

大阪府中小企業家同友会

大阪同友会定点景況調査集計（2016年1月～3月期）

期間：2016年2月10日～2016年3月16日

対象者：2565名

回答数：679名

P 1 : アンケート原紙

P 2 : 大阪産業構造研究会コメント

P 4 : D I 推移（売上・利益・景況感・先行き景況感・資金繰り・設備投資・採算状況）

P 1 8 : 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 0 : 売上増加の要因（選択・記述）

P 2 6 : 売上減少の要因（選択・記述）

P 3 0 : 設備投資・経営上の課題（選択）

P 3 1 : 今後の力点（選択・記述）

P 4 1 : 特別項目集計

P 4 3 : 指針実践×売上などの数値集計

別冊：規模別集計



【1】自社の従業員数をご記入下さい

従業員数 正社員 () 名 アルバイト・パート () 名

【2】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 (※2016年1月～3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(10月～12月期)： 増・横・減	前年同期比： 増・横・減
②利益	前期比(10月～12月期)： 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

【4】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】経営指針実践について該当する項目をお選び下さい。

1. 経営指針を社員と共に実践している 2. 経営指針を作成したが実践ができていない。
3. 経営指針はありません

【2】今期の採用について

2015年度の採用についてご記入下さい

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

【3】決算状況

2015年度 (2015年4月～2016年3月) における決算では業績はいかがだったでしょうか。

1. 黒字 2. 赤字

【4】事業承継について

事業承継についてお伺いします。貴方の会社では後継者はどのようにお考えですか? 該当する項目をお選び下さい。

1. 親族に承継予定 2. 社員に承継予定 3. M&Aの予定 4. 後継者はなし 5. 未定

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

2期ぶりの悪化

経営環境は波乱含みだが、業種や業態によって影響の出方は異なる
自社の置かれている状況を的確に分析し、環境変化を乗り越える企業づくりを

今回の調査のポイント

- ・売上、利益の前期比 DI 値は2期ぶりに悪化した
- ・特に運輸業、建築業は大幅に悪化した
- ・製造業では中国経済の減速などの影響を受けている会員は一部にとどまっている。

1. データについて

今回の景況調査データは、2016年2月10日～3月16日の間に回収されたものである。対象者2,565名に対し回答数は679名、回収率は26.4%であった。

2. 会員の景況

(1) 売上・利益動向

DI 値について、まず売上前期比では、全体で2015年第3期、第4期と2期連続で改善していたが、2016年第1期でポイントは大幅に下がった（17.3→9.3）。専門サービス業、通信情報業以外の業種、すなわち、サービス業、運輸業、建築業、製造業、流通業で下がっており、とりわけ運輸業が50ポイントと大幅に悪化したほか、建築、流通業が20ポイント前後、製造業が約10ポイント下がった。

売上前年同月比では、全体では横ばいであるが、運輸業、建築業、通信情報業でポイントが下がっており、特に運輸業の下がり幅が大きい。

利益前期比については売上とほぼ同様の傾向にあり、運輸業を筆頭に建築業、製造業、流通業で悪化している。利益前年同月比では全体で若干ポイントが上昇しているが、運輸、建築、流通業で悪化している。

今回は運輸業、建築業が全般的に悪化(特に運輸業の悪化は目立っている)していることが特徴的である。また製造業、流通業では売上・利益の前期比では悪化しているが、前年同月比では製造業はポイントを上昇させ、流通業は横ばい、若干の減少となっているのが特徴となっている。2015年の下半期以降、これら業種では業績を回復させていったが2016年第1期で悪化した。しかしそれでも、製造業は1年前よりは改善しており、流通業ではほぼ横ばいであった。運輸業、建築業では今回の落ち込みによって業績は1年前よ

りもさらに悪いものとなった。

(2) 景況感等

景況感 DI 値でもポイントは 4.2 ポイント悪化した。しかし、その内容はサービス業、運輸業、建築業、専門サービス業、流通業で悪化、製造業はほぼ横ばい、通信情報業は改善となっており、売上・利益動向と異なる。

景況感先行き DI 値は 1.3 ポイント悪化しているが、サービス業、製造業、専門サービス業では改善しており、運輸業が横ばいとなっている。悪化の主な要因は建築業と流通業である。

そのほか、資金繰り DI 値、設備投資 DI 値は改善、採算状況 DI 値は悪化した。

2. 売上・利益動向要因

悪化が目立った運輸業、建築業の減少要因（記述）をみると、「国内需要の停滞。価格競争での顧客離れ」（運輸業）、「荷物の動きが悪い」（運輸業）、「公共事業が減っている」（建築業）、「仕事量減少のため受注単価の値下がり」（建築業）、「新築住宅工事減」（建築業）、「工事物件の数が少ない。受注金額低く利益が少ない」（建築業）など、業界動向を反映したような記述がみられる。実際、「運輸業」「建設業」のこうした要因に基づく減少は全国的な動向でもあるようである（たとえば、「TDB 景気動向調査（全国）-2016 年 1 月、2 月-」）。

製造業の減少要因（記述）については「海外需要の減少、特に中国での需要が激減」「中国向けに輸出しているメーカーからの受注が減少している」など中国経済の減速の影響によるものがみられる。しかし、増加要因（記述）では、「組織改編によって社員のやる気があがった。新商品の営業活動が進展してきた」「営業力と技術力の強化」など営業力強化による売上・利益増加の記述も多くある。また、「メーカーからの受注に大きな変動はなかった」などの記述も見られ、中国経済の減速などの外部環境要因の影響を受けない業態の会員もいるようである。

3. 規模別集計

今回は規模別集計も行っている。売上、利益、景況感などでは規模別の特徴は見いだせなかったが、資金繰りに関しては、特に 0～4 人の層で厳しい状況となっている

4. 特別項目

・特別項目 1（経営指針の実践状況）

経営指針の実践状況については、4 割が「経営指針を社員と共に実践している」という結果であった。この 4 割を高いとみるか、低いとみるかは判断が難しいところである。

・特別項目 2（今期の採用）

324 会員回答で採用合計 1,001 人、1 会員あたり 3.1 人の採用であった。1 会員あたり採用人数を業種別にみると、サービス業 3.4 人、運輸業 4.4 人、建築業 2.8 人、製造業 3.1 人、専門サービス業 1.7 人、通信情報業 3.4 人、流通業 2.7 人であった。

なお、2015 年第 1 期の採用と比べると中途採用の比率が上昇している（2015 年第 1 期 33.2%）

特別項目 3（決算状況）

決算状況については 8 割の会員が「黒字」であった。

特別項目 4（事業承継）

中小企業の事業承継問題は従来から指摘されてきたことであるが、今回の集計結果でも④「後継者なし」と⑤「未定」が合わせて 6 割を占めており、今なお問題となっている。

大阪同友会定点景況調査集計2016年1月～3月期

期間:2016年2月10日～3月16日

679名回答

(サービス業:157名 運輸業:24名 建築業:59名 製造業:223名 専門サービス業:71名
通信情報業:22名 流通業:95名 その他:17名 空白:11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

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

2016年

	1期
サービス業	14.7
運輸業	-16.7
建築業	3.4
製造業	3.7
専門サービス業	33.8
通信情報業	54.5
流通業	-3.2
統計	9.3

売上前年同月期比

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

2016年

	1期
サービス業	17.6
運輸業	-18.2
建築業	-11.5
製造業	8.9
専門サービス業	40.9
通信情報業	42.9
流通業	3.4
統計	10.9

(2)利益に関して
DI値推移
前期比

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

2016年

	1期
サービス業	11.1
運輸業	-8.3
建築業	-1.7
製造業	-8.3
専門サービス業	25.8
通信情報業	36.4
流通業	-1.1
統計	3.0

利益前年同月期比

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

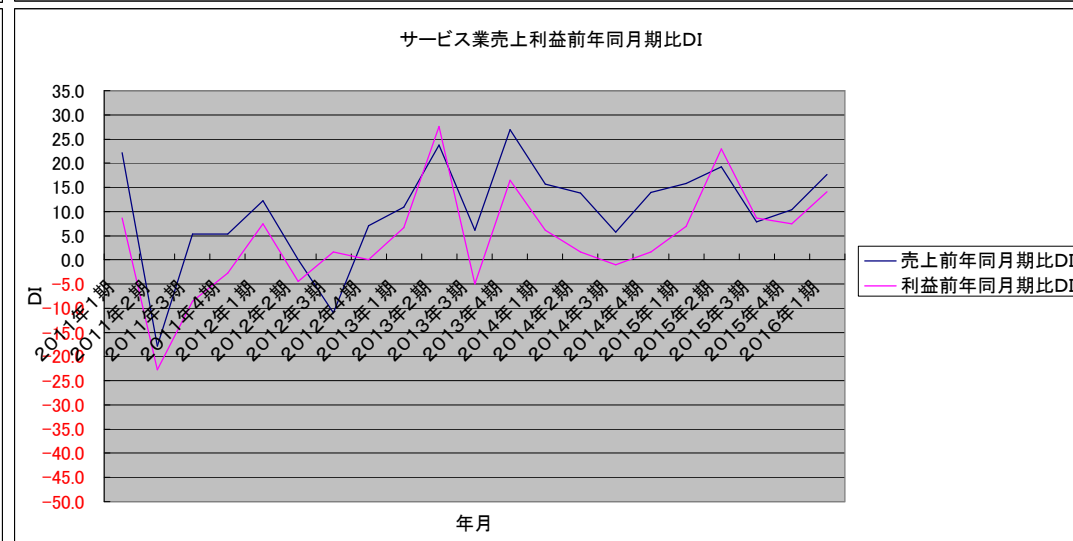
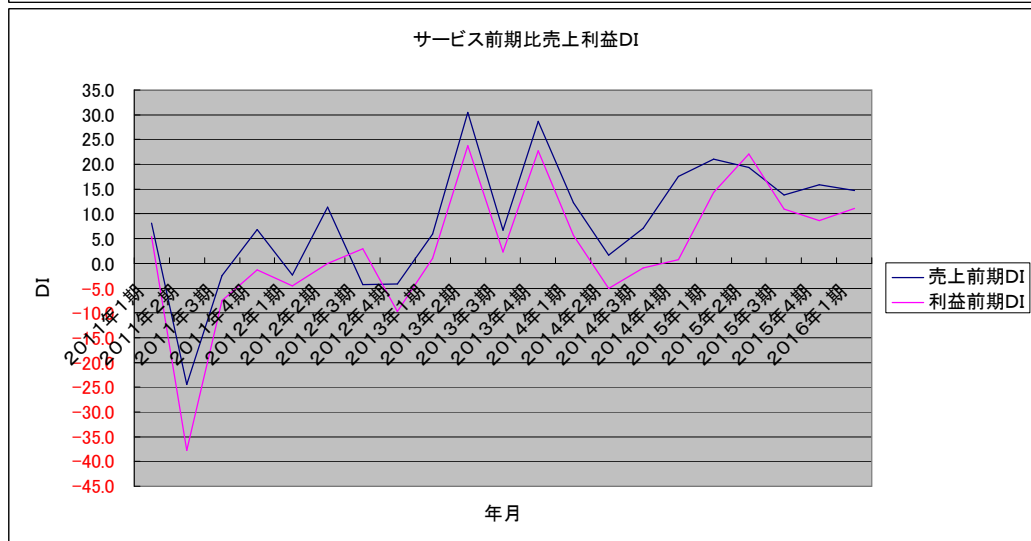
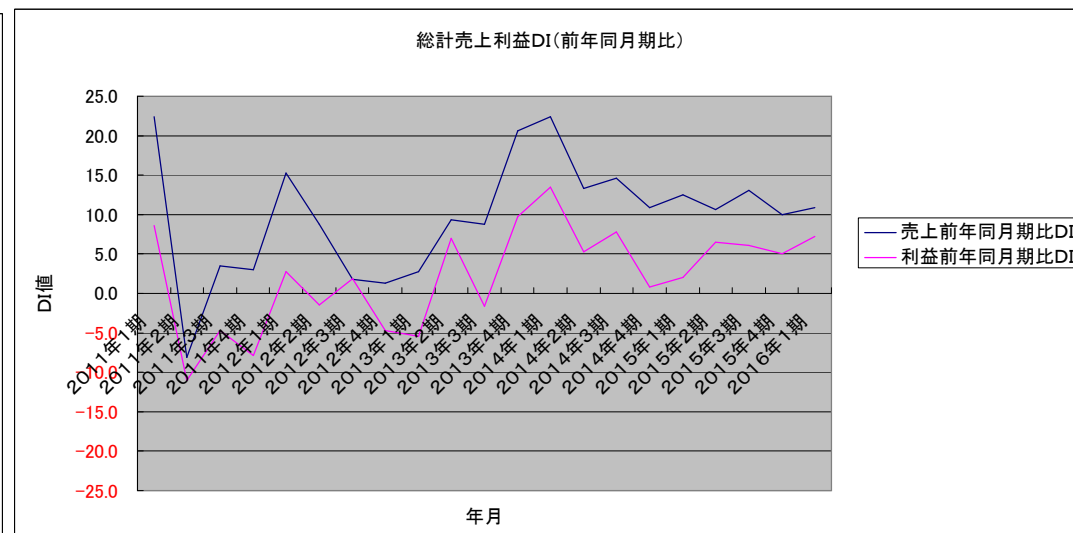
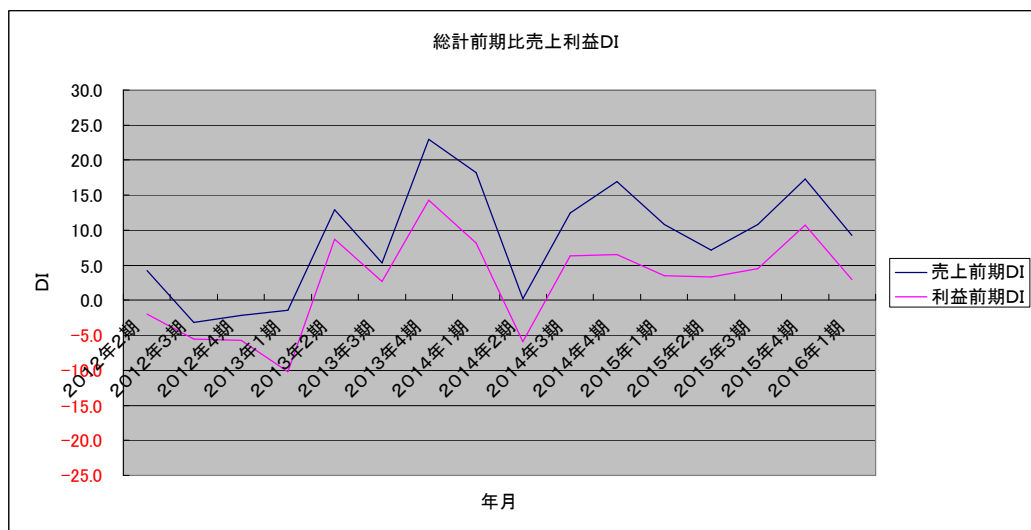
	1期	2期	3期	4期
サービス業	6.1	1.7	-1.0	1.7
運輸業	45.5	11.1	0.0	21.4
建築業	28.9	5.7	27.5	14.6
製造業	15.3	8.4	3.4	-4.1
専門サービス業	18.6	41.5	28.3	19.6
通信情報業	50.0	0.0	8.3	-18.8
流通業	13.5	-16.4	8.8	-18.8
統計	13.5	5.3	7.8	0.8

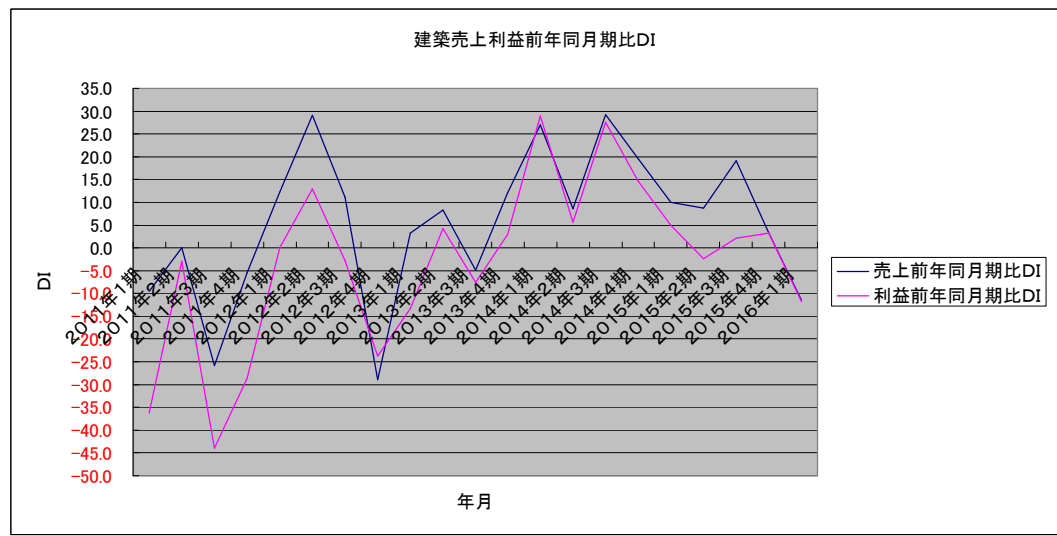
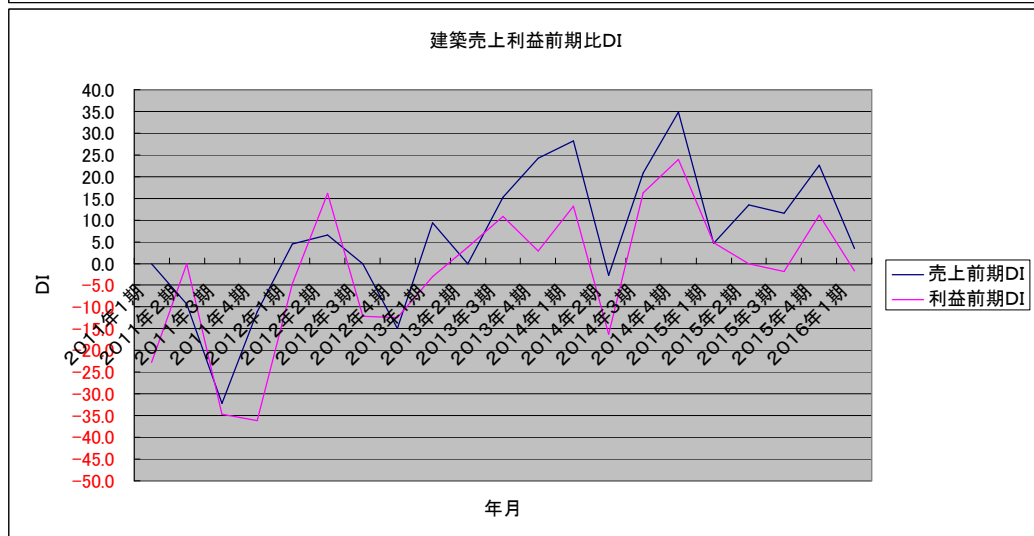
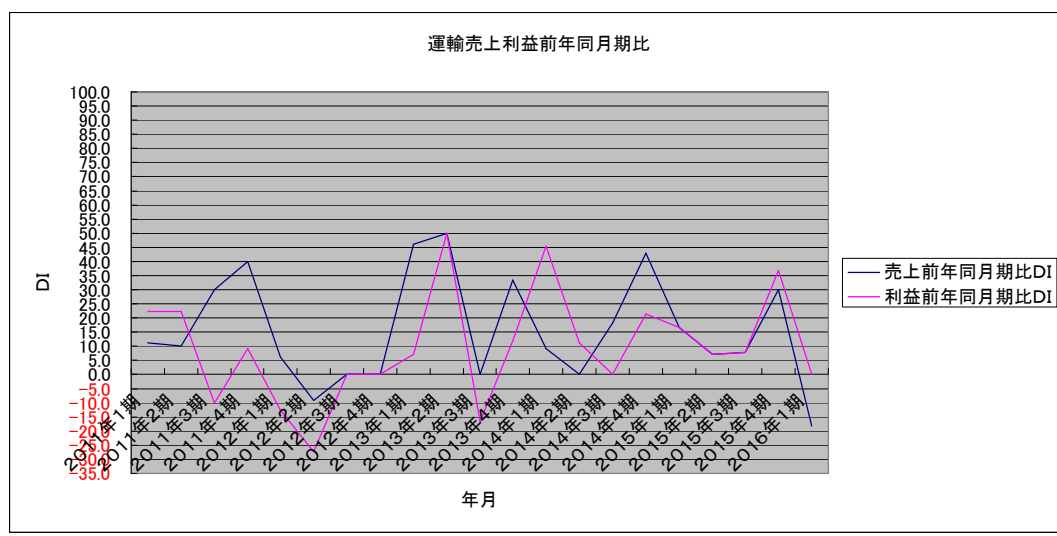
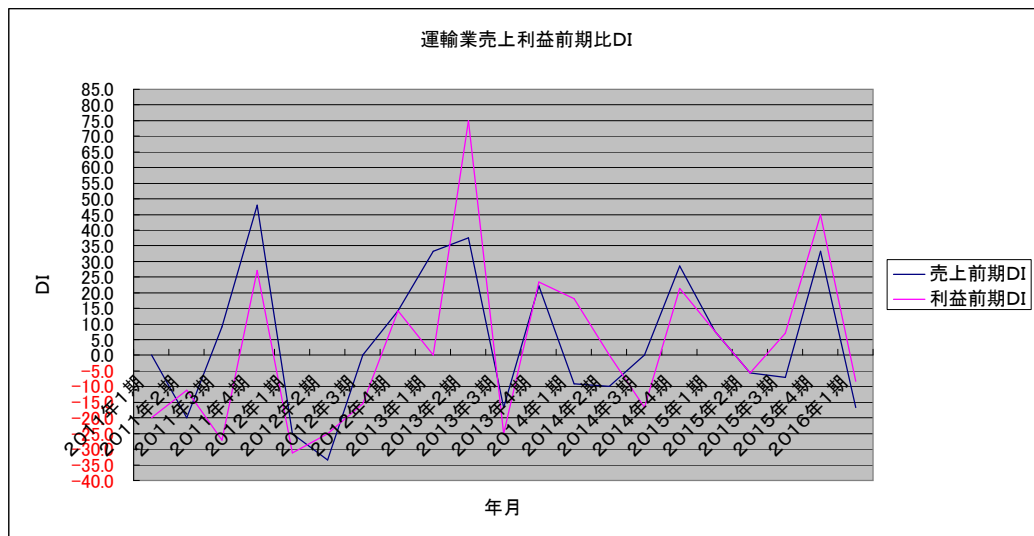
2015年

	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

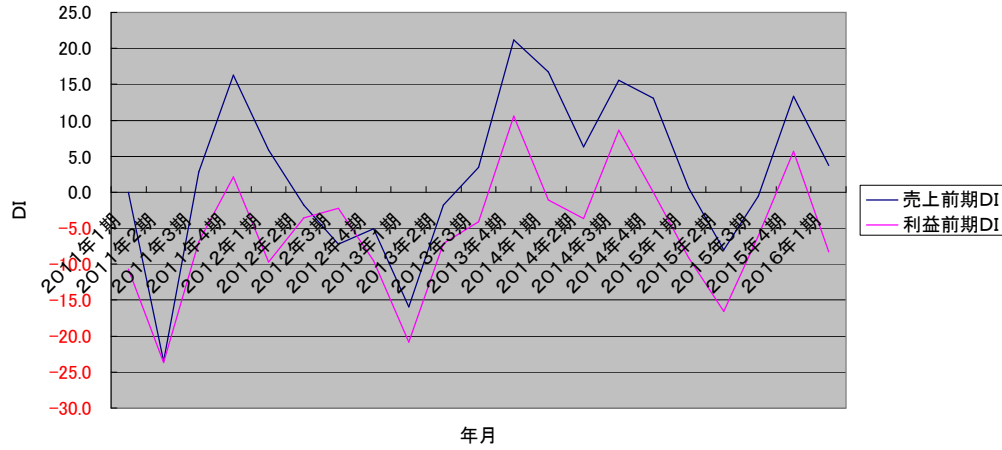
2016年

	1期
サービス業	14.1
運輸業	0.0
建築業	-11.8
製造業	3.8
専門サービス業	31.3
通信情報業	28.6
流通業	0.0
統計	7.2

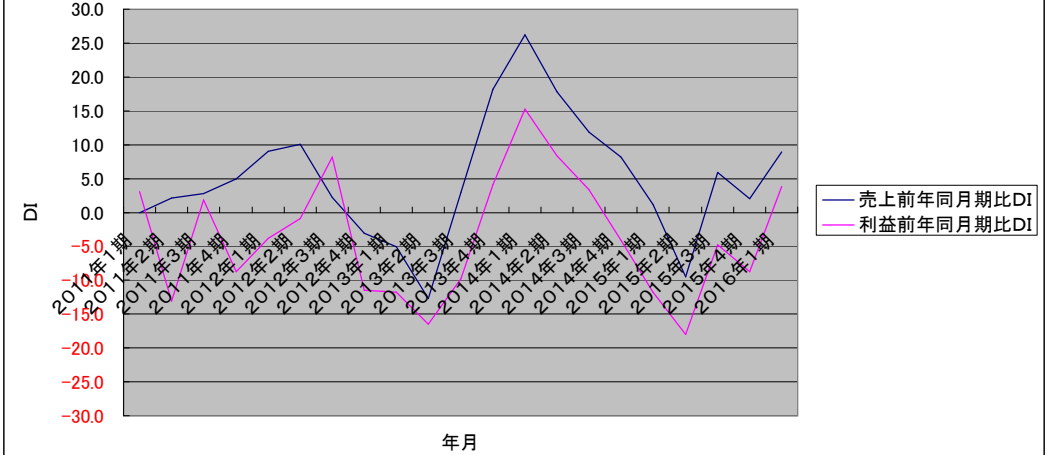




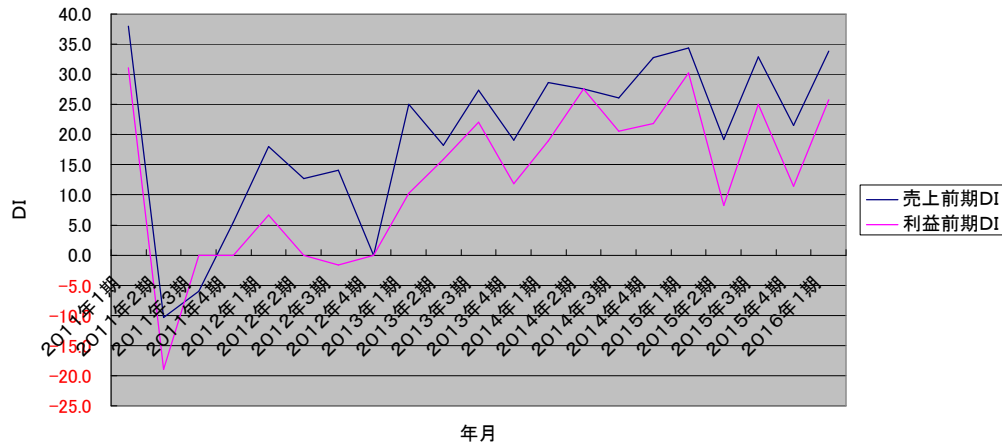
製造売上利益前期比DI



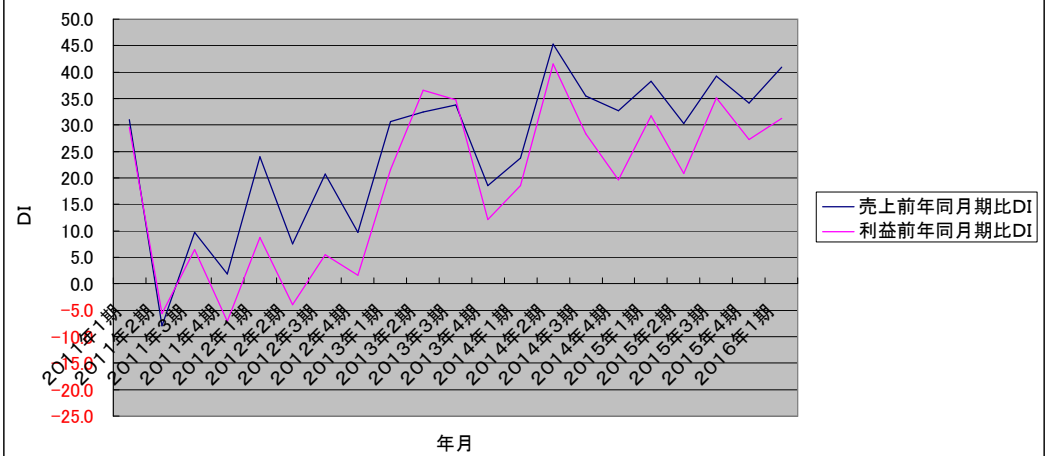
製造業売上利益前年同月期比DI



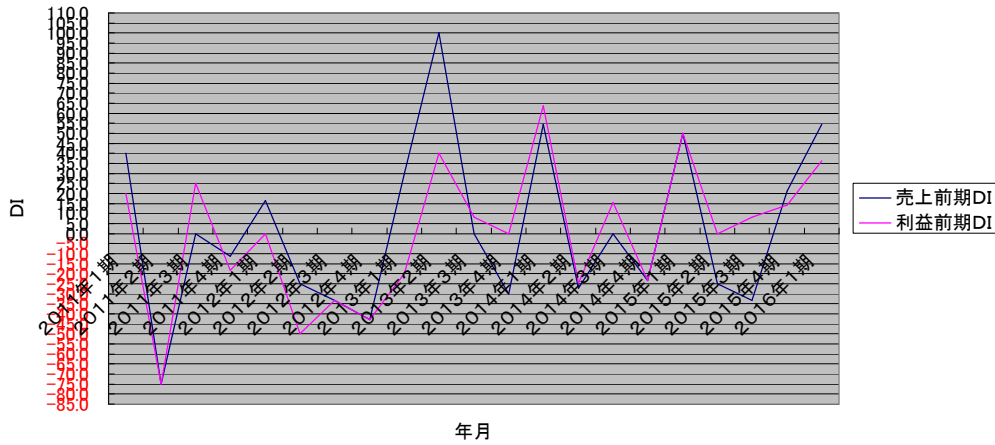
専門サービス売上利益前期比DI



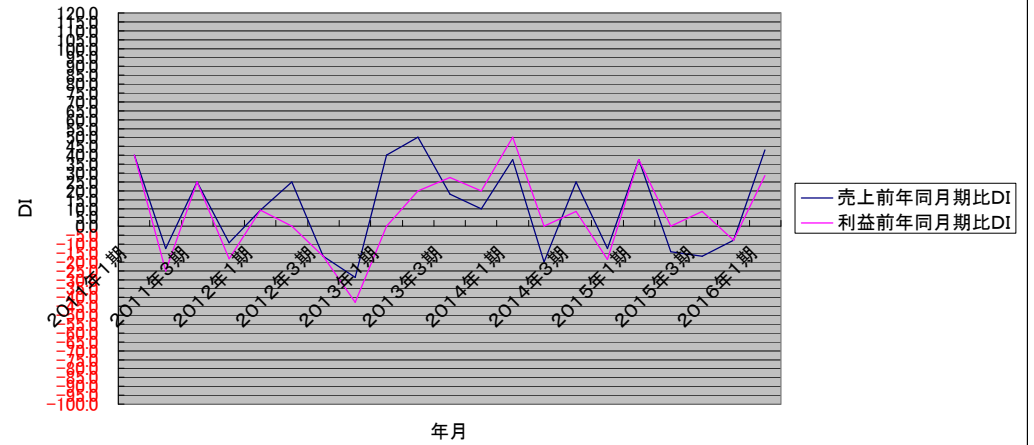
専門サービス売上利益前年同月期比DI



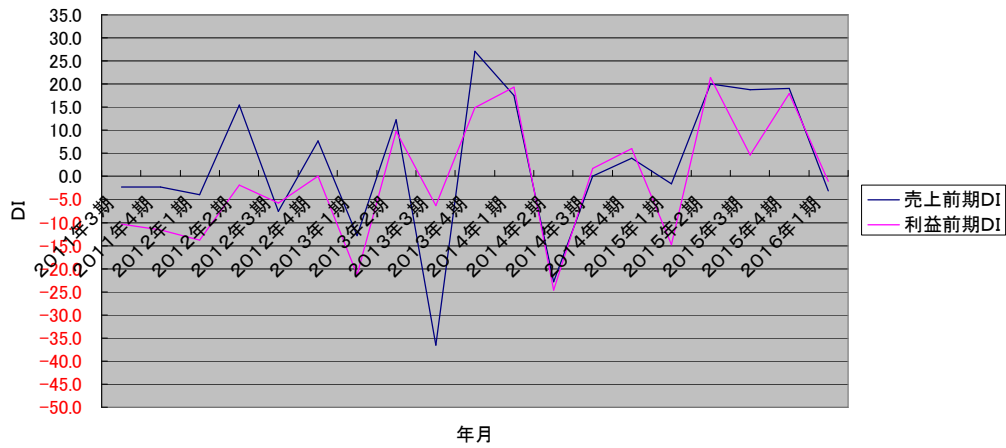
通信情報売上利益前期比DI



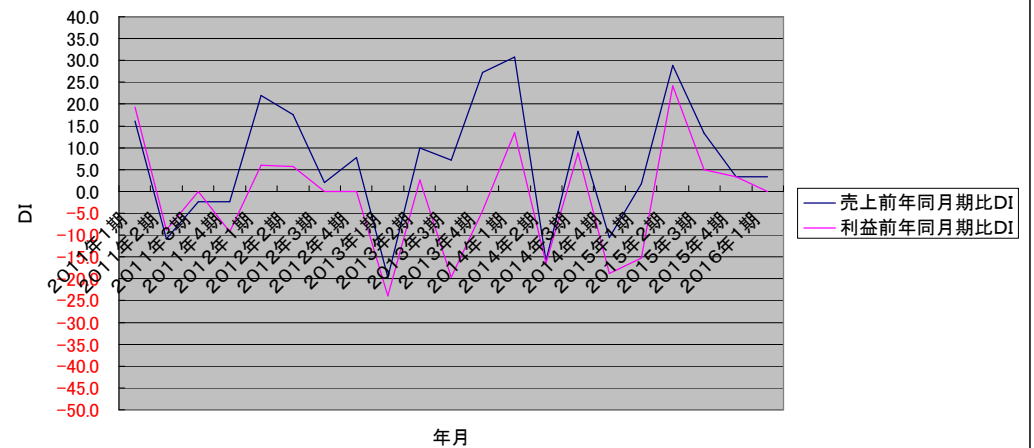
通信情報売上利益前年同期比DI



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	2016年1期
サービス業	5.6	1.2	-2.3	6.0	10.7	0.0	-16.1	-10.3	8.8	-3.4	-6.6	-8.5	-14.8
運輸業	-14.3	25.0	-33.3	25.0	45.5	-10.0	-21.4	-14.3	-15.4	-22.2	-14.3	0.0	-8.3
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	0.0	-6.8
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	-15.5
専門サービス業	27.3	9.3	4.8	16.3	16.3	10.7	11.9	-3.5	18.8	11.1	6.5	2.5	0.0
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	22.7
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	-18.9	-30.1
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	-13.8

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	2016年1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	-4.2
運輸業		62.5	-5.3	9.1	-20.0	7.7	-7.1	0.0	-16.7	-7.1	-15.4	0.0	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	-10.0
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	-13.8
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	4.8
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	5.6
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	-25.6
統計		5.6	10.6	6.4	-6.9	8.9	-0.4	-13.2	4.5	1.6	-5.4	-8.9	-10.2

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	2016年1期
サービス業	-13.1	-13.8	-15.2	-14.5	-15.6	-12.6	-9.1	-14.6	-6.3	-6.8	-3.0	-5.6	-9.0
運輸業	-13.3	-12.5	-41.2	-36.4	-20.0	-41.7	-7.1	-21.4	7.7	-11.8	-7.1	-4.8	17.4
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	-11.9
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	0.0
専門サービス業	-7.7	2.2	1.2	-4.5	-11.1	6.9	6.0	0.0	1.6	-2.8	4.1	-2.6	-3.1
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	0.0	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	-5.4
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	-3.4

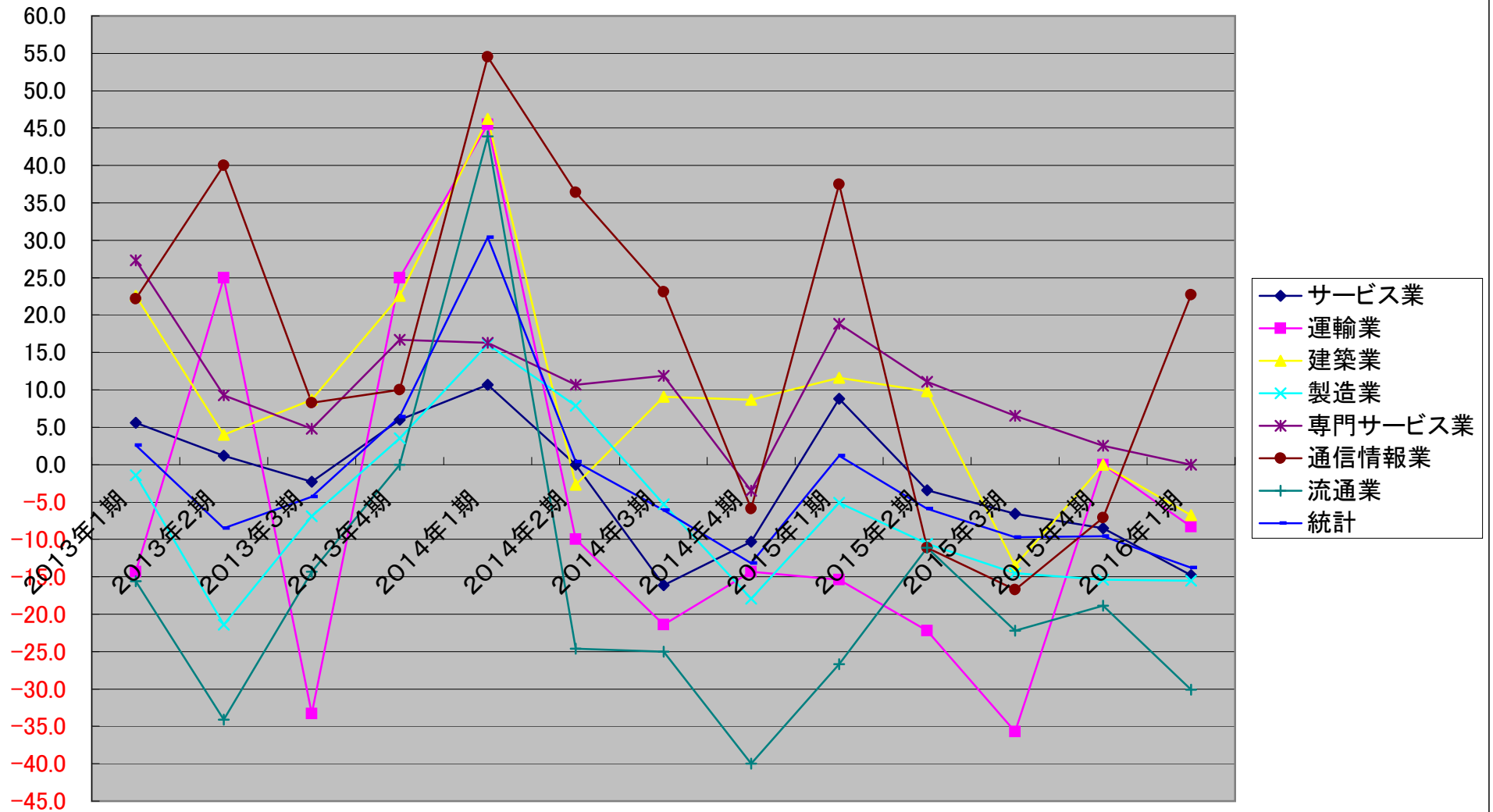
設備投資DI推移

	2013年1期	2013年2期	2013年3期	2013年4期	2014年1期	2014年2期	2014年3期	2014年4期	2015年1期	2015年2期	2015年3期	2015年4期	2016年1期
サービス業	-25.8	-16.9	-20.5	-15.6	-16.2	-23.7	-34.6	-36.5	-33.0	-31.4	-28.9	-38.0	-26.3
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	26.3
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	-53.6	-17.6
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	2.0
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	-35.0
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	-25.0
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	-33.3	-3.7
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	-12.0

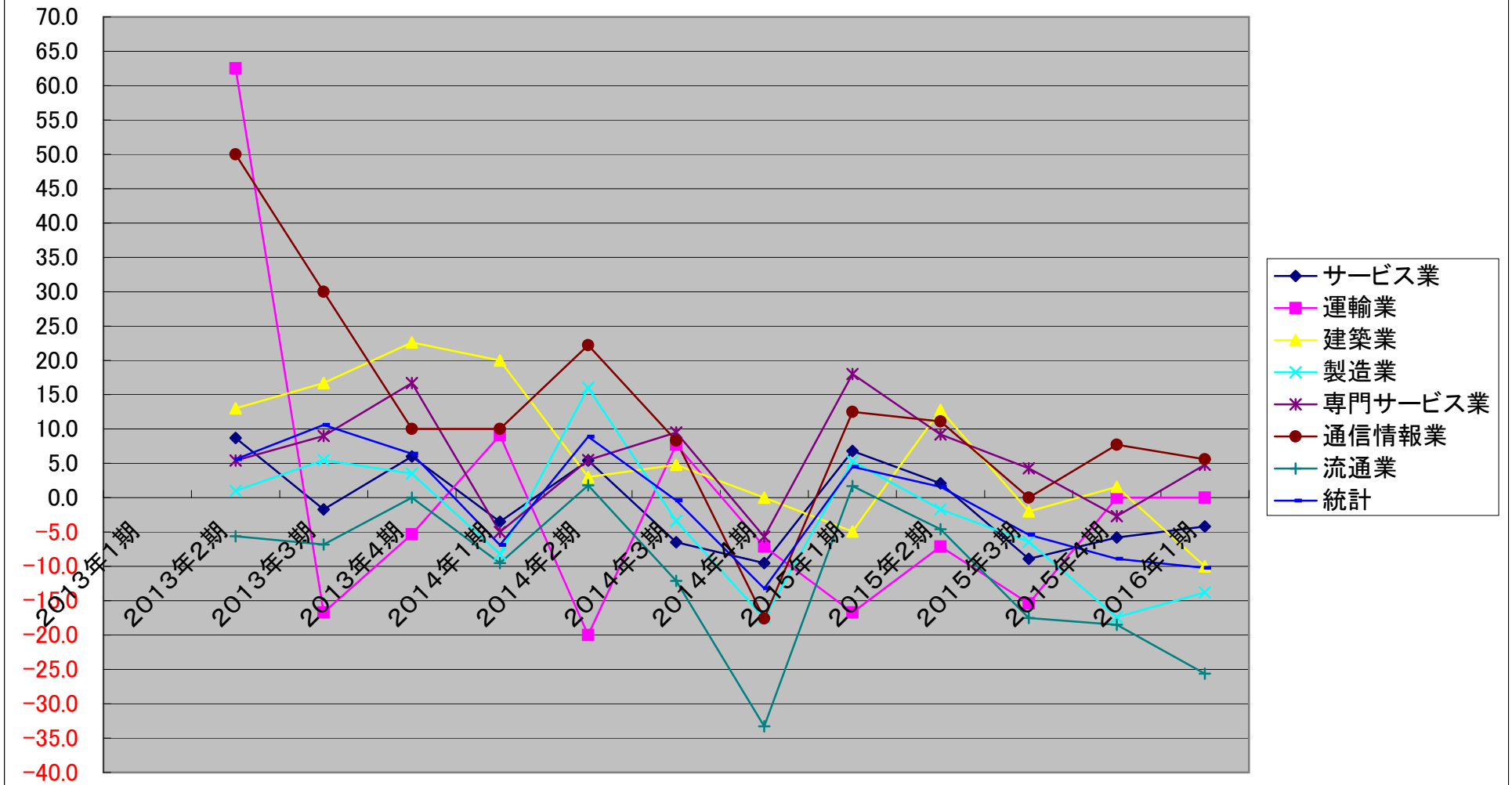
採算状況DI

	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	2016年1期
サービス業	19.8	24.7	20.0	20.8	16.6	22.0	21.6	19.5	33.9	32.0	25.0	32.4	20.4
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	29.2
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	13.6
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	24.4
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	43.8	47.1
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	54.5
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	28.4
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	26.9

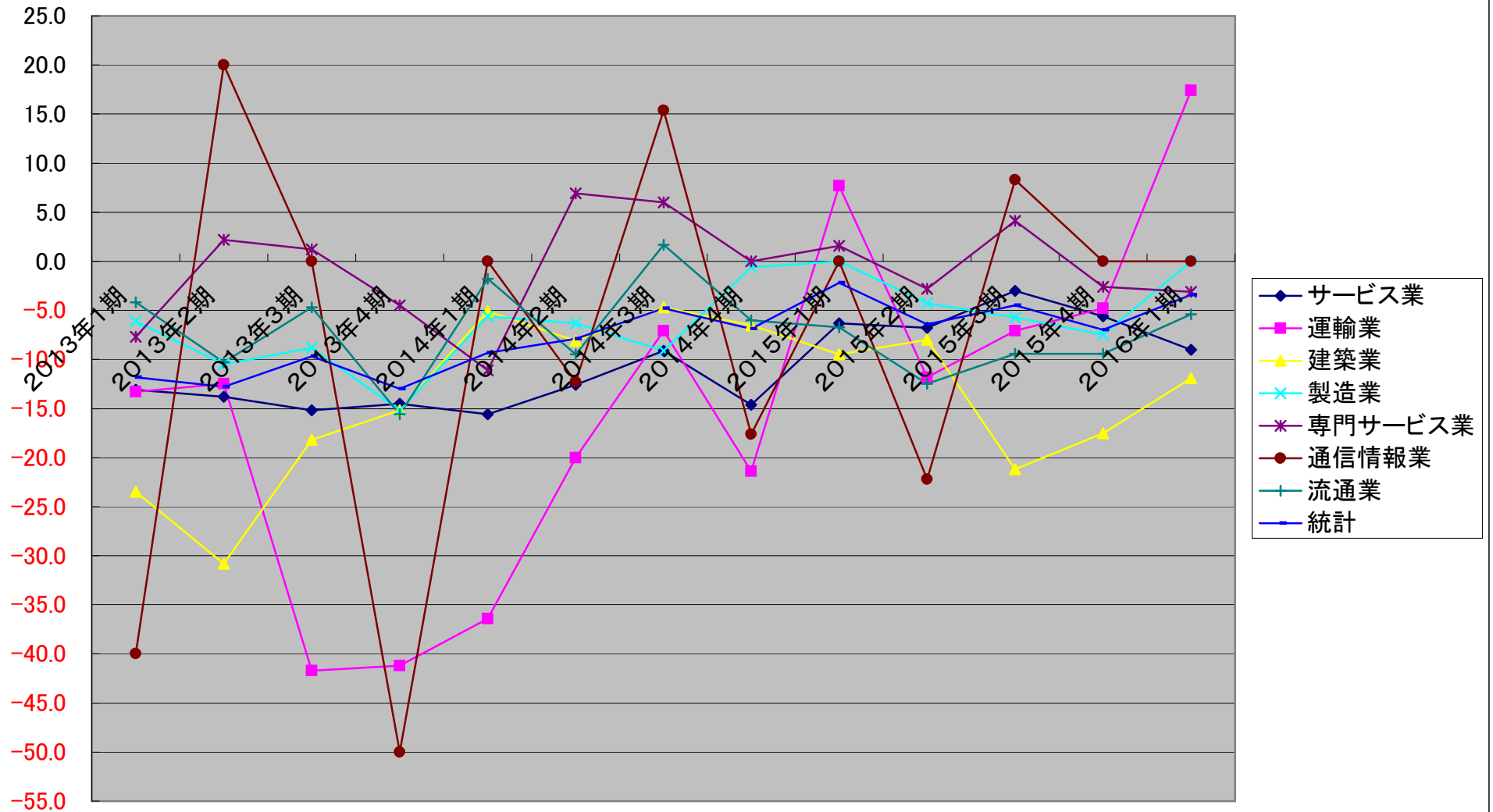
景況感DI



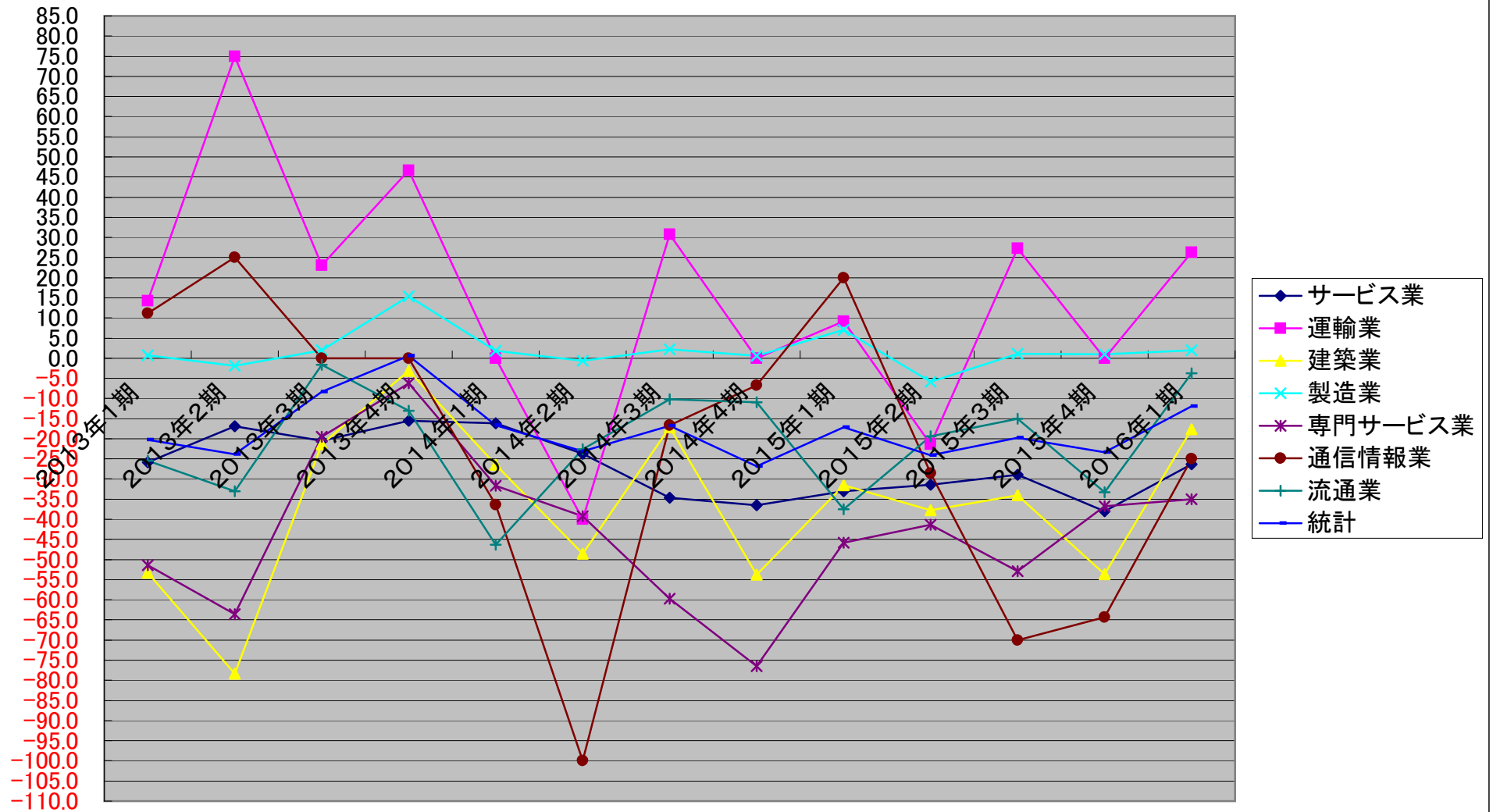
先行きの景況感DI推移



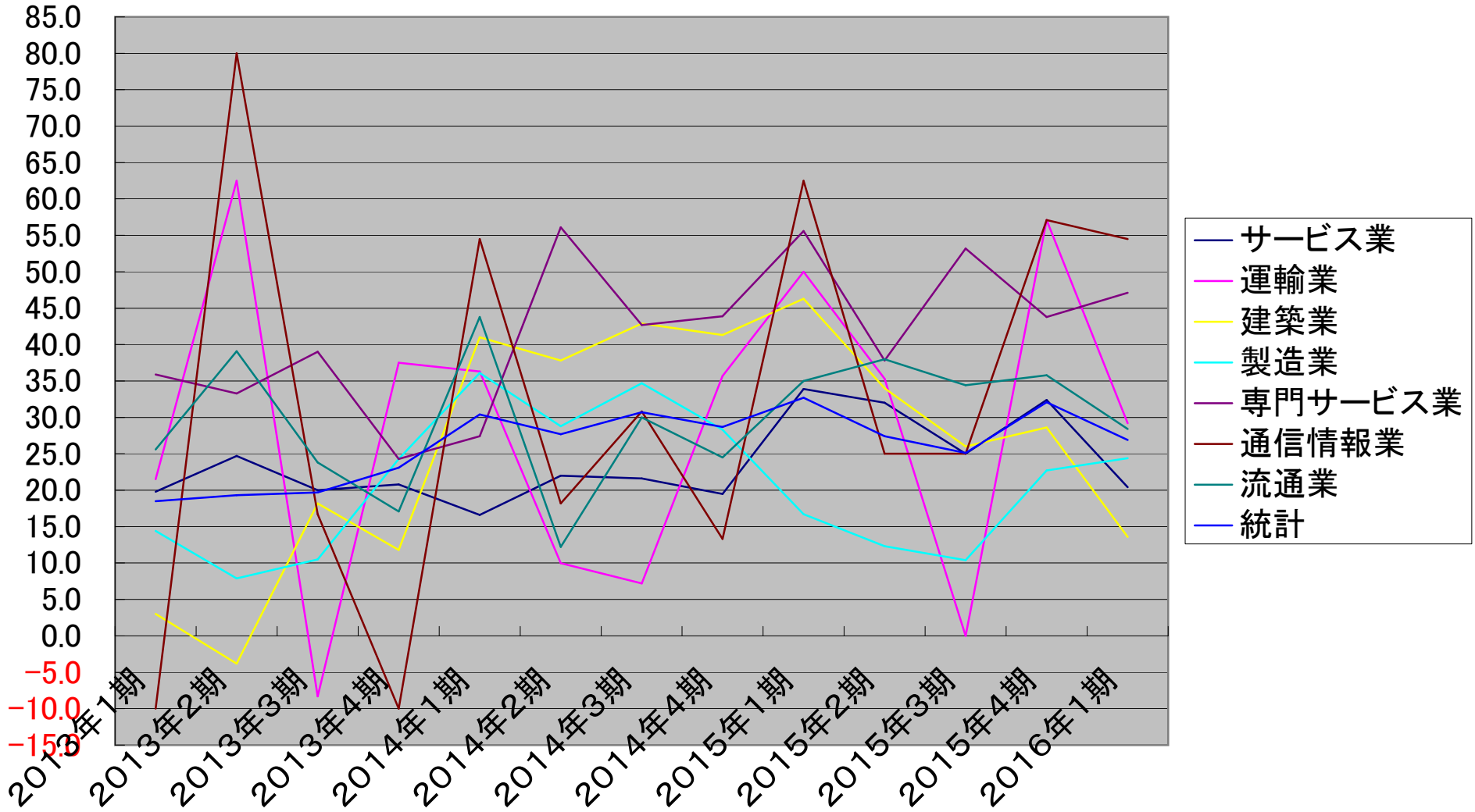
資金繰りDI



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	57	38.0%	58	38.7%	35	23.3%	150
運輸業	8	33.3%	4	16.7%	12	50.0%	24
建築業	21	35.6%	19	32.2%	19	32.2%	59
製造業	62	28.6%	101	46.5%	54	24.9%	217
専門サービス業 (土業の方)	31	45.6%	29	42.6%	8	11.8%	68
通信情報業	14	63.6%	6	27.3%	2	9.1%	22
流通業	26	28.0%	38	40.9%	29	31.2%	93
その他	6	37.5%	6	37.5%	4	25.0%	16
(空白)	2	22.2%	4	44.4%	3	33.3%	9
総計	227	34.5%	265	40.3%	166	25.2%	658

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	56	39.4%	55	38.7%	31	21.8%	142
運輸業	6	27.3%	6	27.3%	10	45.5%	22
建築業	12	23.1%	22	42.3%	18	34.6%	52
製造業	71	33.3%	90	42.3%	52	24.4%	213
専門サービス業 (土業の方)	33	50.0%	27	40.9%	6	9.1%	66
通信情報業	11	52.4%	8	38.1%	2	9.5%	21
流通業	30	34.5%	30	34.5%	27	31.0%	87
その他	4	30.8%	5	38.5%	4	30.8%	13
(空白)	0	0.0%	4	44.4%	5	55.6%	9
総計	223	35.7%	247	39.5%	155	24.8%	625

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	52	34.0%	66	43.1%	35	22.9%	153
運輸業	8	33.3%	6	25.0%	10	41.7%	24
建築業	14	23.7%	30	50.8%	15	25.4%	59
製造業	40	18.5%	118	54.6%	58	26.9%	216
専門サービス業 (土業の方)	25	37.9%	33	50.0%	8	12.1%	66
通信情報業	11	50.0%	8	36.4%	3	13.6%	22
流通業	26	28.3%	39	42.4%	27	29.3%	92
その他	6	37.5%	6	37.5%	4	25.0%	16
(空白)	3	33.3%	1	11.1%	5	55.6%	9
総計	185	28.2%	307	46.7%	165	25.1%	657

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	51	35.9%	60	42.3%	31	21.8%	142
運輸業	7	31.8%	8	36.4%	7	31.8%	22
建築業	9	17.6%	27	52.9%	15	29.4%	51
製造業	62	29.8%	92	44.2%	54	26.0%	208
専門サービス業 (土業の方)	28	43.8%	28	43.8%	8	12.5%	64
通信情報業	9	42.9%	9	42.9%	3	14.3%	21
流通業	28	30.8%	35	38.5%	28	30.8%	91
その他	4	30.8%	4	30.8%	5	38.5%	13
(空白)	3	33.3%	1	11.1%	5	55.6%	9
総計	201	32.4%	264	42.5%	156	25.1%	621

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	63	41.4%	57	37.5%	32	21.1%	152
運輸業	13	54.2%	5	20.8%	6	25.0%	24
建築業	22	37.3%	23	39.0%	14	23.7%	59
製造業	91	41.2%	93	42.1%	37	16.7%	221
専門サービス業 (土業の方)	38	55.9%	24	35.3%	6	8.8%	68
通信情報業	14	63.6%	6	27.3%	2	9.1%	22
流通業	43	45.3%	36	37.9%	16	16.8%	95
その他	11	64.7%	4	23.5%	2	11.8%	17
(空白)	1	12.5%	5	62.5%	2	25.0%	8
総計	296	44.4%	253	38.0%	117	17.6%	666

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	12.8%	89	59.7%	41	27.5%	149
運輸業	3	12.5%	16	66.7%	5	20.8%	24
建築業	7	11.9%	41	69.5%	11	18.6%	59
製造業	31	14.1%	124	56.4%	65	29.5%	220
専門サービス業 (土業の方)	9	13.4%	49	73.1%	9	13.4%	67
通信情報業	8	36.4%	11	50.0%	3	13.6%	22
流通業	5	5.4%	55	59.1%	33	35.5%	93
その他	1	5.9%	11	64.7%	5	29.4%	17
(空白)	1	11.1%	5	55.6%	3	33.3%	9
総計	84	12.7%	401	60.8%	175	26.5%	660

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	25	17.5%	87	60.8%	31	21.7%	143
運輸業	4	18.2%	14	63.6%	4	18.2%	22
建築業	8	16.0%	29	58.0%	13	26.0%	50
製造業	31	14.2%	126	57.8%	61	28.0%	218
専門サービス業 (土業の方)	12	19.4%	41	66.1%	9	14.5%	62
通信情報業	5	27.8%	9	50.0%	4	22.2%	18
流通業	7	7.8%	53	58.9%	30	33.3%	90
その他	3	18.8%	8	50.0%	5	31.3%	16
(空白)	1	11.1%	5	55.6%	3	33.3%	9
総計	96	15.3%	372	59.2%	160	25.5%	628

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	18	12.5%	95	66.0%	31	21.5%	144
運輸業	4	17.4%	19	82.6%	0	0.0%	23
建築業	8	13.6%	36	61.0%	15	25.4%	59
製造業	38	17.2%	145	65.6%	38	17.2%	221
専門サービス業 (土業の方)	7	10.8%	49	75.4%	9	13.8%	65
通信情報業	4	18.2%	14	63.6%	4	18.2%	22
流通業	17	18.5%	53	57.6%	22	23.9%	92
その他	4	26.7%	9	60.0%	2	13.3%	15
(空白)	0	0.0%	8	88.9%	1	11.1%	9
総計	100	15.4%	428	65.8%	122	18.8%	650

(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	40	26.8%	23	15.4%	8	5.4%	23	15.4%	9	6.0%	8	5.4%	22	14.8%	
運輸業	4	25.0%	1	6.3%	1	6.3%	2	12.5%	0	0.0%	1	6.3%	4	25.0%	
建築業	10	28.6%	5	14.3%	3	8.6%	4	11.4%	0	0.0%	2	5.7%	4	11.4%	
製造業	45	22.7%	24	12.1%	16	8.1%	34	17.2%	11	5.6%	13	6.6%	21	10.6%	
専門サービス業(土業の方)	27	35.1%	10	13.0%	5	6.5%	11	14.3%	5	6.5%	7	9.1%	8	10.4%	
通信情報	8	32.0%	4	16.0%	1	4.0%	2	8.0%	1	4.0%	3	12.0%	2	8.0%	
流通業	20	27.4%	5	6.8%	5	6.8%	12	16.4%	8	11.0%	4	5.5%	6	8.2%	
その他	3	25.0%	0	0.0%	1	8.3%	2	16.7%	1	8.3%	2	16.7%	3	25.0%	
(空白)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	25.0%	2	50.0%	
総計	157	26.7%	72	12.2%	40	6.8%	90	15.3%	35	5.9%	41	7.0%	72	12.2%	
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	8	5.4%	3	2.0%	3	2.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	1.3%	149
運輸業	2	12.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	6.3%	16
建築業	2	5.7%	1	2.9%	0	0.0%	1	2.9%	0	0.0%	0	0.0%	3	8.6%	35
製造業	14	7.1%	7	3.5%	1	0.5%	0	0.0%	0	0.0%	6	3.0%	6	3.0%	198
専門サービス業(土業の方)	2	2.6%	1	1.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.3%	77
通信情報	2	8.0%	1	4.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.0%	25
流通業	1	1.4%	5	6.8%	3	4.1%	1	1.4%	0	0.0%	2	2.7%	1	1.4%	73
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	12
(空白)	0	0.0%	1	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	4
総計	31	5.3%	19	3.2%	7	1.2%	2	0.3%	0	0.0%	8	1.4%	15	2.5%	589

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 webサイト製作、印刷物デザイン製作	営業をこれまででなかったところにかけていくところで新規受注が増えた
2	サービス業 web製作	紹介先との関係を強化による取引数増、新分野開拓
3	サービス業 訪問看護st、特定人材派遣業、医院開業コンサルティング	社員全員一丸となって、営業活動を行ったこと。
4	サービス業 中小企業の新卒採用支援	営業体制が確立しつつ、PR効果がでてきている
5	サービス業 ペットの火葬、葬儀、納骨	季節的に需要は高くなるが、動物病院からの紹介が増えたこと、人員増加により対応が充実したことが考えられる。
6	サービス業 障害福祉サービス、就労継続A型	新サービスの開始
7	サービス業	海外旅行客増。新しい取引先など。
8	サービス業 ソフトウェア開発	人材の確保
9	サービス業 不動産賃貸	各部屋の改装を積極的に行った。
10	サービス業 運転手の派遣業務	保険や手数料の見直し等によるコストダウン
11	サービス業 自動車関係	生産性アップ
12	サービス業 化粧品販売・エステティック	販売月以前からの予告やオープンフェア等の活用
13	サービス業 介護サービス	特化サービスの追及
14	サービス業 保険代理店	営業力の強化、サービスの強化
15	サービス業 保育、人材紹介	保育園の認可事業化、新規事業開始
16	サービス業 中小企業向け情報システム開発	アスコット並びにASPACパッケージのブランド力向上
17	サービス業 保険代理店	社員の残業を申請制にしたことにより、大幅に人件費が減少し利益増。廃業した代理店の引継ぎにより売上増
18	サービス業 人材育成、教育事業	新規販路を作ったこと
19	サービス業 デザイン・広告、ハウスクリーニング、業務清掃	季節的なもの
20	サービス業 空調機器販売・施工工事・修理・オフィスエアコンクリーニング・冷媒(フロンガス)回収及び破壊	新規販路が増え受注が増えた
21	サービス業 保険代理業	営業力の強化
22	サービス業 生損保代理業	付加価値の向上とM&A、販路拡大へのプロジェクト実施
23	サービス業 大阪を中心にアウトソーシングと人材派遣・紹介予定派遣(有料紹介事業)を行っております。一般労働者派遣事業、環境関連商品販売、業務請負、有料職	単価の見直し
24	サービス業 葬儀・終活などの市民相談	リアルとITの複合が繋がってきた
25	サービス業 一般企業・幼稚園向けの昼食弁当・公立中学校の学校給食事業	行政の受託事業の方針・予定の中での売上増(外部要因)
26	サービス業 産業廃棄物処理	雇用を増やした事で、仕事を受ける器が大きくなった。
27	サービス業 企業様の3Sサポートコンサル、個人宅の整理リユースアドバイス	同友会に入会して経営者のアプローチが増えた
28	サービス業 再生エネルギー事業のコンサルティング	時間を要する大型案件が成立した。
29	サービス業 記帳代行、コンサルタント	新規顧客獲得
30	サービス業 コインパーキング、トランクルーム等開発、土地活用コンサルティング	取り扱いサービスの増強、営業強化
31	サービス業 保険代理店業	12月のボーナスを取り込みする為の営業の強化
32	サービス業 フリデストーンタイヤ販売、車のメンテナンス、ドレスアップチューニングなど	経験のあるスタッフが本社から移動により、販促の強化ができた。昨年7月オープンしたばかりなので毎月の売上は基本的に増加。
33	サービス業 不動産仲介、不動産コンサル、内装請負、インテリア販売	新分野、サービス強化。開発行為のフォローを行ったこと。
34	サービス業 人材派遣・業務請負・LED販売	社内ミーティングの回数を増やし、情報共有を強化した。
35	サービス業 社会保険労務士の業務	地道に活動していたことが、少しずつ結果に繋がってきた。提供できるものを見える化して商品として提供したことが功を奏した。
36	サービス業 不動産賃貸業・不動産仲介業・不動産管理業・飲食	営業社員単位で、原価に対する意識を改善することができたことと、昨年に比べるとはるかに需要が多かった。
37	サービス業 人材育成、人材教育	営業力の強化と新規販路開拓
38	サービス業 商業・事業用不動産 一般不動産賃貸・売買仲介・管理、不動産コンサルティング	東京支店の稼働により、売り上げ単価・客数が上がった。大阪本社に営業事務を採用し、関西圏での総務実務をある程度任せれることで、自身が東京で活動しやすくなった分、営業活動に専念できる。
39	サービス業 コンサルティング	大手企業とのコラボ
40	サービス業 広告物のデザイン、ウェブデザイン、サーバ管理、システム開発	事業領域を少し広げたことで、いままで取りこぼしていたジャンルの仕事が取れてきている。
41	サービス業 人材コンサル	国内需要の拡大
42	サービス業 OA機器販売及びパソコン保守	パートナーとの販売強化及び新規顧客の開拓
43	サービス業 湯灌サービス	営業面でのお客様先様への湯灌販売強化依頼による影響。

44	サービス業	インテリアデザインのプランニング・施工・監理、ビル・マンションの管理	新規受注の拡大
45	サービス業	人材派遣業	新規開拓と顧客フォローに力点を置いた活動をした。
46	サービス業	飲食店経営	基本的なサービスの見直しと徹底、地道な活動がようやく成果として出てきた。
47	サービス業	生命保険 損害保険販売	また、近辺の訪問営業など他店舗での成功事例を全店で共有した。
48	サービス業	引越しや家電配送などの力仕事を中心に、遺品整理などのお片づけや家具の組立、代行業務などのお手伝い	新規取引先の開拓、既存顧客の深掘
49	運輸業		営業やチラシ配りや口コミ
50	運輸業		季節要因が大、毎年10-3月が需要増
51	運輸業	一般貨物取扱事業	新規の仕事に安定して人材が採用できているところ。
52	運輸業	パワーゲート、エアサス車、ウイング車に特化した運送	人材の確保、取引先のニーズ
53	運輸業	重量物据付など	営業社員の増員
54	運輸業	貸切自動車運送事業	安い仕事をうけなくなった
55	運輸業	機械、機材、鋼材の運送	運賃制度の改定
56	建築業	電設備工事業	配送数の増加
57	建築業	防水工事業	ゼネコン取引先の強化。
58	建築業	太陽光発電設計・施工	新規販路
59	建築業	建築施工管理業	自社受注に力を入れた
60	建築業	建築の設計施工	提案した工法が採用され受注増へつながった
61	建築業	各種プラント設備の製造および現場据付配管工事	自社にて直接施工
62	建築業	個人向け注文住宅建設	見積もり時のチェックを強化することによって受注増となった。海外政策による国内工事量の増加
63	建築業	重量危機の据付等	営業努力
64	建築業	工務店	同業他社以上のサービス、正社員の雇用
65	建築業	建築設計、管理	設計事務所とのつながり強化
66	建築業	電気工事業	前年同期が悪かったため
67	建築業	電気・通信工事	大型工事の受注が増加したため。
68	製造業	プラスチック切削加工業	営業エリアの広域化
69	製造業		営業強化
70	製造業	化学機械設計、製作、配管工事	時期的なものとする
71	製造業	飲料用貯水槽のメンテナンスサービス	営業活動に力を入れた。
72	製造業	環境保全サービス	組織変更によって社員のやる気があがった。新商品の営業活動が進展してきた
73	製造業	自動車販売修理レンタカー	ICクラウドセット販売
74	製造業	電化制御システムの開発受託事業・充電器製造	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
75	製造業		受注先が増え、契約に繋がった
76	製造業	シール・ラベルの特殊印刷企画・製造・販売。その他一般商業印刷	社員の成長
77	製造業	金属板金加工	国内の取引先メーカーからの受注増加
78	製造業	建築金物製造販売と甲冑レンタル、ワークショップ、イベント企画	新規顧客の獲得
79	製造業	金属プレス加工	古い機械や金型の入れ替え時に個々の技術に頼るのではなく汎用のものに変えて、技術不足を補うようにしていた
80	製造業	プラスチック板加工業及び販売(主にインターネット販)	前期の中で営業(種まき)の結果
81	製造業	CNC自動旋盤による金属加工	インターネット事業部と製作部に新規雇用。販売力と生産力アップ
82	製造業	ダイカスト製品の製造	作業員の技術向上と新機種増設による生産性の向上。人員増強による効率UPと販路拡大による注文数UP
83	製造業	金網と関連製品の製造及び販売	海外拠点の生産力の向上
84	製造業	金属製品製造	金網を販売するのではなく、金網を加工して付加価値をつけたものの販売が伸びた
85	製造業		技術力の向上
86	製造業	プラスチック射出成形	決算前で計画を立て、それを強力に進めた
87	製造業	サイン、店舗用品及びDIY関連製品製造・販売	営業ツールの充実とプレゼン教育の徹底、新商品の投入
88	製造業	ポリウレタンゴム製品の製造・販売	新製品の開発及び発売
89	製造業	粘着テープの製造販売	同業者の吸収と新規営業による取引先増加
90	製造業	金属加工	他社状況によるもの
91	製造業	アルミ材に特化した板金加工業	国内展示会に6回出展したこと(平成27年)
92	製造業	金属製品製造業 プリント基板用金型製造及びプレス加工、ツール部品の研	新規販路
93	製造業	洗浄剤、乾燥剤等化学製品の製造加工	ツール部品(コレット)の穴あけ加工の新規受注
94	製造業	全数検査選別装置製造販売	この機関の受注数が前年と比べて増加したため
95	製造業	段ボール印刷用水性インキ製造販売および排水処理設備設計・施工・販売	営業力と技術力の強化
96	製造業	精密部品加工	一括償却や税制の優遇措置などにより、多少利益の上がっている中小企業の設備投資が増えたように思う。
97	製造業	材料、製品仕入販売	メーカーからの受注に大きな変動が無かった
			東大阪への新規開拓、営業強化。またメーカーとの直接取引、材料だけでなく、販売分野も広げた

98	製造業	ステンレス表面処理、黒色ステンレス販売業	海外向けに新商品が採用される見通しが立った
99	製造業	電動攪拌機製造設計販売	提案営業・コスト削減
100	製造業	金属プレス加工業	横のつながりにより仕事のやり取りが増えた
101	製造業	塗装用刷毛ブラシ用品の製造販売	新商品の定着リポートが増えた
102	製造業	ガラス加工販売	ガラス加工だけが増加した
103	製造業	スタッド溶接	自社のイノベーション
104	製造業	食肉の加工及び惣菜の製造・卸売り	人件費のダウンがあったが一時的な事象なので、今後の会社運営において戦略が必要だと思っている
105	製造業		社員さんの成長により、私が外に出やすくなった。機械化が進んでコストダウンと生産性があがった
106	製造業	電気設備用特殊金物	製品の検査に力を入れ不良品の出荷が減少
107	製造業	フッソ樹脂コーティング	半導体事業の海外需要の拡大と国内製造業の投資増
108	製造業	自動車シート用の金型製	業界の流れ
109	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	営業、及び納期対応、品質対応の向上
110	製造業	鋳鋼加工	価格の見直し、品質向上
111	製造業	製缶・板金業	前年同期が悪すぎた
112	製造業	工業用ガスバーナーの製	主要取引先以外から新製品の製作受注
113	製造業		長期の不況により供給不足が生じているところに、建設・建築投資、機械設備投資が改善している傾向にあり、引き合い件数の増加、見積もり後の即決件数の増加が見られます。製造業では今後ますます「作り手不足」が進展していく模様。
114	製造業	プラスチック射出成型	注力すべきポイントを精選し、付加価値の高い業務内容の獲得を目指した
115	製造業	きな粉・香辛料・青のり等の製造販売	新規取引先の増加と既存得意先の深耕により
116	製造業	総合建設業	前年度からの計画が進行してきている
117	製造業	金属製品製造・溶接	展示会でのお客さんがこの時期に繋がった。
118	製造業	油圧シリンダー、高圧配管継手、クラッチ部品等の金属加工	特別な取り組みはないが、人材育成と生産効率アップ及び高付加価値化の取組みが、成果を上げ始めたことが要因の一つだと考える
119	製造業	トムソン型による打ち抜き加工業	一部業種の仕事量アップ
120	製造業	焼き菓子製造卸	新商品と販売エリアの拡大。
121	製造業	建築金物製造	いい会社作り
122	製造業	機械装置の製造販売	客先との共同特許出願等による新規販路の増加等
123	製造業	FA機器設計・製造	外注化の推進
124	製造業	電気機器製造業	営業力の強化
125	製造業	カスタムメイドのテスト・計測・制御システムおよびアプリケーションの設計・製作	新規開拓からの大口案件が無事納品されたこと。医療機器関連製品の生産体制強化による受注増。自動車電装品関連製品のテーマ拡大に伴う受注増。
126	製造業	印刷物・ウェブ・デザインの企画制作	人材力とマーケティングの強化
127	製造業	別注スチール家具・什器および精密板金加工部品製造	重点得意先が好調に推移している
128	専門サービス業(土業の方)	公認会計士業務	人材の採用により営業力がアップした
129	専門サービス業(土業の方)	ファイナンシャルプランナー	営業努力の成果
130	専門サービス業(土業の方)	司法書士業	塗上段階
131	専門サービス業(土業の方)	弁理士、知財経営コンサルティングを通じた知財保護	分業化に伴う業界内において総合知財経営コンサルティングを通じて、知財保護ができたこと
132	専門サービス業(土業の方)	税理士業務	地道な営業
133	専門サービス業(土業の方)	司法書士業	従来どおりの取り組みを継続した
134	専門サービス業(土業の方)	会社経理、税務	5年以上の事業継続により、存在が認知されつつある
135	専門サービス業(土業の方)	税務サービス	営業努力の成果
136	専門サービス業(土業の方)	行政書士	開業から9年目リポート及び紹介が増加
137	専門サービス業(土業の方)	都市計画・建築土木造園に関する計画・設計	新規受注崎の増加拡大
138	専門サービス業(土業の方)	税理士	勉強会などの自社アピール強化
139	専門サービス業(土業の方)	技術開発系 ベンチャーサポート	既存顧客からの紹介案件で新規増
140	専門サービス業(土業の方)	社労士事務所	人脈を増やしたことによる紹介増
141	専門サービス業(土業の方)	税理士業	解約を最小限に純増があったこと。値上げ交渉が上手くいった
142	専門サービス業(土業の方)	社労士	新しい助成金の出現
143	専門サービス業(土業の方)	工作機械、切削工具、測定機の販売	政府のものづくり助成金により工作機械の売上が増大した。
144	専門サービス業(土業の方)	自動車整備業	ポスティングによる営業・社員の意識の変化

145	専門サービス業(土業の方)	介護事業所を中心とした、社会保険労務士として社会保険諸業務	新規の取引先が増えたこと
146	専門サービス業(土業の方)	会計事務所	所員が営業力アップの重要性をよく理解してくれ、全所一丸営業を実践してくれている。
147	専門サービス業(土業の方)	弁理士業	品質向上を常に心がけるよう従業員を教育し、士気を高めた。
148	専門サービス業(土業の方)	税理士業	紹介先の増加
149	専門サービス業(土業の方)	飲食店の販売促進コンサルティング、広告制作	年度末で、広告予算の余りを受注できたため
150	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士業	的を射た営業活動が、少しずつ実を結びつつあるのではないかと分析している。
151	専門サービス業(土業の方)	弁理士業	事務所の周知
152	専門サービス業(土業の方)	社労士業	社員の採用
153	通信情報業	ソフトウェア開発業	単価変更、採用
154	通信情報業	業務ソフトの開発・運用	過去の仕事での信頼、求められた以上の結果を出すこと
155	通信情報業	ホームページ制作・アドバイス・各種デザイン制作・オリジナルパソコン販売・修理	地元だけでなく、東京や九州を中心に全国を視野に営業範囲を拡大し、新規受注を頂き、その後も継続して受注を頂けるよう、技術力・サービスを強化してきました。また地元より受注価格が上昇し、結果売上増につながった。
156	通信情報業	広告制作業	販路の拡大
157	通信情報業	小規模サービス向け、マーケティングシステム開発	webによる顧客強化
158	通信情報業	OA機器販売とメンテナンス、情報セキュリティ構築	自社の技術力の向上と世間一般の必要性がマッチしている(情報セキュリティ部門)
159	通信情報業	Accessによる中小企業向け業務システム制作、Webデザイン制作	大阪観業展出展
160	通信情報業	インターネットを使ったシステムの開発業務	低価格パッケージサービスを開発し、導入予定先と内部事情について詳しく聞けるチャンスが発生し、それによりパッケージサービスをカスタムする機会が増加、カスタムにより価格も上昇し収益が増加している。また、初回納入後で弊社の技術力を企業で認知していただき、別件の受注に成功している。
161	通信情報業	Webサイト制作、Webシステム構築、アプリ開発	競合他社からのM&A
162	流通業(卸・小売業含む)	自動車用フロアマット・ラグネット製造販売	ニーズの創造による新たな価値の提案
163	流通業(卸・小売業含む)	web製作、小売業	広告費見直し
164	流通業(卸・小売業含む)	食品の製造、販売	新しい提供方法と商品の改制
165	流通業(卸・小売業含む)	鶏肉卸	得意先の出店、新規顧客先の増加
166	流通業(卸・小売業含む)	衣類・BAGの卸売り	商品の企画～販売力のある商品に繋がり全国店舗への拡散
167	流通業(卸・小売業含む)	青果卸売り	営業力のある人間を雇用した
168	流通業(卸・小売業含む)	業務用食品卸	輸入食材の単価が上昇したため
169	流通業(卸・小売業含む)	シャーリングによる薄鋼板の切断、小売、磨帯鋼の小売販売	シャーリングマシン2台を2014年8月、2015年12月に更新し、作業効率がアップした。慣れるまで時間はかかったが、ようやく効果を発揮し始めた。
170	流通業(卸・小売業含む)	業務用食品卸販売	展示会、販促を使った顧客開拓
171	流通業(卸・小売業含む)	ステンレス及び各種鋼材の販売。また各種金属加工品の販売。	迅速な対応・高品質な素材や製品の提供
172	流通業(卸・小売業含む)	高圧ガス、溶接機材、ECO商品販売	新規開拓、ECO商品販売
173	流通業(卸・小売業含む)	コーヒー焙煎卸・食品卸売業	新規販路の売上増・卸ルート販売売上減
174	流通業(卸・小売業含む)	事務機器の販売・内装業	時期的なもの
175	流通業(卸・小売業含む)	園芸小売	依頼された仕事は、断らずに引き受けたこと。クリスマス電飾など
176	流通業(卸・小売業含む)	貿易業	輸出の商品が在庫として残っていたのを出したので。
177	流通業(卸・小売業含む)	食品包装資材	目標達成に向けてPDCAがうまくまわすことが出来た
178	流通業(卸・小売業含む)	健康食品、化粧品等の卸売業	娘が入社し、既存店を任せられるようになったので、地方へ本格進出中。
179	流通業(卸・小売業含む)	安全衛生用品・日用雑貨品企画卸	既存販売チャンネル以外に水平展開できる他チャンネルへの展開 新規顧客の獲得への動き 既存顧客への販売商品の増加
180	流通業(卸・小売業含む)	物販とレンタル	営業マーケティング精度の向上
181	流通業(卸・小売業含む)	衣服、雑貨輸入卸売り	主力商品のブランド力がついてきたこと。企画とプレス強化を図った。
182	流通業(卸・小売業含む)	締結部品(ねじ・ねじ部品)販売業	今までは購買や調達で窓口となり価格競争になっていたが製品・商品知識を生かし現場や技術、設計部門と接点をもつことにより信頼関係が構築され売上増につながった。

183	流通業(卸・小売業含む)	魚介類卸売業	新規販路の拡大
184	流通業(卸・小売業含む)	ガス会社 ガソリンスタンド	仕入れ原価の低減
185	流通業(卸・小売業含む)	電子部品販売卸 電子機器の設計・製造 LED電球受託加工	特に変わった取組みはしてません。
186	その他	グラフィックデザイナー	新クライアントの発掘
187	その他	保険代理店	新規分野の売上げ増大と大口新規契約の確保
188	その他	磨薄鋼板、磨帯鋼、特殊鋼、ステンレス鋼の販売及びシャーリング加工	人材育成の強化で高付加価値化と生産性のアップにつなげている
189	その他	焼付塗装	新規のお客様のお困りごとを解決していることと、既存のお客様の仕事量が増えてきた。
190	その他	鍼灸院、訪問医療	新規事業の成果
191		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
192		空調、給排気集塵等のダクト製作、取付工事	3名の新入社員が採用できた事が大きい

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	14	25.9%	0	0.0%	0	0.0%	17	31.5%	12	22.2%
運輸業	5	38.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
建築業	11	36.7%	0	0.0%	0	0.0%	3	10.0%	7	23.3%
製造業	46	42.2%	5	4.6%	14	12.8%	13	11.9%	15	13.8%
専門サービス業(士業の方)	2	28.6%	0	0.0%	0	0.0%	1	14.3%	0	0.0%
通信情報	1	20.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	40.0%	2	40.0%
流通業	18	34.0%	1	1.9%	2	3.8%	12	22.6%	15	28.3%
その他	6	37.5%	0	0.0%	0	0.0%	3	18.8%	2	12.5%
(空白)	1	9.1%	0	0.0%	0	0.0%	3	27.3%	2	18.2%
総計	104	34.9%	6	2.0%	16	5.4%	54	18.1%	55	18.5%
業種	⑥	割合	⑦	割合	⑧	割合	⑨	割合	総計	
サービス業	0	0.0%	2	3.7%	6	11.1%	3	5.6%	54	
運輸業	0	0.0%	1	7.7%	3	23.1%	4	30.8%	13	
建築業	0	0.0%	4	13.3%	4	13.3%	1	3.3%	30	
製造業	3	2.8%	5	4.6%	5	4.6%	3	2.8%	109	
専門サービス業(士業の方)	0	0.0%	0	0.0%	2	28.6%	2	28.6%	7	
通信情報	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	5	
流通業	0	0.0%	2	3.8%	2	3.8%	1	1.9%	53	
その他	1	6.3%	2	12.5%	1	6.3%	1	6.3%	16	
(空白)	0	0.0%	1	9.1%	2	18.2%	2	18.2%	11	
総計	4	1.3%	17	5.7%	25	8.4%	17	5.7%	298	

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	エステティック業	新規顧客減少
2	サービス業	法人の業務渡航の手配・サポート	中国経済の減速が想像以上に悪い影響がある
3	サービス業	会計士	顧客の経営状況の悪化に伴い、コストダウン協力
4	サービス業	自社オリジナルパッケージソフトのカスタマイズ販売	先行き不安からなのか見積もりをだしてもすぐに注文が来ない
5	サービス業	障害者の就労支援	競合他社の増加、価格競争激化
6	サービス業	精神障害者の就労支援	株式会社系の福祉サービスへの参加が拡大
7	サービス業	販売システムのアプリ制作	情報産業の変化、IT化、ネット通販
8	サービス業	大阪を中心にアウトソーシングと人材派遣・紹介予定派遣(有料紹介事業)を行っております・一般労働者派遣事業、環境関連商品販売、業務請負、有料職	大手取引先の撤退
9	サービス業		葬祭業の体系の変化と核家族化による小規模な葬式が増えた為
10	サービス業	印刷、コピーサービス	アイデアを考え付かず
11	サービス業	総合広告代理店	ネット広告、ネット通販(印刷)等、売上利益額も減少の一途である
12	サービス業	美容業、カット、カラーなど	集客に力を入れていなかった。
13	サービス業	異業種協同組合(共同購入事業・外国人技能実習生事業・労働保険事務組合	競合他社との価格競争による販売価格減
14	サービス業	通関業	暖冬や円安によるアパレル関連企業の業績低迷の影響
15	サービス業	PC総合サポート	販売商品の時期ズレによるもの。
16	サービス業	産業廃棄物処理	セールスミックスを見直した
17	サービス業	高齢者・障がい者福祉施設	介護報酬の引き下げ、人件費の増
18	サービス業	FC加盟飲食店の経営	店内改善の不備
19	サービス業	ITサービス業	引き合いばかりで決まらない。
20	サービス業	婦人服小売店	デベロッパーへの来店客数が減少している。
21	サービス業	ソフトウェア開発	昨年同期が例年に比べて好調だったため。
22	サービス業	婚礼貸衣裳	婚礼の季節的要因が大きい。前年まで提携先だった冬季婚礼に強い取引先との提携がなくなったため。
23	運輸業	運輸 配送 引越業務	配車担当の体調不良のため営業力が低下
24	運輸業	運送、倉庫	今、仕事で受けさせてもらっているのが、紙及び紙関係のお得意先が多いため、ペーパーレスの時代の流れの中で、自然減の方向にあるため、異業界へのアプローチ中である。
25	運輸業	倉庫業	顧客と契約を打ち切った
26	運輸業	泉南市、泉南郡熊取町、泉南郡岬町、阪南市 エリアの大ロットから宅配までの輸送を西濃運輸(株)の代理店として実施しております。また全国対応の貸切輸送を10t、4tまた小ロットの積み合わせ輸送も営業品目です。	国内需要の停滞。価格競争での顧客離れ
27	運輸業	荷主の保管及び配送	荷物の動きが悪い
28	運輸業	一般貨物自動車運送事業・貨物軽自動車運送事業	前年度が好調だったため
29	建築業	建築設備業(給排水衛生・冷暖房空調・電気)	地場ゼネコンの受注金額の競争悪化、人材の不足
30	建築業	防水・防食の工事業	天候不順が大きな影響、経済に大きな不安感がある
31	建築業		政府の政策
32	建築業	電気工事業	太陽光設備工事の減少
33	建築業	建築一式、リフォーム全般、空調設備、メンテナンス	社内体制に問題あり、色々試みた結果だと思う。
34	建築業	内装リフォーム	公共事業が減っている
35	建築業	建築 型枠大工	仕事量減少のため受注単価の値下り
36	建築業		新築住宅工事減
37	建築業		工事物件の数が少ない。受注金額が低く利益が少ない。
38	建築業	看板製作施工・店舗サイン製作施工・インクジェットメディア出力製作	工期先延ばし等による影響
39	建築業	法人顧客の工場・倉庫・事務所等の新築・改修、個人住宅の新築、増改築	企業の設備投資による受注が減少した。
40	製造業	レディースインナー	売り先の減少と問屋がリスクを持たずに必要な時に、必要数を注文
41	製造業	袋物製造業	眼病のため仕事が出来なかった
42	製造業	プラスチック成形	有償支給部品が無償化になる
43	製造業	ビニル電線の製造販売・卸業	内需現象と営業力不足
44	製造業	フレキシブルシャフト製造	景気低迷か
45	製造業	線香製造	昨年11月の製品価格改定前に前値受注が集中、売上が増大した。その反動減。
46	製造業	金型メーカー、ITソフトウェア開発	輸送機器メーカーからの受注量減少
47	製造業	発砲ポリエチレン加工メーカー、包装資材販売、製造、加工メーカー	新規事業への投資や人材育成のための投資のため利益減少、また国内需要の減少
48	製造業	アルミ素材加工販売	価格競争、配送コスト増大
49	製造業	金属製品製造	東日本大震災復興需要の節目。メーカーとその一時下請け大手の設備投資活性による生産体制の再配置

50	製造業	めっき、電着塗装、アルマイト等の表面処理加工	住宅着工件数の減少により、主要得意先の販売数減少
51	製造業	ドリルネジの製造販売	中日向け輸出の減少
52	製造業	電子部品用リードピン製造販売	販売不振
53	製造業	鉄線加工	国及び地方行政の予算削減
54	製造業	金属製品製造	国内需要の減少が一番の原因
55	製造業	金属プレス加工	自動車の国内需要と輸出の減少
56	製造業	特殊車輛部品の製造及びプラント関連の部品製造組立	親会社のコストダウンと他社への転注
57	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	大規模設備投資の見送り、数量の減少
58	製造業	化粧雑貨製造卸	内需縮小
59	製造業	製缶、溶接	取引先の受注量の減少
60	製造業	装身具製造販売	消費の冷え込みによる市場規模が激減していることでの販売不振、販売不振により価格が上がらず、まして下落しており、価格追求のため現取引先が海外メーカーに直接発注を行なっている。
61	製造業	金属印刷	紙箱の増加により、一般缶の使用量が減っている
62	製造業	金属表面処理業(フッソ樹脂焼付コーティング業)	国内の大型設備投資案件の減少
63	製造業	金属熱処理、塗装、表面処理加工	主要大手顧客の生産調整、小規模顧客の生産減少
64	製造業	工業用裁断機器 設計・製造	新規設備の受注が減少/受注までつながらない
65	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	海外需要の減少、特に中国での需要が激減
66	製造業	鋼材の加工販売	鋼材の単価が14%程度減少した。
67	製造業	合成樹脂成型原料の着色加工・販売及び関連商品の販売	国内需要の伸び悩み、海外生産へのシフト、設備の老朽化に伴う生産力の低下
68	製造業		中国向けに輸出しているメーカーからの受注が減少している
69	製造業	磨ナット製造販売	世界需給バランスの崩れ、円高・IS問題(テロ)・中国の減速・日銀の金利引き下げ・米国の金利引き上げ・EUでの不安定
70	製造業	金属プレス 板金加工	例年、年末から年度末にかけてオフィス鋼製家具の繁忙期に入っていたが、ここ数年はその繁忙期が無くなって来た。企業の新規開設や移転、オフィス設備への投資が減少していると考えられる。
71	製造業	樹脂加工業	国内全般において、製造需要が低下しているため業界全体の市場が縮小している。社内で営業展開する仕組みが無いので、業界の動向に左右されている。
72	製造業	各種金属プレス加工、板金溶接、金型製作	工作機械関連取引先の受注低迷、海外の景気悪化及び国内では政府補助金の終了で需要が低迷それが減少の要因
73	製造業	金属加工	受注減
74	製造業	印刷・製本	多品種 小ロット 必要な数量を必要な時期に発注するなどの顧客需要の傾向が顕著になり、印刷需要が一時期に集中する傾向にある
75	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った
76	製造業	金属表面処理加工(サンドブラスト加工)	昨年と比較すると、年度末の在庫調整等の影響が今年は特に大きく感じます。
77	製造業	産業用部品、器具の製造販売	中国経済の悪化が大きいのと思われます。
78	製造業	スクールアルバム/学校案内/会社案内/写真集/絵画集/自費出版物/ポスター/カタログ/パンフレット/美術出版物全般	学校の統廃合に伴う、受注校数の減少。
79	製造業	搬送機械の設計・製造	・人手不足による失注
80	製造業	金型製造業	・客先都合による納期延期(検収遅れ)
81	製造業	金属製品プレス・板金加工業	輸出・内需ともに減少。比較的変動の少ない自動車向けも減少している
82	専門サービス業(土業の方)	各種図面作成	前年同期が通年より以上に受注があったから
83	専門サービス業(土業の方)	行政書士事務所	業界における需要の減少
84	専門サービス業(土業の方)	経営コンサルティング	業務の処理能力の低下
85	専門サービス業(土業の方)	税理士事務所	営業力の減少
86	専門サービス業(土業の方)	夫婦関係修復カウンセリング	スポット売上が減少したため
87	専門サービス業(土業の方)	経営コンサルタント(社会保険労務士業・中小企業診断士業)	年末年始は、新規のお問い合わせが少ない。
88	専門サービス業(土業の方)	開会事務所	受注の減少、スポット売上がなくなった。
89	通信情報業	LAN関連工事、電設設備工事等	大型顧問契約の解除
90	通信情報業	情報サービス、ネットワーク構築、システム開発、HP作成	得意先の業績悪化による内製化の影響増大、需要の谷間
91	流通業(卸・小売業含む)	ステンレス鋼材卸売業	小規模のライバル会社が増えている
92	流通業(卸・小売業含む)	アパレル小売販売業	設備投資の減少
			高価格品の売上比率が低下。中小企業経営者層の来店員数の低下。

93	流通業(卸・小売業含む)	自転車卸	市場の縮小、他業種参入
94	流通業(卸・小売業含む)	化粧品、和装製品	消費が弱いように思う
95	流通業(卸・小売業含む)	セキュリティ機器の販売	大きい案件を取りきれていない
96	流通業(卸・小売業含む)		建築金物素材の取り入れ現象
97	流通業(卸・小売業含む)	金属材料販売	中国からの輸出攻勢が強く、低迷を続ける国内市場の相場が崩れだしライバル企業の安売り競争が始まり出してきた。
98	流通業(卸・小売業含む)	木材 建材 販売施工	人口減少による住宅需要減少による販売数の削減
99	流通業(卸・小売業含む)	連結部品の卸売	一括値下げの影響
100	流通業(卸・小売業含む)	骨董品輸入販売業	購買意欲の低下が見られます。
101	流通業(卸・小売業含む)	マグネット応用機器販売、中古工作機械販売、各種修理業務	業界的に良くない。食品関係に今になって力を入れている。動きが遅くなっていた。
102	流通業(卸・小売業含む)	機械工具卸	前期は特需により、一時的に売上が増えたことが、今期の減少に繋がっているが、今期も機械の受注もあり全体としては同じくらいで推移するものと思われる。ただし、3月に入って少し受注が減っている感じがする。
103	流通業(卸・小売業含む)	被服販売業	建設業の仕事が減っている
104	流通業(卸・小売業含む)	建築金物の卸	受注量の減少
105	流通業(卸・小売業含む)	酒類小売業	飲食業界の悪化、得意先の減少
106	流通業(卸・小売業含む)	トラック関連の総合サービス業	得意先である物流業界において車輛入替など設備投資に対して急激に低下傾向。景気動向を見極めているようである。
107	流通業(卸・小売業含む)	機械工具の販売	生産量の減少
108	流通業(卸・小売業含む)	薬局向け医薬品・健康食品等の卸売販売	小売店の売り上げ減少(消費者の購買の減少)
109	流通業(卸・小売業含む)	繊維製品輸入卸	暖冬による防寒関係商品の売上不振 個人専門店の減少
110	流通業(卸・小売業含む)	建築材料販売業	建築現場の減少
111	流通業(卸・小売業含む)	福祉用具レンタル・販売 家具インテリア販売	景気が悪い、消費者購買意欲低下。
112	流通業(卸・小売業含む)	美容材料卸	景気の影響よりも社員数の減少が直接の原因
113	流通業(卸・小売業含む)	紙製品・文房具・事務用品・事務機器・事務用家具などの卸・小売業	前年に、特需があったため
114	その他	フリースクール	スクール入会者数の減少
115	その他	システム製作、WEBサイト、アプリ製作	取引先の夜逃げ
116	その他	金融機関	新規顧客の獲得
117	その他	金属表面処理加工、環境プラント機器の製造及び現地組立工事	建築金物、自動車関連減少
118	その他		元請、上場会社の請負工事における価格の値引き等、追加工事の未払い等赤字が増えている
119	その他	障害福祉サービス	ヘルパー、相談支援事業を新規事業所に移転させたため
120		印刷宣伝物の企画・募集	市場の減少
121		印刷企画及び包装デザイン	受注先である印刷業の利益率の悪化のため、外注先へのコストダウン要求がエスカレートしている
122		保険代理店	顧客の減少
123		建築企画、設計、整理	入札件数が減少(季節的傾向)
124		国内 海外旅行 および付帯業務	この時期は法人需要はもともと少ないのですが、今年はずいぶん卒業旅行の受注が減少している 原因不明 地域にその学齢の学生、生徒が少ないからなのか

【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	27	22.9%	33	28.0%	58	49.2%	118
運輸業	10	52.6%	4	21.1%	5	26.3%	19
建築業	12	23.5%	18	35.3%	21	41.2%	51
製造業	70	34.8%	65	32.3%	66	32.8%	201
専門サービス業(土業の方)	11	18.3%	17	28.3%	32	53.3%	60
通信情報業	4	25.0%	4	25.0%	8	50.0%	16
流通業	21	25.9%	36	44.4%	24	29.6%	81
その他	2	13.3%	6	40.0%	7	46.7%	15
(空白)	0	0.0%	3	42.9%	4	57.1%	7
総計	157	27.6%	186	32.7%	225	39.6%	568

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	23	6.9%	2	0.6%	9	2.7%	26	7.8%	16	4.8%	6	1.8%	26	7.8%	5	1.5%	17	5.1%
運輸業	7	11.7%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.7%	4	6.7%	1	1.7%	5	8.3%	0	0.0%	0	0.0%
建築業	14	9.9%	0	0.0%	5	3.5%	3	2.1%	5	3.5%	3	2.1%	8	5.7%	4	2.8%	6	4.3%
製造業	77	13.9%	9	1.6%	13	2.3%	14	2.5%	18	3.2%	7	1.3%	36	6.5%	30	5.4%	34	6.1%
専門サービス業(土業の方)	10	7.5%	1	0.8%	4	3.0%	13	9.8%	9	6.8%	5	3.8%	7	5.3%	0	0.0%	8	6.0%
通信情報業	3	5.6%	0	0.0%	1	1.9%	3	5.6%	2	3.7%	1	1.9%	4	7.4%	0	0.0%	3	5.6%
流通業	36	16.2%	0	0.0%	9	4.1%	18	8.1%	3	1.4%	4	1.8%	15	6.8%	15	6.8%	11	5.0%
その他	4	11.1%	0	0.0%	2	5.6%	2	5.6%	1	2.8%	0	0.0%	1	2.8%	3	8.3%	1	2.8%
(空白)	3	12.0%	0	0.0%	2	8.0%	3	12.0%	1	4.0%	0	0.0%	2	8.0%	0	0.0%	1	4.0%
総計	177	11.4%	12	0.8%	45	2.9%	83	5.3%	59	3.8%	27	1.7%	104	6.7%	57	3.7%	81	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	9	2.7%	25	7.5%	46	13.9%	53	16.0%	16	4.8%	28	8.4%	23	6.9%	2	0.6%	332	
運輸業	0	0.0%	4	6.7%	12	20.0%	15	25.0%	1	1.7%	9	15.0%	1	1.7%	0	0.0%	60	
建築業	4	2.8%	17	12.1%	25	17.7%	23	16.3%	10	7.1%	12	8.5%	2	1.4%	0	0.0%	141	
製造業	11	2.0%	45	8.1%	70	12.6%	63	11.4%	52	9.4%	51	9.2%	19	3.4%	5	0.9%	554	
専門サービス業(土業の方)	1	0.8%	5	3.8%	20	15.0%	23	17.3%	5	3.8%	9	6.8%	12	9.0%	1	0.8%	133	
通信情報業	1	1.9%	4	7.4%	10	18.5%	11	20.4%	3	5.6%	5	9.3%	1	1.9%	2	3.7%	54	
流通業	10	4.5%	11	5.0%	28	12.6%	25	11.3%	2	0.9%	19	8.6%	12	5.4%	4	1.8%	222	
その他	1	2.8%	4	11.1%	5	13.9%	3	8.3%	3	8.3%	4	11.1%	1	2.8%	1	2.8%	36	
(空白)	0	0.0%	1	4.0%	3	12.0%	4	16.0%	2	8.0%	1	4.0%	2	8.0%	0	0.0%	25	
総計	37	2.4%	116	7.5%	219	14.1%	220	14.1%	94	6.0%	138	8.9%	73	4.7%	15	1.0%	1557	

- 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	83	21.9%	20	5.3%	19	5.0%	34	9.0%	26	6.9%	22	5.8%	14	3.7%	11	2.9%	47	12.4%
運輸業	12	20.7%	1	1.7%	2	3.4%	3	5.2%	1	1.7%	5	8.6%	1	1.7%	0	0.0%	12	20.7%
建築業	34	22.5%	14	9.3%	6	4.0%	9	6.0%	4	2.6%	15	9.9%	3	2.0%	5	3.3%	22	14.6%
製造業	112	18.1%	73	11.8%	70	11.3%	65	10.5%	46	7.4%	42	6.8%	12	1.9%	11	1.8%	46	7.4%
専門サービス業 (土業の方)	42	25.8%	9	5.5%	6	3.7%	9	5.5%	15	9.2%	19	11.7%	9	5.5%	2	1.2%	17	10.4%
通信情報業	11	19.6%	10	17.9%	2	3.6%	2	3.6%	10	17.9%	6	10.7%	1	1.8%	2	3.6%	7	12.5%
流通業	57	23.3%	7	2.9%	6	2.4%	32	13.1%	23	9.4%	16	6.5%	10	4.1%	7	2.9%	23	9.4%
その他	9	19.6%	5	10.9%	2	4.3%	6	13.0%	2	4.3%	5	10.9%	1	2.2%	1	2.2%	4	8.7%
(空白)	5	17.2%	2	6.9%	0	0.0%	4	13.8%	1	3.4%	2	6.9%	1	3.4%	1	3.4%	4	13.8%
総計	365	20.9%	141	8.1%	113	6.5%	164	9.4%	128	7.3%	132	7.6%	52	3.0%	40	2.3%	182	10.4%
業種	⑩	割合	⑪	割合	⑫	割合	⑬	割合	⑭	割合	⑮	割合	⑯	割合	⑰	割合	⑱	割合
サービス業	52	13.7%	12	3.2%	9	2.4%	0	0.0%	1	0.3%	2	0.5%	7	1.8%	4	1.1%	12	3.2%
運輸業	14	24.1%	1	1.7%	2	3.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.7%	0	0.0%	3	5.2%
建築業	21	13.9%	5	3.3%	2	1.3%	0	0.0%	0	0.0%	2	1.3%	2	1.3%	2	1.3%	4	2.6%
製造業	81	13.1%	10	1.6%	9	1.5%	0	0.0%	1	0.2%	3	0.5%	16	2.6%	8	1.3%	12	1.9%
専門サービス業 (土業の方)	19	11.7%	5	3.1%	3	1.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	1.2%	4	2.5%
通信情報業	3	5.4%	1	1.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.8%
流通業	31	12.7%	8	3.3%	9	3.7%	1	0.4%	0	0.0%	1	0.4%	1	0.4%	6	2.4%	4	1.6%
その他	6	13.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.2%	1	2.2%	0	0.0%	2	4.3%
(空白)	5	17.2%	1	3.4%	2	6.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.4%	0	0.0%	0	0.0%
総計	232	13.3%	43	2.5%	36	2.1%	1	0.1%	2	0.1%	9	0.5%	29	1.7%	22	1.3%	42	2.4%
業種	⑲	割合	⑳	割合	総計													
サービス業	0	0.0%	4	1.1%	379													
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	58													
建築業	1	0.7%	0	0.0%	151													
製造業	1	0.2%	1	0.2%	619													
専門サービス業 (土業の方)	0	0.0%	2	1.2%	163													
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	56													
流通業	2	0.8%	1	0.4%	245													
その他	1	2.2%	0	0.0%	46													
(空白)	0	0.0%	0	0.0%	29													
総計	5	0.3%	8	0.5%	1746													

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

【3】経営上の問題点・対応策について (4)経営上の力点(記述)

(1)1業種	(1)2業務内容	(3)4力点記述
1 サービス業	webサイト製作、印刷物デザイン製作	毎月継続的に入金が入る仕組み作り
2 サービス業	訪問看護st、特定人材派遣業、 病院開業コンサルティング	在宅ホスピス住宅という新事業を立ち上げる予定です。
3 サービス業	ビルメンテナンス	仕事のスキルと人間性の向上
4 サービス業	中小企業の新卒採用支援	1件1件の対応に重点を置く。軌道にのるまで注力
5 サービス業	タレントプロダクション、映像製作	有能な人材採用が必要
6 サービス業	ペットの火葬、葬儀、納骨	納骨室リニューアル・移動火葬車導入・店舗改装工事を計画中。弱みでも強みでもある、限られた小さな空間に特化したより上質なサービスが提供できるよう、社員能力を上げていきたい。
7 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
8 サービス業	障害福祉サービス、就労継続A	短時間正社員を12名採用する
9 サービス業	ショーケース・陳列器具レンタル	消費税がアップすると業績に影響を受けるが、投資はせず静観すべきと考えている
10 サービス業		社員教育。
11 サービス業	運転手の派遣業務	運転手を採用してきたが、一般職の社員を雇用する
12 サービス業	障害者の就労支援	営業力を強化し販路開拓、社員能力の底上げ
13 サービス業	精神障害者の就労支援	メンタルヘルスサポート分野に取り組みたい
14 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
15 サービス業	中小企業向け情報システム開発	システム開発の強化が最大の課題
16 サービス業	保険代理店	営業社員が営業に集中できる仕組みづくり、オフィスの業務を効率化、新たに採用した社員の育成
17 サービス業	人材育成、教育事業	更なる新規販路と取引先を増やすこと
18 サービス業	不動産賃貸、不動産仲介	いかにして人材育成していくか
19 サービス業	空調機器販売・施工工事・修理・ オフィスエアコンクリーニング・冷媒(フロンガス)回収及び破壊	新入社員を確保し営業力の拡大をしたい
20 サービス業	保険代理業	マーケット開拓
21 サービス業	自動車の販売・整備。損保、生保販売	社員数(メカニック、事務共)不足が続いており、営業等に訪問することがも困難な状況。早めに新入社員を入れたいと同時に教育も行いたい。あと少数体制での兼務業務も増えるので、常に効率化を考えて行動したい。
22 サービス業	知的障害者への職場訓練	法制度の変化に対応する
23 サービス業	障がい福祉サービス	黒字化・資金繰り
24 サービス業	障害福祉サービス	社会福祉法人への風当たりがきつく、今後制度がどうなっていくかきちんと見定める必要がある
25 サービス業	介護事業	新規契約にも人材不足で受けられない。又正社員の厚生社会保障料負担が増加、収入と支出のバランスが取れないために計画を見直し中
26 サービス業	一般企業・幼稚園向けの昼食弁当・ 公立中学校の学校給食事業	新工場の建設に伴う雇用の確保と現工場の組織強化
27 サービス業	不動産業	新規事業に伴い人材を採用して営業力を高める
28 サービス業	企業様の3Sサポートコンサル、 個人宅の整理リユースアドバイ	まだ詳しくは考えていない
29 サービス業	再生エネルギー事業のコンサル ティング	政策の変遷に伴う外部環境の変化への対応に注力している。
30 サービス業	記帳代行、コンサルタント	作業に入る前の準備を十分に行う点に力を入れていきたい。場当たりの営業を戦略的にしたい。
31 サービス業	総合広告代理店	企業提案、特にビジュアルにしての提案にスピードとクオリティに力点あり。
32 サービス業	保険代理店業	規模拡大に伴い、中途採用3~4名予定
33 サービス業	不動産仲介、不動産コンサル、 内装請負、インテリア販売	エンドユーザー向け事業所として拡大する。
34 サービス業	通関業	強みを生かせる新規の顧客開拓が喫緊の課題
35 サービス業	広告企画制作	新しい仕事にチャレンジ
36 サービス業	消毒業および損保代理店	顧客の情報・ニーズをいかに収集するかに力点を置いた営業活動を進める。
37 サービス業	制御系ソフトウェア開発	世の中のニーズの変化に対応できるよう営業面、技術面を強化し、従前からの顧客からの受注を維持拡大し、新しい顧客の開拓を進める。
38 サービス業	人材派遣・業務請負・LED販売	社員の雇用を積極的に行い、同時に社員教育を図り、管理職を増やす。
39 サービス業	給食・仕出し	将来を見据えての幹部社員の教育
40 サービス業	社会保険労務士の業務	産休育休予定者がいるため人を2人採用したが、それらの社員の能力アップが必須。
41 サービス業	PC総合サポート	仕事量が増えてきたため、時間が不足してきた。雇用に向けて、雇用形態を含め検討に入っている。
42 サービス業	不動産賃貸業・不動産仲介業・ 不動産管理業・飲食業	自社の収益柱を増やしていかないと、不動産に依存した収益のみでは波がありすぎること、成長市場としては、疑問符が残るため
43 サービス業	人材育成、人材教育	販路範囲を全国へと広げる

44	サービス業	商業・事業用不動産 一般不動産 産賃貸・売買仲介・管理・不動産 コンサルティング	現在のパート社員を営業のできる正社員に育成し、数字を作る社員に変える。
45	サービス業	コンサルティング	ベテランコンサルの確保
46	サービス業	ガソリンスタンド	なし
47	サービス業	産業廃棄物処理	自社独自技術を構築すること
48	サービス業	広告物のデザイン、ウェブデザイン、 サーバ管理、システム開発	仕事が増えているものの2ヶ月先の予定が立たない環境ですので、安定的に入るであろう仕事を企画する必要がある。定期的のが生まれると、雇用のめどが立つと考えています。
49	サービス業	高齢者・障がい者福祉施設	報酬のマイナス改定による収入減を最小限にし、膨れ上がった人件費の見直しを行う
50	サービス業	不動産売買・仲介業務・FP業務	人材の採用と教育が重要である。
51	サービス業	地図情報処理サービス業	開発フェーズから営業フェーズに移行するため
52	サービス業	FC加盟飲食店の経営	社員独立による新しい店舗管理者を育成中。
53	サービス業	人材コンサル	企業進路をどうすべきか。
54	サービス業	不動産コンサルティング業	情報交換頻度を増やし、売上に繋がる情報感度を上げる。
55	サービス業	OA機器販売及びパソコン保守	新サービス強化(パートナー連携による新商材拡販)
56	サービス業	高齢者向けの介護事業	高齢者の増加を見込み、社員の底上げを行い、新規出店を目指す。
57	サービス業	産業廃棄物収集運搬業	取引先の新規開拓が必要
58	サービス業	広告制作	人材を積極的に採用していきたい
59	サービス業	湯灌サービス	営業力を強化する。人材育成
60	サービス業	在宅介護事業	営業のできる人材の育成
61	サービス業	婦人服小売店	他業種との交流
62	サービス業	インテリアデザインのプランニング・ 施工・監理、ビル・マンション	新商品・サービスの開発による売上の増加が、わが社がこれから3年間取り組んでいく最大の課題です。
63	サービス業	人材派遣業	生産効率アップについては作業効率を高めて処理能力を上げる方法を実践
64	サービス業	賃貸マンション業	建物のエントランス、内装の充実
65	サービス業	飲食店経営	連携会社との新規事業を成功させ新規販路開拓する
66	サービス業	機械工具等卸、電気工事等	新たな商品とかかるサービスの充実と、その販路開拓に集中。同時に資金
67	サービス業	生命保険 損害保険販売	確保の為、「ものづくり補助金」の申請を検討。 若い人材の確保についてすすめたい
68	サービス業	引越しや家電配送などの力仕事を を中心に、遺品整理などのお片 づけや家具の組立、代行業務な どのお手伝い	継続的に続く新しい荷主様の獲得
69	サービス業	婚礼貸衣裳	新規事業の構想をいち早く取り組みする
70	運輸業	一般貨物取扱事業	従業員のモチベーション向上が会社全体のレベルUPに繋がるであろうと考 え、社員一人一人とのコミュニケーションを大切にしている
71	運輸業	パワーゲート、エアサス車、ウイング車に 特化した運送	営業所の新設に伴う営業強化
72	運輸業	一般貨物運送、物流作業	採用と教育、能力をアップして品質向上をして営業拡大する
73	運輸業	工場中心とした配送	他社との連携強化
74	運輸業	運送、倉庫	人材の採用と社員教育
75	運輸業	機械、機材、鋼材の運送	各社員がもっといろんな事に気づいてくれる様な環境づくり
76	運輸業	泉南市、泉南郡能取町、泉南郡 岬町、阪南市 エリアの大ロット から宅配までの輸送を西濃運輸 (株)の代理店として実施しており ます。また全国対応の貸切輸送 を10t、4tまた小ロットの積み合わ せ輸送も営業品目です。	新規顧客獲得の拡大(月間10万円/10件)新たなサービスの開発(自社ア セットを使って)社員能力のアップ(車輛売上の効率化 月平均1車/113,3 万円)
77	運輸業	一般貨物運送業、高齢者向け引 越業他	自主性の発揮
78	運輸業	荷主の保管及び配送	新規得意先の確保
79	運輸業	一般運送業、軽貨物運送業並び に倉庫業	ドライバーの人員が確保難しく、新規事業でもって充実を図りたい
80	運輸業	一般貨物自動車運送事業・貨物 軽自動車運送事業	各人が付加価値ある仕事ができるように。
81	建築業	総合建設業、不動産管理業	新卒採用に注力
82	建築業	建築設備業(給排水衛生・冷暖 房空調・電気)	人材の採用・新規販路・直需契約の拡大
83	建築業	電設備工事業	経費節減について、仕入先の見直し。協力業者との企業計画の連携の強 化。
84	建築業	電気・通信工事	長期目線での社員教育
85	建築業	建築設計・施工、不動産	新たな柱の確立を行う為の社内スキルアップ
86	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。
87	建築業	防水工事業	上記と別で確実に利益を出すこと
88	建築業	電気設備工事	新サービス始動
89	建築業	住宅・新築・リフォーム	大工職人の育成

90	建築業	太陽光発電設計・施工	自社受注をこれからも増やしていきたい。効率化を図りたい
91	建築業	防水・防食の工事業	事業承継に向けて、社員のスキル向上、業務領域の拡大、社内一丸体制のしきみを確立しようと努力しています
92	建築業	建築施工管理業	社員を入れ、共に成長し自社を活性化していく。現状一人で廻しているの で正直しんどい。
93	建築業	建築の設計施工	未収金、立替発生のための資金不足を借入れにてまかないたい
94	建築業	電気工事業	オンラインのための対策 技術力強化による事業の拡大
95	建築業	建築工事業	社員が自分の頭で考え誇りをもって自ら取り組む企業同士の作り
96	建築業	各種プラント設備の製造および 現場据付配管工事	ベトナム・タイだけの海外展開を、ASEAN諸国全体に拡大して日本とから めてアジア全体で仕事を受注する
97	建築業	個人向け注文住宅建設	新規出店
98	建築業	アルミサッシ工事	個人の技術力
99	建築業	建築工事一式	内部技術の低下がある。技術力を高めることができればおのずと安定した 仕事の受注が可能となると考えています
100	建築業	建築一式、リフォーム全般、空調 設備、メンテナンス	営業力の拡大により売上、利益共に向上、人材の採用、仕事が人を育て る。売上げ、利益を向上させるには、生産性アップ、効率化を追求しなけれ ばならない。上記を実行、実現するには、新規開拓を積極的に取り組む必 要がある。
101	建築業	デザイン業、電気工事業	人材不足
102	建築業	建築全般	従業員の教育、技術力の強化を早くしたい
103	建築業	建築設計、管理	新規顧客の開拓と同業他社とのコラボ
104	建築業	住宅建築、地車製作	新製品開発により新規顧客の獲得
105	建築業	リフォーム、排水管洗浄、外溝洗 浄、落書き洗浄	新規開拓する。取引先を増やすことで1社依存度をなくす。
106	建築業	内装仕上げ工事業	社内会議により、個人個人の良かった点、悪かった点、対策を発表してもら う
107	建築業		既存の取引先だけでは受注件数・受注金額ともに減っている。
108	建築業	造園工事業	社員のスキルアップを図ることで生産性を向上し1人当たりの売上げ、利 益を増やしたい
109	建築業	電気工事業	組織力をつけて、受注拡大を狙う。
110	建築業	解体工事、外構工事	遺品整理業
111	建築業	看板製作施工・店舗サイン製作施 工・インクジェットメディア出力製	現場施工メインから商品の製造へのシフト
112	建築業	電気工事業	既存顧客にとらわれずに、新規拡大し売上分散を更に図りたい。
113	製造業	プラスチック切削加工業	営業力、社員能力のスキルアップ
114	製造業	金属工作油剤製造販売	ニーズの把握に努める、情報収集を商品づくりに生かす
115	製造業		技術力の向上とブランド化
116	製造業	化学機械設計、製作、配管工事 浴槽・プール等の水処理ろ過装 置の販売	新規従業員の採用。どのように確保していくか検討中。
117	製造業	飲料用貯水槽のメンテナンス サービス	人手不足で工場の生産が間に合わない
118	製造業	環境保全サービス	新卒雇用すること。社員の資格取得の援助をすること
119	製造業	自動車販売修理レンタカー	効率化、新領域化、付加価値拡大化
120	製造業	電化制御システムの開発受託事 業・充電器製造	顧客を増やす
121	製造業	缶パーツの製造・販売	資金調達をいかに計るか
122	製造業	鉄筋加工及び製缶	特定技術者への依存解消。販売単価を維持し、コストを抑え製造。シェア の拡大。
123	製造業	プラスチック成形	設備を拡大
124	製造業	ディスプレイ業	営業力をつける
125	製造業	シール・ラベルの特殊印刷企画・ 製造・販売。その他一般商業印 製版用フィルムとインクジェット 機による印刷	防災、減災関連事業の強化
126	製造業	線香製造	販売力あつての製造業なのでこれまで通り新規先を含め推進していく
127	製造業	金属板金加工	新規顧客の獲得、既存客への販売の拡大
128	製造業	金属板金加工	倉庫三ヶ所を1ヶ所に統合し作業効率を向上させる。
129	製造業	金属加工業(レーザー切断溶接)	自社ブランド商品の開発が第一、内部努力として生産性向上と社員教育、 能力の向上を目指す。
130	製造業	金属加工業(銅を中心としたもの づくり)	ロス削減(ムダ取り)
131	製造業	ビニル電線の製造販売・卸業	社員の技術力アップに苦戦しているので外部からの講師派遣や研修を考 えている。新規設備の計画を立てているのでそれに伴う人材育成と採用に 取り組んでいく
132	製造業	機械部品加工業	業種の今後の将来性を考える。方向性を見極めなければならない
133	製造業	飲食業	技術の伝承を早期におこなう
134	製造業	フレキシブルシャフト製造	生産管理、見える化
135	製造業	線香製造	新規がないと維持できない
136	製造業		OEM化に移動した製品をふやし、在庫を極力減らすこと
137	製造業		生産性の向上のため部品の統合、規格化、組み立ての簡略化をすすめて いる。品質管理の徹底も同時進行中

138	製造業	十字穴付タッピンねじ製造販売	外部研修を取り入れ社員の意識改革とモチベーションアップにつなげる
139	製造業	金型メーカー、ITソフトウェア開	提案力強化
140	製造業	発砲ポリエチレン加工メーカー、 包装資材販売、製造、加工メー	社員教育、とくに3S→5Sに力を入れてゆきたい
141	製造業	アルミ素材加工販売	新製品の販路開拓
142	製造業	自動車部品及び産業機械部品の の加工、機械工具設計製造販売	社内改善(設備・物流)を徹底的に実施、生産性向上を計る
143	製造業	プラスチック板加工業及び販売 (主にインターネット販売)	自社製以外の技術を取り入れ新商品開発をする。インターネット販売以外の販売力を強化。企画書の改良など
144	製造業		設備の判断が重要
145	製造業	CNC自動旋盤による金属加工	事業継承を見据えての社員教育と経営内容の強化(借入金比率の縮小)
146	製造業	めっき、電着塗装、アルマイト等 の表面処理加工	人材育成が進んでいないので、今後より一層力を入れる。新規顧客を開拓する
147	製造業	プラスチックフィルムの製袋加工 販売	ものづくり補助金にからみ、新しい設備を導入することになっているが、社員の能力がそれぞれにUPしないと少々焦っている。
148	製造業	ダイカスト製品の製造	新規取引先の開拓
149	製造業	電子部品用リードピン製造販売	新規開拓、深耕開拓
150	製造業	金網と関連製品の製造及び販売	顧客情報を開発製品に繋げる組織づくり。社員一人ひとりがPDCAを実践できる育成方法の確立
151	製造業	アルミ製品の企画・製造・販売	人と製品力が向上してこそ、企業の成長がある
152	製造業		技術スタッフの育成
153	製造業	精密切削加工業	全社一丸体制の確立するために9,10,11が重要
154	製造業	鉄鋼シャースリット	若い社員を採用したいが、応募が少ない
155	製造業	プラスチック射出成形	業務が円滑に流れるように人材の採用と教育
156	製造業	サイン、店舗用品及びDIY関連 製品製造・販売	社会の変化への対応
157	製造業	電子部品及び樹脂製品製造加工	本業のプリント配線板以外の樹脂加工に注力しているが、まだまだ売上も微量。新規事業の可能性を理解するため多くの分野で実績を作る。
158	製造業	ポリウレタンゴム製品の製造・販売	新規取引先の開拓、新商品開発、海外市場の販売(仕入れ含む)をバランスよく取り組み、現状維持をする。
159	製造業	粘着テープの製造販売	人材育成
160	製造業	金属加工	強みをストーリーにしていかに発信するか
161	製造業	機械及び機械部品の製造修理	人材を確保し、能力をアップする
162	製造業	食品等の包装資材の加工	社員教育
163	製造業	アルミ材に特化した板金加工業	人材教育、視野を広げる
164	製造業	金属製品製造業 プリント基板用 金型製造及びプレス加工、ツール 部品の研削加工	平面研削盤の加工技術の高精度化
165	製造業	全数検査選別装置製造販売	とにかく技術の強化(ものづくりしかない)
166	製造業	段ボール印刷用水性インキ製造 販売および排水処理設備設計・ 施工・販売	先代と新社長の経営方針に違いがあり、なかなか社員教育に進めていないので、新体制の組織力を強化し、若い社員の教育に力を入れたい。
167	製造業	鉄線加工	新規開拓
168	製造業	精密部品加工	短納期対応の体制、技術力のup
169	製造業	材料、製品仕入販売	社員能力の底上げにより幹部の負担を減らす。幹部の身動きを取りやすくし、その分、営業に力を入れる
170	製造業	ステンレス表面処理、黒色ステン レス販売業	新たな設備投資を予定しているが、それを使いこなせる人材確保に力点を置く
171	製造業	金属製品製造	他業種にわたる別作工具製作のPRで受注につなげたい
172	製造業	機械加工業、自動機設計、制作	高齢化のため、若い人間の技術力を上げておかないと、現在している仕事でも、できなくなるから
173	製造業	金属プレス加工	現在1社に依存しておりますので、客先を増やしたい
174	製造業	醸造用化学用機器設計製造	数年前よりしんき顧客の開拓により、重要取引先が数社増えました。その取引先毎のニーズに確実に対応して、売上に繋げていきます。
175	製造業	特殊車輛部品の製造及びプラ ント関連の部品製造組立	親会社の売上ダウンを補うための営業 従業員の高齢化に伴う中途採用等による新規雇用。支払い条件の良い取引先との取引額の増加を目指す。
176	製造業	金属プレス加工業	人材不足
177	製造業	精密板金加工	人は財。全ては人
178	製造業	塗装用刷毛ブラシ用品の製造販	社内学習会による技術継承新入社員を営業社員として育てる。
179	製造業	年間製造プレス加工	営業の強化
180	製造業	ガラス加工販売	全社一丸を最重要課題としてプロジェクト制で進めていく
181	製造業	印刷	イノベーションの強化
182	製造業	スタッド溶接	既存の得意先の受注が減っているため、新規開拓をするための営業強化・生産効率化のための設備導入
183	製造業	金属印刷	海外進出
184	製造業	ドラム式ゴミ貯溜排出機製作	顧客の課題解決の為の提案を積極的に展開する。生産性を更に高めるために新人教育(OJT)を確実に行う。
185	製造業	金属表面処理業(フッ素樹脂焼 付コーティング業)	管理職の確保
186	製造業	電気設備用特殊金物	

187	製造業	自動車シート用の金型製造	少子化で人材不足は分かっているので現在の社員のレベルアップに力を入れる
188	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	人材の確保と社員教育
189	製造業	銘板加工	製造プラス販売を手掛ける
190	製造業	各種歯車及び歯車関連部品の製造・加工	社内の様々な仕組みづくりを社員さんと共に考えて、生産性や効率を上げてお客様のニーズに答える事ができる営業力の強化につながると考えています。
191	製造業	製缶・板金業	営業力強化と生産性向上のため人材の教育に力を入れたい
192	製造業	工業用ガスバーナーの製造	社内の生産性を上げるため、既存社員の能力アップと人材の採用を同時進行で進めたいです。
193	製造業		たんなる「ものづくり」からサービス業への転換(ことづくり)が急務と考えます。 もはやQCDは空気のような存在で、顧客は物を求めてはいません。製造業全般に「ドラマ」の演出が不可欠になっています。 一例として、高価な設備投資は長期にわたって会計的な生産性を高めるものとはいえ、広告看板として機能している傾向が強まっています。
194	製造業	プラスチック射出成型	新規事業への取り組み、それに伴う社員のスキルアップ、工程能力の強化
195	製造業	金属熱処理、塗装、表面処理加工	収益構造の変化に伴い、人材育成や配置転換により必要な技術力、営業力の強化を図り、事業構成の再編成に取り組んでいる
196	製造業	金属部品の金型製作及びプレス加工	熟練技術者の退職が近い為に、技術の継承及び中途採用に力を入れる。
197	製造業	工業用裁断機器 設計・製造	他社に無い新規設計設備を商品化まで進める
198	製造業	建設機械・産業車両用カウンタウエイトの製造・販売	技術の伝承と固有技術を高めること。生産性の向上による原価低減活動。
199	製造業	きな粉・香辛料・青のり等の製造販売	機械化により生産性アップを目指します
200	製造業	総合建設業	規模拡大(統合)による効率化・経費削減
201	製造業	鋼材の加工販売	新規開拓と生産効率の向上
202	製造業	オーダーメイド用品製造	熟練技術者から若手への技術の伝承
203	製造業	金属加工業	ホームページや展示会出展による発信力の強化
204	製造業	建築金物製造業	販路をASEAN地域に広げて行き、地域に合った新商品等の提供を行い売上向上に努めていきます。
205	製造業	衣服製造	メイドインジャパン、メイドインおおさかにこだわった商品の開発、販売に力点を置いている。
206	製造業	金属製品製造・溶接	新規設備を導入したので、売上増を狙っていく。
207	製造業	合成樹脂成型原料の着色加工・販売及び関連商品の販売	1社依存からの脱却はできたものの、取引先件数を増やしていかない(現在3社)。 資金繰りの改善は急を要する。 新たな雇用を見据えて新規事業を計画中。
208	製造業	トムソン型による打ち抜き加工業	営業拡大、社員教育、企業風土、新商品開発、顧客ニーズの把握
209	製造業	金属プレス 板金加工	機械の老朽が進んで来たので設備の入れ替えを検討中。新規設備の導入により、今まで出来なかった加工が可能となり、そこから取引先の拡大をしていきたい。そのための営業力の強化も目指す。
210	製造業	金属加工業	新製品の開発等
211	製造業	樹脂加工業	熟練技術者不在のハンデを社員教育で底上げしつつ、現事業領域では相対的に付加価値が低いので、ワークライフバランスがとりにくい。高付加価値で営業展開していける新規事業を模索していく。
212	製造業	プラスチック切削加工業	財務体質強化
213	製造業	各種金属プレス加工、板金溶接、金型製作	新規開拓・技術継承
214	製造業	食品安軟包装資材(フィルム)の企画・製造・販売。その他、食品以外の包装資材も取り扱い	若手社員の雇用
215	製造業	各種印刷、加工 web開発 動画作成	中堅社員の教育
216	製造業	ちょうちん製造加工販売	人材の採用するために営業力の拡大を考えています。
217	製造業	焼き菓子製造卸	製造量拡大のための用地購入、設備の購入、従業員の確保。
218	製造業	機械部品製造	世代交代における技術の伝承、技術力の強化に力を置きたいと考えております
219	製造業	金属プレス・板金加工 パフ研磨加工	今年度は売り上げ増加を見込んでいるので、生産性UPが必須
220	製造業	段ボールケース製造販売	売上が上がらないと何も出来ない
221	製造業	産業用部品、器具の製造販売	介護福祉分野と制御プログラム関連への進出と技術力の強化
222	製造業	機械装置の製造販売	技術力・営業力の継承
223	製造業	CNC精密自動旋盤による金属切削加工 各種機械部品製造	売上増加のため安定した重要取引先を増やす、そのニーズに応えるために技術力、知識を強化する。

224	製造業	FA機器設計・製造	営業の若手移行を行っていて、取引先とのパイプを上司・部下共におさえられるように進めている
225	製造業	販売促進用POPの製造	理念のもとで、より良いライフワークバランスと取る
226	製造業	金属看板・表札の製造	第一に社員全員が担当している作業の基本を覚える。第二に現在の作業の担当の見直し(部門に分ける・ライン化にするなど検討中)
227	製造業	レーザー切断加工	新規販路の開拓と社内管理体制の強化
228	製造業	電気機器製造業	技術力の強化として、組み込み技術のスペシャリティ(認定および資格取得)を取得する。画像検査システムの新しいラインナップをリリース(4月の東京での展示会で発表)する。社内における共育委員会を中心に様々な勉強会を開催すると共に、幹部社員が中心となって知的資産経営報告書を作成するプロセスから社員能力のアップを図る。
229	製造業	搬送機械の設計・製造	・設計力を活かした営業体制の強化 ・現場の応用力向上
230	製造業	印刷物・ウェブ・デザインの企画制作	人材力とマーケティングの強化
231	製造業	コンピュータ関連装置の開発・製	営業力強化による異業種への販路開拓。
232	製造業	金型製造	長年培ったノウハウの蓄積とその提案能力
233	製造業	製缶、板金加工 産業用機械製造	医薬品製造装置メーカーの仕事受注見込みあり、熟練技能を要する仕事のため若手社員のスキルアップが急務。且つ、同友会仲間の同業他社とも連携を組み、難しい仕事をこなしていきたい。
234	製造業	自動制御盤の設計、製作	社員雇用、インターネット経由の受注を増やす
235	製造業	各種ポンプ製造業	営業力、技術力の向上、継承の為、採用に注力
236	製造業	別注スチール家具・什器 および精密板金加工部品 製造	人材育成と採用
237	製造業	樹脂パイプ押出成形品製造・販	経営指針セミナー参加による経営理念の確立
238	専門サービス業(土業の方)	各種図面作成	ニーズの把握に努める
239	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士	販路の拡大
240	専門サービス業(土業の方)	公認会計士業務	幹部候補の採用・育成
241	専門サービス業(土業の方)	弁理士、知財経営コンサルティングを通じた知財保護	独自性高品質サービス提供のための知識・技術を高める
242	専門サービス業(土業の方)	国内外の税務リスクに対するコンサルティングサービス。キャッシュフロー改善を実現する財務コンサルティングサービス。	海外取引のある企業に対する税務アドバイスサービスを開始する。新卒定期採用への転換を図る。
243	専門サービス業(土業の方)	税理士業務	新サービスの開発、人脈の強化
244	専門サービス業(土業の方)	会社経理、税務	ある程度、一人で仕事できるように教育したい
245	専門サービス業(土業の方)	税務サービス	ニーズを商品に生かすこと、他事務所との差別化を図る
246	専門サービス業(土業の方)	社労士業務	土業にとって業務の効率化、生産性アップは必須の課題。業務のマニュアル化に注力したい。
247	専門サービス業(土業の方)	行政書士事務所	処理能力のアップ
248	専門サービス業(土業の方)	都市計画・建築土木造園に関する計画・設計	後継者の育成、新入社員の定着率UP
249	専門サービス業(土業の方)	税理士	会計税務に関する教育としてスキルアップや、能力にあった役割分担をする
250	専門サービス業(土業の方)	税理士事務所(記帳代行、税務相談、申告、経営相談)	顧客の拡大と付加価値UPにより売上増に努めている
251	専門サービス業(土業の方)	税理士業	規模拡大を目指す。具体的な営業活動。
252	専門サービス業(土業の方)	技術開発系 ベンチャーサポート	既存顧客との取り組みの品質こうじょうで単価アップと新規案件の追加
253	専門サービス業(土業の方)	社労士事務所	社員教育のサービス化
254	専門サービス業(土業の方)	税理士業	新しい仕事の創造が必要
255	専門サービス業(土業の方)	工作機械、切削工具、測定の販売	人材の中で現在30~32才(入社後10年)の社員が多く、この社員のレベルUPを強くする。これが経営上重要だと考えております。
256	専門サービス業(土業の方)	自動車整備業	ポスティングで成果がでたのでこれを続ける
257	専門サービス業(土業の方)	税理士事務所	時間当たりの利益を増やす
258	専門サービス業(土業の方)	認知翔対応型ディサービス	新規参入しました。

259	専門サービス業(土業の方)	経営コンサルティング	成約率のアップ
260	専門サービス業(土業の方)	家電販売及び電気工事一式	営業力の拡大、技術力の強化
261	専門サービス業(土業の方)	会計事務所	昨年12月に2名退職、繁忙期を迎え人不足になっている。新卒採用だけでなく、中途採用も取り入れている。
262	専門サービス業(土業の方)	夫婦関係修復カウンセリング	営業力強化のためのセミナーに参加して、手法を学ぶ。
263	専門サービス業(土業の方)	弁理士業	優秀な人材確保が急務です。
264	専門サービス業(土業の方)	税理士業	パート社員の正社員化
265	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士業	DM活動を増やしていきたいと思う。
266	専門サービス業(土業の方)	経営コンサルタント(社会保険労務士業・中小企業診断士業)	顧問先開拓
267	専門サービス業(土業の方)	経営コンサルタント、ITネットワーク・運用関係	人材確保が優先
268	専門サービス業(土業の方)	開会事務所	事業承継。
269	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士	取引先への訪問頻度を上げて客単価のアップを目指す。
270	専門サービス業(土業の方)	社労士業	価格以外の競争力をつける
271	通信情報業	ソフトウェア開発業	新規事業への展開に対応できる技術者教育
272	通信情報業	業務ソフトの開発・運用	個人事業主のため、新規にたちあげる土台を作りあげる
273	通信情報業	ホームページ制作・アドバイス・各種デザイン制作・オリジナルパソコン販売・修理	営業力を強化し、新規受注を増やし、生産性のアップ、効率化を図る。その傍らで新規自社サービスを立ち上げ、売上アップを目指す。
274	通信情報業	広告制作業	全国より人材の採用
275	通信情報業	小規模サービス向け、マーケティングシステム開発	業務の標準化を行い、品質を向上させると共に社員能力の向上を目指す
276	通信情報業	OA機器販売とメンテナンス、情報セキュリティ構築	人手不足は一向に解消されないの、早急に確保したい。
277	通信情報業	インターネットを使ったシステムの開発業務	パッケージサービスの市場での認知を拡大すること。
278	通信情報業	ソフトウェア開発	中途採用の数を増やす、社内教育体制の構築
279	通信情報業	webシステム提案/開発/保守 ホームページ提案/作成/保守 パッケージ販売 パソコン保守	地図システムのパッケージ販売を行い、販路を広げる。 技術力を向上し、顧客満足度の高いシステムを組んでいく。 早めに右腕的な存在の人材を探す。
280	通信情報業	Webサイト制作、Webシステム構築、アプリ開発	人材確保がもっとも大きな経営課題になっている。マッチング、インターンなどを種々試しているが、なかなか改善されない。当社の要求事項が高いのか、市場環境の問題なのか、悩ましい。
281	流通業(卸・小売業含む)	自動車用フロアマット・ラグネット製造販売	人材の確保、共育、新商材
282	流通業(卸・小売業含む)	web製作、小売業	新製品・サービス開発
283	流通業(卸・小売業含む)	古紙の選別、加工販売	全社員への方針浸透
284	流通業(卸・小売業含む)	食品の製造、販売	開発品の基礎研究
285	流通業(卸・小売業含む)	ステンレス鋼材卸売業	新規開拓で広く行動すること
286	流通業(卸・小売業含む)	アパレル小売販売業	在庫回転率の向上を図っていますが利益の範囲内では損がきつくて中々判断に苦慮します。(見切り販売の造花)
287	流通業(卸・小売業含む)	建築金物、建築資材専門卸商社	付加価値の高い新製品の導入、開発、人材開発、このいずれにも対応できる新規顧客の開拓
288	流通業(卸・小売業含む)	鶏肉卸	幹部社員の採用、新しい事業の柱がもう一つ欲しい
289	流通業(卸・小売業含む)	自社ブランドの帽子の企画	誰が見ても買いたくなるような帽子をつくること
290	流通業(卸・小売業含む)	衣類・BAGの卸売り	インターネットでの販売によるBtoC売上拡大を図る レディース雑貨強化
291	流通業(卸・小売業含む)	セキュリティ機器の販売	直接販売用アイテムを増やす
292	流通業(卸・小売業含む)		全員の能力up収益をあげて、少人数制英体制にする。新たな高収益商品・サービスを開拓し、従来の商材ベースに上乗せする
293	流通業(卸・小売業含む)	歯科医療	他院との差別化

294	流通業(卸・小売業含む)	金属材料販売	新規分野の小さいニーズを拾い上げ、材料加工の専門知識を提案することが粗利率の高い仕事を受注する。
295	流通業(卸・小売業含む)	青果卸売り	車をすべてリースにして、経費を抑え、伝票を普通紙にかえる(コストダウン)
296	流通業(卸・小売業含む)	業務用食品卸	既存の得意先だけではなく幅広くいろんな方に『珍味とはこういったものもありますと広めていきたい』
297	流通業(卸・小売業含む)	連結部品の卸売	人材の採用に伴う収産力の確保が必要。そのためにも、重要取引先を増やさなければならない
298	流通業(卸・小売業含む)	骨董品輸入販売業	ITのさらなる活用で売上減少を食い止めたい。
299	流通業(卸・小売業含む)	シャーリングによる薄鋼板の切断、小売、磨帯鋼の小売販売	ここ数年、売上が横ばいか微減傾向が続いている。物販の必要性があり、営業力の強化が最重要課題である。
300	流通業(卸・小売業含む)	オートバイ販売、保険、レンタル	育てるのに時間がかかるので多めに採用していく
301	流通業(卸・小売業含む)	マグネット応用機器販売、中古工作機械販売、各種修理業務	新規事業の商品PR。客先への目標と自分の動きが計画的になっていなかったところを改善し、広く商品PRしていく。
302	流通業(卸・小売業含む)	医療用装具や義肢装具の製作用部品・材料の卸売	人づくり
303	流通業(卸・小売業含む)	コーヒー焙煎卸・食品卸売業	BtoBからBtoCに力点を置いていく体制づくり
304	流通業(卸・小売業含む)	ネジ販売	強化したい
305	流通業(卸・小売業含む)	包装用品加工卸	零細企業(加工)の現状をもっと知りその対策をもっと見つめては
306	流通業(卸・小売業含む)	事務機器の販売・内装業	仕事の分担
307	流通業(卸・小売業含む)	園芸小売	花と緑をお客様の希望にあわせて、カスタマイズできる店として大阪で1番になること
308	流通業(卸・小売業含む)	被服販売業	1名欠員ができ、社内体制を変化させたい。
309	流通業(卸・小売業含む)	建築金物の卸	売上を上げるため
310	流通業(卸・小売業含む)	LPガス販売	何か新しい事業を行いたいです
311	流通業(卸・小売業含む)	貿易業	社員が増えたので営業力の強化
312	流通業(卸・小売業含む)	ユニフォーム販売	新しい女性用作業服の開発
313	流通業(卸・小売業含む)	工場用品、消耗品、機械工具、工場設備の販売	営業マンの知識・技能の向上を目指し、御用聞きから提案型営業に
314	流通業(卸・小売業含む)	OA機器販売並びに保守	営業力強化。
315	流通業(卸・小売業含む)	健康食品、化粧品等の卸売業	地方進出に伴い、人手不足だが経費をかけられないので、契約社員を募集。
316	流通業(卸・小売業含む)	安全衛生用品・日用雑貨品企画卸	既存チャネルへの動きは、人口減少の未来もあって行き詰まり感がある。その中で他業界に進出して販路を拡大する、海外市場を開拓していくことに力点を置いている。
317	流通業(卸・小売業含む)	物販とレンタル	効率化と増員、能力アップで今できてないことを可能にしたい
318	流通業(卸・小売業含む)	トラック関連の総合サービス業	競合他社との差別化も含め、人材の確保と教育体制の見直し開始。今期は、人に対する投資に力点を置く。お客様へのサービス体制構築に向けて、愚直に内外研修等を進める。
319	流通業(卸・小売業含む)	塗料製造卸売	新分野進出のための人材確保
320	流通業(卸・小売業含む)	毛皮・レザーなどの高級アパレル卸販売	催事販売の内容充実をはかり売上を拡大・損益分岐点売上を下げするために経費節減・安定した経営のために資金調達に余力をもたせる
321	流通業(卸・小売業含む)	衣服、雑貨輸入卸売り	ベテラン女子社員の退職に伴う総務経理部門の強化
322	流通業(卸・小売業含む)	機械工具の販売	専門分野へのスキルアップ
323	流通業(卸・小売業含む)	薬局向け医薬品・健康食品等の卸売販売	新規販路の開拓、新事業の検討
324	流通業(卸・小売業含む)	繊維製品輸入卸	卸売は苦戦しているが直販部門は数字を伸ばしているのので、消費者に向けたサービス、情報発信に力を入れたい。
325	流通業(卸・小売業含む)	建築材料販売業	販売品目の充実
326	流通業(卸・小売業含む)	商社	財務強化
327	流通業(卸・小売業含む)	生産財総合卸売商社	社員が若くなったための社員教育。

328	流通業(卸・小売業含む)	締結部品(ねじ・ねじ部品)販売業	商店から企業づくりへ 背骨を築きたい
329	流通業(卸・小売業含む)	作業服のルート営業・小売販売 祭礼用品小売販売	人財育成に力を入れる。人に投資する。
330	流通業(卸・小売業含む)	福祉用具レンタル・販売 家具インテリア販売	安定取引先開拓を重視し、客単価向上を目指す。
331	流通業(卸・小売業含む)	電子部品販売卸 電子機器の設計・製造 LED電球受託加工	18問の回答と同じ
332	流通業(卸・小売業含む)	小売業	弊社業態においてはモノの価値をお売りするのではなく社員という人が最大の販売商品である。よって人に投資する。
333	流通業(卸・小売業含む)	紙製品・文房具・事務用品・事務機器・事務用家具などの卸・小売業	流通業では、商品の差別化は革新的な商品の仕入れ、買い付けなどで一定の効果もあるが、様々な意味で限定的である 従って、弊社ではそのような努力も行うが、人的な要素の強化に力を入れている。専門的な知識や商品運用のノウハウ営業マンの人柄といった要素はネット通販には無い部分であり、これを必要としない顧客はネット通販を利用する しかし、中には、このような要素を重視する、或いは職場や業種、業態の特性上、必要とする顧客も存在しておりそのような顧客を重要取引先として増やしてゆく、すなわち「お客様に選ばれる」ので
334	その他	グラフィックデザイナー	技術力を伸ばすこと
335	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
336	その他	工場プラントの設計・施工	自社の強みを活かした商品を拡販することにより、利益率を向上させる
337	その他	磨薄鋼板、磨帯鋼、特殊鋼、ステンレス鋼の販売及びシャーリング加工	営業力をアップして売上を安定させたい
338	その他	焼付塗装	5年後、10年後の仕事を目指すために規模を拡大したい。
339	その他	屋外広告業(建築系です)	若手社員を育成し、成長できる企業になることがだ一歩だと考えてます
340	その他	環境プラント機器の製造及び現地組立工事	技術力を強化し、他社との差別化をして、利益を上げていく。産学官と連携して、新事業分野にも積極的に取り組む。
341	その他	障害福祉サービス	新年度に向けて人材確保
342		印刷宣伝物の企画・募集	現社員の高齢化を踏まえて、中途採用とパート・アルバイトの正社員化
343		運送・倉庫を一貫して食品輸送をさせる	東京出張によるトラック、人の確保
344		印刷企画及び包装デザイン	より収益性の高い新規顧客を早急に探す必要がある。
345		保険代理店	アピールできる資格取得など
346		空調、給排気集塵等のダクト製作、取付工事	新入社員を元気に育て上げること
347		印刷物全般、屋内用、屋外用マグネット広告(印刷物)、証書ケース、ポケットフォルダーのインターネットでの販売	顧客に対して、信用、信頼の提供
348		国内 海外旅行 および付帯業	社員の「人間力」向上への取組み 小企業は人材が命

特別項目【1】経営指針の実践状況

	回答数	割合
①	248	40.7%
②	206	33.8%
③	156	25.6%
総計	610	

- ①: 経営指針を社員と共に実践している
 ②: 経営指針を作成したが実践できていない
 ③: 経営指針はありません

特別項目【2】今期の採用について

回答企業(サービス59社・運輸16社・建築23社・製造131社・専門サービス25社
 通信情報14社・流通44社・その他7社・空白5社)

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合	⑥	割合	総計
サービス業	37	18.3%	13	6.4%	10	5.0%	1	0.5%	83	41.1%	58	28.7%	202
運輸業	6	8.6%	3	4.3%	1	1.4%	2	2.9%	41	58.6%	17	24.3%	70
建築業	15	23.1%	10	15.4%	0	0.0%	0	0.0%	35	53.8%	5	7.7%	65
製造業	63	15.7%	48	12.0%	3	0.7%	4	1.0%	171	42.6%	112	27.9%	401
専門サービス業 (士業の方)	6	14.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	18	42.9%	18	42.9%	42
通信情報業	12	25.5%	2	4.3%	4	8.5%	0	0.0%	24	51.1%	5	10.6%	47
流通業	36	30.0%	1	0.8%	5	4.2%	0	0.0%	56	46.7%	22	18.3%	120
その他 (空白)	24	51.1%	4	8.5%	1	2.1%	0	0.0%	5	10.6%	13	27.7%	47
総計	200	20.0%	81	8.1%	24	2.4%	7	0.7%	437	43.7%	252	25.2%	1001

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

特別項目【3】決算状況

業種	黒字	割合	赤字	割合	総計
サービス業	103	75.7%	33	24.3%	136
運輸業	17	89.5%	2	10.5%	19
建築業	48	84.2%	9	15.8%	57
製造業	165	81.7%	37	18.3%	202
専門サービス業 (土業の方)	53	81.5%	12	18.5%	65
通信情報業	18	90.0%	2	10.0%	20
流通業	69	76.7%	21	23.3%	90
その他	11	68.8%	5	31.3%	16
(空白)	6	75.0%	2	25.0%	8
総計	490	79.9%	123	20.1%	613

特別項目【4】事業承継について

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合	総計
サービス業	21	16.4%	21	16.4%	1	0.8%	16	12.5%	69	53.9%	128
運輸業	5	23.8%	1	4.8%	1	4.8%	2	9.5%	12	57.1%	21
建築業	9	17.6%	9	17.6%	1	2.0%	7	13.7%	25	49.0%	51
製造業	68	34.0%	14	7.0%	1	0.5%	11	5.5%	106	53.0%	200
専門サービス業 (土業の方)	3	4.5%	6	9.1%	1	1.5%	12	18.2%	44	66.7%	66
通信情報業	0	0.0%	5	22.7%	1	4.5%	4	18.2%	12	54.5%	22
流通業	30	34.9%	6	7.0%	0	0.0%	7	8.1%	43	50.0%	86
その他	5	33.3%	1	6.7%	1	6.7%	3	20.0%	5	33.3%	15
(空白)	1	12.5%	2	25.0%	0	0.0%	1	12.5%	4	50.0%	8
総計	142	23.8%	65	10.9%	7	1.2%	63	10.6%	320	53.6%	597

①親族に継承予定 ②社員に継承予定 ③M&Aの予定 ④後継者なし ⑤未定

EX2

指針実践×業種×売上前期

指針	業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
経営指針を社員と共に実践している	サービス業	26	41.3%	22	34.9%	15	23.8%	63
	運輸業	3	42.9%		0.0%	4	57.1%	7
	建築業	6	28.6%	10	47.6%	5	23.8%	21
	製造業	24	28.9%	39	47.0%	20	24.1%	83
	専門サービス業 (土業の方)	7	70.0%	3	30.0%		0.0%	10
	通信情報業	6	60.0%	3	30.0%	1	10.0%	10
	流通業(卸・小 売業含む)	13	33.3%	15	38.5%	11	28.2%	39
	その他 (空白)	3	42.9%	2	28.6%	2	28.6%	7
		1	0.0%	1	50.0%	1	50.0%	2
経営指針を社員と共に実践している 計		88	36.4%	95	39.3%	59	24.4%	242
経営指針を作成したが実践ができていない	サービス業	15	35.7%	16	38.1%	11	26.2%	42
	運輸業	2	22.2%	3	33.3%	4	44.4%	9
	建築業	6	42.9%	2	14.3%	6	42.9%	14
	製造業	19	26.8%	37	52.1%	15	21.1%	71
	専門サービス業 (土業の方)	13	48.1%	10	37.0%	4	14.8%	27
	通信情報業	5	71.4%	2	28.6%		0.0%	7
	流通業(卸・小 売業含む)	7	26.9%	9	34.6%	10	38.5%	26
	その他 (空白)		0.0%	1	50.0%	1	50.0%	2
		0.0%	3	100.0%		0.0%	3	
経営指針を作成したが実践ができていない 計		67	33.3%	83	41.3%	51	25.4%	201
経営指針はありません	サービス業	8	32.0%	13	52.0%	4	16.0%	25
	運輸業	1	16.7%	1	16.7%	4	66.7%	6
	建築業	9	45.0%	6	30.0%	5	25.0%	20
	製造業	13	28.9%	16	35.6%	16	35.6%	45
	専門サービス業 (土業の方)	6	30.0%	12	60.0%	2	10.0%	20
	通信情報業	1	33.3%	1	33.3%	1	33.3%	3
	流通業(卸・小 売業含む)	5	25.0%	9	45.0%	6	30.0%	20
	その他 (空白)	2	40.0%	2	40.0%	1	20.0%	5
	2	50.0%		0.0%	2	50.0%	4	
経営指針はありません 計		47	31.8%	60	40.5%	41	27.7%	148
総計		202	34.2%	238	40.3%	151	25.5%	591

指針実践×業種×売上前年同期

指針	業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
経営指針を社員と共に実践している	サービス業	24	41.4%	21	36.2%	13	22.4%	58
	運輸業	3	42.9%	2	28.6%	2	28.6%	7
	建築業	2	12.5%	9	56.3%	5	31.3%	16
	製造業	34	40.5%	32	38.1%	18	21.4%	84
	専門サービス業 (土業の方)	6	60.0%	4	40.0%		0.0%	10
	通信情報業	3	30.0%	5	50.0%	2	20.0%	10
	流通業(卸・小 売業含む)	14	37.8%	9	24.3%	14	37.8%	37
	その他 (空白)	3	42.9%	2	28.6%	2	28.6%	7
	(空白)		0.0%	1	50.0%	1	50.0%	2
経営指針を社員と共に実践している 計		89	38.5%	85	36.8%	57	24.7%	231
経営指針を作成したが実践ができていない	サービス業	13	31.7%	16	39.0%	12	29.3%	41
	運輸業	1	12.5%	2	25.0%	5	62.5%	8
	建築業	2	16.7%	4	33.3%	6	50.0%	12
	製造業	20	28.6%	34	48.6%	16	22.9%	70
	専門サービス業 (土業の方)	15	57.7%	8	30.8%	3	11.5%	26
	通信情報業	5	71.4%	2	28.6%		0.0%	7
	流通業(卸・小 売業含む)	10	43.5%	8	34.8%	5	21.7%	23
	その他 (空白)	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	0
	(空白)		0.0%	1	33.3%	2	66.7%	3
経営指針を作成したが実践ができていない 計		66	34.7%	75	39.5%	49	25.8%	190
経営指針はありません	サービス業	10	40.0%	14	56.0%	1	4.0%	25
	運輸業	1	16.7%	2	33.3%	3	50.0%	6
	建築業	8	40.0%	8	40.0%	4	20.0%	20
	製造業	13	30.2%	18	41.9%	12	27.9%	43
	専門サービス業 (土業の方)	8	40.0%	10	50.0%	2	10.0%	20
	通信情報業	1	50.0%	1	50.0%		0.0%	2
	流通業(卸・小 売業含む)	5	25.0%	8	40.0%	7	35.0%	20
	その他 (空白)		0.0%	2	50.0%	2	50.0%	4
	(空白)		0.0%	2	50.0%	2	50.0%	4
経営指針はありません 計		46	31.9%	65	45.1%	33	22.9%	144
総計		201	35.6%	225	39.8%	139	24.6%	565

指針実践×業種×利益前期

指針	業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
経営指針を社員と共に実践している	サービス業	23	36.5%	25	39.7%	15	23.8%	63
	運輸業	3	42.9%		0.0%	4	57.1%	7
	建築業	4	19.0%	12	57.1%	5	23.8%	21
	製造業	18	21.2%	44	51.8%	23	27.1%	85
	専門サービス業 (土業の方)	4	40.0%	6	60.0%		0.0%	10
	通信情報業	5	50.0%	4	40.0%	1	10.0%	10
	流通業(卸・小 売業含む)	14	35.9%	16	41.0%	9	23.1%	39
	その他 (空白)	3 1	42.9% 50.0%	2	28.6% 0.0%	2 1	28.6% 50.0%	7 2
経営指針を社員と共に実践している 計		75	30.7%	109	44.7%	60	24.6%	244
経営指針を作成したが実践ができていない	サービス業	13	31.0%	20	47.6%	9	21.4%	42
	運輸業	3	33.3%	4	44.4%	2	22.2%	9
	建築業	5	35.7%	5	35.7%	4	28.6%	14
	製造業	11	15.7%	42	60.0%	17	24.3%	70
	専門サービス業 (土業の方)	12	46.2%	10	38.5%	4	15.4%	26
	通信情報業	3	42.9%	3	42.9%	1	14.3%	7
	流通業(卸・小 売業含む)	6	23.1%	10	38.5%	10	38.5%	26
	その他 (空白)		0.0% 0.0%	1 1	50.0% 33.3%	1 2	50.0% 66.7%	2 3
経営指針を作成したが実践ができていない 計		53	26.6%	96	48.2%	50	25.1%	199
経営指針はありません	サービス業	9	33.3%	13	48.1%	5	18.5%	27
	運輸業	1	16.7%	1	16.7%	4	66.7%	6
	建築業	5	25.0%	11	55.0%	4	20.0%	20
	製造業	7	16.3%	21	48.8%	15	34.9%	43
	専門サービス業 (土業の方)	5	25.0%	12	60.0%	3	15.0%	20
	通信情報業	1	33.3%	1	33.3%	1	33.3%	3
	流通業(卸・小 売業含む)	5	26.3%	8	42.1%	6	31.6%	19
	その他 (空白)	2 2	40.0% 50.0%	2	40.0% 0.0%	1 2	20.0% 50.0%	5 4
経営指針はありません 計		37	25.2%	69	46.9%	41	27.9%	147
総計		165	28.0%	274	46.4%	151	25.6%	590

指針実践×業種×利益前期年同期

指針	業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
経営指針を社員と共に実践している	サービス業	22	37.3%	23	39.0%	14	23.7%	59
	運輸業	3	42.9%	2	28.6%	2	28.6%	7
	建築業	2	12.5%	9	56.3%	5	31.3%	16
	製造業	32	38.1%	33	39.3%	19	22.6%	84
	専門サービス業 (土業の方)	4	40.0%	6	60.0%	0	0.0%	10
	通信情報業	2	20.0%	6	60.0%	2	20.0%	10
	流通業(卸・小 売業含む)	10	26.3%	18	47.4%	10	26.3%	38
	その他 (空白)	3 1	42.9% 50.0%	2	28.6% 0.0%	2 1	28.6% 50.0%	7 2
経営指針を社員と共に実践している計		79	33.9%	99	42.5%	55	23.6%	233
経営指針を作成したが実践ができていない	サービス業	11	27.5%	20	50.0%	9	22.5%	40
	運輸業	2	25.0%	4	50.0%	2	25.0%	8
	建築業	2	16.7%	4	33.3%	6	50.0%	12
	製造業	15	22.4%	32	47.8%	20	29.9%	67
	専門サービス業 (土業の方)	14	56.0%	7	28.0%	4	16.0%	25
	通信情報業	4	57.1%	2	28.6%	1	14.3%	7
	流通業(卸・小 売業含む)	10	40.0%	7	28.0%	8	32.0%	25
	その他 (空白)	0 1	#DIV/0! 33.3%	0	#DIV/0! 0.0%	0 2	#DIV/0! 66.7%	0 3
経営指針を作成したが実践ができていない計		59	31.6%	76	40.6%	52	27.8%	187
経営指針はありません	サービス業	10	40.0%	13	52.0%	2	8.0%	25
	運輸業	1	16.7%	2	33.3%	3	50.0%	6
	建築業	5	26.3%	13	68.4%	1	5.3%	19
	製造業	10	24.4%	18	43.9%	13	31.7%	41
	専門サービス業 (土業の方)	6	30.0%	11	55.0%	3	15.0%	20
	通信情報業	1	50.0%	1	50.0%		0.0%	2
	流通業(卸・小 売業含む)	5	25.0%	7	35.0%	8	40.0%	20
	その他 (空白)	1	25.0%	1	25.0%	2	50.0%	4
経営指針はありません計		39	27.7%	68	48.2%	34	24.1%	141
総計		177	31.6%	243	43.3%	141	25.1%	561

指針実践×業種×採算状況

指針	業種	黒字	割合	収支トントン	割合	赤字	割合	総計
経営指針を社員と共に実践している	サービス業	25	41.0%	21	34.4%	15	24.6%	61
	運輸業	4	57.1%		0.0%	3	42.9%	7
	建築業	7	33.3%	8	38.1%	6	28.6%	21
	製造業	40	46.0%	33	37.9%	14	16.1%	87
	専門サービス業 (土業の方)	7	70.0%	3	30.0%		0.0%	10
	通信情報業	5	50.0%	4	40.0%	1	10.0%	10
	流通業(卸・小 売業含む)	22	56.4%	13	33.3%	4	10.3%	39
	その他 (空白)	5 1	71.4% 50.0%		0.0% 0.0%	2 1	28.6% 50.0%	7 2
経営指針を社員と共に実践している計		116	47.5%	82	33.6%	46	18.9%	244
経営指針を作成したが実践ができていない	サービス業	20	46.5%	18	41.9%	5	11.6%	43
	運輸業	4	44.4%	5	55.6%		0.0%	9
	建築業	6	42.9%	4	28.6%	4	28.6%	14
	製造業	28	38.9%	34	47.2%	10	13.9%	72
	専門サービス業 (土業の方)	16	59.3%	7	25.9%	4	14.8%	27
	通信情報業	6	85.7%	1	14.3%		0.0%	7
	流通業(卸・小 売業含む)	10	37.0%	12	44.4%	5	18.5%	27
	その他 (空白)	2 0	100.0% 0.0%	1	50.0%	1	50.0%	2 2
経営指針を作成したが実践ができていない計		92	45.3%	82	40.4%	29	14.3%	203
経営指針はありません	サービス業	10	35.7%	11	39.3%	7	25.0%	28
	運輸業	3	50.0%		0.0%	3	50.0%	6
	建築業	9	45.0%	9	45.0%	2	10.0%	20
	製造業	18	40.0%	15	33.3%	12	26.7%	45
	専門サービス業 (土業の方)	8	40.0%	10	50.0%	2	10.0%	20
	通信情報業	2	66.7%		0.0%	1	33.3%	3
	流通業(卸・小 売業含む)	9	42.9%	7	33.3%	5	23.8%	21
	その他 (空白)	2 0	33.3% 0.0%	4	66.7% 100.0%		0.0% 0.0%	6 4
経営指針はありません計		61	39.9%	60	39.2%	32	20.9%	153
総計		269	44.8%	224	37.3%	107	17.8%	600

指針実践×業種×景気動向

景気動向

指針	業種	好転	割合	横ばい	割合	悪化	割合	総計
経営指針を社員と共に実践している	サービス業	9	15.0%	37	61.7%	14	23.3%	60
	運輸業	1	14.3%	4	57.1%	2	28.6%	7
	建築業	1	4.8%	17	81.0%	3	14.3%	21
	製造業	13	15.1%	49	57.0%	24	27.9%	86
	専門サービス業 (土業の方)	2	20.0%	6	60.0%	2	20.0%	10
	通信情報業	3	30.0%	6	60.0%	1	10.0%	10
	流通業(卸・小 売業含む)	3	7.7%	18	46.2%	18	46.2%	39
	その他 (空白)	1	0.0%	5	71.4%	2	28.6%	7
経営指針を社員と共に実践している計		33	13.6%	142	58.7%	67	27.7%	242
経営指針を作成したが実践ができていない	サービス業	6	14.0%	24	55.8%	13	30.2%	43
	運輸業	1	11.1%	7	77.8%	1	11.1%	9
	建築業	5	35.7%	5	35.7%	4	28.6%	14
	製造業	10	13.9%	41	56.9%	21	29.2%	72
	専門サービス業 (土業の方)	2	7.4%	20	74.1%	5	18.5%	27
	通信情報業	2	28.6%	4	57.1%	1	14.3%	7
	流通業(卸・小 売業含む)		0.0%	17	65.4%	9	34.6%	26
	その他 (空白)	1	50.0%		0.0%	1	50.0%	2
経営指針を作成したが実践ができていない計		27	13.3%	120	59.1%	56	27.6%	203
経営指針はありません	サービス業	3	11.1%	14	51.9%	10	37.0%	27
	運輸業	1	16.7%	3	50.0%	2	33.3%	6
	建築業	1	5.0%	18	90.0%	1	5.0%	20
	製造業	3	6.8%	30	68.2%	11	25.0%	44
	専門サービス業 (土業の方)	4	20.0%	15	75.0%	1	5.0%	20
	通信情報業	2	66.7%		0.0%	1	33.3%	3
	流通業(卸・小 売業含む)	2	9.5%	16	76.2%	3	14.3%	21
	その他 (空白)	0	0.0%	4	66.7%	2	33.3%	6
経営指針はありません計		16	10.6%	103	68.2%	32	21.2%	151
総計		76	12.8%	365	61.2%	155	26.0%	596

指針実践×業種×次期景況感

指針	業種	好転	割合	横ばい	割合	悪化	割合	総計
経営指針を社員と共に実践している	サービス業	8	13.6%	42	71.2%	9	15.3%	59
	運輸業	1	16.7%	4	66.7%	1	16.7%	6
	建築業	3	17.6%	10	58.8%	4	23.5%	17
	製造業	15	17.2%	50	57.5%	22	25.3%	87
	専門サービス業 (土業の方)	2	20.0%	6	60.0%	2	20.0%	10
	通信情報業	3	37.5%	2	25.0%	3	37.5%	8
	流通業(卸・小 売業含む)	2	5.6%	21	58.3%	13	36.1%	36
	その他 (空白)	1	0.0%	5	71.4%	2	28.6%	7
経営指針を社員と共に実践している 計		35	15.1%	141	60.8%	56	24.1%	232
経営指針を作成したが実践ができていない	サービス業	6	15.0%	24	60.0%	10	25.0%	40
	運輸業	1	11.1%	7	77.8%	1	11.1%	9
	建築業	2	18.2%	5	45.5%	4	36.4%	11
	製造業	8	11.8%	43	63.2%	17	25.0%	68
	専門サービス業 (土業の方)	2	8.0%	18	72.0%	5	20.0%	25
	通信情報業	1	16.7%	4	66.7%	1	16.7%	6
	流通業(卸・小 売業含む)	1	4.0%	15	60.0%	9	36.0%	25
	その他 (空白)	1	50.0%	1	50.0%		0.0%	2
経営指針を作成したが実践ができていない 計		22	11.6%	118	62.4%	49	25.9%	189
経営指針はありません	サービス業	7	26.9%	10	38.5%	9	34.6%	26
	運輸業	2	33.3%	2	33.3%	2	33.3%	6
	建築業	3	16.7%	13	72.2%	2	11.1%	18
	製造業	5	10.9%	26	56.5%	15	32.6%	46
	専門サービス業 (土業の方)	7	36.8%	11	57.9%	1	5.3%	19
	通信情報業	1	33.3%	2	66.7%		0.0%	3
	流通業(卸・小 売業含む)	3	14.3%	14	66.7%	4	19.0%	21
	その他 (空白)	1	20.0%	1	20.0%	3	60.0%	5
経営指針はありません 計		29	19.6%	82	55.4%	37	25.0%	148
総計		86	15.1%	341	59.9%	142	25.0%	569

指針実践×業種×資金繰り

指針	業種	楽	割合	普通	割合	苦しい	割合	総計
経営指針を社員と共に実践している	サービス業	12	21.1%	36	63.2%	9	15.8%	57
	運輸業	2	33.3%	4	66.7%		0.0%	6
	建築業	4	19.0%	11	52.4%	6	28.6%	21
	製造業	17	19.8%	60	69.8%	9	10.5%	86
	専門サービス業 (土業の方)	4	44.4%	5	55.6%		0.0%	9
	通信情報業	3	30.0%	5	50.0%	2	20.0%	10
	流通業(卸・小 売業含む)	9	23.1%	25	64.1%	5	12.8%	39
	その他 (空白)	2	33.3%	3	50.0%	1	16.7%	6
			0.0%	2	100.0%		0.0%	2
経営指針を社員と共に実践している計		53	22.5%	151	64.0%	32	13.6%	236
経営指針を作成したが実践ができていない	サービス業	2	4.9%	28	68.3%	11	26.8%	41
	運輸業	1	11.1%	8	88.9%		0.0%	9
	建築業	3	21.4%	10	71.4%	1	7.1%	14
	製造業	8	11.3%	51	71.8%	12	16.9%	71
	専門サービス業 (土業の方)	1	3.7%	20	74.1%	6	22.2%	27
	通信情報業		0.0%	6	85.7%	1	14.3%	7
	流通業(卸・小 売業含む)	5	19.2%	11	42.3%	10	38.5%	26
	その他 (空白)		0.0%	2	100.0%		0.0%	2
			0.0%	2	66.7%	1	33.3%	3
経営指針を作成したが実践ができていない計		20	10.0%	138	69.0%	42	21.0%	200
経営指針はありません	サービス業	3	11.1%	19	70.4%	5	18.5%	27
	運輸業	1	16.7%	5	83.3%		0.0%	6
	建築業	1	5.0%	13	65.0%	6	30.0%	20
	製造業	8	17.4%	26	56.5%	12	26.1%	46
	専門サービス業 (土業の方)	2	10.5%	14	73.7%	3	15.8%	19
	通信情報業	1	33.3%	1	33.3%	1	33.3%	3
	流通業(卸・小 売業含む)	3	14.3%	12	57.1%	6	28.6%	21
	その他 (空白)	2	40.0%	3	60.0%		0.0%	5
			0.0%	4	100.0%		0.0%	4
経営指針はありません計		21	13.9%	97	64.2%	33	21.9%	151
総計		94	16.0%	386	65.8%	107	18.2%	587