

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10月～12月期）

期間：2015年11月10日～2015年12月10日

対象者：2607名

回答数：670名

P1：大阪産業構造研究会コメント

P4：アンケート原紙

P5：DI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）

P19：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）

P21：売上増加の要因（選択・記述）

P26：売上減少の要因（選択・記述）

P29：設備投資・経営上の課題（選択）

P30：今後の力点（選択・記述）

P41：特別項目集計

大阪産業構造研究会部長	三木得生
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

## 引き続きしぼむ期待、会員企業にひろがる「景気の先行き悪化」の不安 経済環境の変化に対応できる一層の創意工夫を

### 今回の調査のポイント

- ・ 全体として堅調な業績
- ・ 業種によるばらつき・悲観的な景況感・低調な設備投資意欲に関する懸念
- ・ 人材不足が大きな課題になっている。

#### 1. データについて

今回（2015年10月～12月期）の景況調査データは、2015年11月10日～12月10日の間に回収されたものである。対象者2,607名に対し回答数は670名、回収率は25.7%であった。

#### 2. 大阪同友会会員企業の景況について

##### (1) D I 値の推移

D I 値の推移から、売上、利益、景況感（現在・先行き）、資金繰り、設備投資、採算状況について、それぞれ確認していこう。

##### 1) 売上・利益動向

まず、売上動向であるが、全体としては堅調な結果となっている。対前期比では前期（7月～9月期）の10.8に対して、今期は17.3と+6.5ポイントの増加である。2014年度と同様、10月～12月期の例年通りの結果である。前年同月期との比較では、2014年の10.9に対し、10.0であり、ほぼ同様の結果となっている。

次に利益動向であるが、全体としてはこれも売上動向と類似の傾向を示している。前期（7月～9月期）との比較では、4.5から10.7へと+6.2ポイントの増加である。なお、昨年は、6.3から6.5（+0.2ポイント）の微増であった。前年同月期比についてもまた、昨年の0.8よりも4.2ポイント高い5.0という結果となっている。景況調査を開始した2011年以降、2011年-7.9→2012年-4.7→2013年9.7→2014年0.8→2015年5.0と、ほぼ一貫して数字は改善傾向にある。2013年第4四半期は抜きんでて高いが、これは2014年4月の「消費税増税前の駆け込み需要による影響」

を考慮する必要がある。

以上のように、売上・利益動向ともに会員企業の健闘を示す結果となっており、積極的に評価することができる。しかしながら、業種間のばらつきが存在していることも確認しておかなくてはならない。とりわけ、それは利益動向の前年同月期比において顕著であり、製造業では-8.7（前年 -4.1）、通信情報業では-7.7（前年-18.8）となっている。とりわけ会員企業の多くを占める製造業（景況調査の回答数も最多の32%を占める）の今後の推移は注視する必要がある。

## 2) 景況感

景況感もまた懸念材料である。売上・利益動向とは対照的に、現在の景況感は前期（7月～9月期）とほぼ同様にマイナス9.6と悪く、さらに景気の先行きに関しては、前期のマイナス5.4からマイナス8.9へと悪化しているのが特徴である。大企業の好業績が伝えられる中、多くの同友会会員企業にとって、景気の先行きは悲観的に映っている。現在／先行きともに、製造業（-15.4／-17.4）と流通業（-18.9／-18.5）でその傾向は顕著である。サービス業（-8.5／-5.8）でも同様の傾向が確認される。

## 3) 資金繰り・設備投資・採算状況

資金繰りD Iは、前回調査の-4.5よりも悪化して-7.0という結果となっている。建築業の-17.5が際立つ。ただし、これは例年の傾向でもあり、季節的な要因も加味するべきであろう。

次に、設備投資D Iであるが、その他のD I値と比べて飛び抜けて低い水準である。全業種で-23.4、通信情報業と建築業に至ってはそれぞれ-63.4と-53.6という結果である。製造業の1.0と建築業の0を除くすべての業種で二ケタのマイナスである。詳細を見ると、設備投資計画が「今期中にある（1年以内）」とした回答は全体で26.6%であり、運輸業36.8%と製造業37.9%で比較的高い結果となっている。これに対し、「ない」とする回答は全体で50%を占める。とりわけ、通信情報業78.6%と建設業64.3%において、設備投資意欲が低い。2014年第1四半期以降、低調な設備投資D Iに改善は見られない。リスクを避け、何とかしのいでいる会員企業の状況が伺える。

とはいえ、景況感ならびに以上みてきたD I値の動向に反して、採算状況は非常に良好である。D I値は、32.1であり、黒字46.5%、収支トントン39.1%であり、赤字は14.4%にとどまる。すべての業種で黒字の回答が4割以上を占めている（「その他」のみ35%）。売上・利益動向ならびに景況感において今後の推移が懸念される製造業に関しても、D I値は22.8と良好である。

景況感が悪く、さらに景気の悪化が危惧される中で設備面での投資を抑えつつ、創意工夫を凝らして利益を確保している状況が見て取れる。

## (2) 売上動向の要因

全体としては堅調な売上動向だが、売上増加と売上減少の要因についてそれぞれ確認しておこう。

まず、前年同月期比でみた売上増加の要因の上位5位は、次のとおりである。すなわち、①「営業力の強化・拡大」24%、②「新規販路・新分野の開拓」17.8%、③「技術力、サービスの強化」12%、④「人材育成・採用の強化」11.8%、⑤「高付加価値化」8.7%、と続く。

自由記述では、「新商品のIH土鍋が好調。営業では導入事例集をまとめて問屋中心にアプローチを強化（製造業：IH用厨房機器）」、「社員に仕事を任せていった（運輸業）」など、新商品開発と営業力の強化、社員のモチベーション増加などの回答があった。また中には、「外国人観光客

増・・・社員教育（営業脳へチェンジ）（サービス業：ホテル経営）」など、観光関連需要の拡大を挙げる回答もあった。

これに対し、売上減少の要因の上位5位は、次の通りである。①「国内需要の減少」35.8%、②「他社との競合状態の悪化」21.8%、③「販売・受注価格の減少」18.7%、④「その他」7.3%、⑤「輸出の減少」5.7%である。需要の減少が最も大きな要因である。ただし、運輸業のように「国内需要の減少」が0%であり、代わって「他社との競合状態の悪化」が66.7%と際立っている業種もあった。

自由記述に個別の状況を探ると、「主要取引先の投資額減少（サービス業：看板・デザイン）、「客単価の減少（サービス業：ペットの葬儀）」、「忙しい時期に営業をおろそかにしている。展示会に出ることで満足し、フォローがやり切れていない（製造業：アルミ製品の企画・製造・販売）」、「中国経済の減速の影響（製造業：金属熱処理）」、「中国経済の低迷（製造業：金属リサイクルの加工、照明器具組み立て加工）」、「廃業する会社が増えた（専門サービス業：税理士）」「中小企業の経営悪化、廃業（専門サービス業：税理士）」などの声が聞かれた。業種によって事情は様々であるが、国内需要の縮小ないしはデフレによる単価の切り下げに加えて、中国経済の減速が要因として考えられる。

### （3）経営上の問題点・対応策

まず、現在の経営上の問題点の上位3位（複数回答：3つまで選択可）は、次のとおりである。①「従業員の確保」13.7%（通信情報業25%、運輸業22.2%、建築業18%）、②「社員教育」12.6%（通信情報業25%を除く業種では、平均並み）、③「民間需要の停滞」10.4%と続く。前回調査では特別項目で人材採用について問い、人材確保に苦心する状況が明らかになったが、今期も引き続き同様の課題が確認される。

次に、今後の予定も含めた経営上の力点について、上位3位（複数回答：3つまで選択可）までを見ると、①「営業力の拡大」が21.6%で群を抜いており、次いで②「社員能力のアップ」13.2%、③「人材の採用」10.6%と続く。

### 3. 特別項目について

昨年と同じく、冬季賞与の予定について尋ねた。支給する企業が63.3%で支給しない企業の16.6%を大きく上回った。支給企業の割合は、業種によって5割程度（サービス業／専門サービス業）から74.5%程度（製造業）までの幅があるが、全体としては、昨年の55%と比べると+8.3ポイントの増加である。冬季賞与の金額については、前年と同額が半数を占めるが、3割が増額すると回答し、減額は1割にとどまった。

（文責：大阪市立大学大学院創造都市研究科・准教授 立見淳哉）



【1】 業種・生産形態について

(1) 貴社の業種を1つお選び下さい

1. 製造業 2. 建築業 3. 通信情報業 4. 運輸業 5. 流通業（小売・卸含む） 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10月～12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(7～9月)： 増 ・ 横 ・ 減	前年同期比： 増 ・ 横 ・ 減
②利益	前期比(7～9月)： 増 ・ 横 ・ 減	前年同期比： 増 ・ 横 ・ 減
③採算	黒字 ・ 収支トントン ・ 赤字	
④景気動向	好転 ・ 横ばい ・ 悪化	⑤次期景況感 好転 ・ 横ばい ・ 悪化
⑥資金繰り	楽 ・ 普通 ・ 苦しい	
⑦銀行の対応	好転 ・ 悪化 ・ 変化なし	

(2) 売上の増加と減少の原因について

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

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

②売上増につながったと思われる取組の中身について詳しく記入してください

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

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

④減少の特徴、原因を詳しく記入して下さい

【3】 経営上の問題点・対応策について

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

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

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

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

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

(4) 力点について具体的にご記入下さい

特別項目

1) 冬季賞与について

①冬季賞与の予定について

1. 支給する 2. 支給しない 3. 未定 4. 該当なし

②前年度の冬季賞与との比較について

1. 増額 2. 同額 3. 減額 4. 昨年は支給していない

# 大阪同友会定点景況調査集計2015年10月～12月期

期間:2015年11月10日～12月10日

**670名回答**

(サービス業:144名 運輸業:21名 建築業:63名 製造業:216名 専門サービス業:81名  
通信情報業:14名 流通業:96名 その他:21名 空白:14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	4期
サービス業	21.1	19.3	13.8	15.9
運輸業	7.7	-5.6	-7.1	33.3
建築業	4.7	13.5	11.5	22.6
製造業	0.6	-8.0	-0.5	13.3
専門サービス業	34.4	19.2	32.9	21.5
通信情報業	50.0	-25.0	-33.3	21.4
流通業	-1.6	20.0	18.8	19.1
統計	10.8	7.2	10.8	17.3

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	4期
サービス業	15.8	19.2	7.8	10.4
運輸業	16.7	7.1	7.7	30.0
建築業	10.0	8.7	19.1	3.3
製造業	1.2	-9.5	5.9	2.0
専門サービス業	38.3	30.3	39.2	34.2
通信情報業	37.5	-14.3	-16.7	-7.7
流通業	1.7	28.8	13.3	3.3
統計	12.5	10.6	13.1	10.0

## (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	4期
サービス業	14.3	22.1	11.0	8.6
運輸業	7.7	-5.6	7.1	45.0
建築業	4.8	0.0	-1.9	11.1
製造業	-9.1	-16.6	-6.1	5.7
専門サービス業	30.2	8.2	25.0	11.4
通信情報業	50.0	0.0	8.3	14.3
流通業	-14.8	21.4	4.7	17.9
統計	3.5	3.3	4.5	10.7



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

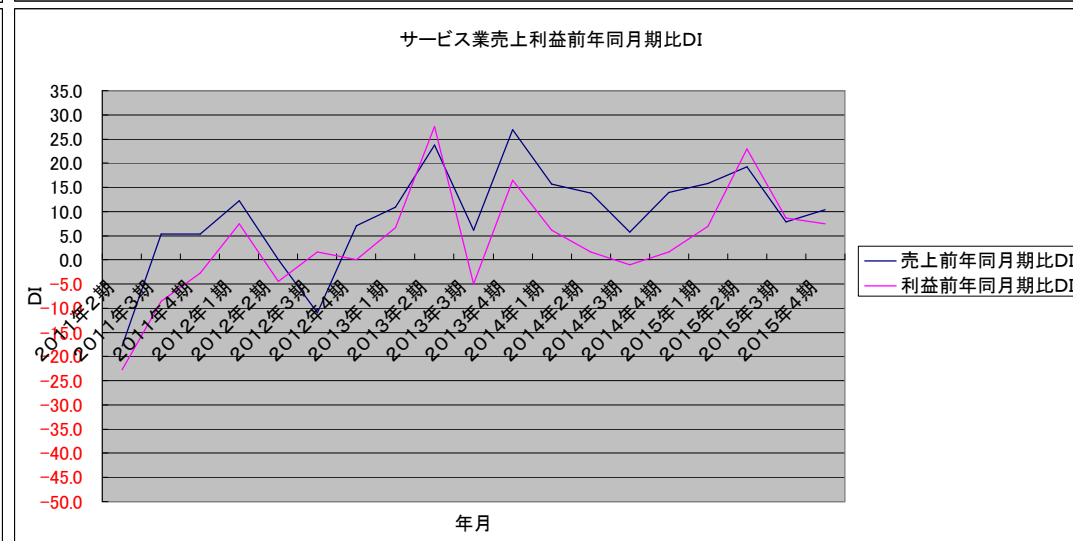
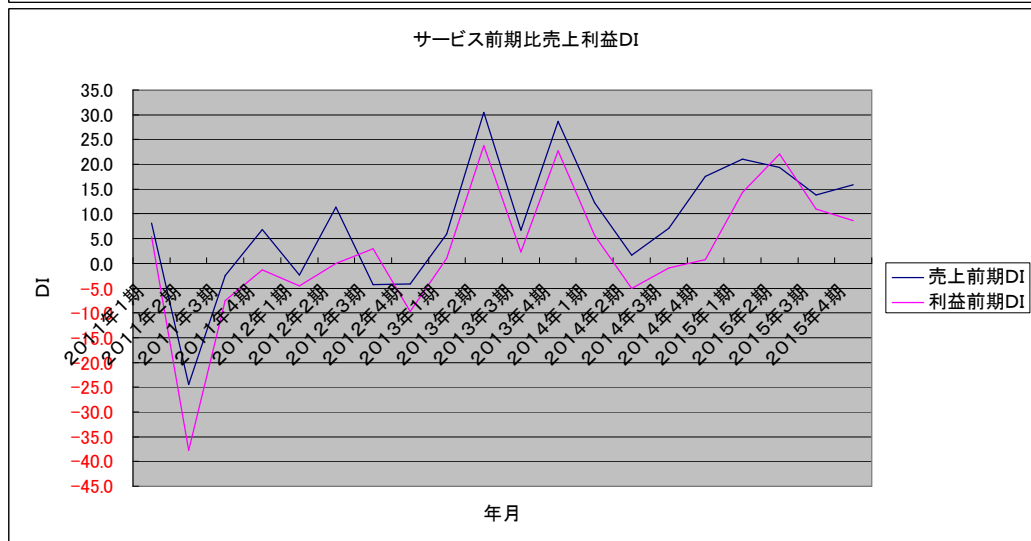
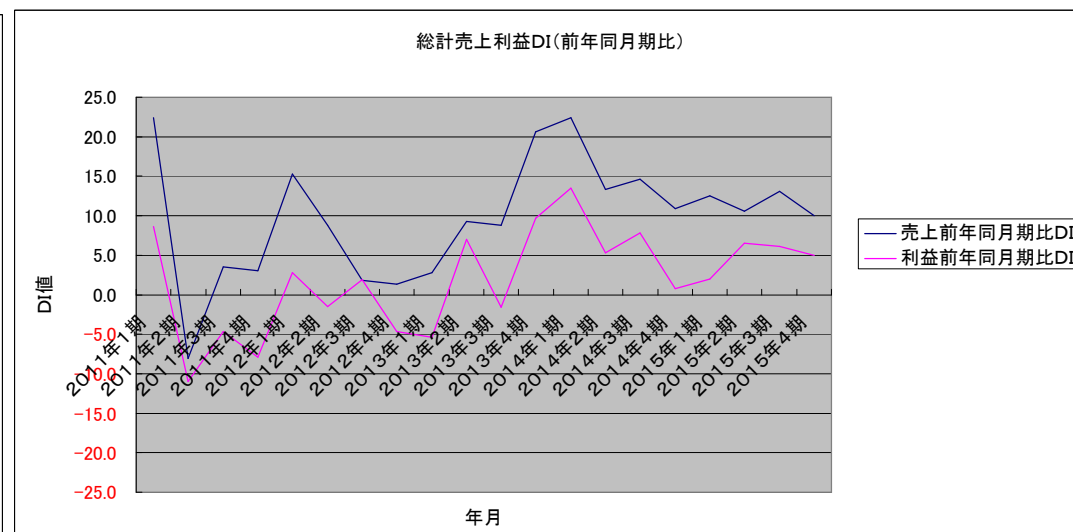
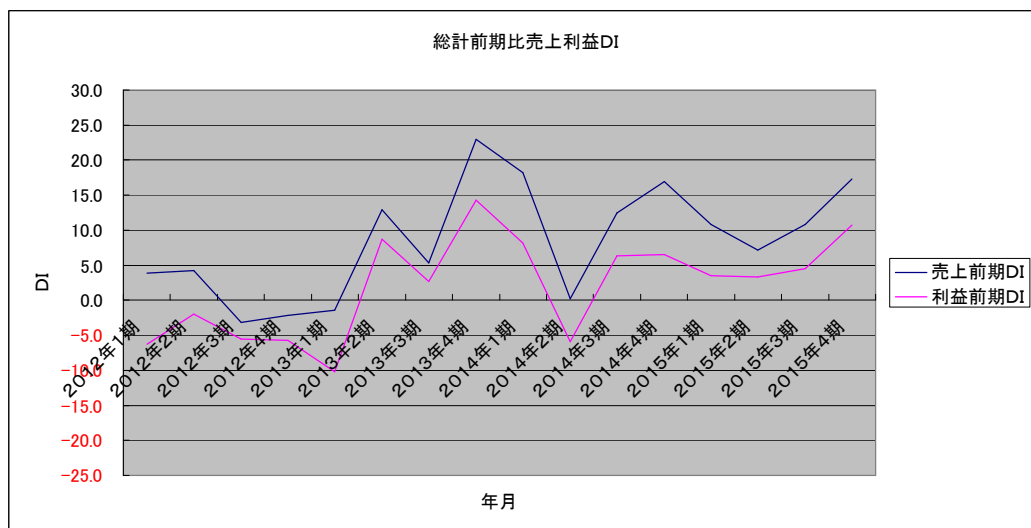
	1期	2期	3期	4期
サービス業	6.7	27.6	-5.0	16.4
運輸業	7.1	50.0	-16.7	11.8
建築業	-13.3	4.2	-7.5	3.0
製造業	-11.8	-16.5	-9.8	4.1
専門サービス業	21.6	36.6	34.7	12.1
通信情報業	0.0	20.0	27.3	20.0
流通業	-23.9	2.6	-19.6	-4.4
統計	-5.4	7.0	-1.6	9.7

2014年

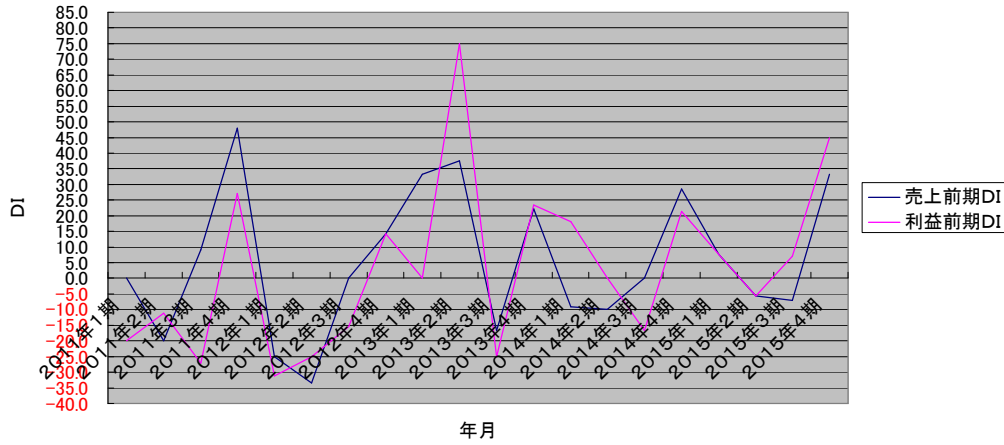
	1期	2期	3期	4期
サービス業	6.1	1.7	-1.0	1.7
運輸業	45.5	11.1	0.0	21.4
建築業	28.9	5.7	27.5	14.6
製造業	15.3	8.4	3.4	-4.1
専門サービス業	18.6	41.5	28.3	19.6
通信情報業	50.0	0.0	8.3	-18.8
流通業	13.5	-16.4	8.8	-18.8
統計	13.5	5.3	7.8	0.8

2015年

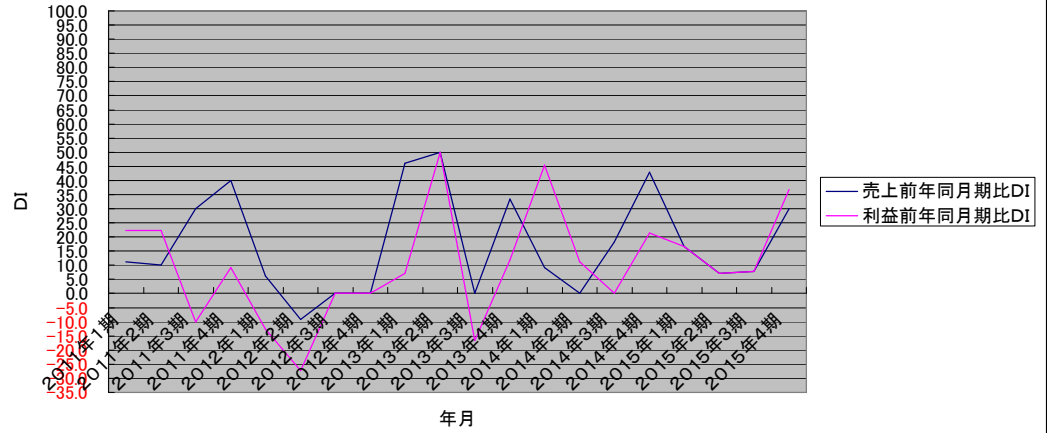
	1期	2期	3期	4期
サービス業	6.9	22.9	8.6	7.5
運輸業	16.7	7.1	7.7	36.8
建築業	5.0	-2.4	2.1	3.2
製造業	-11.8	-18.0	-4.8	-8.7
専門サービス業	31.7	20.9	35.1	27.3
通信情報業	37.5	0.0	8.3	-7.7
流通業	-15.3	24.2	5.0	3.3
統計	2.0	6.5	6.1	5.0



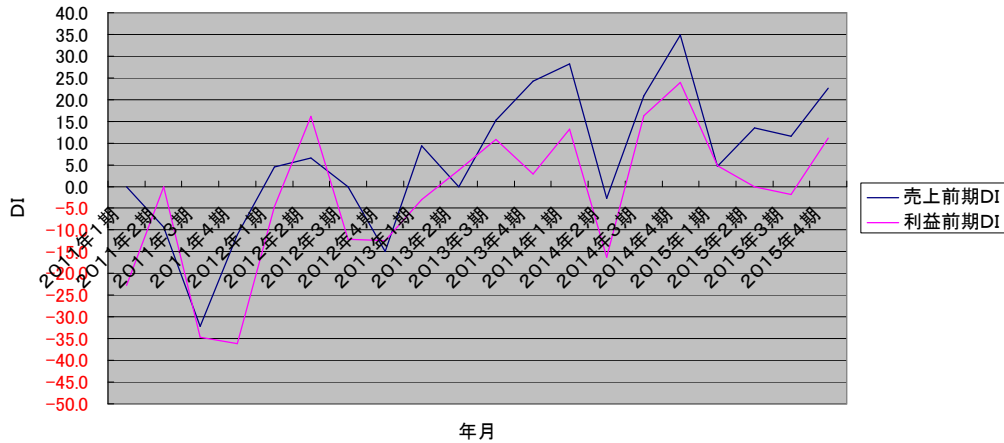
運輸業売上利益前期比DI



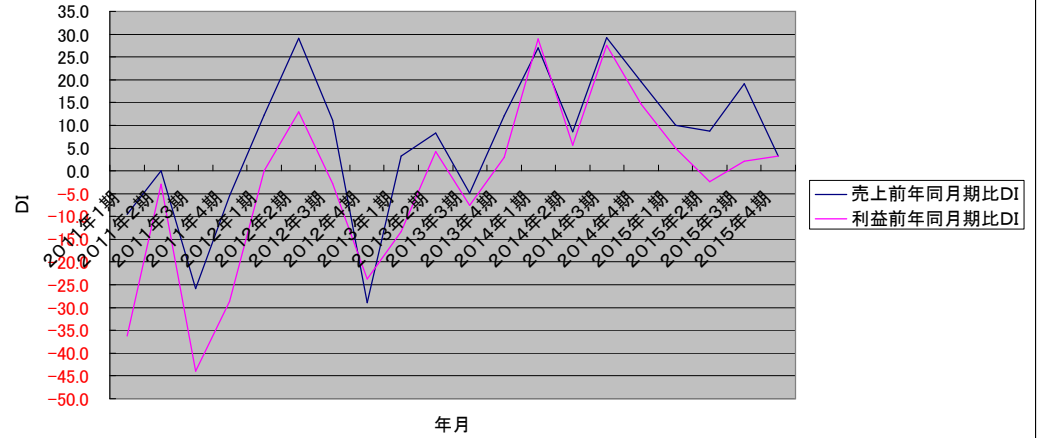
運輸業売上利益前年同月期比



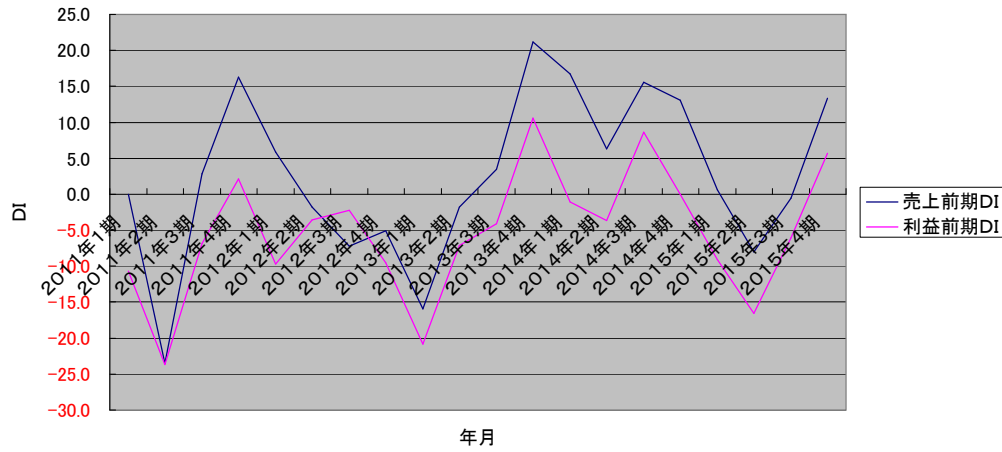
建築業売上利益前期比DI



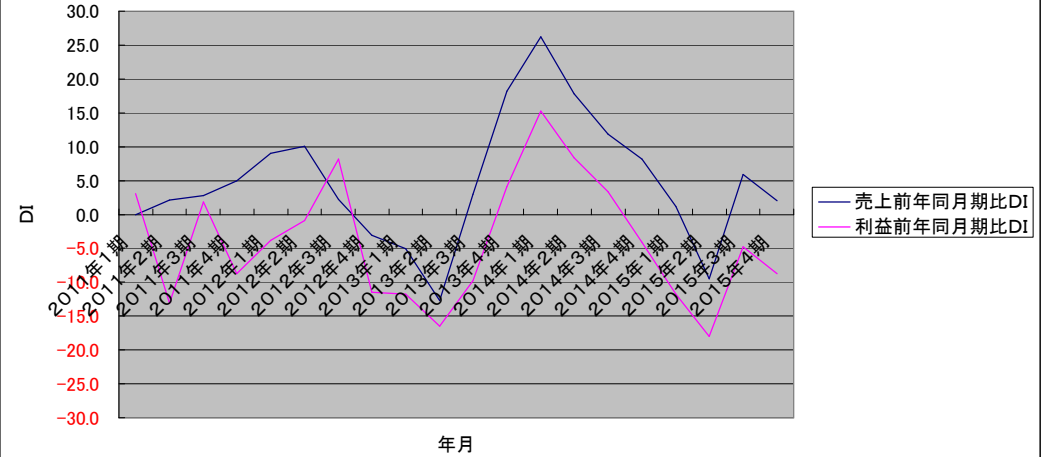
建築業売上利益前年同月期比DI



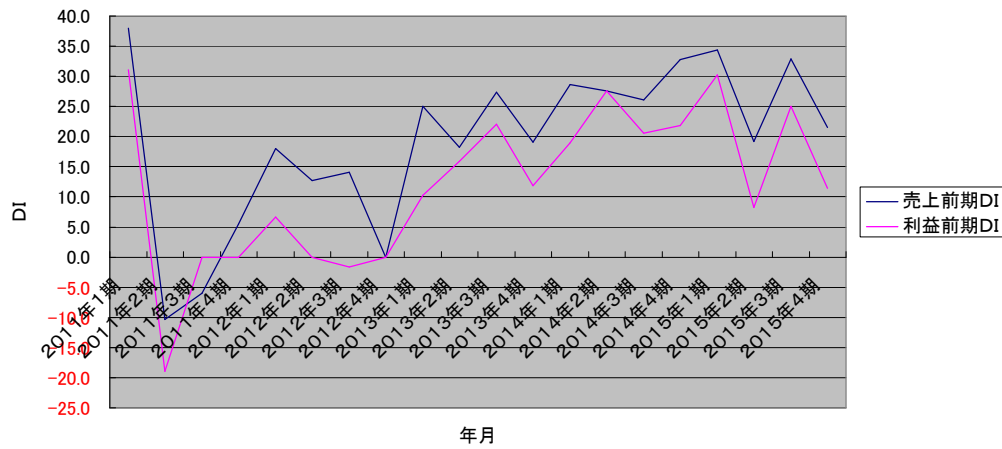
製造売上利益前期比DI



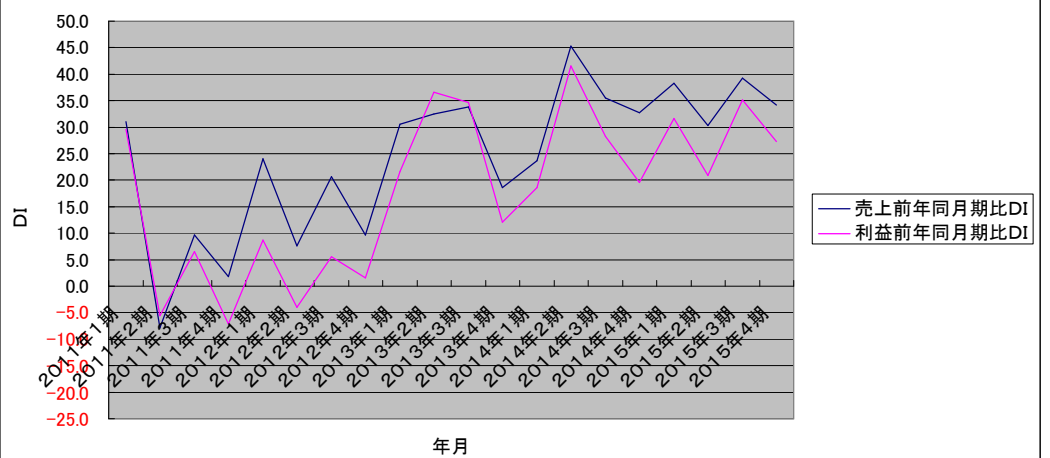
製造業売上利益前年同月期比DI



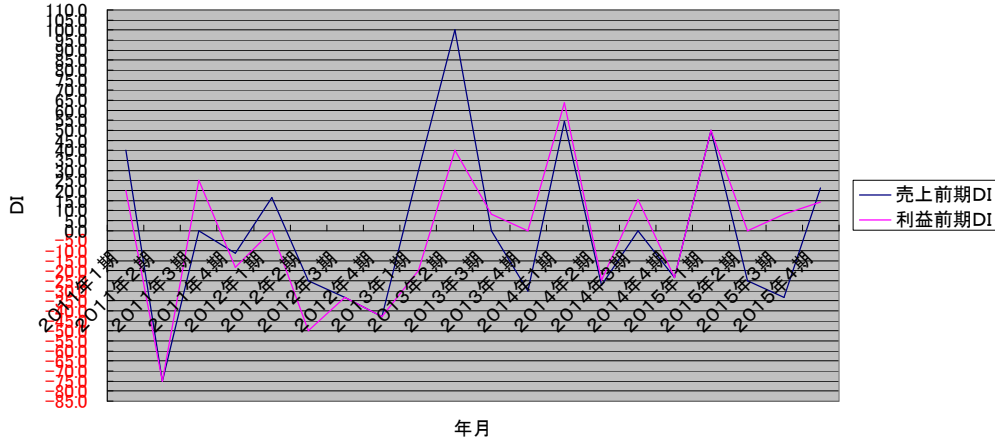
専門サービス売上利益前期比DI



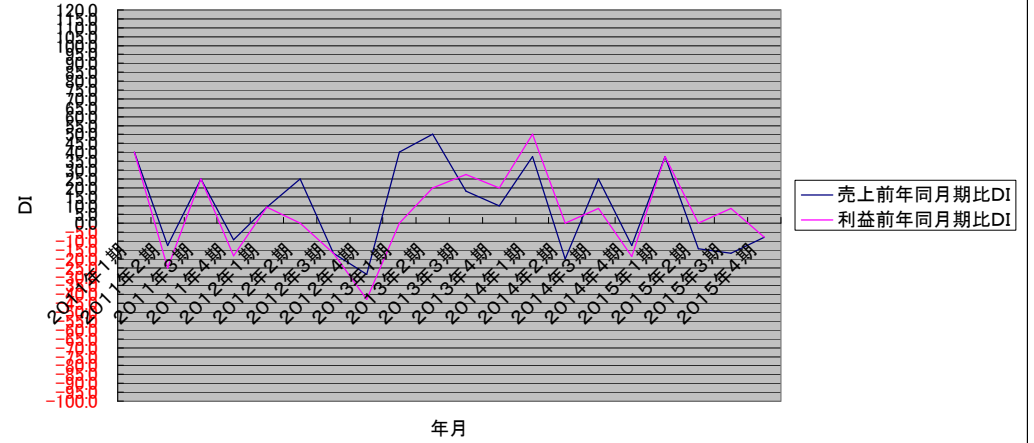
専門サービス売上利益前年同月期比DI



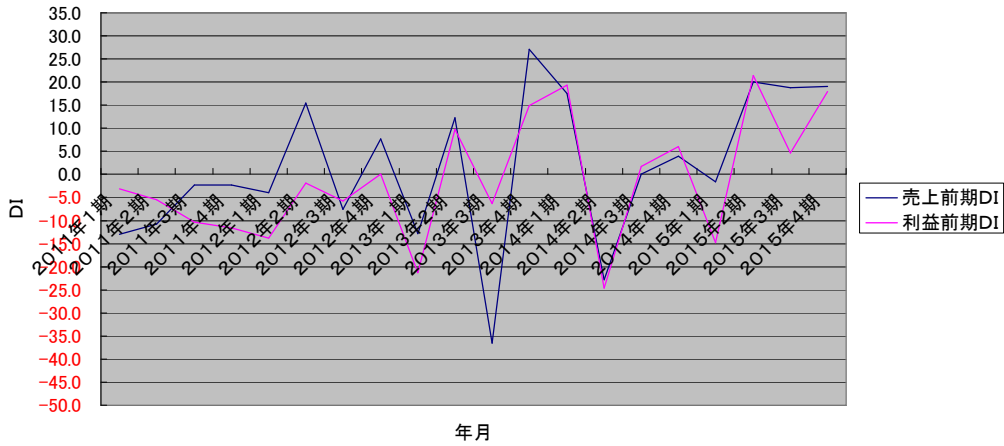
通信情報売上利益前期比DI



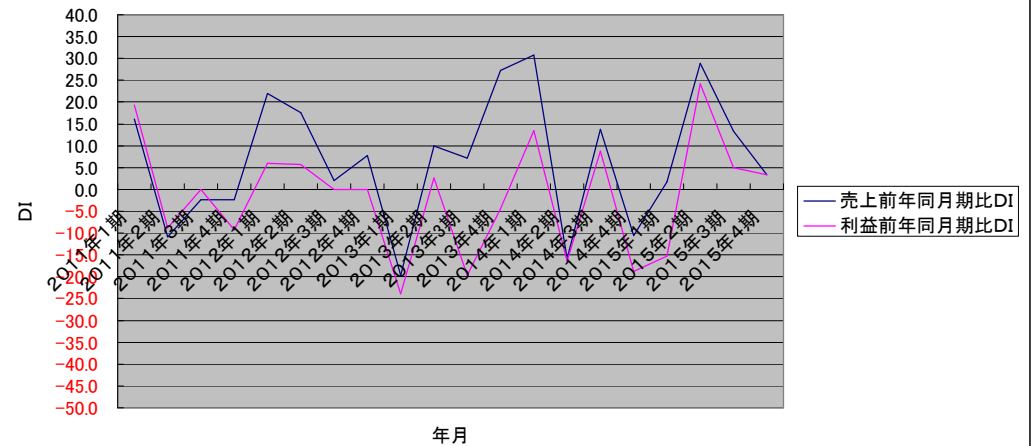
通信情報売上利益前年同期比DI



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	2015年4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	-8.5
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	0.0
建築業	22.6	4.0	-2.7	22.6	46.2	-2.7	9.1	8.7	11.6	9.8	-13.5	0.0
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	-15.4
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	2.5
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	-7.1
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	-18.9
統計	2.6	-8.5	-4.3	6.4	30.4	0.4	-6.1	-13.2	1.2	-5.9	-9.7	-9.6

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	2015年4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	-5.8
運輸業		62.5	-16.7	-5.3	9.1	-20.0	7.7	-7.1	-16.7	-7.1	-15.4	0.0
建築業		13.0	16.7	22.6	20.0	3.0	4.8	0.0	-4.9	12.8	-2.0	1.6
製造業		1.0	5.5	3.5	-8.2	16.0	-3.4	-17.5	5.3	-1.7	-6.4	-17.4
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	-2.7
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	7.7
流通業		-5.6	-6.8	0.0	-9.5	1.8	-12.1	-33.3	1.7	-4.6	-17.5	-18.5
統計		5.6	10.6	6.4	-6.9	8.9	-0.4	-13.2	4.5	1.6	-5.4	-8.9

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	2015年4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	-5.6
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	-4.8
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	-17.5
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	-7.5
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	-2.6
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	0.0
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	-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	-7.0

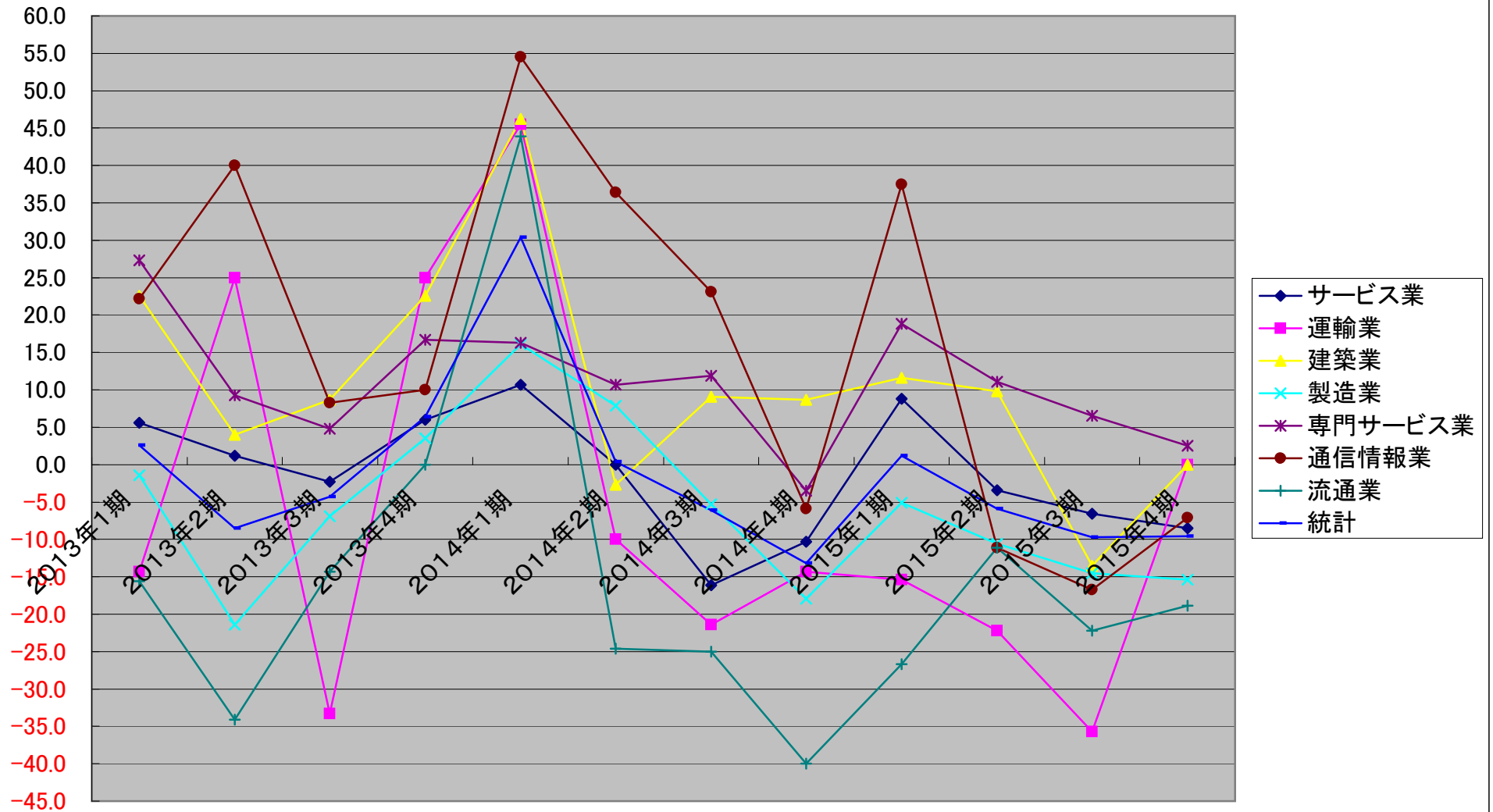
設備投資DI推移

	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	2015年4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	-38.0
運輸業	14.3	75.0	23.1	46.7	n	-40.0	30.8	0.0	9.1	-21.4	27.3	0.0
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	-53.6
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	1.0
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	-36.8
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	-64.3
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	-33.3
統計	-20.2	-23.8	-8.3	0.6	-16.6	-23.1	-16.8	-26.8	-17.1	-24.1	-19.7	-23.4

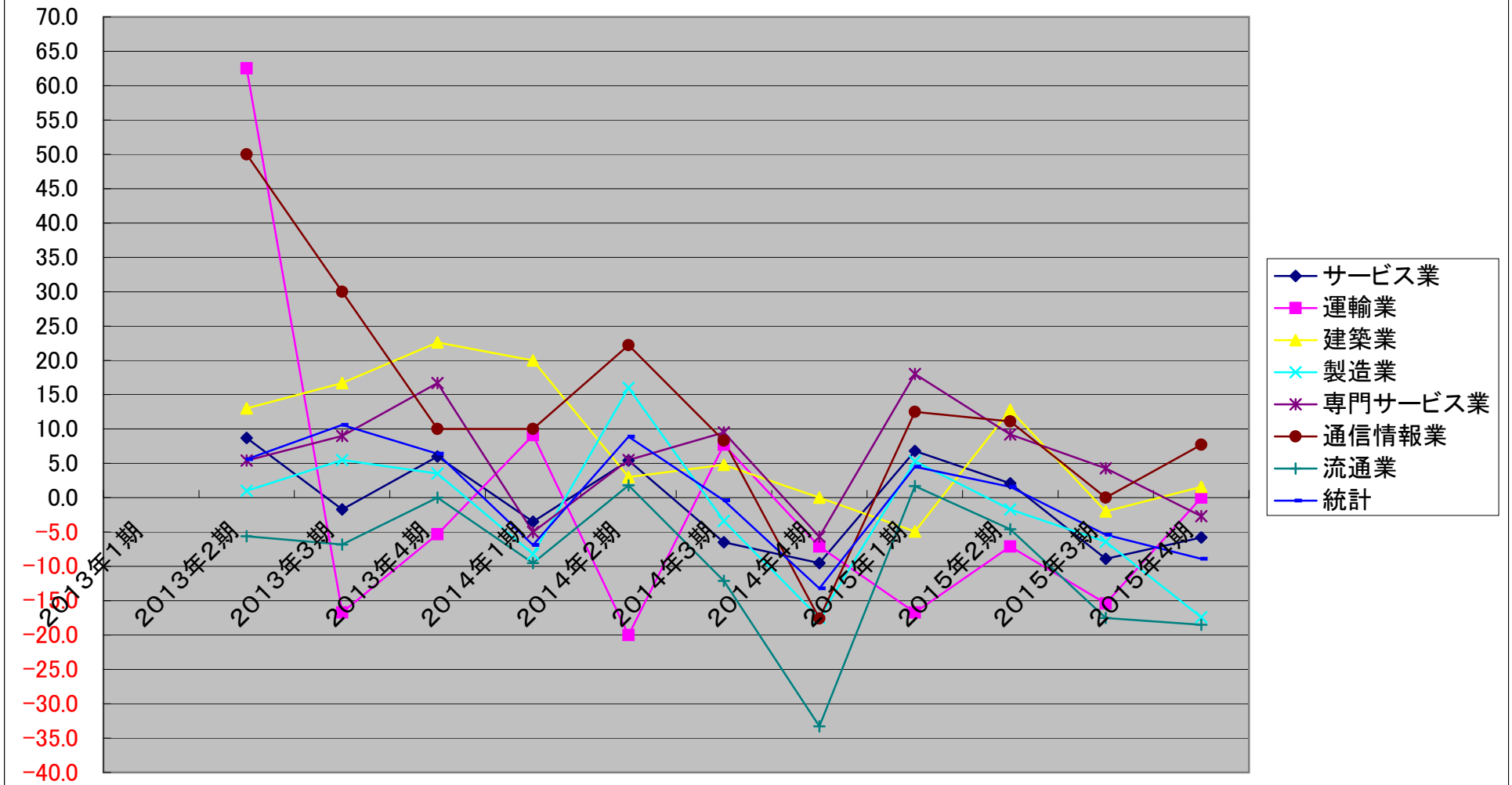
採算状況DI

	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	2015年4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	32.4
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	57.1
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	28.6
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	22.7
専門サービス業	35.9	33.3	39.0	24.3	27.4	56.1	42.7	43.9	55.6	37.8	53.2	43.8
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	25.0	57.1
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	35.8
統計	18.5	19.3	19.7	23.1	30.4	27.7	30.7	28.7	32.7	27.4	25.1	32.1

### 景況感DI

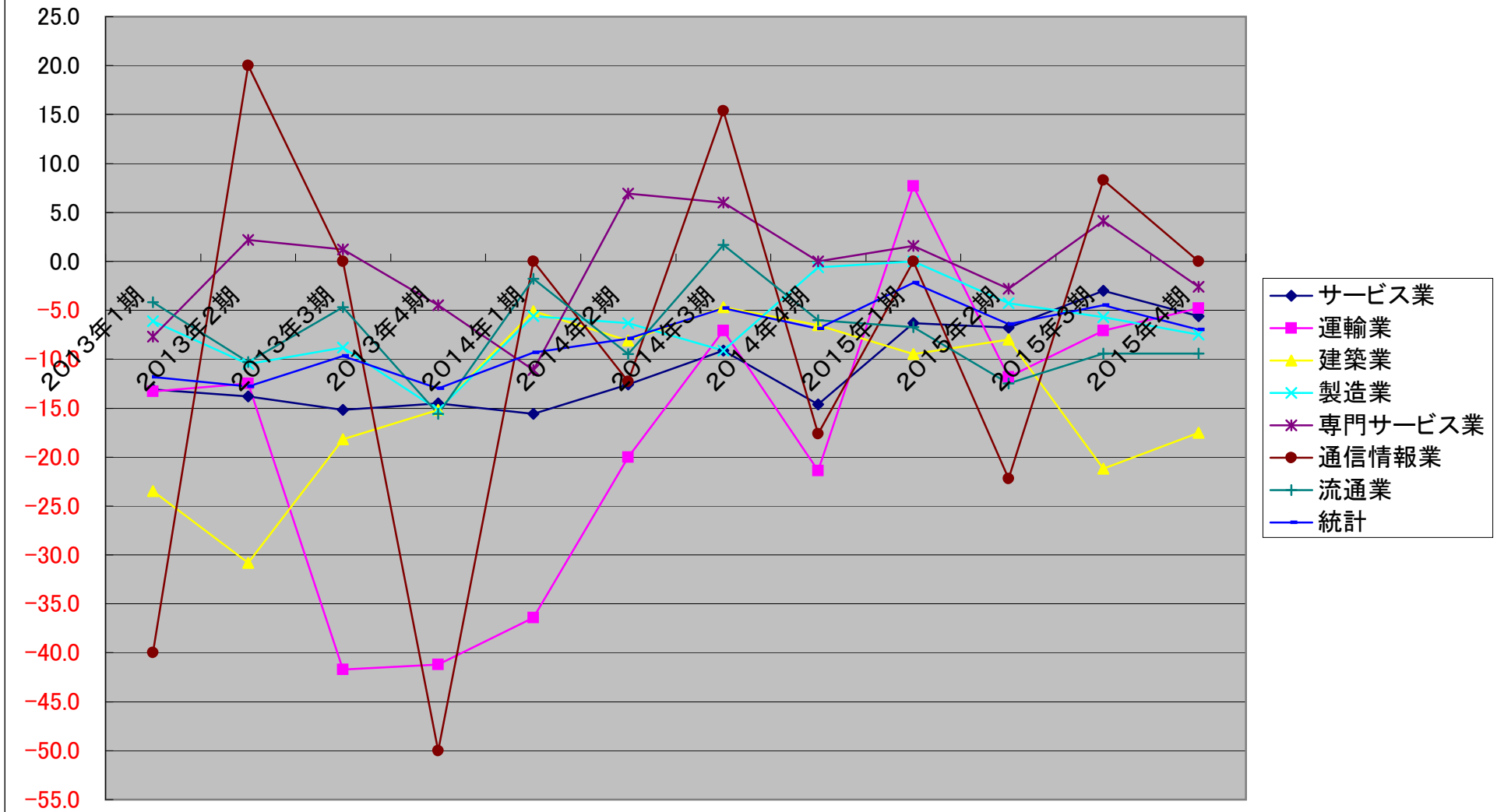


先行きの景況感DI推移

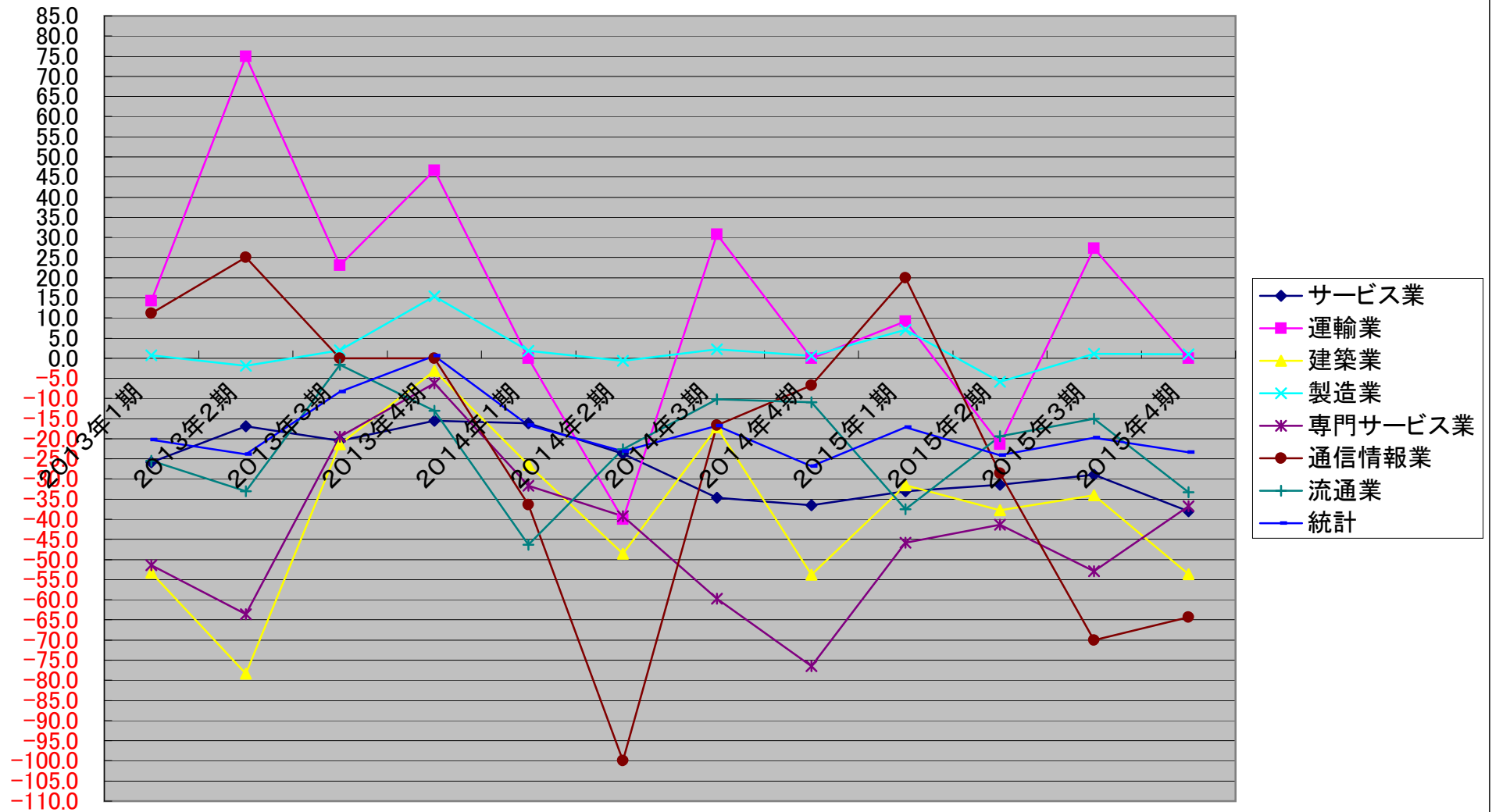




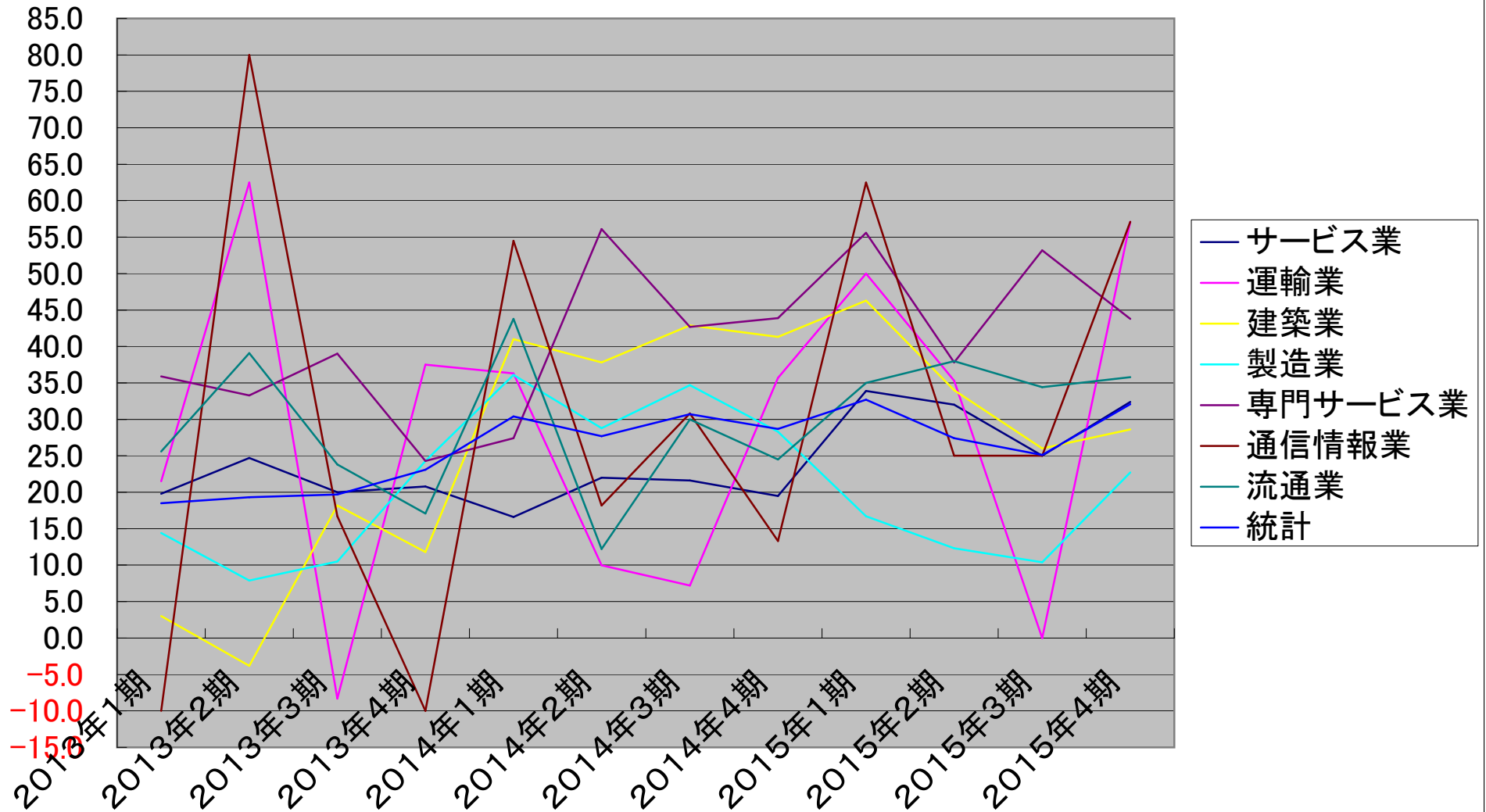
### 資金繰りDI



### 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	47	34.1%	66	47.8%	25	18.1%	138
運輸業	9	42.9%	10	47.6%	2	9.5%	21
建築業	26	41.9%	24	38.7%	12	19.4%	62
製造業	78	37.1%	82	39.0%	50	23.8%	210
専門サービス業 (土業の方)	28	35.4%	40	50.6%	11	13.9%	79
通信情報業	4	28.6%	9	64.3%	1	7.1%	14
流通業	36	38.3%	40	42.6%	18	19.1%	94
その他	7	33.3%	9	42.9%	5	23.8%	21
(空白)	5	35.7%	6	42.9%	3	21.4%	14
<b>総計</b>	<b>240</b>	<b>36.8%</b>	<b>286</b>	<b>43.8%</b>	<b>127</b>	<b>19.4%</b>	<b>653</b>

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	45	33.6%	58	43.3%	31	23.1%	134
運輸業	10	50.0%	6	30.0%	4	20.0%	20
建築業	20	32.8%	23	37.7%	18	29.5%	61
製造業	63	30.7%	83	40.5%	59	28.8%	205
専門サービス業 (土業の方)	35	46.1%	32	42.1%	9	11.8%	76
通信情報業	1	7.7%	10	76.9%	2	15.4%	13
流通業	27	29.7%	40	44.0%	24	26.4%	91
その他	10	52.6%	5	26.3%	4	21.1%	19
(空白)	5	35.7%	7	50.0%	2	14.3%	14
<b>総計</b>	<b>216</b>	<b>34.1%</b>	<b>264</b>	<b>41.7%</b>	<b>153</b>	<b>24.2%</b>	<b>633</b>

#### 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	43	30.7%	66	47.1%	31	22.1%	140
運輸業	10	50.0%	9	45.0%	1	5.0%	20
建築業	22	34.9%	26	41.3%	15	23.8%	63
製造業	70	33.3%	82	39.0%	58	27.6%	210
専門サービス業 (土業の方)	23	29.1%	42	53.2%	14	17.7%	79
通信情報業	4	28.6%	8	57.1%	2	14.3%	14
流通業	35	36.8%	42	44.2%	18	18.9%	95
その他	7	35.0%	8	40.0%	5	25.0%	20
(空白)	3	23.1%	7	53.8%	3	23.1%	13
<b>総計</b>	<b>217</b>	<b>33.2%</b>	<b>290</b>	<b>44.3%</b>	<b>147</b>	<b>22.5%</b>	<b>654</b>

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	42	31.6%	59	44.4%	32	24.1%	133
運輸業	11	57.9%	4	21.1%	4	21.1%	19
建築業	20	32.3%	24	38.7%	18	29.0%	62
製造業	55	26.7%	78	37.9%	73	35.4%	206
専門サービス業 (土業の方)	32	41.6%	34	44.2%	11	14.3%	77
通信情報業	2	15.4%	8	61.5%	3	23.1%	13
流通業	28	30.4%	39	42.4%	25	27.2%	92
その他	10	52.6%	5	26.3%	4	21.1%	19
(空白)	4	28.6%	8	57.1%	2	14.3%	14
<b>総計</b>	<b>204</b>	<b>32.1%</b>	<b>259</b>	<b>40.8%</b>	<b>172</b>	<b>27.1%</b>	<b>635</b>

### 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	69	48.6%	50	35.2%	23	16.2%	142
運輸業	12	57.1%	9	42.9%	0	0.0%	21
建築業	26	41.3%	29	46.0%	8	12.7%	63
製造業	85	40.3%	89	42.2%	37	17.5%	211
専門サービス業 (土業の方)	46	57.5%	23	28.8%	11	13.8%	80
通信情報業	9	64.3%	4	28.6%	1	7.1%	14
流通業	44	46.3%	41	43.2%	10	10.5%	95
その他	7	35.0%	10	50.0%	3	15.0%	20
(空白)	9	64.3%	3	21.4%	2	14.3%	14
総計	307	46.5%	258	39.1%	95	14.4%	660

### 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	19	13.4%	92	64.8%	31	21.8%	142
運輸業	2	10.0%	16	80.0%	2	10.0%	20
建築業	11	17.5%	41	65.1%	11	17.5%	63
製造業	20	9.6%	136	65.4%	52	25.0%	208
専門サービス業 (土業の方)	11	13.9%	59	74.7%	9	11.4%	79
通信情報業	2	14.3%	9	64.3%	3	21.4%	14
流通業	11	11.6%	55	57.9%	29	30.5%	95
その他	3	14.3%	17	81.0%	1	4.8%	21
(空白)	0	0.0%	9	69.2%	4	30.8%	13
総計	79	12.1%	434	66.3%	142	21.7%	655

### ⑤景況感先行き

業種	好転	割合	横ばい	割合	悪化	割合	総計
サービス業	26	19.0%	77	56.2%	34	24.8%	137
運輸業	2	9.5%	17	81.0%	2	9.5%	21
建築業	9	14.8%	44	72.1%	8	13.1%	61
製造業	25	12.1%	121	58.5%	61	29.5%	207
専門サービス業 (土業の方)	8	10.7%	57	76.0%	10	13.3%	75
通信情報業	4	30.8%	6	46.2%	3	23.1%	13
流通業	11	12.0%	53	57.6%	28	30.4%	92
その他	7	36.8%	10	52.6%	2	10.5%	19
(空白)	2	14.3%	9	64.3%	3	21.4%	14
総計	94	14.7%	394	61.7%	151	23.6%	639

### ⑥資金繰り

業種	楽	割合	普通	割合	苦しい	割合	総計
サービス業	22	15.5%	90	63.4%	30	21.1%	142
運輸業	3	14.3%	14	66.7%	4	19.0%	21
建築業	5	7.9%	42	66.7%	16	25.4%	63
製造業	26	12.1%	146	68.2%	42	19.6%	214
専門サービス業 (土業の方)	9	11.8%	56	73.7%	11	14.5%	76
通信情報業	2	14.3%	10	71.4%	2	14.3%	14
流通業	12	12.5%	63	65.6%	21	21.9%	96
その他	3	15.0%	15	75.0%	2	10.0%	20
(空白)	2	14.3%	10	71.4%	2	14.3%	14
総計	84	12.7%	446	67.6%	130	19.7%	660

## (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	22	21.6%	8	7.8%	7	6.9%	17	16.7%	10	9.8%	7	6.9%	17	16.7%	
運輸業	6	35.3%	0	0.0%	2	11.8%	1	5.9%	1	5.9%	2	11.8%	3	17.6%	
建築業	12	27.9%	7	16.3%	2	4.7%	7	16.3%	2	4.7%	6	14.0%	5	11.6%	
製造業	22	21.4%	15	14.6%	15	14.6%	18	17.5%	6	5.8%	6	5.8%	7	6.8%	
専門サービス業(土業の方)	18	27.3%	12	18.2%	3	4.5%	12	18.2%	3	4.5%	9	13.6%	6	9.1%	
通信情報	2	22.2%	2	22.2%	1	11.1%	1	11.1%	1	11.1%	0	0.0%	2	22.2%	
流通業	12	25.0%	3	6.3%	1	2.1%	13	27.1%	5	10.4%	4	8.3%	5	10.4%	
その他	5	22.7%	3	13.6%	2	9.1%	2	9.1%	2	9.1%	2	9.1%	3	13.6%	
(空白)	1	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	3	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	16.7%	
総計	100	24.0%	50	12.0%	33	7.9%	74	17.8%	30	7.2%	36	8.7%	49	11.8%	
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	6	5.9%	3	2.9%	3	2.9%	1	1.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.0%	102
運輸業	1	5.9%	1	5.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	17
建築業	1	2.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.3%	43
製造業	7	6.8%	4	3.9%	1	1.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.0%	1	1.0%	103
専門サービス業(土業の方)	1	1.5%	0	0.0%	1	1.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.5%	66
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%	9
流通業	2	4.2%	2	4.2%	1	2.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	48
その他	1	4.5%	0	0.0%	2	9.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	22
(空白)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	16.7%	6
総計	19	4.6%	10	2.4%	8	1.9%	1	0.2%	0	0.0%	1	0.2%	5	1.2%	416

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	ディスプレイ業、イベント施工	長年の結果、一つ一つが営業となる。
2 サービス業	ホテル経営	外国人観光客増の世間の追い風。営業強化。取引先変更。社員教育(営業脳へチェンジ)
3 サービス業	障害福祉サービス	障害を持つ社員の増加⇒支援費売上UP、会員企業からの受注拡大⇒通常売上UP
4 サービス業	ビルメンテナンス業	ようやくリピートの受注が増えてきた。
5 サービス業	粗品の企画、開発、販売	新商品の開発
6 サービス業	化粧品販売・エステティツ	販売月以前からの予告やオープンフェア等の活用
7 サービス業	英国フラワーアレンジメントスクール経営	webサイトの見直し、情報発信の強化
8 サービス業	自動車販売修理レンタ	レンタカー事業の拡大と地域密着の成果がでてきて、修理顧客の増大
9 サービス業	訪問介護、デイサービス	サービスの多様化で需要に応えた
10 サービス業	訪問介護	接客・接遇を徹底的に行う
11 サービス業	記帳代行、コンサルタント	新規顧客獲得
12 サービス業	比内地鶏専門店、調理業務全般、配膳業務	新しい仕入れルートの強化、コスト見直し、広告の拡大
13 サービス業	介護事業	新規事業所の開設
14 サービス業	介護サービス業	今年3月openした店舗の売上up
15 サービス業	商業デザイン	マンパワーの拡大による生産性のup
16 サービス業	人材育成(研修、講座、カウンセリング)	販路の増加
17 サービス業	中小製造業の経営体質強化支援	ISOの規格改正への対応が伸びた
18 サービス業	WEBサイト制作	営業の受注大
19 サービス業	コンピュータソフトウェア開	営業の強化
20 サービス業	保険代理店	お客様へのサービス強化。営業力
21 サービス業	人材派遣	物流業者をM&A
22 サービス業	不動産	社員の採用・コンサルティング業務
23 サービス業	医療サービス	現在提供しているサービスの告知方法
24 サービス業	合同社内研修とストレスケア対策の提供	コンテンツの勉強
25 サービス業	給食弁当の製造販売	私立幼稚園に対しては年間スケジュールの中での継続的な営業活動、中学校事業については行政方針に伴う売り上げ増。
26 サービス業	エアコン洗浄、リサイクル家電販売	オンラインワンの業務へのチャレンジ。社会弱者のためのエアコン洗浄と裾野の業務への拡大
27 サービス業	清掃業	社員数が増え、規模を拡大したため受注が増えた
28 サービス業	IT総合サポート	紹介されるケースが増えてきたこと、設備更新の波に乗れたこと。
29 サービス業	情報サービス	生産性アップ
30 運輸業	運送・倉庫を一貫して食品輸送をしてる	社員に仕事をまかせていった事
31 運輸業	倉庫業	新規と既存顧客の新商品開発
32 運輸業	運輸・倉庫業	在庫が増えた。お客様の裾野が広がったため
33 運輸業	物流加工	取り引き先の抱え込み
34 運輸業		営業努力
35 運輸業	物流梱包業	得意先の注文増に伴う
36 運輸業	地場中心とした配送	営業強化
37 建築業	防水工事業	新規取引先の確保により、受注金額の改善。
38 建築業	総合建設業	紹介・リピータの拡大
39 建築業	建築、設計、施工、新築リフォーム	新規取引企業が増え、既存企業との関係がより良好になった。
40 建築業	電気、通信工事	営業エリアの広域化(中国、四国、中部エリア)
41 建築業	外線工事、防球ネット工事、ジオパワーシステム	営業努力かな…?
42 建築業	飲料用貯水槽のメンテナンス業	営業担当と施工員の増加と新資材の開発を継続して行っている。
43 建築業	建築リフォーム工事業	人材育成・採用
44 建築業	建築リフォーム、排水管洗浄、外溝洗浄、落書き洗浄	新規開拓が少しづつ出てきた
45 建築業	建築、施工	他社が面倒な事をやっていた
46 建築業	塗装業	リピータ中心の営業の強化。顧客訪問活動の計画と遂行。毎月の年次計画の点検に進捗の確認。
47 建築業	建築設計監理	時期的なもの

48	建築業	店舗設計施工・住宅リフォーム	異業種交流会の参加、既存取引会社の動きが良くなった
49	建築業	企業さまのクラウドを活用したシステム提案	新規顧客が付き始め、以前より企画が大型化したため
50	建築業	空調設備工事	営業促進・社員教育・社員の成長
51	建築業	法人の工場・倉庫・事務所の新築・改築、戸建て住宅の注文建築	特に力を入れた取り組みはないが、客先の業績が好調なのか、設備投資が多くなっている。これまでの関係作りが受注に結びついているのではないかと？
52	製造業	制御盤製造及びソフト設	主要取引先が好調なため
53	製造業	金属工作油剤製造販売	展示会への出展を継続した為に、新規取引先が増え、売上が増加し
54	製造業	試作・単品金属切削加工	短納期の対応
55	製造業	電気設備用特殊金物	クレーム処理の対応に力を入れた
56	製造業	プレス加工、銘板製作	スマホ関連部品の内需回帰による
57	製造業	建築金物製造販売	昨年が悪すぎ、今年は少し回復している。
58	製造業	アルミに特化した板金加	会社、個人との関係性の創造
59	製造業	プラスチック成形	付加価値の低い仕事は取らない、値決めを迷わない。高付加価値化に見合う設備投資を進めたことが良かった。
60	製造業	小径の切削加工金属加工	コストダウンアピールと品質アップ。製造リードタイムの見直しと価格に
61	製造業	サイン・DIY関連製品、店舗用品製造販売	新製品の開発
62	製造業	高周波焼入加工、機械加工、研磨加工、パイス製造販売	機械設備の強化により受注が多くなった。人材も増やした。
63	製造業	粘着テープ製造販売	季節的なもの。7-9より10-12月の方が多いのが通常。
64	製造業	金型メーカー	付加サービスの向上
65	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	人員増による効果で生産力があがった
66	製造業	板金加工業、炭焼き窯製造販売	長年の営業力の結果と考えている
67	製造業	金属加工	今まで出来なかったサービスが出来るようになった。5年間展示会に出展続けてきた結果
68	製造業	金属部品加工業	コスト、品質、納期の継続的な取り組み
69	製造業	産業用機械製造	車輛を中心として、底堅い投資意欲と粘り強い営業力
70	製造業	金属焼付け塗装業	今までの技術を使って会社を変えた。社員が自主練習して技術向上に繋がった。
71	製造業	IH用厨房機器製造	新商品のIH土鍋が好調。営業では導入事例集をまとめて問屋中心にアプローチを強化した。
72	製造業	金属板金加工業	新規ユーザー、分野の獲得
73	製造業	紙段ボール箱向け抜型、資材の製造販売	新商品のリリース SNS対策
74	製造業	金型メーカー	付帯サービス強化→CS向上→受注増
75	製造業	線香製造	11月1日から価格改定を実施したためその値上げ前の価格での受注が大幅増加した
76	製造業	オリジナル帽子・蝶ネクタイ	百貨店への出店
77	製造業	ステンレス製バルブ、配管継手の製造販売	販路の拡大
78	製造業	電機機器の製造販売事業	営業活動の強化、新商品の開発
79	製造業	ガラス加工販売	加工の売上を増加させた
80	製造業	塗装用刷毛ブラシ、用品資材の製造卸	出店地区が増え頑張ってくれた営業がいる。商品及び会社の企業イメージ商品イメージが向上した。中途採用の社員ががんばった
81	製造業	きな粉、香辛料、青のり等の製造販売	原料高による製品の値上実施
82	製造業	イベント、展示会の企画デザイン、設営	機械化と時計業界の売上増インバウンドの増
83	製造業	金属表面処理加工業	銘板を作る工程で色々な業者さんに一部の技術力を必要とされてきた
84	製造業	金型製造業	大きな変化は無いが、現場を1名増員した事で、管理者が管理職としての仕事ができるようになり、組織が安定してきた
85	製造業	シートメタル加工	お客様の細かいニーズを探して、仕事につなげました
86	製造業	プラント設備設計	特に何もしていない
87	製造業	ダンボールケース製造販売	新規の取引が始まったから
88	製造業	スチール製家具の製造・販売	製造部門を別法人にしていたものを今年度期に合併。一つの法人にした事
89	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・製作をハード、ソフト、メカに至るまでワンストップで対応しております。	昨年度に受注した長期オーダーの納品が無事完了したことと、中部エリアにおける新規開拓から受注に至った大規模システムの納品の目処がついたため。



90	専門サービス業 (工業の方)	企業会計	認知度アップ
91	専門サービス業 (工業の方)	自動車コーティング	協会、社団法人活動が認知されてきた
92	専門サービス業 (工業の方)	税理士事務所	顧問単価アップ
93	専門サービス業 (工業の方)	社労士業	たまたま
94	専門サービス業 (工業の方)	環境保全サービス	ICクラウドセット販売
95	専門サービス業 (工業の方)	室内のクロス洗淨専用、 洗剤の販売	他社にない差別化した技術力だから
96	専門サービス業 (工業の方)		紹介が多くなった
97	専門サービス業 (工業の方)	整骨院経営、訪問医療	じわじわ口コミで広がっている
98	専門サービス業 (工業の方)	不動産登記	社員の成長、合理化の促進
99	専門サービス業 (工業の方)	社会保険労務士	同業との協業
100	専門サービス業 (工業の方)	税理士	認定支援機関にして、経営改善支援事業が新たな収益になった
101	専門サービス業 (工業の方)	社会保険労務士業務	助成金のアピールが浸透してきたことが考えられる
102	専門サービス業 (工業の方)	行政書士	顧客への接点を増した結果、紹介が増えた
103	専門サービス業 (工業の方)	税理士業務	相続案件の増加
104	専門サービス業 (工業の方)	都市計画、建築、土木、造 園に関する計画・設計	新規顧客の開拓と獲得
105	専門サービス業 (工業の方)	税理士	セミナー開催、新サービス営業強化
106	専門サービス業 (工業の方)	社会保険労務士業務	マイナンバー関係
107	専門サービス業 (工業の方)	自治体などの公共団体向 けを中心としたITコンサル ティングサービス	創業して3年目となり、順調に取引先が増えてきたため。
108	専門サービス業 (工業の方)	建築企画設計・監理	前年度に今期の最低売上及び、利益を確保し、新規の顧客開拓した分 増加になった。
109	通信情報業	ソフトウェア、ウェブシステ ム、デザイン作成。	web系の人材を採用したこと。
110	通信情報業	ソフトウェア	社員採用、協力会社の増加
111	流通業 (卸・小売業含む)	テキスタイルコンバーター	得意先が頑張ってくれた
112	流通業 (卸・小売業含む)	自動車用フロアマット、ラ グマット製造販売	継続的な価値の創造
113	流通業 (卸・小売業含む)	健康食品の販売	小ロットでのPB商品化を低コストで自社内製化したことで受注増。容量 の小口化で単価単価を上げた。
114	流通業 (卸・小売業含む)	漆器、木製品、日用品の 卸売	展示会への出展を継続した為に、新規取引先が増え、売上が増加し た。
115	流通業 (卸・小売業含む)	建築金具輸出入業	円安によるコストプッシュの値上転嫁
116	流通業 (卸・小売業含む)	太陽光パネルの販売・設 置・保守	創業以来の取組がようやく結実してきた
117	流通業 (卸・小売業含む)	人材育成コンサルティング、 小売輸出輸入	起業家育成、小売業への支援、輸出輸入の増加
118	流通業 (卸・小売業含む)	機械工具販売	工具の売上に加えて機械の受注による。
119	流通業 (卸・小売業含む)	オートバイ販売、修理、レ ンタル、保険	2月より通信機教育6ヵ月14名。1年半。1名入れました。
120	流通業 (卸・小売業含む)	塗料及び塗装機器、副資 材の販売	色あわせ能力を高めて、サービスを向上させた
121	流通業 (卸・小売業含む)	包装材売修理業	発信量の増加
122	流通業 (卸・小売業含む)	衣料品、BAG卸売り	展示会での新規顧客増加
123	流通業 (卸・小売業含む)	化粧品・繊維・雑貨	商品の認知度の高まり

124	流通業 (卸・小売業含む)	鶏肉及び業務用食品卸	取引先の出店が続いたため
125	流通業 (卸・小売業含む)	園芸小売業、ガーデン施行	既存の取引先に対して別のお客様を紹介していただくことに強化、ホームページ経由による来店客の増加。
126	流通業 (卸・小売業含む)	食肉処理業	製造・流通・販売の総合化
127	流通業 (卸・小売業含む)	ネジ等・ファスナー商品の販売	新規開拓によるユーザーの増加
128	その他	特定人材派遣業、医療コンサルティング、訪問看護ステーション	社員全員で営業強化しました。
129	その他	蓄電池の制御システム開発	販売先の拡大をはかった。
130	その他	障害者福祉事業	不採算部門を新規事業所に吸収させたことで施設単独では収益が改善
131	その他	屋外広告業	特になし
132	その他	小売 中古教材の販売(通販)	社員教育
133	その他	ソフトウェア開発	免税販売向けソリューションの販売による受注増
134	その他	金融機関	新規顧客獲得が最大の要因
135	その他	保険代理業	廃業した代理店の契約を引継いだ。オフィススタッフの残業ルールを明確にした。(申請、許可制にした)
136	その他	不動産・賃貸管理	不動産が動いている
137	その他	障害福祉サービス	前期と同じ
138		広告プロモーション	助成金からのアプローチ
139		住宅地の開発、造成、売	直近の事業の売上が、たまたまこの期間に入った為
140		生命保険 損害保険代理	販売先の掘り起こしと販売商品の絞込み

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	10	25.6%	0	0.0%	0	0.0%	11	28.2%	5	12.8%
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	66.7%	0	0.0%
建築業	7	30.4%	0	0.0%	0	0.0%	6	26.1%	8	34.8%
製造業	35	46.1%	4	5.3%	9	11.8%	10	13.2%	11	14.5%
専門サービス業(士業の方)	4	30.8%	0	0.0%	0	0.0%	3	23.1%	3	23.1%
通信情報	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
流通業	11	33.3%	1	3.0%	2	6.1%	10	30.3%	9	27.3%
その他	1	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
(空白)	1	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
<b>総計</b>	<b>69</b>	<b>35.8%</b>	<b>5</b>	<b>2.6%</b>	<b>11</b>	<b>5.7%</b>	<b>42</b>	<b>21.8%</b>	<b>36</b>	<b>18.7%</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%	3	7.7%	2	5.1%	8	20.5%	39	
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%	0	0.0%	3	
建築業	0	0.0%	0	0.0%	1	4.3%	1	4.3%	23	
製造業	2	2.6%	2	2.6%	2	2.6%	1	1.3%	76	
専門サービス業(士業の方)	0	0.0%	1	7.7%	1	7.7%	1	7.7%	13	
通信情報	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	100.0%	1	
流通業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	33	
その他	1	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	50.0%	4	
(空白)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	
<b>総計</b>	<b>3</b>	<b>1.6%</b>	<b>6</b>	<b>3.1%</b>	<b>7</b>	<b>3.6%</b>	<b>14</b>	<b>7.3%</b>	<b>193</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)

	(1)1業種	(1)2業務内容	(2)④売上DOWN要因記述
1	サービス業	美容室	スタッフがやめた!!!
2	サービス業	看板・サイン・デザイン・設計施工	主要取引先の投資額減少(営業戦略)
3	サービス業	法人を対象とした海外出張の手配・サポート	企業の海外渡航の意欲の減退(日中、日韓、テロなど)
4	サービス業	ペットの葬儀・火葬・納骨等	客単価の減少
5	サービス業	生損保代理店	東京集中
6	サービス業	営業代行経営コンサルティング	顧客の経営方針変更により、条件変更等で取引を中止した
7	サービス業	OA機器卸売り、複写業	業務内容の変化、デジタル化、内製化
8	サービス業	中古トラックの販売と中古部品の販売	中古トラックの仕入れ先の減少
9	サービス業	障害者福祉サービス業	単価の変化(減算等)
10	サービス業	速読教室の運営	タイミング
11	サービス業	美容業	人材不足のため、宣伝広告をやめた。
12	サービス業	衣類、リネン等、クリーニング全般	外食飲食業の停滞
13	サービス業	終活・葬儀相談及び手配	業界全体で件数横・単価減。異業種からの参入
14	サービス業	介護サービス	人員不足で新規サービス依頼を受ける事ができなかった。既存サービスを一部他事業所に変更せざるを得なかった。
15	サービス業	業務請負・流通加工・人材サービス	乾電池の請負業が、お客様の生産減少にともない加工数量が減産し
16	サービス業	施設内の給食業務の運営受託	得意先の減少
17	サービス業	IT技術サポート、ホームページ作成	取引先の減少
18	運輸業	中古コピー機、OA機器、非鉄金属などの輸出	競争率が高く商品がとれない。入札の単価が高く、うまくとれない。
19	建築業	屋根工事業	営業不足
20	建築業	アブリカ材(アユース材)その他集成材等の製材、卸売	建築業界は大手ハウスメーカーの仕事量の独占、中小工務店が全く機能していない。
21	建築業	ビルマンション、住宅外装リフォーム専門店	取引先の受注量減少、社員の離職
22	建築業	エンドユーザー住宅リフォーム、建替	前年に大きい売上があっただけ
23	建築業	機会工具、工場用品の販売、建築業・機械器具の設置業・とび土木工事	設備投資補助による過剰投資のバブルが弾け始まり
24	建築業	知的障がい者施設の新築・リフォーム・個人住宅・事業所等の新築・リフォーム	消費増税の影響による景況悪化
25	建築業	タイル及び住宅設備機器の販売及び施工	大口取引先の仕事量の減少
26	建築業	建築施工業	前年同期良過ぎた、選択と集中ができていなかった
27	建築業	総合建設業、注文住宅等の設計・施工	未成工事があるため
28	建築業	内装工事に伴う商社	案件が少なくなっていく中での競争の悪化
29	製造業	化学工業、塗料工場向けの製造設備の設計製作、工事	昨年はたまたま大きな物件の工事を行っていたことと、今年は逆に大きな物件の受注がお客様側の問題でキャンセルとなったこと。
30	製造業	清涼飲料、調味料製造業	7-9月期には及ばない
31	製造業	食品メーカー	設備投資・人員増加のため
32	製造業	婦人インナー製造販売	全般に動きが悪い。売先が必要な物しか注文しないので、出荷がこまかく回数が増える。
33	製造業	自動制御盤の設計製造	特需の減少
34	製造業	金属製品製造業	東日本震災の特需の減少。取引先の設備投資による生産体制の再配
35	製造業	プラスチック射出成形	為替影響による仕入れ価格の値上がり。営業力の低下(若い人材が多い、人員が安定しない)
36	製造業	アルミ製品の企画・開発・製造・販売	忙しい時期に営業をおろそかにしている。展示会に出ることで満足し、フォローがやり切れていない。
37	製造業	電子部品用リードピン、製造販売	当社ラインの海外移転
38	製造業	特殊車両部品、産業用プラント部品製造	親会社からのコストダウン、転注が強い
39	製造業	機械及び機械部品製作修理	下請けなので、得意先が悪ければ、当然悪くなる。
40	製造業	溶接・NC加工	メインのコマツが売れていないため
41	製造業	金属熱処理	中国経済の減速の影響
42	製造業	金属プレス加工	自動車部品を製造しておりますので、自動車の需要と連動します
43	製造業	金属リサイクルの加工、照明器具組み立て加工	中国経済の景気低迷
44	製造業	ディスプレイ、サイン業	当社得意分野のアルカリ加工製品の需要が極端に減少。国内材料の産量も10年前比較30%以下まで落ち込んでいる。
45	製造業	袋物製造業	眼科治療の為、9月以降の仕事が進まなかった
46	製造業	ニット製品製造	暖冬の影響
47	製造業	織・幕・旗等のスクリーン印刷業・Tシャツのプリント	ネットの普及による価格競争。取引先の高齢化廃業など
48	製造業	印刷業	受注の受注額(販売額)が減少
49	製造業	家庭日用品・便利グッズ製造販売	他社商品との価格競争。物価の低価格化
50	製造業	金属加工業	新製品などがあまりなく設備投資が少ない
51	製造業	金属リサイクル加工 照明器具組立・加工	中国経済の停滞
52	製造業	CNC精密自動旋盤による金属切削加工。挽物加工・精密機械部品製造	取引先の受注量の減少。金属挽物加工業の格差の広がり。相見積りで安価見積もり社が忙しい。
53	製造業	ダイカスト用亜鉛合金を原材料とする非鉄金属ダイカスト業	住宅着工件数の伸び悩みと呼応して、建物用の金具の受注が減少している

54	専門サービス業 (土業の方)	夫婦関係修復カウンセリング	認知不足
55	専門サービス業 (土業の方)		顧客の経営状況の悪化に伴い、コストダウン協力
56	専門サービス業 (土業の方)	建築設計・監理	公共事業の発注が年度末に近づくにつれ減少している
57	専門サービス業 (土業の方)	自動車整備業	自動車が壊れなくなった。大手の新規参入など
58	専門サービス業 (土業の方)	税理士	営業力不足
59	専門サービス業 (土業の方)	許認可全般、中小企業支援、行政書士事務所	・仕事の進捗が遅い(顧客様の動きが)・受注価格が合わない、その場合、仕事を受けないから。ガマン。
60	専門サービス業 (土業の方)	税理士業	廃業する会社が増えた
61	専門サービス業 (土業の方)	税理士業務、会計業務2	中小企業の経営悪化、廃業の流れ
62	通信情報業	ソフトウェア開発	ソフトウェア開発要員の不足
63	流通業 (卸・小売業含)	歯科医療器具の輸入・修理	市場が過当競争によりダンピングが激しい。
64	流通業 (卸・小売業含む)	ステンレス鋼材卸売業	ステンレス業界の大手流通問屋が景気悪化に連れて、経営が苦しくなり、安売り攻勢を強めている。そのため、それより小さい問屋が多大な被害をこうむっている。公取委でなんとかならうものか？
65	流通業 (卸・小売業含)	工作機械販売会社	国内の減少
66	流通業 (卸・小売業含)	マグネット応用機器、中古工作機械販売、各種修理業務	業界的に益前から悪い状況です
67	流通業 (卸・小売業含)	金属材料販売・レーザーによる軟素材加工、ペーパークラフト製造	ほとんどの取引先からの受注量が減り、販売価格も下げざるを得ない状況
68	流通業 (卸・小売業含)	アパレル業	コストは上昇していますが売上げに転嫁できず
69	流通業 (卸・小売業含)	セキュリティ機器の販売	営業力の低下と販売価格の下落
70	流通業 (卸・小売業含)	自転車製造卸	円安による仕入高
71	流通業 (卸・小売業含)	珈琲卸売り	喫茶店の減少
72	流通業 (卸・小売業含)	福祉用具貸与販売、各種サービス	景況の変化が激しく、エンドユーザーがお金を使わなくなっている
73	流通業 (卸・小売業含)	コーヒー卸・小売	営業の縮小
74	流通業 (卸・小売業含)	医療用装具材料、一般向けインソールなど卸	大手企業の優秀な人材により、競争、戦略実践に差が出てきている。今一度、強みの分析必要。
75	流通業 (卸・小売業含)	小売業	人材不足によるミスが多発。それにより顧客信頼失う
76	その他	一般病院	病診連携室(営業?)の職員の退職、補充の遅れ。医師の減少⇒補充の困難。
77	その他	損害保険・生命保険の募集代理店	契約者の自然減、車の減少
78		デザイン、印刷物全般、インターネットにて(冷蔵庫に貼るマグネット広告、車用マグネット広告の印刷、デザイン)(卒業証書、修了証書のケースの印刷)(会社案内等の鑑になるポケットフォルダーの印刷、デザイン)	ペーパーレスへの移行、大手家電メーカーの縮小の為、価格、商品の見直しなど

### 【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	24	18.6%	73	56.6%	32	24.8%	129
運輸業	7	36.8%	7	36.8%	5	26.3%	19
建築業	6	10.7%	36	64.3%	14	25.0%	56
製造業	77	37.9%	75	36.9%	51	25.1%	203
専門サービス業(土業の方)	15	19.7%	43	56.6%	18	23.7%	76
通信情報業	2	14.3%	11	78.6%	1	7.1%	14
流通業	21	25.0%	49	58.3%	14	16.7%	84
その他	8	44.4%	5	27.8%	5	27.8%	18
(空白)	3	23.1%	7	53.8%	3	23.1%	13
総計	163	26.6%	306	50.0%	143	23.4%	612

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	24	7.8%	0	0.0%	7	2.3%	21	6.8%	14	4.5%	7	2.3%	25	8.1%	9	2.9%	14	4.5%	
運輸業	4	7.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	5	9.3%	1	1.9%	6	11.1%	1	1.9%	1	1.9%	
建築業	15	10.0%	2	1.3%	4	2.7%	7	4.7%	3	2.0%	0	0.0%	6	4.0%	9	6.0%	7	4.7%	
製造業	68	12.7%	11	2.0%	18	3.4%	15	2.8%	39	7.3%	7	1.3%	33	6.1%	41	7.6%	27	5.0%	
専門サービス業(土業の方)	14	8.8%	0	0.0%	3	1.9%	15	9.4%	8	5.0%	2	1.3%	10	6.3%	1	0.6%	12	7.5%	
通信情報業	1	3.1%	0	0.0%	1	3.1%	1	3.1%	1	3.1%	0	0.0%	2	6.3%	1	3.1%	3	9.4%	
流通業	30	13.5%	3	1.4%	7	3.2%	20	9.0%	5	2.3%	6	2.7%	13	5.9%	18	8.1%	15	6.8%	
その他	2	4.8%	0	0.0%	2	4.8%	0	0.0%	2	4.8%	0	0.0%	5	11.9%	2	4.8%	2	4.8%	
(空白)	2	6.1%	1	3.0%	2	6.1%	0	0.0%	2	6.1%	0	0.0%	2	6.1%	1	3.0%	3	9.1%	
総計	160	10.4%	17	1.1%	44	2.9%	79	5.1%	79	5.1%	23	1.5%	102	6.6%	83	5.4%	84	5.5%	
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	総計
サービス業	12	3.9%	23	7.5%	41	13.3%	48	15.6%	12	3.9%	31	10.1%	15	4.9%	5	1.6%			308
運輸業	1	1.9%	5	9.3%	6	11.1%	12	22.2%	1	1.9%	8	14.8%	3	5.6%	0	0.0%			54
建築業	7	4.7%	12	8.0%	17	11.3%	27	18.0%	16	10.7%	15	10.0%	2	1.3%	1	0.7%			150
製造業	9	1.7%	34	6.3%	68	12.7%	59	11.0%	45	8.4%	42	7.8%	15	2.8%	6	1.1%			537
専門サービス業(土業の方)	0	0.0%	13	8.2%	21	13.2%	21	13.2%	6	3.8%	11	6.9%	17	10.7%	5	3.1%			159
通信情報業	0	0.0%	1	3.1%	8	25.0%	8	25.0%	2	6.3%	2	6.3%	1	3.1%	0	0.0%			32
流通業	9	4.1%	14	6.3%	24	10.8%	22	9.9%	5	2.3%	19	8.6%	11	5.0%	1	0.5%			222
その他	2	4.8%	2	4.8%	5	11.9%	8	19.0%	5	11.9%	4	9.5%	1	2.4%	0	0.0%			42
(空白)	1	3.0%	0	0.0%	3	9.1%	6	18.2%	3	9.1%	3	9.1%	2	6.1%	2	6.1%			33
総計	41	2.7%	104	6.8%	193	12.6%	211	13.7%	95	6.2%	135	8.8%	67	4.4%	20	1.3%			1537

- 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	88	24.2%	22	6.1%	13	3.6%	35	9.6%	17	4.7%	19	5.2%	17	4.7%	8	2.2%	44	12.1%
運輸業	10	18.2%	3	5.5%	2	3.6%	1	1.8%	0	0.0%	5	9.1%	0	0.0%	1	1.8%	13	23.6%
建築業	32	19.8%	15	9.3%	2	1.2%	15	9.3%	4	2.5%	14	8.6%	2	1.2%	4	2.5%	28	17.3%
製造業	109	18.9%	76	13.1%	58	10.0%	60	10.4%	51	8.8%	31	5.4%	10	1.7%	10	1.7%	47	8.1%
専門サービス業 (土業の方)	52	25.4%	18	8.8%	10	4.9%	15	7.3%	14	6.8%	19	9.3%	5	2.4%	3	1.5%	20	9.8%
通信情報業	9	25.0%	5	13.9%	5	13.9%	1	2.8%	1	2.8%	1	2.8%	0	0.0%	1	2.8%	5	13.9%
流通業	61	24.1%	8	3.2%	7	2.8%	39	15.4%	26	10.3%	14	5.5%	6	2.4%	3	1.2%	15	5.9%
その他	10	18.5%	3	5.6%	4	7.4%	3	5.6%	2	3.7%	3	5.6%	2	3.7%	2	3.7%	8	14.8%
(空白)	7	16.7%	2	4.8%	0	0.0%	3	7.1%	2	4.8%	1	2.4%	5	11.9%	1	2.4%	6	14.3%
総計	378	21.6%	152	8.7%	101	5.8%	172	9.8%	117	6.7%	107	6.1%	47	2.7%	33	1.9%	186	10.6%
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	42	11.6%	9	2.5%	9	2.5%	0	0.0%	0	0.0%	4	1.1%	9	2.5%	7	1.9%	17	4.7%
運輸業	12	21.8%	0	0.0%	2	3.6%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.8%	1	1.8%	2	3.6%	2	3.6%
建築業	22	13.6%	8	4.9%	5	3.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.6%	4	2.5%	5	3.1%
製造業	74	12.8%	5	0.9%	6	1.0%	0	0.0%	1	0.2%	1	0.2%	16	2.8%	6	1.0%	14	2.4%
専門サービス業 (土業の方)	26	12.7%	4	2.0%	3	1.5%	0	0.0%	1	0.5%	2	1.0%	4	2.0%	1	0.5%	5	2.4%
通信情報業	6	16.7%	0	0.0%	1	2.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.8%	0	0.0%	0	0.0%
流通業	38	15.0%	8	3.2%	7	2.8%	1	0.4%	0	0.0%	0	0.0%	4	1.6%	5	2.0%	10	4.0%
その他	6	11.1%	1	1.9%	2	3.7%	0	0.0%	1	1.9%	1	1.9%	1	1.9%	2	3.7%	3	5.6%
(空白)	5	11.9%	1	2.4%	1	2.4%	0	0.0%	0	0.0%	2	4.8%	1	2.4%	1	2.4%	3	7.1%
総計	231	13.2%	36	2.1%	36	2.1%	1	0.1%	3	0.2%	11	0.6%	38	2.2%	28	1.6%	59	3.4%
業種	⑰	割合	⑱	割合	総計													
サービス業	2	0.6%	1	0.3%	363													
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	55													
建築業	1	0.6%	0	0.0%	162													
製造業	2	0.3%	1	0.2%	578													
専門サービス業 (土業の方)	0	0.0%	3	1.5%	205													
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	36													
流通業	0	0.0%	1	0.4%	253													
その他	0	0.0%	0	0.0%	54													
(空白)	1	2.4%	0	0.0%	42													
総計	6	0.3%	6	0.3%	1748													

- |               |              |              |
|---------------|--------------|--------------|
| 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 | ⑯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	力点記述
1	サービス業	通関業および付帯する業務全般	既存社員を営業職にシフトするための人材育成
2	サービス業	広告企画・デザイン、マーケティング企画	客数の増加、手動的商品サービスの開拓
3	サービス業	消毒業及び損保代理店	自社の営業力、技術力、ユーザーニーズの見直し
4	サービス業	印刷・WEBサイトの企画・デザイン制作	新事業展開、連携により販路拡大
5	サービス業	IT総合サポート	保守など利益率の高いサービスの販促。
6	サービス業	不動産売買・賃貸業	継続的な売上確保。
7	サービス業	不動産業	物件の買取情報の充実
8	サービス業	広告デザイン	想いを形に出来る
9	サービス業	インターネット接続機器の設置・設定	店舗展開を検討しており、人材の確保が不可欠である。
10	サービス業	情報サービス	新規得意先を増やす
11	サービス業	ベトナム人の人材サービス	営業強化
12	サービス業	広告の制作・デザイン	新規開拓
13	サービス業	土地活用企画立案・不動産コンサルティング	経験者を採用したいが不足しているので新卒・中途を含め教育システムを確率していきたい
14	サービス業	一般労働者派遣業 有料職業紹介業 業務請負 環境関連商品提案、販売	他社と競合にならない独自のサービスを開発し利益確保する。 ・短時間正社員で女性登用「非正規女性社員から営業職の正規社員へ・シングルマザーを営業職の正規社員へ」・シニア層の「短時間正社員雇用」・留学生「就学生、在留外国人」のシフト制雇用 人材のダイバシティ(多様化)
15	サービス業	コンサル	既存顧客の深耕
16	サービス業	インテリアプランニング・施工・監理、ビル・マンションの管理	新規取引先の拡大が最重要課題です。
17	サービス業	人材派遣業	新規取引先の開拓
18	サービス業	飲食店経営、飲食業コンサルタン	問題を発見し自ら解決していく社員(マネージャー職)を育てる
19	サービス業	取扱説明書、パーツカタログ、ほか各種マニュアルの企画から制	次に繋げる人材の確保および育成
20	サービス業	旅行業	営業社員の人的魅力の向上 営業センスの意識的な開発
21	サービス業	IT技術サポート、ホームページ作	新規サービスの開発・展開
22	サービス業	ソフトウェア開発	重要取引先を増やす
23	サービス業	ホテル経営	社員の能力アップ、社員教育。社員が喜んで働く会社を目指し努力中です。
24	サービス業	看板・サイン・デザイン・設計施工	既存の看板、デザイン分野に加えてデジタルサイネージ分野への参
25	サービス業	障害福祉サービス	1月から新規事業を行うため、その周知や体制づくり。
26	サービス業	エステティックサロンの経営	技術中心になりがちなのを営業力(販売力)強化によって売り上げ増につなぐ。
27	サービス業	就活シェアハウスの開発、人材紹介	事業の取り組みに賛同してくれる企業、学生を発見する。
28	サービス業	風水、運勢を使ったサービス提供	新規事業の開拓先、タイアップ提案。
29	サービス業	粗品の企画、開発、販売	新規販路の開拓のくふう→やってみる→みなおしをまわす
30	サービス業	化粧品販売・エステティック	1年の流れをもっと的確に把握して、お客の動きを先取りする
31	サービス業	筋肉矯正健康法	営業活動
32	サービス業	飲食業他	採用予定及び管理職育成、新規事業、新規店舗開業の予定
33	サービス業	自動車販売修理レンタカー	顧客を増やす
34	サービス業	営業代行経営コンサルティング	採用するために仕事を増やす。その為に資金を満たす為の銀行対策として指針書と計画書をみてもらうようにしている
35	サービス業	訪問介護	来年、タクシー事業で寝台車(ストレッチャー車)のタクシー事業予定
36	サービス業	飲食店経営、経営コンサルタント	時代にあったサービス、商品の開発
37	サービス業	比内地鶏専門店、調理業務全般、配膳業務	社員アルバイトに対して数字を意識させ評価制度を実施
38	サービス業	介護事業	新規事業所の顧客獲得を考慮し、営業人員の雇用も含めて営業力を強化する必要がある。
39	サービス業	自動車の販売整備、損害、生命保険販売	付加価値向上。少人数で効率的な作業の実践。
40	サービス業	不動産仲介	商品のブランド化
41	サービス業	福祉サービス業	正社員比率を落としパート勤務社員を増やす予定



42	サービス業	人材育成(研修、講座、カウンセリング)	法人への社員教育事業の開拓。法人へのストレスチェック後のフォローの事業依頼を受けていくこと
43	サービス業	中小製造業の経営体質強化支援	ベテランコンサルタントの確保がカギ
44	サービス業	デザインを通じたコンサルティング	クライアントの要望に応えられるような多面多様なスタンスを取りたい
45	サービス業	システム開発	経営強化のため販路の開拓とSEパワーの増強が重要です
46	サービス業	WEBサイト製作	人が居ないと売上げが上がらない
47	サービス業	不動産売買仲介	人材の採用、建設業の人材採用
48	サービス業	コンピュータソフトウェア開発	人材をどのように確保するか具体策の検討をする。
49	サービス業	不動産	従来の仲介業に加え、それまで無償にしていたコンサルティング業務で取れるようにしています
50	サービス業	障がい福祉サービス事業所	5年くらい新卒採用をしてきましたが、リクルートの仕組みがかわりそれに振り回されている。リクナビなどを利用しているが、多くの学生との出会いや、大学との関係づくりをどうしたらよいか考えています
51	サービス業	終活・葬儀相談及び手配	WEBの活用
52	サービス業	介護サービス	医療系サービス事業の立ち上げ
53	サービス業	知的障害者訓練施設	就労先ニーズの把握
54	サービス業	給食弁当の製造販売	企業全体の経費削減と平野工場の稼働率の向上、次の工場を視野に入れた人材育成
55	運輸業	事務所移転引越、鋼材輸送、精密機器輸送据え付け。	人手不足が大きな要因で人員確保が容易であれば必ず事業は拡大する。
56	運輸業	一般貨物運送事業・物流作業・保管業務	採用したいが応募が無く困っている。外部研修を利用し現有戦力の意識改革と底上げをおこなっていき営業を拡大する。
57	運輸業	一般貨物の運送及び倉庫業に伴う配送ぎょうむ	新規開拓と人材確保
58	運輸業	一般貨物運送業	無理ムダをなくす
59	運輸業	運送・倉庫を一貫して食品輸送をしてる	東京出張によるトラック、人のかくほ
60	運輸業	中古コピー機、OA機器、非鉄金属などの輸出	会社の人数が少ないので、誰か一人欠けると、営業ができなくなるので、人を補填しようとするが、人件費の面での問題、専門知識の有無など問題があり雇用するにできない。
61	運輸業	重量物の配送、他	配送数(仕事量)を増やす。空白の次期を作らない
62	運輸業	運輸・倉庫業	仕事があっても人手がない状態(特にドライバー不足)。おのままで、業界内で人手倒産、後継者倒産が多くなるのではないかと賃金を上げるためにも安い運賃の荷主との取引を検討(やめる)していかなければならない。
63	運輸業	物流加工	資金確保、取引銀行の増加
64	建築業	内装仕上げ工事業	仕事はあるのに職人不足、募集しても来ない
65	建築業	住宅の新築・リフォーム、ビル新築・リフォーム	新規事業の検討が必要(経営計画の中にきちんと落とし込むこと)
66	建築業	型枠大工	大阪において仕事量が減少すると思われるので、仕事量の確保
67	建築業	建築鉄骨の加工・組み立て	若手人材の確保 とにかく人材の確保
68	建築業	建設現場における工程、安全、品質、原価管理を行い、工事を監督し完成させる	弊社のみならず、建設業全体で人員不足なので、確保が難しくなっている。
69	建築業	空調設備工事	営業・社員待遇
70	建築業	電気設備工事業	需要が低迷しているため
71	建築業	施工管理業務	自社にとって人材の採用育成が急務
72	建築業	電気工事業	職人不足、組織を強化して全ての受注に対応していきたい
73	建築業	個人向け注文住宅建築	ブランディング戦略の再構築
74	建築業	太陽光発電設備、蓄電池、省エネ、創エネ、機器取り付け工事	営業活動しながら、理念、計画的に動けるようにして行く。そのためにも資金が必要
75	建築業	事務所・住宅・店舗・新築改修	新卒採用
76	建築業	電気工事	既存顧客にて売上確保はされているが、いつその先の業況が変わるかわからない。
77	建築業	防水工事業	もっと、顧客を分散し、多種多様な取引先を増加させたい。
78	建築業	建築、設計、施工、新築リフォーム	経営の基本となる理念がまず最初。理念に基づく社員の教育・活用。顧客満足度のUPを計ると共に見込み客の発掘から受注につなげる為、人材の採用やサービスの向上が必要。
79	建築業	電気、通信工事	人材の育成(新入社員の教育、幹部社員の教育)事業内容の高度化、営業力の強化。
80	建築業	太陽光発電事業	下請け受注から元請受注
81	建築業	一般住宅、新築、リフォーム工事	大工職人の養成。キャリア形成促進助成金を活用した社員教育。

82	建築業	設計事務所(建築物の設計、診断、工事管理)	競争力強化として、生産性アップがもう少し必要。
83	建築業	建築リフォーム工事業	新規販路に対応する人材確保
84	建築業	木材の製材及び材木店への卸売	同友会企業の力を借りて、積極的に動く
85	建築業	一般電気工事、関電工事	新規採用の動きと4月からの新規事業の立ち上げの計画
86	建築業	住宅建築及び地車製作	技術を向上させ、注文の増加につなげたい
87	建築業	建築リフォーム、排水管洗浄、外溝洗浄、落書き洗浄	社内全体の技術レベルアップ
88	建築業	空調・集塵等のダクト製作及び取り付け	民間の求人会社によって2名採用できました
89	建築業	建築、施工	人材の確保
90	建築業	塗装業	経営計画書の見直し。健康維持
91	建築業	内装、リフォーム業	営業
92	建築業	店舗設計・施工	自分を変える
93	建築業	店舗設計施工・住宅リフォーム	取引一社依存体質から脱却する為に、異業種交流会参加や営業力強化必要。新入社員育成必要大
94	建築業	環境機器設備の制作、取り付け工事業	技術力と熟練技術者を強化し、産官学の連携をとって、新しいニーズに向かって開発していく
95	建築業	企業さまのクラウドを活用したシステム提案	半年後以降の資金確保、取引先拡大
96	建築業	タイル及び住宅設備機器の販売及び施行	社員の底上げ。人材強化。
97	建築業	建築施工業	人材の採用と育成、低採工事を受注しない
98	建築業	電気通信業	まじめにこつこつと
99	建築業	内装工事に伴う商社	既存顧客のほりおこし
100	製造業	工業用ガスバーナーの製造	生産性アップを目指し、新規設備の検討しております。
101	製造業	プリント基板プレス加工・金型製造	社員が自覚的に業務に取り組み生産性の向上を目指す。営業力の強化で新規顧客の獲得を目指す。地域連携で商品開発を行い販売を行う。
102	製造業	プレス金型設計、製造	若い人材の製造業離れが進んで今の状態を克服していきたい。
103	製造業	金属部品の熱処理、塗装、表面処理加工	新たな技術や設備での売上拡大、若手管理職の育成
104	製造業	スチールドラム缶、ペールドラム缶、ファイバードラム缶等、の中に装着する樹脂製袋の製造	人件費の上昇と人員不足の為、自動ラインに変更する事で、生産性とクオリティを向上させる
105	製造業	金属部品の金型製作及びプレス加工	即戦力の人材採用及び新卒採用
106	製造業	工業用裁断機器・自動機 設計・製造	マルチ能力のある社員を教育
107	製造業	金属プレス加工	現状の人材及び設備の能力を最大限に活かすために改善活動と社員教育に力を入れる
108	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。	固有技術を更に伸ばす。その為に人財(定期採用)採用と社員共育に力点を置く。
109	製造業	プラスチックブロー成形	優秀な人材を採用し、教育を行い能力を向上させることで生産効率がUPします。
110	製造業	金属熱処理受託加工	個人目標管理や教育訓練によって技能・技術の底上げを図る。
111	製造業	プラスチック製品 製造販売	売り上げ、利益アップ
112	製造業	鋼板加工販売	生産性の向上による受注増を消化
113	製造業	ばね設計、製造、販売 アルコール消毒液のボトルホルダー製造	全社が一丸となれる体制を早急に整え、方針・計画を立て、それを達成する喜びを全員で共有し、また目標に向かっていけるスパイラルを形成する。
114	製造業	光学硝子製造と光学部品製造販売業	新規製品を現主要顧客に販促することや現製品を新規顧客に販売することが一番大切です。
115	製造業	衣服製造、販売	MADE IN OSAKA, MADE IN JAPANに徹底してこだわり、海外直販に積極的に取り組む。
116	製造業	金属製品製造及び溶接	新たな設備を補強し、現在の技術等と繋げていくことを目指す。
117	製造業	アルミの切削加工	新規の客先の獲得
118	製造業	油圧シリンダー、継手、産業機械部品等の金属精密加工業	一層のIT化により製造のみならず間接業務の高効率化を実現し、人間として働く時間を充実させる事
119	製造業	金属加工業	売上の山谷を無くすために、新規顧客の獲得・展示会の出展

120	製造業	フレキシブルチューブとペローズの設計製造	新製品開発中
121	製造業	汎用プラスチック切削加工及び販売。主に産業用機械部品、ディスプレイ品、雑貨等	取引先のニーズが刻一刻と変化していると思われ、全顧客の把握が先決と思われる。その上で、生産効率を改善していく仕組みを確立し、更に自社の技術力を営業品目にできるぐらい強化し、営業展開を検討中です。
122	製造業	プラスチック切削加工業	資金確保と利益率の向上
123	製造業	十字穴付タッピンネジ製造	引き続き販売先の増加を目指す
124	製造業	企画デザイン オフセット印刷 製本 WEBシステム制作 動画制作 UV印刷	営業社員に対する教育
125	製造業	丸線金属バネ材を使用した金属バネ製造業	新卒雇用(出来る限り優秀な人材の確保)による開発・販売の強化
126	製造業	ポリウレタンゴム製品の製造	新商品の上市と新卒採用(営業と技術)
127	製造業	温浴設備機器の製造販売	東南アジアを中心に販路を拡大し、国内需要低減をカバーする
128	製造業	軟質塩化ビニールのリサイクル	材料の確保に力を入れる。技術力を高め製品単価を上げる。
129	製造業	電子部品(プリント配線板)、樹脂板製造・加工	ここ2~3年取り組んでいる従来(プリント基板)以外の仕事を軌道に乗せていく
130	製造業	焼き菓子製造卸	売り上げ増に伴う、生産量の拡大を行いたいが、現在の工場では生産キャパが不安。工場の拡大と生産設備の増強、人員の確保が課題。
131	製造業	別注建築金物製作	経営方針の実践
132	製造業	機械部品製造	技術継承に注力の予定
133	製造業	金属プレス・板金加工 パフ研磨加工	売上増を見込んでの、人材採用と設備の入れ替え
134	製造業	ダンボールケース製造販売	資金が大幅に減少するほど売上が少ないため
135	製造業	プラスチック板加工業およびオリジナル製品販売	販売部門の強化:インターネット通信販売がここ数年続伸しているの で、ネット販売の技術者を複数確保。店舗販売向け新商品の開発な 社員さんの力量UPが急務。低下するコストとそれに合わない技術不足 が利益を余計に圧迫しています。
136	製造業	NC旋盤による精密加工部品、油圧、空圧、自動車部品等	
137	製造業	化粧品及び医薬部外品の製造販売	新規販路開拓
138	製造業	ゴム工業製品をプレス成型するための材料(コンパウンド)を要求物性にかなうよう配合し生産す	第二工場の検討を長期計画に盛り込む可能性を思慮する段階にあり、その為には人材、設備、売り上げの3点が重要になってくる。
139	製造業	別注金物製作。切文字・箱文字・銘板などの看板。	いままでのように同じ取引先から続けて発注があるということが少なくなっているような気がする。他にも重要取引先を増やし、売り上げ増を目指したい。他ではやりたがらない難しい・手間のかかる仕事を率先して受注する。
140	製造業	作業用手袋(軍手)製造・販売	これまでは完全卸売体制だったが、これからは自社で販売できるよう現在調整中である。
141	製造業	少量化学薬品の受託製造と精密蒸留	自社の技術力を営業に結びつけることが出来ていない。
142	製造業	ステンレス製品製缶加工	一社依存からの脱却及び自社製品の開発を目指す。
143	製造業	スチール製家具の製造・販売	納品させていただく商品を製造するための、顧客のニーズの把握・設計技術の向上・レスポンスの速さを上げる事を主に重点を置きます。設計技術を上げる為、顧客との打ち合わせにはどんどん出席していただき真の顧客のニーズを肌で感じる事を行っていきます。
144	製造業	浴槽ろ過装置の製造・販売	今後ろ過装置のシステムの変更や新商品の開発に取り組みたいと思います。
145	製造業	CNC精密自動旋盤による金属切削加工。挽物加工・精密機械部品製造	営業力を身に着け、強化し、現場の技術力強化でより良いものづくりをし強みを作り、見込みある会社へアピールをし新規の重要取引先を作る。
146	製造業	段ボール印刷インキ製造販売及び段ボール工場向け排水処理設備設計・施工・販売	現在の主力社員は、10年勤続の30代社員。この下の世代、20代の社員を採用し、教育して、今後の戦力として育てていきたい。
147	製造業	ダイカスト用亜鉛合金を原材料とする非鉄金属ダイカスト業	経済などの外部環境は変えようがないため、内部環境のうち、努力により変えることが出来ること(人為的ミスおよび技術レベル附則による不良品の発生を低減させる)に注力する。
148	製造業	製薬プラント、自動車プラント、鉄鋼二次加工プラントの生産設備及び試験設備の電気設計・施工・工事・調整の一式を行います。	会社設備拡大に伴い、技術力の向上を目指すことをまず念頭に置き、その上で営業力の拡大を促進することで重要取引先を増やし売上増加へつなげる

149	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・製作をハード、ソフト、メカに至るまでワンストップで対応しております。	組み込みシステムに関するハード/ソフトの技術力を強化し、専門性を高めて競争力強化を図る。社内における製品の検査工程の自動化・省力化を推進し、今より更に20%程度生産性アップして、より付加価値の高い仕事をできるようにする。ものづくり革新補助金等を活用して、今後の主力製品のひとつとなる「タッチパネル電極検査装置」を開発している。
150	製造業	搬送機械の設計・製造	新規取引先の要求事項を満たせるよう社内体制の充実をはかる(組織変更や幹部社員教育)
151	製造業	プラスチックフィルム関連の袋を製袋加工、最近チャック(ジッパー)付のポーチが増えている。	後継者の育成を含めた人材育成、人材確保、技術能力アップ
152	製造業	紙器・紙製品製造業	新製品の開発による新規販路開拓や社員教育による生産性の向上と効率化。
153	製造業	印刷・ホームページ・デザインの制作	新規顧客の開拓の更なる強化と、新サービスの開発と、これらの成果を利益に結びつける事の出来る人材の育成
154	製造業	コンピュータ関連装置の開発・製	新規顧客の確保と新製品の開発
155	製造業	物流支援機器製造販売	売り上げアップを目標に各部門の強化。
156	製造業	押出成型金型	蓄積されたデータがあり、お客様への提案が行える
157	製造業	金属製品製造業	全社員営業体制づくり
158	製造業	銅パイプの端末加工 ろう付加工	売り上げは変わらないが加工する部品が太く大きく重くなってきている。特に大物を手掛けるつもりはないが、加工品が大きくなれば場所が必要になってくる。手ごろな物件があれば移転も考えているが、タイミングと条件が伴うし移転後の活用も考えなければならない。
159	製造業	製缶、板金加工 産業機械設計制作	若手社員のスキルアップ
160	製造業	各種ポンプ設計製造	御客様自体にも職人不足が蔓延している。故に弊社が技術者集団となり、製品の提供はもちろんの事メンテナンス等のサービスを提供できるよう社内社外での教育に力点を置く。
161	製造業	工業用アルミ・ステンレス製品の設計・製造・加工・販売	既存取引先の売上高は縮小傾向。売上高の維持向上には新規顧客の開拓が不可欠で、そのための情報発信(展示会への出展、HPのリニューアル)等を進めている。
162	製造業	農産物流通、野菜カット工場	設備投資、障害者雇用
163	製造業	化学工業、塗料工場向けの製造設備の設計製作、工事	来年年明け早々に雇用を計画している。良い人材と確保して、良い教育をすることが会社の発展につながると思うので、力を入れたいと思います。
164	製造業	内装工事	技術力と経営力の承継
165	製造業	制御盤製造及びソフト設計	会社のビジョンの浸透を社労士の先生と推進中。
166	製造業	食品メーカー	営業を強化
167	製造業	婦人インナー製造販売	能力のある人を募集し続け、マッチすれば育てていく。
168	製造業	缶パーツ製造・販売	売上を最大に、経費を極小に。第2の柱の確立。
169	製造業	金属工作油剤製造販売	顧客満足度のUPを計ると共に見込み客の発掘から受注につなげる為、人材の採用やサービスの向上が必要。
170	製造業	歯車及び歯車関連部品の加工及び製造	3S活動を実施して作業の効率化を社員さんを含めた全社で問題意識の共有をし、解決に向けた自主性の発揮を期待しています。
171	製造業	菓子製造、販売(アイシングクッキー)	技術の向上とスピードアップ
172	製造業	ステンレス薄板に特化した研磨及び保護テープ貼り	個人商店との合併に向けて双方の問題を解決すべく人材登用、技術提携及び共有を確立する。新規設備投資の活用
173	製造業	電気設備用特殊金物	管理職の育成及び確保
174	製造業	プレス加工、銘板製作	社員教育を行い、各人の能力(長所)を生かせる職場づくり
175	製造業	建築金物製造販売	昨年より手がけている甲冑レンタル事業の本格的な動き→利益計画と共に社内の組織化と営業力に力を入れる。
176	製造業		新規分野に進出する技術と人材育成に力を入れていきたい。
177	製造業	アルミに特化した板金加工	若い人材を確保し、より特化した会社づくり
178	製造業	プラスチック成形	新事業への取り組みの中で、付加価値を高めるサービスを拡充
179	製造業	小径の切削加工金属加工	コストを極力抑えた営業力を考えること。最新設備導入による生産リードタイムの圧縮、スピードアップ。
180	製造業	めっき、電着塗装、アルマイト等の表面処理加工	常に新しい技術を探し、新しい顧客や新しい分野を開拓する必要がある。
181	製造業	金属製品製造業	幹部工員の世代交代に伴う配置転換と社員教育

182	製造業	サイン・DIY関連製品、店舗用品 製造販売	新しいことへのチャレンジ
183	製造業	鋼板の切断加工	新卒を含む若手の採用
184	製造業	高周波焼入加工、機械加工、研 磨加工、バイス製造販売	今まで開発してきた新製品の販売に力を入れる。
185	製造業	プラスチック射出成形	若い営業マンへ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 制をはかる。
186	製造業	アルミ製品の企画・開発・製造・ 販売	新規販路において、その分野で力を持った企業とのコラボをいかに行 えるかがカ点
187	製造業	金属製品製造	ベトナム工場の採算向上
188	製造業	ポリウレタン塗装、塗料販売	海外発展途上国への技術指導(技術売却含む)および輸出の拡大。営 業社員の増加。
189	製造業	電子部品用リードピン、製造販売	売上増が一番の課題
190	製造業	ドリルネジの製造販売	変化に対応する
191	製造業	特殊車輛部品、産業用プラント部 品製造	一社請負の比率が高いためリスクが大きい
192	製造業	機械及び機械部品製作修理	使用している機械が古くなっているため、新しいものが必要となっている。
193	製造業	板金加工	自社製品の販売
194	製造業	溶接・NC加工	資金繰りを重点にする
195	製造業	金属加工	強味の強化
196	製造業	金属部品加工業	経営、製造現場での世代交代
197	製造業	切削機会加工、省力機器の設計 製造	社員の高齢化が問題になっているので、技術継承が必須になっている ため、若手の技術力のUPに力を入れます
198	製造業	産業用機械製造	技術スタッフの育成強化が課題
199	製造業	精密機械加工	短納期対応
200	製造業	金属プレス加工	一社に依存しておりますので危機感があります
201	製造業	金属焼付け塗装業	規模拡大しないと、5年後、10年後にやりたい仕事が出来ないので移 転したい
202	製造業	プラスチック金型の製品部の加 工	センス
203	製造業	ネジ、ボルト、ナット等自動車重 要部品	益々技術の高度化が要求される。それについていけるように努力す る。結果、技術向上と営業力強化の2点をカ点とします
204	製造業	電気機器の組み立て	新規事業に営業拡大する為に、工場拡大を考えている
205	製造業	IH用厨房機器製造	営業力の拡大では来年度展示会への出展を予定。カラクリカイゼン等 で、生産性アップ効率化によって、利益を増やしていきたい
206	製造業	シール、ラベル、ステッカーの特 殊印刷・企画・製造	やはり毎度のことですが売り先があつての製造業なのでいつもカ点で す
207	製造業	金属板金加工業	自社ブランド商品の開発
208	製造業	金型メーカー	人材育成
209	製造業		設備投資の効果→生産性向上、省エネ、技術開発力アップ
210	製造業	線香製造	高付加価値化を推進し、原材料価格上昇による原価率悪化を吸収す る。そのためには品質向上が最優先であり品質管理と技術力向上に 一段の努力を惜しまない
211	製造業	プラスチック成形	新卒の採用を成功させる事
212	製造業	ディスプレイ、サイン業	新規事業の異業界への展開強化、新規事業の展開強化、営業取扱商 目強化
213	製造業	電子機器開発、製造	5年先、10年先のあるべき企業を目指す
214	製造業	ステンレス製バルブ、配管継手の 製造販売	既存の顧客への販売はもちろん新規顧客の獲得を目指して営業力を 強化する。また、新製品の開発にも力を注ぎ競争力を強化していく
215	製造業	電機機器の製造販売事業	新商品の開発と営業の強化
216	製造業	ガラス加工販売	新規取引先を年間2社以上増加させる
217	製造業	塗装用刷毛ブラシ、用品資材の 製造卸	包装用機械の導入。人を増やし、密度の濃いビジネスを目指す
218	製造業	織・幕・旗等のスクリーン印刷業・ Tシャツのプリント	視点を変えたサービスや提案
219	製造業	印刷業	新しい製品をつくっていききたいと思います。
220	製造業	オフセット印刷製本	取引先の拡大、受注量の拡大
221	製造業	きな粉、香辛料、青のり等の製造 販売	新規開拓を主体とする営業担当を置きました。
222	製造業	食品の製造販売(主に食品及び 惣菜)	より良い商品提供のため生産力の強化を含め会社の体制を見直す。
223	製造業	金型製造業	新規事業の成長性を見極め海外進出を判断

224	製造業	トロフィーなどの表彰品及び、社章・記念品の製造	LEDを組み込んだ商品開発。社員との理念の共有
225	製造業	シートメタル加工	お客さんの声を聞いて、仕事をつくることが第一歩と思っています。
226	専門サービス業 (工業の方)	税理士	新規顧客獲得
227	専門サービス業 (工業の方)	会計事務所	一人当たりの稼ぎを上げ、かつ長時間労働を克服するため、何をどうするのか検討中です。
228	専門サービス業 (工業の方)	障害福祉サービス事業・相談事業・放課後等ディサービス	福祉制度の改悪に対しては要望行動を行います
229	専門サービス業 (工業の方)	特許・商標などの権利取得、知的財産全般に関する業務	顧客ニーズに応えられる具体的なスキルを従業員が身につけるための教育システムを確立する。
230	専門サービス業 (工業の方)	税理士業	採用教育
231	専門サービス業 (工業の方)	社会保険労務士	皆がやりたがらない分野への参入が新規販路拡大のカギである。また指針を作りもう少し計画的に目標設定をしねければいけないと思います。
232	専門サービス業 (工業の方)	社会保険労務士業	DMを出してみようかと考えている。
233	専門サービス業 (工業の方)	税理士業、コンサルティング業 (事業承継、国際税務、M&A等)、FP業	工業は人脈が大きいので、とにかく地道に人脈を形成あとはインターネットで集客力を高める
234	専門サービス業 (工業の方)	社交ダンス教室、練習場、ドレス・練習着販売	11月にシェアハウスが完成し現在は集金システム・契約書・棚子付に関する広告料の設定などに重点を置いて、金融機関とディスカッションを重ね大阪府経営革新計画に提出した計画通りに事業を進めるように力点を置いています。
235	専門サービス業 (工業の方)	税理士業務、コンサルティング	スタッフの専門能力やモチベーションを高めたいと思っています。
236	専門サービス業 (工業の方)	社会保険労務士	既存顧客への対応を強化する。
237	専門サービス業 (工業の方)	建築企画設計・監理	技術営業で継続的な仕事の確保
238	専門サービス業 (工業の方)	企業会計	知名度アップを図る
239	専門サービス業 (工業の方)	経営コンサル会計事務所	社員能力アップのために研修を増やしています。
240	専門サービス業 (工業の方)	税理士業	セミナーの講師を増やす
241	専門サービス業 (工業の方)	社会保険労務士業	企業労務管理・人材開発の分野で情報発信の量・質をともに増やす
242	専門サービス業 (工業の方)	税理士事務所	情報発信(HPで)強化する。提供するサービスを充実させる。
243	専門サービス業 (工業の方)	社労士業	人と営業力、社内システムの確立
244	専門サービス業 (工業の方)	環境保全サービス	効率化、新領域化、付加価値拡大化
245	専門サービス業 (工業の方)	弁護士業	事務所の人員拡大の可否について検討
246	専門サービス業 (工業の方)	室内のクロス洗浄専用、洗剤の販売	全国施工店の技術の均一化
247	専門サービス業 (工業の方)		人材の採用を行う
248	専門サービス業 (工業の方)	税理士全般	時間当たりの利益をアップするため、効率化、サービス開発、能力アップに取り組む
249	専門サービス業 (工業の方)	自動車整備業	若い社員が多いため、技術力をUPさせる事で生産性アップを見込んでいる。
250	専門サービス業 (工業の方)	税理士	税から経営支援に。
251	専門サービス業 (工業の方)	税理士	自社の得意分野を明確に打ち出すこと
252	専門サービス業 (工業の方)	許認可全般、中小企業支援、行政書士事務所	経営の方向性、軸足を変えていく
253	専門サービス業 (工業の方)	社会保険労務士業務	業務の効率化を進め、時間を捻出して生産を高める

254	専門サービス業 (工業の方)	税理士業務	人材の強化(採用 非正規→正規)
255	専門サービス業 (工業の方)	都市計画、建築、土木、造園に関する計画・設計	社内人事考課制度と採用や社員教育のリンク
256	専門サービス業 (工業の方)	税理士	セミナー勉強会の開催によりバックエンド商品販売促進。能力評価制度及び社員教育計画導入、クラウド会議促進
257	専門サービス業 (工業の方)	行政書士	得意な漫画を使った宣伝
258	専門サービス業 (工業の方)	経営コンサルティング	経営革新計画に基づいたソフト開発及び販路開拓
259	専門サービス業 (工業の方)	税理士業務、会計業務2	一部デフレ減少の箇所あり、差別化、ワンストップサービスをしないといけない。
260	通信情報業	ソフトウェア	1次請売上額の増加、技術社員の人材確保
261	通信情報業	ソフトウェア、ウェブシステム、デザイン作成。	新技術を使って新しいサービスを作ること。Webの仕事を増やすこと。
262	通信情報業	WEB製作	能力UPの仕組み作り
263	通信情報業	ソフトウェア開発	新卒採用、経験者採用、技術教育
264	通信情報業	情報通信エンジニアリング事業等	経費削減意識向上の為、定期的に幹部会議・グループリーダー会議・グループ会議を実施している
265	通信情報業	情報サービス、ホームページ製作、システム開発	異業種から営業のやり方を聞く研修を増やす。
266	通信情報業	広告制作業	顧客先の見分け方
267	通信情報業	ソフトウェア提案開発保守・パソコン機器販売保守	月に一度の技術勉強会を他の技術者を含めて行う
268	流通業 (卸・小売業含)	健康食品・化粧品等の卸売業	景気が良くならないので、新規販売店を増やして行かなければ・・・そのためには人材不足なので早く自立できる社員を増やさなければなら
269	流通業 (卸・小売業含)	安全衛生用品製造販売業	販路の拡大、製品ラインナップの拡大をしなければ、自動的に成果は減少していく。
270	流通業 (卸・小売業含)	トラック関連総合商社	企業経営の基盤は人材であり、その確保と将来にむけての社員教育が企業経営発展の最低必要条件であると思います。
271	流通業 (卸・小売業含)	機械工具の販売	潜在商権を顕在化させるため事例集の作成。また、そのプロセスでの留意点、ポイントなどを文書化して各営業マンのスキルUPを図る。
272	流通業 (卸・小売業含)	一般薬・健康食品等の卸売販売	営業力の強化、海外含め新規販路拡大、異分野商品の開発、等
273	流通業 (卸・小売業含)	アパレル輸入卸	新商品にしても、営業体制にしても具体的な戦略が必要。個々の意識が大事。
274	流通業 (卸・小売業含む)	締結部品(ねじ・ねじ部品)の販売業	競争力がどこにあるのかを追求しお客様に弊社と取引する価値を明確にしたHP制作しITを活用した営業力を強くする 接客対応力の向上 若手営業社員の雇用
275	流通業 (卸・小売業含)	機械製品・厨房機器の輸出、通信・放送関連製品、電材の輸入	大口取引先との取引拡大
276	流通業 (卸・小売業含む)	電子部品販売卸業、電子機器設計・製造、受託加工	特に営業スタッフのスキルUP支援を中心取組み、取引先の潜在ニーズをキャッチし同業他社の一歩先を行けるような営業戦力の充実をはかって行きたい。
277	流通業 (卸・小売業含)	眼鏡の販売	販売店舗の拡大
278	流通業 (卸・小売業含)	化粧品の製造販売業	新規販路開拓に向けて営業力の拡大を予定している。
279	流通業 (卸・小売業含)	建築用木材卸売り	販売エリアの拡張
280	流通業 (卸・小売業含)	テキスタイルコンバーター	商売したい先が見つかったので何とか信頼を得たい
281	流通業 (卸・小売業含む)	伝導機器及び機械工具卸、電気工事(防犯カメラ・LED・太陽光パネルの設置等含む)	既存事業に関しては、取扱項目を拡大し、より顧客のニーズに決め細やかに対応する「御用聞き」を目指す。又新規事業に関しては、販路開拓と重要取引先を増やし、売上安定を目指す。
282	流通業 (卸・小売業含)	実店舗及びネットショップにて医薬品、化粧品、日用品の販売	社内の統一化
283	流通業 (卸・小売業含)	古紙の選別・加工・販売。	社員の全社的理念の浸透
284	流通業 (卸・小売業含)	ステンレス鋼材卸売業	あうんの呼吸をユーザーと共有すること。

285	流通業 (卸・小売業含)	ニット生地卸売	市況が悪く、売上・利益確保を目指す
286	流通業 (卸・小売業含)	健康食品の販売	新規販路の拡大を行うため、営業力を向上させると共に、卸売(BtoB)から(BtoC)への切り替えを促進。
287	流通業 (卸・小売業含)	制服、被服販売小売	加工技術の向上と納期レスポンスの向上
288	流通業 (卸・小売業含)	建築金物の卸	業績向上の為に会社の方向性などを古参社員さんに理解してもらいたい
289	流通業 (卸・小売業含)	太陽光パネルの販売・設置・保守	今後の業界動向を正確に見極め企業進路を明確にする
290	流通業 (卸・小売業含)	ギフト、ノベルティグッズ企画、製造、卸	今まで取扱いのなかった食品ギフトの開発・販売
291	流通業 (卸・小売業含)	ネジ販売	経営を任せられる人材の採用
292	流通業 (卸・小売業含)	骨董品輸入販売業	仕事の質を向上させ、顧客様に満足していただける努力。
293	流通業 (卸・小売業含)	機械工具販売	経営計画を見直し社員のモチベーションアップにつなげる。
294	流通業 (卸・小売業含む)	工作機械販売会社	売上減少の問題点は、消費税のアップ。消費が買い控え、デフレの失敗。来年はもっと悪くなり、会社は給与のアップはできない。大手だけ少々アップ？
295	流通業 (卸・小売業含)	鉄板の加工販売	営業担当が営業に出れない状況が続いている。営業担当者の業務処理を他の社員ができるようにしたい
296	流通業 (卸・小売業含)	青果卸売業	他県への遠方のコースを作って事業拡大を目指す
297	流通業 (卸・小売業含)	金属材料販売・レーザーによる軟素材加工、ペーパークラフト製造	今までなかった業界にペーパークラフトの技術を使ってプレゼンし参入するほうに取り組み中
298	流通業 (卸・小売業含)	アパレル業	対面販売は店舗営業マンの力量による所が大。コミュニケーション能力を向上さつせる動きが大切
299	流通業 (卸・小売業含)	化粧品・繊維・雑貨	新商品の開発
300	流通業 (卸・小売業含)	OA機器販売	新規取引先開拓により既存顧客での目減りを補う一人当たり生産性を掲げ採算重視の経営を目指す
301	流通業 (卸・小売業含)	鶏肉及び業務用食品卸	現状の業態だけではリスクが高いため新たな事業の柱が欲しい
302	流通業 (卸・小売業含)	セキュリティ機器の販売	新製品に対応できる体制づくり
303	流通業 (卸・小売業含)	中古機械輸出	外注している部分を直営あるいは子会社設立を検討中
304	流通業 (卸・小売業含)	建設機械のレンタル	東京地区へのマーケティングに注力
305	流通業 (卸・小売業含む)	園芸小売業、ガーデン施行	高付加価値商品に力点を置いているため、商品に見合った高いサービスを提供できる人材を育てたい。店舗もしっかりで、適切なりリニューアルを行うための資金確保が必要。
306	流通業 (卸・小売業含)	珈琲焙煎卸売、食品卸、通販業務	体力のある販売先確保、新規販路を担当する人材育成
307	流通業 (卸・小売業含)	コーヒー卸・小売	新事業のワイン販売に関する開拓
308	流通業 (卸・小売業含む)	医療用装具材料、一般向けインソールなど卸	欧米各国の売上至上主義、担当者がコロコロ変わる方針変更やものの考え方の違いによるギャップから妥協点を見つけていき、コアになる売れ筋商品の確保、販路拡大
309	流通業 (卸・小売業含)	地毛染め販売	売上が伸びずに他メーカーの参入が多く、市場の取り合いになっている
310	流通業 (卸・小売業含)	輸入卸	新規販路と商品の開拓
311	流通業 (卸・小売業含)	ネジ等・ファスナー商品の販売	新商品開発
312	流通業 (卸・小売業含)	小売業	何を置いても人材確保が優先する。
313	その他	蓄電池の制御システム開発	他社との差別化を技術力、商品力でつける必要。
314	その他	広告デザイン、政策代理店	営業活動以外の開拓
315	その他	屋外広告業	社員の高齢化に対し若手の育成が急務
316	その他	損害保険・生命保険の募集代理	資格(上級)の取得 セミナーの参加など



317	その他	貿易	営業力の強化
318	その他	ソフトウェア開発	海外を視野に入れた販路の構築を前提に、新規及び取引先に対してソリューションの情報提供を行うと共に、新たなソリューションの開発のために情報収集を行う。新たな流れに耐える社員の能力アップも不可欠
319	その他	金融機関	職員のスキルアップによる新規顧客開拓、重要基盤取引先の増加により質量共重視
320	その他	保険代理業	来年8月に2名の高齢社員が引退するため、若手社員の採用、教育に力点を置いている。また、生産性アップ効率化を目指して、就業時間の変更、役割分担、ルール決めなどを行なっている。
321	その他	販売、仲介、管理、賃貸	営業の範囲を広げ人材の採用をする。
322	その他	障害福祉サービス	生活困窮者、障がい者、母子家庭者、就職困難者の働く場を創設するため、都会での農業をする。地産地消で地域の方に食していただく
323			基本事業を確保しながら、新しい分野への参入
324		デザイン、印刷物全般、インターネットにて(冷蔵庫に貼るマグネット広告、車用マグネット広告の印刷、デザイン)(卒業証書、修了証書のケースの印刷)(会社案内等の鑑になるポケットフォルダーの印刷、デザイン)	設備投資により、新しい商品の販売
325		介護保険事業	「人は石垣、人は城」で当社の人材城を築くためにも、幹部社員の育成・拡大をしていきたい。
326		重電機器受配電設備の試験・調整・メンテナンス	技術職ですので、人材の確保と技術力の向上が作業受注量に直接反映されるのでこの点につきます。
327		印刷企画 イベント	人材育成
328		各種コスト削減コンサルティング、LED照明・電子ブレーカー販売	現在、営業は私自身と外注(外交員・提携会社からの紹介)に頼っているため、自社スタッフ確保が必要
329		生命保険 損害保険代理店	2016年5月に改正保険業法が施行されます。法律の要旨は保険代理店はそれぞれ独自の方法で、顧客にもっと寄り添って汗をかきなさいということです。 その一方で代理店の収入源となる手数料については、保険会社からの押し付けの施策をしなければ(特定商品の販売など)マイナス評価となり、本来の手数料から減額をさせていただきます。 保険会社の施策が代理店マーケットの顧客と合致していれば問題ありませんが乖離しているケースがほとんどであり、先の改正業法の主旨とも反すると考えます。

## 特別項目(冬季賞与について)

### 1. 冬季賞与の予定について

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	総計
サービス業	71	51.1%	31	22.3%	16	11.5%	21	15.1%	139
運輸業	13	61.9%	3	14.3%	5	23.8%	0	0.0%	21
建築業	41	67.2%	7	11.5%	8	13.1%	5	8.2%	61
製造業	155	74.5%	29	13.9%	19	9.1%	5	2.4%	208
専門サービス業 (士業の方)	37	48.7%	14	18.4%	3	3.9%	22	28.9%	76
通信情報業	8	57.1%	3	21.4%	3	21.4%	0	0.0%	14
流通業	64	67.4%	17	17.9%	11	11.6%	3	3.2%	95
その他	11	64.7%	3	17.6%	1	5.9%	2	11.8%	17
(空白)	8	57.1%	0	0.0%	1	7.1%	5	35.7%	14
総計	408	63.3%	107	16.6%	67	10.4%	63	9.8%	645

①支給する ②支給しない ③未定 ④該当なし

### 2. 前年の冬季賞与との比較(前問で①と回答された方)

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	総計
サービス業	24	33.8%	37	52.1%	7	9.9%	3	4.2%	71
運輸業	3	25.0%	6	50.0%	1	8.3%	2	16.7%	12
建築業	18	43.9%	18	43.9%	4	9.8%	1	2.4%	41
製造業	42	27.3%	84	54.5%	22	14.3%	6	3.9%	154
専門サービス業 (士業の方)	15	40.5%	17	45.9%	3	8.1%	2	5.4%	37
通信情報業	4	50.0%	3	37.5%	1	12.5%	0	0.0%	8
流通業	16	25.4%	37	58.7%	8	12.7%	2	3.2%	63
その他	6	54.5%	4	36.4%	1	9.1%	0	0.0%	11
(空白)	3	37.5%	3	37.5%	1	12.5%	1	12.5%	8
総計	131	32.3%	209	51.6%	48	11.9%	17	4.2%	405

①増額 ②同額 ③減額 ④昨年は支給をしていない