

大阪府中小企業家同友会
大阪同友会定点景況調査集計(2022年1月～3月期)

期間:2022年2月17日～4月3日

対象者: 2255

回答数: 461

回収率: 20.4%

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
2022年	回答数	461	155	306	37	18	12	70	62	107	
1月～3月	割合	100%	33.6%	66.4%	8.0%	3.9%	2.6%	15.2%	13.4%	23.2%	
2021年	回答数	511	169	342	38	18	18	73	72	122	1
10月～12月	割合	100%	33.1%	66.9%	7.4%	3.5%	3.5%	14.3%	14.1%	23.9%	0.2%
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	371	56	10	12	85	76	132	
4月～6月	割合	100%	32.5%	61.8%	9.3%	1.7%	2.0%	14.2%	12.7%	22.0%	
2018年	回答数	656	214	402	54	9	14	87	78	160	
1月～3月	割合	100%	32.6%	61.3%	8.2%	1.4%	2.1%	13.3%	11.9%	24.4%	

原材料高による経営への圧迫が製造業中心に深刻なダメージ！

～今後も原材料高継続が見込まれる状況下で、いかに価格転嫁するかが大きな課題に～

【1】

2022年2月17日から2022年4月4日の期間に会員企業2255社に対し回答依頼し、結果461件の回答が寄せられました（回答率20.4%）

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
2022年1月～3月	回答数	461	155	306	37	18	12	70	62	107	
	割合	100%	33.6%	66.4%	8.0%	3.9%	2.6%	15.2%	13.4%	23.2%	

今回調査より、調査票の項目について大幅に変更を加え、毎月調査する基本項目を追加しました。これは、関西ブロックで調査項目の共通化をすすめ、比較しやすくするため行いました。

【2】基本指標の動向

①売上動向

売上は前期比で増加が25.4%、減少が36.5%と前年同期比では増加が35.9%、減少が29.2%となり、1月以降のコロナ感染拡大の影響が現れている状況となっています。

次期の見通しでは増加が28.2%、減少が22.0%と若干の改善を見込んでいる状況です。

②利益動向

利益は前期比で増加が20.9%、減少が34.3%、前年同期比では増加が27.6%、減少33.1%で売上以上に利益を上げるのが難しい状況がみられ、これは原材料高の影響もあると思われます。次期見通しでも増加が25.2%、減少33.1%利益面では厳しい状況が続く見通しとなっております。

③採算状況

採算状況は黒字が42.1%、赤字が21.5%と前期調査より若干改善しております。

④人手の過不足について

人手については会場が5.8%、不足が51.8%となっており、依然人手不足が続いている状況となっています。

⑤の内容を見ても、過剰と感じている人の中で正規従業員が過剰と感じている割合が57.7%、同様に不足感がある方も同様に正規従業員が不足していると感じているのが56.1%にのぼっています。

⑦仕入れ価格について

昨年同期比で仕入れ価格が上昇しているのが全業種で67.3%、建設業91.9%、製造業で90.3%、物流業83.3%、流通業81.4%、次期でも製造業の91.6%、建設業86.5%、物流業83.3%、流通業77.1%と仕入れ価格が上昇すると予想しています。ウクライナの問題等不安定要素が多く、まだまだ仕入れ価格の安定が見通せない状況が続くと予想されています。

⑨販売単価について

仕入価格が上昇する状況の中、販売単価については昨年同期比で上昇しているのが33.3%に間留まっています。次期見通しでも上昇予定は42.9%、仕入単価の上昇分ほどには販売単価を上昇させられていないことが浮き彫りになっています。仕入価格が短いスパンで上がっていく中、販売単価がそれについていけない中、中小企業経営者は知恵をしぼって価格転嫁を上手に行うかが問われています。

⑩設備投資

1～3月期に設備投資を実施した割合は34.4%にとどまっており、前期まで意欲が高くなってきた製造業についても落ち込んできている状況です。1年以内に設備投資を実施する予定も36.4%に留まっています。

⑮業況判断

前四半期比で好転が23.2%、悪化が32.3%でDIで-12.4ptと前期より10.8pt悪化し、前年同期比でも-5.4ptとなっています。先行きでは次期四半期は現四半期と比べ好転するが25.3%に対し悪化するが28.2%と好転を上回っています。前年同期比でも次期はDIは-1.1ptとなっており、プラスにはならない状況が続いています。

⑲現四半期中の借入金の増減について、増加が12.8%、減少が25.5%となっています。⑳資金繰りの状況を見ても余裕ありが37.7%に対し窮屈が30.5%となりDIはプラス7.2という状況です。

21 資金繰り表・キャッシュフロー計算書の作成状況は両方作成が13.7%、資金繰り表のみが25.9%、キャッシュフロー計算書のみが28.4%、両方作成していないのが32%と最多となっています。

○業種別の売上、利益DI動向

殆どの業種が後退する中で、水面下ですが建築業が上昇傾向となっています。

(2) 売上増加と減少の要因

増加の要因トップは43.0%で「営業力の強化・拡大」、「新規販路・新分野の拡大」と「国内需要の拡大」と「販売・受注価格の上昇」が32.1%でともに2位となっています。

減少要因では「国内需要の低下」が最大で69%、「営業力の弱体化」が30.2%、「コストアップ・生産性ダウン」が29.3%の順になっています。

(3) 経常利益の増加と減少の要因

経常利益が前年同期比で増加と回答した企業の内、72.2%が売上数量・客数の増加と回答、続いて売上単価・客単価の上昇が36.5%、得意先の業況変化によるとの回答が19.8%と続いています。

減少要因では、「売上数量・客数の減少」が64.2%と1番で、続いて「原材料費・商品仕入額の増加」が55.0%と2番目にきており、特に製造業では69.4%と1位となっています。また「人件費の増加」が21.2%と3番目になっていますが、非製造業が23.6%と負担感が大きくなっています。

(4) 経営課題について

「仕入単価の上昇・高止まり」が前回に引き続きトップとなっておりますが、前回より6.8ptアップし40.3%となっています。製造業では66.5%と群を抜いてトップ、非製造業は27.1%と2番目の問題点・課題になっています。2番目は「従業員の不足」で27.8%ですが、前回より3.3pt下がっています。3番目は「民間需要の停滞」で26.5%となっています。

(5) 経営上の力点（現在、実施予定）

力点のトップは「新規受注（顧客）の確保」が50.8%、2番目が「付加価値の増大」が44.5%、3番目は「人事確保」の28.4%となっています。今回から選択項目を変更しているため、比較になりませんが、前回比では、「社員教育」、「研究開発（新製品・サービス）」、「財務体質強化」が大きく減少しています。「異業種・同業種・産学連携のネットワーク」が11.8ptアップしているのも特徴です。

今後実施予定の力点を見てもほぼ同様の傾向が見られますが、「新規受注（顧客）の確保」が下がり、「付加価値の増大」がトップとなっております。

【特別調査】

【1】経営指針に関する調査

（1）経営理念

経営理念については、76.6%が成文化していますが、そのうち社外へも公表しているのは、33.2%、社内のみ公表が34.3%と67.5%が公表しています。

（2）ビジョン作成

作成済み、作成中が61.4%、作成を検討が19.8%と前向きにとらえています。作成したいが方法がわからないという会員も1割存在しており、一定の層に対する働きかけが必要と思われます。

（3）ビジョン2020の活用

読んだ会員が44.2%にとどまっており、まだまだ認知度が低い状況にあります。そのうち一定理解できた層は38.5%で、実際に活用している層は5.4%にとどまります。

（4）経営方針の実践状況

経営方針を作成している会員は74.1%ですが、実践できているのは26.7%にとどまっています。47.4%が実践が不十分と回答しています。

（5）経営計画

計画についても方針と同様の傾向が見られます。

（6）就業規則

作成し、見直しもできているところが56.8%と過半数を超えています。しかし作成していないという企業も17%あります。

【2】採用について

採用に取り組んでいる企業が355社、総回答数の77%になっています。そのうち、32.7%が新卒採用に取り組んでいます。総採用数が1178人で平均採用人数は3.3人となっています。

【3】2021年度の決算について

黒字が75.2%、赤字が24.8%との結果でした。前期より黒字がアップしたのが34.4%、ダウンしたところが、20.0%となっております。

【4】現預金は固定費の何か月分（現預金固定費カバー月数）確保できていますか

昨年と比較すると、12ヶ月以上の層が27.1%から19.7%と7.4pt低下、一方6ヶ月未満は、44.7%と昨年の39.8%から4.9pt増加している状況。コロナ禍で資金のゆとりがじわじわとなくなっている状況が生まれていると推測される。今後融資の返済が本格化する中、改めて財務体質強化のための対応が求められる状況です。

【5】給与のベースアップについて

昨年度と比較すると、ベースアップを実施する企業が31.2%と12ptアップ、定昇を実施するところも2.5ptアップし、35.9%となり、昨年から改善傾向となっている。コロナ禍で経営的に厳しい状況下でも、物価高下の社員の生活を維持するために、経営者の努力が垣間見られる。

回答期間2022年2月18日～3月31日まで



大阪同友会定点景況調査(2022年1~3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

Table with 8 columns for industry selection: 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2022年1月~3月期、前四半期は2021年10月~12月期、次期は2022年4月~6月)

(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

Table for sales and profit trends with columns for current, previous, and next periods for sales, profit, and calculation standards.

(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、以下の要因の中で該当する全ての番号に○をつけて下さい

Table listing reasons for sales increase such as strengthening sales force, cost reduction, and new products.

②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○をつけて下さい

Table listing reasons for sales decrease such as weakening sales force, cost increase, and competition.

(3) 経常利益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、以下の要因の中で該当する全ての番号に○をつけて下さい

Table listing reasons for operating profit increase such as increase in sales volume and reduction in expenses.

②前年同期比が「減少」と回答した企業は、以下の要因の中で該当する全ての番号に○をつけて下さい

Table listing reasons for operating profit decrease such as increase in sales volume and increase in expenses.

(4) 売上高・経常利益の増減の特徴・ポイント・力点を詳しくご記入ください。(上記項目の具体的な事例等)

Text box for detailed description of sales and profit trends.

【4】 経営上の問題点・対応策について

(1) 各種指標について

Table for labor and equipment investment indicators.

Table for unit price and sales price indicators.

Table for equipment investment and capital expenditure indicators.

Table for business status judgment (好転・悪化) and outlook (見通).

Table for financial indicators like borrowing, cash flow, and balance sheet.

(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

Table listing various business challenges like competition, labor shortage, and financial issues.

(3) 経営上の力点と対応策について①現在実施中、②今後新に実施したいをそれぞれ3つまで選び、番号に○印をつけて下さい

Table for business strengths and strategies with columns for current and future actions.

(4) 経営上の問題点・力点と対応策について具体的にご記入下さい

Text box for detailed description of business challenges and strategies.

【特別項目】

【1】 自社における経営指針実践について該当する項目をお選び下さい。

(1) 経営理念について

Table for business philosophy implementation status.

(2) ①ビジョン作成について

Table for vision creation status.

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

Table for vision utilization status.

(3) 経営方針について

Table for business policy implementation status.

(4) 経営計画について

Table for business plan implementation status.

(5) 就業規則について

Table for employment rules implementation status.

【2】 今期の採用について、2021年度の採用実績について(新卒は2022年3月卒業予定者)ご記入下さい。

Table for recruitment statistics including university graduates and non-regular employees.

【3】 決算状況について、2021年度(2021年4月~2022年3月)における決算では業績はいかがだったでしょうか。

Table for fiscal year performance status.

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

Table for current account balance and fixed cost coverage.

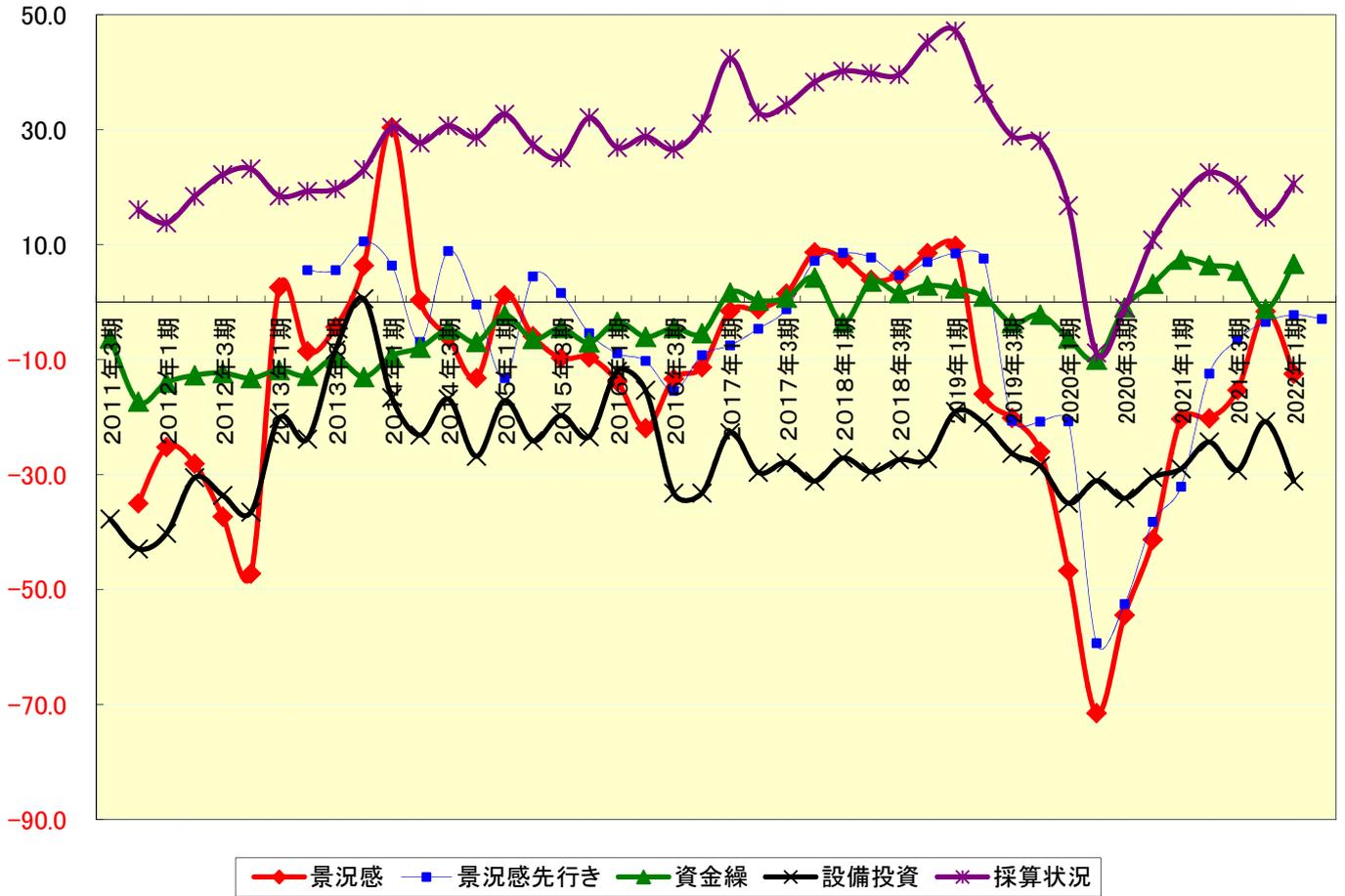
【5】 今春の給与についておたずねします。

今春の給与改定における貴社の対応予定はいかがですか

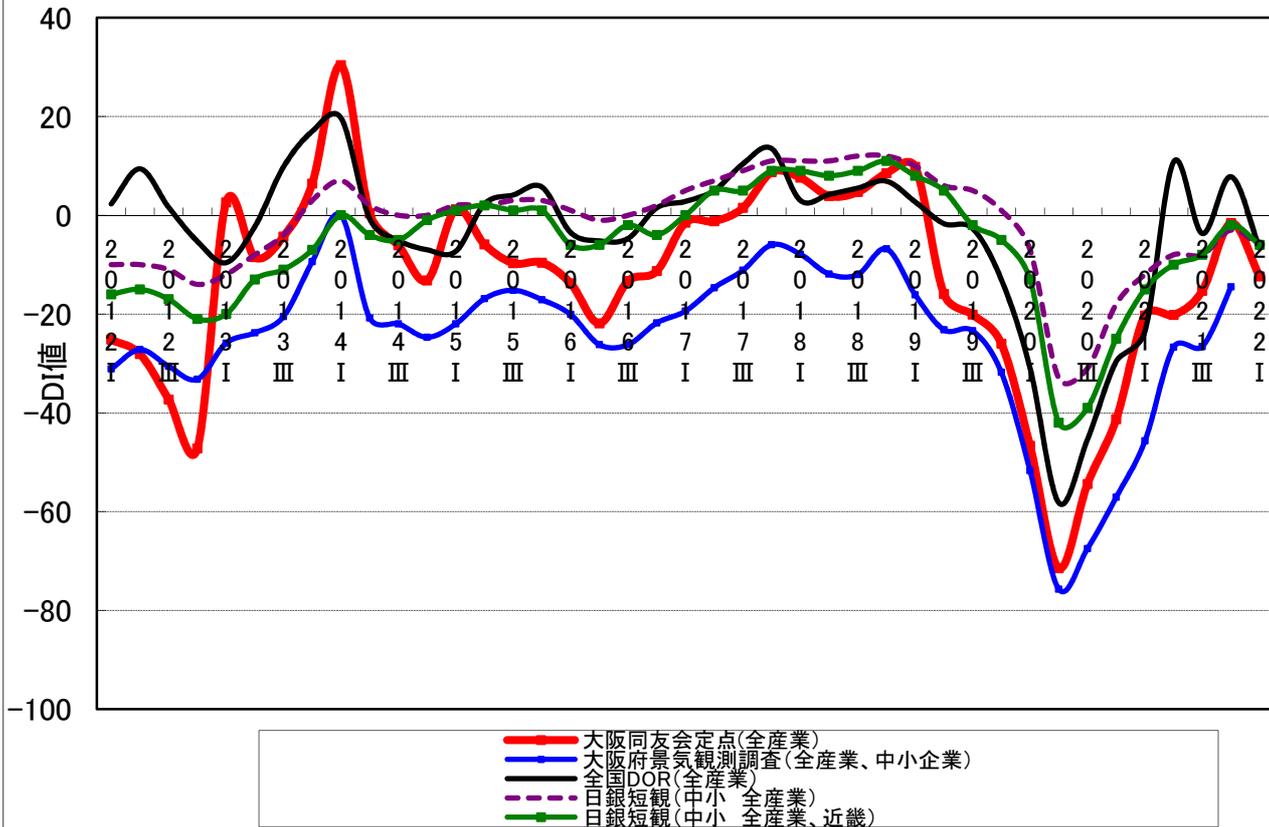
Table for spring salary adjustment plans.

お手数ですが、同友会事務局(FAX: 06-6941-8352)までご返送ください。ご協力ありがとうございました。

DI推移



景況感(前年同期比)の推移比較



【2】基本指標の動向

(1) 売上・利益の動向に関して

① 売上動向

売上前期

Q5

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
製造業	34	21.9%	56	36.1%	65	41.9%	155
非製造業	83	27.2%	119	39.0%	103	33.8%	305
建設業	12	32.4%	12	32.4%	13	35.1%	37
通信情報業	4	22.2%	9	50.0%	5	27.8%	18
物流業	4	33.3%	3	25.0%	5	41.7%	12
流通業	14	20.0%	23	32.9%	33	47.1%	70
専門サービス業(土業の方)	21	33.9%	27	43.5%	14	22.6%	62
サービス業	28	26.4%	45	42.5%	33	31.1%	106
総計	117	25.4%	175	38.0%	168	36.5%	460

売上前年同期

Q6

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
製造業	54	34.8%	44	28.4%	57	36.8%	155
非製造業	111	36.5%	116	38.2%	77	25.3%	304
建設業	12	32.4%	13	35.1%	12	32.4%	37
通信情報業	4	22.2%	10	55.6%	4	22.2%	18
物流業	4	33.3%	5	41.7%	3	25.0%	12
流通業	26	37.1%	21	30.0%	23	32.9%	70
専門サービス業(土業の方)	25	40.3%	28	45.2%	9	14.5%	62
サービス業	40	38.1%	39	37.1%	26	24.8%	105
総計	165	35.9%	160	34.9%	134	29.2%	459

売上次期見通し

Q7

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
製造業	38	25.3%	72	48.0%	40	26.7%	150
非製造業	89	29.6%	153	50.8%	59	19.6%	301
建設業	11	29.7%	13	35.1%	13	35.1%	37
通信情報業	5	27.8%	10	55.6%	3	16.7%	18
物流業	3	27.3%	6	54.5%	2	18.2%	11
流通業	21	30.0%	35	50.0%	14	20.0%	70
専門サービス業(土業の方)	15	25.0%	33	55.0%	12	20.0%	60
サービス業	34	32.4%	56	53.3%	15	14.3%	105
総計	127	28.2%	225	49.9%	99	22.0%	451

② 利益動向

利益前期

Q8

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
製造業	30	19.6%	60	39.2%	63	41.2%	153
非製造業	65	21.5%	144	47.7%	93	30.8%	302
建設業	9	24.3%	15	40.5%	13	35.1%	37
通信情報業	3	17.6%	7	41.2%	7	41.2%	17
物流業	3	25.0%	3	25.0%	6	50.0%	12
流通業	12	17.1%	32	45.7%	26	37.1%	70
専門サービス業(土業の方)	15	24.2%	35	56.5%	12	19.4%	62
サービス業	23	22.1%	52	50.0%	29	27.9%	104
総計	95	20.9%	204	44.8%	156	34.3%	455

利益前年同期

Q9

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
製造業	41	26.6%	51	33.1%	62	40.3%	154
非製造業	85	28.1%	128	42.4%	89	29.5%	302
建設業	9	25.0%	15	41.7%	12	33.3%	36
通信情報業	3	16.7%	9	50.0%	6	33.3%	18
物流業	3	25.0%	4	33.3%	5	41.7%	12
流通業	17	24.3%	28	40.0%	25	35.7%	70
専門サービス業(土業の方)	19	30.6%	31	50.0%	12	19.4%	62
サービス業	34	32.7%	41	39.4%	29	27.9%	104
総計	126	27.6%	179	39.3%	151	33.1%	456

利益次期見通し

Q10

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	総計
製造業	32	20.9%	67	43.8%	54	35.3%	153
非製造業	82	27.3%	144	48.0%	74	24.7%	300
建設業	9	24.3%	13	35.1%	15	40.5%	37
通信情報業	3	16.7%	12	66.7%	3	16.7%	18
物流業	4	33.3%	4	33.3%	4	33.3%	12
流通業	18	25.7%	30	42.9%	22	31.4%	70
専門サービス業(土業の方)	17	27.9%	30	49.2%	14	23.0%	61
サービス業	31	30.4%	55	53.9%	16	15.7%	102
総計	114	25.2%	211	46.6%	128	28.3%	453

③採算状況

Q11

業種	黒字	割合	収支トントン	割合	赤字	割合	総計
製造業	68	44.2%	52	33.8%	34	22.1%	154
非製造業	124	41.1%	114	37.7%	64	21.2%	302
建設業	16	43.2%	14	37.8%	7	18.9%	37
通信情報業	8	44.4%	8	44.4%	2	11.1%	18
物流業	3	27.3%	6	54.5%	2	18.2%	11
流通業	27	38.6%	21	30.0%	22	31.4%	70
専門サービス業(土業の方)	38	61.3%	17	27.4%	7	11.3%	62
サービス業	32	30.8%	48	46.2%	24	23.1%	104
総計	192	42.1%	166	36.4%	98	21.5%	456

④人手の過不足について

Q18

業種	過剰	割合	適正	割合	不足	割合	総計
製造業	10	6.6%	56	36.8%	86	56.6%	152
非製造業	16	5.4%	133	45.2%	145	49.3%	294
建設業	4	11.1%	16	44.4%	16	44.4%	36
通信情報業	2	11.1%	1	5.6%	15	83.3%	18
物流業	0	0.0%	5	41.7%	7	58.3%	12
流通業	7	10.3%	30	44.1%	31	45.6%	68
専門サービス業(土業の方)	0	0.0%	35	60.3%	23	39.7%	58
サービス業	3	2.9%	46	45.1%	53	52.0%	102
総計	26	5.8%	189	42.4%	231	51.8%	446

⑤人手過剰の中身

Q19

業種	正規従業員が過剰	割合	正規従業員が過剰	割合	非正規従業員が過剰	割合	総計
製造業	5	50.0%	2	20.0%	3	30.0%	10
非製造業	10	62.5%	2	12.5%	4	25.0%	16
建設業	2	50.0%	0	0.0%	2	50.0%	4
通信情報業	1	50.0%	1	50.0%	0	0.0%	2
物流業	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	0
流通業	5	71.4%	0	0.0%	2	28.6%	7
専門サービス業(土業の方)	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	0
サービス業	2	66.7%	1	33.3%	0	0.0%	3
総計	15	57.7%	4	15.4%	7	26.9%	26

⑥人手不足の中身

Q20

業種	正規従業員が不足	割合	正規従業員が不足	割合	非正規従業員が不足	割合	総計
製造業	50	59.5%	12	14.3%	22	26.2%	84
非製造業	78	54.2%	20	13.9%	46	31.9%	144
建設業	11	68.8%	0	0.0%	5	31.3%	16
通信情報業	9	60.0%	1	6.7%	5	33.3%	15
物流業	3	50.0%	2	33.3%	1	16.7%	6
流通業	18	58.1%	3	9.7%	10	32.3%	31
専門サービス業(土業の方)	14	60.9%	6	26.1%	3	13.0%	23
サービス業	23	43.4%	8	15.1%	22	41.5%	53
総計	128	56.1%	32	14.0%	68	29.8%	228

⑦仕入れ価格(昨年同期比)

Q21

業種	上昇	割合	横ばい	割合	下降	割合	総計
製造業	139	90.3%	14	9.1%	1	0.6%	154
非製造業	163	56.4%	122	42.2%	4	1.4%	289
建設業	34	91.9%	3	8.1%	0	0.0%	37
通信情報業	8	50.0%	8	50.0%	0	0.0%	16
物流業	10	83.3%	1	8.3%	1	8.3%	12
流通業	57	81.4%	13	18.6%	0	0.0%	70
専門サービス業(土業の方)	6	10.9%	48	87.3%	1	1.8%	55
サービス業	48	48.5%	49	49.5%	2	2.0%	99
総計	302	68.2%	136	30.7%	5	1.1%	443

⑧仕入れ価格(次期見通し)

Q22

業種	上昇	割合	横ばい	割合	下降	割合	総計
製造業	142	91.6%	13	8.4%	0	0.0%	155
非製造業	157	54.3%	128	44.3%	4	1.4%	289
建設業	32	86.5%	5	13.5%	0	0.0%	37
通信情報業	6	35.3%	11	64.7%	0	0.0%	17
物流業	10	83.3%	1	8.3%	1	8.3%	12
流通業	54	77.1%	14	20.0%	2	2.9%	70
専門サービス業(土業の方)	7	13.0%	47	87.0%	0	0.0%	54
サービス業	48	48.5%	50	50.5%	1	1.0%	99
総計	299	67.3%	141	31.8%	4	0.9%	444

⑨販売単価(去年同期比)

Q23

業種	上昇	割合	横ばい	割合	下降	割合	総計
製造業	59	38.1%	91	58.7%	5	3.2%	155
非製造業	90	30.8%	191	65.4%	11	3.8%	292
建設業	11	29.7%	24	64.9%	2	5.4%	37
通信情報業	2	11.1%	16	88.9%	0	0.0%	18
物流業	2	18.2%	9	81.8%	0	0.0%	11
流通業	40	57.1%	27	38.6%	3	4.3%	70
専門サービス業(土業の方)	9	15.8%	46	80.7%	2	3.5%	57
サービス業	26	26.3%	69	69.7%	4	4.0%	99
総計	149	33.3%	282	63.1%	16	3.6%	447

⑩販売単価(次期見通し)

Q24

業種	上昇	割合	横ばい	割合	下降	割合	総計
製造業	85	54.8%	67	43.2%	3	1.9%	155
非製造業	106	36.6%	170	58.6%	14	4.8%	290
建設業	17	47.2%	15	41.7%	4	11.1%	36
通信情報業	2	11.1%	16	88.9%	0	0.0%	18
物流業	4	36.4%	7	63.6%	0	0.0%	11
流通業	45	64.3%	21	30.0%	4	5.7%	70
専門サービス業(土業の方)	9	16.1%	45	80.4%	2	3.6%	56
サービス業	29	29.3%	66	66.7%	4	4.0%	99
総計	191	42.9%	237	53.3%	17	3.8%	445

⑪現四半期中の設備投資

Q25

業種	①実施した	割合	実施してな	割合			総計
製造業	68	43.9%	87	56.1%			155
非製造業	87	29.5%	208	70.5%			295
建設業	9	24.3%	28	75.7%			37
通信情報業	4	22.2%	14	77.8%			18
物流業	9	75.0%	3	25.0%			12
流通業	15	21.4%	55	78.6%			70
専門サービス業(土業の方)	12	21.1%	45	78.9%			57
サービス業	38	37.6%	63	62.4%			101
総計	155	34.4%	295	65.6%			450

⑫上記設備投資の中身

Q26

業種	土地	割合	事業所・店舗	割合	工場	割合	情報システム	割合	総計
製造業	3	4.4%	4	5.9%	9	13.2%	41	60.3%	41
非製造業	3	3.4%	20	23.0%	0	0.0%	23	6.9%	87
建設業	0	0.0%	5	55.6%	0	0.0%	41	22.2%	9
通信情報業	0	0.0%	2	50.0%	0	0.0%	2	0.0%	4
物流業	0	0.0%	0	0.0%	1	11.1%	1	6.7%	9
流通業	0	0.0%	4	26.7%	0	0.0%	4	6.7%	15
専門サービス業(土業の方)	0	0.0%	2	16.7%	0	0.0%	2	0.0%	12
サービス業	3	7.9%	7	18.4%	1	2.6%	11	2.6%	38
総計	6	3.9%	24	15.5%	9	5.8%	39	6.5%	155
業種	情報システム	割合	機器関連	割合	その他	割合	総計		
製造業	7	10.3%	41	60.3%	4	5.9%	68		
非製造業	18	20.7%	38	43.7%	6	6.9%	87		
建設業	1	11.1%	1	11.1%	2	22.2%	9		
通信情報業	2	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	4		
物流業	1	11.1%	5	55.6%	2	22.2%	9		
流通業	4	26.7%	6	40.0%	1	6.7%	15		
専門サービス業(土業の方)	5	41.7%	5	41.7%	0	0.0%	12		
サービス業	5	13.2%	21	55.3%	1	2.6%	38		
総計	25	16.1%	79	51.0%	10	6.5%	155		

⑬1年以内の設備投資

Q27

業種	①計画あり	割合	②計画なし	割合			総計
製造業	70	45.8%	83	54.2%			153
非製造業	92	31.5%	200	68.5%			292
建設業	9	25.0%	27	75.0%			36
通信情報業	4	23.5%	13	76.5%			17
物流業	9	75.0%	3	25.0%			12
流通業	28	40.6%	41	59.4%			69
専門サービス業(土業の方)	10	17.5%	47	82.5%			57
サービス業	32	31.7%	69	68.3%			101
総計	162	36.4%	283	63.6%			445

⑭ 上記設備投資の中身

Q28

業種	土地	割合	事業所・店舗	割合	工場	割合	情報システム
製造業	3	4.3%	3	4.3%	6	8.6%	41
非製造業	5	5.4%	27	29.3%	0	0.0%	32
建設業	1	11.1%	4	44.4%	0	0.0%	41
通信情報業	0	0.0%	2	50.0%	0	0.0%	2
物流業	1	11.1%	1	11.1%	1	11.1%	3
流通業	2	7.1%	4	14.3%	2	7.1%	8
専門サービス業(土業の方)	0	0.0%	1	10.0%	0	0.0%	1
サービス業	1	3.1%	15	46.9%	0	0.0%	16
総計	8	4.9%	30	18.5%	6	3.7%	44
業種	情報システム	割合	機器関連	割合	その他	割合	総計
製造業	14	20.0%	41	58.6%	3	4.3%	70
非製造業	22	23.9%	33	35.9%	2	2.2%	92
建設業	0	0.0%	4	44.4%	0	0.0%	9
通信情報業	2	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	4
物流業	1	11.1%	5	55.6%	0	0.0%	9
流通業	8	28.6%	10	35.7%	2	7.1%	28
専門サービス業(土業の方)	7	70.0%	2	20.0%	0	0.0%	10
サービス業	4	12.5%	12	37.5%	0	0.0%	32
総計	36	22.2%	74	45.7%	5	3.1%	162

⑮ 業況判断(前四半期比)

Q29

業種	好転	割合	変化なし	割合	悪化	割合	総計
製造業	36	23.2%	69	44.5%	50	32.3%	155
非製造業	57	19.3%	139	47.1%	99	33.6%	295
建設業	5	13.9%	17	47.2%	14	38.9%	36
通信情報業	6	33.3%	8	44.4%	4	22.2%	18
物流業	2	16.7%	3	25.0%	7	58.3%	12
流通業	11	16.2%	24	35.3%	33	48.5%	68
専門サービス業(土業の方)	13	22.0%	35	59.3%	11	18.6%	59
サービス業	20	19.6%	52	51.0%	30	29.4%	102
総計	93	20.7%	208	46.2%	149	33.1%	450

⑯ 業況判断(前年同期比)

Q30

業種	好転	割合	横ばい	割合	悪化	割合	総計
製造業	52	33.5%	49	31.6%	54	34.8%	155
非製造業	68	22.9%	139	46.8%	90	30.3%	297
建設業	6	16.7%	15	41.7%	15	41.7%	36
通信情報業	6	33.3%	10	55.6%	2	11.1%	18
物流業	3	25.0%	4	33.3%	5	41.7%	12
流通業	15	21.4%	26	37.1%	29	41.4%	70
専門サービス業(土業の方)	13	22.0%	36	61.0%	10	16.9%	59
サービス業	25	24.5%	48	47.1%	29	28.4%	102
総計	120	26.5%	188	41.6%	144	31.9%	452

⑰ 業況判断先行き(現四半期比)

Q31

業種	好転	割合	横ばい	割合	悪化	割合	総計
製造業	35	22.6%	66	42.6%	54	34.8%	155
非製造業	79	26.8%	143	48.5%	73	24.7%	295
建設業	7	19.4%	16	44.4%	13	36.1%	36
通信情報業	5	27.8%	11	61.1%	2	11.1%	18
物流業	5	45.5%	2	18.2%	4	36.4%	11
流通業	14	20.6%	29	42.6%	25	36.8%	68
専門サービス業(土業の方)	12	20.3%	40	67.8%	7	11.9%	59
サービス業	36	35.0%	45	43.7%	22	21.4%	103
総計	114	25.3%	209	46.4%	127	28.2%	450

⑱ 業況判断先行き(前年同期比)

Q32

業種	好転	割合	横ばい	割合	悪化	割合	総計
製造業	41	26.5%	53	34.2%	61	39.4%	155
非製造業	85	29.0%	138	47.1%	70	23.9%	293
建設業	8	23.5%	13	38.2%	13	38.2%	34
通信情報業	6	33.3%	11	61.1%	1	5.6%	18
物流業	4	36.4%	3	27.3%	4	36.4%	11
流通業	18	25.7%	29	41.4%	23	32.9%	70
専門サービス業(土業の方)	12	20.7%	38	65.5%	8	13.8%	58
サービス業	37	36.3%	44	43.1%	21	20.6%	102
総計	126	28.1%	191	42.6%	131	29.2%	448

⑱現四半期中の借入金の増減

Q33

業種	増加	割合	横ばい	割合	減少	割合	借入してない	割合	総計
製造業	19	12.3%	78	50.6%	44	28.6%	13	8.4%	154
非製造業	38	13.0%	109	37.2%	70	23.9%	76	25.9%	293
建設業	2	5.6%	20	55.6%	11	30.6%	3	8.3%	36
通信情報業	4	22.2%	9	50.0%	3	16.7%	2	11.1%	18
物流業	3	30.0%	3	30.0%	4	40.0%	0	0.0%	10
流通業	13	18.8%	27	39.1%	20	29.0%	9	13.0%	69
専門サービス業(土業の方)	1	1.7%	13	22.4%	9	15.5%	35	60.3%	58
サービス業	15	14.7%	37	36.3%	23	22.5%	27	26.5%	102
総計	57	12.8%	187	41.8%	114	25.5%	89	19.9%	447

⑳資金繰り

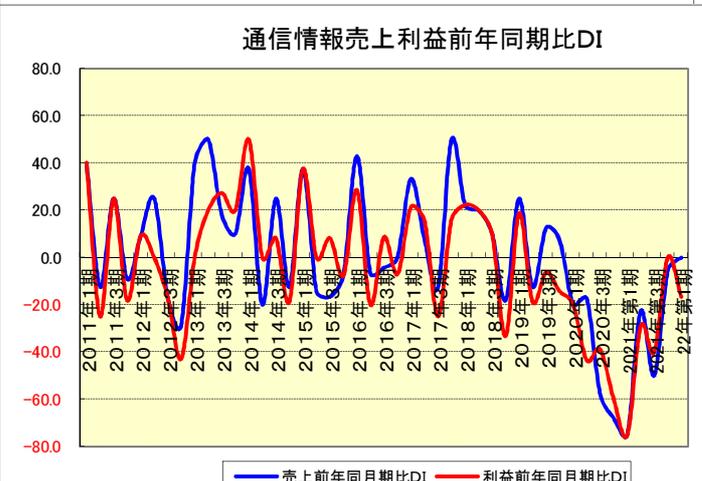
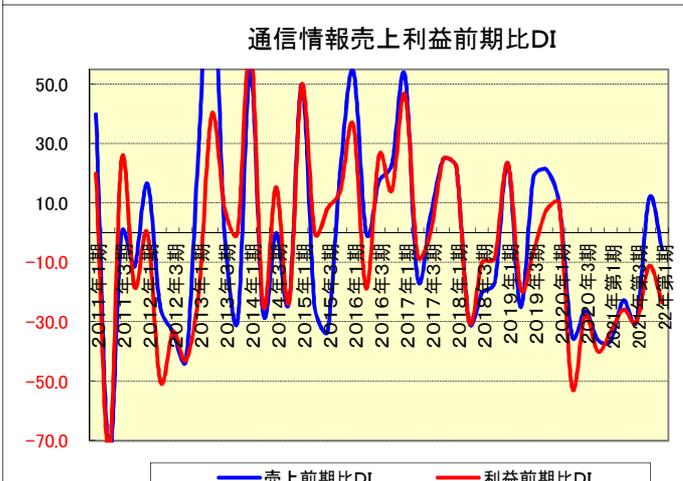
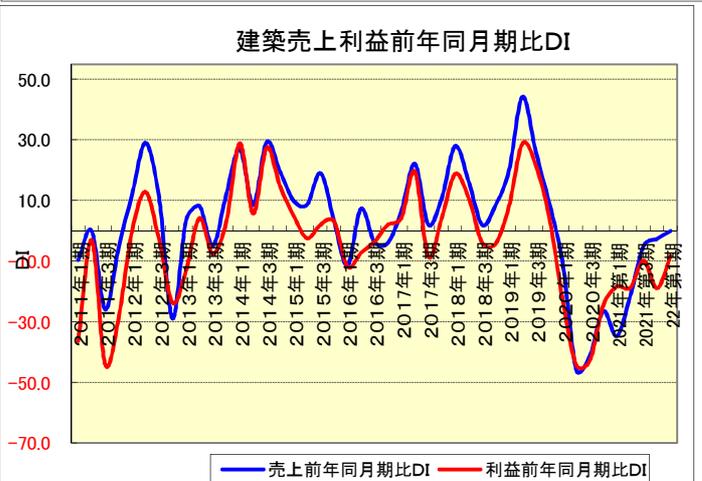
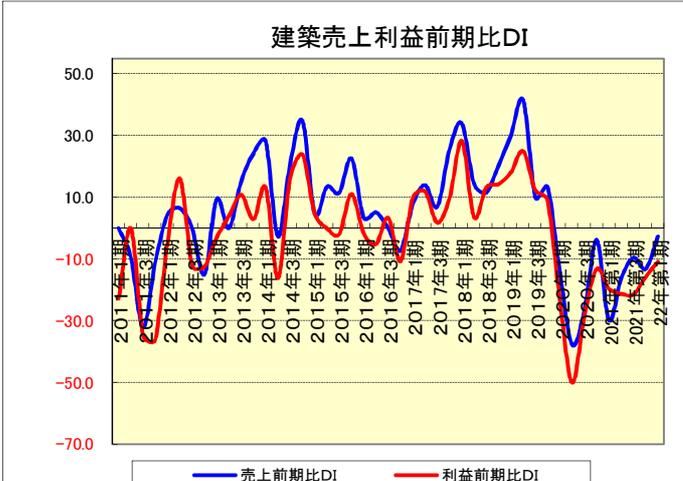
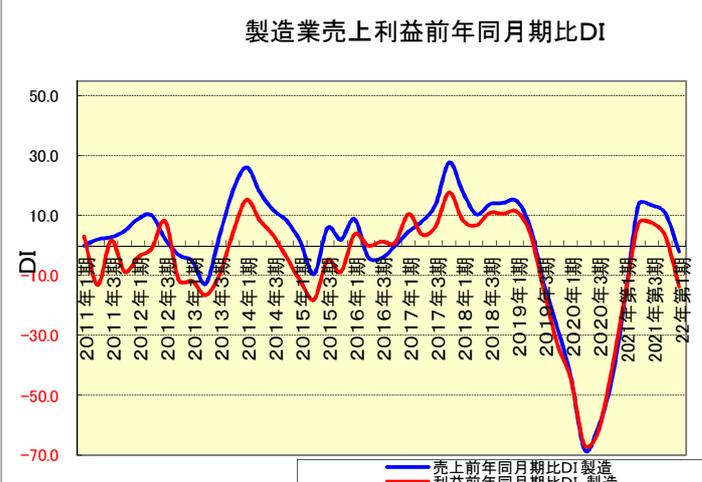
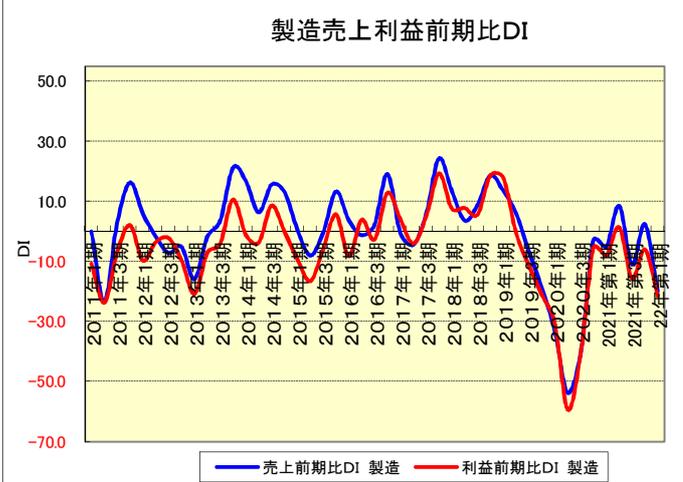
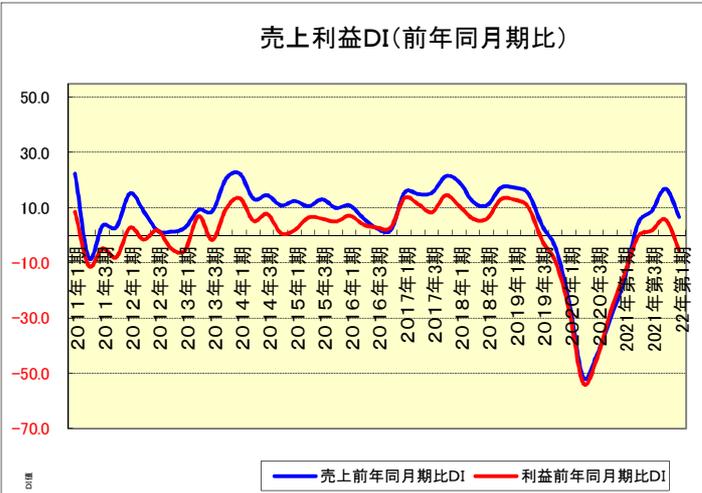
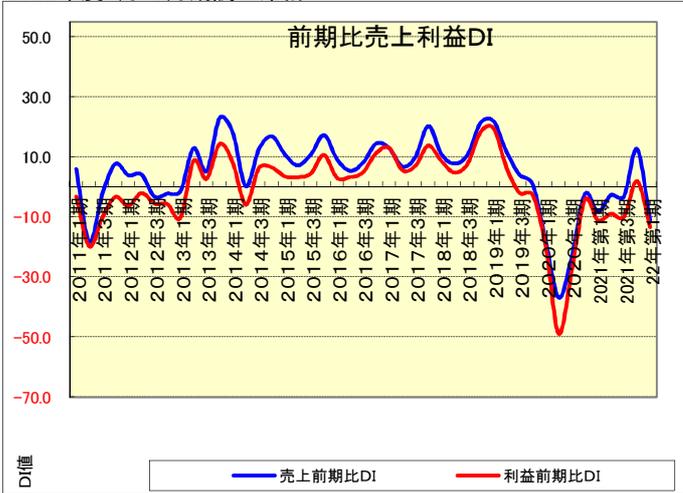
Q34

業種	余裕あり	割合	順調	割合	窮屈	割合	総計
製造業	60	38.7%	56	36.1%	39	25.2%	155
非製造業	107	36.4%	89	30.3%	98	33.3%	294
建設業	12	32.4%	10	27.0%	15	40.5%	37
通信情報業	8	44.4%	2	11.1%	8	44.4%	18
物流業	4	33.3%	3	25.0%	5	41.7%	12
流通業	28	40.6%	23	33.3%	18	26.1%	69
専門サービス業(土業の方)	20	35.1%	19	33.3%	18	31.6%	57
サービス業	35	34.7%	32	31.7%	34	33.7%	101
総計	167	37.2%	145	32.3%	137	30.5%	449

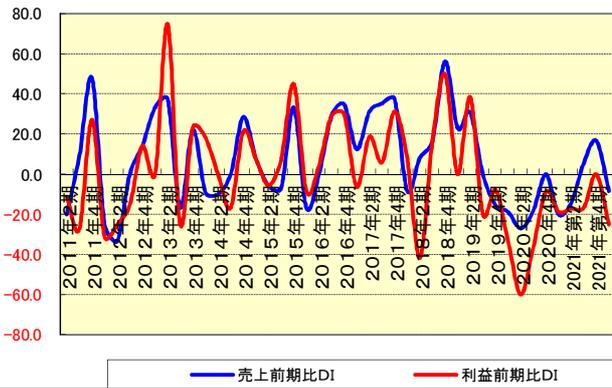
㉑資金繰り表・キャッシュフロー計算書について

Q35

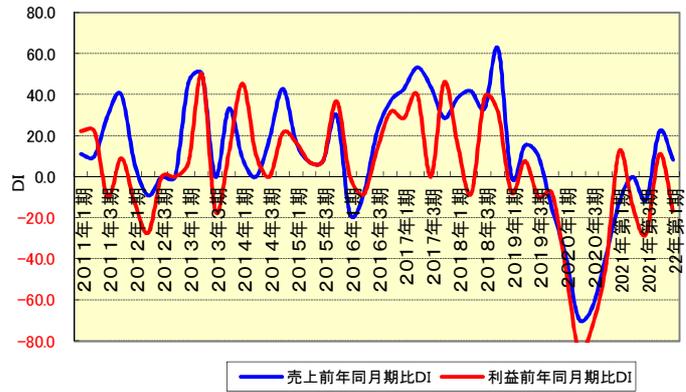
業種	両方作成		資金繰り表のみ		キャッシュフロー計算書のみ		両方作成してない		総計
製造業	19	12.6%	45	29.8%	53	35.1%	34	22.5%	151
非製造業	42	14.3%	70	23.9%	73	24.9%	108	36.9%	293
建設業	4	11.4%	12	34.3%	8	22.9%	11	31.4%	35
通信情報業	3	16.7%	6	33.3%	3	16.7%	6	33.3%	18
物流業	1	8.3%	4	33.3%	4	33.3%	3	25.0%	12
流通業	9	13.0%	18	26.1%	21	30.4%	21	30.4%	69
専門サービス業(土業の方)	9	15.5%	10	17.2%	6	10.3%	33	56.9%	58
サービス業	16	15.8%	20	19.8%	31	30.7%	34	33.7%	101
総計	61	13.7%	115	25.9%	126	28.4%	142	32.0%	444



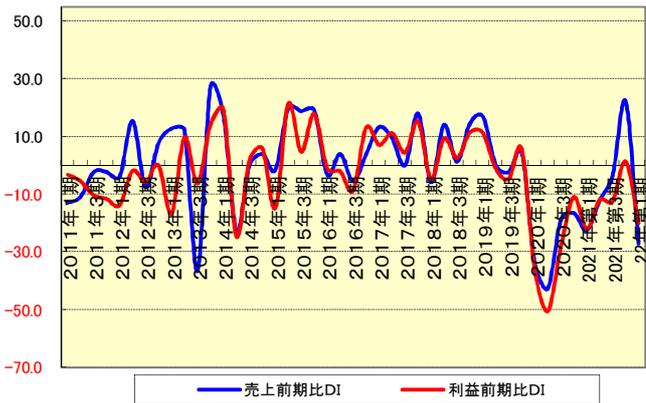
運輸業売上利益前期比DI



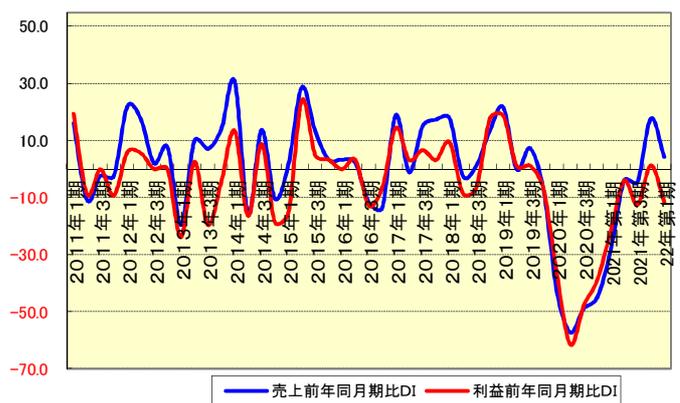
運輸売上利益前年同月期比



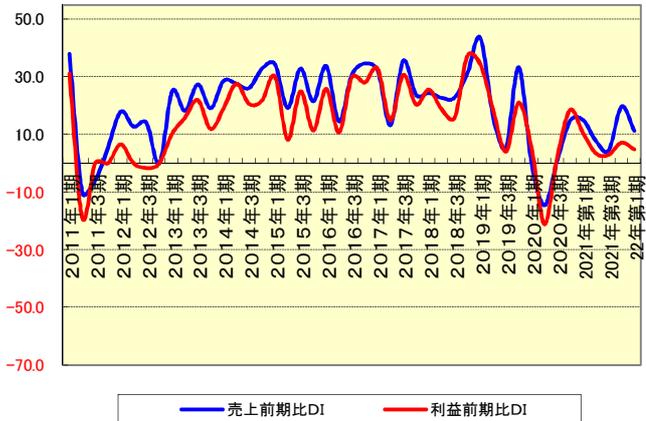
流通業売上利益前期比DI



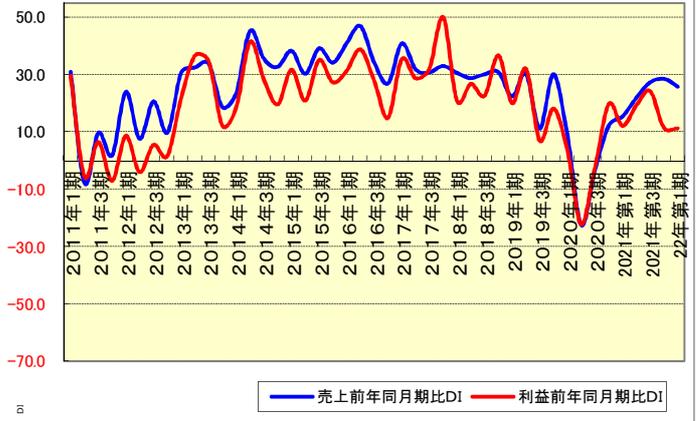
流通業売上利益前年同月期比DI



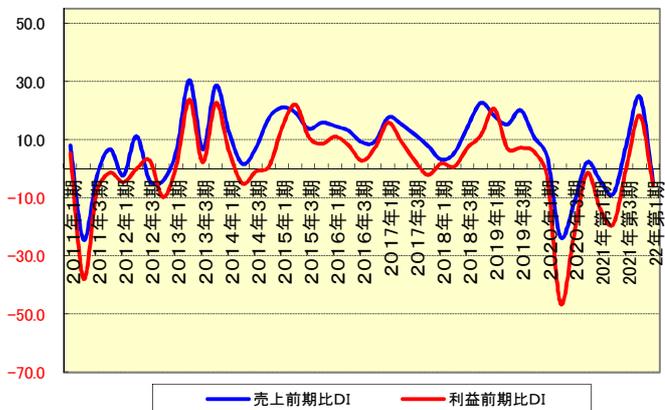
専門サービス売上利益前期比DI



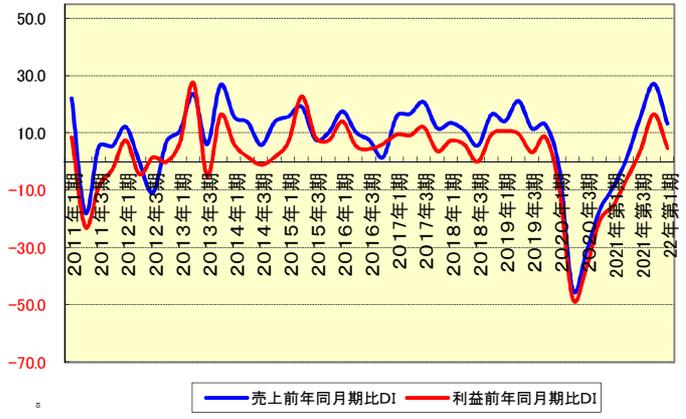
専門サービス売上利益前年同月期比DI



サービス前期比売上利益DI



サービス業売上利益前年同月期比DI



【1】以前までとの比較

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

(1)売上に関して

DI値推移

売上前期比

	2016年				2017年				2018年				2019年				2020年				2021年				2022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	1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	2.4	-20.0
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	17.8	-6.6
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	-13.2	-2.7
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	11.8	-5.6
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	16.7	-8.3
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	22.2	-27.1
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	19.7	11.3
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	24.8	-4.7
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	12.7	-11.1

売上前年同月期比

	2016年				2017年				2018年				2019年				2020年				2021年				2022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	1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	10.7	-1.9
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	20.1	11.2
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	-2.6	0.0
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	-5.6	0.0
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	22.2	8.3
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	17.8	4.3
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	28.6	25.8
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	27.3	13.3
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	17.0	6.8

(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				2022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	1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	-6.0	-21.6
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	5.9	-9.3
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	-15.8	-10.8
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	-11.1	-23.5
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	0.0	-25.0
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	1.4	-20.0
専門サービス業	25.8	10.7	29.9	28.0	32.9	14.9	30.7	20.4	25.6	18.7	15.8	37.3	34.4	18.8	4.1	21.1	5.4	-21.1	2.2	18.5	10.6	3.5	3.0	7.1	4.8
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	18.3	-5.8
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	2.0	-13.4

利益前年同月期比

	2016年				2017年				2018年				2019年				2020年				2021年				2022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	1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	3.0	-13.6
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	7.2	-1.3
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	-18.9	-8.3
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	0.0	-16.7
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	11.1	-16.7
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	1.4	-11.4
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	11.4	11.3
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	16.7	4.8
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	5.8	-5.5

景況感DI推移		景況感DI推移																				
	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	2022年1期	2022年2期	
製造業	-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	-4.2	-9.0		
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	-0.3	-14.2		
建築業	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	-7.9	-25.0		
通信情報業	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	27.8	11.1		
運輸業	-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	5.6	-41.7		
流通業	-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	-5.5	-32.4		
専門サービス業	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	1.4	3.4		
サービス業	-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	-0.8	-9.8		
総計	-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	-1.6	-12.4		

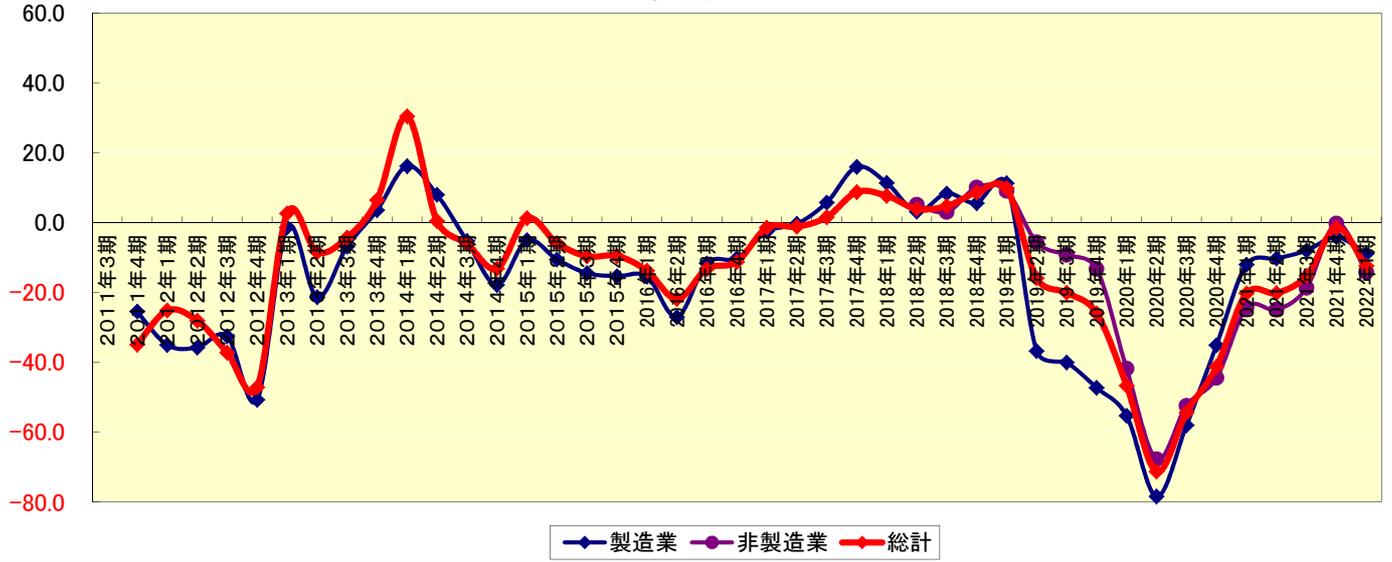
景況感先行きDI推移		景況感先行きDI推移																				
2011	2017年3期	2017年4期	2018年1期	2018年2期	2018年3期	2018年4期	2019年1期	2019年2期	2019年3期	2019年4期	2020年1期	2020年2期	2020年3期	2020年4期	2021年1期	2021年2期	2021年3期	2021年4期	2022年1期	2022年2期		
製造業	-2.3	12.4	14.3	7.3	3.7	6.5	1.3	14.5	-42.9	-40.5	-36.1	-65.7	-67.1	-40.5	-23.9	-7.2	-1.6	-4.6	-2.4	-12.3		
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	-2.1	2.0		
建築業	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	-13.2	-16.7		
通信情報業	-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	5.9	16.7		
運輸業	-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	11.8	9.1		
流通業	-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	-9.9	-16.2		
専門サービス業	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	5.7	8.5		
サービス業	-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	-1.7	13.6		
総計	-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	-2.2	-2.9		

資金繰りDI推移		資金繰りDI推移																				
	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	2022年1期	2022年2期	
製造業	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	6.6	13.5		
非製造業					2.7	-1.2	2.6	2.7	-0.2	-4.7	-3.1	-6.3	-3.8	0.7	3.3	5.4	4.4	3.3	-5.0	3.1		
建築業	-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	-2.7	-8.1		
通信情報業	-15.4	-11.8	25.0	22.2	0.0	0.0	-6.3	12.5	-12.5	0.0	20.0	0.0	5.3	0.0	0.0	-6.5	-7.4	-5.6	0.0			
運輸業	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	-27.8	-8.3		
流通業	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	1.4	14.5		
専門サービス業	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	-1.4	3.5		
サービス業	-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	-8.3	1.0		
総計	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	-1.2	6.7		

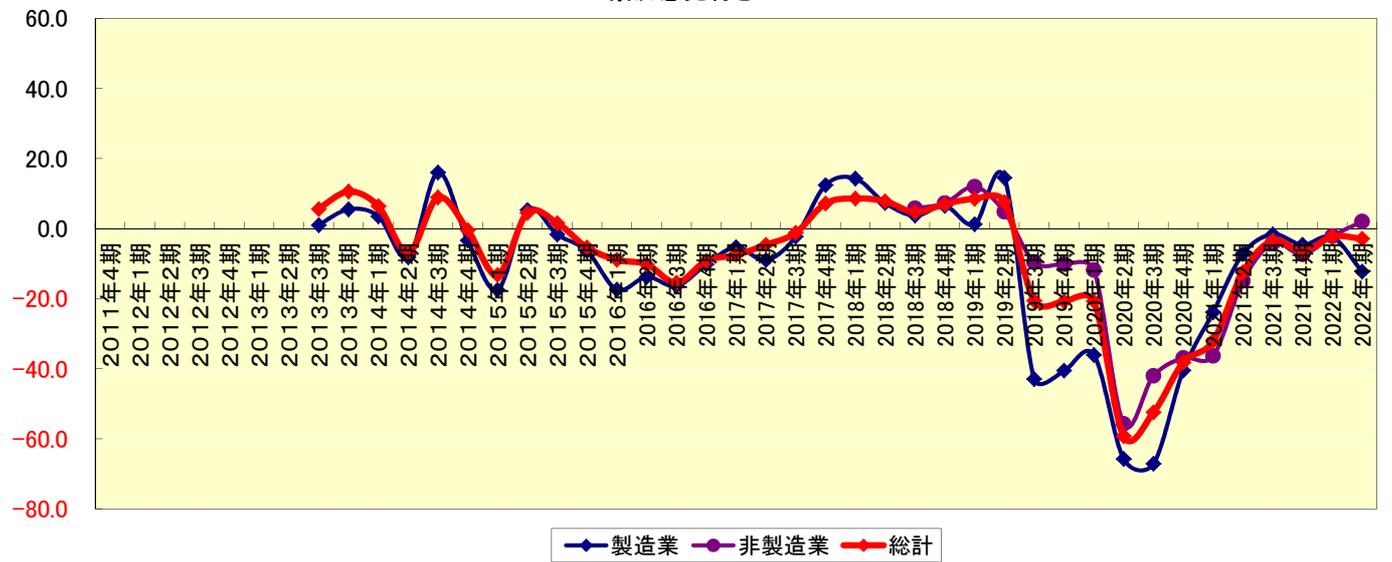
設備投資DI推移		設備投資DI推移																				
	2017年2期	2017年3期	2017年4期	2018年1期	2018年2期	2018年3期	2018年4期	2019年1期	2019年2期	2019年3期	2019年4期	2020年1期	2020年2期	2020年3期	2020年4期	2021年1期	2021年2期	2021年3期	2021年4期	2022年1期	2022年2期	
製造業	-5.0	-4.5	-9.3	-4.0	3.9	5.2	0.0	13.2	1.0	-2.2	-9.5	-19.7	-22.8	-27.8	-23.9	-4.0	0.7	-2.4	4.2	-12.3		
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	-33.1	-41.0		
建築業	-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	-48.6	-51.4		
通信情報業	-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	-38.9	-55.6		
運輸業	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	-22.2	50.0		
流通業	-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	-34.2	-57.1		
専門サービス業	-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	-26.8	-57.9		
サービス業	-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	-32.2	-24.8		
総計	-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	-20.8	-31.1		

採算状況DI		採算状況DI																				
	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	2022年1期	2022年2期	
製造業	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	16.7	22.1		
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	13.8	19.9		
建築業	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	10.5	24.3		
通信情報業	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	25.0	33.3		
運輸業	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	-5.9	9.1		
流通業	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	5.6	7.1		
専門サービス業	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	28.6	50.0		
サービス業	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	12.4	7.7		
総計	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	14.7	20.6		

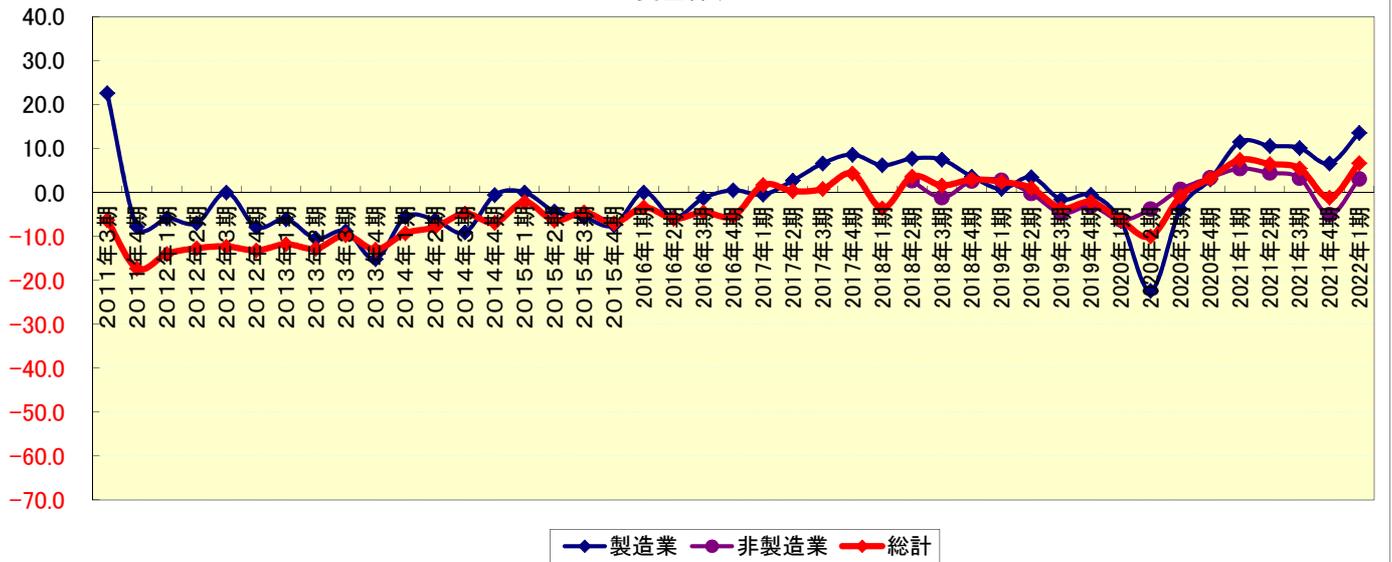
景況感DI



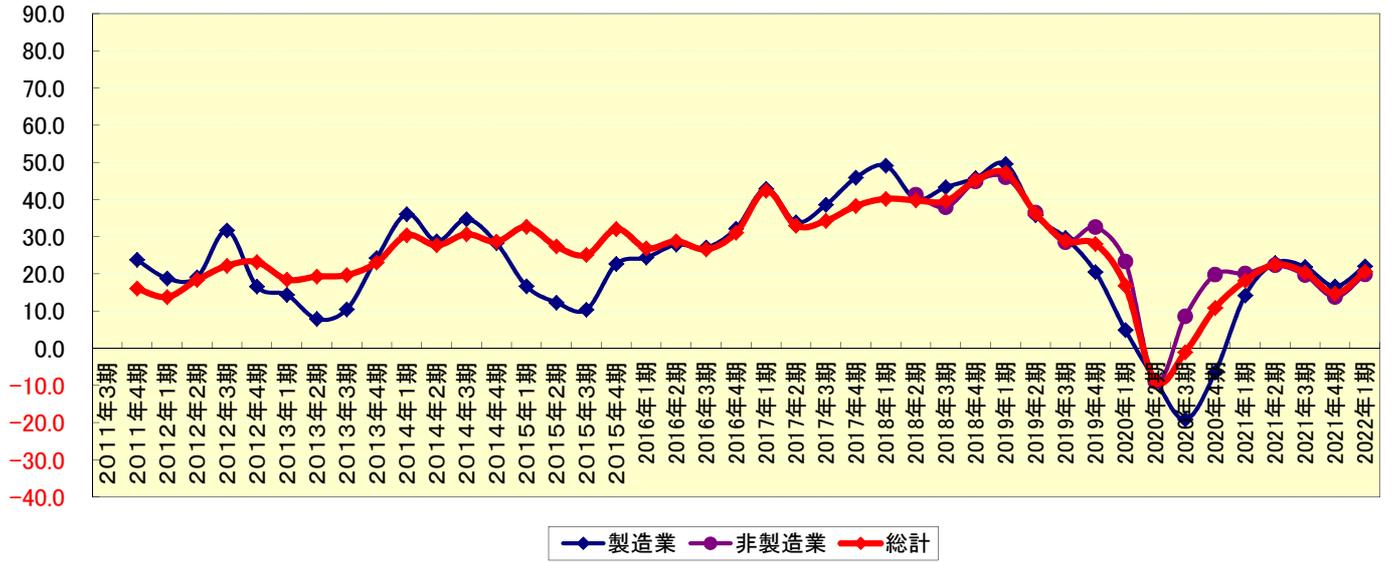
景況感先行きDI



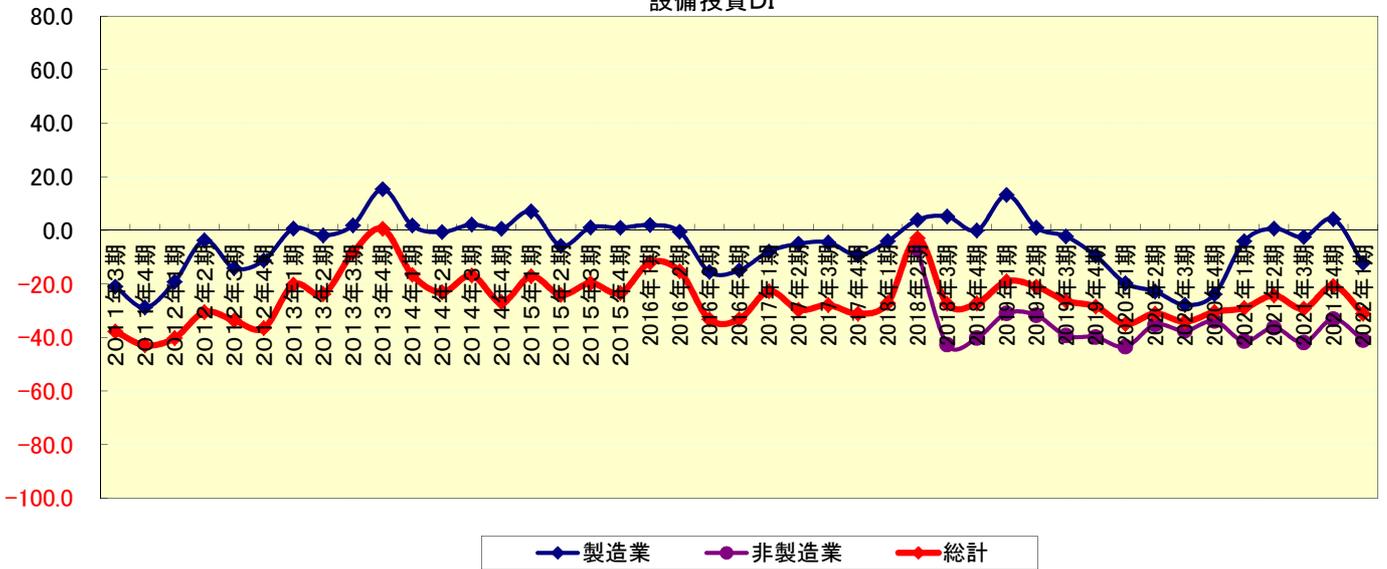
資金繰りDI



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前年同期比が「増加」と回答した企業の要因

Q12

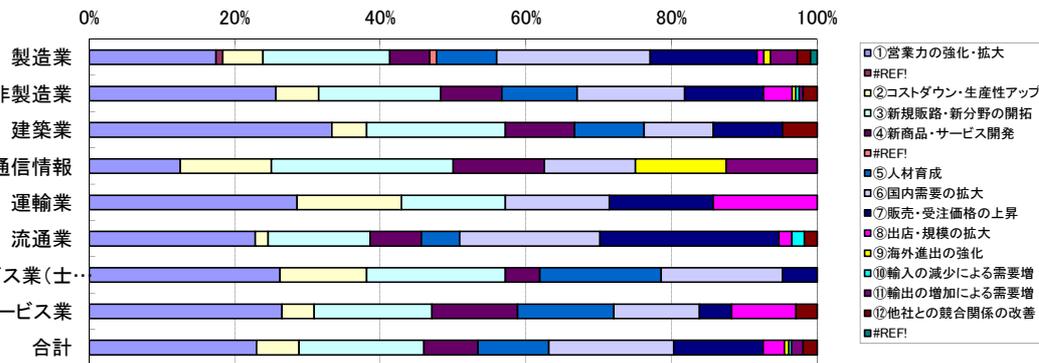
回答数

	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	2020年7-9	2020年10-12	2021年1-3	2021年4-6	2021年7-9	2021年10-12	2022年1-3
①営業力の強化・拡大	19	52	7	1	2	13	11	18	71	48	45	62	105	89	70	71
②コストダウン・生産性アップ	6	12	1	1	1	1	5	3	18	9	15	12	32	31	15	18
③新規販路・新分野の開拓	19	34	4	2	1	8	8	11	53	35	38	47	79	88	112	53
④新商品・サービス開発	6	17	2	1	0	4	2	8	23	25	13	19	47	40	46	22
⑤人材育成	9	21	2	0	0	3	7	9	30	17	18	19	45	41	46	29
⑥国内需要の拡大	23	30	2	1	1	11	7	8	53	15	23	30	86	73	60	53
⑦販売・受注価格の上昇	16	22	2	0	1	14	2	3	38	8	8	12	26	33	112	38
⑧出店・規模の拡大	1	8	0	0	1	1	0	6	9	6	3	5	12	14	63	9
⑨海外進出の強化	1	1	0	1	0	0	0	0	2	1	0	0	0	0	15	2
⑩輸入の減少による需要増	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
⑪輸出の増加による需要増	4	1	0	1	0	0	0	0	5	1	2	7	21	9	7	5
⑫他社との競合関係の改善	2	4	1	0	0	1	0	2	6	3	4	2	17	6	13	6
売上増の回答数	54	111	12	4	4	26	25	40	165	168	125	527	261	224	175	165

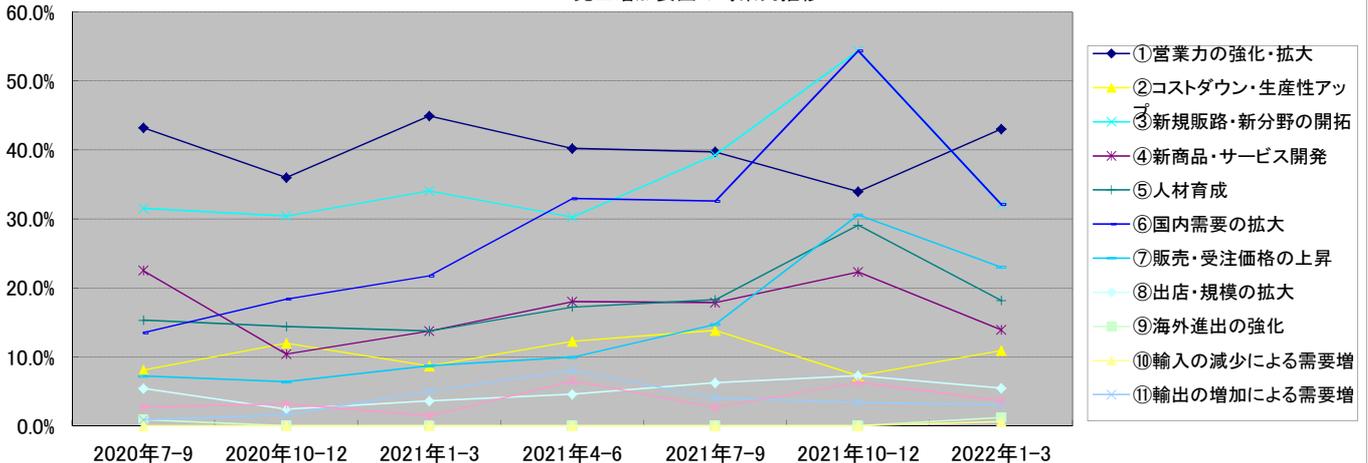
割合

	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	2020年7-9	2020年10-12	2021年1-3	2021年4-6	2021年7-9	2021年10-12	2022年1-3
①営業力の強化・拡大	35.2%	46.8%	58.3%	25.0%	50.0%	50.0%	44.0%	45.0%	43.0%	43.2%	36.0%	44.9%	40.2%	39.7%	34.0%	43.0%
②コストダウン・生産性アップ	11.1%	10.8%	8.3%	25.0%	25.0%	3.8%	20.0%	7.5%	10.9%	8.1%	12.0%	8.7%	12.3%	13.8%	7.3%	10.9%
③新規販路・新分野の開拓	35.2%	30.6%	33.3%	50.0%	25.0%	30.8%	32.0%	27.5%	32.1%	31.5%	30.4%	34.1%	30.3%	39.3%	54.4%	32.1%
④新商品・サービス開発	11.1%	15.3%	16.7%	25.0%	0.0%	15.4%	8.0%	20.0%	13.9%	22.5%	10.4%	13.8%	18.0%	17.9%	22.3%	13.9%
⑤人材育成	16.7%	18.9%	16.7%	0.0%	0.0%	11.5%	28.0%	22.5%	18.2%	15.3%	14.4%	13.8%	17.2%	18.3%	29.1%	18.2%
⑥国内需要の拡大	42.6%	27.0%	16.7%	25.0%	25.0%	42.3%	28.0%	20.0%	32.1%	13.5%	18.4%	21.7%	33.0%	32.6%	54.4%	32.1%
⑦販売・受注価格の上昇	29.6%	19.8%	16.7%	0.0%	25.0%	53.8%	8.0%	7.5%	23.0%	7.2%	6.4%	8.7%	10.0%	14.7%	30.6%	23.0%
⑧出店・規模の拡大	1.9%	7.2%	0.0%	0.0%	25.0%	3.8%	0.0%	15.0%	5.5%	5.4%	2.4%	3.6%	4.6%	6.3%	7.3%	5.5%
⑨海外進出の強化	1.9%	0.9%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.2%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.2%
⑩輸入の減少による需要増	0.0%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	3.8%	0.0%	0.0%	0.6%	-	-	-	-	-	-	0.6%
⑪輸出の増加による需要増	7.4%	0.9%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.0%	0.9%	1.6%	5.1%	8.0%	4.0%	3.4%	3.0%
⑫他社との競合関係の改善	3.7%	3.6%	8.3%	0.0%	0.0%	3.8%	0.0%	5.0%	3.6%	2.7%	3.2%	1.4%	6.5%	2.7%	6.3%	3.6%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

売上前年同期比が「増加」と回答した企業の要因(選択式)



売上増加要因の時系列推移

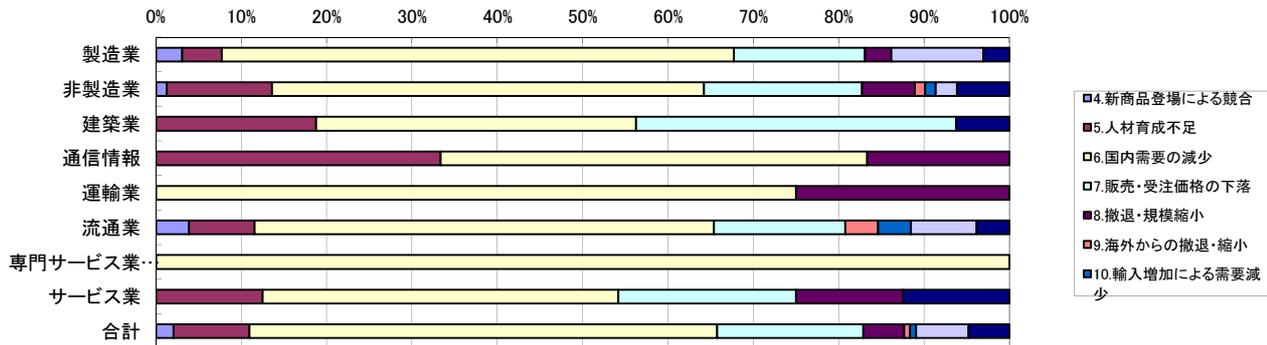


②前年同期比が「減少」と回答した企業の要因(選択式)

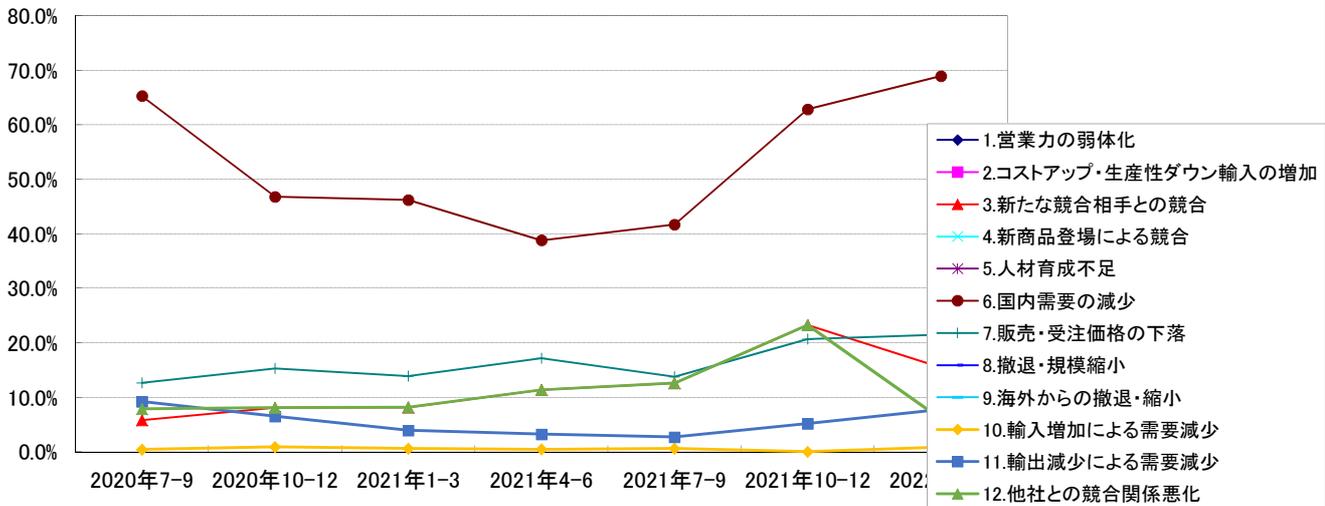
	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	専門サービス業(土業)	サービス業	合計	2020年7-9	2020年10-12	2021年1-3	2021年4-6	2021年7-9	2021年10-12	2022年1-3
1.営業力の弱体化	13	22	3	1	0	6	3	9	35							35
2.コストアップ・生産性ダウン	18	16	6	0	1	6	0	3	34							34
3.新たな競合相手との競合	7	11	2	1	0	5	0	3	18	35	36	27	49	42	27	18
4.新商品登場による競合	2	1	0	0	0	1	0	0	3							3
5.人材育成不足	3	10	3	2	0	2	0	3	13							13
6.国内需要の減少	39	41	6	3	3	14	5	10	80	290	208	153	167	139	73	80
7.販売・受注価格の下落	10	15	6	0	0	4	0	5	25	76	68	46	74	46	24	25
8.撤退・規模縮小	2	5	0	1	1	0	0	3	7							7
9.海外からの撤退・縮小	0	1	0	0	0	1	0	0	1							1
10.輸入増加による需要減少	0	1	0	0	0	1	0	0	1	2	4	2	2	2	1	1
11.輸出減少による需要減少	7	2	0	0	0	2	0	0	9	41	29	13	14	9	6	9
12.他社との競合関係悪化	2	5	1	0	0	1	0	3	7	35	36	27	49	42	27	7
合計	103	130	27	8	5	43	8	39	233	444	444	331	430	333	233	116

	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	2020年7-9	2020年10-12	2021年1-3	2021年4-6	2021年7-9	2021年10-12	2022年1-3
1.営業力の弱体化	12.6%	16.9%	11.1%	12.5%	0.0%	14.0%	37.5%	23.1%	15.0%							30.2%
2.コストアップ・生産性ダウン	17.5%	12.3%	22.2%	0.0%	20.0%	14.0%	0.0%	7.7%	14.6%							29.3%
3.新たな競合相手との競合	6.8%	8.5%	7.4%	12.5%	0.0%	11.6%	0.0%	7.7%	7.7%	5.8%	8.1%	8.2%	11.4%	12.6%	23.3%	15.5%
4.新商品登場による競合	1.9%	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	2.3%	0.0%	0.0%	1.3%							2.6%
5.人材育成不足	2.9%	7.7%	11.1%	25.0%	0.0%	4.7%	0.0%	7.7%	5.6%							11.2%
6.国内需要の減少	37.9%	31.5%	22.2%	37.5%	60.0%	32.6%	62.5%	25.6%	34.3%	65.3%	46.8%	46.2%	38.8%	41.7%	62.9%	69.0%
7.販売・受注価格の下落	9.7%	11.5%	22.2%	0.0%	0.0%	9.3%	0.0%	12.8%	10.7%	12.7%	15.3%	13.9%	17.2%	13.8%	20.7%	21.6%
8.撤退・規模縮小	1.9%	3.8%	0.0%	12.5%	20.0%	0.0%	0.0%	7.7%	3.0%							6.0%
9.海外からの撤退・縮小	0.0%	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	2.3%	0.0%	0.0%	0.4%							0.9%
10.輸入増加による需要減少	0.0%	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	2.3%	0.0%	0.0%	0.4%	0.5%	0.9%	0.6%	0.5%	0.6%	0.0%	0.9%
11.輸出減少による需要減少	6.8%	1.5%	0.0%	0.0%	0.0%	4.7%	0.0%	0.0%	3.9%	9.2%	6.5%	3.9%	3.3%	2.7%	5.2%	7.8%
12.他社との競合関係悪化	1.9%	3.8%	3.7%	0.0%	0.0%	2.3%	0.0%	7.7%	3.0%	7.9%	8.1%	8.2%	11.4%	12.6%	23.3%	6.0%
合計	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

売上前年同期比が「減少」と回答した企業の要因(選択式)



売上増加要因の時系列推移



(2) 利益の増加と減少の要因に関して

①前年同期比が「増加」と回答した企業の要因

Q12

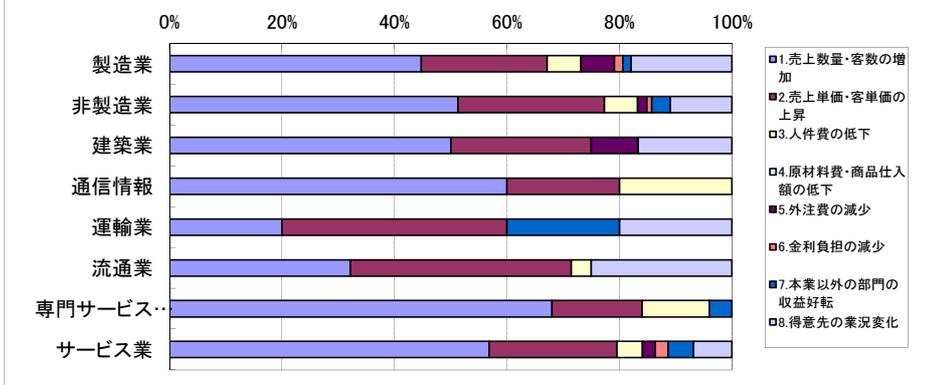
回答数

	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.売上数量・客数の増加	30	61	6	3	1	9	17	25	91
2.売上単価・客単価の上昇	15	31	3	1	2	11	4	10	46
3.人件費の低下	4	7	0	1	0	1	3	2	11
4.原材料費・商品仕入額の低下	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5.外注費の減少	4	2	1	0	0	0	0	1	6
6.金利負担の減少	1	1	0	0	0	0	0	1	2
7.本業以外の部門の収益好転	1	4	0	0	1	0	1	2	5
8.得意先の業況変化	12	13	2	0	1	7	0	3	25
合計	41	85	9	3	3	17	19	34	126

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.売上数量・客数の増加	73.2%	71.8%	66.7%	100.0%	33.3%	52.9%	89.5%	73.5%	72.2%
2.売上単価・客単価の上昇	36.6%	36.5%	33.3%	33.3%	66.7%	64.7%	21.1%	29.4%	36.5%
3.人件費の低下	9.8%	8.2%	0.0%	33.3%	0.0%	5.9%	15.8%	5.9%	8.7%
4.原材料費・商品仕入額の低下	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
5.外注費の減少	9.8%	2.4%	11.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.9%	4.8%
6.金利負担の減少	2.4%	1.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.9%	1.6%
7.本業以外の部門の収益好転	2.4%	4.7%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	5.3%	5.9%	4.0%
8.得意先の業況変化	29.3%	15.3%	22.2%	0.0%	33.3%	41.2%	0.0%	8.8%	19.8%
合計	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)



②前年同期比が「減少」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

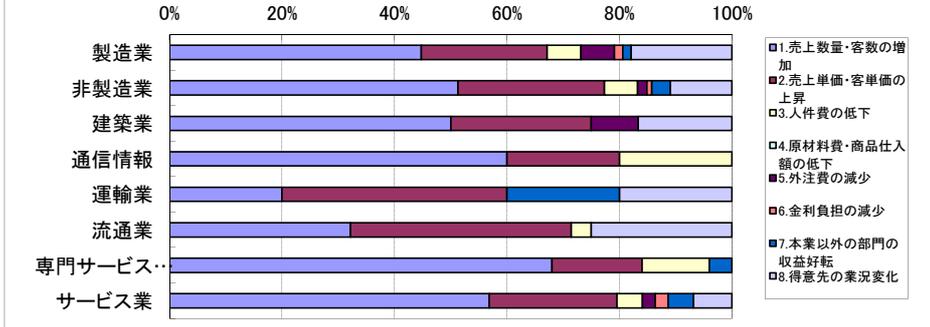
回答数

	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.売上数量・客数の減少	38	59	7	3	2	14	9	24	97
2.売上単価・客単価の低下	9	13	4	0	1	5	0	3	22
3.人件費の増加	11	21	4	2	1	5	3	6	32
4.原材料費・商品仕入額の増加	43	40	8	1	3	18	0	10	83
5.外注費の増加	9	11	6	1	0	3	0	1	20
6.金利負担の増加	2	3	2	0	0	0	0	1	5
7.本業以外の部門の収益悪化	0	2	1	0	0	0	0	1	2
8.得意先の業況変化	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	62	89	12	6	5	25	12	29	151

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.売上数量・客数の減少	61.3%	66.3%	58.3%	50.0%	40.0%	56.0%	75.0%	82.8%	64.2%
2.売上単価・客単価の低下	14.5%	14.6%	33.3%	0.0%	20.0%	20.0%	0.0%	10.3%	14.6%
3.人件費の増加	17.7%	23.6%	33.3%	33.3%	20.0%	20.0%	25.0%	20.7%	21.2%
4.原材料費・商品仕入額の増加	69.4%	44.9%	66.7%	16.7%	60.0%	72.0%	0.0%	34.5%	55.0%
5.外注費の増加	14.5%	12.4%	50.0%	16.7%	0.0%	12.0%	0.0%	3.4%	13.2%
6.金利負担の増加	3.2%	3.4%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.4%	3.3%
7.本業以外の部門の収益悪化	0.0%	2.2%	8.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.4%	1.3%
8.得意先の業況変化	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
合計	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)



増加要因（記述）

no	事業内容	記述内容
1	【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	製品価格値上げ交渉がほぼ終わったが、値上げ前の駆け込み受注で見かけ上の売上が上がっているだけで中身は厳しい。
2	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	鋼材価格の高騰
3	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	紹介により客数が増加した。付加価値の高いサービスの提供を行った。
4	【運輸・通信業】運輸に付帯するサービス業、	コスト意識の徹底。
5	【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	半導体関連の受注
6	【卸売・小売業】各種商品卸売業	コロナ収束しつつあるため売り上げ回復
7	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	他社と比較できない付加価値のある商材を扱う。ファン作り。
8	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	企業の研修がオンライン対応に切り替わってきたため、横ばいの見通し。
9	【サービス業】政治・経済・文化団体	一人当たりのご利用回数が増加、新規別事業の黒字化
10	【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	材料費の高騰
11	【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、	新規事業に取り組む
12	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	前年は新型コロナの影響で売上が激減していたが、今年は前年に比べ売上がもどりつつある。
13	【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	営業力の強化
14	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	営業チャネルを増やしたことが売り上げ増につながりました
15	【サービス業】政治・経済・文化団体	新規利用者の獲得と支援技術の向上による売上単価増
16	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	新規集客営業
17	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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顧客を紹介してもらえる
18	【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	新分野開拓
19	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	新規の顧客が増えたことと社員の成長
20	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	全体的に仕事量が少なく客先が今まで受注していなかった仕事を受注される事が多く自社では設計ノウハウが無く弊社への依頼が増えたと思います。
21	【情報通信業】情報サービス業、ソフトウェア業、情報処理サービス	これまでの広告によりスポットで大型案件の受注
22	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	既存顧客(工場営繕)の設備投資 公共工事の積算能力を上げる
23	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	新規顧客開拓
24	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	受注量が増えた
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	社内業務再編
26	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	社員が増え、各々役割分担する事が出来た為、営業する時間が増えた
27	【製造業】非鉄金属製造業、電線	自社しかできない付加価値を生かした販売価格の設定
28	【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	お客さんが、新規開拓を行い、それに伴い、仕事量が増えた。
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	お付き合いのある得意先様で取りこぼしていた仕事を受注するべくセールスしている。
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	人材が入ったことで、仕事が回り始めたこと
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	昇給・残業により、人件費増
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	利益の高い商品に力を入れた。
33	【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	エンドユーザーがヨーロッパ・北米向け案件の輸出が盛んなこと。
34	【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	化学業界が好調である
35	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	粗利益の細かな管理
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	コロナ関連の特需
37	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	既存の顧客に新規の顧客を紹介してもらい、加工賃のベースアップが出来た。
38	【情報通信業】映像・音声・文字情報制作業、映画・ビデオ制作、新聞業、出版業	営業力の強化
39	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	賞状を入れる証書ケースを作成しており、この時期は卒業シーズンの為、毎年売上、利益が上がる。
40	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	人員補充と新展開。修理業務を委託から自社に変更。レンタル業を新展開さらに営業マンの獲得による顧客増

増加要因（記述）

no	事業内容	記述内容
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	コロナ対策の政府関連事業が増加した
42	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	メイン商材の仕入れ価格のUP改訂に伴う販売価格への転嫁や受託加工案件の増加
43	【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	販売単価の増加のため、消費者需要の内容を把握すること。
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	1-3月期は繁忙期のため、必然的に売上高はあがるため
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	発信の強化から依頼件数が増加
46	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	コロナ需要減の回復。他業界向け商品の新規開拓。
47	【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	①新規顧客の獲得と受注数量増 ②販売価格の値上げ要求に応じて頂いた(現在も進行中)
48	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	売り上げは2020年度、2021年度はほぼ横ばいの見込みだが、新型コロナウイルス感染症の影響により2019年度より減少。利益は事業承継による人件費の増減が大きい。
49	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	感謝
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	資金繰りや補助金等の相談。
51	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	薬品や材料費の高騰
52	【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	利用者増による売上増・退職による結果的な人件費削減
53	【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	国内鋼材単価の上昇に伴い、在庫単価との値差が生まれ利益増につながっているだけ。今後仕入れ価格が上がれば元通りになる。また、国内の相場が下がれば逆材になる可能性もあり。
54	【運輸・通信業】運輸に付帯するサービス業、	前年度に得意先が新拠点を新店し、その内注業者として競争に勝てた事
55	【製造業】非鉄金属製造業、電線	ニッケルの相場上昇によりステンレスの価格も上昇。販売価格も値上げした為、売り上げも上がった。
56	【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	営業力の強化 人材の活性化
57	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引越センター	従業員数(ドライバー)の増員
58	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	他社との差別化
59	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	固定費の見直し、工場内レイアウトの見直し、インターネット広告の活用
60	【医療、福祉】社会保険・社会福祉・介護事業、老人ホーム、障害者福祉事業	新規事業が加わったため増収となっているが、まだ生みの苦しみで利益が出る場所に至っていない。コロナ禍の影響を受け、ビジネスのやりにくさを痛感して
61	【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	コロナ特需、清掃、除菌、消毒、コロナ関連施設が増加
62	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	助成金で雑収入の増加による経常利益の増加。本業では売上高を減らしている。本業による売上高回復を目指す。
63	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	限界利益率の引上げ 売上の確保
64	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	得意先の業況が良い方へ好転しているのと顧客数の増加が売り上げに結び付く。又 ホームページの強化による新規取引先の開拓に結び付く。
65	【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	・今後必要とされるモノ作り ・開発 ・社内見直し
66	【サービス業】自動車整備業	前年度がコロナの影響で例年に比べ大幅で業績ダウンしていたことも大きな要因の一つですが、新規受注(BtoB)が増えたこと、修理代車輪もその影響でUPしたこと、2年前に始めてプロダクション関係の受注もzyん町で増えたことが大きく
67	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	コロナにより中止が多かった研修が回復している
68	【サービス業】自動車整備業	新規顧客獲得
69	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	新サービスによって集客力の強化
70	【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	新たな得意先からの改修工事の受注が増えた。
71	【製造業】飲料・タバコ・飼料製造業	2020~2021年はコロナの影響があり、単純比較で売上げが上がっているだけ
72	【サービス業】学術・研究開発機関	コロナで停滞していた需要回復、新たなサービス展開による受注拡大
73	【製造業】木材・木製品製造業(家具を除く)製材、	新規の顧客の確保が一番大きいと思われる
74	【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、原材料の高騰分を価格に転嫁させ、売上高・経常利益のアップへ繋げたいです
75	【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	離職を含む人材不足により、新規の業務(新規顧客に対する業務も含む)に取り組むことが出来なかったが、業務改善、パートナーとの連携、および離職に対する補強人材の成長により、既存業務の拡張と新規業務の取り組みが可能になっ

増加要因（記述）

no	事業内容	記述内容
76	【卸売・小売業】繊維・衣服等卸売業、靴、鞆	原材料（綿糸・長繊維等）の高騰 加工賃、運賃等も高騰
77	【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	国内需要の増加 他社の廃業 材料価格の転嫁
78	【サービス業】専門サービス業（他に分類されないもの）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	コロナの中、若干の販売促進活動が出てきている。展示会の開催復活。新サービス（ドローン、VR等）の促進。
79	【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	原材料仕入費の販売価格への転嫁（値上げ）
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	新規の販売先が増加した。
81	【卸売・小売業】飲食品卸売業	客数 客単価 生産性 三つの視点を付加価値向上を基本に戦略的に実践 人材採用との戦略リンクさせ 労働基準法を完全遵守する体制を構築
82	【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	生産量が増加した。原材料の高騰分を価格転嫁したため。
83	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	今期は半導体や東南アジア諸国のロックダウンによる部品調達難で、自動車メーカーの生産調整の影響を受けて売上・利益とも下がっているが、受注単価の改訂を粘り強く行ってほぼ要求通りの回答を得ている。
84	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋳金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	コストの見直しを行いました、大雑把に見てしまっていた部分を見直しました。
85	【サービス業】専門サービス業（他に分類されないもの）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、技術開発等による営業力の強化で利益確保
86	【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	クラウドビジネスの好調
87	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋳金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	客先からの受注が増えており売上が伸びたため、利益も伸びた。
88	【卸売・小売業】建築材料、鋳物・金属材料等卸売、燃料、化学薬品、塗料	新規開拓
89	【製造業】電気機械器具製造業、産業用電気機械、民生用電気機械、電機計測器	新規顧客開拓
90	【サービス業】専門サービス業（他に分類されないもの）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	新しいサービスの導入
91	【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	単価の見直し 2次3次請けの仕事より、1次2次請けにシフト
92	【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	新規顧客獲得につき
93	【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	仕入れ材料費の見直し、材料費高騰分を価格転嫁できるか？
94	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋳金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	素材価格高による影響。人員確保による公告等の費用高。副資材の価格高
95	【製造業】木材・木製品製造業（家具を除く）製材、	受注が増えた
96	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋳金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	営業とお客様への誠実な対応
97	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	自社商品の付加価値やサービス強化、宣伝広告強化、納期短縮など。
98	【サービス業】専門サービス業（他に分類されないもの）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	概ね工業はコロナ禍で、追い風を受けていると思います。助成金を専門としていない弊社でも、それに対応できるスキルがあるので、売上は拡大している傾向です。
99	【サービス業】専門サービス業（他に分類されないもの）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	スポットで大きな案件があったため。
100	【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
101	【サービス業】専門サービス業（他に分類されないもの）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	顧問料の増加
102	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋳金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	販売は横ばいであり、収益的にはトントン ただし、事業再構築補助金が採択となり、今年は貢献できる。
103	【卸売・小売業】建築材料、鋳物・金属材料等卸売、燃料、化学薬品、塗料	仕入価格上昇をうまく販売価格に転嫁できた
104	【サービス業】専門サービス業（他に分類されないもの）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	助成金関係の手続での収入が多くなってきている
105	【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、	人材定着
106	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	受注数量の増加
107	【卸売・小売業】各種商品卸売業	特定の商品に絞り込んで、得意先と共に生き残りを図る
108	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	コロナ禍の巣ごもり需要などで業績は好調。廃業引き継ぎ案件も増加傾向にあるので対応力を強化する。
109	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	展示会出展やホームページから新規顧客が増加
110	【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	新規開拓
111	【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	食材価格の高騰を売価に反映させるかどうか
112	【サービス業】専門サービス業（他に分類されないもの）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	規模の大きな物件の受注と外注費を減少させる努力をしました。
113	【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	半導体などの電子材料市場での需要が増加

増加要因（記述）

no	事業内容	記述内容
114	【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	イベント系の案件がなくなり、ワクチン接種会場への人の派遣依頼などが増加。
115	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	売上高は横ばいですが、高付加価値販売へのシフトを強化している。
116	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	お客様のニーズに注視
117	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	新規店舗出店の成果
118	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	大幅な利益率アップのための製品価格の外注化、製品価格のアップ、社員数の削減
119	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	時短営業支援金
120	【卸売・小売業】飲食料品卸売業	商品相場の暴騰、円安
121	【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	顧客の要望に沿った社内改善と社員教育
122	【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	前年の落ち込みが激し過ぎた
123	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、钣金、シャツター、金属製サッシュ、鍍金、金網	全体的に仕事が増加。しかしこれから材料面で不安です
124	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	新規顧客増
125	【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	需要に対しての供給がうまくいった。他社にない営業ルートの拡大。
126	【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、釦、印鑑、スポーツ器具、うちわ	客先需要増によるもの
127	【サービス業】自動車整備業	市場変化に応じた受注（リース販売、OBD車検）
128	【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	売り上げは横ばいであるが、人員不足による人件費の低下によって経常利益が増加した
129	【卸売・小売業】各種商品卸売業	原材料価格増加分の売上単価への転嫁
130	【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	顧客満足度アップ
131	【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	基板業界が盛況、同業や得意先がコロナで生産体制がフルで無い為頼られている。
132	【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	コロナ禍の需要減からの戻り
133	【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	取引先の新しいプロジェクトが立ち上がり、それに全面協力をしている為
134	【金融・保険】保険業	新規あるのみ
135	【卸売・小売業】飲食料品卸売業	コロナ禍にて続けていたWEB配信の効果、役員退職、コロナ禍からの飲食店様の復調
136	【医療、福祉】医療業、病院、診療所、助産所、はり・	お客様が継続して下さることで、徐々に売り上げが上がっていく業態。
137	【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	前年は想定しているより売り上げが好調だった
138	【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	材料の高騰
139	【建設業】総合工事業（民需中心）、土木、しゅんせつ、	新規顧客開拓
140	【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	十分なヒアリング
141	【サービス業】学術・研究開発機関	研究が盛んになったため
142	【サービス業】専門サービス業（他に分類されないもの）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	スポット案件が増えたため
143	【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	仕入れコストが高騰してきている為、他の分野での展開を計画中
144	【医療、福祉】医療業、病院、診療所、助産所、はり・	啓発活動が浸透しつつあるため、依頼の増加で売り上げが増加している
145	【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	工事の受注だけでなく、機器販売の売り上げが10%弱あった。ライバル会社と仕事を取り合うのではなく、協業体制を進めた。
146	【飲食店】一般飲食店	需要の回復とコストダウンによる粗利益率の増加
147	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	人件費に対する生産性の向上
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	特需（雇用調整助成金）
149	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	新規顧客からの受注
150	【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	人員の増加
151	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	材料価格の値上げを販売価格へ転嫁している。

増加・減少両要因（記述）

1	【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	顧客ニーズの把握
2	【サービス業】専門サービス業（他に分類されないもの）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	特に大きな変更なし
3	【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	仕入れ価格の上昇は一応販売単価に反映させているものの建築関係がコロナの影響で動いていない。
4	【製造業】印刷・関連産業、製本、写植、製版	限度を超えた格安すぎるお客様案件を断腸の思いでお客様をお断りさせて頂い
5	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	基本静観だが、値上げを認めてもらうようにする営業努力
6	【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	得意先（代理店）の広告費の予算が減っている。今後は、自社サービスの開発と直接取引の比率で利益を上げる戦略。

増加要因（記述）

no	事業内容	記述内容
7	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	正直、増加幅からすると、たまたま、偶然と評価している。誤差の範囲かと考える。長期トレンドで見る必要があらうと考えております。
8	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	社会情勢の変化
9	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャツター、金属製サッシュ、鍍金、金網	自動車業界の業績に左右され、なおかつエコカーにより自動車部品減点対象の部品で、コロナの影響と重なり売上は減少だったが、この春から新たな自動車部品の一部の受注をうけることができたので、今後は売上も少しずつ上がる見込み。
10	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	営業、集客
11	【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の受注が増と建設業の業況が改善してきているので売上が増加しているが仕入れ価格も高騰している。今は価格転嫁を最優先しているが固定費の増加しているので結果営業利益が圧迫されている。
12	【卸売・小売業】飲食料品卸売業	緊急事態宣言やまん延防止措置などのコロナ対策による環境変化
13	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	採用の失敗により人件費が大幅に減少した。売上は一部業務につき値上げ交渉を行い単価UPにつなげることができた。ご紹介により客数が増加した。
14	【製造業】家具・装備品製造業、仏壇	元々波がある。全体で見るとそう変わらない。
15	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	差別化、情報発信、ブランド化
16	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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
17	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	新規販売拡大
18	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	偶発的な売り上げが重なり売上高が上昇し、正社員休職に伴う人件費が低下
19	【サービス業】自動車整備業	既存の顧客にベストタイミングで商品アプローチができ、成約率が高く売上になりました。
20	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	顧客の全世界での総合知的財産権保護登録率100%で完了し、次の仕事の受任を待っている。現在新規仕事受任のための営業を行っている。
21	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	売り上げの(お金)の通り道が変化している。
22	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	世界情勢やエネルギー問題、環境問題に左右されている
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	円高による輸入部材原価上昇。鋼材、金属材料、樹脂材の高騰。
24	【不動産】不動産取引業	長期営業努力の成果により増減する
25	【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	例年1月2月は売上減少する傾向がある上、原材料の高騰等で仕入れが遅れており、工事が先送りになっていたり、見積が通らなかつたりしている。その分、4月以降は遅れていた工事が入ってくる見込み。
26	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	受注取りこぼさないよう徹底、無駄な経費の徹底した削減
27	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	鋼材値上り
28	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	原材料価格の上昇、流通コストの上昇。流通難による品不足で売りが下が減
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	自動車保険の減少(高齢化の車両減少・割安な通信販売への流出)、火災保険の増加(自然災害への備え)
30	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	未回答
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	景気や社会情勢に応じた依頼があるためあまり減ることはなく、一方、マンパワーに限界があるため増えることもない。
32	【運輸・通信業】倉庫業	新規獲得と地場集中による経費の削減
33	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	整備売上高が増加し、車両売上高が減少、保険売上高はほぼ前年並みで推移
34	【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	鉄の相場が前年と比較して1.5~1.7倍上がっています。表向き売上は上がっていますが、内容は昨年より悪いです。鉄の値段が上がって売上高も見かけでは上がっているのですが、売上減少したら貰える助成金も貰えない。
35	【製造業】非鉄金属製造業、電線	売上は上がっているが原材料費が高騰している為、利益率は低い。営業外収益がプラスで経常はプラスになっている
36	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	機械を造る部品が入荷しないことが最大の理由です。
37	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	前年は飛沫防止パーテーションのコロナ特需があり膨大な売り上げが上がった為、今年は重要が減ったのとネット販売での価格破壊により通常に戻る
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	景気に影響される。
39	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	半導体不足による新車販売の減少をカバーするために、先行投資で新車を購入し未使用車として販売し中古車売上を伸ばしている
40	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャツター、金属製サッシュ、鍍金、金網	昨年並みの受注と売上で順調に推移しているといえる。材料費が上がってきているので、それに合わせて価格変更する必要がある。
41	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	営業力
42	【卸売・小売業】家具・什器・機械器具小売業、仏壇、パソコン	固定費の増加:人材育成が追い付いていない

増加要因（記述）

no	事業内容	記述内容
43	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、钣金、シャッター、金属製サッシ、鍍金、金網	顧客の業況回復と値上げ(価格転嫁)による影響が大きく、一部、新規技術での受注も始まった。電気ガスの値上がりと設備投資による保全費や減価償却費のアップが利益を圧迫しているが、結果的には増加となっている。
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	物販の売上が徐々に下がる分、粗利の高い独自サービスを増やす。
45	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	電気部材の手配難
46	【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	コロナ禍でもあってもITへの投資が落ち込んでいないのが、ありがたい。
47	【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	直営教室閉鎖による生徒数減、人件費、広告宣伝費を中心とした経費減
48	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、钣金、シャッター、金属製サッシ、鍍金、金網	新規顧客拡大
49	【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	売上高は完成工事基準に伴う季節変動が要因です。利益減は受注案件の工事進捗の失敗によるものと契約ネゴの失敗によるものです。
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	新商品を増やす
51	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、钣金、シャッター、金属製サッシ、鍍金、金網	売り上げが増加しても材料価格が高騰 転嫁できず利益が減少 転嫁できてもすぐに材料価格が上がり採算が難しい
52	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、钣金、シャッター、金属製サッシ、鍍金、金網	大手顧客案件の継続的受注と単発受注増加により売上高は増加 原材料費・部材購入費用の増加は単価に反映出来ていない 且つ自社内での製造能力のキャパシティオーバーにより同業他社への外注費用の増加
53	【卸売・小売業】飲食料品卸売業	コロナ禍での飲食店の営業時間の増減やホテル・旅館の営業、休業等
54	【卸売・小売業】織物・衣服・身の回り品小売業、蒲団	競合他社(ホームセンター)とネット業者の増加に対して従来顧客の減少は必然なので、自社の得意分野(品揃え・加工サービス)の強化が必要。
55	【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	新サービスの拡充と保守サービスの拡販
56	【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	新規顧客の獲得 既存顧客の売り上げ増加
57	【飲食店】一般飲食店	コロナ感染者数が売上増減に大きく寄与する
58	【卸売・小売業】家具・什器・機械器具小売業、仏壇、パソコン	民間需要における事務機器需要の減少により、ハード入替の減少。それをIT商材の販売と役務によりカバー。ハードの利益率は低い為、売上は10~15%減少したが、利益は維持。 今後もIT系以外にも顧客へのベネフィット商材・役務へのアプローチを実施して
59	【卸売・小売業】その他の小売業、医薬品、農耕用品、宝石、時計、眼鏡、書籍、玩具、新聞、墓石、文具、畳、燃料	農業、小売ともに気候に左右される、今年は去年に比べて寒かったためその影響が出た
60	【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	採用
61	【製造業】情報通信機械器具製造業、通信機械器具、電子計算機、印刷装置	規模の大小により利益率が変るため、極力利益率の良い内容のものを受注できるよう営業活動を行う。 受注した案件に関しては、効率よく作業を行い、実働及び原価の発生を抑える。
62	【卸売・小売業】織物・衣服・身の回り品小売業、蒲団	外出機会の減少が直撃
63	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	前四半期より増なのは季節要因。次期については材料高騰により不透明感がある
64	【卸売・小売業】飲食料品卸売業	コストアップ・お取引先様減
65	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行	顧客数の増減
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	新規出店に伴う人件費過多と経費の増加
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	コロナ禍の影響で介護サービスの利用を控えられる為、必然的に売上は減少する。その間に自社の技術力やサービス力アップの取り組みを行い、状況が落ち着いた時の利用拡大を図る。
68	【飲食店】一般飲食店	新規事業で相対的な売り上げは増加したが、利用者さんの増減に左右される。
69	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	対応力
70	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	短期の仕事が多く、長期の取り組みになかなか繋がらない。とにかく新規の開拓に力を入れている。
71	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	イベント関連の受注の有無
72	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	新しくサービスを始めたため
73	【サービス業】その他のサービス業、集会場、と畜場	状況に応じた変化を考える。
74	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	年度末という事で受注が戻ってきた。
75	【電機・ガス・熱供給・水道】ガス業	安い広告費で広くPR
76	【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	出荷量は、一部減少しているが、作業サービス(絶縁油抜き取り、新規のオイル交換)で、カバー出来ている。今後も、情報発信(ブログ等)に重点を置く。
77	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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
78	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	助成金から就業規則作成へのサービスのシフト

増加要因（記述）

no	事業内容	記述内容
79	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	新規案件を受注しているが、既存の売上が若干減少している分、横ばいで推移している。

減少要因（記述）

1	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	原価、運送費等のコスト高騰
2	【卸売・小売業】繊維・衣服等卸売業、靴、靴	コロナの影響による売上の低下は止まりつつある。
3	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍金、金網	材料費の値上がりが継続的に続いており、製造原価が上がってしまっているため
4	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	コロナ禍による売上の減少
5	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	戦略的に商品構成を見直した
6	【卸売・小売業】繊維・衣服等卸売業、靴、靴	コロナにより顧客の買い控え
7	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	資材、製品が安定供給されない
8	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	人件費の増加で売上は横ばいだが経常利益は減る予定
9	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	コロナ問題の影響で工期延期や停滞する業務が予想以上に多かった。
10	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	コロナ禍によるイベントなど自粛、経費削減
11	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	国内全体的に設備関係の需要が減少しており、更に材料仕入れの不安定化により、流通にブレーキがかかっている。
12	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	コロナで新規開拓ができなかった。
13	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍金、金網	材料代、工具他見直しを徹底している
14	【卸売・小売業】家具・什器・機械器具小売業、仏壇、パソコン	流通品は景気後退により減少。 中型・大型案件の受注はあるが、日常消耗品の受注減。 コロナ前より事業領域拡大を目指しており、ようやく少しずつ受注につながってきている。
15	【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	広告の活用のはじまりましたが、冠婚葬祭中心の商品は動きが鈍い
16	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	倉庫を始める為の設備投資の為、売上横ばい、利益減少
17	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	半導体供給不足による生産遅延
18	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	正月や春休み需要がオミクロンにより縮小。蔓延防止方の延長等で、3月がこけている。
19	【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	提供先を変更したため、一旦売上が減っています。
20	【製造業】その他の製造業、貴金属製品、楽器、玩具、標識、畳、ハレット、看板、漆器、線香、釘、印鑑、スポーツ器具、うちわ	需要減少
21	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	人材採用と機材投資
22	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	売上額は減少したものの、昨年受注分の注残で仕事があったが、今年に入り受注は減っているため次期以降は我慢時期になりそう
23	【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	コロナの影響で売り上げが減少し、利益減少、原価UPによる影響が大きい
24	【複合サービス】協同組合、農協、漁協、森林組合、事業協同組合	実習生の受け入れ先企業が増えない
25	【卸売・小売業】織物・衣服・身の回り品小売業、蒲団	前四半期より客数が大きく減少した
26	【飲食店】一般飲食店	売上高減少⇒まん延防止等重点措置の発令に伴うお客様の減少、経常利益の減少⇒原材料の高騰・最低時給の引き上げの影響
27	【製造業】非鉄金属製造業、電線	既存半年は材料確保を行い、新規商品の販売
28	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋳金、シャッター、金属製サッシ、鍍金、金網	半導体等の不足でトラックのシャシーの入荷が遅れている。
29	【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	コロナの影響で開発がストップしている案件がある。取引先の売上も減少しているので開発予定案件がなくなる可能性もある。
30	【サービス業】その他のサービス業、集会場、と畜場	時短営業、休業要請のため
31	【製造業】家具・装備品製造業、仏壇	徐々に資材値上げの影響が出始めている
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	材料費の大幅な値上げ。得意先の受注の減少
33	【卸売・小売業】繊維・衣服等卸売業、靴、靴	市場縮小に伴う新商品による新販路の開拓が進んでいるが売上、利益への貢献に至っていない
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	コロナ禍かつ原材料の高騰により、需要数の減少及び経常利益の減少
35	【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	既存取引先からの受注がへり、新規開拓ができなかった部分で受注減の補填を他でまかなえていなかった。またコロナの影響により部品調達もかなり難しくなっているため受注があっても納期がずれているケースが増えてきている。
36	【卸売・小売業】飲食料品卸売業	売上は前年同期比横ばいも仕入や配送費の値上げが利益減少の主要因
37	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	材料の高騰、資材の停滞
38	【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	生産量減少による、価格上昇。商品の輸出拡大により、国内供給が減少した。

増加要因（記述）

no	事業内容	記述内容
39	【飲食店】一般飲食店	・テレワークによる需要減に対して新規獲得できていない。営業力が低下しているため。 ・入札案件で規模が大幅に縮小したため。 ・コストの増大分を販売価格に転嫁できていない。 ・生産性の低下。
40	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャツター、金属製サッシ、鍍金、金網	材料仕入価格の上昇が製品単価に全て転嫁を出来ていない。また転嫁できても、仕入価格の上昇スピードが早い
41	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	モーターやインバーターを含む電子材料の欠品が失注につながっている。
42	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャツター、金属製サッシ、鍍金、金網	材料仕入れ価格の高騰、材料や部材の入手難
43	【製造業】木材・木製品製造業（家具を除く）製材、	コロナ感染の影響もあり、営業活動が出来ずその結果受注現場や引き合い件数の減少につながっている。
44	【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	客数の減少、人件費の増加、仕入れ額の増加
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	新規案件が入らない
46	【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	製造コストが圧迫されている
47	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	環境対策とコロナ禍のため紙の消費減が進んでいる
48	【建設業】職別工事業、大工、鉄骨、タイル、左官、屋根工事、塗装、内装、解体、型枠大工	売上高の増減に関しては、今回はコロナと言う特殊なケースでの減少となり、売上高減少に伴う利益の確保（例：外注協力会社を使用せず自社にて作業を賄う等の努力）をし利益確保に力点を置いた。
49	【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	顧客の設備投資抑制と半導体不足による商品在庫の欠品
50	【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	海上コンテナ不足による運賃高騰の影響
51	【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	障害福祉サービス利用者の獲得に向けた営業活動
52	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャツター、金属製サッシ、鍍金、金網	昨年は手持ちアイテムがコロナバブルで利益増したがそれが終わったため
53	【製造業】その他の製造業、貴金属製品、楽器、玩具、標識、畳、ハレット、看板、漆器、線香、釘、印鑑、スポーツ器具、うちわ	仕入原価の高騰により利益が下がった。客先への価格転嫁など
54	【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	メンテナンスの単価がどんどん下落傾向
55	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	コロナ過、半導体等の部品供給不足により取引先の生産調整で工事の延期、中止が散見している。 材料の高騰による利益率の減少。
56	【製造業】化学工業、ゼラチン、塗料、石鹼、医薬品、塩、糞そく、高圧ガス、化学肥料	大口の取引先に問題があり、取引を中止したので。
57	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャツター、金属製サッシ、鍍金、金網	景気に左右されるので、景気が悪いと仕事量が減り、仕事も取り合いになり、単価も悪く収益も下がる
58	【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、	蔓延防止によるテレワーク推進により
59	【製造業】非鉄金属製造業、電線	コロナにより材料不足・客先、当社ともに
60	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	仕事が無い
61	【サービス業】専門サービス業（他に分類されないもの）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	顧客の経営悪化に伴う契約解除
62	【製造業】衣服、その他の繊維製品製造業、刺繍、コト、帽子、旗、手袋	顧客の発注回数、数量共に値下げ。コロナ禍による先行き不透明さが影響。店頭での売り上げ不調、在庫過多が大きく影響している。
63	【複合サービス】協同組合、農協、漁協、森林組合、事業協同組合	コロナ過における事業利用の減少及び入国制限による技能実習生事業の停滞
64	【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	主力製品の受注減・在庫調整等
65	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	半導体不足、原材料費の高騰による発注の抑制
66	【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、	昨年はコロナ禍における特需があった。今期はまだ需要としては多いが、顧客の購買先が多様化している。原材料高やいろんなもののコストアップが効いて
67	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	コロナの影響大
68	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	資材高騰により、得意先の生産計画が変更となり、運送需要の減少となってい
69	【サービス業】専門サービス業（他に分類されないもの）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	PC関連機材の購入
70	【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	半導体不足や材料高騰により製造業の生産高に影響が出始めた。更にはウクライナ情勢が今後の景気後退には大きく影響されるものと考えます。
71	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	昨年は新店導入で伸びた分今後は昨対が落ちる見込み。
72	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	取引先の衰退、民間需要の減少、コロナ禍で取引先への来店減少
73	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	コロナによる一昨年から売り上げげんしよう
74	【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	商品仕入れタイムラグ
75	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	コロナ対策品の終息、原油値上がりによる材料高
76	【サービス業】専門サービス業（他に分類されないもの）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	コロナ禍が長期化し、商流が完全に変化している。従来のビジネスモデルでは維持できないところまできている。リアルな対面販売の現場が復活することはないと考えるが、完全に消滅することもない。現状は着地点は見えていない。

増加要因（記述）

no	事業内容	記述内容
77	【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	仕事の集中による納期遅れ
78	【不動産】不動産取引業	コロナ渦による、人事異動の減少とテナント出店の減少。
79	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	意図的に仕事受注量を減らしている
80	【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	感染症拡大防止策による観光やイベント自粛による影響
81	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	極端な仕入れ価格のアップ
82	【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	営業力の低下
83	【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	原材料が大幅に高騰している。自社製品も値上げで動いているものの、追いつかない。
84	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引越センター	コロナ禍における売り上げ減少
85	【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	組織体制の見直しが必要(退職社員が出た)高齢化、次期ミドルマネージャーの育成
86	【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	コロナ禍のため、特に入会キャンペーンなどの広告をしていなかったので新規顧客獲得ができていない
87	【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	装置開発に必要な電子部品およびシステムはは開発で構成される電子機器の入荷遅れによる納期遅延
88	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	・客先の設備投資意欲が下がり、計画の縮小や延期が散見される ・各種の原材料が軒並み値上げ
89	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	原材料費、運賃高騰
90	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	イベント、ノベルティグッズが、イベント中止で失注する
91	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	コロナによる需要の減退
92	【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	電子部品の入手難
93	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	人員を育てることができなかつたための生産力低下。
94	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	前四半期より売上高は増加したが、購入資材が高騰し利益は減少した。物価高騰分の価格転嫁を試みているが、来期以降になりそう。(注残物件が多
95	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	全体的に仕事量が少なくそれを取り合っている状況
96	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	半導体不足、材料資材高騰などで産業用機械の動きが止まっている。
97	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	とにかく業界に動きが全くない。会社の周辺には、以前から引き続き中国資本のマンションが建っている。ただ、当社の対応する物件が少ないのと、提携している社会福祉法人の経営が今一つ。
98	【建設業】職別工事業、大工、鉄骨、タイル、左官、屋根工事、塗装、内装、解体、型枠大工	売上はそんなに落ち込んでいないが、利益が下がっている。仕入れ価格の高騰が売値に反映できていない。人件費のコストアップも要因になっている。人材確保の為に策でもあるのでしようがないが。
99	【卸売・小売業】飲食料品卸売業	相場市場なので、気候の変動やコロナ渦の状況によってかわる。
100	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	値決めがうまくできていない。
101	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	外注先が増え売上高は上がるが、外注比率が高いため利益率が下がる。受注のタイミングにより利益率の低い物件を内部施工するため、利益が少ない。
102	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	得意先子会社の仕事が減少しているため利益関係なしに発注しているため
103	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	コロナの影響が長引いている。
104	【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	社会全般に経済が疲弊しているため、設備投資の減少、修繕、改修工事の延期、中止等建設業に対する不況が顕著である。原材料の値上がりが10~15%となり今後の利益率は確実に激減する。
105	【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	原材料が値上げだけでなく、サプライチェーンが機能していないので、部品の入手ができない。
106	【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	コロナ禍による児童施設の休校など
107	【サービス業】広告業、広告代理、屋外広告、	既存顧客に対して、改めて自社製品やサービスの紹介。顧客のレベルを3層(良く取引がある/たまに取引がある/取引がない)に分けてアプローチする。
108	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	資材高騰等で支出が増加。利益が減った。
109	【医療、福祉】社会保険・社会福祉・介護事業、老人ホーム、障害者福祉事業	コロナによる不安での利用者の減少
110	【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	ベトナム関連会社からの技術者の入国が遅れ遅れで当初計画が実現できなかった
111	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引越センター	燃料高騰
112	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引越センター	新型コロナとウクライナ進行による原油高、荷主企業の収益悪化による撤退な
113	【サービス業】学術・研究開発機関	世界的な材料高騰の影響を間接的に受けている
114	【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	時勢
115	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	よくも悪くも、コロナ禍で売り上げが落ちるもののそれ以上に落ち込んでいない
116	【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	原材料費がとにかく上昇し続けているのでお客様と交渉する。価格転嫁できないのであれば他のお客様を探す。
117	【卸売・小売業】各種商品卸売業	学校のコロナ禍対応による、食材キャンセルと変更により、対応に忙しいが、コロナ禍の影響を直接的に受けている。
118	【不動産】不動産取引業	契約件数
119	【製造業】家具・装備品製造業、仏壇	売上高の減少要因について、選択項目になかったが半導体不足等で需要はあるのに、生産できない状況の要因がある

増加要因（記述）

no	事業内容	記述内容
120	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、钣金、シャツター、金属製サッシュ、鍍金、金網	原材料・副資材など購入品が大きく値上されていく中でそれを売値になかなか反映できない状況。
増加か減少か不明		
1	【サービス業】専門サービス業（他に分類されないもの）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	将来の投資、地域を考えた経営指針
2	【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	最大の要因は日本全体で雪が多く、これに使用される製品が沢山出た事
3	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	新しいお客さんと人て動く仕事を増やした
4	【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	コロナ禍や、ウクライナ情勢、等で原料高が続き販売価格上昇に歯止めがかかってない
5	【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	人材育成に関する研修事業ニーズがコロナで減少
6	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、钣金、シャツター、金属製サッシュ、鍍金、金網	継続的な人材育成とブランディング

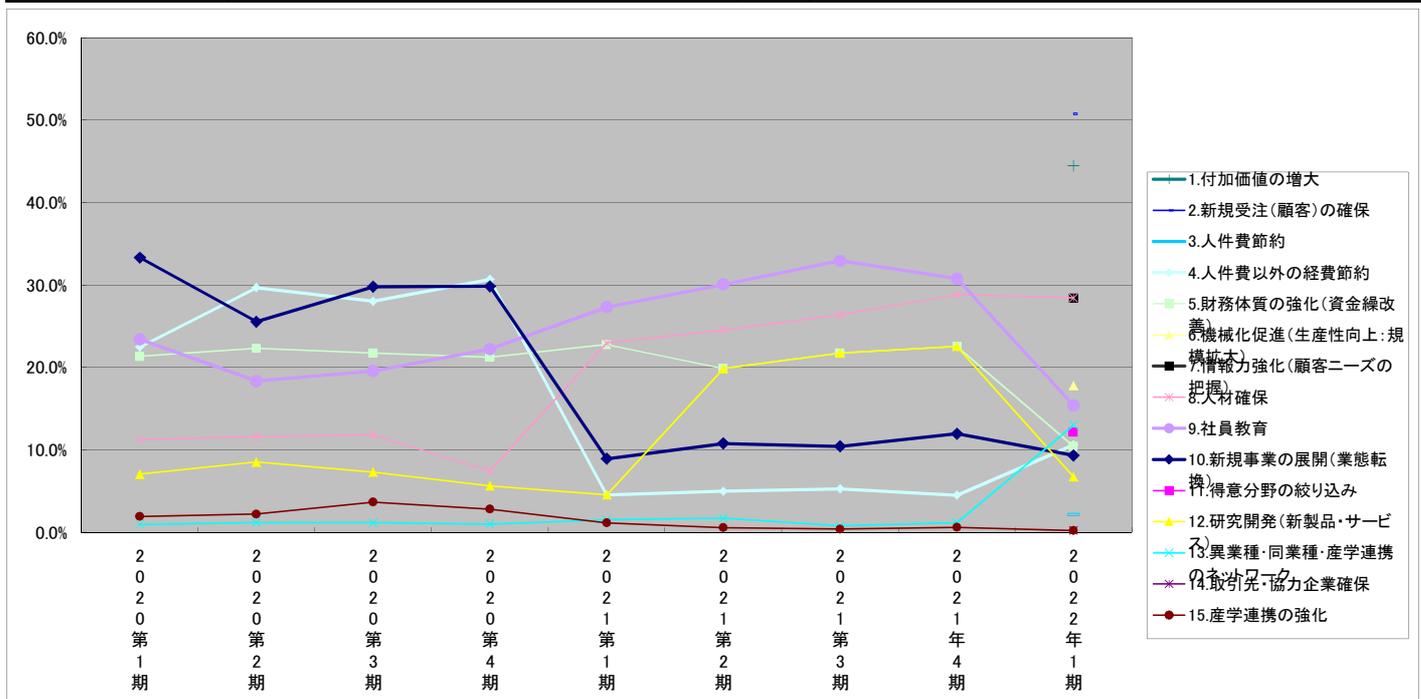
(3)現在実施している経営上の力点(選択3つまで)

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
1.付加価値の増大	66	139	12	5	4	39	30	49	205
2.新規受注(顧客)の確保	86	148	17	7	5	38	29	52	234
3.人件費節約	3	7	0	1	0	4	0	2	10
4.人件費以外の経費節約	15	16	4	0	0	4	4	4	31
5.財務体質の強化(資金繰改善)	21	28	2	2	3	5	3	13	49
6.機械化促進(生産性向上:規模拡大)	36	12	1	0	0	4	3	4	48
7.情報力強化(顧客ニーズの把握)	23	59	5	3	3	15	14	19	82
8.人材確保	44	87	16	11	6	14	8	32	131
9.社員教育	42	89	16	9	3	15	14	32	131
10.新規事業の展開(業態転換)	19	52	10	0	3	21	5	13	71
11.得意分野の絞り込み	11	32	1	1	0	7	9	14	43
12.研究開発(新製品・サービス)	32	24	3	3	0	6	6	6	56
13.異業種・同業種・産学連携のネットワーク	4	15	0	0	1	3	6	5	19
14.取引先・協力企業確保	19	41	9	6	1	9	7	9	60
15.産学連携の強化	0	1	0	0	0	0	0	1	1
回答企業数	155	306	37	18	12	70	62	107	461

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	2020 第1期	2020 第2期	2020 第3期	2020 第4期	2021 第1期	2021 第2期	2021 第3期	2021 第4期	2022 年1期	前期から の差
1.付加価値の増大	42.6%	45.4%	32.4%	27.8%	33.3%	55.7%	48.4%	45.8%	44.5%									44.5%	44.5%
2.新規受注(顧客)の確保	55.5%	48.4%	45.9%	38.9%	41.7%	54.3%	46.8%	48.6%	50.8%									50.8%	50.8%
3.人件費節約	1.9%	2.3%	0.0%	5.6%	0.0%	5.7%	0.0%	1.9%	2.2%	22.5%	29.7%	28.0%	30.7%	4.6%	5.0%	5.3%	4.5%	10.6%	6.1%
4.人件費以外の経費節約	13.5%	9.2%	5.4%	11.1%	25.0%	7.1%	4.8%	12.1%	10.6%	21.3%	22.3%	21.8%	21.2%	22.8%	19.9%	21.8%	22.5%	10.4%	-12.1%
5.財務体質の強化(資金繰改善)	23.2%	3.9%	2.7%	0.0%	0.0%	5.7%	4.8%	3.7%	10.4%										
6.機械化促進(生産性向上:規模拡大)	14.8%	19.3%	13.5%	16.7%	25.0%	21.4%	22.6%	17.8%	17.8%									17.8%	17.8%
7.情報力強化(顧客ニーズの把握)	28.4%	28.4%	43.2%	61.1%	50.0%	20.0%	12.9%	29.9%	28.4%									28.4%	28.4%
8.人材確保	27.1%	29.1%	43.2%	50.0%	25.0%	21.4%	22.6%	29.9%	28.4%	11.2%	11.6%	11.8%	7.5%	23.0%	24.5%	26.4%	28.8%	28.4%	-0.4%
9.社員教育	12.3%	17.0%	27.0%	0.0%	25.0%	30.0%	8.1%	12.1%	15.4%	23.4%	18.4%	19.6%	22.2%	27.3%	30.1%	32.9%	30.8%	15.4%	-15.4%
10.新規事業の展開(業態転換)	7.1%	10.5%	2.7%	5.6%	0.0%	10.0%	14.5%	13.1%	9.3%	33.3%	25.6%	29.8%	29.9%	8.9%	10.8%	10.4%	12.0%	9.3%	-2.6%
11.得意分野の絞り込み	20.6%	7.8%	8.1%	16.7%	0.0%	8.6%	9.7%	5.6%	12.1%									12.1%	12.1%
12.研究開発(新製品・サービス)	9.7%	5.2%	10.8%	0.0%	0.0%	5.7%	6.5%	3.7%	6.7%	7.0%	8.5%	7.3%	5.6%	4.6%	19.9%	21.8%	22.5%	6.7%	-15.8%
13.異業種・同業種・産学連携のネットワーク	12.3%	13.4%	24.3%	33.3%	8.3%	12.9%	11.3%	8.4%	13.0%	1.0%	1.2%	1.2%	1.0%	1.5%	1.7%	0.8%	1.2%	13.0%	11.8%
14.取引先・協力企業確保	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.9%	0.2%									0.2%	0.2%
15.産学連携の強化	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.9%	0.2%	1.9%	2.2%	3.6%	2.8%	1.1%	0.6%	0.4%	0.6%	0.2%	-0.4%
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%	0%



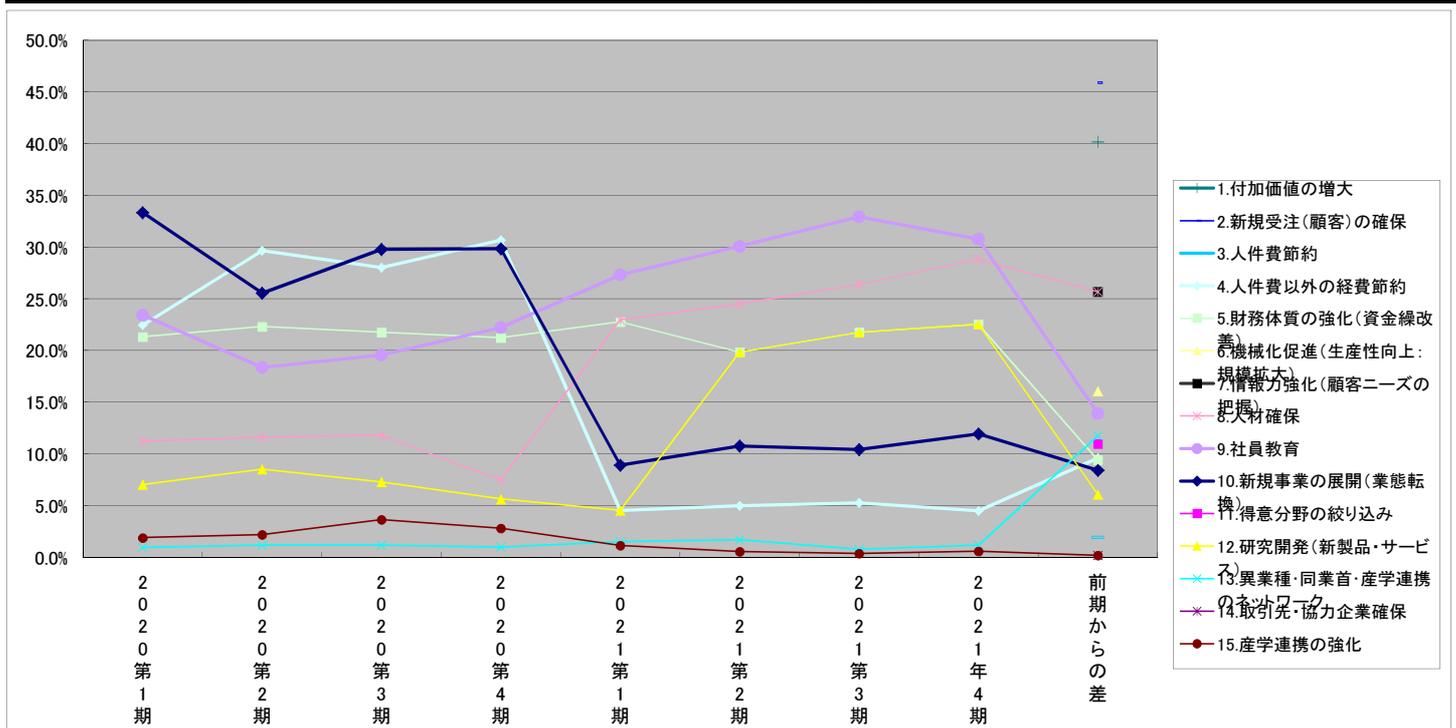
(3)現在実施している経営上の力点(選択3つまで)

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(土業)	サービス業	合計
1.付加価値の増大	66	139	12	5	4	39	30	49	205
2.新規受注(顧客)の確保	86	148	17	7	5	38	29	52	234
3.人件費節約	3	7	0	1	0	4	0	2	10
4.人件費以外の経費節約	15	16	4	0	0	4	4	4	31
5.財務体質の強化(資金繰改善)	21	28	2	2	3	5	3	13	49
6.機械化促進(生産性向上:規模拡大)	36	12	1	0	0	4	3	4	48
7.情報力強化(顧客ニーズの把握)	23	59	5	3	3	15	14	19	82
8.人材確保	44	87	16	11	6	14	8	32	131
9.社員教育	42	89	16	9	3	15	14	32	131
10.新規事業の展開(業態転換)	19	52	10	0	3	21	5	13	71
11.得意分野の絞り込み	11	32	1	1	0	7	9	14	43
12.研究開発(新製品・サービス)	32	24	3	3	0	6	6	6	56
13.異業種・同業首・産学連携のネットワーク	4	15	0	0	1	3	6	5	19
14.取引先・協力企業確保	19	41	9	6	1	9	7	9	60
15.産学連携の強化	0	1	0	0	0	0	0	1	1
回答企業数	155	306	37	18	12	70	62	107	461

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	2020 第1期	2020 第2期	2020 第3期	2020 第4期	2021 第1期	2021 第2期	2021 第3期	2021 第4期	前期からの差
1.付加価値の増大	42.6%	45.4%	32.4%	27.8%	33.3%	55.7%	48.4%	45.8%	44.5%									40.2%
2.新規受注(顧客)の確保	55.5%	48.4%	45.9%	38.9%	41.7%	54.3%	46.8%	48.6%	50.8%									45.9%
3.人件費節約	1.9%	2.3%	0.0%	5.6%	0.0%	5.7%	0.0%	1.9%	2.2%									2.0%
4.人件費以外の経費節約	13.5%	9.2%	5.4%	11.1%	25.0%	7.1%	4.8%	12.1%	10.6%	22.5%	29.7%	28.0%	30.7%	4.6%	5.0%	5.3%	4.5%	9.6%
5.財務体質の強化(資金繰改善)	23.2%	3.9%	2.7%	0.0%	0.0%	5.7%	4.8%	3.7%	10.4%	21.3%	22.3%	21.8%	21.2%	22.8%	19.9%	21.8%	22.5%	9.4%
6.機械化促進(生産性向上:規模拡大)	14.8%	19.3%	13.5%	16.7%	25.0%	21.4%	22.6%	17.8%	17.8%									16.1%
7.情報力強化(顧客ニーズの把握)	28.4%	28.4%	43.2%	61.1%	50.0%	20.0%	12.9%	29.9%	28.4%									25.7%
8.人材確保	27.1%	29.1%	43.2%	50.0%	25.0%	21.4%	22.6%	29.9%	28.4%	11.2%	11.6%	11.8%	7.5%	23.0%	24.5%	26.4%	28.8%	25.7%
9.社員教育	12.3%	17.0%	27.0%	0.0%	25.0%	30.0%	8.1%	12.1%	15.4%	23.4%	18.4%	19.6%	22.2%	27.3%	30.1%	32.9%	30.8%	13.9%
10.新規事業の展開(業態転換)	7.1%	10.5%	2.7%	5.6%	0.0%	10.0%	14.5%	13.1%	9.3%	33.3%	25.6%	29.8%	29.9%	8.9%	10.8%	10.4%	12.0%	8.4%
11.得意分野の絞り込み	20.6%	7.8%	8.1%	16.7%	0.0%	8.6%	9.7%	5.6%	12.1%									11.0%
12.研究開発(新製品・サービス)	9.7%	5.2%	10.8%	0.0%	0.0%	5.7%	6.5%	3.7%	6.7%	7.0%	8.5%	7.3%	5.6%	4.6%	19.9%	21.8%	22.5%	6.1%
13.異業種・同業首・産学連携のネットワーク	12.3%	13.4%	24.3%	33.3%	8.3%	12.9%	11.3%	8.4%	13.0%	1.0%	1.2%	1.2%	1.0%	1.5%	1.7%	0.8%	1.2%	11.8%
14.取引先・協力企業確保	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.9%	0.2%									0.2%
15.産学連携の強化	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.9%	0.2%	1.9%	2.2%	3.6%	2.8%	1.1%	0.6%	0.4%	0.6%	0.2%
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%



力点の内容（記述）

no	事業内容	記述内容
1	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	新規事業の安定
2	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	社員のスキルアップ
3	【卸売・小売業】繊維・衣服等卸売業、靴、鞆	次期主力商品の育成とEC部門の強化による収益向上
4	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋳金、シャツター、金属製サッシュ、鍍金、金網	従業員の高齢化が進んでおり、若い人材の確保・育成が急務
5	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	50歳代社員の後継者育成。顧客への適材提案。新たな需要喚起の為のネットワーク構築。
6	【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	これまで取扱量の少なかった材木を加工まで行い、末端への低価格での提供を計画中
7	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	・新規顧客の確保のために広報活動を強化している。付加価値の増大のため、社員教育を強化している。
8	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	生産性向上
9	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	人材不足で社長自身が現場に入らなければならなく、社長の仕事(経営)が疎かになっている。人材を確保・教育し業績を伸ばす。
10	【卸売・小売業】繊維・衣服等卸売業、靴、鞆	社会課題の解決に向けての動きを形にしてい
11	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	仕入れ値の上場と職人さんの人材育成
12	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	事務所引越などで固定費の削減をはかる
13	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	目社の年間売上高確保については、現在の固定顧客から概ね明るい見通しであることから、今後は別事業についての展開などによる新たな市場への参入を考えている。
14	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	同業と協業
15	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	現状は、仕事はあるが納期(顧客ニーズ)を満たせていないので、受注量が伸びない状況にある。仕入れから出荷までのフローを見直し、顧客ニーズに対応できる体制を強化する。また、同時進行で人財育成を進め、変化に対する対応が出来るチームワークを醸成する。
16	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	働き方改革・就業規則・人材確保・社員教育・幹部育成・新事業展開・付加価値
17	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	新規開拓
18	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	顧客導線が作り込めていない。ウェブ集客仕組みができていない。現在、コンサルティングを仰ぎながら作り込んでいる。
19	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	地域づくりからビジネスを考えること
20	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	営業力が弱くなったので、少なくとも現状顧客を落とさずに、安定供給できるようにしばらくは静観
21	【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	自社サービスの開発とその横展開に力点を置くが、それに伴う人材確保が必要。
22	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	向こう長期においては、ITにとって代わるられるでしょう。よって、個人の魅力の向上が必要である。がしかし、それでいいのかも不安ですね。
23	【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	売上」の低下と資金
24	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	社員の高齢化。若手社員の確保と引き継ぎ。
25	【サービス業】政治・経済・文化団体	新規事業を推進中のため人材確保と教育が急務
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	慎重になり過ぎて、積極的な採用を控えていたら、人育てを怠ったツケが回ってきて、なかなか積極的に攻めて行けないところが悩ましい。が、2022年は様子を見て、世界情勢や景況感など、雲が晴れて、遠くまで見通せるようになれば動き受注への活動が出来ていないため、直接お会いせずとも自社のサービスを理解いただく動画を拡散していく。
27	【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	新規受注については広報活動の強化 人件費の節約はできませんが、無駄な経費を見直し削減する
28	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	ローカルベンチマークまとめ
29	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	営業利益と労働生産性が低く結果自己資本比率が年々下がっている。営業力の強化と付加価値向上を優先課題として取り組み安定的な営業利益と自己資本率を上げることを目標とする。小回りの利く強みを生かし回転率の低い在庫は減らしIT技術を生かした営業強化と付加価値率の高いオーダーメイドパーツ受注を増やしていく。さらにBtoC市場開拓にチャレンジしてもう一つの収益の柱をつくる
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	14年勤続の次が2年勤続となっており、社員の熟練度が継続していないことが最も大きな問題
31	【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	人
32	【卸売・小売業】飲食料品卸売業	BtoCへの参入 幹部候補生の獲得

力点の内容（記述）

no	事業内容	記述内容
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	今の仕事はAIの利用などでなくなっていくと考えられ、顧客ニーズを把握して、新たな分野に進出したい。また、人材育成を引き続き行っていきたい。
34	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	地方における協力企業との関係を強化
35	【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	スポット案件からストック案件への移行
36	【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	生産性を拡大し、販売チャンスを逃さない様にする。
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	離職率が高く定着しない、今後定着に向けて教育方針を変化させる。
38	【製造業】家具・装備品製造業、仏壇	経営者が日々の製作に追われているので、今後のための動きができない。正社員として働いてくれる人を探している。
39	【複合サービス】協同組合、農協、漁協、森林組合、事業協同組合	技能実習生の新規受入企業の確保
40	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	顧客ニーズに訴える情報発信・ブランド化
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	特になし
42	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	経営者の人間力向上
43	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	中間管理職のスキル不足で人財育成が課題
44	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	新規販売拡大
45	【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	加工事業の確立
46	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	人員の確保・代表左右腕の確保
47	【製造業】非鉄金属製造業、電線	新規営業所開設による人材確保(設計者)の育成
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、行政書士	販促物に関する相談が入り口になるのですが、よくよくお話を聞くと売り上げを上げたいといった要望にたどり着き、それが何なのかを深掘すると様々な経営の悩みなどにたどり着いたりする。同友会で学んだ事例をお知らせして対策と一緒に考えたいと販促物のアドバイスをすると話が進みやすく、ご相談が多くな
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、行政書士	情報発信を強化して受注率を上げる。
50	【飲食店】一般飲食店	「コロナ影響からの早期回復」と「既存事業の収益力強化」
51	【製造業】非鉄金属製造業、電線	事業継承を行っていきたいが、目先の課題解決との平行でなかなか進まない。
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	営業の強化。経費の要否についての慎重な判断。
53	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	人員の確保(特に若手)。社員教育。
54	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	メイン顧客からの理不尽な要求に対応せざるを得ない状況。新規市場へ取引を広げ、メイン顧客への依存度を下げていく。
55	【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	一般的な部分に含まれない業務に対応するシステム開発をする事で需要があったが、近年は大手も何でもするというスタンスで入って来るのでなかなか太刀打ちできない状況になる事が増えてきた。
56	【サービス業】その他のサービス業、集会場、と畜場	新商品を売り方
57	【製造業】家具・装備品製造業、仏壇	ECサイトの拡充
58	【卸売・小売業】繊維・衣服等卸売業、靴、鞆	自社企画商品の自社店舗での販売
59	【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	営業支援会社との契約により、新規得意先の掘り起こしを進めている
60	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	37と38の質疑の違いがわかりません
61	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	事業継承により人材の流出が考えられる。
62	【サービス業】自動車整備業	時代の変化にうまく対応し、ニーズに応えていきます。
63	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鍍金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	生産性向上に向けてどうしていくのかを明確にして計画を立てていきたいと思えます。その後その計画がうまくいっているかどうかのチェックを毎月行っていこうと思えます。
64	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行	これまだまり行っていない新規顧客販路開拓について有効な方策が見出せていないこと
65	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	社員教育、環境整備
66	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	日本弁理士会を通して、未熟な同業者の教育を行い、「知的財産権保護を受けて良かったという成功体験」を増やし、結果、全体の需要量を増やすことが必要。
67	【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	消費者ニーズの情報収集力が弱い
68	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	人材募集
69	【卸売・小売業】飲食料品卸売業	新たな商品サービスを生み出すための力(マーケティング力、開発力)をつける
70	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	資材が高騰、先行きが見通せない中、自社の強みを活かした新しい事業を研究する必要性がある
71	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	日々、都度、地道に、教える。

力点の内容（記述）

no	事業内容	記述内容
72	【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
73	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	苦手なことや、やりづらいことを、外注に依頼するなど、効率化をはかる
74	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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 発信力の強化
75	【飲食店】一般飲食店	・組織の強化。
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	既存品の品質・生産性UPのための設備投資。商社機能部門の拡大。既存外業界向け商品の開発。
77	【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	事業承継して4年。新社長の成長が思うように行かない事と、古参技術者の退職を間近にしての募集難。
78	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	御多分に漏れず本業は少しゆっくりなのでその間に宿題である素材の試験などを行い情報発信のネタ作りを行っている。
79	【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	HPのリニューアルを実施。今後SNS等での広告をだして、HPからの集客を見込みたい。ネット販売システムも導入したので商品販売を促進したい。
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	新規顧客の開拓、既存顧客から従来とは違う案件の受注
81	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	今増えている補助金相談などは、時期が来ると終了するため、継続して新規受注が必要。
82	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	主要顧客を増やす 社員教育の徹底で付加価値の増大を目指す
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	設備投資した設備がよくトラブルで止まってしまう。モーター類が品薄で修理に時間がかかる。
84	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、	人材育成
85	【医療、福祉】社会保険・社会福祉・介護事業、老人ホーム、障害者福祉事業	コロナによるマイナス分の財務改善、人材の活躍できる事業展開
86	【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	工場での職人の確保と技術継承。 社員の採用・教育
87	【運輸・通信業】運輸に付帯するサービス業、	労働集約型なので、人がいないと売り上げにつながらない
88	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	工場設備の拡充で生産力アップ。新規取引先獲得のための営業強化。
89	【製造業】非鉄金属製造業、電線	仕入れ価格の上昇が続くので、そのまま商品売るのではなく付加価値を付けて販売する事を模索している。
90	【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	スタッフに営業力をつけてもらう
91	【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、教育、サービス力の向上に力を入れたい
92	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	BtoCからBtoBへの転換
93	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	家事事件を取り扱わなくなってから新件が徐々に減っています。新たな得意分野の開拓が必要だと思います。
94	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	未回答
95	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	付加価値について考えていきます
96	【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	溶接に注力する
97	【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	正社員の入社が1名は確保できたがあと1名は必要。石材は新規顧客の開拓が必要で業界紙への広告を予定している
98	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	従来付き合いのなかった業界と紙関連で新規開拓すること、紙の需要が先細りの中ある程度価格競争を覚悟で紙本体の受注を探る
99	【サービス業】その他の事業サービス業、速記、計量証明、ビルメン、職業紹介、警備、ディスプレイ、看板書き	新規事業の早期参入に力を入れる為に、現事業を増員してに關わるWaitを減らす
100	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	人材育成に取り組んでいます
101	【建設業】職別工事業、大工、鉄骨、タイル、左官、屋根工事、塗装、内装、解体、型枠大工	売上高の増減に関しては、今回はコロナと言う特殊なケースでの減少となり、売上高減少に伴う利益の確保(例:外注協力会社を使用せず自社にて作業を賄う等の努力)をし利益確保に力点を置いた。
102	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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
103	【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	利益利の高いサービスへの移行
104	【運輸・通信業】倉庫業	車両に扱いがメインの為、燃料高騰は影響大 貨物の配送をパレット配送にシフトして行きたいがバラ配送が強みの為、ドライバーの負担が増している。その為人材募集にも影響あり。
105	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	現在はベテランスタッフ揃いで安心感はあるが、近い将来での各ポジションにおける承継問題
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	売上は減っても利益は確保できるよう経費は常に節約しています。 時代の流れ上、小規模の製造業の数が減り続け、新規顧客の獲得は厳しいものがあります。

力点の内容（記述）

no	事業内容	記述内容
107	【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	取扱品目を拡大するとともに、新規市場を開拓する。
108	【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	営業力強化 人材育成に向けた研修の実施、OJT
109	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	管理能力を向上させ、差別化を図る。
110	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋳金、シャツター、金属製サッシ、鍍金、金網	人の確保と教育。営業力の強化これに付いてはホームページの改良を重ねる。
111	【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、	管理者、幹部不足
112	【製造業】その他の製造業、貴金属製品、楽器、玩具、標識、畳、ハレット、看板、漆器、線香、釘、印鑑、スポーツ器具、うちわ	新規営業・開拓機会を増やす
113	【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	販売価格上昇はいいが、異常な状況なのでこれ以上上がると、販売する商品が減少するので、売上利益に影響が及ぶ。
114	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	eラーニングの導入
115	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	生産性向上に向けてソフト(デジタル)導入を考えている。同時に社員教育を行っていく。
116	【製造業】非鉄金属製造業、電線	管理者不足、人材育成ができていない、設備の老朽化
117	【製造業】化学工業、ゼラチン、塗料、石鹼、医薬品、塩、蠟そく、高圧ガス、化学肥料	新規の設備導入における社員教育と受注増加
118	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋳金、シャツター、金属製サッシ、鍍金、金網	新入社員教育が大事
119	【サービス業】自動車整備業	新規採用への挑戦 新商品の開発
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、畳、	大口顧客の業績低下により取引解約リスクに備え、新規開拓を常に意識しておくこと。目新しい商品を追及しておくこと。
121	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	外部環境と内部環境を見極める為のSWOT分析と経営指針書への取り組み
122	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	新規受注を増やすためにマーケティングを強化する
123	【製造業】非鉄金属製造業、電線	全体的に単月受注金額を増やす必要がある。中国、日本共に安定生産、検査のため材料入手予定が必要。世界的に原材料不足から材料メーカーへ多目の発注があり、更に受注残が増える
124	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	品質向上の為の指導とルールを整備を行っている
125	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	得意分野を明確化することによる付加価値の増加
126	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋳金、シャツター、金属製サッシ、鍍金、金網	現在取り組んでいる新規事業で受注を獲得するとともに、社員教育にも力を入れ、新入社員の早期の戦力化できるようにする。さらに、資産管理システムの導入でセキュリティも強化したい。
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	募集しても人が来ない。社員教育が上手に出来ていない
128	【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	人材不足、目の前のことしかできず、先を捉えた動きが何もできない。
129	【サービス業】学術・研究開発機関	今後、5-10年後に向けての技術人材の確保
130	【卸売・小売業】家具・什器・機械器具小売業、仏壇、パソコン	人材確保と共育
131	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	この先20年を見据えて、それぞれの業務の効率化を進めると共に熟練技術者からの技術継承を少しずつでも前進させてたいです
132	【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	・若い技術系人材の確保により平均年齢を下げるのが急務 ・今までは売上増に伴い社員を増やし、経常利益がマイナスにならない程度で推移してきたが、今後は純利益増→内部留保増による財務体質の強化に取り組む ・業態転換ではなく、既存業務に関連する新規事業の取り組みは、いつでも継
133	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	営業DXツール活用など
134	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋳金、シャツター、金属製サッシ、鍍金、金網	新技術への展開のための設備投資、人材育成、顧客開拓。省人化、IT化による生産性向上。取引金融機関の見直し、借入金の整理によるCFの改善。
135	【複合サービス】協同組合、農協、漁協、森林組合、事業協同組合	コロナ禍における需要の停滞。ウイルス感染や災害に左右されない事業基盤の構築。
136	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	円の為替レートが急激に安くなってきたので輸入価格が上がり、次回の輸入から物販が大変な状況になりそうです。 また、近々新社屋に移転するのでその際の工事費用などが大きく、キャッシュが一時的に底に近くなりそうです。
137	【卸売・小売業】繊維・衣服等卸売業、靴、鞆	売上確保、増大は永遠のテーマ
138	【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	デジタル化の促進
139	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	中間管理職の能力アップ
140	【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、	値上げの検討。社員教育とその先の営業力強化。情報化推進による販売力の強化と効率化
141	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	あ
142	【建設業】設備工事業、電気工事、電気通信・信号装置工事、管工事、機械器具設置、道路標識	技術者の雇用の確保が近々の課題になります。

力点の内容（記述）

no	事業内容	記述内容
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	当社はSE会社です。今、システムの要請に対して、SEパワーの不足で、十分対応できない状況。 毎年、リクナビによって、優秀な学生を採用しているが、さらに強化したい。
144	【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	生産性向上、定期採用の継続・社員教育、地域連携を推進する。
145	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	海外の優秀な人材を積極的に採用する
146	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋳金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	長期借入の返済が厳しいので、少しずつ減債したいです
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	顧客満足度 IT活用
148	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋳金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	競合の大手企業との競争が激化しているため、新規顧客を開拓していかなければならない
149	【卸売・小売業】建築材料、鋳物・金属材料等卸売、燃料、化学薬品、塗料	事業再構築に挑戦
150	【卸売・小売業】機械器具卸売業、事務用機器、自動車、電設資材	事業承継を着実・確実にこなうべく体制づくり
151	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	組織力、チームワークの強化。
152	【卸売・小売業】その他の卸売業、家具建具什器、医薬品、紙、雑貨	新規事業の模索。
153	【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	法人向けサービスの強化、既存事業は選択と集中、収斂
154	【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	海外、国内問わずD to Cの強化。輸出比率を35%に引き上げる。
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	社員力の向上が未来を開くと考えます。共に考え、共に悩むことができる仲間として経営指針を実践していければ逆風にも立ち向かえると考えます。
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	消費税などの税制や会計処理が 年々複雑になっていっているが、利用料金は値上げしづらい
157	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋳金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	新規顧客開拓
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	売上単価の見直し 利益率の高い仕事の絞り込み
159	【不動産】不動産取引業	雇用と雇用による事業領域の拡大。
160	【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	景気回復しても人材不足なので協力企業を確保しておく
161	【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	消費者への直接販売を計画している。ここに向けて営業、企画、広報分野の人材育成、学びなおしを進めていく。
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	自社パンフレットを作成しポスティング
163	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋳金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	新商品を販売につなげるマーケティング
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	WEB営業
165	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	現状、インターネットを中心に一部売れ筋商品で売上を保っているため、今後、安定した受注を得るために営業的活動を行う予定。
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	現在オーバーフローになりかけているため、人材確保が急務です。
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	新規、既存取引先からの案件獲得のため営業社員の採用、営業力の強化
168	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	より得意分野を絞り込み、高単価を得られるように努力する。
169	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋳金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	工場内の作業員の確保
170	【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	既存の市場は飽和状態なので、付加価値の増大が新規顧客の確保に注力していく。
171	【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	事業拡大計画、幹部候補の増加、内部教育制度の充実と人事部に続く教育部の創設
172	【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	事業領域の拡大
173	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、鋳金、シャッター、金属製サッシュ、鍍金、金網	新規設備導入による新規受注
174	【卸売・小売業】建築材料、鋳物・金属材料等卸売、燃料、化学薬品、塗料	社員教育 新規事業
175	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 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	現状退職者が出て、人が不足している。確保のために募集かけているが、思った人材がこないか、良い人材は取り合いになる。
176	【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	組織体制の強化(時期ミドルマネージャー育成)新卒採用
177	【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	事業再構築補助金を活用した新サービスの開発に取り組んでいる。具体的には、装置販売やシステム提供のみならず、それらをリモートでモニタリング・メンテナンス・キャリブレーション(校正)できるような新サービスをサブスク提供するための拠点(サポートセンター)の建築、IoT機器の開発、クラウドプラットフォームの開発に取り組んでいる。

力点の内容（記述）

no	事業内容	記述内容
178	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	・新規営業先開拓の強化(WEBなどでの情報発信の強化) ・客先との新製品・新サービスの開発
179	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	客先の関心が高い。環境配慮型商品企画、開発実施中
180	【卸売・小売業】飲食料品卸売業	販売食材の確保が弊社の生命線なので仕入先は大事にしてい
181	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	廃業引き継ぎ案件を受けるための体制づくり
182	【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	組織体制の強化
183	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	提案力強化とそのための人材育成
184	【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	資金不足
185	【卸売・小売業】織物・衣服・身の回り品小売業、蒲団	お客様のニーズを図り、適切な在庫量の確保。
186	【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	提供サービスのメニューの多彩化
187	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	購入資材の高騰で利益率の減少が考えられ、自助努力(コストダウン)に力を入れていますが、それでは追い付かず売価転嫁にも力を入れていく。
188	【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	高級弁当展開 値上げ
189	【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	既存得意先の高齢化による売り上げ減や廃業による減少 新規得意会の獲得
190	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	新卒社員の教育と取引先の増加などによる売り上げの確保
191	【製造業】化学工業、ゼラチン、塗料、石鹸、医薬品、塩、蠟そく、高圧ガス、化学肥料	イノベーションマネジメントのシステム化
192	【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	新規取引先の開拓
193	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	去年20代の若手社員が3名退職による生産性の低下。求人活動に注力するも応募数の少なさに困っている。とにかく人手不足の解消が急務！
194	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	間接人員2名増員する。且つ新規の生産設備も投資する。そのマネジメント(教育)に力を注ぐ必要あり。
195	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	新しい取り組みにチャレンジしたい
196	【卸売・小売業】家具・什器・機械器具小売業、仏壇、パソコン	ステークホルダー(顧客・従業員・仕入れ先等)への事務機器販売のみの事業形態からの脱却。ベネフィット商材の仕入れ先の確保とルーティン作り。社員教育(OJT・OFFJT・勉強会)の実施。業界変化の理解と向かう方向と効果の説明。(個人面談を含めて何度でも実施)
197	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	マンションの新規計画があり、土地もあるが、景況不透明につき、着手を見送っている。
198	【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	どう規模拡大していくか、原価が上がる中での利益率の維持もしくはどう上がるか
199	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	付加価値の高い新規製品の開発
200	【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
201	【製造業】情報通信機械器具製造業、通信機械器具、電子計算機、印刷装置	各個人の意識アップと管理体制のシステム化
202	【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	新規事業を軌道に乗せる。利益率の改善を図る。売値への転嫁の交渉を進める。
203	【卸売・小売業】飲食料品卸売業	新規事業の展開および、人材確保・右腕となる人材を育てる。これが弊社の大事な課題。自社のための生き残り対策だと思ってます。
204	【サービス業】専門サービス業(他に分類されないもの) 法律事務所、獣医、建築設計、機械設計、写真業、興信所、経営コンサル、翻訳、広告制作、不動産鑑定、行政書士	新規事業は徐々に拡大しつつあるも、十分な利益につながっていないことから付加価値を増大させるべく、研究開発を進めるとともに適正な価格を決定し、人材を確保することでサービス品質の安定化を図る。
205	【建設業】総合工事業(民需中心)、土木、しゅんせつ、造園	若手人材の採用難と熟練工不足のよる将来的事業継続 仕入れ材の高騰による、収益の圧迫の課題がある。そのため人材採用と作業の効率の数値化や情報共有により、収益率を上げる。
206	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	新卒社員の雇用と賃金モデルの作成それと教育制度の構築
207	【製造業】印刷・同関連産業、製本、写植、製版	インターネット上での情報発信力の強化。 情報の収集とコンサルへの依頼。
208	【サービス業】その他の生活関連サービス業、旅行業、家事サービス業、冠婚葬祭	社員数が増えた事により、社員が自主的に成長できる仕組みやマネジメントの仕組み、また幹部社員の教育が重要
209	【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	コロナ禍の社会経済疲弊から、すぐには元の売上高を回復するには困難な状況が続きます。人員は減少したまま労働力現状維持に努めます。現在、弊社の特殊技術に特化してかろうとしている新規案件でバイオマス発電の設備に付帯する防食工事のご用命をいただき、建設設備の調達を進行中、6月からまず熊本県の1号機にかかります。今期中に佐賀県の2号機まで着工する予定です。国内のバイオマス発電によるエネルギーシフトが順調に進捗すれば弊社に対する需要も確立して行くかと確信します。
210	【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	モノづくりに依存しない売り上げを創出する

力点の内容（記述）

no	事業内容	記述内容
211	【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	なかなか他のプレス加工会社も人材確保が出来ていない。この前にの中河内シンポジウムに参加して 13 が大事だなと感じました。
212	【製造業】一般機械器具製造業、金型、ベアリング、空調機器	新規受注については営業の強化、人材確保については技術職の募集、研究開発についてはイノベーションを起こせるようなチームを組織横断的に作り、組織開発を進める
213	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	指針の活用
214	【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	総務、経理、営業、すべてを一人で対応している為、いろいろ漏れが出ている。
215	【卸売・小売業】飲食料品卸売業	社員と一緒に一丸となって運営する体制がまだできていない
216	【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	人材募集を従来のルートに加え、新たなルートを確保
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	機械化促進
218	【サービス業】広告業、広告代理、屋外広告、	改めて自社製品・サービスの浸透度を確認
219	【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	自社と自社技術の発信で新分野に進出する、新顧客を開拓する。
220	【卸売・小売業】自動車・自転車小売業、自動車部品	仲間の愚痴不満を平気で言う
221	【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	夏から始めた新規サービスを広める
222	【建設業】総合工事業（民需中心）、土木、しゅんせつ、造園	全体的に案件量が減少。企業ランクで受注のバランスが取れていたが、減少の影響なのか大手企業が入札案件等で競合するようになってきた。対応策として、過去実績で利益率の高かった案件から得意分野を割り当て、その分野に営業をかけ新規顧客・案件につなげていきたい。
223	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	物流センター開設に向けての取り組み（営業・人材確保）
224	【金融・保険】保険業	新規あるのみ
225	【運輸・通信業】道路貨物運送業、引っ越しセンター	付加価値を上げるために社員教育、社員教育をするために販売単価を引き上げ、販売単価を引き上げるために付加価値を上げる
226	【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	直営店から暖簾分け・FC展開への切り替えと新事業・サービスの着手
227	【卸売・小売業】飲食料品卸売業	経験豊かな社員、役員が退職を迎え、数年でまた2人定年を迎える。新たな社員の育成が急務。仕入れ価格高騰により販売価格も上昇。自社のブランディングのさらなる強化が必要。
228	【医療、福祉】医療業、病院、診療所、助産所、はり・きゅう師	一人で整体院をしてきましたが、新しい事業を立ち上げ、収入を安定させ、人を雇用していきたいと考えています。
229	【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	固定顧客の開拓、営業担当、技術リーダー育成
230	【医療、福祉】社会保険・社会福祉・介護事業、老人ホーム、障害者福祉事業	人材の確保と同時に理念共有のための人材社員教育。
231	【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	仕入れの選定
232	【飲食店】一般飲食店	資金力がなく、身動きがとれません
233	【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	新規顧客獲得
234	【サービス業】専門サービス業（他に分類されないもの）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	社員教育
235	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	自社の強みを磨いて、営業活動をする事です。
236	【サービス業】専門サービス業（他に分類されないもの）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	請けられる仕事に限りがある。仕事の依頼があったときに対応できるような体制づくり。（外注先の強化）
237	【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	企業経営陣に向けたセミナー、アポからのヒアリングを強化したい。
238	【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	社員の意識向上と人材確保、作業スペースの増加
239	【サービス業】その他のサービス業、集会場、と畜場	変化
240	【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	BtoCの業態をとってきたが、予測が困難のことからBtoBへの拡大と他業種への参入を計画中
241	【医療、福祉】医療業、病院、診療所、助産所、はり・きゅう師	関係機関との相互連携
242	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	設備増強、社員雇用増加
243	【電機・ガス・熱供給・水道】ガス業	社内派閥抗争
244	【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	既存商品・サービスを、いかに新規顧客・別分野（建設業等）に、情報発信・新規開拓をして、利益を確保していくか。
245	【飲食店】一般飲食店	営業強化 採用強化 原価率適正化
246	【サービス業】専門サービス業（他に分類されないもの）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
247	【サービス業】専門サービス業（他に分類されないもの）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	人手不足気味なので、早め早めに対応していく。
248	【製造業】プラスチック製品製造業、ユニットバス	環境問題への対応
249	【製造業】パルプ・紙・紙加工品製造業、包装資材	問題点はトップと社員感の意識の差の広がり。情報格差は致し方ないとして、力点は情報を共有した際の機動力があること。

力点の内容（記述）

no	事業内容	記述内容
250	【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	理念をSNSでも伝えていきたい
251	【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	検討中
252	【製造業】金属製品製造業、刃物、彫刻、钣金、シャツター、金属製サッシュ、鍍金、金網	資源そのものはある程度ある中でその生かし方、という方向性。

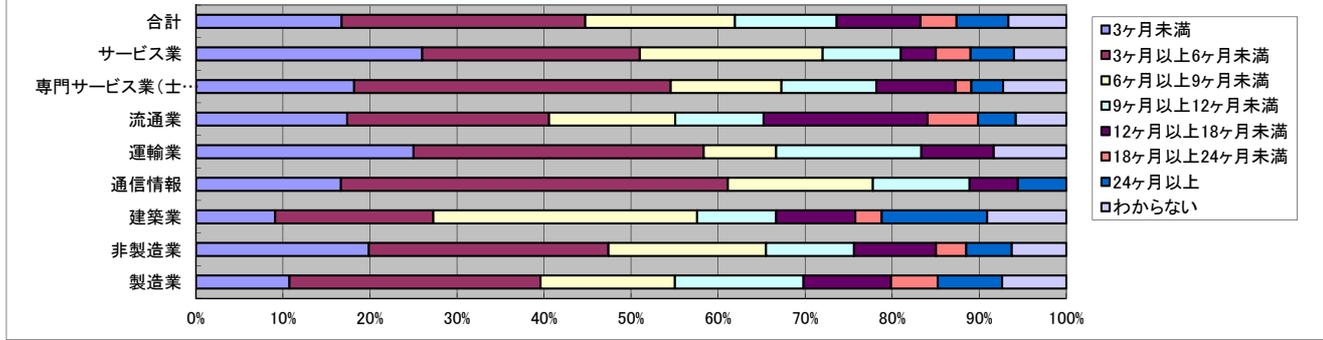
【特別項目】

【4】現預金は固定費の何か月分(現預金固定費カバー月数)確保できていますか

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	サービス業(士業)	サービス業	合計	昨年
1 3ヶ月未満	16	57	3	3	3	12	10	26	73	81
2 3ヶ月以上6ヶ月未満	43	79	6	8	4	16	20	25	122	118
3 6ヶ月以上9ヶ月未満	23	52	10	3	1	10	7	21	75	82
4 9ヶ月以上12ヶ月未満	22	29	3	2	2	7	6	9	51	49
5 12ヶ月以上18ヶ月未満	15	27	3	1	1	13	5	4	42	58
6 18ヶ月以上24ヶ月未満	8	10	1	0	0	4	1	4	18	28
7 24ヶ月以上	11	15	4	1	0	3	2	5	26	50
8 わからない	11	18	3	0	1	4	4	6	29	35
合計	149	287	33	18	12	69	55	100	436	501

1 3ヶ月未満	10.7%	19.9%	9.1%	16.7%	25.0%	17.4%	18.2%	26.0%	16.7%	16.2%
2 3ヶ月以上6ヶ月未満	28.9%	27.5%	18.2%	44.4%	33.3%	23.2%	36.4%	25.0%	28.0%	23.6%
3 6ヶ月以上9ヶ月未満	15.4%	18.1%	30.3%	16.7%	8.3%	14.5%	12.7%	21.0%	17.2%	16.4%
4 9ヶ月以上12ヶ月未満	14.8%	10.1%	9.1%	11.1%	16.7%	10.1%	10.9%	9.0%	11.7%	9.8%
5 12ヶ月以上18ヶ月未満	10.1%	9.4%	9.1%	5.6%	8.3%	18.8%	9.1%	4.0%	9.6%	11.6%
6 18ヶ月以上24ヶ月未満	5.4%	3.5%	3.0%	0.0%	0.0%	5.8%	1.8%	4.0%	4.1%	5.6%
7 24ヶ月以上	7.4%	5.2%	12.1%	5.6%	0.0%	4.3%	3.6%	5.0%	6.0%	10.0%
8 わからない	7.4%	6.3%	9.1%	0.0%	8.3%	5.8%	7.3%	6.0%	6.7%	7.0%
合計	100%	100%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

現預金は固定費の何ヶ月分確保できているか



【5】今春の給与についておたずねします

	製造業	非製造業	建築業	通信情報	運輸業	流通業	サービス業(士業)	サービス業	合計	昨年
1 ベースアップと定期昇給も実施する	38	42	7	3	2	9	7	14	80	-
2 ベースアップを実施する	17	37	6	4	3	9	3	12	54	101
3 定期昇給のみ行う	62	92	12	9	1	27	13	30	154	176
4 給与改定せず現在の額を維持	27	95	9	2	5	19	26	34	122	179
5 ベースダウンをする	1	1	0	0	0	0	0	1	2	6
6 その他	6	11	0	0	1	2	3	5	17	65
合計	151	278	34	18	12	66	52	96	429	527

1 ベースアップと定期昇給も実施する	25.2%	15.1%	20.6%	16.7%	16.7%	13.6%	13.5%	14.6%	18.6%	-
2 ベースアップを実施する	11.3%	13.3%	17.6%	22.2%	25.0%	13.6%	5.8%	12.5%	12.6%	19.2%
3 定期昇給のみ行う	41.1%	33.1%	35.3%	50.0%	8.3%	40.9%	25.0%	31.3%	35.9%	33.4%
4 給与改定せず現在の額を維持	17.9%	34.2%	26.5%	11.1%	41.7%	28.8%	50.0%	35.4%	28.4%	34.0%
5 ベースダウンをする	0.7%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.0%	0.5%	1.1%
6 その他	4.0%	4.0%	0.0%	0.0%	8.3%	3.0%	5.8%	5.2%	4.0%	12.3%
7 合計	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

今春の給与改定について

