

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7月～9月期）

期間：2017年8月21日～2017年9月21日

対象者：2516名

回答数：672名

P1：景況調査コメント

P5：アンケート原紙

P6：DI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）

P20：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）

P22：売上増加の要因（選択・記述）

P29：売上減少の要因（選択・記述）

P33：設備投資・経営上の課題（選択）

P34：今後の力点（選択・記述）

P45：特別項目集計

大阪府中小企業家同友会
定点景況調査集計結果（2017年7月～9月期）に対するコメント

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

経営の安定は日常的な経営改善・努力の賜
「何となく良い」から「確実に良い」へと脱却を目指そう

今回調査のポイント

1. 市場全体の需要の拡大によって経営環境は上向きつつあるが、会員企業の業績は日常的な経営改善・努力に依るところが大きい
2. 人材採用・人材教育に苦勞している様子がみられる。一部の企業では人手不足の悪影響が出始めているので注意が必要である。
3. 人手を確保するために採用条件を改善する傾向が一部でみられるが、最低賃金の上昇によって経営が圧迫される可能性がある

1. データについて

今回（2017年7月～9月期）の景況調査データは、2017年8月21日～9月21日の間に回収されたものである。対象者2516名に対し回答数は672名、回収率は26.7%であった。（前年同期比、会員-34名、回答者-12名、回収率+0.1%）

2. 大阪同友会会員企業の景況について

(1) DI値の推移

DI値の推移をみると、売上・利益ともに前期・昨期と比較すると改善傾向にある。前期比では、売上のDIは2017年2期で6.8ポイントであった数値が、今期では9.9ポイント(+3.1)となっている。また、利益のDIは、2017年2期で5.6ポイントあったものが、今期では7.0ポイント(+1.4)となっている。

前年同期比では、2016年3期と比較すると、売上(2.5→15.5、+13.0ポイント)・利益(2.8→8.4、+5.6ポイント)と大幅な改善傾向がみられるが、2017年2期のそれと比較するとそれぞれ+0.5、-2.9と売上・利益では異なる傾向がみえる。

個別業種のDI値について検討すると、売上については2015年4期ぶりに全ての業種が0ポイント以上の値を示した。ただ、前期比でサービス業・建築業・流通業、前年同期比では建築

業・通信情報業がそれぞれ悪化ないしはマイナスへと転落している。特に今期は製造業・通信情報業が改善傾向にあり、業種ごとの差が明確になっている。同様に利益のDI値を検討すると、売上と同様に2015年4期以来に全ての業種で0以上の値を示した。前期比ではサービス業・建築業・運輸業・流通業が悪化している以外は、全ての業種で大きく改善傾向にある。しかし、前年同月期比では運輸業・建築業・情報通信業が大きく悪化している。サービス業・製造業・流通業は改善傾向にあるが、業種ごと期ごとにバラツキが大きい。

景況感のDIは、2015年1期以来9期ぶりにプラスの値となった。しかし、業種ごとに明暗が分かれている。個別にみると運輸業・建築業・流通業はマイナスの数値を示しているが、それ以外の業種は改善傾向にある。景況感先行きDIについても、2015年2期以来8期ぶりにプラスとなった。全ての業種が0以上の値となり、多くの業種で改善傾向にあるが、建築業のみ悪化している。

これらのことから、会員企業においては前期・前年同期と比較すると売上・利益とも改善傾向にはあることがわかる。しかしながら、業種ごと、期ごとにバラツキがあり、全ての業種で改善傾向を実感できているわけではないことに注意が必要であろう。

(2) 売上・利益動向

売上動向についてみると、前期比で「横ばい(46.7%)」と回答する会員企業が多数を占める。今期では「増加(31.6%)」と回答する会員企業が、「減少(21.7%)」と回答する会員企業を9.9ポイント上回っている。前年同月期と比較すると、「横ばい(43.5%)」が最多となるが、2016年3期は「増加」が「減少」を8.1ポイント上回っていたが、今期では15.5ポイントと拡大している。同様に利益動向について検討すると、前期比・前年同月期比とも「横ばい(47.1%、45.1%)」を最多とし、「増加(29.9%、31.7%)」がそれに次ぐ。しかしながら、「増加」と「減少」の差は前期比で7.0ポイント、前年同期比で8.5ポイントとなる。両数値とも昨年と比較した場合、ポイント差は拡大する傾向にあり、経営環境は改善傾向にあるといえる。

個別業種の売上動向については、前期比で全ての業種で「増加」が「減少」を上回る。前年同月期比では、通信情報業のみが「減少」と回答する企業が「増加」よりも多い。個別業種の利益動向においても、前期比でみた場合には全ての業種で「増加」が「減少」を上回る。前年同月期比では運輸業・建築業と通信情報業が「減少」と回答する企業が「増加」と回答する企業を上回っている。

売上が増加した企業においては、「営業力の強化・拡大(25.2%)」、「新規販路・新分野の開拓(15.3%)」、「人材育成・採用の強化(12.5%)」、そして「技術力・サービスの強化(10.7%)」の4要因を主な増加要因としている。これらとともに、今期では、「国内需要の拡大(6.3%)」がみられる。個別のコメントでは「既存のお客様からの受注業務を、誠実に仕上げて納品することを地道に行っている(サービス業・32)」、「3年前に入社した新卒者が成長し、責任者として活躍することができるようになった(サービス業・41)」、「独自開発の独自金型で加工する製品の受注が増加した—新しい領域に取り組めた(製造業・90)」、「地道な人脈拡大が業務につながっている(土業・145)」、「広告宣伝活動がうまくいった(サービス業・159)」など会員企業の創意・努力や取り組みがあったことに加え、一部の会員で「特需があった(サービス業・34)」、「何もしていないにもかかわらず受注量が増えた(製造業・111)」や「わからない。従来の得意先からの注文が増えている(製造業・121)」など全体として市況の活発化が業績好転に作用していることをうかがわせる記述がみられる。ただし、「特需がとれるのは日々の地道な努力の成果である(サービス業・34)」や「外国人雇用のニーズが大きくなった。これに対応できるだけの人員がそろっていた(土業・140)」

など、単純な景気回復や市場の拡大傾向ではなく、日常的な改善・顧客対応の賜という考え方は依然として強い。

一方、売上が減少したと回答した会員の減少に繋がった要因についてみていくと、「国内需要の減少(33.5%)」、「販売・受注価格の減少(21.6%)」、「他社との競合状態の悪化(19.1%)」を挙げる会員企業が多い。今期は上記に加えて「季節的要因(11.3%)」を挙げる会員が一定数みられる。このうち運輸・製造・流通の3業種で国内需要の減少、建築・通信情報の2業種で販売・受注価格の減少を回答している会員が多くを占める。また、運輸業では季節的要因を挙げる会員もみられる。個別のコメントを確認すると、従来と同様に取引先の業務縮小によって国内の需要が減少していること、競合他社との競争の激化、他業種の景況悪化の波及を指摘する声がみられる。今期の特徴としては、「社員が減った(サービス業・6)」、「事業を縮小したため(サービス業・21)」、「業界全体の売上減少(サービス業・3)」など、サービス業で事業縮小が顕在化する傾向がみられる。一方で、「人材不足により強気での受注がしにくい(建築業・26)」、「日々の生産活動に忙しく、営業に出られない(製造業・40)」、「生産能力不足(製造業・58)」など、人手不足に由来する経営悪化が起きている。従来ではみられなかった傾向であり、憂慮すべき状態であるといえる。

会員企業の努力により経営状況は改善傾向にあると考えられる一方で、中長期的状況においては人手不足や他業種・取引先の移転・縮小が波及する形で、自社の業務を縮小する会員がみられる。中小企業の景況感は拡大へと転じつつあるが、業種・企業によってバラツキが大きく、恩恵に浴している会員は一部であるといえる。恩恵を得ている会員も努力を通じて得ているものであって、待っているだけで恩恵を受けることは難しいといえよう。

(3) 投資計画・経営上の問題点・対応策

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

経営上の問題点としては「従業員の確保(16.0%)」、「社員教育(14.7%)」、「幹部社員の不足(8.9%)」、「人件費負担(8.3%)」、そして「民間需要の停滞(8.1%)」5項目を回答する企業が多かった。これらへの対応策については、「営業力の拡大(20.5%)」、「社員能力のアップ(13.8%)」、「人材採用(12.0%)」、「新規販路・分野開拓(8.1%)」、そして「技術力の強化(7.5%)」を5項目挙げる企業がみられる。2016年3期と比較すると、好調なパフォーマンスを維持している会員企業では、人材採用や採用した人材の教育・指導的社員の不足、そして人件費負担が課題となっている。一方で、需要の停滞に悩む会員企業は、営業力や技術力を強化することで経営の安定化を目指している。今期ではマスコミの調査等でも指摘されるように、人員採用に際して人件費の上昇が顕在化しているといえる。人件費の負担が経営に影響を及ぼす懸念がある。

今期の特徴としては、昨年に引き続き人手不足・人材採用に関する記述がみられること、そして採用した人材をどう教育・育成するかという記述が具体的に述べられていることであろう。時期的に採用活動を実施している会員が多いためでもあろうが、人材確保に苦慮している会員が多いようである。具体的なコメントとしては、「年末にむけて人材の採用に力を入れている(サービス業・47)」、「人がとれない(サービス業・59)」、「人材確保(建築業・82)」、「次世代のための新卒者を社員として迎えること(建築業・96)」、

「売上拡大にともなって、人材育成が大切（製造業・162）」「若い人たちが増えてきたが、ベテラン社員が教育できていない（製造業・196）」などがみられる。中小企業では人材確保が難航しており、確保した人材をいかに育成して定着させるかが困難となっていることがわかる。一方で、人材確保が困難であるがゆえに、自社の業務・生産技術をいかに効率化・標準化していくのかというコメントも散見される。具体的には、「IT等の活用による業務生産性の向上（サービス業・1）」、「事業承継のための設備投資で効率化し、新規販路開拓で事業を継続させる（製造業・159）」、「生産ラインの自動化促進（製造業・179）」、「人手不足解消のための機器のオートメーション化（流通業・301）」などであり、一部では事業承継も視野に入れた対応を進めている。

3. 特別項目について

今回の調査では、特別項目として2018年新卒採用の現段階での採用見込み、新卒採用における初任給の変化、そしてパート募集における賃金設定と採用見込みについて尋ねた。

新卒採用については、回答した会員企業のうち35.7%が募集しているが、残る64.7%にあたる412社が募集していない。募集している企業に絞って検討すると、「見込み通り」と回答している企業は18.2%に過ぎず、「半数程度」が16.4%、そして「採用するのが難しい」と回答する企業は65.3%に上る。新卒採用が旺盛な業種は、建築・製造・通信情報の3業種であり、先コメントでも人手不足・人材採用に関する記載が多くみられた。ただ、新卒採用における初任給については、80.6%の232社が「同額」としている。今回の調査では18.1%の会員が「増額」と回答しているが、一般に人材に対する需要が増加した場合、採用側は給与等の募集条件を向上させて対応するとされているものの、中小企業では対応困難な様子が看取される。

パート募集については、現段階では37.3%に相当する219社で募集がされているが、62.7%の368社では募集されていない。募集している会員企業の採用状況としては、「募集通り」15.7%、「半数」10.1%、「採用が難しい」11.6%と同数程度に割れている。あわせてパート募集をする際の賃金設定について質問している。900～950円が29.4%、950～1000円が21.3%と多数を占め、会員企業では900～1000円程度を目安に賃金が設定されている。

これらから、新卒採用と並んで、パート労働力の採用も難航していることがわかる。労働力の採用については、先にも述べたとおり、需要が集中した場合には労働条件を高く設定して募集することが一般的であるとされる。しかし、中小企業の経営体力では対応可能な範囲は限られており、府下の最低賃金である909円に近い額が設定されている様子がみられる。大手企業の経営体力では、より高く賃金を設定することが可能であり、競合した場合にはどうしても高額な職が選好されてしまう。中小企業の人材募集にあつては、賃金以外に勤務時間・勤務体系などの労働条件で求職者に選好されるような工夫が必要とされよう。

(文責：和歌山大学経済学部准教授 藤田和史)

【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7月～9月期を元にご回答下さい)

(1) 売上・利益の動向について、該当する項目に○印をつけてください

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

(2) 売上の増加と減少の原因について

①前年同期比が「増加」と回答した企業は、以下の要因の内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

今回の特別項目は、経営課題に大きくクローズアップされてきた「人材確保」としました。

【1】現段階における新卒(大学・高校)の採用の見込みについて該当する項目をお選び下さい。

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

【2】新卒採用募集における初任給の変化をお選び下さい(昨年度比)

1. 増額 2. 同額 3. 減額

【3】パートを募集される際の賃金設定について該当する項目をお選び下さい。

1. 900円～950円未満 2. 950円～1000円未満
3. 1000円～1100円未満 4. 1100円以上 5. 募集をしていない

【4】パートの採用状況について該当する項目をお選び下さい。

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

大阪同友会定点景況調査集計2017年7月～9月期

期間:2017年8月21日～9月21日

672名回答

(サービス業:145名 運輸業:17名 建築業:57名 製造業:213名 専門サービス業:88名
通信情報業:17名 流通業:91名 その他:16名 空白:27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	2期	3期
サービス業	17.7	15.3	11.9
運輸業	12.5	31.3	35.3
建築業	7.8	14.0	7.0
製造業	-0.5	-4.5	5.7
専門サービス業	32.4	13.2	35.6
通信情報業	53.3	-15.4	5.9
流通業	13.3	9.3	0.0
統計	12.9	6.8	9.9

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	2期	3期
サービス業	15.9	16.8	20.9
運輸業	42.9	53.3	43.8
建築業	6.4	22.2	2.1
製造業	4.7	8.2	13.9
専門サービス業	40.9	31.8	30.8
通信情報業	33.3	7.7	-12.5
流通業	19.0	-1.1	15.1
統計	15.6	15.0	15.5

(2)利益に関して
DI値推移
前期比

2013年

	1期	2期	3期	4期
サービス業	1.0	23.8	2.3	22.7
運輸業	0.0	75.0	-25.0	23.5
建築業	-3.0	3.8	10.9	2.9
製造業	-20.8	-7.1	-4.1	10.6
専門サービス業	10.3	15.9	22.0	11.9
通信情報業	-20.0	40.0	8.3	0.0
流通業	-16.7	9.8	-6.3	14.0
統計	-10.2	8.7	2.7	14.3

2014年

	1期	2期	3期	4期
サービス業	5.7	-5.0	-0.9	0.8
運輸業	18.2	0.0	-16.7	21.4
建築業	13.2	-16.2	16.3	23.9
製造業	-1.1	-3.7	8.6	0.0
専門サービス業	19.0	27.6	20.6	21.8
通信情報業	63.6	-24.6	15.4	-23.5
流通業	19.3	-24.6	1.7	6.0
統計	8.2	-5.9	6.3	6.5

2015年

	1期	2期	3期	4期
サービス業	14.3	22.1	11.0	8.6
運輸業	7.7	-5.6	7.1	45.0
建築業	4.8	0.0	-1.9	11.1
製造業	-9.1	-16.6	-6.1	5.7
専門サービス業	30.2	8.2	25.0	11.4
通信情報業	50.0	0.0	8.3	14.3
流通業	-14.8	21.4	4.7	17.9
統計	3.5	3.3	4.5	10.7

2016年

	1期	2期	3期	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	2期	3期
サービス業	15.9	9.3	2.9
運輸業	-6.3	18.8	5.9
建築業	9.8	12.0	1.8
製造業	4.1	-4.0	4.8
専門サービス業	32.9	14.9	30.7
通信情報業	46.7	-7.7	0.0
流通業	7.1	11.2	4.4
統計	13.0	5.6	7.0

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

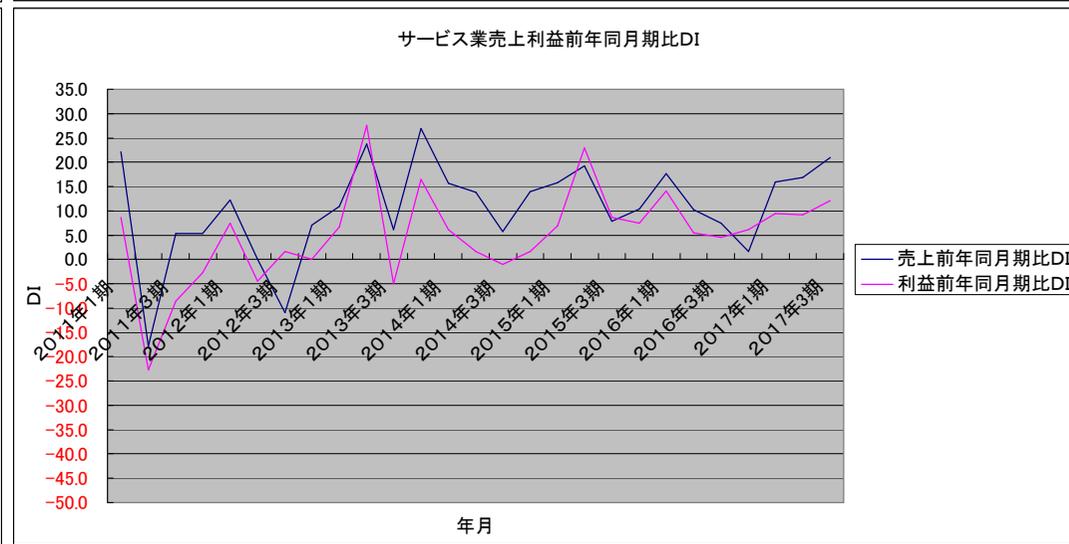
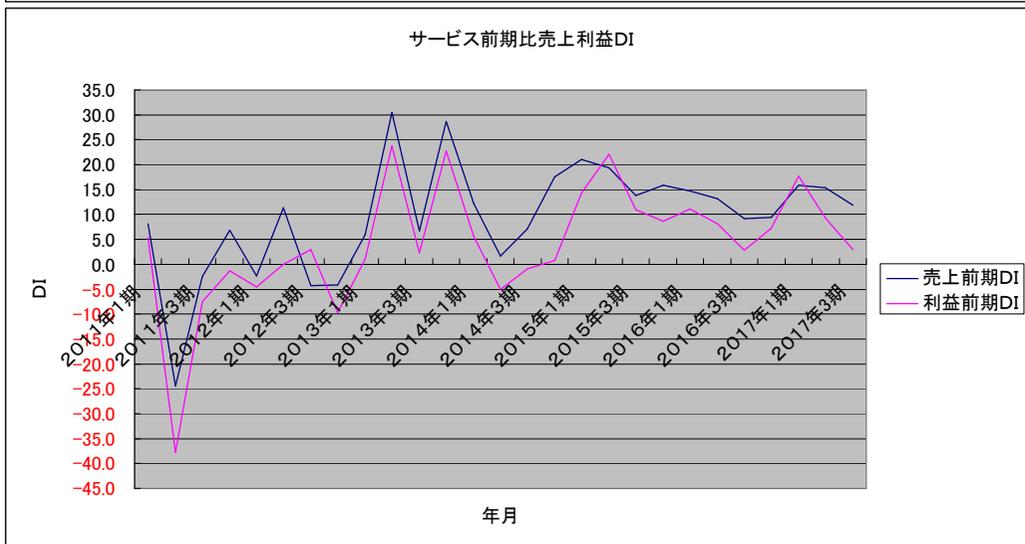
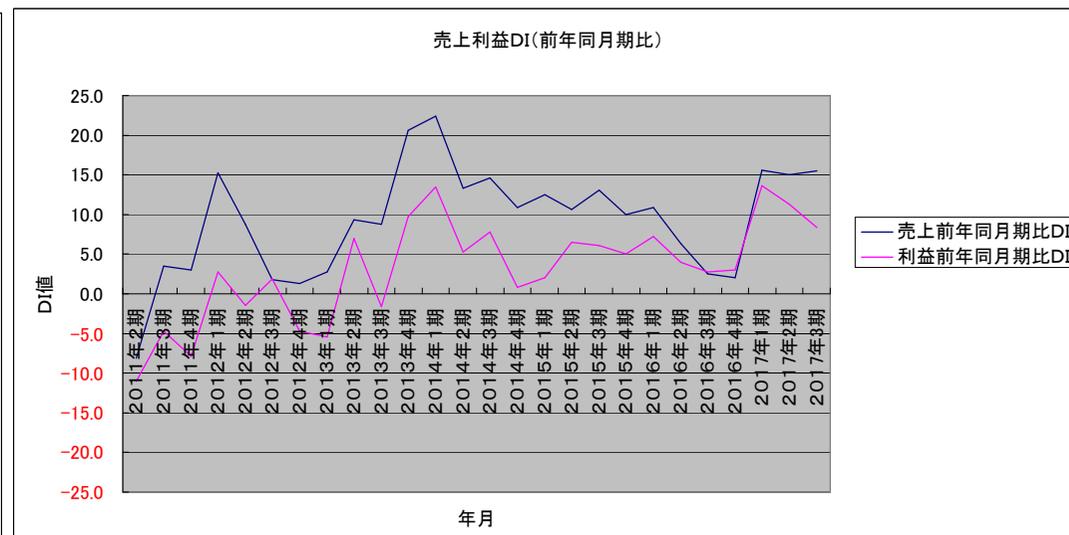
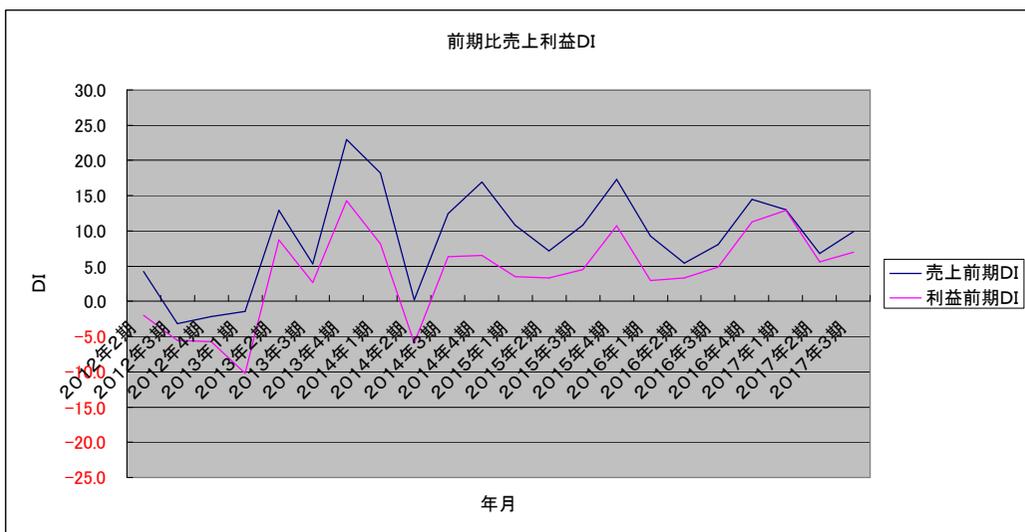
	1期	2期	3期	4期
サービス業	6.9	22.9	8.6	7.5
運輸業	16.7	7.1	7.7	36.8
建築業	5.0	-2.4	2.1	3.2
製造業	-11.8	-18.0	-4.8	-8.7
専門サービス業	31.7	20.9	35.1	27.3
通信情報業	37.5	0.0	8.3	-7.7
流通業	-15.3	24.2	5.0	3.3
統計	2.0	6.5	6.1	5.0

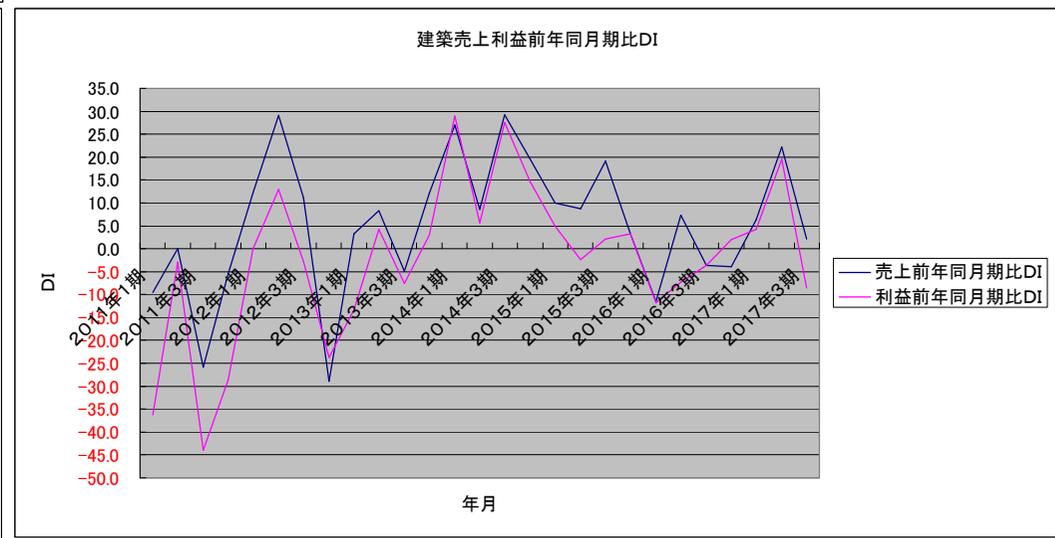
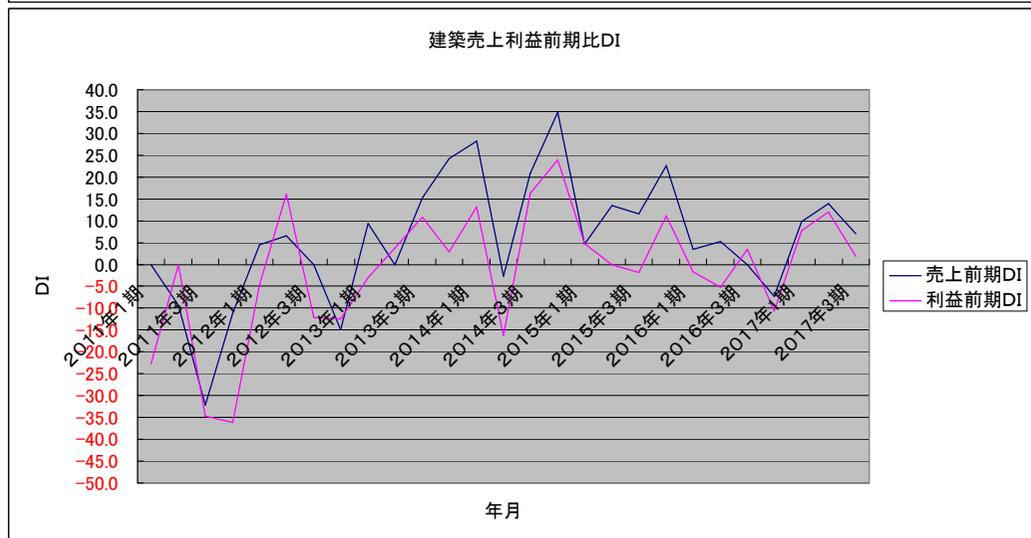
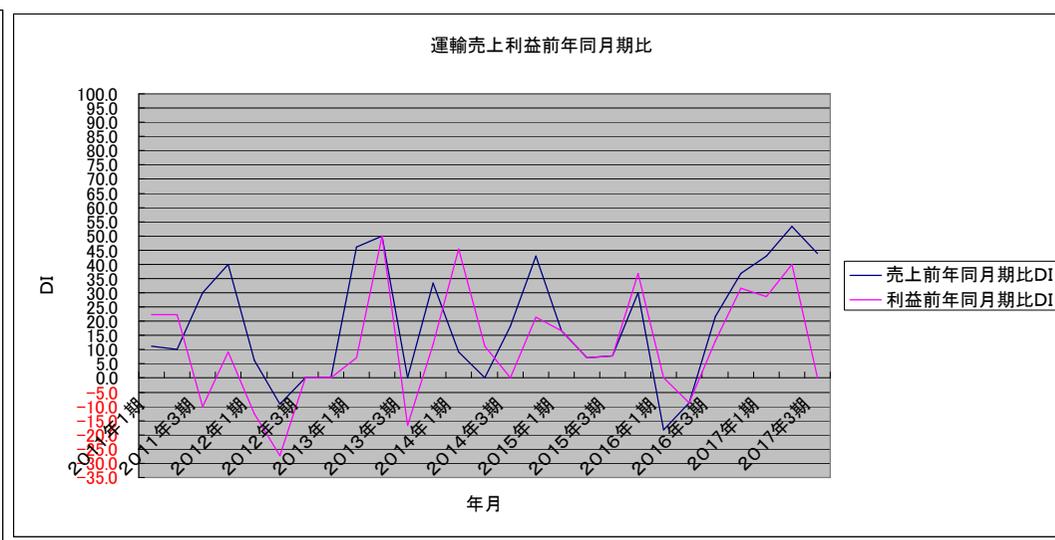
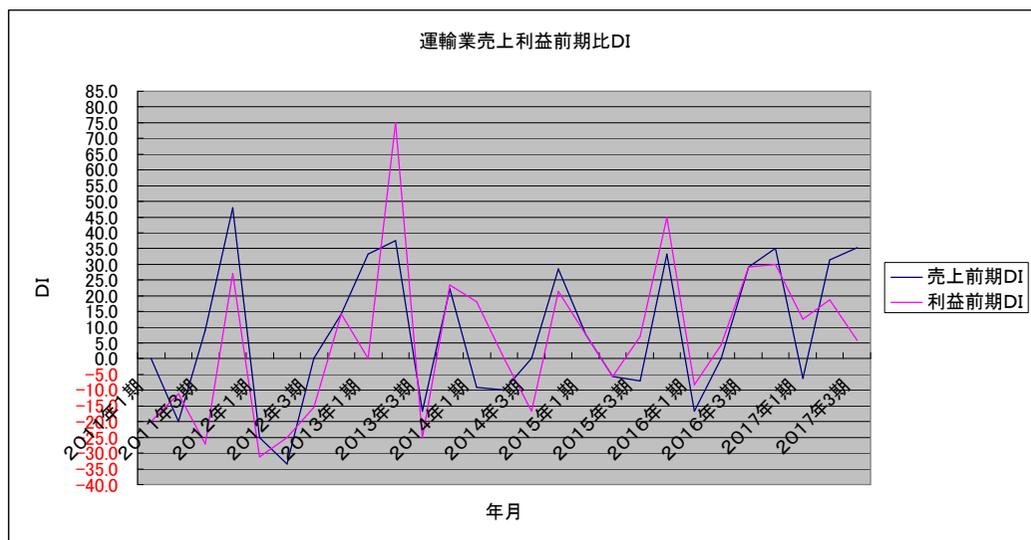
2016年

	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

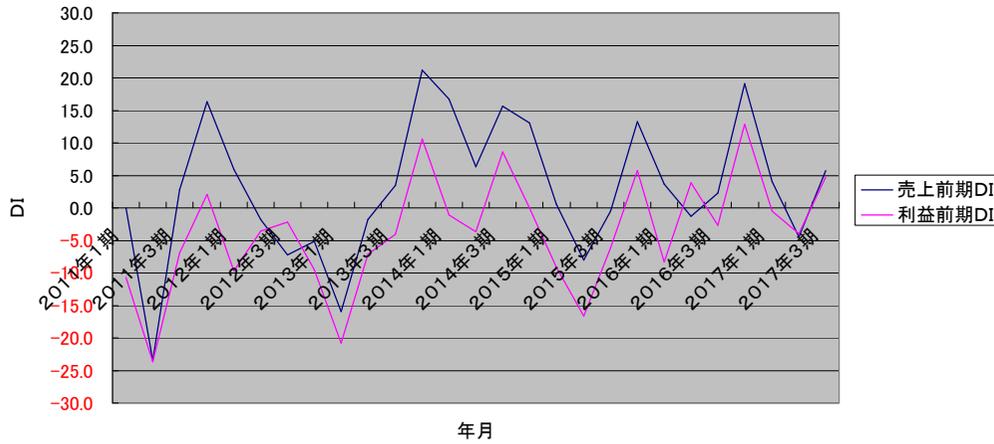
2017年

	1期	2期	3期
サービス業	9.5	9.2	12.1
運輸業	28.6	40.0	0.0
建築業	4.3	19.6	-8.5
製造業	10.6	3.7	6.5
専門サービス業	35.4	28.7	32.1
通信情報業	21.4	15.4	-25.0
流通業	14.5	3.2	6.7
統計	13.6	11.3	8.4

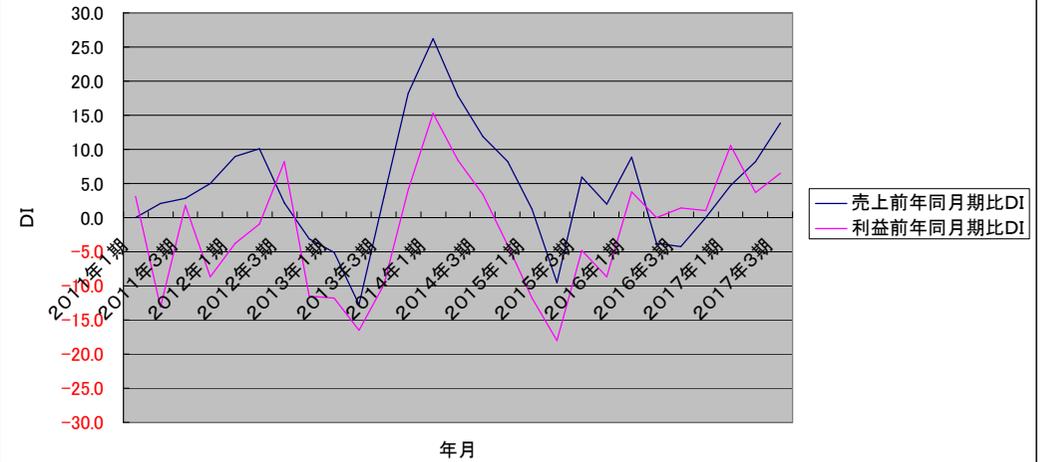




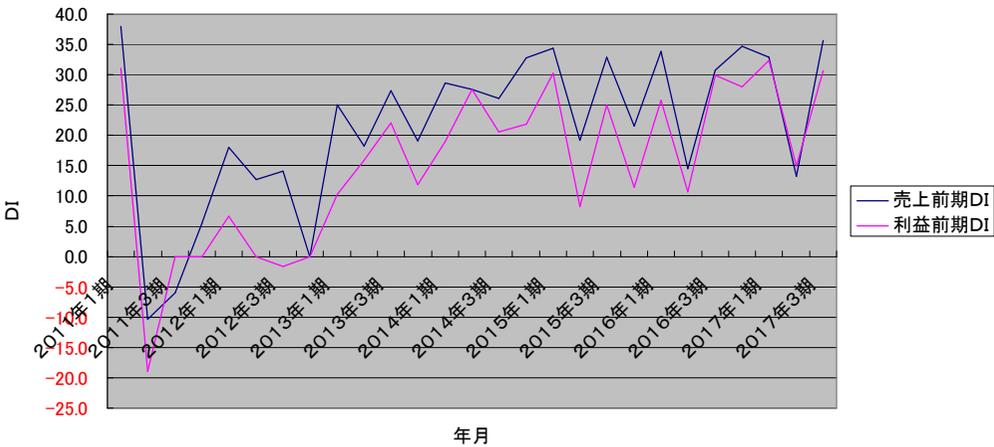
製造売上利益前期比DI



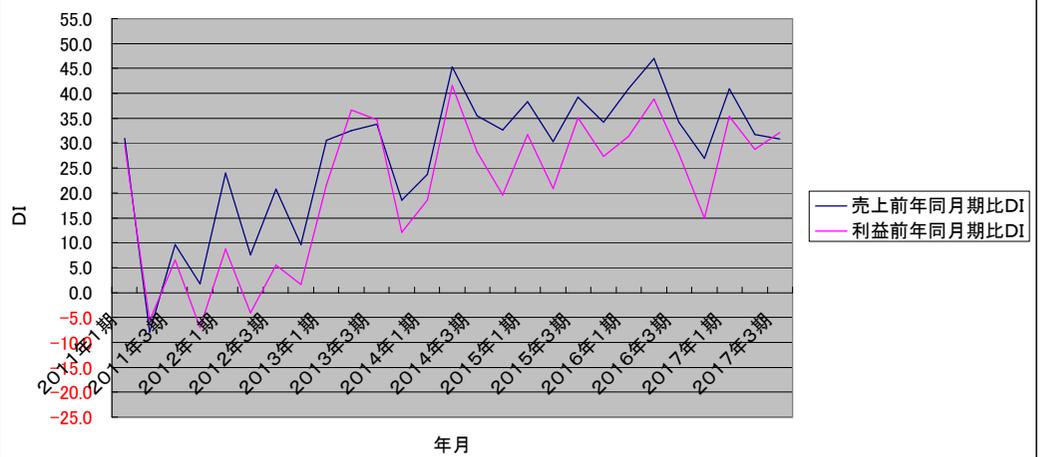
製造業売上利益前年同月期比DI

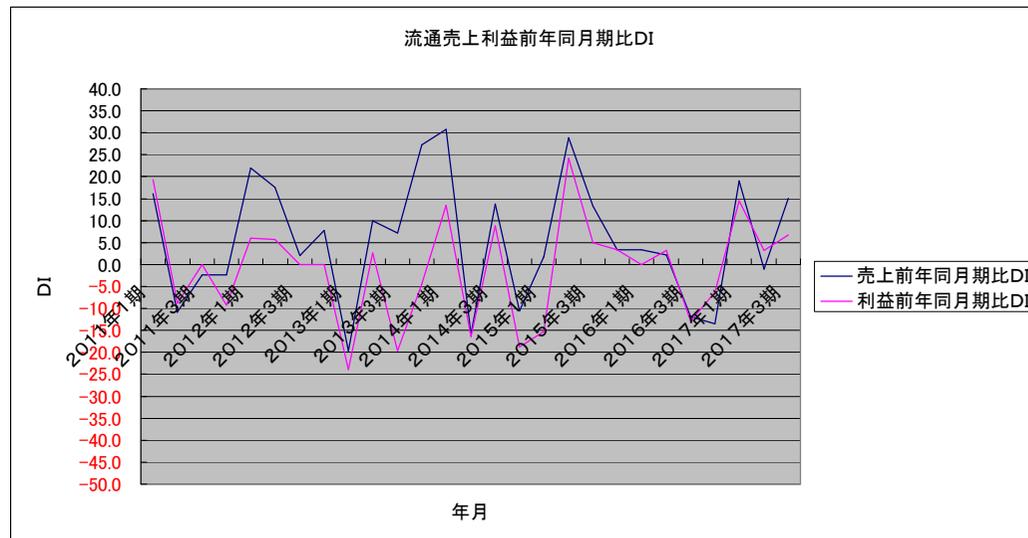
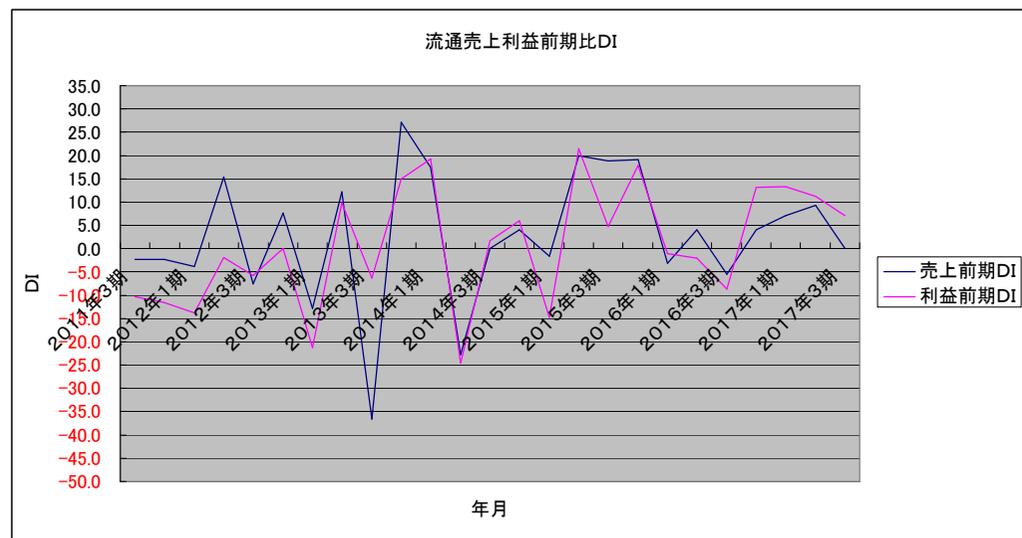
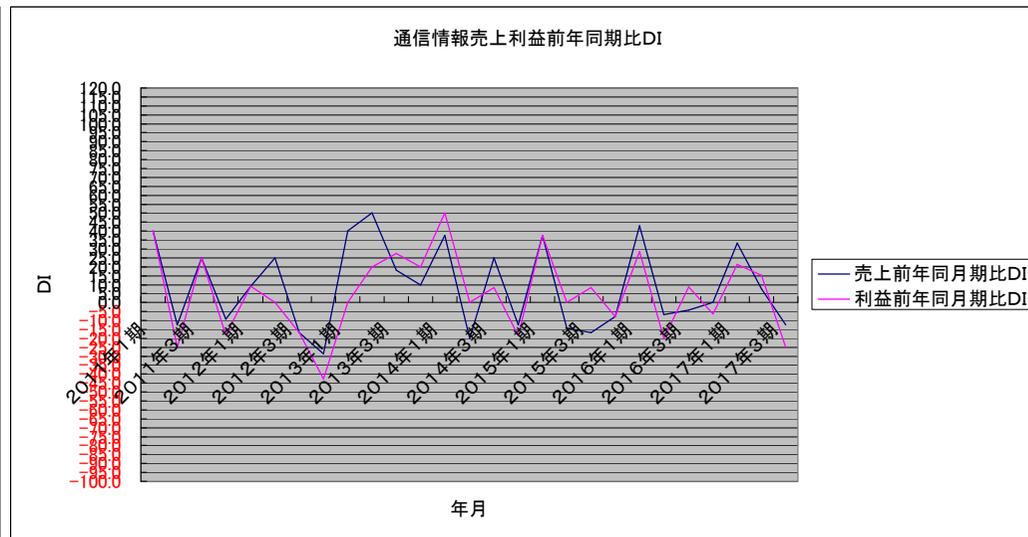
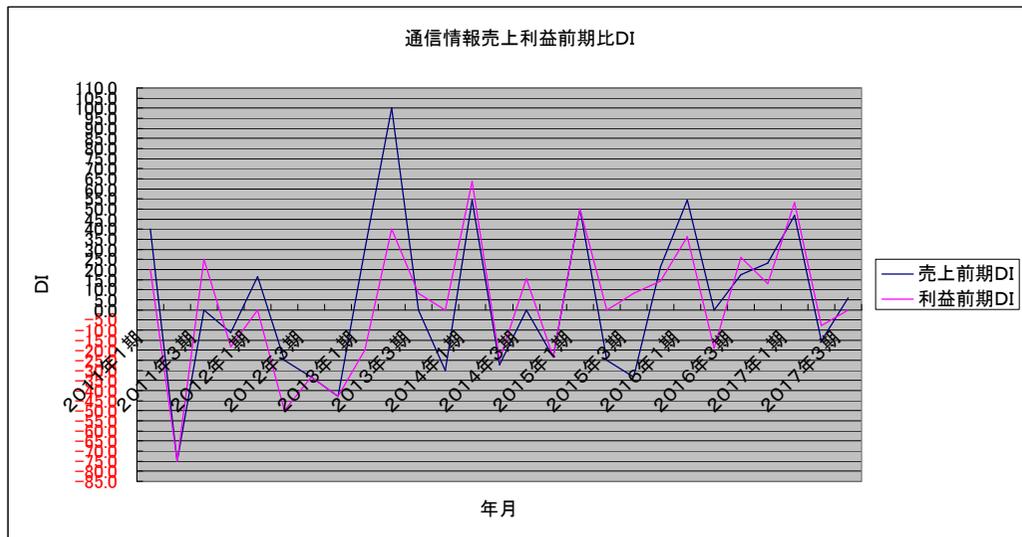


専門サービス売上利益前期比DI



専門サービス売上利益前年同月期比DI





景況感DI推移

	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	2017年2期	2017年3期
サービス業	8.8	-3.4	-6.6	-8.5	-14.8	-19.9	-9.2	-8.6	-1.5	-2.7	1.4
運輸業	-15.4	-22.2	-35.7	0.0	-8.3	-30.4	-13.0	5.0	6.3	-6.7	-18.8
建築業	11.6	9.8	-13.5	0.0	-6.8	-15.3	-10.3	-8.9	0.0	4.0	-5.4
製造業	-5.1	-10.6	-14.5	-15.4	-15.5	-27.1	-11.7	-10.3	-2.6	-0.4	5.7
専門サービス業	18.8	11.1	6.5	2.5	0.0	-12.2	-9.2	-2.7	5.9	5.4	3.5
通信情報業	37.5	-11.1	-16.7	-7.1	22.7	0.0	-4.3	-21.4	7.1	0.0	17.6
流通業	-26.7	-11.1	-22.2	-18.9	-30.1	-27.3	-31.5	-25.7	-4.5	-10.1	-5.6
統計	1.2	-5.9	-9.7	-9.6	-13.8	-21.9	-13.3	-11.3	-1.5	-1.2	1.5

景況感先行きDI推移

	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	2017年2期	2017年3期
サービス業	6.8	2.1	-8.9	-5.8	-4.2	-11.4	-7.4	-9.8	-4.1	-4.3	0.7
運輸業	-16.7	-7.1	-15.4	0.0	0.0	-17.4	-4.3	-11.1	-18.8	-6.7	0.0
建築業	-4.9	12.8	-2.0	1.6	-10.0	-10.7	-5.3	-11.1	6.0	8.5	0.0
製造業	5.3	-1.7	-6.4	-17.4	-13.8	-16.4	-10.2	-5.3	-9.0	-2.3	12.4
専門サービス業	18.0	9.2	4.3	-2.7	4.8	-13.8	-2.7	0.0	0.0	5.7	8.5
通信情報業	12.5	11.1	0.0	7.7	5.6	6.7	-14.3	-28.6	-3.6	-7.7	25.0
流通業	1.7	-4.6	-17.5	-18.5	-25.6	-26.8	-23.3	-10.6	-3.6	-4.2	2.3
統計	4.5	1.6	-5.4	-8.9	-10.2	-15.4	-9.2	-7.5	-4.6	-1.2	7.2

資金繰りDI推移

	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	2017年2期	2017年3期
サービス業	-6.3	-6.8	-3.0	-5.6	-9.0	-10.6	-8.1	-12.5	2.4	-12.7	-9.9
運輸業	7.7	-11.8	-7.1	-4.8	17.4	0.0	20.8	10.0	6.3	18.8	17.6
建築業	-9.5	-8.0	-21.2	-17.5	-11.9	-5.1	0.0	-7.1	3.9	-2.0	5.4
製造業	0.0	-4.3	-5.7	-7.5	0.0	-5.7	-1.3	0.5	-0.5	2.7	6.6
専門サービス業	1.6	-2.8	4.1	-2.6	-3.1	11.8	-2.6	-1.3	11.6	8.9	0.0
通信情報業	0.0	-22.2	8.3	0.0	0.0	-6.3	-13.0	7.1	-13.3	-15.4	-11.8
流通業	-6.7	-12.5	-9.4	-9.4	-5.4	-13.3	-8.7	-9.9	6.7	5.1	7.8
統計	-2.2	-6.4	-4.5	-7.0	-3.4	-6.0	-4.5	-5.4	1.7	0.3	0.8

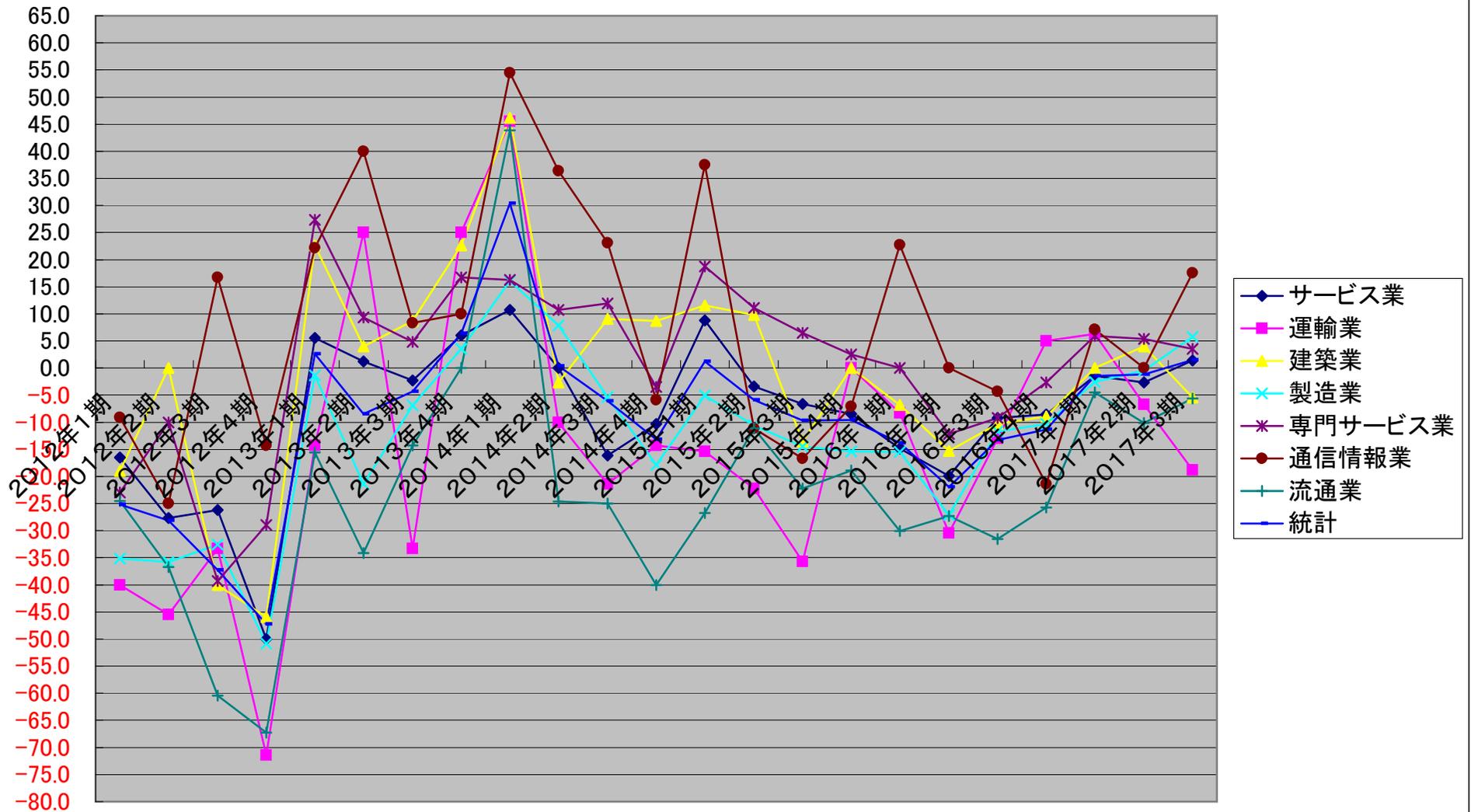
設備投資DI推移

	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	2017年2期	2017年3期
サービス業	-33.0	-31.4	-28.9	-38.0	-26.3	-24.8	-43.8	-42.3	-35.7	-53.0	-48.2
運輸業	9.1	-21.4	27.3	0.0	26.3	23.8	50.0	-11.1	0.0	6.3	25.0
建築業	-31.6	-37.8	-34.0	-53.6	-17.6	-32.7	-43.1	-47.1	-39.6	-14.9	-31.5
製造業	7.1	-5.8	1.1	1.0	2.0	-0.5	-15.5	-14.9	-7.9	-5.0	-4.5
専門サービス業	-45.8	-41.4	-52.9	-36.8	-35.0	-41.1	-62.5	-60.0	-46.2	-64.0	-53.8
通信情報業	20.0	-28.6	-70.0	-64.3	-25.0	-31.3	-52.2	-69.2	-60.0	-69.2	-68.8
流通業	-37.5	-19.4	-15.0	-33.3	-3.7	-12.0	-37.5	-30.9	-2.4	-28.4	-28.0
統計	-17.1	-24.1	-19.7	-23.4	-12.0	-15.3	-33.2	-33.2	-22.7	-29.6	-27.9

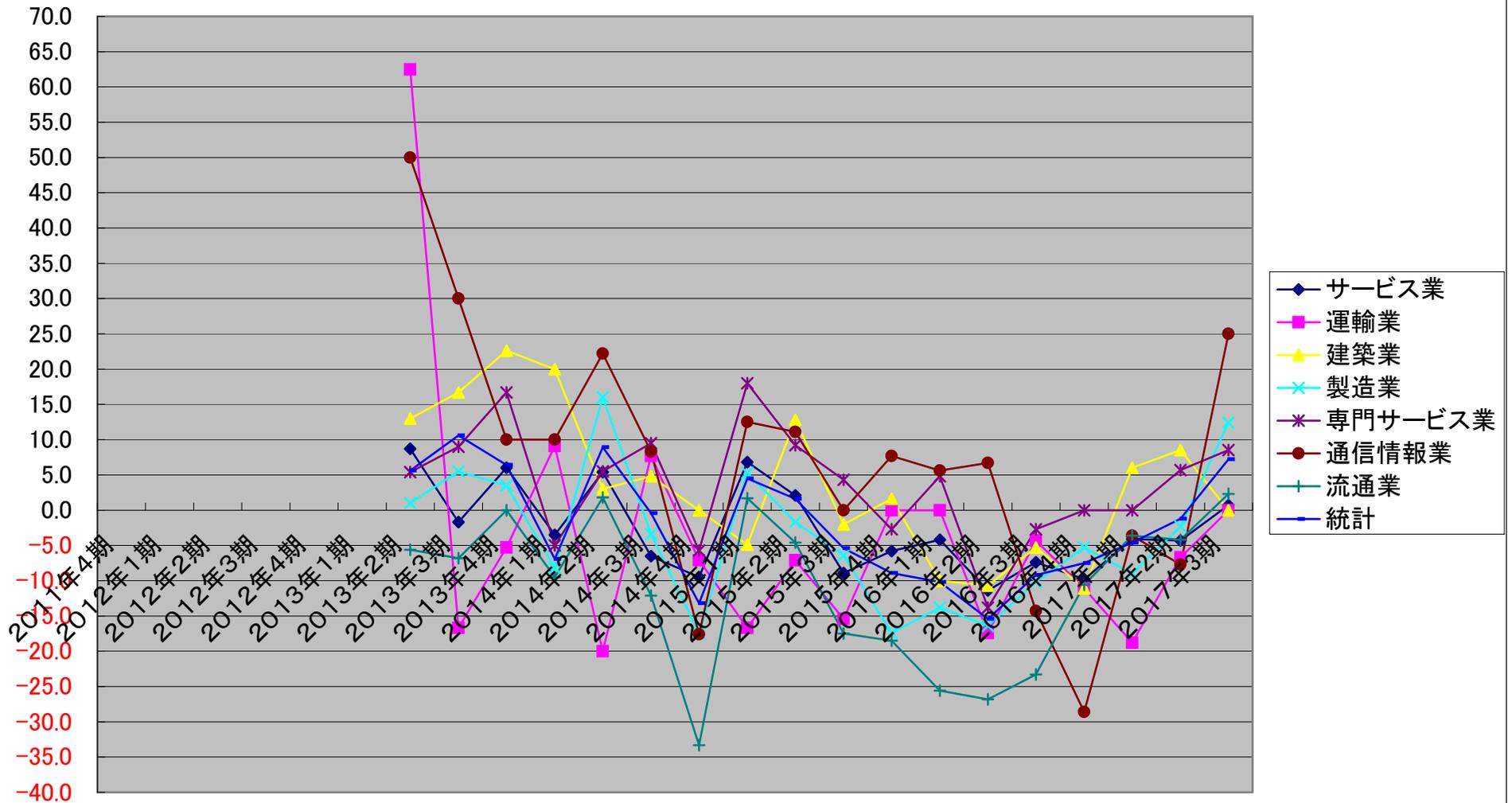
採算状況DI

	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	2017年2期	2017年3期
サービス業	33.9	32.0	25.0	32.4	20.4	22.6	22.5	20.3	36.2	21.5	24.5
運輸業	50.0	35.3	0.0	57.1	29.2	30.4	62.5	50.0	43.8	56.3	50.0
建築業	46.3	34.0	26.0	28.6	13.6	18.6	12.1	21.4	37.3	35.3	28.6
製造業	16.7	12.3	10.4	22.7	24.4	27.9	27.1	32.2	42.9	33.9	38.6
専門サービス業	55.6	37.8	53.2	43.8	47.1	57.3	48.7	46.7	53.6	42.9	49.4
通信情報業	62.5	25.0	25.0	57.1	54.5	-12.5	4.3	57.1	60.0	23.1	11.8
流通業	35.0	38.0	34.4	35.8	28.4	31.0	22.2	28.0	42.0	39.6	35.2
統計	32.7	27.4	25.1	32.1	26.9	-14-	28.8	26.6	31.1	42.4	34.3

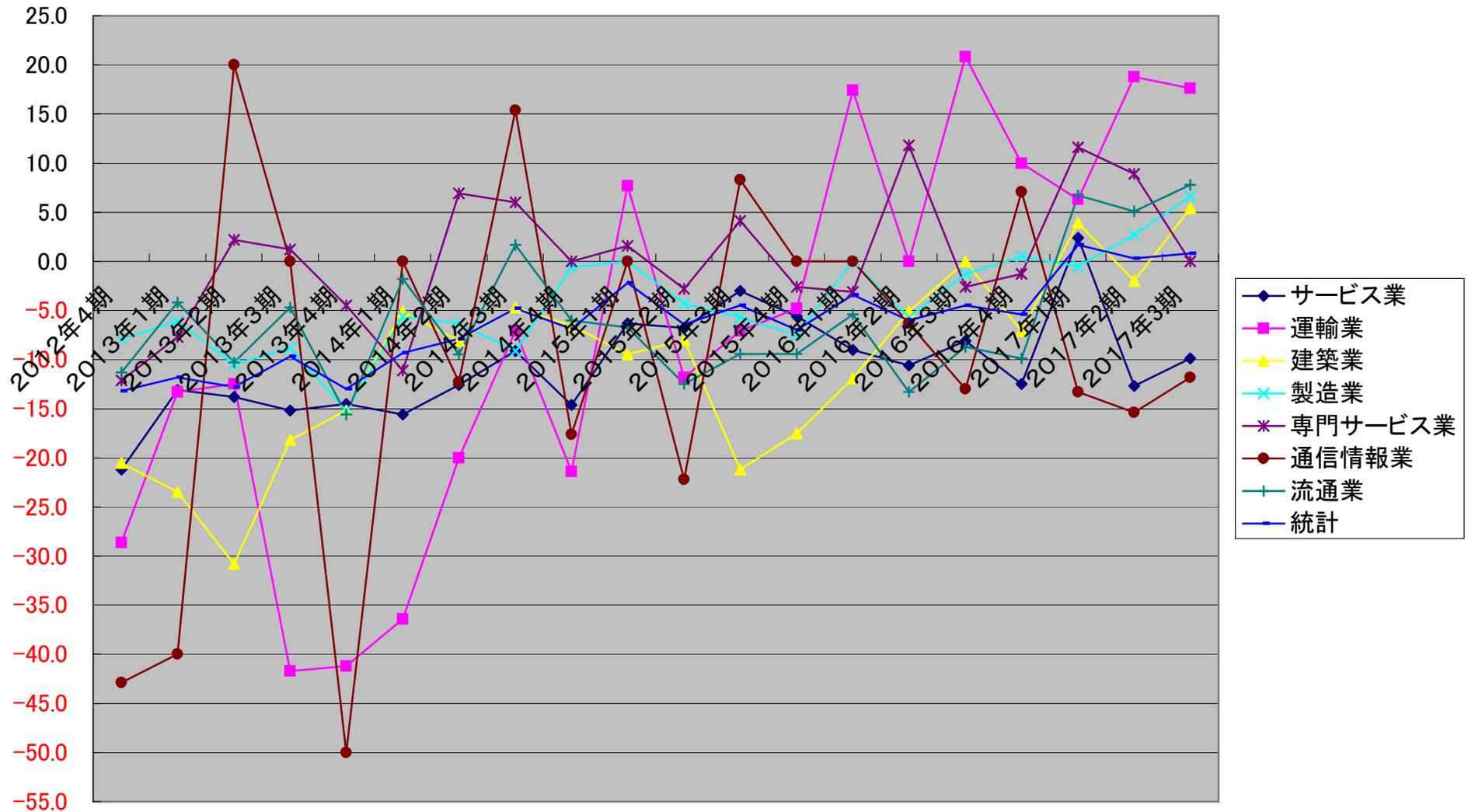
景況感DI



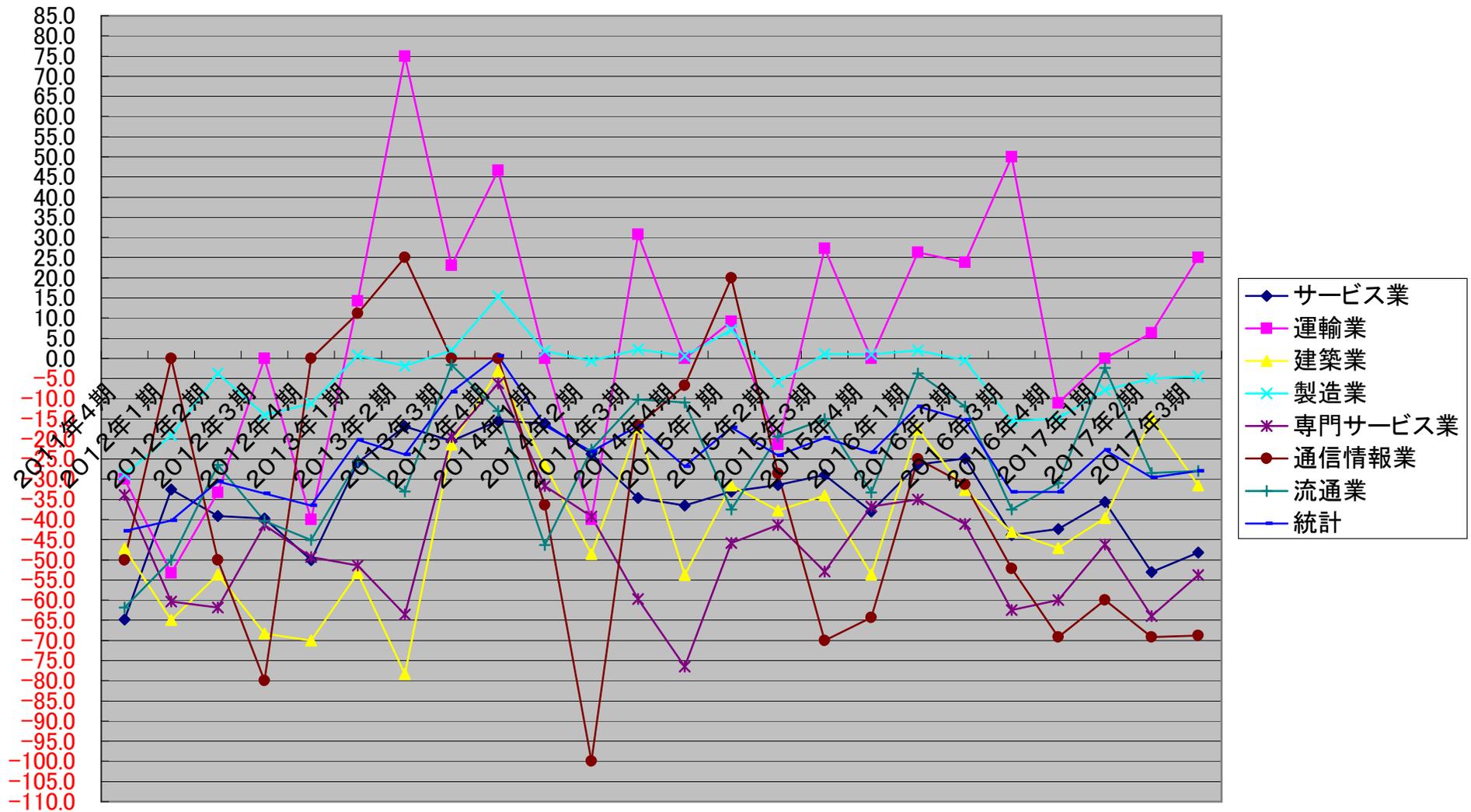
先行きの景況感DI推移



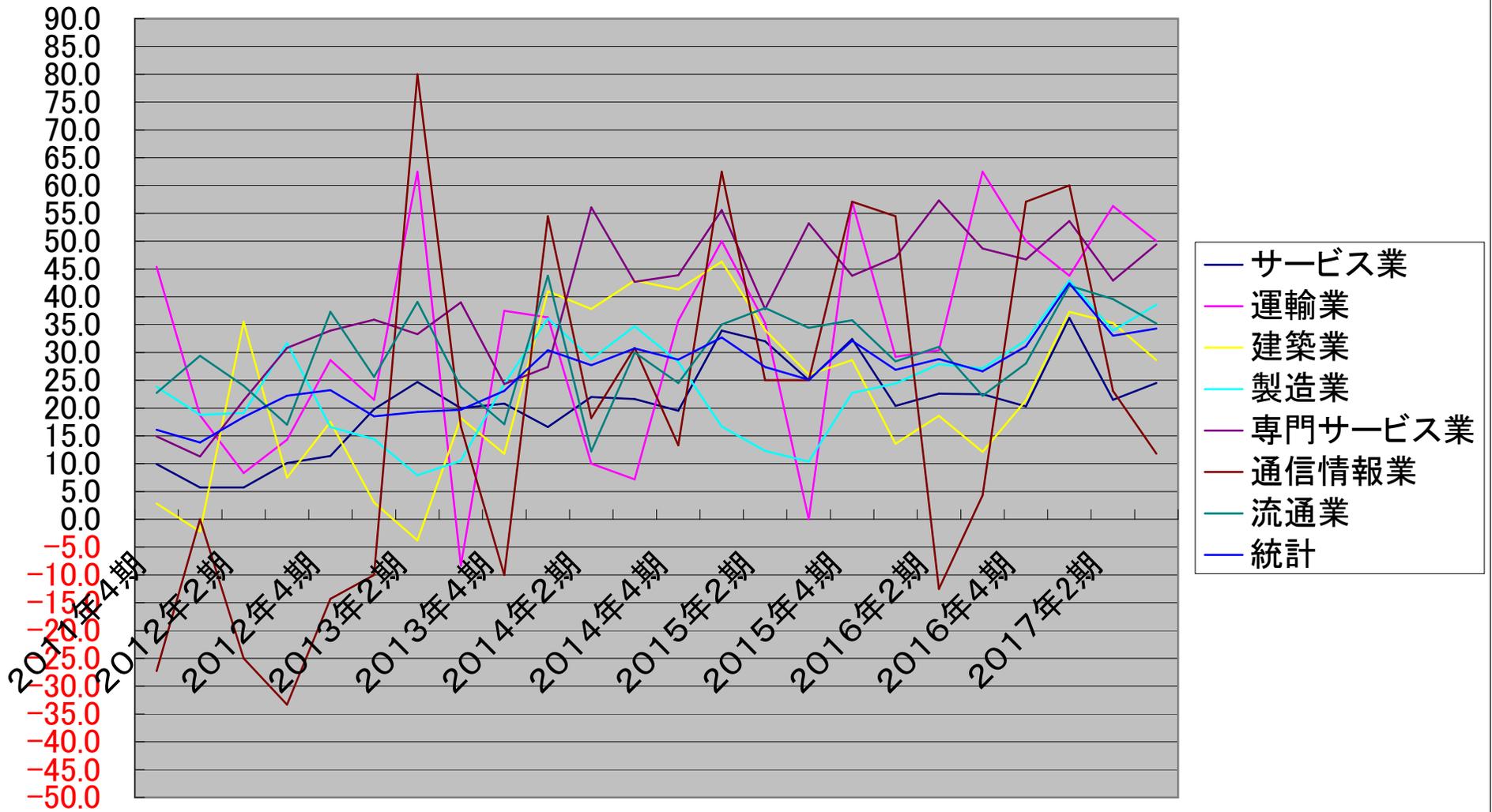
資金繰りDI



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	44	30.8%	72	50.3%	27	18.9%	143
運輸業	8	47.1%	7	41.2%	2	11.8%	17
建築業	17	29.8%	27	47.4%	13	22.8%	57
製造業	64	30.5%	94	44.8%	52	24.8%	210
専門サービス業 (土業の方)	42	48.3%	34	39.1%	11	12.6%	87
通信情報業	3	17.6%	12	70.6%	2	11.8%	17
流通業	24	26.7%	42	46.7%	24	26.7%	90
その他	3	20.0%	8	53.3%	4	26.7%	15
(空白)	3	13.0%	12	52.2%	8	34.8%	23
総計	208	31.6%	308	46.7%	143	21.7%	659

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	52	38.8%	58	43.3%	24	17.9%	134
運輸業	8	50.0%	7	43.8%	1	6.3%	16
建築業	12	25.5%	24	51.1%	11	23.4%	47
製造業	74	36.8%	81	40.3%	46	22.9%	201
専門サービス業 (土業の方)	37	47.4%	28	35.9%	13	16.7%	78
通信情報業	1	6.3%	12	75.0%	3	18.8%	16
流通業	20	37.7%	21	39.6%	12	22.6%	53
その他	12	24.0%	29	58.0%	9	18.0%	50
(空白)	7	28.0%	10	40.0%	8	32.0%	25
総計	223	36.0%	270	43.5%	127	20.5%	620

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	37	26.4%	70	50.0%	33	23.6%	140
運輸業	5	29.4%	8	47.1%	4	23.5%	17
建築業	14	24.6%	30	52.6%	13	22.8%	57
製造業	62	29.5%	96	45.7%	52	24.8%	210
専門サービス業 (土業の方)	37	42.0%	41	46.6%	10	11.4%	88
通信情報業	4	23.5%	9	52.9%	4	23.5%	17
流通業	28	31.1%	38	42.2%	24	26.7%	90
その他	4	28.6%	7	50.0%	3	21.4%	14
(空白)	6	24.0%	11	44.0%	8	32.0%	25
総計	197	29.9%	310	47.1%	151	22.9%	658

利益前年同期

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	42	31.8%	64	48.5%	26	19.7%	132
運輸業	3	18.8%	10	62.5%	3	18.8%	16
建築業	9	19.1%	25	53.2%	13	27.7%	47
製造業	65	32.3%	84	41.8%	52	25.9%	201
専門サービス業 (土業の方)	37	47.4%	29	37.2%	12	15.4%	78
通信情報業	2	12.5%	8	50.0%	6	37.5%	16
流通業	27	30.3%	41	46.1%	21	23.6%	89
その他	5	41.7%	6	50.0%	1	8.3%	12
(空白)	5	20.0%	11	44.0%	9	36.0%	25
総計	195	31.7%	278	45.1%	143	23.2%	616

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	56	40.3%	61	43.9%	22	15.8%	139
運輸業	10	62.5%	4	25.0%	2	12.5%	16
建築業	22	39.3%	28	50.0%	6	10.7%	56
製造業	108	51.4%	75	35.7%	27	12.9%	210
専門サービス業 (土業の方)	53	60.9%	24	27.6%	10	11.5%	87
通信情報業	6	35.3%	7	41.2%	4	23.5%	17
流通業	45	51.1%	29	33.0%	14	15.9%	88
その他	8	50.0%	6	37.5%	2	12.5%	16
(空白)	11	44.0%	6	24.0%	8	32.0%	25
総計	319	48.8%	240	36.7%	95	14.5%	654

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	20	14.1%	104	73.2%	18	12.7%	142
運輸業	0	0.0%	13	81.3%	3	18.8%	16
建築業	6	10.7%	41	73.2%	9	16.1%	56
製造業	46	22.0%	129	61.7%	34	16.3%	209
専門サービス業 (土業の方)	11	12.8%	67	77.9%	8	9.3%	86
通信情報業	3	17.6%	14	82.4%	0	0.0%	17
流通業	15	16.7%	55	61.1%	20	22.2%	90
その他	3	18.8%	12	75.0%	1	6.3%	16
(空白)	4	16.0%	16	64.0%	5	20.0%	25
総計	108	16.4%	451	68.6%	98	14.9%	657

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	20	14.8%	96	71.1%	19	14.1%	135
運輸業	3	17.6%	11	64.7%	3	17.6%	17
建築業	9	17.0%	35	66.0%	9	17.0%	53
製造業	51	24.4%	133	63.6%	25	12.0%	209
専門サービス業 (土業の方)	14	17.1%	61	74.4%	7	8.5%	82
通信情報業	4	25.0%	12	75.0%	0	0.0%	16
流通業	19	22.1%	50	58.1%	17	19.8%	86
その他	5	35.7%	7	50.0%	2	14.3%	14
(空白)	6	24.0%	16	64.0%	3	12.0%	25
総計	131	20.6%	421	66.1%	85	13.3%	637

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	21	14.8%	86	60.6%	35	24.6%	142
運輸業	4	23.5%	12	70.6%	1	5.9%	17
建築業	10	17.9%	39	69.6%	7	12.5%	56
製造業	43	20.3%	140	66.0%	29	13.7%	212
専門サービス業 (土業の方)	11	12.6%	65	74.7%	11	12.6%	87
通信情報業	1	5.9%	13	76.5%	3	17.6%	17
流通業	19	21.1%	59	65.6%	12	13.3%	90
その他	2	12.5%	12	75.0%	2	12.5%	16
(空白)	2	8.0%	15	60.0%	8	32.0%	25
総計	113	17.1%	441	66.6%	108	16.3%	662

(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	36	30.8%	9	7.7%	7	6.0%	17	14.5%	6	5.1%	8	6.8%	20	17.1%	
運輸業	5	29.4%	1	5.9%	3	17.6%	1	5.9%	0	0.0%	0	0.0%	6	35.3%	
建築業	12	30.8%	8	20.5%	2	5.1%	3	7.7%	3	7.7%	3	7.7%	7	17.9%	
製造業	35	18.9%	19	10.3%	16	8.6%	32	17.3%	8	4.3%	14	7.6%	15	8.1%	
専門サービス業(土業の方)	25	32.1%	9	11.5%	1	1.3%	12	15.4%	5	6.4%	9	11.5%	11	14.1%	
通信情報	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%	
流通業	18	23.4%	7	9.1%	6	7.8%	14	18.2%	6	7.8%	8	10.4%	5	6.5%	
その他	2	15.4%	2	15.4%	2	15.4%	2	15.4%	1	7.7%	1	7.7%	1	7.7%	
(空白)	4	28.6%	3	21.4%	0	0.0%	2	14.3%	1	7.1%	0	0.0%	2	14.3%	
総計	137	25.2%	58	10.7%	38	7.0%	83	15.3%	30	5.5%	43	7.9%	68	12.5%	
業種	⑧	割合	⑨	割合	⑩	割合	⑪	割合	⑫	割合	⑬	割合	⑭	割合	総計
サービス業	5	4.3%	4	3.4%	3	2.6%	1	0.9%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.9%	117
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.9%	17
建築業	0	0.0%	1	2.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	39
製造業	21	11.4%	8	4.3%	2	1.1%	1	0.5%	0	0.0%	6	3.2%	8	4.3%	185
専門サービス業(土業の方)	2	2.6%	2	2.6%	1	1.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.3%	78
通信情報	0	0.0%	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3
流通業	5	6.5%	0	0.0%	3	3.9%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.3%	4	5.2%	77
その他	0	0.0%	1	7.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	7.7%	0	0.0%	13
(空白)	1	7.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	7.1%	14
総計	34	6.3%	17	3.1%	9	1.7%	2	0.4%	0	0.0%	8	1.5%	16	2.9%	543

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)

(1)1業種	(2)②売上UP要因記述
1 サービス業	中小企業融資の増加
2 サービス業	理念経営によって社員一丸となって新店舗の売上げが好調となった
3 サービス業	人員確保難に伴う、アウトソーシング依頼が増えた
4 サービス業	社内外の研修の強化
5 サービス業	既存顧客からのアップセル、クロスセル
6 サービス業	中古機売買売上上昇
7 サービス業	他社にないサービスの提供
8 サービス業	発注の増大、紹介運動の強化
9 サービス業	リピート客が増えている
10 サービス業	販売促進の強化
11 サービス業	運が良かった
12 サービス業	直葬、家族葬、ネット紹介サイトへの営業拡大
13 サービス業	管理者教育
14 サービス業	新規分野の開拓
15 サービス業	インターネット集客
16 サービス業	得意分野の伸長、スピード
17 サービス業	イベント事業は過去最高益となった。商業施設の不振の為の集客依頼が増加。保険事業は人手不足の為今後も厳しい環境。
18 サービス業	産休のスタッフがもどってきたから人を採用した。
19 サービス業	代理店合併
20 サービス業	知名度向上
21 サービス業	チームワークの向上、スタッフの固定
22 サービス業	取引先件数の増加
23 サービス業	社員が粗利について考え、行動してくれた
24 サービス業	大型物件の受注
25 サービス業	営業力強化
26 サービス業	営業力の強化、販路拡大。
27 サービス業	受注案件の質の向上
28 サービス業	社員教育の強化により賃貸仲介に加えて売買仲介の処理が単独でできるようになったために、顧客からのチャンスを確実に掴めるようになった。
29 サービス業	それまでは、同じ不動産のジャンルでも商業事業用仲介以外の仕事は受けていなかったが、受ける様にしたから。後は、事業領域の拡大です。
30 サービス業	地道な営業
31 サービス業	営業強化
32 サービス業	既存のお客様からの受注業務を、誠実に仕上げ納品することを地道に行っていること。
33 サービス業	需要増
34 サービス業	特需があった。特需が取れるというのは日々の地道な努力の成果である。社員・パートさん、それぞれの仕事に対しての責任を果たす。個々がやるべき責任を果たせば成果に繋がると考える。
35 サービス業	前年が悪すぎた。認知度の向上。
36 サービス業	付加価値の向上
37 サービス業	受注金額のアップ
38 サービス業	既存顧客からの紹介
39 サービス業	既存顧客の新規受注
39 サービス業	新規取引先の開拓

40	サービス業	お客様対応の強化
41	サービス業	3年前に入社した新卒者が成長し、責任者として活躍する事が出来るようになった事が一番の要因です。
42	サービス業	日々の営業強化と価格改定と新規事業
43	サービス業	内省化できることを実施した。
44	サービス業	顧客の困り込みによる、受注増
45	サービス業	関連する他業者との連携による新規商材設定と販売ルート拡大
46	サービス業	WEB制作・システム開発において外注を減らし、受注も増加したため
47	運輸業	配送距離の遠い仕事を受けた。積載率を上げ空車を減らした
48	運輸業	求人広告に費用をかけ、募集予定人数も増やした。
49	運輸業	今までハローワークでしか募集していなかったのを、開始して民間企業を使ってみたお金はかかったけど人が集まってくれ、売上も伸びています。
50	運輸業	作業効率のUP
51	運輸業	新規取引先獲得
52	運輸業	人員の増加による売り上げ増
53	建築業	全ての事柄がつながりつつある
54	建築業	一般工事が増加
55	建築業	経費・人件費削減
56	建築業	技術者が育ちつつあり、仕事が増えても対応できる様になった
57	建築業	営業員の増員
58	建築業	社員さんの定着率が良くなりお客様と信頼関係を構築できるようになってきた。お客様にサービスを提供する、社員さんの満足をあげるという事が重要だと思ふ
59	建築業	積極的に受注をしている。
60	建築業	人材教育・管理会計の事前チェックなどの強化。
61	建築業	HPなどによる新規開拓が動き出してきた。+新分野の開拓がすすんでいる。
62	建築業	営業先の好転業績による
63	建築業	紹介案件の増加と獲得
64	建築業	春先からの受注予定が決定した。
65	製造業	あまりない
66	製造業	人材育成、同業他社との勉強会
67	製造業	需要増加予想に見合った増産体制
68	製造業	生産工場変更によるコストダウンの実施
69	製造業	ユーザーのPOS入れ替えが順調に進んだ
70	製造業	日々の努力と、常識を疑うこと
71	製造業	営業
72	製造業	取引先が増えた
73	製造業	好調分野への重点化
74	製造業	長年の営業努力
75	製造業	商品の開発段階から関われる仕事が多くなり、その結果仕事につながるが増えた。新しい紹介先のご縁の広がり。(既存の先からの紹介)

76	製造業	展示会等への出展
77	製造業	高機能、高付加価値製品、サービスの市場投入
78	製造業	新規販路の地道な開拓と既存顧客への商品提供
79	製造業	受注単価を上げた
80	製造業	他社より少しだけ付加価値を付けた商品展開
81	製造業	協同組合の強化で価格があがった
82	製造業	商品の付加価値を重視して頂ける先に販売を特化、量販販売を縮小した。
83	製造業	主に、首都圏での需要が活性化し始めた。土木工事用クレーンの販売が好調
84	製造業	新製品の開発と発売
85	製造業	新製品販売
86	製造業	徹底的な納期対応
87	製造業	常に情報を取り入れて、技術革新に力を入れている。
88	製造業	現取引先の受注が増加したことに加え新規取引先の獲得、さらにその受注に対応できる社内の生産性が上がったことが売り上げ増加につながった。
89	製造業	比較的新しい得意先様からの受注増加
90	製造業	独自開発の独自金型で加工する製品の受注が増加した。設備販売も成功しロボットとプレス機・金型をセットで販売する新しい領域に取り組めた。
91	製造業	既存の商売では半導体製造装置関連が強い。新規では医療バイオ系の商売が伸長しつつある。手間暇を惜しまない(製造も管理も技術開発も)姿勢が高評価に繋
92	製造業	新規分野への参入が功を奏した。
93	製造業	客先の海外輸出が増加したため
94	製造業	新規開拓
95	製造業	季節的な要因が大きい
96	製造業	自社ブランドの高付加価値商品の販売に注力した
97	製造業	新機種の獲得
98	製造業	国内・海外を問わず、需要の拡大の結果で増加しているが、特に何かの取組みの成果によって生み出されたものではない。
99	製造業	設備投資
100	製造業	生産効率改善、不採算仕事の改善
101	製造業	新規顧客獲得
102	製造業	販路開拓による受注件数の増加とともに、社内での生産性向上の取組みが数字となって表れてきた。
103	製造業	昨年が悪すぎた。
104	製造業	受注案件の集中
105	製造業	たまたま、大きな案件が重なったので
106	製造業	得意先を増やし受注量が安定した。新分野の開拓を継続し新規案件を増やした
107	製造業	新規受注での案件やプレス化になる前の増産や新機種の量産化
108	製造業	販売力を強化:低迷期を予測して的確に宣伝した。ネット通販のページを改善。2年前から人材採用計画を導入した。
109	製造業	各顧客の頑張り
110	製造業	新規顧客開拓の結果が徐々に出てきたとみている。
111	製造業	なし(何もしていないにも関わらず受注量が増えた)

112	製造業	営業
113	製造業	得意先の要望商品への取り組み
114	製造業	既存顧客の深掘り
115	製造業	国内需要の拡大
116	製造業	半導体製造装置の業界、フラットパネルディスプレイの業界が好調。海外向け大型プラント関連の売上も寄与。
117	製造業	既存技術で業界を変え、お困りごとを解決した結果リピーターに繋がった。
118	製造業	既存商品の売上増、新商品新サービスの売上増加
119	製造業	客先が下期型の為です
120	製造業	輸出増に対してソフト面(図面や仕様の英文化等)を充実し、エージェントが動きやすい環境を作ったことが寄与しているのか。前前期より取り組んできたリードタイムの短縮が競合他社に比べて「対応良し」と評価されてきた一面もある。
121	製造業	よくわからない。従来の得意先からの注文が増えている
122	製造業	ホームページ強化、展示会活動
123	製造業	営業人員の増加・教育による営業強化。3S活動により生産効率向上、などが会社全体の底上げは出来ているが、受注は前年が低すぎたことが要因。
124	製造業	新規製品が売り上げに転じた
125	製造業	顧客の受注が多い
126	専門サービス業 (土業の方)	他業種の方との協業
127	専門サービス業 (土業の方)	相続税の申告が税制改革により増加したため
128	専門サービス業 (土業の方)	継続的な営業活動
129	専門サービス業 (土業の方)	経営努力
130	専門サービス業 (土業の方)	ムダな経費減と売上UP
131	専門サービス業 (土業の方)	団体企業の開拓
132	専門サービス業 (土業の方)	ネット広告
133	専門サービス業 (土業の方)	種まき(去年)
134	専門サービス業 (土業の方)	他土業にない専門性のアピール
135	専門サービス業 (土業の方)	新サービスの開発と高付加価値化の実践
136	専門サービス業 (土業の方)	顧客単価の増加
137	専門サービス業 (土業の方)	コンサル部門の売り上げ増加
138	専門サービス業 (土業の方)	安価
139	専門サービス業 (土業の方)	広告や営業により、新規開拓が成果をあげました。
140	専門サービス業 (土業の方)	新分野の開拓
141	専門サービス業 (土業の方)	国内の労働力不足で取引先の外国人雇用のニーズが大きくなった。これに対応できるだけの人員がそろっていた。

142	専門サービス業 (土業の方)	事務所に後継者がいることが良いつながりとなった
143	専門サービス業 (土業の方)	社員増による営業力の強化が、実績に反映してきた。
144	専門サービス業 (土業の方)	継続した営業活動
145	専門サービス業 (土業の方)	地道な人脈拡大が、業務につながっている。
146	専門サービス業 (土業の方)	毎年、種まき及び新しいことへの挑戦、販売促進を積極的に展開
147	専門サービス業 (土業の方)	新規開拓営業の成果
148	専門サービス業 (土業の方)	顧客増と顧客単価アップ
149	専門サービス業 (土業の方)	資金調達支援、創業支援に力を入れたことで顧客が増加した。
150	専門サービス業 (土業の方)	商品力
151	専門サービス業 (土業の方)	昨年は、個人的な事情(親の介護)から受注を控えていましたが、その結果、赤字スレスレだったので、今年は介護は続いているものの死に物狂いで来た仕事は全部受ける勢いで働いているので、売上げに繋がっていると思います。ただし、仕事が滞留しがちなので、却ってお客様の信頼を失うかもしれないという危機感が常にあり、体を休めるヒマがないのとで、体力と気力は限界に近いです。
152	専門サービス業 (土業の方)	コンサル
153	通信情報業	業務内容・作業見直し・改善
154	通信情報業	得意先の決算が好調のため
155	流通業(卸・小 売含む)	ステンレス鋼材不足に対して、仕入れが順調であったため
156	流通業(卸・小 売含む)	3年目のものに地力がつき、4年目の者が主体性を持ったことにより処理能力が向上した。
157	流通業(卸・小 売含む)	展示会への出展
158	流通業(卸・小 売含む)	新規得意先の開拓と新規販売チャネルの強化
159	流通業(卸・小 売含む)	広告宣伝活動がうまくいったが今後はわからない
160	流通業(卸・小 売含む)	外注生産から内製化したのでコストダウンがはかれた。新商品開発スピードのupと同時に付加価値品を開発
161	流通業(卸・小 売含む)	新規販路拡大による売上増
162	流通業(卸・小 売含む)	需要増(軽油が特に)
163	流通業(卸・小 売含む)	メーカー支援による営業力の強化と事務作業簡素化による人件費減
164	流通業(卸・小 売含む)	内製化比を増加させた事による受注枠の拡大
165	流通業(卸・小 売含む)	ルートの細かな見直しによるコストダウンと効率アップ
166	流通業(卸・小 売含む)	食品卸業だけではなく、弊社の食肉を使って、加工品を作り、ユーザーの望むPB商品として販売する事により、信頼を得たと思われれます。
167	流通業(卸・小 売含む)	営業強化
168	流通業(卸・小 売含む)	同上
169	流通業(卸・小 売含む)	案件の増加

170	流通業(卸・小売含む)	総合サービス業としての考え方が社内外に浸透してきた。
171	流通業(卸・小売含む)	弊社の理由ではなく、金属相場の上昇
172	流通業(卸・小売含む)	インターネット販売(楽天市場)での、売上増
173	流通業(卸・小売含む)	ネット通販に参入した。
174	流通業(卸・小売含む)	営業マンが退職し有能な社員が残り販売の決定率が上がったから。リピート商品に力を入れたから。
175	流通業(卸・小売含む)	この時期に機械売上が増加した為です。
176	流通業(卸・小売含む)	製造業全般に人手不足感は否めず、顧客先でする加工(切断等)を当社で加工して納入することを推進してきたことが増加に繋がっていると思われる。
177	その他	猛暑、景気好転、販売順調
178	その他	新機種立ち上がり製品の受注と継続的改善活動。建機業界の増産
179	その他	全て早めの対策をとっていること
180	その他	お客様とのコミュニケーションを深める
181	その他	値上げ(仕入れ増に伴う)
182		人員の強化、去年の受注の増大
183		HP、SNSの強化 人材の意識の改革
184		顧客への継続したアプローチ
185		実績(当事業所を利用されている障害者の方が一般企業の就職されたこと)

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	9	29.0%	0	0.0%	0	0.0%	6	19.4%	6	19.4%
運輸業	1	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
建築業	4	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	5	31.3%	4	25.0%
製造業	36	43.4%	4	4.8%	2	2.4%	13	15.7%	17	20.5%
専門サービス業(士業の方)	2	15.4%	1	7.7%	0	0.0%	3	23.1%	3	23.1%
通信情報	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%	1	33.3%
流通業	11	32.4%	0	0.0%	2	5.9%	6	17.6%	8	23.5%
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	25.0%	1	25.0%
(空白)	2	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	0.0%	2	25.0%
総計	65	33.5%	5	2.6%	4	2.1%	37	19.1%	42	21.6%
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	6.5%	5	16.1%	3	9.7%	31	
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	1	50.0%	0	0.0%	2	
建築業	0	0.0%	1	6.3%	1	6.3%	1	6.3%	16	
製造業	0	0.0%	3	3.6%	6	7.2%	2	2.4%	83	
専門サービス業(士業の方)	0	0.0%	1	7.7%	1	7.7%	2	15.4%	13	
通信情報	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%	3	
流通業	0	0.0%	0	0.0%	6	17.6%	1	2.9%	34	
その他	0	0.0%	1	25.0%	0	0.0%	1	25.0%	4	
(空白)	0	0.0%	0	0.0%	2	0.0%	0	0.0%	8	
総計	0	0.0%	8	4.1%	22	11.3%	11	5.7%	194	

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	(2)④売上DOWN要因記述
1 サービス業	入院や死亡の増加
2 サービス業	4月から多機能型事業所として新規事業を行っているが、採算ベースにのっていない
3 サービス業	業界全体の売り上げ減少
4 サービス業	葬祭業者が増えた、小規模なお葬式が増えた。
5 サービス業	大阪市中学校給食の撤退
6 サービス業	以前と比べ、需要が大幅に減っている
7 サービス業	会社、社員が減った
8 サービス業	受注金額の減少。顧客の内製化
9 サービス業	昨年は4-6月期に案件がまとまった
10 サービス業	外部環境(デジタル化による)の変化
11 サービス業	お客様の工例会で来店回数の減少
12 サービス業	利益率の悪い車販が良くなかった
13 サービス業	新規出店ホテル・民泊の増加と、それによる価格競争
14 サービス業	事業の転換等による利用減。
15 サービス業	得意先の売上減少
16 サービス業	ニーズの変化
17 サービス業	一件当たりの契約高が小さい。
18 サービス業	1店舗閉鎖したため
19 サービス業	大型契約の減少、単価の減少
20 サービス業	受注に対する対応力の低下
21 サービス業	事業を縮小した為
22 サービス業	集客数の減少
23 運輸業	社員の退職
24 運輸業	作業案件の減少
25 建築業	大阪の景況の下振れ。知的障害者施設は大阪は充足しているとのこと。社会福祉法人だけでなく不動産屋にも事業認可している。それが補助金搾取的になってきている。「障害者をビジネス」にすることは福祉ではない
26 建築業	人材不足により強気での受注がしにくい状況にある
27 建築業	対象物件の増加、集中により、予定物件がこなせなくなり、他社への依頼、契約なしとなったため
28 建築業	売上が4月以降減少しました。客先の3月年度末以降新規工事の発注が10月位からの予定が大きな原因と思われる。
29 建築業	発注工事の減少とそれに伴う、競合による価格競争で単価が下がっている。利益率が低い。
30 建築業	取引先の現場の減少
31 建築業	発注の減少
32 建築業	昨年までは公共工事で特別予算案件があったため
33 製造業	主となる取引先の移転のため
34 製造業	設備のため
35 製造業	新年度の受注減のため
36 製造業	材料原価・値上げにより生産調整に入り受注減となった
37 製造業	メイン取引先の設備投資が減少
38 製造業	国内景気の不透明による企業の設備投資制御中の為、需要減少と思えます
39 製造業	老人介護施設における製産は増加、一般家庭の内装工事は減、収入格差拡大、モノは増やさない傾向、ミニムなライフスタイルが浸透が原因となっているかもしれない。

40	製造業	新規事業の販路拡大の必要性あり、日々の生産活動忙しく、営業に出れない状態、本体(街かど福祉)の利益に食い込んでいる。
41	製造業	印刷がなくなってきました。価格も低下。
42	製造業	消費の落ち込み
43	製造業	何が原因なのかよく分からない。複合的なものと感じています。
44	製造業	長年受注が継続していた案件の生産終了のため。
45	製造業	前年は新製品の市場在庫売り上げが入ったため。
46	製造業	スマートフォン増加による一眼レフカメラの市場縮小の影響を受けている。
47	製造業	営業不足
48	製造業	ダイナマイトを使用する工事(主にトンネル工事)が落ち着いている状況のため
49	製造業	リピートの減少、新商品のロット減少
50	製造業	月の売り上げ動向を言いますと、月初に9割の売りが立ち、後20日間で1割の売りが立つパターンになって来ました。以前(3年~4年前)は月初に7割の売りが立ち、後20日間で3割の売りが立つパターンでした。
51	製造業	主力商品の値上げのため。
52	製造業	仕事が無くなった
53	製造業	大口受注先の注文が減少したこと
54	製造業	他社輸入軍手の増加と、弊社設備故障による生産量の減少のため
55	製造業	(車両)販売単価の波
56	製造業	プールシーズンやお盆の影響により毎年7~9月までの中の3ヶ月は売上が落ちる。
57	製造業	客先投資計画の延期や日程変更が増え、自社製造工程変更に伴う稼働率悪化につながって
58	製造業	生産能力不足
59	製造業	不採算部門からの撤退
60	製造業	前年受注大型物件があったが今年はなかった。
61	製造業	ディスプレイ業界が全般に低調であった。
62	製造業	従来受注品の製造方法の変化で継続受注品の減少
63	製造業	得意先の業績不振
64	製造業	受注ロットの減少
65	製造業	取引先の海外工場での内製化が増えている
66	製造業	弊社の顧客の業界に活気がなく、見通しが不透明。
67	製造業	技術革新に伴う長期的な需要の減少
68	製造業	リピート生産が少なくなっていることに加え、新規の企画の規模が縮小している。
69	専門サービス業 (土業の方)	顧客減少
70	専門サービス業 (土業の方)	行政の業務が主であるが、発注傾向の変化
71	専門サービス業 (土業の方)	吸収した会社の売上が減少している
72	専門サービス業 (土業の方)	廃業社あり
73	専門サービス業 (土業の方)	メインの取引先が突然破産したため、入金が減少したため、支払いに四苦八苦している
74	専門サービス業 (土業の方)	受注量が減少したためと、単価を落としたため。
75	通信情報業	新しい取り組みの不成功、下請けからの脱却中
76	通信情報業	大口顧客の取引高減少、仕入高騰、営業力低下
77	通信情報業	顧客との契約の解消
78	流通業(卸・小売 含む)	一社依存の危険性
79	流通業(卸・小売 含む)	薄利多売品の販売の限界
80	流通業(卸・小売 含む)	取引先の減少
81	流通業(卸・小売 含む)	中高価格帯の商品が販売不振です
82	流通業(卸・小売 含む)	来客数が減った
83	流通業(卸・小売 含む)	売上上位2社との取引終了に伴う減

84	流通業(卸・小売 含む)	販売数量の低下。まとまったLOT仕事がなくなっている。
85	流通業(卸・小売 含む)	国内消費の低迷、取引先の減少、個人店の減少
86	流通業(卸・小売 含む)	ライバル商品の増加
87	流通業(卸・小売 含む)	首都圏の長雨が個人消費を縮小させている
88	流通業(卸・小売 含む)	不明
89	流通業(卸・小売 含む)	メーカーが値上げをしたため末端ユーザーが買い控え
90	流通業(卸・小売 含む)	景気動向の影響、ユーザーの仕事受注環境の変化
91	その他	介護予防事業が、厚労省(国)から市町村に変わり、拡大をのぞめない
92	その他	仕入高騰と仕入車のタマ不足
93		経費削減のため、定期清掃の年間計画の見直しを実施されたため
94		地域の同業他社が急増し、当法人の福祉サービス新規利用者(障害者)が減少してきてい
95		社員の独立による売り上げダウン
96		下期現象は、公共事業特有の季節的なもの
97		全般に不景気、季節的要因
98		堺市の行政はこの数年間、開発、建設工事等について必要な緩和措置などの見直しは行わ ず、条例の撤廃や規制、制限の強化だけを続けてきました。 開発、建設工事等は市内の経済発展には不可欠であるにも拘わらず、堺市の行政はそれら に対しては極めて消極的であり、当社においても事業を継続できる余地が無くなりつつありま す。現在は事業エリアを大阪市内にシフトしていています。
99		前年に比べ今年度は利用者が減っている。この間に事業所の場所を移転したため、積極的 に空きがあることを広報してこなかった。
100		人手不足

【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	21	15.3%	87	63.5%	29	21.2%	137
運輸業	8	50.0%	4	25.0%	4	25.0%	16
建築業	15	27.8%	32	59.3%	7	13.0%	54
製造業	70	35.0%	79	39.5%	51	25.5%	200
専門サービス業(土業の方)	15	18.8%	58	72.5%	7	8.8%	80
通信情報業	0	0.0%	11	68.8%	5	31.3%	16
流通業	21	25.6%	44	53.7%	17	20.7%	82
その他	2	20.0%	6	60.0%	2	20.0%	10
(空白)	6	27.3%	9	40.9%	7	31.8%	22
総計	158	25.6%	330	53.5%	129	20.9%	617

①今期中にある(1年以内) ②ない ③検討中

(2) 現在の経営上の問題点に関して(選択式3つまで)

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合	⑥	割合	⑦	割合	⑧	割合	⑨	割合
サービス業	23	7.3%	1	0.3%	13	4.1%	14	4.4%	21	6.7%	10	3.2%	39	12.4%	10	3.2%	18	5.7%
運輸業	1	2.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.4%	1	2.4%	4	9.8%	1	2.4%	0	0.0%
建築業	13	9.3%	0	0.0%	3	2.1%	5	3.6%	4	2.9%	3	2.1%	9	6.4%	6	4.3%	3	2.1%
製造業	48	8.9%	6	1.1%	10	1.9%	10	1.9%	16	3.0%	9	1.7%	39	7.3%	39	7.3%	24	4.5%
専門サービス業(土)	11	6.4%	0	0.0%	5	2.9%	22	12.9%	5	2.9%	8	4.7%	11	6.4%	0	0.0%	10	5.8%
通信情報業	1	3.1%	0	0.0%	2	6.3%	1	3.1%	1	3.1%	1	3.1%	1	3.1%	1	3.1%	2	6.3%
流通業	25	12.0%	2	1.0%	8	3.8%	9	4.3%	5	2.4%	7	3.4%	13	6.3%	17	8.2%	17	8.2%
その他	0	0.0%	0	0.0%	1	3.0%	3	9.1%	1	3.0%	1	3.0%	6	18.2%	2	6.1%	3	9.1%
(空白)	3	5.3%	0	0.0%	1	1.8%	2	3.5%	3	5.3%	4	7.0%	6	10.5%	0	0.0%	4	7.0%
総計	125	8.1%	9	0.6%	43	2.8%	66	4.3%	57	3.7%	44	2.9%	128	8.3%	76	5.0%	81	5.3%
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	総計	
サービス業	10	3.2%	15	4.8%	37	11.7%	54	17.1%	8	2.5%	20	6.3%	14	4.4%	8	2.5%	315	
運輸業	0	0.0%	2	4.9%	10	24.4%	15	36.6%	1	2.4%	5	12.2%	0	0.0%	0	0.0%	41	
建築業	3	2.1%	10	7.1%	23	16.4%	25	17.9%	19	13.6%	10	7.1%	4	2.9%	0	0.0%	140	
製造業	8	1.5%	38	7.1%	90	16.8%	79	14.7%	45	8.4%	58	10.8%	16	3.0%	2	0.4%	537	
専門サービス業(土業の方)	2	1.2%	9	5.3%	23	13.5%	24	14.0%	6	3.5%	13	7.6%	19	11.1%	3	1.8%	171	
通信情報業	1	3.1%	2	6.3%	6	18.8%	6	18.8%	2	6.3%	2	6.3%	2	6.3%	1	3.1%	32	
流通業	3	1.4%	10	4.8%	28	13.5%	27	13.0%	4	1.9%	19	9.1%	12	5.8%	2	1.0%	208	
その他	0	0.0%	1	3.0%	3	9.1%	7	21.2%	0	0.0%	3	9.1%	1	3.0%	1	3.0%	33	
(空白)	3	5.3%	4	7.0%	6	10.5%	9	15.8%	3	5.3%	6	10.5%	3	5.3%	0	0.0%	57	
総計	30	2.0%	91	5.9%	226	14.7%	246	16.0%	88	5.7%	136	8.9%	71	4.6%	17	1.1%	1534	

- 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	74	21.0%	14	4.0%	23	6.5%	25	7.1%	23	6.5%	21	5.9%	19	5.4%	6	1.7%	41	11.6%
運輸業	10	22.2%	0	0.0%	4	8.9%	1	2.2%	0	0.0%	3	6.7%	0	0.0%	1	2.2%	10	22.2%
建築業	34	22.5%	19	12.6%	2	1.3%	11	7.3%	3	2.0%	10	6.6%	4	2.6%	2	1.3%	30	19.9%
製造業	96	16.4%	63	10.7%	68	11.6%	54	9.2%	51	8.7%	42	7.2%	8	1.4%	9	1.5%	65	11.1%
専門サービス業 (土業の方)	57	26.3%	15	6.9%	20	9.2%	10	4.6%	13	6.0%	19	8.8%	12	5.5%	5	2.3%	14	6.5%
通信情報業	11	22.4%	4	8.2%	2	4.1%	4	8.2%	5	10.2%	7	14.3%	2	4.1%	0	0.0%	6	12.2%
流通業	53	23.2%	6	2.6%	11	4.8%	29	12.7%	12	5.3%	21	9.2%	6	2.6%	8	3.5%	28	12.3%
その他	8	19.5%	4	9.8%	3	7.3%	4	9.8%	1	2.4%	3	7.3%	0	0.0%	0	0.0%	6	14.6%
(空白)	13	20.0%	6	9.2%	3	4.6%	3	4.6%	4	6.2%	3	4.6%	1	1.5%	2	3.1%	9	13.8%
総計	356	20.5%	131	7.5%	136	7.8%	141	8.1%	112	6.5%	129	7.4%	52	3.0%	33	1.9%	209	12.0%
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	48	13.6%	10	2.8%	17	4.8%	0	0.0%	0	0.0%	2	0.6%	4	1.1%	7	2.0%	17	4.8%
運輸業	9	20.0%	1	2.2%	2	4.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	6.7%	1	2.2%	0	0.0%
建築業	26	17.2%	6	4.0%	1	0.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.7%	1	0.7%	1	0.7%
製造業	88	15.0%	6	1.0%	3	0.5%	1	0.2%	2	0.3%	2	0.3%	13	2.2%	3	0.5%	9	1.5%
専門サービス業 (土業の方)	25	11.5%	9	4.1%	1	0.5%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.5%	3	1.4%	1	0.5%	6	2.8%
通信情報業	3	6.1%	3	6.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	4.1%
流通業	29	12.7%	5	2.2%	2	0.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	6	2.6%	2	0.9%	10	4.4%
その他	7	17.1%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.4%	0	0.0%	0	0.0%	2	4.9%	1	2.4%	1	2.4%
(空白)	5	7.7%	0	0.0%	2	3.1%	0	0.0%	0	0.0%	2	3.1%	3	4.6%	5	7.7%	2	3.1%
総計	240	13.8%	40	2.3%	28	1.6%	2	0.1%	2	0.1%	7	0.4%	35	2.0%	21	1.2%	48	2.8%
業種	⑲	割合	⑳	割合	総計													
サービス業	1	0.3%	1	0.3%	353													
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	45													
建築業	0	0.0%	0	0.0%	151													
製造業	1	0.2%	3	0.5%	587													
専門サービス業 (土業の方)	0	0.0%	6	2.8%	217													
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	49													
流通業	0	0.0%	0	0.0%	228													
その他	0	0.0%	0	0.0%	41													
(空白)	0	0.0%	2	3.1%	65													
総計	2	0.1%	12	0.7%	1736													

- | | | |
|---------------|--------------|--------------|
| 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)

業種	力点記述
1 サービス業	IT等の活用による業務生産性の向上
2 サービス業	社員の能力をアップし、新規事業の立ち上げができる体制づくり。
3 サービス業	取引先を増やす
4 サービス業	仕事の安定的な受注(営業の強化)、仕事の質改善と労働生産性の向上、長時間労働問題を含みワークライフバランスの改善
5 サービス業	人材の重要性が高いため、生産性をアップさせたい
6 サービス業	新しい技術を使ったサービスの拡大
7 サービス業	仕事量の確保を行いながら、人材確保のタイミングなどを勘案している。人材確保については、情報収集して段階。
8 サービス業	2018年新卒、2019年新卒のよりよい人材獲得の為、事務所家賃4倍になるが、梅田に移転を2017年12月までに行う予定。
9 サービス業	現在、大阪市内を中心に大阪府と一部近畿圏での営業を展開しているが、和歌山県への営業進出を開始。合わせて、弊社オリジナルサービスの立案・展開を検討中。
10 サービス業	パート社員の正社員化とスキルアップ、東京オフィスの支店格上げの為の販路拡大及び地元港区・大正区での注力化。
11 サービス業	社員とともに10年ビジョン検討
12 サービス業	有効求人倍率が高まる中、人材の採用と育成、そして離職の問題にもっとも力点を置く必要があります。
13 サービス業	新工場建設
14 サービス業	デザインとウェブサービスをベースとする企画提案型のサービスにシフトし、新たな市場を模索
15 サービス業	売上が上がり、人が増えると、今までの経営の仕方では会社の動きが鈍い。サイズに合わせた経営、複数人で経営を行える様に組織させる事が必要だと感じている。
16 サービス業	確実な受注先確保のための行動計画の見通しが見つからないこと
17 サービス業	人材を確保し、営業力を高めることで現在のサービスをさらに充実化し、さらに新規サービスの企画を企画
18 サービス業	今年度末までに心齋橋に新規スタジオをオープンするために金融機関との交渉及び人材も確保、新規顧客の獲得と宣伝方法の確立。
19 サービス業	社員の採用
20 サービス業	防災関連商品を積極的に提案する
21 サービス業	既存顧客の満足度向上
22 サービス業	新規顧客数を増やし、対応できる人材を育てる仕組みづくり
23 サービス業	事業承継を10年を目途に取り組んでいます。
24 サービス業	市場が成熟していくにつれて他社との競合に勝つために提案力が必要となる。社員の生産性を向上させ、収益力のアップにつなげる。
25 サービス業	リノベーション
26 サービス業	新部門のノウハウ構築、社員育成
27 サービス業	女性社員のため結婚等で3年から4年で退職もあり。毎年新入社員を採用するが、この新入社員の能力アップを常に力を入れている。それが、サロンでの生産性アップにつながる。消費者ニーズ把握に関しては、年々変化している状況を常に収集し、集客、販売に活かす工夫。

28	サービス業	お客様のご要望に応え続けられる技術力の
29	サービス業	地域へのアピールと対応を強め、認知度と江尾業力を高めるとともに、新規雇用と社員教育につなげていく。
30	サービス業	8月から新規事業を開始しており、販路を広げている 営業力の拡大を進行中。
31	サービス業	新技術への対応
32	サービス業	今月よりアルバイトで一名雇用し、来年には社員雇用の予定なので、現在は人材育成に力を入れている真最中です。新スタッフ入れるにあたって新しいメニューを導入し、顧客様を増やしたいと考えている。
33	サービス業	新しい製品ができたので、その製品の安定供給を見極めつつ、新規販路分野を開拓した
34	サービス業	仕入れの強化
35	サービス業	新規事業の営業力の強化と上期の社内改革の精度を上げる
36	サービス業	新規取引先の開拓
37	サービス業	お客様のご要望に沿った、従業員のサービス、対応力の強化
38	サービス業	継続する売上の確保と雇用
39	サービス業	4月から新規事業として、障がい者就労移行支援事業所をオープンさせたので設備投資と人材確保を強化しています。
40	サービス業	個々の社員能力向上を図り、企業のベースの向上を図る
41	サービス業	既存事業の将来的な縮小を見込み、新規事業立上げに向かうため
42	サービス業	1年以内に新施設が建ち利用者増が見込まれるので、人材の採用と育成に力を入れた
43	サービス業	既存顧客の満足度アップによるクロスセル、アップセル
44	サービス業	ユーザー様に満足するサービス体制を作りたい
45	サービス業	売り上げに比例して諸経費が増加傾向にある。固定費を抑える必要がある
46	サービス業	より地域内で密に動ける様に業種別に細分化して検討すること
47	サービス業	年末に向けて人材の採用に力を入れている
48	サービス業	次世代に向けた戦略の展開
49	サービス業	ニーズの掘り起こし
50	サービス業	利用者に事業所の考えを伝え、利用していただく
51	サービス業	誰が施術しても同じように改善していけるようにする 筋肉が固いと血管や神経を圧迫して不調が起こるので、特に原因不明の物は筋肉の場合が多いのでそれを知ってもらえる
52	サービス業	利益率を確保、テクニックを使う
53	サービス業	病院施設以外の営業先の開拓、経営理念を實踐できる社員の育成
54	サービス業	メンタルヘルス分野への参入
55	サービス業	人材育成⇒サービスの質UP⇒給料UP
56	サービス業	サイトの保守業務受注拡大
57	サービス業	新規分野への人材開拓
58	サービス業	ますます雇用の確保が困難になる中、現場の機械化等効率化を図り、少人化できる仕組みづくり
59	サービス業	人がとれない
60	サービス業	他社との差別化を強力に実施
61	サービス業	新規客の獲得とリピータの確保
62	サービス業	需要が減少する中、限られた経費の中で社員・アルバイト等のスキルアップを計り、対応
63	サービス業	販路拡大、営業力の強化
64	サービス業	不動産関連開発におけるオンリーワンのポジションになる
65	サービス業	企画力が営業力につながると思われる
66	サービス業	今後は人手に頼らなくてもよいオペレーションと販売方法を検討し取り組んでいきたい。
67	サービス業	営業力を高め、新しいサービスをつくりだし、次にまかせられる人を育てていくこと
68	サービス業	世界遺産登録までにオリジナル商品開発
69	サービス業	取引先拡大
70	サービス業	効率良く仕事をする
71	サービス業	自動車では正直これからは厳しい、新しい事業を検討していかなければならない
72	運輸業	営業
73	運輸業	安定荷主の仕事が減りつつあり、新規の安定取引先を増やす

74	運輸業	社員がふえたので、新しい車両を入れて、社員教育もしっかりやっていきたい。人が増えたので仕事の量も増やしていきたい。
75	運輸業	人材の若返り
76	運輸業	お客様をとにかく増やすこと
77	建築業	品質低下、材料ロスの増大による経費を削減する。若手人材不足のため新規採用。
78	建築業	経営計画の見直し情勢の変化に対応する柔軟性のある計画を検討する。
79	建築業	人員を増やしていっているのですが、それに見合う売り上げの増を目指す。取引先の拡大。
80	建築業	これまでより効率的に働けるように社員の考え方を変えていく
81	建築業	採用は大苦戦。それに伴い新規事業、販路開拓も思うようにいかない。指針書の輪読、勉強会、コンパの実施などをやっています。
82	建築業	人材の確保
83	建築業	全社員の技術力強化を第一に考えている
84	建築業	社員の能力のアップ
85	建築業	受注増加に伴う現場主任者の養成と新卒採用
86	建築業	公共工事一辺倒の体質からの脱却とその為の組織体制の強化、人材採用を含む。
87	建築業	仕事発注量は増加傾向だが、売り手市場の時代、中途採用で求人をかけてもレスポンスが少ない。
88	建築業	新規顧客の確保
89	建築業	関東営業所設置に対して営業力の拡大と、高校、大学新卒採用による若年の技術力の強化に力を入れています。
90	建築業	現状一社依存が強いので、営業力をつける努力が必要
91	建築業	新卒雇用と営業力
92	建築業	建築と同時に不動産も併設しているので不動産の引き合いがまあまあある。一般に流通しない不動産をリフォームして障害者施設として活用する等を行っている
93	建築業	自主的な社員を育てる
94	建築業	経営者の世代交代に伴い、今の時代、これからの時代に必要とされる技術力、人間力を高めていきたい
95	建築業	仕事を受注しても人材不足でできない。拡大していくためにも、人材が必要(適材適所の人材)
96	建築業	次世代の為の新卒者を社員として迎えること
97	建築業	自社、元受さんの受注及び入札状況で売上が大きく変わるため多くの優良顧客が必要
98	建築業	人手不足の解消
99	建築業	新規取引の開拓、全社一丸となって経営に取り組むための経営理念の確立
100	建築業	取扱商品の多様化
101	建築業	集客力の強化、インターネット SNSの充実をはかる。
102	建築業	個々の能力UPが自社には必要、また、社員共育もこれからです
103	建築業	人材の確保
104	建築業	レベルUP
105	建築業	顧客訪問活動の頻度を上げていく
106	建築業	戦力になる社員を育てる
107	建築業	受注は伸ばせそうだが、人材不足になりそう。
108	建築業	人材育成とそれに伴い販路を拡大する事。窓口を多くする
109	建築業	社内風土の向上と能力アップ
110	製造業	人材の確保が最重要課題です
111	製造業	大企業からの技術的評価は高いが直接取引を行うプリント基板メーカーの認識が薄いため新規受注が弱い状況である。自社の技術を必要とする企業と直接取引を行う必要がある。大企業とプリント基板メーカーの選定を行える取り組みに力点を置く。新事業ではロボット開発ではショップを開設し販売を行いロボット教室を開催する取り組み
112	製造業	人材が集まる企業にするため、ホワイト企業化を実践している。高コスト体質になるが、客先には理解をいただき、安価な仕事は受けないし逆に値上げなども呑んでもらっている。20年、30年後を見据えると今これをやらないと経営できないと考えている。
113	製造業	新規の売上拡大と共に既存のお客様へのフォロー、それに伴う技術力の強化。
114	製造業	若い世代の人材を確保したい。-37-

115	製造業	若手人材の雇用
116	製造業	品質を筆頭にいろいろな管理体制の向上が求められており社員の能力アップが必要。
117	製造業	仕事はいくらでも出てくると思うが、その品質の要求に対応できるかどうか問題です。
118	製造業	固有技術を更に高め、生産性の効率化をはかる。定期採用に加えて中途採用も行って人材の確保に努める。
119	製造業	営業力は新規開拓と提案力の強化。 人材は新卒採用に取り組んでいるが男性の採用ができない。大阪も東京も採用困難な状況。
120	製造業	社員教育のツールとして改めて(2000年くらいまではやっていた)QCサークル活動(小集団活動)を導入した。
121	製造業	新製品開発
122	製造業	新規開拓
123	製造業	新規開拓です
124	製造業	IoT技術とクラウドを活用した新サービスの開発
125	製造業	新入社員の確保の上で、組織強化。
126	製造業	望まれる製品の品質とコストと利益のバランスを上手く取る事。
127	製造業	品質の向上、単価アップ
128	製造業	OEM生産から自社オリジナル商品の開発販売への転換を進めてきたが、さらに販路を海外にも拡げていく。
129	製造業	商品開発
130	製造業	社員の獲得と技術向上、自動化の推進。
131	製造業	今後の企業のあり方について熟慮しているところで、単純な規模の拡大には興味がなく、結果として規模は縮小しても構わないと考えている。強い企業、真の「自立した企業」の確立をめざし、あらゆる取り組みを実施している。
132	製造業	板金部門の仕事を増やす。先輩社員の技術を継承する。
133	製造業	HPの充実
134	製造業	現行の事業に加え、社員の能力アップを図りつつ 新規事業の並行展開を検討中。
135	製造業	生産効率アップと営業努力
136	製造業	新規販路開拓が今後において重要と考える。現在中心となっている什器製造は以前に比べてボリューム感が少なくなって来ているのでプラスαを考えなくてはならない。同時に人材確保も必要となる。
137	製造業	社員の高年齢化に伴う、次交代の必要
138	製造業	弊社の得意な製品をもっと理解してもらう。
139	製造業	将来に向けての人材確保と現人員のスキルアップ
140	製造業	従業員一人一人の意識と技術力を向上させたい
141	製造業	短期的には、従来顧客との結びつきを強固にして、そこから新規販売品を増やす。また、新規営業についても引き続き力を入れる。新規採用については、新卒を中心に採用活動を引き続き行っていく。
142	製造業	新分野(プリント基板以外の薄板加工)の開拓を継続し新規案件を増やす。量産品受注で一定の売り上げを確保する。
143	製造業	工場の拡張で売り上げの増加を目指します。生産性を上げてコスト削減や、新商品の開発を行います。
144	製造業	衛生環境サービス大手との特許申請中の製品化する。加工機械の老朽化になってきており、中古機械で探している。 紹介による新規取引先を売上の10%ぐらいにし、2~3件を毎年増やしていく。
145	製造業	新規分野への参入
146	製造業	社員の技術能力向上で生産性をあげる
147	製造業	技術の継承が必要
148	製造業	新規事業を立ち上げますが、新たな機械設備が必要。 また、どのようにして客寄せするか？商品をごどのように見せるか？がなどで、ショールーム設置など計画に入れている。
149	製造業	BtoB強化及びBtoCで1つの柱を創る計画
150	製造業	重要顧客の1社の生産拠点が関東に移り、そこからの受注が減少するのであらたな重要取引先を確立したい。
151	製造業	人で不足の現状の中、機械化への移行を検討している。 今ある技術を標準化していき、仕組み作り、組織力の強化を図りたい。

152	製造業	新事業部門の設立(済)⇒新規顧客の獲得、新商品の開発(現)
153	製造業	社員の技術力だけではなく、技術を持ち合わせた営業を育てようとしている。
154	製造業	意識改革・幹部社員の育成
155	製造業	人材の採用及び社員能力を向上する事で幹部社員を増やす。その後営業も出来る社員を増やす事で営業力を拡大する。
156	製造業	売上が減っている為、客先の新規開拓や競争力のある商品の開発に取り組みたい。
157	製造業	製造ノウハウの見直しを行い生産性アップを図る、マンパワー不足の解消(去年の春の時点で既に1人足りていないため)、人事評価制度を見直して社員が必要なスキルを高める意欲を持たせる。
158	製造業	手狭感がある。規模を拡大したい。
159	製造業	事業承継のための設備投資で効率化し、新規販路開拓で事業を継続させる。
160	製造業	見積および設計レビューを徹底的に行い、顧客の要望と設計仕様との齟齬をなくすと共に、顧客目線での要件定義が全社的にできるよう、勉強会を開催する等レベルアップを図っている。また、次期主力画像検査システムとして、新型卓上タイプ寸法自動測定装置の開発に取り組んでいる。(本年10月末完成予定)
161	製造業	営業・製造管理体制の見直し
162	製造業	売上拡大に伴って、人材育成が大切
163	製造業	設計提案能力を生かした新規開拓
164	製造業	売上増、利益増の目標に対し、現商品群では横ばい又は、減少になる。補う為には、新商品の開発が不可欠であり、それに対する人員が不足しています。
165	製造業	安定的な経営のために必要な売上を確保する。(営業力)
166	製造業	新たな市場創造のためには、営業及び技術の更なる飛躍が必要
167	製造業	技術職一付社員の増加
168	製造業	新卒が増えて技術の低下に繋がりが一人の社員に負担が掛かっている。
169	製造業	既存事業を活かした他業界への展開。 新規事業「緊急防災サイン」の展開。
170	製造業	社内コミュニケーションに関するコンサルタント(同友会会員)と契約した。一丸体制に向けて社内勉強会及び社員のコーチングを強化していく
171	製造業	B to C関係の商品開発と顧客開拓、その為の社員能力のアップを図る
172	製造業	自社製品の売り上げ金額が伸びず悩んでいます。他社とは性能が良く、忌避効果も5年の実績がある「ネズミ忌避装置」の年間売り上げ目標金額=3,000万円の到達に苦慮しています。直売でなく代理店を募集しているが契約が少ない。代理店への卸値が6万円、エンドユーザー価格が9万円~10万円。物売りの経験はないが、営業経験者2名が担当している。展示会に参加し知名度もあがり、「ネズ見ん！」の公式サイトも公開し、ALSOK・JR関係・下水処理場・養豚場・養鶏場からの問い合わせが来るようになった。営業力の拡
173	製造業	代理店販売の拡充、無駄の排除
174	製造業	営業人員の確保が難しくなっている感が有る。今後の事を考えてもいまのうちに確保しておくべしと考え行動します。
175	製造業	社員のモチベーション向上に取り組んでいる。
176	製造業	営業活動の見直し、効率化及び横?がりへの挑戦 生産工程見直し、効率UPを図る
177	製造業	ニッチな分野であるため、デザイン力・技術力の向上と重要取引先を増やすことに力を入れたいと思います。
178	製造業	計画的・戦略的な営業方法を作ること。成果が見える・報酬に繋がる人事制度の確率。また新規製品の早期販売開始を出来るよう取り組んでいる。
179	製造業	生産ラインの自動化推進、若手社員早朝学習会
180	製造業	固定費の削減。
181	製造業	技術力をさらに強化していかないと、海外に負けてしまうため生産性を上げて利益も出しながら技術力アップもしていかなければならない。生産効率アップが出来ると生産技術的にも技術力アップになると思う。人材不足もあるので良い人材の確保にも力を入れて
182	製造業	生産性の向上をいかに図っていくのか、そしてスタッフの能力の平準化
183	製造業	現状が悪いわけではないのですが、頭打ち感があり、パワーアップを図りたい。
184	製造業	3S活動を行う。残業時間を0にする。

185	製造業	賃金の上昇や、新規雇用に伴う人件費の上昇を吸収して、余りあるだけの利益を確保するために、一人一人の社員能力を上げ、生産性を上げる。
186	製造業	中継ぎとして未来への橋渡しの役目をする
187	製造業	生産性を向上させ利益率を上げる。
188	製造業	新規取引先の拡大および既存顧客への提案によって受注を確保していくことが当面の課題
189	製造業	弊社の場合 人財が一番の経営資源です。
190	製造業	採用
191	製造業	PRしている場をもっと作っていかなくてはと考えています
192	製造業	展示会出展などでジャンルを超えて新規開拓を進めたい
193	製造業	若い社員を採用できる体制づくり
194	製造業	たとえ何が作れても世間が求めている世間が知らないなら無いのも同じなため
195	製造業	人材教育
196	製造業	若い人たちが増えてきたが、ベテラン社員が教育できていない。目先の仕事をこなすのでいっぱい、教育までまわっていない
197	製造業	採用媒体を増やし、採用は改善されているので、今後は個人の能力アップ等も実施して
198	製造業	新ニーズの対応
199	製造業	魅力的な企業づくり
200	製造業	まずは売上・利益を上げることが第一
201	製造業	新商品のバリエーションを増やす
202	製造業	同業の廃業等で仕事の依頼はあるが、設備のメンテナンス費用をどう工面するかが鍵となる
203	製造業	社員の能力をアップし、私がいなくても会社が回るようにしていきたい
204	製造業	将来を見据えた設備投資を行い、新分野へシフトしていく。そのための人材育成・組織づくりに注力している。海外工場の自立
205	製造業	特定な技術及び技能を持った作業者の退職による技術力低下を防ぐため
206	製造業	現在はよくても、その先3年、5年を見据えてやっていかねばと取り組んでる。世の中が激しく動き、時代の流れ、ニーズに乗り遅れないようにアンテナを張って「正しい商売」の本質は大切にしていきたいと思います。
207	製造業	知名度を上げる
208	製造業	従来通り展示会とネットにより、新規開拓を行っていきます。
209	製造業	売上極大、景気極小の実現
210	製造業	売上100%達成
211	製造業	売上の比率が一社に集中気味なので販路を拡大したい。昨年採用した若手社員、パート2名の技術力を強化したい。
212	製造業	多様化する顧客ニーズにすばやく対応するとともに技術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
213	製造業	生産性アップによるユーザー需要に対応すること
214	製造業	生産性アップのために社員のスキルUPが必要
215	製造業	積極的な催事参加
216	製造業	人材を人財としてあせらずに良く検討して採用したい
217	製造業	採用が売り手市場のため、現職メンバーの力量upが必要不可欠、第2の柱確立
218	製造業	ウェブでの販路拡大、家具製造だけに帰結せず、内装収納インテリアの知識を広く学び生かす。口コミで紹介していただいているが、積極的に営業を進めて行きたい。
219	製造業	設備の改善
220	製造業	苗床を北海道から仕入れているのを自社で栽培したい。大学の協力をあおいでオリジナルの苗床を作りたい。生産力アップも苗床したい。新規開拓も安定した収量確保が最重要
221	製造業	現在、主都圏の需要が活性化してるが、関西以外の需要を拡大するための新製品開発・新規販路開拓。
222	製造業	印刷以外の新しいことを開発中。
223	製造業	熱処理炉の生産性向上を考えている。
224	製造業	対応力の強化
225	製造業	人材の確保と育成、新製品の開発

226	製造業	正社員が3名増えたので、まずは内部環境の従事つすに取り組む
227	製造業	人材の採用を強化し生産力をあげていきたい
228	製造業	営業の仕方の勉強をしたい
229	製造業	今期は全く業務を行っていないので、今後営業活動に力を入れます
230	製造業	新規販路においては、一般のユーザーのお客様に向けての営業として個展を企画。技術力の高い技術者の外注先としての確保
231	製造業	作業環境、業務時間を含む労働環境の改善
232	製造業	社内的には生産性の向上を進めて取引先の信頼を勝ち取り営業力強化につなげていきたい
233	製造業	新規顧客拡大
234	製造業	技術営業マンの育成、生産性アップと技術力の強化のための全体会をスタート
235	専門サービス業 (土業の方)	営業力の拡大により取引量を増大させる
236	専門サービス業 (土業の方)	人事評価案件の獲得
237	専門サービス業 (土業の方)	幹部社員の教育育成
238	専門サービス業 (土業の方)	労働集約型の産業なので人材の能力アップと時間コストが増大となってしまうため、常に能力アップする必要がある
239	専門サービス業 (土業の方)	営業力の拡大と業務の効率化
240	専門サービス業 (土業の方)	労働管理業務のサービスを事業主ニーズをとらえて発信することで営業力を高める
241	専門サービス業 (土業の方)	人材育成に雇用両面
242	専門サービス業 (土業の方)	自分のキャパが限界にきている。上限を上げるために仕事を任せる人を採用しなければならない。
243	専門サービス業 (土業の方)	取引先企業の見極め他土業との連携
244	専門サービス業 (土業の方)	助成金にフォーカスして売上げを伸ばそうとしているが、資金繰りが苦しく、成果が上ってくるまで持ち耐えられるかどうか
245	専門サービス業 (土業の方)	幹部から新卒新入社員までのバランスのとれた社員教育の実施、今後10～20年先を考えた事業領域の見直し
246	専門サービス業 (土業の方)	生産性は外注するなど方法はいろいろあるので収益の多様化を図りたい。
247	専門サービス業 (土業の方)	時間あたりの粗利をアップさせていきたい。
248	専門サービス業 (土業の方)	経営や人事労務にお困り事のある経営者の方と話をする機会を増やす
249	専門サービス業 (土業の方)	新規顧客の獲得と業務量増加に伴う人員確保
250	専門サービス業 (土業の方)	売り上げ規模の拡大、人材の採用
251	専門サービス業 (土業の方)	社員の業務スキルの向上による、顧客満足度アップ
252	専門サービス業 (土業の方)	会社の発展は人がどれだけ育てているかに比例します。社内・外研修に力を入れるとともに、「成長シート」の活用をしていきます。
253	専門サービス業 (土業の方)	経営理念、ビジョンに沿った営業戦略と社内体制の確立
254	専門サービス業 (土業の方)	幹部候補生の採用
255	専門サービス業 (土業の方)	外部環境の変化への対応
256	専門サービス業 (土業の方)	業務の処理能力を上げることが急務であり、そのためには人材を採用し、教育して能力を上げることが重要である。
257	専門サービス業 (土業の方)	具体的などころまでは考えがまとまっていません
258	専門サービス業 (土業の方)	新規事業立ち上げ中につき、損益分岐点を超えることに力点をおいている。
259	専門サービス業 (土業の方)	リスク回避のため、事業拡大および、新事業の立ち上げ、エリアの拡大

260	専門サービス業 (土業の方)	新規顧客確保による収益の安定を図ることです。
261	専門サービス業 (土業の方)	当社の専門分野が国策として取り組まれており、需要は伸びている。そこに自社の信用をどうやってもらえるか。仕事に繋げられるか。 自社のみではなく、同業同士の中で手を取り合っていくことも大事だと思っています。
262	専門サービス業 (土業の方)	営業力アップ
263	専門サービス業 (土業の方)	現在の法人解散のうえ、新規法人設立
264	専門サービス業 (土業の方)	新規顧客を増やすこと
265	専門サービス業 (土業の方)	日常業務とは別に社員共育等のコンサル業務をしてきたい。
266	専門サービス業 (土業の方)	就業規則等を作成し、残業時間など労働環境を改善する。そのために生産性向上と社員教育も行う。
267	専門サービス業 (土業の方)	ホームページやチラシなどを拡充する。
268	専門サービス業 (土業の方)	販売施策の実行
269	専門サービス業 (土業の方)	認知度向上
270	専門サービス業 (土業の方)	共同経営してくれる人材(または将来的にそうなってくれる従業員)を求めています。なかなか適材が見つかりませんが。
271	専門サービス業 (土業の方)	業務内容の見直し
272	専門サービス業 (土業の方)	社会情勢(労働市場の変化、AI・ICT技術の進化、他業界の社労士業界への参入など)を踏まえ、当事務所の経営方針(サービス特化)と計画を見直し、取引先・新規潜在顧客のニーズの把握とサービス開発を行う。
273	通信情報業	研究開発の継続など
274	通信情報業	採用の強化が必要。
275	通信情報業	新サービス(webサービス)の展開
276	通信情報業	新規事業の開始を早くする
277	通信情報業	受託開発・パッケージ開発販売を軌道にのせる
278	通信情報業	利益率のよい取引先を開拓
279	通信情報業	営業の採用、新卒の強化
280	通信情報業	業務の効率化を図り生産性向上を図り、売上をあげられる体制をつくる。その後営業力
281	通信情報業	取引先の一極化の緩和
282	流通業(卸・小 売含む)	事業継承
283	流通業(卸・小 売含む)	生産性を上げ業務効率と業務の可視化、残業減・将来の新規事業
284	流通業(卸・小 売含む)	今後外注しが、後継者問題のため廃業をされる危惧があるので、内製化を進めていくことを考えている。
285	流通業(卸・小 売含む)	整備士確保
286	流通業(卸・小 売含む)	新規取引先の深耕で取引額を増やす
287	流通業(卸・小 売含む)	既存顧客と既存商品への依存度を低くしないと会社の維持も困難
288	流通業(卸・小 売含む)	部門別の採算を明確にする
289	流通業(卸・小 売含む)	中途採用に取り組む
290	流通業(卸・小 売含む)	人事評価を成文化し、周知するため、人事理念の確立を急ぐ
291	流通業(卸・小 売含む)	ネット販売の増加に対抗するための企業進路半破断
292	流通業(卸・小 売含む)	営業の力を入れて、取引先の拡大に取り組みます
293	流通業(卸・小 売含む)	営業力を強化して、売上アップを図る。そのために社員力をアップして、そのベースを作っていく。

294	流通業(卸・小売含む)	新規人材採用の為、経営理念の確立を目指す
295	流通業(卸・小売含む)	将来ビジョンについて社内で確立し、採用についてもっと積極的にしていく
296	流通業(卸・小売含む)	現在の事業自体はパイが限られている為、現在の事業で余裕のある間に新事業へ経営資源を入れて、新事業を軌道にのせたい。又、新事業にともなう社員の能力アップが必要であると考えている
297	流通業(卸・小売含む)	過去の延長上のマーケティングから離れ、今後必要となる社会情勢の変化に対応した社会問題解決型事業の構築
298	流通業(卸・小売含む)	ベテランの頭に入っている仕事が多く新人が育ちにくい(事情)
299	流通業(卸・小売含む)	工事会社の分社をどうするか？
300	流通業(卸・小売含む)	新規顧客を訪問する
301	流通業(卸・小売含む)	人材不足解消のための機器のオートメーション化
302	流通業(卸・小売含む)	顧客層の次世代へのバトンが継がれていない。ネット販売も一つの手段かも知れませんが客とのコミュニケーションを通した対面販売に拘っていききたい。
303	流通業(卸・小売含む)	営業戦略の基づくKPIを明確にし、KAI項目の確立の管理に重点を置く
304	流通業(卸・小売含む)	オリジナル商品に重きを置いていく、サービス、品質、種類を向上、増やしていく
305	流通業(卸・小売含む)	別事業を考えている
306	流通業(卸・小売含む)	新規事業立ち上げにより、新会社設立を考案中。しかし、社員の能力不足を感じ、常に代表自ら営業し拡大してきた事で、人材の問題が起きている。現在社員募集中。
307	流通業(卸・小売含む)	人材を採用し教育していきたい。幹部の確保
308	流通業(卸・小売含む)	自社PRの強化
309	流通業(卸・小売含む)	新規顧客増に努力する。
310	流通業(卸・小売含む)	店舗数(販売店数)は増え続けていますが、一店舗当たりの売上が減少傾向にあります。一店舗当たりの単価UPを目指しています。
311	流通業(卸・小売含む)	激変する経済社会に対応するためにも若い考え方や行動力が必要。そのためにも新卒などによる人材確保が重要。
312	流通業(卸・小売含む)	お客さまの潜在ニーズを掘り起こせる営業力の強化
313	流通業(卸・小売含む)	新規分野の販路開拓、
314	流通業(卸・小売含む)	利益確保
315	流通業(卸・小売含む)	社員が急速に若返りをしたための、技術不足、知識不足のための早急な経験
316	流通業(卸・小売含む)	新規商品の取り扱い
317	流通業(卸・小売含む)	スピーディ対応の定着
318	流通業(卸・小売含む)	営業力を強化し卸売の規模拡大。その上でB to Cビジネスの強化。
319	流通業(卸・小売含む)	石油に代わる新規事業を立ち上げたい
320	流通業(卸・小売含む)	ベテランスタッフの退職があり、新人スタッフの比率が上がっている。
321	流通業(卸・小売含む)	新規顧客開拓
322	流通業(卸・小売含む)	採用が困難です
323	流通業(卸・小売含む)	自社制作商品の開発

324	流通業(卸・小売含む)	テキスタイル文化に寄与する仕事をしたい
325	流通業(卸・小売含む)	売上向上に向けての販路の拡大、新商品・サービス拡大に伴う資金調達に向けて準備をする
326	流通業(卸・小売含む)	社員一人ひとりの能力アップ
327	流通業(卸・小売含む)	付加価値のある新商品の開発・販売を行って行き、売上と粗利率の上昇に力を注ぐ。
328	流通業(卸・小売含む)	在庫量の増加に伴う販売力の増強
329	流通業(卸・小売含む)	在庫の保管容量を増やす
330	流通業(卸・小売含む)	新規人材を登用して、営業力に注力していきたい
331	流通業(卸・小売含む)	減った人材の補充が出来ていないままの状態、緊急に雇用をしないといけない。それが出来れば新規開拓営業に労力を割くことが出来る。 幸い決算内容が良いので、銀行と交渉し金利を見直して経費を節減するようにする。
332	流通業(卸・小売含む)	販路拡大
333	その他	スタッフの力量を向上させることで効率化を図る
334	その他	人材の採用ができていない。採用に力を入れていく
335	その他	人材確保と育成。設備更新。新製品受注
336	その他	受注量を増やす取り組み
337	その他	営業社員比率が少ない→採用、増加を目指す。
338	その他	人口減少による販路等、競争激化に対抗できる人材育成
339	その他	ヘルパー不足、高齢化を解決していきたい。
340	その他	業務効率化(人がやっていた作業をPCで効率化)
341		今、当社の売上高増大のネックは、SE人材の確保にあります。 新規の優秀な学卒を何人採用できるかが課題で、最重要化だとして当社独自のリクルート活動をしています。 以下の特別項目と同じ課題です。
342		粗利益率が下がっているので生産性を上げるのと粗利の高いところの仕事を増やしていく
343		障害者支援の質の向上が課題。現職員の力量を高め、利用者である障害者や家族の方々に将来への希望を持っていただける支援を行うことで、利用者の増加を図る。 職員の平均年齢が高くなりつつあるので、若年の職員採用に努める。
344		社員のスキルをアップするとともに、事務の効率化を図ることで生産性を向上させる
345		新規顧客の開拓による売上増
346		インターネット販売による、顧客のリポートが増えてきたことにより、顧客への新しい商品をアピールすることにより、売上を上げる。
347		人材の採用は深刻です。また社員を幹部に育てる難しさを感じています
348		実動員数=売り上げ の為、採用と定着率が津臆説売り上げに関わる。
349		今期・来期の取り組みとして、一人企業から脱却する。
350		ベテラン社員が定年退職していく中、次の世代を担う経営者や管理職の育成が必要である。 また、新卒者または中途社員の人材の確保と育成が必要である。
351		販路拡大
352		高収益を期待できる顧客の発掘 接点を見つける 金融機関の動向に注意 海外新規事業のスタート 外国人社員の採用も視野に入れる
353		事業エリアの拡大、転換。収益を得る為の資産の拡大
354		
355		現在の事業の転換
356		違う福祉サービスの開所
357		特になし

特別項目集計

【1】現段階における新卒の採用見込み

(1)1業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	総計
サービス業	5	3.7%	7	5.2%	24	17.9%	98	73.1%	134
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	7	41.2%	10	58.8%	17
建築業	3	5.5%	3	5.5%	24	43.6%	25	45.5%	55
製造業	21	10.1%	18	8.7%	60	29.0%	108	52.2%	207
専門サービス業	1	1.2%	3	3.5%	5	5.9%	76	89.4%	85
通信情報業	3	17.6%	1	5.9%	4	23.5%	9	52.9%	17
流通業	6	7.1%	4	4.8%	12	14.3%	62	73.8%	84
その他	1	6.7%	0	0.0%	3	20.0%	11	73.3%	15
(空白)	1	4.3%	1	4.3%	8	34.8%	13	56.5%	23
総計	41	6.4%	37	5.8%	147	23.1%	412	64.7%	637
募集をされている企業における		18.20%		16.40%		65.30%			

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

【2】新卒採用募集における、初任給の変化について(昨年度比)

※上記問にて募集をされている企業を母数としております。

(1)1業種	①	割合	②	割合	③	割合	総計
サービス業	5	10.4%	43	89.6%	0	0.0%	48
運輸業	2	33.3%	4	66.7%	0	0.0%	6
建築業	8	20.5%	31	79.5%	0	0.0%	39
製造業	25	20.3%	98	79.7%	0	0.0%	123
専門サービス業	3	33.3%	6	66.7%	0	0.0%	9
通信情報業	0	0.0%	14	100.0%	0	0.0%	14
流通業	6	20.0%	24	80.0%	0	0.0%	30
その他	0	0.0%	6	66.7%	3	33.3%	9
(空白)	3	30.0%	6	60.0%	1	10.0%	10
総計	52	18.1%	232	80.6%	4	1.4%	288

①増額 ②同額 ③減額

【3】パートを募集される際の賃金設定について

(1)1業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合	統計
サービス業	39	31.5%	28	22.6%	13	10.5%	8	6.5%	36	29.0%	124
運輸業	6	42.9%	2	14.3%	1	7.1%	0	0.0%	5	35.7%	14
建築業	10	20.8%	11	22.9%	4	8.3%	4	8.3%	19	39.6%	48
製造業	81	41.8%	48	24.7%	14	7.2%	1	0.5%	50	25.8%	194
専門サービス業	9	11.8%	12	15.8%	17	22.4%	6	7.9%	32	42.1%	76
通信情報業	2	13.3%	1	6.7%	0	0.0%	1	6.7%	11	73.3%	15
流通業	18	24.0%	14	18.7%	12	16.0%	7	9.3%	24	32.0%	75
その他	1	7.1%	7	50.0%	4	28.6%	0	0.0%	2	14.3%	14
(空白)	5	22.7%	1	4.5%	2	9.1%	0	0.0%	14	63.6%	22
総計	171	29.4%	124	21.3%	67	11.5%	27	4.6%	193	33.2%	582

①900～950円未満 ②950円～1000円未満 ③1000円～1100円未満 ④1100円以上 ⑤募集をしていない

【4】パートの採用状況について

(1)1業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	総計
サービス業	20	16.0%	17	13.6%	18	14.4%	70	56.0%	125
運輸業	1	7.1%	1	7.1%	2	14.3%	10	71.4%	14
建築業	5	10.0%	2	4.0%	5	10.0%	38	76.0%	50
製造業	33	16.7%	21	10.6%	29	14.6%	115	58.1%	198
専門サービス業	11	14.3%	4	5.2%	3	3.9%	59	76.6%	77
通信情報業	1	6.7%	0	0.0%	0	0.0%	14	93.3%	15
流通業	15	20.3%	11	14.9%	6	8.1%	42	56.8%	74
その他	5	38.5%	1	7.7%	2	15.4%	5	38.5%	13
(空白)	1	4.8%	2	9.5%	3	14.3%	15	71.4%	21
総計	92	15.7%	59	10.1%	68	11.6%	368	62.7%	587

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