

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7月～9月期)

期間:2021年8月23日～9月30日

対象者: 2222

回答数: 778

回収率: 35.0%

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	その他
2021年	回答数	778	248	530	65	27	24	114	101	198	1
7月～9月	割合	100%	31.9%	68.1%	8.4%	3.5%	3.1%	14.7%	13.0%	25.4%	0.1%
2021年	回答数	882	286	596	80	31	35	101	117	231	1
4月～6月	割合	100%	32.4%	67.6%	9.1%	3.5%	4.0%	11.5%	13.3%	26.2%	0.1%
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	405	56	10	12	85	76	132	
4月～6月	割合	100%	32.5%	67.5%	9.3%	1.7%	2.0%	14.2%	12.7%	22.0%	
2018年	回答数	656	214	442	54	9	14	87	78	160	
1月～3月	割合	100%	32.6%	67.4%	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	大阪中央	大阪東	中河内	大阪南東	大阪南	大阪合計	
		北摂、大阪市北部	大阪市中央部～西部	北河内、大阪市東部	東大阪、八尾	大阪市南部	南河内、泉州		
2021年	7月～9月	190	120	107	136	94	105	752	※他府県26
2021年	4月～6月	192	157	111	145	121	131	857	※他府県25
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)……9P～

売上増加の要因(選択・記述)……15P～

売上減少の要因(選択・記述)……22P～

経営上の課題(選択)……28P

今後の力点(選択・記述)……29P～

特別項目【1】「夏期賞与について」集計……43P～

特別項目【2】「採用について」集計……45P～

特別項目【3】「最低賃金改訂について」集計……47P～

特別項目【4】「原材料高の影響について」集計……49P～

大阪府中小企業同友会定点景況調査結果（2021年7月—9月期）

—原材料高によるスタグフレーションの到来に備えよ—

2021年10月13日

阪南大学 洪 詩鴻

今回調査のポイント：

*データについて回答率は前回4-6月期よりやや低い、前期の41.7%から35%に減少した。業種別の回答比率はほぼ同じだが、流通業からの回答は増えている（11.5%→14.7%）

*今期は景況感だけは前期より上向き傾向を示しているものの、景況先行き、資金繰り、採算、設備投資とも後退局面に入っている。全体的に先行きは厳しい状況と考えている。また、全国DOR（全産業）と比較しても、大阪は改善の遅れが目立っている。

*「仕入単価の上昇高止まり」課題として挙げている割合が増えている、原材料価格上昇による影響は顕在化しつつある、収益への圧迫が懸念される回答が増えている。

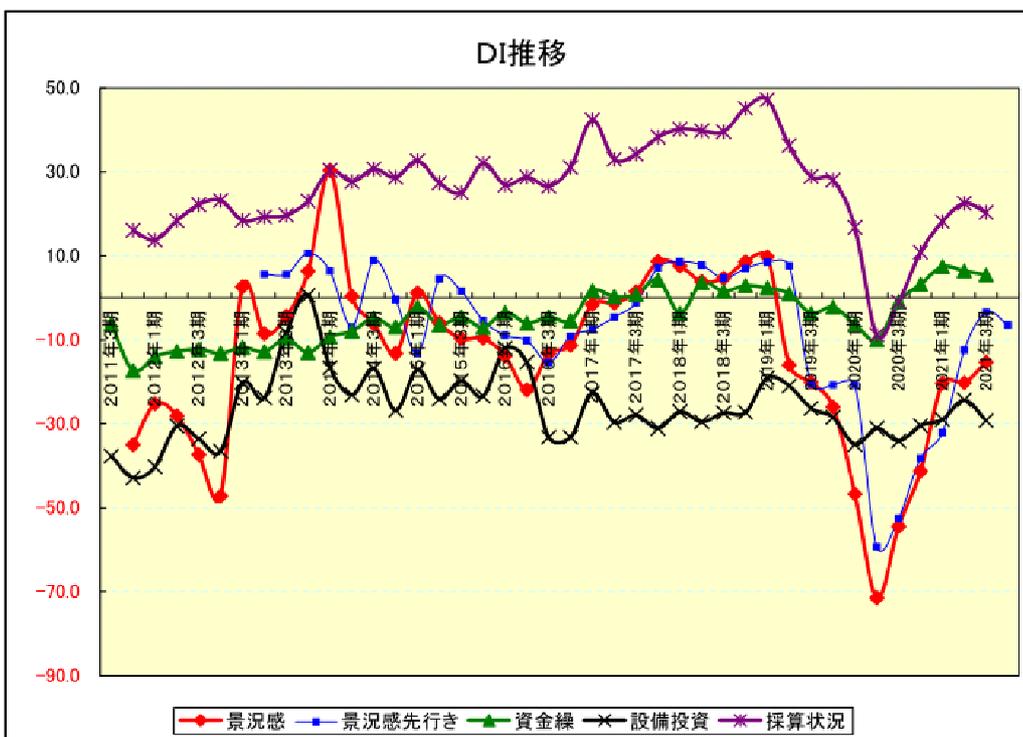
*新卒採用、新事業への転換などの取り組みは、やや手控えているように見受けられる。

*原材料高、国内需要減少によるスタグフレーションのリスクへの対応と長期的な産業構造変化への対応を考える必要があるように思われる。

1. 全体のDI値

景況感は、前期より上向きをみせているが、依然としてマイナス水準にある。

一方の景況感先行指数、資金繰り、設備投資、採算ともに悪化の下降傾向を示している。



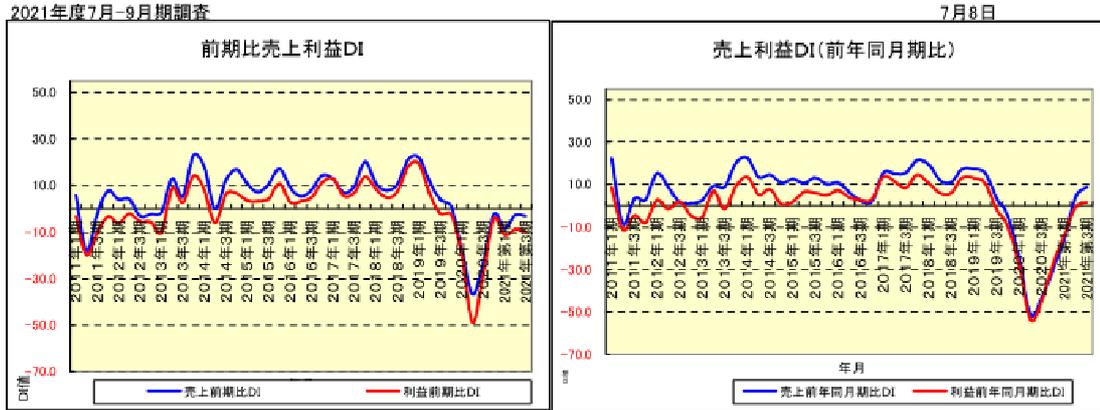
昨年の同期比でも上昇傾向が鈍化している、全体的に**景況感の先行き**は厳しい模様。

2, 売り上げ・利益動向 (P7)

売上は、前期の改善傾向から今期の悪化傾向に変わっている、前年同期比でも改善の割合が減少、悪化、横ばいが増加。

業種別で製造業の売り上げ増加の割合が減っている（8.5→-11.0）、ただし、非製造業の改善（-8.1→0.9）が見られた。製造業と非製造業の改善状況は前期（4-6月期）と逆転現象が起きている。

とりわけ、建築業と通信情報業の不振が目立っている。



・**利益動向**も、全体平均で鈍化傾向にある、製造業利益率の前期比で下降傾向がみられる（製造業 1.4→-15.7 非製造業-13.9→-7.0）。全体的に前年同期比では改善しているが、傾向は鈍化している。

業種別で見れば、やはり通信情報業、専門サービスの後退が目立つ。

景況感と景況先行き DI について (p8)

景況感全体的にマイナス水準にあるが、改善傾向にあり、マイナス幅が小さくなっている（-20.2→-15.3）。

ただし、景況先行き DI では、逆の判断が出ている、大きく後退している（前期比-3.4→-6.5）

・**資金繰り**は、前期より改善している、運送業は特に顕著、マイナス-2.9から17.4までに改善。

・**設備投資**は前期よりも後退している、全体的に-29.2%のマイナス、前期よりも後退（-24.3→-29.2）。運輸業はプラスを維持している。それ以外は大きくマイナスのまま横ばい。特に通信情報業、建築業は大きな後退がみられた。

採算 DIは全体的に20.4のプラスを維持している。ただし、前期よりやや後退している（22.5→20.4）。利益後退している専門サービス業は利益減少しているが、採算はプラス48.5の高さを維持している、製造業も連青く3期20を超える（21.9）プラスを維持している。

3, 売り上げの増加・減少要因

・増加原因：

「④ 営業力の強化・拡大」が依然として最大な増加原因になっている（39.7%）。

「④新規販路・新分野の開拓」が二番目の増加原因として浮上いる（30.3%→39.3%）

なお、「⑨販売・受注価格の上昇」（10.0%→14.7%）によるものが注目に値する。原料高によるものならば、利益につながらない。

その他、自由回答では、M&Aによる事業拡大、コロナ関連事業強化、IT販促による増加という回答が興味深い。（構造変化の予兆？）

減少要因：

- ・「①国内需要の減少」よるものが依然最大な原因、前期比と比べてさらに悪化（38.8%→41.7%）。
 - 「⑤販売・受注価格の減少」が高い割合だが、少し改善。（17.2%→13.8%）
 - 「④他社との競争状況の悪化」も依然として高い割合を維持している（11.4→12.6）
- その他、自由記述ではコロナによる様々な影響は依然として大きいことがわかる。

4、経営上の問題・対応策

前期と比べて大きな変化はないが、「①民間需要の停滞」が少し改善されていることがわかる（34.7%→31.4%）。需要が少し戻っていると考えられる。（ただし、前項で「国内需要の減少」が依然として売り上げ減の一番の原因としている）

「⑧仕入単価の上昇高止まり」課題として挙げている割合が増えている（21.1%→26.1%）

世界的な原料高が響き始めているとも考えられる。

「⑪の従業員の確保」「⑮幹部社員の不足」がやや改善してきていると見受けられる。

今後の経営力点について

引き続き「①営業力の強化・拡大」が一番の力点としてあげられている。そのほか「⑤新商品・サービス開発」と「⑩社員能力アップ」を前期より力を入れている回答が増えている（それぞれ、1.9%と2.9%の増加）。積極的な対策がうかがえる。逆に売り上げ増加原因となった「④新規販路・新分野の開拓」への対策は前期と比べて3.3%（26.9%→23.6%）の減少となる。各企業が新規販路開拓の取り組みは一巡したと考えられる。

自由記述では人材教育による効率向上に力を入れるという書き込みが一番多く、人的投資に継続している姿勢が見受けられる。希に経営方向シフト、新規事業立ち上げという対策も見られたが、基本的に今期の経営力点は本業へのテコ入れがほとんどであった。

5、特別項目

（1）夏季賞与について

- ・支給は61.8%、前年度の冬季賞与の63%より微減という結果なった。
- ・ただし増額した企業の割合は63.8%があり、減額したのは12.2%にとどまった。

業種別では製造業が軒並み増額の割合が高い、サービス業が全般的に低く、売り上げや利益率とほぼ同じ傾向をたどる。

（2）2022年卒業予定者採用について

採用する予定のある企業は18.9%にとどまり、半数以上（55.9%）の企業は2021年に続き、2022年も採用予定していない。将来への見通しが厳しい中、採用を手控えている傾向が続くと予想される。

なお、採用予定の業種別で見れば、通信情報業、建築業が採用予定の割合が高い状況を示している。この二業種は利益率が低下している中、採用は減らしていない。

採用予定者の学歴をみれば、製造業は高卒採用が66.2%、そして院卒は16.9%となり、大卒は只の7.7%。二極分化現象がみられた。一方の非製造業は逆の傾向がみられ、大卒の比率は36.9%となり、一番高い比率を占めている。大卒者は依然として製造業離れ、サービス業志向が続くとも考えられる？

（3）大阪府の最低賃金引上げの影響

引上げ金額は「妥当」と「高い」という回答が拮抗している（36.7%Vs. 36.5%）、ただし業種別の感覚が違って来る、製造業からは「高い」（45.1%）という不満がうかがえる。

ただし、対応について、全体的に最低賃金を超えた引き上げを実施した企業はすでに半数を超え（51.2%）、また製造業の28.2%は引上げに対応する準備をしていることが分かった。

経営に悪影響と考えた企業は26.8%がある一方、影響ないと答えた企業は46%にもなる。

引上げへの対策として、一番多いのは生産性を高め、残業代削減を挙げている（29%）。

特に対策をとらない割合も27%があり、自由記述からもわかるように今回の引き上げについての各社の対策、評価が分かれている。

（4）原材料高騰の影響について

上昇したと回答した企業の割合が54.5%もあり、上昇幅は5%未満が45%、10%未満が34.9%、ただし15-20%上昇したと回答した企業は10%もあり、企業全体に影響が出ているし、深刻に影響が出る企業も予想される。

上昇したコストを転嫁できている割合は55.1%がある一方、転嫁できていない割合も24.5%があり、この部分の企業経営への影響は避けられない。

なお、回答からは鉄を中心に金属材料、木材、建材、プラスチック、鉱石、繊維、綿、野菜類まで価格上昇している材料は広範にわたっていることがわかる。

まず、建築資材を使う建築業への影響は大きく、金属加工関連企業も一部除いて、軒並み利益の減少、収益ダウンと回答している。直接、間接的な影響がこれからさらに出てくることを懸念されている。

回答期間2021年8月23日～9月30日まで



秘 大阪同友会定点景況調査 (2021年7~9月期) ※スマホから簡単に回答⇒

氏名 _____ (_____) 支部 _____

【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7月~9月期、前四半期は2021年4月~6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、以下の要因の内で該当する**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、以下の要因のうちで該当する**全て**の番号に○印をつけて下さい

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

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】 夏季賞与についてお尋ねします

(1) 2021年の夏季賞与の支給状況についてお答えください。

1 支給した	2 支給しなかった	3 対象者がいない	4 その他
--------	-----------	-----------	-------

(2) (1)で「1.支給する」と回答された方へ 前年度の夏季賞与との比較について、下記から選択してください。

1 増額した	2 ほぼ同額	3 減額した	4 昨年は支給してない
--------	--------	--------	-------------

(3) (1)で「2.支給しなかった」と回答された方へ その理由をご記入ください。

(4) (1)で「1.支給する」と回答された方へ 夏季賞与の支給額の月給の平均月数と平均金額についてお答えください。

1 ヶ月を支給	2 円
---------	-----

【2】 2022年3月卒業予定者の採用について

(1) 2022年3月卒業予定者の採用予定についてお答えください。

1 採用する予定	2 採用する予定はない(2021年は採用した)	3 採用する予定はない(2021年も採用していない)	4 検討中
----------	-------------------------	----------------------------	-------

(2) 2022年3月卒業予定者の採用予定数と2021年3月卒業生の採用結果についてお答えください。

	①大学院	②大学	③短大	④専門学校	⑤高校	⑥中学	⑦その他学校
2021年3月予定	名	名	名	名	名	名	名
2020年3月結果	名	名	名	名	名	名	名

【3】 10月1日から大阪府で最低賃金が現行の964円/時間から992円/時間に2.9%引き上げられますが、この影響についてお尋ねします。

(1) 今回の最低賃金の引き上げ額について

1 妥当な額	2 高い	3 低い	4 わからない
--------	------	------	---------

(2) 今回の最低賃金アップで消費の動向はどのようだと予測していますか

1 改善する	2 変わらない	3 悪化する	4 わからない
--------	---------	--------	---------

(3) 今回の最低賃金引き上げについての対応

1 最低賃金まで賃金を引き上げる	2 最低賃金を超えて賃金を引き上げる
3 既に最低賃金を上回っているので引き上げない	4 既に最低賃金を上回っているがさらに引き上げる
5 その他()	

(4) 今回の引き上げの自社への影響

1 支出が増え経営的に苦しくなる	2 消費支出が増える経済効果でプラスの影響を見込んでいる
3 影響はない	4 わからない
5 その他()	

(5) 引き上げへの経営上の対応 (**5つまで**)

1 生産性を高め対応する	2 残業代を削減する	3 役員報酬の削減
4 他府県へ移転する	5 人件費総支出が変わらないよう調整する	6 福利厚生費の抑制
7 海外への移転	8 外国人労働者・研修生や障害者の活用	9 非正規社員への置き換える
10 社員を削減する	11 人件費以外のコストを削減	12 M&A や廃業の検討
13 特に対策はとらない	14 その他()	

(6) その他 最低賃金についてご意見等ございましたら、ご記入ください。

【4】 原材料高騰の影響についてお尋ねします。

(1) 貴社の仕入価格の状況についてお答えください。

1 上昇している	2 変わらない	3 下降している	4 その他()
----------	---------	----------	----------

(2) (1)で1上昇していると回答された方へ、前年7-9月期と比較し、上昇はどの程度ですか?

1 5%未満	2 5%以上10%未満	3 10%以上15%未満	4 15%以上20%未満	5 20%以上25%未満
6 25%以上30%未満	7 30%以上40%未満	8 40%以上50%未満	9 50%以上60%未満	10 60%以上

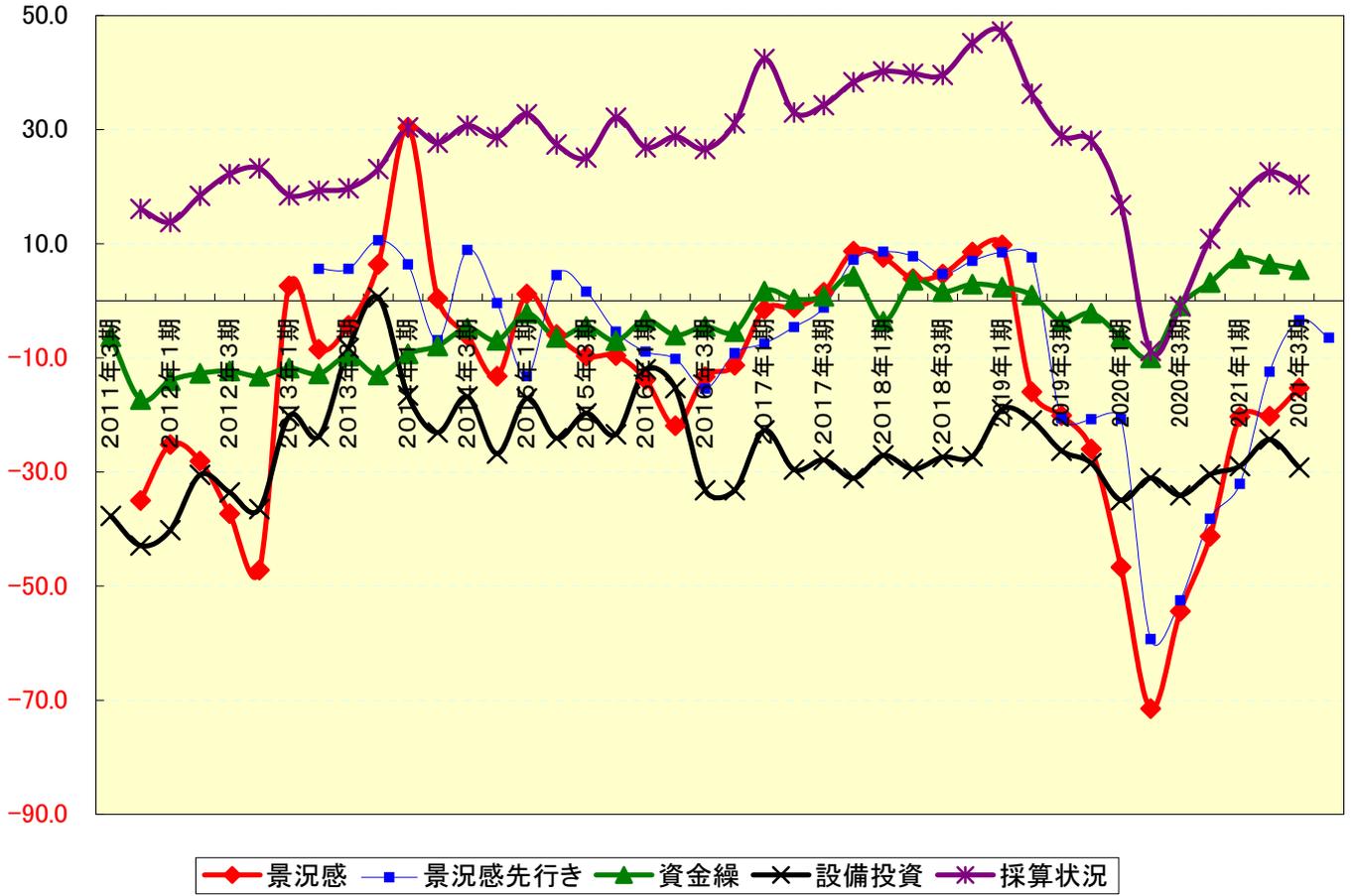
(3) (1)で1上昇していると回答された方へ、上昇分は販売価格へ転嫁できていますか?

1 転嫁できている	2 一部転嫁できている	3 今後転嫁する予定	4 転嫁できていない	5 その他
-----------	-------------	------------	------------	-------

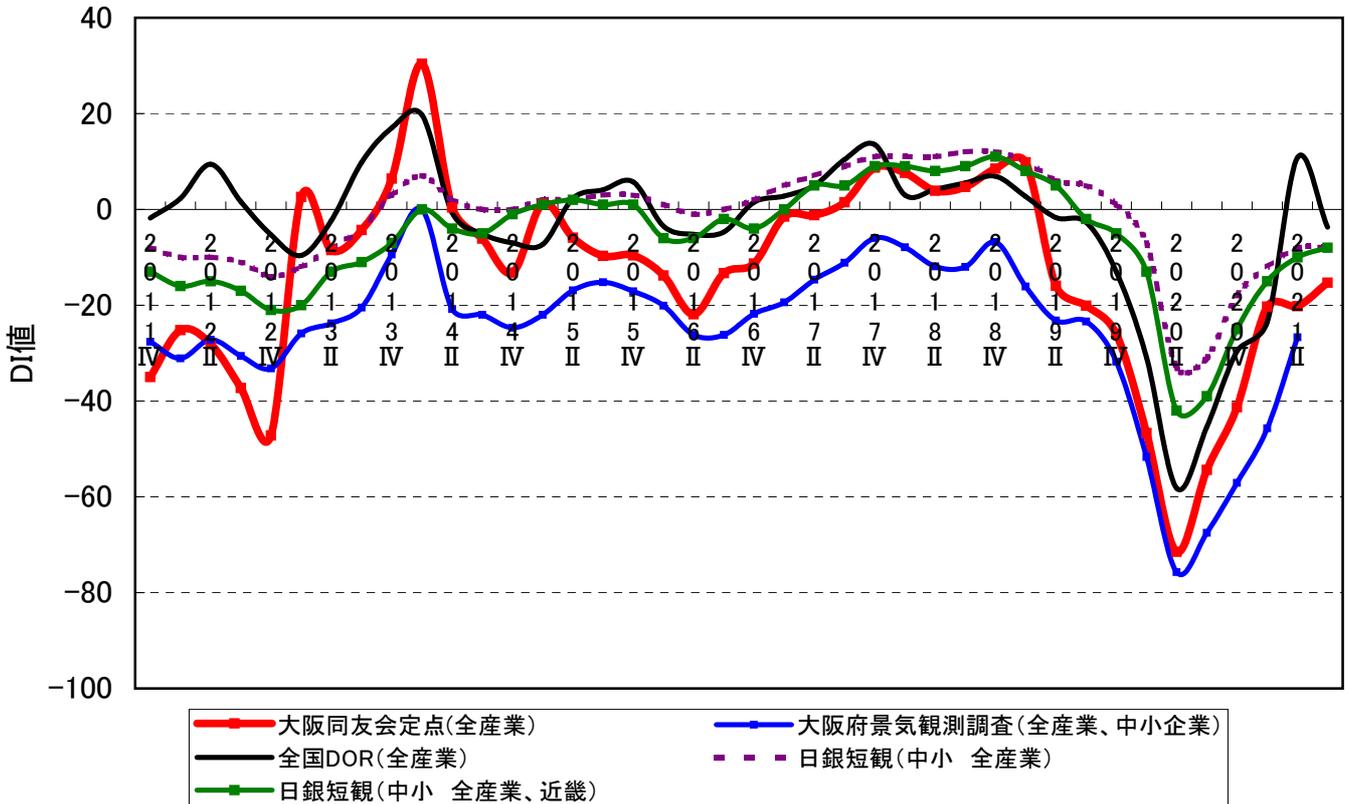
(4) (1)で1上昇していると回答された方へ、上昇している主な品物をご記入ください。

(5) 原材料高それ自体、また原料高が自社に与える影響について、今後の見通しをご記入ください。

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	69	27.9%	91	36.8%	87	35.2%	247
非製造業	155	29.6%	214	40.8%	155	29.6%	524
建設業	15	23.1%	32	49.2%	18	27.7%	65
通信情報業	6	22.2%	9	33.3%	12	44.4%	27
物流業	10	41.7%	7	29.2%	7	29.2%	24
流通業	34	30.1%	43	38.1%	36	31.9%	113
専門サービス業(土業の方)	33	33.0%	41	41.0%	26	26.0%	100
サービス業	57	29.2%	82	42.1%	56	28.7%	195
総計	224	29.1%	305	39.6%	242	31.4%	771

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	103	42.0%	72	29.4%	70	28.6%	245
非製造業	184	35.4%	180	34.6%	156	30.0%	520
建設業	16	25.4%	27	42.9%	20	31.7%	63
通信情報業	6	22.2%	7	25.9%	14	51.9%	27
物流業	8	33.3%	8	33.3%	8	33.3%	24
流通業	39	34.8%	27	24.1%	46	41.1%	112
専門サービス業(土業の方)	42	42.9%	40	40.8%	16	16.3%	98
サービス業	73	37.2%	71	36.2%	52	26.5%	196
総計	287	37.5%	252	32.9%	226	29.5%	765

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	64	25.9%	93	37.7%	90	36.4%	247
非製造業	126	24.1%	226	43.2%	171	32.7%	523
建設業	13	20.0%	27	41.5%	25	38.5%	65
通信情報業	4	14.8%	11	40.7%	12	44.4%	27
物流業	8	33.3%	6	25.0%	10	41.7%	24
流通業	24	21.6%	45	40.5%	42	37.8%	111
専門サービス業(土業の方)	28	28.0%	45	45.0%	27	27.0%	100
サービス業	49	25.0%	92	46.9%	55	28.1%	196
総計	190	24.7%	319	41.4%	261	33.9%	770

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	98	40.0%	71	29.0%	76	31.0%	245
非製造業	155	29.7%	199	38.1%	168	32.2%	522
建設業	16	25.0%	27	42.2%	21	32.8%	64
通信情報業	5	18.5%	9	33.3%	13	48.1%	27
物流業	5	20.8%	7	29.2%	12	50.0%	24
流通業	34	30.4%	30	26.8%	48	42.9%	112
専門サービス業(土業の方)	35	35.7%	45	45.9%	18	18.4%	98
サービス業	60	30.5%	81	41.1%	56	28.4%	197
総計	253	33.0%	270	35.2%	244	31.8%	767

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	110	45.5%	75	31.0%	57	23.6%	242
非製造業	222	42.4%	182	34.8%	119	22.8%	523
建設業	23	35.4%	26	40.0%	16	24.6%	65
通信情報業	7	25.9%	10	37.0%	10	37.0%	27
物流業	8	33.3%	9	37.5%	7	29.2%	24
流通業	45	40.2%	36	32.1%	31	27.7%	112
専門サービス業(土業の方)	60	60.6%	27	27.3%	12	12.1%	99
サービス業	79	40.3%	74	37.8%	43	21.9%	196
総計	332	43.4%	257	33.6%	176	23.0%	765

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	53	21.4%	122	49.2%	73	29.4%	248
非製造業	62	12.0%	296	57.3%	159	30.8%	517
建設業	3	4.8%	42	66.7%	18	28.6%	63
通信情報業	2	7.4%	13	48.1%	12	44.4%	27
物流業	2	8.3%	15	62.5%	7	29.2%	24
流通業	16	14.8%	42	38.9%	50	46.3%	108
専門サービス業(土業の方)	16	16.2%	65	65.7%	18	18.2%	99
サービス業	23	11.7%	119	60.7%	54	27.6%	196
総計	115	15.0%	418	54.6%	232	30.3%	765

⑤景況感先行き

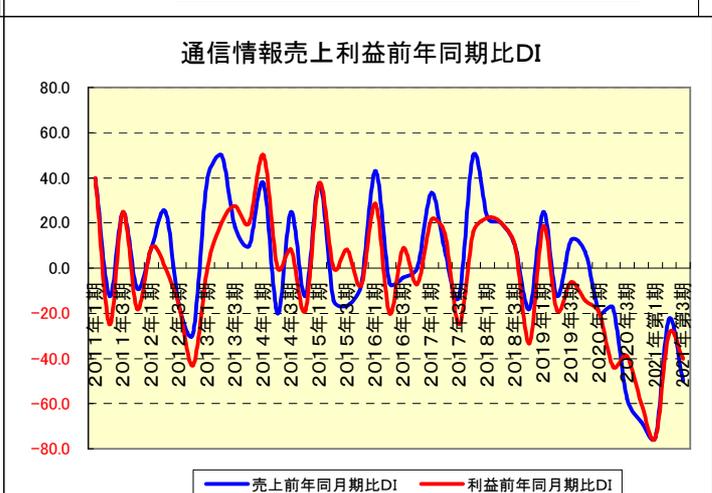
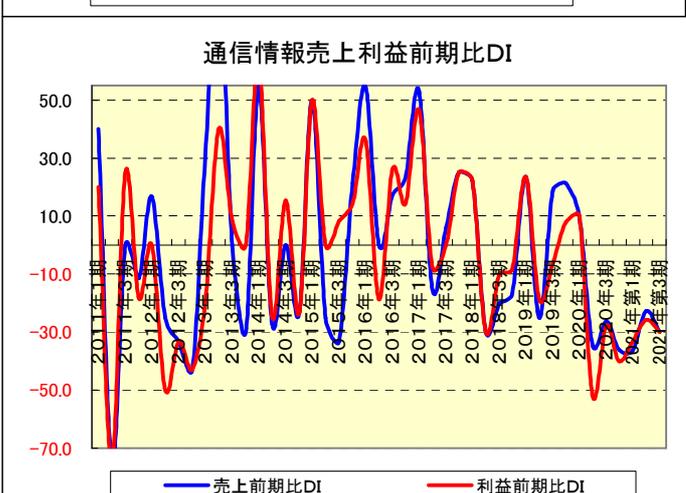
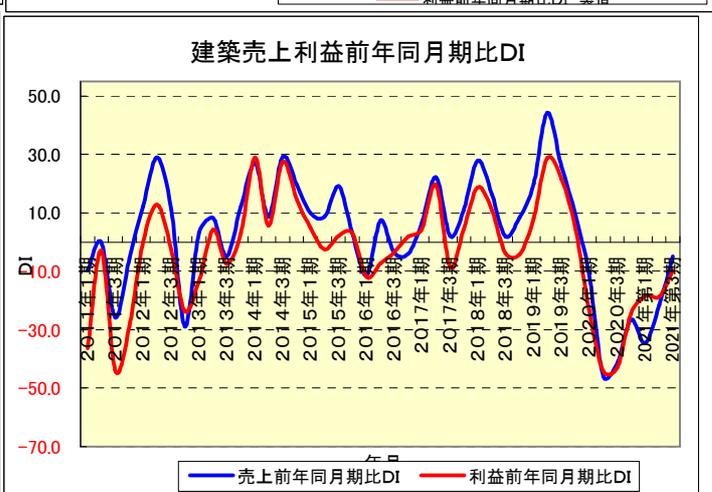
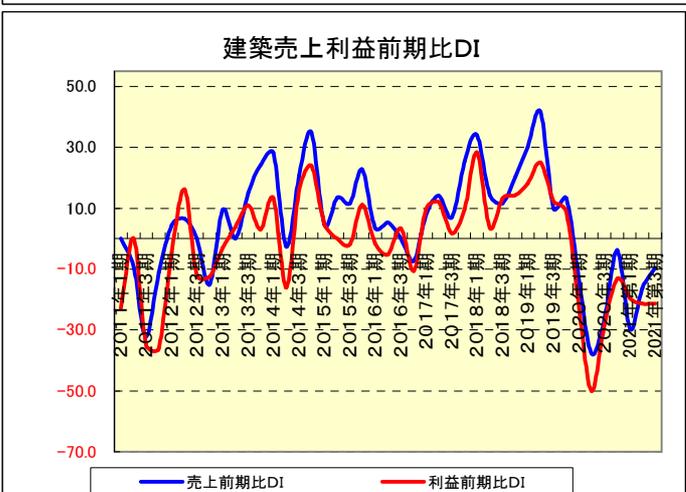
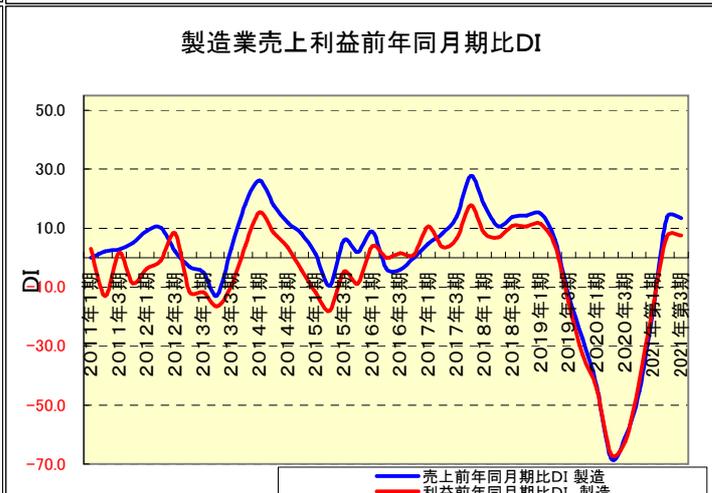
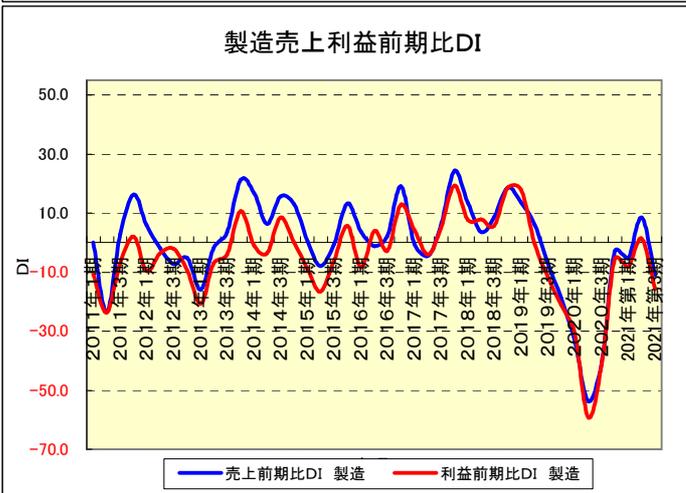
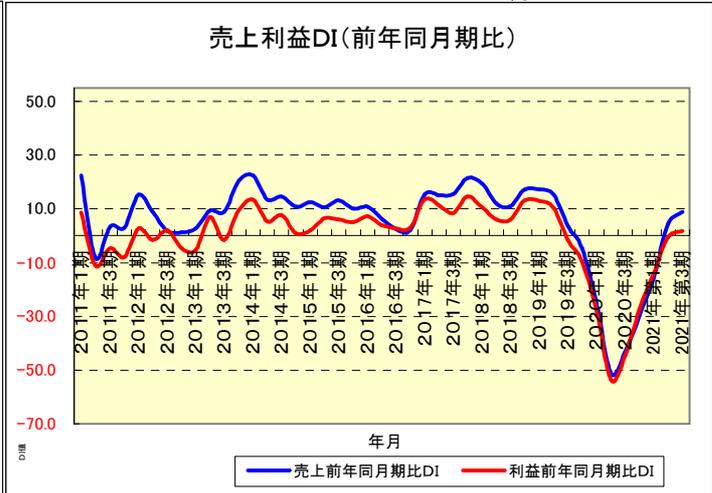
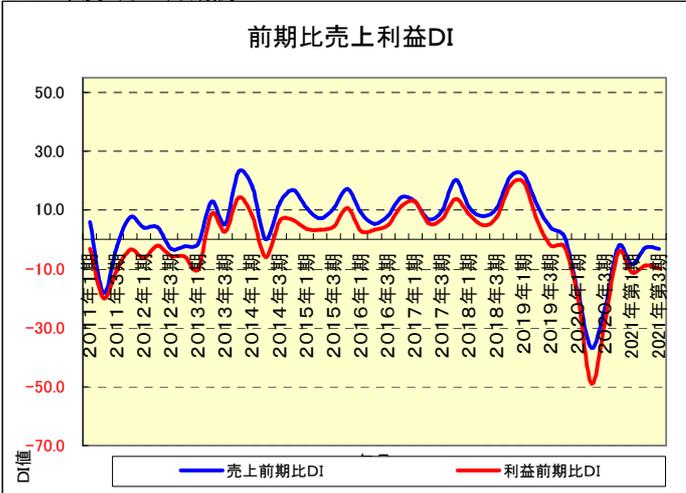
業種	好転	割合	横ばい	割合	悪化	割合	総計
製造業	47	19.7%	134	56.1%	58	24.3%	239
非製造業	83	16.0%	314	60.6%	121	23.4%	518
建設業	6	9.4%	42	65.6%	16	25.0%	64
通信情報業	2	7.4%	17	63.0%	8	29.6%	27
物流業	2	8.7%	15	65.2%	6	26.1%	23
流通業	24	21.8%	53	48.2%	33	30.0%	110
専門サービス業(土業の方)	20	19.8%	65	64.4%	16	15.8%	101
サービス業	29	15.0%	122	63.2%	42	21.8%	193
総計	130	17.2%	448	59.2%	179	23.6%	757

⑥資金繰り

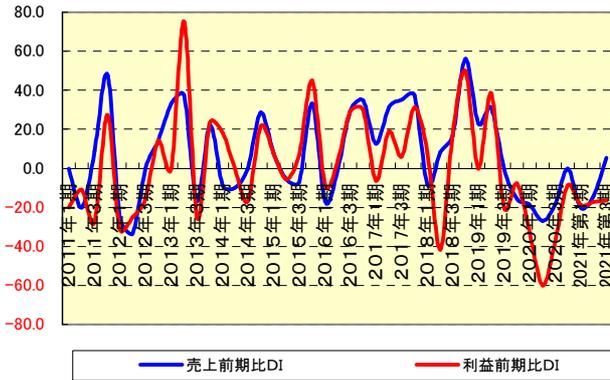
業種	楽	割合	普通	割合	苦しい	割合	総計
製造業	56	22.7%	160	64.8%	31	12.6%	247
非製造業	98	18.8%	342	65.6%	81	15.5%	521
建設業	11	17.5%	42	66.7%	10	15.9%	63
通信情報業	4	14.8%	17	63.0%	6	22.2%	27
物流業	6	26.1%	15	65.2%	2	8.7%	23
流通業	21	18.8%	72	64.3%	19	17.0%	112
専門サービス業(土業の方)	25	25.0%	67	67.0%	8	8.0%	100
サービス業	31	15.8%	129	65.8%	36	18.4%	196
総計	154	20.1%	502	65.4%	112	14.6%	768

【4】(1)設備投資

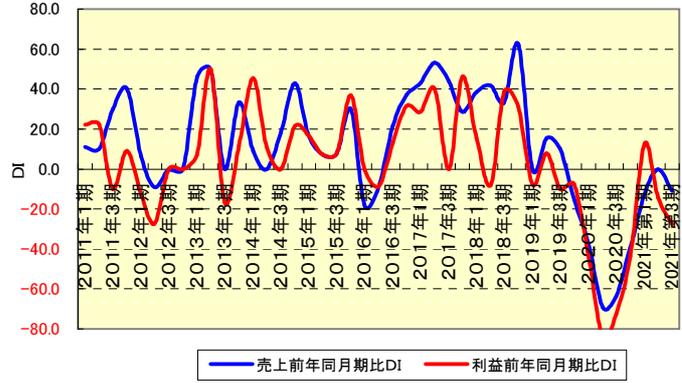
業種	①今期中	割合	②ない	割合	③検討中	割合	総計
製造業	99	40.4%	105	42.9%	41	16.7%	245
非製造業	107	20.7%	324	62.5%	87	16.8%	518
建設業	6	9.5%	45	71.4%	12	19.0%	63
通信情報業	5	18.5%	18	66.7%	4	14.8%	27
物流業	12	52.2%	9	39.1%	2	8.7%	23
流通業	32	29.1%	63	57.3%	15	13.6%	110
専門サービス業(土業の方)	8	8.0%	77	77.0%	15	15.0%	100
サービス業	44	22.6%	112	57.4%	39	20.0%	195
総計	206	27.0%	429	56.2%	128	16.8%	763



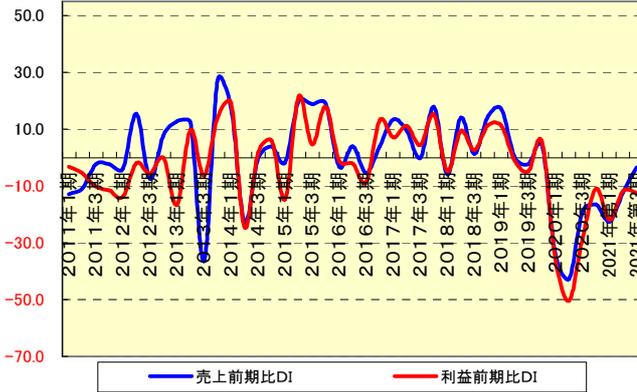
運輸業売上利益前期比DI



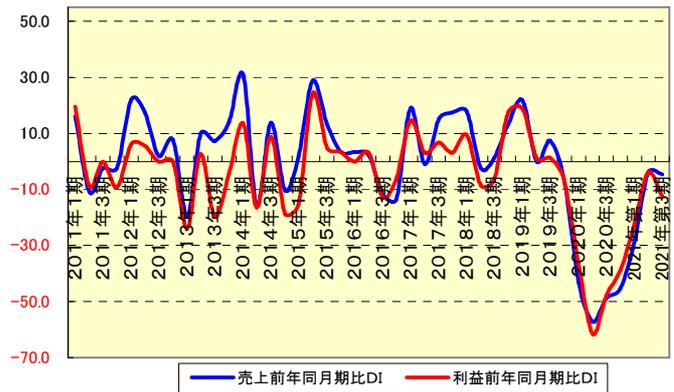
運輸売上利益前年同月期比



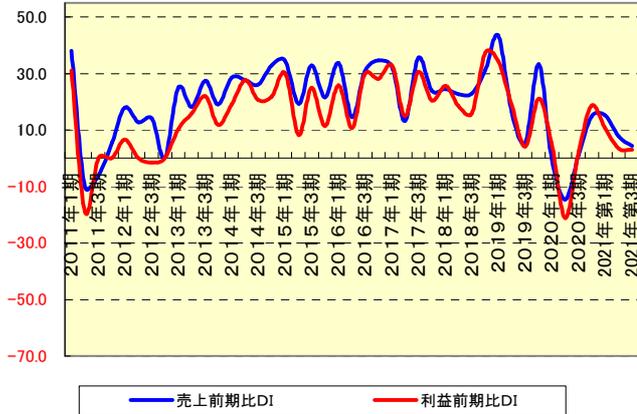
流通売上利益前期比DI



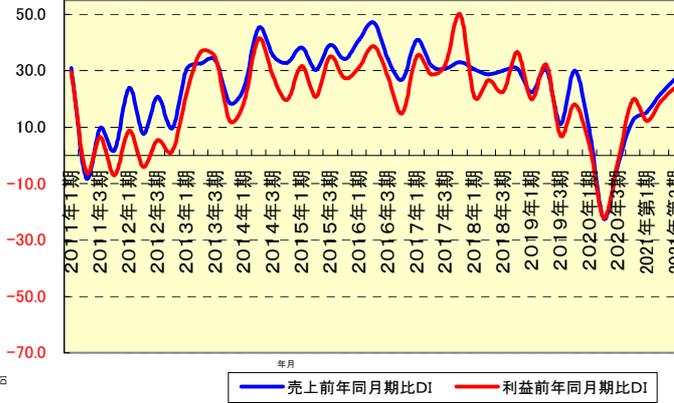
流通売上利益前年同月期比



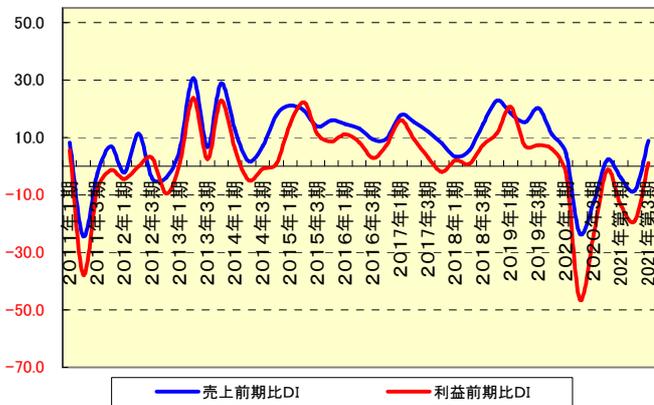
専門サービス売上利益前期比DI



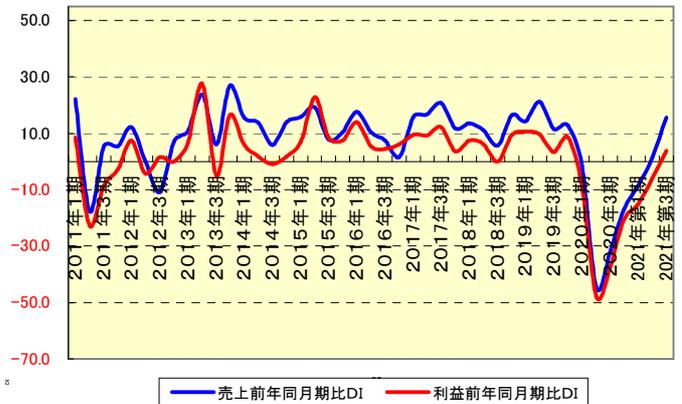
専門サービス売上利益前年同月期比



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



【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	8.5	-11.0	
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	-8.1	0.9	
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	-16.3	-9.5	
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	-22.6	-30.0	
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	-14.3	5.6	
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	-12.1	-3.4	
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	7.8	4.5	
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	-8.6	8.7	
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	-2.7	-3.2	

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	13.8	13.5	
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	0.0	6.4	
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	-21.5	-4.9	
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	-22.6	-50.0	
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	0.0	-11.1	
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	-4.0	-4.5	
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	21.9	27.3	
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	1.4	15.5	
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	4.5	8.9	

(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	1.4	-15.7	
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	-13.9	-7.0	
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	-21.3	-21.4	
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	-25.8	-30.0	
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	-17.1	-16.7	
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	-11.9	-12.5	
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	3.5	3.0	
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	-18.9	1.0	
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	-8.9	-10.0	

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	7.4	7.6	
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	-4.2	-1.2	
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	-18.8	-9.8	
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	-29.0	-40.0	
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	-14.3	-27.8	
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	-4.0	-12.5	
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	19.3	24.2	
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	-6.0	3.8	
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	-0.3	1.8	

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	2021年2期	2021年3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	-10.3	-8.1
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	-25.0	-18.8
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	-23.8	-23.8
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	-19.4	-37.0
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	-34.3	-20.8
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	-29.0	-31.5
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	-11.3	-2.0
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	-29.9	-15.8
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	-20.2	-15.3

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	2021年3期	2021年4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	-1.6	-4.6
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	-4.2	-7.3
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	-1.4	-15.6
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	3.6	-22.2
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	-3.2	-17.4
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	-15.6	-8.2
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	1.0	4.0
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	-4.0	-6.7
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	-3.4	-6.5

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	2021年2期	2021年3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	10.6	10.1
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	4.4	3.3
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	13.8	1.6
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	-6.5	-7.4
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	-2.9	17.4
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	6.9	1.8
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	20.4	17.0
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	-5.3	-2.6
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	6.5	5.5

設備投資DI推移

設備投資DI推移

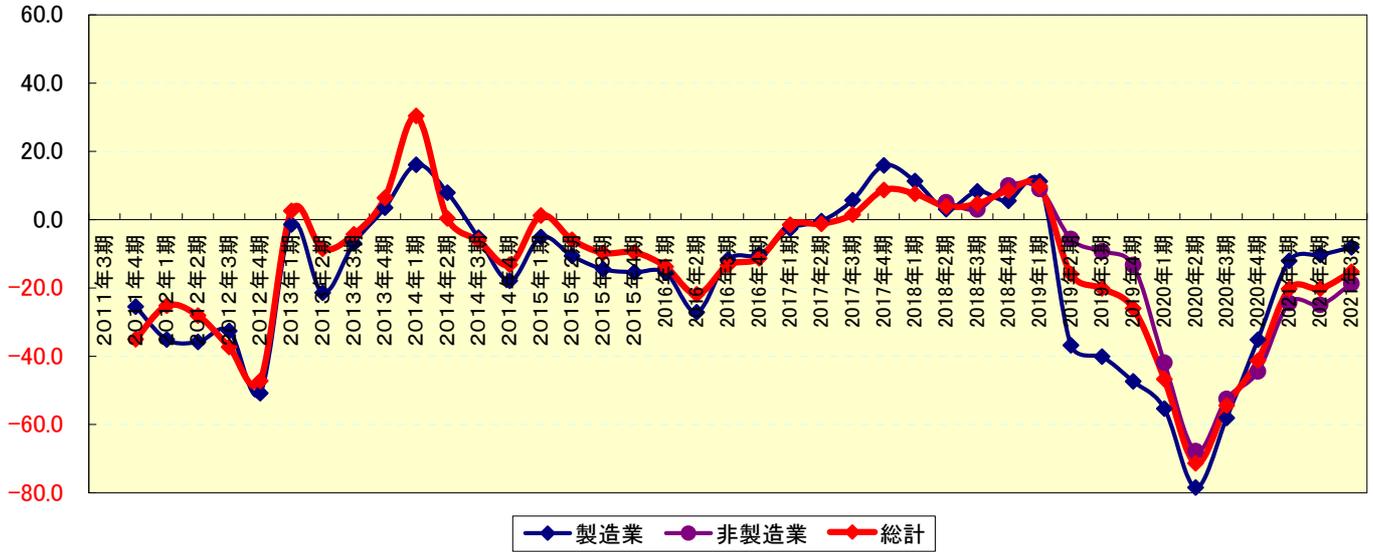
	2017年1期	2017年2期	2017年3期	2017年4期	2018年1期	2018年2期	2018年3期	2018年4期	2019年1期	2019年2期	2019年3期	2019年4期	2020年1期	2020年2期	2020年3期	2020年4期	2021年1期	2021年2期	2021年3期
製造業	-7.9	-5.0	-4.5	-9.3	-4.0	3.9	5.2	0.0	13.2	1.0	-2.2	-9.5	-19.7	-22.8	-27.8	-23.9	-4.0	0.7	-2.4
非製造業						-7.0	-42.7	-40.2	-31.0	-31.7	-39.3	-39.9	-43.5	-35.2	-37.5	-33.9	-41.4	-36.3	-41.9
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	-47.5	-61.9
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	-10.0	-48.1
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	17.6	13.0
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	-30.7	-28.2
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	-66.1	-69.0
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	-31.4	-34.9
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	-24.3	-29.2

採算状況DI

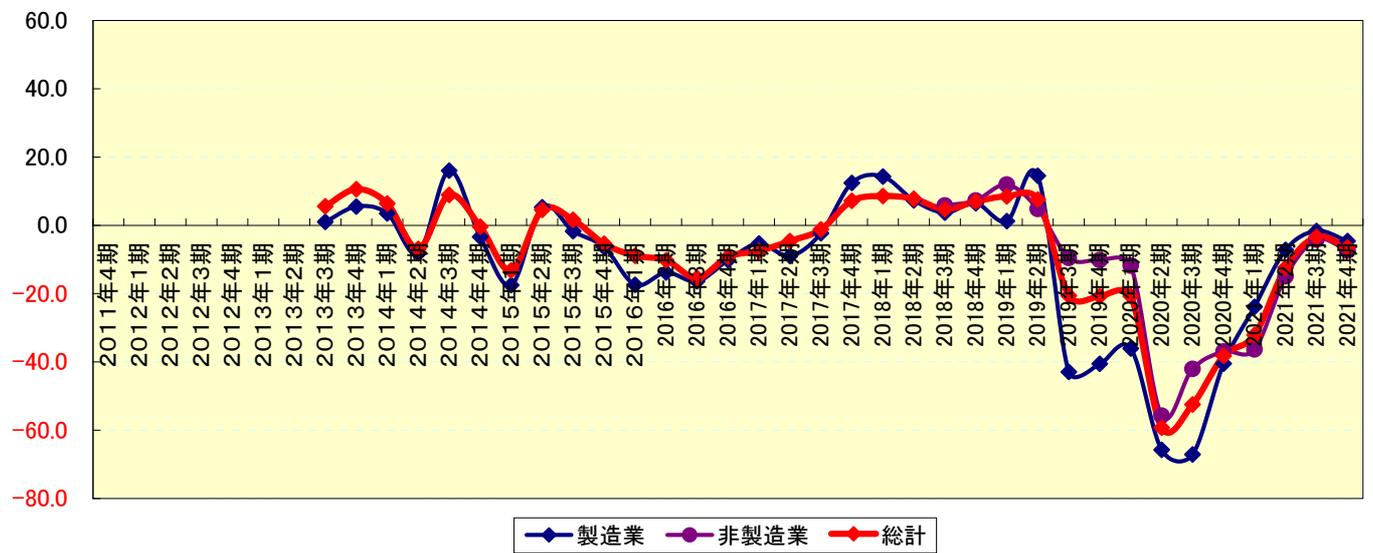
採算状況DI

	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	2021年2期	2021年3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	22.9	21.9
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	22.4	19.7
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	23.7	10.8
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	6.5	-11.1
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	11.4	4.2
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	21.2	12.5
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	57.5	48.5
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	8.5	18.4
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	22.5	20.4

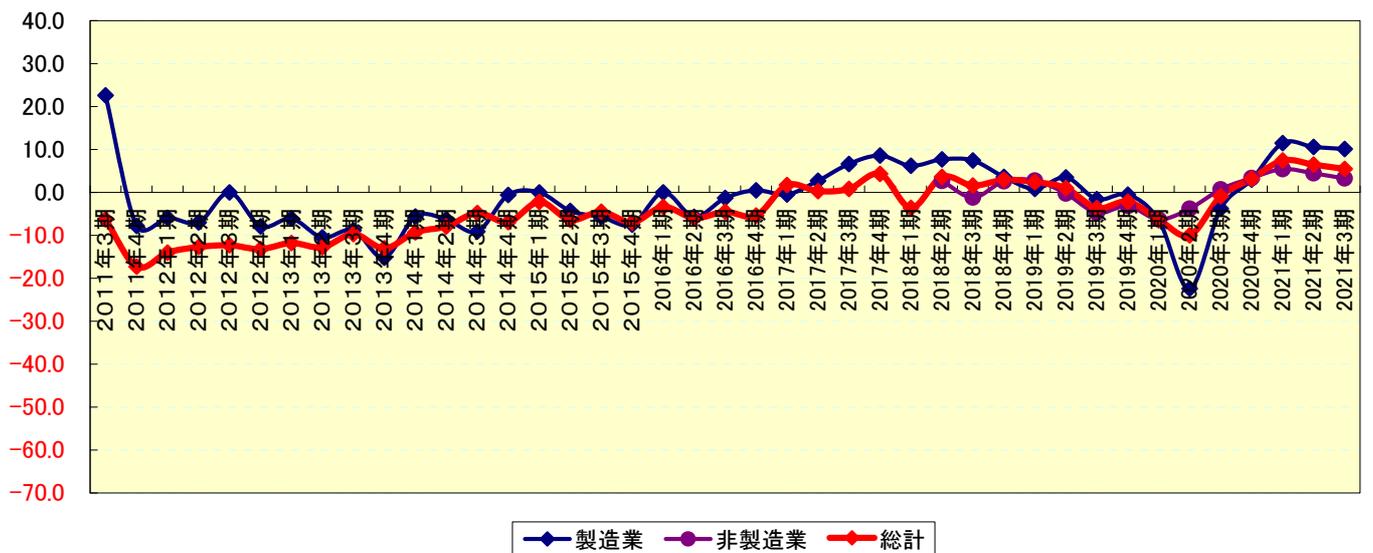
景況感DI



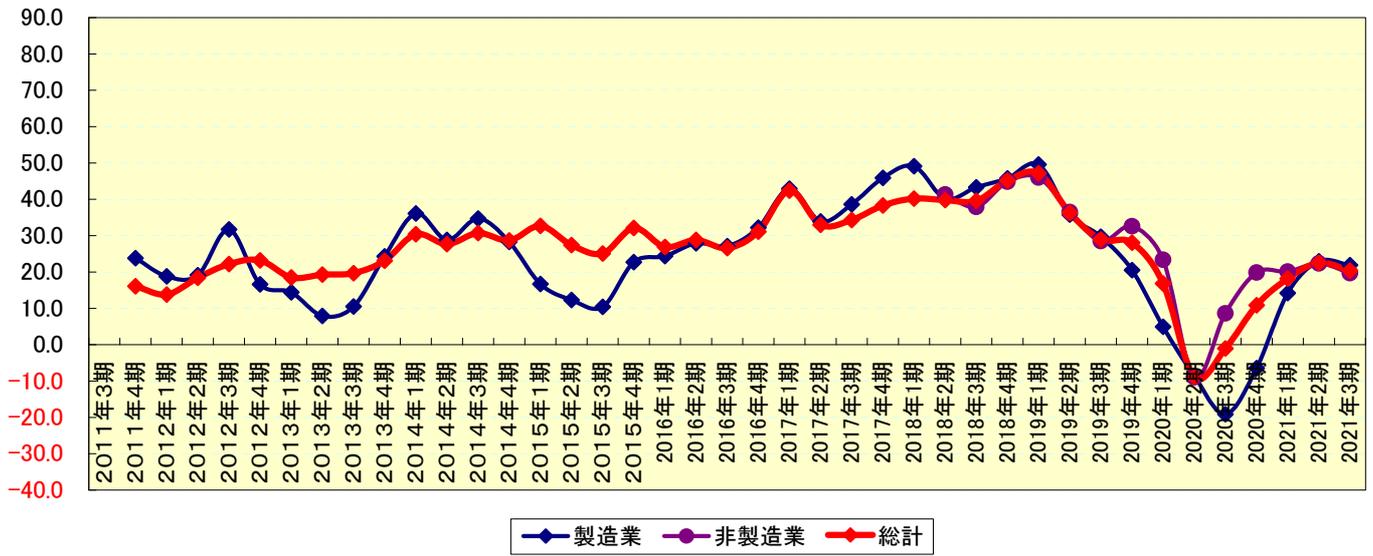
景況感先行きDI



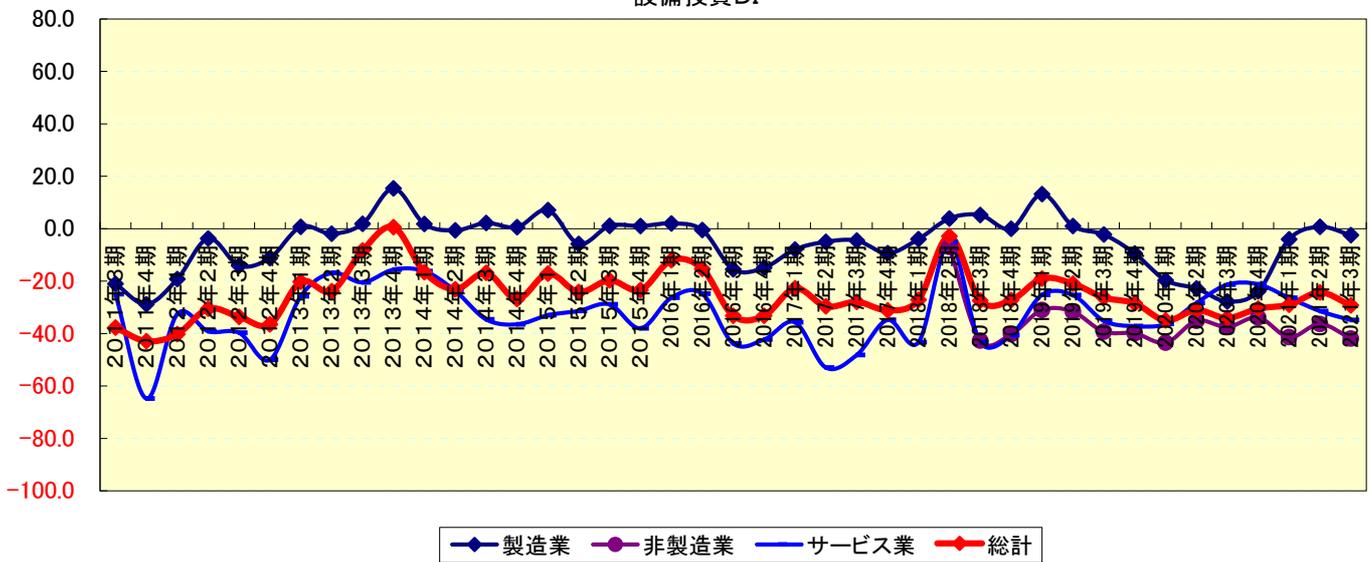
資金繰りDI



採算DI



設備投資DI



(2) 売上の増加と減少の要因に関して

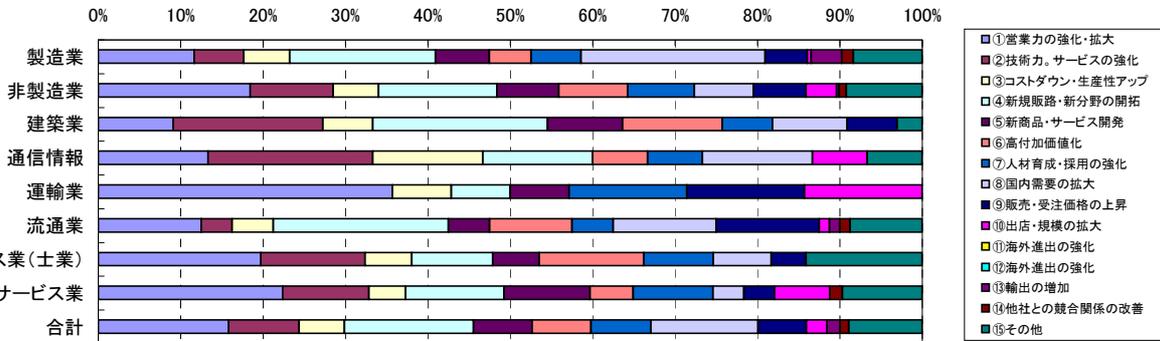
①売上前年同期比が「増加」と回答した企業の要因(選択式)

	業種									合計	年次						
	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			2019年10-12	2020年1-3	2020年4-6	2020年7-9	2020年10-12	2021年1-3	2021年4-6
①営業力の強化・拡大	25	64	3	2	5	10	14	30	89	65	51	35	48	45	62	105	89
②技術力・サービスの強化	13	35	6	3	0	3	9	14	48	33	25	17	18	20	21	60	48
③コストダウン・生産性アップ	12	19	2	2	1	4	4	6	31	16	13	11	9	15	12	32	31
④新規販路・新分野の開拓	38	50	7	2	1	17	7	16	88	43	28	27	35	38	47	79	88
⑤新商品・サービス開発	14	26	3	0	1	4	4	14	40	25	14	15	25	13	19	47	40
⑥高付加価値化	11	29	4	1	0	8	9	7	40	30	21	18	15	24	18	36	40
⑦人材育成・採用の強化	13	28	2	1	2	4	6	13	41	24	23	11	17	18	19	45	41
⑧国内需要の拡大	48	25	3	2	0	10	5	5	73	14	7	11	15	23	30	86	73
⑨販売・受注価格の上昇	11	22	2	0	2	10	3	5	33	13	6	8	8	8	12	26	33
⑩出店・規模の拡大	1	13	0	1	2	1	0	9	14	4	5	4	6	3	5	12	14
⑪海外進出の強化	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	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
⑬輸出の増加	8	1	0	0	0	1	0	0	9	2	0	2	1	2	7	21	9
⑭他社との競合関係の改善	3	3	0	0	0	1	0	2	6	6	3	4	3	4	2	17	6
⑮その他	18	32	1	1	0	7	10	13	50	8	19	21	20	26	18	65	50
合計	69	155	15	6	10	34	33	57	224	284	217	185	221	125	527	261	224

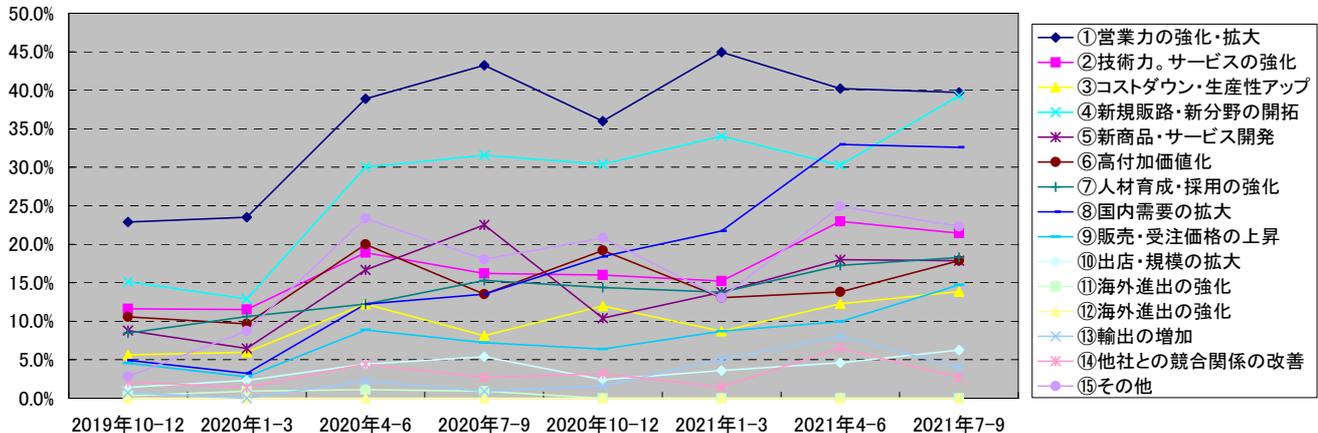
○その他回答：・コロナの影響改善。・昨年はコロナ1年目で休業等あったため売上が減少。そこと比べると今年度は若干増加した。・新型コロナウイルスの影響を心配していたが。昨年比で受講生増加。・海外需要の拡大。・コロナ禍での需要底上げ。・国内外需要の戻り。・コロナの影響が徐々に回復。・得意先の動向による。・スポット対応。・新型コロナウイルスの影響で部屋の収容人数が減った分。セミナーの開催回数が増加。開催回数に応じて売上高が増加。・グループの税理士法人からの紹介が絶えないため。・コロナの影響が減少。・たまたま。・コロナ特需。・新規受注増加。・コロナの状況が好転につながったためです。・ネットショップの売上増が一番の要因。・前年はコロナとオリンピックの影響があったので今年度はもとに戻った。・前年が悪すぎた。・コロナによる影響が薄らいだ。消費者の感覚が慣れだしてきた事による消費行動。・IT導入補助金利用。取扱いパッケージのサポート終了。・契約数増加。・価格改定前の駆け込み需要

	業種									合計	年次						
	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			2019年10-12	2020年1-3	2020年4-6	2020年7-9	2020年10-12	2021年1-3	2021年4-6
①営業力の強化・拡大	36.2%	41.3%	20.0%	33.3%	50.0%	29.4%	42.4%	52.6%	39.7%	22.9%	23.5%	38.9%	43.2%	36.0%	44.9%	40.2%	39.7%
②技術力・サービスの強化	18.8%	22.6%	40.0%	50.0%	0.0%	8.8%	27.3%	24.6%	21.4%	11.6%	11.5%	18.9%	16.2%	16.0%	15.2%	23.0%	21.4%
③コストダウン・生産性アップ	17.4%	12.3%	13.3%	33.3%	10.0%	11.8%	12.1%	10.5%	13.8%	5.6%	6.0%	12.2%	8.1%	12.0%	8.7%	12.3%	13.8%
④新規販路・新分野の開拓	55.1%	32.3%	46.7%	33.3%	10.0%	50.0%	21.2%	28.1%	39.3%	15.1%	12.9%	30.0%	31.5%	30.4%	34.1%	30.3%	39.3%
⑤新商品・サービス開発	20.3%	16.8%	20.0%	0.0%	10.0%	11.8%	12.1%	24.6%	17.9%	8.8%	6.5%	16.7%	22.5%	10.4%	13.8%	18.0%	17.9%
⑥高付加価値化	15.9%	18.7%	26.7%	16.7%	0.0%	23.5%	27.3%	12.3%	17.9%	10.6%	9.7%	20.0%	13.5%	19.2%	13.0%	13.8%	17.9%
⑦人材育成・採用の強化	18.8%	18.1%	13.3%	16.7%	20.0%	11.8%	18.2%	22.8%	18.3%	8.5%	10.6%	12.2%	15.3%	14.4%	13.8%	17.2%	18.3%
⑧国内需要の拡大	69.6%	16.1%	20.0%	33.3%	0.0%	29.4%	15.2%	8.8%	32.6%	4.9%	3.2%	12.2%	13.5%	18.4%	21.7%	33.0%	32.6%
⑨販売・受注価格の上昇	15.9%	14.2%	13.3%	0.0%	20.0%	29.4%	9.1%	8.8%	14.7%	4.6%	2.8%	8.9%	7.2%	6.4%	8.7%	10.0%	14.7%
⑩出店・規模の拡大	1.4%	8.4%	0.0%	16.7%	20.0%	2.9%	0.0%	15.8%	6.3%	1.4%	2.3%	4.4%	5.4%	2.4%	3.6%	4.6%	6.3%
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%	0.4%	0.9%	1.1%	0.9%	0.0%	0.0%	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%	0.0%
⑬輸出の増加	11.6%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	2.9%	0.0%	0.0%	4.0%	0.7%	0.0%	2.2%	0.9%	1.6%	5.1%	8.0%	4.0%
⑭他社との競合関係の改善	4.3%	1.9%	0.0%	0.0%	0.0%	2.9%	0.0%	3.5%	2.7%	2.1%	1.4%	4.4%	2.7%	3.2%	1.4%	6.5%	2.7%
⑮その他	26.1%	20.6%	6.7%	16.7%	0.0%	20.6%	30.3%	22.8%	22.3%	2.8%	8.8%	23.3%	18.0%	20.8%	13.0%	24.9%	22.3%
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%	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



no	業種	記述内容
1	【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
2	【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	昨様がコロナの影響で売上が激減していたので今年は、やや戻ってきたというところ。
3	【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	新規取引先の拡大、新たな事業の増加
4	【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	受注商品の入れ替えによる受注単価の増加
5	【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	コロナ禍による帰国困難の外国人労働者を採用しようとする取引先に新しいサービスを提供
6	【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	経年劣化による機器入替及びテレワーク需要の増加による機器増設
7	【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	顧客単価を上げた
8	【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	清掃に於ける、コロナ関連事業を強化
9	【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	お客様の経済状況が回復傾向で物販の売れ行きが良かった
10	【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	開業して1年半になりますが地元にて定着してきたと思われまます。
11	【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	業務認知の拡大
12	【サービス業】学術・研究開発機関	業界の景気が好転
13	【サービス業】学術・研究開発機関	新規提案
14	【サービス業】機械等修理業	なし
15	【サービス業】広告業、広告代理、屋外広告、	需要に合わせたサービスの提供を行うことができた。
16	【サービス業】広告業、広告代理、屋外広告、	顧客のニーズ増大。
17	【サービス業】広告業、広告代理、屋外広告、	特になし。
18	【サービス業】自動車整備業	钣金塗装以外での売上アップ(ペイントプロテクションフィルムの受注増)
19	【サービス業】自動車整備業	顧客ニーズを調べ対応した。
20	【サービス業】自動車整備業	定期点検サービスの強化、在庫量調整で生産性アップと残業の大幅減、保険専任者の採用
21	【サービス業】自動車整備業	新規顧客の取り組み 会合への参加
22	【サービス業】政治・経済・文化団体	人材育成に力をを入れて付加価値を高めました
23	【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	コンサルタント業
24	【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	新規受注の獲得
25	【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	クライアントからの紹介
26	【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	2020年のコロナ禍より少し上を向いた状況だけ、広告は活性化してるとは言い難い…。
27	【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	紹介
28	【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	顧客への認知強化
29	【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	特に特別な取り組みはなし。外部環境の変化によるもの。
30	【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	インターネット集客の強化と同時に既存顧客との関係性強化に努めている。
31	【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	グループの税理士法人からの紹介が絶えないため
32	【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	国内需要の拡大に伴い、弊社がそれにこたえられるサービスの強化と人材育成ができたこと
33	【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	料金の値上げ
34	【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	特になし、コロナの影響が減少したため
35	【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	方針の徹底
36	【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	コロナに対応したサービスの展開
37	【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	助成金申請増、顧問契約増

no	業種	記述内容
38	【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	特にない
39	【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	補助金及びコンサルティング需要が増加したため
40	【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	これまでの営業努力の成果
41	【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	オンラインを使ったコンサルティングが増加した
42	【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	助成金等の申請での収入増がありました
43	【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	広告
44	【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	事業承継
45	【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	お客様に寄り添った対応
46	【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	新サービスの開発に成功して、販売できるようになったこと
47	【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	紹介先の増加
48	【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	コロナに伴う、助成金申請
49	【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	経済不安のためか相談が増えたのをすべて受け入れた
50	【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	研修の増加
51	【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	ウェブマーケティングの導入
52	【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	顧問先の増加
53	【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	紹介数の増加
54	【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	IT販促の導入
55	【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	売上単価の大きいグループ法人が顧客になったため。
56	【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	見込み客と接触できる機会を増やしたこと。
57	【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	営業短縮の中で顧客フォローの徹底等
58	【サービス業】廃棄物処理業、ごみ収集	データによる経営の意思決定に変えた事。
59	【サービス業】廃棄物処理業、ごみ収集	新工場新設とサービス拡大
60	【サービス業】物品賃貸業、リース、自動車賃貸	顧客先企業の活動が活発になったもの、一般利用客のコロナの意識した行動変化が後押し
61	【医療、福祉】医療業、病院、診療所、助産所、はり・きゅう師	マーケティング強化
62	【医療、福祉】医療業、病院、診療所、助産所、はり・きゅう師	主要事業以外の新規事業開始。
63	【医療、福祉】医療業、病院、診療所、助産所、はり・きゅう師	昨年10月より新規事業を始めており、昨年は準備期間になっていた
64	【医療、福祉】医療業、病院、診療所、助産所、はり・きゅう師	新規事業
65	【医療、福祉】医療業、病院、診療所、助産所、はり・きゅう師	地道な啓発活動の結果
66	【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	保育事業が好転している
67	【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	法人各事業所毎に収支を意識した経営を行い、全体として黒字化
68	【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	新規施設の開設
69	【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	昨年立ち上げた新規事業の利用者人数が増えたため
70	【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	社員みんなが自分事として取り組んでくれるようになった。

no	業種	記述内容
71	【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	営業力の強化と新たな店舗の出店で売上増加
72	【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	受注が増えている。
73	【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	WEB集客の増加
74	【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	事業の拡大、人員の増加、営業。
75	【飲食店】一般飲食店	新商品、新メニュー、仕入れ変更による質の向上
76	【運輸・通信業】運輸に付帯するサービス業、	単価の引き上げと新規顧客の創出(BtoB)
77	【運輸・通信業】倉庫業	取引先の数を増やした、輸入だけでなく輸出の作業も始めた
78	【運輸・通信業】倉庫業	営業と努力
79	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引越センター	既存の得意先への営業をした。新規得意先の獲得
80	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引越センター	人材の確保
81	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引越センター	営業力強化、顧問に助けってもらったり、私自身営業できる様になった。
82	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	輸出増
83	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	営業部門の強化と、新規販売先の開拓。
84	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	外国生産品の国内回帰の商品があり、弊社で生産した。
85	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	オーダーメイドパーツ品(付加価値商材)の受注増
86	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	新製の開拓と、旧製品の安定化
87	【卸売・小売業】飲食料品卸売業	中国へのホタテ貝出荷が増加した
88	【卸売・小売業】飲食料品卸売業	コロナ禍の混乱期からの消費マインドの回復が大きい
89	【卸売・小売業】飲食料品卸売業	SNSによる告知強化、Zoom等を使用した非接触販売強化、新ワイン開拓
90	【卸売・小売業】家具・什器・機械器具小売業、仏壇、パソコン	新規開拓と既存顧客の需要が回復。
91	【卸売・小売業】家具・什器・機械器具小売業、仏壇、パソコン	特になし
92	【卸売・小売業】家具・什器・機械器具小売業、仏壇、パソコン	人材雇用 営業部に人を増やしたため
93	【卸売・小売業】各種商品卸売業	特に無し
94	【卸売・小売業】各種商品卸売業	スーパー、コンビニ向けの商材が好調だったため
95	【卸売・小売業】各種商品卸売業	適材適所の人員配置による組織の活性化
96	【卸売・小売業】各種商品卸売業	同業他社の廃業
97	【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	コロナの影響改善
98	【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	輸入商品の取り扱いを始めた
99	【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	倉庫スペースの確保、作業スペースの確保など
100	【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	顧客に対する積極的な取り組みが大きな受注につながる
101	【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	前年同月はコロナの蔓延とテレワーク等々の影響もあり、製造業全体が在庫調整等に追われ、売上が低迷した。これらの事からのコロナの終息には至っていないが事態が落ち着き本年を迎えている。
102	【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	数年前の地道な営業活動が実った
103	【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化したホームページからの問い合わせ
104	【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	金属単価の上昇、新規取引先の増加
105	【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	値上げ
106	【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	販売価格の上昇
107	【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	木材建材の値上がり
108	【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	単なる価格上昇
109	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	カワサキプラザ全国で80店舗のうち大阪で5店舗、そのうち2店舗出店(東大阪・堺)
110	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	コロナ禍での需要底上げによる 特になにもしてません
111	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	新規契約のお客様による売上、粗利の増加
112	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	現在までの地道な取り組みの結果が出てきた
113	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	メンテナンス部門を強化した為
114	【卸売・小売業】織物・衣服・身の回り品小売業、蒲団	既存客へのDM
115	【卸売・小売業】織物・衣服・身の回り品小売業、蒲団	カジュアルオーダーアイテムなど販売するラインナップを増やした
116	【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	中小企業における採用支援事業をスタートさせ、契約にこぎつけたこと。協力会社と繋がることで、紹介が増えて、コンテンツも増えたこと。顧客の社員に関する相談役として信頼されるようになったこと。
117	【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	企業や事業所との十分なヒアリングとプランの提案

no	業種	記述内容
118	【金融・保険】保険業	営業力
119	【金融・保険】保険業	2年前に採用した社員の成長 同友会での取り組み
120	【金融・保険】保険業	昨年からのマーケティング
121	【金融・保険】保険業	新規取り組み
122	【金融・保険】保険業	行動量と新たな提案力
123	【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	昨年度は通常の顧客もコロナで痛められた途中で、まだ様子見があったが、今年は今まで予定していた工事はやろうとしている。食品に強いスーパーマーケットの仕事が順調。
124	【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	新規販路を拡張したこと
125	【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	既存顧客からの紹介数の増加
126	【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	競合他社の減少、コロナ禍による空調の見直し
127	【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	受注見通しを整理した上で営業活動に取り組んだ
128	【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	今までの仕事以外の新規分野にも手を出している事。
129	【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	従来から取引のある得意先の仕事について、違う分野にも取り組んだ。
130	【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	特記なし
131	【建設業】総合工事業（民需中心）、土木、しゅんせつ、	他社との競合にならない顧客との関係性が構築できていること
132	【建設業】総合工事業（民需中心）、土木、しゅんせつ、	顧客満足度向上、新規顧客の取り込み
133	【建設業】総合工事業（民需中心）、土木、しゅんせつ、	施工体制の変更
134	【建設業】総合工事業（民需中心）、土木、しゅんせつ、造園	特に何かに取り組んではいない。コロナ禍で在宅勤務が増えて、普段、家の事に気にしないご主人が、在宅する事で、リフォーム意識高く成ったのか、リフォーム受注が多い
135	【建設業】総合工事業（民需中心）、土木、しゅんせつ、	コロナ禍に伴い変化に対応、WEB強化
136	【建設業】総合工事業（民需中心）、土木、しゅんせつ、	新たな取り組みが相乗効果を生んでいる
137	【建設業】総合工事業（民需中心）、土木、しゅんせつ、	特になし
138	【建設業】総合工事業（民需中心）、土木、しゅんせつ、	新しい2つの事業を今年からスタート①リノベ不動産事業②マド本舗事業
139	【情報通信業】インターネット付随サービス業	採用及び、方針からの毎週のPDCA社内会議
140	【情報通信業】インターネット付随サービス業	コロナで需要が増加した教育機関へのタブレットなどの設定販売
141	【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	営業の可視化と分析への取り組み
142	【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	検索からの問い合わせ増。クラウド版の受注増
143	【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	多様な保守サービスの提供
144	【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	コロナ禍で止まっていたプロジェクト、および製品開発が動き出した。最近取り引きを始めたメーカーからの受注が安定して増加してきた。
145	【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	紹介が増えた
146	【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	提案力の強化。営業力の強化。
147	【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	特になし
148	【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、技術者のスキルアップ
149	【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	取り扱い商品を増やした。景気の良い企業に集中的に営業。
150	【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	客先の需要が前年のコロナ禍中よりも大きく増えた
151	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	常日頃の実施
152	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	コロナ禍での需要減からの回復
153	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	メーカーが新製品の発売に着手しだしていること。ホームページからの問い合わせも増えていること。
154	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	とくになし
155	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	役割分担が出来ている
156	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	当社は主にダンボール箱を製造販売しており、コロナ禍における家内需要で得意先の通販が好調であった事。更に新規で販売を始めた飲食関連、またコラボによる商品展開に多く関わることが出来たこと。
157	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	コロナ対策品の特需が継続
158	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	Amazonでの販売が急増している
159	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	営業の増員による売上高UP、受益のとりこぼしが少なくなってきた。
160	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	コロナ関連の受注が増えた。特にマスクケースの売上が過去最高の数字を出した。
161	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	国内需要の回復が大きいと思われる。
162	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	原材料費値下げの努力とネット販売スタート
163	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	新規案件の増加

no	業種	記述内容
164	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	稼働率の向上
165	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	半導体需要が増えた事
166	【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	メイドインジャパンの自社商品を海外の小売業者にダイレクトに販売することや海外向け販売のノウハウがないメーカーの商品などの販売代行などもおこなった
167	【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	業界
168	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	コロナ特需
169	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	動画配信による新規顧客の開拓と既存顧客の底上げ
170	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	昨年予定だった中国向け案件の受注 既存先の仕事量が戻ってきた
171	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	景気上昇(昨年と比べて)
172	【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(システム)の販売増も有りますが、物流業界の流れによる受注量の増が売上増の原因。
173	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	昨年同期は、コロナ感染対策の緊急事態宣言で大きく売上げが落ち込んだが、今期は前期よりも緊急事態宣言の影響が弱まっている
174	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	新規顧客を増やした
175	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	地方営業を同業他社に一任
176	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	コロナ下からの回復による単なる需要増
177	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	解析業務などの強化
178	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	新規取引先も含め既存顧客からの受注増加と、価格交渉での単価上昇
179	【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、コロナ禍で鈍っていた生産の動きが戻り出した
180	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	新規販路拡大
181	【製造業】印刷・関連産業、製本、写植、製版	新型コロナウイルスの影響を心配していたが、昨年比で受講生増加
182	【製造業】印刷・関連産業、製本、写植、製版	特にありません
183	【製造業】印刷・関連産業、製本、写植、製版	顧客満足度(納期・品質・価格)の向上で、定期受注品の拡大に成功
184	【製造業】化学工業、ゼラチン、塗料、石鹼、医薬品、塩、飼そく、高圧ガス、化学肥料	こつこつと試作を繰り返し、車載関係の要望が実った
185	【製造業】化学工業、ゼラチン、塗料、石鹼、医薬品、塩、飼そく、高圧ガス、化学肥料	HPのリニューアル。営業支援の活用。
186	【製造業】家具・装備品製造業、仏壇	既存得意先の売上げ増加
187	【製造業】家具・装備品製造業、仏壇	営業力強化(人員増)
188	【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	需要に対して製造能力を上げた
189	【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	海外の需要増を受け、輸出製品を持つ国内製造業が活況である。間接的に輸出向け製品の加工をしている当社にも恩恵があった。他社にはできない独自技術を過去数年にわたりPRしてきた効果がでている。
190	【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	社員教育
191	【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	在庫の積み増し、商品力の強化
192	【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	需要回復が一番だが、設備更新や価格見直しをした効果も合わさっている。現場も含めて営業意識を高めるよう取り組んだ。
193	【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	去年6月から販売事業を開始したため
194	【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	国内需要の拡大
195	【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	数年前からのお客様の仕事が増加、社員数を増やしたため、受注が増えた
196	【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	前期はコロナで動いていなかった為
197	【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	オートバイ部品の受注増
198	【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	ホームページの更新と改良にて反響が増えた。見積依頼の増加
199	【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	ユーザーの話を聞き 提案・試作作成を続けた事
200	【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	コロナ禍で立ち止まっていた需要が回復し始め、社内での工程改革が売上増につながった
201	【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	特になし
202	【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	他業界の新規顧客開拓
203	【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	コロナと共存した社会活動の定着
204	【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	コロナ禍中に停止していた産業の受注が戻ってきた。

no	業種	記述内容
205	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋅金、シャッター、金属製サッシ、鍍金、金網	鋼材価格高騰に伴う需要の確保
206	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋅金、シャッター、金属製サッシ、鍍金、金網	新しい人材投入、新商品のメーカーの後押しなど
207	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋅金、シャッター、金属製サッシ、鍍金、金網	前年があまりにも悪すぎたため、例年通りの状態に戻ったので、増加している。
208	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋅金、シャッター、金属製サッシ、鍍金、金網	リーマンショックの教訓を活かした
209	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋅金、シャッター、金属製サッシ、鍍金、金網	昨年余裕があった時期に進めた生産性アップ活動の効果
210	【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	新規顧客獲得
211	【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	M&Aのような新規顧客の獲得により
212	【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	今日調理したものを今日提供する。冷凍にしない
213	【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	コロナから少しづつ回復による受注があったため
214	【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	日本国内の設備投資
215	【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	取引先で弊社製品のPRを行ったため。
216	【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	新工場の稼働及び設備増強
217	【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	国内の需要が回復してきた
218	【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	コスト見直しで付加価値を高めた。
219	【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	生産計画の適正化
220	【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	地道な営業活動
221	【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	設備投資を行って、その仕事の需要があった
222	【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	コロナ禍で、客先の訪問営業を自粛(ほとんど関東)。質問13の回答通りで、特に対策は打てなかったが、平年並みに需要が戻って来ていると思われます。
223	【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	M&Aによる新分野の開拓
224	【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	昨年は新型コロナの影響で取引先からの受注が大幅減に対し今年には通常通りに戻ったため
225	【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	量産体制を見直した。コストを検証して利益確保出来るもの価格対応を実施した。 従来と異なる新規市場で従来加工技術を活かせる商売を見つけた。売り上げが
226	【製造業】非鉄金属製造業、電線	展示会出展
227	【製造業】非鉄金属製造業、電線	コロナワクチンの接種会場向けパーティーをスピード提案で特需した
228	【製造業】非鉄金属製造業、電線	取り組みなし: 既存顧客からの受注の回復によるもの
229	【製造業】非鉄金属製造業、電線	コロナへの適応力が増し受注につながった
230	【製造業】非鉄金属製造業、電線	コロナ禍による、ホームステイ等による家電や半導体の需要が増えていることによる外部要因
231	【製造業】非鉄金属製造業、電線	メインの売上が安定。炊飯器の売上が、昨年に続き安定した売り上げになった。そして、売り上げの小さな得意先が昨年より少しずつ伸びた状況であるのと、売上第2位のお会社のプラスαの案件をゲットしたために、期末から期首に渡り売り上げが伸びる予定。この期末でどれだけ納入できるかと言った状態。しかし今年に入り、材料入手困難が原因でエア便対応による経費の増加が7月ごろから始まっている(大阪→香港)。
232	【製造業】非鉄金属製造業、電線	原材料高騰による製品単価の上昇、コロナ下からの再開に向けての需要拡大。東日本大震災時に出荷した資材の入れ替え
233	【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	半導体、リチウムイオンバッテリー関係の製造の受注
234	【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	フロンガス自動回収機
235	【不動産】不動産取引業	業界全体がコロナ慣れしてきて、通常営業に戻れたため
236	【不動産】不動産賃貸・管理業、駐車場業	新たに1棟建設したので、管理戸数が増加した。また既存の契約の賃料値上げによる。

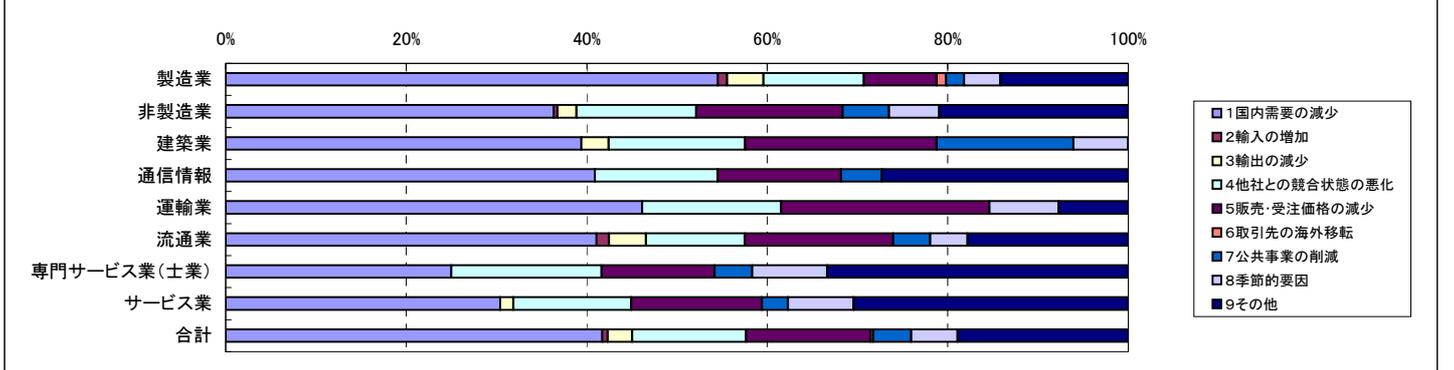
②前年同期比が「減少」と回答した企業の要因(選択式)

	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10-12	2020年1-3	2020年4-6	2020年7-9	2020年10-12	2021年1-3	2021年4-6	2021年7-9
1国内需要の減少	54	85	13	9	6	30	6	21	139	112	144	295	290	208	153	167	139
2輸入の増加	1	1	0	0	0	1	0	0	2	2	4	1	2	4	2	2	2
3輸出の減少	4	5	1	0	0	3	0	1	9	26	32	44	41	29	13	14	9
4他社との競合状態の悪化	11	31	5	3	2	8	4	9	42	27	29	26	35	36	27	49	42
5販売・受注価格の減少	8	38	7	3	3	12	3	10	46	28	46	83	76	68	46	74	46
6取引先の海外移転	1	0	0	0	0	0	0	0	1	3	2	1	0	4	1	2	1
7公共事業の削減	2	12	5	1	0	3	1	2	14	7	7	18	19	14	11	25	14
8季節的要因	4	13	2	0	1	3	2	5	17	10	30	29	27	12	18	23	17
9その他	14	49	0	6	1	13	8	21	63	0	61	138	110	69	60	74	63
#REF!	99	234	33	22	13	73	24	69	333	215	355	635	600	444	331	430	333

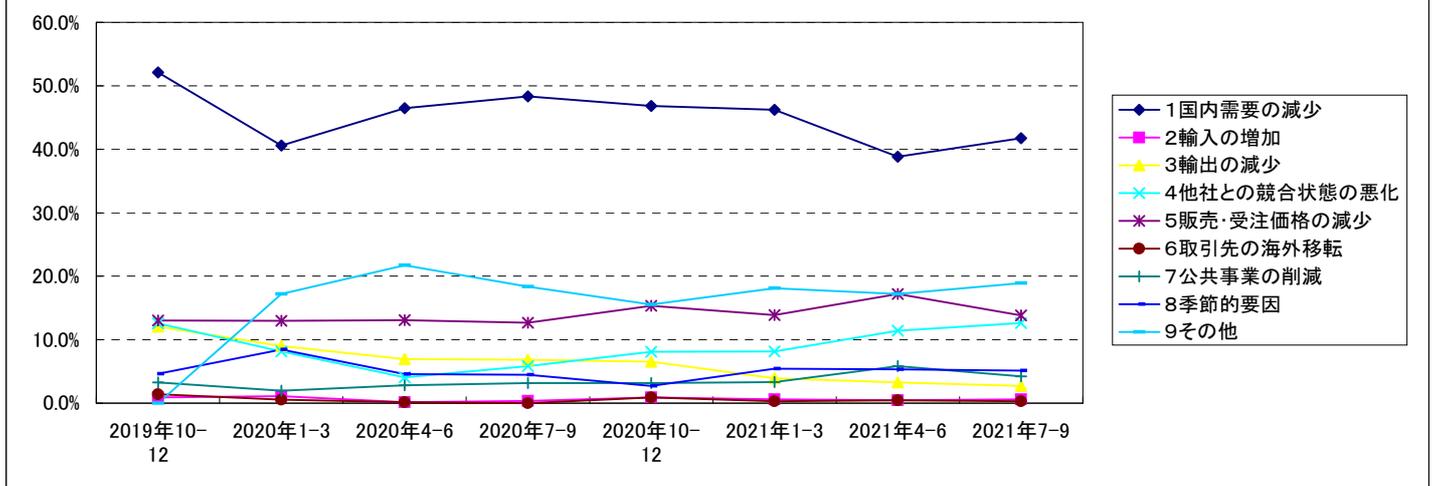
○その他記述:・世界的な半導体枯渇により機器納期遅延の影響が大きい。・機器の入荷目通しが付かない・予算が取れない、昨年予算取りは延期または、またはいったん中止。その影響による。。・コロナ要因。・前年が巣ごもり需要で売上げが大幅に多かったため。。・コロナで営業に行けない。・休業要請のため。・コロナ禍。・原材料不足。・コロナ禍による新規会員の減少。・流通麻痺。・顧問先の減少。・減量値上げに夜、利益の逼迫。・コロナ。・請負期間の終了が重なったため。。・コロナ禍による需要減少。・去年の巣籠需要の減少で。。・新型コロナ。・社員の退社による影響。・契約を変更。・少なからず半導体供給力の低下が産業機器全体に影響を及ぼしているように感じる。それとベトナムのコロナ対策が地味に効いている。。・コロナ。・コロナで休業(飲食店)。・コロナ禍。・前年同期は特殊事情による売上げ増があった為。・営業力の低下。・緊急事態宣言が長引いたため。・コロナの影響で、営業が自由にできない。・飛沫防止パーティションの受注減少。・コロナ。・新型コロナ感染症の拡大による集客減。・大規模案件減による大手の中小規模市場への参画。・新型コロナの影響で計画減。・緊急事態宣言の影響。・自身の環境変化

	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10-12	2020年1-3	2020年4-6	2020年7-9	2020年10-12	2021年1-3	2021年4-6	2021年7-9
1国内需要の減少	54.5%	36.3%	39.4%	40.9%	46.2%	41.1%	25.0%	30.4%	41.7%	52.1%	40.6%	46.5%	48.3%	46.8%	46.2%	38.8%	41.7%
2輸入の増加	1.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	0.0%	0.0%	0.6%	0.9%	1.1%	0.2%	0.3%	0.9%	0.6%	0.5%	0.6%
3輸出の減少	4.0%	2.1%	3.0%	0.0%	0.0%	4.1%	0.0%	1.4%	2.7%	12.1%	9.0%	6.9%	6.8%	6.5%	3.9%	3.3%	2.7%
4他社との競合状態の悪化	11.1%	13.2%	15.2%	13.6%	15.4%	11.0%	16.7%	13.0%	12.6%	12.6%	8.2%	4.1%	5.8%	8.1%	8.2%	11.4%	12.6%
5販売・受注価格の減少	8.1%	16.2%	21.2%	13.6%	23.1%	16.4%	12.5%	14.5%	13.8%	13.0%	13.0%	13.1%	12.7%	15.3%	13.9%	17.2%	13.8%
6取引先の海外移転	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	1.4%	0.6%	0.2%	0.0%	0.9%	0.3%	0.5%	0.3%
7公共事業の削減	2.0%	5.1%	15.2%	4.5%	0.0%	4.1%	4.2%	2.9%	4.2%	3.3%	2.0%	2.8%	3.2%	3.2%	3.3%	5.8%	4.2%
8季節的要因	4.0%	5.6%	6.1%	0.0%	7.7%	4.1%	8.3%	7.2%	5.1%	4.7%	8.5%	4.6%	4.5%	2.7%	5.4%	5.3%	5.1%
9その他	14.1%	20.9%	0.0%	27.3%	7.7%	17.8%	33.3%	30.4%	18.9%	0.0%	17.2%	21.7%	18.3%	15.5%	18.1%	17.2%	18.9%
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%	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



no	事業内容	記述内容
1	【複合サービス】協同組合、農協、漁協、森林組合、事業協同組合	共同購入事業全体の利用減及び出入国制限により技能実習生が入国できない。
2	【不動産】不動産取引業	ターゲットとしている層の不動産需要の減少
3	【不動産】不動産取引業	テナントの仲介は止まり、一般不動産の売却も高額物件は動きが鈍かった。
4	【不動産】不動産取引業	商品仕入の減少
5	【電機・ガス・熱供給・水道】ガス業	コロナ不況
6	【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、ほうろろ鉄器、七宝、ロック	新規墓石の小型化、ポータルサイトでの低価格
7	【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、ほうろろ鉄器、七宝、ロック	コロナによるものと思う
8	【製造業】木材・木製品製造業(家具を除く)製材、	コロナによる着工現場の減少
9	【製造業】木材・木製品製造業(家具を除く)製材、	営業、種まき準備の不足も大きい。
10	【製造業】非鉄金属製造業、電線	コロナの影響
11	【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	他社との競合により、受注価格もさがっている。部品等の品不足により納期が遅れてしまっている。
12	【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	原材料の大幅な価格UPによる他社の赤字営業
13	【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	売上は6割程度
14	【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	コロナの影響によるお得意先である飲食店の廃業・休業・営業時間短縮
15	【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	昨年が巣籠需要で大幅に増えた為に、その反動で減少しています。前前年とは少し増えています。
16	【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	コロナの影響
17	【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	新規製品見積もりが無い。従来製品の出荷減
18	【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	半導体問題等
19	【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	コロナの影響が続いている。
20	【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	大型案件の先送りが目立つ。国内企業が大型設備投資に慎重になっているように感じる。
21	【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	コロナ禍の影響が悪化している
22	【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	コロナで小工事が停滞していると思う
23	【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	延期が多く、そのままプロジェクトがなくなる事も多い
24	【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	前年はコロナで4-6月が大幅ダウン、その反動で7-9月は持ち直していた。逆に今年は、4-6月が割と好調にスタートしたが緊急事態宣言が出て急ブレーキがかかったようです。
25	【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	前期が悪かったこと
26	【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	国内店舗卸が減少
27	【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	受注減
28	【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
29	【製造業】飲料・タバコ・飼料製造業	主力商品のユーザーが外食産業であり、緊急事態宣言により影響を受けている
30	【製造業】印刷・関連産業、製本、写植、製版	前年は、マスク・ウェットティッシュなどが売れたが今期はかわるものがない
31	【製造業】印刷・関連産業、製本、写植、製版	特需商品が少なくなっている
32	【製造業】印刷・関連産業、製本、写植、製版	コロナのせい
33	【製造業】印刷・関連産業、製本、写植、製版	テレワーク推奨の為
34	【製造業】印刷・関連産業、製本、写植、製版	他社と競合で、他社低価格により受注減が増加、又、以前より低価格の見積で受注より、売上高。利益共に減少。
35	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	コロナ禍の影響で装置受注が延期傾向に有る。
36	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	海外からの部品調達ができないため国内生産の部品加工があおりを受け注文数が先延ばしになっているため種類は減少していないが、数量が少なくなって売上減少に繋がっている。
37	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	材料や購入部品が入ってこない
38	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	前年が季節的要因で売上が多かったため
39	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	部品調達の納入遅れ
40	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	去年よりもムードが悪いように思う。「品物が無いから売れない」の状況が去年とは違うところ。半導体、モーター、建築用SUS材、アルミ材、木材、このままいくとコンシューマー向け商品にまで影響は及ぶと思う。
41	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	コロナ不況による先行き不安
42	【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が少しずつ・間接的に・確実に迫っている。生産日数の削減・人数の低減

no	事業内容	記述内容
43	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	取引先の需要減少による
44	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	設備投資の計画の見直しで延期や中止が要因だと思われる。
45	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	コロナによる需要減
46	【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	コロナ禍でクラブ活動が行えないため、移動費が不要
47	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	当社はコロナで特需があったが、これから揺り返しの時期に入るので悪くなる。
48	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	前年度受注した商品が終了
49	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	取引先の消滅
50	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	新商品やサービス共に、7~8月時期に間に合わなかった。このタイミングで競合他社は広告を強化していた。売れ筋2番商品が競合他社が安売りしていた。
51	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	昨年はコロナ対策品がよく売れた。
52	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	飛沫防止パーテーションの受注が減ってきたから
53	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	国内開発が止まっていたため。
54	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	当社商品を使用している主要業種の景気悪化が原因
55	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	昨年が良かったのでその反動が数字に出ているのと、今期の荷動きが振るわな
56	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	世間の消費の落ち込み
57	【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	コロナの影響
58	【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	コロナによる渡航制限
59	【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	展示会等の出展を控えているため、直接作品に触れていただく機会が減少していることも一つの要因だと考えています。
60	【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	企業の投資控えの為。
61	【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	緊急事態宣言(延長)による予定していたイベントの中止
62	【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	業績悪化による設備投資減少
63	【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	コロナによる経済の停滞、縮小による影響。
64	【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	予定が延期されることが多い。
65	【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	緊急事態宣言が長引いたため
66	【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	コロナの影響で、営業が自由にできない(半年前、1年前の営業活動不足が響いてきている)
67	【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	新型コロナウイルスの影響で計画減
68	【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	コロナ
69	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	コロナ関連で経営環境最悪、障害者関連の対象法人が苦慮
70	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	需要の減少
71	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	受注金額の減少
72	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	新築案件の減少
73	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	大規模工事の減少
74	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	コロナ禍の影響
75	【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	コロナ禍による活動目録と世界的な半導体枯渇により機器納期遅延の影響が大きい
76	【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	医療、縮小
77	【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	原材料不足
78	【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	施主の計画変更・見直し・予算削減。同業他社も同様の影響を受けている
79	【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	受注減少
80	【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	コロナによる住宅着工件数の減少か。
81	【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	コロナにより外食産業の低迷が響き、設備投資が見送られることが多いため。
82	【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	見積もり金額の低下、同業他社との競合
83	【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	コロナ禍の長期化により設備投資の中止及び延期・縮小
84	【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	コロナやウッドショックの影響で工事量の減。
85	【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	景気が悪くなってきている
86	【金融・保険】保険業	顧客の高齢化、少子化で保険需要の減少
87	【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	コロナ禍による新規会員の減少

no	事業内容	記述内容
88	【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	請負期間の終了が重なったため。
89	【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	コロナのため
90	【卸売・小売業】繊維・衣服等卸売業、靴、鞆	コロナ禍での景気低迷による受注減
91	【卸売・小売業】繊維物・衣服・身の回り品小売業、蒲団	コロナ禍で外出機会が減っている影響を受けている
92	【卸売・小売業】繊維物・衣服・身の回り品小売業、蒲団	昨年の一律10万円給付が季節商品の購買に貢献した分が今年の減少に影響し
93	【卸売・小売業】繊維物・衣服・身の回り品小売業、蒲団	1軒当たりの顧客単価が減少している
94	【卸売・小売業】繊維物・衣服・身の回り品小売業、蒲団	コロナ禍
95	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	顧客である物流業界の設備投資である車輛入替の減少により売上減となった。（東南アジアからの部品供給不足による新車生産の減産も大きな原因）その他補修部品や車輛整備やリサイクル(リユース部品)は大きな変化はない。
96	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	仕入価格の高騰
97	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	半導体の影響、生産国ドイツの水害の影響による商品の遅延
98	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	新車不足
99	【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	前年はコロナの影響ありといえども、まだ計画された店舗物件の需要があったが、今期は緊急事態宣言の為計画が延期となり一気に需要減となる
100	【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	全体的な需要減
101	【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	消耗品の発注数が減り、発注期間も伸びて、大口の受注も減少している。業種関係無く。
102	【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	コロナ禍による部品供給不足が各所に及んでいる
103	【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	コロナ禍による影響
104	【卸売・小売業】各種商品卸売業	コロナ禍
105	【卸売・小売業】各種商品卸売業	コロナ禍による飲食業界の不振
106	【卸売・小売業】各種商品卸売業	コロナの影響で、病院への営業ができない
107	【卸売・小売業】各種商品卸売業	昨年7月、8月は、食材供給先である小学校、中学校が新型コロナウイルスの影響により、夏休みを返上して授業が行われた。今年度は、通常通り、夏休みの為、学校給食がないため。
108	【卸売・小売業】家具・什器・機械器具小売業、仏壇、パソコン	新車、中古車の流通が悪化している、貿易が止まっている
109	【卸売・小売業】飲食料点小売業、仕出弁当、給食	販売先(業務店等)のコロナ要因
110	【卸売・小売業】飲食料点小売業、仕出弁当、給食	コロナにより緊急事態宣言により減少
111	【卸売・小売業】飲食料点小売業、仕出弁当、給食	配食事業以外の競合などによる、減少かと思われる
112	【卸売・小売業】飲食料点小売業	コロナ緊急事態宣言による飲食店の営業休止
113	【卸売・小売業】飲食料点小売業	コロナ禍のなか、旅行や外出ができない。
114	【卸売・小売業】飲食料点小売業	新型コロナウイルスに対する措置で飲食店が営業できない。
115	【卸売・小売業】飲食料点小売業	原料高騰
116	【卸売・小売業】飲食料点小売業	購入顧客数減少
117	【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、量、	上記同様
118	【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、量、	コロナの終息が見えない
119	【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、量、	コロナ禍で企業がテレワークの為、備品消耗品は全く出ない
120	【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、量、	販売網の再構築
121	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	需要の減少と一般消費の減少
122	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	コロナで営業に行けず、美容業界も低迷
123	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	流通麻痺
124	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	値上げ(仕入分)による
125	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	前年同期は特殊事情による売り上げ増があった為
126	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	紙の使用量の減少 特に広告物として
127	【運輸・通信業】道路旅客運送業	緊急事態や蔓延防止の影響で外食産業が動いていない
128	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	原材料高騰により運送需要の減少、コロナ収束不透明感で個人(高齢者)引越需要の減少
129	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	季節商材の減少 変則祝祭日での稼働日数の減少
130	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	得意先全体の需要減
131	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	減車、欠車に伴う売り上げ減
132	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	緊急事態宣言の影響
133	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	メーカーの減産と国内需要の減少、またそれによる国内運送業間の競争激化が主たる原因

no	事業内容	記述内容
134	【運輸・通信業】水運業	コロナの影響で相手国のロックダウンによる物流活動の停止（空港と海港の閉鎖）
135	【運輸・通信業】運輸に付帯するサービス業、	新型コロナ感染が世界で再感染で弊社取引先の殆どが中小企業で影響を受け、海上運賃の急激な値上げにより、海外のお客様に対価として転嫁が出来ず仕事が減少
136	【飲食店】一般飲食店	休業要請で酒類がメインの当社では満足に営業できない
137	【飲食店】一般飲食店	国・自治体からの営業時間短縮要請および酒類提供一律停止のため
138	【飲食店】一般飲食店	・公共事業において、予定通りに落札できなかった。 ・テレワークの推進による需要減。
139	【飲食店】一般飲食店	コロナウィルスでの営業時間短縮、需要の減少
140	【飲食店】一般飲食店	コロナによる営業自粛
141	【飲食店】一般飲食店	長引くコロナ禍で店内飲食の需要が低迷しているため
142	【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	新規入居者の獲得不足
143	【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	コロナ感染増による施設利用の限界
144	【サービス業】物品賃貸業、リース、自動車賃貸	巣ごもり需要、ネット通販需要が落ち着いていたため。
145	【サービス業】廃棄物処理業、ごみ収集	コロナ禍におけるテナントビルからのごみ減少のため
146	【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	リアルに講座開催、出展する機会減少
147	【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	コロナにより海外のイベント企画開催負荷、着信拒否、スマホ普及で電話営業の難易度が高まっている
148	【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	研修の延期
149	【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	顧問先の減少
150	【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	あまりにも「ワクチン」で脅され過ぎ
151	【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	依頼案件の減少
152	【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	前年はコロナが一旦終息したかのように、緊急時代宣言等の反動で動き出していた。が今年は第4派5派で伸びなやんでいる。
153	【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	営業力が少なかったから、マイナス要因をカバーできなかった
154	【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	広告宣伝の機会の減少
155	【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	自動車関連の新規案件が減少 社員の退社による影響
156	【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	依然と得意先である飲食及び観光事業の先行きが見えていないため、営業できなく自社の売り上げにつながらない。
157	【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	契約内容の変更
158	【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	制作物の減少。
159	【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	顧客数の減少
160	【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	講座の休止、受講生の減少
161	【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	廃業、サービス価格が折り合わない
162	【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	東京事務所の受注減
163	【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	政府のコロナ対策の無策
164	【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	自身の環境変化
165	【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	仕事の内容が大きいわけでもないのに人件費が掛かり過ぎた

減少要因（記述Z）

-27/65-

no	事業内容	記述内容
166	【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	コロナ影響
167	【サービス業】自動車整備業	車離れ、自動車の性能・テクノロジーの進歩によって事故率の減少
168	【サービス業】広告業、広告代理、屋外広告、	広告予算縮小のなか、競合も激化し、同じ売り上げを上げるための労力・スキル が上昇していて、弊社内で部分的に追いついていないため。
169	【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	新型コロナでの売り上げ金額の減少
170	【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	コロナ影響
171	【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	受注件数と売上単価が減少しているため
172	【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、公共施設等閉鎖、イベント、教室の中止
173	【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	前年が良すぎたため
174	【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	コロナの影響により減少
175	【サービス業】その他のサービス業、集会場、と畜場	コロナで休業のため(飲食店)
176	【サービス業】その他のサービス業、集会場、と畜場	在宅ワークになり仕事量が減る

【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

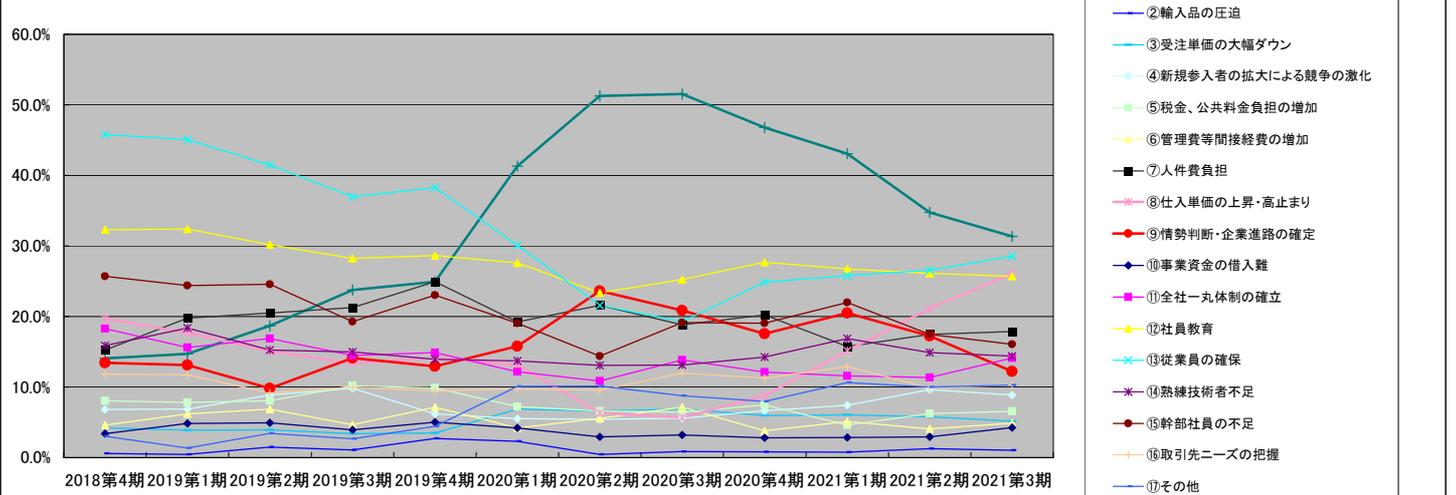
	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(士業)	サービス業	合計	2018	2019	2019	2019	2019	2020	2020	2020	2020	2021	2021	2021
										第4期	第1期	第2期	第3期	第4期	第1期	第2期	第3期	第4期	第1期	第2期	第3期
①民間需要の停滞	87	157	24	12	7	42	17	55	244	70	64	114	133	129	217	349	353	282	227	306	244
②輸入品の圧迫	4	4	1	0	0	3	0	0	8	3	2	9	6	14	12	3	6	5	4	11	8
③受注単価の大幅ダウン	10	30	6	3	1	8	5	7	40	21	17	24	19	18	36	45	47	36	32	51	40
④新規参入者の拡大による競争の激化	11	58	5	5	2	13	14	19	69	34	30	54	55	32	29	37	38	40	39	85	69
⑤税金、公共料金負担の増加	11	40	5	0	4	4	10	17	51	40	34	49	57	51	38	45	44	45	24	55	51
⑥管理費等間接経費の増加	9	29	1	0	2	9	7	10	38	23	27	42	26	37	22	38	49	23	27	36	38
⑦人件費負担	47	92	4	6	7	15	9	51	139	76	86	125	119	129	101	147	129	122	83	154	139
⑧仕入単価の上昇・高止まり	118	85	22	3	6	41	1	12	203	98	77	92	75	73	69	43	39	53	80	186	203
⑨情勢判断・企業進路の確定	22	73	7	2	1	22	10	31	95	67	57	60	79	67	83	161	143	106	108	152	95
⑩事業資金の借入難	9	24	3	0	0	8	2	11	33	17	21	30	22	26	22	20	22	17	15	26	33
⑪全社一丸体制の確立	37	73	11	5	5	17	9	26	110	91	68	103	81	77	64	74	95	73	61	100	110
⑫社員教育	60	140	18	5	6	24	33	54	200	161	141	184	158	148	145	159	173	167	141	230	200
⑬従業員の確保	80	142	19	8	10	23	23	59	222	228	196	253	207	198	158	147	132	150	136	234	222
⑭熟練技術者不足	55	57	18	5	0	5	12	17	112	79	80	93	84	72	72	89	90	86	89	131	112
⑮幹部社員の不足	39	86	12	9	5	10	12	38	125	128	106	150	108	119	100	98	131	115	116	154	125
⑯取引先ニーズの把握	16	64	2	7	1	12	15	27	80	59	51	56	56	49	51	65	82	68	68	87	80
⑰その他	24	56	6	2	1	11	18	18	80	15	6	21	15	23	53	69	60	48	56	88	80
本設問回答企業数	248	530	65	27	24	114	101	198	778	498	435	610	560	517	525	681	685	603	527	881	778

その他記述

・外注先の高齢化による廃業増加とその代替の確保が困難なこと・コロナ動向・新型インフルエンザの蔓延・お客様が減ることよりも近隣の仕入先の廃業等で連携によるものづくりができにくくなったこと・取引先の業種に人が来ないと当然物販も減る・電子部品の入手難・緊急事態宣言に伴う出入国制限・営業力の不足・原材料不足・新事業の成功・仕入れ難(値上がり・品薄)・緊急事態宣言中の状況が良くないので延長されること・商品開発・コロナ禍による感染予防対策・輸送費高騰・IT化の推進・営業力の強化・深刻な悩みは無い・現在の生産能力を上回る受注及び製造計画・旅行会社の広告の中止・各イベントの中止などにより印刷物が1年半止まっているので、売上・粗利が2年目と比べて確保できない・材料や部品の長納期化・東南アジアでの生産量増加・仕入品の長納期化(電装品など)・材料入手問題。香港むけの船便問題。(いつになったら船便の通常運行ができるのか分からない。そのためエア便費用が毎月高む)利益圧迫・材料の高騰・希望に沿った新しい工場用地がない・新型コロナウイルスの影響・特に無し・経営継承・コロナで営業がしづらい・新規営業・・・

	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	2019	2019	2019	2019	2020	2020	2020	2020	2021	2021	2021	前期からの差
										第4期	第1期	第2期	第3期	第4期	第1期	第2期	第3期	第4期	第1期	第2期	第3期	
①民間需要の停滞	35.1%	29.6%	36.9%	44.4%	29.2%	36.8%	16.8%	27.8%	31.4%	14.1%	14.7%	18.7%	23.8%	25.0%	41.3%	51.2%	51.5%	46.8%	43.1%	34.7%	31.4%	-8.3%
②輸入品の圧迫	1.6%	0.8%	1.5%	0.0%	0.0%	2.6%	0.0%	0.0%	1.0%	0.6%	0.5%	1.5%	1.1%	2.7%	2.3%	0.4%	0.9%	0.8%	0.8%	1.2%	1.0%	0.5%
③受注単価の大幅ダウン	4.0%	5.7%	9.2%	11.1%	4.2%	7.0%	5.0%	3.5%	5.1%	4.2%	3.9%	3.9%	3.4%	3.5%	6.9%	6.6%	6.9%	6.0%	6.1%	5.8%	5.1%	-0.3%
④新規参入者の拡大による競争の激化	4.4%	10.9%	7.7%	18.5%	8.3%	11.4%	13.9%	9.6%	8.9%	6.8%	6.9%	8.9%	9.8%	6.2%	5.5%	5.4%	5.5%	6.6%	7.4%	9.6%	8.9%	2.2%
⑤税金、公共料金負担の増加	4.4%	7.5%	7.7%	0.0%	16.7%	3.5%	9.9%	8.6%	6.6%	8.0%	7.8%	8.0%	10.2%	9.9%	7.2%	6.6%	6.4%	7.5%	4.6%	6.2%	6.6%	1.6%
⑥管理費等間接経費の増加	3.6%	5.5%	1.5%	0.0%	8.3%	7.9%	6.9%	5.1%	4.9%	4.6%	6.2%	6.9%	4.6%	7.2%	5.6%	7.2%	3.8%	5.1%	4.1%	4.9%	-1.0%	
⑦人件費負担	19.0%	17.4%	6.2%	22.2%	29.2%	13.2%	8.9%	25.8%	17.9%	15.3%	19.8%	20.5%	21.3%	25.0%	19.2%	21.6%	18.8%	20.2%	15.7%	17.5%	17.9%	1.7%
⑧仕入単価の上昇・高止まり	47.6%	16.0%	33.8%	11.1%	25.0%	36.0%	1.0%	6.1%	26.1%	19.7%	17.7%	15.1%	13.4%	14.1%	13.1%	6.3%	5.7%	8.8%	15.2%	21.1%	26.1%	5.9%
⑨情勢判断・企業進路の確定	8.9%	13.8%	10.8%	7.4%	4.2%	19.3%	9.9%	15.7%	12.2%	13.5%	13.1%	9.8%	14.1%	13.0%	15.8%	23.6%	20.9%	17.6%	20.5%	17.3%	12.2%	-3.2%
⑩事業資金の借入難	3.6%	4.5%	4.6%	0.0%	4.0%	7.0%	2.0%	5.6%	4.2%	3.4%	4.8%	4.9%	3.9%	5.0%	4.2%	2.9%	3.2%	2.8%	2.8%	3.0%	4.2%	0.1%
⑪全社一丸体制の確立	14.9%	13.8%	16.9%	18.5%	20.8%	14.9%	8.9%	13.1%	14.1%	18.3%	15.6%	16.9%	14.5%	14.9%	12.2%	10.9%	13.9%	12.1%	11.6%	11.4%	14.1%	-0.2%
⑫社員教育	24.2%	26.4%	27.7%	18.5%	25.0%	21.1%	32.7%	27.3%	25.7%	32.3%	32.4%	30.2%	28.2%	28.6%	27.6%	23.3%	25.3%	27.7%	26.8%	26.1%	25.7%	-0.6%
⑬従業員の確保	32.3%	26.8%	29.2%	29.6%	41.7%	20.2%	22.8%	29.8%	28.5%	45.8%	45.1%	41.5%	37.0%	38.3%	30.1%	21.6%	19.3%	24.9%	25.8%	26.6%	28.5%	0.8%
⑭熟練技術者不足	22.2%	10.8%	27.7%	18.5%	0.0%	4.4%	11.9%	8.6%	14.4%	15.9%	18.4%	15.2%	15.0%	13.9%	13.7%	13.1%	13.1%	14.3%	16.9%	14.9%	14.4%	-2.0%
⑮幹部社員の不足	15.7%	16.2%	18.5%	33.3%	20.8%	8.8%	11.9%	19.2%	16.1%	25.7%	24.4%	24.6%	19.3%	23.0%	19.0%	14.4%	19.1%	19.1%	22.0%	17.5%	16.1%	-4.5%
⑯取引先ニーズの把握	6.5%	12.1%	3.1%	25.9%	4.2%	10.5%	14.9%	13.6%	10.3%	11.8%	11.7%	9.2%	10.0%	9.5%	9.7%	12.0%	11.3%	12.9%	9.9%	10.3%	-3.0%	
⑰その他	9.7%	10.6%	9.2%	7.4%	4.2%	9.6%	17.8%	9.1%	10.3%	3.0%	1.4%	3.4%	2.7%	4.4%	10.1%	10.1%	8.8%	8.0%	10.6%	10.0%	10.3%	-0.6%
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

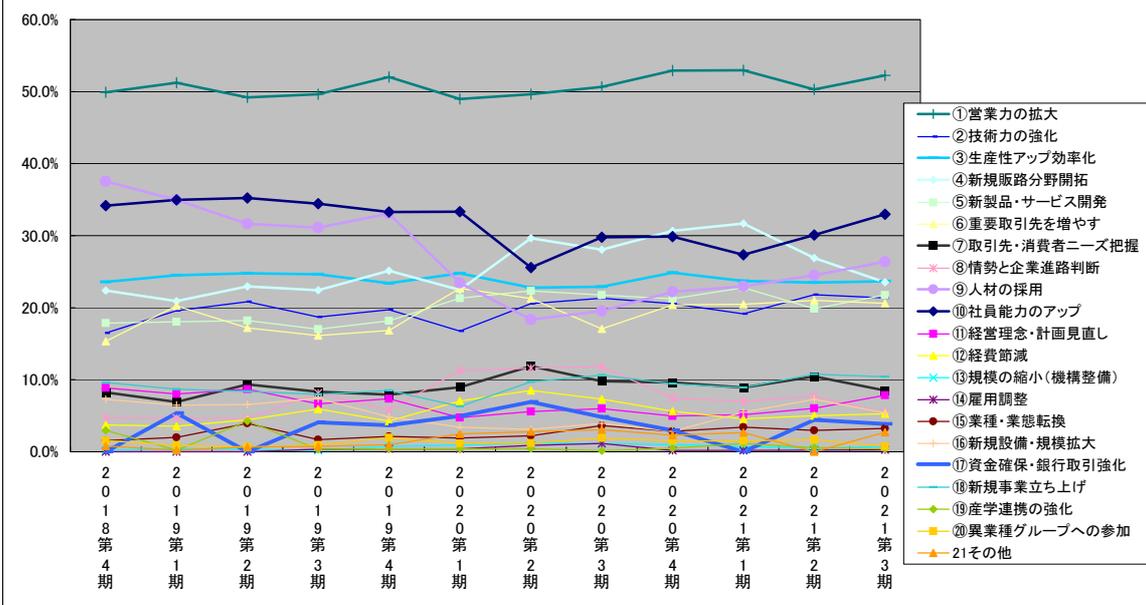
	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(士業)	サービス業	合計	2018	2019	2019	2019	2019	2020	2020	2020	2020	2021	2021	2021
										第4期	第1期	第2期	第3期	第4期	第1期	第2期	第3期	第4期	第1期	第2期	第3期
①営業力の拡大	119	287	28	17	13	70	43	116	406	254	230	300	268	269	257	338	347	319	279	443	406
②技術力の強化	73	93	20	9	4	10	18	32	166	84	88	127	101	102	88	140	146	124	101	192	166
③生産性アップ効率化	94	90	7	5	5	13	24	36	184	120	110	151	133	121	130	155	157	150	125	207	184
④新規販路分野開拓	59	124	11	6	3	40	20	44	183	114	94	140	121	130	118	202	192	185	167	237	183
⑤新製品・サービス開発	66	103	6	6	2	28	16	45	169	91	81	111	92	94	112	152	149	128	120	175	169
⑥重要取引先を増やす	47	113	14	5	9	33	20	32	160	78	91	105	87	87	119	145	117	123	108	185	160
⑦取引先・消費者ニーズ把握	13	53	5	3	2	12	11	20	66	42	31	57	45	41	47	81	67	58	47	92	66
⑧情勢と企業進路判断	12	30	3	0	0	11	3	13	42	24	21	28	44	30	59	79	81	45	37	68	42
⑨人材の採用	65	140	25	8	6	22	22	57	205	191	157	193	168	171	123	125	134	134	121	216	205
⑩社員能力のアップ	80	176	27	12	3	33	31	70	256	174	157	215	186	172	175	174	204	180	144	265	256
⑪経営理念・計画見直し	7	54	9	5	1	8	11	20	61	45	36	53	36	38	25	38	41	30	27	53	61
⑫経費節減	9	32	4	2	4	7	5	10	41	19	16	27	32	22	37	58	50	34	24	44	41
⑬規模の縮小(機構整備)	2	4	1	1	1	1	0	0	6	1	2	2	1	4	5	8	6	4	4	4	6
⑭雇用調整	1	1	1	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2	2	6	8	1	1	2	2	2
⑮業種・業態転換	8	17	4	1	0	4	0	8	25	8	9	24	9	11	10	15	25	17	18	26	25
⑯新規設備・規模拡大	21	21	1	0	1	5	3	11	42	37	29	40	40	25	18	21	27	17	29	64	42
⑰資金確保・銀行取引強化	7	23	3	0	1	6	1	12	30	0	24	0	22	19	26	47	33	18	0	39	30
⑱新規事業立ち上げ	16	65	3	5	4	17	4	32	81	49	39	51	43	44	33	66	73	57	47	95	81
⑲産学連携の強化	1	2	0	1	0	0	0	1	3	15	1	26	2	2	2	3	1	3	6	5	3
⑳異業種グループへの参加	1	5	1	1	0	0	2	1	6	8	4	4	5	10	6	8	13	9	8	15	6
21その他	10	11	2	2	0	2	3	2	21	4	1	4	4	5	13	19	21	14	14	0	21
回答企業数	248	529	65	27	24	114	101	198	777	509	449	610	540	517	525	681	685	603	527	881	777

○その他回答

・事業承継・原材料不足・SEO対策・人を増やす・資本政策・

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	2019	2019	2019	2019	2020	2020	2020	2020	2021	2021	2021	前期からの差
										第4期	第1期	第2期	第3期	第4期	第1期	第2期	第3期	第4期	第1期	第2期	第3期	
①営業力の拡大	48.0%	54.3%	43.1%	63.0%	54.2%	61.4%	42.6%	58.6%	52.3%	49.9%	51.2%	49.2%	49.6%	52.0%	49.0%	49.6%	50.7%	52.9%	52.9%	50.3%	52.3%	2.0%
②技術力の強化	29.4%	17.6%	30.8%	33.3%	16.7%	8.8%	17.8%	16.2%	21.4%	16.5%	19.6%	20.8%	18.7%	19.7%	16.8%	20.6%	21.3%	20.6%	19.2%	21.8%	21.4%	-0.4%
③生産性アップ効率化	37.9%	17.0%	10.8%	18.5%	20.8%	11.4%	23.8%	18.2%	23.7%	23.6%	24.5%	24.8%	24.6%	23.4%	24.8%	22.8%	22.9%	24.9%	23.7%	23.5%	23.7%	0.2%
④新規販路分野開拓	23.8%	23.4%	16.9%	22.2%	12.5%	35.1%	19.8%	22.2%	23.6%	22.4%	20.9%	23.0%	22.4%	25.1%	22.5%	29.7%	28.0%	30.7%	31.7%	26.9%	23.6%	-3.3%
⑤新製品・サービス開発	26.6%	19.5%	9.2%	22.2%	8.3%	24.6%	15.8%	22.7%	21.8%	17.9%	18.0%	18.2%	17.0%	18.2%	21.3%	22.3%	21.8%	21.2%	22.8%	19.9%	21.8%	1.9%
⑥重要取引先を増やす	19.0%	21.4%	21.5%	18.5%	37.5%	28.9%	19.8%	16.2%	20.6%	15.3%	20.3%	17.2%	16.1%	16.8%	22.7%	21.3%	17.1%	20.4%	20.5%	21.0%	20.6%	-0.4%
⑦取引先・消費者ニーズ把握	5.2%	10.0%	7.7%	11.1%	8.3%	10.5%	10.9%	10.1%	8.5%	8.3%	6.9%	9.3%	8.3%	7.9%	9.0%	11.9%	9.8%	9.6%	8.9%	10.4%	8.5%	-1.9%
⑧情勢と企業進路判断	4.8%	5.7%	4.6%	0.0%	0.0%	9.6%	3.0%	6.6%	5.4%	4.7%	4.7%	4.6%	8.1%	5.8%	11.2%	11.6%	11.8%	7.5%	7.0%	7.7%	5.4%	-2.3%
⑨人材の採用	26.2%	26.5%	38.5%	29.6%	25.0%	19.3%	21.8%	28.8%	26.4%	37.5%	35.0%	31.6%	31.1%	33.1%	23.4%	18.4%	19.6%	22.2%	23.0%	24.5%	26.4%	1.9%
⑩社員能力のアップ	32.3%	33.3%	41.5%	44.4%	12.5%	28.9%	30.7%	35.4%	32.9%	34.2%	35.0%	35.2%	34.4%	33.3%	33.3%	25.6%	29.8%	29.9%	27.3%	30.1%	32.9%	2.9%
⑪経営理念・計画見直し	2.8%	10.2%	13.8%	18.5%	4.2%	7.0%	10.9%	10.1%	7.9%	8.8%	8.0%	8.7%	6.7%	7.4%	4.8%	5.6%	6.0%	5.0%	5.1%	6.0%	7.9%	1.8%
⑫経費節減	3.6%	6.0%	6.2%	7.4%	16.7%	6.1%	5.0%	5.1%	5.3%	3.7%	3.6%	4.4%	5.9%	4.3%	7.0%	8.5%	7.3%	5.6%	4.6%	5.0%	5.3%	0.3%
⑬規模の縮小(機構整備)	0.8%	0.8%	1.5%	3.7%	4.2%	0.9%	0.0%	0.0%	0.8%	0.2%	0.4%	0.3%	0.2%	0.8%	1.0%	1.2%	1.2%	1.0%	0.8%	0.5%	0.8%	0.3%
⑭雇用調整	0.4%	0.2%	1.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%	0.4%	0.9%	1.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.3%	0.0%
⑮業種・業態転換	3.2%	3.2%	6.2%	3.7%	0.0%	3.5%	0.0%	4.0%	3.2%	1.1%	2.0%	3.9%	1.7%	2.1%	1.9%	2.2%	3.6%	2.8%	3.4%	3.0%	3.2%	0.3%
⑯新規設備・規模拡大	8.5%	4.0%	1.5%	0.0%	4.2%	4.4%	3.0%	5.6%	5.4%	7.3%	6.5%	6.6%	7.4%	4.8%	3.4%	3.1%	3.9%	2.8%	5.5%	7.3%	5.4%	-1.9%
⑰資金確保・銀行取引強化	2.8%	4.3%	4.6%	0.0%	4.2%	5.3%	1.0%	6.1%	3.9%	0.0%	5.3%	0.0%	4.1%	3.7%	5.0%	6.9%	4.8%	3.0%	0.0%	4.4%	3.9%	-0.6%
⑱新規事業立ち上げ	6.5%	12.3%	4.6%	18.5%	16.7%	14.9%	4.0%	16.2%	10.4%	9.6%	8.7%	8.4%	8.0%	8.5%	6.3%	9.7%	10.7%	9.5%	8.9%	10.8%	10.4%	-0.4%
⑲産学連携の強化	0.4%	0.4%	0.0%	3.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.4%	2.9%	0.2%	4.3%	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	0.1%	0.5%	1.1%	0.6%	0.4%	-0.2%
⑳異業種グループへの参加	0.4%	0.9%	1.5%	3.7%	0.0%	0.0%	2.0%	0.5%	0.8%	1.6%	0.9%	0.7%	0.9%	1.9%	1.1%	1.2%	1.9%	1.5%	1.5%	1.7%	0.8%	-0.9%
21その他	4.0%	2.1%	3.1%	7.4%	0.0%	1.8%	3.0%	1.0%	2.7%	0.8%	0.2%	0.7%	0.7%	1.0%	2.5%	2.8%	3.1%	2.3%	2.7%	0.0%	2.7%	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%	



no	事業内容	記述内容
1	【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、効率化を図り、事業利用率の向上と組合員の増員（営業力向上）を推進する
2	【不動産】不動産賃貸・管理業、駐車場業	大規模改修、リノベーション等、賃料下落を防ぐ取り組み
3	【不動産】不動産取引業	指針セミナーを受講中、経営理念を作る
4	【不動産】不動産取引業	新規分野への参入
5	【不動産】不動産取引業	不動産コンサルティングを含め、より専門性の高い独自のサービスを追求する。
6	【不動産】不動産取引業	市場のニーズに合った営業体制の確立と取引先の拡充
7	【不動産】不動産取引業	人間力
8	【不動産】不動産取引業	不動産購入
9	【電機・ガス・熱供給・水道】ガス業	人材採用に注力したい
10	【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、ほうろろ鉄器、七宝、ロック	オンラインでの対面営業、廃材とされた原材料の商品化
11	【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、ほうろろ鉄器、七宝、ロック	技術力の強化
12	【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	産業用装置の製造は受注が不安定であるから
13	【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	商品開発力の向上と幹部の育成
14	【製造業】木材・木製品製造業（家具を除く）製材、	技術力を強くする（ブランド化）
15	【製造業】木材・木製品製造業（家具を除く）製材、	事業再構築補助金を活用して新製品開発と新規分野開拓を進めていく。
16	【製造業】非鉄金属製造業、電線	規模拡大には、社員能力が必要不可欠だから
17	【製造業】非鉄金属製造業、電線	企業力の向上を目指す
18	【製造業】非鉄金属製造業、電線	客層の開拓
19	【製造業】非鉄金属製造業、電線	新規事業の取り組みを本格化していきたい。Web販売事業。今まで全く行ったことのない業界だけに分からないことや恐らく無駄も多いかもしれないが、中国から仕入れるルートがあるので、その強みを生かしていきたい。
20	【製造業】非鉄金属製造業、電線	高齢化してる人材の入れ替え
21	【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	基板加工以外は殆どニッチ市場向け。顧客の目にとまる技術発信、新規開拓を行う
22	【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	当面の第一は、人材の確保です。高齢で2名退社予定で、1～2名採用を開始します。第二は、製品・通信のデジタル化が急速に進み、弊社のアナログ電源の市場が、カメラ電源全体の40%と縮小傾向で、やはり、デジタル系の機器の開発や仕入れ販売の検討をせざるを得ないと判断しています（カメラも中国製が多く輸
23	【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	研究開発
24	【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	新規開拓が出来ていないので注力する
25	【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	設備増強と人材の採用（定期・中途）
26	【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	技術の継承がなされていない為
27	【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	新規の引き合いが増えてきているので確実に獲得したい
28	【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	新規の機械を入れたので、様々な分野を広げたい
29	【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	新しいことにチャレンジする
30	【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	事業継承をしていく事がポイントになる
31	【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	新規顧客の開拓
32	【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	社員の能力アップに関しては、講習や免許取得を会社から後押ししている。取引先・消費者ニーズに関してはMAツールなどの活用とアフターフォロー。新規設備に関しては賃貸している工場を取得の方向で動いている。
33	【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	設備投資したレーザーの営業が時間がかかると思う
34	【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	新たな人材を採用し、技術力強化のために力を入れる。そして、その技術力をもとに、新たな製品を開発し、取引先を増やす。
35	【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	D2C化
36	【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	事業再構築補助金（6/18に採択された）による新規事業立ち上げに向けた事前着手承認申請および交付申請手続き。加えて、海外販路開拓および海外向け製品試作開発を目的としたJAPANブランド育成支援事業等補助金の公募申請。（8/31に採択された）これらの補助金活用で社業を発展させる！！
37	【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	粗利益率の確保とIT化の利用
38	【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	商品の差別化、オンリーワン商品の開発
39	【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	既存顧客のフォロー
40	【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	更に新規顧客を増やしたい

no	事業内容	記述内容
41	【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	工場の拡張が出来て、製造量が1.3倍には出来るようになりました。また、製造設備を入れたいといけません、今後は販売に力を入れます。並行して製造の効率化も行います。
42	【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	事業転換をいたします。
43	【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	年配の人材から若手に技術伝承を進める
44	【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	設備投資を行い、新製品を出していくので営業力をもっと上げていく必要がある。また新たなニーズに対応するために、今の技術だけでなく新たな機能性などを付与できる技術開発も同時に進めていく。
45	【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	受注増に応える技術力
46	【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	価格改定(アップ)交渉
47	【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	幹部社員の確保
48	【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	人の成長こそ企業成長の原点
49	【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	次世代への対応、事業継承準備。具体的には、自動車電動化、働き方改革への設備投資。営業体制の強化。その資金調達も含めての借入金の整理、見直し。
50	【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	新規事業立ち上げに伴い幹部不足とボトムアップが必要
51	【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	展示会出展に力を入れる
52	【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	生産効率アップをコスト削減につなげる
53	【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	設備(機械)が古くなってきているので、設備投資していかないとけない。色々な取引先を増やすことで景気悪化の時の打撃を少しでも軽くしたい。
54	【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	自社の強みをPRしていくこと
55	【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	SEO対策
56	【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	一社依存体制なので新規開拓を行う。
57	【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	社員の確保、営業力強化、社員教育、
58	【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	重要な仕入れ先を増やす事
59	【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	事業再生補助金が採択されて設備が充実してくるので更なる営業力の拡大と効率化に向けた取り組みを行う
60	【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	生産性向上のための設備刷新、新製品製造のための設備刷新、指針経営の加速
61	【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	既存客先のみでは売上は縮小傾向なので、新規開拓を積極的に進めるとともに、BtoC向けオリジナル製品の開発・拡販に注力したい。
62	【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	新規分野の売り上げアップのため、社員のスキルアップを計る
63	【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	薬品代の見直しをする。見積もり取り直す。
64	【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	自社に合った営業員の確保
65	【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	今まで製造していない物に挑戦し、技術力を強化する事と生産管理システムの導入を行い既存の製品に対する生産性をあげる取組みに力を入れたい。
66	【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	自社製品など、受注生産に左右されにくいビジネスの軸の構築が必要。
67	【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	自動化
68	【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	新規取引先を増やす
69	【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	生産性の悪い商品は価格転換を要請し、転換不可であれば製造販売を中止。人件費等の固定費を抑え、技術力向上に注視する。
70	【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	営業の巾を広げ、生産性を向上させて、社員教育を充実したい。
71	【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	社内のシステムや情報を整理し、業務の効率化を図る。新商品会議などを開催し、新しい製品をつくりだす。
72	【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	顧客満足度
73	【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	重要取引先を増やし、人材も増やしていけば自ずと売り上げも上がるので今期の力点としています。
74	【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	人口減による働き手減少が確実な状況の中で、いかに少ない労力で生産を生み出すか、のための動きとして人財能力アップ、設備や生産システム等の改善による生産性アップ、そしてその「作られたものを売る」為のルート増加
75	【製造業】家具・装備品製造業、仏壇	コロナ前からの売上減少に合わせて、生産体制の見直しをすすめている。
76	【製造業】家具・装備品製造業、仏壇	価格競争に巻き込まれないためにも、お客様と接する営業部門が丁寧にヒアリング(お客様のお困りごとをお聞きする)ができるように、ひとりひとりの社員能力をアップする。お客様のお困りごとに耳を傾け、その解決にむけてサービスを提供する。

no	事業内容	記述内容
77	【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	海外営業の強化
78	【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	小口の新規顧客を確保し、確実にリピーター客につなげる。技術力を積極的にPRする。
79	【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商品の需要は拡大できつつあるので自社ブランドに力を入れたい
80	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	ウィズコロナのマーケットフェーズにあわせて会社組織の変更と営業活動変更を計画しなっています
81	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	人材の採用は中途入社で、教材の営業経験者を考えている。(急ぎではない)
82	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	提案力の強化
83	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	シール製造と並行していた賃貸業が好調、資金運用益もあがった。25年前から内部留保たまると、決まった範囲で投資してきたものが今を支えている。
84	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	ホームページによる集客、飛び込み営業等
85	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	生産性にアップについては、機械導入により解消したい。重要取引先は、年間を通して数字が読める企業を増やしたい。SEO対策については、ネット販売がメインになってきているので一番重要などころ。
86	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	事務所移転によるテナント料削減。
87	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	既存需要得意先のさらなる連携力向上、重要顧客へのアプローチ強化、中心となりえる従業員確保
88	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	新規得意先の獲得
89	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	営業力アップのために「人」だけでなく、HPリニューアル及び具体的な商品ページからアクセスしてもらえる仕組みのHPをつくった。
90	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	営業、製造とも多様なスキルを持ってほしい。
91	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	現場組立員の設計能力アップ
92	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	工場拡大、営業社員増員、設計社員育成
93	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	すぐにあきらめたり、こちらがだめならあちらを考えよう っとなことをあまり考えないし工夫や改善が必要だということをどう伝えていけばよいか現在思案中。出来合いのものになった若い人たちが多いのはどうすりゃいいのかね。
94	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	メーカーとして自社製品の販売・製造を行っています。販売無くして企業無しの方針通り、売れる製品開発、販売の強化、生産効率アップを補強して企業強化を進めていく。
95	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	・非接触営業の強化 ・開発スケジュールの前倒し ・多能工教育の強化
96	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	事業承継に向けた取り組み
97	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	重要取引先を増やすことが第一の力点です
98	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	現在の業界(産業用機械)以外からの受注を増やす。それに対応するために人材確保、社員教育に力を入れる
99	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	新規商品の開発
100	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	コロナ禍で多くなったオンラインセミナー等を積極的に幹部連中に受けてもらい、これを機に全体の底上げを狙う。
101	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	・外注費を抑え内製化する事により利益率を上げる
102	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	景気の波・業種別の格差を平たくするために 得意先の数を増やし多業種のお客様を確保する。
103	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	世間や顧客の求めているものを把握しておかないと、作っても意味がない
104	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	社員の意識改革のための全社的研修の実施
105	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	営業の深堀りと新製品の開発
106	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	生産効率アップを目指して社内の効率化をめざしています。
107	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	人材については現社員の高齢に伴い、若手社員を登用し技術力の伝承が必要。
108	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	若手採用をして今以上にデジタルに強い体質に
109	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	新技術開発(特許出願中)とPR
110	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	一貫生産と二交代制の導入にあたって、技術力の強化た人材採用が必要
111	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	安定して仕事を消化できる様、人材確保と育成が急務
112	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	地方営業の強化
113	【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	自社工場の生産技術力の維持向上と量的能力の拡充
114	【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	外部企業によるコンサルタント受講
115	【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	全てにおいて効率化を求める

no	事業内容	記述内容
116	【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	生産設備の調整・人材採用
117	【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	既存事業の更なる拡大、新規事業としてプリント事業の開始、本格稼働。
118	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	コロナ後を見据えた需要の発掘、新製品の開発
119	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	新商品をつくって、販路拡大
120	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	2024年までに生産性を1.5倍にする
121	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	技術が継承されていない。基本的なことが教育されていない。
122	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	インターネットでの営業構造強化と、技術の組織的共有を仕組み化。自社商品・技術を販売できるビジネスモデルの検討を進める。
123	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	社内の力を充実させた上で、外への攻撃(営業強化)の機会を伺う方針。
124	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	生産力のアップを目指し、現社員で売上高を上げる
125	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	高年齢化社員の減少に伴う、新入社員の補充
126	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	HPをただ作るだけでなく、SEO対策をきっちりやりたい
127	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	他にはない機能的商品やデザイン商品を開発。8月新たにホームページを立ち上げ、SNSを活用して新商品を紹介するなど販路開拓。
128	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	新入社員の教育
129	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	下請けからの脱却。自社オリジナル新製品の開発。SDGsとの連携。
130	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	受注を増やすために
131	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	新規事業(ECサイト)の立ち上げと、生産性の向上。
132	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	新商品開発を進めているが、完成を急ぐ。
133	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	プラスチック環境問題への対応
134	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	技術、生産性については改善箇所が多数あるので、まずはそこからと考えている。
135	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	力点3の項目の実施
136	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	一般消費財からオーダーメイド生産への転換
137	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	社員教育によって、全社員の能力向上と生産性UP、販路拡大を推進していく。
138	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	主要業種内での当社商品シェア率はほぼ独占状態でそこでの飛躍的な売上増加は見込めない。主要業種の新規市場に乗り出すか、新業種の開拓が必須。安売りでは競争できない。強みを生かして価格を適正にすること。
139	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	新商品の開発
140	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	トムソン加工の強みを生かしたカタチにこだわったパッケージデザインの提案
141	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	これまでの「売る」のみの行為からの脱却を目指し今後は「課題解決」による受注増を増やしたい。
142	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	コロナ禍において業界(カバン・袋物)全体縮小の中、新商品、新サービス開発が急務である。
143	【製造業】なめし革・同製品・毛皮製造業、ハンドバッグ、袋物	技術力の向上とお客様の健康維持はもちろん、スタッフの健康維持にも力を注ぐ。
144	【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	職人の高齢化による代替わり
145	【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	新規事業のブランディング
146	【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	新規営業および既存顧客のニーズの拾い上げ
147	【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	利益率が高い商品の売り上げが減少しているので、注力したい
148	【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	新商品開発と販売手法
149	【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	SEパワーの増強が重要課題。
150	【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	新規サービスと取引先増
151	【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	新自社商品の開発
152	【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	技術力の低下が目立ってきている。技術力を維持、強化できる体制を確立していかないと新規取引先を増やすことは困難。
153	【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	現在、人材不足と技術力低下により、積極的に新規営業が出来ない状況であり、新規営業先の目処は立っているため悩みとなっている。
154	【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	仕事が集中したときに生産性ダウンを回避するために、スケジュール管理や提携会社の開拓を行う
155	【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	コロナバブルが来る想定なので、人材の確保と社内システムの改善が急務。
156	【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	特にありません。
157	【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	オンラインビジネスの立ち上げ
158	【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
159	【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	売上減少をカバーするため、営業力と技術力を強化し利益率を上げていくことに注力

no	事業内容	記述内容
160	【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	営業をしてくれる協力会社を増やす事。受託開発だけでなく、自社商品を開発し販売する事で積極的に営業出来るようにする。
161	【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	取り扱い製品の拡大
162	【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	検討中
163	【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	営業の標準化 開発の標準化、高速化
164	【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	今までと同様の営業活動はできないため、確度が高く、顧客候補と接触機会が多くなる施策を模索中。
165	【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	万博に向けた加速が大事だと思う
166	【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	展示会出展などで新規顧客を獲得していく 新たな分野の仕事取得のための技術力強化
167	【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	キャリア採用
168	【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	新規顧客開拓によって受注単価アップに繋げる
169	【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	プログラマの確保、育成
170	【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
171	【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	コロナ克服
172	【情報通信業】インターネット付随サービス業	教育が第一順位
173	【情報通信業】インターネット付随サービス業	少人数のため、現状はこなす仕事をこなすのにいっぱいで次の動きが取りずら
174	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	以前からオーナーに提案しているマンション新築などの案件が進まず
175	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	外注率を下げるために、人材の採用と育成。能力アップで、仕入れ単価の上昇分を分散させる。
176	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	営業力の拡大
177	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	営業
178	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	今まで通りコツコツ働きます
179	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	全社員の能力アップを行い、更なるサービス提供の強化を行う。 次期展開に向けての金融機関との関係強化
180	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	住宅事業の確立
181	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	前期利益が減少したため、技術力を高め生産性の向上が必要
182	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	受注のチャンスがきても社内でこなせる体制が、まだまだできていないため。
183	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	社員のスキルアップを図るための教育システムの構築
184	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	新規販売方法・新規事業の模索
185	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	資金繰り強化
186	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	営業力の拡大
187	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	若い人材の確保と教育
188	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	若手社員の採用が急務。その為に社内整備も急務。
189	【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
190	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	取引先お客さんの見極め
191	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	事業拡大の為に人材確保
192	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	営業力を拡大し、異業種の方との交流を深め、新事業?本業に繋がる仕事を増
193	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	指針セミナーに参加し、特に数字を起点に計画を立てていきたい。
194	【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	新規事業開発、新規顧客開拓
195	【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	捉筆力強化
196	【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	人材採用
197	【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	人材採用コンサルタントに色々教えてもらいながら、採用を行っていく
198	【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	重要顧客を増やして売り上げ利益の安定につなげる
199	【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	目先の仕事をこなす
200	【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	営業強化、雇用、社員教育
201	【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	既存の取引先、分野を維持しつつ、軸足をずらしたサービスの展開を模索する。
202	【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	ダンピング回避
203	【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	新規取引先の開拓
204	【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	新規事業をしているので、その分野の営業力拡大。また任せられる社員がいる事の安心が大きいので期待。

no	事業内容	記述内容
205	【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	仕事量はあるが、今いる人員で無理やりこなしている状況。社員を増やし無理のない様になりたい。
206	【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	取引先の増加による売上と利益の確保が必要です。
207	【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	人材採用と人材育成に力を入れる。
208	【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	売上(利益)の確保
209	【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	会社組織の拡大、人材確保
210	【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	これまで営業と言えばルーティンワークで、呼ばれたら現場調査に行くといった消極的営業で仕事が確保できていた。今後はニーズとされる顧客の掘り出し、自社製品の売り込み能力を高めるための社員教育に力を入れたい。
211	【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	事業再構築補助金を使っての新事業の立ち上げが最重要事項。それと既存事業に関しては新規販路開拓。
212	【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	安定した受注量を保つためには販路拡張が大事に思っています。また、若年層の人材確保は喫緊の課題と捉えています。
213	【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	より高いサービスを提供する為の生産性
214	【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	新規事業を立ち上げた部署の技術力を上げたい
215	【金融・保険】保険業	取引先企業の停滞、法人保険の解決あり、困難
216	【金融・保険】保険業	新規を増やす
217	【金融・保険】保険業	教育の強化
218	【金融・保険】保険業	社員教育による、技術面の強化
219	【金融・保険】保険業	人材の採用でマンパワーの強化
220	【金融・保険】保険業	選んでいただける代理店、紹介いただける代理店はやはり知識、任せられるという信用度のアップに尽きる。
221	【金融・保険】保険業	あらたな取引先の拡大
222	【金融・保険】保険業	知識
223	【金融・保険】保険業	景気がまだまだ悪い状況が続くので新規はやり続けられないといけない
224	【教育・学習支援】学校教育、幼稚園、専修学校、各種	新規生徒の獲得
225	【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	既成概念にとらわれない発想でチャンスをつかむ
226	【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	動画、webを活用して自社の特徴をアピールする
227	【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	新規事業については、ノウハウなど協力会社から伝授いただき、今後は少しずつ内製化させていきたい
228	【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	今後検討していきたい
229	【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	当社サービスの必要性を知っていただき、繋がりを持つこと
230	【卸売・小売業】繊維・衣服等卸売業、靴、鞆	次期主力商品がテイクオフしたので、一層生販売促進を図る。また、事業再構築補助金の緊急事態宣言特別枠に採択された新規事業に着手する。
231	【卸売・小売業】繊維・衣服等卸売業、靴、鞆	安定的な売上の確保は永遠の課題
232	【卸売・小売業】繊維・衣服等卸売業、靴、鞆	他社との差別化で女性専用作業服とオーダー作業服に注力する。その分野での新規開拓及び重要取引先を増やしていくことに重点を置いている
233	【卸売・小売業】繊維・衣服等卸売業、靴、鞆	コロナ感染が当面収まらないことを前提とした事業戦略を策定する
234	【卸売・小売業】繊維・衣服・身の回り品小売業、蒲団	経営指針を取りまとめる。それに基づいて行動する。
235	【卸売・小売業】繊維・衣服・身の回り品小売業、蒲団	顧客の購買方法の変化に対応する能力
236	【卸売・小売業】繊維・衣服・身の回り品小売業、蒲団	新規顧客獲得の為に営業力の強化
237	【卸売・小売業】繊維・衣服・身の回り品小売業、蒲団	今までどおり、人材育成に努める。
238	【卸売・小売業】繊維・衣服・身の回り品小売業、蒲団	新規顧客獲得のため、コロナ禍なのでチラシ作成で対応
239	【卸売・小売業】繊維・衣服・身の回り品小売業、蒲団	商品のクオリティのアップと販売商品点数(カジュアルアイテム等も含む)を増やすことが今後の鍵になってくると思うのでその強化と、経営理念見直しからメンバーで一丸となってやっていく事に力を入れます。
240	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	ベテラン社員がほとんどなので、大きなミスは少ない。やるべきことをマニュアル化し、そのお客様に適したサービス、商品の提案を、まじめに行い続ける
241	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	車輛の電子制御化やアフターマーケットが大きく変化するなかで新たな発想で取り組む人材の育成で新しいビジネス展開や生産性を向上することに注力している。また、先行投資として人材採用は継続する。
242	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	人材確保
243	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	人材育成
244	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	自社の一部商社化
245	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	今年3人の社員が退職→補強・補充
246	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	本業は柱として強化を続けるが、未来を見越してもう1本の柱を作りたい。
247	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	車両販売、保険部門に力を入れていきたい
248	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	販売力の強化
249	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	技術と取り扱い業務の拡大
250	【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	新規事業による事業拡大

力点の内容（記述）

no	事業内容	記述内容
251	【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	経営幹部のより一層の奮起と世代交代の検討
252	【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	木材の従来にない活用方法を見出すなど、旧態依然とした業界、自社の体質からの飛躍を計る
253	【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	現在の不況はまだ続くであろうから、それまでは経費節減に努め、景気回復の兆しが見えてきたなら人材の採用を考えている。
254	【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	新規顧客開拓 新商品開拓
255	【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	新入社員の確保
256	【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	作業案件が増えているので、将来を見越して、人材の確保は進めたい。
257	【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	QCQDの見直しと社員教育
258	【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	将来ビジョンを策定する
259	【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	ビジョンの共有を図り、新規ビジネスが必要な訳を浸透させる
260	【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	力を入れていきたい商品の販売戦略の策定と実行、補助金活用によるHP/SNS強化で効率的な集客および販売促進を進める
261	【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	販売力提案力向上
262	【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	出店です
263	【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	新入社員のモチベーションアップ
264	【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	スタッフ一人一人のスキルUP
265	【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	アフターコロナにおいて、営業力の拡大
266	【卸売・小売業】各種商品卸売業	ウィズコロナ時代を顧客と共に生き抜く策を描く
267	【卸売・小売業】各種商品卸売業	営業スキルの向上に注力、新規得意先の開拓
268	【卸売・小売業】各種商品卸売業	測定機の導入と活用
269	【卸売・小売業】各種商品卸売業	現状、経営上、悩みや問題点はなく、特段現状のままで問題はない。強いて言えばの回答
270	【卸売・小売業】各種商品卸売業	売上と利益を確保する為に、営業力をアップして新規取引先を増やす
271	【卸売・小売業】各種商品卸売業	台湾溶材販売以外の第二の事業柱を構築する。
272	【卸売・小売業】各種商品卸売業	売上100億円一人当たりの生産性1億円を目指す。事業再構築補助金を活用して、物流費を抑えていく。令和3年4月から新卒採用を行っている。新卒採用を続けていきたい。
273	【卸売・小売業】家具・什器・機械器具小売業、仏壇、パソコン	計画的な新規市場の攻略
274	【卸売・小売業】家具・什器・機械器具小売業、仏壇、パソコン	取引先を増やすことに力点をおいている
275	【卸売・小売業】家具・什器・機械器具小売業、仏壇、パソコン	技術力のアップする事で生産性が上がり顧客が喜び値打ちのある仕事ができる
276	【卸売・小売業】家具・什器・機械器具小売業、仏壇、パソコン	人材の採用・教育・育成
277	【卸売・小売業】飲食料点小売業、仕出弁当、給食	商品の差別化と一般小売強化
278	【卸売・小売業】飲食料点小売業、仕出弁当、給食	現状の事業の強化が望ましいが、新たな事業なども視野に入れた取り組みも考えたい
279	【卸売・小売業】飲食料品卸売業	経営理念に合致しないところは取引しない
280	【卸売・小売業】飲食料品卸売業	兎にも角にも売上回復
281	【卸売・小売業】飲食料品卸売業	新規分野の人材、設備投資はほぼ完了。実績を積み増す1年となる。
282	【卸売・小売業】飲食料品卸売業	設備投資、人材採用により生産力の強化と新しい販路拡大をはかる。
283	【卸売・小売業】飲食料品卸売業	BtoCメインからBtoBに力を入れる。細かい仕事も受けて販路拡大に繋げていく
284	【卸売・小売業】飲食料品卸売業	新規事業の柱をたてたい
285	【卸売・小売業】飲食料品卸売業	重要取引先が減少（倒産）されている為、取引先見込を確保中。良い人材の確保が難しいため、現在いる社員の能力を高めるためのセミナー、コーチングを行っている。 銀行側も出し渋りをしているように感じるので、当社としても慎重かつ把握するための材料を模索中
286	【卸売・小売業】飲食料品卸売業	高単価なワインを販売可能な既存のお客様の掘り起こし及び新規開拓
287	【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、量、	新規獲得
288	【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、量、	新規店舗拡大と市場出荷量を増やすための生産性向上
289	【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、量、	新規事業の模索と販売網の強化
290	【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、量、	社員のスキルアップが今後の決め手となる
291	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	売上の拡大と新規事業の模索
292	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	新規事業として、小売出来る商品を作る

no	事業内容	記述内容
293	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	取扱い商品の範囲を拡げる。その為の新設備導入。現行の管理者（社長含む）の後継者づくり。
294	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	新規客獲得
295	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	業務の見える化で生産性向上、近郊地域へ営業強化
296	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	仕入先の多角化、国内仕入先の開拓と新規顧客の開拓。品質管理人材の採用
297	【運輸・通信業】道路旅客運送業	ITに強い事務スタッフの導入
298	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引越センター	改善活動強化
299	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引越センター	丁寧な積込・荷造り
300	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引越センター	倉庫保管業務も含めた配送受注の拡大
301	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引越センター	新規得意先獲得のため、営業プロジェクトに力を注ぐ。生産性アップのため、工事DXの利用
302	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引越センター	新規取引先を増やしていき経費を最大限におさえる
303	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引越センター	指針経営を進めるために、まずは自分自身の成長。そこから全社一丸へ
304	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引越センター	案件はあるが人材が不足している
305	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引越センター	食品流通、物流の延長でできる事業があれば取り組みたい
306	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引越センター	営業力を上げて、幹部社員を一人作る。
307	【運輸・通信業】倉庫業	サービス開発
308	【運輸・通信業】倉庫業	航空貨物の取り扱いを始めること
309	【運輸・通信業】水運業	生産性があるところで力を注ぐ。社員の営業力アップ。必要費用をカットする
310	【運輸・通信業】運輸に付帯するサービス業、	営業力の拡大が当面の課題 集客を他社に委ねている部分があるので、自社単体での新規顧客獲得及び新規エリアでの重要取引先を増加させること
311	【運輸・通信業】運輸に付帯するサービス業、	更なる顧客の創出を求め、BtoBで顧客を創出すると共に増えた仕事量を熟せる技術を社員全員で強化しないと信用を失いかねない。そして労働集約型なので、人材の確保が売り上げに直結するので不可欠である
312	【運輸・通信業】運輸に付帯するサービス業、	長年、この貿易業界に携わっており、知識や経験が豊富で、今後、この知識や経験を生かした有料のセミナーや勉強会などを行うことを準備中
313	【飲食店】遊興飲食店、料亭、バー、酒場	まず営業力集客をあげて、売り上げを上げる事に注力が最優先かと。
314	【飲食店】一般飲食店	既存客をターゲットに接近戦で単価UP 新分野事業
315	【飲食店】一般飲食店	アフターコロナの環境対応
316	【飲食店】一般飲食店	・新規の獲得と、既存フォロー。 ・組織化。
317	【飲食店】一般飲食店	商圏の拡大、強化
318	【飲食店】一般飲食店	既存店では社員の発信力の強化を促進すべく社員教育を選択しました。資金についてはまだまだ不安点が多いので、時間を作って掘り下げていくところです。
319	【飲食店】一般飲食店	コロナで売上大幅減、コストダウンと売上増大に挑戦
320	【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	石材の事業では新規案件を増やす努力をしなければならない。保育事業については、人材確保と教育が必要。
321	【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	サービス業ですが、利用者が高齢化と、新たなニーズが出てきているのでそれに対応できる支援を考えていく
322	【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	人材確保が出来れば事業展開も実施できるので安定した人材確保と育成が重要。
323	【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	職員定着
324	【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	他社との差別化を図るためには、人材育成を行い、社員の能力アップが必須であると思う。専門知識や技能と、コミュニケーションスキル、職員間の関係形成の構築に力を入れている。特に、リーダーの育成。単発の集合研修でなく、年間継続したテーマでリーダーとして現場で生かせる研修を実施。
325	【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	SNS
326	【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	今期の新規施設立ち上げにともない、50名ほどの新規人材の採用が必要になる。
327	【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	訪問介護事業については仕入れないが、現地生産（ヘルパー）、現地消費（サービスの提供）そのために新規受け入れは人材確保が必要、又業界全体慢性人材不足しており。短期的解消には生産性アップの効率化と経費削減と考えてます。
328	【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	新規サービス事業所の開設 児童・健康方面
329	【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	他の事業所との差別化を図る 特色ある事業所づくり
330	【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	新規入居者の獲得強化
331	【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	社員の成長が会社の成長なので
332	【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	業態変更や新規事業の立上げをする為に社員の能力開発を重点的にする
333	【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	人材確保のための営業を積極的に進める。
334	【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	他県への進出に向けてどう進めていくか

no	事業内容	記述内容
335	【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	事業規模を拡大することで、中堅職員にチャンスを与えて能力をアップさせる。
336	【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	最小で最大の結果を生み出す取り組み、仕組みづくり
337	【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	未経験、無資格者が働ける職場です。採用から育成までのフォローアップが事業の継続に欠かせません。新規事業は、障害のある方の通所する場所が足りない状況で、次の事業所作りに向けて動いています。
338	【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	採用活動に力を入れる。
339	【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	新卒採用と来春に新規事業所を立ち上げ。
340	【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	大阪市は保育士国家戦略特区の為人材確保が難しい
341	【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	取引先との信頼関係の構築
342	【医療、福祉】医療業、病院、診療所、助産所、はり・	1人1人丁寧に対応
343	【医療、福祉】医療業、病院、診療所、助産所、はり・	リスク回避のため多様な事業を新規開店予定。
344	【医療、福祉】医療業、病院、診療所、助産所、はり・	各部門で、SWOT分析を行う
345	【医療、福祉】医療業、病院、診療所、助産所、はり・	一度立ち止まって、事業計画を見直したい
346	【医療、福祉】医療業、病院、診療所、助産所、はり・	販売拡大と、付加価値の強化（ブランディング）
347	【医療、福祉】医療業、病院、診療所、助産所、はり・	指針セミナーを受講して、当社の弱いところが明確になったので
348	【サービス業】物品賃貸業、リース、自動車賃貸	WEBからの問い合わせ増戦略と幹部社員の育成を行う。また事業再構築助成金を使い売上を伸ばす。
349	【サービス業】物品賃貸業、リース、自動車賃貸	新しい社員の割合が増えているので、正しく経験を積んでもらう。業務フローの見直し。商品数を増やす。
350	【サービス業】廃棄物処理業、ごみ収集	人財育成
351	【サービス業】廃棄物処理業、ごみ収集	社員教育
352	【サービス業】廃棄物処理業、ごみ収集	新規事業立ち上げへの用地開拓
353	【サービス業】廃棄物処理業、ごみ収集	一廃スポット業務からの新事業展開
354	【サービス業】廃棄物処理業、ごみ収集	資格取得等、全面バックアップ
355	【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	既存顧客の継続を強化
356	【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	これまでより詳細に考えていくことで選択肢を増やす。
357	【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	新規顧客を獲得していきたい
358	【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	顧問契約数を増やす
359	【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	レベルアップ システムの強化
360	【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	新従業員の教育、能力アップ
361	【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	事業承継を進めるために、安定した売上基盤の確立を計りたい。
362	【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	アフターコロナでの働き方改革を中心とした労務管理の支援を営業の中心にすえること。
363	【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	販路拡大、営業力の強化
364	【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	万が一のときのためにバックアップとして人員の補強が必要。
365	【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	新規クライアントの獲得
366	【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	立ち上げた新サービスに対する集客 DMではコストがかかり利益が出ないのでWEBを有効利用
367	【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	採用を強化します。VR事業（バーチャル美術館）に注力しています。
368	【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	既存顧客への提案
369	【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	指針を作り実践していく必要性を感じています
370	【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	従来からの課題ではあるが、コロナ禍で商流の変化がますます加速している実感があり、そこに対応する力をつけるということが未来を開くと考えます。そのために変化に柔軟に、挑戦する気概、発想を、楽しみながら実践していく社風を作ること念頭に、日々取り組んでいます。

no	事業内容	記述内容
371	【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	正社員を雇用したい
372	【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	従業員のレベルアップ及び新サービスによる新規顧客開拓
373	【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	既存顧客へのサービスの強化・充実
374	【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	現状は横ばいだが今後の景気の先行きが不透明なので営業力UPと取引先のニーズの把握は必須である。その上で事業展開も変化を加えていかなければならないと考えています。 人材は特に電気工事に必要であるが市場が動かないのが悩みです。
375	【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	個別に営業をまわる
376	【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	多様な業務を推進できる社員教育の仕組みづくりと今後10年～20年を考えた会社の方向性の検討
377	【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	人材を確保し、業務を潤滑に行えるようにする。
378	【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	新しい手法の研究と、既存業務が多忙なため業務の効率化
379	【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	利益率の向上
380	【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	従業員教育
381	【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	提供しているサービスのバリエーションを増やす
382	【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	イベントや婚礼など対面型が事業基盤であったため、コロナの影響で売上減が激しい。デジタルメディア等の非接触型の事業の強化と婚礼は小規模のBtoCに力を入れていく。
383	【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	計画を立てて、自社を知って頂く努力をしています。
384	【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	新規顧客開拓とともに、オンライン化によるサービス提供の多様化を進める。
385	【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	職員9名中、6名が社歴2年未満、1名が社歴2年になったところで産休、という状態。ベテラン2名のうち1名がパートなので、実質ベテラン社員1名で全員の教育をおこなっている状態。早く成長してもらいたいが、仕事柄、難しい案件も多く、なかなか難しい課題。
386	【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	これまでに取りこぼしている仕事を受けられるように職員の処理能力アップをはかりたい。
387	【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	会社パンフレットの新規作成
388	【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	少人数での生産効率のアップをするために国内・中国の協力会社と工程・情報などシステム化を進めたい。
389	【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	製販分離
390	【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	有資格者の新規採用
391	【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	サービス業に従事していた経験から飲食店のオペレーションが理解できる、デザイン会社としてアドバイスをしながら広告を請け負ってきた。
392	【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	時間あたりの粗利アップ
393	【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	商品開発
394	【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	人材確保と新規開拓が両輪です。
395	【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	仕事の効率を上げる。古くなってきた設備の入れ替え。
396	【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	売上増大につながる人材の採用

no	事業内容	記述内容
397	【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	社員の能力アップにより、労働生産性の向上を目指し、経費削減につなげる。
398	【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	リピート顧客の増大
399	【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	コロナ収束後の経営方針についてどのような方向性を持たせるか。
400	【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	情報の発信
401	【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	従業員弁理士を1人雇用するにあたり、利益ある仕事の量を増やしておく必要がある。唯一無二なサービス実施の良さに気付いてもらう機会を増やしていきたい。
402	【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	差別化を図れる新商品の開発
403	【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	需要拡大につながる発信の強化
404	【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	M&A案件や、外国の方の雇用についての手続き管理などを行っていく
405	【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	営業マンの育成
406	【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	経営コンサルティング業務に関して、コロナ禍でお客様のニーズが変化していると感じている。その変化を見極めたい。
407	【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	幹部社員の採用と新規マーケティング方法の早期確立
408	【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	業務のIT化と事務所内スキルアップ
409	【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	課題解決能力の向上、ヒアリング力の向上
410	【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	弁護士が私1人であり、業務量との関係で回らなくなってきたので、弁護士を採用したい。
411	【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	社員確保による生産性の向上、仕事の平準化
412	【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	IT化、既存顧問先の単価アップ(付加サービス)、新規顧問先の獲得
413	【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	新人の社員能力アップに力を入れています。
414	【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	優良顧客の囲い込み
415	【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	経営戦略はこのままでよいと考えているが、事業マネジメント力と社員の能力開発が必要。
416	【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	ICTを利用した業務の効率化、広報活動の活発化
417	【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	目に見えないサービスではなく、目に見える”もの”を提供すべく、ソフトを製作中。
418	【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	東京の受注金額が減になっているため大阪業務についても連携して利益が出る構造とする。 また受注減になっている公共競争入札から指名入札 プロポーザルによる業務取得 民間業務へのシフト をすべく営業活動及び社内提案力の向上を目指す。
419	【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	人の雇用と継続的な教育
420	【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	セミナー事業の企画
421	【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	リスト収集、ビジネスモデルをつくる
422	【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	人材の確保と社会の変化に伴った商品改革
423	【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	発信力 コラボ

no	事業内容	記述内容
424	【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	重要取引先を増やす
425	【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	顧客の開拓
426	【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	新規営業のアプローチ数が絶対的に不足しているので、そこに力を入れます。
427	【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	すべての営業活動を、ウェブに切り替える
428	【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	営業力を強化し、新規顧客の拡大
429	【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	商品のブラッシュアップと、WEBによる営業強化、それを担う従業員の育成。
430	【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	集客
431	【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	契約先増強
432	【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	従業員の専門性について能力開発を行い、経営者自らは新サービスの開発、販路拡大に力点を置くこと。
433	【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	各種参加団体及び現顧客からの顧客紹介。
434	【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	新規顧客が増えていっているので簿記の知識がある社員の確保
435	【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	銀行との連携
436	【サービス業】政治・経済・文化団体	来年度、他府県に新規出店し事業が拡大します。それに向けて人材の雇用・育成・設備投資に力点を置いています。
437	【サービス業】政治・経済・文化団体	コロナ後の情勢をみすえて、今後の経営指針・計画をアップデート、実践、評価する。そのサイクルを着実にまわせる仕組みを整備する。
438	【サービス業】自動車整備業	5～10年ビジョンでの事業計画の見直し、策定。ディテリング事業(仕上げ全般に携わる事業)の強化により、新規顧客を取り込み、钣金塗装での売上のベースアップに繋げる
439	【サービス業】自動車整備業	コロナだからと言いつまらない。突進していくのみ。
440	【サービス業】自動車整備業	営業部門の自動車知識レベルアップ研修、工場内の設備更新、適材適所の人員配置転換、労働条件見直しと積極採用
441	【サービス業】自動車整備業	新規顧客を獲得することで、財務状況をよくする
442	【サービス業】広告業、広告代理、屋外広告、	利益率をできるだけ高める
443	【サービス業】広告業、広告代理、屋外広告、	採用
444	【サービス業】広告業、広告代理、屋外広告、	新しいハード・ソフトの技術向上
445	【サービス業】広告業、広告代理、屋外広告、	本業でうまくいっていない部分の基本的な見直しと、新事業のトライアル。
446	【サービス業】機械等修理業	OJTがメインの為、社内での教育制度の充実
447	【サービス業】学術・研究開発機関	海外事業を軌道に乗せる事
448	【サービス業】学術・研究開発機関	仕事に対して受け身が多かったため、今後は営業に力を入れる
449	【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	コロナ回復待ち、政府の観光対策希望
450	【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	新商品(オンライン葬儀)の広報
451	【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	新規顧客の獲得
452	【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	新規事業参入を検討
453	【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	今後消費者がどのような商品を望むのかを把握していく必要があり、市場調査に関する有力な情報源が少ないです。
454	【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	婚活パーティーの開催
455	【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	コロナ禍また、終息後に於いて、自社製品(作品)の広報活動
456	【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	経営資源を有効に活用しつつ、現業に相乗効果をもたらすような新たな事業戦略を組み立てる必要がある。
457	【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	人材育成
458	【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	新規販路分野開拓 新製品・サービス開発
459	【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	既存受注先からの供給が減少するため、新規販路の拡大は急務、その為には技術力の強化と社員能力のアップが欠かせない。
460	【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	社員、特に幹部社員の意識力UPが課題

力点の内容（記述）

no	事業内容	記述内容
461	【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	withコロナでの受注体制で、リモートをどのように活用していくかが課題と考えています。方向性が分かっていないので。
462	【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
463	【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	コロナ終息後の、コロナ関連事業の低下を見据えた、経営計画と人材教育の強化
464	【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	アパートか駐車場の経営にシフト
465	【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	人材の確保
466	【サービス業】その他のサービス業、集会場、と畜場	新事業の成功
467	【サービス業】その他のサービス業、集会場、と畜場	新規事業を立ち上げる予定です。
468	【サービス業】その他のサービス業、集会場、と畜場	昨年から少なからず変化はあったものの一社依存から大きく抜け出せずにいるので、営業力（新規荷主）の獲得とともに社員の意識レベルの底上げ
469	【サービス業】その他のサービス業、集会場、と畜場	指導力

【特別項目】

【1】夏季賞与についてお尋ねします
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
1 支給した	150	252	38	11	11	66	36	90	402
2 支給しなかった	33	101	9	9	9	22	13	39	134
3 対象者がいない	4	80	6	3	0	10	27	34	84
4 その他	7	24	1	1	1	7	3	11	31
本設問回答企業数	194	457	54	24	21	105	79	174	651

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
1 支給した	77.3%	55.1%	70.4%	45.8%	52.4%	62.9%	45.6%	51.7%	61.8%
2 支給しなかった	17.0%	22.1%	16.7%	37.5%	42.9%	21.0%	16.5%	22.4%	20.6%
3 対象者がいない	2.1%	17.5%	11.1%	12.5%	0.0%	9.5%	34.2%	19.5%	12.9%
4 その他	3.6%	5.3%	1.9%	4.2%	4.8%	6.7%	3.8%	6.3%	4.8%
本設問回答企業数	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100.0%

(2) 前年度の夏季賞与との比較について(【1】-1で「1.支給する」と回答された方)

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
1 増額した	187	252	38	11	11	66	36	90	439
2 ほぼ同額	33	101	9	9	9	22	13	39	134
3 減額した	4	80	6	3	0	10	27	34	84
4 昨年は支給してない	7	24	1	1	1	7	3	11	31
本設問回答企業数	231	457	54	24	21	105	79	174	688

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
1 増額した	81.0%	55.1%	70.4%	45.8%	52.4%	62.9%	45.6%	51.7%	63.8%
2 ほぼ同額	14.3%	22.1%	16.7%	37.5%	42.9%	21.0%	16.5%	22.4%	19.5%
3 減額した	1.7%	17.5%	11.1%	12.5%	0.0%	9.5%	34.2%	19.5%	12.2%
4 昨年は支給してない	3.0%	5.3%	1.9%	4.2%	4.8%	6.7%	3.8%	6.3%	4.5%
本設問回答企業数	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

(3) 1夏期賞与の支給月額(中央値、単位:ヶ月)

	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	業種全体
1 1~4人	1.00	1.00	1.00	-	-	1.50	1.00	2.00	1.00
2 5~9人	2.00	2.00	2.00	4.00	-	2.00	1.00	2.00	2.00
3 10~19人	1.00	1.00	2.50	-	1.00	1.50	1.00	1.00	1.00
4 20~29人	2.00	1.50	-	-	-	1.00	-	2.00	2.00
5 30~49人	2.00	1.00	1.00	-	-	-	1.00	3.00	2.00
6 50~99人	1.50	2.00	-	1.00	2.00	1.00	-	2.00	2.00
7 100人~	#NUM!	4.00	-	-	-	-	#NUM!	4.00	4.00
従業員規模全体	2.00	2.00	2.00	2.50	1.00	1.50	1.00	2.00	2.00

(3)1夏期賞与の支給平均月額(単位:ヶ月)

-44/65-

	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	平均
1 1~4人	1.08	1.69	1.00	-	-	-	0.83	1.83	1.41
2 5~9人	0.99	1.98	1.50	0.50	-	8.30	2.00	0.83	1.67
3 10~19人	0.97	1.49	0.85	-	1.25	-	1.00	1.27	1.20
4 20~29人	1.48	1.53	-	-	-	-	-	0.83	1.49
5 30~49人	1.09	0.78	1.33	-	-	-	0.00	0.48	0.92
6 50~99人	1.45	2.06	-	2.80	1.00	2.00	-	2.25	1.89
7 100人~	-	-	-	-	-	-	-	0.50	0.50
平均	1.15	1.50	1.24	1.65	1.17	1.47	1.37	1.27	1.33

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
1 1~4人	6	7	1	0	0	0	3	3	13
2 5~9人	4	9	3	1	0	1	1	3	13
3 10~19人	10	8	2	0	2	0	1	3	18
4 20~29人	8	3	0	0	0	0	0	3	11
5 30~49人	6	7	3	0	0	0	1	3	13
6 50~99人	2	5	0	1	1	1	0	2	7
7 100人~	0	1	0	0	0	0	0	1	1
合計	38	40	9	2	3	12	6	18	78

(3)2夏期賞与の支給額(中央値、単位:万円)

	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	業種全体
1 1~4人	20.0	28.0	20.0	-	-	30.0	28.0	25.0	26.0
2 5~9人	20.0	25.0	20.0	10.0	-	15.0	42.0	25.0	25.0
3 10~19人	30.0	30.0	30.0	23.0	13.0	26.0	37.0	30.0	30.0
4 20~29人	25.0	27.0	25.0	35.0	-	34.0	22.0	25.0	25.0
5 30~49人	27.0	30.0	27.0	-	10.0	49.0	-	30.0	30.0
6 50~99人	28.0	31.0	28.0	58.0	12.0	31.0	-	30.0	30.0
7 100人~	40.0	23.0	40.0	-	-	-	-	20.0	33.0
従業員規模全体	25.0	30.0	30.0	31.0	12.0	30.0	28.0	28.0	28.0

(3)2夏期賞与の支給平均額(単位:万円)

	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	平均
1 1~4人	22.0	34.0	41.0	-	-	34.0	43.0	27.0	30.0
2 5~9人	21.0	31.0	33.0	0.0	-	29.0	38.0	32.0	28.0
3 10~19人	28.0	31.0	37.0	46.0	15.0	28.0	38.0	30.0	30.0
4 20~29人	28.0	29.0	16.0	0.0	-	36.0	22.0	23.0	29.0
5 30~49人	30.0	34.0	29.0	-	10.0	49.0	-	35.0	32.0
6 50~99人	32.0	38.0	53.0	19.0	12.0	44.0	-	38.0	36.0
7 100人~	42.0	25.0	26.0	-	-	-	-	24.0	34.0
平均	12.0	45.0	41.0	96.0	43.0	7.0	7.0	5.0	31.0

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
1 1~4人	23	47	4	0	0	10	13	20	70
2 5~9人	22	41	10	1	0	11	4	15	63
3 10~19人	39	35	7	1	3	9	6	9	74
4 20~29人	17	16	1	3	0	6	1	5	33
5 30~49人	19	17	3	0	1	2	0	11	36
6 50~99人	8	15	1	2	3	3	0	6	23
7 100人~	5	4	1	0	0	0	0	3	9
合計	137	175	28	7	7	41	25	70	312

【特別項目】

特別項目【2】2022年3月卒業予定者の採用について

(1) 2022年3月卒業予定者の採用予定についてお答えください。

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 採用する予定	65	82	17	10	1	15	7	32	147
2 採用する予定はない(2021年は採用した)	26	60	4	3	0	13	12	28	86
3 採用する予定はない(2021年も採用していない)	123	311	29	12	16	69	72	113	434
4 検討中	27	55	11	2	4	13	5	20	82
5 その他	7	21	4	0	3	4	5	5	28
合計	248	529	65	27	24	114	101	198	777

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 採用する予定	26.2%	15.5%	26.2%	37.0%	4.2%	13.2%	6.9%	16.2%	18.9%
2 採用する予定はない(2021年は採用した)	10.5%	11.3%	6.2%	11.1%	0.0%	11.4%	11.9%	14.1%	11.1%
3 採用する予定はない(2021年も採用していない)	49.6%	58.8%	44.6%	44.4%	66.7%	60.5%	71.3%	57.1%	55.9%
4 検討中	10.9%	10.4%	16.9%	7.4%	16.7%	11.4%	5.0%	10.1%	10.6%
5 その他	2.8%	4.0%	6.2%	0.0%	12.5%	3.5%	5.0%	2.5%	3.6%
合計	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

(2) 1 2022年3月卒業予定者の採用予定数についてお答えください。(件数)

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 大学院	11	18	2	2	0	4	0	10	29
2 大学	5	45	5	5	0	8	5	22	50
3 短大	0	3	0	0	0	0	0	3	3
4 専門学校	5	26	5	3	0	4	1	13	31
5 高校	43	26	9	0	1	5	0	11	69
6 中学	0	1	1	0	0	0	0	0	1
7 その他	1	3	2	0	0	0	0	1	4
合計	65	122	24	10	1	21	6	60	187

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 大学院	16.9%	14.8%	8.3%	20.0%	0.0%	19.0%	0.0%	16.7%	15.5%
2 大学	7.7%	36.9%	20.8%	50.0%	0.0%	38.1%	83.3%	36.7%	26.7%
3 短大	0.0%	2.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.0%	1.6%
4 専門学校	7.7%	21.3%	20.8%	30.0%	0.0%	19.0%	16.7%	21.7%	16.6%
5 高校	66.2%	21.3%	37.5%	0.0%	100%	23.8%	0.0%	18.3%	36.9%
6 中学	0.0%	0.8%	4.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%
7 その他	1.5%	2.5%	8.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.7%	2.1%
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 大学院	20	26	2	3	0	5	0	16	46
2 大学	5	104	9	17	0	16	7	55	109
3 短大	0	6	0	0	0	0	0	6	6
4 専門学校	7	37	6	3	0	6	1	21	44
5 高校	85	48	19	0	2	7	0	20	133
6 中学	0	2	2	0	0	0	0	0	2
7 その他	1	4	3	0	0	0	0	1	5
合計	118	227	41	23	2	34	8	119	345

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 大学院	1.8	1.4	1.0	1.5	-	1.3	-	1.6	1.6
2 大学	1.0	2.3	1.8	3.4	-	2.0	1.4	2.5	2.2
3 短大	-	2.0	-	-	-	-	-	2.0	2.0
4 専門学校	1.4	1.4	1.2	1.0	-	1.5	1.0	1.6	1.4
5 高校	2.0	1.8	2.1	-	2.0	1.4	-	1.8	1.9
6 中学	-	2.0	2.0	-	-	-	-	-	2.0
7 その他	1.0	1.3	1.5	-	-	-	-	1.0	1.3
合計	1.8	1.9	1.7	2.3	2.0	1.6	1.3	2.0	1.8

(2) 2021年3月卒業生の採用結果についてお答えください。
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 大学院	2	10	0	1	0	3	0	6	12
2 大学	25	52	7	6	0	14	7	18	77
3 短大	2	5	0	0	1	1	0	3	7
4 専門学校	9	24	4	3	0	7	1	9	33
5 高校	28	16	5	0	1	5	0	5	44
6 中学	0	1	1	0	0	0	0	0	1
7 その他	4	8	2	1	0	1	0	4	12
合計	70	116	19	11	2	31	8	45	186

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 大学院	2.9%	8.6%	0.0%	9.1%	0.0%	9.7%	0.0%	13.3%	6.5%
2 大学	35.7%	44.8%	36.8%	54.5%	0.0%	45.2%	87.5%	40.0%	41.4%
3 短大	2.9%	4.3%	0.0%	0.0%	50.0%	3.2%	0.0%	6.7%	3.8%
4 専門学校	12.9%	20.7%	21.1%	27.3%	0.0%	22.6%	12.5%	20.0%	17.7%
5 高校	40.0%	13.8%	26.3%	0.0%	50.0%	16.1%	0.0%	11.1%	23.7%
6 中学	0.0%	0.9%	5.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%
7 その他	5.7%	6.9%	10.5%	9.1%	0.0%	3.2%	0.0%	8.9%	6.5%
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 大学院	2	16	0	1	0	3	0	12	18
2 大学	37	108	11	19	0	22	13	43	145
3 短大	7	9	0	0	1	1	0	7	16
4 専門学校	17	34	7	3	0	10	1	13	51
5 高校	45	35	19	0	4	5	0	7	80
6 中学	0	2	2	0	0	0	0	0	2
7 その他	10	13	2	1	0	2	0	8	23
合計	118	217	41	24	5	43	14	90	335

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 大学院	1.0	1.6	-	1.0	-	1.0	-	2.0	1.5
2 大学	1.5	2.1	1.6	3.2	-	1.6	1.9	2.4	1.9
3 短大	3.5	1.8	-	-	1.0	1.0	-	2.3	2.3
4 専門学校	1.9	1.4	1.8	1.0	-	1.4	1.0	1.4	1.5
5 高校	1.6	2.2	3.8	-	4.0	1.0	-	1.4	1.8
6 中学	-	2.0	2.0	-	-	-	-	-	2.0
7 その他	2.5	1.6	1.0	1.0	-	2.0	-	2.0	1.9
合計	1.7	1.9	2.2	2.2	2.5	1.4	1.8	2.0	1.8

【特別項目】

【3】10月1日から大阪府で最低賃金が964円/時間から992円/時間に2.9%引き上げられますが、この影響についてお尋ねします

(1) 今回の最低賃金の引き上げ額について

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
1 妥当な額	84	197	30	8	5	38	39	77	281
2 高い	111	168	13	8	12	37	36	62	279
3 低い	8	24	2	2	0	8	6	6	32
4 わからない	43	130	20	9	7	29	17	48	173
本設問回答企業数	246	519	65	27	24	112	98	193	765

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
1 妥当な額	34.1%	38.0%	46.2%	29.6%	20.8%	33.9%	39.8%	39.9%	36.7%
2 高い	45.1%	32.4%	20.0%	29.6%	50.0%	33.0%	36.7%	32.1%	36.5%
3 低い	3.3%	4.6%	3.1%	7.4%	0.0%	7.1%	6.1%	3.1%	4.2%
4 わからない	17.5%	25.0%	30.8%	33.3%	29.2%	25.9%	17.3%	24.9%	22.6%
本設問回答企業数	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(2) 今回の最低賃金アップで消費の動向はとなると予測するか？

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
1 改善する	8	31	1	1	1	4	8	16	39
2 変わらない	181	348	44	16	13	82	63	130	529
3 悪化する	19	41	5	1	5	8	11	11	60
4 わからない	36	94	13	9	4	18	13	37	130
本設問回答企業数	244	514	63	27	23	112	95	194	758

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
1 改善する	3.3%	6.0%	1.6%	3.7%	4.3%	3.6%	8.4%	8.2%	5.1%
2 変わらない	74.2%	67.7%	69.8%	59.3%	56.5%	73.2%	66.3%	67.0%	69.8%
3 悪化する	7.8%	8.0%	7.9%	3.7%	21.7%	7.1%	11.6%	5.7%	7.9%
4 わからない	14.8%	18.3%	20.6%	33.3%	17.4%	16.1%	13.7%	19.1%	17.2%
本設問回答企業数	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(3) 今回の最低賃金引き上げについての対応

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
最低賃金まで賃金を引き上げる	70	82	8	4	6	23	4	37	152
最低賃金を超えて賃金を引き上げる	26	38	3	1	3	10	4	17	64
既に最低賃金を上回っているのに引き上げない	117	281	39	18	13	59	51	101	398
既に最低賃金を上回っているがさらに引き上げる	23	41	3	1	2	7	14	14	64
5 その他	12	87	12	3	0	15	28	29	99
本設問回答企業数	248	529	65	27	24	114	101	198	777

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
最低賃金まで賃金を引き上げる	28.2%	15.5%	12.3%	14.8%	25.0%	20.2%	4.0%	18.7%	19.6%
最低賃金を超えて賃金を引き上げる	10.5%	7.2%	4.6%	3.7%	12.5%	8.8%	4.0%	8.6%	8.2%
既に最低賃金を上回っているのに引き上げない	47.2%	53.1%	60.0%	66.7%	54.2%	51.8%	50.5%	51.0%	51.2%
既に最低賃金を上回っているがさらに引き上げる	9.3%	7.8%	4.6%	3.7%	8.3%	6.1%	13.9%	7.1%	8.2%
5 その他	4.8%	16.4%	18.5%	11.1%	0.0%	13.2%	27.7%	14.6%	12.7%
本設問回答企業数	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(4) 今回の引き上げの自社への影響

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
支出が増え経営的に苦しくなる	62	81	6	2	11	23	4	35	73
支出が増え経済効果でプラスの影響を見込んで	13	7	1	0	0	1	2	3	13
影響はない	118	314	37	19	7	68	75	108	125
4 わからない	41	83	12	6	6	17	8	34	47
5 その他	14	44	9	0	0	5	12	18	14
本設問回答企業数	248	529	65	27	24	114	101	198	272

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
--	-----	------	-----	------	-----	-----	-------------	-------	----

支出が増え経営的に苦し 1 くなる	25.0%	15.3%	9.2%	7.4%	45.8%	20.2%	4.0%	17.7%	26.8%
支出が増え経済効果で 2 プラスの影響を見込んで	5.2%	1.3%	1.5%	0.0%	0.0%	0.9%	2.0%	1.5%	4.8%
3 影響はない	47.6%	59.4%	56.9%	70.4%	29.2%	59.6%	74.3%	54.5%	46.0%
4 わからない	16.5%	15.7%	18.5%	22.2%	25.0%	14.9%	7.9%	17.2%	17.3%
5 その他	5.6%	8.3%	13.8%	0.0%	0.0%	4.4%	11.9%	9.1%	5.1%
本設問回答企業数	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(5)引き上げへの経営上の対応(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
生産性を高め、残業代を 1 削減する	127	196	27	8	12	42	32	75	323
2 残業代を削減する	40	62	11	2	7	10	6	26	102
3 役員報酬の削減	10	20	3	0	2	6	1	8	30
4 他府県への移転	0	2	1	0	0	0	0	1	2
人件費総支出が変わら 5 ないよう調整する	25	35	5	1	1	9	1	18	60
6 福利厚生費の抑制	9	8	1	0	0	1	1	5	17
7 海外への移転	2	2	1	0	0	0	1	0	4
外国人研修生や障害者 8 雇用を活用する	7	10	2	0	1	4	1	2	17
非正規社員への置き換 9 える	4	15	4	0	1	2	1	7	19
10 社員を削減する	4	5	0	0	2	0	1	2	9
11 人件費以外のコストを削	46	61	8	2	5	13	4	29	107
12 M&Aや廃業の検討	4	2	2	0	0	0	0	0	6
13 特に対策はとらない	85	217	24	16	4	45	49	79	302
14 その他	31	83	10	3	1	18	20	31	114
本設問回答企業数	394	718	99	32	36	150	118	283	1112

	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
生産性を高め、残業代を 1 削減する	32.2%	27.3%	27.3%	25.0%	33.3%	28.0%	27.1%	26.5%	29.0%
2 残業代を削減する	10.2%	8.6%	11.1%	6.3%	19.4%	6.7%	5.1%	9.2%	9.2%
3 役員報酬の削減	2.5%	2.8%	3.0%	0.0%	5.6%	4.0%	0.8%	2.8%	2.7%
4 他府県への移転	0.0%	0.3%	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%	0.2%
人件費総支出が変わら 5 ないよう調整する	6.3%	4.9%	5.1%	3.1%	2.8%	6.0%	0.8%	6.4%	5.4%
6 福利厚生費の抑制	2.3%	1.1%	1.0%	0.0%	0.0%	0.7%	0.8%	1.8%	1.5%
7 海外への移転	0.5%	0.3%	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.8%	0.0%	0.4%
外国人研修生や障害者 8 雇用を活用する	1.8%	1.4%	2.0%	0.0%	2.8%	2.7%	0.8%	0.7%	1.5%
非正規社員への置き換 9 える	1.0%	2.1%	4.0%	0.0%	2.8%	1.3%	0.8%	2.5%	1.7%
10 社員を削減する	1.0%	0.7%	0.0%	0.0%	5.6%	0.0%	0.8%	0.7%	0.8%
11 人件費以外のコストを削	11.7%	8.5%	8.1%	6.3%	13.9%	8.7%	3.4%	10.2%	9.6%
12 M&Aや廃業の検討	1.0%	0.3%	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%
13 特に対策はとらない	21.6%	30.2%	24.2%	50.0%	11.1%	30.0%	41.5%	27.9%	27.2%
14 その他	7.9%	11.6%	10.1%	9.4%	2.8%	12.0%	16.9%	11.0%	10.3%
本設問回答企業数	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

日本の賃金安すぎる
売上・利益を上げる
値上げする
利益をもっとあげるべく営業努力をする
仕事量を増やす
売上UP
請求へ転嫁
製品価格の値上げを。11月から開始の計画で、主な取引先へお願いを初めています。緊急事態宣言解除後、関東出張の計画もたてて
社長給与で調整
売上拡大、値上げ(価格転嫁)
値上げ
受注金額の値上げを要求する
限界利益率アップ
販売価格を上げる
取引先を開拓し、売上を上げる。
IT化で生産性を高め、社員を配置転換
採用をとめる
パート社員へ実施していた年2回の寸志支給を撤廃する。
パートスタッフの採用を進め、社員の残業時間の削減。
売り上げ上げていく
高単価のサービス開発
同上の理由

(6)最低賃金についての意見

最低賃金でないと雇用できないような仕事ではなく、もっと付加価値の高い仕事を増やして日本人の所得を増やす方向にシフトしないと
いけない。
最低賃金を無理なくあげられるように、政府、自治体の中小企業政策を充実するため、関係機関に働きかける
デフレ脱却のために中小企業で働くサラリーマンの賃金が増えないと駄目だが、それと同時に経済成長も重要。政府の財政出動が必要。
最賃が上がっても、社顔保険料等の負担が大きく手取りが増えないので、賃金が上がったという風には感じない。
短時間労働者の社会保険加入の義務化が待っているの、それと合わせて、不安。
最低賃金を決める事に疑問を持っている。
この時期に引き上げられると困る企業さん沢山でると思います。

【特別項目】

【4】原材料高騰の影響について

(1) 貴社の仕入価格の状況について
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
1 上昇している	212	211	54	8	19	76	5	49	423
2 変わらない	31	208	10	14	4	29	59	92	239
3 下降している	1	6	0	0	1	3	0	2	7
4 その他	3	104	1	5	0	6	37	55	107
本設問回答企業数	247	529	65	27	24	114	101	198	776

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
1 上昇している	85.8%	39.9%	83.1%	29.6%	79.2%	66.7%	5.0%	24.7%	54.5%
2 変わらない	12.6%	39.3%	15.4%	51.9%	16.7%	25.4%	58.4%	46.5%	30.8%
3 下降している	0.4%	1.1%	0.0%	0.0%	4.2%	2.6%	0.0%	1.0%	0.9%
4 その他	1.2%	19.7%	1.5%	18.5%	0.0%	5.3%	36.6%	27.8%	13.8%
本設問回答企業数	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(2) 前年7-9月期と比べて、上昇はどの程度ですか

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
1 5%未満	88	97	22	4	9	31	3	28	185
2 5%以上10%未満	72	71	16	4	8	24	1	18	143
3 10%以上15%未満	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4 15%以上20%未満	22	19	9	0	0	10	0	0	41
5 20%一条25%未満	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6 25%以上30%未満	6	2	0	0	1	1	0	0	8
7 30%以上40%未満	5	5	2	0	0	3	0	0	10
8 40%以上50%未満	6	3	1	0	1	1	0	0	9
9 50%以上60%未満	3	1	0	0	0	0	0	1	4
10 60以上	4	6	2	0	0	2	1	1	10
本設問回答企業数	206	204	52	8	19	72	5	48	410

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
1 5%未満	42.7%	47.5%	42.3%	50.0%	47.4%	43.1%	60.0%	58.3%	45.1%
2 5%以上10%未満	35.0%	34.8%	30.8%	50.0%	42.1%	33.3%	20.0%	37.5%	34.9%
3 10%以上15%未満	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
4 15%以上20%未満	10.7%	9.3%	17.3%	0.0%	0.0%	13.9%	0.0%	0.0%	10.0%
5 20%一条25%未満	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
6 25%以上30%未満	2.9%	1.0%	0.0%	0.0%	5.3%	1.4%	0.0%	0.0%	2.0%
7 30%以上40%未満	2.4%	2.5%	3.8%	0.0%	0.0%	4.2%	0.0%	0.0%	2.4%
8 40%以上50%未満	2.9%	1.5%	1.9%	0.0%	5.3%	1.4%	0.0%	0.0%	2.2%
9 50%以上60%未満	1.5%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%	1.0%
10 60以上	1.9%	2.9%	3.8%	0.0%	0.0%	2.8%	20.0%	2.1%	2.4%
本設問回答企業数	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(3) 上昇分は販売価格に転嫁できていますか

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
1 転嫁できている	102	88	27	8	6	47	0	27	27
2 一部転嫁できている	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3 今後転嫁する予定	56	28	12	0	3	14	2	9	9
4 転嫁できていない	48	33	13	0	7	12	2	12	12
5 その他	6	8	2	0	3	3	1	1	1
本設問回答企業数	212	157	54	8	19	76	5	49	49

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
1 転嫁できている	48.1%	56.1%	50.0%	100.0%	31.6%	61.8%	0.0%	55.1%	55.1%
2 一部転嫁できている	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
3 今後転嫁する予定	26.4%	17.8%	22.2%	0.0%	15.8%	18.4%	40.0%	18.4%	18.4%
4 転嫁できていない	22.6%	21.0%	24.1%	0.0%	36.8%	15.8%	40.0%	24.5%	24.5%
5 その他	2.8%	5.1%	3.7%	0.0%	15.8%	3.9%	20.0%	2.0%	2.0%
本設問回答企業数	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(4) 上昇している主な品物

-50/65-

no	記述内容
1	オイル関係(潤滑油、切削油など)ゴム車輪、機械器具などほとんどの科目で
2	綿糸 とくにオーガニックコットン系
3	鉄製品
4	鋼管・鉄製品
5	プラスチック材料全般
6	油脂類、クーラー電気代、ガス代等
7	出力機器全般・用紙
8	建築資材全般
9	オートバイなので車両の値段が高くなってきています
10	鋼材
11	線材、フェルト、砥石、ゴム系。
12	牛肉、鶏肉、食品油、粉
14	銅管、電線、鉄製品
15	鋼、ステンレス
16	鋼材
17	ステンレス
18	材料プラスチック、輸入商品
19	金属
20	生地、縫製加工費、運賃とくに輸入運賃
21	鉄 ステンレス
22	ナフサ由来の溶剤原料、PPフィルム他天然樹脂も軒並み上がっている
23	電子機器関連商品、鋼材、アルミ
24	増粘多糖類、砂糖、小麦
25	中古車の金額
26	木材
27	鋼材
28	石油系合成樹脂 (防水、塗装の原材料)
29	大豆、香辛料
30	木材・鉄板
31	水産物
32	鋼材、銑鉄
33	紙
35	ステンレス鋼
36	鉄・非鉄金属の板・線材全般 螺子・釘などの部品 段ボールなどの紙器材全般
37	中古車
38	鉄鋼製品
39	燃料費
40	木材 金物
41	植物
42	ラップ、ビニール袋、透明テープ
43	鋼材
44	野菜類
45	紙製品、文房四宝等の書道用品
46	ポリエチレン、ポリプロピレンなど
47	古紙、ポリエチレン
48	ステンレス板・鋼材、鉄板・鋼材
49	燃料代(軽油、ガソリン)
50	木材 鋼材 メーカー品
51	油、ジャガイモ、鶏肉、
52	鉄(材料)
53	第2鋼材、油
54	塗料、溶剤
55	鋼材、レアメタル
56	電球・ケーブル
57	ステンレス、銅
58	ふっ素樹脂
59	ステンレス、鉄
60	鋼材・材木
61	ステンレス 鉄製品
62	金属材料、建材、金物全般
63	油脂、食品 全般
64	スチール関係
65	金属材料一般、樹脂・木材関係、塗料等すべての材料と購入・加工部品等。
66	中国工場からの仕入れ価格・輸入価格が大きい。国内自社・委託生産品も、電子部品すべて、すでに上昇している。
67	エコプラ関係で、特に半導体に使用される物は商品が無い、仕事が出来ない。
68	油、畜産類。魚介、青果
69	電子部品、コネクタ

(4) 上昇している主な品物

-51/65-

no	記述内容
70	ポリ関係
71	自動車部品、オイル類
72	鋼材関係
73	このわた・いくら・かずのこ
74	プラスチック加工品
75	全て
76	プラスチックフィルム原反
77	ポリカーボネート
78	金属材料(鋼材など)、金属製品、有機溶剤
79	合板、木材関係
80	海上運賃
81	銅
82	綿糸 ポリエステル長繊維など
83	スチール製品・内装資材
84	木材、合板、その他色々
85	接着剤価格
86	銅、真鍮
87	鋼材、溶接材料
88	鋼材 配管材
89	SS鋼板、ステンレス鋼板
90	ステンレス、銅
91	ナイロン、ポリエステル、ウレタン、PVC、ファスナー、他
92	全て
93	電線類
94	コーヒー豆、異性化糖
95	大豆、菜種油、包装資材
96	金属全般
97	輸入原料を使用している紙、紙製品(特殊紙)
98	中国からの輸入品全て
99	金属類、プラスチック、ほぼ全ての材料が値上げになっている。
100	中性無水ぼう硝、ステアリン酸マグネシウム
101	米材の高騰は激しく、内地材も高騰しているが、南洋材、アフリカ材については若干の上昇
102	ステンレス、鉄の主材料をはじめとする、関連部材
103	銅線、IC(電子部品)、コネクタ類(樹脂製品)等
104	ネジ
105	紙代 糊代 プラスチック代
106	ビニール系の壁、床材
107	海外からの輸入品全般
108	魚介類
109	鉄・非鉄などの素材材料
110	ゴム、樹脂
111	ユニフォーム全般、生地
112	自動車向け部品など
113	フッソ樹脂
114	金属部品
115	小麦、砂糖等
116	鉄、ステンレス
117	ステンレス材
118	アクリル、ポリカーボネート、テフロン、塩化ビニール
119	業務委託費
120	油剤製品
121	原材料、船賃、運送費
122	ハマチ、マダイ
123	樹脂全般が例年になく上昇している。
124	半導体部品
125	鋼材、アルミ材、ステンレス材
126	木材 内装材
127	鋼板・パイプ・鋼材
128	ベニヤ 鉄
129	鋼材
130	物流費
131	燃料・資材
132	塗料
133	フィルム類全て(ポリプロピレン、ポリエステル、ナイロン、ポリエチレン)
134	アルミ、ステンレス、スチール
135	金属 ビニール 関係部品
136	軽油
137	設備商品、木材
138	鉄関係

(4) 上昇している主な品物

-52/65-

no	記述内容
139	路線運賃の上昇
140	木材、その他ケミカル商品
141	運賃
142	木材
143	鉄
144	金属
145	木
146	車両
147	燃料
148	用紙
149	木材、鉄
150	木 塗料 竹
151	硬化剤ほか
152	タイル、施工の副資材、住設商品等の仕入れ商品
153	鋼材
154	副資材等
155	高力ボルト、六角ボルト、六角ナット、小ねじ、長ねじなど締結部品全般が流動的に上昇している
156	電線管(鉄管)、電気器具類
157	木材 鉄
158	木材
159	特殊鋼
160	シールの原紙全般
161	生産のための治具材料、樹脂板
162	小麦粉
163	照明器具
164	食用油と関連製品、海産物、輸入品
165	電線。ケーブル
166	鋼材、鋼材使用商品(機械刃物、テーブルリフター等)、電気部品
167	燃料価格と加工費
168	紙原料の高騰
169	ステンレスワイヤー(伸線材)
170	鉄・ステンレス・アルミ・真鍮・アクリル・樹脂製品
171	木材、鉄材
172	燃料(主にガソリン)
173	鉄板
174	鉄鋼・油・工具・
175	建材のほとんど
176	海外輸入商品すべて(フィルム、ポリ、粘着剤など)
177	住設機器
178	材料単価
179	アクリル、梱包資材、金属部品、輸送費、資材(付属品の両面テープ、粘着テープ)
180	木材
181	メイン商材のアルミ材
182	鉄、鋳物、銅製品(モーター、キャブタイヤ)
183	プラスチック製品
184	肉
185	木材
186	銅、PVCなど
187	鉄、ステンレス鋼板
188	食品、材料費
189	ゴム、プラスチック、金属、副資材などほぼすべての材料
190	金属材料全般
191	半導体関連商品
192	牛肉
193	鉄、SUS,AL,金属関係
194	輸入品全般
195	糸の原料(綿・毛)他
196	石油系溶剤類、重油、金属類。
197	衣料
198	プレカット、鉄、ベニヤ、輸入木材
199	半導体を含むハード機器(パソコンやプリンター)
200	線材
201	ポリ袋関係
202	木材、ウレタン
203	鉄鋼材
204	鋼材・天板(木材)・塗装(石油製品)
205	板ガラス
206	油 冷凍食品
207	材料(鋼材)費

(4) 上昇している主な品物

-53/65-

no	記述内容
208	大豆白絞油、業種白絞油
209	食品
210	銅、SUS、鉄等 仕入れ原材料
211	印刷用紙
212	紙、PS版、運送費等
213	クロス材料、木材料
214	石油関係、鉄、銅、その他
215	プリント基板、トランス、ハーネス
216	野菜類
217	制御機器に関係する部品
218	ダイカスト用亜鉛合金
219	花、資材、輸入花、
220	刃材
221	ステンレス・ダンボール・ゴム
222	全般(油脂食品、穀物系、海外製造の冷凍食品など)
223	木材
224	鉄鋼製品 中国からの材料を元に製造している商品。
225	管材料
226	果物全般、小麦製品、乳製品など
227	鉄鋼材料すべて
228	あらゆる金属
229	軽油等の油脂全般
230	コーヒー生豆
231	木材
232	鉄線
233	機械部品、防犯カメラ機器(半導体を必要とする機械類)
234	アルミ、ステンレス板、型材
235	金属製品全般
236	金属材料
237	銅、レンズ材料
238	仕入れの薬品代
239	鋼材
240	ベニヤ、桧木、針葉樹合板、その他木材全般が上昇している
241	LPG
242	樹脂
243	鋼材全般
244	LANケーブル
245	ガソリン 車両
246	金属板全般
247	鋼材
248	プラスチック原材料
249	金属全般
250	軽油などの燃料費
251	鉄、SUS、ALなどの原材料
252	ほぼ転嫁できていない(木・鉄・アルミ他)
253	燃料費
254	銅管等
255	金属バネ、樹脂加工品
256	金属全般(鉄、アルミ、ステン、真鍮、銅など)
257	ステンレス 鉄
258	鋼材等
259	アルミ型材
260	紙全般
261	ケミカル、資機材単価
262	電子機器類、鉄板、燃料
263	鉄鋼材
264	油、バター、鳥肉
265	輸入品
266	牛肉の一部
267	金属資材、化学化製品全般
268	金属全般
269	塗料、溶剤系の材料全般、副資材(テープや養生材料)
270	材木、建築建材おおよそ全て
271	鋼材、ウレタン
272	銅、パラジウム
273	鋼材、電気品
274	頭髮化粧品の原料、ボトルなど。

(4) 上昇している主な品物

-54/65-

no	記述内容
275	樹脂製品 金属 機械器具
276	鉄、ステンレス
277	部品・ポンペ・輸送費
278	全体的に高騰している。 銅を使った線材(電話、LAN、電気、同軸など)、プラスチック製品(ネットワーク製品部材、電話製品部材、電気製品部材など)
279	アクリル板
280	システム利用
281	端子 コネクター 電線
282	木材
283	鉄・木関係
284	油類全般 化学薬品 添加剤
285	銅などの原材料費及び同関連資材
286	ベニヤ板、アルミ板などの金属
287	鉄骨、鉄粉、木材
288	銅管、電線等
289	建築材料のほとんどが9月より値上がり
290	廃タイヤ処分費用
291	刺繍糸、生地類全般
292	金属材料
293	ステンレス製金属部材
294	ソフト使用料
295	紙
296	ガソリン 運賃
297	鋼材費
298	ほぼすべての商品
299	鉄、アルミ、銅
300	ゴム、ホース、油
301	作業服、用品等
302	原料・資材
303	輸入商品と日本製造資材関連。
304	銅・鉄・アルミ・半導体・電子部品・樹脂材料など
305	燃料
306	酢酸エチル、プラスチックフィルム等
307	フィルム、粘着剤などの材料
308	シール・紙
309	輸入教材
310	鋼材、機械要素部品など
311	油、酒、肉
312	車両
313	鉄全般、鋼材価格
314	接着剤、運送費
315	木材・鉄鋼材・2次製品
316	燃料
317	ガソリン代、健康保険料
318	燃料、トラック、タイヤ
319	海上運賃急激な値上げ(2020年12月より現在に至る)
320	鉄鋼材
321	ポリカ 塩ビ
322	ワイン、船積み運賃
323	野菜類
324	アルミ板
325	内装材、建築材、設備品
326	鉄類
327	糊やステンレス板
328	鉄鉱石
329	材木
330	鉛、ステンレス材、鉄線、原系代
331	ソフト(歯科用)
332	薬品
333	生地(木綿)
334	鉄、SUS、熔材
335	内装資材
336	材料費の電線、鋼管等
337	プラスチック材料
338	潤滑油製品
339	鉄
340	外注印刷
341	不動産

(4) 上昇している主な品物

no	記述内容
342	建築資材
343	ケーブル
344	鉄鋼製品(鉄、ステンレス、真鍮、アルミ)
345	ステンレス・アルミ・鉄
346	軽油
347	マーガリン、小麦粉、アーモンド、乳製品等
348	金属系材料
349	人件費
350	軽油、トラック価格
351	鉄材製品、ABS、PP、PE、PS、PVC
352	鉄 ステンレス
353	銅・電気製品
354	建築資材、材木

(5) 原材料高それ自体、また原料高が自社に与える影響について今後の見通し

-56/65-

no	事業内容	記述内容
1	【不動産】不動産賃貸・管理業、駐車場業	原状回復、建築、改修による経費の増加
2	【不動産】不動産取引業	退去後、リフォームが発生したタイミングで木材を使うとなるとコスト高要因となる可能性あり
3	【不動産】不動産取引業	安価で手を出しやすかった木が高騰により簡単な不動産へのチャレンジが難しくなった
4	【不動産】不動産取引業	建築費の高騰によるリノベーション物件等の需要の鈍り
5	【不動産】不動産取引業	建築工事日程が長期化するのが不安
6	【電機・ガス・熱供給・水道】ガス業	利幅減少
7	【電機・ガス・熱供給・水道】ガス業	不明
8	【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	利益幅の減少となるが、部品が入手できないよりはまし。
9	【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	利益の減少
10	【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	製品の値上げを申請する。
11	【製造業】木材・木製品製造業(家具を除く)製材、	見積り金額には反映してくが、その金額で受注可能かどうか。
12	【製造業】木材・木製品製造業(家具を除く)製材、	価格上昇が続いて価格転嫁が追いつかない状況
14	【製造業】木材・木製品製造業(家具を除く)製材、	仕入単価の上昇もあることながら、材料の確保に追われることの方が大変。高くてもものがあればいいが、仕入れ自体出来なければ製造が出来ない
15	【製造業】非鉄金属製造業、電線	価格転嫁するか高付加価値商品への転換ができなければ厳しい
16	【製造業】非鉄金属製造業、電線	売価を上げるように努める
17	【製造業】非鉄金属製造業、電線	材料が品薄になってきているため、製造ができなくなっている
18	【製造業】非鉄金属製造業、電線	四半期・ないしは半年ごとに原料価格を反映した価格改定を行わせて頂いているため、短期的に損失が発生する場合もありえるが、中期的にみれば相殺される。
19	【製造業】非鉄金属製造業、電線	仕入れたい商品が入ってこない。メーカーからロットごと確保するように注文方法を考えなければいけない
20	【製造業】非鉄金属製造業、電線	利益の圧迫
21	【製造業】非鉄金属製造業、電線	コストアップできない物は、そのまま利益から減る事になる。現段階ではほとんどが、メーカー様へ報告した上で値上げをさせていただいているので、大きな損失はないと思います
22	【製造業】非鉄金属製造業、電線	販売単価の上昇。価格は毎月改訂を行っているが、毎月、頻繁に上昇が進むと販売価格と売り先からの支払い(現金、手形による締め支払い)とのラグができるので支払いがしんどくなる。鉛の材料費はすぐに反映され支払いも現金のみである。
23	【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	現在は僅かなので影響は少ないが、今後も続けば生産コスト、製品価格上昇となる
24	【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	再生材の利用を頑張る
25	【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	値上げしないと、利益確保が近い将来、困難になる事は明確で、すでに1回目のアピールを開始している所です。
26	【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	ステンレス、鉄の大幅な値上がり期待している。厨房板金価格の見直し、外的要因でしか期待が持てない。
27	【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	発注控えが考えられる
28	【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	利益率の低下、製品の転嫁へも限界あり、年内は上昇基調の様子
29	【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	高単価受注の必要性を感じる
30	【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	先の見通しはできていないため、今後必要になるかもしれない部品等ははやめに確保するようにしている
31	【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	そこまでの影響はない
32	【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	国際競争力の低下
33	【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	まだ上昇する可能性あり
35	【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	資金繰りの悪化 代替品への転換
36	【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	販売価格の引き上げと効率化の実施
37	【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	このまま上がっていくと金属加工業が危険だと思う。コロナ禍終息まで加工費でなんとかしていく
38	【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	お客様に理解いただいて前向きに考えたい。
39	【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	客先への値段交渉をしていく
40	【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	特に考えていない
41	【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	仕事の減少
42	【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	取引先によっては販売価格への転嫁に難色を示す可能性もあるが、日本国内の大きな潮流なので受け入れていくしかない状況

(5) 原材料高それ自体、また原料高が自社に与える影響について今後の見通し

-58/65-

no	事業内容	記述内容
76	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	益々利益率が低くなる事 販売先が上場企業のため安易な価格転嫁がしにくい(競争相手が多い) 切実に我慢のしどころと考えています。
77	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	客先からのコストダウン要求が来た場合の対処方法
78	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	利益の減少
79	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	利幅の減少
80	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	価格高騰もさることながら、そもそも品薄状態で入手が困難となっている。 注文があっても仕事ができない、という状態になりかねない。
81	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	値上げ金額がどこまで転嫁できるかが問題
82	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	昔からの製品があり、利益が出ない製品が出てくる恐れがある。
83	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	収益のダウン
84	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	価格転換がすべて
85	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	製造原価の上昇で利益減。様子を見て単価アップ
86	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	価格に転嫁しにくい、また、高騰に合わせて枯渇する懸念もあるので苦しい。
87	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	単価交渉を粘り強く実施しないと厳しい。
88	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	頭でカバー
89	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	材料費の高騰が止まらないのでどこまで上がるのか想像がつかない為見通しが立たない。
90	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	世界的に需給の混乱が起こっており、当分の間価格・供給ともに購入者としてはマイナスの影響が大きい。また先行きもいま見えにくい状況にあり、材料確保等、資金を使つての資材在庫増強を図る為キャッシュと場所の問題が発生すると考えている。またデフレ基調が変わらない限りは価格転嫁が難しく、利益というよりキャッシュフローに大きく影響する。
91	【製造業】家具・装備品製造業、仏壇	これまでの見積基準が変わってしまう。サプライヤーとして供給する部品は、原材料が上がってもすぐに転嫁できることはできない。
92	【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	昨年のように原料そのものが入荷しないということはないが、値上がり分をすべては転嫁できない。値上げを狙って海外品が侵入してくる。
93	【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	原材料が高騰している問題以前に世界での供給が需要に追いついていない。高くても必要量を確保する必要がある。
94	【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	値上げで対応する
95	【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	利益減少
96	【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	原料、ボイラーの燃料、設備
97	【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	商品の見直し(特に古い商品)が必要になってくる
98	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	上昇が続く
99	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	特になし
100	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	コストが上がる度に登録単価の改訂を依頼する手間が増えて苦勞することになる。
101	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	得意先がどこまで許容してくれるか?
102	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	利益の圧迫につながる
103	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	利益を圧迫する可能性がある
104	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	小ロット、多品種の製造が多いので印刷用紙が上がっても、今のところ全体の3%以下の値上がりなので、あまり影響がない。
105	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	利益圧迫
106	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	素材の重要度に左右される。
107	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	2022年の収支に悪影響
108	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	原材料高よりも入手納期が大幅に掛かる(6ヶ月等)場合や、納期未定の回答で、生産計画が立てれない。
109	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	景気の鈍化が心配される 入手困難が心配
110	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	単価アップ
111	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	見積書に影響仕事が減る、大手は金を出さない。海外へ仕事が流れる
112	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	価格転嫁・品種の減少
113	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	利益圧迫、売価に転嫁できるよう営業活動を進めていく。見通しは非常に厳しい。

(5) 原材料高それ自体、また原料高が自社に与える影響について今後の見通し

-59/65-

no	事業内容	記述内容
114	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	・製品への価格転嫁の遅れによる短期的な採算の悪化 ・原材料の在庫圧縮に伴う、製品出荷リードタイムの増加
115	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	10月以降から販売価格へ転嫁するために取引先と交渉予定です
116	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	リピート品の限界利益率低下
117	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	利益を圧迫している、苦しくなる
118	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	受注分に関しては、値上げ不可のため、利益は減る見込み 納期未定の商材も多数あり、景気動向が上向きなのに、水をさされる。
119	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	利益圧迫
120	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	利益圧迫要因でしかない。値上げを行い適正な利益を確保できるように行動していく。
121	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	コストに反映させるようにする
122	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	成り行きに任せる。
123	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	品質低下につながる事が一番の懸念
124	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	それに応じた製品価格になればいいだけで問題はない
125	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	上昇傾向が続くと価格転嫁をせざるを得ず、価格競争が激しくなる
126	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	利益の減少、客先の設備投資減少
127	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	利益率の低下を見込む
128	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	品不足による長納期化が深刻 受注があっても、製作ができない
129	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	価格上昇分は泣きを見ている。それ以上にコロナ後入手性が悪くなってきているので在庫を多めに持つようにしており資金繰りに影響すると思われる
130	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	全体的に材料の値上げはさらに継続すると思われる。それに打ち勝つ強い製品(オンリーワン)開発が必要
131	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	わからない
132	【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
133	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	販売価格への圧迫
134	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	今後も上昇すると推測し、利益減少につながる
135	【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	SDGSでオーガニック系、リサイクル系がおおはやり。パブル。SDGSウオッシュだ。
136	【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	今のところは価格維持をしたいが、将来的には販売価格を上げざるを得ない
137	【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	上記転嫁が難しく、利益の減少に
138	【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	利益率の減少
139	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	脱プラスチックが進むことへの懸念
140	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	利益が減る。場合によっては入手できない材料もある
141	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	価格転嫁をねばり強く継続しないと、深刻な影響となってくる
142	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	経営的に苦しくなると思う。
143	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	コロナ禍の影響もあり、しばらく高止まりの予想。新規受注分は単価UP必
144	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	材料費の総仕入れ額の上昇と、材料の枯渇による入荷時期の遅れ。それによる失注
145	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	今後さらに厳しくなると思われる
146	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	原料フィルムだけでなく、化学製品使用する協力会社の加工賃値上げがいよいよ始まるので、製品値上げ対応しなければ採算合わなくなる。
147	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	今は、仕入れは単価が下がっているが、コロナが一段落したら上昇すると思う。仕入れの上昇は、比較的売値に加工し易い業種である。
148	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	原材料などが値上がると商品に転嫁するしかないので、商品の値上げで販売量は減ると考えられる。今後の値上げのタイミングで付加価値を付ける対策を取り、売上増を狙います。
149	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	原材料の高騰もだが、そもそも原料が入手しづらい状況
150	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	価格転嫁できない製品については撤退。より付加価値の高い製品へシフトする。
151	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	今後も上がって来ると思うので、仕入れの仕方を見直す
152	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	商品の価格変更を取引先に依頼するのみ。
153	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	基本、材料は客先からの支給が多いので影響は少ないと考えています。
154	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	価格高騰がどこに転嫁できるか不明な為、不安。
155	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	海外製品との価格競争に敗北し、事業転換を行う可能性がある
156	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	価格修正が必要
157	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	頃合いを見て値上げをするが現状は仕入れ先と痛み分けて耐える予定

(5) 原材料高それ自体、また原料高が自社に与える影響について今後の見通し

-60/65-

no	事業内容	記述内容
158	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	販売価格が高くなりお客さんが買ってくれない
159	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	特になし
160	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	収益を圧迫
161	【製造業】なめし革・同製品・毛皮製造業、ハンドバック、袋物	販売価格へ転嫁できなければ厳しくなる
162	【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	今のところ影響はありません。
163	【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	最低賃金引上げよりも経営体力を削られる感がある
164	【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	利益の圧迫
165	【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	値段が上がりが商品が売れなくなる。値上げ分の付加価値を付けていけないといけない。
166	【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	利益減少
167	【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	渡航制限が解除されると減少に転じていく
168	【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	経営に悪影響をもたらさそうです
169	【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	利益の減少
170	【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	利益の圧迫
171	【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	これを機に、仕入れ先など見直される可能性があるため、ピンチでもありチャンスでもある。
172	【情報通信業】通信業、親書送達、有線放送電話業	不明
173	【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	お客様の影響状況が危惧される
174	【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	特になし
175	【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	外注の件数が増加したので単価の交渉を検討
176	【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	製品単価に影響を与える
177	【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	情報通信業なので、人件費が上昇する傾向にあるかと思えます。
178	【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	特にありません
179	【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	取引先に影響があるため、少し遅れて影響すると考えられる
180	【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	特になし
181	【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	利益逼迫
182	【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	なし
183	【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	売値が上がるため、影響なし
184	【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	未定
185	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	ウッドショックの外国材より国内材の活用
186	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	経常利益の圧迫
187	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	利益減少
188	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	見積もりが高くなる
189	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	建築単価の高騰
190	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	現時点では影響判らない
191	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	受注がしにくくなる可能性がある。
192	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	販売価格をあげる
193	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	今年いっぱい高止まり予想
194	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	調達できない、入ってくるのに時間がかかるなど、工程に影響がでてくるか
195	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	今後は全体的に上昇傾向にあると考えているので、売上金額への転嫁を考えている
196	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	納期の遅れ
197	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	材料難
198	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	単価アップか(価格落ち着くまで)待つ
199	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	高止まりで定着。
200	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	利益減少
201	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	顧客への負担増による理解説明、同業他社との金額のせめぎあい
202	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	各業者交渉中、原材料コストダウンを図っています

(5) 原材料高それ自体、また原料高が自社に与える影響について今後の見通し

-61/65-

no	事業内容	記述内容
203	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	価格競争、売上減、利益減
204	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	利益の圧迫
205	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	見積り金額の決定が難しい。
206	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	末端に転嫁するのみ。未払いが増える可能性があるので与信管理の強
207	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	新築工事は手を出さない
208	【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	特になし
209	【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	売上額の増加、粗利率の減少
210	【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	原材料費は高騰というコロナ禍で流通量が減って取り合いになっている。 物流その他の早期正常化を望みます。
211	【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	どこまで上昇が続くかわからないが、見積もりに反映する方向で対応す る
212	【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	高くても入手可能なら買います(入ってこない)
213	【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	とくに変わらない
214	【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	今後の見積りに織り込んで、受注額を向上させていく。
215	【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	利益が圧迫される
216	【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	公共工事が主なので役所次第
217	【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	今の所、大きく影響はないと思われま す。 が、自社の労務費も上げていない現状であれば、色々と単価をあげざるを えない。
218	【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	販売価格に添加できるまで時間を有する。その間利益率が下がる。
219	【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	原材料高を発注側が了承してくれれば良いが未定です。
220	【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	材料仕入れが高くなって、今後は適正価格で見積もり作成する
221	【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	直接的に利潤を下げる
222	【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	利益減少
223	【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	見積単価に反映し、取引取極めをしたいが、難しい面もある。
224	【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	利益が減少する
225	【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	受注価格の競争、利益が減少
226	【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	販売価格の見直し
227	【金融・保険】保険業	保険代理店業の為影響はない
228	【金融・保険】保険業	特になし
229	【金融・保険】保険業	売上を伸ばす以外ない
230	【教育・学習支援】学校教育、幼稚園、専修学校、各種	販売単価の値上げ
231	【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	利益の圧迫
232	【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	特になし。
233	【卸売・小売業】繊維・衣服等卸売業、靴、靴	サステナブル志向がメーカーや消費者にも意識されより一層原材料へのこ だわりが強くなってきている。モノによっては品薄となって製品価格の上昇 につながるだろう。
234	【卸売・小売業】繊維・衣服等卸売業、靴、靴	100%転嫁は難しい。しかし相場が下がることも予想される(目先は無いと 思うが)
235	【卸売・小売業】繊維・衣服等卸売業、靴、靴	原価が上がると販売価格を上げないといけなくて、売上増加が難しくなる可 能性も出てくる
236	【卸売・小売業】繊維・衣服等卸売業、靴、靴	利益率の減少
237	【卸売・小売業】繊維物・衣服・身の回り品小売業、蒲団	上昇に合わせて対応する。
238	【卸売・小売業】繊維物・衣服・身の回り品小売業、蒲団	注文した品の納期遅れが生じる
239	【卸売・小売業】繊維物・衣服・身の回り品小売業、蒲団	そこまで大きく上がる事はないのと高単価商材なのでそこまで影響しない。
240	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	受注に影響のない程度で対応しようと思うが、他社との相見積もりによる受 注減も考えられる
241	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	顧客への説明と生産性アップの両方をさらに進める。
242	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	厳しくなっていく。
243	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	特にない
244	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	転嫁できるよう取り組んでいく
245	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	仕入れる車輛価格が上がることにより利益が下がる。
246	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	これからも上昇の予定。 不法投棄が多くなりそう。
247	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	新車不足→中古高騰(コロナが原因)
248	【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	まだまだ上昇する、転嫁できなければ大問題なので、転嫁の説明を行う。

(5) 原材料高それ自体、また原料高が自社に与える影響について今後の見通し

-62/65-

no	事業内容	記述内容
249	【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	価格転嫁は来ていますが、粗利率が低下する分売り上げ増が必要
250	【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	目先では、ユーザーに上昇分の値上げ交渉(これから) 今後は、このコロナ禍で製品価格上昇による景気の減速
251	【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	弊社のメインのアプリカ材の上昇幅は少ないのでそれ程危惧はしていない。
252	【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	お客様は、少しでも安いところを探すので、顧客離れが心配である。現時点で見通しは立たない。
253	【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	値上げのいい機会
254	【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	国内品の値上げには対応できているが、輸入品の価格高騰と輸出制限により在庫の確保が出来ておらず今後の見通しも立っていない。
255	【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	仕入れ高により、経営が苦しくなりそうです
256	【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	高止まり状態だが、これ以上の価格上昇は、お客様に承認頂くのが、厳しいと感じる。
257	【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	原材料高は今後も続くと思います
258	【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	仕入原価アップに直結
259	【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	売上増
260	【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	産業自体その理解はあるので、当面は受け入れせざるを得ない状態であるが・・・これ以上となると経営に関わってくるだろう。ただ、今後の見通しは不透明のまま。
261	【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	製造業ではないため間接的に客先に影響が出る可能性はある
262	【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	値上げ要請ができない
263	【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	数ヶ月以内に販売価格に転嫁の予定
264	【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	特になし
265	【卸売・小売業】各種商品卸売業	大きな影響はないと想定している
266	【卸売・小売業】各種商品卸売業	既存商品の値上げは厳しい為、利益が圧迫される。高付加価値の新商品開発が必要
267	【卸売・小売業】各種商品卸売業	原価高騰は販売価格へ転嫁、日本の物価は上昇しないと景気も良くならな
268	【卸売・小売業】各種商品卸売業	販売価格への転嫁の可否により採算に大きく影響する。また材料確保の在庫負担コストも上昇する
269	【卸売・小売業】各種商品卸売業	販売単価が上がらない中で仕入れが高騰し販売価格は上げれない状況厳しい。
270	【卸売・小売業】各種商品卸売業	仕入価格の情報。年内から年明けに向けて更に上昇予定。
271	【卸売・小売業】各種商品卸売業	学校給食費(保護者負担費)はずっと、1食210円ほどで止まっています。これは、仕入れが上がろうが政治との問題もあり変わらないでしょう。現場では210円で賄うために、1品減らしたり、グラム数を減らしたりして栄養価は取れる事を必然に献立をたてられています。食材(仕入)の値上げがあれば、メーカーさんにはご協力をお願いしたり、自社の利益率を落としたりを試行錯誤して新規仕入先を探したりします。
272	【卸売・小売業】家具・什器・機械器具小売業、仏壇、パソコン	新規取引先の開拓が難しければ、販売価格転嫁が難しいので利益が逼迫します。
273	【卸売・小売業】家具・什器・機械器具小売業、仏壇、パソコン	見積時、単価を上げて対応するしかない
274	【卸売・小売業】家具・什器・機械器具小売業、仏壇、パソコン	今は影響が全くないが、商品仕入に転嫁されれば販売価格の見直しをしないとイケない。
275	【卸売・小売業】飲食料点小売業、仕出弁当、給食	現状影響なし
276	【卸売・小売業】飲食料点小売業、仕出弁当、給食	今のところは、影響は少ないが、そのうち価格の変更も考えないとイケない
277	【卸売・小売業】飲食料点小売業	年に何回も値上げがあると、値上げの作業に手間と時間がかかるだけで利益は増えない。値上げは消費の減少に必ずつながるのでコロナ明けの市場回復に障害になる。
278	【卸売・小売業】飲食料点小売業	資金繰り
279	【卸売・小売業】飲食料点小売業	売値が高くなる。顧客に安価な商品の提供が難しくなる。
280	【卸売・小売業】飲食料点小売業	価格の転嫁と景気回復がいいタイミングであればいいが・・・
281	【卸売・小売業】飲食料点小売業	販売価格へ転嫁していかなければならないと思う
282	【卸売・小売業】飲食料点小売業	物流費も合わせて、値上げをしないと利益が確保できない
283	【卸売・小売業】飲食料点小売業	値上げ交渉が難点
284	【卸売・小売業】飲食料点小売業	他の何かを削る
285	【卸売・小売業】飲食料点小売業	ワインの単価を上げていかなければならず、人材育成、新規顧客開拓に知ららを入れる
286	【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、	原価が上がる
287	【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、	他社との競合が増える

(5) 原材料高それ自体、また原料高が自社に与える影響について今後の見通し

-63/65-

no	事業内容	記述内容
288	【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、量、燃料	小売に関して、今後、販売価格にどう転嫁していくか、またできるのか。生産出荷は、市場が販売価格を決めるので、原材料アップを織り込んだ価格に落ち着いていくのか注視。それにより、生産効率を上げる努力をするなど自社で打開していかないと生き残れないかもしれない。
289	【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、量、	他に探す
290	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	吸収できない部分は値上げで対応する。
291	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	ナマモノなので高い時は仕方ない
292	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	市場の見通しが立たない
293	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	販売先の与信の見直しが急務。価格改定のお話しと共に、客先の価格改定交渉の確認。業務増。
294	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	値上げが一般品、汎用品までに及ぶと厳しいし、可能性がある。
295	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	わからない
296	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	上昇するかも
297	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	利益の低下
298	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	価格管理(価格表の更新)に時間を取られ生産性が低下している
299	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	商品目体使用しない会社が増えると、仕事そのものがなくなっていくことが不安
300	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	分からない
301	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	転嫁がうまくいかねば利益を圧迫。逆に転嫁が進めば売上増。それよりも製品の確保が難しくなっている
302	【運輸・通信業】道路旅客運送業	特に燃料代は利益に直結し、0.5円だけでも十数万円単位で変わる。炭素税などが出来れば運賃が一気に上がり、全ての産業に影響を与える事になる。水素もガソリン並の価格で現実的でない。電気トラックの開発が間に合うか？非常に難しい問題。
303	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	利益圧迫
304	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	部品生産が少ないため、輸送にも悪影響を及ぼしそう。
305	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	経費が増え利益減少
306	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	それほど経営を圧迫する事もなく想定内でいけると考えている。
307	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	燃料は今後も上昇するため、価格転嫁が必要
308	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	燃料を入れないと仕事にはならないので、どうしようもないのが現状です見通しは見えないです
309	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	減益
310	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	燃料の高騰は利益を直撃するのでかなり負担。中途半端に値上げをするとコロナ後、燃料単価が下がり始めた時にまた値下げを要求されるのでタイミングが難しい
311	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	利益の圧迫
312	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	価格追加していく必要があるがなかなか難しい
313	【運輸・通信業】倉庫業	仕入れの値上げがなかなか転嫁できない
314	【運輸・通信業】倉庫業	経費削減、と売り上げ単価上げる事が必要
315	【運輸・通信業】運輸に付帯するサービス業、	軽油等の油脂類し関連税金が多い為、自社努力ではどうすることもできない。他力本願な部分が否めないで業界全体が抱える永遠の解決すべき
316	【運輸・通信業】運輸に付帯するサービス業、	経費が増えるので利益に直結する
317	【運輸・通信業】運輸に付帯するサービス業、	新型コロナが収まると海上運賃の値上げも落ち着く予定です。
318	【飲食店】遊興飲食店、料亭、バー、酒場	メインで使うので原価が底上げされてしまう
319	【飲食店】一般飲食店	売価が高くなれば客離れにもなる、悩ましい
320	【飲食店】一般飲食店	粗利益の減少
321	【飲食店】一般飲食店	・原価率は変わらないので、品質の維持に苦慮する。
322	【飲食店】一般飲食店	利益の減少
323	【飲食店】一般飲食店	季節が変わるとまた高騰が予想されるので業者間でのすり合わせを密にし、対策をしていかなければbzならない
324	【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	徐々に下がり始めているが、元通りになるにはもう少し時間がかかる見込み
325	【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	原材料高によって、購入している物品の価格が上がるので、今後その影響があると思う。
326	【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	わからない
327	【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	食品の原材料費の高騰
328	【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	価格が上昇して、海外へ原料が流出し、国内の原料不足で、仕入れが止まり、流れが止まる。売り上げが減少してしまうが、価格は下がって欲しい。
329	【医療、福祉】医療業、病院、診療所、助産所、はり・	特になし。
330	【医療、福祉】医療業、病院、診療所、助産所、はり・	ほとんど仕入れがない

(5) 原材料高それ自体、また原料高が自社に与える影響について今後の見通し

-64/65-

no	事業内容	記述内容
331	【医療、福祉】医療業、病院、診療所、助産所、はりきゅう師	感染予防の用品を削るわけにはいかないため、利益が少なくなる分ボーナス支給は程遠くなるばかり。
332	【医療、福祉】医療業、病院、診療所、助産所、はりきゅう師	仕入れがないので影響なしです
333	【サービス業】物品賃貸業、リース、自動車賃貸	特になし
334	【サービス業】物品賃貸業、リース、自動車賃貸	品薄になっているのが困る。その影響で価格が上がっている。
335	【サービス業】物品賃貸業、リース、自動車賃貸	車両購入サイクルの見直しコスト増を防ぐ
336	【サービス業】廃棄物処理業、ごみ収集	販売価格の見直し
337	【サービス業】廃棄物処理業、ごみ収集	アイドリングストップ
338	【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	分からない
339	【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	見通しは立っていない
340	【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	経費増
341	【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	利益の圧縮
342	【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	現時点では、問題はないと考えられる。
343	【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	原料を仕入れていないので特に影響はありません
344	【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	当社が購入する物品への価格転嫁はまだ行われていない
346	【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	これについても、今以上の上昇は利益を圧迫し、業績にも影響すると思います。
348	【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	経費負担増になれば経営悪化の要因になる
349	【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	価格転嫁したいが、業界的にしづらい
350	【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	現在は大きな増はないが、今後緩やかに上昇していくと思います。同時に自社の販売価格も比例して上昇をしていく予定です。
351	【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	仕入れはないので関係しない
354	【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	特に原材料高は影響していない。
355	【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	自社への影響はない
356	【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	当面、利益を減らして対応し現在の状況は得意先に知らせている。今後、原材料の高騰が上がり続けるなら、値上げも視野に入れていかなければならない。場合によっては他社への発注に切り替えられる可能性もある。
362	【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	ペーパーレス化が進むと考えられる。
365	【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	エンドユーザーの動きが鈍化すると依頼数の減少に繋がる恐れがある。
366	【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	間接的に影響があるかも
373	【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	お客様の経費削減
376	【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	業種的に仕入れはないので影響なし
377	【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	自社における直接的な影響はないが、クライアント企業における経営環境の悪化要因にはなりうると思います。
378	【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	全くなし
379	【サービス業】政治・経済・文化団体	特になし
380	【サービス業】自動車整備業	1台あたりの単価アップしないと、利益悪化につながる
381	【サービス業】自動車整備業	価格転嫁を丁寧に説明し顧客になっとくしてもらう。
382	【サービス業】自動車整備業	自動車の半導体不足により新車納期が遅延し売上減になる見通し
383	【サービス業】自動車整備業	メカニック不足
384	【サービス業】広告業、広告代理、屋外広告、	受注数の減少による売り上げ減
385	【サービス業】広告業、広告代理、屋外広告、	とくにない。

(5) 原材料高それ自体、また原料高が自社に与える影響について今後の見通し

-65/65-

no	事業内容	記述内容
386	【サービス業】機械等修理業	なし
388	【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	材料高騰に動じない企業体質の構築が出来つつある。
389	【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	収益の圧迫。付加価値をつけて営業先へ転嫁していくよう営業力をつける
391	【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	収益性の悪化
392	【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	原材料が高くなるのはしょうがないが、確保し辛くなるのは問題
393	【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	利益率の低下」
394	【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	付加価値をあげる努力をする
395	【サービス業】その他のサービス業、集会場、と畜場	不明
396	【サービス業】その他のサービス業、集会場、と畜場	価格の見直し
397	【サービス業】その他のサービス業、集会場、と畜場	利益減になる。
398	【サービス業】その他のサービス業、集会場、と畜場	仕入れがほぼないので、さほど影響はないが、今の仕入れ価格が今と倍ほど変わるのとなると、無料でお渡しする段ボール等の資材が無料で渡せなくなるかもしれない
399	【サービス業】その他のサービス業、集会場、と畜場	原材料なし