

大阪同友会定点景況調査集計（2012年1月～3月期）

期間：2011年12月17日～2012年3月23日

対象者：2863名

回答数：468名

P 1 : 大阪産構研コメント

P 2～3 : アンケート原紙

業種別集計・全体集計

P 4 : 売上動向～利益動向

P 5 : 採算状況～銀行の対応

P 6 : 増加の要因（選択・記述）

P 1 2 : 減少の特徴（選択・記述）

P 1 5 : 経営上の問題点・対策に関して（選択・記述）

P 2 8 : 前回までとの比較（売上・利益）

P 2 9 : 力点比較（売上ベース）

P 3 3 : 大阪府に対しての要望

P 3 9 : 制度融資に関して

P 4 3 : 社会保障と税についての意見

大阪産業構造研究会部長 三木得生

摂南大学経済学部准教授 田中幹大

大阪市立大学創造都市研究科准教授 立見淳哉

1. 売上動向について

売上動向について、前期比で「増加」としている会員が32.9%、「横ばい」が38.1%、「減少」が29.0%であり、前年同期比では「増加」が41.4%、「横ばい」が32.5%、「減少」が26.1%であった。DI値の変化では、前期比について、前回調査で7.7であったのに対し今回調査では3.9となり、前年同期比について、前回調査では3.0であったのに対して今回が15.3となった。前期比では改善傾向が小幅になりつつあるが、前年同月比では昨年の震災以降の調査(2011年4月以降)でもっとも良い値となっている。

全体として売上増加の要因については、「新商品のサービスが徐々に浸透してきたため」、「他社がやっていない新規事業。景気の好転」、「新規開拓とパイプの太い得意先のアイテムを戦略的に見直した」、「自社の強みを従来と少し違う販路(同業他社)などに広報し、新規開拓が進む」など、新規事業に関する記述が多かった。

売上減少については、「新商品の開発ができていない。新規販路の開拓ができていない」、「新規顧客の不足...」、「国内の仕事量が明らかに減っている。直接的な原因は大手メーカーの生産拠点の海外シフトが主であることに間違いはない」など、従来の取引先の仕事が減少し、新商品開発や新規販路開拓などができていないことを要因としている記述が多かった。

業種別にみた場合、サービス業、流通業では新規事業と社員育成が売上増加要因であったとする記述が多かった。建築業では前期比出、売上・利益ともに増加している会員が多かったが、その要因はサービス業同様に新規事業と社員育成にあったとする記述が多かった。製造業では、新規事業に関する記述のほかでは、「タイ洪水の応援生産」などの特殊要因も挙げられていた。運輸業については、前期比でDI値が大幅に悪化しているが、これはデータ数の少なさが影響している。

2. 2011年度の大阪府中小企業家同友会景況調査

昨年の東日本大震災以降、多くの会員がその負の影響を被ることとなり、そのことは、これまでの景況調査における売上動向の数値や売上減少要因に関する記述で示されてきた。震災から1年が経過し、現在も震災の影響を受けている会員がいるものの、全体としては震災の影響からは脱してきている。しかし、震災の影響がなくなりつつある反面で、取引先の海外移転、輸入品との競合などにより国内の従来の仕事が減少し、新商品開発や新規販路開拓、あるいはそのための人材育成、社員教育などをどのように進めるかが課題となっている。あらためてリーマンショック以来の課題が突きつけられていると言える。

リーマンショック後に直面してきた課題に対する経営的対応の成果は、震災の影響により表れるのが遅れたとはいえ、今回の景況調査でも確認できるようになっている。しかし、経営的対応を実行することが難しい会員や、あるいは対応はしてきていても、それが結果につながらない会員もあるだろう。そうしたことも、今回調査の売上動向に反映していると考えられる。

今後の経営上の力点を尋ねた設問では、「営業力の拡大」「新規販路分野開拓」「社員能力のアップ」に回答が集中している。この点は、以前の景況調査と同様の傾向である。今回、売上の増減別(前年同月比)に回答をみると、傾向に大きな違いはないものの、「新規販路分野開拓」では売上減少会員の方がより高い回答割合となっていた。また、自由記述欄をみても、売上が減少している会員は、自らが置かれている状況に対して何も行動していないわけではなく、むしろ新規販路の開拓や取引先の拡大を意識して、経営的対応をおし進めている場合が多いのではないかと考えられる。しかし、そうした会員の取り組みは、現時点では未だ、結果に結びついていないのではないだろうか。

国内の仕事量の縮小傾向は大きく変わらないであろうし、これからは電力・節電問題が加わり、ますます経営環境が厳しくなることが予想される。そのなかで、会員はそれぞれ商品開発や新規販路開拓など新規事業を検討しなければならない状況下にある。しかし、新規事業の展開が売上増などの結果に結びつく場合とそうでない場合とがあり、両者の間では何が違うのかを今後検討していくことが求められるであろう。さらに会員相互に学びあっていく必要があると思われる。



第5回大阪同友会定点景気調査

支部 _____ 氏名 _____

FAX 番号 : 06-6941-8352

【1】 業種・生産形態について

(1) 貴社の業種を1つお選び下さい

1. 製造業 2. 建築業 3. 通信情報業 4. 運輸業 5. 流通業 6. 専門サービス業 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) 上記(1)で「1. 製造業」と回答した方にお尋ねします。生産形態(分業上の位置づけ)について、以下のの中から一つ選び○印をお入れ下さい。「その他」に該当する場合は具体的にご記入下さい

1. 自社製品・自社ブランド製品の生産 2. 下請生産(自社で図面を作成) 3. 賃加工業(受注先から図面支給)
 4. 独立した加工専門業(受注先から図面を支給されるが、独自技術等を保有)
 5. その他 ()

【2】 売上・利益について(※2012年度1月～3月期(予測)を元にご回答下さい)

(1) 売上・利益の動向について、該当する項目に○印をつけてください

①売上	前期比(10～12月): 増・横・減	前年同期比: 増・横・減
②利益	前期比(10～12月): 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・悪化・底入れ	
④資金繰り	楽・普通・苦しい	
⑤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、以下の要因の内にて該当する全ての番号に○をつけてください

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	資金手当て順調
3	コストダウン・生産性アップ	9	販売・受注価格の上昇	15	他社との競合関係の改善
4	新規販路・新分野の開拓	10	出店・規模の拡大	16	人件費、経費の削減
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ください

--

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	人件費・経費の増加
2	輸入の増加	8	公共事業の削減
3	輸出の減少	9	季節的要因
4	他社との競合状態の悪化	10	資金難・借入困難
5	販売・受注価格の減少	11	その他 ()
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

--

【3】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 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) 上記を選択された理由を具体的にご記入下さい

--

【4】特別項目

下記項目は大阪同友会で毎年作成されている「大阪府に対する中小企業政策に関する要望と提言」の土台となります。

① 大阪府に対してあなたの業界で困っていることや悩み・問題点を解決するために「こうして欲しい」「こうあれば良いのに」というご提案がありましたらご記入下さい。

--

② 「大阪府の制度融資に関して、困っていることや悩み・問題点をあげて頂き、その改善提案がありましたらご記入下さい。

--

③ 政府は社会保障と税の一体改革を進める中で、消費税を10%にあげることを検討しています。この点において自社にどのような影響が出るとお考えですか？ご記入を宜しくお願い致します

--

大阪同友会定点景況調査集計2012年1月～3月期

業種別集計

468名回答

(サービス業:87名 運輸業:16名 建築業:45名 製造業:138名 専門サービス業:80名
通信情報業:12名 流通業:52名 空白:38名)

【2】売上・利益について

(1) 売上・利益の動向に関して

売上動向

前期比

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	25	28.7%	35	40.2%	27	31.0%	87
運輸業	4	25.0%	4	25.0%	8	50.0%	16
建築業	17	38.6%	12	27.3%	15	34.1%	44
製造業	49	36.0%	46	33.8%	41	30.1%	136
専門サービス業	29	37.2%	34	43.6%	15	19.2%	78
通信情報業	4	33.3%	6	50.0%	2	16.7%	12
流通業	14	27.5%	21	41.2%	16	31.4%	51
(空白)	9	25.7%	17	48.6%	9	25.7%	35
総計	151	32.9%	175	38.1%	133	29.0%	459

前年同期比

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	29	35.4%	34	41.5%	19	23.2%	82
運輸業	6	37.5%	5	31.3%	5	31.3%	16
建築業	19	46.3%	8	19.5%	14	34.1%	41
製造業	54	40.6%	37	27.8%	42	31.6%	133
専門サービス業	32	45.1%	24	33.8%	15	21.1%	71
通信情報業	4	36.4%	4	36.4%	3	27.3%	11
流通業	22	44.0%	17	34.0%	11	22.0%	50
(空白)	15	45.5%	13	39.4%	5	15.2%	33
総計	181	41.4%	142	32.5%	114	26.1%	437

利益動向

前期比

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	24	27.6%	35	40.2%	28	32.2%	87
運輸業	4	25.0%	3	18.8%	9	56.3%	16
建築業	14	32.6%	13	30.2%	16	37.2%	43
製造業	40	29.6%	42	31.1%	53	39.3%	135
専門サービス業	25	32.9%	31	40.8%	20	26.3%	76
通信情報業	3	25.0%	6	50.0%	3	25.0%	12
流通業	12	23.5%	20	39.2%	19	37.3%	51
(空白)	7	20.0%	18	51.4%	10	28.6%	35
総計	129	28.4%	168	36.9%	158	34.7%	455

前年同期比

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
サービス業	23	28.8%	40	50.0%	17	21.3%	80
運輸業	5	31.3%	4	25.0%	7	43.8%	16
建築業	15	38.5%	9	23.1%	15	38.5%	39
製造業	46	34.8%	35	26.5%	51	38.6%	132
専門サービス業	24	34.8%	27	39.1%	18	26.1%	69
通信情報業	4	36.4%	4	36.4%	3	27.3%	11
流通業	17	34.0%	19	38.0%	14	28.0%	50
(空白)	10	31.3%	15	46.9%	7	21.9%	32
総計	144	33.6%	153	35.7%	132	30.8%	429

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	25	28.7%	42	48.3%	20	23.0%	87
運輸業	8	50.0%	3	18.8%	5	31.3%	16
建築業	14	31.1%	16	35.6%	15	33.3%	45
製造業	58	42.0%	48	34.8%	32	23.2%	138
専門サービス業	27	33.8%	35	43.8%	18	22.5%	80
通信情報業	4	33.3%	4	33.3%	4	33.3%	12
流通業	26	51.0%	14	27.5%	11	21.6%	51
(空白)	14	40.0%	14	40.0%	7	20.0%	35
総計	176	37.9%	176	37.9%	112	24.1%	464

景気動向

業種	好転	割合	底入れ	割合	悪化	割合	総計
サービス業	25	31.6%	16	20.3%	38	48.1%	79
運輸業	4	26.7%	1	6.7%	10	66.7%	15
建築業	8	19.0%	18	42.9%	16	38.1%	42
製造業	26	19.8%	33	25.2%	72	55.0%	131
専門サービス業	19	25.7%	19	25.7%	36	48.6%	74
通信情報業	3	27.3%	4	36.4%	4	36.4%	11
流通業	12	24.5%	13	26.5%	24	49.0%	49
(空白)	10	31.3%	6	18.8%	16	50.0%	32
総計	107	24.7%	110	25.4%	216	49.9%	433

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	9	10.7%	49	58.3%	26	31.0%	84
運輸業	1	6.3%	9	56.3%	6	37.5%	16
建築業	2	4.4%	28	62.2%	15	33.3%	45
製造業	28	20.6%	72	52.9%	36	26.5%	136
専門サービス業	10	13.0%	49	63.6%	18	23.4%	77
通信情報業	2	16.7%	6	50.0%	4	33.3%	12
流通業	6	11.8%	32	62.7%	13	25.5%	51
(空白)	4	11.4%	23	65.7%	8	22.9%	35
総計	62	13.6%	268	58.8%	126	27.6%	456

銀行の対応

業種	好転	割合	変化無し	割合	悪化	割合	総計
サービス業	8	10.4%	67	87.0%	2	2.6%	77
運輸業	1	6.3%	15	93.8%	0	0.0%	16
建築業	4	9.1%	39	88.6%	1	2.3%	44
製造業	23	17.3%	101	75.9%	9	6.8%	133
専門サービス業	6	8.5%	59	83.1%	6	8.5%	71
通信情報業	1	8.3%	10	83.3%	1	8.3%	12
流通業	10	20.4%	34	69.4%	5	10.2%	49
(空白)	5	15.2%	26	78.8%	2	6.1%	33
総計	58	13.3%	351	80.7%	26	6.0%	435

(2) 売上の増加と減少の要因に関して

前年同期比が「増加」と回答した企業の要因(選択式)

業種	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	
サービス業	18	21.2%	13	15.3%	3	3.5%	12	14.1%	11	12.9%	6	7.1%	11	12.9%	1	1.2%	
運輸業	3	27.3%		0.0%		0.0%	2	18.2%	1	9.1%		0.0%	3	27.3%	1	9.1%	
建築業	7	22.6%	5	16.1%	2	6.5%	3	9.7%		0.0%	1	3.2%	2	6.5%	4	12.9%	
製造業	23	16.1%	9	6.3%	11	7.7%	24	16.8%	10	7.0%	11	7.7%	12	8.4%	17	11.9%	
専門サービス業	18	29.5%	9	14.8%		0.0%	9	14.8%	5	8.2%	7	11.5%	6	9.8%	1	1.6%	
通信情報業	3	18.8%	3	18.8%	1	6.3%	2	12.5%	2	12.5%		0.0%	1	6.3%	1	6.3%	
流通業	10	18.2%	2	3.6%	5	9.1%	10	18.2%	3	5.5%	1	1.8%	5	9.1%	5	9.1%	
(空白)	6	20.7%	2	6.9%		0.0%	3	10.3%	2	6.9%	4	13.8%	3	10.3%	1	3.4%	
総計	88	20.4%	43	10.0%	22	5.1%	65	15.1%	34	7.9%	30	7.0%	43	10.0%	31	7.2%	
業種	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	総計
サービス業	2	2.4%	2	2.4%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%	2	2.4%	4	4.7%	85
運輸業		0.0%	1	9.1%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%	11
建築業	2	6.5%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%	1	3.2%		0.0%	4	12.9%	31
製造業	5	3.5%		0.0%	1	0.7%	3	2.1%	2	1.4%	2	1.4%	7	4.9%	6	4.2%	143
専門サービス業	1	1.6%	1	1.6%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%	2	3.3%	2	3.3%	61
通信情報業		0.0%	1	6.3%		0.0%		0.0%		0.0%	1	6.3%	1	6.3%		0.0%	16
流通業	3	5.5%	2	3.6%		0.0%		0.0%		0.0%	2	3.6%	1	1.8%	6	10.9%	55
(空白)	3	10.3%	2	6.9%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%	2	6.9%	1	3.4%	29
総計	16	3.7%	9	2.1%	1	0.2%	3	0.7%	2	0.5%	6	1.4%	15	3.5%	23	5.3%	431

営業力の強化・拡大
 技術力、サービスの強化
 コストダウン・生産性アップ
 新規販路・新分野の開拓
 新商品・サービス開発
 高付加価値化
 人材育成・採用の強化
 国内需要の拡大

販売・受注価格の上昇
 出店・規模の拡大
 海外進出の強化
 輸入の減少
 輸出の増加
 資金手当て順調
 他社との競合関係の改善
 人件費、経費の削減

【2】売上・利益について

売上増につながったと思われる取組みの中身(記述)

業種	社員数	業務内容	上昇記述
1 サービス業	0~4	コーチング、コミュニケーションのセミナー	口コミ
2 サービス業	0~4	インテリア	メーカーの要望に応えられるノウハウを築き上げてきた
3 サービス業	0~4	アートセラピーを用いたビジョン構築やメンタルケアなど	新商品のサービスが徐々に浸透してきたため
4 サービス業	0~4	広告・プロモーションに使用される漫画製作	理念ビジョン計画PDCAについて少しずつ理解を深め実践してきたから
5 サービス業	0~4	ブランディング・デザイン	スタッフの知識増強
6 サービス業	0~4	化学工業薬品製造・卸	人件費カットによる収支好転
7 サービス業	0~4	WEB・DTP・SYSTEM翻訳のサービス	売上ではなく利益増、新規増、営業力強化。取る仕事の中身は利益率の高いものに重点をおく
8 サービス業	5~10	生マグロの販売・加工・店の展開	人との縁を大切にする
9 サービス業	5~10	営業・販売代行	社員の採用(5名)・新商品の開拓
10 サービス業	5~10	WEB製作	社員の役割の明確化することにより動きやすさが増し顧客とのつながりが増えた
11 サービス業	5~10		新商品の発表、新価格改訂(値下げ)、新販路の開拓、ネットからの引き合い
12 サービス業	5~10	webデザイン・企画制作	SVSのビジネスに応用
13 サービス業	10~20	タレント事務所(アナウンサー、DJ、ナレーター、MC)	他社がやっていない新規事業。景気の好転
14 サービス業	10~20	自動車部品販売業(卸業)	他社との差別化、社員さんの成長、社内勉強会
15 サービス業	10~20	印刷物のデザイン	競合他社の縮小による売上増
16 サービス業	20~30	求人情報誌の発行	顧客を守りながら新規開拓を努めたこと
17 サービス業	20~30	寝具のリース・レンタル・丸洗い・卸販売	他社とのコラボレーション
18 サービス業	20~30	人材サービス業	コストをかけずに顧客サービスができるよう、改善策を打ち出した(広告費)。 広告費をかけずに求職者を募る。
19 サービス業	30~40	イタリア料理店	人員の増強により取りこぼしが無くなった為
20 サービス業	50以上	高齢者・障害者在宅サービス(デイサービス、相談、訪問介護)	新分野の開拓 荒利のみのサービスに着手したこと、事務所の改装、移転より情報発信、採用がスムーズに行くようになった
21 サービス業	50以上	飲食業	価格競争をしない。自社の強みを把握し、それを実行。
22 運輸業	5~10	軽貨物運送業	外注先開拓
23 運輸業	20~30	運送業	新規営業
24 運輸業	40~50	運送及び倉庫	東京への出店
25 運輸業	50以上	主に輸入商品に関する通関手続き及び保管荷役作業運送等	幹部社員(営業)新規雇用
26 建築業	0~4	内装仕上工事	当社にとっては大きい案件が受注できたため
27 建築業	0~4	健康住宅の新築、リフォーム。社会福祉施設の新築、リフォーム。以上に伴う不動産仲介。	前年同期が余りにもひどかっただけ。
28 建築業	5~10	コンクリート圧送業	高付加価値工事(耐震補強工事など)の現場を増やしました。その為、価格を上昇にもっていき、売上げを増加させました。
29 建築業	5~10	店舗設計施工及びリフォーム	同友会活動によって元気・積極性を頂き、異業種交流会にも参加して、その積み重ねの成果が年末から出てきたように思います。又同友会例会発表で自分に対する姿勢も変化したように思います。
30 建築業	5~10	電気工事、EV販売レンタル	管理体制のチェックにより、営業に力を入れる時期を特定した。
31 建築業	5~10	太陽光発電	新規営業を行った
32 建築業	5~10	ゼネコン下請け及びユーザの内装工事及び什器販売	取扱い工事業種の拡大、従来ユーザへの営業
33 建築業	5~10	内装仕上げ工事	昨年はリーマンショックで売上げが減少した。今年売上げがリーマンショック前に戻ったため
34 建築業	5~10	総合建設業(新築、増改築、リフォーム等施工)	お客様の業種が業績好調だった事と、それにともない新規のお客様が増えたこと

35	建築業	5～10	建築一式、リフォーム全般、空調設備工事、空調メンテナンス	何事にも挑戦する取り組み姿勢、挑戦する故に失敗もあり、売上は上がったが利益は減。失敗を恐れている成長がない。話もこない。
36	建築業	10～20	内装設備・空調機取付・保守・メンテナンス 窓ガラス断熱塗料施工	関西電力の省エネキャンペーン
37	建築業	10～20	民間工事90%・官庁工事10%未満	新築工事受注
38	建築業	20～30	機械設置工事・メンテナンス	会社自体が技術力・人材育成に前向きに取り組んでいる
39	建築業	30～40	飲料用貯水槽のメンテナンス業・修理再生	社員の行動力の向上による営業活動の活発化
40	製造業	0～4	チョコレート菓子の製造・販売	商品アイテム品を増やし、少量パックなどを作った。広告宣伝を増やした。取引先が成長している
41	製造業	0～4		集客・ブランド構築
42	製造業	0～4	合成樹脂成型原料の着色加工	品質向上への取り組み 顧客要望への対応強化
43	製造業	5～10	食品軟包装資材の企画、製造、販売	食品以外の受注増(別分野の増大)
44	製造業	5～10	銅パイプの曲げ及び端末加工	タイの洪水の影響
45	製造業	5～10	プラスチック製品の製造、販売	HPより新規商品の受注が増加した
46	製造業	5～10	金属の切削加工	3S活動の取り組み
47	製造業	10～20	金属加工業	主要取引先の営業成績向上
48	製造業	10～20	プラスチックフィルムの加工	2009年に特許を取得した製品が認知されてきた
49	製造業	10～20	キャラクター文具、生活雑貨の製造・企画	新規開拓とパイプの太い得意先のアイテムを戦略的に見直した
50	製造業	10～20	工業用裁断機器・省力化機器 製造	別注製品の受注増・中国企業との提携
51	製造業	10～20	ポリウレタン・テフロン等の高機能表面処理加工	営業力の強化
52	製造業	10～20	高級婦人及び紳士下着企画製造販売	中国業者への販売から脱却方針をはかり、少しずつ新規の販路に販売先が移行しつつある故、販売・利益が少々好転方向である。 見積価格を下げた
53	製造業	10～20	冷間鍛造加工	
54	製造業	10～20	冷間鍛造金型の設計製作とソフト開発販売	ソフト開発が順調に伸びている反面金型は限界利益率が著しく落ちてきている
55	製造業	20～30	量販店、業務用向け和菓子の製造販売と自社店舗での小売り	きめ細かな営業サービスにより採用品目の増加による。 社内技術者の育成を行うことで生産性が大幅にアップした。
56	製造業	20～30	硬質クロムメッキ業	
57	製造業	20～30	婦人服インナーの企画製造販売	震災の影響が結果として売上に繋がったと思われる。 自社の強みを従来と少し違う販路(同業他社)などに広報し、新規開拓が進む。
58	製造業	20～30	鋼材の販売と鋼板加工	新規開拓の販路
59	製造業	20～30	お菓子製造	
60	製造業	20～30	カーテンの製造業施工販売	単能工から多能工になった社員が増えた
61	製造業	30～40	ウール・カシミアなどの獣毛(動物の毛)を使って糸を生産する紡績業	過去20年かけて減少し、20年前から比べてキャパは10分の1になった。2～3年より、その90%の一部(5%程度?)が中国の納期遅れ、コストアップの理由から国産回帰した。つまり現在のキャパ(20年前の10%)から見れば5割アップの「もうできない」という注文量になっている。(ものすごく狭いニッチな世界の話ですが)
62	製造業	30～40	繊維製品加工業	新事業を立ち上げたことをきっかけに展示会の出展から新規取引先につながった
63	製造業	30～40	建築用金属製品製造	業界全体の景気に左右されやすいが、このところ銃y中売り上げ、利益計画に達成している。昨年と比べて、営業及び、製造部門の増員が功をそうした
64	製造業	30～40	道路舗装機械、水処理装置等の中大型部品加工(溶接、機械加工)	品質・サービス向上による低価格販売の回避、社員教育による生産性向上、リピート増加(新規先)
65	製造業	30～40	プラスチック成形	タイ洪水の応援生産

66	製造業	30~40	焼き菓子製造卸	販路の拡大(販売エリア)
67	製造業	30~40	ディスプレイ業、アクリル樹脂加工、サイン業務 尊光板パネル・照明器具・輸入販売	経営環境の改善 景気が良くなっている
68	製造業	30~40	金属熱処理受託加工。金属製の部品や金型をお預かりして「熱処理」という寿命を延ばす工程を施してお返す。我々は「金属に魂を入れる」仕事と自負しています。「技術」を買っていただいています。自動車、工作機械、精密機械(カメラ、携帯電話、パソコン)人工衛星、釣り針、等々 あらゆる部品が対象になります。	1. 営業要員を3名増加。 2. 設備の増設 3. 学会での発表 4. 展示会への出展 5. ホームページの充実
69	製造業	30~40	金属プレス加工	新しい分野への展開
70	製造業	40~50	チェーンコンベヤを中心とした搬送設備の設計・製造	主な原因は、震災復興需要の取り込みによるもの。あえて理由をあげるのなら、顧客の要望に対しての迅速な対応体制の整備。
71	製造業	40~50	きな粉、香辛料等食品製造販売	昨年からの地道に開発していた開発が少しずつ数字に表れてきました。自社製品の(きな粉)健康に良い面をクローズアップさせた
72	製造業	40~50	プラスチック射出成形	弊社は季節商品、夏季製品が多く、毎年1~3月は繁忙期になります。そのため前期10月から12月より売上利益ともに増加します。前年より増えるのは新規受注数(顧客、新製品とも)が増えたので
73	製造業	40~50	工業用プラスチック部品の製作	生産時間の拡大
74	製造業	50以上	健康食品・サプリメント・化粧品等の製造販売	販路拡大
75	製造業	50以上	熱処理・受託加工業、及び製造販売	経営計画を作成し実施。新規・現顧客の訪問。
76	製造業	50以上	印刷業	部門別日次決算を行うようになり、リーダーが経営者意識を持つようになった。また競合他社の設備が経年劣化しており品質要求をクリアできなくなっている
77	製造業	50以上	プレス製品工場と鋳螺卸商	東北震災復興に向けての資材の需要増加と新材材による販路開拓
78	製造業	50以上	金属プレス加工業	新規採用
79	製造業	50以上	印刷・工業用ゴムロール、周辺機器の製造・販売	生産効率が向上したこと
80	専門サービス業	0~4	税理士業	前期比は季節的要因によるものである。前年同期比は積極的な営業はおこなっていないものの、HPからの顧客が数件できたのと、数年前に取引がなくなった顧客からのスポット相談案件が数件あったため。
81	専門サービス業	0~4	経営コンサルタント	リーマンショック、震災で落ち込んだマインドが上がり、前向きな取組みをする企業が出てきた。新規事業が軌道に乗ってきた。
82	専門サービス業	0~4	税理士業	ネットワーク人脈作り
83	専門サービス業	0~4	中小製造向けの仕組みづくり、人材育成を中心としたコンサルサービス	中小二代目経営者にターゲットを絞り、現在のニーズにあわせた新サービスを開発し、そのPRが売上げ増につながった
84	専門サービス業	0~4	社労士業	紹介いただける方への情報提供
85	専門サービス業	0~4	社会保険労務士業	人脈が広がったため
86	専門サービス業	0~4	風俗営業などの許可認可届出の書類作成・提出代理・コンサル株式会社・法人の法務関係書類作成在留許可・永住・帰化申請など	ドアック用のサービスを開発し、新規営業先が格段に増加したため
87	専門サービス業	0~4		顧客先の増加
88	専門サービス業	0~4	経営コンサルタント、キャリアコンサルタント、ITコンサルタント	市の相談業務を受注(2~3月)セミナー業務を受注(2~3月)、4月からの新規事業(支援センター)による売上増

89	専門サービス業	0～4	社会保険労務士業	仕事が少しずつ入ってくる仕組みができてきた。
90	専門サービス業	0～4	経営コンサルティング、情報システム構築	紹介
91	専門サービス業	0～4	社会保険労務士業務	営業努力と既存関与先からの業務委託の増加
92	専門サービス業	0～4		季節要因、他
93	専門サービス業	0～4	マンツーマンのパーソナルトレーニング	設備を約3倍にしたため
94	専門サービス業	5～10	保険代理業	行動数の増加
95	専門サービス業	5～10	税理士事務所	マーケティングの具体化
96	専門サービス業	5～10	税理士業	新しくクライアントの個別セミナーを立ち上げた
97	専門サービス業	5～10	都市計画・まちづくり、インテリア・建築・土木・ランドスケープの調査・計画・設計	取引先の別の部署などからの受注が増加。(ある意味新規顧客と考えられる)
98	専門サービス業	10～20	葬儀の相談受付 葬儀の手配 葬儀後の相談	日々のスタッフのがんばり
99	専門サービス業	10～20	会計事務所、税務申告、財務税務コンサル	全員営業する意識
100	専門サービス業	40～50	車輦・部品の販売からメンテナンス、改造など商用車に関する専門商社です。	従来の事業の中身の見直しと顧客の見直しを行なった。
101	専門サービス業	50以上	高齢者・障がい者複合福祉施設	通所サービスにおける利用定員の増
102	通信情報業	5～10	金融機関に特化したシステム開発	人員雇用拡大による売上増・新規分野への展開
103	通信情報業	20～30	コンピュータソフト開発	営業社員の増員
104	通信情報業	50以上	通信機器・サービスの販売代理店	常に新しい商品、サービス、事業開拓に全力を尽くしていること。また常に競争を意識して、差別化を図っているこ
105	流通業	0～4	骨董、古美術の卸売、食品、雑貨品等を健食業界に卸売しています、不動産賃貸業	営業力の強化、販路の拡大、新規開拓
106	流通業	0～4	宝石の小売・卸、企画・セミナー業	お客さんの困ったに対応。ニーズの聞き出しを行った。これまでしていなかったセミナーをスタートさせた。
107	流通業	0～4	主に物づくり業者への連結部品(ねじ・ねじ部品)の販売です	社員一丸となっている姿から信用を得たと思います
108	流通業	5～10	ニット生地卸売、婦人服輸入卸売	完成品の販売が可能になった
109	流通業	5～10		客先の受注増だが、昨年が非常に悪すぎただけだと思われる。
110	流通業	5～10	印刷物用塗料、資材販売。希釈剤、塗料製造	メインユーザーの売上伸張。仕事量の増加
111	流通業	5～10	ステンレス鋼材卸売	社長が考えを熱く訴え、全社一丸体制へ刷新
112	流通業	10～20	美容材料卸売	提案を丁寧に行った
113	流通業	10～20	ギフト・カレンダー等の製造・輸入	3.11をきっかけに省エネ・震災関連ギフトが好調
114	流通業	10～20	被服販売業	付加価値加工(商品への刺繍サービス)・加工のスピード化による引き合いが増えた
115	流通業	10～20	医療用義肢装具材料、部品等卸、輸入卸	人財教育と問題社員の解雇
116	流通業	10～20	食品関係の卸	お客様とのコミュニケーション、サービスの強化
117	流通業	20～30	保管・梱包・発送代行 物流加工全般	新規市場の開拓
118	流通業	20～30	木材 新建材 販売	仕入れが安くなった、新規が何件かできた
119	流通業	20～30	高齢者施設の浴場やリハビリプールの設備機器の日本全国への卸販売(一部海外販売)各種工場の温水供給装置や浴場設備の機器やプラント販売	訪問営業以外の販促強化と顧客刺激のあの手のこの手の実践と継続。具体的には、DMの強化メルマガファックスでのPR。ホームページの充実、電話営業などの強化を継続。そのため派遣社員も活用。
120	流通業	20～30	食肉製品製造卸売	品質管理と他社と差別化できる対応

		建設・土木資材の製造 及び販売 輸入業務 高度医療管理機器の販 売及び賃貸 ホームセンター資材の販売	営業スキルアップ 販路拡大 物件確保
121	流通業	30～40	
122	流通業	30～40	お米の卸業
123		0～4	生損保代理業
124		0～4	デザインIT
125		0～4	生地の開発
			1. 売り先の1つのアイテムが弊社製品に統合された 2. 売り先の開発努力・販売努力が結実した
126		0～4	店舗デザイン 店舗改装 設計施工 アルミ建材及び高機能板 硝子販売施工
127		0～4	もともと先代から受け継いだときは板硝子工事業だが 現在はリフォームから 更に店舗工事に転じたこと
128		5～10	床束、フレキ管、配管支持 金具製造販売
129		5～10	展示会 ホームページの強化
129		5～10	主に中国産の食品(農産 物)の輸出入貿易商
			昨年のタイの洪水により、農産物(主として生姜)が中国 からの補給・供給につながった。
130		10～20	生産財卸売業 製造業 へ、設備機械、周辺機器、 先端工具の卸売り販売業
			経営理念、方針、指針の確立。浸透。士気上昇。

前年同期比が「減少」と回答した企業の要因(選択式)

業種	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	
サービス業	8	19.5%		0.0%		0.0%	10	24.4%	9	22.0%	
運輸業	4	26.7%	2	13.3%	1	6.7%	2	13.3%	2	13.3%	
建築業	9	28.1%		0.0%		0.0%	7	21.9%	8	25.0%	
製造業	34	38.6%	7	8.0%	7	8.0%	7	8.0%	10	11.4%	
専門サービス業	6	22.2%		0.0%		0.0%	4	14.8%	7	25.9%	
通信情報業	2	33.3%		0.0%		0.0%	2	33.3%	2	33.3%	
流通業	13	43.3%	1	3.3%	2	6.7%	5	16.7%	4	13.3%	
(空白)	4	26.7%	1	6.7%	1	6.7%	2	13.3%	3	20.0%	
総計	80	31.5%	11	4.3%	11	4.3%	39	15.4%	45	17.7%	
業種	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	割合	総計
サービス業	1	2.4%	6	14.6%	1	2.4%	1	2.4%	5	12.2%	41
運輸業		0.0%	3	20.0%		0.0%	1	6.7%		0.0%	15
建築業		0.0%	1	3.1%	4	12.5%	3	9.4%		0.0%	32
製造業	8	9.1%	4	4.5%	6	6.8%	4	4.5%	1	1.1%	88
専門サービス業		0.0%	2	7.4%	4	14.8%	3	11.1%	1	3.7%	27
通信情報業		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%	6
流通業	1	3.3%	1	3.3%	2	6.7%	1	3.3%		0.0%	30
(空白)	1	6.7%		0.0%	1	6.7%		0.0%	2	13.3%	15
	11	4.3%	17	6.7%	18	7.1%	13	5.1%	9	3.5%	254

国内需要の減少
 輸入の増加
 輸出の減少
 他社との競争状態の悪化
 販売・受注価格の減少

取引先の海外移転
 人件費・経費の増加
 公共事業の削減
 季節的要因
 資金難・借入困難

【2】売上・利益について 減少の特徴・原因に関して(記述)

業種	社員数	業務内容	減少記述
1 サービス業	0~4	会計ソフト支援、月次決算、決算整理	事業廃業、縮小
2 サービス業	0~4	不動産管理業、仲介業	取引先の減少
3 サービス業	0~4	リサイクル業	新商品の開発できていない。新規販路の開拓できていない。
4 サービス業	0~4	ソフトウェア開発・OA機器の販売	新規顧客の不足・経費の増加で資金繰りの悪化・定期収入の仕事の停止
5 サービス業	5~10		不景気による経費削減縮小
6 サービス業	5~10	公営競技(競艇、競輪、ボートレース)のPRもテレビ、ラジオ、スポーツ紙等の広告代理	クライアント(役所)の広告発注が売上げ(顧客動員減少)減のため、すべてにシビアになっている。
7 サービス業	10~20		メーカーの新作内製化
8 サービス業	20~30	人材派遣、紹介、外国語講座	大手契約の解消
9 サービス業	30~40	清掃サービス	リストラによる会社分割で売上移行
10 サービス業	50以上	アウトソーシング&人材派遣	大手取引先の売上減少及び契約期間終了
11 サービス業	50以上	人材派遣:業務請負 50:50 婚礼美容 エステティック	競合他社が増えた事と、財布の紐が極端に硬くなった
12 運輸業	10~20	運送業、専属便、緊急便、代行運転	既存客の売上減少がひびく。特に閑空から緊急便が減少。他社の値引きに対して同社は改善せず。
13 運輸業	30~40		同業他社との競合、軽油の値上がり、トラック等の買換えの値上がり
14 建築業	0~4	電気設備工事	公共工事の価格は比較的高額のため年度末に向けた案件を受注できるか、できないかで数字が大きく変わる
15 建築業	0~4	店舗用装飾テントの施工	企業が設備投資へ予算を回さない
16 建築業	0~4	内装工事	企業の転勤減少
17 建築業	0~4	塗装工事	取引先が受注難
18 建築業	0~4	インテリアデザイン・内装業	取引先の需要が大幅に減ったため
19 建築業	5~10	建築塗装一般:配管塗装:吹き付け:防水その他お住まいに関するご相談	受注減少:劣悪商品との比較が困難:消費税の動きを見ている。 とにかく、今、家の改装等の不急なお金は使わない。今後の経済情勢を見てから預貯金を減らさない。
20 建築業	5~10	建築全般(新築・リフォーム・修繕)	金額を抑えて予算を組んでおられる。
21 建築業	10~20	ビルなどの電気設備工事	受注した工事が竣工し、次の工事が本格的に動き出すまで時間があるため。
22 建築業	10~20	民間の工場・事務所・倉庫などの法人顧客対象の建物の新築・増改築の設計・施工及び個人の注文住宅の新築・増改築の設計施工	顧客である法人の業績悪化や拠点の移動などで設備投資が減少している。また、競合が激しくなり、これまで受注金額によりすみ分けていたといえる大手企業も当社規模の会社が扱うような工事にも参入してくる場合がある。 また、顧客からのコストダウン要求が今まで以上に厳しくなっているため、利益が出にくくなっている。
23 建築業	10~20	建設機械の部品販売	民間設備投資の減少及びレンタル志向
24 建築業	10~20	調査、工事、測量、不動産	例年1月~3月初めまでは、主の業務では季節的需要が減る時期である事と、昨年の震災以降の影響があったのか、少し得意先の売上も悪化している様子 ある物件ものの受注がまったく無くなった。 メーカーに確認するとメーカー自体が受注が無いとのこと。
25 製造業	30~40	金属製品製造、溶接製缶	メーカーに確認するとメーカー自体が受注が無いとのこと。
26 製造業	20~30	商業印刷物製造	昨年は特需があったため
27 製造業	0~4	プレス金型製造	取引先の製造ラインと発注部署が海外に移転した
28 製造業	0~4	コンピュータ関連装置の開発・製造	ユーザの赤字による受注の減少。
29 製造業	5~10	板金加工業並びに「炭焼き窯」製造販売	まとまった受注が少なくなった。
30 製造業	5~10	アルミ押出型材の機械加工全般	技術力のない中堅企業が自治体から補助金をもらって価格破壊している。人件費すら出ない価格でも補助金の力で仕事を持っていかれては公正な競争にならない
31 製造業	10~20	産業機械の電気制御、制御盤の製作、機内配線	設備投資の冷え込み
32 製造業	10~20	電気制御部品の販売	震災後、自粛ムードが続き、印刷物の発刊数が減少 アカン理由を挙げればなんぼでもある。あとは経営者次第だと思えます。
33 製造業	10~20	糸引き納豆の製造、販売	

34	製造業	10~20	電子機器(プリント配線板)製造	国内の仕事量が明らかに減っている。直接的な原因は大手メーカーの生産拠点の海外シフトが主であることに間違えない。倒産、廃業する会社も幾つかあったが、それでも仕事量は潤わない。
35	製造業	10~20	別注家具の設計・施工	特需による仕事の取り急ぎ
36	製造業	10~20	金型製造	エンドユーザーの海外移転に伴う急速な減少
37	製造業	10~20	横編ニット製品の製造・販売	年間の計画生産が出来ていない(閑散期が多くなる)
38	製造業	10~20	各種銘板の製造販売	客先の生産量が增えない。 全体的な仕事量が減った。小ロット化が進み、仕事単位での水揚げが少ない。
39	製造業	10~20	プラスチック射出成型	
40	製造業	10~20	金属表面処理業(総務省「日本基準産業分類」中分類24 金属製品製造)	半導体製造関係の景気が悪くなったため
41	製造業	10~20	製缶板金加工業、産業機械製造	顧客の動向ですが、高性能タブレット式携帯端末やリチウムイオン電池向けのフィルム製造装置が活発だが、しかし、海外向けの受注価格が厳しく思うように受注が取れていない様子。
42	製造業	10~20	プレス金型製造	客先からの注文の減少
43	製造業	20~30	パッケージ等、紙製品製造・販売	価格競争による単価の引き下げと競争の激化
44	製造業	20~30	服飾品製造販売、販売促進品、ファッション雑貨、コンサートグッズ等製造販売	国内アパレル販売の不振、海外商品特低廉な価格競争により
45	製造業	20~30	金属製品製造業	昨年が出来すぎ、営業力の低下
46	製造業	20~30	巻尺製造業	円高・ユーロ安、大手ユーザー国内工場の海外移転
47	製造業	20~30	フレキシブルシャフト製造	国内外の産業の動きが悪い。
48	製造業	30~40	プリント基板加工・金型製造	円高の影響に伴う企業の海外生産移管
49	製造業	30~40	ごみ貯留機製造販売	マンション等の建設が減少、経費の削減
50	製造業	50以上	線香の製造	全国的に需要減の傾向が感じられる。中高級品は底堅いが、安価な物は価格競争に陥りがちである。
51	製造業	50以上		ヨーロッパ向けの顧客売上不振
52	専門サービス業	0~4	写真加工	新規参入と取引先から値下げ要望
53	専門サービス業	0~4		ニーズはあると思うが中々掘り起こせない
54	専門サービス業	0~4	税理士事務所	顧客数の減少、前年は単発の大きな売上があったが、今年はない。
55	専門サービス業	0~4	設計支援業務、CADコンサルティング	顧客の受注減と手余りなど設計業務等の作業のアウトソース化が減少
56	専門サービス業	0~4	グラフィックデザインをベースとしたDTP	広告・宣伝物などの経費減少
57	専門サービス業	0~4	民事・商事をメインとした弁護士業	単価減少、顧客企業の資金繰り悪化
58	専門サービス業	0~4	個人資産の運用アドバイス、保険業務代理店	金融商品に経済の先行き不安が増している
59	専門サービス業	5~10	法律業務	市場開拓途上のため
60	専門サービス業	10~20	生態系調査	大震災により生物調査発生の減少
61	専門サービス業	40~50	建設機械器具の販売	日本の構造的な問題と規制の拡大
62	専門サービス業	40~50	輸出入の通関手続きおよび関連する業務全般	日本正月と中国の春節の間隔が例年より短く、中国国内での生産が追いついていないため。
63	通信情報業	5~10	WEBサイト制作、システム制作、管理業務	サービスが多様化し今までの顧客層が格安を選ぶ傾向。
64	流通業	0~4	金属材料販売、軟素材加工販売	得意先の仕事が減少している。又年初に大口得意先が自主再生をしているため受注が激減した。
65	流通業	0~4	宝飾品のネット販売・卸販売	宝飾品離れ
66	流通業	20~30	販売促進用品の企画販売	震災による自粛ムードの高まりによる減少
67	流通業	40~50	一般用医薬品の製造販売	小売が不振
68	流通業	10~20	古紙の回収・選別・加工・販	古紙が発生する印刷・製本業が減少している
69		0~4	女性下着の製造と卸 生産 日本及び韓国	中高級品はリーマン以後多少の立ち直りが見られたが、震災後影響が大きく低価格の実用品買いに消費者は転換したようにみられる。
70		0~4	金物卸売業及び環境製品の販売・施工	国自体が元気がない
71		5~10	建設資材販売業	震災の不安状況から着工数が減っている。
72		10~20	非破壊業	価格の減少

【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	今期中にある	割合	検討中	割合	ない	割合	総計
サービス業	17	21.3%	20	25.0%	43	53.8%	80
運輸業	3	20.0%	1	6.7%	11	73.3%	15
建築業	4	10.0%	6	15.0%	30	75.0%	40
製造業	34	26.2%	37	28.5%	59	45.4%	130
専門サービス業	6	8.2%	17	23.3%	50	68.5%	73
通信情報業	4	44.4%	1	11.1%	4	44.4%	9
流通業	6	12.2%	10	20.4%	33	67.3%	49
(空白)	5	14.7%	7	20.6%	22	64.7%	34
総計	79	18.4%	99	23.0%	252	58.6%	430

(2) 現在の経営上の問題点に関して(選択式3つまで)

業種		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合	
サービス業	23	13.8%		0.0%	15	9.0%	14	8.4%	5	3.0%	6	3.6%	11	6.6%	6	3.6%	
運輸業	3	7.7%	2	5.1%	2	5.1%	2	5.1%	1	2.6%		0.0%	7	17.9%	4	10.3%	
建築業	27	24.5%		0.0%	20	18.2%	7	6.4%	1	0.9%		0.0%	3	2.7%	6	5.5%	
製造業	61	18.5%	12	3.6%	35	10.6%	6	1.8%	14	4.2%	8	2.4%	14	4.2%	33	10.0%	
専門サービス業	24	14.6%		0.0%	14	8.5%	15	9.1%	4	2.4%	8	4.9%	12	7.3%	1	0.6%	
通信情報業	4	16.0%		0.0%	1	4.0%		0.0%	1	4.0%	1	4.0%	4	16.0%		0.0%	
流通業	28	20.0%	2	1.4%	10	7.1%	15	10.7%	3	2.1%	4	2.9%	9	6.4%	15	10.7%	
(空白)	11	18.0%	2	3.3%	5	8.2%	4	6.6%	3	4.9%		0.0%	5	8.2%	2	3.3%	
総計	181	17.5%	18	1.7%	102	9.8%	63	6.1%	32	3.1%	27	2.6%	65	6.3%	67	6.5%	
業種		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合	総計
サービス業	8	4.8%	11	6.6%	11	6.6%	23	13.8%	14	8.4%	2	1.2%	13	7.8%	5	3.0%	167
運輸業	1	2.6%	3	7.7%	2	5.1%	6	15.4%	3	7.7%		0.0%	3	7.7%		0.0%	39
建築業	6	5.5%	8	7.3%	7	6.4%	10	9.1%	2	1.8%	5	4.5%	4	3.6%	4	3.6%	110
製造業	21	6.4%	14	4.2%	19	5.8%	28	8.5%	8	2.4%	22	6.7%	25	7.6%	10	3.0%	330
専門サービス業	15	9.1%	7	4.3%	11	6.7%	14	8.5%	15	9.1%	4	2.4%	9	5.5%	11	6.7%	164
通信情報業	1	4.0%	1	4.0%	2	8.0%	4	16.0%	2	8.0%	2	8.0%	1	4.0%	1	4.0%	25
流通業	4	2.9%	4	2.9%	10	7.1%	10	7.1%	7	5.0%	2	1.4%	9	6.4%	8	5.7%	140
(空白)	2	3.3%	3	4.9%	1	1.6%	9	14.8%	4	6.6%	3	4.9%	4	6.6%	3	4.9%	61
総計	58	5.6%	51	4.9%	63	6.1%	104	10.0%	55	5.3%	40	3.9%	68	6.6%	42	4.1%	1036

民間需要の停滞
 輸入品の圧迫
 受注単価の大幅ダウン
 新規参入者の拡大による競争の激化
 税金、公共料金負担の増加
 管理費等間接経費の増加
 人件費負担
 仕入単価の上昇・高止まり

情勢判断・企業進路の確定
 事業資金の借入難
 全社一丸体制の確立
 社員教育
 従業員の確保
 熟練技術者不足
 幹部社員の不足
 取引先ニーズの把握

(3) 今後の予定も含めた経営上の力点(選択3つまで)

業種		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合
サービス業	59	26.0%	14	6.2%	11	4.8%	29	12.8%	14	6.2%	15	6.6%	10	4.4%	1	0.4%
運輸業	10	21.7%	3	6.5%	1	2.2%	2	4.3%		0.0%	1	2.2%	1	2.2%	2	4.3%
建築業	31	25.2%	12	9.8%	1	0.8%	15	12.2%	3	2.4%	13	10.6%	7	5.7%	4	3.3%
製造業	69	17.8%	41	10.6%	45	11.6%	49	12.6%	33	8.5%	28	7.2%	11	2.8%	10	2.6%
専門サービス業	54	25.8%	10	4.8%	12	5.7%	21	10.0%	12	5.7%	22	10.5%	12	5.7%	7	3.3%
通信情報業	3	10.7%	4	14.3%	3	10.7%	3	10.7%	2	7.1%	3	10.7%	1	3.6%		0.0%
流通業	28	18.9%	2	1.4%	4	2.7%	19	12.8%	10	6.8%	10	6.8%	6	4.1%	4	2.7%
(空白)	18	20.9%	3	3.5%	1	1.2%	12	14.0%	4	4.7%	8	9.3%	5	5.8%	2	2.3%
総計	272	21.7%	89	7.1%	78	6.2%	150	12.0%	78	6.2%	100	8.0%	53	4.2%	30	2.4%
業種		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合
サービス業	13	5.7%	30	13.2%	5	2.2%	5	2.2%		0.0%		0.0%	1	0.4%	3	1.3%
運輸業	4	8.7%	9	19.6%	1	2.2%	2	4.3%		0.0%		0.0%	1	2.2%	2	4.3%
建築業	7	5.7%	13	10.6%	1	0.8%	5	4.1%	2	1.6%		0.0%		0.0%	2	1.6%
製造業	12	3.1%	47	12.1%	5	1.3%	6	1.5%	2	0.5%	1	0.3%	5	1.3%	5	1.3%
専門サービス業	9	4.3%	21	10.0%	10	4.8%	4	1.9%		0.0%	1	0.5%	3	1.4%		0.0%
通信情報業	3	10.7%	3	10.7%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
流通業	10	6.8%	20	13.5%	12	8.1%	6	4.1%		0.0%		0.0%	2	1.4%	4	2.7%
(空白)	6	7.0%	7	8.1%		0.0%	2	2.3%		0.0%		0.0%	3	3.5%	3	3.5%
総計	64	5.1%	150	12.0%	34	2.7%	30	2.4%	4	0.3%	2	0.2%	15	1.2%	19	1.5%
業種		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合
サービス業	1	0.4%	14	6.2%	1	0.4%	1	0.4%								227
運輸業	3	6.5%	4	8.7%		0.0%		0.0%								46
建築業	2	1.6%	4	3.3%		0.0%	1	0.8%								123
製造業	6	1.5%	10	2.6%	1	0.3%	2	0.5%								388
専門サービス業	3	1.4%	5	2.4%		0.0%	3	1.4%								209
通信情報業		0.0%	2	7.1%	1	3.6%		0.0%								28
流通業	3	2.0%	6	4.1%		0.0%	2	1.4%								148
(空白)	2	2.3%	3	3.5%	1	1.2%	6	7.0%								86
総計	20	1.6%	48	3.8%	4	0.3%	15	1.2%								1255

営業力の拡大
 技術力の強化
 生産性アップ効率化
 新規販路分野開拓
 新製品・サービス開発
 重要取引先を増やす
 取引先・消費者ニーズ把握
 情勢と企業進路判断

人材の採用
 社員能力のアップ
 経営理念・計画見直し
 経費節減
 規模の縮小(機構整備)
 雇用調整の実施(人員カット)
 業種・業態転換
 新規設備・規模拡大

資金確保・銀行取引強化
 新規事業立ち上げ
 産学連携の強化
 異業種グループへの参加

【3】経営上の問題点・対応策について

(4) 経営上の力点(選択式)

業種	社員数	業務内容	力点記述
1 サービス業	0～4	不動産仲介	市場そのものが小さくなる中で、積極的に営業を展開しないと利益が保たれない。
2 サービス業	0～4	インテリア	弊社の要となる人材の採用が早急に必要
3 サービス業	0～4	会計ソフト支援、月次決算、決算整理	付加価値をつけなければいけない
4 サービス業	0～4	経営コンサルティング 広告代理業	営業会社への営業力の強化が必要
5 サービス業	0～4	広告・プロモーションに使用される漫画製作	優先順位
6 サービス業	0～4	営業・販売代行	売上を維持・拡大の時なので地盤を固めたい
7 サービス業	0～4	不動産管理業、仲介業	中長期を考えた上でも、現状のままでは衰退してゆくと見られる。変革が必要不可欠であると感じている。
8 サービス業	0～4	広告の企画・製作	事業の拡大
9 サービス業	0～4	生命保険業	競合との差別化を図る一方で原点を大事にする営業が必要と考えたため
10 サービス業	0～4	保険業	事業を拡大していく中で必要だから。
11 サービス業	0～4	損害保険・生命保険代理店業	販売力の強化
12 サービス業	0～4	リサイクル業	新しいしくみや販路や新商品を開発しないで、価格競争に巻き込まれる
13 サービス業	0～4	IT業務代行	個人事業から事業にする
14 サービス業	0～4	広告、web販売を通じて新規顧客の開拓をサポートする仕事	常に新規事業を考えていないと不安だから
15 サービス業	0～4	ソフトウェア開発・OA機器の販売	ある企業と事業部の統合をします。企業間での販売協力をできる仕組みをつくるのが課題
16 サービス業	0～4	輸入車販売、修理	まだまだだから
17 サービス業	0～4	WEB・DTP・SYSTEM翻訳のサービス	グループ企業に異業種(教育)があるので参入を考えている
18 サービス業	5～10	生マグロの販売・加工・店の展開	チャンスがあるから
19 サービス業	5～10	WEB製作	仕事を増やす能力を向上。社員全体、会社全体のスキルとしていくことで売上利益の向上が見込めるため
20 サービス業	5～10	法人の業務渡航手配	お客様と社員さんが一番大切だからです。
21 サービス業	5～10	異業種協同組合 共同購入・共同利用サービス	組合の主たる事業は国・行政の許可や認可を受けている事業が中心であり、今後の国・行政の方針により事業の変革が求められる為。
22 サービス業	5～10		進歩の速い業界でプロダクト製品の売上を増大させるのに必要な要素
23 サービス業	5～10	商業デザイン及び印刷受注	受注先の内製化により発注量の減少に直面しております。その為、1件でも多くの取引先を確保することが急務となっています。
24 サービス業	5～10	公営競技(競艇、競輪、ボートレース)のPRもテレビ、ラジオ、スポーツ紙等の広告代理	広告発注が従来は、レギュラー契約が多かったのですが、毎年新聞単価の値入(入札制)等、過等競争がきついです
25 サービス業	5～10	インテリア企画施工整理。ビル・マンション管理	新規雇用実現のためにも、会社全体の底上げを計画実践中です
26 サービス業	10～20	経営コンサルティング業	実際のところ売上が増大しているため。
27 サービス業	10～20	タレント事務所(アナウンサー、DJ、ナレーター、MC)	これまで、営業先を増やす必要がなかった。これからは新規事業を軸に新規販路を開拓しなければならない
28 サービス業	10～20	自動車部品販売業(卸業)	得意先の転廃業
29 サービス業	10～20	倉庫業	取引先数を増やすことにより取引先の低迷と同じように低迷するのを避けるために新規の開拓が不可欠である
30 サービス業	10～20	人材派遣業	業界の市場縮小に対応するため経営資源を活かして新たな市場へ事業領域を広げたいから。
31 サービス業	20～30	人材派遣、紹介、外国語講座	新規分野の開拓、それに見合う人材の確保

32	サービス業	20~30	ホテル	売上げ単価が年々下がってきたり、既存顧客が廃業をしたりして売上げの減少が予想されるため、新規顧客等の開拓と新規顧客のニーズの把握が必要と考えるため
33	サービス業	20~30	求人情報誌の発行	営業は訪問するだけでなく、ネットでも可能なので、そのあたり(生産性アップ)を強めると同時にエリア拡大、新規事業を展開。
34	サービス業	20~30	人材サービス業	売上を最大に経費を最小にを目指した経営を考えているため(経費はある程度おさえることができるが、営業の戦力が不足している)
35	サービス業	30~40	イタリア料理店	事業拡大の為人の育成が急務だと考えるため
36	サービス業	30~40	オートバイの販売修理、レンタルバイク	お客様満足度をあげる為、社員能力UP、営業力、技術力の強化は他社との差別化です。一歩リードするために必要です
37	サービス業	30~40	葬祭・多目的ホール運営	一件単価が低下している流れの中、売上確保の為
38	サービス業	30~40	印刷業	海外進出検討中
39	サービス業	30~40	清掃サービス	新規顧客開拓
40	サービス業	50以上	高齢者・障害者在宅サービス(デイサービス、相談、訪問介護)	人材は宝、サービス業なのでなおさら力をいれたい
41	サービス業	50以上	アウトソーシング&人材派遣 人材派遣:業務請負 50:50	派遣事業において、大手取引先が売上減少又は、契約期間[抵触日]クーリングオフを迎え上期4月~9月で約1億5千万円減少した。新規取引も増えてはいるが、新たに採用する派遣スタッフ募集経費その他が大幅に増加、新卒者やキャリアアップで採用した社員数も前年度より10名増えており、収益性を悪化させています。大手依存度が高く、経済の情勢に影響を受けやすく今後の見通しが立てにくい状況です。
42	サービス業	50以上	給食の運営受託、弁当製造、配達	新分野に展開していかねばならないから
43	サービス業	50以上	エステティックサロンの経営	施術を担当するエステシャンが我社の商品ですのでレベルを向上することが満足度を向上させ、売上向上につながります
44	サービス業	50以上	婚礼美容 エステティック	一件単価を上げる為の販売力を上げる
45	サービス業	50以上	飲食業	今後は営業力を強化して、地域ナンバーワンを目指すため、自主的な社員を育成していく。
46	運輸業	5~10	一般貨物運送事業	ガソリン等の急激な値上がりにより、利益確保が出来ない。個々の企業努力での対応が出来ない為である。それを理由にサ-チャ-ジを各ユ-ザ-に転嫁できていない為。
47	運輸業	5~10	軽貨物運送業	技術力の強化や社員の能力アップは結局は高付加価値化につながる。
48	運輸業	10~20	一般貨物の輸送	弱点でもあるゆえ
49	運輸業	10~20	事務所移転引越、個人引越、精密機器輸送など配送業務全般	社員一人一人の判断力、行動力に乏しい。
50	運輸業	10~20	運送業、専属便、緊急便、代行運転	新しい売上の確保。配送品質の向上。生産性の高い仕事に取り組む
51	運輸業	10~20	ガスボンベを主に運送	既存スタイルとジリ貧なので
52	運輸業	20~30	運送業	良い人材の確保、社員能力アップが最大の営業力だと自負している。
53	運輸業	20~30	一般貨物運送業	売り上げ低迷のための営業力拡大、品質向上のための社員能力向上
54	運輸業	30~40		日本から製造業が海外に出て行くとなれば今後地域密着型の物流会社としてどの様に方向性を変えればいいのか?また荷主の将来性や体力等もしっかり見ていかなければならない
55	運輸業	40~50	運送及び倉庫	現在の業務(得意先)を死守するだけでは展望が拓けず、付加価値の高い業種への進出を目指すため
56	運輸業	50以上	主に輸入商品に関する通関手続き及び保管荷役作業運送等	社員教育が一番大切と考える。
57	建築業	0~4	内装業	営業力を上げて、売上増につなげる
58	建築業	0~4	鉄骨工	取引先が減ってるから。

59	建築業	0 ~ 4	健康住宅の新築、リフォーム。社会福祉施設の新築、リフォーム。以上に伴う不動産仲介。	先ず営業。
60	建築業	0 ~ 4	住宅専門、新築・リフォーム、リノベーション	安定的な受注量を確保する為
61	建築業	0 ~ 4	塗装工事	新規顧客開拓
62	建築業	0 ~ 4	電気工事	新入社員を入れて企業の若返りをはかり、社員の人間性もレベルUPしていきたい
63	建築業	5 ~ 10	コンクリート圧送業	新規設備を導入しますので、それに伴って取引先を増やします。その為には社員の人間力が必要です。
64	建築業	5 ~ 10	ダクトの加工及び取付 用途 給排気 空調 集塵等のダクト工事	大型新築物件、商業店舗のダクト工事は受注が困難である。既存の客先の信頼関係の強化を計り、年間ベースで収支を考えている。個々の物件では赤字の物件があります。
65	建築業	5 ~ 10	店舗設計施工及びリフォーム	見積もり単価下げられ苦しいところに件数減ってきたので、異業種交流会に参加して、そこから新たな繋がりが出来つつある
66	建築業	5 ~ 10	電気工事、EV販売レンタル	能力を数値化しにくい業種であるため、昇格などのための明確な指針を示せない。
67	建築業	5 ~ 10	太陽光発電	トラブル続きで現場ミス、事故が多い。社員の技術力アップが最重要課題。
68	建築業	5 ~ 10	建築塗装一般：配管塗装：吹き付け：防水その他お住まいに関するご相談	消費の冷え込み・先行き不安で家の改装に想いが至っていない。今の不況の嵐が通り過ぎるのをじっと待つ感じ、安さを売り物している業者が台頭してきている。こんな業者に掛からなければ良いと願います。
69	建築業	5 ~ 10	建築全般(新築・リフォーム・修繕)	新しい展開を必要と考えている
70	建築業	5 ~ 10	ゼネコン下請け及びユーザの内装工事及び什器販売	従来型の継続に先行き不安がある
71	建築業	5 ~ 10	内装仕上げ工事業	取引先が減少していく中、新規取引先を開拓することが重要なポイントと思い、そこに力点を置いています
72	建築業	5 ~ 10	工務店	利益アップ
73	建築業	5 ~ 10	総合建設業(新築、増改築、リフォーム等施工)	景気の動向を捉えること。多業種の重要取引先を増やすことは経営の安定化につながると考えます
74	建築業	5 ~ 6	建築一式、リフォーム全般、空調設備工事、空調メンテナンス	営業力と技術力は最大の武器！！しかし、攻撃力があっても体力がなければ持続できない。
75	建築業	10 ~ 20	内装設備・空調機取付・保守・メンテナンス 窓ガラス断熱塗料施工	景気低迷による設備投資予算の減少
76	建築業	10 ~ 20	ビルなどの電気設備工事	・定年退職される方が数名おられる。 ・受注金額の低下
77	建築業	10 ~ 20	民間の工場・事務所・倉庫などの法人顧客対象の建物の新築・増改築の設計・施工及び個人の注文住宅の新築・増改築の設計施工	建築の場合、簡単に顧客が増えるということが難しい業界といえる。 また、顧客の継続性も低い。逆に、信頼関係を築けると長いお付き合いになるう可能性が高くなる。自社の特徴や強みを認識し、発信して顧客の拡大を図らなければ、どんどん縮小してしまふ。
78	建築業	10 ~ 20	通信及びエネルギー施設 建設エンジニアリング	既存取引より新規取引に重点を置きたい
79	建築業	10 ~ 20	電気・空調・通信	受注額で利益確保が難しい。下請け部門を少なく、直接客取引の方向転換。技術力、社員能力アップ、人材選定。
80	建築業	10 ~ 20	内装業	営業力を上げて売上げ増につなげる
81	建築業	10 ~ 20	建設機械の部品販売	ないものは売れる、ネットでの販売も視野にいれる。
82	建築業	10 ~ 20	調査、工事、測量、不動産	現在の事業で更に技術力を高める事と、その分野との連携した事業を拡大する為に知識と技術を習得し外注を減らす。
83	建築業	20 ~ 30	建設業、空調、衛生設備の断熱工事、管工事	競合の中でのより優遇な物件の確保
84	建築業	20 ~ 30	機械設置工事・メンテナンス	営業は利益率の高いところへの営業拡大。人材を育成してより仕事量を増やして利益率の高いところへ移行すると共に今年度10月以降は忙しくなりそうなので、そのための教育を強化する

85	建築業	30～40	飲料用貯水槽のメンテナンス業・修理再生	新たな修理工法の開発(施工機械と資材の)オンリーワンの独自工法の開発
86	建築業	50以上	墓石・建築石材の化工・販売・施工	個人顧客にむけた営業力・能力アップ
87	製造業	0～4	プレス金型製造	取引先の海外移転にともない受注減になったため新たな取引先を開拓中。
88	製造業	0～4	印刷業	営業力の拡大・強化を維持させていかないといけないと思います。
89	製造業	0～4	チョコレート菓子の製造・販売	適正で高品質商品をお客様に提供するため
90	製造業	0～4	金属加工業	1月は、活発な動きのある業種が身近な地域では、見つけれなかった。
91	製造業	5～10	食品軟包装資材の企画、製造、販売	社員の高齢会
92	製造業	5～10	銅パイプの曲げ及び端末加工	技術力を高め、異業種金属のロー付に挑戦する
93	製造業	5～10	プラスチック製品の製造、販売	経営理念、計画に基づく新商品開発が重要
94	製造業	5～10	印刷 ウェブ デザインの制作	受注に対して人の育成が追いついていない。
95	製造業	5～10	機械・溶接加工による産業機械部品の製作	得意先一社一存体質からの脱却
96	製造業	5～10	金属切削加工	電力料金が不透明
97	製造業	5～10	金属の切削加工	外部環境に対応できるための内部分析を強めることが必要と感じています。
98	製造業	5～9	アルミ押出型材の機械加工全般	今後、海外流出が増え競争が激化すると思われるから。
99	製造業	10～20	金属加工業	技術的に優れた人材による時間短縮
100	製造業	10～20	プラスチック切削加工業	仕事を守り、発展させる必要があります
101	製造業	10～20	オフセット印刷 製本	収益に見合う人件費率を考え、人材確保を試みているが、うまくいくかどうか
102	製造業	10～20	部品塗装	顧客の選択基準が単価のみになっている
103	製造業	10～20	プラスチックフィルム加工	社員が経験を積むことで
104	製造業	10～20	金属プレス加工・板金溶接加工・金型製作	既存の取引先以外の受注業界別、業種別の取引先の新規受注に注力する。高付加価値製品の生産を行い景気に左右されない売り上げを確保したい
105	製造業	10～20	産業機械の電気制御、制御盤の製作、機内配線	国内の新規機械の受注が激減している。
106	製造業	10～20	電気制御部品の販売	10年後を考えたときに、このままの状態では危機感を抱いている。特に18に力点を置いて動いている
107	製造業	10～20	キャラクター文具、生活雑貨の製造・企画	新製品開発における技術者レベルの向上・増員
108	製造業	10～20	工業用裁断機器・省力化機器 製造	パイの奪い合い。技術力をお客さんに合致させた営業が生き残りの道
109	製造業	10～20	糸引き納豆の製造、販売	良いものを作る努力をし、良いものを知って頂くことが大切だと思います。
110	製造業	10～20	電子機器(プリント配線板)製造	企業の工場が海外シフトする事に対して何か手をうたなければ、製造業全般の業況の悪化がさらに進む可能性は高い。増税はさらに景気悪化を導き、決断しなければならぬ状況はすぐそこかもしれない。
111	製造業	10～20	軟質塩化ビニールのリサイクル業	リサイクル業だが、材料の確保が難しくなっている。ある程度注文はあるが、材料が無いと作れないので、新規に仕入れ先を探す必要がある。どうしても仕入れ値が上昇するので、資金は確保しておきたい。
112	製造業	10～20	ポリウレタン・テフロン等の高機能表面処理加工	人が全てである。社員の能力向上・モチベーションアップがあってこそ営業力も強化される
113	製造業	10～20	高級婦人及び紳士下着企画製造販売	従前の販売先の取引が減少の一途の為、新規の販路構築が最重要である事、技術力を使って業種の多様化の検討と今後続く人材の育成。
114	製造業	10～20	プラスチック成形	材料価格の値上がり

115	製造業	10～20	別注家具の設計・施工	技術があるがPR不足
116	製造業	10～20	金属焼付け塗装	工業産業以外に参入していく為
117	製造業	10～20	冷間鍛造金型の設計製作とソフト開発販売	安売りをしない事、その土俵の上にたたない事に尽きる
118	製造業	10～20	横編ニット製品の製造・販	OEM生産では単価が上がることはないため
119	製造業	10～20	プラスチック射出成型	失注した案件の価格調査をすると、原価割れしたり、時間あたり加工費が極端に少なかったりすることが多い。また、客先からの希望価格提示額がある場合も、こちらから断らねばならない内容のものが大半。海外生産が国内生産がという天秤にかけられているが、海外価格で国内技術対応力が要求されている。
120	製造業	10～20	金属表面処理業(総務省「日本基準産業分類」中分類24金属製品製造)	リチウムイオン電池や太陽光発電に代表される様に新製品開発は日々進歩しており、新しい製品を作り出すための課題を解決していくためには、新製品や技術力UPが必要であり、それによって重要な取引先とコアな関係も築いていけるから。
121	製造業	10～20	製缶板金業	受注単価のダウンに伴い、コスト対応(短納期の先取り)をしていかないと利益が出ない。そのためにも、技術力を早急に高める必要がある
122	製造業	10～20	製缶板金加工業、産業機械製造	厳しい受注価格にも対応できるように熟練者から若手社員への技能伝承は急務。今後3年間の景気動向を把握しないとイケない
123	製造業	10～20	プレス金型製造	社員の高齢化への対応。仕事効率を上げて利益の確保を目指す。
124	製造業	20～30	商業印刷物製造	企画力の向上により、新規顧客の開拓と新商品の発掘
125	製造業	20～30	寝装品(毛布)製造・販売	現状のマーケットは飽和状態で年々縮小傾向にある為、自社の設備、技術を生かした分野へ販路を変えた
126	製造業	20～30	パッケージ等、紙製品製造・販売	単価が下がる・競争が激化する中、社員の能力upと全社一丸体制がないと、利益の出る仕組みをつくれな
127	製造業	20～30	量販店、業務用向け和菓子の製造販売と自社店舗での小売り	仕入単価上がるも、転嫁できない
128	製造業	20～30	服飾品製造販売、販売促進品、ファッション雑貨、コンサートグッズ等製造販売	営業マン一人あたりの売上高の減少の為、(前述の)1、4を拡大する方向に
129	製造業	20～30	硬質クロムメッキ業	仕事はあるが、それに対応する技術、社員の能力をアップさせないと次の展開にすすめないから
130	製造業	20～30	板金・製缶業(小物)	今ある強みを活かした販路開拓がないと受注量の確保ができない
131	製造業	20～30	婦人服インナーの企画製造販売	厳しい業界での生き残りの為
132	製造業	20～30	光学ガラス製造、光学部品製造業	タイの洪水被害により日本主要カメラメーカーの生産輸出が半減して、3月末に回復するまで用品の受注減少が続いている。
133	製造業	20～30	鋼材の販売と鋼板加工	急激に社員増に為、教育が行き届かない。
134	製造業	20～30	お菓子製造	当社の取引市場が狭くなっています
135	製造業	20～30	フレキシブルシャフト製造	受注が少ない。
136	製造業	30～40	金属製品製造、溶接製缶	さまざまな需要がストップした感じがする。一時的なものであればいいのですが。
137	製造業	30～40	ウール・カシミアなどの獣毛(動物の毛)を使って糸を生産する紡績業	相場のある原料をととても長い期間在庫する業界ですが、できるだけ仕入のコストダウンをはかるために。
138	製造業	30～40	繊維製品加工業	社員のスキルアップが必要
139	製造業	30～40	印刷用インキ製造	今後の成長が望めない業界なので、業態変換が必要
140	製造業	30～40	建築用金属製品製造	営業、製造部門の人員増は達成。それらの人材を早期に一人前に教育指導により、確実に業績に貢献することが最大の課題になっている
141	製造業	30～40	道路舗装機械、水処理装置等の中大型部品加工(溶接、機械加工)	技能者不足により競争環境が改善される傾向にあること。復興需要など内需関連の受注が増加する可能性が高まっていること
142	製造業	30～40	清涼飲料、調味料、製造	新しい顧客、サービス、商品を開拓開発すると同時に既存顧客のフォロー充実

143	製造業	30~40	プリント基板加工・金型製造	固定資産税・消費税・社会保証負担が大きく経費がかさむこと。今後の世界経済の動向の分析能力が必要になる。そのうえで、日本で生き残るための方法を検討する必要がある。中小企業を中心にした新しい産業の構築が求められる。
144	製造業	30~40	カーペット製造業	市場を広げる努力
145	製造業	30~40	焼き菓子製造卸	旧社員の高齢化と新規社員の熟練不足。
146	製造業	30~40	ディスプレイ業、アクリル樹脂加工、サイン業務 尊光板パネル・照明器具・輸入	異業種コラボによる、新商品、新サービス、新市場の創出が今後必要と考える
147	製造業	30~40	金属熱処理受託加工。金属製の部品や金型をお預かりして「熱処理」という寿命を延ばす工程を施してお返す。我々は「金属に魂を入れる」仕事と自負しています。「技術」を買っていただいています。自動車、工作機械、精密機械(カメラ、携帯電話、パソコン)人工衛星、釣り針、等々 あらゆる部品が対象になります。	急速な産業空洞化により、国内のモノづくりが急激に減少して行っている。その事から「受注競争」「価格競争」「納期競争」が激しくなっており、このまま競争が激化していけば、倒産、廃業が急増する。よって失業者の急増不況の継続という悪循環が抜け出すことができない。
148	製造業	30~40	金属熱処理加工業	既存技術、既存分野の深堀と新技術、新分野、海外への展開との両方を見ながら今後の方向性、バランスを考えなければならない時期と考えるため。
149	製造業	30~40	金属プレス加工	一社に売上が偏っている
150	製造業	30~40	ごみ貯留機製造販売	海外に向けての販売をすでにしておりますが、どこまで販路を広げるか検討中です。
151	製造業	30~40	金属工作油剤製造・販売	海外販売の拡充
152	製造業	40~50	チェーンコンベヤを中心とした搬送設備の設計・製造	顧客からのQCD向上の要請が従来に増して強まっている。また、今期幹部社員の大幅な入替を行ったために管理能力の低下が見られるので、新しい幹部社員の管理能力の底上げが必要である。
153	製造業	40~50	きな粉、香辛料等食品製造販売	次期准経営者層の育成プログラムの進行。開発マーケティングの強化
154	製造業	40~50	プラスチック射出成形	特に社員能力アップに力を入れる。弊社は幹部、責任者(自分も含めて)、パートさんまで仕事に対する意識が甘いと思うので、会社を変えるにはまず人からです。
155	製造業	40~50	工業用プラスチック部品の製作	生産キャパに対する仕事量が不足しているため
156	製造業	50以上	印刷全般、WEB、UV印刷、製本	オフセット印刷を中心にUV印刷の売上げ拡大。WEBの売上げ拡大には、営業力、技術力の強化が必要
157	製造業	50以上	磨ナット製造販売	今現在は余り変わらないが空洞化(壊滅)により需給バランスの変化が起こり 価格破壊が進む。
158	製造業	50以上	ポリウレタンゴムの製造	従来商品のみでやっていくことは今後ますます厳しくなる
159	製造業	50以上	健康食品・サプリメント・化粧品	売上があってはじめて、雇用や利益を獲得できるから
160	製造業	50以上	熱処理・受託加工業・及び製造販売	当社は技術力が継続していかないといいません。
161	製造業	50以上	プレス製品工場と鈮螺卸商	1、未だ十分な営業活動はできていないと思う 4、既存ユーザーのみでは他力本願で開拓できない。まだこの件については満足にできていない 8、もっと広い視野で考えないと、とても勝ち残り、存続できない
162	製造業	50以上	線香の製造	店頭シェアの向上 生産効率の向上とコスト意識の共有 品質維持と原価率の改善の両立
163	製造業	50以上	金属プレス加工業	グローバルな戦いにはスピードを上げて、より一層3点の実施をする必要がある
164	製造業	50以上	印刷・工業用ゴムロール、周辺機器の製造・販売	より細かいケアやお客様のニーズを充たすため 業界で常に先頭に立ってお客様に新しい製品・技術を提供する お客様の要求事項を充たす為

165	製造業	50以上		売上を増加させる為に営業力を強化する
166	製造業	50以上	電子機器、開発設計、製造、ソフト開発、設計	コストを下げる提案をする為に技術力の向上(広範囲に考えられる技術)
167	製造業	50以上	食品原材料加工機製造販売	販路の拡大をして、需要を広げる。各部門の若返りの為、部門の継承をする為の教育
168	専門サービス業	0~4	税理士業	新規顧客増がなかなか見込めない中、現顧客をいかにしてつなぎとめておくかが課題。そのためにも自己満足にならず、ニーズの把握と情報提供に力点をおかねばならないと考える。ただし、新規獲得努力をおろそかにできない。
169	専門サービス業	0~4	不動産の売買、仲介	情報を的確につかんでネットワークの拡大
170	専門サービス業	0~4	経営コンサルタント	新規事業をさらに軌道にのせるには、人材の量と質が不可欠なので
171	専門サービス業	0~4	弁護士業	先行きが見えないため
172	専門サービス業	0~4	イベント・ブライダルプロデュース。司会者斡旋。	国内の需要に耳を傾けるべく、生活に密着したサービスへと発展させたい。 雇用にはこだわらないが、同じ価値観を共有出来るパートナーシップは必要。
173	専門サービス業	0~4	中小製造向けの仕組みづくり、人材育成を中心としたコンサルサービス	新サービスを広く実施するために、人材の力量向上がカギとなっている
174	専門サービス業	0~4	不動産、内装請負、インテリア商品販売、それらのコンサルティング	売上のベースとなる重要取引先を確保し、業務を確実に増やしていきたいから。
175	専門サービス業	0~4	社会保険労務士業	設備投資がないため、多額の借入ができないこと。また、商品開発とその売り出し方を模索中。商品開発と売り出し方が確定し、見込み客にマッチすれば新規顧客開拓はクリアできると思われる。
176	専門サービス業	0~4	社労士業	他社との差別化
177	専門サービス業	0~4	社会保険労務士業	売上げ増加の拡大と人材の育成
178	専門サービス業	0~4		私という人間と業務をしってもらうため
179	専門サービス業	0~4	税理士事務所	差別化みえにくい税理士業について商品開発をはじめ
180	専門サービス業	0~4	設計支援業務、CADコンサルティング	設計業務の3次元導入支援を進めてきたが、本年に入って徐々に問い合わせが出てきている。しかし、まだ3次元の活用方法が認知されていないし、活用方法もPRできていないので、新しい分野への新規開拓をすすめる。 また、一人企業なので「経営理念やビジョン」などあまり重要視していなかったが、同友会の活動の中から必要性を感じているので、それを作りその内容に沿って実践していきたい。
181	専門サービス業	0~4	風俗営業などの許可認可届出の書類作成・提出代理・コンサル 株式会社・法人の法務関係書類作成 在留許可・永住・帰化申請など	新規営業先が増加したため、すべてのニーズを把握しているとは考えられない。今後深く付き合いニーズを把握したい。
182	専門サービス業	0~4		一人体制からの脱却
183	専門サービス業	0~4	経営コンサルタント、キャリアコンサルタント、ITコンサルタント	昨年12月に3名採用したため、その分売上確保が必要。
184	専門サービス業	0~4	社会保険労務士業	自分の業務をもっと広めていく
185	専門サービス業	0~4	社会保険労務士業務	新規開拓につながる企業のニーズをいかに掴み、具体的なアプローチツールにつなげるかが課題
186	専門サービス業	0~4	税理士業	売上げ単価が年々下がってきたり、既存顧客が廃業したりと売上げの減少が予想されるため、新規顧客の開拓と既存顧客のニーズの把握が必要と考えるため
187	専門サービス業	0~4	グラフィックデザインをベースとしたDTP	自社の強みを十二分に発揮できるステージを構築する
188	専門サービス業	0~4	民事・商事をメインとした弁護士業	尖った得意分野を開発することにより、競合から抜け出すことが必要である。
189	専門サービス業	0~4	保険の代理店	新規販路を見つけることが大事

190	専門サービス業	0～4	マンツーマンのパーソナルトレーニング	他社との違いほだす為
191	専門サービス業	0～4	社会保険労務士業	売上の増加と利益の確保。
192	専門サービス業	0～4	筋肉矯正健康法、文化教室	よそにない技術、オリジナル作品に特に力を入れることが大切だと思っています。良い人材を育成する事が営業力にもつながると思っています。
193	専門サービス業	0～4	社会保険労務士	売上を増やすため
194	専門サービス業	0～4	税理士業	現状の売上高では経営が苦しい。
195	専門サービス業	0～4	会計監査・財務関連アドバイザー	売上増加による経営安定化を目指すため
196	専門サービス業	0～4	個人資産の運用アドバイス、保険業務代理店	営業基盤を確立し、経営の安定に繋がるように新規販路開拓に力点をのこす
197	専門サービス業	5～10	プラスチック金型設計 プラスチック金型の総合サービス	円高により、ものづくりが、外国に移管されて、国内での製造が減少しています。国内で受注している企業はこれからの方向性の計画を情勢を判断して決定しないとはいけません。
198	専門サービス業	5～10	税理士事務所	今の時代を生き抜くには、戦略が必要
199	専門サービス業	5～10	自動車整備販売	現状を変えていく
200	専門サービス業	5～10	税理士業	単なる集計作業から企業の安心経営を企画できる税理士事務所を目指しているため
201	専門サービス業	5～10	デザインコピー印刷等	他に出来ない事などを思案中。サービス等
202	専門サービス業	5～10	中古車販売、中古部品販売	まだまだ全国的に展開していける可能性がある事と輸出の分野をうまく利用すれば国内販売と人材の確保ができるため
203	専門サービス業	5～10	都市計画・まちづくり、インテリア・建築・土木・ランドスケープの調査・計画・設計	建設市場全体の縮小と、それによる大企業の中小企業市場への乱入
204	専門サービス業	10～20	建築設計	販路拡大し自社の良さをより多くの人に提案することで受注を増やす。
205	専門サービス業	10～20	生態系調査	多角経営に移行する
206	専門サービス業	30～40	障がい者の日中活動の支援(軽作業(下請け)、パン製造販売)	障がい者に対する支援のためには、職員の人間的な成長が必須です。コミュニケーション労働の職場ですので、特に人材育成が事業の先行を左右します。また、新規事業を考える人材を必要としています。
207	専門サービス業	40～50	建設機械器具の販売	建設産業には規制が多く、自由な競争が出来ない
208	専門サービス業	40～50		職員育成に力を入れているつもりですが、新たな事業所の責任者としての配置等に不安があります。又人件費の負担は定期昇給で増えていきますが収入の増加が見込まれるわけでなく、組合との話し合いがうまくいかず悩んでいます。
209	専門サービス業	40～50	輸出入の通関手続きおよび関連する業務全般	消費低迷が長引くと業績に大きく影響がある。デフレは流通には特に大きくコストに反映されている。積極採用は人件費を増大させている。
210	専門サービス業	40～50	車輜・部品の販売からメンテナンス、改造など商用車に関する専門商社です。	外的要因に対抗するためにまずさらなる社内体制固めや社員教育(役員含む)での企業レベルアップを図り、時代の変化にスレスレに対応できる体制づくりをする。
211	専門サービス業	50以上	高齢者・障がい者複合福祉施設	他の福祉法人と比べて高い人件費。福祉従事者の社会的地位の低さ
212	通信情報業	0～4	パソコンネットワーク・サーバー構築サポート	単価が低く、スポット対応になるため、新規販路を開拓して定期的に受注できる必要がある
213	通信情報業	5～10	WEB制作、システム開発	人材の確保が安定しない為、重要な取引先を逃していると考えています。
214	通信情報業	5～10	WEBサイト制作、システム制作、管理業務	今までのネットを使った顧客獲得方法では受注できなくなったため。
215	通信情報業	20～30	コンピュータソフト開発	社会保険料が年々上がっていき、負担が大きい。
216	通信情報業	50以上	通信機器・サービスの販売代理店	常に新しい時代の波を取り入れることが最重要と思うから。また事業立ち上げには優秀な責任者が必要だから
217	流通業	0～4	骨董、古美術の卸売、食品、雑貨品等を健食業界に卸売しています、不動産賃貸業	食品の卸売は、全社一丸体制で取り組み、少しずつ業績を上げてきました。

218	流通業	0 ~ 4	マグネット応用機器販売・中古工作機械販売・修理業務	中国からの仕入れ材料の高騰からの問題 最近 下がって来ているが ころ3月購入先が元気がない
219	流通業	0 ~ 4	金属材料販売、軟素材加工販売	ユーロ危機による影響か
220	流通業	0 ~ 4	木材卸	昨年業績は伸びたが新規顧客開拓はなし
221	流通業	0 ~ 4	宝石の小売・卸、企画・セミナー業	卸を主軸にしていたが、小売に移行しお客様の絶対数を増やす。業態を変えた仕事を異業種とのコラボレーションで確立する。
222	流通業	0 ~ 4	宝飾品のネット販売・卸販	経営の立て直しを考え中
223	流通業	0 ~ 4	主に物づくり業者への連結部品(ねじ・ねじ部品)の販売です	付加価値をつけにくい商品販売を扱っていますがあらゆる産業に欠かせない商品です。景気が良くなれば必然に上向くのですがそれに頼っては会社の発展はないです。金属販売業としての独特性(同業他社との差別化)を見つけるのが一番の課題です。
224	流通業	5 ~ 10	ニット生地卸売、婦人服輸入卸売	新規開拓がうまくいきかけているのでさらにパワーアップしたい
225	流通業	5 ~ 10		毎年定期昇給を続けてきたが、社員の高齢化が進んだことで、労務費負担が増えている。また、原油価格、ナフサ価格の高止まりが続いている中、販売価格は競争激化により低下し続けている。社員のレベルが上がらない一方で、一体感のある関係も築けていない。
226	流通業	5 ~ 10	石油化学品の販売	各社信用力含め客先数を増やしたい。人員増分の経費アップがあるため効率をあげていきたい。
227	流通業	5 ~ 10	卸売業	現販路は飽和状態
228	流通業	5 ~ 10	印刷物用塗料、資材販売、希釈剤、塗料製造	円高にもかかわらずナフサ高のため高止まり、さらに今月あたりからさらなる値上げがうち出された。
229	流通業	5 ~ 10	農業資材、種苗、農業、卸	会社存続のため
230	流通業	5 ~ 10	ステンレス鋼材卸売	今までつちかった技術ソフトを活用して、新たな分野を開拓する
231	流通業	10 ~ 20	美容材料卸売	若い社員の確保、定着、戦力化が課題
232	流通業	10 ~ 20	特殊鋼・ステンレス鋼の薄板の卸売(切断加工含む)	国内経済の縮小の中でも活力ある姿を維持できる要素と考えています
233	流通業	10 ~ 20	ギフト・カレンダー等の製造・輸入	限られたマーケットが販路のため、新製品の投入が欠かせない。
234	流通業	10 ~ 20	被服販売業	若手人材の確保・育成
235	流通業	10 ~ 20	医療用義肢装具材料、部品等卸、輸入卸	財 事業 人 を残すの通り
236	流通業	10 ~ 20	事業用厨房食器類及び作業シューズの販売	営業活動が固定化しているのを打破し、理念と計画を見直す
237	流通業	10 ~ 20	食品関係の卸	今は各自の力をアップさせる。仕事の効率化。
238	流通業	20 ~ 30	保管・梱包・発送代行 物流加工全般	社員からパートスタッフまで含めた業務改善を行い利益率を上げるため
239	流通業	20 ~ 30	木材 新建材 販売	人材不足
240	流通業	20 ~ 30	販売促進用品の企画販売	他社に負けない商品力をつけ、新市場に販売することにより、売り上げ伸びが見込める。そのためには社員の能力UPが不可欠
241	流通業	20 ~ 30	高齢者施設の浴場やリハビリプールの設備機器の日本全国への卸販売(一部海外販売)各種工場の温水供給装置や浴場設備の機器やプラント販売	これまでの自社の主力となる市場は構造不況になっているので市場の変化に追従して販路を修正させながらその分野での業界ナンバーワンの位置を築いて有利な事業展開をする。そのために広く継続して業界に知らしめる。
242	流通業	20 ~ 30	西洋骨董品輸入販売業	工場の問題でこれ以上の設備増はむずかしいので、生産性UPが第一の目標になる
243	流通業	20 ~ 30	食肉製品製造卸売	経営理念・計画の見直しによる社員能力アップが重要と考えるため、また、新規設備・規模拡大を取り組むことにより、売り上げ、利益の拡大がよび、取引安全性を高めるため。
244	流通業	30 ~ 40	鶏肉、鶏卵及び業務用食材卸し	市場規模の縮小に伴い新しいビジネスが必要。経営の安定性を高める為、取引先取引額のバランスを取る必要がある

245	流通業	30~40	建設・土木資材の製造及び販売 輸入業務 高度医療管理機器の販売及び賃貸 ホームセンター資材の販売	民需の活性化無くして景気の回復はありません。会社経営については経営者だけの力では限界がある。経営者の百歩より全社員の一步が大切だと感じています。
246	流通業	30~40	お米の卸業	米卸から食品卸に移行する。(10年後)
247	流通業	30~40	金属加工機械の販売、中古機械の販売、重量物移	国内マーケット縮小に対して、既存ユーザーからの脱却と海外展開による新しいユーザーの取り込み
248	流通業	40~50	衛生関連用品企画卸・機能性樹脂製品企画卸	民間需要の停滞は、今後も改善の見込みは立ちにくく、自社扱い製品の中でコモディティ化された製品については、今後もデフレ傾向を避けることは不可能だと読んでいる。少子高齢化や人口減少がある限り、このリスクから逃げることはできない。社員教育についても、企業は人である限り、維持発展と常に隣り合わせの問題である。幹部社員については、いわゆる社員30人以上の壁である。トップダウン型の組織から、中堅幹部を配した多層型組織に切替えていく過程としての課題です。
249	流通業	40~50	一般用医薬品の製造販売	取引先を増やすことが最重要課題
250	流通業、流通業	10~20	古紙の回収・選別・加工・販売	古紙分野での集荷拡大と新規ビジネスモデルを確立したい
251		0~4	生損保代理業	外部環境の変化が激しく中長期計画の見直し急務
252		0~4	デザインIT	自社のサービスを開発 異業種とのコラボ 営業力アップといった感じ
253		0~4	女性下着の製造と卸 生産日本及び韓国	既存ルートの拡大市場は見込めない。新規異業種との連携による新規の市場開拓が必要。
254		0~4	事務用品・OA機器・オフィス家具などの小売・卸業、印刷・印鑑・ゴム印、システム構築、販売など	大手資本により引き起こされている過度の価格競争がデフレを招き、そのような企業でさえ、自分で自分の首を絞める状況にあるが、そこから抜け出すことができずにいる一方で、中小企業や消費者は、その被害者である反面、際限なく安値買いをしているという点で、加担しているとも言える。このような状況では民間需要は活性化するはずが無い。取引先のニーズは、まずは安価であることであり、高付加価値な商品も陳腐するのが早い。そこで「本物を」と言うが、少なくとも日本レベルの大きな市場で、このような状況下で高付加価値を維持できる「本物」が
255		0~4		新規開拓を続けているが、売上高は伸びていない、今期には設備(パソコン、ソフト類)を買いかえる必要がある
256		0~4	生地の開発	既存の商材が1アイテムを除いてすべて低下しておりここ1年の低下は激しいようである(数値的には未分析)
257		0~4	広告、販促物の企画制作	新規顧客の発見と、そこへの自社でできること(企画~制作)のアピール、そのためのビジネスチャンス(機会)の発見、創出を図る。
258		0~4	輸出入貨物の通関手続きと物流の手配	社歴の浅い社員の教育には時間がかかる
259		0~4	自社のオリジナルブランドの帽子の企画・製造・販売	東京マーケットに進出予定
260		0~4	店舗デザイン 店舗改装 設計施工 アルミ建材及び高機能板硝子販売施工	建築関係の受注が低迷しているが
261		0~4		広告写真業にシフト傾向 企業の発展は人で決まる
262		10~20	生産財卸売業 製造業へ、設備機械、周辺機器、先端工具の卸売り販売業	社内の高齢化が進んでいるので、若手採用を検討中。需要は停滞していると思う。不安はあるが、そうも言ってもらえないと思う。
263		10~20	調剤薬局	会社を動かしていく力は人材(社員)であるから
264		10~20	非破壊業	売上げアップは営業力アップで
265		10~20	珈琲製造卸 食品卸	新卒採用に対する助成金
266		10~20	リサイクル(教材)販売	人を活かすにつきます。

267	10～20	プラント工場での設備支援	既存顧客だけでは、この不況の中、売り上げを伸ばすのは難しくなっている。新たな顧客を開拓している必要があると考える。
268	10～20	障害者の就労支援	施設としての特徴を出すために新規の事業に取り組んでいきたいと思います。
269	10～20	高齢、単身、低所得の方の生活自立のサポート付き賃貸住宅	橋下市長が打ち出した西成特区の構想の先行き及び着地点が見えない。事業にどう影響するかわからない。
270	20～30	医療用ガス卸売	このままだといづれギリ貧
271	20～30	クリニック・整骨院	リスク分散
272	5～10	床束、フレキ管、配管支持金具製造販売	弊社のお客様は早く重要取引先を増やすために生産性アップ効率化を勧め、新規設備、規模拡大を考えています。
273	5～10	建設資材販売業	同じ商品では、価格の下げあいになってしまうのでオンリーワン商品を持つことが重要。
274	5～10		新規関係の基礎を作るため
275	5～10	主に中国産の食品(農産物)の輸出入貿易商	・外貨レートの変動に対応できる様、営業力の強化。 ・新規採用社員のため固定顧客のみに依頼せず、販路拡大が必要。

前回までとの比較

(1)売上に関して
DI値推移
前期比

	1月～3月期	4月～6月期	7月～9月期	10月～12月期	2012年1月～3月期
サービス業	8.1	-24.4	-2.5	6.8	-2.3
運輸業	0.0	-20.0	9.1	48.0	-25.0
建築業	0.0	-9.4	-32.2	-11.1	4.5
製造業	0.0	-23.5	2.8	16.3	5.9
専門サービス	38.0	-10.3	-6.0	5.5	18.0
通信情報業	40.0	-75.0	0.0	-11.4	16.6
流通業	-13.0	-10.8	-2.3	-2.3	-3.9
統計	5.9	-18.2	-2.4	7.7	3.9

前年同月期比

	1月～3月期	4月～6月期	7月～9月期	10月～12月期	2012年1月～3月期
サービス業	22.2	-17.8	5.3	5.4	12.2
運輸業	11.1	10.0	30.0	40.0	6.2
建築業	-9.6	0.0	-25.9	-5.5	12.2
製造業	0.0	2.1	2.8	5.0	9.0
専門サービス	31.0	-7.9	9.7	1.8	24.0
通信情報業	40.0	-12.5	25.0	-9.1	9.1
流通業	16.1	-10.8	-2.3	-2.3	22.0
統計	22.4	-8.1	3.5	3.0	15.3

(2)利益に関して
DI値推移
前期比

	1月～3月期	4月～6月期	7月～9月期	10月～12月期	2012年1月～3月期
サービス業	5.4	-37.8	-7.5	-1.3	-4.6
運輸業	-20.0	-11.1	-27.2	27.2	-31.3
建築業	-22.8	0.0	-34.7	-36.1	-4.6
製造業	-10.7	-23.7	-6.9	2.1	-9.7
専門サービス業	31.1	-18.9	0.0	0.0	6.6
通信情報業	20.0	-75.0	25.0	-18.2	0.0
流通業	-3.2	-5.5	-10.3	-11.6	-13.8
統計	-3.2	-19.8	-10.3	-3.3	-6.3

前年同月期比

	1月～3月期	4月～6月期	7月～9月期	10月～12月期	2012年1月～3月期
サービス業	8.6	-22.7	-8.6	-2.7	7.5
運輸業	22.2	22.2	-10.0	9.1	-12.5
建築業	-36.3	-3.0	-44.0	-28.6	0.0
製造業	3.1	-13.1	1.8	-8.7	-3.8
専門サービス業	29.6	-5.6	6.5	-7.1	8.7
通信情報業	40.0	-25.0	25.0	-18.2	9.1
流通業	19.4	-8.8	0.0	-9.3	6.0
統計	8.6	-11.0	-4.7	-7.9	2.8

前年同月期比で利益を獲得している企業の力点

業種	数	割合	数	割合	数	割合	数	割合	数	割合	数	割合	数	割合	数	割合
サービス業	17	27.9%	2	3.3%	4	6.6%	7	11.5%	3	4.9%	2	3.3%	2	3.3%	1	1.6%
運輸業	1	6.7%	1	6.7%		0.0%	1	6.7%		0.0%		0.0%		0.0%	1	6.7%
建築業	13	32.5%	5	12.5%		0.0%	5	12.5%		0.0%	6	15.0%	2	5.0%		0.0%
製造業	22	16.9%	12	9.2%	17	13.1%	14	10.8%	9	6.9%	5	3.8%	2	1.5%	4	3.1%
専門サービス業	20	30.3%	3	4.5%	7	10.6%	4	6.1%	4	6.1%	3	4.5%	3	4.5%	1	1.5%
通信情報業		0.0%	2	22.2%	2	22.2%		0.0%	1	11.1%	1	11.1%		0.0%		0.0%
流通業	7	14.3%	1	2.0%	2	4.1%	8	16.3%	5	10.2%	3	6.1%	3	6.1%	1	2.0%
(空白)	5	17.9%	2	7.1%	1	3.6%	2	7.1%		0.0%	1	3.6%	1	3.6%	1	3.6%
総計	85	21.4%	28	7.0%	33	8.3%	41	10.3%	22	5.5%	21	5.3%	13	3.3%	9	2.3%
業種	数	割合	数	割合	数	割合	数	割合	数	割合	数	割合	数	割合	数	割合
サービス業	5	8.2%	13	21.3%	1	1.6%		0.0%	0	0.0%	0	0.0%		0.0%	2	3.3%
運輸業	3	20.0%	3	20.0%		0.0%		0.0%	0	0.0%	0	0.0%		0.0%	1	6.7%
建築業	2	5.0%	6	15.0%		0.0%		0.0%	0	0.0%	0	0.0%		0.0%		0.0%
製造業	7	5.4%	18	13.8%	3	2.3%	2	1.5%		0.0%	0	0.0%	3	2.3%	4	3.1%
専門サービス業	7	10.6%	8	12.1%	2	3.0%	2	3.0%		0.0%	0	0.0%		0.0%		0.0%
通信情報業		0.0%	2	22.2%		0.0%		0.0%		0.0%	0	0.0%		0.0%		0.0%
流通業	3	6.1%	8	16.3%	2	4.1%	1	2.0%		0.0%	0	0.0%		0.0%		0.0%
(空白)	3	10.7%	2	7.1%	1	3.6%		0.0%	1	3.6%	0	0.0%		0.0%	2	7.1%
総計	30	7.5%	60	15.1%	9	2.3%	5	1.3%	1	0.3%	0	0.0%	3	0.8%	9	2.3%
業種	数	割合	数	割合	数	割合	数	割合	数	割合	数	割合	数	割合	数	割合
サービス業		0.0%	2	3.3%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
運輸業	2	13.3%	2	13.3%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
建築業		0.0%		0.0%		0.0%	1	2.5%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
製造業	2	1.5%	4	3.1%	1	0.8%	1	0.8%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
専門サービス業	1	1.5%	1	1.5%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
通信情報業		0.0%	1	11.1%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
流通業	2	4.1%	2	4.1%		0.0%	1	2.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
(空白)	2	7.1%	1	3.6%	1	3.6%	2	7.1%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
総計	9	2.3%	13	3.3%	2	0.5%	5	1.3%	1	0.3%	0	0.0%	3	0.8%	9	2.3%

営業力の拡大
技術力の強化
生産性アップ効率化
新規販路分野開拓
新製品・サービス開発
重要取引先を増やす
取引先・消費者ニーズ把握
情勢と企業進路判断

人材の採用
社員能力のアップ
経営理念・計画見直し
経費節減
規模の縮小(機構整備)
雇用調整の実施(人員カット)
業種・業態転換
新規設備・規模拡大

資金確保・銀行取引強化
新規事業立ち上げ
産学連携の強化
異業種グループへの参加

前年同月期比で売上が増加している企業の取り組み

業種		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合
サービス業	19	25.0%	2	2.6%	6	7.9%	7	9.2%	3	3.9%	4	5.3%	5	6.6%	1	1.3%
運輸業	2	11.8%	1	5.9%		0.0%	1	5.9%		0.0%		0.0%		0.0%	1	5.9%
建築業	15	28.8%	6	11.5%		0.0%	6	11.5%		0.0%	7	13.5%	2	3.8%	1	1.9%
製造業	22	14.4%	17	11.1%	20	13.1%	17	11.1%	11	7.2%	6	3.9%	3	2.0%	5	3.3%
専門サービス業	24	27.3%	3	3.4%	8	9.1%	4	4.5%	6	6.8%	5	5.7%	4	4.5%	2	2.3%
通信情報業		0.0%	2	22.2%	2	22.2%		0.0%	1	11.1%	1	11.1%		0.0%		0.0%
流通業	9	14.1%	1	1.6%	2	3.1%	9	14.1%	6	9.4%	4	6.3%	4	6.3%	1	1.6%
(空白)	8	20.0%	3	7.5%	1	2.5%	4	10.0%	3	7.5%	1	2.5%	3	7.5%	1	2.5%
総計	99	19.8%	35	7.0%	39	7.8%	48	9.6%	30	6.0%	28	5.6%	21	4.2%	12	2.4%
業種		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合
サービス業	7	9.2%	14	18.4%		0.0%		0.0%	2	2.6%		0.0%		0.0%	2	2.6%
運輸業	3	17.6%	4	23.5%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%	1	5.9%
建築業	2	3.8%	7	13.5%		0.0%		0.0%		0.0%	1	1.9%		0.0%	1	1.9%
製造業	9	5.9%	21	13.7%	1	0.7%	1	0.7%	3	2.0%	2	1.3%	2	1.3%	3	2.0%
専門サービス業	7	8.0%	12	13.6%		0.0%	1	1.1%	4	4.5%	3	3.4%		0.0%		0.0%
通信情報業		0.0%	2	22.2%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
流通業	5	7.8%	11	17.2%		0.0%		0.0%	4	6.3%	2	3.1%		0.0%		0.0%
(空白)	3	7.5%	2	5.0%		0.0%		0.0%	1	2.5%		0.0%	1	2.5%	3	7.5%
総計	36	7.2%	73	14.6%	1	0.2%	2	0.4%	14	2.8%	8	1.6%	3	0.6%	10	2.0%
業種		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合
サービス業		0.0%	3	3.9%	1	1.3%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
運輸業	2	11.8%	2	11.8%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
建築業	2	3.8%	1	1.9%	1	1.9%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
製造業	2	1.3%	6	3.9%	1	0.7%	1	0.7%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
専門サービス業	2	2.3%	2	2.3%	1	1.1%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
通信情報業		0.0%	1	11.1%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
流通業	2	3.1%	2	3.1%	2	3.1%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
(空白)	2	5.0%	1	2.5%	2	5.0%	1	2.5%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
総計	12	2.4%	18	3.6%	8	1.6%	2	0.4%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%

営業力の拡大
技術力の強化
生産性アップ効率化
新規販路分野開拓
新製品・サービス開発
重要取引先を増やす
取引先・消費者ニーズ把握
情勢と企業進路判断

人材の採用
社員能力のアップ
経営理念・計画見直し
経費節減
規模の縮小(機構整備)
雇用調整の実施(人員カット)
業種・業態転換
新規設備・規模拡大

資金確保・銀行取引強化
新規事業立ち上げ
産学連携の強化
異業種グループへの参加

前年同月期比で売上が減少している企業の力点

データの個数：力点 力点

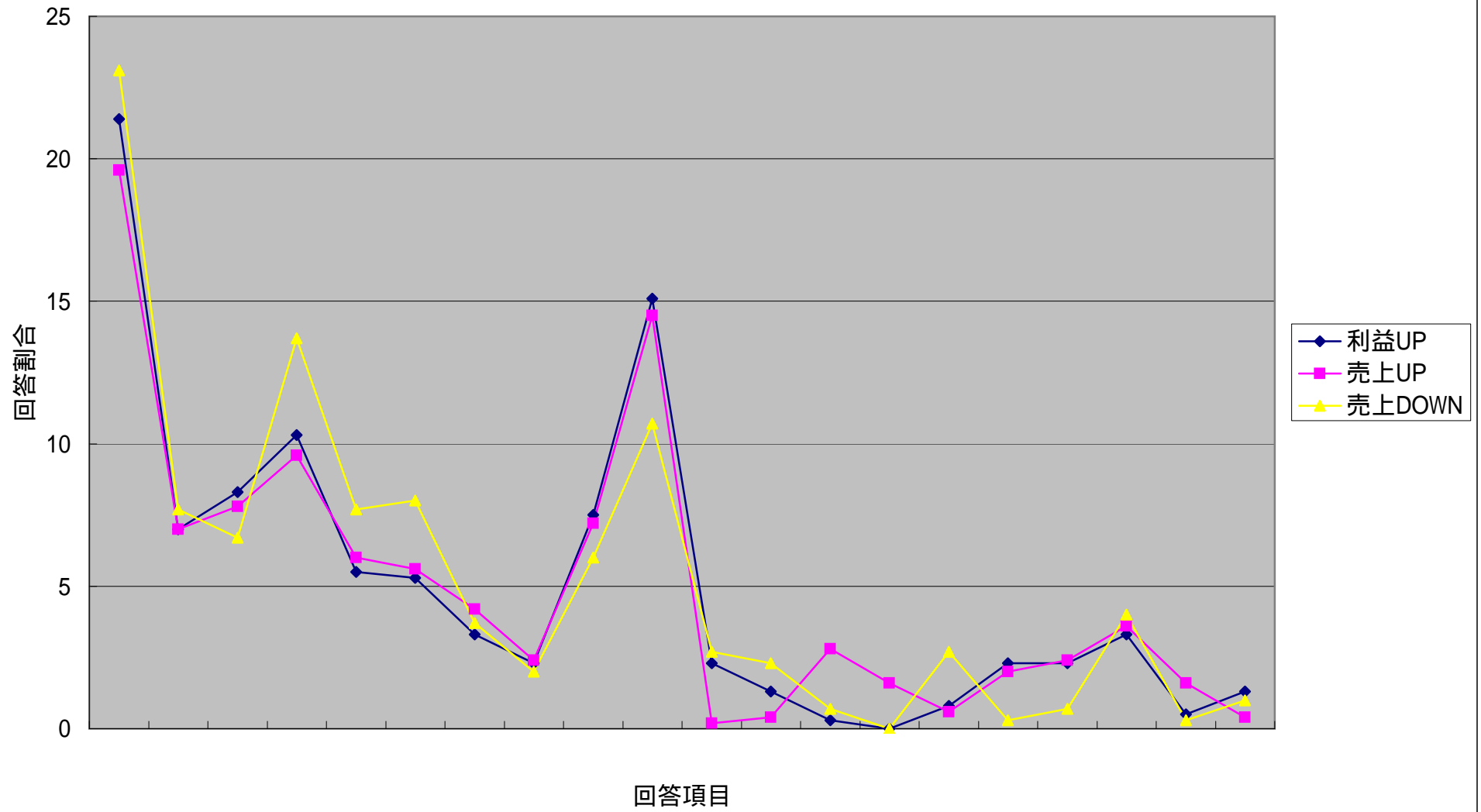
業種		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合
サービス業	17	30.9%	3	5.5%	3	5.5%	7	12.7%	5	9.1%	2	3.6%	3	5.5%		0.0%
運輸業	5	35.7%	2	14.3%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%	1	7.1%	1	7.1%
建築業	9	25.7%	2	5.7%	1	2.9%	5	14.3%	3	8.6%	3	8.6%	2	5.7%	1	2.9%
製造業	24	21.2%	12	10.6%	13	11.5%	15	13.3%	10	8.8%	10	8.8%	3	2.7%	3	2.7%
専門サービス業	7	20.0%	2	5.7%	2	5.7%	6	17.1%	1	2.9%	4	11.4%	1	2.9%		0.0%
通信情報業	1	14.3%	1	14.3%		0.0%	2	28.6%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
流通業	4	14.8%	1	3.7%	1	3.7%	3	11.1%	2	7.4%	3	11.1%	1	3.7%	1	3.7%
(空白)	2	15.4%		0.0%		0.0%	3	23.1%	2	15.4%	2	15.4%		0.0%		0.0%
総計	69	23.1%	23	7.7%	20	6.7%	41	13.7%	23	7.7%	24	8.0%	11	3.7%	6	2.0%
業種		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合
サービス業	1	1.8%	6	10.9%		0.0%	2	3.6%		0.0%		0.0%	1	1.8%		0.0%
運輸業		0.0%	3	21.4%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%	1	7.1%		0.0%
建築業	3	8.6%	2	5.7%	1	2.9%		0.0%	2	5.7%		0.0%		0.0%		0.0%
製造業		0.0%	13	11.5%	2	1.8%	3	2.7%		0.0%		0.0%	1	0.9%		0.0%
専門サービス業		0.0%	4	11.4%	3	8.6%		0.0%		0.0%		0.0%	3	8.6%		0.0%
通信情報業		0.0%	1	14.3%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
流通業	2	7.4%	3	11.1%	2	7.4%	1	3.7%		0.0%		0.0%	1	3.7%	1	3.7%
(空白)		0.0%		0.0%		0.0%	1	7.7%		0.0%		0.0%	1	7.7%		0.0%
総計	6	2.0%	32	10.7%	8	2.7%	7	2.3%	2	0.7%		0.0%	8	2.7%	1	0.3%
業種		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合		割合
サービス業		0.0%	5	9.1%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
運輸業		0.0%	1	7.1%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
建築業		0.0%	1	2.9%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
製造業	2	1.8%	2	1.8%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
専門サービス業		0.0%	1	2.9%		0.0%	1	2.9%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
通信情報業		0.0%	1	14.3%	1	14.3%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
流通業		0.0%	1	3.7%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
(空白)		0.0%		0.0%		0.0%	2	15.4%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%
総計	2	0.7%	12	4.0%	1	0.3%	3	1.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.0%

営業力の拡大
技術力の強化
生産性アップ効率化
新規販路分野開拓
新製品・サービス開発
重要取引先を増やす
取引先・消費者ニーズ把握
情勢と企業進路判断

人材の採用
社員能力のアップ
経営理念・計画見直し
経費節減
規模の縮小(機構整備)
雇用調整の実施(人員カット)
業種・業態転換
新規設備・規模拡大

資金確保・銀行取引強化
新規事業立ち上げ
産学連携の強化
異業種グループへの参加

力点比較



【4】特別項目 (1)大阪府に対しての要望

業種	業務内容	社員数	大阪府に対しての要望
1 サービス業	不動産仲介	0～4	雇用と生活を安定させ、府民の購買意欲を向上させてほしい。
2 サービス業	会計ソフト支援、月次決算、決算整理	0～4	行政において経営力向上、サービス向上、経営安定化を促進してほしい。
3 サービス業	広告・プロモーションに使用される漫画製作	0～4	毎度のPRに力を入れて具体的な活用について、周知をさせて欲しい
4 サービス業	営業・販売代行	0～4	税制の優遇
5 サービス業	不動産管理業、仲介業	0～4	最近のニューで、高齢者ならびに家族対象の府営住宅・市営住宅(RU)での孤立死が話題になっているが、もっと民間の管理会社を活用してはどうでしょうか。
6 サービス業	広告の企画・製作	0～4	広告の重要性
7 サービス業	広告企画デザイン・販売促進企画	0～4	本社機能の東京一極集中
8 サービス業	輸入車販売、修理	0～4	特になし
9 サービス業		5～10	景気全般回復
10 サービス業	生マグロの販売・加工・店の展開	5～10	生活保障をやめて欲しい
11 サービス業	自動車関連サービス	5～10	借り入れ
12 サービス業	異業種協同組合 共同購入・共同利用サービス	5～10	特にありません
13 サービス業	商業デザイン及び印刷受注	5～10	社会保険料負担が大きすぎる。事業規模や売上に応じて考慮してほしい。
14 サービス業	インテリア企画施工整理。ビル・マンション管理	5～10	各業界レベルでの意見交換会はあるが、業界を越えた中小企業家の交換会の機会をお願い致します
15 サービス業	人材派遣業	10～20	違法駐車自転車の整理や法整備。(違法駐車がなくて歩道が狭くなり、車道まではみ出して駐車しているところもあり大変危
16 サービス業	印刷物のデザイン	10～20	世界に出るための支援
17 サービス業	人材派遣、紹介、外国語講座	20～30	中小企業育成の基盤強化の具体的な提案、各業界・業種毎のM&A推進、そのための資金調達支援
18 サービス業	飲食業	20～30	咲しま庁舎の廃止
19 サービス業	寝具のリース・レンタル・丸洗い・卸販売	20～30	入札による単価の下落。採算を度外視した単価になる。
20 サービス業	人材サービス業	20～30	特にございません
21 サービス業	飲食店経営	30～40	最終電車が早すぎる 本数は少なくとももう少し深夜まで幹線は運航してもらいたい
22 サービス業	アウトソーシング&人材派遣 人材派遣:業務請負 50:50	50以上	派遣形態が長期的な雇用形態が多く、福利厚生面での経費負担が年々増加している。それを派遣先に負担を求める事が難しく、収益性が年々悪化傾向である。
23 サービス業	婚礼美容 エステティック	50以上	保育所、病児保育所 休日保育所の充実、
24 運輸業	運送業、専属便、緊急便、代行運転	10～20	駐車違反の取締りについて、「貨物車」については、一般車と同じ取締りは絶対におかしい。
25 運輸業	ガスボンベを主に運送	10～20	白ナンバー(もぐり)の横行、脱税軽油の横行、社会保険未加入者の横行。大阪府に言っても仕方ないですが、
26 運輸業		30～40	軽油の値上がりが続いている。そんな中燃料サーチャージ制を認めてもらっても全然役に立たない。今も運賃の値下げ要求が当たり前のように言われる。これでは社員の雇用・安全・安心が守れない。
27 運輸業	運送及び倉庫	40～50	中小企業向けの人材育成セミナーを年中多数実施して欲しい
28 建築業	電話販売工事	0～4	法人税下げる・社会保険下げる

29	建築業	健康住宅の新築、リフォーム。社会福祉施設の新築、リフォーム。以上に伴う不動産仲介。	0～4	国の補助金利用の工事代金の支払いが工事完了後90日。これって下請け代金支払等遅延防止法に当るのではないのか。元請だから大丈夫でことは無いでしょう。元請がこの条件だから下請けにはそれ以上にするか、又は自社で立替払いとなる。行政が中小企業をいじめてどうするねん。また、府の保証協会が保証を渋るから市も同調。特にニューマナーは出さない。銀行も貸したいけど保証協会が渋るから貸し先が見つからない。金融円滑化法が一年延長されたけど利用者30万件と言われるこの制度、来年三月倒産激増必至。大阪が一番危ない。知事、市長に
30	建築業	住宅専門、新築・リフォーム、リノベーション	0～4	新築住宅を購入する若い世代への補助等が
31	建築業	塗装工事	0～4	大阪府の公共工事を増やして欲しい。
32	建築業	電気・空調・通信	10～20	公共工事はできる限り、分離発注して欲しい。工事もできない会社がいっぱい参加(入札)している。入札は最低価格を設定(経費の定額で)。実体は一社なのに、何社も同じ会社が入札している。名前が違うだけで不公平さわる。
33	建築業	建設機械の部品販売	10～20	事務所から出る一般ゴミの回収
34	建築業	建設業、空調、衛生設備の断熱工事、管工事	20～30	保証協会の保証料が高すぎ。またハードが多く煩わしい。少なくとも0.4～0.5%はダウンを
35	建築業	飲料用貯水槽のメンテナンス業・修理再生	30～40	自分で考えて自分で行動するのみです
36	建築業	ダクトの加工及び取付用途 給排気 空調 集塵等のダクト工事	5～10	価格競争によって、現在の建設業の工賃では正当に人を雇用することが難しくなっています。大阪府からゼネコン等に対して行政指導をしてほしい。
37	建築業	店舗設計施工及びリフォーム	5～10	行政の規制緩和を良い意味で欲しい。あまりにも細かく縛りをかけているのでやりにくい
38	建築業	電気工事、EV販売レンタル	5～10	悪質な労働組合(?)のリストアップや取締り。
39	建築業	太陽光発電	5～10	太陽光発電業界の向上
40	建築業	建築塗装一般:配管塗装:吹き付け:防水その他お住まいに関するご相談	5～10	不況対策として低利で長期の運転資金の貸し出しを行って欲しい。
41	建築業	建築一式、リフォーム全般、空調設備工事、空調メンテナンス	5～6	業界というよりも全体を通して活きた政策を行ってほしい。真の見直しを願っています。
42	製造業	金属加工業	0～4	東京の展示会に出展するのに援助が欲しい。
43	製造業	銅パイプの曲げ及び端末加工	5～10	「こうして欲しい」とか「こうあれば良いのに」とかもうやめませんか? 府や国はもう信用できないんじゃないですか?
44	製造業	プラスチック製品の製造、販売	5～10	材料代が高止まりしており、今後も上昇傾向にあるようだが、なかなか単価が修正できない
45	製造業	建築金物製造業	5～10	行政に頼らずに民間指導での景気回復が出来るように
46	製造業	印刷 ウェブ デザインの制作	5～10	元々頼りにしてない
47	製造業	金属切削加工	5～10	下請法等の法令を遵守しない企業に、経済局などが表彰したり優遇するのは改めるよう求める。製品の品質のみならず、公正取引委員会とも協力して総合的に調査の上、判断することを求める。
48	製造業	アルミ押出型材の機械加工全般	5～10	公正な競争ができない。きちんとした法整備と監査をしてほしい。
49	製造業	オフセット印刷 製本	10～20	府というより国に対して、デフレからの脱却を求めます。お札を刷って市中にお金をばらまいて、個々人が消費しやすい環境を創出し、国内の経済循環を優先課題として政治に取り組んでほしい。
50	製造業	部品塗装	10～20	橋下さんにごんばって欲しい。
51	製造業	金属プレス加工・板金溶接加工・金型製作	10～20	東京に比べて経済規模が縮小している。首都一極集中をさけるべく企業の本社を大阪にしてもらうことが重要ではないか? 経済特区を大阪に

52	製造業	産業機械の電気制御、制御盤の製作、機内配線 電気制御部品の販売	10～20	マッチング
53	製造業	キャラクター文具、生活雑貨の製造・企画	10～20	助成金、補助金制度の充実とその内容の宣伝・公開
54	製造業	糸引き納豆の製造、販売	10～20	助成金もらっているメーカーが安売りしている。節税と競合メーカーをつぶすため、赤字で安売りしているメーカーがあるとききます。ホンマですか？
55	製造業	電子機器(プリント配線板)製造	10～20	国内生産の工場に対しての優遇策、そうでない企業とのメリハリを付ける。
56	製造業	軟質塩化ビニールのリサイクル業	10～20	かなり電力を使うので(売り上げの10%ぐらい)電気代の高騰とちゃんと供給してくれるのが心配(住宅地で仕事をしているので、日曜日は機械が動かせない)
57	製造業	別注家具の設計・施工	10～20	東北の復旧のため全国から業者が集められるように運送費などの軽減を希望する
58	製造業	金属焼付け塗装	10～20	企業が存続できる地域環境の整備
59	製造業	冷間鍛造加工	10～20	特になし
60	製造業	冷間鍛造金型の設計 製作とソフト開発販売	10～20	大阪府独自のサポイ事業、技能訓練に助成金を付けていただく
61	製造業	横編ニット製品の製造・販売	10～20	ファッションの販売と製造がマッチングできないものか
62	製造業	各種銘板の製造販売	10～20	日本で製造するという理念を貫いて欲しい。
63	製造業	ニット衣料品の製造、販売	10～20	繊維産業にたいする認識が問題ではないか。廃れたとはいえ、大阪の繊維産業は関連産業を含めて非常に裾野が広いということを知るべきだ。繊維リソースセンターを潰すような愚策は採るべきではなかったと思う。
64	製造業	金属表面処理業(総務省「日本基準産業分類」中分類24金属製品製造)	10～20	沖縄県のように経済特区を大胆に行い、国内外の製造業の誘致を大阪だけでなく関西圏として進めて欲しい。又、ソーラーカーレースでは、パナソニックのソーラーパネルが、米サンパワーよりも優れていることが証明された。シャープとパナソニックが組めばもっとすごいように思われ、そういった事を進めて欲しい。
65	製造業	製缶板金業	10～20	モノ作りに対しての助成金などの枠を広げて欲しい。世界最大規模の、展示会会場を作って、大阪の製造業を世界に広めて欲しい。
66	製造業	寝装品(毛布)製造・販売	20～30	弊社が生産している毛布は、国内生産量の殆どが泉州地区で産出されています。他にも「大阪シェア日本一」の製品が多数あると思いますがもっとPRを行って、全国に発信していただきたい。
67	製造業	板金・製缶業(小物)	20～30	有利子負債の多い企業に対する税優遇
68	製造業	婦人服インナーの企画製造販売	20～30	国や府に政策を任せず、自助努力をすべきだと思います。政策に係わる人員を減らす方が結果的にプラスになると思います。
69	製造業	光学ガラス製造、光学部品製造業	20～30	世界経済と社会は自然の食物連鎖のごとく繋がっている。大阪府も世界人類の運命と一蓮托生である。政治家が使命感や責任感を持ち、税金が社会に有効に費やされる事を希望する。公務員は、日々平和と進歩を望む一般国民のために存在する事を忘れてはならない。政治と行政も事業評価を受けるべきである。
70	製造業	金属製品製造業	20～30	余計なことはしないで、税金の無駄遣いをやめてほしい。府に期待することは無い。
71	製造業	金属加工・省力化装置・産業用装置設計製作販売	20～30	我々経営者も率先垂範しているように、行政の幹部の方々も率先垂範してもらわなくては困ります。
72	製造業	フレキシブルシャフト製造	20～30	中小企業のための政策強化。
73	製造業	建築用金属製品製造	30～40	建築業界の企業倒産により、大きな影響が出る事態になると困ることになる

74	製造業	道路舗装機械、水処理装置等の中大型部品加工(溶接、機械加工)	30~40	需給構造とは関係なく、業界構造により発注価格が低迷し続けています。公共事業の予算が削減される一方ですが、「税の使途」に関する公正な審議がなされることを期待します。官公庁の先機関は民営化するなど効率的な行政に改善してください
75	製造業	焼き菓子製造卸	30~40	電力の供給の安定化とコストダウン。工場拡大の支援
76	製造業	金属熱処理受託加工。金属製の部品や金型をお預かりして「熱処理」という寿命を延ばす工程を施してお返しする。我々は「金属に魂を入れる」仕事と自負しています。「技術」を買っていただいています。自動車、工作機械、精密機械(カメラ、携帯電話、パソコン)人工衛星、釣り針、等々あらゆる部品が対象になります。	30~40	特にありません。
77	製造業	チェーンコンベヤを中心とした搬送設備の設計・製造	40~50	特にありません。
78	製造業	きな粉、香辛料等食品製造販売	40~50	放射能基準に対する対応
79	製造業	印刷全般、WEB、UV印刷、製本	50以上	大阪府には何も期待していない
80	製造業	健康食品・サプリメント・化粧品等の製造販売	50以上	海外へ食品輸出がまだ止まったままになっています。1日も早い輸出可能な対応
81	製造業	線香の製造	50以上	高齢者の雇用形態の自由度を上げて欲しい。シルバー人材センターの活用推進など。
82	専門サービス業	税理士業	0~4	自社に直接ではないが、一部の顧客の業界では、補助金や助成金のカットが死活問題となっているところもあり、歳出削減一辺倒ではいかなものかと思う。府外や国外流出企業の回帰と雇用創出並びに消費回復を目指す方針を掲げて欲しい。
83	専門サービス業	税理士業	0~4	補助金、助成金の積極的なアピール
84	専門サービス業	イベント・ブライダルプロデュース。司会者幹	0~4	議員定数をへらし、公務員の給料を民間レベルに下げる。無駄な助成やバラマキはやめて財布の紐をしめる。
85	専門サービス業	社会保険労務士業	0~4	中小企業の支援策(役に立つこと)をしてほしい
86	専門サービス業	税理士事務所	0~4	大阪は景気が悪いというイメージを払拭してほしい。
87	専門サービス業	グラフィックデザインをベースとしたDTP	0~4	地域の案件は、地域の関連業者中心に入札対象業者に指定する
88	専門サービス業	マンツーマンのパーソナルトレーニング	0~4	とにかく景気を回復して欲しい
89	専門サービス業	社会保険労務士業	0~4	官が民を圧迫する仕組みを変える方策を考案して欲しい。
90	専門サービス業	生態系調査	10~20	大阪府の財政の透明化、維新の会に頑張ってほしい
91	専門サービス業	建設機械器具の販売	40~50	府民の多くは国を良くしたい、大阪府を活力ある町にしたいと思っていますが、規制に縛られ自由で活発な行動が出来ない。
92	専門サービス業		40~50	府単独では、福祉の予算は削られてばかり、必要な予算はしっかりつけて安心して暮らせる大阪府となってほしい。
93	専門サービス業	輸出入の通関手続きおよび関連する業務	40~50	業界特有の悩み(関税消費税の立替)について資金面でバックアップしてほしい。金利優遇など。
94	専門サービス業	車輦・部品の販売からメンテナンス、改造など商用車に関する専門商社です。	40~50	行政改革の断行。無理・無駄を排除し民間活用の推進をして頂きたい。
95	専門サービス業	プラスチック金型設計	5~10	大阪に、製造拠点が戻ってくるように、政策を打ち出してほしいです。
96	専門サービス業	プラスチック金型の総合サービス	5~10	なし
	専門サービス業	税理士事務所	5~10	なし

97	専門サービス業	デザインコピー印刷等	5～10	地元をもっと繁栄するべき(優先的)にするとか、地元の企業が泣いています。インターネット等で仕事をされると困る。
98	専門サービス業	都市計画・まちづくり、インテリア・建築・土木・ランドスケープの調査・計画・設計	5～10	大企業優位な入札・受注環境の早期改善 すべてに競争を煽るような政策の見直し
99	通信情報業	WEB制作、システム開発	5～10	安定した仕事を確保する為の支援を、売上の低い企業優先になるようにして欲しいです。
100	通信情報業	WEBサイト制作、システム制作、管理業務	5～10	教育機関に対してオンラインで海外講師を使った英語教育の促進。導入コストも安く効果大。大学には働きかけているが、既存の教授などの勢力が壁となり「いいもの(仕組み)」が取り入れられない仕組みになっている。大阪からこの新規事業を立ち上げ変えてゆきたい。しかも早急に!
101	通信情報業	通信機器・サービスの販売代理店	50以上	無駄なところにお金を使わず、使うべき所に使って欲しい。公務員の給子は民間と同水準にして欲しい。雇用の流動化が図られるようにして欲しい
102	流通業	機械工具販売	0～4	中小企業振興基本条例の精神に基づいた政策の実施。 金融政策の充実。
103	流通業	主に物づくり業者への連結部品(ねじ・ねじ部品)の販売です	0～4	優しい金融対策
104	流通業	卸売業	5～10	大型ショッピングモールの出店に規制をかけて欲しい
105	流通業	ステンレス鋼材卸売	5～10	ISO取得に対して資金的なバックアップをして下さい。
106	流通業	被服販売業	10～20	中小の建設業界への公共工事の創出
107	流通業	医療用義肢装具材料、部品等卸、輸入卸	10～20	橋下市長に期待
108	流通業	事業用厨房食器類及び作業シューズの販	10～20	ベンチャー事業への資金援助
109	流通業	食品関係の卸	10～20	納品時の駐車の問題(駐禁)
110	流通業	高齢者施設の浴場やリハビリプールの設備機器の日本全国への卸販売(一部海外販売)各種工場の温水供給装置や浴場設備の機器やプラント販売	20～30	公務員待遇を優先させすぎるのでこの人々への税金を投入しすぎと思う。橋下新市長に期待します。
111	流通業	食肉製品製造卸売	20～30	特になし
112	流通業	建設・土木資材の製造及び販売 輸入業務 高度医療管理機器の販売及び賃貸 ホームセンター資材の販売	30～40	中小零細企業に対しての税金の軽減措置などを考えてほしい。 具体的な景気対策も講じてほしい。
113	流通業	衛生関連用品企画卸・機能性樹脂製品企画卸	40～50	強い若者が育っていかなければ、長期的に持ちこたえることが困難な社会になります。これは家族という小社会から、会社や地域、そして国レベルの社会に至るまでの、全てに関わる問題です。便利や豊かさは、生活文化の向上に役立つことではありませんが、一方で墮落を生み出す要素になります。せめて、今よりも厳しい世の中になる前に、豊かさの中でも厳しさを知るための教育をして欲しいものです。困難に立ち向かう教育をして欲しいということです。
114	流通業,流通業	古紙の回収・選別・加工・販売	10～20	行政の行っている入札価格が高く、とても利益がでる価格ではない
115		デザインIT	0～4	税金か社保の免減
116		事務用品・OA機器・オフィス家具などの小売・卸業、印刷・印鑑・ゴム印、システム構築、販売など	0～4	先の設問の続きとなるが、現代の経済の考え方そのものが、一言で言えば「究極の安値買い」をモットーとし、際限ない経済成長がありえとの誤った前提に立っているため、政府や行政、或いは仕組みを変える事で解決できる範疇をすでに超えている。大方の人々は、うすうすそのことに感じており閉塞感はいつまでも拭われないままである。批判を省みず「世界規模での統制経済政策」に舵を取ることでもしないかぎりは、現状打破は困難であろう。しかし、これも現代の経済学の考え方立てば、真っ向から否定されるだけである。時代の常識を打ち壊す新

117	金物卸売業及び環境 製品の販売・施工	0 ~ 4	環境対策に対する予算が欲しい。価格優先にすると質のよい製品がなかなか使ってもらえない。 工事関係(内装工事)で値引額が多く、最終的に赤字となっている企業も多い。
118	旅行業法による旅行 業 国内 海外	0 ~ 4	大阪府関連施設、府下の学校、等の旅行需要の発注先を大阪府認可の旅行業者に優先して発注する
119	店舗デザイン 店舗改 装 設計施工 アルミ建材及び高機能 板硝子販売施工	0 ~ 4	なし
120		0 ~ 4	景気up
121	調剤薬局	10 ~ 20	大阪を東京と並ぶ日本経済の中心地となるように経済を活性化させて頂きたい
122	障害者の就労支援	10 ~ 20	特にありません
123	主に中国産の食品(農 産物)の輸出入貿易商	5 ~ 10	同友会内で相互の情報交換を密にし、互いに協同の精神を以って、共同の向上を目指す様なグレードに

(2) 制度融資に対する要望

	業種	業務内容	社員数	大阪府
1	サービス業	不動産仲介	0～4	府は保証協会の紹介融資制度を廃止の方向であるが、これは即時中止し、積極的な融資制度を行ってほしい。
2	サービス業	会計ソフト支援、月次決算、決算整理	0～4	震災、超円高の場合、15年間返済なしの体制と言うがハードルが高い、デフレ対策が急務。
3	サービス業	広告・プロモーションに使用される漫画製作	0～4	大阪府の制度融資を知らないのもっとPRして欲しい
4	サービス業	輸入車販売、修理	0～4	特になし
5	サービス業	生マグロの販売・加工・店の展開	5～10	詳しく説明を聞きたい。前向きな会社に優遇をして欲しい
6	サービス業	自動車関連サービス	5～10	現在借り入れ困難
7	サービス業	異業種協同組合 共同購入・共同利用サービス	5～10	現在銀行等から借入なし
8	サービス業	公営競技(競艇、競輪、ボートレース)のPRもテレビ、ラジオ、スポーツ紙等の広告	5～10	我が社はお役所がスポンサーの為、資金繰りには困りません
9	サービス業	印刷物のデザイン	10～20	ビジネスモデルへの投資
10	サービス業	人材サービス業	20～30	特にございません。
11	サービス業	飲食店経営	30～40	審査等の時間がかかりすぎる
12	サービス業	婚礼美容 エステティック	50以上	恩恵なし
13	運輸業	軽貨物運送業	5～10	不公平感がないようにしていただければ良いと思います。
14	運輸業	一般運輸	10～20	融資枠拡大
15	運輸業	運送業	20～30	1000万円くらい融資してほしい。お願いした
16	運輸業	運送及び倉庫	40～50	売上増加に繋がる新規投資については積極的な貸出しをお願いしたい
17	建築業	健康住宅の新築、リフォーム。社会福祉施設の新築、リフォーム。以上に伴う不動産仲介。	0～4	府の保証協会の保証拒否が段々ひどくなっている。足並みを揃えるように、今までと違って府、市一体となって保証拒否が広がっている。同友会として良く調査した方が良いのでは。景況右下がりに加え、金も貸さない様に仕向け、倒産増大を目指す政治なんて有史以来一度も無いのでは。府の唯一の中小企業政策である「金貸し行政」さえも放棄する自治体なんて行政じゃない。
18	建築業	店舗設計施工及びリフォーム	5～10	むしろ有利な融資制度有れば発信して欲しい。こういう時なので借入あまりしたくないが、融資して欲しい気もある
19	建築業	ゼネコン下請け及びユーザの内装工事及び什器販売	5～10	新業態に取り組むための低利融資
20	建築業	建築一式、リフォーム全般、空調設備工事、空調メンテナンス	5～10	失敗は誰にでもある。過去や過去の数字で判断せず、経営者の姿勢を見極め、大企業に目を向けるのではなく、個々の力の底上げに目を向けてほしいものです。
21	建築業	電気・空調・通信	10～20	特になし。
22	製造業	印刷 ウェブ デザインの制	5～10	元々頼りにしてない
23	製造業		5～10	縮小が懸念されている。今から対応を！
24	製造業	金属切削加工	5～10	やや話が外れますが、今まで通っていたレベルの保証協会の保証がほとんど拒絶されていると聞いている。補正予算での政府保証枠が実際に確保されないのか、保証協会の収支での判断なのかは分からないが。
25	製造業	プラスチック切削加工業	5～10	リストラをなくす為、また新規雇用を作る為にも雇用1人に対し公的融資枠を一人頭1000万円増額すればどうですか？

26	製造業	アルミ押出型材の機械加工 全般	5～10	金融機関の決算等で毎年5月から7月に審査が厳しくなるのは困る。つなぎ融資を受けつつ借入金返済をしている(滞納ゼロ)のに実績を評価しない。すぐにリスクをすすめてくるのはどうか？
27	製造業	プラスチック切削加工業	10～20	社員一人に対して100万円ずつの割り振りで、超低利の別枠融資を考えて頂きたい。
28	製造業	オフセット印刷 製本	10～20	大阪府には別にありません。
29	製造業		10～20	外注先の廃業、倒産で、大口受注が難しくなっている
30	製造業	プラスチック製造	10～20	審査に時間がかかりすぎ
31	製造業	系引き納豆の製造、販売	10～20	大阪で値打ちのある仕事をしている企業にはもっと条件を緩めてほしい。努力もしていない企業に融資するのは…税金ですから。
32	製造業	電子機器(プリント配線板)製造	10～20	新規設備に融資ではなく補助金を設ける。
33	製造業	別注家具の設計・施工	10～20	府の政策と窓口担当者の温度差がある
34	製造業	冷間鍛造加工	10～20	なし
35	製造業	横編ニット製品の製造・販売	10～20	あまり制度の事わからないので教えて欲しい
36	製造業	ニット衣料品の製造、販売	10～20	保証料が一律ではなく、業績のよい会社に低く、悪い会社には高くするというのは、本末転倒だ。苦しいから保証料を払っても融資を受けたいのだから、支援するつもりなら直ちに改める
37	製造業	金属表面処理業(総務省「日本基準産業分類」中分類24金属製品製造)	10～20	どちらかと言うと前向きな資金が中心で、今を頑張らなければならないような融資はない。本気でやるなら運転資金、無担保最大1、期間10年(うち設置5年)ぐらいやって。欲しい金融機関の運転資金への期間が大体5年なので、資金繰り面で日所ユニ効果的と思うが...
38	製造業	光学ガラス製造、光学部品製造業	20～30	民間金融機関の評価を受けた事業計画は、担保評価だけでなく経営者能力や事業計画自体を5年以上の長い期間で評価すべきである。世界に通用する独自事業育成を、長期に応援して欲しい。
39	製造業	鋼材の販売と鋼板加工	20～30	保証料を経営指針の整合性を反映して下げてほしい。
40	製造業	金属製品製造業	20～30	制度融資の焦げ付きはどの程度か。ちゃんと返済はされているのか。
41	製造業	建築用金属製品製造	30～40	借入金の返済について、条件変更を超えている為に、新規借入金が不可になっている
42	製造業	焼き菓子製造卸	30～40	手続きや規制の緩和。
43	製造業	金属熱処理受託加工。金属製の部品や金型をお預かりして「熱処理」という寿命を延ばす工程を施してお返しする。我々は「金属に魂を入れる」仕事と自負しています。「技術」を買っていただいています。自動車、工作機械、精密機械(カメラ、携帯電話、パソコン)人工衛星、釣り針、等々あらゆる部品が対象になります。	30～40	何もありません。
44	製造業	チェーンコンベヤを中心とした搬送設備の設計・製造	40～50	利用していません。
45	製造業	健康食品・サプリメント・化粧品	50以上	中小企業への税制軽減。工場などの臨海地区への誘致のための税負担や融資金利負担等
46	製造業		50以上	骨太の制度融資を望む

				融資は企業の潤滑油であるが、貸しても返す見込のない企業には貸さないでほしい。経営者に最後通告するのは金融機関であるから、モラトリアム法は悪法である。中小企業の場合、融資に個人保証をつけるケースがほとんどであるが、個人保証の完全撤廃を節に望む。
47	専門サービス業	税理士業	0～4	
48	専門サービス業	税理士業	0～4	規模が小さい、縮小の一途ではないか。
49	専門サービス業	社会保険労務士業	0～4	個人事業主で設備投資がない場合、なかなか借入できないこと。
50	専門サービス業	社会保険労務士業	0～4	なし
51	専門サービス業	税理士事務所	0～4	融資とかかわる決算指導の実施するべき。
52	専門サービス業		0～4	創業時の融資審査が厳しい
53	専門サービス業	保険の代理店	0～4	なし
54	専門サービス業	整骨院業	0～4	融資条件の緩和。
55	専門サービス業	社会保険労務士業	0～4	融資基準を緩和して欲しい。
56	専門サービス業	輸出入の通関手続きおよび関連する業務全般	40～50	業種や規模に応じ枠を広げてほしい。
57	専門サービス業	車輛・部品の販売からメンテナンス、改造など商用車に関する専門商社です。	40～50	特になし。
58	専門サービス業	税理士事務所	5～10	担保・保証人なしの融資制度を望む。
59	専門サービス業	税理士業	5～10	府の保証協会の対応が横柄
60	専門サービス業	都市計画・まちづくり、インテリア・建築・土木・ランドスケープの調査・計画・設計	5～10	大阪府と大阪市の保証協会の統合問題について、総量をしっかり確保・増加を目指したうえで検討を進めていただきたい。
61	通信情報業	パソコンネットワーク・サーバー構築サポート	0～4	長期の融資制度しか知らず、突発の受注に対応できる政策を知らない。
62	通信情報業	WEB制作、システム開発	5～10	今のところ融資については考えておりませんでした。
63	通信情報業	WEBサイト制作、システム制作、管理業務	5～10	事業の発展性や未来に投資する仕組みが欲しい！先日もオンリーワン研究会で申し上げましたが、制度融資の審査に時間がかかりすぎるために日本ではベンチャービジネスが育たない。決済権の複雑な仕組みをわかりやすく公開するべき！責任のなすりつけ合いでは無く未来への挑戦と実行を第一にすべき！
64	通信情報業	通信機器・サービスの販売代理店	50以上	元気な企業には上限を設けずに、貸付をするべき
65	流通業	機械工具販売	0～4	保証協会の算定基準を少し緩める。補償料の利率を下げる。
66	流通業	ニット生地卸売、婦人服輸入卸売	5～10	わかりやすい告知、簡単な手続き
67	流通業	印刷物用塗料、資材販売。希釈剤、塗料製造	5～10	保証料の低い融資商品が欲しい
68	流通業	ステンレス鋼材卸売	5～10	見えてこない保障協会付き＋銀行が現行の唯一のシステムではないか
69	流通業	食肉製品製造卸売	20～30	もう少し、細分化された制度融資にし、本当に頑張っている企業もしくは、これから伸びると考えられる案件への対応ができる制度にして欲しい
70	流通業	建設・土木資材の製造及び販売 輸入業務 高度医療管理機器の販売及び賃貸	30～40	特にありません。
71	流通業	ホームセンター資材の販売	30～40	なし
72	流通業	お米の卸業	30～40	なし
		デザインIT	0～4	きびしすぎる

73		事務用品・OA機器・オフィス家具などの小売・卸業、印刷・印鑑・ゴム印、システム構築、販売など	0～4	当面は続けていただき、財源の問題をこれ以上悪化させることは望まないが一方で、困窮し飢え死にしかかっている中小企業は救済制度は維持されなければ経済の回復力がじわじわ損なわれてゆき、やがては現時点での勝ち組企業でさえその存続が脅かされることになる可能性が出てくる
74		金物卸売業及び環境製品の販売・施工	0～4	景気低迷が長期間となり、回復の兆しも見えないため借入金の返却が苦しい。追加借入をしたいが、むずかしい。
75			0～4	受付が多い日は職員を増やして欲しい
76		旅行業法による旅行業 国内 海外	0～4	担保主義 枠の拡大が厳しい

(3) 社会保障と税についての意見(消費税増税についての意見)

業種	業務内容	社員数	消費税
1 サービス業	不動産仲介	0～4	購入意欲の減退、ひいては景気の悪化に拍車をかけ、最悪のシナリオになりかねない。
2 サービス業	インテリア	0～4	消費税10%の前の一時的な消費UPは期待できるが、その後の落込みが怖い
3 サービス業	会計ソフト支援、月次決算、決算整理	0～4	国民が納得する体制に！！まずは、デフレ対策円高電力不足少子化、TPP、経済の流れが不変のすぎ小規模業者は断っており、当方も売上減少になりかねない。
4 サービス業	経営コンサルティング 広告代理業	0～4	粗利の低下、消費税を乗せることができないところがでてくる
5 サービス業	広告・プロモーションに使用される漫画製作	0～4	価格の調整
6 サービス業	営業・販売代行	0～4	資金がきつくなる
7 サービス業	消毒業、損保代理店	0～4	コストアップ分をどこで吸収できるかは大問題です。過去の2回(3%,5%)の時とは経済状況がまるで違う。
8 サービス業	不動産管理業、仲介業	0～4	売上・利益が減少してゆく中で、大変厳しい事ではありますが、国政の改革であればいたしかたないと思いますが、内容・内訳を検討して欲しいです。
9 サービス業	広告の企画・製作	0～4	取引先の見直し、価格>価値
10 サービス業	広告企画デザイン・販売促進企画	0～4	一層のコスト削減要求
11 サービス業	トータルなエステ&コスメ・個別スクール	0～4	消費税10%を組み入れての販売は厳しいので、技術をサービスするなどして定価をUPするよう努力する。
12 サービス業	輸入車販売、修理	0～4	特になし
13 サービス業	WEB・DTP・SYSTEM翻訳のサービス	0～4	借入れがある会社は別かもしれないが、単純にキャッシュフローが悪くなりますね
14 サービス業	自動車部品販売業(卸業)	10～20	景気が悪化すると懸念
15 サービス業	倉庫業	10～20	消費の落ち込み、すなわち物流業務に関わる商品の量が少なくなる。
16 サービス業	人材派遣業	10～20	影響は想定できないが資金管理が出来ていない中小・零細企業が納税できない状況に陥ることは考えられる。生活必需品にまで同じ税率を適用するのはいかになものかと考えます。
17 サービス業	印刷物のデザイン	10～20	消費税アップについては理解してをしている
18 サービス業	人材派遣、紹介、外国語講座	20～30	人材派遣業は即影響が出る、増税には反対していく
19 サービス業	飲食業	20～30	売上、利益の激減
20 サービス業	寝具のリース・レンタル・丸洗い・卸販売	20～30	導入されると内需は厳しいと予想されますし、又内税の徳伊作に対して単価を上げる事が厳しいかもしれません。
21 サービス業	人材サービス業	20～30	少し資金繰りを考えなければいけないこと。
22 サービス業	オートバイの販売修理、レンタルバイク	30～40	消費税10%あげることにより、周りの環境変化は出てきています。車業界と同じようになると思います。400万のハーレを買ってもらって40万円の消費税はしんどいです。二輪業界の景気は更に悪化します
23 サービス業	葬祭・多目的ホール運営	30～40	単価の低下
24 サービス業	飲食店経営	30～40	そのままの転嫁した価格で他店との競争力があるのかが心配 客は理解はするが納得はしにくいのでは、、、来店頻度が落ちる可能性があると思う
25 サービス業	清掃サービス	30～40	法人顧客に対して消費税分の価格転嫁できない。 消費税の表示が内税方式(税込み)にしたために価格転嫁が出来ない。
26 サービス業	ビルメンテナンス清掃業	30～40	価格転嫁ができない可能性がある
27 サービス業	石油製品小売業	5～10	増税前は駆け込み需要、増税後は節約のため需要減
28 サービス業		5～10	需要、減退
29 サービス業	生マグロの販売・加工・店の展開	5～10	マイナスになる
30 サービス業	自動車関連サービス	5～10	売り上げの減少

31	サービス業	異業種協同組合 共同購入・共同利用サービス	5 ~ 10	現状の組合事業では特に影響は少ないと思います
32	サービス業		5 ~ 10	消費税改正によるシステム見直しの特需発生。
33	サービス業	商業デザイン及び印刷受注	5 ~ 10	一般消費が冷え込むことにより、印刷包装資材価格のさらなる下落。それによるデザイン及び企画費の出し渋り。
34	サービス業	公営競技(競艇、競輪、ポートレース)のPRもテレビ、ラジオ、スポーツ紙等の広告代理	5 ~ 10	特にないと思われます
35	サービス業	インテリア企画施工整理。ビル・マンション管理	5 ~ 10	売上の減少が考えられる
36	サービス業	エステティックサロンの経営	50以上	社会全体の消費力が低下しますから、また節約ムードも強まる。一時的かもしれないがその一時的は長く続くと考えてます。必然的に売上に影響がでます。
37	サービス業	婚礼美容 エステティック	50以上	デフレ状況下で消費税を上げられると、売り上げは極端に落ちる
38	運輸業	ガスボンベを主に運送	10 ~ 20	仕入費用増。本当に社会保障に全額が使われるなら20%でもかまわない。
39	運輸業	運送業	20 ~ 30	特になし。
40	運輸業		30 ~ 40	物流コストの基本料金の見直しを相談されると 思われます。高速料金は消費税を含んでいますが、10%になると高速料金も上がるのでしょうか？
41	運輸業	タンクローリーによる食品輸送	30 ~ 40	消費の減少から景気悪化を加速させる
42	運輸業	運送及び倉庫	40 ~ 50	売上に100%転化できるのが不安視される
43	運輸業	軽貨物運送業	5 ~ 10	特になし
44	建築業	電気設備工事	0 ~ 4	建設業において消費税は値引きに利用されるケースが多くある。5% 10%になった場合、実質的な売上が減少することも十分にありえ
45	建築業	電話販売工事	0 ~ 4	駆け込み需要しかメリットがない。その後さらに物を買うことがなくなる
46	建築業	店舗用装飾テントの施工	0 ~ 4	国内消費がガタ落ちになるので 中小企業は壊滅するでしょう。
47	建築業	健康住宅の新築、リフォーム。社会福祉施設の新築、リフォーム。以上に伴う不動産仲介。	0 ~ 4	住宅は建たない、設備投資はしない、ただでさえ悪い景気を余計に悪化させるだけ。多くの中小企業は倒産、廃業を免れないのでは。今の政府は狂っている。内閣丸ごとアメリカにでも移転してもらったら。
48	建築業	住宅専門、新築・リフォーム、リノベーション	0 ~ 4	あがる前の駆け込み需要はあると思われるが、その後が不安
49	建築業	塗装工事	0 ~ 4	消費税込みの元請があり10%になるとかなり苦しい。
50	建築業	電気工事	0 ~ 4	利益率(悪くなる)
62	建築業	ダクトの加工及び取付 用途 給排気 空調 集塵等のダクト工事	5 ~ 10	当面、設備投資が減少し建設業界全般に悪影響がでると思う。
63	建築業	店舗設計施工及びリフォーム	5 ~ 10	いやだと思ふ反面これからの事を思うと仕方がないとも思う。しかしそれ以前に行政の無駄及び給料削減して欲しい
64	建築業	電気工事、EV販売レンタル	5 ~ 10	直取引のお客様との価格交渉に影響。
65	建築業	太陽光発電	5 ~ 10	大変な問題です。
66	建築業	建築塗装一般・配管塗装・吹き付け・防水その他お住まいに関するご相談	5 ~ 10	う、あの頃はバブル景気の余韻も有り急いで駆け込み需要もありましたが今回は、自己防衛のため無駄なお金は使わない、先延ばし、とにかく今を大切に、10%になれば需要が激減する気がする。今でこの状態です。消費税は絶対に上げてはなりません。反対運動に取り組みます。次の選挙で消費税を上げない方に投票したい。
67	建築業	ゼネコン下請け及びユーザの内装工事及び什器販売	5 ~ 10	消費の低迷
68	建築業	内装仕上げ工事業	5 ~ 10	仕入れ価格の上昇が考えられますが、売上に転嫁出来るか心配です
69	建築業	総合建設業(新築、増改築、リフォーム等施工)	5 ~ 10	かけこみ需要に対応できる生産性とその後の需要減に対応する戦略

51	建築業	内装設備・空調機取付・保守・メンテナンス 窓ガラス断熱塗料施工	10～20	まずは、支出を削減する努力をするべき。民間企業の感覚と全く正反対のことをしている。弊社の影響は必ず売上が減少するものと思われる。
52	建築業	ビルなどの電気設備工事	10～20	利益を生むことが簡単ではないのに税負担がのしかかる。
53	建築業	民間工事90%・官庁工事10%未満	10～20	受注減少
54	建築業	民間の工場・事務所・倉庫などの法人顧客対象の建物の新築・増改築の設計・施工及び個人の注文住宅の新築・増改築の設計施工	10～20	建築は、契約金額が大きいため消費税アップの影響はかなり大きくなる。顧客は、このアップ分を値引き要求してくることも考えられる。
55	建築業	通信及びエネルギー施設建設エンジニアリング	10～20	かけ込み受注が増えるもその後の冷え込みが必要
56	建築業	電気・空調・通信	10～20	一時的にかけこみ需要あり。その後はしばらく低迷。インフレターゲットならば良。デフレならば悪くなる。円安なら良。円高なら悪。
57	建築業	建設機械の部品販売	10～20	3年後売り上げ20～30%ダウン。2012年13年の2年間でその対策必要
58	建築業	建設業、空調、衛生設備の断熱工事、管工事	20～30	無駄のカットを前提にした収支バランスの改善を図る視点であればやむを得ない。
59	建築業	機械設置工事・メンテナンス	20～30	社会全体が同じなので、割りに問題はないと考えている
60	建築業	飲料用貯水槽のメンテナンス業・修理再生	30～40	消費税のもらえないケースが多くなる可能性がある。税金の納期での多額の資金の手当てを考えなければならない
61	建築業	コンクリート圧送業	5～10	10%になると納める事が難しくなり、滞納してしまうかもしれません。ひとつの大きな課題で
70	建築業	建築一式、リフォーム全般、空調設備工事、空調メンテナンス	5～10	社会全体に影響がでると思います。しかし、必要なものは必要。だから、真の見直し、税の無駄遣いを徹底的に洗い、つぶしてほしいです。
71	建築業	墓石・建築石材の化工・販売・施工	50以上	今以上に1件あたりの単価がどうなるか。
72	製造業	チョコレート菓子の製造・販売	0～4	売上が多少減少することが予想されます。
73	製造業	金属加工業	0～4	公務員が天下りしている団体に対してもっと厳しい会計監査をしてほしい。10%にしても無駄使いが無くならない限り意味がない。
135	製造業	プラスチック製品の製造、販売	5～10	コストダウンの要請がくるのでは...
136	製造業	金属熱処理、表面処理	5～10	景気が回復していない中、増税するのは全く理解できない。持続可能な一体改革案を出さず場当たりの対応ばかり。早く解散すべき。
137	製造業	板金加工業並びに「炭焼き窯」製造販売	5～10	売上げの益々の減少につながる。
138	製造業	建築物物製造業	5～10	需要の落ち込みが無い事を祈るだけです
139	製造業	印刷 ウェブ デザインの制作	5～10	関係ない
140	製造業	機械・溶接加工による産業機械部品の製作	5～10	今のところ影響は少ないと考えます
141	製造業		5～10	景気がなお悪くなる
142	製造業	金属切削加工	5～10	ない
143	製造業	プラスチック切削加工業	5～10	消費税額が大きくなると、支払時において資金繰りが狂うと思います。
144	製造業	アルミ押出型材の機械加工全般	5～10	取引先から税率UP分の値下げが押しつけられる(3%、5%の時と同じ)
74	製造業	プラスチック切削加工業	10～20	事業継続は不可能になります。
75	製造業	精密部品加工	10～20	法人税を下げるべき
76	製造業	オフセット印刷 製本	10～20	うーん。設備投資か否か。でも増税後は景気がまた止まる。これ以上、消費が冷えると・・・当社においてもこの景気状況を悪くするだけに思えます。
77	製造業	部品塗装	10～20	もっと法人税・所得税をさげれば問題ないそれと国民総背番号制にしないとどんな税の徴収の仕方をしてもだだ漏れ
78	製造業	プラスチックフィルムの加工業	10～20	利益を圧縮していても、消費税UPとなると、資金繰りに影響する。消費が落ち込んで、モノが売れなくなる。売上げが減少すると思う
79	製造業	金属プレス加工・板金溶接加工・金型製作	10～20	消費税アップは、利益の減になる可能性が極めて高い。さらに国内の製造業の空洞化が進むのは必然である。デフレの中での増税は売上ダウンは避けてとれない

80	製造業	産業機械の電気制御、制御盤の製作、機内配線 電気制御部品の販売	10～20	一時的には国内需要が増えるが、その後冷え込む
81	製造業	キャラクター文具、生活雑貨の製造・企画	10～20	一時的には買い控えがあるかも知れません。又、無駄なものは買わなくなる傾向にあると思います
82	製造業	工業用裁断機器・省力化機器 製造	10～20	現段階では10%とする根拠が希薄で、景気低迷の原因となるかも・・・
83	製造業		10～20	モノが売れなくなり、国の景気が一層悪くなる
84	製造業	プラスチック製造	10～20	特になし
85	製造業	糸引き納豆の製造、販売	10～20	消費税上げて、売上が落ちて利益もない。消費税を上げる、どうやって納税するの？意味が理解できません(社会保障・・・まじめに考えているようには見えません)
86	製造業	電子機器(プリント配線板)製造	10～20	得意先の売上が減り利益が少なくなる事を柔らげる為の協力要請が間違えなくくる。
87	製造業	軟質塩化ビニールのリサイクル業	10～20	薄利多売の体質になりつつあり、消費税分をうまく売値に上乗せできるか不安。数%の利益で頑張っているの、死活問題である。
88	製造業	高級婦人及び紳士下着企画製造販売	10～20	ますます税負担が大きくなり、取引上のネックになる事が懸念されます。
89	製造業	プラスチック成形	10～20	仕方ないとも思うが景気への影響が懸念され年末にまとめて払う消費税が大きくなるのが負担である。支払いの方法を考えるべきではないか？
90	製造業	別注家具の設計・施工	10～20	値引要請に繋がる恐れ
91	製造業	省力化機械設計・製作	10～20	資金繰りに困る。
92	製造業	金型製造	10～20	仕入れ単価が上がるのと購買意欲が下がり設備投資の減少につながる
93	製造業	金属焼付け塗装	10～20	客先よりその分値下げを要請される
94	製造業	冷間鍛造加工	10～20	
95	製造業	冷間鍛造金型の設計製作とソフト開発販売	10～20	弊社単独では影響ありません。
96	製造業	横編ニット製品の製造・販売	10～20	益々店頭での商品の動きが鈍くなるのでは、逆に下げて経済がもっと回転することを考えればいいのに
97	製造業	各種銘板の製造販売	10～20	その結果消費の低下や激しい増減があると自社経営が不安定になる。
98	製造業	ニット衣料品の製造、販売	10～20	消費税込みの定価設定が横行し、それに合わせたものづくりが求められる。結局コストダウンを要求されることになるだろう。
99	製造業	プラスチック射出成型	10～20	資金繰りに要注意
100	製造業	金属表面処理業(総務省「日本基準産業分類」中分類24金属製品製造)	10～20	連鎖的に値引き要請が強まる中、税率UPの一部も価格に取り込まざるを得なくなるだろう。売上減、利益減は避けられない。
101	製造業	製缶板金業	10～20	設備投資が減る。 大手企業の海外生産が増え、設備も海外で作られるようになる
102	製造業	製缶板金加工業、産業機械製造	10～20	まだまだ厳しい情勢の最中に消費税を上げることは世の中の景気をさらに下げる要因となり、設備投資産業が冷え込む。
103	製造業	精密金属バネ製造	10～20	売り上げの減少による業績の悪化
104	製造業	プレス金型製造	10～20	これまで以上に販売価格が下がれば、利益を得るための更なる工夫が必要。
105	製造業	商業印刷物製造	20～30	いろいろな意味で影響は受けるが、国の政策、経済状態を考えると消費税値上げは容認すべきであり、副次的にインフレ傾向に向かえばなお良しと思う。
106	製造業	寝装品(毛布)製造・販売	20～30	消費の衰退が予測され、耐久消費財は買い控えられ、弊社の経営も深刻になることが予測されます。
107	製造業	量販店、業務用向け和菓子の製造販売と自社店舗での小売り	20～30	今までのように吸収できないので、商品に転嫁することにより売上が減少する。
108	製造業	服飾品製造販売、販売促進品、ファッション雑貨、コンサートグッズ等製造販売	20～30	増々消費者の購買意欲が低下によりアパレル商品が売れなくなって来る。

109	製造業	板金・製缶業(小物)	20~30	代わりに法人税等がもっと下がれば、やる気アップにつながる
110	製造業	婦人服インナーの企画製造販売	20~30	売上減 リストラ 廃業に追い込まれる。2年限定の公務員給与削減では生温かい。官民格差がありすぎて話しにならない。
111	製造業	光学ガラス製造、光学部品製造業	20~30	税金問題は常にその使われ方と一体で議論され、方向性が決定されるべきです。消費税増税でも有効に使われれば、良い影響があるのみです。
112	製造業	鋼材の販売と鋼板加工	20~30	消費の停滞による新規設備投資が減少し、当社業界にも大いに影響する(悪化方向に)と予想される。
113	製造業	お菓子製造	20~30	消費税マインドが薄れているときに消費税を上げるのはどうかと・・・
114	製造業	金属製品製造業	20~30	検討していることに対する影響を聞かれているのか? 10%になることに対する影響なのか、質問の趣旨が良く分らない。
115	製造業	金属加工・省力化装置・産業用装置設計製作販売	20~30	予測がつきません
116	製造業	巻尺製造業	20~30	税の転嫁は出来るので事務作業の煩雑化を除けば特に影響は無い
117	製造業	フレキシブルシャフト製造	20~30	金不足は解るが、前回消費税アップで売れ行きがばったり止まった。次回これがあれば会社はもたないだろう。
118	製造業	金属製品製造、溶接製缶	30~40	すべてにおいて悪影響につながる。
119	製造業	ウール・カシミアなどの獣毛(動物の毛)を使って糸を生産する紡績業	30~40	転嫁することの難しさ、小売では消費税込みなので結局は生産コストの値下げとなる。コストの合わない賞品は消えていく。結果、工場の稼働率がへり、採算をあわすのが難しい。
120	製造業	建築用金属製品製造	30~40	需要が減少方向へ推移し、景気が低迷する事態が予想される
121	製造業	道路舗装機械、水処理装置等の中大型部品加工(溶接、機械加工)	30~40	導入前の駆け込み発注、~後の消費低迷
122	製造業	清涼飲料、調味料、製造	30~40	段階的が望ましい
123	製造業	プリント基板加工・金型製造	30~40	個人経営の飲食業は廃業の方向になる予測です。社会保障は消費税の導入時から言われていたことですが、社会保障が充実するどころか年金の支給年齢の後退や減額に見られるように後退しています。潤っているのは政治家だけです。身を削るのであれば政党助成金をただちにやめるべきです。選挙制度を見直すより簡単に決められます。製造業としては価格に転嫁はできますが大きな買い控えによる不況の嵐が来るのが見えます。国民生活は今よりも厳しくなり低所得者ほど税負担が大きくなり国民格差が広がり中小企業の経営も厳しくなります。
124	製造業	カーペット製造業	30~40	売上ダウン
125	製造業	焼き菓子製造卸	30~40	売り上げの減少。
126	製造業	ディスプレイ業、アクリル樹脂加工、サイン業務 尊光板パネル・照明器具・輸入販売	30~40	核家族の分裂 消費減 雇用減 収入減 負のスパイラル 増税と景気対策のバランスが崩れる 経費増
127	製造業	や金型をお預かりして「熱処理」という寿命を延ばす工程を施してお返しする。我々は「金属に魂を入れる」仕事と自負しています。「技術」を買っていただいています。自動車、工作機械、精密機械(カメラ、携帯電話、パソコン)人工衛星、釣り針、等々 あらゆる部品が対象になります。	30~40	大賛成です。2015年に10%、2020年には15%、2025年には20%と上げていくべきです。
128	製造業	金属熱処理加工業	30~40	お客様の国内生産から海外生産へのシフト
129	製造業	ドライラミネート加工	30~40	お客様より値引き依頼が来そう
130	製造業	金属工作油剤製造・販売	30~40	価格への転嫁がどれだけ可能か未知数
131	製造業	チェーンコンベヤを中心とした搬送設備の設計・製造	40~50	社員の可処分所得が減少するため、給与が据え置きでは実質上の賃下げです。実施するのなら、企業が賃上げ可能な経済環境のもとで行ってほしいです。
132	製造業	産業機械製作	40~50	一次的な受注の増加とその後の落ち込み

133	製造業	きな粉、香辛料等食品製造販売	40～50	絶対比 売り上げ減と量販店からの税アップ分の値引き要求
134	製造業	プラスチック射出成形	40～50	いきなり5%から10%では消費税の支払いがめっちゃくちゃしんどいです。少しずつ上げてくれるのがりそうですが、そうすると今度は請求書発行等のPC対応が難しい。
145	製造業	印刷全般、WEB、UV印刷、製本	50以上	大企業からの益々大幅コストダウンが要求される
146	製造業	健康食品・サプリメント・化粧品の製造販売	50以上	その分納入価の引き下げを小売から要請される
147	製造業		50以上	資金繰りの悪化。客先投資の鈍化による受注
148	製造業	プレス製品工場と鋳螺卸商	50以上	必要なのは理解できますが、現状ではとても企業としては重荷に感じ影響大です
149	製造業	線香の製造	50以上	一時的に需要減が生じるだろう。しかし、法人税減税や社会保障の維持継続には避けて通れない道だと思う。
150	製造業		50以上	中身がはっきりしていないので、コメントを差し控えます。
151	製造業	印刷・工業用ゴムロール、周辺機器の製造・販売	50以上	仕入れコストが上がる 海外で生産した安価な商品に市場を奪われる コストを転嫁すれば売上が減少する
152	製造業	食品原材料加工機製造販売	50以上	前回の消費税値上げのときと同様に、需要減退が長く続く
153	専門サービス業	税理士業	0～4	消費税の税率アップは仕方ないと思う。ただ言うまでもなく行政においてすることをしてからの事。自社においては消費税を頂いていない顧客もあるので納税が自腹になるケースも出てくる。
154	専門サービス業	不動産の売買、仲介	0～4	購買の減少、意識の低下
155	専門サービス業	税理士業	0～4	特需？忙しくなるだろうが実入りは期待できない。
156	専門サービス業	弁護士業	0～4	不明
157	専門サービス業	イベント・ブライダルプロデュース。司会者斡旋。	0～4	売上減。
158	専門サービス業	中小製造向けの仕組みづくり、人材育成を中心としたコンサルサービス	0～4	外注費の見直しが必要になりそうです
159	専門サービス業	社会保険労務士業	0～4	既存顧客から契約解除の申し出がある恐れがある。企業は弁護士、税理士はなかなか契約解除しないが、社労士は経費削減対象となる可能性が大きい。
160	専門サービス業	社会保険労務士業	0～4	売上げの低下
161	専門サービス業	税理士事務所	0～4	変更時に特需があると考えている。
162	専門サービス業	風俗営業などの許可認可届出の書類作成・提出代理・コンサル	0～4	消費税の増加分を売上で吸収できるようにコストのカットが必要となり、業務の見直しが必要です。
163	専門サービス業	株式会社・法人の法務関係書類作成在留許可・永住・帰化申請など	0～4	顧問料に転換できるか
164	専門サービス業	経営コンサルタント、キャリアコンサルタント、ITコンサルタント	0～4	消費の冷え込み
165	専門サービス業	社会保険労務士の業務	0～4	質問の意図から外れますが、生活保護認定の実態を知る機会がありました。このダダ漏れ状態の制度を直す方が先ではないでしょうか？
166	専門サービス業	経営コンサルティング、情報システム構築	0～4	お客様の業績悪化
167	専門サービス業	社会保険労務士業務	0～4	特に影響はないと思われる
168	専門サービス業		0～4	賛成です
169	専門サービス業	行政書士業務(企業向けにはリスクマネジメント、個人向けには相続遺言関係が主)	0～4	施設管理費の増加。
170	専門サービス業	税理士業	0～4	お客様の資金繰り相談増加 節税対策の提案増加
171	専門サービス業	民事・商事をメインとした弁護士業	0～4	実質的に全部転嫁できるか疑問である。
172	専門サービス業	マンツーマンのパーソナルトレーニング	0～4	料金を高く感じるお客様がでてしまう
173	専門サービス業	社会保険労務士業	0～4	需要の減少につながるおそれがある。
174	専門サービス業	社会保険労務士	0～4	多少の値引き要請はあると思います。
175	専門サービス業	税理士業	0～4	増税分の値下げ要求の恐れあり。

186	専門サービス業	プラスチック金型設計 プラスチック金型の総合サービス	5～10	消費税と理解してもらってると思いますが、請求金額が上がりますので、当然、値引き対象になり、実質の売上は下がってしまうと思います。消費が減り、その結果、ものづくりも少なくなると思います。
187	専門サービス業	税理士事務所	5～10	今の時期に、上げることは景気に大きく影響が出るのが想定される。
188	専門サービス業	自動車整備販売	5～10	車両販売の落ち込み
189	専門サービス業	税理士業	5～10	価格競争の激化
190	専門サービス業	デザインコピー印刷等	5～10	もっと削減する所は他にないですか？自社などの一般会社は人件費は元より電気・ガス・水道・あらゆる所を削減していますが、まだ役所はそこまで切羽つまっていないと思ってます。
191	専門サービス業	中古車販売、中古部品販売	5～10	単価が高いため、販売の点でも買い取りの点でも厳しくなる。
192	専門サービス業	都市計画・まちづくり、インテリア・建築・土木・ランドスケープの調査・計画・設計	5～10	より一層の単価下落の大きな要因になると考えている。 大企業の利益確保のためのつけがやはり中小企業の下請けに回ると考えざるを得ない。
193	専門サービス業		5～10	売上減少するでしょう。現状において5%・10%の利益率が難しい時代です。
194	専門サービス業	弁護士業務(労働問題、企業法務、一般民事事件等)	5～10	当事務所は顧問料収入が売上げの大きな部分を占めているので、価格転嫁がスムーズにできるか若干不安を持っています。
176	専門サービス業	建築設計	10～20	利益の圧迫
177	専門サービス業	生態系調査	10～20	税納入時に払えるか不安。
178	専門サービス業	録音スタジオ	10～20	現在消費税が払えず分割しています。10%になるとより困難な状況になるでしょう
179	専門サービス業	会計事務所	20～30	顧問料値下げ要望が増えます 倒産企業が増加すると思われます(全般的)
180	専門サービス業	障がい者の日中活動の支援(軽作業(下請け)、パン製造販売)	30～40	消費税は所得の低い障がい者の生活を直撃し、彼らの購買意欲や日常生活に不安を持たれると思います。また、パンの購入を控えるなどの影響が考えられます。
181	専門サービス業	建設機械器具の販売	40～50	消費税を上げれば増税であることに間違いありません。増税して国が栄えるとも思えません。いっそのこと20%にすれば、国が栄えるかもしれません。
182	専門サービス業		40～50	障害者年金や低い所得で生活している人たちを対象としている事業です。彼らの生活がますます厳しくなり、施設利用を控える方も増えていくと事業としては成り立たなくなります。消費税の目的いつも導入されるとそこには使われないことが多いです。弱者を支える事業所としては絶対許せません。
183	専門サービス業	輸出入の通関手続きおよび関連する業務全般	40～50	輸入消費税が増大すると資金繰りにまともにも影響がある。経営そのものが厳しくなる。
184	専門サービス業	車輛・部品の販売からメンテナンス、改造など商用車に関する専門商社で	40～50	予想は難しいが導入前後のつくられた需要が怖い。前後のギャップが予想される。
185	専門サービス業	ネット販売会社や直販会社向けの物流サービス提供	40～50	雇用人数が多いため、支払いの消費税が単純に倍になり、経営を圧迫してしまう。
195	専門サービス業	昇降機保守管理業	50以上	顧客との折衝の中で、いろんな値引き要請が出てくることは間違いない。
196	専門サービス業	シンクタンク、コンサルタント、建築設計	50以上	顧客との折衝が進みにくくなることは容易に想像できる。
197	通信情報業	パソコンネットワーク・サーバー構築サポート	0～4	デフレの進行、景気のさらなる後退
198	通信情報業	コンピュータソフト開発	20～30	顧客の購買意欲の低下
199	通信情報業	WEB制作、システム開発	5～10	見積み金額に対する受注金額の減少。
200	通信情報業	WEBサイト制作、システム制作、管理業務	5～10	基本的には大きな影響はありません。
201	通信情報業	Webアプリケーション制作、ASPサービス提供	5～10	経費の増大。あまりイメージできていない。 将来的な不安が解消するのであれば、仕方のない事だと思う。直接税にする代わりに、間接税を下げて欲しい。
202	通信情報業	通信機器・サービスの販売代理店	50以上	どういふ影響がどうかをかんがえるより、その変更の機会を自社にどう活かすかを考えています。税率アップ前に設備投資をするなど

203	流通業	骨董、古美術の卸売、食品、雑貨品等を健食業界に卸売しています、不動産賃貸業	0～4	仕入れ、売上等を圧迫することは目に見えています。
204	流通業	宝石の小売・卸。企画・セミナー業	0～4	生活必需品ではない高価なものとしてさらに敬遠されるのでは？
205	流通業	機械工具販売	0～4	景気の低迷。 不況の再来。
206	流通業	宝飾品のネット販売・卸販売	0～4	仕方ないと思うが、今はその時期では無い
207	流通業	主に物づくり業者への連結部品(ねじ・ねじ部品)の販売です	0～4	共存・共栄のため役人も身を削ってほしい
208	流通業	酒類小売業	0～4	大きな消費減退を招き、経営を圧迫すると思
209	流通業	美容材料卸売	10～20	増税前後の売上のアップダウン
210	流通業	ギフト・カレンダー等の製造・輸入	10～20	理美容室の販促が主な商材の為、消費税UPによる一時的に経費節減の波をくらうことにな
211	流通業	被服販売業	10～20	単純に消費税増税分を価格転嫁出来ないケースが発生する。消費税納付方法の毎月化など(半年では額が大きくなり過ぎる)。税を上げることに対する社会保障、震災復興などに対する目に見える結果(予測)を示すべき。またそれに対する明確な責任を果たす。
212	流通業	食品包装資材 卸売・小売業	10～20	買占めと価格競争
213	流通業	事業用厨房食器類及び作業シューズの販売	10～20	売上減少
214	流通業	保管・梱包・発送代行 物流加工全般	20～30	税を上げる前に役人等の給与体制の見直しが先だと思う
215	流通業	販売促進用品の企画販売	20～30	景気が低迷することにより、企業が売上げ拡大のため、販売促進に力を入れ、当社の売上げが伸びる
216	流通業	高齢者施設の浴場やリハビリプールの設備機器の日本全国への卸販売(一部海外販売)各種工場の温水供給装置や浴場設備の機器やプラント	20～30	消費税は公平な税制と思うので、上げざるを得ないと思う。影響も実施もして見なければわからないと思います。嗜好品ぜいたく品でないのであまり売上の落ち込みはないと思う。
217	流通業	食肉製品製造卸売	20～30	利益圧迫
218	流通業	食品(加工食品)卸売業	20～30	総額表示のまま移行されると増税分を納入価格に転嫁できず負担が大きくなることは確実。外税表示に変更してもらいたい。
219	流通業	鶏肉、鶏卵及び業務用食材卸し	30～40	個人経営の小規模な顧客が多いため、消費が鈍化することで行き詰まる顧客が多数発生するおそれがある
220	流通業	建設・土木資材の製造及び販売 輸入業務 高度医療管理機器の販売及び賃貸	30～40	消費税率が上がることで景気が停滞するのではと心配しています。
221	流通業	お米の卸業	30～40	消費税10%になるとすぐこの分は値上げできず、即赤字になる可能性大。
222	流通業	衛生関連用品企画卸・機能性樹脂製品企画卸	40～50	消費低迷に拍車がかかることは明確です。世帯の可処分所得からの支出の枠は決まっているのだから、消費税の増えれば、その分だけ社会全体がシュリンクすることになるでしょう。更なるデフレの誘発になると見込んでます。一時的にこういう対応をすることも、仕方が無いレベルにきていることもわかりますが、もっと本質的な問題を明るみに出して、本質的かつ中長期的なことを国民全体に考えさせることをしないと、この国は「政治が国民を食い尽くして」本当に滅びてしまうでしょう。
223	流通業	ニット生地卸売、婦人服輸入卸売	5～10	売り買い控えて必ず波ができる
224	流通業		5～10	一時的には買い貯め、消費低下などの影響が考えられるが、大きくは影響を受けないと思われる。
225	流通業	卸売業	5～10	比較的高額品を扱ってるので、消費が減るのは必至
226	流通業	印刷物用塗料、資材販売。希釈剤、塗料製造	5～10	消費不況
227	流通業	ステンレス鋼材卸売	5～10	今の政府では倒産が増えると思う
228	流通業	デザインIT	0～4	無理
229	流通業	女性下着の製造と卸 生産 日本及び韓国	0～4	売上げや利益を確保できていない現状では、納付出来なくなる可能性がある。又、中高級品市場は消費税アップで売上げは厳しく

			どのような影響が出ようとも上げざるを得ないと思う。したがって上げるのであれば、さっさと上げたほうがよい。「上げるぞ！上げるぞ！いやまて」とかモタモタやっていると、ジワジワ締め上げられて不安が増大し、景況感はますます悪化する。消費税が上がれば、その直前に駆け込み需要があり、その後は需要が停滞する。大切なのは、その波をできるだけ早くやり過ぎしてしまうことだと思う。
230	事務用品・OA機器・オフィス家具などの小売・卸業、印刷・印鑑・ゴム印、システム構築、販売など	0～4	
231	金物卸売業及び環境製品の販売・施	0～4	景気回復がない限り、実施すると存続できな
232	生地の開発	0～4	1. 売り先に生地の小売店があり 小売価格を上げた場合数量ダウンは免れないと思われる 2. 全般的な消費低迷を通じて 売上数量がダウンすることが予想されるが小売店の対応、消費者の対応はやってみないと分からない。橋本政権当時の教訓を生かすしか手がないのではないか。
233		0～4	なし
234	輸出入貨物の通関手続きと物流の手配	0～4	輸入関税立て替え金の増加が資金繰りを困難にする
235	旅行業法による旅行業 国内 海外	0～4	税全体に占める消費税の割合は 諸外国から似て高すぎる。 北欧やヨーロッパでも税率は高いが、税全体に占める割合は低いと思う こんなことが話題にならない
236	アルミ建材及び高機能板硝子販売施工	0～4	駆け込み需要の後の大きな落ち込みがある
237		0～4	特にありません
238	生産財卸売業 製造業へ、設備機械、周辺機器、先端工具の卸売り販売業	10～20	増税前の駆け込み需要。その後の売上ダウン。民間需要の低下。海外進出企業の増加。その後、どうするか？
239	調剤薬局	10～20	私たち薬局は医療品を購入する時は消費税を支払いますが、患者さんからは消費税は頂けません。10%になれば平均90%程度の購入費が販売するときに逆ザヤに
240	珈琲製造卸 食品卸	10～20	単価の下落
241	障害者の就労支援	10～20	あまり影響はないと思います
242		5～10	会社としては影響はないと考えている。
243	輸入木材取り扱いをしてる倉庫	5～10	上げ前の駆け込み需要はあるが、その後仕事量が激減する。
244	建設資材販売業	5～10	差額をカバーするためにグレードの低い商品へシフトされ売り上げの減少になると思いま
245	主に中国産の食品(農産物)の輸出入貿易商	5～10	取引先から幾らか値引きを要請される懸念あり(売上)
	教育業	50以上	必要性は理解できるとはいえ、上げてほしくない。影響についてはわからない。