

大阪府中小企業家同友会
大阪同友会定点景況調査集計(2018年7月～9月期)

期間:2018年8月1日～9月11日

対象者:2434名

回答数:506名 回収率: 20.8%

業種別回答数

	製造業	建築業	通信情報業	運輸業	流通業(小 売・卸含む)	専門サービ ス業(土業)	サービス業
回答数	162	53	10	18	78	57	128
割合	32.0%	10.5%	2.0%	3.6%	15.4%	11.3%	25.3%

- P1: 景況調査コメント(和歌山大学経済学部経済学科准教授 藤田和史氏)
- 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)
- P14: 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)
- P16: 売上増加の要因(選択・記述)
- P22: 売上減少の要因(選択・記述)
- P26: 設備投資・経営上の課題(選択)
- P27: 今後の力点(選択・記述)
- P40: 特別項目集計

大阪産業構造研究会部長	音頭 良紀
和歌山大学経済学部准教授	藤田 和史
立命館大学経営学部教授	田中 幹大
大阪市立大学経営学研究科准教授	立見 淳哉
大阪経済法科大学経済学部教授	高橋 慎二
阪南大学経済学部准教授	松村幸四郎
大阪経済大学経済学部教授	梅村 仁

**景況はごく緩やかに上昇傾向も、先行きは不透明
堅調な今こそ来たるべき増税に備えて対策を！**

今回調査のポイント

1. 景況は堅調に推移し、健全経営を達成している会員が多数を占めるが、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. 消費税の増税を来年に控え、一部には駆け込み需要への期待感も存在はしているが、追って生じる反動減への不安、堅調に推移する景気に水を差す増税への必要性など、会員企業が抱く思いは複雑である。
3. 人材採用・人材教育に苦勞している様子が継続している。人手を確保するために賃金以外の労働条件を工夫する傾向がみられるが、売手側のニーズを的確に把握する必要も生じている。

I 調査期間・サンプルについて

対象者 2434 名に対し、回答数は 506 名であり、回収率は 20.8%であった。業種別回答数は、下記の通りである。

	製造業	建築業	通信情報業	運輸業	流通業 (小売・卸含む)	専門サービス業 (士業)	サービス業
回答数	162	53	10	18	78	57	128
割合	32.0%	10.5%	2.0%	3.6%	15.4%	11.3%	25.3%

II DI 値推移…波はあるものの、ごく緩やかに改善傾向

1. 売上 DI 値

前期比では、改善傾向にある。製造業・流通業・サービス業では大幅に改善、通信情報業もマイナスながら改善している。前年同期比でも改善傾向にある。ただし、業種間で改善傾向に温度差がみられる。

2. 利益 DI 値

前期比では、全体として改善傾向にある。しかし、製造業・流通業はプラスを維持しているものの、前期比では低下傾向にある。建築業・通信情報業・運輸業・サービス業は大きく改善しており、これらの業種が下支えしている。前年同期比では、全体で横ばい傾向。製造業・運輸業は前年比で改善しているが、建築業・通信情報業は大きく低下しており、前期比とは対照的である。

3. 景況感 DI 値・景況感先行 DI 値

景況感 DI 値は、前期と比較すると改善している。運輸業・流通業はマイナスであるものの、前期よりは改善している。建築業のみ低下傾向にある。景況感先行 DI 値は、全体として改善傾向にあるが、流通業と専門サ

ービス業は悪化する傾向にある。

4. 資金繰り DI 値・設備投資 DI 値

資金繰り DI 値は、プラスを維持しているが、前期よりも悪化している。建築業・流通業・サービス業で悪化が目立つ。設備投資 DI 値は、前期が前々期より改善傾向にあったが、再び 2018 年 1 期並に低下している。製造業・運輸業は改善しているが、それ以外の業種は悪化している。

II 売上・利益動向…比率が固定化？ボリュームゾーンで勝ち負け・黒字赤字企業が固定化？

1. 売上動向

前期比、前年同期比とも、「横ばい」が最多（49.5%、50.5%）で、増加がそれに次ぐ（30.6%、30.2%）という、ほぼ同傾向を示す。前期比で「減少」と解答した会員企業は全体で 19.9%であるが、製造業・通信情報業・運輸業・流通業でそれよりも高い（22.6%、20.0%、27.8%、26.0%）。前年同期比では、全体が 19.3%に対して建築業・流通業・サービス業で高い（27.5%、25.6%、21.8%）。

2. 利益動向

利益動向も、売上動向とほぼ同じ傾向を示す。前期比、前年同期比とも「横ばい」が最多（50.2%、48.9%）で、「増加」がそれに次ぐ（28.7%、28.6%）。前期比で「減少」と解答した会員企業は全体で 21.1%であるが、製造業・運輸業・流通業でそれよりも高い（23.8%、27.8%、27.3%）。前年同期比では、全体が 22.5%に対して建築業・流通業・サービス業で高い（30.8%、32.5%、25.2%）。

3. 採算状況

解答した会員企業のうち半数を超える 51.6%が「黒字」と解答している。「収支トントン」が 36.4%と次いでおり、90%弱の会員が健全経営を達成している。「赤字」と解答している会員企業は 12.0%であるが、製造業・建築業・サービス業という会員としてはボリュームゾーンでその数値を超えている（12.1%、16.7%、13.8%）。

4. 景気動向・景況感先行き

景気動向・景況感先行きとも、「横ばい」が最多である（73.0%、69.1%）。景気動向としては、「悪化」を感じている企業が 11.2%あり、運輸業・流通業・サービス業で高い（17.6%、16.7%、11.3%）。景況感先行きでは、今後「悪化」と感じている企業が 12.0%おり、製造業・流通業で悲観的な予測をしている企業が多い（13.0%、19.5%）。

5. 資金繰り

8割強の会員企業は資金繰りについて課題を抱えていないが、15.6%の会員は課題としている。そのうち、建築業・通信情報業・流通業・サービス業の会員の一部（15.4%、20.0%、19.2%、24.2%）で、資金繰りが苦しくなっている。

これらのことから、回答した会員企業の多くは、売上・利益を確保しつつ健全経営を達成している。しかし、米中間の貿易摩擦や自然災害など、日本経済を取り巻く状況は不透明感を増している。10月の日銀短観も製造業・非製造業ともに DI 値はプラスは維持しつつも悪化している。これらの影響が景況感先行きに暗い影を落としているといえよう。

III 売上増加・減少の要因…高付加価値化の好循環の一方で構造的なマイナス要因も

1. 売上増加の要因

増加した会員企業が挙げる上位 4 要因は、①営業力の強化・拡大（23.4%）、④新規販路・新分野の開拓（16.2%）、

⑦人材育成・採用の強化(10.0%)、そして⑥高付加価値化(9.7%)である。自由コメント欄からは、「販路（取引先）拡大」や「生産性向上」からの競争力確保を示す記述が看取される。これらから、売上増は概ね、自社の努力（営業強化・顧客の拡大・新製品投入）に依存していることがわかる。その他、人事採用や付加価値増などの上向き効果がみられる。一部では台風効果（建築業）、酷暑効果（流通業）、国内受注増（製造業）にかかるコメントもみられる。

2. 売上減少の要因

減少した会員企業が挙げる上位4要因は、①国内需要の減少(30.1%)、⑤販売・受注価格の減少(21.6%)、④他社との競合状態の悪化(17.5%)、そして⑨その他(14.0%)である。その他については、記述から判断すると、単純な需要減、受注減というだけではなく、構造的・政策的な要因に由来するものもある。例えば、「中国の人件費上昇（製造業）」、「ホテル建設により、店舗改装が激減、業界内の需要が減少（製造業）」、「市指針により、土地開発が抑制、業界の受注状況が年々悪化（建築業）」などが該当する。

IV 経営上の問題点・対応策…労働力確保と社内体制に課題、対応策は変わらず

1. 経営上の問題点

会員企業が経営上の課題として挙げる上位4要因は、⑬従業員の確保(44.3%)、⑫社員教育(34.6%)、⑮幹部社員の不足(23.7%)、⑦人件費負担(18.8%)である。業種ごとにみると、製造業では⑧仕入れ単価高止まり(31.3%)、建築業では⑭熟練技術者の不足(29.4%)、流通業で①民間需要の停滞(29.9%)などの回答がみられる。コメントからもここ数年の傾向と同様で、労働力関連（人材確保・社員教育・人件費）と、社内体制の構築（幹部社員・中核人材の不足）にかかる課題がみられる。

2. 今後の経営上の力点

会員企業が経営上の力点として挙げる上位4要因は、①営業力の拡大(46.9%)、⑩社員能力のアップ(40.2%)、⑨人材の採用(36.5%)、そして③生産性アップ効率化・④新規販路分野開拓(21.9%)である。業種ごとにみると、通信情報業で④新規販路分野開拓・新規事業立ち上げがそれぞれ30.0%、流通業でも④新規販路分野開拓(36.4%)などの回答がみられる。対応策についても人材確保を継続する一方で、それが難航している現状から、既存人員の能力アップを図り、生産性・売上の向上を目指そうとする様子が、コメントからうかがえる。

V 特別項目

1. 消費増税について

(1) 自社への影響

自社への影響については、⑥駆け込み需要の増加(35.1%)、③売上の減少(29.9%)を危惧する回答が多数を占めるが、⑧わからない(22.8%)、⑦影響はない(17.2%)などの回答もみられる。固定的な需要を持つ専門サービス業では、増税の影響を楽観視する回答が41.5%と多数を占めるが、それ以外の業種では需要の前倒しと反動減を危惧する回答が大勢を占めている。

(2) 自社での対応・検討

回答率が高い5項目は、⑤コストの見直し(39.9%)、①価格転嫁対策(31.5%)、⑥製品の高付加価値化(27.5%)、⑧生産性向上(22.8%)、そして⑦新市場開拓(16.6%)である。運輸業では⑨社内体制の見直し(40.0%)も選択されているが、いずれの業種でも順位の差こそあれ、選択された項目に大きな差はみられない。

消費増税については、2014年の8%増税時にも調査している。その際にも、2014年1期に駆け込み需要による上昇がみられた後、2015年2期に至るまでの景気減速・停滞という大きな反動減が生じた。このよ

うな長期の景気低迷は、本会会員企業を含め中小企業に大きな影響を及ぼした。個別のコメントへの言及は避けるが、今回も増税後の景気減速に対する対策を求める声が大きい。また、「増税がこのタイミングで必要か（製造業）」、「増税自体が必要なのか、できることなら先送り（または廃止）を要請してほしい（製造業）」など、好調を維持している景気に水を差す増税に根強い反対意見がみられる。今回の増税で導入されるインボイス制度にも、「企業側の事務負担の増加（製造業）」、「新しい請求書システムの導入の詳細を知りたい（流通業）」など、慎重な意見がみられる。また、導入が検討されている軽減税率制度についても、「コストアップにつながるため、必要ない（流通業）」、「業務の煩雑化（専門サービス業）」など反対意見が大勢を占める。駆け込み需要による需要増というチャンスはあるかもしれないが、実態は需要の先食い過ぎない。後述の人手不足や災害等による資材不足・価格高騰など、中小企業を取り巻く状況は不透明感を増している。政府には機動的な反動減対策とともに、状況次第では勇気ある延期という選択も考えられたい。

2. 人材確保について

(1) 人員の充足状況

64.0%の会員企業が定員を充足できていない。特に、製造業・建築業・運輸業・サービス業で、充足できていない傾向が強い。

(2) 人材確保・採用内容

会員企業の主な人材採用方法として、②中途採用が特に実施されている(81.1%)。次いで、①新卒採用(45.6%)が実施されるが、それとともに⑥女性活用(21.0%)が行われている。いずれの業種でも、中途採用人員に大きく依存している様子が看取できる。運輸業で女性の活用を模索している様子もみられる(38.9%)。

(3) 2018年度上半期採用実績・下半期採用希望数

2018年度上半期の採用実績は、A正社員をみると、製造業では1~4人採用できた会員企業が86社あるものの、他の業種では採用が難航している様子が見受けられる、とくに、建築業・流通業・専門サービス業・サービス業では採用実績0と回答する企業が最も多くなっている。B非正規社員では、採用実績0が全業種にわたり、非正規社員・パート労働者の採用も困難を来たしていることがわかる。一方で、C下半期の採用希望数は1~4人程度を希望する企業が、建築業・専門サービス業・サービス業以外で最多となっているが、希望なし(0人)という企業も各業種で見られる。

(4) 人材採用・定着のための取り組み

上位4項目は、④働く環境の改善(47.0%)、①賃金アップ(32.0%)、⑦社員教育への積極投資(29.1%)、そして⑧多様な人材の受け入れ(22.9%)である。通信情報業では、社員教育への積極投資が、すべての項目への回答を上回った(40.0%)。

これらから、本来は人材採用・定着のために賃金アップを図りたいところが、ベースアップが困難であることから、労働環境の改善・人材教育への投資で満足感を上昇させることを狙っている様子が見られる。一方で、以前の定点観測において離職理由を調査しているが、賃金以外の理由での離職・未定着も多い。具体的には、職場での人間関係や福利厚生などである。新卒による学生採用が進んでいるところであるが、賃金以外に年間休日日数の多寡など、学生がこだわる項目は変化しつつある。あわせて、学生の就職地希望も、地元志向の強まりが一部で見られる。会員企業はこれらの変化を敏感に捉え、採用のチャンスとして対応する必要があるといえよう。

(文責：和歌山大学経済学部 藤田和史)



第31回大阪同友会定点景況調査

支部

氏名

FAX番号：06-941-8352 ※e.doyuのNEWアンケートから簡単回答できます！
期間2018年8月1日～9月11日まで

【1】 自社の従業員数をご記入下さい

従業員数 正社員 () 名 アルバイト・パート () 名

【2】 業種・生産形態について

(1) 貴社の業種を1つ選び下さい

- 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 (※2018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			

(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	6	高付加価値化	11	海外進出の強化
2	技術力、サービス強化	7	人材育成・採用の強化	12	輸入の減少
3	コストダウン・生産性アップ	8	国内需要の拡大	13	輸出の増加
4	新規販路・新分野の開拓	9	販売・受注価格の上昇	14	他社との競合関係の改善
5	新商品・サービス開発	10	出店・規模の拡大	15	その他

②売上増につながったと思われる取組の自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	6	取引先の海外移転
2	輸入の増加	7	公共事業の削減
3	輸出の減少	8	季節的要因
4	他社との競合状態の悪化	9	その他
5	販売・受注価格の減少		

④減少の特徴・原因等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	7	人件費負担	13	従業員の確保
2	輸入品による圧迫	8	仕入単価の上昇・高止まり	14	熟練技術者の不足
3	受注単価の大幅ダウン	9	情勢判断・企業進路の確定	15	幹部社員の不足
4	新規参入者の拡大による競争の激化	10	事業資金の借入難	16	取引先二一卒の把握
5	税金、公共料金負担の増加	11	全社一丸体制の確立	17	その他
6	管理費等間接経費の増加	12	社員教育		

(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記入下さい

【特別項目】

1. 消費税増税についてお尋ねします

1) 2019年10月より消費税率が8%から10%へ増税予定ですが、自社経営における影響は？ (複数回答可)

- 1. 価格転嫁できるか不安
- 2. 購買意欲の減少
- 3. 売上の減少
- 4. 利益の減少
- 5. 取引先からの値引き要請
- 6. 駆け込み需要の増加
- 7. 影響はない
- 8. わからない
- 9. その他 ()

2) 消費税増税を契機に、自社で対応・検討していることは何ですか？ (複数回答可・3つまで)

- 1. 価格転嫁対策 (顧客との関係強化)
- 2. 契約前倒し・請負契約・長期割賦販売等の対応
- 3. システムの更新 (会計システム等)
- 4. 表示方法 (内税・外税) の変更
- 5. コスト見直し
- 6. 製品の高付加価値化
- 7. 新市場開拓
- 8. 生産性向上
- 9. 社内体制の見直し
- 10. その他 ()

3) 消費税増税に関して自社だけでは対応が難しいこと、支援等の要望があればお書きください。

2. 人材確保・採用についてお尋ねします

1) 自社において人員は充足していますか？ 1. 充足している 2. 充足していない

2) 人材確保・採用の内容について、下記よりご選択ください (複数回答可)

- 1. 新卒採用
- 2. 中途採用
- 3. 非正規採用
- 4. 外国人労働者の採用
- 5. 高齢者の採用 (再雇用等)
- 6. 女性の活用
- 7. 障がい者雇用
- 8. その他 ()

3) 2018年度上半期 (4～9月) までの採用実績 (A:正社員、B:非正規社員) と2018年10月～3月の採用希望数 (C) についてご記入ください。

・2018年度上半期 (4～9月) 採用実績 (A) 人 (B) 人
 ・2018年10月～2019年3月の採用希望数 (C) 人

4) 人材の採用と定着をすすめるために取り組まれていること (取り組もうとしていること) は何ですか？ (複数回答可)

- 1. 賃金アップ
- 2. 新卒採用への挑戦
- 3. 採用活動への積極投資
- 4. 働く環境の改善 (有給取得推進・休暇制度等)
- 5. 採用に向けた広報強化 (HP/SNS等)
- 6. 経営基盤の強化 (財務指標改善)
- 7. 社員教育への積極投資
- 8. 多様な人材の受け入れ
- 9. その他 ()

ご協力ありがとうございました。

大阪同友会定点景況調査集計2018年7月～9月期

期間：2018年8月1日～9月11日

506名回答

【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

売上前期比

	2013年				2014年				2015年			
	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期
製造業	-15.9	-1.8	3.5	21.2	16.7	6.3	15.6	13.1	0.6	-8.0	-0.5	13.3
建築業	9.4	0.0	15.2	24.2	28.2	-2.7	20.9	34.8	4.7	13.5	11.5	22.6
通信情報業	30.0	100.0	0.0	-30.0	54.5	-27.3	0.0	-23.5	50.0	-25.0	-33.3	21.4
運輸業	33.3	37.5	-16.7	22.2	-9.1	-10.0	0.0	28.6	7.7	-5.6	-7.1	33.3
流通業	12.8	12.2	-36.6	27.1	17.5	-22.8	0.0	4.0	-1.6	20.0	18.8	19.1
専門サービス業	25.0	18.2	27.4	19.1	28.6	27.6	26.1	32.8	34.4	19.2	32.9	21.5
サービス業	5.9	30.5	6.7	28.7	12.3	1.7	7.1	17.6	21.1	19.3	13.8	15.9
総計	-1.4	12.9	5.3	23.0	18.2	0.2	12.5	16.9	10.8	7.2	10.8	17.3
	2016年				2017年				2018年			
	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	
製造業	3.7	-1.3	2.3	19.1	-0.5	-4.5	5.7	24.3	13.5	3.6	8.8	
建築業	3.4	5.2	0.0	-7.3	7.8	14.0	7.0	25.5	34.0	14.3	11.5	
通信情報業	54.5	0.0	17.4	23.1	53.3	-15.4	5.9	25.0	22.2	-30.0	-20.0	
運輸業	-16.7	0.0	29.2	35.0	12.5	31.3	35.3	37.5	-8.3	8.3	16.7	
流通業	-3.2	4.0	-5.5	4.0	13.3	9.3	0.0	18.0	-5.9	14.1	1.3	
専門サービス業	33.8	14.5	30.8	34.7	32.4	13.2	35.6	23.7	24.4	22.7	22.8	
サービス業	14.7	13.1	9.2	9.4	17.7	15.3	11.9	7.9	3.2	5.5	14.5	
総計	9.3	5.4	8.1	14.5	12.9	6.8	9.9	20.3	10.9	7.8	10.7	

売上前年同期比

	2013年				2014年				2015年			
	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期
製造業	-5.1	-12.7	3.0	18.2	26.2	17.8	11.9	8.2	1.2	-9.5	5.9	2.0
建築業	3.3	8.3	-4.9	12.1	27.0	8.6	29.3	19.5	10.0	8.7	19.1	3.3
通信情報業	40.0	50.0	18.2	10.0	37.5	-20.0	25.0	-12.5	37.5	-14.3	-16.7	-7.7
運輸業	46.2	50.0	0.0	33.3	9.1	0.0	18.2	42.9	16.7	7.1	7.7	30.0
流通業	-19.6	10.0	7.1	14.0	30.8	-15.8	13.8	-10.4	1.7	28.8	13.3	3.3
専門サービス業	30.6	32.5	33.8	18.6	23.7	45.3	35.5	32.7	38.3	30.3	39.2	34.2
サービス業	10.9	23.8	6.1	26.9	15.7	13.8	5.8	14.0	15.8	19.2	7.8	10.4
総計	2.8	9.3	8.8	20.6	22.4	13.3	14.6	10.9	12.5	10.6	13.1	10.0
	2016年				2017年				2018年			
	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	
製造業	8.9	-3.8	-4.2	0.0	4.7	8.2	13.9	27.8	18.0	10.5	13.8	
建築業	-11.5	7.3	-3.6	-3.9	6.4	22.2	2.1	10.9	28.0	16.4	2.0	
通信情報業	42.9	-6.7	-4.3	0.0	33.3	7.7	-12.5	50.0	22.2	20.0	10.0	
運輸業	-18.2	-8.7	21.7	36.8	42.9	53.3	43.8	28.6	38.5	41.7	33.3	
流通業	3.4	2.2	-11.9	-13.5	19.0	-1.1	15.1	17.4	17.9	-2.4	1.3	
専門サービス業	40.9	47.0	34.2	26.9	40.9	31.8	30.8	33.0	30.6	28.8	30.2	
サービス業	17.6	10.3	7.5	1.6	15.9	16.8	20.9	11.7	13.6	11.0	5.6	
総計	10.9	6.3	2.5	2.0	15.6	15.0	15.5	21.5	19.3	12.1	11.0	

(2)利益に関して

DI値推移

利益前期比

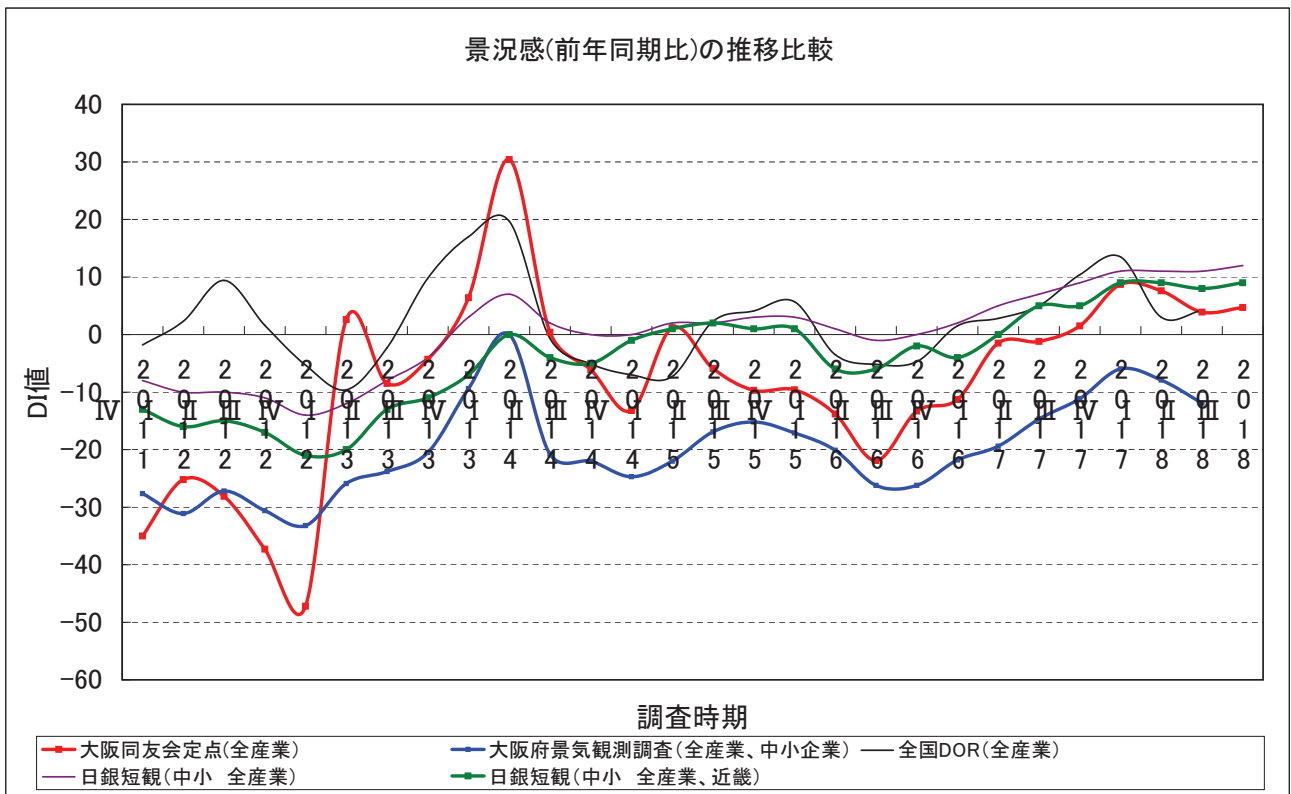
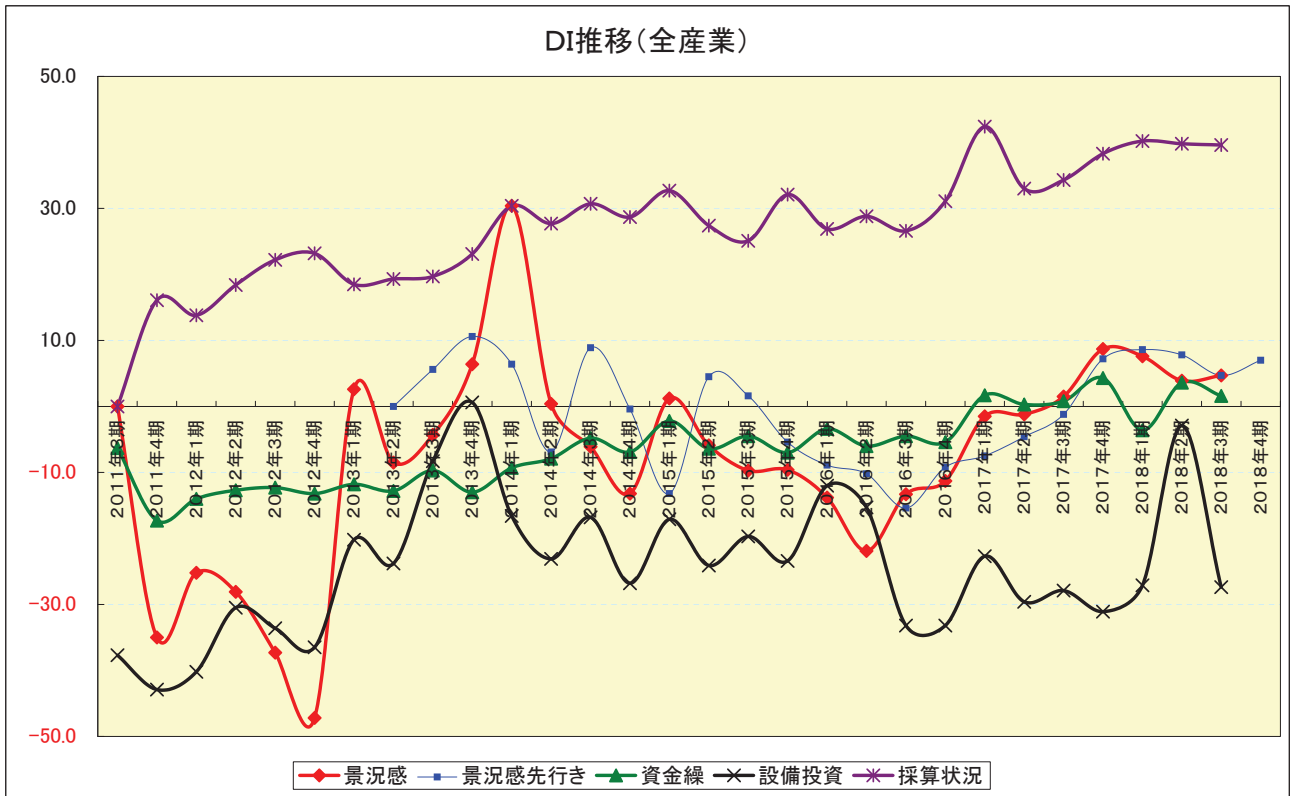
	2013年				2014年				2015年			
	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期
製造業	-20.8	-7.1	-4.1	10.6	-1.1	-3.7	8.6	0.0	-9.1	-16.6	-6.1	5.7
建築業	-3.0	3.8	10.9	2.9	13.2	-16.2	16.3	23.9	4.8	0.0	-1.9	11.1
通信情報業	-20.0	40.0	8.3	0.0	63.6	-24.6	15.4	-23.5	50.0	0.0	8.3	14.3
運輸業	0.0	75.0	-25.0	23.5	18.2	0.0	-16.7	21.4	7.7	-5.6	7.1	45.0
流通業	-16.7	9.8	-6.3	14.0	19.3	-24.6	1.7	6.0	-14.8	21.4	4.7	17.9
専門サービス業	10.3	15.9	22.0	11.9	19.0	27.6	20.6	21.8	30.2	8.2	25.0	11.4
サービス業	1.0	23.8	2.3	22.7	5.7	-5.0	-0.9	0.8	14.3	22.1	11.0	8.6
総計	-10.2	8.7	2.7	14.3	8.2	-5.9	6.3	6.5	3.5	3.3	4.5	10.7

	2016年				2017年				2018年		
	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期
製造業	-8.3	3.9	-2.7	12.9	4.1	-4.0	4.8	19.3	7.6	7.8	5.6
建築業	-1.7	-5.2	3.4	-10.7	9.8	12.0	1.8	9.8	28.3	3.6	13.2
通信情報業	36.4	-18.8	26.1	14.3	46.7	-7.7	0.0	25.0	22.2	-30.0	-10.0
運輸業	-8.3	4.3	29.2	30.0	-6.3	18.8	5.9	31.3	7.7	-41.7	16.7
流通業	-1.1	-2.0	-8.7	13.1	7.1	11.2	4.4	15.2	-4.7	9.4	2.6
専門サービス業	25.8	10.7	29.9	28.0	32.9	14.9	30.7	20.4	25.6	18.7	15.8
サービス業	11.1	8.1	2.8	7.2	15.9	9.3	2.9	-2.1	1.9	0.8	7.3
総計	3.0	3.3	4.9	11.3	13.0	5.6	7.0	13.8	8.6	4.8	7.6

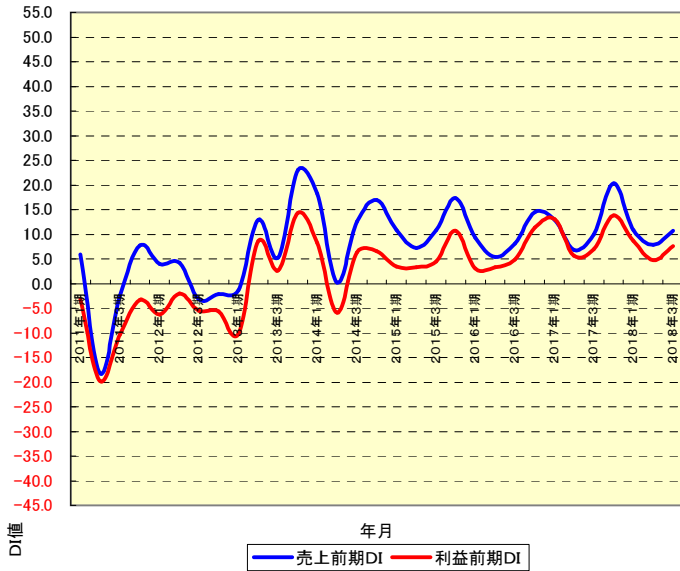
利益前年同月期比

	2013年				2014年				2015年			
	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期
製造業	-11.8	-16.5	-9.8	4.1	15.3	8.4	3.4	-4.1	-11.8	-18.0	-4.8	-8.7
建築業	-13.3	4.2	-7.5	3.0	28.9	5.7	27.5	14.6	5.0	-2.4	2.1	3.2
通信情報業	0.0	20.0	27.3	20.0	50.0	0.0	8.3	-18.8	37.5	0.0	8.3	-7.7
運輸業	7.1	50.0	-16.7	11.8	45.5	11.1	0.0	21.4	16.7	7.1	7.7	36.8
流通業	-23.9	2.6	-19.6	-4.4	13.5	-16.4	8.8	-18.8	-15.3	24.2	5.0	3.3
専門サービス業	21.6	36.6	34.7	12.1	18.6	41.5	28.3	19.6	31.7	20.9	35.1	27.3
サービス業	6.7	27.6	-5.0	16.4	6.1	1.7	-1.0	1.7	6.9	22.9	8.6	7.5
総計	-5.4	7.0	-1.6	9.7	13.5	5.3	7.8	0.8	2.0	6.5	6.1	5.0

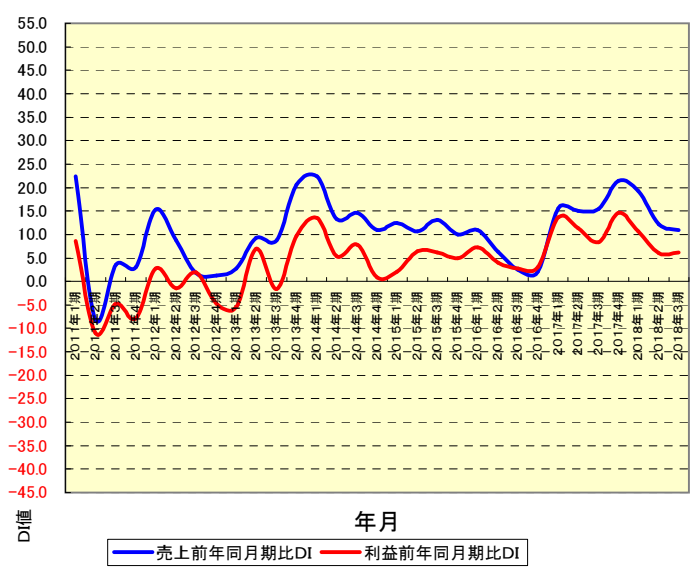
	2016年				2017年				2018年		
	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期
製造業	3.8	0.0	1.4	1.0	10.6	3.7	6.5	17.8	8.5	6.8	10.9
建築業	-11.8	-7.3	-3.6	2.0	4.3	19.6	-8.5	4.3	18.8	10.9	-3.8
通信情報業	28.6	-20.0	8.7	-7.1	21.4	15.4	-25.0	16.1	22.2	20.0	10.0
運輸業	0.0	-8.7	13.0	31.6	28.6	40.0	0.0	46.2	15.4	-8.3	38.9
流通業	0.0	3.2	-12.9	-6.3	14.5	3.2	6.7	3.2	9.5	-8.6	-6.5
専門サービス業	31.3	38.8	27.8	14.9	35.4	28.7	32.1	50.0	20.8	26.8	22.6
サービス業	14.1	5.5	4.5	6.2	9.5	9.2	12.1	3.7	7.4	6.0	0.0
総計	7.2	4.0	2.8	3.0	13.6	11.3	8.4	14.6	10.6	6.0	6.1



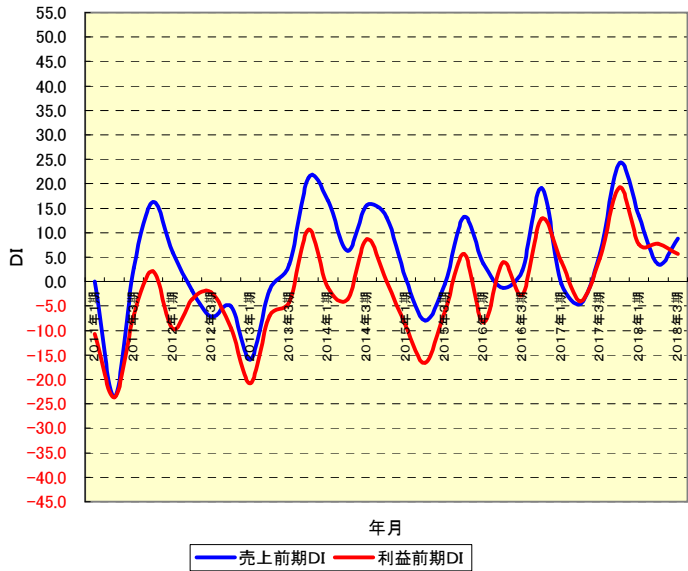
前期比売上利益DI



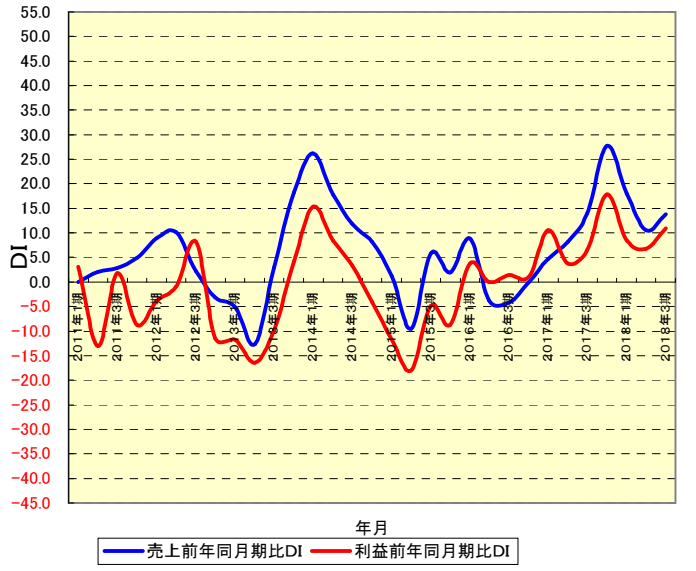
売上利益DI(前年同月期比)



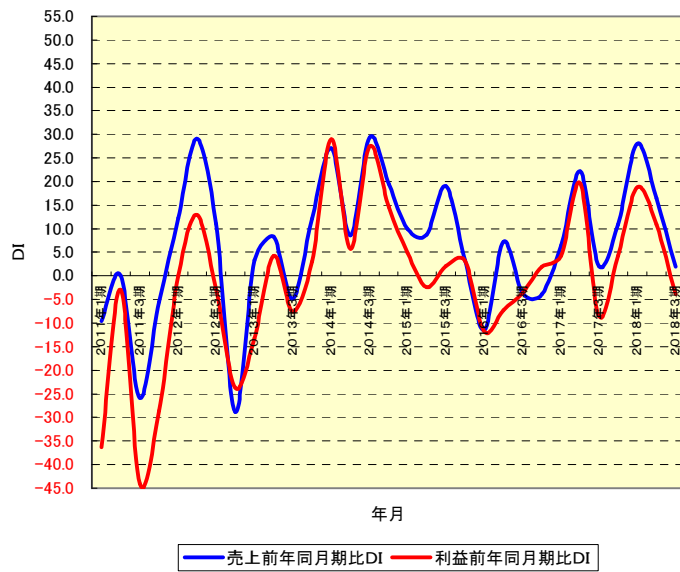
製造売上利益前期比DI



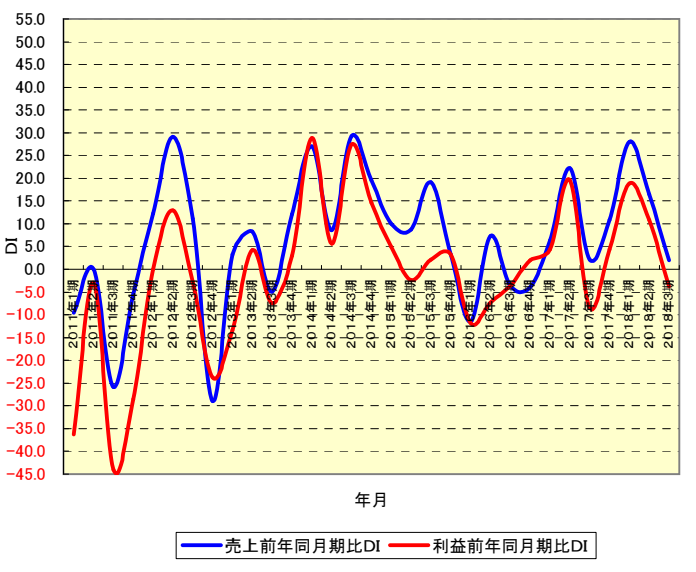
製造業売上利益前年同月期比DI



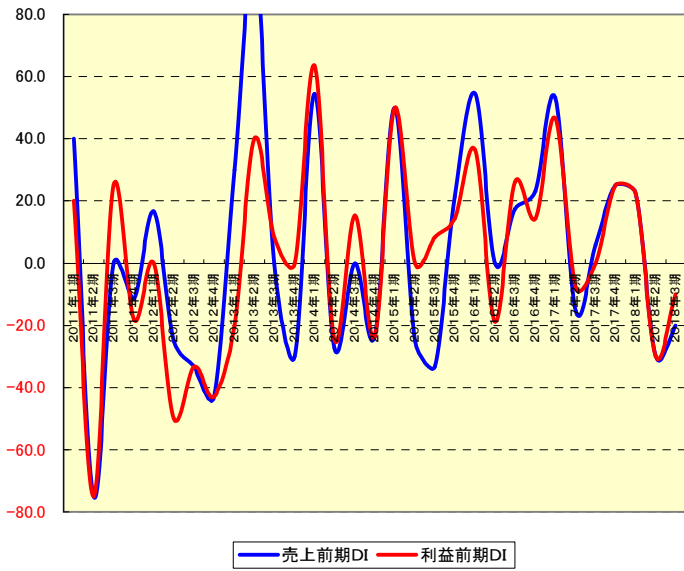
建築売上利益前期比DI



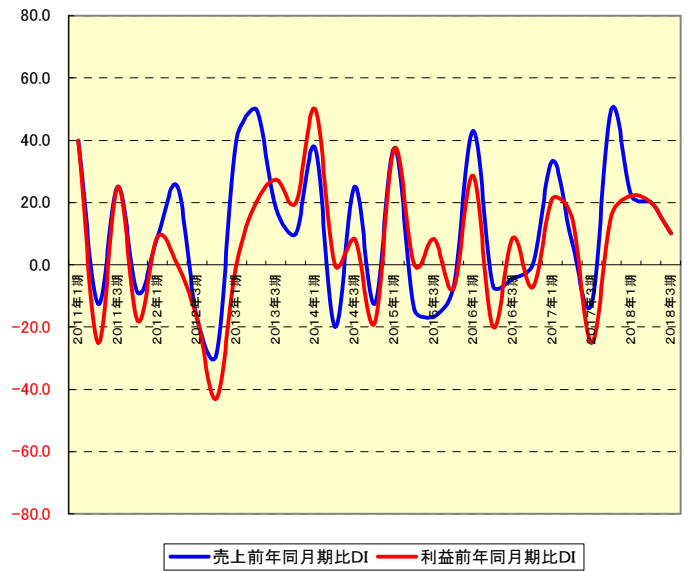
建築売上利益前年同月期比DI



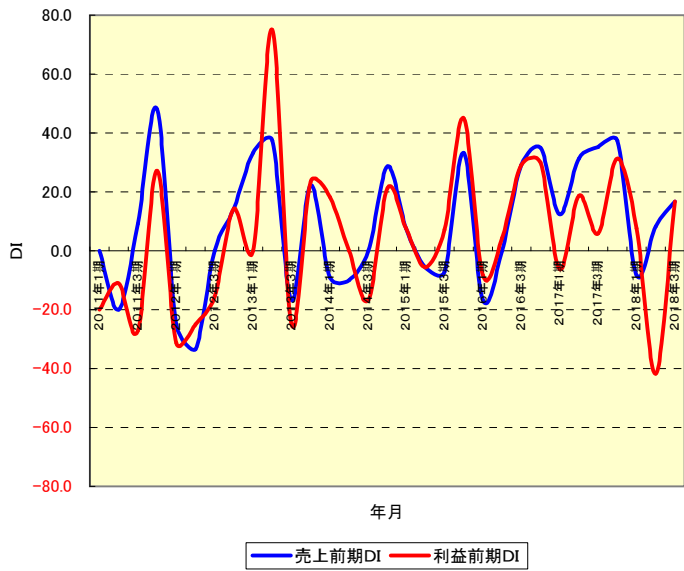
通信情報売上利益前期比DI



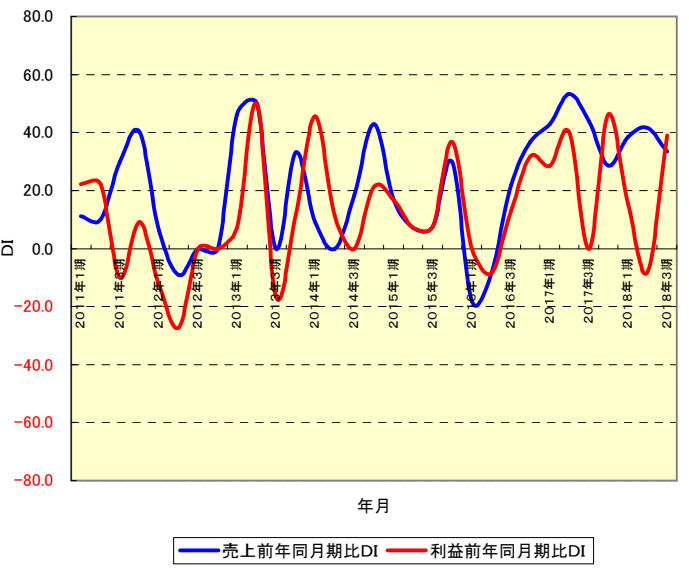
通信情報売上利益前年同期比DI



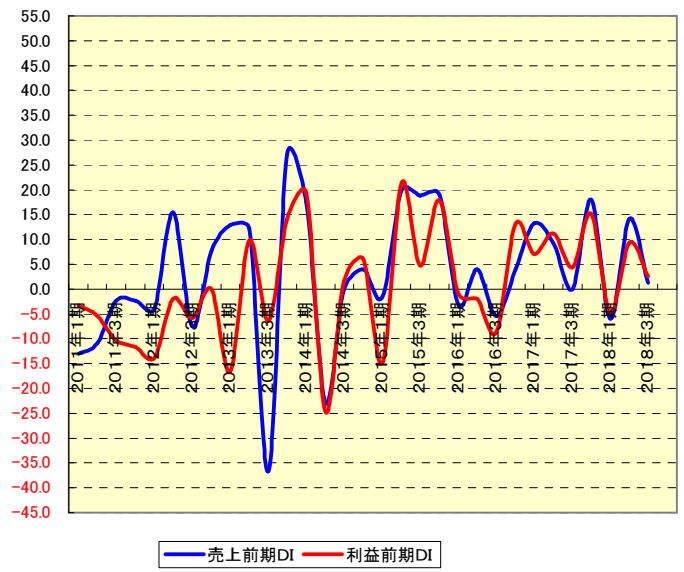
運輸業売上利益前期比DI



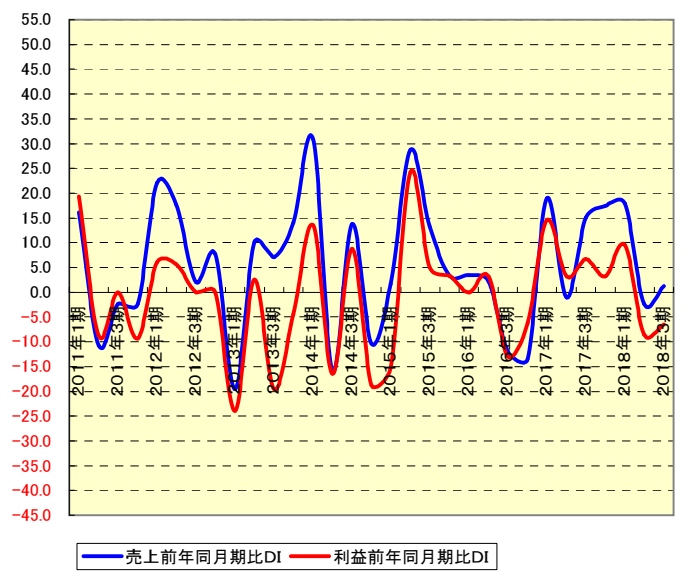
運輸業売上利益前年同期比DI



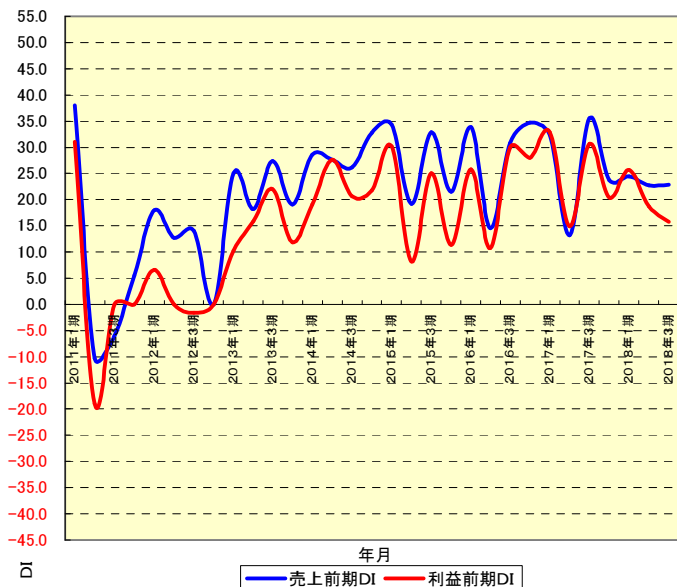
流通業売上利益前期比DI



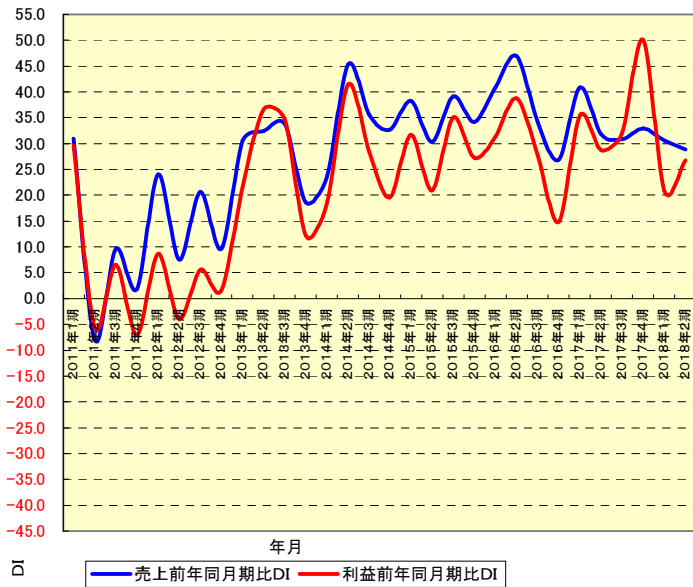
流通業売上利益前年同期比DI



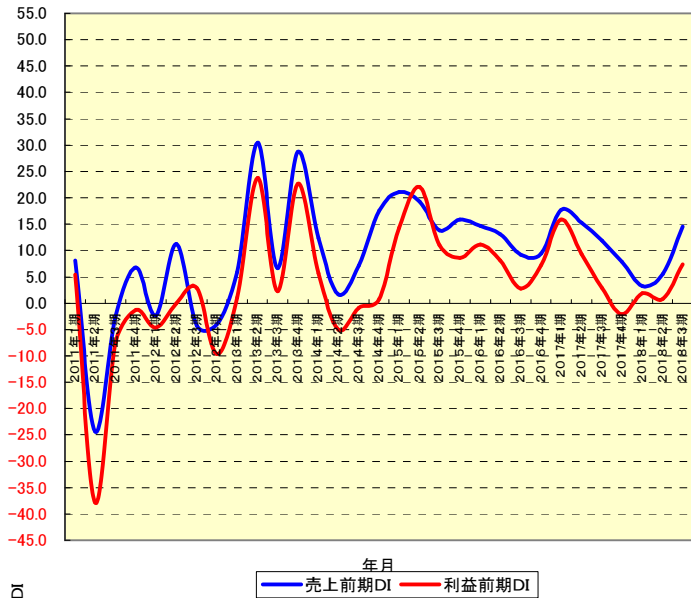
専門サービス売上利益前期比DI



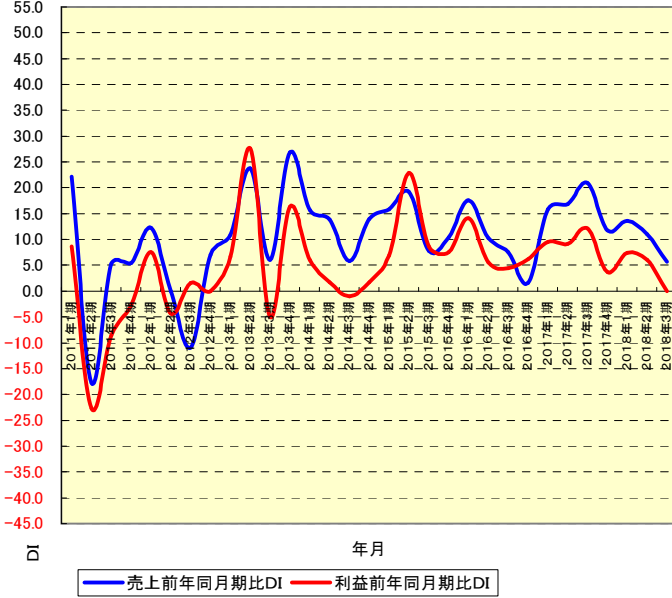
専門サービス売上利益前年同月比DI



サービス前期比売上利益DI



サービス売上利益前年同月比DI



景況感DI推移

	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	2017年4期	2018年1期	2018年2期	2018年3期	2018年4期
製造業	-10.6	-14.5	-15.4	-15.5	-27.1	-11.7	-10.3	-2.6	-0.4	5.7	15.9	11.3	3.1	8.3	8.3
建築業	9.8	-13.5	0.0	-6.8	-15.3	-10.3	-8.9	0.0	4.0	-5.4	8.2	11.3	18.2	13.7	13.7
通信情報業	-11.1	-16.7	-7.1	22.7	0.0	-4.3	-21.4	7.1	0.0	17.6	37.5	33.3	20.0	20.0	20.0
運輸業	-22.2	-35.7	0.0	-8.3	-30.4	-13.0	5.0	6.3	-6.7	-18.8	12.5	0.0	-9.1	-5.9	-5.9
流通業	-11.1	-22.2	-18.9	-30.1	-27.3	-31.5	-25.7	-4.5	-10.1	-5.6	-4.4	1.2	-9.4	-7.7	-7.7
専門サービス業	11.1	6.5	2.5	0.0	-12.2	-9.2	-2.7	5.9	5.4	3.5	8.9	18.4	17.3	7.1	7.1
サービス業	-3.4	-6.6	-8.5	-14.8	-19.9	-9.2	-8.6	-1.5	-2.7	1.4	5.8	-1.9	3.1	3.2	3.2
統計	-5.9	-9.7	-9.6	-13.8	-21.9	-13.3	-11.3	-1.5	-1.2	1.5	8.7	7.6	3.9	4.7	4.7

景況感先行DI推移

	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	2017年4期	2018年1期	2018年2期	2018年3期	2018年4期
製造業	-1.7	-6.4	-17.4	-13.8	-16.4	-10.2	-5.3	-9.0	-2.3	12.4	14.3	7.3	3.7	6.5	6.5
建築業	12.8	-2.0	1.6	-10.0	-10.7	-5.3	-11.1	6.0	8.5	0.0	-8.9	6.0	20.8	27.5	27.5
通信情報業	11.1	0.0	7.7	5.6	6.7	-14.3	-28.6	-3.6	-7.7	25.0	25.0	-11.1	0.0	30.0	30.0
運輸業	-7.1	-15.4	0.0	0.0	-17.4	-4.3	-11.1	-18.8	-6.7	0.0	13.3	-7.1	-33.3	16.7	16.7
流通業	-4.6	-17.5	-18.5	-25.6	-26.8	-23.3	-10.6	-3.6	-4.2	2.3	3.6	5.9	1.2	-9.1	-9.1
専門サービス業	9.2	4.3	-2.7	4.8	-13.8	-2.7	0.0	0.0	5.7	8.5	8.8	24.0	19.2	9.1	9.1
サービス業	2.1	-8.9	-5.8	-4.2	-11.4	-7.4	-9.8	-4.1	-4.3	0.7	8.3	6.0	0.8	5.0	5.0
統計	1.6	-5.4	-8.9	-10.2	-15.4	-9.2	-7.5	-4.6	-1.2	7.2	8.6	7.8	4.7	7.0	7.0

資金繰りDI推移

	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	2017年4期	2018年1期	2018年2期	2018年3期	2018年4期
製造業	-4.3	-5.7	-7.5	0.0	-5.7	-1.3	0.5	-0.5	2.7	6.6	8.6	6.2	7.7	7.5	7.5
建築業	-8.0	-21.2	-17.5	-11.9	-5.1	0.0	-7.1	3.9	-2.0	5.4	0.0	-5.6	3.6	-3.8	-3.8
通信情報業	-22.2	8.3	0.0	0.0	-6.3	-13.0	7.1	-13.3	-15.4	-11.8	25.0	22.2	0.0	0.0	0.0
運輸業	-11.8	-7.1	-4.8	17.4	0.0	20.8	10.0	6.3	18.8	17.6	12.5	7.1	18.2	27.8	27.8
流通業	-12.5	-9.4	-9.4	-5.4	-13.3	-8.7	-9.9	6.7	5.1	7.8	7.7	3.4	3.5	-2.6	-2.6
専門サービス業	-2.8	4.1	-2.6	-3.1	11.8	-2.6	-1.3	11.6	8.9	0.0	8.5	-3.8	7.9	14.0	14.0
サービス業	-6.8	-3.0	-5.6	-9.0	-10.6	-8.1	-12.5	2.4	-12.7	-9.9	-9.4	-18.2	-1.6	-10.5	-10.5
統計	-6.4	-4.5	-7.0	-3.4	-6.0	-4.5	-5.4	1.7	0.3	0.8	4.3	-3.6	3.6	1.6	1.6

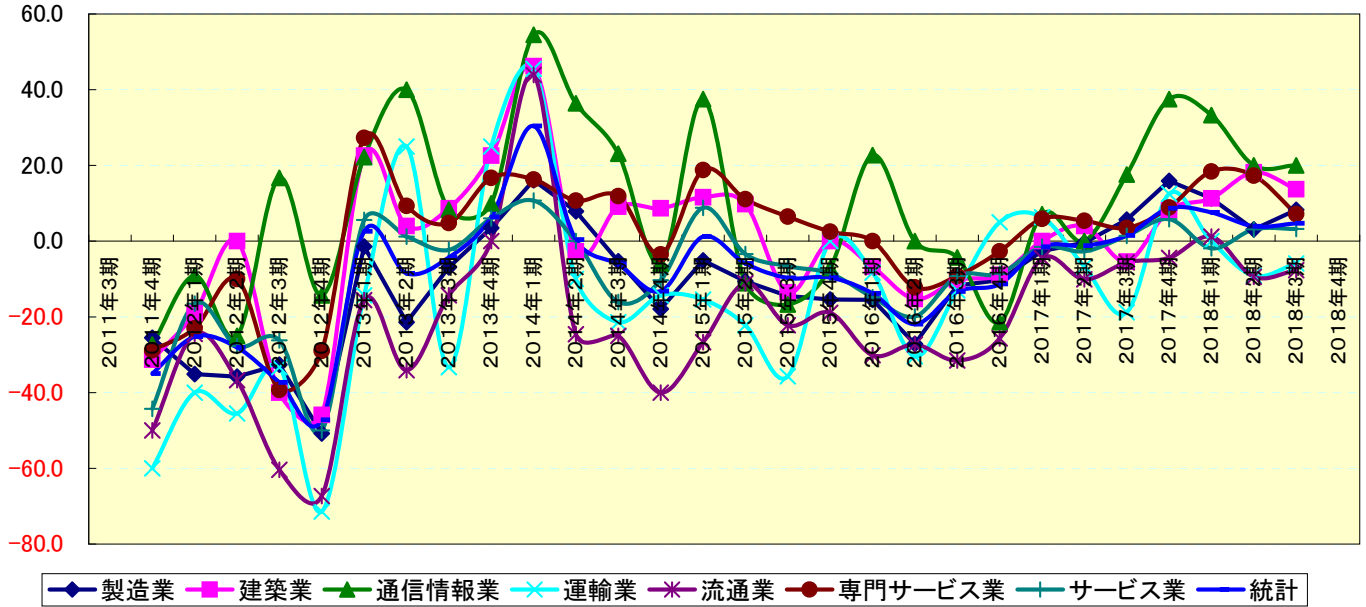
設備投資DI推移

	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	2017年4期	2018年1期	2018年2期	2018年3期	2018年4期
製造業	-5.8	1.1	1.0	2.0	-0.5	-15.5	-14.9	-7.9	-5.0	-4.5	-9.3	-4.0	3.9	5.2	5.2
建築業	-37.8	-34.0	-53.6	-17.6	-32.7	-43.1	-47.1	-39.6	-14.9	-31.5	-52.3	-36.0	-15.7	-38.0	-38.0
通信情報業	-28.6	-70.0	-64.3	-25.0	-31.3	-52.2	-69.2	-60.0	-69.2	-68.8	0.0	-22.2	-30.0	-10.0	-10.0
運輸業	-21.4	27.3	0.0	26.3	23.8	50.0	-11.1	0.0	6.3	25.0	26.7	16.7	-22.2	5.6	5.6
流通業	-19.4	-15.0	-33.3	-3.7	-12.0	-37.5	-30.9	-2.4	-28.4	-28.0	-40.7	-44.4	-7.4	-39.0	-39.0
専門サービス業	-41.4	-52.9	-36.8	-35.0	-41.1	-62.5	-60.0	-46.2	-64.0	-53.8	-60.7	-46.7	0.0	-73.6	-73.6
サービス業	-31.4	-28.9	-38.0	-26.3	-24.8	-43.8	-42.3	-35.7	-53.0	-48.2	-34.8	-43.3	-5.1	-43.3	-43.3
統計	-24.1	-19.7	-23.4	-12.0	-15.3	-33.2	-33.2	-22.7	-29.6	-27.9	-31.1	-27.1	-2.9	-27.4	-27.4

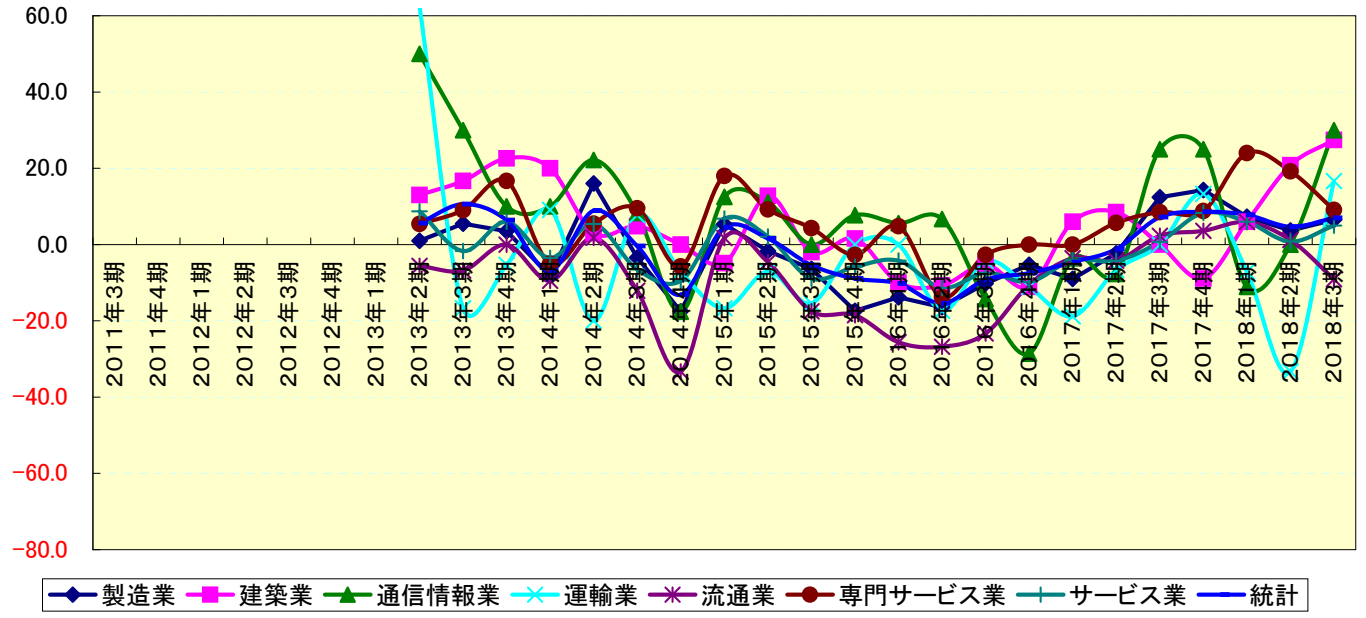
採算状況DI

	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	2017年4期	2018年1期	2018年2期	2018年3期	2018年4期
製造業	12.3	10.4	22.7	24.4	27.9	27.1	32.2	42.9	33.9	38.6	45.9	49.1	40.2	43.3	43.3
建築業	34.0	26.0	28.6	13.6	18.6	12.1	21.4	37.3	35.3	28.6	30.0	35.2	39.3	22.0	22.0
通信情報業	25.0	25.0	57.1	54.5	-12.5	4.3	57.1	60.0	23.1	11.8	62.5	22.2	0.0	40.0	40.0
運輸業	35.3	0.0	57.1	29.2	30.4	62.5	50.0	43.8	56.3	50.0	68.8	50.0	58.3	72.2	72.2
流通業	38.0	34.4	35.8	28.4	31.0	22.2	28.0	42.0	39.6	35.2	26.7	42.4	42.4	37.2	37.2
専門サービス業	37.8	53.2	43.8	47.1	57.3	48.7	46.7	53.6	42.9	49.4	46.2	51.9	59.5	60.7	60.7
サービス業	32.0	25.0	32.4	20.4	22.6	22.5	20.3	36.2	21.5	24.5	26.6	22.9	34.9	29.3	29.3
統計	27.4	25.1	32.1	26.9	28.8	26.6	31.1	42.4	33.0	34.3	38.3	40.2	39.8	39.6	39.6

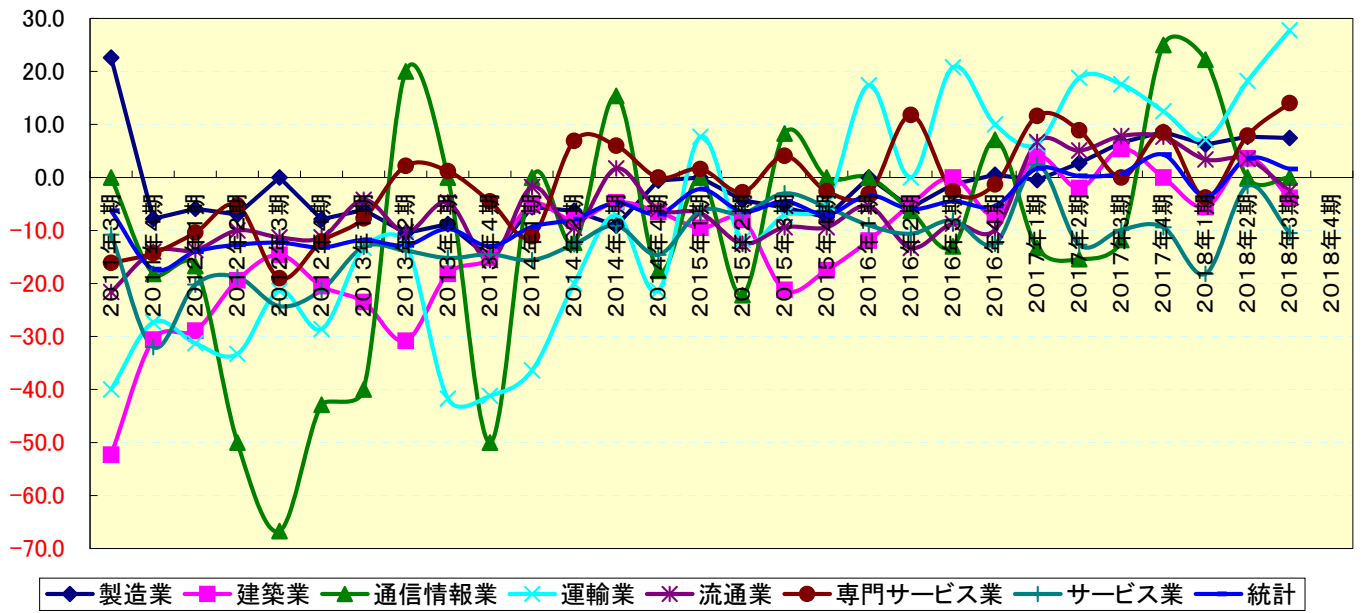
景況感DI



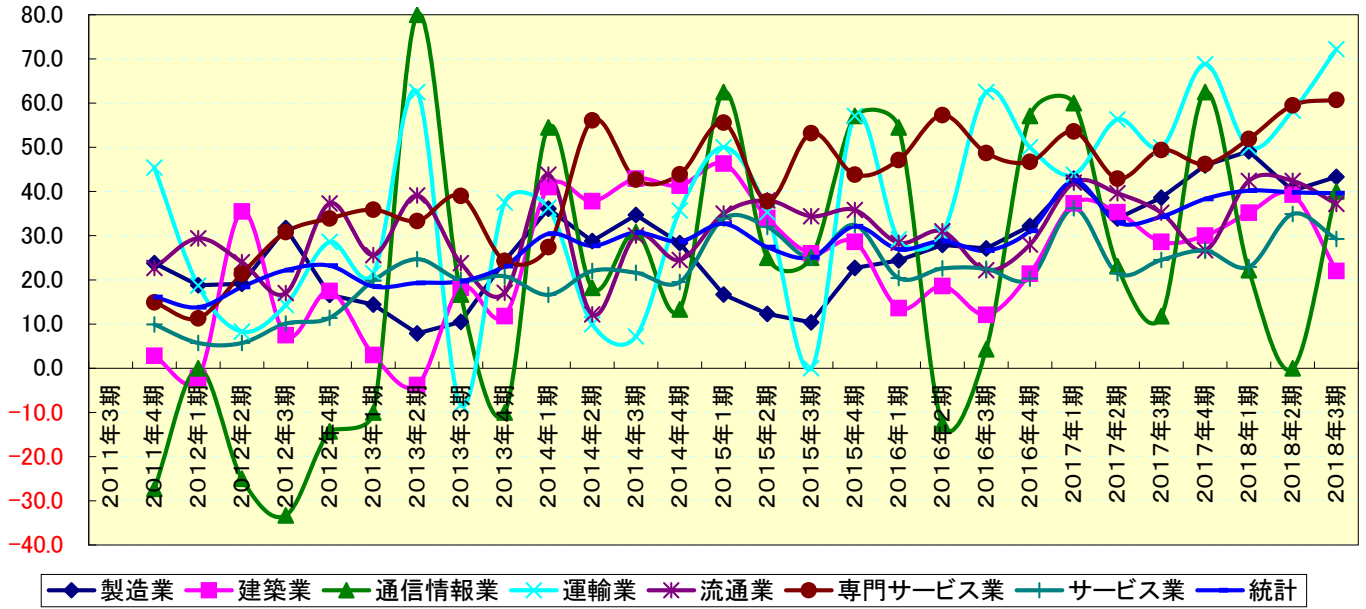
景況感先行きDI



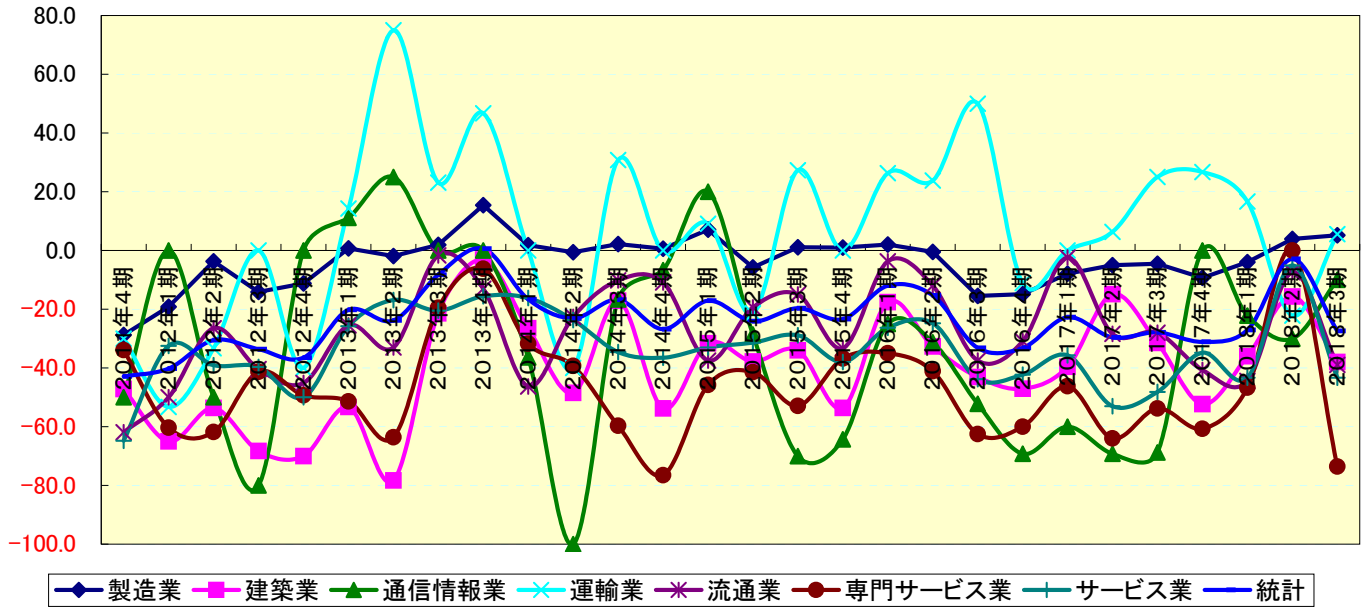
資金繰りDI



採算DI



設備投資DI



【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
製造業	50	31.4%	73	45.9%	36	22.6%	159
建築業	15	28.8%	28	53.8%	9	17.3%	52
通信情報業	0	0.0%	8	80.0%	2	20.0%	10
運輸業	8	44.4%	5	27.8%	5	27.8%	18
流通業	21	27.3%	36	46.8%	20	26.0%	77
専門サービス業 (土業の方)	18	31.6%	34	59.6%	5	8.8%	57
サービス業	40	32.3%	62	50.0%	22	17.7%	124
総計	152	30.6%	246	49.5%	99	19.9%	497

売上前年同期

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
製造業	47	29.6%	87	54.7%	25	15.7%	159
建築業	15	29.4%	22	43.1%	14	27.5%	51
通信情報業	1	10.0%	9	90.0%	0	0.0%	10
運輸業	9	50.0%	6	33.3%	3	16.7%	18
流通業	21	26.9%	37	47.4%	20	25.6%	78
専門サービス業 (土業の方)	22	41.5%	25	47.2%	6	11.3%	53
サービス業	34	27.4%	63	50.8%	27	21.8%	124
総計	149	30.2%	249	50.5%	95	19.3%	493

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
製造業	47	29.4%	75	46.9%	38	23.8%	160
建築業	16	30.2%	28	52.8%	9	17.0%	53
通信情報業	1	10.0%	7	70.0%	2	20.0%	10
運輸業	8	44.4%	5	27.8%	5	27.8%	18
流通業	23	29.9%	33	42.9%	21	27.3%	77
専門サービス業 (土業の方)	15	26.3%	36	63.2%	6	10.5%	57
サービス業	33	26.8%	66	53.7%	24	19.5%	123
総計	143	28.7%	250	50.2%	105	21.1%	498

利益前年同期

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
製造業	44	28.2%	85	54.5%	27	17.3%	156
建築業	14	26.9%	22	42.3%	16	30.8%	52
通信情報業	2	20.0%	7	70.0%	1	10.0%	10
運輸業	10	55.6%	5	27.8%	3	16.7%	18
流通業	20	26.0%	32	41.6%	25	32.5%	77
専門サービス業 (土業の方)	19	35.8%	27	50.9%	7	13.2%	53
サービス業	31	25.2%	61	49.6%	31	25.2%	123
総計	140	28.6%	239	48.9%	110	22.5%	489

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
製造業	87	55.4%	51	32.5%	19	12.1%	157
建築業	20	40.0%	21	42.0%	9	18.0%	50
通信情報業	4	40.0%	6	60.0%	0	0.0%	10
運輸業	13	72.2%	5	27.8%	0	0.0%	18
流通業	42	53.8%	23	29.5%	13	16.7%	78
専門サービス業 (土業の方)	35	62.5%	20	35.7%	1	1.8%	56
サービス業	53	43.1%	53	43.1%	17	13.8%	123
総計	254	51.6%	179	36.4%	59	12.0%	492

④景気動向

業種	好転	割合	横ばい	割合	悪化	割合	総計
製造業	29	18.5%	112	71.3%	16	10.2%	157
建築業	12	23.5%	34	66.7%	5	9.8%	51
通信情報業	2	20.0%	8	80.0%	0	0.0%	10
運輸業	2	11.8%	12	70.6%	3	17.6%	17
流通業	7	9.0%	58	74.4%	13	16.7%	78
専門サービス業 (土業の方)	8	14.3%	44	78.6%	4	7.1%	56
サービス業	18	14.5%	92	74.2%	14	11.3%	124
総計	78	15.8%	360	73.0%	55	11.2%	493

⑤景況感先行き

業種	好転	割合	横ばい	割合	悪化	割合	総計
製造業	30	19.5%	104	67.5%	20	13.0%	154
建築業	19	37.3%	27	52.9%	5	9.8%	51
通信情報業	3	30.0%	7	70.0%	0	0.0%	10
運輸業	4	22.2%	13	72.2%	1	5.6%	18
流通業	8	10.4%	54	70.1%	15	19.5%	77
専門サービス業 (土業の方)	8	14.5%	44	80.0%	3	5.5%	55
サービス業	20	16.7%	86	71.7%	14	11.7%	120
総計	92	19.0%	335	69.1%	58	12.0%	485

⑥資金繰り

業種	楽	割合	普通	割合	苦しい	割合	総計
製造業	29	18.0%	115	71.4%	17	10.6%	161
建築業	6	11.5%	38	73.1%	8	15.4%	52
通信情報業	2	20.0%	6	60.0%	2	20.0%	10
運輸業	7	38.9%	9	50.0%	2	11.1%	18
流通業	13	16.7%	50	64.1%	15	19.2%	78
専門サービス業 (土業の方)	12	21.1%	41	71.9%	4	7.0%	57
サービス業	17	13.7%	77	62.1%	30	24.2%	124
総計	86	17.2%	336	67.2%	78	15.6%	500

(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)

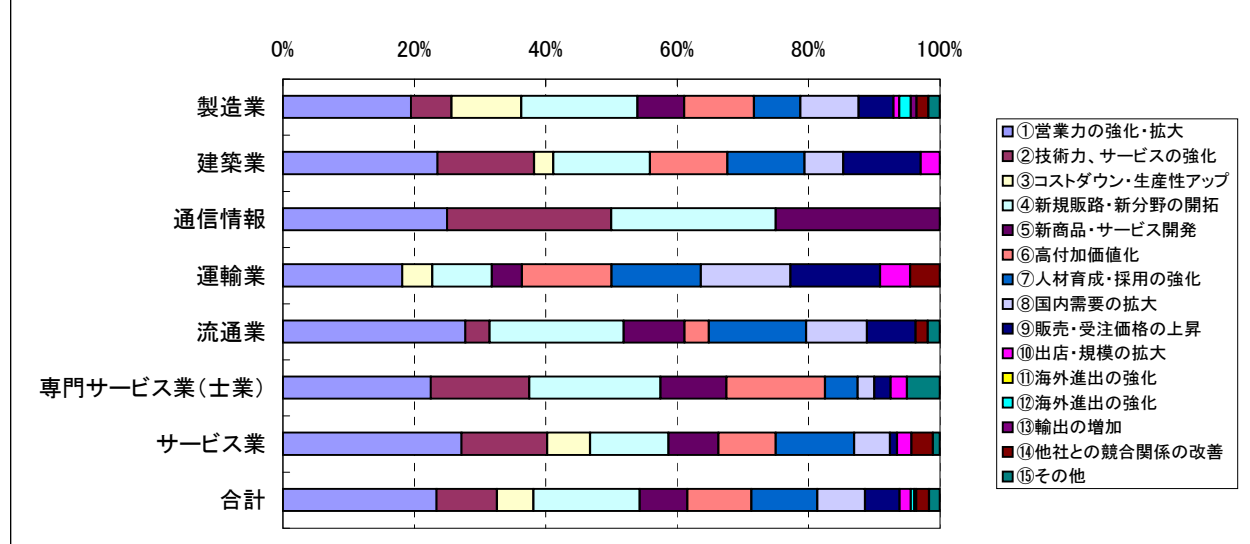
回答数

	製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(士業)	サービス業	合計
①営業力の強化・拡大	22	8	1	4	15	9	25	84
②技術力、サービスの強化	7	5	1	0	2	6	12	33
③コストダウン・生産性アップ	12	1	0	1	0	0	6	20
④新規販路・新分野の開拓	20	5	1	2	11	8	11	58
⑤新商品・サービス開発	8	0	1	1	5	4	7	26
⑥高付加価値化	12	4	0	3	2	6	8	35
⑦人材育成・採用の強化	8	4	0	3	8	2	11	36
⑧国内需要の拡大	10	2	0	3	5	1	5	26
⑨販売・受注価格の上昇	6	4	0	3	4	1	1	19
⑩出店・規模の拡大	1	1	0	1	0	1	2	6
⑪海外進出の強化	0	0	0	0	0	0	0	0
⑫海外進出の強化	2	0	0	0	0	0	0	2
⑬輸出の増加	1	0	0	0	0	0	0	1
⑭他社との競合関係の改善	2	0	0	1	1	0	3	7
⑮その他	2	0	0	0	1	2	1	6
合計	113	34	4	22	54	40	92	359

割合

	製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(士業)	サービス業	合計
①営業力の強化・拡大	19.5%	23.5%	25.0%	18.2%	27.8%	22.5%	27.2%	23.4%
②技術力、サービスの強化	6.2%	14.7%	25.0%	0.0%	3.7%	15.0%	13.0%	9.2%
③コストダウン・生産性アップ	10.6%	2.9%	0.0%	4.5%	0.0%	0.0%	6.5%	5.6%
④新規販路・新分野の開拓	17.7%	14.7%	25.0%	9.1%	20.4%	20.0%	12.0%	16.2%
⑤新商品・サービス開発	7.1%	0.0%	25.0%	4.5%	9.3%	10.0%	7.6%	7.2%
⑥高付加価値化	10.6%	11.8%	0.0%	13.6%	3.7%	15.0%	8.7%	9.7%
⑦人材育成・採用の強化	7.1%	11.8%	0.0%	13.6%	14.8%	5.0%	12.0%	10.0%
⑧国内需要の拡大	8.8%	5.9%	0.0%	13.6%	9.3%	2.5%	5.4%	7.2%
⑨販売・受注価格の上昇	5.3%	11.8%	0.0%	13.6%	7.4%	2.5%	1.1%	5.3%
⑩出店・規模の拡大	0.9%	2.9%	0.0%	4.5%	0.0%	2.5%	2.2%	1.7%
⑪海外進出の強化	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
⑫海外進出の強化	1.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%
⑬輸出の増加	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%
⑭他社との競合関係の改善	1.8%	0.0%	0.0%	4.5%	1.9%	0.0%	3.3%	1.9%
⑮その他	1.8%	0.0%	0.0%	0.0%	1.9%	5.0%	1.1%	1.7%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

売上前年同期比が「増加」と回答した企業の要因(選択式)



前年同期比が「増加」と回答した企業の要因(記述)

no	業種	業務内容	売上増の要因
1	製造業	製缶板金(機械カバークレーム・槽・試験機・制御型等ステンレス製品中心)	必要とするポジションに適材適所の人材が入社した
2	製造業	打ち抜き加工業	協力会社の拡大、価格の上昇、仕事の特化
3	製造業	フレキシブルチューブとベローズの設計・製造	新製品の受注がプラスになっている。
4	製造業	省力化機械設計製作	当社の技術力、サービスが認められた。
5	製造業	食品製造業	販路拡大
6	製造業	金型メーカー & ITソフトウェア開発	顧客の海外進出による受注増
7	製造業	プリント基板金型製造及びプレス加工 工具保持具部品の平面研削	昨年の8月にも補助の活用で平面研削機を導入し、製造能力が向上した
8	製造業	精密板金加工	生産性の向上、価格見直しです。
9	製造業	コンクリート型枠・支保工製造	数年越しで追いかけていた大口案件が受注に至った。工事部門発足により、トンネルなど大型案件受注に大きな武器になっている。
10	製造業	精密試作板金加工業	自動車向け新商品の開発が好調
11	製造業	アンカーボルト製造販売	原材料価格を売りに上げて転嫁できたから
12	製造業	電線製造	新規加工の取り組み(ハーネス加工)
13	製造業	製缶・板金業	景気動向の影響
14	製造業	金属表面処理	小ロットでもすべて受注したこと。
15	製造業	アルミケースの製造及び販売	一つの企業で案件を沢山もらえるように入り込む
16	製造業	プラスチック射出成形	開発支援と高付加価値化を念頭に商談を進め、仕事の安請け合いはしないということを徹底した。
17	製造業	金属熱処理、塗装、表面処理	生産性向上、値上げ
18	製造業	金属加工業	新規分野での受注に成功した。
19	製造業	建設機械・産業車両用カウンタウエイトの製造・販売	国内・海外需要の拡大
20	製造業	鋼板の加工販売	新規販路の開拓
21	製造業	大型部品加工	加工部品が増えた
22	製造業	精密板金加工業	新規顧客の増加
23	製造業	プラスチック板加工業及び商品販売	EC販売のページ改善が功を奏したと考えられる
24	製造業	小売業様向け レジ周り什器の企画・製造・販売	遅延になっていた検収が行われた事。
25	製造業	銅パイプの端末、曲げ加工及びロー付け加工	生産数が増加している。
26	製造業	ポリウレタン塗装	前年8月に値上を実施・実行できた。新製品も拡売方向にある
27	製造業	製缶・板金加工、産業用機械設計製造	外注の協力を得た
28	製造業	化学工場などの製造設備の設計制作小路	組織対応できるように仕入れて工夫している
29	製造業	食品製造用機械の製造販売	客先側の人材不足による自動化の増加

前年同期比が「増加」と回答した企業の要因(記述)

no	業種	業務内容	売上増の要因
30	製造業	プラスチック成型	新規得意先の売上
31	製造業	ステンレス製缶	3S
32	製造業	ビニル電線の製造販売	同業種の廃業のため受注の増加
33	製造業	義肢装具、福祉用具製造販売	品質管理システムの向上、産学官連携による製造開発の進展
34	製造業		新しい販路が拡大した
35	製造業	冷間鍛造金型メーカーとITソフトウェアメーカー	自動車部品メーカーからの売上増。国内ネジメーカーからの売上増。
36	製造業	韓国食品を主とする食品製造販売	ブランド力強化のためのイベント開催拡大。顧客へのリニューアルおよび売上提案の強化
37	製造業	電子機器設計・製造	時間単価のアップ、営業要因雇用による営業力強化
38	製造業	金型ダイス等製造	取引先拡大
39	製造業	化粧雑貨、栄養補助食品製造卸	コストダウンによる売価設定
40	製造業	金属加工業	HPからの売上
41	製造業	包装機械の設計、販売	部品の共通化による生産性の向上
42	製造業	各種歯車及び歯車関連部品の製造・加工	社内の改善活動が社員に少しずつ浸透し、営業力(工場力)の強化、生産性の向上につながっている。
43	製造業	裁断機、打抜丸型の製造販売	SNSでの広報とお客様からの紹介口コミ
44	製造業	電機機械製造、電気工事業	人材採用&新規販路が増えたため
45	建築業	型枠大工	発注動向を早めに情報を集め、営業をかけた。
46	建築業	建築一式工事業	建築需要の拡大
47	建築業	空調設備工事業	客席からの受注が増えた
48	建築業	電気工事業・介護事業	営業・人材の採用
49	建築業	総合建設業	受注案件の刈取り
50	建築業	外壁塗装 内装塗装 ビル・マンション改修工事	宣伝効果があり、マンションオーナー様から直接受注が増加
51	建築業	商業施設の設計デザイン～工事ビル・マンション外観・共用部のリノベーション提案～工事	新規営業先を明確にし、ターゲットを絞った。
52	建築業	防水工事業 塗装工事業 内装仕上げ業 建築工事業(業者登録)	自社の開発工事である、スチレンモノマー(特定化学物質に指定され現在は使用できない素材)を含有しない補助材料起用によるFRP複合防水工事について新規顧客からの受注があり付加価値を上げている。
53	建築業	リフォーム設計施工、風洞さん仲介、建築設計	民泊施設リフォーム工事
54	建築業	新築建物の電気工事業	建設投資の増加、大阪市を中心としたホテル開発件数の増加
55	建築業	新築工事改装工事	台風の影響でもある。
56	建築業	電気工事業	大手取引先の受注増
57	建築業	電気工事業	社員の自主的なお客の為に強く出たから
58	建築業	建築塗装、住宅の外壁塗装	同業FC加盟

前年同期比が「増加」と回答した企業の要因(記述)

no	業種	業務内容	売上増の要因
59	建築業	空調、電気設備	大きな商談が複数決まった
60	通信情報業	ITコンサルティング、システム開発、保守	特に何もしていない
61	運輸業	一般貨物自動車運送事業、貨物	既存客の増便要望に応えるだけの人員が確保できれば売上は増える
62	運輸業	荷主の在庫の保管・運輸	新規先及び販路拡大
63	運輸業	運送・保管・流通加工・人材派遣	上記回答と同じ
64	運輸業	事務所の移転引越、精密機器運搬、鋼材輸送など	ユーザー側の拡販に伴う影響が大きい
65	運輸業	倉庫業	値上げ
66	運輸業	港湾運送業、自動車運送業、倉庫業、通関業	得意先の需要にきめこまやかに対応、値上げ要請結実。
67	流通業(小売・卸含む)	衣服・雑貨卸売	主力商品の販売が好調に推移していること
68	流通業(小売・卸含む)	珈琲焙煎卸、食品卸、通販	営業社員のレベルアップ、去年の社員・パートが戦力になってきた。
69	流通業(小売・卸含む)	ステンレス鋼薄板在庫販売 金属加工全般請負	営業部員増員 新規販路開拓
70	流通業(小売・卸含む)	ユニフォーム、作業用品の製造販売	気温の後押しがあつて衣料品(ユニフォーム)の販売が好調であつた。またこの猛暑で扇風機付きの服が良く売れた。
71	流通業(小売・卸含む)	締結部品販売業	fax、メールを活用した営業送信
72	流通業(小売・卸含む)	防犯防災用品販売と施工	大口案件の受注
73	流通業(小売・卸含む)	包装資材全般の卸売	新商品、新商圏の開発
74	流通業(小売・卸含む)	総合商社	営業行動の見直し。新製品の投入
75	流通業(小売・卸含む)	塗料販売業	既存のマーケットに拘らず積極的に他業種、異業種との交流を図った
76	流通業(小売・卸含む)	トラックの車輛・部品卸売業及び車輛メンテナンス・事故修理等のサービス業	昨年度より取組んできた営業展開の結果と新しい販路が順調に推移した。
77	流通業(小売・卸含む)	建設・土木資材の製造並びに販売業、高度管理医療機器等販売業、輸入業	新規事業への取り組み強化、人財育成による生産性の向上、利益率の改善など
78	流通業(小売・卸含む)	作業服ルート営業・小売 祭装束小売	新規のお客様の増と、既存のお客様の買い増の為。
79	流通業(小売・卸含む)	木材販売 不動産賃貸	新規得意先への販売
80	流通業(小売・卸含む)	包装資材販売	経営計画書通りに物事が進んだ
81	流通業(小売・卸含む)	旗、徽章、メダル、記念品製造卸売り	ネット販売先の充実と取り組みへの協力。
82	流通業(小売・卸含む)	宅配水販売・ギフト商品	コスト削減、環境
83	流通業(小売・卸含む)	石油製品仲介、卸売業、運送業	営業力の強化・拡大、国内需要の拡大。景気好況。
84	流通業(小売・卸含む)	CNC旋盤及びマシニングセンター等工作機械販売。各種中古機械の売買と取次業務。その他工具の小売販売業	ユーザーの需要変動、販売商品のメーカー値上げ連動による売上アップ
85	流通業(小売・卸含む)	LPガス販売、卸売、それに追随するガス工事	季節商品なので、暑かつたので儲かりました。
86	専門サービス業(土業の方)	税理士業、黒字支援業	新サービスの提供

前年同期比が「増加」と回答した企業の要因(記述)

no	業種	業務内容	売上増の要因
87	専門サービス業(士業の方)	税理士業	コンサルタント業務の強化
88	専門サービス業(士業の方)	都市計画・まちづくりの調査計画、建築・土木・ランドスケープの計画設計	月次での数字にこだわった営業を実施したこと、新事務所での営業活動が実を結びました。
89	専門サービス業(士業の方)	会計事務所	webサイト
90	専門サービス業(士業の方)	税理士業	補助金をつけた導入があった
91	専門サービス業(士業の方)	社会保険労務士業	新規顧問契約および高単価サービスの販売
92	専門サービス業(士業の方)	ITシステムの設計・構築・運営。ITのコンサルティング	営業活動、商品構成の見直し
93	専門サービス業(士業の方)	企業の経営相談を主事業としています。主に金融支援・資金調達を主としながら、起業・創業に伴う事業計画策定支援の	ロコミ・紹介が主となる事業であるため、一定程度の認知拡大と提供サービスによる成果の良化・深化に取り組んだ結果であると考えます。
94	専門サービス業(士業の方)	財務コンサルティング	経営計画策定、相続・事業承継支援
95	専門サービス業(士業の方)	税理士業務	新サービスの拡充
96	専門サービス業(士業の方)	税理士	社員の戦力化
97	専門サービス業(士業の方)	税理工業務	人脈形成による紹介案件の増加
98	専門サービス業(士業の方)	税理士	昔の知り合いからの紹介と昔、名刺交換した人からの依頼
99	専門サービス業(士業の方)	社会保険労務士	固定客売上増
100	専門サービス業(士業の方)	企業の労務管理関係	専門性の強化
101	専門サービス業(士業の方)	税理士事務所	紹介による増加
102	サービス業	産業廃棄物処理	景気など外的要因も大きい
103	サービス業	財務勉強会 ビジネスマッチング	考え方の改革
104	サービス業	障害福祉	新ホームが軌道に乗ってきた
105	サービス業	企業へ確定拠出年金制度の導入支援	世情の確定拠出年金の導入ニーズが高まったため。
106	サービス業		新規顧客獲得のため、新たな広告を掲載した。それが集客アップ、売上増に繋がった。それに加え、新商品の販売、新商品がヒットしている。
107	サービス業	石材の海上輸送及び輸入、国内配送	業界ではライバルが少ない
108	サービス業	FP、保険事業	営業
109	サービス業	飲食店で使用している業務用食洗機の定期メンテナンス業務、炊飯サポート業務、食材の鮮度保持や熟成肉の製造サポート業務	メンテナンス対応の質の向上が評価され、受注件数が増加した。複数店舗もちの新規顧客の売上が向上した。
110	サービス業	介護保険事業	新店の売り上げ増加
111	サービス業	ライフプランニングに基づく保険設計と資産形成のコンサル	ライフプランニングを行うことにより、お客様の潜在化しているニーズを顕在化したこと
112	サービス業	シンクタンク、都市計画コンサルタント、建築設計	外的要因としては、国や自治体による業務発注の増加。内部要因としては、営業力の強化、技術力の向
113	サービス業	不動産仲介 管理 不動産コンサルティング	会社の知名度や業務内容の宣伝効果
114	サービス業	生保損保	法人向け商品の販売強化
115	サービス業	介護事業	新サービスの開発と即興性のある売上増加

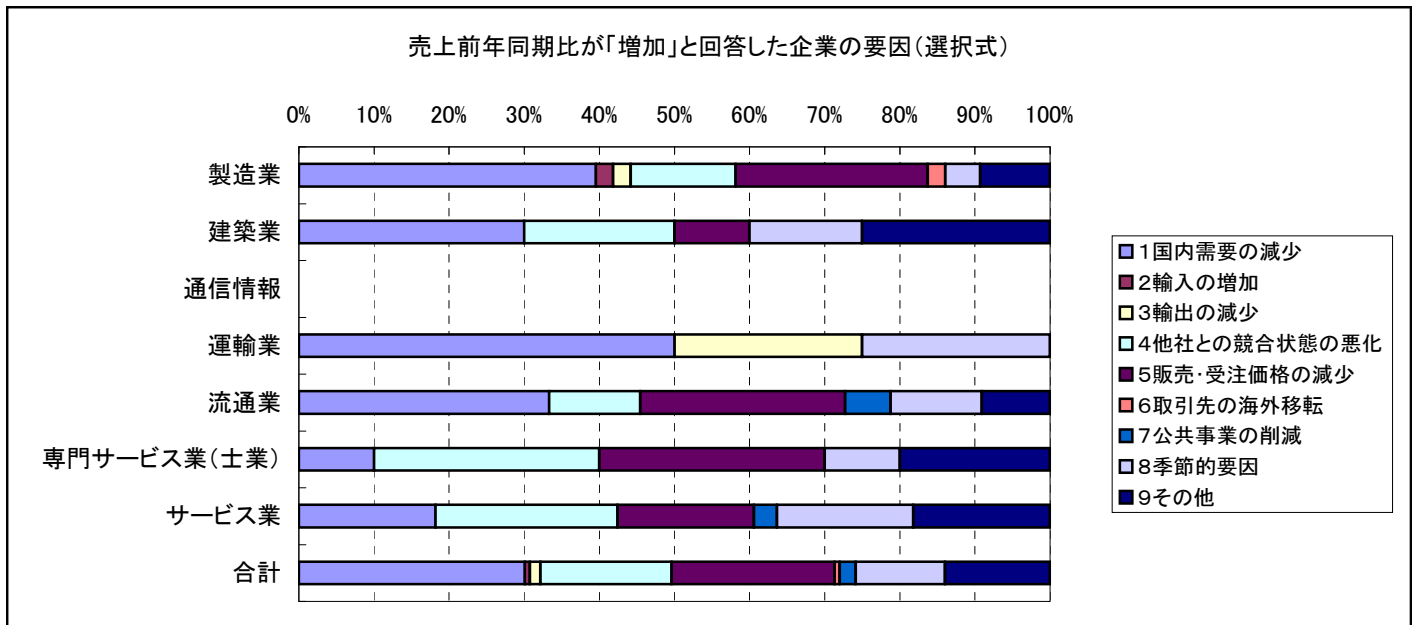
前年同期比が「増加」と回答した企業の要因(記述)

no	業種	業務内容	売上増の要因
116	サービス業	時間貸し駐車場等の企画開発・不動産コンサルティング	同上
117	サービス業	「秘密保持サービス」 「労働者派遣事業・有料職業紹介事業」 LED照明機器、樹脂コーティング材の提案と販売	新たな事業領域への拡大
118	サービス業	ビル・マンション・工場の管理、インテリアデザイン・施工・監理	営業拡大により新規売上の増加
119	サービス業	タレントプロダクション、制作会社、人材派遣	人材不足という外的要因の変化
120	サービス業	介護サービス業	出店が売上増
121	サービス業	不動産賃貸、管理、仲介業、飲食業	各社員の数字に対する考え方、ポイントの判断力が上がってきた！！
122	サービス業	金融業	事業性評価、提案力
123	サービス業	在庫計画パッケージの販売と在庫コンサルティングサービスの提供	新サービスの開発
124	サービス業	マンション換気ダクト清掃	社員や外注で作業員が増加。サービスを提供できるスタッフが増加したため売上が伸びた。
125	サービス業	財務コンサル、マーケティングコンサル	ITを活用したインフラ構築
126	サービス業	不動産業。土地の買い取り・開発造成。収益マンション、工場買い取り・リノベーション再販	銀行のOBの方の採用、販売力・販売先拡大
127	サービス業	司法書士業務(不動産登記手続、法人登記手続、相続手続など)	新規の得意先を増やすことができた
128	サービス業	広告業	単純に無駄を省いただけ
129	サービス業	美容院	新商品のSNS宣伝、体験会
130	サービス業	保険代理業	販路拡大
131	サービス業	焼き鳥居酒屋	口コミ、インターネット媒体への投資

②前年同期比が「減少」と回答した企業の要因(選択式)

	製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(土業)	サービス業	合計
1国内需要の減少	17	6	0	2	11	1	6	43
2輸入の増加	1	0	0	0	0	0	0	1
3輸出の減少	1	0	0	1	0	0	0	2
4他社との競合状態の悪化	6	4	0	0	4	3	8	25
5販売・受注価格の減少	11	2	0	0	9	3	6	31
6取引先の海外移転	1	0	0	0	0	0	0	1
7公共事業の削減	0	0	0	0	2	0	1	3
8季節的要因	2	3	0	1	4	1	6	17
9その他	4	5	0	0	3	2	6	20
合計	43	20	0	4	33	10	33	143

	製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(土業)	サービス業	合計
1国内需要の減少	39.5%	30.0%	#DIV/0!	50.0%	33.3%	10.0%	18.2%	30.1%
2輸入の増加	2.3%	0.0%	#DIV/0!	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%
3輸出の減少	2.3%	0.0%	#DIV/0!	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%
4他社との競合状態の悪化	14.0%	20.0%	#DIV/0!	0.0%	12.1%	30.0%	24.2%	17.5%
5販売・受注価格の減少	25.6%	10.0%	#DIV/0!	0.0%	27.3%	30.0%	18.2%	21.7%
6取引先の海外移転	2.3%	0.0%	#DIV/0!	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%
7公共事業の削減	0.0%	0.0%	#DIV/0!	0.0%	6.1%	0.0%	3.0%	2.1%
8季節的要因	4.7%	15.0%	#DIV/0!	25.0%	12.1%	10.0%	18.2%	11.9%
9その他	9.3%	25.0%	#DIV/0!	0.0%	9.1%	20.0%	18.2%	14.0%
合計	100.0%	100.0%	#DIV/0!	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



前年同期比が「減少」と回答した企業の要因(記述)

no	業種	業務内容	売上減の要因
1	製造業	国産軍手製造・販売 靴下製造	中国の人件費・輸送費の賃上げ、及び弊社輸入商品の取り扱い量の減少により。
2	製造業	化学薬品の受託合成会社 少量の合成と精密蒸留、カラム	得意先の設備不具合の影響
3	製造業	原料である非鉄金属の亜鉛合金を溶解してダイカスト製法で	建築金物の売上高の減少(亜鉛ダイカスト同業者に共通する特徴)
4	製造業	プラ型、彫刻造形	そもそもプラ型を日本で作れる前提がなくなりつつある
5	製造業	銘板制作、ラベル制作、看板	前期は特需があった。 今期は無いので、対策を立ててはいたが、実が伴わなかった。
6	製造業	焼き菓子製造卸	前回の値上げでスーパーやコンビニで販売カットがあり、それがまだ導入されていない為。
7	製造業	ワイヤーハーネス製造 炊飯器温度センサー組立 電子部	客先の販売業績ダウン
8	製造業	工業用ガスバーナーの製造	前年同期は単発で突発的要因の売上が増加したため
9	製造業	金属部品のプレス加工及び金型製作	受注が減少
10	製造業	線香製造	消費量の減少が続いている中で、メーカー間の競争が激しくなり、進物線香などの製造量が消費量を上回っているから。
11	製造業	産業機器関連のプラスチック部品の製造・販売を行っている	大手取引先からの受注が減少。8月期が落ち込むことは例年のことながら9月期の復調が鈍いたため。
12	製造業	オーダーメイド金物製作	ホテル建設ラッシュとなり店舗の改装が後回しで当社の業界での需要が減少しているため
13	製造業	物流業務支援機器(垂直搬送機(コンベヤ)、パレット積み替	今期は7~9月時期の納入物件が少ない。通年では昨年と同様か少し減少。
14	製造業	アルミ製品の製作	営業力の不足
15	製造業	製板用フィルム作成、インクジェット印刷	不明
16	製造業	瞬間溶接加工	製造業全体が劣化しつつ有る
17	製造業	金属表面処理業(フッ素樹脂焼付コーティング、ライニング業)	取引先が海外の設備案件について、価格の関係から受注を諦めたため。
18	製造業	設備機器設置業	まとまった大きな工事の減少
19	製造業	ステンレス薄板の研磨及び保護テープ貼	競合他社の値引きによる、販価下落の対応の為
20	製造業	プラスチック製品、製造販売	別注品の出荷減
21	建築業	タイル、住宅設備機器の販売及び施工	主力顧客の受注量の減少
22	建築業	住宅地開発、不動産賃貸業	堺市行政の方針により、約5年前から土地開発が抑制されておりますが、その政策が継続中の為、業界の経済状況が年々悪化しています。
23	建築業	土木工事(地中化工事)	工事の受注及び竣工のタイミングがずれてしまったため。
24	建築業	電気通信工事業、電話ラン電気	取引先の仕事減
25	建築業	施工管理業	4~6月期は例年売り上げが低い。
26	建築業	知的障害者施設の新築・リフォーム	客先の高齢化・減少
27	建築業	冷暖房空調機器販売、設計施工、修理	前年が好調だった
28	建築業	屋外広告業、看板屋	入札物件の受注の減少

前年同期比が「減少」と回答した企業の要因(記述)

no	業種	業務内容	売上減の要因
29	建築業	リフォーム、新築	人員、職人体制の弱さ
30	建築業	建築設計監理	主なる受注先の仕事の減少
31	運輸業	個人宅含めた輸送業	西日本豪雨の影響がある
32	流通業(小売・卸含む)	珈琲焙煎加工 食品卸売り 飲食店経営 カフェ・フランチャ	飲食店の営業日数が、地震や台風により減少
33	流通業(小売・卸含む)	和装製品卸 化粧品アクセサ リ-和装製品インターネット小	同業他社の参入 仕入れ商品の納期遅れ
34	流通業(小売・卸含む)	衣料品、衣料雑貨の輸入・卸 売	衣料品卸売業の業態としての後退
35	流通業(小売・卸含む)	家電販売 電気工事 空調工 事	前年は特需があった。
36	流通業(小売・卸含む)	機械工具や特殊機械部品加工 の卸商社、及び、電気工事一	ビジネスの方向転換を図っており、その土台作り集中しているため
37	流通業(小売・卸含む)	医療機器販売	不明
38	流通業(小売・卸含む)	自動販売機オペレーター	昨今続いている自販機市場の縮小化に伴っての現象。
39	流通業(小売・卸含む)	スタンドグラス材料、内装用型 ガラス卸売	最終消費者が豪雨、猛暑により外出を控えている。魅力のある商品の仕入れ、開発ができていない。
40	流通業(小売・卸含む)	医薬品、健康食品の卸売販売	取引先の売上の減少、取引先の廃業
41	流通業(小売・卸含む)	輸出業	業種変更
42	流通業(小売・卸含む)	テキスタイルコンバーター	オリンピックを控えこの先2年ほどは調整期と見ている
43	流通業(小売・卸含む)	ギフト販売業	他社堂業種の営業強化及び配送運賃の値上げにより弊社の仕入れ販売額の天下があり売上が落ちた又地震により仕入先の一部に影響が出て販売が落ちた。
44	流通業(小売・卸含む)	観賞用植物販売	値上げをした分、売れなくなった
45	流通業(小売・卸含む)	アパレル小売り、販売業	高額単価商品の販売比率が減少、来客員数の減
46	流通業(小売・卸含む)	鶏肉卸	得意先の閉店が増えた、新規すってんが減った、地震と豪雨の影響か？
47	流通業(小売・卸含む)	中古トラック販売、中古部品販 売	中古トラック販売の需要の減少
48	流通業(小売・卸含む)	流通加工業	取引先減少
49	流通業(小売・卸含む)	青果をメインとした総合食品業	戦略的減少(配送範囲の限定による他社委託等)
50	流通業(小売・卸含む)	生花販売	仕入れ原価が高くなり商品値上げをしたところ客数が減少した
51	流通業(小売・卸含む)	被服販売業	ホームセンター・WEBが増えている。
52	専門サービス業(士業の方)	税理士業	前期は臨時売上があったため(当期は臨時売上がなかったため。特に要因なし。)
53	専門サービス業(士業の方)	税理士業務	去年はスポット収入があった
54	専門サービス業(士業の方)	法律業務	新規総段数は前年よりも増えているが、受任(受注)につなげていない
55	専門サービス業(士業の方)	税理士業務、コンサルタント業 務	臨時項目売上の減少、得意先の減少
56	専門サービス業(士業の方)	司法書士、土地家屋調査士、 行政書士	業界全体がダンピングで仕事の取り合いをしている

前年同期比が「減少」と回答した企業の要因(記述)

no	業種	業務内容	売上減の要因
57	専門サービス業(土業の方)	経営コンサルティング、人事制度構築、人材教育	主要顧客の変化、発注案件の変更
58	サービス業	グラフィックデザイン業。電気設備工事業。	定期物の打ち切り
59	サービス業	保険代理店	同業者との価格競争
60	サービス業	WEBサイト制作、システム制作、アプリ開発	社内生産能力の低下と受注量の減少。減少は新卒採用での営業に関しては、新規開拓案件受注に時間が掛かっているのと制作の社員は、生産のスピードが遅いため技術力をあげるほかなし。新入社員の成長期として待つ。
61	サービス業	販促支援(イベントプロデューサー/SNS運用管理)・商業施設	販売・受注数の減少。取引先の自前イベントや内製化増加等。
62	サービス業	障害福祉サービス	利用者の減少、支援スキルの低下
63	サービス業	広告企画デザイン ウェブ制作	1社依存になってしまってるので、その会社の業績からの影響が大きい
64	サービス業	情報サポート事業	紙から電子に移行中で、売り上げ減となりやすい
65	サービス業	喫茶店	既存固定客の減少
66	サービス業	保険代理店業	顧客の高年齢化
67	サービス業	受配電設備の試験・改造・保守	受注量の減少
68	サービス業	介護福祉事業	介護保険法の改定と顧客の減少
69	サービス業	ホームページ制作・インターネットコンサルティング業	自社の目指す方向が明確になったのを機に、既存顧客(HP管理無しの方)が減少したため
70	サービス業	ペットの葬儀・火葬・納骨	受注の減少
71	サービス業	生命保険代理店	営業力不足
72	サービス業	飲食店経営	周辺企業の宴会需要対象の店舗では企業の移転、組織変などで宴会売上激減。ターミナル店舗も同業種多数出店、顧客の取り合いになりつつある
73	サービス業	エステティックサロンの経営	前年6月～7月の企画イベントで売上・利益増を図ったが今期は10月に延ばした為
74	サービス業	広告の企画・制作	営業力の不足
75	サービス業	エレベーター、エスカレーター昇降機のメンテナンス、エレ	6月の大阪北部地震の影響
76	サービス業	飲食店経営	自然災害、夏の暑さ
77	サービス業	訪問介護業	新規出店、規模の拡大
78	サービス業	介護保険事業	利用減少(死亡・入院等のため)して利用拡大してもサービス量の差が大きい
79	サービス業	自動車整備業	修理費の減少

【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)

回答数

	製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(士業)	サービス業	合計
①今期中にある(1年以内)	60	8	3	8	17	6	22	124
②ない	52	27	4	7	47	45	74	256
③検討中	42	15	3	3	13	2	24	102
合計	154	50	10	18	77	53	120	482

割合

	製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(士業)	サービス業	合計
①今期中にある(1年以内)	39.0%	16.0%	30.0%	44.4%	22.1%	11.3%	18.3%	25.7%
②ない	33.8%	54.0%	40.0%	38.9%	61.0%	84.9%	61.7%	53.1%
③検討中	27.3%	30.0%	30.0%	16.7%	16.9%	3.8%	20.0%	21.2%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(2)現在の経営上の問題点に関して(選択式3つまで)

回答数

	製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(士業)	サービス業	合計
①民間需要の停滞	29	10	0	0	23	9	10	81
②輸入品の圧迫	2	0	0	0	2	0	0	4
③受注単価の大幅ダウン	4	4	0	0	3	1	7	19
④新規参入者の拡大による競争の激化	5	3	0	0	10	9	19	46
⑤税金、公共料金負担の増加	11	2	0	3	2	5	11	34
⑥管理費等間接経費の増加	14	4	0	1	10	2	7	38
⑦人件費負担	33	4	0	5	18	5	26	91
⑧仕入単価の上昇・高止まり	50	9	1	2	19	1	6	88
⑨情勢判断・企業進路の確定	18	3	1	3	14	7	11	57
⑩事業資金の借入難	6	2	0	1	2	1	10	22
⑪全社一丸体制の確立	32	6	2	3	9	4	13	69
⑫社員教育	57	16	4	11	20	14	46	168
⑬従業員の確保	76	27	6	13	25	20	48	215
⑭熟練技術者不足	32	15	2	1	5	6	11	72
⑮幹部社員の不足	38	12	4	7	18	7	29	115
⑯取引先ニーズの把握	10	5	2	2	3	11	17	50
⑰その他	7	3	2	0	5	3	6	26
本設問回答企業数	160	51	9	18	77	51	119	485

割合

	製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(士業)	サービス業	合計
①民間需要の停滞	18.1%	19.6%	0.0%	0.0%	29.9%	17.6%	8.4%	16.7%
②輸入品の圧迫	1.3%	0.0%	0.0%	0.0%	2.6%	0.0%	0.0%	0.8%
③受注単価の大幅ダウン	2.5%	7.8%	0.0%	0.0%	3.9%	2.0%	5.9%	3.9%
④新規参入者の拡大による競争の激化	3.1%	5.9%	0.0%	0.0%	13.0%	17.6%	16.0%	9.5%
⑤税金、公共料金負担の増加	6.9%	3.9%	0.0%	16.7%	2.6%	9.8%	9.2%	7.0%
⑥管理費等間接経費の増加	8.8%	7.8%	0.0%	5.6%	13.0%	3.9%	5.9%	7.8%
⑦人件費負担	20.6%	7.8%	0.0%	27.8%	23.4%	9.8%	21.8%	18.8%
⑧仕入単価の上昇・高止まり	31.3%	17.6%	11.1%	11.1%	24.7%	2.0%	5.0%	18.1%
⑨情勢判断・企業進路の確定	11.3%	5.9%	11.1%	16.7%	18.2%	13.7%	9.2%	11.8%
⑩事業資金の借入難	3.8%	3.9%	0.0%	5.6%	2.6%	2.0%	8.4%	4.5%
⑪全社一丸体制の確立	20.0%	11.8%	22.2%	16.7%	11.7%	7.8%	10.9%	14.2%
⑫社員教育	35.6%	31.4%	44.4%	61.1%	26.0%	27.5%	38.7%	34.6%
⑬従業員の確保	47.5%	52.9%	66.7%	72.2%	32.5%	39.2%	40.3%	44.3%
⑭熟練技術者不足	20.0%	29.4%	22.2%	5.6%	6.5%	11.8%	9.2%	14.8%
⑮幹部社員の不足	23.8%	23.5%	44.4%	38.9%	23.4%	13.7%	24.4%	23.7%
⑯取引先ニーズの把握	6.3%	9.8%	22.2%	11.1%	3.9%	21.6%	14.3%	10.3%
⑰その他	4.4%	5.9%	22.2%	0.0%	6.5%	5.9%	5.0%	5.4%
本設問回答企業数	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(3) 今後の予定も含めた経営上の力点(選択3つまで)

回答数

	製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業 (土業)	サービス業	合計
①営業力の拡大	59	28	5	5	38	25	69	229
②技術力の強化	39	14	3	0	3	6	11	76
③生産性アップ効率化	60	12	1	1	8	13	12	107
④新規販路分野開拓	40	5	3	1	28	8	22	107
⑤新製品・サービス開発	34	2	2	1	14	11	22	86
⑥重要取引先を増やす	30	15	1	7	17	13	15	98
⑦取引先・消費者ニーズ把握	5	0	1	1	7	6	13	33
⑧情勢と企業進路判断	9	2	1	2	7	2	7	30
⑨人材の採用	60	27	4	11	21	13	42	178
⑩社員能力のアップ	63	23	2	11	35	14	48	196
⑪経営理念・計画見直し	3	4	0	2	4	5	6	24
⑫経費節減	5	3	0	0	3	1	10	22
⑬規模の縮小(機構整備)	1	0	0	0	1	1	1	4
⑭雇用調整	0	0	0	0	1	0	0	1
⑮業種・業態転換	3	0	0	0	0	0	4	7
⑯新規設備・規模拡大	17	1	0	3	3	1	9	34
⑰資金確保・銀行取引強化	4	2	0	1	1	0	2	10
⑱新規事業立ち上げ	5	0	3	0	13	4	9	34
⑲産学連携の強化	6	1	0	0	4	1	7	19
⑳異業種グループへの参加	1	0	0	0	1	1	1	4
回答数	162	53	10	18	78	57	128	506
本設問回答企業数	158	52	10	17	77	51	123	488

割合

	製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業 (土業)	サービス業	合計
①営業力の拡大	37.3%	53.8%	50.0%	29.4%	49.4%	49.0%	56.1%	46.9%
②技術力の強化	24.7%	26.9%	30.0%	0.0%	3.9%	11.8%	8.9%	15.6%
③生産性アップ効率化	38.0%	23.1%	10.0%	5.9%	10.4%	25.5%	9.8%	21.9%
④新規販路分野開拓	25.3%	9.6%	30.0%	5.9%	36.4%	15.7%	17.9%	21.9%
⑤新製品・サービス開発	21.5%	3.8%	20.0%	5.9%	18.2%	21.6%	17.9%	17.6%
⑥重要取引先を増やす	19.0%	28.8%	10.0%	41.2%	22.1%	25.5%	12.2%	20.1%
⑦取引先・消費者ニーズ把握	3.2%	0.0%	10.0%	5.9%	9.1%	11.8%	10.6%	6.8%
⑧情勢と企業進路判断	5.7%	3.8%	10.0%	11.8%	9.1%	3.9%	5.7%	6.1%
⑨人材の採用	38.0%	51.9%	40.0%	64.7%	27.3%	25.5%	34.1%	36.5%
⑩社員能力のアップ	39.9%	44.2%	20.0%	64.7%	45.5%	27.5%	39.0%	40.2%
⑪経営理念・計画見直し	1.9%	7.7%	0.0%	11.8%	5.2%	9.8%	4.9%	4.9%
⑫経費節減	3.2%	5.8%	0.0%	0.0%	3.9%	2.0%	8.1%	4.5%
⑬規模の縮小(機構整備)	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	1.3%	2.0%	0.8%	0.8%
⑭雇用調整	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.3%	0.0%	0.0%	0.2%
⑮業種・業態転換	1.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.3%	1.4%
⑯新規設備・規模拡大	10.8%	1.9%	0.0%	17.6%	3.9%	2.0%	7.3%	7.0%
⑰資金確保・銀行取引強化	2.5%	3.8%	0.0%	5.9%	1.3%	0.0%	1.6%	2.0%
⑱新規事業立ち上げ	3.2%	0.0%	30.0%	0.0%	16.9%	7.8%	7.3%	7.0%
⑲産学連携の強化	3.8%	1.9%	0.0%	0.0%	5.2%	2.0%	5.7%	3.9%
⑳異業種グループへの参加	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	1.3%	2.0%	0.8%	0.8%
本設問回答企業数	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

具体的な力点（記述）

no	Q3_1	Q4	Q20
1	製造業	トロフィ・メダルの製造	新規販路の拡大と社員の研修
2	製造業	製缶板金(機械カバークレー ム・槽・試験機・制御型等ステ ンレス製品中心)	受注の獲得は生産現場の拡大、設備投資、人材の採用等のバランスが取れなければならない。工場拡大のため人材採用は重点課題
3	製造業	めっき業	社員の能力向上と効率アップで人員不足を補う
4	製造業	板金加工業	人材の確保
5	製造業	板金加工業	新商品の開発し、パートナーを増やす
6	製造業	打ち抜き加工業	仕組みづくり
7	製造業	フレキシブルチューブとペロー ズの設計・製造	展示会、Webにより力を入れて営業をしていきます。
8	製造業	発泡スチロール加工販売	人材を採用し、事業の内製化を強化するか？
9	製造業	十字穴付きタッピンねじ製造	取引業者を増加させる
10	製造業	省力化機械設計製作	現状維持では衰退しかないので、技術力を上げるとともに新規顧客開拓を進める
11	製造業	商業施設向け什器、家具製造	徐々に改善しつつあるが、まだまだ受注にムラがある。その為少し違う分野との取り組みが必要。(新規販路分野開拓)オリンピック後の仕事量について大きな懸念がある。
12	製造業	金属プレス加工	個々のレベルアップで利益アップ
13	製造業	機械部品製造	従業員一人一人の意識向上と若い人材の雇用
14	製造業	ちょうちん製造加工販売	製造力の強化
15	製造業	食品製造業	人事確保・育成
16	製造業	金属加工、金型製造業	中途採用、新卒採用と採用力を高めたい
17	製造業	軟質塩化ビニールのリサイク ル	資源リサイクルの業界が、中国への輸出がほぼストップした状態の為、大きな転換期を迎えており、大きな流れに会社はどう関わっていくか、進路判断をしなければならない。(仕入れ値が下落しつつあり、良い面も多い)
18	製造業	プリント基板および樹脂・金属 等各種薄板切削加工	プリント基板加工の数量維持、それ以外の薄板加工の販売数量
19	製造業	アルミ製品の企画・開発・設 計・製造・販売	人材のスキルアップでメーカーとしてのブランド力を上げたい
20	製造業	プリント基板金型製造及びプレ ス加工	sインキ設備の導入を計り、生産性の向上と若手社員の技術力を補う
21	製造業		新卒採用
22	製造業	国産軍手製造・販売 靴下製造	今年度より新規事業(靴下製造)が少しずつではあるが軌道にのりつつある。そのための人材育成方法や人材確保等、すべきことはたくさんある。
23	製造業	化学薬品の受託合成会社 少量の合成と精密蒸留、カラム	ルーチンとなる品目数を増やすこと
24	製造業	ろ過装置の製造、販売	社員の個々の能力をUPして営業力の強化に努めたい
25	製造業	原料である非鉄金属の亜鉛合 金を溶解してダイカスト製法で	主力分野が落ち込んでいるので他の分野で取り返す方向
26	製造業	食肉製品製造、加工、卸売り 業	此の環境で暫く静観しながら抜本的な改変に向けて方向を見極めて行く。

具体的な力点（記述）

no	Q3_1	Q4	Q20
27	製造業	プラ型、彫刻造形	プラ型からの脱却「彫刻」の可能性を伸ばす
28	製造業	ワイヤー加工	多能工化による生産力維持（低下しないようにする。）。経営理念の見直し。新商品による売り上げアップ。
29	製造業	電機機器製造業	効率的な工場運営を目指す
30	製造業	精密板金加工	新規販路分野開拓や新規事業立ち上げをする為。
31	製造業	各種ポンプ等製造販売	人材確保に難のあるこの状況の中で確保に向けての努力はするが、私も含めより社員さん個々の能力の向上に必要性を感じる。
32	製造業	工業用各種アルミ・ステンレス製品の設計、製造、加工、販売	社員の高齢化、退職に対し、採用が追い付いていない。中途採用募集を掛けても応募がない。来年4月の新卒採用に注力していく。
33	製造業	写真製版及び金属エッチング加工	定期受注品の確保、増強。短納期対応にこたえる為の標準作業見直しによる生産性向上
34	製造業	金属加工業	システムの更新、および、仕入れ単価の上昇に伴う販売価格への転化。
35	製造業	コンクリート型枠・支保工製造	仕入れ単価の上昇が粗利の減少にダイレクトに影響しています。価格転嫁を進めることと、新規の獲得を今後も継続して組織的に行う必要があると感じています。
36	製造業	金属プレス加工	単純作業を出来るだけ自動化省力化し、人がより人らしい仕事ができるようにする
37	製造業	精密試作板金加工業	技術の継承していくための人材採用、育成
38	製造業	アンカーボルト製造販売	優秀な人材を確保し、新たな分野に営業
39	製造業	電線製造	在庫の減少
40	製造業	金属製品加工	人手不足が問題で、人材の育成が課題
41	製造業	製缶・板金業	若い社員が増え生産力が落ちている。会社として生産システムの見直し、事業領域の拡大が変化が必要。また新事業を発展させ、柱として確立させる
42	製造業	金属表面処理	取引先数を増やすこと。
43	製造業	銘板制作、ラベル制作、看板	展示会などへの積極的な出展
44	製造業	焼き菓子製造卸	工場の拡張で生産量を増やすとともに、生産設備の充実で生産効率のアップを行う。
45	製造業	ワイヤーハーネス製造 炊飯器温度センサー組立 電子部	営業力強化
46	製造業	アルミケースの製造及び販売	社員の定着化が悪いので、定着率を上げること。その為に、社員教育方法を統一にする。営業は40代の営業マンの業績をアップさせる。
47	製造業	工業用ガスバーナーの製造	人材の確保が急務です
48	製造業	プラスチック射出成形	社員が自ら能力を伸ばせるように、働く環境をよりよくしていく
49	製造業	金属熱処理、塗装、表面処理	生産性向上
50	製造業	金属加工業	固定費が大きくなっているので利益率を上げる事が必要
51	製造業	金属部品のプレス加工及び金型製作	従業員の平均年齢が高いので、人材の確保と技術力の強化
52	製造業	工業用裁断機器・省力化機器設計・製造	新機種開発

具体的な力点（記述）

no	Q3_1	Q4	Q20
53	製造業	建設機械・産業車両用カウンタウエイトの製造・販売	引き続き人材確保のための対策を強化する。①年間休日の増加(+11日/年:2018年4月実施)②来春新卒初任給の見直し(増額)に伴う社員給与体系の見直し(増額)
54	製造業		働き方改革が進む中で生産性向上は深刻な課題です。
55	製造業	金属熱処理受託加工	1. 受注の好調は続いているが生産性が上がっていないので、アルバイト、派遣の採用、労働時間を伸ばすことで対応している。作業の機械化、工場内物流の改善等に投資していく。 2. 従来の顧客は今好調だが、将来に向けて新しい顧客の開拓に注力する。
56	製造業	鋼板の加工販売	新規分野への進出
57	製造業	金属工作油剤製造販売	2.多様化するニーズに素早く対応するとともに技術力を強化し需要の拡大を図る 4.情報収集による市場動向を調査しニッチ市場での販売を拡大。展示会での新規顧客の獲得。
58	製造業	フレキシブルシャフト製造	新製品による売り上げ確保と将来のための営業力確保。
59	製造業	線香製造	価格改正を実施したが、まだ手付かずの製品もあり、そのコスト見直しを進める。
60	製造業	プラスチックの射出成形	新卒。中途採用とともに難航している。応募者も少なく適当な人材が確保できていない
61	製造業	産業機械部品製造	市場の価値観が変化しようとしていると感じている。弊社においては、従来の延長線上の生産効率向上を実現するだけでなく、新しいものづくりの価値観を少し先取りするような取組を進めていく
62	製造業	航空機部品製造加工	産業連携の強化により、新規事業を立ち上げる
63	製造業	金属加工、板金、溶接、プレスなど	新しく設備を導入予定
64	製造業	産業機器関連のプラスチック部品の製造・販売を行っている	生産余力確保と他社との差別化技術を背景に重要取引先を増やすという方針。
65	製造業	精密板金加工業	今のままでは、淘汰されるので新製品の開発を行っている。
66	製造業	ステンレスネジ製造販売	職人を増やすもしくは熟練度をあげる
67	製造業	オーダーメイド金物製作	若手社員の技術力アップ
68	製造業	プラスチック板加工業及び商品販売	新事業の取り組み、新製品開発(試作から商品化)・販売方法
69	製造業	熔接・金属加工	新しい取引先を増やす
70	製造業	ゴムコンパウンドの製造、販売	生産拠点を関東に移される顧客があるのでその分の補充を目指す。
71	製造業	小売業様向け レジ周り什器の企画・製造・販売	商品を提案・営業を行っていくため、営業力・設計=提案力の強化に注力します。
72	製造業	学校体育器具、トレーニング器具製造	競合他社より優れた付加価値のある製品の開発。新規販路の開拓
73	製造業	和生菓子製造業	設備投資が間もなく完了し新規販路分野を開拓しつつ、現販路への売り上げを上げる。
74	製造業	紙器、紙製品の製造	社員教育による生産性の向上と新製品の開発や販路拡大
75	製造業	印刷 ウェブ デザインの企画制作	後継者育成中
76	製造業	コンピュータ計測制御装置の開発、製造	新規販路の開拓

具体的な力点（記述）

no	Q3_1	Q4	Q20
77	製造業	金型製造	事業承継を見据えた組織改革
78	製造業	物流業務支援機器（垂直搬送機（コンベヤ）、パレット積み替え装置等）。	新製品開発はメーカーの責務であり業績安定の一手段。人材確保が近年難しく、現有勢力での生産量アップに対する手段として生産性のアップに挑戦。（設備投資）
79	製造業	銅パイプの端末、曲げ加工及びロー付け加工	大規模な設備投資はしないが、細かな点で改良する余地がある加工品種が数点ある。少しずつ拡大する。
80	製造業	ポリウレタン塗装	全ては人材にある。人材の能力向上、適材適所配置。特に研究開発にむけた人材育成に力をいれる
81	製造業	樹脂加工 アクリルディスプレイ及びサイン製作施工	低迷が続く中、オリパラ需要をどうつかみ成果につなげていくか。
82	製造業	製缶・板金加工、産業用機械設計製造	熟練工の不足、マネジメントできる人材確保
83	製造業	紙製造業	若手社員の人財育成
84	製造業	アルミ製品の製作	1社だけでなく、協集して売り上げ拡大する
85	製造業	紳士中衣製造販売	海外販路開拓
86	製造業	シールラベルの企画製造販売・その他	主な仕事を中心に、時代と共に新しい分野への取り組みを10年前からすすめている。
87	製造業	車載部品、検査・加工	新規分野拡大
88	製造業		最低賃金アップを吸収するために、価格アップと生産性向上
89	製造業	冷間鍛造金型メーカーとITソフトウェアメーカー	海外工場拠点を持つメーカーへの営業
90	製造業	韓国食品を主とする食品製造販売	新規採用による組織強化をはかる。生産システムの改善、効率アップと品質工場をさらに目指す
91	製造業	プラスチック、電気、応用商品、開発製造販売	売上の不足を社内に、価値を持つ必要があると思う
92	製造業	電子機器設計・製造	新規顧客の探索、業務の確保
93	製造業	金型ダイス等製造	5S徹底、有料の人材募集
94	製造業	瞬間溶接加工	4年前から始めた大型プロジェクトの部品製造機械作り、その新たな改良を加え市場を拡大。そして、自社発明品を産学連携にて進行中。
95	製造業	塗装用刷毛ローラー用品の製造販売卸	良品を創り効率よく生産し、販売力をつける
96	製造業	金属加工業	人の確保
97	製造業	金属製品製造業（板金、溶接・組立）	従業員の退職を補填できる人材の採用が追いつかず、人材不足感がある。次年度新卒採用に向けてリクナビetcに初めて登録した
98	製造業	包装機械の設計、販売	既設機械の生産性の向上及び、システムオプションの追加
99	製造業	各種歯車及び歯車関連部品の製造・加工	工程管理、品質管理などまかせられる人が少ない。幹部社員へ育成強化が課題となっています。
100	製造業	ステンレス薄板の研磨及び保護テープ貼	新規設備投資の為、コストダウンと販売価格下落に対応
101	製造業	電機機械製造、電気工事業	新入社員が多いため、その人を育てる
102	製造業	プラスチック製品、製造販売	営業力拡大、ネットも含めて

具体的な力点（記述）

no	Q3_1	Q4	Q20
103	製造業	清酒製造	新規営業に回る
104	建築業	建築鉄骨業	生産性の向上
105	建築業	建築一式工事業	関係異業種との連携を強化 不動産(空き家対策)
106	建築業	空調設備工事業	求人
107	建築業	タイル、住宅設備機器の販売及び施工	新たな主要となる顧客の開拓と人材の教育(新人)。
108	建築業	造園工事、緑地・植栽管理	社員のスキルを上げることで生産性を向上させ利益体制を強固なものにしたい 定期雇用を目指していきたい
109	建築業	電気工事業・介護事業	人材採用
110	建築業	機械清掃業・リフォーム・給排水設備工事業	営業担当を作る。研修にて技術力底上げする
111	建築業	樹脂押出成形品の製造販売	社員同士で協力し合う生産体制の確立
112	建築業	総合建設業	人材育成による品質向上
113	建築業	塗装・防水・リフォーム業	新規取引先の確保
114	建築業	木造戸建ておよびその他建築物の新築・リフォームにおける	ホームページの刷新。木造戸建ての新工法のライセンス取得。
115	建築業	外壁塗装 内装塗装 ビル・マンション改修工事	職人の現場対応力向上
116	建築業	商業施設の設計デザイン～工事 ビル・マンション外観・共用部の	人材の教育を先行し時期役職クラスの人材を育て、現在の重複した職務をなく各々の職務を明確かさせる事。
117	建築業	土木工事(地中化工事)	工事はマンパワーが必要になる中で、若手が育っていないのと、そもそも人材が集まっていない。
118	建築業	防水工事業 塗装工事業 内装仕上げ業 建築工事業 (業者登録)	受注工事を完成させるためにはとにかく人です。営業力、技術力、すべてにおいて社員能力のアップを目指します。
119	建築業	建築・土木	ビジネス交流会などに積極的に参加
120	建築業	配管機器設備工事	これまでの管工事 機械器具設置業と合わせて将来性のある新規事業に取り組みたい
121	建築業		商品力あげながらもコストとのバランス。固定費減知恵をもって動ける人材教育
122	建築業	建物改修工事	安定受注をできるように取引先を増やす。
123	建築業	リフォーム設計施工、風洞さん仲介、建築設計	今後の需要拡大分野の判断
124	建築業	新築工事改装工事	社員教育の充実
125	建築業	電気通信工事業、電話ラン電気	技術を高め営業力を売りにしたい
126	建築業	新築・リフォーム・リノベーション	全社総営業に向けて、チームビルド構築
127	建築業	電気工事業	人材採用と働き方改革
128	建築業	施工管理業	現場を1人で切り盛りできる人材を育て技術力の底上げし、受注増へ。
129	建築業	工場設備(プラント)の設計・施工・メンテナンス	人材の確保と育成

具体的な力点（記述）

no	Q3_1	Q4	Q20
130	建築業	冷暖房空調機器販売、設計施工、修理	人材が見つからない。人材確保
131	建築業	給排水衛生・空調設備	理念・ビジョンに共感する人材の採用とその教育・養成
132	建築業	屋外広告業、看板屋	人材の確保
133	建築業	防水工事業、建築工事業	作業を的確にして、効率化をアップする。
134	建築業	工務店	協力業者の職員の確保
135	建築業	空調、給排気等のダクト製作、取付工事	新入社員の採用、新規外注先の採用
136	建築業	リフォーム、新築	ネットの整備で自社を発信していくこと
137	建築業	建築設計監理	新規受注先の将来性などの見さだめと仕事の拡大
138	建築業	水道施設工事業、ろ過器のメンテナンス	紹介等で取引先以外(新規開拓)に営業を行う
139	通信情報業	ITシステムの企画と開発	事業を戦略化し、雇用できる程度に機能を細分化して、収益の増大を図ること
140	通信情報業	システム開発	技術強化のため勉強会を月一に開催する
141	通信情報業	システム受託開発、システムパッケージ販売、IT機器販売、Web制作、デザイン	多忙な為、人員確保が最善。 ただ、人員を入れるほど売り上げ利益があるわけでは無いが…
142	通信情報業	社会インフラの制御ソフトウェア開発主体	IOT、AI、クラウド等の新技術を用いた顧客要求にこたえられる技術力の強化、要員不足傾向のなかでの生産性向上、新規採用が苦戦しています。予定人数確保に力を入れたい。
143	通信情報業	地図情報処理サービス業	WEB営業
144	通信情報業	ITコンサルティング、システム開発、保守	採用！
145	通信情報業	ソフトウェア開発販売	海外も視野にいれた新規事業の売上
146	通信情報業	OA機器販売とメンテナンス全般	商品の販売とメンテナンスでは利益確保が困難になる見込みの為、独自性のある加工業に力を入れる方針である。
147	運輸業	機械、機材、鋼材などをトラック、トレーラーで輸送	基本的なことを当たり前に行うこと。
148	運輸業	一般貨物自動車運送事業、貨物	今後人材確保が困難になるので定着率を高めたい
149	運輸業	荷主の在庫の保管・運輸	社員教育、販路拡大、収益改善の為現状課題解決
150	運輸業	一般貨物運送業、高齢者向け引越関連サービス業	新卒雇用者を社内全員で育てていく
151	運輸業	運送・保管・流通加工・人材派遣	上記回答の通り
152	運輸業	倉庫業	重量な取引先を増やすこと
153	運輸業	一般貨物運送	大阪以外への進出
154	運輸業	港湾運送業、自動車運送業、倉庫業、通関業	将来を見据えた人材確保、能力アップ
155	運輸業	個人宅含めた輸送業	重要荷主の1社が値上げに応じて頂いたが、本来の契約運賃が低いので、現状の水準までの引き上げに理解が頂けない。

具体的な力点（記述）

no	Q3_1	Q4	Q20
156	運輸業	リサイクル業、貿易業	固定の仕入先の確保、利益の確保
157	流通業（小売・卸含む）	印刷加工用塗料、フィルム卸。希釈剤、塗料製造	既存ユーザーへの新サービスの実行。既存商品を新規分野への拡販
158	流通業（小売・卸含む）	衣服・雑貨卸売	EC分野に一層の人的資源を投入して、直販体制を固めていく。そのための人材確保・養成も喫緊の課題。
159	流通業（小売・卸含む）	珈琲焙煎卸、食品卸、通販	①2010年後も定期的に社名をかえているため、販売先に時間とお金をかける。 ②BtoCの売上を50%にする方策を3～5年かけて行う。 ③女性が活躍できる仕事を増やす。 ④社内で行っている業務の責任を明確にし共有する
160	流通業（小売・卸含む）	ステンレス鋼薄板在庫販売 金属加工全般請負	社員教育 若年者雇用
161	流通業（小売・卸含む）	ワーキングユニフォームの卸販売	・お客様のニーズに沿った、女性目線でのご提案 ・縫製システムの確立 ・そのための資金調達
162	流通業（小売・卸含む）	生産財卸売業	従業員が若く、能力アップ
163	流通業（小売・卸含む）	和装製品卸 化粧品アクセサリ 和装製品インターネット小	既存商品の再構築
164	流通業（小売・卸含む）	ホルシェ正規販売店	法人向けレンタカー事業
165	流通業（小売・卸含む）	ユニフォーム、作業用品の製造販売	販売業はスタッフの能力の向上無くして利益は生まれません、スタッフを鍛えて行きます。具体的には社員研修やOJTによる指導の充実
166	流通業（小売・卸含む）	締結部品販売業	情報発信
167	流通業（小売・卸含む）	機械工具販売	サービスの付加価値向上
168	流通業（小売・卸含む）	防犯防災用品販売と施工	利益を上げるには、営業するしかない
169	流通業（小売・卸含む）	衣料品、衣料雑貨の輸入・卸売	卸売に加え小売業をもう一つの柱として育てる
170	流通業（小売・卸含む）	業務用食品卸販売	社内の業務効率が上がってきた。次の新しい事業をつくるための投資を行っていく。
171	流通業（小売・卸含む）	家電販売 電気工事 空調工事	売上増よりも利益増を目指す。儲からない仕事は避ける。高付加価値商品の拡販。
172	流通業（小売・卸含む）	機械工具や特殊機械部品加工の卸商社、及び、電気工事一	新規顧客(B2B)=ビジネスパートナーの増強
173	流通業（小売・卸含む）	医療機器販売	不明
174	流通業（小売・卸含む）	自動販売機オペレーター	コストを抑え、売上を伸ばし、内容の良い経営を心がける。
175	流通業（小売・卸含む）	紙製品卸販売	企業・個人への直販開拓、輸出可能な商品の開発
176	流通業（小売・卸含む）	鋼材販売業	借入金利の見直しなどの経費削減。
177	流通業（小売・卸含む）	中古建設機械、農業機械輸出	アフリカ、ロシア等新興国販路開拓
178	流通業（小売・卸含む）	総合商社	インターネットのシステムを活用した営業活動。社員研修の実施。
179	流通業（小売・卸含む）	スタンドグラス材料、内装用型ガラス卸売	積極的に関東に営業をかける。

具体的な力点（記述）

no	Q3_1	Q4	Q20
180	流通業(小売・卸含む)	OA機器(コピー機・複合機・ビジネスホン・パソコン)販売・取付・メンテナンス	弊社は販売会社で営業力が必要であるのに営業人材が足りていない。 社員を育てる仕組みがないので仕組み作りからしていかないといけない。 現状、私一人で営業から簡単な保守、事務作業全てをしている状態で 社員育成まで手を回せない状態である。 同時に知識がないので経営の基本から勉強していきたいと思っております。
181	流通業(小売・卸含む)	OA機器 販売・サービス保守	販売会社での新規顧客開拓は最も重要な課題。
182	流通業(小売・卸含む)	トラックの車輛・部品卸売業及び車輛メンテナンス・事故修理等のサービス業	情勢変化からの自社の立ち位置と人材確保・育成が最重要課題である。 魅力ある企業づくりのための投資による社員満足度アップと仕入先・同業種との連携による連合体でのお客様万造土向上。
183	流通業(小売・卸含む)	機械・工具の販売	営業員の提案力量UP
184	流通業(小売・卸含む)	医薬品、健康食品の卸売販売	売上の維持拡大、新規取引店の拡大、新規事業の模索
185	流通業(小売・卸含む)	ギフト、ノベルティグッズ 企画、製造、卸	社員の高齢化が進み、若返りが必要。仕入れ原価の上昇、価格競争の影響を受け利益減少が予測される為付加価値の高い新商品、サービスの開発が急務。また業界自体の先行きが不透明な為、新規販路の開拓も必要
186	流通業(小売・卸含む)	建設・土木資材の製造並びに販売業、高度管理医療機器等	優秀な人材確保を行い新規事業所の出店や新規事業の立ち上げを進める。
187	流通業(小売・卸含む)	輸出業	新規事業立ち上げ
188	流通業(小売・卸含む)	作業服ルート営業・小売 祭装束小売	社員教育
189	流通業(小売・卸含む)	古紙卸売	新製品・サービスの開発と社員能力アップ
190	流通業(小売・卸含む)	ネジコンサルタント業、卸売業	人材確保につながる収益向上が必須条件
191	流通業(小売・卸含む)	包装資材販売	顧客拡大
192	流通業(小売・卸含む)	旗、徽章、メダル、記念品製造卸売り	新素材への加工技術 ダイレクトプリント、3Dプリンターの活用。
193	流通業(小売・卸含む)	産業機器販売商社です。	従来の取引先だけでは発展はなく、新規取引先の開拓が必要と感じています。 また取り扱い商品も従来の商品だけではなく、付加価値のある商品提案が必要です。 同時に社員の年齢が近年若返っており、その育成をしなければいけないと思っております。
194	流通業(小売・卸含む)	ギフト販売業	仕入先が仕入れ商品の選別をより詳細に行い消費者のニーズに合う商品に注力したい
195	流通業(小売・卸含む)	ニット生地卸	売上UPが緊急課題
196	流通業(小売・卸含む)	宅配水販売・ギフト商品	社員のレベルアップ、生産性の向上
197	流通業(小売・卸含む)	アパレル小売り、販売業	店舗での対面販売はE.Cによるネット取引に流れざるを得ません。お客とのコミュニケーション力を高めて来店を促したい。
198	流通業(小売・卸含む)	鶏肉卸	既存の事業だけに頼らず新たに売上を作りたい
199	流通業(小売・卸含む)	石油製品仲介、卸売業、運送業	業界転換期に対しての順応な対策と実行あるのみ。
200	流通業(小売・卸含む)	流通加工業	社員、パートの確保が難しいため、機械化を図り、現従業員の意識を高める

具体的な力点（記述）

no	Q3_1	Q4	Q20
201	流通業（小売・卸含む）	紙全般の卸売、紙加工業、印刷化粧箱の製造販売	廃業されるお客様を見越しての経営
202	流通業（小売・卸含む）	建材料販売	技術の継承
203	流通業（小売・卸含む）	LPガス販売、卸売、それに追従するガス工事	仕入れ、支払いサイトの見直し
204	流通業（小売・卸含む）	被服販売業	得意先の拡大
205	専門サービス業（士業の方）	税理士業	新戦力としての社員採用をいつ、どのレベルに求めるか検討中
206	専門サービス業（士業の方）	税務会計	営業力の強化
207	専門サービス業（士業の方）	都市計画・まちづくりの調査計画、建築・土木・ランドスケープ	10年20年先を考えたビジネスの方向性や働き方に関する取り組みを少しずつでも実施していくこと。
208	専門サービス業（士業の方）	経営コンサルティング、セミナー講師、行政書士許認可業	行政書士業務の確保
209	専門サービス業（士業の方）	弁護士業務	今年度新卒採用を予定
210	専門サービス業（士業の方）	民事・刑事法律業務一般	顧問先を増やす。従業員のスキルをアップする仕組みを作る
211	専門サービス業（士業の方）	経営革新等支援機関でう	新規事業を立ち上げることによって生産性の向上を図ります
212	専門サービス業（士業の方）	税理士業	IT化のさらなる進展
213	専門サービス業（士業の方）	コンサルタント	新規事業
214	専門サービス業（士業の方）	総合知的保護サービス及び新商品開発コンサルティング	高品位なサービスを通じてブランディングを行い、唯一無二の総合知的保護サービス及び商品開発コンサルティングの可能な事務所になる。
215	専門サービス業（士業の方）	弁護士	専門性をアップする
216	専門サービス業（士業の方）	法律業務	経営理念の作成（事務所の方向性、特色を対外的に打ち出したい）
217	専門サービス業（士業の方）	社会保険労務士業	ICTの導入（Webアプリ、テレワーク導入のためのシステム構築等）、既存顧客に対するサービスの充実、他事務所がやりたがらない業務の特化
218	専門サービス業（士業の方）	ITシステムの設計・構築・運営。ITのコンサルティング	分かりやすい品揃えをする
219	専門サービス業（士業の方）	企業の経営相談を主事業としています。主に金融支援・資金調達を主としながら、起業・創業に伴う事業計画策定支援のほか、事業再生・承継に係る計画・実行支援等を専門分野としています。	経営コンサルティングの間口を広く持ち（敷居を下げ）、かつ報酬単価の維持を図るため、重要管理顧客の存在と目下の計画を常に見直し維持しつつ、相乗効果を期待出来る新規事業の創出（例：軽飲食やサロン等の人を呼び集め、結び付けていける様な場の創出等）を計画しています。
220	専門サービス業（士業の方）	税理士業務、コンサルタント業務	個々人の対外的なスキルアップ、各自の生産性の向上、各人の専門的能力のアップ
221	専門サービス業（士業の方）	財務コンサルティング	顧客ニーズに合うような営業・社員能力のアップを図るための研修などをしていく。
222	専門サービス業（士業の方）	税理士業務	社員教育
223	専門サービス業（士業の方）	司法書士業務	士業は所長の「顔」が重要であり、その「顔」を広げていく行動をする。
224	専門サービス業（士業の方）	ファイナンシャルプランナー	知識の向上による顧客満足度アップ
225	専門サービス業（士業の方）	司法書士、行政書士	規模拡大路線から、地域一番路線へ変更
226	専門サービス業（士業の方）	社会保険労務士	差別化を図ってコンサル業務を検討したい

具体的な力点（記述）

no	Q3_1	Q4	Q20
227	専門サービス業(土業の方)	登記業務	顧客の獲得
228	専門サービス業(土業の方)	税理工業務	組織拡大のために
229	専門サービス業(土業の方)	経営診断、コンサルティング、起業支援	プロとしての経験値の向上
230	専門サービス業(土業の方)	社会保険労務士業	介護事業所向けに新しいサービスを考えている
231	専門サービス業(土業の方)	税理士	将来ビジョンの確立
232	専門サービス業(土業の方)	5S活動のコンサルティング	製造業が頭打ちになるという予測の元、弊社では、少人数の会社にも対応した、システムの整理なども手掛けていきたいと思っています。
233	専門サービス業(土業の方)	税理士事務所	時間あたりの粗利のアップ
234	専門サービス業(土業の方)	労務管理業	人脈
235	専門サービス業(土業の方)	経営コンサルティング、人事制度構築、人材教育	新商品の開発と新市場分野の進出
236	専門サービス業(土業の方)	企業の労務管理関係	承認をどう進めるべきか
237	サービス業	筋肉矯正健康法 文化教室	筋肉が疲労物質でいっぱいになると固くなり、神経や血管を圧迫してくるので、不調や痛みがおこるということをいろんな人に知ってもらえるようにする。
238	サービス業	サポータティブハウスという支援付き共同住宅。住み慣れた地	この地域の行く先が見えてこない。どこに力点をおいて進んでいくか決めかねる。
239	サービス業	グラフィックデザイン業。電気設備工事業。	グラフィックは営業力の強化、電気工事は人材の確保が必要。
240	サービス業	保険代理店	人材の採用・教育・定着化
241	サービス業	WEBサイト制作、システム制作、アプリ開発	来年春に東京支店の進出で、その人材を新卒内定を出し現在インターン生として教育中。
242	サービス業	販促支援(イベントプロデューサー/SNS運用管理)・商業施設向けの研修等・ブライダルプロデューサー	リアルなイベントプロデューサーなどからデジタルメディアなどを活用したOtoOなど、利益率の高いサービス領域への拡大とそれに伴う人材確保
243	サービス業	人材育成教育	企業に役立つ人材教育のサービスの開発
244	サービス業	ソフトウェア設計、製作、コンサルティング	年内に技術力のある人材を採用し規模の拡大を図ることを目指しています。
245	サービス業	障害福祉サービス	多能工化を図る
246	サービス業	産業廃棄物処理	新規設備
247	サービス業	美容室	社員一人一人の仕事の効率化
248	サービス業	財務勉強会 ビジネスマッチング	全てお客様から頂いた対価で、会社も私達の生活も回っている事の強い認識に元ずき、労使も経営も組み立てている事
249	サービス業	情報サポート事業	マーケティングの強化
250	サービス業	葬儀法要全般	受注件数、売上単価が見込めないため、従業員を確保したうえで経費削減に努めます。
251	サービス業	From pape to webをモットーにトータルでお客様をサポート	人材不足により、営業力が不足。次の一手が後手になる
252	サービス業	障害福祉	組織力の強化

具体的な力点（記述）

no	Q3_1	Q4	Q20
253	サービス業	企業、幼稚園、中学校向けの給食弁当の製造及び、販売	3年後の本社移転もしくは改修、更には東京進出に伴う新規事業の確立に向けて、いかに人材を確保し、育成していくか。
254	サービス業	保険代理店業	商品知識の強化
255	サービス業	受配電設備の試験・改造・保守	技術の継承
256	サービス業	国内 海外旅行 付帯業務全般 損害保険代理店	インドネシアでの受注拡大
257	サービス業	不動産業	金融機関からの借入強化
258	サービス業	介護福祉事業	社員教育と人材採用の強化
259	サービス業	石材の海上輸送及び輸入、国内配送	地道な営業活動を進めていく
260	サービス業	パソコン保守及びOA機器販売	粗利の確保と雇用
261	サービス業	飲料用貯水タンク修理	新卒・中途採用を問わず人材の確保
262	サービス業	WEBサイトの企画・制作	社員のスキルアップ計画に基づいて、フォローアップしていく。事業計画完遂のための営業時間の確保。事業計画の達成と時短とのバランス調整難しく、推進難航・・・。
263	サービス業	FP、保険事業	特になし
264	サービス業	障害者就労支援 金属リサイクルなど	生産性アップ、資金確保を優先課題である。
265	サービス業	高齢、障害、保育等の社会福祉事業	法人内外の環境変化に対して、将来ビジョンの確立
266	サービス業	飲食店で使用している業務用食洗機の定期メンテナンス業	月額5〜20万円元上規模の新規取引元を増や9、又は、既存顧客へのサポート強化による売上向上を図る
267	サービス業	障害福祉サービス事業	任せられる従業員の教育、採用
268	サービス業	不動産売買の仲介業	不動産売却顧客の獲得増
269	サービス業	化粧品、健康食品の各種評価	ビックデータを用いた事業の横展開
270	サービス業	不動産全般 買取 仲介	不動産業の場合、急騰している市場に警戒感があり従来と同じ方向性を持たず、別のことも考える事業者がいるようです。その際、どのようなニーズが改めて出てくるのか？把握することが必要かと思えます。
271	サービス業	異業種協同組合 共同購入事業、福利厚生事業、外国人技	取引先等の要望やニーズに応えるために社員能力の向上が必要。
272	サービス業		社会保険料の高騰がしんどい
273	サービス業	不動産仲介 管理 不動産コンサルティング	人材採用(幹部社員候補)
274	サービス業	生命保険代理店	マーケットの見直し
275	サービス業	生保損保	お客様のニーズを的確に捉えること
276	サービス業	介護事業	次の建物で人材採用(7名を予定)の促進
277	サービス業	時間貸し駐車場等の企画開発・不動産コンサルティング	新規事業に参入する。宅建業取得後、人材雇用する。

具体的な力点（記述）

no	Q3_1	Q4	Q20
278	サービス業	総合人材サービス「一般労働者派遣事業・有料職業紹介事業」 LED照明機器、樹脂コーティング材の提案と販売	①人材採用と教育、幹部社員養成による組織力を強化 ②新規事業の立ち上げとビジョンや方向性 ③日本高強度環境調和型樹脂の協会設立と運営のビジョンや方向性
279	サービス業	WEBサイト企画制作、ロゴなどデザインほか	新たなユーザーのニーズをいち早く掴む努力
280	サービス業	ビル・マンション・工場の管理、インテリアデザイン・施工・監理	後継者問題の解決のためにも、安定した利益の確保が必要となる。
281	サービス業	人材派遣業	社員の能力アップによる、人選と派遣先への導入速度のアップ。募集から人材の採用効率を上げることで販管費を抑制する。 新規販路の開拓は、派遣効率の良い市場を模索し、仕組化することが急務
282	サービス業	飲食店経営	地域が変化しつつあるため、今までの知識技術を生かして地域のニーズに応えうる新業態を立ち上げていく
283	サービス業	エステティックサロンの経営	助成金などを利用して社員のスキルアップ研修実施等
284	サービス業	風水鑑定、運勢鑑定、イベント、セミナー、企画実施	既存サービスの見直しと新サービス充実
285	サービス業	保険代理店、FPコンサルティング	マーケット開拓はできつつあるので底を回れる人材がほしい
286	サービス業	タレントプロダクション、制作会社、人材派遣	人材に関する課題が多いので育成か採用に力を入れている
287	サービス業	編集デザイン企画	全社員の協力で時間外労働の削減
288	サービス業	障害者・福祉サービス業	10月より新事業として、計画相談事務所の立ち上げを目指す
289	サービス業	企業研修。コーチング	ネット中心に営業力強化
290	サービス業	広告の企画・制作	新規開拓
291	サービス業	輸入・国産車の修理、板金	現状持っている技術の他社への売り込み、ワンランク上の仕事をしていく為の技術力・社員スキルUP
292	サービス業	システム開発業	システム開発スタッフの強化が重要課題です
293	サービス業	経営者サポート	売上及び利益増に力点を集中させます
294	サービス業	不動産賃貸、管理、仲介業、飲食業	継続した社員教育から戦略立てた営業展！！採用から教育、営業！
295	サービス業	金融業	事務の効率化を図り、営業活動時間の拡大を図る
296	サービス業	不動産等のコンサル業他	専門知識と業務フィールドの多忙化
297	サービス業	在庫計画パッケージの販売と在庫コンサルティングサービス	会社の組織化
298	サービス業	科学技術に関するコンサルティング事業、公共工事技術支援、技術士受験、EA21支援、省エネ申請支援	EA21支援授業→中小企業の登録時業者の確保、新規登録事業者の確保と既事業者との継続契約。省エネ等支援事業→新規支援事業者の確保、技術士育成事業→技術士受験セミナー受講者の確保。
299	サービス業	包装資材販売など	より地域に密着するため、地元での若手の採用を目指している
300	サービス業	財務コンサル、マーケティングコンサル	生涯教育・学習のプラットフォーム構築
301	サービス業	訪問介護業	本店を移転し、新規事業の立ち上げを計画中
302	サービス業	司法書士業務(不動産登記手続、法人登記手続、相続手続)	成年後見の分野の開拓と新しい得意先を増やすこと。

具体的な力点（記述）

no	Q3_1	Q4	Q20
303	サービス業	障害者福祉	とにかく人の確保と定着
304	サービス業	広告業	社員教育、インサイドセールス
305	サービス業	自動車整備業	最後はやっぱり人と思うから
306	サービス業	保険代理業	販路拡大
307	サービス業	焼き鳥居酒屋	人手不足による技術力の衰退を防ぎたい

【特別項目】

1. 消費税増税についてお尋ねします

1) 2019年10月より消費税率が8%から10%へ増税予定ですが、自社経営における影響は？（複数回答可）

回答数

	製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業 (土業)	サービス業	合計
1 価格転嫁できるか不安	19	6	0	0	13	3	14	55
2 購買意欲の減少	8	5	0	1	6	2	13	35
3 売上の減少	51	17	1	5	29	9	37	149
4 利益の減少	6	2	0	2	5	2	8	25
5 取引先からの値引き要請	19	7	0	0	8	2	7	43
6 駆け込み需要の増加	61	22	3	12	42	6	29	175
7 影響はない	16	8	3	0	8	22	29	86
8 わからない	45	9	1	6	13	12	28	114
9 その他	6	1	2	0	2	1	4	16
本設問回答企業数	162	52	10	18	77	53	127	499

割合

	製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業 (土業)	サービス業	合計
1 価格転嫁できるか不安	11.7%	11.5%	0.0%	0.0%	16.9%	5.7%	11.0%	11.0%
2 購買意欲の減少	4.9%	9.6%	0.0%	5.6%	7.8%	3.8%	10.2%	7.0%
3 売上の減少	31.5%	32.7%	10.0%	27.8%	37.7%	17.0%	29.1%	29.9%
4 利益の減少	3.7%	3.8%	0.0%	11.1%	6.5%	3.8%	6.3%	5.0%
5 取引先からの値引き要請	11.7%	13.5%	0.0%	0.0%	10.4%	3.8%	5.5%	8.6%
6 駆け込み需要の増加	37.7%	42.3%	30.0%	66.7%	54.5%	11.3%	22.8%	35.1%
7 影響はない	9.9%	15.4%	30.0%	0.0%	10.4%	41.5%	22.8%	17.2%
8 わからない	27.8%	17.3%	10.0%	33.3%	16.9%	22.6%	22.0%	22.8%
9 その他	3.7%	1.9%	20.0%	0.0%	2.6%	1.9%	3.1%	3.2%
本設問回答企業数	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

2) 消費税増税を契機に、自社で対応・検討していることは何ですか？（複数回答可・3つまで）

回答数

	製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業 (土業)	サービス業	合計
1 価格転嫁対策(顧客との関	36	28	3	2	26	12	28	135
2 契約前倒し・請負契約・長	3	3	0	1	0	0	2	9
3 システムの更新(会計シス	5	1	1	3	8	1	5	24
4 表示方法(内税・外税)の変	2	1	0	0	1	0	8	12
5 コスト見直し	69	11	2	7	30	12	40	171
6 製品の高付加価値化	56	6	0	0	23	12	21	118
7 新市場開拓	24	4	1	3	10	6	23	71
8 生産性向上	53	9	0	1	5	11	19	98
9 社内体制の見直し	19	5	1	6	3	6	17	57
10 その他	8	1	2	2	4	3	16	36
本設問回答企業数	143	45	9	15	68	42	107	429

割合

	製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業 (土業)	サービス業	合計
1 価格転嫁対策(顧客との関	25.2%	62.2%	33.3%	13.3%	38.2%	28.6%	26.2%	31.5%
2 契約前倒し・請負契約・長	2.1%	6.7%	0.0%	6.7%	0.0%	0.0%	1.9%	2.1%
3 システムの更新(会計シス	3.5%	2.2%	11.1%	20.0%	11.8%	2.4%	4.7%	5.6%
4 表示方法(内税・外税)の変	1.4%	2.2%	0.0%	0.0%	1.5%	0.0%	7.5%	2.8%
5 コスト見直し	48.3%	24.4%	22.2%	46.7%	44.1%	28.6%	37.4%	39.9%
6 製品の高付加価値化	39.2%	13.3%	0.0%	0.0%	33.8%	28.6%	19.6%	27.5%
7 新市場開拓	16.8%	8.9%	11.1%	20.0%	14.7%	14.3%	21.5%	16.6%
8 生産性向上	37.1%	20.0%	0.0%	6.7%	7.4%	26.2%	17.8%	22.8%
9 社内体制の見直し	13.3%	11.1%	11.1%	40.0%	4.4%	14.3%	15.9%	13.3%
10 その他	5.6%	2.2%	22.2%	13.3%	5.9%	7.1%	15.0%	8.4%
本設問回答企業数	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

3) 消費税増税に関して自社だけでは対応が難しいこと、支援等の要望があればお書きください。

no	Q3_1	Q4	Q23
1	製造業	めっき業	先食いの景気対策をお願いしたい(助成金等)
3	製造業	金属プレス加工	色々な情報を教えてください。
4	製造業	ちょうちん製造加工販売	市場の縮小
5	製造業	プリント基板および樹脂・金属等各種薄板切削加工	法律が不公平。輸出がある大企業に有利な税制
6	製造業	ろ過装置の製造、販売	分かりません
7	製造業	食肉製品製造、加工、卸売り業	前回の際にも言える事ですが一時的に売り上げが落ちますので、公的な対策融資の強化策を構築して頂きたい!
8	製造業	プラ型、彫刻造形	この国のものづくりへの対応と支援を全世界的に広げないと大変なことになると思う。日本は見捨てられつつある
10	製造業	各種ポンプ等製造販売	資金繰りに問題をきたすことなきよう金融機関に柔軟な対応を望む
11	製造業	工業用各種アルミ・ステンレス製品の設計、製造、加工、販売	増税後、国内需要が落ち込むのはほぼ確実と思う。そもそも増税がこのタイミングで必要なのか、政府に対し、働きかけていただきたい。
13	製造業	金属製品加工	消費税だけでなく他の税金も増える中で弊社の規模での負担は増すばかりです。消費の落ち込みがあればさらに悪化する事を危惧しています。
16	製造業	ワイヤーハーネス製造 炊飯器温度センサー組立 電子部	輸入時に、消費税の支払いがある。還付されるまでの金額が多くなる事が問題。
19	製造業	フレキシブルシャフト製造	生活必需品、教育品の減税。
20	製造業	産業機器関連のプラスチック部品の製造・販売を行っている	軽減税率導入後、併せて予定されているインボイス方式導入による企業側の事務負担の増加
21	製造業	学校体育器具、トレーニング器具製造	日本全体が、良くなる、党利党略・私利私欲のない施策を望みます。
25	製造業	樹脂加工 アクリルディスプレイ及びサイン製作施工	増税後の消費意欲の低迷は避けられないと考えているが、売上減少(受注減)による影響をどうやって対応し経営の維持を図るのか、指標するものが見えない。
26	製造業	プラスチック、電気、応用商品、開発製造販売	お客さんによっては、かけこみ注文があると思うのでどこまで対応できるか
27	製造業	塗装用刷毛ローラー用品の製造販売卸	良く解らない
28	製造業	金属製品製造業(板金、溶接・組立)	増税後の消費の落ち込みは避けられないと思う。そもそも増税自体が必要なのか?できることなら増税先送り(または増税そのものの廃止)を要請してほしい。
29	製造業	各種歯車及び歯車関連部品の製造・加工	世の中の波やうねりを急な受注増または受注減に対する対応。
30	建築業	建築鉄骨業	実施までの一時的需要の増加があっても、後が心配
34	建築業	防水工事業 塗装工事業 内装仕上げ業 建築工事業(業者登録)	税込み価格に対して値引き交渉があるので、内税表示をやめさせてほしい。本体価格+消費税預り金であることを政府から啓発してほしい。
35	建築業	配管機器設備工事	サービス部門では 住宅団地内の住民に対して集金を依頼している為 金額の変更や端数金額の集金に難色を示される。
36	建築業	リフォーム設計施工、風洞さん仲介、建築設計	増税延期
37	建築業	知的障害者施設の新築・リフォーム	消費税が5から8%に上がってから、消費動向はずっと下落しており、日本経済特に大阪の景況は酷い。その対応策が「カジノ」!?ええかげんにして!
39	通信情報業	システム受託開発、システムパッケージ販売、IT機器販売、	顧客のシステム更改が多く来そうだが人員がいらない

3) 消費税増税に関して自社だけでは対応が難しいこと、支援等の要望があればお書きください。

no	Q3_1	Q4	Q23
41	運輸業	一般貨物自動車運送事業、貨物	景気の乱高下を避ける政策を
43	流通業(小売・卸含む)	珈琲焙煎卸、食品卸、通販	軽減税率はコストアップに繋がるため、必要がない。
44	流通業(小売・卸含む)	締結部品販売業	手形決済の廃止
45	流通業(小売・卸含む)	業務用食品卸販売	システムの変更など経費負担を軽減してほしい。
49	流通業(小売・卸含む)	OA機器 販売・サービス保守	消費税増税に対する顧客認知は高いと思われるので、増税までの駆け込み需要を促進したい。
52	流通業(小売・卸含む)	医薬品、健康食品の卸売販売	駆け込み需要とそれに伴う、売上への影響。
54	流通業(小売・卸含む)	ギフト販売業	消費税増税時の新しい請求書システムの導入の詳細を知りたい
56	流通業(小売・卸含む)	青果をメインとした総合食品業	まだ具体的にうごいていないので、どこまで対応するのかつかめていない
57	専門サービス業(士業の方)	税理士業	間違いなく理解し処理できる会社が少ない
58	専門サービス業(士業の方)	税理士業	軽減税率導入による業務の煩雑化
59	専門サービス業(士業の方)	総合知的保護サービス及び新商品開発コンサルティング	経営者同士の協働
63	専門サービス業(士業の方)	企業の経営相談を主事業としています。主に金融支援・資金	下請法の強化と下請け駆け込み寺等支援機関の認知向上及び機能強化
64	専門サービス業(士業の方)	税理士事務所	複数税率の廃止、簡便化
65	専門サービス業(士業の方)	税理士	軽減税率が実施され、H35年10月以降の面倒くさはなくして欲しい
71	サービス業	広告企画デザイン ウェブ制作	ある意味、あきらめています
74	サービス業	障害福祉	分かりません
76	サービス業	国内 海外旅行 付帯業務全般 損害保険代理店	旅行業業界全体での表記方法や 大きく言えば反対運動の展開
77	サービス業	不動産業	材料費・人件費高騰の影響を仕入価格を抑えることに反映出来ないこと
78	サービス業	石材の海上輸送及び輸入、国内配送	高額商品のため、購買意欲の低下が見込まれます。補助金などの制度を創設してもらいたい
80	サービス業	障害者就労支援 金属リサイクルなど	仕事の継続及び確保を事前に進める
81	サービス業	不動産売買の仲介業	低所得者ほど負担割合が増える消費税は不公平なうえ、企業がそのために負担するコストも余計なものなので、廃止する方向で運動をすべきと思う。
82	サービス業	異業種協同組合 共同購入事業、福利厚生事業、外国人技	国内全体の消費の冷え込み
83	サービス業	シンクタンク、都市計画コンサルタント、建築設計	消費税が8%から10%に値上げされると、日本の経済はさらに落ち込むことが危惧される。消費税の増税でなく、大企業の内部留保をはきださせる政策の具体化等が必要と考える。
85	サービス業	総合人材サービス「一般労働者派遣事業・有料職業紹介事	わからない
86	サービス業	人材派遣業	生活必需品の消費税低減措置
87	サービス業	障害者・福祉サービス業	内税と外税があるので、変更を行うか、検討する
89	サービス業	不動産業。土地の買い取り・開発造成。収益マンション、工場	売上ダウンによる国(保証協会)からの運転資金

2. 人材確保・採用についてお尋ねします

1) 自社において人員は充足していますか？

回答数

	製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業 (土業)	サービス業	合計
1 充足している	47	15	5	6	35	24	43	175
2 充足していない	109	38	5	11	41	29	78	311
本設問回答企業数	156	53	10	17	76	53	121	486

割合

	製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業 (土業)	サービス業	合計
1 充足している	30.1%	28.3%	50.0%	35.3%	46.1%	45.3%	35.5%	36.0%
2 充足していない	69.9%	71.7%	50.0%	64.7%	53.9%	54.7%	64.5%	64.0%
本設問回答企業数	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

2) 人材確保・採用の内容について、下記よりご選択ください (複数回答可)

回答数

	製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業 (土業)	サービス業	合計
1 新卒採用	75	26	4	5	26	10	35	181
2 中途採用	120	37	9	15	53	20	66	320
3 非正規採用	30	7	1	4	14	5	18	79
4 外国人労働者の採用	28	8	2	3	2	0	9	52
5 高齢者の採用(再雇用等)	25	8	1	4	13	2	11	64
6 女性の活用	37	6	3	7	16	14	25	108
7 障がい者雇用	13	1	1	1	3	1	4	24
未回答	5	5	1	1	1	18	1	32
本設問回答企業数	157	48	9	17	77	39	127	474

割合

	製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業 (土業)	サービス業	合計
1 新卒採用	47.8%	54.2%	44.4%	29.4%	33.8%	25.6%	27.6%	38.2%
2 中途採用	76.4%	77.1%	100.0%	88.2%	68.8%	51.3%	52.0%	67.5%
3 非正規採用	19.1%	14.6%	11.1%	23.5%	18.2%	12.8%	14.2%	16.7%
4 外国人労働者の採用	17.8%	16.7%	22.2%	17.6%	2.6%	0.0%	7.1%	11.0%
5 高齢者の採用(再雇用等)	15.9%	16.7%	11.1%	23.5%	16.9%	5.1%	8.7%	13.5%
6 女性の活用	23.6%	12.5%	33.3%	41.2%	20.8%	35.9%	19.7%	22.8%
7 障がい者雇用	8.3%	2.1%	11.1%	5.9%	3.9%	2.6%	3.1%	5.1%
本設問回答企業数	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

3) 2018年度上半期(4~9月)までの採用実績と2018年10月~3月の採用希望数についてご記入ください。

回答者数

	製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業 (土業)	サービス業	合計
実績	A正社員							
	0人	67	32	5	7	51	88	301
	1人~4人	86	17	4	15	36	8	222
	5人~9人	8	3	1	1	4	1	25
	10人以上	1	1	0	1	2	0	6
	B非正規社員							
	0人	48	38	9	13	57	52	314
	1人~4人	41	13	1	3	16	5	104
5人~9人	6	2	0	1	4	0	18	
10人以上	1	0	0	1	1	0	4	
予定	C採用希望数							
	0人	53	22	3	4	39	73	233
	1人~4人	95	29	6	10	34	46	237
	5人~9人	9	2	1	3	4	7	27
	10人以上	4	0	0	1	1	2	8

4) 人材の採用と定着をすすめるために取り組まれていること（取り組もうとしていること）は何ですか？（複数回答可）
回答数

	製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(士業)	サービス業	合計
1 賃金アップ	60	22	1	13	22	10	27	155
2 新卒採用への挑戦	44	11	1	3	8	4	15	86
3 採用活動への積極投資	27	5	1	4	8	3	17	65
4 働く環境の改善(有給取得推進・休暇制度等)	92	21	2	9	38	17	49	228
5 採用に向けた広報強化(HP/SNS等)	35	6	2	4	9	3	16	75
6 経営基盤の強化(財務指標改善)	31	7	1	5	22	12	28	106
7 社員教育への積極投資	46	15	4	6	17	13	40	141
8 多様な人材の受け入れ	49	7	2	7	11	4	31	111
本設問回答企業数	159	51	10	17	73	52	123	485

割合

	製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(士業)	サービス業	合計
1 賃金アップ	37.7%	43.1%	10.0%	76.5%	30.1%	19.2%	22.0%	32.0%
2 新卒採用への挑戦	27.7%	21.6%	10.0%	17.6%	11.0%	7.7%	12.2%	17.7%
3 採用活動への積極投資	17.0%	9.8%	10.0%	23.5%	11.0%	5.8%	13.8%	13.4%
4 働く環境の改善(有給取得推進・休暇制度等)	57.9%	41.2%	20.0%	52.9%	52.1%	32.7%	39.8%	47.0%
5 採用に向けた広報強化(HP/SNS等)	22.0%	11.8%	20.0%	23.5%	12.3%	5.8%	13.0%	15.5%
6 経営基盤の強化(財務指標改善)	19.5%	13.7%	10.0%	29.4%	30.1%	23.1%	22.8%	21.9%
7 社員教育への積極投資	28.9%	29.4%	40.0%	35.3%	23.3%	25.0%	32.5%	29.1%
8 多様な人材の受け入れ	30.8%	13.7%	20.0%	41.2%	15.1%	7.7%	25.2%	22.9%
本設問回答企業数	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%