

## 平成 19 年の企業経営実績と平成 20 年の業績見通しについて (第 85 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 19 年 12 月
- ・ 調査方法 郵送アンケート
- ・ 回収状況 製造業 372 社, 非製造業 428 社, 計 800 社に対しアンケートを送付。535 社が回答 (回収率 66.9%)。

#### 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	244 ( 45.6 )	非製造業	291 ( 54.4 )
西陣	28 ( 5.2 )	卸売	63 ( 11.8 )
染色	30 ( 5.6 )	小売	67 ( 12.5 )
印刷	27 ( 5.0 )	情報通信	27 ( 5.0 )
窯業	20 ( 3.7 )	飲食・宿泊	31 ( 5.8 )
化学	15 ( 2.8 )	サービス	60 ( 11.2 )
金属	19 ( 3.6 )	建設	43 ( 8.0 )
機械	32 ( 6.0 )	不明	0 ( 0.0 )
その他の製造	73 ( 13.6 )	合 計	535 ( 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.city.kyoto.lg.jp/sankan/page/0000030679.html>

1	平成19年の企業経営実績（平成18年企業経営実績との比較）	3
2	平成20年の業績見通し（平成19年実績との比較）	7
3	平成19年の実績に影響したプラス要因	10
4	平成19年の実績に影響したマイナス要因	14
5	平成20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	18
6	平成20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	22
7	今後、拡充・強化する部門	26
8	今後、削減・縮小する部門	29
9	平成20年に向けての経営全般における独自の取組や工夫	32

**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」とは、観光関係の売上げが25%以上の企業群を意味する。

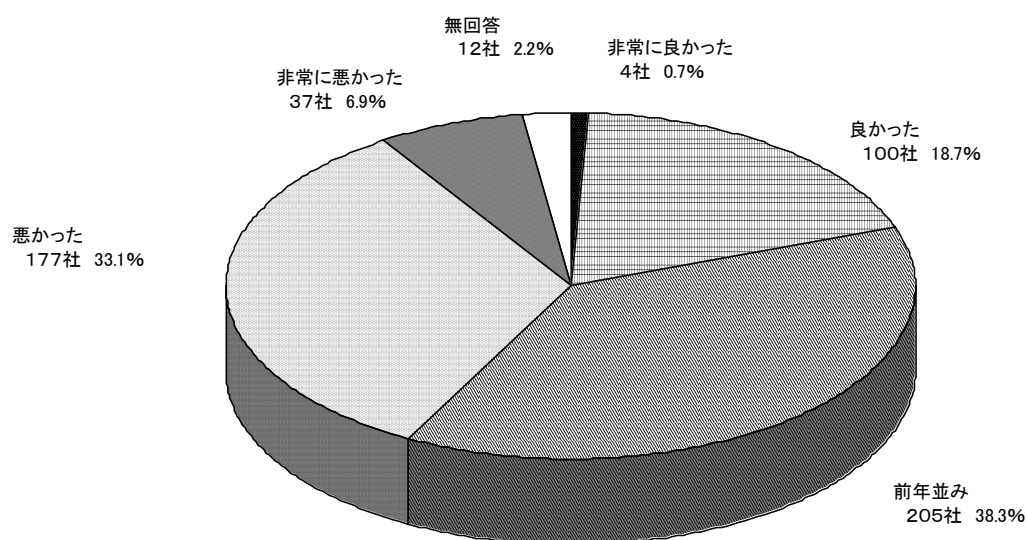
## 1. 平成19年の企業経営実績（平成18年企業経営実績との比較）

### ● 前回と比較し、経営実績はやや悪化

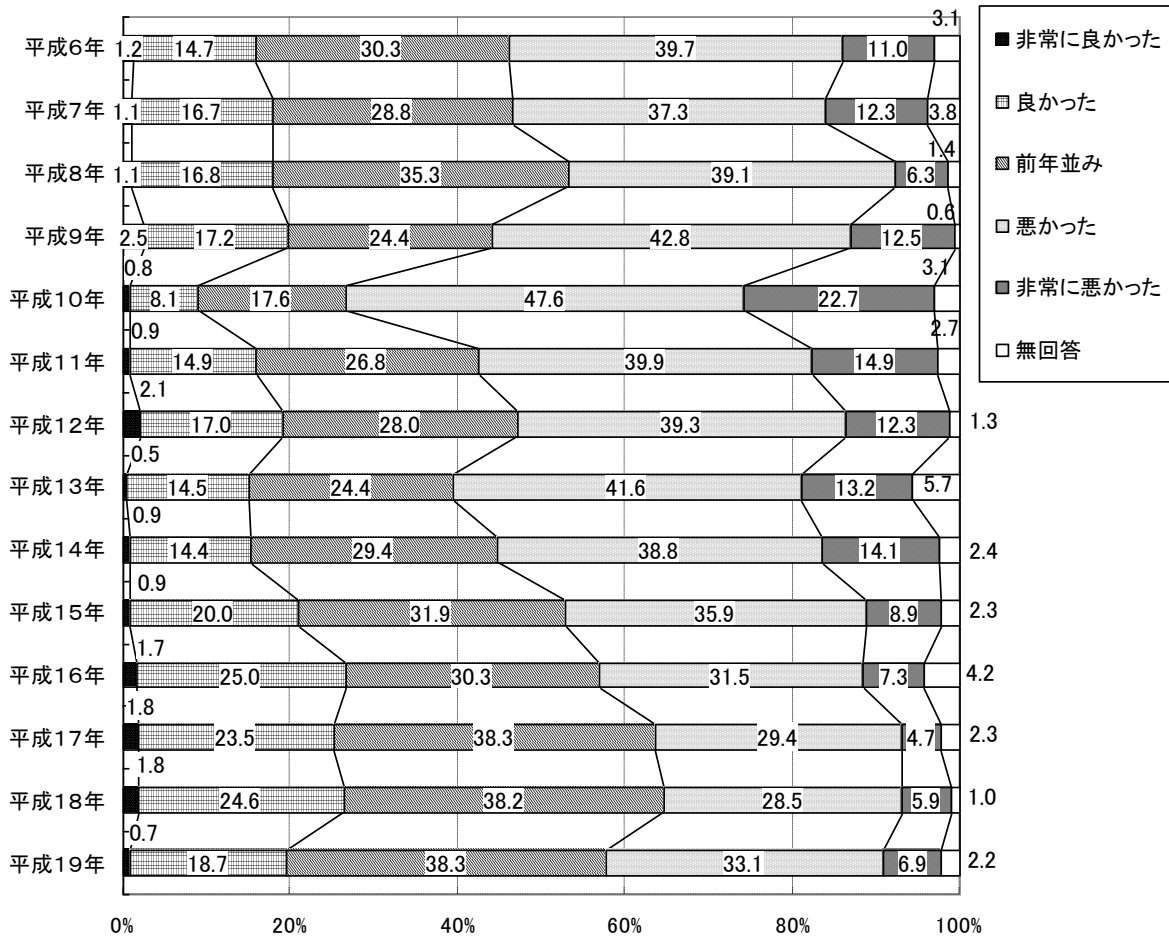
#### (1) 全体

平成19年の企業経営実績について、平成18年企業経営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」(33.1%)がそれに続いた。「前年並み」の比率には大きな変化はなく、「悪かった」と「非常に悪かった」(6.9%)の合計比率は、平成10年をピークに漸減傾向にあったが、ここに来てやや増加し、「良かった」(18.7%)と「非常に良かった」(0.7%)の合計比率を7ポイント押し下げる結果となった。(図1・図2)

・図1. 平成19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19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」を選択した企業は4社しかなく、製造業では印刷とその他の製造で各1社、非製造業ではサービス2社のみとなった。「良かった」の比率が最も高いのは、機械（31.3%）で、以下、化学（26.7%）、情報通信（25.9%）、その他の製造（24.7%）の順となった。「新機体部位の受注増」（南区／機械）、「当該市場用途向け製品の受注が急増、予測以上の動き」（南区／化学）、「セキュリティソフトの販売が増加」（下京区／情報通信）と、自動車業界、半導体業界などの好調な業界環境に支えられ、経費削減などの内部努力も影響して業績の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、西陣（60.7%）で、以下、染色（46.7%）、窯業（40.0%）の順となった。西陣においては、「非常に悪かった」の比率も21.4%と最も高くなっており、「昨年大手呉服業者の倒産以来、業況は悪い。また、ローンを組むのが厳しくなったようで、ローン販売も減少、その影響で販売量を押下げている」（上京区／西陣）、「和装業界全体の不況感による販売減少」（上京区／西陣）と、取引先倒産の影響や過量販売への規制強化などに影響され、かなり厳しい状況にある。他の業種

でも、「きものの産業法令遵守の問題で地盤沈下が続く」（山科区／染色）、「陶器の売行不振とボイラーの重油価格の高騰のため」（山科区／窯業）と、業界環境の変化や引き続き原油価格の高騰の影響を受け、業績が悪化している。

「前年並み」の比率が最も高い業種は、化学（53.3%）で、以下、情報通信（48.1%）、小売（46.3%）、サービス（45.0%）の順となっている。「国内の販売は下落しているものの、海外向け輸出は好調」（山科区／化学）、「売上高は伸びているが、まだ先行投資となっている」（下京区／情報通信）と、販売先の売上げ減少分を他の好調な販売先の売上げで補ったり、売上げの伸びが費用で相殺されたりしたため、前年並みとしている。

観光関連では、「前年並み」の比率が35.6%と最も高くなっている。（表1）

・表1. 平成19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	4 0.7%	0	0	1	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	2	0	2	1
良かった	100 18.7%	1	4	4	3	4	4	10	18	48	12	5	7	5	14	9	52	13
前年並み	205 38.3%	4	10	9	7	8	7	12	27	84	21	31	13	13	27	16	121	16
悪かった	177 33.1%	17	14	10	8	2	5	9	22	87	22	23	6	10	13	16	90	13
非常に悪かった	37 6.9%	6	2	1	2	1	2	1	3	18	6	5	1	2	3	2	19	2
無回答	12 2.2%	0	0	2	0	0	1	2	2	5	2	3	1	1	1	7	7	0
（回答企業数）	535	28	30	27	20	15	19	32	73	244	63	67	27	31	60	43	291	45

### (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（41.7%）となり、30～49人（26.2%）、50～99人（25.0%）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、0～4人（47.0%）となり、以下、10～19人（46.5%）、5～9人（45.0%）の順となった。

「前年並み」の比率が最も高い規模は、50～99人（51.3%）で、以下、0～4人（40.0%）、5～9人（39.3%）の順となった。（表2）

・表2. 平成19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	4 0.7%	0.0%	2 2.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1 2.8%	1 50.0%
良かった	100 18.7%	5 5.9%	11 12.4%	22 19.0%	11 17.7%	17 26.2%	20 25.0%	14 38.9%	0.0%
前年並み	205 38.3%	34 40.0%	35 39.3%	38 32.8%	23 37.1%	25 38.5%	41 51.3%	9 25.0%	0.0%
悪かった	177 33.1%	29 34.1%	28 31.5%	47 40.5%	24 38.7%	20 30.8%	17 21.3%	11 30.6%	1 50.0%
非常に悪かった	37 6.9%	11 12.9%	12 13.5%	7 6.0%	3 4.8%	2 3.1%	2 2.5%	0.0%	0.0%
無回答	12 2.2%	6 7.1%	1 1.1%	2 1.7%	1 1.6%	1 1.5%	0.0%	1 2.8%	0.0%
（回答企業数）	535	85	89	116	62	65	80	36	2

## 2. 平成20年の業績見通し（平成19年実績との比較）

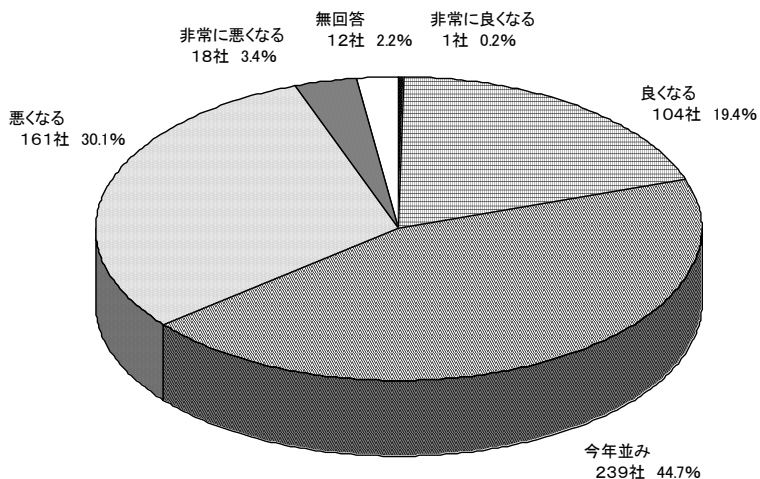
● 約半数が「今年並み」としているが、「悪くなる」見通しが増加。

### (1) 全体

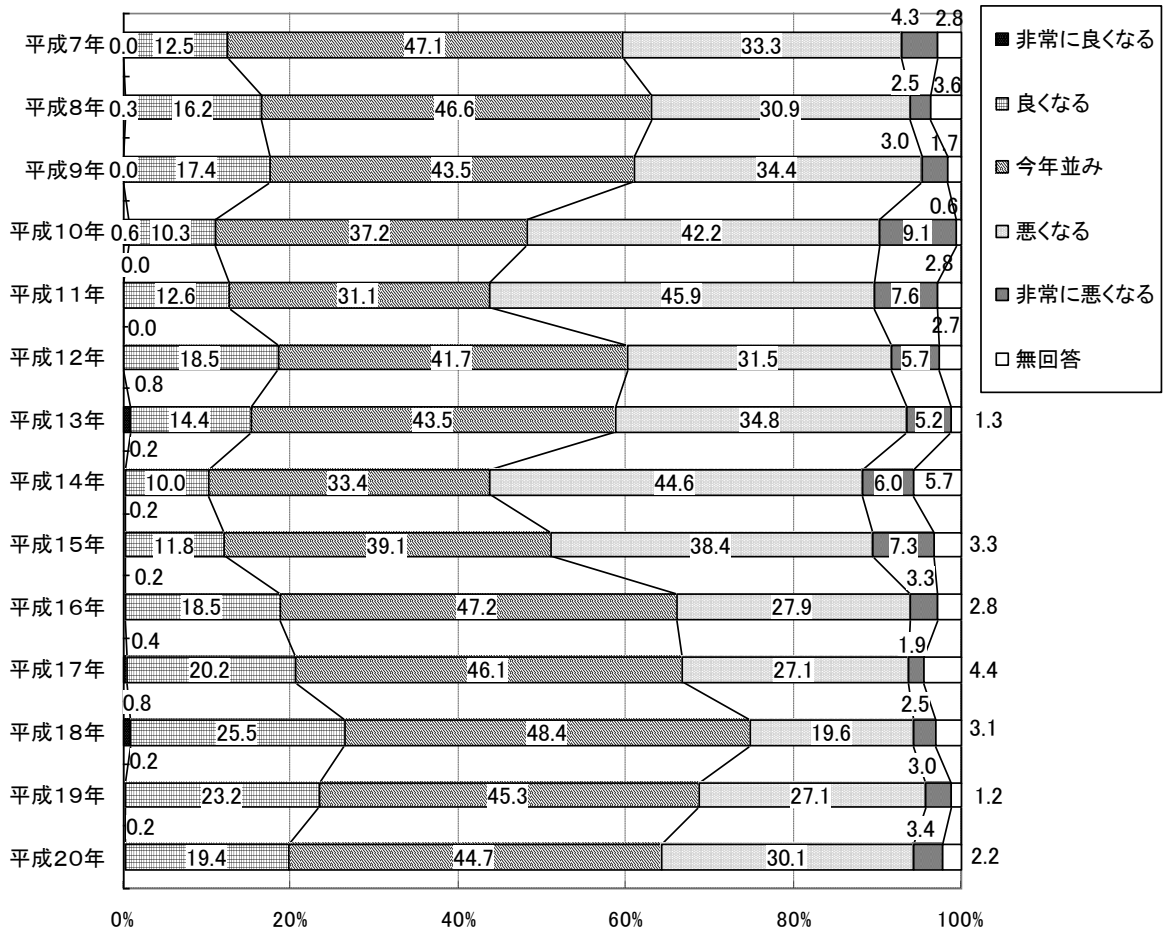
平成20年の業績見通しについて、平成19年実績との比較で尋ねたところ、「今年並み」（44.7%）の比率が最も高く、「悪くなる」（30.1%）、「良くなる」（19.4%）が続いている。「悪くなる」がやや増加する結果となった。前回調査と比較すると、「非常に良くなる」（0.2%）が変わらず、「非常に悪くなる」（3.4%）が0.4ポイントの増加でほぼ変動はなく、「良くなる」の減少分が「悪くなる」に移行している。

全体の業績見通しとしては、半数近くが「今年並み」とし、比率も大きな変動はないが、平成18年の業績見通しから「悪くなる」が徐々に増加する傾向となっている。（図3・図4）

・図3. 平成20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20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化学（40.0%）で、以下、情報通信（37.0%）、染色（30.0%）、印刷（29.6%）の順となった。「携帯端末市況が活発」（南区／化学）、「新事業に着手し、新製品の開発にも力を入れている」（下京区／情報通信）、「新規受注で加工売上が増えている」（上京区／染色）など、好調な業界に誘引される期待感と、新規取組に注力し、結果を期待する企業が多い。

一方、「悪くなる」の比率が最も高い業種は、窯業（50.0%）で、以下、建設（44.2%）、小売（43.3%）、卸売（36.5%）が続いている。「顧客先の生産調整」（南区／窯業）、「建築確認の停滞が顕著である。また京都市景観条例の影響もある」（中京区／建設）、「大型店の出店による価格競争」（伏見区／小売）、「素材原料等すべてが値上がりする中であって、仕入価格の上昇分を販売価格に転嫁出来ない弱さがある」（中京区／卸売）など、法的規制の影響や原材料費用の高騰から慎重な回答となっている。各企業が売上げ確保に努力はしているが、業界環境に影響され、業種間の格差は依然広がっている。

「今年並み」の比率が最も高い業種は、機械（56.3%）で、以下、サービス（55.0%）、その他の製造



(53.4%) となっている。

観光関連では、「今年並み」の比率が46.7%と最も高くなっている。(表3)

・表3. 平成20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	0.0%	
良くなる	104 19.4%	4	9	8	2	6	5	8	13	55	11	5	10	8	10	5	49	
今年並み	239 44.7%	14	9	12	7	4	7	18	39	110	26	28	13	14	33	15	129	
悪くなる	161 30.1%	9	10	5	10	5	6	6	15	66	23	29	4	7	13	19	95	
非常に悪くなる	18 3.4%	1	2		1				3	7	3	2		1	1	4	11	
無回答	12 2.2%	0	0	2	0	0	1		3	6		3	1	2		6		
(回答企業数)	535	28	30	27	20	15	19	32	73	244	63	67	27	31	60	43	291	

### (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」(45.9%)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」とする回答が多い。(表4)

・表4. 平成20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%	0	1	0	0	0	0	0	0
良くなる	104 19.4%	4	14	25	16	16	18	10	1
今年並み	239 44.7%	34	42	51	27	25	41	19	0
悪くなる	161 30.1%	39	25	33	16	23	18	6	1
非常に悪くなる	18 3.4%	5	4	4	2	1	2	0	0
無回答	12 2.2%	3	3	3	1	0	1	1	0
(回答企業数)	535	85	89	116	62	65	80	36	2

### 3. 平成19年の実績に影響したプラス要因

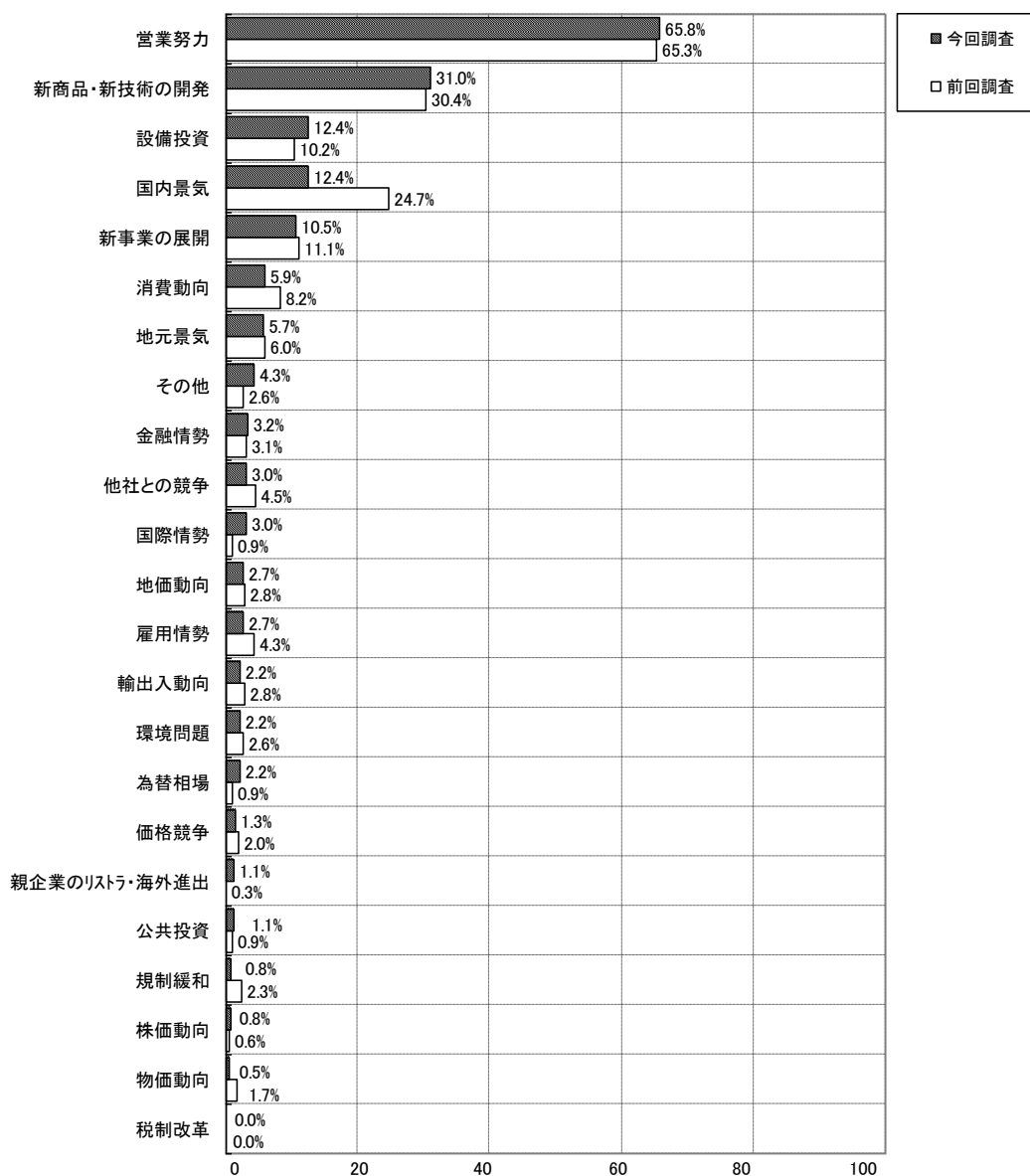
● 「営業努力」が65.8%でトップ。「国内景気」は半減。

#### (1) 全体

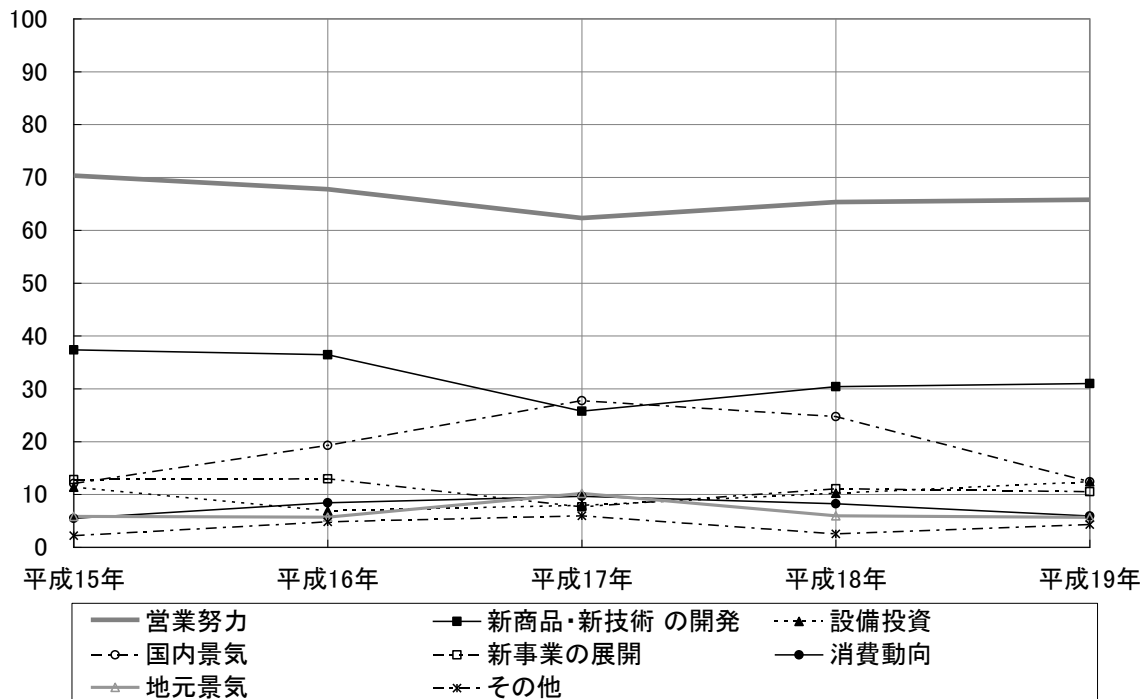
平成19年の実績に影響した主な要因を尋ねたところ、プラス要因については、「営業努力」(65.8%)の比率が最も高く、以下、「新商品・新技術の開発」(31.0%)、「設備投資」(12.4%)、「国内景気」(12.4%)の順となっている。

「国内景気」については、前回からほぼ半減しており、ここでも景況感の悪化が影響している。(図5・図6)

・図5. 実績に影響したプラス要因



・図6. 実績に影響したプラス要因の推移（抜粋）



## (2) 業種別

プラス要因を業種別に見ると、すべての業種で「営業努力」の比率が最も高く、化学においては「新商品・新技術の開発」も同率となっている。

小売で「営業努力」が 82.5%と最も高くなっており、以下、建設 (82.1%)、飲食・宿泊 (81.8%) と続き、上位3業種はすべて非製造業で占められている。

観光関連でも、「営業努力」が 46.7%と最も比率が高くなっている。(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	計		
営業努力	244 65.8%	8 57.1%	9 50.0%	15 78.9%	7 70.0%	8 61.5%	9 75.0%	17 60.7%	30 55.6%	103 61.3%	26 57.8%	33 82.5%	8 34.8%	18 81.8%	33 73.3%	23 82.1%	141 69.5%	21 46.7%	
新商品・新技術の開発	115 31.0%	7 50.0%	7 38.9%	5 26.3%	5 50.0%	8 61.5%	1 8.3%	7 25.0%	21 38.9%	61 36.3%	17 37.8%	15 37.5%	7 30.4%	5 22.7%	7 15.6%	3 10.7%	54 26.6%	7 15.6%	
新事業の展開	39 10.5%	2 0.0%	4 11.1%	4 21.1%	1 10.0%	1 7.7%	1 8.3%	3 10.7%	6 11.1%	18 10.7%	5 11.1%	1 2.5%	7 30.4%	2 9.1%	5 11.1%	1 3.6%	21 10.3%	3 6.7%	
設備投資	46 12.4%	4 0.0%	6 22.2%	6 31.6%	1 10.0%	1 7.7%	2 16.7%	6 21.4%	6 11.1%	26 15.5%	4 8.9%	1 2.5%	2 8.7%	4 18.2%	6 13.3%	3 10.7%	20 9.9%	4 8.9%	
雇用情勢	10 2.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.6%	0 0.0%	1 0.6%	1 2.2%	0 0.0%	0 0.0%	2 9.1%	3 6.7%	3 10.7%	9 4.4%	1 2.2%	
国際情勢	11 3.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 10.0%	1 7.7%	3 25.0%	3 10.7%	1 1.9%	9 5.4%	2 4.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 1.0%	1 2.2%	
国内景気	46 12.4%	2 14.3%	3 16.7%	3 15.8%	0 0.0%	1 7.7%	3 25.0%	5 17.9%	6 11.1%	23 13.7%	2 4.4%	1 2.5%	7 30.4%	4 18.2%	7 15.6%	2 7.1%	23 11.3%	4 8.9%	
地元景気	21 5.7%	0 0.0%	0 0.0%	1 5.3%	1 10.0%	0 0.0%	1 8.3%	2 7.1%	5 9.3%	10 6.0%	0 0.0%	2 5.0%	0 0.0%	2 9.1%	4 8.9%	3 10.7%	11 5.4%	4 8.9%	
他社との競争	11 3.0%	1 7.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.6%	4 7.4%	6 3.6%	2 4.4%	2 0.0%	1 4.3%	1 0.0%	1 2.2%	5 3.6%	5 2.5%	1 2.2%	
為替相場	8 2.2%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 10.0%	1 7.7%	0 0.0%	0 0.0%	2 3.7%	4 2.4%	2 4.4%	1 2.5%	0 0.0%	1 4.5%	0 0.0%	0 2.0%	4 2.0%	4 8.9%	
金融情勢	12 3.2%	2 14.3%	0 0.0%	1 5.3%	0 0.0%	0 0.0%	1 8.3%	1 3.6%	1 1.9%	6 3.6%	2 4.4%	0 0.0%	0 0.0%	1 4.5%	2 4.4%	1 3.6%	6 3.0%	1 2.2%	
消費動向	22 5.9%	0 0.0%	2 11.1%	0 0.0%	0 0.0%	1 7.7%	0 0.0%	3 3.6%	8 14.8%	12 7.1%	2 4.4%	2 5.0%	0 0.0%	2 9.1%	3 6.7%	1 3.6%	10 4.9%	2 4.4%	
物価動向	2 0.5%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.9%	1 0.6%	1 2.2%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.5%	0 0.0%	
株価動向	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 0.0%	2 4.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.6%	3 1.5%	0 0.0%	
地価動向	10 2.7%	1 7.1%	2 11.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.9%	4 2.4%	2 4.4%	1 2.5%	0 0.0%	0 0.0%	3 6.7%	0 0.0%	6 3.0%	1 2.2%	
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 1.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 10.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.6%	0 0.0%	2 1.2%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 7.1%	2 1.0%	0 0.0%	
輸出入動向	8 2.2%	1 7.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 7.7%	0 0.0%	3 10.7%	0 0.0%	5 3.0%	2 4.4%	0 0.0%	1 4.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 1.5%	0 0.0%	
価格競争	5 1.3%	0 0.0%	0 0.0%	1 5.3%	1 10.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.9%	3 1.8%	1 2.2%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.2%	0 0.0%	2 1.0%	2 1.0%	0 0.0%	
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%	1 2.2%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.2%	0 0.0%	1 1.0%	2 1.0%	0 0.0%	
親企業のリストラ・海外進出	4 1.1%	0 0.0%	0 0.0%	1 5.3%	0 0.0%	0 0.0%	1 8.3%	0 0.0%	1 1.9%	3 1.8%	0 0.0%	0 0.0%	1 4.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.5%	0 0.0%	
環境問題	8 2.2%	0 0.0%	0 0.0%	1 5.3%	0 0.0%	1 7.7%	0 0.0%	2 7.1%	1 1.9%	5 3.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 4.3%	0 0.0%	0 0.0%	2 7.1%	3 1.5%	0 0.0%	
その他	16 4.3%	1 7.1%	1 5.6%	1 5.3%	0 0.0%	0 0.0%	1 8.3%	1 3.6%	3 5.6%	8 4.8%	3 6.7%	1 2.5%	1 4.3%	0 0.0%	3 6.7%	0 0.0%	8 3.9%	1 2.2%	
(回答企業数)	371	14	18	19	10	13	12	28	54	168	45	40	23	22	45	28	203	45	
無回答	164	14	12	8	10	2	7	4	19	76	18	27	4	9	15	15	88	13	

### (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。従業員数の各規模で見ても割合はそれほど変わらず、特徴的なものは見られない。(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	244 65.8%	30 63.8%	30 60.0%	53 68.8%	35 71.4%	31 60.8%	47 71.2%	18 62.1%	0.0%
新商品・新技術の開発	115 31.0%	16 34.0%	20 40.0%	21 27.3%	18 36.7%	16 31.4%	16 24.2%	8 27.6%	0.0%
新事業の展開	39 10.5%	3 6.4%	7 14.0%	10 13.0%	4 8.2%	8 15.7%	5 7.6%	2 6.9%	0.0%
設備投資	46 12.4%	1 2.1%	7 14.0%	5 6.5%	6 12.2%	7 13.7%	14 21.2%	6 20.7%	0.0%
雇用情勢	10 2.7%	2 4.3%	1 2.0%	2 2.6%	0.0%	2 3.9%	3 4.5%	0.0%	0.0%
国際情勢	11 3.0%	0.0%	1 2.0%	1 1.3%	2 4.1%	1 2.0%	2 3.0%	4 13.8%	0.0%
国内景気	46 12.4%	5 10.6%	7 14.0%	7 9.1%	2 4.1%	6 11.8%	13 19.7%	6 20.7%	0.0%
地元景気	21 5.7%	2 4.3%	2 4.0%	6 7.8%	4 8.2%	3 5.9%	2 3.0%	1 3.4%	1 50.0%
他社との競争	11 3.0%	1 2.1%	0.0%	3 3.9%	1 2.0%	3 5.9%	2 3.0%	0.0%	1 50.0%
為替相場	8 2.2%	0.0%	2 4.0%	2 2.6%	0.0%	3 5.9%	0.0%	1 3.4%	0.0%
金融情勢	12 3.2%	1 2.1%	1 2.0%	4 5.2%	0.0%	1 2.0%	5 7.6%	0.0%	0.0%
消費動向	22 5.9%	2 4.3%	3 6.0%	6 7.8%	2 4.1%	4 7.8%	3 4.5%	2 6.9%	0.0%
物価動向	2 0.5%	0.0%	1 2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1 1.5%	0.0%	0.0%
株価動向	3 0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	2 4.1%	0.0%	1 1.5%	0.0%	0.0%
地価動向	10 2.7%	0.0%	3 6.0%	3 3.9%	0.0%	3 5.9%	1 1.5%	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 1.1%	0.0%	1 2.0%	1 1.3%	2 4.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
輸出入動向	8 2.2%	1 2.1%	0.0%	0.0%	2 4.1%	3 5.9%	0.0%	2 6.9%	0.0%
価格競争	5 1.3%	1 2.1%	1 2.0%	0.0%	0.0%	2 3.9%	0.0%	1 3.4%	0.0%
規制緩和	3 0.8%	0.0%	1 2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1 1.5%	1 3.4%	0.0%
親企業のリストラ・海外進出	4 1.1%	1 2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2 3.0%	1 3.4%	0.0%
環境問題	8 2.2%	0.0%	1 2.0%	2 2.6%	1 2.0%	1 2.0%	2 3.0%	1 3.4%	0.0%
その他	16 4.3%	4 8.5%	2 4.0%	5 6.5%	2 4.1%	1 2.0%	1 1.5%	0.0%	1 50.0%
(回答企業数)	371	47	50	77	49	51	66	29	2
無回答	164	38	39	39	13	14	14	7	

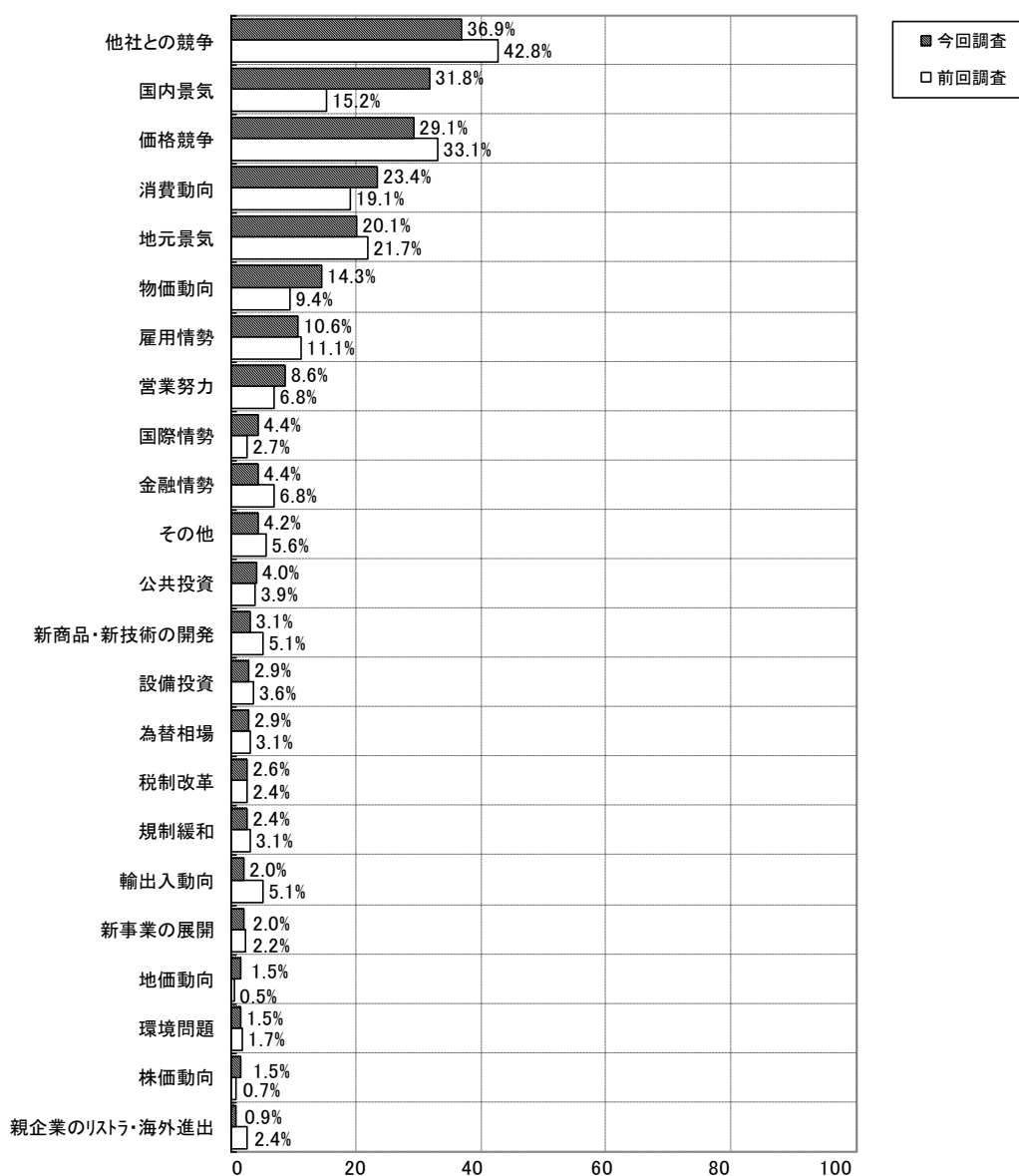
#### 4. 平成19年の実績に影響したマイナス要因

● 「他社との競争」が36.9%でトップ。「国内景気」は倍増し2位に。

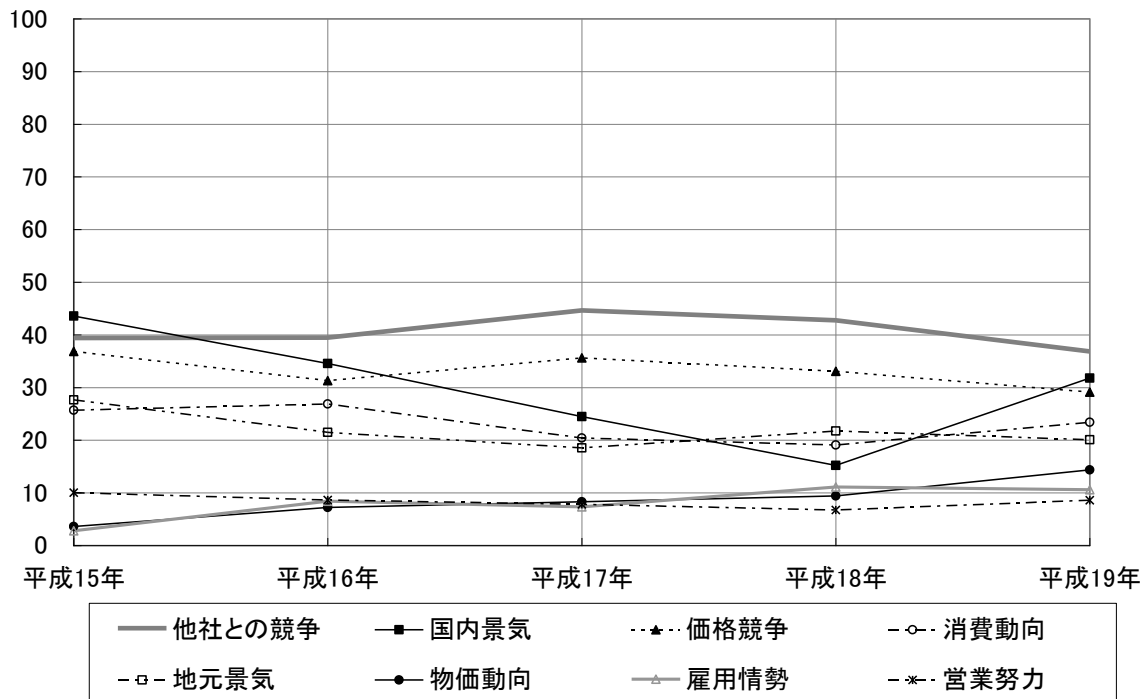
##### (1) 全体

マイナス要因については、前回よりもやや低下したが「他社との競争」(36.9%)の比率が最も高くなった。プラス要因で半減した「国内景気」(31.8%)がここで反映され倍増し、2位に上がってきている。以下、「価格競争」(29.1%)、「消費動向」(23.4%)と続いている。(図7・図8)

・ 図7. 実績に影響したマイナス要因



・ 図8. 実績に影響したマイナス要因の推移 (抜粋)



## (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。比率が高い順は印刷 (61.5%)、サービス (56.5%)、機械 (51.9%) となっている。

「国内景気」は、6業種で最も高くなっており、西陣 (48.1%)、金属 (46.7%)、窯業 (42.9%) の順となっている。

また、観光関連では、「消費動向」と回答した企業が31.1%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						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	39 8.6%	2 7.4%	3 11.1%	5 19.2%	2 14.3%	0.0%	13.3%	2 11.1%	3 6.3%	4 10.0%	7 17.5%	3 7.5%	2 5.0%	2 5.0%	0.0%	4 10.5%	18 7.4%	2 4.4%	
新商品・新技術の開発	14 3.1%	0.0%	3 11.1%	1 3.8%	1 7.1%	0.0%	0.0%	0.0%	4 11.1%	3 7.5%	8 20.0%	2 5.0%	2 5.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6 2.5%	0.0%	
新事業の展開	9 2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2 5.6%	2 5.6%	1 2.8%	2 5.6%	3 8.3%	0.0%	0.0%	7 17.5%	2 4.4%		
設備投資	13 2.9%	0.0%	1 2.8%	2 5.6%	1 2.8%	8.3%	6.7%	1 2.8%	1 2.8%	1 2.8%	8 20.0%	1 2.8%	1 2.8%	1 2.8%	1 2.8%	1 2.8%	5 12.5%	0.0%	
雇用情勢	48 10.6%	0.0%	1 2.8%	5 12.5%	0.0%	8.3%	13.3%	11.1%	11.1%	9.0%	19 47.5%	2 5.0%	1 2.5%	7 17.5%	4 10.0%	10 25.0%	29 72.5%	4 8.9%	
国際情勢	20 4.4%	0.0%	1 2.8%	0.0%	7.1%	8.3%	0.0%	3.7%	7.9%	4.3%	9 22.5%	3 7.5%	3 7.5%	2 5.0%	0.0%	0.0%	11 27.5%	2 4.4%	
国内景気	144 31.8%	13 48.1%	7 25.9%	9 34.6%	6 42.9%	4 33.3%	7 46.7%	5 36.5%	23 65.3%	74 211.1%	16 47.0%	13 38.3%	8 22.2%	11 31.1%	12 33.3%	10 27.8%	70 198.9%	11 24.4%	
地元景気	91 20.1%	9 33.3%	5 18.5%	6 23.1%	5 35.7%	1 8.3%	3 20.0%	3 11.1%	7 20.0%	39 111.1%	10 29.2%	15 42.2%	1 2.8%	8 22.2%	14 38.9%	4 10.5%	52 145.6%	10 22.2%	
他社との競争	167 36.9%	8 29.6%	4 14.8%	16 61.5%	2 14.3%	5 41.7%	5 33.3%	14 51.9%	20 31.7%	74 35.1%	18 34.6%	19 34.5%	7 29.2%	5 18.5%	26 56.5%	18 47.4%	93 38.4%	12 26.7%	
為替相場	13 2.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.7%	7.4%	2 5.6%	6 15.0%	4 10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4 10.0%	0.0%	
金融情勢	20 4.4%	2 5.6%	3 8.3%	1 2.8%	0.0%	0.0%	6.7%	3.7%	5 14.3%	13 36.1%	0.0%	3 8.3%	3 8.3%	0.0%	2.2%	1 2.8%	7 19.4%	0.0%	
消費動向	106 23.4%	10 37.0%	11 40.7%	3 11.5%	4 28.6%	3 25.0%	0.0%	7.4%	2 5.6%	48 132.2%	17 47.2%	18 50.0%	2 5.6%	8 22.2%	8 22.2%	5 13.9%	58 161.1%	14 31.1%	
物価動向	65 14.3%	2 5.6%	5 18.5%	2 7.7%	0.0%	8.3%	20.0%	22.2%	13 36.1%	32 88.9%	7 19.4%	9 25.0%	1 2.8%	7 19.4%	5 13.9%	4 10.5%	33 91.7%	12 26.7%	
株価動向	7 1.5%	1 3.7%	0.0%	0.0%	0.0%	8.3%	0.0%	0.0%	0.0%	2 5.6%	0.0%	2 5.6%	0.0%	3.7%	2.2%	1 2.8%	5 13.9%	2.2%	
地価動向	7 1.5%	1 3.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1 2.8%	1 2.8%	0.0%	0.0%	3 8.3%	5.3%	2 5.6%	6 16.7%	0.0%	
税制改革	12 2.6%	0.0%	0.0%	2 7.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.6%	3 8.3%	0.0%	2 5.6%	1 2.8%	3 8.3%	0.0%	3.7%	9 24.4%	2 4.4%	
公共投資	18 4.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2 14.3%	0.0%	0.0%	3.7%	0.0%	3 8.3%	0.0%	0.0%	8.3%	0.0%	2.2%	12 31.6%	15 41.3%	2.2%	
輸出入動向	9 2.0%	0.0%	3 11.1%	0.0%	0.0%	0.0%	6.7%	0.0%	1.6%	3 8.3%	3 8.3%	2 5.6%	0.0%	3.7%	0.0%	0.0%	6 16.7%	0.0%	
価格競争	132 29.1%	9 33.3%	10 37.0%	10 38.5%	2 14.3%	4 33.3%	6 40.0%	12 44.4%	15 23.8%	68 32.2%	11 21.2%	15 27.3%	3 12.5%	4 14.8%	14 30.4%	17 44.7%	64 26.4%	8 17.8%	
規制緩和	11 2.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.6%	1 2.8%	0.5%	10.9%	0.0%	0.0%	3 8.3%	1 2.8%	10 27.8%	2.2%	
親企業のリストラ・海外進出	4 0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.6%	1 2.8%	0.5%	1.9%	0.0%	2.2%	0.0%	1.2%	3 8.3%	0.0%	
環境問題	7 1.5%	0.0%	0.0%	0.0%	7.1%	0.0%	0.0%	3.7%	3.2%	4 11.1%	1.9%	0.0%	0.0%	3.7%	0.0%	1.2%	3 8.3%	2.2%	
その他	19 4.2%	3 11.1%	2 7.4%	0.0%	7.1%	16.7%	20.0%	0.0%	3.2%	13 36.1%	2 5.6%	2 5.6%	1 2.8%	1 2.8%	0.0%	0.0%	6 16.7%	2.2%	
(回答企業数)	453	27	27	26	14	12	15	27	63	211	52	55	24	27	46	38	242	45	
無回答	82	1	3	1	6	3	4	5	10	33	11	12	3	4	14	5	49	9	



### (3) 従業員規模別

マイナス要因を従業員規模別に見ると、5～9人と30～49人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。

「国内景気」、「地元景気」など景況を要因とする比率も高くなっている。(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	39 8.6%	4 6.2%	8 10.4%	12 12.4%	3 5.5%	5 9.1%	5 6.7%	2 7.1%	0.0%
新商品・新技術の開発	14 3.1%		2 2.6%	2 2.1%	2 3.6%	4 7.3%	3 4.0%	1 3.6%	0.0%
新事業の展開	9 2.0%	1 1.5%		2 2.1%	2 3.6%	3 5.5%	1 1.3%		0.0%
設備投資	13 2.9%	1 1.5%	1 1.3%	4 4.1%	1 1.8%	3 5.5%	3 4.0%		0.0%
雇用情勢	48 10.6%	3 4.6%	7 9.1%	14 14.4%	3 5.5%	3 5.5%	13 17.3%	5 17.9%	0.0%
国際情勢	20 4.4%	4 6.2%	2 2.6%	3 3.1%	3 5.5%	3 5.5%	2 2.7%	3 10.7%	0.0%
国内景気	144 31.8%	22 33.8%	32 41.6%	24 24.7%	17 30.9%	17 30.9%	25 33.3%	7 25.0%	0.0%
地元景気	91 20.1%	22 33.8%	23 29.9%	17 17.5%	11 20.0%	8 14.5%	8 10.7%	2 7.1%	0.0%
他社との競争	167 36.9%	22 33.8%	24 31.2%	40 41.2%	17 30.9%	16 29.1%	35 46.7%	13 46.4%	0.0%
為替相場	13 2.9%		2 2.6%		3 5.5%	1 1.8%	3 4.0%	4 14.3%	0.0%
金融情勢	20 4.4%	2 3.1%	5 6.5%	4 4.1%	3 5.5%	3 5.5%	1 1.3%	2 7.1%	0.0%
消費動向	106 23.4%	21 32.3%	29 37.7%	21 21.6%	12 21.8%	10 18.2%	12 16.0%	1 3.6%	0.0%
物価動向	65 14.3%	6 9.2%	9 11.7%	13 13.4%	10 18.2%	9 16.4%	9 12.0%	9 32.1%	0.0%
株価動向	7 1.5%	1 1.5%	2 2.6%	2 2.1%	1 1.8%	1 1.8%			0.0%
地価動向	7 1.5%	2 3.1%	1 1.3%	2 2.1%	2 3.6%				0.0%
税制改革	12 2.6%	3 4.6%	1 1.3%	2 2.1%		3 5.5%	2 2.7%	1 3.6%	0.0%
公共投資	18 4.0%	4 6.2%	3 3.9%	3 3.1%	3 5.5%	3 5.5%	1 1.3%	1 3.6%	0.0%
輸出入動向	9 2.0%		2 2.6%	1 1.0%	1 1.8%	1 1.8%	4 5.3%		0.0%
価格競争	132 29.1%	14 21.5%	21 27.3%	31 32.0%	15 27.3%	15 27.3%	27 36.0%	9 32.1%	0.0%
規制緩和	11 2.4%	5 7.7%	4 5.2%			1 1.8%	1 1.3%		0.0%
親企業のリストラ・海外進出	4 0.9%		1 1.3%	1 1.0%		1 1.8%	1 1.3%		0.0%
環境問題	7 1.5%		2 2.6%	2 2.1%		2 3.6%	1 1.3%		0.0%
その他	19 4.2%	2 3.1%	2 2.6%	4 4.1%	4 7.3%	3 5.5%	2 2.7%	1 3.6%	1 100.0%
(回答企業数)	453	65	77	97	55	55	75	28	1
無回答	82	20	12	19	7	10	5	8	1

## 5. 平成20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

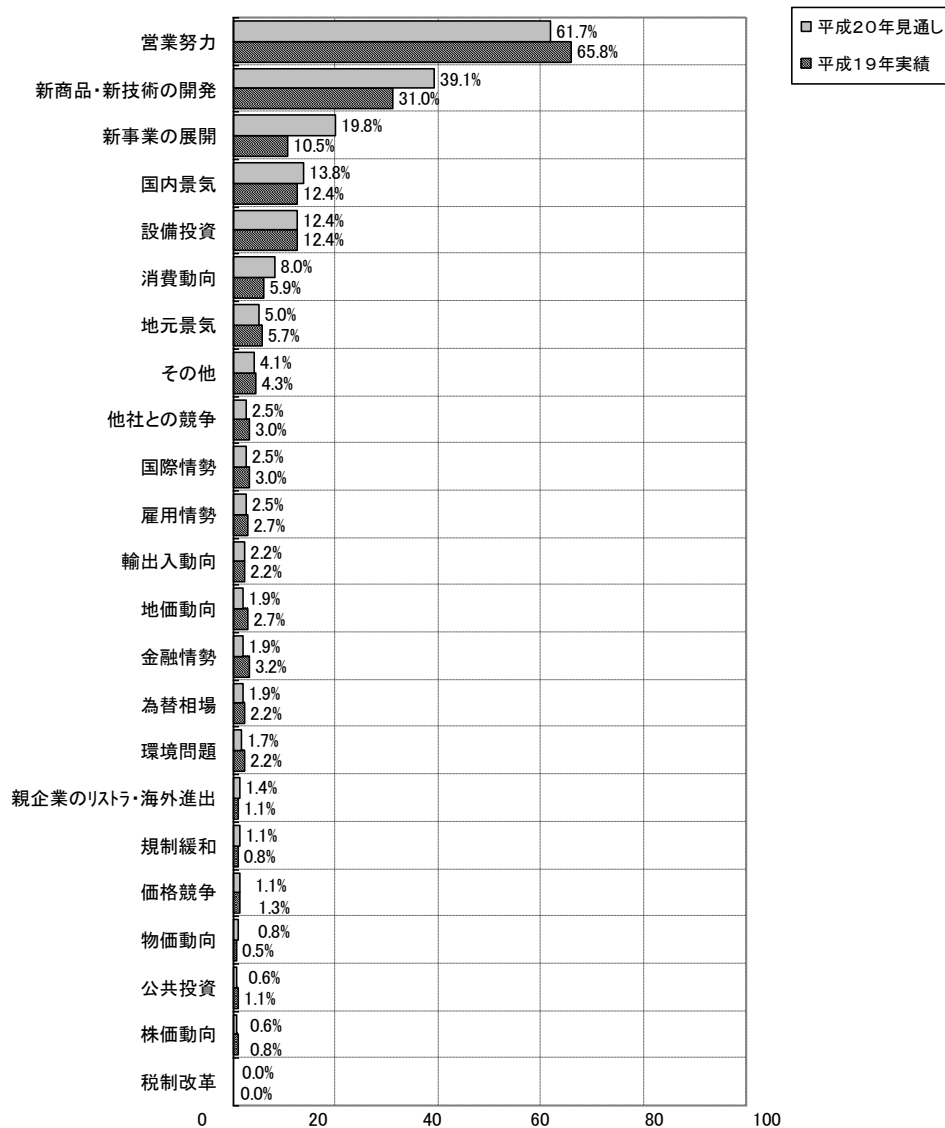
● 実績と大きな変化はないが、「新商品・新技術の開発」、「新事業の展開」に注力。

### (1) 全体

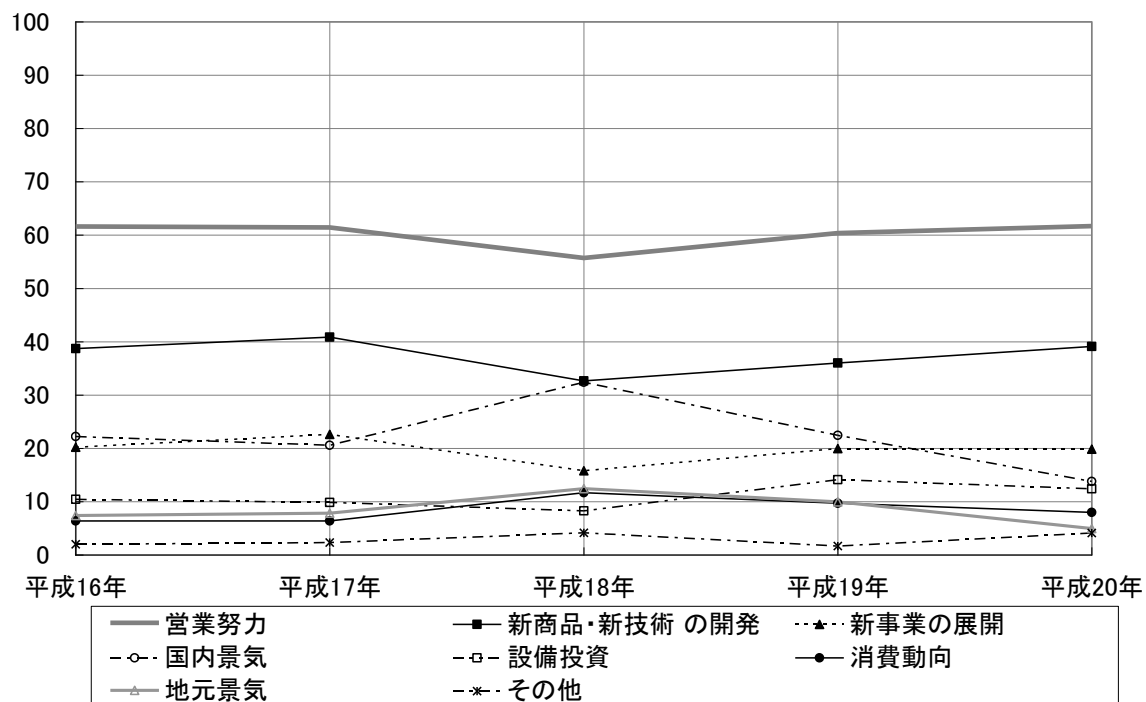
平成20年の業績見通しに影響を与えると予想される主な要因を尋ねたところ、プラス要因では、「営業努力」(61.7%)の比率が最も高く、以下、「新商品・新技術の開発」(39.1%)、「新事業の展開」(19.8%)、「国内景気」(13.8%)の順で続いている。

「新事業の展開」は、平成19年実績と比較すると9.3ポイント増加、「新商品・新技術の開発」は8.1ポイント増加となっており、企業の新展開への姿勢がうかがえる。(図9・図10)

・図9. 業績見通しに影響を与えると予想されるプラス要因



・図10. 業績見通しに影響を与えると予想されるプラス要因の推移（抜粋）



## (2) 業種別

プラス要因を業種別に見ると、窯業を除くすべての業種で「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（「営業努力」と同率）、染色（「営業努力」と同率）、窯業、情報通信（「営業努力」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						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	224 61.7%	11 57.9%	6 35.3%	16 84.2%	3 37.5%	7 63.6%	8 66.7%	12 46.2%	32 59.3%	95 57.2%	33 67.3%	30 71.4%	12 48.0%	11 61.1%	28 71.8%	15 62.5%	129 65.5%	14 31.1%	
新商品・新技術の開発	142 39.1%	11 57.9%	6 35.3%	8 42.1%	4 50.0%	6 54.5%	3 25.0%	10 38.5%	31 57.4%	79 47.6%	16 32.7%	17 40.5%	12 48.0%	6 33.3%	9 23.1%	3 12.5%	63 32.0%	11 24.4%	
新事業の展開	72 19.8%	4 21.1%	5 29.4%	4 21.1%	2 25.0%	2 18.2%	0 0.0%	4 15.4%	7 13.0%	28 16.9%	11 22.4%	6 14.3%	9 36.0%	6 33.3%	9 23.1%	3 12.5%	44 22.3%	8 17.8%	
設備投資	45 12.4%	4 0.0%	4 23.5%	4 21.1%	0 0.0%	2 18.2%	3 25.0%	8 30.8%	7 13.0%	28 16.9%	4 8.2%	0 0.0%	2 8.0%	4 22.2%	5 12.8%	2 8.3%	17 8.6%	3 6.7%	
雇用情勢	9 2.5%	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 0.0%	1 2.4%	1 0.0%	1 5.6%	4 10.3%	2 8.3%	8 4.1%	0 0.0%	
国際情勢	9 2.5%	0 0.0%	0 0.0%	1 5.3%	0 0.0%	0 0.0%	2 16.7%	1 3.8%	1 1.9%	5 3.0%	2 4.1%	1 2.4%	1 0.0%	1 5.6%	0 0.0%	0 0.0%	4 2.0%	1 2.2%	
国内景気	50 13.8%	4 21.1%	3 17.6%	4 21.1%	0 0.0%	0 0.0%	3 25.0%	4 15.4%	8 14.8%	26 15.7%	6 12.2%	1 2.4%	5 20.0%	2 11.1%	7 17.9%	3 12.5%	24 12.2%	3 6.7%	
地元景気	18 5.0%	1 5.3%	1 5.9%	3 15.8%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 3.7%	7 4.2%	0 0.0%	3 7.1%	1 4.0%	1 5.6%	5 12.8%	1 4.2%	11 5.6%	3 6.7%	
他社との競争	9 2.5%	0 0.0%	2 11.8%	1 5.3%	1 12.5%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 3.7%	6 3.6%	1 2.0%	1 2.4%	1 4.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 1.5%	1 2.2%	
為替相場	7 1.9%	0 0.0%	1 5.9%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 8.3%	1 3.8%	2 3.7%	5 3.0%	1 2.0%	1 2.4%	1 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 1.0%	1 2.2%	
金融情勢	7 1.9%	3 15.8%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 8.3%	0 0.0%	0 0.0%	4 2.4%	1 2.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.6%	1 4.2%	3 1.5%	0 0.0%	
消費動向	29 8.0%	2 10.5%	2 11.8%	0 0.0%	3 37.5%	2 18.2%	0 0.0%	1 3.8%	7 13.0%	17 10.2%	2 4.1%	3 7.1%	0 0.0%	4 22.2%	2 5.1%	1 4.2%	12 6.1%	3 6.7%	
物価動向	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%	2 4.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 1.0%	0 0.0%	
株価動向	2 0.6%	1 5.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 8.3%	0 0.0%	0 0.0%	2 1.2%	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	7 1.9%	1 5.3%	1 5.9%	1 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.9%	3 1.8%	1 2.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 7.7%	0 0.0%	4 2.0%	1 2.2%	
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	2 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%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 8.3%	2 1.0%	0 0.0%	
輸出入動向	8 2.2%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	16 16.7%	2 7.7%	2 3.7%	2 3.6%	6 3.6%	1 2.0%	1 2.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 1.0%	0 0.0%	
価格競争	4 1.1%	0 0.0%	0 0.0%	1 5.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.9%	2 1.2%	1 2.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 4.2%	2 1.0%	0 0.0%	
規制緩和	4 1.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 12.5%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.6%	1 2.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.6%	1 4.2%	3 1.5%	0 0.0%	
親企業のリストラ・海外進出	5 1.4%	0 0.0%	0 0.0%	1 5.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.8%	0 0.0%	2 1.2%	0 0.0%	0 0.0%	2 8.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 4.2%	3 1.5%	0 0.0%	
環境問題	6 1.7%	0 0.0%	0 0.0%	1 5.3%	0 0.0%	1 9.1%	0 0.0%	1 3.8%	2 3.7%	5 3.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 4.2%	1 0.5%	0 0.0%	
その他	15 4.1%	1 5.3%	2 11.8%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 8.3%	1 3.8%	3 5.6%	8 4.8%	2 4.1%	1 2.4%	1 4.0%	1 5.6%	2 5.1%	0 0.0%	7 3.6%	0 0.0%	
(回答企業数)	363	19	17	19	8	11	12	26	54	166	49	42	25	18	39	24	197	45	
無回答	172	9	13	8	12	4	7	6	19	78	14	25	2	13	21	19	94	19	

### (3) 従業員規模別

プラス要因を従業員規模別に見ると、100人以上を除くすべての規模で「営業努力」の比率が最も高くなっている。100人以上の規模では、「新商品・新技術の開発」の比率が高くなっている。(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	224 61.7%	26 56.5%	29 53.7%	53 67.1%	29 63.0%	30 65.2%	43 68.3%	14 50.0%	0.0%
新商品・新技術の開発	142 39.1%	22 47.8%	23 42.6%	28 35.4%	17 37.0%	15 32.6%	22 34.9%	15 53.6%	0.0%
新事業の展開	72 19.8%	5 10.9%	9 16.7%	20 25.3%	7 15.2%	12 26.1%	15 23.8%	4 14.3%	0.0%
設備投資	45 12.4%	4 8.7%	6 11.1%	6 7.6%	7 15.2%	8 17.4%	10 15.9%	4 14.3%	0.0%
雇用情勢	9 2.5%	2 4.3%	1 1.9%	2 2.5%	0.0%	1 2.2%	3 4.8%	0.0%	0.0%
国際情勢	9 2.5%	1 2.2%	2 3.7%	0.0%	1 2.2%	2 4.3%	1 1.6%	2 7.1%	0.0%
国内景気	50 13.8%	6 13.0%	9 16.7%	7 8.9%	3 6.5%	9 19.6%	10 15.9%	6 21.4%	0.0%
地元景気	18 5.0%	4 8.7%	4 7.4%	3 3.8%	3 6.5%	2 4.3%	2 3.2%	0.0%	0.0%
他社との競争	9 2.5%	0.0%	3 5.6%	0.0%	1 2.2%	1 2.2%	4 6.3%	0.0%	0.0%
為替相場	7 1.9%	0.0%	4 7.4%	0.0%	0.0%	2 4.3%	0.0%	1 3.6%	0.0%
金融情勢	7 1.9%	1 2.2%	2 3.7%	3 3.8%	0.0%	0.0%	1 1.6%	0.0%	0.0%
消費動向	29 8.0%	3 6.5%	9 16.7%	3 3.8%	5 10.9%	3 6.5%	4 6.3%	2 7.1%	0.0%
物価動向	3 0.8%	0.0%	1 1.9%	0.0%	0.0%	0.0%	2 3.2%	0.0%	0.0%
株価動向	2 0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1 1.6%	1 3.6%	0.0%
地価動向	7 1.9%	1 2.2%	2 3.7%	3 3.8%	0.0%	1 2.2%	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	2 0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	1 2.2%	1 2.2%	0.0%	0.0%	0.0%
輸出入動向	8 2.2%	0.0%	1 1.9%	1 1.3%	1 2.2%	1 2.2%	3 4.8%	1 3.6%	0.0%
価格競争	4 1.1%	2 4.3%	0.0%	1 1.3%	0.0%	0.0%	0.0%	1 3.6%	0.0%
規制緩和	4 1.1%	0.0%	2 3.7%	2 2.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
親企業のリストラ・海外進出	5 1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1 2.2%	4 6.3%	0.0%	0.0%
環境問題	6 1.7%	2 4.3%	1 1.9%	0.0%	0.0%	1 2.2%	1 1.6%	1 3.6%	0.0%
その他	15 4.1%	3 6.5%	1 1.9%	5 6.3%	2 4.3%	2 4.3%	1 1.6%	0.0%	1 100.0%
(回答企業数)	363	46	54	79	46	46	63	28	1
無回答	172	39	35	37	16	19	17	8	1

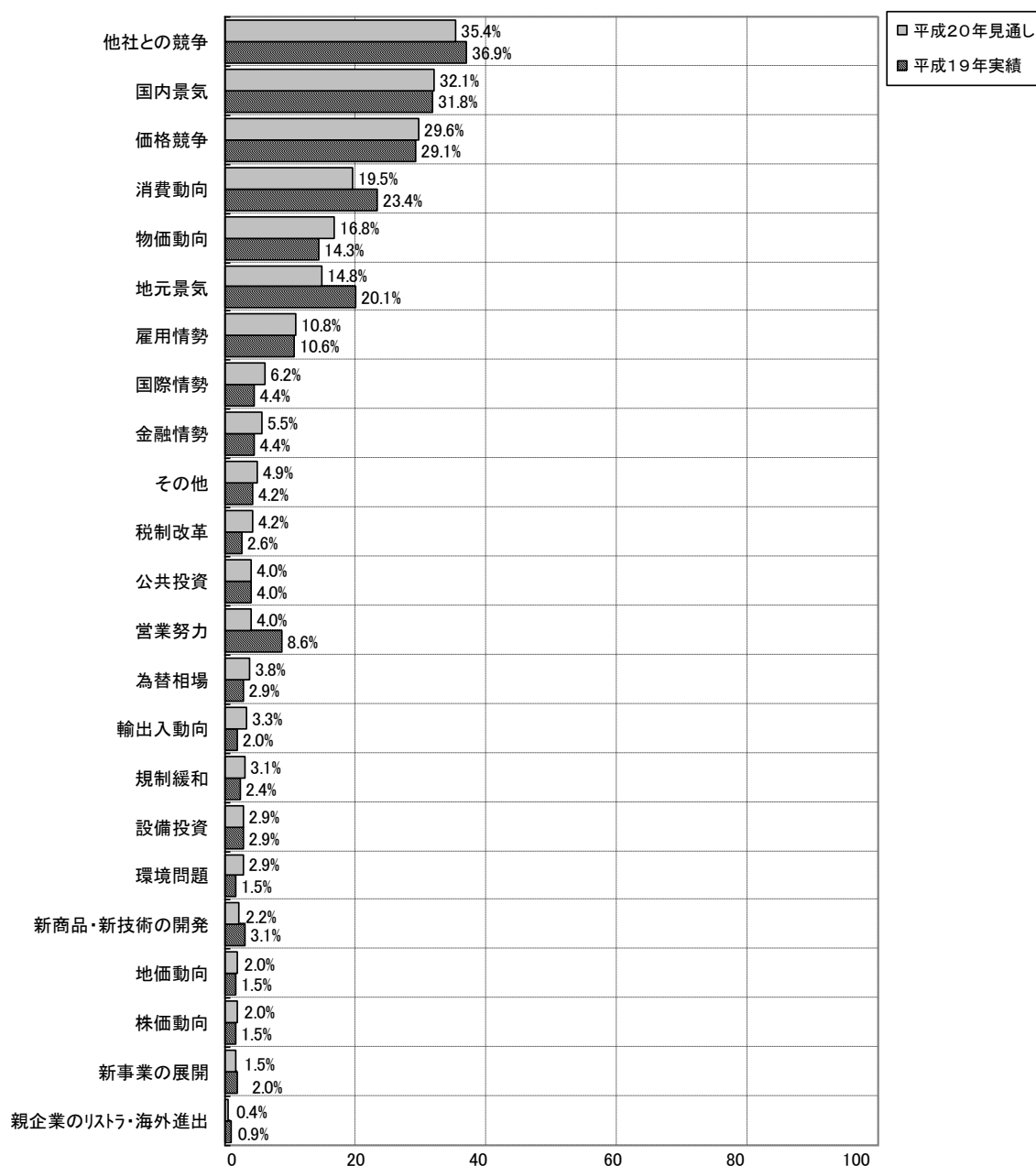
## 6. 平成20年の業績見通しに影響を与えると予想されるマイナス要因

● 実績と大きな変化はなく、「他社との競争」が厳しい見通し。

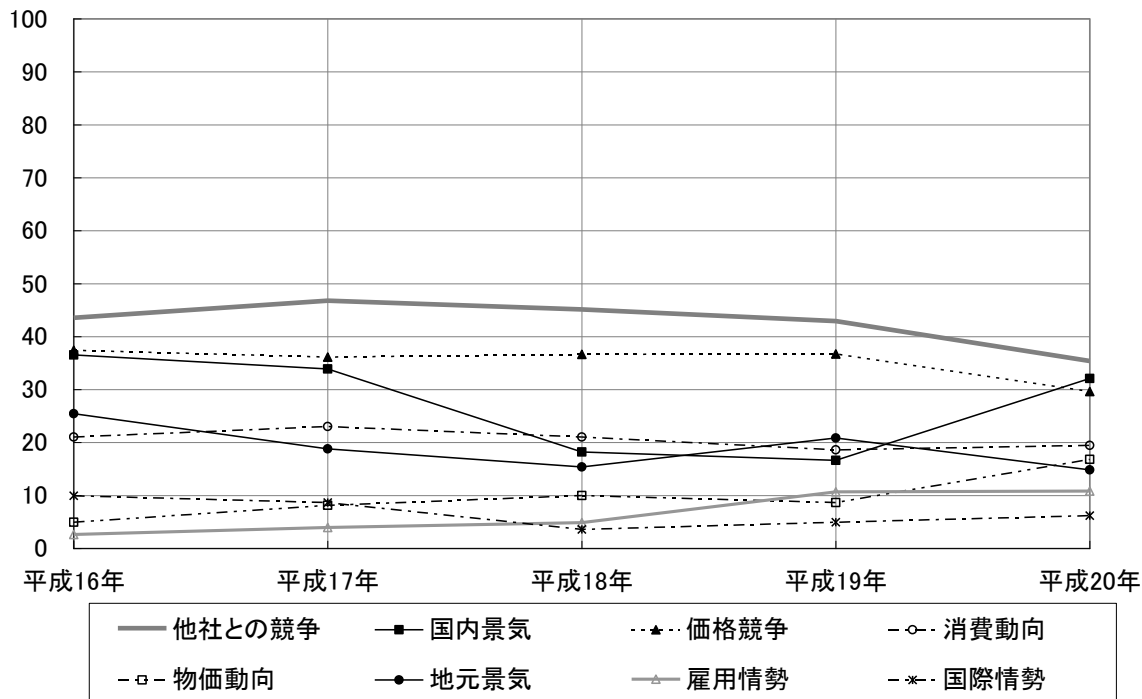
### (1) 全体

マイナス要因については、「他社との競争」(35.4%)の比率が最も高く、以下、「国内景気」(32.1%)、「価格競争」(29.6%)、「消費動向」(19.5%)の順で続いている。(図11・図12)

・図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



・ 図 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の推移 (抜粋)



## (2) 業種別

マイナス要因を業種別に見ると、比率が高いのは「国内景気」、「他社との競争」(ともに 6 業種)となった。比率が高い順は、「国内景気」では、窯業 (66.7%)、西陣 (56.5%)、飲食・宿泊 (44.0%) で、「他社との競争」では、建設 (52.5%)、サービス (50.0%)、印刷 (48.0%) の順となっている。染色は「消費動向」が 36.4%と最も高く、機械は「価格競争」が 48.4%で最も高くなっている。

観光関連では、「国内景気」と回答した企業が最も多く、28.9%となっている。(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					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	18 4.0%	2 0.0%	2 9.1%	2 8.0%	1 8.3%	0 0.0%	0 0.0%	2 6.5%	2 3.0%	9 4.4%	4 7.3%	2 3.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 7.5%	9 3.7%	0.0%
新商品・新技術 の開発	10 2.2%	1 0.0%	1 4.5%	1 4.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 6.5%	0 0.0%	4 1.9%	1 1.8%	3 5.5%	1 4.3%	0 0.0%	1 2.1%	0 0.0%	6 2.4%	0.0%
新事業の展開	7 1.5%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 3.2%	1 1.5%	10 1.0%	2 1.8%	1 3.6%	1 4.3%	1 4.0%	0 0.0%	5 2.0%	1 2.2%	
設備投資	13 2.9%	1 0.0%	1 4.5%	1 4.0%	0 0.0%	1 7.7%	0 0.0%	2 6.5%	0 0.0%	5 2.4%	2 3.6%	1 1.8%	2 8.7%	2 8.0%	1 2.1%	0 0.0%	8 3.3%	2 4.4%
雇用情勢	49 10.8%	0 0.0%	0 0.0%	8 32.0%	0 0.0%	1 7.7%	1 7.1%	2 6.5%	7 10.6%	19 9.2%	4 7.3%	3 5.5%	5 21.7%	3 12.0%	12 25.0%	3 7.5%	30 12.2%	4 8.9%
国際情勢	28 6.2%	0 0.0%	1 4.5%	2 8.0%	1 8.3%	1 7.7%	1 7.1%	2 6.5%	5 7.6%	13 6.3%	3 5.5%	4 7.3%	2 8.7%	2 8.0%	2 4.2%	2 5.0%	15 6.1%	5 11.1%
国内景気	145 32.1%	13 56.5%	5 22.7%	5 20.0%	8 66.7%	2 15.4%	5 35.7%	8 25.8%	26 39.4%	72 35.0%	15 27.3%	15 27.3%	9 39.1%	11 44.0%	12 25.0%	11 27.5%	73 29.7%	13 28.9%
地元景気	67 14.8%	5 21.7%	5 22.7%	5 20.0%	3 25.0%	1 7.7%	2 14.3%	2 6.5%	6 9.1%	29 14.1%	7 12.7%	9 16.4%	1 4.3%	4 16.0%	11 22.9%	6 15.0%	38 15.4%	6 13.3%
他社との競争	160 35.4%	7 30.4%	6 27.3%	12 48.0%	2 16.7%	5 38.5%	4 28.6%	13 41.9%	19 28.8%	68 33.0%	18 32.7%	18 32.7%	6 26.1%	5 20.0%	24 50.0%	21 52.5%	92 37.4%	11 24.4%
為替相場	17 3.8%	0 0.0%	1 4.5%	0 0.0%	0 0.0%	2 15.4%	2 14.3%	4 12.9%	3 4.5%	12 5.8%	3 5.5%	1 1.8%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.1%	0 0.0%	5 2.0%	1 2.2%
金融情勢	25 5.5%	1 4.3%	2 9.1%	2 8.0%	0 0.0%	1 7.7%	0 0.0%	2 6.5%	6 9.1%	14 6.8%	1 1.8%	3 5.5%	2 8.7%	0 0.0%	3 6.3%	2 5.0%	11 4.5%	1 2.2%
消費動向	88 19.5%	9 39.1%	8 36.4%	3 12.0%	3 25.0%	1 7.7%	0 0.0%	2 6.5%	17 25.8%	43 20.9%	14 25.5%	13 23.6%	3 13.0%	6 24.0%	5 10.4%	4 10.0%	45 18.3%	7 15.6%
物価動向	76 16.8%	4 17.4%	4 18.2%	2 8.0%	0 0.0%	3 23.1%	2 14.3%	5 16.1%	15 22.7%	35 17.0%	7 12.7%	11 20.0%	1 4.3%	8 32.0%	8 16.7%	6 15.0%	41 16.7%	11 24.4%
株価動向	9 2.0%	1 4.3%	0 0.0%	0 0.0%	1 8.3%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.2%	0 0.0%	3 1.5%	1 1.8%	3 5.5%	0 0.0%	1 4.0%	1 2.1%	0 0.0%	6 2.4%	1 2.2%
地価動向	9 2.0%	1 4.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.5%	1 1.8%	1 0.0%	0 0.0%	1 4.0%	4 8.3%	2 5.0%	8 3.3%	1 2.2%	
税制改革	19 4.2%	1 4.3%	1 4.5%	1 4.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.5%	4 1.9%	1 1.8%	4 7.3%	1 4.3%	4 16.0%	3 6.3%	2 5.0%	15 6.1%	2 4.4%
公共投資	18 4.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 16.7%	0 0.0%	1 7.1%	0 0.0%	1 1.5%	3 1.5%	0 0.0%	0 0.0%	2 8.7%	0 0.0%	2 4.2%	11 27.5%	15 6.1%	1 2.2%
輸出入動向	15 3.3%	0 0.0%	2 9.1%	0 0.0%	0 0.0%	2 15.4%	1 7.1%	1 3.2%	0 0.0%	6 2.9%	5 9.1%	3 5.5%	0 0.0%	1 4.0%	0 0.0%	0 0.0%	9 3.7%	0.0%
価格競争	134 29.6%	8 34.8%	6 27.3%	12 48.0%	3 25.0%	3 23.1%	5 35.7%	15 48.4%	18 27.3%	70 34.0%	14 25.5%	17 30.9%	3 13.0%	2 8.0%	13 27.1%	15 37.5%	64 26.0%	7 15.6%
規制緩和	14 3.1%	1 4.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 7.1%	0 0.0%	1 1.5%	3 1.5%	0 0.0%	6 10.9%	0 0.0%	0 0.0%	3 6.3%	2 5.0%	11 4.5%	1 2.2%
親企業のリストラ・ 海外進出	2 0.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 7.1%	0 0.0%	0 0.5%	1 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 4.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.4%	0.0%
環境問題	13 2.9%	0 0.0%	0 0.0%	1 4.0%	0 0.0%	1 7.7%	1 7.1%	1 3.2%	3 4.5%	7 3.4%	1 1.8%	0 0.0%	0 0.0%	3 12.0%	0 0.0%	2 5.0%	6 2.4%	2 4.4%
その他	22 4.9%	2 8.7%	1 4.5%	0 0.0%	2 16.7%	2 15.4%	4 28.6%	0 0.0%	3 4.5%	14 6.8%	2 3.6%	2 3.6%	1 4.3%	0 0.0%	2 4.2%	1 2.5%	8 3.3%	0.0%
（回答企業数）	452	23	22	25	12	13	14	31	66	206	55	55	23	25	48	40	246	45
無回答	83	5	8	2	8	2	5	1	7	38	8	12	4	6	12	3	45	10



### (3) 従業員規模別

マイナス要因を従業員規模別に見ると、「国内景気」が0～4人(33.8%)、5～9人(46.1%)で最も比率が高く、「価格競争」は20～29人(34.0%)で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」で最も比率が高くなっている。(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	18 4.0%	5 7.4%	4 5.3%	6 6.4%	1 1.9%	0 0.0%	1 1.4%	1 3.3%	0.0%
新商品・新技術の開発	10 2.2%	2 2.9%	2 2.6%	2 2.1%	0 0.0%	2 3.5%	1 1.4%	1 3.3%	0.0%
新事業の展開	7 1.5%	1 1.5%	0 0.0%	1 1.1%	1 1.9%	3 5.3%	1 1.4%	0 0.0%	0.0%
設備投資	13 2.9%	1 1.5%	1 1.3%	4 4.3%	2 3.8%	3 5.3%	2 2.8%	0 0.0%	0.0%
雇用情勢	49 10.8%	1 1.5%	6 7.9%	14 14.9%	6 11.3%	4 7.0%	14 19.4%	4 13.3%	0.0%
国際情勢	28 6.2%	6 8.8%	5 6.6%	4 4.3%	2 3.8%	1 1.8%	4 5.6%	5 16.7%	1 50.0%
国内景気	145 32.1%	23 33.8%	35 46.1%	24 25.5%	17 32.1%	17 29.8%	22 30.6%	6 20.0%	1 50.0%
地元景気	67 14.8%	22 32.4%	14 18.4%	13 13.8%	5 9.4%	5 8.8%	7 9.7%	1 3.3%	0.0%
他社との競争	160 35.4%	21 30.9%	22 28.9%	38 40.4%	17 32.1%	19 33.3%	29 40.3%	14 46.7%	0.0%
為替相場	17 3.8%	0 0.0%	1 1.3%	1 1.1%	2 3.8%	4 7.0%	4 5.6%	5 16.7%	0.0%
金融情勢	25 5.5%	2 2.9%	6 7.9%	4 4.3%	3 5.7%	3 5.3%	2 2.8%	5 16.7%	0.0%
消費動向	88 19.5%	20 29.4%	21 27.6%	15 16.0%	11 20.8%	5 8.8%	13 18.1%	2 6.7%	1 50.0%
物価動向	76 16.8%	9 13.2%	13 17.1%	15 16.0%	8 15.1%	9 15.8%	14 19.4%	8 26.7%	0.0%
株価動向	9 2.0%	1 1.5%	3 3.9%	1 1.1%	2 3.8%	1 1.8%	1 1.4%	0 0.0%	0.0%
地価動向	9 2.0%	1 1.5%	1 1.3%	3 3.2%	3 5.7%	1 1.8%	0 0.0%	0 0.0%	0.0%
税制改革	19 4.2%	4 5.9%	2 2.6%	3 3.2%	0 0.0%	5 8.8%	4 5.6%	1 3.3%	0.0%
公共投資	18 4.0%	3 4.4%	2 2.6%	4 4.3%	4 7.5%	3 5.3%	1 1.4%	1 3.3%	0.0%
輸出入動向	15 3.3%	1 1.5%	4 5.3%	2 2.1%	0 0.0%	3 5.3%	4 5.6%	1 3.3%	0.0%
価格競争	134 29.6%	15 22.1%	22 28.9%	35 37.2%	18 34.0%	15 26.3%	21 29.2%	8 26.7%	0.0%
規制緩和	14 3.1%	5 7.4%	5 6.6%	1 1.1%	0 0.0%	1 1.8%	2 2.8%	0 0.0%	0.0%
親企業のリストラ・海外進出	2 0.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.8%	0 0.0%	1 3.3%	0.0%
環境問題	13 2.9%	0 0.0%	3 3.9%	3 3.2%	0 0.0%	4 7.0%	3 4.2%	0 0.0%	0.0%
その他	22 4.9%	4 5.9%	2 2.6%	4 4.3%	3 5.7%	2 3.5%	4 5.6%	2 6.7%	1 50.0%
(回答企業数)	452	68	76	94	53	57	72	30	2
無回答	83	17	13	22	9	8	8	6	

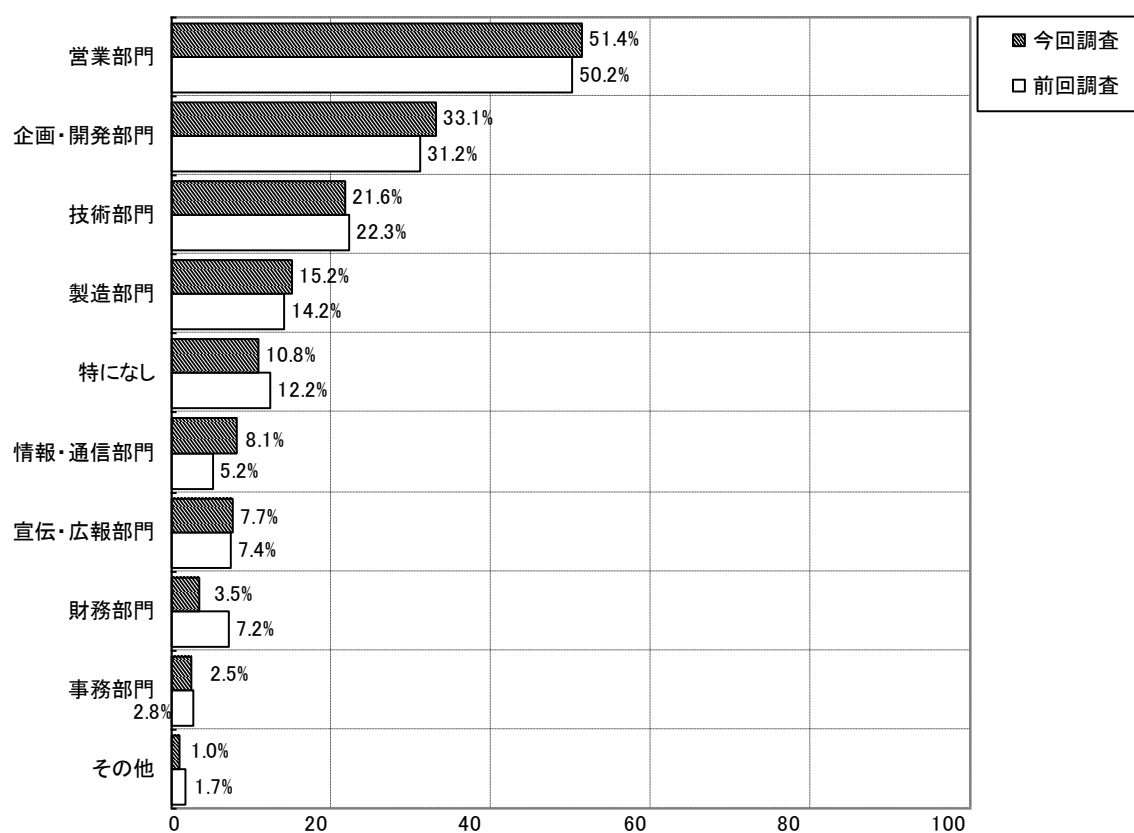
## 7. 今後、拡充・強化する部門

● 約半数が「営業部門」を拡充・強化する部門としている。

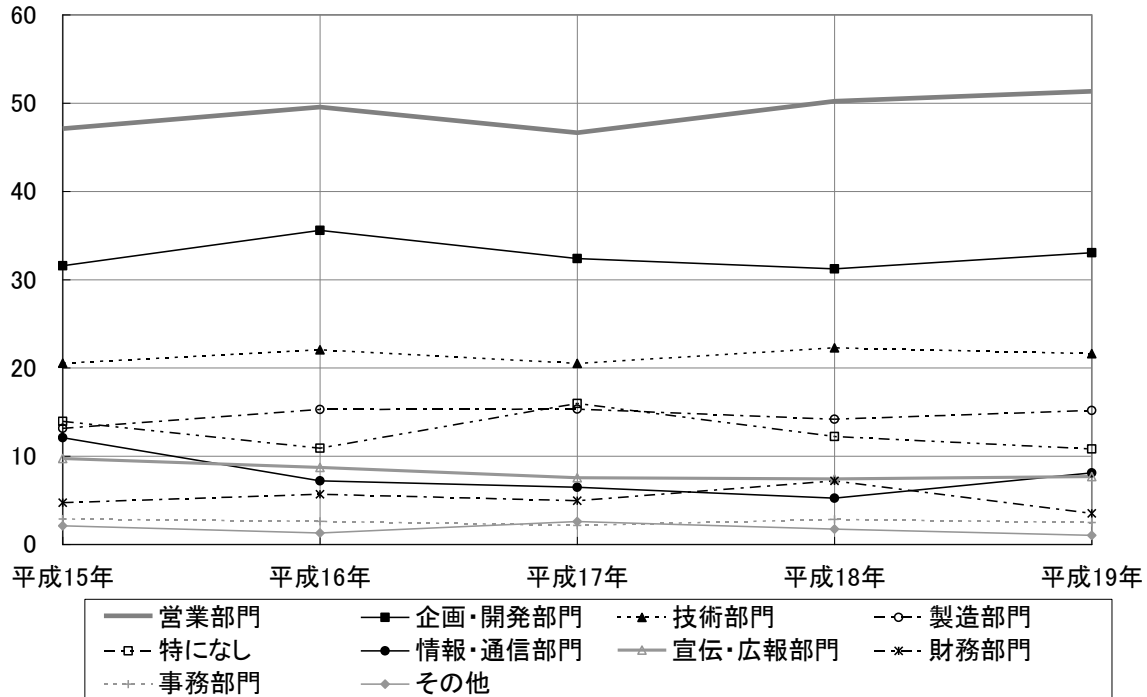
### (1) 全体

今後、拡充・強化する部門としては、「営業部門」(51.4%)が最も多く、「企画・開発部門」(33.1%)、「技術部門」(21.6%)が続いている。(図13・図14)

・ 図13. 拡充・強化する部門



・図 14. 拡充・強化する部門の推移



(2) 業種別

業種別に見ると、製造業においては、西陣、染色が「企画・開発部門」、化学、機械が「技術部門」、金属が「製造部門」で、残りの3業種が「営業部門」の比率が高くなっている。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。情報通信では、「企画・開発部門」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									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		
事務部門	12 2.5%	0	0	1	0	0	0	0	3	4	0	4	1	2	1	8	3	
財務部門	17 3.5%	2	0	2	0	1	0	0	3	8	0	1	1	3	1	9	4	
営業部門	247 51.4%	10	8	14	7	6	4	12	28	89	45	32	12	13	31	25	158	
企画・開発部門	159 33.1%	13	9	10	1	6	4	7	26	76	24	19	14	6	11	9	83	
宣伝・広報部門	37 7.7%	0	2	2	2	0	0	1	5	12	1	6	8	7	3	25	10	
情報・通信部門	39 8.1%	0	4	8	6	0	0	3	11	5	8	9	11	2	6	5	26	
技術部門	104 21.6%	2	8	3	5	8	9	19	9	63	3	2	11	2	10	13	41	
製造部門	73 15.2%	8	3	5	5	1	11	11	17	59	2	4	1	2	1	4	14	
特になし	52 10.8%	3	3	1	4	1	3	2	11	28	5	5	2	4	7	1	24	
その他	5 1.0%	0	0	1	0	0	0	1	2	2	2	0	1	0	0	3	0.0%	
(回答企業数)	481	23	24	25	16	14	19	31	70	222	57	55	27	28	52	40	259	
無回答	54	5	6	2	4	1		1	3	22	6	12		3	8	3	32	

### (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	12 2.5%	0	1 1.3%	1 1.0%	3 5.3%	2 3.2%	5 6.3%	0	0.0%
財務部門	17 3.5%	1 1.6%	3 3.8%	5 4.8%	1 1.8%	1 1.6%	4 5.0%	1 2.9%	1 50.0%
営業部門	247 51.4%	30 47.6%	30 38.5%	58 55.8%	33 57.9%	32 51.6%	46 57.5%	16 45.7%	2 100.0%
企画・開発部門	159 33.1%	14 22.2%	29 37.2%	35 33.7%	15 26.3%	22 35.5%	31 38.8%	13 37.1%	0
宣伝・広報部門	37 7.7%	10 15.9%	7 9.0%	10 9.6%	4 7.0%	2 3.2%	4 5.0%	0	0.0%
情報・通信部門	39 8.1%	8 12.7%	13 16.7%	6 5.8%	1 1.8%	3 4.8%	6 7.5%	2 5.7%	0
技術部門	104 21.6%	8 12.7%	12 15.4%	19 18.3%	12 21.1%	19 30.6%	19 23.8%	15 42.9%	0
製造部門	73 15.2%	6 9.5%	7 9.0%	12 11.5%	13 22.8%	14 22.6%	14 17.5%	7 20.0%	0
特になし	52 10.8%	14 22.2%	12 15.4%	11 10.6%	5 8.8%	6 9.7%	3 3.8%	1 2.9%	0
その他	5 1.0%	0	3 3.8%	1 1.0%	0	1 1.6%	0	0	0.0%
(回答企業数)	481	63	78	104	57	62	80	35	2
無回答	54	22	11	12	5	3		1	

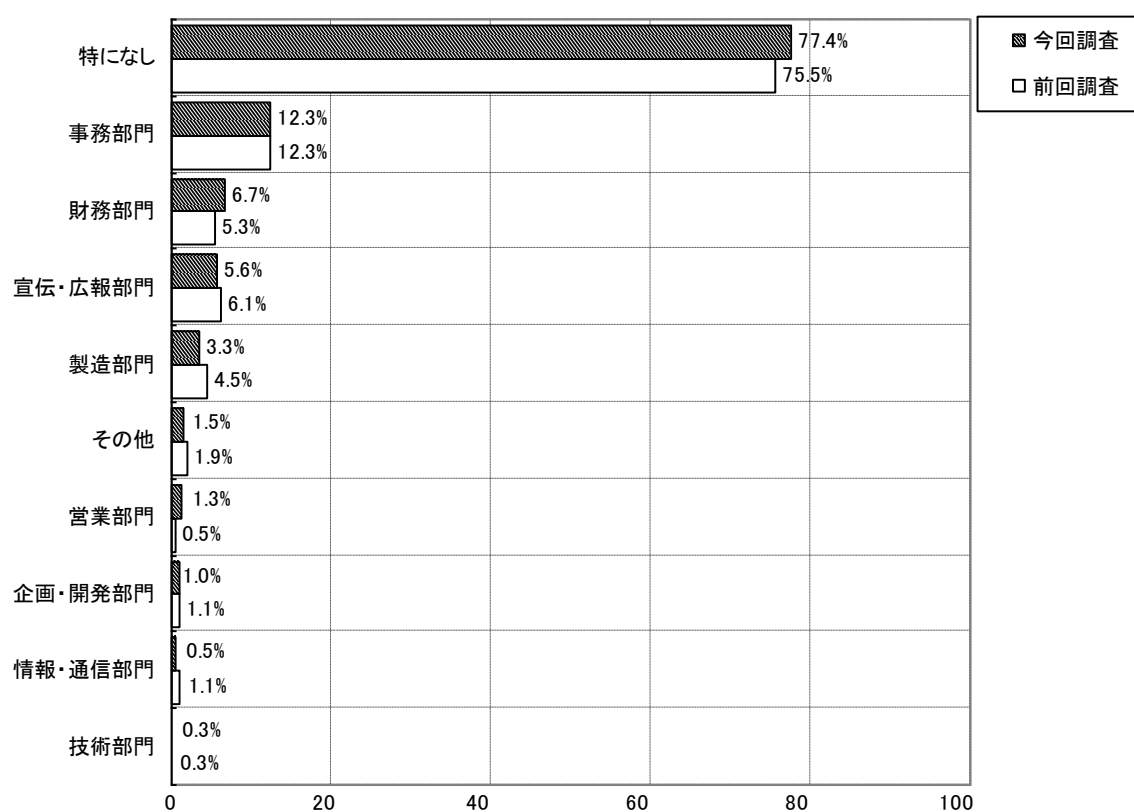
## 8. 今後、削減・縮小する部門

● 削減・縮小する部門としては、7割が「特になし」を選択。

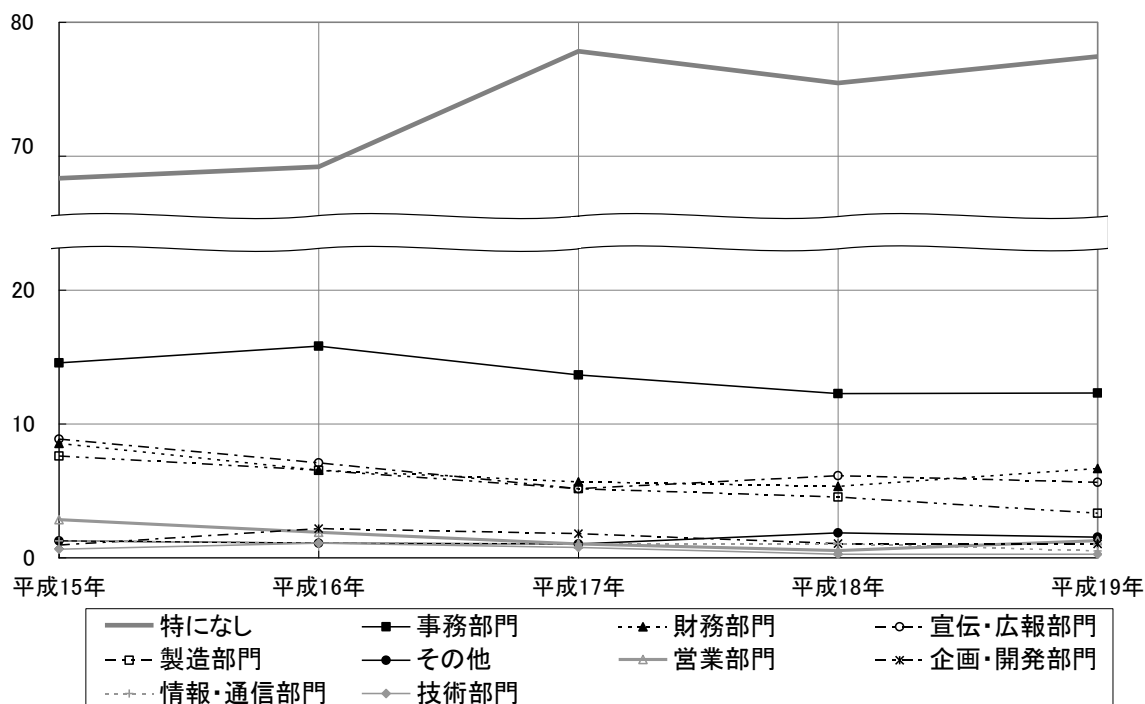
### (1) 全体

今後、削減・縮小する部門としては、「特になし」の比率が77.4%と圧倒的に高くなっている。以下、「事務部門」(12.3%)、「財務部門」(6.7%)の順となっている。(図15・図16)

・図15. 削除・縮小する部門



・図 16. 削除・縮小する部門の推移



(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。金属においては100.0%で、化学、情報通信でも90%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い。(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	48 12.3%	3 18.8%	3 16.7%	2 13.3%	1 6.7%	1 8.3%	0.0%	2 7.1%	5 8.6%	17 9.7%	8 15.4%	5 11.9%	2 10.0%	2 8.0%	4 10.0%	10 27.8%	31 14.4%	4 8.9%
財務部門	26 6.7%	2 12.5%	1 5.6%	0.0%	1 6.7%	1 8.3%	0.0%	1 3.6%	2 3.4%	8 4.6%	4 7.7%	6 14.3%	0.0%	2 8.0%	3 7.5%	3 8.3%	18 8.4%	1 2.2%
営業部門	5 1.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1 1.7%	1 0.6%	1 1.9%	0.0%	0.0%	1 4.0%	2 5.0%	0.0%	4 1.9%	0.0%
企画・開発部門	4 1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1 3.6%	0.0%	1 0.6%	1 0.0%	0.0%	0.0%	1 4.0%	2 5.0%	0.0%	3 1.4%	1 2.2%
宣伝・広報部門	22 5.6%	1 6.3%	1 5.6%	2 13.3%	0.0%	0.0%	0.0%	1 3.6%	1 1.7%	6 3.4%	1 1.9%	6 14.3%	0.0%	3 12.0%	3 7.5%	3 8.3%	16 7.4%	7 15.6%
情報・通信部門	2 0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1 1.7%	1 0.6%	1 0.0%	1 2.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1 0.5%	1 2.2%
技術部門	1 0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0 0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1 2.8%	1 0.5%	0.0%
製造部門	13 3.3%	1 6.3%	0.0%	4 26.7%	1 6.7%	0.0%	0.0%	1 3.6%	2 3.4%	9 5.1%	1 1.9%	0.0%	0.0%	0.0%	2 5.0%	1 2.8%	4 1.9%	1 2.2%
特になし	302 77.4%	11 68.8%	14 77.8%	10 66.7%	13 86.7%	11 91.7%	100.0%	13 82.1%	23 86.2%	50 82.9%	43 82.7%	25 59.5%	18 90.0%	19 76.0%	29 72.5%	23 63.9%	157 73.0%	22 48.9%
その他	6 1.5%	0.0%	0.0%	0.0%	1 6.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1 0.6%	0.0%	3 7.1%	0.0%	1 4.0%	1 2.5%	0.0%	5 2.3%	0.0%
(回答企業数)	390	16	18	15	15	12	13	28	58	175	52	42	20	25	40	36	215	45
無回答	145	12	12	12	5	3	6	4	15	69	11	25	7	6	20	7	76	12

### (3) 従業員規模別

従業員規模別に見ても、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	49 12.3%	4 6.8%	9 13.8%	10 11.9%	4 8.9%	9 16.4%	9 16.1%	3 12.5%	0.0%
財務部門	26 6.7%	7 11.9%	5 7.7%	5 6.0%	1 2.2%	4 7.3%	2 3.6%	2 8.3%	0.0%
営業部門	5 1.3%	1 1.7%	2 3.1%	1 1.2%	0.0%	0.0%	1 1.8%	0.0%	0.0%
企画・開発部門	4 1.0%	0.0%	1 1.5%	1 1.2%	0.0%	0.0%	2 3.6%	0.0%	0.0%
宣伝・広報部門	22 5.6%	3 5.1%	2 3.1%	5 6.0%	6 13.3%	1 1.8%	5 8.9%	0.0%	0.0%
情報・通信部門	2 0.5%	1 1.7%	1 1.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
技術部門	1 0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1 1.8%	0.0%	0.0%
製造部門	13 3.3%	0.0%	2 3.1%	5 6.0%	3 6.7%	0.0%	3 5.4%	0.0%	0.0%
特になし	302 77.4%	48 81.4%	48 73.8%	63 75.0%	33 73.3%	46 83.6%	41 73.2%	21 87.5%	2 100.0%
その他	6 1.5%	1 1.7%	4 6.2%	1 1.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
(回答企業数)	390	59	65	84	45	55	56	24	2
無回答	145	26	24	32	17	10	24	12	

## 9. 平成20年に向けての経営全般における独自の取組や工夫

平成20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	既製生地素材を他業種に展開したい。
	リピート性の高い仕事だけに、どの様なご要望にも応える体制作りと即応の為に全社一丸の取組みをしている。
	現在取組んでいる新技法による袷縹地の完成。
	問屋、小売屋に遠慮しないで、積極的に販売していく。
	通常の顧客だけではなく、新しく異業種との交流を深めて行きたい。

染色	品質、納期でオンリーワンを目指す。
	意匠面での開発。
	当社独自の販売ルートの開拓や受注の在り方を考える。
	原油を発信源とする価格上昇に、如何に対応するか集中したい。
	設備投資の拡充。

印刷	紙の媒体にだけに因われるのではなく、情報を伝えるという意識で仕事に取り組んで行きたい。(デジタル媒体、通信媒体)
	省力化を図り、商品を早期納了する。営業努力や他社よりサービスを良くし、顧客の要望を聞いて、それに対応する。
	良い人材の確保が望まれますが、コスト等もかかってくるので、今の人材で向上するよう教育をする。速く丁寧に仕上げていけるように。

窯業	新商品の開発に取り組んでいく。
	新素材、新技術開発が進み、次は営業部門の強化に注力している。
	重点主義を貫く、売上の見込める部門に注力。

化学	新製品の市場への投入による売上増と、新たな製品開発により市場拡大をめざす。
	ISO14001への取り組み。(改善)
	海外貿易を主とする営業活動。(HPの充実等を含む)
	原油の高騰による原材料の値上りが著しく、製造原価を抑えるためにも在庫管理を徹底し、在庫の削減に努める。

金属	得意先のニーズの先を行く提案型の受注をしていけるように取組む。
	展示会等への出展。当社技術のPR(ホームページの充実)。KES-2認証取得。若手人材の確保。
	当社の特殊な技術を活かせる事を考えたい。
	事業革新活動。開発中の物を商品化する。

機械	海外向け(特に中国)の受注が多いので、国内向けの得意先に力を入れて行きたい。
	異業種の方との交流、大手メーカーから独自に出来る物作りを。
	1. 人材教育と若手の採用(大学、高校とのインターンシップ制採用)。 2. 生産性の向上(ITの推進とワンプラットフォーム方式による効率生産の結果での短納期化)。
	産学連携による新製品開発、人財活用、販路拡大・強化、生産性向上など。



その他の製造	物流の改革・統合。生産性の向上。人材確保。
	グループ内に研究開発、オーダーメイド対応から量産までの体制を整えることで、全体として高付加価値及び比較的競争の少ない商品・分野へシフトしていく。
	単年度計画ではなく、中期計画（3ヶ年）として、レンジを拡げて計画を作成する。
	Q・C・Dに向けた社員の意識改革。
	平成20年6月頃に、本社でISO14001を認証取得予定。
	自社開発の製品の向上（既存製品はブラッシュアップと新規の開発）を進め、マーケティングを展開する。特にネット通販で発信し、リアルな営業も新規開拓を行い、製品と自社のブランド構築を積極的に推進する。
	60歳を迎える人の投入の仕方。

卸売	企画の一層の強化と営業面での積極的努力をしたい。
	情報の細分化による商品開発あるのみ（独自創作に専念）。
	・インターネットによる情報発信を質・量とも増加させる。
	・企画・商品開発により力を入れる。
	・通信販売部門（卸・小売とも）により力を入れる。
	他市への店舗展開。
	東京での展示会などのショーに積極出展。
卸売業を中心としたサービス提供能力の強化。自社ブランド商品の確立。	
自社特徴（新商品）を生かす商品作りを心掛け、他社との競合品を作らない。付加価値のある商品作り	
に今までのノウハウを生していく。	

小売	既存の顧客のキャバが下降している中、新規販売先を開拓して行く以外にない。
	清水焼という斜陽伝統工芸品を取扱っているため、常に危機感を持っているが、観光地という立地を活かして「体験工房」を開設（以前にもやっていた）する。また、大手ホテル等と連携し一日中工房を貸し切り、インストラクター（職人）が密着して指導するというスタイルで陶芸造りを体験して頂く、という事業を来春から実施する計画を今進めている。
	書籍のマーケットが学生数減少により小さくなっていく傾向の中で、営業力を付けて他社との競争をしながら顧客を開拓すること。
	国内外からの観光客に目を向け、何をもとめているか、また何をすべきか、何が出来るのかを考え中。（おみやげ物、町家レンタル業マネジメントなど）
	個展を昨年より多く開催をして、多くのダイレクトメールを配りアピールする。
	錦市場で食品の販売ですが、安心・安全で「おいしさ」に自信の有るものを販売していきたい。錦ブランドとしてはずかしくない物を。
	サポート料の価格獲得。インターネット販売。

情報通信	営業チャネル拡大とパッケージソフトの販売（自社製）。
	既存ビジネスにおける収益体質改善・既存ビジネスの海外売上拡大、新規商品の開発。
	自社の強みを生かした新分野への展開のため、大学研究室との協力を進める。
	JASAより委託を受けて開催している公認情報セキュリティ監査人研修や医療制度改正対応のシステム構築等の取組を実施する。
	中途採用を積極的に行い、人材の確保に努める。
中国人活用及び進出に注力中。	

飲食・宿泊	人材の育成（全社員のレベルの引上げ）。
	インターネットの活用。新規事業との奏上効果。勤務時間帯の見直しによる省力化。
	・外人観光客誘致 ・修学旅行、団体旅行誘致
	人材確保が困難な状況、温暖化による長い夏期の売り上げ減少により、地方への販売、促進に力を入れる。
	インバウンド客を引き続きセールスの第一に置く。

サービス	営業力強化の為の人的投資・育成再教育。
	コスト・パフォーマンスの改善。
	今までの取引先を大事に対応し、それに加え他企業を紹介してもらうよう努力する。利益が出るように会社内部での経費を削減しているが、もっと節約出来るか調査をして努力する。
	共同配送，共同センターの促進。
	デザインを印刷や映像といったメディアのみに止めないで，広告全般にまで拡げて広告戦略を行っていく。
	京都に固執せず地方にも目を向ける。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・地方からの移住，住みかえ並びに短期滞在型住居の提供</li> <li>・外国人居住支援</li> </ul>

建設	人材育成，仕事に対する意識の向上について，社外での教育も含めて取組んでいきたい。会社の質，ベースをきっちりとしたものにしたい。
	1. 営業努力。 2. 親切，感謝の気持で仕事に取り組む姿勢を忘れず，社員全員で前向きに行く事。
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人材育成を推進。</li> <li>・経費を見直し，ムダを省く。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・利益のある現場から受注する。</li> <li>・基盤の強力な得意先を積極的に営業をする。</li> <li>・すべての面を見直して実行する。</li> </ul>
	直需比率を高める努力を全社的に継続してゆく。顧客への提案活動に一層力を注ぐ。