

大阪府中小企業家同友会

大阪同友会定点景況調査集計（2017年1月～3月期）

期間：2017年3月3日～2017年3月23日

対象者：2573名

回答数：603名

P 1 : アンケート原紙

P 2 : 大阪産業構造研究会

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 7 : 売上減少の要因（選択・記述）

P 3 0 : 設備投資・経営上の課題（選択）

P 3 1 : 今後の力点（選択・記述）

P 4 1 : 特別項目

P 4 5 : 指針の実践状況×売上・利益・景気動向・資金繰り



第25回大阪同友会定点景況調査 支部 \_\_\_\_\_ 氏名 \_\_\_\_\_

FAX番号：06-6941-8352

期間 2017年3月3日～3月23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(※2017年1月～3月期を元にご回答下さい)

(1) 売上・利益の動向について、該当する項目に○印をつけてください

①売上	前期比(10月～12月期)： 増 ・ 横 ・ 減	前年同期比： 増 ・ 横 ・ 減
②利益	前期比(10月～12月期)： 増 ・ 横 ・ 減	前年同期比： 増 ・ 横 ・ 減
③採算	黒字 ・ 収支トントン ・ 赤字	
④景気動向	好転 ・ 横ばい ・ 悪化	⑤次期景況感 好転 ・ 横ばい ・ 悪化
⑥資金繰り	楽 ・ 普通 ・ 苦しい	
⑦銀行の対応	好転 ・ 悪化 ・ 変化なし	

(2) 売上の増加と減少の原因について

①前年同期比が「増加」と回答した企業は、以下の要因の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】 経営指針実践について該当する項目をお選び下さい。

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

【2】 今期の採用について

2016年度の採用実績についてご記入下さい。

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

【3】 決算状況

2016年度(2016年4月～2017年3月)における決算では業績はいかがだったでしょうか。

1. 黒字 2. 赤字

【4】 若者が奨学金返済で苦しんでいる中、企業が一部を補助する事例もでております。

また、一部の地域では、その取り組みに対して補助がでる制度が立案されています。

従業員の奨学金返済について該当する項目をお選び下さい。

1. 一部を企業が援助している 2. 今後援助をしていきたい 3. 今のところは考えていない 4. 該当者なし

大阪府中小企業家同友会

定点景況調査集計結果（2017年1月～3月期）に対するコメント

大阪産業構造研究会部長  
立命館大学経営学部教授  
大阪市立大学創造都市研究科准教授  
和歌山大学経済学部准教授  
大阪経済法科大学経済学部准教授  
阪南大学経済学部准教授  
阪南大学経営情報学部准教授

音頭良紀  
田中幹大  
立見淳哉  
藤田和史  
高橋慎二  
松村幸四郎  
菊池 航

## 日ごろの企業づくりの成果がためされている。 営業力強化、新規開拓、人材育成・採用をすすめて体力をつけよう。

今回調査のポイント

1. 売上・利益、景況感は改善している。
2. ただし、運輸業と製造業は一部、改善傾向に反しており、注意が必要である。
3. 売上増加要因としては営業力強化、新規開拓、人材確保・育成が主である。
4. 人材確保が大きな課題になっている。
5. 経営指針実践の有無と景況指標に関係がある。

### 1. データについて

今回の第1期（2017年1月～3月期）の景況調査データは、2017年3月3日～3月23日の間に回収されたものである。対象者2,573名に対し回答数は603名、回収率は23%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

売上、利益のDI値の推移は以下のものであった。

前期比で売上は12.9（前期14.5）、利益は13.0（前期11.3）、前年同月比で売上は15.6（前期2.0）、利益は13.6（前期3.0）であった。前期比売上・利益は若干上下し、前年同月比売上・利益では大幅に改善している。

業種別にみると前期比では、サービス業が売上17.7（前期9.4）/利益15.9（前期7.2）、運輸業が売上12.5（前期35.0）/利益-6.3（前期30.0）、建築業が売上7.8（前期-7.3）/利益9.8（前期-10.7）、製造業が売上が-0.5（前期19.1）/利益4.1（前期12.9）、専門サービス業が売上32.4（前期34.7）/利益32.9（前期28.0）、通信情報業が53.3（前期23.1）/利益46.7（前期14.3）、流通業が売上13.3

(前期 4.0) / 利益 7.1 (前期 13.1) 、であった。運輸業と製造業では売上、利益ともに前期よりも DI 数値が低下したが、それ以外の業種では売上、利益はどちらも改善している。さらに DI 値の水準で運輸業の利益、製造業の売上でマイナスとなっている。

前年同月比では、サービス業が売上 15.9 (前期 1.6) / 利益 9.5 (前期 6.2) 、運輸業が売上 42.9 (前期 36.8) / 利益 28.6 (前期 31.6) 、建築業が売上 6.4 (前期-3.9) / 利益 4.3 (前期 2.0) 、製造業が売上 4.7 (前期 0.0) / 利益 10.6 (前期 1.0) 、専門サービス業が売上 40.9 (前期 26.9) / 利益 35.4 (前期 14.9) 、通信情報業が売上 33.3 (前期 0.0) / 利益 21.4 (前期-7.1) 、流通業が売上 19.0 (前期-13.5) / 利益 14.5 (前期-6.3) 、であった。全業種で売上、利益は改善しており、さらに全業種で DI 値の水準がプラスになっている。

景況感 DI 値も改善しており、2014 年 3 期以降でもっともよい値となっている。業種別にみても全業種で改善している。ただし、景況感先行き DI 値では全体では改善しているものの業種によって異なり、運輸業と製造業では悪化している。

資金繰り DI 値は前期から改善しており、その水準も 2014 年 2 期以降ではじめてプラスとなっている。金融行政の変化もあってか資金繰りが改善しており、このことが景況感にも影響しているのかもしれない。設備投資 DI 値、採算状況 DI 値も景況感と呼応した形で改善している。

## (2) 売上の増加/減少要因

売上増加要因については、「営業力の強化・拡大」(26.0%) がもっとも多く、次いで「新規販路・新分野の開拓」(12.0%)、「技術力、サービスの強化」(11.8%)、「人材育成・採用の強化」(11.1%) となっている。この増加要因は記述でも多くみられ、「新規顧客開拓」「営業の強化が要因」「人材育成」「他社にないサービスを強化」といった回答が目立った。

一方、減少要因については、「国内需要の減少」(35.7%) がもっとも多く、「販売・受注価格の減少」(20.0%)、「他社との競合状態の悪化」(17.1%) となっている。記述でもこうした内容の回答が目立っている。

1 年前は中国経済の減速など外部環境の変化の影響があったのに対し、今期ではトランプ政権成立以降のアメリカ経済動向の不透明さがあるものの、目立った影響を被っていないこともあって、前年同月比の売上・利益で大幅に改善しているものと思われる。こうしたなかで運輸業や製造業ではなお、注意が必要なものの全体的に景況感が改善している。個別企業のレベルでは、大きな影響を及ぼす外部環境の変化がない中で、日ごろから営業力やサービスの強化、人材育成など組織力を高め、また他社との差別化に成功している企業ほど売上増につながっているものと考えられる。

## 3. 投資計画・経営上の問題点

投資計画については、前期よりも投資計画が「ない」と回答した企業の割合が下がって 48.8% (前期 54.5%) となっており、「今期中にある (1 年以内)」と回答した企業割合は 26.1% (前期 21.2%) と上昇している。

経営上の問題点については「従業員の確保」「社員教育」「民間重要の停滞」が上位 3 位であるが、特に注視すべきは「従業員の確保」17.1% (前期 15.8%)、「社員教育」13.9% (前期 11.8%)、「民間重要の停滞」8.9% (前期 11.3%) と、「従業員の確保」「社員教育」の割合が前期よりも上昇していることである。(逆に「民間重要の停滞」の割合は下がっている)。記述をみても、「新規事業所の設立は、可能な状況にあるが、それを動かす人員の確保、教育が必要」(サービス業・介護業)、「人材の採用状況が非常に厳しい」(サービス業・空調、電気設備業)、「建設業の人材不足は顕著であり、自社社員だけでなく協力会社の確保が重要になっています」(建築業)、「受注は増加傾向にあるが、人の採用が決まらず受注をしてもこなしていけるか不安である」(製造業・金属加工業) など、人材に関連する内容の回答が目立っており、人材の確保が大きな課題であることがわかる。

#### 4. 特別項目について

今回の調査では特別項目として、①経営指針実践について、②今期の採用について、③決算状況、④従業員の奨学金返済について尋ねた。

##### ①経営指針実践について

経営指針実践については、「経営指針を社員と共に実践している」が39.3%、「経営指針を作成したが、実践ができていない」が30.9%、「経営指針はありません」が30%であった。2016年1期ではそれぞれ、40.7%、33.8%、25.6%となっており、「経営指針を社員と共に実践している」「経営指針を作成したが、実践ができていない」の割合が若干下がり、「経営指針はありません」が増加している。

ここで興味深いのは経営指針実践の有無と各種景況指標をクロスした集計結果についてである。「経営指針を社員と共に実践している」会員は、前期比売上・利益の「増加」割合、前年同月比売上・利益の「増加」割合が他2つに比べて高いこと、またDI値についても他2つよりも高くなっていることである。景況感と資金繰りについても同じことが言え、経営指針の実践と景況指標は何らかの関係があると思われる。

##### ②今期の採用について

今期の採用では新卒採用が28.0%、中途・パート等採用が72%であった。経年でみると2014年度で新卒36.8%、中途・パート等採用63.2%、2015年度新卒38.3%、中途・パート等採用61.7%、2016年度新卒31.1%、中途・パート等採用68.9%となっており、新卒採用が厳しくなっている。3の「投資計画・経営上の問題点」でも述べたように人材難が問題になっていることと関係していると思われる。

##### ③決算状況

決算状況は黒字が78.8%、赤字が21.2%であった。経年でみると、2014年度黒字76.2%、赤字23.8%、2015年度黒字78.5%、赤字21.5%、2016年度黒字80.0%、赤字20.0%となっており、大きな変化はない。

##### ④従業員の奨学金返済について

「該当者なし」が半数を占めており、「今のところ考えていない」を合わせると90.3%となる。しかし、ここでは「一部を企業が援助している」が7会員いること、また「今後援助をしていきたい」としているのが51会員いることに着目したい。

(文責：立命館大学経営学部教授 田中幹大)

# 大阪同友会定点景況調査集計2017年1月～3月期

期間:2017年3月3日～3月23日

**603名回答**

(サービス業:134名 運輸業:16名 建築業:51名 製造業:197名 専門サービス業:71名  
通信情報業:15名 流通業:90名 その他:15名 空白:14名)

## 【1】.以前までとの比較

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

(1)売上に関して

DI値推移

前期比

2013年

	1期	2期	3期	4期
サービス業	5.9	30.5	6.7	28.7
運輸業	33.3	37.5	-16.7	22.2
建築業	9.4	0.0	15.2	24.2
製造業	-15.9	-1.8	3.5	21.2
専門サービス業	25.0	18.2	27.4	19.1
通信情報業	30.0	100.0	0.0	-30.0
流通業	12.8	12.2	-36.6	27.1
統計	-1.4	12.9	5.3	23.0

2014年

	1期	2期	3期	4期
サービス業	12.3	1.7	7.1	17.6
運輸業	-9.1	-10.0	0.0	28.6
建築業	28.2	-2.7	20.9	34.8
製造業	16.7	6.3	15.6	13.1
専門サービス業	28.6	27.6	26.1	32.8
通信情報業	54.5	-27.3	0.0	-23.5
流通業	17.5	-22.8	0.0	4.0
統計	18.2	0.2	12.5	16.9

2015年

	1期	2期	3期	4期
サービス業	21.1	19.3	13.8	15.9
運輸業	7.7	-5.6	-7.1	33.3
建築業	4.7	13.5	11.5	22.6
製造業	0.6	-8.0	-0.5	13.3
専門サービス業	34.4	19.2	32.9	21.5
通信情報業	50.0	-25.0	-33.3	21.4
流通業	-1.6	20.0	18.8	19.1
統計	10.8	7.2	10.8	17.3

2016年

	1期	2期	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

2017年

	1期
サービス業	17.7
運輸業	12.5
建築業	7.8
製造業	-0.5
専門サービス業	32.4
通信情報業	53.3
流通業	13.3
統計	12.9



## 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

### 2017年

	1期
サービス業	15.9
運輸業	42.9
建築業	6.4
製造業	4.7
専門サービス業	40.9
通信情報業	33.3
流通業	19.0
統計	15.6

(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

2017年

	1期
サービス業	15.9
運輸業	-6.3
建築業	9.8
製造業	4.1
専門サービス業	32.9
通信情報業	46.7
流通業	7.1
統計	13.0



## 利益前年同月期比

### 2013年

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

### 2014年

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

### 2015年

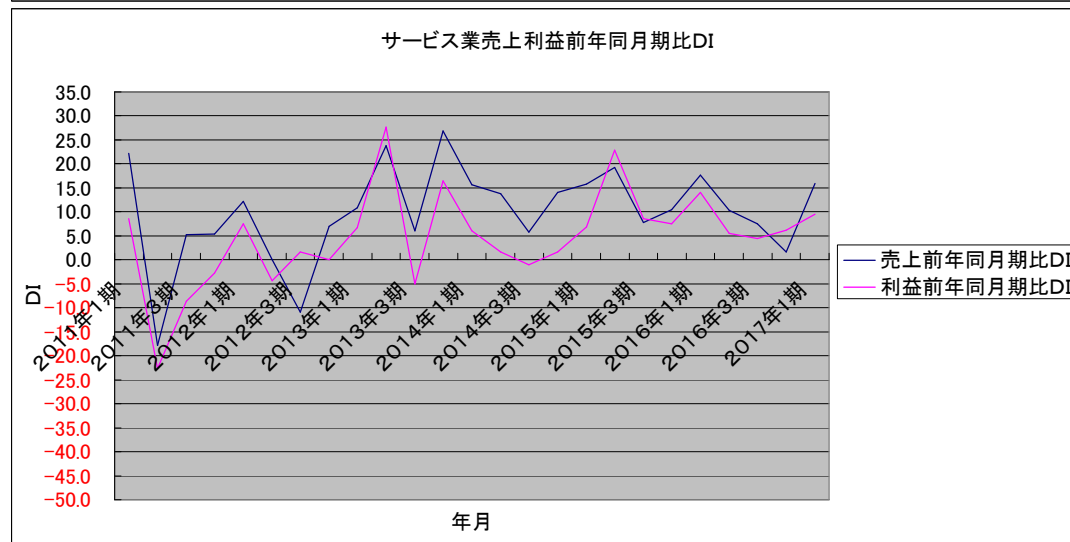
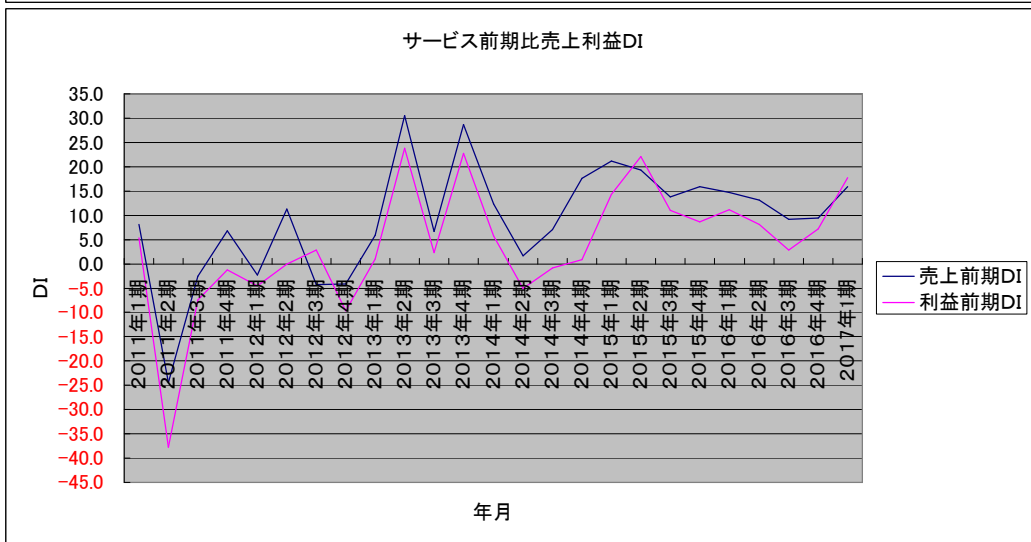
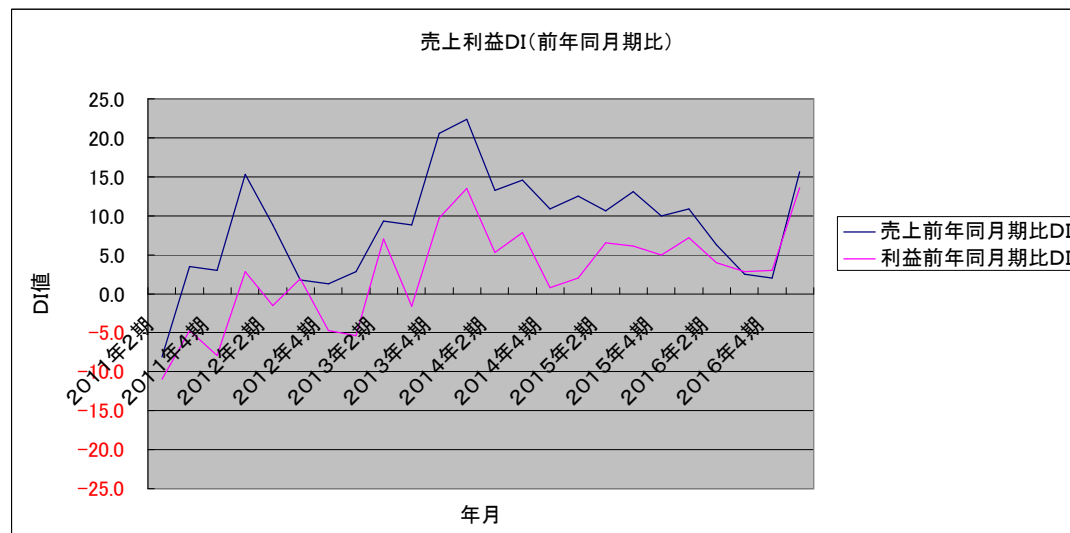
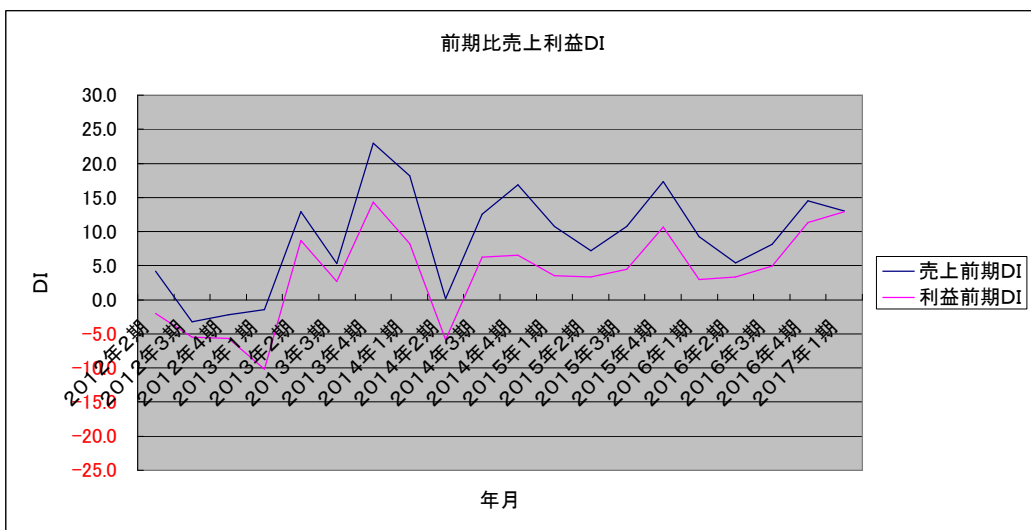
	1期	2期	3期	4期
サービス業	6.9	22.9	8.6	7.5
運輸業	16.7	7.1	7.7	36.8
建築業	5.0	-2.4	2.1	3.2
製造業	-11.8	-18.0	-4.8	-8.7
専門サービス業	31.7	20.9	35.1	27.3
通信情報業	37.5	0.0	8.3	-7.7
流通業	-15.3	24.2	5.0	3.3
統計	2.0	6.5	6.1	5.0

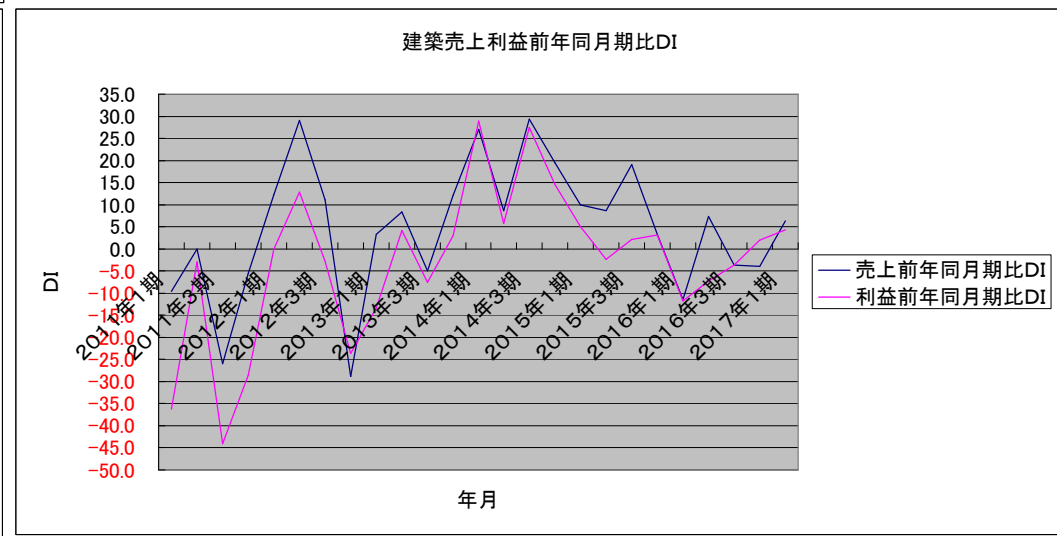
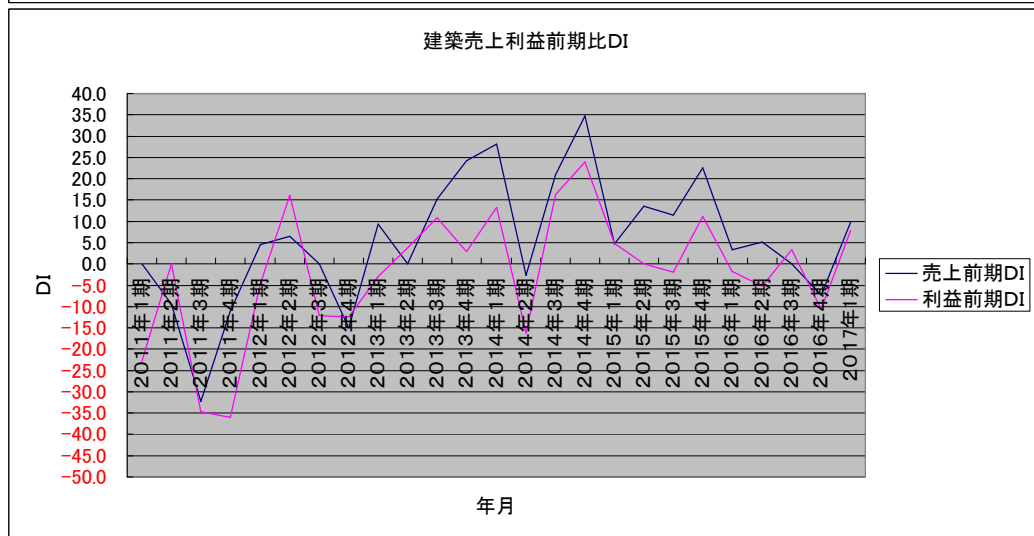
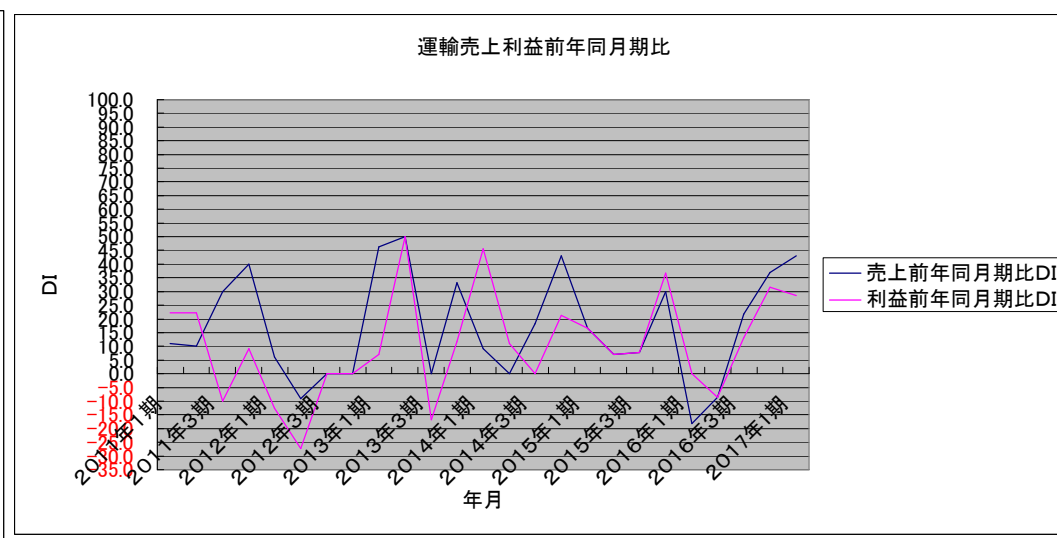
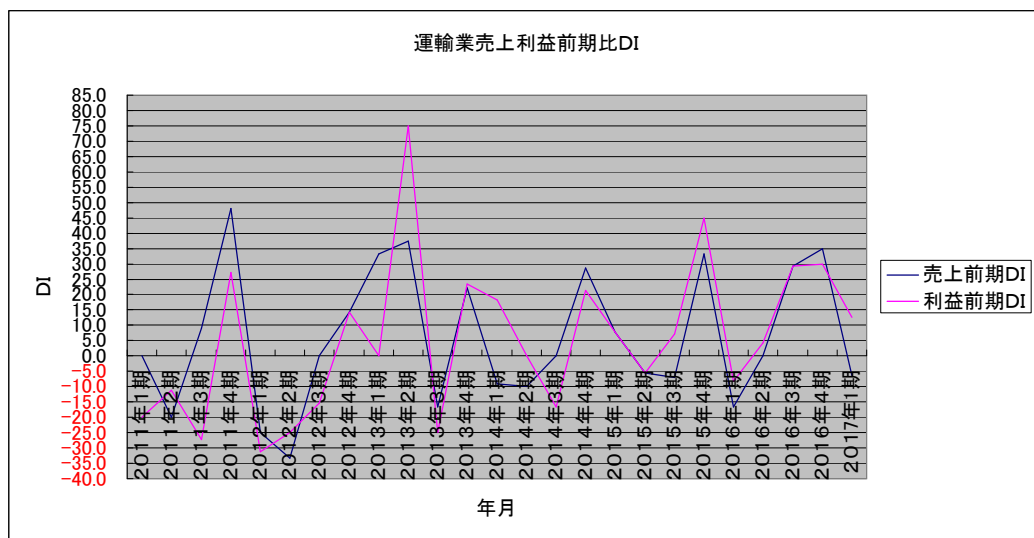
### 2016年

	1期	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

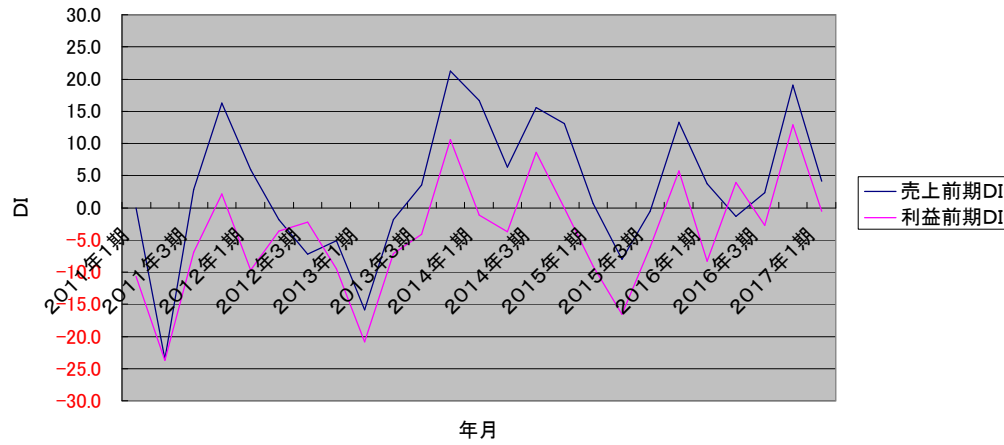
### 2017年

	1期
サービス業	9.5
運輸業	28.6
建築業	4.3
製造業	10.6
専門サービス業	35.4
通信情報業	21.4
流通業	14.5
統計	13.6

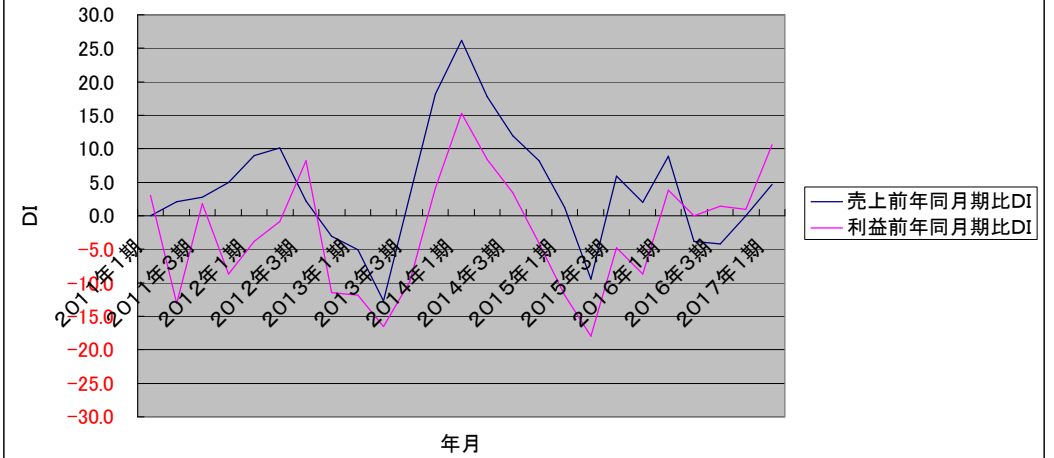




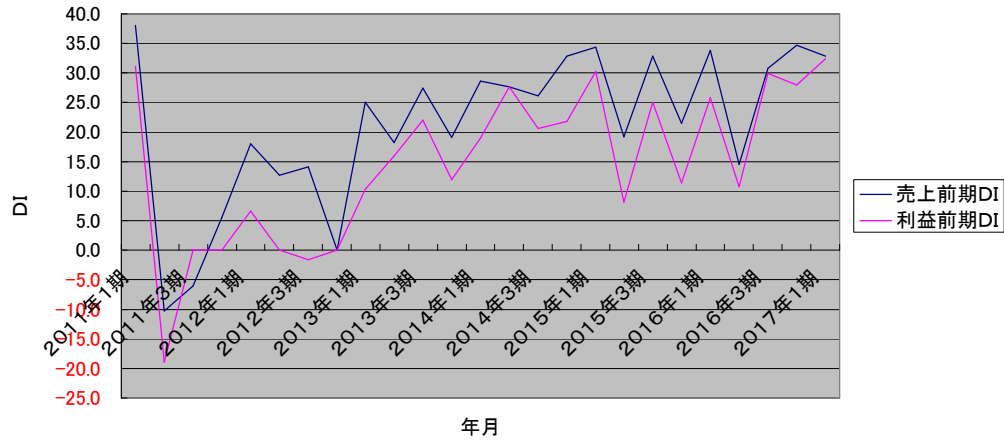
製造売上利益前期比DI



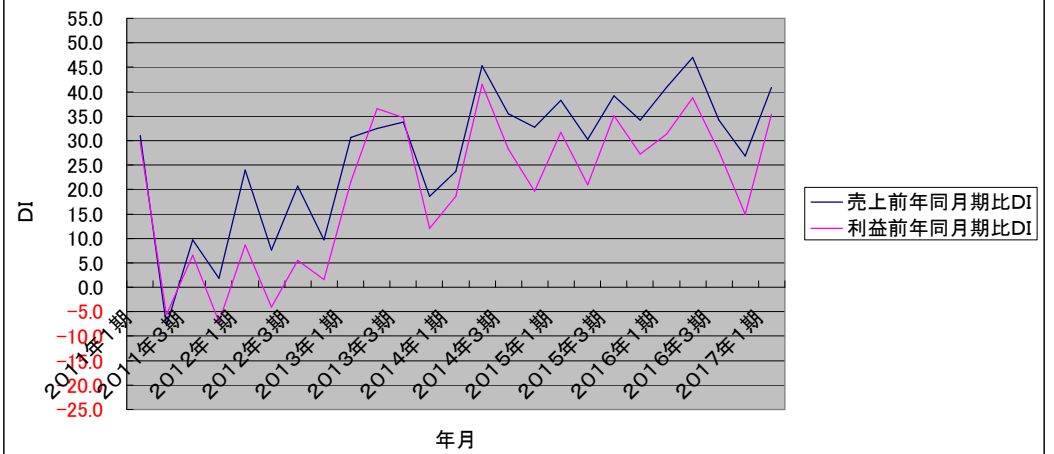
製造業売上利益前年同月期比DI



専門サービス売上利益前期比DI



専門サービス売上利益前年同月期比DI





景況感DI推移

	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	2017年1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	-1.5
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	6.3
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	0.0
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	-2.6
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	5.9
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	7.1
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	-4.5
統計	0.4	-6.1	-13.2	1.2	-5.9	-9.7	-9.6	-13.8	-21.9	-13.3	-11.3	-1.5

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	2017年1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	-4.1
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	-18.8
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	6.0
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	-9.0
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	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	-3.6
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	-3.6
統計	8.9	-0.4	-13.2	4.5	1.6	-5.4	-8.9	-10.2	-15.4	-9.2	-7.5	-4.6

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	2017年1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	2.4
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	6.3
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	3.9
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	-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	11.6
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	7.1	-13.3
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	6.7
統計	-7.9	-4.8	-6.9	-2.2	-6.4	-4.5	-7.0	-3.4	-6.0	-4.5	-5.4	1.7

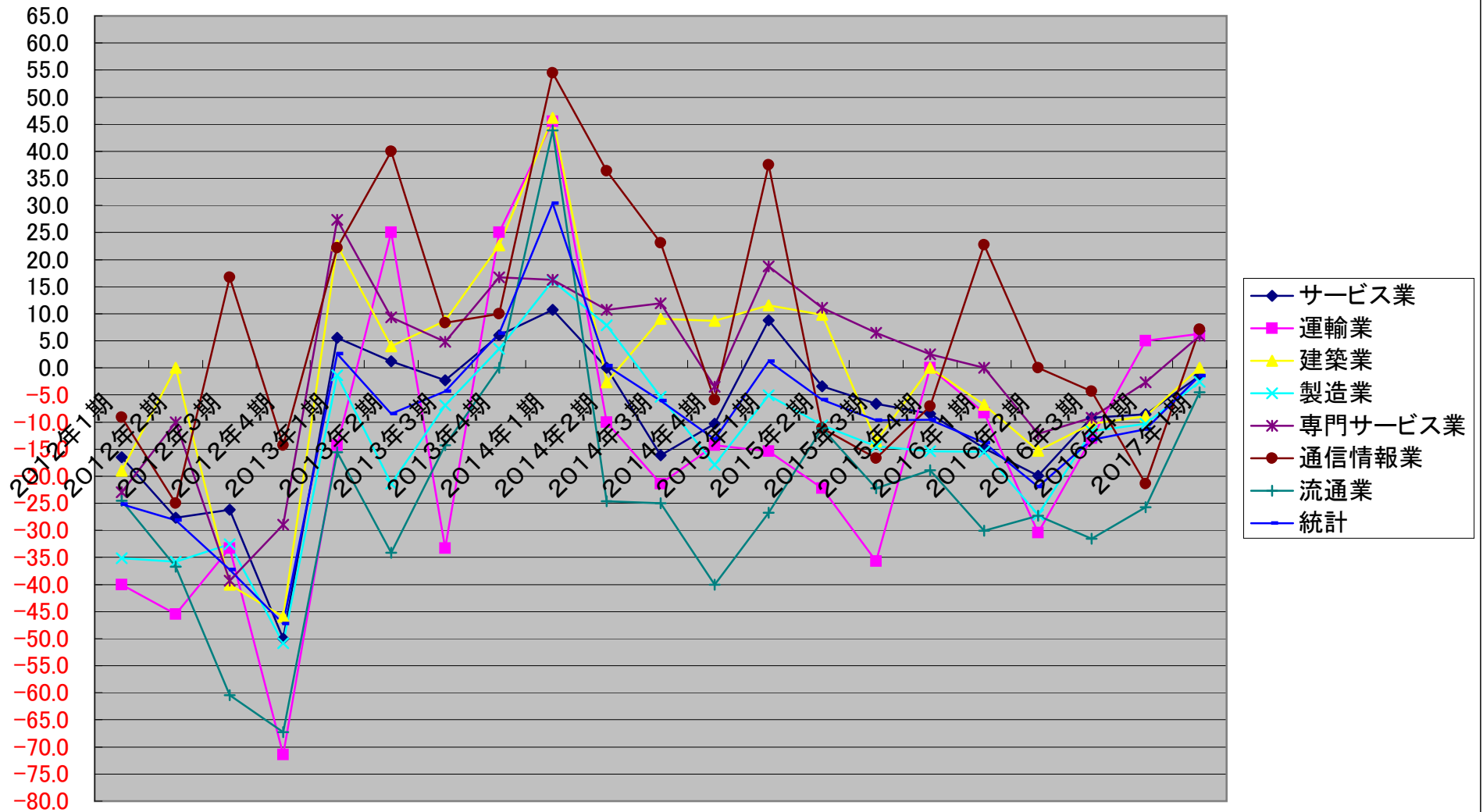
設備投資DI推移

	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	2017年1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	-35.7
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	0.0
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	-39.6
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	-7.9
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	-46.2
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	-60.0
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	-2.4
統計	-23.1	-16.8	-26.8	-17.1	-24.1	-19.7	-23.4	-12.0	-15.3	-33.2	-33.2	-22.7

採算状況DI

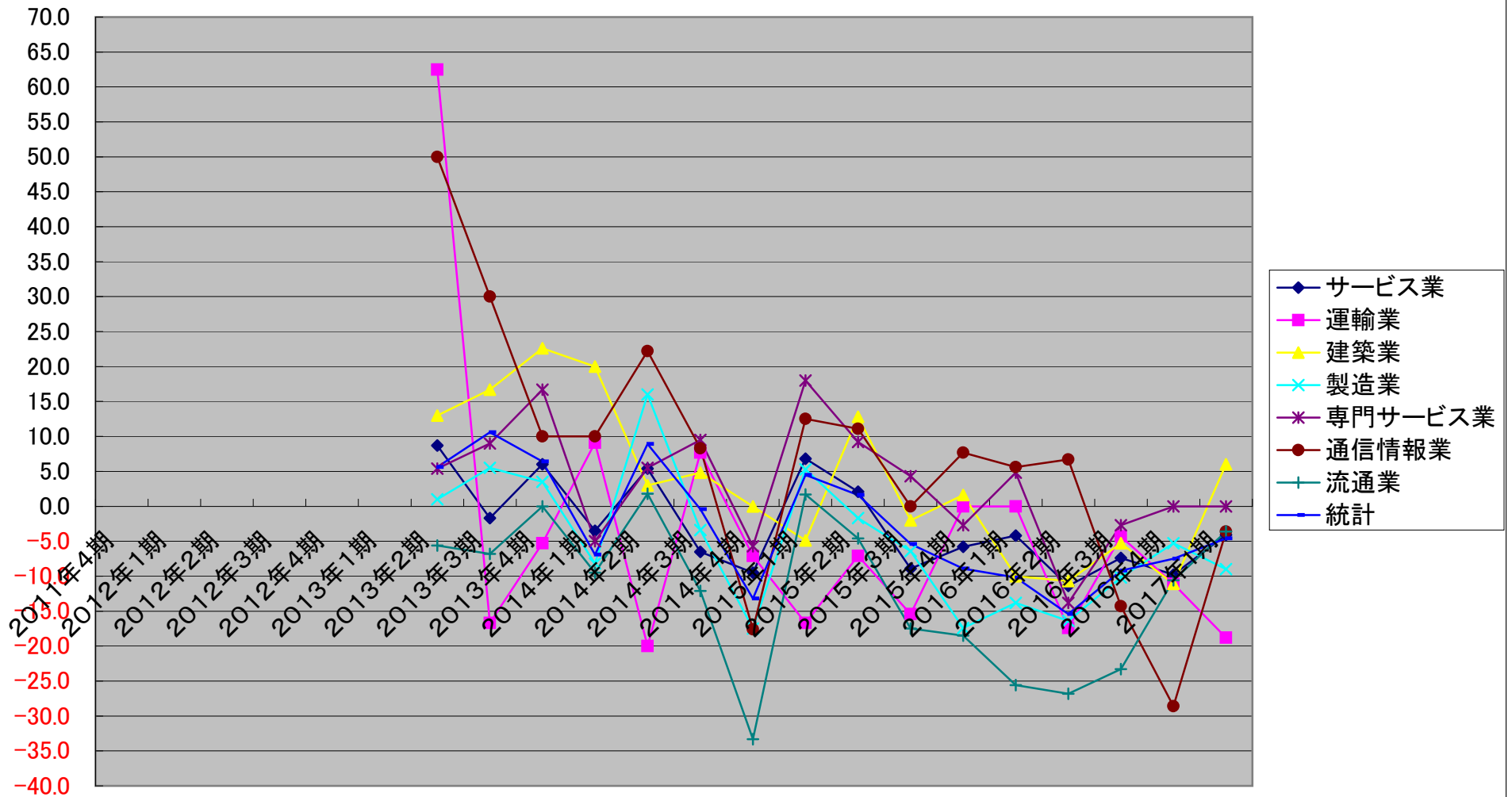
	2014年2期	2014年3期	2014年4期	2015年1期	2015年2期	2015年3期	2015年4期	2016年1期	2016年2期	2016年3期	2016年4期	2017年1期
サービス業	22.0	21.6	19.5	33.9	32.0	25.0	32.4	20.4	22.6	22.5	20.3	36.2
運輸業	10.0	7.2	35.7	50.0	35.3	0.0	57.1	29.2	30.4	62.5	50.0	43.8
建築業	37.8	42.9	41.3	46.3	34.0	26.0	28.6	13.6	18.6	12.1	21.4	37.3
製造業	28.8	34.7	28.3	16.7	12.3	10.4	22.7	24.4	27.9	27.1	32.2	42.9
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	53.6
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	60.0
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	42.0
統計	27.7	30.7	28.7	32.7	27.4	25.1	32.1	26.9	28.8	26.6	31.1	42.4

### 景況感DI

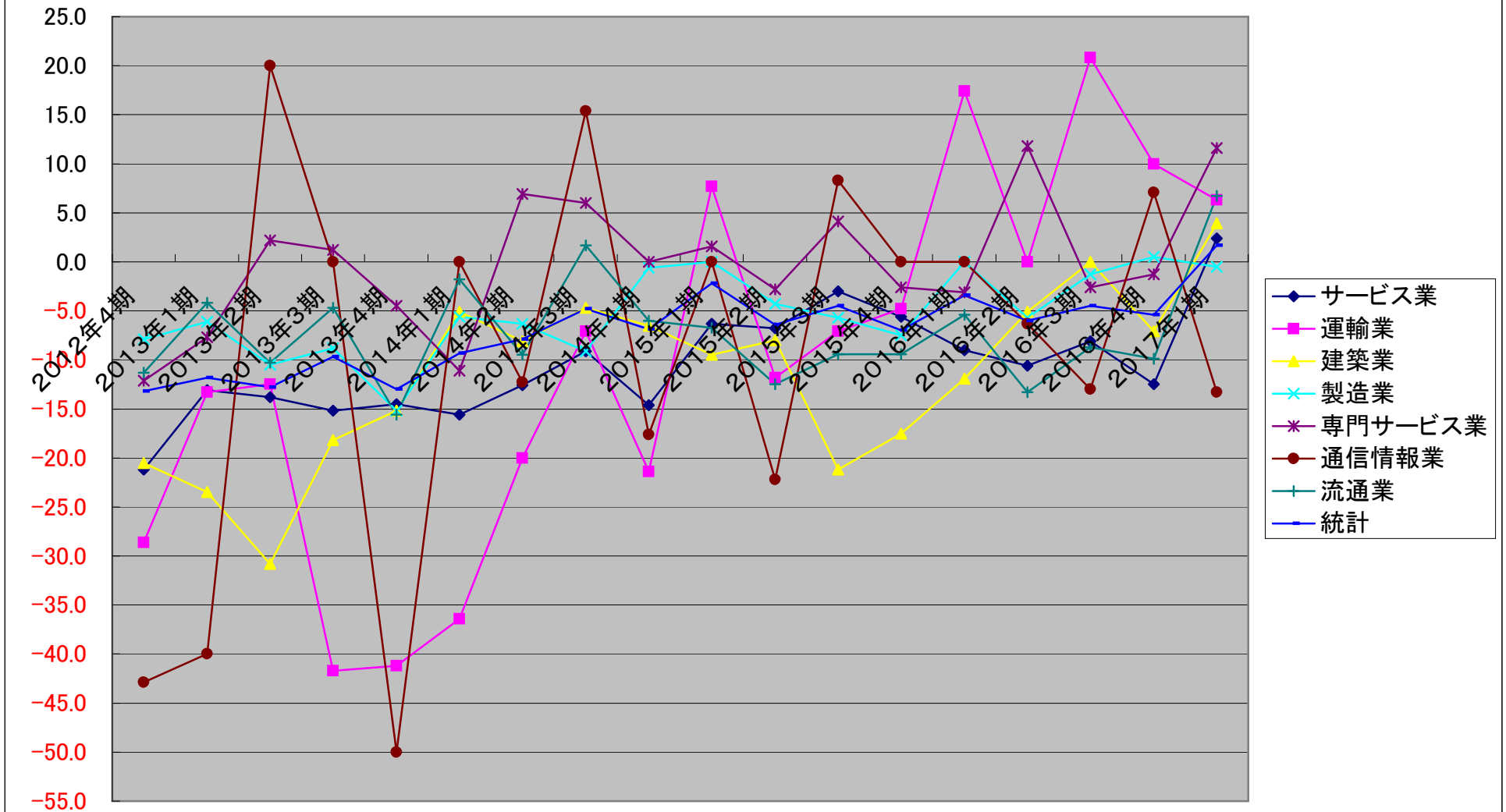




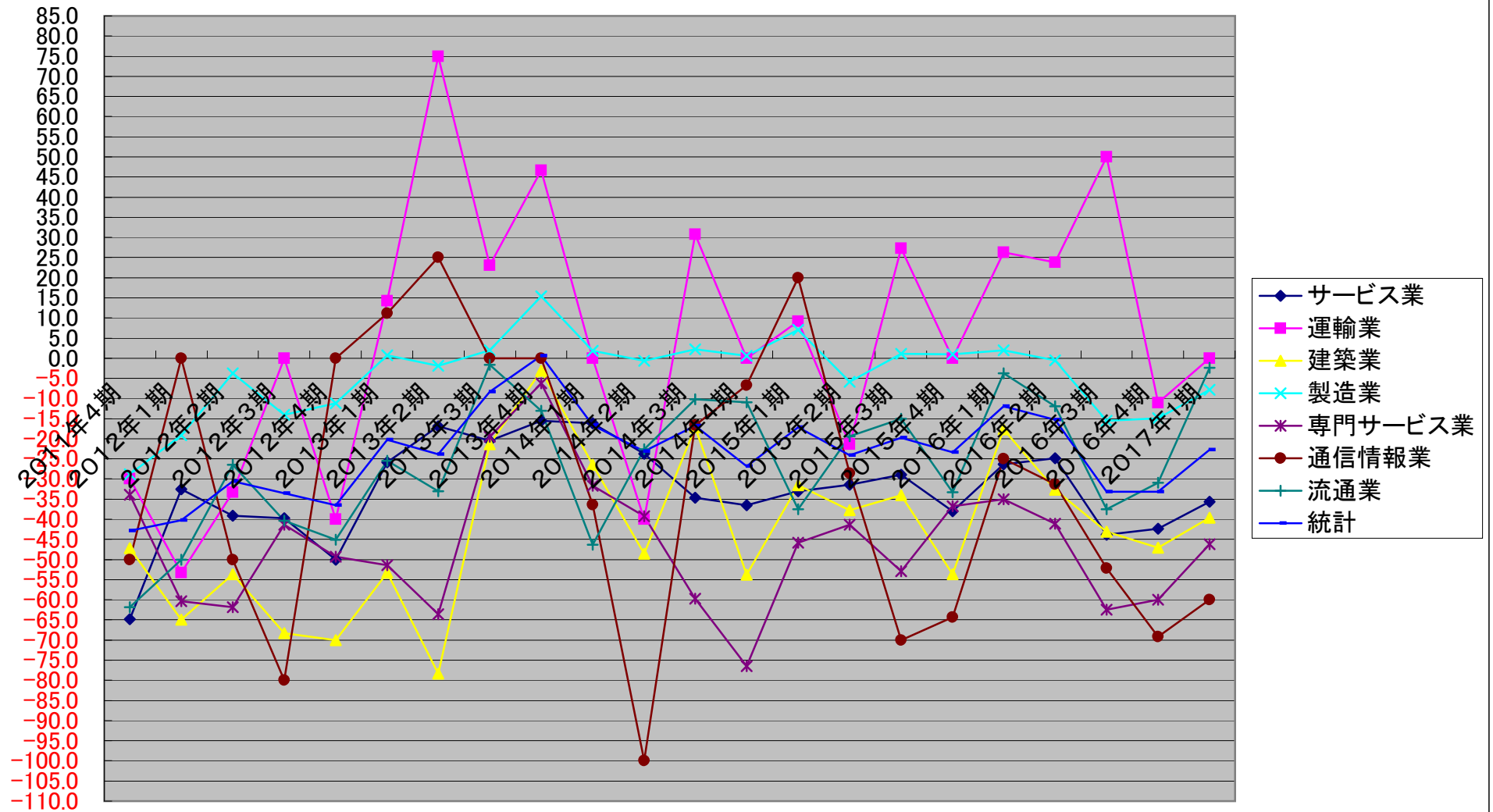
先行きの景況感DI推移



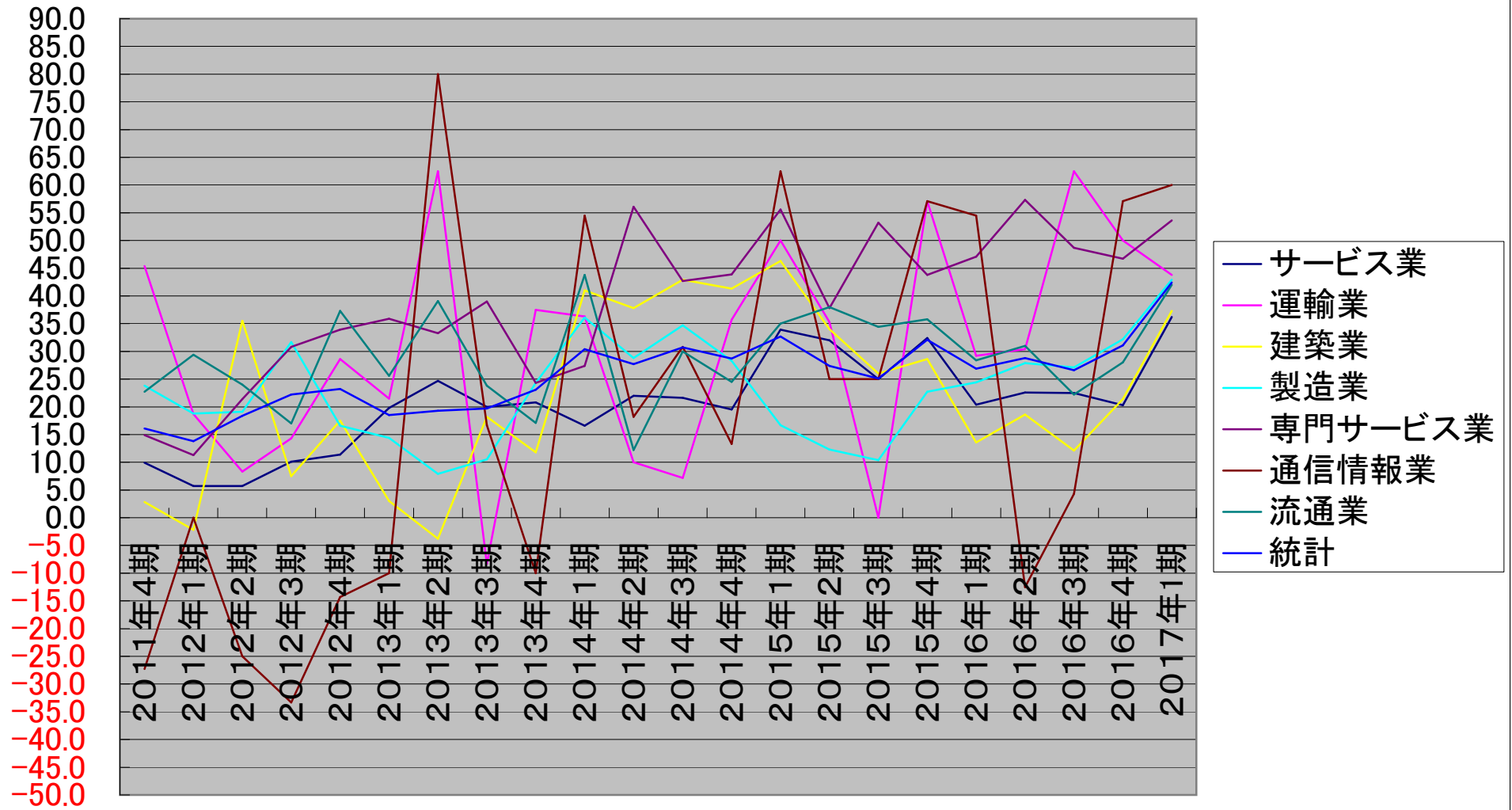
### 資金繰りDI



### 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	46	35.4%	61	46.9%	23	17.7%	130
運輸業	7	43.8%	4	25.0%	5	31.3%	16
建築業	15	29.4%	25	49.0%	11	21.6%	51
製造業	63	33.0%	64	33.5%	64	33.5%	191
専門サービス業 (土業の方)	31	43.7%	32	45.1%	8	11.3%	71
通信情報業	8	53.3%	7	46.7%	0	0.0%	15
流通業	34	37.8%	34	37.8%	22	24.4%	90
その他	5	35.7%	5	35.7%	4	28.6%	14
(空白)	5	41.7%	6	50.0%	1	8.3%	12
<b>総計</b>	<b>214</b>	<b>36.3%</b>	<b>238</b>	<b>40.3%</b>	<b>138</b>	<b>23.4%</b>	<b>590</b>

売上前年同期

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	45	35.7%	56	44.4%	25	19.8%	126
運輸業	7	50.0%	6	42.9%	1	7.1%	14
建築業	14	29.8%	22	46.8%	11	23.4%	47
製造業	66	34.6%	68	35.6%	57	29.8%	191
専門サービス業 (土業の方)	33	50.0%	27	40.9%	6	9.1%	66
通信情報業	7	46.7%	6	40.0%	2	13.3%	15
流通業	33	39.3%	34	40.5%	17	20.2%	84
その他	3	27.3%	5	45.5%	3	27.3%	11
(空白)	4	44.4%	3	33.3%	2	22.2%	9
<b>総計</b>	<b>212</b>	<b>37.7%</b>	<b>227</b>	<b>40.3%</b>	<b>124</b>	<b>22.0%</b>	<b>563</b>

#### ② 利益動向

利益前期

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	45	34.1%	63	47.7%	24	18.2%	132
運輸業	5	31.3%	5	31.3%	6	37.5%	16
建築業	17	33.3%	22	43.1%	12	23.5%	51
製造業	60	30.9%	82	42.3%	52	26.8%	194
専門サービス業 (土業の方)	30	42.9%	33	47.1%	7	10.0%	70
通信情報業	7	46.7%	8	53.3%	0	0.0%	15
流通業	33	36.7%	35	38.9%	22	24.4%	90
その他	5	35.7%	5	35.7%	4	28.6%	14
(空白)	4	33.3%	6	50.0%	2	16.7%	12
<b>総計</b>	<b>206</b>	<b>34.7%</b>	<b>259</b>	<b>43.6%</b>	<b>129</b>	<b>21.7%</b>	<b>594</b>

利益前年同期

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	41	32.5%	56	44.4%	29	23.0%	126
運輸業	5	35.7%	8	57.1%	1	7.1%	14
建築業	14	30.4%	20	43.5%	12	26.1%	46
製造業	68	36.0%	73	38.6%	48	25.4%	189
専門サービス業 (土業の方)	30	46.2%	28	43.1%	7	10.8%	65
通信情報業	5	35.7%	7	50.0%	2	14.3%	14
流通業	29	34.9%	37	44.6%	17	20.5%	83
その他	3	27.3%	4	36.4%	4	36.4%	11
(空白)	3	33.3%	4	44.4%	2	22.2%	9
<b>総計</b>	<b>198</b>	<b>35.5%</b>	<b>237</b>	<b>42.5%</b>	<b>122</b>	<b>21.9%</b>	<b>557</b>

### ③採算状況

業種	黒字	割合	収支トントン	割合	赤字	割合	総計
サービス業	62	47.7%	53	40.8%	15	11.5%	130
運輸業	10	62.5%	3	18.8%	3	18.8%	16
建築業	25	49.0%	20	39.2%	6	11.8%	51
製造業	111	56.6%	58	29.6%	27	13.8%	196
専門サービス業 (土業の方)	42	60.9%	22	31.9%	5	7.2%	69
通信情報業	10	66.7%	4	26.7%	1	6.7%	15
流通業	52	59.1%	21	23.9%	15	17.0%	88
その他	7	50.0%	5	35.7%	2	14.3%	14
(空白)	5	45.5%	6	54.5%	0	0.0%	11
総計	324	54.9%	192	32.5%	74	12.5%	590

### 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	13	10.0%	102	78.5%	15	11.5%	130
運輸業	1	6.3%	13	81.3%	2	12.5%	16
建築業	6	11.8%	39	76.5%	6	11.8%	51
製造業	36	18.6%	117	60.3%	41	21.1%	194
専門サービス業 (土業の方)	7	10.3%	58	85.3%	3	4.4%	68
通信情報業	2	14.3%	11	78.6%	1	7.1%	14
流通業	12	13.5%	61	68.5%	16	18.0%	89
その他	1	7.1%	11	78.6%	2	14.3%	14
(空白)	0	0.0%	9	90.0%	1	10.0%	10
総計	78	13.3%	421	71.8%	87	14.8%	586

### 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	13	10.7%	91	74.6%	18	14.8%	122
運輸業	2	12.5%	9	56.3%	5	31.3%	16
建築業	7	14.0%	39	78.0%	4	8.0%	50
製造業	29	15.4%	113	60.1%	46	24.5%	188
専門サービス業 (土業の方)	6	9.5%	51	81.0%	6	9.5%	63
通信情報業	2	13.3%	11	73.3%	2	13.3%	15
流通業	16	19.3%	48	57.8%	19	22.9%	83
その他	3	23.1%	8	61.5%	2	15.4%	13
(空白)	1	10.0%	6	60.0%	3	30.0%	10
総計	79	14.1%	376	67.1%	105	18.8%	560

### ⑥資金繰り

業種	楽	割合	普通	割合	苦しい	割合	総計
サービス業	22	17.6%	84	67.2%	19	15.2%	125
運輸業	2	12.5%	13	81.3%	1	6.3%	16
建築業	7	13.7%	39	76.5%	5	9.8%	51
製造業	37	19.0%	120	61.5%	38	19.5%	195
専門サービス業 (土業の方)	12	17.4%	53	76.8%	4	5.8%	69
通信情報業	2	13.3%	9	60.0%	4	26.7%	15
流通業	21	23.6%	53	59.6%	15	16.9%	89
その他	0	0.0%	8	61.5%	5	38.5%	13
(空白)	1	9.1%	7	63.6%	3	27.3%	11
総計	104	17.8%	386	66.1%	94	16.1%	584

## (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	35	31.8%	8	7.3%	4	3.6%	16	14.5%	12	10.9%	5	4.5%	12	10.9%	
運輸業	6	37.5%	3	18.8%	0	0.0%	1	6.3%	3	18.8%	0	0.0%	2	12.5%	
建築業	10	20.0%	9	18.0%	0	0.0%	8	16.0%	3	6.0%	3	6.0%	10	20.0%	
製造業	38	21.5%	15	8.5%	19	10.7%	20	11.3%	19	10.7%	13	7.3%	18	10.2%	
専門サービス業(土業の方)	23	28.0%	15	18.3%	1	1.2%	12	14.6%	8	9.8%	5	6.1%	11	13.4%	
通信情報	3	16.7%	2	11.1%	1	5.6%	1	5.6%	3	16.7%	1	5.6%	2	11.1%	
流通業	24	27.0%	12	13.5%	3	3.4%	8	9.0%	10	11.2%	8	9.0%	6	6.7%	
その他	4	40.0%	1	10.0%	0	0.0%	1	10.0%	0	0.0%	1	10.0%	1	10.0%	
(空白)	2	33.3%	1	16.7%	1	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	1	16.7%	0	0.0%	
総計	145	26.0%	66	11.8%	29	5.2%	67	12.0%	58	10.4%	37	6.6%	62	11.1%	
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	10	9.1%	4	3.6%	3	2.7%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.9%	1	0.9%	110
運輸業	1	6.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	16
建築業	1	2.0%	1	2.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	8.0%	5	10.0%	50
製造業	15	8.5%	8	4.5%	2	1.1%	1	0.6%	2	1.1%	7	4.0%	5	2.8%	177
専門サービス業(土業の方)	2	2.4%	5	6.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	82
通信情報	1	5.6%	2	11.1%	0	0.0%	1	5.6%	0	0.0%	1	5.6%	1	5.6%	18
流通業	6	6.7%	5	5.6%	2	2.2%	0	0.0%	3	3.4%	2	2.2%	2	2.2%	89
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	10.0%	0	0.0%	1	10.0%	1	10.0%	10
(空白)	0	0.0%	0	0.0%	1	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	6
総計	36	6.5%	25	4.5%	8	1.4%	3	0.5%	5	0.9%	16	2.9%	15	2.7%	558

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  
 12 輸出の増加  
 13 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)

業種	業務内容	売上増加記述
1 サービス業	WEB・DTP制作 社員研修企画・運営	社内体制の強化
2 サービス業	WEBサイト・システム制作、アプリ制作、管理	新卒採用を取り入れ順調に成長してくれているから。
3 サービス業	産業廃棄物処理	日々の営業活動
4 サービス業	経営コンサルタント(社会保険労務士業・中小企業診断士業)	紹介が増加
5 サービス業	人材サービス	需要の増加
6 サービス業	遊休地活用の企画立案・コインパーキング等の開発・自動販売機、証明写真機の設置及び管	日々の営業活動によるものと思います。
7 サービス業	インテリアデザインの企画・施工・監理、マンション、工場、ビル	新規顧客開拓
8 サービス業	訪問介護	社内体制を整えつつあること
9 サービス業	専門エステティックサロン	昨年より、客単価UP、利幅UPに繋がるメニューを導入したから
10 サービス業	コンサルティング業	営業強化による新規顧客獲得および既存顧客からの追加案件受注による売上増加
11 サービス業	ソフトウェア開発	新規開発商品の周知徹底により、知名度が上がり、既存の顧客の新たなニーズに繋がった
12 サービス業	給食弁当の製造販売	新規中学校給食の委託
13 サービス業	主として公営競技(競輪、競馬、ポートレース)の広告代理店	本来の新規媒体の広告以外にイベントの仕事が増えた
14 サービス業	税理士事務所	同業の税理士事務所を吸収合併した
15 サービス業	ステーキレストラン	単価アップ
16 サービス業	税理士	海外の不動産業者と提携して資産管理のお手伝い
17 サービス業	From paper to web をモットーに各種企画制作～プロバイダ事業まで	継続案件受注先の開拓を集中的にした。継続案件取引先からの大型案件を受注できた
18 サービス業	介護事業	新規開設事業所の集客力増、設備投資による固定費削減
19 サービス業	障害者の就労支援、相談支援	利用者の増加
20 サービス業	障害福祉サービス	ホームページ作成や保守が増加
21 サービス業	書作品の製作・販売。書道教	地元地域諸団体の周年事業の表彰関係一切の受注。
22 サービス業	粗品の企画、開発、販売	新商品開発
23 サービス業	送迎バス運行管理	新規客先との取引拡大の為の積極営業
24 サービス業	保険代理店業、専門家紹介業、企業向け経費節約提案業	営業販路が増えたこと
25 サービス業	大学・行政・商工会議所等の業務委託	既存顧客の横展開
26 サービス業	高齢者施設食事委託	高齢者人口増で施設数増による
27 サービス業	青果卸売業	神戸や堺など配達先を遠方まで広げました。
28 サービス業	プレス機械メンテナンス、特定自主検査	積極的な営業活動が好結果につながっている
29 サービス業	生保、損保	予定利率低下に伴う駆け込み
30 サービス業	エステ、まつえく、ネイルサロン	人材採用
31 サービス業	空調、電気設備業	営業マンの増加
32 サービス業	整骨院、鍼灸院、クリニック	実績
33 サービス業	グラフィックデザイン事業、電気工事業業	新規顧客の獲得、人材の成長
34 サービス業	介護サービス	利用者数の安定
35 サービス業	自動車販売・整備業	経費の見直し、業務の効率化の改善
36 サービス業	リネンクリーニング業(病院・ホテル等の寝具類・タオルの選	障害者制度の優先調達法により、公共病院の取引が停止された。
37 運輸業	運送・倉庫・特定人材派遣・賃貸業	同業他社の社員の高齢化、人手不足により、事業の継続が出来なくなる不安から業者を変えるお客様が出てきた為。
38 運輸業	倉庫業(荷物を預かり、指定の場所に届ける)	新規顧客受注 不採算顧客からの撤退
39 運輸業	倉庫に荷物を預かり配送を行います。	既存荷主の売り上げは減少したが、新規の案件が伸びてきた。
40 運輸業	一般日貨物自動車運送業、軽貨物自動車運送業	人材登用(採用した人材がつづいた)
41 運輸業	軽貨物運送業、一般貨物運送	既存の売上キープとともに新規事業が増えたため
42 運輸業	ゲームセンターの機械や芝生の輸送がメイン	お客様のおかげ、輸送は受身なので

43	運輸業	一般貨物の運送	取り扱事業の強化
44	建築業	電気設備工事	年度末で竣工を迎える現場の受注金額と物件数が多いため
45	建築業	リフォーム業・高圧洗浄業務(排水管洗浄、外構洗浄)	各担当者の配置ができたこと。新規開拓
46	建築業	ライフラインの開発・設計・施工・IoT機器開発及び特殊工法の開発・施工。 ・自然エネルギー発電の開発・設計・施工。 ・インフラ工事の設計・施工。	ニッチな特殊工法を中心にすそ野を広げたため。
47	建築業	型枠工事請負業	営業に力を入れました 職人の確保
48	建築業	リフォームと材料販売	営業の強化が要因
49	建築業	建築一式・リフォーム全般・空調設備工事	他と違う商材・材料を使うことで、弊社の特徴をアピールできるようになった
50	建築業	建築施工業者	補助金を利用した営業活動(エコリフォーム)
51	建築業	空調設備工事	営業の強化
52	建築業	主として中小企業の製造業に対応する電気工事業業。	他社との差別化。社員の対応力の向上。
53	建築業	塗装工事、防水工事、リフォーム工事業	新規販路拡大
54	建築業	戸建てマンションの改修工事、店舗デザイン設計施工	サービスの内容をふやし、お客様に選択の幅をもってもらう事
55	建築業	建築施行、設計、不動産	社内でのサービス提供レベルの統一に努める
56	建築業	新築、改築工事、大手商業施設メンテ工事	今までの営業開発が実を結んできた。社員が育ってきた
57	建築業	造園・土木・エクステリア	営業と協力会社との意思疎通
58	製造業	製缶・板金業	産業用機械の設備が動いている中、営業に力をいれた
59	製造業	プリント基板加工・金型製造	海外輸出製品の受注が増加したこと、新たな事業形態として金型・プレス機・ロボットがシステムとして販売できたことが大きな売り上げ増加につながった。
60	製造業	金属部品の熱処理・塗装・表面処理加工	人材育成や管理体制強化による品質、技術の向上により既存顧客や新規顧客からの受注増加。
61	製造業	工業用切断機器製造	大口の装置案件が納品された為。
62	製造業	鋼板の加工販売	新規販路の拡大と単価の上昇
63	製造業	金属製品製造・溶接	一昨年より新規に手掛けていた案件が、今期大量に受注を受けたため。
64	製造業	金属表面処理加工	品質と技術力による顧客との信頼関係
65	製造業	合成樹脂成型原料着色加工・販売	①生産効率の改善に努めた ②取引先との情報交換の時間を意識的に増やした
66	製造業	フレキシブルチューブとベローズの設計、製造	何かをしたから増加したわけではありません。アメリカの景気を警戒して急ぎ設備投資をしたのではないかとみています。
67	製造業	樹脂切削加工業	社内の充実
68	製造業	精密金属パネ製造	今まで以上に地域との関わりを多くした。
69	製造業	オーダーメイド金物製作	新卒雇用により共育ちの風土に変化している。
70	製造業	ダンボールケース製造及び販売	新規顧客の獲得と人件費の削減
71	製造業	プラスチック板加工業及び自社製品販売、卸売。	1年半前に人材を強化したことが現在、成果となっている。(内訳、1. ホームページの改善と広告。 2. 作業効率化と生産能力向上 3. 特化事業の強化など。)
72	製造業	化学薬品受託製造業	高付加価値化による単価上昇と、それに伴う客先の選別
73	製造業	電気機器製造業	新規案件の推進
74	製造業	シルクスクリー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	地道な営業活動
75	製造業	印刷 ウェブサイト デザインの制作	人材育成とマーケティング
76	製造業	製缶、板金加工 産業用機械製造	昨年新規開拓した顧客からの継続受注及び、1月新規開拓した顧客からの受注
77	製造業	各種ポンプ等製造販売	商品在庫を確保しての提供スピードの向上
78	製造業	コンクリート型枠の設計・企画・製造・販売	トンネル等の新分野への営業強化や工事部門を新たに立ち上げ、施工を含めた提案が現場に受け入れられている。反対に人材採用で8名ほどが増えているため、利益の伸びは今期は期待できない。
79	製造業	プラスチックの射出成型	新規得意先の受注増加
80	製造業	精密金属切削加工	継続的な営業活動
81	製造業	ダンボール箱製造販売	内緒
82	製造業	産業用電子機器の設計、開発、製造	この1～2年間種まき(開発)していた、量産品を受注できた
83	製造業	イベント、展示会のデザイン、企画、施工	設備投資
84	製造業		コスト競争力のある製品を新規開拓した事

85	製造業	クレーン・エレベータ等建設、産業機械の設計製造	東京における土木工事機械の高付加価値製品の開発
86	製造業	金型製造業	今まで行っていなかった営業活動
87	製造業	食品製造	新規得意先の開拓
88	製造業	紙全般の卸売・印刷化粧箱の販売	日々の積み重ねが信頼を生み、新規販路につながった
89	製造業	工業炉・環境装置等のメンテナンス	補助金事業が効をそうしている
90	製造業	紳士シャツ製造卸	国内新規販路の増加、販売先への販促支援 高付加価値商品の導入
91	製造業	金属プレス加工・板金・溶接加工	取引先の新製品の発売による受注増。海外発注の国内回帰による受注増
92	製造業	電線の製造及び加工	新規加工品を取り組み始めた
93	製造業		新規取引先の増加
94	製造業		人材育成が進み受注対応がUPしたため
95	製造業	機械製造	特に思い当たらない
96	製造業	アルミに特化した板金加工業	チャレンジ
97	製造業	工業用プラスチック 切削加工	社内での生産性向上の取り組みにより、納期対応も改善され受注も増える結果となった
98	製造業		技術の向上と品質の管理が出来た。
99	製造業	壊れたトラックエンジンの製造・販売	創業して約2年半で、知名度が図れたことにより、競合他社より品質の良さを理解された。
100	製造業	製缶プラント工事	採用し、生産性が上がったことにより、売上を上げることができた。また、外注分を社内でこなすなどでコストダウンに取り組んだ。
101	製造業	電機電子機器設計・製造・販売、保守業(制御盤・ソフト)	既設ラインの改修など長年のつきあいの強みが出てきた。
102	製造業		1 パート人員強化により自分が動ける時間を増やせた
103	製造業	シールラベル ステッカーの企画製造販売 その他一般商業	地道な営業の積み重ねとお客様とともに進めた付加価値の具体化
104	製造業	ブロック製造工場(舗装ブロック)	営業力強化で小回りのきく製造体制
105	製造業	食品の製造販売(漬物類)	生産工場の改善、効率化
106	製造業	金属熱処理加工	大手メーカーの増産と新規分野の開拓活動が売上に繋がった。
107	製造業	事務用品製造	お客様に満足頂くこと
108	製造業	電気電子応用商品及び雑貨、プラスチック製品製造	開発商品が動いた
109	製造業	義肢装具、福祉用具の製造販売	製品の短納期化と高付加価値化
110	製造業	産業機械の部品製造	ユーザーの受注増
111	製造業	社員食堂の運営仕出し。パーティ・オードブル	システムの改善
112	製造業	プラスチック工業部品 金型 電池応用商品 電気製品 健康器	自社商品比率の増加
113	製造業	増・減速機油圧配管	受注価格の改善により
114	製造業	油圧裁断機、打抜刃型の製造販売メンテナンス、製品の裁断	新商品の開発、HPやSNSの活用による広告
115	製造業	豆腐・油揚げの製造卸	競合他社の廃業など
116	製造業	アルミ金型、自動車シート製造	自動車メーカーが動き出した
117	製造業	不織布製造	原材料の見直しによるコストダウン、新商品の立ち上がり
118	製造業	ドリップコーヒー製造販売	新しい委託店舗が増えた。
119	専門サービス業(土業の方)	公認会計士業務	他社との提携関係の強化
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)	社会保険労務士業	地道な営業が実を結んできたと思いたい。実際、何が原因かはよくわかっていない。
122	専門サービス業(土業の方)	司法書士業	ホームページの充実、新規販路の開拓、人材育成
123	専門サービス業(土業の方)	経営コンサルティング	営業力強化
124	専門サービス業(土業の方)	社労士業	助成金の種類を増やしてきたこと
125	専門サービス業(土業の方)	税理会計のお仕事	新サービス、総務部のアウトソーシングがうまくいっている
126	専門サービス業(土業の方)	シンクタンク、ブランディング、コンサルタント、建築設計。	積極的な営業、事務所移転等、人材強化等
127	専門サービス業(土業の方)	外国人中心の許可、認可取得のお手伝い	スタッフが増えてお客様からの信頼感が増したと思う
128	専門サービス業(土業の方)	税理士	黒字支援で業績UPにて値上げに成功
129	専門サービス業(土業の方)	知財保護のプロフェッショナル	独立して3期目。特・実・意・商の登録率100%の点。他事務所よりコストを抑える点。
130	専門サービス業(土業の方)	税理士事務所	得意分野が貢献(創業支援、事業計画作成など)、パートさんの戦力化(能力向上)



131	専門サービス業 (土業の方)	会計経理税務一般	人材
132	専門サービス業 (土業の方)	経営支援、事業再生業務、人事 コンサルティング(社員教育)	一人一人のスタッフが自立して(採算意識を高めた)営業を行った。
133	専門サービス業 (土業の方)	社会保険労務士業	営業活動の推進
134	専門サービス業 (土業の方)	税理士業	紹介による顧客増加
135	専門サービス業 (土業の方)	保険提案と販売	考え方の統一
136	通信情報業	地図情報処理サービス業	協業の提案
137	通信情報業	システムインテグレータ	特に何もしていない
138	通信情報業	インターネット付随業	営業努力が実った。社員拡充で、さばける仕事が増えた。
139	通信情報業	物流、エコエネルギー向けソフト ウェア開発	常に進化させる。安定営業部門の整理
140	通信情報業	OA機器の販売・メンテナンス。 自動車機器。	用品の取付作業の増加
141	通信情報業	ホームページ、Webシステム	業界の景気
142	通信情報業	システム開発、HP製作、ネット ワーク構築などのITサービス	IT、メンテナンスと開発と両方やるようになった
143	流通業 (卸・小売含む)	トラック関連総合商社	お客様との接点での営業強化(御用聞きからお困り事解決営業への転換)。そのための人材教育と商品知識と技術力強化をした。
144	流通業 (卸・小売含む)	塗料製造、卸売り	新規販売先が増えた。
145	流通業 (卸・小売含む)	衣服・ファッション雑貨の卸売り	取扱商品の絶えざるブラッシュアップをはかり、新しい販売チャネルを開拓してきたこと。
146	流通業 (卸・小売含む)	機械・工具の販売	12の問い通り、高付加価値の商品への展開が進んだ。
147	流通業 (卸・小売含む)	鶏肉・業務用食材卸	得意先の出店増
148	流通業 (卸・小売含む)	防犯用品の販売と施工	インターネット販売の強化
149	流通業 (卸・小売含む)	工業用部品販売	個別案件の価格、納期、品質、情報等の管理強化
150	流通業 (卸・小売含む)	働く人のユニフォーム販売(ルー ト営業・小売)祭装束小売	新規物件が取れ微増
151	流通業 (卸・小売含む)	パソコン保守及びOA機器販売	新規顧客の獲得
152	流通業 (卸・小売含む)	果物小売店・飲食業・食品卸売 業・インターネットショップ	インターネットショップの出店したこと
153	流通業 (卸・小売含む)	建築・土木建材及び鋼材の卸売 り	特になし
154	流通業 (卸・小売含む)	旗・記念品 製造卸売	現状以上の細かいサービスと対応
155	流通業 (卸・小売含む)	塗装用品の製造販売	人員増加による新規・店当たりのアイテム数アップ
156	流通業 (卸・小売含む)	めがねの小売	商品構成の変更(商品数の増加、ディスプレイの変更)
157	流通業 (卸・小売含む)	造花・卸・小売ネット販売	オリジナル商品の強化・サービス強化
158	流通業 (卸・小売含む)	コーヒー製造・食品卸	営業力をつけた社員がそだっている
159	流通業 (卸・小売含む)	ステンレス鋼材販売	新規顧客開拓
160	流通業 (卸・小売含む)	建設、土木資材の製造	利益率の改善
161	流通業 (卸・小売含む)	魚卸売業	大手取引先に商談が決まった
162	流通業 (卸・小売含む)	工業材料卸、工業製品小売、工 場指導、経営コンサル	営業強化しローラー展開を行い拡販した
163	流通業 (卸・小売含む)	木材、新建材販売	社員ミーティング
164	流通業 (卸・小売含む)	セキュリティ機器の販売	新規顧客の開拓 商品の見直し
165	流通業 (卸・小売含む)	ネジ・卸売・コンサルタント業	正社員増加による営業への執念UP
166	流通業 (卸・小売含む)	ステンレスを中心とした鋼材販 売および各種金属製品の製造	金属材料不足のなか、仕入れが順調だった
167	流通業 (卸・小売含む)	オートバイ販売、修理、レンタ ル、保険	社内で営業の勉強会、新商品の先読み計画

168	流通業 (卸・小売含む)	自動車販売業	新・中の販売台数増加
169	流通業 (卸・小売含む)	卸販売全般、飲食業	他社にないサービスを強化
170	流通業 (卸・小売含む)	コンビニエンスストア	出店による
171	流通業 (卸・小売含む)	不動産売買・買い取り・仲介・収益物件一棟買い取り、土地開発、造成、不動産無料査定	消費税増税の駆け込み、仕入れ先の確保、二極化
172	流通業 (卸・小売含む)	土木建築材料販売・土木工事業	新規顧客の増加
173	その他	各種プラント設備制作・据付・配管工事	海外進出し5年、客先への認知も広がり他社と違うサービスが海外・日本との連携でご提供できた
174	その他	国内・海外旅行取扱	営業の努力、会社の資質向上
175	その他	不動産コンサルティング	顧客の要望にタイムリーに対応する
176	その他	各種バルブ、製缶物、機械加工品及びバキュームコンベアの企画提案、製造、販売	工事、加工、組み立てのお手伝いをする幅が広がったことと、施策を受注した
177		産業廃棄物処理	社員の雇用、営業拡大
178		used品のアパレル	ネット強化

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	6	22.2%	0	0.0%	0	0.0%	10	37.0%	5	18.5%
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
建築業	7	28.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	16.0%	8	32.0%
製造業	43	40.6%	5	4.7%	10	9.4%	12	11.3%	19	17.9%
専門サービス業(士業の方)	5	62.5%	0	0.0%	0	0.0%	1	12.5%	0	0.0%
通信情報	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	100.0%
流通業	13	37.1%	0	0.0%	0	0.0%	7	20.0%	9	25.7%
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	40.0%	0	0.0%
(空白)	1	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
<b>総計</b>	<b>75</b>	<b>35.7%</b>	<b>5</b>	<b>2.4%</b>	<b>10</b>	<b>4.8%</b>	<b>36</b>	<b>17.1%</b>	<b>42</b>	<b>20.0%</b>
業種	⑥	割合	⑦	割合	⑧	割合	⑨	割合	総計	
サービス業	0	0.0%	2	7.4%	3	11.1%	1	3.7%	27	
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	100.0%	1	
建築業	0	0.0%	1	4.0%	5	20.0%	0	0.0%	25	
製造業	2	1.9%	4	3.8%	7	6.6%	4	3.8%	106	
専門サービス業(士業の方)	0	0.0%	0	0.0%	1	12.5%	1	12.5%	8	
通信情報	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	
流通業	0	0.0%	1	2.9%	4	11.4%	1	2.9%	35	
その他	0	0.0%	1	20.0%	1	20.0%	1	20.0%	5	
(空白)	0	0.0%	0	0.0%	1	0.0%	0	0.0%	2	
<b>総計</b>	<b>2</b>	<b>1.0%</b>	<b>9</b>	<b>4.3%</b>	<b>22</b>	<b>10.5%</b>	<b>9</b>	<b>4.3%</b>	<b>210</b>	

1 国内需要の減少

2 輸入の増加

3 輸出の減少

4 他社との競合状態の悪化

5 販売・受注価格の減少

6 取引先の海外移転

7 公共事業の削減

8 季節的要因

9 その他

## 【2】売上・利益について

### ④減少の特徴・原因に関して(記述)

(1)1業種	(1)2業務内容	(2)④売上DOWN要因記述
1 サービス業	訪問介護事業	介護度高い利用者の撤去と入院
2 サービス業	葬祭業	1件あたりの葬儀費用の減少・低価格化
3 サービス業	清掃業	他社との競争
4 サービス業	障がい福祉サービス事業	収入全体は変わっていないが、その内訳として人件費にしか使えないお金の比率が高まった。
5 サービス業	印刷及びデザイン業	得意先の内製化
6 サービス業	陳列器具、陳列ケース、宝飾催事用品レンタル	骨董品等のオークション、催事が減少傾向で百貨店が閉店するところもでてきた。
7 サービス業	web企画・制作運用他	受注納品が5月以降にずれ込み
8 サービス業	社会福祉、障害者福祉	他の福祉サービス事業者が増加していることに対し、差別化できるようなものが少ない。マンパワー不足。直接的な支援職員の技術不足
9 サービス業		食品のマンネリ化、サービスの拡充不足(夜間営業の広報力)
10 サービス業	ホテル業	供給が増えたことによる価格競争が激しくなっている 民泊の影響も一部ある
11 サービス業	異業種協同組合(共同利用事業・労働保険事務組合・外国人技能実習生の受け入れ)	事業利用の減少
12 サービス業	輸出入の通関業務及び付帯する関連業務	アパレル関連の消費低迷による案件の減少
13 サービス業	人材教育事業	顧客先の変更に伴いシフトの途中であるため受注が減っているため
14 サービス業	高齢者・障がい者福祉施設	利用者の減少
15 サービス業	データ入力、校閲・校正	この時期、2年毎に大きな業務が入る谷間の年度のため。
16 サービス業	広告制作	受注の減少
17 サービス業	大阪府下を中心に人材派遣、有料職業紹介、業務請負を展開し、2016年度より新たに高効率LED照明の販売と施工を開始。未来工業株式会社の大阪代理店として電力マネージャーの販売	仕事の依頼は増えているが、人材採用が年々厳しくなっている
18 サービス業	飲食店経営、飲食業コンサルティング	赤字営業所を撤退したため
19 サービス業	婚礼貸衣装	提携先の獲得婚姻組数の減少・提携先のリニューアルによる長期休業が大きく減少したため
20 サービス業	整骨院、カウンセリング	業態の方向転換中の為
21 運輸業	ロードサービス業、陸送業	運転手の社会的な賃金の低さによる不足
22 建築業	鉄筋工業	需要の減少による他社との競合状態の悪化
23 建築業	中小企業向けシステム開発	毎年10月11月12月は売上げが多く、その反動で翌年の1~3月は落ち込むため
24 建築業	電気工事業	前年度が良すぎた、これから売上が増える
25 建築業	太陽光発電事業	国内の需要が減ってきています。
26 建築業	知的障がい者施設の新築、リフォームとそのための宅建業	まとまった新築が全滅、リフォームだけでは収支トントン
27 建築業	建築請負(注文建設)新築、リフォーム	提案不足、営業不足
28 建築業	電気工事業	営業力がない
29 建築業	建築塗装	日常の営業力不足
30 建築業	屋根板金、建築金物工事	職人確保の為に人数賃金高くなる。受注単価のダウン
31 建築業	型枠大工	年間で工事発注の波がはっきりしており、しかも発注量が減少しているため谷に入ると一気に売り上げが下がる傾向がある。当然、競合し単価も下がるためダブルで、減少要因となる。
32 建築業		工事数の減少・工事規模小さい
33 製造業	産業機械部品加工	他社との競合
34 製造業	カップメタルの表彰品の製造販売	業界自体の秋の需要が高かった。価格競争、特に中国製品の入札で価格が厳しすぎる
35 製造業	温浴設備機器の製造販売	海外の販売不振
36 製造業	印刷業	価格競争、需要の減少が著しい
37 製造業	金型製造業	客先のエンドユーザーが関東にあるため、関東への発注が進んでいる
38 製造業	印刷・同関連事業	顧客数は増えているが、それぞれの受注量が減っている
39 製造業	プラスチック金型製造、彫刻	東南アジアでも、それなりのものが作れる。自社の技術不足。何か光るものがない
40 製造業	金網及び関連製品の製造と販売	設備と半導体関連の落ち込み
41 製造業	機械板金用いて、金属製品、建築金物の製造	例年、売上が一番ある時期にも関わらず個人住宅だけでなく、店舗の新築、改装も減少したと思われる。弊社の受注が減少したと思われる。
42 製造業	プラスチック押出成形、製造業	8の要因で受注の波の振幅が大きくなっているとされます
43 製造業	金属機械加工業	トランプ政権になり、お客さんが様子見をしていたから
44 製造業	特殊車両部品製造、産業用プラント備品製造	親会社の移転により部品の他社への転注及び猛烈なコストダウンによる
45 製造業		粗利率の悪い大口取引先からの撤退
46 製造業	金属製品製造	昨年春以降、リーマンショック以上で原因を把握していなし
47 製造業	IH対応土鍋製造	暖冬と野菜価格の問題で鍋メニューを増やすレストランが少なかった
48 製造業	浴槽ろ過装置の販売	見込物件が前期で完了して次の見込み物件までの空気が出た。
49 製造業	婦人インナー製造販売	消費者の将来不安と購買意欲減。又買いたくなる魅力ある商品がないのでは？
50 製造業	段ボール製品加工及び梱包	得意先の仕事量自体が減少のため、そのあおりをくっている。
51 製造業	製版用フィルム、インジェクト印	特に理由は見当たらない
52 製造業	線香製造	宗教離れが進んでいるため関連業界全体で売上が低迷している。価格改定実施により利益率は改善したが売上減少をカバーするには至らず
53 製造業	電線の製造販売と卸業	コスト競争による大手メーカーへの集中
54 製造業	電子機器設計	特定の顧客の依頼が終了で一段落したため



55	製造業	菓子製造、販売(アイシングクッキー専門)	2016.3に直営店2店舗を閉鎖した為。閉鎖の理由は利益率が悪いから。
56	製造業	清酒製造	前期は観光業界に補助金が出たので、大勢の観光客が来てお酒をお土産として買った。発売から3年目を迎える商品の受注数が落ちてきている。市場にある程度出回ったため、モデルチェンジが必要。
57	製造業	プラスチックブロー成形	営業力不足
58	製造業	金属加工	高齢化により、外注さんをはじめ社内も、生産能力が落ちてきたことによって、納期遅れが出てきている
59	製造業	衣服製造	絶対量の減少
60	製造業	プラント設備設計	他社との競合、単価下落
61	製造業	発泡スチロール加工販売	他社との競合、単価下落
62	製造業	焼き菓子製造卸	大体、12から15%の減少。全体的に少しずつ減少しています。
63	製造業	アルミ製品のオーダーメイド販売	大型案件が取れなかった
64	製造業	金属等の表面処理 サンドブラスト加工	年度末による在庫調整かな？
65	製造業	無機物の粉体の輸送・集塵機の設計、製作 水処理装置内UF&RO膜装置の設計、製作	この期間の納入物件が少なかった
66	製造業	非鉄金属ダイカスト製造業(建築金物・一般機械に使われる亜鉛ダイカスト製品の製造を下請けしている)	特徴:冬場が繁忙期だが前年同期比で1割ダウン 原因:住宅着工件数の鈍化？
67	製造業	テスト・計測・制御システムおよびアプリケーションの開発・設計・製作。各種画像検査システムの開発・設計・製作。	年度末の駆け込み需要が例年に比べて少なかったことと、トラブル対応等の手戻りが多く発生し、リソース不足による機会損失や納期遅延が発生したことが原因。
68	製造業	搬送機械の設計製造	全般的な設備投資の後退(縮小・延期など)
69	製造業	紙器製造業	前年の1~3月に仕事が集中し売上が多かったため
70	製造業	コンピュータ計測機器の開発、製造	取引先の不振
71	製造業	ディスプレイ業 アクリル樹脂加工・サイン製造施工・LED関連商品販売及び災害対策サインの開発・販売	大型案件の減少
72	製造業	墓石・記念碑・建築石材の設計、加工、施工	新墓の需要が減少、墓じまいなどの手間仕事が増加、1件あたりの単価が下がる、時短の取り組みに失敗。
73	製造業	金型製造業	北米地域向け輸出品が急激にストップした
74	製造業	写真製版及び金属エッチング加工	真の要因は不明
75	製造業	金属加工業。機械部品製造業。	中国景気後退に伴う受注量の減少。
76	製造業	金属プレス加工	新規品立ち上げ件数の減少
77	製造業	射出成形用金型製作 小ロット生産	開発が量産立上げに移行したため
78	製造業	壊れたトラックエンジンの修理・製造・販売	前年と比較した中で、季節要因としては、上昇すると見込んでいた。しかし、問い合わせは来るが、受注に至らなかった。
79	製造業	金属製品製作販売	鋼材の値上がりの影響で、需要がストップしている。
80	製造業	アクセサリ企画・製造	アパレル業界の景気悪化に影響を受けている
81	製造業	金属製品の加工	需要が減った事。原材料の価格上昇による利益の圧迫
82	専門サービス業(土業の方)	人材育成、組織開発コンサルタント	自社の力不足(経営者の要望に答えきれなかった)
83	専門サービス業(土業の方)	司法書士業務	仕事をセーブした。
84	専門サービス業(土業の方)	図面データ作成、教育サービス	景気の低迷
85	専門サービス業(土業の方)	税理士事務所	相続案件なし
86	通信情報業	システム開発	売り上げに直結する従業員が退職したため
87	流通業(卸・小売含む)	運輸、倉庫、軽作業、清掃販売	同じ業務の単価が下がる。競合が増える
88	流通業(卸・小売含む)	石油生産の仲介、卸、配送	石油相場による単価の下落
89	流通業(卸・小売含む)	和装生地製造卸	インターネット販売では価格競争が特に厳しくなっています
90	流通業(卸・小売含む)	美容商材卸	微減を繰り返している。流行の変化が影響していると思われる
91	流通業(卸・小売含む)	アパレル小売販売	高価格帯商品の売上低下が著しいです。景気回復の実感も全然ございません
92	流通業(卸・小売含む)	自社ブランドの帽子・蝶ネクタイの販売	売場が減少した
93	流通業(卸・小売含む)	骨董品輸入販売業	購買意欲の変化に対応しきれていない
94	流通業(卸・小売含む)	一般用医薬品、健康食品等の卸売	市場の衰退
95	流通業(卸・小売含む)		景気停滞
96	流通業(卸・小売含む)	美容材料卸	人員減少
97	流通業(卸・小売含む)	被服販売(小売)	建設業の雰囲気が悪い。金属加工は堅調。企業間によって良い・悪いが激しい感。
98	流通業(卸・小売含む)	機械工具・特殊機械の卸、電気工事(防犯カメラ、LED照明など)	季節的要因が大きい。又利益率の悪い仕事が多かった。
99	その他	介護福祉事業	介護保険の単位が落ちる、利用者の心身の状態によって、入院、入所、死亡等が原因となりサービスが減る。
100	その他	福祉	同じ仕事が増えた人材不足
101	その他	保険代理店	社員の独立
102	その他	LPガス卸売・小売り、その他LPガス器具販売及び工事、灯油販売	需要減、競合他社との競争激化
103			内定案件のコスト見直しや図面遅れによる正式手配がかからない事が多い為
104		銅切削・各種産業部品精密加工	動向が不安定で、予定されていたものが先送りになっている

### 【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	26	20.2%	72	55.8%	31	24.0%	129
運輸業	4	26.7%	4	26.7%	7	46.7%	15
建築業	8	16.7%	27	56.3%	13	27.1%	48
製造業	61	32.1%	76	40.0%	53	27.9%	190
専門サービス業(土業の方)	10	15.4%	40	61.5%	15	23.1%	65
通信情報業	2	13.3%	11	73.3%	2	13.3%	15
流通業	32	38.6%	34	41.0%	17	20.5%	83
その他	2	18.2%	6	54.5%	3	27.3%	11
(空白)	2	25.0%	5	62.5%	1	12.5%	8
総計	147	26.1%	275	48.8%	142	25.2%	564

①今期中にある(1年以内) ②ない ③検討中

#### (2) 現在の経営上の問題点に関して(選択式3つまで)

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合	⑥	割合	⑦	割合	⑧	割合	⑨	割合
サービス業	24	8.1%	1	0.3%	6	2.0%	21	7.1%	13	4.4%	10	3.4%	36	12.1%	11	3.7%	8	2.7%
運輸業	4	10.5%	0	0.0%	1	2.6%	0	0.0%	3	7.9%	2	5.3%	1	2.6%	1	2.6%	1	2.6%
建築業	8	6.7%	1	0.8%	2	1.7%	4	3.3%	3	2.5%	4	3.3%	10	8.3%	2	1.7%	4	3.3%
製造業	50	10.2%	6	1.2%	16	3.3%	8	1.6%	17	3.5%	13	2.6%	32	6.5%	31	6.3%	31	6.3%
専門サービス業(土)	10	6.6%	0	0.0%	4	2.6%	12	7.9%	6	3.9%	0	0.0%	6	3.9%	3	2.0%	15	9.9%
通信情報業	2	5.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.9%	0	0.0%	3	8.8%	1	2.9%	3	8.8%
流通業	24	10.5%	5	2.2%	6	2.6%	11	4.8%	4	1.7%	7	3.1%	17	7.4%	17	7.4%	8	3.5%
その他	1	3.0%	0	0.0%	1	3.0%	2	6.1%	0	0.0%	0	0.0%	4	12.1%	0	0.0%	1	3.0%
(空白)	4	13.3%	0	0.0%	2	6.7%	2	6.7%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.3%	2	6.7%	1	3.3%
総計	127	8.9%	13	0.9%	38	2.7%	60	4.2%	47	3.3%	36	2.5%	110	7.7%	68	4.8%	72	5.1%
業種	⑩	割合	⑪	割合	⑫	割合	⑬	割合	⑭	割合	⑮	割合	⑯	割合	⑰	割合	総計	
サービス業	9	3.0%	17	5.7%	41	13.8%	54	18.2%	12	4.0%	21	7.1%	11	3.7%	2	0.7%	297	
運輸業	0	0.0%	3	7.9%	3	7.9%	12	31.6%	2	5.3%	5	13.2%	0	0.0%	0	0.0%	38	
建築業	2	1.7%	9	7.5%	18	15.0%	28	23.3%	12	10.0%	8	6.7%	5	4.2%	0	0.0%	120	
製造業	10	2.0%	34	6.9%	67	13.6%	73	14.9%	37	7.5%	45	9.2%	16	3.3%	5	1.0%	491	
専門サービス業(土業の方)	0	0.0%	18	11.8%	22	14.5%	23	15.1%	8	5.3%	9	5.9%	15	9.9%	1	0.7%	152	
通信情報業	1	2.9%	2	5.9%	6	17.6%	8	23.5%	3	8.8%	3	8.8%	1	2.9%	0	0.0%	34	
流通業	4	1.7%	18	7.9%	32	14.0%	31	13.5%	7	3.1%	25	10.9%	10	4.4%	3	1.3%	229	
その他	2	6.1%	4	12.1%	5	15.2%	8	24.2%	1	3.0%	3	9.1%	1	3.0%	0	0.0%	33	
(空白)	0	0.0%	0	0.0%	4	13.3%	7	23.3%	1	3.3%	4	13.3%	2	6.7%	0	0.0%	30	
総計	28	2.0%	105	7.4%	198	13.9%	244	17.1%	83	5.8%	123	8.6%	61	4.3%	11	0.8%	1424	

- 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	70	20.4%	14	4.1%	20	5.8%	25	7.3%	20	5.8%	20	5.8%	18	5.2%	9	2.6%	44	12.8%
運輸業	7	17.9%	2	5.1%	1	2.6%	1	2.6%	0	0.0%	5	12.8%	0	0.0%	0	0.0%	7	17.9%
建築業	30	22.6%	14	10.5%	4	3.0%	8	6.0%	1	0.8%	10	7.5%	4	3.0%	1	0.8%	27	20.3%
製造業	93	17.0%	57	10.4%	71	13.0%	52	9.5%	50	9.1%	26	4.8%	7	1.3%	8	1.5%	60	11.0%
専門サービス業 (土業の方)	47	26.0%	16	8.8%	14	7.7%	13	7.2%	13	7.2%	13	7.2%	8	4.4%	5	2.8%	19	10.5%
通信情報業	11	26.2%	3	7.1%	3	7.1%	3	7.1%	3	7.1%	1	2.4%	1	2.4%	1	2.4%	6	14.3%
流通業	61	25.0%	5	2.0%	14	5.7%	28	11.5%	16	6.6%	12	4.9%	4	1.6%	7	2.9%	37	15.2%
その他	9	23.1%	4	10.3%	2	5.1%	1	2.6%	1	2.6%	0	0.0%	0	0.0%	2	5.1%	8	20.5%
(空白)	5	21.7%	3	13.0%	1	4.3%	0	0.0%	2	8.7%	3	13.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	17.4%
総計	333	20.9%	118	7.4%	130	8.2%	131	8.2%	106	6.7%	90	5.7%	42	2.6%	33	2.1%	212	13.3%
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	12.2%	8	2.3%	13	3.8%	1	0.3%	2	0.6%	1	0.3%	14	4.1%	7	2.0%	12	3.5%
運輸業	10	25.6%	1	2.6%	1	2.6%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.6%	2	5.1%	1	2.6%	0	0.0%
建築業	23	17.3%	5	3.8%	2	1.5%	1	0.8%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.8%	1	0.8%	1	0.8%
製造業	78	14.3%	13	2.4%	5	0.9%	1	0.2%	0	0.0%	2	0.4%	11	2.0%	4	0.7%	8	1.5%
専門サービス業 (土業の方)	17	9.4%	4	2.2%	1	0.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	2.2%	0	0.0%	4	2.2%
通信情報業	4	9.5%	1	2.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.4%	2	4.8%	1	2.4%
流通業	32	13.1%	5	2.0%	9	3.7%	1	0.4%	0	0.0%	1	0.4%	4	1.6%	0	0.0%	8	3.3%
その他	5	12.8%	1	2.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.6%	0	0.0%	0	0.0%	5	12.8%
(空白)	2	8.7%	1	4.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.3%	1	4.3%	0	0.0%
総計	213	13.4%	39	2.5%	31	1.9%	4	0.3%	2	0.1%	6	0.4%	38	2.4%	16	1.0%	39	2.5%
業種	⑲	割合	⑳	割合	総計													
サービス業	1	0.3%	2	0.6%	343													
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	39													
建築業	0	0.0%	0	0.0%	133													
製造業	0	0.0%	1	0.2%	547													
専門サービス業 (土業の方)	0	0.0%	3	1.7%	181													
通信情報業	0	0.0%	1	2.4%	42													
流通業	0	0.0%	0	0.0%	244													
その他	0	0.0%	0	0.0%	39													
(空白)	0	0.0%	0	0.0%	23													
総計	1	0.1%	7	0.4%	1591													

- |               |              |              |
|---------------|--------------|--------------|
| 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 訪問介護事業	幹部社員の育成、人材の採用も短期、中期的計画を見直し、経費節減は社員に共通認識できるように会議で話し合い。
2	サービス業 給食弁当の製造販売	売上の減少が確実な中、事業の再配分、再配置を行いコスト削減を同時に進める。人材においては幹部教育
3	サービス業 障がい福祉サービス事業	8について新聞の切り抜き、10について研修の定例化階層別研修、20について同友会に参加
4	サービス業 保険代理業	自社以外の連携を強くして、顧客の開拓、提供価値向上に取り組めます
5	サービス業 教習事業部、温浴事業部、パナックス事業部の3部門	社員を商品としての輝きを与えたい。その為には会社の魅力を高めたいので新規事業を立ち上げ、新規顧客を獲得したい
6	サービス業 金融業	社員各人の能力、スキルupにより効率化を図り、営業力のUP、開拓時間の増につなげ売上・収益の拡大を図る
7	サービス業 ゴルフ場経営	ドローンを使ったHPの更新
8	サービス業 税理士事務所	セミナーを中心に開催予定
9	サービス業 介護事業	新規事業所の設立は、可能な状況にあるが、それを動かす人員の確保、教育が必須。障害者サービス業のため、営業に力を入れることもなく、紹介がほとんどで、従業員教育に力を入れ研修を行って貰っている。
10	サービス業 障害者の就労支援、相談支援	生産性向上のため、工場、事務所の不用品片づけや共用工具(消耗品)の整理。ホイールアライメント(足回りの整備)の取引先拡大。売上、利益を増加させることでの資金確保と安定的黒字化経営で銀行から遊離に借り換え
11	サービス業 自動車の販売、整備、生保・損保代理店	新しいサービスを十月から開始する。
12	サービス業 障害福祉サービス	コンサルティング営業の出来る人材の確保。
13	サービス業 利用運送業、コンサルティング	改めて明確になった自社の強みを現顧客に、又、社会に対して発信する。
14	サービス業 書作品の製作・販売。書道教室	新規顧客の増員、スタッフの接客技術向上
15	サービス業 化粧品販売及びエステティック	新たな事業の取り組み(清掃)
16	サービス業 宅配水販売、ギフト商品製作・販売	メンタルヘルス分野への参入をはかる
17	サービス業 障害福祉サービス	大学での筋肉についての研究がされていないので、引き続き声掛けしていく。
18	サービス業 筋肉矯正健康法、文化教室	とにかく社員の力がUPすることにつける。
19	サービス業 舞台美術・大道具	消防法改正に伴い、H30.4～はスプリンクラーの設置された宿泊施設が必要になるため、用地の確保と建数が直近の課題ですが、器より中身が大切であり、人材育成に注力しているところであります。
20	サービス業 障がい福祉サービス(ショートステイ、ガイドヘルプ、ホームヘルプ、グループホーム)	新規採用社員のスキルアップ
21	サービス業 送迎バス運行管理	新規営業売上向上
22	サービス業 web企画・制作運用他	イノベーション
23	サービス業 資格学校	既存顧客の満足工場
24	サービス業 大学・行政・商工会議所等の業務委託	別会社を立ち上げて関連需要をつくる
25	サービス業 高齢者施設食事委託	経営陣強化
26	サービス業 コールセンター運営	チェーン店等、大手取引先の確保に取り組めます。
27	サービス業 青果卸売業	社員教育と技術の平準化、代替要員の確保
28	サービス業 保険代理店	新卒社員5名を向かえ全体の8%が新人と言う構成。中堅社員の退職によるもので、サービス低下から次の管理に力をいれたい
29	サービス業 社会福祉、障害者福祉	事務所のリニューアル、人材の採用、トラック入れ替え
30	サービス業 プレス機械メンテナンス、特定自主検査	経済の流れに早く反応していく
31	サービス業 生保、損保	販路ネットワークを広めるための対策を計画中
32	サービス業 経営コンサルティング	人材の採用状況が非常に厳しい
33	サービス業 空調、電気設備業	価格の見直し、付加価値、生産性の向上をこの半年で図る。既存の顧客ニーズの見直し、各企業売り上げ10%を年内目指す。
34	サービス業 グラフィックデザイン事業、電気工事事業	信頼あるサービスの確立
35	サービス業 介護サービス	経費削減としての水の再生利用(リサイクル)の機器の導入で、原価単価のアップが出来る様に取り組みをスタートさせる。
36	サービス業 リネンクリーニング業(病院・ホテル等の寝具類・タオルの選)	取引先のニーズに沿った新規事業の立ちあげ。それに伴う社員能力の向上
37	サービス業 異業種協同組合(共同利用事業・労働保険事務組合・外国人技能実習生の受け入れ)輸出入の通関業務及び付帯する関連業務	親会社との統合を検討中
38	サービス業 障害福祉サービス	制度が変わるとき、そのことを踏まえて、どのように事業を展開していくか、みんなで学習、検討し将来計画を作成し進めていく。
39	サービス業 WEB・DTP制作	新しいサービスの仕組みの強化
40	サービス業 社員研修企画・運営	新卒採用は2018年卒を5名以上確保したいとかがえている。大学4回生に内定者インターンで新入社員になるまでに職場、業務になれてもらっていいスタートダッシュがきれるような仕組みを作っているが、道半ば。
41	サービス業 WEBサイト・システム制作、アプリ制作、管理	新規顧客の開拓
42	サービス業 人材教育事業	新規設備
43	サービス業 産業廃棄物処理	収入増の為の早期に新規事業の立ち上げ
44	サービス業 高齢者・障がい者福祉施設	人間関係
45	サービス業 人材サービス	チームビルディング研修に力を入れる
46	サービス業 フリータウン誌制作	



47	サービス業	葬祭業	派遣社員への人件費を抑えるため、社員の多能工化を具体化することが難しいと考えています。
48	サービス業	広告制作	人材採用と取引先を増やす
49	サービス業	大阪府下を中心に人材派遣、有料職業紹介、業務請負を展開し、2016年度より新たに高効率LED照明の販売と施工を開始。未来工業株式会社の大坂代理店として電力マネージャーの販売と提案を行なっています	人材教育と新たな事業領域にも積極的に挑戦 LED照明の販売及び電力マネージャーの販売強化
50	サービス業	インテリアデザインの企画・施工・監理、マンション、工場、ビルの管理	事業承継の確立が急務で、そのための売上拡大をはかり経営の安定性を高める必要がある。
51	サービス業	人材派遣業	生産性アップ効率化・・・派遣スタッフの手配スピードの向上 新規販路分野開拓・・・新たな派遣先の開拓
52	サービス業	マンション賃貸業	リフォーム時の工夫
53	サービス業	飲食店経営、飲食業コンサルティング	既存部門以外での事業を確立するため、新事業部をスタートさせた。
54	サービス業	旅行業	利益を上げるには、受注しなければなりませんので、営業、カウンター共に具体的にセールスポイントを明確にして、業務にあたる。
55	サービス業	自動車整備業	ベテラン技術者からの技術継承。若手技術者の採用
56	サービス業	清掃業	社員数が大幅に増加しているため組織化が最重要課題になっています。
57	サービス業	専門エステティックサロン	人材雇用、店舗移転を検討中
58	サービス業	障がい福祉サービス事業	現在の事業所を移転し、スペースを拡大する予定。利用者の増加を見込んで、移転後に新しい社員を募集する予定。現在いる社員も含めた社員教育が課題。
59	サービス業	一般廃棄物・産業廃棄物の収集運搬業	臨時的収集運搬業務(遺品整理など)を強化したい。
60	サービス業	コンサルティング業	現行事業の取引先を増やすことで経営を安定させ、新規事業に必要な資金を確保するため、銀行取引の強化を図る
61	サービス業	ソフトウェア開発	営業力も既存の商品をアピールするだけでなく、ソリューション提案ができるほどの営業力が必要。技術力も新たな技術を吸収しようとするような既存の技術にとらわれない技術力が必要。
62	サービス業	整骨院、カウンセリング	WEB発信による営業の取り組み(WEB広告、ホームページへの集客)の取り組み中です。
63	サービス業	各種広告、カタログ、チラシ、パンフレットなどの制作。コピー、カメラマンの手配・ディレクション	取引先を増やすための営業に時間を割く
64	サービス業	障害福祉サービス	良いサービスを提供するためにニーズを把握し、顧客の満足を得ること。
65	サービス業	経営改善支援、事業再生・金融機関対策支援、事業承継対策支援、目標管理・人事評価制度構築支援、管理者教育・社員教育支援	重要取引先を増やすべく新規販路開拓の営業力を拡大していくことに力を入れていきたいと考えています。
66	運輸業	一般日貨物自動車運送業、軽貨物自動車運送業	適材適所に人材を採用して、役割をはたしてもらい、生産性効率化を追求してゆきたい。
67	運輸業	ロードサービス業、陸送業	人材の確保
68	運輸業	ゲームセンターの機械や芝生の輸送がメイン	千葉の営業所の拡充
69	運輸業	地場中心とした重量物・雑貨の運送	他社との合併の模索
70	運輸業	重量物の運送	地域を中心にお客様を増やしたい
71	運輸業	運送・倉庫・特定人材派遣・賃貸業	社員確保(求人)。
72	運輸業	倉庫業(荷物を預かり、指定の場所に届ける)	管理職の育成
73	運輸業	倉庫に荷物を預かり配送を行います。	輸送品質の向上による、自社の強みの強化と交通事故や貨物事故を防ぎ無駄な出費をおさえる。
74	建築業	リフォームと材料販売	まず人が必要です
75	建築業	建築一式・リフォーム全般・空調設備工事	人の成長は会社の成長。意識改革
76	建築業	中小企業向けシステム開発	人材採用、スキルアップは最重要課題です
77	建築業	総合建設業	高圧洗浄の近畿圏での営業力の拡大が何より重要と考えています
78	建築業	建築施工業者	経営指針を社員と考えてつくり、この先3年間軸として取り組みたい
79	建築業	電気工事業	人材不足を解消していく
80	建築業	空調設備工事	営業の強化と求人
81	建築業	主として中小企業の製造業に対応する電気工事業。	人材の確保、取引先を増やす事。
82	建築業	塗装工事、防水工事、リフォーム工事業	新規取引先を増やす事。人材の採用と育成。
83	建築業	戸建てマンションの改修工事、店舗デザイン設計施工	技術を向上させニーズにあったサービスを提供していく事
84	建築業	防水工事、塗装工事、内装仕上工事	横浜に関東営業所を設置する。準備中です。
85	建築業	電気工事	東京オリンピック後の不景気を見込み、新規先を獲得し、安定受注したい

86	建築業	建築施行、設計、不動産	BtoBからBtoCへ売り上げ比率を移行する。
87	建築業	知的障がい者施設の新築、リフォームとそのための宅建業	不動産力を高め障がい者団体への提案力を強める。社福との協力で高齢者関連に少しずつ進出予定
88	建築業	建築請負(注文建設)新築、リフォーム	会社の理念を全社員が理解し、それに従う営業や提案ができるようにすること
89	建築業	新築、改築工事、大手商業施設メンテ工事	社員の能力アップ、人材確保
90	建築業	工務店	継続的な受注、売り上げの確保
91	建築業	主にリフォーム業	社員の安定
92	建築業	造園・土木・エクステリア	衰退して行く業界なので、民間問わず、新規のお客様の確保。土木工事の営業に力を入れていきたい。
93	建築業	設備機器設置業	人材を確保するため求人を行っている。外国人も含めて求人をしている。
94	建築業	型枠大工	高齢化による技術者不足が今後深刻化。新卒者も含め、採用、育成が必要。
95	建築業	建築現場において、工程、安全、品質、原価を管理監督し、工事を完成させる業務	建設業の人材不足は顕著であり、自社社員だけでなく協力会社の確保が重要になっています。
96	建築業	タイル及び住宅設備機器他の販売、施工	中長期展望に立った事業拡大に向けて人材確保のめどがたちつつあるので、これから具体的検討を重ねていく必要がある。
97	建築業	電気工事業	安定受注 取引先を増やし受注増
98	建築業	リフォーム業・高圧洗浄業務(排水管洗浄、外構洗浄)	営業力の拡大(公共への入札工事元請け及び下請け) 数値目標を明確にした行動計画作成
99	建築業	ライフラインの開発・設計・施工・ ・IoT機器開発及び特殊工法の開発・施工。 ・自然エネルギー発電の開発・設計・施工。	拡大瞬発力としての技術力強化。 シェア維持及び事業継続のための人員確保。 売上高増加のための新規取引先開拓。
100	建築業	総合建設業	新卒採用が課題
101	建築業	型枠工事請負業	私たちは現場での仕事が営業 施主様 元請 いい仕事 妥協しない その思い出 仕事受注に取り組みたいです 新規の依頼 仕事受注増加 職人の育成 能力アップ チームワークに力を入れています
102	製造業	産業用電子機器の設計、開発、製造	できる限り、足を運びお客様の顔を見て営業を行う
103	製造業	イベント、展示会のデザイン、企画、施工	精算効率に力点を置いてきたが、手狭になってきた。ある程度の会社拡大は必要かと思う
104	製造業		社員の仕事に対する意識の改善、品質アップ。顧客と対話ができる社員をつくる事
105	製造業	カップメダルの表彰品の製造販売	営業力は営業外商の強化と社内で受ける体制を築くプロダクツの機械導入予定
106	製造業	クレーン・エレベータ等建設、産業機械の設計製造	こまめな営業情報収集と、即対応可能な技術力のため、営業・技術の強化
107	製造業	ゴムコンパウンド製造販売・ゴム資材の販売	スキルを要する仕事であり、トレーニングによって今年度入社3名の技術力をアップさせることが重要
108	製造業	包装機械製造	人員の確保し、機動力を上げきめ細やかな対応が出来る体制をつくる
109	製造業	温浴設備機器の製造販売	中国への法人展開。独自商品の開発
110	製造業	印刷業	印刷のいきづまり、会社のソースをつかって他に活路を求めているようにしています。
111	製造業	金型製造業	金型製造業としての業務転換
112	製造業	食品製造	他業種とのコラボ
113	製造業	紙全般の卸売・印刷化粧箱の販売	将来をみこして、人材の採用し共育していくこと
114	製造業	工業炉、環境装置等のメンテナンス	社員のスキルUP
115	製造業	ステンレス製パルプ、配管等の製造販売	得意先販路の拡大
116	製造業	プラスチック成型	営業力の拡大にもとも力を入れている。
117	製造業	電子機器開発・設計・販売	仕入れ金が発生しないソフトの開発事業を持ちたい 受注量を増やしたいが現体制では限界がある。Webにより商圏拡大を図り、売上増を目指す
118	製造業	印刷・同関連事業	海外販路の構築 基幹システムの再構築 社員能力アップ
119	製造業	紳士シャツ製造卸	仕事を伸ばすのも人材がいる。良い仕事をするにも社員の能力アップは絶対
120	製造業	金属プレス、金型製作、樹脂成型サイン及び店舗用品、DIY関連製品製造販売	新しい需要の取り込み、変化への対応等 世間が求めているものの製作、値段の決定。従業員のスキルアップ、外へ出て客に会う機会を増やしたい。勉強にも出たい
121	製造業	プラスチック金型製造、彫刻	現場の改善、5S、WEB戦略、社外研修、評価制度の導入
122	製造業	金網及び関連製品の製造と販	人手不足、産業規制、受注量、価格ダウンなどの諸問題を克服するためには一人ひとりの能力アップで生産性向上をやっていくしかないから
123	製造業	機械板金用いて、金属製品、建築金物の製造	従来分野の減少分を新規販路、新規事業、海外事業展開で確保していく
124	製造業	ポリウレタンゴム製品の製造販	社員の多能工化と社員同士の協力一丸体制の確立
125	製造業	プラスチック押出成形、製造業	全体の流れを見て、加工や工程を組めるように社員教育をする
126	製造業	金属機械加工業	はんだ技術者の育成
127	製造業	電線の製造及び加工	
128	製造業	特殊車両部品製造、産業用プラント備品製造	もう一本の柱となるような取引先に力を入れる。1社依存の脱却。
129	製造業		若い社員の採用と教育、技術の伝承を計画的にすすめること
130	製造業	鉄筋加工業	新製品の開発
131	製造業	ネジ、パーツ製造販売	人材の採用と社員教育
132	製造業		

133	製造業	金属溶接加工	自社ブランド強化
134	製造業	ダンボール機会の製造販売	設備投資
135	製造業	機械および機械部品の製作・修理	人材確保し能力アップで工場環境を良くする
136	製造業	機械部品製造	社員ひとり一人の能力アップ
137	製造業	アルミに特化した板金加工業	安定した売上の確保
138	製造業	プラスチックの袋を作っている	4月から高卒新人が入社してくるが、なかなか備えができていない
139	製造業	金属製品製造	人材の確保と事業量(仕事)のUP
140	製造業	工業用プラスチック 切削加工	中期計画として事業領域の拡大を考え、人材の採用とともに次期設備を検討中
141	製造業	IH対応土鍋製造	社員能力のアップ。部長クラスの勉強会を予定
142	製造業		技術の継承にともなう営業力の強化。
143	製造業	金属缶のパーツ製造、販売	一部人手不足が著しい部署があり、早急な採用を要す。人手不足は現状の社員能力UPでもおぎなえない。コストダウン活動は会社全体の取り組みとして浸透している。
144	製造業	壊れたトラックエンジンの製造・販売	ディーゼルエンジンを取り扱っている業界に新規参入したい
145	製造業	製缶プラント工事	社員数が増え、生産能力が上がった分、仕事の確保が追いついていない。
146	製造業	浴槽ろ過装置の販売	価格競争が厳しい中で他社との差別化を計るため、営業の提案方法の改善、レベルUP、商品の開発を考えています。
147	製造業	婦人インナー製造販売	1~3をいつも経営上の力点とわかっているが、具体的にどうすればいいのか。試行錯誤中。
148	製造業	電機電子機器設計・製造・販売、保守業(制御盤・ソフト)	今後の取引先のニーズ変化についての営業力と技術力対応が必要。
149	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。展示会での新規顧客の獲得。
150	製造業	段ボール製品加工及び梱包	そもそもの計画から立ち上げて、修正点や問題点をうきぼりにし、その後の事業に役立てていきたい。
151	製造業	食用加工油脂製造	新しい経営理念、ビジョンを確立し、社員が全力を発揮できる環境をつくる。その上で生産合理化、新製品開発に取り組む。
152	製造業		事務所を少し広げる予定(来客スペース、資料保管場所の増設)
153	製造業	製版用フィルム、インジェクト印シールラベル ステッカーの企画製造販売 その他一般商業	当たり前のことを当たり前にする
154	製造業	線香製造	やはり人材とお取引先の地道な開拓です。色々な取り組みをしてもまず第一に仕事あってこそ、利益あってこそと思います。
155	製造業	銅パイプの加工、ロー付加工	趣味の分野の「お香」を拡充し新規販路を開拓する
156	製造業	ブロック製造工場(舗装ブロック)	社員技術力を強化
157	製造業	電線の製造販売と卸業	技術力の強化をし、新しい商品を持つための販売拡大
158	製造業	食品の製造販売(漬物類)	人材不足の中補っていくには生産性をアップするため効率化を図る必要がある
159	製造業	電子機器設計	販売先の開拓以外生きる道はない
160	製造業	金属熱処理 受託加工	新たな取引先を求めするためのプロモーション活動。人材採用のための活動(雇用安定機講への登録他)
161	製造業	金属熱処理加工	新卒採用は毎年2.3名入社してきている。社員教育が基本的なところで十分でないため、仕事上のミスの再発が止まらない。今年も4月から3名入社してくる。企業人としての教育に力点を置く。
162	製造業	トムソン用打ち抜き刃物の製造販売、関連資材の販売	人材育成に力を入れ会社の技術力UPに努めたい。又偏らない業種の拡販を図る
163	製造業	プラスチック加工業	価格競争回避のため、製品そのものが競争力を持つよう強化していく。また顧客の要望を実現する対応力と情報力を備える
164	製造業	事務用品製造	現在の絞れていない状態
165	製造業	バッグその他雑貨	自社商品の開発
166	製造業	義肢装具、福祉用具の製造販売	集落の仕組みづくり
167	製造業	産業機械の部品製造	製品の高付加価値化と積極的投資をおこない生産性の向上をはかる
168	製造業	樹脂加工(カーボン材、アクリル)業	5年後10年後を見据えた戦略経営
169	製造業	ステンレス製缶加工	自社にしかできないという付加価値をつくりたい。3S
170	製造業	社員食堂の運営仕出し。パーティ・オードブル	現状生産能力の強化
171	製造業	各種バルブ、製缶物、機械加工品及びバキュームコンベアの企画提案、製造、販売	社員の能力アップ。評価制度の確立
172	製造業	精密金属ばね製造	今取り組んでいる試作を成功させて、足掛かりにしたい。
173	製造業	ステンレス薄板の研磨及び保護テープ貼り	地域密着の度合いをより多く=イベントへの参加を積極的に。
174	製造業	金属加工業	業務内容の変化に対しての対応、人材採用、社員教育、生産性悪化の歯止め
175	製造業	増・減速機油圧配管	お客様の面倒なお仕事を適切な価格で受注すること
176	製造業	菓子製造、販売(アイシングクッキー専門)	人材育成
177	製造業	各種歯車及び歯車関連部品の製造・加工	2014.4に採用した新人5名の技術力アップに期待、今期で3年目に入るので仕上げ段階に突入。2018年より売上増を狙う。それまで新人教育と社員の能力アップに力点を置く。
178	製造業	清酒製造	生産性や効率アップを開拓し、納期や品質など顧客満足度を上げて、社員さん達にも余裕を持って仕事に取り組める環境をつくっていきたい。
179	製造業	設備機械製造	大阪府以外の販売店にも営業
180	製造業	アルミ金型、自動車シート製造	AI、IoTに特化した新製品開発に注力したい
181	製造業		外国人を含めた技術者の人材の確保と教育



182	製造業	薄肉ステンレスパイプの製造・加工	次に進むために今ある人材の能力アップが必要
183	製造業	不織布製造	受注量が落ちても利益の出る生産性を確立する為に歩留を上げる。また人材の育成を行って稼働率を上げる。
184	製造業	軟質ビニールのリサイクル業	取引先が固定化しているため、新たな販路を探している。
185	製造業	製缶・板金業	幹部向け教育・若手社員向け教育の時間を週1回作って実践 営業は各顧客の季節動向を調査し戦略をたてる
186	製造業	工業用ガスバーナーの製作	協力会社さんの高齢化により、社内生産率を上げたいために人材の確保を含め効率化が急務です。
187	製造業	プリント基板加工・金型製造	取引先の売り上げ分配率の依存度を1社20%以内に抑えるために新たな取引先の増加を目指す取り組みと、新たな商品とサービスを作る新規事業の立ち上げで新産業の創出を目指す取り組みに力点を置いている。
188	製造業	金属部品の熱処理・塗装・表面処理加工	設備更新にあたっての情勢、方針の判断。その実施に向けての人材育成を含めた組織体制の強化。
189	製造業	金属部品の金型製作及びプレス加工	人材を確保して新規設備の導入で生産性アップ
190	製造業	工業用裁断機器製造	パート従業員が病気退職した為に補充を検討。
191	製造業	プラスチックブロー成形	このまま労働法規の厳格化がすすむと技術の伝承がむづかしい。
192	製造業	鋼板の加工販売	新規開拓と工場集約による生産効率の向上
193	製造業	金属加工	新サービスの黒字化
194	製造業	衣服製造	熟練技能者の高齢化の進行は、深厚な状況。自前で育成するにも人材が確保できない。若い人が就労できるような労働条件等の整備をして行くことが課題。しかしそれをどうやって進めるか悩んでいる。
195	製造業	プラント設備設計	新規事業の立ち上げ
196	製造業	金属製品製造・溶接	新製品などの開発が出来るような人事体制とし、新規取引先を拡大していく。
197	製造業	金属表面処理加工	現在の売上増加の要因は、リチウムイオン電池といった二次電池の製造が急激に増えているからである。しかしながら、この分野の製造装置メーカーは世界的に増えており価格競争はどんどん厳しくなっている。需要は続いても弊社が選ばれるかどうかかわからない。よって、他業種へもどんどんアプローチし新たなニーズの発掘は大変重要であることから、上記3点としている。
198	製造業	油圧シリンダー、油圧配管継手等金属部品加工	IT化の加速で生産効率アップを図り、新事業・新業態への取組みを、全社一丸で取り組めつ体制づくりを進める
199	製造業	金属(ナット)製造販売	展示会での商品PR
200	製造業	発泡スチロール加工販売	新規開拓
201	製造業	樹脂切削加工業	生産管理システム導入により多品種・小ロット生産に対応する。
202	製造業	十字穴付きタッピンネジ製造	技術力向上による生産効率のアップに力点を置く
203	製造業	食品軟包装資材(フィルム)の企画・製造・販売	社員確保
204	製造業	工業製品も含む精密金属バネ製造	地域密着
205	製造業	電子部品(プリント配線板)及び薄板加工、販売	新規事業である基板以外の薄板加工の売上アップ、売上順位2位以下
206	製造業	焼き菓子製造卸	正社員の成長で、製造効率のアップ、新商品を作り販路拡大。
207	製造業	オーダーメイド金物製作	新卒社員への技術の継承
208	製造業	ダンボールケース製造及び販売	売上が上がらないと人を雇えないし借金も返済できない
209	製造業	プラスチック板加工業及び自社製品販売、卸売。	製作部で入社2年未満の社員が2名居ますが、技能の伝授を早めて行く。彼らの後輩を入れる(新規雇用)準備を進める。各事業部の新規雇用に力を入れる。
210	製造業	アルミ製品のオーダーメイド販売	受注増が見込める中、人材不足で仕事が回しきれなくならないように、社員能力UPを力点とする
211	製造業	国産軍手製造・海外軍手輸入販売	新規事業立ち上げ中
212	製造業	化学薬品受託製造業	ターゲットを高単価の受注が成立する相手に絞っている。 少人数で対応している。 対応しきれない部分は、協力会社をお願いして発注を確保している
213	製造業	金属等の表面処理 サンドブラスト加工	町工場で弊社みたいな少人数の事業所は営業力等の強化で営業マンを雇い入れる事は難しいので、ホームページの見直し等によるシーズ～ニーズ～サービスへと繋がるように工夫していきます。
214	製造業	金属加工業	受注は増加傾向にあるが、人の採用が決まらず受注をしてもこなしていけるか不安である。
215	製造業	非鉄金属ダイカスト製造業(建築金物・一般機械に使われる亜鉛ダイカスト製品の製造を下請けしている)	高齢の従業員の世代交代、および生産性向上のため、社員の増員・給与体系の見直しによるモチベーションのテコ入れを行う
216	製造業	電気機器製造業	管理力強化
217	製造業	ワイヤー加工	営業力拡大で顧客ニーズの把握、新商品の開発や提案に力をいれたい。 経営理念・計画を作成し、社内一丸体制の確立。
218	製造業	テスト・計測・制御システムおよびアプリケーションの開発・設計・製作。各種画像検査システムの開発・設計・製作。	経営力向上計画の認定を受け、業務の標準化やITツールの活用を通じて、労働生産性のアップを図る。医療システム産業化フォーラムでの活動を通じて、医療機器に関連する新製品・サービスの開発を加速させる。毎週2回の社内勉強会等と資格取得支援の充実を通じて、資格取得や技術力向上、語学習得等、社員能力のアップを図る。
219	製造業	和生菓子製造卸	工場老朽化、キャパの限界、事業承継のための工場新設。そのための力点
220	製造業	搬送機械の設計製造	・人員配置見直しによる生産リードタイムの短縮 ・多品種生産のための生産ライン改善



221	製造業	紙器製造業	社員教育と生産体制の見直しによる生産性の向上
222	製造業	印刷 ウェブサイト デザインの制作	マーケティングと人材の強化
223	製造業	コンピュータ計測機器の開発、製造	新規自社商品の開発及び展示会出展
224	製造業	省力機器製造販売	既成製品での営業活動では価格競争になりつつあり新規顧客獲得の為、新製品の拡販を目指す。
225	製造業	樹脂押出成形金型の製造販売	・長年蓄積されたデータ及びそれに基づく提案力・営業力
226	製造業	ディスプレイ業 アクリル樹脂加工・サイン製造施工・LED関連商品販売及び災害対策サインの開発・販売	会社及び全社員の成長と処遇・生活・職場環境の改善を目指し その原資である利益を生み出すため 受注の在り方を変え 工程確認を徹底しこれまで以上の品質・納期対応・サービスの向上で顧客満足と信頼を頂けるように 経営指針・つくしファミリー化計画・コミュニケーション強化で全社一丸体制を確立する
227	製造業	製缶、板金加工 産業用機械製造	中堅社員のマネジメント力教育
228	製造業	紙再生業	経営理念の浸透
229	製造業	墓石・記念碑・建築石材の設計、加工、施工	墓じまい、リフォーム、メンテナンスサービス等のジョブスキルアップ、WEBを活用した集客、求人
230	製造業	自動制御盤の設計製造、電気機器の販売	次世代を担う設計者やセールスエンジニアを雇い育てる。
231	製造業	各種ポンプ等製造販売	営業人員の増加 拡販
232	製造業	各所精密板金部品 別注スチール家具・什器の設計製造	個々の社員にとって、殻をやぶってほしいと思うことがある。それをうまくいかせるためには社員教育が重要だと考えて取組み中
233	製造業	写真製版及び金属エッチング加工	全社一丸体制で、日々のチャンスを逃さないこと。
234	製造業	金属加工業。機械部品製造業。	幹部社員不在で、全社一丸となる体制が出来ていない。経営理念はあるが浸透していないため、その改善が必要。
235	製造業	麺類の製造	責任者の高齢化に伴い次世代の育成を3年を目処に完了する
236	製造業	コンクリート型枠の設計・企画・製造・販売	2018年度に岸和田丘陵地区への移転・統合を検討しているので、それに向けた会社の体制作り、基盤づくりをしていきたい。
237	製造業	金属プレス加工	工場拡張により設備レイアウトの再編で働きやすい現場作りをする ロボットの導入で省人化 生産管理へのIT活用で生産性向上を目指す
238	製造業	壊れたトラックエンジンの修理・製造・販売	優先順位を整理した中で、『社員教育』が力点と考え、4月に外部講師を招き実施予定
239	製造業	アクセサリ企画・製造	既存のOEM受注増加と同時に、新規小売販売に対する方針の決定。
240	製造業	精密金属切削加工	社員の能力増強
241	製造業	金属製品の加工	技術・ノウハウやさらに高めて、付加価値の向上に努める事。停滞する需要に期待はできないので、新しい分野・ニーズの開拓を図ること。
242	製造業	液面計の製造販売	エンドユーザーへの販売拡大
243	専門サービス業 (土業の方)	社労士業	雇用を行うこと
244	専門サービス業 (土業の方)	社会保険労務士	数ある社労士業務の中で核となるコアコンピュタンスをいかに確立するかに苦慮している
245	専門サービス業 (土業の方)	都市計画、まちづくりの計画、建築土木造園に関する計画・	今後10年、20年先を見据えた事業方針を考えること。バランスの取れた人材確保と弊社ならではの人材育成方法の確立
246	専門サービス業 (土業の方)	税理士	残業ゼロの事務所を目指します。
247	専門サービス業 (土業の方)	税理士業	新入社員の教育、新サービスを仕組み化し、営業から強化する。
248	専門サービス業 (土業の方)	行政書士	安定的な関与先の確保
249	専門サービス業 (土業の方)		1
250	専門サービス業 (土業の方)	税理士	得意先、新規対象の訪問
251	専門サービス業 (土業の方)	知財保護のプロフェッショナル	特・実・意・商の権利化だけでなくノウハウ、知財を社員教育、ライセンス契約等で守るコンサルティング需要に応じてゆく。
252	専門サービス業 (土業の方)	税理士事務所	社員の採用のタイミングに悩みあり。現状の社員の生産性アップのためのマニュアル・ツール作成など。
253	専門サービス業 (土業の方)	労務管理支援、就業規則作成、社労士業務	情報発信のシャープ化、ニッチ市場へのアピールが営業力拡大の肝とみています。
254	専門サービス業 (土業の方)	社会保険労務士業	開業1年を迎え、営業力と新規販路分野の開拓と顧客のニーズの把握に努力したい
255	専門サービス業 (土業の方)	図面データ作成、教育サービス	価格維持の為に独自技術を強化したい
256	専門サービス業 (土業の方)	司法書士、行政書士	社員教育、効率化をしくみ化、意義の教育
257	専門サービス業 (土業の方)	税理士事務所	時間当たりの粗利を高める
258	専門サービス業 (土業の方)	税理士業	顧客とのつながりをさらに太くする
259	専門サービス業 (土業の方)	保険提案と販売	スキルと人間性の教育

260	専門サービス業 (工業の方)	税理士事務所	経営理念見直し、経営方針策定(顧客方針、分業方針)
261	専門サービス業 (工業の方)	公認会計士業務	一丸体制の確立
262	専門サービス業 (工業の方)	コンサルティング業	出版、海外進出、国内シェア拡大
263	専門サービス業 (工業の方)	社会保険労務工業	もっと営業力を高めたい。HPも修正していきたい。
264	専門サービス業 (工業の方)	経営コンサルタント	新事業サービスの立ち上げ
265	専門サービス業 (工業の方)	司法書士業	2年後の福岡進出に向けての体制確立
266	専門サービス業 (工業の方)	社会保険労務士	競争が多く単価の低い定型的な業務ではなく、コンサルティング業務の可能性を考えたい。
267	専門サービス業 (工業の方)	経営コンサルティング	仕事の性質上、毎月継続して受注を受ける形態にないので、営業力を強化して柱となる取引先を増やしたい。そのためには経営理念や計画を見直し、取引先にアピールできるようにしたい。
268	専門サービス業 (工業の方)	税理士事務所	力のある人材の勧誘、従業員の資格取得
269	専門サービス業 (工業の方)	経営コンサルティング	認知度向上
270	通信情報業	ソフトウェア開発	得意先固定化90%→70%へ直販体制確立、社員課題目標達成見通し
271	通信情報業	ソフトウェア業	エンドユーザー取引の拡大、パッケージソフトの販売
272	通信情報業	物流、エコエネルギー向けソフトウェア開発	商流をあげるには、をテーマに実施
273	通信情報業	OA機器の販売・メンテナンス。 自動車機器。	営業力強化→営業社員採用
274	通信情報業	システム開発、HP製作、ネットワーク構築などのITサービス	技術力強化のために技術者を増やす
275	通信情報業	ソフトウェアの受託開発(制御系が主体)	IoT時代に突入し従前の進め方では顧客満足ができない。新しい営業、技術力と人材の確保が必要
276	通信情報業	システム開発	ソフトウェアの販売、開発効率アップによる短納期の実現
277	通信情報業	地図情報処理サービス業	観光分野
278	通信情報業	広告制作業	顧客先を増やし利益の確保を行います。また、企業体質の強化として資金の確保を行います。
279	通信情報業	インターネット付随業	技術力はあるが、営業力がまだまだ不足しているため、人財を登用して、安定した売り上げ増大を望みたい
280	流通業(卸・小売含む)	旗・記念品 製造卸売	社会情勢を見て営業できる社員を持つ
281	流通業(卸・小売含む)	精密機械販売	新規販売に力を入れる
282	流通業(卸・小売含む)	塗装用品の製造販売	よりこまめなサービスをはかり、新規顧客増およびアイテム数のアップを図る
283	流通業(卸・小売含む)	めがねの小売	新規店舗とそれに伴う人材教育
284	流通業(卸・小売含む)	運輸、倉庫、軽作業、清掃販売	営業力の拡大をし、社内技術力をつけ販路を広げる。信用力をつける
285	流通業(卸・小売含む)	コーヒーマシン 卸小売	新規事業のため人材採用および教育
286	流通業(卸・小売含む)	中古建設機械、農業機械輸出	海外ネットワーク交流会に参加する
287	流通業(卸・小売含む)	ステンレス鋼材販売	大口顧客の販売 営業強化
288	流通業(卸・小売含む)	石油生産の仲介、卸、配送	人材確保困難→効率化を計って人材不足をのりきる。取引先のニーズには注意しながら行う
289	流通業(卸・小売含む)	和装生地製造卸	お客様に届く言い方、ページ、広告の見直し
290	流通業(卸・小売含む)	建設、土木資材の製造	人材の確保と採用
291	流通業(卸・小売含む)	美容商材卸	多角化の推進
292	流通業(卸・小売含む)	工業材料卸、工業製品小売、工場指導、経営コンサル	新製品、特許等の情報収集、既存製品については日本最安値を目指す
293	流通業(卸・小売含む)	アパレル小売販売	在庫回転率を高めるため、トレンド商品の仕入れを抑えてまで対応している。果たして商品の動きはどうなりますか
294	流通業(卸・小売含む)	木材、新建材販売	新戦力で新たな営業展開をしています。その為に社員さんの能力レベルアップをはかる
295	流通業(卸・小売含む)	ネジ・卸売・コンサルタント業	顧客の1社依存度を下げるために新規顧客の開拓が必須
296	流通業(卸・小売含む)		来期草々、社員を採用する予定。工場での作業量が減った分、営業力が強化できる。社員の高齢化に備え、若い人材の採用も実施したい
297	流通業(卸・小売含む)	骨董品輸入販売業	仕入れ商品を販売するに際して、契約から代金回収までの流れをよりスピードアップに実行している

298	流通業(卸・小売含む)	薄鉄板、帯鋼のシャーリング加工、小売	業務管理システムを導入し業務効率化、見えるかを進める。ベテラン社員退職に伴い大幅に若返るので各社員の能力アップを団結力向上が必要
299	流通業(卸・小売含む)	ステンレスを中心とした鋼材販売および各種金属製品の製造	即納体制の充実。車椅子使用者向けのシステムキッチンなど高付加価値製品の販売を増やす
300	流通業(卸・小売含む)	オートバイ販売、修理、レンタル、保険	人材の採用
301	流通業(卸・小売含む)	工業用部品(ゴム、樹脂金属)の加工・販売	商社なので、営業力を高めたい。現状1人なので、売上は伸びない。限度がある。
302	流通業(卸・小売含む)	石油、ガス販売	大阪に出店する事
303	流通業(卸・小売含む)	新車、中古車、自動車、フォークリフト販売、レンタル、リース	営業活動に力を入れる、経営理念の見直し
304	流通業(卸・小売含む)	ニット生地卸売、婦人スポーツウェア輸入卸	大きな影響が出る訳ではないが、はっきり運賃は高くなる。
305	流通業(卸・小売含む)	鉄鋼流通	新規採用に向けての準備、教育プログラムの見直し
306	流通業(卸・小売含む)	鋼材の加工販売	売上アップのために色々と取り組む
307	流通業(卸・小売含む)	コンビニエンスストア	人材の採用と同時出店による規模拡大
308	流通業(卸・小売含む)	機械工具建築、工場用品等卸	全く違う分野への進出(賃貸経営など)
309	流通業(卸・小売含む)	不動産売買・買い取り・仲介・収益物件一棟買い取り、土地開発、造成、不動産無料査定	仕入れ強化、利益率の高い物件の仕入れ、
310	流通業(卸・小売含む)	家電販売、空調電機工事	一般客からの家電品の売り上げは減少しているが、工務店からの電気工事が増加している。利益は減少傾向、労力は増加している。
311	流通業(卸・小売含む)	食品包装資材及び機器販売	社員の資格取得をはじめ勉強会の実施
312	流通業(卸・小売含む)	土木建築材料販売・土木工業	人の成長
313	流通業(卸・小売含む)	健康食品・化粧品等の卸売業	社員を入れたは良いが、経費が掛かりすぎています。売上とのバランスが悪いので、社員の能力UPに力をいれていきます。
314	流通業(卸・小売含む)	塗料製造、卸売り	新卒社員の教育
315	流通業(卸・小売含む)	機械・工具の販売	高付加価値商品の更に開発
316	流通業(卸・小売含む)	総合ギフト商品の卸・小売業	ECを活用した30代から40代顧客の開拓
317	流通業(卸・小売含む)	ワーキングユニフォーム企画・販売	オリジナル商品の開発、新規開拓
318	流通業(卸・小売含む)	締結部品(ねじ、ねじ部品)の販売業	強み、独自性の追求
319	流通業(卸・小売含む)	鶏肉・業務用食材卸	新しい収益の柱を探すこと
320	流通業(卸・小売含む)	コーヒの焙煎、販売。喫茶店への卸販売	焙煎技術の向上
321	流通業(卸・小売含む)	工業用部品販売	組織を強化し営業力を伸ばす
322	流通業(卸・小売含む)	働く人のユニフォーム販売(ルート営業・小売)祭装束小売	人財確保・社員教育・経営者の成長がもっとも重要。
323	流通業(卸・小売含む)	パソコン保守及びOA機器販売	従来の紹介からの集客に加えてWebからの集客のしくみを新たに構築する。会社の進むべき方向が定まったので、新規販路の開拓が必須。新規販路の開拓には、営業力UPが必要。その為には人材育成が必要。
324	流通業(卸・小売含む)	電子部品販売、受託加工	
325	流通業(卸・小売含む)	木材販売 不動産	売上拡大必要
326	流通業(卸・小売含む)	被服販売(小売)	加工時術の工場でスピード感を向上させたい。
327	流通業(卸・小売含む)	機械工具・特殊機械の卸、電気工事(防犯カメラ、LED照明)	まずは売上向上を目指し、出来る限りの営業をかけ、新規販路を獲得を目指す。また、既存商品の延長上の新商品・サービスを開発し、よりビジネスを強化する。
328	流通業(卸・小売含む)	建築・土木建材及び鋼材の卸売り	鋼材加工工場の整理、スムーズ化に伴う設備投資と、それによる工場内生産性の向上
329	流通業(卸・小売含む)	鋼線材卸	メーカーが在庫を持たないので弊社が在庫を持ち、お客様の注文に対応している。
330	流通業(卸・小売含む)	工作機械販売及びそれに付随する切削工具の販売、中古機械の販売、取次	新規人材確保と共に販路拡大に向けての準備していく。既存の販売形態に囚われずに時代に即した提案力の養成
331	その他	介護福祉事業	昨年一年かけて営業支援を受けたので、本年その力を発揮していきたい、新事業は予算と合せもさく
332	その他	国内・海外旅行取扱	福祉関係旅行の拡大。高齢福祉旅行の委託
333	その他	福祉	人材の個の力より会社としての力をつける

334	その他	工場設備(プラント)の設計・施行、メンテナンス	人材の確保と育成
335	その他	不動産コンサルティング	自社で投資案件を開発し利益の安定をはかる
336	その他	保険代理店	個人のお客様を社員に任せ法人の人脈づくりをしています
337	その他	障がい者グループホームの運営	会社設立1年が経ち、経営理念等の見直しを図るとともに、必要な事業を考えていきながら携わる従業員の育成にも力を入れていきたい
338	その他	梱包業、梱包資材販売	営業体制を強化する必要がある
339	その他	各種バルブ、製缶物、機械加工品及びバキュームコンベアの企画提案、製造、販売	今取り組んでいる試作を完成させ、これからの足掛かりにしたい
340	その他	障害者福祉事業	社員の入れ替わりの中でチーム力の向上、スキルアップをはかること
341	その他	LPガス卸売・小売り、その他LPガス器具販売及び工事、灯油	業務効率化
342	その他	造園・植木業	需要が減る中、いかに仕事を増やすかに注力している。
343		銅切削・各種産業部品精密加工	技術力向上、社員教育に力を入れている
344		不動産売買	金融機関の貸し渋り解消
345		損害保険代理店(損害保険ジャパン日本興亜、共栄火災海上保険、日新火災海上保険) 生命保険代理店(損保ジャパン日本興亜ひまわり生命保険)	営業拡大に向けた、人材強化。
346		人材育成コンサルタント・企業研修・カウンセラー(キャリア・メンタル)	従業員の活性化支援分野
347			

## 特別項目【1】経営指針の実践について

Q2	①	割合	②	割合	③	割合	総計
サービス業	48	38.7%	35	28.2%	41	33%	124
運輸業	5	33.3%	5	33.3%	5	33%	15
建築業	21	42.9%	17	34.7%	11	22%	49
製造業	80	42.3%	60	31.7%	49	26%	189
専門サービス業	21	33.9%	19	30.6%	22	35%	62
通信情報業	6	42.9%	3	21.4%	5	36%	14
流通業	33	39.8%	24	28.9%	26	31%	83
その他	3	23.1%	5	38.5%	5	38%	13
(空白)	3	27.3%	5	45.5%	3	27%	11
総計	220	39.3%	173	30.9%	167	30%	560

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

## 特別項目【2】2016年の採用実績について 回答企業314社

Q2	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合
サービス業	19	11.2%	17	10.0%	9	5.3%	1	0.6%
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
建築業	8	14.8%	2	3.7%	1	1.9%	0	0.0%
製造業	60	16.5%	37	10.2%	7	1.9%	1	0.3%
専門サービス業	11	18.6%	2	3.4%	0	0.0%	14	23.7%
通信情報業	8	42.1%	0	0.0%	3	15.8%	0	0.0%
流通業	27	24.1%	2	1.8%	4	3.6%	0	0.0%
その他	2	7.1%	2	7.1%	0	0.0%	0	0.0%
(空白)	3	30.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
総計	138	16.1%	62	7.2%	24	2.8%	16	1.9%
Q2	⑤	割合	⑥	割合	総計			
サービス業	52	30.6%	72	42.4%	170			
運輸業	42	97.7%	1	2.3%	43			
建築業	38	70.4%	5	9.3%	54			
製造業	146	40.2%	112	30.9%	363			
専門サービス業	17	28.8%	15	25.4%	59			
通信情報業	8	42.1%	0	0.0%	19			
流通業	53	47.3%	26	23.2%	112			
その他	8	28.6%	16	57.1%	28			
(空白)	7	70.0%	0	0.0%	10			
総計	371	43.2%	247	28.8%	858			

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



## 特別項目【3】決算について(2016年4月～2017年3月)

Q2	①	割合	②	割合	総計
サービス業	98	77.8%	28	22.2%	126
運輸業	14	87.5%	2	12.5%	16
建築業	35	72.9%	13	27.1%	48
製造業	153	80.1%	38	19.9%	191
専門サービス業	55	84.6%	10	15.4%	65
通信情報業	11	73.3%	4	26.7%	15
流通業	70	78.7%	19	21.3%	89
その他	9	64.3%	5	35.7%	14
(空白)	8	72.7%	3	27.3%	11
総計	453	78.8%	122	21.2%	575

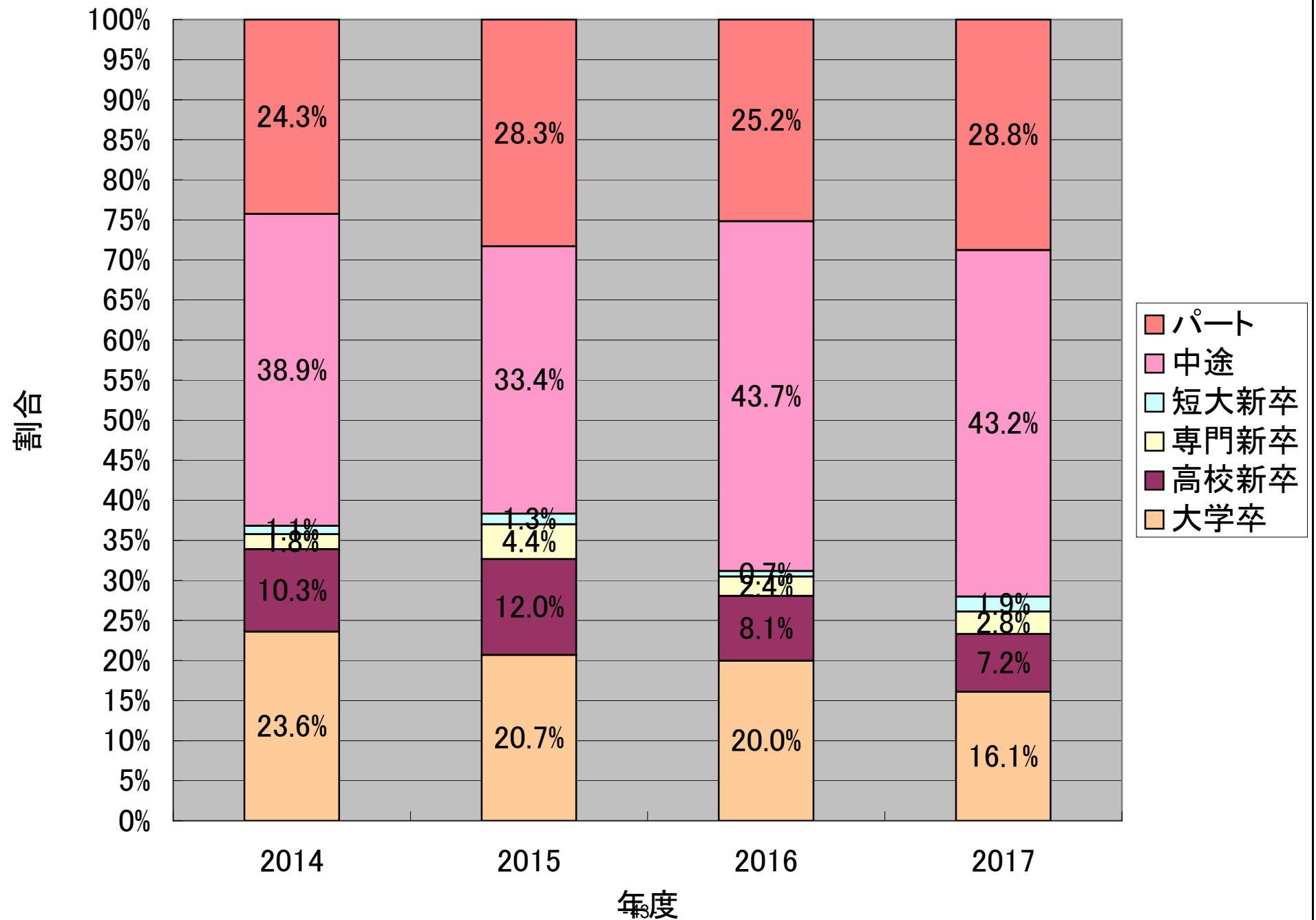
①黒字 ②赤字

## 特別項目【4】奨学金返済における企業の対応について

Q2	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	総計
サービス業	2	1.6%	9	7.4%	48	39.3%	63	51.6%	122
運輸業	0	0.0%	2	12.5%	6	37.5%	8	50.0%	16
建築業	0	0.0%	6	12.0%	21	42.0%	23	46.0%	50
製造業	2	1.0%	18	9.4%	79	41.4%	92	48.2%	191
専門サービス業	0	0.0%	2	3.3%	18	29.5%	41	67.2%	61
通信情報業	0	0.0%	2	14.3%	8	57.1%	4	28.6%	14
流通業	0	0.0%	11	12.6%	30	34.5%	46	52.9%	87
その他	0	0.0%	1	8.3%	6	50.0%	5	41.7%	12
(空白)	0	0.0%	0	0.0%	4	40.0%	6	60.0%	10
総計	4	0.7%	51	9.1%	220	39.1%	288	51.2%	563

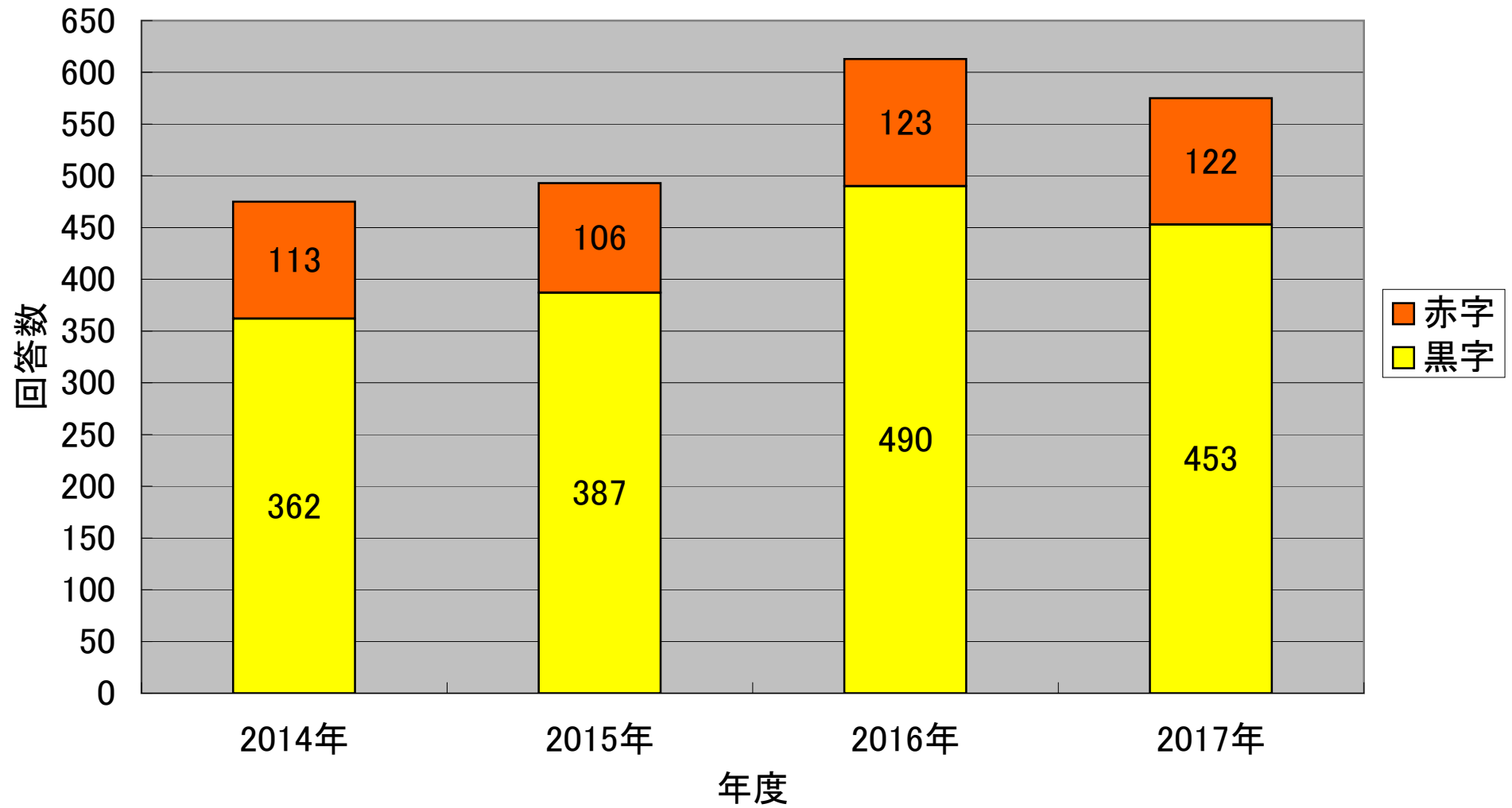
①一部の企業が援助をしている ②今後援助をしていきたい ③今のところ考えていない ④該当者なし

# 採用実績割合





# 決算推移



指針の実践×売上前期

	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	統計	DI値
経営指針を社員と共に実践をしている	95	44.0%	74	34.3%	47	21.8%	216	22.2
経営指針を作成したが、実践ができていない	45	26.3%	78	45.6%	48	28.1%	171	-1.8
経営指針はありません。	58	35.6%	67	41.1%	38	23.3%	163	12.3
<b>統計</b>	<b>198</b>	<b>36.0%</b>	<b>219</b>	<b>39.8%</b>	<b>133</b>	<b>24.2%</b>	<b>550</b>	<b>11.8</b>

指針の実践×売上前年同期

	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	統計	DI値
経営指針を社員と共に実践をしている	94	45.2%	72	34.6%	42	20.2%	208	25.0
経営指針を作成したが、実践ができていない	43	26.4%	75	46.0%	45	27.6%	163	-1.2
経営指針はありません。	63	40.6%	62	40.0%	30	19.4%	155	21.3
<b>統計</b>	<b>200</b>	<b>38.0%</b>	<b>209</b>	<b>39.7%</b>	<b>117</b>	<b>22.2%</b>	<b>526</b>	<b>15.8</b>

指針の実践×利益前期

	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	統計	DI値
経営指針を社員と共に実践をしている	94	43.1%	81	37.2%	43	19.7%	218	23.4
経営指針を作成したが、実践ができていない	43	24.9%	86	49.7%	44	25.4%	173	-0.6
経営指針はありません。	56	34.4%	71	43.6%	36	22.1%	163	12.3
<b>統計</b>	<b>193</b>	<b>34.8%</b>	<b>238</b>	<b>43.0%</b>	<b>123</b>	<b>22.2%</b>	<b>554</b>	<b>12.6</b>

指針の実践×利益前年同期

	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	統計	DI値
経営指針を社員と共に実践をしている	94	45.9%	75	36.6%	36	17.6%	205	28.3
経営指針を作成したが、実践ができていない	39	24.1%	78	48.1%	45	27.8%	162	-3.7
経営指針はありません。	54	35.3%	68	44.4%	31	20.3%	153	15.0
<b>統計</b>	<b>187</b>	<b>36.0%</b>	<b>221</b>	<b>42.5%</b>	<b>112</b>	<b>21.5%</b>	<b>520</b>	<b>14.4</b>

指針の実践×景況感

	好転	割合	横ばい	割合	悪化	割合	統計	DI値
経営指針を社員と共に実践をしている	35	16.2%	152	70.4%	29	13.4%	216	2.8
経営指針を作成したが、実践ができていない	20	11.7%	118	69.0%	33	19.3%	171	-7.6
経営指針はありません。	20	12.4%	119	73.9%	22	13.7%	161	-1.2
<b>統計</b>	<b>75</b>	<b>13.7%</b>	<b>389</b>	<b>71.0%</b>	<b>84</b>	<b>15.3%</b>	<b>548</b>	<b>-1.6</b>

指針の実践×景況感先行き

	好転	割合	横ばい	割合	悪化	割合	統計	DI値
経営指針を社員と共に実践をしている	28	13.5%	146	70.2%	34	16.3%	208	-2.9
経営指針を作成したが、実践ができていない	26	15.9%	98	59.8%	40	24.4%	164	-8.5
経営指針はありません。	23	14.8%	107	69.0%	25	16.1%	155	-1.3
<b>統計</b>	<b>77</b>	<b>14.6%</b>	<b>351</b>	<b>66.6%</b>	<b>99</b>	<b>18.8%</b>	<b>527</b>	<b>-4.2</b>

指針の実践×資金繰り

	好転	割合	横ばい	割合	悪化	割合	統計	DI値
経営指針を社員と共に実践をしている	58	27.0%	130	60.5%	27	12.6%	215	14.4
経営指針を作成したが、実践ができていない	26	15.2%	111	64.9%	34	19.9%	171	-4.7
経営指針はありません。	16	9.9%	117	72.2%	29	17.9%	162	-8.0
<b>統計</b>	<b>100</b>	<b>18.2%</b>	<b>358</b>	<b>65.3%</b>	<b>90</b>	<b>16.4%</b>	<b>548</b>	<b>1.8</b>