

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10月～12月期）

期間：2017年11月15日～2017年12月14日

対象者：2499名

回答数：659名

P 1 : 大阪産業構造研究会コメント

P 5 : アンケート原紙

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

P 2 0 : 全体集計

（売上動向・利益動向・採算状況・景気動向・先行き景況感・資金繰り）

P 2 2 : 売上増加の要因（選択・記述）

P 2 8 : 売上減少の要因（選択・記述）

P 3 1 : 設備投資・経営上の課題（選択）

P 3 2 : 今後の力点（選択・記述）

P 4 1 : 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10月～12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
立命館大学経営学部教授	田中幹大
大阪経済法科大学経済学部教授	高橋慎二
和歌山大学経済学部准教授	藤田和史
大阪市立大学大学院創造都市研究科准教授	立見淳哉
阪南大学経済学部准教授	松村幸四郎
阪南大学経営情報学部准教授	菊池 航

**全体としては改善傾向にあるが、業種や企業間で差が見られる
引き続き自社の置かれている状況を把握し、経営基盤の強化に努めよう**

今回調査のポイント

1. 日本経済の動向におよそ対応した結果となった。会員企業の業績は、全体として改善傾向にある。
2. 製造業の顕著な改善と、サービス業の停滞。同友会会員企業の過半数を占める二つの業種（製造業32%、サービス業22%）間で明暗が分かれた。
3. こうした業種間での動向に加えて、企業間で明暗が分かれている側面も見逃せない。

1. データについて

今回（2017年10月～12月期）の景況調査データは、2017年11月15日～12月14日の間に回収されたものである。対象者2,499名に対し回答数は659名、回収率は26%であった。

2. 大阪同友会会員企業の景況について

（1）DI 値の変化に見る今回調査の特徴

今回調査の顕著な特徴として、売上・利益を増加させた企業が大幅に増加したことがあげられる。まず、売上と利益の動向について、それぞれ DI 値を確認していこう。

売上動向については、前期比では前期（2017年7月～9月期）の9.9に対して、20.3と10.4ポイントの増加である。前期比に関しては2013年の調査以来同様の傾向があるが、前年同月比についても15.5から21.5と、6ポイントの増加となっている。ただし、業種間のばらつきが大きく、特にサービス業の低迷が際立つ。会員数が多く今回調査で良好な結果となった製造業と比較すると、まず、前期比において、製造業が5.7から24.3へと18.6ポイントの増加であるのに対し、サービス11.9から7.9へと4ポイントの減少となっている。この傾向は、昨期（前年同月期）との比較においても同様であり、製造業が13.9から27.8へと13.9ポイントの増加に対し、サービス業は20.9から11.7へと9.2ポイントの減少となっている。これら以外では、専門サービス業が前期比に限り減少となっているが、残る業種では前期比と前年同月期日のいずれにおいても増加となっている。

次に利益動向であるが、これも基本的に同様の結果である。前期比については、前期 7.0 に対して 13.8 と 6.8 ポイントの増加である。前年同月期比では、8.4 から 14.6 へと 6.2 ポイントの増加となった。上記のようなサービス業の状況はここでも確認される。同じく製造業と比較すると、まず、前期比で製造業が 4.8 から 19.3 へと 14.5 ポイントの増加であるのに対して、サービス業では 2.9 から -2.1 へと 5 ポイントの減少である。前年同月期比では、製造で 6.5 から 17.8 で 11.3 の増加に対し、サービス業では 12.1 から 3.7 へと 8.4 ポイントの減少である。業種の中には、運輸業のように前期比で 5.9 から 31.3 と 25.4 ポイントの増加、前年同月期比ではさらに 0.0 から 46.2 へと 46.2 ポイントの大幅増加を経験したのもあった。

今期は日本経済全体で景気回復が日銀短観などを通じて報告されているが、大阪同友会の会員企業についても、景況感 DI は大きく改善している。2015 年の 4 期（10～12 月期）から 2017 年 2 期（4～6 月期）まで、一貫してマイナスを記録してきたが、前期である 2017 年 3 期（7～9 月期）に 1.5 とプラスに転じ、さらに今期の 8.7 という結果に至っている。業種別で見ても基本的には同じであり、とりわけ運輸業 12.5、製造業 15.9、通信情報業 37.5 など良好な状況を見ることができる。なお、景況感の先行き DI もまた、類似の傾向を示しており、前期と今期でポイントが改善しているのが特徴である。採算状況 DI についても、38.3 ポイントと黒字企業の割合が多く、良好な結果となっている。

しかしながら、これらの指標における改善傾向に対して、設備投資 DI は対照的な結果となっている。2015 年 4 期から今期に至るまで一貫して大幅のマイナスであり、今期は -31.1 とさらに悪化し、前期の -27.9 に比べて 3.2 ポイントの減少である。ただし、業種別の違いもあり、運輸業のみ例外で 26.7 であるのに対し、建築業と専門サービス業ではそれぞれ -52.3 と -60.7 と深刻である。サービス業も -34.8 と深刻だが、前期の -48.2 に比べるとやや持ち直している。景気回復あるいはその期待が、依然として、実際の設備投資には結果していない。

（2）売上・利益動向

まず、DI 値で確認した売上ならびに利益動向について、その詳細を見ていこう。全般的には業績を向上させる企業の割合が増えているが、売上を減少させる企業の存在も忘れてはならない。前年同月期比においてより顕著だが、売上・利益ともに 2 割前後の企業が業績を悪化させている。そのうちわけを確認しておくとして、前年同月期比で売上が増加したと回答した企業が 40.5% に対して、19.0% の企業は売上を減少させている。利益動向で見ると、その割合はさらに高く、36.6% の増加企業に対して、22.1% の売上減少企業が存在する。

こうした業績の増減には景気動向をはじめ様々な外的要因が関係していると考えられるが、個別企業の取り組み・対応もまた重要な要因であろう。

売上の増加理由を見ると、「営業力の強化・拡大」が 24.8% と最多の回答となっている。続いて「新規販路・新分野の開拓」14.2%、「人材育成・採用の強化」11.2% といった回答が目立つ。会員企業は、何らかの対応を複合的に行っているであろうが、中でも市場対応/創出力を重視していることが、今回調査あるいは近年の結果から看取される。「技術力・サービスの強化」や「コストダウン・生産性アップ」は、それぞれ 9.9% と 7.1% にとどまった。自由記述においても、業種を問わず、景気の改善を要因に挙げる回答に加えて、営業力の強化や新規取引先の開拓に関する回答が目立つ。

なお、関連のポイントに関して、産業構造会メンバーからも、補足的情報として自社の状況が次のように示された。熱処理・塗装業のメンバーの企業は、全般的に忙しく、特に建築機械関係でリーマンショック以降の回復が近年急速に進んでいる。計量器（巻尺）の製造・卸売業でも、卸売は堅調だが、計量器よりもそれ以外の新たに扱っている商品が売れる。プラスチックフィルム袋の製造業では、キャンペーンで使う袋が増えていることから景気回復を実感している。ネジ・金属部品の卸売業でも、業界全体として景況感は良くなっている。アパレル製造・卸売業では、新ブランドの立ち上げなど新

規のさまざまな試みを行い、卸売も直接エンドユーザーに売ることでは利益を確保できないため、ネット販売を広げている。鋼材の加工・販売業では、価格帯が上がっているのと新規開拓を積極的に行うことで売上を増加させた。建設機械関係の企業は、日本国内の他、欧州（イギリス）、北米を市場としており、グローバル経済の好影響を受けている。特にミニ建機のおよそ 28%の世界シェアを有する取引先の影響で堅調に推移している。

以上の内容から、国内・海外の景気動向という条件に加えて、各社が何らかの新しい試みを持続的に行っていることが、売上増加の背景となっていることが見えてくる。また、各社の取り組みとしては、加工技術やサービス内容そのものの変更というよりも、既存の技術やサービスを前提としながら、新たな顧客あるいは新たな用途（既存の資源を生かす方法）を開拓していく姿勢を読み取ることができよう。

なお、売上減少企業に関しては、減少の理由として、「国内需要の減少」を理由に挙げた企業割合が 28.4%と第一位であった。続いて「販売・受注価格の減少」が 24.4%、「他社との競合状態の悪化」20.5%となった。自由記述を見ても、基本的にはこれら上位 3 位までの理由に関連する記述が目立った。

3. 経営上の課題等

まず、設備投資・規模拡大などの投資計画について、全体の DI 値としては依然として低迷していることはすでに触れた。より具体的には、54%の企業が投資計画は「ない」と回答し、「今期中にある（1年以内）」としたのは 23%にとどまっている。ただし、業種別にみると、サービス業、建築業、専門サービス業、流通業などで「ない」とする割合が高いという特徴がある（それぞれ、59.1%、65.9%、71.4%、59.3%となっている）。これに対し、運輸業、製造業、通信情報業で、「ない」が 13.3%、40.7%、37.5%、「今期中にある」がそれぞれ 40.0%、31.4%、37.5%と、比較的設備投資に意欲的な企業が多い。

次に、経営上の問題点について、上位 3 位までの回答を見ると、「従業員の確保」17.1%、「社員教育」15.9%、「幹部社員の不足」といった順になっている。取引先との関係や資金繰りなどではなく、いずれもが人材に関わる教育であることが特徴である。人材確保の深刻さと、新しい展開を行う上での人材育成の重視が示唆される。実際、今後も含めた経営上の力点に関する回答は、この点を裏付けているように見える。同じく上位第 3 位までの項目を見ると、「営業力の拡大」19.9%、「社員能力のアップ」14.5%、「人材の採用」13.0%という結果である。自由記述を拾うと、「従業員の営業力アップにてリピーター客を確保するとともに、消費者のニーズにあった商品の提供と、安全性かつクオリティの向上が顧客を確保し利益につながる」（サービス業）や、「人手が足りないので、他よりも少しでもいい条件が出せるよう経費を減らして社員に還元していきたい。そのため個々の社員の意識を高めたい」（運輸業）、「中期的に、次の柱となる顧客の開拓と新展開に対応出来るための人材確保」（建築業）、「営業力強化、生産性の向上は全て社員教育から」（製造業）などの声が聞かれた。

4. 特別項目について

(1) 冬期賞与

冬期賞与を支給する企業が、64.8%と過半数を占める（「該当なしを除いた」①～③の集計では、73.9%に及ぶ）。ただし、製造業 82%に対して、サービス業は 49%であるなど、業種的な偏りも大きい。また、支給金額については、昨年よりも「増額」が 39.、「同額」が 52.2%、「減額」が 7.3%という結果になった。このことから、支給することを決定した企業に関しては、「増額」もしくは「同額」が基本であり、また、上記ほどの業種的な差も見られない。

(2) 新卒採用

会員企業が、人材の確保と育成に力点を置いていることは上述の通りである。その重要なようその一つとして新卒採用がある。新卒採用の充足について訪ねた項目では、「①希望通り採用できた」企業は 33.3%で、「②充足しておらず、現在も採用活動中」の企業が 46.3%、さらに「③充足しておらず、困っている」とした企業が 20.3%という結果であった。特に建築業では、③の回答が 48.1%に及び、新卒採用の問題がひとときわ深刻である。

採用の媒体については、「ハローワークへの登録」が 58.7%と基本的な手段となっているが、その他では、「就職サイトへの登録」 25.3%、「自社 HP」 23.3%、「親族や知人などへの紹介依頼」 22.2%などとなっている。ホームページや口コミの活用など多様な手段を講じている。

(3) 人手不足への対応

上位 3 位までの回答を見ると、第 1 位が「社内体制の見直し」である。50.9%と半数の企業が社内体制の見直しを行っていることがわかる。これに、「従業員の多能工化」 34.1%、「人材確保のための賃金や待遇の見直し」 30.2%が続く。人材の配置とインセンティブの設計によって対応する企業が多い。加えて、「設備投資など IT 活用による能率アップ」と回答した企業も 18.7%と少なくなく、技術的にも解決を図っている姿がうかがえる。ただし、これには業種による違いも大きく、たとえば IT の活用は建築業では 2.4%とほとんど行われていない。業種間の違いとしては、多能工化についても、製造業ではおよそ半数の企業に該当するのに対し、運輸業では 14.3%にとどまる。また、改めて目配りしておきたいのが、「外国人雇用の受け入れ」がサービス業 14.1%、建築業 17.1%、製造業 18.3%などで回答が高くなっていることである。「シルバー人材の採用」もサービス業や運輸業ではそれぞれ 17.6%、14.3%と高くなっている。労働力の確保のみを目的とした採用によって、これらの条件不利層にとって好ましくない就業環境へと結果しないよう、常に意識しておく必要がある。

(文責：立見淳哉)

【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10月～12月期を元にご回答下さい)

(1) 売上・利益の動向について、該当する項目に○印をつけてください

①売上	前期比(7月～9月期)： 増 ・ 横 ・ 減	前年同期比： 増 ・ 横 ・ 減
②利益	前期比(7月～9月期)： 増 ・ 横 ・ 減	前年同期比： 増 ・ 横 ・ 減
③採算	黒字 ・ 収支トントン ・ 赤字	
④景気動向	好転 ・ 横ばい ・ 悪化	⑤次期景況感 好転 ・ 横ばい ・ 悪化
⑥資金繰り	楽 ・ 普通 ・ 苦しい	
⑦銀行の対応	好転 ・ 悪化 ・ 変化なし	

(2) 売上の増加と減少の原因について

①前年同期比が「増加」と回答した企業は、以下の要因の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

【1】冬季賞与について

1) 冬季賞与の予定について

1. 支給する 2. 支給しない 3. 未定 4. 該当なし

2) 前年度の冬季賞与との比較について(【1】-1で「1. 支給する」と回答された方)

1. 増額 2. 同額 3. 減額 4. 昨年は支給していない

【2】新卒採用について

1) 新卒採用の充足状況について、該当する項目を1つお選び下さい。

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

2) 採用の媒体について該当する項目を全てお選び下さい。

1. Jobway への登録 2. 就職サイトへの登録 3. 自社HP 4. 同友会の合同企業説明会 5. 同友会外の説明会
6. OBやOG訪問受け入れ 7. ハローワークへの登録 8. 人材マッチング、紹介サービスの活用
9. 親族や知人などへの紹介依頼 10. その他 ()

【3】人手不足への対応について

1) 人手不足への対応について該当する項目を全てお選び下さい。

1. 社内体制の見直し 2. 設備投資などIT活用による能率アップ 3. 外国人雇用の受け入れ
4. 従業員の多能工化 5. 人材確保のための賃金や待遇の見直し 6. シルバー人材の採用
7. その他 ()

大阪同友会定点景況調査集計2017年10月～12月期

期間:2017年11月14日～12月14日

659名回答

(サービス業:142名 運輸業:16名 建築業:51名 製造業:209名 専門サービス業:94名
通信情報業:8名 流通業:91名 その他:20名 空白:28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	4期
サービス業	17.7	15.3	11.9	7.9
運輸業	12.5	31.3	35.3	37.5
建築業	7.8	14.0	7.0	25.5
製造業	-0.5	-4.5	5.7	24.3
専門サービス業	32.4	13.2	35.6	23.7
通信情報業	53.3	-15.4	5.9	25.0
流通業	13.3	9.3	0.0	18.0
統計	12.9	6.8	9.9	20.3

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	4期
サービス業	15.9	16.8	20.9	11.7
運輸業	42.9	53.3	43.8	28.6
建築業	6.4	22.2	2.1	10.9
製造業	4.7	8.2	13.9	27.8
専門サービス業	40.9	31.8	30.8	33.0
通信情報業	33.3	7.7	-12.5	50.0
流通業	19.0	-1.1	15.1	17.4
統計	15.6	15.0	15.5	21.5

(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	4期
サービス業	15.9	9.3	2.9	-2.1
運輸業	-6.3	18.8	5.9	31.3
建築業	9.8	12.0	1.8	9.8
製造業	4.1	-4.0	4.8	19.3
専門サービス業	32.9	14.9	30.7	20.4
通信情報業	46.7	-7.7	0.0	25.0
流通業	7.1	11.2	4.4	15.2
統計	13.0	5.6	7.0	13.8

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

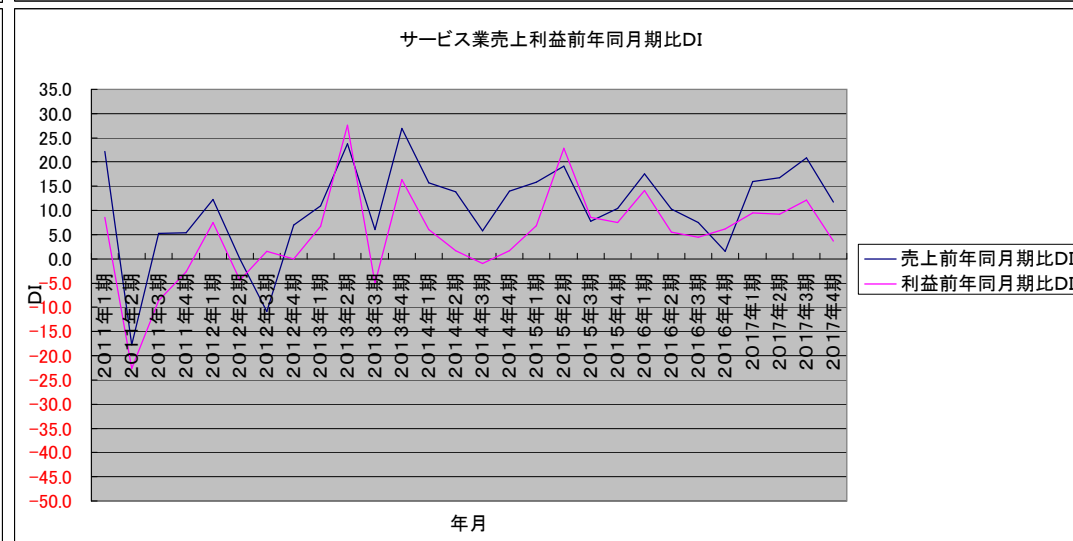
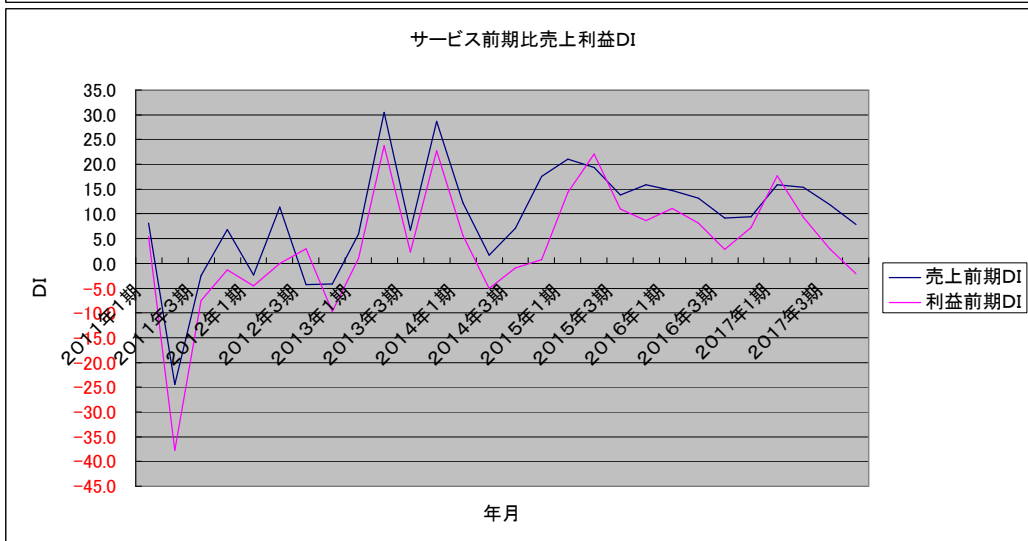
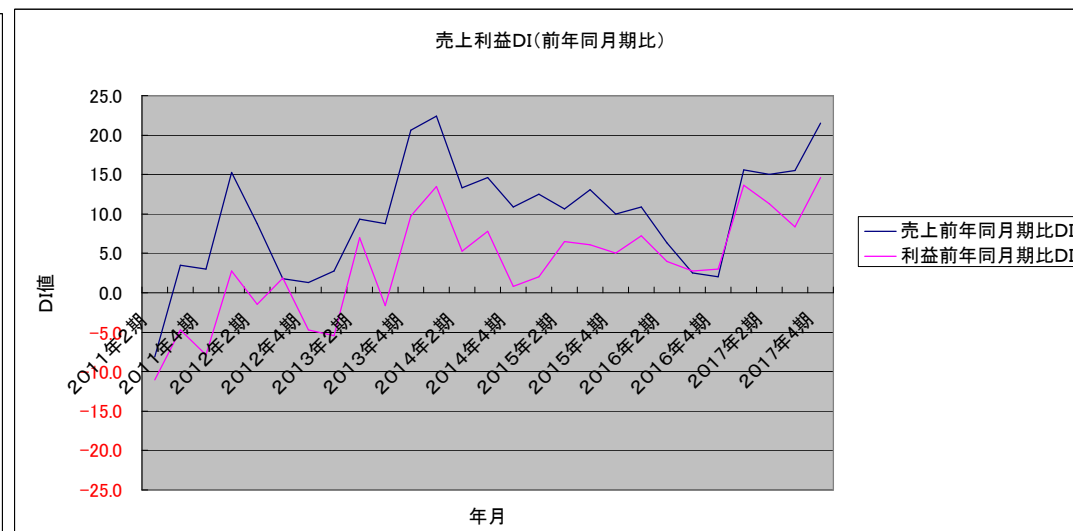
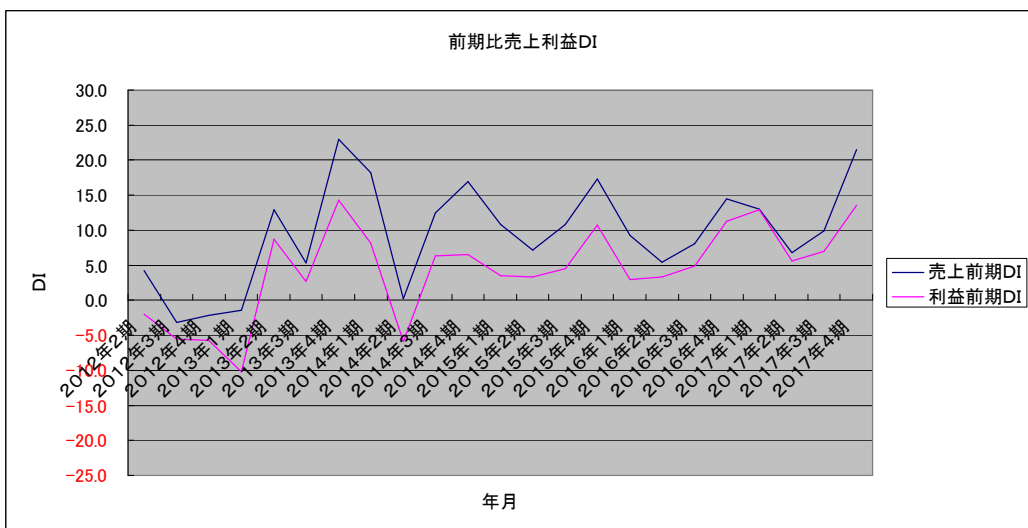
	1期	2期	3期	4期
サービス業	6.9	22.9	8.6	7.5
運輸業	16.7	7.1	7.7	36.8
建築業	5.0	-2.4	2.1	3.2
製造業	-11.8	-18.0	-4.8	-8.7
専門サービス業	31.7	20.9	35.1	27.3
通信情報業	37.5	0.0	8.3	-7.7
流通業	-15.3	24.2	5.0	3.3
統計	2.0	6.5	6.1	5.0

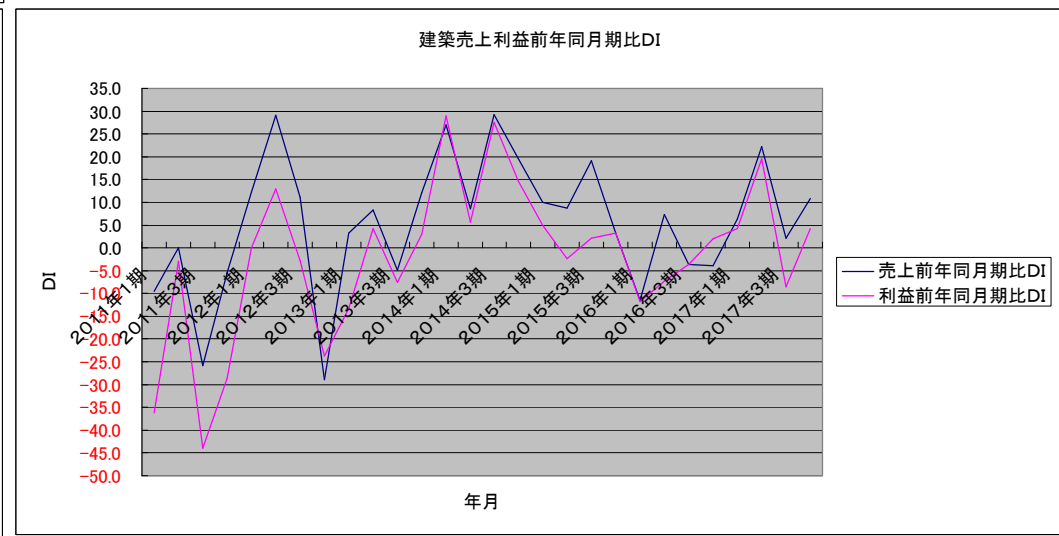
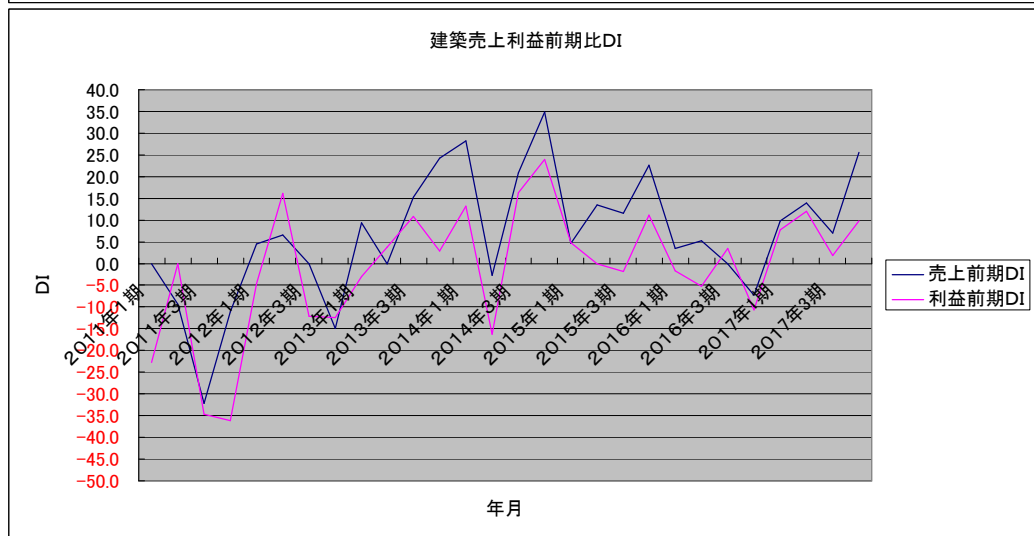
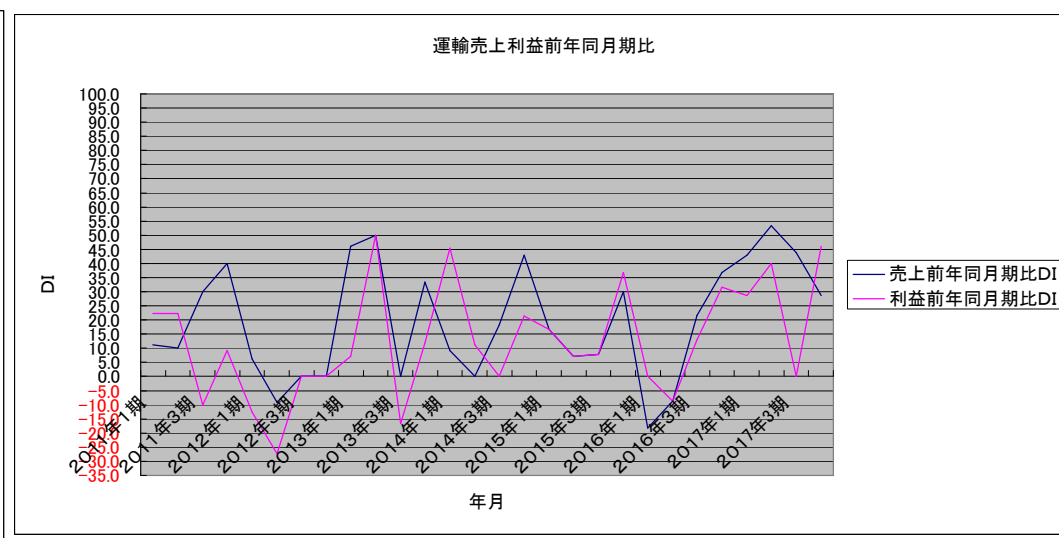
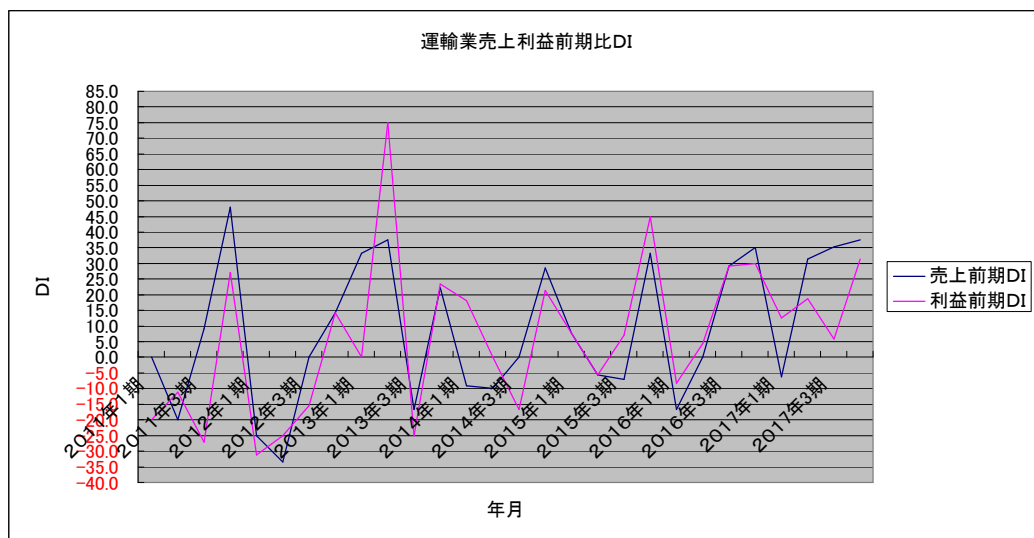
2016年

	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

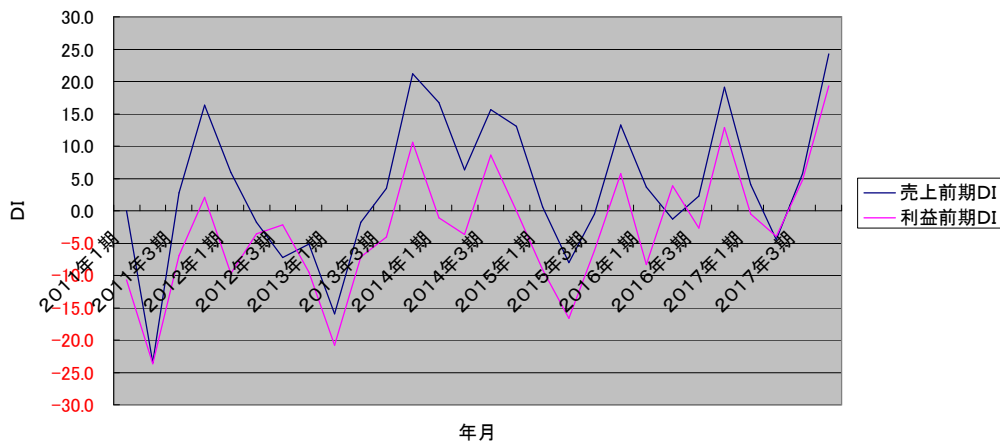
2017年

	1期	2期	3期	4期
サービス業	9.5	9.2	12.1	3.7
運輸業	28.6	40.0	0.0	46.2
建築業	4.3	19.6	-8.5	4.3
製造業	10.6	3.7	6.5	17.8
専門サービス業	35.4	28.7	32.1	50.0
通信情報業	21.4	15.4	-25.0	16.1
流通業	14.5	3.2	6.7	3.2
統計	13.6	11.3	8.4	14.6

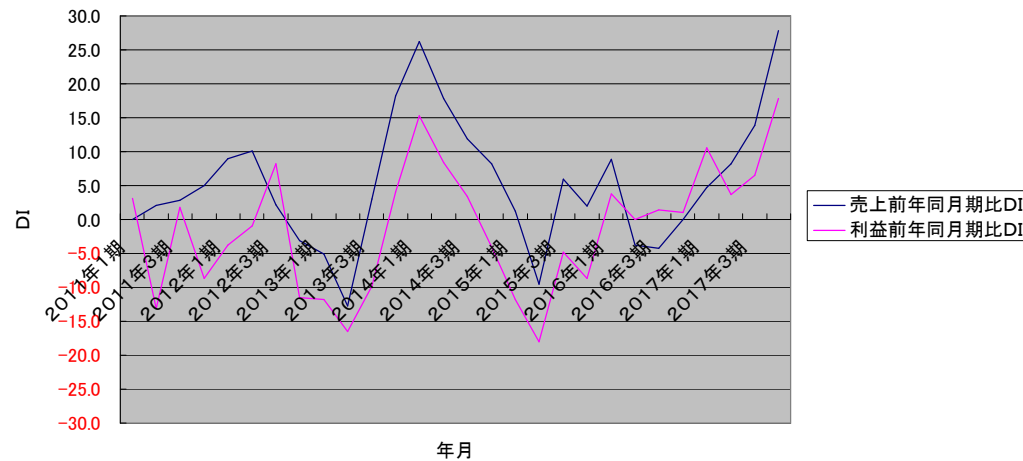




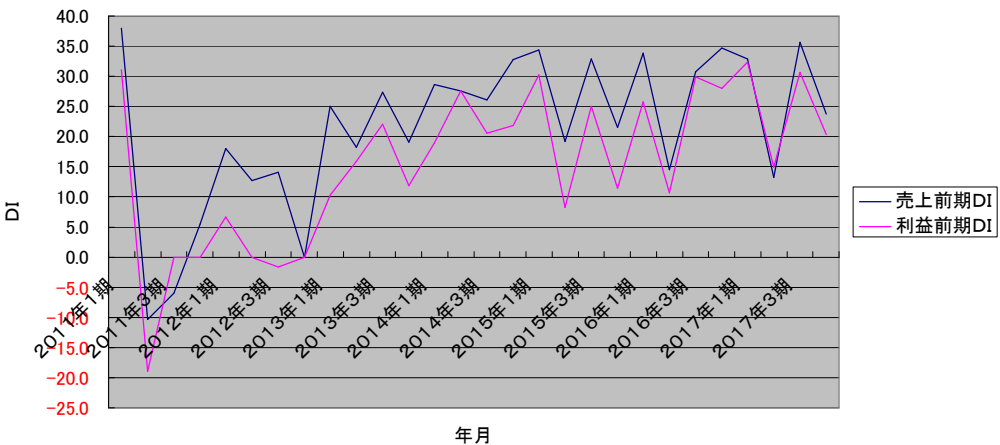
製造売上利益前期比DI



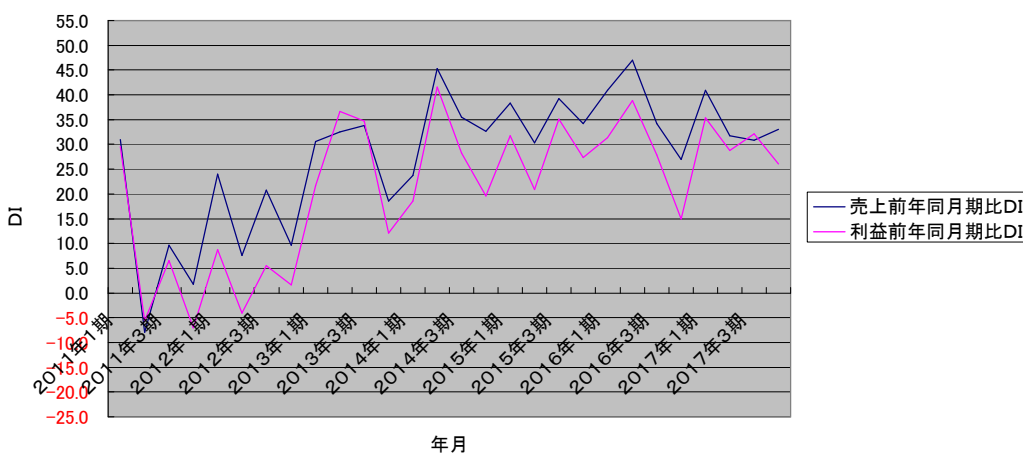
製造業売上利益前年同月期比DI



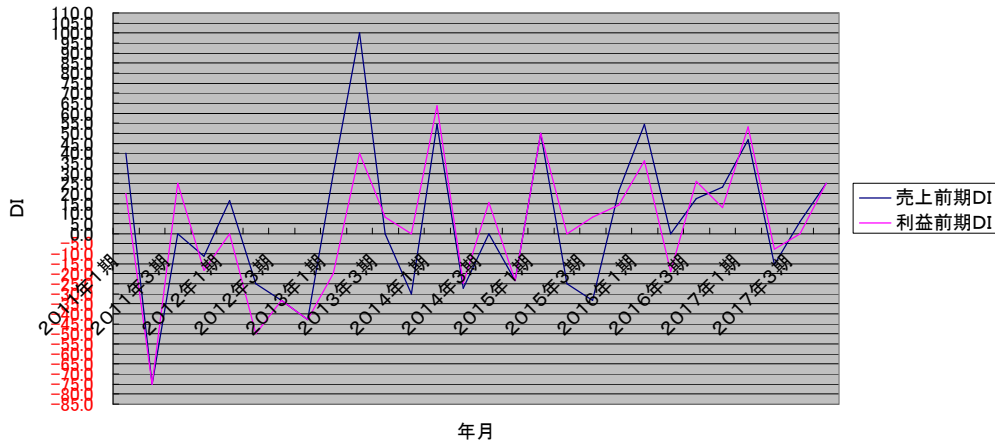
専門サービス売上利益前期比DI



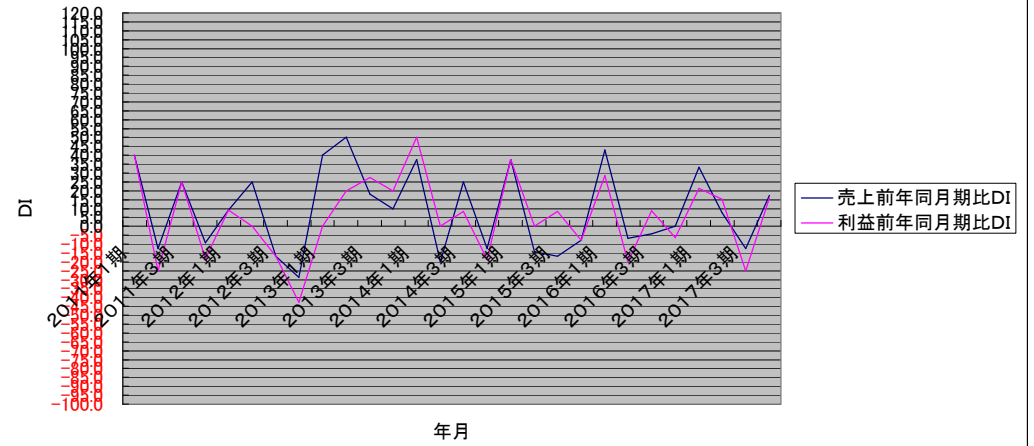
専門サービス売上利益前年同月期比DI



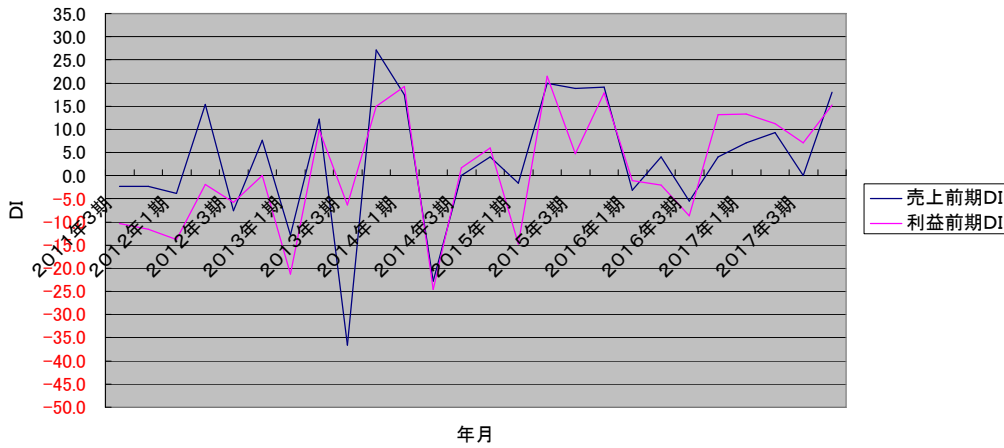
通信情報売上利益前期比DI



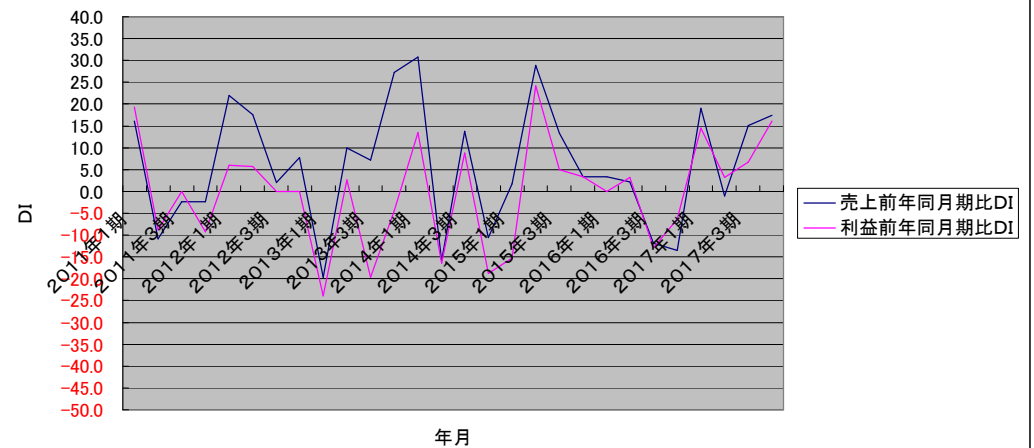
通信情報売上利益前年同期比DI



流通売上利益前期比DI



流通売上利益前年同期比DI



景況感DI推移

	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	2017年4期
サービス業	-8.5	-14.8	-19.9	-9.2	-8.6	-1.5	-2.7	1.4	5.8
運輸業	0.0	-8.3	-30.4	-13.0	5.0	6.3	-6.7	-18.8	12.5
建築業	0.0	-6.8	-15.3	-10.3	-8.9	0.0	4.0	-5.4	8.2
製造業	-15.4	-15.5	-27.1	-11.7	-10.3	-2.6	-0.4	5.7	15.9
専門サービス業	2.5	0.0	-12.2	-9.2	-2.7	5.9	5.4	3.5	8.9
通信情報業	-7.1	22.7	0.0	-4.3	-21.4	7.1	0.0	17.6	37.5
流通業	-18.9	-30.1	-27.3	-31.5	-25.7	-4.5	-10.1	-5.6	-4.4
統計	-9.6	-13.8	-21.9	-13.3	-11.3	-1.5	-1.2	1.5	8.7

景況感先行きDI推移

	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	2017年4期
サービス業	-5.8	-4.2	-11.4	-7.4	-9.8	-4.1	-4.3	0.7	8.3
運輸業	0.0	0.0	-17.4	-4.3	-11.1	-18.8	-6.7	0.0	13.3
建築業	1.6	-10.0	-10.7	-5.3	-11.1	6.0	8.5	0.0	-8.9
製造業	-17.4	-13.8	-16.4	-10.2	-5.3	-9.0	-2.3	12.4	14.3
専門サービス業	-2.7	4.8	-13.8	-2.7	0.0	0.0	5.7	8.5	8.8
通信情報業	7.7	5.6	6.7	-14.3	-28.6	-3.6	-7.7	25.0	25.0
流通業	-18.5	-25.6	-26.8	-23.3	-10.6	-3.6	-4.2	2.3	3.6
統計	-8.9	-10.2	-15.4	-9.2	-7.5	-4.6	-1.2	7.2	8.6

資金繰りDI推移

	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	2017年4期
サービス業	-5.6	-9.0	-10.6	-8.1	-12.5	2.4	-12.7	-9.9	-9.4
運輸業	-4.8	17.4	0.0	20.8	10.0	6.3	18.8	17.6	12.5
建築業	-17.5	-11.9	-5.1	0.0	-7.1	3.9	-2.0	5.4	0.0
製造業	-7.5	0.0	-5.7	-1.3	0.5	-0.5	2.7	6.6	8.6
専門サービス業	-2.6	-3.1	11.8	-2.6	-1.3	11.6	8.9	0.0	8.5
通信情報業	0.0	0.0	-6.3	-13.0	7.1	-13.3	-15.4	-11.8	25.0
流通業	-9.4	-5.4	-13.3	-8.7	-9.9	6.7	5.1	7.8	7.7
統計	-7.0	-3.4	-6.0	-4.5	-5.4	1.7	0.3	0.8	4.3

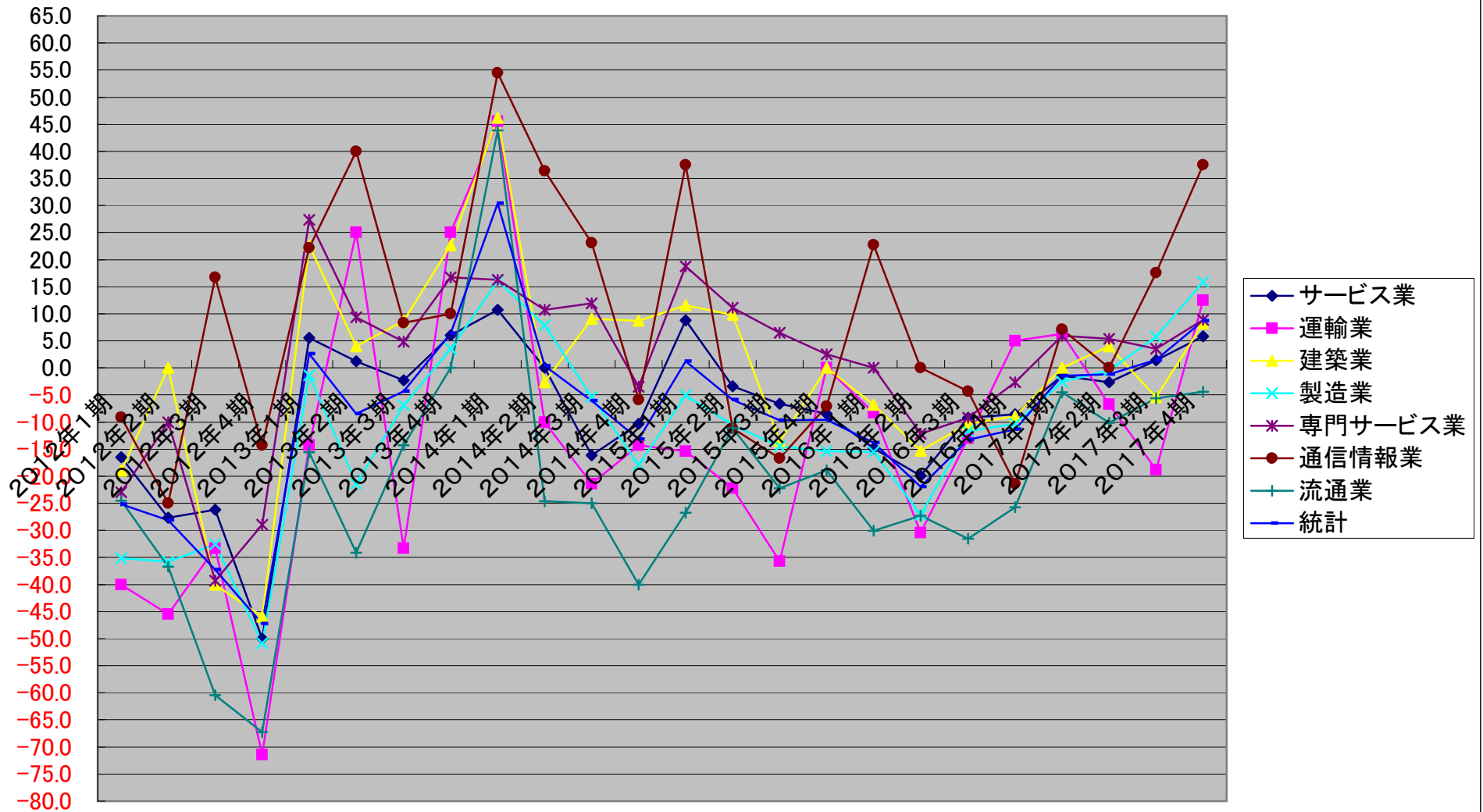
設備投資DI推移

	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	2017年4期
サービス業	-38.0	-26.3	-24.8	-43.8	-42.3	-35.7	-53.0	-48.2	-34.8
運輸業	0.0	26.3	23.8	50.0	-11.1	0.0	6.3	25.0	26.7
建築業	-53.6	-17.6	-32.7	-43.1	-47.1	-39.6	-14.9	-31.5	-52.3
製造業	1.0	2.0	-0.5	-15.5	-14.9	-7.9	-5.0	-4.5	-9.3
専門サービス業	-36.8	-35.0	-41.1	-62.5	-60.0	-46.2	-64.0	-53.8	-60.7
通信情報業	-64.3	-25.0	-31.3	-52.2	-69.2	-60.0	-69.2	-68.8	0.0
流通業	-33.3	-3.7	-12.0	-37.5	-30.9	-2.4	-28.4	-28.0	-40.7
統計	-23.4	-12.0	-15.3	-33.2	-33.2	-22.7	-29.6	-27.9	-31.1

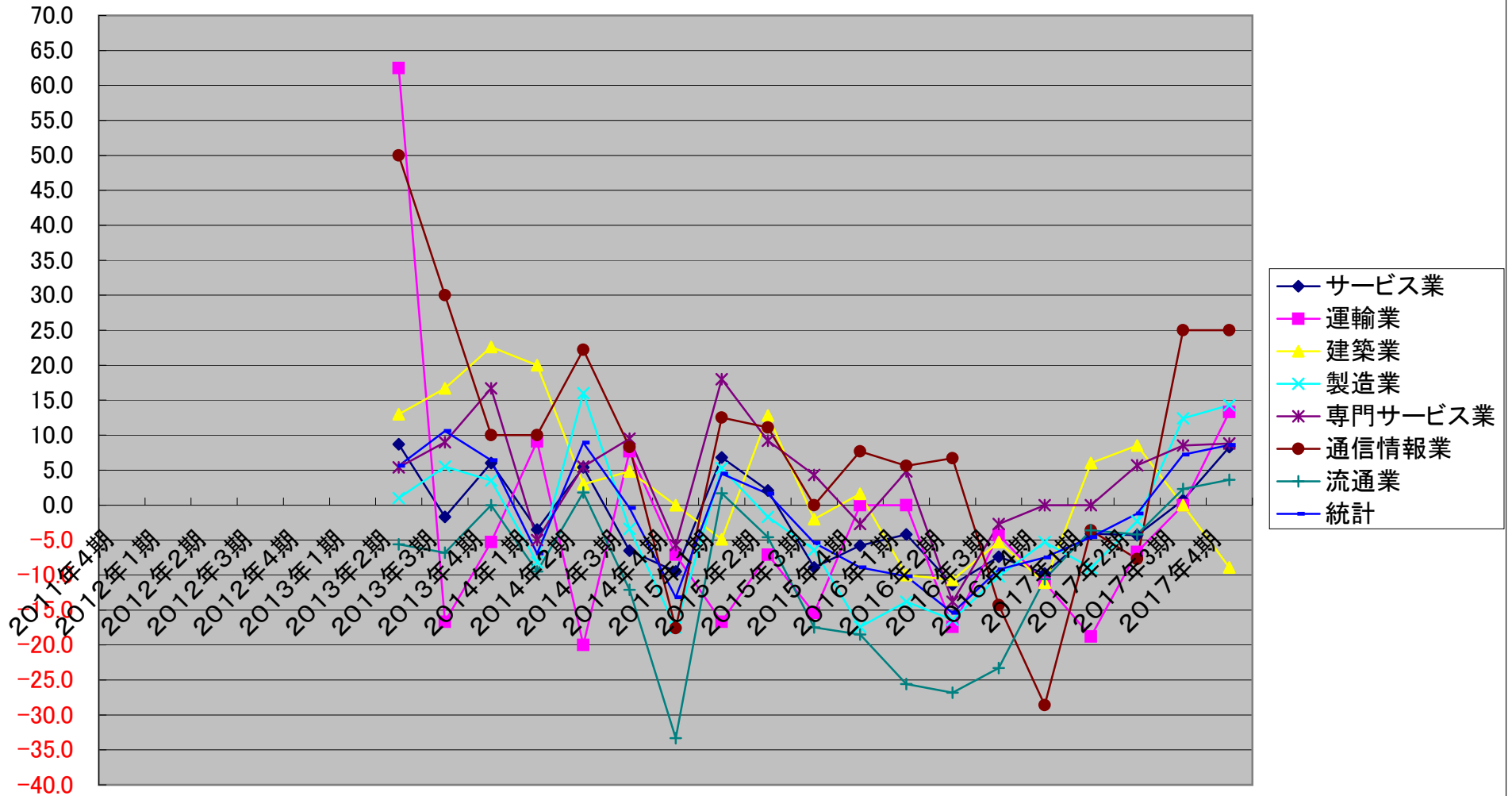
採算状況DI

	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	2017年4期
サービス業	32.4	20.4	22.6	22.5	20.3	36.2	21.5	24.5	26.6
運輸業	57.1	29.2	30.4	62.5	50.0	43.8	56.3	50.0	68.8
建築業	28.6	13.6	18.6	12.1	21.4	37.3	35.3	28.6	30.0
製造業	22.7	24.4	27.9	27.1	32.2	42.9	33.9	38.6	45.9
専門サービス業	43.8	47.1	57.3	48.7	46.7	53.6	42.9	49.4	46.2
通信情報業	57.1	54.5	-12.5	4.3	57.1	60.0	23.1	11.8	62.5
流通業	35.8	28.4	31.0	22.2	28.0	42.0	39.6	35.2	26.7
統計	32.1	26.9	28.8	26.6	31.1	-14-	42.4	33.0	34.3

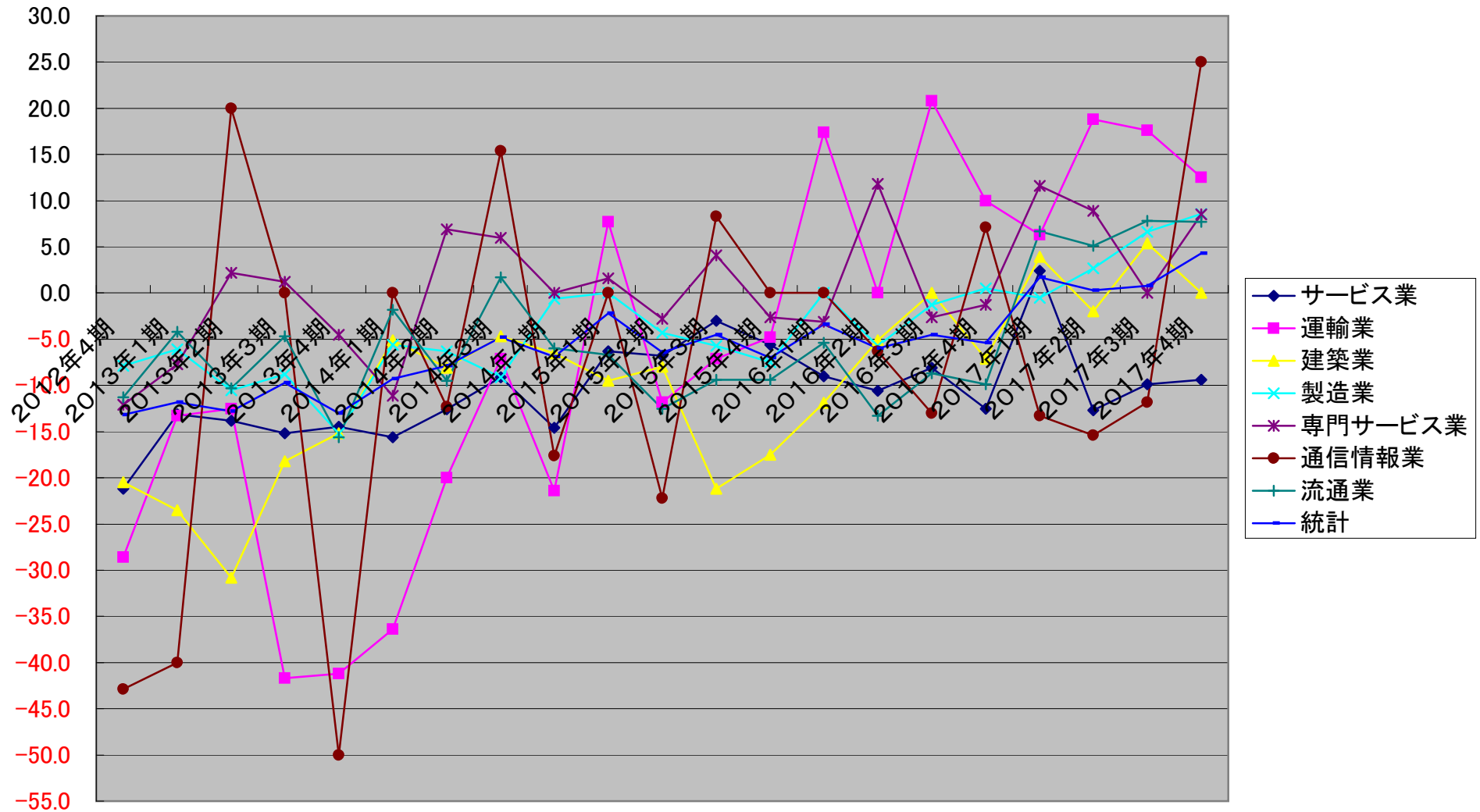
景況感DI



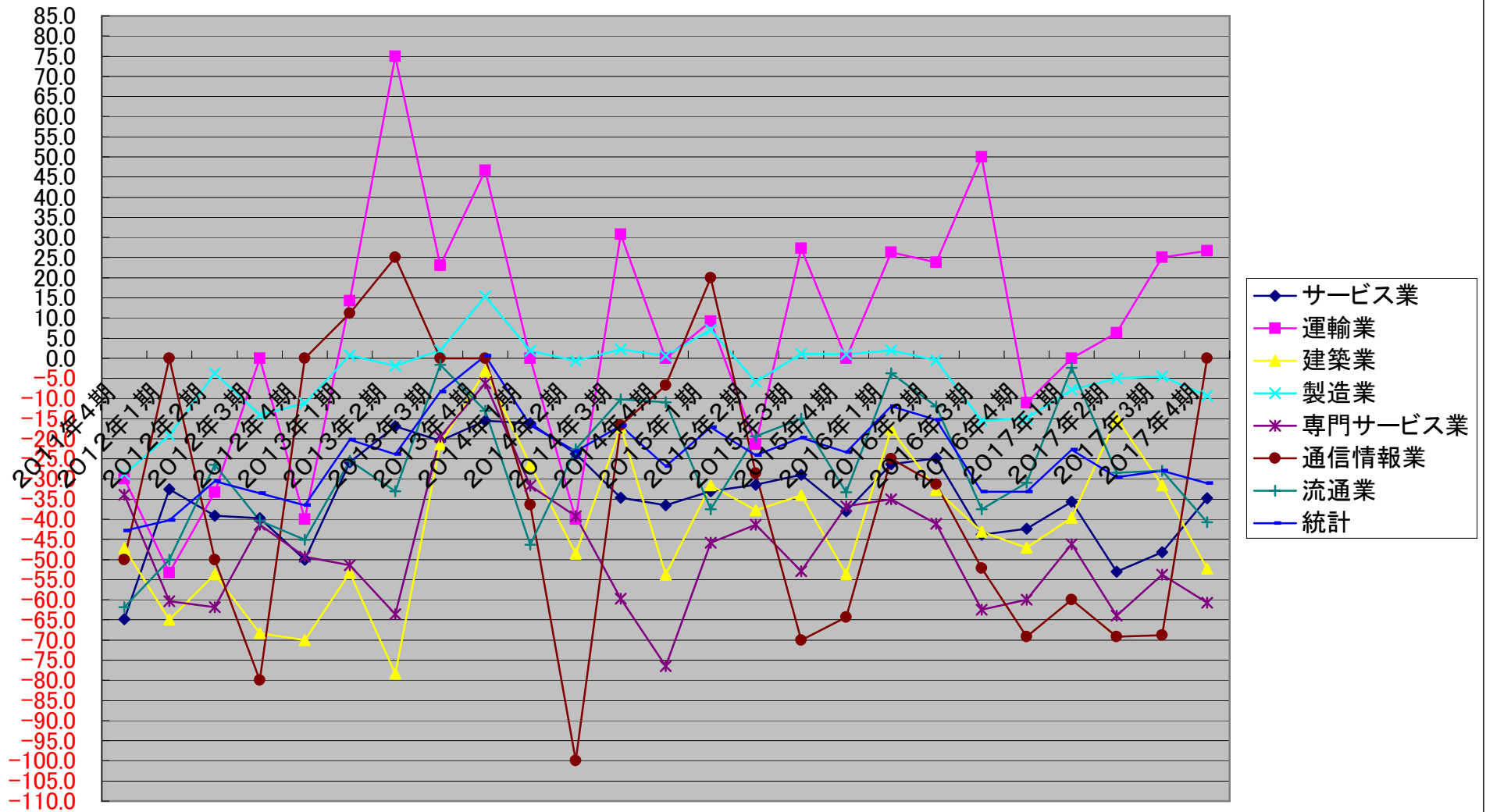
先行きの景況感DI推移



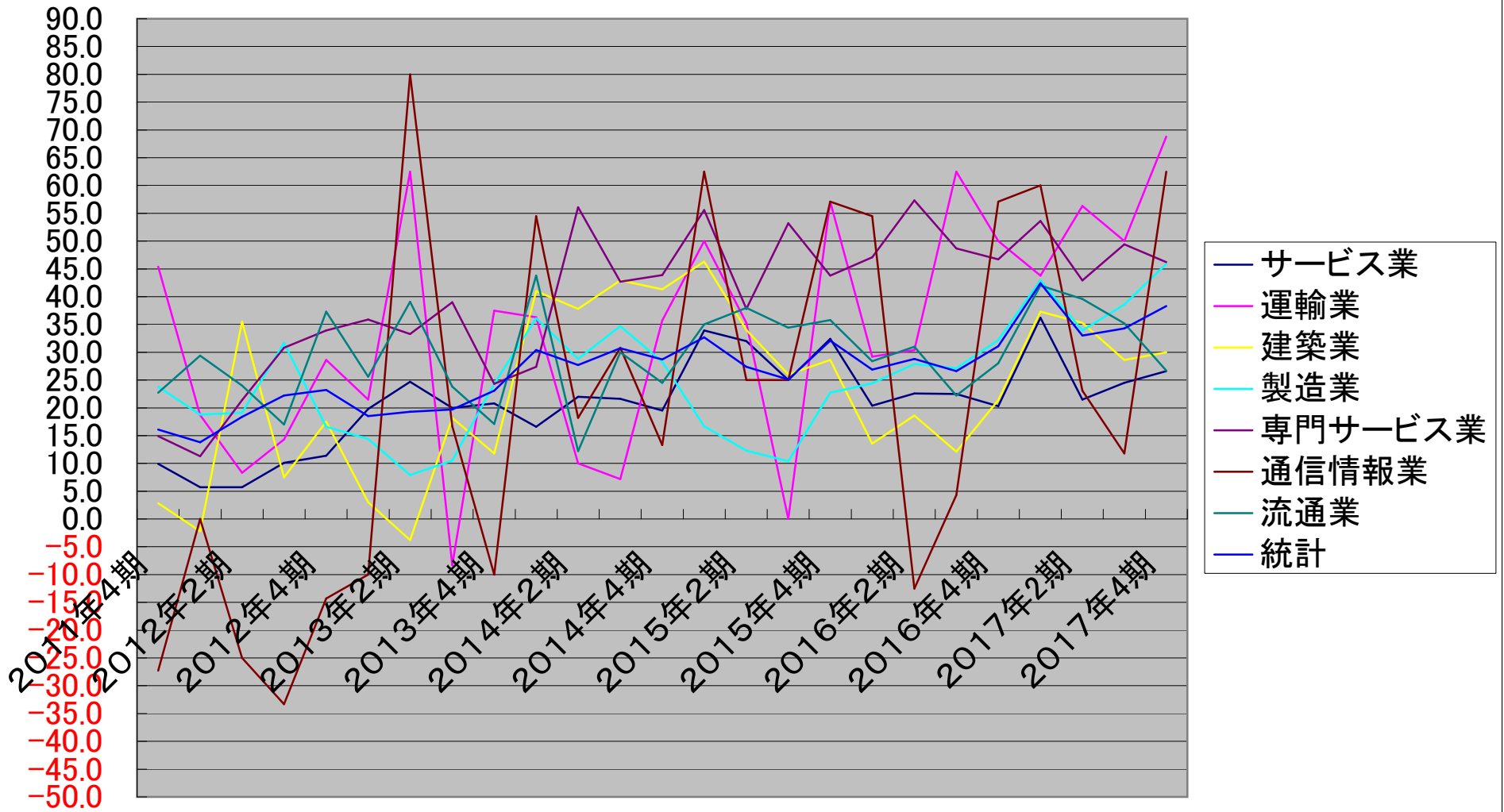
資金繰りDI



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	39	27.9%	73	52.1%	28	20.0%	140
運輸業	7	43.8%	8	50.0%	1	6.3%	16
建築業	19	37.3%	26	51.0%	6	11.8%	51
製造業	83	40.3%	90	43.7%	33	16.0%	206
専門サービス業 (土業の方)	34	36.6%	47	50.5%	12	12.9%	93
通信情報業	3	37.5%	4	50.0%	1	12.5%	8
流通業	36	40.4%	33	37.1%	20	22.5%	89
その他	9	47.4%	7	36.8%	3	15.8%	19
(空白)	10	41.7%	9	37.5%	5	20.8%	24
総計	240	37.2%	297	46.0%	109	16.9%	646

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	40	29.2%	73	53.3%	24	17.5%	137
運輸業	5	35.7%	8	57.1%	1	7.1%	14
建築業	16	34.8%	19	41.3%	11	23.9%	46
製造業	94	47.5%	65	32.8%	39	19.7%	198
専門サービス業 (土業の方)	40	45.5%	37	42.0%	11	12.5%	88
通信情報業	4	50.0%	4	50.0%	0	0.0%	8
流通業	36	41.9%	29	33.7%	21	24.4%	86
その他	9	45.0%	7	35.0%	4	20.0%	20
(空白)	8	32.0%	10	40.0%	7	28.0%	25
総計	252	40.5%	252	40.5%	118	19.0%	622

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	32	22.9%	73	52.1%	35	25.0%	140
運輸業	5	31.3%	11	68.8%	0	0.0%	16
建築業	13	25.5%	30	58.8%	8	15.7%	51
製造業	76	36.7%	95	45.9%	36	17.4%	207
専門サービス業 (土業の方)	33	35.5%	46	49.5%	14	15.1%	93
通信情報業	3	37.5%	4	50.0%	1	12.5%	8
流通業	27	40.9%	22	33.3%	17	25.8%	66
その他	17	38.6%	17	38.6%	10	22.7%	44
(空白)	9	37.5%	9	37.5%	6	25.0%	24
総計	215	33.1%	307	47.3%	127	19.6%	649

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	35	25.9%	70	51.9%	30	22.2%	135
運輸業	6	46.2%	7	53.8%	0	0.0%	13
建築業	15	31.9%	19	40.4%	13	27.7%	47
製造業	83	41.1%	72	35.6%	47	23.3%	202
専門サービス業 (土業の方)	36	40.9%	39	44.3%	13	14.8%	88
通信情報業	4	50.0%	4	50.0%	0	0.0%	8
流通業	35	40.2%	31	35.6%	21	24.1%	87
その他	6	30.0%	8	40.0%	6	30.0%	20
(空白)	9	36.0%	8	32.0%	8	32.0%	25
総計	229	36.6%	258	41.3%	138	22.1%	625

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	59	42.4%	58	41.7%	22	15.8%	139
運輸業	12	75.0%	3	18.8%	1	6.3%	16
建築業	21	42.0%	23	46.0%	6	12.0%	50
製造業	121	58.5%	60	29.0%	26	12.6%	207
専門サービス業 (土業の方)	52	55.9%	32	34.4%	9	9.7%	93
通信情報業	5	62.5%	3	37.5%	0	0.0%	8
流通業	45	50.0%	24	26.7%	21	23.3%	90
その他	10	52.6%	6	31.6%	3	15.8%	19
(空白)	15	60.0%	6	24.0%	4	16.0%	25
総計	340	52.6%	215	33.2%	92	14.2%	647

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	14.5%	106	76.8%	12	8.7%	138
運輸業	3	18.8%	12	75.0%	1	6.3%	16
建築業	9	18.4%	35	71.4%	5	10.2%	49
製造業	56	27.1%	128	61.8%	23	11.1%	207
専門サービス業 (土業の方)	13	14.4%	72	80.0%	5	5.6%	90
通信情報業	3	37.5%	5	62.5%	0	0.0%	8
流通業	13	14.4%	60	66.7%	17	18.9%	90
その他	3	15.0%	14	70.0%	3	15.0%	20
(空白)	7	28.0%	13	52.0%	5	20.0%	25
総計	127	19.8%	445	69.2%	71	11.0%	643

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	26	19.7%	91	68.9%	15	11.4%	132
運輸業	3	20.0%	11	73.3%	1	6.7%	15
建築業	3	6.7%	35	77.8%	7	15.6%	45
製造業	49	25.0%	126	64.3%	21	10.7%	196
専門サービス業 (土業の方)	15	16.5%	69	75.8%	7	7.7%	91
通信情報業	2	25.0%	6	75.0%	0	0.0%	8
流通業	13	15.5%	61	72.6%	10	11.9%	84
その他	3	15.8%	14	73.7%	2	10.5%	19
(空白)	9	37.5%	8	33.3%	7	29.2%	24
総計	123	20.0%	421	68.6%	70	11.4%	614

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	13	9.4%	100	71.9%	26	18.7%	139
運輸業	5	31.3%	8	50.0%	3	18.8%	16
建築業	7	13.7%	37	72.5%	7	13.7%	51
製造業	43	20.6%	141	67.5%	25	12.0%	209
専門サービス業 (土業の方)	16	17.0%	70	74.5%	8	8.5%	94
通信情報業	3	37.5%	4	50.0%	1	12.5%	8
流通業	23	25.3%	52	57.1%	16	17.6%	91
その他	5	25.0%	13	65.0%	2	10.0%	20
(空白)	6	24.0%	14	56.0%	5	20.0%	25
総計	121	18.5%	439	67.2%	93	14.2%	653

(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	30	30.6%	13	13.3%	7	7.1%	11	11.2%	7	7.1%	3	3.1%	13	13.3%	
運輸業	5	29.4%	2	11.8%	1	5.9%	1	5.9%	0	0.0%	0	0.0%	5	29.4%	
建築業	10	27.8%	7	19.4%	1	2.8%	4	11.1%	0	0.0%	1	2.8%	7	19.4%	
製造業	48	18.0%	23	8.6%	28	10.5%	38	14.3%	17	6.4%	19	7.1%	28	10.5%	
専門サービス業(土業の方)	22	28.9%	6	7.9%	1	1.3%	16	21.1%	11	14.5%	7	9.2%	9	11.8%	
通信情報	2	25.0%	2	25.0%	0	0.0%	1	12.5%	1	12.5%	2	25.0%	0	0.0%	
流通業	28	29.8%	7	7.4%	4	4.3%	15	16.0%	10	10.6%	5	5.3%	6	6.4%	
その他	7	28.0%	2	8.0%	1	4.0%	3	12.0%	2	8.0%	5	20.0%	2	8.0%	
(空白)	5	35.7%	1	7.1%	2	14.3%	1	7.1%	1	7.1%	0	0.0%	1	7.1%	
総計	157	24.8%	63	9.9%	45	7.1%	90	14.2%	49	7.7%	42	6.6%	71	11.2%	
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	3	3.1%	0	0.0%	6	6.1%	0	0.0%	0	0.0%	2	2.0%	3	3.1%	98
運輸業	0	0.0%	2	11.8%	0	0.0%	1	5.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	17
建築業	5	13.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.8%	36
製造業	32	12.0%	15	5.6%	0	0.0%	1	0.4%	1	0.4%	6	2.3%	10	3.8%	266
専門サービス業(土業の方)	2	2.6%	1	1.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.3%	76
通信情報	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	8
流通業	10	10.6%	5	5.3%	1	1.1%	1	1.1%	0	0.0%	1	1.1%	1	1.1%	94
その他	0	0.0%	2	8.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.0%	25
(空白)	1	7.1%	0	0.0%	2	14.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	14
総計	53	8.4%	25	3.9%	9	1.4%	3	0.5%	1	0.2%	9	1.4%	17	2.7%	634

1 営業力の強化・拡大
 2 技術力、サービスの強化
 3 コストダウン・生産性アップ
 4 新規販路・新分野の開拓
 5 新商品・サービス開発
 6 高付加価値化
 7 人材育成・採用の強化

8 国内需要の拡大
 9 販売・受注価格の上昇
 10 出店・規模の拡大
 11 海外進出の強化
 13 輸出の増加
 14 他社との競合関係の改善

【2】売上・利益について

②売上増につながったと思われる取組みの中身(記述)

業種	売上UP記述
1 サービス業	外部に振っていた作業の内製化が一部出来てきた。反対に効率の悪い仕事を専門業者に任すことが出来てきた。
2 サービス業	コツコツと営業をしてきたから
3 サービス業	需要増
4 サービス業	新事業所の開設
5 サービス業	営業活動
6 サービス業	新規取引先の増加 新たな事業領域へ進出(環境関連事業)
7 サービス業	営業力の強化を行ったため
8 サービス業	マーケティング強化による営業形態の見直し、そのための社内勉強会を継続実施
9 サービス業	お客様第一主義の徹底による
10 サービス業	景気の上向き 作業効率の改善 広告費の取り組み改善 新サービスの開始
11 サービス業	全社員への数値への意識強化
12 サービス業	営業の人間の採用、新規顧客増
13 サービス業	メニューの増加
14 サービス業	経営理念に沿った『おもてなし』サービスの強化
15 サービス業	得意先新規開拓
16 サービス業	輸送コストの見直しを行ったことが大きな要因。
17 サービス業	顧客満足度の向上、信用の獲得
18 サービス業	海外との取引が増えた。
19 サービス業	WEB制作及びシステム開発業で利益率の高いシステム開発の案件が増えたため売り上げも増加しました。
20 サービス業	融資を取り付け、企業規模が拡大ができたため
21 サービス業	認知度が上がってきた
22 サービス業	新規出店と理念経営実践とオペレーション改善
23 サービス業	客単価の回復
24 サービス業	商品開発と販売強化
25 サービス業	ブログの更新回数を増やす
26 サービス業	セミナーからの集客
27 サービス業	組織再編、人材教育の強化、営業U販売促進)の徹底
28 サービス業	雇用調整の実施
29 サービス業	損害保険の法人契約が好調
30 サービス業	新事業の拡大成功
31 サービス業	中古機売買・高額案件メンテナンス
32 運輸業	受注価格5~10%上げたため。受注数量はそれほど増えていない。
33 運輸業	デジタル管理の推進。
34 運輸業	新規客先が増えた。長距離運送にシフトした
35 運輸業	採用がうまくいき4名確保できた、その分売上が伸びた
36 建築業	見積もり依頼に出来るだけ早く対応している
37 建築業	大型案件を受注した為
38 建築業	大型工事を落札できたため
39 建築業	新規顧客との取引開始
40 建築業	資格取得に助成金を活用し、不足分を会社負担することで、従業員が費用負担することなく学校に通うことができた。
41 建築業	リーフレット等の作成

42	建築業	経営指針を作成したこと
43	建築業	物流倉庫の新築で増加
44	建築業	取り組みではなく、オリンピック等による需要の増加と思われる
45	建築業	新規ルートの強化
46	建築業	サービス提供の強化
47	建築業	内線(高圧)の仕事が増えた
48	建築業	売買仲介が増えた
49	建築業	月一回合宿で勉強(工事と営業)
50	建築業	年末の駆け込み
51	製造業	既存顧客からの納期要求に対応してきた結果、需要の増加に伴って受注が増加してきている。
52	製造業	新規設計/大型装置の受注・納品
53	製造業	海外需要の拡大に伴い客先の受注が好調である
54	製造業	作業効率を少し向上させたこと
55	製造業	積極的な営業展開による新規取引の獲得
56	製造業	新規開拓と景気の改善
57	製造業	値上げ前の駆け込み需要による注文増加があった。
58	製造業	新製品が売りに寄与した
59	製造業	3つめになる自社ブランド EIJ を立ち上げ直販を開始。「人生で最高の一枚を 大阪のオーダーメイドTシャツ」として売り込み中。マクアケなどにも登録してブランド力のアップに注力してきた。
60	製造業	株価上昇に伴う、大手の設備投資が好調
61	製造業	HPのリニューアル
62	製造業	新規取引先の開拓、新規案件の起上り。
63	製造業	新規案件の増加
64	製造業	IOT化の促進により生産効率のUP
65	製造業	これまで取り組んできた新規開拓が少し実を結んできた。
66	製造業	たまたま世の中の流れに乗っているだけと考えないといけなのかも知れない。
67	製造業	事業領域拡大
68	製造業	お客様の困りごとを心を込めて対応する姿勢。
68	製造業	設備メンテナンス・新規取替サイクルが重なった事による
69	製造業	得意先を増やした。増やした得意先の売上が増えた。
70	製造業	同業他社からの販売
71	製造業	毎年、この時期から受注が伸びます。前期、前々期と比較しても毎月売上げを伸ばしています。理由として、人材補強が挙げられます。販売する方と生産する方を2年前に各2名ずつ入れたことで、現在の結果が得られていると思います。
72	製造業	新規顧客の獲得と既存品の好調
73	製造業	生産性を意識した社内改革
74	製造業	客先の設備投資計画の実行
75	製造業	営業活動の種まき活動の成果と考えます
76	製造業	特になし。(顧客の需要が変化しただけ)
77	製造業	設備投資と営業
78	製造業	地道な営業努力
79	製造業	ベンダーとの取り組み
80	製造業	取引先との条件見直し
81	製造業	地道な営業活動が実ったため。
82	製造業	新規得意先の開拓(紹介や展示会出展による)
83	製造業	同業他社が嫌がる仕事が増えてお客様の想いを形にしてきたから。社員が自主的に残業や休日出勤をして納期を間に合わせてくれたお蔭でお客様に喜んで頂いた。
84	製造業	自主勉強会で技術を磨いてくれた。
84	製造業	新規開拓&自然増
85	製造業	新規取引先開拓
86	製造業	プラントの増設という大型受注があった。背景には国内需要の増加から来る原材料の不足がお客様を踏み切らせたと感じている。
87	製造業	既存客先へ営業強化、新規客先の開拓。

88	製造業	特にありません 景気が良いからだと思う
89	製造業	受注の増加による
90	製造業	3S活動を行い社内の無駄が少し省けた事。
91	製造業	取引先の増加と既存顧客の仕事の微増
92	製造業	長年の営業努力が実った
93	製造業	原材料価格アップに伴いコストアップを全得意先にお願した。設備の半自動化を行っている
94	製造業	値上げの実施
95	製造業	自動車部品
96	製造業	2017年より新規の加工に取り組んだ
97	製造業	営業強化、生産性アップ
98	製造業	新分野での受注が増えた
99	製造業	前期悪かった内容を社員が意識してくれた結果好転した
100	製造業	利益率の高い物を受注するよう改善した
101	製造業	化粧品業界の景気が良いため受注が多かった
102	製造業	設備投資による生産性の向上
103	製造業	社員の成長による自己への負担減。新規開拓による仕事増・売上増
104	製造業	開発製品の販売
105	製造業	20年末の付き合いがある職人さんに2月から来ていただいております
106	製造業	設備投資。もの補助を浸かって平面研削盤を増した
107	製造業	式典サービス、リフォームやリメイクの受注
108	製造業	外注から内製化により、生産品質の向上と原価率の改善
109	製造業	10年間自社ブランドのマーケティングを行い続けた事でリピーターが増えてきた
110	製造業	短納期や難加工に特化して高利益の仕事を受注している
111	製造業	外注から内製化、機械化による生産性UPと新規販路の開拓
112	製造業	ノウハウをしっかりと伝えられる営業力をアップして、新規顧客とつながりました
113	製造業	採用した人材が育ってきた
114	製造業	よい意味で仕事を選び好みしているのが良かったのかも。不採算のものは、値上げ交渉または撤退
115	製造業	新製品が貢献
116	製造業	ブランド力強化のため顧客、一般消費者対象のセミナーやイベントの開催。韓国食にとらわれない新商品の開発推進と多角販路の開拓
117	製造業	大手メーカーの増産、新規商品獲得
118	製造業	増員による業務処理能力の向上
119	製造業	全面的なコストダウン。現場の改善
120	製造業	新規開拓
121	製造業	仕事を断らない
122	製造業	同業他社の廃業等による売上の増加(受注間口の強化)
123	製造業	新製品の増加と品質の向上
124	製造業	コツコツ営業のおかげです
125	製造業	お客さんと話をすることが多くなった
126	製造業	新規開拓、材料原価高騰による自然増
127	製造業	他社の廃業
128	製造業	在庫管理強化
129	製造業	新規顧客の獲得にあたっての対応が、3S活動を通じてついできた。
130	製造業	大口の別注を受注
131	製造業	営業力を強化し、お客さんが増加
132	製造業	お客様が増産のため
133	専門サービス業	特に営業はしていないが、紹介で少しずつ顧客が増えている。管理会計をシンプルにしたものと簡単な利益計画が評価を得ているものと思われる
134	専門サービス業	社員、営業力強化
135	専門サービス業	新たなネットワークができつつある
136	専門サービス業	問い合わせ増加
137	専門サービス業	お客様の収益upにつながる知財の守り方のコンサルティングがうまくいった

138	専門サービス業	他社との差別化
139	専門サービス業	社員のレベルアップ
140	専門サービス業	やったことが無かったwebマーケティングと営業活動をやってみた
141	専門サービス業	助成金業務
142	専門サービス業	サービスに見合う報酬を頂く事に努め、サービスの質を高めるため、人材育成に力点をおいた
143	専門サービス業	資金調達支援など得意分野強化
144	専門サービス業	紹介案件が増加した
145	専門サービス業	たまたま紹介が増えた
146	専門サービス業	開業2年目
147	専門サービス業	公共事業の増加
148	専門サービス業	売上単価の値上げ
149	専門サービス業	不動産登記受注の増加
150	専門サービス業	新商品・サービス開発
151	専門サービス業	webサイトの強化
152	専門サービス業	新サービスへの挑戦での認知。新規顧客の増加
153	専門サービス業	特に何をやったわけではない。
154	専門サービス業	2年前からの新規の仕込みがようやく身になってきている
155	専門サービス業	積極的な営業と、わかりやすい伝え方を工夫しました。
156	専門サービス業	取引先開拓のため
157	専門サービス業	営業力の強化
158	専門サービス業	高額報酬が入ったため
159	専門サービス業	紹介
160	専門サービス業	付加価値の高い新サービスの開発
161	専門サービス業	前年同期売上に占めるフロント商品の割合が高かったのに対して、今期はフロント商品の割合よりも、顧客のニーズを受けて社内制度構築費用や自治体の認定制度に向けての制度構築など高付加価値な商品の割合が大きかったことが、売上増に繋がったと思われます。
162	専門サービス業	支援先様の悩み・課題(ニーズ)を徹底的にヒアリング・分析した結果、弊所の業務効率化は若干悪化したものの、適格なアドバイスや結果に繋がるご支援が出来るようになった。結果として、関係性の強化～信頼を獲得出来た点が要因と考えられる。
163	通信情報業	高付加価値化
164	通信情報業	特に取り組んでいるとは思いません。ただ単に、付加価値の高い仕事が増えた事だと思えます。
165	通信情報業	長年のブランド力アップの効果がでてきたと考えます
166	流通業	適正価格、販売価格のアップ
167	流通業	ホームページの完全自主管理の実現
168	流通業	新規客と新商品で`コラボ
169	流通業	予算を作成、現実性ある予算を作成した。
170	流通業	法律の規制が厳しくなったことが追い風
171	流通業	内装化率を増加させた事による受注枠の増加
172	流通業	好景気感あり
173	流通業	ユーザー様の仕事量の増加
174	流通業	大規模設備の受注
175	流通業	新規開拓
176	流通業	新商品の内の1点が良く売れている。新商品開発。
177	流通業	部品販売については、顧客ニーズの洗い出しや提案力による販売強化、メンテナンス事業については、顧客獲得とメーカーとの協力体制構築による増収増益につながった。
178	流通業	昨年10月の落ち込みが大きかった分今期少し上回った。お客様での新規案件に自社の扱い商品が採用になった。
179	流通業	提案型営業を継続する。
180	流通業	ネット販売が売上増に貢献
181	流通業	販売価格の上昇

182	流通業	東京営業所の新設・直営店「MUG COFFEE ROASTERSうつぼ公園店」の新規出店
183	流通業	新規開拓と積極的な新商品の販売
184	流通業	景気が好転
185	流通業	新規客先開拓と既存顧客への営業強化
186	流通業	順調に受注を頂いた
187	流通業	取り組みの成果が出たというより、取引先の好調な業績に引っ張られているだけ。
188	流通業	①HP改善により問合せ件数が増えている②事務所、営業担当者の業務効率化により、処理可能件数が増えた③利益率は低いが売り上げの大きい案件が増えた、の3点が要因と考えている。
189	流通業	新規顧客の開拓が結果的に順調に進んだこと。既存顧客も販促(メルマガ、ツイッター)なども多少手伝って全体的に引き合いが増えてきている。
190	流通業	前年よりも、価格設定(利益設定)を変更した。
191	流通業	需要増加
192	流通業	新規顧客が増えた事と、既存客からの新しい案件の受注があったこと。
193	流通業	営業チームの増員と社員の意識改革
194	流通業	新サービス導入の為
195	流通業	販路拡大
196	流通業	営業強化
197	その他	関係機関や家族に特徴・独自性が浸透するまで各方面で話をした。それにとまって社員共育があった
198	その他	各部署の人員配置、無駄な業務の見直し
199	その他	営業強化による手数料増加
200	その他	単価アップ、顧問先拡大
201	その他	営業活動時間の拡大
202	その他	景気好転、販売順調、受注現場増加
203	その他	昨年に比べ仕入れコスト増のため、値上げした。
204		社員のモチベーションアップを意識して社員対応した結果
205		安定した受注の確保
206		営業強化した事と、他事業所との連携強化による相乗効果。
207		①外注していた分析業務を自社で行うようになり、外注費もなくなり納期も早くなった。納期の自由がきく為、分析の営業を強化した。②測定及び分析の資格取得を強化し、これまでできなかった測定も出来るようになった。
208		営業力の強化。受注単価の高い機械の販売
209		他事業所と運営方法について差別化を図った事
210		高齢者人口の増加に伴い、有料老人ホーム、サ高住の増加で食事の委託件数が増加

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	11	28.9%	1	2.6%	0	0.0%	12	31.6%	8	21.1%
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	50.0%
建築業	3	23.1%	0	0.0%	0	0.0%	1	7.7%	5	38.5%
製造業	20	29.4%	2	2.9%	3	4.4%	10	14.7%	17	25.0%
専門サービス業(士業の方)	2	66.7%	0	0.0%	0	0.0%	3	100.0%	2	66.7%
通信情報	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
流通業	10	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	7	23.3%	9	30.0%
その他	1	20.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	20.0%	0	0.0%
(空白)	3	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	0.0%	1	12.5%
総計	50	28.4%	3	1.7%	3	1.7%	36	20.5%	43	24.4%
業種	⑥	割合	⑦	割合	⑧	割合	⑨	割合	総計	
サービス業	0	0.0%	1	2.6%	0	0.0%	5	13.2%	38	
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	50.0%	2	
建築業	0	0.0%	1	7.7%	3	23.1%	0	0.0%	13	
製造業	1	1.5%	4	5.9%	7	10.3%	4	5.9%	68	
専門サービス業(士業の方)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	
通信情報	0	0.0%	0	0.0%	2	22.2%	3	33.3%	9	
流通業	0	0.0%	0	0.0%	2	6.7%	2	6.7%	30	
その他	0	0.0%	0	0.0%	1	20.0%	2	40.0%	5	
(空白)	0	0.0%	1	0.0%	1	0.0%	0	0.0%	8	
総計	1	0.6%	7	4.0%	16	9.1%	17	9.7%	176	

1国内需要の減少

2輸入の増加

3輸出の減少

4他社との競合状態の悪化

5販売・受注価格の減少

6取引先の海外移転

7公共事業の削減

8季節的要因

9その他

【2】売上・利益について

④減少の特徴・原因に関して(記述)

業種	減少記述
1 サービス業	突発的な事業利用減のため
2 サービス業	利益率の低下
3 サービス業	物件扱い件数の減少と単価の減少。
4 サービス業	需要の減少
5 サービス業	政策の転換
6 サービス業	受注件数の減少
7 サービス業	集客が激減により、売上も減少
8 サービス業	対象業務の需要の減少
9 サービス業	加工サービスの納期期間が短くなり 対応できない
10 サービス業	日本人観光客が減少し海外観光客が増え、客単価が下がり売上に繋がらない。
11 サービス業	利用者が就労できたので人数がへる
12 サービス業	A型事業所の定員を減らし、自立訓練事業を立ち上げたため
13 サービス業	人員の不足
14 サービス業	営業力低下
15 サービス業	取引先の売上減少
16 サービス業	情報発信、広報を怠った結果
17 サービス業	自動車の性能が上がったため。
18 サービス業	営業絶策、組織改革
19 サービス業	販売商品の減少、営業力の不足
20 運輸業	社員の退職による稼働率の低下
21 建築業	外注先の絞り込みによる営業縮小の影響
22 建築業	元受けの仕事量の減少
23 建築業	建設業の場合、年間を通して定期的な受注があるわけではないので、前期比、前年度比はあまり意味がない。
24 建築業	取引先の注文減少
25 建築業	他社競合で価格の下落、発注量の減少に伴う売上減、社会保険等による労賃。材料アップによる負担大
26 建築業	国内需要の減少が一番大きい原因であり、公共事業の受注は逆に増加しています。ベテラン作業員の長期休み(病気)による受注減。 主となる取引先が調整期に入っている。その他の取引先も注文を見合わせている。来年度の受注は見込める。
27 建築業	モデルチェンジに伴い、受注していた部品がなくなった。
28 製造業	新製品がいったんゆきわたった。
29 製造業	大きな顧客が、安いネット印刷にとられました。
30 製造業	前年の12月は、トランプ景気が始まったタイミングだったが、今年は、調整局面に入ったと思われる。
31 製造業	受注額が大きい仕事の減少、消滅
32 製造業	
33 製造業	食品用軟包装資材の受注減少
34 製造業	遊技機業界の減少、車載部品の減少
35 製造業	支払いの悪い取引先との取引をやめたから
36 製造業	ペーパーレスが昨年より深刻になり、受注減少が要因になっている。
37 製造業	納入時期が伸びた
38 製造業	ここ数年毎年3~5%の減少。
39 製造業	メインユーザの受注減
40 製造業	社内生産性悪化
41 製造業	国内民間需要の減少。環境へ配慮(石油製品)。原料価格の高騰。海外製品の輸入増。
42 製造業	受注減少
43 製造業	工場改装のため生産性が落ちている
44 製造業	取引先の決算期で仕入れの調整があったため
45 製造業	装置メーカー(顧客)の生産時期が谷間になっている。時期的なものと予想
46 製造業	大口の仕事が減っている。
47 製造業	前年は特需があった。
48 製造業	公共事業の減少
49 製造業	スポーツ関係の注文が多いので国際的なイベントがあれば日本国内で退会が行われるが、今年はオリンピックやW杯などないため、景気良くない。また子供の減少
50 製造業	景気が悪い
51 製造業	得意先の移転、業務内容の変化に伴う
52 製造業	得意先の業態転換
53 製造業	技術革新についていけない
54 製造業	物件工期のずれ込み
55 製造業	工場の減少により、需要量の減少
56 製造業	昨年の特需ただただで前々年比は上昇している
57 製造業	全アイテムが売れなかった
58 製造業	工場の減少(需要の減少)

59	製造業	わかりません
60	製造業	人材不足(営業)
61	製造業	他者に取られている様な話は聞くが不明
62	製造業	北のミサイルで経済制裁
63	製造業	大手様が一件海外にシフトされた
64	製造業	仕事を確保することで必死になって単価が下がってしまう
65	製造業	中国の悪化
66	製造業	業界全体の一般缶使用量が減少傾向にある、容器自体が鉄から他の素材に変化してきている
67	製造業	輸出ビジネス(中国)の減少
68	専門サービス業	営業努力の不足
69	専門サービス業	本年10月開業につき比較が難しいのですが、業界的に厳しい状況です。但し堅い事業種なので赤字になることはありません
70	専門サービス業	納入の長期化
71	専門サービス業	大口取引先の突然の倒産と現取引先の入金遅れ、行政協力の消滅等
72	専門サービス業	スポット業務の減少
73	専門サービス業	顧客2減少
74	専門サービス業	相談はあるが案件化しない、単価の低額化
75	専門サービス業	発注数、単価が減っている。
76	専門サービス業	事業承継者不在による廃業等
77	専門サービス業	取引先との契約打ち切り。ビジネスモデルの変更
78	流通業	社会的に物の所有に重きを置いてないと思います
79	流通業	人の入れ替わりの為
80	流通業	消費者の低価格指向は予想以上に強く、またファッションに敏感なヤング層は個店への来客はしないでネットで比較購入する
81	流通業	取引先が減少したので
82	流通業	取引先の廃業、消費の減少
83	流通業	販売数量の落ち込み
84	流通業	わからない
85	流通業	客数
86	流通業	客単価が減っている
87	流通業	小売市場の冷え込み
88	流通業	建築土木関連の企業からの需要が伸び悩む
89	流通業	前年にスポットで大きな案件があったため。今年は伸び悩み
90	流通業	競合他社の参入
91	流通業	繁忙時期と閑散時期の差が大きく、閑散時期の日数が多くなっている。
92	流通業	顧客の受注減少
93	その他	少子化、成約数の減少
94	その他	仕入れコスト上昇
95		価格競争激化による
96		完工が減少の為
97		堺市の行政の方針により堺市内での宅地開発業の継続が難しくなった。
98		競合
99		受注業務減少
100		取引先のお客の減少

【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	32	24.2%	78	59.1%	22	16.7%	132
運輸業	6	40.0%	2	13.3%	7	46.7%	15
建築業	6	13.6%	29	65.9%	9	20.5%	44
製造業	61	31.4%	79	40.7%	54	27.8%	194
専門サービス業(土業の方)	9	10.7%	60	71.4%	15	17.9%	84
通信情報業	3	37.5%	3	37.5%	2	25.0%	8
流通業	16	18.6%	51	59.3%	19	22.1%	86
その他	1	5.6%	12	66.7%	5	27.8%	18
(空白)	5	20.8%	13	54.2%	6	25.0%	24
総計	139	23.0%	327	54.0%	139	23.0%	605

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	25	7.9%	1	0.3%	8	2.5%	24	7.6%	16	5.1%	2	0.6%	32	10.2%	9	2.9%	17	5.4%
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	10.8%	1	2.7%	0	0.0%
建築業	6	4.9%	0	0.0%	3	2.4%	2	1.6%	2	1.6%	4	3.3%	5	4.1%	8	6.5%	7	5.7%
製造業	37	7.2%	6	1.2%	8	1.6%	9	1.8%	15	2.9%	8	1.6%	38	7.4%	43	8.4%	24	4.7%
専門サービス業(土)	12	6.2%	2	1.0%	5	2.6%	19	9.8%	4	2.1%	1	0.5%	13	6.7%	1	0.5%	13	6.7%
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	1	5.6%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.6%	2	11.1%	0	0.0%	1	5.6%
流通業	19	9.0%	2	0.9%	5	2.4%	13	6.1%	5	2.4%	9	4.2%	13	6.1%	24	11.3%	13	6.1%
その他	1	2.3%	0	0.0%	0	0.0%	2	4.7%	3	7.0%	0	0.0%	3	7.0%	4	9.3%	3	7.0%
(空白)	6	10.3%	2	3.4%	2	3.4%	1	1.7%	1	1.7%	0	0.0%	7	12.1%	4	6.9%	1	1.7%
総計	106	7.0%	13	0.9%	32	2.1%	70	4.6%	46	3.0%	25	1.7%	117	7.7%	94	6.2%	79	5.2%
業種	⑩	割合	⑪	割合	⑫	割合	⑬	割合	⑭	割合	⑮	割合	⑯	割合	⑰	割合	総計	割合
サービス業	14	4.4%	19	6.0%	48	15.2%	52	16.5%	13	4.1%	24	7.6%	9	2.9%	2	0.6%	315	
運輸業	0	0.0%	3	8.1%	9	24.3%	11	29.7%	0	0.0%	6	16.2%	3	8.1%	0	0.0%	37	
建築業	2	1.6%	13	10.6%	16	13.0%	32	26.0%	12	9.8%	9	7.3%	2	1.6%	0	0.0%	123	
製造業	4	0.8%	38	7.4%	86	16.8%	81	15.8%	43	8.4%	58	11.3%	13	2.5%	2	0.4%	513	
専門サービス業(土業の方)	2	1.0%	14	7.3%	30	15.5%	32	16.6%	4	2.1%	18	9.3%	22	11.4%	1	0.5%	193	
通信情報業	1	5.6%	1	5.6%	3	16.7%	4	22.2%	2	11.1%	1	5.6%	1	5.6%	0	0.0%	18	
流通業	5	2.4%	11	5.2%	33	15.6%	25	11.8%	4	1.9%	18	8.5%	10	4.7%	3	1.4%	212	
その他	0	0.0%	3	7.0%	8	18.6%	8	18.6%	1	2.3%	3	7.0%	2	4.7%	2	4.7%	43	
(空白)	0	0.0%	7	12.1%	8	13.8%	13	22.4%	2	3.4%	3	5.2%	0	0.0%	1	1.7%	58	
総計	28	1.9%	109	7.2%	241	15.9%	258	17.1%	81	5.4%	140	9.3%	62	4.1%	11	0.7%	1512	

- 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	78	21.2%	29	7.9%	26	7.1%	27	7.3%	25	6.8%	17	4.6%	13	3.5%	10	2.7%	46	12.5%
運輸業	10	23.3%	0	0.0%	1	2.3%	1	2.3%	0	0.0%	2	4.7%	2	4.7%	1	2.3%	10	23.3%
建築業	25	18.7%	13	9.7%	4	3.0%	4	3.0%	4	3.0%	9	6.7%	3	2.2%	3	2.2%	29	21.6%
製造業	93	16.1%	59	10.2%	88	15.3%	48	8.3%	42	7.3%	29	5.0%	5	0.9%	7	1.2%	63	10.9%
専門サービス業 (土業の方)	56	24.0%	12	5.2%	18	7.7%	14	6.0%	12	5.2%	20	8.6%	6	2.6%	9	3.9%	32	13.7%
通信情報業	7	30.4%	3	13.0%	2	8.7%	1	4.3%	0	0.0%	2	8.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	8.7%
流通業	56	22.6%	7	2.8%	8	3.2%	26	10.5%	20	8.1%	22	8.9%	11	4.4%	4	1.6%	28	11.3%
その他	9	17.6%	2	3.9%	3	5.9%	4	7.8%	2	3.9%	2	3.9%	0	0.0%	0	0.0%	6	11.8%
(空白)	14	20.3%	7	10.1%	6	8.7%	1	1.4%	3	4.3%	3	4.3%	3	4.3%	0	0.0%	11	15.9%
総計	348	19.9%	132	7.6%	156	8.9%	126	7.2%	108	6.2%	106	6.1%	43	2.5%	34	1.9%	227	13.0%
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	39	10.6%	11	3.0%	3	0.8%	1	0.3%	0	0.0%	3	0.8%	10	2.7%	6	1.6%	19	5.2%
運輸業	12	27.9%	0	0.0%	1	2.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.3%	2	4.7%
建築業	24	17.9%	6	4.5%	1	0.7%	1	0.7%	2	1.5%	2	1.5%	0	0.0%	2	1.5%	3	2.2%
製造業	92	16.0%	9	1.6%	5	0.9%	1	0.2%	1	0.2%	0	0.0%	15	2.6%	5	0.9%	11	1.9%
専門サービス業 (土業の方)	30	12.9%	8	3.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	0.9%	4	1.7%	2	0.9%	5	2.1%
通信情報業	2	8.7%	1	4.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	8.7%	0	0.0%	1	4.3%
流通業	34	13.7%	5	2.0%	4	1.6%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.4%	3	1.2%	3	1.2%	14	5.6%
その他	10	19.6%	4	7.8%	2	3.9%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.0%	2	3.9%	1	2.0%	3	5.9%
(空白)	10	14.5%	2	2.9%	3	4.3%	0	0.0%	0	0.0%	3	4.3%	1	1.4%	2	2.9%	0	0.0%
総計	253	14.5%	46	2.6%	19	1.1%	3	0.2%	2	0.1%	12	0.7%	37	2.1%	22	1.3%	58	3.3%
業種	⑲	割合	⑳	割合	総計													
サービス業	2	0.5%	3	0.8%	368													
運輸業	0	0.0%	0	0.0%	43													
建築業	0	0.0%	0	0.0%	134													
製造業	1	0.2%	2	0.3%	576													
専門サービス業 (土業の方)	1	0.4%	2	0.9%	233													
通信情報業	0	0.0%	0	0.0%	23													
流通業	1	0.4%	1	0.4%	248													
その他	0	0.0%	0	0.0%	51													
(空白)	0	0.0%	0	0.0%	69													
総計	5	0.3%	8	0.5%	1745													

- | | | |
|---------------|--------------|--------------|
| 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	IoT時代にマッチするドキュメントシステムの開発とその販路確保が今後力を入れるところ
2 サービス業	既存事業利用者へのサービスの向上と新規事業の立ち上げ。そのためにも社員能力の向上が必要
3 サービス業	技術力の強化:IoT、AIクラウドが主流となって従前の技術だけでは成長が見込めないため。人材の採用:計画的に活動しないと採用が困難になるため。新規事業立ち上げ:現状の事業だけでは先細りしてしまうため
4 サービス業	有能な社員の雇用
5 サービス業	会社の分社化による未来の経営者育成
6 サービス業	仕事は多いので、多く回せるように新規外注開拓と採用
7 サービス業	同業他社との差別化の為の新サービスの構築
8 サービス業	IT業界は慢性的に人材不足で、如何に人材を確保できるかが今後3年後、5年後の売上に繋がると思います。人を採用、育成しながら拡大することが最も会社が安定するかと
9 サービス業	業界におけるシェアの拡大
10 サービス業	従来の不動産仲介業務以外にコンサルティング業務へ注力し、成功報酬型から時間消費型で売り上げが取れる様にする事。
11 サービス業	正社員の雇い入れを考えています。資金とのバランスを取りながら進める事が課題であるため。
12 サービス業	10年ビジョンを職場リーダー(5名)とともに検討中。
13 サービス業	10年後を見据えた幹部社員の教育
14 サービス業	効率的な管理とIoTを取り入れた経営
15 サービス業	自社の独自性を上げるために、他社にないサービスの開発
16 サービス業	HPの作成
17 サービス業	長所を生かした企業進路の選択
18 サービス業	アライアンスを組む
19 サービス業	北摂に拠点をつくります
20 サービス業	人の教育 組織作り
21 サービス業	営業力の強化 発信の工夫
22 サービス業	新規事業の立上げと平常業務の両立に苦労しております。
23 サービス業	来期、初めて従業員の雇用を計画している。
24 サービス業	集客の改善。重要取引先の増加。
25 サービス業	新事業の拡大(ポリウレタ樹脂コーティングの販路拡大)
26 サービス業	ウェブ制作から保守事業へ
27 サービス業	対象業務の整理、業務の見直し
28 サービス業	取引先の拡大により雇用の拡大をはかり、後継者を育成を進めたい。
29 サービス業	リノベーション
30 サービス業	1年以内に新規出店もしくは受託店舗で規模を拡大 取り組み始めたコンサルティング、物販を利益出るレベルまで構築する
31 サービス業	顧客増大
32 サービス業	日々継続
33 サービス業	安定受注が望めるお客様の確保
34 サービス業	自社の特質を踏まえ、取引先の開拓と関連事業への進出や強化
35 サービス業	新規マーケットの開拓
36 サービス業	作業の効率化と営業力の強化 そして新規開拓先の確保が重要である
37 サービス業	全社員が技術力はもちろん、お客様の求めるニーズにどこまで応えられるか?
38 サービス業	マンパワー不足の解消
39 サービス業	不動産物件購入に際しての借入れを取り組んでもらえる金融機関の確保
40 サービス業	改めて自分たちのミッションを確認すること
41 サービス業	店舗拡大と幹部社員の育成、新業態の創出

42	サービス業	年間定期の売上の確保。人材育成。
43	サービス業	販路拡大
44	サービス業	これまで営業をしてこなかったので、細目にクライアントを訪問し、紹介などで新規顧客を獲得したい。
45	サービス業	今季、新規事業として始めた障がい者就労移行支援事業において利用者増の働きかけが一番の問題点なので。
46	サービス業	高齢化に伴う措置について人材確保
47	サービス業	上記の通り
48	サービス業	障害福祉サービス利用者についての営業活動
49	サービス業	強固な組織作りに向けた経営理念の作成し、社員への浸透を図る。また、同業他社に勝つための技術力アップと生産性アップに向けた作業内容の見直し
50	サービス業	人材を確保し、生産性を向上させ、今までスパンの長かった仕事をスピーディにする。新規案件の話があるので、確実に熟していき、継続できるようにする。
51	サービス業	手作業専門加工サービス業者の存在を知って欲しい。 異業種の会社にも 存在を知ってもらえれば 需要があるのではないかと考えている
52	サービス業	従業員の営業力アップにてリピーター客を確保するとともに、消費者のニーズにあった商品の提供と、安全性かつクオリティの向上が顧客を確保し利益につながる。
53	サービス業	新規取引先を確保することが当社の事業拡充に直結します。
54	サービス業	利用者をいかに増やせるか
55	サービス業	人材育成に時間とコストをかけて新規出店規模エリア拡大と、新規事業の立ち上げの注力していく
56	サービス業	来期に法人規模が大幅に拡大するので人材採用は急務。また10年ビジョンに基づき新規事業を計画通りに実行していく
57	サービス業	人材の採用、人を増やす為の仕様の改革
58	サービス業	企画力をあぶりたい
59	サービス業	新しいサービス展開
60	サービス業	新事業を連続して立ち上げるため、その立ち上がり 自立→計画相談
61	サービス業	更なる販路拡大の為、一人ひとりの能力アップ
62	サービス業	新入社員の戦力強化
63	サービス業	HPの充実、イベント参加による認知度UPとニーズ把握
64	サービス業	サービス特化
65	サービス業	固くなった筋肉が、神経血管を圧迫して、痛みや不調が起こることを広く知ってもらえるようにする。鍛える動きだけしていると筋肉に疲労
66	サービス業	理念の浸透
67	サービス業	新規体制発掘
68	サービス業	スピードアップ⇒管理者UP⇒すみやかに導く⇒現状を伝えて方向性を指導する
69	サービス業	可能性のある業界、分野にいかにか提案力のある製品を開発できるか
70	サービス業	新商材の営業強化、外国人も含めた人材採用。海外への新規事業立上
71	サービス業	資金力の強化を中心にやっていきたい
72	サービス業	技術職なので単純に採用数×戦力になりにくい。向き不向きがある。採用数を増やすと時間が取られ、経費が増加しその分の必要になる。しかし、長いスパンをかければ戦力になってくれる可能性もある。(人によりけりだが)
73	サービス業	設備投資での業務生産性アップ
74	サービス業	若い人材を入れないと、次世代が見えない。技術力の強化
75	サービス業	広報、WEB、SNSの整備、情報発信の強化
76	サービス業	現状の仕事内容の細分化
77	サービス業	新規事業(エステ)に力を入れて拡大していきたいです。
78	サービス業	人材育成、幹部育成
79	サービス業	効率よく
80	サービス業	雇用
81	サービス業	社員(自分を含め)人としてどう働か生きるかが全て
82	サービス業	新規サービスの立ち上げ
83	運輸業	適切に賃金をアップさせる(社員が納得いくものに近づける)
84	運輸業	基本的なこと(安全に品物を輸送すること)
85	運輸業	社員教育 従業員取引先を増やすこと
86	運輸業	借入金の減少・評価制度見える化
87	運輸業	幹部社員の育成
88	運輸業	人手が足りないため、他よりも少しでもいい条件がだせるよう経費を減らして社員に還元していきたい、そのため個々の社員の意識を高めたい。
89	運輸業	働き方改革に合わせた社員のシフト
90	建築業	幹部社員候補の採用
91	建築業	売上げを安定させる為、顧客となるお客様を増やす事とこれから労働人口が不足していくので、労働力を確保する。
92	建築業	中期的に、次の柱となる顧客の開拓と新展開に対応出来るための人材確保。
93	建築業	社員が効率よく働き利益を生み出す体制の構築

94	建築業	利益率の高い工事の受注
	建築業	従業員確保
95		
96	建築業	社内の人材、下請け会社の質を上げたい。
	建築業	この業界は、細かく分かれた多数の専門工事業者の上に成り立っているが、それらが後継者難、人材確保難でどんどん減ってきている。したがって、同業他社と連携することにより対処しなくてはならないと思っている。
97		
98	建築業	中堅社員のスキルアップ
	建築業	新卒採用に力を入れてきたが、採用については順調に進めてきた。しかし高卒社員の離職率が下がることはない。やはり人材起用の末には営業力、技術力、各人の能力アップにつなげていきたい。
99	建築業	起業2期目なので、従業員の教育に力を入れ、新規取引先を増やし、しっかりとした企業に育てていきたいです。
100		
101	建築業	人を増やして育成しつつ、売り上げをUPしていく。
102	建築業	No.2の育成と社員採用
	建築業	熟練工の確保による技術力の維持、ホームページsns等を活用し自社の考え方取り組み方をPR、工程作業方法の見直し
103		
104	建築業	消防設備、弱電設備の内製化
105	建築業	人材不足のため人材を採用することと教育
106	建築業	新しい工事材料の開発による新工法の導入、大学キャリアセンターへの積極的なアプローチ
	建築業	社会保険の負担が大きい。社員の1日のノルマこなせない。仕事があるのにこなせない。支払いが多い(原材料と人件費)
107	建築業	新規顧客の拡大へ向けた、人材確保、人材育成
108		
109	建築業	人材の採用によるリージング強化
110	建築業	人間力の高い人材を育てることが会社存続のカギになる
111	建築業	新規採用
	建築業	宅建業の拡大で受注を拡大
112		
113	建築業	人を育てる。
	建築業	3名新入社員の育成
114		
115	建築業	今までと違う取引先も出てきているので、そちらへの対策をしばらくやってみようと思っています。
116	建築業	新たな事業を含めての展開～発信力の強化を検討中
117	建築業	専門職としての自覚
118	製造業	2～3名の人材の確保早急に行い、自社にて技術者に育てたいです。
	製造業	ロボットの社内製造で効率化を図り生産アップと利益率アップに取り組んでおり、生産性が向上した中で営業力の強化が求められる。それに伴い社員能力をさらに引き上げロボットの活用と生産性を上げる社員意識を高める必要がある。
119	製造業	事業や顧客の選択と集中を行ない、設備の更新、廃棄、導入を進めていく。この大きな転機を人材育成のチャンスととらえて次世代に引き継いでいく。
120	製造業	今後も人材採用を継続して行き、現状社員の多能工化も進めたい。
121	製造業	正社員2名をH29. 12月より採用確定
122		
123	製造業	生産性の向上を伴うような技術力の強化を目指している。
	製造業	国内生産は固有技術を研ぎ澄まし他社が出来ない製品を提供する。生産性アップ効率化による省人化をはかる(人手不足対策)引き続き新卒定期採用を粘り強く行う。
124	製造業	新規開拓・加工機械の導入・社員指導
125		
126	製造業	当社は現状、営業力が弱いのでその強化が必要ですが、具体的にはまずは自分が自由に動けるようになることが必要と思っています。
	製造業	人材の確保と教育
127		
128	製造業	新規分野の開拓
	製造業	高齢化が進む中、世代交代見据え設備の入れ換えを検討し生産効率化を図る、新商品・新サービスを持って既存の客先以外の販路拡大に力を注いでいく。
129	製造業	人材の補強による、営業の底上げ。
130	製造業	新しい事業を模索中です
131	製造業	販売チャンネルの維持と拡大
132	製造業	商品開発、PR
133	製造業	生産の効率化を進め、付加価値を上げることに力点を置いています。
	製造業	IT化推進を加速させ、全社的な生産性のアップを目指している。
135		
136	製造業	新規取引先の拡大。
137	製造業	人材の確保
138	製造業	顧客数の拡大、生産管理システム、人材採用、人材育成
139	製造業	展示会出展
	製造業	現事業では仕事に追われ、景気が良いように見えるが、根本的な課題の利益率向上には業態を見直す必要がある。 現業態でのボトムアップを図りつつ、業態の見直しを視野に入れて2018年度中に企業進路を模索する予定。
140	製造業	社外秘
141		
142	製造業	社内情報の共有によるIoT化を促進し、生産管理システム導入による効率化を図って
143	製造業	求人を経験的に挙げる。
144	製造業	技術力強化による生産効率のアップを目指す

145	製造業	新規開拓に伴い受注力、仕事の受け入れ能力の向上に努めないといけない。
	製造業	事業領域を拡大し新規取引先の受注も順調に伸びてきている中で、それに携わる人員の不足と、
146	製造業	今後のスキルアップ、技術承継、リーダー育成を中長期的に実施していく。
	製造業	社員の高齢化に伴う若返り
147	製造業	人件費が大きいので見合う生産性のアップ
148	製造業	社員の技術力や対応力を向上させる事
149	製造業	まだ具体的ではないが、設備投資。
150	製造業	一社に売り上げの70%近くを依存しているの、出来るだけ分散するようにする。
151	製造業	試作受注は増えているがリピート品受注が少ない。競争力を養わなければならない
152	製造業	自社ブランド製品の拡販に注力
153	製造業	3年以内に人材に関しては目処をつけたい
154	製造業	新卒3年までの技術能力アップ
155	製造業	今年は新卒採用をする計画で動いているのに応募が全くない。これからは本気で人材の確保、採用に力を注ぐ予定です。売れている商品をもっと伸ばしていく。新事業を立ち上
156	製造業	キャパシティ一杯で推移することが多いが、設備拡張をまだ予定していないので、必然的に生産効率を上げていかないといけない。
157	製造業	新規事業(アパレルニット小物製造)の業績向上
158	製造業	利益性の高い新規顧客の獲得を進めている
159	製造業	新しい今よりわかりやすいホームページを作成中で、新規顧客の獲得をめざす。
160	製造業	社員教育を計り会社組織力を高め、販売拡大を目指す。
161	製造業	自発的従業員の確保が大きな課題になっています
162	製造業	金型設計技術を高めて不良率の低い製造を実現する、人材の採用は研修生の雇用も除外せず検討、スキルマップを整備して必要な能力を徐々に増していく
163	製造業	人材育成と規模拡大。新卒雇用しなければ会社に未来がない
164	製造業	新規取引先の拡大。自動化による生産効率アップ。新商品の生産。
165	製造業	新規分野、新商品の開発、販売
166	製造業	2. ソフトウェア工学に基づく設計の推進と、仕様書提出および顧客承認確認の徹底。5. 特許出願を伴う新たな検査装置開発。10. 社内塾の開校。
167	製造業	・新規顧客確保のため、営業活動の見直し
168	製造業	・管理職教育
169	製造業	少数精鋭化
170	製造業	新規取引先の確保、他業種への売り込み
171	製造業	社員教育の充実とリーダー教育
172	製造業	生産性アップ、新製品開発は継続活動として取り組んでいます。(新規一号機を今年納入します。)
173	製造業	人材募集活動は継続して行っていますが、売り手市場ではなかなか確保できません。
174	製造業	技術者の採用と育成が課題
175	製造業	若い人員の能力の見極めと活用の仕方。
176	製造業	20代前半の社員が増えたので技術の伝承が遅れて特定の社員に負担が増えている。
177	製造業	既存技術を活かした①異業種コラボで従来市場への提案強化②他業種市場への参入③新事業市場(防災関連)創出。
178	製造業	リーダー格社員のレベルアップのための社内勉強会(外部講師)注力、工場拡張を検討
179	製造業	社員の育成
180	製造業	新卒採用にチャレンジ
181	製造業	人材の確保、人員の若返り、技術継承
182	製造業	社員能力のアップでは、スタッフのマネジメント能力向上を図りたい。
183	製造業	営業販促目的でホームページやカタログをリニューアルした。
184	製造業	重要得意先を増やし定期受注品を如何に増やせし、業務の安定を図る。
185	製造業	新規顧客の開拓
186	製造業	新規商品の開発&新規営業先の開拓を進めようと考えています。
187	製造業	自動化の推進
188	製造業	社員の能力・技術力を上げてできる仕事の幅を広げたい。
189	製造業	生産能力が受注拡大へのステップであり、その生産能力を向上させる改善が必要と思われる、そして、経営基盤となる事業の柱となるアイテムの増加。未経験者ではなく熟練した技術者の採用が必要。
190	製造業	今期の指針セミナーを受講中なので、まずは経営理念・経営計画を作成する事。
	製造業	営業力強化、生産性の向上は全て社員教育から考え、そこに力点を置きます

191	製造業	新規顧客の開拓
192	製造業	技術者の育成と雇用
193	製造業	展示会出展などの外部へのアピール
194	製造業	生産性アップに伴う人材の採用・育成
195	製造業	新商品の開発と新規分野への販売(海外)。また増産の為に生産性の向上と省力化。
196	製造業	人材不足の対応策
197	製造業	仕事を楽しめる分野を見つめている。利益は二の次三の次です
198	製造業	採用媒体を増やしたことで多少人材の確保が進んだ。今後は従業員の能力アップを実施していく
199	製造業	社員能力のアップで生産性が上がる。仕事内容を把握してもらわなければ良い商品を作れない
200	製造業	NCプログラムのプログラマー要請
201	製造業	販売力のUP
202	製造業	社員教育を通して社会の成長や発展に繋がりたい。めっき技術を強化し会社の強みとして国家資格なども積極的に取得していきたい
203	製造業	自動化
204	製造業	製品の品質向上をするため技術力を向上している。生産性アップによる利益率向上に向けている。新規開拓による新製品や開発への参入
205	製造業	ものづくりに対して付加価値をつけていく
206	製造業	工程と作業の改善活動の実施。評価制度の導入
207	製造業	会社全体の哲学とセンス
208	製造業	現在は採用に強化している
209	製造業	工業用銘板の新規開拓
210	製造業	社内高齢化により技術継承をしなくてはならない。上手くすすんでおらず技術力と能力アップに力を入れる
211	製造業	新規開拓を進めて儲からない既存の仕事を減らす。人材採用で内製化・生産性アップで納期遅れを解消
212	製造業	従業員の高齢化、取引先の見直し
213	製造業	企業は人なり、自社ブランドだけではダメ
214	製造業	取引先を増やし、社員能力をアップさせ生産能力をあげるひにより売上アップを目指す
215	製造業	社員教育、研修等で能力のアップを目指し、多能工することで営業に力を入れ重要取引先を増やす
216	製造業	金属缶(特に一斗缶)の数量減が続いており、缶パーツに依存しないビジネスの模索
217	製造業	取引先訪問、固定費、変動費の削減
218	製造業	景気の判断基準が、不透明な為、それより確実に判る新しい先行指標を自社で持つこと
219	製造業	多様化するニーズにすばやく対応するとともに、技術力を強化し、需要を拡大する。情報収集による市場動向調査(ニッチ市場での販売を拡大、展示会での新規顧客の獲得)
220	製造業	販売開拓による業容拡大を図る
221	製造業	①市場現状と将来の状況を分析し把握して、他の業界とコラボして新規販路を拡大します。②既存顧客の維持(商品・サービス改善など)と新規顧客を増やします。(持っている技術を生かして、新規顧客のニーズを応じる商品・サービス開発)
222	製造業	販路開拓が難しい(自社製品→ネズミ忌避装置)
223	製造業	生産効率の向上。全製品の精密な原価を算出し、販売戦略を練る。
224	製造業	営業人材の教育
225	製造業	新規事業確立による売り上げ増を目指す。生産性アップのため設備の充実を図る
226	製造業	設備の更新を含む増設と新規事業の確立
227	製造業	新たな戦力として若手を雇用し、育てていきたい。新規製品(レポート品)を依頼していただけの顧客の掘り起し
228	製造業	開発力の強化
229	製造業	3Sなど基本を重視して改善に取り組む予定
230	製造業	研修の参加。社内勉強会の開始
231	製造業	お客様あってこそ我々ですので、常に効率、新商品を出している。
232	製造業	新製品開発
233	製造業	プロモーション
234	製造業	社内システムの更新、新入社員の教育・定着
235	製造業	景況変化への対応強化
236	製造業	老化した設備の更新を予定
237	製造業	とにかく色々とアンテナをはって雇用をしていたおかげで人手不足にはなっていない。
238	製造業	商品の高付加価値化を目指していく
239	製造業	人材育成
240	製造業	イノベーションしかない
241	製造業	従業員を確保し、機械を十分にまわす。それにより、生産性アップを目指す。
242	製造業	改善活動の強化
243	製造業	顧客を増やし、売上の増大に力を入れる。

244	製造業	営業力を見直して、さらなる飛躍の為に、生産性を向上する為に何が 필요한のか、社員全員と共に考え人としての品格向上を目指して更なる品質向上へとつなげていきたい。
245	製造業	新製品開発
246	製造業	新部材の教育や、新しい技術を取り入れる
247	製造業	生産性の効率化では3Sと導線の見直しなど、営業面では同業種への水平展開
248	製造業	当たり前のことが当たり前に来ないため
249	専門サービス業	新規法人化について協議を進行している
250	専門サービス業	キャリアアップ助成金を活用した新規雇用および社員教育。マネジメントゲームを活用し
251	専門サービス業	法人化と付加価値サービス
252	専門サービス業	コンスタントに知財案件を発注する企業数が不足している一過性の仕事ではなく、お客様が収益得られ次の案件につながる仕事をする事で、どのような企業を育てることに力を既存の顧客へのサービス向上と地域顧客の開拓
253	専門サービス業	コンサル業務の強化
254	専門サービス業	パートタイマー新規採用と育成、その後営業にも注力する
255	専門サービス業	正社員を増やす、逸れに伴い売上増やす
256	専門サービス業	販路拡大
257	専門サービス業	業務の標準化を進めることで、効率UPを図る。企業の業務フロー改善の為にコンサル
258	専門サービス業	受注単価を補う為の顧客拡大
259	専門サービス業	業務分野の確立、1社依存を低めリスク分散に努める必要がある
260	専門サービス業	事業拡大に伴う幹部社員の強化
261	専門サービス業	AI技術の取り組み、新サービス開発
262	専門サービス業	規模拡大を計画するに当たり、仕事の確保
263		
264	専門サービス業	継続的取引先の開拓をする
265	専門サービス業	時間あたりの粗利アップ
266	専門サービス業	税務業務に頼らない商品サービスの構築
267	専門サービス業	残業を減らし、売り上げを伸ばしていくための取り組みを模索しています。
268	専門サービス業	東京事務所を中心とした新しい業務受注体制の強化。幹部社員の育成。
269	専門サービス業	ホームページを充実させ、新商品への誘導を行う。
270	専門サービス業	人材の採用
271	専門サービス業	営業力を拡大することを重視
272	専門サービス業	広告等、営業に力点を置きたい。
273	専門サービス業	個人経営のため、忙しくなると、新規の仕込みができないので、今後、人材を採用して、仕事の分散を計りたい。
274	専門サービス業	さらなる専門特化を進めていきたいです。
275	専門サービス業	新たなチャネルを使つての営業
276	専門サービス業	8月に設立したばかりの会社なので、経営理念を立て、それに基づいた経営指針・経営計画を立てていきたいと考えています。
277	専門サービス業	定型的な手続き業務以外にコンサル業務を手掛けていきたい。
278	専門サービス業	業務の標準化による生産性の向上
279	専門サービス業	土業はサービス業なので、お客様である各企業経営者のニーズをより正確に把握した
280	専門サービス業	お客様の増加
281	専門サービス業	営業力と経費削減
282	専門サービス業	人材採用と定着
283	専門サービス業	新規クライアントを増やせるように積極的に営業をする。
284	専門サービス業	社会経済情勢の予測に基づいた重点商品の選定と販売方法の確立。中期計画の見直しおよび資金確保。
285	専門サービス業	ビジネスモデルの構築
286	専門サービス業	現在の事業に関する経営支援サービスの明確化とともに、今後注力していく業務分野のターゲットを明確にすることにより、一層ニーズマッチしたサービスを提供出来る事が可能となるほか、営業面においてもプッシュ・プル両面で引き合いを増やす事が出来ると考えています。また一方で、新事業として、母親・子供を主な対象とした事業の構想を具体化させていき、事業化へ向けた取り組み準備を進めていきたいと考えています。
287	通信情報業	スタッフの生産性アップ
288	通信情報業	SE人材のパワー不足が成長の桎梏となっている(人材採用が大切)
289	通信情報業	販売が主である現在から製品創りに取り組むための設備投資をし事業の柱とすべく計画中である。
290	流通業	新たな事業領域への積極的投資
291	流通業	管理職の能力向上
292	流通業	自動車以外の事業の立ち上げ
293	流通業	少数精鋭むやみに人材を増やさない
294	流通業	人材の能力アップと利益拡大
295	流通業	売上増を目指す
296	流通業	成長国への販路開拓
297	流通業	新規に顧客を獲得できなければ既存顧客は将来的に少なくなっていく。既存顧客からの紹介やネットによる顧客へのアプローチを行います
298	流通業	営業戦略に基づくKPI及びKAIの確立
299	流通業	競合他社との差別化を進めていく(営業面・商品面において)

300	流通業	業界の求めるものに変化が激しくなってきたので、対応力をUPするためにも戦略的に投資を検討中
	流通業	時代の変化に対応した事業展開
301	流通業	現在のビジネスを活かした新規事業の創造
302	流通業	経営理念を見直し、社員さんと会社の絆を深めてみんなで成長していきたい。
303	流通業	私が方向性を定め全員でそこに向かう
304	流通業	現在初のオリジナル商品を販売し始めた所なので、今後もバリエーションを増やしていき
305	流通業	新規商流の開拓
306	流通業	既存顧客を守るだけでは売上高は先細る。新規顧客の開拓を既存顧客の関連企業を中心に展開。
307	流通業	顧客のお困り事解決や新商品の把握など社員能力による部分が大きい。今後の事業計画必達は新しい人材確保とそれに伴う社内社員教育制度の確立である。
308	流通業	社員共育
309	流通業	新規事業の模索
310	流通業	既存得意先からの信頼度の向上をはかり、顧客満足度を向上させて取引先の輪を広げていけるように注力していくこと。
311	流通業	①2年後の利益確保の為、従業員を増やしながらいプライベートブランド商品の有力な販売先を確保 ②4年後の利益確保の為、人材を育てネット販売のさらなる拡充(新たなホームページの立ち上げ)を行う。 ③6年後の利益確保の為、新規事業の人材確保と用地選定 ④今期は8年後の事業継承に向けた元年にする。
312	流通業	主要取引先の比率を下げる為に重要取引先を増やす事が必要。若年層が薄い布陣であるため。個々の社員の能力が上がれば仕事の運びがもっとスムーズになり、精神的にも余裕が出来て顧客や取引先全般に対して満足を与えられる。
313	流通業	従来の仕事と同時に新規の事業を展開し、柱を複数立て強化をしていきます
314	流通業	消費者ニーズの多様化に伴い方向性がぶれるので、的をきっちり絞った戦略が必要
315	流通業	社員の若返りのための社員の知識、人間力アップ
316	流通業	商品のプレゼンの見直し
317	流通業	市場の開拓
318	流通業	経営革新で活路も見出したい
319	流通業	既存客への情報発信の強化
320	流通業	高付加価値化と品質向上
321	流通業	具体的な社員教育方針を決め実施し、会社の強みを明確にする
322	流通業	本年度、順調に人材確保が出来たので、今まで以上に社員教育に力を入れる。
323	流通業	技術フォローも含めた積極的な営業への転換。
324	流通業	設備改善により処理能力は向上しているため、営業力向上により売り上げ増を目指したい。現営業担当者の能力向上と新規担当者の採用が重要になってくる。また、営業担当が兼務している工場業務を現場担当者に移行する為に、現場社員の能力向上が必要に社内プロジェクトにてどんどん社内改善を進め、業務スピードを上げ、残業削減と顧客へのクイックレスポンスを高める。
325	流通業	従業員が定着しない、新規の応募が少ないので、何かいい方法がないか、摸索中です。
326	流通業	将来の需要低下への対応
327	流通業	特徴ある商品に特化
328	流通業	価格・事業規模等でのデメリットが増えてきている部分でのきめ細かなサービス。
329	流通業	ネット販売、新規百貨店販売など
330	流通業	現行主力商品が賞味期限を迎えることを想定し、次世代商品を開発せねば。
331	流通業	販路を拡大する為、営業力を強化、外注力を向上し、売上増を目指す。
332	流通業	様々な見直しが必要な状況です。
333	流通業	業界ごとの売上を安定させる為に、重要取引先を増やして行く。新商品を開発し、将来の売上上昇に結び付ける。
334	流通業	従来の顧客では受注量に限界があるので、新規の顧客又はサービスの拡大が必要
335	流通業	ルート効率の改善
336	流通業	新規販路開拓とパートナーとの連携
337	流通業	人手不足が続いているが、予算的なこともありなかなか採用活動の実行に繋がっていませんでしたが、採用活動を再開しました。
338	流通業	エリア拡大
339	流通業	専門技術を今以上に学習し、新規開拓を行いたいと思います
340	流通業	事業拡大にともない経営理念・計画の見直しを行います。食品関連取扱商品の充実化と認知強化(営業強化)を目的に商品パンフレット兼会社案内を作成します。新規営業先(商社・販売代行店を複数持っている企業)へアプローチし、売上を増やします。
341	流通業	法人化、新規事業展開を計画中。
342	流通業	法人化、新規事業展開を計画中。
343	その他	今いるスタッフの能力向上
344	その他	無駄な訪問はしない、インターネット使った商談システム、少額取引の新規開拓禁止
345	その他	当社売り上げの軸となる法人先の開拓目標は30社
346	その他	付加価値の開発
347	その他	人材育成、レベルアップが必要
348	その他	

349	その他	受注現場増加に伴い人材採用に力を入れたい
350		社員個々の能力の向上
351		社員のスキルを上げることが経営安定化の第一と考える
352		良い技術を身につけることにより、営業UPとなり、経済効果を上げる。 社内技術の底上げ
353		
354		人材の問題が大きいと思います。理念を理解して実践する社員が育たなければ、営業力の拡大にもつながらないと思います。
355		次期経営者の育成 若手技術者の確保と育成
356		商圏を全方面から集中へ 収益率の高い事業への人員配置
357		収益を得られる資産(不動産)の拡大。事業エリアを堺市から大阪市に転換。
358		人材育成
359		技術レベルの差が埋まらない
360		利益向上の為に効果があった営業力拡大、社員能力を活かせていないので活かせる体制づくり、社員が安心できる運営の為に資金確保に力点を置く。
361		社員の能力アップと人材の採用、会社がせまいので引っ越しも検討。
362		新規事業
363		営業件数の拡大、無駄な訪問をやめITを使ったシステムで対応。売れる製品は変わるため、取引先・社会ニーズにあった商品開発を短期・中期で行う
364		ビジョンをはっきりさせ、社員にすべて伝えていく
365		新商品開発に目途が立ったので積極的な販売戦略をとっていきたい
366		新規獲得
367		平成30年も12月現在で10件の施設の増加が決定している。人材、人手の確保が最重要課題です。

特別項目【1】冬季賞与について

1) 冬期賞与の予定について

Q2	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	総計
サービス業	68	49.6%	30	21.9%	15	10.9%	24	17.5%	137
運輸業	10	66.7%	3	20.0%	1	6.7%	1	6.7%	15
建築業	40	78.4%	5	9.8%	2	3.9%	4	7.8%	51
製造業	169	82.0%	25	12.1%	8	3.9%	4	1.9%	206
専門サービス業	43	46.7%	16	17.4%	5	5.4%	28	30.4%	92
通信情報業	2	25.0%	3	37.5%	1	12.5%	2	25.0%	8
流通業	60	67.4%	10	11.2%	10	11.2%	9	10.1%	89
その他	13	65.0%	2	10.0%	1	5.0%	4	20.0%	20
(空白)	11	45.8%	5	20.8%	5	20.8%	3	12.5%	24
総計	416	64.8%	99	15.4%	48	7.5%	79	12.3%	642
回答①～③の合計を分母にした割合		73.9%		17.6%		8.50%			

①支給する ②支給しない ③未定 ④該当なし

2) 昨年からの比較

Q2	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	総計
サービス業	18	30.5%	38	64.4%	2	3.4%	1	1.7%	59
運輸業	4	36.4%	6	54.5%	0	0.0%	1	9.1%	11
建築業	15	44.1%	15	44.1%	4	11.8%	0	0.0%	34
製造業	56	37.6%	76	51.0%	16	10.7%	1	0.7%	149
専門サービス業	17	48.6%	17	48.6%	0	0.0%	1	2.9%	35
通信情報業	2	28.6%	4	57.1%	1	14.3%	0	0.0%	7
流通業	25	47.2%	24	45.3%	4	7.5%	0	0.0%	53
その他	5	38.5%	8	61.5%	0	0.0%	0	0.0%	13
(空白)	5	45.5%	6	54.5%	0	0.0%	0	0.0%	11
総計	147	39.5%	194	52.2%	27	7.3%	4	1.1%	372

①増額 ②同額 ③減額 ④昨年は支給をしていない

特別項目【2】新卒採用について

(1)新卒採用の充足について

Q2	①	割合	②	割合	③	割合	総計
サービス業	13	29.5%	21	47.7%	10	22.7%	44
運輸業	2	33.3%	3	50.0%	1	16.7%	6
建築業	7	25.9%	7	25.9%	13	48.1%	27
製造業	37	39.8%	39	41.9%	17	18.3%	93
専門サービス業	9	42.9%	11	52.4%	1	4.8%	21
通信情報業	1	33.3%	1	33.3%	1	33.3%	3
通業(小売・卸含む)	6	28.6%	12	57.1%	3	14.3%	21
その他	0	0.0%	6	85.7%	1	14.3%	7
(空白)	2	22.2%	7	77.8%	0	0.0%	9
総計	77	33.3%	107	46.3%	47	20.3%	231

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

(2)採用の媒体について(全回答者数で集計446名)

サービス業91名・運輸業15名・建築業39名・製造業163名・専門サービス業50名・通信情報業6名

流通業50名・その他13名・空白18名 計446名

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合	
サービス業	2	2.2%	23	25.3%	29	31.9%	6	6.6%	6	6.6%	
運輸業	2	13.3%	2	13.3%	1	6.7%	3	20.0%	0	0.0%	
建築業	4	10.3%	7	17.9%	8	20.5%	2	5.1%	0	0.0%	
製造業	14	8.6%	43	26.4%	38	23.3%	22	13.5%	22	13.5%	
専門サービス業 (土業の方)	3	6.0%	12	24.0%	13	26.0%	3	6.0%	6	12.0%	
通信情報	0	0.0%	1	16.7%	1	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	
流通業	3	6.0%	13	26.0%	7	14.0%	6	12.0%	4	8.0%	
その他	0	0.0%	4	30.8%	3	23.1%	0	0.0%	1	7.7%	
(空白)	1	5.6%	8	44.4%	4	22.2%	2	11.1%	2	11.1%	
総計	29	6.5%	113	25.3%	104	23.3%	44	9.9%	41	9.2%	
業種	⑥	割合	⑦	割合	⑧	割合	⑨	割合	その他	割合	総計
サービス業	4	4.4%	51	56.0%	14	15.4%	26	28.6%	6	6.6%	167
運輸業	0	0.0%	7	46.7%	2	13.3%	4	26.7%	2	13.3%	23
建築業	1	2.6%	23	59.0%	7	17.9%	11	28.2%	3	7.7%	66
製造業	2	1.2%	112	68.7%	30	18.4%	24	14.7%	13	8.0%	320
専門サービス業 (土業の方)	0	0.0%	16	32.0%	7	14.0%	13	26.0%	5	10.0%	78
通信情報	0	0.0%	3	50.0%	0	0.0%	2	33.3%	3	50.0%	10
流通業	1	2.0%	32	64.0%	9	18.0%	9	18.0%	5	10.0%	89
その他	0	0.0%	8	61.5%	3	23.1%	5	38.5%	0	0.0%	24
(空白)	0	0.0%	10	55.6%	3	16.7%	5	27.8%	1	5.6%	36
総計	8	1.8%	262	58.7%	75	16.8%	99	22.2%	38	8.5%	813

1. Jobwayへの登録 2. 就職サイトへの登録 3. 自社HP 4. 同友会の合同企業説明会 5. 同友会外の説明会
 6. OBやOG訪問受け入れ 7. ハローワークへの登録 8. 人材マッチング、紹介サービスの活用
 9. 親族や知人などへの紹介依頼 10. その他

特別項目【3】人手不足への対応について(複数選択)

サービス業85名・運輸業14名・建築業41名・製造業175名・専門サービス業53名・通信情報業3名
流通業58名・その他11名・空白20名 計460名

業種	①	割合	②	割合	③	割合	④	割合	⑤	割合
サービス業	48	56.5%	11	12.9%	12	14.1%	18	21.2%	29	34.1%
運輸業	5	35.7%	1	7.1%	0	0.0%	2	14.3%	7	50.0%
建築業	24	58.5%	1	2.4%	7	17.1%	13	31.7%	13	31.7%
製造業	76	43.4%	49	28.0%	32	18.3%	87	49.7%	42	24.0%
専門サービス業 (土業の方)	32	60.4%	10	18.9%	0	0.0%	9	17.0%	18	34.0%
通信情報	0	0.0%	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
流通業	31	53.4%	9	15.5%	4	6.9%	21	36.2%	16	27.6%
その他	6	54.5%	2	18.2%	1	9.1%	2	18.2%	3	27.3%
(空白)	12	60.0%	2	10.0%	2	10.0%	5	25.0%	11	55.0%
総計	234	50.9%	86	18.7%	58	12.6%	157	34.1%	139	30.2%
業種	⑥	割合	⑦	割合	総計					
サービス業	15	17.6%	3	3.5%	136					
運輸業	2	14.3%	1	7.1%	18					
建築業	5	2.9%	1	0.6%	64					
製造業	26	8.0%	11	3.4%	323					
専門サービス業 (土業の方)	2	3.8%	1	1.9%	72					
通信情報	0	0.0%	2	66.7%	3					
流通業	5	8.6%	2	3.4%	88					
その他	1	9.1%	0	0.0%	15					
(空白)	2	10.0%	1	5.0%	35					
総計	58	12.6%	22	4.8%	754					

- 1.社内体制の見直し 2.設備投資などIT活用による能率アップ 3.外国人雇用の受け入れ
4.従業員の多能工化 5.人材確保のための賃金や待遇の見直し 6.シルバー人材の採用 7.その他