

平成 20 年の企業経営実績と平成 21 年の業績見通しについて (第 89 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、今回の付帯調査は、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 20 年 12 月
- ・ 調査対象期間 平成 20 年 10 月～12 月期 (3 箇月実績) / 平成 21 年 1～3 月期 (3 箇月見通し)
- ・ 調査方法 郵送アンケート
- ・ 回収状況 製造業 380 社, 非製造業 420 社, 計 800 社に対しアンケートを送付。498 社が回答 (回収率 62.3%)。

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 | 238 (47.8) | 非製造業 | 260 (52.2) |
| 西陣 | 26 (5.2) | 卸売 | 64 (12.9) |
| 染色 | 25 (5.0) | 小売 | 57 (11.4) |
| 印刷 | 24 (4.8) | 情報通信 | 23 (4.6) |
| 窯業 | 19 (3.8) | 飲食・宿泊 | 28 (5.6) |
| 化学 | 23 (4.6) | サービス | 50 (10.0) |
| 金属 | 24 (4.8) | 建設 | 38 (7.6) |
| 機械 | 30 (6.0) | 不明 | 0 (0.0) |
| その他の製造 | 67 (13.5) | 合 計 | 498 (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/soshiki/7-1-1-0-0_6.html

| | | |
|---|--------------------------------|----|
| 1 | 平成20年の企業経営実績（平成19年企業経営実績との比較） | 3 |
| 2 | 平成21年の業績見通し（平成20年実績との比較） | 7 |
| 3 | 平成20年の実績に影響したプラス要因 | 10 |
| 4 | 平成20年の実績に影響したマイナス要因 | 14 |
| 5 | 平成21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21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21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20年の企業経営実績（平成19年企業経営実績との比較）

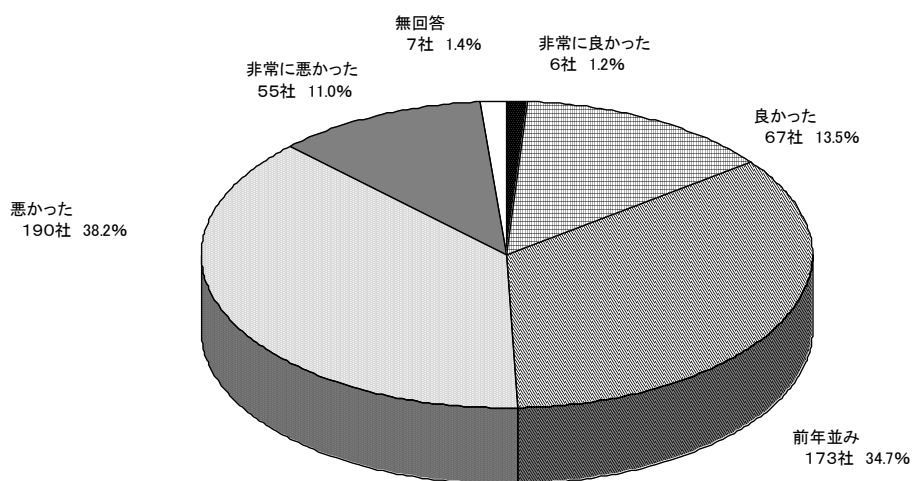
● 経営実績は悪化とした企業が全体の約半数を占める。

(1) 全体

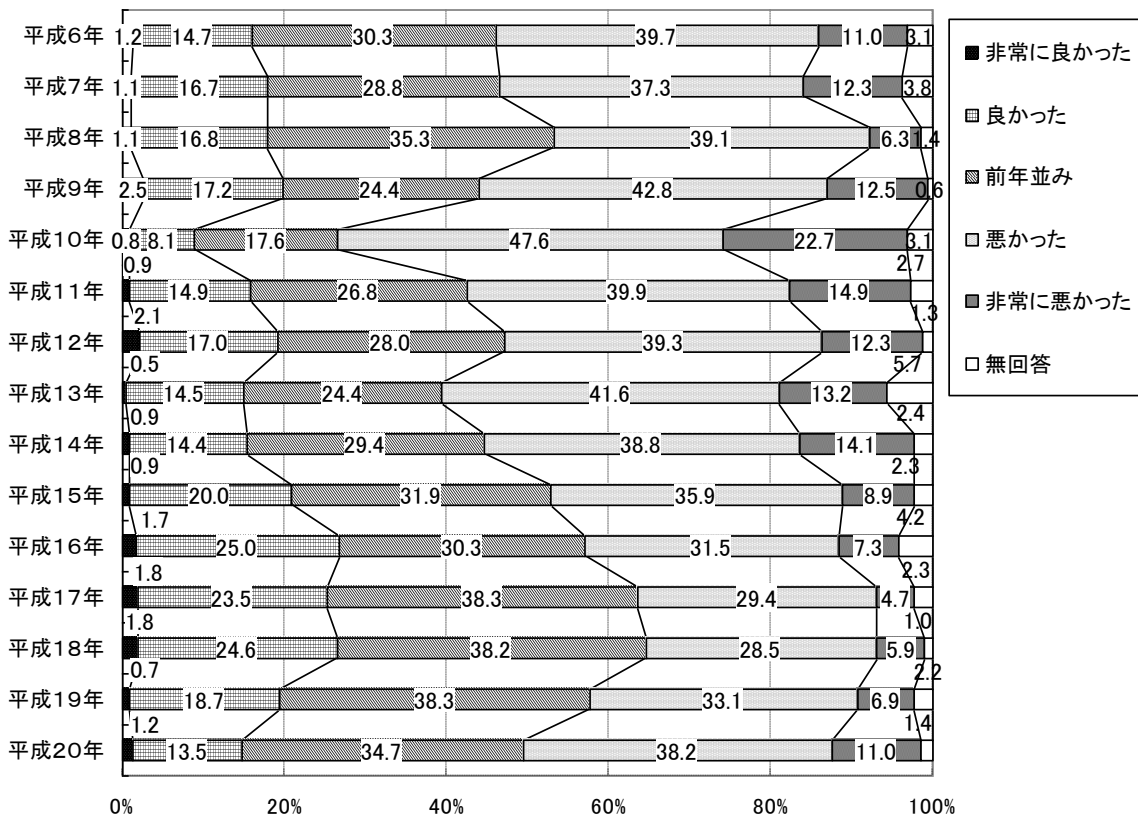
平成20年の企業経営実績について、平成19年企業経営実績との比較で尋ねたところ、「悪かった」(38.2%)の比率が最も高く、「前年並み」(34.7%)がそれに続いた。

「悪かった」と「非常に悪かった」(11.0%)の合計比率が半数近くを占め、ここ数年横ばい傾向にあった「前年並み」及び「良かった」(13.5%)を押し下げる結果となった。(図1・図2)

・図1. 平成20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20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6社あり、製造業では印刷と化学、機械が各1社及びその他の製造で2社、非製造業ではサービス1社となった。「良かった」の比率が最も高いのは、金属（29.2%）で、以下、西陣（23.1%）、情報通信（21.7%）、染色（20.0%）の順となった。「船舶、重電機器がわりあい好調だったため」（南区/金属）、「広範囲における販売と注文生産へのシフト」（上京区/西陣）、「新商品の開発による新規先の増加」（右京区/染色）と、関連業界の好調という外部要因、自社の積極的な営業や商品開発の努力で業績の向上に繋げている。

「悪かった」の比率が最も高い業種は、飲食・宿泊（53.6%）で、以下、西陣（50.0%）、化学（47.8%）、建設（44.7%）の順となった。西陣においては、「非常に悪かった」の比率が23.1%であり、「悪かった」の50.0%と合わせて7割強が前年より悪かったとしているが、一方で、一部の企業が「良かった」を選択していることから、2極化の傾向にある。飲食・宿泊においては、「景気の悪化と競争激化による売上減」（中京区/飲食・宿泊）、「うなぎの偽装表示事件以来の不祥事で、外食関係が50%マイナス」（下京区/飲食・宿泊）と、冷え込む景況感と相次ぐ食品偽装事件に影響され、客足は伸びず厳しい状況となった。他の業種でも、「売上に占める輸出のウエイトが65%の現況下において、円高に推移していること。現在、仕入の材料価格が原油高騰時のものであること（仕入の70%が石油関連）。主力輸出先がアメリカであり、

アメリカの消費不足の影響で売上が減少していることが要因」(山科区/化学),「建築基準法の改正・景観によるマイナス効果の進行に加え,世界同時金融不安等の発生が追打ちをかけている」(中京区/建設)と,原油価格の変動に伴う売価のタイムラグや世界的な構造不況に影響を受け,業績が悪化している。

「前年並み」の比率が最も高い業種は,サービス(48.0%)で,以下,情報通信(47.8%),印刷(45.8%),その他の製造(40.3%)の順となっている。

観光関連では,「前年並み」の比率が42.9%と最も高くなっている。(表1)

・表1. 平成20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 | 6 1.2% | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 2 | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| 良かった | 67 13.5% | 6 | 5 | 2 | 2 | 4 | 7 | 3 | 9 | 38 | 9 | 6 | 5 | 2 | 4 | 3 | 29 | 6 |
| 前年並み | 173 34.7% | 1 | 6 | 11 | 7 | 5 | 8 | 10 | 27 | 75 | 23 | 20 | 11 | 7 | 24 | 13 | 98 | 18 |
| 悪かった | 190 38.2% | 13 | 10 | 8 | 4 | 11 | 6 | 10 | 24 | 86 | 25 | 24 | 6 | 15 | 17 | 17 | 104 | 12 |
| 非常に悪かった | 55 11.0% | 6 | 4 | 1 | 5 | 1 | 3 | 6 | 4 | 30 | 6 | 6 | 1 | 3 | 4 | 5 | 25 | 4 |
| 無回答 | 7 1.4% | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 4 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 3 | 2 |
| (回答企業数) | 498 | 26 | 25 | 24 | 19 | 23 | 24 | 30 | 67 | 238 | 64 | 57 | 23 | 28 | 50 | 38 | 260 | 42 |

(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、20～29人(20.0%)となり、10～19人(18.4%)、30～49人(16.9%)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(62.1%)となり、以下、0～4人(56.0%)、10～19人(51.7%)の順となった。

「前年並み」の比率が最も高い規模は、50～99人(53.3%)で、以下100人以上(41.7%)、0～4人(38.7%)の順となった。(表2)

・表2. 平成20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 | 6 1.2% | 0.0% | 1.1% | 0.9% | 0.0% | 3.1% | 1.7% | 2.8% | 0.0% |
| 良かった | 67 13.5% | 5.3% | 12.6% | 17.5% | 20.0% | 13.8% | 10.0% | 13.9% | 0.0% |
| 前年並み | 173 34.7% | 38.7% | 23.0% | 28.1% | 35.0% | 36.9% | 53.3% | 41.7% | 0.0% |
| 悪かった | 190 38.2% | 38.7% | 43.7% | 41.2% | 31.7% | 40.0% | 28.3% | 36.1% | 100.0% |
| 非常に悪かった | 55 11.0% | 17.3% | 18.4% | 10.5% | 11.7% | 3.1% | 5.0% | 5.6% | 0.0% |
| 無回答 | 7 1.4% | 0.0% | 1.1% | 1.8% | 1.7% | 3.1% | 1.7% | 0.0% | 0.0% |
| (回答企業数) | 498 | 75 | 87 | 114 | 60 | 65 | 60 | 36 | 1 |

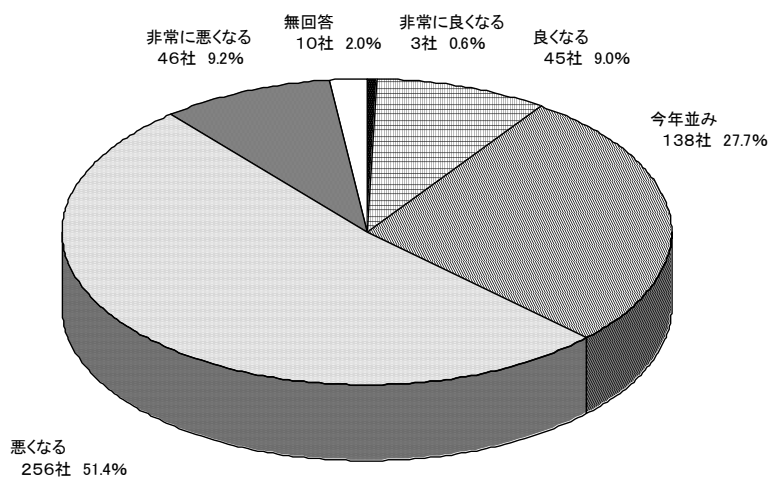
2. 平成21年の業績見通し（平成20年実績との比較）

● 半数以上が「悪くなる」見通しを選択。前年より20ポイント以上増加。

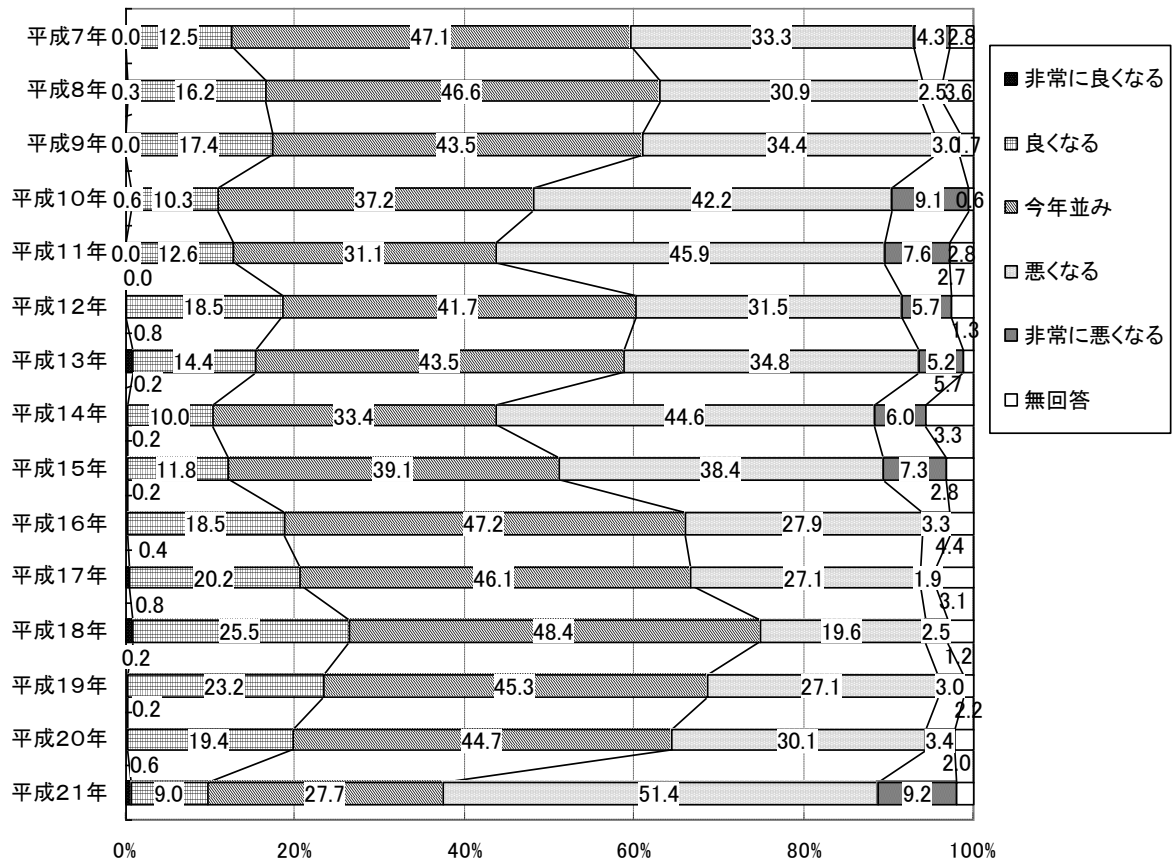
(1) 全体

平成21年の業績見通しについて、平成20年実績との比較で尋ねたところ、「悪くなる」(51.4%)の比率が最も高く、「今年並み」(27.7%)、「非常に悪くなる」(9.2%)が続いている。前回調査と比較すると、「良くなる」(9.0%)が10.4ポイント、「今年並み」が17.0ポイント減少しており、「悪くなる」及び「非常に悪くなる」に移行している。全体の業績見通しとしては、過半数が「悪くなる」としており、平成18年の業績見通しから「悪くなる」が右肩上がりに増加する傾向となっている。(図3・図4)

・図3. 平成21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21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 (17.4%) で、以下、建設 (15.8%)、窯業 (10.5%) の順となった。「Web による販売の開始により売上増の見込み」(南区/情報通信)、「新素材開発に成功。目下、製品化及び販売営業に力を入れている」(伏見区/窯業) など、自社の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、機械 (60.0%) で、以下、金属 (58.3%)、窯業 (57.9%)、飲食・宿泊 (57.1%) が続いている。「得意先の設備投資意欲の減衰が予測されるため」(伏見区/機械)、「航空機関係は上向きだが、他の産機関係が一斉にダウン」(南区/金属)、「自動車を始めとする各業界の景気後退が予測されるため」(南区/窯業)、「景気回復の見込みなし」(東山区/飲食・宿泊) など、景気後退による売上の減少予測や景況感の回復の兆しが全く見えないことから、悲観的な回答となっている。

「今年並み」の比率が最も高い業種は、その他の製造 (35.8%) で、以下、サービス (34.0%)、染色 (32.0%) となっている。

観光関連では、「悪くなる」の比率が42.9%と最も高くなっている。(表3)

・表3. 平成21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 | 3 0.6% | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 2 | 1 | |
| 良くなる | 45 9.0% | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 7 | 19 | 6 | 5 | 4 | 2 | 3 | 6 | 4 | |
| 今年並み | 138 27.7% | 8 | 8 | 7 | 3 | 6 | 2 | 7 | 24 | 65 | 20 | 13 | 7 | 6 | 17 | 10 | 73 | |
| 悪くなる | 256 51.4% | 13 | 11 | 13 | 11 | 13 | 14 | 18 | 28 | 121 | 33 | 32 | 11 | 16 | 26 | 17 | 135 | |
| 非常に悪くなる | 46 9.2% | 3 | 5 | 0 | 2 | 1 | 7 | 3 | 5 | 26 | 5 | 6 | 1 | 2 | 2 | 4 | 20 | |
| 無回答 | 10 2.0% | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 3 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 2 | |
| (回答企業数) | 498 | 26 | 25 | 24 | 19 | 23 | 24 | 30 | 67 | 238 | 64 | 57 | 23 | 28 | 50 | 38 | 260 | 42 |

(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」(60.0%)の比率が最も高くなっている。そのほかの規模においても「悪くなる」とする回答が多く、ほぼ半数が選択している。(表4)

・表4. 平成21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 | 3 0.6% | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| 良くなる | 45 9.0% | 4 | 9 | 14 | 6 | 6 | 5 | 1 | 0 |
| 今年並み | 138 27.7% | 16 | 22 | 35 | 14 | 17 | 20 | 13 | 1 |
| 悪くなる | 256 51.4% | 45 | 47 | 50 | 31 | 36 | 29 | 18 | 0 |
| 非常に悪くなる | 46 9.2% | 9 | 7 | 11 | 7 | 4 | 5 | 3 | 0 |
| 無回答 | 10 2.0% | 1 | 1 | 4 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| (回答企業数) | 498 | 75 | 87 | 114 | 60 | 65 | 60 | 36 | 1 |

3. 平成20年の実績に影響したプラス要因

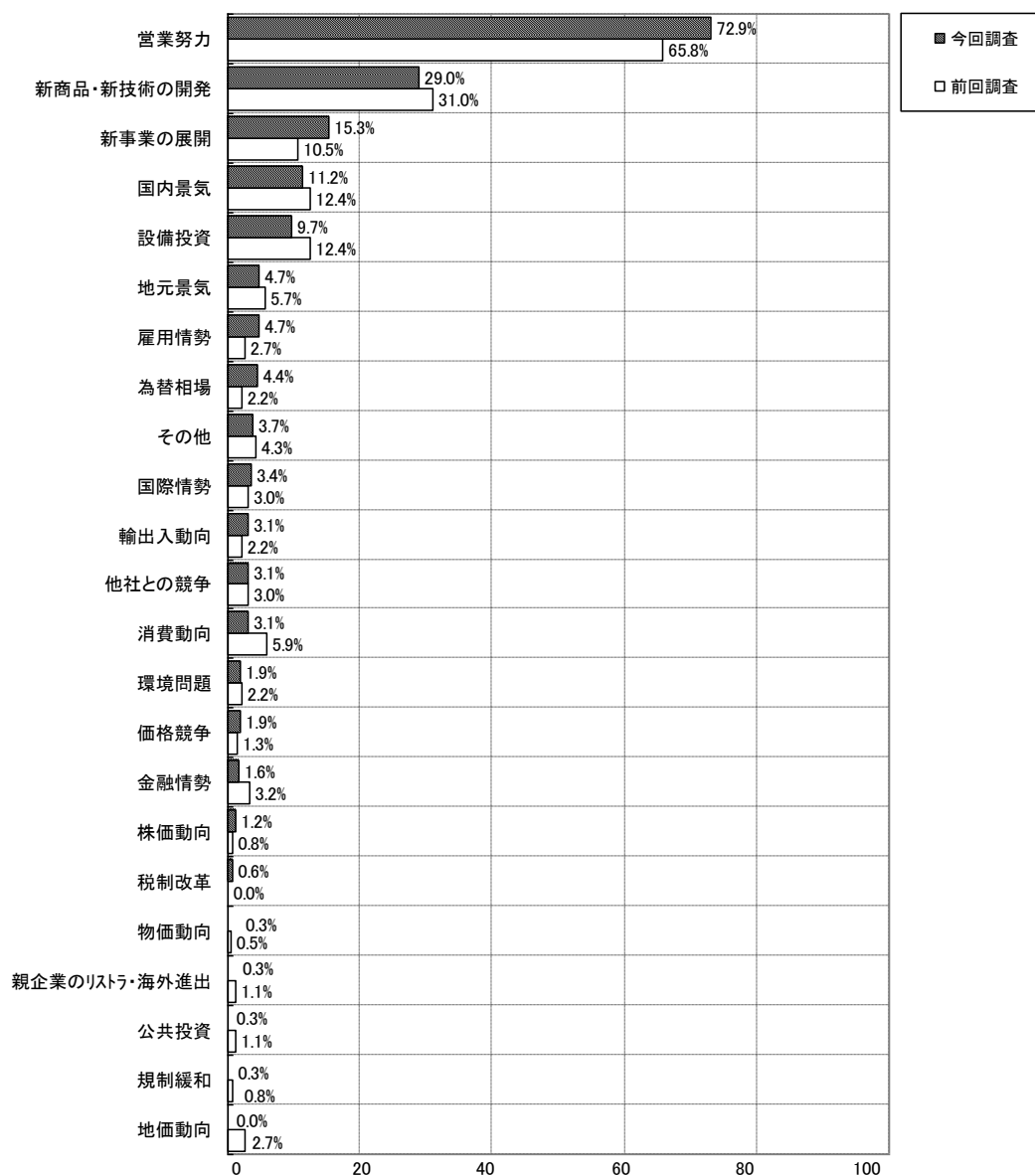
● 「営業努力」が72.9%でトップ。

(1) 全体

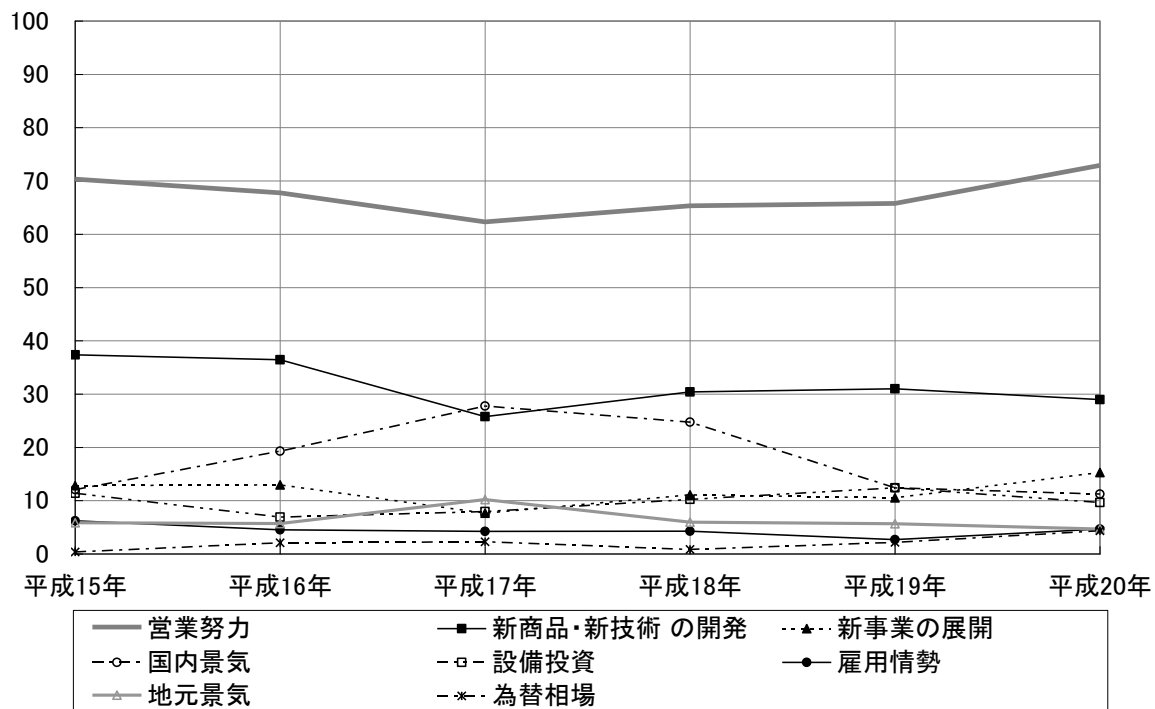
平成20年の実績に影響した主な要因を尋ねたところ、プラス要因については、「営業努力」(72.9%)の比率が最も高く、以下、「新商品・新技術の開発」(29.0%)、「新事業の展開」(15.3%)、「国内景気」(11.2%)の順となっている。

「営業努力」、「新事業の展開」については前回から増加傾向にあり、新規事業や販促先の開拓といった取組が実績へ影響しているという結果になった。(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」の比率が最も高くなっている。

サービスが97.0%と最も高く、以下、建設(78.3%)、印刷(76.5%)、小売及び飲食・宿泊(各75.0%)と続いており、上位5業種は印刷を除きすべて非製造業で占められている。

「新商品・新技術の開発」では、西陣(57.1%)、その他の製造(42.2%)、卸売(41.0%)が他の業種と比較して割合が高くなっている。

観光関連でも、「営業努力」が54.8%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 | | |
| 営業努力 | 234 72.9% | 10 71.4% | 7 53.8% | 13 76.5% | 6 66.7% | 11 61.1% | 12 60.0% | 14 73.7% | 30 66.7% | 103 66.5% | 29 74.4% | 27 75.0% | 13 68.4% | 12 75.0% | 32 97.0% | 18 78.3% | 131 78.9% | 23 54.8% |
| 新商品・新技術の開発 | 93 29.0% | 8 57.1% | 3 23.1% | 5 29.4% | 2 22.2% | 7 38.9% | 4 20.0% | 5 26.3% | 19 42.2% | 53 34.2% | 16 41.0% | 7 19.4% | 7 36.8% | 3 18.8% | 5 15.2% | 2 8.7% | 40 24.1% | 9 21.4% |
| 新事業の展開 | 49 15.3% | 4 28.6% | 6 46.2% | 3 17.6% | 1 11.1% | 1 5.6% | 1 5.0% | 3 15.8% | 6 13.3% | 25 16.1% | 6 15.4% | 1 2.8% | 7 36.8% | 1 6.3% | 6 18.2% | 3 13.0% | 24 14.5% | 2 4.8% |
| 設備投資 | 31 9.7% | 2 14.3% | 2 15.4% | 3 17.6% | 0 0.0% | 4 22.2% | 3 15.0% | 5 26.3% | 2 4.4% | 21 13.5% | 1 2.6% | 2 5.6% | 2 10.5% | 3 18.8% | 2 6.1% | 2 0.0% | 10 6.0% | 3 7.1% |
| 雇用情勢 | 15 4.7% | 1 7.1% | 1 7.7% | 1 5.9% | 0 0.0% | 2 11.1% | 1 5.0% | 1 5.3% | 0 0.0% | 7 4.5% | 2 5.1% | 1 2.8% | 0 0.0% | 1 6.3% | 3 9.1% | 1 4.3% | 8 4.8% | 1 2.4% |
| 国際情勢 | 11 3.4% | 0 0.0% | 1 7.7% | 0 0.0% | 1 11.1% | 0 0.0% | 2 10.0% | 2 10.5% | 1 2.2% | 7 4.5% | 0 0.0% | 3 8.3% | 0 0.0% | 1 6.3% | 0 0.0% | 0 0.0% | 4 2.4% | 1 2.4% |
| 国内景気 | 36 11.2% | 1 7.1% | 2 15.4% | 4 23.5% | 1 11.1% | 3 16.7% | 7 35.0% | 6 31.6% | 4 8.9% | 28 18.1% | 2 5.1% | 4 11.1% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 3.0% | 1 4.3% | 8 4.8% | 2 4.8% |
| 地元景気 | 15 4.7% | 1 7.1% | 0 0.0% | 1 5.9% | 1 11.1% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 4 8.9% | 7 4.5% | 1 2.6% | 2 5.6% | 0 0.0% | 1 6.3% | 3 9.1% | 1 4.3% | 8 4.8% | 4 9.5% |
| 他社との競争 | 10 3.1% | 2 14.3% | 0 0.0% | 1 5.9% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 2 4.4% | 5 3.2% | 1 2.6% | 1 2.8% | 0 0.0% | 0 0.0% | 2 6.1% | 1 4.3% | 5 3.0% | 2 4.8% |
| 為替相場 | 14 4.4% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 2 11.1% | 0 0.0% | 0 0.0% | 6 13.3% | 8 5.2% | 3 7.7% | 2 5.6% | 0 0.0% | 1 6.3% | 0 0.0% | 0 0.0% | 6 3.6% | 2 4.8% |
| 金融情勢 | 5 1.6% | 0 0.0% | 1 7.7% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 0.6% | 1 0.6% | 1 2.6% | 1 2.8% | 0 0.0% | 0 0.0% | 2 6.1% | 0 0.0% | 4 2.4% | 0 0.0% |
| 消費動向 | 10 3.1% | 0 0.0% | 2 15.4% | 0 0.0% | 1 11.1% | 1 5.6% | 0 0.0% | 0 0.0% | 3 6.7% | 7 4.5% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 3 9.1% | 0 0.0% | 3 1.8% | 1 2.4% |
| 物価動向 | 1 0.3% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 5.0% | 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% |
| 株価動向 | 4 1.2% | 0 0.0% | 2 15.4% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 5.6% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 3 1.9% | 0 0.0% | 1 2.8% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 0.6% | 1 2.4% |
| 地価動向 | 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% |
| 税制改革 | 2 0.6% | 0 0.0% | 0 0.0% | 2 11.8% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 2 1.3% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% |
| 公共投資 | 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 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 4.3% | 1 0.6% | 0 0.0% |
| 輸出入動向 | 10 3.1% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 3 15.0% | 2 10.5% | 3 6.7% | 8 5.2% | 1 2.6% | 1 2.8% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 2 1.2% | 2 0.0% |
| 価格競争 | 6 1.9% | 1 7.1% | 0 0.0% | 1 5.9% | 0 0.0% | 1 5.6% | 1 5.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 4 2.6% | 1 2.6% | 1 2.8% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 2 1.2% | 1 2.4% |
| 規制緩和 | 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 0.0% | 1 2.8% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 0.6% | 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 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 2.2% | 1 0.6% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% |
| 環境問題 | 6 1.9% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 5.9% | 0 0.0% | 1 5.6% | 1 5.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 3 1.9% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 3.0% | 2 8.7% | 3 1.8% | 0 0.0% |
| その他 | 12 3.7% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 5.9% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 5.0% | 0 0.0% | 1 2.2% | 3 1.9% | 3 7.7% | 1 2.8% | 0 0.0% | 1 6.3% | 2 6.1% | 2 8.7% | 9 5.4% | 1 2.4% |
| (回答企業数) | 321 | 14 | 13 | 17 | 9 | 18 | 20 | 19 | 45 | 155 | 39 | 36 | 19 | 16 | 33 | 23 | 166 | 42 |
| 無回答 | 177 | 12 | 12 | 7 | 10 | 5 | 4 | 11 | 22 | 83 | 25 | 21 | 4 | 12 | 17 | 15 | 94 | 15 |

(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。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 | 234 72.9% | 29 74.4% | 31 63.3% | 54 67.5% | 35 83.3% | 35 81.4% | 32 80.0% | 18 64.3% | - |
| 新商品・新技術 の開発 | 93 29.0% | 10 25.6% | 18 36.7% | 21 26.3% | 9 21.4% | 18 41.9% | 8 20.0% | 9 32.1% | - |
| 新事業の展開 | 49 15.3% | 3 7.7% | 8 16.3% | 12 15.0% | 6 14.3% | 6 14.0% | 9 22.5% | 5 17.9% | - |
| 設備投資 | 31 9.7% | 3 7.7% | 3 6.1% | 5 6.3% | 2 4.8% | 5 11.6% | 7 17.5% | 6 21.4% | - |
| 雇用情勢 | 15 4.7% | 4 10.3% | 0 0.0% | 4 5.0% | 2 4.8% | 3 7.0% | 0 0.0% | 2 7.1% | - |
| 国際情勢 | 11 3.4% | 2 5.1% | 3 6.1% | 3 3.8% | 1 2.4% | 0 0.0% | 1 2.5% | 1 3.6% | - |
| 国内景気 | 36 11.2% | 3 7.7% | 9 18.4% | 5 6.3% | 4 9.5% | 9 20.9% | 3 7.5% | 3 10.7% | - |
| 地元景気 | 15 4.7% | 1 2.6% | 3 6.1% | 6 7.5% | 3 7.1% | 1 2.3% | 0 0.0% | 1 3.6% | - |
| 他社との競争 | 10 3.1% | 1 2.6% | 3 6.1% | 1 1.3% | 2 4.8% | 1 2.3% | 1 2.5% | 1 3.6% | - |
| 為替相場 | 14 4.4% | 0 0.0% | 2 4.1% | 7 8.8% | 0 0.0% | 3 7.0% | 0 0.0% | 2 7.1% | - |
| 金融情勢 | 5 1.6% | 0 0.0% | 0 0.0% | 3 3.8% | 0 0.0% | 0 0.0% | 2 5.0% | 0 0.0% | - |
| 消費動向 | 10 3.1% | 1 2.6% | 1 2.0% | 4 5.0% | 2 4.8% | 2 4.7% | 0 0.0% | 0 0.0% | - |
| 物価動向 | 1 0.3% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 1.3% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | - |
| 株価動向 | 4 1.2% | 1 2.6% | 1 2.0% | 2 2.5% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | - |
| 地価動向 | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | - |
| 税制改革 | 2 0.6% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 1.3% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 2.5% | 0 0.0% | - |
| 公共投資 | 1 0.3% | 0 0.0% | 1 2.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | - |
| 輸出入動向 | 10 3.1% | 0 0.0% | 4 8.2% | 1 1.3% | 1 2.4% | 0 0.0% | 2 5.0% | 2 7.1% | - |
| 価格競争 | 6 1.9% | 0 0.0% | 1 2.0% | 1 1.3% | 1 2.4% | 1 2.3% | 2 5.0% | 0 0.0% | - |
| 規制緩和 | 1 0.3% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 3.6% | - |
| 親企業のリストラ・ 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% | 1 3.6% | - |
| 環境問題 | 6 1.9% | 0 0.0% | 2 4.1% | 2 2.5% | 1 2.4% | 1 2.3% | 0 0.0% | 0 0.0% | - |
| その他 | 12 3.7% | 1 2.6% | 3 6.1% | 4 5.0% | 2 4.8% | 0 0.0% | 2 5.0% | 0 0.0% | - |
| (回答企業数) | 321 | 39 | 49 | 80 | 42 | 43 | 40 | 28 | 0 |
| 無回答 | 177 | 36 | 38 | 34 | 18 | 22 | 20 | 8 | 1 |

4. 平成20年の実績に影響したマイナス要因

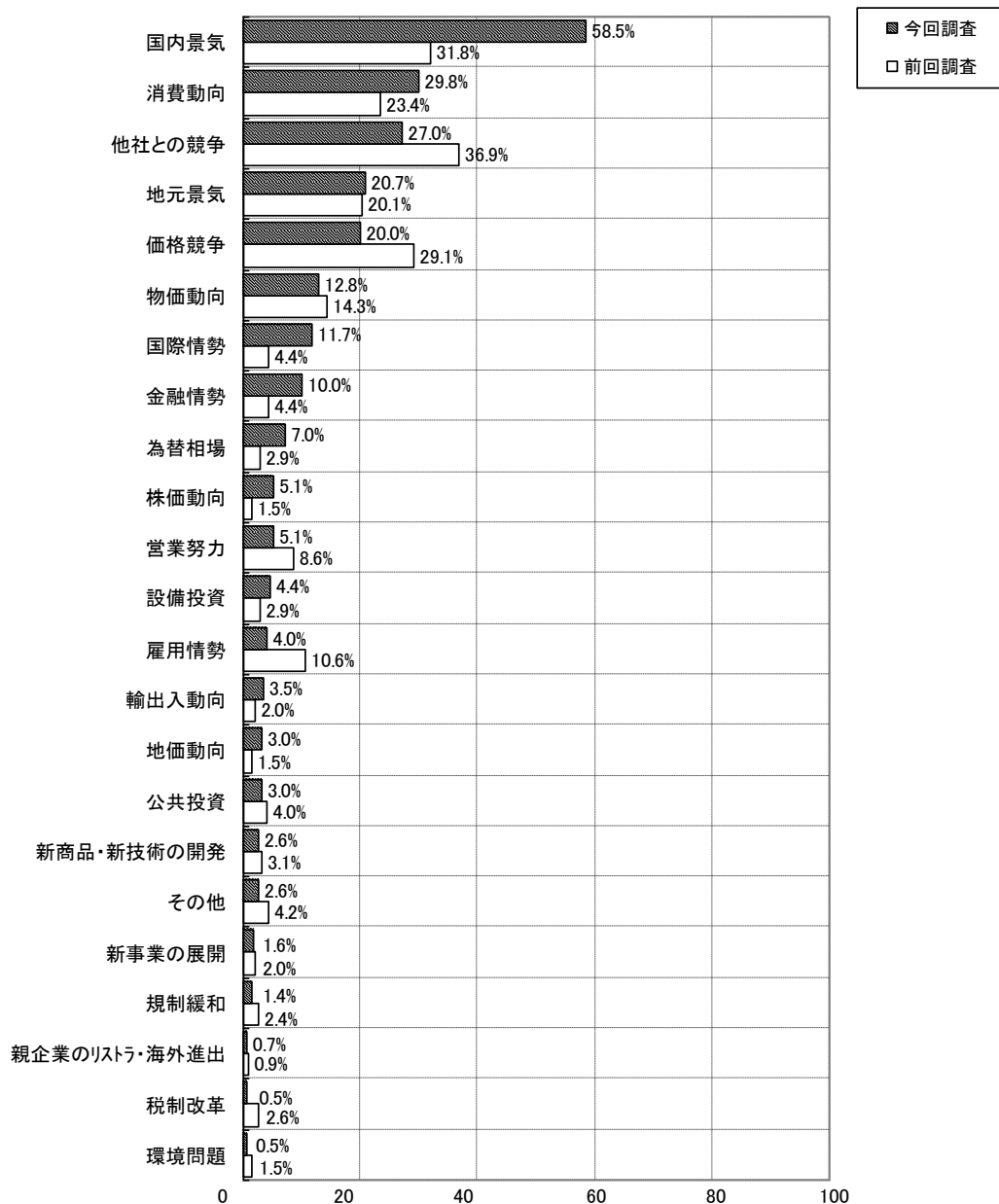
● 「国内景気」が58.5%で、前回2位からトップへ。

(1) 全体

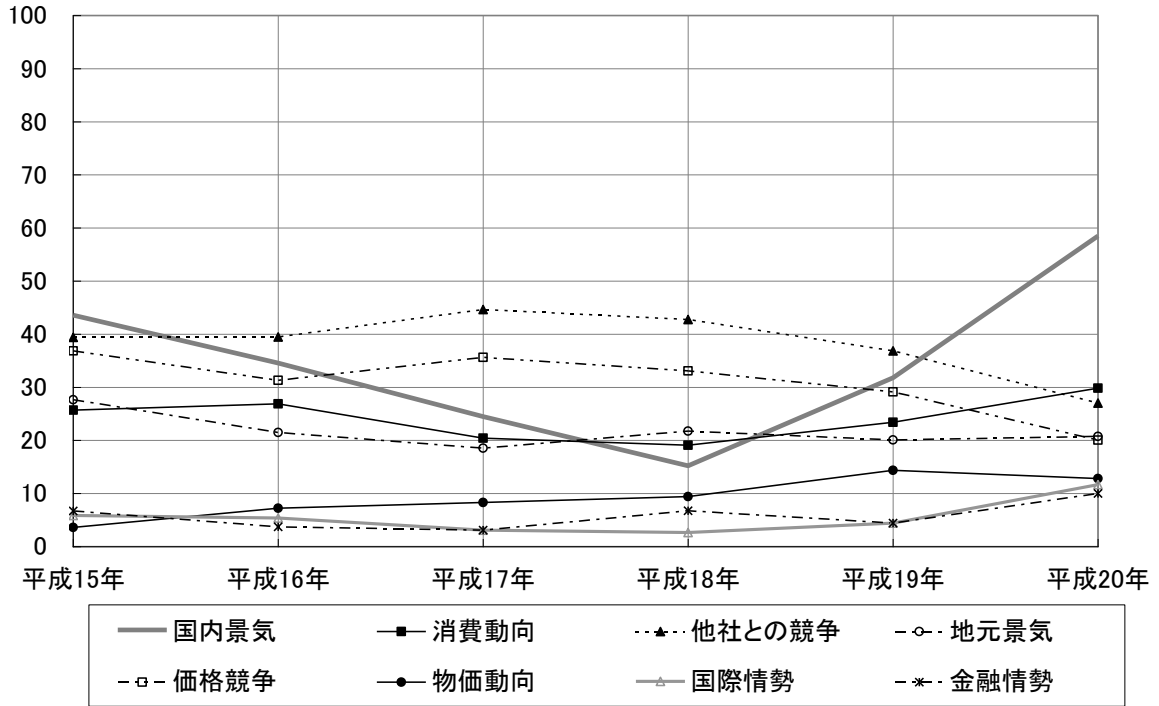
マイナス要因については、「国内景気」(58.5%)の比率が最も高く、以下、「消費動向」(29.8%)、「他社との競争」(27.0%)の順となった。

「国内景気」は前回調査と比べて26.7ポイントの大幅増加となり、一方、「他社との競争」や「価格競争」は減少傾向となった。(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、「国内景気」が12業種で最も比率が高く、順に窯業（80.0%）、染色（77.3%）、西陣（72.7%）となっている。

印刷は業界的な特徴により、「他社との競争」が60.0%で最も高くなっている。

「消費動向」では、西陣（81.8%）が最も高く、続いて小売（国内景気と同率の46.3%）が高くなっている。

また、観光関連では、「国内景気」と回答した企業が52.4%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 | 22 5.1% | 1 4.5% | 1 4.5% | 0 0.0% | 1 6.7% | 0 0.0% | 0 0.0% | 4 14.8% | 4 6.8% | 11 5.5% | 4 7.3% | 2 3.7% | 3 15.0% | 0 0.0% | 2 4.5% | 0 0.0% | 11 4.8% | 1 2.4% |
| 新商品・新技術の開発 | 11 2.6% | 1 4.5% | 0 0.0% | 2 10.0% | 0 0.0% | 5 5.6% | 0 0.0% | 2 7.4% | 1 1.7% | 7 3.5% | 2 3.6% | 0 0.0% | 1 5.0% | 0 0.0% | 1 2.3% | 0 0.0% | 4 1.7% | 1 2.4% |
| 新事業の展開 | 7 1.6% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 5.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 2 3.4% | 3 1.5% | 0 0.0% | 2 3.7% | 1 5.0% | 0 0.0% | 1 2.3% | 0 0.0% | 4 1.7% | 0 0.0% |
| 設備投資 | 19 4.4% | 1 0.0% | 1 4.5% | 1 5.0% | 0 0.0% | 1 5.6% | 0 0.0% | 2 7.4% | 1 1.7% | 6 3.0% | 4 7.3% | 1 1.9% | 4 20.0% | 2 8.7% | 1 2.3% | 1 2.9% | 13 5.7% | 3 7.1% |
| 雇用情勢 | 17 4.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 2 10.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 2 3.4% | 4 2.0% | 2 3.6% | 2 3.7% | 0 0.0% | 5 21.7% | 3 6.8% | 1 2.9% | 13 5.7% | 5 11.9% |
| 国際情勢 | 50 11.7% | 3 0.0% | 2 13.6% | 2 10.0% | 6 13.3% | 5 33.3% | 9 31.3% | 9 33.3% | 9 15.3% | 36 18.1% | 3 5.5% | 6 11.1% | 2 10.0% | 0 0.0% | 3 6.8% | 0 0.0% | 14 6.1% | 3 7.1% |
| 国内景気 | 251 58.5% | 16 72.7% | 17 77.3% | 8 40.0% | 12 80.0% | 11 61.1% | 10 62.5% | 13 48.1% | 41 69.5% | 128 64.3% | 28 50.9% | 25 46.3% | 13 65.0% | 15 65.2% | 25 56.8% | 17 50.0% | 123 53.5% | 22 52.4% |
| 地元景気 | 89 20.7% | 6 27.3% | 8 36.4% | 1 5.0% | 2 13.3% | 1 5.6% | 1 6.3% | 1 3.7% | 9 15.3% | 29 14.6% | 14 25.5% | 13 24.1% | 1 5.0% | 5 21.7% | 18 40.9% | 9 26.5% | 60 26.1% | 6 14.3% |
| 他社との競争 | 116 27.0% | 4 18.2% | 2 9.1% | 12 60.0% | 2 13.3% | 3 16.7% | 3 31.3% | 5 25.9% | 7 23.7% | 14 24.6% | 49 30.9% | 17 25.9% | 2 10.0% | 4 17.4% | 16 36.4% | 14 41.2% | 67 29.1% | 10 23.8% |
| 為替相場 | 30 7.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 6.7% | 3 16.7% | 1 6.3% | 7 25.9% | 4 6.8% | 16 8.0% | 5 9.1% | 4 7.4% | 2 10.0% | 1 4.3% | 0 0.0% | 2 5.9% | 14 6.1% | 2 4.8% |
| 金融情勢 | 43 10.0% | 3 13.6% | 1 4.5% | 1 5.0% | 2 13.3% | 3 16.7% | 2 12.5% | 1 3.7% | 4 6.8% | 17 8.5% | 3 5.5% | 5 9.3% | 3 15.0% | 1 4.3% | 5 11.4% | 9 26.5% | 26 11.3% | 5 11.9% |
| 消費動向 | 128 29.8% | 18 81.8% | 10 45.5% | 4 20.0% | 1 6.7% | 2 11.1% | 1 6.3% | 3 11.1% | 21 35.5% | 60 30.2% | 22 40.0% | 25 46.3% | 1 5.0% | 7 30.4% | 9 20.5% | 4 11.8% | 68 29.6% | 13 31.0% |
| 物価動向 | 55 12.8% | 2 9.1% | 2 9.1% | 3 15.0% | 2 13.3% | 5 27.8% | 2 12.5% | 2 7.4% | 8 13.6% | 26 13.1% | 8 14.5% | 11 20.4% | 1 5.0% | 5 21.7% | 2 4.5% | 2 5.9% | 29 12.6% | 5 11.9% |
| 株価動向 | 22 5.1% | 1 4.5% | 1 4.5% | 1 5.0% | 1 6.7% | 1 5.6% | 0 0.0% | 1 3.7% | 0 0.0% | 6 3.0% | 7 12.7% | 3 5.6% | 1 5.0% | 2 8.7% | 0 0.0% | 3 8.8% | 16 7.0% | 2 4.8% |
| 地価動向 | 13 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 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 11 25.0% | 2 5.9% | 13 5.7% | 0 0.0% |
| 税制改革 | 2 0.5% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 3.7% | 0 0.0% | 1 0.5% | 0 0.0% | 1 1.9% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 0.4% | 0 0.0% |
| 公共投資 | 13 3.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 3.7% | 1 1.7% | 2 1.0% | 0 0.0% | 1 1.9% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 2.3% | 9 26.5% | 11 4.8% | 0 0.0% |
| 輸出入動向 | 15 3.5% | 1 4.5% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 3 16.7% | 2 12.5% | 1 3.7% | 3 5.1% | 10 5.0% | 3 5.5% | 1 1.9% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 2.9% | 5 2.2% | 0 0.0% |
| 価格競争 | 86 20.0% | 5 22.7% | 3 13.6% | 6 30.0% | 1 6.7% | 1 5.6% | 4 25.0% | 8 29.6% | 13 22.0% | 41 20.6% | 11 20.0% | 11 20.4% | 3 15.0% | 3 13.0% | 9 20.5% | 8 23.5% | 45 19.6% | 5 11.9% |
| 規制緩和 | 6 1.4% | 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 1.8% | 4 7.4% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 2.3% | 0 0.0% | 6 2.6% | 0 0.0% |
| 親企業のリストラ・海外進出 | 3 0.7% | 1 4.5% | 1 4.5% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 1.7% | 3 1.5% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% |
| 環境問題 | 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% | 1 1.9% | 0 0.0% | 1 4.3% | 0 0.0% | 0 0.0% | 2 0.9% | 2 0.0% | 0 0.0% |
| その他 | 11 2.6% | 0 0.0% | 1 4.5% | 1 5.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 6.3% | 0 0.0% | 1 1.7% | 4 2.0% | 1 1.8% | 1 1.9% | 0 0.0% | 2 8.7% | 2 4.5% | 1 2.9% | 7 3.0% | 2 4.8% |
| （回答企業数） | 429 | 22 | 22 | 20 | 15 | 18 | 16 | 27 | 59 | 199 | 55 | 54 | 20 | 23 | 44 | 34 | 230 | 42 |
| 無回答 | 69 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 8 | 3 | 8 | 39 | 9 | 3 | 3 | 5 | 6 | 4 | 30 | 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、全ての規模で「国内景気」の比率が最も高くなった。

従業員の規模が多くなるほど「国際情勢」の比率が高く、一方、「地元景気」に関しては規模が小さいほど比率が高い。(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 | 22 5.1% | 3 4.8% | 6 8.5% | 7 6.7% | 0.0% | 1 1.8% | 5 10.0% | 0.0% | 0.0% |
| 新商品・新技術 の開発 | 11 2.6% | 1 1.6% | 1 1.4% | 3 2.9% | 1 2.0% | 2 3.6% | 3 6.0% | 0.0% | 0.0% |
| 新事業の展開 | 7 1.6% | 2 3.2% | 0.0% | 0.0% | 2 4.0% | 2 3.6% | 1 2.0% | 0.0% | 0.0% |
| 設備投資 | 19 4.4% | 1 1.6% | 4 5.6% | 4 3.8% | 4 8.0% | 3 5.5% | 3 6.0% | 0.0% | 0.0% |
| 雇用情勢 | 17 4.0% | 1 1.6% | 3 4.2% | 2 1.9% | 0.0% | 3 5.5% | 4 8.0% | 4 11.4% | 0.0% |
| 国際情勢 | 50 11.7% | 2 3.2% | 7 9.9% | 8 7.7% | 9 18.0% | 7 12.7% | 6 12.0% | 11 31.4% | 0.0% |
| 国内景気 | 251 58.5% | 36 57.1% | 43 60.6% | 63 60.6% | 24 48.0% | 31 56.4% | 32 64.0% | 21 60.0% | 1 100.0% |
| 地元景気 | 89 20.7% | 22 34.9% | 16 22.5% | 28 26.9% | 6 12.0% | 10 18.2% | 5 10.0% | 2 5.7% | 0.0% |
| 他社との競争 | 116 27.0% | 15 23.8% | 13 18.3% | 33 31.7% | 14 28.0% | 14 25.5% | 18 36.0% | 9 25.7% | 0.0% |
| 為替相場 | 30 7.0% | 4 6.3% | 5 7.0% | 2 1.9% | 2 4.0% | 4 7.3% | 5 10.0% | 8 22.9% | 0.0% |
| 金融情勢 | 43 10.0% | 5 7.9% | 10 14.1% | 12 11.5% | 7 14.0% | 2 3.6% | 4 8.0% | 3 8.6% | 0.0% |
| 消費動向 | 128 29.8% | 22 34.9% | 24 33.8% | 24 23.1% | 17 34.0% | 20 36.4% | 13 26.0% | 7 20.0% | 1 100.0% |
| 物価動向 | 55 12.8% | 10 15.9% | 7 9.9% | 15 14.4% | 2 4.0% | 11 20.0% | 3 6.0% | 6 17.1% | 1 100.0% |
| 株価動向 | 22 5.1% | 2 3.2% | 7 9.9% | 5 4.8% | 2 4.0% | 3 5.5% | 2 4.0% | 1 2.9% | 0.0% |
| 地価動向 | 13 3.0% | 4 6.3% | 3 4.2% | 3 2.9% | 1 2.0% | 2 3.6% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 税制改革 | 2 0.5% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1 1.8% | 1 2.0% | 0.0% | 0.0% |
| 公共投資 | 13 3.0% | 0.0% | 2 2.8% | 5 4.8% | 3 6.0% | 1 1.8% | 1 2.0% | 1 2.9% | 0.0% |
| 輸出入動向 | 15 3.5% | 3 4.8% | 5 7.0% | 3 2.9% | 0.0% | 2 3.6% | 1 2.0% | 1 2.9% | 0.0% |
| 価格競争 | 86 20.0% | 8 12.7% | 15 21.1% | 29 27.9% | 12 24.0% | 6 10.9% | 9 18.0% | 7 20.0% | 0.0% |
| 規制緩和 | 6 1.4% | 3 4.8% | 0.0% | 0.0% | 1 2.0% | 0.0% | 2 4.0% | 0.0% | 0.0% |
| 親企業のリストラ・ 海外進出 | 3 0.7% | 2 3.2% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1 2.9% | 0.0% |
| 環境問題 | 2 0.5% | 0.0% | 1 1.4% | 1 1.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| その他 | 11 2.6% | 3 4.8% | 0.0% | 1 1.0% | 3 6.0% | 0.0% | 4 8.0% | 0.0% | 0.0% |
| (回答企業数) | 429 | 63 | 71 | 104 | 50 | 55 | 50 | 35 | 1 |
| 無回答 | 69 | 12 | 16 | 10 | 10 | 10 | 10 | 1 | |

5. 平成21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

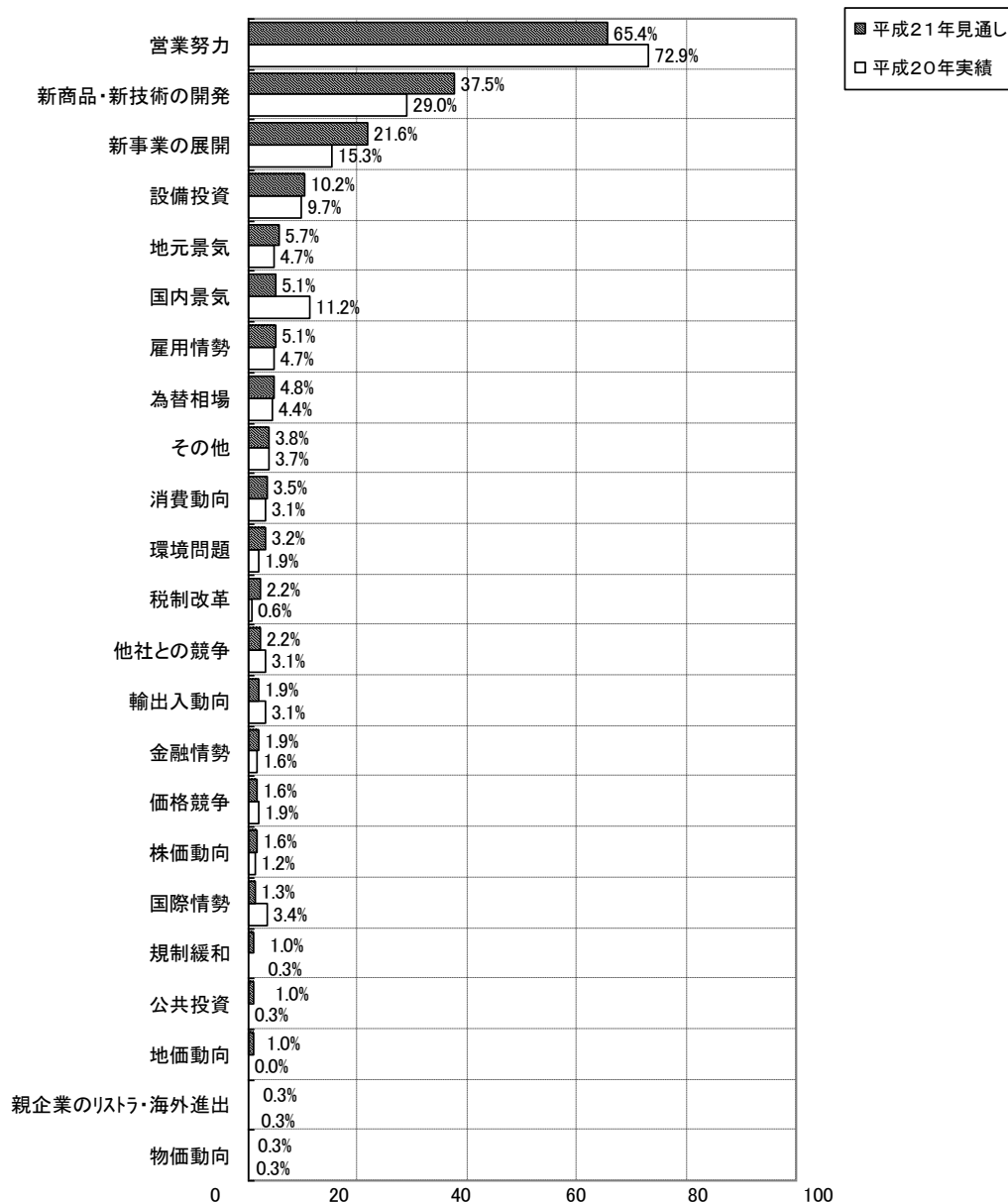
● 実績と大きな変化はなく、「新商品・新技術の開発」、「新事業の展開」に注力。

(1) 全体

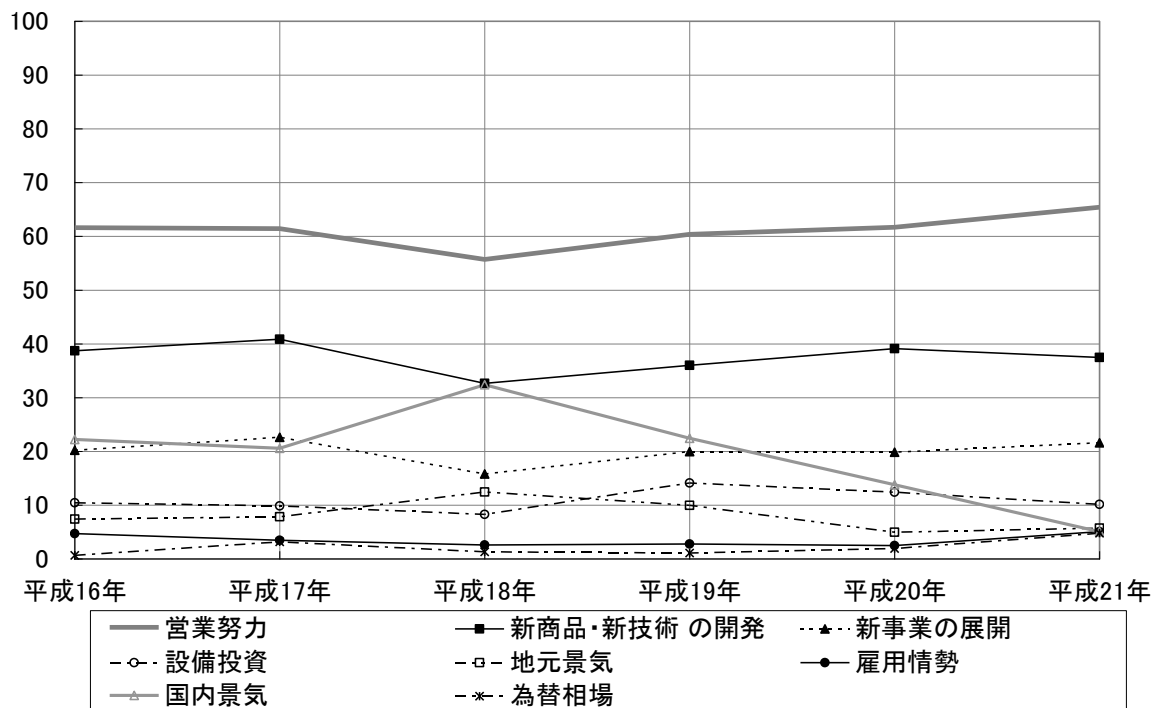
平成21年の業績見通しに影響を与えると予想される主な要因を尋ねたところ、プラス要因では、「営業努力」(65.4%)の比率が最も高く、以下、「新商品・新技術の開発」(37.5%)、「新事業の展開」(21.6%)、「設備投資」(10.2%)の順で続いている。

平成20年実績と比較して7.5ポイント減少してはいるものの、「営業努力」は依然として高くなっている。「新商品・新技術の開発」は、平成20年実績と比較すると8.5ポイントの増加、「新事業の展開」は6.3ポイントの増加となっており、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、化学を除くすべての業種で「営業努力」の比率が最も高くなっている。また、「新商品・新技術の開発」と回答した比率が最も高い業種は、窯業、機械（各「営業努力」と同率）、化学の3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 | 計 | 卸売 | 小売 | 情報通信 | 飲食・宿泊 | サービス | 建設 | | | |
| 営業努力 | 206 65.4% | 13 68.4% | 8 57.1% | 13 76.5% | 2 22.2% | 9 56.3% | 6 50.0% | 10 50.0% | 26 59.1% | 87 | 25 | 27 | 14 | 9 | 27 | 17 | 119 | 21 | |
| 新商品・新技術の開発 | 118 37.5% | 12 63.2% | 5 35.7% | 7 41.2% | 2 22.2% | 11 68.8% | 3 25.0% | 10 50.0% | 20 45.5% | 70 | 21 | 8 | 7 | 4 | 7 | 1 | 48 | 13 | |
| 新事業の展開 | 68 21.6% | 6 31.6% | 6 42.9% | 4 23.5% | 2 22.2% | 2 12.5% | 1 8.3% | 4 20.0% | 5 11.4% | 30 | 7 | 9 | 9 | 1 | 8 | 4 | 38 | 5 | |
| 設備投資 | 32 10.2% | 1 5.3% | 3 21.4% | 1 5.9% | 1 11.1% | 2 12.5% | 5 41.7% | 4 20.0% | 5 11.4% | 22 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 10 | 6 | |
| 雇用情勢 | 16 5.1% | 0 | 0 | 1 5.9% | 0 | 2 12.5% | 2 16.7% | 3 15.0% | 2 4.5% | 10 | 1 | 2 | 0 | 0 | 3 | 0 | 6 | 2 | |
| 国際情勢 | 4 1.3% | 0 | 1 7.1% | 0 | 0 | 1 6.3% | 0 | 0 | 3 2.3% | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | |
| 国内景気 | 16 5.1% | 1 5.3% | 1 7.1% | 2 11.8% | 1 11.1% | 0 | 2 16.7% | 1 5.0% | 5 11.4% | 13 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 3 | 3 | 2 | |
| 地元景気 | 18 5.7% | 0 | 0 | 1 5.9% | 1 11.1% | 0 | 1 8.3% | 0 | 4 9.1% | 7 | 2 | 3 | 0 | 1 | 3 | 2 | 11 | 4 | |
| 他社との競争 | 7 2.2% | 2 10.5% | 0 | 1 5.9% | 0 | 0 | 0 | 1 5.0% | 1 2.3% | 5 | 3 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 | 1 | |
| 為替相場 | 15 4.8% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 6 13.6% | 6 | 4 | 3 | 1 | 1 | 1 | 9 | 0 | | |
| 金融情勢 | 6 1.9% | 1 5.3% | 1 7.1% | 0 | 1 11.1% | 1 6.3% | 1 8.3% | 0 | 0 | 5 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | |
| 消費動向 | 11 3.5% | 0 | 0 | 1 5.9% | 0 | 0 | 0 | 1 5.0% | 5 11.4% | 7 | 2 | 0 | 0 | 2 | 0 | 4 | 1 | | |
| 物価動向 | 1 0.3% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | | |
| 株価動向 | 5 1.6% | 0 | 1 7.1% | 0 | 0 | 1 6.3% | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 | 3 | 1 | | |
| 地価動向 | 3 1.0% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 | 3 | 0 | | |
| 税制改革 | 7 2.2% | 0 | 0 | 1 5.9% | 0 | 0 | 2 16.7% | 0 | 3 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 4 | 0 | | |
| 公共投資 | 3 1.0% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 2 | 3 | 0 | | |
| 輸出入動向 | 6 1.9% | 0 | 0 | 0 | 1 11.1% | 0 | 1 8.3% | 0 | 3 6.8% | 5 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | | |
| 価格競争 | 5 1.6% | 0 | 0 | 1 5.9% | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 2.3% | 2 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 3 | 2 | | |
| 規制緩和 | 3 1.0% | 0 | 0 | 1 5.9% | 0 | 0 | 1 8.3% | 0 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | | |
| 親企業のリストア・海外進出 | 1 0.3% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 2.3% | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | |
| 環境問題 | 10 3.2% | 0 | 0 | 0 | 1 11.1% | 2 12.5% | 1 8.3% | 3 15.0% | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 3 | 0 | | |
| その他 | 12 3.8% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 5.0% | 0 | 1 | 4 | 2 | 0 | 2 | 2 | 1 | 11 | 1 | | |
| (回答企業数) | 315 | 19 | 14 | 17 | 9 | 16 | 12 | 20 | 44 | 151 | 40 | 35 | 20 | 12 | 31 | 164 | 42 | | |
| 無回答 | 183 | 7 | 11 | 7 | 10 | 7 | 12 | 10 | 23 | 87 | 24 | 22 | 3 | 16 | 19 | 12 | 96 | 13 | |

(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。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 | 206 65.4% | 25 75.8% | 29 56.9% | 47 60.3% | 32 80.0% | 27 60.0% | 29 67.4% | 17 68.0% | - |
| 新商品・新技術 の開発 | 118 37.5% | 11 33.3% | 24 47.1% | 24 30.8% | 13 32.5% | 19 42.2% | 17 39.5% | 10 40.0% | - |
| 新事業の展開 | 68 21.6% | 4 12.1% | 11 21.6% | 19 24.4% | 6 15.0% | 10 22.2% | 12 27.9% | 6 24.0% | - |
| 設備投資 | 32 10.2% | 0 0.0% | 6 11.8% | 2 2.6% | 1 2.5% | 13 28.9% | 8 18.6% | 2 8.0% | - |
| 雇用情勢 | 16 5.1% | 2 6.1% | 1 2.0% | 2 2.6% | 0 0.0% | 5 11.1% | 2 4.7% | 4 16.0% | - |
| 国際情勢 | 4 1.3% | 0 0.0% | 1 2.0% | 2 2.6% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 2.3% | 0 0.0% | - |
| 国内景気 | 16 5.1% | 3 9.1% | 4 7.8% | 5 6.4% | 2 5.0% | 0 0.0% | 1 2.3% | 1 4.0% | - |
| 地元景気 | 18 5.7% | 1 3.0% | 3 5.9% | 8 10.3% | 4 10.0% | 1 2.2% | 0 0.0% | 1 4.0% | - |
| 他社との競争 | 7 2.2% | 2 6.1% | 3 5.9% | 0 0.0% | 1 2.5% | 1 2.2% | 0 0.0% | 0 0.0% | - |
| 為替相場 | 15 4.8% | 1 3.0% | 3 5.9% | 7 9.0% | 0 0.0% | 2 4.4% | 1 2.3% | 1 4.0% | - |
| 金融情勢 | 6 1.9% | 1 3.0% | 2 3.9% | 2 2.6% | 0 0.0% | 1 2.2% | 0 0.0% | 0 0.0% | - |
| 消費動向 | 11 3.5% | 2 6.1% | 0 0.0% | 5 6.4% | 2 5.0% | 1 2.2% | 0 0.0% | 1 4.0% | - |
| 物価動向 | 1 0.3% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 1.3% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | - |
| 株価動向 | 5 1.6% | 1 3.0% | 1 2.0% | 3 3.8% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | - |
| 地価動向 | 3 1.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 1.3% | 1 2.5% | 0 0.0% | 1 2.3% | 0 0.0% | - |
| 税制改革 | 7 2.2% | 0 0.0% | 1 2.0% | 1 1.3% | 1 2.5% | 1 2.2% | 3 7.0% | 0 0.0% | - |
| 公共投資 | 3 1.0% | 0 0.0% | 1 2.0% | 0 0.0% | 1 2.5% | 1 2.2% | 0 0.0% | 0 0.0% | - |
| 輸出入動向 | 6 1.9% | 0 0.0% | 2 3.9% | 2 2.6% | 1 2.5% | 0 0.0% | 1 2.3% | 0 0.0% | - |
| 価格競争 | 5 1.6% | 2 6.1% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 2.5% | 0 0.0% | 2 4.7% | 0 0.0% | - |
| 規制緩和 | 3 1.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 1.3% | 0 0.0% | 2 4.4% | 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 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 4.0% | - |
| 環境問題 | 10 3.2% | 2 6.1% | 2 3.9% | 3 3.8% | 0 0.0% | 2 4.4% | 0 0.0% | 1 4.0% | - |
| その他 | 12 3.8% | 1 3.0% | 2 3.9% | 5 6.4% | 1 2.5% | 0 0.0% | 2 4.7% | 1 4.0% | - |
| (回答企業数) | 315 | 33 | 51 | 78 | 40 | 45 | 43 | 25 | 0 |
| 無回答 | 183 | 42 | 36 | 36 | 20 | 20 | 17 | 11 | 1 |

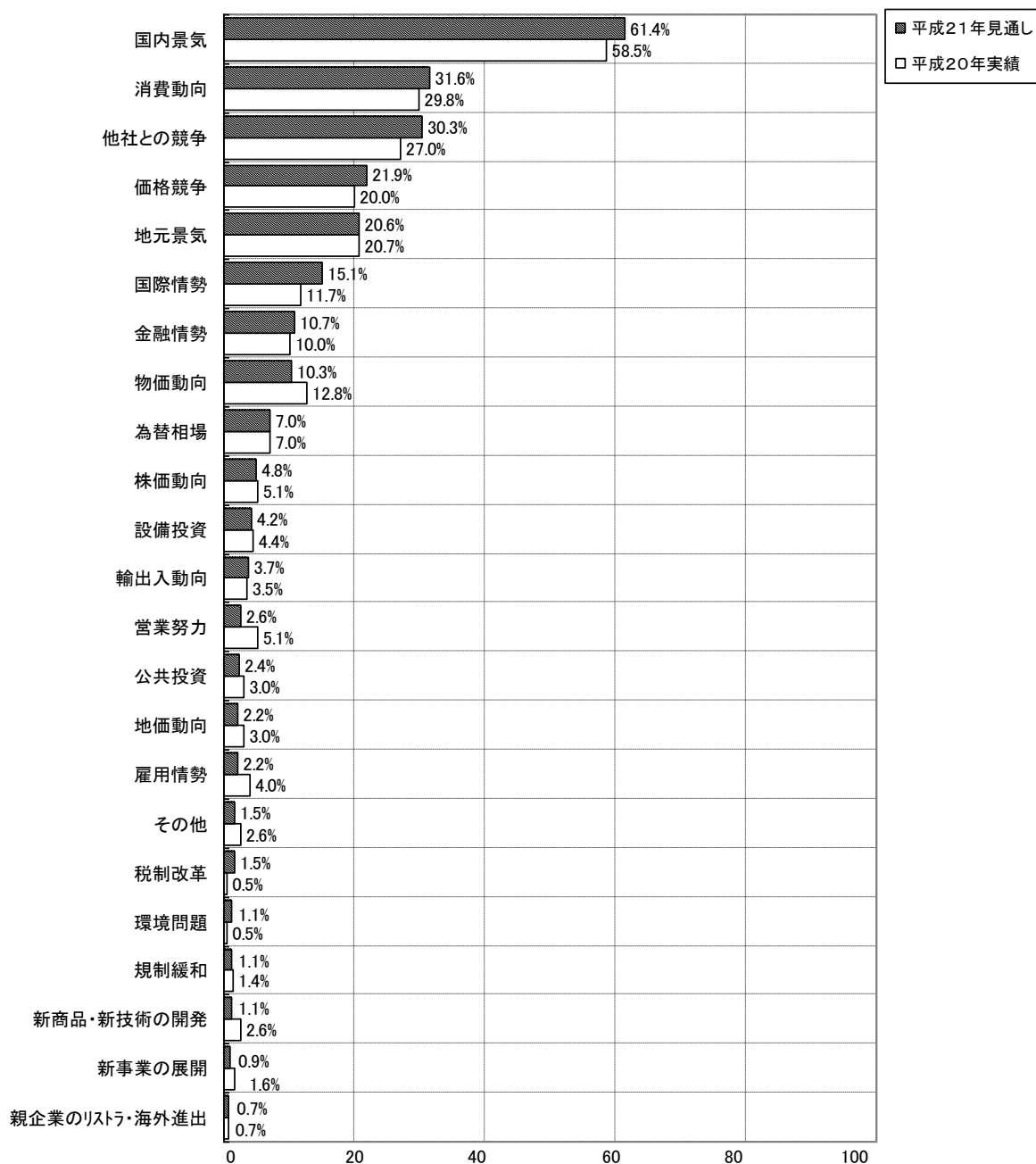
6. 平成21年の業績見通しに影響を与える予想されるマイナス要因

● 実績と大きな変化はなく、「国内景気」が圧倒的に高い。

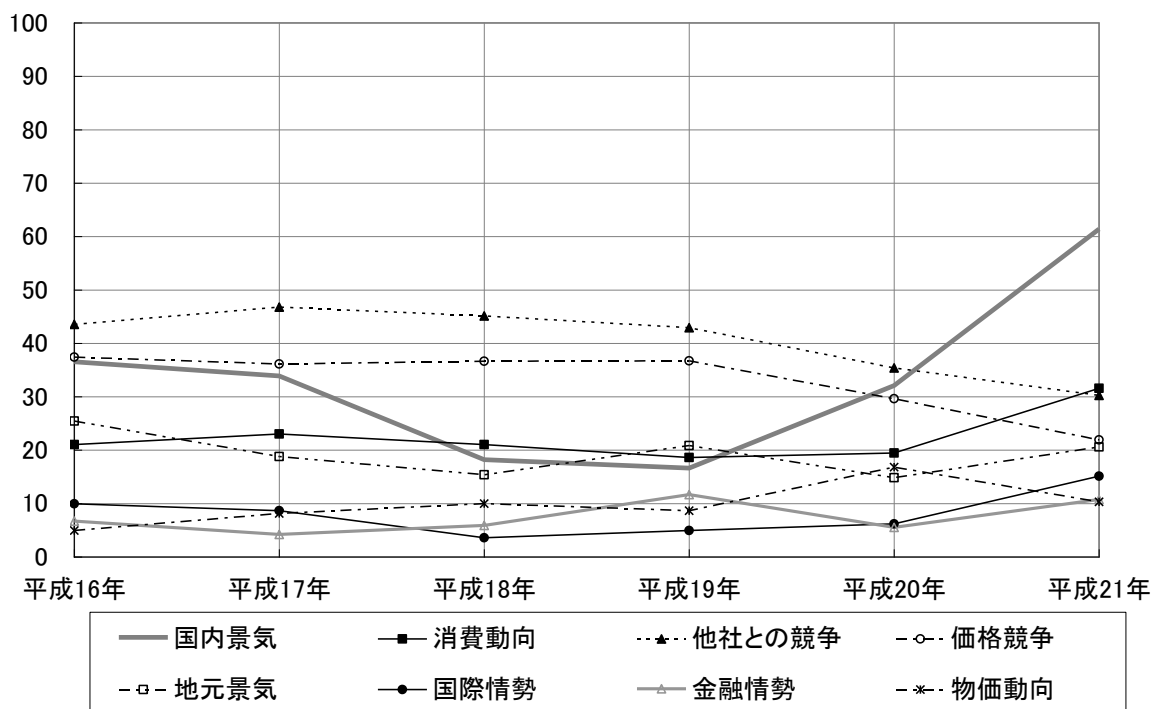
(1) 全体

マイナス要因については、「国内景気」(61.4%)の比率が最も高く、以下、「消費動向」(31.6%)、「他社との競争」(30.3%)、「価格競争」(21.9%)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、「国内景気」が12業種で最も高くなった。比率が高い順に、情報通信及び飲食・宿泊（各77.3%）、金属（72.7%）、染色（72.0%）となっている。

西陣では「消費動向」が79.2%、印刷は「他社との競争」が55.0%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、47.6%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 | | | | | | 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 | 12 2.6% | 0.0% | 0.0% | 5.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 10.3% | 3 | 1 | 5 | 3 | 1 | 2 | 1 | 0.0% | 3.0% | 1 |
| 新商品・新技術の開発 | 5 1.1% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 4.8% | 0.0% | 3.4% | 1 | 1 | 3 | 0.0% | 0.0% | 4.5% | 0.0% | 0.8% | 2 | 0.0% |
| 新事業の展開 | 4 0.9% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.6% | 1 | 1 | 1 | 1 | 0.0% | 0.0% | 2.1% | 1.3% | 3 | 0.0% |
| 設備投資 | 19 4.2% | 0.0% | 0.0% | 10.0% | 0.0% | 9.5% | 4.5% | 6.9% | 2 | 2 | 9 | 1 | 3 | 4 | 0.0% | 4.2% | 10 | 2 |
| 雇用情勢 | 10 2.2% | 0.0% | 0.0% | 5.0% | 6.3% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1 | 1 | 2 | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 13.6% | 8 | 2 | 2 |
| 国際情勢 | 69 15.1% | 0.0% | 4 | 3 | 1 | 6 | 10 | 10 | 12 | 46 | 2 | 9 | 3 | 1 | 7 | 23 | 2 | 2 |
| 国内景気 | 280 61.4% | 17 | 18 | 9 | 11 | 10 | 16 | 20 | 40 | 141 | 30 | 29 | 17 | 17 | 27 | 19 | 139 | 20 |
| 地元景気 | 94 20.6% | 4 | 7 | 4 | 2 | 1 | 1 | 4 | 11 | 34 | 11 | 14 | 1 | 5 | 20 | 60 | 7 | 7 |
| 他社との競争 | 138 30.3% | 5 | 6 | 11 | 3 | 3 | 7 | 8 | 16 | 59 | 16 | 21 | 3 | 4 | 19 | 79 | 10 | 10 |
| 為替相場 | 32 7.0% | 1 | 0.0% | 5.0% | 6.3% | 14.3% | 4.5% | 20.7% | 6 | 5 | 18 | 4 | 5 | 1 | 2 | 14 | 5 | 5 |
| 金融情勢 | 49 10.7% | 6 | 0.0% | 5.0% | 12.5% | 14.3% | 13.6% | 6.9% | 4.8% | 9.1% | 8.9% | 10.9% | 13.6% | 13.6% | 12.8% | 12.2% | 6 | 6 |
| 消費動向 | 144 31.6% | 19 | 12 | 2 | 6 | 5 | 2 | 3 | 24 | 73 | 25 | 23 | 3 | 6 | 9 | 71 | 14 | 14 |
| 物価動向 | 47 10.3% | 1 | 1 | 2 | 1 | 6 | 1 | 1 | 9 | 22 | 9 | 5 | 2 | 6 | 2 | 25 | 10 | 10 |
| 株価動向 | 22 4.8% | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0.0% | 3 | 10 | 6 | 3 | 1 | 0.0% | 5.1% | 12 | 0.0% | 0.0% |
| 地価動向 | 10 2.2% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0 | 0 | 1 | 0.0% | 0.0% | 12.8% | 3 | 10 | 0.0% | 0.0% |
| 税制改革 | 7 1.5% | 1 | 0.0% | 5.0% | 6.3% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1 | 4 | 1 | 2 | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 3 | 1 | 2.4% |
| 公共投資 | 11 2.4% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 3.4% | 1 | 1 | 2 | 2 | 0.0% | 0.0% | 1 | 9 | 0.0% | 0.0% |
| 輸出入動向 | 17 3.7% | 1 | 0.0% | 5.0% | 6.3% | 14.3% | 13.6% | 3.4% | 1 | 2 | 12 | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0.0% | 0.0% |
| 価格競争 | 100 21.9% | 4 | 5 | 6 | 2 | 2 | 7 | 9 | 14 | 49 | 14 | 13 | 1 | 3 | 10 | 51 | 6 | 6 |
| 規制緩和 | 5 1.1% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0 | 1 | 3 | 0.0% | 0.0% | 2.1% | 0.0% | 5 | 0.0% | 0.0% |
| 親企業のリストラ・海外進出 | 3 0.7% | 1 | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 2 | 3 | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0 | 0.0% | 0.0% |
| 環境問題 | 5 1.1% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 4.8% | 4.5% | 0.0% | 0.0% | 0.9% | 0.0% | 1.8% | 0.0% | 4.5% | 0.0% | 3 | 0.0% | 0.0% |
| その他 | 7 1.5% | 0.0% | 4.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 4.5% | 0.0% | 1 | 3 | 1 | 1 | 0.0% | 4.5% | 1.7% | 4 | 0.0% | 0.0% |
| (回答企業数) | 456 | 24 | 25 | 20 | 16 | 21 | 22 | 29 | 62 | 219 | 56 | 55 | 22 | 22 | 47 | 237 | 42 | |
| 無回答 | 42 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 1 | 5 | 19 | 8 | 2 | 1 | 6 | 3 | 3 | 23 | 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、「国内景気」がすべての規模で最も比率が高くなっている。規模が小さいほど「地元景気」の比率が高い傾向が見られる。(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 2.6% | 1 1.5% | 3 3.8% | 3 2.9% | 0.0% | 0.0% | 4 7.3% | 1 2.9% | 0.0% |
| 新商品・新技術 の開発 | 5 1.1% | 1 1.5% | 1 1.3% | 1 1.0% | 0.0% | 2 3.3% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 新事業の展開 | 4 0.9% | 2 3.1% | 0.0% | 0.0% | 1 1.8% | 0.0% | 1 1.8% | 0.0% | 0.0% |
| 設備投資 | 19 4.2% | 3 4.6% | 1 1.3% | 2 1.9% | 2 3.6% | 3 4.9% | 7 12.7% | 1 2.9% | 0.0% |
| 雇用情勢 | 10 2.2% | 0.0% | 2 2.5% | 2 1.9% | 1 1.8% | 1 1.6% | 2 3.6% | 2 5.7% | 0.0% |
| 国際情勢 | 69 15.1% | 6 9.2% | 7 8.9% | 11 10.5% | 12 21.8% | 8 13.1% | 9 16.4% | 16 45.7% | 0.0% |
| 国内景気 | 280 61.4% | 40 61.5% | 46 58.2% | 56 53.3% | 37 67.3% | 40 65.6% | 38 69.1% | 22 62.9% | 1 100.0% |
| 地元景気 | 94 20.6% | 22 33.8% | 17 21.5% | 26 24.8% | 8 14.5% | 11 18.0% | 7 12.7% | 3 8.6% | 0.0% |
| 他社との競争 | 138 30.3% | 17 26.2% | 18 22.8% | 43 41.0% | 16 29.1% | 15 24.6% | 19 34.5% | 10 28.6% | 0.0% |
| 為替相場 | 32 7.0% | 4 6.2% | 5 6.3% | 4 3.8% | 2 3.6% | 7 11.5% | 4 7.3% | 6 17.1% | 0.0% |
| 金融情勢 | 49 10.7% | 5 7.7% | 11 13.9% | 10 9.5% | 5 9.1% | 8 13.1% | 7 12.7% | 3 8.6% | 0.0% |
| 消費動向 | 144 31.6% | 22 33.8% | 28 35.4% | 29 27.6% | 18 32.7% | 22 36.1% | 15 27.3% | 9 25.7% | 1 100.0% |
| 物価動向 | 47 10.3% | 6 9.2% | 8 10.1% | 14 13.3% | 1 1.8% | 10 16.4% | 3 5.5% | 4 11.4% | 1 100.0% |
| 株価動向 | 22 4.8% | 3 4.6% | 7 8.9% | 3 2.9% | 5 9.1% | 1 1.6% | 2 3.6% | 2 2.9% | 1 0.0% |
| 地価動向 | 10 2.2% | 1 1.5% | 3 3.8% | 3 2.9% | 1 1.8% | 1 1.6% | 1 1.8% | 0.0% | 0.0% |
| 税制改革 | 7 1.5% | 0.0% | 3 3.8% | 1 1.0% | 1 1.8% | 1 1.6% | 1 1.8% | 0.0% | 0.0% |
| 公共投資 | 11 2.4% | 0.0% | 2 2.5% | 3 2.9% | 2 3.6% | 2 3.3% | 1 1.8% | 1 2.9% | 0.0% |
| 輸出入動向 | 17 3.7% | 2 3.1% | 7 8.9% | 3 2.9% | 0.0% | 1 1.6% | 1 1.8% | 3 8.6% | 0.0% |
| 価格競争 | 100 21.9% | 13 20.0% | 16 20.3% | 31 29.5% | 15 27.3% | 9 14.8% | 10 18.2% | 6 17.1% | 0.0% |
| 規制緩和 | 5 1.1% | 2 3.1% | 0.0% | 0.0% | 1 1.8% | 0.0% | 2 3.6% | 0.0% | 0.0% |
| 親企業のリストラ・ 海外進出 | 3 0.7% | 1 1.5% | 1 1.3% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1 2.9% | 0.0% |
| 環境問題 | 5 1.1% | 0.0% | 1 1.3% | 1 1.0% | 1 1.8% | 1 1.6% | 0.0% | 1 2.9% | 0.0% |
| その他 | 7 1.5% | 3 4.6% | 0.0% | 0.0% | 1 1.8% | 0.0% | 3 5.5% | 0.0% | 0.0% |
| (回答企業数) | 456 | 65 | 79 | 105 | 55 | 61 | 55 | 35 | 1 |
| 無回答 | 42 | 10 | 8 | 9 | 5 | 4 | 5 | 1 | |

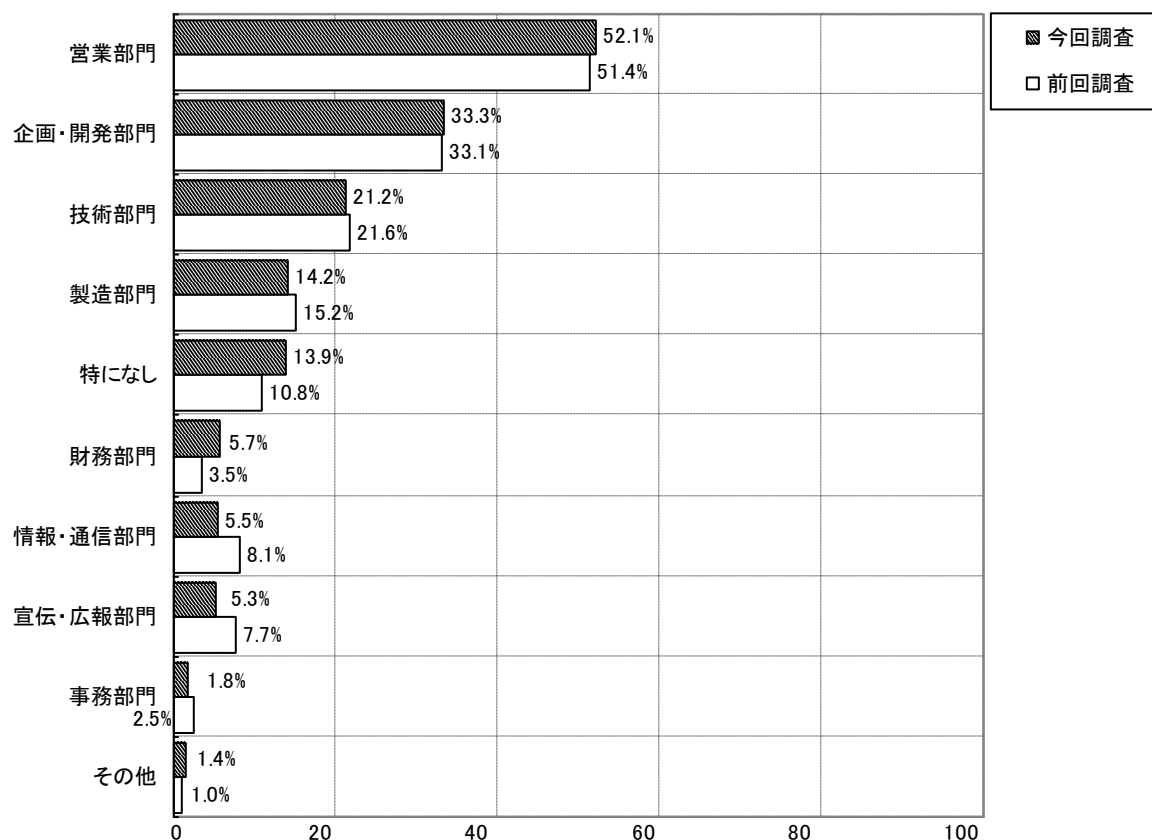
7. 今後、拡充・強化する部門

● 前回と変わらず、約半数が「営業部門」を拡充・強化する部門としている。

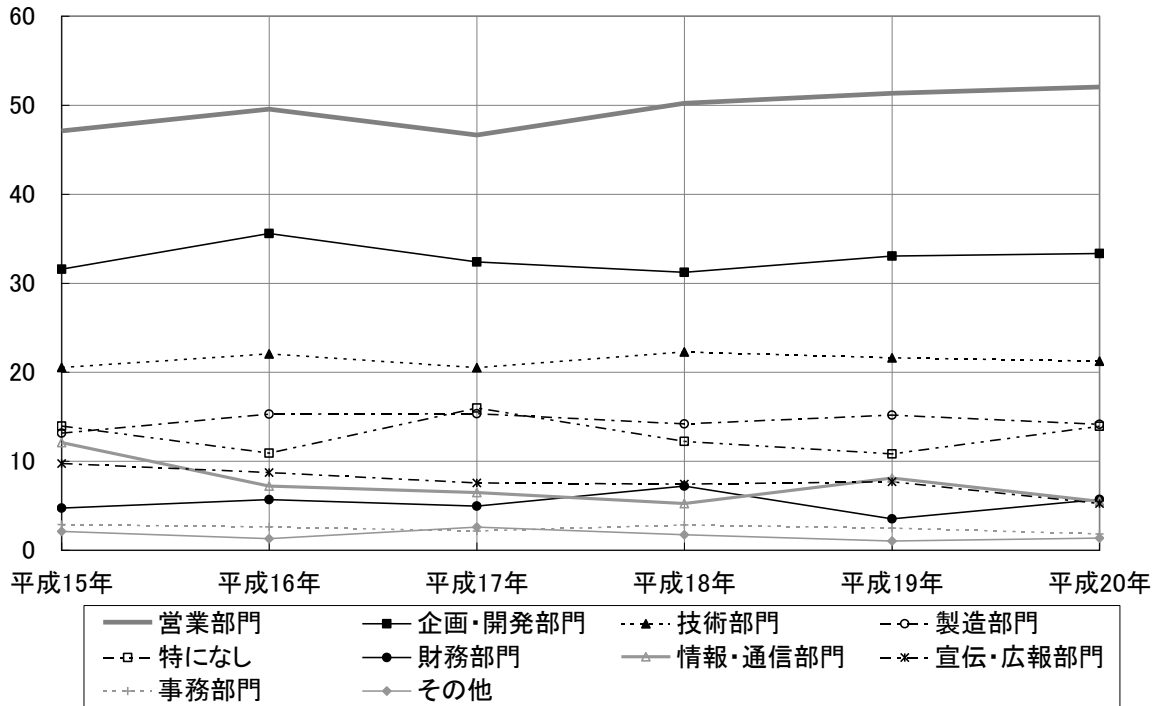
(1) 全体

今後、拡充・強化する部門としては、「営業部門」(52.1%)が最も多く、「企画・開発部門」(33.3%)、「技術部門」(21.2%)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、窯業、機械、その他の製造が「営業部門」、染色、印刷が「企画・開発部門」、金属では「製造部門」の比率が高くなっている。化学は「営業部門」、「技術部門」が同率で高くなっている。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 | | | 計 |
| 事務部門 | 8 1.8% | 0 | 0 | 2 | 1 | 1 | 2 | 6 | 1 | 1 | 2 | 6 | 0.0% | 2.1% | 0.0% | 0.0% | 1 | 2 | 0.0% |
| 財務部門 | 25 5.7% | 1 | 1 | 1 | 0 | 2 | 3 | 2 | 5 | 15 | 1 | 2 | 1.9% | 4.3% | 0.0% | 13.6% | 2.4% | 8.3% | 4.5% |
| 営業部門 | 228 52.1% | 12 | 8 | 8 | 6 | 11 | 8 | 17 | 32 | 102 | 29 | 26 | 8 | 11 | 28 | 24 | 126 | 19 | 45.2% |
| 企画・開発部門 | 146 33.3% | 10 | 10 | 12 | 4 | 4 | 5 | 8 | 23 | 76 | 21 | 15 | 11 | 2 | 13 | 8 | 70 | 14 | 33.3% |
| 宣伝・広報部門 | 23 5.3% | 0 | 2 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | 3 | 5 | 4 | 5 | 6 | 2 | 1 | 18 | 5 | 11.9% |
| 情報・通信部門 | 24 5.5% | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 3 | 9 | 5 | 1 | 6 | 1 | 1 | 1 | 15 | 2 | 4.8% |
| 技術部門 | 93 21.2% | 2 | 4 | 3 | 3 | 11 | 9 | 14 | 13 | 59 | 4 | 3 | 6 | 8 | 13 | 34 | 2 | 4.8% | |
| 製造部門 | 62 14.2% | 6 | 3 | 5 | 2 | 4 | 13 | 8 | 13 | 54 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 8 | 5 | 11.9% | |
| 特になし | 61 13.9% | 3 | 4 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 9 | 24 | 5 | 12 | 6 | 9 | 5 | 37 | 3 | 7.1% | |
| その他 | 6 1.4% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 1 | 1 | 0 | 6 | 1 | 2.4% | |
| (回答企業数) | 438 | 22 | 21 | 20 | 14 | 21 | 22 | 30 | 65 | 215 | 53 | 47 | 23 | 22 | 42 | 36 | 223 | 42 | |
| 無回答 | 60 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 2 | 2 | 23 | 11 | 10 | 6 | 8 | 2 | 37 | 9 | | | |

(3) 従業員規模別

従業員規模別に見ると、0～4 人の企業を除き、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 | 8 1.8% | 1 1.9% | 1 1.3% | 2 2.0% | 1 1.9% | 2 3.3% | 1 1.8% | 0 0.0% | 0 0.0% |
| 財務部門 | 25 5.7% | 2 3.8% | 6 7.6% | 10 9.9% | 4 7.5% | 1 1.7% | 1 1.8% | 1 2.9% | 0 0.0% |
| 営業部門 | 228 52.1% | 19 35.8% | 37 46.8% | 54 53.5% | 27 50.9% | 29 48.3% | 39 69.6% | 22 62.9% | 1 100.0% |
| 企画・開発部門 | 146 33.3% | 12 22.6% | 26 32.9% | 37 36.6% | 18 34.0% | 23 38.3% | 19 33.9% | 10 28.6% | 1 100.0% |
| 宣伝・広報部門 | 23 5.3% | 3 5.7% | 8 10.1% | 5 5.0% | 2 3.8% | 2 3.3% | 2 3.6% | 1 2.9% | 0 0.0% |
| 情報・通信部門 | 24 5.5% | 2 3.8% | 3 3.8% | 6 5.9% | 2 3.8% | 5 8.3% | 4 7.1% | 2 5.7% | 0 0.0% |
| 技術部門 | 93 21.2% | 3 5.7% | 13 16.5% | 23 22.8% | 14 26.4% | 14 23.3% | 15 26.8% | 11 31.4% | 0 0.0% |
| 製造部門 | 62 14.2% | 3 5.7% | 7 8.9% | 12 11.9% | 6 11.3% | 19 31.7% | 10 17.9% | 5 14.3% | 0 0.0% |
| 特になし | 61 13.9% | 21 39.6% | 18 22.8% | 8 7.9% | 4 7.5% | 2 3.3% | 3 5.4% | 5 14.3% | 0 0.0% |
| その他 | 6 1.4% | 1 1.9% | 0 0.0% | 2 2.0% | 1 1.9% | 0 0.0% | 2 3.6% | 0 0.0% | 0 0.0% |
| (回答企業数) | 438 | 53 | 79 | 101 | 53 | 60 | 56 | 35 | 1 |
| 無回答 | 60 | 22 | 8 | 13 | 7 | 5 | 4 | 1 | |

8. 今後、削減・縮小する部門

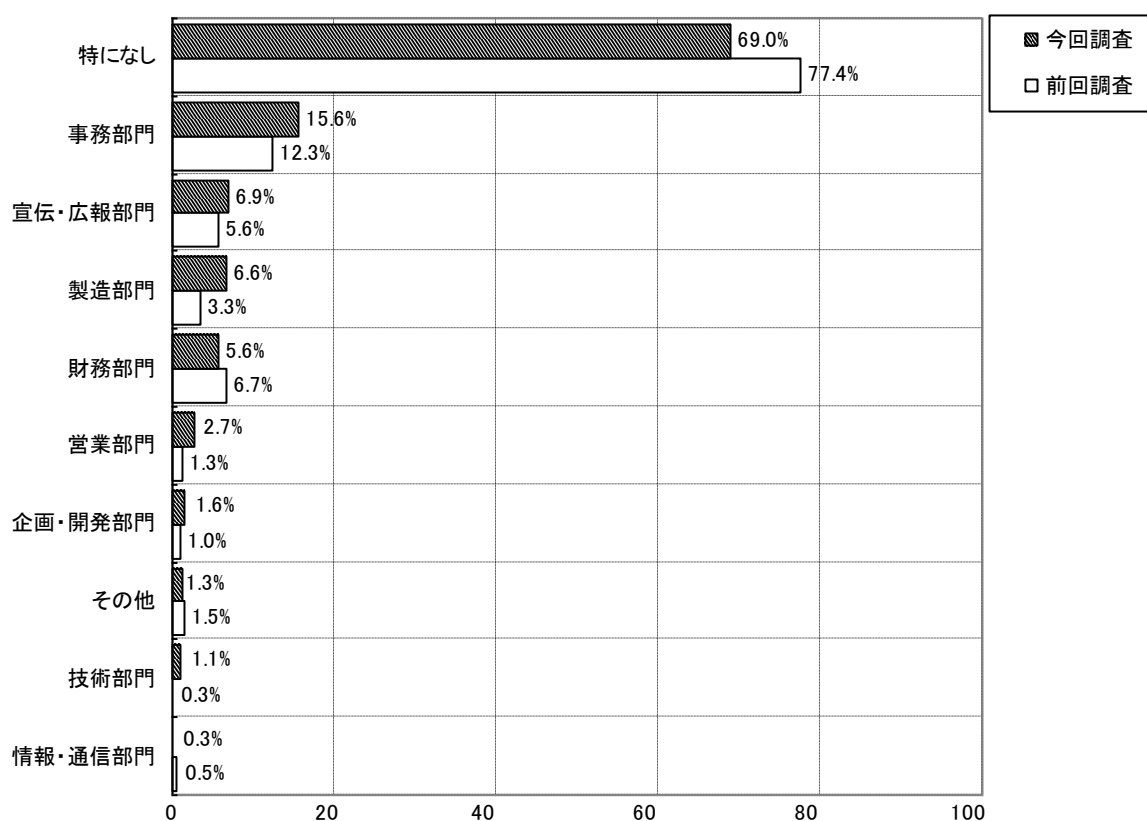
● 削減・縮小する部門としては、7割弱が「特になし」を選択。

(1) 全体

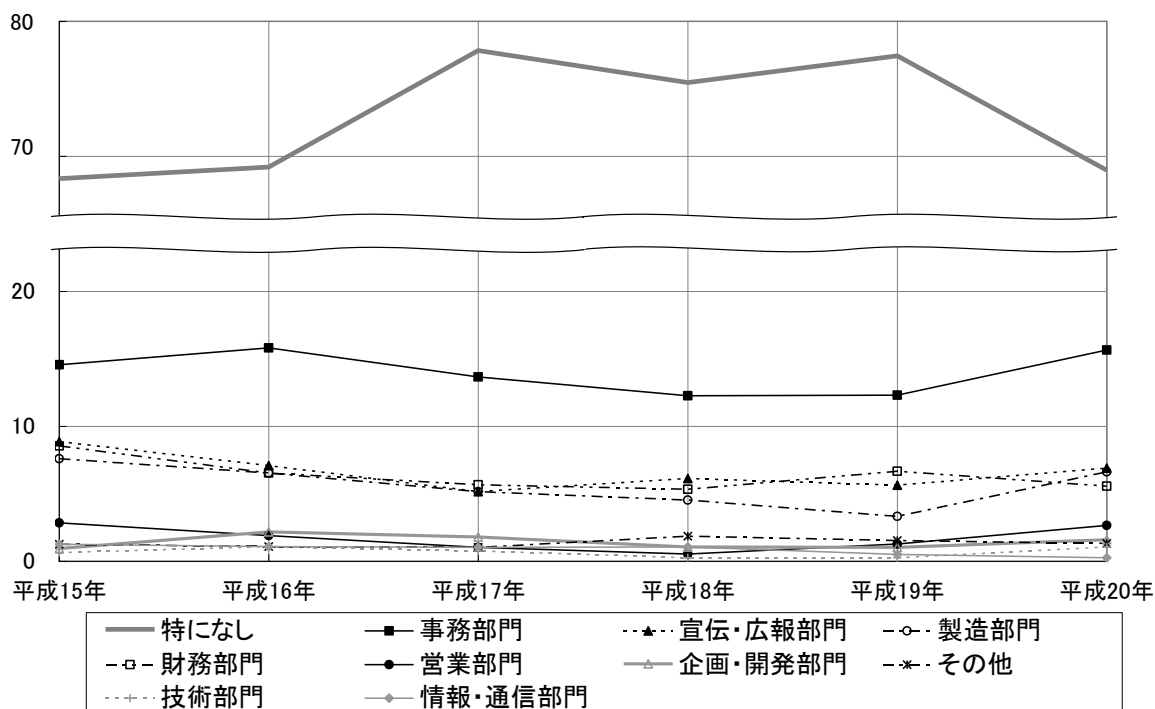
今後、削減・縮小する部門としては、「特になし」の比率が69.0%と圧倒的に高くなっている。以下、「事務部門」(15.6%)、「財務部門」(6.9%)の順となっている。

景気減退の影響からか、「製造部門」(6.6%)が前回より倍増している。(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」(88.2%)が最も高く、以下、「飲食・宿泊」(82.4%)、「窯業」(78.6%)の順になっている。

観光関連においても、「特になし」とする企業が最も多く、52.4%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 | | | | | | 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 | 59 15.6% | 5 26.3% | 1 6.7% | 2 11.8% | 0.0% | 0.0% | 1 5.9% | 4 16.0% | 9 16.1% | 22 12.1% | 10 20.8% | 6 14.3% | 1 5.6% | 1 5.9% | 12 31.6% | 7 21.9% | 37 19.0% | 3 7.1% |
| 財務部門 | 21 5.6% | 1 5.3% | 2 13.3% | 2 11.8% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1 1.8% | 7 3.8% | 7 14.6% | 3 7.1% | 0.0% | 0.0% | 2 5.3% | 2 6.3% | 14 7.2% | 0.0% |
| 営業部門 | 10 2.7% | 1 5.3% | 1 6.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 3 5.4% | 5 2.7% | 2 4.2% | 2 4.8% | 0.0% | 0.0% | 1 2.6% | 0.0% | 5 2.6% | 3 7.1% |
| 企画・開発部門 | 6 1.6% | 1 5.3% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1 5.3% | 0.0% | 0.0% | 2 3.6% | 4 2.2% | 1 2.1% | 0.0% | 0.0% | 1 5.9% | 0.0% | 0.0% | 2 1.0% | 1 2.4% |
| 宣伝・広報部門 | 26 6.9% | 1 5.3% | 1 6.7% | 1 5.9% | 1 7.1% | 2 10.5% | 1 5.9% | 0.0% | 3 5.4% | 10 5.5% | 2 4.2% | 2 4.8% | 2 11.1% | 2 11.8% | 6 15.8% | 2 6.3% | 16 8.2% | 3 7.1% |
| 情報・通信部門 | 1 0.3% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1 1.8% | 1 0.5% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 技術部門 | 4 1.1% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1 5.3% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1 0.5% | 0.0% | 0.0% | 1 5.6% | 0.0% | 2 5.3% | 0.0% | 3 1.5% | 0.0% |
| 製造部門 | 25 6.6% | 5 26.3% | 3 20.0% | 2 11.8% | 2 14.3% | 3 15.8% | 1 5.9% | 2 8.0% | 3 5.4% | 21 11.5% | 1 2.1% | 0.0% | 1 5.6% | 0.0% | 1 2.6% | 1 3.1% | 4 2.1% | 0.0% |
| 特になし | 260 69.0% | 8 42.1% | 9 60.0% | 13 76.5% | 11 78.6% | 13 68.4% | 15 88.2% | 19 76.0% | 40 71.4% | 128 70.3% | 28 58.3% | 31 73.8% | 14 77.8% | 14 82.4% | 21 55.3% | 24 75.0% | 132 67.7% | 22 52.4% |
| その他 | 5 1.3% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1 1.8% | 1 0.5% | 3 6.3% | 0.0% | 0.0% | 1 5.9% | 0.0% | 0.0% | 4 2.1% | 1 2.4% |
| (回答企業数) | 377 | 19 | 15 | 17 | 14 | 19 | 17 | 25 | 56 | 182 | 48 | 42 | 18 | 17 | 38 | 32 | 195 | 42 |
| 無回答 | 121 | 7 | 10 | 7 | 5 | 4 | 7 | 5 | 11 | 56 | 16 | 15 | 5 | 11 | 12 | 6 | 65 | 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」が最も高くなっている。(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 | 59 15.6% | 4 8.0% | 9 13.4% | 15 17.6% | 6 14.0% | 12 22.2% | 10 21.3% | 3 10.0% | 0.0% |
| 財務部門 | 21 5.6% | 0 0.0% | 6 9.0% | 8 9.4% | 2 4.7% | 2 3.7% | 2 4.3% | 1 3.3% | 0.0% |
| 営業部門 | 10 2.7% | 0 0.0% | 3 4.5% | 3 3.5% | 1 2.3% | 2 3.7% | 1 2.1% | 0 0.0% | 0.0% |
| 企画・開発部門 | 6 1.6% | 1 2.0% | 0 0.0% | 3 3.5% | 0 0.0% | 0 0.0% | 2 4.3% | 0 0.0% | 0.0% |
| 宣伝・広報部門 | 26 6.9% | 3 6.0% | 6 9.0% | 7 8.2% | 2 4.7% | 3 5.6% | 3 6.4% | 1 3.3% | 1 100.0% |
| 情報・通信部門 | 1 0.3% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 1.2% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0.0% |
| 技術部門 | 4 1.1% | 0 0.0% | 1 1.5% | 0 0.0% | 2 4.7% | 1 1.9% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0.0% |
| 製造部門 | 25 6.6% | 1 2.0% | 5 7.5% | 4 4.7% | 2 4.7% | 6 11.1% | 2 4.3% | 5 16.7% | 0.0% |
| 特になし | 260 69.0% | 42 84.0% | 43 64.2% | 54 63.5% | 33 76.7% | 34 63.0% | 32 68.1% | 22 73.3% | 0.0% |
| その他 | 5 1.3% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 1.2% | 0 0.0% | 0 0.0% | 3 6.4% | 0 0.0% | 1 100.0% |
| (回答企業数) | 377 | 50 | 67 | 85 | 43 | 54 | 47 | 30 | 1 |
| 無回答 | 121 | 25 | 20 | 29 | 17 | 11 | 13 | 6 | |

9. 平成21年に向けての経営全般における独自の取組や工夫

平成21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 | 誠実な製品作り。 |
| | 当社の主力商品に代わる商品の開発、販売を拡大していきたい。 当社が開発した他社には出来ないジャカード炭素繊維織物を販売主商品の1つに育てあげたい。 |
| | ネクタイ生地その他用途開発。新規取引先の開拓。一部工場の閉鎖。 |
| | 小売店との商品企画等、消費者に近い所での商品開発。 |

| | |
|----|----------------------------|
| 染色 | 脱色の技術を利用して、建具ガラス戸などの漂白洗い。 |
| | 細かな所に気を配り、小廻りがきく体制を整えています。 |
| | 設備投資による人員増強で、新規事業に進出したい。 |

| | |
|----|--|
| 印刷 | 得意先の業種のバランス（一つの業種に片寄らない）。 新商品（エンディングノート）の販路を広げる |
| | 外部発注から社内でのDTP作業へ移行すべく、親会社の協力のもと、導入を検討中。 |
| | 不況の折、不可能と思われる品物に挑戦して客を増やす事等を考える。 |
| | 対面、対話を基本とした営業に努力し、企画力を高めたい。 スリム化。 |

| | |
|----|---|
| 窯業 | 付加価値の高い商品の取扱い。 |
| | 新しい素地を使つての商品制作。 |
| | 新製品、軽量陶材による食器の製造販売。目下、2~3件の受注に対応開始。 |
| | 新規売出し品目を平成20年中に2つ用意できたので、平成21年には売上に寄与すると思う。絶えず考えることが必要と思っている。 |
| | 当社及び当社加入組合の持つ独自性をアピールして、競合他社との明確な違いを訴える。 |
| | 経営販売努力。 |

| | |
|----|---|
| 化学 | 売上面は新商品の拡販、経費面では人件費（特に残業代）の削減を実施する。 |
| | 全分野にわたって悪い訳ではないので、特定分野に資源を集中する。 適正人員を見極める。 |
| | 技術に特に力を入れる。 |
| | 今以上に大学との連携強化。 顧客と共同開発。 |
| | 思い切った経費の削減、営業部の拡充、見直し新規開拓。 |
| | 同業他社との連携強化。 |

| | |
|----|-------------------------------|
| 金属 | 社員教育の充実に傾注。 |
| | 現在、展開中の海外工場での生産／販売を強化。 |
| | 航空関連部品の独自のノウハウを持つ工夫を更に充実・実行に。 |

| | |
|----|---|
| 機械 | 設備を活用した内製化を進めてコストダウンを図り、収益の確保に努める。 |
| | 工場の集約により生産性の向上、原価低減を図る。 |
| | 従業員のレベルアップを図るため、社内外にて教育を実施。 |
| | 1. 「何事もスピード」 クイックレスポンス。 2. 「超精密」高精度・高回転の設備導入。 3. 生産革新・・・ウルトラ短納期の実現（リードタイム短縮）。 4. 人材育成（モチベーションアップ）。 |
| | より一層新しい技術の向上を目指す。 |

| | |
|--------|--|
| その他の製造 | 新しい加工技術の開発。 |
| | 平成21年は今年以上に厳しい年となり、社内での5S改善が必要となる。 |
| | 既存ルートの再構築。 |
| | 国内が不景気であっても、営業努力によって新規開拓も可能と考えている。食の安全、安心を前提に健康志向に向けた更なる取組を行なう。 |
| | 外部講師を招請して経営改善・改革を実施、定例会議を充実し全社員に徹底させ、リストラクチャリングの推進。 |
| | 新規事業計画の推進（21年度中）。 |
| | 新製品の開発、新しい販路・需要の開拓を一番の取組事業にしている。 地域資源事業の認定を通じて、該当の事業を積極的に進める。 |
| | 他社との差別化した物づくりと京都発の品格ある物づくり。 |

| | |
|----|-----------------------------------|
| 卸売 | 配送業務の改善に取り組んでいる。 |
| | インターネットによる販売戦略の構築。 |
| | 分析、安全試験に力を入れる。 |
| | 現状での足元をしっかりと固めていく。 |
| | 増収、増益を目指してオリジナルの商品、販売手段を講じます。 |
| | 商品企画・商品開発をより強化し、ストーリー性のある商品を提供する。 |
| | エコビジネスに注力。 |

| | |
|---------------------|---|
| 小売 | 高級商品から低価格商品への商品配列面での工夫。 広告費や包装資材費等の節約。 |
| | 店舗のスクラップ&ビルド。 |
| | 資産の有効利用。 |
| | 対面販売の充実。 |
| | 新商品の開発，既設店舗の見直し及び撤退の勇断。 市場開拓。 |
| | 無駄な仕入等を控え，営業力を向上させて他社に負けないサービス精神で取り組む努力をする。 |
| | 営業拡充よりも，お客様のニーズに合ったものをきめ細かく対応。 |
| | 124軒の組合だが，個店の営業にも活動に限界があるので組合（全店）でやる販促活動に期待したい。 |
| タスポによる店内タバコの品揃えの増加。 | |

| | |
|------|-------------------------------------|
| 情報通信 | ハイクオリティ&ローコストオペレーションの徹底。 |
| | 宣伝・広告。販売の為の企画。人材雇用。情報利用の効率化。設備投資など。 |
| | コスト削減，効率化推進。 |
| | 新ビジネスとしてwebでのパッケージソフトのレンタル販売を開始。 |

| | |
|-------|---|
| 飲食・宿泊 | 外食費を減らす傾向に対して，お取り寄せに力を入れて行く。 現状より安価な商品を作る。 |
| | 海外観光客へのアピール，誘致。 日本食の良さを味わってもらうように宣伝アピール。 |

| | |
|---------------------|--------------------------------|
| サービス | 店舗統廃合による合理化，分社による専門化。 |
| | 他社との差別化を図るため，新技術による付加価値商品を提供。 |
| | 事業会社向けへの企画提案，地元土地の有効活用の提案及び管理。 |
| | 京都ブランド戦略。 |
| | 外国人，高齢者に特化した事業展開を計画。 |
| ストック型経営体質の一層の推進を図る。 | |

| | |
|----|----------------------------------|
| 建設 | リフォーム事業の強化。 |
| | 都市緑化，景観問題への取組。 |
| | 少ないチャンスを求めて，広範囲に営業活動を展開。財務体質の強化。 |
| | 社員個々の技術力UP，資質の向上。 |
| | 顧客ニーズの発掘，他社との差別化。 |