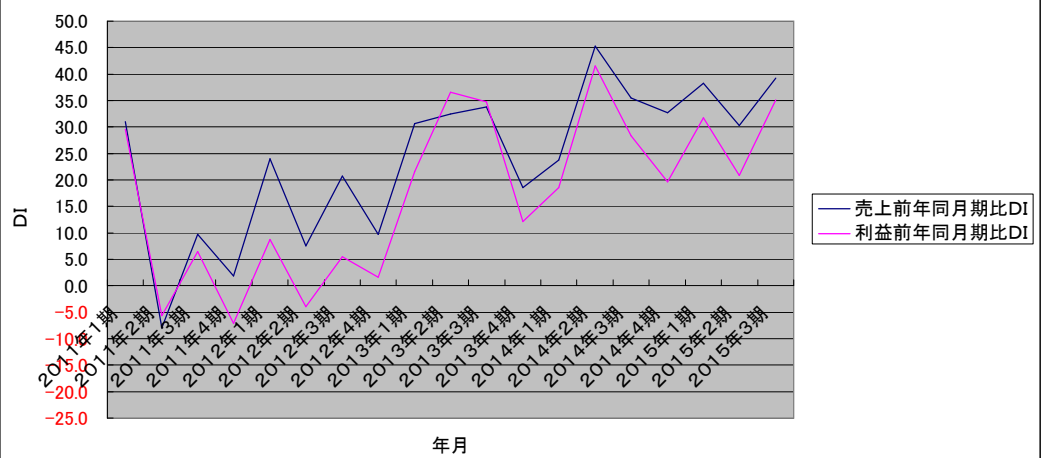
製造業売上利益前年同月期比DI



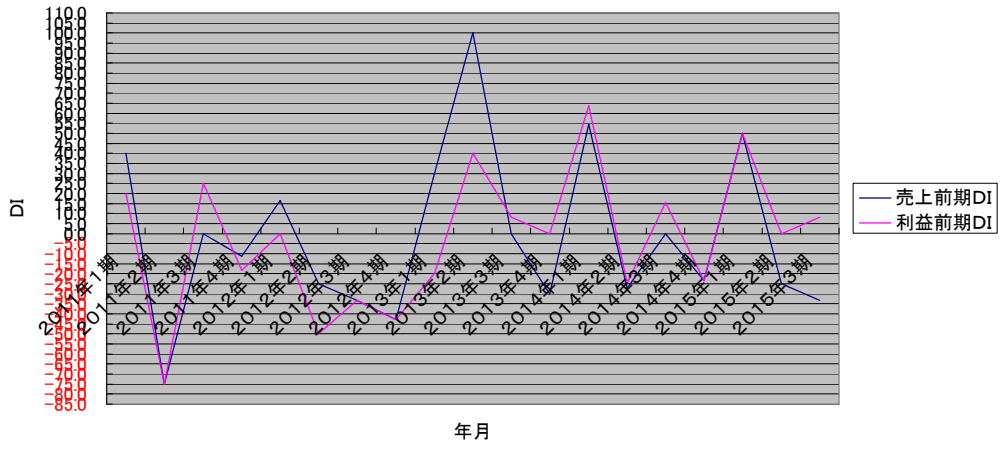
専門サービス売上利益前期比DI



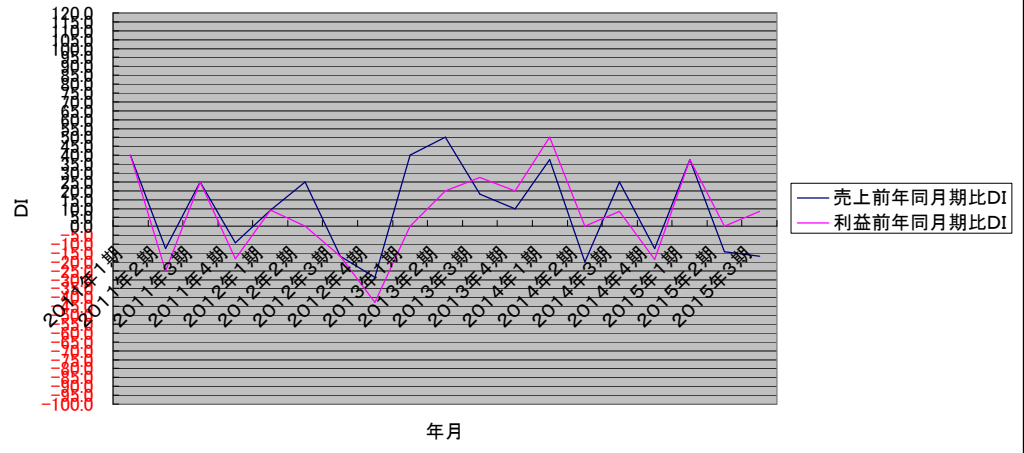
専門サービス売上利益前年同月期比DI



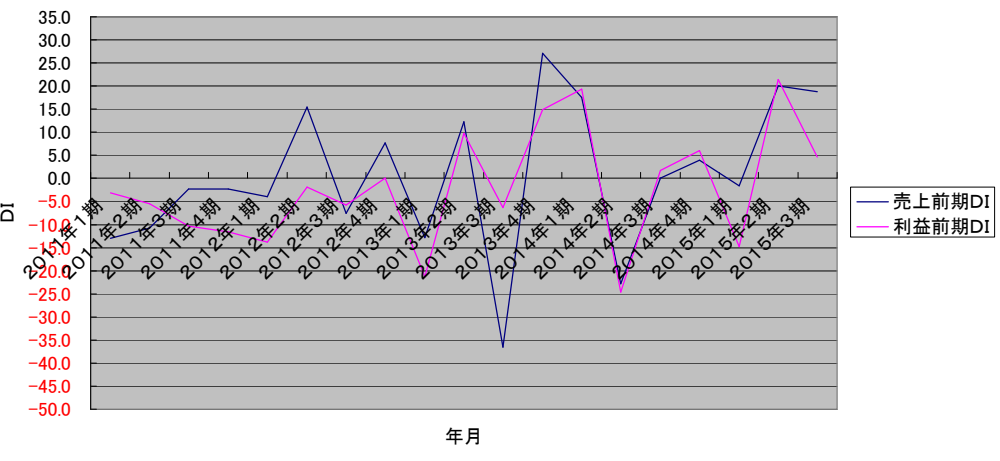
通信情報売上利益前期比DI



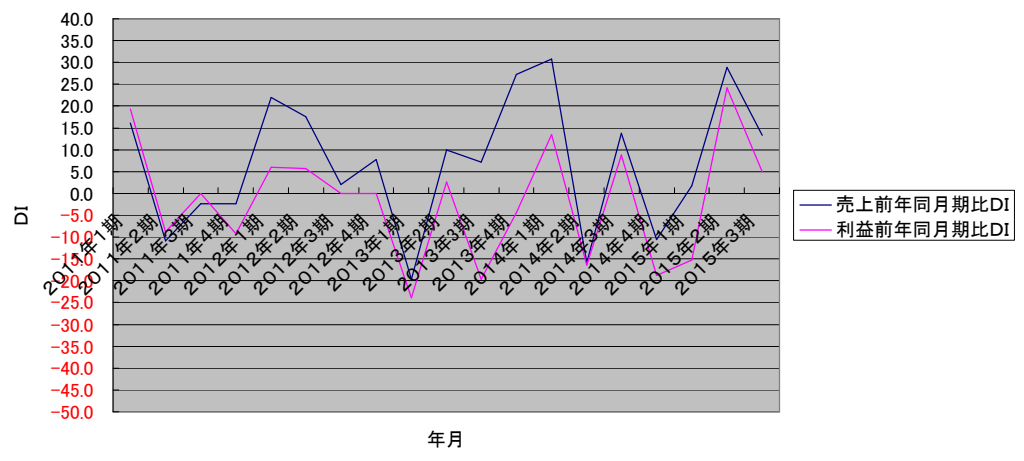
通信情報売上利益前年同期比DI



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	2015年3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	-6.6
運輸業	-14.3	25.0	-33.3	25.0	45.5	-10.0	-21.4	-14.3	-15.4	-22.2	-35.7
建築業	22.6	4.0	8.7	22.6	46.2	-2.7	9.1	8.7	11.6	9.8	-13.5
製造業	-1.4	-21.4	-6.9	3.5	16.1	7.9	-5.3	-17.9	-5.1	-10.6	-14.5
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	6.5
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	-16.7
流通業	-15.6	-34.1	-14.3	0.0	43.9	-24.6	-25.0	-40.0	-26.7	-11.1	-22.2
統計	2.6	-8.5	-4.3	6.4	30.4	0.4	-6.1	-13.2	1.2	-5.9	-9.7

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	2015年3期
サービス業		8.7	-1.7	6.0	-3.5	5.4	-6.5	-9.5	6.8	2.1	-8.9
運輸業		62.5	-16.7	-5.3	9.1	-20.0	7.7	-7.1	-16.7	-7.1	-15.4
建築業		13.0	16.7	22.6	20.0	3.0	4.8	0.0	-4.9	12.8	-2.0
製造業		1.0	5.5	3.5	-8.2	16.0	-3.4	-17.5	5.3	-1.7	-6.4
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	4.3
通信情報業		50.0	30.0	10.0	10.0	22.2	8.3	-17.6	12.5	11.1	0.0
流通業		-5.6	-6.8	0.0	-9.5	1.8	-12.1	-33.3	1.7	-4.6	-17.5
統計		5.6	10.6	6.4	-6.9	8.9	-0.4	-13.2	4.5	1.6	-5.4

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	2015年3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	-3.0
運輸業	-13.3	-12.5	-41.7	-41.2	-36.4	-20.0	-7.1	-21.4	7.7	-11.8	-7.1
建築業	-23.5	-30.8	-18.2	-15.2	-5.1	-8.1	-4.7	-6.5	-9.5	-8.0	-21.2
製造業	-6.1	-10.5	-8.8	-15.2	-5.6	-6.3	-9.1	-0.6	0.0	-4.3	-5.7
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	4.1
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	8.3
流通業	-4.2	-10.3	-4.7	-15.6	-1.8	-9.5	1.7	-6.0	-6.7	-12.5	-9.4
統計	-11.8	-12.8	-9.7	-13.0	-9.3	-7.9	-4.8	-6.9	-2.2	-6.4	-4.5

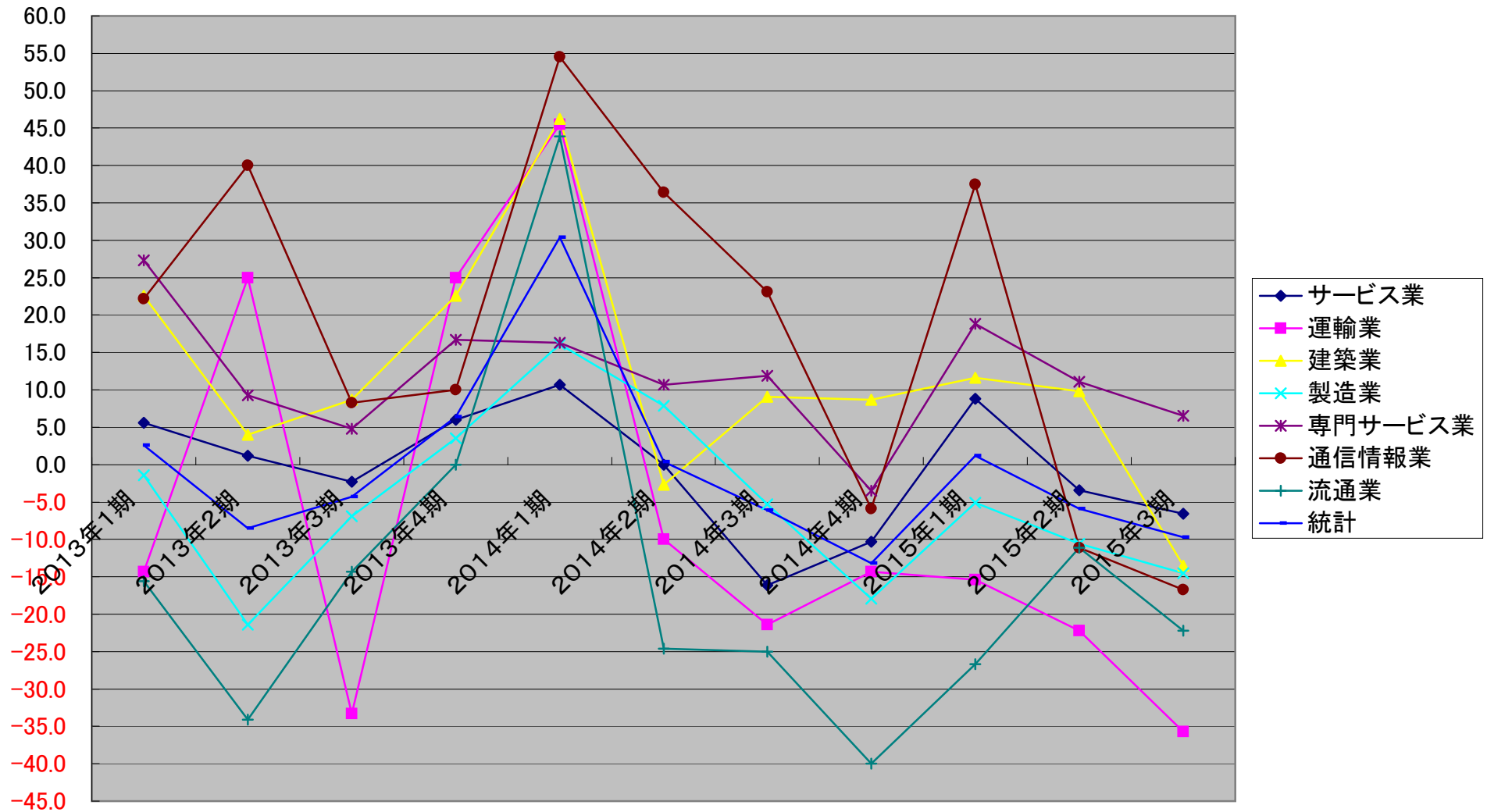
設備投資DI推移

	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	2015年3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	-28.9
運輸業	14.3	75.0	23.1	46.7	10.0	-40.0	30.8	0.0	9.1	-21.4	27.3
建築業	-53.3	-78.3	-21.4	-3.1	-26.5	-48.5	-17.1	-53.8	-31.6	-37.8	-34.0
製造業	0.7	-1.9	1.9	15.4	1.8	-0.6	2.2	0.6	7.1	-5.8	1.1
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	-41.4	-52.9
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	-70.0
流通業	-25.5	-33.0	-1.7	-13.0	-46.3	-22.6	-10.2	-10.9	-37.5	-19.4	-15.0
統計	-20.2	-23.8	-8.3	0.6	-16.6	-23.1	-16.8	-26.8	-17.1	-24.1	-19.7

採算状況DI

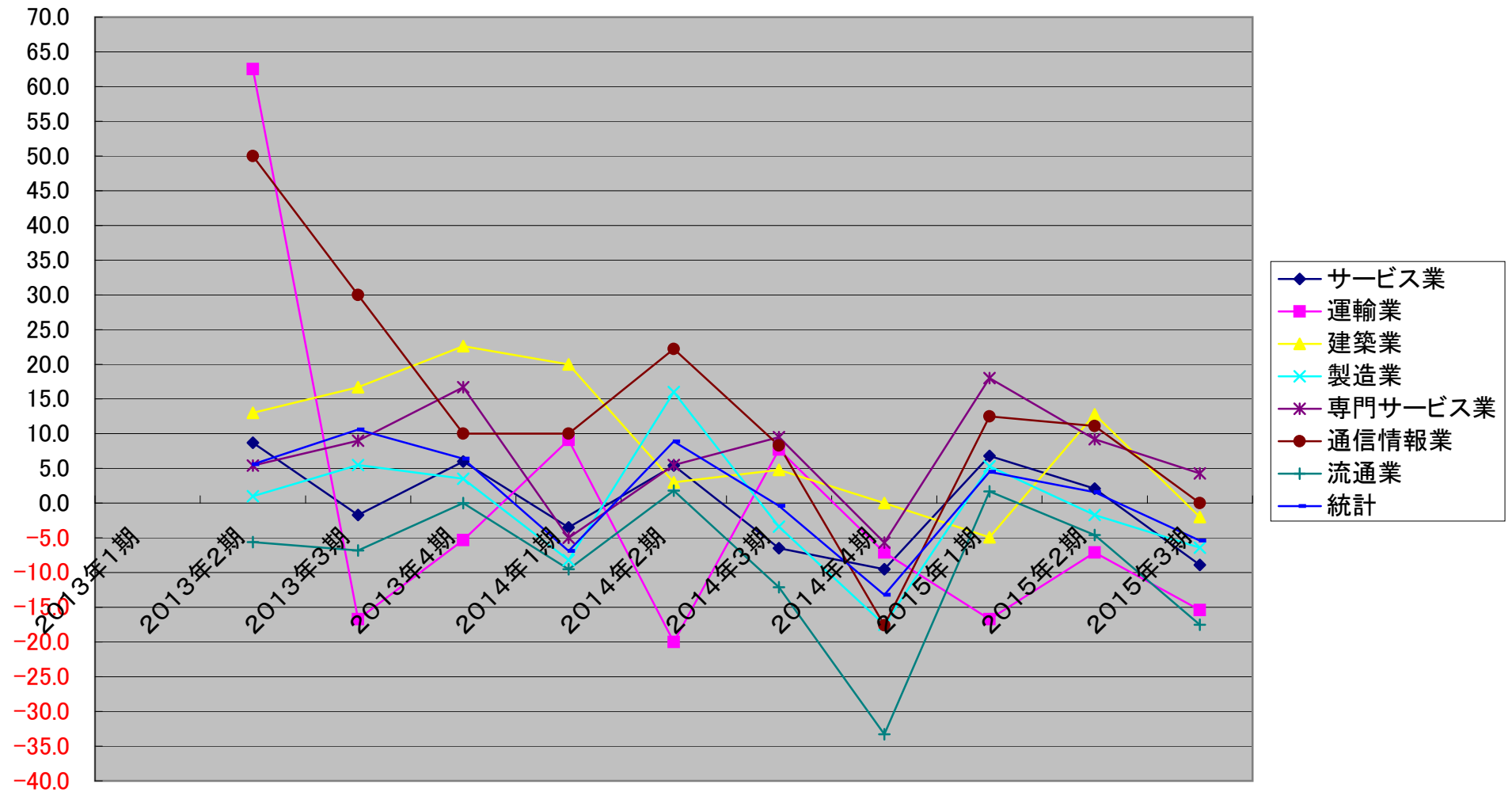
	2013年1期	2013年2期	2013年3期	2013年4期	2014年1期	2014年2期	2014年3期	2014年4期	2015年1期	2015年2期	2015年3期
サービス業	19.8	24.7	20.0	20.8	16.6	22.0	21.6	19.5	33.9	32.0	25.0
運輸業	21.5	62.5	-8.3	37.5	36.3	10.0	7.2	35.7	50.0	35.3	0.0
建築業	3.0	-3.8	18.2	11.8	41.0	37.8	42.9	41.3	46.3	34.0	26.0
製造業	14.4	7.9	10.5	24.3	36.1	28.8	34.7	28.3	16.7	12.3	10.4
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	53.2
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	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	34.4
統計	18.5	19.3	19.7	23.1	30.4	-14-	27.7	30.7	28.7	32.7	25.1

### 景況感DI

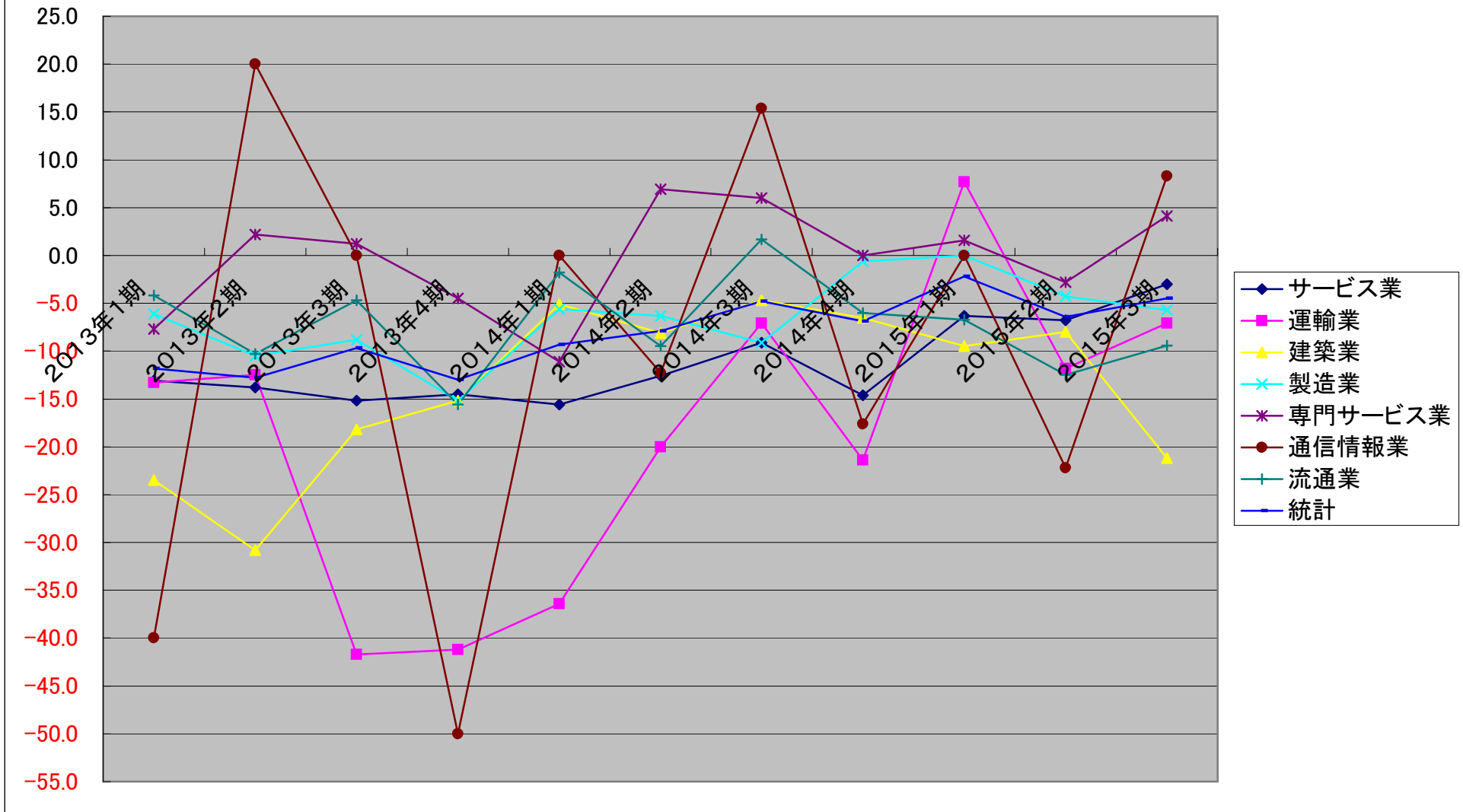




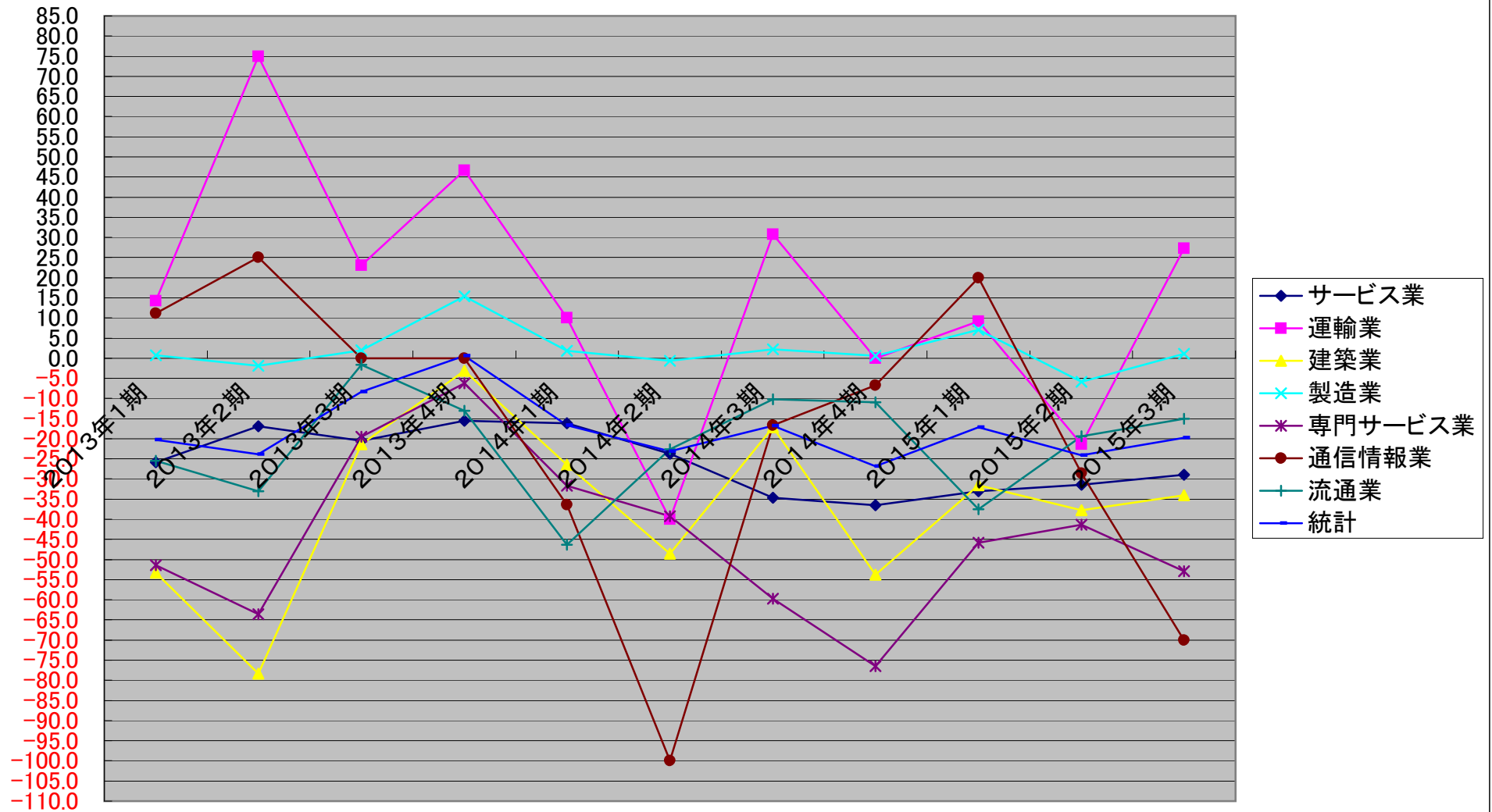
先行きの景況感DI推移



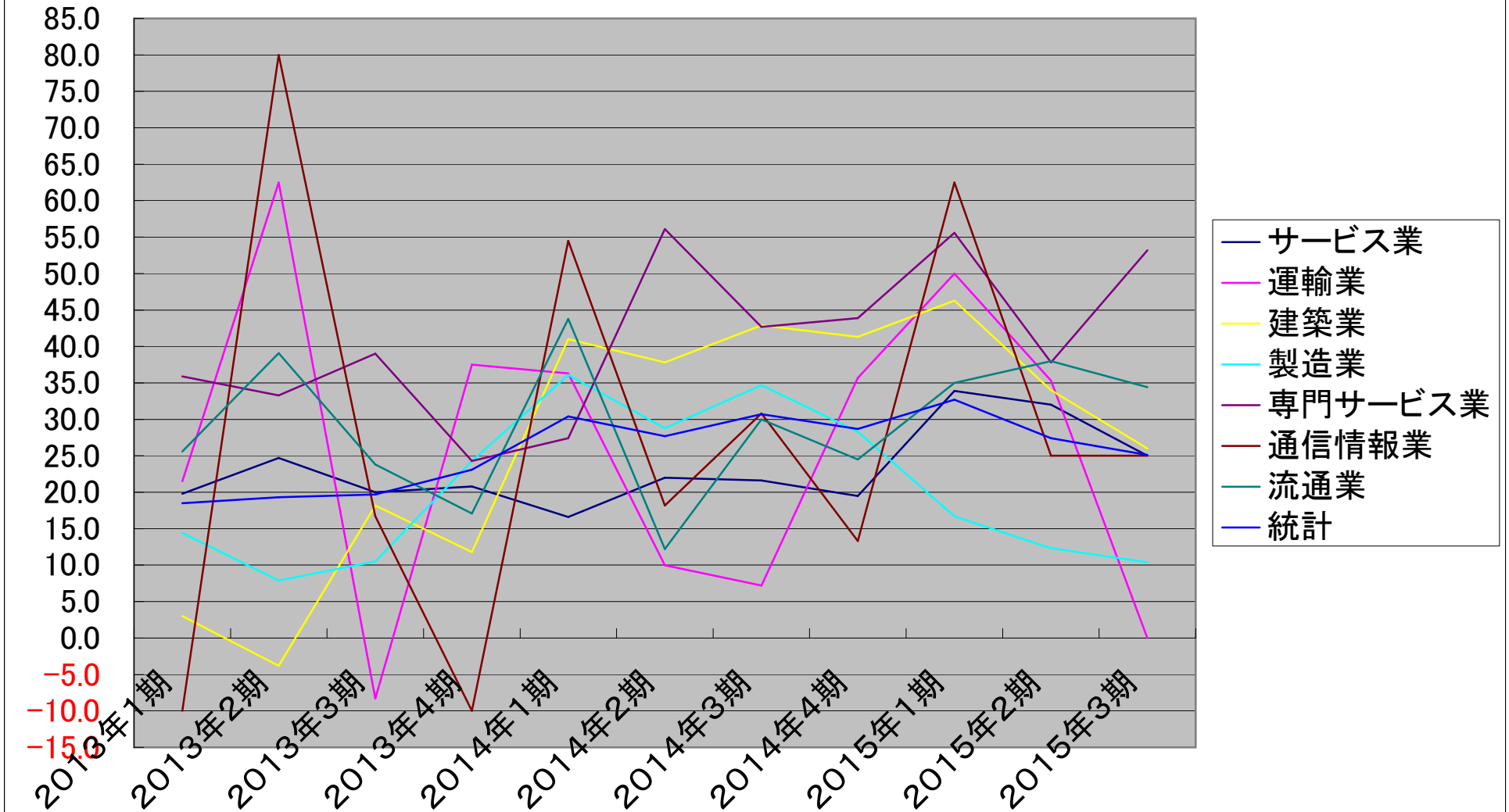
### 資金繰りDI



### 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	44	31.9%	69	50.0%	25	18.1%	138
運輸業	4	28.6%	5	35.7%	5	35.7%	14
建築業	17	32.7%	24	46.2%	11	21.2%	52
製造業	54	27.6%	87	44.4%	55	28.1%	196
専門サービス業 (土業の方)	31	40.8%	39	51.3%	6	7.9%	76
通信情報業	2	16.7%	4	33.3%	6	50.0%	12
流通業	28	43.8%	20	31.3%	16	25.0%	64
その他	11	33.3%	12	36.4%	10	30.3%	33
(空白)	10	52.6%	7	36.8%	2	10.5%	19
総計	201	33.3%	267	44.2%	136	22.5%	604

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	39	30.2%	61	47.3%	29	22.5%	129
運輸業	5	38.5%	4	30.8%	4	30.8%	13
建築業	18	38.3%	20	42.6%	9	19.1%	47
製造業	63	33.5%	73	38.8%	52	27.7%	188
専門サービス業 (土業の方)	34	45.9%	35	47.3%	5	6.8%	74
通信情報業	2	16.7%	6	50.0%	4	33.3%	12
流通業	23	38.3%	22	36.7%	15	25.0%	60
その他	13	41.9%	11	35.5%	7	22.6%	31
(空白)	7	38.9%	7	38.9%	4	22.2%	18
総計	204	35.7%	239	41.8%	129	22.6%	572

#### 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	39	28.7%	73	53.7%	24	17.6%	136
運輸業	6	42.9%	3	21.4%	5	35.7%	14
建築業	14	26.9%	23	44.2%	15	28.8%	52
製造業	46	23.5%	92	46.9%	58	29.6%	196
専門サービス業 (土業の方)	27	35.5%	41	53.9%	8	10.5%	76
通信情報業	4	33.3%	5	41.7%	3	25.0%	12
流通業	20	31.3%	27	42.2%	17	26.6%	64
その他	9	27.3%	10	30.3%	14	42.4%	33
(空白)	9	47.4%	7	36.8%	3	15.8%	19
総計	174	28.9%	281	46.7%	147	24.4%	602

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	39	30.5%	61	47.7%	28	21.9%	128
運輸業	5	38.5%	4	30.8%	4	30.8%	13
建築業	12	25.5%	24	51.1%	11	23.4%	47
製造業	52	27.7%	75	39.9%	61	32.4%	188
専門サービス業 (土業の方)	33	44.6%	34	45.9%	7	9.5%	74
通信情報業	3	25.0%	7	58.3%	2	16.7%	12
流通業	19	31.7%	25	41.7%	16	26.7%	60
その他	9	29.0%	12	38.7%	10	32.3%	31
(空白)	6	33.3%	8	44.4%	4	22.2%	18
総計	178	31.2%	250	43.8%	143	25.0%	571

### 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	58	42.6%	54	39.7%	24	17.6%	136
運輸業	3	21.4%	8	57.1%	3	21.4%	14
建築業	21	42.0%	21	42.0%	8	16.0%	50
製造業	69	35.8%	75	38.9%	49	25.4%	193
専門サービス業 (土業の方)	50	64.9%	18	23.4%	9	11.7%	77
通信情報業	5	41.7%	5	41.7%	2	16.7%	12
流通業	32	50.0%	22	34.4%	10	15.6%	64
その他	14	43.8%	12	37.5%	6	18.8%	32
(空白)	10	52.6%	8	42.1%	1	5.3%	19
総計	262	43.9%	223	37.4%	112	18.8%	597

### 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	20	14.7%	87	64.0%	29	21.3%	136
運輸業	1	7.1%	7	50.0%	6	42.9%	14
建築業	6	11.5%	33	63.5%	13	25.0%	52
製造業	22	11.4%	121	62.7%	50	25.9%	193
専門サービス業 (土業の方)	12	15.6%	58	75.3%	7	9.1%	77
通信情報業	1	8.3%	8	66.7%	3	25.0%	12
流通業	5	7.9%	39	61.9%	19	30.2%	63
その他	4	12.9%	23	74.2%	4	12.9%	31
(空白)	6	31.6%	9	47.4%	4	21.1%	19
総計	77	12.9%	385	64.5%	135	22.6%	597

### 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	17	13.7%	79	63.7%	28	22.6%	124
運輸業	1	7.7%	9	69.2%	3	23.1%	13
建築業	7	14.3%	34	69.4%	8	16.3%	49
製造業	30	16.0%	115	61.5%	42	22.5%	187
専門サービス業 (土業の方)	10	14.3%	53	75.7%	7	10.0%	70
通信情報業	2	16.7%	8	66.7%	2	16.7%	12
流通業	7	12.3%	33	57.9%	17	29.8%	57
その他	6	20.7%	17	58.6%	6	20.7%	29
(空白)	5	31.3%	9	56.3%	2	12.5%	16
総計	85	15.3%	357	64.1%	115	20.6%	557

### ⑥資金繰

業種	楽	割合	普通	割合	苦しい	割合	総計
サービス業	22	16.4%	86	64.2%	26	19.4%	134
運輸業	3	21.4%	7	50.0%	4	28.6%	14
建築業	2	3.8%	37	71.2%	13	25.0%	52
製造業	28	14.4%	127	65.5%	39	20.1%	194
専門サービス業 (土業の方)	11	14.9%	55	74.3%	8	10.8%	74
通信情報業	1	8.3%	11	91.7%	0	0.0%	12
流通業	9	14.1%	40	62.5%	15	23.4%	64
その他	5	15.6%	22	68.8%	5	15.6%	32
(空白)	5	26.3%	11	57.9%	3	15.8%	19
総計	86	14.5%	396	66.6%	113	19.0%	595

## (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	37	33.9%	5	4.6%	7	6.4%	9	8.3%	14	12.8%	9	8.3%	16	14.7%	
運輸業	3	25.0%	1	8.3%	2	16.7%	4	33.3%	0	0.0%	1	8.3%	0	0.0%	
建築業	9	20.9%	5	11.6%	5	11.6%	5	11.6%	0	0.0%	3	7.0%	12	27.9%	
製造業	31	20.1%	17	11.0%	16	10.4%	25	16.2%	11	7.1%	16	10.4%	12	7.8%	
専門サービス業(土業の方)	25	35.2%	7	9.9%	1	1.4%	12	16.9%	5	7.0%	10	14.1%	6	8.5%	
通信情報	2	28.6%	0	0.0%	2	28.6%	1	14.3%	0	0.0%	1	14.3%	1	14.3%	
流通業	16	27.6%	2	3.4%	1	1.7%	14	24.1%	4	6.9%	3	5.2%	4	6.9%	
その他	5	16.1%	2	6.5%	0	0.0%	4	12.9%	1	3.2%	2	6.5%	3	9.7%	
(空白)	3	17.6%	2	11.8%	2	11.8%	2	11.8%	1	5.9%	1	5.9%	3	17.6%	
総計	131	26.1%	41	8.2%	36	7.2%	76	15.1%	36	7.2%	46	9.2%	57	11.4%	
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	2	1.8%	6	5.5%	2	1.8%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.9%	1	0.9%	109
運輸業	0	0.0%	1	8.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	12
建築業	2	4.7%	2	4.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	43
製造業	12	7.8%	2	1.3%	0	0.0%	1	0.6%	0	0.0%	5	3.2%	6	3.9%	154
専門サービス業(土業の方)	3	4.2%	1	1.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.4%	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%	7
流通業	4	6.9%	7	12.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.7%	2	3.4%	58
その他	5	16.1%	3	9.7%	3	9.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	9.7%	31
(空白)	1	5.9%	1	5.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.9%	0	0.0%	17
総計	29	5.8%	23	4.6%	5	1.0%	1	0.2%	0	0.0%	8	1.6%	13	2.6%	502

- 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)

	(1)1業種	(1)2業務内容	(2)②売上UP要因記述
1	サービス業	葬祭業	営業担当の意識向上と現場のサービス向上
2	サービス業	エアコン洗浄作業、家電品販売	ニッチな部分へ参入、PRを強化した
3	サービス業	企業幼稚園中学校向け給食弁当の製造販売	2学期からの幼稚園の新規開拓
4	サービス業	介護保険事業(在宅介護)	昨年が悪すぎるため。特定事業所として取組みを始めたため
5	サービス業	介護サービス業務	職員を増やすことを中心にしました
6	サービス業	介護サービス	出店による売上げアップ
7	サービス業	シンクタンク	政府による経済対策や地方自治体の地方総合戦略など公共機関による政策の効果
8	サービス業	商業デザイン	スタッフの生産力の向上
9	サービス業	人材育成	紹介ルートが増えたこと
10	サービス業	防犯用品の設計施工販売	同業他社の徹底した調査
11	サービス業	宅建業、仲介、不動産コンサル、内装請負	大きな物件が順調に制約してきた。ポータルサイトなどの活用・フォローを徹底した。
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	営業努力より新規客増
13	サービス業	記帳代行	新規の顧客の獲得
14	サービス業	児童・障害・高齢分野における生活・就労支援	介護、保育は減り、障害者福祉サービスは増加。制度の変更によるものもあるが、利用者一人ひとりの支援区分再調査により、高くなる判断がされ報酬増となった。事業の大半が公的制度に依るものであるため、政府の政策決定が大きく影響する。現在「税と社会保障の一体改革」の中で福祉への支出抑制が続く中、減収を防ぐ事業選択が必須となっている。
15	サービス業	保険代理店	開業して年数が経過していない為
16	サービス業	家電販売及び電気工事	前同が悪かっただけです。
17	サービス業	清掃業	新入社員を採用し、教育する事で、生産性が上がり受注増につながった。
18	サービス業	インターネット・コミックカフェの運営	フードメニューの改善
19	サービス業	葬儀請負業務	宣伝広告媒体の改善、新規特約店・団体の増加、商品の価格表示の変更
20	サービス業	保険代理業	人材育成の未成長過程
21	サービス業	自動車販売、整備、一般修理、板金塗装、保険代理店	付加価値商品の売上増
22	サービス業	生保、損保、代理店業	顧客への訪問回数拡大、面談回数の増加
23	サービス業	整体・接骨院業	人とのかかわり合いを増やした 今年は3店舗を出店したため。各店舗ごとに違う形態にしたにも現状の業績に貢献している。
24	サービス業	介護事業	
25	サービス業	ホテル経営、レストラン経営	海外の宿泊客増加と宴会営業強化
26	サービス業	介護福祉事業	営業力強化した。
27	サービス業	障害福祉サービス	利用者の増加による支援者増→営業範囲の拡大
28	サービス業	粗品の企画、開発、販売	安売りをしない。
29	サービス業	製造小売	商品ラインナップの増加
30	サービス業	FC加盟店の運営	本部施策の改善、償却終了による内部改善
31	サービス業	自動車販売、整備	昨年採用した社員の成長により販売力アップ、メカニック技術の向上により整備台数拡大
32	サービス業	サプリメント・食品販売	営業を重点的に展開した。アメリカ製造を国産化して新商品を出した。人材育成に社内の時間を使った。
33	サービス業	法人の海外出張をサポートする旅行業	HP集客アップ、営業訪問数の増加
34	サービス業	Web制作、印刷物のデザイン制作、システム開発	リピートの多いお客様に対して付加価値となるサービスを提案した。他社との協力関係を増やした。
35	サービス業	印刷関連、版下作成	理由はないが、仕事が増えている
36	サービス業	社会保険労務士業	紹介してくれるところが増えた。提案を積極的に行った
37	サービス業	OA機器販売及びPC保守	新規顧客の拡大と新商材の取り組み
38	サービス業	経営労務コンサルタント	サービス内容が必要と一致してきたから。



39	サービス業	WEBコンテンツ制作	採用ページ作成を進めた
40	サービス業	介護事業	地域住民との関係改善
41	運輸業	運輸倉庫業	新規が取れたこと。特に原油が下がってことによる燃料費の低下が主な理由と考えられる。それと資金繰りの面で銀行との交渉により、金利が下がった。
42	運輸業	宅配、輸送業	新規の取引先ができて人材の確保
43	運輸業	一般貨物運送事業、高齢者向け引越業、写真撮影業、同ノウハウ指導業務	満足度アンケート等の実施
44	建築業	住宅の企画・設計・施工	会社発足より2年、やっと認知度が少しでてきた
45	建築業	不動産の総合コンサル、デベロップ、企画、売買仲介	売買の仲介が伸びた
46	建築業	建築設計、施工、リフォーム	今年年始に採用した人材が稼働しだした
47	建築業	住宅建築、地車製作	社員増加に伴い営業を強化した
48	建築業	建築設計・監理、住宅相談、企画	人材確保し、受注量を増やす事ができたこと。
49	建築業	住宅リフォーム	営業マンが育った
50	建築業	新築リフォーム、設計、施工、不動産	顧客ニーズに徹底的に答える、営業力の強化
51	建築業	デザイン設計、施工	元請けの仕事が多く取れたことによる
52	建築業		営業員新卒が力をつけてきたと感じる
53	建築業	リフォーム事業	人材の採用
54	建築業	住宅リフォーム専門工務店。営業と施工の両面の社員さんを雇用、ワンストップリフォームの提案	営業マンの増員・強化
55	建築業	アフリカ材の製材及び販売	コストアップができたため
56	建築業	飲料用貯水タンクのメンテナンス	営業担当の増員と協力業者の参加が増えた
57	建築業	法人の工場・倉庫・事務所、個人の注文住宅の建築	顧客から競合なしの指名で発注を受けることが多くなったこと、協力業者との調整でコストダウンが可能になったこと。
58	建築業	個人向け注文住宅の建築	原価見直し、工程管理の徹底、在庫管理の徹底
59	建築業	電気工事業	一件名当りの金額が大きいものを選別している
60	製造業	包装機械設計、製造	仕入れのコストを抑えできるだけ効率よく生産できるようにしました。前年にダントツに売上、利益が向上、今年海外プラントの受注が少し落しかながらプラント受注は内外含め2年先まで受注を受けている。
61	製造業	スタッド溶接加工	
62	製造業	金属看板、切り文字、箱文字製作、レーザー切断加工	新人社員の技術力アップ
63	製造業	精密板金加工業	営業を強化し、新規へとつながりが出来てきそうな気配が出てきている
64	製造業	イベント、展示会、デザイン企画施工、レーザー加工全般	2013年末に導入した、大型レーザー加工機の仕事が増えた。
65	製造業	清酒製造	観光客に酒を買ってもらっている(旅行代理店への営業)
66	製造業	精密機械製造業	円安による輸出の増加。国の補助金による設備受注
67	製造業	電機設備用特殊金物	社員教育で信用守るよう指導した事が不用品の削減、利益向上
68	製造業	太陽光パネルの販売・施工・保守	新規事業に取組んで3年。人脈・技術・経験が充実してきた
69	製造業	樹脂加工業	取引先の設備投資及び生産量UP
70	製造業	マークの製造、プレス加工	他社が手こずっている加工の受注が決まり、その内容に高付加価値があり、適正な価格による売り上げ増につながった。
71	製造業	製缶・板金業	業界の設備投資が増えたため
72	製造業	線香製造	消費税増税反動減が解消したため。需要が拡大したわけではない
73	製造業	電子機器設計・開発	開発した製品が量産フェーズに移行したため
74	製造業	プレス金型設計製造	日頃の営業活動の成果
75	製造業	白衣製造直販	営業能力
76	製造業	製造業	高付加価値で、自社で値決めできるモノに受注を絞っている
77	製造業	プリント基板用・金型設計製造及びプレス加工、ツール部品、研磨加工	ツール部品の加工を新たに受注できたこと

78	製造業	電子部品(プリント配線板)加工業	取引先件数を増やし客先個々の売り合え増減をカバーした。従来技術の他分野展開が増加した。
79	製造業	ウレタン製造	新規開発営業部隊を約4年前に設置したことと、4月より同業の会社を吸収した
80	製造業	プラスチック板加工業(オリジナル製品製作及び販売)	スポット物件が入ったこと。納期短縮をしたこと。
81	製造業	NC旋盤による油圧空圧部品、自動車、給湯器等にも投入される精密部品の製造	売上増ではなく横ばいですが、先行きの不透明感はさらに強くなりました。必死に横ばいを保った感じです。
82	製造業	アルミ製品の企画、設計、製造、販売	新たに食品の業界に新製品を打ち出した。東南アジア(フィリピン)へクリーンルームを売り出した
83	製造業	制御盤の設計、製造、アフターサービス	新しい業界への展開
84	製造業	アルミに特化した板金製缶業	SNSの活用
85	製造業	サイン及びDIY関連製品製造販売	新製品校長と一部製品の値上げ実施
86	製造業	粘着テープの製造販売	昨年の消費増税が悪かった
87	製造業	工場内製造設備の設計・製作・工事・調整と電気全般	数年来動きが無かった客先から受注がで出したこと。従来お付き合いしている客先からの受注が増加したこと。新規の客先との取引が出だしたこと。以上に伴い人員の増強を図ったこと等
88	製造業	看板全般製造、アクリル板加工業	月ごとの波が大きく、7-9月期は偶然大型物件が入ったため
89	製造業	CNC自動旋盤による小径部品の切削加工	昨年の8月に増設したので、1月~8月は上昇。9月以降も注文増加の傾向。品質向上で、転注が増加。
90	製造業	学校体育器具、トレーニング器具製造	工事物件の社内消化により、粗利改善。事前の見積もり、案件が受注につながった
91	製造業	金属加工業	得意先の状況が少し好転して、売上増かに繋がった
92	製造業	プラスチック金型の製品部の加工	人とのつながり。丁寧な加工
93	製造業	板金加工	営業の強化
94	製造業	銅板の切断	新人採用、育成が奏功した。
95	製造業	清涼飲料、調味料、製造	天候要因と新規得意先の獲得
96	製造業	搬送機械の設計・製造	設備投資に伴う、新規顧客増加
97	製造業	金属プレス・板金溶接加工	海外生産から国内生産回帰、等
98	製造業	金属プレス加工業	新規案件が入ってきた
99	製造業	裁断機器製造	オーダーメイド製品が好調
100	製造業	繊維製品の輸出入製造卸	他業種での拡販が出来た。がスポットの為安定的ではない。
101	製造業	和生菓子製造	値上げを最低限に抑えたことで、競合からシェアを得た
102	製造業	金属部品の金型製作及びプレス加工	昨年取引を開始した得意先での受注増
103	製造業	機械装置の設計、製作、制御、現地据付を行う会社	特にありません。
104	製造業	金属製品製造販売	新規開拓が進んだ
105	製造業	印刷・ウェブサイト・デザインの企画制作	ウェブサイトの強化
106	製造業	工業用ガスバーナーの製作	メイン取引先さん以外への営業力拡大
107	製造業	別注スチール家具・什器の製造、各種精密板金加工商品の製造	メインの得意先が好調だから
108	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	OEM製品(中量生産品)の受注拡大に伴い売上のベースが支えられていることと、長納期品である高付加価値の航空機向け試験装置の納品時期を迎えたことが主な要因。
109	製造業	各種ポンプ等製造販売	弊社がその仕事を何年も継続していられたこと
110	製造業	塗装業	既存顧客の業績が良くなり、新規顧客が増えた。
111	製造業	プリント基板用金型製造・プレス加工	弊社独自の技術で高付加価値の製品を新しいお客様で獲得ができた。
112	製造業	金属板金加工業	新規お客様の拡大
113	製造業	トムソン型による打ち抜き加工業	新製品の受注、自社調達材料の増加
114	製造業	焼き菓子製造卸	販売地域の拡大と新商品の発売。

115	製造業	衣料品製造および卸売り	97%が輸入品の業界で、メイドインジャパン、メイドイン大阪を掲げて営業を強化した。
116	製造業	NC旋盤やプレス機を使用している金属加工業	技術の革新
117	製造業	金属製部品や金型の熱処理加工	少しではあるが「モノづくり」の国内回帰が始まって来た。
118	製造業	プラスチック切削加工業	人材、設備の充実
119	製造業	製缶板金加工及び産業機械設計製作	当社が関係する産業機械業界で仕事量が出てきた。ここ数年の営業強化の成果など
120	専門サービス	税理士業	社員教育
121	専門サービス業	都市計画・まちづくり、建築・土木・造園に関する計画・設計	中長期的な営業が実を結んできた新規顧客の増加により売上げが増加
122	専門サービス	社労士業務	地道な営業努力が実を結んできているように思う。
123	専門サービス	行政書士	たまたま
124	専門サービス	税理士	付帯サービスの強化
125	専門サービス	税理士	新規紹介先が増えたため
126	専門サービス業	壁紙(クロス)のオリジナル洗剤販売と工法(代理店制度)にて提供しています。	クロスを洗浄する事により、クロス貼り替えコストよりダウン出来る事の認知の広がりや代理店拡大(全国的に)の2点です。
127	専門サービス業	社会保険労務士として主に介護事業所のサポート	新規顧客が増えたため
128	専門サービス	社会保険労務業	紹介が増えた
129	専門サービス	税理士業	紹介で、新規の顧客の増加。臨時的・突発的な仕事の発生
130	専門サービス業	税理士業	従来 of 会計事務所の仕事以外に、幣所独自の商品を加えている為
131	専門サービス	保険代理店業	営業を増やした
132	専門サービス業	税理士業	黒字支援の結果、値上げが順調。相続申告、新規増。既存減がほとんどない
133	専門サービス業	社会保険労務士業、人事コンサルタント	企業のコンプライアンスの機運上昇が追い風になっている
134	専門サービス	行政書士業務	海外から日本の投資案件への取り組み
135	専門サービス業	エステティックサロン並びに化粧品の販売	業界に先がけての新商品の発売、その商品の相乗効果による関連の販売。
136	専門サービス	税理士事務所	経営改善支援という新しい取り組みで高付加価値を図った
137	専門サービス	社会保険労務士業	顧客増
138	専門サービス	司法書士業務	営業口コミが広がった
139	専門サービス業	法律事務所	要因があったわけではなく、案件終了に伴う報酬金が多額かつ複数件あったため
140	専門サービス業(土業の)	税理士業務、FP業務、事業承継コンサルティング	地道な人脈づくり
141	専門サービス業(土業の方)	不動産登記、商業登記等の登記業務、遺言書作成、相続手続、財産管理業務、債権回収、成年後見業務等	中途採用での社員増加 新規販路の拡大
142	専門サービス業(土業の)		随分前の種まきが今になって花が咲きつつあること
143	専門サービス業(土業の)	税理士業、コンサル業等	昨年の営業の成果が今期に良い影響をもたらした。
144	専門サービス業(土業の)	会計事務所	① 社員の営業力アップ ② 助成金申請のコンサル力アップ
145	専門サービス業(土業の)	税理士業	紹介者の増加
146	専門サービス業(土業の)	ITコンサルタント事業	創業して間もない時期であり、順調に販路が拡大している段階のため
147	通信情報業	WEB制作・運用	顧客を少し変えた
148	通信情報業		特に何もしていない
149	流通業	義肢装具用材料部品、一般向けインソール高機能サポーター卸売り	既存顧客からの口コミ紹介での新規顧客増。従って取組みは日頃の一生懸命さ
150	流通業	配管資材等の卸売	公共工事の増加に伴う受注量の増加
151	流通業		新たに始めた通販業務が売上貢献、新卒新入社員が戦力になっている

152	流通業	建築金物、建設資材卸商社	新規顧客開拓の担当者を増員し、その者たちの成果が現れてきた。
153	流通業	中古機械輸出	仕入れルートの見直し
154	流通業	材木屋	単価上昇
155	流通業	被服販売業	前年に比べて猛暑が続いた
156	流通業	建築金物販売	コストダウン、生産性アップで売上は横ばいですが利益は増です。
157	流通業	機械工具の販売	ものづくり補助金による設備の更新需要が伸び、積極的に営業展開をした。
158	流通業	青果卸売業	営業に力を入れ、チラシ等新規店舗の拡大につながった
159	流通業	化学品商社	原油安ナフサ安での化学製品の値下げが始まり売値と仕入れ値のバランスが良くなった
160	流通業	安全衛生食品企画製造卸	値上げの強行、新規、深堀の開拓
161	流通業	デジタル生産財の技術商社	取引先の拡大を図った。補助金により需要が拡大した
162	流通業	製造現場用、設備機器、消耗品の販売	ネット販売に置き換えに伴い、商材の増加。消耗品などのウェイトを減らし、高付加価値標品、工事物件など積極的に受注
163	流通業	ギフト通販事業	仕入先の変更により新商品を販売することになり新たな売上の増加になった。企画部門の人材投入により販売企画が上昇、加えて単独作業においては省力化が可能になり売上金額の上昇に繋がった
164	流通業	食品の卸、飲料販売	新事業拡大
165	流通業	衣服・雑貨の輸入卸売り	主力商品が引き続き好調で、ブランド力がついてきた。消費者にえらんでいただけるブランドに育てるために、プレス活動を強化してきた。
166	流通業	業務用加工食品 卸販売	・販売強化エリアを関東(東日本)にシフト ・夏シーズンの販売強化商材をそろえ、販売に貢献した。
167	流通業	化粧品・健康食品の卸売業	大阪だけに留まらず、地方への進出
168	その他	障害者の就労支援を中心とした福祉サービス	新施設建築により同業他社との差別化、受入れの拡大などによる
169	その他	廃色用油の回収、リサイクル	新規開拓
170	その他	倉庫業	木材中心だが他の荷物を扱う
171	その他	保険代理業	他代理店との吸収合併、廃業代理店ま顧客継続
172	その他	障害福祉事業	障害者福祉サービスの制度変更への対応が上手くできている。
173	その他	就労継続支援b型事業におけるクッキー焼菓子の製造	詰め合わせセットの箱を新たにして、外部への販売を強化拡大した
174	その他	CVS	インバウンド需要
175	その他	刺繍プリント、縫製などの加工業	新規事業の参入との相乗効果
176	その他	屋外広告業	従来から設計提案を伴う営業活動及び、機動力のある対応が身を結んだと思われます
177	その他	青果物卸売	利益面…各営業担当者の意識改革。“チームワークのとれた営業をスローガン”に、目配り、気くばり、心配りを。
178	その他	漆器、木製器、日用品の輸入、卸売	同業社が円安で輸入を減らしているために、弊社への注文が増加した。
179			市況による
180		塗料関連商材の卸売り	市況がまずまず良いのに加え、3月から小口調色(色合わせ)の短納期化と細分化によるサービス向上のため、工場を立ち上げた。(単独では採算は合わないが)
181		ステンレス鋼材及び加工品の販売	多品種の商品在庫
182		卸売・小売業	新しく海外との取引が始まった。
183		果物小売・卸売 飲食業(カフェ)	駐車場の拡大、店内席数の増加、改装など
184		建設業・製造業から発生する廃棄物の処理	雇用と車両等の機動力の強化
185		国内海外旅行 関連業務	新規顧客獲得のための営業活動

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	11	25.0%	1	2.3%	1	2.3%	14	31.8%	11	25.0%
運輸業	4	40.0%	0	0.0%	1	10.0%	2	20.0%	2	20.0%
建築業	7	23.3%	0	0.0%	0	0.0%	5	16.7%	8	26.7%
製造業	46	42.6%	5	4.6%	8	7.4%	17	15.7%	14	13.0%
専門サービス業(土業の方)	3	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	16.7%	4	33.3%
通信情報	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%	1	33.3%
流通業	10	33.3%	1	3.3%	2	6.7%	9	30.0%	4	13.3%
その他	3	30.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	10.0%	2	20.0%
(空白)	2	40.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	60.0%
<b>総計</b>	<b>87</b>	<b>34.5%</b>	<b>7</b>	<b>2.8%</b>	<b>12</b>	<b>4.8%</b>	<b>51</b>	<b>20.2%</b>	<b>49</b>	<b>19.4%</b>
業種	⑥	割合	⑦	割合	⑧	割合	⑨	割合	総計	
サービス業	0	0.0%	1	2.3%	2	4.5%	3	6.8%	44	
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	1	10.0%	0	0.0%	10	
建築業	0	0.0%	8	26.7%	2	6.7%	0	0.0%	30	
製造業	3	2.8%	4	3.7%	3	2.8%	8	7.4%	108	
専門サービス業(土業の方)	0	0.0%	0	0.0%	2	16.7%	1	8.3%	12	
通信情報	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	
流通業	0	0.0%	1	3.3%	2	6.7%	1	3.3%	30	
その他	0	0.0%	2	20.0%	1	10.0%	1	10.0%	10	
(空白)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	5	
<b>総計</b>	<b>3</b>	<b>1.2%</b>	<b>16</b>	<b>6.3%</b>	<b>13</b>	<b>5.2%</b>	<b>14</b>	<b>5.6%</b>	<b>252</b>	

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

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

## 【2】売上・利益について

### ④減少の特徴・原因に関して(記述)

業種	業務内容	減少記述
1 サービス業	パソコン総合サポート	物品販売が減少し、サービス売上(保守・メンテナンス)の向上。単価の違いによるもの。
2 サービス業	社交ダンス練習場・ダンス教室・ドレス練習着販売	練習場同業者によるキャンペーン特価での集客により減少。しかし利用者の若年化を図っていたので、客層が入れ替わり従来の利用者の回帰により、次年度には改善の予定。
3 サービス業	広告企画・デザイン、販促企画・製作	スポンサーの紙媒体離れ
4 サービス業	人材派遣業	案件数、現場数の減少
5 サービス業	総合金属リサイクル	世界的な金属価格の下落
6 サービス業	アプリ企画開発販売	製造業の鈍化
7 サービス業	色彩コンサルティング、社員研	体調不良による業務の縮小
8 サービス業	一般市民向けに葬儀・終活の相談業務	同業他社のマーケティング力アップ
9 サービス業	不動産の仲介・管理	建売・中古戸建が悪い
10 サービス業	障害福祉サービス	法人内の他事行書に職員と利用者が異動したため。事業規模が縮小したため
11 サービス業	webサイト制作	社員の退職のため人手不足
12 サービス業	アパレル小売販売業	顧客が元々中小企業経営者層が多いので、このゾーンが大きく落ち込んでいます
13 サービス業	印刷・コピー、パンフレット作成等々	他社と競争が激しすぎる。他社も仕事がないため必死になるため
14 サービス業	美容業	営業時間を一時間短くして、稼ぎ時の日曜日を月に一回休みにしたの
15 サービス業	自動車販売・整備、損保	事務所拡大により
16 サービス業	空調・電気設備業	従業員数が減った為、仕事受注件数も減少した為
17 サービス業	保険	他社競争が増え、契約件数の減少
18 サービス業	WEB・DTP製作 企業研修	営業活動の効果がまだ売上に反映されていない
19 サービス業	展示会の出展者に対してのブースデザイン運営などの人材派遣、職業紹介、業務請負	営業力の低下 年間売上高1億4000万円の取引先を失う(労働環境悪化に伴い契約解除)今期は売上、利益ともに厳しい状況です。
20 サービス業	美術展企画、運営、出版業、画廊運営	営業人員減少による戦力不足
21 運輸業	輸出入の荷物搬送	中国輸出入の減での輸送の落ち込み
22 建築業	建築施工業	工事案件が少ない、価格競争があり受注が厳しい
23 建築業	墓石販売、加工、施工、建築石材一式	お墓を必要としている人が減っている。材料の値上。
24 建築業	電気設備工事	業界他社から仕事の依頼が減った
25 建築業	建設全般	顧客の要望にきちんと対応ができていない
26 建築業	建築設計及び監理	受注量が調整期間に入ったので
27 建築業	住宅や障害者施設の新築リフォーム	大阪の景況はバブル以降ずっと右下がり。1000万円以下の仕事でも6-7社の入札。したがって仕事がないところが頑張っ取りにくる。そんなところと付き合っておれないけど。かといってストレスのない仕事だけをやりたいのですが。
28 建築業	環境プラント設備関連機器の製作と据付工事	他社との競合で受注単価が安くなり、利益のない状況での受注を余儀なくされている。反面、仕入れ単価はオリンピック効果で従業員不足、材料価格アップで非常に厳しい
29 建築業	造園工事、緑化メンテナンス	公共事業の入札結果
30 建築業		社員が増加したが成長が追いついていない
31 建築業	住宅新築、リフォーム事業	消費増税
32 建築業	設計事務所、新築建物設計、既存建物の判断、調査	H27年度までは、公共建物の耐震化が国策として進められ、耐震改修設計、工事監理が多かったが今年度はおおむね完了し、比較的小さな改修工事設計が増えた。結果として採算性が低い業務が増えたことと考えている
33 建築業	ユニフォーム販売	少子化
34 製造業	オフセット印刷 製本	紙媒体への印刷 製本という需要が国内全体で減少している。全大量の減少傾向にあるなかで、仕事の取り合い＝価格競争に陥り、もはや中小下請け工場の立場では、経営で黒字が出せる仕事量が確保できない状況です。
35 製造業	構鋼造物工事	一時的季節要因

36	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	世界的に需要が落ち込んだため
37	製造業	段ボールケース製造販売	他社から安い見積りが入り乗り換えられるのが大きい
38	製造業	光学硝子製造業および部品製造販売業	需要構造の変化による。
39	製造業	各種装置製造、改造、機械加工	前もっての動きが不明確になってきている
40	製造業	工業用金網の製造と加工	もともと特殊加工がメインの会社なので、需要はそんなに多くないなか、中国製の金網、安かろう不味かろうを良しとする取引先が増えて
41	製造業	冷間鍛造加工・金属プレス加工	中国投資の減少、親企業の購買集約、親企業の内製化、海外生産が国内生産に戻って来たが価格は海外からのまま
42	製造業	金属表面処理加工(フッ素樹脂コーティング)	受注競争が厳しくなった。
43	製造業	金属熱処理・塗装・表面処理加工	主要顧客の生産調整、全体的な需要減速
44	製造業	物流支援機器(垂直搬送機、コンベヤ、パレット交換機等)製造販売	建築コストの上昇、工程の遅延等による納期のズレ、計画の見直し等により 停滞気味である。
45	製造業	家庭用日用品製造販売	商品が古い。販路減少
46	製造業	旗・カップ・パッチ記念品製造販売	参加章記念品は少子の為か毎年数量が減っている
47	製造業	硝子加工販売	客の海外移転が進んだことによるもの
48	製造業	スタッド溶接加工	海外大型プラントの受注が少し減った。
49	製造業	紙全般卸売・印刷化粧箱の製造販売	売れゆきが悪いと言われます
50	製造業	金属板塗装・印刷業	テーマパーク等の菓子缶やお茶缶など今まで主力で請け負っていた仕事が年々減少してきている
51	製造業	金属精密切削加工	退職する社員の補充ができていない
52	製造業	印刷、デジタルコンテンツ制作	海外案件の受注が減少
53	製造業	ディスプレイ、サイン、防災減災サイン	当社主力製品の海外より輸入増。需要そのものの減少。
54	製造業	シール・ラベルの製造	昨年の消費税の導入による特需的な需要があったため
55	製造業	食品軟包装資材(フィルム)企画製造販売	年会販売予定が見込まれない商材がそのままマイナスにつながる。クレーンによる注文減
56	製造業	プラスチックブロー成型	自動車の国内生産が非常に低調。かなり悪い
57	製造業	十字穴付タッピンネジ製造販売	徐々に減少しているので原因が不明確
58	製造業	金型メーカー	国内自動車メーカー生産数減少・アセアン進出自動車メーカー生産数減少による
59	製造業	金属製品製造業・溶接	国内向けのお客さんに今ひとつ伸びがない。一部建築部材、フォークリフトは好調
60	製造業	プラスチックの射出成形	為替影響による仕入れ価格の増加。営業力の低下(若い人材が多 取引先の設備投資や配置転換による生産体制の大幅な変更の際して、受注案件の減少につながった
61	製造業	金属部品の製造業	
62	製造業	特殊車輛部品製造と産業用プラント製缶製造	親会社からのコストダウンの激化
63	製造業	建築金物製造販売	住宅の建て替え需要の減少
64	製造業	NC旋盤による油圧空圧部品、自動車、給湯器等にも投入される精密部品の製造	大阪経済のパナソニック、シャープの事業低迷により、景気(雰囲気)は相当悪いです、大企業本社ビルの少ない大阪では、景気の良い話は数少ない感じがします。
65	製造業		営業担当者不足
66	製造業	電子部品用シードピン製造販売	当社の製造ラインの海外移設
67	製造業	金型メーカー	関西圏ネジ業界景気低調。トヨタ以外の自動車メーカー企業の受注
68	製造業	ダンボール印刷用水性インキ製造販売、排水処理設備設計施工販売	得意先の業界において、公取の調査が入ったことにより、単価値上げがストップして、設備投資もストップ。あるいは縮小される傾向にあるため
69	製造業	ドリルネジの製造販売	消費税
70	製造業	CNC自動旋盤による金属切削加工	取引先とのコミュニケーションの減少と、仕事量の減少
71	製造業	精密部品加工	自動車関連の設備投資が減ったため
72	製造業	機械及び機械部品の製造、修理	中国向け生産の減少(日本全体が)と中国経済への不安により、日本経済も停滞している。
73	製造業	プラスチック板加工業(販売促進物等)	店舗側よりプラスチック板より廃棄しやすい紙器製が求められている。お得意先の廃業等
74	製造業	精密機械加工	受注減が原因。中口の景気の悪化によるメーカーからの受注減
75	製造業	別注家具製造	景気の低迷
76	製造業	化学プラント設計・製造	企業の設備投資が減った分売上が下がった、下がった売上は同業からのもらい仕事で賄った分、受注価格の減少に繋がった

77	製造業	婦人インナー製造販売	売先の減少と売上減が大きい。
78	製造業	カットソーOEM生産・ニット生地販売・ウエス製造販売	協力工場(縫製)が減り、思うように受注できず(納期がある為)悪循環
79	専門サービス業	行政書士事務所	営業ができていなかった
80	専門サービス業	社会保険労務士業	お客さんの減少
81	通信情報業	OA機器全般販売	同業他社から低価格攻勢が相当厳しくなった
82	通信情報業	広告制作業	外部環境の変化、春夏商戦から秋冬商戦への発注移行
83	通信情報業	店のデータ処理	受注が減った
84	通信情報業	通信設備業	設備投資の減少
85	流通業	精密機器・機械(切削)工具販売	中国経済の悪化。国内製造業の生産減少。
86	流通業	貴金属販売	ますますの貴金属ばなれ
87	流通業	締結部品卸売販売業	弊社得意先の半数以上がものづくり企業ですが 小さな案件しか受注がないようです。 主に公共事業を受注している得意先の仕事も減っています
88	流通業		差別化を図りにくい業界において、キーマンのアプローチが少しずれると命取りのなる
89	流通業	流通が落ち着いている	受注が大手に行き中小の方まで回らない
90	流通業	中古コピー機の貿易輸出、健康食品販売	仕入数の減少により、コンテナが積めずに在庫がたまっていくばかりなので
91	流通業	企業・工場向け生産財の販売	設備補助金バブルが弾けましたか?設備購入は、仕事有りで仕事量に見合った設備投資をするはずが、”お金くれるから設備投資をしましょう投資”なので過剰投資になる。そのバブルが弾けてましたね。
92	流通業		自動車と建機の落ち込み
93	流通業	ネジの販売	先方(顧客企業)に6年間にわたって、価格ダウンするようにされた
94	流通業	水産物卸	利益率の向上、利益額向上
95	その他	障害者職業能力開発	利用者の減少
96	その他	自社ブランドの帽子蝶ネクタイ企画製造販売	天候不順
97	その他	建築金具輸出入業	人手不足による現場作業の遅れ。地方公共事業の削減
98	その他	一般病院	入院患者数の激少、職員退職の補充の遅れ
99	その他	OA機器販売	利益率の減少
100		異業種協同組合 共同購入・共同事業等	トラブル・廃業等に伴う事業利用者の減
101			利益率の減少



### 【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	26	20.3%	63	49.2%	39	30.5%	128
運輸業	6	54.5%	3	27.3%	2	18.2%	11
建築業	9	19.1%	25	53.2%	13	27.7%	47
製造業	73	40.6%	71	39.4%	36	20.0%	180
専門サービス業 (土業の方)	9	13.2%	45	66.2%	14	20.6%	68
通信情報業	1	10.0%	8	80.0%	1	10.0%	10
流通業	17	28.3%	26	43.3%	17	28.3%	60
その他	7	23.3%	10	33.3%	13	43.3%	30
(空白)	4	21.1%	10	52.6%	5	26.3%	19
総計	152	27.5%	261	47.2%	140	25.3%	553

①今期中にある(1年以内) ②ない ③検討中

### (2)現在の経営上の問題点に関して(選択式3つまで)

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合	⑥	割合	⑦	割合	⑧	割合	⑨	割合
サービス業	26	8.1%	1	0.3%	7	2.2%	25	7.8%	22	6.9%	7	2.2%	25	7.8%	15	4.7%	19	5.9%
運輸業	4	11.4%	0	0.0%	0	0.0%	2	5.7%	3	8.6%	1	2.9%	3	8.6%	0	0.0%	0	0.0%
建築業	7	5.6%	0	0.0%	5	4.0%	3	2.4%	5	4.0%	2	1.6%	9	7.3%	11	8.9%	3	2.4%
製造業	71	13.9%	10	2.0%	14	2.8%	11	2.2%	31	6.1%	12	2.4%	30	5.9%	40	7.9%	25	4.9%
専門サービス業 (土業の方)	7	5.1%	0	0.0%	4	2.9%	11	8.0%	8	5.8%	2	1.5%	12	8.8%	1	0.7%	10	7.3%
通信情報業	3	10.0%	0	0.0%	3	10.0%	1	3.3%	1	3.3%	1	3.3%	3	10.0%	1	3.3%	4	13.3%
流通業	21	13.5%	3	1.9%	6	3.9%	13	8.4%	5	3.2%	7	4.5%	14	9.0%	14	9.0%	9	5.8%
その他	6	8.2%	1	1.4%	4	5.5%	6	8.2%	4	5.5%	3	4.1%	7	9.6%	6	8.2%	3	4.1%
(空白)	3	8.3%	1	2.8%	1	2.8%	2	5.6%	1	2.8%	0	0.0%	2	5.6%	3	8.3%	1	2.8%
総計	148	10.4%	16	1.1%	44	3.1%	74	5.2%	80	5.6%	35	2.5%	105	7.4%	91	6.4%	74	5.2%
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	2.5%	20	6.3%	42	13.1%	44	13.8%	12	3.8%	33	10.3%	14	4.4%	0	0.0%	320	
運輸業	1	2.9%	1	2.9%	4	11.4%	8	22.9%	0	0.0%	6	17.1%	2	5.7%	0	0.0%	35	
建築業	3	2.4%	11	8.9%	16	12.9%	24	19.4%	11	8.9%	12	9.7%	2	1.6%	0	0.0%	124	
製造業	6	1.2%	32	6.3%	55	10.8%	55	10.8%	50	9.8%	42	8.3%	20	3.9%	5	1.0%	509	
専門サービス業 (土業の方)	0	0.0%	6	4.4%	26	19.0%	24	17.5%	7	5.1%	6	4.4%	12	8.8%	1	0.7%	137	
通信情報業	0	0.0%	2	6.7%	4	13.3%	4	13.3%	1	3.3%	1	3.3%	1	3.3%	0	0.0%	30	
流通業	5	3.2%	9	5.8%	13	8.4%	14	9.0%	2	1.3%	14	9.0%	5	3.2%	1	0.6%	155	
その他	0	0.0%	5	6.8%	7	9.6%	10	13.7%	3	4.1%	3	4.1%	4	5.5%	1	1.4%	73	
(空白)	0	0.0%	3	8.3%	4	11.1%	5	13.9%	2	5.6%	5	13.9%	2	5.6%	1	2.8%	36	
総計	23	1.6%	89	6.3%	171	12.1%	188	13.2%	88	6.2%	122	8.6%	62	4.4%	9	0.6%	1419	

- 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
- ⑰その他

### (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	86	23.6%	24	6.6%	23	6.3%	31	8.5%	14	3.8%	19	5.2%	17	4.7%	5	1.4%	42	11.5%
運輸業	11	31.4%	1	2.9%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.9%	4	11.4%	1	2.9%	0	0.0%	7	20.0%
建築業	33	23.1%	17	11.9%	4	2.8%	10	7.0%	2	1.4%	9	6.3%	4	2.8%	4	2.8%	17	11.9%
製造業	92	17.0%	62	11.4%	55	10.1%	58	10.7%	48	8.9%	33	6.1%	14	2.6%	9	1.7%	52	9.6%
専門サービス業 (土業の方)	48	25.5%	8	4.3%	7	3.7%	18	9.6%	14	7.4%	18	9.6%	9	4.8%	2	1.1%	21	11.2%
通信情報業	7	22.6%	5	16.1%	3	9.7%	0	0.0%	1	3.2%	0	0.0%	2	6.5%	2	6.5%	6	19.4%
流通業	37	22.6%	4	2.4%	6	3.7%	29	17.7%	9	5.5%	15	9.1%	2	1.2%	4	2.4%	17	10.4%
その他 (空白)	16 13	20.0% 26.5%	2 3	2.5% 6.1%	2 2	2.5% 4.1%	7 5	8.8% 10.2%	7 5	8.8% 10.2%	8 3	10.0% 6.1%	3 3	3.8% 6.1%	3 1	3.8% 2.0%	12 4	15.0% 8.2%
総計	343	21.5%	126	7.9%	102	6.4%	158	9.9%	101	6.3%	109	6.8%	55	3.4%	30	1.9%	178	11.2%
業種	⑩	割合	⑪	割合	⑫	割合	⑬	割合	14		⑮	割合	⑯	割合	⑰	割合	⑱	割合
サービス業	46	12.6%	12	3.3%	11	3.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	0.8%	8	2.2%	2	0.5%	17	4.7%
運輸業	6	17.1%	1	2.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.9%	1	2.9%	1	2.9%	0	0.0%
建築業	25	17.5%	8	5.6%	1	0.7%	1	0.7%	0	0.0%	2	1.4%	0	0.0%	1	0.7%	5	3.5%
製造業	67	12.4%	11	2.0%	8	1.5%	2	0.4%	0	0.0%	2	0.4%	14	2.6%	2	0.4%	10	1.8%
専門サービス業 (土業の方)	25	13.3%	5	2.7%	2	1.1%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.5%	6	3.2%	0	0.0%	3	1.6%
通信情報業	4	12.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.2%	0	0.0%
流通業	21	12.8%	1	0.6%	3	1.8%	0	0.0%	0	0.0%	2	1.2%	2	1.2%	2	1.2%	9	5.5%
その他 (空白)	9 6	11.3% 12.2%	1 0	1.3% 0.0%	4 1	5.0% 2.0%	0 0	0.0% 0.0%	1 0	1.3% 0.0%	0 0	0.0% 0.0%	2 0	2.5% 0.0%	1 0	1.3% 0.0%	1 3	1.3% 6.1%
総計	209	13.1%	39	2.4%	30	1.9%	3	0.2%	1	0.1%	11	0.7%	33	2.1%	10	0.6%	48	3.0%
業種	⑲	割合	⑳	割合	総計													
サービス業	3	0.8%	1	0.3%	364													
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	35													
建築業	0	0.0%	0	0.0%	143													
製造業	2	0.4%	1	0.2%	542													
専門サービス業 (土業の方)	0	0.0%	1	0.5%	188													
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	31													
流通業	1	0.6%	0	0.0%	164													
その他 (空白)	1 0	1.3% 0.0%	0 0	0.0% 0.0%	80 49													
総計	7	0.4%	3	0.2%	1596													

- 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)
- ⑮業種・業態転換
- ⑯新規設備・規模拡大

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

### 【3】経営上の問題点・対応策について

#### (4) 経営上の力点(記述)

	業種	業務内容	力点記述
1	サービス業	パソコン総合サポート	保守・メンテナンスなどの継続的売上の確保。
2	サービス業	社交ダンス練習場・ダンス教室・ドレス練習着販売	新規事業としてシェアハウス事業を立ち上げ、現在建設中。(大阪府経営革新申請中) 11月半におーOWN予定。
3	サービス業	IT 技術サポート、ホームページ等デザイン業務	第二創業的に新規分野への展開を模索中
4	サービス業	消毒業及び損保代理店	取引先とのパイプを太くすることが当面の課題
5	サービス業	飲食店経営	当たり前の水準の向上
6	サービス業	税関に対する輸出入申告および付帯する業務全般	社員の技術力UP
7	サービス業	広告企画・デザイン、販促企画・製作	中途社員を採用予定(現在見習い)、戦力化
8	サービス業	技術系ベンチャー企業経営支援サービス	主要顧客の動向把握
9	サービス業	人材派遣業	売上拡大
10	サービス業	総合金属リサイクル アプリ企画開発販売	新規事業における骨格作り
11	サービス業	経営労務コンサルタント	仕組み化を進め、受注増に備える体制を作る。 採用し、教育する時間を捻出するためにも生産性アップが必須。
12	サービス業	色彩コンサルティング、社員研修	業務改善
13	サービス業	WEBコンテンツ制作	人材確保
14	サービス業	トラックの車輛・部品・整備・リサイクルを展開する総合サービス業	営業、新商品、新規事業など人的部分の影響が大きい。会社の維持発展における人材確保と教育は最重要課題である。
15	サービス業	一般市民向けに葬儀・終活の相談業務	リアル活動とITの複合
16	サービス業	葬祭業	新規取引先の拡大と社員1人1人の能力アップ
17	サービス業	不動産の仲介・管理	ネットでの集客
18	サービス業	車両販売・整備・リース・保険・レンタ	幹部社員が途中入社で一丸体制を保っていけるか？
19	サービス業	障害福祉サービス	障害福祉サービスの中で新しい事業を計画(障がい者が働くための準備するための事業)
20	サービス業	企業幼稚園中学校向け給食弁当の製造販売	新規事業の立ち上げと平野工場の稼働維持。それを実行することができる社員の育成
21	サービス業	介護保険事業(在宅介護)	社員一人一人の意識改革
22	サービス業	商業デザイン	費用対効果の悪いクライアントのカット そのための新規顧客の獲得と選定が急務
23	サービス業	webサイト制作	売上計画に見合う人材が足りていない
24	サービス業	在庫管理を中心としたコンサルティング及びシステム構築	現在一人で業務をしていますが、今期は雇用して組織をつくり継続できる企業を目指します
25	サービス業	広告代理業	来年の広告に付随してイベントの受注が多くイベントは一過性のもので見通しがたちにくい不安定です
26	サービス業	アパレル小売販売業	店舗経営の基本に立ち返り日々の業務を見直し、社会に必要な会社であるかを問い直す。事業承継に値する会社かどうか
27	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	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。インベションチーム(リーダーチーム)の立ち上げ。
28	サービス業	記帳代行	事務効率の向上、新規顧客獲得
29	サービス業	印刷・コピー、パンフレット作成等々	機械を入れるための場所がない。業種アイデアを考え中。事業を転換するべきか？
30	サービス業	産業廃棄物処理業	効率的な集客
31	サービス業	速読スクールの運営	顧客満足度を上げる
32	サービス業	不動産賃貸	ドローン事業
33	サービス業	インターネット・コミックカフェの運営	社員のサービスレベルの統一、地域へのアピール
34	サービス業	損保・生保・募集代理店	自信のスキルアップ、他社との違いをアピール
35	サービス業	不動産業	人材の採用と社員教育に重点をおいて成長していきたい
36	サービス業	WEB・DTP製作 企業研修	社内での人的なしくみづくり
37	サービス業	自動車販売、整備、一般修理、板金塗装、保険代理店	自社商品・サービスの積極的な発信。それに伴い技術力・人材育成・会社の体力をもっと強くする。
38	サービス業	生保、損保、代理店業	販売先の強化と拡大、顧客数の拡大を図る
39	サービス業	ルーター・HUBの設置・設定	得意先を増やす
40	サービス業	整体・接骨院業	いろんなつながりを築く
41	サービス業	展示会の出展者に対してのブースデザイン運営などのサポート	会社全体のレベルアップ
42	サービス業	介護事業	誰が介護を行っても一律に質の高いサービスを提供できるよう能力アップ。カリキュラムを具体的に作成する必要がある
43	サービス業	人材派遣、職業紹介、業務請負	自社の事業領域に不安を感じている。新たな事業領域を模索中。人材採用が困難になってきている。採用コストがかかりすぎている。

44	サービス業	自動車の販売整備。損害、生命保険販売	消費者ニーズを把握するためのアンケートや聞き取りで、今後の商品、サービス提案を考え、確実な売上を車検、修理、保険以外でも確保できるようにする。
45	サービス業	介護福祉事業	利益を安定的に得るために人材確保と規模拡大を考える
46	サービス業	自動車整備	土地の有効活用
47	サービス業	筋肉矯正健康法、カルチャールーム	大学との連携により、医学としての筋肉を提案し、予防医学の分野に参入していきたい。
48	サービス業	障害福祉サービス	1月より新事業開始の準備を行う
49	サービス業	製造小売	社員一人ひとりの考えて動く力の強化
50	サービス業	FC加盟店の運営	FC加盟店から自主開発事業への転換
51	サービス業	自動車販売、整備	他資本の販売店が近隣にオープンする為、既存顧客に囲い込みに力をいれている
52	サービス業	美術展企画、運営、出版業、画廊運営	人材確保及び目標達成意識の向上
53	サービス業	サプリメント・食品販売	販路を開拓できる市場を今までやっていなかった。そこで消費者のニーズ把握が必要だし、社員の能力アップで対応。
54	サービス業	法人の海外出張をサポートする旅行業	新規事業の取り組みを進めているが、時間なく、ギフト事業においては技術があっても販路がなく停滞。自社の強みをアピールし、販路を広げていく。
55	サービス業	宅配水事業、ギフト製作	
56	サービス業	Web制作、印刷物のデザイン制作、システム開発	上顧客にたいする付加価値の高いサービスをつくる。
57	サービス業	印刷関連、版下作成	取引先のニーズを先読みし、それに対応する技術力をつけていきたい
58	サービス業	社会保険労務士業	事務所の理念にあった人を、採用する
59	運輸業	輸出入貨物の通関申告と物流手配	取引先荷主の拡大強化
60	運輸業	全国貸切輸送、混載輸送(小・中・大口)、地域小口配送、業務全般、一般貸切、貨物取扱	他社流出した案件を含め、全ての取引先を選定する(内容、収支、フロー等)。営業力の拡大を図るため、乗務員からセールスドライバーへの転進を一から教育実施。
61	運輸業	機械、機材、鋼材の運送	仕事量の増加から
62	運輸業	運輸倉庫業	経営理念などを見直し、従業員などの士気を高める。そのためには、資金の安定、キャッシュフローの改善を行い、幹部社員の意識改革を行っていきたい。
63	運輸業	宅配、輸送業	取引先の分散
64	建築業	個人向け注文住宅の建築	とにかく受注
65	建築業	総合建設業内装業	営業力を拡大する
66	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	リフレクティックという遮熱材を取り入れて営業強化、技術力・販路拡大に力を入れている
67	建築業	住宅の企画・設計・施工	顔をうる
68	建築業	不動産の総合コンサル、デベロップ、企画、売買仲介	デベロップメント案件を増やす
69	建築業	タイル及び住宅設備機器の販売及び施工	人材は入ったので早く戦力化する事が大切。取引先も増やしたい
70	建築業	空調、衛生設備の中の熱絶縁、管工事	得意先の担当者を広める(当社支持者)、若者のスキルアップの継
71	建築業	建築施工業	人材の採用・育成は企業発展には必要と考える
72	建築業	管工事、木工工事	人材の確保
73	建築業	水廻りリフォーム、排水管洗浄、浚渫、落書洗浄	民間企業向けプランを作成し、自社の強み事業の清掃、洗浄関係を伸ばす。
74	建築業	住宅建築、地車製作	技術力・スピードアップにより、仕事の消化を早くする分、より多く注文を取る。
75	建築業	空調。給排気、集塵等のダクト加工及取付工事	若い人材の採用と育成
76	建築業	墓石販売、加工、施工、建築石材一式	石材業だけでなく、ブロック積みや、カーポートなど、エクステリアも取り入れていきたい。
77	建築業	電気設備工事業	元請の増加
78	建築業	建設全般	請負業一辺倒から自らが事業をつくる側に立つ様に、経営計画を見直していくこと
79	建築業	木造住宅を中心に公共事業をしていますが	売上高を確保と営業力をアップするには、人材採用・教育は不可欠。
80	建築業	建築設計及び監理	新しい知識を早く取り入れ仕事に生かす様にしていきたい
81	建築業	方枠大工	職人の商品化
82	建築業	環境プラント設備関連機器の製作と据付工事	私たちが中小企業はいつまでたっても下請企業ですので、元請け業者のやり方次第で受注金額、受注量が変化します。不具合があっても下請け企業でお押し通されたりします。取引契約等で下請業者が物を申すことができないようになっているのを解消していかなければなりません。外部環境に左右されない経営を目指す為、受注からアフターフォローまでの仕組みづくりを行う
83	建築業	新築リフォーム、設計、施工、不動産	技術力の強化
84	建築業	デザイン設計、施工	会社が一層の発展をするためには、顧客を飛躍的に広げることが困難な中では、社員のスキルを上げて生産効率を上げる必要がある。
85	建築業	造園工事、緑化メンテナンス	顧客ニーズを理解し、対応していく
86	建築業		
87	建築業	太陽光発電システム、設計施工	自社受注強化

88	建築業	リフォーム事業	多角化
89	建築業	住宅リフォーム専門工務店。営業と施工の両面の社員さんを雇用、ワンストップリフォームの提案	営業部人員拡大・工事部人員拡大・人材育成を行い、2016年10月次店舗出店
90	建築業	設計事務所、新築建物設計、既存建物の判断、調査	官庁主体であり、一般競争入札が主となったため、価格競争が激しくなった。新しい民間業務の獲得と生産性強化による競争力アップの2本立てで取り組む必要がある。ただし、社員能力の強化なしでは現状からの脱却はむずかしい
91	建築業	アフリカ材の製材及び販売	ネット受注の強化
92	建築業	飲料用貯水タンクのメンテナンス	社員の業務処理能力を高める教育の徹底
93	製造業	オフセット印刷 製本	新規顧客の開拓に力を入れる。
94	製造業	搬送機械の設計・製造	・新分野対応のための組織変更 ・管理者教育
95	製造業	構鋼造物工事業	自社の強味を生かしたネットワークの構築
96	製造業	コンピュータ関連装置の開発、製造	新規顧客獲得
97	製造業	プラスチック製品製造販売	ホームページの刷新を進行中。それとともにパンフレット、新規アイテムも検討中
98	製造業	金属プレス・板金溶接加工	設備増強による取引拡大、新規受注先の獲得
99	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	①生産設備の更新②新卒定期採用の継続③社員教育システムの充実
100	製造業	金属プレス加工業	新規案件の区立アップ
101	製造業	裁断機器製造	新製品開発
102	製造業	紙器・紙製品製造業	労働生産性を上げる事
103	製造業	FA系の制御システム設計・製作・検査・現地調整業務 リチウムイオン電池ば設計・製造・検査・評価業務	社員教育(特に幹部社員)による理想の生産体制確立と新規開拓・新規事業立ち上げの体制づくり。
104	製造業	繊維製品の輸出入製造卸	既存ビジネスの若手育成と損気ビジネスの立ち上げ
105	製造業	金属プレス・精密板金	異業種は商習慣も違い難しい点もあるが、既存市場が縮小しているので新規市場の開拓が必須。
106	製造業	段ボールケース製造販売	新規設備導入の際に社員教育の刷新を図る。
107	製造業	光学硝子製造業および部品製造販売業	売上が少ないから戦略を練る必要がある 新規設備投資をしないで従来設備や技術での新製品や新規顧客を開拓する。
108	製造業	軟質塩化ビニールのリサイクル	リサイクル原料は、海外にも輸出されるため、仕入れ単価と数量確保の見通しが付きにくい。
109	製造業	金属製品製造販売	新卒採用と社員教育
110	製造業	印刷・ウェブサイト・デザインの企画制	将来を見据えた幹部社員の採用と教育
111	製造業	工業用ガスバーナーの製作	生産性アップを目指し、社員さんの能力を見極めて、配置換え等を検討中です。
112	製造業	別注スチール家具・什器の製造、各種精密板金加工商品の製造	目標に向かって全社一丸体制になってほしいが、目先の仕事に追われてしまう。これを打開することに努力しているがなかなかうまくいかなものづくり補助金を活用した新製品開発(タッチパネル電極画像検査装置)や、新人WGで検討した新しいビジネスプラン(妊婦向けウェアラブルデバイス)の事業化に向けての取り組み。インターンシップ等を通じて優秀な人材と早期に接点を作る。社内共育委員会によるスキルアップや資格取得を目的とした勉強会の開催。
113	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	社員の若返りに伴う技術継承
114	製造業	各種ポンプ等製造販売	
115	製造業	塗装業	不良率の削減をしながら技術の伝承をして新規開拓をする。
116	製造業	冷間鍛造加工・金属プレス加工	当社は冷間鍛造加工の中でも小ロットを強みとしている。この部分で勝つためには短期間での金型製作力が必要。また多品種をこなさなければ売り上げを確保できない。技術向上、生産効率向上、営業力強化いずれも社員教育、人材育成が欠かせない。人が育つ仕組みをつく
117	製造業	プリント基板用金型製造・プレス加工	技術力を高め新規の取引先を増やすことと、技術力アップと生産体制を管理する体制を高めるために社員の能力をアップすることが求めら
118	製造業	金属板金加工業	特殊スキル向上(溶接、仕上げ、スポット・・・等)
119	製造業	トムソン型による打ち抜き加工業	営業力の強化
120	製造業	焼き菓子製造卸	商品の生産量の拡大と生産効率アップのための土地、設備の購入。
121	製造業	衣料品製造および卸売り	円安傾向が続いてきたので、国内生産が少しは見直されてきている。
122	製造業	フレキシブルシャフト製造及び販売	一貫してMADE IN JAPANを追求してきた強みを発揮して、販路拡大を継承問題
123	製造業	NC旋盤やプレス機を使用している金属加工業	求人
124	製造業	金属製部品や金型の熱処理加工	経営に関与させられるスタッフの養成。

			い。 技術、営業、管理面において人材確保も含めて体制整備が急がれる。 ガス料金は下がってきているものの電気料金値上げがありコスト的には依然厳しい状況。
125	製造業	金属熱処理・塗装・表面処理加工	
126	製造業	金網及び関連製品の製造と販売	ものづくり補助金の利用(設備投資)、研修への参加、求人活動
127	製造業	プラスチック切削加工業	得意先、仕入先関係各社との連携強化 柱になる顧客数を増やす。且つ全体の顧客数も増やす
128	製造業	製缶板金加工及び産業機械設計製作	中堅社員の採用
129	製造業	物流支援機器(垂直搬送機、コンベヤ、パレット交換機等)製造販売	本社機能を南本町に移し、人材確保、営業情報の取得(人員交流等)の活動を強化します。
130	製造業	家庭用日用品製造販売	他業種への参入
131	製造業	旗・カップ・パッチ記念品製造販売	卸売の先が不安な点で小売とネット販売へ向かう
132	製造業	包装機械設計、製造	新しいディーラーに機械を採用してもらい、異なる分野にも進出していきたい。
133	製造業	硝子加工販売	当社は技術力のわりに営業力が弱いので営業力の強化
134	製造業	スタッド溶接加工	大型プラント用の製造機械の開発成功により経営は順調でありしかし世界の景況の不透明さを感じれば新たな分野へ発明開発にチャレンジを進行中。
135	製造業	きな粉・香辛料・製造販売	関東地区販売強化・品質のいいものを安定して生産するために、技術力を全社的に強化していく
136	製造業	金属看板、切り文字、箱文字製作、レーザー切断加工	作業方法の見直し、改善、社員一人一人の具術向上
137	製造業	金属板塗装・印刷業	既存の業種での販路開拓と新規事業の構築を考えています
138	製造業	精密板金加工業	社内教育も強化し営業での新規の獲得への努力
139	製造業	金属精密切削加工	人材の確保と教育
140	製造業	イベント、展示会、デザイン企画施工、レーザー加工全般	新しい技術や、機械を導入して認知していただく努力をしていきたい。営業力のup。
141	製造業	印刷、デジタルコンテンツ制作	受注の拡大、新しい技術の強化
142	製造業	線鉄加工	営業力の強化
143	製造業	ディスプレイ、サイン、防災減災サイン	防災・減災市場の創出と製品開発
144	製造業	衛生用品、包装加工、ギフトサービス	新規事業として立ち上げたギフトサービス事業の拡大を主に進めています。
145	製造業	清酒製造	清酒販売会社より旅行代理店への営業。他社人気商品の製造方法の研究
146	製造業	精密機械製造業	大企業の人材採用が活発なので確保が難しい。この技術者確保に力点を置きたい。
147	製造業	電機設備用特殊金物	管理職の育成、人材不足
148	製造業	太陽光パネルの販売・施工・保守	再生エネルギー事業の方向性の確認
149	製造業	塗装工事	経営計画の見直し、毎日の進捗の重視
150	製造業	設備工事業	技術力を強化し、営業力を強化し、営業力を拡大して、新規販路分野を開拓する
151	製造業	ステンレス鋼板の薄板に特化した研磨及び保護テープ貼り	設備投資における活用とオペレーター不足解消
152	製造業	マークの製造、プレス加工	業界規模の縮小とそれに伴う仕事の奪い合いで、単価が安くなり、別方向へシフトする。①ネット販売ビジネスへの参入、製造を生かしたもののづくり、②家電業界以外の新規業界の開拓。③従来業務の技術力アップによる高付加価値化。
153	製造業	亜鉛ダイカスト合金を用いた非鉄金属ダイカスト製造業を行う金属部品の量産下請業者。建具、水栓金具、一般機械部品	物作り補助金の採択がなされたので設備投資による生産性アップを年末までにめざす。一方で上期にマンパワーが2割減ったためパート募集を行い付帯的な作業をパート人材に多く割ふって社員能力をメイン作業に注力させる。
154	製造業	化学工業製品の開発製造	新規ユーザー様の開拓を行っております
155	製造業	ステンレス製缶業	顧客が少ない(一社依存)
156	製造業	シール・ラベルの製造	3-5年先を見ると先を見通した取引先増加で必用と考えます。
157	製造業	FRPポールの研究・開発・製造・販売	設備投資、作業員増加により生産性アップ
158	製造業	食品軟包装資材(フィルム)企画製造販売	社員の高齢化に伴う補充、並びに新規獲得
159	製造業	金属表面処理	航空機分野の注力
160	製造業	製缶・板金業	営業力強化
161	製造業	線香製造	今秋に製品価格改定を実施し、利益率改善を目指す。原料価格上昇を吸収する目的
162	製造業	発泡スチロール加工販売	収益率の向上、他社との連携
163	製造業	金型メーカー	関西圏から他府県への販路開拓
164	製造業	プレス金型設計製造	製造業の人材確保が難しくなっている。全社での取り組みを実践して生産体制の再確認、中国からアセアン
165	製造業	白衣製造直販	
166	製造業	金属製品製造業・溶接	付加価値を高めるために、新設備導入を考えている

167	製造業	製造業	お金をかけて新人を採用しました。今後教育が課題。仕事では注力している分野があるので、そちらの対応力を向上させる
168	製造業	プラスチックの射出成形	営業マンの能力向上を推進し、営業力強化をはかる。新商品開発にて、利益率の改善を図る。生産性及び生産地の変更により、原価抑制
169	製造業	金属部品の製造業	ネジ加工参入による、付帯受注の拡大
170	製造業	特殊車輛部品製造と産業用プラント製 缶製造	一社依存からの脱却
171	製造業	プリント基板用・金型設計製造及びプレ ス加工、ツール部品、研磨加工	研削機を増設することで、研前部門の受注拡大をはかりたい
172	製造業	電子部品(プリント配線板)加工業	プリント配線板顧客以外の新規開拓を進めているが、まだまだ始めたばかりで足りていない。もっと件数と受注件数等の実績を増やしてからターゲットを絞りこんでいいんたい。
173	製造業	建築金物製造販売	新規設備による新分野への販路開拓
174	製造業	高周波焼入加工、工作機械加工、パイ ス製造販売、ゴルフシューズ、掃除機 製造販売	新製品、新規事業の促進に力を入れたい
175	製造業	ウレタン製造	新規(学卒)採用をして人材育成に力を入れる。
176	製造業	プラスチック板加工業(オリジナル製品 製作及び販売)	利益が上がっている物(比較的利益が取れている)に特化し、深く追求していく。販売力(営業)の強化。
177	製造業	NC旋盤による油圧空圧部品、自動車、 給湯器等にも投入される精密部品の製 造	営業業務が客先のニーズにより、自社に求められてきていますので、人材の確保と教育が必要です。また、製造現場も若返させているので、技術力がつがが急務です。
178	製造業	電子部品用シードピン製造販売	売上アップと平行して、技術力アップ、社員能力アップしか道がないと考えている。
179	製造業	アルミ製品の企画、設計、製造、販売	今は存在しない製品のため新提案のジャンルに知っていただけないと買っていない。売り上げが増えない
180	製造業	アルミに特化した板金製缶業	人材確保、技術継承
181	製造業	サイン及びDIY関連製品製造販売	新製品の開発
182	製造業		業務内容が手作り依存するため、機械化省力化投資が必要であるが、ロボット技術の発達を待たなければならないジレンマがあります。
183	製造業	粘着テープの製造販売	課題の明確化と共有
184	製造業	工場内製造設備の設計・製作・工事・調 整と電気全般	設計の技術力向上(付加価値をつける)を目標とし、人材の育成に力を入れていこうと考えています。
185	製造業	CNC自動旋盤による小径部品の切削 加工	生産アップにつながると思われる課題を1つずつ潰していくことが改善につながると思われる
186	製造業	金型メーカー	営業力強化
187	製造業	ダンボール印刷用水性インキ製造販 売、排水処理設備設計施工販売	カリスマ経営者のトップダウン経営から、組織として機能する会社経営への転換期なので、社員ひとりひとりの意識向上が必要なので、社員の能力アップを目指す。
188	製造業	ドリルネジの製造販売	経営者の若返りと社員のリフレッシュ
189	製造業	CNC自動旋盤による金属切削加工	新規取引先確保による仕事確保
190	製造業	金属加工業	人材の採用によって出来た余力を利益にする為に、営業に力を入れ生産性を上げるには、新規設備が重要。また安定受注の為に重要取引先を増やす
191	製造業	精密部品加工	去年より新しく入れた人が良くなく2人を辞めさせた。よい人材を求めている。
192	製造業	機械及び機械部品の製造、修理	
193	製造業	ねじ、ボルト、ナット、自動車電子部品 全数検査装置	競合他社に対する技術力の強化
194	製造業	プラスチック金型の製品部の加工	個性
195	製造業	板金加工、店舗什器、備品製造	前に進むしかない。後ろ向きはしんどい
196	製造業	プラスチック板加工業(販売促進物等)	業界外での新規開拓
197	製造業	印刷加工業	利益の確保
198	製造業	精密機械加工	受注品の見直し(規模の縮小を考慮して
199	製造業	板金加工	利益率の高い受注増を目指す。
200	製造業	銅板の切断	5年以内に設備増強を考えているが、景気動向とマッチするか慎重に捉えてたい
201	製造業	別注家具製造	高くても売れるブランド力を身につける
202	製造業	化学プラント設計・製造	売上増加と共に人材確保を進めていきたい
203	製造業	金属缶のキャップ、口金等、総合パーツ 取り扱い	毎年、トータルと新規受注の営業目標を立てて展開している。業界内のパイが限られているので、シェアの確保がかぎになる。新規参入の障壁になるように設備投資は相当金額設定している
204	製造業	婦人インナー製造販売	自社商品の特徴を整理し、説明の平準化を進める。他社で断られる様な難しい素材、仕様をこなす努力をする。
205	製造業	紙器製造	品質のレベルアップと生産性アップ
206	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。

207	製造業	カットソーOEM生産・ニット生地販売・ウエス製造販売	協力工場(製造工場)との関係を密にして、短納期の確立を進める。
208	専門サービス業	業務改善	CRMソフトを中心に展開
209	専門サービス業	弁護士	コスト削減と人材確保による仕事のスピード化の推進
210	専門サービス業	都市計画・まちづくり、建築・土木・造園に関する計画・設計	新卒及び中途採用のバランスの取れた雇用実施。幹部の育成、と新卒が定着できる社内体制の環境の構築
211	専門サービス業	社労士業務	営業力を強化(継続した地道な営業)して、安定した経営基盤を築くことでより多く中小企業の経営に参画できるようにしたい。
212	専門サービス業	教育研修	教育研修の多様なプログラム開発と安定受注先開拓
213	専門サービス業	行政書士事務所	人材を確保し営業力強化につとめる。又、現在の従業員の能力アップをはかる。
214	専門サービス業	社労士	顧客先を増やし、売上げ拡大と安定が課題
215	専門サービス業	税理士	お客様満足度を上げ、関係強化すること。社員のレベルupをはかり、分担制度で生産性UP
216	専門サービス業	ISOコンサルティング	規格改正に対するサービスと人材育成
217	専門サービス業	壁紙(クロス)のオリジナル洗剤販売と工法(代理店制度)にて提供している	スキルアップと人材の育成です。
218	専門サービス業	社会保険労務士として主に介護事業所のサポート	顧客の為の新しいサービスをつくる
219	専門サービス業	経営コンサルタント、IT	人材の採用をいつするか考えている。
220	専門サービス業	法律事務	新規顧問先の獲得をいかに図るか
221	専門サービス業	税理士事務所	時間あたりの利益をどの様に上げていくのか考え、実行して行く。
222	専門サービス業	税理士業	紹介して下さる方をいかに増やすか
223	専門サービス業	法律業務全般(民事[交通、労働、一般]、相続、家事)	顧問契約の獲得(一社でも多く)
224	専門サービス業	税理士業	人材の採用と教育を弊所独自の方法で行う
225	専門サービス業	税理士業	幹部社員
226	専門サービス業	社会保険労務士業、人事コンサルタント	どの分野の仕事に力をおくか決まりつつあるので、その分野の深堀と営業手段の模索。
227	専門サービス業	国内外の税務リスクに対するコンサルティング	新規販路については、照会先を広げることと海外に取引に対する税務アドバイスサービスを始める
228	専門サービス業	行政書士業務	人材採用と教育
229	専門サービス業	夫婦関係修復カウンセリング	新規顧客獲得
230	専門サービス業	エステティックサロン並びに化粧品販売	体系的に新しいスタッフの導入により、新規顧客の動員見込み、新顧客の確保が売上げにつながる。
231	専門サービス業	税理士事務所	ルーティンワークの時間短縮でサービスを向上させる
232	専門サービス業	弁護士業	イソ弁、事務員ともに増やせる体力をつける
233	専門サービス業	司法書士業務	人材の登用
234	専門サービス業	社会保険労務士業	セミナー回数の増加
235	専門サービス業(土業の方)	税理士業務、FP業務、事業承継コンサルティング	社員教育を行い、私をもっと営業活動をできる様にすること
236	専門サービス業(土業の方)	不動産登記、商業登記等の登記業務、遺言書作成、相続手続、財産管理業務、債権回収、成年後見業務等	経営計画の作成、PDCAの実施
237	専門サービス業(土業の方)		もっと重要な枝葉、キーとなる取引先を増やすことが売り上げ増には重要
238	専門サービス業(土業の方)	税務会計アドバイス等	ホームページや主催セミナーの活用
239	専門サービス業(土業の方)	税理士業務	セミナーの活用 新事務所の移転
240	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士の業務	社員数が増えてきたので、これまでのように紹介による顧客開拓だけではいけないと考えて営業拡大をしていくことが重要と考えている。
241	専門サービス業(土業の方)	会計事務所	営業力アップと長時間労働の改善は相対します。売り上げをアップし、年収をふやしつつ、長時間労働を同改善するか、検討中です。
242	専門サービス業(土業の方)	税理士業	パート社員の戦力化
243	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士	見込み客への提案を積極的に行う
244	専門サービス業(土業の方)	工業製品の技術資料制作(取扱説明書、修理用マニュアル、パーツカタログ)およびソフトウェア開発	IT化(ソフトウェア開発)を拡大していく上でのIT技術者の確保
245	通信情報業		兎に角、人が足りない。
246	通信情報業	webシステム設計、提案、開発、保守/パッケージ開発、販売	取引先、消費者のニーズを知り、それを元に営業をかけて行きたい。
247	通信情報業	OA機器全般販売	社員のスキルを上げ、一人当たり生産性向上を目指す。その為にも市場動向の把握に努めユーザーニーズを掘り下げたい



248	通信情報業	広告制作業	人材の確保による営業力の強化
249	通信情報業	通信設備業	人材の育成を図る
250	通信情報業	WEB制作・運用	生産性をあげ、現状顧客の満足度アップにつなげていきたい
251	通信情報業	ソフトウェア開発	即戦力の採用
252	流通業	機械工具卸売り業	平均年齢が若くなった為、社員教育が必要。人間力、知識力アップが
253	流通業	衣服・雑貨の輸入卸売り	円安による仕入れコスト上昇による利益圧迫を解消すること。そのために、価格転嫁の努力とともに、1円たりとも無駄にしない徹底した原価管理をすること。
254	流通業	古紙の集荷・選別・加工・販売	経営方針の見直しによる全社一丸体制の確立
255	流通業	化粧品・健康食品の卸売業	大阪を新規で雇用する社員に任せて、地方への営業強化
256	流通業	印刷物加工用塗料資材販売。溶剤製造卸。	隣接分野への進出
257	流通業	締結部品卸売販売業	IT活用した営業力強化 若手雇用
258	流通業	一般用医薬品・健康食品の卸売販売	新規販路の開拓
259	流通業	機部材の販売	労働人口の減少で、新規採用が困難ですが新卒採用に力を入れる
260	流通業		業界再編における中小規模の小売店が生き残るためには、少ない売上上でいかに利益を確保するかという生産性アップに注力することがと
261	流通業	義肢装具用材料部品、一般向けインソール高機能サポーター卸売り	既存ルートや既存製品販売では先行き不安のため、小売をしてアンテナショップをつくって、新しい販売形態をつくる
262	流通業		M&Aも含めた規模拡大
263	流通業	和装卸	インターネットも刻々変わって来ています。ページの対応の頻度も早く次々となってきています
264	流通業	材木屋	社員教育により能力UPをはかり新分野へのトライを検討
265	流通業	被服販売業	在庫の最適化と販売促進
266	流通業	建築金物販売	東京オリンピックまでに東京に営業を集中する
267	流通業	保管、加工、発送まで1箇所で購入。ムダを省いてコストダウンを心がけ、管理面に力を入れている	質の良い人材の確保と監理面を強化しているので、保管荷物の預かり増を目指す
268	流通業	中古コピー機の貿易輸出、健康食品販売	新規事業について、時代のニーズに合わせて、自分達も変化しなければならぬと思い、現在は情報収集に力点を置いて動いています。
269	流通業	機械工具の販売	商品知識の更なる向上と、営業戦略としての知恵出しスキルをアップさせる。
270	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	各部門長の後継者作り。顧客のニーズにこたえる設備の検討。設備の改良。職場環境の改善
271	流通業	青果卸売業	新卒者の採用に力を入れる
272	流通業	安全衛生食品企画製造卸	11,16,18も重点
273	流通業	骨董品輸入販売業	すべての面で、さらなる成長が求められています。
274	流通業	ネジの販売	会長の退任と30~40代の採用
275	流通業	デジタル生産財の技術商社	価値の向上により希少性と模倣困難性を高める
276	流通業	製造現場用、設備機器、消耗品の販売	流通等から加工等など付加価値を高めた営業にシフトしている
277	流通業	ギフト通販事業	自社開発商品販売で粗利を稼ぎたい
278	流通業	ステンレス鋼材卸売業	人間力に依る差別化
279	流通業	水産物卸	他社にない商品、強みを持って市場に出たい
280	流通業	食品の卸、飲料販売	新事業開拓
281	その他	障害者の就労支援を中心とした福祉サービス	年間通して作業のある椎茸栽培に参入します。障害者はもちろん地域の生活困窮者の方たちの仕事づくりをして始めたいと思っています
282	その他	自社ブランドの帽子蝶ネクタイ企画製造販売	販売員教育の強化
283	その他	通信、電気工事業	品質と安全、ムダを見直す
284	その他	建築金具輸出入業	オリジナル商品の販売強化
285	その他	就労継続支援b型事業におけるクッキー焼菓子の製造販売	安定した取引を増大することで生産のバランスが取り易くなる
286	その他	デザイン広告、業務清掃、ハウスクリーニング、特殊清掃	2つの業務の連携体制
287	その他	刺繍プリント、縫製などの加工業	新規事業の展開と売上の底上げ
288	その他	一般病院	入院患者の増加、逸れに伴う医師の確保
289	その他	高校代理及び印刷業	従来の印刷物では、景気削減の為、減少が目立ち、それに代わる新しい商品が、必要の為、新商品を検討している
290	その他	屋外広告業	目先の短期的な需要については確保できているので、その対応について、人的能力を高めていくことが、次の需要減少に備えることに繋がると思っています
291	その他	青果物卸売	労働環境の整備
292	その他	漆器、木製品、日用品の輸入、卸売	輸入仕入単価の上昇分を、販売価格に上乗せするのは、大変難しい為、新製品の製造と新規取引先の開拓に力を入れています。
293	その他	看板・サインのデザイン・設計施工	正社員がいらないので、主力となる人材をバイトから順次入れていく
294	その他	OA機器販売	組織力強化

295	テキストスタイルコンバーター	弊社はお客様の要求される商品をネットワークを活かして開発することを旨としており この姿勢をしぶとく追及するのみである。
296	工場生産設備(プラント)の設計・施工	①新卒者採用と社員教育体制作り ②給与体系の見直し ③熟練技能者の技術継承
297		展示会に積極的に出展

## 特別項目1-1 新卒採用の見通し

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	総計
サービス業	11	8.5%	10	7.7%	12	9.2%	97	74.6%	130
運輸業	0	0.0%	2	15.4%	0	0.0%	11	84.6%	13
建築業	2	4.1%	4	8.2%	14	28.6%	29	59.2%	49
製造業	17	9.2%	13	7.0%	35	18.9%	120	64.9%	185
専門サービス業 (土業の方)	5	6.7%	3	4.0%	3	4.0%	64	85.3%	75
通信情報業	4	36.4%	1	9.1%	3	27.3%	3	27.3%	11
流通業	5	8.3%	4	6.7%	7	11.7%	44	73.3%	60
その他	3	10.3%	2	6.9%	4	13.8%	20	69.0%	29
(空白)	3	17.6%	2	11.8%	1	5.9%	11	64.7%	17
総計	50	8.8%	41	7.2%	79	13.9%	399	70.1%	569

①募集通り採用ができる見込み ②募集の半分は採用ができる見込み ③募集をするが採用が難しい  
④募集をしていない

## 特別項目1-2 中途採用状況

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	総計
サービス業	8	6.2%	15	11.5%	27	20.8%	80	61.5%	130
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	7	53.8%	6	46.2%	13
建築業	3	6.3%	5	10.4%	16	33.3%	24	50.0%	48
製造業	20	10.9%	22	12.0%	42	23.0%	99	54.1%	183
専門サービス業 (土業の方)	7	9.5%	5	6.8%	6	8.1%	56	75.7%	74
通信情報業	1	9.1%	1	9.1%	2	18.2%	7	63.6%	11
流通業	9	14.8%	5	8.2%	12	19.7%	35	57.4%	61
その他	3	10.3%	5	17.2%	4	13.8%	17	58.6%	29
(空白)	2	13.3%	1	6.7%	6	40.0%	6	40.0%	15
総計	53	9.4%	59	10.5%	122	21.6%	330	58.5%	564

①募集どおり採用ができている ②募集の半分は採用ができている ③募集をするが採用ができない  
④募集をしていない

## 特別項目1-3 パート採用状況

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	総計
サービス業	15	11.9%	11	8.7%	18	14.3%	82	65.1%	126
運輸業	0	0.0%	3	25.0%	0	0.0%	9	75.0%	12
建築業	1	2.3%	1	2.3%	7	15.9%	35	79.5%	44
製造業	16	8.9%	18	10.1%	19	10.6%	126	70.4%	179
専門サービス業 (土業の方)	9	11.8%	2	2.6%	7	9.2%	58	76.3%	76
通信情報業	1	9.1%	1	9.1%	0	0.0%	9	81.8%	11
流通業	8	13.6%	5	8.5%	3	5.1%	43	72.9%	59
その他	1	3.6%	5	17.9%	1	3.6%	21	75.0%	28
(空白)	2	11.8%	2	11.8%	2	11.8%	11	64.7%	17
総計	53	9.6%	48	8.7%	57	10.3%	394	71.4%	552

①募集どおり採用ができている ②募集の半分は採用ができている ③募集をするが採用ができない  
④募集をしていない

## 特別項目2-1 インバウンド消費の影響

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	総計
サービス業	15	12.1%	1	0.8%	22	17.7%	86	69.4%	124
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	6	46.2%	7	53.8%	13
建築業	3	7.0%	0	0.0%	6	14.0%	34	79.1%	43
製造業	13	7.1%	0	0.0%	60	32.8%	110	60.1%	183
専門サービス業 (土業の方)	1	1.4%	0	0.0%	9	12.2%	64	86.5%	74
通信情報業	1	9.1%	0	0.0%	1	9.1%	9	81.8%	11
流通業	8	13.3%	0	0.0%	12	20.0%	40	66.7%	60
その他	2	6.7%	0	0.0%	7	23.3%	21	70.0%	30
(空白)	2	10.0%	1	5.0%	1	5.0%	16	80.0%	20
総計	45	8.1%	2	0.4%	124	22.2%	387	69.4%	558

①プラスの影響があった ②マイナスの影響があった ③わからない ④影響なし

## 特別項目3-1 今期の見通し

業種	①	割合	②	割合	③	割合	総計
サービス業	65	49.2%	51	38.6%	16	12.1%	132
運輸業	6	42.9%	6	42.9%	2	14.3%	14
建築業	26	52.0%	22	44.0%	2	4.0%	50
製造業	80	41.9%	86	45.0%	25	13.1%	191
専門サービス業 (土業の方)	51	66.2%	21	27.3%	5	6.5%	77
通信情報業	5	45.5%	5	45.5%	1	9.1%	11
流通業	40	65.6%	16	26.2%	5	8.2%	61
その他	15	50.0%	9	30.0%	6	20.0%	30
(空白)	15	75.0%	3	15.0%	2	10.0%	20
総計	303	51.7%	219	37.4%	64	10.9%	586

①黒字 ②収支トントン ③赤字

## 特別項目2-2 インバウンド消費記述

(1)1業種	(1)2業務内容	特別項目インバウンド消費記述
1 サービス業	社交ダンス練習場・ダンス教室・ドレス練習着販売	毎年8月にプロフェッショナルを対象にスマートレーニングキャンプを開催しているが、昨年は韓国人1組だったのが今年度は10組の参加あり。韓国・台湾への開空LCCの就航により安く大阪に来れるようになった背景があり。金額的には東京・大阪間の新幹線代と変わらない料金で来ている。サマーキャンプに参加する費用だけでなくせっかくな来たのだからということで、練習着、シューズの購入もあり売上が上がった。
2 サービス業	広告企画・デザイン、販促企画	中国観光向けのイベント開催の広告、新規獲得
3 サービス業	webサイト制作	観光地のお店の売上が上がった
4 サービス業	税務・会計業務、医業・社会福祉法人会計、相続税の相談・申告、経営相談	海外取引、留学生、在留者は増えている実感はあるが、消費までは一部ではないか
5 サービス業	商業デザイン	インターシップ生の採用により新卒採用の見込みがたった
6 サービス業	webサイト制作	翻訳の仕事が増えた
7 サービス業	宅建業、仲介、不動産コンサル、内装請負	外国人の新規事業に関わる依頼が増えている
8 サービス業	記帳代行	お客様の業績向上
9 サービス業	産業廃棄物処理業	生産の増加
10 サービス業	不動産業	中国からの不動産希望が増加
11 サービス業	ルーター・HUBの設置・設定	有料放送が売れない
12 サービス業	人材派遣、職業紹介、業務請負	象印の炊飯器が売れているため生産での依頼が増えている。
13 サービス業	ホテル経営、レストラン経営	海外宿泊客の増加
14 サービス業	FC加盟店の運営	来店比率は上がったが、特別な利益増には繋がっていない
15 サービス業	美術展企画、運営、出版業、画廊運営	銀座で運営している画廊では多少影響あり(購買者あり)
16 建築業	不動産の総合コンサル、デベロップ、企画、売買仲介	海外の投資が増えた
17 製造業	繊維製品の輸出入製造卸	海外の観光客が製品を評価して購入しているようだが、これからも続くのかは不明。
18 製造業	光学硝子製造業および部品製造販売業	一部弱電メーカーの部品が増えている。
19 製造業	焼き菓子製造卸	アジアの観光客が買う製品が、当社事業製品がその分野に含まれている。卸先の問屋さんからの依頼で、商品の案内をして、売上げが増えている。また、お土産ルートからの問い合わせ、販売が増えている。
20 製造業	菓子製造卸	土産物の売上げ増加
21 製造業	清酒製造	市内のおみやげ店での売上増加
22 製造業	マークの製造、プレス加工	家電品の部品を扱っており、昨年ぐらいから大幅に数量が増え、売上に貢献している。
23 製造業	食品軟包装資材(フィルム)企画製造販売	化粧品関連がドラッグストアで売上げがUPした。
24 製造業	建築金物製造販売	外国人の興味ある商品(レンタル)を展開している⇒海外旅行者の増加
25 製造業	CNC自動旋盤による金属切削加工	金属切削加工は関係ない
26 製造業	プラスチック金型の製品部の加工	その人の個性による
27 専門サービス業	行政書士業務	外国人増加による手続きの増加
28 専門サービス業	税理士事務所	開業1年目のため、前期比較できません
29 通信情報業	店のデータ処理	間接的に影響があった
30 流通業	化粧品・健康食品の卸売業	中国の酵素ブームに乗って中国人が購入されています。
31 流通業	和装卸	対面販売していないので分かりません
32 流通業	企業・工場向け生産財の販売	来日外国人はお客様の対象ではない
33 流通業	青果卸売業	観光客が外食をするので注文が増えます
34 流通業	骨董品輸入販売業	2,3の商談(小口)が決定しました。
35 流通業	ギフト通販事業	直接販売を行っていないので、恩恵は受けられなかった
36 その他	自社ブランドの帽子蝶ネクタイ企画製造販売	大丸京都店で中国からの観光客に少し売れている
37 その他	CVS	売上アップ
38 その他	屋外広告業	店舗などの小売のリニューアルにつながるの直接的な反応はわからないが好転につながっていると思われます
39		中国人の爆買
40		
41	卸売・小売業	百貨店の売上が上がっている。