

大阪府中小企業家同友会
大阪同友会定点景況調査集計(2021年1月～3月期)

期間:2021年2月20日～3月31日

対象者: 2228

回答数: 527

回収率: 23.7%

業種別回答数

		総回答数	製造業	非製造業計	建築業	通信情報業	運輸業	流通業(小売・卸含む)	専門サービス業(士業)	サービス業
2021年	回答数	527	174	353	49	12	16	82	67	127
1月～3月	割合	100%	33.0%	67.0%	9.3%	2.3%	3.0%	15.6%	12.7%	24.1%
2020年	回答数	603	203	400	56	25	23	74	83	139
10月～12月	割合	100%	33.7%	66.3%	9.3%	4.1%	3.8%	12.3%	13.8%	23.1%
2020年	回答数	685	238	447	64	19	22	96	92	154
7月～9月	割合	100%	34.7%	65.3%	9.3%	2.8%	3.2%	14.0%	13.4%	22.5%
2020年	回答数	681	227	454	64	23	26	91	91	159
4月～6月	割合	100%	33.3%	66.7%	9.4%	3.4%	3.8%	13.4%	13.4%	23.3%
2020年	回答数	525	187	338	56	10	16	80	58	118
1月～3月	割合	100%	35.6%	64.4%	10.7%	1.9%	3.0%	15.2%	11.0%	22.5%
2019年	回答数	517	193	324	48	14	13	74	57	118
10月～12月	割合	100%	37.3%	62.7%	9.3%	2.7%	2.5%	14.3%	11.0%	22.8%
2019年	回答数	560	193	367	51	16	10	85	77	128
7月～9月	割合	100%	34.5%	65.5%	9.1%	2.9%	1.8%	15.2%	13.8%	22.9%
2019年	回答数	610	201	409	53	16	13	88	81	158
4月～6月	割合	100%	33.0%	67.0%	8.7%	2.6%	2.1%	14.4%	13.3%	25.9%
2019年	回答数	454	122	332	50	17	13	71	62	119
1月～3月	割合	100%	26.9%	73.1%	11.0%	3.7%	2.9%	15.6%	13.7%	26.2%
2018年	回答数	518	169	349	49	12	16	71	68	133
10月～12月	割合	100%	32.6%	67.4%	9.5%	2.3%	3.1%	13.7%	13.1%	25.7%
2018年	回答数	506	162	344	53	10	18	78	57	128
7月～9月	割合	100%	32.0%	68.0%	10.5%	2.0%	3.6%	15.4%	11.3%	25.3%
2018年	回答数	600	195	371	56	10	12	85	76	132
4月～6月	割合	100%	32.5%	61.8%	9.3%	1.7%	2.0%	14.2%	12.7%	22.0%
2018年	回答数	656	214	402	54	9	14	87	78	160
1月～3月	割合	100%	32.6%	61.3%	8.2%	1.4%	2.1%	13.3%	11.9%	24.4%

景況調査ブロック別回答数の推移

	ブロック名 対象地域	大阪北 北摂、大阪 市北部	大阪中央 大阪市中央 部～西部	大阪東 北河内、大 阪市東部	中河内 東大阪、八 尾	大阪南東 大阪市南部	大阪南 南河内、泉 州	大阪合計	
2021年	1月～3月	124	78	86	94	69	55	506	※他府県21
2020年	10月～12月	141	108	81	112	72	71	585	※他府県18
2020年	7月～9月	167	106	90	103	95	102	663	※他府県22
2020年	4月～6月	150	112	84	119	110	84	659	※他府県22
2020年	1月～3月	94	89	98	86	70	74	511	※他府県14
2019年	10月～12月	99	74	80	117	75	59	504	※他府県13
2019年	7月～9月	131	86	70	109	73	77	560	※他府県14
2019年	4月～6月	145	90	102	131	55	87	610	
2019年	1月～3月	114	77	52	49	58	104	454	
2018年	10月～12月	109	85	74	80	63	107	518	
2018年	7月～9月	108	71	76	79	71	104	509	
2018年	4月～6月	132	90	83	96	90	109	600	
2018年	1月～3月	148	104	95	105	95	109	656	

景況調査コメント……1～4P

アンケート原紙……5P

DI推移(景況感、資金繰、設備投資、採算状況)、他調査との比較……6P

全体集計(売上動向・利益動向・採算状況・景気動向・先行き景況感・資金繰り)……7P～

業種別DI推移(売上・利益・景況感・先行き景況感・資金繰り・設備投資・採算状況)……11P～

売上増加の要因(選択・記述)……15P～

売上減少の要因(選択・記述)……24P～

経営上の課題(選択)……30P

今後の力点(選択・記述)……31P～

特別項目集計……52P～

日常の努力としなやかな発想・創造性で ポストコロナを見据えた経営を目指そう

コロナ後の社会経済の地殻変動に備える

I. データについて

対象会員企業 2,228 社に対し、2021 年 2 月 20 日から 3 月 31 日にかけて調査を実施。回答数は 527 件であり、回収率は 23.7%であった。回答した 527 件のうち、33.0%に相当する 174 件が製造業であり、残る 67.0%の 353 件が非製造業であった。非製造業のうち、回答数が多かったのはサービス業（127 件、24.1%）、流通業（82 件、15.6%）そして専門サービス業（67 件、12.7%）であった。詳細は下表の通り；

業種	製造業	非製造業計	建築業	通信 情報業	運輸業	流通業	専門 サービス業	サービス業	総回答数
回答数	174	353	49	12	16	82	67	127	527
割合(%)	33.0	67.0	9.3	2.3	3.0	15.6	12.7	24.1	100.0

また、ブロック別の回収状況は下表の通り；

ブロック名	大阪北	大阪 中央	大阪東	中河内	大阪 南東	大阪南	合計
回答数	124	78	86	94	69	55	506
割合(%)	24.5	15.4	17.0	18.6	13.6	10.9	100.0

II. 売上・利益動向について

売上動向…前期比において「横ばい」が最大(38.3%)であるものの、「減少」が「増加」を 10 ポイント近く上回る状況(減少：増加=35.0%：26.7%)。建設業、専門サービス業、とサービス業以外の業種で「減少」と回答した企業の割合が高い。前年同期比では、消費増税の影響で多少の落ち込みはあったものの、コロナ禍の直撃を受ける前であったため比較的堅調に推移していた。その結果、「減少」が 43.0%と最大になった。専門サービス業以外のすべての業種で「減少」と回答する企業が多い。

利益動向…前期比において、「横ばい」が最大(41.0%)である。それに次いで、「減少」が「増加」を上回った(増加：減少=23.9%：35.1%)。製造業と物流業でとくに「減少」の回答率が高い(44.5%、50.0%)。前年同期比では、売り上げと同様に「減少」が 40.0%と最大になった。理由は同様のものと推察される。製造業、通信情報業および流通業で「減少」の回答が顕著である(製造業 44.5%、通信情報業 75.0%、流通業 50.0%)。

採算状況…回答した会員企業の 75.9%が健全経営を達成している。とくに、42.4%の企業は黒字経営となっている。一方で、流通業とサービス業では、それぞれ 29.5%、34.1%の企業が「赤字」と回答しており、全体の比率よりも高くなっている。

景気動向…「横ばい(53.6%)」もしくは「悪化(33.3%)」と回答する企業が、「好転(13.0%)」を大幅に上回る結果となった。流通業、サービス業で「悪化」と回答する企業が、他の業種よりも高い(流通業 46.9%、サービス業 40.3%)。

景況感先行き…景気動向と同様に、「横ばい(53.0%)」もしくは「悪化(29.7%)」と回答する企業が、「好転(17.3%)」を上回る結果となった。すべての業種で、「好転」よりも「横ばい」「悪化」の回答が上回っている。

資金繰り…「普通」との回答が 64.4%を占め、概ね堅調に推移している。流通業とサービス業の一部で「苦しい」との回答が全体以上の回答を示している(全体 14.1%、流通業 14.8%、サービス業 19.8%)。

設備投資…「ない」との回答が最も高い(54.3%)。製造業の一部と物流業の一部で、「今期中に」が全体の平均より高い値を示しており、一部会員企業で設備投資が活発化している(製造業 34.7%、物流業 31.3%、サービス業 26.4%)。

III. DI 値の推移について

売り上げ DI…全体では前期比は-8.3 ポイントと、2020 年 2 期以降改善傾向にあったのが悪化している。前年同期比は、-15.9 ポイントと 2020 年 2 期以降改善傾向にある。業種別では、業種間の跛行性が強

い。前期比で専門サービス業以外のすべての業種が悪化している。前年同期比では建築業と通信情報業が悪化している以外は、マイナスであるものの改善傾向。

利益 DI…売り上げ DI と同様に、前期比では-11.2 ポイントと 2020 年 2 期以降の改善傾向からマイナスに転じている。前年同月期比では-14.1 ポイントと、2020 年 2 期以降連続で改善傾向にある。業種別では、前期比ですべての業種が悪化に転じている。前年同月期比では、通信情報業以外のすべての業種で改善傾向にある。

景況感 DI…2020 年 4 期と比較すると、まだ-20.3 ポイントとマイナスの数値ではあるが改善傾向にある。全ての業種 20 ポイント程度の改善。とくに、運輸業では-47.8 ポイントから 0.0 ポイントへと大きく改善。

景況感先行き DI…2020 年 4 期と比較すると、全ての業種で改善傾向。製造業、運輸業、専門サービス業で大幅改善。

資金繰り DI…全体で 2 期連続のプラス。サービス業のみ前期までの改善傾向から悪化へ転じている。サービス業の一部の会員企業で資金繰りが悪化しつつある。

設備投資 DI…全体としてはマイナスで横ばい(-30.4p→-29.0p)。製造業のみ-23.9p から-4.0p へと大きく改善しているが、他の業種は悪化か横ばい。

採算状況 DI…全体としては改善傾向 (10.8p→18.2p)。サービス業のみ悪化 (11.9p→-0.8p)。

IV. 売上増加・減少の要因

売上増加の要因…増加と回答した会員企業は 138。全体で回答率が高い上位 5 項目は、「①営業力の強化・拡大(44.9%)」、「④新規販路・新分野開拓(34.1%)」、「⑧国内需要の拡大(21.7%)」、「②技術力・サービス強化(15.2%)」、「⑤新商品・サービス開発(13.8%)」そして「⑦人材育成・採用の強化(13.8)」である。業種別で検討すると、製造業では⑧が 33.3%と最多であり、次いで①が 27.5%となる。非製造業では、①が 55.2%と最多であり、④が 40.2%でそれに次ぐ。コメントからは、コロナ禍での商機の拡大や、そこから発生する派生需要を上手く獲得できている様子が看取できる。それには営業努力や人材採用など会員企業自らの努力に依存する状況は変わらないようにもみえる。

売上減少の要因…減少と回答した企業は 331。全体で回答率が高い上位 4 項目は、「①国内需要の減少(46.2%)」、「⑤販売・受注価格の減少(13.8%)」、「④ 他社との競合状態の悪化(8.2%)」そして「⑨その他(18.1%)」である。業種別では、製造業・非生業とも①と⑤の回答率が高く、それぞれ①は 51.7% (製造業)・43.3% (非製造業)、⑤9.5% (製造業)・16.3% (非製造業) である。その他に関しても同様であるが、コメントからは直接的、間接的にもコロナ禍の影響が色濃く反映されている。

V. 経営上の課題および力点

経営上の課題…上位 5 項目としては、「①民間需要の停滞(43.1%)」、「⑫社員教育 (26.8)」、「⑬従業員の確保 (25.8%)」、「⑮幹部社員の不足(22.0%)」そして「⑨情勢判断・企業進路の確定 (20.5%)」を挙げる企業が多い。前項までの動向から見てもわかるとおり、①と⑨のようにコロナ禍による景気後退と停滞が、企業の経営に大きな影を落としている。一方で、依然として人材確保と獲得人材の育成にかかる課題が会員企業を苦しめている様子もわかる。業種別でも、今回の調査では①の回答率が最も高く、大きな差はみられない。

経営上の力点…上位 5 項目としては、「①営業力の拡大(52.9%)」、「④新規販路分野開拓(31.7%)」、「⑩社員能力のアップ(27.3%)」、「③生産性アップ効率化(23.7%)」そして「⑨人材の採用(23.0%)」である。これらの選択項目は、全体でも業種別でも大差はない。

今回の調査では、2020 年 2 期以降顕著となった新型コロナウイルス感染症の感染爆発の影響で会員企業が大きな打撃を受け続けていることがわかった。一方で、コロナ禍、そして消費増税前の水準に戻るにはほど遠い状況にあるものの、落ち込みからの回復の途上にあることも判明した。

とくに、このコロナ禍を商機として取り込む努力をしている会員企業は、増収・黒字経営を達成できている。巣ごもり消費や、コロナ禍の派生需要といった新たなビジネスチャンスは存在しており、そこにどのように食い込むか、営業力の拡大とともに発想力が求められているといえる。

さらには、コロナ収束後の時代の変化を見通した対応へも準備が必要となろう。SDGs やパリ協定など、世界的に持続的発展への取り組みが進められている。菅政権でもカーボンニュートラル政策を進めることが打ち出された。自動車をはじめとした従来の産業の構造ががらりと変わることが予想される。

このような動きを先んじて取り入れることで、ポストコロナ時代にやってくる社会の地殻変動に対応できる企業づくりを進めていく必要がある。

VI. 特別項目

1. 経営指針実践について（回答数 526 件：製造業 174 件、非製造業 352 件）

経営理念…成文化している会員企業が 2/3 を超えている。「成文化し、社外へも公表している」企業は 36.1% と 1/3 を超える。いずれの業種でも同様の傾向がみられるが、流通業、専門サービス業そしてサービス業で、必要性は感じつつもまだ作成できていない企業がみられる。

ビジョン…47.8%と、およそ半数の企業が作成している。また、作成中の企業が 16.9%あり、やはり 2/3 程度の企業がビジョンの作成を実践している。また、作成を検討中、作成したいが余裕がないという会員企業が 2 割強おり、方法がわからないという企業を含めた 25%の企業を、同友会として支援する必要がある。

2020 の活用…「本編を読んで内容はおおよそ理解できた」会員が 28.5%であるが、「これから読もうと思っている」会員が 34.7%と最多である。知らない、聞いたことがないという会員企業を含め、是非読んでいただきたい。

経営方針…作成の上実践できている会員企業は、全体では 23.5%、製造業で 30.5%、非製造業で 20.1%である。実践が不十分を含めても、67.0%の会員企業が経営方針を作成済みとなっている。経営状態との関わりでみると、実践できている企業の 74.2%が黒字経営を達成している。作成しているが実践は不十分(43.5%)や作成できていない(26.8%)であっても、同友会での学びを通じて経営方針を意識している企業は、概して黒字傾向が強い。

経営計画…経営方針同様に、作成して実践できている企業が、全体では 20.7%、製造業で 24.7%、非製造業で 18.7%である。実践が不十分を含めても、63.2%の会員企業が経営計画を作成済みとなっている。一方で、作成できていない会員企業が 30.6%おり、作成支援が同友会としての課題になろう。経営状態との関わりでみると、同友会の学びの成果で、計画の存在を意識している企業ほど、黒字経営を達成している傾向は強い。

就業規則…就業規則を作成できている企業は、全体で 77.1%に上る。また、見直しもできている企業が 50.1%と、回答した企業の半数に上っており、同友会での学びが生きていると考えられる。ただ、業種別にみた場合、製造業では 90%の企業で作成済み、かつ 62.1%の企業で見直しも進めているのに対し、非製造業では作成済み 70.5%、見直しを進めているのが 45.0%と相対的に低い。特に、専門サービス業での未作成(50.7%)が顕著であるが、コメントから個人事業主、一人親方的な側面があるため、不要との意見も散見される。ただし、他のコメントからは、働き方に踏み込む規則の作成・改訂については、経営者のみではできないといった意見や、社員への伝え方に苦慮している様子など、多様な悩みが確認できる。

2. 今期採用について（回答数 376 件：製造業 148 件、非製造業 228 件）

採用種別…回答した 376 社について、新卒採用 35.2%、中途採用 26.1%、非正規雇用 38.6%の構成となっている。製造業では大卒(18.9%)と高卒(14.9%)を中心とした新卒採用が実施されており、非製造業（大卒：14.0%、高卒：12.3%）よりも高くなっている。一方、中途採用はいずれの業種でも高い（製造業 17.6%、非製造業 31.6%）。ただし、2020 年採用と比較すると、採用数が減少している。他方で、コロナ禍の厳しい状況で、採用のコアとなっているのは非正規雇用であり、製造業では 40.5%、非製造業では 37.3%を占める。とくに、運輸業・流通業・専門サービス業・サービス業の各業種で、40~60%程度の採用を占める。

採用数…会員企業 376 社で、合計 1541 名の採用があった。1 社あたりでみると、平均 4.1 名である。サービス業での雇用が旺盛に勧められているが、非正規での雇用が中心となっている。また、建築業で大卒

新卒の採用が進んでおり、非製造業における大卒雇用のコアとなっていることがわかる。

3. 決算状況について（回答数 504 件：製造業 170 件、非製造業 334 件）

黒字経営を達成した企業が、全体では 72.6%、製造業で 65.3%、非製造業で 76.3%と、それぞれの構成で多数を占めている。しかし、黒字の内訳を見ると、製造業では前期よりもダウンしている企業は 28.2%いる。その反面、非製造業では 27.5%の会員企業が前期アップとなり、対照的な構図となっている。また、製造業では 34.7%、非製造業でも 23.7%の企業が赤字となっており、憂慮すべき状況にあることは違いない。

4. 現預金固定費カバー一月数（回答数 501 件：製造業 163 件、非製造業 338 件）

回答した 501 社についてみると、いずれの業種でも 3~6 ヶ月までの固定費をカバーできる現預金が確保できている（全体 23.6%、製造業 26.4%、非製造業 22.2%）。それに次ぐのは、6~9 ヶ月（全体 16.4%、製造業 18.4%、非製造業 15.4%）であるが、同程度の比率で 3 ヶ月未満（全体 16.2%、製造業 10.4%、非製造業 18.9%）という回答もあり、3 ヶ月から 1 年以内に経営に支障を来す可能性が高い企業が相当数に上がることがわかる。

5. 今春の給与支給（回答数 527 件：製造業 174 件、非製造業 353 件）

回答した 527 社についてみると、全体としては現状の額を維持するという企業が 34.0%、定期昇給のみが 33.4%、ペア実施 19.2%の順となり、雇用の維持を含めて従業員を大事にする経営が実践されていることが確認できる。一方で、業種別にみると、製造業では定期昇給のみ実施(44.6%)、非製造業では現状の額を維持(39.4%)が最多となり、差がみられる。

6. コロナ禍での売り上げ状況の推移（対前年比）

全体としては、「10~30%程度の減少」、「変化なし」と「増加」が大勢を占める。最初の緊急事態宣言が発出された 2020 年 2 期（4~6 月）には製造業・情報通信業・流通業・サービス業で影響が強く出ているが、物流業・専門サービス業のように影響を受けにくい業種とで差がみられる。ただし、いずれの業種でも 50%以上の減少に見舞われている企業が一定数存在しており、この影響が今後どのように出てくるのか注視しなければならない。

特別項目については、昨年発表された「ビジョン 2020」を軸に、計画的な経営に対する意識を調査した。結果からは、必ずしも明確な関係性は見いだせなかったものの、同友会での学びを意識した経営を心がけている会員企業は、相対的に黒字・健全経営を達成できている様子がわかった。ビジョンについて、まだ目を通していない、もしくは存在を初めて知ったという方々は、是非ご一読の上でよりよい企業づくりに歩を進めていただきたい。

今春の採用は、厳しい状況ながら健闘している会員企業がみられる。ただ、厳しさは雇用の種別に反映されており、昨年度比では中途採用が減少し、その分非正規雇用が増加している。人件費は企業経営においては大きな負担となるが、回答した半数の企業で定期昇給ないしはベースアップを実現している。もちろん、昨年度並みを維持している企業を含めれば、90%近くの会員企業が雇用を守り、働く従業員を大切にする経営が達成されている。

しかしながら、企業経営のもう一方の負担である固定費については、余力が残されていない様子もみえている。コロナ禍にさらされた会員企業の経営に、昨年 1 年間の減収・減益がどのように影響を及ぼすのか、不透明な状況にある。

いずれの指標からも、良きにつけ悪きにつけ、コロナ禍の中でもがき苦しむ会員の様子がみえるが、ピンチをチャンスと捉えて新たな動きを模索しつつ、前向きに経営を進めることが求められよう。

（文責：和歌山大学経済学部 藤田和史）

回答期間2021年2月22日～3月31日まで

秘 大阪同友会定点景況調査 (2021年1～3月期) 氏名 () 支部

FAX番号: 06-6941-8352 ※e.doyuのNEWアンケートから簡単に回答できます!

【1】 自社の従業員数をご記入下さい

従業員数 正社員 () 名 アルバイト・パート () 名

【2】 業種・生産形態について

(1) 貴社の業種を1つお選び下さい

1 製造業	2 建設業	3 情報通信業	4 運輸・倉庫業
5 流通業(小売・卸含む)	6 専門サービス業(土業の方)	7 サービス業	8 その他()

(2) 貴社の業務内容について簡潔にご記入下さい

【3】 売上・利益について (現四半期は2021年1月～3月期、前四半期は2020年10月～12月期)

(1) 売上・利益の動向について、該当する項目に○印をつけてください

①売上	前四半期比: 増・横・減	前年同期比: 増・横・減
②利益	前四半期比: 増・横・減	前年同期比: 増・横・減
③採算	黒字・収支トントン・赤字	
④景気動向	好転・横ばい・悪化	⑤次期景況感 好転・横ばい・悪化
⑥資金繰り	楽・普通・苦しい	

(2) 売上の増加と減少の原因について

①前年同期比が「増加」と回答した企業は、以下の要因の内該当する全ての番号に○をつけて下さい

1 営業力の強化・拡大	6 高付加価値化	11 海外進出の強化
2 技術力、サービスの強化	7 人材育成・採用の強化	12 輸入の減少
3 コストダウン・生産性アップ	8 国内需要の拡大	13 輸出の増加
4 新規販路・新分野の開拓	9 販売・受注価格の上昇	14 他社との競合関係の改善
5 新商品・サービス開発	10 出店・規模の拡大	15 その他

②売上増につながったと思われる取組の中身について詳しく記入して下さい

③売上の前年同期比が減少と回答した企業は、以下の要因のうち該当する全ての番号に○印をつけて下さい

1 国内需要の減少	6 取引先の海外移転
2 輸入の増加	7 公共事業の削減
3 輸出の減少	8 季節的要因
4 他社との競合状態の悪化	9 その他
5 販売・受注価格の減少	

④減少の特徴・原因等を詳しく記入して下さい

【4】 経営上の問題点・対応策について

(1) 設備投資、新規出店、規模拡大などの投資計画について該当するものに○印をつけて下さい

1 今期中にある(1年以内)	2 ない	3 検討中
----------------	------	-------

(2) 現在の経営上で、最も深刻な悩み・問題点を3つまで選び、番号に○印をつけて下さい

1 民間需要の停滞	7 人件費負担	13 従業員の確保
2 輸入品による圧迫	8 仕入単価の上昇・高止まり	14 熟練技術者の不足
3 受注単価の大幅ダウン	9 情勢判断・企業進路の確定	15 幹部社員の不足
4 新規参入者の拡大による競争の激化	10 事業資金の借入難	16 取引先ニーズの把握
5 税金、公共料金負担の増加	11 全社一丸体制の確立	17 その他
6 管理費等間接経費の増加	12 社員教育	

(3) 今後の予定も含めて経営上の力点をどこに置いていますか? 3つまで選び、番号に○印をつけて下さい

1 営業力の拡大	8 情勢と企業進路判断	15 業種・業態転換
2 技術力の強化	9 人材の採用	16 新規設備・規模拡大
3 生産性アップ効率化	10 社員能力のアップ	17 資金確保、銀行取引強化
4 新規販路分野開拓	11 経営理念・計画見直し	18 新規事業立ち上げ
5 新製品・サービス開発	12 経費節減	19 産学連携の強化
6 重要取引先を増やす	13 規模の縮小(機構整備)	20 異業種グループへの参加
7 取引先・消費者ニーズ把握	14 雇用調整の実施(人員カット)	

(4) 力点について具体的にご記入下さい

【特別項目】

【1】 自社における経営指針実践について該当する項目をお選び下さい。

(1) 経営理念について

1 成文化し社外へも公表している	2 成文化し社内で公表している	3 成文化しているが公表していない
4 現在作成中	5 必要性を感じているが作成していない	6 必要性を感じない

(2) ①ビジョン作成について

1 作成している	2 作成中	3 作成を検討中	4 作成したいが余裕が無い
5 作成したいが方法がわからない	6 必要性を感じない	7 その他()	

(2) ②大阪同友会では「ビジョン2020」を発表しましたが、その活用について(複数回答可)

1 既にワークシート記入など活用している	2 本編は読んで内容は凡そ理解できた	3 読んだが理解できない
4 これから読もうと思っている	5 知らないのでぜひ読んでみたい	6 聞いたことがない
7 その他()		

(3) 経営方針について

1 作成し実践できている	2 作成しているが実践は不十分	3 作成できていない	4 必要性を感じない
--------------	-----------------	------------	------------

(4) 経営計画について

1 作成し実践できている	2 作成しているが実践は不十分	3 作成できていない	4 必要性を感じない
--------------	-----------------	------------	------------

(5) 就業規則について

1 作成し、見直しもしている	2 作成しているが見直しはしていない	3 作成していない
----------------	--------------------	-----------

(6) 経営指針の作成、実践していく上の問題点や悩みをご記入ください

【2】 今期の採用について、2020年度の採用実績について(新卒は2021年3月卒業予定者) ご記入下さい。

1 大学新卒 人	2 専門学校新卒 人	3 短大新卒 人	4 高校新卒 人	5 中途採用 人
6 非正規雇用(パートタイム・派遣社員・契約社員) 人				

【3】 決算状況について、2020年度(2020年4月～2021年3月)における決算では業績はいかがだったでしょうか。

1 黒字(前期よりアップ)	2 黒字(前期とほぼ同じ)	3 黒字(前期よりダウン)	4 赤字
---------------	---------------	---------------	------

【4】 現預金は固定費の何か月分(現預金固定費カバー月数) 確保できていますか

1 3ヶ月未満	2 3ヶ月以上6ヶ月未満	3 6ヶ月以上9ヶ月未満	4 9ヶ月以上12ヶ月未満
5 12ヶ月以上18ヶ月未満	6 18ヶ月以上24ヶ月未満	7 24ヶ月以上	8 わからない

【5】 今春の給与についておたずねします。

今春の給与改定における貴社の対応予定はいかがですか

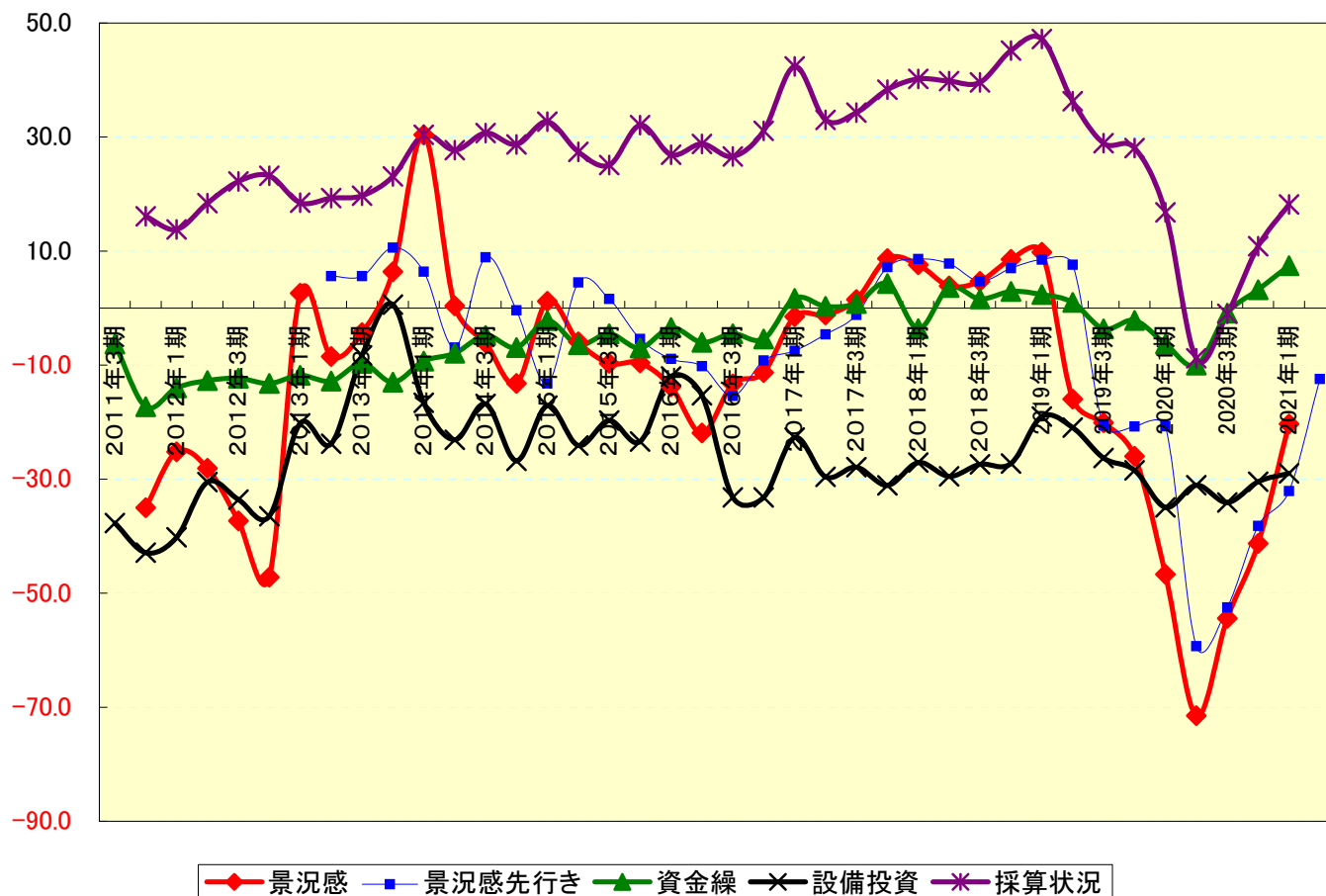
1 ベースアップを実施する	2 定期昇給のみ行う	3 給与改定せず現在の額を維持	4 ベースダウンをする
5 その他()			

【6】 新型コロナウイルス流行開始以降、売上の状況について、前年同月比でどれぐらいになっていますか?

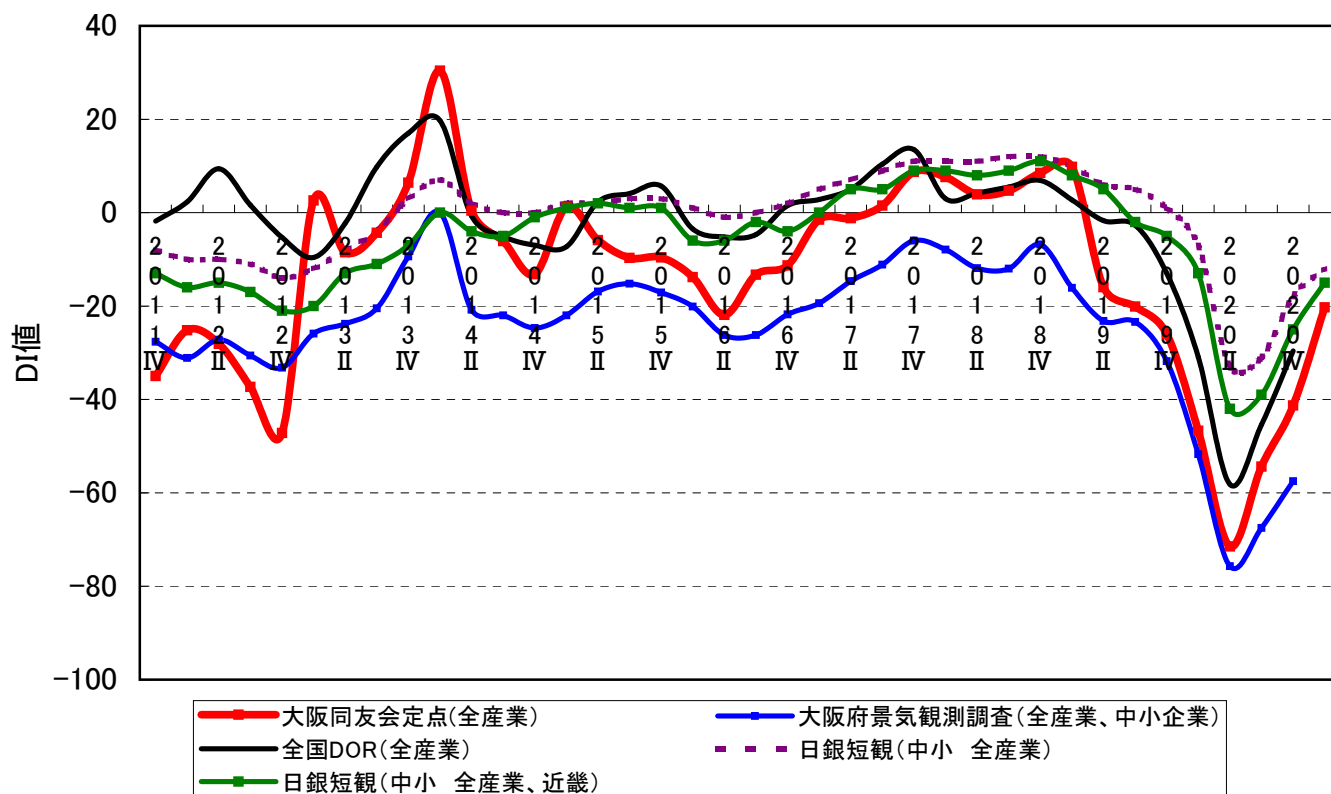
1月対前年比	-90%～-100%・-70%～-90%・-50%～-70%・-30%～-50%・-10%～-30%・0%～10%・変化なし・増加
2月対前年比	-90%～-100%・-70%～-90%・-50%～-70%・-30%～-50%・-10%～-30%・0%～10%・変化なし・増加
3月対前年比	-90%～-100%・-70%～-90%・-50%～-70%・-30%～-50%・-10%～-30%・0%～10%・変化なし・増加

ご協力ありがとうございました。

DI推移



景況感(前年同期比)の推移比較



【2】売上・利益について

(1) 売上・利益の動向に関して

① 売上動向

売上前期

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
製造業	51	29.7%	61	35.5%	60	34.9%	172
非製造業	87	25.2%	137	39.7%	121	35.1%	345
建設業	6	12.8%	21	44.7%	20	42.6%	47
通信情報業	2	18.2%	3	27.3%	6	54.5%	11
物流業	4	26.7%	4	26.7%	7	46.7%	15
流通業	20	25.0%	22	27.5%	38	47.5%	80
専門サービス業(土業の方)	21	31.8%	34	51.5%	11	16.7%	66
サービス業	34	27.0%	53	42.1%	39	31.0%	126
総計	138	26.7%	198	38.3%	181	35.0%	517

売上前年同期

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
製造業	47	27.3%	47	27.3%	78	45.3%	172
非製造業	94	26.9%	109	31.2%	146	41.8%	349
建設業	7	14.3%	18	36.7%	24	49.0%	49
通信情報業	0	0.0%	3	25.0%	9	75.0%	12
物流業	5	31.3%	4	25.0%	7	43.8%	16
流通業	22	27.2%	14	17.3%	45	55.6%	81
専門サービス業(土業の方)	22	33.8%	31	47.7%	12	18.5%	65
サービス業	38	30.2%	39	31.0%	49	38.9%	126
総計	141	27.1%	156	29.9%	224	43.0%	521

② 利益動向

利益前期

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
製造業	48	27.7%	63	36.4%	62	35.8%	173
非製造業	76	22.0%	150	43.4%	120	34.7%	346
建設業	6	13.0%	25	54.3%	15	32.6%	46
通信情報業	2	16.7%	4	33.3%	6	50.0%	12
物流業	3	18.8%	7	43.8%	6	37.5%	16
流通業	21	25.6%	22	26.8%	39	47.6%	82
専門サービス業(土業の方)	19	28.8%	35	53.0%	12	18.2%	66
サービス業	25	20.2%	57	46.0%	42	33.9%	124
総計	124	23.9%	213	41.0%	182	35.1%	519

利益前年同期

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
製造業	48	27.7%	48	27.7%	77	44.5%	173
非製造業	87	24.9%	131	37.4%	132	37.7%	350
建設業	8	16.3%	24	49.0%	17	34.7%	49
通信情報業	0	0.0%	3	25.0%	9	75.0%	12
物流業	6	37.5%	6	37.5%	4	25.0%	16
流通業	23	28.0%	18	22.0%	41	50.0%	82
専門サービス業(土業の方)	20	30.3%	34	51.5%	12	18.2%	66
サービス業	30	24.0%	46	36.8%	49	39.2%	125
総計	135	25.8%	179	34.2%	209	40.0%	523

③ 採算状況

業種	黒字	割合	収支トントン	割合	赤字	割合	総計
製造業	66	39.1%	61	36.1%	42	24.9%	169
非製造業	153	44.0%	112	32.2%	83	23.9%	348
建設業	20	40.8%	22	44.9%	7	14.3%	49
通信情報業	4	33.3%	6	50.0%	2	16.7%	12
物流業	8	50.0%	4	25.0%	4	25.0%	16
流通業	37	47.4%	18	23.1%	23	29.5%	78
専門サービス業(土業の方)	42	62.7%	21	31.3%	4	6.0%	67
サービス業	42	33.3%	41	32.5%	43	34.1%	126
総計	219	42.4%	173	33.5%	125	24.2%	517

④景気動向

業種	好転	割合	横ばい	割合	悪化	割合	総計
製造業	31	17.8%	91	52.3%	52	29.9%	174
非製造業	37	10.6%	189	54.3%	122	35.1%	348
建設業	5	10.4%	27	56.3%	16	33.3%	48
通信情報業	0	0.0%	8	66.7%	4	33.3%	12
物流業	3	18.8%	10	62.5%	3	18.8%	16
流通業	9	11.1%	34	42.0%	38	46.9%	81
専門サービス業(土業の方)	7	10.4%	49	73.1%	11	16.4%	67
サービス業	13	10.5%	61	49.2%	50	40.3%	124
総計	68	13.0%	280	53.6%	174	33.3%	522

⑤景況感先行き

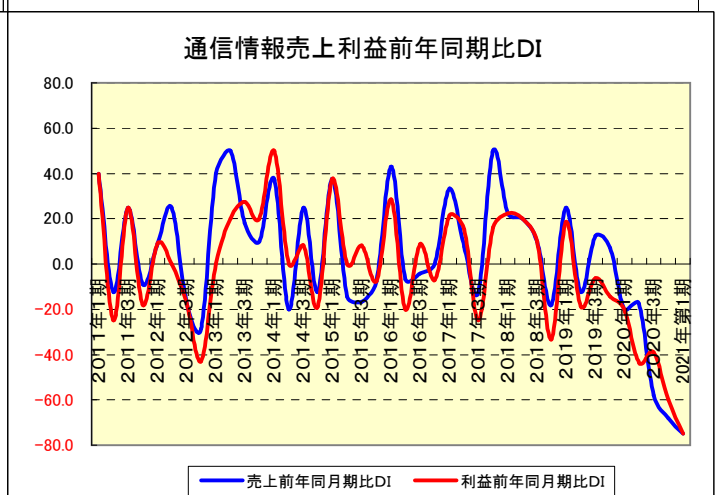
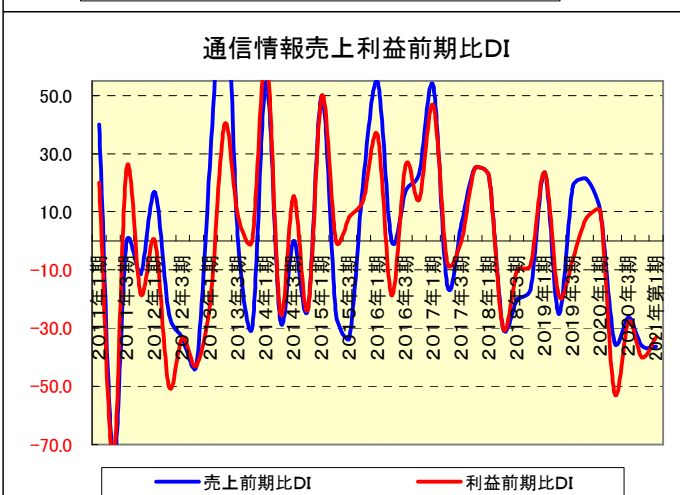
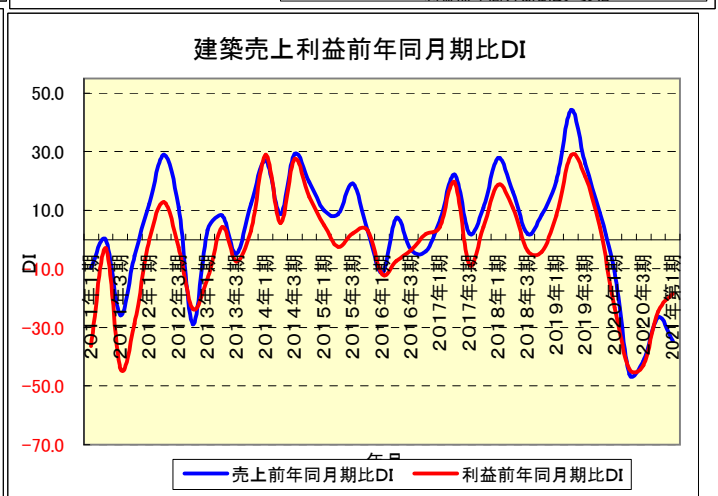
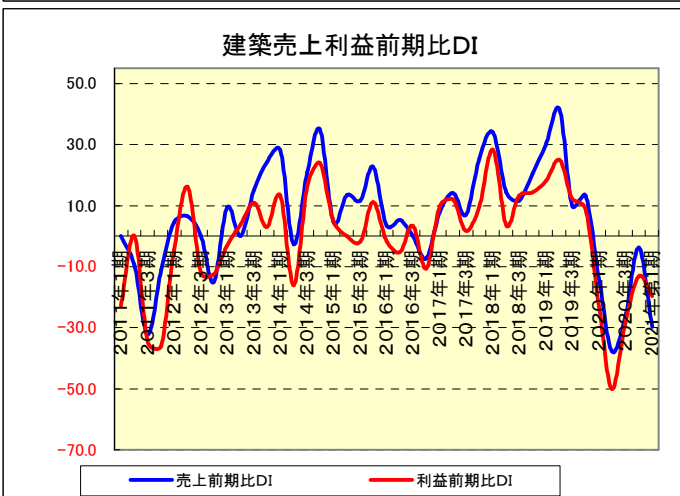
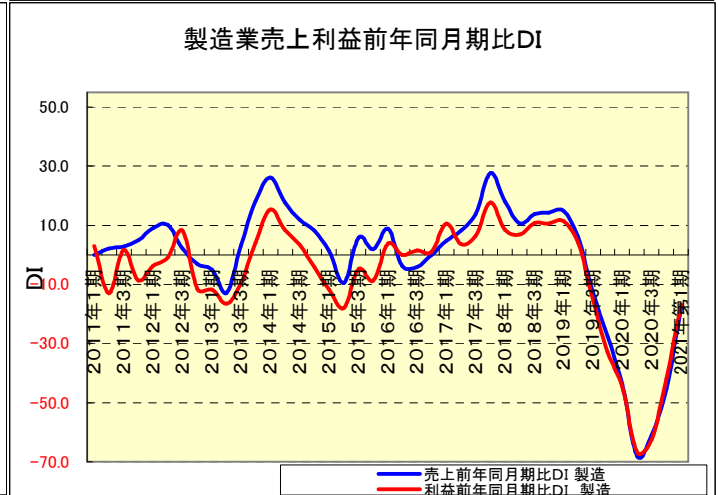
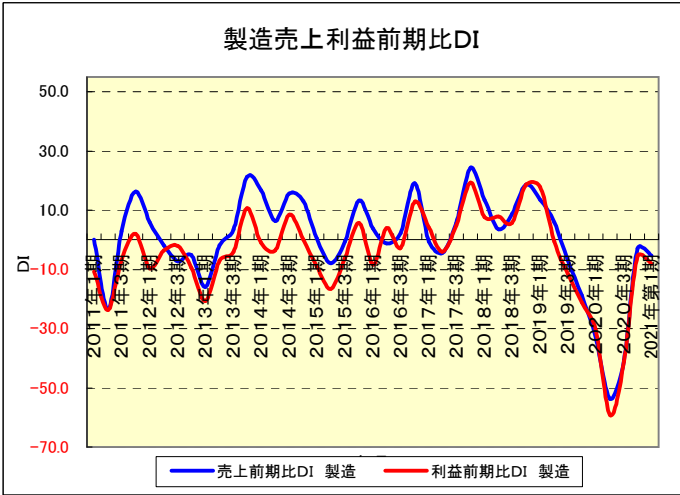
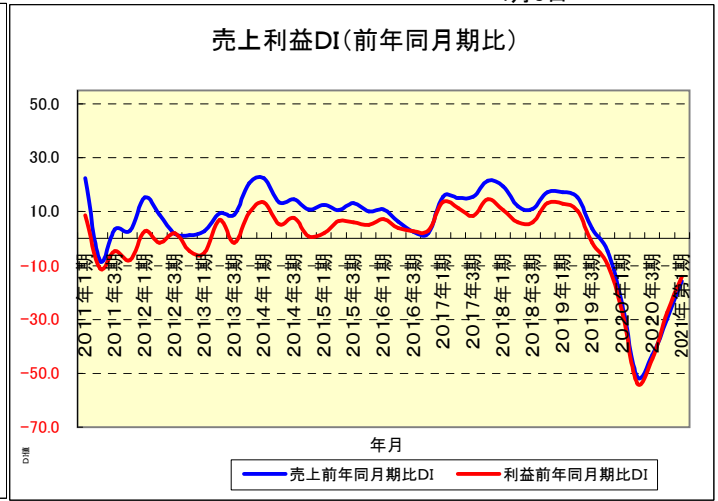
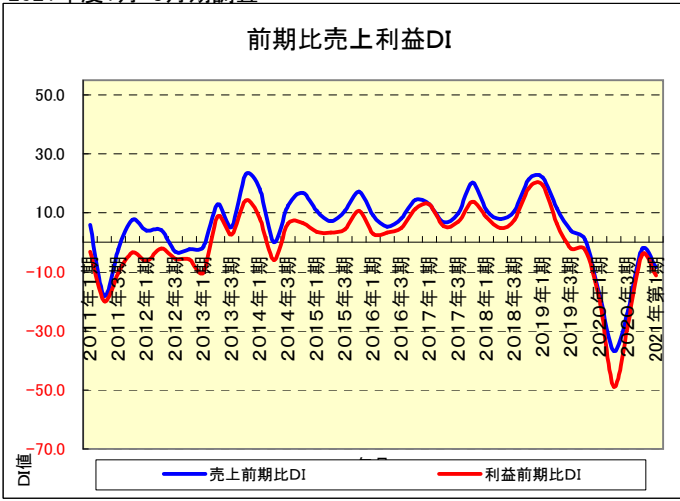
業種	好転	割合	横ばい	割合	悪化	割合	総計
製造業	35	21.0%	85	50.9%	47	28.1%	167
非製造業	54	15.5%	188	54.0%	106	30.5%	348
建設業	9	18.4%	24	49.0%	16	32.7%	49
通信情報業	1	8.3%	7	58.3%	4	33.3%	12
物流業	5	31.3%	7	43.8%	4	25.0%	16
流通業	9	11.3%	45	56.3%	26	32.5%	80
専門サービス業(土業の方)	8	12.1%	44	66.7%	14	21.2%	66
サービス業	22	17.6%	61	48.8%	42	33.6%	125
総計	89	17.3%	273	53.0%	153	29.7%	515

⑥資金繰り

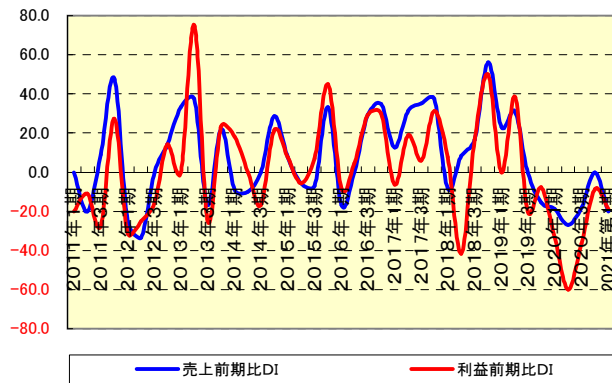
業種	楽	割合	普通	割合	苦しい	割合	総計
製造業	46	26.4%	102	58.6%	26	14.9%	174
非製造業	67	19.1%	236	67.2%	48	13.7%	351
建設業	9	18.4%	35	71.4%	5	10.2%	49
通信情報業	2	16.7%	8	66.7%	2	16.7%	12
物流業	4	25.0%	10	62.5%	2	12.5%	16
流通業	19	23.5%	50	61.7%	12	14.8%	81
専門サービス業(土業の方)	14	20.9%	51	76.1%	2	3.0%	67
サービス業	19	15.1%	82	65.1%	25	19.8%	126
総計	113	21.5%	338	64.4%	74	14.1%	525

【4】(1)設備投資

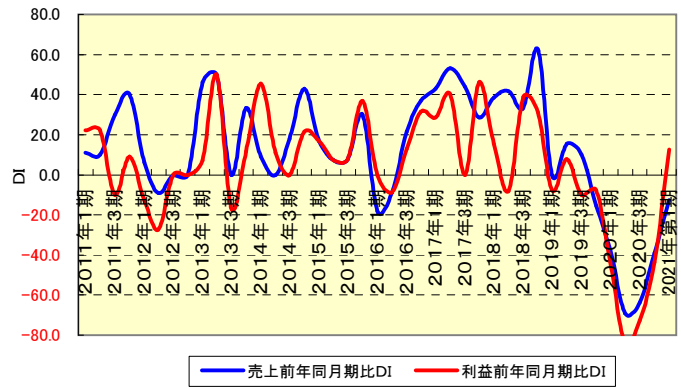
業種	①今期中	割合	②ない	割合	③検討中	割合	総計
製造業	60	34.7%	67	38.7%	46	26.6%	173
非製造業	72	20.7%	216	62.1%	60	17.2%	348
建設業	8	17.0%	31	66.0%	8	17.0%	47
通信情報業	2	16.7%	9	75.0%	1	8.3%	12
物流業	5	31.3%	8	50.0%	3	18.8%	16
流通業	16	19.8%	48	59.3%	17	21.0%	81
専門サービス業(土業の方)	8	11.9%	54	80.6%	5	7.5%	67
サービス業	33	26.4%	66	52.8%	26	20.8%	125
総計	132	25.3%	283	54.3%	106	20.3%	521



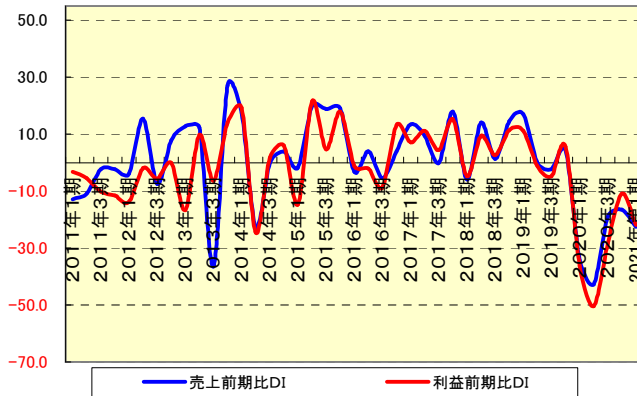
運輸業売上利益前期比DI



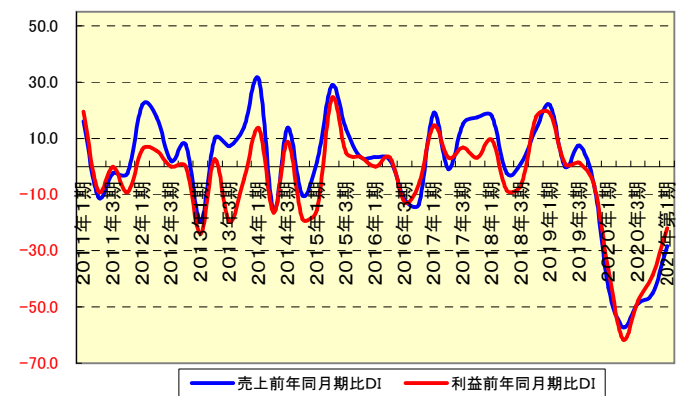
運輸売上利益前年同月期比



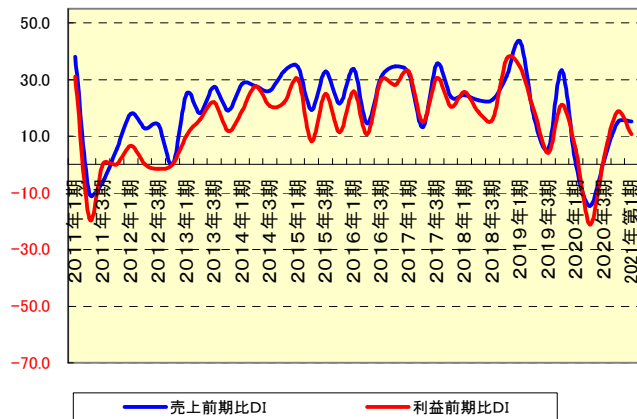
流通売上利益前期比DI



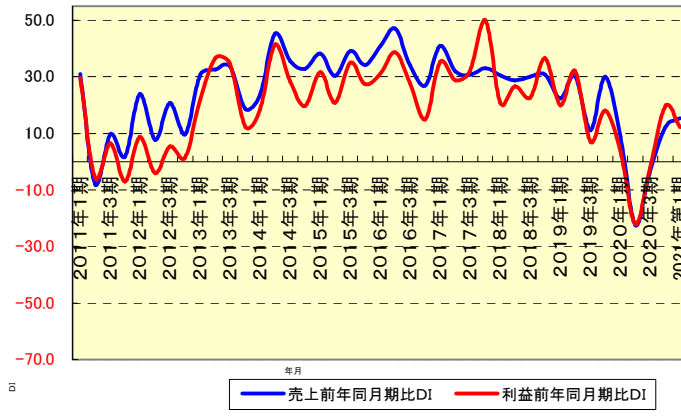
流通売上利益前年同月期比DI



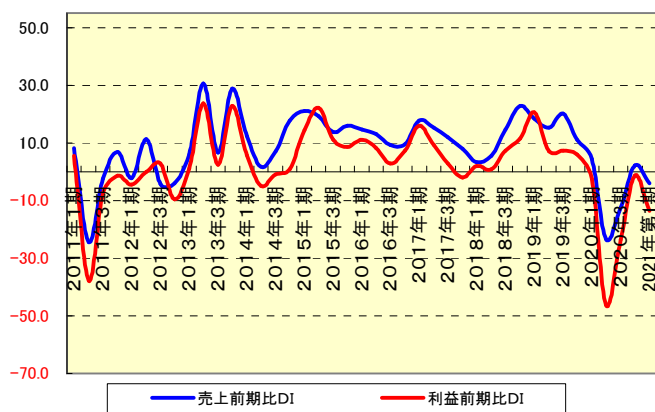
専門サービス売上利益前期比DI



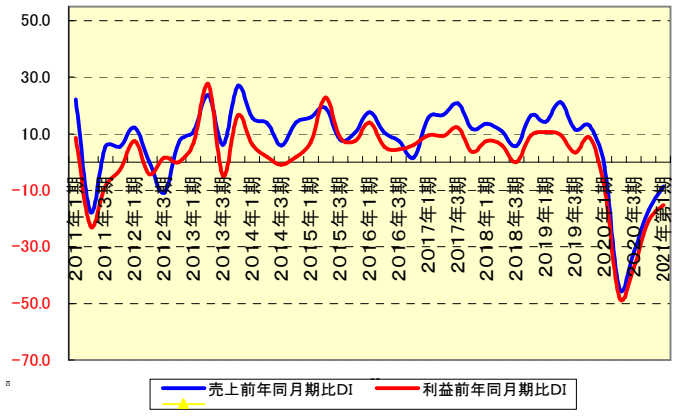
専門サービス売上利益前年同月期比DI



サービス前期比売上利益DI



サービス業売上利益前年同月期比DI



【1】以前までとの比較

※1期…1～3月期 2期…4～6月期 3期…7～9月期 4期…10～12月期

(1)売上に関して

DI値推移

売上前期比

	2016年				2017年				2018年				2019年				2020年				2021年			
	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期
製造業	3.7	-1.3	2.3	19.1	-0.5	-4.5	5.7	24.3	13.5	3.6	8.8	18.7	13.4	6.0	-6.8	-18.8	-33.2	-53.8	-40.7	-3.0	-5.2			
非製造業計										11.0	11.5	22.6	25.0	12.8	9.8	13.2	-9.6	-28.3	-14.0	-2.1	-9.9			
建築業	3.4	5.2	0.0	-7.3	7.8	14.0	7.0	25.5	34.0	14.3	11.5	20.4	30.0	41.5	10.0	13.3	-14.3	-37.7	-26.6	-3.8	-29.8			
通信情報業	54.5	0.0	17.4	23.1	53.3	-15.4	5.9	25.0	22.2	-30.0	-20.0	-16.7	23.5	-25.0	18.8	21.4	10.0	-34.8	-26.3	-36.0	-36.4			
運輸業	-16.7	0.0	29.2	35.0	12.5	31.3	35.3	37.5	-8.3	8.3	16.7	56.3	23.1	30.8	0.0	-15.4	-18.8	-26.9	-18.2	0.0	-20.0			
流通業	-3.2	4.0	-5.5	4.0	13.3	9.3	0.0	18.0	-5.9	14.1	1.3	14.5	16.9	0.0	-2.4	4.5	-34.2	-42.7	-18.9	-16.4	-22.5			
専門サービス業	33.8	14.5	30.8	34.7	32.4	13.2	35.6	23.7	24.4	22.7	22.8	31.3	43.5	16.3	5.4	33.3	0.0	-14.6	1.1	14.8	15.2			
サービス業	14.7	13.1	9.2	9.4	17.7	15.3	11.9	7.9	3.2	5.5	14.5	22.7	18.3	15.3	20.2	11.1	4.3	-23.4	-12.4	2.2	-4.0			
総計	9.3	5.4	8.1	14.5	12.9	6.8	9.9	20.3	10.9	7.8	10.7	21.3	21.9	10.5	4.0	1.0	-17.9	-36.9	-23.2	-2.4	-8.3			

売上前年同月期比

	2016年				2017年				2018年				2019年				2020年				2021年			
	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期
製造業	8.9	-3.8	-4.2	0.0	4.7	8.2	13.9	27.8	18.0	10.5	13.8	14.3	14.9	6.0	-12.6	-27.5	-43.8	-68.0	-60.9	-45.3	-18.0			
非製造業計										13.8	9.6	18.8	18.2	19.9	12.6	9.3	-13.5	-42.9	-33.9	-22.0	-14.9			
建築業	-11.5	7.3	-3.6	-3.9	6.4	22.2	2.1	10.9	28.0	16.4	2.0	8.5	20.0	44.2	26.0	9.1	-10.9	-45.9	-41.3	-25.5	-34.7			
通信情報業	42.9	-6.7	-4.3	0.0	33.3	7.7	-12.5	50.0	22.2	20.0	10.0	-18.2	25.0	-12.5	12.5	7.1	-20.0	-17.4	-57.9	-68.0	-75.0			
運輸業	-18.2	-8.7	21.7	36.8	42.9	53.3	43.8	28.6	38.5	41.7	33.3	62.5	0.0	15.4	10.0	-15.4	-37.5	-69.2	-63.6	-39.1	-12.5			
流通業	3.4	2.2	-11.9	-13.5	19.0	-1.1	15.1	17.4	17.9	-2.4	1.3	13.4	21.7	0.0	7.4	-6.9	-43.0	-57.3	-48.9	-45.8	-28.4			
専門サービス業	40.9	47.0	34.2	26.9	40.9	31.8	30.8	33.0	30.6	28.8	30.2	30.9	22.4	30.4	11.1	30.2	8.8	-22.5	-3.4	12.2	15.4			
サービス業	17.6	10.3	7.5	1.6	15.9	16.8	20.9	11.7	13.6	11.0	5.6	16.5	14.2	21.3	11.6	12.9	-1.7	-44.6	-31.8	-17.3	-8.7			
総計	10.9	6.3	2.5	2.0	15.6	15.0	15.5	21.5	19.3	12.1	11.0	17.3	17.3	15.3	3.7	-4.6	-24.3	-51.3	-43.3	-29.9	-15.9			

(2)利益に関して

DI値推移

利益前期比

	2016年				2017年				2018年				2019年				2020年				2021年			
	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期
製造業	-8.3	3.9	-2.7	12.9	4.1	-4.0	4.8	19.3	7.6	7.8	5.6	18.7	17.8	-0.5	-11.5	-21.2	-30.6	-59.3	-41.0	-5.5	-8.1			
非製造業計										4.0	8.6	18.0	20.1	9.9	3.1	8.5	-13.6	-43.7	-20.9	-3.6	-12.7			
建築業	-1.7	-5.2	3.4	-10.7	9.8	12.0	1.8	9.8	28.3	3.6	13.2	14.3	18.0	25.0	12.2	8.9	-23.2	-50.0	-28.6	-13.2	-19.6			
通信情報業	36.4	-18.8	26.1	14.3	46.7	-7.7	0.0	25.0	22.2	-30.0	-10.0	-8.3	23.5	-18.8	-6.3	7.7	10.0	-52.2	-27.8	-40.0	-33.3			
運輸業	-8.3	4.3	29.2	30.0	-6.3	18.8	5.9	31.3	7.7	-41.7	16.7	50.0	0.0	38.5	-20.0	-7.7	-33.3	-60.0	-36.4	-8.7	-18.8			
流通業	-1.1	-2.0	-8.7	13.1	7.1	11.2	4.4	15.2	-4.7	9.4	2.6	11.4	11.3	-1.1	-4.7	5.6	-36.4	-50.5	-28.4	-11.0	-22.0			
専門サービス業	25.8	10.7	29.9	28.0	32.9	14.9	30.7	20.4	25.6	18.7	15.8	37.3	34.4	18.8	4.1	21.1	5.4	-21.1	2.2	18.5	10.6			
サービス業	11.1	8.1	2.8	7.2	15.9	9.3	2.9	-2.1	1.9	0.8	7.3	11.5	20.7	7.1	7.3	6.0	-2.6	-46.2	-23.5	-1.5	-13.7			
総計	3.0	3.3	4.9	11.3	13.0	5.6	7.0	13.8	8.6	4.8	7.6	18.2	19.5	6.4	-2.0	-2.6	-19.7	-48.9	-27.9	-4.2	-11.2			

利益前年同月期比

	2016年				2017年				2018年				2019年				2020年				2021年			
	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期	1期	2期	3期	4期
製造業	3.8	0.0	1.4	1.0	10.6	3.7	6.5	17.8	8.5	6.8	10.9	10.7	11.4	6.0	-14.9	-33.0	-44.6	-66.7	-62.4	-41.9	-16.8			
非製造業計										6.2	3.9	14.2	13.5	19.9	5.4	4.4	-17.8	-46.9	-35.2	-20.0	-12.9			
建築業	-11.8	-7.3	-3.6	2.0	4.3	19.6	-8.5	4.3	18.8	10.9	-3.8	-4.3	8.2	44.2	21.6	4.3	-23.2	-44.3	-42.9	-24.5	-18.4			
通信情報業	28.6	-20.0	8.7	-7.1	21.4	15.4	-25.0	16.1	22.2	20.0	10.0	-33.3	18.8	-12.5	-6.3	-14.3	-20.0	-43.5	-38.9	-60.0	-75.0			
運輸業	0.0	-8.7	13.0	31.6	28.6	40.0	0.0	46.2	15.4	-8.3	38.9	31.3	-7.7	15.4	-10.0	-7.7	-43.8	-84.6	-72.7	-43.5	12.5			
流通業	0.0	3.2	-12.9	-6.3	14.5	3.2	6.7	3.2	9.5	-8.6	-6.5	17.6	18.8	0.0	1.2	-6.8	-36.7	-61.5	-47.9	-38.9	-22.0			
専門サービス業	31.3	38.8	27.8	14.9	35.4	28.7	32.1	50.0	20.8	26.8	22.6	36.8	20.0	30.4	6.9	18.2	3.5	-22.2	-2.3	19.8	12.1			
サービス業	14.1	5.5	4.5	6.2	9.5	9.2	12.1	3.7	7.4	6.0	0.0	9.5	10.7	21.3	3.3	8.6	-8.8	-47.8	-37.3	-20.6	-15.2			
総計	7.2	4.0	2.8	3.0	13.6	11.3	8.4	14.6	10.6	6.0	6.1	13.1	12.9	15.3	-1.7	-9.6	-27.3	-53.5	-44.6	-27.5	-14.1			

景況感DI推移

景況感DI推移

	2017年1期	2017年2期	2017年3期	2017年4期	2018年1期	2018年2期	2018年3期	2018年4期	2019年1期	2019年2期	2019年3期	2019年4期	2020年1期	2020年2期	2020年3期	2020年4期	2021年1期
製造業	-2.6	-0.4	5.7	15.9	11.3	3.1	8.3	5.5	11.2	-36.8	-40.1	-47.3	-55.4	-78.5	-58.1	-35.1	-12.1
非製造業						5.1	3.0	10.0	9.0	-5.7	-9.3	-13.3	-41.9	-67.8	-52.5	-44.5	-24.4
建築業	0.0	4.0	-5.4	8.2	11.3	18.2	13.7	18.8	18.0	7.5	10.0	-2.1	-32.7	-61.3	-43.3	-45.3	-22.9
通信情報業	7.1	0.0	17.6	37.5	33.3	20.0	20.0	8.3	12.5	-18.8	-6.3	-14.3	-30.0	-73.9	-36.8	-56.0	-33.3
運輸業	6.3	-6.7	-18.8	12.5	0.0	-9.1	-5.9	13.3	-7.7	-23.1	-10.0	-15.4	-56.3	-69.2	-68.2	-47.8	0.0
流通業	-4.5	-10.1	-5.6	-4.4	1.2	-9.4	-7.7	8.6	4.3	-15.9	-15.7	-29.6	-64.1	-81.1	-50.5	-47.2	-35.8
専門サービス業	5.9	5.4	3.5	8.9	18.4	17.3	7.1	12.3	23.3	1.2	-11.1	-5.4	-35.1	-61.1	-51.1	-39.5	-6.0
サービス業	-1.5	-2.7	1.4	5.8	-1.9	3.1	3.2	6.2	2.6	-5.1	-12.1	-11.3	-33.6	-65.4	-57.9	-43.0	-29.8
総計	-1.5	-1.2	1.5	8.7	7.6	3.9	4.7	8.5	9.8	-16.0	-20.1	-26.0	-46.7	-71.3	-54.4	-41.3	-20.3

景況感先行きDI推移

景況感先行きDI推移

2011	2017年2期	2017年3期	2017年4期	2018年1期	2018年2期	2018年3期	2018年4期	2019年1期	2019年2期	2019年3期	2019年4期	2020年1期	2020年2期	2020年3期	2020年4期	2021年1期	2021年2期
製造業	-9.0	-2.3	12.4	14.3	7.3	3.7	6.5	1.3	14.5	-42.9	-40.5	-36.1	-65.7	-67.1	-40.5	-23.9	-7.2
非製造業						5.8	7.3	11.9	4.8	-9.5	-10.2	-11.8	-55.7	-42.1	-36.9	-36.4	-14.9
建築業	6.0	8.5	0.0	-8.9	6.0	20.8	27.5	15.6	-4.3	0.0	2.0	-15.2	-60.0	-46.7	-41.3	-31.5	-14.3
通信情報業	-3.6	-7.7	25.0	25.0	-11.1	0.0	30.0	8.3	12.5	-31.3	-12.5	-21.4	-70.0	-40.0	-22.2	-40.0	-25.0
運輸業	-18.8	-6.7	0.0	13.3	-7.1	-33.3	16.7	6.3	-30.8	-45.5	0.0	0.0	-75.0	-38.5	-33.3	-34.8	6.3
流通業	-3.6	-4.2	2.3	3.6	5.9	1.2	-9.1	5.9	11.8	-16.1	-22.2	-18.1	-77.5	-61.9	-25.8	-36.2	-21.3
専門サービス業	0.0	5.7	8.5	8.8	24.0	19.2	9.1	17.6	1.7	-15.0	-8.0	-7.3	-39.3	-15.4	-41.8	-39.0	-9.1
サービス業	-4.1	-4.3	0.7	8.3	6.0	0.8	5.0	11.9	9.7	-1.3	-9.1	-8.6	-42.6	-40.0	-41.3	-36.4	-16.0
総計	-4.6	-1.2	7.2	8.6	7.8	4.7	7.0	8.5	7.6	-20.6	-20.8	-20.7	-59.3	-52.5	-38.2	-32.1	-12.4

資金繰りDI推移

資金繰りDI推移

	2017年1期	2017年2期	2017年3期	2017年4期	2018年1期	2018年2期	2018年3期	2018年4期	2019年1期	2019年2期	2019年3期	2019年4期	2020年1期	2020年2期	2020年3期	2020年4期	2021年1期
製造業	-0.5	2.7	6.6	8.6	6.2	7.7	7.5	3.6	0.8	3.5	-1.6	-0.5	-6.5	-22.4	-3.8	3.0	11.5
非製造業						2.7	-1.2	2.6	2.7	-0.2	-4.7	-3.1	-6.3	-3.8	0.7	3.3	5.4
建築業	3.9	-2.0	5.4	0.0	-5.6	3.6	-3.8	-2.0	4.0	7.5	9.8	10.6	5.4	14.5	1.6	1.9	8.2
通信情報業	-13.3	-15.4	-11.8	25.0	22.2	0.0	0.0	-8.3	-6.3	12.5	-12.5	0.0	20.0	0.0	5.3	0.0	0.0
運輸業	6.3	18.8	17.6	12.5	7.1	18.2	27.8	12.5	0.0	30.8	33.3	30.8	12.5	-34.6	5.0	4.3	12.5
流通業	6.7	5.1	7.8	7.7	3.4	3.5	-2.6	14.3	4.2	5.7	-6.0	-1.4	-1.3	-18.7	10.8	11.0	8.6
専門サービス業	11.6	8.9	0.0	8.5	-3.8	7.9	14.0	11.8	-1.6	12.5	2.6	-1.8	-3.5	30.0	2.2	9.8	17.9
サービス業	2.4	-12.7	-9.9	-9.4	-18.2	-1.6	-10.5	-6.8	5.9	-16.9	-16.0	-14.7	-21.6	-17.3	-7.9	-3.7	-4.8
総計	1.7	0.3	0.8	4.3	-3.6	3.6	1.6	2.9	2.4	1.0	-3.6	-2.2	-6.3	-10.0	-0.9	3.2	7.4

設備投資DI推移

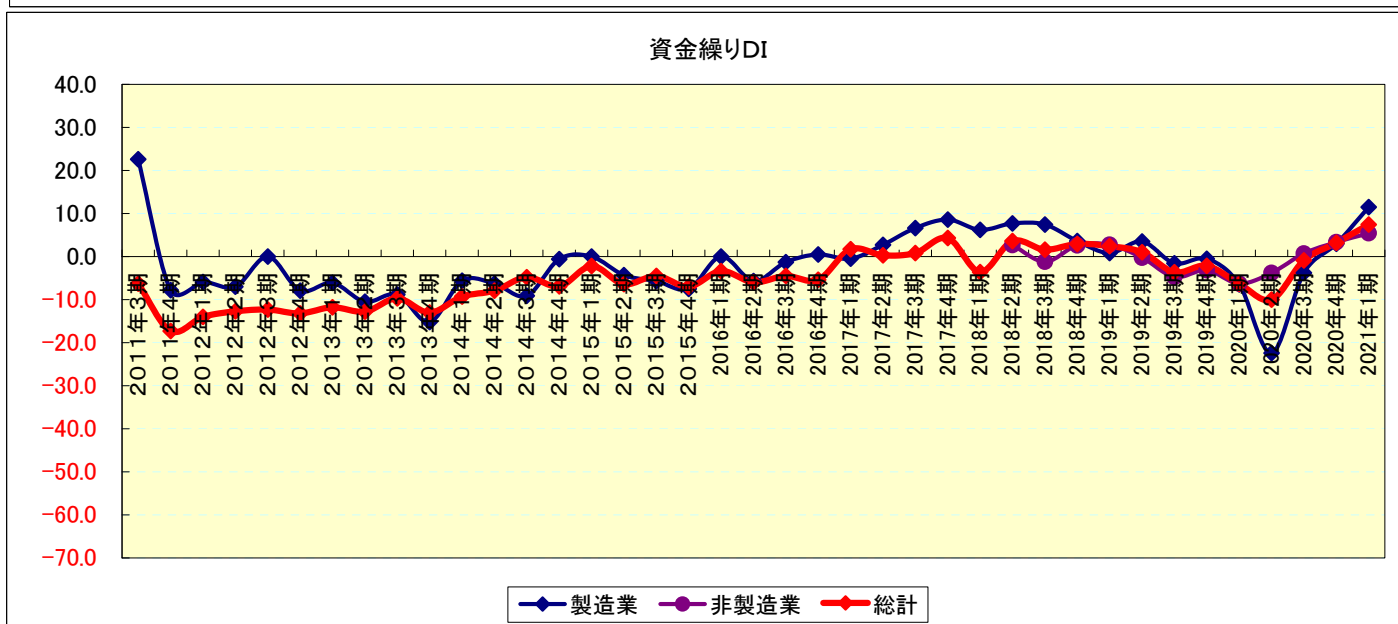
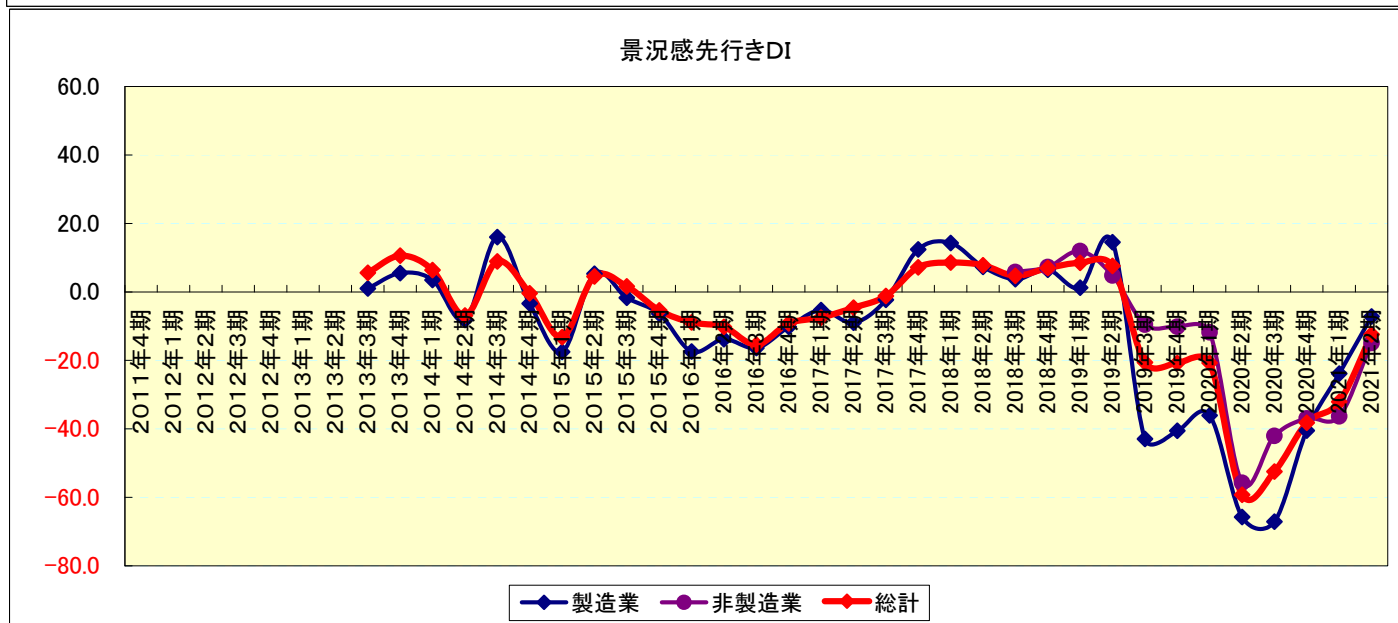
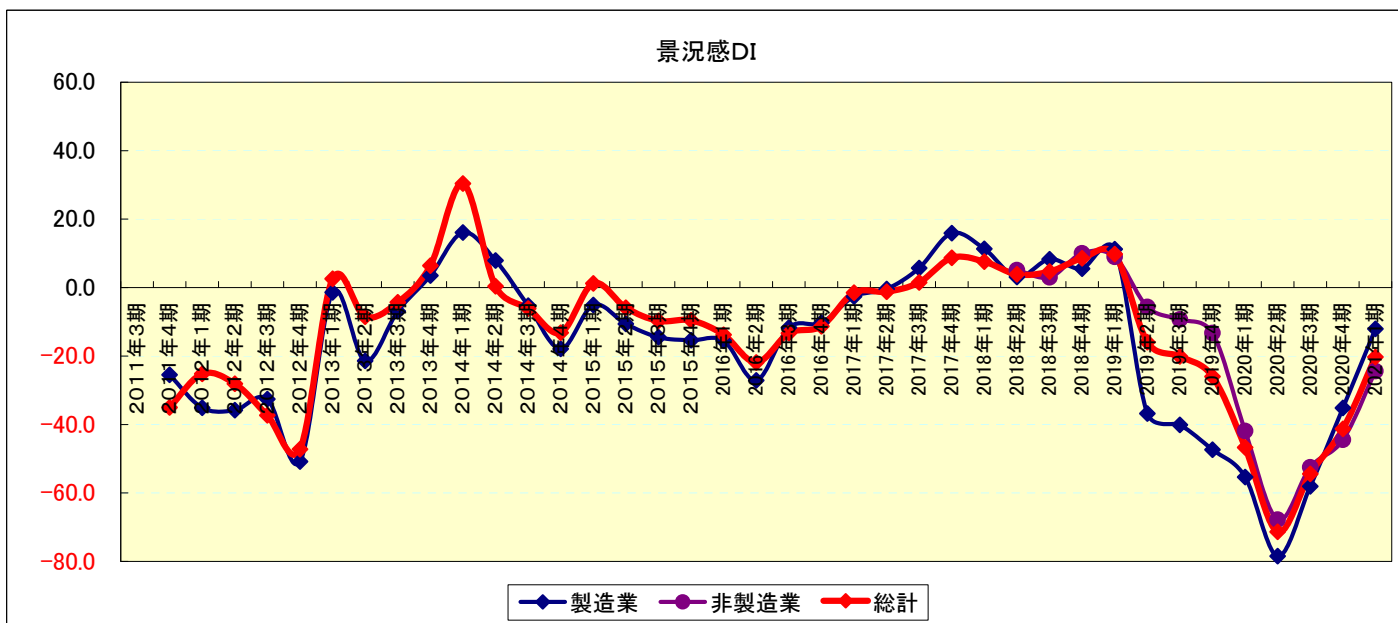
設備投資DI推移

	2017年1期	2017年2期	2017年3期	2017年4期	2018年1期	2018年2期	2018年3期	2018年4期	2019年1期	2019年2期	2019年3期	2019年4期	2020年1期	2020年2期	2020年3期	2020年4期	2021年1期
製造業	-7.9	-5.0	-4.5	-9.3	-4.0	3.9	5.2	0.0	13.2	1.0	-2.2	-9.5	-19.7	-22.8	-27.8	-23.9	-4.0
非製造業						-7.0	-42.7	-40.2	-31.0	-31.7	-39.3	-39.9	-43.5	-35.2	-37.5	-33.9	-41.4
建築業	-39.6	-14.9	-31.5	-52.3	-36.0	-15.7	-38.0	-66.7	-46.9	-34.0	-41.7	-42.6	-37.5	-22.2	-33.9	-30.2	-48.9
通信情報業	-60.0	-69.2	-68.8	0.0	-22.2	-30.0	-10.0	-36.4	-35.3	-43.8	-68.8	-71.4	-40.0	-34.8	-31.6	-37.5	-58.3
運輸業	0.0	6.3	25.0	26.7	16.7	-22.2	5.6	6.3	23.1	8.3	0.0	30.8	6.7	-23.1	-22.7	-8.7	-18.8
流通業	-2.4	-28.4	-28.0	-40.7	-44.4	-7.4	-39.0	-25.0	-22.5	-22.7	-29.3	-31.9	-46.2	-38.5	-41.9	-37.0	-39.5
専門サービス業	-46.2	-64.0	-53.8	-60.7	-46.7	0.0	-73.6	-47.8	-49.2	-55.6	-52.8	-61.4	-73.7	-56.7	-66.3	-59.8	-68.7
サービス業	-35.7	-53.0	-48.2	-34.8	-43.3	-5.1	-43.3	-40.6	-25.2	-25.3	-35.1	-37.2	-36.3	-28.3	-21.3	-21.2	-26.4
総計	-22.7	-29.6	-27.9	-31.1	-27.1	-2.9	-27.4	-27.3	-19.0	-21.0	-26.3	-28.5	-35.0	-31.1	-34.1	-30.4	-29.0

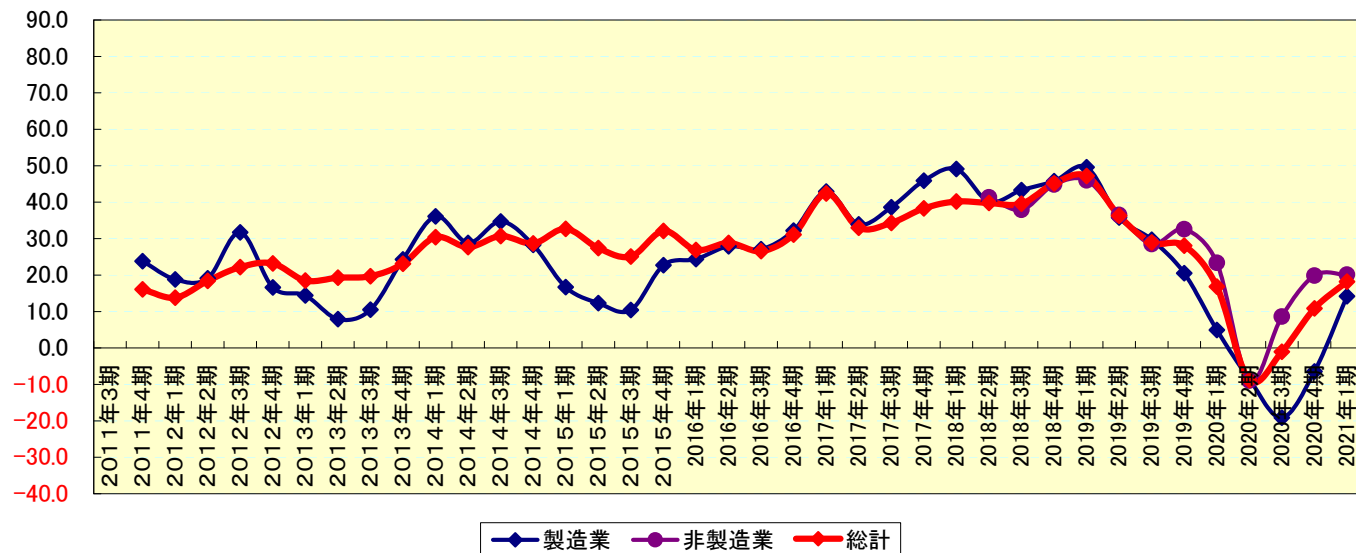
採算状況DI

採算状況DI

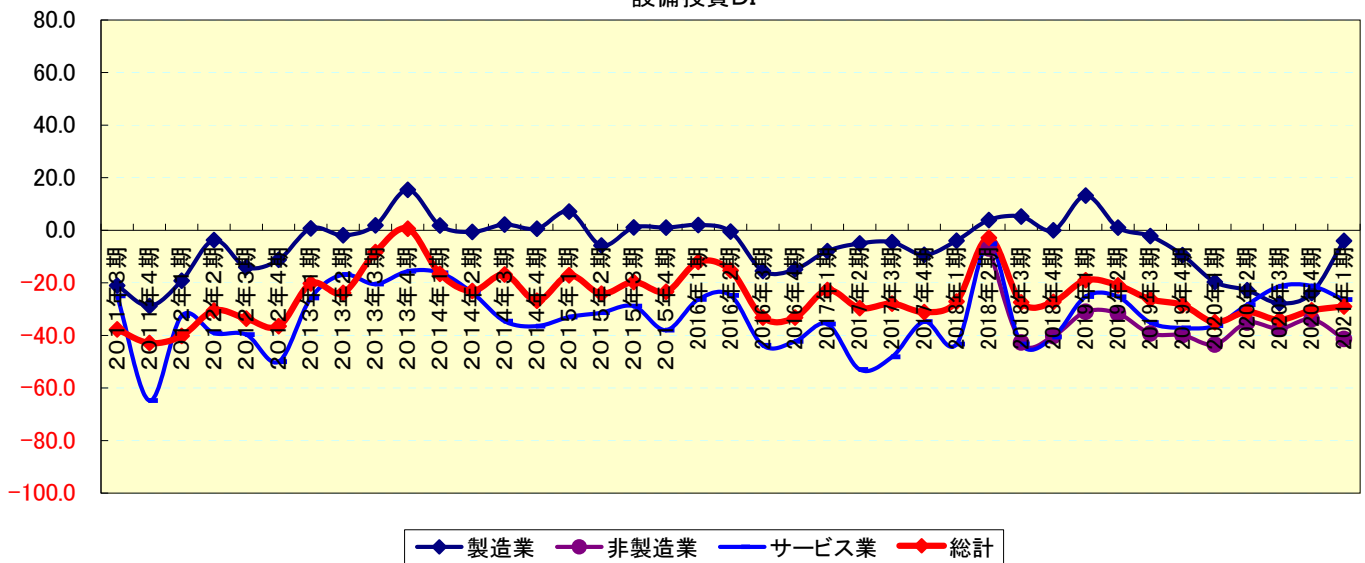
	2017年1期	2017年2期	2017年3期	2017年4期	2018年1期	2018年2期	2018年3期	2018年4期	2019年1期	2019年2期	2019年3期	2019年4期	2020年1期	2020年2期	2020年3期	2020年4期	2021年1期
製造業	42.9	33.9	38.6	45.9	49.1	40.2	43.3	45.8	49.6	35.8	29.7	20.5	4.9	-8.6	-19.1	-6.4	14.2
非製造業						41.3	37.9	44.9	46.0	36.5	28.5	32.6	23.4	-8.9	8.6	19.8	20.1
建築業	37.3	35.3	28.6	30.0	35.2	39.3	22.0	37.5	45.8	47.2	45.1	42.6	41.8	-6.5	9.5	19.2	26.5
通信情報業	60.0	23.1	11.8	62.5	22.2	0.0	40.0	33.3	50.0	62.5	25.0	14.3	60.0	0.0	15.8	-4.0	16.7
運輸業	43.8	56.3	50.0	68.8	50.0	58.3	72.2	87.5	30.8	61.5	40.0	53.8	37.5	7.7	-22.7	9.1	25.0
流通業	42.0	39.6	35.2	26.7	42.4	42.4	37.2	45.5	48.6	36.4	12.9	31.9	3.8	-2.2	4.2	8.2	17.9
専門サービス業	53.6	42.9	49.4	46.2	51.9	59.5	60.7	63.6	50.8	58.0	42.7	44.6	44.8	-3.3	47.3	54.3	56.7
サービス業	36.2	21.5	24.5	26.6	22.9	34.9	29.3	33.8	44.1	17.2	23.4	22.8	12.1	-21.2	-8.6	11.9	-0.8
総計	42.4	33.0	34.3	38.3	40.2	39.8	39.6	45.2	47.2	36.3	28.9	28.1	16.8	-8.8	-1.0	10.8	18.2



採算DI



設備投資DI



(2) 売上の増加と減少の要因に関して

①売上前年同期比が「増加」と回答した企業の要因(選択式)

回答数

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(土業)	サービス業	合計	2019年7-9	2019年10-12	2020年1-3	2020年4-6	2020年7-9	2020年10-12	2021年1-3
①営業力の強化・拡大	14	48	2	0	4	12	9	21	62	88	65	51	35	48	45	62
②技術力・サービスの強化	6	15	1	0	1	4	5	4	21	53	33	25	17	18	20	21
③コストダウン・生産性アップ	4	8	1	0	1	2	2	2	12	19	16	13	11	9	15	12
④新規販路・新分野の開拓	12	35	2	0	2	12	5	14	47	47	43	28	27	35	38	47
⑤新商品・サービス開発	8	11	0	0	0	3	2	6	19	26	25	14	15	25	13	19
⑥高付加価値化	5	13	0	0	0	1	4	8	18	36	30	21	18	15	24	18
⑦人材育成・採用の強化	5	14	3	0	0	2	3	6	19	32	24	23	11	17	18	19
⑧国内需要の拡大	17	13	0	0	1	5	3	4	30	24	14	7	11	15	23	30
⑨販売・受注価格の上昇	3	9	1	0	1	1	1	5	12	16	13	6	8	8	8	12
⑩出店・規模の拡大	0	5	0	0	0	0	0	5	5	9	4	5	4	6	3	5
⑪海外進出の強化	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	2	1	1	0	0
⑫海外進出の強化	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
⑬輸出の増加	6	1	0	0	0	1	0	0	7	1	2	0	2	1	2	7
⑭他社との競合関係の改善	1	1	0	0	0	0	0	1	2	9	6	3	4	3	4	2
⑮その他	5	13	3	0	0	2	3	5	18	5	8	19	21	20	26	18
合計	51	87	6	2	4	20	21	34	138	367	284	217	185	221	125	527

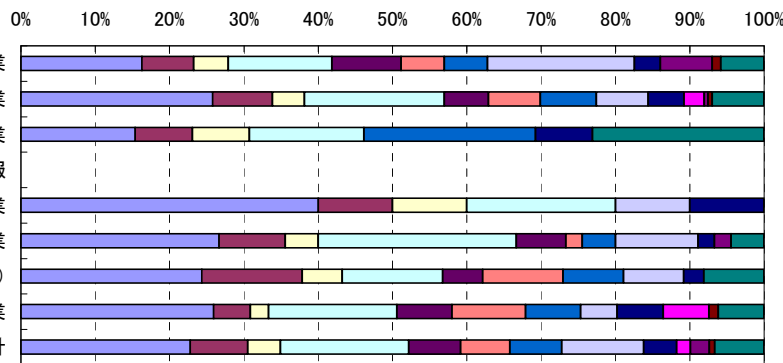
○その他回答

・降雪量が例年比、非常に多かったため、特定商品の需要があった。・ご紹介いただいております。・リモート増加による住宅に対する希望増・コロナ禍による、ネット販売の売り上げ上昇。・仕事量の偏り(コロナ流行とオリンピック開催予定時期を避けたため)・比較する前期がコロナ禍のため激減していたから、・コロナの影響でWebへの投資や助成金活用などが増加したため、第3四半期実績が予想に比べて下回った為、その反動が第4四半期に戻ってきたという性質です。・コロナで中止や延期していた仕事が進んでいる感じ、・取り組みそのものは変わらない、前年が悪すぎた……

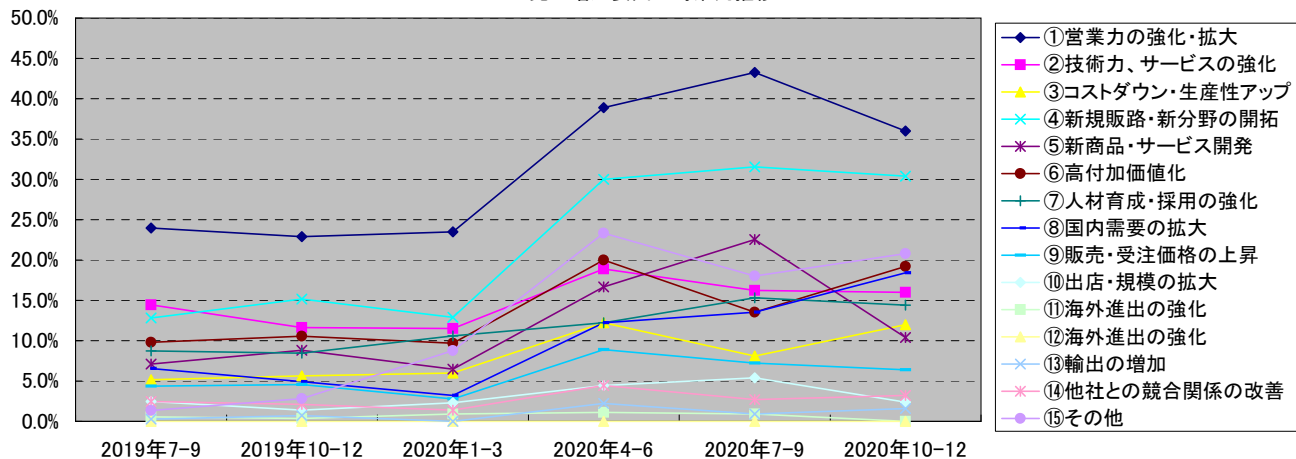
割合

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(土業)	サービス業	合計	2019年7-9	2019年10-12	2020年1-3	2020年4-6	2020年7-9	2020年10-12	2021年1-3
①営業力の強化・拡大	27.5%	55.2%	33.3%	0.0%	100.0%	60.0%	42.9%	61.8%	44.9%	24.0%	22.9%	23.5%	38.9%	43.2%	36.0%	44.9%
②技術力・サービスの強化	11.8%	17.2%	16.7%	0.0%	25.0%	20.0%	23.8%	11.8%	15.2%	14.4%	11.6%	11.5%	18.9%	16.2%	16.0%	15.2%
③コストダウン・生産性アップ	7.8%	9.2%	16.7%	0.0%	25.0%	10.0%	9.5%	5.9%	8.7%	5.2%	5.6%	6.0%	12.2%	8.1%	12.0%	8.7%
④新規販路・新分野の開拓	23.5%	40.2%	33.3%	0.0%	50.0%	60.0%	23.8%	41.2%	34.1%	12.8%	15.1%	12.9%	30.0%	31.5%	30.4%	34.1%
⑤新商品・サービス開発	15.7%	12.6%	0.0%	0.0%	0.0%	15.0%	9.5%	17.6%	13.8%	7.1%	8.8%	6.5%	16.7%	22.5%	10.4%	13.8%
⑥高付加価値化	9.8%	14.9%	0.0%	0.0%	0.0%	5.0%	19.0%	23.5%	13.0%	9.8%	10.6%	9.7%	20.0%	13.5%	19.2%	13.0%
⑦人材育成・採用の強化	9.8%	16.1%	50.0%	0.0%	0.0%	10.0%	14.3%	17.6%	13.8%	8.7%	8.5%	10.6%	12.2%	15.3%	14.4%	13.8%
⑧国内需要の拡大	33.3%	14.9%	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%	14.3%	11.8%	21.7%	6.5%	4.9%	3.2%	12.2%	13.5%	18.4%	21.7%
⑨販売・受注価格の上昇	5.9%	10.3%	16.7%	0.0%	25.0%	5.0%	4.8%	14.7%	8.7%	4.4%	4.6%	2.8%	8.9%	7.2%	6.4%	8.7%
⑩出店・規模の拡大	0.0%	5.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	14.7%	3.6%	2.5%	1.4%	2.3%	4.4%	5.4%	2.4%	3.6%
⑪海外進出の強化	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.4%	0.9%	1.1%	0.9%	0.0%	0.0%
⑫海外進出の強化	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%
⑬輸出の増加	11.8%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	5.0%	0.0%	0.0%	5.1%	0.3%	0.7%	0.0%	2.2%	0.9%	1.6%	5.1%
⑭他社との競合関係の改善	2.0%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.9%	1.4%	2.5%	2.1%	1.4%	4.4%	2.7%	3.2%	1.4%
⑮その他	9.8%	14.9%	50.0%	0.0%	0.0%	10.0%	14.3%	14.7%	13.0%	1.4%	2.8%	8.8%	23.3%	18.0%	20.8%	13.0%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

売上前年同期比が「増加」と回答した企業の要因(選択式)



売上増加要因の時系列推移



業種内容:	売上増の要因
【不動産】不動産賃貸・管理業、駐車場業	現在、採用した社員の戦力化が進み、社内の相乗効果が高まっている。
【不動産】不動産賃貸・管理業、駐車場業	新規開拓
【製造業】非鉄金属製造業、電線	営業力
【製造業】非鉄金属製造業、電線	7年前から開拓していた業種に、7年前から提案してきた商品が売れ始めたから。
【製造業】電気機械器具製造業、産業用電気機械、民生用電気機械、電機計測器	前期の売上を持ち越し、
【製造業】電気機械器具製造業、産業用電気機械、民生用電気機械、電機計測器	歯科医療機器取引先による売上増、補助金効果等で売上が増加しているが4～6は反動減となりそうです。
【製造業】鉄鋼業、製鉄、製鋼、鋼管、鉄スクラップ処理、鋳物、プレス	客先の生産増(国内・海外需要の回復)
【製造業】鉄鋼業、製鉄、製鋼、鋼管、鉄スクラップ処理、鋳物、プレス	経費削減
【製造業】鉄鋼業、製鉄、製鋼、鋼管、鉄スクラップ処理、鋳物、プレス	国内外の受注の増加
【製造業】繊維工業(衣服、その他の繊維製品を除く)製糸、ニット生地、紋紙、金銀糸	新規事業である「アパレル小物製造」において、複数の取引先から「ニットマスク」製造の依頼があったため。
【製造業】精密機械器具製造業、計量器、分析機器、医療用機器、理化学機械、光学器械、レンズ、眼鏡、省力化機	昨年度コロナ感染症で落ち込んだ分の反動で消費が増加しているため客先在庫適正化による受注増加と通信と医療の両分野で受注量が増加しています。
【製造業】食料品製造業、畜産食糧、水産食料、缶詰、調味料、糖類製造、精穀・製粉、パン・菓子、油脂	インターネットとちらし配布による新規顧客の獲得が少しあったので。
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍金、金網	営業人員の増員、営業情報の共有化、値上げ、老朽設備の更新(生産性向上)
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍金、金網	客先が止まっていた商品開発に力を入れ始めた。
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍金、金網	コロナ前から取り組んでいた案件が量産に繋がった。売上トップの企業の業績が上がってきて受注が増えたため。
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍金、金網	コストダウンと生産性の向上
【製造業】化学工業、ゼラチン、塗料、石鹼、医薬品、塩、蠟そく、高圧ガス、化学肥料	OEM商品が定着しコンスタントに注文が入るようになった。
【製造業】化学工業、ゼラチン、塗料、石鹼、医薬品、塩、蠟そく、高圧ガス、化学肥料	アルコール販売とOEM
【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	長年の営業活動の一部がようやく実った
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	生産性向上のための、人員配置や工場レイアウトの見直し
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	親会社一社で単発的な受注増がある
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	前四半期に停滞していた海外への品物が動き出したので一時的に上がっているのではと感じている。
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	単価UP収益性のない商品の撤退
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	ホームセンターの売上が上がったため。

業種内容:	売上増の要因
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	新製品開発、海外展開が成功
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	特になし。
【製造業】衣服、その他の繊維製品製造業、刺繍、ニット、帽子、旗、手袋	前年はコロナ禍の為、イベント関係が中止になったが、今年は今迄通りの動きに戻った
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	コロナが追い風になる事業(衛生用品)。今はそれが一番の要因
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	コロナ対策品(パーテーション、足踏式消毒液スタンド)の特需
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	コロナ禍で需要が増えたパーテーションの加工が増加したため。
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	販売に携わる社員を増員し、商品開発から販売までの時間を短縮した。巣ごもり需要による恩恵を受けた。新商品販売。
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	技術力が少し向上してきたことにより、受注できる幅が広がった
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	衛生品関連の需要増加により当社技術力が改めてご評価頂いている。
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	コロナ禍の長期化による、アクリルパーテーション需要が増加した。
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	輸出関連が好調
【製造業】その他の製造業、貴金属製品、楽器、玩具、標識、畳、パレット、看板、漆器、線香、釘、印鑑、スポーツ器具、うちわ	新規商材・新規顧客開拓
【製造業】その他の製造業、貴金属製品、楽器、玩具、標識、畳、パレット、看板、漆器、線香、釘、印鑑、スポーツ器具、うちわ	外的要因(顧客の都合)
【製造業】その他の製造業、貴金属製品、楽器、玩具、標識、畳、パレット、看板、漆器、線香、釘、印鑑、スポーツ器具、うちわ	小売店の出店、コロナによる売上落ち込みの反動など
【製造業】その他の製造業、貴金属製品、楽器、玩具、標識、畳、パレット、看板、漆器、線香、釘、印鑑、スポーツ器具、うちわ	原価低減と販売管理費抑制
【製造業】その他の製造業、貴金属製品、楽器、玩具、標識、畳、パレット、看板、漆器、線香、釘、印鑑、スポーツ器具、うちわ	コロナ対策、社員教育、スタッフ技術の向上
【製造業】ゴム製品製造業、タイヤ・チューブ、ゴムホース・ゴムベルト	元気のある企業への発売商品を増やした
【製造業】ゴム製品製造業、タイヤ・チューブ、ゴムホース・ゴムベルト	上述の通り。
【情報通信業】情報サービス業、ソフトウェア業、情報処理サービス	景況感の良い業種への積極的な営業で新規開拓をすることができた。
【情報通信業】情報サービス業、ソフトウェア業、情報処理サービス	認知度の向上
【情報通信業】インターネット付随サービス業	顧客満足度の高いサービスを続けたことで、信頼・安心感を感じてくれた方がたくさん増えたこと。
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	コロナ樹祝のため通販業に明るい兆しがあった。
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	リモート増加による住宅に対する希望増
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	特に取り組みはしていないが、若手社員の成長によることと考えられる。

業種内容:	売上増の要因
【建設業】設備工事業、電気工事、電気通信・信号装置工事、管工事、機械器具設置、道路標識	会計処理方法を完成工事基準に準拠しており、当初予定していた完成時期が後にずれ込み、第3四半期計上見通しの案件が第4四半期に入った為。会計処理方法によらない部分では受注および稼働については前年比較で横ばいとなっている。
【建設業】設備工事業、電気工事、電気通信・信号装置工事、管工事、機械器具設置、道路標識	既存得意先への営業強化
【金融・保険】保険業	景気に左右されにくい業種
【金融・保険】保険業	新規あるのみ
【金融・保険】保険業	同友会をはじめ、異業種仲間からの紹介やお客様からの紹介が多かったのと、既存法人顧客への補償の追加提案に注力したこと。
【金融・保険】貸金業、消費者向け貸金業、質屋	コロナの支援が増加。
【教育・学習支援】その他の教育、学習支援業、学習塾、教養・技能教授業フィットネスクラブ	人との繋がりを強化して、ヒアリングを念入りに行っています。
【教育・学習支援】その他の教育、学習支援業、学習塾、教養・技能教授業フィットネスクラブ	前半はコロナにより研修が中止になっていたため
【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	販売が好調
【卸売・小売業】建築材料、鉱物・金属材料等卸売、燃料、化学薬品、塗料	自動車増産の影響
【卸売・小売業】建築材料、鉱物・金属材料等卸売、燃料、化学薬品、塗料	電気の変圧器内にある、絶縁油の抜き取り、交換の問い合わせが、新規の電気屋より増えている。(PCBの処分期限の兼ね合いもあり)
【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	設備工事関連受注が貢献した
【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	2年前の営業活動の結果が今になって出てきた。
【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	新商品の販売が好調、このまま強化していく。HPやSNSを刷新、発信を強化。
【卸売・小売業】各種商品小売業、スーパー、コンビニ、百貨店、生協	ネット販売に注力した結果、ネット売上が昨対300%の売り上げとなっている。
【卸売・小売業】各種商品小売業、スーパー、コンビニ、百貨店、生協	コロナ禍での衛生資材が売り上げにつながった
【卸売・小売業】各種商品卸売業	オゾン発生器の一般の方への販売(BtoC)
【卸売・小売業】各種商品卸売業	タイミングだけのことだと分析しているが、ホームページからの新規顧客が増加中
【卸売・小売業】各種商品卸売業	学校給食の食材を卸している。昨年、令和2年3月は新型コロナウイルス禍で学校が休校措置をとったため、令和2年3月の売上はほぼゼロであった。
【卸売・小売業】家具・什器・機械器具小売業、仏壇、パソコン	新規分野の案件が増え始めてきた。
【卸売・小売業】飲食料品卸売業	独自性
【卸売・小売業】飲食料品卸売業	すごもり需要を取り込めた。
【卸売・小売業】その他の小売業、医薬品、農耕用品、宝石、時計、眼鏡、書籍、玩具、新聞、墓石、文具、畳、燃料	販売チャネルの増設
【卸売・小売業】その他の小売業、医薬品、農耕用品、宝石、時計、眼鏡、書籍、玩具、新聞、墓石、文具、畳、燃料	事業拡大

業種内容:	売上増の要因
【卸売・小売業】その他の卸売業、家具 建具什器、医薬品、紙、雑貨	仕入先メーカー内での組織変更に伴う代理店政策の変更が当社に追い風となり、メーカーからの取引先紹介が増加した。
【卸売・小売業】その他の卸売業、家具 建具什器、医薬品、紙、雑貨	新規のお客様が増えた
【卸売・小売業】その他の卸売業、家具 建具什器、医薬品、紙、雑貨	新商品開発
【運輸・通信業】道路貨物運送業、引越 センター	社員を増やした事。
【運輸・通信業】倉庫業	物流部門と新規部門が伸びた。他は低下。
【運輸・通信業】運輸に付帯するサービス 業、	新規顧客獲得
【運輸・通信業】運輸に付帯するサービス 業、	コロナからの回復需要
【運輸・通信業】運輸に付帯するサービス 業、	通関代行サービスだけでは外部環境が凄く悪いので国内需要があるので今まで培った業者と協力体制を整え貿易で使用する商材の国内物販に方向転換を行った事で売上が上がったが利益率が少ないのが今後の課題です。
【医療、福祉】社会保険・社会福祉・介護 事業、老人ホーム、障害者福祉事業	新事業開始による売上増
【医療、福祉】社会保険・社会福祉・介護 事業、老人ホーム、障害者福祉事業	新規オープンのため
【医療、福祉】社会保険・社会福祉・介護 事業、老人ホーム、障害者福祉事業	出荷時期と販売価格の上昇が同時に。前年非常に悪かった。
【医療、福祉】医療業、病院、診療所、助 産所、はり・きゅう師	クチコミの蓄積(良いクチコミが多く来院の動機になる)、自社の付加価値の明確化(自信を持た)、オンラインサポート付きの物販を始めた(商圏、顧客層が広がった)
【サービス業】物品賃貸業、リース、自動 車賃貸	巣ごもり需要
【サービス業】廃棄物処理業、ごみ収集	新施設の開設で新販路と分野に進出
【サービス業】専門サービス業(他に分類 されないもの)法律事務所、獣医、建築 設計、機械設計、写真業、興信所、経営	人のつながりが良いタイミングで花を開いたと思います。
【サービス業】専門サービス業(他に分類 されないもの)法律事務所、獣医、建築 設計、機械設計、写真業、興信所、経営	Webマーケティング
【サービス業】専門サービス業(他に分類 されないもの)法律事務所、獣医、建築 設計、機械設計、写真業、興信所、経営	新規顧問先の開拓
【サービス業】専門サービス業(他に分類 されないもの)法律事務所、獣医、建築 設計、機械設計、写真業、興信所、経営	助成金申請、就業規則の見直しのニーズが増えた。
【サービス業】専門サービス業(他に分類 されないもの)法律事務所、獣医、建築 設計、機械設計、写真業、興信所、経営	特に取り組みをしていることはなく、ご紹介いただいております。
【サービス業】専門サービス業(他に分類 されないもの)法律事務所、獣医、建築 設計、機械設計、写真業、興信所、経営	紹介案件が増加した。また、国内での外国人採用ニーズ(需要)が増加したため。
【サービス業】専門サービス業(他に分類 されないもの)法律事務所、獣医、建築 設計、機械設計、写真業、興信所、経営	お客様に必要なと思われる情報を必要なタイミングで提供するとともに、受注率を上げる
【サービス業】専門サービス業(他に分類 されないもの)法律事務所、獣医、建築 設計、機械設計、写真業、興信所、経営	コロナ禍による個人事業開業の増加、政府・行政の支援に対応するための財務体質の改善などの影響により新規顧客が増えたと考えられる。顧客単価を見直し増額できることは願っている。
【サービス業】専門サービス業(他に分類 されないもの)法律事務所、獣医、建築 設計、機械設計、写真業、興信所、経営	バーチャル製作がコロナによって好転した
【サービス業】専門サービス業(他に分類 されないもの)法律事務所、獣医、建築 設計、機械設計、写真業、興信所、経営	事務所の信頼度が上がった為

業種内容:	売上増の要因
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	特にない。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	増加の主因は新規顧客獲得によるものですが、受注前のお問い合わせに対し、ある程度丁寧な回答をすることにより受注につながったと思料しております。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	雇用調整助成金の申請代行による特需
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	コロナ禍における、助成金(雇用調整助成金)等の申請代行業務が大幅増。その他、営業・紹介における新規顧問先増
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	ウェブコンテンツの強化
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	助成金関連
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	1件当たり顧問料の増加につながる業務の取り組み
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	コロナ禍にマッチしたサービスの打ち出し方に成功した。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	新たな取り組みを実施できたから
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	公共事業の増加
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	比較する前期がコロナ禍のため激減していたから
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	新規顧客獲得
【サービス業】自動車整備業	事故車両の入庫は特に国産車両で2割ほど減少したが、台単価の高い輸入車の入庫が増えたのとカーフィルム等のディテールリング事業が実績化してきたことが主な要因と考えられます
【サービス業】自動車整備業	各部門で行動計画を作成し行動の統一、車体整備部門の新分野開拓、保険部門の人材確保と育成
【サービス業】広告業、広告代理、屋外広告、	効率化。手間がかかり利益が低い仕事を一定数カット。
【サービス業】娯楽業、映画館、興業場、スポーツ施設提供業、遊戯場、ゴルフ場、ボウリング場、パチンコ、ゲームセン	集客増加
【サービス業】機械等修理業	仕事量の偏りに対応した
【サービス業】学術・研究開発機関	商品流通に挟まるようにした
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	新規顧客、関東方面をはじめ全国規模で営業を強化したこと売上増につながった
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	顧客要望の対応
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	単価アップ、取引先増加
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	M&Aによる規模拡大
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	営業強化

②前年同期比が「減少」と回答した企業の要因(選択式)

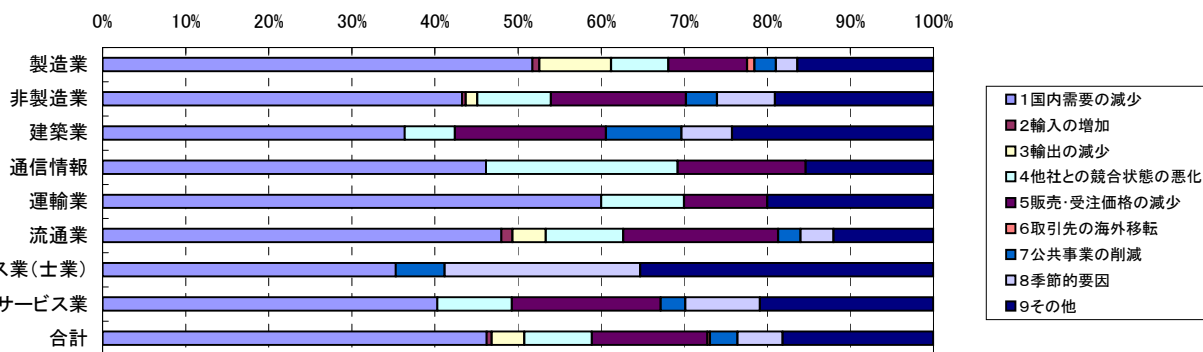
	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(土業)	サービス業	合計	2019年7-9	2019年10-12	2020年1-3	2020年4-6	2020年7-9	2020年10-12	2021年1-3
1国内需要の減少	60	93	12	6	6	36	6	27	153	86	112	144	295	290	208	153
2輸入の増加	1	1	0	0	0	1	0	0	2	3	2	4	1	2	4	2
3輸出の減少	10	3	0	0	0	3	0	0	13	27	26	32	44	41	29	13
4他社との競合状態の悪化	8	19	2	3	1	7	0	6	27	30	27	29	26	35	36	27
5販売・受注価格の減少	11	35	6	2	1	14	0	12	46	30	28	46	83	76	68	46
6取引先の海外移転	1	0	0	0	0	0	0	0	1	3	3	2	1	0	4	1
7公共事業の削減	3	8	3	0	0	2	1	2	11	6	7	7	18	19	14	11
8季節的要因	3	15	2	0	0	3	4	6	18	12	10	30	29	27	12	18
9その他	19	41	8	2	2	9	6	14	60	17	0	61	138	110	69	60
#REF!	116	215	33	13	10	75	17	67	331	214	215	355	635	600	444	331

○その他記述

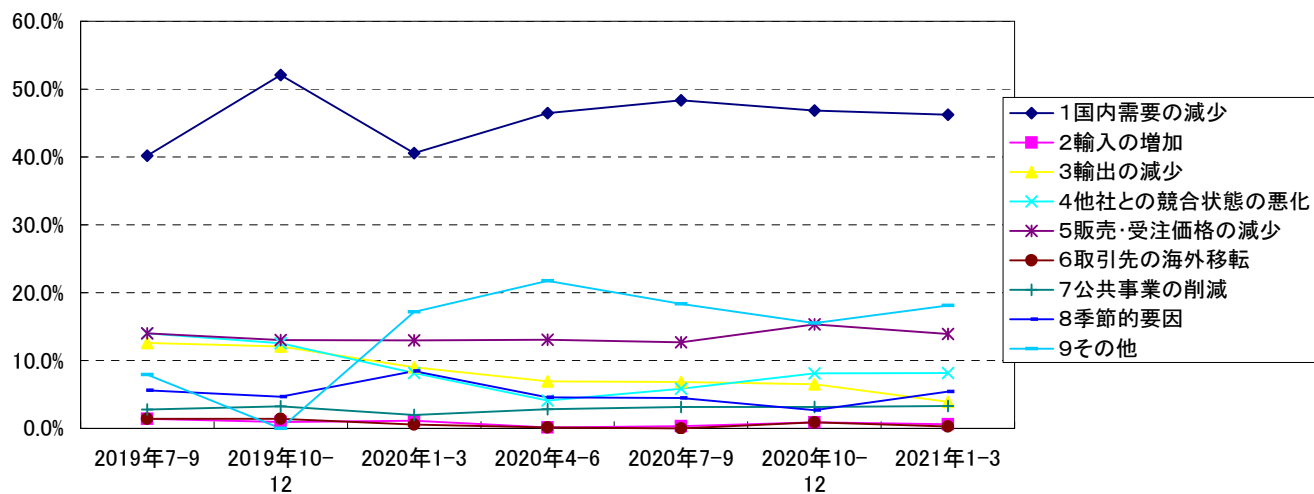
コロナ禍の影響(24件)外国人労働者の受入れニーズはあるものの、政府水際対策により、入国できない状況
 売り上げより利益思考にきりかえた廃業による取引店、販売店の減少得意先により大差がみられる前年の特
 需が無くなった。緊急事態宣言をうけて、得意先工場の生産調整による売上減設備投資の先延ばし事業転換

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(土業)	サービス業	合計	2019年7-9	2019年10-12	2020年1-3	2020年4-6	2020年7-9	2020年10-12	2021年1-3
1国内需要の減少	51.7%	43.3%	36.4%	46.2%	60.0%	48.0%	35.3%	40.3%	46.2%	40.2%	52.1%	40.6%	46.5%	48.3%	46.8%	46.2%
2輸入の増加	0.9%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	1.3%	0.0%	0.0%	0.6%	1.4%	0.9%	1.1%	0.2%	0.3%	0.9%	0.6%
3輸出の減少	8.6%	1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	4.0%	0.0%	0.0%	3.9%	12.6%	12.1%	9.0%	6.9%	6.8%	6.5%	3.9%
4他社との競合状態の悪化	6.9%	8.8%	6.1%	23.1%	10.0%	9.3%	0.0%	9.0%	8.2%	14.0%	12.6%	8.2%	4.1%	5.8%	8.1%	8.2%
5販売・受注価格の減少	9.5%	16.3%	18.2%	15.4%	10.0%	18.7%	0.0%	17.9%	13.9%	14.0%	13.0%	13.0%	13.1%	12.7%	15.3%	13.9%
6取引先の海外移転	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	1.4%	1.4%	0.6%	0.2%	0.0%	0.9%	0.3%
7公共事業の削減	2.6%	3.7%	9.1%	0.0%	0.0%	2.7%	5.9%	3.0%	3.3%	2.8%	3.3%	2.0%	2.8%	3.2%	3.2%	3.3%
8季節的要因	2.6%	7.0%	6.1%	0.0%	0.0%	4.0%	23.5%	9.0%	5.4%	5.6%	4.7%	8.5%	4.6%	4.5%	2.7%	5.4%
9その他	16.4%	19.1%	24.2%	15.4%	20.0%	12.0%	35.3%	20.9%	18.1%	7.9%	0.0%	17.2%	21.7%	18.3%	15.5%	18.1%
合計	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

売上前年同期比が「減少」と回答した企業の要因(選択式)



売上増加要因の時系列推移



業種内容:	売上減の要因
【複合サービス】協同組合、農協、漁協、森林組合、事業協同組合	事業利用の減少
【不動産】不動産取引業	コロナ禍による受注減
【不動産】不動産取引業	大型物件の仲介契約が減った。長期営業物件の不振。
【不動産】不動産取引業	コロナ禍による、イベント減少及び宿泊事業の撤退
【製造業】輸送用機械器具製造業、自動車付属品、鉄道・船舶・航空機付属部品	コロナ
【製造業】輸送用機械器具製造業、自動車付属品、鉄道・船舶・航空機付属部品	コロナ禍
【製造業】木材・木製品製造業(家具を除く)製材、	コロナ
【製造業】非鉄金属製造業、電線	仕入れ先メーカーのコロナ対策・コロナの影響による納期の延び、それに伴う客先への納品の遅れ。
【製造業】非鉄金属製造業、電線	注文のアイテムが減ったが数量は増え、短納期になったため効率が悪い
【製造業】非鉄金属製造業、電線	コロナによる飲食、観光業の低迷
【製造業】電子部品・デバイス製造業、電子管、集積回路、コネクタ、磁気ヘッド	コロナの影響で得意先1社の売上がゼロ!
【製造業】電気機械器具製造業、産業用電気機械、民生用電気機械、電機計測器	大幅な減少はないが各業界とも下がっている
【製造業】鉄鋼業、製鉄、製鋼、鋼管、鉄スクラップ処理、鋳物、プレス	新規がない
【製造業】繊維工業(衣服、その他の繊維製品を除く)製糸、ニット生地、紋紙、金銀糸	コロナによりイベント縮小になり、販促物関連の売上が減少した
【製造業】精密機械器具製造業、計量器、分析機器、医療用機器、理化学機械、光学器械、レンズ、眼鏡、省力化機	米中貿易摩擦とコロナ禍の影響による各産業需要の減少
【製造業】精密機械器具製造業、計量器、分析機器、医療用機器、理化学機械、光学器械、レンズ、眼鏡、省力化機	渡航禁止が続いているので。
【製造業】食料品製造業、畜産食糧、水産食料、缶詰、調味料、糖類製造、精穀・製粉、パン・菓子、油脂	・販売量の減少(コロナの影響含む) ・販売単価の下落
【製造業】食料品製造業、畜産食糧、水産食料、缶詰、調味料、糖類製造、精穀・製粉、パン・菓子、油脂	去年の3、4、5月が売り上げが良すぎた為。
【製造業】食料品製造業、畜産食糧、水産食料、缶詰、調味料、糖類製造、精穀・製粉、パン・菓子、油脂	コロナ禍による顧客減少
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャッター、金属製サッシ、鍍金、金網	コロナ影響による飲食店、商業店の冷え込みに起因する、改修工事の延期など
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャッター、金属製サッシ、鍍金、金網	コロナ
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャッター、金属製サッシ、鍍金、金網	コロナで移動が制限されているため
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャッター、金属製サッシ、鍍金、金網	輸出部品など減少していたが、メーカーが少し動き出した
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャッター、金属製サッシ、鍍金、金網	新型コロナウイルスによる

業種内容:	売上減の要因
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	内需関連の設備投資が低調なため新規大型案件が見送られている
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	物販・飲食店の売り上げ減少の影響
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	自動車の仕事が減っている。オリンピックと万博の今後により決まってくると考えられる。
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	前年の特需が無くなった。
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	コロナにより、客先が最終ユーザーの需要を取り込めていない。
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	受注案件の延期
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	月間取引件数は変わらずだが個々に受注数が10～20パーセントダウン。
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	国内需要の減少
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	コロナの影響による需要の減少
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	コロナによる消費減少による客先の生産調整の影響
【製造業】化学工業、ゼラチン、塗料、石 鹼、医薬品、塩、蠟そく、高圧ガス、化学 肥料	新規参入
【製造業】化学工業、ゼラチン、塗料、石 鹼、医薬品、塩、蠟そく、高圧ガス、化学 肥料	年末年始は回復基調だったが、2月以降再落ち込み(緊急事態宣言再発の影響か?)
【製造業】化学工業、ゼラチン、塗料、石 鹼、医薬品、塩、蠟そく、高圧ガス、化学 肥料	コロナ禍で営業活動ができなかった
【製造業】化学工業、ゼラチン、塗料、石 鹼、医薬品、塩、蠟そく、高圧ガス、化学 肥料	大手顧客の製造予定変更(計画の凍結)
【製造業】飲料・タバコ・飼料製造業	緊急事態宣言により外食業への納入が減少した為
【製造業】印刷・同関連産業、製本、写 植、製版	コロナ感染拡大により、販売先の生徒数が大幅に減少
【製造業】印刷・同関連産業、製本、写 植、製版	冬の粗品需要が終了です
【製造業】印刷・同関連産業、製本、写 植、製版	コロナで影響を受けた企業からの発注が大幅に減少(宿泊、飲食、貿易、イベント関係など)
【製造業】印刷・同関連産業、製本、写 植、製版	コロナ禍の中、店頭売上が半減、売掛先の注文減又は業種によっては皆無になっている。
【製造業】印刷・同関連産業、製本、写 植、製版	イベント関係の発注物が減っている
【製造業】一般機械器具製造業、金型、 ベアリング、空調機器	新型コロナウイルス感染症の影響で人物金の動きが減少して消費が停滞 工場の稼働する人員が減少 生産量が減少 消耗品など減少
【製造業】一般機械器具製造業、金型、 ベアリング、空調機器	生産力不足
【製造業】一般機械器具製造業、金型、 ベアリング、空調機器	中国向けの仕事が振るわない
【製造業】一般機械器具製造業、金型、 ベアリング、空調機器	前年は受注残により売上が確保できたが今期は設備投資の落ち込みにより受注減少した

業種内容:	売上減の要因
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	昨年案件の数が減少したため
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	原因として大手企業の設備投資減少が挙げられます
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	製造設備の計画見直しによる減少。
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	産業用機械の受注が減っている
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	単純にコロナによる受注の減少
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	大型案件の受注がない
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	新型コロナ感染拡大による
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	半導体不足による自動車の減産
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	顧客の売り上げ減少
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	コロナの影響で受注が減った
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	コロナ禍の影響が大
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	顧客が開発を躊躇している。
【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	消費が伸びない商品を製造している得意先工場の生産量調整による資材品の需要減
【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	外出自粛から来る消費の落ち込み
【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	受注数の減
【製造業】その他の製造業、貴金属製品、楽器、玩具、標識、畳、パレット、看板、漆器、線香、釘、印鑑、スポーツ器具、うちわ	受注減
【製造業】その他の製造業、貴金属製品、楽器、玩具、標識、畳、パレット、看板、漆器、線香、釘、印鑑、スポーツ器具、うちわ	大手メーカーの予算が減少。テレワークなどによる受発注遅延。単価減による売り上げ減
【製造業】その他の製造業、貴金属製品、楽器、玩具、標識、畳、パレット、看板、漆器、線香、釘、印鑑、スポーツ器具、うちわ	お祭りやイベントの中止
【製造業】ゴム製品製造業、タイヤ・チューブ、ゴムホース・ゴムベルト	新型コロナ 非常事態宣言
【情報通信業】情報サービス業、ソフトウェア業、情報処理サービス	新規案件の減少
【情報通信業】情報サービス業、ソフトウェア業、情報処理サービス	案件の意思決定が遅れ、受注量の低下に繋がっている。
【情報通信業】情報サービス業、ソフトウェア業、情報処理サービス	コロナで得意先が撃沈。弊社も引きずられる格好。
【情報通信業】情報サービス業、ソフトウェア業、情報処理サービス	設備投資の縮小
【情報通信業】情報サービス業、ソフトウェア業、情報処理サービス	仕事量が減ったことにより、協力会社の方の働き口が減少し、売上減少に直結

業種内容:	売上減の要因
【情報通信業】情報サービス業、ソフトウェア業、情報処理サービス	仕事量の減少
【情報通信業】情報サービス業、ソフトウェア業、情報処理サービス	経済活動が停滞気味なのでソフトウェア開発のような設備投資が控えめになるため
【情報通信業】情報サービス業、ソフトウェア業、情報処理サービス	コロナ禍の影響で、依頼が減少しているため。
【情報通信業】映像・音声・文字情報制作業、映画・ビデオ制作、新聞業、出版業	営業活動の自粛、サービス内容の変更
【情報通信業】インターネット付随サービス業	新型コロナウイルス感染症拡大につき、受注案件の現象
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	工事が動いていない
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	コロナ禍で人の移動が無い
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	法人企業のお客様の設備投資が減ったため。
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	コロナの影響による消費者マインドの低下
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	コロナ禍による計画の中止、延期による
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	コロナウイルスによる需要の減少
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	新店舗、住宅の工事先延ばし
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	営業力の不足
【建設業】設備工事業、電気工事、電気通信・信号装置工事、管工事、機械器具設置、道路標識	受注をセーブしていた為
【建設業】設備工事業、電気工事、電気通信・信号装置工事、管工事、機械器具設置、道路標識	販売量減少
【建設業】設備工事業、電気工事、電気通信・信号装置工事、管工事、機械器具設置、道路標識	企業からの発注減
【建設業】設備工事業、電気工事、電気通信・信号装置工事、管工事、機械器具設置、道路標識	コロナによる延期や事業凍結
【建設業】設備工事業、電気工事、電気通信・信号装置工事、管工事、機械器具設置、道路標識	コロナ禍の影響による投資減少
【建設業】設備工事業、電気工事、電気通信・信号装置工事、管工事、機械器具設置、道路標識	コロナの影響
【建設業】設備工事業、電気工事、電気通信・信号装置工事、管工事、機械器具設置、道路標識	コロナ禍でメンテナンスの休止を申し入れてくる客先が増えた
【建設業】職別工事業、大工、鉄骨、タイル、左官、屋根工事、塗装、内装、解体、型枠大工	取引先の工事量の減
【建設業】職別工事業、大工、鉄骨、タイル、左官、屋根工事、塗装、内装、解体、型枠大工	売り上げより利益思考にきりかえた
【建設業】職別工事業、大工、鉄骨、タイル、左官、屋根工事、塗装、内装、解体、型枠大工	弊社は営繕改修や設備投資にかかわる防水防食を中心とした工事業者です。世の中の景気にすべて受注が関係してきます。
【金融・保険】保険業	顧客との面談回数が減少

業種内容:	売上減の要因
【金融・保険】保険業	コロナ禍による廃業企業の増加
【教育・学習支援】その他の教育、学習支援業、学習塾、教養・技能教授業フィットネスクラブ	研修が減ってる。企業さんの業績悪化
【教育・学習支援】その他の教育、学習支援業、学習塾、教養・技能教授業フィットネスクラブ	コロナ非常事態宣言による人出の減少
【教育・学習支援】その他の教育、学習支援業、学習塾、教養・技能教授業フィットネスクラブ	コロナ禍で新規顧客の動きが少ない
【卸売・小売業】繊維・衣服等卸売業、靴、鞆	コロナによる売り場消滅、消費激減
【卸売・小売業】繊維・衣服等卸売業、靴、鞆	コロナの影響が依然続き、衣料品小売市場が停滞もしくは悪化している
【卸売・小売業】織物・衣服・身の回り品小売業、蒲団	コロナ禍、景気下降による買い控えと需要低下。
【卸売・小売業】織物・衣服・身の回り品小売業、蒲団	コロナによる買い控え及び商品の入荷遅れ等
【卸売・小売業】織物・衣服・身の回り品小売業、蒲団	コロナの影響
【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	国内需要の減少
【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	上記15でも記載しましたが、海外バイヤーが全く来日できないので、海外向けの販売が激減しているのと、2月は好調であったが、年度末の3月は低迷した。
【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	コロナの影響による車の使用低下により収益が減少した
【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	整備面では特に減少はないが、車両販売が落ち込んでいる。
【卸売・小売業】建築材料、鉱物・金属材料等卸売、燃料、化学薬品、塗料	経済が回っていない
【卸売・小売業】建築材料、鉱物・金属材料等卸売、燃料、化学薬品、塗料	展示即売会の中止が響いているの考える
【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	顧客ニーズが価格面に傾倒している。比較的前年は商品性能や中身に傾倒していた印象で、それが変化してきている
【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	営業活動の自粛影響が波及
【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	コロナによる計画の中止、延期
【卸売・小売業】各種商品卸売業	コロナ禍で店舗売上の減少が大きい
【卸売・小売業】各種商品卸売業	コロナで、営業訪問が減少
【卸売・小売業】各種商品卸売業	コロナによるイベントの中止
【卸売・小売業】各種商品卸売業	コロナによる活動自粛もあるが、ホビーとしてのスタンドグラスが飽きられてきていると感じている。
【卸売・小売業】各種商品卸売業	コロナ禍によるエンドユーザーの需要減が反映
【卸売・小売業】各種商品卸売業	コロナ禍での市場低迷(鉄骨需要、自動車、建機等)

業種内容:	売上減の要因
【卸売・小売業】家具・什器・機械器具小売業、仏壇、パソコン	民間需要の落ち込み。競合激化による販売価格の減少及び失注割合の増加。(大手同業者の採算度外視の販売戦略。メーカーインセンティブ頼みの販売台数達成の為の投げ売り?大塚商会)
【卸売・小売業】飲食料品卸売業	緊急事態宣言による飲食店の営業自粛
【卸売・小売業】飲食料品卸売業	緊急事態宣言下におき、いまだに販売先の転換が進み切っていなかった。
【卸売・小売業】飲食料品卸売業	コロナによる売上減
【卸売・小売業】飲食料品卸売業	コロナ禍により、航空関連全て動かなくなり、機内食をメインとする弊社も昨年よりダメージを受けている
【卸売・小売業】飲食料品卸売業	コロナによる飲食業の営業減少
【卸売・小売業】飲食料品卸売業	コロナ影響による顧客(ホテル業)からの受注額減少
【卸売・小売業】飲食料品卸売業	コロナのため
【卸売・小売業】その他の小売業、医薬品、農耕用品、宝石、時計、眼鏡、書籍、玩具、新聞、墓石、文具、畳、燃料	コロナ禍
【卸売・小売業】その他の小売業、医薬品、農耕用品、宝石、時計、眼鏡、書籍、玩具、新聞、墓石、文具、畳、燃料	お客様の予算削減、計画先送り
【卸売・小売業】その他の小売業、医薬品、農耕用品、宝石、時計、眼鏡、書籍、玩具、新聞、墓石、文具、畳、燃料	コロナ禍で法人顧客の稼働率が低下した影響が大きいと思われます。
【卸売・小売業】その他の小売業、医薬品、農耕用品、宝石、時計、眼鏡、書籍、玩具、新聞、墓石、文具、畳、燃料	コロナの影響
【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	コロナによる製造業減少による
【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	需要の減少、取引店の廃業
【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	毎年2月～3月は繁忙期だが今年は逆に閑散期となっている。コロナによる営業停滞や材料値上がりによる買い控え、設備投資減少などが要因ではないか。
【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	コロナ対策に予算がとられ、公共事業への資金が回らず受注減、材料の高騰により利益圧迫
【運輸・通信業】道路貨物運送業、引越センター	BtoBの大口輸送の減少やイベント自粛の減少
【運輸・通信業】道路貨物運送業、引越センター	コロナ禍で高齢者の引越等の動きが鈍っている
【運輸・通信業】道路貨物運送業、引越センター	人の動きが無い
【運輸・通信業】倉庫業	客先の減少
【運輸・通信業】倉庫業	飲食店等の時短や緊急事態宣言による消費の減少
【運輸・通信業】運輸に付帯するサービス業、	コロナ禍による移動制限のため
【飲食店】一般飲食店	緊急事態宣言のよる外出・外食の自粛要請、飲食手への時短営業要請
【飲食店】一般飲食店	コロナによる需要蒸発

業種内容:	売上減の要因
【飲食店】一般飲食店	・会社向けの給食弁当については、コロナ禍の中でのテレワーク促進による需要減。営業力の低下に伴う新規受注の減少。 ・学校給食については、入札の不調による受注の減少。その要因は、プレゼン力が他社より劣っていた点
【飲食店】一般飲食店	コロナ関連で店内飲食需要の減少、緊急事態宣言での外食需要の減少による売り上げの悪化
【医療、福祉】社会保険・社会福祉・介護事業、老人ホーム、障害者福祉事業	コロナによる外出自粛
【サービス業】廃棄物処理業、ごみ収集	顧客の廃業・休業などによる。
【サービス業】洗濯・理容・美容・浴場業、リネンサプライ、美容、エステ	コロナ禍における影響
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	コロナ禍による職業訓練 受講生の減少と競合
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	事業の転換
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	昨年から非常に好調だった反面、今年は平年に戻ったからです。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	スポット業務、助成金報酬が少なかった。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	コロナで経済活動が少し弱まったから、
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	コロナによる経済活動の減退による広告予算の縮減。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	取引先の委託替え
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	コロナの影響による、企業における研修の減少。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	新規顧客の開拓が出来ていません。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	飲食業相手の出願(商標)が減った。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	コロナによる公共支出の削減
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	コロナ禍の長期化により、顧客である商業施設、内装業者・ディスプレイ業者からの新規案件の減少がづつしているため。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	コロナ禍による
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	客単価が下がった
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	スポットな売り上げがなかったから
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	コロナによりイベント減少し、飲食業界の先行きが見えないため季節感のあるメニューの提案などが出来なくなっている。また、ホテル業界ではお客さんが来ないので休業してる店もあり広告商材の発注がなくなっている。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	顧客の自然減に対して、売上アップの施策が打てなかった
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	昨年1月はまだコロナ騒ぎの前でいつものイベントを開催していたが今年は1月から大幅にマイナ。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	メイン取引先が飲食店のため、休業、閉店等、また、飲食店の先行き不透明な中、新規契約もなかなか難しい状況。

業種内容:	売上減の要因
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	顧客担当のテレワークの影響で客先からの受注減少
【サービス業】広告業、広告代理、屋外広告、	生産活動現象による、広告宣伝費の減少
【サービス業】その他の生活関連サービス業、旅行業、家事サービス業、冠婚葬祭	コロナで集団講座ができず延期のため
【サービス業】その他の生活関連サービス業、旅行業、家事サービス業、冠婚葬祭	受注価格の減少(新型コロナによる)
【サービス業】その他の生活関連サービス業、旅行業、家事サービス業、冠婚葬祭	コロナ
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	イベント・展示会・現場の延期・中止縮小
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	商業施設での集客イベントがなくなり、派遣依頼数が減少。
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	国内需要の減少「コロナの影響」
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	コロナでイベントが減った
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	コロナ緊急事態宣言により、(1月~2月)、市場動かず、書道教室も休校
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	前年度がWindows7のサポート終了に伴う入替需要があったため、売上増加となったが今年度は需要が終了していることから減少となっている。
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	上記15の回答通り
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	コロナ禍の為人材減
【サービス業】その他のサービス業、集会場、と畜場	コロナ禍
【サービス業】その他のサービス業、集会場、と畜場	コロナによるレンタルスペース利用の減少
【サービス業】その他のサービス業、集会場、と畜場	コロナ

【3】経営上の問題点・対応策について
(2)現在の経営上の問題点に関して(選択式3つまで)
 回答数

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(士業)	サービス業	合計	2018第3期	2018第4期	2019第1期	2019第2期	2019第3期	2019第4期	2020第1期	2020第2期	2020第3期	2020第4期	2021第1期
①民間需要の停滞	91	136	22	6	4	44	16	44	227	81	70	64	114	133	129	217	349	353	282	227
②輸入品の圧迫	2	2	0	0	0	2	0	0	4	4	3	2	9	6	14	12	3	6	5	4
③受注単価の大幅ダウン	9	23	6	0	1	5	1	10	32	19	21	17	24	19	18	36	45	47	36	32
④新規参入者の拡大による競争の激化	6	33	3	0	1	6	13	10	39	46	34	30	54	55	32	29	37	38	40	39
⑤税金、公共料金負担の増加	5	19	2	1	1	2	3	10	24	34	40	34	49	57	51	38	45	44	45	24
⑥管理費等間接経費の増加	8	19	1	0	4	7	2	5	27	38	23	27	42	26	37	22	38	49	23	27
⑦人件費負担	28	55	4	4	4	13	9	21	83	91	76	86	125	119	129	101	147	129	122	83
⑧仕入単価の上昇・高止まり	40	40	10	1	3	23	1	2	80	88	98	77	92	75	73	69	43	39	53	80
⑨情勢判断・企業進路の確定	36	72	4	1	1	25	13	28	108	57	67	57	60	79	67	83	161	143	106	108
⑩事業資金の借入難	3	12	3	0	0	2	2	5	15	22	17	21	30	22	26	22	20	22	17	15
⑪全社一丸体制の確立	27	34	9	2	2	11	2	8	61	69	91	68	103	81	77	64	74	95	73	61
⑫社員教育	47	94	12	3	5	17	23	34	141	168	161	141	184	158	148	145	159	173	167	141
⑬従業員の確保	44	92	23	5	5	11	17	31	136	215	228	196	253	207	198	158	147	132	150	136
⑭熟練技術者不足	46	43	17	4	0	2	6	14	89	72	79	80	93	84	72	72	89	90	86	89
⑮幹部社員の不足	43	73	9	6	5	12	11	30	116	115	128	106	150	108	119	100	98	131	115	116
⑯取引先ニーズの把握	16	52	3	1	2	9	19	18	68	50	59	51	56	56	49	51	65	82	68	68
⑰その他	11	45	3	0	2	7	13	20	56	26	15	6	21	15	23	53	69	60	48	56
本設問回答企業数	174	353	49	12	16	82	67	127	527	506	498	435	610	560	517	525	681	685	603	527

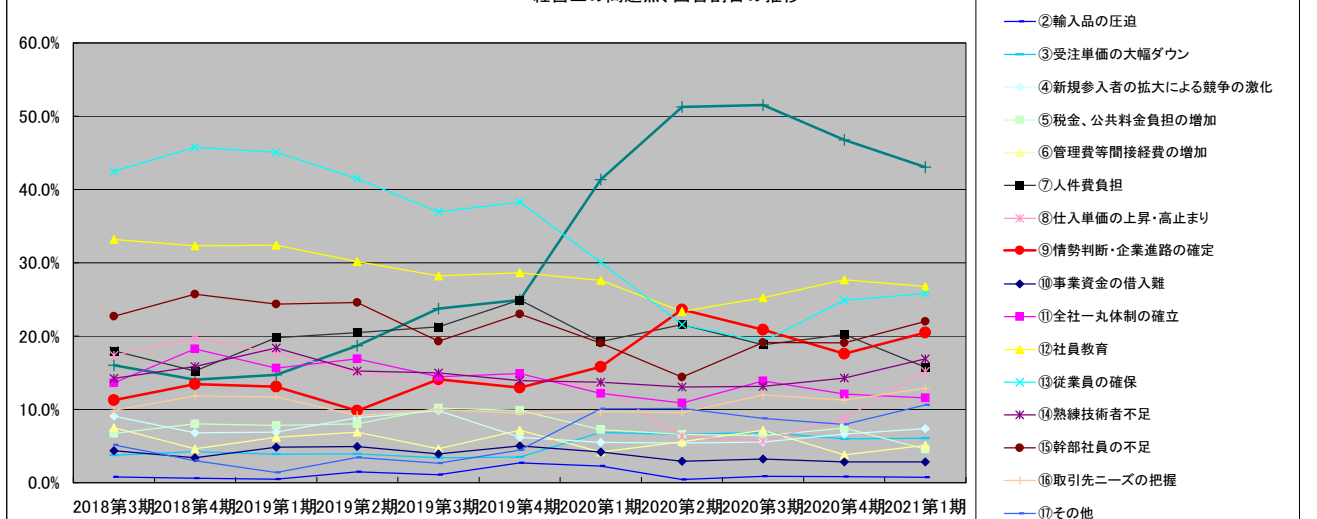
その他記述

・コロナの動向・コロナによる売上げの壊滅的減少・アパレル業界全体がシュリンクしてしまったので、大手アパレルや小売りチェーンの倒産産業、再編統合の大波が来ている。
 ・受注・新規事業開拓、老朽設備の更新、海上コンテナ不足による運賃高騰、新規顧客開拓、海外市場開拓、今後10年20年先を見据えた営業展開の方針づくり、展示会の中止、新規事業立ち上げ、飲食業界専門に広告を扱ってきたためによる打撃、コロナ禍において取引先の営業に制限があり、コスト削減のあおりを受けている、事業承継、生産性向上、発信力の強化、新型コロナによる警戒からの利用控え、新製品開発体制の構築、中国工場の従業員確保、新規顧客の開拓、安定的な売上の確保、独立の時期など、自社の訴求、自社の価値をどうやって伝えるか、直接人と会える機会の減少への対応

割合

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(士業)	サービス業	合計	2018第3期	2018第4期	2019第1期	2019第2期	2019第3期	2019第4期	2020第1期	2020第2期	2020第3期	2020第4期	2021第1期	前期からの差
①民間需要の停滞	52.3%	38.5%	44.9%	50.0%	25.0%	53.7%	23.9%	34.6%	43.1%	16.0%	14.1%	14.7%	18.7%	23.8%	25.0%	41.3%	51.2%	51.5%	46.8%	43.1%	-3.7%
②輸入品の圧迫	1.1%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	2.4%	0.0%	0.0%	0.8%	0.8%	0.6%	0.5%	1.5%	1.1%	2.7%	2.3%	0.4%	0.9%	0.8%	0.8%	-0.1%
③受注単価の大幅ダウン	5.2%	6.5%	12.2%	0.0%	6.3%	6.1%	1.5%	7.9%	6.1%	3.8%	4.2%	3.9%	3.9%	3.4%	3.5%	6.9%	6.6%	6.9%	6.0%	6.1%	0.1%
④新規参入者の拡大による競争の激化	3.4%	9.3%	6.1%	0.0%	6.3%	7.3%	19.4%	7.9%	7.4%	9.1%	6.8%	6.9%	8.9%	9.8%	6.2%	5.5%	5.4%	5.5%	6.6%	7.4%	0.8%
⑤税金、公共料金負担の増加	2.9%	5.4%	4.1%	8.3%	6.3%	2.4%	4.5%	7.9%	4.6%	6.7%	8.0%	7.8%	8.0%	10.2%	9.9%	7.2%	6.6%	6.4%	7.5%	4.6%	-2.9%
⑥管理費等間接経費の増加	4.6%	5.4%	2.0%	0.0%	25.0%	8.5%	3.0%	3.9%	5.1%	7.5%	4.6%	6.2%	6.9%	4.6%	7.2%	4.2%	5.6%	7.2%	3.8%	5.1%	1.3%
⑦人件費負担	16.1%	15.6%	8.2%	33.3%	25.0%	15.9%	13.4%	16.5%	15.7%	18.0%	15.3%	19.8%	20.5%	21.3%	25.0%	19.2%	21.6%	18.8%	20.2%	15.7%	-4.5%
⑧仕入単価の上昇・高止まり	23.0%	11.3%	20.4%	8.3%	18.8%	28.0%	1.5%	1.6%	15.2%	17.4%	19.7%	17.7%	15.1%	13.4%	14.1%	13.1%	6.3%	5.7%	8.8%	15.2%	6.4%
⑨情勢判断・企業進路の確定	20.7%	20.4%	8.2%	8.3%	6.3%	30.5%	19.4%	22.0%	20.5%	11.3%	13.5%	13.1%	9.8%	14.1%	13.0%	15.8%	23.6%	20.9%	17.6%	20.5%	2.9%
⑩事業資金の借入難	1.7%	3.4%	6.1%	0.0%	0.0%	2.4%	3.0%	3.9%	2.8%	4.3%	3.4%	4.8%	4.9%	3.9%	5.0%	4.2%	2.9%	3.2%	2.8%	2.8%	0.0%
⑪全社一丸体制の確立	15.5%	9.6%	18.4%	16.7%	12.5%	13.4%	3.0%	6.3%	11.6%	13.6%	18.3%	15.6%	16.9%	14.5%	14.9%	12.2%	10.9%	13.9%	12.1%	11.6%	-0.5%
⑫社員教育	27.0%	26.6%	24.5%	25.0%	31.3%	20.7%	34.3%	26.8%	26.8%	33.2%	32.3%	32.4%	30.2%	28.2%	28.6%	27.6%	23.3%	25.3%	27.7%	26.8%	-0.9%
⑬従業員の確保	25.3%	26.1%	46.9%	41.7%	31.3%	13.4%	25.4%	24.4%	25.8%	42.5%	45.8%	45.1%	41.5%	37.0%	38.3%	30.1%	21.6%	19.3%	24.9%	25.8%	0.9%
⑭熟練技術者不足	26.4%	12.2%	34.7%	33.3%	0.0%	2.4%	9.0%	11.0%	16.9%	14.2%	15.9%	18.4%	15.2%	15.0%	13.9%	13.7%	13.1%	13.1%	14.3%	16.9%	2.6%
⑮幹部社員の不足	24.7%	20.7%	18.4%	50.0%	31.3%	14.6%	16.4%	23.6%	22.0%	22.7%	25.7%	24.4%	24.6%	19.3%	23.0%	19.0%	14.4%	19.1%	19.1%	22.0%	2.9%
⑯取引先ニーズの把握	9.2%	14.7%	6.1%	8.3%	12.5%	11.0%	28.4%	14.2%	12.9%	9.9%	11.8%	11.7%	9.2%	10.0%	9.5%	9.7%	9.5%	12.0%	11.3%	12.9%	1.6%
⑰その他	6.3%	12.7%	6.1%	0.0%	12.5%	8.5%	19.4%	15.7%	10.6%	5.1%	3.0%	1.4%	3.4%	2.7%	4.4%	10.1%	10.1%	8.8%	8.0%	10.6%	2.7%
本設問回答企業数	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

経営上の問題点、回答割合の推移



(3) 今後の予定も含めた経営上の力点(選択3つまで)

回答数

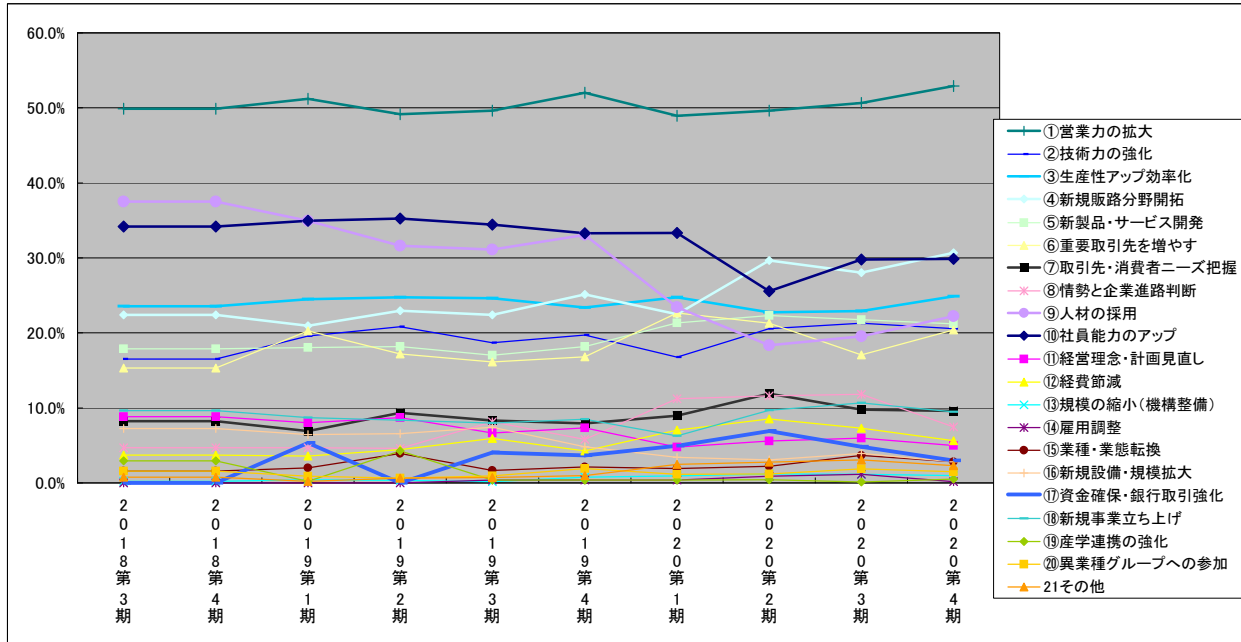
	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(士業)	サービス業	合計	2018 第3期	2018 第4期	2019 第1期	2019 第2期	2019 第3期	2019 第4期	2020 第1期	2020 第2期	2020 第3期	2020 第4期	2021 第1期
①営業力の拡大	83	196	24	9	6	52	39	66	279	229	254	230	300	268	269	257	338	347	319	279
②技術力の強化	50	51	17	1	0	5	9	19	101	76	84	88	127	101	102	88	140	146	124	101
③生産性アップ効率化	60	65	10	2	5	14	16	18	125	107	120	110	151	133	121	130	155	157	150	125
④新規販路分野開拓	60	107	9	4	5	38	11	40	167	107	114	94	140	121	130	118	202	192	185	167
⑤新製品・サービス開発	0	0	0	0	0	0	0	0	0	86	91	81	111	92	94	112	152	149	128	0
⑥重要取引先を増やす	32	76	5	4	3	22	19	23	108	98	78	91	105	87	87	119	145	117	123	108
⑦取引先・消費者ニーズ把握	9	38	2	1	2	14	5	14	47	33	42	31	57	45	41	47	81	67	58	47
⑧情勢と企業進路判断	10	27	5	0	3	11	3	5	37	30	24	21	28	44	30	59	79	81	45	37
⑨人材の採用	39	82	21	5	7	7	12	30	121	178	191	157	193	168	171	123	125	134	134	121
⑩社員能力のアップ	50	94	20	2	3	15	21	33	144	196	174	157	215	186	172	175	174	204	180	144
⑪経営理念・計画見直し	4	23	3	2	0	4	6	8	27	24	45	36	53	36	38	25	38	41	30	27
⑫経費削減	7	17	1	0	1	5	3	7	24	22	19	16	27	32	22	37	58	50	34	24
⑬規模の縮小(機構整備)	0	4	1	1	0	1	0	1	4	4	1	2	2	1	4	5	8	8	6	4
⑭雇用調整	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	2	2	6	8	1	1	
⑮業種・業態転換	7	11	2	0	0	1	1	7	18	7	8	9	24	9	11	10	15	25	17	18
⑯新規設備・規模拡大	13	16	0	0	1	4	3	8	29	34	37	29	40	40	25	18	21	27	17	29
⑰資金確保・銀行取引強化	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	0	24	0	22	19	26	47	33	18	0
⑱新規事業立ち上げ	8	39	5	1	1	10	2	20	47	34	49	39	51	43	44	33	66	73	57	47
⑲産学連携の強化	4	2	1	0	0	0	0	1	6	19	15	1	26	2	2	3	1	3	6	
⑳異業種グループへの参加	0	8	0	0	0	1	1	6	8	4	8	4	4	5	10	6	8	13	9	8
21その他	4	10	3	0	1	2	2	2	14	9	4	1	4	4	5	13	19	21	14	14
回答企業数	174	353	49	12	16	82	67	127	527	506	509	449	610	540	517	525	681	685	603	527

○その他回答

・継承準備・コロナ次第・海外(中国)輸入製品の安定的な調達・従業員採用・確保・・・

割合

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(士業)	サービス業	合計	2018 第3期	2018 第4期	2019 第1期	2019 第2期	2019 第3期	2019 第4期	2020 第1期	2020 第2期	2020 第3期	2020 第4期	2021 第1期	前期からの差
①営業力の拡大	47.7%	55.5%	49.0%	75.0%	37.5%	63.4%	58.2%	52.0%	52.9%	49.9%	49.9%	51.2%	49.2%	49.6%	52.0%	49.0%	49.6%	50.7%	52.9%	52.9%	0.0%
②技術力の強化	28.7%	14.4%	34.7%	8.3%	0.0%	6.1%	13.4%	15.0%	19.2%	16.5%	16.5%	19.6%	20.8%	18.7%	19.7%	16.8%	20.6%	21.3%	20.6%	19.2%	-1.4%
③生産性アップ効率化	34.5%	18.4%	20.4%	16.7%	31.3%	17.1%	23.9%	14.2%	23.7%	23.6%	23.6%	24.5%	24.8%	24.6%	23.4%	24.8%	22.8%	22.9%	24.9%	23.7%	-1.2%
④新規販路分野開拓	34.5%	30.3%	18.4%	33.3%	31.3%	46.3%	16.4%	31.5%	31.7%	22.4%	22.4%	20.9%	23.0%	22.4%	25.1%	22.5%	29.7%	28.0%	30.7%	31.7%	1.0%
⑤新製品・サービス開発	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	17.9%	17.9%	18.0%	18.2%	17.0%	18.2%	21.3%	22.3%	21.8%	21.2%	0.0%	-21.2%
⑥重要取引先を増やす	18.4%	21.5%	10.2%	33.3%	18.8%	26.8%	28.4%	18.1%	20.5%	15.3%	15.3%	20.3%	17.2%	16.1%	16.8%	22.7%	21.3%	17.1%	20.4%	20.5%	0.1%
⑦取引先・消費者ニーズ把握	5.2%	10.8%	4.1%	8.3%	12.5%	17.1%	7.5%	11.0%	8.9%	8.3%	8.3%	6.9%	9.3%	8.3%	7.9%	9.0%	11.9%	9.8%	9.6%	8.9%	-0.7%
⑧情勢と企業進路判断	5.7%	7.6%	10.2%	0.0%	18.8%	13.4%	4.5%	3.9%	7.0%	4.7%	4.7%	4.7%	4.6%	8.1%	5.8%	11.2%	11.6%	11.8%	7.5%	7.0%	-0.4%
⑨人材の採用	22.4%	23.2%	42.9%	41.7%	43.8%	8.5%	17.9%	23.6%	23.0%	37.5%	37.5%	35.0%	31.6%	31.1%	33.1%	23.4%	18.4%	19.6%	22.2%	23.0%	0.7%
⑩社員能力のアップ	28.7%	26.6%	40.8%	16.7%	18.8%	18.3%	31.3%	26.0%	27.3%	34.2%	34.2%	35.0%	35.2%	34.4%	33.3%	33.3%	25.6%	29.8%	29.9%	27.3%	-2.5%
⑪経営理念・計画見直し	2.3%	6.5%	6.1%	16.7%	0.0%	4.9%	9.0%	6.3%	5.1%	8.8%	8.8%	8.0%	8.7%	6.7%	7.4%	4.8%	5.6%	6.0%	5.0%	5.1%	0.1%
⑫経費削減	4.0%	4.8%	2.0%	0.0%	6.3%	6.1%	4.5%	5.5%	4.6%	3.7%	3.7%	3.6%	4.4%	5.9%	4.3%	7.0%	8.5%	7.3%	5.6%	4.6%	-1.1%
⑬規模の縮小(機構整備)	0.0%	1.1%	2.0%	8.3%	0.0%	1.2%	0.0%	0.8%	0.8%	0.2%	0.2%	0.4%	0.3%	0.2%	0.8%	1.0%	1.2%	1.2%	1.0%	0.8%	-0.2%
⑭雇用調整	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	6.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%	0.4%	0.4%	0.9%	1.2%	0.2%	0.2%	0.0%
⑮業種・業態転換	4.0%	3.1%	4.1%	0.0%	0.0%	1.2%	1.5%	5.5%	3.4%	1.7%	1.6%	2.0%	3.9%	1.7%	2.1%	1.9%	2.2%	3.6%	2.8%	3.4%	0.6%
⑯新規設備・規模拡大	7.5%	4.5%	0.0%	0.0%	6.3%	4.9%	4.5%	6.3%	5.5%	7.3%	7.3%	6.5%	6.6%	7.4%	4.8%	3.4%	3.1%	3.9%	2.8%	5.5%	2.7%
⑰資金確保・銀行取引強化	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.3%	0.0%	4.1%	3.7%	5.0%	6.9%	4.8%	3.0%	0.0%	-3.0%
⑱新規事業立ち上げ	4.6%	11.0%	10.2%	8.3%	6.3%	12.2%	3.0%	15.7%	8.9%	9.6%	9.6%	8.7%	8.4%	8.0%	8.5%	6.3%	9.7%	10.7%	9.5%	8.9%	-0.5%
⑲産学連携の強化	2.3%	0.6%	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.8%	1.1%	2.8%	2.9%	0.2%	4.3%	0.4%	0.4%	0.4%	0.1%	0.5%	1.1%	0.6%	0.3%
⑳異業種グループへの参加	0.0%	2.3%	0.0%	0.0%	0.0%	1.2%	1.5%	4.7%	1.5%	1.6%	1.6%	0.9%	0.7%	0.9%	1.9%	1.1%	1.2%	1.9%	1.5%	1.5%	0.0%
21その他	2.3%	2.8%	6.1%	0.0%	6.3%	2.4%	3.0%	1.6%	2.7%	0.8%	0.8%	0.2%	0.7%	0.7%	1.0%	2.5%	2.8%	3.1%	2.3%	2.7%	0.3%
本設問回答企業数	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	



業種内容:	経営上の力点
【複合サービス】協同組合、農協、漁協、森林組合、事業協同組合	社員の能力を向上させ、生産性をアップし、新規販路開拓を目指す。
【不動産】不動産賃貸・管理業、駐車場業	社内の人脈リソースの活用と深堀。安定収入に繋げるための融資の獲得。
【不動産】不動産取引業	コロナ禍や景気の動向に影響の少ない、空き家相談や、相続案件、終活に向けた財産整理を行うシニア層への働きかけ。
【不動産】不動産取引業	シェアハウス事業の縮小、マンション、アパート、貸しビル業の規模拡大
【不動産】不動産取引業	営業強化による、受注高のアップ
【製造業】窯業・土石製品製造業、ガラス、セメント、生コン、陶磁器、炭素・黒鉛、ほうろう鉄器、七宝、ロックウール	技術力の強化、他社にできない物をつくる
【製造業】輸送用機械器具製造業、自動車付属品、鉄道・船舶・航空機付属部品	特殊車輛の販売
【製造業】輸送用機械器具製造業、自動車付属品、鉄道・船舶・航空機付属部品	辛抱
【製造業】木材・木製品製造業(家具を除く)製材、	継続した発展や事業の成長を考えるとやはり人に帰結してくるように思います。一年での成績に一喜一憂することは現状では出来ません。
【製造業】木材・木製品製造業(家具を除く)製材、	ブランド化の実施
【製造業】非鉄金属製造業、電線	先の見えない情勢なので模索中
【製造業】非鉄金属製造業、電線	商品力に似合った人材の必要性
【製造業】非鉄金属製造業、電線	新種尾品の開発の出来、販売へと活力したいか、マーケティング不足
【製造業】電子部品・デバイス製造業、電子管、集積回路、コネクタ、磁気ヘッド	従来からの経営基盤である基板加工業の依存脱却、薄板加工技術で新市場を開拓する
【製造業】電子部品・デバイス製造業、電子管、集積回路、コネクタ、磁気ヘッド	今後は金型を自社で製作し、商品開発をしてみたいです。
【製造業】電気機械器具製造業、産業用電気機械、民生用電気機械、電機計測器	生産性向上と人材能力を向上させる。それに伴う設備投資。
【製造業】電気機械器具製造業、産業用電気機械、民生用電気機械、電機計測器	創業社長から次の社長へと承継し3年、やはり新たな経営理念や目標・計画を考え、第二創業として意識化する必要があると切実に思います(特に新型コロナで大きな変化に直面している今)。

業種内容:	経営上の力点
【製造業】電気機械器具製造業、産業用電気機械、民生用電気機械、電機計測器	新規顧客の掘り起こし
【製造業】電気機械器具製造業、産業用電気機械、民生用電気機械、電機計測器	利益率向上、売上増大
【製造業】鉄鋼業、製鉄、製鋼、鋼管、鉄スクラップ処理、鋳物、プレス	社員が持っている潜在能力はまだまだ可能性があるように思えるのでそこを伸ばしていきたい。
【製造業】鉄鋼業、製鉄、製鋼、鋼管、鉄スクラップ処理、鋳物、プレス	一社依存が高いので、他の取引先を増やす。
【製造業】鉄鋼業、製鉄、製鋼、鋼管、鉄スクラップ処理、鋳物、プレス	新規確保
【製造業】鉄鋼業、製鉄、製鋼、鋼管、鉄スクラップ処理、鋳物、プレス	新規分野への営業及び人材の育成
【製造業】鉄鋼業、製鉄、製鋼、鋼管、鉄スクラップ処理、鋳物、プレス	国内生産工場に於ける生産性の向上と海外輸入製品の安定的な調達
【製造業】繊維工業(衣服、その他の繊維製品を除く)製糸、ニット生地、紋紙、金銀糸	新たに展開した体験の事業化を軌道にのせたい
【製造業】繊維工業(衣服、その他の繊維製品を除く)製糸、ニット生地、紋紙、金銀糸	新たに雇用をするため、まず売上を上げる。そのためには、①新規取引先の開拓。そのための営業力の強化。②技術力を高め、新製品(高付加価値品)の開発。に取り組んでいる。
【製造業】精密機械器具製造業、計量器、分析機器、医療用機器、理化学機械、光学器械、レンズ、眼鏡、省力化機器	事業の内容をマニュアル化して誰でも出来る事を会社の中で増やす。社内情報共有システムの確立。
【製造業】精密機械器具製造業、計量器、分析機器、医療用機器、理化学機械、光学器械、レンズ、眼鏡、省力化機器	営業力の強化はハイブリッド営業強化がテーマで、HPリニューアルに伴ってSNSを活用したオンラインB2Bマーケティングを行う。加えて、国内外のオンライン展示商談会への出展を行う。新製品・サービスの開発は製造分野DX推進がテーマで、既存製品のスマートプロダクト化(遠隔監視機能追加)や、既存サービスのスマートサービス化(オンライン対応やサブスクモデル適用)を行う。社員教育は動画配信での社内塾を継続して行う。
【製造業】精密機械器具製造業、計量器、分析機器、医療用機器、理化学機械、光学器械、レンズ、眼鏡、省力化機器	あらゆる自然災害と社会そして客先分野の需要変動リスクへ備える対策強化を常とする。
【製造業】食料品製造業、畜産食糧、水産食料、缶詰、調味料、糖類製造、精穀・製粉、パン・菓子、油脂	生産性の向上で利益の拡大。生産性の向上で商品の製造量の拡大。同時に新商品の開発。
【製造業】食料品製造業、畜産食糧、水産食料、缶詰、調味料、糖類製造、精穀・製粉、パン・菓子、油脂	新商品、新事業の強化
【製造業】食料品製造業、畜産食糧、水産食料、缶詰、調味料、糖類製造、精穀・製粉、パン・菓子、油脂	ホームページの再構築を含めてブランド力の強化をします。
【製造業】食料品製造業、畜産食糧、水産食料、缶詰、調味料、糖類製造、精穀・製粉、パン・菓子、油脂	セントラルキッチンによるクックチル化で労務費削減
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋳金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	ものづくり補助金を通ったことで管理の設備を導入します。

業種内容:	経営上の力点
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	適切な設備投資をして生産性のアップ。従業員教育。
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	営業力
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	現況事業の強化
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	労働環境の改善と社員教育に注力し今後の求人採用にプラスになる土壌をつくる
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	景況に左右されにくい、事業の新機軸構築が必要。
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	1業界依存から、他分野へ広げてリスク分散。製造業の若者離れが深刻で技術継承できない状態になってきているので、若手採用と教育に力点を置く。
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	危機感と感謝の想いの共有。
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	教育訓練を行い多能工化を今以上に進め社員の能力を高め新製品を開発おこないWebto展示会で新規開拓を行う。
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	設備投資、独自技術の開発、管理能力の向上
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	景気低迷の中、営業力強化の為、取引先の動向分析。自社の技術力を生かした、新規参入分野の分析
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	定期的に人を入れ、育てていける企業にしたい
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	新規顧客獲得活動必須
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	技術継承を進めて社員の技術力の底上げを図る。また新しい人材、新卒採用。
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	同業社の廃業からの請負仕事が増えている、が価格が合わない、廃業した先と同じ仕組み・設備では継続して続けるのは厳しい、効率化や新技術サービスを提案できること不可決となっている。これまでにない、ネットワークや仕組みづくりに力を入れている。
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	社員数・工場設備が過渡期にあり、今後の人材育成や設備投資を強化していく為にも営業力の強化と生産性アップの為の効率化が重要課題と考えています。
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	本業の回復のため
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	新規販路の開拓、顧客ニーズに対応するための技術力UP、経営理念の見直し

業種内容:	経営上の力点
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	働き方改革で生産性を上げないと利益確保が難しい
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	取引先をもっと増やして、色々な分野からの仕事を増やす
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	情報収集の強化と既存顧客との連携強化。自社の認知度向上強化と新規顧客獲得の獲得。
【製造業】化学工業、ゼラチン、塗料、石 鹼、医薬品、塩、蠟そく、高圧ガス、化学 肥料	新規取引先の開拓 取引先との深耕
【製造業】化学工業、ゼラチン、塗料、石 鹼、医薬品、塩、蠟そく、高圧ガス、化学 肥料	Webの力を使って新規顧客の拡大に注力する。
【製造業】化学工業、ゼラチン、塗料、石 鹼、医薬品、塩、蠟そく、高圧ガス、化学 肥料	新市場の創造
【製造業】化学工業、ゼラチン、塗料、石 鹼、医薬品、塩、蠟そく、高圧ガス、化学 肥料	設備投資による生産性アップと効率化と社員能力を平均的にアップさせる
【製造業】化学工業、ゼラチン、塗料、石 鹼、医薬品、塩、蠟そく、高圧ガス、化学 肥料	現在はコロナの影響で営業に出なくても良くなっているがいつまでもそういう訳にはいかない。今のうちに営業社員も確保するべきか思案中です。
【製造業】印刷・同関連産業、製本、写 植、製版	ホームページ充実
【製造業】印刷・同関連産業、製本、写 植、製版	業種をしばって計画的に営業に出していく、新製品開発のための試行
【製造業】印刷・同関連産業、製本、写 植、製版	重要得意先及び定期受注品を増やす 技術力向上で生産性向上を図る
【製造業】印刷・同関連産業、製本、写 植、製版	新規需要の掘り起こし
【製造業】印刷・同関連産業、製本、写 植、製版	売上が落ち込んでいるため新規顧客の獲得に力を入れ、売上と利益を伸ばし内部留保をしっかりと確保する。
【製造業】印刷・同関連産業、製本、写 植、製版	林業→不動産業→現在のシール印刷業、今も3つかわりながらも時代とあわせて重点を変化させてます。 弊社にとって業態の変容は身近なことでもいつも視野に入れてます。
【製造業】一般機械器具製造業、金型、 ベアリング、空調機器	新製品の開発、販売など
【製造業】一般機械器具製造業、金型、 ベアリング、空調機器	中小企業にとっては非常に人材採用にプラスの状況と考えています。コロナ後に打って出るための人財確保と社内のスキルアップに注力
【製造業】一般機械器具製造業、金型、 ベアリング、空調機器	動いている業界の仕事を開拓していくか

業種内容:	経営上の力点
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	リモート営業の強化、製品開発体制の見直し
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	業態の幅を広げるために、社員一人ひとりの能力を向上させる
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	若手社員の成長、教育、登用
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	社員が成長へチャレンジする風土の構築
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	継承に向けて進行中。
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	コロナ融資をめいいっぱい借入れをおこした。1名雇用し教育と現場に手を取られているが、少なくともあと1名入れたい。売り上げは低迷しているので借入れを食いつぶさないか心配
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	重要取引先を増やし、更なる安定を目指したいです
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	オーダーメイド装置の中から基軸となる装置を確定し、他社への販売やリピート受注を目指す。
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	コロナ禍での新規営業が充分でない為、既存ユーザーへの深耕営業の実施
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	無駄な作業の削減
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	新製品開発に向けての組織体質の改善
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	労働環境をよくして生産性向上を目指す
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	新型コロナウイルス感染拡大による各ユーザーの設備投資が抑えられているため、新たな重要取引先を増やす必要がある。
【製造業】衣服、その他の繊維製品製造業、刺繍、ニット、帽子、旗、手袋	僕自身が社長で有り、現場でのプレーヤーなので、社員をメインで仕事を進めさせたい
【製造業】衣服、その他の繊維製品製造業、刺繍、ニット、帽子、旗、手袋	競合が減少・弱体化傾向がみられるため、体制を強化して事業強化・拡大をはかる
【製造業】衣服、その他の繊維製品製造業、刺繍、ニット、帽子、旗、手袋	固定費の削減、固定資産の有効利用、生産性の向上。
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	コロナの落ち着きと共に業績低下は必要なので、次の時代に合わせた事業の再構築が課題

業種内容:	経営上の力点
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	新製品の開発・新規顧客開拓。生産効率のアップ。
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	製品のクオリティと生産性。
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	コロナ対策とコロナ後を見据えた需要の発掘
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	品質管理及び生産性の効率化
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	新規取引先開拓
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	消費者ニーズの把握と新商品開発。各部署の幹部育成。商品やサービスの向上。
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	新規販路開拓(amazonへの出品)、新商品開発
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	新商品開発～販売
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	ひとりあたり限界利益を今後5年間で1.5倍にする計画を金融機関と共有している
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	自社商品
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	現在の加工業では生産性と技術力が基本的な注力点として取り組んでおります。それと並行し、中期計画の中で自社商品の販売を開始し、売上額の増加に向けてマーケティングを進めています。
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	利益率の改善
【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	紙の新しい価値を創造し、オリジナル紙製品の開発販売
【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	売上を上げることしかない
【製造業】その他の製造業、貴金属製品、楽器、玩具、標識、畳、パレット、看板、漆器、線香、釘、印鑑、スポーツ器具、うちわ	新事業の展開を実施している
【製造業】その他の製造業、貴金属製品、楽器、玩具、標識、畳、パレット、看板、漆器、線香、釘、印鑑、スポーツ器具、うちわ	新規事業に向けたプロジェクト始動
【製造業】その他の製造業、貴金属製品、楽器、玩具、標識、畳、パレット、看板、漆器、線香、釘、印鑑、スポーツ器具、うちわ	新規営業

業種内容:	経営上の力点
【製造業】その他の製造業、貴金属製品、楽器、玩具、標識、畳、ハレット、看板、漆器、線香、釦、印鑑、スポーツ器具、うちわ	事業再構築補助金を有効活用し、生産性向上の為に機械設備拡充
【製造業】その他の製造業、貴金属製品、楽器、玩具、標識、畳、ハレット、看板、漆器、線香、釦、印鑑、スポーツ器具、うちわ	情報発信
【製造業】その他の製造業、貴金属製品、楽器、玩具、標識、畳、ハレット、看板、漆器、線香、釦、印鑑、スポーツ器具、うちわ	研究科をすることにより、スタッフの技術力をアップさせていく。 修得コースを受けてくれている人の中から、スタッフを養成していく。
【製造業】ゴム製品製造業、タイヤ・チューブ、ゴムホース・ゴムベルト	新商品を販売拡大する
【製造業】ゴム製品製造業、タイヤ・チューブ、ゴムホース・ゴムベルト	一番の課題は、営業の近畿営業力の強化です。
【情報通信業】情報サービス業、ソフトウェア業、情報処理サービス	産学連携による新商品の開発
【情報通信業】情報サービス業、ソフトウェア業、情報処理サービス	新製品の開発による販路の拡大
【情報通信業】情報サービス業、ソフトウェア業、情報処理サービス	顧客要望に対応できる、システム開発要員の、強化拡充。
【情報通信業】情報サービス業、ソフトウェア業、情報処理サービス	WEB営業の強化、展示会出展
【情報通信業】情報サービス業、ソフトウェア業、情報処理サービス	社員の技術力の向上と、取引先の拡大
【情報通信業】情報サービス業、ソフトウェア業、情報処理サービス	良質な正社員の採用・拡大が直接的に売上拡大につながるので、今期はその部分を重点的に対応。
【情報通信業】情報サービス業、ソフトウェア業、情報処理サービス	次の10年を見据えた経営の安定化
【情報通信業】情報サービス業、ソフトウェア業、情報処理サービス	ここ2年ほど取り組んできた新しい販路が動き始めたので、こちらを軌道に乗せるように努力中。
【情報通信業】情報サービス業、ソフトウェア業、情報処理サービス	社員教育、従業員満足度
【情報通信業】情報サービス業、ソフトウェア業、情報処理サービス	非対面型サービスの確立する
【情報通信業】情報サービス業、ソフトウェア業、情報処理サービス	新しい技術が増えていく中で、社内での対応(新しい技術への取り組み)が追い付かない。
【情報通信業】映像・音声・文字情報制作業、映画・ビデオ制作、新聞業、出版業	ビジョンに沿ったビジネス展開を行うに当たっての新規販路開拓や資金確保

業種内容:	経営上の力点
【情報通信業】インターネット付随サービス業	新サービスの創造
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	新規事業の成長のため販路拡大に力点を置きたい
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	個人住宅受注に向けてのスキルアップ
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	業態転換を早急に
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	新規ジャンルの開拓
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	人材育成
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	得意先を増やす
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	品質向上と生産性の向上による利益率UP
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	人材採用を行い業務体制を確保すること
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	熟練技術者(職人)の高齢化がすすんでいる、技術を継承する人材が確保できていないので早急な人材の育成
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	新規顧客の確保
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	作業の管理を徹底し、作業の無駄を省きたい。
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	新規顧客の獲得
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	採用活動の実践
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	幹部社員の育成
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	会社のIT化で仕事の効率を高めることを実施中
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	コロナ禍でお客様の価値観や生活様式が変わったのでそのニーズをくみ取り、サービス・商品にできるかどうか。またそういうことを考えられる社員教育と会社風土を作ること。

業種内容:	経営上の力点
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	社会情勢の変化に対応する行動力
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	当社が管理中の物件で停止条件付住宅新築を15戸程度のマンション新設、お客様の将来の生活を確保。
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	社員共育、技術力向上
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	人に関する(社員・経営者)能力アップが事業発展には必要と考えます
【建設業】設備工事業、電気工事、電気通信・信号装置工事、管工事、機械器具設置、道路標識	既存事業の停滞、衰退に伴い新規事業の立ち上げ
【建設業】設備工事業、電気工事、電気通信・信号装置工事、管工事、機械器具設置、道路標識	商圏の拡大を検討中です。
【建設業】設備工事業、電気工事、電気通信・信号装置工事、管工事、機械器具設置、道路標識	足元の事業は大事にしつつ、軸足を少しずらした視点での展開を模索する。
【建設業】設備工事業、電気工事、電気通信・信号装置工事、管工事、機械器具設置、道路標識	得意先を増し、雇用を増し、幹部社員の育成
【建設業】設備工事業、電気工事、電気通信・信号装置工事、管工事、機械器具設置、道路標識	個人個人のスキルアップと新規海外人材派遣事業の展開
【建設業】設備工事業、電気工事、電気通信・信号装置工事、管工事、機械器具設置、道路標識	特に若手社員の技術力アップ
【建設業】設備工事業、電気工事、電気通信・信号装置工事、管工事、機械器具設置、道路標識	在来のh測種であるが、付加価値のあるものに変えていきたい
【建設業】設備工事業、電気工事、電気通信・信号装置工事、管工事、機械器具設置、道路標識	技術者の獲得、育成
【建設業】設備工事業、電気工事、電気通信・信号装置工事、管工事、機械器具設置、道路標識	判断が正しいか迷うところもあり、この辺りは指針セミナーを受講しながら再検討したい
【建設業】設備工事業、電気工事、電気通信・信号装置工事、管工事、機械器具設置、道路標識	受注を今後どう確保して安定させるか
【建設業】設備工事業、電気工事、電気通信・信号装置工事、管工事、機械器具設置、道路標識	新規顧客の開拓
【建設業】職別工事業、大工、鉄骨、タイル、左官、屋根工事、塗装、内装、解体、型枠大工	売上減のカーとしての販路拡大が課題
【建設業】職別工事業、大工、鉄骨、タイル、左官、屋根工事、塗装、内装、解体、型枠大工	コロナ禍の中でも今は古くなったといわれるDM資料/パンフレットの送付を手掛け、新規取引先の発掘に力を注いでおります。

業種内容:	経営上の力点
【建設業】職別工事業、大工、鉄骨、タイル、左官、屋根工事、塗装、内装、解体、型枠大工	時代のニーズにあった対応 小人数で請け負っているうちでしかできないお仕事の確立
【金融・保険】保険業	経費削減
【金融・保険】保険業	新規契約をまだまだ増やさないと利益が上がらない。また、社員教育に力をいれて、さらなる売り上げアップへ。
【金融・保険】保険業	売上アップと従業員とのコミュニケーション
【金融・保険】保険業	なし
【金融・保険】保険業	新分野での新規顧客開拓
【金融・保険】保険業	ニーズ喚起による契約増加のためには営業力のアップが欠かせないと思う。
【金融・保険】貸金業、消費者向け貸金業、質屋	営業重点エリアの拡大
【教育・学習支援】その他の教育、学習支援業、学習塾、教養・技能教授業フィットネスクラブ	サービスをより多くの企業に知っていただくための戦略
【教育・学習支援】その他の教育、学習支援業、学習塾、教養・技能教授業フィットネスクラブ	2つらしのICTスクール、広告企画制作の2本柱でいくか、別会社を立てるか要検討
【教育・学習支援】その他の教育、学習支援業、学習塾、教養・技能教授業フィットネスクラブ	新規スタジオにてマーケットの融合を行う
【教育・学習支援】その他の教育、学習支援業、学習塾、教養・技能教授業フィットネスクラブ	自主性、自立する社員の育成、リーダー育成を望む企業を開拓していく
【卸売・小売業】繊維・衣服等卸売業、靴、鞆	コロナ因と思われるが業界全体が委縮、停滞している。元に戻るには時間かかりそう
【卸売・小売業】繊維・衣服等卸売業、靴、鞆	卸売りに加え小売り事業を強化 自社企画のオリジナル商品開発
【卸売・小売業】織物・衣服・身の回り品小売業、蒲団	利益を確保するための付加価値力の向上
【卸売・小売業】織物・衣服・身の回り品小売業、蒲団	新規顧客の獲得
【卸売・小売業】織物・衣服・身の回り品小売業、蒲団	今までと変わらず、人材育成とサービス向上に努める。

業種内容:	経営上の力点
【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	整備部門の育成、効率化
【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	店頭販売の強化
【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	まさしく上記19に記載した通り。
【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	業界全体が激変するなかで顧客や情勢の把握と顧客ニーズに対応できる人材教育と確保が最重点課題である。 また、仕入先や市場がバッティングしない同業者とのアライアンスを構築する。
【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	既存顧客の囲い込みと新規開拓
【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	販売に注力する為に雇用をしていきたい
【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	売上UP
【卸売・小売業】建築材料、鉱物・金属材料等卸売、燃料、化学薬品、塗料	新規販路で、問い合わせが増えている、絶縁油の抜取り・交換の案件を増やし、売上の柱になるまで、案件を積み上げていきたい。作業サービスで、利益率も良い。
【卸売・小売業】建築材料、鉱物・金属材料等卸売、燃料、化学薬品、塗料	新規顧客の売上が必要
【卸売・小売業】建築材料、鉱物・金属材料等卸売、燃料、化学薬品、塗料	現在1名不足の状態のままなので、情勢をみながら雇用を検討している。 顧客別の売上高を分析し、売上増につなげる。
【卸売・小売業】建築材料、鉱物・金属材料等卸売、燃料、化学薬品、塗料	付加価値の増強
【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	既存顧客を大切にしつつ顧客の幅(業種、規模)を広げていく
【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	eCommeceの充実のため、新商品やサービスの開発を進め、新規販路分野の開拓をする HPやSNSでの発信強化
【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	人間力のアップ:各社員の総合的能力の向上
【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	自社の知的資産を生かした新規事業を模索中
【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	持続力の維持発展
【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	人員を増やして営業の拡大に臨む

業種内容:	経営上の力点
【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	DX推進、MAの強化
【卸売・小売業】各種商品卸売業	コロナで売り上げ減少が続く中、対策、今後の進路の判断が急務
【卸売・小売業】各種商品卸売業	ホームページリニューアル 問い合わせ増を加速させるため
【卸売・小売業】各種商品卸売業	コロナ禍で店舗売り上げが減少しているので、顧客数を増やす
【卸売・小売業】各種商品卸売業	経営理念を浸透させて全社一丸体制を作る。
【卸売・小売業】各種商品卸売業	従業員が直近半期で4名増えた。先行投資名目だが、資金繰り、利益ともに圧迫している。10年前と比べると社員が2倍に増えたため、トイレ、駐車場など、社屋設備が手狭になってきた。
【卸売・小売業】各種商品卸売業	営業力強化
【卸売・小売業】各種商品卸売業	営業システム(仕組み)の見直し
【卸売・小売業】各種商品卸売業	新商品の企画、販売にあたってニーズの掘り起こしとマーケティング
【卸売・小売業】各種商品卸売業	今まで取引のなかった得意先からの問い合わせが増えてきたのでそれらの取り込み。産業分野と装飾ガラスの組合せを模索して新規販路を探したい。
【卸売・小売業】家具・什器・機械器具小売業、仏壇、パソコン	通信・セキュリティ商材の拡販とそれに係るサービスの提供。B to C分野への取組み。
【卸売・小売業】家具・什器・機械器具小売業、仏壇、パソコン	得意先を増やす事。新分野への裾野拡大
【卸売・小売業】家具・什器・機械器具小売業、仏壇、パソコン	新人教育・育成
【卸売・小売業】飲食料品卸売業	集客→転換率→リピート率の営業の仕組化
【卸売・小売業】飲食料品卸売業	BtoBだけでなくBtoC、通信販売への参入
【卸売・小売業】飲食料品卸売業	社員教育に重点を置き、新規事業、新規顧客開拓への足掛かりとする。
【卸売・小売業】飲食料品卸売業	新商品をECサイトで販売

業種内容:	経営上の力点
【卸売・小売業】飲食料品卸売業	DX活用による業務の変革
【卸売・小売業】飲食料品卸売業	ネット販売部門の立ち上げ
【卸売・小売業】飲食料品卸売業	日々の商売と作業における、ニーズを把握することと、効率化することで、ロスを減らしていく組織にしておくことで、世間状況の変化にも対応できるようにしていく。
【卸売・小売業】飲食料品卸売業	①BtoBの強化 ②10年先に存続している販売力及び業界に影響のあるお得意先との取り組み
【卸売・小売業】飲食料品卸売業	新分野の開拓、新業態展開を軌道にのせる。
【卸売・小売業】飲食料品卸売業	景気の悪い時には、余り横を見ずにできることをやっていく。
【卸売・小売業】その他の小売業、医薬品、農耕用品、宝石、時計、眼鏡、書籍、玩具、新聞、墓石、文具、畳、燃料	販路拡大
【卸売・小売業】その他の小売業、医薬品、農耕用品、宝石、時計、眼鏡、書籍、玩具、新聞、墓石、文具、畳、燃料	売上を上げる
【卸売・小売業】その他の小売業、医薬品、農耕用品、宝石、時計、眼鏡、書籍、玩具、新聞、墓石、文具、畳、燃料	現状顧客からの需要増が見込めない為に営業力の拡大や新規販路分野開拓による新規顧客の獲得が急務です。
【卸売・小売業】その他の小売業、医薬品、農耕用品、宝石、時計、眼鏡、書籍、玩具、新聞、墓石、文具、畳、燃料	人材育成と採用
【卸売・小売業】その他の卸売業、家具、建具什器、医薬品、紙、雑貨	現在の方向性では利益率確保に限界があるため新規分野の開拓を通じたやりとり、コミュニケーションの向上
【卸売・小売業】その他の卸売業、家具、建具什器、医薬品、紙、雑貨	取引先が増えているが、コロナ禍で新規取引先とのコンタクトが取り辛く、いかにニーズの把握と有益な情報発信していくかを考えて実行していく必要がある。
【卸売・小売業】その他の卸売業、家具、建具什器、医薬品、紙、雑貨	長期的視点、ぶれない実践
【卸売・小売業】その他の卸売業、家具、建具什器、医薬品、紙、雑貨	後継者づくりを踏まえた人材確保。営業力向上の為の新工場取得。
【卸売・小売業】その他の卸売業、家具、建具什器、医薬品、紙、雑貨	新規販売先の模索
【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	別事業部門の強化
【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	働き方改革に向けての対策

業種内容:	経営上の力点
【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	案件はあるので人材確保が重要課題
【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	建屋・駐車スペースを拡大する事で、一時倉庫預かり荷物も含めてのスポット配送の増加を図る。
【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	効率を上げて就業時間を削減する
【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	社員研修を行い、レベルアップをはかる
【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	トラックを増やす
【運輸・通信業】倉庫業	スタッフの雇用、教育、売上
【運輸・通信業】倉庫業	人材の採用と財務体質の改善
【運輸・通信業】倉庫業	1社依存からの脱却
【運輸・通信業】運輸に付帯するサービス業、	現在の受注案件の見直しと効率化
【運輸・通信業】運輸に付帯するサービス業、	中小企業ですのでお互いに協力出来る事は積極的に行う事。コロナ禍でも新たなビジネスチャンスだと思い、今までの業務の内容を精査して新たなサービスを開発してお客様に提供を即、実践する事が一番、大事だと気がきました。
【運輸・通信業】運輸に付帯するサービス業、	売上を上げる
【飲食店】一般飲食店	原価率の低減、新規顧客獲得、労働生産性の改善
【飲食店】一般飲食店	<ul style="list-style-type: none"> ・営業社員の退職に伴う人員採用と営業力の強化。 ・管理職への権限移譲。 ・新工場の操業開始に向けた社内体制の構築。
【飲食店】一般飲食店	既存店舗での売り上げ確保が難しく、何足もワラジを履く必要性を感じています。新規事業は、手堅い職種に注力し、根をより深く伸ばしていく必要があると考えています。また、それに伴い人材の育成確保にも力点をおかなくてはならないかと考えております。
【飲食店】一般飲食店	アフターコロナの生活様式の変化に伴う外部環境変化の対応
【医療、福祉】社会保険・社会福祉・介護事業、老人ホーム、障害者福祉事業	保育事業も統合することとなり、2本柱で発展させていくこと
【医療、福祉】社会保険・社会福祉・介護事業、老人ホーム、障害者福祉事業	他社との競争力

業種内容:	経営上の力点
【医療、福祉】社会保険・社会福祉・介護事業、老人ホーム、障害者福祉事業	新規事業の立ち上げ
【医療、福祉】社会保険・社会福祉・介護事業、老人ホーム、障害者福祉事業	方向性、取捨選択、専門性や独自性を打ち出す。
【医療、福祉】社会保険・社会福祉・介護事業、老人ホーム、障害者福祉事業	対人援助が主な仕事になるので、職員が定着して継続した支援ができるように、退職しない職場づくりを目指して、社内の研修の見直しをする。リーダー育成研修。新規事業は、障害児の事業がなかったため、障害児の事業を始めることで、すべてのニーズに応えることをめざしている。
【医療、福祉】社会保険・社会福祉・介護事業、老人ホーム、障害者福祉事業	人材の生かし方 経営の発展
【医療、福祉】社会保険・社会福祉・介護事業、老人ホーム、障害者福祉事業	福祉サービスの充実、解体品の仕入れ。
【医療、福祉】社会保険・社会福祉・介護事業、老人ホーム、障害者福祉事業	個々の能力アップに重点を置いている。昨年からの計画している新規事業立ち上げ。
【医療、福祉】医療業、病院、診療所、助産所、はり・きゅう師	児童発達支援・放課後等デイサービスを5月から始める
【医療、福祉】医療業、病院、診療所、助産所、はり・きゅう師	自社の付加価値を、ターゲットに届けるためのブランディングの取り組みを行う。(ロゴ、院名の見直し検討、SNSおよび動画による情報発信)
【サービス業】物品賃貸業、リース、自動車賃貸	幹部社員の意識向上
【サービス業】廃棄物処理業、ごみ収集	社員のスキルアップ
【サービス業】廃棄物処理業、ごみ収集	定期契約収集からスポット収集への移行。
【サービス業】廃棄物処理業、ごみ収集	新施設の分岐点売上及び正常化
【サービス業】洗濯・理容・美容・浴場業、リネンサプライ、美容、エステ	既存顧客の維持
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	ウェブサイトを作成し、ウェブサイトの通しての営業力を拡大を考えている。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	社内研修の強化 月一回の研修を強化する
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	重要取引先を増やし、収益の柱を増やしていく。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	不採算業務について、改善点を見出し、採算業務に転化していく

業種内容:	経営上の力点
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	今後ますます景気は悪くなっていくと思われるので経費見直しと営業に力を入れる
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	経済活動の減退に対する企業の広告予算の縮減、社員の平均年齢の上昇、活性化、
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	顧客満足度のアップ
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	業務の合理化による社員教育の時間確保
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	手続き業務の電子化を進めていきたい
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	Webマーケティングの強化、社員研修野花か
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	生産性を高め、時間単価の向上を目指す。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	価値の創造
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	社内体制の強化
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	新規顧問先の拡大
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	重要取引先の増加により安定的な収益を獲得するとともに、生産性を向上させることによる業務時間短縮に力点を置いております。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	お客様のニーズをつかみ、必要な新商品サービスを開発すること
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	求人
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	社員の能力をあげて、一人当たり生産性のアップをはかること。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	従前の業務だけではなく、関連する業務について強化して売上を上げること。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	山口に支店を出したいです。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	中期的な視野で人材補強をすべきか、借入の返済をすすめて財務体質の強化を図るか、最大の課題。

業種内容:	経営上の力点
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	既存ニーズへの対応ではなく、潜在需要の掘り起こしが必要。そのため自社に価値を訴求することが求められる。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	営業人員を増やし、顧客数を増やす。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	研修内容のメニューの拡大など。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	コロナの影響を含めて、経営戦略の見直し、具体的な経営補方針(人材採用、営業戦略、経費構造の分析等)の検討
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	経験者の採用と共育制度の確立
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	新規クライアントの獲得
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	社労士としての知識・コミュニケーション能力・PCスキルなどの向上
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	受注業務の選別
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	発信力を強化すること
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	利益確保のため、生産効率のアップが欠かせない。そのために社員能力のアップを図り、チームで効率的に取り組む体制を整えたい。また、取引先が一部に偏っているため、重要取引先を増やすことも急務である。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	人材についての教育(人間としての教育)
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	lineによる法律相談をおこなえないか検討中
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	社員の能力向上し、さらに事件を受託できる体制を取りたい
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	売上を増加するため、安定した顧問先の確保が重要。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	人材の雇用と教育 社内での製品品質の統一
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	従来からつづいている構造的な市場の変化がコロナ禍により、より鮮明により加速するものと思われる。従来のビジネスでは成り立たなくなる転換期にあり、新たな商流を掴み取るためのアイデア、それを広く告知するデジタル媒体の活用に転換するための方策や準備、資金確保を同時並行で行っている。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	新たな仕事の確保

業種内容:	経営上の力点
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	歯科保険知識を身につけるまでの教育を早急に短期間でしたい。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	toCの強化
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	今後10年20年先を見据えた営業展開の方針づくりと、後継者づくりから事業継続の仕組みづくりへのシフトのための基盤づくり(独立支援やパートナーシップ関係の仕組みづくり)
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	新サービスの貴族顧客に対する営業と新規顧客開拓
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	顧客層の拡大と深耕、支店人員の増加
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	既存顧客との関係強化。新たなサービスの販売や、新しく始めた通販サイトの運営に力点。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	補助金の活用
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	飲食業界の経験がありお店のオペレーションを理解しているため。お店の魅力がよく理解でき他店よりいい部分を広告で表現できる。 他業界のお客様に対しては経営部分に寄り添って広告の提案ができるようになってきた。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	メールマーケティングを導入
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	販拡大、営業力の強化
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	新規販路の開拓方法の転換
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	経営方針の見直し 幹部社員教育
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	①営業がやりやすいように、広報物を整理をしています。 ②在宅勤務や外注と仕事を進めやすいための、情報管理ツールの見直しをしています。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	属人的なコンサル業の事業承継、組織化、理念承継
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	市場動向に対応する技術力向上をめざす
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	事業承継の課題が、一時、見通しが立ちそうな状況から、振り出しに戻ってしまいました。再度の、課題解決のために、新規売り上げの計上と人材の確保に全力で取り組みます。
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	人材が経営資源の多くを占めているため、採用、育成に力点を置く

業種内容:	経営上の力点
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	新規顧客の獲得
【サービス業】政治・経済・文化団体	社会情勢が不安定な中、何にどの程度注力すべきか、経営計画・数値目標の見直し&策定は必須。
【サービス業】政治・経済・文化団体	来期、他府県に新事業所オープン予定に向けて、人材確保と資金調達に注力しています。
【サービス業】自動車整備業	国産車両の落ち込みをカバーするためにメインの取引先を増やし、台単価アップ、利益率アップのために原材料費の見直し、作業の無駄を洗い出し、改善する。また、同時に他社への研修も含めて特に仕上げ部分の技術力アップを図る
【サービス業】自動車整備業	個人差の解消、時短と一人当たり収益拡大、車体整備新事業
【サービス業】広告業、広告代理、屋外広告、	採算性の際確認と事業内容の見直し
【サービス業】機械等修理業	技術の継承など新しい人財の確保と育成
【サービス業】学術・研究開発機関	幹部社員の教育
【サービス業】学術・研究開発機関	技術力を高めることによる、オンリーワン企業へ
【サービス業】その他の生活関連サービス業、旅行業、家事サービス業、冠婚葬祭	集団研修ができないので、オンラインに切り替えているが、その他不随する付加価値の提案
【サービス業】その他の生活関連サービス業、旅行業、家事サービス業、冠婚葬祭	WITHコロナになった時の準備(業態変更の模索)
【サービス業】その他の生活関連サービス業、旅行業、家事サービス業、冠婚葬祭	オンライン事業の商品化
【サービス業】その他の生活関連サービス業、旅行業、家事サービス業、冠婚葬祭	受注先は増加しても売上単価が下がる一方なので、葬儀に対しての付加価値を模索する必要があります。
【サービス業】その他の生活関連サービス業、旅行業、家事サービス業、冠婚葬祭	新規事業の立ち上げによる増収。
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	キメの細かい一歩踏み込んだ仕事
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	新製品(業界初)の開発で一大旋風を起こす
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	紹介企業の確保

業種内容:	経営上の力点
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	事業承継 新規事業の開拓
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	お客様の声を聞く行動に注力する
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	継続できるサービスと顧客拡大
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	需要に応える人材の確保
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	営業力
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	他の業種との連携強化と自社のプラットフォーム化 越境ECへの取り組む強化
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	新規事業への挑戦・実践
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	人材需要の高い新分野の開拓
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	新規事業
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	コロナ収束後は、少し世の中が変わると思うのでその対策
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	積極的な営業をしていくには、技術を高めていく必要がある
【サービス業】その他のサービス業、集会場、と畜場	レンタルスペース利用を増やす為に、ホテルや会社と協業を検討。教室のオンラインレッスン新講座作成。
【サービス業】その他のサービス業、集会場、と畜場	コロナの中コロナ後に必要とされる人材の育成

【特別項目】

【1】経営指針実践について該当する項目をお選び下さい。

(1) 経営理念について

回答数

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(土業)	サービス業	合計	黒字	赤字
1 成文化し社外へも公表している	70	120	18	4	7	28	20	43	190	135	52
2 成文化し社内で公表している	59	102	15	7	4	29	10	37	161	109	46
3 成文化しているが公表していない	16	44	7	0	2	6	14	15	60	43	14
4 現在作成中	6	19	2	1	1	3	4	8	25	16	7
5 必要性を感じているが作成して	15	45	5	0	0	12	13	15	60	43	13
6 必要性を感じない	3	10	2	0	1	2	1	4	13	12	1
7 その他	5	12	0	0	1	2	4	5	17	8	5
回答企業数	174	352	49	12	16	82	66	127	526	366	138

割合

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(土業)	サービス業	合計	黒字	赤字
1 成文化し社外へも公表している	40.2%	34.1%	36.7%	33.3%	43.8%	34.1%	30.3%	33.9%	36.1%	71.1%	27.4%
2 成文化し社内で公表している	33.9%	29.0%	30.6%	58.3%	25.0%	35.4%	15.2%	29.1%	30.6%	67.7%	24.2%
3 成文化しているが公表していない	9.2%	12.5%	14.3%	0.0%	12.5%	7.3%	21.2%	11.8%	11.4%	71.7%	7.4%
4 現在作成中	3.4%	5.4%	4.1%	8.3%	6.3%	3.7%	6.1%	6.3%	4.8%	64.0%	3.7%
5 必要性を感じているが作成して	8.6%	12.8%	10.2%	0.0%	0.0%	14.6%	19.7%	11.8%	11.4%	71.7%	6.8%
6 必要性を感じない	1.7%	2.8%	4.1%	0.0%	6.3%	2.4%	1.5%	3.1%	2.5%	92.3%	0.5%
7 その他	2.9%	3.4%	0.0%	0.0%	6.3%	2.4%	6.1%	3.9%	3.2%	47.1%	2.6%
回答企業数	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100.0%	69.6%	72.6%

(2) ①ビジョン作成について

回答数

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(土業)	サービス業	合計	黒字	赤字
1 作成している	80	172	29	5	7	37	25	69	252	175	68
2 作成中	36	53	8	2	1	12	8	22	89	62	25
3 作成を検討中	19	42	2	3	2	10	13	12	61	44	14
4 作成したいが余裕がない	23	38	5	1	3	14	9	6	61	46	13
5 作成したいが方法がわからない	3	12	1	0	0	4	2	5	15	9	5
6 必要性を感じない	7	13	1	0	0	2	4	6	20	15	5
7 その他	6	23	3	1	3	3	6	7	29	15	8
回答企業数	174	353	49	12	16	82	67	127	527	366	138

割合

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(土業)	サービス業	合計	黒字	赤字
1 作成している	46.0%	48.7%	59.2%	41.7%	43.8%	45.1%	37.3%	54.3%	47.8%	69.4%	27.0%
2 作成中	20.7%	15.0%	16.3%	16.7%	6.3%	14.6%	11.9%	17.3%	16.9%	69.7%	28.1%
3 作成を検討中	10.9%	11.9%	4.1%	25.0%	12.5%	12.2%	19.4%	9.4%	11.6%	72.1%	23.0%
4 作成したいが余裕がない	13.2%	10.8%	10.2%	8.3%	18.8%	17.1%	13.4%	4.7%	11.6%	75.4%	21.3%
5 作成したいが方法がわからない	1.7%	3.4%	2.0%	0.0%	0.0%	4.9%	3.0%	3.9%	2.8%	60.0%	33.3%
6 必要性を感じない	4.0%	3.7%	2.0%	0.0%	0.0%	2.4%	6.0%	4.7%	3.8%	75.0%	25.0%
7 その他	3.4%	6.5%	6.1%	8.3%	18.8%	3.7%	9.0%	5.5%	5.5%	51.7%	27.6%
回答企業数	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100.0%	69.4%	26.2%

(2) ②ビジョン2020の活用について

回答数

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(土業)	サービス業	合計	黒字	赤字
1 既にワークシート記入など活用している	1	7	0	0	0	3	0	4	8	6	2
2 本編は読んで内容は凡そ理解できた	61	89	11	3	3	19	20	33	150	102	44
3 読んだが理解できない	7	18	4	1	2	4	2	5	25	16	9
4 これから読もうと思っている	50	133	14	5	4	34	30	46	183	125	51
5 知らないののでぜひ読んでみたい	17	28	2	2	1	9	4	10	45	33	11
6 聞いたことがない	23	40	9	0	4	7	4	16	63	50	10
7 その他	15	38	9	1	2	6	7	13	53	34	11
回答企業数	174	353	49	12	16	82	67	127	527	366	138

割合

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(土業)	サービス業	合計	黒字	赤字
1 既にワークシート記入など活用している	0.6%	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.7%	0.0%	3.1%	1.5%	75.0%	25.0%
2 本編は読んで内容は凡そ理解できた	35.1%	25.2%	22.4%	25.0%	18.8%	23.2%	29.9%	26.0%	28.5%	68.0%	29.3%
3 読んだが理解できない	4.0%	5.1%	8.2%	8.3%	12.5%	4.9%	3.0%	3.9%	4.7%	64.0%	36.0%
4 これから読もうと思っている	28.7%	37.7%	28.6%	41.7%	25.0%	41.5%	44.8%	36.2%	34.7%	68.3%	27.9%
5 知らないののでぜひ読んでみたい	9.8%	7.9%	4.1%	16.7%	6.3%	11.0%	6.0%	7.9%	8.5%	73.3%	24.4%
6 聞いたことがない	13.2%	11.3%	18.4%	0.0%	25.0%	8.5%	6.0%	12.6%	12.0%	79.4%	15.9%
7 その他	8.6%	10.8%	18.4%	8.3%	12.5%	7.3%	10.4%	10.2%	10.1%	64.2%	20.8%
回答企業数	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100.0%	69.4%	26.2%

(2) 経営方針について
回答数

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(土業)	サービス業	合計	黒字	赤字
1 作成し実践できている	53	71	13	2	3	22	8	23	124	92	30
2 作成しているが実践は不十分	70	159	21	8	6	35	25	64	229	156	63
3 作成できていない	43	98	14	2	5	21	24	32	141	94	40
4 必要性を感じない	3	6	0	0	0	2	1	3	9	8	1
5 その他	5	19	1	0	2	2	9	5	24	16	4
回答企業数	174	353	49	12	16	82	67	127	527	366	138

割合

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(土業)	サービス業	合計	黒字	赤字
1 作成し実践できている	30.5%	20.1%	26.5%	16.7%	18.8%	26.8%	11.9%	18.1%	23.5%	74.2%	24.2%
2 作成しているが実践は不十分	40.2%	45.0%	42.9%	66.7%	37.5%	42.7%	37.3%	50.4%	43.5%	68.1%	27.5%
3 作成できていない	24.7%	27.8%	28.6%	16.7%	31.3%	25.6%	35.8%	25.2%	26.8%	66.7%	28.4%
4 必要性を感じない	1.7%	1.7%	0.0%	0.0%	0.0%	2.4%	1.5%	2.4%	1.7%	88.9%	11.1%
5 その他	2.9%	5.4%	2.0%	0.0%	12.5%	2.4%	13.4%	3.9%	4.6%	66.7%	16.7%
回答企業数	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	69.4%	26.2%

(3) 経営計画について
回答数

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(土業)	サービス業	合計	黒字	赤字
1 作成し実践できている	43	66	10	2	3	17	9	25	109	84	23
2 作成しているが実践は不十分	75	149	22	7	6	36	21	57	224	148	66
3 作成できていない	50	111	15	3	4	25	30	34	161	112	44
4 必要性を感じない	2	6	0	0	1	2	1	2	8	7	1
5 その他	4	21	2	0	2	2	6	9	25	15	4
回答企業数	174	353	49	12	16	82	67	127	527	366	138

割合

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(土業)	サービス業	合計	黒字	赤字
1 作成し実践できている	24.7%	18.7%	20.4%	16.7%	18.8%	20.7%	13.4%	19.7%	20.7%	77.1%	21.1%
2 作成しているが実践は不十分	43.1%	42.2%	44.9%	58.3%	37.5%	43.9%	31.3%	44.9%	42.5%	66.1%	29.5%
3 作成できていない	28.7%	31.4%	30.6%	25.0%	25.0%	30.5%	44.8%	26.8%	30.6%	69.6%	27.3%
4 必要性を感じない	1.1%	1.7%	0.0%	0.0%	6.3%	2.4%	1.5%	1.6%	1.5%	87.5%	12.5%
5 その他	2.3%	5.9%	4.1%	0.0%	12.5%	2.4%	9.0%	7.1%	4.7%	60.0%	16.0%
回答企業数	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	69.4%	26.2%

(4) 就業規則について
回答数

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(土業)	サービス業	合計	黒字	赤字
1 作成し見直しもしている	108	159	24	7	14	43	16	55	267	193	66
2 作成しているが見直しはしていない	49	90	15	4	1	19	15	36	139	93	42
3 作成していない	13	89	9	1	0	18	34	27	102	72	24
4 その他	4	15	1	0	1	2	2	9	19	8	6
回答企業数	174	353	49	12	16	82	67	127	527	366	138

割合

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(土業)	サービス業	合計	黒字	赤字
1 作成し見直しもしている	62.1%	45.0%	49.0%	58.3%	87.5%	52.4%	23.9%	43.3%	50.7%	72.3%	24.7%
2 作成しているが見直しはしていない	28.2%	25.5%	30.6%	33.3%	6.3%	23.2%	22.4%	28.3%	26.4%	66.9%	30.2%
3 作成していない	7.5%	25.2%	18.4%	8.3%	0.0%	22.0%	50.7%	21.3%	19.4%	70.6%	23.5%
4 その他	2.3%	4.2%	2.0%	0.0%	6.3%	2.4%	3.0%	7.1%	3.6%	42.1%	31.6%
回答企業数	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	69.4%	26.2%

【特別項目】

【1】経営指針実践について該当する項目をお選び下さい。

(1) 経営理念について
回答数

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(土業)	サービス業	合計	黒字	赤字
1 成文化し社外へも公表している	77	117	19	4	7	26	17	44	194	149	40
2 成文化し社内で公表している	67	104	20	6	4	24	11	39	171	128	38
3 成文化しているが公表していない	10	35	6	0	3	8	7	11	45	34	8
4 現在作成中	7	21	3	0	1	4	6	7	28	21	7
5 必要性を感じているが作成して	22	37	5	0	0	16	10	6	59	43	12
6 必要性を感じない	1	15	3	0	1	1	3	7	16	13	2
7 その他	3	9	0	0	0	1	4	4	12	7	5
合計	187	338	56	10	16	80	58	118	525	394	66

その他 ・志を同じくする経営者たちでNPOを作っている。そこでの理念がわが社の経営理念 ・経営理念を掲げている。社員1人、1人に自ら腹を割って話している。それで上手く仕事は行っています。

割合

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(土業)	サービス業	合計	黒字	赤字
1 成文化し社外へも公表している	41.2%	34.6%	33.9%	40.0%	43.8%	32.5%	29.3%	37.3%	37.0%	76.8%	20.6%
2 成文化し社内で公表している	35.8%	30.8%	35.7%	60.0%	25.0%	30.0%	19.0%	33.1%	32.6%	74.9%	19.6%
3 成文化しているが公表していない	5.3%	10.4%	10.7%	0.0%	18.8%	10.0%	12.1%	9.3%	8.6%	75.6%	4.1%
4 現在作成中	3.7%	6.2%	5.4%	0.0%	6.3%	5.0%	10.3%	5.9%	5.3%	75.0%	3.6%
5 必要性を感じているが作成して	11.8%	10.9%	8.9%	0.0%	0.0%	20.0%	17.2%	5.1%	11.2%	72.9%	6.2%
6 必要性を感じない	0.5%	4.4%	5.4%	0.0%	6.3%	1.3%	5.2%	5.9%	3.0%	81.3%	1.0%
7 その他	1.6%	2.7%	0.0%	0.0%	0.0%	1.3%	6.9%	3.4%	2.3%	58.3%	2.6%
本設問回答企業数	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100.0%	75.0%	34.0%

(2) 経営方針について
回答数

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(土業)	サービス業	合計	黒字	赤字
1 作成し実践できている	53	70	11	3	6	19	7	24	123	98	22
2 作成しているが実践は不十分	88	151	25	5	4	29	26	62	239	185	48
3 作成できていない	42	97	19	2	5	27	17	27	139	97	37
4 必要性を感じない	1	9	1	0	1	2	3	2	10	8	2
5 その他	0	7	0	0	0	1	4	2	7	4	0
本設問回答企業数	184	334	56	10	16	78	57	117	518	392	109

その他 ・毎週の朝ミーティングで常に社員側に立った色々な話や行動を実践している。それによって会社は其処までやってくれてとの認識が徐々に広まって来ている。その証拠に成るのは社員の笑顔や仕事に対する姿勢の向上。 ・一応作成したが、見直し中。 ・作成中

割合

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(土業)	サービス業	合計	黒字	赤字
1 作成し実践できている	28.8%	21.0%	19.6%	30.0%	37.5%	24.4%	12.3%	20.5%	23.7%	79.7%	11.3%
2 作成しているが実践は不十分	47.8%	45.2%	44.6%	50.0%	25.0%	37.2%	45.6%	53.0%	46.1%	79.7%	11.3%
3 作成できていない	22.8%	29.0%	33.9%	20.0%	31.3%	34.6%	29.8%	23.1%	26.8%	77.4%	24.7%
4 必要性を感じない	0.5%	2.7%	1.8%	0.0%	6.3%	2.6%	5.3%	1.7%	1.9%	69.8%	19.1%
5 その他	0.0%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	1.3%	7.0%	1.7%	1.4%	80.0%	1.0%
本設問回答企業数	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	75.7%	21.0%

(3) 経営計画について
回答数

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(土業)	サービス業	合計	黒字	赤字
1 作成し実践できている	39	61	8	4	4	14	6	25	100	85	14
2 作成しているが実践は不十分	97	147	26	5	8	32	24	52	244	183	54
3 作成できていない	47	107	19	1	4	31	20	32	154	110	39
4 必要性を感じない	1	9	1	0	0	1	3	4	10	9	1
5 その他	1	7	0	0	0	0	4	3	8	4	0
本設問回答企業数	185	331	54	10	16	78	57	116	516	391	108

その他 ・作成中

割合

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(土業)	サービス業	合計	黒字	赤字
1 作成し実践できている	21.2%	18.3%	14.3%	40.0%	25.0%	17.9%	10.5%	21.4%	19.3%	85.0%	7.2%
2 作成しているが実践は不十分	52.7%	44.0%	46.4%	50.0%	50.0%	41.0%	42.1%	44.4%	47.1%	85.0%	7.2%
3 作成できていない	25.5%	32.0%	33.9%	10.0%	25.0%	39.7%	35.1%	27.4%	29.7%	75.0%	27.8%
4 必要性を感じない	0.5%	2.7%	1.8%	0.0%	0.0%	1.3%	5.3%	3.4%	1.9%	71.4%	20.1%
5 その他	0.5%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	7.0%	2.6%	1.5%	90.0%	0.5%
本設問回答企業数	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	75.8%	20.9%

(4) 就業規則について
回答数

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(土業)	サービス業	合計	黒字	赤字
1 作成し実践できている	116	152	24	6	10	37	19	56	268	217	49
2 作成しているが実践は不十分	50	95	19	3	6	26	7	34	145	102	38
3 作成できていない	16	82	13	1	0	16	29	23	98	71	21
4 その他	0	5	0	0	0	0	3	2	5	2	0
本設問回答企業数	182	334	56	10	16	79	58	115	516	392	108

その他・作成中
割合

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(土業)	サービス業	合計	黒字	赤字
1 作成し実践できている	63.0%	45.5%	42.9%	60.0%	62.5%	47.4%	33.3%	47.9%	51.7%	81.0%	25.3%
2 作成しているが実践は不十分	27.2%	28.4%	33.9%	30.0%	37.5%	33.3%	12.3%	29.1%	28.0%	81.0%	25.3%
3 作成できていない	8.7%	24.6%	23.2%	10.0%	0.0%	20.5%	50.9%	19.7%	18.9%	70.3%	19.6%
4 必要性を感じない	0.0%	1.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.3%	1.7%	1.0%	72.4%	10.8%

【特別項目】

【2】今期の採用について、2019年度の採用実績について(新卒は2020年3月卒業予定者)ご記入下さい。

(1) 消費税率アップ後の自社への影響について該当する番号に○印をつけてください。

回答数

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	サービス業(士業)	サービス業	合計
1 大学新卒	26	33	4	5	1	8	4	11	59
2 専門学校新卒	4	7	1	0	0	3	0	3	11
3 短大新卒	6	4	1	0	0	2	0	1	10
4 高校新卒	27	16	5	1	0	4	0	6	43
5 中途採用	73	99	16	5	10	21	16	31	172
6 非正規雇用(パートタイム・派遣社員・契約社員)	48	61	10	3	4	12	11	21	109
合計	184	220	37	14	15	50	31	73	404

割合

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	サービス業(士業)	サービス業	合計
1 大学新卒	14.1%	15.0%	10.8%	35.7%	6.7%	16.0%	12.9%	15.1%	14.6%
2 専門学校新卒	2.2%	3.2%	2.7%	0.0%	0.0%	6.0%	0.0%	4.1%	2.7%
3 短大新卒	3.3%	1.8%	2.7%	0.0%	0.0%	4.0%	0.0%	1.4%	2.5%
4 高校新卒	14.7%	7.3%	13.5%	7.1%	0.0%	8.0%	0.0%	8.2%	10.6%
5 中途採用	39.7%	45.0%	43.2%	35.7%	66.7%	42.0%	51.6%	42.5%	42.6%
6 非正規雇用(パートタイム・派遣社員・契約社員)	26.1%	27.7%	27.0%	21.4%	26.7%	24.0%	35.5%	28.8%	27.0%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

合計数

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	サービス業(士業)	サービス業	合計
1 大学新卒	41	101	20	10	5	26	5	35	142
2 専門学校新卒	18	9	1	0	0	4	0	4	27
3 短大新卒	6	4	1	0	0	2	0	1	10
4 高校新卒	66	28	7	1	0	7	0	13	94
5 中途採用	165	230	30	21	36	40	30	73	395
6 非正規雇用(パートタイム・派遣社員・契約社員)	115	121	15	11	6	23	21	45	236
7 合計	411	493	74	43	47	102	56	171	904

平均人数

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	サービス業(士業)	サービス業	合計
1 大学新卒	1.6	3.1	5.0	2.0	5.0	3.3	1.3	3.2	2.4
2 専門学校新卒	4.5	1.3	1.0	#####	#####	1.3	#####	1.3	2.5
3 短大新卒	1.0	1.0	1.0	#####	#####	1.0	#####	1.0	1.0
4 高校新卒	2.4	1.8	1.4	1.0	#####	1.8	#####	2.2	2.2
5 中途採用	2.3	2.3	1.9	4.2	3.6	1.9	1.9	2.4	2.3
6 非正規雇用(パートタイム・派遣社員・契約社員)	2.4	2.0	1.5	3.7	1.5	1.9	1.9	2.1	2.2
7 合計	2.2	2.2	2.0	3.1	3.1	2.0	1.8	2.3	2.2

【3】算状況について、2019年度(2019年4月～2020年3月)内に確定した貴社の決算はいかがだったでしょうか。

回答数

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	サービス業(士業)	サービス業	合計
1 黒字	138	260	51	9	14	55	51	80	398
2 赤字	43	67	3	1	2	24	6	31	110
合計	181	327	54	10	16	79	57	111	508

割合

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	サービス業(士業)	サービス業	合計
1 黒字	76.2%	79.5%	94.4%	90.0%	87.5%	69.6%	89.5%	72.1%	78.3%
2 赤字	23.8%	20.5%	5.6%	10.0%	12.5%	30.4%	10.5%	27.9%	21.7%
合計	100%	100%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

【特別項目】

【2】今期の採用について、2019年度の採用実績について（新卒は2020年3月卒業予定者）ご記入下さい。

(1) 消費税率アップ後の自社への影響について該当する番号に○印をつけてください。

回答数

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	サービス業(士業)	サービス業	合計
1 大学新卒	26	33	4	5	1	8	4	11	59
2 専門学校新卒	4	7	1	0	0	3	0	3	11
3 短大新卒	6	4	1	0	0	2	0	1	10
4 高校新卒	27	16	5	1	0	4	0	6	43
5 中途採用	73	99	16	5	10	21	16	31	172
6 非正規雇用(パートタイム・派遣社員・契約社員)	48	61	10	3	4	12	11	21	109
合計	184	220	37	14	15	50	31	73	404

割合

	製造業		建築業	通信情報	運輸業	流通業	サービス業(士業)	サービス業	合計
1 大学新卒	14.1%	15.0%	10.8%	35.7%	6.7%	16.0%	12.9%	15.1%	14.6%
2 専門学校新卒	2.2%	3.2%	2.7%	0.0%	0.0%	6.0%	0.0%	4.1%	2.7%
3 短大新卒	3.3%	1.8%	2.7%	0.0%	0.0%	4.0%	0.0%	1.4%	2.5%
4 高校新卒	14.7%	7.3%	13.5%	7.1%	0.0%	8.0%	0.0%	8.2%	10.6%
5 中途採用	39.7%	45.0%	43.2%	35.7%	66.7%	42.0%	51.6%	42.5%	42.6%
6 非正規雇用(パートタイム・派遣社員・契約社員)	26.1%	27.7%	27.0%	21.4%	26.7%	24.0%	35.5%	28.8%	27.0%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

合計数

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	サービス業(士業)	サービス業	合計
1 大学新卒	41	101	20	10	5	26	5	35	142
2 専門学校新卒	18	9	1	0	0	4	0	4	27
3 短大新卒	6	4	1	0	0	2	0	1	10
4 高校新卒	66	28	7	1	0	7	0	13	94
5 中途採用	165	230	30	21	36	40	30	73	395
6 非正規雇用(パートタイム・派遣社員・契約社員)	115	121	15	11	6	23	21	45	236
7 合計	411	493	74	43	47	102	56	171	904

平均人数

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	サービス業(士業)	サービス業	合計
1 大学新卒	1.6	3.1	5.0	2.0	5.0	3.3	1.3	3.2	2.4
2 専門学校新卒	4.5	1.3	1.0	#####	#####	1.3	#####	1.3	2.5
3 短大新卒	1.0	1.0	1.0	#####	#####	1.0	#####	1.0	1.0
4 高校新卒	2.4	1.8	1.4	1.0	#####	1.8	#####	2.2	2.2
5 中途採用	2.3	2.3	1.9	4.2	3.6	1.9	1.9	2.4	2.3
6 非正規雇用(パートタイム・派遣社員・契約社員)	2.4	2.0	1.5	3.7	1.5	1.9	1.9	2.1	2.2
7 合計	2.2	2.2	2.0	3.1	3.1	2.0	1.8	2.3	2.2

【3】算状況について、2019年度(2019年4月～2020年3月)内に確定した貴社の決算はいかがだったでしょうか。

回答数

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	サービス業(士業)	サービス業	合計
1 黒字	138	260	51	9	14	55	51	80	398
2 赤字	43	67	3	1	2	24	6	31	110
合計	181	327	54	10	16	79	57	111	508

割合

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	サービス業(士業)	サービス業	合計
1 黒字	76.2%	79.5%	94.4%	90.0%	87.5%	69.6%	89.5%	72.1%	78.3%
2 赤字	23.8%	20.5%	5.6%	10.0%	12.5%	30.4%	10.5%	27.9%	21.7%
合計	100%	100%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

業種内容:	経営指針作成実践の悩み
【複合サービス】協同組合、農協、漁協、森林組合、事業協同組合	新型コロナや災害等、非常事態時の経営計画の見直し、変更
【不動産】不動産賃貸・管理業、駐車場業	経営者でなくワーカーとしての要素が強く現場に縛られている。
【不動産】不動産取引業	一人親方では中々作成し辛いところがある。
【製造業】窯業・土石製品製造業、ガラス、セメント、生コン、陶磁器、炭素・黒鉛、ほうろう鉄器、七宝、ロックウール	全社員への浸透
【製造業】輸送用機械器具製造業、自動車付属品、鉄道・船舶・航空機付属部品	売上予測が難しい。中長期の数値計画がたてにくい。
【製造業】木材・木製品製造業(家具を除く)製材、	継続と浸透。深い意味までは求めなくても同じ方向性や光のさす方向が合えば社内の力の出方がとても変わると感じています。
【製造業】木材・木製品製造業(家具を除く)製材、	従業員への浸透
【製造業】非鉄金属製造業、電線	話を理解させ、浸透させることができているかが分からない。私の力不足、取組不足も感じている。
【製造業】非鉄金属製造業、電線	書院教育と経営幹部の育成
【製造業】電子部品・デバイス製造業、電子管、集積回路、コネクタ、磁気ヘッド	作成して満足している。マイペースで仕事に従事し、後付けで指針や計画にリンクさせレビューする社員が多い
【製造業】電子部品・デバイス製造業、電子管、集積回路、コネクタ、磁気ヘッド	文章にするのが難しく感じます。
【製造業】電気機械器具製造業、産業用電気機械、民生用電気機械、電機計測器	現場人材能力不足により、自分の時間をなかなか作り出せずにいる。
【製造業】電気機械器具製造業、産業用電気機械、民生用電気機械、電機計測器	承継社長にその動きなり、考えが見えてこない。
【製造業】電気機械器具製造業、産業用電気機械、民生用電気機械、電機計測器	予算が少ないためやれることが限定される
【製造業】電気機械器具製造業、産業用電気機械、民生用電気機械、電機計測器	外国人社員への浸透
【製造業】鉄鋼業、製鉄、製鋼、鋼管、鉄スクラップ処理、鋳物、プレス	外部環境の変化に対応するのが難しい
【製造業】鉄鋼業、製鉄、製鋼、鋼管、鉄スクラップ処理、鋳物、プレス	全社的SDGs・BCPの取組を今年度中にスタートさせる。
【製造業】繊維工業(衣服、その他の繊維製品を除く)製糸、ニット生地、紋紙、金銀糸	時間がない
【製造業】繊維工業(衣服、その他の繊維製品を除く)製糸、ニット生地、紋紙、金銀糸	古参の社員の巻き込み方。弊社は定年がなく、高齢者も多いため、10年後のビジョンについて語ってもあまり響かない。
【製造業】精密機械器具製造業、計量器、分析機器、医療用機器、理化学機械、光学器械、レンズ、眼鏡、省力化機	経営資源が常に有限であること。
【製造業】精密機械器具製造業、計量器、分析機器、医療用機器、理化学機械、光学器械、レンズ、眼鏡、省力化機	全社的な議論に基づく指針の作成には至っていない。(現状は一回の全社会議での議論を踏まえて幹部社員と一緒に作成している。)
【製造業】食料品製造業、畜産食糧、水産食料、缶詰、調味料、糖類製造、精穀・製粉、パン・菓子、油脂	売り上げ目標は有りますが、まだ作成できていない。工場の製造量がキャパ一杯なので増産のための設備投資が優先しているため。
【製造業】食料品製造業、畜産食糧、水産食料、缶詰、調味料、糖類製造、精穀・製粉、パン・菓子、油脂	作って満足または形だけの指針書作成にならないようにと思っています。目標を達成しないと意味が薄れる。
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍金、金網	成文化
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍金、金網	社員と一緒に行いたい巻き込み方が難しい
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍金、金網	指針作成後の振り返りと到達点の確認があいまいになってしまっていて実践を徹底できていない
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍金、金網	社員教育

業種内容:	経営指針作成実践の悩み
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	私の能力が低い
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	知識不足
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	コロナの影響によりイベント関連の部品がストップしていたり、原材料の高騰により仕入れ価格が上昇して おり、取引先との価格交渉を優先し、方針・計画が見直しとなっている。
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	毎年、より良くしたいが、ひな形がない。
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	各部門でのきめ細かいPDCA管理
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	全社一丸になれていない、
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	幹部社員との共有。
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	経営指針から、個人目標への具体的な落とし込み。
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	自分の国語力が低い
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	幹部社員以外の巻き込み方
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	社員の協力と生産性の低下
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	人材不足
【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、 鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍 金、金網	これが本当にできるのかと悩む。夢やたわごとに終わりそうで怖い。
【製造業】化学工業、ゼラチン、塗料、石 鹼、医薬品、塩、蠟そく、高圧ガス、化学 肥料	今期のように激変があったときの対応、修正方法
【製造業】化学工業、ゼラチン、塗料、石 鹼、医薬品、塩、蠟そく、高圧ガス、化学 肥料	社員をどう巻き込んでいくのか。
【製造業】化学工業、ゼラチン、塗料、石 鹼、医薬品、塩、蠟そく、高圧ガス、化学 肥料	社員への浸透方法と人事評価制度への連動のさせ方
【製造業】化学工業、ゼラチン、塗料、石 鹼、医薬品、塩、蠟そく、高圧ガス、化学 肥料	社員の巻き込み
【製造業】印刷・同関連産業、製本、写 植、製版	コロナの影響を読み込んでないので、結果がずれることをどう評価すればよいか
【製造業】印刷・同関連産業、製本、写 植、製版	全社的に取り組みが難しい
【製造業】印刷・同関連産業、製本、写 植、製版	2000年からやって今年で21年目、改善したから実践、今とつながっています。
【製造業】印刷・同関連産業、製本、写 植、製版	成文化の意味が今一つわかっていない
【製造業】印刷・同関連産業、製本、写 植、製版	具体的な方法等を今後指針セミナーで勉強していく予定。
【製造業】印刷・同関連産業、製本、写 植、製版	社員と一緒に作成するべきと思うが、時間を作るのが難しい。
【製造業】印刷・同関連産業、製本、写 植、製版	全員で取り組みができるかどうか
【製造業】一般機械器具製造業、金型、 ベアリング、空調機器	一般社員の巻き込み不足、個人目標の立て方
【製造業】一般機械器具製造業、金型、 ベアリング、空調機器	事業継承の時期に来ており、次期経営者に経営理念の継承が本当に行えるのか。
【製造業】一般機械器具製造業、金型、 ベアリング、空調機器	浸透と、進捗管理に難あり。ともすれば緩んでしまう(自分自身が)

業種内容:	経営指針作成実践の悩み
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	目に見えるような成果を出せていない。具体的な発展につなげていくことが課題
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	ESの向上に努めていく
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	経営指針では売り上げは上がらない。松下電器産業はすでに辞めている。(元松下電器産業の幹部職でしたのでよく理解しています。)意味のない迷信です。
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	社員との共有
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	次世代に引き継いで行きたい。
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	社内に人事評価制度がないために上手く実践できていないと考えています
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	日常業務に追われて作成自体が後回しになっており、今、業務の効率化を早急に進めています。
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	なかなかプレイングマネージャから抜け出せない。
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	ユーザーの設備投資の行方が読みにくく、場当たりの対応が精一杯。
【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	社員の危機感の共有不足
【製造業】衣服、その他の繊維製品製造業、刺繍、ニット、帽子、旗、手袋	作成のタイミングを見ている
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	中堅人材の成長と全社目標の浸透による業績への反映
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	計画通りに進めるためには、人の採用から確保が課題となることが多く、また人が計画通りに機能していただくことが重要である。機能している社員が辞めてしまうことが大きな問題です。
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	言葉が通じない
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	経営課題の件数に対して人員が少ないので、計画を立てられる量が限られれる。
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	幹部社員の不在、全社一丸体制となっていない
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	①人心の掌握 ②具体的な実践マニュアル化、見える化。
【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	社員と一緒に考えることが出来ていない。
【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	計画のPDCAを回す意識が低い
【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	完全に理解できていない自分がいる
【製造業】その他の製造業、貴金属製品、楽器、玩具、標識、畳、パレット、看板、漆器、線香、釘、印鑑、スポーツ器具、うちわ	一人、スタッフがご主人の転勤により、やめるので、新たなスタッフの養成が必要になった。
【製造業】その他の製造業、貴金属製品、楽器、玩具、標識、畳、パレット、看板、漆器、線香、釘、印鑑、スポーツ器具、うちわ	社員に必要性を感じてもらう
【製造業】その他の製造業、貴金属製品、楽器、玩具、標識、畳、パレット、看板、漆器、線香、釘、印鑑、スポーツ器具、うちわ	従業員への周知
【製造業】その他の製造業、貴金属製品、楽器、玩具、標識、畳、パレット、看板、漆器、線香、釘、印鑑、スポーツ器具、うちわ	社長一人で浸透していない
【製造業】その他の製造業、貴金属製品、楽器、玩具、標識、畳、パレット、看板、漆器、線香、釘、印鑑、スポーツ器具、うちわ	就業時間の見直しと実行
【製造業】ゴム製品製造業、タイヤ・チューブ、ゴムホース・ゴムベルト	(整備する)時間が無い
【製造業】ゴム製品製造業、タイヤ・チューブ、ゴムホース・ゴムベルト	全社一丸体制の確立と管理者の教育

業種内容:	経営指針作成実践の悩み
【情報通信業】情報サービス業、ソフトウェア業、情報処理サービス	業務に押されて、実践が不十分である
【情報通信業】情報サービス業、ソフトウェア業、情報処理サービス	行動計画が上手く進まない
【情報通信業】情報サービス業、ソフトウェア業、情報処理サービス	PDCAの実践不足
【情報通信業】情報サービス業、ソフトウェア業、情報処理サービス	この1、2年は外部環境の急激な変化に対応出来ていない。
【情報通信業】情報サービス業、ソフトウェア業、情報処理サービス	記入が難しい項目がある
【情報通信業】インターネット付随サービス業	少人数での業務のため、業務優先になっている
【情報通信業】インターネット付随サービス業	PDCAをいかに回すことができるかが鍵だと思う
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	テレワークで社員の交流が希薄化している
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	社員への伝達、理解
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	社内周知の徹底
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	社会の動く情報の先取り方法など
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	作成の仕方がわからない
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	従業員が経営者2名しかいないので指針を作成するより口頭でお互いに確認したほうが早い。しかし社外にも公表できるよう経営指針を作成したいと考えている
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	指針書を作成するとき、最後はドタバタになって計画の中身を十分吟味できないまま見切り発車してしまうことがここ数年続いている。そのために実践段階において、行動と検証部分が弱い
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	外部環境の変化の把握
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	社内が必要を感じないと、、、、経営者だけではなかなか進まない
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	年齢とのからみでどうすればよいのか考えながら仕事を進めている
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	時間の有効活用について
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	全員が参加して取り組む仕組み作り
【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	社会情勢の変化が目まぐるしく、見直しについていくことが大変。
【建設業】設備工事業、電気工事、電気通信・信号装置工事、管工事、機械器具設置、道路標識	昨年初めて経営計画を作ってやっていたらいきなりコロナ禍に見舞われ変更を余儀なくされている
【建設業】設備工事業、電気工事、電気通信・信号装置工事、管工事、機械器具設置、道路標識	社員の周知がまだまだです。
【建設業】設備工事業、電気工事、電気通信・信号装置工事、管工事、機械器具設置、道路標識	日々の業務との兼ね合いが難しいです。
【建設業】設備工事業、電気工事、電気通信・信号装置工事、管工事、機械器具設置、道路標識	経営計画の内計数目標について、ビジョンとの整合性を検討している。社員への経理公開と教育は進行中です。
【建設業】設備工事業、電気工事、電気通信・信号装置工事、管工事、機械器具設置、道路標識	実務に追われている。と言い訳して作成を怠っている。
【建設業】職別工事業、大工、鉄骨、タイル、左官、屋根工事、塗装、内装、解体、型枠大工	毎年作成していくうえでどう社員を巻き込んでいくか。
【建設業】職別工事業、大工、鉄骨、タイル、左官、屋根工事、塗装、内装、解体、型枠大工	事業承継をした直後なので、新旧の移り変わりにつきスムーズな流れを求めるが、コロナ禍でそれどころではない。たやすく口に出せない心境である。

業種内容:	経営指針作成実践の悩み
【金融・保険】保険業	少しマンネリ化している気がする。
【金融・保険】保険業	売上アップ
【金融・保険】保険業	独立後に検討
【金融・保険】貸金業、消費者向け貸金業、質屋	効率的な仕事配分
【教育・学習支援】その他の教育、学習支援業、学習塾、教養・技能教授業フィットネスクラブ	指針の作成があるべきタイミングからずれてしまうことがある。PDCAを感覚的に行っている部分がある。
【教育・学習支援】その他の教育、学習支援業、学習塾、教養・技能教授業フィットネスクラブ	なかなか動けていない
【卸売・小売業】繊維・衣服等卸売業、靴、鞆	短期(12か月)目標が時々刻々と変化していくので、常に見直しに迫られている
【卸売・小売業】織物・衣服・身の回り品小売業、蒲団	実践をする中での現実との開きの大きさ
【卸売・小売業】織物・衣服・身の回り品小売業、蒲団	特に無し。続けることが大事。
【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	多くあげすぎるとどれからてをつけていいかわからない
【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	グローバルでの出来事が日本経済に影響し、当社に関わる業界にも以前よりも早いスピードで影響するので、特に実践する上で素早い対応に苦慮している。
【卸売・小売業】建築材料、鉱物・金属材料等卸売、燃料、化学薬品、塗料	現在の経営方針は、顧問税理士とともに作成しており、第三者にチェック(Cダッシュの会)してもらえる場が必要と考えている。
【卸売・小売業】建築材料、鉱物・金属材料等卸売、燃料、化学薬品、塗料	社員の浸透がまだまだ
【卸売・小売業】建築材料、鉱物・金属材料等卸売、燃料、化学薬品、塗料	作成者(社長)と同じ、理解・進捗までは、社内に浸透していない。
【卸売・小売業】建築材料、鉱物・金属材料等卸売、燃料、化学薬品、塗料	情勢判断が困難
【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	行動計画をより具体的に作成する必要がある
【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	方針に基づき各目標値のPDCAの効率的なまわし方
【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	先行き不透明でビジョン策定が難しい
【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	経営者の視点と従業員の視点のズレ
【卸売・小売業】各種商品卸売業	指針セミナーで勉強中です。
【卸売・小売業】各種商品卸売業	社員との温度差
【卸売・小売業】各種商品卸売業	私の自己満足になっていないか心配 社員への周知、理解をすすめる方法がわからない。
【卸売・小売業】各種商品卸売業	マンネリの防止
【卸売・小売業】各種商品卸売業	弊社の商品が学校の子どもたちに受け入れられていれば、おのずと経営指針は実践されたことになる。売上は予算には達している。よって、仮には実現できている。しかし、今後の課題として、末端需要家である子どもたちへ飽きの来ない商品を提案していく為に、商品開発が必須である。
【卸売・小売業】家具・什器・機械器具小売業、仏壇、パソコン	何をもって実践とするかが明確にわからない。数字を達成すれば実践しているというわけでもない。基準が難しいです。
【卸売・小売業】家具・什器・機械器具小売業、仏壇、パソコン	まずは実務から
【卸売・小売業】飲食料品卸売業	計画通りに進まない

業種内容:	経営指針作成実践の悩み
【卸売・小売業】飲食料品卸売業	作成していません。
【卸売・小売業】飲食料品卸売業	4月以降指針セミナーに参加。楽しみにしております。
【卸売・小売業】飲食料品卸売業	見直し(PDCA)が不十分であること。社員により取り組み具合がばらつきがある。組織と教育。
【卸売・小売業】飲食料品卸売業	日常業務に忙殺されて手が回らない。計画通りに進まない。
【卸売・小売業】飲食料品卸売業	労働環境整備以外の数値計画は上下にぶれる
【卸売・小売業】飲食料品卸売業	時間が取れていない
【卸売・小売業】飲食料品卸売業	作成できていない
【卸売・小売業】飲食料品卸売業	再度、経営指針については勉強のやりなおし
【卸売・小売業】その他の小売業、医薬品、農耕用品、宝石、時計、眼鏡、書籍、玩具、新聞、墓石、文具、畳、燃料	理想と現実の乖離が大きい
【卸売・小売業】その他の卸売業、家具、建具什器、医薬品、紙、雑貨	特になのですが、計画に遅延があったときのフォロー。
【卸売・小売業】その他の卸売業、家具、建具什器、医薬品、紙、雑貨	社内展開
【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	社員と共に作成できていないところ
【運輸・通信業】倉庫業	幹部社員の理解
【運輸・通信業】運輸に付帯するサービス業、	なかなか自分自身が納得出来る経営方針の作成が出来ていない。
【運輸・通信業】運輸に付帯するサービス業、	自分の忙しさとの葛藤
【運輸・通信業】運輸に付帯するサービス業、	社内への落とし込みの方法がよくわからない
【飲食店】遊興飲食店、料亭、バー、酒場	先行き不透明なのでなんともいえない
【飲食店】一般飲食店	・社員への落とし込みの基準。どういう状態が浸透と言えるのか。
【飲食店】一般飲食店	コミュニケーション不足や伝える力が足りないこと。。。。。
【飲食店】一般飲食店	社員との内容共有
【医療、福祉】社会保険・社会福祉・介護事業、老人ホーム、障害者福祉事業	社員との情報共有、振り返り甘さ。
【医療、福祉】社会保険・社会福祉・介護事業、老人ホーム、障害者福祉事業	PDCAサイクルを実践するうえで、CとAが不十分である。
【医療、福祉】社会保険・社会福祉・介護事業、老人ホーム、障害者福祉事業	日々の業務に追われていて中々進まない
【医療、福祉】医療業、病院、診療所、助産所、はり・きゅう師	ビジョンがしっくり来ていないので、見直したい。
【医療、福祉】医療業、病院、診療所、助産所、はり・きゅう師	コロナの見通しがたたない
【サービス業】廃棄物処理業、ごみ収集	末端までの共有方法
【サービス業】洗濯・理容・美容・浴場業、リネンサプライ、美容、エステ	PDCAの難しさを感じている

業種内容:	経営指針作成実践の悩み	経営指針の作成、実践していく上の問題点や悩み(記述)64-
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	今後の国策の動向	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	時間配分に問題があり、時間を確保できない。着手しても、時間がかかるので一段落まで出来るところに辿り着く事が難しい	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	慣れる! でしょう。	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	社員との取組と実践評価	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	事業を通して何を成し遂げるべきか、自社の経営指針なので、自社で考え決めて行くべきことであるが、周りの事業者や先輩方の経営指針書を参考にできるとより作成がサクサクすすみ、さらに深みができるように思う。新米、アスペラ指針からの脱却。	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	従業員の雇用もできない状態で、経営すらままならなく指針までたどり着けていない。	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	社員になかなか浸透しない。	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	検証結果の反映	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	時代の流れの流動性が早い為、指針を策定しても半年後には見直さなければならない	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	外部要因の変化が激しく先が見えづらい	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	顧客のニーズ、社会性をもつことの言語化があつてこそその自社指針であるが、自社の目線が出過ぎる点	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	一人でやっているのであいまいになりやすい	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	今後10年20年先を見据えた自社の方針づくりとそのための事業継続の仕組みづくり(私が引退した後のことをどうするか)	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	社員教育と結びつけた経営理念の浸透を目指したいが、うまくいっている感覚が乏しい	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	経営指針の作成に社員を関わらせていきたいが、まだそこまでの意識がない。徐々に関心を持ってもらうようにしたい。	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	人材育成	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	落ち着いて考える時間の確保	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	所長があまりビジョンを自身で語らないこと	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	代表者とスタッフ1名の規模で正直なところ当社にとっては必要性を感じない	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	まだその段階にきていません。	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	従業員の自主性の醸成	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	実施すべき行動は認識しているものの時間が不足していることに悩んでおります	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	経営者と社員の世代間ギャップ	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	経営指針の実践に向けたステップの作成	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	世代交代を意識して取り組みができるか。	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	作成のための時間確保	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	社内での徹底	

業種内容:	経営指針作成実践の悩み	経営指針の作成、実践していく上の問題点や悩み(記述)65-
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	作成する時間を確保することができていない(というより、まずは着手することが重要と考えるが、着手できていない)。	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	優先順位が低く、必ず作成するというモチベーションがない	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	作成する時間がとれていない。	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	後回しにしてしまう。	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	話をし、浸透させようとはしているが、PDCAとして回し切れてはいない。	
【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの)法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営	社員との意識差や温度差をどう埋めていくか。実践していく中でそのことに一喜一憂する毎日ですが、5年前のことを思うとかなりの変化を感じている。一定レベルには達した感はあるが真に自立的な社員、理想的な姿を考えると程遠い	
【サービス業】政治・経済・文化団体	毎年全社員と共に作成していた指針書が、社員が年々増えるにつれて難しくなってきた。全社一丸体制にしていくために企業変革支援プログラムにも全社員と取り組んでいるが、社員の成熟度にばらつきがある。組織づくりに悩みを抱えている。	
【サービス業】政治・経済・文化団体	経営計画を現場の具体的な方針にどう落とし込んでいくか。社員と共に作りあげるプロセスがなかなか難しい。	
【サービス業】自動車整備業	幹部社員の理解度不足	
【サービス業】自動車整備業	自分自身プレーヤー要素が強く、経営部分に時間を創出できていない。社長である父にまだ少し頼っているところがある	
【サービス業】広告業、広告代理、屋外広告、	実行・実践までの力	
【サービス業】学術・研究開発機関	実態との乖離をいかに埋めるか	
【サービス業】学術・研究開発機関	継続する力	
【サービス業】その他の生活関連サービス業、旅行業、家事サービス業、冠婚葬祭	社員への浸透。思いを伝えることの難しさ。	
【サービス業】その他の生活関連サービス業、旅行業、家事サービス業、冠婚葬祭	ここまでの外的要因を想定できなかった	
【サービス業】その他の生活関連サービス業、旅行業、家事サービス業、冠婚葬祭	私の覚悟と気持ちの余裕が必要	
【サービス業】その他の生活関連サービス業、旅行業、家事サービス業、冠婚葬祭	経営指針の作成方法がよくわかりません。	
【サービス業】その他の生活関連サービス業、旅行業、家事サービス業、冠婚葬祭	目先の課題が多く大局が見えていない	
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	行動の継続性が足りない	
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	雇用するのに必要な採算性がまだ安定していない。	
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	コロナ禍の為社会の動きで変化してきたので当社の指針の実践が少し辛いことも出てきた	
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	チェック機能がうまく働いていない	
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	実践のみ	
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	市場動向の把握が難しい、方針や計画は、実態に合わせ変更しているが、先行きの見通しが、景気に左右されない仕組づくりの重要性を実感	
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	コロナのような有事にちかいかい情勢により、どのような経営計画をたてればよいのかわからない	
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	業務提携のマッチングを希望しているが、価値観の共有に苦戦している。	
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	イノベーションへの取り組みが共有できていない 社員を巻き込めていない	

業種内容:	経営指針作成実践の悩み
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	時間がかかる
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	ゴールの明確化
【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	作成する時間がない(確保すること)
【サービス業】その他のサービス業、集会場、と畜場	時代の変化についていけない

【特別項目】

【2】今期の採用について、2020年度の採用実績について(新卒は2021年3月卒業予定者)人数をご記入下さい。

回答数

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	サービス業(士業)	サービス業	合計
1 大学新卒	28	32	5	5	1	10	2	9	60
2 専門学校新卒	8	9	1	2	0	2	0	4	17
3 短大新卒	4	2	0	0	0	0	0	2	6
4 高校新卒	22	28	5	0	5	8	0	10	50
5 中途採用	26	72	41	5	1	1	9	15	98
6 非正規雇用(パートタイム・派遣社員・契約社員)	60	85	14	1	10	19	10	31	145
合計	148	228	66	13	17	40	21	71	376

割合

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	サービス業(士業)	サービス業	合計
1 大学新卒	18.9%	14.0%	7.6%	38.5%	5.9%	25.0%	9.5%	12.7%	16.0%
2 専門学校新卒	5.4%	3.9%	1.5%	15.4%	0.0%	5.0%	0.0%	5.6%	4.5%
3 短大新卒	2.7%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.8%	1.6%
4 高校新卒	14.9%	12.3%	7.6%	0.0%	29.4%	20.0%	0.0%	14.1%	13.3%
5 中途採用	17.6%	31.6%	62.1%	38.5%	5.9%	2.5%	42.9%	21.1%	26.1%
6 非正規雇用(パートタイム・派遣社員・契約社員)	40.5%	37.3%	21.2%	7.7%	58.8%	47.5%	47.6%	43.7%	38.6%
合計	100%	100%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

合計数

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	サービス業(士業)	サービス業	合計
1 大学新卒	51	182	112	20	1	15	6	28	233
2 専門学校新卒	19	23	4	2	0	7	0	10	42
3 短大新卒	7	6	0	0	0	0	0	6	13
4 高校新卒	34	26	16	0	1	4	0	5	60
5 中途採用	130	241	37	8	34	49	17	96	371
6 非正規雇用(パートタイム・派遣社員・契約社員)	92	730	31	3	13	36	14	633	822
7 合計	333	1208	200	33	49	111	37	778	1541

平均人数

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	サービス業(士業)	サービス業	合計
1 大学新卒	1.8	5.7	22.4	4.0	1.0	1.5	3.0	3.1	3.9
2 専門学校新卒	2.4	2.6	4.0	1.0	#####	3.5	#####	2.5	2.5
3 短大新卒	1.8	3.0	#DIV/0!	#####	#####	#####	#####	3.0	2.2
4 高校新卒	1.5	0.9	3.2	#####	0.2	0.5	#####	0.5	1.2
5 中途採用	5.0	3.3	0.9	1.6	34.0	49.0	1.9	6.4	3.8
6 非正規雇用(パートタイム・派遣社員・契約社員)	1.5	8.6	2.2	3.0	1.3	1.9	1.4	20.4	5.7
7 合計	2.3	5.3	3.0	2.5	2.9	2.8	1.8	11.0	4.1

【3】決算状況について、2020年度(2020年4月～2021年3月)内に確定した貴社の決算はいかがだったでしょうか。

回答数

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	サービス業(士業)	サービス業	合計
0 黒字合計	111	255	35	10	8	58	60	84	366
1 黒字(前期よりアップ)	39	92	13	2	4	22	24	27	131
2 黒字(前期とほぼ同額)	24	79	9	2	4	12	23	29	103
3 黒字(前期よりダウン)	48	84	13	6	0	24	13	28	132
2 赤字	59	79	10	2	6	22	4	35	138
合計	170	334	45	12	14	80	64	119	504

割合

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	サービス業(士業)	サービス業	合計
1 黒字	65.3%	76.3%	77.8%	83.3%	57.1%	72.5%	93.8%	70.6%	72.6%
1 黒字(前期よりアップ)	22.9%	27.5%	28.9%	16.7%	28.6%	27.5%	37.5%	22.7%	26.0%
2 黒字(前期とほぼ同額)	14.1%	23.7%	20.0%	16.7%	28.6%	15.0%	35.9%	24.4%	20.4%
3 黒字(前期よりダウン)	28.2%	25.1%	28.9%	50.0%	0.0%	30.0%	20.3%	23.5%	26.2%
2 赤字	34.7%	23.7%	22.2%	16.7%	42.9%	27.5%	6.3%	29.4%	27.4%
合計	100%	100%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

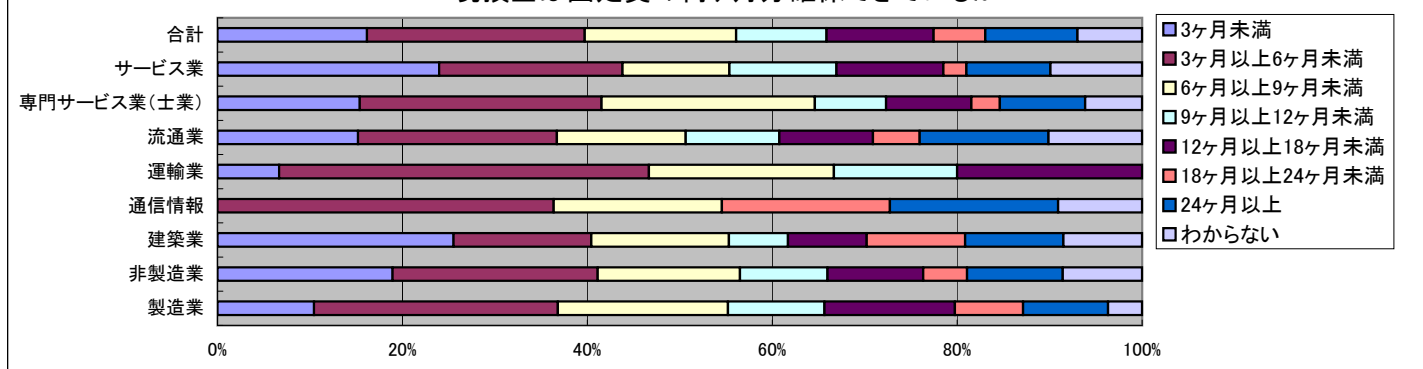
【特別項目】

【4】現預金は固定費の何か月分(現預金固定費カバー月数)確保できていますか

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	サービス業(土業)	サービス業	合計
1 3ヶ月未満	17	64	12	0	1	12	10	29	81
2 3ヶ月以上6ヶ月未満	43	75	7	4	6	17	17	24	118
3 6ヶ月以上9ヶ月未満	30	52	7	2	3	11	15	14	82
4 9ヶ月以上12ヶ月未満	17	32	3	0	2	8	5	14	49
5 12ヶ月以上18ヶ月未満	23	35	4	0	3	8	6	14	58
6 18ヶ月以上24ヶ月未満	12	16	5	2	0	4	2	3	28
7 24ヶ月以上	15	35	5	2	0	11	6	11	50
8 わからない	6	29	4	1	0	8	4	12	35
合計	163	338	47	11	15	79	65	121	501

1 3ヶ月未満	10.4%	18.9%	25.5%	0.0%	6.7%	15.2%	15.4%	24.0%	16.2%
2 3ヶ月以上6ヶ月未満	26.4%	22.2%	14.9%	36.4%	40.0%	21.5%	26.2%	19.8%	23.6%
3 6ヶ月以上9ヶ月未満	18.4%	15.4%	14.9%	18.2%	20.0%	13.9%	23.1%	11.6%	16.4%
4 9ヶ月以上12ヶ月未満	10.4%	9.5%	6.4%	0.0%	13.3%	10.1%	7.7%	11.6%	9.8%
5 12ヶ月以上18ヶ月未満	14.1%	10.4%	8.5%	0.0%	20.0%	10.1%	9.2%	11.6%	11.6%
6 18ヶ月以上24ヶ月未満	7.4%	4.7%	10.6%	18.2%	0.0%	5.1%	3.1%	2.5%	5.6%
7 24ヶ月以上	9.2%	10.4%	10.6%	18.2%	0.0%	13.9%	9.2%	9.1%	10.0%
8 わからない	3.7%	8.6%	8.5%	9.1%	0.0%	10.1%	6.2%	9.9%	7.0%
合計	100%	100%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

現預金は固定費の何か月分確保できているか

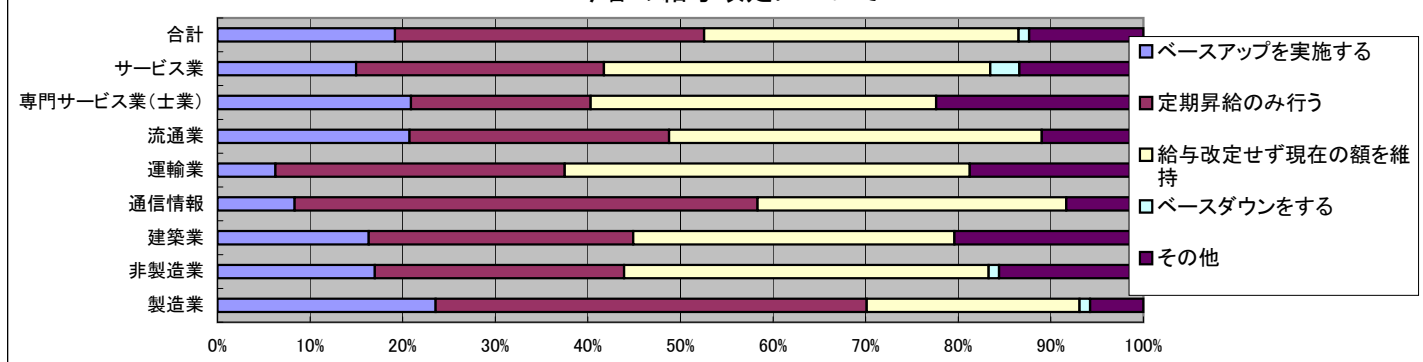


【5】今春の給与についておたずねします

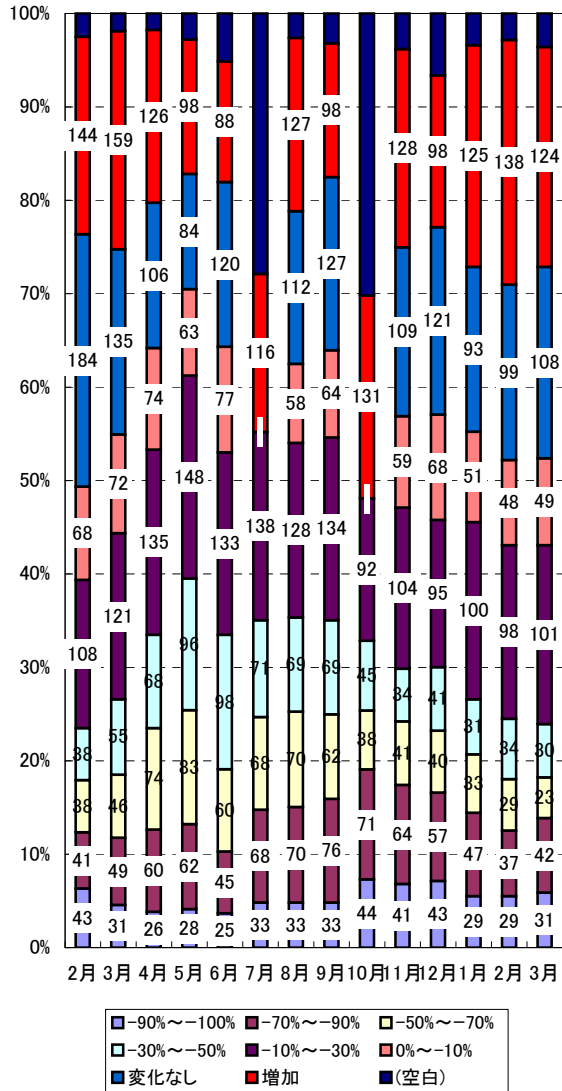
	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	サービス業(土業)	サービス業	合計
1 ベースアップを実施する	41	60	8	1	1	17	14	19	101
2 定期昇給のみ行う	81	95	14	6	5	23	13	34	176
3 給与改定せず現在の額を維持	40	139	17	4	7	33	25	53	179
4 ベースダウンをする	2	4	0	0	0	0	0	4	6
5 その他	10	55	10	1	3	9	15	17	65
合計	174	353	49	12	16	82	67	127	527

1 ベースアップを実施する	23.6%	17.0%	16.3%	8.3%	6.3%	20.7%	20.9%	15.0%	19.2%
2 定期昇給のみ行う	46.6%	26.9%	28.6%	50.0%	31.3%	28.0%	19.4%	26.8%	33.4%
3 給与改定せず現在の額を維持	23.0%	39.4%	34.7%	33.3%	43.8%	40.2%	37.3%	41.7%	34.0%
4 ベースダウンをする	1.1%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.1%	1.1%
5 その他	5.7%	15.6%	20.4%	8.3%	18.8%	11.0%	22.4%	13.4%	12.3%
7 合計	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

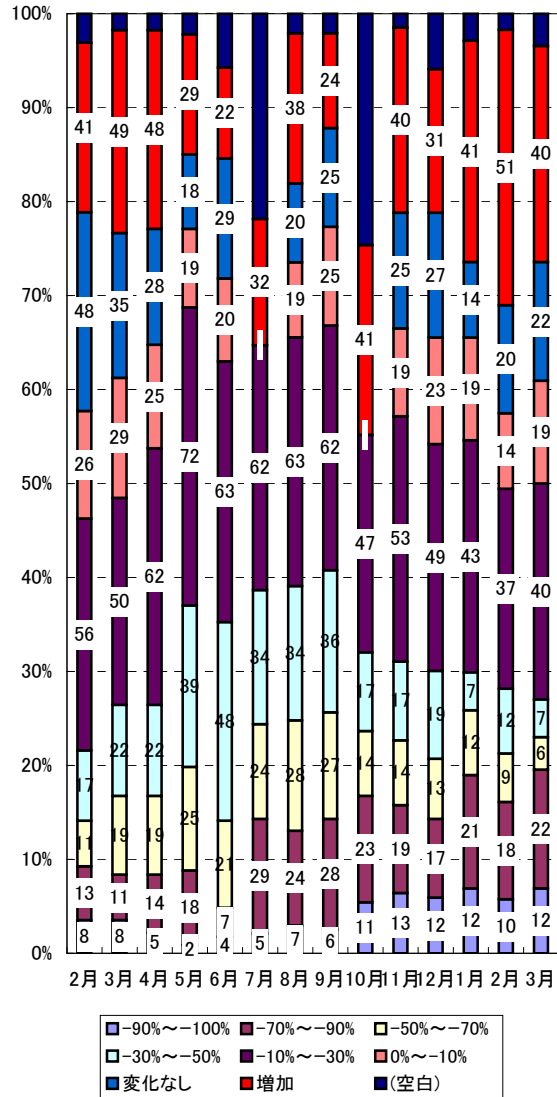
今春の給与改定について



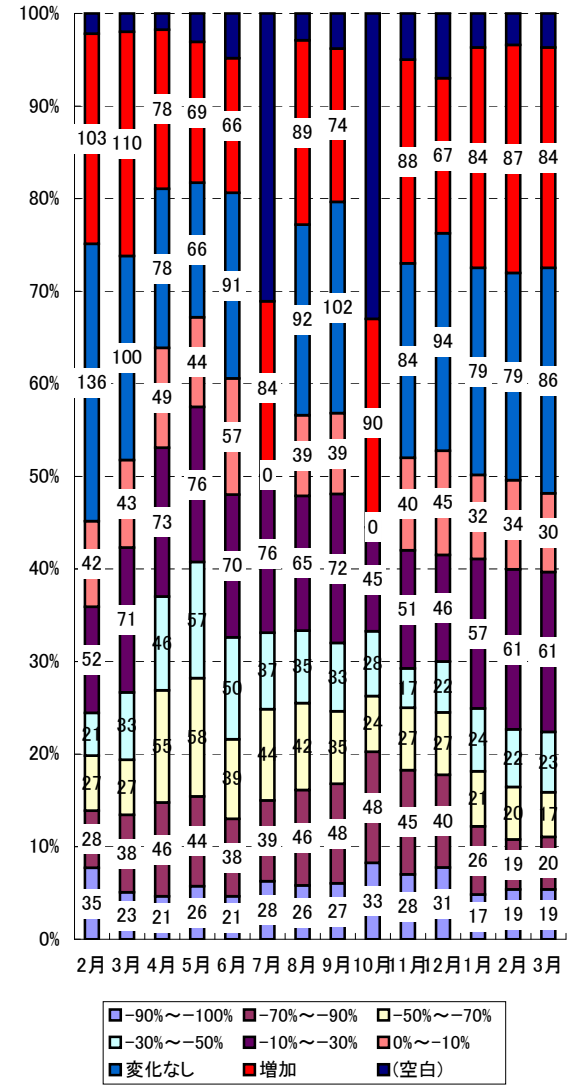
新型コロナウイルス流行開始以降、売上の状況について、前年同月比でどれぐらいになっていますか？対前年比(全業種)



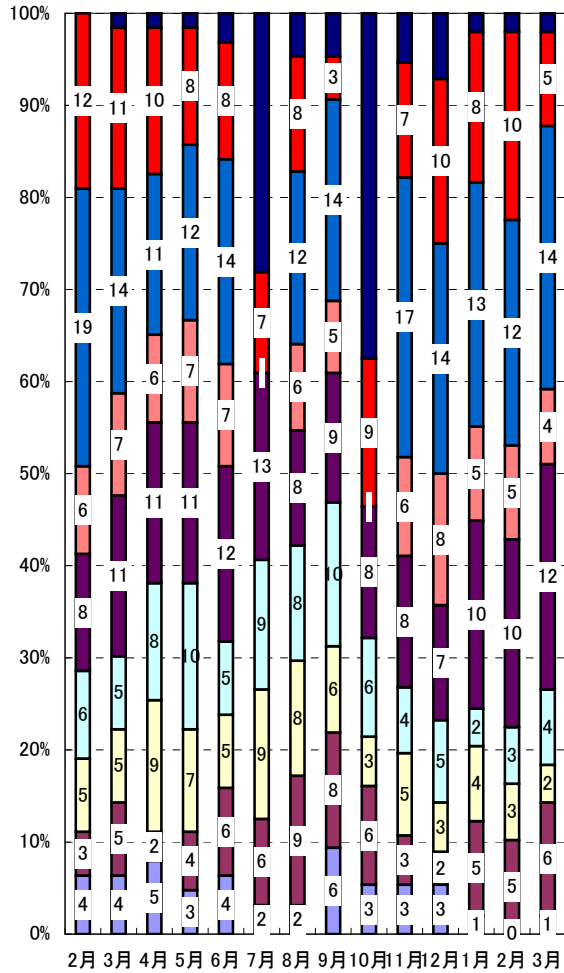
新型コロナウイルス流行開始以降、売上の状況について、前年同月比でどれぐらいになっていますか？対前年比(製造業)



新型コロナウイルス流行開始以降、売上の状況について、前年同月比でどれぐらいになっていますか？対前年比(非製造業)

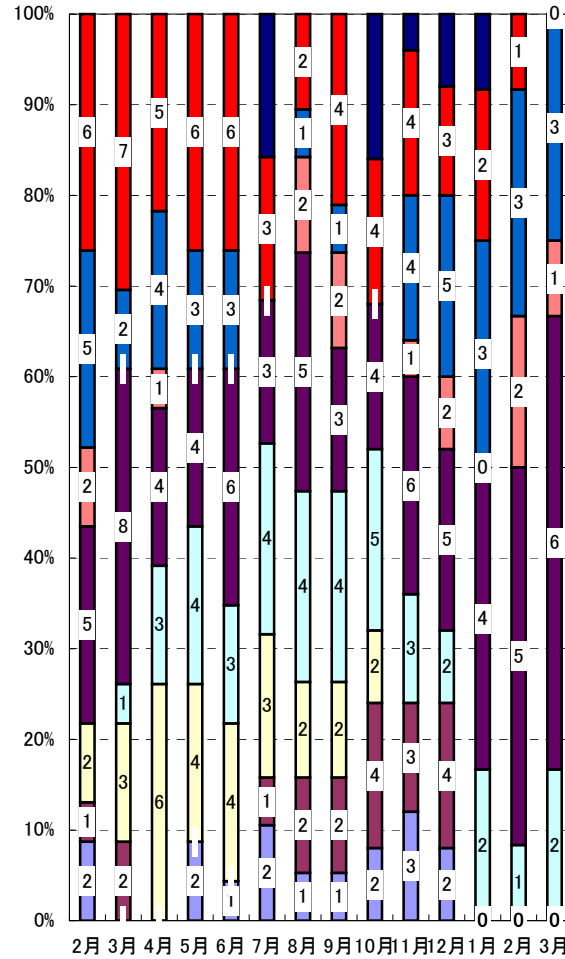


新型コロナウイルス流行開始以降、売上の状況について、前年同月比でどれぐらいになっていますか？対前年比(建設)



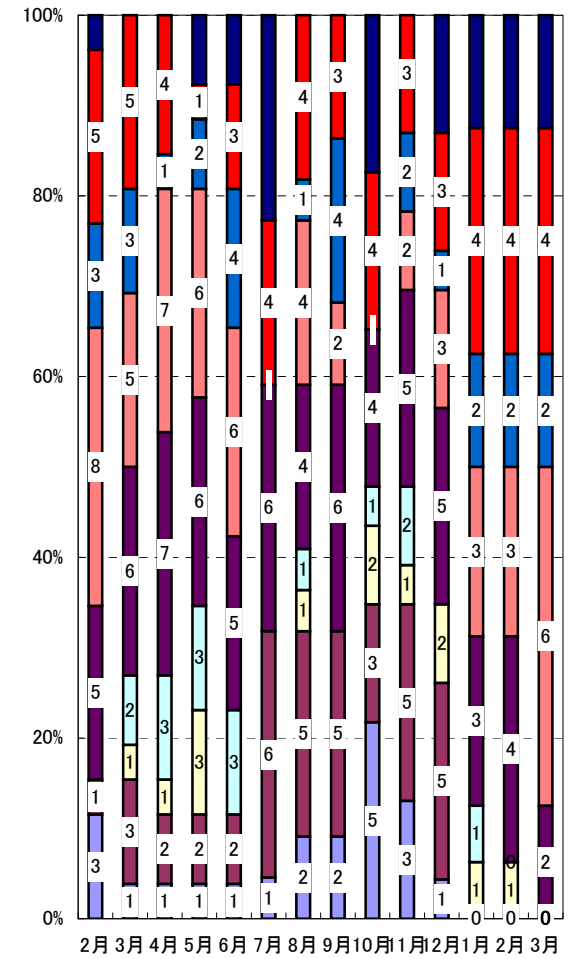
-90%~-100%
 -70%~-90%
 -50%~-70%
 -30%~-50%
 -10%~-30%
 0%~-10%
 変化なし
 増加
 (空白)

新型コロナウイルス流行開始以降、売上の状況について、前年同月比でどれぐらいになっていますか？対前年比(情報通信)



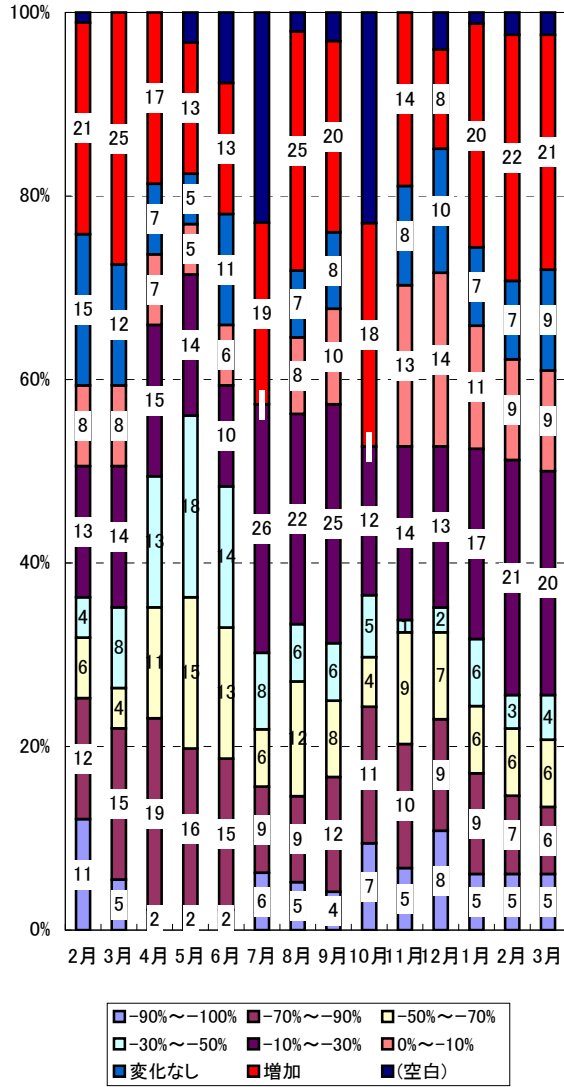
-90%~-100%
 -70%~-90%
 -50%~-70%
 -30%~-50%
 -10%~-30%
 0%~-10%
 変化なし
 増加
 (空白)

新型コロナウイルス流行開始以降、売上の状況について、前年同月比でどれぐらいになっていますか？対前年比(物流)

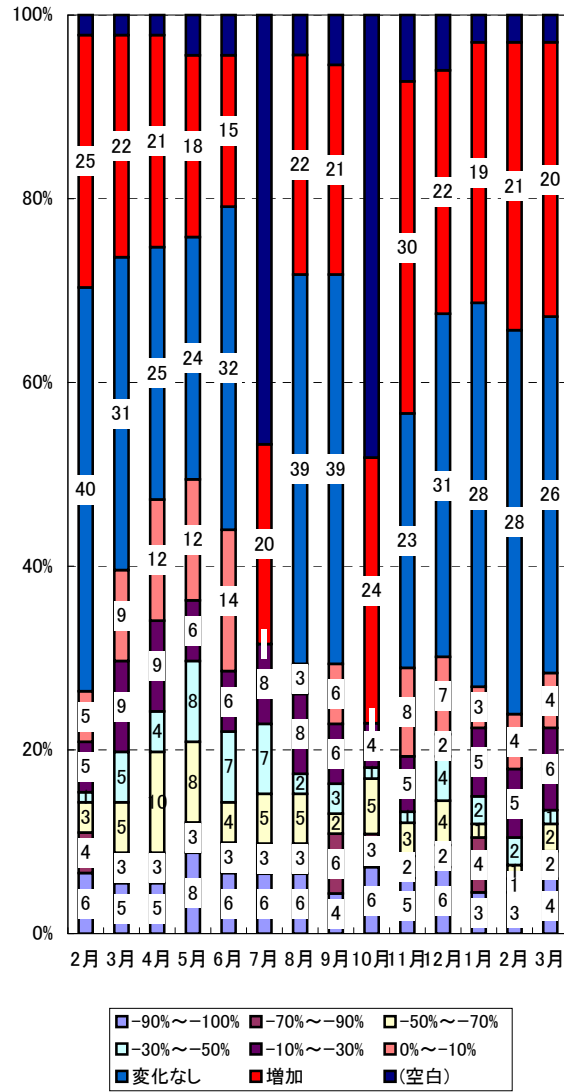


-90%~-100%
 -70%~-90%
 -50%~-70%
 -30%~-50%
 -10%~-30%
 0%~-10%
 変化なし
 増加
 (空白)

新型コロナウイルス流行開始以降、売上の状況について、前年同月比でどれぐらいになっていますか？対前年比(流通)



新型コロナウイルス流行開始以降、売上の状況について、前年同月比でどれぐらいになっていますか？対前年比(専門サービス)



新型コロナウイルス流行開始以降、売上の状況について、前年同月比でどれぐらいになっていますか？対前年比(サービス)

