

広 報 資 料

(市 政 ， 経 済 同 時)

平 成 1 9 年 2 月 2 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 18 年の企業経営実績と平成 19 年の業績見通しについて

(第 81 回京都市中小企業経営動向実態調査付帯調査)

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「付帯調査」結果がまとまりましたので報告します。

なお，この付帯調査は，当該年の企業経営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。

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 18 年 12 月
- ・ 調査方法 郵送アンケート
- ・ 回収状況 製造業 374 社，非製造業 426 社，計 800 社に対しアンケートを送付。495 社が回答 (回収率 61.9%)

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	247 (49.9)	非製造業	248 (50.1)
西陣	29 (5.9)	卸売	58 (11.7)
染色	30 (6.1)	小売	57 (11.5)
印刷	28 (5.7)	情報通信	18 (3.6)
窯業	17 (3.4)	飲食・宿泊	27 (5.5)
化学	16 (3.2)	サービス	52 (10.5)
金属	19 (3.8)	建設	36 (7.3)
機械	36 (7.3)	不明	0 (0.0)
その他の製造	72 (14.5)	合 計	495 (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

1. 平成18年の企業経営実績について

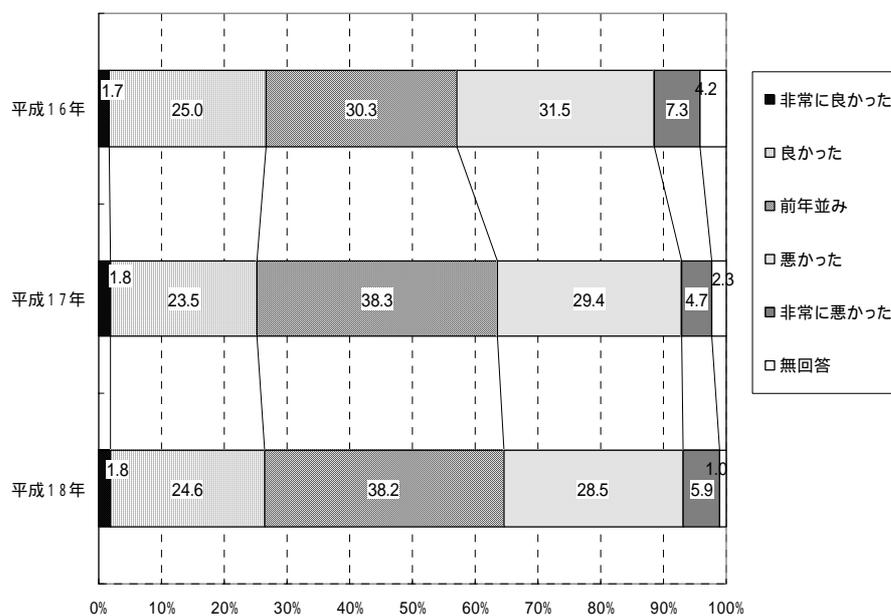
前回と大きな変動はない経営環境

平成18年の企業経営実績（平成17年の企業経営実績と比較して）について尋ねたところ、「良かった」（24.6%）と「非常に良かった」（1.8%）を合わせると26.4%となり、前回比1.1ポイント増加となった。

一方、「悪かった」（28.5%）と「非常に悪かった」（5.9%）を合わせると34.4%となり、前回比0.3ポイント増加となった。

「良かった」と回答した比率が前回比1.1ポイント増加し、「非常に悪かった」と回答した比率が同1.2ポイント増加したが、市内企業の経営環境は、前回と比較して大きな変動はない結果となった。

・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
平成18年	1.8	24.6	38.2	28.5	5.9	1.0

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、機械（50.0%）、以下金属（36.8%）、建設（36.1%）の順となっている。「デジタル製品が好調。」（南区/機械）、「最終ユーザ（自動車、造船など）が好調持続。」（伏見区/金属）など、業界の堅調推移を挙げる声が聞かれた。

「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（56.7%）、以下西陣（55.2%）、印刷（46.4%）の順となっている。「大手小売業の倒産で業界がパニック状態。」（山科区/染色）、「得意先企業の倒産及び需要の減少。」（上京区/西陣）と大手小売業の倒産の影響を挙げる声が少なくなかった。

なお、観光関連では、「前年並み」との回答が全体の51.4%となり、比率が最も高くなった。「非常に良かった」、「非常に悪かった」とも回答はなかったが、前回と比較して大きな変動はみられない結果となっている。

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（55.3%）で、以下30～49人（50.0%）、20～29人（31.5%）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（49.5%）、0～4人（46.7%）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18年の実績に影響したプラス面の要因では、「営業努力」（65.3%）の比率が最も高く、次いで「新商品・新技術の開発」（30.4%）、「国内景気」（24.7%）、「新事業の展開」（11.1%）であった。前回までは、景気関連項目が上位を占めていたが、今回は「新商品・新技術の開発」、「新事業の展開」などが上位にランクされる結果となり、自助努力をプラス要因と判断する結果となった。

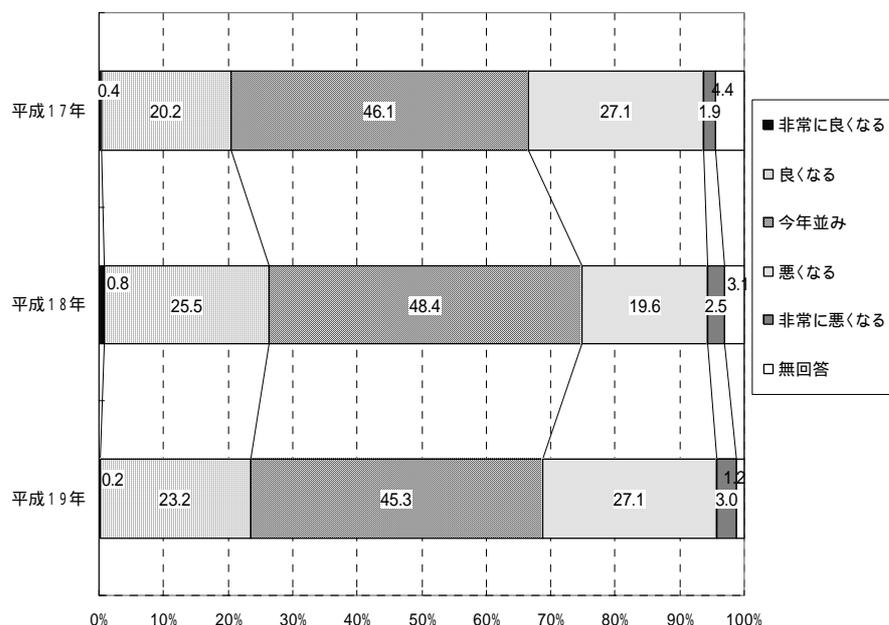
マイナス要因としては、「他社との競争」（42.8%）の比率が最も高く、次いで「価格競争」（33.1%）、「地元景気」（21.7%）、「消費動向」（19.1%）の順となった。同業他社との競争環境は、相変わらず厳しい状況となっている。

2. 平成19年の業績見通しについて

半数近くが「今年並み」とし、「悪くなる」が増加

平成19年の業績見通し(平成18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23.4%となり、前回比2.9ポイント減少となった。一方、「悪くなる」と「非常に悪くなる」を合わせると30.1%と前回比8.0ポイント増加となった。業績見通しは、半数近くが「今年並み」とし、「悪くなる」が増加した結果となった。

・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
平成19年	0.2	23.2	45.3	27.1	3.0	1.2

いずれも、昨年の実績と比較した見通し

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、情報通信(38.9%)、印刷(35.7%)、サービス(30.7%)、機械(30.6%)の順となった。「景気回復により、コンピュータシステム開発需要が高い。」(中京区/情報通信)と取引先の設備投資に伴う需要感が高まっている。

「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、西陣(58.6%)、染色(46.6%)、卸売(41.4%)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(39.5%)、30~49人(30.6%)、20~29人(27.8%)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(44.0%)、5~9人(35.5%)、10~19人(32.1%)であった。

平成19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」(60.4%)の比率が最も高く、次いで「新商品・新技術の開発」(36.0%)、「国内景気」(22.4%)の順となっている。

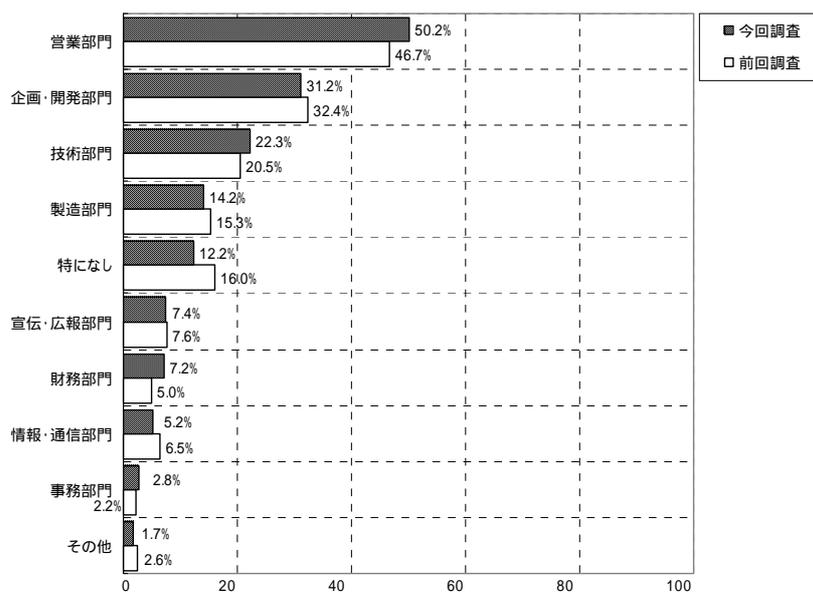
一方、マイナス面の要因としては、「他社との競争」(42.9%)の比率が最も高く、「価格競争」(36.7%)、「地元景気」(20.8%)の順となっている。

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」(50.2%)の比率が最も高く、「企画・開発部門」(31.2%)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、ほとんどの業種で「営業部門」の比率が最も高く、それ以外で比率の高かったものは、製造業では、西陣、染色で「企画・開発部門」、機械で「技術部門」の比率が最も高くなり、非製造業では、情報通信において「技術部門」の比率が高くなった。

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、8割近くを占めた。

4. 平成 19 年に向けての各企業の取り組みや工夫

平成 19 年に向けて経営全般における独自の取組や工夫について、主なものや特筆すべきものを以下に記載する。

製造業	新商品の研究，開発。新販売先（得意先）の開拓。
	設備投資，人材育成。
	顧客・マーケットのニーズに対する提案型営業の展開。
	環境対応型企業の確立。

非製造業	インターネットを利用した市場開拓 情報発信を強化し，営業を拡大していく。
	競合他社にはない自社の強味を徹底的に伸ばしてゆく。
	新分野（印刷の範囲での）の開発，特に技術力アップと品質アップを。
	情報発信（広告宣伝）の工夫，刷新をはかり，時代への対応を強化する。

5. 総論

平成 18 年は，民需主導による回復が継続し，大手上場企業を中心に業績が好調となるなど，景況感改善の様相が見られた年となった。中小企業においても，大企業に比べればやや劣るものの，設備投資などの動きも見られ，回復に向けた動きがようやく表面化してきている。業種などによりその回復の動きに差異はあるものの，総じて好転に向かいつつある。

市内企業においても，情報産業や金属，機械など好調な業界に引っ張られる形となり，設備投資関連などで売上げが伸びた企業も多かった。反面，西陣，染色など地場産業の景況は厳しいものがあり，大手小売業の倒産も相まって，依然として悲観的な意見が多数を占めている。

なお，全体的には，原材料高や同業他社との競合などの要因もあって，企業実績見通しは「今年並み」との意見が多く，本格的に経営環境が上向きになるまでには至っていない。

また，経営全般における取組としては，製造業では新商品開発，技術力強化などの自助努力に注力する意見が，非製造業では新たな営業展開や人材教育など「人」を中心とした体制作りに関する意見が多数あった。これらの取組を今後どのように具体化し，企業経営に寄与させていくかが重要であり，その点の動向を見守りたい。

調査結果詳細

1 . 平成18年の企業経営実績（平成17年企業経営実績との比較）	8
2 . 平成19年の業績見通し（平成18年実績との比較）	11
3 . 平成18年の実績に影響したプラス要因	14
4 . 平成18年の実績に影響したマイナス要因	17
5 . 平成19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19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19年に向けての経営全般における独自の取組や工夫	30

注記：各項の表について

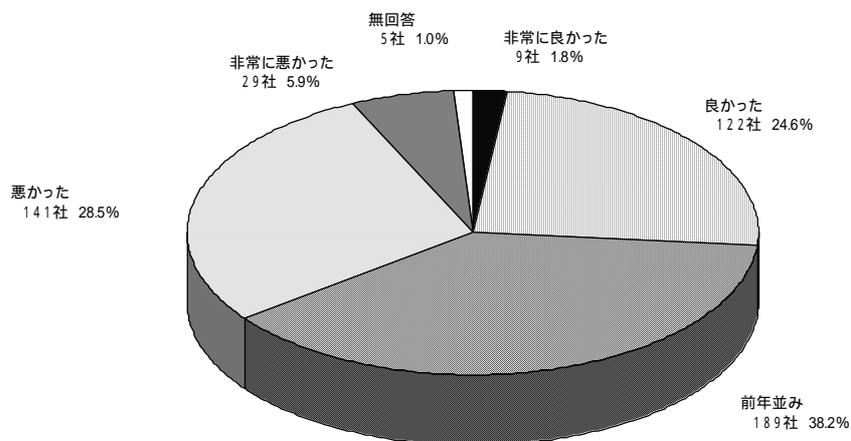
- ・ 網掛けは、各選択肢の中で最も比率が高い選択肢を示す。
- ・ 「観光関連企業」とは、観光関係の売上げが25%以上の企業群を示す。

1. 平成18年の企業経営実績（平成17年企業経営実績との比較）

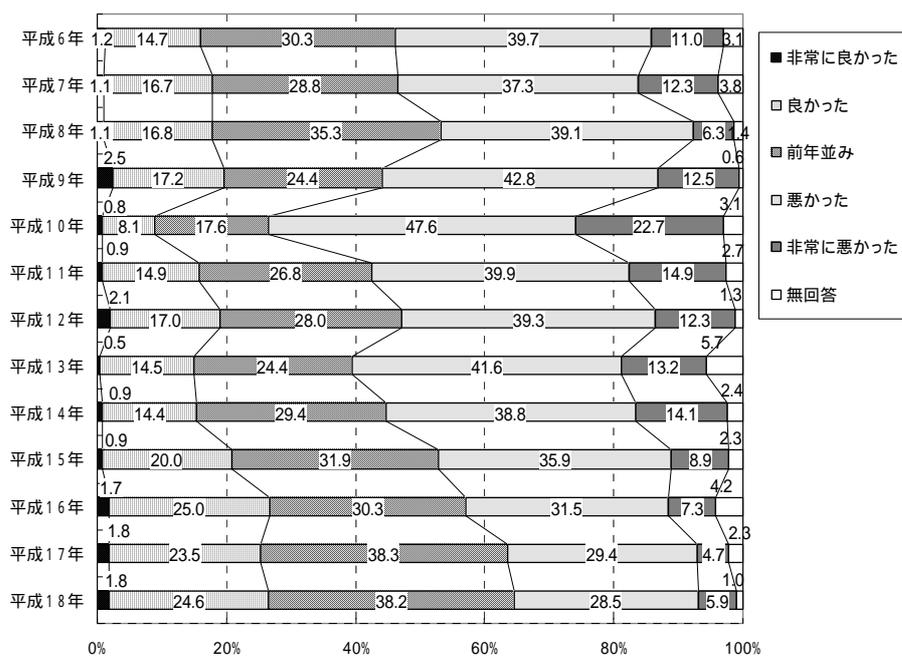
(1) 全体

平成18年の企業経営実績について、平成17年企業経営実績との比較で尋ねたところ、「前年並み」（38.2%）の比率が最も高く、「悪かった」（28.5%）がそれに続いた。「悪かった」と「非常に悪かった」（5.9%）の合計比率は、平成10年をピークに漸減傾向にあり、前回と比較しても、大きな変動のない結果となった。（図1・図2）

・図1. 平成18年の企業経営実績



・図2. 回答比率の推移（平成6年企業経営実績～平成18年企業経営実績）



(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、化学(6.3%)で、以下サービス(3.8%)、印刷(3.6%)の順となった。また、「良かった」の比率が最も高いのは、機械(47.2%)で、以下金属(36.8%)、情報通信(33.3%)、建設(33.3%)の順となり、情報通信と建設が並び、機械、金属の重工業の回復が目立つ結果となった。「受注量の増大、設備の効率化を計った。」(南区/金属)、「電子部品業界が業績好調。」(山科区/機械)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(46.7%)で、以下西陣(41.4%)、窯業(41.2%)の順となった。「倒産の影響で低迷している。」(上京区/西陣)、「売上が小売店倒産の影響で4割減っている。」(上京区/西陣)と取引先倒産の影響が大きいとの回答があった。

「前年並み」の比率が最も高い業種は、サービス(48.1%)で、以下その他の製造(45.8%)、飲食・宿泊(44.4%)の順となっている。「生産加工量、販売量の増加は見込めるが、仕入単価、製品、加工単価の上昇に伴い経常利益は前年同期からの増加は見込めない。」(下京区/その他の製造)と、売上と費用が相殺され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51.4%となり、比率が最も高くなった。ただし、「非常に良かった」、「非常に悪かった」ともに回答はなかった。「悪かった」(21.6%)より「良かった」(27.0%)が5.4%上回っており、前回よりはやや良い結果となっているが、大きな変動は見られない結果となった。(表1)

・表1.平成18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	0	1	0	1	1	0	0	3	1	1	0	1	2	1	6	0.0%
良かった	122 24.6%	4	2	5	3	4	7	17	21	63	18	5	6	12	12	59	27.0%	
前年並み	189 38.2%	9	11	8	7	6	6	10	33	90	21	25	5	12	25	99	51.4%	
悪かった	141 28.5%	12	14	11	7	4	4	6	17	75	13	22	3	6	11	66	21.6%	
非常に悪かった	29 5.9%	4	3	2	0	0	2	2	1	14	5	3	2	2	2	15	0.0%	
無回答	5 1.0%	0	0	1	0	1	0	0	0	2	1	2	0	0	0	3	0.0%	
(回答企業数)	495	29	30	28	17	16	19	36	72	247	58	57	18	27	52	248	37	

(3) 従業員規模別

従業員規模別に見ると、「非常に良かった」と「良かった」の合計比率が最も高い規模は、100人以上(55.3%)となり、30～49人(50.0%)、20～29人(31.5%)が続いた。

「悪かった」と「非常に悪かった」の合計比率が最も高い規模は、5～9人(49.5%)となり、以下0～4人(46.7%)、10～19人(33.0%)の順となった。

「前年並み」の比率が最も高い規模は、50～99人(51.5%)で、以下10～19人(45.6%)、0～4人(40.0%)の順となった。(表2)

・表2.平成18年の実績(従業員規模別)

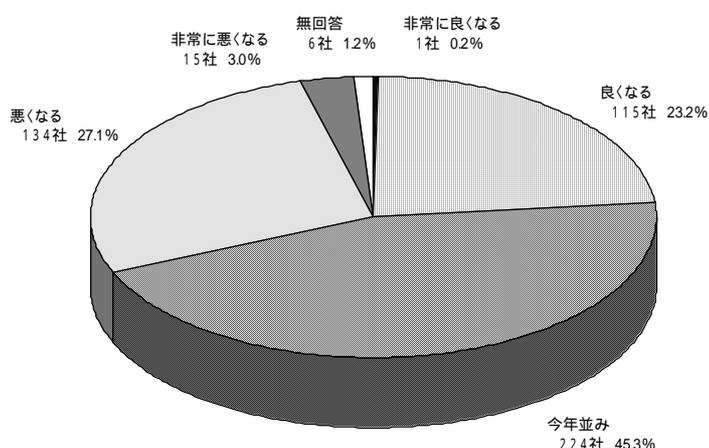
	全 体	0～4 人	5～9 人	10～19 人	20～29 人	30～49 人	50～99 人	100人 以上	無回答
非常に良かった	9 1.8%	1 1.3%	1 1.1%	2 1.9%	0.0%	1 1.6%	1 1.5%	3 7.9%	0.0%
良かった	122 24.6%	9 12.0%	14 15.1%	19 18.4%	17 31.5%	30 48.4%	14 21.2%	18 47.4%	1 25.0%
前年並み	189 38.2%	30 40.0%	31 33.3%	47 45.6%	19 35.2%	17 27.4%	34 51.5%	8 21.1%	3 75.0%
悪かった	141 28.5%	29 38.7%	37 39.8%	28 27.2%	11 20.4%	13 21.0%	15 22.7%	8 21.1%	0.0%
非常に悪かった	29 5.9%	6 8.0%	9 9.7%	6 5.8%	5 9.3%	1 1.6%	1 1.5%	1 2.6%	0.0%
無回答	5 1.0%	0.0%	1 1.1%	1 1.0%	2 3.7%	0.0%	1 1.5%	0.0%	0.0%
(回答企業数)	495	75	93	103	54	62	66	38	4

2. 平成19年の業績見通し（平成18年実績との比較）

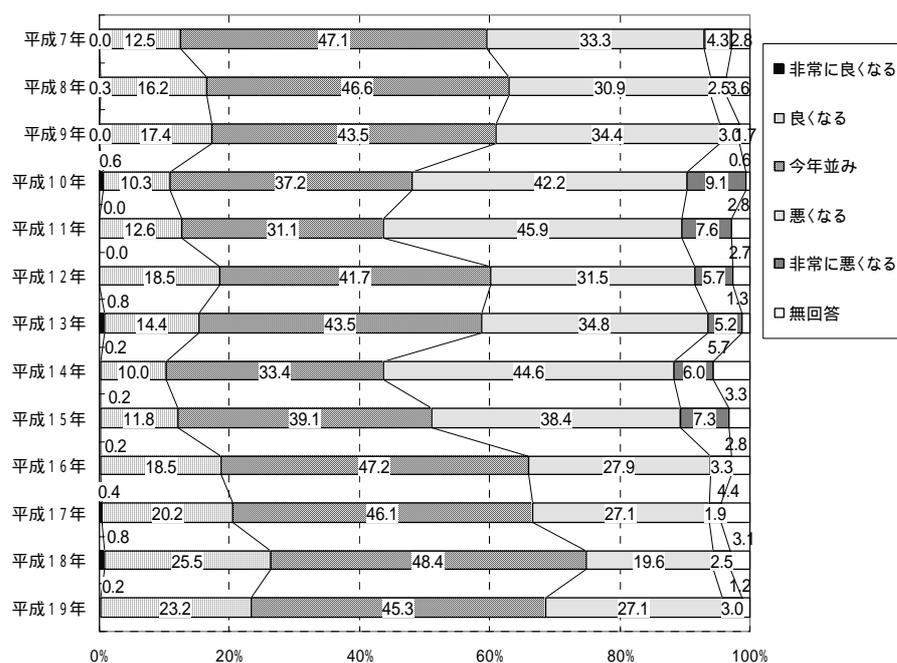
(1) 全体

平成19年の業績見通しについて、平成18年実績との比較で尋ねたところ、「今年並み」（45.3%）の比率が最も高く、「悪くなる」（27.1%）、「良くなる」（23.2%）が続いている。「悪くなる」が7.5ポイント増加する結果となった。前回調査と比較すると、「非常に良くなる」（0.2%）が0.6ポイント減少し、「非常に悪くなる」（3.0%）が0.5ポイント増加した。全体の業績見通しとしては、半数近くが「今年並み」とし、「悪くなる」が増加した結果となった。（図3・図4）

・図3. 平成19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19年見通し）



(2) 業種別

業種別に見ると、「良くなる」の比率が最も高い業種は情報通信（38.9%）で、以下印刷（35.7%）、機械（30.6%）、サービス（28.8%）の順となった。「景気回復により、コンピュータシステム開発需要が高い。」（中京区／情報通信）、「自動車、光センサーなどの部品需要が盛んである。」（伏見区／機械）など、業況が好調になったことで設備投資や生産拡大の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、西陣（55.2%）、以下染色（43.3%）、卸売（34.5%）が続いている。「構造的な不況。」（上京区／西陣）、「着物業界の不況の中、生活空間に着物着用の不用さの為。」（上京区／染色）、「消費者の着物離れ。市況ムードの悪化（過量販売、過剰与信問題）」（中京区／卸売）など、構造的な問題や消費者の嗜好変化を指摘する回答があった。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の格差は広まりつつある。

「今年並み」の比率が最も高い業種は、金属（63.2%）で、以下化学（62.5%）、その他の製造（58.3%）となっている。

観光関連では、「今年並み」の比率が45.9%と最も高くなっている。（表3）

・表3.平成19年の業績見通し（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
非常に良くなる	1 0.2%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 1.9%	0	1 0.4%	0
良くなる	115 23.2%	5 17.2%	7 23.3%	10 35.7%	2 11.8%	3 18.8%	0	11 30.6%	17 23.6%	55 22.3%	13 22.4%	11 19.3%	7 38.9%	6 22.2%	15 28.8%	8 22.2%	60 24.2%	11 29.7%
今年並み	224 45.3%	7 24.1%	9 30.0%	9 32.1%	9 52.9%	10 62.5%	12 63.2%	18 50.0%	42 58.3%	116 47.0%	20 34.5%	25 43.9%	8 44.4%	13 48.1%	24 46.2%	18 50.0%	108 43.5%	17 45.9%
悪くなる	134 27.1%	16 55.2%	13 43.3%	8 28.6%	5 29.4%	2 12.5%	6 31.6%	6 16.7%	12 16.7%	68 27.5%	20 34.5%	19 33.3%	2 11.1%	6 22.2%	11 21.2%	8 22.2%	66 26.6%	8 21.6%
非常に悪くなる	15 3.0%	1 3.4%	1 3.3%	1 3.6%	1 5.9%	0	0	1 2.8%	1 1.4%	6 2.4%	4 6.9%	1 1.8%	0	2 7.4%	1 1.9%	1 2.8%	9 3.6%	1 2.7%
無回答	6 1.2%	0	0	0	0	1 6.3%	1 5.3%	0	0	2 0.8%	1 1.7%	1 1.8%	1 5.6%	0	0	1 2.8%	4 1.6%	0
(回答企業数)	495	29	30	28	17	16	19	36	72	247	58	57	18	27	52	36	248	37

(3) 従業員規模別

従業員規模別に見ると、0～4人の企業で「悪くなる」(42.7%)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19年の業績見通し(従業員規模別)

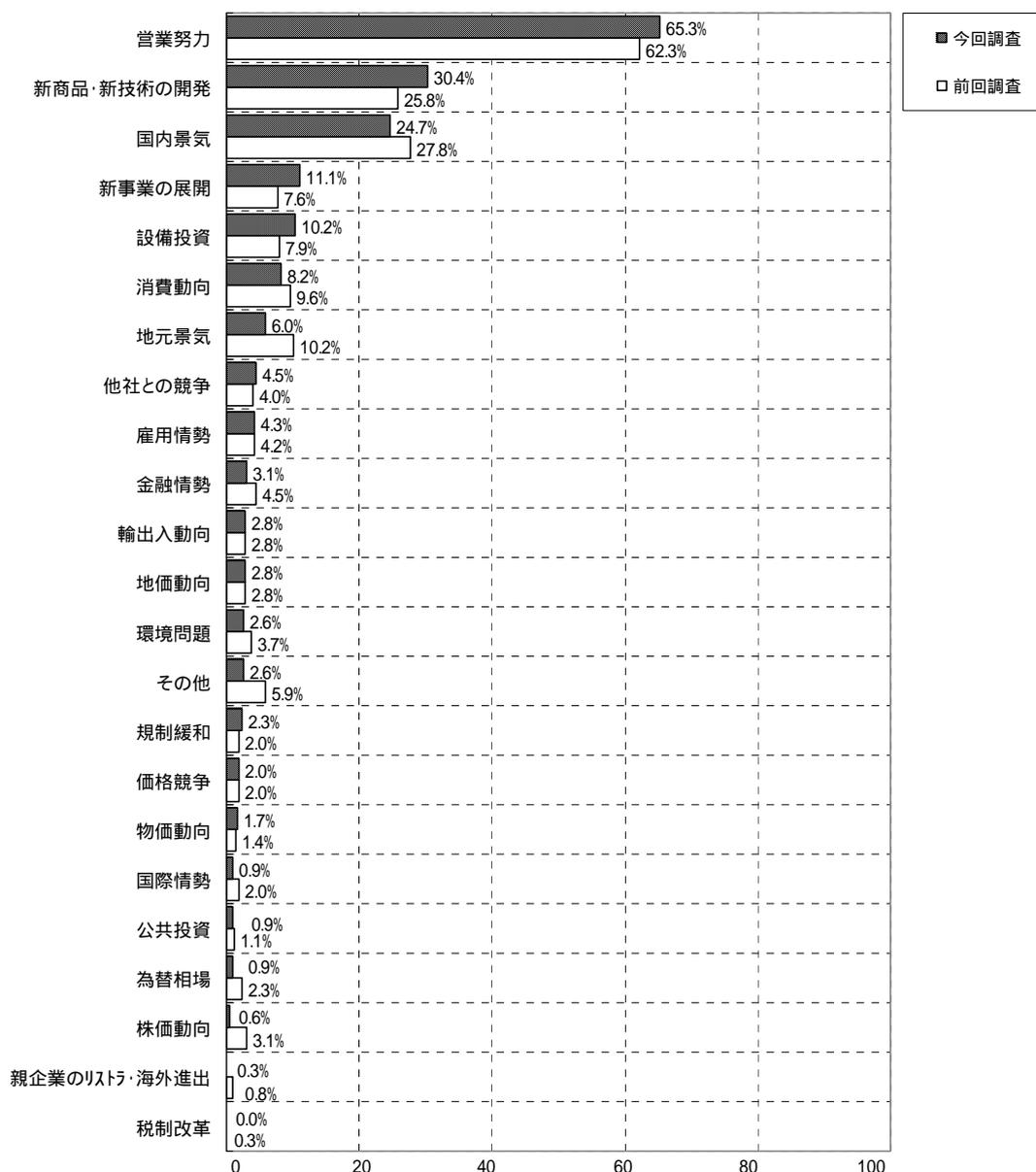
	全 体	0～4 人	5～9 人	10～19 人	20～29 人	30～49 人	50～99 人	100人 以上	無回答
非常に良くなる	1 0.2%	1 1.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
良くなる	115 23.2%	9 12.0%	17 18.3%	22 21.4%	15 27.8%	19 30.6%	17 25.8%	15 39.5%	1 25.0%
今年並み	224 45.3%	31 41.3%	41 44.1%	48 46.6%	22 40.7%	32 51.6%	27 40.9%	21 55.3%	2 50.0%
悪くなる	134 27.1%	32 42.7%	27 29.0%	29 28.2%	14 25.9%	10 16.1%	19 28.8%	2 5.3%	1 25.0%
非常に悪くなる	15 3.0%	1 1.3%	6 6.5%	4 3.9%	2 3.7%	1 1.6%	1 1.5%	0 0.0%	0 0.0%
無回答	6 1.2%	1 1.3%	2 2.2%	0 0.0%	1 1.9%	0 0.0%	2 3.0%	0 0.0%	0 0.0%
(回答企業数)	495	75	93	103	54	62	66	38	4

3. 平成18年の実績に影響したプラス要因

(1) 全体

平成18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」(65.3%)の比率が最も高く、以下「新商品・新技術の開発」(30.4%)、「国内景気」(24.7%)、「新事業の展開」(11.1%)の順となっている。(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、化学、情報通信を除くすべての業種で、「営業努力」の比率が最も高く、印刷においては、90%以上を示している。

化学では、「新商品・新技術の開発」が58.3%と最も高くなっており、情報通信では、「国内景気」が50.0%と最も高くなっている。また、金属においては「営業努力」と「国内景気」（共に61.5%）が同率で高い比率を示している。

観光関連では、「営業努力」が53.3%と最も比率が高く、以下「新商品・新技術の開発」（36.7%）、「国内景気」（26.7%）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						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	
営業努力	230 65.3%	12 66.7%	11 61.1%	17 94.4%	5 71.4%	6 50.0%	8 61.5%	16 53.3%	16 60.4%	32 63.3%	107 73.3%	33 70.5%	31 41.7%	5 40.0%	8 76.5%	26 71.4%	20 67.2%	123 53.3%
新商品・新技術の開発	107 30.4%	11 61.1%	4 22.2%	5 27.8%	4 57.1%	7 58.3%	3 23.1%	9 30.0%	21 39.6%	64 37.9%	16 35.6%	11 25.0%	5 41.7%	5 25.0%	5 14.7%	1 3.6%	43 23.5%	11 36.7%
新事業の展開	39 11.1%	2 11.1%	2 11.1%	3 16.7%	0	3 25.0%	1 7.7%	3 10.0%	4 7.5%	18 10.7%	5 11.1%	4 9.1%	3 25.0%	0	8 23.5%	1 3.6%	21 11.5%	1 3.3%
設備投資	36 10.2%	0	1 5.6%	5 27.8%	0	0	4 30.8%	8 26.7%	4 7.5%	22 13.0%	3 6.7%	4 9.1%	1 8.3%	2 10.0%	1 2.9%	3 10.7%	14 7.7%	2 6.7%
雇用情勢	15 4.3%	0	1 5.6%	1 5.6%	0	0	0	3 3.3%	3 5.7%	6 3.6%	0	2 4.5%	1 8.3%	2 10.0%	2 5.9%	2 7.1%	9 4.9%	1 3.3%
国際情勢	3 0.9%	0	0	0	0	0	1 7.7%	1 3.3%	1 0.0%	2 1.2%	1 2.2%	0	0	0	0	0	1 0.5%	0 0.0%
国内景気	87 24.7%	3 16.7%	2 11.1%	5 27.8%	2 28.6%	3 25.0%	8 61.5%	11 36.7%	14 26.4%	48 28.4%	3 6.7%	7 15.9%	6 50.0%	7 35.0%	8 23.5%	8 28.6%	39 21.3%	8 26.7%
地元景気	21 6.0%	0	1 5.6%	0	0	0	1 7.7%	2 6.7%	1 1.9%	5 3.0%	4 8.9%	2 4.5%	0	4 20.0%	2 5.9%	4 14.3%	16 8.7%	3 10.0%
他社との競争	16 4.5%	2 11.1%	1 5.6%	0	1 14.3%	0	1 7.7%	4 13.3%	2 3.8%	11 6.5%	1 2.2%	1 0.0%	0	2 10.0%	1 2.9%	1 3.6%	5 2.7%	1 3.3%
為替相場	3 0.9%	0	0	0	0	1 8.3%	0	0	0	1 0.6%	1 2.2%	1 2.3%	0	0	0	0	2 1.1%	0 0.0%
金融情勢	11 3.1%	0	2 11.1%	0	0	0	0	0	0	2 1.2%	1 2.2%	2 4.5%	1 8.3%	1 5.0%	1 2.9%	3 10.7%	9 4.9%	1 3.3%
消費動向	29 8.2%	2 11.1%	2 11.1%	0	1 14.3%	2 16.7%	0	1 3.3%	7 13.2%	15 8.9%	5 11.1%	3 6.8%	0	5 25.0%	0	1 3.6%	14 7.7%	5 16.7%
物価動向	6 1.7%	0	0	0	0	0	1 7.7%	0	0	1 0.6%	2 4.4%	1 2.3%	0	1 5.0%	1 2.9%	0	5 2.7%	1 3.3%
株価動向	2 0.6%	0	0	0	0	0	0	1 3.3%	0	1 0.6%	1 2.2%	0	0	0	0	0	1 0.5%	0 0.0%
地価動向	10 2.8%	0	2 11.1%	0	0	1 8.3%	0	0	0	3 1.8%	0	1 2.3%	0	0	4 11.8%	2 7.1%	7 3.8%	1 3.3%
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%
公共投資	3 0.9%	0	0	0	0	1 8.3%	1 7.7%	0	0	2 1.2%	0	0	0	0	0	1 3.6%	1 0.5%	0 0.0%
輸出入動向	10 2.8%	0	1 5.6%	0	1 14.3%	1 8.3%	0	2 6.7%	1 1.9%	6 3.6%	3 6.7%	1 2.3%	0	0	0	0	4 2.2%	0 0.0%
価格競争	7 2.0%	1 5.6%	0	1 5.6%	0	0	0	0	0	2 1.2%	1 2.2%	0	0	3 15.0%	0	1 3.6%	5 2.7%	1 3.3%
規制緩和	8 2.3%	1 5.6%	0	0	0	0	0	0	3 3.8%	3 1.8%	0	3 6.8%	0	0	1 2.9%	1 3.6%	5 2.7%	0 0.0%
親企業のリストラ・海外進出	1 0.3%	0	0	0	0	1 8.3%	0	0	0	1 0.6%	0	0	0	0	0	0	0	0 0.0%
環境問題	9 2.6%	0	1 5.6%	1 5.6%	0	1 8.3%	1 7.7%	0	3 5.7%	7 4.1%	1 2.2%	0	0	0	1 2.9%	0	2 1.1%	1 3.3%
その他	9 2.6%	0	0	0	0	0	0	0	4 7.5%	4 2.4%	2 4.4%	1 2.3%	0	1 5.0%	1 2.9%	0	5 2.7%	2 6.7%
(回答企業数)	352	18	18	18	7	12	13	30	53	169	45	44	12	20	34	28	183	30
無回答	143	11	12	10	10	4	6	6	19	78	13	13	6	7	18	8	65	7

(3) 従業員規模別

プラス要因を従業員規模別に見ると、「営業努力」の比率が最も高い。次いで、「新商品・新技術の開発」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)

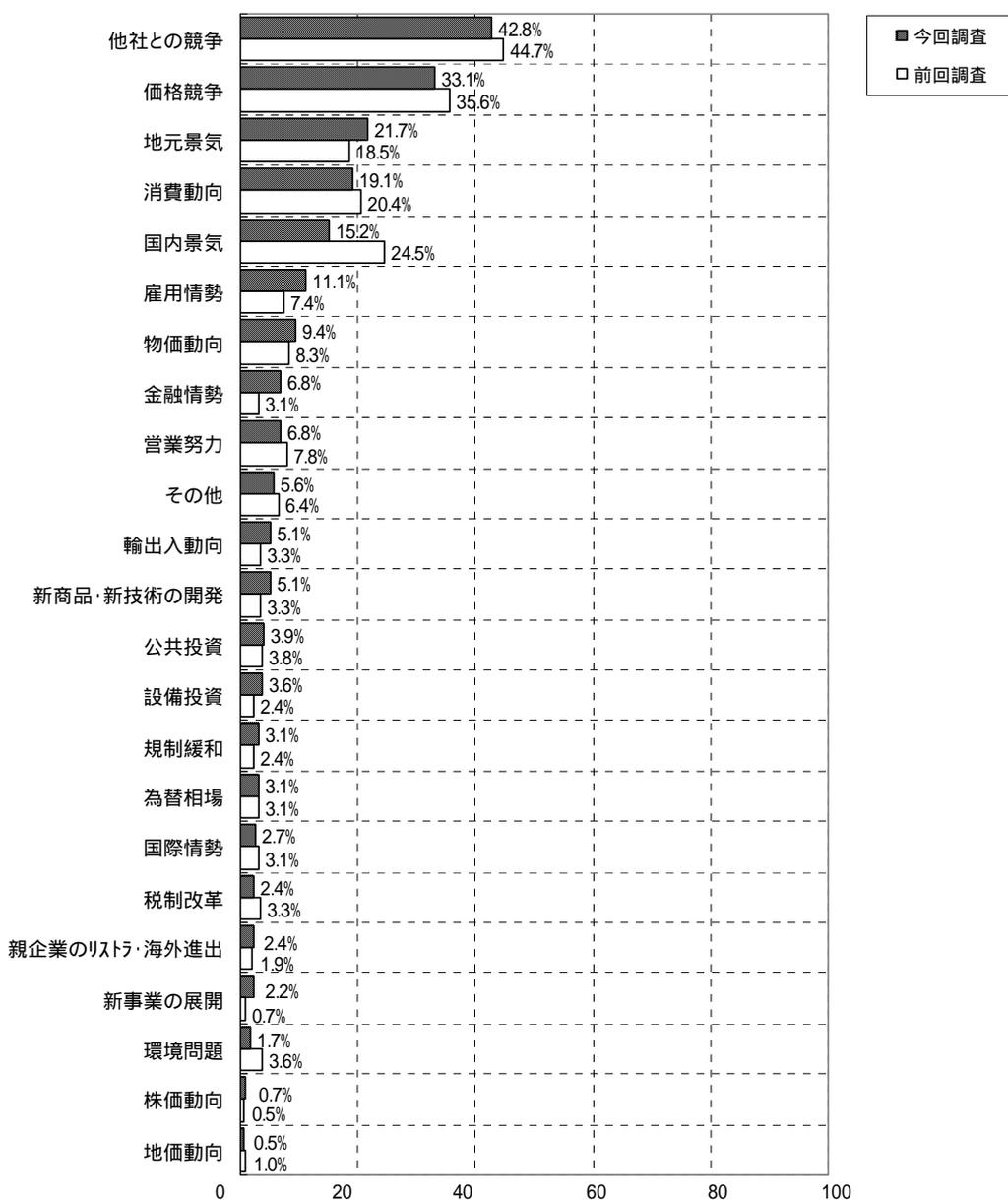
	全体	0~4人	5~9人	10~19人	20~29人	30~49人	50~99人	100人以上	無回答
営業努力	230 65.3%	32 66.7%	37 71.2%	51 73.9%	26 59.1%	34 65.4%	32 62.7%	17 51.5%	1 33.3%
新商品・新技術の開発	107 30.4%	11 22.9%	23 44.2%	19 27.5%	14 31.8%	15 28.8%	15 29.4%	9 27.3%	1 33.3%
新事業の展開	39 11.1%	5 10.4%	3 5.8%	9 13.0%	4 9.1%	5 9.6%	8 15.7%	5 15.2%	0.0%
設備投資	36 10.2%	0.0%	5 9.6%	5 7.2%	6 13.6%	5 9.6%	11 21.6%	4 12.1%	0.0%
雇用情勢	15 4.3%	2 4.2%	5 9.6%	4 5.8%	1 2.3%	0.0%	2 3.9%	1 3.0%	0.0%
国際情勢	3 0.9%	0.0%	1 1.9%	0.0%	1 2.3%	0.0%	0.0%	1 3.0%	0.0%
国内景気	87 24.7%	9 18.8%	12 23.1%	20 29.0%	9 20.5%	15 28.8%	10 19.6%	11 33.3%	1 33.3%
地元景気	21 6.0%	3 6.3%	1 1.9%	2 2.9%	5 11.4%	4 7.7%	4 7.8%	1 3.0%	1 33.3%
他社との競争	16 4.5%	1 2.1%	2 3.8%	2 2.9%	0.0%	5 9.6%	4 7.8%	1 3.0%	1 33.3%
為替相場	3 0.9%	0.0%	1 1.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2 6.1%	0.0%
金融情勢	11 3.1%	1 2.1%	1 1.9%	2 2.9%	4 9.1%	1 1.9%	1 2.0%	1 3.0%	0.0%
消費動向	29 8.2%	2 4.2%	3 5.8%	6 8.7%	3 6.8%	8 15.4%	2 3.9%	5 15.2%	0.0%
物価動向	6 1.7%	0.0%	1 1.9%	0.0%	3 6.8%	1 1.9%	0.0%	1 3.0%	0.0%
株価動向	2 0.6%	0.0%	1 1.9%	0.0%	0.0%	0.0%	1 2.0%	0.0%	0.0%
地価動向	10 2.8%	3 6.3%	2 3.8%	3 4.3%	2 4.5%	0.0%	0.0%	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	3 0.9%	0.0%	1 1.9%	0.0%	0.0%	2 3.8%	0.0%	0.0%	0.0%
輸出入動向	10 2.8%	1 2.1%	0.0%	1 1.4%	0.0%	4 7.7%	1 2.0%	3 9.1%	0.0%
価格競争	7 2.0%	0.0%	2 3.8%	2 2.9%	0.0%	1 1.9%	2 3.9%	0.0%	0.0%
規制緩和	8 2.3%	3 6.3%	2 3.8%	2 2.9%	1 2.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
親企業のリストラ・海外進出	1 0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1 1.9%	0.0%	0.0%	0.0%
環境問題	9 2.6%	2 4.2%	3 5.8%	0.0%	1 2.3%	0.0%	2 3.9%	1 3.0%	0.0%
その他	9 2.6%	2 4.2%	0.0%	1 1.4%	1 2.3%	2 3.8%	0.0%	3 9.1%	0.0%
(回答企業数)	352	48	52	69	44	52	51	33	3
無回答	143	27	41	34	10	10	15	5	1

4.平成18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」(42.8%)の比率が最も高くなり、以下「価格競争」(33.1%)、「地元景気」(21.7%)、消費動向(19.1%)の順となっている。「他社との競争」、「価格競争」は、前回と変わらずに上位に位置している。「国内景気」が前回比9.3ポイント減少、「消費動向」が同1.3ポイント減少しているが、「地元景気」が同比3.2ポイント増加しており、国内よりも地元の景気に影響を受けたとされる結果となった。(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、8業種で最も比率が高くなった。比率が高い順は建設(72.4%)、サービス(57.8%)、卸売(46.9%)となっている。

「価格競争」は、印刷(66.7%)、化学(42.9%)、金属(38.9%)の順に比率が高くなった。

また、観光関連では、「他社との競争」と回答した企業が40.0%となり、最も多かった。(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							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	
営業努力	28 6.8%	3 12.5%	0 0.0%	3 12.5%	2 16.7%	1 7.1%	0 0.0%	4 14.8%	5 8.3%	18 8.8%	1 2.0%	1 1.9%	1 7.1%	2 10.5%	4 8.9%	1 3.4%	10 4.8%	3 10.0%
新商品・新技術の開発	21 5.1%	2 8.3%	1 3.8%	1 4.2%	2 16.7%	2 14.3%	0 0.0%	3 11.1%	4 6.7%	15 7.3%	2 4.1%	0 0.0%	3 21.4%	3 0.0%	1 2.2%	0 0.0%	6 2.9%	1 3.3%
新事業の展開	9 2.2%	0 0.0%	0 0.0%	2 8.3%	0 0.0%	1 7.1%	0 0.0%	2 7.4%	0 0.0%	5 2.4%	3 6.1%	0 0.0%	1 7.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	4 1.9%	0 0.0%
設備投資	15 3.6%	0 0.0%	1 3.8%	1 4.2%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.7%	3 5.0%	6 2.9%	1 2.0%	3 5.7%	0 0.0%	1 5.3%	3 6.7%	1 3.4%	9 4.3%	1 3.3%
雇用情勢	46 11.1%	0 0.0%	1 3.8%	4 16.7%	0 0.0%	1 7.1%	4 22.2%	2 7.4%	4 6.7%	16 7.8%	3 6.1%	7 13.2%	3 21.4%	10 52.6%	4 8.9%	3 10.3%	30 14.4%	8 26.7%
国際情勢	11 2.7%	1 4.2%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 14.3%	1 5.6%	0 0.0%	1 1.7%	5 2.4%	4 8.2%	1 1.9%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.4%	6 2.9%	0 0.0%
国内景気	63 15.2%	6 25.0%	3 11.5%	1 4.2%	6 50.0%	1 7.1%	4 22.2%	6 22.2%	10 16.7%	37 18.0%	6 12.2%	5 9.4%	2 14.3%	3 15.8%	8 17.8%	2 6.9%	26 12.4%	6 20.0%
地元景気	90 21.7%	7 29.2%	5 19.2%	9 37.5%	5 41.7%	2 14.3%	0 0.0%	3 3.7%	12 20.0%	41 20.0%	8 16.3%	15 28.3%	1 7.1%	5 26.3%	14 31.1%	6 20.7%	49 23.4%	7 23.3%
他社との競争	177 42.8%	4 16.7%	9 34.6%	14 58.3%	0 0.0%	5 35.7%	5 27.8%	12 44.4%	26 43.3%	75 36.6%	23 46.9%	20 37.7%	5 35.7%	7 36.8%	26 57.8%	21 72.4%	102 48.8%	12 40.0%
為替相場	13 3.1%	0 0.0%	1 3.8%	0 0.0%	0 0.0%	1 7.1%	2 11.1%	0 0.0%	1 1.7%	5 2.4%	6 12.2%	0 0.0%	0 0.0%	1 5.3%	0 0.0%	1 3.4%	8 3.8%	0 0.0%
金融情勢	28 6.8%	2 8.3%	1 3.8%	1 4.2%	2 16.7%	0 0.0%	1 5.6%	3 11.1%	6 10.0%	16 7.8%	2 4.1%	3 5.7%	0 0.0%	4 21.1%	0 0.0%	3 10.3%	12 5.7%	1 3.3%
消費動向	79 19.1%	9 37.5%	9 34.6%	3 12.5%	8 8.3%	14 14.3%	11 11.1%	10 11.1%	40 18.3%	195 19.5%	12 24.5%	17 32.1%	0 0.0%	4 21.1%	6 13.3%	0 0.0%	39 18.7%	6 20.0%
物価動向	39 9.4%	2 8.3%	4 15.4%	4 16.7%	0 0.0%	4 28.6%	3 16.7%	2 7.4%	8 13.3%	27 13.2%	2 4.1%	7 13.2%	0 0.0%	2 10.5%	0 0.0%	1 3.4%	12 5.7%	4 13.3%
株価動向	3 0.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 7.4%	0 0.0%	2 1.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.4%	1 0.5%	0 0.0%
地価動向	2 0.5%	1 4.2%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.5%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.4%	1 0.5%	0 0.0%
税制改革	10 2.4%	1 4.2%	0 0.0%	0 0.0%	2 16.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 5.0%	6 2.9%	2 4.1%	2 3.8%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	4 1.9%	0 0.0%
公共投資	16 3.9%	0 0.0%	1 3.8%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 7.4%	1 1.7%	4 2.0%	2 4.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.2%	9 31.0%	12 5.7%	0 0.0%
輸出入動向	21 5.1%	3 12.5%	1 3.8%	1 4.2%	0 0.0%	1 7.1%	0 0.0%	1 3.7%	3 5.0%	10 4.9%	6 12.2%	4 7.5%	0 0.0%	1 5.3%	0 0.0%	0 0.0%	11 5.3%	2 6.7%
価格競争	137 33.1%	6 25.0%	6 23.1%	16 66.7%	2 16.7%	6 42.9%	7 38.9%	11 40.7%	15 25.0%	69 33.7%	19 38.8%	17 32.1%	4 28.6%	2 10.5%	12 26.7%	14 48.3%	68 32.5%	7 23.3%
規制緩和	13 3.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 3.3%	2 1.0%	2 4.1%	8 15.1%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.2%	0 0.0%	11 5.3%	1 3.3%
親企業のリストラ・海外進出	10 2.4%	0 0.0%	3 11.5%	0 0.0%	0 0.0%	1 7.1%	2 11.1%	2 7.4%	0 0.0%	8 3.9%	1 2.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.2%	0 0.0%	2 1.0%	0 0.0%
環境問題	7 1.7%	0 0.0%	1 3.8%	0 0.0%	1 8.3%	0 0.0%	2 11.1%	0 0.0%	2 3.3%	6 2.9%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.2%	0 0.0%	1 0.5%	0 0.0%
その他	23 5.6%	1 4.2%	3 11.5%	1 4.2%	1 8.3%	0 0.0%	2 11.1%	0 0.0%	1 1.7%	9 4.4%	4 8.2%	2 3.8%	1 7.1%	1 5.3%	6 13.3%	0 0.0%	14 6.7%	0 0.0%
(回答企業数)	414	24	26	24	12	14	18	27	60	205	49	53	14	19	45	29	209	30
無回答	81	5	4	4	5	2	1	9	12	42	9	4	4	8	7	7	39	7

(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人と100人以上以外のすべての規模で、「他社との競争」の比率が最も高くなった。0~4人では「地元景気」(41.9%)、100人以上では「価格競争」(41.9%)が最も高かった。地元景気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	28 6.8%	3 4.8%	11 13.8%	4 4.7%	3 6.5%	1 2.0%	6 10.5%	0 0.0%	0 0.0%
新商品・新技術の開発	21 5.1%	1 1.6%	4 5.0%	3 3.5%	1 2.2%	1 2.0%	8 14.0%	3 9.7%	0 0.0%
新事業の展開	9 2.2%	1 1.6%	1 1.3%	3 3.5%	1 2.2%	1 2.0%	2 3.5%	0 0.0%	0 0.0%
設備投資	15 3.6%	2 3.2%	1 1.3%	1 1.2%	1 2.2%	3 6.0%	3 5.3%	4 12.9%	0 0.0%
雇用情勢	46 11.1%	2 3.2%	2 2.5%	9 10.6%	7 15.2%	7 14.0%	12 21.1%	7 22.6%	0 0.0%
国際情勢	11 2.7%	0 0.0%	3 3.8%	5 5.9%	0 0.0%	2 4.0%	1 1.8%	0 0.0%	0 0.0%
国内景気	63 15.2%	15 24.2%	19 23.8%	11 12.9%	3 6.5%	8 16.0%	5 8.8%	1 3.2%	1 33.3%
地元景気	90 21.7%	26 41.9%	23 28.8%	12 14.1%	11 23.9%	8 16.0%	7 12.3%	2 6.5%	1 33.3%
他社との競争	177 42.8%	20 32.3%	27 33.8%	38 44.7%	25 54.3%	27 54.0%	28 49.1%	11 35.5%	1 33.3%
為替相場	13 3.1%	0 0.0%	1 1.3%	4 4.7%	2 4.3%	5 10.0%	1 1.8%	0 0.0%	0 0.0%
金融情勢	28 6.8%	5 8.1%	4 5.0%	7 8.2%	2 4.3%	7 14.0%	0 0.0%	3 9.7%	0 0.0%
消費動向	79 19.1%	22 35.5%	20 25.0%	12 14.1%	10 21.7%	9 18.0%	4 7.0%	2 6.5%	0 0.0%
物価動向	39 9.4%	5 8.1%	5 6.3%	7 8.2%	5 10.9%	5 10.0%	7 12.3%	5 16.1%	0 0.0%
株価動向	3 0.7%	0 0.0%	1 1.3%	1 1.2%	0 0.0%	1 2.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
地価動向	2 0.5%	0 0.0%	1 1.3%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
税制改革	10 2.4%	4 6.5%	3 3.8%	1 1.2%	0 0.0%	1 2.0%	1 1.8%	0 0.0%	0 0.0%
公共投資	16 3.9%	2 3.2%	3 3.8%	3 3.5%	3 6.5%	3 6.0%	2 3.5%	0 0.0%	0 0.0%
輸出入動向	21 5.1%	0 0.0%	4 5.0%	2 2.4%	4 8.7%	5 10.0%	3 5.3%	3 9.7%	0 0.0%
価格競争	137 33.1%	13 21.0%	24 30.0%	31 36.5%	19 41.3%	15 30.0%	21 36.8%	13 41.9%	1 33.3%
規制緩和	13 3.1%	3 4.8%	2 2.5%	2 2.4%	4 8.7%	1 2.0%	1 1.8%	0 0.0%	0 0.0%
親企業のリストラ・海外進出	10 2.4%	1 1.6%	2 2.5%	3 3.5%	1 2.2%	3 6.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
環境問題	7 1.7%	0 0.0%	2 2.5%	1 1.2%	0 0.0%	1 2.0%	2 3.5%	1 3.2%	0 0.0%
その他	23 5.6%	5 8.1%	3 3.8%	7 8.2%	0 0.0%	1 2.0%	4 7.0%	3 9.7%	0 0.0%
(回答企業数)	414	62	80	85	46	50	57	31	3
無回答	81	13	13	18	8	12	9	7	1

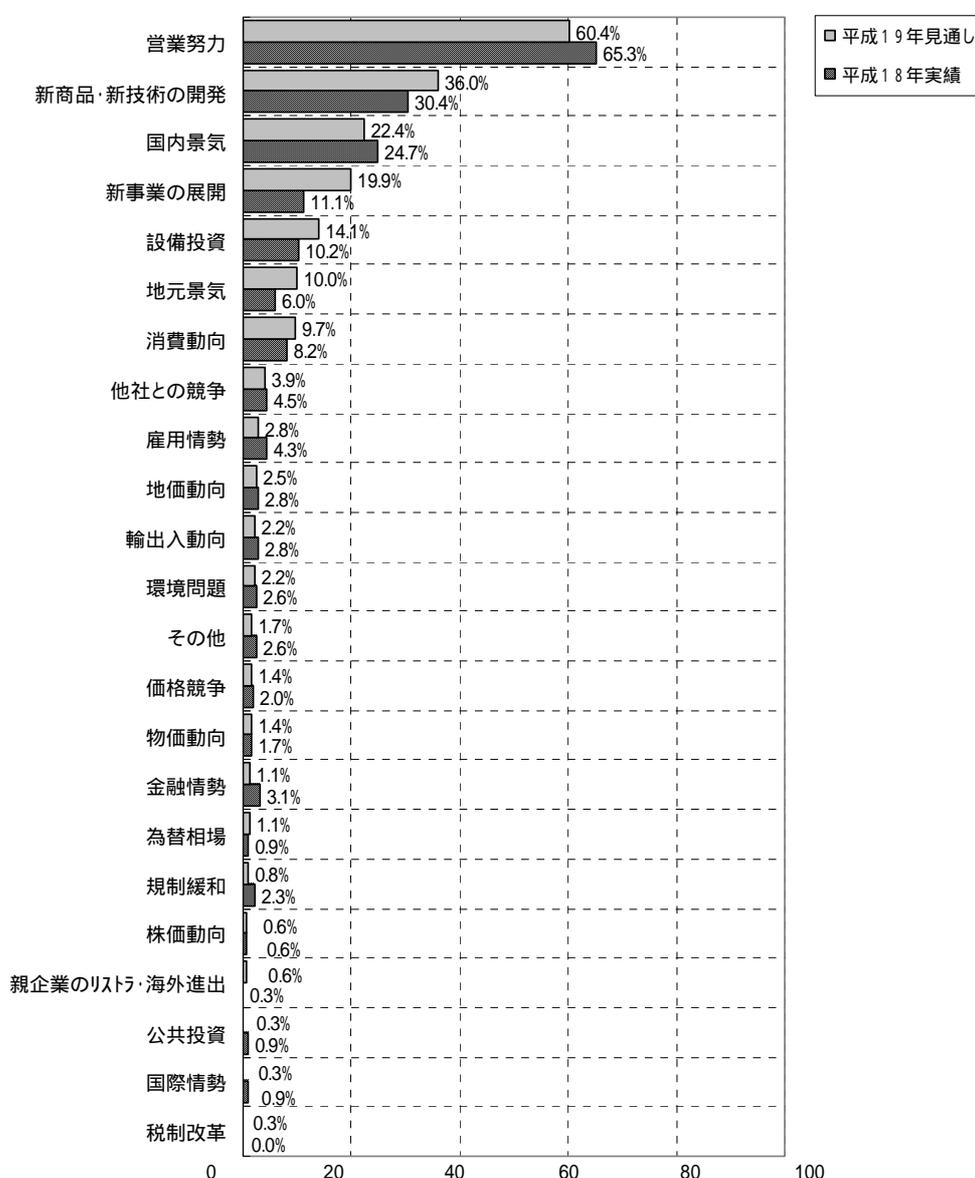
5. 平成19年の業績見通しに影響を与えると予想されるプラス要因

(1) 全体

平成19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」(60.4%)の比率が最も高く、以下「新商品・新技術の開発」(36.0%)、「国内景気」(22.4%)、「新事業の展開」(19.9%)の順で続いている。

「新事業の展開」は、平成18年実績と比較し8.8ポイント増加となっており、景気回復を背景に積極的に打って出ようとする企業姿勢がうかがえる。(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、12業種で「営業努力」の比率が高くなっている。また、「新商品・新技術の開発」としている業種は西陣、窯業（「営業努力」と同率）、化学（「新事業の展開」と同率）、機械（「営業努力」、「設備投資」、「国内景気」と同率）と4業種あった。（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							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		
営業努力	218 60.4%	9 45.0%	10 52.6%	18 81.8%	5 62.5%	7 50.0%	6 54.5%	9 32.1%	29 55.8%	93 53.4%	27 61.4%	32 74.4%	10 71.4%	9 39.1%	25 71.4%	22 78.6%	125 66.8%	16 53.3%	
新商品・新技術の開発	130 36.0%	13 65.0%	9 47.4%	8 36.4%	5 62.5%	8 57.1%	3 27.3%	9 32.1%	26 50.0%	81 46.6%	20 45.5%	9 20.9%	5 35.7%	6 26.1%	8 22.9%	1 3.6%	49 26.2%	9 30.0%	
新事業の展開	72 19.9%	4 20.0%	6 31.6%	6 27.3%	0 0.0%	8 57.1%	2 18.2%	4 14.3%	8 15.4%	38 21.8%	8 18.2%	6 14.0%	6 42.9%	4 17.4%	9 25.7%	1 3.6%	34 18.2%	6 20.0%	
設備投資	51 14.1%	1 5.0%	2 10.5%	3 13.6%	0 0.0%	1 7.1%	5 45.5%	9 32.1%	7 13.5%	28 16.1%	2 4.5%	9 20.9%	1 7.1%	4 17.4%	1 2.9%	6 21.4%	23 12.3%	3 10.0%	
雇用情勢	10 2.8%	0 0.0%	1 5.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 3.8%	3 1.7%	1 2.3%	1 2.3%	0 0.0%	2 8.7%	1 2.9%	2 7.1%	7 3.7%	1 3.3%	
国際情勢	1 0.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 9.1%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	
国内景気	81 22.4%	6 30.0%	3 15.8%	6 27.3%	4 50.0%	1 7.1%	4 36.4%	9 32.1%	8 15.4%	41 23.6%	8 18.2%	6 14.0%	4 28.6%	7 30.4%	9 25.7%	6 21.4%	40 21.4%	6 20.0%	
地元景気	36 10.0%	0 0.0%	1 5.3%	1 4.5%	1 12.5%	0 0.0%	0 0.0%	4 14.3%	6 11.5%	13 7.5%	4 9.1%	6 14.0%	0 0.0%	4 17.4%	4 11.4%	5 17.9%	23 12.3%	6 20.0%	
他社との競争	14 3.9%	0 0.0%	0 0.0%	1 4.5%	1 12.5%	0 0.0%	0 0.0%	4 14.3%	2 3.8%	8 4.6%	2 4.5%	1 2.3%	0 0.0%	1 4.3%	1 2.9%	1 3.6%	6 3.2%	3 10.0%	
為替相場	4 1.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 7.1%	0 0.0%	1 3.6%	1 1.9%	3 1.7%	0 0.0%	1 2.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.5%	1 3.3%	
金融情勢	4 1.1%	0 0.0%	2 10.5%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 1.1%	1 2.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.6%	2 1.1%	0 0.0%	
消費動向	35 9.7%	3 15.0%	1 5.3%	0 0.0%	1 12.5%	0 0.0%	1 9.1%	2 7.1%	7 13.5%	15 8.6%	8 18.2%	4 9.3%	1 7.1%	4 17.4%	1 2.9%	2 7.1%	20 10.7%	5 16.7%	
物価動向	5 1.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 9.1%	0 0.0%	1 1.9%	2 1.1%	1 2.3%	0 0.0%	0 0.0%	1 4.3%	1 2.9%	0 0.0%	3 1.6%	1 3.3%	
株価動向	2 0.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 7.1%	0 0.0%	2 1.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	
地価動向	9 2.5%	1 5.0%	1 5.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.9%	3 1.7%	0 0.0%	2 2.3%	0 0.0%	1 4.3%	4 11.4%	0 0.0%	6 3.2%	1 3.3%	
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%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.5%	0 0.0%	
公共投資	1 0.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 9.1%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	
輸出入動向	8 2.2%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 12.5%	1 7.1%	1 9.1%	1 3.6%	0 0.0%	4 2.3%	3 6.8%	1 2.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	4 2.1%	0 0.0%	
価格競争	5 1.4%	0 0.0%	0 0.0%	1 4.5%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.6%	1 2.3%	0 0.0%	0 0.0%	2 8.7%	0 0.0%	1 3.6%	4 2.1%	1 3.3%	
規制緩和	3 0.8%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.9%	1 0.6%	0 0.0%	1 2.3%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.9%	0 0.0%	2 1.1%	0 0.0%	
親企業のリスト・海外進出	2 0.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 7.1%	0 0.0%	1 3.6%	0 0.0%	2 1.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	
環境問題	8 2.2%	0 0.0%	0 0.0%	1 4.5%	0 0.0%	1 7.1%	0 0.0%	0 0.0%	2 3.8%	4 2.3%	0 0.0%	1 2.3%	1 7.1%	1 4.3%	1 2.9%	0 0.0%	4 2.1%	2 6.7%	
その他	6 1.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.9%	1 0.6%	1 2.3%	3 7.1%	1 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	5 2.7%	1 3.3%	
(回答企業数)	361	20	19	22	8	14	11	28	52	174	44	43	14	23	35	28	187	30	
無回答	134	9	11	6	9	2	8	8	20	73	14	14	4	4	17	8	61	7	

(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	218 60.4%	31 68.9%	43 68.3%	45 66.2%	24 54.5%	27 50.9%	31 60.8%	16 45.7%	1 50.0%
新商品・新技術の開発	130 36.0%	12 26.7%	24 38.1%	27 39.7%	13 29.5%	25 47.2%	17 33.3%	11 31.4%	1 50.0%
新事業の展開	72 19.9%	8 17.8%	10 15.9%	13 19.1%	11 25.0%	11 20.8%	13 25.5%	6 17.1%	0.0%
設備投資	51 14.1%	1 2.2%	6 9.5%	9 13.2%	5 11.4%	9 17.0%	13 25.5%	8 22.9%	0.0%
雇用情勢	10 2.8%	0.0%	3 4.8%	2 2.9%	1 2.3%	1 1.9%	2 3.9%	1 2.9%	0.0%
国際情勢	1 0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	1 2.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
国内景気	81 22.4%	10 22.2%	13 20.6%	18 26.5%	7 15.9%	14 26.4%	10 19.6%	9 25.7%	0.0%
地元景気	36 10.0%	6 13.3%	6 9.5%	4 5.9%	6 13.6%	5 9.4%	5 9.8%	3 8.6%	1 50.0%
他社との競争	14 3.9%	1 2.2%	4 6.3%	2 2.9%	0.0%	4 7.5%	2 3.9%	0.0%	1 50.0%
為替相場	4 1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	1 2.3%	1 1.9%	0.0%	2 5.7%	0.0%
金融情勢	4 1.1%	1 2.2%	0.0%	0.0%	2 4.5%	1 1.9%	0.0%	0.0%	0.0%
消費動向	35 9.7%	2 4.4%	4 6.3%	9 13.2%	5 11.4%	9 17.0%	4 7.8%	2 5.7%	0.0%
物価動向	5 1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	3 6.8%	0.0%	0.0%	2 5.7%	0.0%
株価動向	2 0.6%	1 2.2%	1 1.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
地価動向	9 2.5%	3 6.7%	1 1.6%	1 1.5%	2 4.5%	1 1.9%	1 2.0%	0.0%	0.0%
税制改革	1 0.3%	0.0%	1 1.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
公共投資	1 0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1 1.9%	0.0%	0.0%	0.0%
輸出入動向	8 2.2%	1 2.2%	0.0%	1 1.5%	0.0%	2 3.8%	1 2.0%	3 8.6%	0.0%
価格競争	5 1.4%	0.0%	1 1.6%	2 2.9%	0.0%	1 1.9%	1 2.0%	0.0%	0.0%
規制緩和	3 0.8%	1 2.2%	1 1.6%	1 1.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
親企業のリストラ・海外進出	2 0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1 1.9%	0.0%	1 2.9%	0.0%
環境問題	8 2.2%	0.0%	3 4.8%	0.0%	2 4.5%	0.0%	2 3.9%	1 2.9%	0.0%
その他	6 1.7%	1 2.2%	0.0%	1 1.5%	0.0%	1 1.9%	0.0%	3 8.6%	0.0%
(回答企業数)	361	45	63	68	44	53	51	35	2
無回答	134	30	30	35	10	9	15	3	2

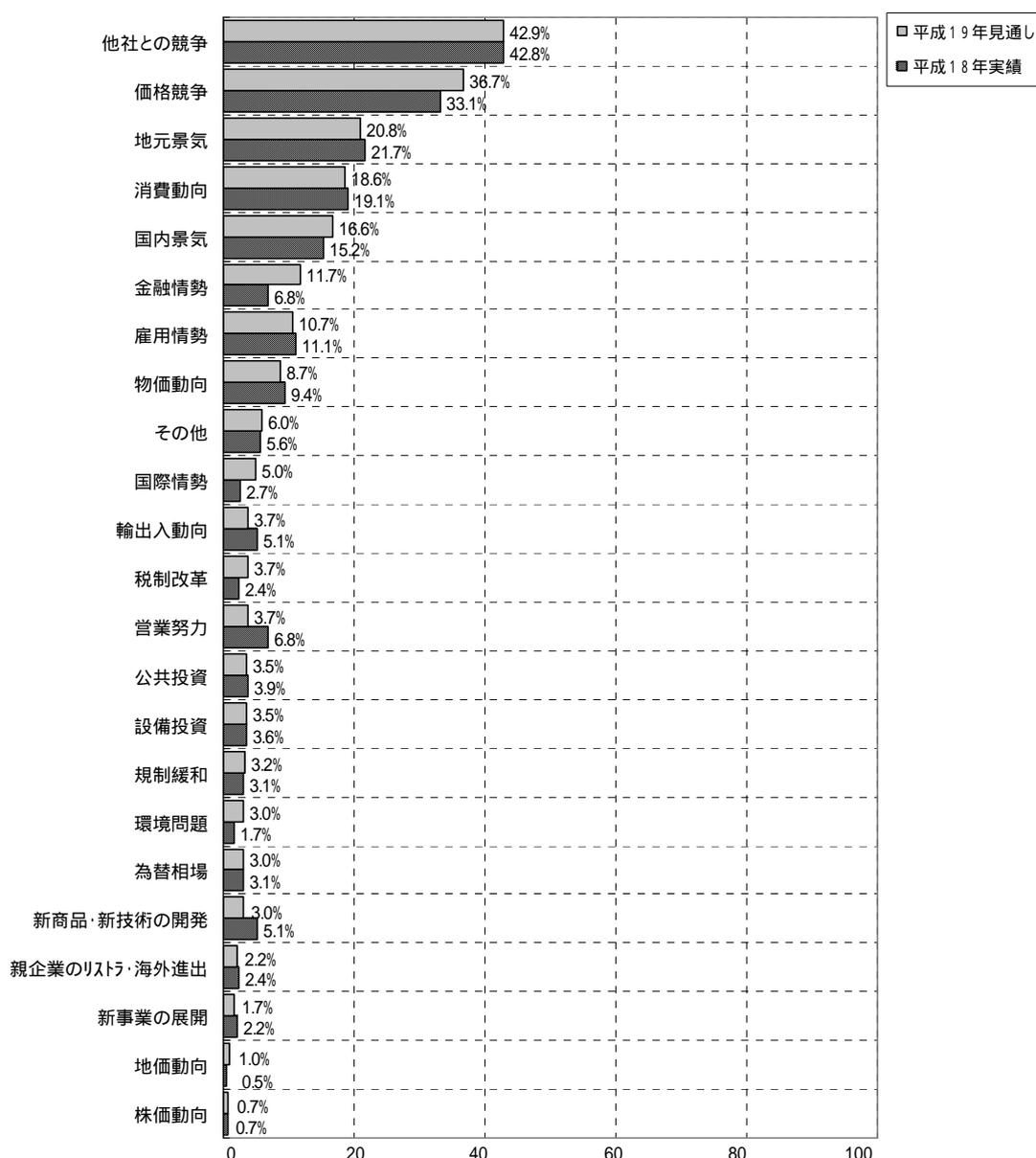
6. 平成19年の業績見通しに影響を与えると予想されるマイナス要因

(1) 全体

マイナス要因については、「他社との競争」(42.9%)の比率が最も高く、以下「価格競争」(36.7%)、「地元景気」(20.8%)、「消費動向」(18.6%)の順で続いている。

「金融情勢」は、平成18年実績と比較して4.9ポイント増加しており、金利上昇による企業運営の不安感が募る結果となっている。(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、8業種が「他社との競争」を挙げている。比率が高い順は、建設(67.7%)、サービス(55.8%)、卸売(48.9%)の順となっている。

観光関連では、「他社との競争」と回答した企業が最も多く、40.6%となっており、以下「消費動向」(31.3%)、「雇用情勢」(25.0%)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									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	
営業努力	15 3.7%	3 13.6%	0 0.0%	2 8.3%	1 10.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 10.3%	1 1.8%	10 5.0%	0 0.0%	2 3.8%	0 0.0%	0 0.0%	3 7.0%	5 0.0%	1 2.5%	1 3.1%
新商品・新技術の開発	12 3.0%	2 9.1%	1 4.2%	1 4.2%	1 10.0%	1 6.7%	0 0.0%	2 6.9%	2 3.5%	10 5.0%	0 0.0%	1 1.9%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.3%	2 3.2%	2 1.0%	2 6.3%
新事業の展開	7 1.7%	0 0.0%	0 0.0%	1 4.2%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 6.9%	1 1.8%	4 2.0%	2 4.3%	1 1.9%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 1.5%	0 0.0%
設備投資	14 3.5%	0 0.0%	0 0.0%	1 4.2%	0 0.0%	1 6.7%	1 5.6%	0 0.0%	0 0.0%	3 1.5%	2 4.3%	5 9.4%	1 4.8%	2 4.7%	1 3.2%	11 5.4%	1 1.1%	1 3.1%
雇用情勢	43 10.7%	0 0.0%	4 16.7%	0 0.0%	6 23.8%	5 18.5%	0 0.0%	10 23.5%	6 13.9%	13 30.2%	4 9.3%	6 14.7%	5 11.6%	9 21.2%	5 11.6%	3 7.0%	30 7.0%	8 25.0%
国際情勢	20 5.0%	1 4.5%	0 0.0%	2 8.3%	0 0.0%	3 11.5%	3 11.5%	4 13.8%	3 7.7%	16 39.5%	3 7.0%	1 2.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 4.7%	4 9.3%	0 0.0%
国内景気	67 16.6%	3 13.6%	6 25.0%	3 12.5%	4 15.4%	3 11.5%	7 26.3%	5 18.5%	10 36.8%	41 120.6%	6 18.2%	3 9.4%	2 6.0%	2 6.0%	8 24.2%	5 15.2%	26 78.0%	7 21.9%
地元景気	84 20.8%	8 36.4%	4 16.7%	6 25.0%	3 11.5%	0 0.0%	1 3.9%	2 7.7%	12 36.8%	36 106.2%	8 23.1%	14 40.6%	1 3.0%	5 14.4%	13 38.6%	7 20.0%	48 141.0%	7 21.9%
他社との競争	173 42.9%	6 27.3%	6 25.0%	11 45.8%	0 0.0%	7 27.3%	6 22.7%	14 51.4%	21 76.3%	71 206.7%	23 66.1%	23 66.1%	4 11.4%	7 19.7%	24 67.7%	21 60.6%	102 297.0%	13 40.6%
為替相場	12 3.0%	0 0.0%	2 8.3%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.7%	1 3.7%	0 0.0%	2 7.3%	6 18.2%	5 14.3%	0 0.0%	1 2.8%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	6 17.1%	1 3.1%
金融情勢	47 11.7%	2 9.1%	2 8.3%	2 8.3%	1 10.0%	0 0.0%	1 3.7%	1 3.7%	13 48.1%	25 72.9%	4 11.4%	5 14.3%	2 5.7%	6 17.1%	3 8.3%	2 5.7%	22 63.0%	4 12.5%
消費動向	75 18.6%	9 40.9%	9 37.5%	4 16.7%	2 20.0%	1 3.7%	2 7.3%	3 11.1%	9 32.7%	39 113.4%	10 28.3%	15 42.9%	0 0.0%	5 14.3%	5 14.3%	1 2.8%	36 102.9%	10 31.3%
物価動向	35 8.7%	0 0.0%	3 12.5%	3 12.5%	0 0.0%	2 7.3%	2 7.3%	2 7.3%	9 32.7%	21 60.6%	5 14.3%	3 8.3%	0 0.0%	2 5.7%	2 5.7%	2 5.7%	14 40.0%	2 6.3%
株価動向	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%	0 0.0%	2 5.7%	0 0.0%	1 2.8%	3 8.3%	1 3.1%
地価動向	4 1.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.8%	2 5.7%	3 8.3%	0 0.0%
税制改革	15 3.7%	1 4.5%	0 0.0%	1 4.2%	1 10.0%	0 0.0%	1 3.7%	1 3.7%	2 7.3%	7 20.6%	3 8.3%	4 11.4%	1 3.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	8 22.7%	1 3.1%
公共投資	14 3.5%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.4%	1 3.4%	2 5.7%	2 5.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 5.7%	8 22.7%	12 34.4%	0 0.0%
輸出入動向	15 3.7%	2 9.1%	2 8.3%	2 8.3%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.4%	1 3.4%	2 7.3%	10 28.3%	4 11.4%	1 3.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	5 14.3%	5 14.3%	1 3.1%
価格競争	148 36.7%	8 36.4%	6 25.0%	11 45.8%	2 20.0%	7 27.3%	7 26.3%	11 39.6%	13 47.6%	65 193.4%	21 60.6%	21 60.6%	5 14.3%	4 11.4%	14 39.6%	18 51.4%	83 239.0%	6 18.8%
規制緩和	13 3.2%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.4%	1 3.4%	2 5.7%	1 3.0%	1 3.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	10 28.3%	11 31.1%	0 0.0%
親企業のリスト・海外進出	9 2.2%	0 0.0%	2 8.3%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.7%	2 7.3%	1 3.4%	1 3.4%	7 20.6%	2 5.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 5.7%	2 5.7%	0 0.0%
環境問題	12 3.0%	0 0.0%	1 4.2%	0 0.0%	1 10.0%	0 0.0%	1 3.7%	2 7.3%	3 11.1%	11 32.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.8%	0 0.0%	1 3.0%	0 0.0%
その他	24 6.0%	1 4.5%	3 12.5%	1 4.2%	1 10.0%	1 3.7%	2 7.3%	0 0.0%	0 0.0%	9 25.9%	4 11.4%	3 8.3%	0 0.0%	1 3.0%	7 19.7%	15 42.9%	15 42.9%	0 0.0%
(回答企業数)	403	22	24	24	10	15	18	29	57	199	47	53	9	21	43	31	204	32
無回答	92	7	6	4	7	1	1	7	15	48	11	4	9	6	9	5	44	5

(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「地元景気」(43.3%) 5~9 人では「価格競争」(37.8%) が、最も比率が高くなっている。そのほかの規模では、「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)

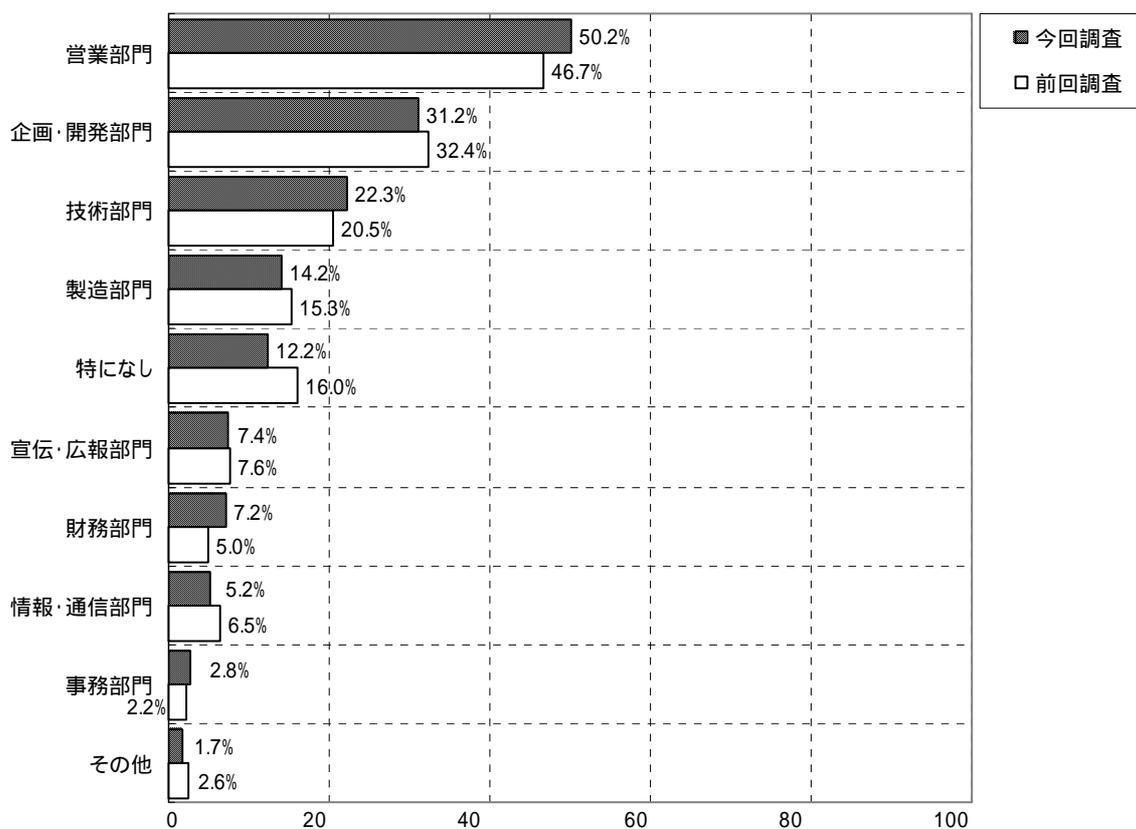
	全体	0~4 人	5~9 人	10~19 人	20~29 人	30~49 人	50~99 人	100人 以上	無回答
営業努力	15 3.7%	3 5.0%	5 6.8%	3 3.6%	1 2.1%	0 0.0%	3 5.7%	0 0.0%	0 0.0%
新商品・新技術 の開発	12 3.0%	2 3.3%	3 4.1%	1 1.2%	1 2.1%	0 0.0%	5 9.4%	0 0.0%	0 0.0%
新事業の展開	7 1.7%	1 1.7%	0 0.0%	1 1.2%	3 6.4%	0 0.0%	2 3.8%	0 0.0%	0 0.0%
設備投資	14 3.5%	4 6.7%	1 1.4%	1 1.2%	2 4.3%	2 3.8%	3 5.7%	1 3.4%	0 0.0%
雇用情勢	43 10.7%	4 6.7%	2 2.7%	8 9.5%	7 14.9%	6 11.3%	10 18.9%	6 20.7%	0 0.0%
国際情勢	20 5.0%	0 0.0%	4 5.4%	3 3.6%	3 6.4%	3 5.7%	4 7.5%	2 6.9%	1 33.3%
国内景気	67 16.6%	11 18.3%	19 25.7%	13 15.5%	5 10.6%	12 22.6%	4 7.5%	3 10.3%	0 0.0%
地元景気	84 20.8%	26 43.3%	21 28.4%	14 16.7%	6 12.8%	6 11.3%	7 13.2%	2 6.9%	2 66.7%
他社との競争	173 42.9%	22 36.7%	18 24.3%	38 45.2%	28 59.6%	29 54.7%	25 47.2%	11 37.9%	2 66.7%
為替相場	12 3.0%	0 0.0%	3 4.1%	1 1.2%	2 4.3%	3 5.7%	2 3.8%	1 3.4%	0 0.0%
金融情勢	47 11.7%	5 8.3%	7 9.5%	9 10.7%	5 10.6%	9 17.0%	4 7.5%	8 27.6%	0 0.0%
消費動向	75 18.6%	16 26.7%	21 28.4%	11 13.1%	9 19.1%	9 17.0%	9 17.0%	0 0.0%	0 0.0%
物価動向	35 8.7%	3 5.0%	5 6.8%	6 7.1%	4 8.5%	6 11.3%	6 11.3%	5 17.2%	0 0.0%
株価動向	3 0.7%	0 0.0%	2 2.7%	0 0.0%	1 2.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
地価動向	4 1.0%	1 1.7%	0 0.0%	1 1.2%	0 0.0%	2 3.8%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
税制改革	15 3.7%	3 5.0%	3 4.1%	4 4.8%	1 2.1%	1 1.9%	2 3.8%	1 3.4%	0 0.0%
公共投資	14 3.5%	1 1.7%	1 1.4%	3 3.6%	3 6.4%	3 5.7%	2 3.8%	1 3.4%	0 0.0%
輸出入動向	15 3.7%	0 0.0%	2 2.7%	2 2.4%	3 6.4%	3 5.7%	4 7.5%	1 3.4%	0 0.0%
価格競争	148 36.7%	16 26.7%	28 37.8%	35 41.7%	22 46.8%	20 37.7%	17 32.1%	10 34.5%	0 0.0%
規制緩和	13 3.2%	4 6.7%	4 5.4%	1 1.2%	1 2.1%	2 3.8%	1 1.9%	0 0.0%	0 0.0%
親企業のリスト・ 海外進出	9 2.2%	1 1.7%	1 1.4%	4 4.8%	1 2.1%	2 3.8%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
環境問題	12 3.0%	0 0.0%	3 4.1%	2 2.4%	0 0.0%	2 3.8%	2 3.8%	2 6.9%	1 33.3%
その他	24 6.0%	5 8.3%	3 4.1%	9 10.7%	1 2.1%	1 1.9%	3 5.7%	2 6.9%	0 0.0%
(回答企業数)	403	60	74	84	47	53	53	29	3
無回答	92	15	19	19	7	9	13	9	1

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」(50.2%)が最も多く、「企画・開発部門」(31.2%)、「技術部門」(22.3%)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、情報通信を除くすべての業種で「営業部門」の比率が高くなっている。情報通信においては「技術部門」の比率が高くなっている。製造業においては、西陣、染色が「企画・開発部門」、機械が「技術部門」の比率が高くなっている。(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	13 2.8%	1 3.7%	1 4.2%	0 0.0%	0 0.0%	1 6.7%	0 0.0%	1 2.9%	1 1.5%	5 2.2%	2 3.6%	2 3.7%	1 5.9%	1 4.5%	1 2.2%	1 2.9%	8 3.5%	4 11.8%	
財務部門	33 7.2%	3 11.1%	1 4.2%	2 7.4%	0 0.0%	1 6.7%	1 5.3%	1 5.7%	2 4.4%	13 5.7%	2 3.6%	6 11.1%	1 5.9%	1 4.5%	6 13.0%	4 11.8%	20 8.8%	2 5.9%	
営業部門	230 50.2%	8 29.6%	5 20.8%	16 59.3%	4 26.7%	8 53.3%	12 63.2%	12 34.3%	38 55.9%	103 44.8%	36 65.5%	33 61.1%	7 41.2%	12 54.5%	23 50.0%	16 47.1%	127 55.7%	20 58.8%	
企画・開発部門	143 31.2%	9 33.3%	8 33.3%	13 48.1%	3 20.0%	4 26.7%	6 31.6%	9 25.7%	27 39.7%	79 34.3%	21 38.2%	15 27.8%	5 29.4%	5 22.7%	11 23.9%	7 20.6%	64 28.1%	12 35.3%	
宣伝・広報部門	34 7.4%	0 0.0%	1 4.2%	1 3.7%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.9%	1 1.5%	3 3.0%	7 3.6%	4 22.2%	4 0.0%	1 31.8%	3 8.7%	2 5.9%	27 11.8%	6 17.6%	
情報・通信部門	24 5.2%	0 0.0%	1 4.2%	2 7.4%	1 6.7%	0 0.0%	0 0.0%	3 4.4%	7 3.0%	4 7.3%	4 7.4%	2 11.8%	1 4.5%	3 6.5%	3 8.8%	17 7.5%	2 5.9%		
技術部門	102 22.3%	6 22.2%	7 29.2%	5 18.5%	2 13.3%	6 40.0%	6 31.6%	21 60.0%	15 22.1%	68 29.6%	3 5.5%	1 1.9%	8 47.1%	1 4.5%	8 17.4%	13 38.2%	34 14.9%	3 8.8%	
製造部門	65 14.2%	6 22.2%	7 29.2%	3 11.1%	3 20.0%	4 26.7%	6 31.6%	11 31.4%	17 25.0%	57 24.8%	3 5.5%	3 0.0%	1 5.9%	1 4.5%	1 2.2%	2 5.9%	8 3.5%	5 14.7%	
特になし	56 12.2%	6 22.2%	5 20.8%	2 7.4%	4 26.7%	1 6.7%	2 10.5%	1 2.9%	6 8.8%	27 11.7%	5 9.1%	8 14.8%	2 11.8%	3 13.6%	6 13.0%	5 14.7%	29 12.7%	3 8.8%	
その他	8 1.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 6.7%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.9%	2 1.5%	2 0.9%	1 1.8%	1 1.9%	1 5.9%	1 4.5%	1 2.2%	1 2.9%	6 2.6%	0 0.0%	
(回答企業数)	458	27	24	27	15	15	19	35	68	230	55	54	17	22	46	34	228	34	
無回答	37	2	6	1	2	1		1	4	17	3	3	1	5	6	2	20	3	

(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)

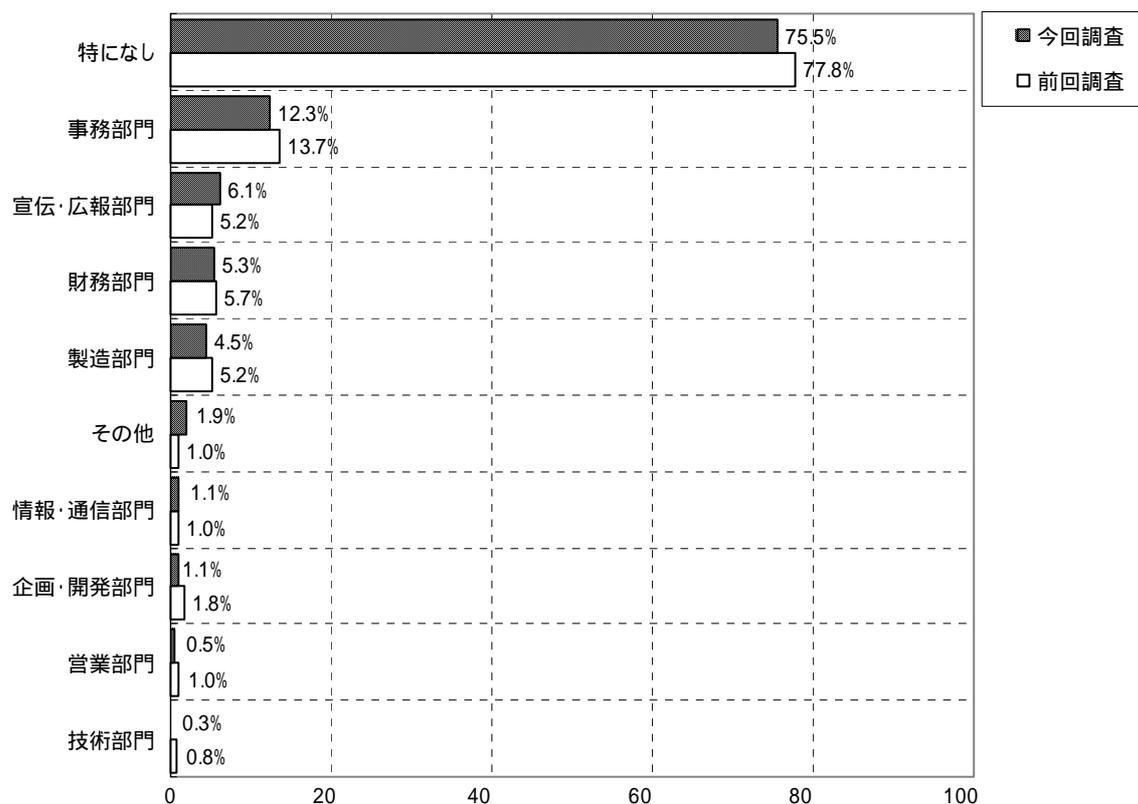
	全体	0-4人	5-9人	10-19人	20-29人	30-49人	50-99人	100人以上	無回答
事務部門	13 2.8%	1 1.5%	3 3.8%	2 2.1%	3 5.9%	2 3.4%	1 1.6%	1 2.6%	0.0%
財務部門	33 7.2%	3 4.5%	2 2.5%	12 12.5%	5 9.8%	3 5.1%	6 9.4%	2 5.3%	0.0%
営業部門	230 50.2%	32 48.5%	33 41.3%	49 51.0%	28 54.9%	29 49.2%	40 62.5%	18 47.4%	1 25.0%
企画・開発部門	143 31.2%	22 33.3%	17 21.3%	31 32.3%	18 35.3%	20 33.9%	21 32.8%	13 34.2%	1 25.0%
宣伝・広報部門	34 7.4%	13 19.7%	9 11.3%	5 5.2%	2 3.9%	1 1.7%	3 4.7%	1 2.6%	0.0%
情報・通信部門	24 5.2%	6 9.1%	5 6.3%	4 4.2%	3 5.9%	2 3.4%	4 6.3%	0 0.0%	0.0%
技術部門	102 22.3%	3 4.5%	20 25.0%	24 25.0%	11 21.6%	15 25.4%	14 21.9%	15 39.5%	0.0%
製造部門	65 14.2%	3 4.5%	13 16.3%	10 10.4%	7 13.7%	10 16.9%	11 17.2%	9 23.7%	2 50.0%
特になし	56 12.2%	13 19.7%	14 17.5%	12 12.5%	2 3.9%	7 11.9%	6 9.4%	0 0.0%	2 50.0%
その他	8 1.7%	0 0.0%	1 1.3%	2 2.1%	0 0.0%	2 3.4%	0 0.0%	3 7.9%	0.0%
(回答企業数)	458	66	80	96	51	59	64	38	4
無回答	37	9	13	7	3	3	2		

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75.5%と圧倒的に高くなっている。以下「事務部門」(12.3%)、「宣伝・広報部門」(6.1%)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、機械、化学で90%を超えており、情報通信、飲食・宿泊では80%を超えるなど、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、80.8%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									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	
事務部門	46 12.3%	6 24.0%	3 15.0%	2 10.5%	1 8.3%	1 0.0%	0 0.0%	1 3.6%	8 13.8%	21 11.2%	9 20.9%	3 6.7%	1 6.7%	2 11.8%	2 5.6%	8 25.8%	25 13.4%	1 3.8%
財務部門	20 5.3%	1 4.0%	1 5.0%	1 5.3%	1 8.3%	1 8.3%	0 0.0%	0 0.0%	2 3.4%	7 3.7%	4 9.3%	3 6.7%	1 5.9%	1 5.6%	2 6.5%	2 7.0%	13 7.0%	0 0.0%
営業部門	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 0.0%	0 0.0%	1 2.2%	1 5.9%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 1.1%	0 0.0%
企画・開発部門	4 1.1%	0 0.0%	2 10.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 8.3%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.7%	4 2.1%	0 0.0%	0 0.0%						
宣伝・広報部門	23 6.1%	4 16.0%	1 5.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 7.1%	1 3.6%	3 5.2%	10 5.3%	2 4.7%	5 11.1%	0 0.0%	0 0.0%	3 8.3%	3 9.7%	13 7.0%	3 11.5%
情報・通信部門	4 1.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.7%	1 0.5%	1 2.3%	1 0.0%	1 5.9%	1 0.0%	0 0.0%	1 3.2%	1 1.6%	3 1.6%	1 3.8%
技術部門	1 0.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.7%	1 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 0.0%
製造部門	17 4.5%	7 28.0%	3 15.0%	1 5.3%	1 8.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 5.2%	15 8.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.8%	1 3.2%	2 1.1%	1 3.8%
特になし	283 75.5%	11 44.0%	14 70.0%	15 78.9%	9 75.0%	11 91.7%	13 92.9%	26 92.9%	43 74.1%	142 75.5%	32 74.4%	34 75.6%	13 86.7%	14 82.4%	28 77.8%	20 64.5%	141 75.4%	21 80.8%
その他	7 1.9%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 8.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 3.4%	3 1.6%	0 0.0%	2 4.4%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.8%	1 3.2%	4 2.1%	1 3.8%
(回答企業数)	375	25	20	19	12	12	14	28	58	188	43	45	15	17	36	31	187	26
無回答	120	4	10	9	5	4	5	8	14	59	15	12	3	10	16	5	61	11

(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	46 12.3%	3 5.7%	8 11.8%	11 14.7%	5 12.2%	10 19.6%	8 14.3%	0 0.0%	1 25.0%
財務部門	20 5.3%	2 3.8%	4 5.9%	3 4.0%	4 9.8%	2 3.9%	5 8.9%	0 0.0%	0 0.0%
営業部門	2 0.5%	0 0.0%	1 1.5%	0 0.0%	1 2.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
企画・開発部門	4 1.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 4.9%	0 0.0%	1 1.8%	1 3.7%	0 0.0%
宣伝・広報部門	23 6.1%	5 9.4%	2 2.9%	6 8.0%	4 9.8%	2 3.9%	4 7.1%	0 0.0%	0 0.0%
情報・通信部門	4 1.1%	2 3.8%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.4%	1 2.0%	1 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
技術部門	1 0.3%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
製造部門	17 4.5%	3 5.7%	1 1.5%	5 6.7%	4 9.8%	2 3.9%	1 1.8%	1 3.7%	0 0.0%
特になし	283 75.5%	39 73.6%	55 80.9%	54 72.0%	27 65.9%	38 74.5%	42 75.0%	25 92.6%	3 75.0%
その他	7 1.9%	1 1.9%	1 1.5%	3 4.0%	0 0.0%	1 2.0%	1 1.8%	0 0.0%	0 0.0%
(回答企業数)	375	53	68	75	41	51	56	27	4
無回答	120	22	25	28	13	11	10	11	

9. 平成 19 年に向けての経営全般における独自の取組や工夫

平成 19 年に向けての経営全般における独自の取組や工夫について回答があった。

業種ごとに列挙する。

西陣	従来の絹織物だけでなく、工業資材を使った織物、例えば炭素繊維ステンレス繊維、アラミド繊維等を使った織物の開発していきたい。
	異業種との交流を深め当社の持っている技術と他社の持っているアイデアで新しい販路開拓を目指したい。
	経営理念の確立。
	新技法による商品開発に力を入れつつある。価格よりより良い製品作りに励みたい。
	新商品の研究、開発。新販売先（得意先）の開拓。
増々“アラ利益”のアップに努力することを目標にする。	

染色	加工代金の改訂（値上げ）に関すること。 3Kの中でも今後の人材を育てること。
	技術力のUP。
	原油の値上がりで、エネルギー経費が経営に重くかかるのを前提に、組織改編。重点人事で乗り切っていく。
	固定費の削減。
	新作発表の場を持ちたい。
設備投資，人材育成。	

印刷	とりあえずつぶれない会社，財務などをしっかりし体制を立て直す。
	顧客・マーケットのニーズに対する提案型営業の展開。
	人脈の強化。

窯業	技術を磨き他社との違いを出す。
	自社製品のイメージアップと最終消費者に対するアピール，広報活動によって，製品の価格を原材料（人件費を含む）に如何に付加価値をつけ適正なものにしていくか思案。
	従来の商品の販売だけでなく，体験したり，製造過程の見学などでの集客をはかりたい。
	前年迄の継続，開発商品の市場開拓。
	売場が無いので小売店がほしい。

化学	ISO14000の取得。
	開発できた塗料の販売ルートを確認したい。
	顧客とのパートナーシップの更に充実化を種々階層で行う。顧客を広げるよりむしろ深耕対応を重視して開発の確率upを図る。
	新規開発品の商品化。
	新規市場の開拓。

金属	環境対応型企業の確立。
	高付加価値商品のコスト低減と提案等。
	今年は銅価高騰，史上最高値をつけた。昨年平均の2倍の銅価。来年も銅価に注目。
	自動車関連の得意先が40%と多く，他業種の得意先を増し，安定を計りたい。
	消費者のニーズに合った製品を作る。

機械	「あたり前の事をバカにしないで、ちゃんとやる」お客様に満足していただける様に。
	IT関連の伸び、新製品の販売、中国プラントの伸び。
	技術力の強化による新規客先の確保。
	新鋭複合マシンの導入に伴い、作業者の多能工化、多機使用を指導教育中。
	大企業に頼った営業戦略では生きて行けなくなった。自社で又地域での連携を中心に新しい展開を進めていきます。
	輸出が増加しているため、輸出価格を見直して、利益の確保を図る為の取組を進めている。

その他の製造	素早い情報収集とその対応。経費削減。
	グローバル化に対して地域限定のこだわりを推進して行きたい。
	ブランドの確立。
	営業力を強化し、新しい商品の開発に努力していく。
	京都にしかない商品を開発する。
	研究開発を強化して、ハイグレードな製・商品を市場に投入することにより、販売流通網の再構築ならびに市場の活性化を推進する。
	今の商品を大切に、より良い物にしていく。
	社員と共にチームワーク良好。業績向上をめざす。
	新商品開発、優良得意先開拓、人材の確保。
	品質第一をモットーに、お客様に満足してもらえるもの造りの取組。
付加価値の高い商品の開発、営業力の強化。生産性の向上。	
弊社の商品力から見ると、まだまだ営業努力の必要性があり、市場開拓は不可欠。営業力の強化に力を注ぐ。	

卸売	インターネットを利用した市場開拓・情報発信を強化し、営業を拡大していく。
	ハード面（在庫体制等々）の完備をより一層努力をすることは当然ながら、ソフト面（商品企画、商品開発、情報発信等々）をより高い段階を目指して一層の努力をする。
	営業部門の強化と新規商品の開発、新市場の開拓以外には無い。
	卸売が本業であるが、より川下への発想のもと、戦略を変更する部分に少し力を注ぐ計画を持っている。
	経営品質の向上。
	経費削減とコストの削減による経営の合理化。
	新技術の開発と付加価値商品への取組みの強化、定番品での価格競争を避ける。
	組織の改編を検討。
和装関連業種の好転を期待し、何でも可能な店の構築。	

小売	クリニック、学校の運営、企画に取組みたい。
	顧客とのコミュニケーションの強化。
	地元の人にとって必要な店になるように。
	ネット販売に力を入れる。
	もう一度原点に戻り、今までの経験を整理し、地味地に良いものをチェイスしたセレクトショップを目指す。
	営業力の強化の為、人間力の大幅な上昇が望まれるが、一朝一夕に形成されるものではないので、常に働きかけていきたい。
	価格競争よりも、消費者が納得して下さる品質、機能性を選ぶ様、心掛けたい。出来ればオリジナル品を扱いたい。
	競合他社にはない自社の強みを徹底的に伸ばしてゆく。
	経費をかけず展示会の回数を昨年より多く催す事とする。
	顧客の確保に努め、ますますの技術の向上をめざす。
	今売っている商品の個性他を強め、我々も商品をもっと勉強して良く知り、販売促進にもって行きたい。
	接客の向上の勉強会のトレーニングの実施。成果は今後に期待してさらに充実する努力をする。

情報通信	効果的なPRを実施するためのパートナー訓練の確立とWebの有効活用。 特定の業界のビジネスモデルの企画・立案と提案営業による卸市場開拓。
	ITに関する当社が蓄積してきたワンストップサービスの優位性と営業及び開発にフルに活用することによる業績向上。
	エンドユーザー向け事業の開拓と拡大。
	下請受注だけでなく、自らの企画による自社製品の開発、販売に力を注ぐ。京都の企業らしい製品開発。
	新分野（印刷の範囲での）の開発、特に技術力アップと品質アップを。

飲食・宿泊	ニューズレターの送付、親密なコミュニケーション。
	営業努力は勿論必要であるが、新商品（料理の特殊性）の開発及び老朽化した設備の改善にも努めたいと考えている。
	従業員全体の営業意識の向上。
	人材の確保と育成による生産性の向上。競争力のある商品を開発。
	地道に心ある経営をめざす。
店舗の内装などリニューアルをして新規顧客の確得につなげたい。	

サービス	営業力の強化と共に、技術力の向上、合理化をはかり、経常利益を確保していく予定。人件費の増加、その他経費（特に燃料費）の増加は目に見えており、5%ぐらいの売上増を考えている。
	会社の認知度アップ。
	業務受託（大学との連携）強化。
	顧客ニーズや世の中の流れを注視して商品構成や対応する技術を導入し、あるいは変化させて行く。
	顧客の開拓。
	今の取引先を最優先に大事にして、そこから紹介等で新規の取引先を求めて行く。
	自社を大切に営業努力してお客様によるこんでもらえる事を重点に。
社員教育の強化。	
情報発信（広告宣伝）の工夫、刷新をはかり、時代への対応を強化する。	
物販の成長。	

建設	マニュアル化出来るものは実施して人件費が出来るだけかからないよう合理化を進めていく。
	営業努力による、受注の拡大。
	個人（社員）の意識、技術力のUPを計らなければならないと考えている。会社業務に必要な、資格等を取得させる事により、意識等の向上を計りたい。
	人材育成に努め、技術力向上を計り、顧客からの信頼を高め、社内の結束を強めて行きたい。
	地域密着。
	提案営業に一層力を入れてゆく。ホームページにより一層の情報発信に努める。お客様の声を聞くアンケート活動。
	提案型の店舗改築工事等、積極的に営業する。
	特許関係取得で他社と差別化。価格競争より品質で勝負したい。
約10年程以前より、進出した公営住宅関係のメンテナンス工事が受注分増大し、昨期は遂に新築住宅の新畳との需要枚数が逆転、今後も更なるメンテナンス工事受注も増大する努力を第1に考える。	