

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4月～6月期）

期間：2016年5月16日～2016年6月16日

対象者：2550名

回答数：673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 6 : D I 推移（売上・利益・景況感・先行き景況感・資金繰り・設備投資・採算状況）

P 2 0 : 全体集計

（売上動向・利益動向・採算状況・景気動向・先行き景況感・資金繰り）

P 2 2 : 売上増加の要因（選択・記述）

P 2 7 : 売上減少の要因（選択・記述）

P 3 2 : 設備投資・経営上の課題（選択）

P 3 3 : 今後の力点（選択・記述）

P 4 6 : 特別項目集計



【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4月～6月期を元にご回答下さい)

(1) 売上・利益の動向について、該当する項目に○印をつけてください

①売上	前期比(1月～3月期)： 増 ・ 横 ・ 減	前年同期比： 増 ・ 横 ・ 減
②利益	前期比(1月～3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、以下の要因の中で該当する全ての番号に○をつけて下さい

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下さい

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番号に○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】 今期の賃上げについてお尋ねします。

1) 今期の賃上げの状況について該当する項目を1つお選び下さい。

1. 実施 2. 実施を検討している 3. 予定なし 4. 賃金圧縮を考えている

2) 賃上げの理由について(複数選択式)(1で実施・実施を検討していると回答された方)

1. 収益の改善 2. 人材の確保 3. 業界の動向 4. 社員のやる気アップ 5. その他 ()

3) 賃上げが難しい理由について(複数選択式)(1で「予定なし」「賃金圧縮を考えている」と回答された方)

1. 収益の悪化 2. 人材の過剰 3. 景気先行きの不透明感 4. 設備投資の実施

5. その他 ()

【2】 熊本・大分の震災についてお尋ねします。自社の経営において震災の影響はありましたか?

1. 直接影響があった 2. 間接的に影響があった 3. 特に影響はなかった

【3】 補助金・助成金の活用についてお尋ねします。

1) 公的な補助金・助成金の活用について該当する項目を1つお選び下さい。

1. 実際に活用をしている 2. 申請をしたが採択できなかった 3. 情報を知っているが申請をしていない

4. 情報を知らない

2) その情報を何処で得ましたか。該当する項目を1つお選び下さい。

1. 行政 2. 同友会 3. 金融機関 4. 顧問・取引先 5. その他 ()

3) 申請していない理由について該当する項目をお選び下さい。(複数選択式)

1. 適したものがない 2. 準備の手間がかかる 3. 採択のハードルが高い 4. その他 ()

4) 主な活用内容をお選び下さい。(複数選択式)

1. 教育・雇用 2. 新規事業・研究開発 3. 設備投資 4. その他

【4】 大阪同友会の経営相談室についてお尋ねします。

1) 経営相談室を知っていますか?

1. 相談室を知っている 2. 相談室を知らない

2) 今後相談してみたい内容を記入下さい。

大阪産業構造研究会部長	音頭良紀
大阪経済法科大学経済学部准教授	高橋慎二
大阪市立大学大学院創造都市研究科准教授	立見淳哉
立命館大学経営学部准教授	田中幹大
和歌山大学経済学部准教授	藤田和史
阪南大学経済学部准教授	松村幸四郎
阪南大学経営情報学部准教授	菊池航

中小企業を取り巻く経営環境は引き続き厳しい状況にある 情勢に注視しながら緊張感を持った事業展開への姿勢がとくに求められる

《今回の調査のポイント》

1. 全体の景況は、前期比の売上・利益DI値等を見ても、総じて厳しい状態が続いている。
2. さらに業種別では、前回調査で大きく落ち込んだ運輸業、建築業は改善した一方、とくに専門サービス業、通信情報業の悪化が目立つ。
3. アベノミクスを支えてきた円安・株高基調は2016年に入り潮目が変わり、円高・株安基調が続いている。アベノミクスによる恩恵（正の効果）は弱まり、人材確保難等の負の効果が残っている状況である。

1. はじめに

今期（2016年2期：4月～6月期）の景況調査は、2016年5月16日～6月16日に実施され、対象2,550社、回答673社、回収率26.4%であった。回答先の業種・割合は、サービス業138社・20.5%、運輸業23社・3.4%、建築業59社・8.8%、製造業230社・34.2%、専門サービス業（土業の方）76社・11.3%、通信情報業16社・2.4%、流通業100社・14.9%、その他17社・2.5%、空白14社・2.1%である。以下に、回答結果について考察する。

2. 売上・利益動向

(1) 全体

前期比の売上・利益DI値は、前回は前々回に比べ大きく悪化した。今回は前回に比べ売上DI値はさらに悪化し、利益DI値は横ばい傾向である（売上DI値17.3→9.3→5.4、利益DI値10.7→3.0→3.3）。一方、前年同月比の売上DI値は、前回は前々回と比べ横ばい傾向であったが、今回は前回に比べ悪化した（売上DI値10.0→10.9→6.3）。また、利益DI値は、前回は前々回と比べ若干ポイントを上げたが、同じく今回は前回に比べ悪化した（利益DI値5.0→7.2→4.0）。

2015年に見られた景気の緩やかな回復は、生産・販売・消費の回復・伸びの結果よりは、原材料・燃料価格等の下落によるコスト低下や円安など副次的な要因が大きい。しかし、2016年に入ると円高基調が強まり、中国経済の減速が鮮明となる中、このように景気の回復基調への影響は鮮明になってきている。

(2) 業種別

前期比で見た場合、前々回に比べ前回の売上・利益DI値が大きく低下した運輸業（売上DI値33.3→△16.7→0.0、利益DI値45.0→△8.3→4.3）、建築業（売上DI値22.6→3.4→5.2、利益DI値11.1→△1.7→△5.2）では、建築業の利益DI値以外は回復した。一方、前々回に比べ前回の売上・利益DI値が大きく上昇した専門サービス業（売上DI値21.5→33.8→14.5、利益DI値11.4→25.8→10.7）、通信情報業（売上DI値21.4→54.5→0.0、利益DI値14.3→36.4→△18.8）では、ともに大きく下降した。

また、前年同月比の売上・利益DI値についても、前期比と同様、前々回に比べ前回の売上・利益DI値が大きく低下した運輸業（売上DI値30.0→△18.2→△8.7、利益DI値36.8→0.0→△8.7）、建築業（売上DI値3.3→△11.5→7.3、利益DI値3.2→△11.8→△7.3）では、運輸業の利益DI値以外は回復した。一方、前々回に比べ前回

の売上・利益 DI 値が上昇したサービス業（売上 DI 値 10.4→17.6→10.3、利益 DI 値 7.5→14.1→5.5）、製造業（売上 DI 値 2.0→8.9→△3.8、利益 DI 値△8.7→3.8→0.0）、通信情報業（売上 DI 値△7.7→42.9→△6.7、利益 DI 値△7.7→28.6→△20.0）では、ともに下降し、とくに通信情報業の下降幅は大きい。

3. 景気動向

(1) 全体

前回の景況感 DI 値は前々回に比べ悪化したが、今回は前回に比べさらに悪化した（△9.6→△13.8→△21.9）。2013年1期以降、最も低い数値となった。一方、次期の先行き景況感 DI 値は5期連続での悪化（1.6→△5.4→△8.9→△10.2→△15.4）となっている。

(2) 業種別

前回に比して今回の景況感 DI 値は、流通業（△30.1→△27.3）以外、すべての業種で悪化したが、とくに悪化幅が大きかったのは運輸業（△8.3→△30.4）、通信情報業（22.7→0.0）である。一方、次期の先行き景況感 DI 値は、通信情報業（5.6→6.7）以外のすべての業種でさらに悪化すると見込んでおり、とくに運輸業（0.0→△17.4）、専門サービス業（4.8→△13.8）の悪化の見通し幅は大きい。

4. 設備投資の動向

(1) 全体

設備投資 DI 値の推移を見ると、2013年4期にプラス値に転じたが、その後はマイナスで推移しながら悪化と改善を繰り返してきた。今回は前回に比して悪化した。

(2) 業種別

前回と比較して今回の設備投資 DI 値を見てみると、サービス業（△26.3→△24.8）以外、すべての業種で悪化した。とくに悪化幅が大きかったのは、建築業（△17.6→△32.7）である。

5. 売上増加・減少の要因

(1) 売上増加の要因（前年同期比）

2. (1)で見た通り、前年同期比における今回の売上 DI 値は、前回に比べ悪化したが、こうした状況下でも売上増加と回答した企業は、回答社数のうち33.3%に及んでいる。全体での増加要因の回答結果を見ると、とくに営業力・販売力の強化に対する地道な努力が、売上増加に結びついていることがわかる。

さらに、2. (2)で見た通り、売上 DI 値が改善した運輸業、建築業の増加要因の回答結果を見てみると、営業力・販売力の強化に加え、運輸業ではコストダウン・生産性アップ、建築業ではこうした活動を担うことができる人材に対する取り組みが、売上増加に結びついていることがわかる。

また、増加要因の記述回答を見てみると、こうした営業力・販売力の強化や人材確保・育成への意識・姿勢を広く確認することができる一方、前年同時期の回答で多く見られたアベノミクスの恩恵にかんする記述回答は弱まり、地道な努力と工夫という、こうした商売の原点の姿勢にどれだけ取り組むことができてきたかで明暗が分かれている。

(2) 売上減少の要因（前年同期比）

一方、売上減少と回答した企業は、回答社数のうち27.0%に及んでいる。全体での減少要因の回答結果を見ると、「国内需要の減少」（38.4%）を筆頭に、これまでの調査と同様の傾向が続いており、(1)で見たように、売上増加に営業力・販売力の強化が大きな原動力であることを確認したが、こうした取り組みに積極的に乗り出して（乗り切れて）いない企業にとって、引き続き厳しい経営環境は続いていると考えられる。

さらに、2. (2)で見た通り、売上 DI 値が悪化したサービス業、製造業、通信情報業の減少要因の回答結果を見てみると、国内需要の減少による影響に加え、サービス業、製造業では販売・受注価格の減少、通信情報業では季節的要因による影響が上位回答に来ており、需要・価格の低下がダイレクトに売上減少の要因として響いていることがわかる。

また、減少要因の記述回答を見てみると、相変わらずの競争による影響の他に、今年度に入り色濃く表れ始めた中国経済の景況悪化による影響や4月に発生した熊本地震による影響などの記述が散見されるなど、特需の減退と突発的事象による影響も売上減少の要因としてつながっていることがわかる。

6. 経営上の問題点・対応策

(1) 経営上の問題点

経営上の問題点を見ると、全体の上位は前回と同様に「社員教育」(13.9%)「従業員の確保」(14.6%)、「民間需要の停滞」(12.5%)と続いている。5.(1)で見た通り、こうした人材に対する取り組みが、売上増加に大きく直結する要因であることを確認したが、大企業の採用拡大、若者の大企業志向に伴う中小企業の採用難は、中小企業にとってのアベノミクスによる「負の効果」として、引き続き影響している結果と言える。

また、5.(2)で見た通り、需要停滞は売上減少に大きく直結する要因となっており、その対応策については、次の「経営上の力点」についての記述回答に多くあげられている。

(2) 経営上の力点 (対応策)

今後の経営上の力点を見ると、全体の上位は「営業力の強化」(21.0%)、「社員能力のアップ」(13.6%)、「人材の採用」(10.4%)、「新規販路分野開拓」(9.1%)と続いており、やはり需要を掘り起こしていくために営業力・販売力の強化が必要と感じている企業が多い。そのためには、人材確保・育成は欠くことができない。とくに建築業では、これまで人材不足・賃金高騰が社会問題化してきたが、記述を見ると「人材の採用」といった記述も見られるが、「若い社員を育て、新しい販路を増やし、企業をよりよく継続する」(建築業)といった人材育成にかんする記述も多く見られるようになってきている。

また、「新規販路分野開拓」にかんする記述は、多くの業種で広く見られるが、このうち、「異業種への参画・拡大」(運輸業)、「B to C のリフォーム事業部門を立ち上げる」(建築業)、「航空分野への参入」(製造業)のように、市場・事業領域、顧客ターゲットの拡大・転換に力点を置き始めようとしているという回答も見られた。

7. 特別項目

(1) 今期の賃上げ

今期の賃上げは、「実施」(40.6%)、「実施を検討している」(22.4%)で約6割を占めており、「予定なし」は36.0%となっている。大企業で先行した賃上げの動きが中小企業にも広く浸透してきていると見て良いのかについては、引き続きさらなる検証が必要である。

さらに、賃上げを実施した理由は、「社員のやる気アップ」(57.4%)、「人材の確保」(21.0%)、「収益の改善」(15.6%)の順となっており、収益増の結果よりも人材に関する理由がより上位に来ている。

また、賃上げが難しい理由は、「景気先行き不透明感」(48.1%)、「収益の悪化」(34.3%)と続いており、引き続き先が見通せないことの不安感からの消極姿勢が根強くあることが確認できる。

(2) 熊本・大分震災の経営への影響

「直接影響があった」(2.6%)、「間接的に影響があった」(14.2%)で16.8%が何らかの影響があったと回答している(5.(2)の売上減少の要因を参照)。

(3) 補助金・助成金の活用

活用については、「実際に活用している」が41.7%となっている。一方、「情報を知っているが申請をしていない」(36.7%)、「情報を知らない」(15.9%)で合わせて半数近くに達しており、こうした会員への周知とフォローが一層求められる。

さらに、主な活用内容については、「設備投資」(38.0%)、「教育・雇用」(34.3%)、「新規事業・研究開発」(25.5%)の順となっている。

また、どこで情報を得たかについては、「行政」(27.4%)、「同友会」(24.9%)、「顧問・取引先」(23.5%)の順で続いており、一方、申請していない理由については、「適したものがない」(42.7%)、「準備の手間がかかる」(34.0%)の順で続いている。

8. おわりに

例えば前期比の売上DI値・利益DI値は前回、すなわち2016年に入ってから2期ぶりに悪化したが、今回は売上DI値がさらに悪化し、利益DI値は横ばいで留まっているが、全体の景況は総じて厳しい状態が続いている。先述の通り、アベノミクスが支えられてきた円安・株高基調が2016年に入ってから鮮明になってきた中国経済の減速等により円高・株安基調へとシフトしはじめ、それによりアベノミクスによる恩恵が弱まってきていること

が、直接的にも間接的にも、その影響が大企業に比して弱いと言われてきた中小企業においても、響いてきているとあって良いであろう。2016年から「潮目が変わった」のである。加えて、今回調査後に判明したイギリスによるEU離脱というニュースは、円高・株安基調に拍車をかける結果になっただけでなく、円高による海外投資展開の収益への影響、株安による個人消費の冷え込みの加速といった懸念がさらに高まることにつながっている。今回の問題は、落ち着くまでしばらく時間を要すると言われてしている。ということは、こうした影響が長期化、すなわち定着化する可能性がある。取引先企業の業況動向も含めて、情勢に注視しながらそれに対応できる緊張感を持った事業展開への姿勢がとくに求められる。すなわち、「需要を掘り起こしていくための営業力・販売力の強化」という経営の基本姿勢に対して、短期的・中長期的にどのような戦略をもって取り組んでいくべきかについて、今一度向き合う時期に来ているのである。

(文責：高橋 慎二)

大阪同友会定点景況調査集計2016年1月～3月期

期間:2016年5月16日～6月16日

673名回答

(サービス業:138名 運輸業:23名 建築業:59名 製造業:230名 専門サービス業:76名
通信情報業:16名 流通業:100名 その他:17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

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	2期
サービス業	14.7	13.1
運輸業	-16.7	0.0
建築業	3.4	5.2
製造業	3.7	-1.3
専門サービス業	33.8	14.5
通信情報業	54.5	0.0
流通業	-3.2	4.0
統計	9.3	5.4

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	2期
サービス業	17.6	10.3
運輸業	-18.2	-8.7
建築業	-11.5	7.3
製造業	8.9	-3.8
専門サービス業	40.9	47.0
通信情報業	42.9	-6.7
流通業	3.4	2.2
統計	10.9	6.3

(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	2期
サービス業	11.1	8.1
運輸業	-8.3	4.3
建築業	-1.7	-5.2
製造業	-8.3	3.9
専門サービス業	25.8	10.7
通信情報業	36.4	-18.8
流通業	-1.1	-2.0
統計	3.0	3.3

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

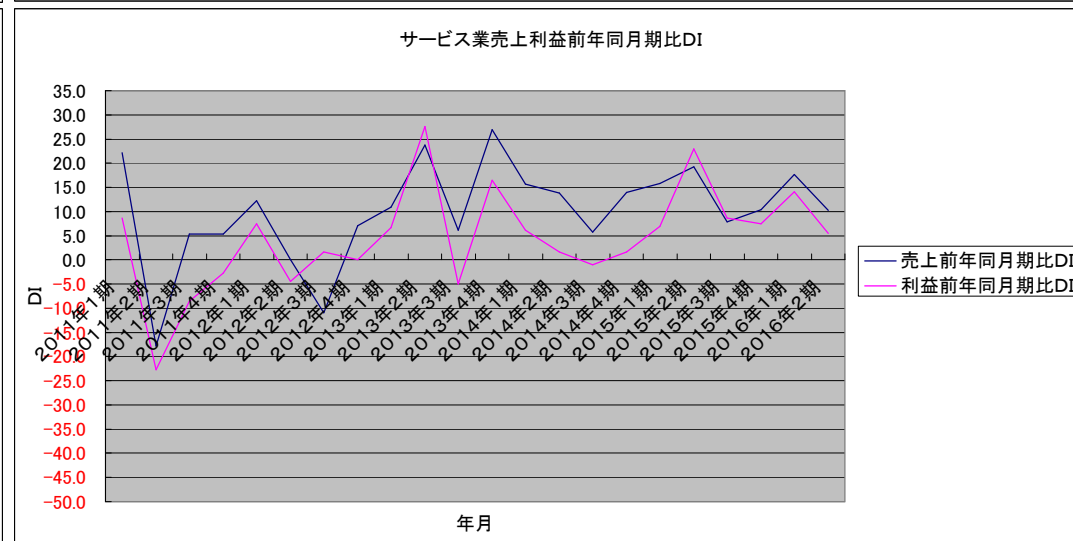
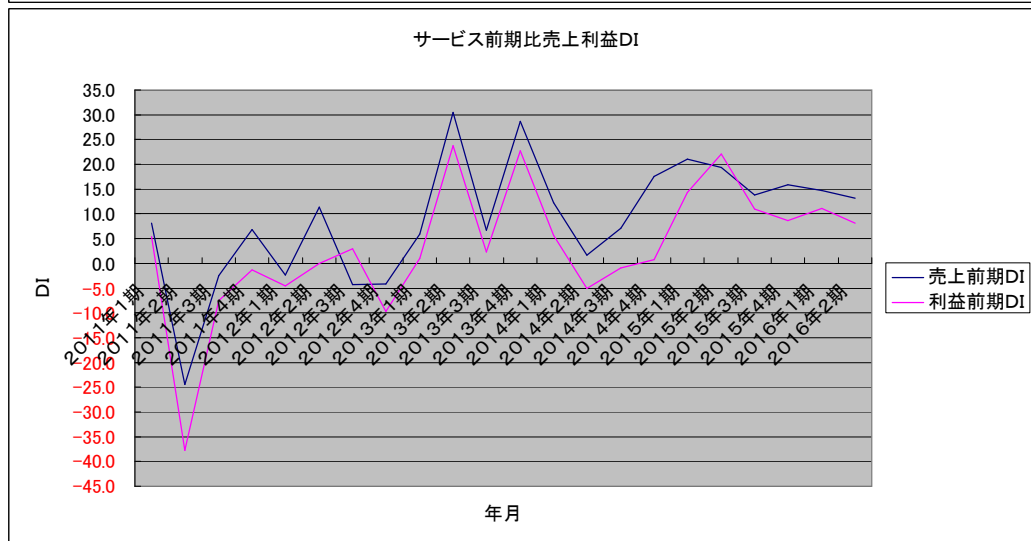
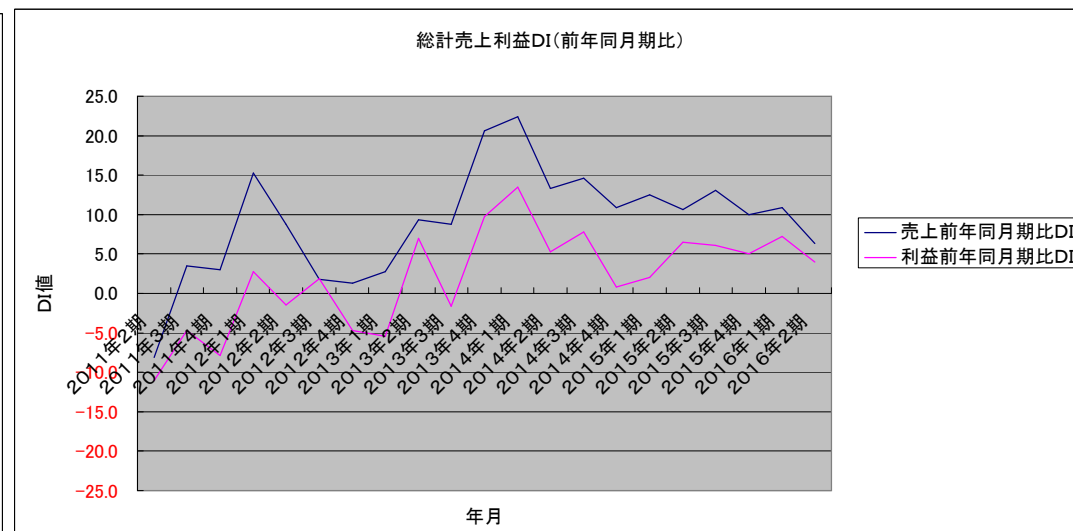
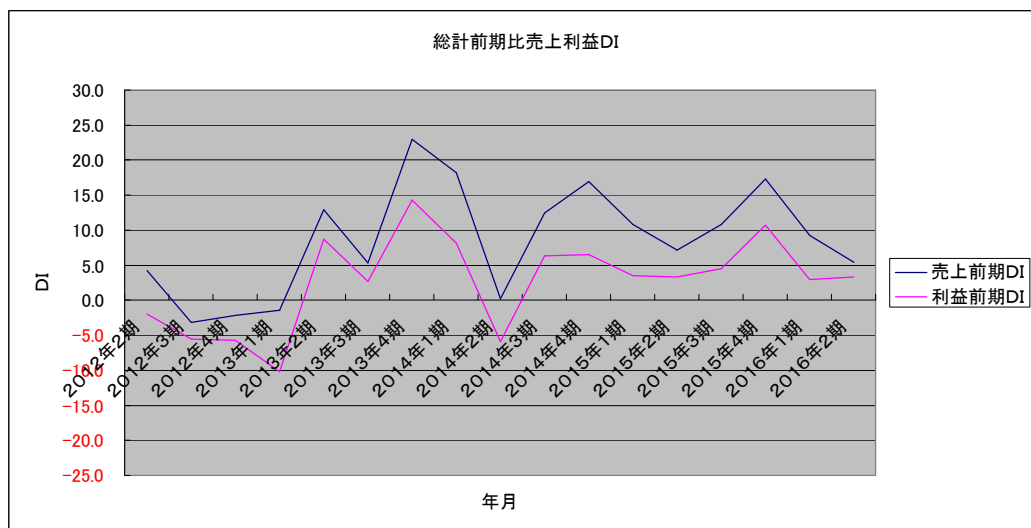
	1期	2期	3期	4期
サービス業	6.1	1.7	-1.0	1.7
運輸業	45.5	11.1	0.0	21.4
建築業	28.9	5.7	27.5	14.6
製造業	15.3	8.4	3.4	-4.1
専門サービス業	18.6	41.5	28.3	19.6
通信情報業	50.0	0.0	8.3	-18.8
流通業	13.5	-16.4	8.8	-18.8
統計	13.5	5.3	7.8	0.8

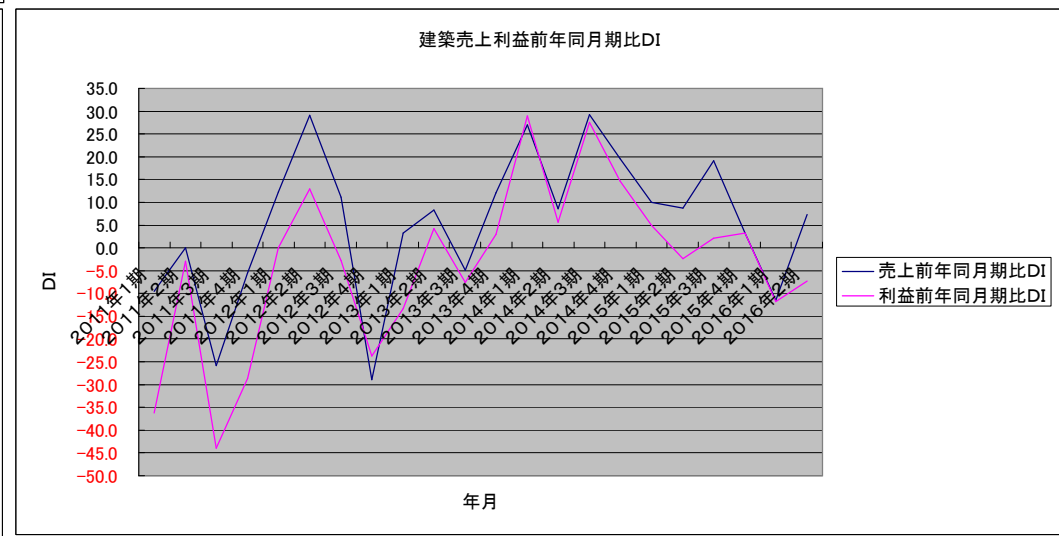
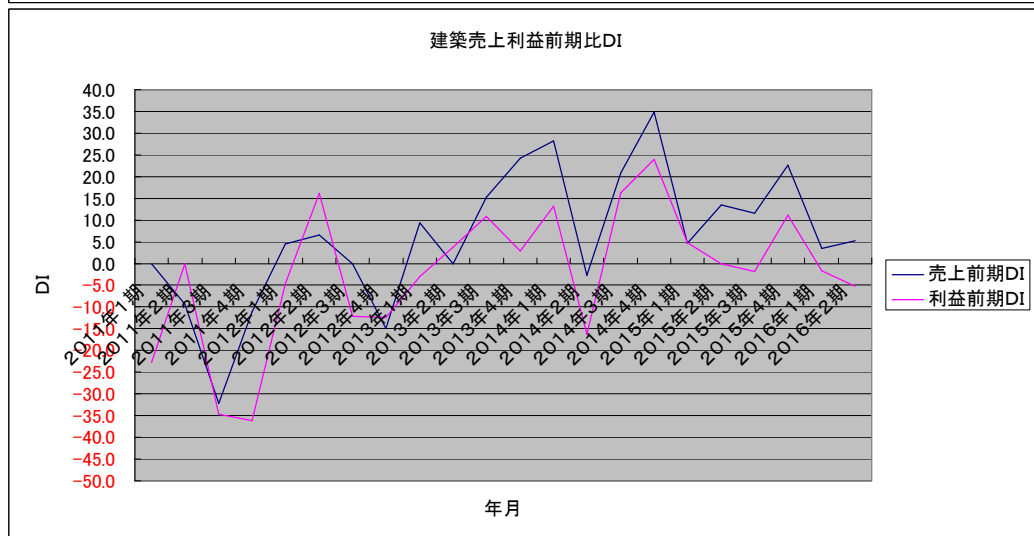
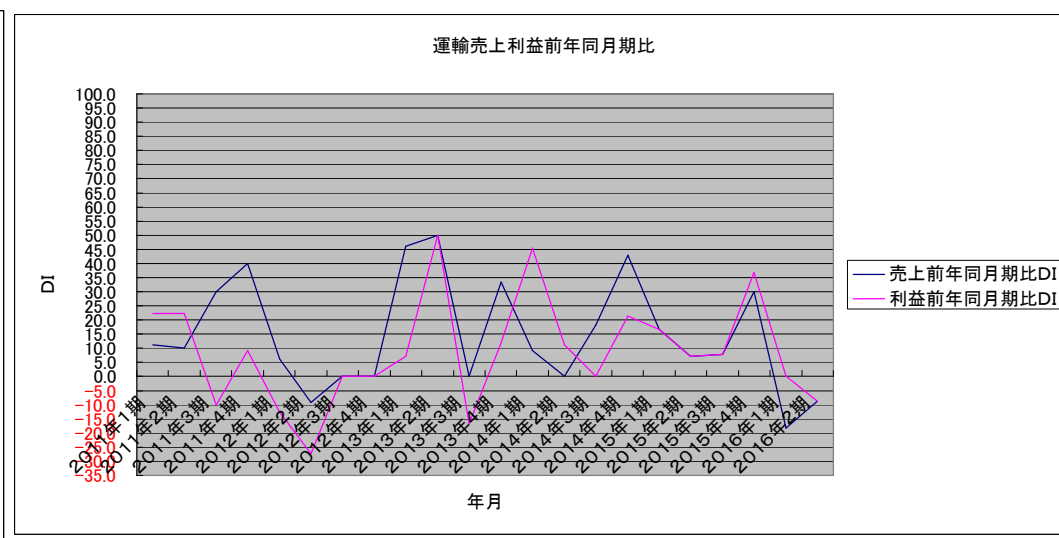
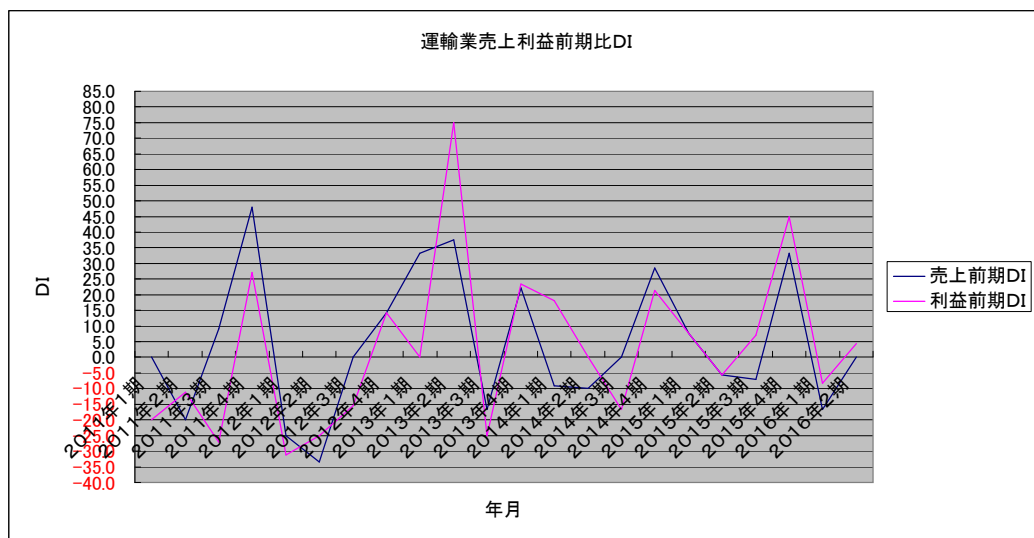
2015年

	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

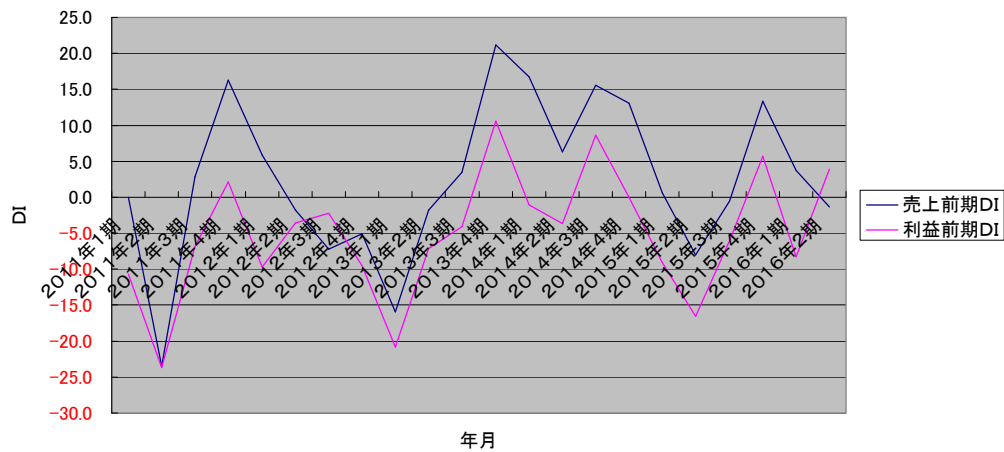
2016年

	1期	2期
サービス業	14.1	5.5
運輸業	0.0	-8.7
建築業	-11.8	-7.3
製造業	3.8	0.0
専門サービス業	31.3	38.8
通信情報業	28.6	-20.0
流通業	0.0	3.2
統計	7.2	4.0

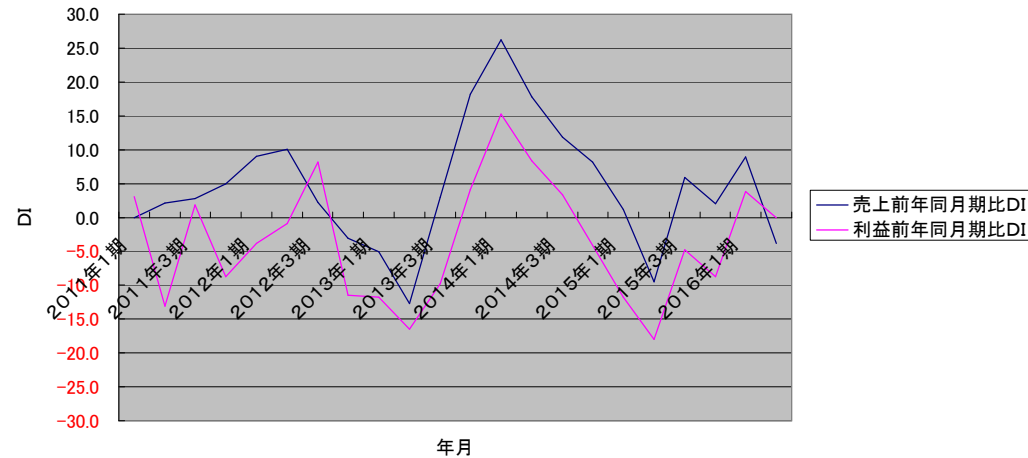




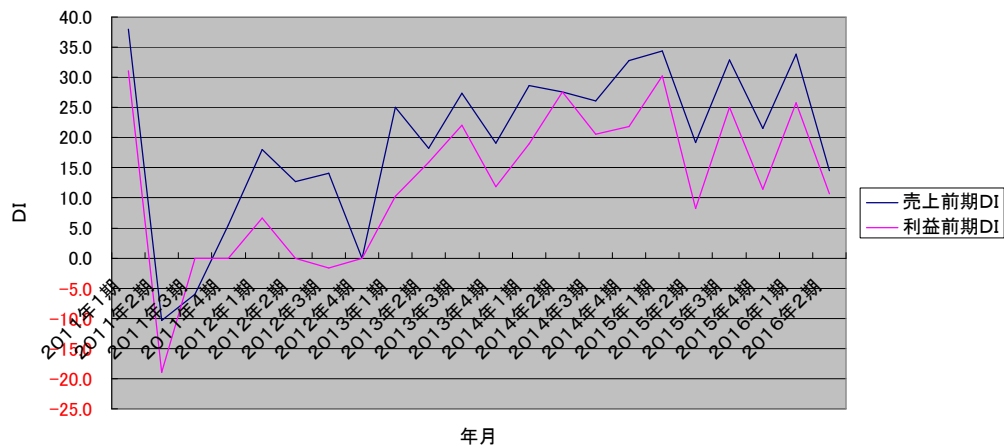
製造売上利益前期比DI



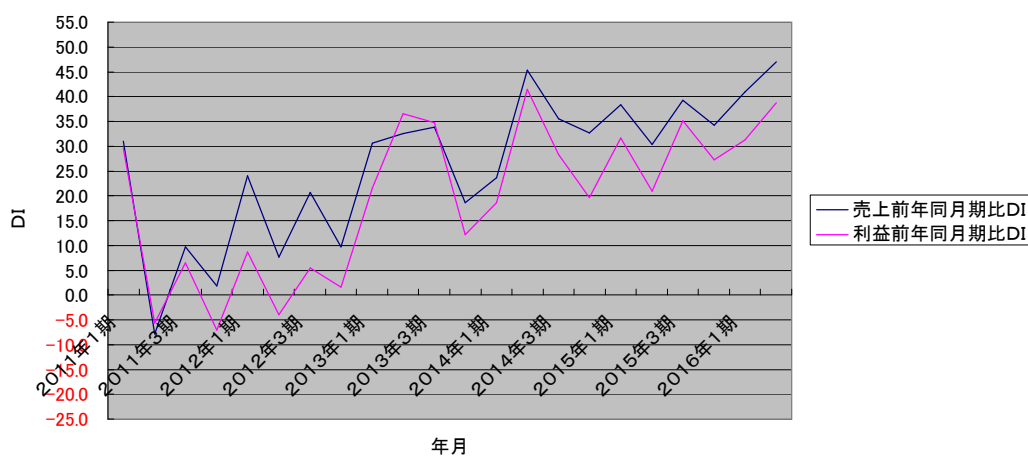
製造業売上利益前年同月期比DI

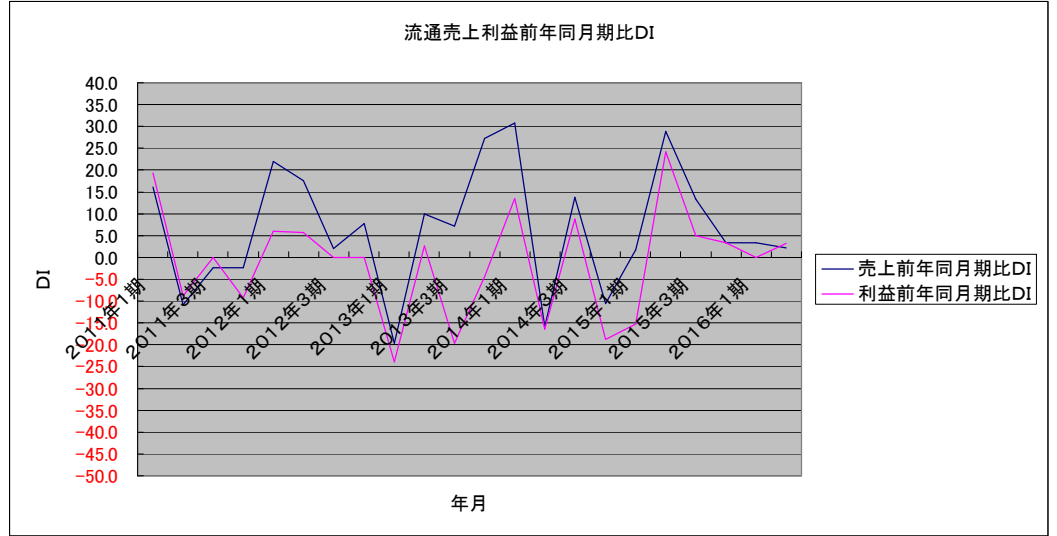
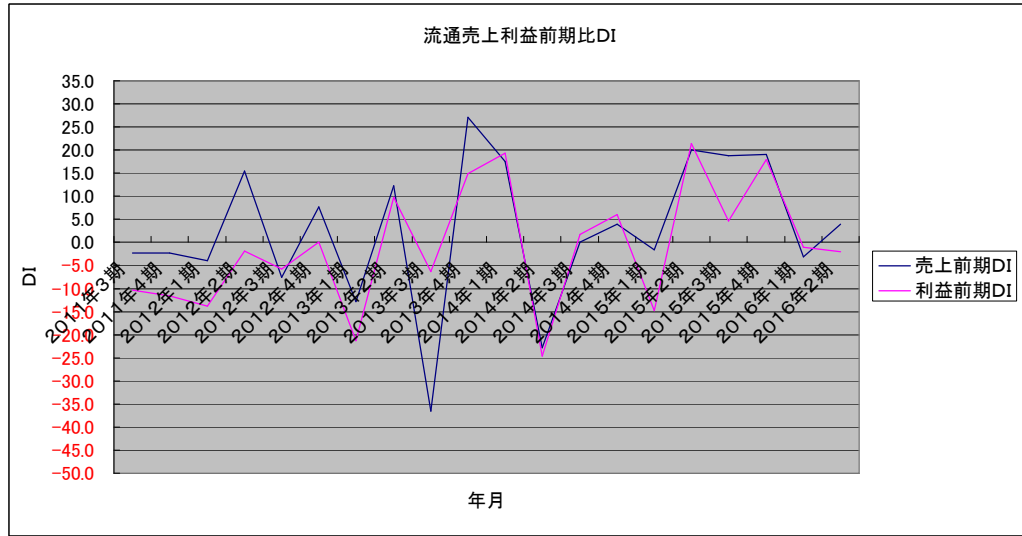
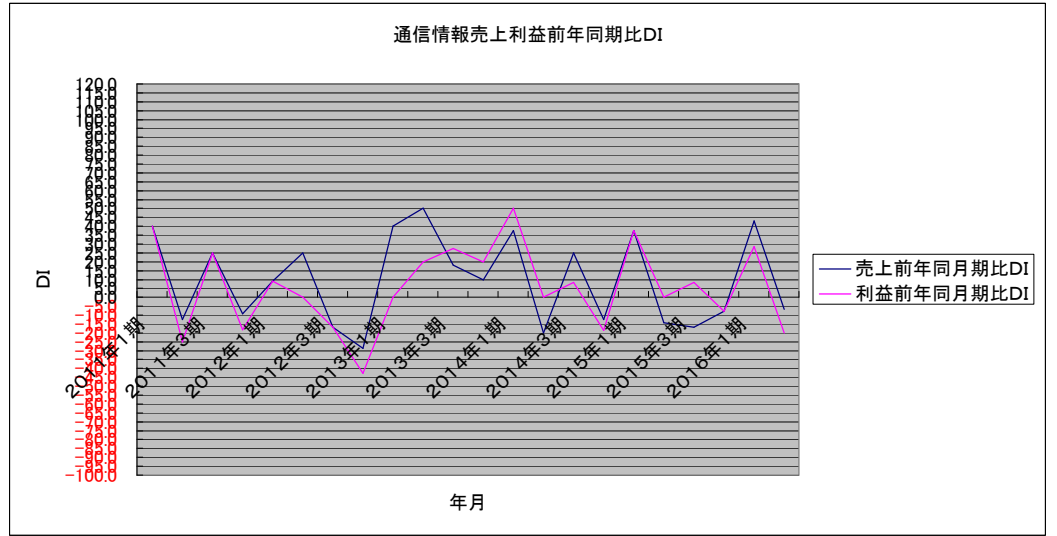
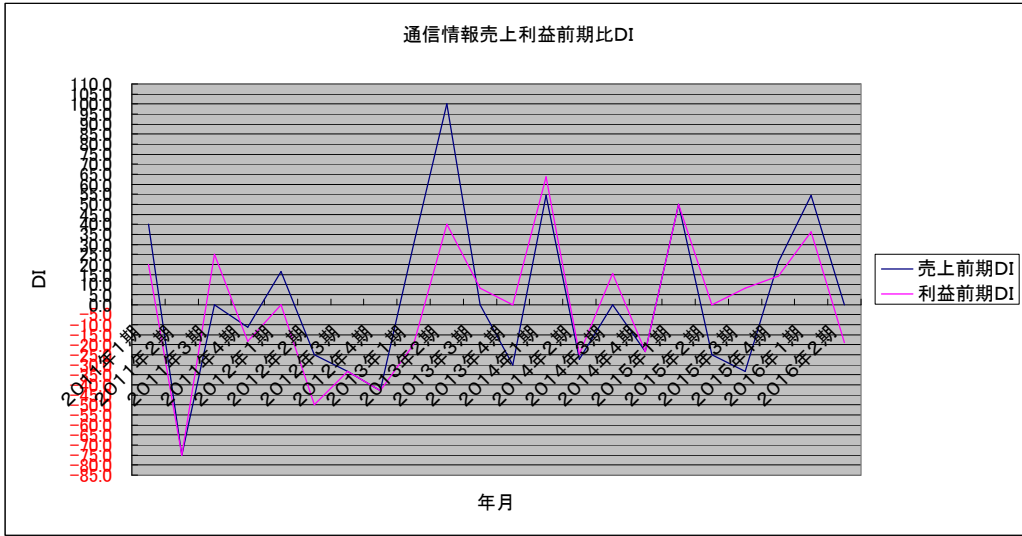


専門サービス売上利益前期比DI



専門サービス売上利益前年同月期比DI





景況感DI推移

	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	2016年2期
サービス業	6.0	10.7	0.0	-16.1	-10.3	8.8	-3.4	-6.6	-8.5	-14.8	-19.9
運輸業	25.0	45.5	-10.0	-21.4	-14.3	-15.4	-22.2	-35.7	0.0	-8.3	-30.4
建築業	22.6	46.2	-2.7	9.1	8.7	11.6	9.8	-13.5	0.0	-6.8	-15.3
製造業	3.5	16.1	7.9	-5.3	-17.9	-5.1	-10.6	-14.5	-15.4	-15.5	-27.1
専門サービス業	16.7	16.3	10.7	11.9	-3.5	18.8	11.1	6.5	2.5	0.0	-12.2
通信情報業	10.0	54.5	36.4	23.1	-5.9	37.5	-11.1	-16.7	-7.1	22.7	0.0
流通業	0.0	43.9	-24.6	-25.0	-40.0	-26.7	-11.1	-22.2	-18.9	-30.1	-27.3
統計	6.4	30.4	0.4	-6.1	-13.2	1.2	-5.9	-9.7	-9.6	-13.8	-21.9

景況感先行きDI推移

	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	2016年2期
サービス業	6.0	-3.5	5.4	-6.5	-9.5	6.8	2.1	-8.9	-5.8	-4.2	-11.4
運輸業	-5.3	9.1	-20.0	7.7	-7.1	-16.7	-7.1	-15.4	0.0	0.0	-17.4
建築業	22.6	20.0	3.0	4.8	0.0	-4.9	12.8	-2.0	1.6	-10.0	-10.7
製造業	3.5	-8.2	16.0	-3.4	-17.5	5.3	-1.7	-6.4	-17.4	-13.8	-16.4
専門サービス業	16.7	-5.0	5.5	9.5	-5.7	18.0	9.2	4.3	-2.7	4.8	-13.8
通信情報業	10.0	10.0	22.2	8.3	-17.6	12.5	11.1	0.0	7.7	5.6	6.7
流通業	0.0	-9.5	1.8	-12.1	-33.3	1.7	-4.6	-17.5	-18.5	-25.6	-26.8
統計	6.4	-6.9	8.9	-0.4	-13.2	4.5	1.6	-5.4	-8.9	-10.2	-15.4

資金繰りDI推移

	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	2016年2期
サービス業	-14.5	-15.6	-12.6	-9.1	-14.6	-6.3	-6.8	-3.0	-5.6	-9.0	-10.6
運輸業	-41.2	-36.4	-20.0	-7.1	-21.4	7.7	-11.8	-7.1	-4.8	17.4	0.0
建築業	-15.2	-5.1	-8.1	-4.7	-6.5	-9.5	-8.0	-21.2	-17.5	-11.9	-5.1
製造業	-15.2	-5.6	-6.3	-9.1	-0.6	0.0	-4.3	-5.7	-7.5	0.0	-5.7
専門サービス業	-4.5	-11.1	6.9	6.0	0.0	1.6	-2.8	4.1	-2.6	-3.1	11.8
通信情報業	-50.0	0.0	-12.3	15.4	-17.6	0.0	-22.2	8.3	0.0	0.0	-6.3
流通業	-15.6	-1.8	-9.5	1.7	-6.0	-6.7	-12.5	-9.4	-9.4	-5.4	-13.3
統計	-13.0	-9.3	-7.9	-4.8	-6.9	-2.2	-6.4	-4.5	-7.0	-3.4	-6.0

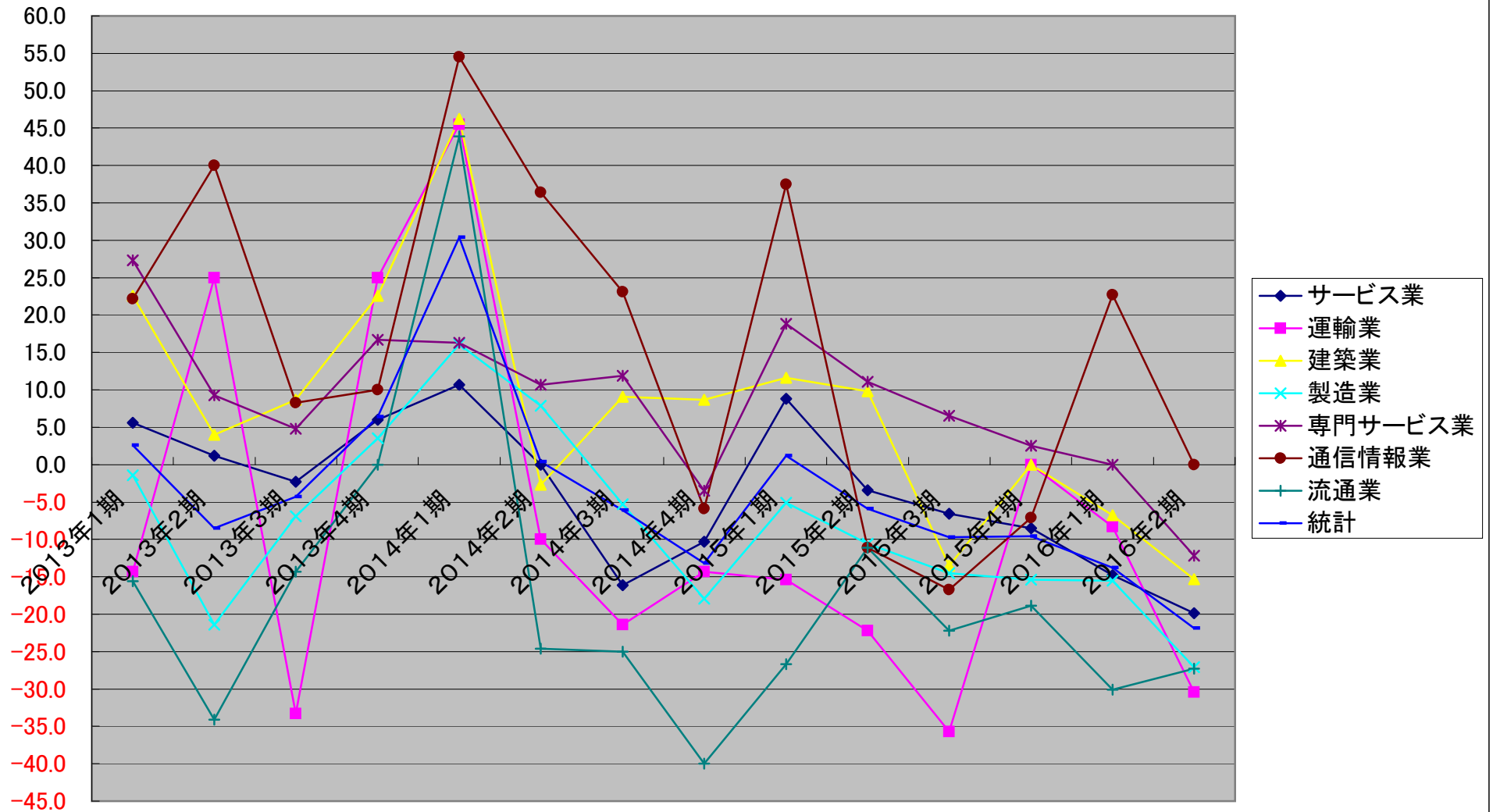
設備投資DI推移

	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	2016年2期
サービス業	-15.6	-16.2	-23.7	-34.6	-36.5	-33.0	-31.4	-28.9	-38.0	-26.3	-24.8
運輸業	46.7	n	-40.0	30.8	0.0	9.1	-21.4	27.3	0.0	26.3	23.8
建築業	-3.1	-26.5	-48.5	-17.1	-53.8	-31.6	-37.8	-34.0	-53.6	-17.6	-32.7
製造業	15.4	1.8	-0.6	2.2	0.6	7.1	-5.8	1.1	1.0	2.0	-0.5
専門サービス業	-6.2	-31.7	-39.3	-59.7	-76.5	-45.8	-41.4	-52.9	-36.8	-35.0	-41.1
通信情報業	0.0	-36.4	-100.0	-16.7	-6.7	20.0	-28.6	-70.0	-64.3	-25.0	-31.3
流通業	-13.0	-46.3	-22.6	-10.2	-10.9	-37.5	-19.4	-15.0	-33.3	-3.7	-12.0
統計	0.6	-16.6	-23.1	-16.8	-26.8	-17.1	-24.1	-19.7	-23.4	-12.0	-15.3

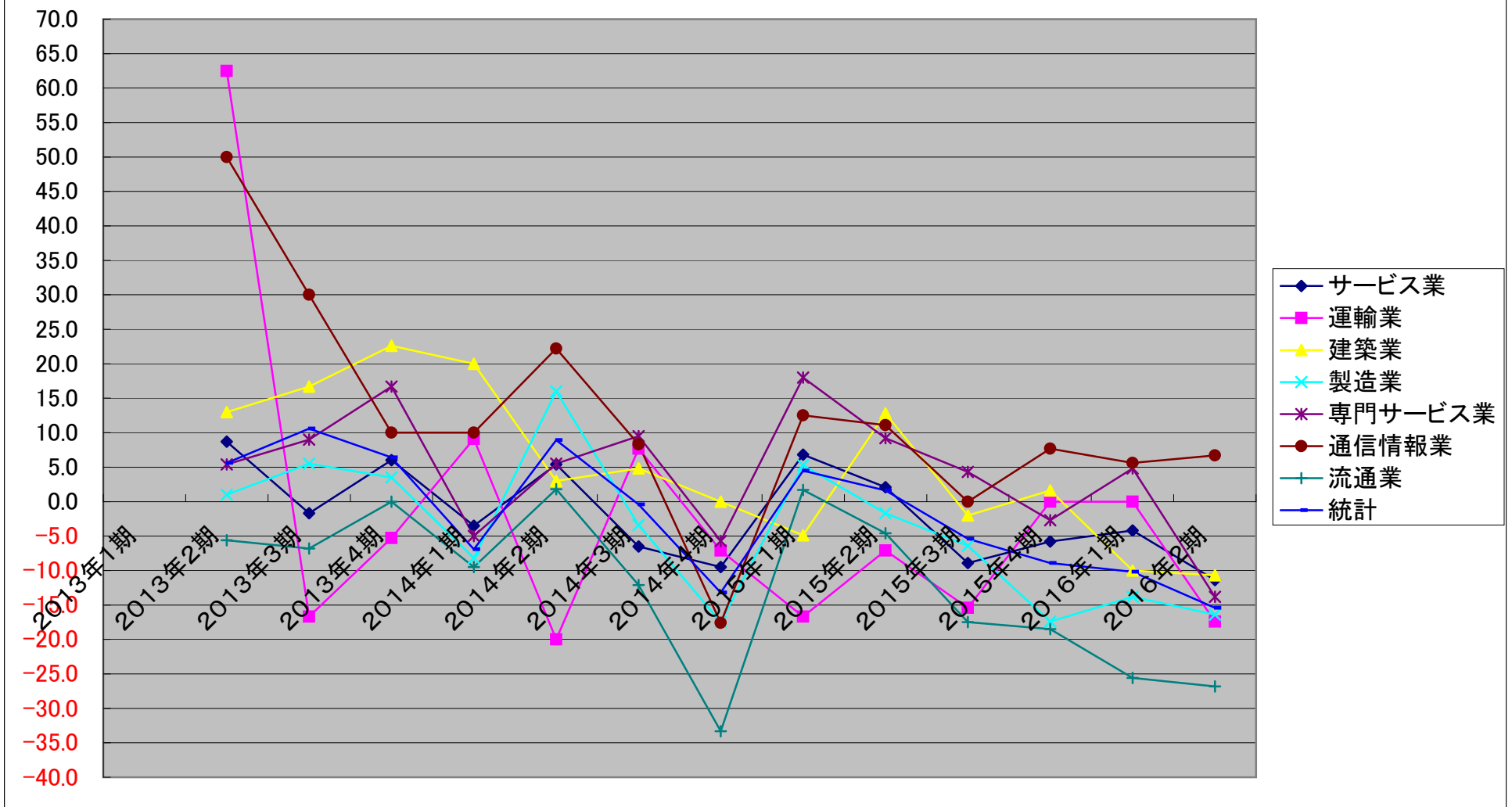
採算状況DI

	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	2016年2期
サービス業	20.8	16.6	22.0	21.6	19.5	33.9	32.0	25.0	32.4	20.4	22.6
運輸業	37.5	36.3	10.0	7.2	35.7	50.0	35.3	0.0	57.1	29.2	30.4
建築業	11.8	41.0	37.8	42.9	41.3	46.3	34.0	26.0	28.6	13.6	18.6
製造業	24.3	36.1	28.8	34.7	28.3	16.7	12.3	10.4	22.7	24.4	27.9
専門サービス業	24.3	27.4	56.1	42.7	43.9	55.6	37.8	53.2	43.8	47.1	57.3
通信情報業	-10.0	54.5	18.2	30.8	13.3	62.5	25.0	25.0	57.1	54.5	-12.5
流通業	17.1	43.8	12.2	30.0	24.5	35.0	38.0	34.4	35.8	28.4	31.0
統計	23.1	30.4	27.7	30.7	28.7	32.7	27.4	25.1	32.1	26.9	28.8

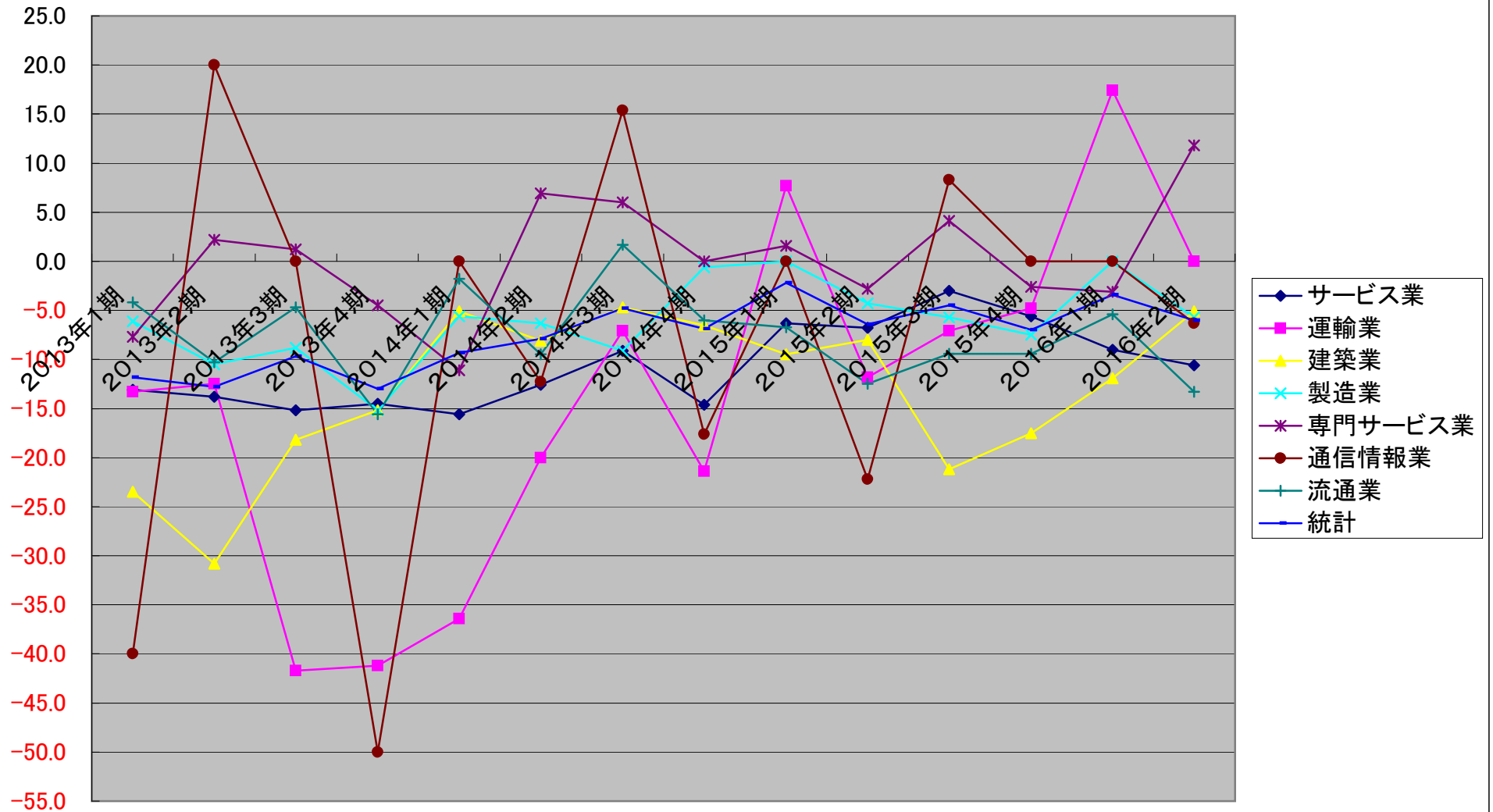
景況感DI



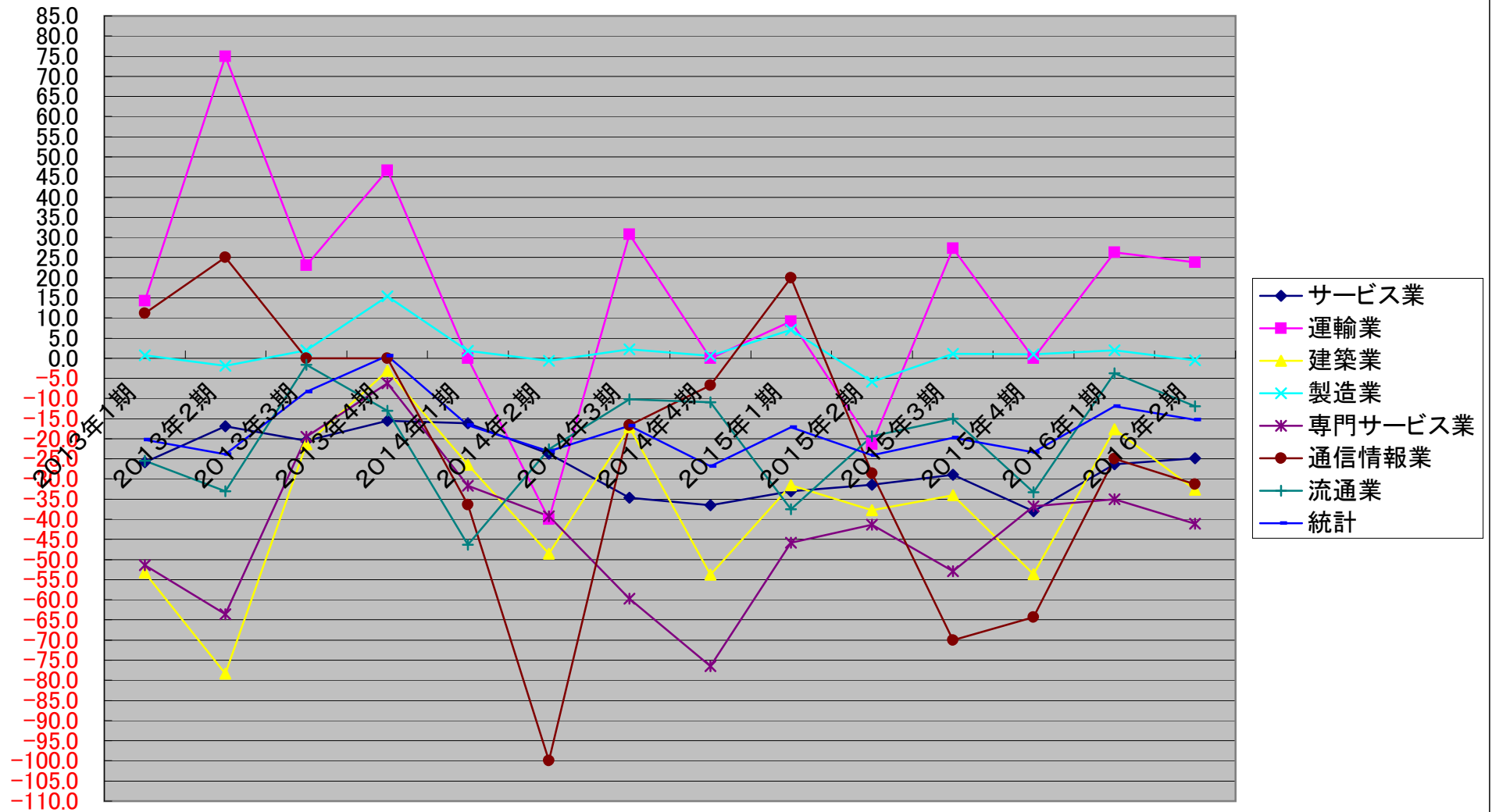
先行きの景況感DI推移



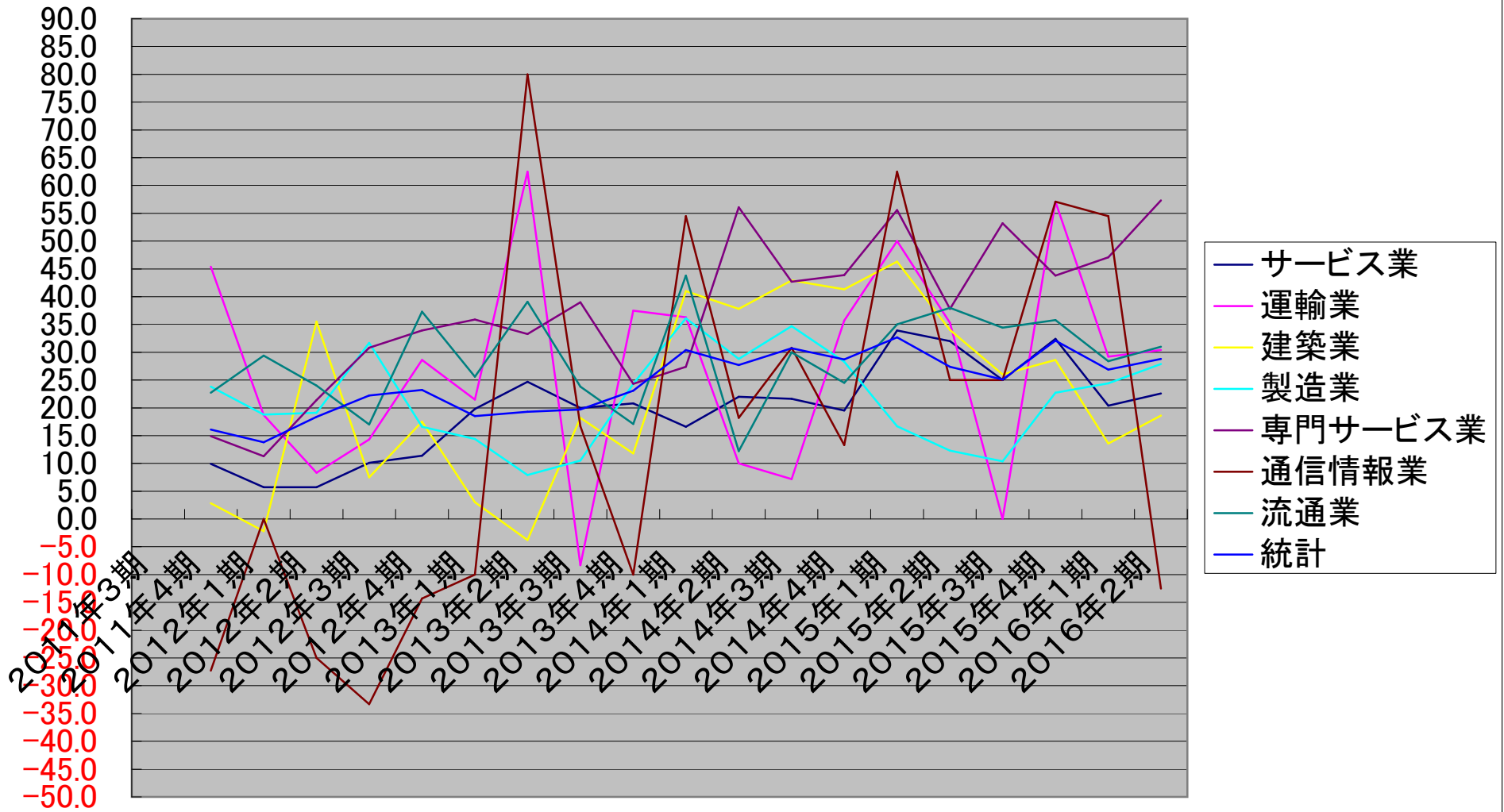
資金繰りDI



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	48	35.0%	59	43.1%	30	21.9%	137
運輸業	9	39.1%	5	21.7%	9	39.1%	23
建築業	19	32.8%	23	39.7%	16	27.6%	58
製造業	67	29.3%	92	40.2%	70	30.6%	229
専門サービス業 (土業の方)	27	35.5%	33	43.4%	16	21.1%	76
通信情報業	4	25.0%	8	50.0%	4	25.0%	16
流通業	34	34.3%	35	35.4%	30	30.3%	99
その他	8	47.1%	6	35.3%	3	17.6%	17
(空白)	2	22.2%	3	33.3%	4	44.4%	9
総計	218	32.8%	264	39.8%	182	27.4%	664

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	42	33.3%	55	43.7%	29	23.0%	126
運輸業	7	30.4%	7	30.4%	9	39.1%	23
建築業	18	32.7%	23	41.8%	14	25.5%	55
製造業	58	27.2%	89	41.8%	66	31.0%	213
専門サービス業 (土業の方)	39	59.1%	19	28.8%	8	12.1%	66
通信情報業	4	26.7%	6	40.0%	5	33.3%	15
流通業	29	31.5%	36	39.1%	27	29.3%	92
その他	7	43.8%	6	37.5%	3	18.8%	16
(空白)	1	11.1%	3	33.3%	5	55.6%	9
総計	205	33.3%	244	39.7%	166	27.0%	615

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	42	31.1%	62	45.9%	31	23.0%	135
運輸業	9	39.1%	6	26.1%	8	34.8%	23
建築業	15	25.9%	25	43.1%	18	31.0%	58
製造業	70	30.7%	97	42.5%	61	26.8%	228
専門サービス業 (土業の方)	25	33.3%	33	44.0%	17	22.7%	75
通信情報業	4	25.0%	5	31.3%	7	43.8%	16
流通業	29	29.6%	38	38.8%	31	31.6%	98
その他	7	41.2%	6	35.3%	4	23.5%	17
(空白)	2	22.2%	3	33.3%	4	44.4%	9
総計	203	30.8%	275	41.7%	181	27.5%	659

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	36	28.1%	63	49.2%	29	22.7%	128
運輸業	6	26.1%	9	39.1%	8	34.8%	23
建築業	13	23.6%	25	45.5%	17	30.9%	55
製造業	61	28.1%	95	43.8%	61	28.1%	217
専門サービス業 (土業の方)	35	52.2%	23	34.3%	9	13.4%	67
通信情報業	4	26.7%	4	26.7%	7	46.7%	15
流通業	32	34.4%	32	34.4%	29	31.2%	93
その他	6	37.5%	6	37.5%	4	25.0%	16
(空白)	1	11.1%	3	33.3%	5	55.6%	9
総計	194	31.1%	260	41.7%	169	27.1%	623

③採算状況

業種	黒字	割合	収支トントン	割合	赤字	割合	総計
サービス業	58	42.3%	52	38.0%	27	19.7%	137
運輸業	9	39.1%	12	52.2%	2	8.7%	23
建築業	26	44.1%	18	30.5%	15	25.4%	59
製造業	104	45.4%	85	37.1%	40	17.5%	229
専門サービス業 (土業の方)	45	60.0%	28	37.3%	2	2.7%	75
通信情報業	4	25.0%	6	37.5%	6	37.5%	16
流通業	45	45.0%	41	41.0%	14	14.0%	100
その他	8	47.1%	6	35.3%	3	17.6%	17
(空白)	1	11.1%	4	44.4%	4	44.4%	9
総計	300	45.1%	252	37.9%	113	17.0%	665

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	10	7.4%	89	65.4%	37	27.2%	136
運輸業	2	8.7%	12	52.2%	9	39.1%	23
建築業	8	13.6%	34	57.6%	17	28.8%	59
製造業	21	9.2%	125	54.6%	83	36.2%	229
専門サービス業 (土業の方)	9	12.2%	47	63.5%	18	24.3%	74
通信情報業	4	25.0%	8	50.0%	4	25.0%	16
流通業	7	7.1%	58	58.6%	34	34.3%	99
その他	3	17.6%	10	58.8%	4	23.5%	17
(空白)	0	0.0%	6	66.7%	3	33.3%	9
総計	64	9.7%	389	58.8%	209	31.6%	662

⑤景況感先行き

業種	好転	割合	横ばい	割合	悪化	割合	総計
サービス業	17	12.9%	83	62.9%	32	24.2%	132
運輸業	3	13.0%	13	56.5%	7	30.4%	23
建築業	6	10.7%	38	67.9%	12	21.4%	56
製造業	27	12.3%	130	59.1%	63	28.6%	220
専門サービス業 (土業の方)	5	7.7%	46	70.8%	14	21.5%	65
通信情報業	3	20.0%	10	66.7%	2	13.3%	15
流通業	9	9.3%	53	54.6%	35	36.1%	97
その他	1	7.1%	12	85.7%	1	7.1%	14
(空白)	0	0.0%	7	77.8%	2	22.2%	9
総計	71	11.3%	392	62.1%	168	26.6%	631

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	16	12.1%	86	65.2%	30	22.7%	132
運輸業	4	17.4%	15	65.2%	4	17.4%	23
建築業	8	13.6%	40	67.8%	11	18.6%	59
製造業	38	16.7%	139	61.0%	51	22.4%	228
専門サービス業 (土業の方)	12	17.6%	52	76.5%	4	5.9%	68
通信情報業	2	12.5%	11	68.8%	3	18.8%	16
流通業	12	12.2%	61	62.2%	25	25.5%	98
その他	1	5.9%	14	82.4%	2	11.8%	17
(空白)	1	11.1%	5	55.6%	3	33.3%	9
総計	94	14.5%	423	65.1%	133	20.5%	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	29	25.9%	17	15.2%	8	7.1%	15	13.4%	8	7.1%	10	8.9%	16	14.3%	
運輸業	4	25.0%	1	6.3%	3	18.8%	3	18.8%	1	6.3%	0	0.0%	2	12.5%	
建築業	13	24.5%	7	13.2%	0	0.0%	10	18.9%	2	3.8%	4	7.5%	7	13.2%	
製造業	38	23.3%	16	9.8%	14	8.6%	29	17.8%	9	5.5%	16	9.8%	14	8.6%	
専門サービス業(土業の方)	25	33.8%	10	13.5%	3	4.1%	10	13.5%	6	8.1%	9	12.2%	7	9.5%	
通信情報	3	25.0%	2	16.7%	0	0.0%	2	16.7%	0	0.0%	2	16.7%	1	8.3%	
流通業	17	25.0%	6	8.8%	1	1.5%	16	23.5%	7	10.3%	4	5.9%	5	7.4%	
その他	6	42.9%	2	14.3%	1	7.1%	2	14.3%	1	7.1%	0	0.0%	2	14.3%	
(空白)	1	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	
総計	136	26.5%	61	11.9%	30	5.8%	87	17.0%	34	6.6%	45	8.8%	54	10.5%	
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	5	4.5%	1	0.9%	2	1.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.9%	112
運輸業	2	12.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	16
建築業	2	3.8%	5	9.4%	1	1.9%	1	1.9%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.9%	53
製造業	17	10.4%	2	1.2%	0	0.0%	1	0.6%	1	0.6%	1	0.6%	5	3.1%	163
専門サービス業(土業の方)	1	1.4%	2	2.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.4%	74
通信情報	0	0.0%	1	8.3%	1	8.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	12
流通業	3	4.4%	3	4.4%	4	5.9%	0	0.0%	0	0.0%	2	2.9%	0	0.0%	68
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	14
(空白)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1
総計	30	5.8%	14	2.7%	8	1.6%	2	0.4%	1	0.2%	3	0.6%	8	1.6%	513

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	障害福祉サービス	報酬加算をとったため
2 サービス業	接骨院	人件費が減少した事・サービス内容のみなおし
3 サービス業	障がい者就労支援	サービス利用者の増加
4 サービス業	自動車販売、整備、生保損保代理店	新車、中古車の順調な受注と、付加価値向上のためのボディコーティングやドライブレコーダー、ナビゲーションの販売
5 サービス業	屋外広告業	設計、調査、企画などの業務が評価割れしたため
6 サービス業	陳列ケース・宝飾催事関連商品、レンタル	同業他社と比較して、アイテム数の拡大、サイズの充実により国際宝飾展などで支持され、受注が増加している
7 サービス業	訪問介護	取引先の信頼度向上、業界全体にある人手不足
8 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
9 サービス業	ビルメンテナンス業	総合評価という企画内容において受注が増えた
10 サービス業	美容業	新メニューの導入(ヘッドスパ)
11 サービス業	旅行会社	旅行に付随するお土産物の販売、インバウンド誘致など
12 サービス業	3Sコンサルティング	プランの長期化
13 サービス業	中小企業向け情報システムの開発	活動が評価されたこと
14 サービス業	小規模店向けマーケティングシステムの開発	セミナー商品の販売好調、ネット集客の増加
15 サービス業	クリーニング業	コストダウン、新規開拓
16 サービス業	人材育成、教育事業	ご紹介が更に増えてきている
17 サービス業	事務所整理・産業廃棄物	建設業者との取引強化
18 サービス業	高齢者を対象としたパソコン教室	口コミで広がった
19 サービス業	エレベーターなどの各種昇降機の保守管理・据付・販売	エレベーターに関する撤去新設工事売上の増加
20 サービス業	印刷物・WEBのデザイン制作	営業開拓
21 サービス業	商品・部材の在庫管理におけるコンサルティングサービスの提供	地道な営業活動
22 サービス業	人材コンサル	紹介案件が増えた
23 サービス業	OA機器販売及びパソコン保守	新規サービスとなるシステム販売の開拓
24 サービス業	土地活用企画立案・駐車場管理・自動販売機設置・管理	営業強化
25 サービス業	総合人材サービス業 ① 一般労働者派遣事業 厚生労働大臣許可(般27-300049) ② 有料職業紹介事業 厚生労働大臣許可(般27-ユ-300398) ③ 業務請負事業 ④ 環境に配慮した製品の提案・販売	新規顧客数の増加
26 サービス業	EcoLEDz事業「LEDの提案販売」	保守契約に注力
27 サービス業	WEB企画・制作、写真撮影・編集、人材派遣業	関東での人材需要の増大による売上増
28 サービス業		不採算店を中心に「あたり前の水準を向上させる」をテーマに基本的なサービスを徹底して見直している
29 サービス業	婚礼衣装レンタル・式場相談	提携会場のカットによる生産性のアップ・営業成約率の向上による受注件数の上昇
30		
31		
32		
33		
34 運輸業	運輸・倉庫	新規顧客が増えた
35 運輸業	運送業	営業努力の結果と新ジャンルの開拓
36 運輸業	重量物のトラックやトレーラーによる運輸	お客様(発電に関する業務)の作業が増えたため
37 運輸業	一般貨物取り扱い運送事業	従業員数の増
38 建築業	店舗設計、施行、住宅リフォーム、介護病院施設内装	異業種交流会参加で紹介
39 建築業	リフォーム工事業	人材採用
40 建築業	建設業等	日々改善点の修正と定期的に社員採用を行うこと、広告活動、営業活動の幅を広げた
41 建築業	電気工事業	別路線からの受注が成果として上がってきた
42 建築業	新築、リフォーム、リノベーション 施工、設計、不動産	新規開拓と既存顧客へのサービス向上
43 建築業	塗装業を中心に建設全般	新しい工法提案が受け入れられてきた
44 建築業	電気工事業、電気通信工事業	営業エリアの広域化、新規システムの受注
45 建築業	総合建設業	リピーターの増加
46 建築業	建築設計	時期的なもので、特別な理由はない
47 建築業	塗装工事業	経営計画書の毎月点検、進捗まとめ
48 建築業	建築、新築、リフォーム、カフェ経営	下請けをやめて、元請け側に転向。

49	建築業	リフォーム、排水管洗浄、外溝洗浄、落書き洗浄	自社PRできたから
50	建築業	消防設備業、電気工事業	営業の強化と社員の意識の向上
51	建築業	プラント設備の製作据付配管	必需案件の絞込みと原価低減による受注確率の向上
52	建築業	建築現場において安全、工程、品質、原価を管理し、工事を完成させる	新規顧客の開拓
53	建築業	電気工事業	小さい仕事から大きい物件に発展した為
54	建築業	電気設備工事	価値提供の社内教育、新人社員の成長、HP内容の改善
55	建築業	電気工事業	世間は人材不足となっておりますが、自社職人と協力会社の確保により安定した受注を獲得できた。
56	製造業	ガラス加工販売	ホームページからみの取引増
57	製造業	銘板製造・看板製造	金属主体でしたが、素材の幅を広げたら売上が上がった
58	製造業	刷毛・ブラシ・塗装用品製造販売	オンリーワン製品の開発成功
59	製造業	自動制御盤の設計、製造	ネットからの受注
60	製造業	面削から機械加工、研磨まで全加工の内製	国内需要の拡大
61	製造業	めっき、電着塗装、アルマイト等の表面処理加工	少しでも価格競争だけではないと思われる仕事を受注。できるだけニッチな分野を開拓する
62	製造業	金属加工業、CNC自動旋盤	コストダウンによる価格転化で、見積もり単価を下げて、販路拡大に成功した
63	製造業	溶接面の製造販売	ライバル企業の廃業により、注文増加のため
64	製造業	金属プレス加工及び金型設計製作	前年度から営業強化したため
65	製造業	サイン及びゴム、金属、プラスチック等のDIY素材の製造、加工、及び販売	新製品、新販路好調の為
66	製造業	精密射出成形	受注する仕事を絞り込んだ(付加価値の低いものは受けない)
67	製造業	綿材製品加工。鋼材加工。ステンレス加工。	人材の採用
68	製造業	コンクリート型枠の企画設計・製造販売	トンネル関連受注増、工場人員の増加で生産力UP
69	製造業	軟質ビニール製品の製造・販売(主に、車検証ケース)	仕入れ業者・外注の見直し。機会の数で生産性のアップを図り始めたところ
70	製造業	アルミ製品のオーダーメイド	3年前から取り組んでいる新ジャンル(メディカル系)からの受注
71	製造業	薄～厚鋼板を、様々な形状に加工する。シャースリット	短納期、高品質がお客様に支持される
72	製造業	コンベア用ローラー製造	客先の受注の増が当社に影響が大きいです。
73	製造業	建築金物製造販売	震災による防災対策として商品が売れている
74	製造業	EM(タレパン)レーザーによる複合加工にて精密部品から組立てまで可能です。	開発案件の増加。溶接などし、組み立てまで行った
75	製造業	塗装業	メーカー直接取引をして、問題解決をしています。他社がいやがる仕事が増えてきた
76	製造業	オフィス家具類製造販売	関西、中部は低調、関東は東京オリンピックの間接的影響で良。
77	製造業	鋼材(鉄)の販売、加工、切断、曲げ加工品の販売。加工取次	一部の顧客の大型受注により、売上が伸びた。競合先との価格調整とともに、納入の融通が決め手
78	製造業	食品機械製造販売	高付加価値商品の販売増加
79	製造業	制御システム製造販売及びリチウムイオン電池製造販売	大型案件受注。
80	製造業	充電器の製造	太陽光の蓄電制御が完成、現在、EV車の電池制御システムを開発
81	製造業	水処理ろ過装置の販売	設計手伝いの増大による受注率のUP
82	製造業	別注家具	技術力の発展とPR
83	製造業	ステンレス・アルミ鋼板のレーザー加工	新規、高付加価値顧客の開拓
84	製造業	自動車用フロアマット	企画提案型商品の開発・販売
85	製造業	ち抜き。電化製品を売るためのディスプレイ用棚やPOPなどの製造。	利益を上げるために営業個人の売上目標と利益率の目標を立てた。会議の場を増やした。
86	製造業	金属切削加工	材料在庫を使用。客先納期の対応
87	製造業	清酒製造	新規開拓
88	製造業	印刷、デザイン	市場に仕事が増えた
89	製造業	裁断機、打抜刃型及びアフターメンテナンス	裁断機を使った製品の裁断サービス業務
90	製造業	紳士シャツ製造業	製造業に於けるサービス化に取り組んだ結果、売上増加となった
91	製造業	ステンレス製バルブ、継手等の製造	大口取引先の連携強化
92	製造業	金属板金加工	新規顧客
93	製造業	金属表面加工処理	新規開拓
94	製造業	冷間鍛造金型メーカー	営業 新規開拓に力を入れている
95	製造業	建築現場用取付金物の製造	関東圏のお客様の受注増
96	製造業	製缶・板金業	展示会で出会った企業との大型取引ができた。
97	製造業	プラント設備設計	弊社から見れば 新規販路・新分野の開拓 大手企業から見れば 小規模でも技術力を持ちコストダウン出来る下請け業者の確保(中堅の仕事が弱小規模へ回っている)
98	製造業	金属製品製造・溶接	手掛けている部品が、メイン機種に使用され受注数が増加した。
99	製造業	アルミ合金の切削加工	新規設備による売上増
100	製造業	トムソン型による打ち抜き加工	新製品の受注
101	製造業	食品製造、販売	新規受注の拡大 自社の独自のサービスの充実とネット整備とちらし整備。

102	製造業	医療機器、クリーン機器、ステンレス加工等	企業設備が増えた為
103	製造業	別注建築金物製作	チーム力強化
104	製造業	金属プレス加工	新規案件受注
105	製造業	金属プレス・板金加工	新規顧客の増加
106	製造業	粉体輸送機・集塵機等の製造及び水処理装置の製造	特にありません。
107	製造業	搬送機械の設計・製造	取引先の分散化
108	製造業	樹脂押出成形金型の製造販売	増加とはいえ微増です。社内的に考えられることは順次行っていますが、要因を決定するには難しい状況です。
109	製造業	フッ素樹脂コーティング	景気回復
110	製造業	別注スチール家具・什器、精密板金加工部品の設計製造	よくわからない。
111	製造業	射出成形金型の開発	新規営業
112	専門サービス	弁護士業	インターネット広告
113	専門サービス	中小企業診断士	顧客増加
114	専門サービス	税理士	品質などの差別化
115	専門サービス	会計・経理	銀行などの紹介
116	専門サービス	税理士業	顧客増
117	専門サービス	設計事務所	公共の業務が多いため、積極的に参加した
118	専門サービス	税理士業務	地道な営業努力
119	専門サービス業	企業の税務・会計業務の受託、国内外の企業税務リスクに対するコンサルティング、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	会計、税務、コーポレートガバナンスのトータルサポートによる”経営基盤強化”のためのサービスが功を奏した。
120	専門サービス	税理士事務所	顧問先に対する支援の結果、顧問先の業績が上がった
121	専門サービス	弁護士業	ご縁があったとしかいえません。
122	専門サービス	税理士業	ただの季節変動
123	専門サービス	社会保険労務士	顧客増
124	専門サービス	税理士業	高額コンサルタント契約、新サービスのニーズを知って頂いて提供
125	専門サービス業	建設コンサルタント(都市計画・まちづくりに関する計画、建築、土木・造園に関する計	国の施策動向を把握した営業戦略の展開による新分野開拓と既存顧客へのサービスの強化
126	専門サービス	不動産賃貸・仲介・管理業	社員教育の強化→数字の向き合い方や理解度の向上
127	専門サービス	社会保険労務士・給与計算	顧客単価の見直し
128	専門サービス業	シンクタンク、コンサルタント	外部要因、国の経済対策、自治体の施設(地域活性化等)内部要因、優秀な人材の確保、企業連携の強化
129	専門サービス	税理士業	相続案件が増加したため
130	専門サービス業(土業の方)	会計事務所	コンサル部門の動きとの関連で、新たな売り上げができた。
131	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士の業務	採用を行い、組織が拡大した分、売上も大きくなった。
132	専門サービス業(土業の方)	公認会計士業務	営業成果
133	専門サービス業(土業の方)	行政書士事務所	営業力の強化というよりは、継続して営業ができた結果だと思えます。
134	専門サービス業(土業の方)	広告制作、販売促進コンサルティング	新規開拓による取引先の増加
135	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士	自社の商品の周知が売り上げ増につながった
136	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士業	蒔いた種が芽吹き始めたという解釈です。
137	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士業、中小企業診断士業	紹介が増えた
138	専門サービス業(土業の方)	経営コンサルティング	認知度向上の取組み
139	専門サービス業(土業の方)	税理士業	新商品の開発
140	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。
141	通信情報業	WEBサイト、デザイン、システム構築	新規販路拡大を徹底している
142	通信情報業	コンピューターのシステム設計及び開発、保守、販売 コンピューターの保守	「損して得を取れ」ではないですが、案件外で困っていることに対し無償で対応した(1日レベルの作業)それにより今まで以上に取引先と良い関係が築けて、受注額も上がった。
143	通信情報業	Webサイト制作・Webシステム構築・ITコンサルタント	提案型営業に徹したことが、既存顧客の価格アップ、新規顧客開拓などにつながった

144	流通業(卸・小売含む)	生産財総合商社	大型物件の受注が決まっています、その物件が決済されるため
145	流通業(卸・小売含む)	家電製品販売及び電気/空調設備設計、施工	年次計画に基づき行動
146	流通業(卸・小売含む)	機械工具卸および電気工事(防犯カメラ、LED、太陽光含む一般)	新規事業(電気工事)分増加
147	流通業(小売・卸含む)	金物卸及び工事	大口の物件が決まった(別注金物)
148	流通業(小売・卸含む)	コーヒーワイン小売・卸	新規事業のジョージアワイン事業が動き出した
149	流通業(小売・卸含む)	包装資材卸	新規販路が拡大したため
150	流通業(小売・卸含む)	化学工業薬品	提案型
151	流通業(小売・卸含む)	中古車販売業	遠方客層の取り込強化(サービス強化、陸送賃無料、全国対応、可能な1年保証)、景気感の上昇
152	流通業(小売・卸含む)	塗料の販売業(卸売)	スピード小口の対応のため、色合わせのサービス工場を立ち上げた。取引先が全般的に好調であった。
153	流通業(小売・卸含む)	ポリエステル薄地織物を中心としたテキスタイルの企画開発	得意先のシェアUPに伴い、当社の利益UP
154	流通業(小売・卸含む)	新車・中古フォークリフト販売等	リピーター増のため
155	流通業(小売・卸含む)	ギフト品通販業	仕組みの充実
156	流通業(小売・卸含む)	ポリエチレン袋の販売	自動機にて製造する袋を扱うことにより低コスト、高クオリティを実現し、営業しやすくなった
157	流通業(小売・卸含む)	オーガニックの農産物と無添加、無保存料の加工品の宅配と卸	マルシェへの出店による会員の拡大、対企業利益の増加
158	流通業(小売・卸含む)	菓子製造、販売	人が育ってきた
159	流通業(小売・卸含む)	作業服および関連する小物の小売販売とルート営業。祭装束の小売販売	新規拡大、若手の能力アップ
160	流通業(小売・卸含む)	事務機器や部品の輸出	社員を増やした
161	流通業(小売・卸含む)	建築金物、建築資材専門卸売り	新規販路の拡大
162	流通業(小売・卸含む)	鶏肉業	得意先の出店が続いている為、新規の問い合わせも続いている
163	流通業(小売・卸含む)	防犯防災用品販売と施工	インターネット販売、アマゾン店の出店
164	流通業(小売・卸含む)	建築設備向けの配管資材を卸売りしています	建築需要の減少に伴い、競争が増加し価格が下落しています。安値提示の増加により、逸注が増えています。
165	流通業(小売・卸含む)	鋼材の加工 及び 販売	他社の価格差により受注価格の減少 又 受注数量減少による売上減少
166	流通業(小売・卸含む)	青果卸売業	営業強化して新店舗が増えたこと
167	その他	イベント展示会のデザイン企画施工、別注什器など	新規案件の継続的増加
168	その他	老人ホーム	営業拡大
169	その他	一般病院	病診連携質による他医療機関への紹介依頼強化
170	その他	障害福祉サービス	行事開催数の増加
171	その他	自社製品の企画、製造、販売	新規百貨店売り場につながった

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	16	33.3%	0	0.0%	1	2.1%	11	22.9%	14	29.2%
運輸業	5	41.7%	0	0.0%	0	0.0%	1	8.3%	2	16.7%
建築業	8	24.2%	0	0.0%	1	3.0%	9	27.3%	7	21.2%
製造業	60	43.2%	4	2.9%	11	7.9%	22	15.8%	25	18.0%
専門サービス業(士業の方)	2	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	16.7%	1	16.7%
通信情報	2	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	16.7%	0	0.0%
流通業	17	36.2%	0	0.0%	0	0.0%	12	25.5%	12	25.5%
その他	3	37.5%	0	0.0%	0	0.0%	2	25.0%	2	25.0%
(空白)	5	62.5%	0	0.0%	2	25.0%	0	0.0%	0	0.0%
総計	118	38.4%	4	1.3%	15	4.9%	59	19.2%	63	20.5%
業種	⑥	割合	⑦	割合	⑧	割合	⑨	割合	総計	
サービス業	0	0.0%	1	2.1%	2	4.2%	3	6.3%	48	
運輸業	0	0.0%	2	16.7%	1	8.3%	1	8.3%	12	
建築業	0	0.0%	5	15.2%	2	6.1%	1	3.0%	33	
製造業	3	2.2%	6	4.3%	7	5.0%	1	0.7%	139	
専門サービス業(士業の方)	0	0.0%	0	0.0%	1	16.7%	1	16.7%	6	
通信情報	0	0.0%	0	0.0%	2	33.3%	1	16.7%	6	
流通業	0	0.0%	1	2.1%	2	4.3%	3	6.4%	47	
その他	0	0.0%	1	12.5%	0	0.0%	0	0.0%	8	
(空白)	0	0.0%	1	12.5%	0	0.0%	0	0.0%	8	
総計	3	1.0%	17	5.5%	17	5.5%	11	3.6%	307	

1国内需要の減少

2輸入の増加

3輸出の減少

4他社との競合状態の悪化

5販売・受注価格の減少

6取引先の海外移転

7公共事業の削減

8季節的要因

9その他

【2】売上・利益について

④減少の特徴・原因に関して(記述)

業種	業務内容	減少記述
1 サービス業	ホテル、不動産	熊本地震による訪日旅行客の減少(韓国)、価格高騰の風評
2 サービス業	異業種協同組合(共同購入事業・外国人技能実習生受け入れ・労働保険事務委託)	他社との競合による売り上げの減少
3 サービス業	通関業及び関連する業務全般	昨年11月頃より激減している。
4 サービス業	広告・販促の企画デザイン	中国向けの輸出がまず減少し始め、現在は円高にふれたものの、輸入も減少している。国内需要の停滞が主因とみている。
5 サービス業	法人の海外出張の旅行手配・サポート	前年実績の仕事がなくなった
6 サービス業	広告制作業	中国経済の悪化進行
7 サービス業	コンサルタント事業	受注量の減少
8 サービス業	エステティックサロンの経営	当方のメインとなる事業エリアが、国内、ゲーム、半導体分野で、需要、新商品の要求が減っている。
9 サービス業	介護サービス	例年のイベントを延期したために集中売上が減少するため
10 サービス業	葬祭業	人員不足のため新規受入れができない。既存利用者の入院が重なる
11 サービス業	収集運搬業	異業種の参入と大型葬儀社の進出
12 サービス業	建築資材の販売及び施工、食育体験サービス業	価格競争
13 サービス業	介護コンサル、国際貿易	新規商材の販売に伴う経費の増加
14 サービス業	教育、雇用支援、施設アウトソーシング	営業努力が足りない
15 サービス業	飲食業、居酒屋、仕出し料理	内需縮小傾向に伴う売上数減
16 サービス業	コンピューターソフトウェア開発販売、自社販売管理パッケージの販売サポート	お客様単価が下がっていること、社内でのコミュニケーション不足による。お客様に対しての打ち出しができていないこと。
17 サービス業	デザイン業、コンサルティング業	引き合いがあっても受注につながらない
18 サービス業	インターネットコミックカフェ	大手の案件がなかなか予定通りに進まず、リスケジュールが重なった
19 サービス業	障害者福祉サービス	顧客ニーズの多様化
20 サービス業	重電機器の設置・点検	利用者2名が退所
21 サービス業	印刷企画及び包装デザイン	基本的に季節性のある業界。過去2~3年が例年に比べて良かった。今期が元に戻った感じ。良かった要因は、請負施設の数年に一度の大きな点検や機材の入れ替えがあったため。
22 サービス業	印刷・デザイン・製作など	クライアントも利益確保が出来ていない為、さらなる受注金額の減少要求
23 サービス業	保険業	ネット通販の拡大
24 サービス業	損保・生保募集	価格競争
25		契約書の高齢化、自動車離れ
26		
27 運輸業	陸送業、ロードサービス業	特殊な仕事なので、人が育つまで時間がかかる
28 運輸業	運送業	値段を下げてとりにきた
29 運輸業	倉庫業	売上No.2のお客様との取引を打ち切った
30 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。	アパレル関連の商品が不調です。食品関連は横ばい、建材も横ばい
31 運輸業	一般貨物自動車運送事業	同業他社の増加
32 運輸業	一般貨物自動車運送業・物流作	元請け自体の受注が減り、その影響で自社も減った
33 運輸業	一般貨物事業所	人材不足のため
34 建築業	型枠工事	工事数の減少と販売単価の低下
35 建築業	建設業	工事数の減少
36 建築業	電気設備工事業	前年に比べて手持工事が少ない。工事物件が少ない。
37 建築業	空調設備工事	新しい現場に変わり、出来高減のため
38 建築業	木造住宅、新築リフォーム工事	新築着工件数減少、大手資本のリフォーム参入
39 建築業	看板、サイン等デザイン・設計・施工	主要取引先の受注減少
40 建築業	タイル・石材・建材の販売・施工	元請けの支給材の増加
41 建築業	太陽光発電設計・施工 リフォーム工事	3~4月の売上が特に悪化
42 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
43 建築業	新築、リフォーム、建築全般	入札件数が多く競争での勝敗に巻き込まれている
44 建築業	住宅障害者施設の新築リフォーム	今市内のあちこちで新築マンションブーム?のようだが、中小向けの住宅リフォームは全く落ち込んでいる。その一方で金融機関は不動産融資を大展開。ゼロの余波。しかし大阪の景気は一貫して右下がりが続く。

45	建築業	マンション、戸建住宅のユニットバス、システムキッチンの組立工事	新築着工棟数の減少、取引先メーカーの売上減少の影響、新規得意先へ契約の遅れ
46	建築業	電気工事業	営業力が足りない、あまり行けてない。
47	製造業	工業用ガスバーナーの製造	前年の売上が極端に好調だったため。(突発的に設備更新があったため)
48	製造業	金属熱処理、塗装、表面処理	主要顧客の生産調整が続いている。
49	製造業		新規設備引合が未確定
50	製造業	プラスチックブロー成形業	前期は新製品の発売に伴い受注が伸びたが、今期はその製品が市場に一巡して落ちついてきたことと、国内自動車生産が低迷しているため。
51	製造業	金属製の部品(自動車部品等)や金型をお預かりして硬く強くしてお返す。	中国の景況悪化の影響で、アジア全体も沈滞しており生産設備や部品の輸出が大きく減少している。
52	製造業	鋼板の加工販売	特に中国の景気が悪い
53	製造業	金属加工業	営業力不足
54	製造業	光学硝子製造業	スマートフォンによる構造変化と中国経済減速による需要減小で影響がある。
55	製造業	衣料品製造販売	暖冬による冬物の消費が振るわなかったため、小売店もメーカーも弱気になっている。また、消費者の財布のひもも堅くなっており、節約志向は強まっている。
56	製造業	油圧シリンダー・配管継手及び各種産業機器部品の製造	先行経済に対して様子見状態から、需要減少
57	製造業	プラスチック成型原料の着色加工・販売	取引条件の変更。材料の有償支給が減少したため売り買いともに価格減少。
58	製造業	金属プレス加工 板金溶接加工	中国景況減速による影響、工作機械業界等の業績悪化による売上げ減少
59	製造業	金属バネ(丸線バネ材)設計・製造・販売。線径0.14mmから6.0mmまでのバネ材を自動機にて成形。以外の線径は手造り又は協力工場にて成形。	御客様の業態が変わり、自社で組み立てをしていた製品を外注に依頼(パーツも外注先が調達する)。その為弊社からの調達部品(金額ベース)が半以下になった。
60	製造業	電子部品(プリント配線板)、樹脂・金属薄板製造、加工、販売	需要の低迷。国内、輸出両方とも昨年数量に達していない。当社、業界全般とも
61	製造業	機械部品加工	需要の低下
62	製造業	ダンボールケース製造業	顧客離れや閉鎖する会社が増えた
63	製造業	金網及び関連製品の製造と販売	不振の業種が多い
64	製造業	ゴムコンパウンド(ゴム工業製品をプレス成型するための材料)の生産及びゴム資材の販売	熊本の地震によるトヨタ自動車さんの生産一時停止と、三菱自動車さんの生産中止により自動車生産台数が減少することに起因すると 思われます。
65	製造業	ワイヤー加工	前年同期は海外向け製品の受注が集中したため、売上が例年以上に増加した。
66	製造業	コンピュータ関連装置の開発・製	今期の売上は例年通りのため。
67	製造業	金型製造	主要顧客の縮小
68	製造業	照明器具用プレス板金加工	全業種で減少している
69	製造業	福祉用品の製造販売業	国内需要の悪化
70	製造業	旗・幕等の製造、関連商品の卸小売	営業委員の補充が上手くいかず、営業戦略通りに進めることが出来なかった。
71	製造業	板金加工業	ネットでの価格競争、価格ダウン。公的補助金のカットによる受注減少
72	製造業	印刷	東北震災関連工事が少し落ち着いてきた
73	製造業	省力化機械・自動化機械の設計製作	仕事が少なくなりました
74	製造業	金属製造	決算前での納入が重なったため
75	製造業	スクールアルバム製造・会社案内等の製造	国内向けの一般缶販売数が減少傾向にあるため、新規事業を含めた新しい戦略を模索する必要がある
76	製造業	特殊車輛部品製造組立70%、産業用プラント設備製造30%	他社との価格競争で負けている。少子高齢化によるアルバム冊数の減少
77	製造業	プラスチックフィルム製品の製造業	親会社の猛烈なコストダウン
78	製造業	工場設備の電気設計、施工、工事、調整等	一般の袋(どこでもある袋)は単価競争になる。単価面で合わない
79	製造業	ポリウレタンゴムの製造・販売	価格競争に伴う単価低下等
80	製造業	精密部品製造	前年度は、年末まで大型案件の受注があったが、年明け以降はない
81	製造業	金属製品製造業	低コスト化が激しく、価値に見合った価格が海外品と比較されず。大部分が、淘汰されましたが、まだまだ製造業は少なくなりそうです。日本国内の利益の出る仕事は海外へまだまだ流れていきそうです。企業努力で補える範囲を超えた低価格競争になっています。
			東日本復興需要の減少。メーカーと大手競合先の設備増強による仕事の再配置

82	製造業	自動車関連向け、ネジや関連部品の製造	転注? 何が分からないので、ストップになる
83	製造業	板金加工	どこの得意先様からの自受注が減っている。
84	製造業	金属熱処理	中国経済が悪いのが最大の原因と思われる
85	製造業	金属加工業	景気が悪くなっていると感じる
86	製造業	パーツフィーダー(部品連続送機)を主体とした振動機とマグネットの応用省力装置の設計製作メーカーとして52年。	国内景気不透明による企業設備抑制で、需要減少
87	製造業	樹脂版を使用しての販売促進等の制作加工	販促物の素材離れ、紙材への移行の為、広告宣伝などの時代による変化
88	製造業	家電部品の梱包及び梱包資材販売	家電部品の需要が年々減って行く傾向です。
89	製造業	機械部品、製造修理	政策が大企業に有利になりすぎている
90	製造業	金属プレス加工	受注量減少
91	製造業	化学薬品製造業	化学業界全体が減少している
92	製造業	紙器・紙製品の製造	物の動きが悪い
93	製造業	防犯カメラ用電源の製造・販売	この秋に主機種が無くなります。アナログ技術の淘汰が本格的になり、価格競争になる
94	製造業	金属工作油剤製造販売	国内景気に影響され、取引先での設備投資の停滞による需要の減少が原因
95	製造業	ステンレス薄板研磨、保護テープ貼り	ステンレス薄板価格の下落による販売の様子見のため
96	製造業	マーク製造、プレス加工	特定の仕事について前年は時期的限定で受注できたが、加工方法を変えたため受注を逃した
97	製造業	電気設備用特殊金物	関西の景気が良くないので民間の設備投資が少ない。金利が低い、先の見通しが不安要素の多い事(景気より物価が高くなっている事も不安)
98	製造業	軍手製造・販売、ニット製造・販売	取引先販売量の減少
99	製造業	板バネを中心とした金属加工業	為替及び意図的な生産計画
100	製造業	食品軟包装資材(フィルム)の企画・製造・販売	消費減、食品製造業の受注減
101	製造業	給食運営受託・弁当製造配達	食生活・スタイルの変化
102	製造業	写真製版および金属エッチング加工	定期受注品の減少(物が売れないので生産調整されている)大手他社が単価を下げて小口を受注している
103	製造業	十字穴付タッピングネジ製造販売	景況感の急激な悪化による
104	製造業	非鉄金属加工業	競合他社に仕事を取られている
105	製造業	発泡ポリエチレン加工メーカー、包装資材、緩衝材加工販売	主に国内生産の減少(家電などの包装資材が多いため)ユーザーの業態転換など
106	製造業	金属熱処理加工(高周波焼入れ焼き戻し加工)	中国経済の減退、中近東の情勢不安、原油安、資源安(鉄鋼石や石炭)
107	専門サービス業	会計事務所	スポットでの仕事の減少(あえて受注しないようにした)
108	専門サービス業	税理士	取引先事業縮小
109	専門サービス業(士業の方)	会計税務コンサルティング	顧問先の廃業倒産、契約解除
110	専門サービス業(士業の方)	不動産仲介・投資顧問・不動産管理など不動産コンサルティング業、内装請負業、インテリア販売	昨年は、大型の取引物件を抱えており、順調に推移した。不動産の仕入れ数や質の低下より、売上の減少をもたらした。
111	通信情報業	ソフトウェア受託開発	期間の影響によるもので、景況感としては悪くない。
112	通信情報業	企業メーカーの製品ジャン倍促進	発注案件の減少
113	通信情報業	ソフトウェア開発	新商品、サービスの遅れ
114	通信情報業	ソフトウェア開発	東芝グループ企業関連からの受注伸び悩み
115	流通業(小売・卸含む)	トラックのワンストップサービス業	トラック車輛販売が景気不安定感とドライバー不足により入替・増車ともに減少傾向。
116	流通業(小売・卸含む)	塗料卸売り、製造販売	5月の落ち込みが激しかった。あくまで想像ですが震災の間接的な影響が出ているかも。
117	流通業(小売・卸含む)	建築材料販売業	建築現場の減少
118	流通業(小売・卸含む)	商社	大口設備投資が減少
119	流通業(小売・卸含む)	締結部品(ねじ・ねじ部品)卸売販売業	まとまった案件がない
120	流通業(小売・卸含む)	工業部品卸	微減、主要得意先の海外生産へのシフト、新規受注の伸び鈍化
121	流通業(小売・卸含む)	美容材料卸	得意先の売り上げ不振、社員数の減少
122	流通業(小売・卸含む)	カレンダー・粗品など企画卸売り	美容室理容室むけに粗品販売をしているが来店客数減少来店サイクル延長が続き買い控えが常態化している
123	流通業(小売・卸含む)		店舗数の減少
124	流通業(小売・卸含む)	工作機械 機械工具 FA機器 空調機器 販売	前期にプラント関係の特需があったため、一時的に売り上げUPとなった
125	流通業(小売・卸含む)	完成図書、電子納品作成、防災グッズ販売	競合が多く、見積もりで負けてしまう

126	流通業(小売・卸含む)	幼稚園制服、企業ユニフォーム、製造・販売	少子化
127	流通業(小売・卸含む)	LPガス卸、工事	暖冬
128	流通業(小売・卸含む)	被服販売業	職人の流出
129	流通業(小売・卸含む)	作業服および関連する小物の小売販売とルート営業。祭装束の小売販売	利益減、仕入先値上に対し、お客様に100%転嫁できない。新規客は増えているが、獲得の際に値段競争となる場合が多いので、新規が取れても利益率が低くなる。
130	流通業(小売・卸含む)	インテリア関連の輸入卸売・小売	需要の減少、競争過多、為替相場の変動
131	流通業(小売・卸含む)	アパレル小売販売業	熊本地震発生から消費マインド冷え込みがあるのでしょうか？特に高価格品の売上げ落ち込みがひどいです
132	流通業(小売・卸含む)	外壁塗料販売	消費税増税後、個人住宅着工件数減のため
133	流通業(小売・卸含む)	生花小売業	母の日の売上コントロール 売上より利益重視へ転換
134	流通業(小売・卸含む)	鉄工流通業	景況感悪化、自動車メーカー不正問題
135		デザイン、印刷全般、インターネットビジネスで、屋内用マグネット広告、屋外用マグネット広告、ポケットフォルダー(紙フォルダー)、証書ケースの印刷販売を展開中	ペーパーレスの為、印刷物の減少
136		プリント基板用金型製造	プリント基板の生産が減少している
137	その他	電気通信工事業	得意先での内製化、競合による粗利率の低下。得意先での主要PJの終了。
138	その他	フラワースクール	諸経費の増加

【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	19.2%	46	36.8%	55	44.0%	125
運輸業	9	42.9%	8	38.1%	4	19.0%	21
建築業	11	20.0%	15	27.3%	29	52.7%	55
製造業	74	33.9%	69	31.7%	75	34.4%	218
専門サービス業(土業の方)	10	13.7%	23	31.5%	40	54.8%	73
通信情報業	2	12.5%	7	43.8%	7	43.8%	16
流通業	28	30.4%	25	27.2%	39	42.4%	92
その他	4	28.6%	3	21.4%	7	50.0%	14
(空白)	0	0.0%	6	85.7%	1	14.3%	7
総計	162	26.1%	202	32.5%	257	41.4%	621

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	35	11.3%	1	0.3%	7	2.3%	19	6.1%	13	4.2%	11	3.5%	26	8.4%	8	2.6%	17	5.5%
運輸業	3	5.8%	0	0.0%	2	3.8%	0	0.0%	1	1.9%	0	0.0%	2	3.8%	2	3.8%	1	1.9%
建築業	19	13.5%	0	0.0%	9	6.4%	4	2.8%	5	3.5%	1	0.7%	6	4.3%	5	3.5%	5	3.5%
製造業	79	14.2%	12	2.2%	14	2.5%	13	2.3%	24	4.3%	7	1.3%	37	6.6%	35	6.3%	36	6.5%
専門サービス業(土業の方)	15	9.9%	0	0.0%	3	2.0%	10	6.6%	7	4.6%	2	1.3%	12	7.9%	0	0.0%	7	4.6%
通信情報業	3	8.3%	0	0.0%	3	8.3%	1	2.8%	1	2.8%	0	0.0%	4	11.1%	0	0.0%	1	2.8%
流通業	35	15.1%	0	0.0%	12	5.2%	17	7.3%	5	2.2%	4	1.7%	13	5.6%	14	6.0%	15	6.5%
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	9.4%	1	3.1%	0	0.0%	5	15.6%	1	3.1%	3	9.4%
(空白)	3	18.8%	0	0.0%	1	6.3%	1	6.3%	0	0.0%	0	0.0%	2	12.5%	0	0.0%	2	12.5%
総計	192	12.5%	13	0.8%	51	3.3%	68	4.4%	57	3.7%	25	1.6%	107	7.0%	65	4.2%	87	5.7%
業種	⑩	割合	⑪	割合	⑫	割合	⑬	割合	⑭	割合	⑮	割合	⑯	割合	⑰	割合	総計	
サービス業	8	2.6%	21	6.8%	43	13.8%	58	18.6%	14	4.5%	15	4.8%	13	4.2%	2	0.6%	311	
運輸業	2	3.8%	4	7.7%	12	23.1%	15	28.8%	2	3.8%	6	11.5%	0	0.0%	0	0.0%	52	
建築業	3	2.1%	8	5.7%	18	12.8%	23	16.3%	15	10.6%	16	11.3%	2	1.4%	2	1.4%	141	
製造業	15	2.7%	36	6.5%	67	12.0%	67	12.0%	51	9.1%	43	7.7%	19	3.4%	3	0.5%	558	
専門サービス業(土業の方)	1	0.7%	18	11.8%	28	18.4%	20	13.2%	4	2.6%	13	8.6%	11	7.2%	1	0.7%	152	
通信情報業	1	2.8%	2	5.6%	6	16.7%	8	22.2%	2	5.6%	3	8.3%	1	2.8%	0	0.0%	36	
流通業	6	2.6%	15	6.5%	35	15.1%	24	10.3%	3	1.3%	22	9.5%	11	4.7%	1	0.4%	232	
その他	0	0.0%	2	6.3%	2	6.3%	6	18.8%	2	6.3%	4	12.5%	2	6.3%	1	3.1%	32	
(空白)	0	0.0%	1	6.3%	2	12.5%	2	12.5%	0	0.0%	0	0.0%	1	6.3%	1	6.3%	16	
総計	36	2.4%	107	7.0%	213	13.9%	223	14.6%	93	6.1%	122	8.0%	60	3.9%	11	0.7%	1530	

- 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	72	20.5%	18	5.1%	21	6.0%	33	9.4%	22	6.3%	21	6.0%	18	5.1%	11	3.1%	41	11.7%
運輸業	10	15.9%	2	3.2%	6	9.5%	2	3.2%	2	3.2%	8	12.7%	1	1.6%	1	1.6%	13	20.6%
建築業	36	22.4%	18	11.2%	5	3.1%	12	7.5%	2	1.2%	15	9.3%	2	1.2%	3	1.9%	22	13.7%
製造業	115	18.6%	72	11.6%	75	12.1%	63	10.2%	44	7.1%	45	7.3%	11	1.8%	13	2.1%	46	7.4%
専門サービス業 (土業の方)	52	28.7%	12	6.6%	14	7.7%	9	5.0%	21	11.6%	10	5.5%	4	2.2%	5	2.8%	19	10.5%
通信情報業	9	23.1%	5	12.8%	2	5.1%	3	7.7%	5	12.8%	0	0.0%	2	5.1%	1	2.6%	5	12.8%
流通業	57	22.6%	11	4.4%	8	3.2%	30	11.9%	12	4.8%	22	8.7%	10	4.0%	5	2.0%	28	11.1%
その他	8	18.2%	3	6.8%	0	0.0%	3	6.8%	0	0.0%	3	6.8%	0	0.0%	1	2.3%	5	11.4%
(空白)	4	21.1%	2	10.5%	1	5.3%	3	15.8%	1	5.3%	3	15.8%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.3%
総計	363	21.0%	143	8.3%	132	7.6%	158	9.1%	109	6.3%	127	7.3%	48	2.8%	40	2.3%	180	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	45	12.8%	6	1.7%	9	2.6%	0	0.0%	0	0.0%	5	1.4%	7	2.0%	3	0.9%	16	4.6%
運輸業	12	19.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.6%	3	4.8%	1	1.6%	1	1.6%
建築業	24	14.9%	5	3.1%	4	2.5%	0	0.0%	0	0.0%	2	1.2%	0	0.0%	6	3.7%	3	1.9%
製造業	80	12.9%	9	1.5%	7	1.1%	2	0.3%	0	0.0%	3	0.5%	17	2.7%	7	1.1%	8	1.3%
専門サービス業 (土業の方)	25	13.8%	3	1.7%	2	1.1%	1	0.6%	0	0.0%	1	0.6%	0	0.0%	0	0.0%	2	1.1%
通信情報業	5	12.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	5.1%
流通業	37	14.7%	4	1.6%	3	1.2%	1	0.4%	0	0.0%	3	1.2%	5	2.0%	3	1.2%	12	4.8%
その他	7	15.9%	2	4.5%	4	9.1%	1	2.3%	0	0.0%	1	2.3%	3	6.8%	0	0.0%	2	4.5%
(空白)	0	0.0%	1	5.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.3%	0	0.0%	1	5.3%
総計	235	13.6%	30	1.7%	29	1.7%	5	0.3%	0	0.0%	16	0.9%	36	2.1%	20	1.2%	47	2.7%
業種	⑲	割合	⑳	割合	総計													
サービス業	0	0.0%	3	0.9%	351													
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	63													
建築業	0	0.0%	2	1.2%	161													
製造業	1	0.2%	1	0.2%	619													
専門サービス業 (土業の方)	0	0.0%	1	0.6%	181													
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	39													
流通業	0	0.0%	1	0.4%	252													
その他	0	0.0%	1	2.3%	44													
(空白)	0	0.0%	1	5.3%	19													
総計	1	0.1%	10	0.6%	1729													

- | | | |
|---------------|--------------|--------------|
| 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雇用調整 | |
| ⑦取引先・消費者ニーズ把握 | ⑮業種・業態転換 | |
| ⑧情勢と企業進路判断 | ⑯新規設備・規模拡大 | |

【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	今の戦力増加する。又新卒採用で基礎教育し人材を育てていく
2	サービス業	葬祭業
3	サービス業	介護サービス
4	サービス業	接骨院
5	サービス業	障がい者就労支援
6	サービス業	銀行業
7	サービス業	自動車販売、整備、生保損保代理店
8	サービス業	建築資材の販売及び施工、食育体験サービス業
9	サービス業	屋外広告業
10	サービス業	舞台美術、大道具施工等
11	サービス業	陳列ケース・宝飾催事関連商品、レンタル
12	サービス業	マッサージ業
13	サービス業	広告の企画・制作
14	サービス業	障害福祉サービス他
15	サービス業	就活シェアハウスの運営・管理
16	サービス業	教育、雇用支援、施設アウトソーシング
17	サービス業	コンピューターソフトウェア開発販売。自社販売管理パッケージの販売サポート
18	サービス業	FC加盟店舗の経営等
19	サービス業	デザイン業、コンサルティング業
20	サービス業	化粧品販売・エステティック
21	サービス業	ビルメンテナンス業
22	サービス業	認知症高齢者デイサービス
23	サービス業	旅行会社
24	サービス業	障害者福祉サービス事業
25	サービス業	自動車整備業
26	サービス業	障害者福祉サービス
27	サービス業	重電機器の設置・点検
28	サービス業	中小企業向け情報システムの開発
29	サービス業	印刷企画及び包装デザイン
30	サービス業	総合広告代理業
31	サービス業	クリーニング業
32	サービス業	人材育成、教育事業
33	サービス業	デザイン広告・ハウスクリーニング・遺品整理
34	サービス業	損保・生保募集
35	サービス業	不動産賃貸業 不動産仲介

36	サービス業	異業種協同組合(共同購入事業・外国人技能実習生受け入れ・労働保険事務委託)	社員能力の向上をはかり、新規事業及び販路拡大に取り組める体制づくり
37	サービス業	通関業及び関連する業務全般	営業できる社員を新たに採用するのではなく、既存の社員でできないか検討し始めている。 経営指針を愚直にやるしかない。
38	サービス業	広告・販促の企画デザイン	重要取引先の深堀
39	サービス業	印刷物・WEBのデザイン制作	現在、システム開発を構築中ですが、秋のリリースに向けての告知。新規事業の立ち上げを夏に控えており、プラン・仕組みづくりの構築。新規事業および販路拡大により、人材確保が必要。
40	サービス業	産業廃棄物処理	社員共育
41	サービス業	PC総合サポート	営業拡大するには、人員が不足しているため人材確保が必要。
42	サービス業	法人の海外出張の旅行手配・サポート	既存事業の維持・拡大をしっかりと行うと共に、計画している新規事業を軌道に乗せる
43	サービス業	廃棄物処理業	新規事業の立ち上げ
44	サービス業	生命保険・損害保険販売	付加価値の向上
45	サービス業	人材コンサル	社長の教育
46	サービス業	情報サービス	営業時間の確保
47	サービス業	広告制作業	営業力の拡大と社員教育
48	サービス業	コンサルタント事業	新規分野、顧客開発に注力する
49	サービス業	婦人服販売	ブランドの低迷より閉鎖店舗が拡大するなか、現状店舗数の維持と異業種を模索する。
50	サービス業	土地活用企画立案・駐車場管理・自動販売機設置・管理	検討中です。
51	サービス業	総合人材サービス業 ① 一般労働者派遣事業 厚生労働大臣許可(般27-300049) ② 有料職業紹介事業 厚生労働大臣許可(般27-ユ-300398) ③ 業務請負事業 ④ 環境に配慮した製品の提案・販売 EcoLEDz事業エコレッツ「LEDの提案販売」	人材の採用 社員能力のアップ 新規事業の立ち上げ
52	サービス業	行政、大学のサービスの下請け	既存顧客に提供しているサービスの満足度向上
53	サービス業	WEB企画・制作、写真撮影・編集、	新規受注、新規取引先及び保守契約の増加 補助金等中小企業向け支援策の情報入手
54	サービス業	広告制作業	新規顧客の獲得と利益率の確保
55	サービス業	業務ソフトウェア開発	営業スタイルの確立
56	サービス業	ビル・マンションの管理、インテリアデザイン 企画・施工・監理	絶対的間売り上げを向上するには、全社一丸となって新規顧客開拓が急務であると考えます。
57	サービス業	人材派遣業	新規取引先開拓
58	サービス業	賃貸マンション	ニーズに合ったリフォーム
59	サービス業		安定的に経営していくために新規事業を確立して経営の柱を構築する。このことでの色々な働き方が可能であると考え、雇用、定着が好転する考える。
60	サービス業	IT 技術サポート、ホームページ制作	新規サービスの開発と協業会社の模索、既存分野の営業強化等(ただし人手がない…)
61	サービス業	引越し、遺品整理、不要品回収などの力仕事や、各種代行業務などの在宅支援	毎月売り上げの見越せるお得意様や企業様と契約する

62	サービス業	婚礼衣装レンタル・式場相談	現状業務に係わる新規事業運営のスピードアップ・業務の見直しによる生産性UP構築・社員満足度の向上と社員教育によるサービス営業力の強化。
63	サービス業	エステティックにおけるフェイシャル・ボディなどの技術・サービスの提供、又化粧品販売	近い将来人員増員を検討したい、その為には、移転による規模拡大も視野に入れて考えていかなないと考えている。
64	運輸業	陸送業、ロードサービス業	収益の2本柱を増やしたい
65	運輸業	運輸・倉庫	既存の業種業界への営業はもちろんのこと、異業種への営業をする為に社員の能力UP、スキルアップを準備して行う
66	運輸業	運送業	トラックの入れ替え、幹部社員の教育
67	運輸業	運送業	業界全体の人材不足が課題
68	運輸業	一般貨物自動車運送事業	異業種グループへの交流で自分のスキルアップをしたい
69	運輸業	重量物のトラックやトレーラーによる運輸	機械などを生産するメーカーを増やす事
70	運輸業	運輸 倉庫 流通加工、保育園	異業種への参画、拡大
71	運輸業	一般貨物自動車運送業・物流作業	採用を積極的におこない全体の売上をする
72	運輸業	一般貨物事業所	社員能力を上げて営業をしていく
73	運輸業	地場中心の配送	稼働率アップを目指しての営業強化
74	建築業	空調設備工事	売上を伸ばすための営業強化
75	建築業	店舗設計、施行、住宅リフォーム、介護病院施設内装	若い社員を育て、新しい販路を増やし、企業をよりよく継続する
76	建築業	リフォーム工事業	人材採用
77	建築業	木造住宅、新築リフォーム工事	不動産業の立ち上げ、職人育成
78	建築業	建設業等	取引先と売上が前期より上昇したが、新規参入を増やす必要がある。また、必要経費の増加に伴う、安定財政が課題です
79	建築業	電気工事業	資金確保
80	建築業	看板、サイン等デザイン・設計・施工	既存客・新規顧客ともに営業の強化
81	建築業	新築、リフォーム、リノベーション 施工、設計、不動産	社内の一丸体制を確立することで、モチベーションアップ。顧客へのサービス向上の為、商品の開発を行う。
82	建築業	塗装業を中心に建設全般	一人一人のスキルアップ
83	建築業	電気工事業、電気通信工事業	新システム工事受注
84	建築業	太陽光発電設計・施工リフォーム工事	経費の削減
85	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、社内一丸体制のしくみを確立しようと努力しています
86	建築業	建築設計	他社や他業種とのコラボ等
87	建築業	塗装工事業	経営理念、中長期計画見直し
88	建築業	建築、新築、リフォーム、カフェ経営	社員の人間力アップ
89	建築業	空調、給排気集塵等のダクト製作、取付工事	3名の新入社員が入りました。仕事を覚えてもらい、早く一人前になってもらう事。
90	建築業	リフォーム、排水管洗浄、外溝洗浄、落書き洗浄	仕組づくりの充実
91	建築業	新築、リフォーム、建築全般	全社的な目標の明確化ができておらず、各支店でバラバラなところがある。経営理念や計画の見直しが急務
92	建築業	建築施工管理業	事業継承に伴い内部環境を強化していく必要があるため。

93	建築業	住宅障害者施設の新築リフォーム	現在建築業が不振なんで自社での仕事作り。色々なルートから市場性のない物件を譲り受けリフォームして障害者法人に借りて貰う。高齢者のシニアハウスを開始。障害者法人と協力して物件入居者募集をする。
94	建築業	マンション、戸建住宅のユニットバス、システムキッチン組立工事	新たに人事評価制度をもうけ、従業員さんのモチベーションアップを図る。BtoCのリフォーム事業部門を立ち上げる
95	建築業	電気工事業	社員の能力アップのため教育に力を入れる
96	建築業	電気工事業	企業進路の判断、方向性
97	建築業	プラント設備の製作据付配管	景気が微妙な状況(悪化している)なのでなるべく早く仕事を確保すること。
98	建築業	建築現場において安全、工程、品質、原価を管理し、工事を完成させる	人材の採用
99	建築業	建設業	今の業に付随した新しい業を考えている。営業時にお客様が困っていることやこんなサービスがあればなど聞かせていただき、新たなサービスを考える。
100	建築業	タイル及び住宅設備機器の販売、施工	数年先の柱となる新規顧客の開拓と人材の確保
101	建築業	電気設備工事業	既存の得意先だけでは受注件数・金額がこれまでに比べ乏しいため。
102	建築業	電気工事業	社員採用教育
103	建築業	電気設備工事	利益率は良くなってきているので顧客数を増やすこと、対応できる社員の成長が必要。
104	建築業	建設業リホーム、増改築、メンテナンス	会社として新しい節には入ったと思われる次期幹部を育てている
105	建築業	電気工事業	新規取引先の獲得を積極的に行いたい。
106	建築業	総合建設業	25~30歳人材の確保
107	製造業	ちょうちんの製造加工	通常取引先も高齢になり需要の拡大が見込めない為
108	製造業	ガラス加工販売	営業力強化のため、ホームページの改訂
109	製造業	化粧雑貨、健康食品製造卸	販売強化と社員の能力アップ
110	製造業	オフセット印刷・製本	景気の停滞感をどう考えるか。同打開するか
111	製造業	きな粉・香辛料・青のり等の製造	自社ブランドの知名度アップ
112	製造業	印刷	違う業態を社内プロジェクトを組んで取組んでいます
113	製造業	金属製造	新規設備の導入を考えているので、配置転換を含め人材採用が重要になる。
114	製造業	スクールアルバム製造・会社案内等の製造	人材育成については継続して取組んでいきたい
115	製造業	銘板製造・看板製造	人とのつながりを大切に
116	製造業	刷毛・ブラシ・塗装用品製造j販売	顧客満足の追求
117	製造業	工場設備の電気設計、施工、工事、調整等	実務効率のUPと社員の意識の改革
118	製造業	アルミ材を専門に加工する鋳金製缶業	今ある顧客数だから今の売上なら、顧客数を増やせばいい
119	製造業	ポリウレタンゴムの製造・販売	新規事業の立ち上げと海外取引、人材育成
120	製造業	面削から機械加工、研磨まで全加工の内製	営業力を拡大しつつ、重要取引先を増やす
121	製造業	プラスチック板加工業、製品化し、主にインターネット販売	現在、取扱品での新製品開発、販路開拓。サービス生産、販売など強みを生かした戦略。
122	製造業	精密部品製造	既存の取引先の受注が先細りになってきています。取引先も営業努力されていますが、需要が減っているようです。弊社の新規取引先は急務です。ですが、人財が育ちません。仕事があってもできない状況もあります。人財が育てば生産性UPはやりやすくなるのですが。

123	製造業	めっき、電着塗装、アルマイト等の表面処理加工	常にニーズを把握できるようにし、提案営業ができるように心がける。右肩上がりに売上を伸ばすのが難しい時代なので、常に経費節減で利益確保を心掛ける。
124	製造業	金属加工業、CNC自動旋盤	すべては仕事確保に重点を置き、価格に繋げるための技術力と生産力を身に付ける
125	製造業	樹脂成形品及びプレス品の製造販売	生製品の海外委託分が、スムーズに廻っていないので、現在の問題点を解消し、ロスを無くす動きをする
126	製造業	精密射出成形	開発声援などに注力し、受注品の付加価値化を目指す
127	製造業	綿材製品加工。鋼材加工。ステンレス加工。	営業及び販売
128	製造業	プラスチック金型の製品部の加工、彫刻	感性を磨く
129	製造業	軟質ビニール製品の製造・販売(主に、車検証ケース)	個人経営から、長く継続できる企業へのチェンジ。ものづくりの仕事としての今後のビジョン。
130	製造業	板金加工	自社製品の販売
131	製造業	切削機加工、省力機設計製作	設備を増設し、そちらの機械に人員を移動したため、既存の機械の職人がなくなったため、人材の採用が必要で、さらに新しい機械の稼働率を上げるために、社員の能力アップが必要不可欠になっている。
132	製造業	精密機械加工	10年前から取引品の単価を見直す
133	製造業	アルミ製品のオーダーメイド	製造業といえども、営業力の大事さを感じる。製造職を営業に育てる多能工化の必要性を感じる
134	製造業	金属加工業	採用及び能力評価と育成
135	製造業	建築金物製造販売	新卒者を定期採用できる経営計画を立て、それを進めていく
136	製造業	パーツフィーダー(部品連続整送機)を主体とした振動機とマグネットの応用省力装置の設計製作メーカーとして	生産性UPのため、ユーザーの需要を効率よく聴く
137	製造業	ガラス加工	ネット販売
138	製造業	金属溶接加工、NC旋盤加工	新規取引先を増やす
139	製造業	樹脂版を使用しての販売促進等の制作加工	他の業界からの受注の為営業
140	製造業	EM(タレパン)レーザーによる複合加工にて精密部品から組立てまで可能です。	産学連携での新商品開発を行い、そこからのつながりで、新規開拓を強化する
141	製造業	ねじ、ナット自動車、電子部品等の金属検査装置	技術力の強化
142	製造業	金属プレス加工	客先が2社しかなく不安。チームワークを良くして仕事の効率を上げた
143	製造業	塗装業	5年、10年後のビジョンに向かって行くには、工場を移転しないとなかなか実現できない
144	製造業	オフィス家具類製造販売	老朽化した設備更新の必要性に迫られる
145	製造業	機械部品製造業	技術の引き継ぎなどをスムーズにしていける仕組みづくり
146	製造業	機械部品、製造修理	自社の技術を本当に必要としている会社を大切にする
147	製造業	鋼材(鉄)の販売、加工、切断、曲げ加工品の販売。加工取次	今夏、新しい機械が入荷され、生産性が大幅にあがります。メインバンクと借入金一本化を進めており、長期借入が新たにできるようになる
148	製造業	電気亜鉛めっき、金属表面処理業	ISO取得会社として社員一人ひとりが、そのルールを守り、気付きの目を持ってくれるような人材育成を目指しています。まだまだ、リーダーシップを取ってくれる人材が少ないので、意識改革から力を入れていきたいと考えています。人は会社の宝なので、まずは社員教育に力を注ぎたいと思っています。
149	製造業	金属プレス加工	営業担当者を1名新規雇用、営業強化
150	製造業	カットソーのOEM生産メーカー	営業手法の基本に戻って足で稼ぐ
151	製造業	食品機械製造販売	客先要求に対応するための人材強化

152	製造業	制御システム製造販売 及びリチウムイオン電池製造販売	エネルギー事業部の一人立ちが出来ると、体質改善が進むので力を注ぐ
153	製造業	食品製造業	新工場建設
154	製造業	充電器の製造	資金確保
155	製造業	ウェス製造販売	こまめにユーザーを回っていく
156	製造業	水処理ろ過装置の販売	需要に対して社員の能力が追いついていないので社員教育と人材の採用に力を入れる。
157	製造業	別注家具	技術力の強化にこだわりすぎず、平行して営業力もつけること
158	製造業	化学プラント機器設計、製造、配管	今期、新規採用するので、全社一丸となって教育し、みんなでレベルアップしていきたい。
159	製造業	婦人インナー製造販売	従来から繰り返し行ってきたが、なかなか成果が上がらない。どうしたらいいか苦労している。
160	製造業	紙器・紙製品の製造	社員教育と生産体制の見直しで生産効率のアップ、新商品開発で価格競争に巻き込まれない
161	製造業	自動車用フロアマット	社員・取引先の仕事の質向上
162	製造業	金属工作油剤製造販売	2多様化する顧客ニーズに素早く対応するとともに技術力を強化し需要の拡大を計る。4情報収集による市場動向を調査し販路を拡大、展示会での新規顧客の獲得
163	製造業	化粧品製造販売	販路拡大として新規直営店の出店
164	製造業	マーク製造、プレス加	本業とは別の業態を模索中
165	製造業	金属表面処理業	現在お取引を頂いている部門から他の製造部門(工場)に当社と当社の製品、実績など紹介していただく。
166	製造業	軍手製造・販売、ニット製造・販売	新たな販売ルートの確保
167	製造業	各種歯車及び歯車関連部品の製造・加工	社内に様々な仕組みが定着しつつあり、生産効率や若手社員の成長が感じられます。今後、重要取引先を増やして更なる生産アップを目指していきます。
168	製造業	太陽光パネルの販売	施策の変更に伴う情報収集力の強化
169	製造業	印刷、デザイン	新規開拓のために生産性UPと技術の向上
170	製造業	紳士シャツ製造業	海外販路の構築
171	製造業	ステンレス製バルブ、継手等の製造	企業の力は人と考え、採用、教育に力点を置いている
172	製造業	横編みニット製造業	従来の取引先のマーケットが縮小している。そのために商品開発しても売上げがあがらない
173	製造業	シール、ラベル、その他商業印刷、企画製造販売	お客様あつての会社なので絶えず新しい機械を大切にしていきます。満足いく商品を提供することで3と5は必然です。
174	製造業	食品軟包装資材(フィルム)の企画・製造・販売	若手社員の採用
175	製造業	カバン企画・製造・販売	新商品開発による自社商品展開(現在はOPM活動)
176	製造業	ビニル電線の製造販売	設備の老朽化に伴い生産性効率も落ちてきている。又受注ロットが減ってきているため生産効率も悪い。営業製造個の教育に注力したい
177	製造業	金属板金加工	自社商品の開発
178	製造業	金属表面加工処理	航空分野への参入
179	製造業	レーザー切断、製缶、圧縮機の製造販売	技術の伝承がなかなか進まない現状をなんとかしないといけないと思いい、社員教育からはじめ基本的な所で技術の伝承の必要していますが、思うように進まないのが現実です
180	製造業	給食運営受託・弁当製造配達	地域との関わり、福祉関連、環境関連ビジネスへ参入
181	製造業	銅パイプ加工および、ロウ付加工	ロウ付技術の向上強化
182	製造業	工業機械部品製造	人材確保
183	製造業	写真製版および金属エッチング加工	営業の連携および担当得意先の情報交換。異業種への新規開拓。得意先の他部署や他担当へのアプローチ
184	製造業	フレキシブルシャフト製造	隙間製品を狙う
185	製造業	十字穴付タッピングネジ製造販売	情報共有による生産効率のアップを図る
186	製造業	線香製造販売	分散していた倉庫を本社近隣にまとめ効率化を図る

187	製造業	冷間鍛造金型メーカー	社員のスキルアップ
188	製造業	事務用品製造	売上の向上
189	製造業	発泡ポリエチレン加工メーカー、包装資材、緩衝材加工販売	優良顧客に対して安定した対応により、増収増益を目指す。対応による付加価値を提供して顧客目線でのサポートを完成させる。他者ができない対応をする。
190	製造業	金属熱処理加工(高周波焼入れ焼き戻し加)	改善による生産性向上、工数低減による競争力強化、新規顧客の拡大・売上向上・設備の老朽化による設備更新が課題
191	製造業	金属加工(製缶・板金)	新規顧客開拓(展示会出展など)により顧客ニーズ発掘を行い技術課題(ニーズ)を社内にてとりくむ
192	製造業	工業用ガスバーナーの製造	社員の能力を適切に分析し、生産性を上げることに注力します。
193	製造業	金属熱処理、塗装、表面処理	既存事業の磨き上げを行いながら、現在進行中の新規事業や今後の設備投資について判断し実行していく1年になる。
194	製造業		新規装置の開発・量産化
195	製造業	プラスチックブロー成形業	品質管理を徹底することで人材育成を図り、社内に仕組みと体制を構築する。
196	製造業	金属製の部品(自動車部品等)や金型をお預かりして硬く強くしてお返しする。	社員能力アップはQCサークル活動の復活、個人目標管理制度の活性化、教育・訓練の強化でやっていく。
197	製造業	鋼板の加工販売	新規開拓
198	製造業	金属加工業	特許出願に伴う、製品の開発・製造・販売
199	製造業	光学硝子製造業	固定費削減と新規顧客と新製品創造は常に必要な組織活動です。
200	製造業	衣料品製造販売	創業90年をむかえるが、メイドインおおさか、メイドインジャパンのものづくりを全面におしたてて、企業そのものをブランド化していきたい。そのために、積極的に弊社とその製品を国の内外に広める取り組みを強
201	製造業	プラント設備設計	少子高齢化対策にそった企業作り
202	製造業	金属製品製造・溶接	新規品を素早く立ち上げることが出来る技術力をアップしていく。
203	製造業	アルミ合金の切削加工	生産効率アップ
204	製造業	油圧シリンダー・配管継手及び各種産業機器部品の製造	産学連携の強化
205	製造業	金属加工業	営業力強化
206	製造業	工業用プラスチック 切削加工	工業関連のニーズが縮小していく中で、小ロットでも利益の出せるよう付加価値を高める必要がある。現在自社の強みを発揮できる新規分野の顧客開拓と並行し、更に強みとなる技術を深めて行く事が課題点
207	製造業	プラスチック切削加工業	社員のスキルアップで技術・品質の向上により、顧客からの信頼度を上げていく。
208	製造業	金属プレス加工 板金溶接加工	熟練技能者の技術継承、これから先の雇用確保、重要取引先の拡充
209	製造業	金属切削加工	慢性的な人手不足
210	製造業	金属バネ(丸線バネ材)設計・製造・販売。線径0.14mmから6.0mmまでのバネ材を自動機にて成形。以外の線径は手造り又は協力工場にて成形。	社員の意識向上(地域密着企業)の為に、会社周辺の清掃、挨拶等を今まで以上に実行する。
211	製造業	食品製造、販売	20代、30代の社員が欲しい。
212	製造業	電子部品(プリント配線板)、樹脂・金属薄板製造、加工、販売	プリント配線板以外の売上比を上げて売上の浮き沈みを少なくする
213	製造業	別注建築金物製作	社員の意識改革
214	製造業	金属プレス加工	組織を強化したい
215	製造業	機械部品加工	生産効率化を図ります
216	製造業	ダンボールケース製造業	展示会でのフォロー営業
217	製造業	金網及び関連製品の製造と販売	新入社員の採用と既存社員も含めての社員教育。製品開発と差別化。

218	製造業	プラスチック板加工業及び製作販売	販売の強化として販売先を拡大(店舗数を増やすための営業)や主となっているインターネット販売も強化(販売店舗の増加やSNSの活用)します。新事業の開拓。3Sへの取り組みから、事業見直し。
219	製造業	ゴムコンパウンド(ゴム工業製品をプレス成型するための材料)の生産及びゴム資材の販	特異性のある材料の開発により競争を避ける。
220	製造業	別注金物製作	受注が重なったとき人手不足で対応しきれない。
221	製造業	制御盤製造・電気配線工事	経営計画の見直しは必須
222	製造業	金属表面処理(サンドブラスト加工)	自社の技術をもっと、具体的に分かるように展示会、展示場、HPでの表現方法の見直し。
223	製造業	板金	会社の若返りと技術力の向上
224	製造業	粉体輸送機・集塵機等の製造及び水処理装置の製造	中途採用の検討
225	製造業	ワイヤー加工	設備の老朽化とあわせて、さらなる生産効率を上げるため、設備の改良を検討中。 人員もやや不足気味なこともあり、設備を改良できる技術を持った人員を採用予定。 営業としては顧客へ提案を強化中。
226	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LabVIEWアプリケーションの設計・製作、画像検査システムの開発・設計・製作をハード/ソフト一貫してモノづくりするメーカー	1. タイ、ベトナムを中心としたASEAN諸国への販路開拓 2. 画像検査システムの新たなラインナップである微細欠陥検査装置の開発 3. 共育委員会主催による毎週2回のモノづくり人材育成を意識した社内勉強会の開催(5つのテーマ:H/W設計プロセス、S/W設計標準化、H/W設計基礎、顧客について学ぶ、経営者の学びの共有)および社外勉強会への積極的な参加
227	製造業	搬送機械の設計・製造	組織管理体制の見直し、新規顧客の開拓
228	製造業	印刷・ウェブ・デザインの企画・制作	新規得意先の獲得は問題ありません。その顧客に対する提案力・商品力を向上したい。
229	製造業	コンピュータ関連装置の開発・製造	新自社商品の開発
230	製造業	物流支援省力機器製造販売	売り上げアップを目標に人員補強、生産性効率アップを重点課題としています。
231	製造業	樹脂押出成形金型の製造販売	企業内で人づくりを進めて、企業体質の強化を行う
232	製造業	製缶、板金加工 産業用機械製造	情報の見える化、共有化をさらに進めていきたい
233	製造業	各種ポンプ製造販売	新卒採用を検討
234	製造業	別注スチール家具・什器、精密板金加工部品の設計製造	生産性向上を真剣に追及すること
235	製造業	照明器具用プレス板金加工	競合他社との価格と技術力差により新規注文が一部減少
236	製造業	プラスチック射出成形	売上アップにつながるための対策
237	製造業	福祉用品の製造販売業	営業力、技術力の強化が早急の経営課題であり、且つ、生産性のUPが経営を磐石にすることと考えている。
238	製造業	射出成形金型の開発	新規顧客確保と社内仕組み整備
239	専門サービス業	税務会計、財務コンサル他	1件割、増額になるような新しい取り組み検討
240	専門サービス業	会計・経理	自社を知ってもらう営業
241	専門サービス業	社会保険労務士	繁忙期には外注に依頼する
242	専門サービス業	設計事務所	営業力の拡大と社員能力に関連性が高いため、社員の能力向上が重
243	専門サービス業	社会保険労務士	事務所の付加価値を上げる
244	専門サービス業	会計事務所	13についてオーバーワークを是正し、ゆとりをもった運営にしていきたい

245	専門サービス業	企業の税務・会計業務の受託、国内外の企業税務リスクに対するコンサルティング、キャッシュフロー改善を実現する財務コンサルティ	業務の標準化を進めることで、社員能力のアップをはかる。海外取引、海外進出に対する税務アドバイスサービスを強化する。
246	専門サービス業	税理士事務所	生産性をあげ、専門性をアップし単価を上げたい。顧客を増やすべく情報発信を増やしている。
247	専門サービス業	税務会計業務	サービスの高品質化等
248	専門サービス業	税理士	お客様が求める新しいサービスの提供
249	専門サービス業	税理士事務所	時間あたりの粗利を増やす
250	専門サービス業	税理士業	商品の改定(月次決算書、自社の経営計画書)、方向性が一致する社員の採用
251	専門サービス業	経営コンサルタント、IT業	パートを採用する
252	専門サービス業	建設コンサルタント(都市計画・まちづくりに関する計画、建築、土木・造園に関する計画、設	新人社員、若手社員、幹部社員のバランスのとれた組織づくり
253	専門サービス業	不動産賃貸・仲介・管理業	飲食業で新企画を進めています
254	専門サービス業	シンクタンク、コンサルタント	積極的な人材の確保、長期労働時間の改善によるワークライフバランスの実現
255	専門サービス業	税理士業	税理士科目合格者の採用、社内勉強会の充実、人事評価制度
256	専門サービス業	税理士	上記3つを同時並行的に関連づけて実施していく。
257	専門サービス業	歯科医療	対個人なのでスタッフ1人1人の魅力をもっと引き出す。
258	専門サービス業(土業の方)	弁護士業	金融機関ルート維持及び開拓
259	専門サービス業(土業の方)	会計事務所	新規先の開拓と人材育成です。今年に入り、新規先開拓、苦戦しています。
260	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士の業務	営業力アップと人の体制整備をここ数年の課題として取り組んでいます。
261	専門サービス業(土業の方)	公認会計士業務	幹部候補の育成
262	専門サービス業(土業の方)	行政書士事務所	業務の受注量が増えているため、これを処理する人材の採用と教育が必要です。今後は定期的な採用をしていきたいと思ひます。
263	専門サービス業(土業の方)	税理士	金融商品や取引形態、法律や通達など野取扱が日々変転するため、これらに対応する資料の収集が日々の課題。さらに収集した資料を職員に周知するなど課題が多い。そういう点では情報が商品の形でもあることから、情報収集い力点が置かれている。
264	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士	現在自宅が事務所、業務拡大につき、事務所移転、雇用を検討中
265	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士業	DM等、地道に営業活動を進めようと思っている。
266	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士業、中小企業診断士業	サービス向上
267	専門サービス業(土業の方)	司法書士業	北九州本店の売上減少に歯止めをかける
268	専門サービス業(土業の方)	経営コンサルティング	自社サービス内容をこれまで以上に明確化し、顧客へのアピールを強化する。
269	専門サービス業(土業の方)	税理士業	当社の方針に合う社員の採用
270	通信情報業	ソフト開発	人材の採用教育
271	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。
272	通信情報業	パソコンメンテナンス事業	クラウド化しているので新事業を展開していく必要がある
273	通信情報業	ソフトウェア開発	社員の潜在的な能力の引き出しと管理者が出来る社員の育成

274	通信情報業	ソフトウェア開発	新卒採用と教育
275	通信情報業	コンピュータのシステム設計及び開発、保守、販売	定期的な売り上げ確保のため、パソコン保守契約を増やしていきたい。
276	通信情報業	Webサイト制作・Webシステム構築・ITコンサルタント	新規事業立ち上げについて積極的に行っているが、人材確保ができずに、展開が中途半端になり苦しんでいる。既存社員ではキャパを超えているため、アウトソース含めて、人材確保をどのようにするか検討して
277	流通業(小売・卸含む)	健康食品・化粧品等の卸売業	大阪府の景気が悪いように感じています。他府県へ進出して売上確保を目指しています。
278	流通業(小売・卸含む)	安全衛生用品製造卸	海外事業を立ち上げた。まだ出費ばかりだが軌道に乗せたい。また、新規販路への動きが活性化している。既存事業の行きづまりを感じており、新しい動きを活発化している。また、それによる人材の育成も。
279	流通業(小売・卸含む)	トラックのワンストップサービス業	景気低迷時だからこそ、人材確保と社員教育に力点を置く。
280	流通業(小売・卸含む)	塗料卸売り、製造販売	既存ユーザーへの新サービスの展開
281	流通業(小売・卸含む)	衣服・雑貨卸売り	人手が足りないので採用活動を強化する
282	流通業(小売・卸含む)	機械工具の販売	人材能力の向上
283	流通業(小売・卸含む)	総合ギフト商品の卸・小売り	地域企業との取引先をもっと増やしていくこと
284	流通業(小売・卸含む)	建築材料販売業	今後業種の変換を検討
285	流通業(小売・卸含む)	商社	社員教育
286	流通業(小売・卸含む)	コーヒーの焙煎加工、珈琲・食品の卸売、珈琲専門店のフランチャイズチェーンの主宰、WEB通信販売	経営指針書の成文化 PDCAを回す
287	流通業(小売・卸含む)	生産財総合商社	社内が若返りをしたための社員共育と同時に新卒雇用「来春」
288	流通業(小売・卸含む)	締結部品(ねじ・ねじ部品)卸売販売業	会社としての体をなす。社員が一丸となり集中できる要素を強みにする
289	流通業(小売・卸含む)	喫茶卸、珈琲豆焙煎小売り	販路を広めるため、技術力をあげ、自社の強みを作る。
290	流通業(小売・卸含む)	工業部品卸	新卒採用
291	流通業(小売・卸含む)	家電製品販売及び電気/空調設備設計、施	人材教育/レベルアップ/ありがたい/社の環境整備
292	流通業(小売・卸含む)	美容材料卸	ビジネスモデルの見直しをする必要を感じている
293	流通業(小売・卸含む)	カレンダー・粗品など企画 卸売り	ペット業界 地方独立系ホテルを 新規開拓
294	流通業(小売・卸含む)	機械工具卸および電気工事(防犯カメラ、LED、太陽光含む)	新規事業(防犯カメラのコンサル事業)に集中して展開予定であり、自社HPの立上を予定している。メディアミックスでの販促をしながら、丁寧に営業活動し、得意先を増やしていきたい。
295	流通業(小売・卸含む)		社員の雇用確保と社員定着率のアップ
296	流通業(小売・卸含む)	ファスナー商品、精密機械販売	販売強化
297	流通業(小売・卸含む)	卸売	会社は人が育つと伸びる。人への投資が必要
298	流通業(小売・卸含む)	園芸小売業	手作業の仕事なのでいかに技術に価値を感じていただて価格に反映できるか
299	流通業(小売・卸含む)	事務機器販売・及び内装工事	社員の営業力拡大・能力アップ

300	流通業(小売・卸含む)	医薬品、化粧品、日用品の店舗販売及びネット販売	人材育成、社員教育、社内一丸
301	流通業(小売・卸含む)	コーヒーワイン小売・卸	新規事業の安定化のため、人材を育成していく
302	流通業(小売・卸含む)	包装資材卸	今期以降は間違いなく悪化することが予想される。取引先の動向を見極めなくてはならない
303	流通業(小売・卸含む)	アイスクリーム卸	市場を開拓する
304	流通業(小売・卸含む)	中古車販売業	新規出店(7/1北大阪店オープン)、池田市にて
305	流通業(小売・卸含む)	薄鋼板の切断、小売リ(シャーリング)	営業戦力が社長のためのため専務である自身が積極的に営業活動を行い、経験を積まなければならない。社内全体が、世代交代の時期にあ
306	流通業(小売・卸含む)	工作機械 機械工具 FA機器 空調機器 販	内勤の業務を1人減らしたい
307	流通業(小売・卸含む)	ニット生地卸	ジリ貧になってきているので、新規活路を見出したい
308	流通業(小売・卸含む)	衣料品、衣料雑貨の輸入、卸	新商品開発と新規販路開発を同時に実施する
309	流通業(小売・卸含む)	ステンレス鋼材卸売業	良い営業マンをいかに確保出来るかです。
310	流通業(小売・卸含む)	古紙の集荷・選別・加工販売	新卒採用を中心に社員の質の向上による企業力アップ
311	流通業(小売・卸含む)	幼稚園制服、企業ユニフォーム、製造・販売	よい商品を作り、各社員が今以上の能力を発揮してもらえたら、必ず営業力も上がっていくだろうし、お客様からの信頼もできてくる。
312	流通業(小売・卸含む)	一般医薬品、健康食品等の卸売販売	新規事業、新規販路の拡大
313	流通業(小売・卸含む)	電気材料販売	技術力アップ
314	流通業(小売・卸含む)	ギフト品通販業	社員教育の充実
315	流通業(小売・卸含む)	ポリエチレン袋の販売	人材を確保により社員の能力が上がれば、会社は上向きになるはず
316	流通業(小売・卸含む)	中古トラックの販売、中古部品販売	1,4,10をやるのみ
317	流通業(小売・卸含む)	オーガニックの農産物と無添加、無保存料の加工品の宅配と卸	農業生産法人⇒6次産業化
318	流通業(小売・卸含む)	菓子製造、販売	手作業なので、人材育成が最重要
319	流通業(小売・卸含む)	鋼材販売	短納期
320	流通業(小売・卸含む)	被服販売業	総合的な業務が遂行できる人材の育成
321	流通業(小売・卸含む)	作業服および関連する小物の小売販売とルート営業。祭装束の小売販売	今後も人材育成に重きを置く。
322	流通業(小売・卸含む)	化粧品、雑貨販売。和装製品製造卸	新製品の市場導入
323	流通業(小売・卸含む)	インテリア関連の輸入卸売・小売	新規分野での参入
324	流通業(小売・卸含む)	建築金物、建築資材専門卸売り	新規販路拡大のため営業力、会社全体のスキル向上
325	流通業(小売・卸含む)	アパレル小売販売業	現状メンバーの能力向上を通じて売上&利益のアップをはかる
326	流通業(小売・卸含む)	外壁塗料販売	工事本体を受注
327	流通業(小売・卸含む)	セキュリティ機器の販売	関東にも売り先を求める

328	流通業(小売・卸含む)	建築設備向けの配管資材を卸売りしています	現状の人員で社員個人の能力アップを図り、営業人数の改善を図っています。リフォーム業務の比較改善(売上利益の拡大)により収益改善を図っています。
329	流通業(小売・卸含む)	鋼材の加工 及び 販売	研修(外部、社内)
330	流通業(小売・卸含む)	鉄工流通業	社長、幹部社員の後継者作りのための社員教育と人材採用
331	その他	障害福祉サービス	消防法上の使用期限対策のため、新用地獲得
332	その他	人材派遣、主に倉庫業などしている会社に入れさせてもらっています。運送も少しづつやらしてもらっています	人材の確保、それから教育、ほぼそれだけで頭がいっぱいです。人が集まればまわせる準備はしているのでそこをなんとかしたいです。
333	その他	エンジニアリング業	将来的に安定した組織にするための人材確保と採用
334	その他	保険業	社員が7名中、3名が退職するため計画見直しが必要
335	その他	メンテナンス業務、鍛圧機械、板金機械	人材の強化。技術力・人材採用
336	その他	空調設備、機器販売、施工、設計、修理	人材の採用により受注確保・売り上げ増
337		プリント基板用金型製	ツーリング部品の超精密平面研削技術の確立
338		デザイン、印刷全般、インターネットビジネスで、屋内用マグネット広告、屋外用マグネット広告、ポケットフォルダー(紙フォルダー)、証書ケースの印刷販	ペーパーレスの為、既存の得意先の売上が減少。インタービジネスで徐々に拡張しているが、減少幅に増加幅が追いついていない。今後、インタービジネスを拡大していけば、人材が不足するので人材採用も検討しなければならない。
339		ガラス造形作品の制作・施工・販売。教室、および、展示会等開	今期は、受注の安定性と受注増を課題とし、営業力の拡大に取り組みたいと思っています。

特別項目【1】賃上げについて 今期の賃上げの状況

Q2	実施	割合	実施を検討している	割合	賃金圧縮を考えている	割合	予定なし	割合	総計
サービス業	38	29.9%	25	19.7%	0	0%	64	50.4%	127
運輸業	6	26.1%	10	43.5%	0	0%	7	30.4%	23
建築業	21	36.2%	14	24.1%	0	0%	23	39.7%	58
製造業	107	48.2%	49	22.1%	3	1%	63	28.4%	222
専門サービス業	30	43.5%	12	17.4%	0	0%	27	39.1%	69
通信情報業	7	50.0%	2	14.3%	0	0%	5	35.7%	14
流通業(小売・卸含む)	39	41.5%	24	25.5%	1	1%	30	31.9%	94
その他	6	37.5%	5	31.3%	0	0%	5	31.3%	16
(空白)	2	28.6%	0	0.0%	2	29%	3	42.9%	7
総計	256	40.6%	141	22.4%	6	1%	227	36.0%	630

賃上げの理由について(前問で「実施」「実施を検討している」と回答された方)

Q2	収益の改善	割合	人材の確保	割合	業界の動向	割合	社員のやる気アップ	割合	その他	割合	総計
サービス業	12	15.8%	20	26.3%	2	2.6%	41	53.8%	1	1.3%	76
運輸業	2	10.5%	8	42.1%	0	0.0%	9	47.4%	0	0.0%	19
建築業	7	15.9%	7	15.9%	1	2.3%	27	61.4%	2	4.5%	44
製造業	32	16.3%	38	19.4%	5	2.6%	116	59.2%	5	2.6%	196
専門サービス業	13	24.1%	9	16.7%	1	1.9%	28	51.9%	3	5.6%	54
通信情報業	0	0.0%	2	16.7%	2	16.7%	8	66.7%	0	0.0%	12
流通業(小売・卸含む)	7	9.1%	16	20.8%	1	1.3%	48	62.3%	5	6.5%	77
その他	3	21.4%	4	28.6%	2	14.3%	5	35.7%	0	0.0%	14
(空白)	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	2	66.7%	0	0.0%	3
総計	77	15.6%	104	21.0%	14	2.8%	284	57.4%	16	3.2%	495

賃上げが難しい理由について

Q2	収益の悪化	割合	人材の過剰	割合	景気先行きの不透明感	割合	設備投資の実施	割合	その他	割合	総計
サービス業	14	28.6%	1	2.0%	28	57.1%	1	2.0%	5	10.2%	49
運輸業	2	25.0%	0	0.0%	3	37.5%	1	12.5%	2	25.0%	8
建築業	9	39.1%	0	0.0%	12	52.2%	0	0.0%	2	8.7%	23
製造業	28	36.8%	1	1.3%	37	48.7%	6	7.9%	4	5.3%	76
専門サービス業	0	0.0%	1	6.3%	8	50.0%	1	6.3%	6	37.5%	16
通信情報業	2	50.0%	1	25.0%	1	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	4
流通業(小売・卸含む)	13	44.8%	1	3.4%	12	41.4%	3	10.3%	0	0.0%	29
その他	2	40.0%	1	20.0%	2	40.0%	0	0.0%	0	0.0%	5
(空白)	4	66.7%	1	16.7%	1	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	6
総計	74	34.3%	7	3.2%	104	48.1%	12	5.6%	19	8.8%	216

特別項目【2】熊本・大分の震災の影響について

Q2	直接影響があった	割合	間接的に影響があった	割合	特に影響は無かった	割合	総計
サービス業	4	3.0%	12	8.9%	119	88.1%	135
運輸業	1	4.3%	1	4.3%	21	91.3%	23
建築業	0	0.0%	5	8.6%	53	91.4%	58
製造業	6	2.7%	47	21.1%	170	76.2%	223
専門サービス業	0	0.0%	0	0.0%	72	100.0%	72
通信情報業	1	6.3%	1	6.3%	14	87.5%	16
流通業(小売・卸含む)	5	5.3%	24	25.3%	66	69.5%	95
その他	0	0.0%	2	12.5%	14	87.5%	16
(空白)	0	0.0%	0	0.0%	9	100.0%	9
総計	17	2.6%	92	14.2%	-46- 538	83.2%	647

特別項目【3】補助金・助成金の活用について

(1)活用について

Q2	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	総計
サービス業	50	40.7%	7	5.7%	42	34.1%	24	19.5%	123
運輸業	6	28.6%	0	0.0%	13	61.9%	2	9.5%	21
建築業	13	22.0%	2	3.4%	25	42.4%	19	32.2%	59
製造業	125	56.1%	16	7.2%	63	28.3%	19	8.5%	223
専門サービス業	20	30.3%	1	1.5%	36	54.5%	9	13.6%	66
通信情報業	7	58.3%	0	0.0%	4	33.3%	1	8.3%	12
流通業(小売・卸含む)	29	32.2%	5	5.6%	36	40.0%	20	22.2%	90
その他	7	43.8%	0	0.0%	6	37.5%	3	18.8%	16
(空白)	1	12.5%	4	50.0%	2	25.0%	1	12.5%	8
総計	258	41.7%	35	5.7%	227	36.7%	98	15.9%	618

①実際に活用している ②申請をしたが採択できなかった ③情報を知っているが申請をしていない ④情報を知らない

(2)情報をどこで得たか

Q2	行政	割合	同友会	割合	金融機関	割合	顧問・取引先	割合	その他	割合	総計
サービス業	25	25.3%	23	23.2%	8	8.1%	31	31.3%	12	12.1%	99
運輸業	2	10.5%	3	15.8%	0	0.0%	9	47.4%	5	26.3%	19
建築業	6	15.8%	10	26.3%	4	10.5%	9	23.7%	9	23.7%	38
製造業	69	33.8%	45	22.1%	32	15.7%	39	19.1%	19	9.3%	204
専門サービス業	23	41.1%	12	21.4%	3	5.4%	7	12.5%	11	19.6%	56
通信情報業	5	38.5%	4	30.8%	1	7.7%	2	15.4%	1	7.7%	13
流通業(小売・卸含む)	7	10.4%	30	44.8%	7	10.4%	17	25.4%	6	9.0%	67
その他	3	23.1%	1	7.7%	2	15.4%	5	38.5%	2	15.4%	13
(空白)	1	20.0%	0	0.0%	1	20.0%	2	40.0%	1	20.0%	5
総計	141	27.4%	128	24.9%	58	11.3%	121	23.5%	66	12.8%	514

※特別項目【3】-（1）で、情報を知らないと回答された方以外で集計しています。

(3)申請していない理由

Q2	適したものが無い	割合	採択のハードルが高い	割合	準備の手間がかかる	割合	その他	割合	総計
サービス業	25	41.0%	8	13.1%	26	42.6%	2	3.3%	61
運輸業	6	46.2%	2	15.4%	4	30.8%	1	7.7%	13
建築業	19	48.7%	5	12.8%	10	25.6%	5	12.8%	39
製造業	29	32.6%	21	23.6%	32	36.0%	7	7.9%	89
専門サービス業	26	63.4%	1	2.4%	12	29.3%	2	4.9%	41
通信情報業	3	42.9%	1	14.3%	3	42.9%	0	0.0%	7
流通業(小売・卸含む)	18	41.9%	6	14.0%	13	30.2%	6	14.0%	43
その他	1	20.0%	0	0.0%	2	40.0%	2	40.0%	5
(空白)	1	50.0%	1	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	2
総計	128	42.7%	45	15.0%	102	34.0%	25	8.3%	300

(4)主な活用内容

Q2	教育・雇用	割合	新規事業・研究開発	割合	設備投資	割合	その他	割合	総計
サービス業	29	49.2%	16	27.1%	11	18.6%	3	5.1%	59
運輸業	3	50.0%	1	16.7%	2	33.3%	0	0.0%	6
建築業	7	50.0%	3	21.4%	4	28.6%	0	0.0%	14
製造業	33	20.2%	42	25.8%	86	52.8%	2	1.2%	163
専門サービス業	10	52.6%	6	31.6%	1	5.3%	2	10.5%	19
通信情報業	6	85.7%	1	14.3%	0	0.0%	0	0.0%	7
流通業(小売・卸含む)	16	39.0%	12	29.3%	13	31.7%	0	0.0%	41
その他	4	66.7%	1	16.7%	1	16.7%	0	0.0%	6
(空白)	2	33.3%	0	0.0%	4	66.7%	0	0.0%	6
総計	110	34.3%	82	25.5%	122	38.0%	7	2.2%	321

※特別項目【3】-（1）で、実際に活用している・申請をしたが採択されなかったと回答された方