

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10月～12月期）

期間：2016年11月14日～2016年12月14日

対象者：2566名

回答数：653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 5 : D I 推移（売上・利益・景況感・先行き景況感・資金繰り・設備投資・採算状況）

P 1 9 : 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 1 : 売上増加の要因（選択・記述）

P 2 5 : 売上減少の要因（選択・記述）

P 2 9 : 設備投資・経営上の課題（選択）

P 3 0 : 今後の力点（選択・記述）

P 3 9 : 特別項目集計



第24回大阪同友会定点景況調査 支部 _____ 氏名 _____

FAX番号：06-6941-8352

期間2016年11月14日～12月14日まで

【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

【3】売上・利益について(※2016年10月～12月期を元にご回答下さい)

(1) 売上・利益の動向について、該当する項目に○印をつけてください

①売上	前期比(7月～9月期)： 増 ・ 横 ・ 減	前年同期比： 増 ・ 横 ・ 減
②利益	前期比(7月～9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ものに○印をつけて下さい

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

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

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

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

(4) 力点について具体的にご記入下さい

特別項目

【1】 新卒採用の充足状況について、該当する項目を1つお選び下さい

1. 希望通り採用ができた 2. 充足しておらず、現在も採用活動中 3. 充足しておらず、困っている
4. 募集をしていない

【2】 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. 実施していない 3. 該当者なし
2) 賃上げの内容について該当する項目をお選び下さい(【2】-1で「1. 実施」と回答された方)
1. 定期昇給の実施、2. ベースアップ、3. 賞与への反映、4. パート・アルバイトの時給上げ、5. 諸手当の拡充
3) 賃上げ幅はどれくらいですか?
1. 3%以上 2. 3%未満

【3】 冬季賞与について

- 1) 冬季賞与の予定について
1. 支給する 2. 支給しない 3. 未定 4. 該当なし
2) 前年度の冬季賞与との比較について(【3】-1で「1. 支給する」と回答された方)
1. 増額 2. 同額 3. 減額 4. 昨年は支給していない

【4】 最低賃金引き上げの影響について

- 1) 最低賃金引き上げによる、自社の影響について該当する項目を1つお選び下さい。
1. 良い影響がある 2. 悪い影響がある 3. 影響はなし
2) 考えられる影響と対策についてご解答下さい。

大阪府中小企業家同友会

定点景況調査集計結果（2016年10月～12月期）に対するコメント

大阪産業構造研究会部長

阪南大学経営情報学部准教授

大阪経済法科大学経済学部准教授

大阪市立大学創造都市研究科准教授

立命館大学経営学部准教授

和歌山大学経済学部准教授

阪南大学経済学部准教授

音頭良紀

菊池 航

高橋慎二

立見淳哉

田中幹大

藤田和史

松村幸四郎

中長期的展望に立ち市場・顧客ニーズを見据えた戦略と、人材を大切にされた経営を

今回調査のポイント

1. 前回調査に引続き、売上動向は力強さに欠ける結果となった。やや回復傾向にあるものの依然として厳しい景況状況が影響。設備投資意欲も低調にとどまる。
2. ただし、売上に対し、利益動向は堅調であり、会員企業の努力の結果が見て取れる。売上「増加」企業は、営業力の強化や販路開拓、そのための人材育成を積極的に試み、業績を維持。
3. 新卒採用については引続き難航する傾向。一部の企業では、最低賃金の引き上げに伴う影響も出ている。

1. データについて

今回（2016年10月～12月期）の景況調査データは、2016年11月14日～12月14日の間に回収されたものである。対象者2,566名に対し回答数は653名、回収率は25%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値の推移から、売上と利益の動向について見ていこう。

まず売上であるが、全業種の動向として、前期比（2016年10月～12月期）が14.5（前回調査との比較で+6.4）、前年同月期比（2016年10月～12月期）が2.0（-0.5）という結果になった。DI値はいずれもプラスではあるが、過去3年に比べると、やや低調な結果である。前期比では確かに売上を増加させた企業の割合が着実に上昇しているが、例年に比べるとやはりやや伸び鈍い。この要因として、サービス業9.4（昨年の実績に対し-6.5）、流通業4.0（-15.1）、なかでも建築業の-7.3（-29.9）など、特定業種における業績の不振が影響していると考えられる。前年同月期比（2016年10月～12月期）をみるとさらに明瞭であり、過去3年のDI値が10ポイント以上であったのに対し、今期は2.0と力強さに欠ける結果となっている。

これに対して利益は、おおむね好調であると言える。前期比は11.3、前年同月期比では3.0となっている。前期比では、売上動向と同様に、運輸業や専門サービス業が好調なのに対し、建築業が-10.7（昨年比で-21.8）と際立って業績を悪化させているのが特徴である。ただし、建築業に関しても前年同月期比では、DI値は2.0となっており、昨年に比べて状況は必ずしも悪いわけではないことを見ておく必要がある。むしろ前年同月期比では、通信情報業-7.1と流通業-6.3の減少が目立つ。

以上を踏まえて、全体の特徴について季節的な要因を受けない前年同月期比のDI値を中心にまとめると、売上に関する数値は2016年4期連続で減少しており、消費が低迷する中、会員企業が厳しい苦戦を強いられている状況が見て取れる。これを裏付けるように、景況感（景況感DI）は、この一年の傾向の中では幾分持ち直しているものの、-11.3と依然として低い水準であり、先行きの予測（景況感先行きDI）も-7.5と同様に明るくはない。さらに、設備投資DIは、前期と同値の-33.2となっており、投資意欲はきわめて低い。

しかしながら他方で、売上に比べると、利益の方が良好な結果となっていることに注目しておく必要がある。売上動向のDI値（前年同月期比）が右肩下がりだったのに対して、利益に関しては前回調査（7月～9月期）の2.8に対して3.0とわずかながら持ち直している。さらに採算状況DIを見ると、2016年の一貫した傾向として、業績の堅調な企業が多い。今期に関しては、黒字が45.8%、収支トントンが39.4%で合計すると85.2%の企業が、何らかの取り組みによって健闘している状況が見てとれる。ただし、調査回答企業の14.8%に相当する赤字企業が、厳しい経営を余儀なくされていることも見逃すことはできない。

（2）売上・利益の増加/減少

売上・利益の増加/減少のDI値について確認したが、増加/減少の内訳の詳細、ならびにその要因について見ていこう。

まず前期比であるが、全体では36.2%が売上を、33.8%が利益を増加させたのに対し、21.8%の企業が売上を、22.6%が利益を減少させている。「横ばい」の企業が最も多く、売上では42.0%、利益では43.6%を占める。8割弱の企業が、前期に比べて、売上・利益ともに「増加」ないしは「横ばい」で推移しており、ある程度堅実な結果であると言えるが、例年の季節的傾向を考えるとやはり力強さに欠ける。

昨年の実績（前年同月期比）との比較で見ると、全体の30.8%が売上増加、30.2%が利益を増加させているが、28.8%が売上、27.2%が利益を減少させた。3割弱の企業が苦戦していると考えられる。

次に、売上の「増加」ならびに「減少」の要因について見ていこう。「増加」理由の上位5位を列举すると次の通りである。1位「営業力の強化・拡大」25.5%、2位「新規販路・新分野の開拓」14.3%、3位「技術力・サービスの強化」10.8%、4位「新商品・サービス開発」10.6%、5位「人材育成・採用の強化」10%、である。自由記述を見ても、業種を問わず、営業の強化と新規顧客（市場）の開拓や、人材の確保・育成に関する記述が目立つ。

新商品やサービスの開発、あるいは技術力・サービスの強化も重要であるが、既存の商品・技術であっても、誰に対してどのように販売するかによって財・サービスの価値は大きく変わってくる。製造業であっても、価値は、狭義の生産過程、つまり工場の中だけではなく、流通を含めて構築されるようになっている。やや一般的な指摘かもしれないが、売上「増加」企業においては、何らかの形で市場との接点を有し、あるいは顧客との関係の中で財・サービスの価値付けを試みているケースが少なくないと考えられる。また、新しい価値付け方式の考案ないしはイノベーションには、主体的な労働が不可欠であり、その意味で人材育成を重視せざるをえない状況が看取される。

次に「減少」の理由である。上位3位までを見ると、1位「国内需要の減少」40.9%、2位「販売・受注価格の減少」21.5%、3位「他社との競合状態の悪化」16.6%という結果となっている。自由記述から第1位の背景を探ると、「アパレル産業は依然として不況のようです。中堅の老舗企業でも破産手続きの開始がなされました」

（通関業）、「消費者の財布のひもはかなり締まっている。また、低価格志向が前面に出てきている」（衣服製造業）、「客が広告を打たない」（広告の企画デザイン）、「関西・中部地区の大手企業業績悪化による影響」（オフィス家具類の製造販売）、「中国景気後退による輸出品の減少」（金属加工業）、「本来繁忙期を迎えるべき10月以降の荷動きが悪い。インバウンド効果の終焉か？」（塗料・印刷加工用資材販売）など、いずれの業種においても需要の低迷・縮小が深刻化している様子が見て取れる。加えて、ますますグローバル化する経済において、海外市場の盛衰や為替変動による国際貿易のリスクが、直接・間接に、困難な状況に拍車をかけていると考えられる。

(3) 投資計画・経営上の問題点・対応策

投資計画について、DI値の検討でも触れたが、業種によるバラツキはあるものの全体として非常に低調である。投資計画が「ない」と回答した企業が54.5%と大半であり、具体的に「今期中にある（1年以内）」と回答した企業は21.2%にとどまる。

経営上の問題点に関して、上位5位の回答を見ると、次の通りであった。1位「従業員の確保」15.8%、2位「社員教育」11.8%、3位「民間重要の停滞」11.3%、4位「幹部社員の不足」8.6%、5位「全社一丸体制の確立」6.9%という結果である。上位を占める5つの課題認識のうち、3位の民間需要の停滞を除くいずれの回答もが、人材の確保や育成、労働への主体的参加に関わる項目となっていることを、特徴として指摘できる。同様に、経営上の力点（上位3位）を見ても、1位が「営業力の拡大」20.9%であるが、2位と3位はそれぞれ「社員能力のアップ」14.1%、「人材の採用」11.8%という結果となっている。

人材の育成に関して、関連する自由記述をいくつか拾い上げておこう。「今いるスタッフと目的の共有を深めていきたい」（介護事業）、「今年こそ社員教育に力入れたい、地域的に自社の強みを活かしたい」（訪問介護・住宅支援）、「社員教育で仕事の質を上げる」（障害福祉サービス）、「全社員のスキルをあげて、効率よく計画的に仕事をこなす」（印刷・ウェブデザイン企画制作）、「これまでになかった分野からのニーズにそそえた営業力とそれに応える技術をはじめ、顧客満足を社員満足に変えていく意識改革をもって社員共育としたい」（建築金物製造販売・レンタル・イベント企画）、「社員に会社の方向性を明確にしていきたい。自主的に考えて動ける社員を育てていきたい」（金属表面処理加工業・メッキ業）。

こうした「経営上の問題点」とその対策である「経営上の力点」のいずれもが、前回調査と同様の結果となっており、会員企業の傾向的な課題認識であるといつてよい。やや繰り返しになるが、「民間需要の停滞」という危機意識の中で、何らかの新たな取り組みを行う上で、人材を確保し主体的な労働につながるような社内の関係づくり（人的資源マネジメント）のあり方が問題となっていると考えられる。また、それは人手不足が続く中で生産性を上げるための対策という面もあるだろう。

3. 特別項目について

今回の調査では特別項目として、①2017年新卒採用状況、②今期の賃上げ、③冬季賞与、④最低賃金引き上げの状況について尋ねた。

まず、①新卒採用（2017年3月卒）の状況であるが、全体の3割強の企業（34%：208社/612社）が新卒を募集し、そのうちの37%の企業はすでに希望通りの採用をしている。他方で、調査期間（11月14日～12月14日）の幅があるためあくまでも目安ではあるが、残りのおよそ6割が難航している状況である。労働市場において、中小企業と就職希望者とのマッチングを促進する仕組みづくりの充実が強く求められていると言えよう。

次に、②今期の賃上げについては、賃上げを実施した企業が62.4%という結果となった。ただし、業種による違いが大きく、たとえば製造業では81.1%に達するのに対し、サービス業では44.6%にとどまる。賃上げの内容としては、46.6%が定期昇給だが、ベースアップも20.4%存在する。賃上げの幅は、3%以上が45.3%、3%未満が54.7%という結果である。

さらに、③冬季賞与に関しては、7割の企業が「支給する」と回答した。ただしこれも業種によるばらつきがあり、賃上げと同様に、製造業では80%、サービス業では53.7%という結果となっている。冬季賞与の水準を前年度と比較すると、「増額」が33.5%、「同額」が51.7%で合計すると85%の企業が、前年度と同水準かもしくは増額していることがわかった。

最後に、④最低賃金引き上げの影響に関してだが、「影響なし」と回答した企業が76.6%を占めたが、「悪い影響がある」とした企業も16.5%存在している。自由記述に影響の中身を探ると、最低賃金の水準前後でパートなどを多く雇用している場合、影響は無視できないことが推察される。具体的には、「採算が合わない、人件費の負担が大きく消費税の支払いが更に厳しくなる」（サービス業）、「パートで60歳を過ぎている方がいて、今期から減額を告げていたが、最低賃金が引き上げられたので、増額となった」（製造業）、「ベテランパートと新しいパートの差が出にくい」（製造業）、「パート従業員の雇用ができなくなる（来てもらえるような時給に設定すると、正社員の時給を上回ってしまう）」（製造業）といった声が聞かれた。一部の企業での業績の圧迫や社内でのインセンティブ付与の問題といった影響が推察される。

（文責：大阪市立大学大学院創造都市研究科准教授 立見淳哉）

大阪同友会定点景況調査集計2016年10月～12月期

期間:2016年11月14日～12月14日

653名回答

(サービス業:140名 運輸業:20名 建築業:56名 製造業:218名 専門サービス業:75名
通信情報業:14名 流通業:101名 その他:19名 空白:10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	4期
サービス業	14.7	13.1	9.2	9.4
運輸業	-16.7	0.0	29.2	35.0
建築業	3.4	5.2	0.0	-7.3
製造業	3.7	-1.3	2.3	19.1
専門サービス業	33.8	14.5	30.8	34.7
通信情報業	54.5	0.0	17.4	23.1
流通業	-3.2	4.0	-5.5	4.0
統計	9.3	5.4	8.1	14.5

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	4期
サービス業	17.6	10.3	7.5	1.6
運輸業	-18.2	-8.7	21.7	36.8
建築業	-11.5	7.3	-3.6	-3.9
製造業	8.9	-3.8	-4.2	0.0
専門サービス業	40.9	47.0	34.2	26.9
通信情報業	42.9	-6.7	-4.3	0.0
流通業	3.4	2.2	-11.9	-13.5
統計	10.9	6.3	2.5	2.0

(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	4期
サービス業	11.1	8.1	2.8	7.2
運輸業	-8.3	4.3	29.2	30.0
建築業	-1.7	-5.2	3.4	-10.7
製造業	-8.3	3.9	-2.7	12.9
専門サービス業	25.8	10.7	29.9	28.0
通信情報業	36.4	-18.8	26.1	14.3
流通業	-1.1	-2.0	-8.7	13.1
統計	3.0	3.3	4.9	11.3

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

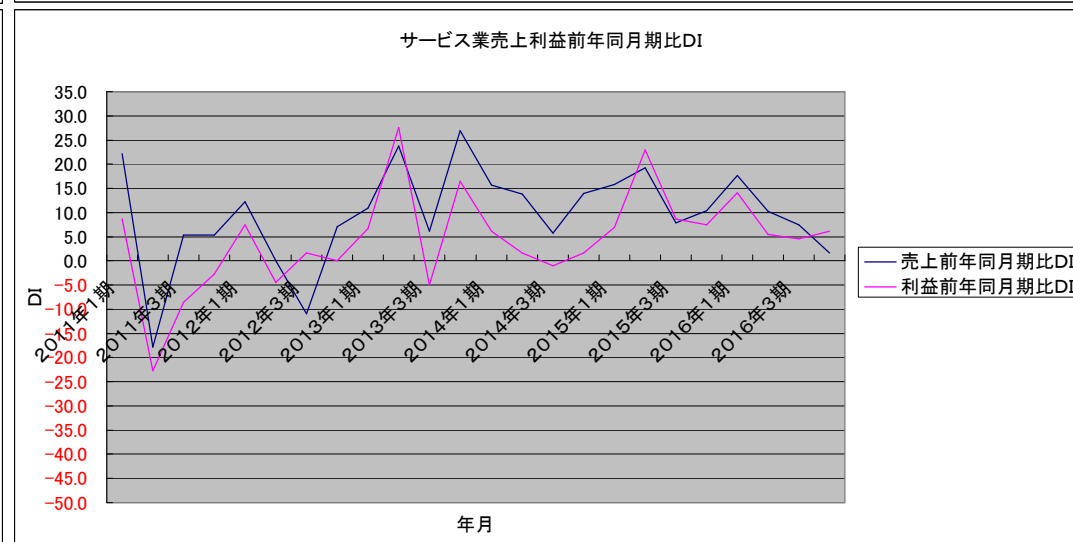
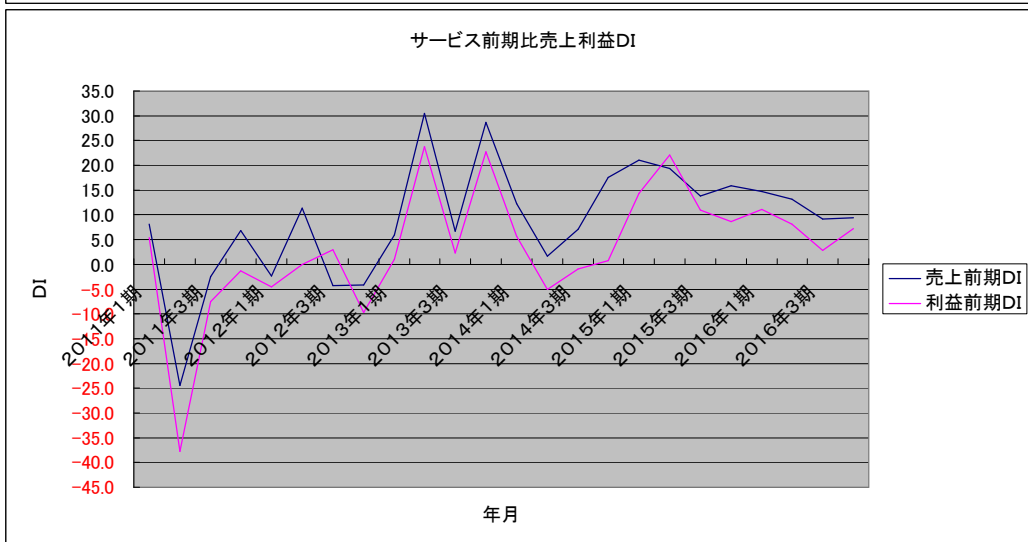
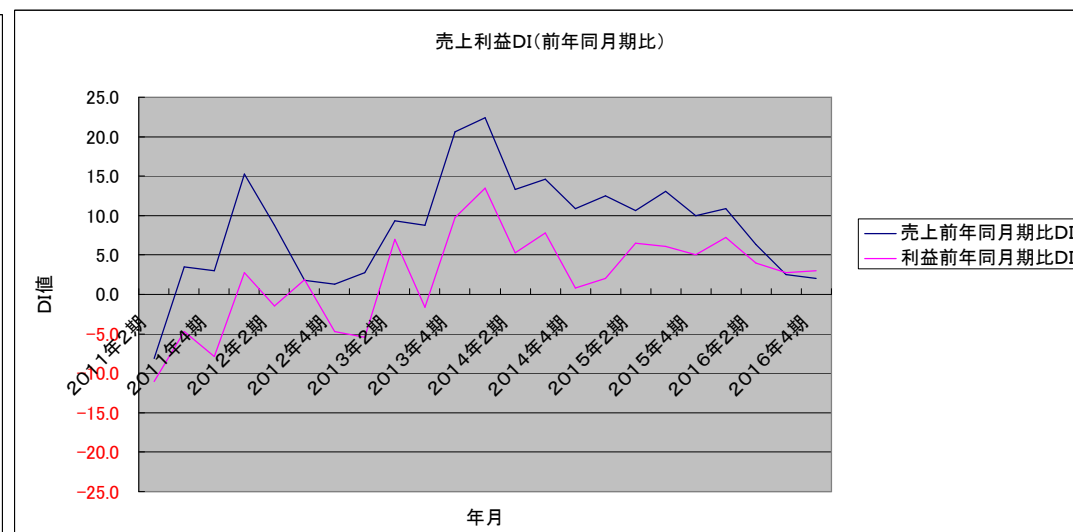
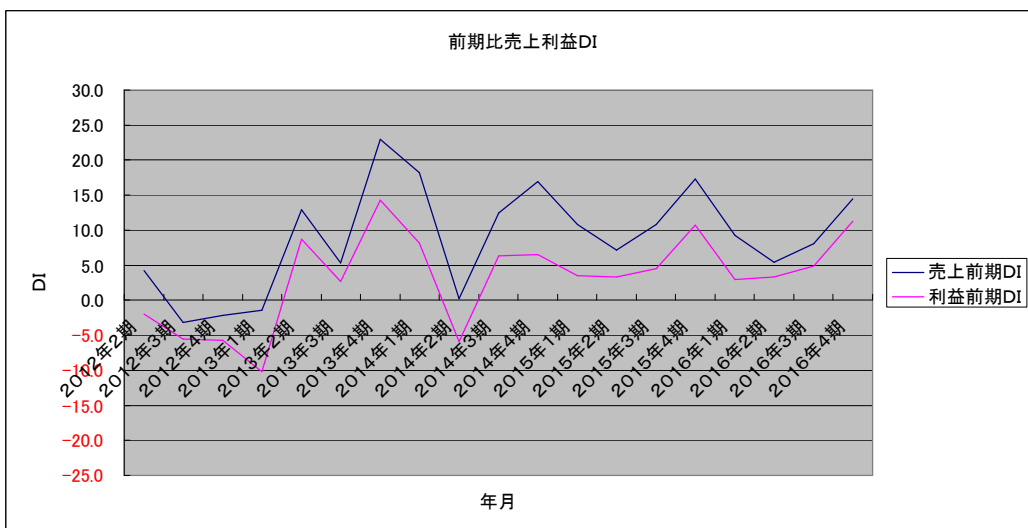
	1期	2期	3期	4期
サービス業	6.1	1.7	-1.0	1.7
運輸業	45.5	11.1	0.0	21.4
建築業	28.9	5.7	27.5	14.6
製造業	15.3	8.4	3.4	-4.1
専門サービス業	18.6	41.5	28.3	19.6
通信情報業	50.0	0.0	8.3	-18.8
流通業	13.5	-16.4	8.8	-18.8
統計	13.5	5.3	7.8	0.8

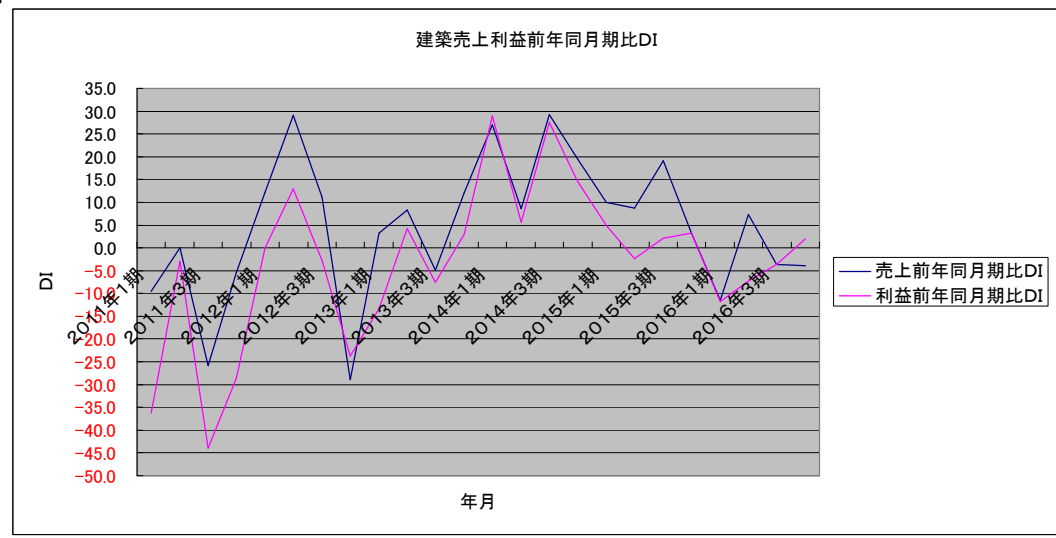
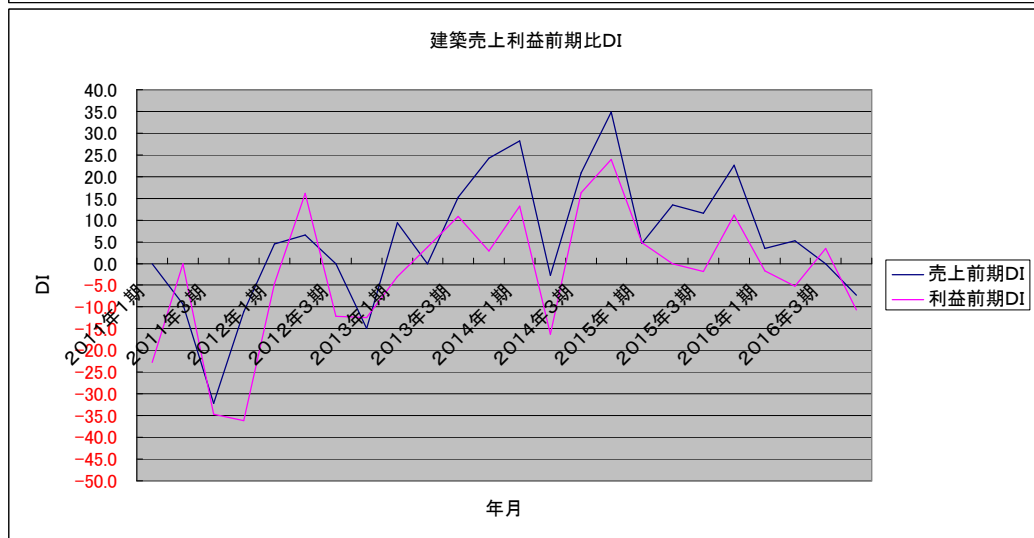
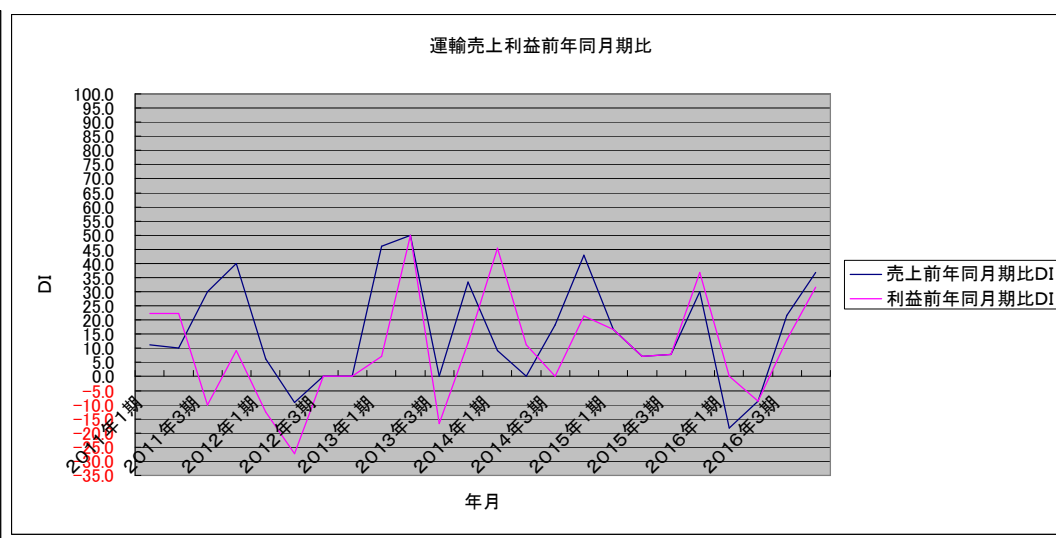
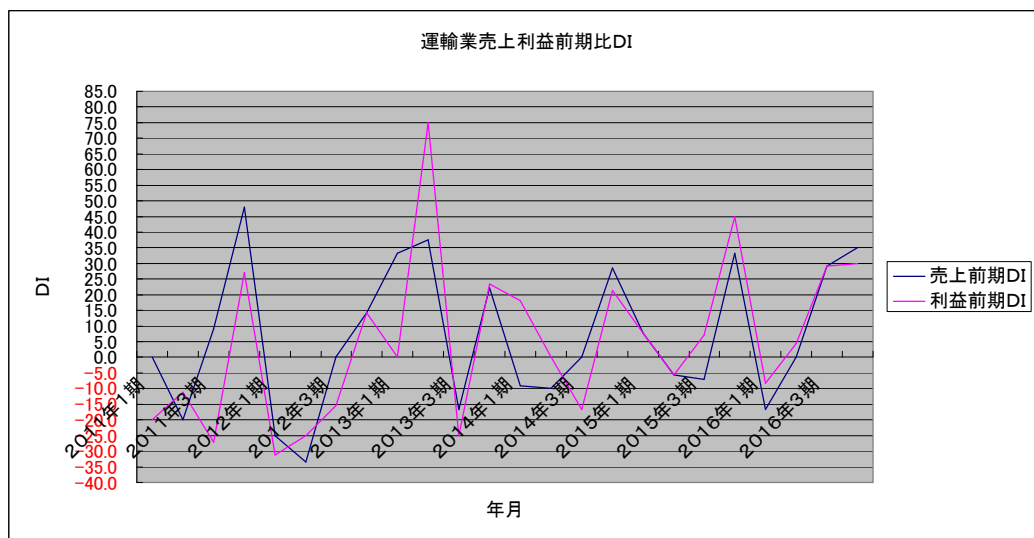
2015年

	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

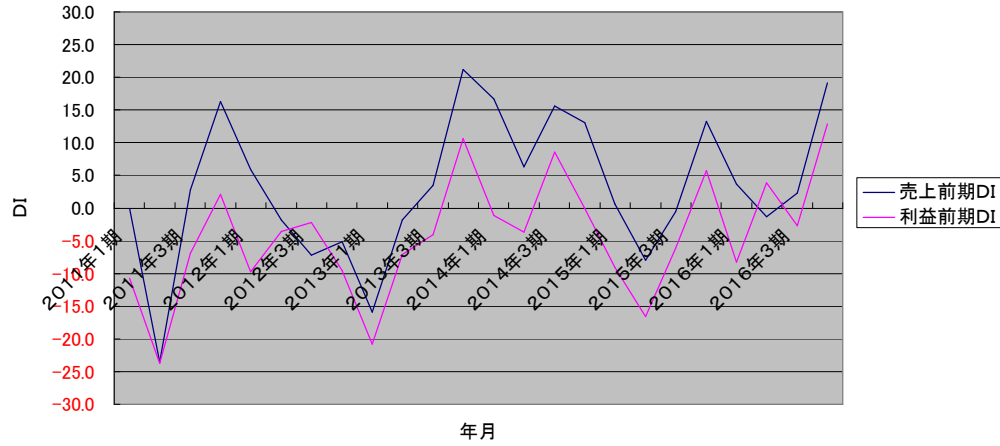
2016年

	1期	2期	3期	4期
サービス業	14.1	5.5	4.5	6.2
運輸業	0.0	-8.7	13.0	31.6
建築業	-11.8	-7.3	-3.6	2.0
製造業	3.8	0.0	1.4	1.0
専門サービス業	31.3	38.8	27.8	14.9
通信情報業	28.6	-20.0	8.7	-7.1
流通業	0.0	3.2	-12.9	-6.3
統計	7.2	4.0	2.8	3.0

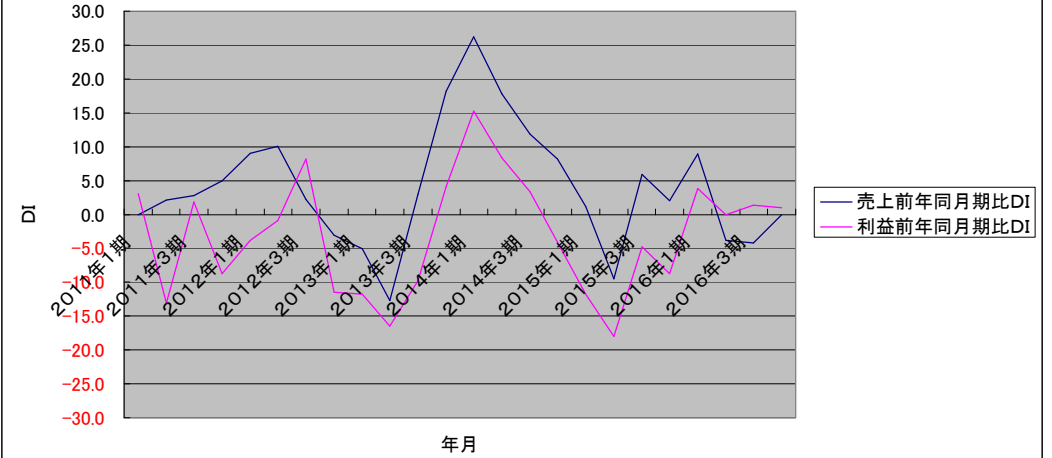




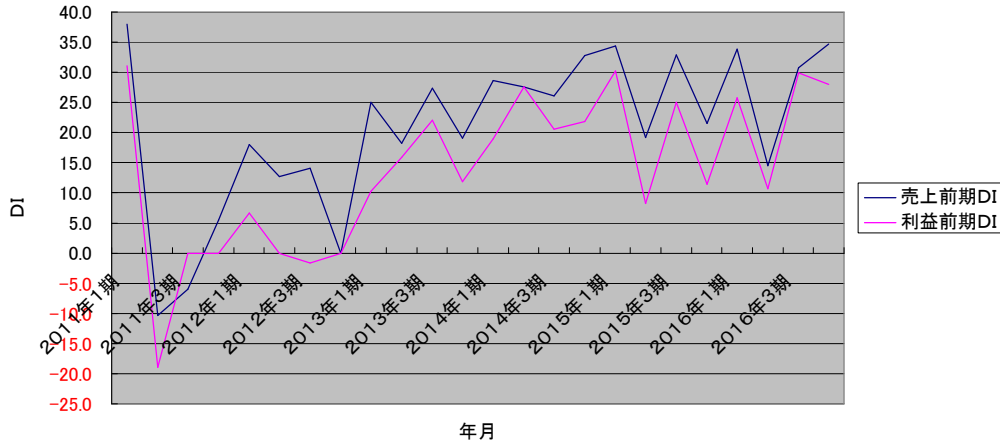
製造売上利益前期比DI



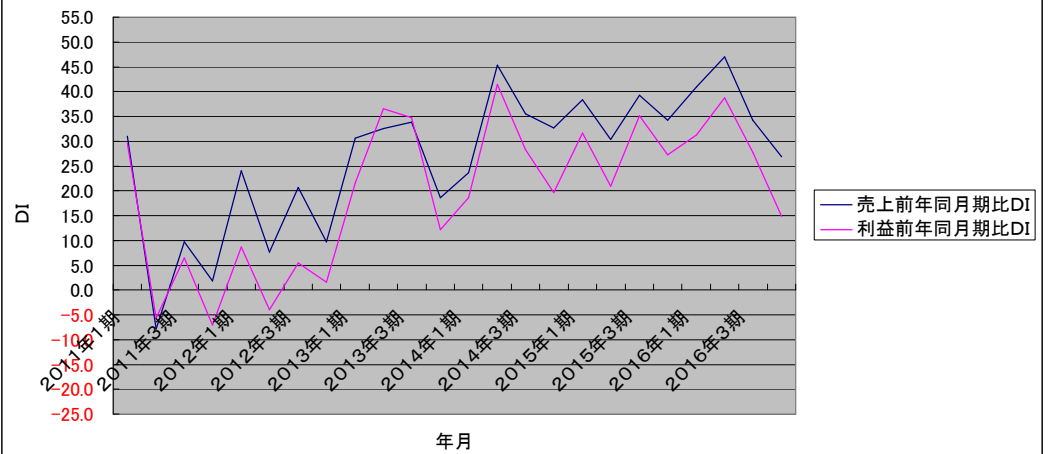
製造業売上利益前年同月期比DI



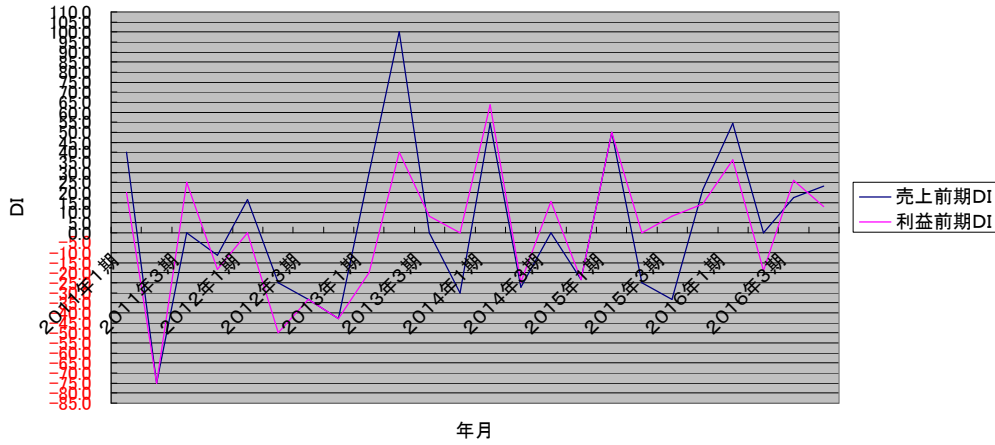
専門サービス売上利益前期比DI



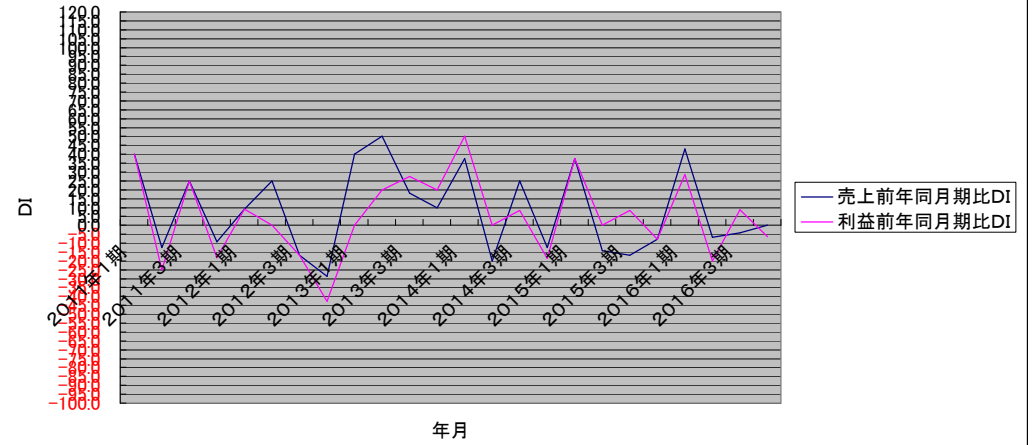
専門サービス売上利益前年同月期比DI



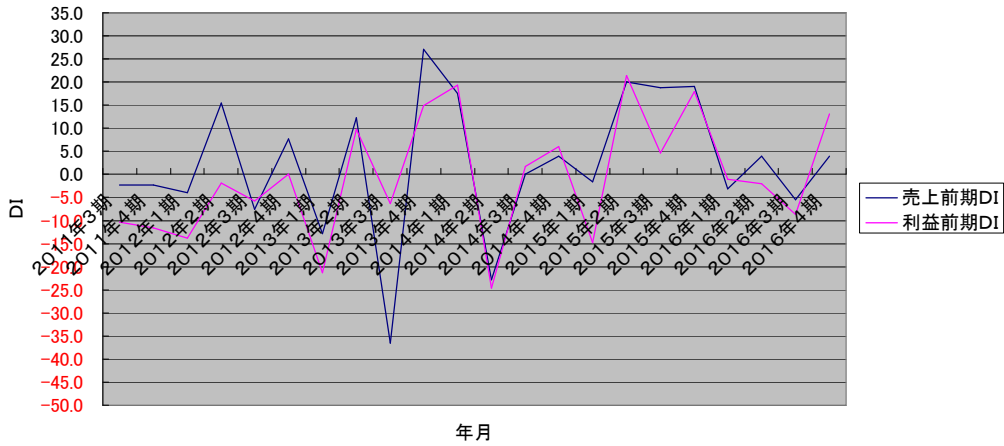
通信情報売上利益前期比DI



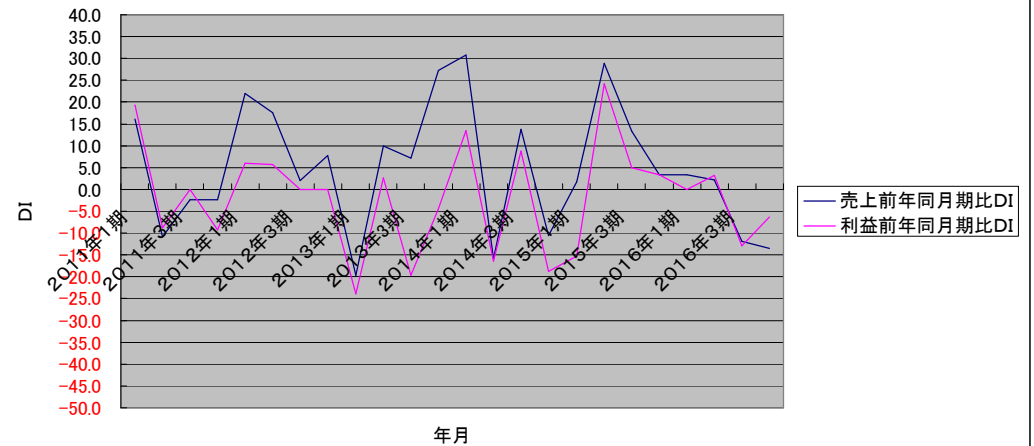
通信情報売上利益前年同期比DI



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	2016年4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	-8.6
運輸業	-10.0	-21.4	-14.3	-15.4	-22.2	-35.7	0.0	-8.3	-30.4	-13.0	5.0
建築業	-2.7	9.1	8.7	11.6	9.8	-13.5	0.0	-6.8	-15.3	-10.3	-8.9
製造業	7.9	-5.3	-17.9	-5.1	-10.6	-14.5	-15.4	-15.5	-27.1	-11.7	-10.3
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	-2.7
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	-21.4
流通業	-24.6	-25.0	-40.0	-26.7	-11.1	-22.2	-18.9	-30.1	-27.3	-31.5	-25.7
統計	0.4	-6.1	-13.2	1.2	-5.9	-9.7	-9.6	-13.8	-21.9	-13.3	-11.3

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	2016年4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	-9.8
運輸業	-20.0	7.7	-7.1	-16.7	-7.1	-15.4	0.0	0.0	-17.4	-4.3	-11.1
建築業	3.0	4.8	0.0	-4.9	12.8	-2.0	1.6	-10.0	-10.7	-5.3	-11.1
製造業	16.0	-3.4	-17.5	5.3	-1.7	-6.4	-17.4	-13.8	-16.4	-10.2	-5.3
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	0.0
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	-28.6
流通業	1.8	-12.1	-33.3	1.7	-4.6	-17.5	-18.5	-25.6	-26.8	-23.3	-10.6
統計	8.9	-0.4	-13.2	4.5	1.6	-5.4	-8.9	-10.2	-15.4	-9.2	-7.5

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	2016年4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	-12.5
運輸業	-20.0	-7.1	-21.4	7.7	-11.8	-7.1	-4.8	17.4	0.0	20.8	10.0
建築業	-8.1	-4.7	-6.5	-9.5	-8.0	-21.2	-17.5	-11.9	-5.1	0.0	-7.1
製造業	-6.3	-9.1	-0.6	0.0	-4.3	-5.7	-7.5	0.0	-5.7	-1.3	0.5
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	-1.3
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	7.1
流通業	-9.5	1.7	-6.0	-6.7	-12.5	-9.4	-9.4	-5.4	-13.3	-8.7	-9.9
統計	-7.9	-4.8	-6.9	-2.2	-6.4	-4.5	-7.0	-3.4	-6.0	-4.5	-5.4

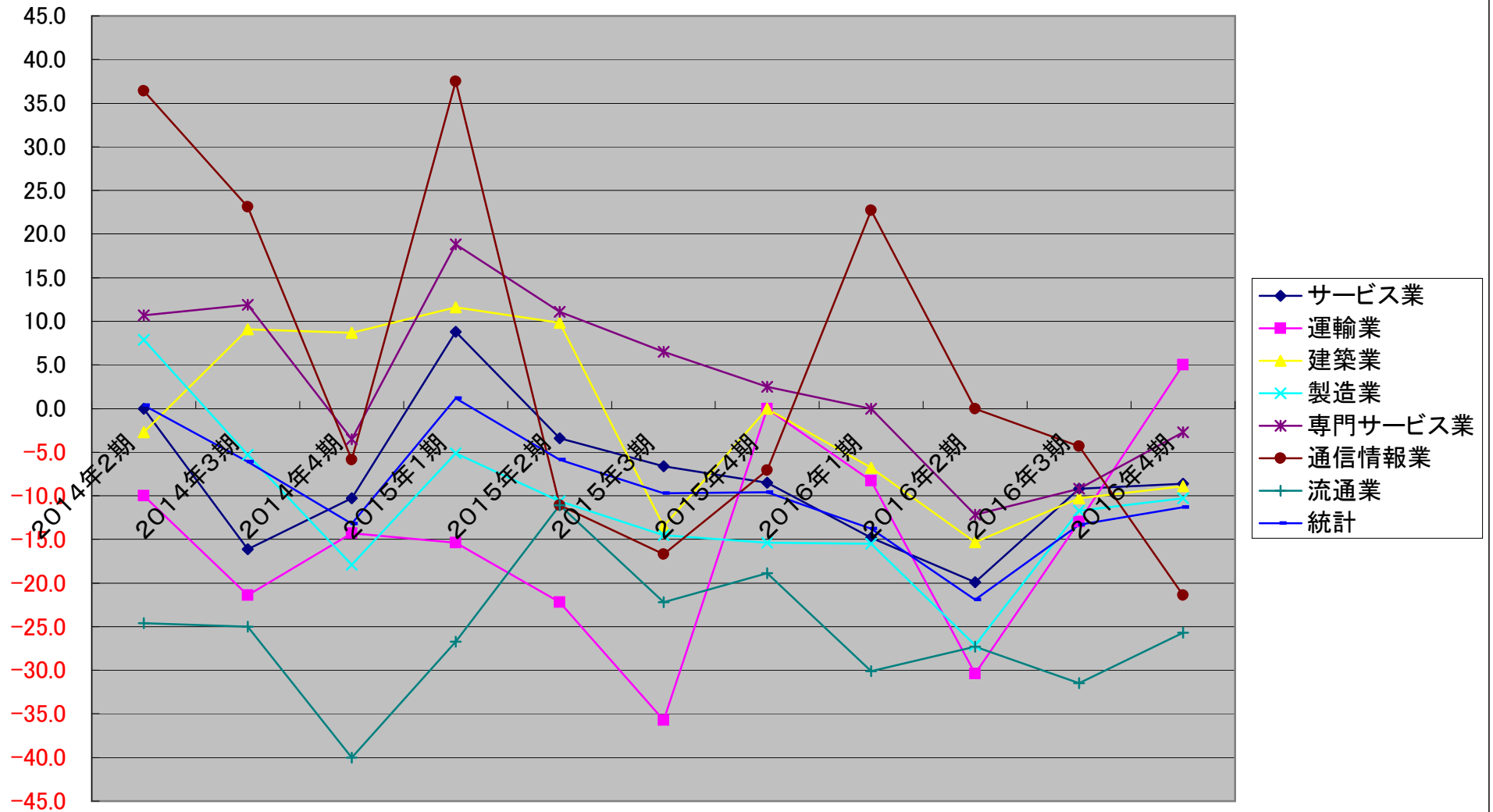
設備投資DI推移

	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	2016年4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	-42.3
運輸業	-40.0	30.8	0.0	9.1	-21.4	27.3	0.0	26.3	23.8	50.0	-11.1
建築業	-48.5	-17.1	-53.8	-31.6	-37.8	-34.0	-53.6	-17.6	-32.7	-43.1	-47.1
製造業	-0.6	2.2	0.6	7.1	-5.8	1.1	1.0	2.0	-0.5	-15.5	-14.9
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	-60.0
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	-69.2
流通業	-22.6	-10.2	-10.9	-37.5	-19.4	-15.0	-33.3	-3.7	-12.0	-37.5	-30.9
統計	-23.1	-16.8	-26.8	-17.1	-24.1	-19.7	-23.4	-12.0	-15.3	-33.2	-33.2

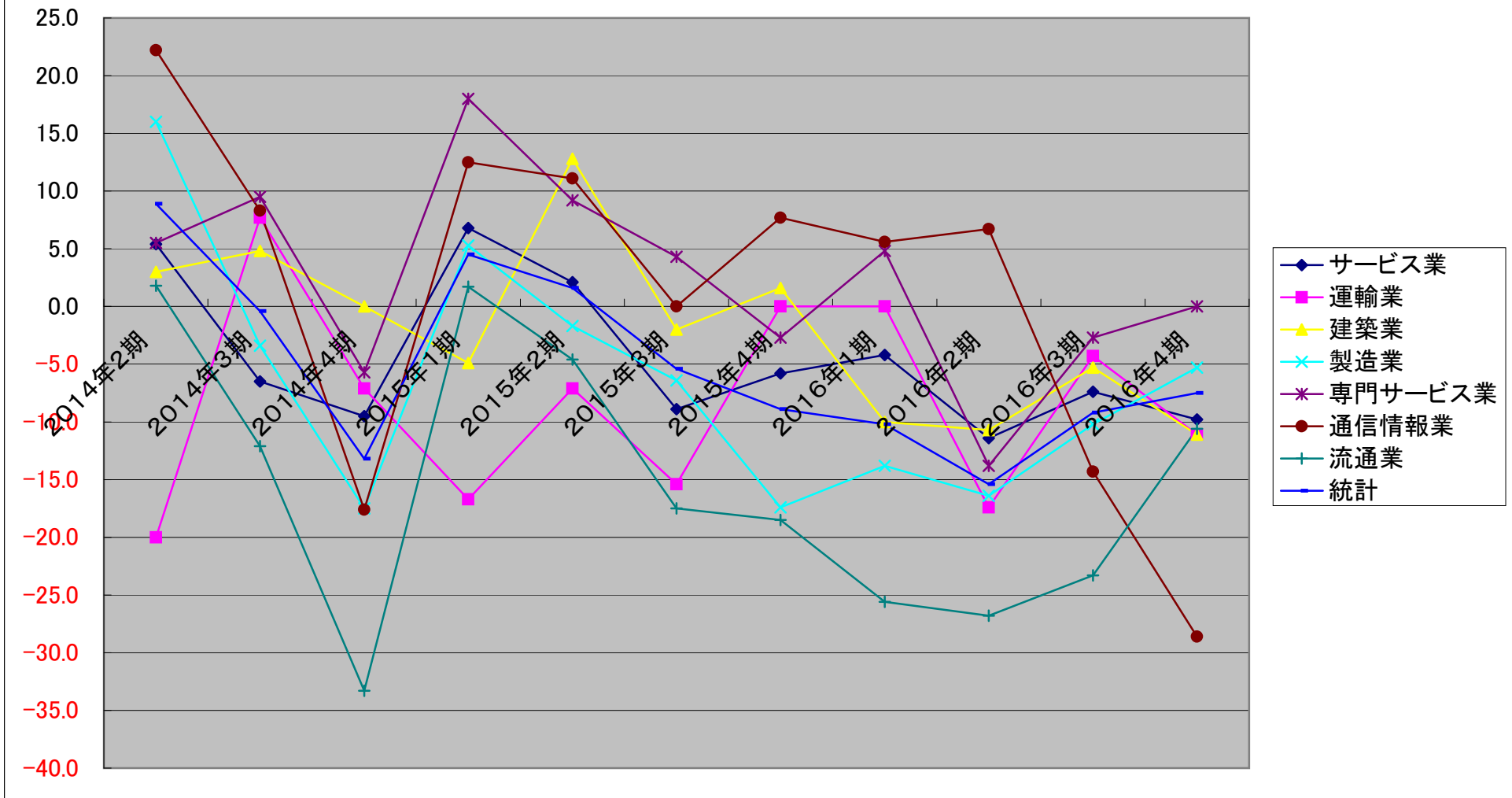
採算状況DI

	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	2016年4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	20.3
運輸業	10.0	7.2	35.7	50.0	35.3	0.0	57.1	29.2	30.4	62.5	50.0
建築業	37.8	42.9	41.3	46.3	34.0	26.0	28.6	13.6	18.6	12.1	21.4
製造業	28.8	34.7	28.3	16.7	12.3	10.4	22.7	24.4	27.9	27.1	32.2
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	46.7
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	57.1
流通業	12.2	30.0	24.5	35.0	38.0	34.4	35.8	28.4	31.0	22.2	28.0
統計	27.7	30.7	28.7	32.7	27.4	-1.8	25.1	32.1	26.9	28.8	31.1

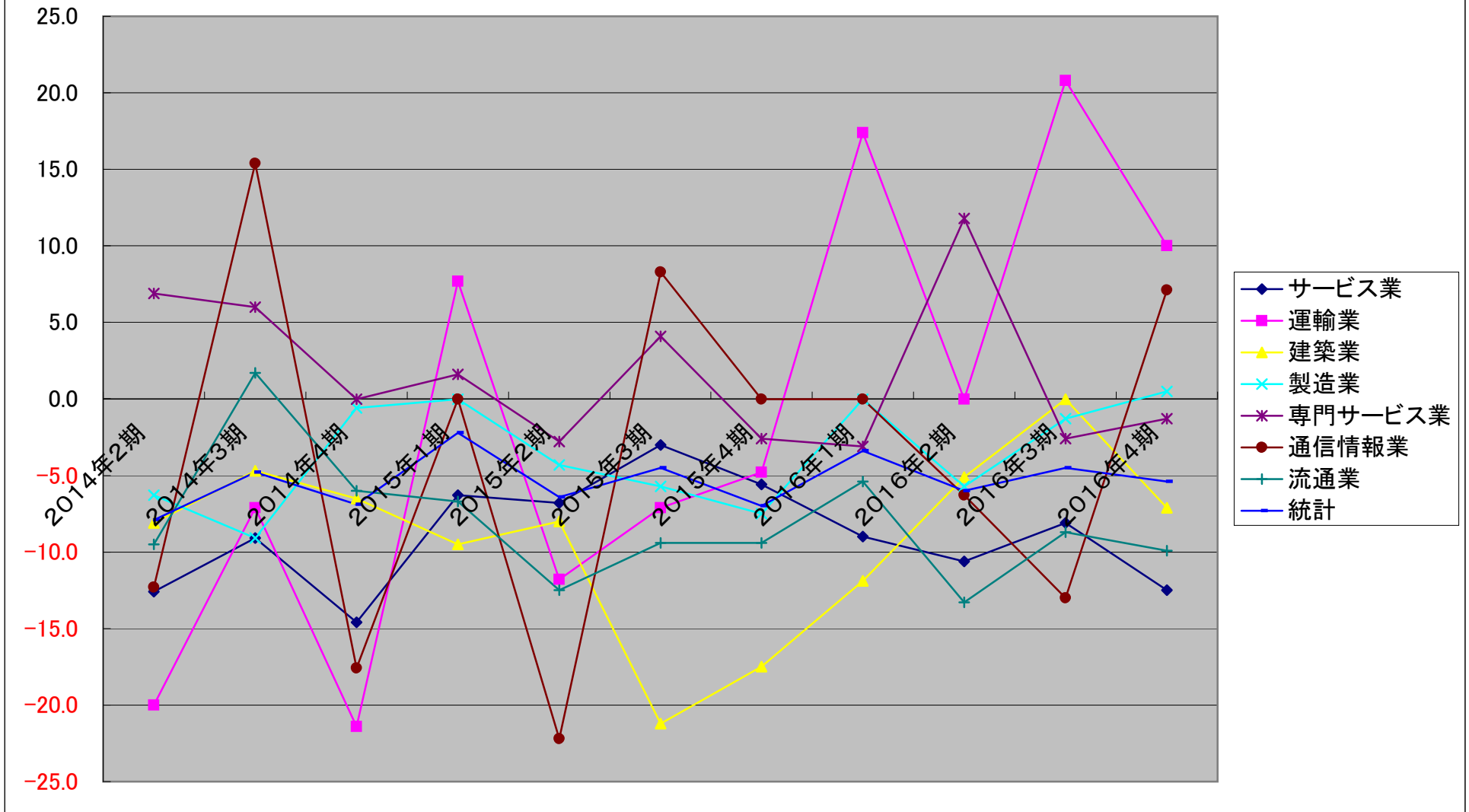
景況感DI



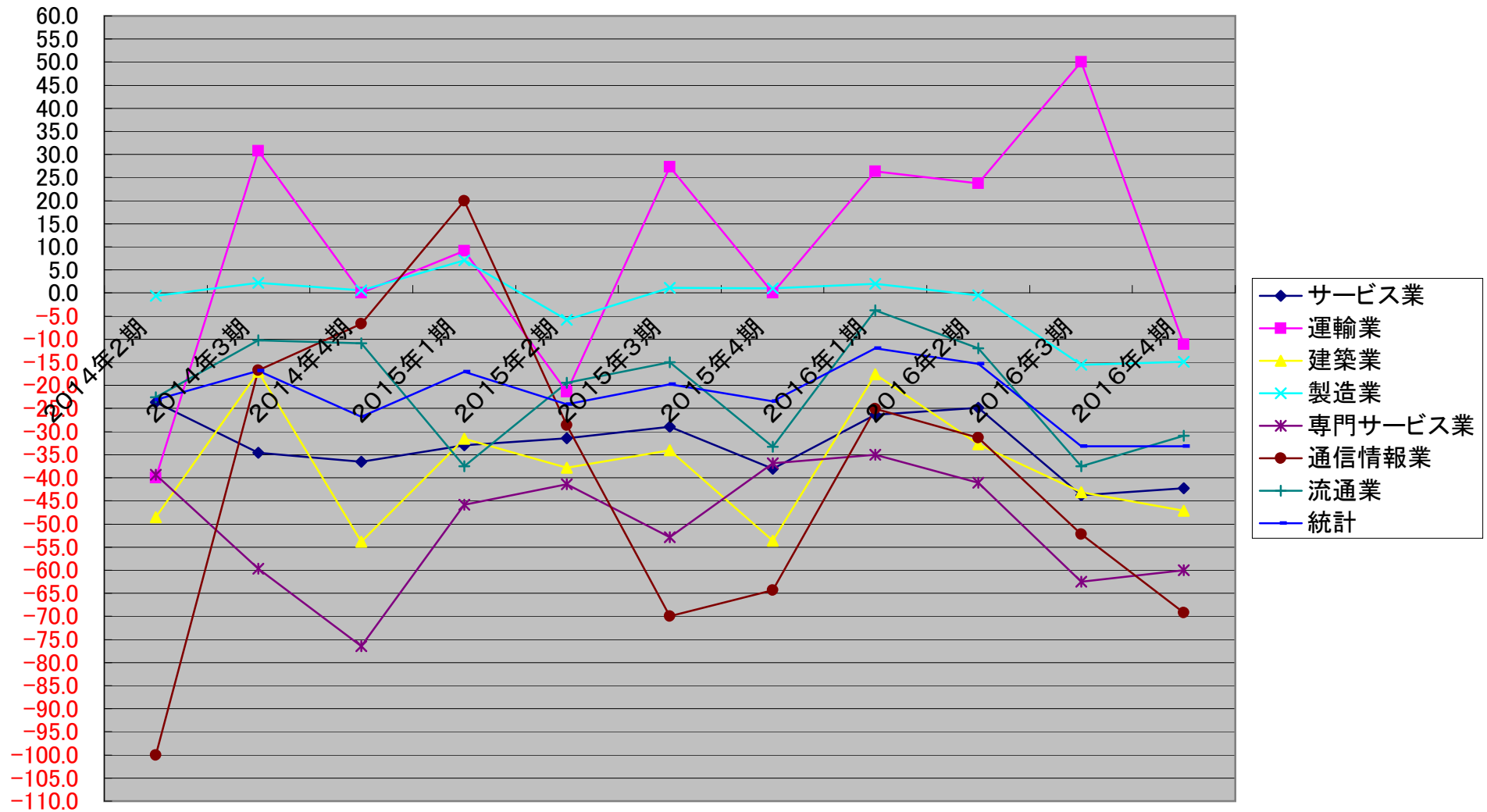
先行きの景況感DI推移



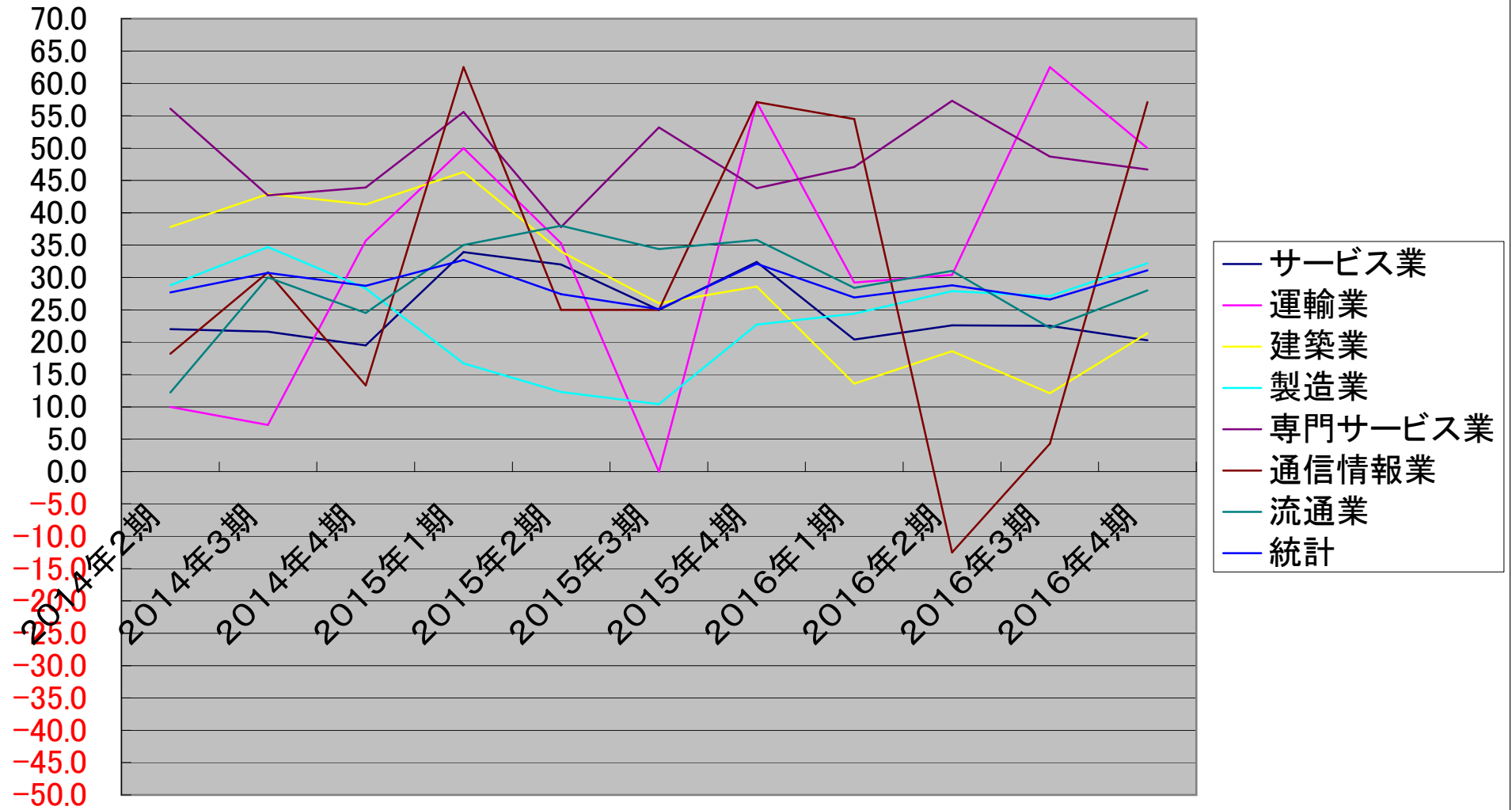
資金繰りDI



設備投資DI



採算状況DI推移



【2】売上・利益について

(1) 売上・利益の動向に関して

① 売上動向

売上前期

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	40	29.0%	71	51.4%	27	19.6%	138
運輸業	9	45.0%	9	45.0%	2	10.0%	20
建築業	14	25.5%	23	41.8%	18	32.7%	55
製造業	92	42.8%	72	33.5%	51	23.7%	215
専門サービス業 (土業の方)	33	44.0%	35	46.7%	7	9.3%	75
通信情報業	6	46.2%	4	30.8%	3	23.1%	13
流通業	29	29.0%	46	46.0%	25	25.0%	100
その他	5	26.3%	7	36.8%	7	36.8%	19
(空白)	5	62.5%	3	37.5%	0	0.0%	8
総計	233	36.2%	270	42.0%	140	21.8%	643

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	37	28.7%	57	44.2%	35	27.1%	129
運輸業	10	52.6%	6	31.6%	3	15.8%	19
建築業	11	21.6%	27	52.9%	13	25.5%	51
製造業	68	33.0%	70	34.0%	68	33.0%	206
専門サービス業 (土業の方)	29	43.3%	27	40.3%	11	16.4%	67
通信情報業	5	35.7%	4	28.6%	5	35.7%	14
流通業	20	20.8%	43	44.8%	33	34.4%	96
その他	4	25.0%	5	31.3%	7	43.8%	16
(空白)	3	33.3%	6	66.7%	0	0.0%	9
総計	187	30.8%	245	40.4%	175	28.8%	607

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	38	27.5%	72	52.2%	28	20.3%	138
運輸業	10	50.0%	6	30.0%	4	20.0%	20
建築業	14	25.0%	22	39.3%	20	35.7%	56
製造業	78	35.9%	89	41.0%	50	23.0%	217
専門サービス業 (土業の方)	30	40.0%	36	48.0%	9	12.0%	75
通信情報業	6	42.9%	4	28.6%	4	28.6%	14
流通業	34	34.3%	44	44.4%	21	21.2%	99
その他	4	21.1%	6	31.6%	9	47.4%	19
(空白)	5	55.6%	3	33.3%	1	11.1%	9
総計	219	33.8%	282	43.6%	146	22.6%	647

利益前年同期

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	39	30.0%	60	46.2%	31	23.8%	130
運輸業	9	47.4%	7	36.8%	3	15.8%	19
建築業	13	25.5%	26	51.0%	12	23.5%	51
製造業	66	31.9%	77	37.2%	64	30.9%	207
専門サービス業 (土業の方)	24	35.8%	29	43.3%	14	20.9%	67
通信情報業	5	35.7%	3	21.4%	6	42.9%	14
流通業	21	21.9%	48	50.0%	27	28.1%	96
その他	4	22.2%	6	33.3%	8	44.4%	18
(空白)	3	37.5%	4	50.0%	1	12.5%	8
総計	184	30.2%	260	42.6%	166	27.2%	610

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	50	36.2%	66	47.8%	22	15.9%	138
運輸業	11	55.0%	8	40.0%	1	5.0%	20
建築業	23	41.1%	22	39.3%	11	19.6%	56
製造業	99	46.3%	85	39.7%	30	14.0%	214
専門サービス業 (土業の方)	44	58.7%	22	29.3%	9	12.0%	75
通信情報業	10	71.4%	2	14.3%	2	14.3%	14
流通業	44	44.0%	40	40.0%	16	16.0%	100
その他	9	47.4%	6	31.6%	4	21.1%	19
(空白)	5	62.5%	3	37.5%	0	0.0%	8
総計	295	45.8%	254	39.4%	95	14.8%	644

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	16	11.5%	95	68.3%	28	20.1%	139
運輸業	3	15.0%	15	75.0%	2	10.0%	20
建築業	5	8.9%	41	73.2%	10	17.9%	56
製造業	38	17.8%	116	54.2%	60	28.0%	214
専門サービス業 (土業の方)	8	10.8%	56	75.7%	10	13.5%	74
通信情報業	2	14.3%	7	50.0%	5	35.7%	14
流通業	8	7.9%	59	58.4%	34	33.7%	101
その他	1	5.3%	13	68.4%	5	26.3%	19
(空白)	2	25.0%	4	50.0%	2	25.0%	8
総計	83	12.9%	406	62.9%	156	24.2%	645

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	11.3%	90	67.7%	28	21.1%	133
運輸業	3	16.7%	10	55.6%	5	27.8%	18
建築業	3	5.6%	42	77.8%	9	16.7%	54
製造業	37	18.0%	121	58.7%	48	23.3%	206
専門サービス業 (土業の方)	14	19.2%	45	61.6%	14	19.2%	73
通信情報業	0	0.0%	10	71.4%	4	28.6%	14
流通業	9	9.6%	66	70.2%	19	20.2%	94
その他	2	11.1%	14	77.8%	2	11.1%	18
(空白)	1	14.3%	5	71.4%	1	14.3%	7
総計	84	13.6%	403	65.3%	130	21.1%	617

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	19	14.0%	81	59.6%	36	26.5%	136
運輸業	4	20.0%	14	70.0%	2	10.0%	20
建築業	6	10.7%	40	71.4%	10	17.9%	56
製造業	38	17.6%	141	65.3%	37	17.1%	216
専門サービス業 (土業の方)	10	13.3%	54	72.0%	11	14.7%	75
通信情報業	3	21.4%	9	64.3%	2	14.3%	14
流通業	14	13.9%	63	62.4%	24	23.8%	101
その他	0	0.0%	15	78.9%	4	21.1%	19
(空白)	0	0.0%	5	62.5%	3	37.5%	8
総計	94	14.6%	422	65.4%	129	20.0%	645

(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	26.1%	17	15.3%	5	4.5%	14	12.6%	13	11.7%	8	7.2%	15	13.5%	
運輸業	6	25.0%	1	4.2%	3	12.5%	3	12.5%	2	8.3%	2	8.3%	4	16.7%	
建築業	13	41.9%	5	16.1%	2	6.5%	4	12.9%	1	3.2%	1	3.2%	3	9.7%	
製造業	41	21.8%	17	9.0%	16	8.5%	27	14.4%	17	9.0%	17	9.0%	16	8.5%	
専門サービス業(土業の方)	22	31.4%	9	12.9%	2	2.9%	9	12.9%	6	8.6%	11	15.7%	7	10.0%	
通信情報	3	25.0%	1	8.3%	1	8.3%	0	0.0%	2	16.7%	0	0.0%	2	16.7%	
流通業	12	21.1%	3	5.3%	1	1.8%	14	24.6%	10	17.5%	4	7.0%	4	7.0%	
その他	2	22.2%	1	11.1%	0	0.0%	2	22.2%	1	11.1%	0	0.0%	0	0.0%	
(空白)	2	28.6%	1	14.3%	0	0.0%	0	0.0%	2	28.6%	0	0.0%	0	0.0%	
総計	130	25.5%	55	10.8%	30	5.9%	73	14.3%	54	10.6%	43	8.4%	51	10.0%	
業種	⑧	割合	⑨	割合	⑩	割合	⑪	割合	⑫	割合	⑬	割合	⑭	割合	総計
サービス業	2	1.8%	2	1.8%	3	2.7%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.9%	2	1.8%	111
運輸業	2	8.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	24
建築業	0	0.0%	1	3.2%	1	3.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	31
製造業	17	9.0%	5	2.7%	2	1.1%	3	1.6%	0	0.0%	5	2.7%	5	2.7%	188
専門サービス業(土業の方)	0	0.0%	3	4.3%	1	1.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	70
通信情報	1	8.3%	1	8.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	8.3%	12
流通業	3	5.3%	2	3.5%	2	3.5%	1	1.8%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.8%	57
その他	1	11.1%	1	11.1%	1	11.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	9
(空白)	1	14.3%	1	14.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	7
総計	27	5.3%	16	3.1%	10	2.0%	5	1.0%	0	0.0%	6	1.2%	9	1.8%	509

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 介護事業	新規出店分が順調に売上を伸ばし貢献
2	サービス業 不動産の賃貸売買仲介、マンション管理、賃貸業、飲食業	仲介部門の核となる人間の成長が著しい。昨年からコツコツ積み上げてきたタネが開き出してきた。
3	サービス業 主として公営競技(競輪、競馬、ポートルース)の広告	園田競馬場内に於ける様々なイベント企画
4	サービス業 印刷・同関連事業	リピート商品の仕様変更に伴う売り上げ増、外注に頼らず自社で解決できる案件が多かった
5	サービス業 自動車整備業	仕組みづくり
6	サービス業 介護事業	新規開設により前期から増としております。
7	サービス業 保険代理業	人材育成
8	サービス業 中古マンション買取り再販・マンション管理・仲介	買取り営業の強化
9	サービス業 自社業務ソフトパッケージ販売	基幹業務システムのクラウド化
10	サービス業 保険代理店業	営業戦略が社内に徐々に浸透し、各自が自信をもってきたので。
11	サービス業 人材派遣、正社員の紹介、人材派遣、人材紹介事業 東北での復興事業 建設事業	求人広告の増量と新規営業の強化
12	サービス業 書作品の製作と販売・書道教室	自社の強みに一点集中し、提案営業に尽力
13	サービス業 WEB、DTP制作、企業研修	育休中の社員が復帰したため、営業力の拡大とサービスの強化ができた
14	サービス業 マンションのハウスクリーニング	人材獲得で作業員が増えた。結果売上が伸びた
15	サービス業 経営コンサルティング	新しい提案を既存顧客に行なう
16	サービス業 高齢者施設の食事委託	特殊な営業活動。施設の増加
17	サービス業 青果卸売	営業強化
18	サービス業 WEBデザイン・システム制作	新規開拓営業、人材の確保
19	サービス業 産業廃棄物処理業	新規営業
20	サービス業 ベトナム人の採用支援	需要の増加
21	サービス業 喫茶 軽食	新商品の創意工夫とサービス提供力アップ
22	サービス業 土地活用企画・コンサルティング、コインパーキング等の開発・施工・管理等	コツコツ営業した成果
23	サービス業 ・一般労働者派遣事業 ・有料職業紹介 ・業務請負 ・LED照明の販売	販売価格の上昇 ※反面仕入価格(採用コスト増)
24	サービス業 インテリアプランニング、ビルマンションの管理、工場・複合施設における設備のプランニングおよびメンテナンス	既存顧客からの紹介の増加
25	サービス業 人材派遣業	新規開拓能力をつけて、取引者数の増大につながられた。
26	サービス業 飲食店経営	接客及びオペレーションの向上を毎月テーマを決めて全社で徹底した。客単価アップとなった
27	サービス業 エステティックサロンにおけるエステティック業務	9月客単価アップのできる新メニューを導入し、それが当たった為。客単価もアップし、粗利もアップした。
28	運輸業 運輸・倉庫業	弊社のHPを見て新規のお客様からの依頼・相談があり、売上が増加した
29	運輸業 一般貨物自動車運送業、軽貨物自動車運送事業、地域コミュニティ創造事業	雇用を増やした
30	運輸業 運送業、物流センター、通関業	生産性アップ
31	運輸業 空車と荷物のマッチングサイトの運営	コンサル部門の稼働
32	運輸業	たまたまお客様が忙しかった
33	運輸業 地場中心に重量物、雑荷の配送	新規顧客のため
34	運輸業 運送業	設備投資(車両)
35	運輸業 一般貨物運送事業・貨物軽自動車運送業	増車・人材採用・定期便の新規獲得
36	建築業 建築施工管理業	技術提案、コストダウン貢献
37	建築業 太陽光を中心とする再生エネルギーコンサルタント業	情報力、情報精度
38	建築業 木造新築・改築、公共工事など	公共工事が受注できたこと
39	建築業 防水防食工事、塗床工事、塗装工事、内装仕上工事、建築工事	マンション大規模改修工事と大型スーパー屋上駐車場工事の受注が重なり秋口からかなり忙しい状態になっています。
40	建築業 太陽光発電	新規事業の拡大
41	建築業 リフォーム専門工務店	人材教育、雇用増員
42	建築業 電気工事設備	下請けから元請けの増加
43	建築業 リフォーム業	付加価値の向上と工事価格の上昇
44	建築業 排水衛生設備工	現場の段取り力と効率良さがアップ
45	建築業 建築工事・内装工事・リフォーム工事	新築工事が決まった
46	製造業 自動車向け、ねじ・部品の製造	販売の強化
47	製造業 建築金物製造販売、レンタル、イベント企画	地震、インバウンド関連とこれまでになかった分野からの注文が来ている
48	製造業 サイン・DIY関連製品、店舗用品製造販売	新製品好調(好評)
49	製造業 アルミ製品の企画・設計・製造・販売	4年前に仕込んだ戦略が結果に結びついてきた
50	製造業 ステンレスネジ製造、販売	得意先の掘り起しによる受注増加
51	製造業 照明器具、各種組立	売り上げが安定してきた
52	製造業 ディスプレイ	トップセールス
53	製造業 建設及び不動産業	金融機関の調達が好転している
54	製造業	第4工場増設に伴う効率化
55	製造業 金属表面処理加工	顧客の受注増が大きい
56	製造業 金属加工	機械導入
57	製造業 プラスチック製品製造	新製品開発、販売拡大
58	製造業 自動車ウレタンシートの発砲用金型製造	業界の波

59	製造業	椅子張替・販売	固定費・人件費削減
60	製造業	印刷・デザイン	営業をしたから
61	製造業	豆腐、油揚製造	同業他社の販売先を引き継ぎ
62	製造業	歯車及び歯車関連部品の製造加工	3S等の取り組みによる社員たちのモチベーションの拡大と効率についての考え方が変わってきた。
63	製造業	イベント、展示会、企画、デザイン、施工	他社との差別化と設備投資が功を奏した形
64	製造業	板ガラス加工販売	高付加価値化がうまくいきつつある
65	製造業	刷毛ブラシ・建築資材の開発販売	人材の育成と商品開発、その後のフォローの徹底
66	製造業	豆腐製造販売	円安による海外ユーザーの活況
67	製造業	オーダーメイド家具の製造・設計。	ブランド化の準備段階に入ることが出来たため
68	製造業	化学機器の設計、製作、配管工事	若い人材を採用し、中堅社員のレベルも同時にアップし、生産性が上がった。
69	製造業	浴槽、プールろ過装置の製造・販売	需要が増えた(主にホテルの浴槽ろ過)
70	製造業	印刷物加工業	利益率アップ、外注を減らす
71	製造業	トラックリビルトエンジンの製造	創業2年で知名度アップ
72	製造業	電池関係	長期間のアプローチが実を結んでいる
73	製造業	金属工作油剤製造販売	展示会での新規顧客獲得や技術力強化により需要が拡大し売上増につながった。
74	製造業	シール、ラベル、ステッカー製造販売および企画。一般印刷	ペンキ製造メーカーの海外生産分を国内で生産開始
75	製造業	ステンレス製缶加工	設計業務に進出した
76	製造業	食品包装資材 フィルムのパッケージ、企画販売業	食品包装資材の販売量の低下に伴う減少
77	製造業	金属表面処理	新設備が稼働し始めた
78	製造業	ブロック製造業	営業強化。既存の得意先への再営業と情報収集
79	製造業	義肢装具の製造販売・介護用品のレンタル	営業戦略が市場とマッチしたこと
80	製造業	金属板加工業	新製品の立ち上がり
81	製造業	金型やIT、教育事業	IT商品が人材育成の結果、セールス力がついた
82	製造業	金属加工(精密試作板金加工)	顧客への提案WEBの充実
83	製造業	フレキシブルシャフト	企画品のOEMがあたったこと、機械部品の一時需要。
84	製造業	金属熱処理加工	新規受注にて売上増
85	製造業	金属製部品や金型の熱処理受注加工	内製、外製は8対2、内製高を上げる営業活動の効果が出た。
86	製造業	プラスチック成形	強気の値決め、新規取引先からの受注
87	製造業	建設機械・産業車両等のカウンタウエイトの製造販売	客先海外案件の増加に伴い社内外体制を整えた。
88	製造業	金属製品製造業・溶接	新設備の導入と新製品獲得
89	製造業		
90	製造業	打ち抜き加工業	販路拡大、生産性向上(人材定着、新規設備導入)、不採算製品縮小
91	製造業	金属加工業	地道な営業活動
92	製造業	工業用プラスチック素材 切削加工業	人材採用・育成による総合的な社内生産性の強化により、短納期案件の受注率がアップした事が大きな要因と思われる。又、以前より取り組んできた新規顧客開拓による異分野からの受注案件が獲得出来つつあり、追い風となっている。
93	製造業	プラスチック切削加工業	社員のスキルUP
94	製造業	CNC自動旋盤による小径の金属部品切削加工業、工業用バキュームの製造販売、バキュームの修理と中古機の販売	注文増に対する設備強化と投資、外注仕入れ先の拡大。
95	製造業	フレキ管、配管支持金具、床束製造販売。	新商品の売り上げ効果。
96	製造業	精密金属パネ製造	意匠登録した商品が売れ始めた。
97	製造業	段ボールケース製造販売	顧客数の増加
98	製造業	アルミ製品の企画・開発・設計・製造・販売	4年前から投資していた新規分野からの売り上げが立ってきたため。
99	製造業	金属加工業	展示会等に出演して営業強化していく中で受注が拡大した。
100	製造業	電気機器製造	営業の強化
101	製造業	フッ素樹脂コーティング	新市場創造
102	専門サービス業(土業の方)	税理士	社員の育成
103	専門サービス業(土業の方)	税理士業	特別なことはしていませんが、お客様に喜んでいただけるサービスを心掛けていることにより、口コミでお客様が増えているのだと思います。
104	専門サービス業(土業の方)	経営コンサルティング、税理士業務	人脈を生かす
105	専門サービス業(土業の方)	外国人雇用、ビザ、帰化手続き	採用でよい人材がとれた
106	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士	客単価up
107	専門サービス業(土業の方)	弁護士	自らが直接業務を担当するようになったこと
108	専門サービス業(土業の方)	税理士業務、経営計画書作成・運用指導	同業他社の商品を勉強
109	専門サービス業(土業の方)	3S、5Sのコンサルティング業	プラン、価格の見直し
110	専門サービス業(土業の方)	税理士業	資産税サービスの強化
111	専門サービス業(土業の方)	社労士	営業強化
112	専門サービス業(土業の方)	公認会計士業	顧客の成長
113	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士業	顧問先の規模拡大、社内研修の受注
114	専門サービス業(土業の方)	税理士業	顧客増
115	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士	新規販路の開拓
116	専門サービス業(土業の方)	会計事務所	自然増加
117	専門サービス業(土業の方)	税理士事務所	パート採用により受注能力向上、強みPRが結果になってきた
118	専門サービス業(土業の方)	会計事務所	数年前から取り組んでいたコンサルタント部門の取り組みに成果が出て売り上げが増加
119	専門サービス業(土業の方)	税理士業	スポット案件があったため
120	専門サービス業(土業の方)	税理士	ウェブマーケティング
121	専門サービス業(土業の方)	行政書士事務所	採用により、業務に余裕ができて、新しい仕事をとれた。
122	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士業	営業努力が徐々に実を結びつつある。
123	専門サービス業(土業の方)	税理士業	高付加価値化
124	専門サービス業(土業の方)	税理士業務	きめ細かい相続税対策
125	通信情報業	ソフトウェア開発	業務見直し(残業内容見直し)、納品工数減商材の展開
126	通信情報業	インターネットシステム構築、HP製作等	社長自ら動き大きい仕事を獲得できた。
127	通信情報業	業務改善コンサルと、情報システム開発	顧客契約料がアップ
128	通信情報業	ソフトウェア受託開発	従来よりの取り組みが実を結んだ

129	流通業(小売・卸含む)	衣服、ファッション雑貨の卸売り	プレス活動にも力を入れ、ブランドイメージの向上を常に心がけてきた。販売先も慎重にセレクトしてきたこと。
130	流通業(小売・卸含む)	ステンレス鋼板在庫販売・非鉄金属・普通鋼・加工販売	新規販路開拓
131	流通業(小売・卸含む)	果物小売、フルーツパーラー(飲食業)、インターネット販売	インターネット、ショッピングモールへの出店。商品価格の値上げ。
132	流通業(小売・卸含む)	機械工具及び機械卸、電気工事(防犯カメラ、LED照明施工含む)	新規先の獲得=LED照明施工の大口受注が出来た。
133	流通業(小売・卸含む)	美容商材卸売業	顧客数が新規営業の積み重ねで増加していったので。
134	流通業(小売・卸含む)	締結部品卸売業	ネジ周辺部品の取扱拡大(板金かなもの、A/S等)
135	流通業(小売・卸含む)	鉄鋼製品及び原材料の販売	季節要因
136	流通業(小売・卸含む)	魚介類流通	大手回転すしチェーン全店舗に商品が採用された
137	流通業(小売・卸含む)	鶏肉、鶏卵、業務用食品卸	得意先の多店舗展開が加速しました。
138	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	祭商売売上増
139	流通業(小売・卸含む)	建築金物卸	関東の売上増加
140	流通業(小売・卸含む)	一般貨物運送業	指針経営の戦略、社員一丸体制
141	流通業(小売・卸含む)	宅配・通販	新しい商品を扱った
142	流通業(小売・卸含む)	電機製品販売及び工事	昨年が悪すぎたため
143	流通業(小売・卸含む)	水産物卸	取引先が増加
144	流通業(小売・卸含む)	自動車販売業	販売台数の増加、サービス入庫の増加
145	流通業(小売・卸含む)	ギフト通販	販促拡大、新商品開発
146	その他	金融業	新店出店、既存店のリニューアルオープン、新規取引先開拓によるもの
147	その他	企業の経営戦略コンサルティング	大手企業からの大口コンサルティングが出たため
148	その他	鍛造機械・板金機械のメンテナンス業務	積極的な営業活動
149	その他	印刷業	受注増
150		印刷物全般、デザイン制作、インターネット販売(マグネット広告、証書ケース、ポケットファイル)	インターネット販売でのリピート商品の安定と、新規ユーザー拡張での売上増加
151			取引先に関係会社をご紹介いただき受注に至る。発注元の設備投資と上の活動時期が良いタイミングで重なった。
152		経営コンサルティング	広告宣伝費を積極的に使い、顧客拡大を図った効果

②前年同期比が「減少」と回答した企業の要因(選択式)

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合
サービス業	14	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	9	21.4%	11	26.2%
運輸業	1	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	1	16.7%	1	16.7%
建築業	4	22.2%	0	0.0%	0	0.0%	6	33.3%	4	22.2%
製造業	50	45.5%	2	1.8%	5	4.5%	10	9.1%	26	23.6%
専門サービス業(士業の方)	3	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	4	44.4%	1	11.1%
通信情報	3	60.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	40.0%
流通業	21	43.8%	0	0.0%	2	4.2%	10	20.8%	7	14.6%
その他	5	55.6%	0	0.0%	0	0.0%	1	11.1%	1	11.1%
(空白)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	#DIV/0!
総計	101	40.9%	2	0.8%	7	2.8%	41	16.6%	53	21.5%
業種	⑥	割合	⑦	割合	⑧	割合	⑨	割合	総計	
サービス業	0	0.0%	0	0.0%	1	2.4%	7	16.7%	42	
運輸業	0	0.0%	1	16.7%	0	0.0%	2	33.3%	6	
建築業	0	0.0%	0	0.0%	3	16.7%	1	5.6%	18	
製造業	3	2.7%	3	2.7%	6	5.5%	5	4.5%	110	
専門サービス業(士業の方)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	11.1%	9	
通信情報	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	5	
流通業	1	2.1%	2	4.2%	5	10.4%	0	0.0%	48	
その他	0	0.0%	0	0.0%	1	11.1%	1	11.1%	9	
(空白)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	
総計	4	1.6%	6	2.4%	16	6.5%	17	6.9%	247	

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

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

【2】売上・利益について

④減少の特徴・原因に関して(記述)

(1)1業種	(1)2業務内容	(2)④売上DOWN要因記述
1	サービス業 印刷企画及びデザイン全般	受注金額の減少、顧客の内製化
2	サービス業 居酒屋	周辺の就業人口の減少
3	サービス業 ゴルフ場経営、建築不動産	ゴルフ人口の減少、若年層のゴルフ離れ、車に乗らない
4	サービス業 保険代理店	社員の退社
5	サービス業 小規模店舗に向けたマーケティングシステムの提供	引越で忙し事業に集中できなかった
6	サービス業 リネンクリーニング業、ホテル・病院等のシーツ類、タオル類	計画の変更におちいり、過剰な設備投資が支払いのネックになり、水・光熱費の変動費の増大で、売り上げが追い付かなく損益分岐が厳しい状態となっている。
7	サービス業 美容室、カット、パーマなど	人手不足となり、お断りせざるを得なかった。広告、クーポンなどをわざとやめた。
8	サービス業 障がい福祉サービス	競合相手が増えた
9	サービス業 食品のパッケージ及びWEBサー	社会情勢で停滞、広告に対して出方を見合わせている様子です
10	サービス業 葬祭業	葬祭業界への異業種参入
11	サービス業 接骨院業	提供できるサービスが減ったため
12	サービス業 美術屋企画・運営、美術誌出版、画廊経営	有能営業社員の減少による営業力の低下、顧客ニーズの変化。
13	サービス業 グラフィックデザイン	単価の下落
14	サービス業 デザインコンサル	体調
15	サービス業 広告宣伝、代理店業	取引先からの仕事量の減少
16	サービス業 筋肉矯正健康法教室	スタッフの産休のカバー
17	サービス業 自動車修理、新車中古車販売	本社での営業力不足
18	サービス業 ホテル業、不動産業	競合増加による需要の分散や、価格下落
19	サービス業 共同購入事業・外国人技能実習生の受け入れ・労働保険事務組	事業利用者の減少
20	サービス業 通関業	アパレル産業は依然として不況のようです。中堅の老舗企業でも破産手続きの開始がなされました。
21	サービス業 広告の企画デザイン	客が広告を打たない
22	サービス業 地図情報処理サービス業	特別事情による減少
23	サービス業 ソフトウェア開発	ソフトウェア業界の商慣習と派遣法改正と偽装請負に関する解釈が受注の障害になっている
24	サービス業 エステティック業	新規集客の減少
25	サービス業 婚礼貸衣装	取引先自体の扱い量の減少
26	サービス業 指定障害福祉サービス	利用者が就職して減少。今のところ、新規の利用希望がない。
27	サービス業 業務効率化・定着化、戦略立案・実行支援といったコンサルティング事業、コスト削減事業や教育研修事業など、企業の多種多様な課題に対して解決策をご提案する、企業の総合支援業務。	取引先とのコンサルティング契約の業務内容変更により報酬が減少
28	運輸業 倉庫業	売上30%を占める取引を当社が打ち切った為
29	運輸業 一般貨物の運送	人手が足りない
30	運輸業 運送業、倉庫業	新事業が安定していって為
31	建築業 電気工事、電気通信工事	工事物件の減少
32	建築業 環境設備機器の製造、建設業(バイオマス発電設備他ゴミ焼却場等)	建設業における請負工事については受注単価及び支払金額の増加等が考えられる。また追加工事による回収が元請の節度のない選定により満足な回収ができていない
33	建築業 建築設計・監理	大口の受注先が合併準備のため仕事を止めている
34	建築業 仮設足場工事	消費税延期による工事の先送りが目立った
35	建築業 仮設障害者施設の新築・リフォー	新築は全く動きなく、リフォームが若干の動きがある程度
36	建築業 電気工事	得意先の設備投資減少
37	建築業 専門工事業	施工法が変更。新築工事の減少
38	製造業 ポリウレタンゴム製品の製造販売	世界経済情勢は悪く、それに当社の納入先となる大手企業が引っ張られてあまり設備投資をしていないと推定している
39	製造業 彫刻加工、射出成形金型加工	一般的なものはもうすでにつくられている。作るとしても中国等、安い所
40	製造業 鋼板の溶断加工	鉄鋼相場が下落したため、同じ数量を売っても売上高は減少した
41	製造業 金属溶接加工	受注量の減少
42	製造業 鉄筋、加工	公共事業の削減
43	製造業 アクリル板加工業及び販売	主力としているテレビアクセサリ事業の販売が減速したこと。テレビが売れていないことで、弊社の製品も影響していると考えています。また、他の新製品を7~9月に販売予定でしたが、遅れていることが売上を低迷させています。
44	製造業 衣服のプリント加工	クラブのプリント加工なので、もうすべてのアイテムがそろっているため。大会などのイベントが少ない
45	製造業 粘着テープ製造販売	景気による
46	製造業 IH厨房機器製造	暖冬
47	製造業 金属プレス、カンシメ、ナスカン製造	まとまった仕事が減った
48	製造業 オフィス家具類の製造販売	関西・中部地区の大手企業業績悪化による影響
49	製造業 各種プラスチック・合成ゴム、電気工事部品成型金型加工販売	大口販売先の倒産
50	製造業 ディスプレイ、プラスチック板加工、工業用打板加工全般	店頭で販促物を樹脂加工して販売しているが、インターネット販売で店頭販促品が不必要になってきている。素材も紙など樹脂以外の素材も使われるようになった
51	製造業 金属切削業 NC自動盤、多軸自動盤	主力製造製品の内製化により、受注が25%ダウンした

52	製造業	建築・家具金物、各種金属プレス製品製造 主に丁番を作っております。	元請けに勢いが無い
53	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44年。	前期は景気回復が進まず、当社客先の設備投資がほとんどなく、売り上げの7%減少
54	製造業	プラスチック成形	全体的に受注が減っている
55	製造業	横網ニット製造卸	消費者が衣料品の購入方法にネット販売など比較的安く購入できるシステムに対応しているため百貨店、専門店では買ってもらえない
56	製造業	電子機器の開発設計製造販売	景気低迷
57	製造業	建設機械部品等の金属加工	円高により客様が海外への輸出競争力がなくなり受注が減少世界需要が上向かないため
58	製造業	菓子製造	3店舗を閉鎖したため
59	製造業	椅子張替・販売	実店舗退店・生産力のダウン
60	製造業	金型製造業	自社商品事業の低下
61	製造業	印刷業	販売額の減、販売数の減
62	製造業	家庭日用品製造販売	新商品の開発ができない
63	製造業	業務用浴場プール施設機器の製造販売	温浴施設が飽和傾向
64	製造業	製麺業	個人経営の店が減っている
65	製造業	服飾雑貨製造卸	得意先減少、営業力不足
66	製造業	ビニル電線製造販売	小ロットの注文と見積もり数の減少
67	製造業	部品塗装業	前期が特需で大きかった
68	製造業	金属加工業	中国景気後退による輸出品の減少
69	製造業	工業用ガスバーナーの製造	前年同期に10年に1度の改修工事があり売り上げがあがったため
70	製造業	工業用裁断機器・製造・輸出入販	別注機器の受注が減少
71	製造業	鋼板の加工販売	数量が減少
72	製造業	線香製造	前年度は価格改定の実施による仮需要が発生した。消費者の財布のひもはかなり締まっている。また、低価格志向が前面に出てきている。
73	製造業	衣服製造業	大企業の少子高齢化対策による生産台数の計画的な減少
74	製造業	プラント設備設計	全体的な買い控え感
75	製造業	ネジ製造販売	取引先の海外移転
76	製造業	印刷業	量産案件受注の減少
77	製造業	電子機器設計	得意先自体が受注減です。
78	製造業	金属等の表面処理(サンドブラスト加工)	前年同期が良すぎたから減少。
79	製造業	金属加工業	
80	製造業	粉体輸送機及び膜処理装置の設計・製作	この時期に納入する機器が少ない
81	製造業	非鉄金属ダイカスト製造業(亜鉛合金ダイカスト製品の製造請負)	建物金具メーカーからの受注が減少している(住宅着工件数の伸びが思わしくないことに起因すると考えられる)
82	製造業	搬送機械の設計・製造	大口案件が延期となり、その穴埋めを他案件にて十分に出来なかった
83	製造業	コンピュータ関連装置の開発・製	既存ユーザの受注減
84	製造業	樹脂押出用金型製造	マンパワー不足による生産性の低下
85	製造業	自動制御盤の設計・製造	取引先すべてに対して受注金額が減少している。
86	製造業	別注スチール家具・什器、各種精密板金加工	当社No3の得意先の受注が大きく減ったため、その時期がやや前にずれた為
87	製造業	写真製版及び金属エッチング加	不明
88	専門サービス業(仕業の方)	税理士業	起業してもなかなか売上が上がらない、利益を上げるのに苦心している起業が多い
89	専門サービス業(仕業の方)	税理士	同上
90	専門サービス業(仕業の方)	プラスチック金型設計 製品設計	自動車関連の開発が遅れているため新車に対しての金型発注が減っている
91	専門サービス業(仕業の方)	建築設計、診断、調査	官庁主体であるが、公共事業縮小、小規模化など
92	専門サービス業(仕業の方)	不動産仲介、不動産コンサルティング、不動産投資顧問、不動産管理、内装請負	タイミング。去年が良かった分、今年の仕入れ、売り上げ、の減少。
93	通信情報業	企画デザイン、取説製作	昨年が大型受注が入りすぎた
94	通信情報業	ITコンサルティング、システムインテグレーション、ソフトウェア開発、ネットワーク構築、各種保守	得意先の景気が芳しくない
95	通信情報業	Webサイト制作、Webシステム構	BtoB受注が減っている。大手企業のマインドが下がっている
96	通信情報業	ソフトウェア業	経験が浅い技術者の仕事が大幅に減少した
97	流通業(卸・小売含む)	歯科機材輸入販売・修理	歯科の景気悪化に伴う商品価格のダンピング
98	流通業(卸・小売含む)	事務機器販売及び内装工事業	案件の減少→競争の激化→利益の減少と悪循環に陥っているように思います。
99	流通業(卸・小売含む)	塗料、印刷加工用資材販売。自社製造品もあり。	本来繁忙期を迎えるべき10月以降の荷動きが悪い。インバウンド効果の終焉か?
100	流通業(卸・小売含む)	機械工具の販売	生産量ベースが下降気味
101	流通業(卸・小売含む)	眼鏡・手作り布小物雑貨の小売	外部環境の変化(人通りの減少)
102	流通業(卸・小売含む)	工業用部品の製造、販売	全体的に微減
103	流通業(卸・小売含む)	OA機器販売・PC保守	新規顧客の未獲得、営業力不足
104	流通業(卸・小売含む)	旗、カップ、パッチ、記念品、半纏、製造卸	商品価格を下げて、注文が入るようになってきた。
105	流通業(卸・小売含む)	鋼材販売	取引先からの注文量の減少。仕入先のメーカーが在庫販売から無在庫販売(受注生産)に切り替えた事により、在庫切れが発生。納品が先送りに。
106	流通業(卸・小売含む)	食品コンテナの製造販売のメーカーです。それに付随する厨房備品や業務用漆器・食器などの卸も行っております。	各市町村からの売り上げが減少しているため

107	流通業(卸・小売含む)	骨董品輸入販売業	原因は世界的不況からくる将来への不安が、購買意欲の低下を招いているからと考えます
108	流通業(卸・小売含む)	薄鋼板のシャーリング加工、販売	7,8月は売上増だったが、9,10月は前年同期比売上約10%減となった。ただし、仕入価格が約10%減少しているので、利益は横ばいである
109	流通業(卸・小売含む)	石材の加工・施工及び販売	売上を占める墓石の販売の割合が減少。リフォームや各種サービスの割合が増加傾向にある。
110	流通業(卸・小売含む)	アパレル小売販売業	例年、季節の立ち上がり時期に来店される顧客が来店する割合の減少。高価格帯品の売上減少。
111	流通業(卸・小売含む)	セキュリティ機器の販売と施工	職人不足
112	流通業(卸・小売含む)	通販問屋	営業を行っていない
113	流通業(卸・小売含む)	有機野菜、加工品販売	天候不順で野菜売上減少した
114	流通業(卸・小売含む)	工場で使う機械器具、設備の販売	ものづくり補助金が終わり過剰設備投資のつげがまわってきている。
115	流通業(卸・小売含む)	園芸小売業	金額の大きな工事が受注できるかどうかで左右されます
116	流通業(卸・小売含む)	小売業	国の政策転換により売上収益共に減少
117	流通業(卸・小売含む)	ステンレス鋼材卸業	ユーザーに設備投資計画がない意欲もない
118	流通業(卸・小売含む)	米穀販売	販売チャネル(インターネット)に販売現場多様(スーパー、量販店)
119	流通業(卸・小売含む)	ブリキ建材販売	値上げと市場価格が釣り合わず、板挟み状況
120	流通業(卸・小売含む)	一般医薬品卸売販売	国内消費の低迷
121	流通業(卸・小売含む)	衣料品・雑貨の輸入卸売	為替売上の円高による目減が大きい
122	流通業(卸・小売含む)	事務所・工場用LED照明販売業	ライバル企業が多すぎる。価格競争が激しい
123	流通業(卸・小売含む)	鋼材の加工販売	国内需要減少の中で、他社との競合状態悪化による
124	その他	屋外広告業	関西での大型工事、大型物件の案件の減少のため。中小型の物件にシフトするタイミングを逃してしまったため
125	その他	立体駐車場据付メンテナンス	人材不足のため仕事がうけれない
126	その他	経営コンサルティング	某社からの報酬額の減少
127	その他	自社プラントの帽子、蝶ネクタイの製造販売	百貨店での店頭での販売不振、自社店舗も同様
128	その他	清掃業、ビルメンテナンス	イオンモールや、パチンコ店の業績悪化の為メンテナンス受注が減少した。
129	その他	重電機器の調整・試験・改造	前年度に大きな物件があったが、今年度は無く、これまでの売りに戻った
130	その他	介護福祉支援事業	利用者の状態(死亡入所入院等)による変動サービスに対応するヘルパー不足
131	その他	インテリアコーディネーター等	景気に左右される

【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	20	15.4%	75	57.7%	35	26.9%	130
運輸業	5	27.8%	7	38.9%	6	33.3%	18
建築業	10	19.6%	34	66.7%	7	13.7%	51
製造業	55	28.4%	84	43.3%	55	28.4%	194
専門サービス業(土業の方)	8	11.4%	50	71.4%	12	17.1%	70
通信情報業	1	7.7%	10	76.9%	2	15.4%	13
流通業	22	23.4%	51	54.3%	21	22.3%	94
その他	5	31.3%	8	50.0%	3	18.8%	16
(空白)	0	0.0%	4	57.1%	3	42.9%	7
総計	126	21.2%	323	54.5%	144	24.3%	593

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%	1	0.3%	11	3.5%	25	7.9%	9	2.8%	8	2.5%	23	7.3%	13	4.1%	16	5.0%
運輸業	3	7.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	4.7%	2	4.7%	0	0.0%	4	9.3%	0	0.0%	5	11.6%
建築業	12	8.5%	0	0.0%	3	2.1%	8	5.6%	7	4.9%	1	0.7%	8	5.6%	6	4.2%	5	3.5%
製造業	54	11.2%	7	1.4%	13	2.7%	18	3.7%	17	3.5%	13	2.7%	31	6.4%	20	4.1%	22	4.6%
専門サービス業(土)	16	9.7%	1	0.6%	8	4.8%	5	3.0%	8	4.8%	3	1.8%	12	7.3%	5	3.0%	12	7.3%
通信情報業	5	14.7%	1	2.9%	1	2.9%	1	2.9%	2	5.9%	1	2.9%	5	14.7%	1	2.9%	1	2.9%
流通業	38	15.9%	2	0.8%	7	2.9%	15	6.3%	6	2.5%	8	3.3%	13	5.4%	13	5.4%	19	7.9%
その他	6	12.8%	0	0.0%	1	2.1%	3	6.4%	1	2.1%	1	2.1%	2	4.3%	1	2.1%	1	2.1%
(空白)	2	7.7%	0	0.0%	1	3.8%	3	11.5%	1	3.8%	1	3.8%	3	11.5%	0	0.0%	3	11.5%
総計	169	11.3%	12	0.8%	45	3.0%	80	5.3%	53	3.5%	36	2.4%	101	6.8%	59	3.9%	84	5.6%
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	総計	割合
サービス業	9	2.8%	21	6.6%	35	11.0%	55	17.4%	20	6.3%	24	7.6%	13	4.1%	1	0.3%	317	
運輸業	0	0.0%	3	7.0%	7	16.3%	9	20.9%	2	4.7%	4	9.3%	2	4.7%	0	0.0%	43	
建築業	5	3.5%	9	6.3%	17	12.0%	27	19.0%	15	10.6%	11	7.7%	7	4.9%	1	0.7%	142	
製造業	11	2.3%	39	8.1%	58	12.0%	80	16.6%	40	8.3%	42	8.7%	15	3.1%	3	0.6%	483	
専門サービス業(土業の方)	4	2.4%	12	7.3%	23	13.9%	25	15.2%	8	4.8%	14	8.5%	8	4.8%	1	0.6%	165	
通信情報業	1	2.9%	4	11.8%	1	2.9%	5	14.7%	1	2.9%	2	5.9%	1	2.9%	1	2.9%	34	
流通業	7	2.9%	11	4.6%	26	10.9%	26	10.9%	7	2.9%	24	10.0%	15	6.3%	2	0.8%	239	
その他	2	4.3%	3	6.4%	6	12.8%	7	14.9%	3	6.4%	8	17.0%	2	4.3%	0	0.0%	47	
(空白)	2	7.7%	1	3.8%	3	11.5%	3	11.5%	2	7.7%	0	0.0%	1	3.8%	0	0.0%	26	
総計	41	2.7%	103	6.9%	176	11.8%	237	15.8%	98	6.6%	129	8.6%	64	4.3%	9	0.6%	1496	

- 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	89	25.1%	22	6.2%	18	5.1%	38	10.7%	20	5.6%	15	4.2%	10	2.8%	4	1.1%	37	10.4%
運輸業	8	16.7%	1	2.1%	1	2.1%	5	10.4%	2	4.2%	3	6.3%	0	0.0%	3	6.3%	12	25.0%
建築業	28	19.3%	23	15.9%	3	2.1%	6	4.1%	3	2.1%	15	10.3%	0	0.0%	0	0.0%	24	16.6%
製造業	98	17.0%	60	10.4%	62	10.8%	55	9.5%	48	8.3%	37	6.4%	8	1.4%	3	0.5%	67	11.6%
専門サービス業 (土業の方)	41	23.4%	14	8.0%	17	9.7%	11	6.3%	8	4.6%	11	6.3%	7	4.0%	7	4.0%	20	11.4%
通信情報業	8	21.6%	4	10.8%	1	2.7%	4	10.8%	3	8.1%	1	2.7%	2	5.4%	1	2.7%	4	10.8%
流通業	68	24.5%	12	4.3%	15	5.4%	37	13.4%	26	9.4%	17	6.1%	10	3.6%	7	2.5%	25	9.0%
その他	8	18.6%	3	7.0%	4	9.3%	3	7.0%	0	0.0%	2	4.7%	0	0.0%	2	4.7%	7	16.3%
(空白)	3	13.6%	1	4.5%	3	13.6%	0	0.0%	1	4.5%	2	9.1%	1	4.5%	3	13.6%	2	9.1%
総計	351	20.9%	140	8.3%	124	7.4%	159	9.5%	111	6.6%	103	6.1%	38	2.3%	30	1.8%	198	11.8%
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	44	12.4%	9	2.5%	12	3.4%	0	0.0%	1	0.3%	5	1.4%	4	1.1%	7	2.0%	17	4.8%
運輸業	7	14.6%	1	2.1%	1	2.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.1%	1	2.1%	2	4.2%
建築業	21	14.5%	3	2.1%	6	4.1%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.7%	0	0.0%	2	1.4%	8	5.5%
製造業	89	15.5%	8	1.4%	5	0.9%	1	0.2%	0	0.0%	3	0.5%	13	2.3%	4	0.7%	11	1.9%
専門サービス業 (土業の方)	25	14.3%	5	2.9%	1	0.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	5	2.9%
通信情報業	6	16.2%	1	2.7%	2	5.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
流通業	33	11.9%	4	1.4%	4	1.4%	0	0.0%	0	0.0%	2	0.7%	4	1.4%	6	2.2%	7	2.5%
その他	9	20.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.3%	1	2.3%	2	4.7%
(空白)	2	9.1%	1	4.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.5%	0	0.0%	0	0.0%	2	9.1%
総計	236	14.1%	32	1.9%	31	1.8%	1	0.1%	1	0.1%	12	0.7%	23	1.4%	21	1.3%	54	3.2%
業種	⑲	割合	⑳	割合	総計													
サービス業	1	0.3%	2	0.6%	355													
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	48													
建築業	1	0.7%	1	0.7%	145													
製造業	0	0.0%	4	0.7%	576													
専門サービス業 (土業の方)	0	0.0%	3	1.7%	175													
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	37													
流通業	0	0.0%	0	0.0%	277													
その他	0	0.0%	1	2.3%	43													
(空白)	0	0.0%	0	0.0%	22													
総計	2	0.1%	11	0.7%	1678													

- | | | |
|---------------|--------------|--------------|
| 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 介護事業	社員能力のアップにより不要な固定費を抑える
2	サービス業 銀行業	一丸態勢、各自の能力アップをしながら勝って行く
3	サービス業 印刷企画及びデザイン全般	営業力の強化
4	サービス業 給与処理及びコンサルティング	今の持っているものを使って売上げを上げる営業力の拡大が必要
5	サービス業 ゴルフ場経営、建築不動産	若年層の取り込みにむけてインターネット経由で顧客を増やす。新しい収益を上げる
6	サービス業 不動産の賃貸売買仲介、マンション管理、賃貸業、飲食業	中堅社員のレベルアップ！新サービスと新営業エリアの拡大も含めてねらっている！！(和歌山進出?)
7	サービス業 主として公営競技(競輪、競馬、ポートレース)の広告	紙媒体(スポーツ紙、夕刊等)以外の媒体を見出していけないといけない
8	サービス業 印刷・同関連事業	売上増に伴う利益確保のためにも生産性を向上させ、新たな販路を必要と考えます
9	サービス業 保険代理店	事務スタッフに営業を兼務させる。社員教育に力点を置き生産性のアップをはかる
10	サービス業 介護サービス	西淀川か港区に事業所を建設予定
11	サービス業 小規模店舗に向けたマーケティングシステムの提供	業務の標準化をすすめ来期に向けた動きに集中できる体制をつくる
12	サービス業 店舗を中心とした不動産賃貸	東京市場に進出
13	サービス業 美容室、カット、パーマなど	今月から社員が増えたので、どんどん売上を上げないと人件費が上がってしまう。2018年に新店舗オープンできるように動いている。
14	サービス業 ビルメンテナンス、飲食、小売	高齢者と若者に投資する
15	サービス業 介護事業	今いるスタッフと目的の共有をより深めていきたい
16	サービス業 美容コンサルティング	新規開拓強化を考えています
17	サービス業 葬祭業	営業力の拡大
18	サービス業 訪問介護、住宅支援	今こそ社員教育に力入れたい、地域的に自社の強みを活かしたい。
19	サービス業 介護サービス	来年より総合事業が始まり平成30年には大きな介護保険の改正が予測される中で早期の情報収集と事業所展開のあり方について検討
20	サービス業 障害者福祉サービス(GH)	人、人材定着、人材確保
21	サービス業 障害者就労支援	産学メンタルヘルスを取り組む
22	サービス業 運勢鑑定・風水鑑定を活用した事業サポート	新規事業の展開・推進
23	サービス業 ウェブ企画・デザイン運用	ウェブの運用・サポートの受注増をめざす。
24	サービス業 保険代理店業	社内での教育研修制度の確立
25	サービス業 自家用自動車管理業	社員教育
26	サービス業 人材派遣、正社員の紹介、人材派遣、人材紹介事業 東北での復興事業 建設事業	新規営業の強化を行い取引先の件数を増やす必要がある。利益を大幅に確保し安定させる。今後経営理念を作成してそれと共に動く会社にする。
27	サービス業 美術屋企画・運営、美術誌出版、画廊経営	会社景気の下がり始めた5年前(第18期)以前の良かった点を見なおし、改めて運営のPDCAをする。
28	サービス業 障害福祉サービス	社員教育で仕事の質を上げる
29	サービス業 パソコン資格スクール	認知症予防の脳活性化カリキュラムを取り入れ、新サービスの展開
30	サービス業 グラフィックデザイン	新規事業開発
31	サービス業 広告宣伝、代理店業	新規得意先の獲得
32	サービス業 筋肉矯正健康法教室	修得コースを充実させてスタッフの確保に努める
33	サービス業 書作品の製作と販売・書道教室	常に一歩先の新しい提案(より経営者の魂を元気にする作品の開発)と、それをお知らせする活動。
34	サービス業 WEB,DTP制作、企業研修	受ける仕事が増えた分少人数の中仕事をうまく回すこと。生産性アップ
35	サービス業 マンションのハウスクリーニング	従業員が増えると経費がかさむ。管理体制を整え、経費の意識改革が必要
36	サービス業 経営コンサルティング	WEBマーケティング能力の向上
37	サービス業 自動車修理、新車中古車販売	顧客管理の強化
38	サービス業 印刷・ウェブ デザイン企画制作	全社員のスキルをあげて、効率よく計画的に仕事をこなす
39	サービス業	もっと自社でできることを増やしたい
40	サービス業 高齢者施設の食事委託	人手不足を外国人研修制度で補充
41	サービス業	営業力を強化し顧客を増加する為にはスタッフ能力をアップし、現場を任せられる人材を作っていく。資金確保ができれば次のステップを目指す
42	サービス業 青果卸売	知識のある社員の確保
43	サービス業 飲食店営業	教育の問題
44	サービス業 共同購入事業・外国人技能実習生の受け入れ・労働保険事務組合	社員の能力をアップし、新規の事業展開に取り組める体制を構築したい。
45	サービス業 通関業	既存顧客の深堀はやりつきた感があります。他方、社内では社員一人ひとりの技術を上げ、生産性を向上させなければならない。
46	サービス業 広告の企画デザイン	仕事量の確保
47	サービス業 OA機器販売、保守サービス	守りから攻めへの営業展開に力点を置き、新規開拓顧客件数を増加させる。
48	サービス業 産業廃棄物収集運搬処理業	施設の拡大予定
49	サービス業 自動車整備	利益アップ
50	サービス業 舞台美術・大道具	弊社にとって当たり前の事を再度見直し、体制を強化
51	サービス業 WEBデザイン・システム制作	今期中に4名(今の倍)の社員の獲得をし、拡大を計画実践中。売上昨年実績対
52	サービス業 人材育成教育	新規販路開拓

53	サービス業	産業廃棄物処理業	新工場の建設
54	サービス業	地図情報処理サービス業	重要取引先の選択と集中
55	サービス業	ルーター・HUB等、インターネット接続機器の設置・設定	新規得意先を増やすこと 優良取引先をふやすための営業力拡大
56	サービス業	ソフトウェア開発	新製品の企画検討 中途採用は難しいため未経験者の採用と人材教育
57	サービス業	ベトナム人の採用支援	仕入先の確保
58	サービス業	パソコン修理	組織体制の変更
59	サービス業	喫茶 軽食	顧客のニーズを掴み 的確に提供する努力
60	サービス業	土地活用企画・コンサルティング、コインパーキング等の開発・施工・管理等	広告宣伝を強化する。提携先(宅建業者)を増やす。
61	サービス業	・一般労働者派遣事業 ・有料職業紹介 ・業務請負 ・LED照明の販売」	高付加価値のサービスと販売価格の適正化 同時に新たな事業領域への参入
62	サービス業	インテリアプランニング、ビルマンションの管理、工場・複合施設における設備のプランニングおよびメンテナンス	取引先拡大、人材の採用(事業承継)
63	サービス業	人材派遣業	自社が得意とする分野の営業先の拡大を行い、稼動数を上げていくことが収益力向上に繋がる
64	サービス業	賃貸マンション経営	リノベーション
65	サービス業	飲食店経営	強みのブラッシュアップ、より付加価値を上げるための社員教育
66	サービス業	エステティック業	総合的に対応中
67	サービス業	訪問介護	社内の体制を確立したい
68	サービス業	婚礼貸衣装	成約率を向上させるため、ニーズ動向を把握する。4月まで中途採用ストップ。新規事業立ち上げ本格稼働させる。
69	サービス業	エステティックサロンにおけるエステティック業務	人材採用に向けて、店舗移転などもふまえた上で、現在検討中。
70	サービス業	保険代理店、経費削減、専門家紹介	今後の主力事業の方向性
71	サービス業	指定障害福祉サービス	研修などを通して職員の相談支援を丁寧に実行する力をつけ、今在籍する利用者の利用日数が増えるようにしたい また、また組織力をアップして、日常業務が効率的に行えるようにしたい
72	サービス業	一般廃棄物ならびに産業廃棄物の収集運搬業	新規事業の立ち上げに向けて、人材のレベルアップを図り足固めをする。
73	サービス業	業務効率化・定着化、戦略立案・実行支援といったコンサルティング事業、コスト削減事業や教育研修事業など、企業の多種多様な課題に対して解決策をご提案する、企業の総合支援業務。	既存事業での取引先を増やすことにより経営基盤を強化し、新規事業立ち上げに伴う設備投資に必要な資金の調達に重点を置く。
74	運輸業	運輸・倉庫業	人手不足が続くことが確実な中、しかに社員教育、人材育成・確保に時間とお金をかけるか。労働集約産業の分岐点になると思います。
75	運輸業	倉庫業	人材の教育、育成、環境ECを進める
76	運輸業	一般貨物自動車運送業、軽貨物自動車運送事業、地域コミュニティ創造事業	自社の強みを生かして新規販路ビジネスに挑戦
77	運輸業	運送業、物流センター、通関業	新規開拓、新商品化開発
78	運輸業	空車と荷物のマッチングサイトの運営	社員教育と生産性向上
79	運輸業		心遣い
80	運輸業	地場中心に重量物、雑荷の配送	会社合併吸収
81	運輸業	一般貨物運送業、高齢者向け引越サービス	営業力の強化と人材(若手)
82	運輸業	一般貨物運送事業・貨物軽自動車運送業	移転を含め、倉庫機能を拡大し、拠点を一か所にまとめ移動ロスを減らすことにより、効率よい運行を目指す。同時に倉庫預かり荷物による受注増を狙う。そのためには、幹部社員が必要で現在の社員の能力底上げが必要で、その環境を整えること
83	建築業	電気工事、電気通信工事	高齢化している職人を若手にシフトチェンジしていく
84	建築業	環境設備機器の製造、建設業(バイオマス発電設備他ゴミ焼却場等)	地方創生に力を入れて、地域自治体との連携をとり、産官学の強化をはかり、地産地消で、我々中小企業が地域と一体になって、ものづくりを行っていくことを強く思っている。
85	建築業	一般建設工事業・主に注文住宅リフォーム等を行っております。	新しい事業の柱を模索する
86	建築業	建築工事一式 土木工事一式	売り上げの安定

87	建築業	建築施工管理業	既存顧客の発注案件に限りがあり、新規顧客の獲得が必要(自社の強みを生かしたビジネスを提案する)
88	建築業	太陽光を中心とする再生エネルギーコンサルタント業	建築の転換による業界の縮小をどう乗り切るか
89	建築業	住宅建設及び地車製作	法人化により経費が増加したため他の経費を節減
90	建築業	塗装業	単年度計画の見直し、5年後の展望のまとめ
91	建築業	ダクト・加工及び取付工事	3名の新人がいます。この人達の技術力の向上と定着
92	建築業	建築設計・監理	新たな設計用ソフトの導入
93	建築業	木造新築・改築、公共工事など	有能な人材の教育
94	建築業	一般電気工事、主に工場などの工事	取引顧客を増やすこと
95	建築業	内外装リフォーム工事	主要取引先を3社増やす事、人材を営業管理1名、経理1名、Web担当アルバイト1名、計3名採用する。
96	建築業	防水防食工事、塗床工事、塗装工事、内装仕上工事、建築工事	数年後の事業継承にむけて、9月21日からの今期、第2期10年ビジョンをたてます。従業員からの課題提案を受け、社員と共につくるビジョンを数年に発表します。
97	建築業	太陽光発電	売り上げ増大以外にはないかと
98	建築業	電気工事、空調工事	外注でなく自社できる技術力の強化、人材を業種間との強化
99	建築業	造園施工業	事業承継と若手社員の採用
100	建築業	上水設備のメンテナンス	新卒対応のため、学校とのパイプづくり
101	建築業	知的障害者施設の新築・リフォーム	知人を通じて流通に頼らない不動産物件が持ち込まれる。これを引き取りリフォームして知的障害者のグループホームなどに利用。更に高齢者のシェアハウスも検討中
102	建築業	建築請負業	現状の新築・リフォーム技術にとどまらず古家再生の技術や不動産の診断技術を強化したい
103	建築業	空調設備工事	売り上げを伸ばす為に営業力の強化、については営業社員の雇用
104	建築業	タイルの販売と施工	現場社員の能力アップで固める
105	建築業	電気工事業	人材の確保と取引先の拡大
106	建築業	リフォーム・水回り設備工事・高圧洗浄業務	受注があっても施工者の不足により受注出来ない。外注を探すが見つからない。
107	建築業	建築工事・内装工事・リフォーム工事	同業の人材不足しているところへ自社の技術、資産アピール
108	建築業	電気工事業	与信管理
109	建築業	総合建設業・不動産賃貸管理業	既存顧客への依存度が高いので、新規先拡大する。
110	建築業	管工事業(給排水衛生設備、空調設備の設計施工)	若手社員、現場主任者の採用に注力中
111	製造業	ポリウレタンゴム製品の製造販売	高齢化の為、若手及び経験者の採用を計画している。現状の受注減少が予想される中、重要客先の増加が必要、そのためにも技術力強化が必要。
112	製造業	金属プレス加工(主に自動車部品)	新卒採用と従来技術を応用した新規販分野と従来販路を利用した新規事業立ち上げに力点を置いている。
113	製造業	彫刻加工、射出成形金型加工	1社依存型なので顧客を増やしたい。同じ仕事ばかりなので、社員の能力が伸びにくい
114	製造業	鋼板の溶断加工	一般的でないものの作成、それへの技術、広告
115	製造業	建築金物製造販売、レンタル、イベント企画	3~5年先の新工場増設をにらんで、新規客を拡大させる。20年後の事業承継に向けて、人材育成を続ける
116	製造業	サイン・DIY関連製品、店舗用品製造販売	これまでになかった分野からのニーズにそろえた営業力とそれに応える技術はじめ顧客満足度を社員満足に変えていく意識変革をもって社員共育としたい
117	製造業	金属溶接加工	新しいことへのチャレンジ
118	製造業	金属表面処理加工業(めっき業)	新規取引先を増やす
119	製造業	鉄筋、加工	社員に会社の方向性を明確にしていきたい。自主的に考えて動ける社員を育てていきたい。
120	製造業	アクリル板加工業及び販売	重要取引先を増やす
121	製造業	アルミ製品の企画・設計・製造・販売	新製品や新規分野に入っていくのですが、製品を販売するまでに時間がかかり過ぎるので、あらゆる面で改革をして行く考えです。
122	製造業	特殊車輛部品製造、産業用プラント設備部品製造	企業は人なり、人の成長が全てと思うので、力点は社員さん育成としました。
123	製造業	衣服のプリント加工	1社依存型の経営体質からの転換としての力点
124	製造業	お弁当を中心とした食事のサービス	売上アップのため。社員の技術力のアップ(人材確保)
125	製造業	粘着テープ製造販売	パート従業員を何人か正社員になってもらい、責任とやりがいを大きくしたい。
126	製造業	IH厨房機器製造	人材教育
127	製造業	金属加工	今期は新製品が出せず
128	製造業	学校体育器具・トレーニング器具の製造卸	新サービスをいかに売上に繋げるか
129	製造業	オフィス家具類の製造販売	海外展開が最重要課題です
130	製造業	ディスプレイ、プラスチック板加工、工業用打板加工全般	少子化による市場縮小の中で、どう生き残るか
131	製造業	金属切削業 NC自動盤、多軸自動盤	現在の仕事ではギリ貧。分野を替えることが必要
			後継者問題に悩んでいる。商品の品質を安定させたい

132	製造業	プラスチックフィルム製品の加工業	決算以降、営業社員が事務職を兼務しており、営業に力を中々入れられない
133	製造業	プラスチックの射出成形	来春の新卒者の採用はできたが、即戦力としての中途採用が難航している。手段や方法を見直し人材の確保に努める
134	製造業	ディスプレイ	新規事業、新規開拓、既存事業の充実
135	製造業	建設及び不動産業	建築部門人材の確保
136	製造業	横網みニット製造卸	販路を大幅に変えていないと残っていけない
137	製造業	電子機器の開発設計製造販売	自社製品の販路開拓
138	製造業	金属表面処理加工	社員の能力アップを図り、工夫改善を行える様にしていく
139	製造業	建設機械部品等の金属加工	売上減少のため営業力と重要取引先の開拓に力を入れる。人材の確保の難しい状況でいかに才能のある人材を獲得できるかが今後の生き残り認識しているためIoT、ビッグデータを活用するための新製品開発と生産性向上、そのための技術力の強化、他企業との連携。
140	製造業	水道メータの製造、販売	2015年に採用した5名の技術力の向上
141	製造業	菓子製造	
142	製造業	自動車ウレタンシートの発砲用金型製造	人材の若返り
143	製造業	薄肉ステンレスパイプの製造加工	人材の育成が必要
144	製造業	歯車及び歯車関連部品の製造加工	生産効率と社内のコミュニケーション能力と報・連・相の仕組みをしっかりと社員全員で考えて取り組みをしていきたいです。
145	製造業	印刷業(アルバム制作)	アルバム以外の新たな印刷業の柱をみつけていきたい
146	製造業	金型製造業	営業、自社商品事業の拡大
147	製造業	イベント、展示会、企画、デザイン、施工	2020年のオリンピックまでは業界的に楽観視する風潮、その後の景気低迷に備えて設備と人材を充実させていきたい
148	製造業	板ガラス加工販売	HPを改良し新規取引先を確保
149	製造業	刷毛ブラシ・建築資材の開発販売	まだまだお客様に訪問ができていない。商品紹介を強化する
150	製造業	印刷業	新しい事業分析を進めて行きたい。社内体制を強化して効率アップ。
151	製造業	食用加工油脂製造	生産管理システム導入。社員研修。新しい経営理念をつくる。
152	製造業	オーダーメイド家具の製造・設計。	技術力の継承。
153	製造業	化学機器の設計、製作、配管工事	今期採用した人材を教育し、戦力アップを行う。
154	製造業	浴槽、プールろ過装置の製造・販売	人手不足なので人を入れる
155	製造業	ウエス、手袋、作業用副資材製造販売	既存商品の販路拡大と取り扱い品目の強化
156	製造業	トラックリビルトエンジンの製造	建設機械等も進出したい
157	製造業	印刷物加工業	営業力の強化と社員教育
158	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、ニッチ市場での販売を拡大展示会での新規顧客の獲得。
159	製造業	シール、ラベル、ステッカー製造販売および企画。一般印刷	すべて仕事があつてのこと。従来通りその確保に全力を注いでいます
160	製造業	ステンレス製缶加工	一社依存の脱却、社内生産性拡大
161	製造業	食品包装資材 フィルムのパッケージ、企画販売業	人材育成と世代交代
162	製造業	服飾雑貨製造卸	新規得意先を開拓する
163	製造業	ビニル電線製造販売	景気の動向、情勢を見ながら方向性や体制を変えていく必要があると感じる
164	製造業	金属表面処理	新事業、新設備に対応した人材採用と教育
165	製造業	ブロック製造業	営業力の拡大、来年度についても営業販路拡大を目指す
166	製造業	義肢装具の製造販売・介護用品のレンタル業	売上拡大と製造原価の削減。とくに材料原価の削減
167	製造業	金属板金加工業	人材能力UP 教育
168	製造業	硬質クロムめっきの施工	以前にくらべて品質が厳しくなり手間がかかっている。そのため仕事をこなす量が落ち、売上に結びついていない
169	製造業	部品塗装業	付加価値の有るものを作ることが大事
170	製造業	食品製造販売および外食	新店舗の立ち上げに注力
171	製造業	各種プラント設備制作・据付・配管工事	監督(専門技術者)の確保
172	製造業	十字穴つきタッピングネジ	新規顧客獲得の努力 技術研修を積極的に行なう 一業種に偏らない受注品の確保とそれらをより良くより安くより安定的に精算するための技術力と生産力強化
173	製造業	金属熱処理加工	協力会社さんを含め、熟練工の高齢化が進み、継承者の育成が急務です
174	製造業	工業用ガスバーナーの製造	社員の能力向上
175	製造業	プラスチック成形	
176	製造業	金属部品の熱処理・塗装・表面処理加工	先行きを見て老朽設備をどの様に更新するかの判断
177	製造業	金属加工	新規の取引先を増やし、リスク分散したい
178	製造業	工業用裁断機器・製造・輸出入販売	個々の社員の技術能力をアップする事で、新製品への取り組みが行える
179	製造業	建設機械・産業車両等のカウンタウエイトの製造販売	国内製造業においては固有技術をとことん追求する。更に生産性を向上し効率化を図ることによりコスト競争力をつける。定期採用に加え中途採用も行い人材の確保

180	製造業	プラスチック成形	基本的な生活習慣が身についている“普通の人”を採用しないと、社内の教育には限界がある。
181	製造業	鋼板の加工販売	長期ビジョンに基づき採用、投資を着実に実施
182	製造業	線香製造	消費者の年齢層を拡げた製品群を発売する。
183	製造業	衣服製造業	府の助成金いただいている事業で、販路拡大・売上増加につなげること。
184	製造業	プラント設備設計	優秀な人材確保
185	製造業	金属製品製造業・溶接	社員教育の重要性
186	製造業	金属ナット製造販売	需要の落ち込み・顧客確保のため、展示会の増加
187	製造業	金属加工業	展示会、HPの刷新による新規顧客開拓
188	製造業	工業用プラスチック素材 切削加工業	現在の業態では利益に対し設備投資の比率が非常に高く、内部留保の確保は難しい。今後の方向性としては、付加価値を重視した独自技術や商品等の開発に注力し、それに向けた人材育成と労働環境に注力する。
189	製造業	発泡スチロール加工販売	新規得意先開拓
190	製造業	プラスチック切削加工業	生産管理システムの構築
191	製造業	ネジ製造販売	営業努力と生産効率アップの両面にて努力する
192	製造業	CNC自動旋盤による小径の金属部品切削加工業、工業用バキュームの製造販売、バキュームの修理と中古機の販売	新規業種への参入。具体的には樹脂の量産加工部門を検討中
193	製造業	印刷業	営業力の拡大
194	製造業	ステンレス鋼板の薄板に特化した研磨及び保護テープ貼	雇用にて増員を図り、育成に力を入れる 育った人材を新工場の稼働率を上げるために活用する
195	製造業	プリント配線板および各種薄板加工・販売	各種薄板加工販売を注力し客先を増やす。また売上を伸ばし、プリント基板分野の浮き沈みの影響を少なくする。経営を安定させる。
196	製造業	段ボールケース製造販売	資金不足のため売上・利益を伸ばしていく必要がある
197	製造業	金網及び関連製品の製造・販売	事業領域拡大・開発製品の販売強化・職場環境の整備・新卒採用の定期実施
198	製造業	アルミ製品の企画・開発・設計・製造・販売	関東工場を作る計画もある中、人材の成長と確保が力点になる。
199	製造業	ゴムコンパウンドの製造、販売。ゴム資材販売。	新人のスキルアップを継続する。
200	製造業	電子機器設計	ファン(顧客)を増やし、業務量を拡大すること。それに合った人材を確保すること。受託開発品をリピート量産品につなげること
201	製造業	軍手製造・販売	2016年4月より本格的に、新事業(ファッションニット部門)展開開始
202	製造業	金属等の表面処理(サンドブラスト加工)	新規取引先の開拓及び営業ツールとしてのHPの見直し。
203	製造業	部品、特殊台車の企画開発から製造及び販売	自社のシーズを活用した新製品の開発
204	製造業	金属加工業	リスク分散しながら、主要取引先の開拓を進めている。
205	製造業	粉体輸送機及び膜処理装置の設計・製作	将来の為の人員確保と新卒採用の準備
206	製造業	非鉄金属ダイカスト製造業(亜鉛合金ダイカスト製品の製造請負)	人材の採用が難しいことで熟練技術者の後継ができない、ヒューマン・エラーによる生産性の低下が発生していることを鑑みて、社員の補充と能力アップを図りたい。
207	製造業	住宅建築及び地車製作	法人化により経費が増加したため、他の経費を削減する。
208	製造業	電気機器製造	営業力の効果
209	製造業	和生菓子製造	事業承継を控え100年企業を目指すに当たり、老朽化した工場を新築、生産性アップ効率化を図り新規取引先の確保、新販路分野開拓を目指す。
210	製造業	搬送機械の設計・製造	・設計(営業)部門の強化 ・製造現場の合理化 ・幹部社員教育の充実
211	製造業	コンピュータ関連装置の開発・製造	新商品の開発と展示会出展による新規顧客の獲得
212	製造業	樹脂押出用金型製造	人づくりの推進
213	製造業	銅パイプの端末加工及びロー付け加工	社員個々の能力向上、疑問点の洗い出し、報告の徹底。考えていることを表現する能力を向上させるだけでいいんですが普段からの喋りに磨きをかけること。
214	製造業	塗装業	事業拡大のために現在の設備では対応出来なくなるために工場拡大をする。
215	製造業	製缶・板金加工 産業用機械製造	長時間残業が問題になっている。できる人に仕事が集中し100時間を超える月が4か月連続した。問題解決のためには生産性アップ、若手社員の成長が急務である
216	製造業	古紙再生業	経営理念の浸透と経営的な視点を持った社員の育成
217	製造業	自動制御盤の設計、製造	6月に採用した社員の能力アップおよび将来を担う設計担当者の採用
218	製造業	別注スチール家具・什器、各種精密板金加工	生産性を上げること。前後の工程が連携してムダやロスを省くなど、社内で取組んでいる。
219	製造業	写真製版及び金属エッチング加工	既存得意先の横繋がりで、重要得意先を増やす。 生産工程の見直しで、ワンステップ技術力向上を目指す。
220	製造業	コンクリート型枠及び支保工鋼材の企画・製造・販売	大幅な人員増の結果、戦力になるまでの教育体制を早期に確立していく。ベテラン社員含め、会社のやっていると、目標を全員が共有し、共通の目標として認識されなければ一体感や主体性を育てることが出来ないと痛感している。
221	専門サービス業(土業の方)	税理士事務所	従業員の確保
222	専門サービス業(土業の方)	税理士	AIにより業界の仕事がなくなることが先々予想されます。より指導提案できる内容でしかも有料なものを創ってゆく
223	専門サービス業(土業の方)	税理士業	若者を採用し教育する。働きながら資格取得のための勉強ができる環境を整備す

224	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士	事務所の強みを確立させ、それを全面に押し出して顧客拡大、売上増大。事務所経営の安定化、継続化を図る。
225	専門サービス業(土業の方)	都市計画、建築・土木・ランドスケープに関する計画・設計	バランスのとれた人員配置の実現(新入社員～幹部～役員のそれぞれの社員教育の実施)、10から20年後を見据えた営業展開(これを可能にする基盤づくり)
226	専門サービス業(土業の方)	経営コンサルティング、税理士業務	人脈を増やす
227	専門サービス業(土業の方)	民事・刑事・法律	社員研修の実施
228	専門サービス業(土業の方)	税理士業務、経営計画書作成・運用指導	商品の販売方法を増やすために他社と提携する。
229	専門サービス業(土業の方)	3S、5Sのコンサルティング業	いろんなプランを増やしたい
230	専門サービス業(土業の方)	不動産鑑定業(相続、同族関係者間売買等、公的評価委員)	公共団体との関係を強化。土業やディベロッパーとの連携
231	専門サービス業(土業の方)	税理士事務所	効率化に力を入れ、時間当たりの粗利を増やす
232	専門サービス業(土業の方)	弁理士、特許・商標等出願業務、企業内知財研修	事務所移転費、内装代等の融資について、税について、人材確保について勉強したいです。
233	専門サービス業(土業の方)	税理士業	社内OJTでスキルアップ困難な部分。お客様コミュニケーション力のアップが課題
234	専門サービス業(土業の方)	弁護士業	広告の活用
235	専門サービス業(土業の方)	公認会計士業	幹部候補を増やす
236	専門サービス業(土業の方)	税理士事務所	パートの教育等
237	専門サービス業(土業の方)	弁護士	相続・介護関係の強化
238	専門サービス業(土業の方)	税理士業	スピード
239	専門サービス業(土業の方)	税理士	新規顧客獲得
240	専門サービス業(土業の方)	会計事務所	来春の内定者が1名にとどまっています。(もう一名は採用したい)退職者もあり、人材不足です。中途採用も考えていますが、例年になく苦戦しています。12月にも採用活動の予定。社員の評価制度、賃金規定の改定を急いでいます。
241	専門サービス業(土業の方)	税理士業	クラウド技術を導入して生産性をアップし、お客様への提案力を付ける。そして、10年先を見据えて新サービスを研究開発し、販売する仕組みづくりを行う。
242	専門サービス業(土業の方)	税理士	サービスを商品として確立する。
243	専門サービス業(土業の方)	プラスチック金型設計 製品設計	金型設計の効率化 客先ニーズに合った設計の標準化 部品登録、構造登録など技術データの構築を進めている。
244	専門サービス業(土業の方)	建築設計、診断、調査	業界の状況が変化し、業務内容も大きく変わりつつあります。特にマネジメント担当社員の時代に見合う業務への知識、スキル
245	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士業	営業力強化につきます。
246	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	人材確保、 マネージメント: 全社一丸体制が急務である(一体感の無さによる不信感等があるため)。そのため、今年中に指針作成、年初に発表、初めての経験であるため試験的に実施、都度対応を考え実践していく。 マーケティング: 新サービスの売込みを進める準備が進行中。
247	専門サービス業(土業の方)	司法書士、行政書士	マーケティング: 新サービスの売込みを進める準備が進行中。
248	専門サービス業(土業の方)	不動産仲介、不動産コンサルティング、不動産投資顧問、不動産管理、内装請負	今後の方針を見直し、方向性を再検討する。安定的仕入れが可能となるように、顧客を増やす。
249	専門サービス業(土業の方)	経営コンサルティング	より中小企業に即したコンサルティングメニューを設定する。
250	専門サービス業(土業の方)	税理士業	取引先の増加
251	専門サービス業(土業の方)	税理士業務	法改正等に対する情報収集と対策。サービスの質向上のための職員の教育
252	専門サービス業(土業の方)	会計事務所	これまでのやり方を盲目的に踏襲するのではなく、稼働率を意識して業務の見直し
253	専門サービス業(土業の方)	収益改善コンサルタント	経営コンサルティングの必要性を認識してもらうこと
254	専門サービス業(土業の方)	法律事務	新規顧客開拓と既存の業務の効率化・高付加価値化
255	通信情報業	システム開発	SEの強化が売上増につながることで 主要取引先以外の取引先の売上比率アップ、若手社員の能力底上げ、全社員の受注への関心度を共有させ、全社的に受注体質を浸透させる
256	通信情報業	ソフトウェア開発	主要取引先以外の取引先の売上比率アップ、若手社員の能力底上げ、全社員の受注への関心度を共有させ、全社的に受注体質を浸透させる
257	通信情報業	企画デザイン、取説製作	中小企業分野にも進出
258	通信情報業	情報通信エンジニアリング事業等	毎月幹部会議で事業計画を確認している
259	通信情報業	インターネットシステム構築、HP製作等	お客様満足のためのリソースの強化
260	通信情報業	業務改善コンサルと、情報システム開発	新商品開発
261	通信情報業	ソフトウェア受託開発	人材不足の解消、利益体質の向上
262	通信情報業	Webサイト制作、Webシステム構築	重要取引先を増やすために、営業経費かけてもろもろ対応中。広告マーケティング費用の増加が懸念
263	通信情報業	ソフトウェア業	ソフトウェア受託開発、パッケージソフトの開発・販売
264	流通業(卸・小売含む)	歯科機材輸入販売・修理	新製品発売に関する営業力アップ
265	流通業(卸・小売含む)	事務機器販売及び内装工事業	差別化を意識して営業を展開します。
266	流通業(卸・小売含む)	トラック・部品販売、車輛整備・トラック荷台改造などトラック関連総合サービス業	社内体制の強化による営業力強化で激変する社会を乗り切るための教育と人材確保が最重要課題である。
267	流通業(卸・小売含む)	塗料、印刷加工用資材販売。自社製造品もあり。	新卒採用活動
268	流通業(卸・小売含む)	衣服、ファッション雑貨の卸売り	常に新しい商材と商流の開発を追求する。労働時間や給与体系の見直しを大胆に進める。

269	流通業(卸・小売含む)	機械工具の販売	顧客への改善提案力
270	流通業(卸・小売含む)	ステンレス鋼板在庫販売・非鉄金属・普通鋼・加工販売	社員教育から個々の能力を上げて貰い、新規で雇用した後継者教育へとつなげる。教育プログラムの整備が今期の課題。新規の採用を含めて利益計画の見直す。
271	流通業(卸・小売含む)	商社	社員の認識と行動
272	流通業(卸・小売含む)	機械工具卸売業「生産財総合商社」	若手社員の増加とベテラン社員の定年退職に伴い、営業技術力の低下のため、社員教育、営業能力の向上が求められている。
273	流通業(卸・小売含む)	締結部品(ねじ、ねじ部品)販売業	新しいことを実行することに価値を見出し自立した企業になる。
274	流通業(卸・小売含む)	眼鏡・手作り布小物雑貨の小売	SNSを含めた情報発信の強化、新規店舗の準備
275	流通業(卸・小売含む)	OA機器販売・PC保守	業務提携先拡大、新サービス提案、営業所開設
276	流通業(卸・小売含む)	果物小売、フルーツパーラー(飲食業)、インターネット販売	地方からの人材採用も検討中。
277	流通業(卸・小売含む)	被服販売業	加工技術の向上が業務の多忙により進めていない
278	流通業(卸・小売含む)	旗、カップ、バッチ、記念品、半纏、製造卸	材料、加工方法など、新しいものが得意先に(ユーザー)受け入れられるか。
279	流通業(卸・小売含む)	機械工具及び機械卸、電気工事(防犯カメラ、LED照明施工含む)	弊社得意分野に注力し、新規取引先を獲得し、売上(収益)を向上させ、余剰金を増やす。
280	流通業(卸・小売含む)	鋼材販売	ネット通販による「個人販売への拡大」「新規開拓」
281	流通業(卸・小売含む)	宅配・通販	露出を増やす
282	流通業(卸・小売含む)	締結部品卸売業	障がい者雇用実施による社内整備
283	流通業(卸・小売含む)	ステンレス鋼材の販売及び加工	在庫の拡大、よってサービス向上
284	流通業(卸・小売含む)	薄鋼板のシャーリング加工、販売	営業担当者を1→2名体制にし、営業力を強化したい。65歳のベテラン社員が3月に退職するので、社員能力を向上させたい。工具のみならず機械の販にさらに力を注ぐ。そのための研修など社員の知識、能力アップを図る。
285	流通業(卸・小売含む)	機会工具卸売業	供養の多様化が進む中で新しい携帯が求められている。顧客・市場の今後の変化予測を見極める必要がある
286	流通業(卸・小売含む)	石材の加工・施工及び販売	介護分野よりは、予防分野(セルフディケーション)に力を入れ、そのサポートのための商品開発、サービス開発に取り組み、新しい薬局のビジネスモデルを構築してゆきたい。
287	流通業(卸・小売含む)	保険調剤業務、医薬品等の販売の薬局業務と健康に良い菓子等の製造販売業務	商品以外でも店舗の魅力を高めることが重要。財布のひもを握る女性の来店頻度を上げる工夫が必要。
288	流通業(卸・小売含む)	アパレル小売販売業	海外生産増え国内販売減少が続いている時の売上確保、一方人材採用 特に男性生産人材採用できない状況で困っている
289	流通業(卸・小売含む)	鋼材卸売業	安定した商品もありますが、みう一度化粧品(自社)の見直し
290	流通業(卸・小売含む)	化粧品、和装製品、アクセサリ製造卸	アフリカ地域への輸出を拡大する
291	流通業(卸・小売含む)	中古機械輸出	新規販路分野開拓を目指すことが売上げ拡大に結びつく
292	流通業(卸・小売含む)	OA機器販売及び保守サービス	人口減少社会で生き残るため個人の能力アップ
293	流通業(卸・小売含む)	鉄鋼製品及び原材料の販売	人員がおらず目先の業務のみをこなし先がみえていない
294	流通業(卸・小売含む)	通販問屋	人がいないと大変だから
295	流通業(卸・小売含む)	魚介類流通	本年度の売上げ150%で予算組するための販路及び営業力に注力する
296	流通業(卸・小売含む)	工業用材料の販売及び工業製品の卸売り	新しい収益の柱が欲しい
297	流通業(卸・小売含む)	鶏肉、鶏卵、業務用食品卸	新規加工場の確保
298	流通業(卸・小売含む)	有機野菜、加工品販売	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
299	流通業(卸・小売含む)	保管・加工・セットUP、発送まで(果物～ゼリー～雑貨まで)	今後も人材育成に重きを置く。
300	流通業(卸・小売含む)	工場を使う機械器具、設備の販売	ライン作業の効率UP
301	流通業(卸・小売含む)	建築金物卸	営業力、技術力の強化、教育
302	流通業(卸・小売含む)	園芸小売業	関西に営業を強化していく。協力業者のキャバがないため売上が上がらない。今後の計画の見直しが必要。
303	流通業(卸・小売含む)	食料品の卸	広く浅くはできないので、弊社の特性を生かせるようなお客様との出会いを重視
304	流通業(卸・小売含む)	宅配・通販	社員スキルの向上(営業スキル・情報収集スキル)
305	流通業(卸・小売含む)	ネジ、機械販売	販路の拡大
306	流通業(卸・小売含む)	古紙の集荷選別・加工販売	新規販売強化と考えてる
307	流通業(卸・小売含む)	ステンレス鋼材卸業	人材の採用に伴い、共有システムの確立と新規ビジネス確立
308	流通業(卸・小売含む)	水産物卸	我々の問題というより国策の問題
309	流通業(卸・小売含む)	ブリキ建材販売	お客様が感動するサービスを提供したい。
310	流通業(卸・小売含む)	ギフト通販	付加価値の整備
311	流通業(卸・小売含む)	一般医薬品卸売販売	新規顧客と新販路の整備
312	流通業(卸・小売含む)	衣料品・雑貨の輸入卸売	新規事業、新規販路の拡大
313	流通業(卸・小売含む)	コンビニエンスストア	社員の個々の能力アップ教育
314	流通業(卸・小売含む)	青果を主体とした総合食品卸	人の採用・雇用条件好転
315	流通業(卸・小売含む)	事務所・工場用LED照明販売業	定期的な新卒採用で組織力効果につなげる
316	流通業(卸・小売含む)	鋼材の加工販売	営業力アップに全力
317	流通業(卸・小売含む)		販売力強化のためにあらゆる手立てが必要

318	流通業(卸・小売含む)	安全衛生用品製造卸	営業法部長の退任、新部長なので新しい課題が多い
319	その他	屋外広告業	関東方面の受注活動、営業強化。社員教育、スキルアップと協会の発掘育成
320	その他	梱包業、パッケージ制作	新規顧客の開拓
321	その他	工場設備の設計・施工・メンテナンス	次期経営幹部、管理職クラスの育成。人材の採用と育成。
322	その他	立体駐車場据付メンテナンス	数字の意識が少なく生産性が悪くなっているため
323	その他	経営コンサルティング	既存事業でベースの売上と利益を確保するために契約を増やす。新規事業で新たなマーケットに参入し、次の柱とする。そのために資金調達に力をいれる
324	その他	金融業	社員のスキル、アンテナをアップし情報、ニーズをキャッチし営業力の拡大につなげ
325	その他	介護福祉支援事業	重度化していくサービス内容に対応できる人材育成と確保
326	その他	造園業	社員教育の充実
327	その他	鍛造機械・板金機械のメンテナンス業務	人材採用について常に前向きに活動。福利厚生に変化点を求めている
328		軟質塩化ビニールのリサイクル業	EU向けの塩ビ仕様の電線が、もうすぐRoHS指令制限対象になるため、1~2年ほど注文が減る見込みなので、新たな取引先を探す必要がある。
329		印刷物全般、デザイン制作、インターネット販売(マグネット広告、証書ケース、ポケットファイル)	新しく機械が入って1年が経ち、まだまだ、受注がほしいので、新しいホームページでのインターネットでの販売に力を入れていきたい。
330		国内旅行 海外旅行 関連業務	既存部分はそのままに 新規 海外・福祉等へのシフトを強化
331			技術力の向上により、生産効率を上げ、利益率を高める。

特別項目【1】採用状況について

新卒採用(2017年4月卒)の状況について

募集企業:208社

Q2	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	総計
サービス業	15	11.0%	17	12.5%	10	7%	94	69.1%	136
運輸業	2	11.8%	1	5.9%	2	12%	12	70.6%	17
建築業	2	3.9%	9	17.6%	4	8%	36	70.6%	51
製造業	38	18.8%	39	19.3%	14	7%	111	55.0%	202
専門サービス業	5	7.2%	3	4.3%	2	3%	59	85.5%	69
通信情報業	4	28.6%	2	14.3%	2	14%	6	42.9%	14
流通業(小売・卸含む)	7	7.2%	17	17.5%	3	3%	70	72.2%	97
その他	4	22.2%	3	16.7%	1	6%	10	55.6%	18
(空白)	0	0.0%	2	25.0%	0	0%	6	75.0%	8
総計	77	12.6%	93	15.2%	38	6%	404	66.0%	612
募集をされている企業を母数とした割合		37.0%		44.7%		18.2%			

①希望通り採用ができた ②充足しておらず、現在も採用活動中 ③充足しておらず、困っている
④募集をしていない。

特別項目【2】今期の賃上げについて

(1)今期の賃上げについて該当する項目をお選び下さい。

Q2	①	割合	②	割合	③	割合	総計
サービス業	58	44.6%	48	36.9%	24	18.5%	130
運輸業	10	52.6%	8	42.1%	1	5.3%	19
建築業	32	57.1%	16	28.6%	8	14.3%	56
製造業	163	81.1%	29	14.4%	9	4.5%	201
専門サービス業	28	41.2%	24	35.3%	16	23.5%	68
通信情報業	10	71.4%	3	21.4%	1	7.1%	14
流通業(小売・卸含む)	65	64.4%	31	30.7%	5	5.0%	101
その他	13	72.2%	4	22.2%	1	5.6%	18
(空白)	5	62.5%	3	37.5%	0	0.0%	8
総計	384	62.4%	166	27.0%	65	10.6%	615

①実施 ②実施をしていない ③該当者なし

(2)賃上げの内容(前問で①実施をすると回答された企業のみで集計・複数選択式)

	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合	総計
サービス業	26	37.1%	21	30.0%	6	8.6%	15	21.4%	2	2.9%	70
運輸業	5	41.7%	3	25.0%	2	16.7%	1	8.3%	1	8.3%	12
建築業	19	47.5%	9	22.5%	8	20.0%	2	5.0%	2	5.0%	40
製造業	106	47.1%	42	18.7%	34	15.1%	35	15.6%	8	3.6%	225
専門サービス業	18	50.0%	4	11.1%	6	16.7%	7	19.4%	1	2.8%	36
通信情報業	8	57.1%	1	7.1%	4	28.6%	1	7.1%	0	0.0%	14
流通業(小売・卸含む)	42	49.4%	19	22.4%	11	12.9%	11	12.9%	2	2.4%	85
その他	9	52.9%	2	11.8%	2	11.8%	3	17.6%	1	5.9%	17
(空白)	2	40.0%	2	40.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	20.0%	5
総計	235	46.6%	103	20.4%	73	14.5%	75	14.9%	18	3.6%	504

① 定期昇給の実施 ②ベースアップ ③賞与への反映 ④パート・アルバイトの時給上げ ⑤諸手当の拡充

(3)賃上げの幅について

	①	割合	②	割合	総計
サービス業	24	42.9%	32	57.1%	56
運輸業	2	20.0%	8	80.0%	10
建築業	16	53.3%	14	46.7%	30
製造業	69	45.4%	83	54.6%	152
専門サービス業	17	60.7%	11	39.3%	28
通信情報業	4	44.4%	5	55.6%	9
流通業(小売・卸含む)	27	43.5%	35	56.5%	62
その他	4	33.3%	8	66.7%	12
(空白)	2	40.0%	3	60.0%	5
総計	165	45.3%	199	54.7%	364

①3%以上 ②3%未満

特別項目【3】冬季賞与について

(1) 冬季賞与の予定について

Q2	①	割合	②	割合	③	割合	総計
サービス業	58	53.7%	32	29.6%	18	17%	108
運輸業	12	63.2%	4	21.1%	3	16%	19
建築業	36	73.5%	7	14.3%	6	12%	49
製造業	160	80.0%	18	9.0%	22	11%	200
専門サービス業	28	68.3%	9	22.0%	4	10%	41
通信情報業	9	64.3%	4	28.6%	1	7%	14
流通業(小売・卸含む)	65	69.9%	20	21.5%	8	9%	93
その他	10	58.8%	4	23.5%	3	18%	17
(空白)	4	57.1%	1	14.3%	2	29%	7
総計	382	69.7%	99	18.1%	67	12%	548

①支給する ②支給しない ③未定 ④該当者なし

(2) 前年度との比較

Q2	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	総計
サービス業	15	25.9%	34	58.6%	7	12%	2	3.4%	58
運輸業	4	33.3%	6	50.0%	1	8%	1	8.3%	12
建築業	10	27.8%	22	61.1%	3	8%	1	2.8%	36
製造業	58	36.7%	78	49.4%	21	13%	1	0.6%	158
専門サービス業	14	50.0%	8	28.6%	4	14%	2	7.1%	28
通信情報業	6	66.7%	2	22.2%	0	0%	1	11.1%	9
流通業(小売・卸含む)	17	26.6%	39	60.9%	6	9%	2	3.1%	64
その他	2	20.0%	6	60.0%	2	20%	0	0.0%	10
(空白)	1	25.0%	1	25.0%	2	50%	0	0.0%	4
総計	127	33.5%	196	51.7%	46	12%	10	2.6%	379

①増額 ②同額 ③減額 ④昨年は支給をしていない

【4】最低賃金引き上げの影響について

(1) 最低賃金引き上げによる自社への影響について

Q2	①	割合	②	割合	③	割合	総計
サービス業	13	10.2%	21	16.4%	94	73.4%	128
運輸業	2	10.5%	6	31.6%	11	57.9%	19
建築業	3	6.1%	3	6.1%	43	87.8%	49
製造業	12	6.1%	50	25.3%	136	68.7%	198
専門サービス業	3	4.7%	3	4.7%	58	90.6%	64
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	14	100.0%	14
流通業(小売・卸含む)	7	7.2%	12	12.4%	78	80.4%	97
その他	0	0.0%	2	11.1%	16	88.9%	18
(空白)	1	12.5%	1	12.5%	6	75.0%	8
総計	41	6.9%	98	16.5%	456	76.6%	595

①良い影響がある ②悪い影響がある ③影響なし

特別項目【4】 最低賃金の引き上げについての影響と対策

(1)1業種	記述
1 サービス業	パート社員の最低賃金引き上げにより、正社員との給与支給額が少差になる。ただし、やりがいのある捉え方をしてもらえた場合は能力アップにつながる
2 サービス業	さらに生産性を高めるサービスの開発実施、不要な経費の削減
3 サービス業	最低賃金では誰も来ないので影響はありません
4 サービス業	新しい人材が来ると思われるので社内強化していく。
5 サービス業	従業員を雇用していません
6 サービス業	経営状態を職員に説明、自社はいつも定期経営状態を職員に報告している。
7 サービス業	雇用環境の変化でモチベーションが上がってくれたら
8 サービス業	賃上げしても将来不安による預金で市場に回らない
9 サービス業	基本給を見込み残業代を分けた事によって基本給が低くなり、最低賃金に抵触する社員が一部発生、そのため個別に引き上げるという不条理が発生。賃金規定の改訂を検討
10 サービス業	パート人材の削減
11 サービス業	意欲向上
12 サービス業	採算が合わない、人件費の負担が大きく消費税の支払いが更に厳しくなる
13 サービス業	人件費の高騰
14 サービス業	能力が達していないものにも支給せざるを得なく、また採用できにくく自分たち自らが現場で働かざるを得ない。すごく困る
15 サービス業	従業員のがんばり
16 サービス業	高校生との差がなくなった
17 サービス業	首都圏でのパート採用が困難になりつつある。近隣の方の応募はあまりなく、遠方の方の応募者から採用しなければならない状況で、通勤手当も増加し、採用経費は嵩む。早めに計画的にしなければならない。
18 サービス業	人数が少ないので影響なし。
19 サービス業	パートさんの働き方 扶養の限度額で働く制限をされる方も出て人も足らなくなり また財源確保も大変になる
20 サービス業	やればできるという自信につながったと思います。
21 サービス業	なし
22 サービス業	なし
23 サービス業	特になし
24 サービス業	最低賃金で雇用していないので、影響なし
25 サービス業	アルバイトにさせていた業務が外注委託として出ることが予想される。
26 サービス業	社員の満足度が上がる
27 サービス業	人件費増大
28 サービス業	就労人口も急激に減少傾向にあるので最低賃金の引き上げも必要と考える
29 サービス業	固定経費の増加が微増ではあるので経営計画より最新なのチェックを行いたい。
30 サービス業	請求単価への反映
31 サービス業	なし
32 サービス業	影響……営業時間内で全て終わるよう時間管理を要する
33 サービス業	消費活動が活発になり、廃棄物の排出量が増加する。顧客単価の上昇と顧客数の増加が見込まれる。
34 運輸業	料金改定が進まない中、人材を確保するための劇薬を飲んでいる状態。今は体力勝負。同業他社との我慢比べ。また近々、我々が荷重を選ぶ時代が来る
35 運輸業	生産性を高める取引先への運賃値上げ交渉
36 運輸業	全体運賃の上昇が少しだけでも期待
37 運輸業	なし
38 建築業	基本単価が元々、最低賃金より上のため
39 建築業	パート従業員の人件費の上昇
40 建築業	パートアルバイトの賃上げが現場工事をしている職人さんの賃上げまでは広がっていないので、客先まで請求があげられるまでには至っていない
41 建築業	引上げによるボディブローが効いている
42 建築業	外国人研修生についての費用がかさんでいくこと
43 建築業	若手の底上げ
44 建築業	あまり自社には影響しないものと判断している
45 製造業	時給アップによりパート従業員の勤務時間が短くなるが、特に平均的に休みを取ってもらう従来体系のみである。大半が103万円/年内の賃金のパートなので12月に固めて休まないようにしてもらっている
46 製造業	あまり仕事の出来ない者まで上げると、他の人から不満が出る
47 製造業	賃金が上がる＝各自のレベルアップをつなげ付加価値のついた仕事を意識していくよう仕掛けていききっかけとなった

48	製造業	働くことの意欲に繋がってくれればいいが、まだまだ「ある」ことに目が向けられず「ない」ことばかりに不満を言う人も多いので、社員教育に力を入れていきたいと考えております。
49	製造業	採用難
50	製造業	生産力をアップ
51	製造業	全体的に人件費があがりすぎている。上げざるを得ない状況を無理に作らされているように感じる
52	製造業	パートで60歳を過ぎている方が居て、今期から減額を告げていたが、最低賃金が引き上げられたので、増額となった
53	製造業	人材募集時の金額で他社との競争も生まれ、採用がますます困難になる
54	製造業	受注コストが上がらなければパートを雇用することは到底できない
55	製造業	賃上げと同様のため福利厚生費の増加社員より実質ベースアップの要求される。粗利野悪い商品の値上げなどの交渉や生産性カバーするしかない
56	製造業	製品価格への転嫁ができないため、より一層の生産性向上と省人化による自動化を考えている。
57	製造業	お金の使い方が上手くない
58	製造業	コストアップ、売価への転嫁と生産性アップで吸収
59	製造業	昇給をして社員のモチベーション向上が必要だと思われる
60	製造業	賃金を上げてもつかわない。
61	製造業	引き上げ幅によると思います。コストアップにはなるのですが、活用範囲なら、社員のモチベーション向上につながり、いい影響がでる可能性もある
62	製造業	生産性が上がらないがコストだけがどんどん上がっていく
63	製造業	付加価値の低い仕事、例えばコンビニ深夜等に人を取られる
64	製造業	生活面余裕
65	製造業	高齢の方が毎年賃金があがる
66	製造業	最低賃金以上出しているので問題なし
67	製造業	赤字の解消が課題
68	製造業	よりよい人材が確保できます
69	製造業	売価に転嫁できない
70	製造業	年々引き上げられる傾向にあり、時間給1000円も目前
71	製造業	顧客からのコストダウン要求が進むと思われる。ただ新規のお客様に安売りするつもりは無い
72	製造業	人の募集が雑
73	製造業	社員のモチベーション向上
74	製造業	特にありません
75	製造業	利益の高い仕事をするしかない
76	製造業	ベトナム実習生全員の時給を引き上げ分昇給するので実習生が喜んでくれている。人件費は増加する。
77	製造業	ベテランパートと新しいパートとの差が出にくい
78	製造業	最低賃金は当然で、より高賃金を支払うことができる様に会社が努力すべき。
79	製造業	既にどの地域においても最低賃金以上の賃金を支給しているので特に対策はしていない。
80	製造業	ベテランと新人の賃金差がなくなってきている。 補助金などを活用して合理化・省力化投資をすすめ、収益力を向上させる。
81	製造業	当然採用するには、給与面で高くすることが要求されるが、積極的にした方が人材の採用がしやすくなる。
82	製造業	103万円の範囲内で働きたいパートの皆さんが十分に働けなくなり、勤務シフトの変更を実施した。 時給のアップは製品原価を確実に上昇させる。
83	製造業	パートさんの意欲向上、人件費の増加をどうカバーするかを考えるきっかけに。
84	製造業	最低賃金引き上げ、コストUPによる費用対効果に見合った人材確保と作業能率up
85	製造業	コストアップ要因となる。対策は改善活動による生産合理化
86	製造業	総人件費の上昇→シフトや配置転換による残業の効率化や総人件費の抑制
87	製造業	利益は横ばい・人件費の増加
88	製造業	人件費アップ、さらなる生産性向上、定着率アップ
89	製造業	現状最低賃金での雇用は期待できないので最低賃金引き上げの影響はさほど出ないと考えています。
90	製造業	運転資金の圧迫から来る経営環境の悪化
91	製造業	働けないのに賃金だけ上げられて困る。 他府県から安い価格で売り込みに来られているため。 販売単価を上げられないため。

92	製造業	売上がトントンなので、利益が下がる。 対策として、新規販路の開拓
93	製造業	人件費増加と有り得るコストダウンとのジレンマ
94	製造業	一人当たりの生産性のアップ
95	製造業	パート従業員の雇用が出来なくなる(来てもらえるような時給に設定すると、正社員の時給を上回ってしまう)
96	製造業	海外生産の検討
97	製造業	最低賃金引き上げに伴い、公平さを保つためパート全員の時給を同額引き上げをしたので人件費負担が大きくなる。また、扶養控除内勤務のパートの勤務時間が減少する。生産性を上げるしかない。
98	製造業	最低賃金が25円上がった為、新しく入るパート、アルバイトさんの時給が、前に入ったパート・アルバイトさんと逆転してしまうので、時給の見直しをした。
99	製造業	質問の意味が判らない。 影響:他社の時給アップによって当社の優位性が減少する。 対策:現時点ではとくにありませんが、この傾向が持続すると、将来において当社の時給アップにつながります。
100	専門サービス業(土業の方)	
101	専門サービス業(土業の方)	取引先は苦心している
102	専門サービス業(土業の方)	パートさんの時給が上がっています。募集に影響が出ています。
103	専門サービス業(土業の方)	生産効率向上
104	専門サービス業(土業の方)	作業については、より効率化が求められていくと思います。
105	専門サービス業(土業の方)	なし
106	専門サービス業(土業の方)	社員の生活の安定と向上
107	通信情報業	人件費の高騰でコストアップ。生産性の向上。
108	流通業(卸・小売含む)	影響というよりもまずは、当社で働きたいと思ってもらえるような企業づくりをすることが先決と考える。
109	流通業(卸・小売含む)	中小企業だから低賃金であまりまえという状況をどう突破するかは、最賃の引き上げだけでは解決しない。
110	流通業(卸・小売含む)	管理職の自主性
111	流通業(卸・小売含む)	生産性を高くするきっかけとなる。
112	流通業(卸・小売含む)	人件費の高騰。 パートタイマーの年収制限で労働時間の減少。
113	流通業(卸・小売含む)	ベテランスタッフと新人スタッフの給料差が縮小した。
114	流通業(卸・小売含む)	特になし
115	流通業(卸・小売含む)	内職手当の引上要求
116	流通業(卸・小売含む)	新卒採用時の提案条件が厳しくなる。全体の底上げが必要になる
117	流通業(卸・小売含む)	それ以上支給をしているから
118	流通業(卸・小売含む)	当社の賃金単価はもっと上位ですので現段階では影響ございません。
119	流通業(卸・小売含む)	モチベーションに繋がる
120	流通業(卸・小売含む)	人件費のあがり利益を圧迫している。辞めていかれる外注も多い。
121	流通業(卸・小売含む)	製造業の人件費が増し、経営がますます難しくなる。
122	流通業(卸・小売含む)	更なる賃上げが必要かもしれません
123	流通業(卸・小売含む)	現状ではコストアップ
124	流通業(卸・小売含む)	賃上げによる消費アップ経済効果アップ
125	その他	年配者などへの賃金が最低賃金と並んでしまった
126	その他	特になし
127		利益率の減少傾向の中できつい
128		特にない。