

ニュースレター（1月）

トピックス

小規模企業の景況（平成 23 年 10～12 月期） 2 頁

テーマ

1. 工夫ある経営で頑張っている中小企業 (6件) 6 頁

- “確かな開発力と独創性 人に優しい音を提供” (㈱ARI大阪・東淀川区)
- 「天満切子」最後の職人 (切子工房RAU・北区)
- 「睡眠と健康」をテーマにオリジナルブランド「Joy 't h」を展開している
港区のふとん屋さん (ふとん館ひらのや・港区)
- 創業 60 余年 こだわりの天然活ふぐ料理専門店 (天下茶屋たてもと・西成区)
- 店頭販売、インターネット通販、商品企画のコラボレーションで頑張る小売店
(有)セラ・コーポレーション・東住吉区
- オンリーワンより、ナンバーワン企業を目指すチェーン・コンペヤ製造の元気企業！！
(昭和機械商事㈱・住之江区)

2. 地域の動き (1 件) 12 頁

- 岩手花巻わんこそば大会で商店街は大盛り上がり！ (城東区)



大阪のあるべき姿と重点テーマを示す「ビジョン」と、その実現に向けた「アクションプラン」をとりまとめたのが「千客万来都市OSAKAプラン」です。“ビジネス・ホームドクター”である経営指導員が、地域商工業で活力あふれる「大阪」をつくりだすための支援をします。

新淀川支部 (淀川区担当) 北・都島・福島支部
旭・城東・鶴見支部 中央支部 此花・西・港支部
東成・生野支部 天王寺・阿倍野支部
大正・浪速・西成支部 東住吉・平野支部 住之江・住吉支部

小規模企業の景況

(平成23年10～12月期)

大阪商工会議所による小規模企業の景況調査(四半期毎)平成23年10～12月期の結果概要は以下の通り。

1. 今期(平成23年10～12月期)の状況

【売上額】今期(平成23年10～12月期)の売上額D I 値(全産業)は、前回調査(平成23年7～9月期)の▲28.3から3.9ポイント改善し、▲24.4となった。業種別では、前回調査から、卸売業は1.8ポイント、小売業は3.6ポイントそれぞれ悪化したが、製造業は18.7ポイント、サービス業は1.4ポイントそれぞれ改善した。

【資金繰り】今期の資金繰りD I 値(全産業)は、前回調査(▲21.7)から4.7ポイント改善し、▲17.0となった。業種別には、前回調査から、製造業が2.7ポイント、卸売業が6.7ポイント、小売業が7.9ポイント、サービス業は1.3ポイントそれぞれ改善した。

【業況】今期の業況D I 値(全産業)は、前回調査(▲27.6)から2.2ポイント改善し、▲25.4となった。業種別には、前回調査から、サービス業は9.5ポイント悪化したが、製造業が1.3ポイント、卸売業が13.5ポイント、小売業が2.1ポイントそれぞれ改善した。

2. 来期(平成24年1～3月期)の予想

来期(平成24年1～3月期)の全産業の予想D I 値は、売上額▲24.0、資金繰り▲17.3、業況▲20.5となった。

3. 経営上の問題点

第1位は、製造業、卸売業、小売業、サービス業ともに前回調査に引き続き「需要の停滞」となった。

※D I 値とは……ディフュージョン・インデックス(Diffusion Index)の略で、本調査では前年同期(平成22年10月～12月期)と比較して売上額、業況、資金繰りなどが「増加」「好転」したなどとする企業割合から、「減少」「悪化」したなどとする企業割合を差し引いた値である。

本件担当:大阪商工会議所 中小企業振興部 経営相談室 6944-6451

【調査の概要】

- ・調査名 : 第126回中小企業景況調査（中小企業庁・中小企業基盤整備機構）
 - ・調査時期：平成23年11月8日～11月15日
 - ・調査方法：経営指導員による、調査票に基づく聴取り調査
 - ・調査対象：大阪市内の中小企業・小規模事業者
 - ※ 全国約18,000件中、大商分324件。
 - ※ 本紙では、大商分のうちとくに小規模事業者（従業員：製造業20人以下、商業・サービス業5人以下）285件について取りまとめた。
- 〔製造業75件、卸売業72件、小売業72件、サービス業66件〕
- ・回収数 : 283件（回収率99.2%）
 - 〔製造業75件、卸売業72件、小売業71件、サービス業65件〕

■DI値推移（全産業）

	1 2 3 回調査	1 2 4 回調査	1 2 5 回調査 (前回)	1 2 6 回調査 (今回)	
	H23(2011年) 1～3月期	H23(2011年) 4～6月期	H23(2011年) 7～9月期	H23(2011年) 10～12月期	H24(2012年) 1～3月期 (予想)
売上額（増-減）	-19.9	-36.4	-28.3	-24.4	-24.0
資金繰り（好-悪）	-15.7	-24.5	-21.7	-17.0	-17.3
業況（好-悪）	-17.4	-35.3	-27.6	-25.4	-20.5
従業員（過-不）	-0.7	1.0	-2.1	-6.7	

■経営上の問題点

順位	製造業	件数	卸売業	件数	小売業	件数	サービス業	件数
1位	需要の停滞 →	21 (23)	需要の停滞 →	29 (33)	需要の停滞 →	22 (22)	需要の停滞 →	15 (17)
2位	原材料価格の上 →	9 (13)	販売単価の低下・上昇難 ↑	9 (4)	大型店・中型店の進出による競争の激化 →	14 (18)	利用者ニーズの変化への対応 →	12 (8)
3位	製品ニーズの変化への対応 ↑	9 (7)	メーカーの進出による競争の激化 ↑	5 (4)	消費者ニーズの変化への対応 ↑	8 (5)	大企業の進出による競争の激化 →	8 (8)

[注] () 内は前回（平成23年7～9月期）調査結果

↑＝前回より高順位

→＝前回と同順位

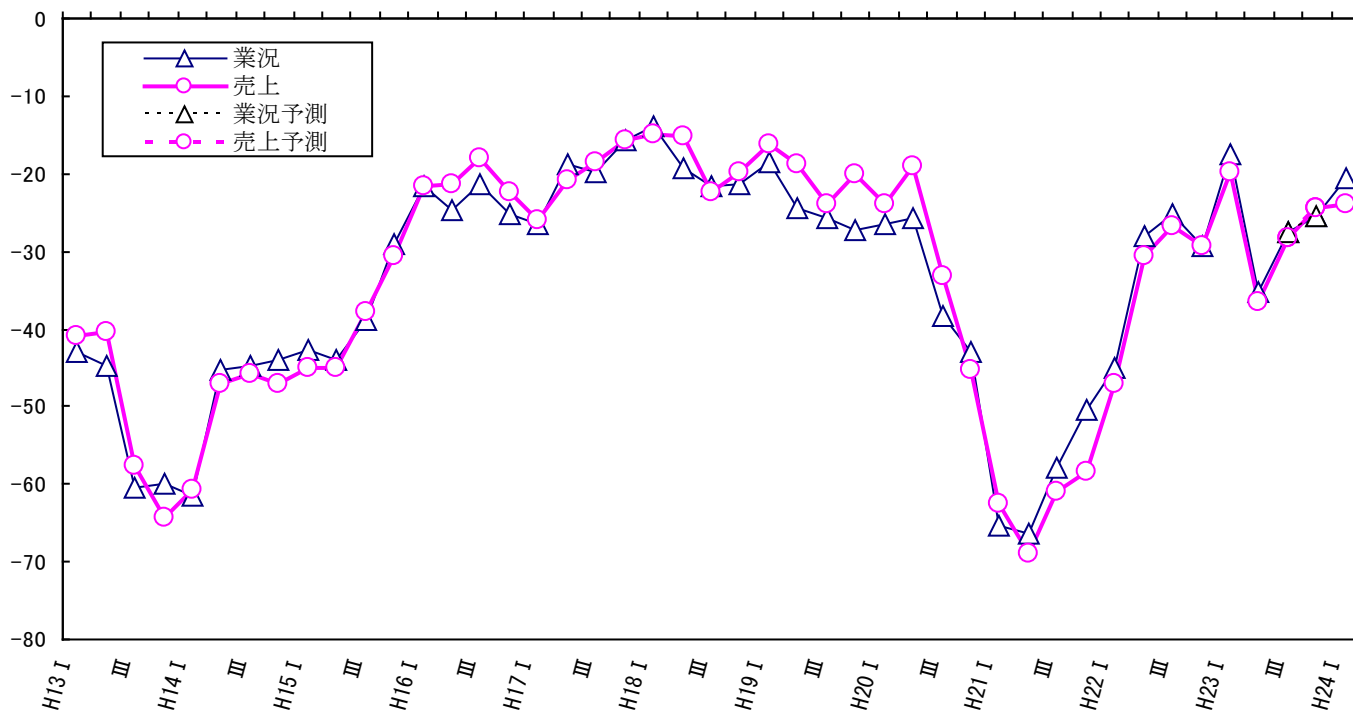
↓＝前回より低順位

■ 状況比較表（業種別）

項目	業種	今期の状況(10～12月期)				前回(7月期～9月期)からの推移	来期の予想(1～3月期)			
		増加	不変	減少	増－減		増加	不変	減少	増－減
売上額										
	製造業	28.0	45.3	26.7	1.3	18.7	25.3	42.7	32.0	▲ 6.7
	卸売業	15.3	38.9	45.8	▲ 30.6	▲ 1.8	12.5	50.0	37.5	▲ 25.0
	小売業	8.5	25.4	66.2	▲ 57.7	▲ 3.6	9.9	38.0	52.1	▲ 42.3
	サービス業	24.6	38.5	35.4	▲ 10.8	1.4	13.8	49.2	36.9	▲ 23.1
	合計	19.1	37.1	43.5	▲ 24.4	3.9	15.5	44.9	39.6	▲ 24.0
	前回	16.1	39.5	44.4	▲ 28.3		16.1	42.0	41.6	▲ 25.5
資金繰り		好転	不変	悪化	好－悪		好転	不変	悪化	好－悪
	製造業	5.3	72.0	22.7	▲ 17.3	2.7	4.0	69.3	26.7	▲ 22.7
	卸売業	6.9	77.8	15.3	▲ 8.3	6.7	8.3	80.6	11.1	▲ 2.8
	小売業	2.8	62.0	32.4	▲ 29.6	7.9	1.4	62.0	32.4	▲ 31.0
	サービス業	4.6	75.4	16.9	▲ 12.3	1.3	6.2	72.3	18.5	▲ 12.3
	合計	4.9	71.7	21.9	▲ 17.0	4.7	4.9	71.0	22.3	▲ 17.3
	前回	4.2	67.8	25.9	▲ 21.7		5.6	67.1	24.8	▲ 19.2
業況		好転	不変	悪化	好－悪		好転	不変	悪化	好－悪
	製造業	16.0	53.3	30.7	▲ 14.7	1.3	16.0	50.7	32.0	▲ 16.0
	卸売業	13.9	56.9	29.2	▲ 15.3	13.5	15.3	61.1	22.2	▲ 6.9
	小売業	8.5	33.8	56.3	▲ 47.9	2.1	8.5	40.8	47.9	▲ 39.4
	サービス業	10.8	53.8	35.4	▲ 24.6	▲ 9.5	10.8	56.9	30.8	▲ 20.0
	合計	12.4	49.5	37.8	▲ 25.4	2.2	12.7	52.3	33.2	▲ 20.5
	前回	12.2	46.9	39.9	▲ 27.6		13.3	45.1	39.5	▲ 26.2
従業員		過剰	適正	不足	過－不					
	製造業	1.3	82.7	13.3	▲ 12.0	▲ 12.0				
	卸売業	1.4	93.1	2.8	▲ 1.4	▲ 2.8				
	小売業	2.8	73.2	8.5	▲ 5.6	1.3				
	サービス業	3.1	80.0	10.8	▲ 7.7	▲ 4.7				
	合計	2.1	82.3	8.8	▲ 6.7	▲ 4.6				
	前回	4.2	81.5	6.3	▲ 2.1					

「今期の状況（除従業員）」は平成23年10～12月期状況であり、前年同期の平成22年10～12月期との比較。来期の予想は平成24年1～3月期予想であり、平成23年1～3月期との比較である。「前回」欄は平成23年7～9月期調査の数字。従業員は、過去との比較ではなく、業務量に照らした過不足。

■景況グラフ（売上額・業況）



- ※表示値＝D I（増加・好転－減少・悪化）値
- ※ I 期＝1-3月、II 期＝4-6月、III 期＝7-9月、IV 期＝10-12月
- ※平成24年 I 期は予想値

工夫ある経営で頑張っている中小企業

“確かな開発力と独創性 人に優しい音を提供”

株式会社ARI大阪（所在地：大阪市東淀川区東中島 1-17-5 ス튜디오オ新大阪 325 号室 代表取締役：藤原哲郎氏）は、健全で快適な音を提供する会社である。一口に「音」と言っても実に奥が深い。例えば、私達が普段聴いている音は、sound（一般的に音）、noise（騒音）、tone（音色）、acoustic（聴覚での音）・・・などに分類でき、さらに音響学としては音声、聴覚、騒音・振動、建築音響、電気音響、音楽音響、超音波など多くの種類に区分できるのだそう。（日本音響学会の研究分野より）



世の中にあふれている音の、人への影響を検討するためには幅広い知見を必要とする。「聴く」ことを大切に、音の分析の垣根を取り払い、ニーズに合った適材適所の音のあり方を考え、様々な分野での音の解決策を具現化して提示するために設立されたとのこと。

現在、世の中の「音響」事情は一昔前とは大きく様変わりしている。例えば身近なオーディオシステム。アナログ処理がほんの僅かになり、ほとんどがデジタル処理に変わってきた。昔はありえなかった音声圧縮による容量拡大や通信へのメリットや処理の正確さ、メカレスによる故障や機械音の低減も特徴ではあるが、対応技術が画一化されてきたため、純粹に音に携わる技術者が減ってきた。本来音は、「耳」で「聴く」ものであるはずが、機器都合の音になってきているのだとか。

そんな中、同社はあくまでも「人」が「聴く」ことに重視している。そして数少ない音の専門家として、音響工学、電気工学、機械工学、建築工学、情報システムの技術を応用して対応できる体制を整えている。代表の藤原氏は、日本に 30 数名しかいないという「(社)自動車技術会 音響評価技術部門委員」であり経験、専門知識と技術力は負けないと自負されている。「同社の知見によりお客様のご要望に満足できるように努力する」とのことである。

(新淀川支部)

「天満切子」最後の職人

切子工房RAU（所在地：大阪市北区同心1-11-5）の宇良武一氏は、「天満切子」最後の職人といわれている。北区天満はガラスと縁が深く、江戸時代、長崎の商人の指導のもと、大阪天満宮近くでガラスを作っていた。大阪天満宮の正面脇に「ガラス発祥の地」の碑があり、今はガラ

スとは無縁のようだが、ちょっと昔の昭和30年代は、天満の与力町・同心町界限は、ガラス工場や技術力の高いガラス加工職人の街だったようだ。

昭和50年代、同地に本社のあった当時日本最大のガラス食器問屋「カメイガラス株式会社」の故・亀井節治社長が、途絶えていた薩摩切子を忠実に復刻させ商品化を実現した。しかし、残念ながらカメイガラスは平成10年に倒産してしまった。

その後、宇良武一氏は、切子職人として薩摩切子の復刻に関わった経歴を踏まえ、天満切子の作家活動や教室を行い、後継者も育て、大量生産できない天満切子の販売も行っている。

天満切子は、薩摩切子の技法をベースに絵柄や文字を配したオーダーメイドカッピンググラス。宇良武一氏は、ガラス発祥の地であり、日本のガラス工芸に大きな影響を与えた「天満」をもっとアピールする意味で、誇りを持って「天満切子」と呼んでいる。宇良氏のオリジナルブランドである。

宇良氏曰く、「天満切子は、飾って眺めで楽しむだけでなく、用いて楽しむこと」。その言葉どおりお酒を注ぐと更に宝石のような輝きを放つ。「用の美」と「鑑賞の美」のふたつの楽しみ方で、たくさんの人を魅了している。

(北・都島・福島支部)

「睡眠と健康」をテーマにオリジナルブランド 「Joy 't h」を展開している港区のふとん屋さん

みなさんはふとんが必要なときにどこに買いに行かれるだろうか？ズバリ、「ふとん屋さん」と回答する人は少ないのではないだろうか。



そこで港区で**ふとん館ひらのや**（所在地：大阪市港区南市岡3-2-8）を経営する近藤洋史氏にふとんがどこで販売されているかについて話を聞いたところ、「ふとんの販売量の50%以上が無店舗販売で販売されており、ふとん専門店では7%程度しか売られていません。その要因は寝具業界全体が『質より量』を重視したため、結果として商社、メーカーは量の取れやすい商品作りを優先させ、流通先も量販店やテレビショッピングなどの無店舗販売に重点を

おいたからです」とのことであった。

最近テレビ、新聞、雑誌等で睡眠と健康の因果関係が数多く取り上げられるようになり、良質な睡眠を取るツールとしての寝具が大変注目されている。しかし、マスコミが注目する前にふとん館ひらのやでは、他の専門店、メーカーと協働して20社で「睡眠と健康」をテーマとしたJoy 't hというブランドを約8年前に立ちあげた。

Joy 't hのコンセプトは、商社、問屋頼みではなく「小売店は、お客様のための売りたい商品を売り、メーカーは消費者のための造りたい商品を作る」ということで、量から質への転換を目指している。特徴は、顧客ニーズにあった優れた国産の商品を従来よりも安価で提供できる点と飽きのこないシンプルなデザインである。同店では、布団の売上高のうち「Joy 't h」ブランド商品の売上比率がおよそ8割を占めており顧客から好評を博している。

また同店では、「良質な睡眠を通して元気で健康でいて欲しい」という店の思いを伝えるため、来店客を中心に毎月「ひらのや通信」というレターを配布している。

最後に「Joy 't hブランドも徐々に認知されるようになり、指名買いされるお客さんが増えてきました。これからもお客さんから支持される『街のふとん屋さん』を目指して努力していきたい。そして環境にやさしいお店と地域づくりを実現するため、空き缶回収やエコキャンドルなどの環境活動にこれまで以上に積極的に参加していきます。」と熱く語っている近藤社長のお話が印象的であった。

(此花・西・港支部)

創業 60 余年 こだわりの天然活ふぐ料理専門店

天下茶屋 たてもと（所在地：大阪市西成区橋 1-7-13
TEL：06-6661-0989 URL：http://www.ikefugu.com 営業
時間：午後5時～午後11時、要予約）は祖父の代の創業以来一貫して、天然の活けふぐにこだわり営業をつづけている。

天然のとらふぐはその身の強靭さゆえ、さばいてすぐ出すことは出来ず、冷蔵庫で半日寝かせて身を落ち着かせ余分な水分を取り除いてから、最高の状態で出す。そのため、毎日夜明け前よりふぐをさばいて準備している。さらに天然ふぐの旨みを十分に引き立てる手搾りの自家製ポンズを使い伝統の味を作り出している。

天然の活けとらふぐのみを使用しているため、ふぐのはえ縄漁の無い5月中旬～8月末までの約100日間は完全休業している。

培ってきた信用（のれん）を大事にし、目先の利益を追わない父親の教えを守り、お客様満足を第一に、本物の活けふぐのみをベストな状態で提供する経営姿勢を貫いており、客筋も大阪市内の企業・団体を中心に固定客が多い。

料理はコース料理中心に3コースがある。ちなみに熟撰



コース（湯引き・てっさ・てっちり・雑炊・デザート）は、11,500円と値段も高くはない。単品料理（炙りふぐ、ふぐのから揚げなど）もあり、なかでも名物の焼き白子（12月～5月）は是非口にしたい一品だ。

店舗は3階建、客室は2人部屋から最大25人入れる部屋まで大小合わせて8つの個室が有る。新年会などの宴会や事業所の商談、接待の利用には最適である。勿論ご家族など個人での利用も薦めたい本格的な天然ふぐ料理店である。

（大正・浪速・西成支部）

店頭販売、インターネット通販、商品企画のコラボレーションで頑張る小売店

近鉄・針中野駅前の駒川商店街に、店売りだけでなくインターネット通販との併営で頑張っている衣類・雑貨の小売店がある。既成品だけでなく、オリジナルの企画型商品を提供することにより、小粒ではあるがよく知られた店舗に成長している。

この企業は**有限会社セラ・コーポレーション**（所在地：大阪市東住吉区駒川 5-16-1 代表：寺世容子氏 TEL：06-6697-5515 URL：<http://sera.ocnk.net/>）で、前身は中央区の戎橋で営んでいた呉服店であったが、現代表者が平成8年に婦人服と雑貨小物の小売店として当地で新たに創業した。

開業当時の駒川商店街は今日よりもはるかに賑やかで来客が多く、商品を陳列すれば次々に売れる時代であった。その後、景気の低迷が進むにつれ、店舗の売上が目に見えて落ちてきた。店売りだけでは販売に限界があることを自覚し始めた平成14年頃に、流行に敏感な代表者が自前でホームページを立ち上げ、業績回復の一助にするためにインターネット通販を始めた。

このネット通販を通じて、当初は衣料や各種小物など様々なアイテムを扱ったが、この中では婦人用バッグやアクセサリなどの受注が多かった。そのうちに、動物のぬいぐるみとワークエプロンが好評となり、店売りでは期待できないような反響が得られるようになった。特に、ty社製のクマのぬいぐるみは、当時はマニアを中心に人気商品であり予想外の売上を達成することができた。更に、このぬいぐるみに代表者が季節ごとのイベントに合わせた着せ替えを行ったところ、これが顧客に受けてネット通販では一定の販売効果が得られた。この成功体験が、同社の商品企画を重視した販売の先駆けとなった。

店頭販売では来客と直接対面することにより丁寧な商品説明ができ、顧客のニーズが直接得られるといった良さがある。同社は駅前商店街にあり立地条件が良好なことから、今でも店売りは同社の主たる販売方法である。

また、同社はサッカーJリーグのセレッソ大阪の本拠地である長居スタジアムが徒歩圏内にある。この地域特性を生かし、セレッソ公認応援グッズ販売店としてタオルマフラーやユニフォームなどを販売している。セレッソファンも有り難い顧客である。

一方、ネット販売では大阪だけでなく遠方の顧客にも販売が可能で、幅広い顧客を得ることができる。特に、コレクターやマニアのような愛好家の顧客獲得には好都合である。オリジナルの企画商品の中には同社でしか入手できないもの



もあり、主としてネットを通じて予約販売を行っている。例えば、「うめ吉」という名のイヌのぬいぐるみは人気商品の一つで知名度も高いが、このぬいぐるみに還暦のような年齢の要素や、正月やクリスマスのような季節の要素を取り入れた着せ替えを行うことで同社限定のオンリーワン商品を提供している。この企画商品は人気が高く、遠くは青森県の男性大学教授からネットを通じて「うめ吉」の注文が定期的に入ってくるほどである。

同社の事業を将来継ぐ予定である子息の基宏氏は経営の近代化に熱心で、大阪商工会議所の新規会員としてのメリットを生かしながら販路開拓や財務面などの経営改善に注力している。代表者と基宏氏は、これからも店頭販売・インターネット通販・商品企画の三本柱で、顧客のニーズに合わせた商品を提供していきたいと考えている。

(東住吉・平野支部)

オンリーワンより、ナンバーワン企業を目指すチェーン・コンベヤ製造の元気企業！！

大阪市住之江区に本社を置く**昭和機械商事株式会社**（代表取締役社長：岡崎啓司氏 URL:<http://www.showa-kikai.co.jp/>）は、チェーンの製造会社であるが、現在では、チェーンを組み入れた付加価値の高い商品づくりに軸足を移し、事業展開を図っている。その製品群は、①コンベア：連続土砂搬送装置（右写真）などの新製品コンベア群、②チェーンウォール：京都大学と共同開発し平成22年度に「地盤技術賞」を受けた補強土壁の工法、さらには、③水処理装置：手軽に安く、少量の廃水を、薬品を使わずに処理できる新製品の小型廃水処理装置、④高周波加熱装置：加熱効率を高めるとともにクリーンな生産設備を実現する産業用高周波加熱装置、⑤木造住宅用耐震装置：低コスト・高性能を実現した独立行政法人雇用・能力開発機構近畿職業能力開発大学校と共同開発した「ゴムチェーン



ダンパー制振システム」などである。

同社は、昭和 12 年、鎖製造業として創業、同 46 年に日立製作所より鉋山機械の製作並びに販売権を継承し、コンベヤメーカーとしての基盤も固め、同 56 年、シンガポール法人を設立、現在、国内 8 支店・営業所、海外 3 法人、同社で従業員 105 名、グループ全体で総勢 330 名を擁するまでに成長した。顧客第一主義、環境整備の徹底、社員の幸福追求を経営方針にかかげ、国内においては、先に述べたように主として市場価値創造を重視する付加価値製品を提供するとともに、海外においては、品質を重視した鎖の製造を行っている。

鎖は製品標準化を進め、主として東アジアからアセアン市場までの市場シェアを重視することで、「チェーンといえば S K S グループ」とよばれるよう、ゆるぎない競争力を持つ No.1 企業となることを目指している。

永年にわたり途切れることなく黒字経営を続け、品質面では I S O 9 0 0 0 s を取得（平成 17 年）し、平成 22 年には、「大阪の元気！ものづくり企業」にも選ばれた。今後のさらなる発展が期待される企業である。

なお、岡崎社長は、当支部異業種交流会 S ネットの役員でもあり、本年は、とりわけ当支部「虫の目になにわ講演会」の講師も務め、大変好評を博した。

(住之江・住吉支部)

地域の動き

岩手花巻わんこそば大会で商店街は大盛り上がり！

年末商戦の最中、12月16日（金）12時から関目商店街（振）の地域物産展の特別企画として「岩手花巻わんこそば大会 関目場所」が開催された。

岩手県花巻市では毎年2月にわんこそばの全国大会を行っており、今回はそのプレイベントとして、東北の元気を伝えることを目的に同市が企画し、本番さながらに行われた。

参加費無料とあって、買物客、近隣の事業所の従業員をはじめ多くの人が集まった。会場には本場のそばとだし汁が用意され、本番では5分間のところ今回は2分間でわんこそばを何杯食べることができるかのチャレンジ。ちょうど昼休み時間と重なり熱い応援を受けた挑戦者は最高60杯のわんこそばを平らげ商店街は歓声に沸いた。この催しは産経新聞にも掲載され、話題となった。

また、関目商店街では12月16日（金）・17日（土）の両日にわたり、大阪市信用金庫の協力による地域物産展と商店街の冬のあったかセールと銘打った商店街の年末イベントが開催された。

長野県、鹿児島県など地域の安曇野のリンゴ、鹿児島のかるかん、あくまきなど地域の代表的なものが並び、多くの買い物客が品定めをし、買い求めていた。また、同時に開催されたB

級グルメまつりではメロンパン、ピタパン、沖縄風チキン、タコス、ブリトーなどを販売した。

17日（土）には関西大学政策創造部深井ゼミ生による家族の似顔絵コンテストが開催され、約50人の小学生が参加し、集客に一役買った。

さらに、今回の地域物産展のPRに使用されたチラシは、深井ゼミ生が商店街各個店をまわり、インタビュー形式で各店舗の紹介（お店のオススメ商品、名物の品など）をしたものが使用された。

（旭・城東・鶴見支部）



大阪商工会議所 支部

新 淀 川 支 部 (淀川三区担当)	〒532-0025 淀川区新北野1-14-11 大阪新北野第一ビル2階	TEL. 6302-5977 FAX. 6302-5978
北・都島・福島支部	〒530-0047 北区西天満5-1-1 ザ・セヤマビル3階	TEL. 6130-5112 FAX. 6130-5113
旭・城東・鶴見支部	〒536-0005 城東区中央2-12-14 柏木ビル2階	TEL. 6930-2244 FAX. 6930-9898
中 央 支 部	〒541-0051 中央区備後町3-4-9 輸出繊維会館 6階	TEL. 6222-2221 FAX. 6222-2480
此花・西・港支部	〒552-0007 港区弁天1-2-30 オーク4番街3階	TEL. 6599-1537 FAX. 6599-1538
東成・生野支部	〒537-0012 東成区大今里3-14-27 I T Tビル2階	TEL. 6975-5662 FAX. 6975-5663
天王寺・阿倍野支部	〒543-0056 天王寺区堀越町13-18 銀泉天王寺ビル5階	TEL. 6771-2211 FAX. 6771-2257
大正・浪速・西成支部	〒556-0017 浪速区湊町1-4-38 近鉄新難波ビル11階	TEL. 6649-5252 FAX. 6649-5253
東住吉・平野支部	〒547-0034 平野区背戸口5-6-17 小谷ビル東館4階	TEL. 6797-1155 FAX. 6797-1199
住之江・住吉支部	〒558-0051 住吉区東粉浜3-27-12 住吉住之江産業会館2階	TEL. 6674-1125 FAX. 6674-1138