

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7月～9月期）

期間：2016年8月5日～2016年9月14日

対象者：2550名

回答数：684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 5 : 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7月～9月期を元にご回答下さい)

(1) 売上・利益の動向について、該当する項目に○印をつけてください

①売上	前期比(4月～6月期)： 増 ・ 横 ・ 減	前年同期比： 増 ・ 横 ・ 減
②利益	前期比(4月～6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. 採用状況

●採用状況について

新卒採用(2017年4月卒)見込みについて該当する項目をお選び下さい。

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

中途採用の状況について該当する項目をお選び下さい

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

パートの採用状況について該当する項目をお選び下さい。

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

2. 夏季賞与について

●支給について

1. 支給する(した) 2. 支給しない 3. 未定 4. 該当なし

●前年度の夏季賞与との比較について

1. 増額 2. 同額 3. 減額 4. 昨年は支給をしていない

●支給理由

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 ()

大阪府中小企業家同友会

定点景況調査集計結果（2016年7月～9月期）に対するコメント

大阪産業構造研究会部長	音頭良紀
阪南大学経営情報学部准教授	菊池 航
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

経営指針の共有しつつ「全社一丸体制」を構築して乗り切ろう 短期的な改善傾向に惑わされることなく、中長期的展望に立った経営を

今回調査のポイント

1. 前期比からみると経営状況は改善傾向にあるが、下降傾向には歯止めがかかっていない。
2. 若年層の消費性向の変化・爆買の鈍化などにより、個人消費がいっそう縮小している。流通業において顕著な影響が発生している。
3. 新卒採用について、大卒・高卒とも人材確保が難航している。確保できた人材の定着・育成をどうはかるのか、企業理念・経営指針をベースに指導計画を。

1. データについて

今回（2016年7月～9月期）の景況調査データは、2016年8月5日～9月14日の間に回収されたものである。対象者2,550名に対し回答数は684名、回収率は26.8%であった。

2. 大阪同友会会員企業の景況について

(1) DI値の推移

DI値の推移をみると、売上・利益ともに昨期と比較すると改善傾向にある。具体的には、売上は2016年2期で5.4であった数値が、今期では8.1(+2.7)となっている。また、利益についても、2016年2期で3.3であったものが、今期では4.9(+1.6)となっている。なお、2015年3期、そして2016年2期と比較すると、売上(13.1,6.3)・利益(6.1,4.0)ともそれぞれ2.5、2.8と悪化する傾向にある。

個別業種のDI値について検討すると、売上については前期比でサービス業・建築業・流通業、前年同期比ではサービス業・建築業・製造業・専門サービス業・流通業がそれぞれ悪化ないしはマイナスへと転落している。しかし、運輸業・通信情報業のように改善傾向にある業種もあり、業種ごとの明暗が分かれている。同様に利益のDI値を検討すると、前期比では製造業・流通業がマイナス、サービス業が悪化している以外は、全ての業種で大きく改善傾向にある。前年同月期比では建築業が3期連続でマイナスを記録しているものの改善傾向にあるが、サービス業は3期連続で悪化している。建築業以外の業種では、業種ごとに期ごとにバラツキが大きい。

景況感のDIは全体としてマイナスであるが、個別にみると通信情報業・サービス業を除く全業種ではマイナス数値ながらも改善傾向にある。景況感先行きDIについても、数値こそマイナスであるものの、前期比では改善傾向にある。

これらのことから、会員企業においては前期と比較すると売上・利益とも改善傾向にはあるが、昨年と比較すると悪化したと考えているようである。Brexit問題、新興国経済の停滞、そしてそれらに由来する円高など、めまぐるしく変化する経済情勢の下で、売上・利益を確保することが従来よりも難しくなっているといえよう。

(2) 売上・利益動向

売上動向についてみると、前期比で「横ばい」と回答する会員企業が多数を占める。今期では「増加」と回答する会員企業が、「減少」と回答する会員企業を8.1ポイント上回っている。前年同月期と比較すると、「横ばい」が最多となるが、2015年3期は「増加」が「減少」を13ポイント上回っていたが、2016年3期では2.5ポイントと縮小している。同様に利益動向について検討すると、前期比・前年同月期比とも「横ばい」を最多とし、「増加」がそれに次ぐ。しかしながら、「増加」と「減少」の差は前期比で4.9、前年同期比で2.9ポイントにとどまる。両数値とも昨年と比較した場合、ポイント差は縮小する傾向にあり、経営環境は徐々に厳しさを増しているといえる。

個別業種の売上動向については、前期比で建築業・製造業・流通業で「減少」と回答する企業が「増加」を上回る。前年同月期比では、建築・製造・通信情報・流通の4業種で、「減少」と回答する企業が「増加」よりも多い。個別業種の利益動向は、前期比でみた場合には製造業と流通業、前年同月期比で建築業と流通業が「減少」と回答する企業が「増加」と回答する企業を上回っている。

売上が増加した企業においては、「営業力の強化・拡大(27.0%)」、「新規販路・新分野の開拓(15.6%)」、そして「技術力・サービスの強化(12.3%)」の3要因を主な増加要因としている。これらに次いで、今期では、「人材育成・採用の強化(10.5%)」がみられる。個別のコメントでは「既存顧客への細やかなサービス—いろいろな面で紹介され顧客へつながった(サービス業・1)」、「3年前から取り組んでいた新業種への種まき(製造業・62)」、「難しい加工へのトライ(製造業・94)」、「地道な人脈拡大(士業・120)」、「ひとつひとつ丁寧にサポート(通信情報業・140)」など会員企業の創意・努力があったことに加え、一部の会員で「社員の成長(サービス業・21)」、「人材育成による意識改革が生産性向上に結びついた(製造業・60)」などの要因が業績好転に作用している。また、「震災等による金物の受注増(製造業・88)」、「オリンピック市場の改善と大手企業の協力会社の困り込み(製造業・106)」など好影響を受けている企業がみられるが、「チャイナリスク(製造業・109)」、「関西・中部は低迷(製造業・95)」など慎重な見方やマイナス意識は依然として根強い。

一方、売上が減少したと回答した会員の減少に繋がった要因についてみていくと、「国内需要の減少(38.2%)」、「販売・受注価格の減少(19.7%)」、「他社との競合状態の悪化(16.4%)」を挙げる会員企業が多い。このうち運輸・建築・製造・流通の4業種で国内需要の減少、サービス業では販売・受注価格の減少を回答している会員が多くを占める。個別のコメントを確認すると、従来と同様に取引先の業務縮小・廃業・海外移転等によって国内の需要が減少していること、競合他社との価格競争の激化、他業種の景況悪化の波及を指摘する声がみられる。今期の特徴としては、「輸出減少(製造業・64)」、「金型受注の減少(製造業・84)」、「当社に限らず業界全体が縮小傾向(製造業・79)」、「特定の業種が下がっているわけではな、全体的に受注が下がっている(製造業・86)」、「西へ行くと悪いようだ(流通業・113)」など金属加工関係の会員企業で、業界全体の疲弊が強まっているとの声がある。また、「熊本地震・円高(製造業・46)」、「中国の景気後退(製造業・47)」があるように、自動車等の他業種の影響が間接的に出ている会員もある。なお、流通業に関しては、国内需要の減少が顕著となっている。従来ではみられなかった傾向であり、憂慮すべき状態であるといえる。

会員企業の努力により、短期的な経営状況は改善傾向にあると考えられる一方で、中長期的状況においては売上・利益ともに縮小・低下する傾向が強まっている。国際的には欧州経済に由来する先進国経済の混迷と新興国経済の停滞、国内的には熊本地震・自然災害や円高などによって、景気の先行きは不

透明感を増している。東京オリンピックによる特需など一部に明るい兆しがあるものの、関東地方以外には波及していない。西日本に関しては、熊本地震の影響も出ているために、厳しい状態は継続しているといえよう。

(3) 投資計画・経営上の問題点・対応策

投資計画について、多くの会員企業においては現状での投資計画は持ち合わせていない。個別の業種については、運輸業の一部で投資意欲が多少みられるものの、旺盛といえる状況にはない。

経営上の問題点としては「従業員の確保（14.3%）」、「社員教育（13.4%）」、「民間需要の停滞（12.5%）」、「幹部社員の不足（8.5%）」、「全社一丸体制の確立（8.0%）」5項目を回答する企業が多かった。これらへの対応策については、「営業力の拡大（20.6%）」、「社員能力のアップ（13.6%）」、「人材採用（11.6%）」、「新規販路・分野開拓（8.9%）」、「技術力の強化（7.9%）」を5項目挙げる企業がみられる。2015年3期と比較すると、民間需要の停滞に対する警戒感が強まっている。しかし、好調なパフォーマンスを維持している会員企業では、人材採用や採用した人材の教育・指導的社員の不足が課題となっている。一方で、需要の停滞に悩む会員企業は、営業力や技術力を強化することで経営の安定化を目指している。さらに、どちらの企業似も共通する課題として、全社一丸体制を確立し、企業の業績向上を目指す様子が窺い知れる。

今期の特徴としては、昨年に引き続き人手不足・人材採用に関する記述がみられること、そして採用した人材をどう教育・育成するかという記述が具体的に述べられていることであろう。時期的に採用活動を実施している会員が多いためでもあろうが、採用した人材を育成することの重要性が会員企業に共有されてきたこともあるだろう。また、営業戦略・経営戦略に関する記述が多くみられるが、同友会の目指す経営指針の作成・社内での共有を意識したコメントが散見されることも特徴的である。具体的なコメントとしては、「他社に負けないサービス、商品開発を。人材育成（サービス業・12）」、「会社の理念、および目標を社員にきっちり伝える。意識を変える（建築業・87）」、「受注可能な仕事はあるが、人手不足で受注できない。人材の採用と育成に力点を置きたい（建築業・97）」、「新卒採用するので、教育と定着に力を据えたい（製造業・126）」、「コア人材を確保すること（製造業・209）」などがみられる。中小企業では人材確保が難航しており、確保した人材をいかに育成して定着させるかが困難となっていることがわかる。一方で、「企業は人なり。新規事業を立ち上げるにも、営業所を新設するにも、任せられる人材がいなければ成り立たない（製造業・228）」という言葉に象徴されるように、ある程度事業承継や事業の展望を念頭に置いている会員もいるが、「中小企業における人材育成は待ったなしという価値観を経営者にもってもらうこと（土業・269）」のように厳しい意見もみられる。

3. 特別項目について

今回の調査では、特別項目として2017年採用新卒・中途・パート等の人材採用、夏期賞与について尋ねた。

人材採用については、各項目とも「募集していない」が最多の回答となった（新卒：69.0%、中途：55.5%、パート：70.9%）。採用を希望している企業でも、「募集通りの採用」ができていたとする会員企業は各採用枠の全体の10%程度にとどまり、「募集の半分」や「採用が難しい」と回答する企業が残りの割合を占め、昨年度同様に人材確保が難航している様子がうかがえる。業種別に検討すると、昨年度は新卒・中途採用で順調に採用できていた通信情報業を含むすべての業種で、いずれの採用枠でも人材確保が難航している。個別に検討すると、新卒については31%の企業が新卒採用を希望しているが、

「募集通りの採用」を見込める企業は9.1%であり、「募集の半数」採用・「採用が難しい」とする企業が、21.8%となっている。中途採用についても44.5%の企業が採用を希望しているが、「募集通り」10.6%、「半数」11.2%、「採用が難しい」23.0%である。パートについても30%弱の企業が採用を希望しつつも、「募集通り」9.7%、「半数」9.0%、「採用が難しい」10.0%と厳しい採用状況が垣間見える。

なお、人材採用活動をしている会員企業に限って再集計した結果をみると、希望通りに採用ができていない会員は20~30%程度にとどまり、新卒採用では70.5%、中途採用では76%の企業が希望通りの採用がかなわないと回答している。中小企業の人材確保がさらに難しさを増していることが明確となった。

昨年の第3期でも人材確保について特設項目として調査しているが、そこでも指摘したとおり人材確保は難航している。今年度の新卒採用についても大手企業へと集中する傾向が見られ、かつ大卒採用については昨年度から2ヶ月前倒しとなった。結果として、大手企業・中小企業の採用活動次期が重なることとなり、前年度よりも一層不利となった。これから高卒採用の時期となるが、景気動向が不透明さを増す中で、大手企業に人気集中することが予想される。

夏期賞与については、回答した会員企業の63.2%に当たる407社が支給している。支給した企業のうち、83.4%が前年と同額以上の賞与を支払っている。とくに、38.5%に相当する156社は増額を達成している。支給理由については、「社員のやる気アップ」が55.9%にのぼり、次いで「収益の改善」の24.8%となった。

現在、政府与党からは、中小企業においても給与支給の増額を求める要請がなされているが、それに対応したものではないとはいえ、会員企業の努力により一定程度達成されていることが判明した。しかし、全ての企業で対応できるわけではなく、政府与党は中小企業の自主的な努力に頼るのではなく、給与支給額の増額を達成できるように、積極的な支援が必要となろう。また、間接的な支援として大手企業に対する下請取引のガイドライン遵守等、コンプライアンス指導の徹底が求められる。くわえて、最低賃金の上昇も検討されているが、他項目でも述べたとおり、企業の収益確保が困難になりつつある状況では、より慎重な対応が求められる。

(文責：和歌山大学経済学部准教授 藤田和史)

大阪同友会定点景況調査集計2016年7月～9月期

期間:2016年8月5日～9月14日

684名回答

(サービス業:145名 運輸業:24名 建築業:58名 製造業:225名 専門サービス業:78名
通信情報業:23名 流通業:93名 その他:21名 空白:17名)

【1】.以前までとの比較

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

(1)売上に関して

DI値推移

前期比

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	3期
サービス業	14.7	13.1	9.2
運輸業	-16.7	0.0	29.2
建築業	3.4	5.2	0.0
製造業	3.7	-1.3	2.3
専門サービス業	33.8	14.5	30.8
通信情報業	54.5	0.0	17.4
流通業	-3.2	4.0	-5.5
統計	9.3	5.4	8.1

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	3期
サービス業	17.6	10.3	7.5
運輸業	-18.2	-8.7	21.7
建築業	-11.5	7.3	-3.6
製造業	8.9	-3.8	-4.2
専門サービス業	40.9	47.0	34.2
通信情報業	42.9	-6.7	-4.3
流通業	3.4	2.2	-11.9
統計	10.9	6.3	2.5

(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	3期
サービス業	11.1	8.1	2.8
運輸業	-8.3	4.3	29.2
建築業	-1.7	-5.2	3.4
製造業	-8.3	3.9	-2.7
専門サービス業	25.8	10.7	29.9
通信情報業	36.4	-18.8	26.1
流通業	-1.1	-2.0	-8.7
統計	3.0	3.3	4.9

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

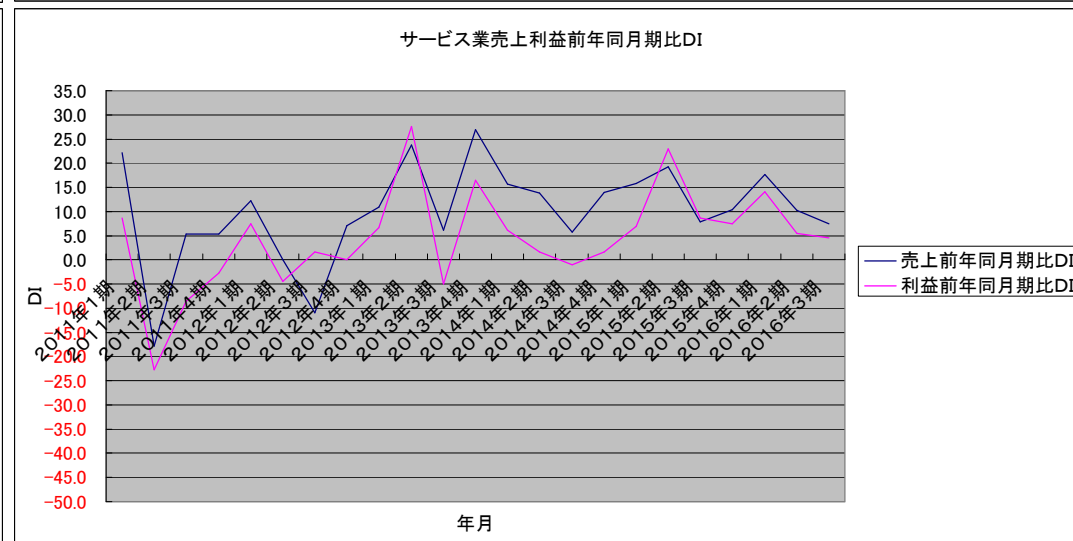
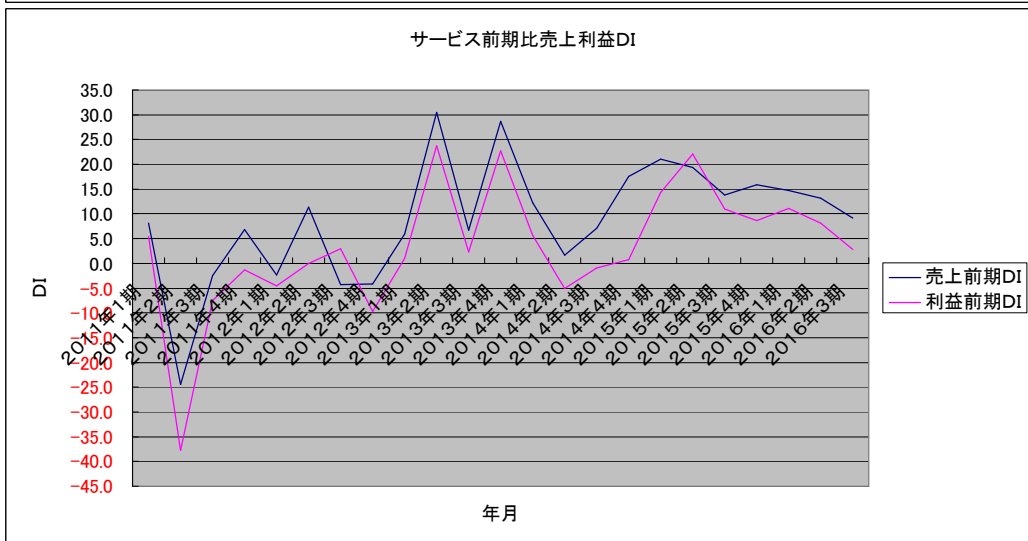
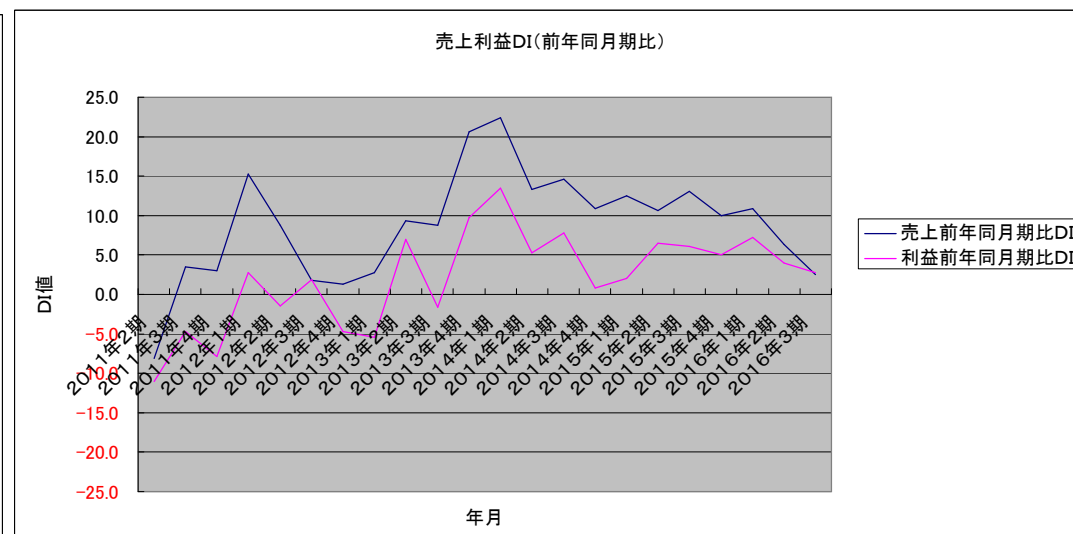
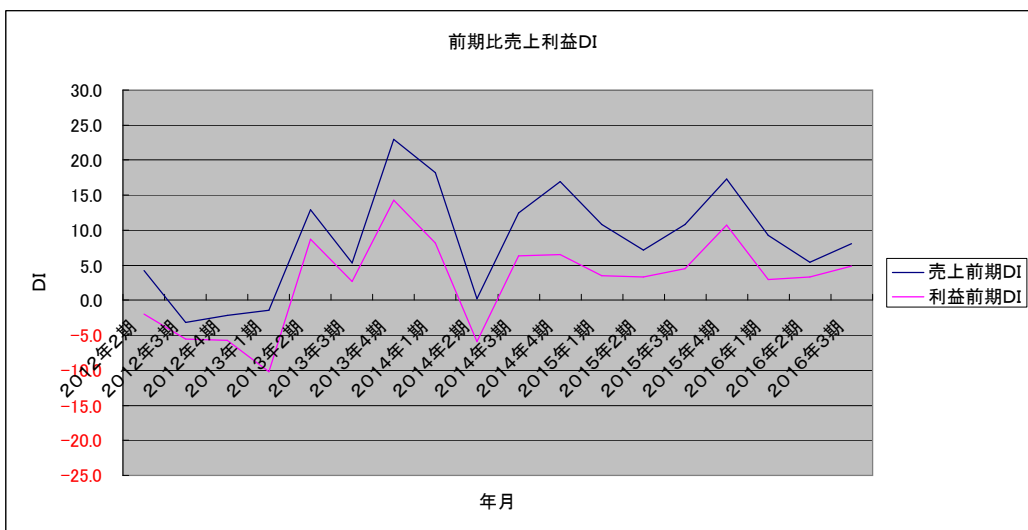
	1期	2期	3期	4期
サービス業	6.1	1.7	-1.0	1.7
運輸業	45.5	11.1	0.0	21.4
建築業	28.9	5.7	27.5	14.6
製造業	15.3	8.4	3.4	-4.1
専門サービス業	18.6	41.5	28.3	19.6
通信情報業	50.0	0.0	8.3	-18.8
流通業	13.5	-16.4	8.8	-18.8
統計	13.5	5.3	7.8	0.8

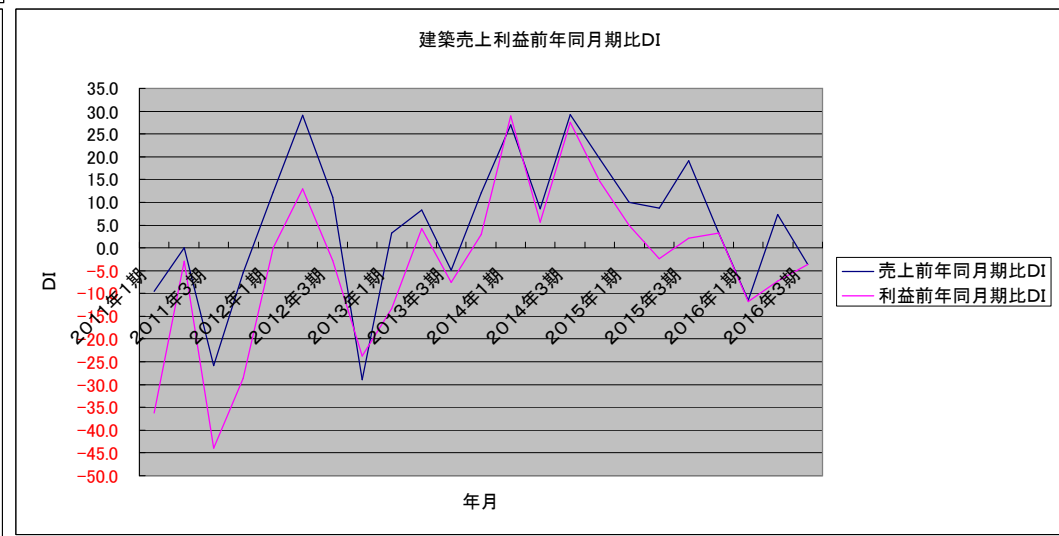
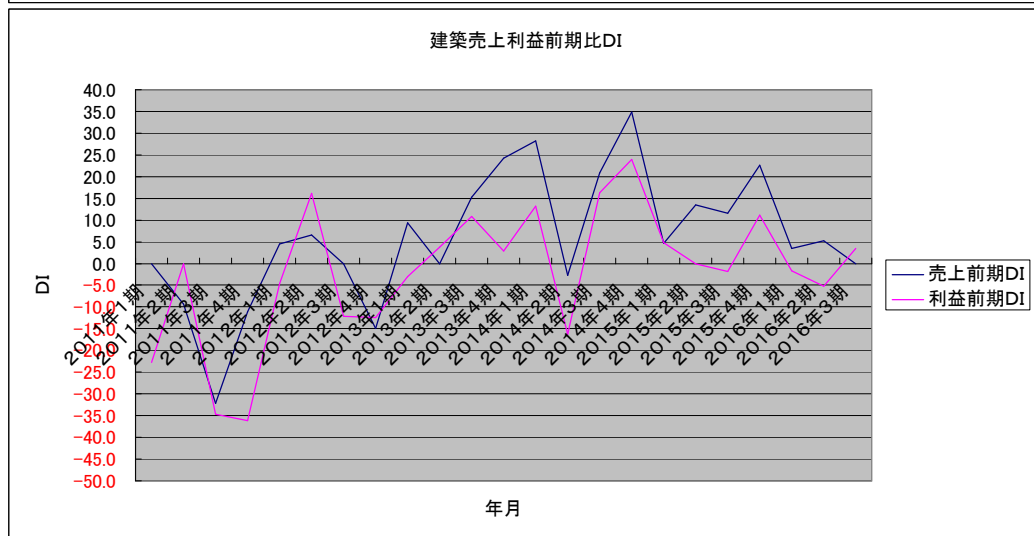
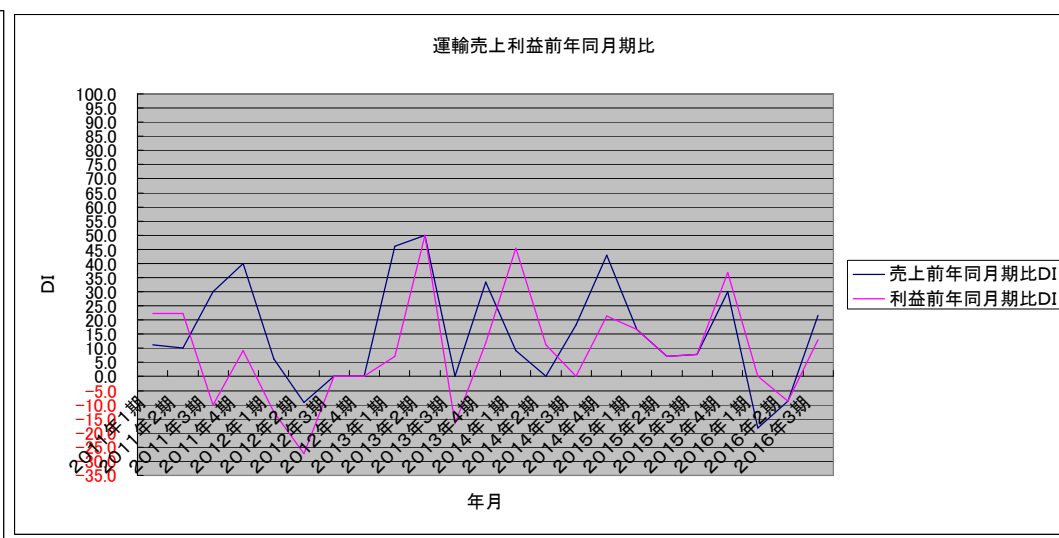
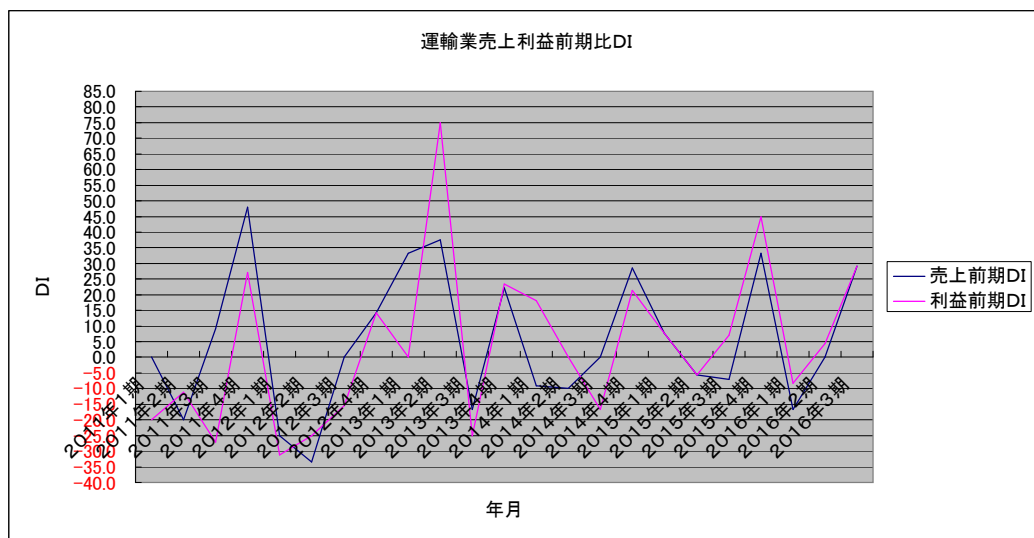
2015年

	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

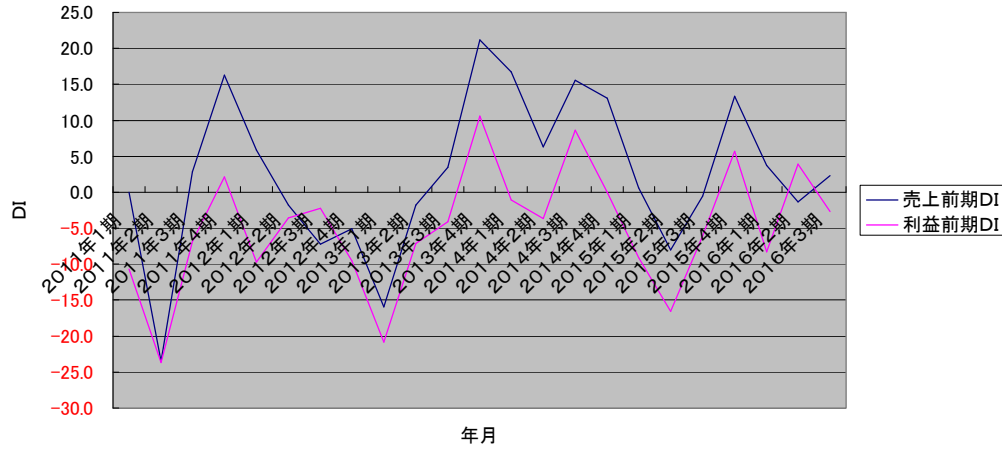
2016年

	1期	2期	3期
サービス業	14.1	5.5	4.5
運輸業	0.0	-8.7	13.0
建築業	-11.8	-7.3	-3.6
製造業	3.8	0.0	1.4
専門サービス業	31.3	38.8	27.8
通信情報業	28.6	-20.0	8.7
流通業	0.0	3.2	-12.9
統計	7.2	4.0	2.8

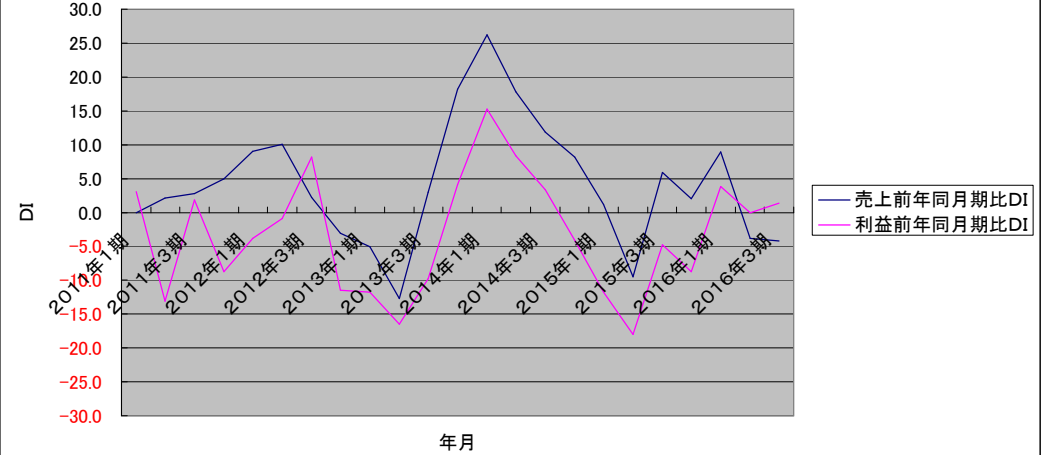




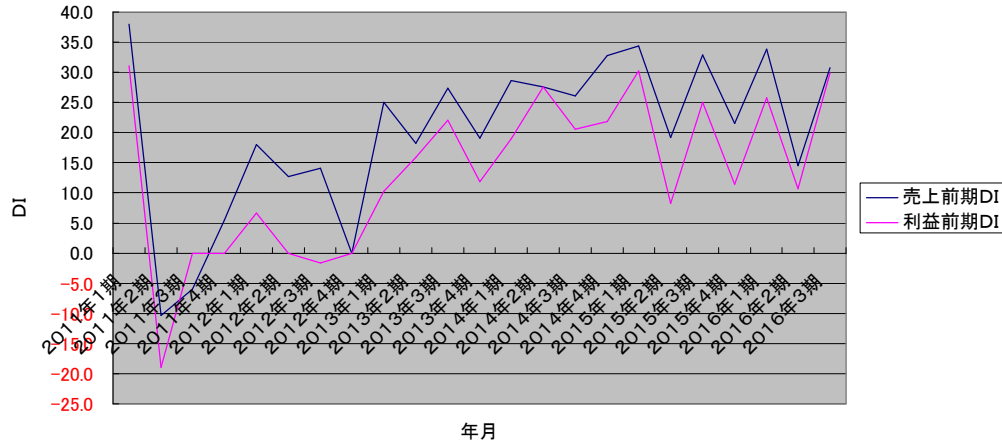
製造売上利益前期比DI



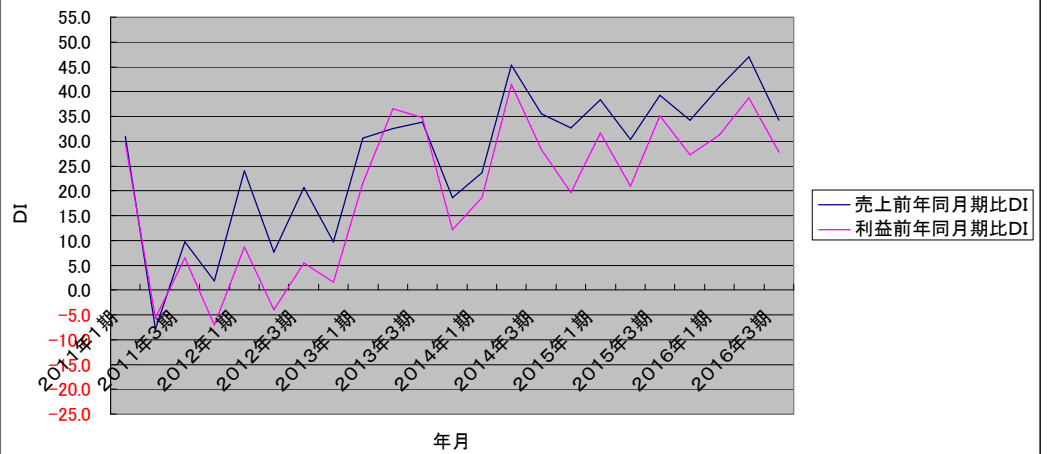
製造業売上利益前年同月期比DI



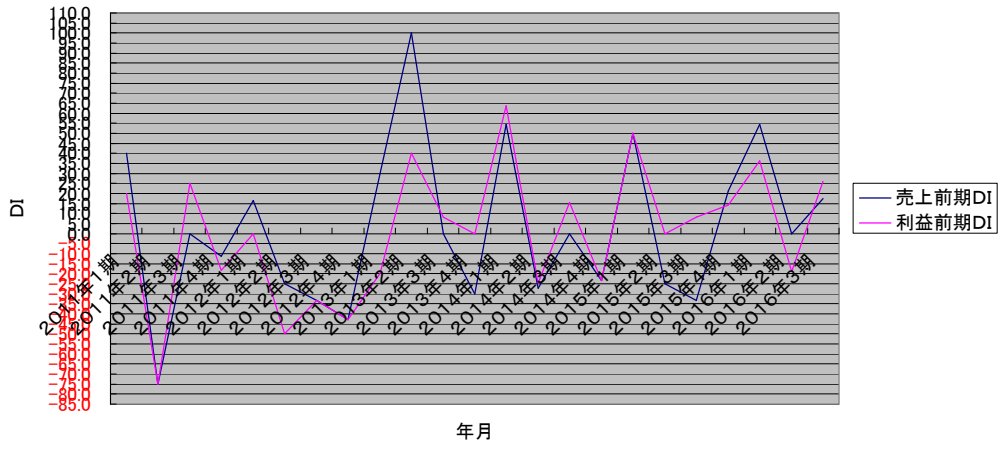
専門サービス売上利益前期比DI



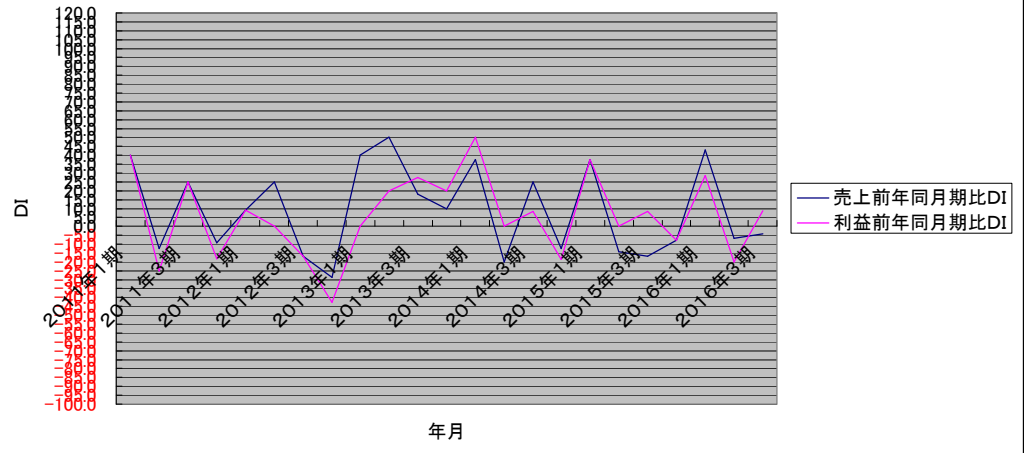
専門サービス売上利益前年同月期比DI



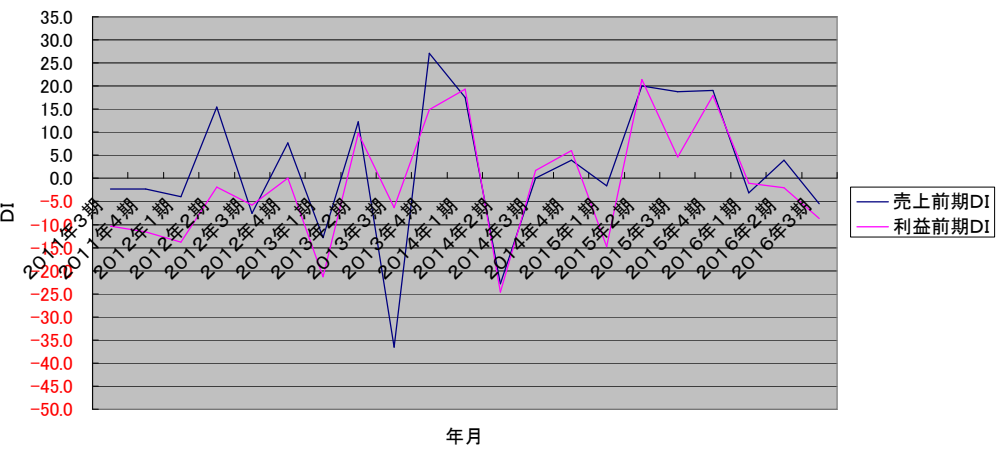
通信情報売上利益前期比DI



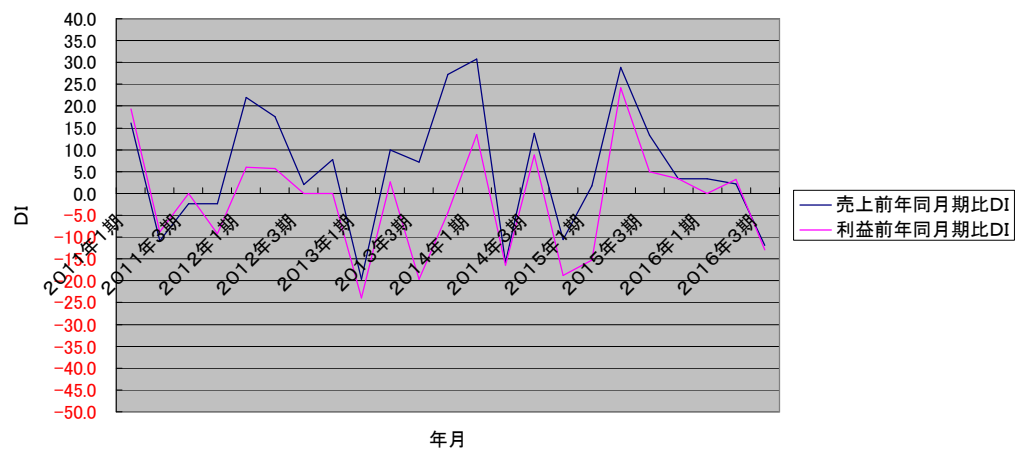
通信情報売上利益前年同期比DI



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

	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	2016年3期
サービス業	0.0	-16.1	-10.3	8.8	-3.4	-6.6	-8.5	-14.8	-19.9	-9.2
運輸業	-10.0	-21.4	-14.3	-15.4	-22.2	-35.7	0.0	-8.3	-30.4	-13.0
建築業	-2.7	9.1	8.7	11.6	9.8	-13.5	0.0	-6.8	-15.3	-10.3
製造業	7.9	-5.3	-17.9	-5.1	-10.6	-14.5	-15.4	-15.5	-27.1	-11.7
専門サービス業	10.7	11.9	-3.5	18.8	11.1	6.5	2.5	0.0	-12.2	-9.2
通信情報業	36.4	23.1	-5.9	37.5	-11.1	-16.7	-7.1	22.7	0.0	-4.3
流通業	-24.6	-25.0	-40.0	-26.7	-11.1	-22.2	-18.9	-30.1	-27.3	-31.5
統計	0.4	-6.1	-13.2	1.2	-5.9	-9.7	-9.6	-13.8	-21.9	-13.3

景況感先行きDI推移

	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	2016年3期
サービス業	5.4	-6.5	-9.5	6.8	2.1	-8.9	-5.8	-4.2	-11.4	-7.4
運輸業	-20.0	7.7	-7.1	-16.7	-7.1	-15.4	0.0	0.0	-17.4	-4.3
建築業	3.0	4.8	0.0	-4.9	12.8	-2.0	1.6	-10.0	-10.7	-5.3
製造業	16.0	-3.4	-17.5	5.3	-1.7	-6.4	-17.4	-13.8	-16.4	-10.2
専門サービス業	5.5	9.5	-5.7	18.0	9.2	4.3	-2.7	4.8	-13.8	-2.7
通信情報業	22.2	8.3	-17.6	12.5	11.1	0.0	7.7	5.6	6.7	-14.3
流通業	1.8	-12.1	-33.3	1.7	-4.6	-17.5	-18.5	-25.6	-26.8	-23.3
統計	8.9	-0.4	-13.2	4.5	1.6	-5.4	-8.9	-10.2	-15.4	-9.2

資金繰りDI推移

	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	2016年3期
サービス業	-12.6	-9.1	-14.6	-6.3	-6.8	-3.0	-5.6	-9.0	-10.6	-8.1
運輸業	-20.0	-7.1	-21.4	7.7	-11.8	-7.1	-4.8	17.4	0.0	20.8
建築業	-8.1	-4.7	-6.5	-9.5	-8.0	-21.2	-17.5	-11.9	-5.1	0.0
製造業	-6.3	-9.1	-0.6	0.0	-4.3	-5.7	-7.5	0.0	-5.7	-1.3
専門サービス業	6.9	6.0	0.0	1.6	-2.8	4.1	-2.6	-3.1	11.8	-2.6
通信情報業	-12.3	15.4	-17.6	0.0	-22.2	8.3	0.0	0.0	-6.3	-13.0
流通業	-9.5	1.7	-6.0	-6.7	-12.5	-9.4	-9.4	-5.4	-13.3	-8.7
統計	-7.9	-4.8	-6.9	-2.2	-6.4	-4.5	-7.0	-3.4	-6.0	-4.5

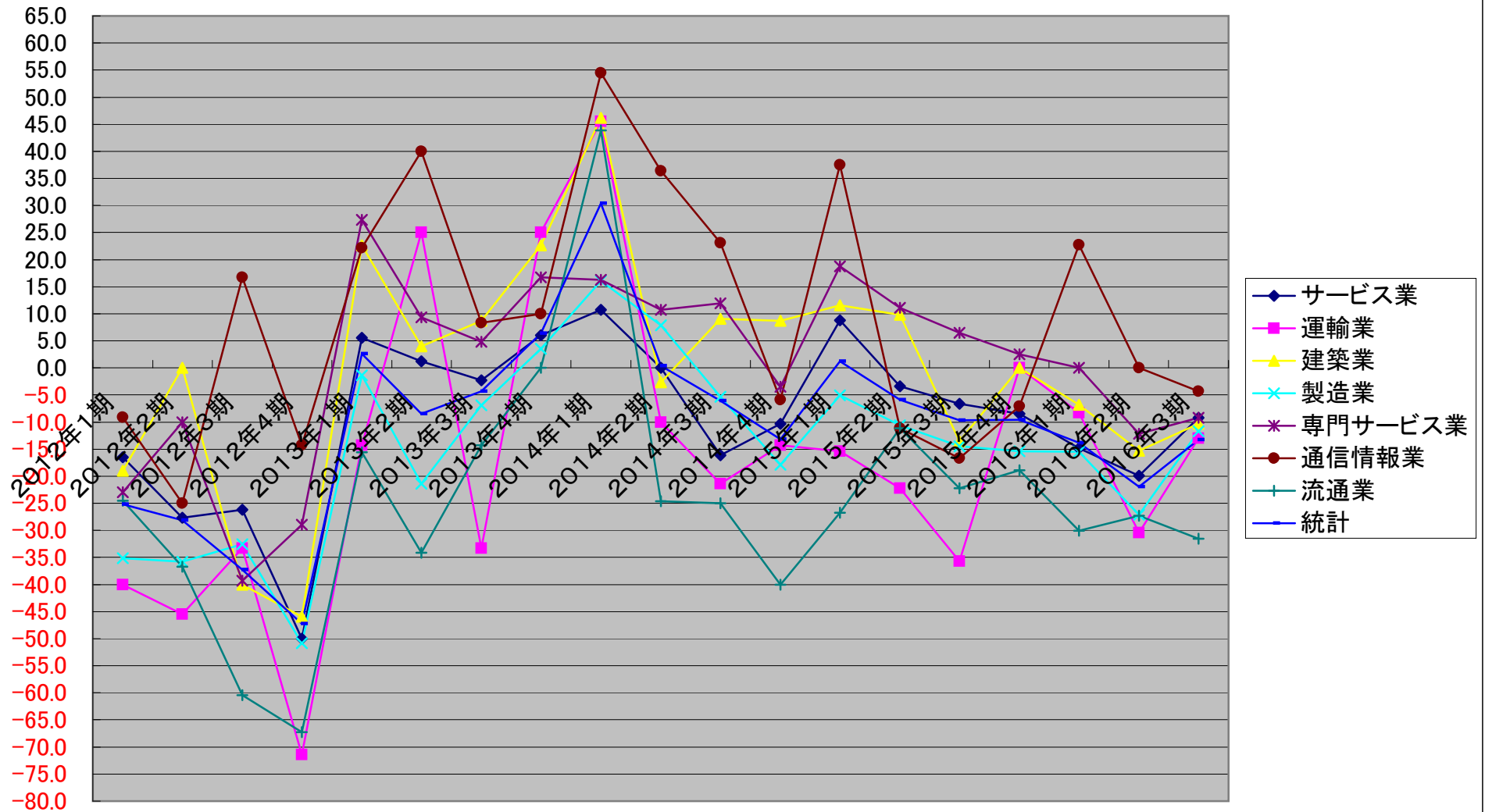
設備投資DI推移

	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	2016年3期
サービス業	-23.7	-34.6	-36.5	-33.0	-31.4	-28.9	-38.0	-26.3	-24.8	-43.8
運輸業	-40.0	30.8	0.0	9.1	-21.4	27.3	0.0	26.3	23.8	50.0
建築業	-48.5	-17.1	-53.8	-31.6	-37.8	-34.0	-53.6	-17.6	-32.7	-43.1
製造業	-0.6	2.2	0.6	7.1	-5.8	1.1	1.0	2.0	-0.5	-15.5
専門サービス業	-39.3	-59.7	-76.5	-45.8	-41.4	-52.9	-36.8	-35.0	-41.1	-62.5
通信情報業	-100.0	-16.7	-6.7	20.0	-28.6	-70.0	-64.3	-25.0	-31.3	-52.2
流通業	-22.6	-10.2	-10.9	-37.5	-19.4	-15.0	-33.3	-3.7	-12.0	-37.5
統計	-23.1	-16.8	-26.8	-17.1	-24.1	-19.7	-23.4	-12.0	-15.3	-33.2

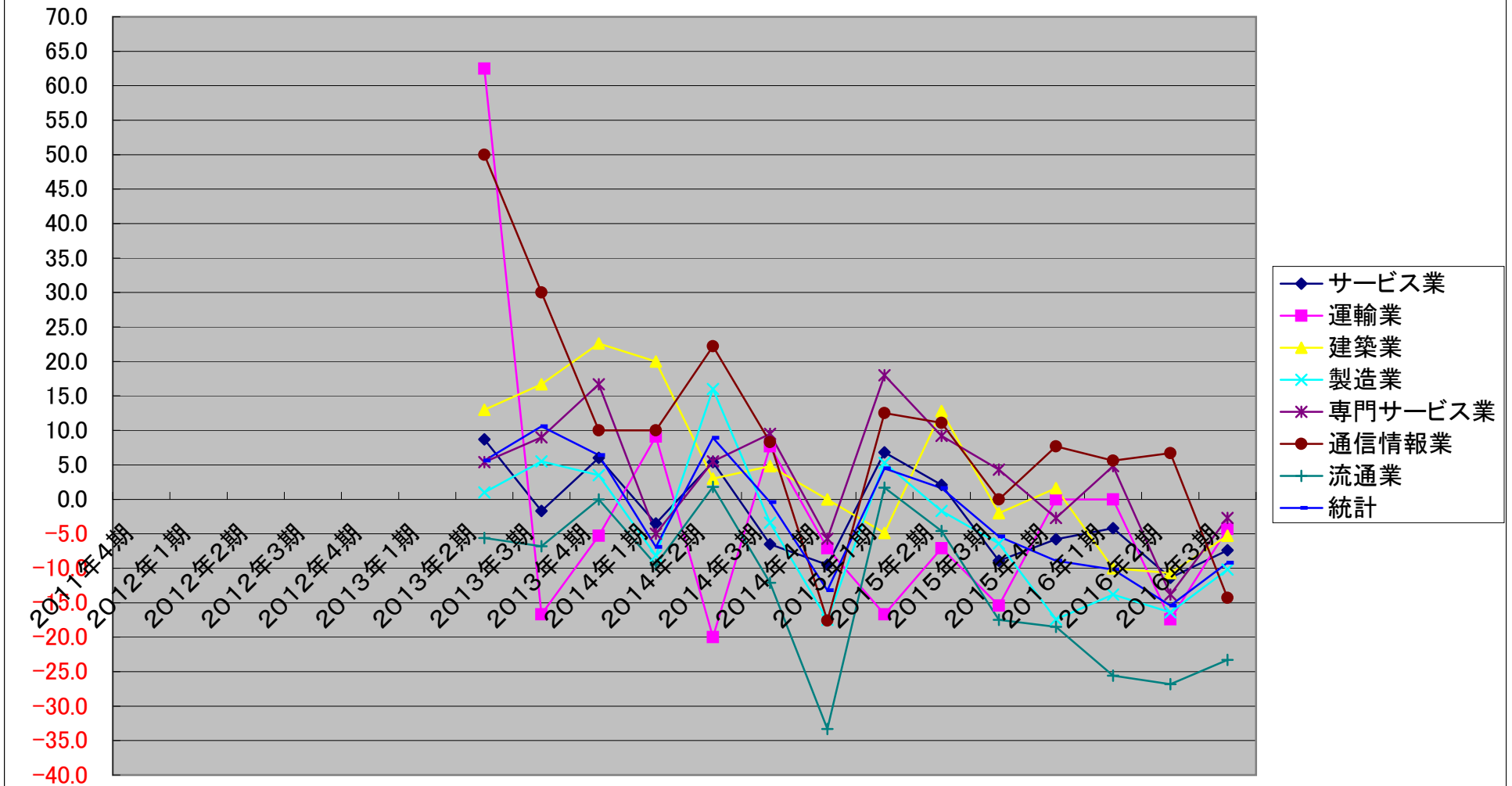
採算状況DI

	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	2016年3期
サービス業	22.0	21.6	19.5	33.9	32.0	25.0	32.4	20.4	22.6	22.5
運輸業	10.0	7.2	35.7	50.0	35.3	0.0	57.1	29.2	30.4	62.5
建築業	37.8	42.9	41.3	46.3	34.0	26.0	28.6	13.6	18.6	12.1
製造業	28.8	34.7	28.3	16.7	12.3	10.4	22.7	24.4	27.9	27.1
専門サービス業	56.1	42.7	43.9	55.6	37.8	53.2	43.8	47.1	57.3	48.7
通信情報業	18.2	30.8	13.3	62.5	25.0	25.0	57.1	54.5	-12.5	4.3
流通業	12.2	30.0	24.5	35.0	38.0	34.4	35.8	28.4	31.0	22.2
統計	27.7	30.7	28.7	32.7	27.4	25.1	32.1	26.9	28.8	26.6

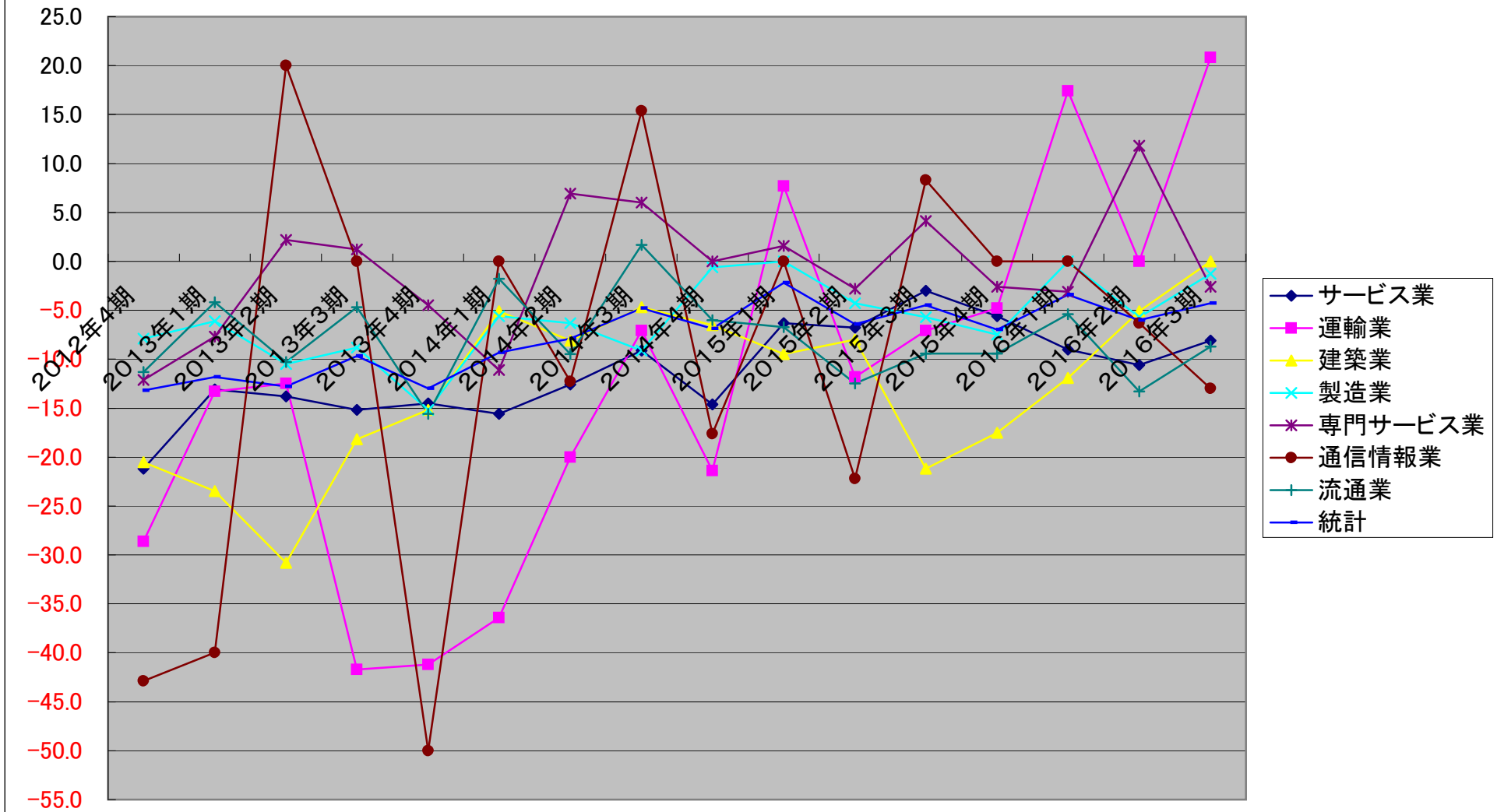
景況感DI



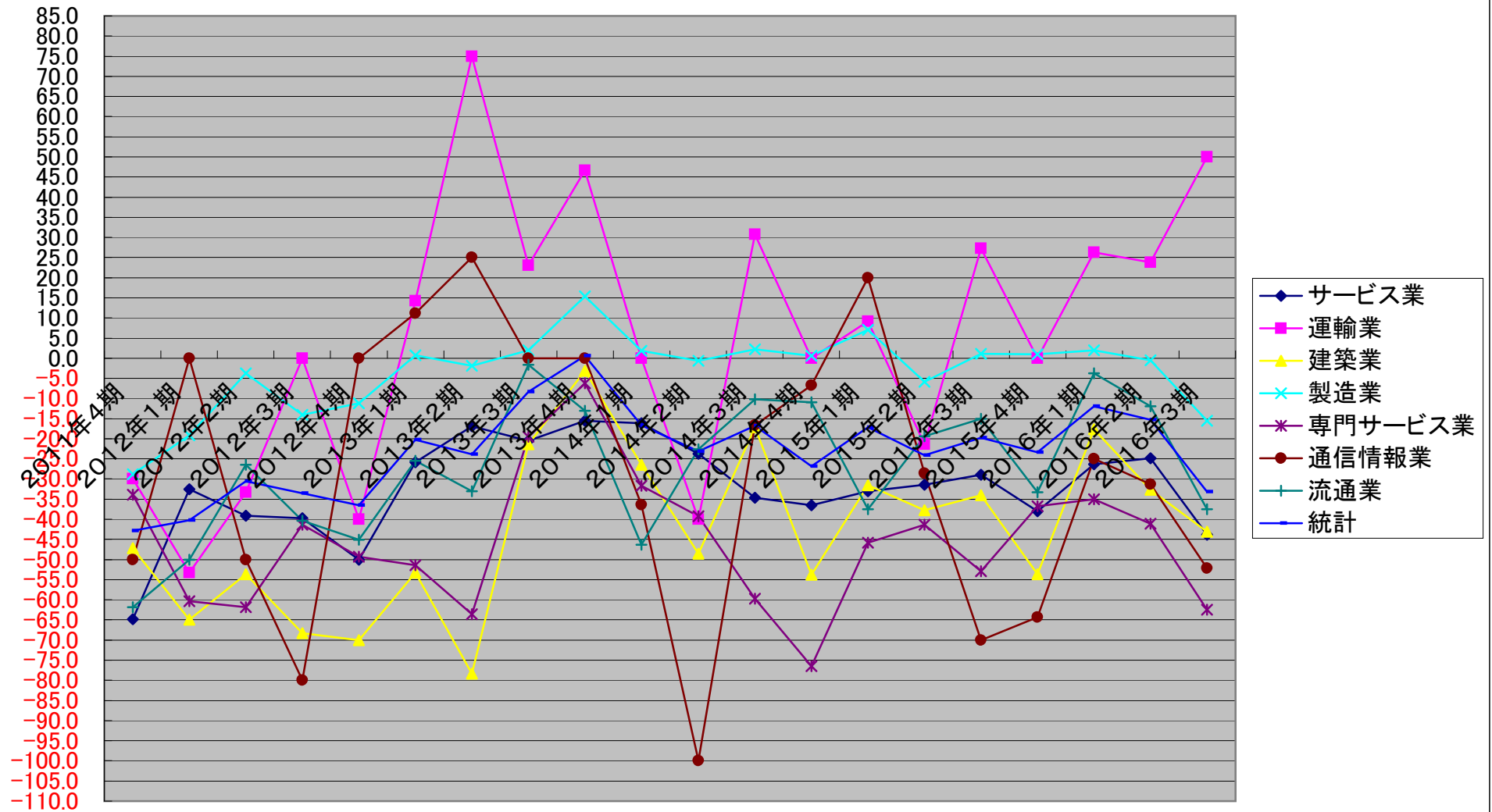
先行きの景況感DI推移



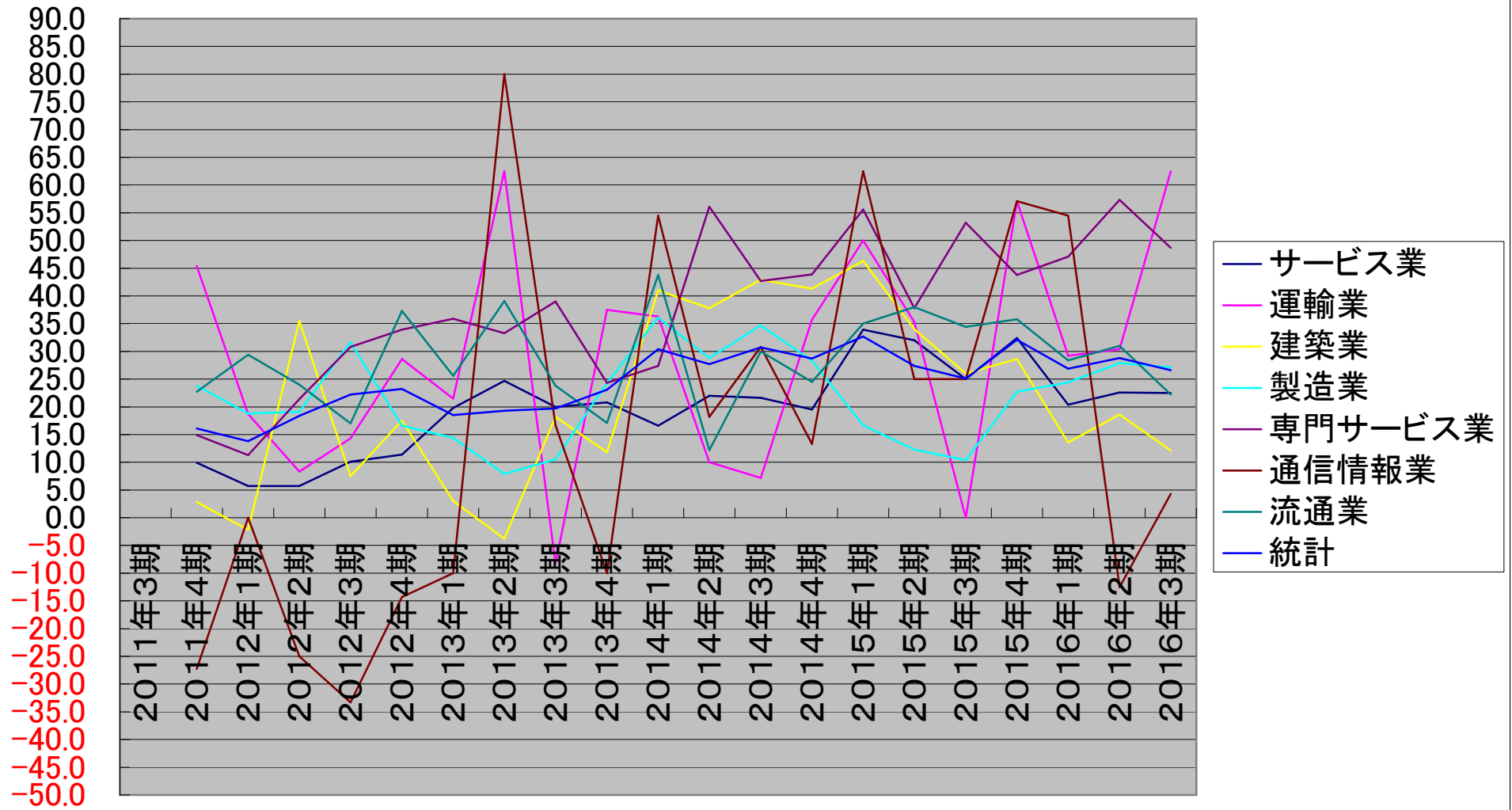
資金繰りDI



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	41	28.9%	73	51.4%	28	19.7%	142
運輸業	11	45.8%	9	37.5%	4	16.7%	24
建築業	16	27.6%	26	44.8%	16	27.6%	58
製造業	68	30.8%	90	40.7%	63	28.5%	221
専門サービス業 (土業の方)	34	43.6%	34	43.6%	10	12.8%	78
通信情報業	9	39.1%	9	39.1%	5	21.7%	23
流通業	22	24.2%	42	46.2%	27	29.7%	91
その他	7	35.0%	10	50.0%	3	15.0%	20
(空白)	5	38.5%	5	38.5%	3	23.1%	13
総計	213	31.8%	298	44.5%	159	23.7%	670

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	46	34.6%	51	38.3%	36	27.1%	133
運輸業	12	52.2%	4	17.4%	7	30.4%	23
建築業	14	25.0%	26	46.4%	16	28.6%	56
製造業	60	28.2%	84	39.4%	69	32.4%	213
専門サービス業 (土業の方)	35	47.9%	28	38.4%	10	13.7%	73
通信情報業	6	26.1%	10	43.5%	7	30.4%	23
流通業	19	22.6%	36	42.9%	29	34.5%	84
その他	4	22.2%	9	50.0%	5	27.8%	18
(空白)	4	30.8%	4	30.8%	5	38.5%	13
総計	200	31.4%	252	39.6%	184	28.9%	636

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	35	24.6%	76	53.5%	31	21.8%	142
運輸業	11	45.8%	9	37.5%	4	16.7%	24
建築業	15	25.9%	30	51.7%	13	22.4%	58
製造業	61	27.5%	94	42.3%	67	30.2%	222
専門サービス業 (土業の方)	32	41.6%	36	46.8%	9	11.7%	77
通信情報業	10	43.5%	9	39.1%	4	17.4%	23
流通業	23	25.0%	38	41.3%	31	33.7%	92
その他	8	40.0%	8	40.0%	4	20.0%	20
(空白)	5	38.5%	4	30.8%	4	30.8%	13
総計	200	29.8%	304	45.3%	167	24.9%	671

利益前年同期

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	42	31.6%	55	41.4%	36	27.1%	133
運輸業	10	43.5%	6	26.1%	7	30.4%	23
建築業	11	19.6%	32	57.1%	13	23.2%	56
製造業	60	28.3%	95	44.8%	57	26.9%	212
専門サービス業 (土業の方)	27	37.5%	38	52.8%	7	9.7%	72
通信情報業	7	30.4%	11	47.8%	5	21.7%	23
流通業	20	23.5%	34	40.0%	31	36.5%	85
その他	5	27.8%	6	33.3%	7	38.9%	18
(空白)	3	25.0%	5	41.7%	4	33.3%	12
総計	185	29.2%	282	44.5%	167	26.3%	634

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	52	36.6%	70	49.3%	20	14.1%	142
運輸業	18	75.0%	3	12.5%	3	12.5%	24
建築業	18	31.0%	29	50.0%	11	19.0%	58
製造業	101	44.9%	84	37.3%	40	17.8%	225
専門サービス業 (土業の方)	43	56.6%	27	35.5%	6	7.9%	76
通信情報業	10	43.5%	4	17.4%	9	39.1%	23
流通業	41	45.6%	28	31.1%	21	23.3%	90
その他	10	55.6%	6	33.3%	2	11.1%	18
(空白)	2	14.3%	7	50.0%	5	35.7%	14
総計	295	44.0%	258	38.5%	117	17.5%	670

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	14	9.9%	100	70.9%	27	19.1%	141
運輸業	4	17.4%	12	52.2%	7	30.4%	23
建築業	8	13.8%	36	62.1%	14	24.1%	58
製造業	28	12.6%	141	63.2%	54	24.2%	223
専門サービス業 (土業の方)	6	7.9%	57	75.0%	13	17.1%	76
通信情報業	5	21.7%	12	52.2%	6	26.1%	23
流通業	4	4.3%	55	59.8%	33	35.9%	92
その他	1	5.3%	15	78.9%	3	15.8%	19
(空白)	2	14.3%	8	57.1%	4	28.6%	14
総計	72	10.8%	436	65.2%	161	24.1%	669

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	15	11.1%	95	70.4%	25	18.5%	135
運輸業	3	13.0%	16	69.6%	4	17.4%	23
建築業	11	19.3%	32	56.1%	14	24.6%	57
製造業	26	12.0%	142	65.7%	48	22.2%	216
専門サービス業 (土業の方)	10	13.7%	51	69.9%	12	16.4%	73
通信情報業	3	14.3%	12	57.1%	6	28.6%	21
流通業	7	8.1%	52	60.5%	27	31.4%	86
その他	1	5.9%	14	82.4%	2	11.8%	17
(空白)	4	28.6%	9	64.3%	1	7.1%	14
総計	80	12.5%	423	65.9%	139	21.7%	642

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	11.9%	92	68.1%	27	20.0%	135
運輸業	6	25.0%	17	70.8%	1	4.2%	24
建築業	9	15.5%	40	69.0%	9	15.5%	58
製造業	38	17.0%	145	64.7%	41	18.3%	224
専門サービス業 (土業の方)	9	11.5%	58	74.4%	11	14.1%	78
通信情報業	6	26.1%	8	34.8%	9	39.1%	23
流通業	12	13.0%	60	65.2%	20	21.7%	92
その他	3	15.0%	11	55.0%	6	30.0%	20
(空白)	1	7.1%	7	50.0%	6	42.9%	14
総計	100	15.0%	438	65.6%	130	19.5%	668

(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	31	25.6%	16	13.2%	7	5.8%	19	15.7%	14	11.6%	11	9.1%	16	13.2%	
運輸業	8	24.2%	4	12.1%	3	9.1%	6	18.2%	0	0.0%	2	6.1%	8	24.2%	
建築業	9	33.3%	3	11.1%	1	3.7%	6	22.2%	0	0.0%	2	7.4%	2	7.4%	
製造業	40	23.7%	26	15.4%	14	8.3%	22	13.0%	18	10.7%	8	4.7%	13	7.7%	
専門サービス業(土業の方)	26	33.8%	8	10.4%	1	1.3%	11	14.3%	6	7.8%	12	15.6%	8	10.4%	
通信情報	5	29.4%	3	17.6%	2	11.8%	1	5.9%	1	5.9%	2	11.8%	0	0.0%	
流通業	15	32.6%	2	4.3%	3	6.5%	8	17.4%	3	6.5%	3	6.5%	4	8.7%	
その他	4	26.7%	1	6.7%	1	6.7%	4	26.7%	0	0.0%	0	0.0%	3	20.0%	
(空白)	1	11.1%	0	0.0%	0	0.0%	3	33.3%	2	22.2%	0	0.0%	0	0.0%	
総計	139	27.0%	63	12.3%	32	6.2%	80	15.6%	44	8.6%	40	7.8%	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	1	0.8%	2	1.7%	2	1.7%	1	0.8%	0	0.0%	1	0.8%	0	0.0%	121
運輸業	1	3.0%	0	0.0%	1	3.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	33
建築業	1	3.7%	2	7.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.7%	27
製造業	14	8.3%	5	3.0%	1	0.6%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.6%	7	4.1%	169
専門サービス業(土業の方)	2	2.6%	1	1.3%	0	0.0%	1	1.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.3%	77
通信情報	0	0.0%	3	17.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	17
流通業	2	4.3%	2	4.3%	3	6.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.2%	46
その他	0	0.0%	0	0.0%	2	13.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	15
(空白)	2	22.2%	1	11.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	9
総計	23	4.5%	16	3.1%	9	1.8%	2	0.4%	0	0.0%	2	0.4%	10	1.9%	514

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デザイン、サイト制作	営業力の強化と人材育成。
2	サービス業 人材育成教育事業	新規販路の紹介が実を結び始めたこと
3	サービス業 不動産賃貸・売買仲介、管理業 不動産コンサルティング業	人員増加による営業強化。新たに不動産コンサルティング報酬による売上の増加。
4	サービス業 サービス部(清掃部)ハウスクリーニング、専門清掃、遺品整理	既存の顧客への細かなサービスとNPOや他の地域団体との地域貢献をしていたからかもしれませんが、色々な方面で紹介を受けさまざまな顧客へつながりました。デザイン部門では冊子やホームページなどの受注があり、大きな売り上げにつながりました。サービス部門(清掃部門)では元請けの会社の営業社員へのハウスクリーニングの指導依頼を受け、間接ながら清掃とハウスクリーニングの技術と接客方法を伝え、営業へつなげてもらいました。
5	サービス業 人材サービス	需要がたかまつた。
6	サービス業 人材派遣、有料職業紹介、業務請負、販売事業	新規取引先受注増と販売価格のアップ
7	サービス業 インテリアデザイン企画・施工・監理、ビルマンションの管理他	新規顧客の受注
8	サービス業 人材派遣業	大型案件の受注に成功した
9	サービス業 電動工具及び機械卸、防犯カメラ・LED照明含む電気工事一般	電気工事部門を立上、順調に推移しているため
10	サービス業 旅行業法による旅行業	ほぼ1年、半年前からの受注活動が成果をあげている
11	サービス業 婚礼貸衣裳	提携先増加 成約率の向上研修 接客枠の見直し
12	サービス業 エステティックサロン運営	①固定客の囲い込みの結果②固定客からの紹介による新規顧客増③本年度6月～の新メニュー企画が当たった為
13	サービス業 風水鑑定(新築・リフォーム、インテリア改善)、小規模ビジネスコンサルタント	大口のコンサルタント契約が増えた。比較的すでに成功している顧客(富裕層)からの契約が増えた。
14	サービス業 ファミリー向けイベントの企画、運営	お客様のニーズにあった提案が出来た為
15	サービス業 生損保代理店	生保販売の増加
16	サービス業 障害福祉サービス	与信管理をしっかりと。売上は上がったがあまり現金、預金は残っていないのが
17	サービス業 訪問介護	人手不足
18	サービス業 総合広告代理業	営業先増加に力を入れた
19	サービス業	新たなサービスを増やした(廃業した会社の仕事の流れってきた)
20	サービス業 社員研修、営業コンサル	コンサル先業務が上がった為
21	サービス業 保険代理業	社員の成長
22	サービス業 障害福祉サービス	HPのスマホ対応、在宅利用を可能とした。
23	サービス業 葬祭業	経営理念を実践した上で、各個人の営業力を強化し、コストダウンに成功しました。
24	サービス業 自動車整備、販売レンタカー	レンタカー
25	サービス業 介護事業	昨年出店した2店舗の入住率が格段に上がり、売上利益を押し上げた。
26	サービス業 銀行業	新規開拓態勢の変更
27	サービス業 編集・取材・ライティング等、情報媒体製作	レポートが増えた
28	サービス業 産業廃棄物処理	組織化
29	サービス業 自動車整備業	戦略を立てて営業
30	サービス業 記帳代行	新規顧客の獲得
31	サービス業 美容業	お客様のご要望にそったメニューを導入した
32	サービス業 美容室	人材増加
33	サービス業 美容室、エステ、リラクゼーション	紹介が増えた
34	サービス業 高齢者介護サービス	順調に新規利用者が増えたこと
35	サービス業 廃棄物処理業	売上は上がった
36	サービス業 クリーニング衣類全般	誠意ある仕事(サービス)顧客の信用
37	サービス業 包装資材の販売	営業力の強化、DM配給・メールサービス・ご無沙汰先の掘り返し
38	運輸業 一般貨物運送業、高齢者引越サービス	高齢者向け引越サービスの営業推進
39	運輸業 運輸・通関業	運送業以外の売上(主には通関)
40	運輸業 運輸・倉庫業	新規の顧客が取れた為
41	運輸業 一般雑貨、大手運送会社の下請け	増車
42	運輸業 おもに住宅設備品の配送	増車による雇用増加
43	運輸業 運送	荷主のイレギュラー対応
44	建築業 給排水衛生設備工事・空調設備工事	大阪市公共工事の増に伴う受注増大。来期より売上減少の予想
45	建築業 リフォーム、外壁塗装、店舗設計施工	新規開拓
46	建築業 電気工事	入札案件の増加、新規の増加
47	建築業 総合建築業	紹介
48	建築業 設計事務所	公共の業務が多いため、積極的に参加した
49	建築業 太陽光発電	自社受注に重点強化
50	建築業 電気設備工事	設計施工の体制強化
51	建築業 店舗設計施工、住宅リフォーム、介護施設等内装	永年取引している施主様、昔内装させていただいた施主さんからの依頼が多かった。
52	建築業 リフォーム全般	新しい取引先が増えた。また自社で販拓した取引先もできた
53	建築業 リフォーム、水回り設備、排水管・外溝・落書き洗浄、土木	事業領域を拡大したため
54	建築業 太陽光事業のコンサルタント	過去からの取り組みの具現化
55	建築業 電機工事一式、太陽光発電設備の施工・販売、LED、リフォーム	社員さんとの対話、自社の社員さんに対する思いを伝えている
56	建築業 鉄骨工事一式、鋼構造物工事業	得意先様との信頼関係の構築
57	製造業 フレキシブルシャフト製造	新製品の拡販と一部企業の売上増加
58	製造業 プラント設備装置設計	積極的なHPの更新+SNS
59	製造業 金属製品製造業・溶接業	フォークリフト部品で弊社製作品が新機種に採用され増加した。

60	製造業	工業用プラスチック材 切削加工業	人材育成による意識改革が生産性向上に結び付いてきた。国内で半導体関連産業が一部活発な動きがあり、社内の生産体制がそれに順応できるようになってきたと思われる。
61	製造業	金属プレス加工	新規顧客の獲得
62	製造業	アルミフレーム製品のオーダーメイド	3年前から取り組んでいた新業種への種まき
63	製造業	シルクスクリン印刷およびプレス・トムソン加工による各種銘板の製造	新規開拓や技術力向上の取り組みがある程度形になってきたため。
64	製造業	印刷・ウェブ・デザインの企画・制作	マーケティング活動の取り組みの成果
65	製造業	コンピュータ計測・制御装置の開発、製造	単なる納期のずれによるもの
66	製造業	製造業	昨年より新規客が増え、母数が多くなった。
67	製造業	フッ素コーティング	新しい用途開発
68	製造業	製缶板金加工 産業用機械製造	新規顧客、新規市場との取引
69	製造業	木製型枠・支保工材の企画・設計・製造販売	トンネル分野への進出、工事施工部門立ち上げによる付加価値の増加
70	製造業	釣り具部品・精密実験器具組立	生産性UPの為、従来使用していた治具の見直しを行いました。
71	製造業	電動機製造業	新案件の獲得
72	製造業	金属エッチング加工	一部の加工だけではなく、幅広く加工分野を広げた
73	製造業	塗装用品の製造卸	アイテムの開発と発掘
74	製造業	板ガラス加工販売	新規取引先の増加
75	製造業	ちょうちん製造販売	値上げしたこと
76	製造業	椅子張り業	人材育成
77	製造業	きな粉・香辛料・青のりの製造	販売、受注価格の上昇
78	製造業	金属製品製造業	客先への訪問頻度アップ等、営業努力による効果は多少あったと思います
79	製造業	豆腐・油あげ・製造・卸売	新規取引先の増加
80	製造業	プラスチック製品製造、原料の着色加工、金型の設計製造	現行商品からの展開による新製品と新規顧客の拡大
81	製造業	ろ過装置の製造・販売	ホテルが増えている
82	製造業	トラックエンジンの再生	新規取引先がすこずつ増えてきた
83	製造業	科学工場などの製造設備工事等	提案型営業がお客さんに浸透している
84	製造業	プラスチック切削加工業	品質納期に対する問題意識の拡大
85	製造業	オーダーメイドの家具の設計から製造。	同業他社との区別が付き、同業者全体が減少した。
86	製造業	リフォーム事業	人材採用
87	製造業	清涼飲料・調味料製造	季節要因によるものもある
88	製造業	建築金物(主に建具)製造メーカー、及びアミューズ面と関係へのレンタル業	一昨年より取り組んでいるレンタル方面の売上が徐々に増えてきた。震災等により金物の受注増
89	製造業	プラスチック板加工業	昨年と比較して、納期を大幅に短縮することができたため、顧客から選ばれたと思います。(短縮できた理由は、3S活動を進めたためと、スタッフ増員)
90	製造業	食品等の包装資材の加工	中途採用の社員の技術力が向上して生産力がついた
91	製造業	金属製品製造業	生産管理体制の改善による短納期対応力の向上
92	製造業	アルミに特化した加工業	新規販路、高付加価値サービス
93	製造業	ねじ・ボルト・ナット・自動車部品、全数検査装置製造販売	国内で唯一製造のガラステーブル検査装置がよく売れています。
94	製造業	金属プレス加工、無酸化熱処理、無線電子機器設計製造	難しい加工へのトライ
95	製造業	オフィス家具類製造・販売	関西・中部は低迷も関東はオリンピック関連で伸び有も、全社的に横ばい。
96	製造業	プラスチック射出成形用の金型製造	展示会出展による知名度向上が新規受注につながっている感はあるが、景況は厳しい
97	製造業	CNC自動旋盤による金属切削加工および工業用バキューム販売、製造	新商品の受注と協力先の拡充
98	製造業	お弁当を中心とした食品製造販売	地味にしっかりと営業とサービス向上をした
99	製造業	段ボールケース製造業	物が動いている
100	製造業	油圧クリッカー、油圧裁断機、打抜刃型の製造販売、メンテ	営業力の強化及び迅速なアフターサービスで信用をえた。お客様のロコミ
101	製造業	椅子張り替え、販売	インターネット販売と利益率アップ
102	製造業	服飾雑貨、製造販売	常にユーザーの欲しい物を供給出来る体制に気を配っている。
103	製造業	射出成形用金型の製作	内製化
104	製造業	紳士シャツ製造卸売り	企画力の強化、受注システムのIT化
105	製造業	不動産建築	建築受注が続いた
106	製造業	ディスプレイ業、アクリル樹脂加工、サイン製作施工	オリンピック市場の改善と大手企業の協力会社の囲い込みが好転に影響している
107	製造業	POP及びノベルティグッズ製作販売	商品の品質が向上した、昨年営業で入社した者が育ちつつある
108	製造業	ステンレス製缶加工	QCDの向上
109	製造業	食品向け包装資材(フィルム)加工	チャイナリスク
110	製造業	金属表面処理、熱処理加工	航空材部品の受注ができた
111	製造業	金属板金加工業	下請けであるが客先の新製品開発MP化関連して増加
112	製造業	金属部品に硬化クロム鍍金する	メッキ液の比率を一定に保つことで仕上がりのバラツキが減った
113	製造業	繊維製品・製造卸	7月単月の売上が一時的に増加
114	製造業	発砲ポリエチレン加工メーカー	営業、業務、工場作業の社員パートの皆さんに社員教育を重ね重ね力を入れて、各自リーダーを中心に日々の作業を強化し充実を進めてまいります
115	専門サービス業(土業の方)	会計事務所	社員の営業意識の向上
116	専門サービス業(土業の方)	行政書士事務所	経験者の雇用による生産性アップ
117	専門サービス業(土業の方)	販売促進コンサルティング、広告制作	顧客との信頼関係強化による、紹介案件からの受注増
118	専門サービス業(土業の方)	建築設計	東京事務所の開設から一年が経過し入札の機会が増えたこと
119	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士業	営業に積極的になったことと、名が知れ渡ってきたことかと思う。

120	専門サービス業 (土業の方)	税理士業務	地道な人脈拡大
121	専門サービス業 (土業の方)	税理士業	顧客からの信頼
122	専門サービス業 (土業の方)	社労士	普段からの人との繋がり
123	専門サービス業 (土業の方)	税理士事務所	顧客単価上昇
124	専門サービス業 (土業の方)	社労士	種まきの成果
125	専門サービス業 (土業の方)	公認会計士	能力の高い人の確保
126	専門サービス業 (土業の方)	経費節約コンサル、ファイナンシャルプランニング	新しい出会いが多くなった。
127	専門サービス業 (土業の方)	公認会計士業務	人材の強化
128	専門サービス業 (土業の方)	税理士事務所	パート採用により、私、社員がより付加価値の高い仕事、営業的なことにとりくめるようになった。
129	専門サービス業 (土業の方)	税理士業務	コンサルの強化
130	専門サービス業 (土業の方)	税理士業	新規増 特に営業活動はしていないが、お客様からのご紹介、提携している他土業からの紹介により少しずつ仕事が増えている。お客様のニーズに対して誠実に対応していることが原因と思われる
131	専門サービス業 (土業の方)	税理士業	
132	専門サービス業 (土業の方)	介護事業に特化した社労士業	口コミによる顧客の増加
133	専門サービス業 (土業の方)	税務申告書の作成、会計コンサル、経営計画書の作成指導	新商品の発売、改良、提案及び増客
134	専門サービス業 (土業の方)	社労士業	専門的業務を行っているため、
135	専門サービス業 (土業の方)	税理士	スタッフの営業意識の向上
136	専門サービス業 (土業の方)	税理士業	外部営業会社との連携。アルバイトの活用。 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。
137	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	訪問量を増やした
138	通信情報業	WEBシステム	
139	通信情報業	ケータリング車によるたこ焼き販売、イベント出店、カフェ経営、菓子製造	拡販営業努力、新商品の開発
140	通信情報業	Accessによる中小企業向けシステム開発、HP制作	ひとつひとつ丁寧にサポート
141	通信情報業	ソフトウェア開発、販売、保守	直販実績増(免税システム導入増)、メーカー販売好転(東芝関連)
142	流通業(卸・小売含む)	メガネの販売	基本は変えずに、サービスの多様化を続ける事
143	流通業(卸・小売含む)	機械工具卸業	今年の経営指針作成に当たり、社員との議論の末、機械販売に力を入れることで合意、それがうまく現れた
144	流通業(卸・小売含む)	青果仲卸	紹介
145	流通業(卸・小売含む)	電気工事、空調工事、家電販売	電気工事(新築)の受注増、エアコン早期販売
146	流通業(卸・小売含む)	販促品、パーティーグッズの企画卸	たまたま大きな受注があった。知人からの受注が入った為
147	流通業(卸・小売含む)	カタログ販売問屋	インターネットの活用
148	流通業(卸・小売含む)	ステンレス鋼材、及び加工品販売	新商材サービスの追加、新規顧客の獲得
149	流通業(卸・小売含む)	鶏肉卸	得意先の出店が続いているため
150	流通業(卸・小売含む)	コンビニエンスストア	昨年出展が黒字化・労働生産性アップ
151	流通業(卸・小売含む)	青果卸売り業	各社員に営業の時間を作った
152	流通業(卸・小売含む)	印刷加工用資材卸売、塗料製造販売	ユーザーの仕事確保量が堅調なため。 基幹商品の市場での評価が高く維持できるように、デザインの変更や宣伝広告にも力を入れた。
153	流通業(卸・小売含む)	衣料品、ファッション雑貨の卸売	
154	流通業(卸・小売含む)	コーヒーの焙煎加工、食品の卸売・小売、珈琲専門店のフランチャイズチェーンの主宰	取引先の店舗数の増加
155	流通業(卸・小売含む)	生産財総合商社「機械工具卸売業」	大型案件が決まり、新規顧客もやや増加
156	流通業(卸・小売含む)	ポルシェ正規販売店	新車販売台数の増加及び整備部門の向上 4月より天王寺動物園公園清掃ができ新たに人材を採用、また10月より椎茸栽培を予定している
157	その他	障害福祉サービス・児童福祉・相談事業	行事開催数の増加
158	その他	障害福祉サービス	病診連携部門の再建と確立
159	その他	一般病院	新しい分野の契約増大
160	その他	保険代理業	

161	その他	金融業	新規開拓
162		マグネットの印刷物のネット販売、証書ケースのネット販売、ポケットファイルの印刷物のネット販売、各種印刷物の制作、デザイン作	新しい機械の導入により、新しい商品の受注、売上が伸びていることと、インターネット販売している証書ケースのリピート注文が増え、新規ユーザーも増えて来て
163		電気通信工事業	大手通信建設会社OBの方を囑託で採用、新規顧客獲得。
164		就活シェアハウスの運営・管理 企業サポート・就職支援	新しくグループ会社として立ち上げたので
165		鉄鋼流通 ステンレス鋼板在庫 加工販売	素材在庫増による安定供給

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	13	25.5%	0	0.0%	0	0.0%	13	25.5%	14	27.5%
運輸業	4	44.4%	0	0.0%	1	11.1%	1	11.1%	0	0.0%
建築業	12	46.2%	0	0.0%	0	0.0%	6	23.1%	3	11.5%
製造業	57	49.6%	2	1.7%	10	8.7%	12	10.4%	18	15.7%
専門サービス業(士業の方)	4	28.6%	0	0.0%	0	0.0%	3	21.4%	4	28.6%
通信情報	2	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	12.5%	2	25.0%
流通業	20	32.3%	2	3.2%	2	3.2%	12	19.4%	14	22.6%
その他	2	20.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	10.0%	3	30.0%
(空白)	2	22.2%	0	0.0%	1	11.1%	1	11.1%	2	22.2%
総計	116	38.2%	4	1.3%	14	4.6%	50	16.4%	60	19.7%
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	3.9%	5	9.8%	4	7.8%	51	
運輸業	0	0.0%	1	11.1%	0	0.0%	2	22.2%	9	
建築業	0	0.0%	3	11.5%	1	3.8%	1	3.8%	26	
製造業	2	1.7%	2	1.7%	8	7.0%	4	3.5%	115	
専門サービス業(士業の方)	0	0.0%	0	0.0%	2	14.3%	1	7.1%	14	
通信情報	0	0.0%	0	0.0%	1	12.5%	2	25.0%	8	
流通業	1	1.6%	2	3.2%	6	9.7%	3	4.8%	62	
その他	1	10.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	30.0%	10	
(空白)	0	0.0%	1	11.1%	2	22.2%	0	0.0%	9	
総計	4	1.3%	11	3.6%	25	8.2%	20	6.6%	304	

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	事業協同組合(共同購入・外国人技能実習生受入・労働保険事務)	廃業等による事業利用者の減
2 サービス業	通関業務及び付帯する業務全般	中国側での資源価格の落ち込みによる輸出の減少 内需の減少
3 サービス業	歯科医療機器の輸入&修理	歯科医の購買力ダウン
4 サービス業	広告・販促の企画・デザイン・制作	クライアントが減った
5 サービス業	在庫管理業務についてのコンサルティングとアウトソーシングサービスの提供	主要取引先との契約解除
6 サービス業	地図情報処理サービス業	原因を調査中
7 サービス業	社会保険労務士業、中小企業診断士業、経営コンサルタント	契約終了
8 サービス業	パソコン保守及びOA機器販売	買い替えについて買い控え傾向
9 サービス業	CADデータ作成	受注減少
10 サービス業	ソフトウェア開発	取り掛かりが遅く、決まるまでの期間が長くなってきたので
11 サービス業	インターネット付随業	春秋受注がかたまっ、夏の期間が開発期間になり、売上は減少
12 サービス業	エステティック、並びに化粧品販	昨年の新製品が高額商品で20%増だった
13 サービス業	不動産売買	競合による手数料サービス
14 サービス業	ソフトウェア・パッケージ製造	クラウド化へのシフト
15 サービス業	宅配水販売事業	競合他社の参入。サービスの質、内容で劣勢。
16 サービス業	教育、雇用支援、施設アウトソーシング	内需縮小傾向に伴う売上数減
17 サービス業	介護コンサル、国際貿易	営業努力が足りない
18 サービス業	ソフト開発	取引先の受注減
19 サービス業	FC加盟飲食店	人員の不足と教育の不備。気候(異常な暑さ)による影響。
20 サービス業	風水、運勢鑑定を使った販売促進サポート	イベント、セミナーが季節的に少ない。企業の経費削減による縮小。 新規集客の価格競争が大きく影響し、新規顧客増が悪い。経済の不安定さで既存顧客の単価が減少。
21 サービス業	エステティックサロンの経営	新規集客の価格競争が大きく影響し、新規顧客増が悪い。経済の不安定さで既存顧客の単価が減少。
22 サービス業	印刷物の企画・デザイン・制作、およびホームページ企画・制作	案件単価の下落。競合との価格競争で苦戦している。
23 サービス業	検品、組立て、機械加工(医療品、包装資材、化粧品)	お客様が設備投資(機械化)をされ、下請の受注数量が減少した。(機械化による合理化でコストダウン)
24 サービス業	保険代理店	価格競争の激化
25 サービス業	インターネット・コミックスカフェの経営	スマートフォン及びスマートホンゲームの普及、レンタルコミック業の店舗増加
26 サービス業	ゴルフ場経営、建築不動産	ゴルフ人口の減少、競合他社の値下げ 印刷業界全体が収益が悪化している為。それは関係する業種も同じく悪化
27 サービス業	印刷企画及びデザイン全般	印刷業界全体が収益が悪化している為。それは関係する業種も同じく悪化
28 サービス業	不動産賃貸業、仲介業、管理業。	落ち着く時期です。想定範囲内で毎年こんなもんです。
29 サービス業	飲食業。	高額物件が取れなかった。スタッフが少ないので仕事が取れない
30 運輸業	板金機械、メンテナンス業務	取引先の倒産
31 運輸業	冷凍車をメインにした食品の配達	売上2番手の会社との契約をこちらから打ち切ったこと
32 運輸業	倉庫業	売上2番手の会社との契約をこちらから打ち切ったこと
33 運輸業	一般貨物運送	ドライバー不足
34 運輸業	ゲームマシン、イベント輸送など一般貨物	決算調整、ただ大阪はヒマ感を感じる
35 建築業	専門工事業	工事数が減少。
36 建築業	電気設備工事業	受注件数減、元請工事件数減
37 建築業	各種集成材の販売、と建設業	案件が減っている
38 建築業	仮設足場工事	消費税の先送りにより需要減になった
39 建築業	建築設備等	取引先の民事再生法の処理による不渡処理、現場責任者の不足による受注を控えたため
40 建築業	看板のデザイン・設計・施工	あいみつ、他社参入、案件減少
41 建築業	防水工事業	ここ何年間か、学校の耐震化工事と共に外壁修繕工事が多くあったが、今年は例年の6割程度しかなかった。民間のマンションの修繕工事も少ない。
42 建築業	建築設計・管理	主な取引先が合併のため、今年度・来年度注文を全くしないため
43 建築業	知的障がい者施設の新築・リフォーム・不動産の仲介	新築リフォームとも激減 前年同期の主要取引先からの受注が集中したため売り上げは上がりましたが、利益は横ばいです。
44 製造業	工業用ガスバーナーの製造	輸出型製造業の主要顧客の海外需要が低迷しているため国内生産の生産調整が続いていることが大きい。国内需要でも建築関係が悪化している。
45 製造業	金属熱処理、塗装、表面処理	主要得意先の受注減
46 製造業	金属部品の金型製作及びプレス加工	熱処理業界は自動車への依存率が高い。熊本地震、円高という要因で国内生産台数減少の影響が大きい
47 製造業	金属熱処理受託加工	中国との直接取引は有りませんが、中国の景気後退が影響しているように思われます。
48 製造業	鋼板の加工販売	
49 製造業	スプリングの設計・製造、アルコール用ボトルホルダーの製造、その他金属加工	注文量の減少

49	製造業	線香製造	昨秋の家庭用線香の駆け込み需要が多く、反動減も大きくなった。得意先の販売状況が思わしくない。消費者の財布のひもは堅くなっている。
50	製造業	衣服製造販売	取引条件の変更。国内需要の伸び悩み。円高影響で輸出関連が減退。
51	製造業	合成樹脂成型原料の着色加工・販売	需要の減少、他社との競合
52	製造業	発泡スチロール加工販売	在庫調整もあり短納期で小数量の受注はあるが、見込み受注が減少している
53	製造業	十字穴付きタッピンネジ製造販売	食品については、全体的に受注減。工業製品に関しては、受注先の生産能力の許容範囲に当社割り当てが組みこめないこと、製造クレーンによる受注制限。
54	製造業	食品軟包装資材(フィルム)の企画・製造・販売業、工業製品の軟包装資材、他	国内需要の減少
55	製造業	印刷全般	近畿から本社機能移転がおさまらない。
56	製造業	精密金属バネ	業界全般では仕事量が不足しており、先行きも不透明。大手(メーカー)の内製化が進んでいる。
57	製造業	電子部品(プリント配線板)、各種薄板製造・加工・販売	主力商品の値上げで販売数、利益とも減少するため。
58	製造業	焼き菓子製造卸	大型物件がない。
59	製造業	建築金物製作	粉体輸送機、膜処理装置の製造メーカー
60	製造業		納入時期による減少
61	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。各種画像検査システムの開発・設計・製作	前年同期において、航空機産業向けの特殊な付加価値の高いテスターを納品できたが、今期は同種のテスターの納品予定が無かったため。航空機産業向けのテスターは1年以上掛けて設計・製作を行う等、受注に至るまでの商談も極めて長いスパンとなることがボトルネックとなっている。
62	製造業	搬送機械の設計・製造	大型設備投資案件の件数減や、計画の延期がある
63	製造業	樹脂押し出し成型金型の製造販売	生産能力の低下
64	製造業	金型製造業	輸出の減少
65	製造業	各種ポンプ製造業	昨年度に大口でスポットの受注があった
66	製造業	別注スチール家具・什器の設計製造、各種精密板金部品	主要得意先1社の受注額が大幅に減少した。
67	製造業	ガラス造形作品の制作・施工・販売	受注価格の減少
68	製造業	印刷業	価格やロットの減少
69	製造業	スタッド溶接加工	中国向けのプラントが減少
70	製造業	金型製造業	円高が影響している
71	製造業	木材の製材及び集成材販売	前期は同時期に地方からの材料の発注が多々あったが今期は減少
72	製造業	特殊車輛部品製造・組立、及び産業用プラント製缶製品製造	メインの親会社からの猛烈なコストダウン及び転注による
73	製造業	学校体育器具、トレーニング器具製造販売	前期、入札案件で特需があった
74	製造業	板金加工	受注減少
75	製造業	塗装業	8月は休みが多いため生産が減少した
76	製造業	プラスチックの射出成形	営業人材が不足しており、求人活動を行うも採用にまで至らず、人材確保・教育が課題
77	製造業	プラスチック金型、彫刻、刻印、金属加工	弊社の個性の確立の不足
78	製造業	環境プラント機器の製造、据付工事	受注単価が安く、利益が見込めない。建設工事案件については、追加工事が充分認めてくれなくて、カットされるのが多い。
79	製造業	鋼材(鉄)及びパイプの販売及び寸法切り・曲げ加工品販売	当社に限らず、業界全体として年々売上規模は縮小傾向
80	製造業	プラスチック板加工業、販売促進物製造	素材、紙製品に移行、お得意先様の衰退
81	製造業	金属加工、溶接	受注の減少
82	製造業	NC自動盤による金属切削	過去10年以上生産していた製品が親会社がするようになった
83	製造業	金属製品及び部品の設計及び製造	受注の激変、リーマンショックを上回るほど。納期短縮のため、設備投資も実施しているが、受注につなげていない。
84	製造業	プリント基板用金型製造及びメンテナンスとプレス加工。ツーリングシステム部品の研削加工	金型受注の減少
85	製造業	小売業様向けのレジ周りの什器の製造、販売	新商品に対する開発の出遅れ
86	製造業	金属加工の切削加工	特定の業種が下がっているわけではなく、全体的に受注が下がっている。
87	製造業		住宅着工件数を比例して鍵のメーカーの受注が減少している。(メーカーが新製品を作る事におよび腰)
88	製造業	横編ニット製造卸	とにかく夏物衣料が店頭で売れていない。
89	製造業	ビニル電線製造業	例年夏季は閑散期となるが、昨年に比べると落ち込みが大きい
90	製造業	十字穴月タッピンネジ製造	単価の減少(輸入品の増加)
91	製造業	金型メーカー	自動車部品が低調
92	製造業	繊維製品・製造卸	前期は大きな別注があったから
93	製造業	金属処理加工(高周波焼入焼戻)	大手得意先の減産(建築業界低迷)
94	専門サービス業(士業の方)	弁護士業	他社との競合状態の悪化 販売・受注価格の減少
95	専門サービス業(士業の方)	司法書士業務	北九州事務所の売上減少(社員の高齢化)
96	専門サービス業(士業の方)	弁理士業	受注の減少

97	専門サービス業(士業の方)	不動産仲介業。不動産コンサルティング業。投資顧問業。不動産管理業。内装請負業。	大型物件の成約がうまくいかなかった
98	専門サービス業(士業の方)	社会保険労務士業	顧客での経費見直し
99	専門サービス業(士業の方)	税理士業	顧客の減少
100	専門サービス業(士業の方)	弁護士	景気の低迷による需要減
101	専門サービス業(士業の方)	税理士業・コンサルタント業	コンサルタント業務の減少
102	専門サービス業(士業の方)	空調機器、販売、設計、工事、修理	前年度は、この時期に大きな物件(現場)があった
103	専門サービス業(士業の方)	ITコンサルティング、システム開発、ネットワーク保守	市場の不安定化による経費削減
104	専門サービス業(士業の方)	デザイン・コンサルティング	不足金が思っていたよりも多く、体力的にキツイ
105	専門サービス業(士業の方)	企業メーカーの製品ジャン倍促進	発注案件の減少
106	専門サービス業(士業の方)	ソフトウェア開発	外資企業との競合により失注。提案から受注までの期間が長期化。
107	専門サービス業(士業の方)	ソフトウェア業	不良社員が数名退職したことによる
108	専門サービス業(士業の方)	ITシステムの企画・開発	経営と実務を一人でやっているため、戦略構築等に事案が割かれ、十分な営業が出来ていない。
109	流通業(卸・小売含む)	輸入菓子材料及び、内外穀物卸と小売	円高のため
110	流通業(卸・小売含む)	旗・カップ・メダル・記念品製造卸売	子供の数が減っている
111	流通業(卸・小売含む)	繊維製品卸	個人消費の低迷、販路の多様化
112	流通業(卸・小売含む)	新車・中古車・フォークリフト販売	競合他社の増加
113	流通業(卸・小売含む)	ステンレス鋼材卸売業	関東名古屋迄はまあまあでそれより西へ行くと悪い様だ。理由は良く分からない。
114	流通業(卸・小売含む)	LPガス、石油販売	都市ガス自由化の目前に事前囲い込みで競争激化
115	流通業(卸・小売含む)	カレンダー・手帳・粗品企画製造・卸売	理容美容業界で仕事をしているが、来店回数減少など末端のお客様の状況が大変悪い。
116	流通業(卸・小売含む)	ねじ販売業	主力部品の生産調整
117	流通業(卸・小売含む)	骨董品輸入販売業	消費者の物離れ
118	流通業(卸・小売含む)	被服販売業	季節商品の数量が不足し、売上の抑制につながってしまった。
119	流通業(卸・小売含む)	生産工場用品の販売	設備投資の削減
120	流通業(卸・小売含む)	有機野菜小売	主な取引先がなくなった為
121	流通業(卸・小売含む)	中古トラック販売と中古部品販売	中古車両の仕入・売上激減
122	流通業(卸・小売含む)	自社ブランドの製造の企画・製造・販売。	購入価格の減少、需要の減少
123	流通業(卸・小売含む)	アパレル小売販売業	中高級価格帯の商品の売れが悪化しています。若年層の消費行動の変化(ネット購入)に対応しきれっていない
124	流通業(卸・小売含む)	鋼材の販売および賃貸	人口減少による、経済活動の縮小、施工能力の遅滞
125	流通業(卸・小売含む)	自転車販売	円安輸入価 量販店拡大
126	流通業(卸・小売含む)	冷凍食品の輸入及び国内卸	為替予約により差損
127	流通業(卸・小売含む)	LED照明器具。プラスチック、ダイカスト、金型および部品販売	全体的に景況感が悪化しているように思える。企業が設備投資を控えているように見える
128	流通業(卸・小売含む)	物流業界を支援する「トラックのワンストップサービス業」	メーカーの囲い込み戦略強化と当社の営業力不足
129	流通業(卸・小売含む)	毛皮・レザークート卸	質の良い仕事だけに絞っている
130	流通業(卸・小売含む)	工業用部品販売	微減。一部顧客の海外工場生産比率が高まったため。
131	流通業(卸・小売含む)	電子部品販売卸し、機器開発・製造、受託加工	一時的な売上の減少(主要得意先の在庫調整、客先都合によるASSY品の納入延期や生産工程の偏りなど)が1~2ヶ月に集中し
132	流通業(卸・小売含む)	工業業品販売、産業廃棄物処理	客先の生産減少による
133	その他	美術展企画運営・美術図書、雑誌の出版・画廊の経営	営業社員の減少からの売上減少に伴い社内全体でモチベーションの低下。対策が急務であり実施中。
134	その他	整骨院、クリニック	国の政策
135	その他	立体駐車場、据付メンテナンス、水処理設備整備、機械据付メンテナンス	他社との競合、営業力
136	その他	印刷全般、デザイン	印刷物の減少、ペーパーレス

137	その他	保険代理業	社員の独立
138	その他	物流加工	業務過剰のため、顧客を精査し売り上げ減少。
139		受配電設備の試験調整・改造・点検	前年度まで3年間で業務量が増えていたが、今年度はそれ以前に戻った。また、社員の健康状態の関係で仕事量の減少がある。
140		電子部品(プリント配線板)製造及び樹脂板製造販売	市場仕事量の減少、得意先の内製化進行
141		生花中卸業 ネットで販売	販売価格、見直し

【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	25	19.5%	81	63.3%	22	17.2%	128
運輸業	12	66.7%	3	16.7%	3	16.7%	18
建築業	6	11.8%	28	54.9%	17	33.3%	51
製造業	60	30.0%	91	45.5%	49	24.5%	200
専門サービス業(土業の方)	9	12.5%	54	75.0%	9	12.5%	72
通信情報業	3	13.0%	15	65.2%	5	21.7%	23
流通業	13	15.9%	44	53.7%	25	30.5%	82
その他	4	25.0%	10	62.5%	2	12.5%	16
(空白)	1	7.7%	7	53.8%	5	38.5%	13
総計	133	22.1%	333	55.2%	137	22.7%	603

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	33	10.4%	0	0.0%	11	3.5%	18	5.7%	12	3.8%	9	2.8%	28	8.8%	8	2.5%	18	5.7%
運輸業	5	8.1%	0	0.0%	0	0.0%	2	3.2%	2	3.2%	1	1.6%	3	4.8%	0	0.0%	2	3.2%
建築業	15	11.7%	0	0.0%	6	4.7%	1	0.8%	2	1.6%	1	0.8%	4	3.1%	5	3.9%	5	3.9%
製造業	82	14.3%	7	1.2%	14	2.4%	15	2.6%	16	2.8%	9	1.6%	28	4.9%	20	3.5%	35	6.1%
専門サービス業(土業)	17	11.0%	0	0.0%	9	5.8%	15	9.7%	6	3.9%	3	1.9%	11	7.1%	0	0.0%	13	8.4%
通信情報業	6	11.5%	0	0.0%	1	1.9%	1	1.9%	1	1.9%	0	0.0%	6	11.5%	1	1.9%	5	9.6%
流通業	36	15.3%	1	0.4%	15	6.4%	19	8.1%	4	1.7%	7	3.0%	17	7.2%	14	5.9%	18	7.6%
その他	3	6.0%	0	0.0%	4	8.0%	2	4.0%	0	0.0%	1	2.0%	4	8.0%	0	0.0%	4	8.0%
(空白)	4	11.8%	1	2.9%	0	0.0%	3	8.8%	0	0.0%	0	0.0%	4	11.8%	0	0.0%	2	5.9%
総計	201	12.5%	9	0.6%	60	3.7%	76	4.7%	43	2.7%	31	1.9%	105	6.5%	48	3.0%	102	6.4%
業種	⑩	割合	⑪	割合	⑫	割合	⑬	割合	⑭	割合	⑮	割合	⑯	割合	⑰	割合	総計	割合
サービス業	7	2.2%	23	7.2%	43	13.5%	48	15.1%	18	5.7%	24	7.5%	16	5.0%	2	0.6%	318	
運輸業	0	0.0%	5	8.1%	11	17.7%	18	29.0%	1	1.6%	10	16.1%	1	1.6%	1	1.6%	62	
建築業	2	1.6%	14	10.9%	20	15.6%	23	18.0%	14	10.9%	9	7.0%	5	3.9%	2	1.6%	128	
製造業	13	2.3%	43	7.5%	76	13.3%	75	13.1%	53	9.3%	57	10.0%	23	4.0%	6	1.0%	572	
専門サービス業(土業)	1	0.6%	15	9.7%	17	11.0%	19	12.3%	4	2.6%	8	5.2%	11	7.1%	5	3.2%	154	
通信情報業	1	1.9%	4	7.7%	6	11.5%	9	17.3%	1	1.9%	3	5.8%	6	11.5%	1	1.9%	52	
流通業	7	3.0%	17	7.2%	31	13.1%	24	10.2%	2	0.8%	14	5.9%	8	3.4%	2	0.8%	236	
その他	1	2.0%	5	10.0%	8	16.0%	9	18.0%	2	4.0%	4	8.0%	1	2.0%	2	4.0%	50	
(空白)	1	2.9%	2	5.9%	3	8.8%	5	14.7%	3	8.8%	3	8.8%	3	8.8%	0	0.0%	34	
総計	33	2.1%	128	8.0%	215	13.4%	230	14.3%	98	6.1%	132	8.2%	74	4.6%	21	1.3%	1606	

- ①民間需要の停滞
- ②輸入品の圧迫
- ③受注単価の大幅ダウン
- ④新規参入者の拡大による競争の激化
- ⑤税金、公共料金負担の増加
- ⑥管理費等間接経費の増加
- ⑦人件費負担
- ⑧仕入単価の上昇・高止まり

- ⑨情勢判断・企業進路の確定
- ⑩事業資金の借入難
- ⑪全社一丸体制の確立
- ⑫社員教育
- ⑬従業員の確保
- ⑭熟練技術者不足
- ⑮幹部社員の不足
- ⑯取引先ニーズの把握
- ⑰その他

(3) 今後の予定も含めた経営上の力点(選択3つまで)

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合	⑥	割合	⑦	割合	⑧	割合	⑨	割合
サービス業	91	24.8%	22	6.0%	17	4.6%	34	9.3%	20	5.4%	25	6.8%	15	4.1%	4	1.1%	40	10.9%
運輸業	13	20.6%	0	0.0%	2	3.2%	3	4.8%	1	1.6%	6	9.5%	2	3.2%	2	3.2%	15	23.8%
建築業	25	18.7%	13	9.7%	6	4.5%	10	7.5%	3	2.2%	13	9.7%	1	0.7%	0	0.0%	22	16.4%
製造業	105	17.0%	73	11.8%	67	10.8%	48	7.8%	61	9.9%	35	5.7%	10	1.6%	15	2.4%	59	9.5%
専門サービス業 (土業の方)	40	22.5%	15	8.4%	15	8.4%	14	7.9%	14	7.9%	17	9.6%	6	3.4%	6	3.4%	19	10.7%
通信情報業	14	23.0%	4	6.6%	3	4.9%	5	8.2%	9	14.8%	2	3.3%	1	1.6%	3	4.9%	6	9.8%
流通業	61	25.1%	7	2.9%	3	1.2%	33	13.6%	19	7.8%	15	6.2%	7	2.9%	8	3.3%	28	11.5%
その他	7	13.2%	1	1.9%	2	3.8%	5	9.4%	1	1.9%	0	0.0%	3	5.7%	2	3.8%	10	18.9%
(空白)	5	13.9%	4	11.1%	1	2.8%	4	11.1%	1	2.8%	1	2.8%	0	0.0%	0	0.0%	5	13.9%
総計	361	20.6%	139	7.9%	116	6.6%	156	8.9%	129	7.4%	114	6.5%	45	2.6%	40	2.3%	204	11.6%
業種	⑩	割合	⑪	割合	⑫	割合	⑬	割合	⑭	割合	⑮	割合	⑯	割合	⑰	割合	⑱	割合
サービス業	42	11.4%	9	2.5%	6	1.6%	1	0.3%	0	0.0%	5	1.4%	5	1.4%	6	1.6%	22	6.0%
運輸業	11	17.5%	1	1.6%	1	1.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.6%	0	0.0%	5	7.9%
建築業	22	16.4%	5	3.7%	5	3.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	1.5%	0	0.0%	2	1.5%	5	3.7%
製造業	87	14.1%	5	0.8%	10	1.6%	1	0.2%	0	0.0%	6	1.0%	13	2.1%	7	1.1%	11	1.8%
専門サービス業 (土業の方)	16	9.0%	3	1.7%	3	1.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.6%	0	0.0%	8	4.5%
通信情報業	8	13.1%	0	0.0%	2	3.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.6%	2	3.3%
流通業	34	14.0%	5	2.1%	6	2.5%	1	0.4%	0	0.0%	2	0.8%	6	2.5%	1	0.4%	7	2.9%
その他	10	18.9%	2	3.8%	3	5.7%	0	0.0%	1	1.9%	0	0.0%	1	1.9%	3	5.7%	1	1.9%
(空白)	8	22.2%	1	2.8%	1	2.8%	1	2.8%	0	0.0%	0	0.0%	2	5.6%	1	2.8%	1	2.8%
総計	238	13.6%	31	1.8%	37	2.1%	4	0.2%	1	0.1%	15	0.9%	29	1.7%	21	1.2%	62	3.5%
業種	⑲	割合	⑳	割合	総計													
サービス業	0	0.0%	3	0.8%	367													
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	63													
建築業	0	0.0%	0	0.0%	134													
製造業	2	0.3%	3	0.5%	618													
専門サービス業 (土業の方)	0	0.0%	1	0.6%	178													
通信情報業	0	0.0%	1	1.6%	61													
流通業	0	0.0%	0	0.0%	243													
その他	0	0.0%	1	1.9%	53													
(空白)	0	0.0%	0	0.0%	36													
総計	2	0.1%	9	0.5%	1753													

- | | | |
|---------------|--------------|--------------|
| 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	障害福祉サービス	人材の採用と定着
2 サービス業	葬儀請負業	仕事の紹介がいただけるルート先の拡大と一般市場からの仕事の誘致
3 サービス業	車体整備	需要を生み出す企業にならないといけない
4 サービス業	総合広告代理業	営業育成、業務受注窓口の拡大
5 サービス業	介護サービス	新規事業を9月中旬に立ち上げます。周知のための営業活動
6 サービス業	ペットの葬儀・火葬・納骨	新設備を入れるので、それに伴う人材を育成し、社員が働きやすい環境をつくる
7 サービス業	総合デザイン企画・各種プリント加工・撮影事	店舗の10店舗設置・大阪市各区を選び出して出店
8 サービス業	エステティック、並びに化粧品販売	人材の採用＝増客(紹介)が大きき力となる。
9 サービス業	社員研修、営業コンサ	研修サービスのブランディング
10 サービス業	舞台美術・大道具	幹部社員の成長、組織力アップ
11 サービス業	筋肉矯正健康法	経営者自身が退いても回っていく仕組みをつくる
12 サービス業	宅配水販売事業	他社に負けないサービス、商品開発を。人材育成。顧客を離さないための対策検
13 サービス業	教育、雇用支援、施設アウトソーシング	人的資本の最大化
14 サービス業	障害福祉サービス	社員(A型利用者)の採用を強化し、定員拡大(18→20)を図る。社員を教育し、受注業務の生産性を高める。
15 サービス業	広告の企画制作	とがった商品・サービスづくり、事業のパッケージ化
16 サービス業	葬祭業	葬儀規模が縮小していく中で、その消費者の需要に合った体制をつくっていかねばならないと思います。その上で営業力を拡大させる為には、社員教育が必要だ
17 サービス業	自動車整備、販売レンタカー	販売力のUP
18 サービス業	ソフト開発	メーカー依存からの脱却
19 サービス業	風水、運勢鑑定を使った販売促進サポート	既存事業の深堀り、今の路線の継続と単価の見直し
20 サービス業	エステティックサロンの経営	人材の採用と教育とスキルアップを計画的にすすめながら全体的なコストの見直しをしている。
21 サービス業	印刷物の企画・デザイン・制作、およびホームページ企画・制作	ニーズを開拓して、新規事業を計画中
22 サービス業	自動車の販売、整備、生保損保代理店	足回り整備(アライメント)、電装整備(ナビ等の持ち込み取り付け)など得意分野に絞り込んだ他社との差別化
23 サービス業	介護事業	まずは、人材の採用、定着を促進する。予算を増加する。それに伴い居心地の良い会社にできるよう環境を整える。
24 サービス業	美容業、カットなど	人材不足
25 サービス業	インターネット・コミックスカフェの経営	高齢者への利用拡大
26 サービス業	清掃業	社員数増加に伴い組織のしくみ化が急務
27 サービス業	美容室、エステ、リラクゼーション	店の改装でイメージアップ。FBでの発信
28 サービス業	経営サポート業	社員と共にUP
29 サービス業	印刷企画及びデザイン全般	新しい事業展開による売先商品の多様化
30 サービス業	web制作	安定した営業力の強化とそれにまつわる社員教育 技術力の高いプレーンの確保
31 サービス業	競馬、競輪、競艇を主として施行者をスポンサーとして媒体との広	宣伝広告のみならず、各競走場内でのイベントのよりよい企画に力を入れる事。
32 サービス業	不動産賃貸業、仲介業、管理業。飲食業。	変動費の少ない業界であるからこそ、徹底的に売上強化！！強化するポイントに商品力と社員の営業力をあげる。
33 サービス業	行政、大学、商工会議所向けサービス	既存顧客の満足を向上し、もって新規案件の獲得につなげる
34 サービス業	板金機械、メンテナンス業務	人材育成、採用強化(求人広告を出しているが結果が出ていない。求人広告見直し中)
35 サービス業	設計業務	バルブの開発を進行中。できたら客先に提出。
36 サービス業	事業協同組合(共同購入・外国人技能実習生受入・労働保険事務組合)	会員のニーズ・情勢等を把握し、新規事業を展開していきたい。
37 サービス業	通関業務及び付帯する業務全般	内需が減少しているものの、業界によってはいい業界、いい会社があるはず。そういうところの開拓が必須。

38	サービス業	広告・販促の企画・デザイン・制作	新人のスキルアップ
39	サービス業	切削工具販売会社	顧客ニーズを的確に掴み、信頼される企業づくりを進める
40	サービス業	ソフトウェア開発	現在の事業では現状維持レベルのため、新しい技術を身につけ新しい客先を増やし成長企業に持っていきたい。
41	サービス業	パソコン総合サポート	定期的な保守作業をしてくれる人を育て、自分が技術が必要な仕事や営業を行うように作業分担することで仕事の総量を増やす。
42	サービス業	WEBデザイン、サイト制作	人材採用時に本当に一緒に働きたい人か？どうかで選ぶ。
43	サービス業	人材育成教育事業	継続してフォローできる取引先を増やすこと
44	サービス業	不動産賃貸・売買仲介、管理業 不動産コンサルティング業	新規事業(東京進出コンサルティング)
45	サービス業	在庫管理業務についてのコンサルティングとアウトソーシングサービスの提供	営業力を強化して新規取引先の獲得と、会社の組織化。
46	サービス業	地図情報処理サービス業	営業力の拡大
47	サービス業	サービス部(清掃部)ハウスクリーニング、専門清掃、遺品整理 デザイン部 各種デザイン、印刷、広告代理	定期的な売上につながる顧客確保をするための営業提案をしていく
48	サービス業	社会保険労務士業、中小企業診断士業、経営コンサルタント	差別化
49	サービス業	人材サービス	社内体制の確立
50	サービス業	3S/5Sの企業様向けコンサルティング	利益を伸ばすために、新規の販路を開拓するには、営業力、スキルアップが課題
51	サービス業	広告制作業	●新しい人材の採用と教育●新規開拓と仕事の確保
52	サービス業	不動産コンサルティング(土地活用)・コインパーキング等企画開発・自動販売機設置管	売上
53	サービス業	人材派遣、有料職業紹介、業務請負、販売事	付加価値のアップと販売単価のアップ
54	サービス業	ソフトウェア開発	顧客交渉要員の採用
55	サービス業	インテリアデザイン企画・施工・監理、ビルマンションの管理他	当社の強みを最大限いかせる方針を今後も継続していくことが最重要課題であると思います。
56	サービス業	人材派遣業	生産効率の高い取引先の開拓 社員の業務処理能力の向上
57	サービス業	賃貸マンション経営	顧客ニーズに合わせた修繕、改装
58	サービス業	飲食店経営	以前からビジョンにあった、新規業態、サービスに注力する。
59	サービス業	電動工具及び機械卸、防犯カメラ・LED照明含む電気工事一般	販売戦略として、自社HPを制作している。営業ツール、広報ツールとして活用したい。
60	サービス業	旅行業法による旅行業	全社的な生産性向上
61	サービス業	インターネット付随業	人材補強、スキル向上、ソリューション開発したので、販路拡大を最優先で考えている
62	サービス業	訪問介護	個人商店の名残が多くあり、会社の体制を見直し、組織として力を発揮できるようにしたい。
63	サービス業	婚礼貸衣裳	現状の事業に関連する新規事業の立ち上げ
64	サービス業	エステティックサロン運営	技術力強化により、顧客満足に繋がると確信しています。顧客満足を高めることで、リピーターの確保、結果安定した運営に繋がると思います。
65	サービス業	風水鑑定(新築・リフォーム、インテリア改善)、小規模ビジネスコンサルタント	IT時代、AI時代に突入しているので、最先端のネット集客技術をどこまで維持できるかが勝負だと思っています。
66	サービス業	企業向け経費コンサル	インターネットを味方にできるかどうか企業が生き残りを左右すると思うので。
67	その他	障害福祉サービス・児童福祉・相談事業	新規事業の新規販路開拓 今期は改定経営指針策定の年度として新たなビジョンを掲げその1つとして、オリンピックイヤーには、福祉の給与体系を打破し、企業なみの給与体系とする。そのために利益のあがる事業を立ち上げビジョンを達成、合わせて人材確保と職員の流出0
68	その他	美術展企画運営・美術図書、雑誌の出版・画廊の経営	東京支社の営業リーダーを作る。大阪支社営業幹部の目標達成意識の向上。
69	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

70	その他	一般病院	他医療機関との連携をさらに強め、入退院のスムーズな流れを作ること。法定人員数の安定的な確保、外来・受付の共感力を高め、外来患者が気持ちよく受診できる環境を作ること
71	その他	工業の設備、施工	人事制度の見直し実施中、新卒者の採用の取り組み
72	その他	金融業	社員のレベルアップにより、取引先の実態把握しニーズ発掘及び新規開拓につなげ
73	運輸業	倉庫業	ネット宅配物流の新規事業
74	運輸業	貨物運送業	営業乗務社員の確保・増加
75	運輸業	おもに住宅設備品の配送	社員さんのポジションを増やすために新規事業の立ち上げも考えたい
76	運輸業	一般貨物運送	社員教育をし営業力をあげる
77	運輸業	ゲームマシン、イベント輸送など一般貨物	関東にある営業所に営業力・新規開拓
78	運輸業	一般貨物運送業、高齢者引越サービス	社員教育
79	建築業	各種集成材の販売、と建設業	工事、現場の対応力をupしたい
80	建築業	給排水衛生設備工事・空調設備工事	民間工事の開拓、若手人材採用、社員の自主性
81	建築業	建築設計、管理	会社としての軸づくり
82	建築業	仮設足場工事	人材の確保・特に職人さんの確保
83	建築業	リフォーム、外壁塗装、店舗設計施工	社員の意識を変えること
84	建築業	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要
85	建築業	太陽光発電	売上拡大のためにさらに営業強化
86	建築業	看板のデザイン・設計・施工	営業力(新規・既存)とWebサービス拡充(ネット注文)
87	建築業	防水工事業	会社の理念、及び目標を社員にきっちり伝える。社員の意識を変える。最近、惰性で行ってきた金物工事に力を入れ、売上減でも利益を増やす。
88	建築業	造園建設業、植栽管理	植栽管理はマンパワーによるところが大きく忙しい割に利益率が良くない。社員教育に力を入れてスキルアップを図りたい。利益率が高い造園工事の受注拡大を目指
89	建築業	建設業	関東への進出のための幹部育成と事業継承のための社員育成
90	建築業	電気設備工事	人材確保育成が企業である
91	建築業	店舗設計施工、住宅リフォーム、介護施設等内装	住宅リフォーム、介護関連の事業に市から家を、体ので、その一環としてリハビリ介護の立ち上げを考えている。そのことで、内装の事業の内も広がるので。
92	建築業		新卒雇用
93	建築業	リフォーム全般	販路の増加による業務の質の維持
94	建築業	建築、リフォーム	人材の採用
95	建築業	建築資材製造販売	若手社員を増やしたい
96	建築業	リフォーム、水回り設備、排水管・外溝・落書き洗浄、土木	組織力の向上
97	建築業	ダクト製作及び取付工事	受注可能な仕事はあるが、人手不足により受注できてないので、今後人材の採用と育成に力点を置きたい。
98	建築業	建築設計・管理	自治体の補助などもあるので耐震診断や耐震補強の仕事を増やそうと思っていま
99	建築業	電機工事一式、太陽光発電設備の施工・販売、LED、リフォーム	経営理念の共有、まずは社員さんの個人面談でお互いの考えを話し合う(未来について)
100	建築業	建築施工管理業	事業承継し社員を採用した。自社が維持発展するには新たな戦略を立てそれを実行していく事が必要
101	建築業	知的障がい者施設の新築・リフォーム・不動産の仲介	土地・物件探しから着手・リフォームまで行っているが障害者施設の経営が大変なので中古のグループホームが中心となっている。こんな時代なので無理はしない。
102	建築業	建設請負業	経営者の代変りに伴う経営計画の見直し、新規事業の棚上げが必要
103	建築業	工場・店舗作り、内装のできる建築屋	全社員に資格を取得させる
104	建築業	タイル、住宅設備機器の販売及び施工	主要取引先が来期売り上げが下がることが予想されているので、売り上げをカバーできる何かが必要。新規顧客か、販路か、扱い商品の拡大か。
105	建築業	電気工事業	高卒採用取り組み中、来季大卒、専門学校卒業者採用へ向けて活動計画中
106	建築業	電気設備工事業	他社との差別化
107	建築業	電気工事業	社員採用教育
108	建築業	電気工事業	建設業界が特に人が足りていないので、確保
109	製造業	金属印刷	新規販路開拓と生産効率化を考慮し、スリッター加工機の新調を検討
110	製造業	金属エッチング加工	リピータの客をどんどん増やす
111	製造業	製本業	市場は縮小しているのでどう舵取りしていくか
112	製造業	塗装用品の製造卸	全世界を周り良い商品をさがす

113	製造業	オフセット印刷・製本	仕事の受注量は平均すると横ばいくらいであるが、期間中の増減が大きく、極端な勤務を社員に強いるときがあり、それを解消したい。
114	製造業	板ガラス加工販売	取引先を拡大する
115	製造業	印刷業	新しいドメインを作っていく
116	製造業	椅子張り業	人事評価制度を取り入れた。教育訓練体系の確立と人材育成
117	製造業	金属製品製造業	既存客先だけでなく新規開拓を行いたい。借り入れが売上に対して多め。売上増で強い体質をつくっていききたい
118	製造業	スタッド溶接加工	革新的な技術を立上し、今のところ好調。しかし不安定な世界情勢なので、新たな分野の開拓と自社ブランドの確立が課題
119	製造業	豆腐・油あげ・製造・卸売	コストカットはやれるだけやったので、今は売上を上げることに力を入れている。製造面では、無駄を省き生産性アップを図りたい
120	製造業	金型製造業	自社商品の開発
121	製造業	プラスチック製品製造、原料の着色加工、金型の設計製造	製造の管理・営業の管理ができる人材への育成と採用
122	製造業	包装機械製造	技術力、生産性を上げてもっと短納できるようにしていきたい
123	製造業	自動車用フロアマット製造販売	ニッチマーケットでの販路拡大
124	製造業	ろ過装置の製造・販売	人手不足のため人材確保に努めたい
125	製造業	トラックエンジンの再生	主要取引先を増加する
126	製造業	科学工場などの製造設備工事等	新卒採用するので、教育と定着に力を据えたい
127	製造業	オーダーメイドの家具の設計から製造。	技術の継承をする。
128	製造業	缶パーツの製造販売	経費極小を合言葉にコストダウンにつとめています。
129	製造業	リフォーム事業	人材採用の強化
130	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
131	製造業	金属工作油剤製造販売	多様化する顧客ニーズに素早く対応するとともに技術力を強化し需要の拡大を計る。情報収集による市場動向を調査し、ニッチ市場での販売を拡大、展示会での新
132	製造業	化学薬品製造	主要取引先を見直す時期にきている。
133	製造業	食品加工油脂製造	人材育成による生産効率アップ。新製品開発による売上アップ。
134	製造業	繊維製品製造販売	外注先の縫製工場の製造現場における人材確保(外国人研修制度で入国している人達の問題)
135	製造業	木材の製材及び集成材販売	新製品(木材加工品)の開発により、販路開拓及び営業力の強化を計る。
136	製造業	建築金物(主に建具)製造メーカー、及びアミューズ面と関係へのレンタル業	従来の商品の仕組み(価格や販売ルート等)以外の新しい柱として直売できるツールが必要で、それに対応できる人材採用と教育が急務である。
137	製造業	金属加工業	新規事業拡大による人材確保
138	製造業	特殊車輛部品製造・組立、及び産業用プラント製缶品製造	1社依存の経営体質からの脱却
139	製造業	精密射出成形、粉末焼結積層造形	メーカー化。OEMメーカー含む
140	製造業	ポリウレタンゴム製品の製造販売	若い人に新規事業をやってもらおう(責任者ではなく) 売上につながる販売力の強化と販売方法の分散化。計画的な設備投資。製品開発力アップ。
141	製造業	プラスチック板加工業	生産性向上への積極的な取り組み
142	製造業	油圧シリンダー部品	後継者の教育
143	製造業	食品等の包装資材の加工	自社製品の売上増加
144	製造業	板金加工	社内高齢化のため、若い人材が必要であり、また、高齢の職人さんがいなくなったら技術がなくなるため、今の内に強化する必要がある。
145	製造業	切削機械加工	
146	製造業	ねじ・ボルト・ナット・自動車部品、全数検査装置製造販売	新技術開発については高度化を進めている。
147	製造業	サイン・DIY用品・店舗用品製造販売	正確な情報収集
148	製造業	工場内試験設備・生産設備の電気一式(設計、製作、工事、調整)	会社全体の技術力、能力アップによる営業力の拡大を進めながら経費節減を考える
149	製造業	プラスチックの射出成形	新規営業活動が必要だが、若手が多く、人材不足であるので、教育による各自のレベルアップと中途採用等での即戦力の採用を実施

150	製造業	プラスチック金型、彫刻、刻印、金属加工	印象
151	製造業	Tシャツなどの衣類への印刷	今後、会社として社員の育成、成長がなければ会社の発展はなし。人材の確保
152	製造業	環境プラント機器の製造、据付工事	下請けの立場から元請け、開発企業への順次移行。
153	製造業	ワイヤー加工製造	社員のモチベーションアップ、提案商品の強化、品質の向上
154	製造業	鋼材(鉄)及びパイプの販売及び寸法切り・曲げ加工品販売	新しい機械を7月に導入したことにより、生産性が上昇し、多くの注文を短納期で受入加納になった。次の人材を採用するまでは、売上が下がっても利益を出せる状態になるよう、現状の人員で持ちこたえる。
155	製造業	オフィス家具類製造・販売	関西・中部地区の需要をどう掘り起こすか？
156	製造業	プラスチック射出成形用の金型製造	職人的な要素も多く、難易度が高いと思うが、内身が追いついていない
157	製造業	機械部品製造及びメンテナンス	技術者、熟練者を育てることが困難である。指導者不足。
158	製造業	金属加工	技術者不足による起用⑨能力の低下(業界全体の課題となっている)人材の採用と育成に力を入れます
159	製造業	精密機械加工	取引先のロット数、リードタイムへの対応
160	製造業	金属プレス加工(主に自動車部品)	1社依存している工場なので、何とか新製品、新取引先を開拓したい。
161	製造業	プラスチック板加工業、販売促進物製造	新規開拓
162	製造業	CNC自動旋盤による金属切削加工および工業用バキューム販売	将来に向けての若手社員の確保と能力アップのための教育に力点を置きながら、新機種導入による生産性アップと効率化を平行して考える。
163	製造業	金属加工、溶接	新規受注先の確保
164	製造業	印刷物美術加工	社員の高齢化が顕著であるので、早急に若返り対策を講じる必要がある
165	製造業	プラスチックフィルム製品の製造加工	他社ではできない商品があるが、それを売り込んでいくか、良い製品を作るための技術力をみんなが自覚して身につけていくこと
166	製造業	金属製品及び部品の設計及び製造	新製品の販路拡大のため、展示会、宣伝に力を注いでいる。新製品は約2年目に入り少しずつ、この9月から注文が入りだしている。
167	製造業	プリント基板用金型製造及びメンテナンスとプレス加工。ツーリングシステム部品の研削加工	ツーリングシステム部品からの受注数増やすため、設備投資と技術力の強化を目指す
168	製造業	鉄・ステンレス・アルミの金属加工、製缶	今まで一社依存が大きかったので、取引先を増やし、信頼を得たい
169	製造業	小売業様向けのレジ周りの什器の製造、販売	新商品の開発
170	製造業	段ボールケース製造業	売上を上げないと雇用もできない
171	製造業	金属加工の切削加工	既存取引先への定期的な訪問・連絡、SNSやウェブを使っての情報発信、経費についてゼロからの見直し
172	製造業	油圧クリッカー、油圧切断機、打抜刃型の製造販売、メンテ	お客様のニーズに応えるため
173	製造業	椅子張り替え、販売	インターネット販売
174	製造業	清酒製造	新規販売店、飲食店に営業
175	製造業	ステンレス薄板鋼板の研磨加工及び保護テープ貼り	人材を採用後技術力の維持に努め生産量をあげる
176	製造業	金属表面処理業	技術、知識面での教育。古い設備の更新
177	製造業	精密機械製造業	設備機械のAI化
178	製造業	各種歯車及び、歯車関連部品の製造・加工	社員の自主性が感じられる様になり、生産効率UPの為の仕組みができつつある。今後、]営業力に力点を置き、重要取引先を増やして受注増加を目指していきます。
179	製造業	服飾雑貨、製造販売	全社員一丸となって技術力強化に勤めている
180	製造業		品質強化を行い、確実に収益を得る。新たに品質管理担当を育成
181	製造業	射出成形用金型の製	QCDの強化
182	製造業	鉄線加工	営業力の強化が必要
183	製造業	紳士シャツ製造卸売り	社員の語学力向上、海外販路の構築
184	製造業	不動産建築	売却不動産の仕入れ
185	製造業	ディスプレイ業、アクリル樹脂加工、サイン製作施工	防災、防犯、労災対策商品の開発と新マーケットの創出
186	製造業	ステンレス製バルブ及び継ぎ手等の製造販	製造メーカーとしての品質の向上に重点を置く

187	製造業	POP及びノベルティグッズ製作販売	良い商品を効率よく作っていくことで社員が休みが取れるなど労働環境がよくなる。そして定着率がよくなることで新しい社員への教育がスムーズに進められる
188	製造業	シールラベルの企画・製造・および一般商業	お客様の要望も多様化しておりその対応が不可欠。5年先・10年先を見ながら既存取引先の中から重要取引先にしてい工夫・取り組み方が大切と考えます
189	製造業	ステンレス製缶加工	一社依存率が高いので解消したい
190	製造業	ビニル電線製造業	老朽化した設備投資を行うには営業力を強化し、資金の確保が必要となる
191	製造業	金属表面処理、熱処理加工	新卒採用
192	製造業	金属板金加工業	企業は人なり、人材育成、採用に注力、自社ブランド商品開発に注力
193	製造業	金属部品に硬化クロム鍍金する	職人による仕上がりのバラツキをなくす
194	製造業	十字穴月タッピングネジ製造	新規顧客獲得に動く 研修により知識と経験について学ぶ
195	製造業	金型メーカー	営業力向上
196	製造業	金属加工業	営業力強化
197	製造業	販飾雑貨製造	どのような方向で進めていくのか
198	製造業	電子機器の設計・製造	新規ホームページの立ち上げ
199	製造業	繊維製品・製造卸	生産管理を強化する為小生が携わる。営業方面で人材を登用して行きたい
200	製造業	金属処理加工(高周波焼入焼戻)	更なる受注量減でも利益を出し続けられる企業体質の構築
201	製造業	自動車部品加工・産業機械部品加工・機械工具設計製造販売	新規製品の受注確保、新規取引先の確保
202	製造業	発砲ポリエチレン加工メーカー	新製品開発および販売、現行の優良企業の顧客満足を目指し社員教育で責任や自律した考え方のできる社員を育てる
203	製造業	業務用厨房機器製造販売	仕事量が安定して確保しやすくなってきているため、生産力のアップに重点を置いていく。人材採用から工場用地の確保を検討
204	製造業	工業用ガスバーナーの製造	市場情勢をしっかり見極め、取引先ニーズを把握し、設備投資し社内の生産性を上げたいと考えています。
205	製造業	金属熱処理、塗装、表面処理	既存分野への設備投資のための先行き判断と新規分野への進出のため営業力強化が必要。
206	製造業	金属部品の金型製作及びプレス加工	人材の採用を行い、技術を継承して個人の能力アップを図る。
207	製造業	工業用裁断機器 設計・製造	現場作業者の業務管理能力、判断力のUP
208	製造業	プラスチックブロー成	社員共育
209	製造業	金属熱処理受託加工	コア人材(営業、品質管理)を確保すること。既存社員の教育は「QCサークル活動の復活」「目標管理制度の充実」で基本に立ち返る。
210	製造業	鋼板の加工販売	新規開拓に力点を置いて行動し成果は少しずつ表れています。
211	製造業	スプリングの設計・製造、アルコール用ボトルホルダーの製造、その他金属加工	まだ体力のある間に次の世代を作り育てる
212	製造業	フレキシブルシャフト製造	組織力強化、営業の増員
213	製造業	線香製造	業界で最多の品揃えを誇るが、資材在庫などの効率が悪いので、在庫回転率の向上などの改善を図る。同時に、消費者の利益を優先に考え、値打ちのあるお線香とは何か、の啓蒙に力を入れる。
214	製造業	金属製品製造業・溶接業	効率的な設備投資と将来付加価値を生み出す人材の確保。
215	製造業		残業の抑制の中での生産効率や生産高の維持。
216	製造業	金属製品製造業	社員教育、OJTの強化
217	製造業	工業用プラスチック材切削加工業	社内の生産性向上については、生産現場での鉄則と位置付けている。しかし、売上額を伸ばしていくためには更なる付加価値を創造し開発する必要がある。今期は社内の指針でそのステップアップの段階にはいっている。
218	製造業	プラスチック切削加工	外注政策により営業範囲を広げていく
219	製造業	十字穴付きタッピングネジ製造販売	全社員による現場改善活動の推進
220	製造業	食品軟包装資材(フィルム)の企画・製造・販売業、工業製品の軟包装資材、他	社員が高年齢となっているので、早急な若返りが必要。
221	製造業	印刷全般	経費の削減 不良の低減
222	製造業	精密金属パネ	気配りの出来る社員を一人でも多くする＝社員教育。
223	製造業	電子部品(プリント配線板)、各種薄板製造・加工・販売	本業のプリント基板分野での売上減少を他分野でカバーできる体制作りを進める。より具体的で数字に結びつく営業活動を展開する。

224	製造業	焼き菓子製造卸	工場の拡張で生産量の増大、新商品の販売。
225	製造業	建築金物製作	優秀な社員を獲得する事などできないので来てくれた新卒を上手に育てる事ができる社員教育力が必要。
226	製造業	金属プレス・板金加工	新規開拓と人材採用・育成
227	製造業	金網と関連製品の製造・販売	開発体制の確立と職場環境の改善
228	製造業	アルミフレーム製品のオーダーメイド	企業は人なり。新事業を起ち上げるにも、営業所を新設するにも、任せられる人材が居なければ、成り立たないため。
229	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)の製造、販売	入社1年未満の2人の社員さんのスキルアップと、主たる生産設備のオーバーホールによる生産性増を計画したい。
230	製造業	国産軍手製造・中国軍手輸入・同商品販売・ファッションニット製造販売	これまでの大手への卸売だけではなく、地元工場などへの販売も、もっと積極的に行っていく。 また、新規事業(ファッションニット)を生産・販売ラインを確保する必要がある。
231	製造業	部品並びに器具の企画開発から製造及び	メカニカル部品のみならず制御プログラム分野への進出と従業員の力量アップ
232	製造業	粉体輸送機、膜処理装置の製造メーカー	儲かる仕組みの構築
233	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。各種画像検査システムの開発・設計・製作	作業工数の分析と、個々の案件の損益を見る化することで、まずはグループ単位での生産性向上に取り組んでいる。IoTを活用した新製品・サービスを社内で検討すると共に、医療機器ビジネスへの挑戦も、情報収集とネットワークから取り組み始めた。毎週火・木曜日の定時後30分間に開催している勉強会を継続中。何を勉強すべきか分からない社員や、なかなか興味を示さない社員に対しては、ワークショップを開催して巻き込んで行くことで、勉強したい気持ちを引き出すべく工夫して行くこと
234	製造業	搬送機械の設計・製造	見積もり営業力の強化、管理体制の見直し(ベテラン依存からの脱却)
235	製造業	印刷・ウェブ・デザインの企画、制作	当社は人の力の総計が業績となる
236	製造業	コンピュータ計測・制御装置の開発、製造	展示会に新商品を出展することにより、新規顧客の確保を行う。
237	製造業	樹脂押し出し成型金型の製造販売	蓄積されたデータ
238	製造業	製造業	理想のお客様へ営業して、中途採用、定年退職技術者採用、新卒採用に力を入れ、社員教育をしっかりやっていく。
239	製造業	製缶板金加工 産業用機械製造	熟練工の高齢化に対して若手社員による生産能力向上が急務
240	製造業	紙再生業	営業力を強化して新商品・サービスの拡大を目指す。
241	製造業	各種ポンプ製造業	営業社員の増員を計画
242	製造業	ガラス造形作品の制作・施工・販売	営業力の充実
243	製造業	釣り具部品・精密実験器具組立	熟練した作業員の確保
244	製造業	精密試作板金加工業	若年層の確保、育成
245	専門サービス業(土業の方)	会計事務所	社員の能力アップもさることながら、仕事に対する姿勢、何のために誰のために仕事をするのか、基本的な考えを共に学んでいきたい。
246	専門サービス業(土業の方)	行政書士事務所	採用を強化し生産性アップに努めます。
247	専門サービス業(土業の方)	販売促進コンサルティング、広告制作	人材を採用し、営業力の強化と、受注後の受け入れ態勢の確保
248	専門サービス業(土業の方)	建築設計	売上げは拡大しつつも利益が上がらないため、生産性の改善課題は急務。
249	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士業	日常のたゆまぬ勉強につきますと思います。
250	専門サービス業(土業の方)	経営コンサルタント、ITサービス	エンジニアの確保
251	専門サービス業(土業の方)	税理士業務	人脈拡大、営業力の強化
252	専門サービス業(土業の方)	司法書士業務	エンドユーザからの直接受任の拡大
253	専門サービス業(土業の方)	弁理士業	営業力と顧客ニーズ
254	専門サービス業(土業の方)	不動産仲介業。不動産コンサルティング業。投資顧問業。不動産管理業。内装請負業。	自社の強み分析をし、大手取引先との連携を深める

255	専門サービス業 (土業の方)	旅行業	現時点では、売上を上げないと、会社が苦しい 天王寺区で事務所を開設して1年程度であり、まだまだ認知されていない。 積極的に活動し、まずは、地域の皆様に弊所の存在を認知していただくことが重要と考える。
256	専門サービス業 (土業の方)	弁護士業	また、同業他社との競合が重大な問題となっているため、日々研さんを積み、専門分野を構築する努力をする必要がある。
257	専門サービス業 (土業の方)	税理士業	適切な評価による営業権譲受け
258	専門サービス業 (土業の方)	税理士業	新規顧客の開拓
259	専門サービス業 (土業の方)	社労士	社労士業務以外の新規事業立上げ、提携強化
260	専門サービス業 (土業の方)	建築設計	専門性を生かし新分野の確立をめざす。
261	専門サービス業 (土業の方)	弁護士業	広告の拡大
262	専門サービス業 (土業の方)	社労士	まずは事務所を借りること
263	専門サービス業 (土業の方)	公認会計士	幹部候補の育成
264	専門サービス業 (土業の方)	経費節約コンサル、 ファイナンシャルプラン	新規事業の早期売上拡大
265	専門サービス業 (土業の方)	社会保険労務士	仕事を1人でかかえこまず、外注等を活用して、効率をUPしたい。
266	専門サービス業 (土業の方)	国内外の税務タスクに 対するコンサルティン	税務・財務戦略の企画立案のパッケージ化、社員研修の充実
267	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
268	専門サービス業 (土業の方)	税理士事務所	計画的にスキルアップを行うとともに、重点とする業務の方針を決めて行動する。
269	専門サービス業 (土業の方)	社会保険労務士業	中小企業における人材育成は待ったなしという価値観を経営者にもってもらふこと。 社労士の支援あれば楽に進むこと。
270	専門サービス業 (土業の方)	税理士業	合併
271	専門サービス業 (土業の方)	広告制作業(印刷物、 うえb、映像)	製造作業のレベルUPと単価UPを並列させたい。競争力UPにつなげたい
272	専門サービス業 (土業の方)	税理士業	高校求人
273	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見える化し、アピールする(チラシ、HPなど)
274	専門サービス業 (土業の方)	税理士業務全般	時間当たりの粗利が増えるように取り組
275	専門サービス業 (土業の方)	司法書士業	法人化予定
276	専門サービス業 (土業の方)	税務申告書の作成、会 計コンサル、経営計画 書の作成指導	商品の質の向上。社員の能力UP。高付加価値商品の購入をしていただけるお客様を増やす。
277	専門サービス業 (土業の方)	社労士業	営業力をどうつけるか
278	専門サービス業 (土業の方)	不動産鑑定	公共団体、土業、賃貸業者、資産家、過去のクライアント等への営業活動
279	専門サービス業 (土業の方)	社会保険労務士	事業計画の策定を第二創業と受止め、事業の拡大と安定を目指すため、独自の事務所の設置と人員確保を目指したい。
280	専門サービス業 (土業の方)	都市設計及びまちづく りに関する計画、建築 土木造園に関する計	東日本大震災以降、減少している東日本エリアの受注のために東京での拠点を早期に確立すること。同時にそのための人材を確保
281	専門サービス業 (土業の方)	弁護士	営業力の拡大が中心
282	専門サービス業 (土業の方)	税理士業	社員教育制度や賃金体系のしくみ作り。お客様へのサービスの充実。
283	専門サービス業 (土業の方)	特許事務所	若手の採用
284	専門サービス業 (土業の方)	税理士業・コンサルタ ント業	コンサル的なサービス業務だけでなく商品やサービスを新たに開発して売るという事業を自ら立ち上げて新分野・新境地を開拓する

285	専門サービス業 (土業の方)	経営支援、人事制度構築 人材育成コンサルティング	個々のスキルアップ
286	専門サービス業 (土業の方)	空調機器、販売、設計、工事、修理	人材確保をしないと受注が難しい。
287	専門サービス業 (土業の方)	デザイン・コンサルティング	従来の経験を活かしたコンサル業にシフトしていく
288	通信情報業	ホームページ制作・アドバンス・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。
289	通信情報業	ソフトウェア開発	営業力拡大(スキルアップ)により、新規開拓を重視。新たなサービスへの取り組み。
290	通信情報業	ソフトウェア業	エンドユーザー開拓
291	通信情報業	WEB制作、集客コンサルティング等	制作においての数量アップを図るためのステップをどう踏むべきか。これについては既に解決案を得ているので、あとは実践あるのみです。また、顧客確保に向けての魅力づくりを表面に打ち出すところが後回しになっているために、これを先立って行えるかどうか。→進めないと顧客増加は難しいと判断しています。
292	通信情報業	情報通信エンジニアリング事業等	毎月幹部会議をして各部門毎に原価管理をしている
293	通信情報業	ITシステムの企画・開発	既存顧客へのリピートを喚起し安定収益の確保。新規技術による提案力の強化。新商品、サービス開発により、差別化の強化。
294	通信情報業	ケータリング車によるたこ焼き販売、イベント出店、カフェ経営、菓子製造	事業の採算化、3S運動導入、エコアクション21、新商品の開発、販路拡大
295	通信情報業	Accessによる中小企業向けシステム開発、HP制作	お客様の感想と要望を聞き、サービス向上へ転換
296	通信情報業	システム開発	SEの会社ですので第一に技術力UPは継続的な経営課題です。人材の採用が経営力強化のポイントです。
297	通信情報業	ソフトウェア開発、販売、保守	技術系社員について外部情報の取込みを強化。全社(特に幹部社員)の経費把握の正しい理解。FC事業を行う得意先からの情報収集。全社粗利増に対する意識の統一と管理体制確立。
298	通信情報業	OA機器販売、メンテナンス	営業力が不足しているが、簡単に営業を雇用できない
299	通信情報業	カーアクセサリ販売、メンテナンス	採用機会の拡大
300	通信情報業	ソフトウェア開発	新規販路の拡大をすること。
301	通信情報業	システム開発	社員の成長
302	流通業	広告制作業	店舗展開するにあたり、社員のスキルアップが最重要課題です
303	流通業	メガネの販売	社員の能力が上がることで個々が自発的に動けるようになってくれる。
304	流通業	医薬品化粧品日用品の店舗販売、ネット販売	採用はあるが、マッチングができない。応募も少ない
305	流通業	旗・カップ・メダル・記念品製造卸売	新しい商品を開発する
306	流通業	紙全般卸・紙加工業	将来に向けて人材の採用を考えようと思っている
307	流通業	古紙の集荷・販売	人材確保と営業利益の比例
308	流通業	ファッション関連商品の卸	今までの卸販売の枠にとらわれない、新ビジネスモデルや商品・サービスへの積極的な開発。
309	流通業	ステンレス鋼材卸売業	需要と供給のバランスの取れる関係が出来るユーザーを探していく。
310	流通業	ニット生地卸売、婦人スポーツウェア輸入卸	景気はよくない。需要は伸びていない。売上確保は急務。
311	流通業	一般用医療品・健康食品等の卸売販売	新規販路の開拓、異業種への進出
312	流通業	ねじ販売業	1社依存の軽減
313	流通業	ステンレス鋼材及び金属製品の販売	加工、製造業ではないため、商人としての感覚を磨くことが至上の命題としている。
314	流通業	骨董品輸入販売業	情報収集に今まで以上に力を注ぎ、今当社に何が求められているのかを整理し、新サービスを産み出す。
315	流通業	オートバイ販売	2020年までに2店舗出店予定なので人材の採用強化している。
316	流通業	板のシャーリング、小売業	営業担当(後継者)が、1年未満の経験しかなく、販路拡大もかねて積極的な営業展開を始めている。社員も一気に若返るので、品質、生産性を維持するためにも、今は引き継ぎに重点を置きたい。
317	流通業	機械工具卸業	これまでは機械工具中心だったが、これからは機械の販売に力をそそぐ
318	流通業	青果仲卸	事業を任せられることができるかどうか

319	流通業	電気工事、空調工事、家電販売	営業力、経費削減
320	流通業	生産工場用品の販売	社員教育
321	流通業	有機野菜小売	農地所有適格法人化、6次産業化認定業者になる
322	流通業	販促品、パーティーグッズの企画卸	業界全体が縮小傾向に有る為、企業進路をどの様にとっていくべきか判断を迫られている
323	流通業	ワーキングユニフォームの卸販売	価格競争に巻き込まれない戦略、仕組みを作らないといけない
324	流通業	中古トラック販売と中古部品販売	新規販路分野開拓に尽きる。それと新規仕入れ先開拓も
325	流通業	アパレル小売販売業	ここ数年売上げ低下に歯止めがかからない状態。オンリーワン企業としての差別化が出来ていない
326	流通業	中古機械輸出	後継者の発掘
327	流通業	鶏肉卸	現状の設備では手狭な為、近所で物流倉庫を探しています。
328	流通業	コンビニエンスストア	人材採用・雇用の安定、同業他社より雇用条件の圧倒的的魅力作り。新規出店
329	流通業	鋼材の加工販売	新規訪問回数のアップ、教育(社外含め)
330	流通業	青果卸売り業	取引先確保によって大量購入し仕入れ価格を下げたい
331	流通業	安全衛生用品製造卸	新しい価値の創造と展開が重要なテーマ
332	流通業	LED照明器具。プラスチック、ダイカスト、金型および部品販売	営業力強化。新規取引先の拡大
333	流通業(卸・小売含む)	健康食品、化粧品等の卸売業	経営計画を大幅に改善しなければならないことができたため、経営計画書のやり替えを行う。
334	流通業(卸・小売含む)	物流業界を支援する「トラックのワンストップサービス業」	激変する情勢に対応できる人材育成と経営課題の優先順位
335	流通業(卸・小売含む)	毛皮・レザーコート卸	新たな販路開拓、安定した資金繰り、将来へ向けた当社にあった人材採用および教育
336	流通業(卸・小売含む)	衣料品、ファッション雑貨の卸売	EC事業にも力を入れる。
337	流通業(卸・小売含む)	生産財総合商社「機械工具卸売業」	ベテランの高齢に伴い、若手採用に力点を置いているが、営業会社という職業がなかなか人気がないみたいです。高校正に力点を置いているが、高校新卒は特に難し
338	流通業(卸・小売含む)	締結部品卸売・小売業	方針:IT活用による営業力強化 社員対応の向上 悩み:自社にとっての自立とは何か… 目標:自信をもって見本市に出展したい
339	流通業(卸・小売含む)	工業用部品販売	定期新卒採用の実施
340	流通業(卸・小売含む)	作業ユニフォームの店舗小売販売とルート営	人の成長なくして会社の成長なし。これからも人材育成に力を入れる。
341	流通業(卸・小売含む)	電子部品販売卸し、機器開発・製造、受託加工	中・長期の経営方針を策定中。 事業群を見直し、将来性のある事業にリソースを振り分ける。 将来性のある事業を伸ばすには、仕入・売り共に新たな取引先の開拓など一層の営業力UPが必要。
342	流通業(卸・小売含む)	冷凍加工食品、ドライ品卸、メニュー企画メニューPOPデザイン販	指針の作成、浸透と社員能力UPを売り上げ、利益拡大につなげる。
343	流通業(卸・小売含む)	美容材料卸	環境変化を反映したビジョンを作り、業容、業態を見直す
344	流通業(卸・小売含む)	工業薬品販売、産業廃棄物処理	海外展開
345	その他	立体駐車場、据付メンテナンス、水処理設備整備、機械据付メンテナンス	組織、仕組化。人材育成、生産性のアップの仕組み作り。
346	その他	印刷全般、デザイン	印刷後の加工設備を増設しWEB受注システムを確立する
347	その他	保険代理業	個人のお客様の継続手続きを社員に任せる。その為勉強会を2週間に一度実施、自身は新規契約に注力
348	その他	物流加工	経営力、組織力を強化したい
349	その他	鋼材の加工販売	営業に力点をおいて新規販路を開拓したい
350	その他	金融業	顧客ニーズ把握する人材育成
351		電子部品(プリント配線板)製造及び樹脂板製造販売	引き続き基板以外の薄板樹脂加工に力を入れる。バランスの良い商品配分を見差す。
352		機械や機材の配達	社員のやる気について。とにかくお客様を増やすこと
353		鉄鋼流通 ステンレス鋼板在庫 加工販売	後継者育成 人材採用について計画立案

354	マグネットの印刷物のネット販売、証書ケースのネット販売、ポケットファイルの印刷物のネット販売、各種印刷物の制作、デザイン作	インターネットホームページの強化
355	介護保険業務・障害福祉サービス業務など	万年的に人材不足が続いており、今の介護保険制度に頼る形では、今以上の給与体系改善を望めない。 そこで、新規事業の拡大等を行う事により、より良い人材確保が出来るようにしていきたい。
356	受配電設備の試験調整・改造・点検	マンパワーの強化
357	電気通信工事業	リーダーの育成とリーダー間のコミュニケーション力UPによる効率化
358	就活シェアハウスの運営・管理 企業サポート・就職支援	まだ立ち上げてまもない会社なので、社員一同の能力のアップと、取引先の銀行の強化もしていきたい。

特別項目【1】採用状況について
新卒採用(2017年4月卒)見込みについて
 募集企業:197社

Q2	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	総計
サービス業	8	5.8%	7	5.1%	15	11%	108	78.3%	138
運輸業	0	0.0%	1	4.2%	7	29%	16	66.7%	24
建築業	2	3.5%	4	7.0%	18	32%	33	57.9%	57
製造業	26	12.4%	13	6.2%	37	18%	134	63.8%	210
専門サービス業	6	9.0%	1	1.5%	4	6%	56	83.6%	67
通信情報業	3	13.6%	2	9.1%	4	18%	13	59.1%	22
流通業(小売・卸含む)	9	10.2%	5	5.7%	14	16%	60	68.2%	88
その他	3	18.8%	3	18.8%	2	13%	8	50.0%	16
(空白)	1	7.1%	1	7.1%	1	7%	11	78.6%	14
総計	58	9.1%	37	5.8%	102	16%	439	69.0%	636
募集をされている企業を母数とした割合		29.4%		18.7%		51.8%			

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

中途採用について
 募集企業:281社

Q2	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	総計
サービス業	10	7.5%	9	6.7%	24	18%	91	67.9%	134
運輸業	0	0.0%	7	30.4%	9	39%	7	30.4%	23
建築業	1	1.9%	9	16.7%	19	35%	25	46.3%	54
製造業	25	11.7%	29	13.6%	56	26%	103	48.4%	213
専門サービス業	7	10.3%	2	2.9%	12	18%	47	69.1%	68
通信情報業	2	9.1%	1	4.5%	3	14%	16	72.7%	22
流通業(小売・卸含む)	16	18.4%	10	11.5%	12	14%	49	56.3%	87
その他	5	29.4%	4	23.5%	4	24%	4	23.5%	17
(空白)	1	7.1%	0	0.0%	4	29%	9	64.3%	14
総計	67	10.6%	71	11.2%	143	23%	351	55.5%	632
募集をされている企業を母数とした割合		23.8%		25.2%		50.8%			

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

パートなど非正規採用について
 募集企業:181社

Q2	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	総計
サービス業	7	5.2%	11	8.1%	22	16%	95	70.4%	135
運輸業	3	12.5%	5	20.8%	0	0%	16	66.7%	24
建築業	4	7.5%	2	3.8%	3	6%	44	83.0%	53
製造業	16	7.7%	27	12.9%	24	11%	142	67.9%	209
専門サービス業	12	18.2%	0	0.0%	4	6%	50	75.8%	66
通信情報業	2	9.1%	2	9.1%	1	5%	17	77.3%	22
流通業(小売・卸含む)	8	9.8%	8	9.8%	8	10%	58	70.7%	82
その他	6	37.5%	1	6.3%	1	6%	8	50.0%	16
(空白)	2	14.3%	0	0.0%	2	14%	10	71.4%	14
総計	60	9.7%	56	9.0%	65	10%	440	70.9%	621
募集をされている企業を母数とした割合		33.1%		32.0%		35.9%			

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

特別項目【2】夏季賞与について

支給状況

Q2	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	総計
サービス業	62	46.3%	37	27.6%	6	4%	29	21.6%	134
運輸業	17	73.9%	4	17.4%	0	0%	2	8.7%	23
建築業	36	63.2%	12	21.1%	3	5%	6	10.5%	57
製造業	176	80.0%	31	14.1%	6	3%	7	3.2%	220
専門サービス業	29	42.6%	14	20.6%	2	3%	23	33.8%	68
通信情報業	8	36.4%	6	27.3%	0	0%	8	36.4%	22
流通業(小売・卸含む)	60	68.2%	19	21.6%	3	3%	6	6.8%	88
その他	13	72.2%	4	22.2%	0	0%	1	5.6%	18
(空白)	6	42.9%	5	35.7%	1	7%	2	14.3%	14
総計	407	63.2%	132	20.5%	21	3%	84	13.0%	644

①支給する(した) ②支給しない ③未定 ④該当なし

前年度の比較について(前問で①支給する(した)と回答された企業を対象に)

Q2	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	総計
サービス業	17	27.4%	34	54.8%	7	11%	4	6.5%	62
運輸業	8	47.1%	6	35.3%	0	0%	3	17.6%	17
建築業	14	38.9%	14	38.9%	6	17%	2	5.6%	36
製造業	68	38.9%	77	44.0%	25	14%	5	2.9%	175
専門サービス業	12	42.9%	12	42.9%	3	11%	1	3.6%	28
通信情報業	4	50.0%	3	37.5%	1	13%	0	0.0%	8
流通業(小売・卸含む)	24	40.0%	29	48.3%	7	12%	0	0.0%	60
その他	5	38.5%	7	53.8%	1	8%	0	0.0%	13
(空白)	4	66.7%	0	0.0%	2	33%	0	0.0%	6
総計	156	38.5%	182	44.9%	52	13%	15	3.7%	405

①増額 ②同額 ③減額 ④昨年は支給していない

支給理由(前問で①支給する(した)と回答された企業を対象に)

Q2	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合	総計
サービス業	13	20.0%	7	10.8%	1	1.5%	42	64.6%	2	3.1%	65
運輸業	3	16.7%	2	11.1%	0	0.0%	13	72.2%	0	0.0%	18
建築業	9	25.0%	4	11.1%	3	8.3%	19	52.8%	1	2.8%	36
製造業	54	27.6%	18	9.2%	6	3.1%	109	55.6%	9	4.6%	196
専門サービス業	8	25.0%	6	18.8%	2	6.3%	14	43.8%	2	6.3%	32
通信情報業	2	25.0%	3	37.5%	1	12.5%	2	25.0%	0	0.0%	8
流通業(小売・卸含む)	16	21.9%	8	11.0%	4	5.5%	44	60.3%	1	1.4%	73
その他	3	23.1%	0	0.0%	1	7.7%	4	30.8%	5	38.5%	13
(空白)	3	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	50.0%	0	0.0%	6
総計	111	24.8%	48	10.7%	18	4.0%	250	55.9%	20	4.5%	447

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