2019 淡路島ロングライド150

わたしたちのマチの景況レポート No. 19

2019 年 7～9 月期実績・2019 年 10～12 月期見通し

今日も　楽しい　おつきあい

淡路信用金庫

調査概要

１．調査時期　　：2019 年７～９月期実績・2019 年 10～12 月期見通し

２．調査方法　　：当金庫の営業店職員による「聴取り」調査

３．調査企業数　：694 社

製　造　業	156 社	卸　売　業	104 社	小　売　業	120 社
サービス業	120 社	建　設　業	144 社	不 動 産 業	50 社

４．調査地区　　：当金庫事業地区（洲本市、淡路市、南あわじ市、明石市、神戸市、芦屋市、西宮市、尼崎市、加古郡稲美町、加古郡播磨町、加古川市、高砂市、三木市）

５．分析方法：Ｄ．Ｉ．（「良い」「増加」「上昇」の回答割合 －「悪い」「減少」「下降」の回答割合）
※不変部分を除き、「良い」「悪い」のどちらの力がどれだけ強いかを調べる方法

指標	内容	プラス	マイナス
業況	調査時点での回答企業の業況 「良い」－「悪い」	**良い**＞悪い	良い＜**悪い**
売上額	前期（四半期）と比較した売上 「増加」－「減少」	**増加**＞減少	増加＜**減少**
収益	前期（四半期）と比較した収益 「増加」－「減少」	**増加**＞減少	増加＜**減少**
販売価格	前期（四半期）と比較した販売価格 「上昇」－「下降」	**上昇**＞下降	上昇＜**下降**
仕入価格	前期（四半期）と比較した仕入価格 「上昇」－「下降」	**上昇**＞下降	上昇＜**下降**
人手過不足	調査回答時点での人手 「過剰」－「不足」	**過剰**＞不足	過剰＜**不足**
資金繰り	前期（四半期）と比較した資金繰り 「楽」－「苦」	**楽** ＞ 苦	楽 ＜ **苦**
設備投資企業割合	設備投資実施の有無		

例

人手不足▲50とは

人手	(1)過剰 (2)やや過剰 (3)適正 (4)やや不足 (5)不足

⬇ 回答数を集計し、回答割合を算出

	(1)過剰	(2)やや過剰	(3)適正	(4)やや不足	(5)不足	合計
回答数	35	35	210	280	140	700
回答割合	5.0%	5.0%	30.0%	40.0%	20.0%	100.0%

人手不足＝　10　－　60　＝ ▲50

業種別地区別天気図

業種＼地区	全事業地区（694先）			淡路地区（395先）			神明地区（299先）		
時期	2019年4～6月（前期）	2019年7～9月（今期）	2019年10～12月（見通し）	2019年4～6月（前期）	2019年7～9月（今期）	2019年10～12月（見通し）	2019年4～6月（前期）	2019年7～9月（今期）	2019年10～12月（見通し）
総合									
製造業									
卸売業									
小売業									
サービス業									
建設業									
不動産業									

好調← →低調

全業種

前期 今期 来期

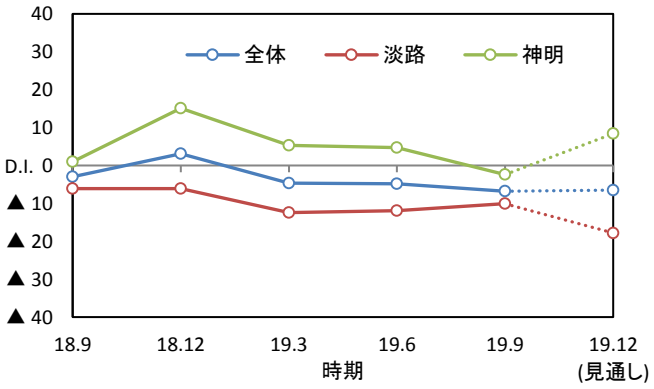
今期（19 年 9 月期）の業況は▲6.8 と前期比 2 ﾎﾟｲﾝﾄ悪化した。来期（19 年 12 月期）も▲6.5 と先行き低調な見通し。

業種別では製造業で▲20.0（前期は▲7.6）と落ち込んだほか、卸売業・小売業でも 2 ケタのマイナスで、来期はさらに厳しい見通しを立てている。一方､建設業では 18.1 と前期比 10 ﾎﾟｲﾝﾄ近く改善し、来期も明るい見通し。

収益面では、販売価格がプラス基調で推移しているものの、仕入価格が高止まりしており、収益は依然マイナスの状況。

人手過不足は 1.8 ﾎﾟｲﾝﾄ減の▲36.0 と不足感が増し、資金繰りも▲3.9 とマイナスが続く。設備投資は維持更新を中心に 24.0%が実施した。

業況判断 D.I.の推移（地区別）



(D.I.)

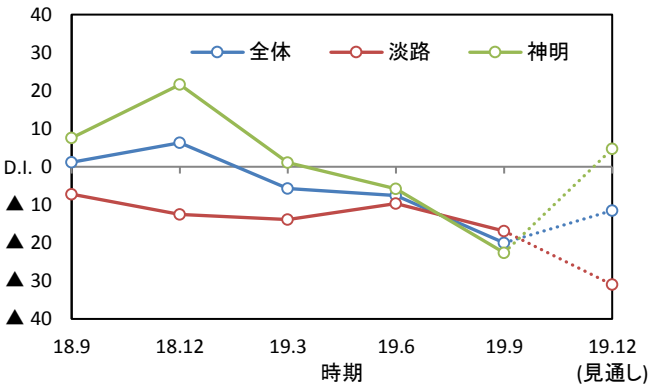
	19年6月（前期）	19年9月（今期）	19年12月（見通し）
業況	-4.8	-6.8	-6.5
売上額（前期比）	-3.9	-6.2	-3.5
収益（前期比）	-12.2	-8.8	-5.6
販売価格（前期比）	4.0	1.3	6.9
仕入価格（前期比）	28.4	21.8	26.3
人手過不足（過剰－不足）	-34.2	-36.0	-36.8
資金繰り（楽－苦）	-2.3	-3.9	-2.7
設備投資実施企業割合（%）	23.8	24.0	22.5

製造業

前期　今期　来期

今期の業況は淡路地区・神明地区ともに低下し、▲20.0と前期の▲12.4から大きく悪化した。収益面でも、販売価格がマイナス（「下降」が「上昇」を上回る）に転じ、売上額・収益ともに悪化した。また、資金繰りが前期の1.9から▲11.5と厳しい結果となった。来期は売上額・収益とも改善の見通しで、業況も▲11.5と悪いながらも今期実績比8.5ポイント改善の見通し。

業況判断D.I.の推移（地区別）



お客様の声

積極的な販路開拓は行っているものの売れ筋商品の効率的な生産体制が整っておらず、売上・収益とも伸び悩む状況となっている。（淡路地区）

受注は安定しているものの販売価格の低下が収益を圧迫している。また、ファストファッションの進出によりブランド志向の顧客も減少。今後は販路拡大による売上及び利益確保に注力する。（神明地区）

(D.I.)

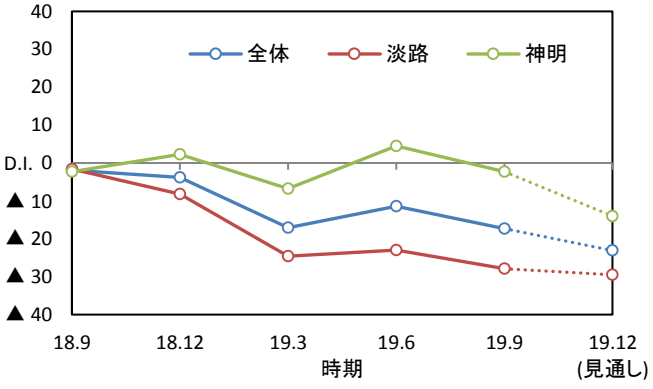
	19年6月（前期）	19年9月（今期）	19年12月（見通し）
業況	−7.6	−20.0	−11.5
売上額（前期比）	−10.8	−24.4	−7.1
収益（前期比）	−15.8	−25.6	−7.7
販売価格（前期比）	1.9	−1.9	0.0
仕入価格（前期比）	34.2	25.0	23.9
人手過不足（過剰－不足）	−29.1	−28.8	−27.6
資金繰り（楽－苦）	1.9	−11.5	−6.5
設備投資実施企業割合（%）	28.6	28.4	29.0

卸売業

前期　今期　来期

今期の業況は▲17.3と前期に比して5.9ポイント悪化した。地区別に見ると前回プラスの神明地区がマイナスに転じ、淡路地区はさらにマイナス幅が広がった。収益面では、販売価格が上昇するも売上額・収益とも依然減少傾向で、業況の改善には至らなかった。来期の業況もさらに悪化で先行き不透明な見通し。

業況判断D.I.の推移（地区別）



お客様の声

売上・収益ともに減少傾向。販売先の減少で在庫過剰となり売上も停滞している。在庫管理の徹底及び販路拡大が課題である。（淡路地区）

取引先の減少・仕入値の高騰を要因に売上・利益ともに減少している。消費税増税に伴い販売価格を見直し、利益確保に努める計画。（神明地区）

(D.I.)

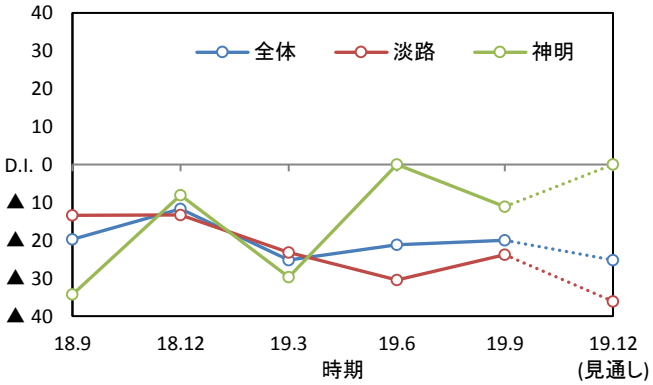
	19年6月（前期）	19年9月（今期）	19年12月（見通し）
業況	−11.4	−17.3	−23.1
売上額（前期比）	−3.8	−1.9	−10.6
収益（前期比）	−13.3	−3.8	−12.5
販売価格（前期比）	0.0	1.9	−2.9
仕入価格（前期比）	14.3	14.4	11.5
人手過不足（過剰－不足）	−23.8	−35.0	−32.0
資金繰り（楽－苦）	−3.8	−1.9	−2.9
設備投資実施企業割合（%）	19.4	16.3	16.8

小売業

前期 今期 来期

今期の業況は、前期比 1.2 ﾎﾟｲﾝﾄ改善するも▲20.0 と依然マイナス幅が大きく厳しい結果となった。収益面では仕入価格の上昇基調が幾分和らぐも、販売価格がマイナス（「下降」が「上昇」を上回る）に転じ、売上額・収益とも厳しい状況が続く。資金繰りは▲10.0 と僅かながらも改善が見られた。来期の業況もさらに悪化で先行き不透明な見通し。

業況判断 D.I. の推移（地区別）



お客様の声

消費増税による駆込み需要を期待するもあまり影響がなかった。取引先にカタログセールを実施し、売上増加を図っている。（淡路地区）

顧客の高齢化に伴い一人あたりの単価が下落し、売上は減少傾向にある。商品の品質・価格は他店より優れているが仕入値も高く、利益を圧迫している。（神明地区）

（D.I.）

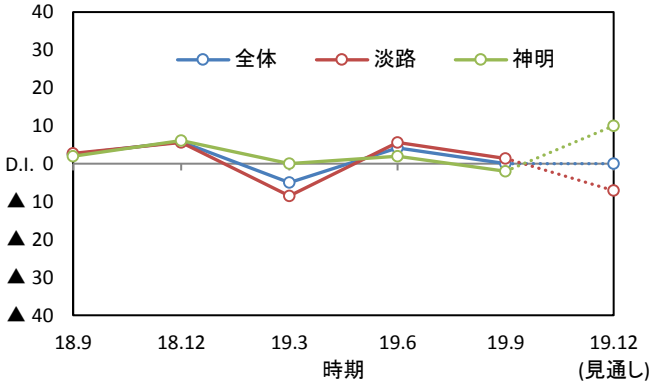
	19年6月（前期）	19年9月（今期）	19年12月（見通し）
業況	-21.2	-20.0	-25.2
売上額（前期比）	-16.9	-11.7	-14.2
収益（前期比）	-21.2	-14.2	-13.3
販売価格（前期比）	5.9	-3.3	20.0
仕入価格（前期比）	28.8	10.0	33.6
人手過不足（過剰－不足）	-20.3	-25.0	-28.3
資金繰り（楽－苦）	-12.7	-10.0	-10.0
設備投資実施企業割合（%）	15.7	17.1	12.9

サービス業

前期 今期 来期

今期の業況は 0 と前期比 4.2 ﾎﾟｲﾝﾄ悪化した。地区別に見ると淡路地区はプラスを維持するも神明地区でマイナスに転じた。収益面では売上額は 4.2 とプラスを維持。収益も▲1.7 と 5 ﾎﾟｲﾝﾄ改善したが、業況改善には至らなかった。来期は売上額・収益とも悪化の予想だが、業況は現状を維持する見通し。

業況判断 D.I. の推移（地区別）



お客様の声

慢性的な人手不足は改善できていない。社員の個々の能力アップを図ることで、業務の効率化に繋げていく。（淡路地区）

事業車輌に搭載義務化が進められているデジタコ・ドライブレコーダーを全車に搭載する。運行管理やドライバーの日報作成が効率化され労働時間短縮に繋がることを期待している。（神明地区）

（D.I.）

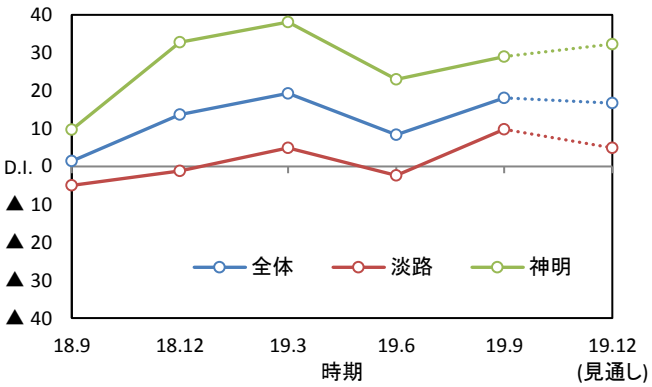
	19年6月（前期）	19年9月（今期）	19年12月（見通し）
業況	4.2	0.0	0.0
売上額（前期比）	5.8	4.2	-2.5
収益（前期比）	-6.7	-1.7	-7.5
販売価格（前期比）	7.5	5.8	12.5
仕入価格（前期比）	22.7	27.7	32.2
人手過不足（過剰－不足）	-46.7	-40.8	-43.3
資金繰り（楽－苦）	-8.3	-5.8	-4.2
設備投資実施企業割合（%）	24.1	25.2	25.4

建設業

前期　今期　来期

今期の業況は 18.1 と、前期比 9.7 ポイント上向いた。来期も 16.7 と見通しは明るい。地区別では、神明地区が 29.0（前期 23.0）と好調を保ち、淡路地区も 9.8 と前期の▲2.4 からプラスに転じた。収益も 3.5 とプラスに転じており、来期もプラスを維持する見通し。人手過不足は▲59.0 と依然高水準にあり、来期も▲59.7 と深刻な人手不足の見通し。

業況判断 D.I. の推移（地区別）



お客様の声

消費増税後しばらくの間、受注の減少を見込むが、島内外で展示会を計画し、受注獲得に積極的に取組んでいこうと思っている。（淡路地区）

受注状況は好調。消費税率引上げ後の反動減に備えて経費節減や仕入先の選定に取組み、収益性確保に努めなければならない。（神明地区）

（D.I.）

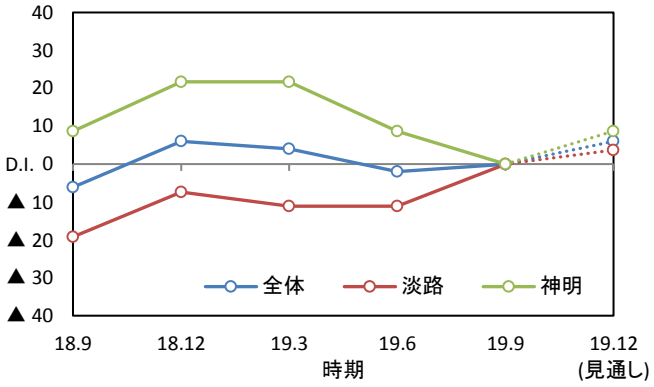
	19年6月（前期）	19年9月（今期）	19年12月（見通し）
業況	8.4	18.1	16.7
売上額（前期比）	4.2	6.3	11.1
収益（前期比）	−9.8	3.5	5.6
販売価格（前期比）	6.3	3.5	7.6
仕入価格（前期比）	42.7	31.9	34.7
人手過不足（過剰－不足）	−55.9	−59.0	−59.7
資金繰り（楽－苦）	4.9	6.3	6.3
設備投資実施企業割合（%）	28.4	29.5	24.8

不動産業

前期　今期　来期

今期の業況は 0 と前期の▲2.0 からマイナスを脱した。地区別に見ると、両地区とも 0 となるも、神明は 8.7 ポイント悪化、淡路は 11.1 ポイント改善と反対の動きとなった。資金繰りはプラスを維持し安定している。来期については売上額・収益とも上昇する見通しで、業況も 6.0 とプラスに転じる見通し。

業況判断 D.I. の推移（地区別）



お客様の声

島外からの購入希望者もあり、空き家、空き土地の売買仲介案件が昨年より出てきている。販売価格もやや上昇傾向にある。（淡路地区）

住宅エコポイント、住宅ローン控除の拡充等の施策により駆込み需要は感じていない。もともと販売単価が高いため、増税分すべてを転嫁させるのは難しい。（神明地区）

（D.I.）

	19年6月（前期）	19年9月（今期）	19年12月（見通し）
業況	−2.0	0.0	6.0
売上額（前期比）	2.0	−6.0	4.0
収益（前期比）	2.0	−6.0	6.0
販売価格（前期比）	0.0	4.2	2.0
仕入価格（前期比）	12.0	12.2	8.2
人手過不足（過剰－不足）	−12.2	−8.2	−14.3
資金繰り（楽－苦）	6.0	6.1	4.0

問１　販売価格への反映

消費税率引き上げを販売価格にどの程度反映できるかについて、「すべて反映できる」が 51.4%と過半数を超えた。「一部の反映にとどまる」は 17.9%で、「まったく反映できない」も 6.2%と一定数見られた。

業種別に見ると、不動産業で「まったく反映できない」が 16.0%と他の業種に比べて高く、消費税率引上げに伴う悪影響が懸念される。

（単位：%）

		全て反映（転嫁）できる	一部の反映（転嫁）にとどまる	まったく反映（転嫁）できない	わからない
全体		51.4	17.9	6.2	24.5
地区別	淡路地区	47.1	21.0	5.1	26.8
	神明地区	57.2	13.7	7.7	21.4
規模別	1 ～ 4人	47.0	16.6	8.5	27.9
	5 ～ 9人	49.0	24.5	3.3	23.2
	10 ～ 19人	54.4	21.8	1.0	22.8
	20 ～ 29人	57.8	22.2	6.7	13.3
	30 ～ 39人	71.4	0.0	7.2	21.4
	40 ～ 49人	77.8	0.0	0.0	22.2
	50 ～ 99人	65.2	8.7	8.7	17.4
	100～199人	36.4	0.0	27.2	36.4
	200～299人	66.7	0.0	0.0	33.3
	300人～	100.0	0.0	0.0	0.0
業種別	製造業	53.2	15.4	7.7	23.7
	卸売業	51.0	23.1	6.7	19.2
	小売業	50.8	23.3	4.2	21.7
	サービス業	48.3	17.5	6.7	27.5
	建設業	55.6	11.8	2.1	30.5
	不動産業	44.0	20.0	16.0	20.0

問２　売上への影響

消費税率引上げに伴う売上への影響について、「減少する」は 19.1%であった。一方、「どちらともいえない」は 29.7%、「影響はない・変わらない」は 29.0%であった。

業種別に見ると、小売業で「減少する」と回答した企業が 30.8%と高く、消費税引上げに伴う悪影響が懸念される。

（単位：%）

		減少する	今年10月末頃まで減少	今年12月末頃まで減少	来年3月末頃まで減少	来年6月末頃まで減少	来年7月以降も減少	どちらともいえない	影響ない変わらない	むしろ増加する	わからない	その他
全体		19.1	2.2	7.0	5.5	0.9	3.5	29.7	29.0	0.1	21.9	0.2
地区別	淡路地区	23.5	3.0	8.6	6.3	1.0	4.6	30.1	22.3	0.0	23.8	0.3
	神明地区	13.0	1.0	5.0	4.3	0.7	2.0	29.1	37.8	0.3	19.5	0.3
規模別	1 ～ 4人	18.5	1.0	6.9	5.6	0.9	4.1	23.5	27.3	0.3	30.1	0.3
	5 ～ 9人	20.5	2.6	9.3	4.0	1.3	3.3	33.8	25.2	0.0	20.5	0.0
	10 ～ 19人	17.9	4.0	5.0	5.9	0.0	3.0	35.6	33.7	0.0	11.9	0.9
	20 ～ 29人	17.7	4.4	6.7	4.4	0.0	2.2	40.0	35.6	0.0	6.7	0.0
	30 ～ 39人	14.3	0.0	10.7	3.6	0.0	0.0	28.6	39.3	0.0	17.8	0.0
	40 ～ 49人	22.2	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0	33.3	44.5	0.0	0.0	0.0
	50 ～ 99人	21.6	4.3	4.3	8.7	4.3	0.0	34.8	34.8	0.0	8.8	0.0
	100～199人	9.1	0.0	0.0	9.1	0.0	0.0	54.5	27.3	0.0	9.1	0.0
	200～299人	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	33.4	0.0
	300人～	100.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
業種別	製造業	18.0	3.2	4.5	3.2	2.6	4.5	34.6	30.1	0.0	16.7	0.6
	卸売業	22.1	1.9	10.6	5.8	1.9	1.9	24.0	26.9	1.0	25.0	1.0
	小売業	30.8	3.3	17.5	5.0	0.0	5.0	23.3	20.8	0.0	25.1	0.0
	サービス業	13.3	0.8	1.7	8.3	0.0	2.5	29.2	34.2	0.0	23.3	0.0
	建設業	14.7	2.1	4.9	4.9	0.0	2.8	33.3	29.2	0.0	22.8	0.0
	不動産業	14.0	0.0	2.0	8.0	0.0	4.0	32.0	36.0	0.0	18.0	0.0

問３　消費税率引上後の収益確保策

消費税率引上げ後の収益確保策については、「これまでと変わらない」が 47.8%と最も高く、以下、「いっそうの経費削減に努める（28.0%）」「仕入価格の上昇を抑える（16.6%）」「販売価格を全面的に引き上げる(15.2%)」と続いた。

（単位：%）

		販売価格を全面的に引き上げる	販売価格を個別品目・区分ごとに見直す	新事業・分野への進出を検討する	仕入価格の上昇を抑える	新しい仕入先を検討する	駆け込み需要の平準化につとめる	いっそうの経費削減につとめる	現状の業容を拡大する	これまでと変わらない	その他
全体		15.2	14.9	4.9	16.6	4.2	6.3	28.0	10.0	47.8	1.0
地区別	淡路地区	15.5	17.5	6.9	17.8	4.8	7.9	34.0	11.2	43.4	1.3
	神明地区	14.7	11.4	2.3	15.1	3.3	4.3	20.1	8.4	53.5	0.7
規模別	1 ～ 4人	13.5	16.0	4.1	13.2	2.8	5.0	29.2	7.8	52.4	1.3
	5 ～ 9人	15.9	16.6	6.0	21.2	4.0	9.9	27.8	11.9	40.4	0.0
	10 ～ 19人	20.8	14.9	4.0	18.8	5.0	5.0	23.8	12.9	44.6	3.0
	20 ～ 29人	13.3	20.0	4.4	24.4	6.7	4.4	28.9	4.4	46.7	0.0
	30 ～ 39人	7.1	7.1	7.1	7.1	3.6	3.6	28.6	7.1	60.7	0.0
	40 ～ 49人	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	25.0	37.5	0.0
	50 ～ 99人	13.0	0.0	13.0	30.4	13.0	0.0	43.5	13.0	39.1	0.0
	100～199人	18.2	9.1	0.0	9.1	9.1	18.2	18.2	18.2	54.5	0.0
	200～299人	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3	0.0
	300人～	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0
業種別	製造業	13.5	10.9	3.2	21.8	5.1	3.8	24.4	8.3	50.0	0.0
	卸売業	15.2	18.1	3.8	18.1	2.9	4.8	26.7	18.1	41.9	1.9
	小売業	14.9	24.8	7.4	13.2	4.1	9.1	34.7	8.3	38.0	0.8
	サービス業	16.8	16.0	4.2	12.6	2.5	0.8	29.4	9.2	52.1	0.8
	建設業	17.1	8.2	6.2	14.4	4.8	11.0	24.0	9.6	50.0	0.7
	不動産業	10.0	12.0	4.0	20.0	6.0	10.0	32.0	4.0	56.0	4.0

（備考）最大3つまで複数回答

問４　軽減税率制度への対応

2019 年 10 月から実施予定の軽減税率制度への対応について、「対応は完了した」8.8%、「対応はほぼ完了した」20.2%に対し、「対応を始めたが、間に合わない」2.7%、「対応すべきだが、できていない」12.8%となった。なお、「そもそも、自社と関係があるかわからない」と回答した企業が 9.7%あり、制度への関心の低さと周知不徹底が懸念される。

（単位：%）

		対応は完了	対応はほぼ完了	対応を始めたが、間に合わない	対応すべきだが、できていない	自社とは関係がない	そもそも自社と関係あるかわからない
全体		8.8	20.2	2.7	12.8	45.8	9.7
地区別	淡路地区	7.6	24.3	3.3	16.5	38.0	10.3
	神明地区	10.4	14.7	2.0	8.0	56.2	8.7
規模別	1 ～ 4人	7.2	16.3	4.1	15.7	45.8	10.9
	5 ～ 9人	10.0	20.6	1.3	9.9	45.0	13.2
	10 ～ 19人	6.9	17.8	0.0	11.9	58.4	5.0
	20 ～ 29人	11.1	28.9	6.7	8.9	40.0	4.4
	30 ～ 39人	10.7	28.6	0.0	14.3	42.9	3.5
	40 ～ 49人	22.2	11.1	0.0	0.0	44.4	22.3
	50 ～ 99人	8.7	34.8	0.0	13.0	34.8	8.7
	100～199人	0.0	63.6	9.1	0.0	27.3	0.0
	200～299人	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0
	300人～	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
業種別	製造業	3.2	16.0	1.9	12.8	54.5	11.6
	卸売業	10.6	20.2	2.9	12.5	42.3	11.5
	小売業	11.7	35.0	5.0	17.5	22.5	8.3
	サービス業	11.7	19.2	2.5	14.2	44.2	8.2
	建設業	7.6	16.0	1.4	9.0	55.6	10.4
	不動産業	12.0	12.0	4.0	10.0	58.0	4.0

問５　今春の賃金の引上げの有無

消費増税など経済環境が大きく変化しているなかで、今春、賃金を引き上げた企業は 36.2%であった。理由としては、「従業員の処遇改善（20.7%）」が最も多く、「人手不足を背景とした賃金上昇（7.2%）」、「自社の業績改善を反映（5.5%）」と続いた。一方、引き上げていない企業は 63.8%で、理由としては、「当面様子見（38.0%）」が最も多く、以下、「景気見通しが不透明(11.3%)」、「自社の業績低迷（9.3%）」と続いた。

（単位：%）

		賃金を引上げた						賃金を引上げていない					
			ｱﾍﾞﾉﾐｸｽの流れ踏襲	従業員の処遇改善	自社の業績改善反映	人手不足を背景として	その他		自社の業績低迷	景気見通し不透明	諸経費増で支払余力なし	当面様子見	その他
全体		36.2	2.2	20.7	5.5	7.2	0.6	63.8	9.3	11.3	2.8	38.0	2.4
地区別	淡路地区	35.3	2.0	21.5	3.6	7.4	0.8	64.7	10.2	12.3	2.0	37.6	2.6
	神明地区	37.5	2.4	19.7	8.0	7.0	0.4	62.5	8.0	10.0	3.7	38.5	2.3
規模別	1 ～ 4人	19.2	1.3	10.7	3.2	3.5	0.5	80.8	13.6	13.6	4.7	45.1	3.8
	5 ～ 9人	40.0	4.0	24.7	2.0	8.7	0.6	60.0	6.0	13.3	2.0	38.0	0.7
	10 ～ 19人	49.5	3.0	31.7	8.9	5.9	0.0	50.5	8.9	7.9	0.0	31.7	2.0
	20 ～ 29人	57.8	0.0	33.3	8.9	13.3	2.3	42.2	6.7	13.3	2.2	20.0	0.0
	30 ～ 39人	53.6	3.5	17.9	17.9	14.3	0.0	46.4	0.0	3.6	0.0	39.2	3.6
	40 ～ 49人	77.8	0.0	55.6	11.1	11.1	0.0	22.2	0.0	0.0	0.0	22.2	0.0
	50 ～ 99人	78.3	0.0	43.5	13.1	21.7	0.0	21.7	0.0	0.0	0.0	21.7	0.0
	100～199人	70.0	10.0	30.0	20.0	10.0	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0	20.0	10.0
	200～299人	66.7	0.0	33.3	0.0	33.4	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0
	300人～	100.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
業種別	製造業	43.9	4.5	23.2	6.5	9.0	0.7	56.1	6.5	16.1	2.6	29.7	1.2
	卸売業	32.7	1.0	19.2	8.7	3.8	0.0	67.3	13.5	7.7	1.9	41.3	2.9
	小売業	34.7	2.5	20.3	0.8	10.2	0.9	65.3	17.8	11.9	4.2	29.7	1.7
	サービス業	35.0	2.5	19.2	5.0	7.5	0.8	65.0	8.4	10.0	3.3	40.0	3.3
	建設業	37.5	0.7	23.6	6.3	6.9	0.0	62.5	4.9	9.7	2.1	44.4	1.4
	不動産業	22.4	0.0	12.2	6.2	2.0	2.0	77.6	4.1	10.2	2.0	53.1	8.2

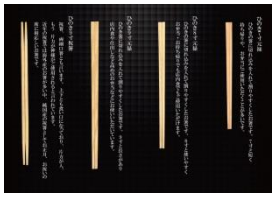
【問合せ先】
淡路信用金庫　業務部
担当：柏木、眞野、三倉
TEL：0799-22-1020

わたしたちのマチの元気企業　③

心の「かけ箸」をおとどけして半世紀・・・

昭和 32 年に、外食産業を縁の下で支える企業として神戸で創業いたしました。
神戸はしまんでは、お箸・割箸をはじめとするオリジナルノベルティを
お創りしております。

業務部



～国産割箸～
国産杉箸・国産ひのき箸を主に取扱いしています。
国産割箸は端材を使うためエコにもつながります。
～食品関係印刷物～
貴社オリジナルのロゴを使用し、名入れのポイントカード、メニュー、パンフレットなどをお作りしております。
お好きなメッセージを入れることも可能です。

ギフト部

～祝箸～
来る年への希望を作る贈り物箸の語源は「かけはし」です。
祝箸は「食の神と人の神」「人と人」をつなぎます。
～おみくじばし～
国産ひのき使用！！地球環境に優しい安心のノベルティです。
お客様ご家族の団欒に、友人同士のパーティに様々な場面で活躍します。
顧客満足度をアップさせるツールとして、ご利用下さい。

弊社では国産材割箸の積極的な使用をおすすめしております。
「植える」→「育てる」→「収穫する」→「上手に使う」
このサイクルが CO2 をたっぷりと吸収する元気な森をつくります。
「木づかい」とは暮らしに国産材をどんどん取り入れて森を育てる**エコ活動**。
認定マーク表示の商品が多数ございます。

〒652-0874
神戸市兵庫区高松町 12-25
(有)神戸はしまん
TEL：078-682-0261　FAX：078-682-0351
e-mail:info@hashiman.com

わたしたちのマチの元気企業　④

株式会社 NYK 西日本

当社は、日本容器工業グループの一員として、昭和 42 年以降、西日本において、樹脂ライニングタンク（鋼板製タンクに無溶剤エポキシ樹脂をコーティングしたもの）の製造・販売を手掛けています。

清酒、醤油をはじめとした多くの醸造業者様から高い評価を得ており、タンク業界においては高いシェアをいただいております。ここで培われた実績と信頼により、梅酒・焼酎業界への商品展開も図っています。

建設業界においては、ビル、病院、マンションなどの受水槽製造を手掛けています。当社の鋼板製受水槽については、阪神・淡路大震災での被害が皆無であったことから、安全・安心な受水槽として、お客様の信頼を揺るぎないものにしております。

＜清酒タンク＞

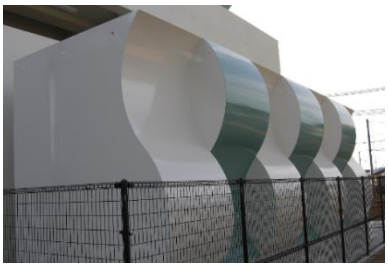
＜醤油タンク＞

＜鋼板製受水槽①＞

＜鋼板製受水槽②＞

＜デザインタンク①＞

＜デザインタンク②＞



株式会社 NYK 西日本
本社・工場　：兵庫県加古郡播磨町新島 33 番地　　℡：0794-441-3800
営業所　　：大阪市中央区久太郎町 3 丁目 1-27　℡：06-6251-1531
URL：https://www.nyk-west.co.jp