

広 報 資 料

(市 政 ， 経 済 同 時)

平 成 1 8 年 1 月 2 7 日

京 都 市 産 業 観 光 局

(担 当 : 商 工 部 経 済 企 画 課 TEL 075-222-3334)

(財) 京 都 市 中 小 企 業 支 援 セ ン タ ー

(担 当 : 経 営 支 援 部 TEL 075-211-9311)

平成 17 年の企業経営実績と平成 18 年の業績見通しについて

(第 77 回京都市中小企業経営動向実態調査附帯調査)

市内中小企業の経営実態，経営動向などを把握するため，四半期ごとに郵送によるアンケート調査として実施しています「京都市中小企業経営動向実態調査」の「附帯調査」結果がまとまりましたので報告します。

京都市中小企業経営動向実態調査概要

- ・ 調査目的 京都市域中小企業の経営実態を把握し，経済行政に反映させる
- ・ 調査時点 平成 17 年 12 月
- ・ 調査方法 郵送アンケート
- ・ 回収状況 製造業 376 社，非製造業 424 社，計 800 社に対しアンケートを送付。514 社が回答 (回収率 64.3%)

業種別回答企業数 (%)

項 目	企業数 (構成比)	項 目	企業数 (構成比)
製造業	240 (46.7)	非製造業	274 (53.3)
西陣	28 (5.4)	卸売	69 (13.4)
染色	27 (5.3)	小売	58 (11.3)
印刷	25 (4.9)	情報通信	21 (4.1)
窯業	22 (4.3)	飲食，宿泊	37 (7.2)
化学	20 (3.9)	サービス	52 (10.1)
金属	18 (3.5)	建設	37 (7.2)
機械	35 (6.8)	不明	0 (0.0)
その他の製造	65 (12.6)	合 計	514 (100.0)

➤ 中小企業の定義

中小企業基本法に基づき，業種別に以下のとおりに設定している。

業種	従業員規模 / 資本金規模
製造業，その他の業種	300 人以下 又は 3 億円以下
卸売	100 人以下 又は 1 億円以下
小売	50 人以下 又は 5,000 万円以下
サービス (情報通信，飲食，宿泊を含む)	100 人以下 又は 5,000 万円以下

この広報資料の概要については，インターネットホームページでも御覧いただけます。

URL <http://www.kyoto-sien.or.jp/okibari/index3.html>

調査結果概要（この附帯調査は、当該年の実績と翌年の業績見通しについて、
毎年同時期に、同様の質問項目で行っているものです。）

1. 平成17年の実績について

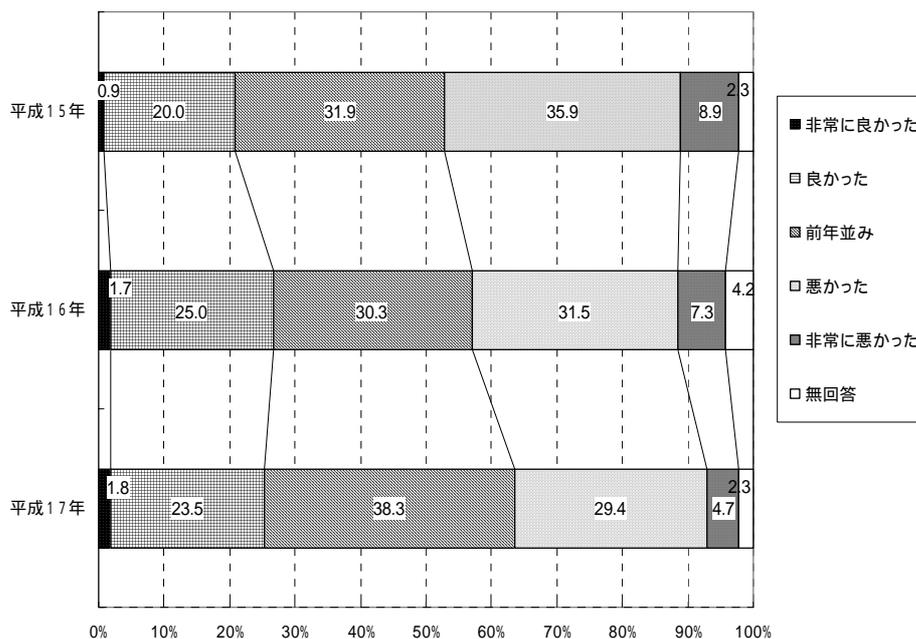
改善傾向が継続する経営環境

平成17年の実績（平成16年の実績と比較して）について尋ねたところ、「良かった」（23.5%）と「非常に良かった」（1.8%）を合わせると25.3%となり、前年比1.4ポイント減少となった。

一方、「悪かった」（29.4%）と「非常に悪かった」（4.7%）を合わせると34.1%となり、前年比4.7ポイント減少となった。

ここ数年、「悪かった」と「非常に悪かった」の比率は、減少を続けており、市内企業の経営環境は、引き続き緩やかながらも改善傾向にある。

・過去3年間の実績の推移



	非常に良かった	良かった	前年並み	悪かった	非常に悪かった	無回答
平成15年	0.9	20.0	31.9	35.9	8.9	2.3
平成16年	1.7	25.0	30.3	31.5	7.3	4.2
平成17年	1.8	23.5	38.3	29.4	4.7	2.3

単位：(%)

業種別に見ると、「良かった」と「非常に良かった」の合計比率が高い業種は、情報通信（42.8%）、以下印刷（32.0%）、卸売（30.4%）の順となっている。「売上げが前年同期と比較し増加した。」（下京区／情報通信）、「新規販売先開拓努力が除々に出てきた。」（西京区／卸売）など、売上げ増を上げる声が聞かれた。

「悪かった」と「非常に悪かった」の合計比率が高い業種は、染色（51.8%）、以下飲食、宿泊（43.2%）、窯業（40.9%）の順となっている。「仕入単価の上昇と、需要の停滞による売上額の減少。」（山科区／窯業）と仕入単価高騰を指摘する声上がる。

なお、観光関連では、「前年並み」との回答が全体の44.9%となり、比率が最も高くなった。ただし、「非常に良かった」（4.1%）、「良かった」（16.3%）を合計するとおよそ20%の企業が前年よりも良い結果となっている。「観光客が増えたため売上げ増がみられ長い間の下降線が上向いた。」（中京区／その他製造）との声があるように、業界の回復基調が見られる。

従業員規模別に見ると「良かった」と「非常に良かった」の合計比率が高い規模は、100人以上（42.9%）、以下30～49人（31.2%）、10～19人（26.1%）の順となった。

「悪かった」と「非常に悪かった」の比率が高い規模は、5～9人（43.4%）、0～4人（41.3%）であり、規模の小さい企業ほど、経営環境の厳しさが依然として強い。

平成17年の実績に影響したプラス面の要因では、「営業努力」（62.3%）の比率が最も高く、次いで「国内景気」（27.8%）、「新商品・新技術の開発」（25.8%）、「地元景気」（10.2%）であった。前回までは、自助努力に関連した項目が上位を占めていたが、今回は「国内景気」に加えて、「地元景気」が上位にランクされる結果となり、景気回復が、徐々に市内企業に及んでいる。

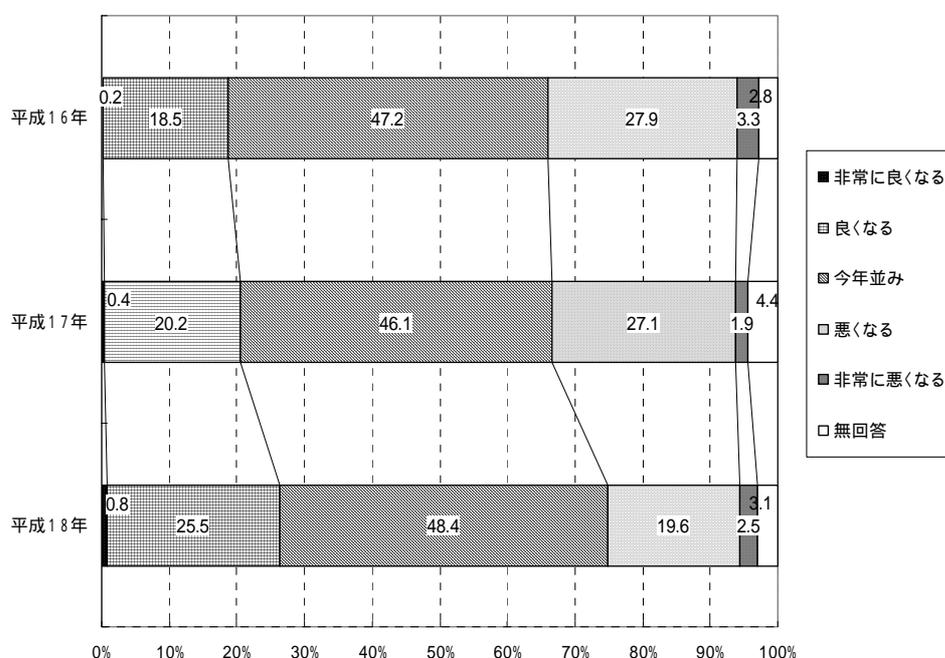
マイナス要因としては、他社との競争（44.7%）の比率が最も高く、次いで価格競争（35.6%）、国内景気（24.5%）、消費動向（20.4%）の順となった。同業他社との競争環境は、相変わらず厳しい状況となっている。

2. 平成18年の業績見通しについて

「非常に良くなる」と「良くなる」を合わせると前回比5.7ポイント上昇し、業績回復の期待が高まる。

平成18年の業績見通し(平成17年の実績と比較して)について尋ねたところ、「良くなる」と「非常に良くなる」を合わせると26.3%となり、前回比5.7ポイント上昇となった。一方、「悪くなる」と「非常に悪くなる」を合わせると22.1%と前回比6.9ポイント減少となった。国内景気、地元景気が徐々に回復している中、市内企業において業績回復への期待感が高まっている。

・過去3年間の業績見通しの推移



	非常に良くなる	良くなる	今年並み	悪くなる	非常に悪くなる	無回答
平成16年	0.2	18.5	47.2	27.9	3.3	2.8
平成17年	0.4	20.2	46.1	27.1	1.9	4.4
平成18年	0.8	25.5	48.4	19.6	2.5	3.1

単位：(%)

業種別に見ると、「良くなる」と「非常に良くなる」を合わせた比率が高い業種は、金属(38.9%)、その他の製造(38.5%)、情報通信(38.1%)、機械(37.1%)の順となった。「液晶・半導体製造装置メーカーからの受注増が見られる」(伏見区/金属)と取引先の業況が向上したことで期待感が高まっている。

「悪くなる」と「非常に悪くなる」を合わせた比率が高い業種は、窯業(40.9%)、西陣(39.3%)、建設(35.1%)となっている。

従業員規模別に見ると、「良くなる」と「非常に良くなる」を合わせた比率が高い規模は、100人以上(51.4%)、30~49人(31.1%)、50~99人(25.8%)の順となり、「悪くなる」と「非常に悪くなる」を合わ

せた比率が高い規模は、0～4人（32.6%）、5～9人（25.5%）、10～19人（24.0%）であった。規模の大きい企業ほど業績回復の期待が、高いことが分かる。

平成18年の業績見通しに影響を与えると予測されるプラス面の要因では、「営業努力」（55.7%）の比率が最も高く、次いで「新製品・新技術の開発」（32.6%）、「国内景気」（32.4%）の順となっている。

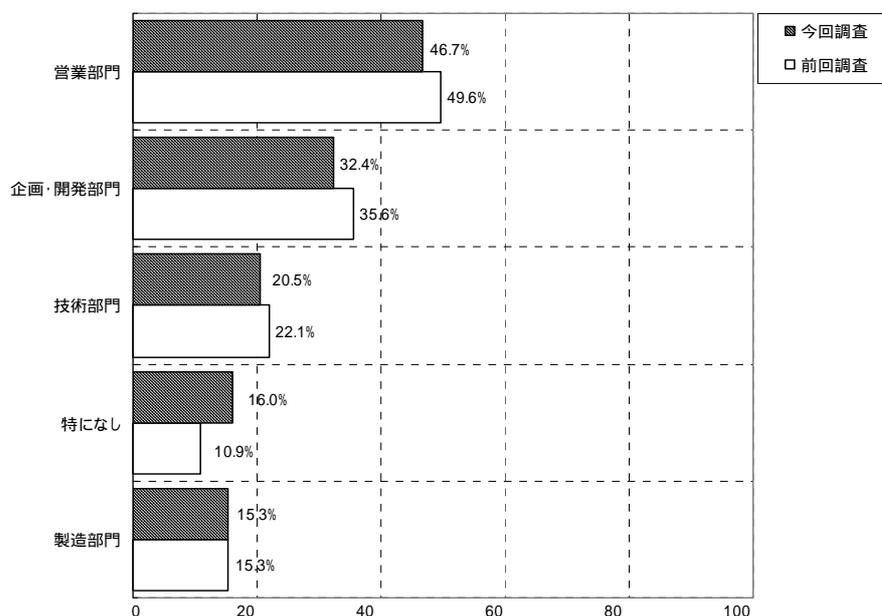
一方、マイナス面の要因としては、「他社との競争」（45.1%）の比率が最も高く、「価格競争」（36.7%）「消費動向」（21.0%）の順となっている。

3. 今後、拡充・縮小する部門について

今後、拡充する部門のトップは「営業部門」、2位は「企画・開発部門」
縮小する部門については8割近くが「特になし」と回答

今後、拡充・強化する部門について尋ねたところ、「営業部門」（46.7%）の比率が最も高く、「企画・開発部門」（32.4%）が続いている。

・今後拡充・強化する部門（抜粋）



業種別に見ると、製造業では印刷、その他製造業において「営業部門」の比率が最も高くなった。前回、「営業部門」の比率が高かった化学は、機械とともに「技術部門」の比率が最も高くなり、西陣と金属では、「製造部門」が高くなっている。

非製造業では、全業種において「営業部門」の比率が高くなった（情報通信は「技術部門」と同率）

従業員規模別に見ると、すべての規模で「営業部門」の比率が最も高くなった。

削除・縮小する部門としては、業種別、規模別ともに「特になし」の比率が高くなっている。

4. 平成 18 年に向けての各企業の取り組みや工夫

平成 18 年に向けて経営全般における独自の取り組みや工夫について、主なものを以下に記載する。

製造業	有能な人材の育成強化。
	次世代の事業展開。
	京都ブランドを生かした取り組み。
	お客様の立場に立った商品作り。

非製造業	インターネット販売の強化。
	京都のネームバリューを利用する。
	差別化商品のブランド化により販売力強化。
	新規産業分野の企画と進出。

5. 総論

平成 17 年は、政府主導の景気対策効果が、大規模企業において浸透し、地方経済にも少しずつ波及してきた年となった。市内企業も例外ではなく、情報産業や個人を顧客とする小売を中心に、国内景気や地元景気の回復が業績に良い影響を与えたと考える企業が増加した。企業業績の回復は、個人所得の増加にもつながり、来期以降も市内企業の経営環境が改善し続ける可能性は高い。

しかし、原油高を始めとする素材価格の高騰が続き、また、国内では財政改革の一環としての医療・社会保険料の引き上げ論議など、国民負担増に伴う消費動向低下が懸念される。併せて、金利上昇リスクもくすぶり続けており、順調な回復が続くかどうかについて不安視する声も聞かれるため予断を許さない。

市内企業においては、製造業は自助努力により現状の環境でいかに利益を計上していくか、また、非製造業においては、観光客を中心とした個人消費動向を詳細に把握し、販売チャンスを逃さないことが今後重要になってくるであろう。

調査結果詳細

1 . 平成17年の実績（平成16年実績との比較）	8
2 . 平成18年の業績見通し（平成17年実績との比較）	11
3 . 平成17年の実績に影響したプラス要因	14
4 . 平成17年の実績に影響したマイナス要因	17
5 . 平成18年の業績見通しに影響を与えると予想されるプラス要因	20
6 . 平成18年の業績見通しに影響を与えると予想されるマイナス要因	23
7 . 今後、拡充・強化する部門	26
8 . 今後、削減・縮小する部門	28
9 . 平成18年に向けての経営全般における独自の取り組みや工夫	30

注記：各項の表について

- ・ 網掛けは、各選択肢の中で最も比率が高い選択肢を示す。
- ・ 「観光関連企業」とは、観光関係の売上げが25%以上の企業群を示す。

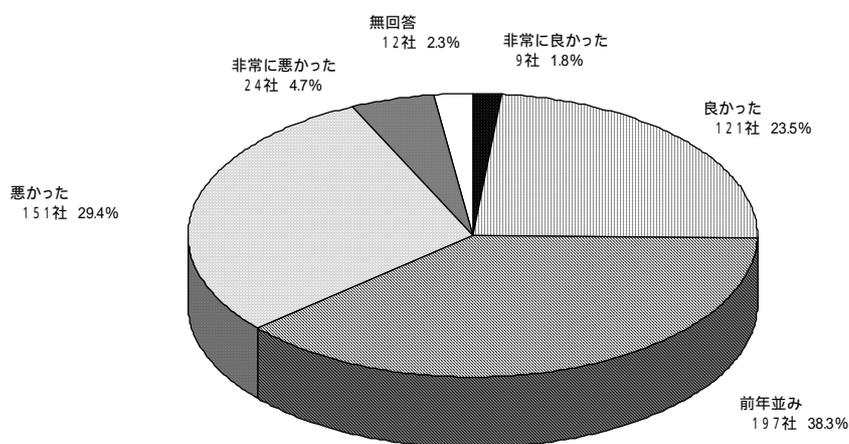
平成 17 年の企業経営実績と平成 18 年の業績見通しについて

1. 平成 17 年の実績（平成 16 年実績との比較）

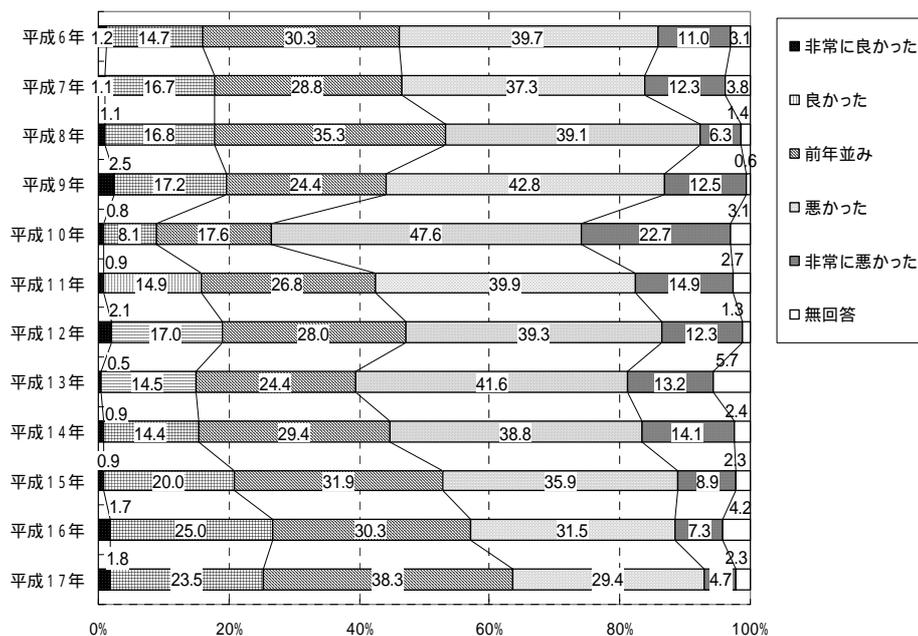
(1) 全体

平成 17 年の実績について、平成 16 年実績との比較で尋ねたところ、「前年並み」(38.3%)の比率が最も高く、「悪かった」(29.4%)がそれに続いた。しかし、「悪かった」の比率と「非常に悪かった」(4.7%)の比率は、平成 6 年以降最低水準となっており、改善傾向にあることは間違いない。(図 1・図 2)

・ 図 1. 平成 17 年の実績



・ 図 2. 回答比率の推移（平成 6 年実績～平成 17 年実績）



(2) 業種別

業種別に見ると「非常に良かった」の比率が最も高い業種は、情報通信（9.5%）で、以下印刷（4.0%）、染色（3.7%）の順となった。また、「良かった」の比率が最も高いのは、情報通信（33.3%）で、以下卸売（30.4%）、印刷（28.0%）、サービス（26.9%）の順となり、情報通信の回復振りが目立つ結果となった。「営業を他府県に拡大し強化。」（南区／情報通信）、「平成大合併に関連する売上げが増加した。」（南区／情報通信）など、内的・外的要因の改善が業績向上につながっている。

「悪かった」の比率が最も高い業種は、染色（44.4%）で、以下飲食、宿泊（40.5%）、卸売（33.3%）の順となった。「市場での販売が減少した。」（上京区／染色）、「得意先の海外シフトによるパイの不足。」（右京区／染色）との声上がる。

「前年並み」の比率が最も高い業種は、金属（50.0%）で、以下建設（45.9%）、機械（45.7%）の順となっている。「売上高は横ばい、原材料費は高騰するも、経費、人件費の削減から前期と同等の状況。」（南区／金属）と経営努力により前年並みとしているところもある。

観光関連では、「前年並み」との回答が全体の44.9%となり、比率が最も高くなった。ただし、「非常に良かった」（4.1%）、「良かった」（16.3%）を合計すると、およそ20%の企業が前年よりも良い結果となっている。前回は、自然災害が多発したことで観光関連企業に閉塞感が漂っていたが、今回は「非常に良かった」との回答があるように、回復基調にあると言える。（表1）

・表1.平成17年の実績（業種別）

	全体	製造業									非製造業							観光
		西陣	染色	印刷	窯業	化学	金属	機械	その他の製造	計	卸売	小売	情報通信	飲食、宿泊	サービス	建設	計	
非常に良かった	9 1.8%	0	1 3.7%	1 4.0%	0	0	0	0	2 3.1%	4 1.7%	0	2 3.4%	2 9.5%	0	0	1 2.7%	5 1.8%	2 4.1%
良かった	121 23.5%	6 21.4%	4 14.8%	7 28.0%	5 22.7%	4 20.0%	4 22.2%	7 20.0%	17 26.2%	54 22.5%	21 30.4%	11 19.0%	7 33.3%	6 16.2%	14 26.9%	8 21.6%	67 24.5%	8 16.3%
前年並み	197 38.3%	9 32.1%	7 25.9%	8 32.0%	8 36.4%	9 45.0%	9 50.0%	16 45.7%	27 41.5%	93 38.8%	20 29.0%	24 41.4%	8 38.1%	14 37.8%	21 40.4%	17 45.9%	104 38.0%	22 44.9%
悪かった	151 29.4%	9 32.1%	12 44.4%	8 32.0%	6 27.3%	6 30.0%	5 27.8%	10 28.6%	16 24.6%	72 30.0%	23 33.3%	16 27.6%	3 14.3%	15 40.5%	13 25.0%	9 24.3%	79 28.8%	14 28.6%
非常に悪かった	24 4.7%	2 7.1%	2 7.4%	0	3 13.6%	1 5.0%	0	0	1 1.5%	9 3.8%	4 5.8%	3 5.2%	1 4.8%	1 2.7%	4 7.7%	2 5.4%	15 5.5%	1 2.0%
無回答	12 2.3%	2 7.1%	1 3.7%	1 4.0%	0	0	0	2 5.7%	2 3.1%	8 3.3%	1 1.4%	2 3.4%	0	1 2.7%	0	0	4 1.5%	2 4.1%
(回答企業数)	514	28	27	25	22	20	18	35	65	240	69	58	21	37	52	37	274	49

(3) 従業員規模別

従業員規模別に見ると、「良かった」の比率が最も高い規模は、100人以上(40.0%)となり、30~49人(27.9%)、10~19人(25.0%)が続いた。

「悪かった」の比率が最も高い規模は、0~4人(35.9%)で、以下5~9人(34.9%)、20~29人(30.4%)の順となった。「前年並み」の比率が最も高い規模は、20~29人(51.8%)で、以下30~49人(45.9%)、50~99人(43.5%)の順となった。(表2)

・表2.平成17年の実績(従業員規模別)

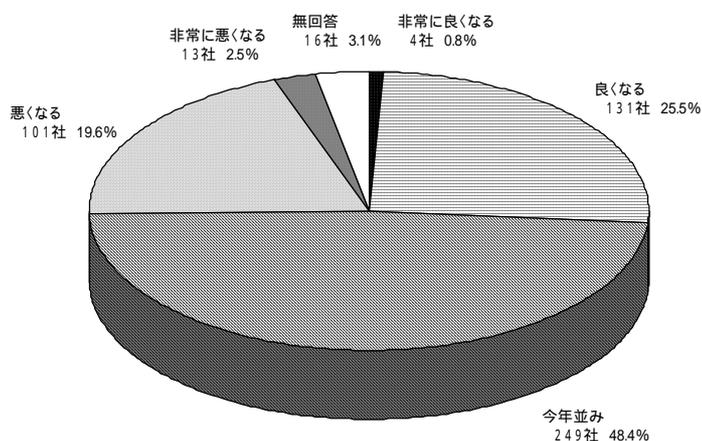
	全 体	0~4 人	5~9 人	10~19 人	20~29 人	30~49 人	50~99 人	100人 以上	無回答
非常に良かった	9 1.8%	2 2.2%	0 0.0%	1 1.1%	0 0.0%	2 3.3%	2 3.2%	1 2.9%	1 10.0%
良かった	121 23.5%	17 18.5%	24 22.6%	23 25.0%	9 16.1%	17 27.9%	14 22.6%	14 40.0%	3 30.0%
前年並み	197 38.3%	33 35.9%	35 33.0%	31 33.7%	29 51.8%	28 45.9%	27 43.5%	12 34.3%	2 20.0%
悪かった	151 29.4%	33 35.9%	37 34.9%	27 29.3%	17 30.4%	11 18.0%	14 22.6%	8 22.9%	4 40.0%
非常に悪かった	24 4.7%	5 5.4%	9 8.5%	7 7.6%	1 1.8%	0 0.0%	2 3.2%	0 0.0%	0 0.0%
無回答	12 2.3%	2 2.2%	1 0.9%	3 3.3%	0 0.0%	3 4.9%	3 4.8%	0 0.0%	0 0.0%
(回答企業数)	514	92	106	92	56	61	62	35	10

2. 平成18年の業績見通し（平成17年実績との比較）

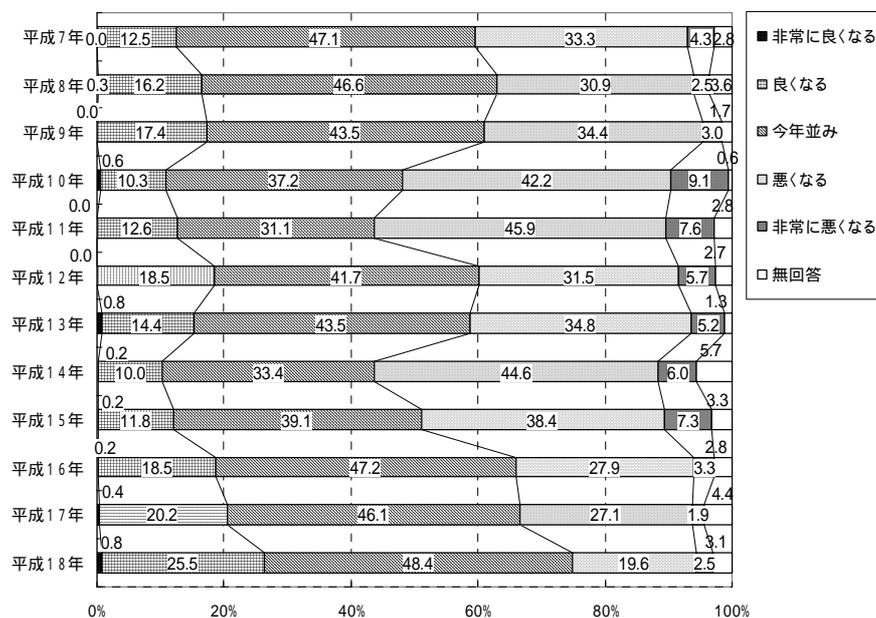
(1) 全体

平成18年の業績見通しについて、平成17年実績との比較で尋ねたところ、「今年並み」(48.4%)の比率が最も高く、「良くなる」(25.5%)、「悪くなる」(19.6%)が続いている。近年においては、「良くなる」が「悪くなる」を初めて上回る結果となった。前回調査と比較すると、「非常に良くなる」(0.8%)が0.4ポイント、「良くなる」(20.2%)が5.3ポイント上昇した。これまで、回復期待が持てなかった市内企業が、全国的な景気回復を前向きに捉えており、業績回復の期待が高まっている。(図3・図4)

・図3. 平成18年の業績見通し



・図4. 回答比率の推移（平成7年見通し～平成18年見通し）



(2) 業種別

業種別にみると、「良くなる」の比率が最も高い業種は金属(38.9%)で、以下機械(37.1%)、印刷(36.0%)、その他の製造(35.4%)の順となった。「得意先である機械・電気材・精密業界からの受注増加。」(南区/金属)、「親会社の景況が良好傾向にあり新規受注の可能性はある。この状況が続くと思われる。」(南区/その他の製造)など、取引先や親企業の業況が好調になったことで期待感を示す企業が多い。一方、「悪くなる」の比率が最も高い業種は、窯業(36.4%)、以下西陣(35.7%)、建設(32.4%)が続いている。「業界全般的に下降している」(山科区/窯業)、「深刻な和装不況。」(上京区/西陣)、「受注減少に歯止めがかからない。」(伏見区/建設)など、構造的な問題や受注減を指摘する声上がる。業績回復の期待感が高い業種がある一方、悲観的な業種も存在するなど業種間で温度差が生じている。

「今年並み」の比率が最も高い業種は、化学(60.0%)で、以下飲食、宿泊(59.5%)、卸売(52.2%)となっている。

観光関連では、「今年並み」の比率が49.0%と最も高くなっている。(表3)

・表3.平成18年の業績見通し(業種別)

	全体	製造業									計	非製造業						計	観光
		西陣	染色	印刷	窯業	化学	金属	機械	その他の製造	卸売		小売	情報通信	飲食、宿泊	サービス	建設			
非常に良くなる	4 0.8%	0	0	0	0	0	0	0	0	2 3.1%	2 0.8%	0	0	1 4.8%	0	1 1.9%	0	2 0.7%	0.0%
良くなる	131 25.5%	3 10.7%	5 18.5%	9 36.0%	5 22.7%	3 15.0%	7 38.9%	13 37.1%	23 35.4%	68 28.3%	17 24.6%	13 22.4%	7 33.3%	8 21.6%	12 23.1%	6 16.2%	63 23.0%	14 28.6%	
今年並み	249 48.4%	11 39.3%	12 44.4%	13 52.0%	8 36.4%	12 60.0%	9 50.0%	18 51.4%	26 40.0%	109 45.4%	36 52.2%	29 50.0%	10 47.6%	22 59.5%	25 48.1%	18 48.6%	140 51.1%	24 49.0%	
悪くなる	101 19.6%	10 35.7%	8 29.6%	2 8.0%	8 36.4%	5 25.0%	1 5.6%	2 5.7%	11 16.9%	47 19.6%	10 14.5%	12 20.7%	3 14.3%	5 13.5%	12 23.1%	12 32.4%	54 19.7%	8 16.3%	
非常に悪くなる	13 2.5%	1 3.6%	0	0	1 4.5%	0	0	0	1 1.5%	3 1.3%	4 5.8%	2 3.4%	1 0.0%	2 2.7%	1 3.8%	1 2.7%	10 3.6%	1 2.0%	
無回答	16 3.1%	3 10.7%	2 7.4%	1 4.0%	0	0	1 5.6%	2 5.7%	2 3.1%	11 4.6%	2 2.9%	2 3.4%	0	1 2.7%	0	0	5 1.8%	2 4.1%	
(回答企業数)	514	28	27	25	22	20	18	35	65	240	69	58	21	37	52	37	274	49	

(3) 従業員規模別

従業員規模別に見ると、100人以上の企業で「良くなる」(51.4%)の比率が最も高くなっている。そのほかの規模においては、「今年並み」の回答が多い。(表4)

・表4.平成18年の業績見通し(従業員規模別)

	全 体	0～4 人	5～9 人	10～19 人	20～29 人	30～49 人	50～99 人	100人 以上	無回答
非常に良くなる	4 0.8%	2 2.2%	1 0.9%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
良くなる	131 25.5%	17 18.5%	25 23.6%	18 19.6%	14 25.0%	18 29.5%	16 25.8%	18 51.4%	5 50.0%
今年並み	249 48.4%	40 43.5%	50 47.2%	48 52.2%	30 53.6%	35 57.4%	30 48.4%	13 37.1%	3 30.0%
悪くなる	101 19.6%	26 28.3%	25 23.6%	19 20.7%	10 17.9%	4 6.6%	11 17.7%	4 11.4%	2 20.0%
非常に悪くなる	13 2.5%	4 4.3%	2 1.9%	3 3.3%	2 3.6%	0 0.0%	2 3.2%	0 0.0%	0 0.0%
無回答	16 3.1%	3 3.3%	3 2.8%	4 4.3%	0 0.0%	3 4.9%	3 4.8%	0 0.0%	0 0.0%
(回答企業数)	514	92	106	92	56	61	62	35	10

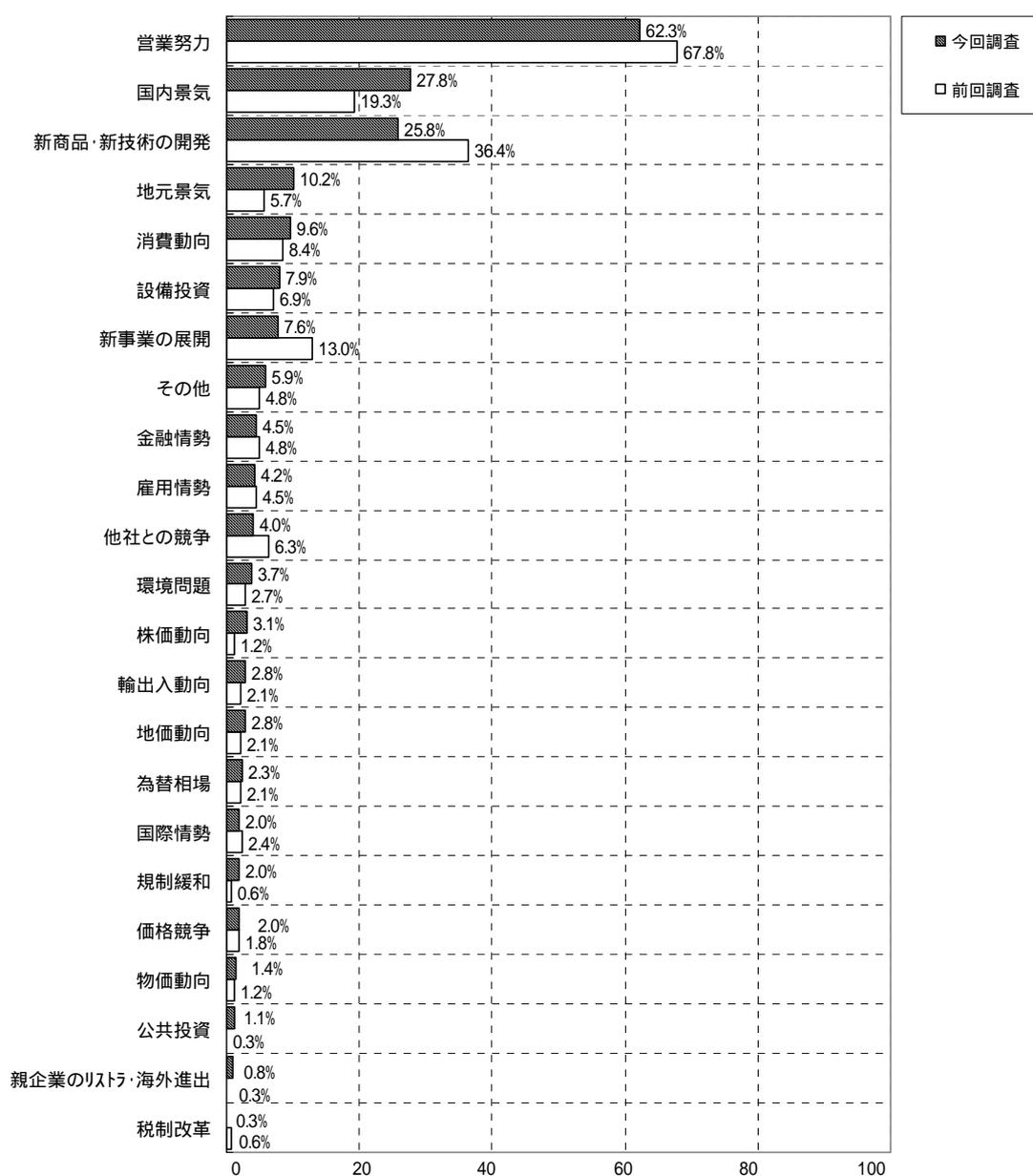
3. 平成17年の実績に影響したプラス要因

(1) 全体

平成17年の実績に影響した主な要因を尋ねたところ、プラス要因については、「営業努力」(62.3%)の比率が最も高く、以下「国内景気」(27.8%)「新商品・新技術の開発」(25.8%)の順となっている。

また、「地元景気」も前回比4.5ポイント上昇の10.2%となっており、景気回復が市内企業にまで及びつつある。(図5)

・図5. 実績に影響したプラス要因



(2) 業種別

プラス要因を業種別に見ると、機械を除くすべての業種で、「営業努力」の比率が最も高く、サービス(76.3%)、印刷(75.0%)、建設(72.0%)では軒並み70%以上を示している。

機械では、「国内景気」が48.0%と、最も高くなっており、他の業種でも、金属、飲食、宿泊(共に37.5%)、西陣、情報通信(共に35.3%)など、軒並み高い比率を示している。

観光関連では、「営業努力」が58.1%と最も比率が高く、「国内景気」(41.9%)、「新商品・新技術の開発」(32.3%)の順となっている。(表5)

・表5.実績に影響したプラス要因(業種別)

	全体	製造業									非製造業						計	観光
		西陣	染色	印刷	窯業	化学	金属	機械	その他の製造	計	卸売	小売	情報通信	飲食、宿泊	サービス	建設		
営業努力	220 62.3%	10 58.8%	7 50.0%	12 75.0%	7 58.3%	6 42.9%	8 50.0%	9 36.0%	30 66.7%	89 56.0%	38 69.1%	24 68.6%	10 58.8%	12 50.0%	29 76.3%	18 72.0%	131 67.5%	18 58.1%
新商品・新技術の開発	91 25.8%	10 58.8%	6 42.9%	4 25.0%	6 50.0%	5 35.7%	3 18.8%	6 24.0%	19 42.2%	59 37.1%	13 23.6%	6 17.1%	4 23.5%	4 16.7%	4 10.5%	1 4.0%	32 16.5%	10 32.3%
新事業の展開	27 7.6%	2 11.8%	1 7.1%	1 6.3%	2 16.7%	1 7.1%	0 0.0%	2 8.0%	4 8.9%	13 8.2%	5 9.1%	0 0.0%	2 11.8%	2 8.3%	4 10.5%	1 4.0%	14 7.2%	2 6.5%
設備投資	28 7.9%	1 5.9%	2 14.3%	4 25.0%	0 0.0%	1 7.1%	4 25.0%	4 16.0%	1 2.2%	17 10.7%	2 3.6%	1 0.0%	3 5.9%	3 12.5%	3 7.9%	2 8.0%	11 5.7%	0 0.0%
雇用情勢	15 4.2%	0 0.0%	0 0.0%	1 6.3%	1 8.3%	0 0.0%	1 6.3%	0 0.0%	2 4.4%	5 3.1%	0 0.0%	2 5.7%	1 5.9%	3 12.5%	2 5.3%	2 8.0%	10 5.2%	2 6.5%
国際情勢	7 2.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 6.3%	1 4.0%	2 4.4%	4 2.5%	2 3.6%	1 2.9%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 1.5%	3 1.5%	0 0.0%
国内景気	98 27.8%	6 35.3%	2 14.3%	3 18.8%	1 8.3%	4 28.6%	6 37.5%	12 48.0%	14 31.1%	48 30.2%	15 27.3%	4 11.4%	6 35.3%	9 37.5%	8 21.1%	8 32.0%	50 25.8%	13 41.9%
地元景気	36 10.2%	1 5.9%	0 0.0%	1 6.3%	0 0.0%	0 0.0%	2 12.5%	3 12.0%	5 11.1%	12 7.5%	5 9.1%	5 14.3%	0 0.0%	4 16.7%	4 15.8%	4 16.0%	24 12.4%	8 25.8%
他社との競争	14 4.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 6.3%	0 0.0%	1 7.1%	0 0.0%	1 4.0%	2 4.4%	5 2.5%	3 5.5%	1 2.9%	2 5.9%	2 8.3%	2 5.3%	0 0.0%	9 4.6%	1 3.2%
為替相場	8 2.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 8.3%	1 7.1%	2 12.5%	0 0.0%	0 0.0%	4 2.5%	4 7.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	4 2.1%	0 0.0%
金融情勢	16 4.8%	0 0.0%	1 7.1%	1 6.3%	0 0.0%	2 14.3%	0 0.0%	0 0.0%	2 2.2%	5 3.1%	3 5.5%	1 2.9%	0 0.0%	2 8.3%	3 7.9%	2 8.0%	11 5.7%	1 3.2%
消費動向	34 9.6%	2 11.8%	2 14.3%	0 0.0%	1 8.3%	0 0.0%	2 12.5%	1 4.0%	5 11.1%	13 8.2%	2 3.6%	7 20.0%	0 0.0%	8 33.3%	3 7.9%	1 4.0%	21 10.8%	8 25.8%
物価動向	5 1.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 7.1%	1 6.3%	0 0.0%	0 0.0%	2 1.3%	1 1.8%	1 2.9%	0 0.0%	1 4.2%	0 0.0%	0 0.0%	3 1.5%	0 0.0%
株価動向	11 3.1%	1 5.9%	0 0.0%	1 6.3%	0 0.0%	1 7.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 1.9%	1 1.8%	2 5.7%	0 0.0%	1 4.2%	3 7.9%	1 4.0%	8 4.1%	0 0.0%
地価動向	10 2.8%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 8.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.2%	2 1.3%	1 1.8%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	6 15.8%	1 4.0%	8 4.1%	0 0.0%
税制改革	1 0.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.2%	1 0.6%	0 0.0%	0 0.0%						
公共投資	4 1.1%	1 5.9%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 6.3%	1 4.0%	0 0.0%	3 1.9%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 4.0%	1 0.5%	0 0.0%
輸出入動向	10 2.8%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 14.3%	1 6.3%	3 12.0%	3 6.7%	9 5.7%	0 0.0%	1 2.9%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.5%	0 0.0%
価格競争	7 2.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 6.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 2.2%	2 1.3%	3 5.5%	0 0.0%	1 5.9%	0 0.0%	0 0.0%	1 4.0%	5 2.6%	0 0.0%
規制緩和	7 2.0%	0 0.0%	1 7.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 4.4%	3 1.9%	1 1.8%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 5.3%	1 4.0%	4 2.1%	0 0.0%
親企業のリストラ・海外進出	3 0.8%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 4.0%	0 0.0%	1 0.6%	2 3.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 1.0%	0 0.0%
環境問題	13 3.7%	0 0.0%	0 0.0%	1 6.3%	0 0.0%	2 14.3%	1 6.3%	3 12.0%	1 2.2%	8 5.0%	2 3.6%	1 2.9%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 8.0%	5 2.6%	2 6.5%
その他	21 5.9%	0 0.0%	2 14.3%	0 0.0%	0 0.0%	2 14.3%	1 6.3%	4 16.0%	2 4.4%	11 6.9%	3 5.5%	3 8.6%	2 11.8%	1 4.2%	1 2.6%	0 0.0%	10 5.2%	1 3.2%
(回答企業数)	353	17	14	16	12	14	16	25	45	159	55	35	17	24	38	25	194	31
無回答	161	11	13	9	10	6	2	10	20	81	14	23	4	13	14	12	80	18

(3) 従業員規模別

プラス要因を従業員規模別に見ると、すべての規模で、「営業努力」の比率が最も高い。また、ここでも「国内景気」の比率が高くなっている。(表6)

・表6 実績に影響したプラス要因(従業員規模別)

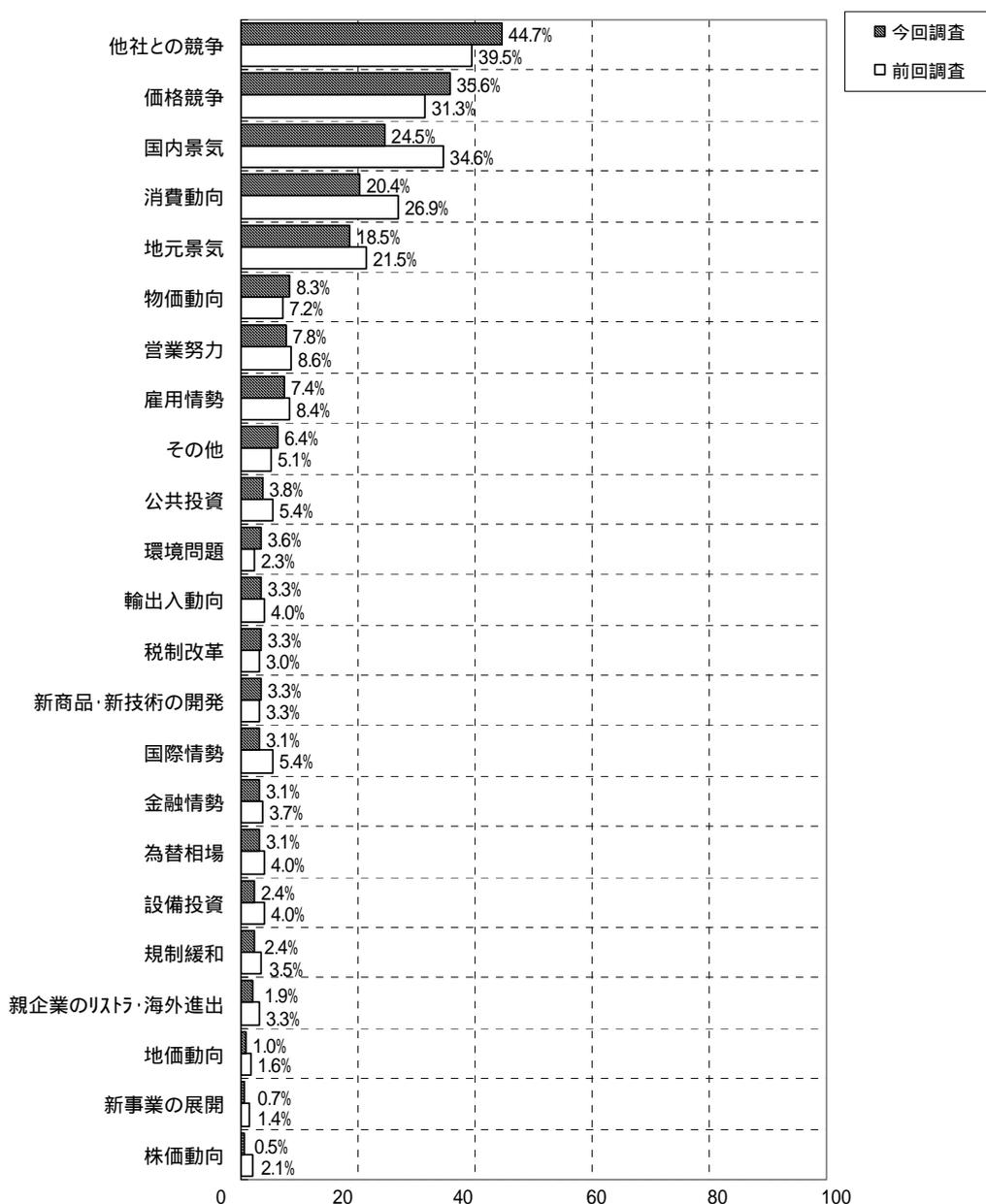
	全体	0～4人	5～9人	10～19人	20～29人	30～49人	50～99人	100人以上	無回答
営業努力	220 62.3%	34 66.7%	39 54.9%	40 65.6%	26 68.4%	27 55.1%	33 73.3%	20 66.7%	1 12.5%
新商品・新技術の開発	91 25.8%	13 25.5%	22 31.0%	15 24.6%	13 34.2%	9 18.4%	11 24.4%	6 20.0%	2 25.0%
新事業の展開	27 7.6%	6 11.8%	6 8.5%	5 8.2%	1 2.6%	2 4.1%	4 8.9%	3 10.0%	0.0%
設備投資	28 7.9%	4 7.8%	4 5.6%	2 3.3%	5 13.2%	5 10.2%	5 11.1%	2 6.7%	1 12.5%
雇用情勢	15 4.2%	0.0%	2 2.8%	4 6.6%	2 5.3%	3 6.1%	1 2.2%	2 6.7%	1 12.5%
国際情勢	7 2.0%	0.0%	2 2.8%	0.0%	1 2.6%	3 6.1%	0.0%	1 3.3%	0.0%
国内景気	98 27.8%	13 25.5%	21 29.6%	12 19.7%	11 28.9%	14 28.6%	14 31.1%	10 33.3%	3 37.5%
地元景気	36 10.2%	6 11.8%	7 9.9%	7 11.5%	8 21.1%	2 4.1%	5 11.1%	1 3.3%	0.0%
他社との競争	14 4.0%	3 5.9%	4 5.6%	2 3.3%	0.0%	3 6.1%	2 4.4%	0.0%	0.0%
為替相場	8 2.3%	1 2.0%	1 1.4%	0.0%	1 2.6%	1 2.0%	2 4.4%	2 6.7%	0.0%
金融情勢	16 4.5%	2 3.9%	1 1.4%	5 8.2%	1 2.6%	3 6.1%	1 2.2%	3 10.0%	0.0%
消費動向	34 9.6%	7 13.7%	10 14.1%	2 3.3%	3 7.9%	4 8.2%	4 8.9%	2 6.7%	2 25.0%
物価動向	5 1.4%	0.0%	0.0%	2 3.3%	0.0%	1 2.0%	1 2.2%	1 3.3%	0.0%
株価動向	11 3.1%	1 2.0%	6 8.5%	1 1.6%	0.0%	0.0%	2 4.4%	1 3.3%	0.0%
地価動向	10 2.8%	3 5.9%	4 5.6%	2 3.3%	0.0%	0.0%	1 2.2%	0.0%	0.0%
税制改革	1 0.3%	0.0%	0.0%	1 1.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
公共投資	4 1.1%	0.0%	1 1.4%	2 3.3%	1 2.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
輸出入動向	10 2.8%	0.0%	1 1.4%	0.0%	2 5.3%	3 6.1%	1 2.2%	3 10.0%	0.0%
価格競争	7 2.0%	0.0%	0.0%	2 3.3%	0.0%	2 4.1%	3 6.7%	0.0%	0.0%
規制緩和	7 2.0%	3 5.9%	1 1.4%	1 1.6%	0.0%	1 2.0%	0.0%	1 3.3%	0.0%
親企業のリストラ・海外進出	3 0.8%	0.0%	0.0%	1 1.6%	0.0%	0.0%	1 2.2%	1 3.3%	0.0%
環境問題	13 3.7%	2 3.9%	2 2.8%	4 6.6%	1 2.6%	2 4.1%	1 2.2%	1 3.3%	0.0%
その他	21 5.9%	5 9.8%	2 2.8%	4 6.6%	2 5.3%	4 8.2%	0.0%	2 6.7%	2 25.0%
(回答企業数)	353	51	71	61	38	49	45	30	8
無回答	161	41	35	31	18	12	17	5	2

4 . 平成 17 年の実績に影響したマイナス要因

(1) 全体

マイナス要因については、「他社との競争」(44.7%)の比率が最も高くなり、以下「価格競争」(35.6%)、「国内景気」(24.5%)、消費動向(20.4%)の順となっている。「他社との競争」は、前回比5.2ポイント増加、「価格競争」は、同じく4.3ポイント増加となり、各社の足を引っ張っている。「国内景気」と「消費動向」は、いずれも前回比大きく減少し、外的要因が改善されつつあると言えよう。(図6)

・ 図6. 実績に影響したマイナス要因



(2) 業種別

マイナス要因を業種別に見ると、「他社との競争」が、7業種で最も比率が高くなった。以下機械(65.5%)、印刷(60.0%)、サービス(58.1%)の順となっている。

「国内景気」は、窯業(65.0%)、その他の製造(40.8%)において比率が高くなった。

また、観光関連では、「他社との競争」と回答した企業が43.2%となり、最も多くなった。(表7)

・表7.実績に影響したマイナス要因(業種別)

	全体	製造業										非製造業						計	観光
		西陣	染色	印刷	窯業	化学	金属	機械	その他の製造	計	卸売	小売	情報通信	飲食・宿泊	サービス	建設			
営業努力	33 7.8%	2 0.0%	2 10.0%	2 5.0%	1 5.6%	1 5.9%	1 6.9%	2 10.2%	5 7.1%	14 5.4%	3 4.0%	2 13.3%	2 13.8%	4 14.0%	6 6.3%	2 8.4%	19 8.4%	3 8.1%	
新商品・新技術の開発	14 3.3%	2 8.7%	2 10.0%	0 0.0%	1 5.0%	1 5.6%	0 0.0%	3 3.4%	3 6.1%	10 5.1%	1 1.8%	1 2.0%	1 6.7%	1 3.4%	0 0.0%	0 0.0%	4 1.8%	1 2.7%	
新事業の展開	3 0.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.4%	1 2.3%	1 3.1%	3 1.3%	0 0.0%		
設備投資	10 2.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 11.1%	0 0.0%	1 3.4%	1 2.0%	4 2.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 13.3%	2 6.9%	2 4.7%	2 0.0%	6 2.7%	1 2.7%		
雇用情勢	31 7.4%	1 0.0%	1 5.0%	1 5.0%	1 5.6%	3 17.6%	2 6.9%	2 4.1%	2 5.6%	11 5.4%	3 8.0%	4 26.7%	4 17.2%	5 9.3%	4 0.0%	20 8.9%	6 16.2%		
国際情勢	13 3.1%	1 0.0%	1 5.0%	0 0.0%	1 5.6%	2 11.8%	2 6.9%	3 6.1%	9 4.6%	1 1.8%	1 2.0%	0 0.0%	1 3.4%	1 2.3%	0 0.0%	4 1.8%	1 2.7%		
国内景気	103 24.5%	4 17.4%	5 25.0%	4 20.0%	13 65.0%	1 5.6%	1 5.9%	6 20.7%	20 40.8%	54 27.6%	10 17.9%	7 14.0%	5 33.3%	9 31.0%	10 23.3%	8 25.0%	49 21.8%	11 29.7%	
地元景気	78 18.5%	7 30.4%	6 30.0%	5 25.0%	7 35.0%	2 11.1%	2 11.8%	2 6.9%	5 10.2%	36 18.4%	7 12.5%	5 10.0%	4 26.7%	10 34.5%	9 20.9%	7 21.9%	42 18.7%	8 21.6%	
他社との競争	188 44.7%	6 26.1%	4 20.0%	12 60.0%	2 10.0%	6 33.3%	4 23.5%	19 65.5%	21 42.9%	74 37.8%	29 51.8%	29 58.0%	6 40.0%	7 24.1%	25 58.1%	18 56.3%	114 50.7%	16 43.2%	
為替相場	13 3.1%	1 4.3%	0 0.0%	1 5.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 6.9%	3 6.1%	7 3.6%	5 8.9%	1 2.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	6 2.7%	0 0.0%		
金融情勢	13 3.1%	0 0.0%	1 5.0%	0 0.0%	1 5.6%	0 0.0%	0 0.0%	3 6.1%	5 2.6%	1 1.8%	1 2.0%	0 0.0%	2 6.9%	0 0.0%	4 12.5%	8 3.6%	1 2.7%		
消費動向	86 20.4%	8 34.8%	11 55.0%	2 10.0%	6 30.0%	1 5.6%	0 0.0%	2 6.9%	10 20.4%	40 20.4%	9 16.1%	18 36.0%	7 24.1%	8 18.6%	4 12.5%	46 20.4%	12 32.4%		
物価動向	35 8.3%	4 17.4%	1 5.0%	3 15.0%	2 10.0%	1 5.6%	8 47.1%	1 3.4%	4 8.2%	24 12.2%	5 8.9%	3 6.0%	1 3.4%	1 2.3%	1 3.1%	11 4.9%	2 5.4%		
株価動向	2 0.5%	1 4.3%	0 0.0%	1 5.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 1.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%		
地価動向	4 1.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.4%	3 7.0%	0 0.0%	4 1.8%	1 2.7%		
税制改革	14 3.3%	1 4.3%	0 0.0%	1 5.0%	1 5.6%	0 0.0%	2 11.8%	0 0.0%	2 4.1%	7 3.6%	2 3.6%	1 2.0%	1 3.4%	2 4.7%	1 3.1%	7 3.1%	2 5.4%		
公共投資	16 3.8%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 5.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.4%	1 2.0%	3 1.5%	3 5.4%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.3%	9 28.1%	13 5.8%	0 0.0%		
輸出入動向	14 3.3%	2 8.7%	2 10.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 5.6%	3 17.6%	0 0.0%	0 0.0%	8 4.1%	4 7.1%	2 4.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	6 2.7%	1 2.7%		
価格競争	150 35.6%	6 26.1%	5 25.0%	7 35.0%	4 20.0%	7 38.9%	7 41.2%	14 48.3%	13 26.5%	63 32.1%	25 44.6%	19 38.0%	5 33.3%	11 37.9%	12 27.9%	87 46.9%	8 21.6%		
規制緩和	10 2.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 3.4%	2 4.1%	3 1.5%	1 1.8%	5 10.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.1%	7 3.1%	1 2.7%		
親企業のリスト・海外進出	8 1.9%	0 0.0%	2 10.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	5 17.2%	1 2.0%	8 4.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%		
環境問題	15 3.6%	0 0.0%	2 10.0%	1 5.0%	0 0.0%	2 11.1%	0 0.0%	1 3.4%	1 2.0%	7 3.6%	5 8.9%	0 0.0%	2 6.9%	1 2.3%	0 0.0%	8 3.6%	2 5.4%		
その他	27 6.4%	2 8.7%	2 10.0%	1 5.0%	2 10.0%	6 33.3%	3 17.6%	0 0.0%	3 6.1%	19 9.7%	3 5.4%	1 2.0%	1 6.7%	2 6.9%	1 2.3%	8 3.6%	3 8.1%		
(回答企業数)	421	23	20	20	20	18	17	29	49	196	56	50	15	29	43	225	37		
無回答	93	5	7	5	2	2	1	6	16	44	13	8	6	8	9	49	12		

(3) 従業員規模別

マイナス要因を従業員規模別に見ると、すべての規模で、「他社との競争」の比率が最も高くなった。価格競争や消費動向がそれに続いている。（表8）

・表8.実績に影響したマイナス要因（従業員規模別）

	全 体	0～4 人	5～9 人	10～19 人	20～29 人	30～49 人	50～99 人	100人 以上	無回答
営業努力	33 7.8%	6 8.8%	7 7.6%	7 9.1%	2 4.0%	5 10.2%	5 9.6%	1 3.6%	0.0%
新商品・新技術 の開発	14 3.3%	5 7.4%	2 2.2%	1 1.3%	1 2.0%	2 4.1%	3 5.8%	0.0%	0.0%
新事業の展開	3 0.7%	1 1.5%	0.0%	0.0%	0.0%	1 2.0%	0.0%	1 3.6%	0.0%
設備投資	10 2.4%	0.0%	3 3.3%	0.0%	0.0%	2 4.1%	3 5.8%	2 7.1%	0.0%
雇用情勢	31 7.4%	1 1.5%	7 7.6%	5 6.5%	5 10.0%	1 2.0%	8 15.4%	4 14.3%	0.0%
国際情勢	13 3.1%	3 4.4%	3 3.3%	1 1.3%	1 2.0%	1 2.0%	2 3.8%	2 7.1%	0.0%
国内景気	103 24.5%	23 33.8%	30 32.6%	16 20.8%	7 14.0%	7 14.3%	13 25.0%	4 14.3%	3 60.0%
地元景気	78 18.5%	16 23.5%	23 25.0%	15 19.5%	9 18.0%	6 12.2%	5 9.6%	1 3.6%	3 60.0%
他社との競争	188 44.7%	26 38.2%	33 35.9%	34 44.2%	31 62.0%	21 42.9%	28 53.8%	15 53.6%	0.0%
為替相場	13 3.1%	2 2.9%	1 1.1%	3 3.9%	1 2.0%	4 8.2%	1 1.9%	1 3.6%	0.0%
金融情勢	13 3.1%	5 7.4%	3 3.3%	1 1.3%	2 4.0%	1 2.0%	0.0%	1 3.6%	0.0%
消費動向	86 20.4%	18 26.5%	23 25.0%	9 11.7%	9 18.0%	12 24.5%	11 21.2%	1 3.6%	3 60.0%
物価動向	35 8.3%	4 5.9%	9 9.8%	5 6.5%	5 10.0%	2 4.1%	8 15.4%	1 3.6%	1 20.0%
株価動向	2 0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	2 4.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
地価動向	4 1.0%	1 1.5%	1 1.1%	0.0%	1 2.0%	0.0%	1 1.9%	0.0%	0.0%
税制改革	14 3.3%	3 4.4%	3 3.3%	2 2.6%	3 6.0%	2 4.1%	1 1.9%	0.0%	0.0%
公共投資	16 3.8%	1 1.5%	2 2.2%	4 5.2%	3 6.0%	1 2.0%	4 7.7%	1 3.6%	0.0%
輸出入動向	14 3.3%	2 2.9%	3 3.3%	3 3.9%	0.0%	4 8.2%	1 1.9%	1 3.6%	0.0%
価格競争	150 35.6%	18 26.5%	25 27.2%	31 40.3%	23 46.0%	17 34.7%	22 42.3%	14 50.0%	0.0%
規制緩和	10 2.4%	4 5.9%	3 3.3%	0.0%	1 2.0%	2 4.1%	0.0%	0.0%	0.0%
親企業のリスト・ 海外進出	8 1.9%	1 1.5%	3 3.3%	1 1.3%	0.0%	1 2.0%	0.0%	2 7.1%	0.0%
環境問題	15 3.6%	4 5.9%	3 3.3%	4 5.2%	2 4.0%	1 2.0%	1 1.9%	0.0%	0.0%
その他	27 6.4%	4 5.9%	6 6.5%	4 5.2%	0.0%	6 12.2%	1 1.9%	5 17.9%	1 20.0%
(回答企業数)	421	68	92	77	50	49	52	28	5
無回答	93	24	14	15	6	12	10	7	5

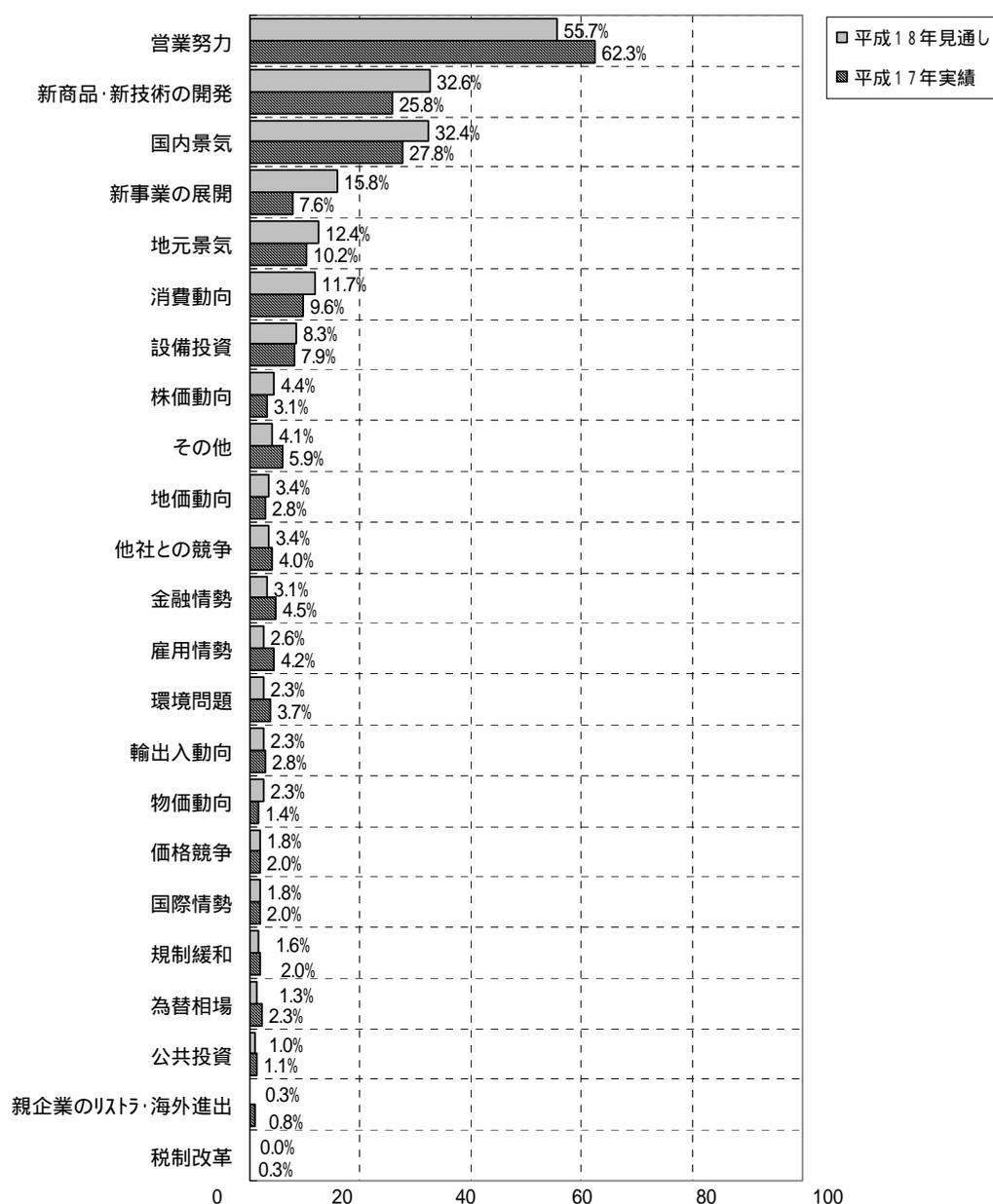
5. 平成18年の業績見通しに影響を与えると予想されるプラス要因

(1) 全体

平成18年の業績見通しに影響を与えると予想される主な要因を尋ねたところ、プラス要因では、「営業努力」(55.7%)の比率が最も高く、以下「新製品・新技術の開発」(32.6%)、「国内景気」(32.4%)、「新事業の展開」(15.8%)の順で続いている。

中でも、「新事業の展開」は、平成17年実績と比較し8.2ポイント増となっており、景気回復を背景に積極的な事業展開が広がる可能性がある。(図7)

・図7.業績見通しに影響を与えると予想されるプラス要因



(2) 業種別

プラス要因を業種別に見ると、10業種で「営業努力」の比率が高くなっているが、金属、機械においては、「国内景気」が影響を与えると見通している。「新商品・新技術の開発」は、西陣と化学で最も高くなっている。(表9)

・表9. 業績見通しに影響を与えると予想されるプラス要因(業種別)

	全体	製造業										非製造業						計	観光
		西陣	染色	印刷	窯業	化学	金属	機械	その他の製造	計	卸売	小売	情報通信	飲食、宿泊	サービス	建設			
営業努力	215 55.7%	11 64.7%	8 50.0%	12 70.6%	8 61.5%	8 47.1%	5 31.3%	10 34.5%	28 53.8%	90 50.8%	34 63.0%	21 55.3%	11 55.0%	13 52.0%	27 62.8%	19 65.5%	125 59.8%	18 56.3%	
新商品・新技術の開発	126 32.6%	12 70.6%	6 37.5%	6 35.3%	7 53.8%	11 64.7%	7 43.8%	24.1%	51.9%	46.9%	15 27.8%	8 21.1%	6 30.0%	6 24.0%	5 11.6%	3 10.3%	43 20.6%	14 43.8%	
新事業の展開	61 15.8%	2 11.8%	2 12.5%	2 11.8%	2 15.4%	4 23.5%	3 18.8%	7 24.1%	5 9.6%	27 15.3%	13 24.1%	3 7.9%	5 25.0%	3 12.0%	7 16.3%	3 10.3%	34 16.3%	4 12.5%	
設備投資	32 8.3%	0 0.0%	1 6.3%	3 17.6%	0 0.0%	1 5.9%	3 18.8%	6 20.7%	2 3.8%	16 9.0%	5 9.3%	0 0.0%	2 10.0%	3 12.0%	4 9.3%	2 6.9%	16 7.7%	2 6.3%	
雇用情勢	10 2.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 3.4%	1 3.8%	3 1.7%	1 1.9%	2 5.3%	1 5.0%	1 4.0%	2 4.7%	0 0.0%	7 3.3%	0 0.0%	
国際情勢	7 1.8%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 6.3%	1 3.4%	1 3.8%	4 2.3%	2 3.7%	0 0.0%	0 0.0%	1 4.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 1.4%	1 3.1%	
国内景気	125 32.4%	4 23.5%	3 18.8%	3 17.6%	6 46.2%	5 29.4%	9 56.3%	12 41.4%	16 30.8%	58 32.8%	18 33.3%	12 31.6%	7 35.0%	11 44.0%	11 25.6%	8 27.6%	67 32.1%	15 46.9%	
地元景気	48 12.4%	0 0.0%	0 0.0%	1 5.9%	1 7.7%	2 11.8%	2 12.5%	2 6.9%	6 11.5%	14 7.9%	4 7.4%	7 18.4%	2 10.0%	5 20.0%	10 23.3%	6 20.7%	34 16.3%	9 28.1%	
他社との競争	13 3.4%	1 5.9%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 5.8%	2 2.3%	3 5.6%	1 2.6%	2 10.0%	1 4.0%	1 2.3%	1 3.4%	9 4.3%	0 0.0%	
為替相場	5 1.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 5.9%	1 6.3%	0 0.0%	0 0.0%	2 1.1%	2 3.7%	1 2.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 1.4%	0 0.0%	
金融情勢	12 3.1%	0 0.0%	0 0.0%	1 5.9%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 6.9%	0 0.0%	3 1.7%	1 1.9%	2 5.3%	0 4.0%	1 9.3%	4 3.4%	1 4.3%	9 6.3%	2 6.3%	
消費動向	45 11.7%	2 11.8%	4 25.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	4 25.0%	1 3.4%	5 9.6%	16 9.0%	7 13.0%	7 18.4%	1 5.0%	8 32.0%	6 14.0%	0 0.0%	29 13.9%	11 34.4%	
物価動向	9 2.3%	1 5.9%	0 0.0%	0 0.0%	1 7.7%	1 5.9%	1 6.3%	0 0.0%	1 1.9%	5 2.8%	0 0.0%	1 2.6%	0 0.0%	1 4.0%	2 4.7%	0 0.0%	4 1.9%	1 3.1%	
株価動向	17 4.4%	3 17.6%	0 0.0%	1 5.9%	0 0.0%	1 5.9%	0 0.0%	0 0.0%	3 5.8%	8 4.5%	1 1.9%	3 7.9%	0 0.0%	2 8.0%	2 4.7%	1 3.4%	9 4.3%	1 3.1%	
地価動向	13 3.4%	0 0.0%	0 0.0%	1 5.9%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 4.0%	1 18.6%	8 10.3%	3 5.7%	12 5.7%	1 3.1%	
税制改革	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	
公共投資	4 1.0%	1 5.9%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 6.3%	0 0.0%	0 0.0%	2 1.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 6.9%	2 1.0%	2 3.1%	1 3.1%	
輸出入動向	9 2.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 5.9%	0 0.0%	4 13.8%	2 3.8%	7 4.0%	1 0.0%	1 2.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.4%	2 1.0%	0 0.0%	
価格競争	7 1.8%	1 5.9%	0 0.0%	2 11.8%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 1.7%	1 1.9%	1 2.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 6.9%	4 1.9%	0 0.0%	
規制緩和	6 1.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 7.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.9%	2 1.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 4.7%	2 6.9%	2 1.9%	4 1.9%	0 0.0%	
親企業のリスト・海外進出	1 0.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.9%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.5%	0 0.0%	
環境問題	9 2.3%	0 0.0%	0 0.0%	1 5.9%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 3.4%	5 2.8%	2 3.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 6.9%	2 1.9%	4 1.9%	0 0.0%	
その他	16 4.1%	0 0.0%	2 12.5%	0 0.0%	0 0.0%	1 5.9%	1 6.3%	1 3.4%	1 3.8%	7 4.0%	3 5.6%	2 5.3%	2 10.0%	2 8.0%	0 0.0%	0 0.0%	9 4.3%	1 3.1%	
(回答企業数)	386	17	16	17	13	17	16	29	52	177	54	38	20	25	43	29	209	32	
無回答	128	11	11	8	9	3	2	6	13	63	15	20	1	12	9	8	65	17	

(3) 従業員規模別

プラス要因を従業員規模別に見ると、すべての規模で、「営業努力」の比率が最も高くなっている（表10）

・表10. 業績見通しに影響を与えると予想されるプラス要因（従業員規模別）

	全体	0～4人	5～9人	10～19人	20～29人	30～49人	50～99人	100人以上	無回答
営業努力	215 55.7%	36 60.0%	44 56.4%	33 54.1%	25 53.2%	28 51.9%	29 59.2%	20 66.7%	0.0%
新商品・新技術の開発	126 32.6%	16 26.7%	32 41.0%	18 29.5%	16 34.0%	13 24.1%	17 34.7%	12 40.0%	2 28.6%
新事業の展開	61 15.8%	14 23.3%	11 14.1%	12 19.7%	4 8.5%	7 13.0%	6 12.2%	7 23.3%	0.0%
設備投資	32 8.3%	1 1.7%	6 7.7%	3 4.9%	6 12.8%	6 11.1%	9 18.4%	1 3.3%	0.0%
雇用情勢	10 2.6%	1 1.7%	2 2.6%	0.0%	2 4.3%	2 3.7%	1 2.0%	2 6.7%	0.0%
国際情勢	7 1.8%	0.0%	2 2.6%	0.0%	0.0%	1 1.9%	1 2.0%	2 6.7%	1 14.3%
国内景気	125 32.4%	15 25.0%	28 35.9%	17 27.9%	17 36.2%	18 33.3%	18 36.7%	10 33.3%	2 28.6%
地元景気	48 12.4%	10 16.7%	9 11.5%	9 14.8%	9 19.1%	5 9.3%	5 10.2%	1 3.3%	0.0%
他社との競争	13 3.4%	4 6.7%	2 2.6%	2 3.3%	0.0%	3 5.6%	1 2.0%	1 3.3%	0.0%
為替相場	5 1.3%	1 1.7%	1 1.3%	1 1.6%	0.0%	1 1.9%	0.0%	1 3.3%	0.0%
金融情勢	12 3.1%	1 1.7%	1 1.3%	5 8.2%	0.0%	2 3.7%	1 2.0%	2 6.7%	0.0%
消費動向	45 11.7%	6 10.0%	9 11.5%	4 6.6%	5 10.6%	12 22.2%	6 12.2%	1 3.3%	2 28.6%
物価動向	9 2.3%	2 3.3%	1 1.3%	1 1.6%	1 2.1%	0.0%	3 6.1%	1 3.3%	0.0%
株価動向	17 4.4%	0.0%	6 7.7%	2 3.3%	5 10.6%	2 3.7%	1 2.0%	1 3.3%	0.0%
地価動向	13 3.4%	2 3.3%	2 2.6%	4 6.6%	2 4.3%	0.0%	3 6.1%	0.0%	0.0%
税制改革	0 0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
公共投資	4 1.0%	0.0%	0.0%	1 1.6%	2 4.3%	1 1.9%	0.0%	0.0%	0.0%
輸出入動向	9 2.3%	0.0%	1 1.3%	1 1.6%	3 6.4%	1 1.9%	1 2.0%	2 6.7%	0.0%
価格競争	7 1.8%	1 1.7%	0.0%	2 3.3%	2 4.3%	0.0%	2 4.1%	0.0%	0.0%
規制緩和	6 1.6%	2 3.3%	2 2.6%	0.0%	1 2.1%	1 1.9%	0.0%	0.0%	0.0%
親企業のリスト・海外進出	1 0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1 2.0%	0.0%	0.0%
環境問題	9 2.3%	1 1.7%	4 5.1%	3 4.9%	0.0%	0.0%	1 2.0%	0.0%	0.0%
その他	16 4.1%	6 10.0%	0.0%	2 3.3%	3 6.4%	3 5.6%	0.0%	0.0%	2 28.6%
(回答企業数)	386	60	78	61	47	54	49	30	7
無回答	128	32	28	31	9	7	13	5	3

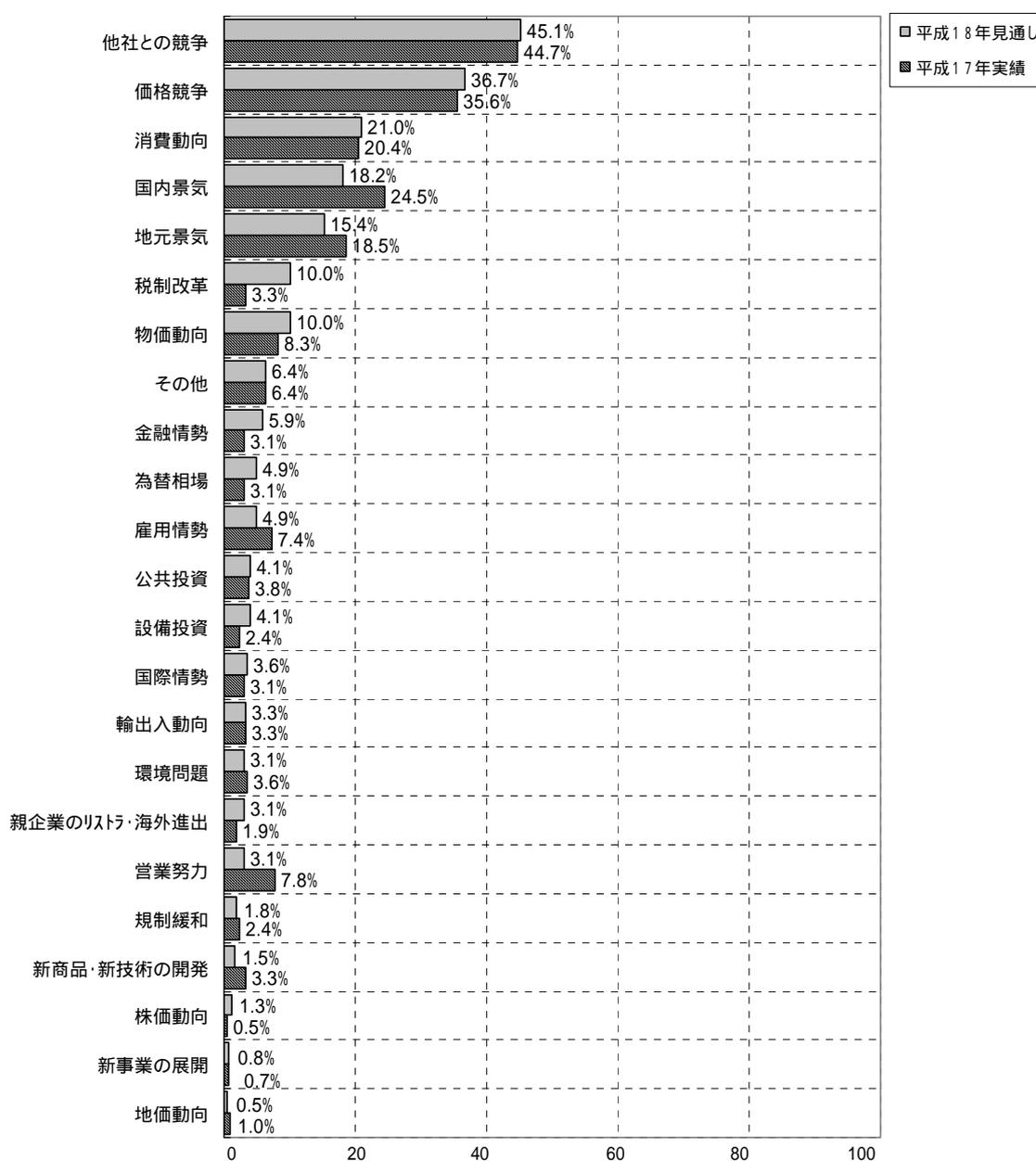
6. 平成18年の業績見通しに影響を与えると予想されるマイナス要因

(1) 全体

マイナス要因については、「他社との競争」(45.1%)の比率が最も高く、以下「価格競争」(36.7%)、「消費動向」(21.0%)「国内景気」(18.2%)の順で続いている。

「国内景気」「地元景気」は、比率上位の回答群で唯一、平成17年実績と比較して減少しており、景気回復の不安感が多少なりとも改善している。(図8)

・図8. 業績見通しに影響を与えると予想されるマイナス要因



(2) 業種別

マイナス要因を業種別に見ると、前回から3業種増えた10業種が「他社との競争」を上げている。機械(60.9%)、印刷(60.0%)、小売(57.4%)の順となっている。

観光関連では、マイナス要因は「他社との競争」と回答した企業が最も多く、50.0%となっており、以下「消費動向」(29.4%)、「価格競争」(20.6%)が続いている。(表11)

・表11. 業績見通しに影響を与えると予想されるマイナス要因(業種別)

	全体	製造業								計	非製造業						計	観光
		西陣	染色	印刷	窯業	化学	金属	機械	その他の製造		卸売	小売	情報通信	飲食・宿泊	サービス	建設		
営業努力	12 3.1%					1 5.9%	1 7.7%	2 8.7%	0.0%	4 2.3%	1 1.8%	1 2.1%	0.0%	1 3.6%	4 10.0%	1 3.3%	8 3.7%	0 0.0%
新商品・新技術の開発	6 1.5%	1 5.0%	0.0%	1 5.0%	0.0%	1 5.9%	0.0%	1 4.3%	1 2.1%	5 2.9%	0.0%	1 2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1 0.5%	0 0.0%
新事業の展開	3 0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0 0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1 3.6%	1 2.5%	1 3.3%	3 1.4%	0 0.0%
設備投資	16 4.1%	0.0%	0.0%	2 10.0%	0.0%	2 11.8%	0.0%	0.0%	1 2.9%	5 2.9%	1 1.8%	0.0%	2 14.3%	5 17.9%	3 7.5%	0.0%	11 5.1%	3 8.8%
雇用情勢	19 4.9%	0.0%	5.9%	0.0%	0.0%	5.9%	15.4%	4.3%	4.3%	4.0%	1.8%	4.3%	21.4%	17.9%	2.5%	0.0%	5.6%	12 11.8%
国際情勢	14 3.6%	0.0%	5.9%	0.0%	0.0%	11.8%	7.7%	17.4%	2.1%	9 5.1%	1 1.8%	2 4.3%	0.0%	1 3.6%	1 2.5%	0.0%	5 2.3%	2 5.9%
国内景気	71 18.2%	4 20.0%	3 17.6%	4 20.0%	9 50.0%	0.0%	0.0%	3 13.0%	13 27.7%	36 20.6%	9 16.1%	6 12.8%	4 28.6%	4 14.3%	7 17.5%	5 16.7%	35 16.3%	5 14.7%
地元景気	60 15.4%	4 20.0%	4 23.5%	4 20.0%	4 22.2%	1 5.9%	0.0%	1 4.3%	3 6.4%	21 12.0%	6 10.7%	2 12.8%	10 14.3%	9 35.7%	6 22.5%	9 20.0%	39 18.1%	6 17.6%
他社との競争	176 45.1%	6 30.0%	8 11.8%	12 60.0%	3 16.7%	6 35.3%	3 23.1%	14 60.9%	21 44.7%	67 38.3%	29 51.8%	27 57.4%	6 42.9%	8 28.6%	22 55.0%	17 56.7%	109 50.7%	17 50.0%
為替相場	19 4.9%	4 20.0%	0.0%	1 5.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1 4.3%	4 8.5%	10 5.7%	8 14.3%	1 2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9 4.2%	0 0.0%
金融情勢	23 5.9%	2 10.0%	2 11.8%	2 10.0%	0 0.0%	0.0%	7.7%	1 4.3%	1 8.5%	4 6.9%	12 0.0%	1 0.0%	10.7%	3 7.5%	3 13.3%	4 5.1%	11 8.8%	3 8.8%
消費動向	82 21.0%	6 30.0%	8 47.1%	2 10.0%	8 44.4%	1 5.9%	0.0%	1 4.3%	9 19.1%	35 20.0%	9 16.1%	16 34.0%	0.0%	7 25.0%	7 17.5%	8 26.7%	47 21.9%	10 29.4%
物価動向	39 10.0%	3 15.0%	1 5.9%	3 15.0%	2 11.1%	2 11.8%	5 38.5%	2 8.7%	10 21.3%	28 16.0%	4 7.1%	1 2.1%	0.0%	2 7.1%	1 2.5%	3 10.0%	11 5.1%	4 11.8%
株価動向	5 1.3%	1 5.0%	0.0%	1 5.0%	0.0%	5.9%	0.0%	4.3%	0.0%	2.3%	1.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1 0.5%	0 0.0%
地価動向	2 0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1 2.5%	1 3.3%	2 0.9%	0 0.0%
税制改革	39 10.0%	1 5.0%	0.0%	1 5.0%	11.1%	1 5.9%	2 15.4%	3 13.0%	5 10.6%	15 8.6%	3 5.4%	7 14.9%	0.0%	5 17.9%	8 20.0%	1 3.3%	24 11.2%	6 17.6%
公共投資	16 4.1%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%	1.7%	5.4%	0.0%	0.0%	1 3.6%	1 2.5%	8 26.7%	13 6.0%	1 2.9%
輸出入動向	13 3.3%	1 5.0%	2 11.8%	0.0%	0.0%	1 5.9%	1 7.7%	0.0%	0.0%	5 2.9%	6 10.7%	1 2.1%	0.0%	1 3.6%	0.0%	0.0%	8 3.7%	2 5.9%
価格競争	143 36.7%	6 30.0%	3 17.6%	6 30.0%	5 27.8%	6 35.3%	4 30.8%	10 43.5%	20 42.6%	60 34.3%	27 48.2%	21 44.7%	6 42.9%	4 14.3%	11 27.5%	14 46.7%	83 38.6%	7 20.6%
規制緩和	7 1.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%	1 0.6%	1 1.8%	4 8.5%	0.0%	1 3.6%	0.0%	0.0%	6 2.8%	0 0.0%
親企業のリストラ・海外進出	12 3.1%	0.0%	11.8%	0.0%	0.0%	0.0%	15.4%	21.7%	2.1%	10 5.7%	2 3.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2 0.9%	0 0.0%
環境問題	12 3.1%	1 5.0%	0.0%	1 5.0%	0.0%	11.8%	7.7%	0.0%	2.1%	6 3.4%	3 5.4%	0.0%	0.0%	2 7.1%	1 2.5%	0.0%	6 2.8%	2 5.9%
その他	25 6.4%	1 5.0%	4 23.5%	0.0%	5.6%	1 29.4%	4 30.8%	1 4.3%	1 2.1%	17 9.7%	3 5.4%	0.0%	14.3%	2 3.6%	1 5.0%	2 0.0%	8 3.7%	2 5.9%
(回答企業数)	390	20	17	20	18	17	13	23	47	175	56	47	14	28	40	30	215	34
無回答	124	8	10	5	4	3	5	12	18	65	13	11	7	9	12	7	59	15

(3) 従業員規模別

マイナス要因を従業員規模別に見ると 0~4 人では消費動向 (39.7%), 100 人以上では「価格競争」(48.3%) が、最も比率が高くなっている。その他の規模では、「他社との競争」の比率が最も高くなっている。(表 12)

・表 12. 業績見通しに影響を与えると予想されるマイナス要因 (従業員規模別)

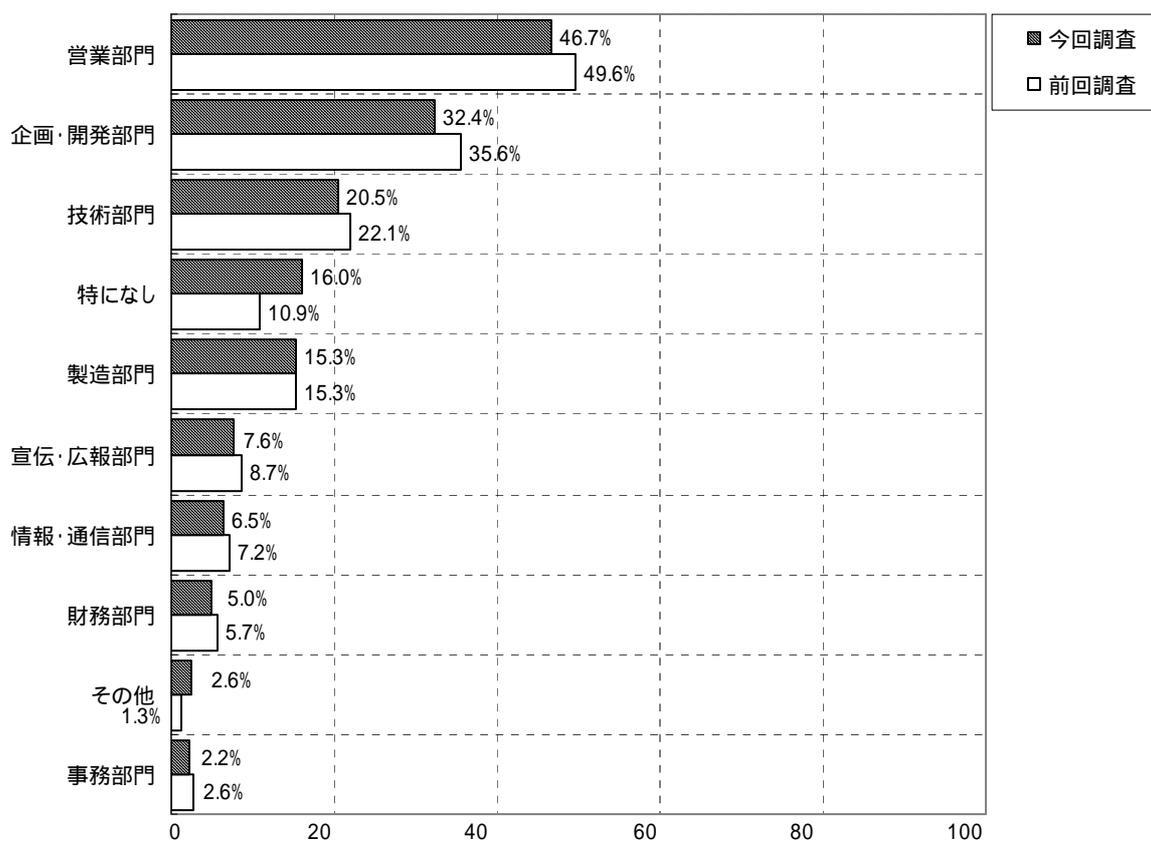
	全 体	0~4 人	5~9 人	10~19 人	20~29 人	30~49 人	50~99 人	100人 以上	無回答
営業努力	12 3.1%	2 3.2%	2 2.4%	2 3.1%	2 4.3%	2 4.2%	1 2.0%	1 3.4%	0.0%
新商品・新技術 の開発	6 1.5%	1 1.6%	1 1.2%	0.0%	4.3%	0.0%	4.0%	0.0%	0.0%
新事業の展開	3 0.8%	1 1.6%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%	0.0%	3.4%	0.0%
設備投資	16 4.1%	0.0%	4 4.8%	3 4.6%	1 2.2%	3 6.3%	2 4.0%	2 6.9%	1 16.7%
雇用情勢	19 4.9%	0.0%	2 2.4%	3 4.6%	3 6.5%	2 4.2%	7 14.0%	2 6.9%	0.0%
国際情勢	14 3.6%	3 4.8%	2 2.4%	1 1.5%	0.0%	1 2.1%	6 12.0%	1 3.4%	0.0%
国内景気	71 18.2%	11 17.5%	23 27.7%	8 12.3%	4 8.7%	7 14.6%	12 24.0%	4 13.8%	2 33.3%
地元景気	60 15.4%	10 15.9%	16 19.3%	11 16.9%	7 15.2%	6 12.5%	5 10.0%	3 10.3%	2 33.3%
他社との競争	176 45.1%	23 36.5%	33 39.8%	35 53.8%	26 56.5%	20 41.7%	26 52.0%	13 44.8%	0.0%
為替相場	19 4.9%	4 6.3%	3 3.6%	2 3.1%	2 4.3%	3 6.3%	4 8.0%	1 3.4%	0.0%
金融情勢	23 5.9%	8 12.7%	4 4.8%	1 1.5%	6 13.0%	1 2.1%	2 4.0%	1 3.4%	0.0%
消費動向	82 21.0%	25 39.7%	16 19.3%	9 13.8%	8 17.4%	10 20.8%	9 18.0%	4 13.8%	1 16.7%
物価動向	39 10.0%	2 3.2%	11 13.3%	5 7.7%	6 13.0%	4 8.3%	8 16.0%	1 3.4%	2 33.3%
株価動向	5 1.3%	0.0%	2 2.4%	1 1.5%	2 4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
地価動向	2 0.5%	1 1.6%	0.0%	1 1.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
税制改革	39 10.0%	10 15.9%	6 7.2%	7 10.8%	5 10.9%	5 10.4%	4 8.0%	2 6.9%	0.0%
公共投資	16 4.1%	1 1.6%	3 3.6%	2 3.1%	4 8.7%	1 2.1%	3 6.0%	2 6.9%	0.0%
輸出入動向	13 3.3%	3 4.8%	1 1.2%	3 4.6%	0.0%	3 6.3%	2 4.0%	1 3.4%	0.0%
価格競争	143 36.7%	21 33.3%	30 36.1%	26 40.0%	17 37.0%	18 37.5%	17 34.0%	14 48.3%	0.0%
規制緩和	7 1.8%	3 4.8%	3 3.6%	0.0%	0.0%	1 2.1%	0.0%	0.0%	0.0%
親企業のリスト・ 海外進出	12 3.1%	1 1.6%	2 2.4%	5 7.7%	0.0%	0.0%	1 2.0%	3 10.3%	0.0%
環境問題	12 3.1%	1 1.6%	4 4.8%	3 4.6%	1 2.2%	1 2.1%	2 4.0%	0.0%	0.0%
その他	25 6.4%	3 4.8%	4 4.8%	3 4.6%	1 2.2%	6 12.5%	2 4.0%	4 13.8%	2 33.3%
(回答企業数)	390	63	83	65	46	48	50	29	6
無回答	124	29	23	27	10	13	12	6	4

7. 今後、拡充・強化する部門

(1) 全体

今後、拡充・強化する部門としては、「営業部門」(46.7%)が最も多く、「企画・開発部門」(32.4%)、「技術部門」(20.5%)が続いている。(図9)

・図9. 拡充・強化する部門



(2) 業種別

業種別に見ると、非製造業においては、すべての業種で「営業部門」の比率が高くなっている。製造業においては、西陣が「企画・開発部門」「製造部門」、化学と金属が「技術部門」などとなっている。(表13)

・表13. 拡充・強化する部門(業種別)

	全体	製造業								計	非製造業						計	観光
		西陣	染色	印刷	窯業	化学	金属	機械	その他の製造		卸売	小売	情報通信	飲食・宿泊	サービス	建設		
事務部門	10 2.2%	0	0	0	1	0	0	0	3	4	1	0	3	1	1	6	3	
財務部門	23 5.0%	1	0	1	2	0	1	0	5	10	4	2	3	3	1	13	1	
営業部門	216 46.7%	5	7	10	5	7	5	10	27	76	38	21	9	17	29	26	140	
企画・開発部門	150 32.4%	7	5	7	10	6	6	6	25	72	27	17	7	10	13	4	78	
宣伝・広報部門	35 7.6%	0	0	3	3	1	0	1	8	5	9	1	4	6	2	27	5	
情報・通信部門	30 6.5%	0	8	2	2	0	0	3	4	9	8	3	3	3	3	21	0	
技術部門	95 20.5%	3	5	4	3	9	7	19	7	57	3	9	7	5	14	38	7	
製造部門	71 15.3%	7	5	3	3	7	8	15	13	61	4	2	1	1	2	10	3	
特になし	74 16.0%	6	10	4	6	0	2	2	8	38	4	12	1	7	2	36	6	
その他	12 2.6%	2	0	0	0	3	1	1	7	3	1	0	1	1	5	0		
(回答企業数)	463	24	24	22	21	19	18	32	55	215	62	50	20	33	48	35	248	
無回答	51	4	3	3	1	1	0	3	10	25	7	8	1	4	4	2	26	8

(3) 従業員規模別

従業員規模別に見ると、すべての規模で、「営業部門」の比率が最も高くなっている。(表14)

・表14. 拡充・強化する部門(従業員規模別)

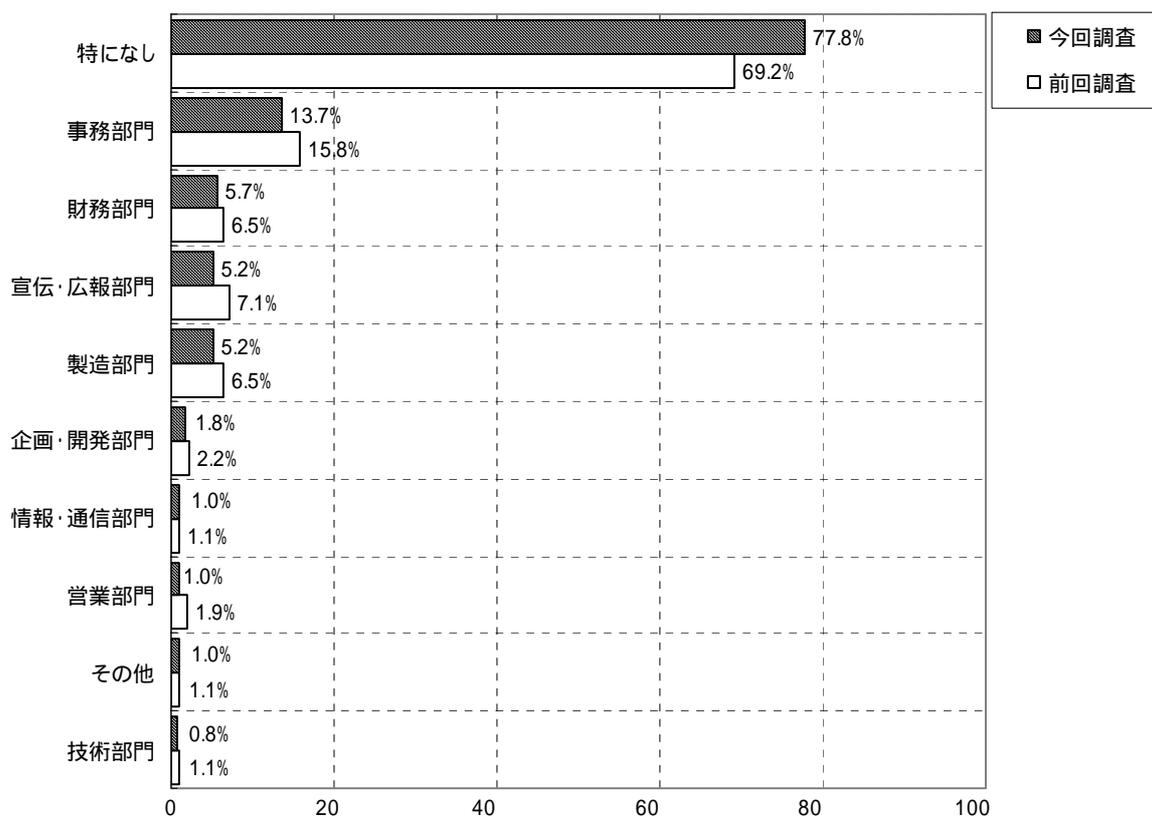
	全体	0~4	5~9	10~19	20~29	30~49	50~99	100人以上	無回答
		人	人	人	人	人	人	人	
事務部門	10 2.2%	0	3	1	2	1	3	0	0.0%
財務部門	23 5.0%	5	6	4	2	3	1	2	0.0%
営業部門	216 46.7%	28	39	48	26	26	32	17	0.0%
企画・開発部門	150 32.4%	24	30	19	16	23	23	14	1
宣伝・広報部門	35 7.6%	8	13	6	2	1	4	1	0.0%
情報・通信部門	30 6.5%	5	7	5	4	4	3	1	1
技術部門	95 20.5%	7	18	14	9	18	13	14	2
製造部門	71 15.3%	9	9	9	12	7	12	12	1
特になし	74 16.0%	22	18	10	7	7	4	1	5
その他	12 2.6%	1	3	2	2	3	0	1	11.1%
(回答企業数)	463	76	97	80	52	57	57	35	9
無回答	51	16	9	12	4	4	5	0	1

8. 今後、削減・縮小する部門

(1) 全体

今後、削減・縮小する部門としては、「特になし」の比率が77.8%と高くなっている。以下「事務部門」(13.7%)、「財務部門」(5.7%)の順となっている。(図10)

・図10. 削除・縮小する部門



(2) 業種別

業種別に見ると、すべての業種で、「特になし」の比率が最も高い。金属では94.4%、飲食、宿泊では92.9%などと、非常に高い比率となっている。

観光関連においても、「特になし」とする企業が最も多く、73.5%となっている。(表15)

・表15. 削除・縮小する部門(業種別)

	全体	製造業									計	非製造業						計	観光
		西陣	染色	印刷	窯業	化学	金属	機械	その他の製造	卸売		小売	情報通信	飲食、宿泊	サービス	建設			
事務部門	53 13.7%	2 11.1%	1 5.3%	2 11.1%	3 15.0%	2 13.3%	1 5.6%	1 4.0%	9 19.1%	21 11.7%	11 20.4%	5 12.5%	3 17.6%	2 7.1%	3 7.9%	8 25.8%	32 15.4%	6 17.6%	
財務部門	22 5.7%		1 5.3%	2 11.1%	1 5.0%	1 6.7%		0.0%	2.1%	6 3.3%	5 9.3%	1 2.5%	1 5.9%	1 3.6%	3 7.9%	5 16.1%	16 7.7%	3 8.8%	
営業部門	4 1.0%	1 5.6%	0.0%	0.0%	2 10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3 1.7%	0.0%	1 2.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1 0.5%	1 2.9%	
企画・開発部門	7 1.8%			0.0%	1 5.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1 0.6%	2 3.7%	1 2.5%	1 5.9%		1 2.6%	1 3.2%	6 2.9%	1 2.9%	
宣伝・広報部門	20 5.2%	2 11.1%	2 10.5%	1 5.6%		0.0%	0.0%	0.0%	8.5%	9 5.0%	3 5.6%			2 7.1%	2 5.3%	4 12.9%	11 5.3%	3 8.8%	
情報・通信部門	4 1.0%			0.0%	1 5.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%	2 1.1%	0.0%	0.0%	1 5.9%			1 3.2%	2 1.0%	0 0.0%	
技術部門	3 0.8%		1 5.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.0%	0.0%	2 1.1%	0.0%	0.0%	0.0%		1 2.6%	0.0%	1 0.5%	0 0.0%	
製造部門	20 5.2%	2 11.1%	1 5.3%	2 11.1%	3 15.0%	1 6.7%	0.0%	4.0%	10.6%	15 8.3%	2 3.7%		1 5.9%	0.0%	0.0%	2 6.5%	5 2.4%	3 8.8%	
特になし	302 77.8%	13 72.2%	13 68.4%	14 77.8%	16 80.0%	11 73.3%	17 94.4%	23 92.0%	35 74.5%	142 78.9%	40 74.1%	33 82.5%	12 70.6%	26 92.9%	32 84.2%	17 54.8%	160 76.9%	25 73.5%	
その他	4 1.0%		1 5.3%	0.0%	0.0%	1 6.7%	0.0%	0.0%	0.0%	2 1.1%	0.0%	1 2.5%		1 3.6%	0.0%	0.0%	2 1.0%	0 0.0%	
(回答企業数)	388	18	19	18	20	15	18	25	47	180	54	40	17	28	38	31	208	34	
無回答	126	10	8	7	2	5	0	10	18	60	15	18	4	9	14	6	66	15	

(3) 従業員規模別

従業員規模別に見るとすべての規模で、「特になし」の比率が最も高い。(表16)

・表16. 削除・縮小する部門(従業員規模別)

	全体	0~4人	5~9人	10~19人	20~29人	30~49人	50~99人	100人以上	無回答
事務部門	53 13.7%	5 7.4%	9 11.1%	9 14.3%	9 21.4%	6 12.2%	13 26.0%	2 7.4%	0.0%
財務部門	22 5.7%	5 7.4%	3 3.7%	2 3.2%	4 9.5%	3 6.1%	3 6.0%	2 7.4%	0.0%
営業部門	4 1.0%	1 1.5%	1 1.2%	1 1.6%	0.0%	0.0%	0.0%	1 3.7%	0.0%
企画・開発部門	7 1.8%	2 2.9%	2 2.5%	1 1.6%	0.0%	0.0%	2 4.0%	0.0%	0.0%
宣伝・広報部門	20 5.2%	2 2.9%	4 4.9%	2 3.2%	5 11.9%	3 6.1%	3 6.0%	1 0.0%	12.5%
情報・通信部門	4 1.0%		2 2.5%	0.0%	0.0%	1 2.0%	1 2.0%	0.0%	0.0%
技術部門	3 0.8%	1 1.5%	0.0%	0.0%	2 4.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
製造部門	20 5.2%	4 5.9%	3 3.7%	2 3.2%	4 9.5%	3 6.1%	3 6.0%	1 3.7%	0.0%
特になし	302 77.8%	56 82.4%	66 81.5%	51 81.0%	26 61.9%	39 79.6%	34 68.0%	23 85.2%	7 87.5%
その他	4 1.0%	1 1.5%	0.0%	1 1.6%	0.0%	1 2.0%	0.0%	0.0%	12.5%
(回答企業数)	388	68	81	63	42	49	50	27	8
無回答	126	24	25	29	14	12	12	8	2

9 . 平成 18 年に向けての経営全般における独自の取り組みや工夫

平成 18 年に向けての経営全般における独自の取り組みや工夫について回答があった。
業種ごとに列挙する。

西陣	真心と努力の積み重ね。
	市場に対応出来る経営の推進。
	クールビズ対応の商品開発。
	差別化商品・品質の向上。
	販売数量の低下が考えられるため単価UPを考える。

染色	新規の取引先の確保を目指す。
	時代にあった営業方法に変えて行きたい。
	新商品を早く立上げる。
	通年通り出来るだけ良いものを、出来るだけ早く、出来るだけ安く。

印刷	経営品質の向上。
	独自のカラーを出して、営業していきたい。又、景気の良い領域の方とビジネスをしていきたい。
	お客様の立場に立った商品作り。
	企画開発を強化して新商品を開拓していく。
	生産の一貫作業，外注加工の削減。
	有能な人材の育成強化。

空業	体験事業拡大。
	展示即売会で対面販売を強加したい。
	新市場開拓。
	創造に付き。常にフレッシュに進む心得。
	付加価値を上げる努力をする。
	新製品の改発が得意先に認められ販売の増加が期待される。

化学	人材育成（教育）
	新規事業の礎を構築する。
	大手が製造不可能な，特殊なもの。
	産学連携による商品化，事業化を促進する。
	ISO 品質環境認証に向けての取組みと，新製品に向けての生産設備の増強。

金属	次世代の事業展開。
	付加価値をつけた技術開発に重点をおく。
	新商品開発。
	新商品の展開，サービスの更なる創造。

機械	商品のコストダウン。
	個別案件のプロセス管理（商談，納期，コスト）により集中する体制の構築。
	従来の客先に対して，さらなる努力し，なお新規客先の開発努力。
	他の新規分野に参入する。
	受注動向の変化に注目している。
	新商品，新技術の開発 ・新事業の展開 ・人材確保育成。
	生産管理の革新（例えばセル生産，着手日管理...ワンプラットフォームによる超短納期化）
	経営の合理化とコストダウン。
	環境規制に対応する設備投資。・新商品，新技術，新分野への取り組み。・短納期対応。
	M&A を計画。
顧客と共に心地よさを分かち合う，良い製品創り。	

その他の製造	KES の認証にむけて研究。
	会社の体質改革に取り組んでいる。特に商品開発を強化する。
	ブランド力強化のために，海外店舗オープンを具現化する。
	現在は重工業，工業製品販売，今後はユーザーニーズに合った商品販売。
	1. 品管体制の強化策 2. (Q・C・D, 経営目標) 当事者意識を身につけるべく意識改革に取り組み中。
	セキュリティ市場以外のマーケットの取り組み。
	現状での経営で進める。
	他社にない商品開発（現在進行中）により，付加価値をつけ営業努力によって販売するべく計画中である。
	京都ブランドを生かした取り組み。
	卸売部門は安定しているので小売部門での売上げ増に向けて取り組む予定である。

その他の製造	新商品の開発。新規得意先の開発。
	あまり無理せずに地味に努力して行きたい。
	新しい販売ルートの開拓（インターネットでの取引等）
	消費の拡大を計るため食の安全，安心を軸に，付加価値の高い製品作りに邁進していく。
	ニーズをキャッチし新商品の開発に努力する一方，付加価値の向上につなげたい。
	競争力のある生産体制の確立。
	申請中の特許も取得したい。
	他社より一歩先に行く企画開発による新商品発表。
	売上げの落込みを何としても阻止すべく新規商品の開発と相使って市場を新規開拓し拡販を積極的に行う。

卸売業	オリジナルな商品の開発と売れ筋商品の拡充を重点的に行う。
	インターネットショップ立上げ途中。
	独自技術商品の展開。
	商品開発。
	更なる営業努力と人件費を含む諸経費の見直し。
	差別化商品のブランド化により販売力強化。
	海外営業所を設立。
	営業マン一人々の，数値計画の実行。
	独自の販売企画の充実。
	中国・ベトナムなど海外生産会社との取引開始を検討。
	未発売商品分野の開拓・中国，韓国との輸出入の強化・オリジナル商品の開発。
	新商品の開拓により付加価値を上げることに創意工夫したい。
	インターネット販売の強化。
	新商品の開発ならびに，定番品の拡充。
物流の合理化によるコスト削減。	

小売	インターネット販売。
	京都のネームバリューを利用する。
	ISO，HACCP 対応，オリジナル商品の販売，人財の確保，教育強化。
	経営改革。
	経費節減（人件費）を具体的に実施する。
	新しい企画を独自で考え，あまり宣伝費を使わずに業務転換をはかる。
経費のかからない展示会を年5～6回開催しようと考えている。	

小売	長い伝統のお客様を大切にしつつ新しい顧客の開拓を進めて行く親切・丁寧をモットーで平成18年を押し進めて行きたい。
	新商品の開発・販売。
	積極的な店舗展開。
	売上げアップにつながる分野を開拓していく。

情報通信	質の高い技術者教育における技術力の向上，又，それに伴う顧客信頼度の向上。
	e文書法に対応する企画提案。
	産官学研究開発による独自商品の開発創出。
	人材育成。採用活動。
	付加価値の高い（上流工程の）仕事にシフトしていく。
新規事業の地盤固め，新規顧客へのアプローチ強化。	

飲食 宿泊	メニュー切り替えなど商品開発をしたいと思う。
	CS，ES を高め，CI を強化する。新規事業の拡大。
	高級化のイメージ作り。物販の促進。
	自社の特色が生きる方法で営業努力する。
	有利子負債を減らす。
	高級商品と低価格商品の中間をねらう。
	自社の持味を充分生かしながら技術開発を進める。
	新メニュー開発。
	新しいセットメニューなどを企画し収益増に向けて取り組みたい。
営業強化により売上げ向上をめざす。	

サービス	顧客満足度アップのための人材育成。
	新サービスの提供。
	新規産業分野の企画と進出。
	人のつながりを重点に，きめこまかく営業する方針。
	商品について，如何に精度を上げてお客様に納品するか，工夫を重ねている。
	自社のみでの企画から制作にいたるまで，一貫した管理を行う。
	店舗をリニューアルすると共に，営業手法の改革，広告宣伝の刷新を実施し，売上げの増加を計る。

サービス	社内教育，人材の育成について取り組みを強化したい。
	経営の合理化。
	従来から独自の「こだわり」を保持する。
	誠心誠意お客様につくし営業力を強化すると共に技術向上面も提供する誠意を示す。
	技術部門の強化，伝承。次世代の育成。
	木造建築の特殊製品の宣伝・販売
	地元及び近隣府県での営業力，情報集々力の強化。価格競争力の強化。
	地元を大切にする。
	品質安全，納期厳守。
ホームページの活用。顧客アンケートで顧客の生の声をひろいあげる。	