

第11回 神戸市内景況・雇用動向調査  
＜調査結果報告書＞

平成22年8月

神戸市産業振興局

# 目 次

|                              |    |
|------------------------------|----|
| ■ 調査概要                       | 1  |
| ■ 回答事業所のプロフィール               | 2  |
| (1) 業種                       | 2  |
| (2) 資本金                      | 3  |
| (3) 従業者数                     | 3  |
| ■ 調査項目ごとの全体概況                | 4  |
| ■ 業種別の全体概況                   | 5  |
| ■ 景況・雇用動向について                | 7  |
| (1) 市内の景気                    | 7  |
| (2) 自社業況                     | 9  |
| (3) 生産・売上                    | 11 |
| (3-1) 生産・売上の増加要因             | 13 |
| (3-2) 生産・売上の減少要因             | 15 |
| (4) 経常利益                     | 17 |
| (4-1) 経常利益の増加要因              | 19 |
| (4-2) 経常利益の減少要因              | 21 |
| (5) 製品・商品在庫量                 | 23 |
| (6) 仕入れ単価                    | 25 |
| (7) 製品・加工単価、販売単価             | 27 |
| (8) 生産設備(製造業のみ)              | 29 |
| (9) 設備投資                     | 30 |
| (9-1) 設備投資の目的                | 32 |
| (10) 資金繰り                    | 34 |
| (11) 雇用人員                    | 36 |
| (12) 所定外労働時間                 | 38 |
| ■ 事業計画について                   | 40 |
| (1) 経営上の問題                   | 40 |
| (2) 今後の事業計画                  | 44 |
| (2-1) 拡張・増設の検討               | 44 |
| (2-2) 検討している事業拠点・地域          | 46 |
| ■ ICT(情報通信技術)の利用状況について《特別調査》 | 50 |
| (1) ICTで現在利用しているもの           | 50 |
| (2) ICTで今後新たに利用する予定があるもの     | 52 |
| (3) 受注のためのインターネット活用状況        | 54 |
| (4) 発注(調達)のためのインターネット活用状況    | 56 |
| (5) 電子商取引の年間売上割合             | 58 |
| (6) ホームページの開設状況              | 60 |
| (7) ホームページを開設していない理由         | 62 |
| ■ 地域福祉活動について                 | 64 |
| (1) ICTで現在利用しているもの           | 64 |
| (2) 地域福祉活動分野                 | 66 |
| (3) 地域福祉活動内容                 | 68 |
| (4) 地域福祉活動を行うことの評価           | 70 |
| (5) 地域福祉活動でのかかわりのある団体        | 72 |
| (6) 活動紹介の協力意向                | 74 |
| (7) 地域福祉活動を行っていない理由          | 76 |
| (8) ボランティア活動参加に対する支援制度       | 78 |
| (9) 地域福祉活動に関する行政への要望         | 80 |

## ■調査概要

1. 調査目的 市内企業の短期的な景況と雇用に関する動向を把握する。
2. 調査内容 景況・雇用動向調査
3. 調査時期 平成22年7月12日（発送）～平成22年7月29日（締切）
4. 調査対象時期 平成22年7月1日を基準日として、以下の四半期ごとの実績・予想を質問した。  
 平成22年1月～3月期（実績）  
 平成22年4月～6月期（実績）  
 平成22年7月～9月期（予想）  
 平成22年10月～12月期（予想）
5. 調査方法 郵送アンケート
6. 対象企業 製造業500社、非製造業500社・・・計1000社
7. 回収状況 回答569社（回収率56.9%）
8. 集計・表示方法 ●四半期ごとの傾向については、ディフュージョン・インデックス(DI)を用いて分析した。

$$DI = X - Y$$

X＝上昇・増加・過剰・改善・過大と回答した企業の割合（％）

Y＝下降・減少・悪化・不足と回答した企業の割合（％）

※DIおよび時系列比較項目については無回答を除いて集計した。

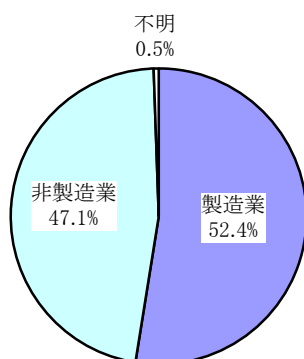
- 製造／非製造業別については回答された主な業種(1つ)を採用した。
- 規模は、回答された資本金によって以下の3グループに分類した。  
 中小企業（資本金1億円未満）  
 中堅企業（資本金1億～10億円未満）  
 大企業（資本金10億円以上）
- 業種は回答された業種によって以下の7グループに分類した。

|        | 業種分類     | 回答業種                                                                                                     |
|--------|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| （製造業）  | 基礎素材     | 化学・石油・石炭製品・窯業・土石製品<br>鉄鋼・金属製品・非鉄金属                                                                       |
|        | 加工組立     | 一般機械<br>電気機械、情報通信機械、精密機械<br>輸送用機械                                                                        |
|        | 生活・その他   | 食料品・飲料・たばこ・飼料<br>繊維・衣服<br>出版・印刷<br>ゴム・皮革製品<br>その他製造業                                                     |
| （非製造業） | 建設       | 建設                                                                                                       |
|        | 運輸       | 運輸業                                                                                                      |
|        | 卸売・小売    | 卸売<br>小売                                                                                                 |
|        | サービス・その他 | 電気・ガス・熱供給・水道業<br>情報通信業<br>金融・保険業<br>不動産業<br>飲食店・宿泊業<br>医療・福祉<br>教育・学習支援業<br>サービス業(他に分類されないもの)<br>その他非製造業 |

## ■回答事業所のプロフィール

### (1)業種

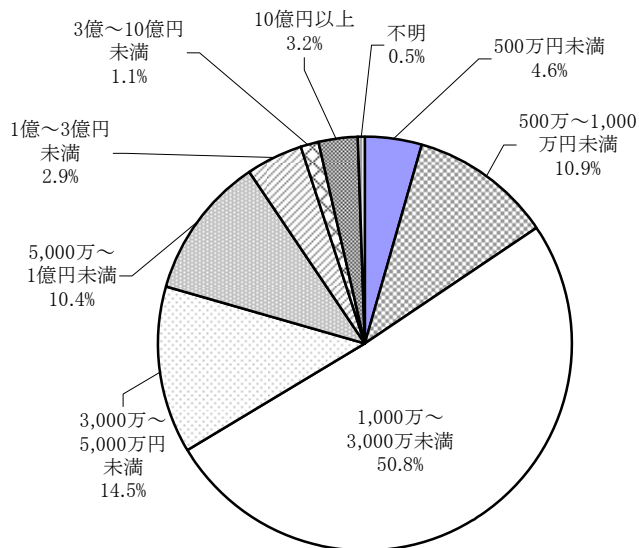
- ・製造業が52.4%、非製造業が47.1%と製造業からの回答がやや多い。
- ・製造業は「食料品・飲料・たばこ・飼料」が全体の10.2%と最も多い。
- ・非製造業は「サービス業(他に分類されないもの)」が全体の13.0%と最も多い。



| 業種                 | 件数 | %    | 業種分類     | 件数         | %            |
|--------------------|----|------|----------|------------|--------------|
| 化学・石油・石炭製品・窯業・土石製品 | 26 | 4.6  | 基礎素材     | 74         | 13.0         |
| 鉄鋼・金属製品・非鉄金属       | 48 | 8.4  |          |            |              |
| 一般機械               | 32 | 5.6  | 加工組立     | 79         | 13.9         |
| 電気機械・情報通信機械・精密機械   | 30 | 5.3  |          |            |              |
| 輸送用機械              | 17 | 3.0  |          |            |              |
| 食料品・飲料・たばこ・飼料      | 58 | 10.2 | 生活・その他   | 145        | 25.5         |
| 繊維・衣服              | 6  | 1.1  |          |            |              |
| 出版・印刷              | 17 | 3.0  |          |            |              |
| ゴム・皮革製品            | 29 | 5.1  |          |            |              |
| その他製造業             | 35 | 6.2  |          |            |              |
| <b>製造業計</b>        |    |      |          | <b>298</b> | <b>52.4</b>  |
| 建設                 | 43 | 7.6  | 建設       | 43         | 7.6          |
| 運輸業                | 23 | 4.0  | 運輸       | 23         | 4.0          |
| 卸売                 | 48 | 8.4  | 卸売・小売    | 85         | 14.9         |
| 小売                 | 37 | 6.5  |          |            |              |
| 電気・ガス・熱供給・水道業      | 6  | 1.1  | サービス・その他 | 117        | 20.6         |
| 情報通信業              | 8  | 1.4  |          |            |              |
| 金融・保険業             | 0  | 0.0  |          |            |              |
| 不動産業               | 10 | 1.8  |          |            |              |
| 飲食店・宿泊業            | 11 | 1.9  |          |            |              |
| 医療・福祉              | 4  | 0.7  |          |            |              |
| 教育・学習支援業           | 2  | 0.4  |          |            |              |
| サービス業(他に分類されないもの)  | 74 | 13.0 |          |            |              |
| その他非製造業            | 2  | 0.4  |          |            |              |
| <b>非製造業計</b>       |    |      |          | <b>268</b> | <b>47.1</b>  |
| 不明                 |    |      |          | 3          | 0.5          |
| <b>全体</b>          |    |      |          | <b>569</b> | <b>100.0</b> |

## (2)資本金

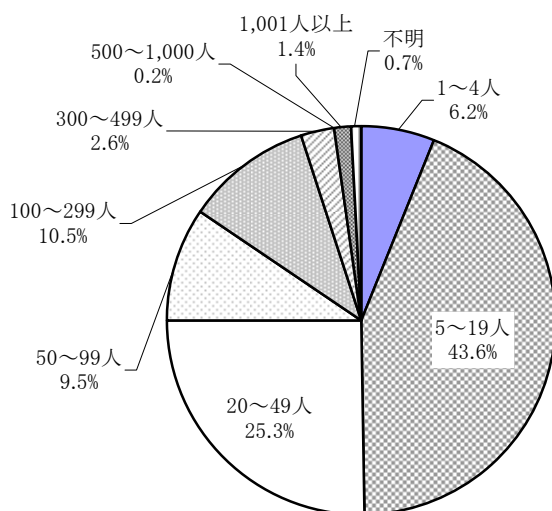
- ・「1,000万～3,000万円未満」が50.8%と半数以上を占め、最も多い。
- ・規模別によると「中小企業」(資本金1億円未満)が90.7%と多数を占める。



| 規模   | 資本金              | 件数  | %     |
|------|------------------|-----|-------|
| 中小企業 | 500万円未満          | 26  | 4.6   |
|      | 500万～1,000万円未満   | 62  | 10.9  |
|      | 1,000万～3,000万円未満 | 289 | 50.8  |
|      | 3,000万～5,000万円未満 | 75  | 13.2  |
|      | 5,000万～1億円未満     | 64  | 11.2  |
| 中堅企業 | 1億～3億円未満         | 24  | 4.2   |
|      | 3億～10億円未満        | 8   | 1.4   |
| 大企業  | 10億円以上           | 18  | 3.2   |
| 不明   |                  | 3   | 0.5   |
| 全体   |                  | 569 | 100.0 |

## (3)従業員数

- ・「5～19人」が43.6%と最も多い。
- ・50人未満の企業が全体の4分の3(75.1%)を占める。



| 従業員数       | 件数  | %     |
|------------|-----|-------|
| 1～4人       | 35  | 6.2   |
| 5～19人      | 248 | 43.6  |
| 20～49人     | 144 | 25.3  |
| 50～99人     | 54  | 9.5   |
| 100～299人   | 60  | 10.5  |
| 300～499人   | 15  | 2.6   |
| 500～1,000人 | 1   | 0.2   |
| 1,001人以上   | 8   | 1.4   |
| 不明         | 4   | 0.7   |
| 全体         | 569 | 100.0 |

## ■調査項目ごとの全体概況

| 調査項目         | 前年度比 | 見通し | 概況                                                                                                                                                                       |
|--------------|------|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 市内景況         | ↗    | ↗   | ・平成21年1～3月期を底に上昇が続き、今後も上昇する見通し。                                                                                                                                          |
| 自社業況         | ↗    | →   | ・平成21年1～3月期を底に上昇が続き、今後は概ね横ばいとなる見通し。                                                                                                                                      |
| 生産・売上        | ↗    | ↗   | ・平成21年4～6月期以降、緩やかな上昇傾向。<br>・生産・売上の増加要因(114件)は「一般的需要要因」が64.0%と最も多い。<br>・生産・売上の減少要因(274件)は「一般的需要要因」が81.4%と最も多い。                                                            |
| 経常利益         | ↗    | →   | ・全体は前期の1～3月期に上昇、今後は概ね横ばいの見通し。<br>・経常利益の増加要因(96件)は「販売数量要因」が70.8%と最も多い。<br>・経常利益の減少要因(291件)は「販売数量要因」が71.8%と最も多く、次いで「販売価格要因」(42.6%)が続く。                                     |
| 製品・商品在庫量     | ↘    | ↘   | ・平成21年7～9月期にマイナス値に転じ、その後、緩やかに下降傾向。                                                                                                                                       |
| 仕入れ単価        | ↗    | →   | ・前期の7～9月期以降上昇しており、今後は概ね横ばいが続く見通し。                                                                                                                                        |
| 製品・加工単価、販売単価 | ↘    | ↗   | ・平成20年7～9月期からマイナス値で下降傾向が続いていたが、今年に入ってほぼ横ばい。                                                                                                                              |
| 生産設備(製造業のみ)  | →    | ↘   | ・前期の1～3月期に上昇していたが、今期の4～6月期は横ばいとなり、今後は下降する見通し。                                                                                                                            |
| 設備投資         | →    | ↘   | ・四半期ごとに増減しており、全体では今期の4～6月期に設備投資を「した」と回答した企業は全体の24.3%と前期の1～3月期(15.8%)と比べて8.5ポイント増加。<br>・全体では来期の1～3月期以降、減少する見通し。<br>・「した」と回答した企業(138件)の設備投資の目的は、「維持・補修」が50.0%と最も多く、半数を占める。 |
| 資金繰り         | ↗    | ↘   | ・今年に入ってやや上昇したが、今後は再び緩やかに下降する見通し。                                                                                                                                         |
| 雇用人員         | ↘    | →   | ・平成21年7～9月期から下降傾向が続いていたが、今期の7～9月期からは横ばい。                                                                                                                                 |
| 所定外労働時間      | ↗    | →   | ・平成21年4～6月期を底にその後上昇し、今後は概ね横ばいで続く見通し。                                                                                                                                     |
| 経営上の問題       | ↘    | ↘   | ・経営上の問題点として、「内需の不振」が52.0%と最も多く、次いで「競争激化」(27.2%)などが続く。                                                                                                                    |
| 拡張・増設の検討     | ↘    | ↘   | ・「検討している」が9.7%と約1割が事業拠点の拡張・増設を計画していると回答した。<br>・「検討している」事業拠点は、「工場・生産拠点」が41.8%、「検討している」地域は、「神戸市内」が52.7%と最も多い。                                                              |

## ■業種別の全体概況

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 製造業    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・市内の景気と自社業況は平成21年7～9月期以降、非製造業よりも高い水準で推移。</li> <li>・生産・売上は今期の4～6月期は非製造業よりもやや高い。</li> <li>・仕入れ単価と製品・加工単価、販売単価は平成17年の調査開始以降、非製造業よりも概ね高い値で推移。</li> <li>・設備投資は平成18年7～9月期以降、非製造業よりも高い割合で推移。</li> <li>・設備投資の目的は「維持・補修」が54.2%と半数以上を占め、最も多い。また「研究開発」が24.1%で、非製造業(9.3%)に比べて多い。</li> <li>・所定外労働時間は昨年の1年間、非製造業よりも低い水準となったが、今後はほぼ同じ水準で推移する見通し。</li> <li>・経営上の問題点は「内需の不振」が51.3%と最も多く、また「製品・商品価格安」(30.5%)、「原材料高」(23.8%)などが非製造業と比べて多い。</li> <li>・事業拠点の拡張・増設は9.7%が「検討している」。</li> <li>・拡張・増設を「検討している」製造業(29件)のうち、事業拠点は「工場・生産拠点」(65.5%)、地域は「神戸市内」(58.6%)が最も多い。</li> </ul> |
| 基礎素材   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・市内の景気が平成21年1～3月期に最も低い値となっていたが、実績、予想ともに上昇幅が大きい。</li> <li>・自社業況は前期の1～3月期には大きく上昇。</li> <li>・生産・売上は平成21年1～3月期を底に上昇が続き、今年に入って伸びが著しい。</li> <li>・生産・売上の増加要因は「一般的需要要因」が8割以上。</li> <li>・製品・加工単価、販売単価は今年後半から上昇する見通し。</li> <li>・生産設備は昨年末から上昇傾向で今期の4～6月期には平成17年の調査開始以降、最も大きい値となったが、今後は下降する見通し。</li> <li>・資金繰りは今期の4～6月期は上昇しており、今後は緩やかに上昇する見通し。</li> <li>・雇用人員は来期の7～9月期まで下降傾向が続く見通し。</li> <li>・所定外労働時間は平成21年7～9月期以降、上昇していたが、今後緩やかに下降する見通し。</li> </ul>                                                                                                               |
| 加工組立   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・仕入れ単価は平成21年7～9月期に底をみて、その後回復。今後は横ばいの見通し。</li> <li>・今期の4～6月期に設備投資を「した」企業は前期の1～3月期と比べて増加しており、今後は減少する見通し</li> <li>・設備投資の目的は「合理化・省力化」が42.1%と最も多く、「研究開発」(36.8%)でも他の業種と比べて多い。</li> <li>・資金繰りは平成18年以降、下降傾向が続いたが、今年末にはやや上昇する見通し。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 生活・その他 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・生産・売上は平成21年4～6月期以降、上昇傾向が続いている</li> <li>・生産・売上の増加要因は「季節的需要要因」(40.7%)が最も多くなっている</li> <li>・仕入れ単価と雇用人員は平成21年10～12月期以降、今後も含め、概ね横ばいが続く。</li> <li>・今期の4～6月期に設備投資を「した」企業は前期の1～3月期と比べて増加しており、今後は減少する見通し。</li> <li>・設備投資の目的は「維持・補修」が63.4%と最も多い。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

|          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 非製造業     | <ul style="list-style-type: none"> <li>・市内の景気は平成21年1～3月期以降横ばいで、前期の1～3月期から上昇。</li> <li>・雇用人員は製造業が非製造業よりも高い水準で推移していたが、前期の1～3月期以降は大きな差はみられない。</li> <li>・経営上の問題点は「内需の不振」が53.4%と最も多く、また「競争激化」(37.3%)が製造業(18.1%)と比べて多い。</li> <li>・仕入れ単価は昨年末から今年にかけて上昇し、今後は横ばいで推移。</li> <li>・事業拠点の拡張・増設は9.7%が「検討している」。</li> <li>・拡張・増設を「検討している」非製造業(26件)のうち、事業拠点は「本社・支社」、「店舗」(ともに30.8%)、地域は「神戸市内」(46.2%)が最も多い。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                          |
| 建設       | <ul style="list-style-type: none"> <li>・生産・売上は平成21年10～12月期以降、他の業種と比べて低い水準で推移していたが、今年の7～9月期の予想で上昇する見通し。</li> <li>・経常利益は今期の4～6月期に減少し、全業種の中で最も低い値。</li> <li>・経常利益の減少要因は「販売数量要因」(69.4%)、「販売価格要因」(52.8%)が多い。</li> <li>・製品・加工単価、販売単価は今年後半にやや上昇に向かう見通し。</li> <li>・雇用人員は今期の4～6月期を「過大」のピークとし、その後、下降する見通し。</li> <li>・所定外労働時間は減少傾向が続いたが、来期の7～9月期以降は回復する見通し。</li> <li>・事業拠点の拡張・増設を「検討している」企業は43社中ゼロであった。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                     |
| 運輸       | <ul style="list-style-type: none"> <li>・市内の景気は平成21年1～3月期から上昇傾向が続いていたが、今期の4～6月期は非製造業の中で唯一、下降となった。</li> <li>・自社業況は平成20年10～12月期を底に上昇を続け、今期の4～6月期には非製造業の中で最も高い値となった。</li> <li>・経常利益は今期の4～6月期は大きく上昇。7～9月期以降は前年水準に戻り、横ばいの見通し。</li> <li>・製品・商品在庫量は平成21年4～6月期のプラスの最高値から7～9月期のマイナス値へ急激に落ち込んだのち、今年に入って回復傾向。</li> <li>・仕入れ単価は他の業種と比べてプラス値が高い。</li> <li>・製品・加工単価、販売単価は今年後半にやや上昇に向かう見通し。卸売・小売は横ばいで推移。</li> <li>・今期の4～6月期に設備投資を「した」企業は47.8%と半数近くになっており、他の業種と比べて多い。</li> <li>・資金繰りは今期の4～6月期に悪化しており、今後も下降する見通し。</li> <li>・雇用人員は来期の7～9月期に上昇し、今後は全業種の中で最も高い水準で推移する見通し。</li> <li>・経営上の問題点は「内需の不振」が56.5%と最も多く、ほぼ並んで「燃料費高騰」が52.2%と続く。</li> </ul> |
| 卸売・小売    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・今期の4～6月期に設備投資を「した」企業は前期の1～3月期と比べて増加しており、今後は減少する見通し。</li> <li>・設備投資の目的は「受注需要増対応」が45.5%と最も多い。</li> <li>・雇用人員は緩やかな下降傾向が続いており、今後も下降が続く。</li> <li>・所定外労働時間は前期の1～3月期は上昇し、今後は±0ポイント付近を横ばいで推移する見通し。</li> <li>・経営上の問題点は「内需の不振」が57.6%と最も多く、また「製品・商品価格安」が28.2%と比較的多い。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| サービス・その他 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・製品・加工単価、販売単価は今年後半にやや上昇に向かう見通し。</li> <li>・資金繰りは前期の1～3月期に上昇しており、今後は全業種の中で最も高い水準で推移する見通し。</li> <li>・雇用人員は平成21年10～12月期以降、概ね横ばいが続く。</li> <li>・経営上の問題点は「内需の不振」が45.3%と最も多く、また「人件費高騰」が15.4%と他の業種と比べて多い。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |



## ■景況・雇用動向について

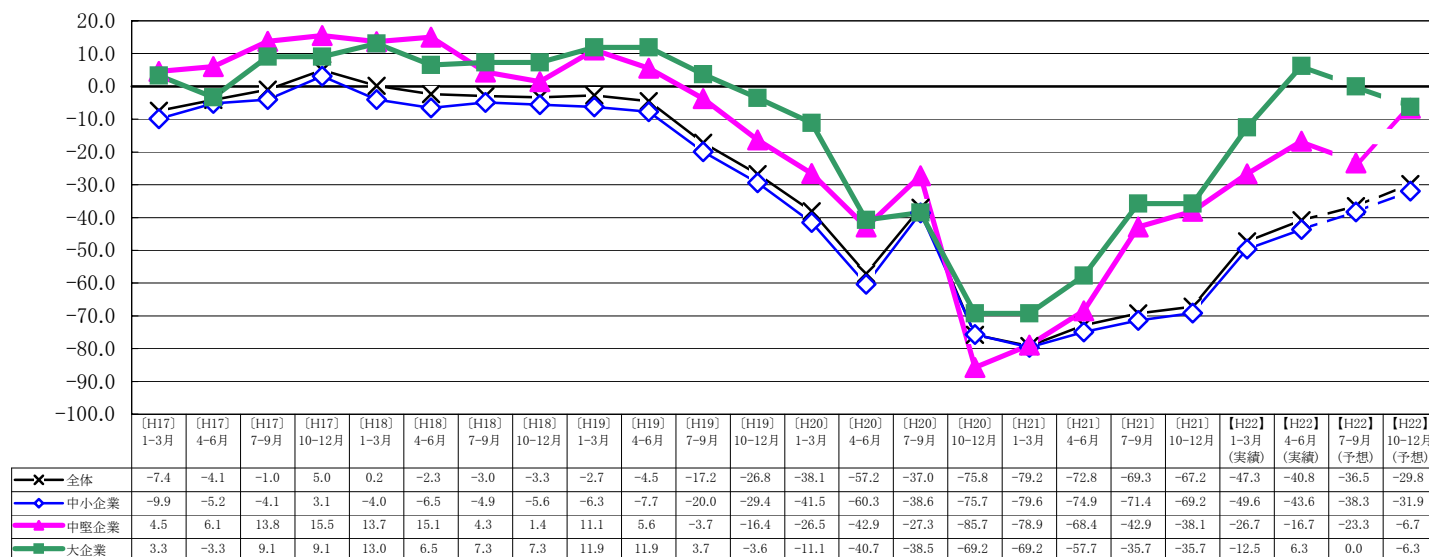
### ◆(1)市内の景気

- ・全体では平成21年1～3月期を底に上昇が続き、今後も上昇する見通し。
- ・平成21年7～9月期以降、製造業が非製造業よりも高い水準で推移。
- ・非製造業は平成21年1～3月期以降横ばいで、前期の1～3月期から上昇。
- ・大企業は平成21年4～6月期以降は上昇傾向。今期の4～6月期には約3年ぶりにプラス値。
- ・中小企業は大、中堅企業と比べて低い水準で推移しているものの、上昇傾向が続く。

#### (製造・非製造業別)



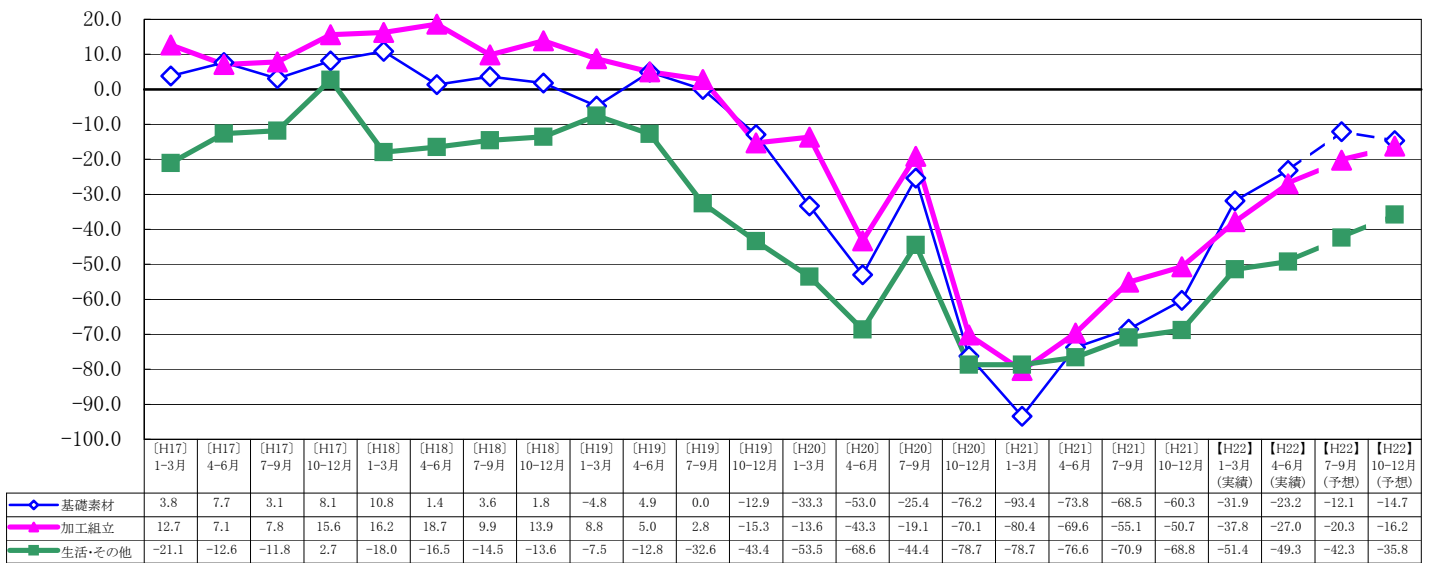
#### (規模別)



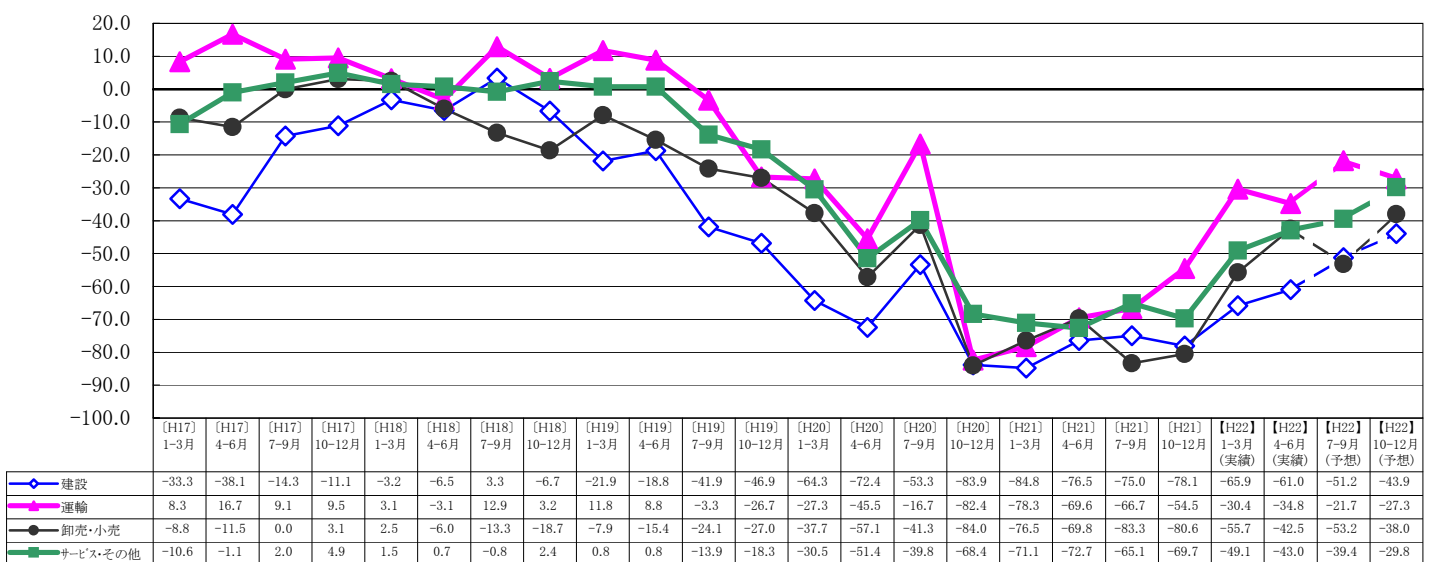
【DI＝「上昇」(%)－「下降」(%)】

- ・製造業では基礎素材が平成21年1～3月期に最も低い値となっていたが、実績、予想とも上昇幅が大きい。
- ・運輸は平成21年1～3月期から上昇傾向が続いていたが、今期の4～6月期は非製造業の中で唯一、下降となった。

(業種別)  
[製造業]



[非製造業]

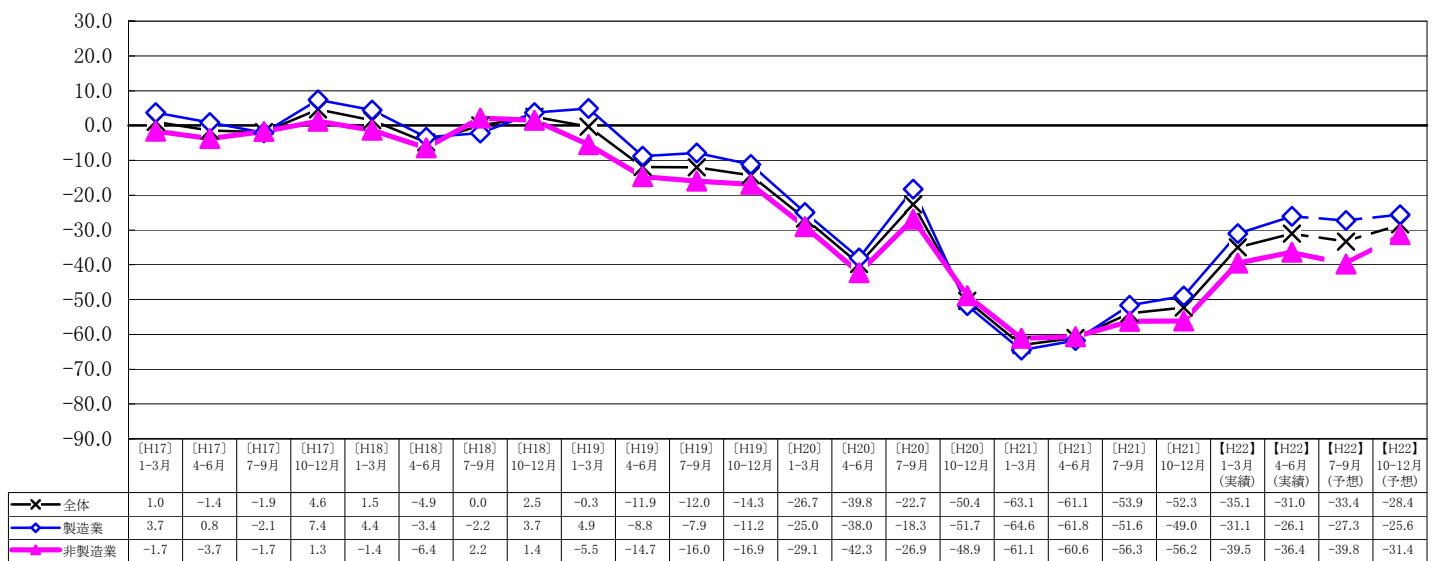


【DI=「上昇」(%)－「下降」(%)】

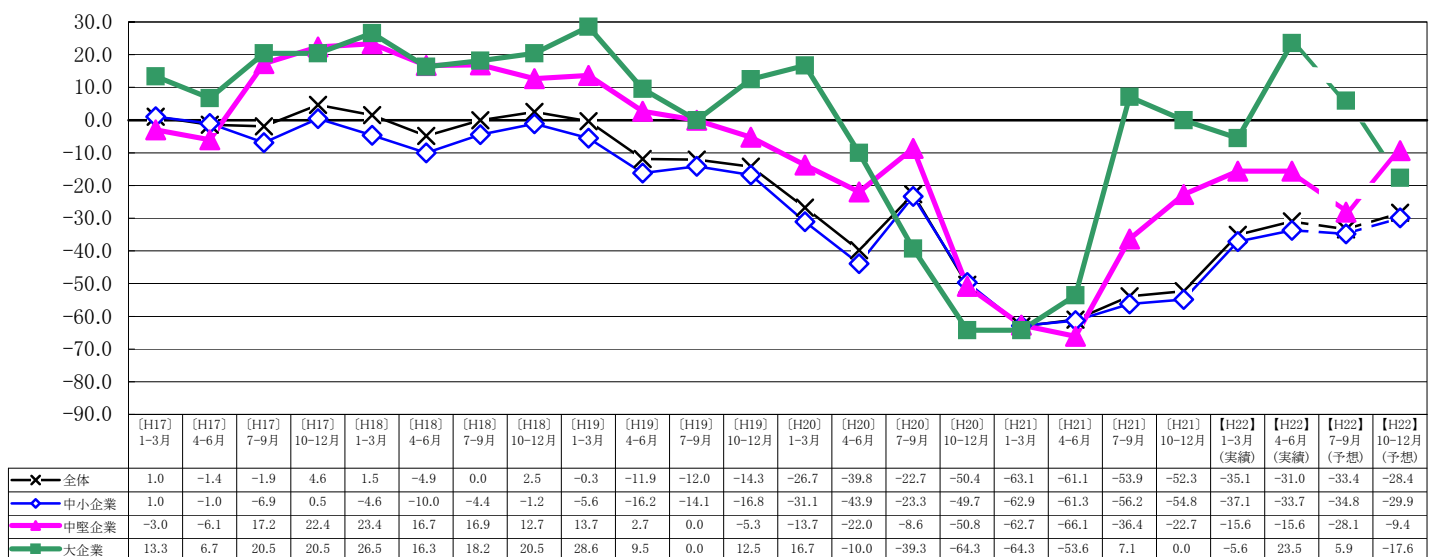
## ◆ (2)自営業況

- ・全体では平成21年1～3月期を底に上昇が続き、今後は概ね横ばいとなる見通し。
- ・市内の景気と同様に、平成21年7～9月期以降、製造業が非製造業よりも高い水準で推移。
- ・大企業は今期の4～6月期に上昇しプラス値となったが、今後は再びマイナス値に下降する見通し。
- ・中堅企業は平21年7～9月期以降、上昇傾向が続いたが、来期の7～9月期には下降する見通し。

(製造・非製造業別)



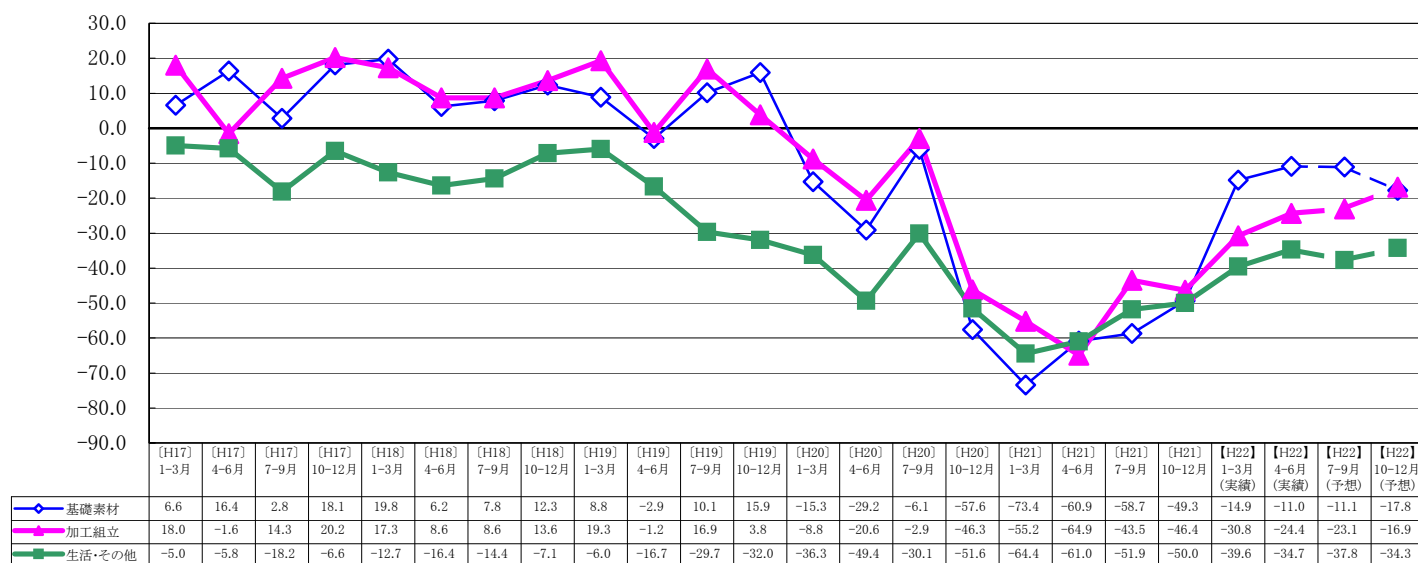
(規模別)



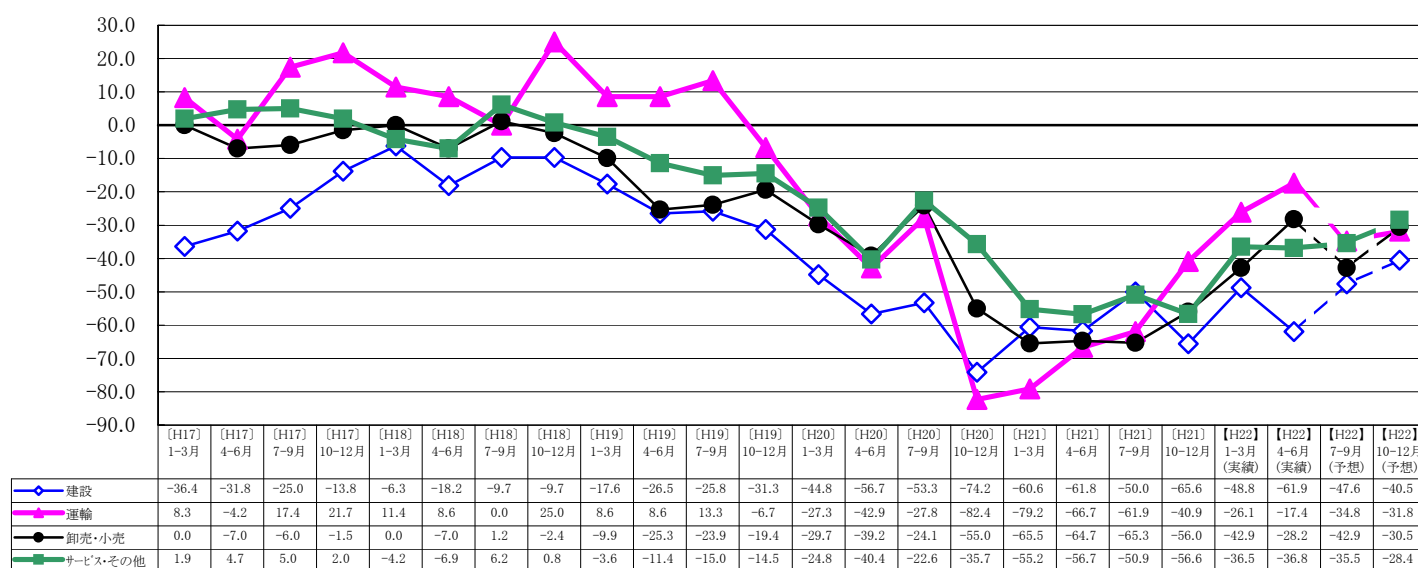
【DI=「上昇」(%)－「下降」(%)】

- ・基礎素材は前期の1～3月期には34.4ポイントと大きく上昇。
- ・全業種の中で建設のみが今期の4～6月期に下降。
- ・運輸は平成20年10～12月期を底に上昇を続け、今期の4～6月期には非製造業の中で最も高い値となった。

(業種別)  
[製造業]



[非製造業]

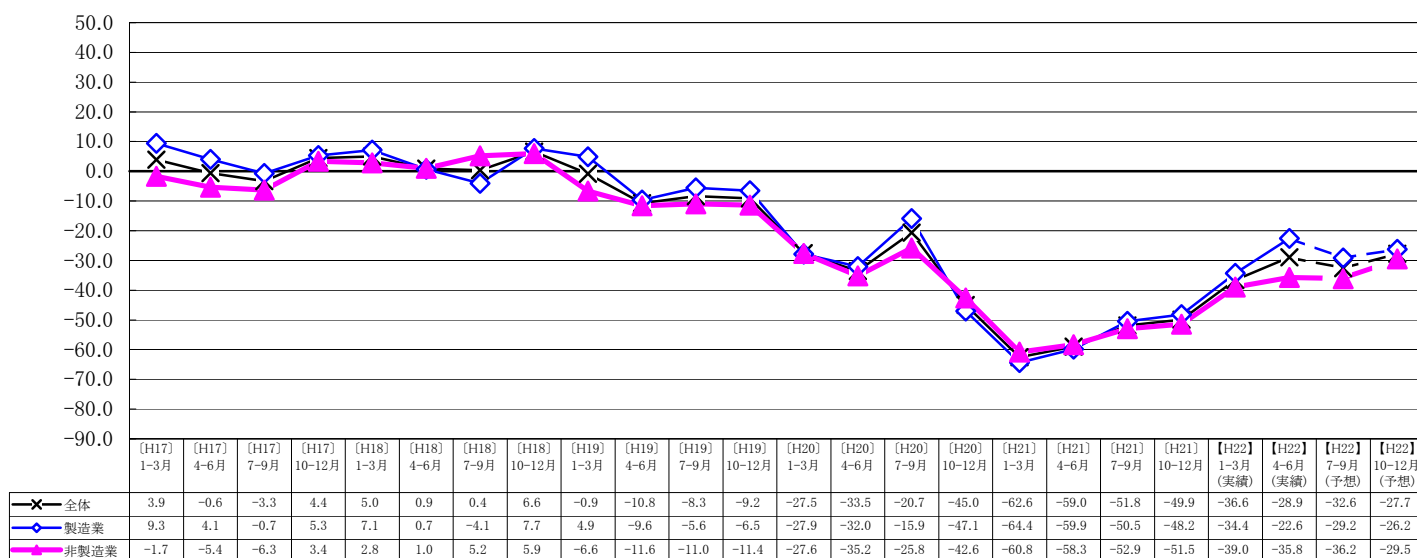


【DI=「上昇」(%)－「下降」(%)】

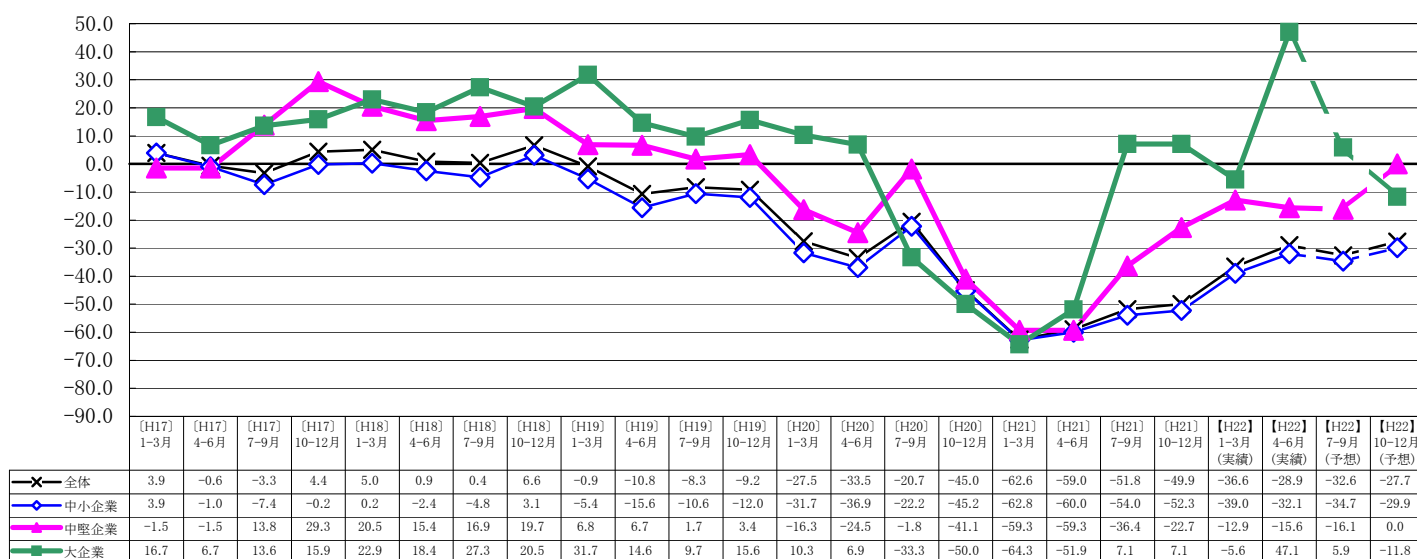
### ◆ (3)生産・売上

- ・全体では平成21年4～6月期以降、緩やかな上昇傾向。
- ・製造業と非製造業はほぼ同じ水準で推移していたが、今期の4～6月期は製造業がやや高い。
- ・大企業は今期の4～6月期に52.7ポイント上昇しプラス値となっているが、今後は下降する見通し。
- ・中堅企業は平成21年7～9月期以降、上昇し続けており、今年の10～12月期にマイナス値から抜ける見通し。

#### (製造・非製造業別)



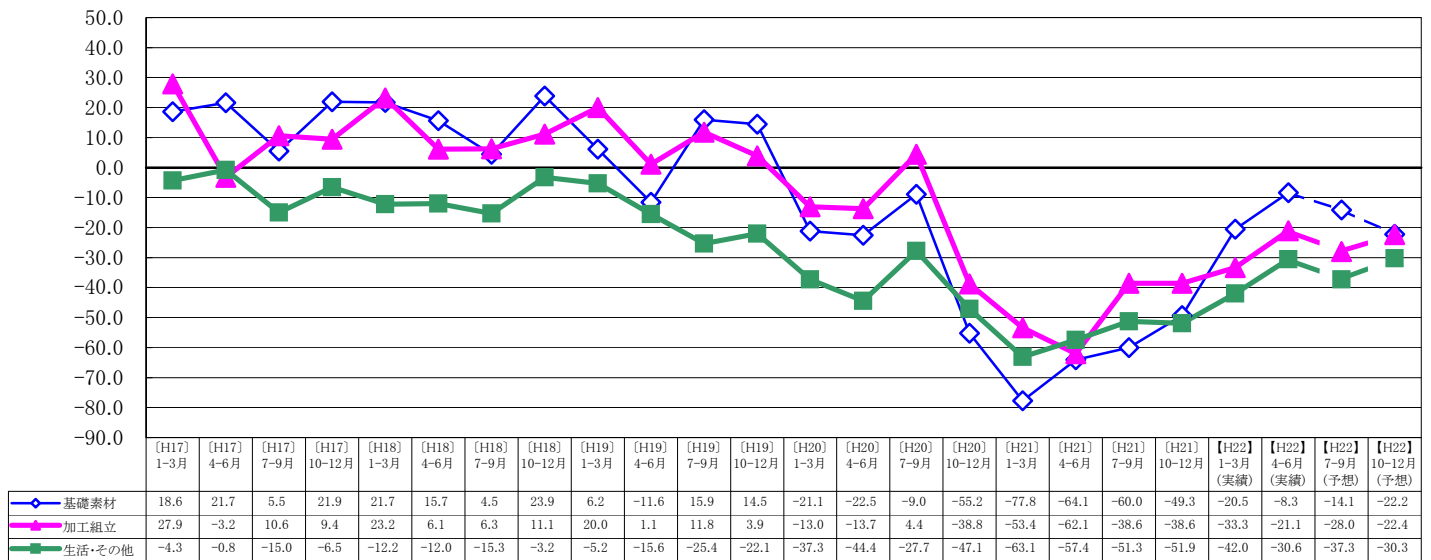
#### (規模別)



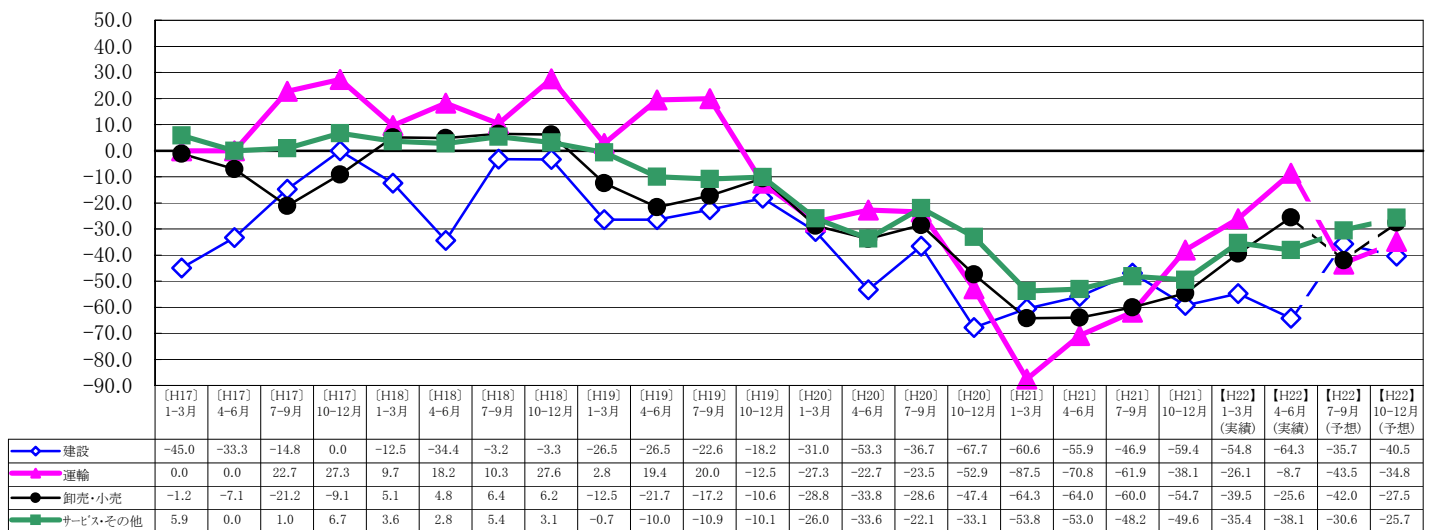
【DI=「増加」(%)－「減少」(%)】

- ・基礎素材は平成21年1～3月期を底に上昇が続き、今年に入って伸びが著しい。
- ・建設は平成21年10～12月期以降、他の業種と比べて低い水準で推移していたが、今年の7～9月期の予想で上昇する見通し。

(業種別)  
[製造業]



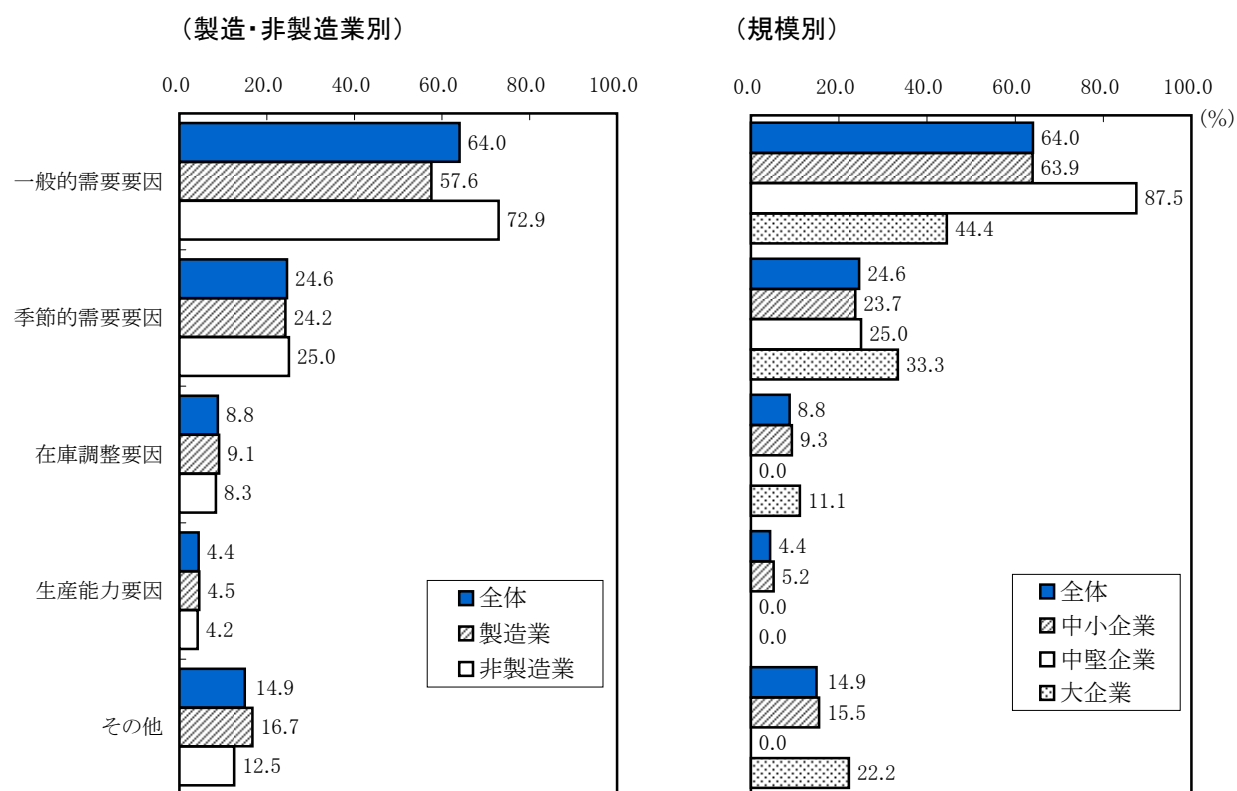
[非製造業]



【DI=「増加」(%)－「減少」(%)】

◆ (3-1)生産・売上の増加要因

- ・全体では「一般的需要要因」が64.0%と最も多い。
- ・非製造業で「一般的需要要因」が72.9%、製造業は57.6%。
- ・中堅企業の8社中7社(87.5%)が「一般的需要要因」、大企業では「季節的需要要因」が33.3%と比較的多い。



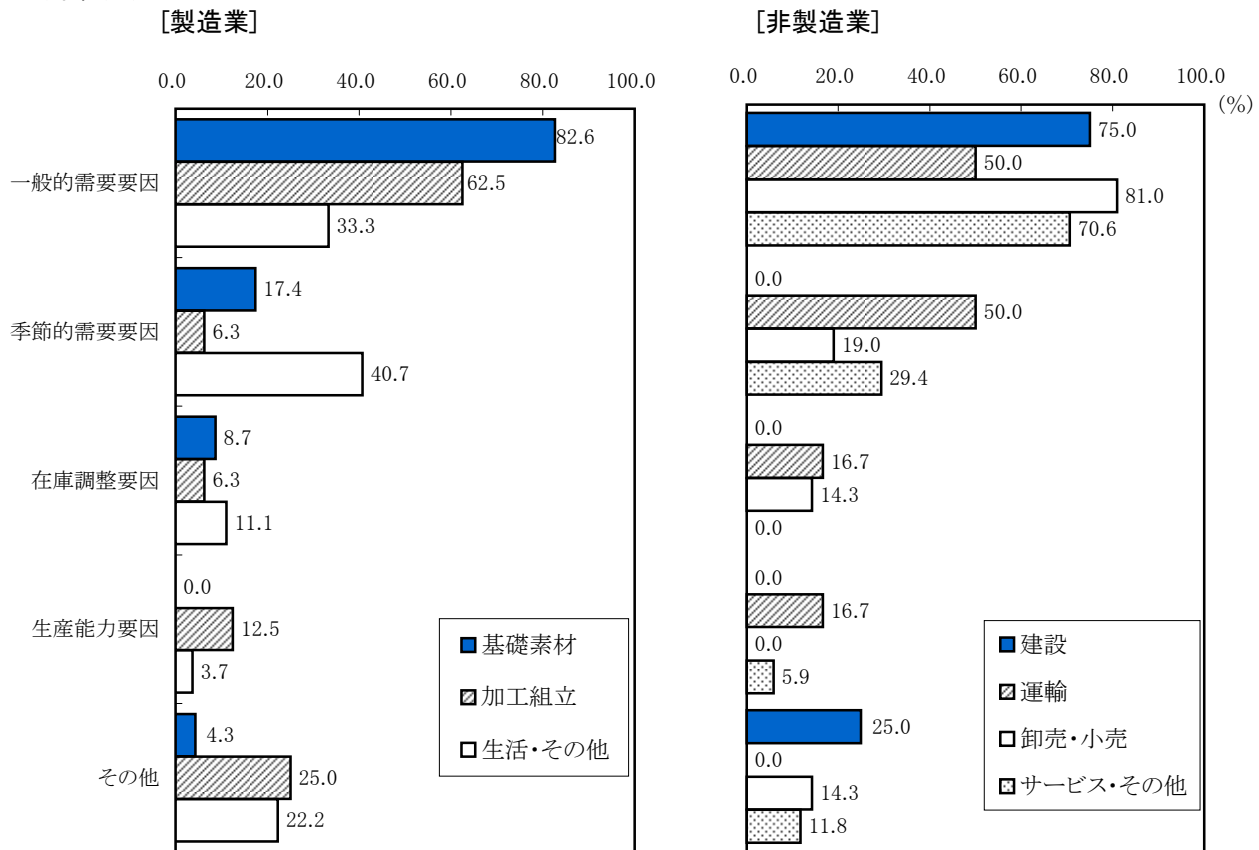
〈複数回答〉  
(上段・件数 下段・%)

|      | 全体           | 一般的需要<br>要因 | 季節的需要<br>要因 | 在庫調整<br>要因 | 生産能力<br>要因 | その他        | 無回答      |
|------|--------------|-------------|-------------|------------|------------|------------|----------|
| 全体   | 114<br>100.0 | 73<br>64.0  | 28<br>24.6  | 10<br>8.8  | 5<br>4.4   | 17<br>14.9 | 1<br>0.9 |
| 製造業  | 66<br>100.0  | 38<br>57.6  | 16<br>24.2  | 6<br>9.1   | 3<br>4.5   | 11<br>16.7 | 1<br>1.5 |
| 非製造業 | 48<br>100.0  | 35<br>72.9  | 12<br>25.0  | 4<br>8.3   | 2<br>4.2   | 6<br>12.5  | 0<br>0.0 |
| 中小企業 | 97<br>100.0  | 62<br>63.9  | 23<br>23.7  | 9<br>9.3   | 5<br>5.2   | 15<br>15.5 | 1<br>1.0 |
| 中堅企業 | 8<br>100.0   | 7<br>87.5   | 2<br>25.0   | 0<br>0.0   | 0<br>0.0   | 0<br>0.0   | 0<br>0.0 |
| 大企業  | 9<br>100.0   | 4<br>44.4   | 3<br>33.3   | 1<br>11.1  | 0<br>0.0   | 2<br>22.2  | 0<br>0.0 |

※網かけは上位3位

- ・基礎素材、卸売・小売は「一般的需要要因」が8割以上。
- ・生活・その他は「季節的需要要因」(40.7%)。

(業種別)



〈複数回答〉  
(上段・件数 下段・%)

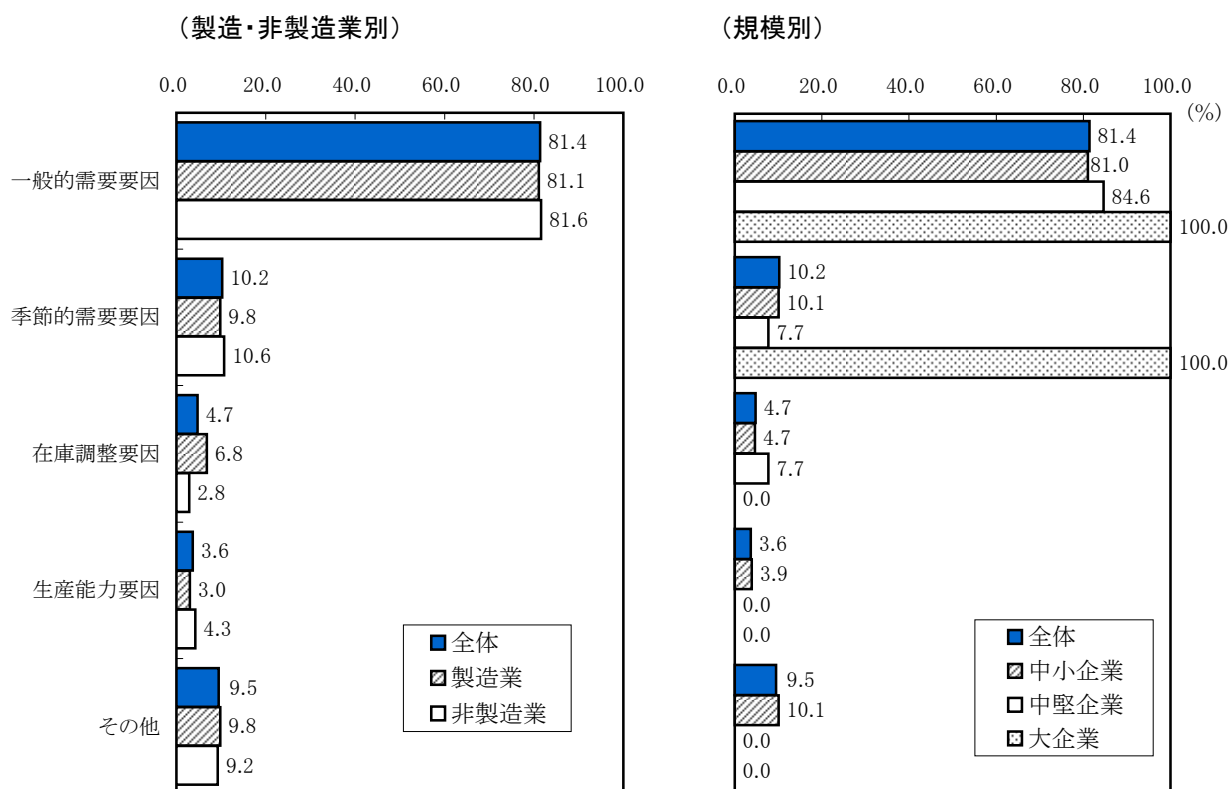
|      |          | 全体          | 一般的需要<br>要因 | 季節的需要<br>要因 | 在庫調整<br>要因 | 生産能力<br>要因 | その他       | 無回答      |
|------|----------|-------------|-------------|-------------|------------|------------|-----------|----------|
| 製造業  | 基礎素材     | 23<br>100.0 | 19<br>82.6  | 4<br>17.4   | 2<br>8.7   | 0<br>0.0   | 1<br>4.3  | 0<br>0.0 |
|      | 加工組立     | 16<br>100.0 | 10<br>62.5  | 1<br>6.3    | 1<br>6.3   | 2<br>12.5  | 4<br>25.0 | 0<br>0.0 |
|      | 生活・その他   | 27<br>100.0 | 9<br>33.3   | 11<br>40.7  | 3<br>11.1  | 1<br>3.7   | 6<br>22.2 | 1<br>3.7 |
| 非製造業 | 建設       | 4<br>100.0  | 3<br>75.0   | 0<br>0.0    | 0<br>0.0   | 0<br>0.0   | 1<br>25.0 | 0<br>0.0 |
|      | 運輸       | 6<br>100.0  | 3<br>50.0   | 3<br>50.0   | 1<br>16.7  | 1<br>16.7  | 0<br>0.0  | 0<br>0.0 |
|      | 卸売・小売    | 21<br>100.0 | 17<br>81.0  | 4<br>19.0   | 3<br>14.3  | 0<br>0.0   | 3<br>14.3 | 0<br>0.0 |
|      | サービス・その他 | 17<br>100.0 | 12<br>70.6  | 5<br>29.4   | 0<br>0.0   | 1<br>5.9   | 2<br>11.8 | 0<br>0.0 |

※網かけは上位3位



◆ (3-2)生産・売上の減少要因

- ・全体では「一般的需要要因」が81.4%と最も多い。
- ・「その他」の内容は「公共事業(工事)の減少」(6件)など。



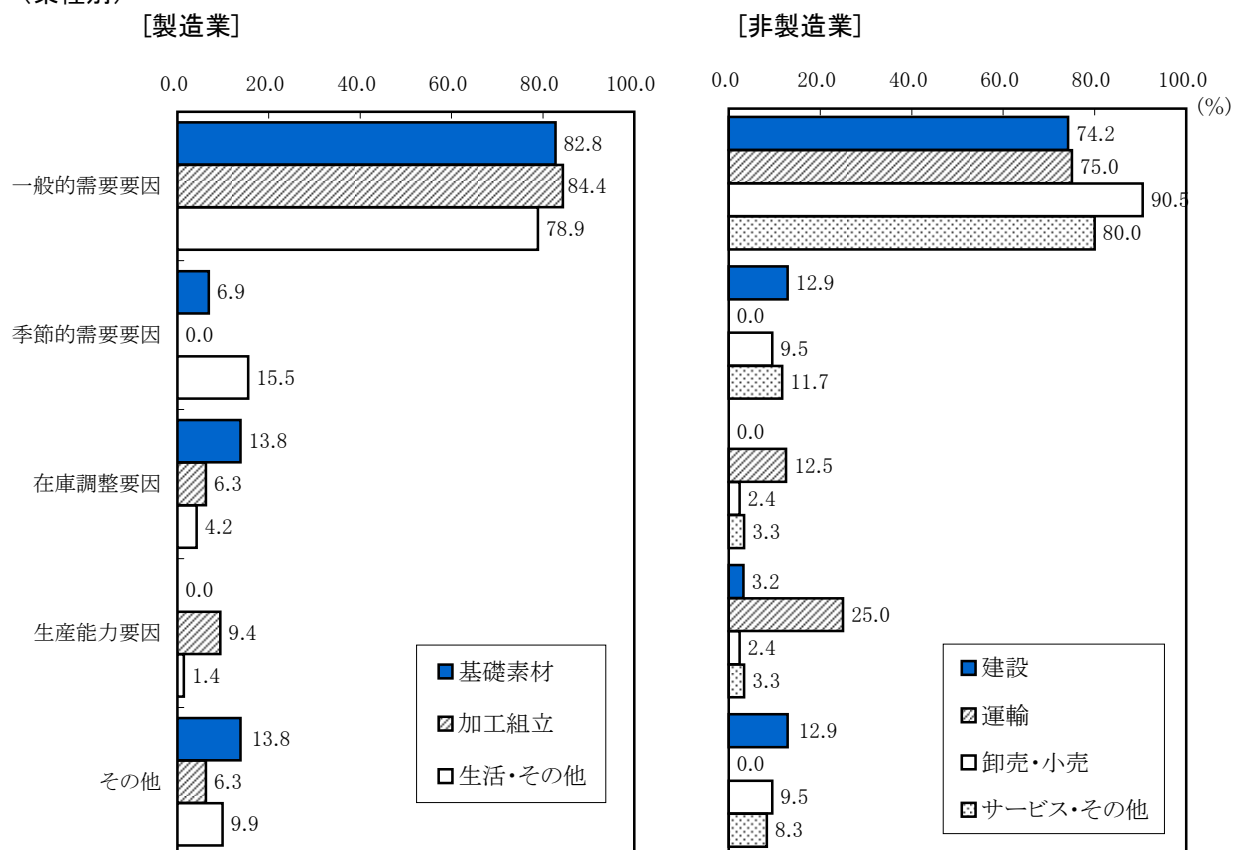
〈複数回答〉  
(上段・件数 下段・%)

|      | 全体           | 一般的需要<br>要因 | 季節的需要<br>要因 | 在庫調整<br>要因 | 生産能力<br>要因 | その他        | 無回答       |
|------|--------------|-------------|-------------|------------|------------|------------|-----------|
| 全体   | 274<br>100.0 | 223<br>81.4 | 28<br>10.2  | 13<br>4.7  | 10<br>3.6  | 26<br>9.5  | 15<br>5.5 |
| 製造業  | 132<br>100.0 | 107<br>81.1 | 13<br>9.8   | 9<br>6.8   | 4<br>3.0   | 13<br>9.8  | 6<br>4.5  |
| 非製造業 | 141<br>100.0 | 115<br>81.6 | 15<br>10.6  | 4<br>2.8   | 6<br>4.3   | 13<br>9.2  | 9<br>6.4  |
| 中小企業 | 258<br>100.0 | 209<br>81.0 | 26<br>10.1  | 12<br>4.7  | 10<br>3.9  | 26<br>10.1 | 14<br>5.4 |
| 中堅企業 | 13<br>100.0  | 11<br>84.6  | 1<br>7.7    | 1<br>7.7   | 0<br>0.0   | 0<br>0.0   | 1<br>7.7  |
| 大企業  | 1<br>100.0   | 1<br>100.0  | 1<br>100.0  | 0<br>0.0   | 0<br>0.0   | 0<br>0.0   | 0<br>0.0  |

※網かけは上位3位

- 全ての業種において、「一般的需要要因」が最も多い。特に卸売・小売では9割以上。
- 基礎素材は「在庫調整要因」(13.8%)が比較的多い。
- 生活・その他は「季節的需要要因」(15.5%)が比較的多い。

(業種別)



〈複数回答〉  
(上段・件数 下段・%)

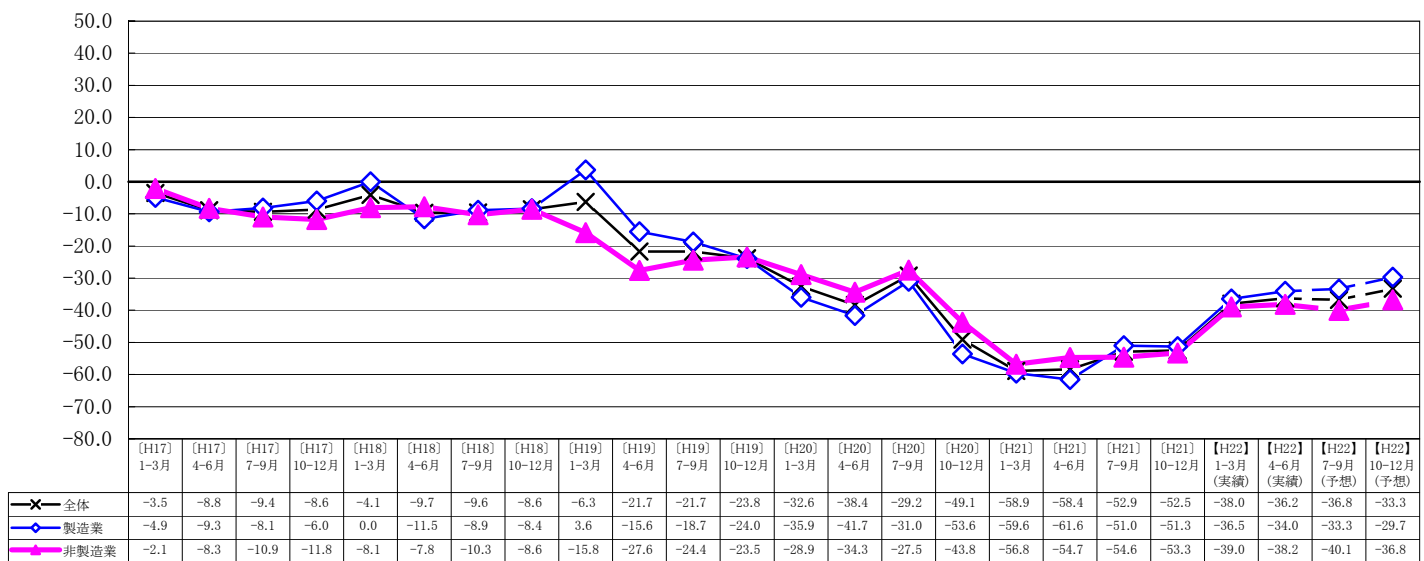
|      |          | 全体          | 一般的需要<br>要因 | 季節的需要<br>要因 | 在庫調整<br>要因 | 生産能力<br>要因 | その他       | 無回答       |
|------|----------|-------------|-------------|-------------|------------|------------|-----------|-----------|
| 製造業  | 基礎素材     | 29<br>100.0 | 24<br>82.8  | 2<br>6.9    | 4<br>13.8  | 0<br>0.0   | 4<br>13.8 | 1<br>3.4  |
|      | 加工組立     | 32<br>100.0 | 27<br>84.4  | 0<br>0.0    | 2<br>6.3   | 3<br>9.4   | 2<br>6.3  | 1<br>3.1  |
|      | 生活・その他   | 71<br>100.0 | 56<br>78.9  | 11<br>15.5  | 3<br>4.2   | 1<br>1.4   | 7<br>9.9  | 4<br>5.6  |
| 非製造業 | 建設       | 31<br>100.0 | 23<br>74.2  | 4<br>12.9   | 0<br>0.0   | 1<br>3.2   | 4<br>12.9 | 2<br>6.5  |
|      | 運輸       | 8<br>100.0  | 6<br>75.0   | 0<br>0.0    | 1<br>12.5  | 2<br>25.0  | 0<br>0.0  | 1<br>12.5 |
|      | 卸売・小売    | 42<br>100.0 | 38<br>90.5  | 4<br>9.5    | 1<br>2.4   | 1<br>2.4   | 4<br>9.5  | 2<br>4.8  |
|      | サービス・その他 | 60<br>100.0 | 48<br>80.0  | 7<br>11.7   | 2<br>3.3   | 2<br>3.3   | 5<br>8.3  | 4<br>6.7  |

※網かけは上位3位

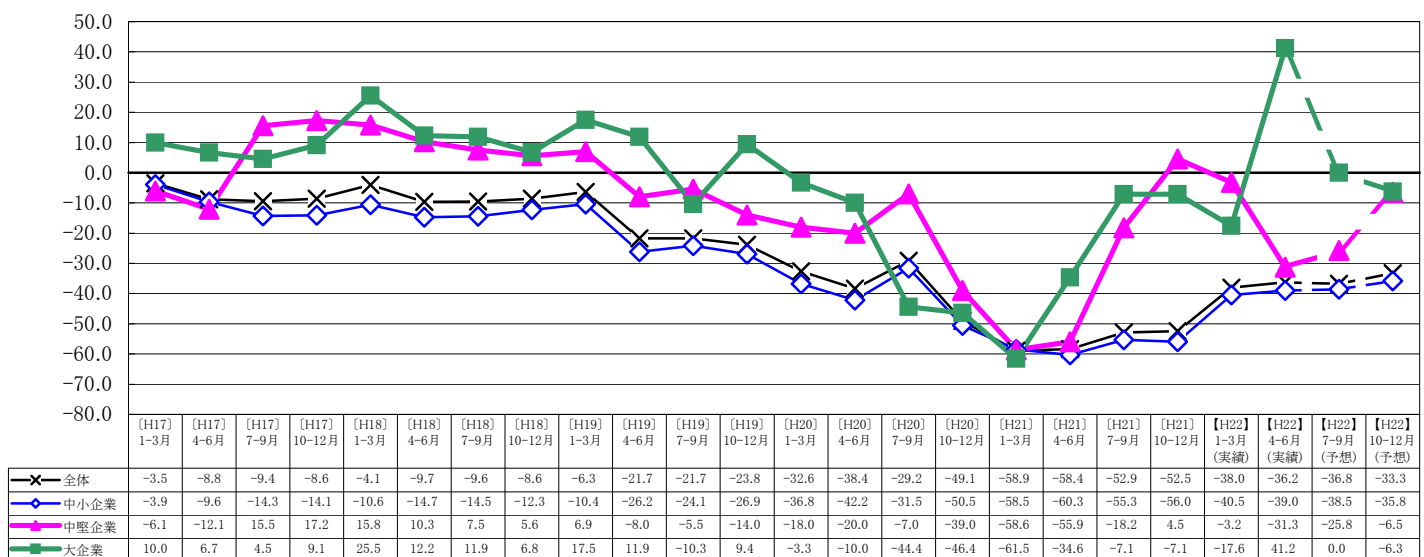
#### ◆ (4)経常利益

- ・平成17年の調査開始以降、減少傾向でマイナス値を推移。
- ・全体は前期の1～3月期に上昇、今後は概ね横ばいの見通し。
- ・大企業は今期の4～6月期にプラス値に上昇。平成17年の調査開始以降、最も大きい値。
- ・中堅企業は平成21年10～12月期に一度回復したが、再び下降マイナス値となる。

#### (製造・非製造業別)



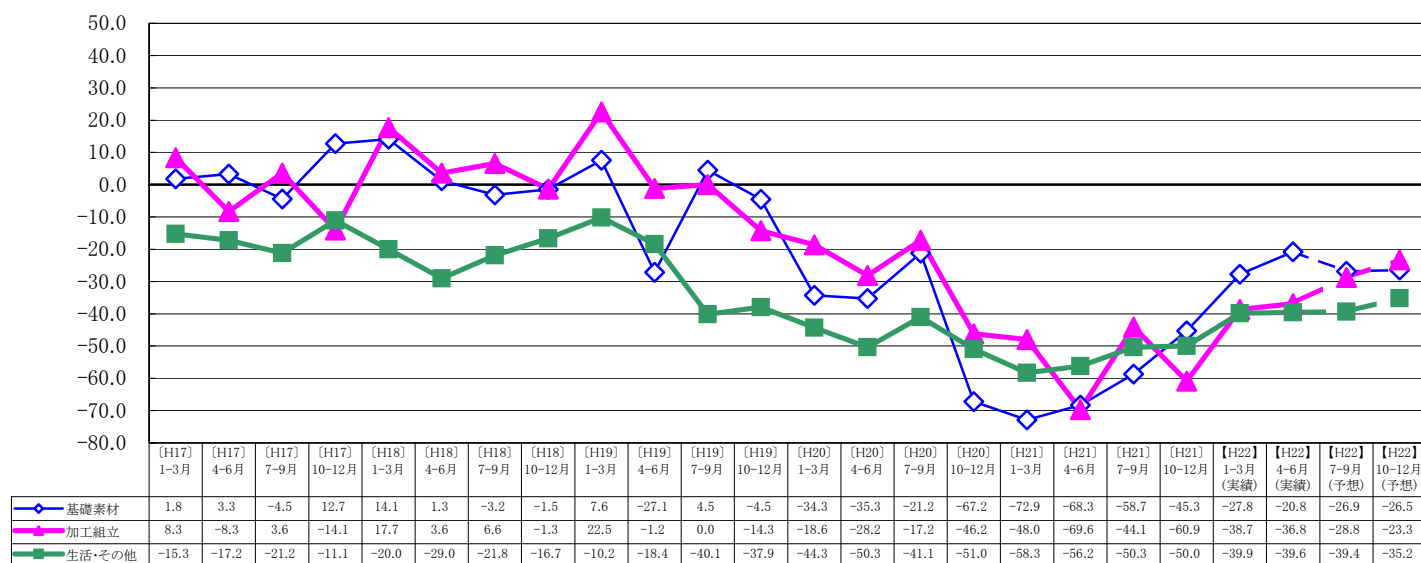
#### (規模別)



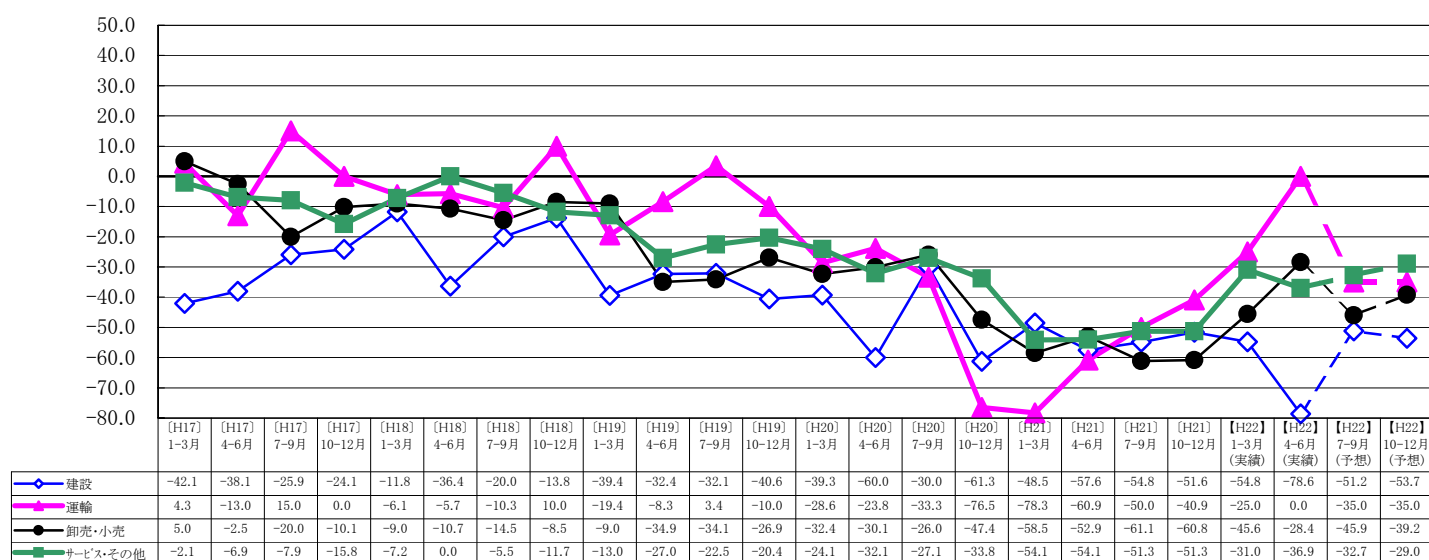
【DI=「増加」(%)－「減少」(%)】

- ・建設は今期の4～6月期に23.8ポイント減少し、全業種の中で最も低い値。
- ・運輸は建設と反対に今期の4～6月期は大きく上昇。7～9月期以降は前年水準に戻り、横ばいの見通し。

(業種別)  
【製造業】



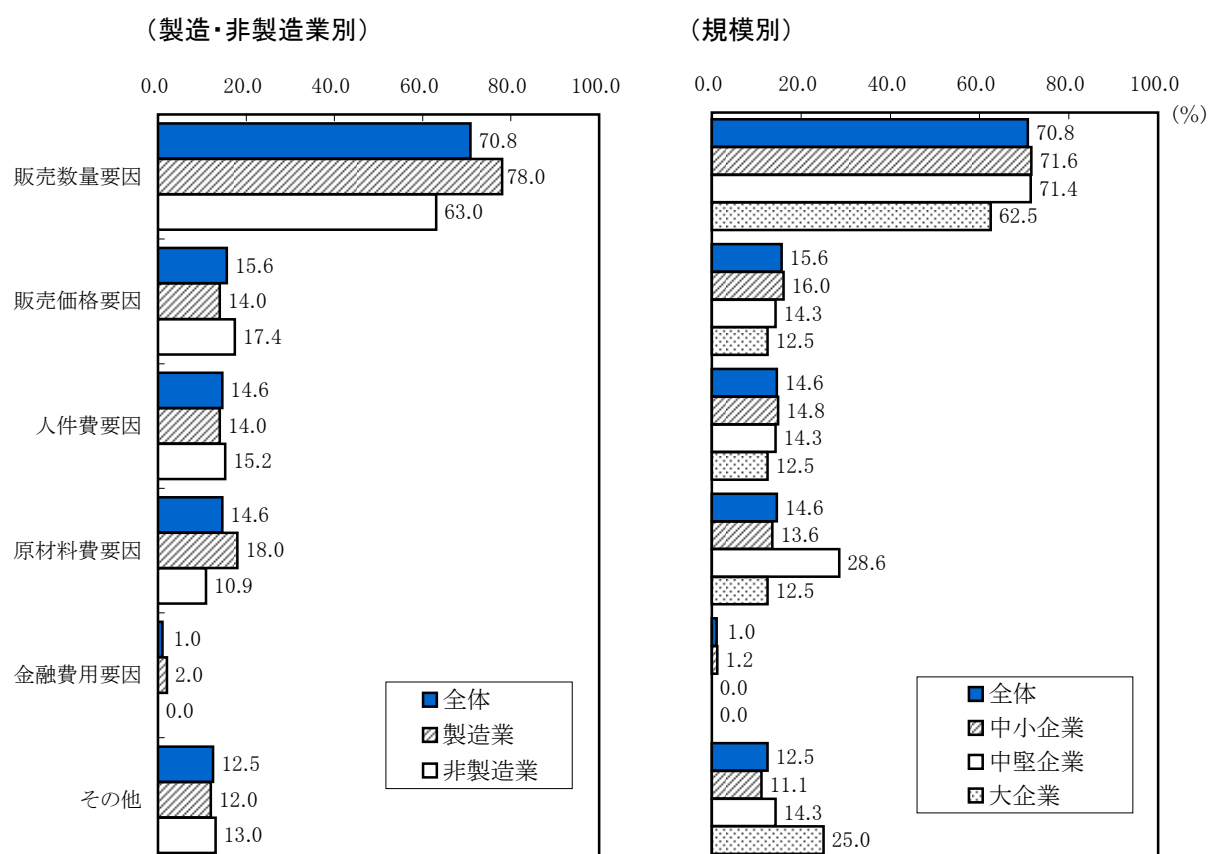
【非製造業】



【DI=「増加」(%)－「減少」(%)】

◆ (4-1)経常利益の増加要因

- ・全体では「販売数量要因」が70.8%と最も多い。
- ・製造業で「販売数量要因」が78.0%、非製造業は63.0%。
- ・「販売数量要因」は中堅、中小企業では7割以上のところ、大企業は62.5%と少ない。

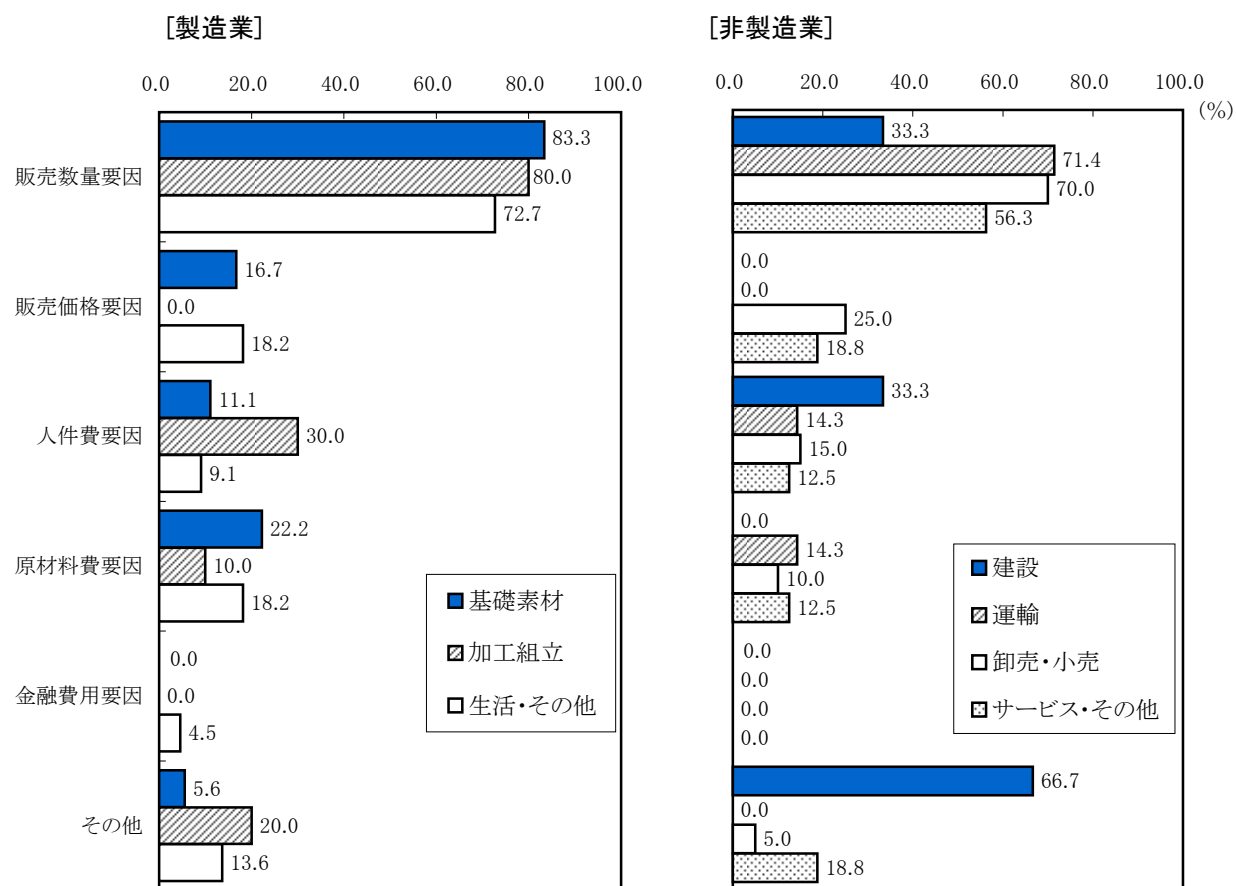


〈複数回答〉  
(上段・件数 下段・%)

|      | 全体          | 販売数量<br>要因 | 販売価格<br>要因 | 人件費<br>要因  | 原材料費<br>要因 | 金融費用<br>要因 | その他        | 無回答      |
|------|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|----------|
| 全体   | 96<br>100.0 | 68<br>70.8 | 15<br>15.6 | 14<br>14.6 | 14<br>14.6 | 1<br>1.0   | 12<br>12.5 | 1<br>1.0 |
| 製造業  | 50<br>100.0 | 39<br>78.0 | 7<br>14.0  | 7<br>14.0  | 9<br>18.0  | 1<br>2.0   | 6<br>12.0  | 0<br>0.0 |
| 非製造業 | 46<br>100.0 | 29<br>63.0 | 8<br>17.4  | 7<br>15.2  | 5<br>10.9  | 0<br>0.0   | 6<br>13.0  | 1<br>2.2 |
| 中小企業 | 81<br>100.0 | 58<br>71.6 | 13<br>16.0 | 12<br>14.8 | 11<br>13.6 | 1<br>1.2   | 9<br>11.1  | 1<br>1.2 |
| 中堅企業 | 7<br>100.0  | 5<br>71.4  | 1<br>14.3  | 1<br>14.3  | 2<br>28.6  | 0<br>0.0   | 1<br>14.3  | 0<br>0.0 |
| 大企業  | 8<br>100.0  | 5<br>62.5  | 1<br>12.5  | 1<br>12.5  | 1<br>12.5  | 0<br>0.0   | 2<br>25.0  | 0<br>0.0 |

※網かけは上位3位

- ・製造業の3業種とも「販売数量要因」が経常利益の増加要因として最も多い。
- ・中でも基礎素材で18社のうち15社が「販売数量要因」(83.3%)と回答している。



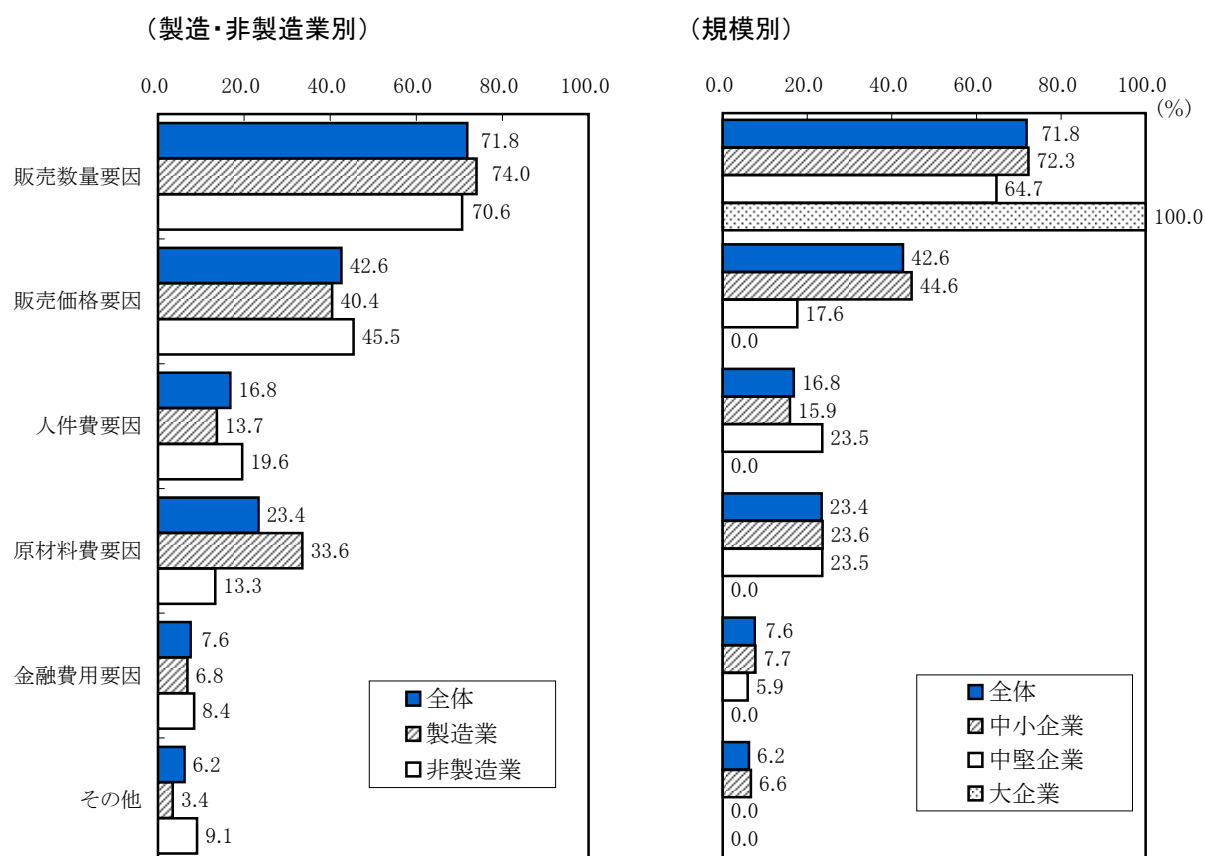
〈複数回答〉  
(上段・件数 下段・%)

|      |          | 全体          | 販売数量<br>要因 | 販売価格<br>要因 | 人件費<br>要因 | 原材料費<br>要因 | 金融費用<br>要因 | その他       | 無回答      |
|------|----------|-------------|------------|------------|-----------|------------|------------|-----------|----------|
| 製造業  | 基礎素材     | 18<br>100.0 | 15<br>83.3 | 3<br>16.7  | 2<br>11.1 | 4<br>22.2  | 0<br>0.0   | 1<br>5.6  | 0<br>0.0 |
|      | 加工組立     | 10<br>100.0 | 8<br>80.0  | 0<br>0.0   | 3<br>30.0 | 1<br>10.0  | 0<br>0.0   | 2<br>20.0 | 0<br>0.0 |
|      | 生活・その他   | 22<br>100.0 | 16<br>72.7 | 4<br>18.2  | 2<br>9.1  | 4<br>18.2  | 1<br>4.5   | 3<br>13.6 | 0<br>0.0 |
| 非製造業 | 建設       | 3<br>100.0  | 1<br>33.3  | 0<br>0.0   | 1<br>33.3 | 0<br>0.0   | 0<br>0.0   | 2<br>66.7 | 0<br>0.0 |
|      | 運輸       | 7<br>100.0  | 5<br>71.4  | 0<br>0.0   | 1<br>14.3 | 1<br>14.3  | 0<br>0.0   | 0<br>0.0  | 0<br>0.0 |
|      | 卸売・小売    | 20<br>100.0 | 14<br>70.0 | 5<br>25.0  | 3<br>15.0 | 2<br>10.0  | 0<br>0.0   | 1<br>5.0  | 0<br>0.0 |
|      | サービス・その他 | 16<br>100.0 | 9<br>56.3  | 3<br>18.8  | 2<br>12.5 | 2<br>12.5  | 0<br>0.0   | 3<br>18.8 | 1<br>6.3 |

※網かけは上位3位

◆ (4-2)経常利益の減少要因

- ・全体では「販売数量要因」が71.8%と最も多く、次いで「販売価格要因」(42.6%)が続く。
- ・「原材料費要因」では製造業(33.6%)が非製造業(13.3%)よりも20ポイント以上高い。
- ・中小企業で「販売価格要因」が44.6%と比較的多い。



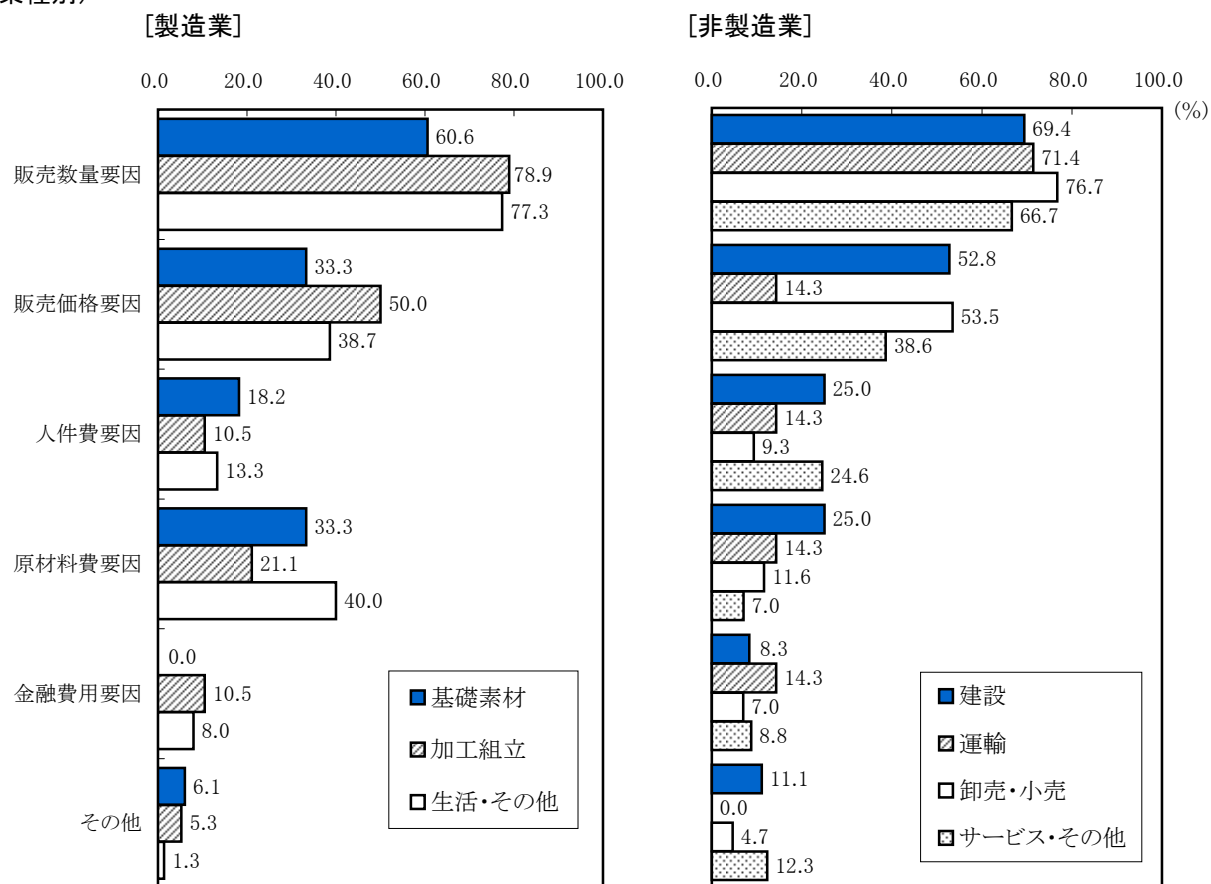
〈複数回答〉  
(上段・件数 下段・%)

|      | 全体           | 販売数量<br>要因  | 販売価格<br>要因  | 人件費<br>要因  | 原材料費<br>要因 | 金融費用<br>要因 | その他       | 無回答       |
|------|--------------|-------------|-------------|------------|------------|------------|-----------|-----------|
| 合計   | 291<br>100.0 | 209<br>71.8 | 124<br>42.6 | 49<br>16.8 | 68<br>23.4 | 22<br>7.6  | 18<br>6.2 | 13<br>4.5 |
| 製造業  | 146<br>100.0 | 108<br>74.0 | 59<br>40.4  | 20<br>13.7 | 49<br>33.6 | 10<br>6.8  | 5<br>3.4  | 5<br>3.4  |
| 非製造業 | 143<br>100.0 | 101<br>70.6 | 65<br>45.5  | 28<br>19.6 | 19<br>13.3 | 12<br>8.4  | 13<br>9.1 | 7<br>4.9  |
| 中小企業 | 271<br>100.0 | 196<br>72.3 | 121<br>44.6 | 43<br>15.9 | 64<br>23.6 | 21<br>7.7  | 18<br>6.6 | 12<br>4.4 |
| 中堅企業 | 17<br>100.0  | 11<br>64.7  | 3<br>17.6   | 4<br>23.5  | 4<br>23.5  | 1<br>5.9   | 0<br>0.0  | 1<br>5.9  |
| 大企業  | 1<br>100.0   | 1<br>100.0  | 0<br>0.0    | 0<br>0.0   | 0<br>0.0   | 0<br>0.0   | 0<br>0.0  | 0<br>0.0  |

※網かけは上位3位

- ・基礎素材は他と比べて「販売数量要因」が60.6%と低く、「人件費要因」(18.2%)で高い。
- ・加工組立は「販売数量要因」(78.9%)、「販売価格要因」(50.0%)などが多い。
- ・建設、卸売・小売は「販売価格要因」が半数以上を占める。

(業種別)



〈複数回答〉  
(上段・件数 下段・%)

|      |          | 全体          | 販売数量<br>要因 | 販売価格<br>要因 | 人件費<br>要因  | 原材料費<br>要因 | 金融費用<br>要因 | その他       | 無回答      |
|------|----------|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------|----------|
| 製造業  | 基礎素材     | 33<br>100.0 | 20<br>60.6 | 11<br>33.3 | 6<br>18.2  | 11<br>33.3 | 0<br>0.0   | 2<br>6.1  | 3<br>9.1 |
|      | 加工組立     | 38<br>100.0 | 30<br>78.9 | 19<br>50.0 | 4<br>10.5  | 8<br>21.1  | 4<br>10.5  | 2<br>5.3  | 1<br>2.6 |
|      | 生活・その他   | 75<br>100.0 | 58<br>77.3 | 29<br>38.7 | 10<br>13.3 | 30<br>40.0 | 6<br>8.0   | 1<br>1.3  | 1<br>1.3 |
| 非製造業 | 建設       | 36<br>100.0 | 25<br>69.4 | 19<br>52.8 | 9<br>25.0  | 9<br>25.0  | 3<br>8.3   | 4<br>11.1 | 1<br>2.8 |
|      | 運輸       | 7<br>100.0  | 5<br>71.4  | 1<br>14.3  | 1<br>14.3  | 1<br>14.3  | 1<br>14.3  | 0<br>0.0  | 0<br>0.0 |
|      | 卸売・小売    | 43<br>100.0 | 33<br>76.7 | 23<br>53.5 | 4<br>9.3   | 5<br>11.6  | 3<br>7.0   | 2<br>4.7  | 2<br>4.7 |
|      | サービス・その他 | 57<br>100.0 | 38<br>66.7 | 22<br>38.6 | 14<br>24.6 | 4<br>7.0   | 5<br>8.8   | 7<br>12.3 | 4<br>7.0 |

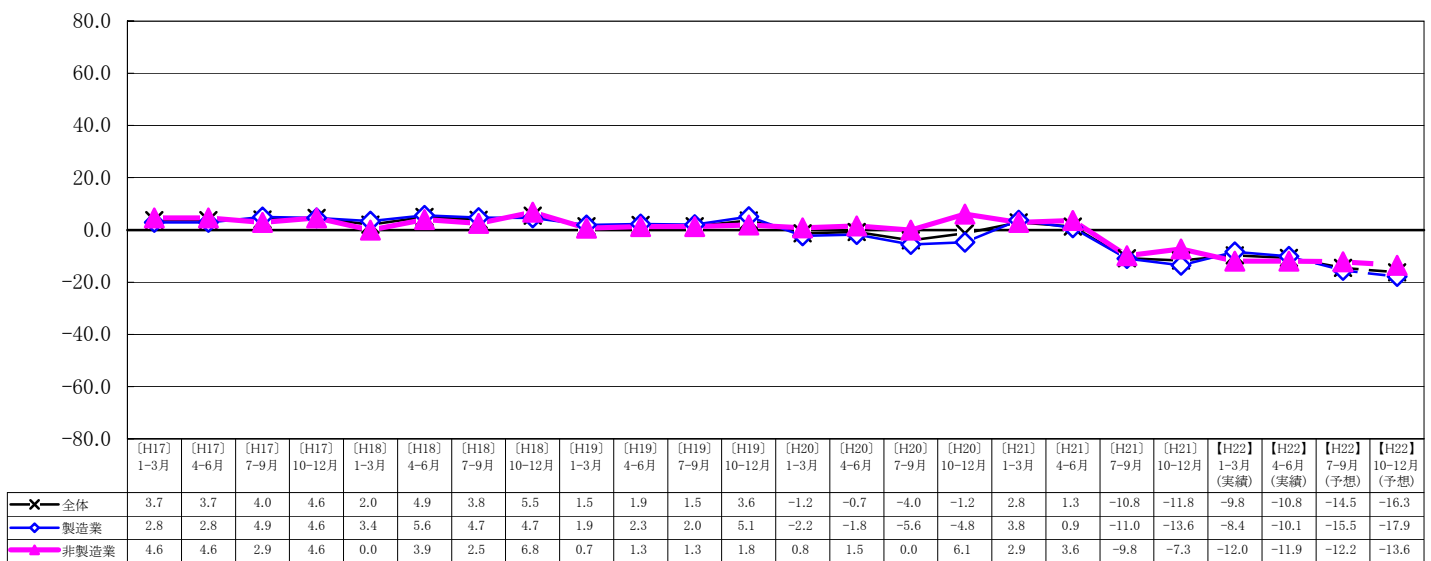
※網かけは上位3位



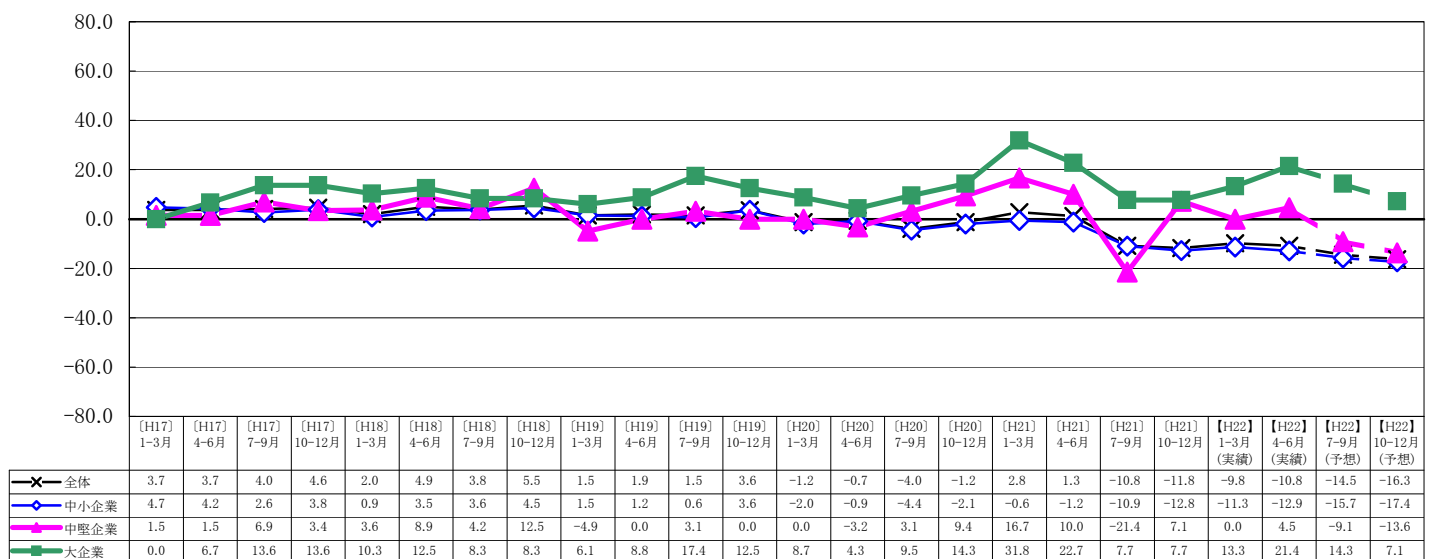
## ◆ (5)製品・商品在庫量

- ・全体では平成21年7～9月期にマイナス値に転じ、その後、緩やかに下降傾向。
- ・製造業と非製造業に大きな差はなく、今後はマイナス値を推移する見通し。
- ・大企業は平成17年4～6月期以降、プラス値が続き、過剰傾向。
- ・中堅、中小企業はマイナス値が続く見通し。

### (製造・非製造業別)



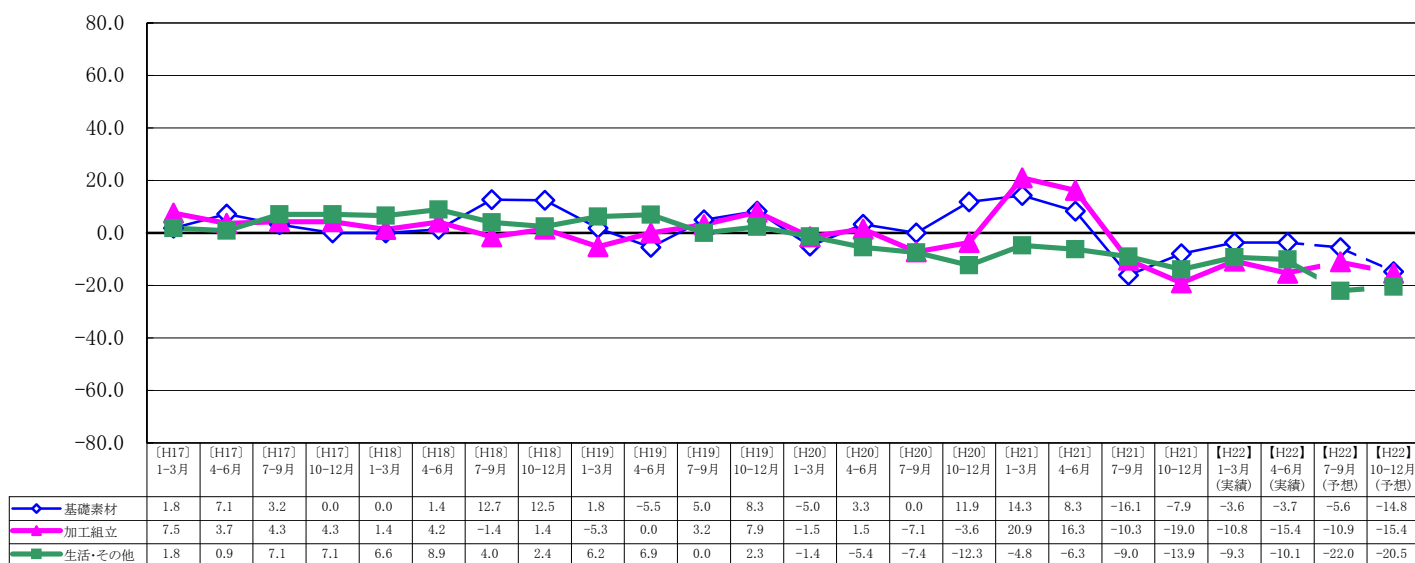
### (規模別)



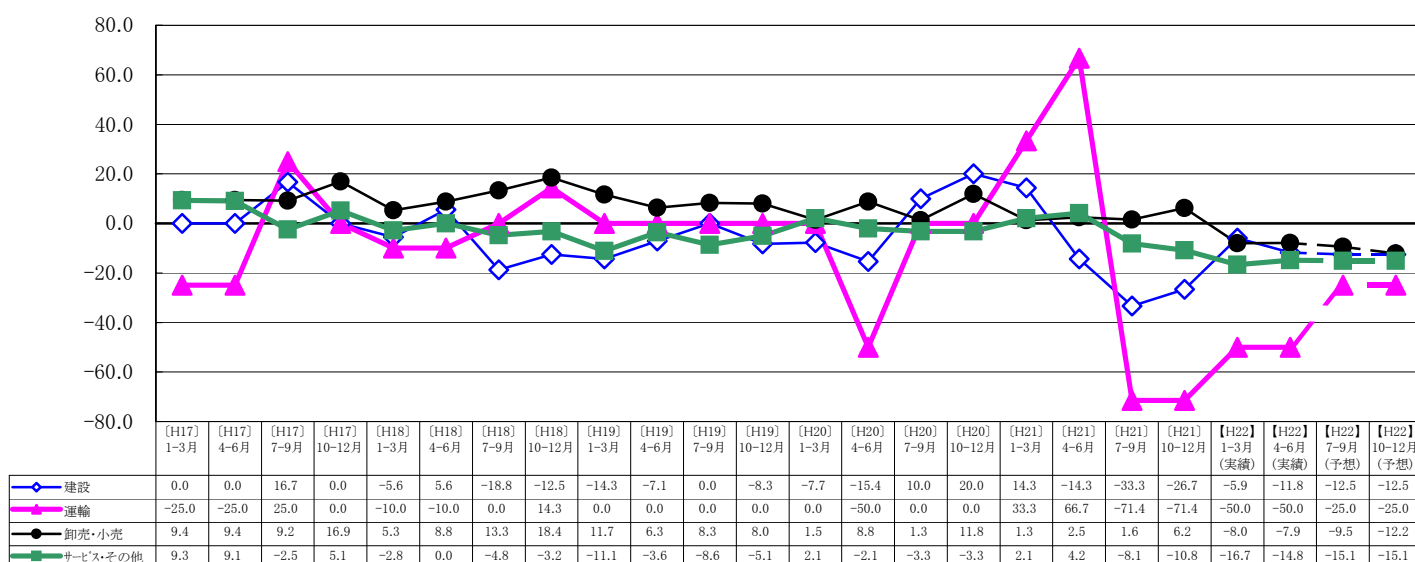
※製品・商品を持つ業種のみ回答  
【DI=「過剰」(%)－「減少」(%)】

・卸売・小売は平成17年の調査開始以降、プラス値が続き、過剰傾向にあったが、前期の1～3月期にマイナス値に減少し、今後は減少傾向となる見通し。

(業種別)  
[製造業]



[非製造業]

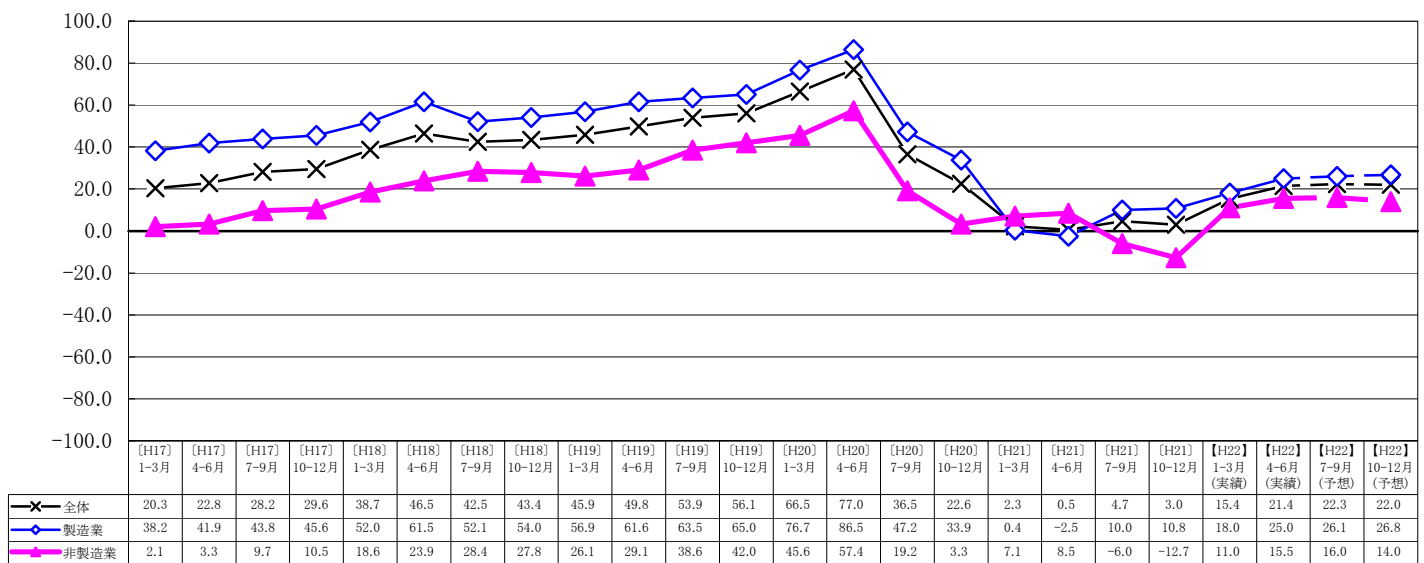


※製品・商品を持つ業種のみ回答  
【DI=「過剰」(%) - 「減少」(%)】

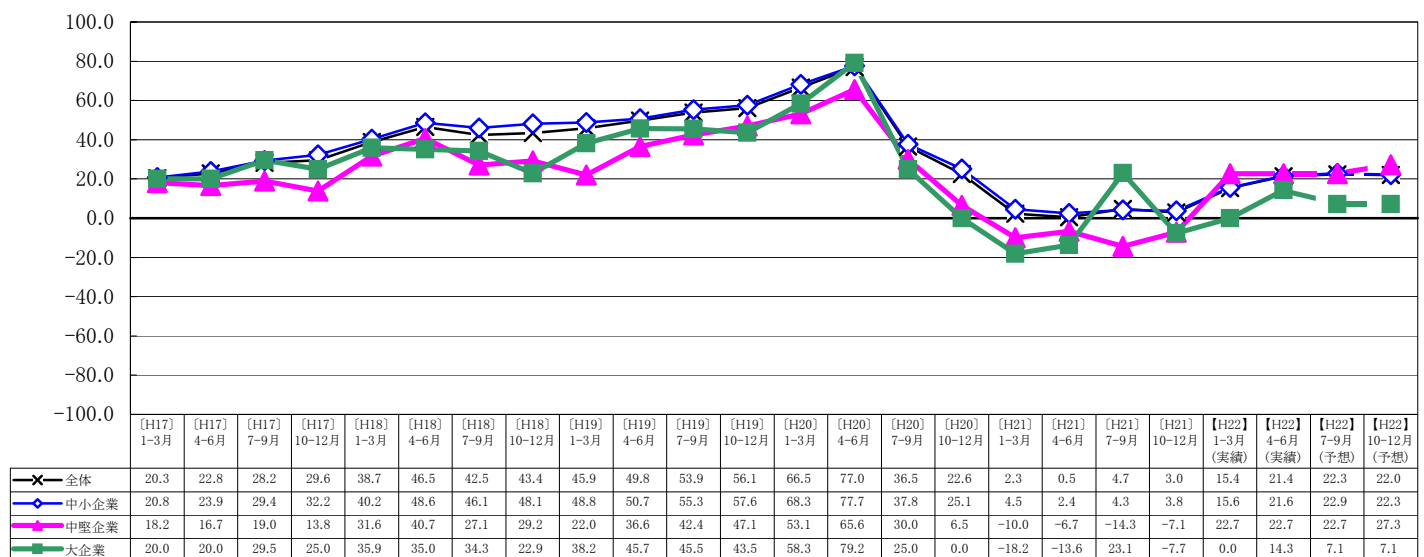
## ◆ (6)仕入れ単価

- ・全体では前期の7～9月期以降上昇しており、今後は概ね横ばいが続く見通し。
- ・平成17年の調査開始以降、製造業が非製造業よりも概ね高い値で推移。
- ・非製造業は昨年末から今年にかけて上昇し、今後は横ばいで推移。

(製造・非製造業別)



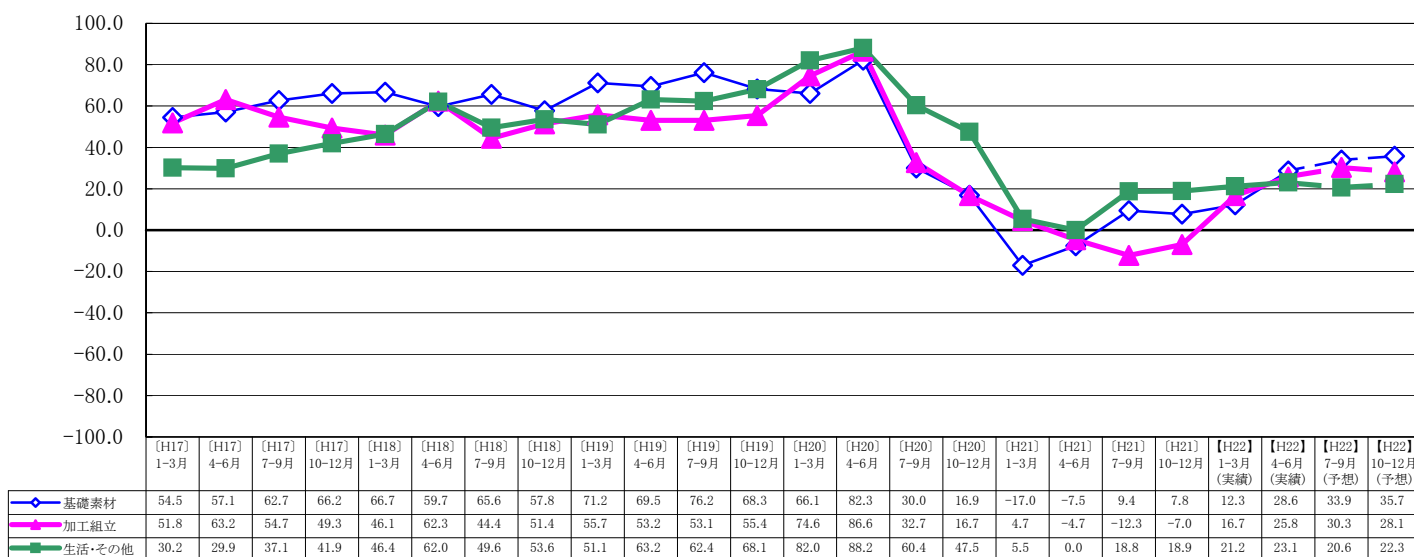
(規模別)



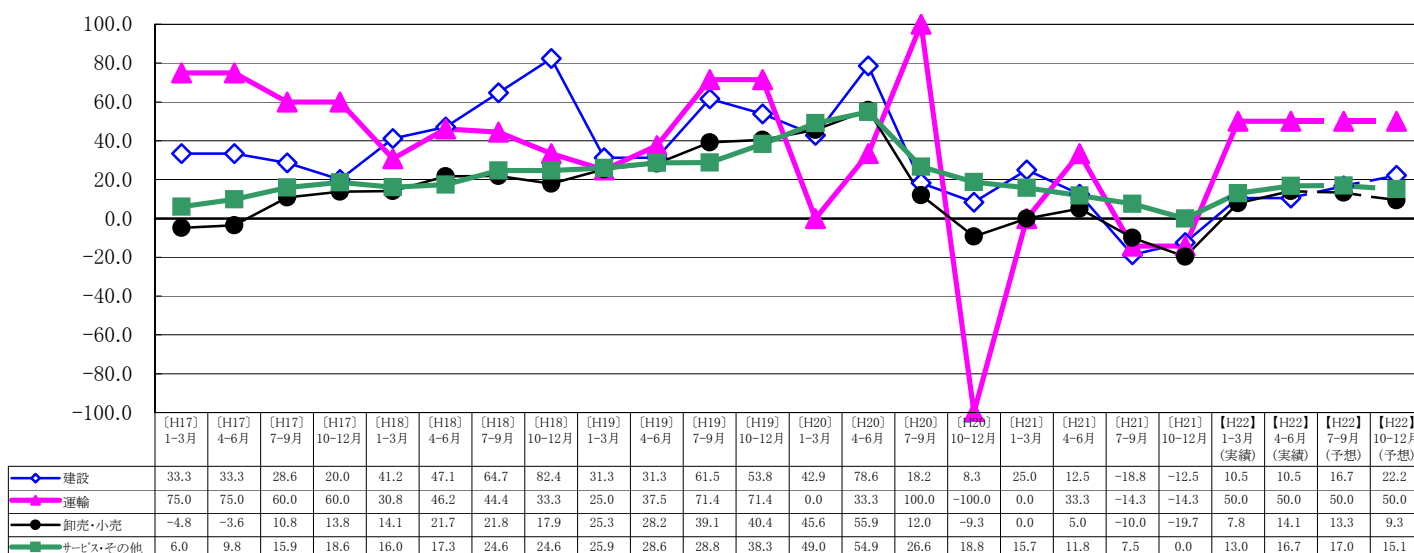
※製品・商品を持つ業種のみ回答  
【DI=「上昇」(%)－「下降」(%)】

- ・生活・その他は平成21年10～12月期以降、今後も含め、概ね横ばいが続く。
- ・平成21年に底ををみて以来、基礎素材、生活・その他、加工組立の順に回復上昇し、今後は横ばいの見

(業種別)  
【製造業】



【非製造業】



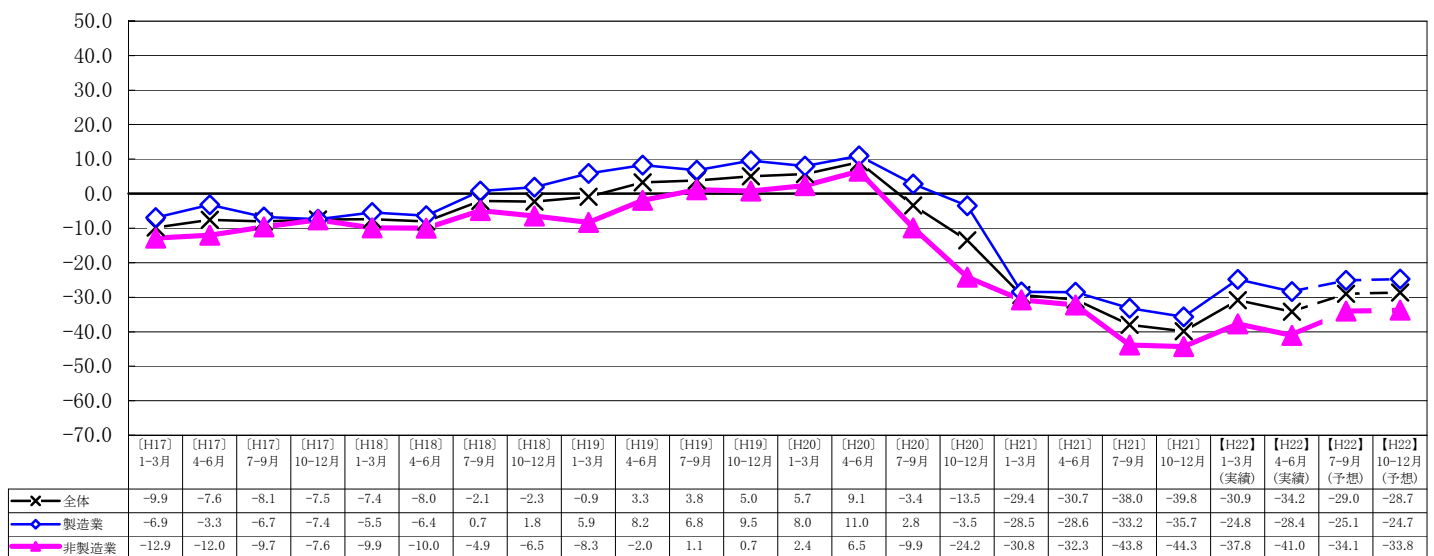
(注)平成20年10～12月期の「運輸」の有効回答は1件のみであった。

※製品・商品を持つ業種のみ回答  
【DI=「上昇」(%)－「下降」(%)】

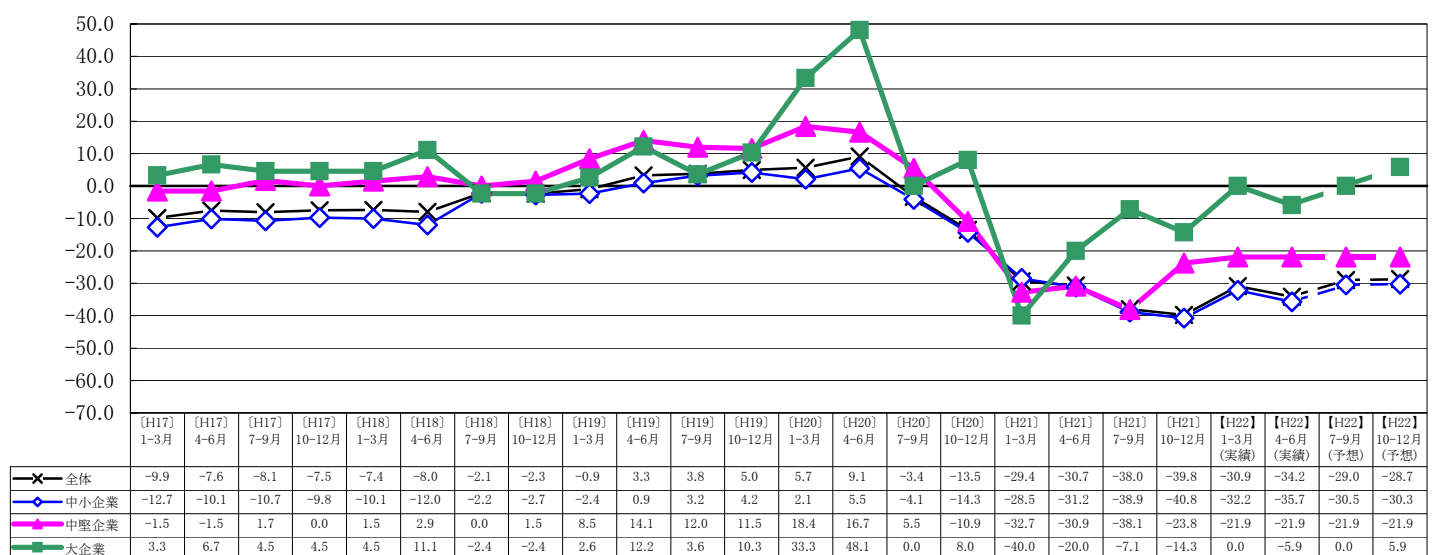
◆ (7)製品・加工単価、販売単価

- ・全体では平成20年7～9月期からマイナス値で下降傾向が続いていたが、今年に入ってほぼ横ばい。
- ・平成17年の調査開始以降、製造業が非製造業よりも高い値で推移。
- ・大企業は平成21年1～3月期を底に上昇傾向。今年末にはプラス値となる見通し。
- ・中堅、中小企業は今後も横ばいが続く見通し。

(製造・非製造業別)



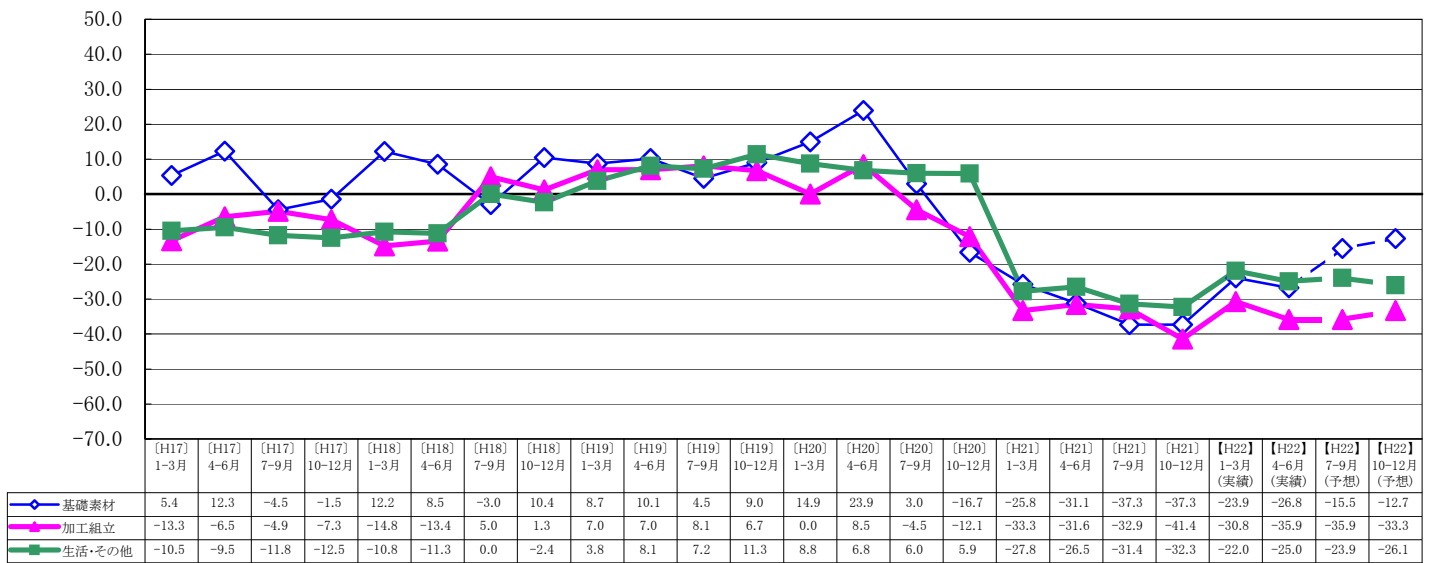
(規模別)



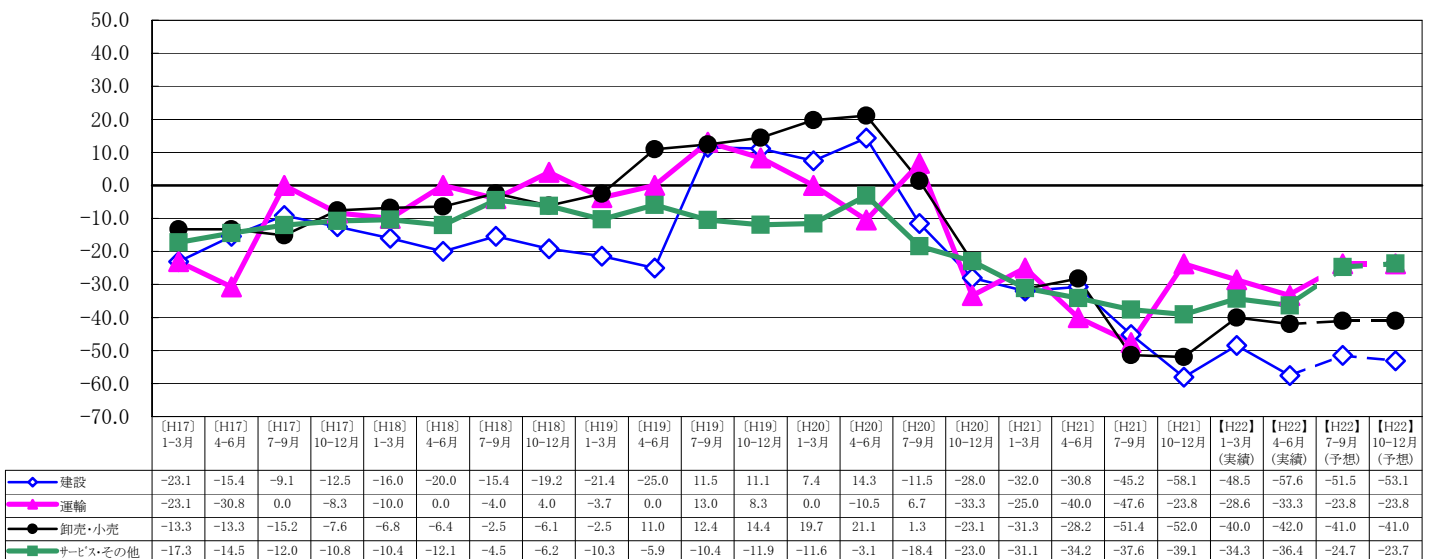
【DI=「上昇」(%)－「下降」(%)】

- ・基礎素材は今年後半から上向き、加工組立と生活・その他は横ばい。
- ・建設と運輸、サービス・その他は今年後半にやや上昇に向かう見通し。卸売・小売は横ばいで推移。

(業種別)  
[製造業]



[非製造業]

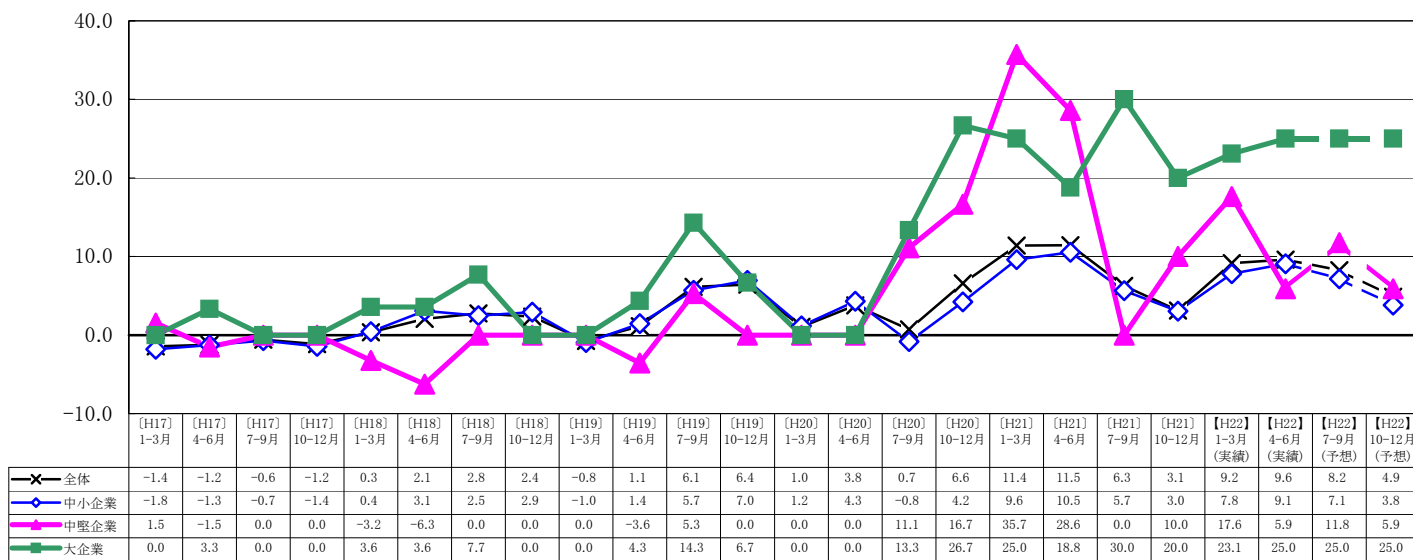


【DI=「上昇」(%)－「下降」(%)】

◆ (8)生産設備(製造業のみ)

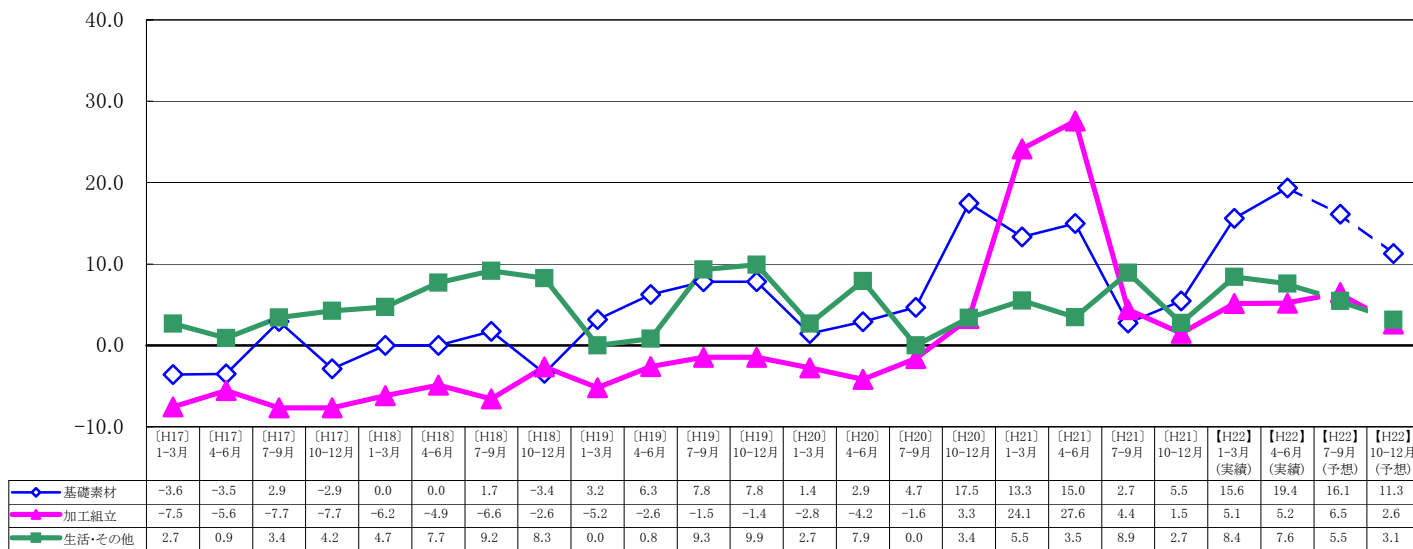
- ・全体は前期の1～3月期に上昇していたが、今期の4～6月期は横ばいとなり、今後は下降する見通し。
- ・大企業は平成21年7～9月期の最高値から、平成21年10～12月期に落ちてからは緩やかに過剰傾向。
- ・基礎素材は昨年末から上昇傾向で今期の4～6月期には平成17年の調査開始以降、最も大きい値となったが、今後は下降する見通し。

(規模別)



(業種別)

[製造業]

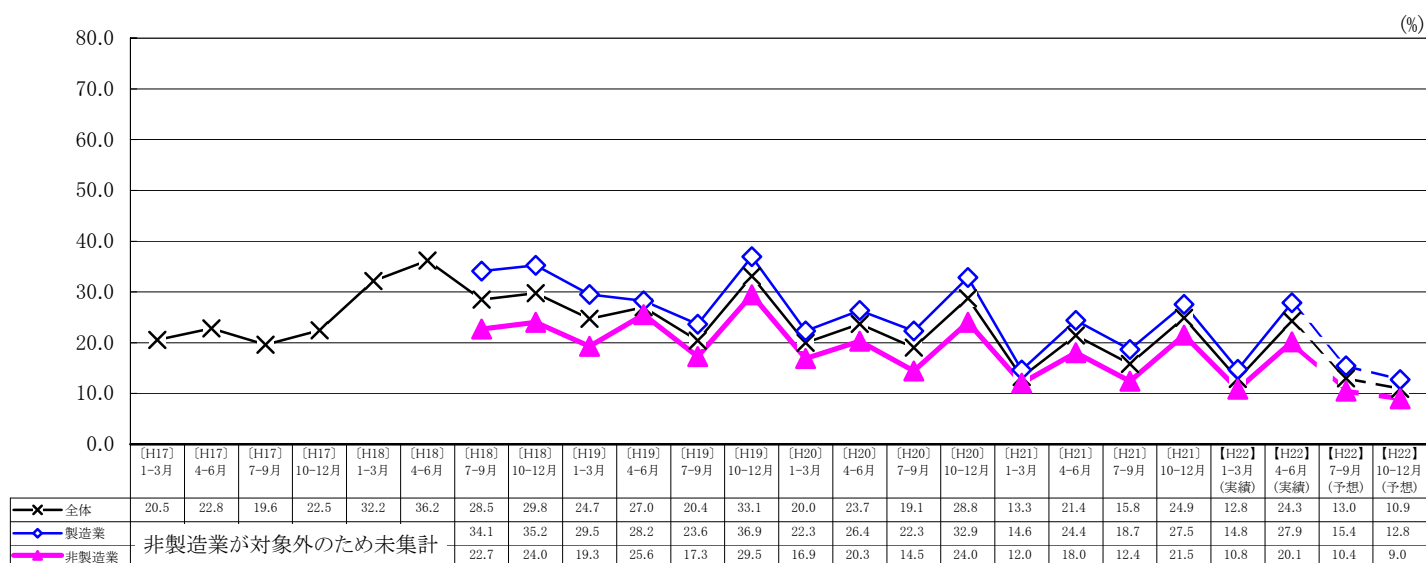


※製造業のみ回答  
【DI=「過剰」(%) - 「減少」(%)】

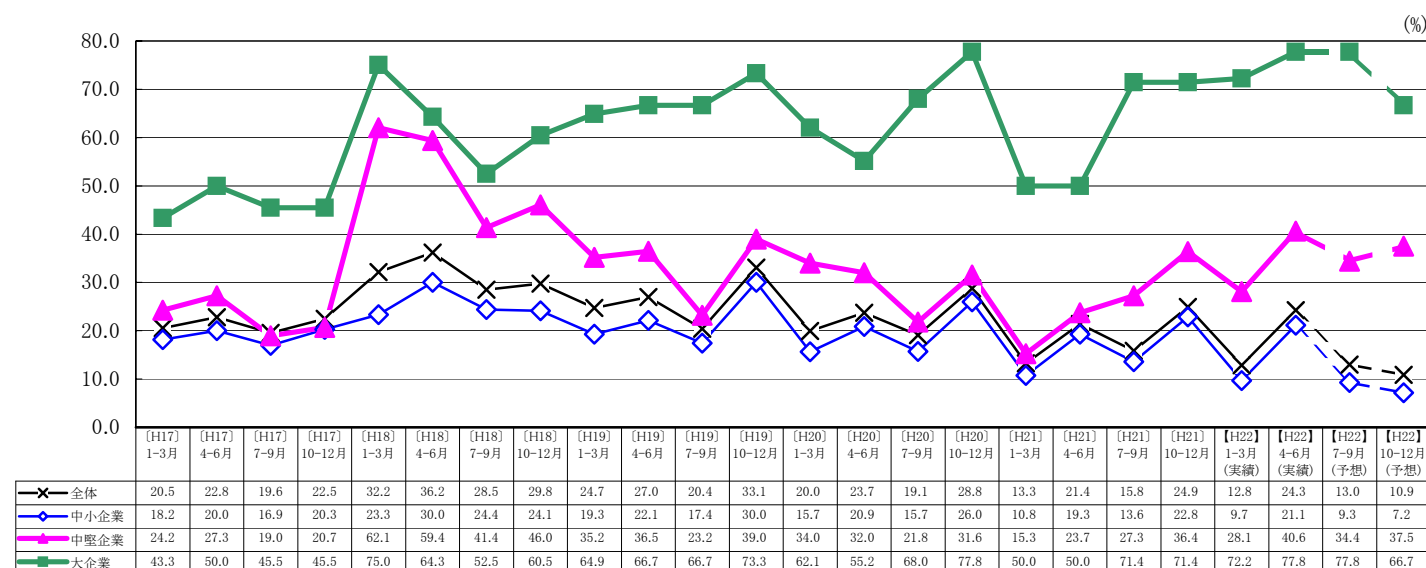
◆ (9)設備投資(「した・する」と回答した企業の割合)

- ・設備投資を「した」回答割合は四半期ごとに増減している。
- ・全体では今期の4～6月期に設備投資を「した」と回答した企業は全体の24.3%で前期の1～3月期(12.8%)に比べて11.5ポイント増加。
- ・全体では来期の7～9月期以降、減少する見通し。
- ・平成18年7～9月期以降、製造業が非製造業よりも高い割合で推移。
- ・平成17年の調査開始以降、企業規模が大きいほど高い割合となっており、大企業では今期の4～6月期に設備投資を「した」企業は77.8%。

(製造・非製造業別)



(規模別)

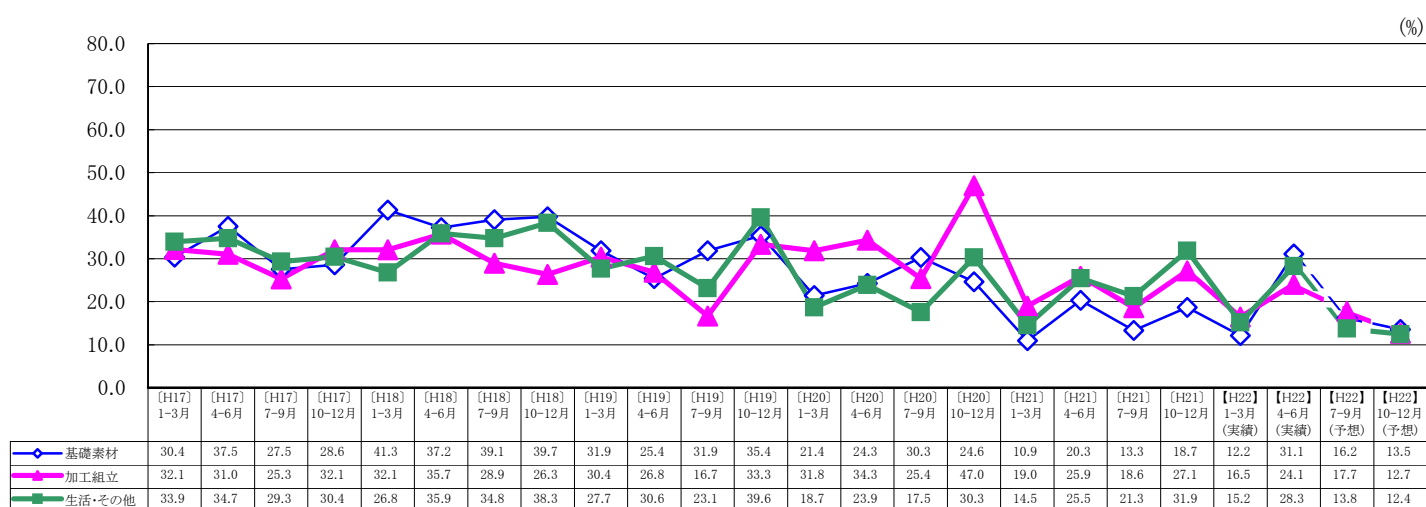


(※H18年4～6月期までは、製造業のみ対象)

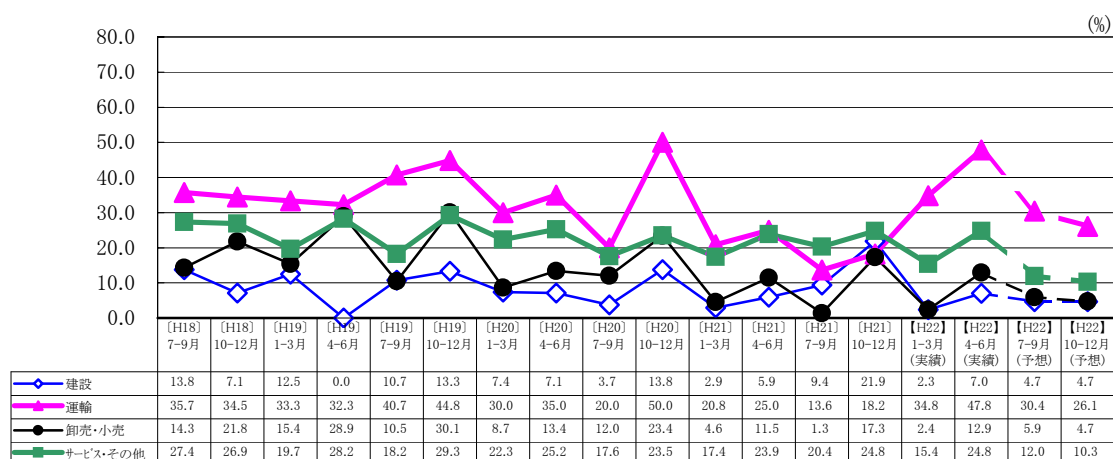


- ・全業種において、今期の4～6月期に設備投資を「した」企業は前期の1～3月期と比べて増加しており、今後は減少する見通し。
- ・運輸は今期の4～6月期に設備投資を「した」企業は47.8%と半数近くになっており、他の業種と比べて多い。

(業種別)  
[製造業]



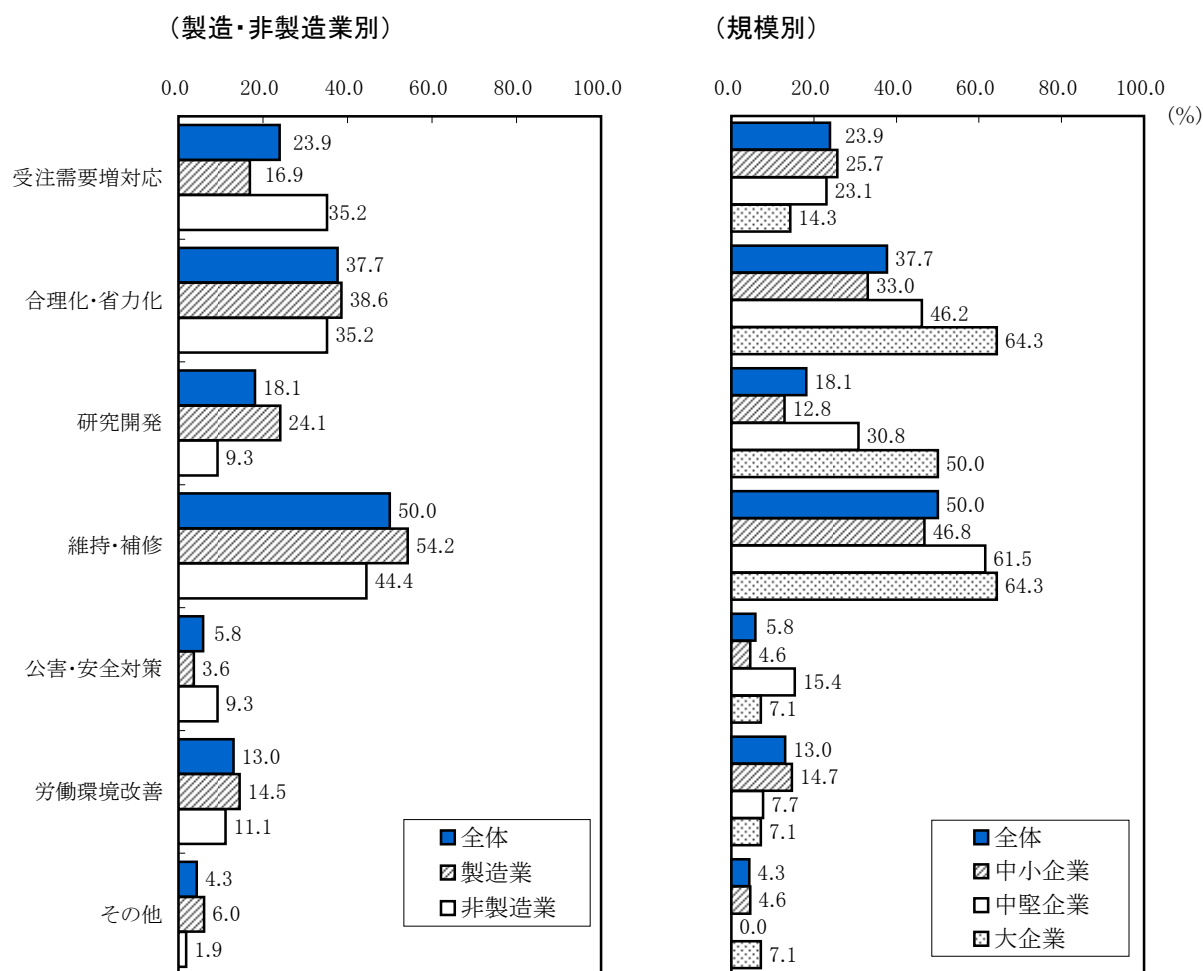
[非製造業]



(※H18年4～6月期までは、製造業のみ対象)

◆ (9-1)設備投資の目的

- ・全体では「維持・補修」が50.0%と最も多く、半数を占める。
- ・製造業は「研究開発」が24.1%で、非製造業(9.3%)に比べて多い。
- ・非製造業は「受注需要増対応」が35.2%となっており、製造業(16.9%)と比べて多い。
- ・大企業は「合理化・省力化」と「維持・補修」がともに64.3%と最も多い。



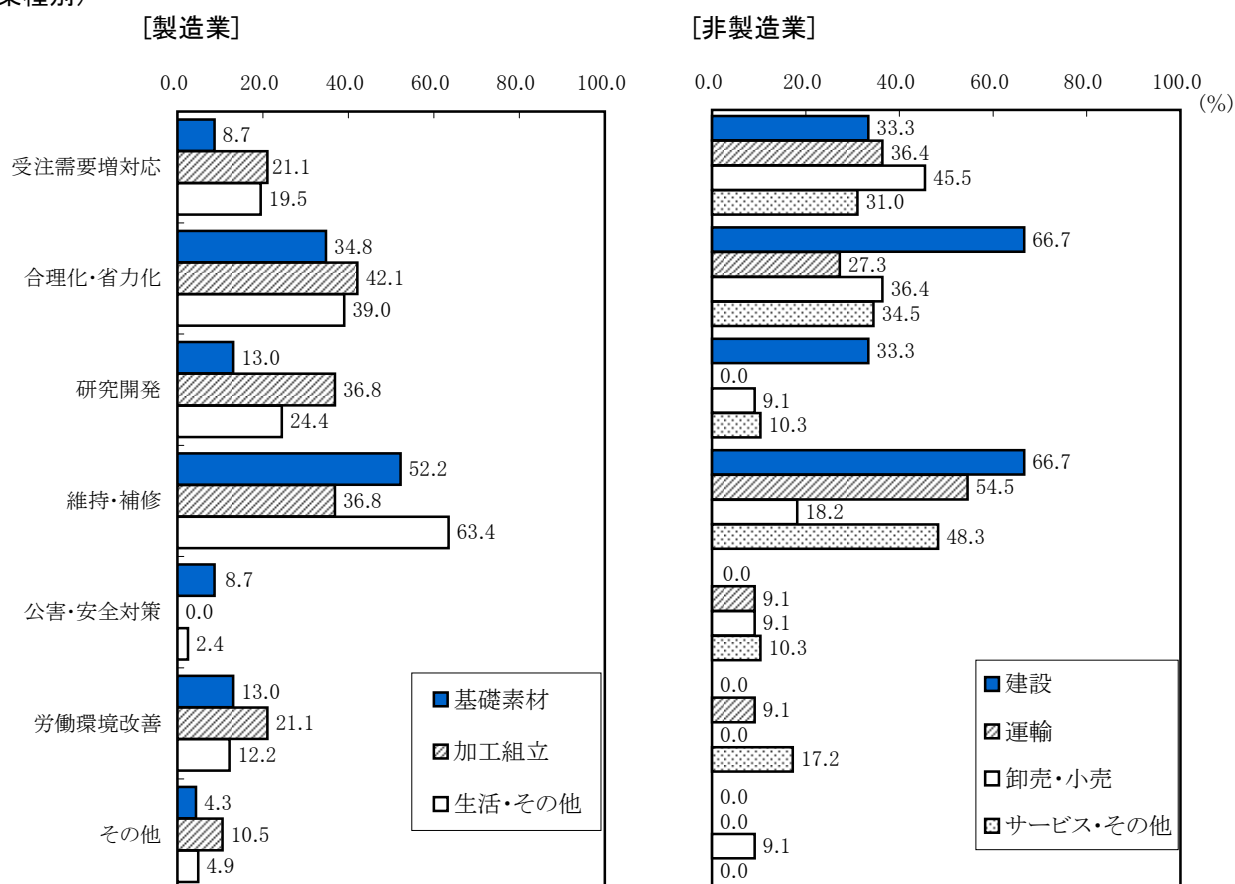
〈複数回答〉  
(上段・件数 下段・%)

|      | 全体           | 受注需要<br>増対応 | 合理化・<br>省力化 | 研究開発       | 維持・<br>補修  | 公害・<br>安全対策 | 労働環境<br>改善 | その他      | 無回答      |
|------|--------------|-------------|-------------|------------|------------|-------------|------------|----------|----------|
| 全体   | 138<br>100.0 | 33<br>23.9  | 52<br>37.7  | 25<br>18.1 | 69<br>50.0 | 8<br>5.8    | 18<br>13.0 | 6<br>4.3 | 0<br>0.0 |
| 製造業  | 83<br>100.0  | 14<br>16.9  | 32<br>38.6  | 20<br>24.1 | 45<br>54.2 | 3<br>3.6    | 12<br>14.5 | 5<br>6.0 | 0<br>0.0 |
| 非製造業 | 54<br>100.0  | 19<br>35.2  | 19<br>35.2  | 5<br>9.3   | 24<br>44.4 | 5<br>9.3    | 6<br>11.1  | 1<br>1.9 | 0<br>0.0 |
| 中小企業 | 109<br>100.0 | 28<br>25.7  | 36<br>33.0  | 14<br>12.8 | 51<br>46.8 | 5<br>4.6    | 16<br>14.7 | 5<br>4.6 | 0<br>0.0 |
| 中堅企業 | 13<br>100.0  | 3<br>23.1   | 6<br>46.2   | 4<br>30.8  | 8<br>61.5  | 2<br>15.4   | 1<br>7.7   | 0<br>0.0 | 0<br>0.0 |
| 大企業  | 14<br>100.0  | 2<br>14.3   | 9<br>64.3   | 7<br>50.0  | 9<br>64.3  | 1<br>7.1    | 1<br>7.1   | 1<br>7.1 | 0<br>0.0 |

※網かけは上位3位

- ・加工組立は「合理化・省力化」が42.1%と最も多く、「研究開発」(36.8%)でも他の業種と比べて多い。
- ・生活・その他は「維持・補修」が63.4%と最も多い。
- ・卸売・小売は「受注需要増対応」が45.5%と最も多い。

(業種別)



〈複数回答〉  
(上段・件数 下段・%)

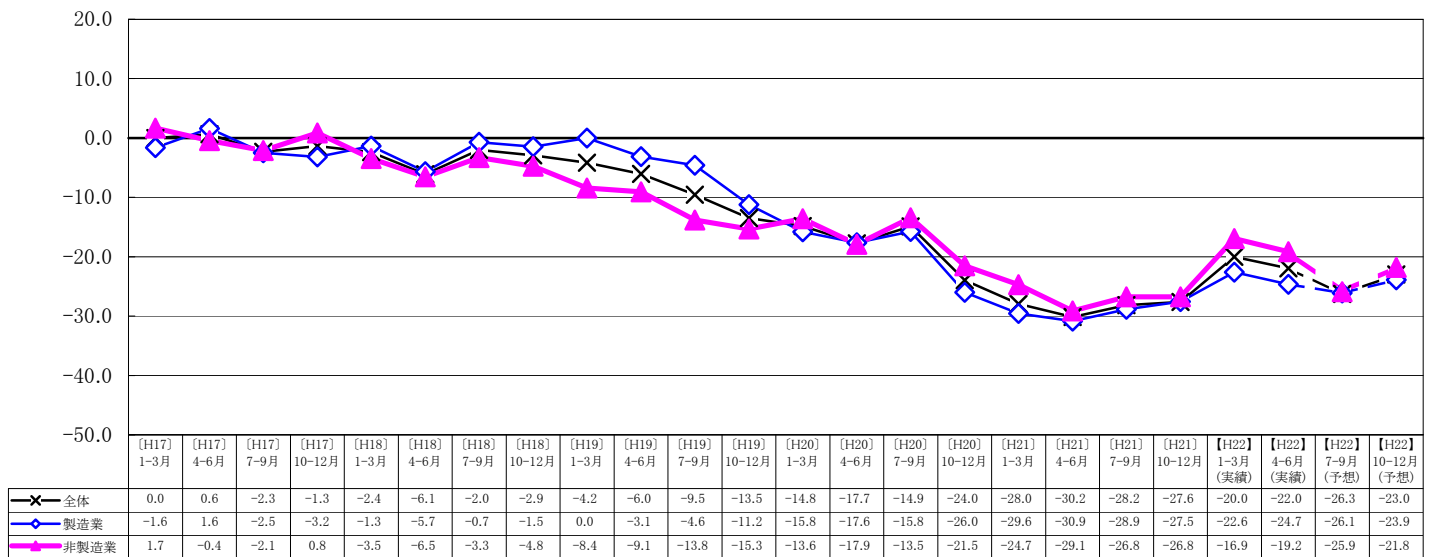
|      |              | 全体          | 受注需要<br>増対応 | 合理化・<br>省力化 | 研究開発       | 維持・<br>補修  | 公害・<br>安全対策 | 労働環境<br>改善 | その他       | 無回答      |
|------|--------------|-------------|-------------|-------------|------------|------------|-------------|------------|-----------|----------|
| 製造業  | 基礎素材         | 23<br>100.0 | 2<br>8.7    | 8<br>34.8   | 3<br>13.0  | 12<br>52.2 | 2<br>8.7    | 3<br>13.0  | 1<br>4.3  | 0<br>0.0 |
|      | 加工組立         | 19<br>100.0 | 4<br>21.1   | 8<br>42.1   | 7<br>36.8  | 7<br>36.8  | 0<br>0.0    | 4<br>21.1  | 2<br>10.5 | 0<br>0.0 |
|      | 生活・その他       | 41<br>100.0 | 8<br>19.5   | 16<br>39.0  | 10<br>24.4 | 26<br>63.4 | 1<br>2.4    | 5<br>12.2  | 2<br>4.9  | 0<br>0.0 |
| 非製造業 | 建設           | 3<br>100.0  | 1<br>33.3   | 2<br>66.7   | 1<br>33.3  | 2<br>66.7  | 0<br>0.0    | 0<br>0.0   | 0<br>0.0  | 0<br>0.0 |
|      | 運輸           | 11<br>100.0 | 4<br>36.4   | 3<br>27.3   | 0<br>0.0   | 6<br>54.5  | 1<br>9.1    | 1<br>9.1   | 0<br>0.0  | 0<br>0.0 |
|      | 卸売・小売        | 11<br>100.0 | 5<br>45.5   | 4<br>36.4   | 1<br>9.1   | 2<br>18.2  | 1<br>9.1    | 0<br>0.0   | 1<br>9.1  | 0<br>0.0 |
|      | サービス・<br>その他 | 29<br>100.0 | 9<br>31.0   | 10<br>34.5  | 3<br>10.3  | 14<br>48.3 | 3<br>10.3   | 5<br>17.2  | 0<br>0.0  | 0<br>0.0 |

※網かけは上位3位

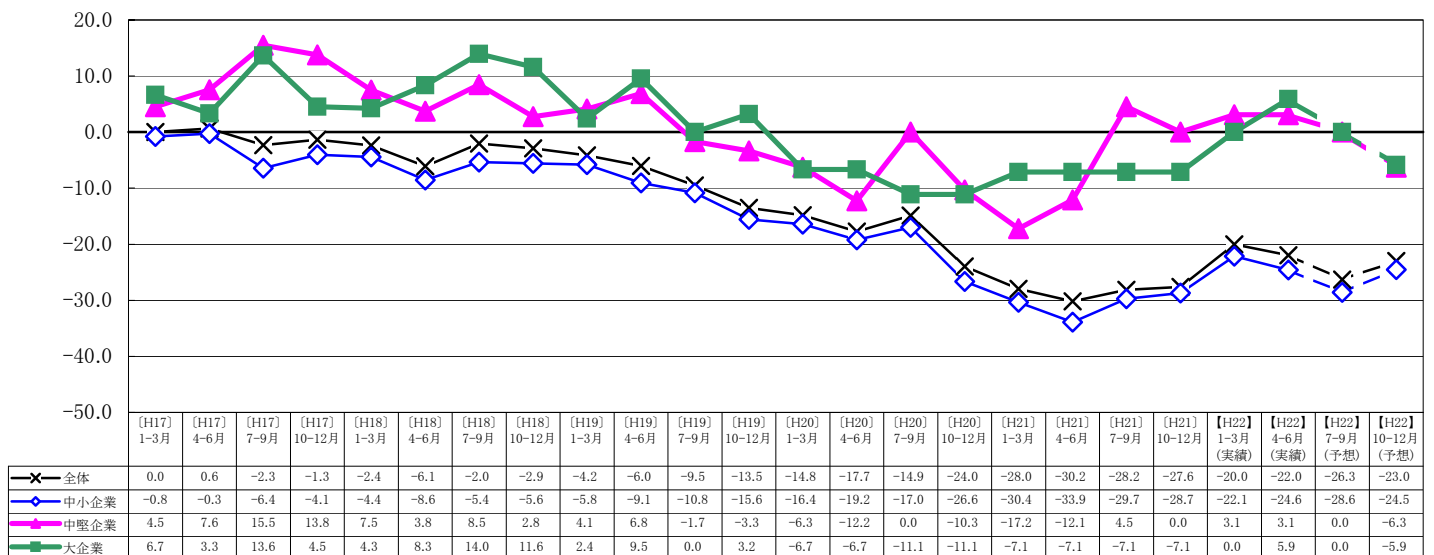
## ◆ (10)資金繰り

- ・全体では今年に入ってやや上昇したが、今後は再び緩やかに下降する見通し。
- ・大、中堅企業は現在はプラス値にあるものの、今年末にはマイナス値に下降する見通し。
- ・中小企業は大、中堅企業に比べて低い水準で推移。

### (製造・非製造業別)



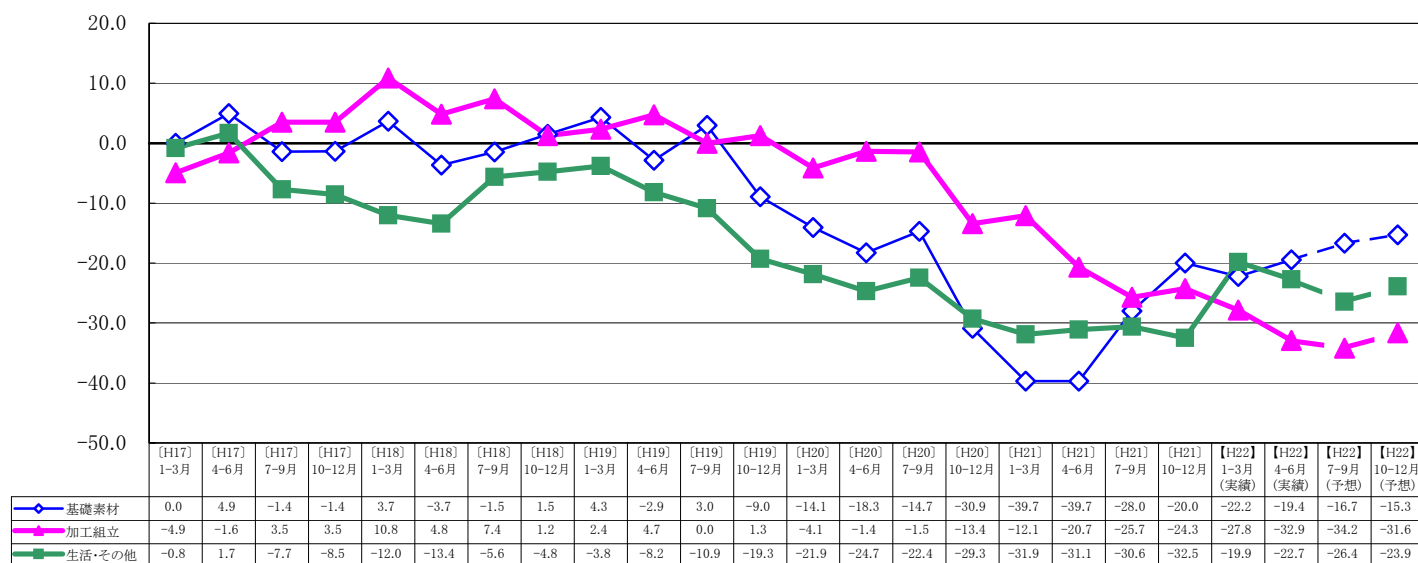
### (規模別)



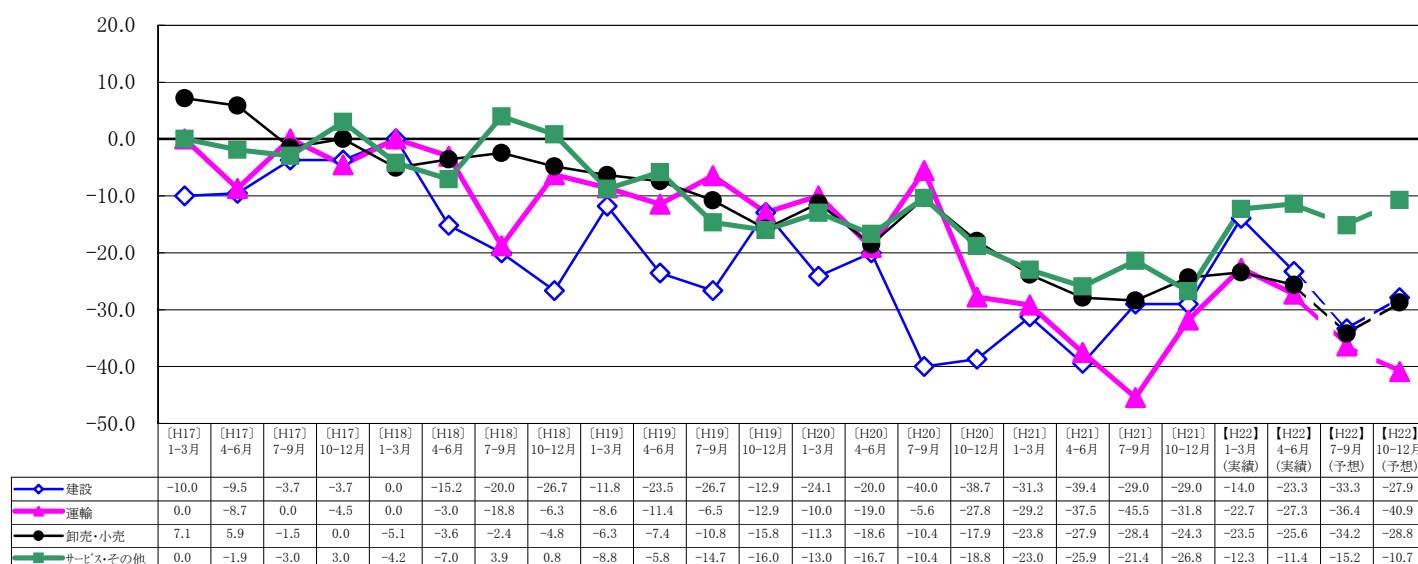
【DI=「改善」(%)－「悪化」(%)】

- ・基礎素材は今期の4～6月期は上昇しており、今後は緩やかに上昇する見通し。
- ・加工組立は平成18年以降、下降傾向が続いたが、今年の間にはやや上昇する見通し。
- ・運輸は今期の4～6月期に悪化しており、今後とも下降する見通し。
- ・サービス・その他は前期の1～3月期に上昇しており、今後は全業種の中で最も高い水準で推移する見通し。

(業種別)  
【製造業】



【非製造業】

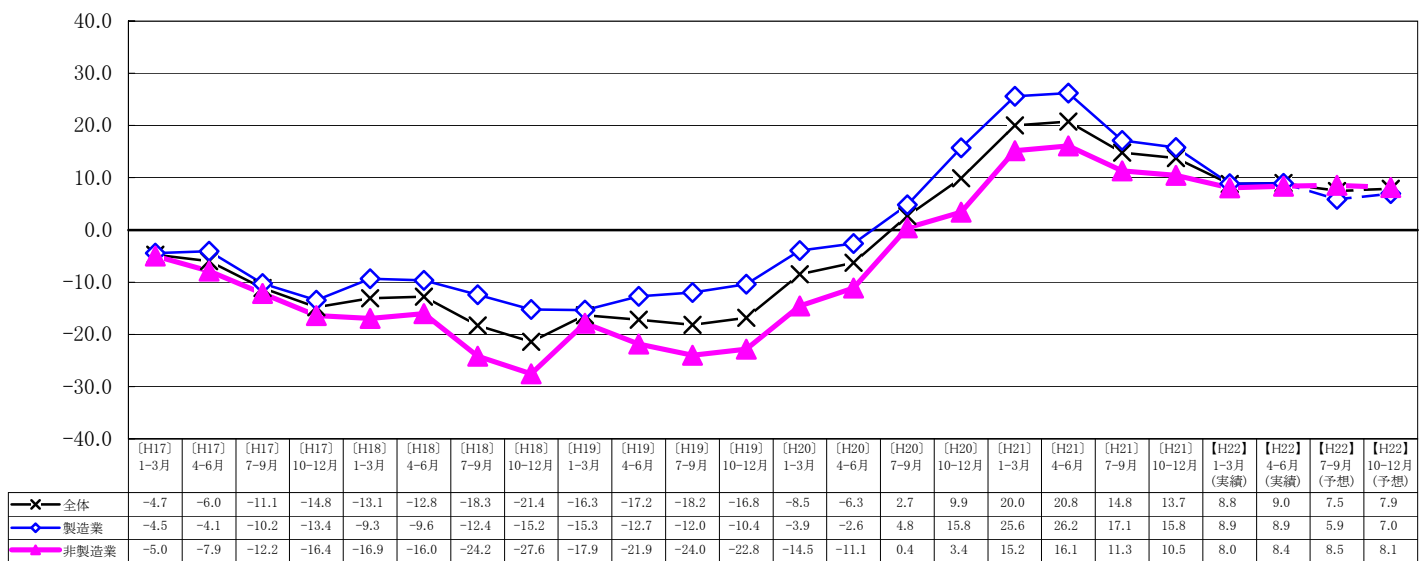


【DI=「改善」(%)－「悪化」(%)】

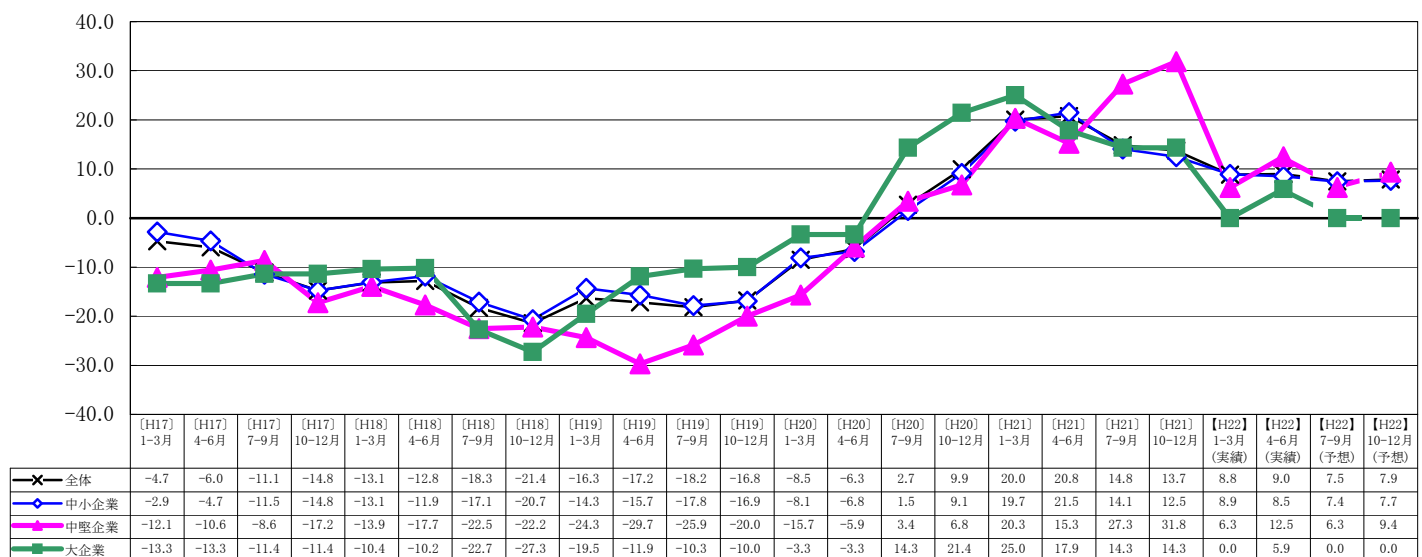
## ◆ (11)雇用人員

- ・全体では平成21年7～9月期から下降傾向が続いていたが、今期の7～9月期からは横ばい。
- ・平成17年の調査開始以降、製造業が非製造業よりも高い水準で推移していたが、前期の1～3月期以降は大きな差はみられない。
- ・大企業は今期の4～6月期に上昇して「過大」となったが、来期の7～9月期には再び過不足なし(±0)となる見通し。
- ・中堅企業は平成21年10～12月期が「過大」のピークとなっていたが、前期の1～3月期は25.5ポイント下降し、他の企業規模とほぼ同じ水準となった。

### (製造・非製造業別)



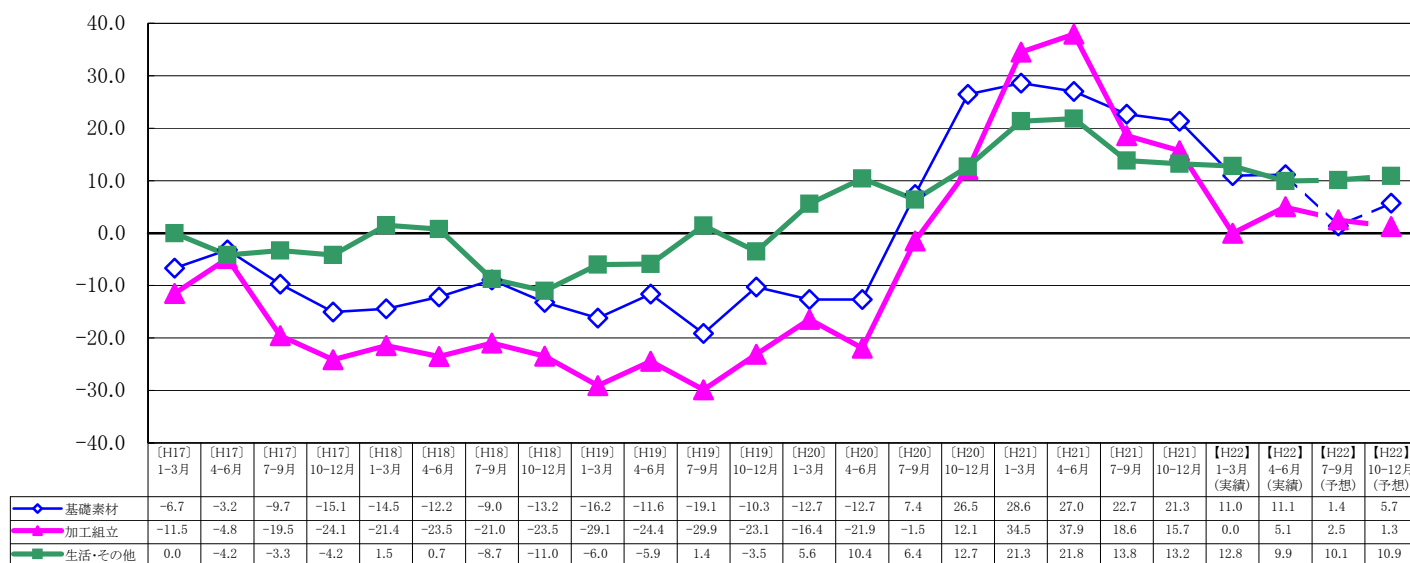
### (規模別)



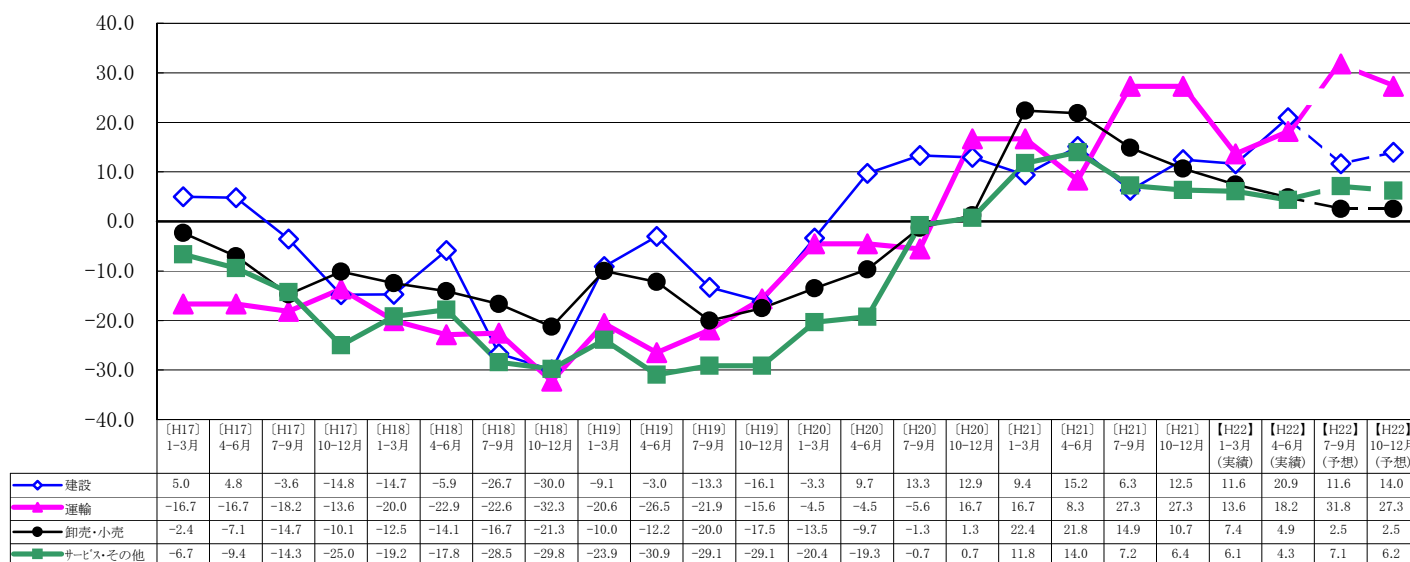
【DI=「過大」(%)－「不足」(%)】

- ・基礎素材は来期の7～9月期まで下降傾向が続く見通し。
- ・生活・その他は今後も含め、概ね横ばいが続く。
- ・建設は今期の4～6月期を「過大」のピークとし、その後、下降する見通し。
- ・運輸は来期の7～9月期に上昇し、今後は全業種の中で最も高い水準で推移する見通し。
- ・卸売・小売は平成21年7～9月期以降、今後も含めて下降が続く見通し。
- ・サービス・その他は平成21年10～12月期以降、概ね横ばいが続く。

(業種別)  
【製造業】



【非製造業】

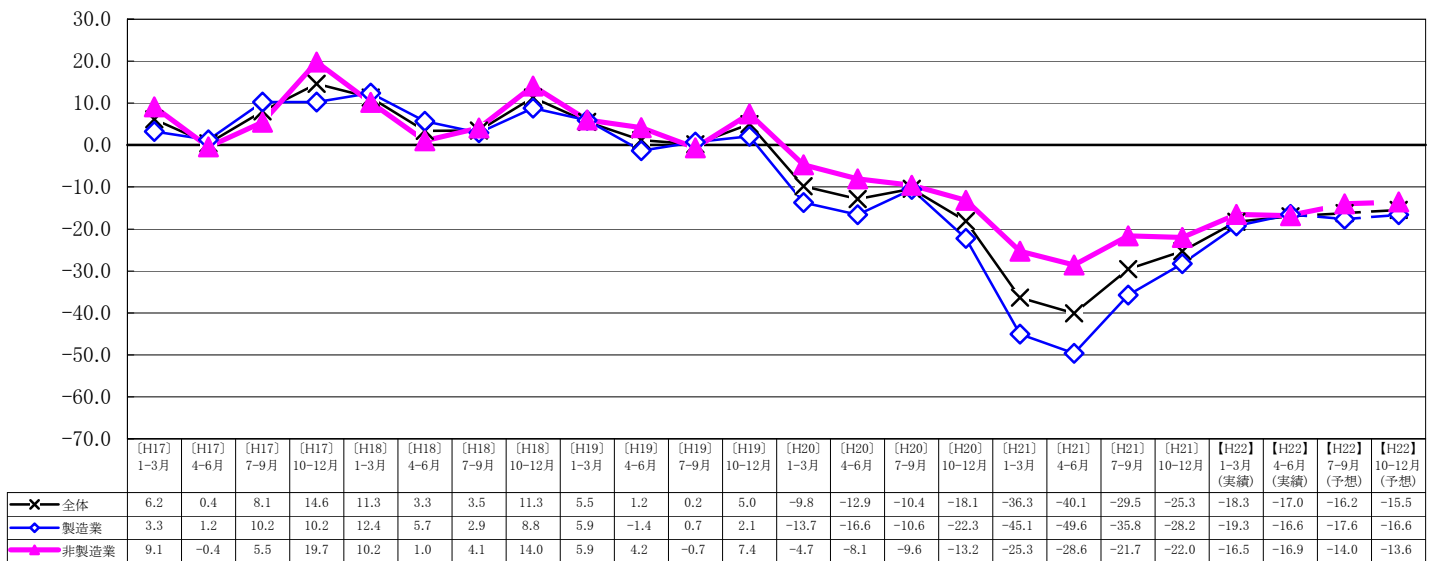


【DI=「過大」(%)－「不足」(%)】

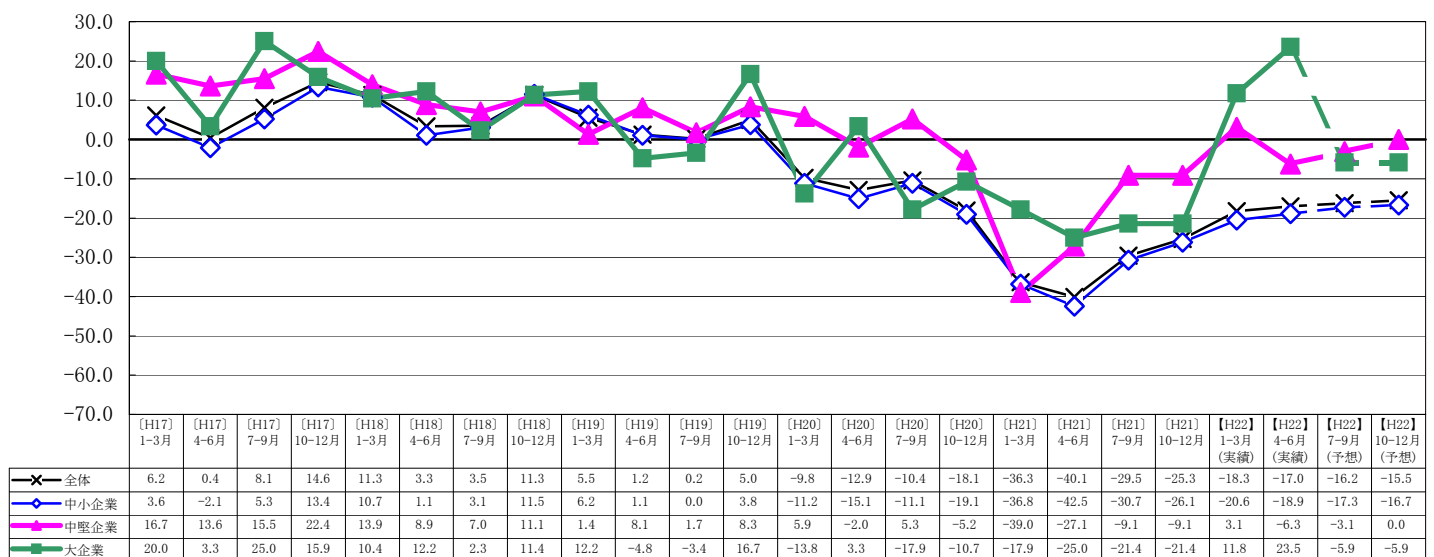
## ◆ (12)所定外労働時間

- ・全体では平成21年4～6月期を底にその後上昇し、今後は概ね横ばいで続く見通し。
- ・製造業は昨年の1年間は非製造業よりも低い水準となったが、今後はほぼ同じ水準で推移する見通し。
- ・大企業は今年に入ってから上昇していたが、今後は下降してマイナス値に転じる見通し。
- ・中小企業は他の企業規模よりも低い値で推移。

### (製造・非製造業別)



### (規模別)

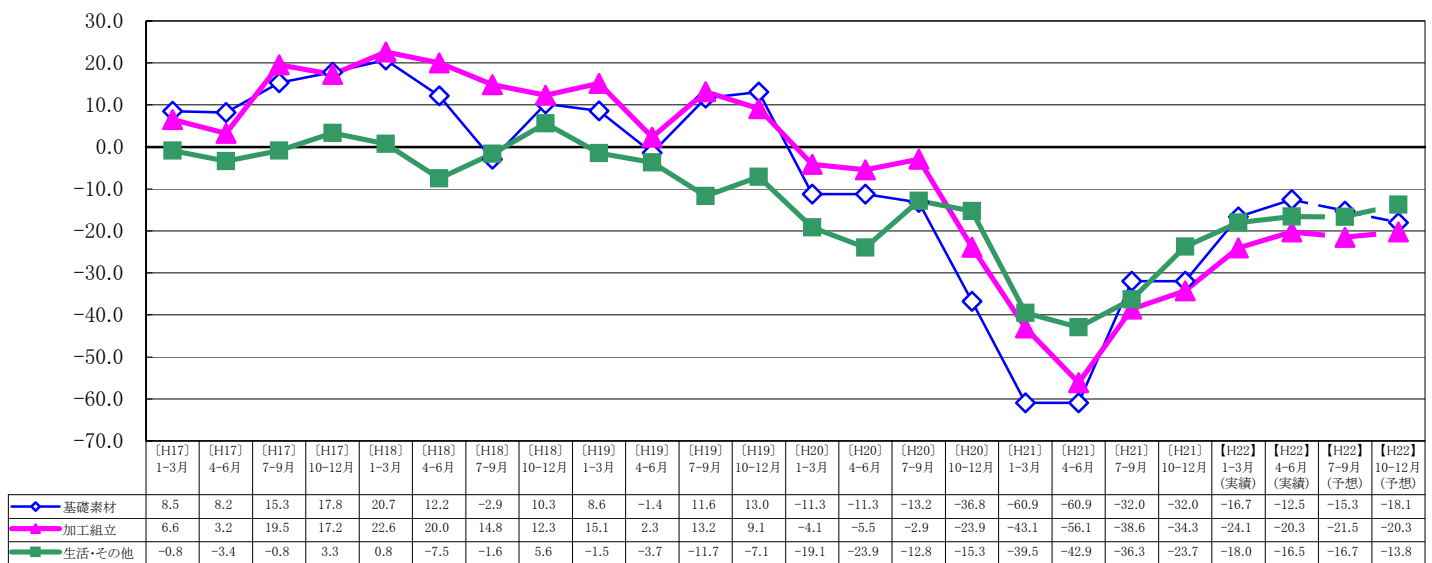


【DI=「増加」(%)－「減少」(%)】

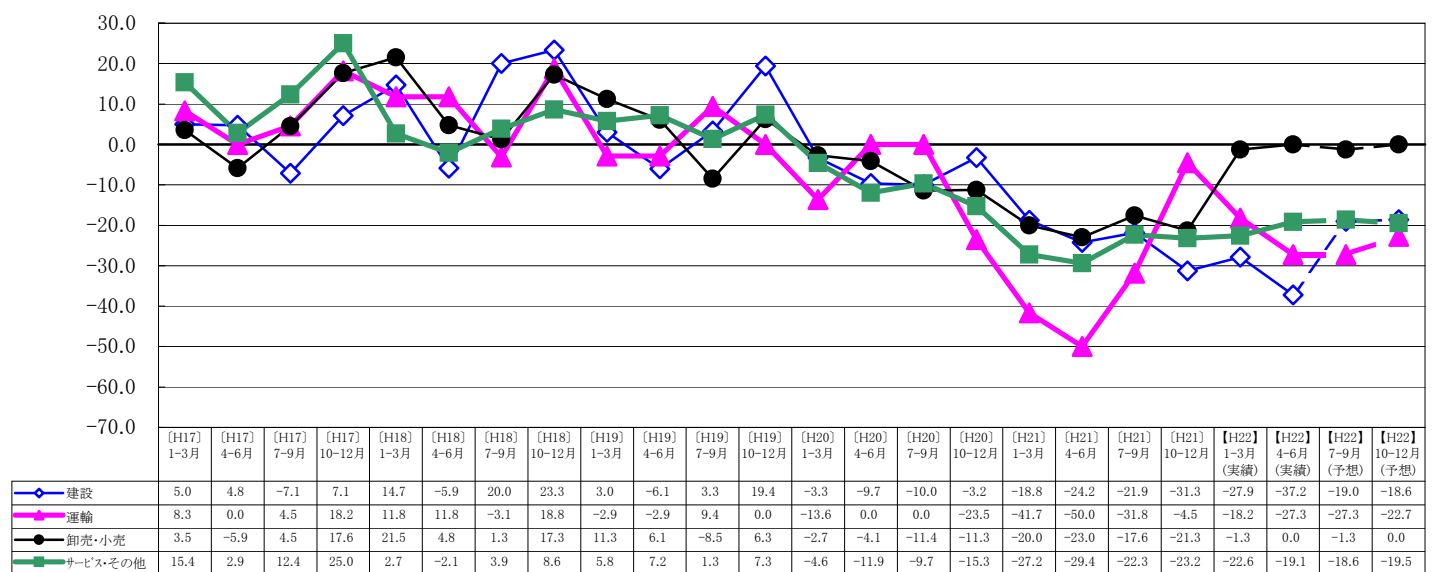


- ・基礎素材は平成21年7～9月期以降、上昇していたが、今後緩やかに下降する見通し。
- ・建設は減少傾向が続いたが、来期の7～9月期以降は回復する見通し。
- ・卸売・小売は前期の1～3月期は上昇し、今後は±0ポイント付近を横ばいで推移する見通し。

(業種別)  
[製造業]



[非製造業]

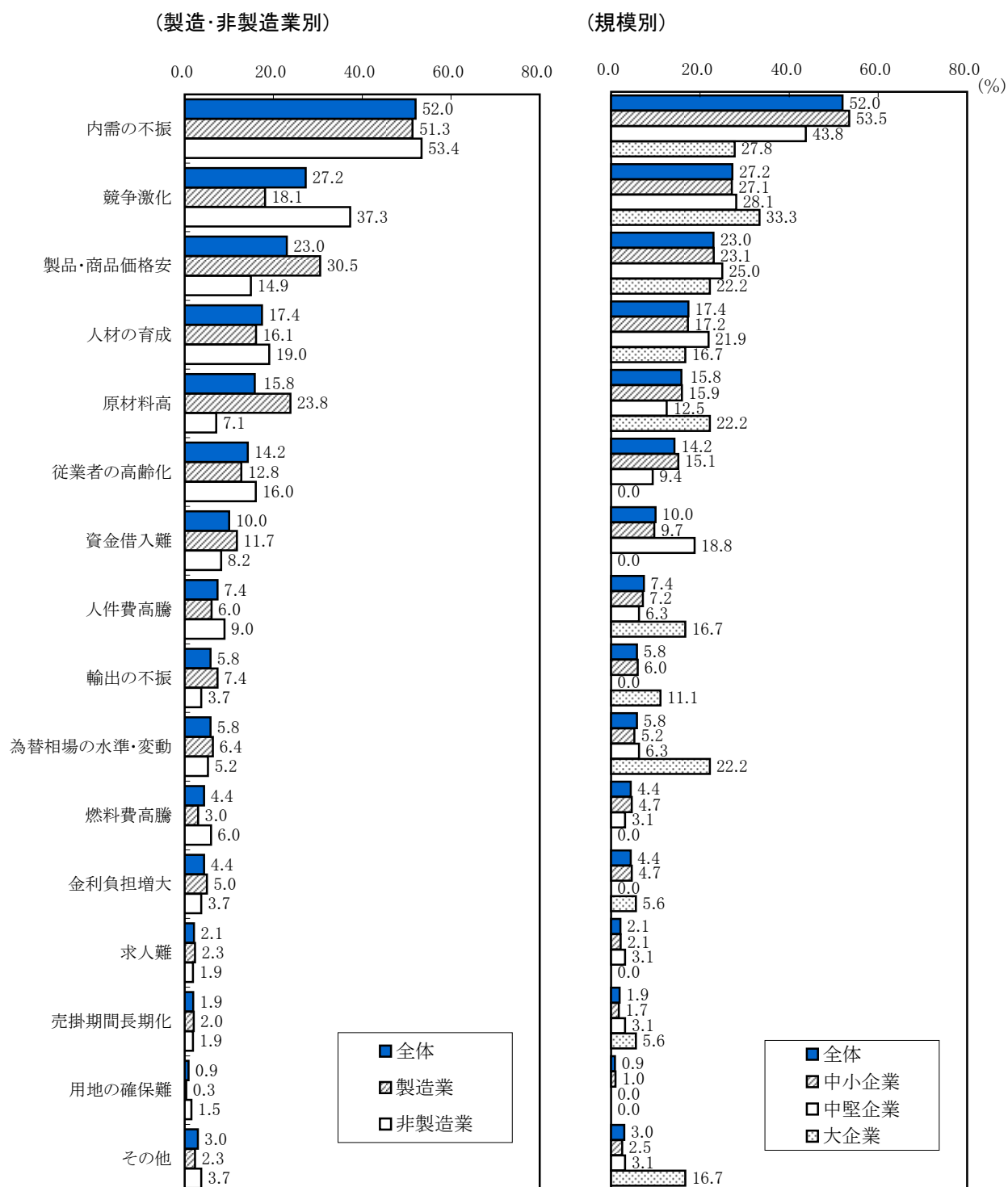


【DI=「増加」(%)－「減少」(%)】

## ■事業計画について

### (1)経営上の問題

- ・全体では「内需の不振」が52.0%と最も多く、次いで「競争激化」(27.2%)などが続く。
- ・製造業は「製品・商品価格安」(30.5%)、「原材料高」(23.8%)などが非製造業と比べて多い。
- ・非製造業は「競争激化」(37.3%)が製造業(18.1%)と比べて多い。
- ・企業規模が小さいほど、「内需の不振」の割合が多い。
- ・大企業は「為替相場の水準・変動」(22.2%)、「人件費高騰」(16.7%)が比較的多い。



〈複数回答〉

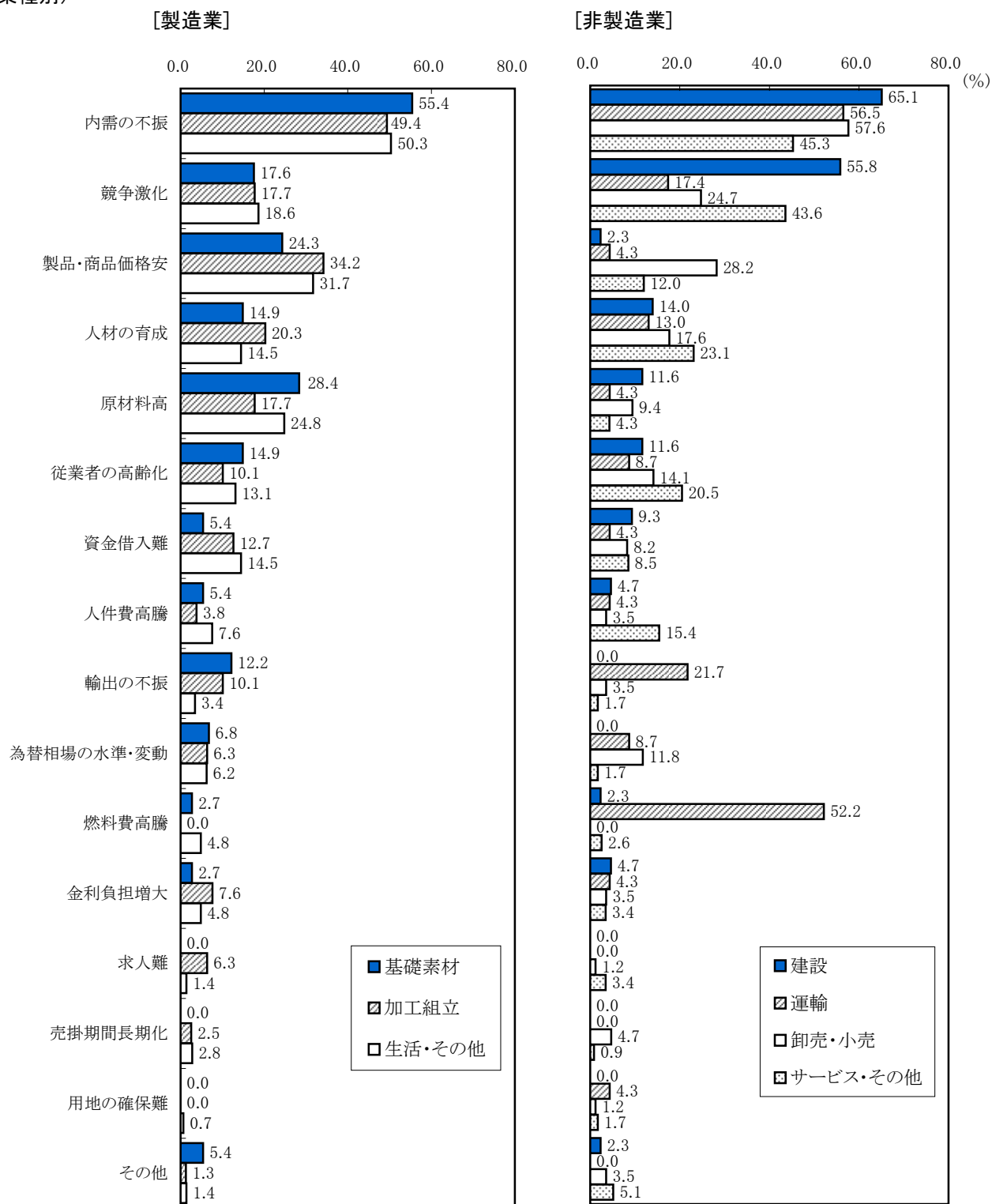
(上段・件数 下段・%)

|      | 全体           | 内需の不振       | 競争激化        | 製品・商品価格安    | 人材の育成      | 原材料高       | 従業者の高齢化    | 資金借入難      | 人件費高騰     | 輸出の不振     | 為替相場の水準・変動 | 燃料費高騰     | 金利負担増大    | 求人難       | 売掛期間長期化   | 用地の確保難   | その他       | 無回答      |
|------|--------------|-------------|-------------|-------------|------------|------------|------------|------------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|----------|
| 合計   | 569<br>100.0 | 296<br>52.0 | 155<br>27.2 | 131<br>23.0 | 99<br>17.4 | 90<br>15.8 | 81<br>14.2 | 57<br>10.0 | 42<br>7.4 | 33<br>5.8 | 33<br>5.8  | 25<br>4.4 | 25<br>4.4 | 12<br>2.1 | 11<br>1.9 | 5<br>0.9 | 17<br>3.0 | 6<br>1.1 |
| 製造業  | 298<br>100.0 | 153<br>51.3 | 54<br>18.1  | 91<br>30.5  | 48<br>16.1 | 71<br>23.8 | 38<br>12.8 | 35<br>11.7 | 18<br>6.0 | 22<br>7.4 | 19<br>6.4  | 9<br>3.0  | 15<br>5.0 | 7<br>2.3  | 6<br>2.0  | 1<br>0.3 | 7<br>2.3  | 1<br>0.3 |
| 非製造業 | 268<br>100.0 | 143<br>53.4 | 100<br>37.3 | 40<br>14.9  | 51<br>19.0 | 19<br>7.1  | 43<br>16.0 | 22<br>8.2  | 24<br>9.0 | 10<br>3.7 | 14<br>5.2  | 16<br>6.0 | 10<br>3.7 | 5<br>1.9  | 5<br>1.9  | 4<br>1.5 | 10<br>3.7 | 3<br>1.1 |
| 中小企業 | 516<br>100.0 | 276<br>53.5 | 140<br>27.1 | 119<br>23.1 | 89<br>17.2 | 82<br>15.9 | 78<br>15.1 | 50<br>9.7  | 37<br>7.2 | 31<br>6.0 | 27<br>5.2  | 24<br>4.7 | 24<br>4.7 | 11<br>2.1 | 9<br>1.7  | 5<br>1.0 | 13<br>2.5 | 3<br>0.6 |
| 中堅企業 | 32<br>100.0  | 14<br>43.8  | 9<br>28.1   | 8<br>25.0   | 7<br>21.9  | 4<br>12.5  | 3<br>9.4   | 6<br>18.8  | 2<br>6.3  | 0<br>0.0  | 2<br>6.3   | 1<br>3.1  | 0<br>0.0  | 1<br>3.1  | 1<br>3.1  | 0<br>0.0 | 1<br>3.1  | 1<br>3.1 |
| 大企業  | 18<br>100.0  | 5<br>27.8   | 6<br>33.3   | 4<br>22.2   | 3<br>16.7  | 4<br>22.2  | 0<br>0.0   | 0<br>0.0   | 3<br>16.7 | 2<br>11.1 | 4<br>22.2  | 0<br>0.0  | 1<br>5.6  | 0<br>0.0  | 1<br>5.6  | 0<br>0.0 | 3<br>16.7 | 0<br>0.0 |

※網かけは上位3位

- ・全業種とも「内需の不振」が最も多く、概ね5割前後を占めている。
- ・運輸は「燃料費高騰」(52.2%)、「輸出の不振」(21.7%)が他の業種と比べて多い。
- ・卸売・小売は「製品・商品価格安」が28.2%となっており、他の業種と比べて多い。
- ・サービス・その他は「人件費高騰」が15.4%となっており、他の業種と比べて多い。

(業種別)



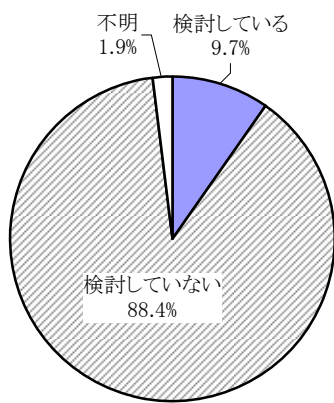
〈複数回答〉  
(上段・件数 下段・%)

|      |          | 全体           | 内需の不振      | 競争激化       | 製品・商品価格安   | 人材の育成      | 原材料高       | 従業者の高齢化    | 資金借入難      | 人件費高騰      | 輸出の不振     | 為替相場の水準・変動 | 燃料費高騰      | 金利負担増大   | 求人難      | 売掛期間長期化  | 用地の確保難   | その他      | 無回答      |
|------|----------|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------|------------|------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 製造業  | 基礎素材     | 74<br>100.0  | 41<br>55.4 | 13<br>17.6 | 18<br>24.3 | 11<br>14.9 | 21<br>28.4 | 11<br>14.9 | 4<br>5.4   | 4<br>5.4   | 9<br>12.2 | 5<br>6.8   | 2<br>2.7   | 2<br>2.7 | 0<br>0.0 | 0<br>0.0 | 0<br>0.0 | 4<br>5.4 | 0<br>0.0 |
|      | 加工組立     | 79<br>100.0  | 39<br>49.4 | 14<br>17.7 | 27<br>34.2 | 16<br>20.3 | 14<br>17.7 | 8<br>10.1  | 10<br>12.7 | 3<br>3.8   | 8<br>10.1 | 5<br>6.3   | 0<br>0.0   | 6<br>7.6 | 5<br>6.3 | 2<br>2.5 | 0<br>0.0 | 1<br>1.3 | 1<br>1.3 |
|      | 生活・その他   | 145<br>100.0 | 73<br>50.3 | 27<br>18.6 | 46<br>31.7 | 21<br>14.5 | 36<br>24.8 | 19<br>13.1 | 21<br>14.5 | 11<br>7.6  | 5<br>3.4  | 9<br>6.2   | 7<br>4.8   | 7<br>4.8 | 2<br>1.4 | 4<br>2.8 | 1<br>0.7 | 2<br>1.4 | 0<br>0.0 |
| 非製造業 | 建設       | 43<br>100.0  | 28<br>65.1 | 24<br>55.8 | 1<br>2.3   | 6<br>14.0  | 5<br>11.6  | 5<br>11.6  | 4<br>9.3   | 2<br>4.7   | 0<br>0.0  | 0<br>0.0   | 1<br>2.3   | 2<br>4.7 | 0<br>0.0 | 0<br>0.0 | 0<br>0.0 | 1<br>2.3 | 1<br>2.3 |
|      | 運輸       | 23<br>100.0  | 13<br>56.5 | 4<br>17.4  | 1<br>4.3   | 3<br>13.0  | 1<br>4.3   | 2<br>8.7   | 1<br>4.3   | 1<br>4.3   | 5<br>21.7 | 2<br>8.7   | 12<br>52.2 | 1<br>4.3 | 0<br>0.0 | 0<br>0.0 | 1<br>4.3 | 0<br>0.0 | 0<br>0.0 |
|      | 卸売・小売    | 85<br>100.0  | 49<br>57.6 | 21<br>24.7 | 24<br>28.2 | 15<br>17.6 | 8<br>9.4   | 12<br>14.1 | 7<br>8.2   | 3<br>3.5   | 3<br>3.5  | 10<br>11.8 | 0<br>0.0   | 3<br>3.5 | 1<br>1.2 | 4<br>4.7 | 1<br>1.2 | 3<br>3.5 | 1<br>1.2 |
|      | サービス・その他 | 117<br>100.0 | 53<br>45.3 | 51<br>43.6 | 14<br>12.0 | 27<br>23.1 | 5<br>4.3   | 24<br>20.5 | 10<br>8.5  | 18<br>15.4 | 2<br>1.7  | 2<br>1.7   | 3<br>2.6   | 4<br>3.4 | 4<br>3.4 | 1<br>0.9 | 2<br>1.7 | 6<br>5.1 | 1<br>0.9 |

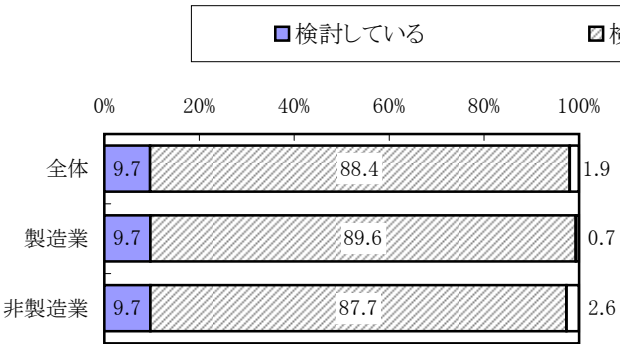
※網かけは上位3位

(2)今後の事業計画  
(2-1)拡張・増設の検討

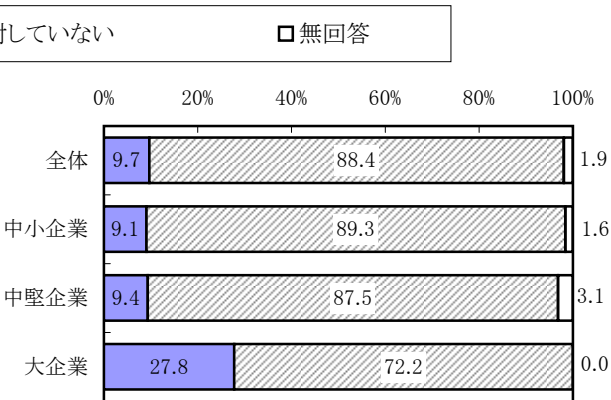
- ・全体では「検討している」が9.7%と約1割が事業拠点の拡張・増設を計画していると回答した。
- ・大企業は「検討している」(27.8%)で中堅、中小企業(約1割)と比べて多い。



(製造・非製造業別)



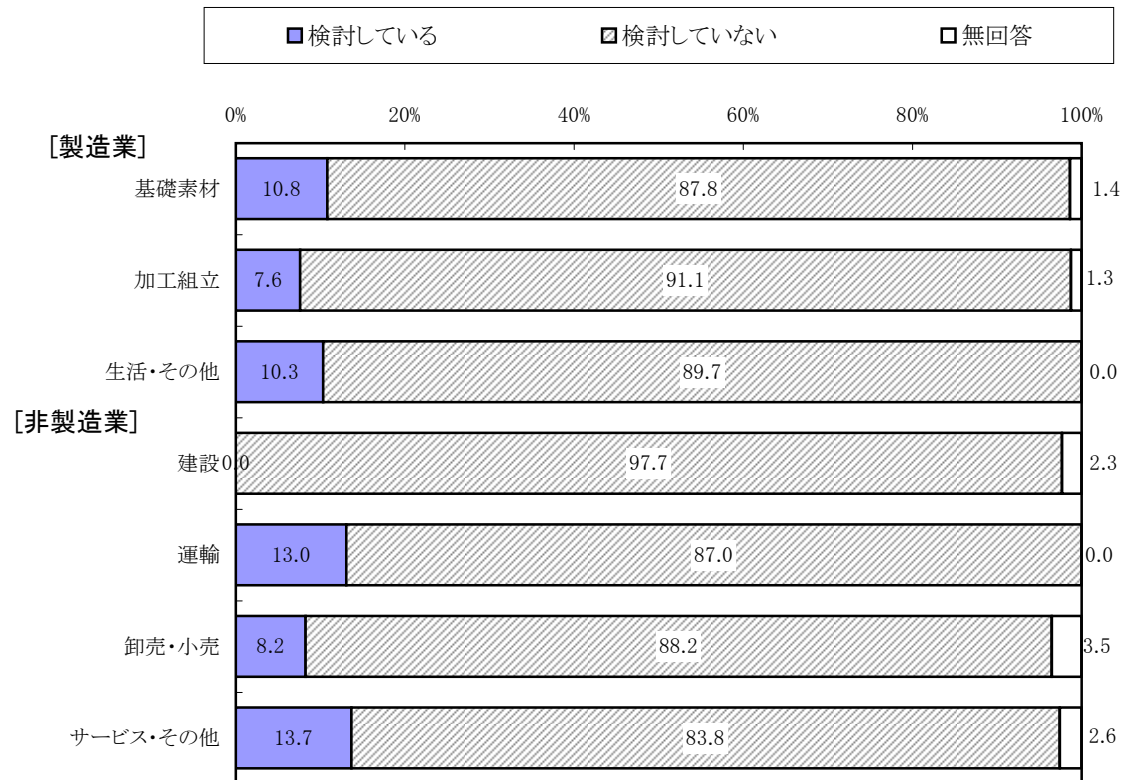
(規模別)



|      | (上段・件数 下段・%) |            |             |     |
|------|--------------|------------|-------------|-----|
|      | 全体           | 検討して<br>いる | 検討して<br>いない | 無回答 |
| 全体   | 569          | 55         | 503         | 11  |
|      | 100.0        | 9.7        | 88.4        | 1.9 |
| 製造業  | 298          | 29         | 267         | 2   |
|      | 100.0        | 9.7        | 89.6        | 0.7 |
| 非製造業 | 268          | 26         | 235         | 7   |
|      | 100.0        | 9.7        | 87.7        | 2.6 |
| 中小企業 | 516          | 47         | 461         | 8   |
|      | 100.0        | 9.1        | 89.3        | 1.6 |
| 中堅企業 | 32           | 3          | 28          | 1   |
|      | 100.0        | 9.4        | 87.5        | 3.1 |
| 大企業  | 18           | 5          | 13          | 0   |
|      | 100.0        | 27.8       | 72.2        | 0.0 |

- ・ほぼ全ての業種において、1割前後が「検討している」と回答した。
- ・建設は「検討している」企業が43社中ゼロであった。

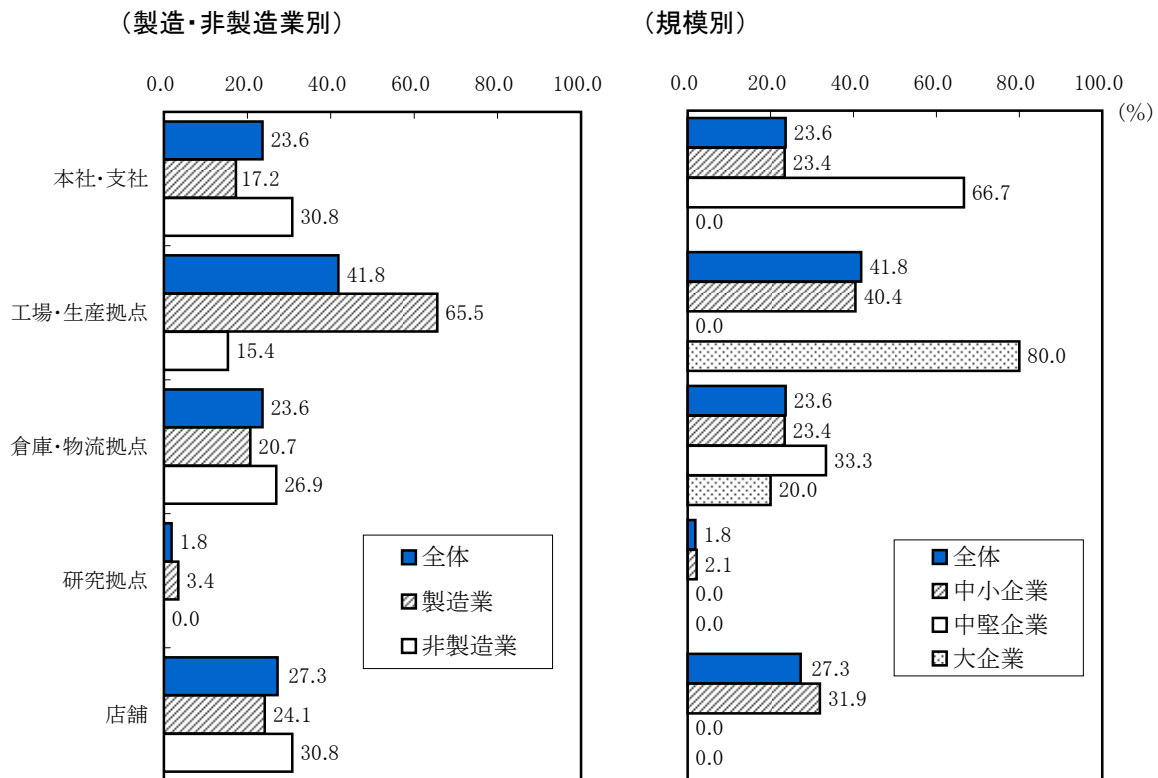
(業種別)



|      |          | (上段・件数 下段・%) |        |         |     |
|------|----------|--------------|--------|---------|-----|
|      |          | 全体           | 検討している | 検討していない | 無回答 |
| 製造業  | 基礎素材     | 74           | 8      | 65      | 1   |
|      |          | 100.0        | 10.8   | 87.8    | 1.4 |
|      | 加工組立     | 79           | 6      | 72      | 1   |
|      |          | 100.0        | 7.6    | 91.1    | 1.3 |
|      | 生活・その他   | 145          | 15     | 130     | 0   |
|      |          | 100.0        | 10.3   | 89.7    | 0.0 |
| 非製造業 | 建設       | 43           | 0      | 42      | 1   |
|      |          | 100.0        | 0.0    | 97.7    | 2.3 |
|      | 運輸       | 23           | 3      | 20      | 0   |
|      |          | 100.0        | 13.0   | 87.0    | 0.0 |
|      | 卸売・小売    | 85           | 7      | 75      | 3   |
|      |          | 100.0        | 8.2    | 88.2    | 3.5 |
|      | サービス・その他 | 117          | 16     | 98      | 3   |
|      |          | 100.0        | 13.7   | 83.8    | 2.6 |

(2-2)検討している事業拠点・地域

- ・「検討している」事業拠点は、全体では「工場・生産拠点」が41.8%と最も多い。
- ・製造業は「工場・生産拠点」が65.5%と非製造業(15.4%)と比べて50ポイント以上多い。
- ・非製造業は「本社・支社」、「店舗」がともに30.8%。
- ・大企業は、前問で「検討している」と回答した5社のうち4社(80.0%)が「工場・生産拠点」と回答。



〈複数回答〉  
(上段・件数 下段・%)

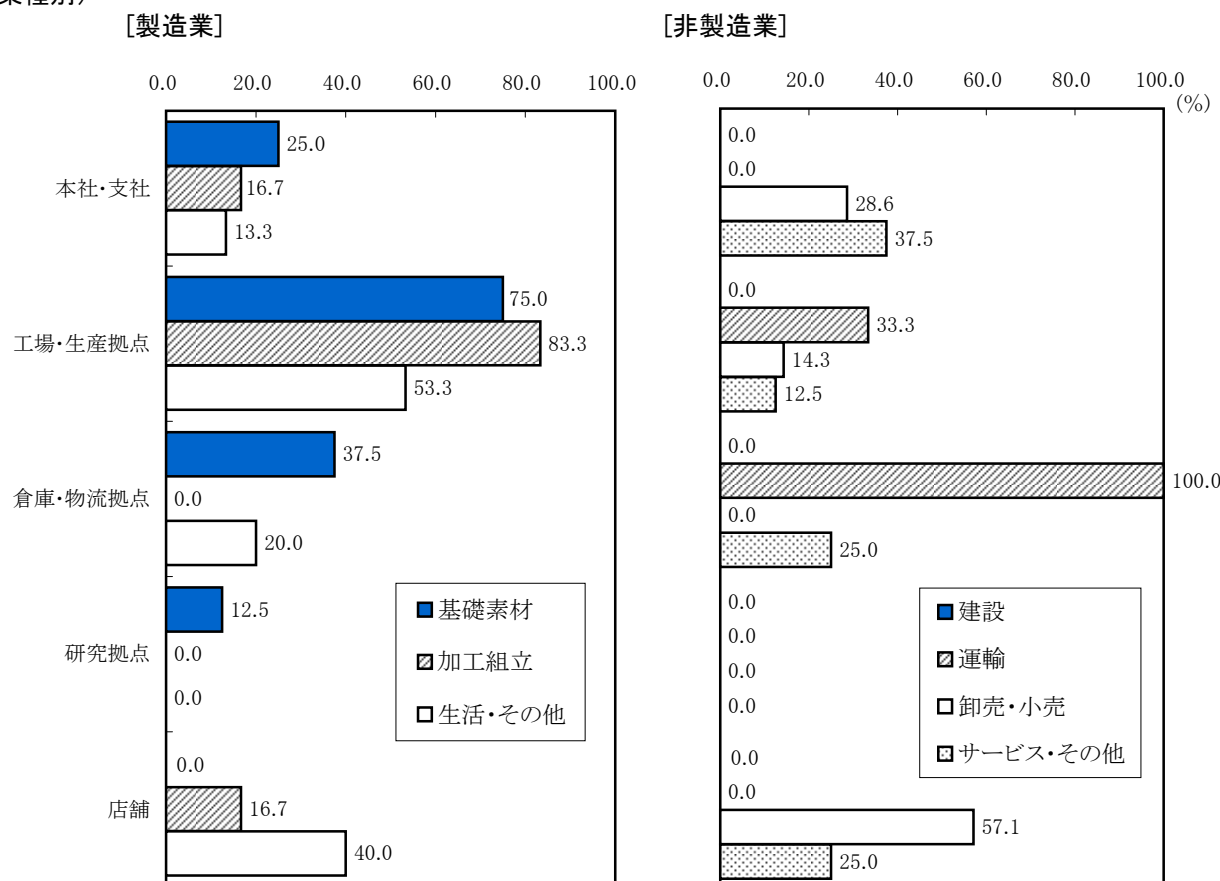
|      | 全体          | 本社・支社      | 工場・生産拠点    | 倉庫・物流拠点    | 研究拠点     | 店舗         | 無回答      |
|------|-------------|------------|------------|------------|----------|------------|----------|
| 全体   | 55<br>100.0 | 13<br>23.6 | 23<br>41.8 | 13<br>23.6 | 1<br>1.8 | 15<br>27.3 | 1<br>1.8 |
| 製造業  | 29<br>100.0 | 5<br>17.2  | 19<br>65.5 | 6<br>20.7  | 1<br>3.4 | 7<br>24.1  | 0<br>0.0 |
| 非製造業 | 26<br>100.0 | 8<br>30.8  | 4<br>15.4  | 7<br>26.9  | 0<br>0.0 | 8<br>30.8  | 1<br>3.8 |
| 中小企業 | 47<br>100.0 | 11<br>23.4 | 19<br>40.4 | 11<br>23.4 | 1<br>2.1 | 15<br>31.9 | 1<br>2.1 |
| 中堅企業 | 3<br>100.0  | 2<br>66.7  | 0<br>0.0   | 1<br>33.3  | 0<br>0.0 | 0<br>0.0   | 0<br>0.0 |
| 大企業  | 5<br>100.0  | 0<br>0.0   | 4<br>80.0  | 1<br>20.0  | 0<br>0.0 | 0<br>0.0   | 0<br>0.0 |

※網かけは上位3位



- ・製造業は3業種とも「工場・生産拠点」が最も多い。
- ・生活・その他は「店舗」が40.0%。
- ・運輸は、3社全てが「倉庫・物流拠点」。
- ・卸売・小売は「店舗」が57.1%。

(業種別)

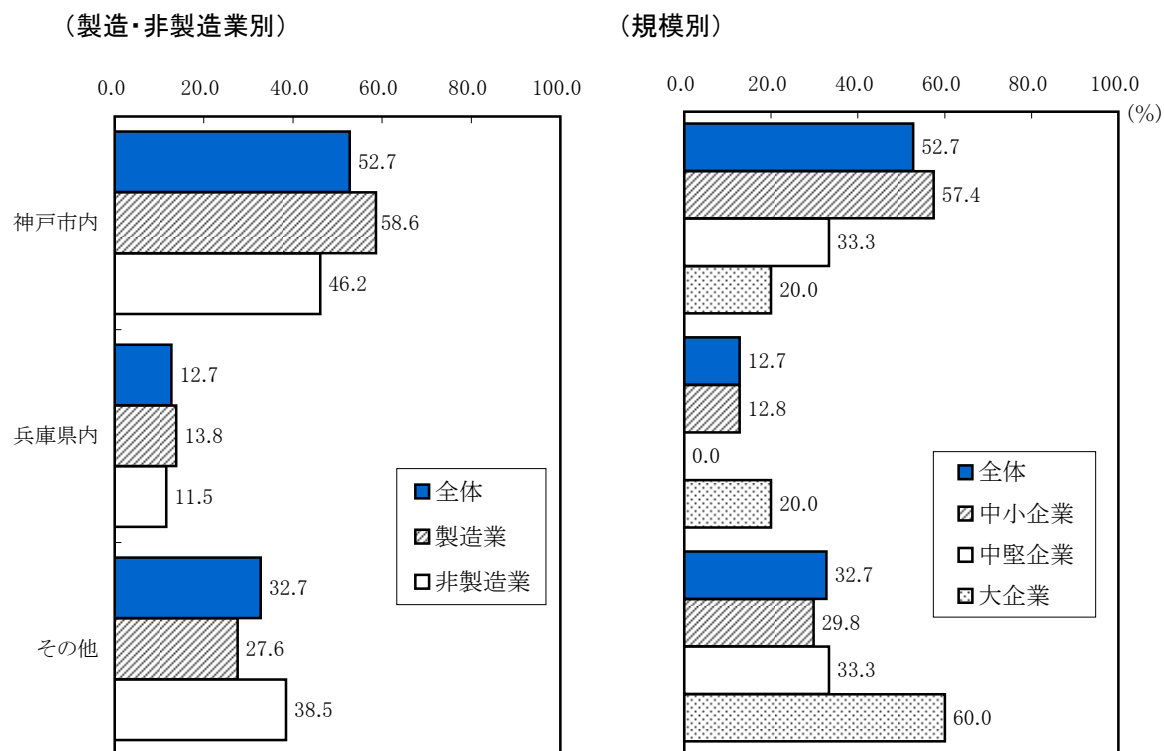


〈複数回答〉  
(上段・件数 下段・%)

|      |          | 全体          | 本社・支社     | 工場・生産拠点   | 倉庫・物流拠点    | 研究拠点      | 店舗        | 無回答      |
|------|----------|-------------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|----------|
| 製造業  | 基礎素材     | 8<br>100.0  | 2<br>25.0 | 6<br>75.0 | 3<br>37.5  | 1<br>12.5 | 0<br>0.0  | 0<br>0.0 |
|      | 加工組立     | 6<br>100.0  | 1<br>16.7 | 5<br>83.3 | 0<br>0.0   | 0<br>0.0  | 1<br>16.7 | 0<br>0.0 |
|      | 生活・その他   | 15<br>100.0 | 2<br>13.3 | 8<br>53.3 | 3<br>20.0  | 0<br>0.0  | 6<br>40.0 | 0<br>0.0 |
| 非製造業 | 建設       | 0<br>0.0    | 0<br>0.0  | 0<br>0.0  | 0<br>0.0   | 0<br>0.0  | 0<br>0.0  | 0<br>0.0 |
|      | 運輸       | 3<br>100.0  | 0<br>0.0  | 1<br>33.3 | 3<br>100.0 | 0<br>0.0  | 0<br>0.0  | 0<br>0.0 |
|      | 卸売・小売    | 7<br>100.0  | 2<br>28.6 | 1<br>14.3 | 0<br>0.0   | 0<br>0.0  | 4<br>57.1 | 0<br>0.0 |
|      | サービス・その他 | 16<br>100.0 | 6<br>37.5 | 2<br>12.5 | 4<br>25.0  | 0<br>0.0  | 4<br>25.0 | 1<br>6.3 |

※網かけは上位3位

- ・「検討している」地域は、全体では「神戸市内」が52.7%と半数以上を占める。
- ・中小企業は「神戸市内」が57.4%。
- ・大企業の5社のうち、3社が「その他」の地域をあげている。



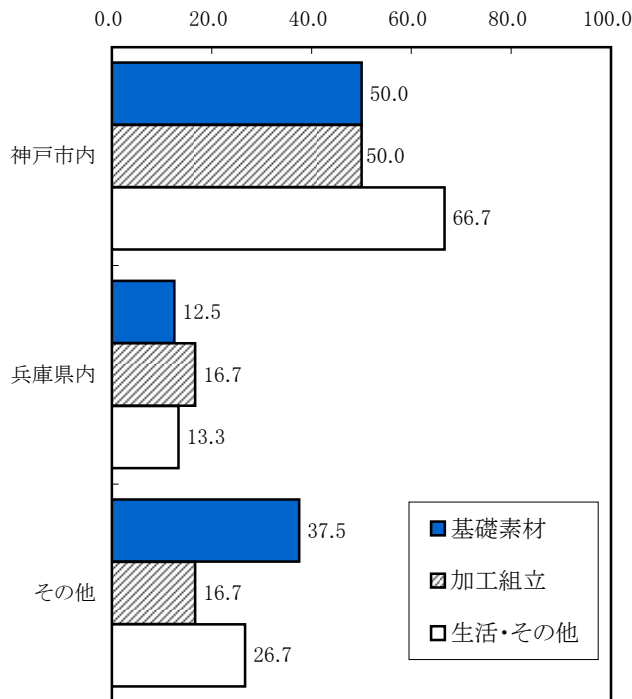
〈複数回答〉  
(上段・件数 下段・%)

|      | 全体          | 神戸市内       | 兵庫県内      | その他        | 無回答       |
|------|-------------|------------|-----------|------------|-----------|
| 全体   | 55<br>100.0 | 29<br>52.7 | 7<br>12.7 | 18<br>32.7 | 3<br>5.5  |
| 製造業  | 29<br>100.0 | 17<br>58.6 | 4<br>13.8 | 8<br>27.6  | 2<br>6.9  |
| 非製造業 | 26<br>100.0 | 12<br>46.2 | 3<br>11.5 | 10<br>38.5 | 1<br>3.8  |
| 中小企業 | 47<br>100.0 | 27<br>57.4 | 6<br>12.8 | 14<br>29.8 | 2<br>4.3  |
| 中堅企業 | 3<br>100.0  | 1<br>33.3  | 0<br>0.0  | 1<br>33.3  | 1<br>33.3 |
| 大企業  | 5<br>100.0  | 1<br>20.0  | 1<br>20.0 | 3<br>60.0  | 0<br>0.0  |

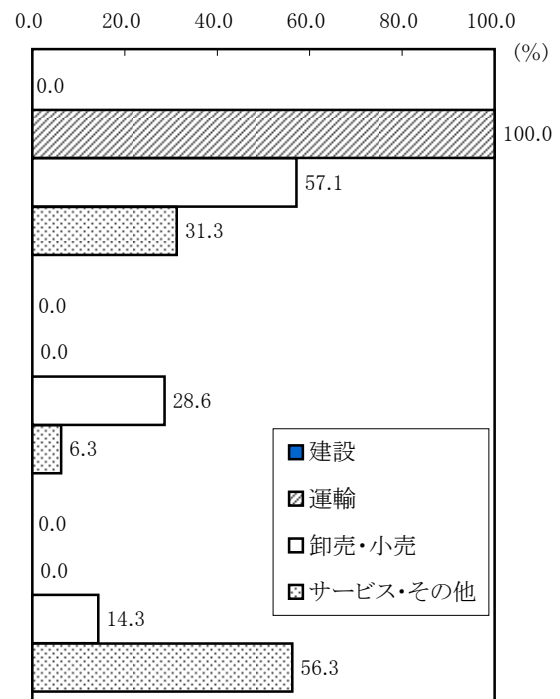
- ・生活・その他の15社のうち、10社(66.7%)が「神戸市内」。
- ・運輸は3社のうち3社とも「神戸市内」。
- ・サービス・その他は「その他」の地域が56.3%と半数以上を占める。

(業種別)

[製造業]



[非製造業]



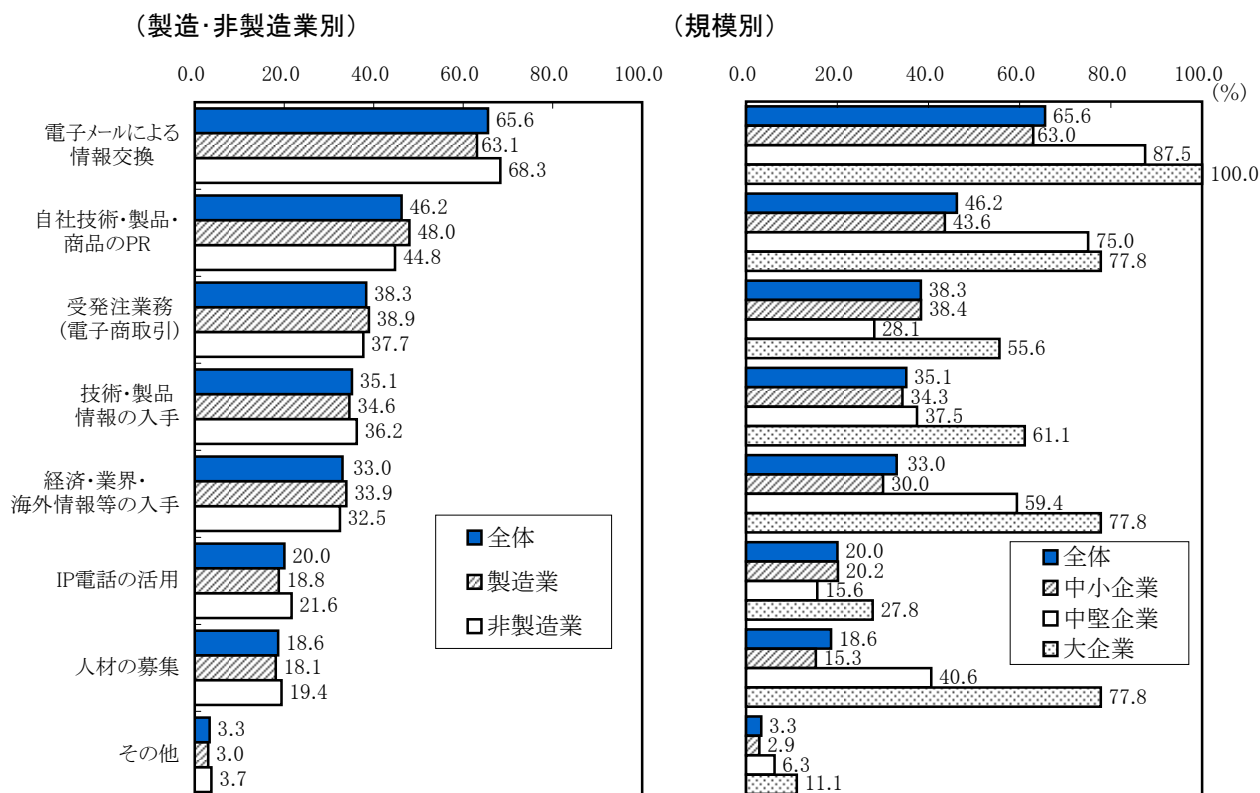
〈複数回答〉  
(上段・件数 下段・%)

|      |          | 全体          | 神戸市内       | 兵庫県内      | その他       | 無回答       |
|------|----------|-------------|------------|-----------|-----------|-----------|
| 製造業  | 基礎素材     | 8<br>100.0  | 4<br>50.0  | 1<br>12.5 | 3<br>37.5 | 0<br>0.0  |
|      | 加工組立     | 6<br>100.0  | 3<br>50.0  | 1<br>16.7 | 1<br>16.7 | 1<br>16.7 |
|      | 生活・その他   | 15<br>100.0 | 10<br>66.7 | 2<br>13.3 | 4<br>26.7 | 1<br>6.7  |
| 非製造業 | 建設       | 0<br>0.0    | 0<br>0.0   | 0<br>0.0  | 0<br>0.0  | 0<br>0.0  |
|      | 運輸       | 3<br>100.0  | 3<br>100.0 | 0<br>0.0  | 0<br>0.0  | 0<br>0.0  |
|      | 卸売・小売    | 7<br>100.0  | 4<br>57.1  | 2<br>28.6 | 1<br>14.3 | 0<br>0.0  |
|      | サービス・その他 | 16<br>100.0 | 5<br>31.3  | 1<br>6.3  | 9<br>56.3 | 1<br>6.3  |

## ■ICT(情報通信技術)の利用状況について《特別調査》

### (1)ICTで現在利用しているもの

- ・全体では「電子メールによる情報交換」が65.6%と最も多く、次いで「自社技術・製品・商品のPR」(46.2%)が続く。
- ・大企業の18社全てが「電子メールによる情報交換」を現在利用している。
- ・大企業は全ての項目において、中堅、中小企業よりも利用割合が高い。



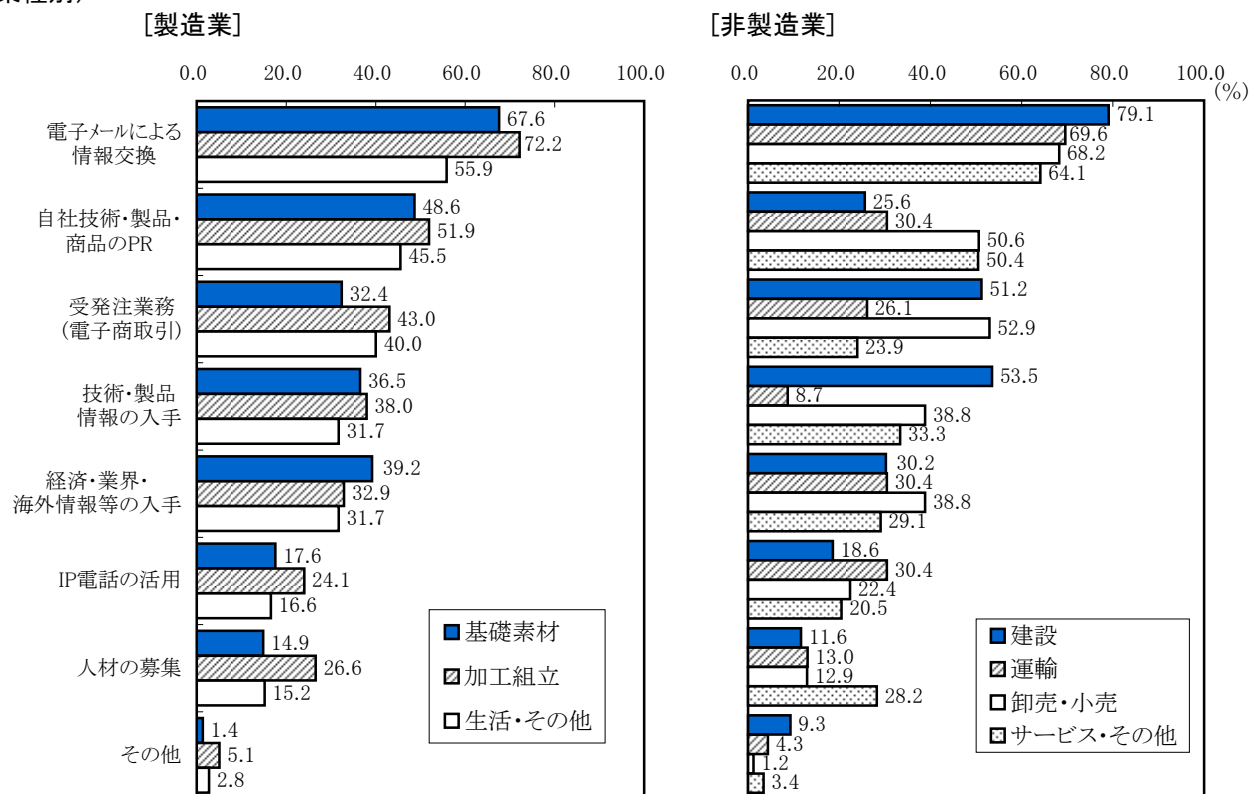
〈複数回答〉  
(上段・件数 下段・%)

|      | 全体           | 電子メールによる情報交換 | 自社技術・製品・商品のPR | 受発注業務(電子商取引) | 技術・製品情報の入手  | 経済・業界・海外情報等の入手 | IP電話の活用     | 人材の募集       | その他       | 無回答        |
|------|--------------|--------------|---------------|--------------|-------------|----------------|-------------|-------------|-----------|------------|
| 全体   | 569<br>100.0 | 373<br>65.6  | 263<br>46.2   | 218<br>38.3  | 200<br>35.1 | 188<br>33.0    | 114<br>20.0 | 106<br>18.6 | 19<br>3.3 | 60<br>10.5 |
| 製造業  | 298<br>100.0 | 188<br>63.1  | 143<br>48.0   | 116<br>38.9  | 103<br>34.6 | 101<br>33.9    | 56<br>18.8  | 54<br>18.1  | 9<br>3.0  | 39<br>13.1 |
| 非製造業 | 268<br>100.0 | 183<br>68.3  | 120<br>44.8   | 101<br>37.7  | 97<br>36.2  | 87<br>32.5     | 58<br>21.6  | 52<br>19.4  | 10<br>3.7 | 20<br>7.5  |
| 中小企業 | 516<br>100.0 | 325<br>63.0  | 225<br>43.6   | 198<br>38.4  | 177<br>34.3 | 155<br>30.0    | 104<br>20.2 | 79<br>15.3  | 15<br>2.9 | 59<br>11.4 |
| 中堅企業 | 32<br>100.0  | 28<br>87.5   | 24<br>75.0    | 9<br>28.1    | 12<br>37.5  | 19<br>59.4     | 5<br>15.6   | 13<br>40.6  | 2<br>6.3  | 0<br>0.0   |
| 大企業  | 18<br>100.0  | 18<br>100.0  | 14<br>77.8    | 10<br>55.6   | 11<br>61.1  | 14<br>77.8     | 5<br>27.8   | 14<br>77.8  | 2<br>11.1 | 0<br>0.0   |

※網かけは上位3位

- ・全業種において「電子メールによる情報交換」が最も多い。
- ・加工組立は「人材の募集」が26.6%と他の製造業と比べて多い。
- ・建設は「技術・製品情報の入手」が53.5%と半数以上を占める。
- ・サービス・その他は「人材の募集」が28.2%と比較的多い。

(業種別)



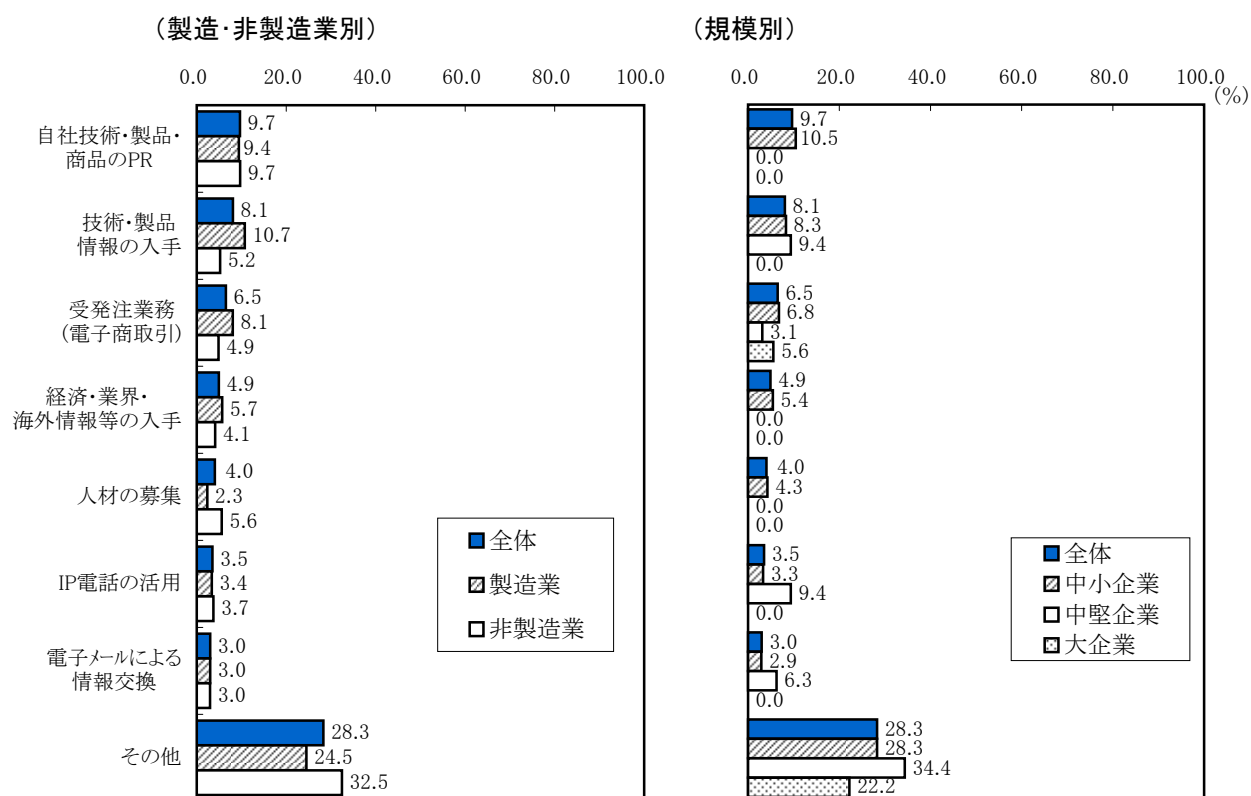
〈複数回答〉  
(上段・件数 下段・%)

|      |          | 全体    | 電子メールによる情報交換 | 自社技術・製品・PR | 受発注業務(電子商取引) | 技術・製品情報の入手 | 海外・業界・経済情報等の入手 | IP電話の活用 | 人材の募集 | その他 | 無回答  |
|------|----------|-------|--------------|------------|--------------|------------|----------------|---------|-------|-----|------|
| 製造業  | 基礎素材     | 74    | 50           | 36         | 24           | 27         | 29             | 13      | 11    | 1   | 10   |
|      |          | 100.0 | 67.6         | 48.6       | 32.4         | 36.5       | 39.2           | 17.6    | 14.9  | 1.4 | 13.5 |
|      | 加工組立     | 79    | 57           | 41         | 34           | 30         | 26             | 19      | 21    | 4   | 7    |
| 非製造業 | 生活・その他   | 145   | 81           | 66         | 58           | 46         | 46             | 24      | 22    | 4   | 22   |
|      |          | 100.0 | 55.9         | 45.5       | 40.0         | 31.7       | 31.7           | 16.6    | 15.2  | 2.8 | 15.2 |
|      | 建設       | 43    | 34           | 11         | 22           | 23         | 13             | 8       | 5     | 4   | 1    |
| 非製造業 | 運輸       | 23    | 16           | 7          | 6            | 2          | 7              | 7       | 3     | 1   | 3    |
|      |          | 100.0 | 69.6         | 30.4       | 26.1         | 8.7        | 30.4           | 30.4    | 13.0  | 4.3 | 13.0 |
|      | 卸売・小売    | 85    | 58           | 43         | 45           | 33         | 33             | 19      | 11    | 1   | 7    |
| 非製造業 | サービス・その他 | 117   | 75           | 59         | 28           | 39         | 34             | 24      | 33    | 4   | 9    |
|      |          | 100.0 | 64.1         | 50.4       | 23.9         | 33.3       | 29.1           | 20.5    | 28.2  | 3.4 | 7.7  |

※網かけは上位3位

(2)ICTで今後新たに利用する予定があるもの

- ・最も多かった「その他」(161件)のうち、「特になし」が151件となっており、今後新たに利用する予定はないという意見が多い。
- ・今後新たに利用する予定があるものは、全体では「自社技術・製品・商品のPR」が9.7%と多い。
- ・製造業は「技術・製品情報の入手」が10.7%となっており、非製造業(5.2%)と比べて多い。



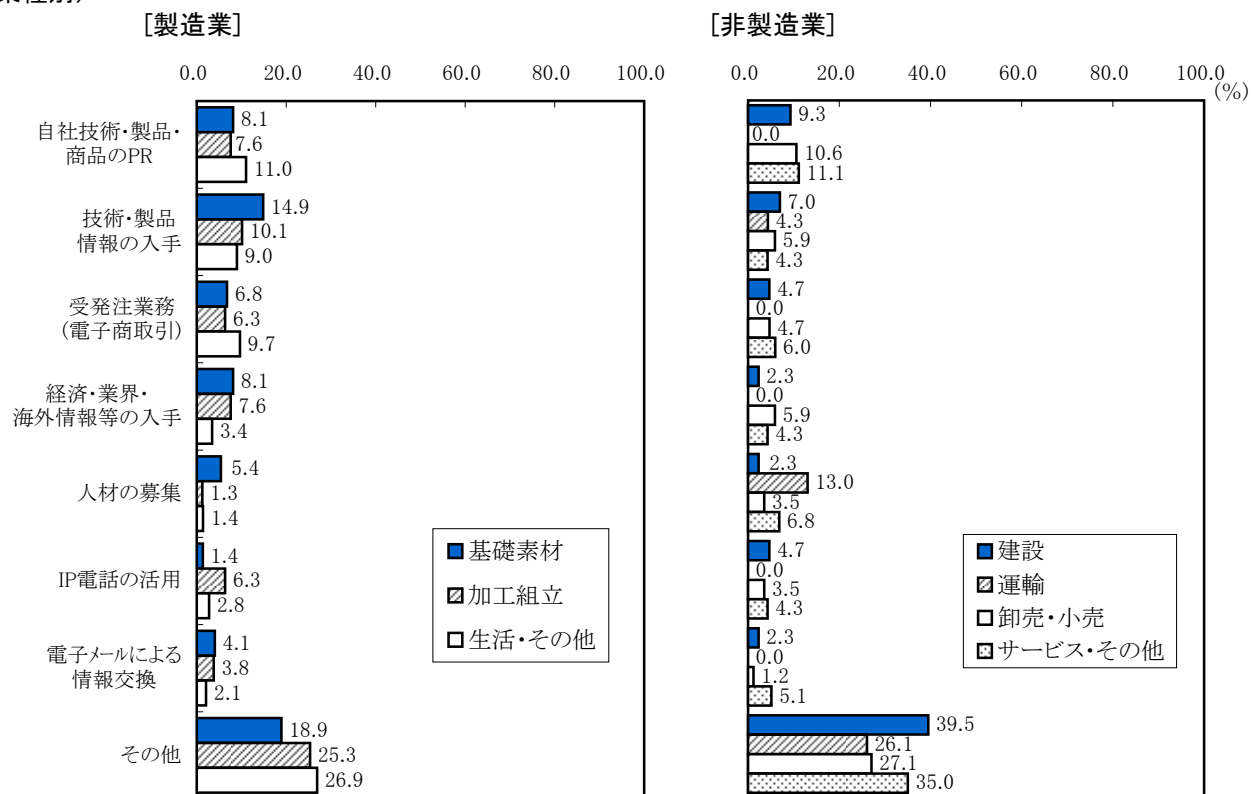
〈複数回答〉  
(上段・件数 下段・%)

|      | 全体           | 自社技術・製品・商品のPR | 技術・製品情報の入手 | 受発注業務(電子商取引) | 経済・業界・海外情報等の入手 | 人材の募集     | IP電話の活用   | 電子メールによる情報交換 | その他         | 無回答         |
|------|--------------|---------------|------------|--------------|----------------|-----------|-----------|--------------|-------------|-------------|
| 全体   | 569<br>100.0 | 55<br>9.7     | 46<br>8.1  | 37<br>6.5    | 28<br>4.9      | 23<br>4.0 | 20<br>3.5 | 17<br>3.0    | 161<br>28.3 | 231<br>40.6 |
| 製造業  | 298<br>100.0 | 28<br>9.4     | 32<br>10.7 | 24<br>8.1    | 17<br>5.7      | 7<br>2.3  | 10<br>3.4 | 9<br>3.0     | 73<br>24.5  | 128<br>43.0 |
| 非製造業 | 268<br>100.0 | 26<br>9.7     | 14<br>5.2  | 13<br>4.9    | 11<br>4.1      | 15<br>5.6 | 10<br>3.7 | 8<br>3.0     | 87<br>32.5  | 103<br>38.4 |
| 中小企業 | 516<br>100.0 | 54<br>10.5    | 43<br>8.3  | 35<br>6.8    | 28<br>5.4      | 22<br>4.3 | 17<br>3.3 | 15<br>2.9    | 146<br>28.3 | 202<br>39.1 |
| 中堅企業 | 32<br>100.0  | 0<br>0.0      | 3<br>9.4   | 1<br>3.1     | 0<br>0.0       | 0<br>0.0  | 3<br>9.4  | 2<br>6.3     | 11<br>34.4  | 15<br>46.9  |
| 大企業  | 18<br>100.0  | 0<br>0.0      | 0<br>0.0   | 1<br>5.6     | 0<br>0.0       | 0<br>0.0  | 0<br>0.0  | 0<br>0.0     | 4<br>22.2   | 13<br>72.2  |

※網かけは上位3位

- ・基礎素材は「技術・製品情報の入手」が14.9%となっており、他の業種と比べて多い。
- ・運輸は「人材の募集」で13.0%と比較的多い。

(業種別)



〈複数回答〉

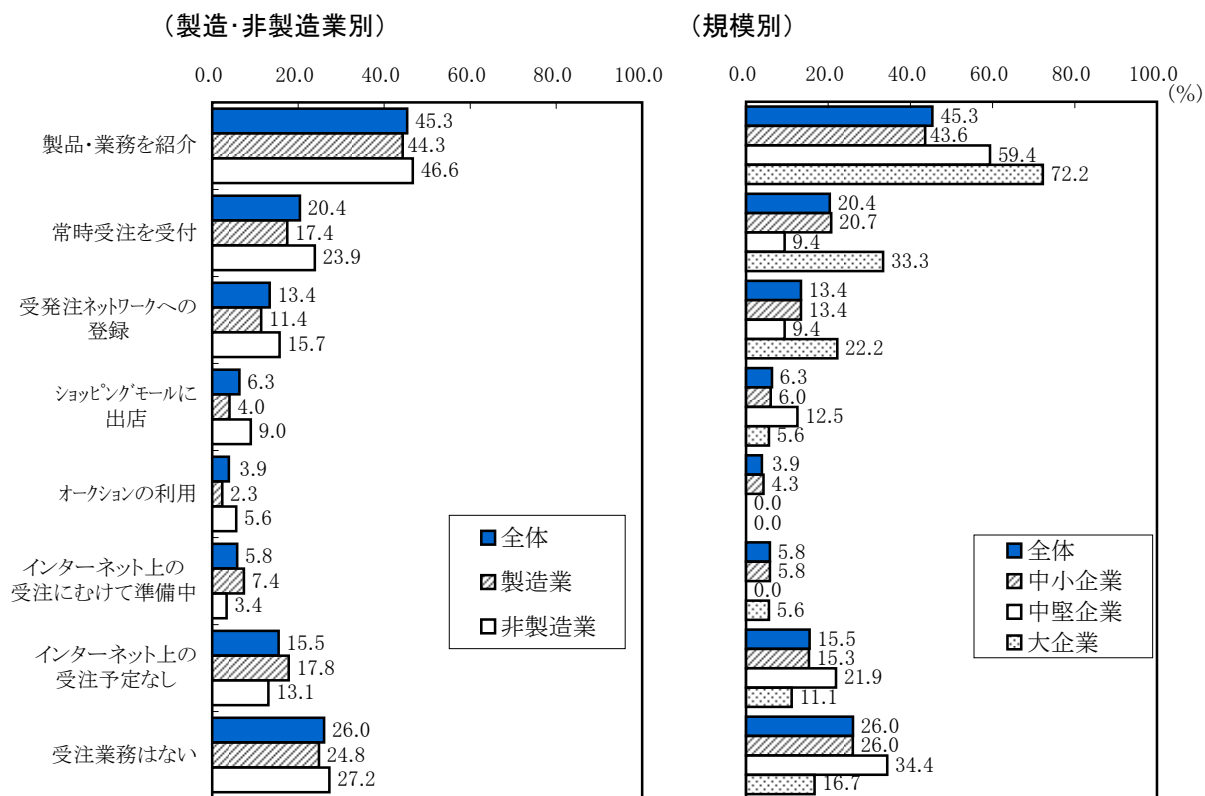
(上段・件数 下段・%)

|      |          | 全体           | 自社技術・製品・PR | 技術・製品の入手   | 受発注業務(電子商取引) | 経済・業界・海外情報等の入手 | 人材の募集     | IP電話の活用  | 電子メールによる情報交換 | その他        | 無回答        |
|------|----------|--------------|------------|------------|--------------|----------------|-----------|----------|--------------|------------|------------|
| 製造業  | 基礎素材     | 74<br>100.0  | 6<br>8.1   | 11<br>14.9 | 5<br>6.8     | 6<br>8.1       | 4<br>5.4  | 1<br>1.4 | 3<br>4.1     | 14<br>18.9 | 35<br>47.3 |
|      | 加工組立     | 79<br>100.0  | 6<br>7.6   | 8<br>10.1  | 5<br>6.3     | 6<br>7.6       | 1<br>1.3  | 5<br>6.3 | 3<br>3.8     | 20<br>25.3 | 31<br>39.2 |
|      | 生活・その他   | 145<br>100.0 | 16<br>11.0 | 13<br>9.0  | 14<br>9.7    | 5<br>3.4       | 2<br>1.4  | 4<br>2.8 | 3<br>2.1     | 39<br>26.9 | 62<br>42.8 |
|      | 建設       | 43<br>100.0  | 4<br>9.3   | 3<br>7.0   | 2<br>4.7     | 1<br>2.3       | 1<br>2.3  | 2<br>4.7 | 1<br>2.3     | 17<br>39.5 | 15<br>34.9 |
| 非製造業 | 運輸       | 23<br>100.0  | 0<br>0.0   | 1<br>4.3   | 0<br>0.0     | 0<br>0.0       | 3<br>13.0 | 0<br>0.0 | 0<br>0.0     | 6<br>26.1  | 14<br>60.9 |
|      | 卸売・小売    | 85<br>100.0  | 9<br>10.6  | 5<br>5.9   | 4<br>4.7     | 5<br>5.9       | 3<br>3.5  | 3<br>3.5 | 1<br>1.2     | 23<br>27.1 | 36<br>42.4 |
|      | サービス・その他 | 117<br>100.0 | 13<br>11.1 | 5<br>4.3   | 7<br>6.0     | 5<br>4.3       | 8<br>6.8  | 5<br>4.3 | 6<br>5.1     | 41<br>35.0 | 38<br>32.5 |

※網かけは上位3位

### (3) 受注のためのインターネット活用状況

- ・全体では、受注のために「製品・業務を紹介」をしている企業は45.3%と最も多い。
- ・インターネット上の受注について、“準備中”、“予定なし”は製造業に多く、“受注のためにインターネットを活用している”のは非製造業に多い。
- ・「製品・業務を紹介」は企業規模が大きくなるほど割合が多い。



〈複数回答〉  
(上段・件数 下段・%)

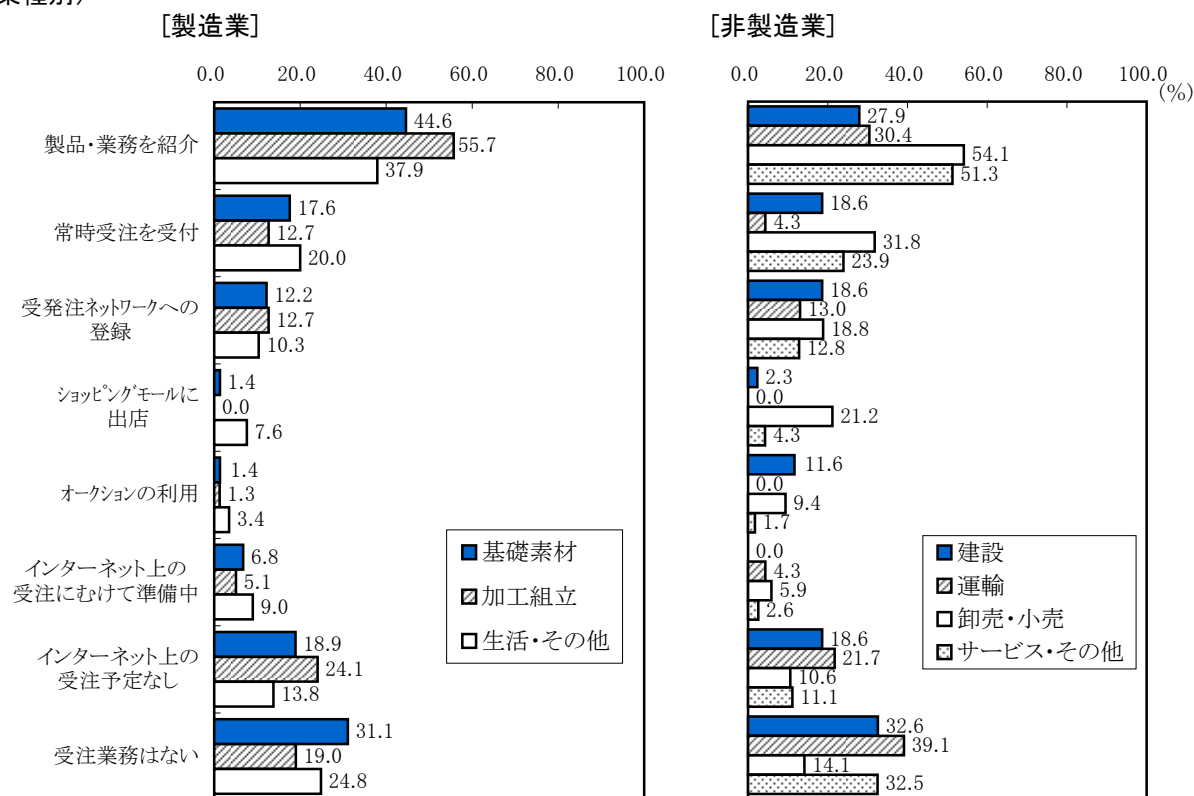
|      | 全体           | 製品・業務を紹介    | 常時受注を受付     | 受発注ネットワークへの登録 | ショッピングモールに出店 | オークションの利用 | インターネット上の受注にむけて準備中の | インターネット上の受注予定なし | 受注業務はない     | 無回答       |
|------|--------------|-------------|-------------|---------------|--------------|-----------|---------------------|-----------------|-------------|-----------|
| 全体   | 569<br>100.0 | 258<br>45.3 | 116<br>20.4 | 76<br>13.4    | 36<br>6.3    | 22<br>3.9 | 33<br>5.8           | 88<br>15.5      | 148<br>26.0 | 54<br>9.5 |
| 製造業  | 298<br>100.0 | 132<br>44.3 | 52<br>17.4  | 34<br>11.4    | 12<br>4.0    | 7<br>2.3  | 22<br>7.4           | 53<br>17.8      | 74<br>24.8  | 29<br>9.7 |
| 非製造業 | 268<br>100.0 | 125<br>46.6 | 64<br>23.9  | 42<br>15.7    | 24<br>9.0    | 15<br>5.6 | 9<br>3.4            | 35<br>13.1      | 73<br>27.2  | 25<br>9.3 |
| 中小企業 | 516<br>100.0 | 225<br>43.6 | 107<br>20.7 | 69<br>13.4    | 31<br>6.0    | 22<br>4.3 | 30<br>5.8           | 79<br>15.3      | 134<br>26.0 | 51<br>9.9 |
| 中堅企業 | 32<br>100.0  | 19<br>59.4  | 3<br>9.4    | 3<br>9.4      | 4<br>12.5    | 0<br>0.0  | 0<br>0.0            | 7<br>21.9       | 11<br>34.4  | 1<br>3.1  |
| 大企業  | 18<br>100.0  | 13<br>72.2  | 6<br>33.3   | 4<br>22.2     | 1<br>5.6     | 0<br>0.0  | 1<br>5.6            | 2<br>11.1       | 3<br>16.7   | 1<br>5.6  |

※網かけは上位3位



- ・製造業は3業種とも「製品・業務を紹介」が最も多く、なかでも加工組立は55.7%と半数以上を占める。
- ・建設、運輸は「受注業務はない」が3～4割を占める。
- ・卸売・小売は「ショッピングモールに出店」が21.2%と多い。

(業種別)



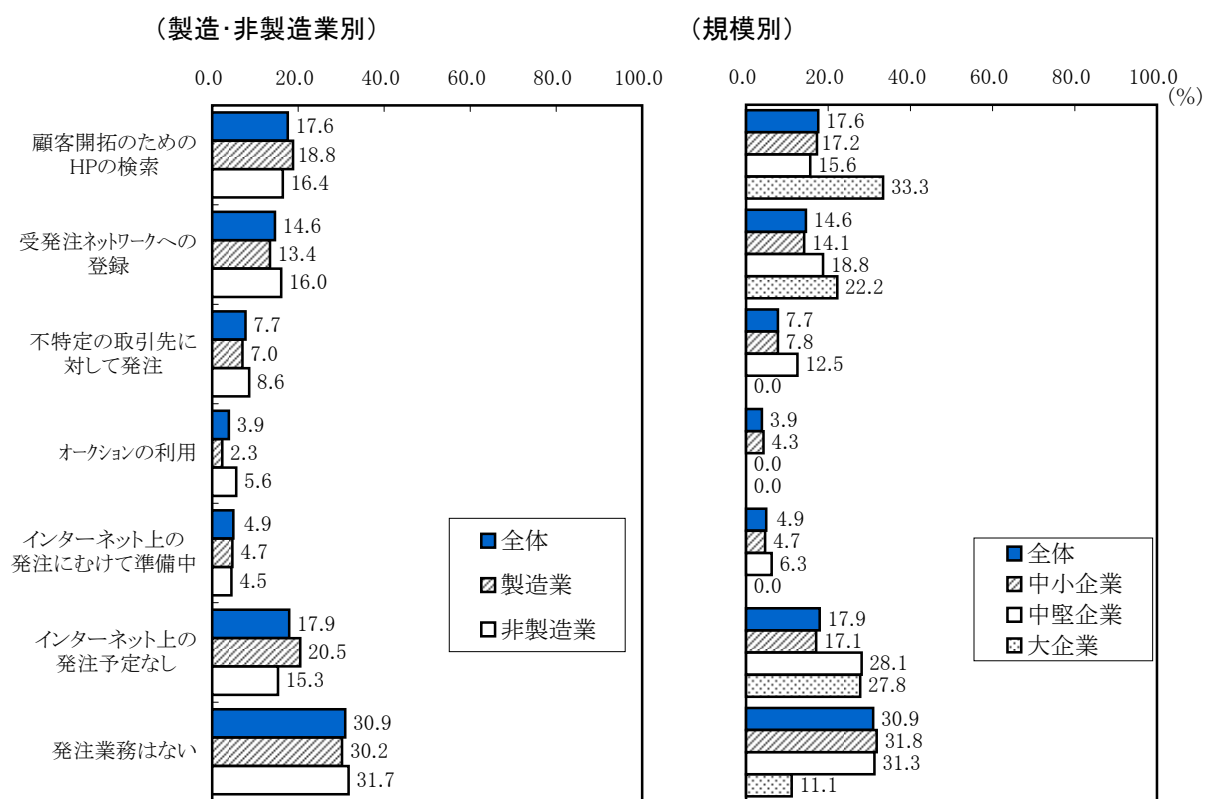
〈複数回答〉  
(上段・件数 下段・%)

|      |          | 全体           | 製品・業務を紹介   | 常時受注を受付    | 受発注ネットワークへの登録 | ショッピングモールに出店 | オークションの利用 | インターネット上の受注にむけて準備中 | インターネット上の受注予定なし | 受注業務はない    | 無回答        |
|------|----------|--------------|------------|------------|---------------|--------------|-----------|--------------------|-----------------|------------|------------|
| 製造業  | 基礎素材     | 74<br>100.0  | 33<br>44.6 | 13<br>17.6 | 9<br>12.2     | 1<br>1.4     | 1<br>1.4  | 5<br>6.8           | 14<br>18.9      | 23<br>31.1 | 6<br>8.1   |
|      | 加工組立     | 79<br>100.0  | 44<br>55.7 | 10<br>12.7 | 10<br>12.7    | 0<br>0.0     | 1<br>1.3  | 4<br>5.1           | 19<br>24.1      | 15<br>19.0 | 6<br>7.6   |
|      | 生活・その他   | 145<br>100.0 | 55<br>37.9 | 29<br>20.0 | 15<br>10.3    | 11<br>7.6    | 5<br>3.4  | 13<br>9.0          | 20<br>13.8      | 36<br>24.8 | 17<br>11.7 |
| 非製造業 | 建設       | 43<br>100.0  | 12<br>27.9 | 8<br>18.6  | 8<br>18.6     | 1<br>2.3     | 5<br>11.6 | 0<br>0.0           | 8<br>18.6       | 14<br>32.6 | 4<br>9.3   |
|      | 運輸       | 23<br>100.0  | 7<br>30.4  | 1<br>4.3   | 3<br>13.0     | 0<br>0.0     | 0<br>0.0  | 1<br>4.3           | 5<br>21.7       | 9<br>39.1  | 3<br>13.0  |
|      | 卸売・小売    | 85<br>100.0  | 46<br>54.1 | 27<br>31.8 | 16<br>18.8    | 18<br>21.2   | 8<br>9.4  | 5<br>5.9           | 9<br>10.6       | 12<br>14.1 | 7<br>8.2   |
|      | サービス・その他 | 117<br>100.0 | 60<br>51.3 | 28<br>23.9 | 15<br>12.8    | 5<br>4.3     | 2<br>1.7  | 3<br>2.6           | 13<br>11.1      | 38<br>32.5 | 11<br>9.4  |

※網かけは上位3位

#### (4) 発注(調達)のためのインターネット活用状況

- ・全体では、発注(調達)のために「顧客開拓のためのHPの検索」をしている企業が17.6%と多い。
- ・最も多いのは「発注業務はない」で全体の3割以上を占めている。
- ・大企業は「顧客のためのHPの検索」(33.3%)が中堅、中小企業に比べて多い。



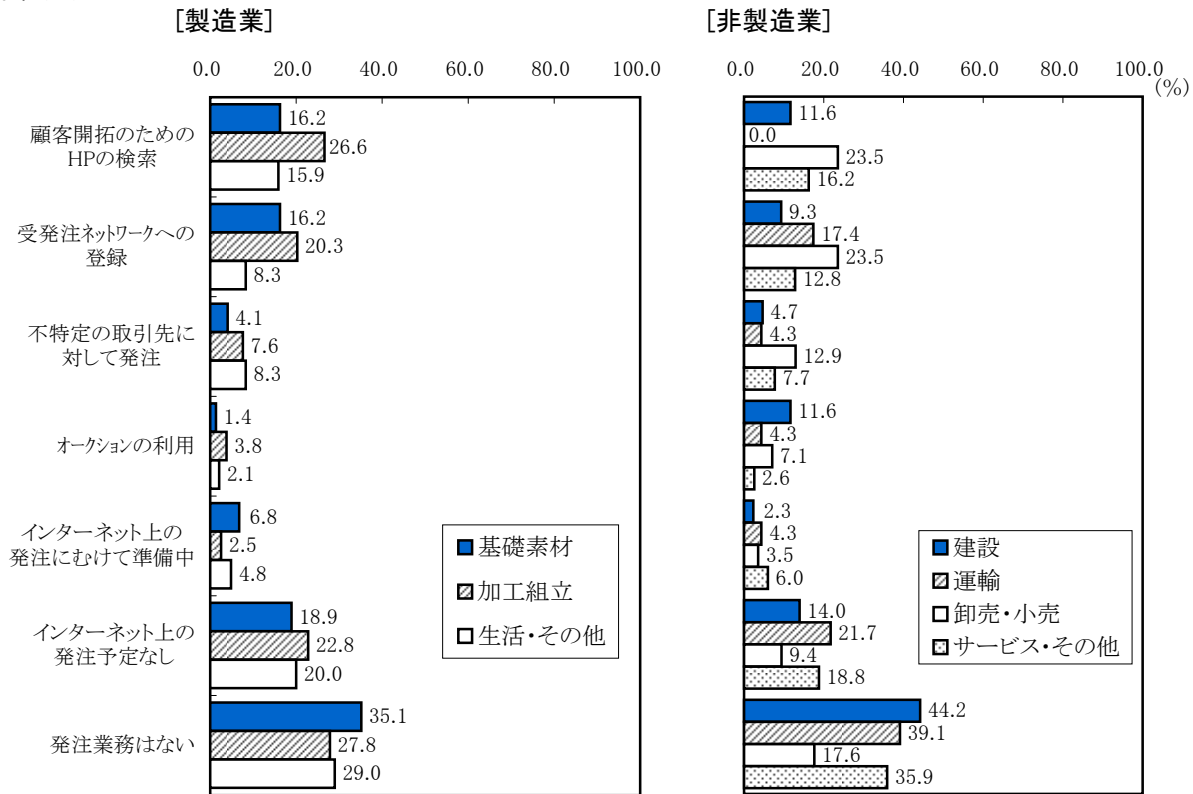
〈複数回答〉  
(上段・件数 下段・%)

|      | 全体           | H顧客の開拓のためのHPの検索 | 受発注ネットワークへの登録 | 不特定の取引先に対して発注 | オークションの利用 | インターネット上の発注にむけて準備中 | インターネット上の発注予定なし | 発注業務はない     | 無回答        |
|------|--------------|-----------------|---------------|---------------|-----------|--------------------|-----------------|-------------|------------|
| 全体   | 569<br>100.0 | 100<br>17.6     | 83<br>14.6    | 44<br>7.7     | 22<br>3.9 | 28<br>4.9          | 102<br>17.9     | 176<br>30.9 | 85<br>14.9 |
| 製造業  | 298<br>100.0 | 56<br>18.8      | 40<br>13.4    | 21<br>7.0     | 7<br>2.3  | 14<br>4.7          | 61<br>20.5      | 90<br>30.2  | 46<br>15.4 |
| 非製造業 | 268<br>100.0 | 44<br>16.4      | 43<br>16.0    | 23<br>8.6     | 15<br>5.6 | 12<br>4.5          | 41<br>15.3      | 85<br>31.7  | 39<br>14.6 |
| 中小企業 | 516<br>100.0 | 89<br>17.2      | 73<br>14.1    | 40<br>7.8     | 22<br>4.3 | 24<br>4.7          | 88<br>17.1      | 164<br>31.8 | 82<br>15.9 |
| 中堅企業 | 32<br>100.0  | 5<br>15.6       | 6<br>18.8     | 4<br>12.5     | 0<br>0.0  | 2<br>6.3           | 9<br>28.1       | 10<br>31.3  | 1<br>3.1   |
| 大企業  | 18<br>100.0  | 6<br>33.3       | 4<br>22.2     | 0<br>0.0      | 0<br>0.0  | 0<br>0.0           | 5<br>27.8       | 2<br>11.1   | 1<br>5.6   |

※網かけは上位3位

・加工組立と卸売・小売は他の業種に比べて、発注(調達)のためにインターネットを活用している割合が高い。中でも、「顧客開拓のためのHPの検索」や「受発注ネットワークへの登録」は2割以上を占める。

(業種別)



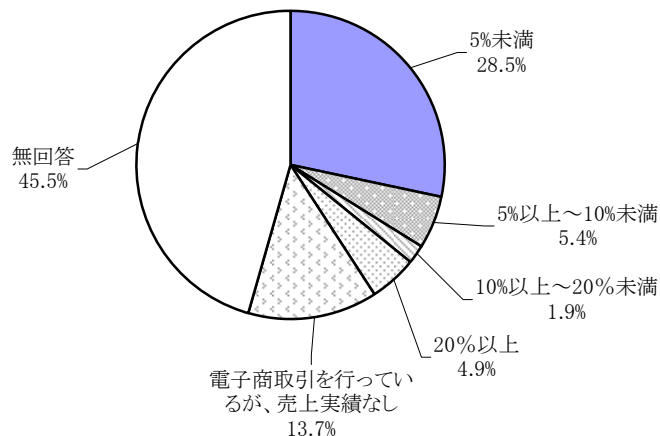
〈複数回答〉  
(上段・件数 下段・%)

|      |          | 全体           | H顧客の開拓のためのHPの検索 | 受発注ネットワークへの登録 | 不特定の取引先に対して発注 | オークションの利用 | インターネット上の発注にむけて準備中 | インターネット上の発注予定なし | 発注業務はない    | 無回答        |
|------|----------|--------------|-----------------|---------------|---------------|-----------|--------------------|-----------------|------------|------------|
| 製造業  | 基礎素材     | 74<br>100.0  | 12<br>16.2      | 12<br>16.2    | 3<br>4.1      | 1<br>1.4  | 5<br>6.8           | 14<br>18.9      | 26<br>35.1 | 8<br>10.8  |
|      | 加工組立     | 79<br>100.0  | 21<br>26.6      | 16<br>20.3    | 6<br>7.6      | 3<br>3.8  | 2<br>2.5           | 18<br>22.8      | 22<br>27.8 | 6<br>7.6   |
|      | 生活・その他   | 145<br>100.0 | 23<br>15.9      | 12<br>8.3     | 12<br>8.3     | 3<br>2.1  | 7<br>4.8           | 29<br>20.0      | 42<br>29.0 | 32<br>22.1 |
| 非製造業 | 建設       | 43<br>100.0  | 5<br>11.6       | 4<br>9.3      | 2<br>4.7      | 5<br>11.6 | 1<br>2.3           | 6<br>14.0       | 19<br>44.2 | 7<br>16.3  |
|      | 運輸       | 23<br>100.0  | 0<br>0.0        | 4<br>17.4     | 1<br>4.3      | 1<br>4.3  | 1<br>4.3           | 5<br>21.7       | 9<br>39.1  | 3<br>13.0  |
|      | 卸売・小売    | 85<br>100.0  | 20<br>23.5      | 20<br>23.5    | 11<br>12.9    | 6<br>7.1  | 3<br>3.5           | 8<br>9.4        | 15<br>17.6 | 17<br>20.0 |
|      | サービス・その他 | 117<br>100.0 | 19<br>16.2      | 15<br>12.8    | 9<br>7.7      | 3<br>2.6  | 7<br>6.0           | 22<br>18.8      | 42<br>35.9 | 12<br>10.3 |

※網かけは上位3位

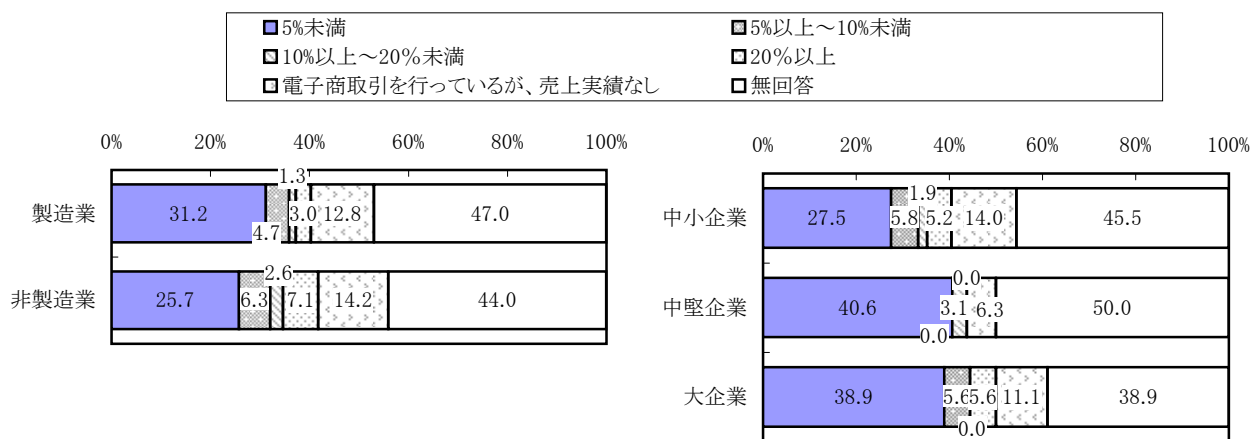
# (5) 電子商取引の年間売上割合

- ・全体では「5%未満」が約3割を占めて、最も多い。
- ・大、中堅企業は「5%未満」が4割前後にのぼる。



(製造・非製造業別)

(規模別)

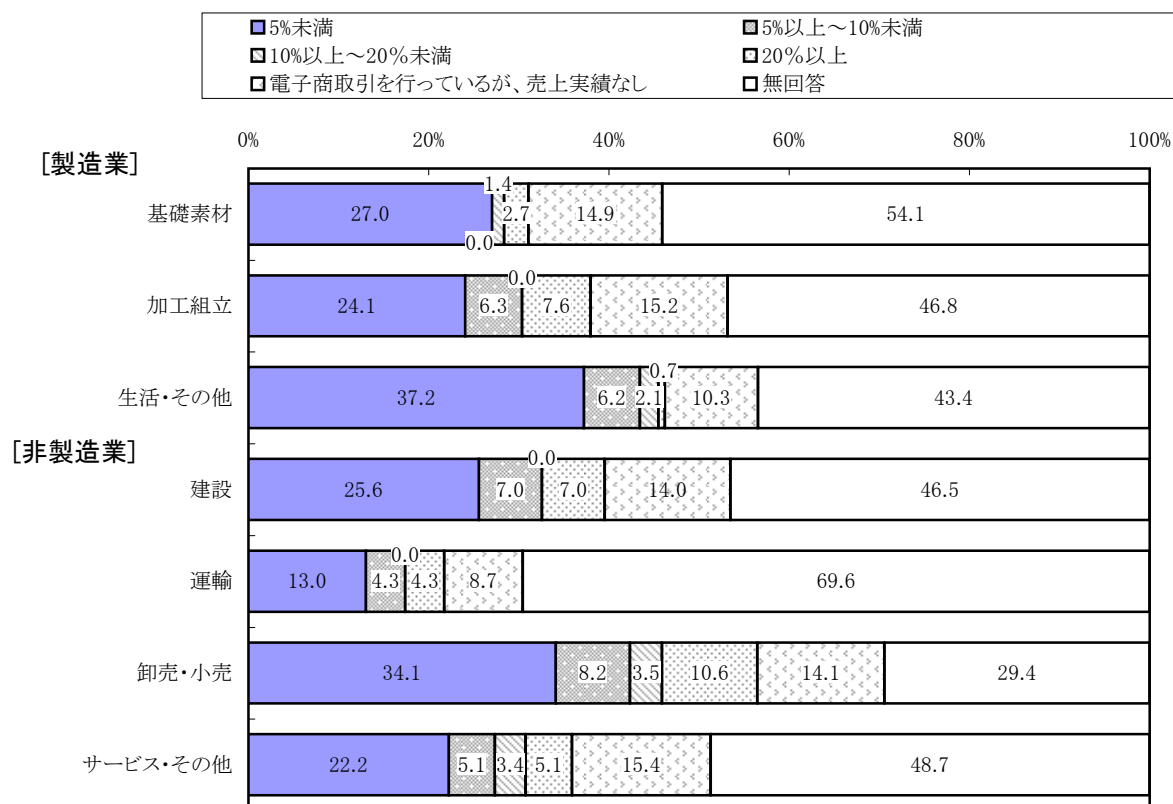


(上段・件数 下段・%)

|      | 全体           | 5%未満        | 5%以上～10%未満 | 10%以上～20%未満 | 20%以上     | 電子商取引を行っているが売上実績なし | 無回答         |
|------|--------------|-------------|------------|-------------|-----------|--------------------|-------------|
| 全体   | 569<br>100.0 | 162<br>28.5 | 31<br>5.4  | 11<br>1.9   | 28<br>4.9 | 78<br>13.7         | 259<br>45.5 |
| 製造業  | 298<br>100.0 | 93<br>31.2  | 14<br>4.7  | 4<br>1.3    | 9<br>3.0  | 38<br>12.8         | 140<br>47.0 |
| 非製造業 | 268<br>100.0 | 69<br>25.7  | 17<br>6.3  | 7<br>2.6    | 19<br>7.1 | 38<br>14.2         | 118<br>44.0 |
| 中小企業 | 516<br>100.0 | 142<br>27.5 | 30<br>5.8  | 10<br>1.9   | 27<br>5.2 | 72<br>14.0         | 235<br>45.5 |
| 中堅企業 | 32<br>100.0  | 13<br>40.6  | 0<br>0.0   | 1<br>3.1    | 0<br>0.0  | 2<br>6.3           | 16<br>50.0  |
| 大企業  | 18<br>100.0  | 7<br>38.9   | 1<br>5.6   | 0<br>0.0    | 1<br>5.6  | 2<br>11.1          | 7<br>38.9   |

・卸売・小売では“5%以上”と回答した企業は、あわせて22.3%にのぼり、他の業種と比べて高い。

(業種別)

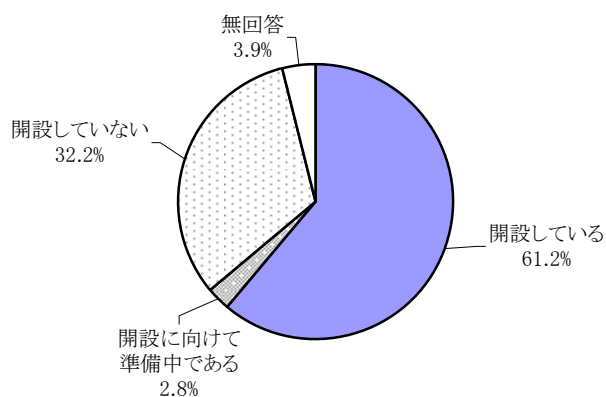


(上段・件数 下段・%)

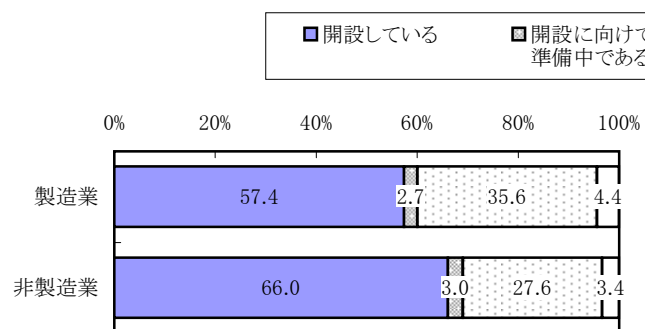
|      |          | 全体    | 5%未満 | 5%以上～10%未満 | 10%以上～20%未満 | 20%以上 | 電子商取引を行っているが売上実績なし | 無回答  |
|------|----------|-------|------|------------|-------------|-------|--------------------|------|
| 製造業  | 基礎素材     | 74    | 20   | 0          | 1           | 2     | 11                 | 40   |
|      |          | 100.0 | 27.0 | 0.0        | 1.4         | 2.7   | 14.9               | 54.1 |
|      | 加工組立     | 79    | 19   | 5          | 0           | 6     | 12                 | 37   |
|      |          | 100.0 | 24.1 | 6.3        | 0.0         | 7.6   | 15.2               | 46.8 |
| 非製造業 | 生活・その他   | 145   | 54   | 9          | 3           | 1     | 15                 | 63   |
|      |          | 100.0 | 37.2 | 6.2        | 2.1         | 0.7   | 10.3               | 43.4 |
|      | 建設       | 43    | 11   | 3          | 0           | 3     | 6                  | 20   |
|      |          | 100.0 | 25.6 | 7.0        | 0.0         | 7.0   | 14.0               | 46.5 |
| 非製造業 | 運輸       | 23    | 3    | 1          | 0           | 1     | 2                  | 16   |
|      |          | 100.0 | 13.0 | 4.3        | 0.0         | 4.3   | 8.7                | 69.6 |
|      | 卸売・小売    | 85    | 29   | 7          | 3           | 9     | 12                 | 25   |
|      |          | 100.0 | 34.1 | 8.2        | 3.5         | 10.6  | 14.1               | 29.4 |
| 非製造業 | サービス・その他 | 117   | 26   | 6          | 4           | 6     | 18                 | 57   |
|      |          | 100.0 | 22.2 | 5.1        | 3.4         | 5.1   | 15.4               | 48.7 |

## (6) ホームページの開設状況

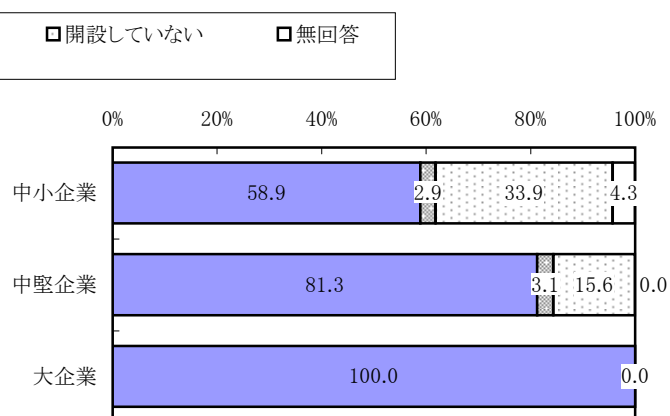
- ・ホームページを「開設している」企業は、全体で6割以上(61.2%)を占める。
- ・ホームページを「開設している」企業は非製造業(66.0%)に多い。
- ・企業規模が大きいほどホームページを「開設している」企業の割合が多く、中小企業は約6割、中堅企業は約8割、大企業は18社全ての企業が「開設している」。



(製造・非製造業別)



(規模別)

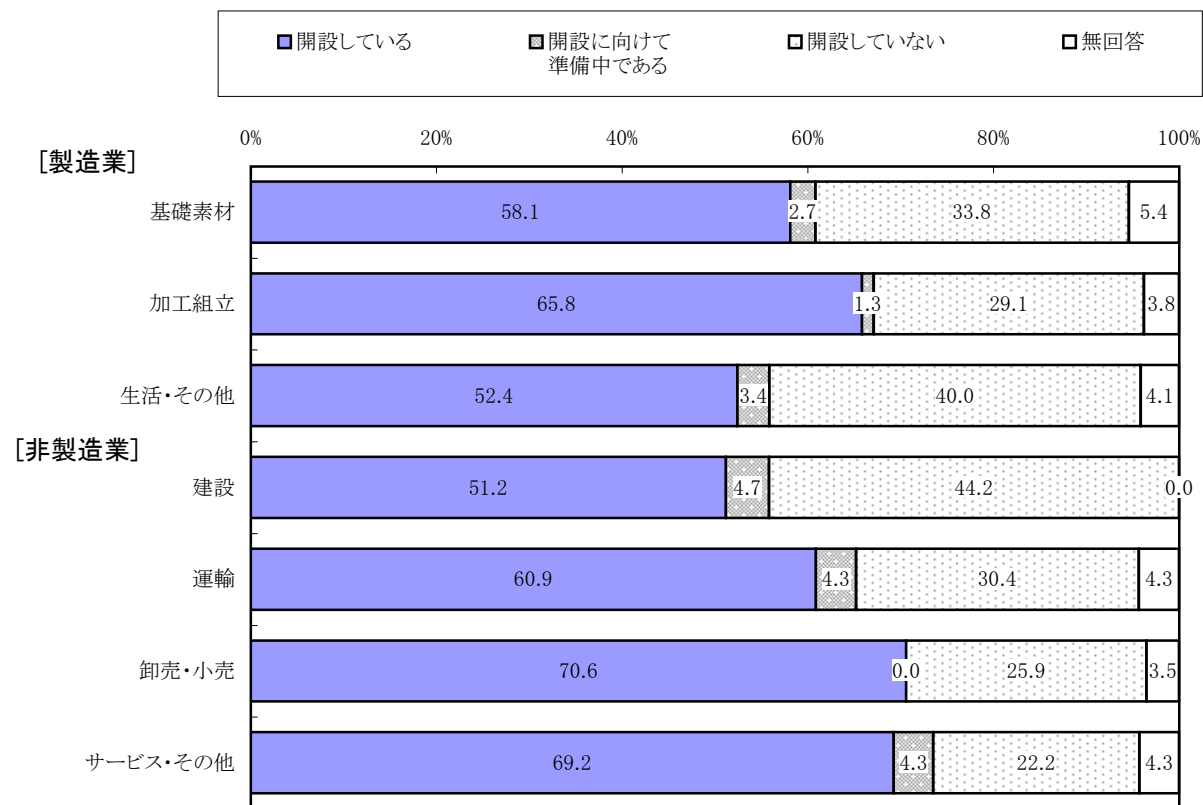


(上段・件数 下段・%)

|      | 全体           | 開設している      | 開設に向けて準備中である | 開設していない     | 無回答       |
|------|--------------|-------------|--------------|-------------|-----------|
| 全体   | 569<br>100.0 | 348<br>61.2 | 16<br>2.8    | 183<br>32.2 | 22<br>3.9 |
| 製造業  | 298<br>100.0 | 171<br>57.4 | 8<br>2.7     | 106<br>35.6 | 13<br>4.4 |
| 非製造業 | 268<br>100.0 | 177<br>66.0 | 8<br>3.0     | 74<br>27.6  | 9<br>3.4  |
| 中小企業 | 516<br>100.0 | 304<br>58.9 | 15<br>2.9    | 175<br>33.9 | 22<br>4.3 |
| 中堅企業 | 32<br>100.0  | 26<br>81.3  | 1<br>3.1     | 5<br>15.6   | 0<br>0.0  |
| 大企業  | 18<br>100.0  | 18<br>100.0 | 0<br>0.0     | 0<br>0.0    | 0<br>0.0  |

- ・加工組立の約3分の2の企業が「開設している」。
- ・卸売・小売、サービス・その他は「開設している」が約7割を占める。

(業種別)

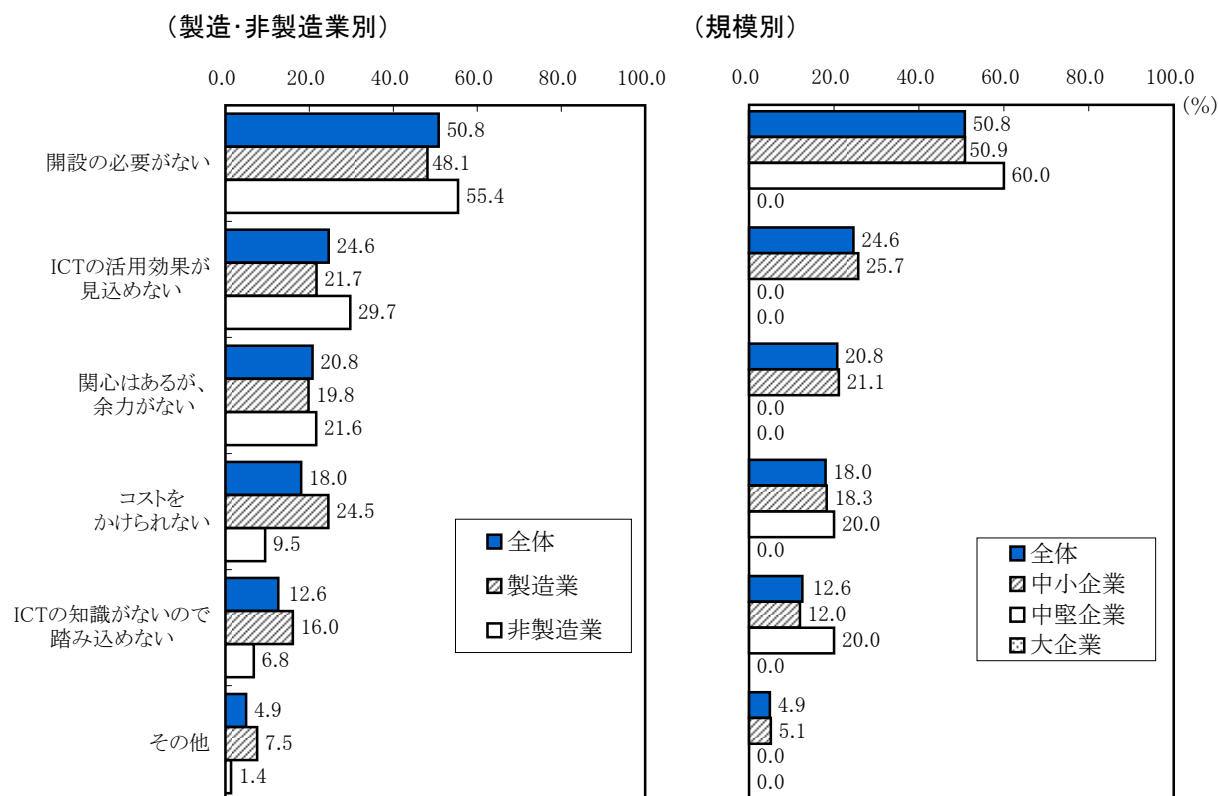


(上段・件数 下段・%)

|      |          | 全体    | 開設している | 開設に向けて準備中である | 開設していない | 無回答 |
|------|----------|-------|--------|--------------|---------|-----|
| 製造業  | 基礎素材     | 74    | 43     | 2            | 25      | 4   |
|      |          | 100.0 | 58.1   | 2.7          | 33.8    | 5.4 |
|      | 加工組立     | 79    | 52     | 1            | 23      | 3   |
| 非製造業 | 生活・その他   | 145   | 76     | 5            | 58      | 6   |
|      |          | 100.0 | 52.4   | 3.4          | 40.0    | 4.1 |
|      | 建設       | 43    | 22     | 2            | 19      | 0   |
| 非製造業 |          | 100.0 | 51.2   | 4.7          | 44.2    | 0.0 |
|      | 運輸       | 23    | 14     | 1            | 7       | 1   |
|      |          | 100.0 | 60.9   | 4.3          | 30.4    | 4.3 |
| 非製造業 | 卸売・小売    | 85    | 60     | 0            | 22      | 3   |
|      |          | 100.0 | 70.6   | 0.0          | 25.9    | 3.5 |
|      | サービス・その他 | 117   | 81     | 5            | 26      | 5   |
|      |          | 100.0 | 69.2   | 4.3          | 22.2    | 4.3 |

# (7) ホームページを開設していない理由

- ・前問で「開設していない」と回答した183社の理由は、全体では「開設の必要がない」が50.8%と半数以上を占める。
- ・製造業では「コストをかけられない」(24.5%)、「ICTの知識がないので踏み込めない」(16.0%)が非製造業と比べて多い。
- ・「ICTの活用効果が見込めない」、「関心はあるが、余力がない」は中小企業のための回答となっており、いずれも2割以上を占める。



(複数回答)  
(上段・件数 下段・%)

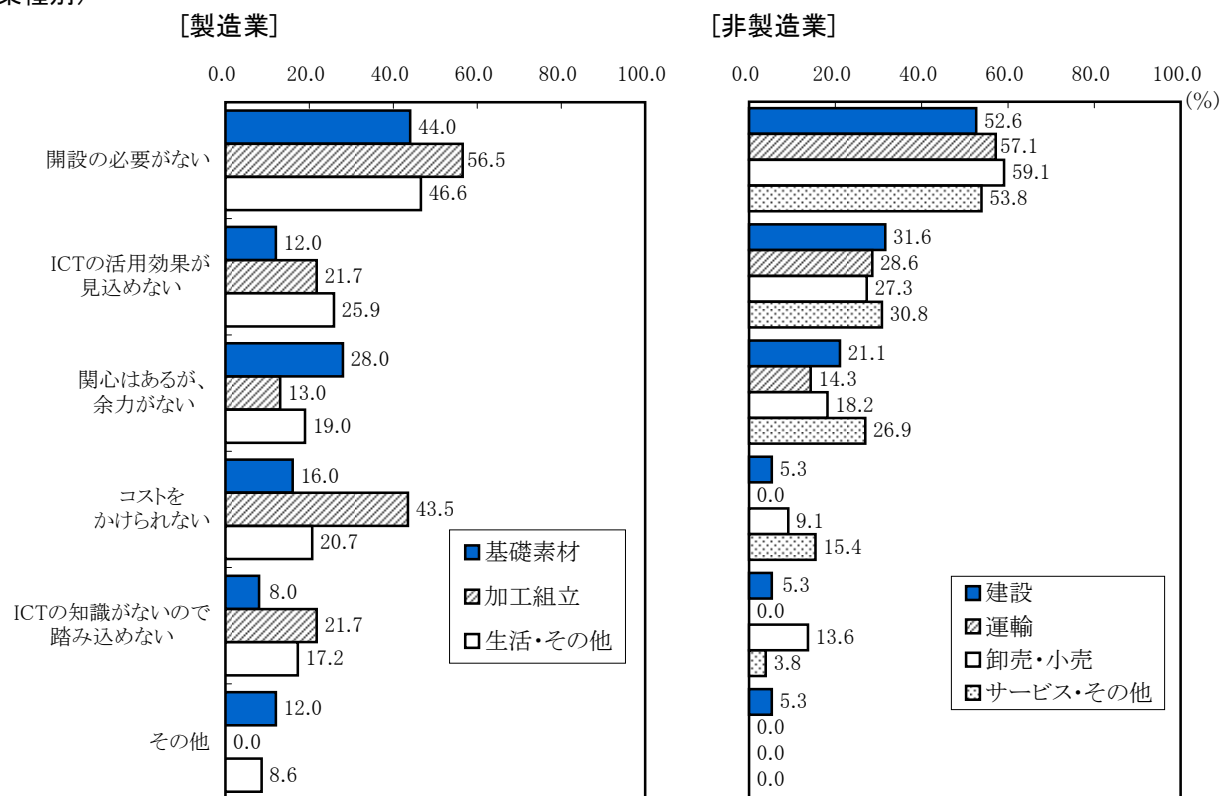
|      | 全体           | 開設の必要がない   | 見込めない活用効果  | 関心はあるが、余力がない | コストをかけられない | ICTの知識がない  | その他      | 無回答       |
|------|--------------|------------|------------|--------------|------------|------------|----------|-----------|
| 全体   | 183<br>100.0 | 93<br>50.8 | 45<br>24.6 | 38<br>20.8   | 33<br>18.0 | 23<br>12.6 | 9<br>4.9 | 3<br>1.6  |
| 製造業  | 106<br>100.0 | 51<br>48.1 | 23<br>21.7 | 21<br>19.8   | 26<br>24.5 | 17<br>16.0 | 8<br>7.5 | 2<br>1.9  |
| 非製造業 | 74<br>100.0  | 41<br>55.4 | 22<br>29.7 | 16<br>21.6   | 7<br>9.5   | 5<br>6.8   | 1<br>1.4 | 1<br>1.4  |
| 中小企業 | 175<br>100.0 | 89<br>50.9 | 45<br>25.7 | 37<br>21.1   | 32<br>18.3 | 21<br>12.0 | 9<br>5.1 | 2<br>1.1  |
| 中堅企業 | 5<br>100.0   | 3<br>60.0  | 0<br>0.0   | 0<br>0.0     | 1<br>20.0  | 1<br>20.0  | 0<br>0.0 | 1<br>20.0 |
| 大企業  | 0<br>0.0     | 0<br>0.0   | 0<br>0.0   | 0<br>0.0     | 0<br>0.0   | 0<br>0.0   | 0<br>0.0 | 0<br>0.0  |

※網かけは上位3位



・加工組立は「コストをかけられない」が43.5%と多い。

(業種別)



(複数回答)  
(上段・件数 下段・%)

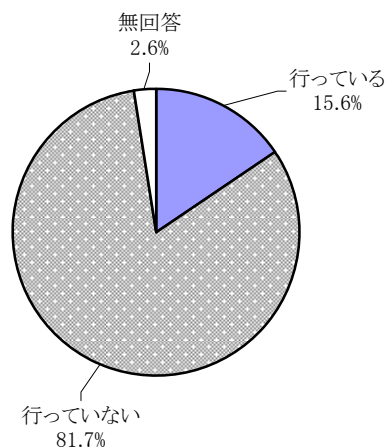
|      |          | 全体          | 開設の必要がない   | 見込めない活用効果が | 関心はあるが、余力がない | コストをかけられない | ICTの知識がない  | その他       | 無回答      |
|------|----------|-------------|------------|------------|--------------|------------|------------|-----------|----------|
| 製造業  | 基礎素材     | 25<br>100.0 | 11<br>44.0 | 3<br>12.0  | 7<br>28.0    | 4<br>16.0  | 2<br>8.0   | 3<br>12.0 | 0<br>0.0 |
|      | 加工組立     | 23<br>100.0 | 13<br>56.5 | 5<br>21.7  | 3<br>13.0    | 10<br>43.5 | 5<br>21.7  | 0<br>0.0  | 1<br>4.3 |
|      | 生活・その他   | 58<br>100.0 | 27<br>46.6 | 15<br>25.9 | 11<br>19.0   | 12<br>20.7 | 10<br>17.2 | 5<br>8.6  | 1<br>1.7 |
| 非製造業 | 建設       | 19<br>100.0 | 10<br>52.6 | 6<br>31.6  | 4<br>21.1    | 1<br>5.3   | 1<br>5.3   | 1<br>5.3  | 0<br>0.0 |
|      | 運輸       | 7<br>100.0  | 4<br>57.1  | 2<br>28.6  | 1<br>14.3    | 0<br>0.0   | 0<br>0.0   | 0<br>0.0  | 0<br>0.0 |
|      | 卸売・小売    | 22<br>100.0 | 13<br>59.1 | 6<br>27.3  | 4<br>18.2    | 2<br>9.1   | 3<br>13.6  | 0<br>0.0  | 1<br>4.5 |
|      | サービス・その他 | 26<br>100.0 | 14<br>53.8 | 8<br>30.8  | 7<br>26.9    | 4<br>15.4  | 1<br>3.8   | 0<br>0.0  | 0<br>0.0 |

※網かけは上位3位

## ■地域福祉活動について

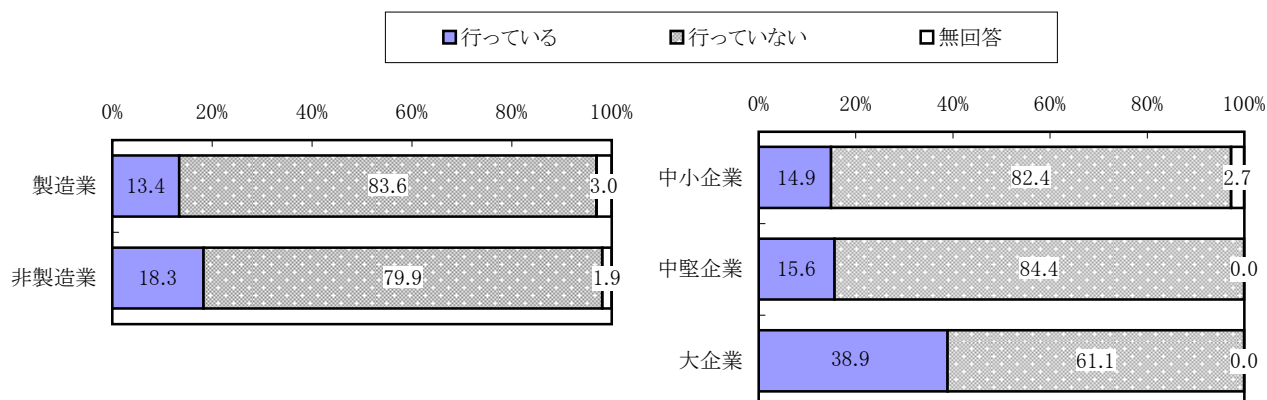
### (1)地域福祉活動状況

- ・全体では活動を「行っている」企業は15.6%、「行っていない」が81.7%となっている。
- ・大企業で活動を「行っている」のは38.9%と約4割を占め、中堅、中小企業と比べて多い。



#### (製造・非製造業別)

#### (規模別)

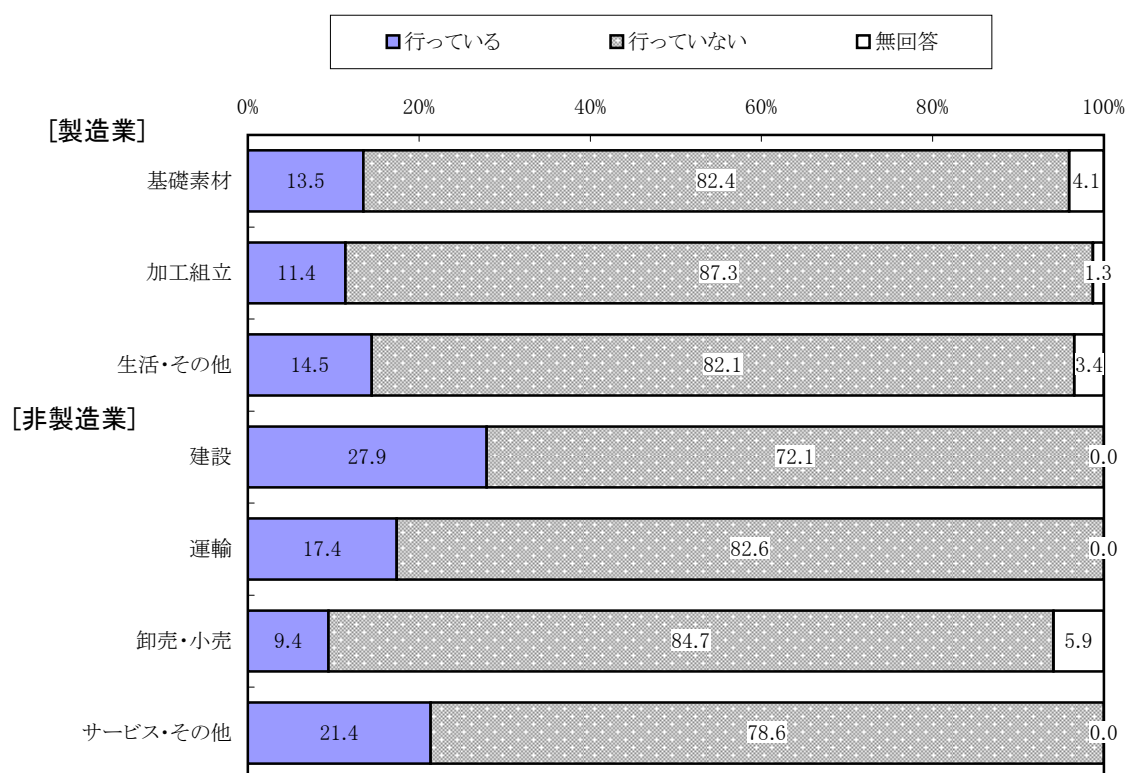


(上段・件数 下段・%)

|      | 全体           | 行っている      | 行っていない      | 無回答       |
|------|--------------|------------|-------------|-----------|
| 全体   | 569<br>100.0 | 89<br>15.6 | 465<br>81.7 | 15<br>2.6 |
| 製造業  | 298<br>100.0 | 40<br>13.4 | 249<br>83.6 | 9<br>3.0  |
| 非製造業 | 268<br>100.0 | 49<br>18.3 | 214<br>79.9 | 5<br>1.9  |
| 中小企業 | 516<br>100.0 | 77<br>14.9 | 425<br>82.4 | 14<br>2.7 |
| 中堅企業 | 32<br>100.0  | 5<br>15.6  | 27<br>84.4  | 0<br>0.0  |
| 大企業  | 18<br>100.0  | 7<br>38.9  | 11<br>61.1  | 0<br>0.0  |

- ・製造業の3業種に大きな違いはみられない。
- ・建設とサービス・その他は活動を「行っている」企業が2割超で他の業種(1割前後)と比べて多い。

(業種別)



(上段・件数 下段・%)

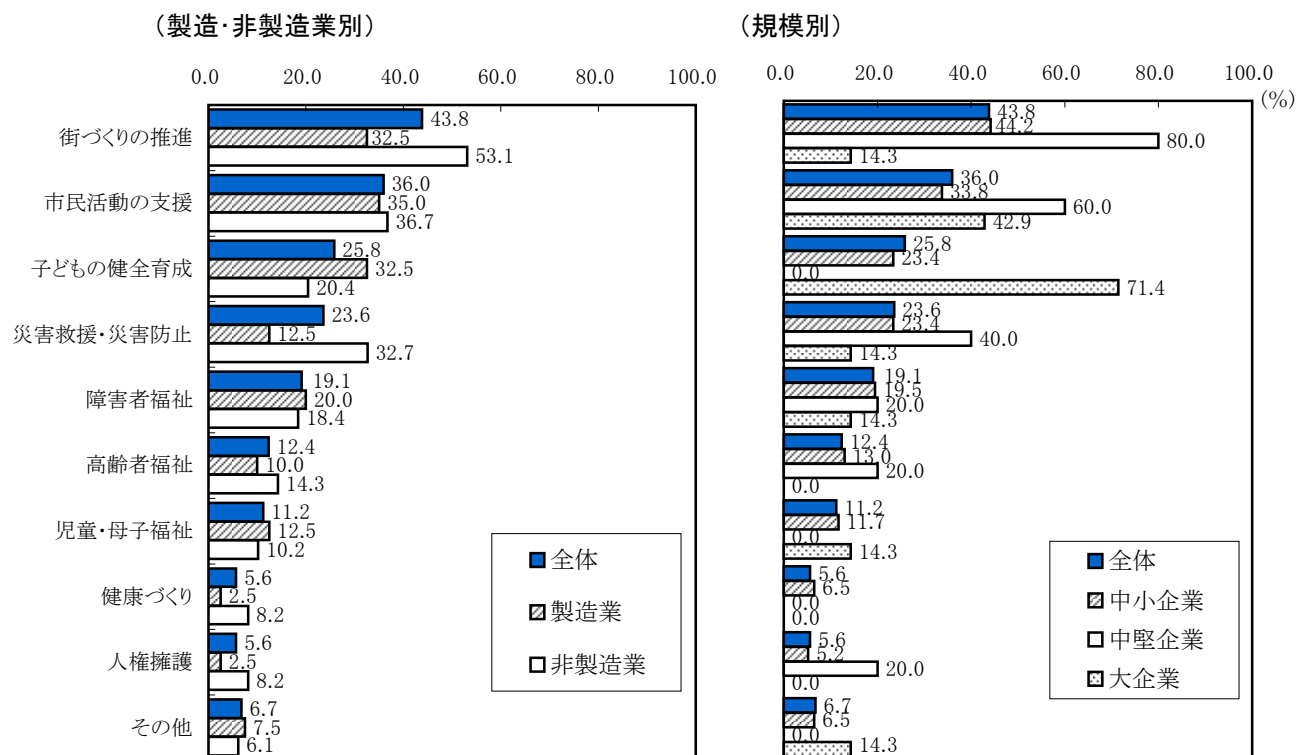
|      |          | 全体    | 行っている | 行っていない | 無回答 |
|------|----------|-------|-------|--------|-----|
| 製造業  | 基礎素材     | 74    | 10    | 61     | 3   |
|      |          | 100.0 | 13.5  | 82.4   | 4.1 |
|      | 加工組立     | 79    | 9     | 69     | 1   |
|      |          | 100.0 | 11.4  | 87.3   | 1.3 |
| 非製造業 | 生活・その他   | 145   | 21    | 119    | 5   |
|      |          | 100.0 | 14.5  | 82.1   | 3.4 |
|      | 建設       | 43    | 12    | 31     | 0   |
|      |          | 100.0 | 27.9  | 72.1   | 0.0 |
| 非製造業 | 運輸       | 23    | 4     | 19     | 0   |
|      |          | 100.0 | 17.4  | 82.6   | 0.0 |
|      | 卸売・小売    | 85    | 8     | 72     | 5   |
|      |          | 100.0 | 9.4   | 84.7   | 5.9 |
| 非製造業 | サービス・その他 | 117   | 25    | 92     | 0   |
|      |          | 100.0 | 21.4  | 78.6   | 0.0 |

## (2) 地域福祉活動分野

・地域福祉活動を「行っている」89社の活動分野は、「街づくりの推進」(43.8%)、「市民活動の支援」(36.0%)が上位にあがる。

・製造業は「市民活動の支援」(35.0%)が最も多い。また「子どもの健全育成」(32.5%)は、非製造業(20.4%)と比べて多い。

・非製造業は「街づくりの推進」(53.1%)が半数以上を占める。また「災害救援・災害防止」(32.7%)は、製造業(12.5%)と比べて多い。



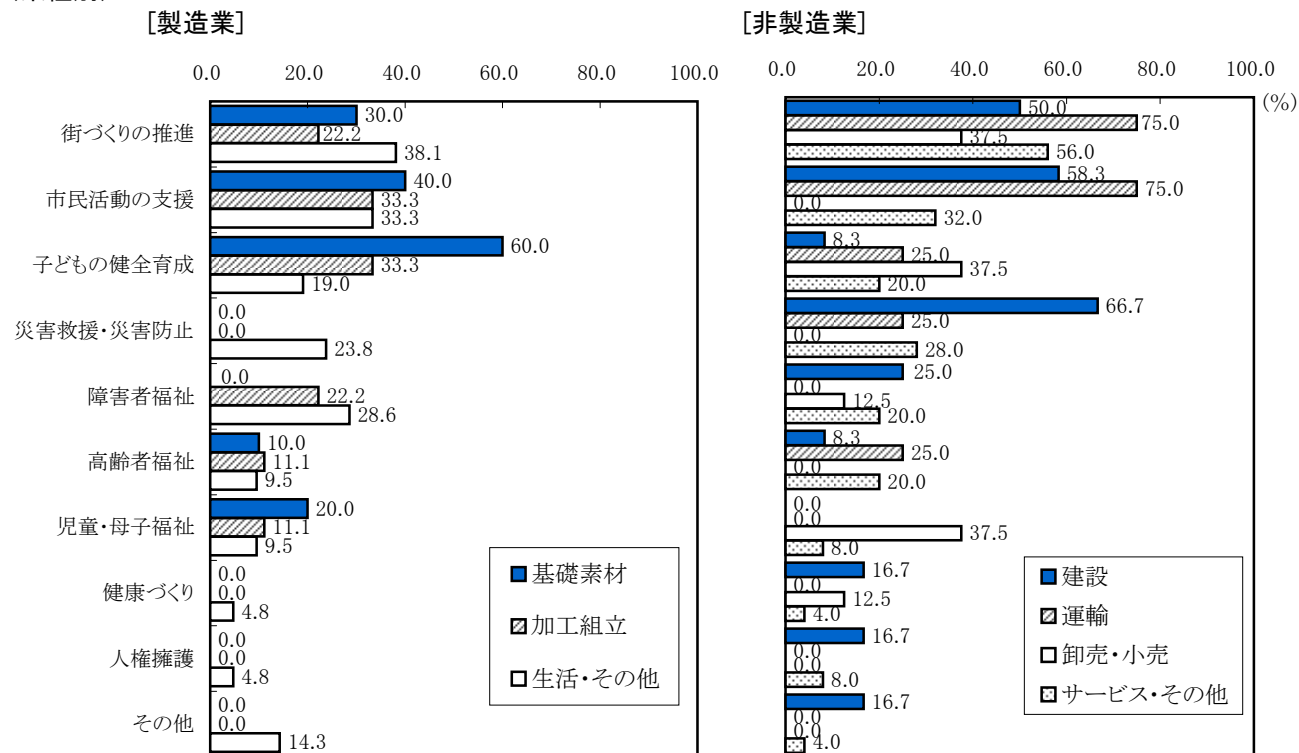
(複数回答)  
(上段・件数 下段・%)

|      | 全体          | 街づくりの推進    | 市民活動の支援    | 子どもの健全育成   | 災害救援・災害防止  | 障害者福祉      | 高齢者福祉      | 児童・母子福祉    | 健康づくり    | 人権擁護      | その他       | 無回答      |
|------|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|----------|-----------|-----------|----------|
| 全体   | 89<br>100.0 | 39<br>43.8 | 32<br>36.0 | 23<br>25.8 | 21<br>23.6 | 17<br>19.1 | 11<br>12.4 | 10<br>11.2 | 5<br>5.6 | 5<br>5.6  | 6<br>6.7  | 0<br>0.0 |
| 製造業  | 40<br>100.0 | 13<br>32.5 | 14<br>35.0 | 13<br>32.5 | 5<br>12.5  | 8<br>20.0  | 4<br>10.0  | 5<br>12.5  | 1<br>2.5 | 1<br>2.5  | 3<br>7.5  | 0<br>0.0 |
| 非製造業 | 49<br>100.0 | 26<br>53.1 | 18<br>36.7 | 10<br>20.4 | 16<br>32.7 | 9<br>18.4  | 7<br>14.3  | 5<br>10.2  | 4<br>8.2 | 4<br>8.2  | 3<br>6.1  | 0<br>0.0 |
| 中小企業 | 77<br>100.0 | 34<br>44.2 | 26<br>33.8 | 18<br>23.4 | 18<br>23.4 | 15<br>19.5 | 10<br>13.0 | 9<br>11.7  | 5<br>6.5 | 4<br>5.2  | 5<br>6.5  | 0<br>0.0 |
| 中堅企業 | 5<br>100.0  | 4<br>80.0  | 3<br>60.0  | 0<br>0.0   | 2<br>40.0  | 1<br>20.0  | 1<br>20.0  | 0<br>0.0   | 0<br>0.0 | 1<br>20.0 | 0<br>0.0  | 0<br>0.0 |
| 大企業  | 7<br>100.0  | 1<br>14.3  | 3<br>42.9  | 5<br>71.4  | 1<br>14.3  | 1<br>14.3  | 0<br>0.0   | 1<br>14.3  | 0<br>0.0 | 0<br>0.0  | 1<br>14.3 | 0<br>0.0 |

※網かけは上位3位

- ・基礎素材は「子どもの健全育成」が60.0%(10社のうち6社)と最も多い。
- ・建設は「災害救援・災害防止」が66.7%と(12社のうち8社)と最も多い。

(業種別)



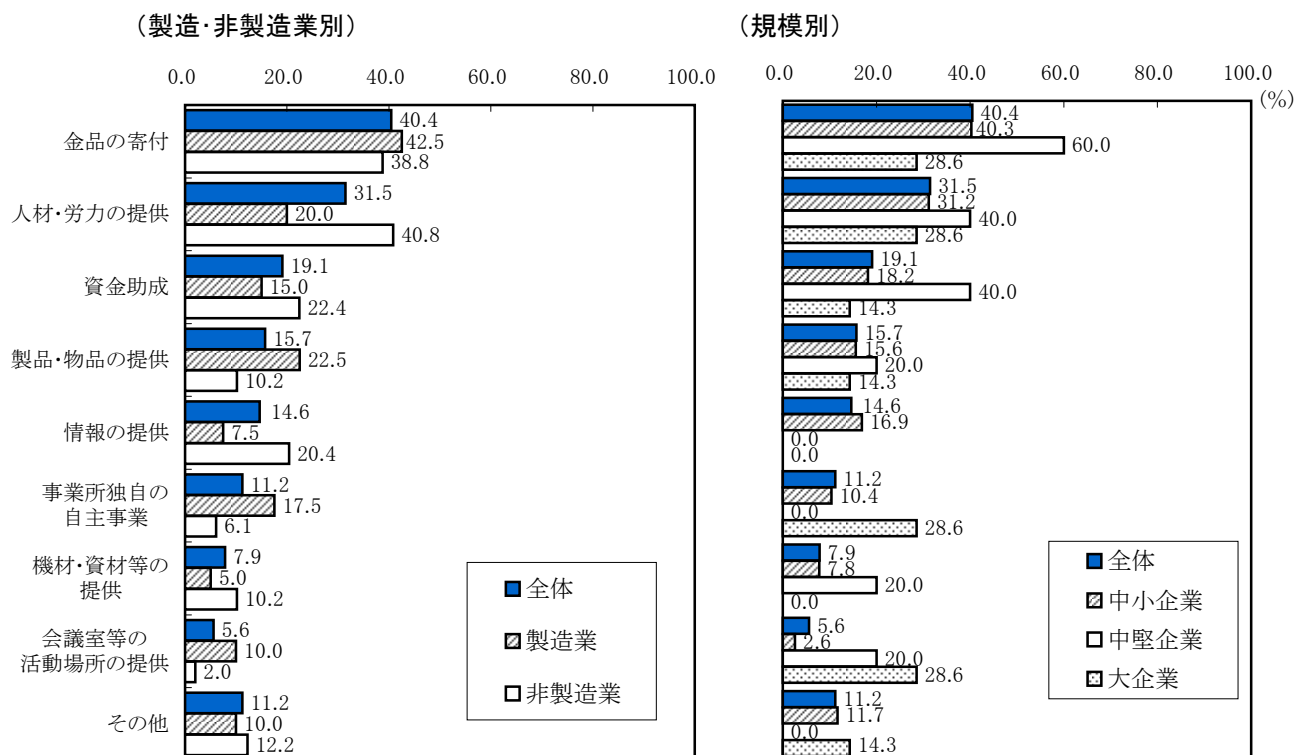
〈複数回答〉  
(上段・件数 下段・%)

|      |          | 全体          | 街づくりの推進    | 市民活動の支援   | 子どもの健全育成  | 災害救援・災害防止 | 障害者福祉     | 高齢者福祉     | 児童・母子福祉   | 健康づくり     | 人権擁護      | その他       | 無回答      |
|------|----------|-------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|
| 製造業  | 基礎素材     | 10<br>100.0 | 3<br>30.0  | 4<br>40.0 | 6<br>60.0 | 0<br>0.0  | 0<br>0.0  | 1<br>10.0 | 2<br>20.0 | 0<br>0.0  | 0<br>0.0  | 0<br>0.0  | 0<br>0.0 |
|      | 加工組立     | 9<br>100.0  | 2<br>22.2  | 3<br>33.3 | 3<br>33.3 | 0<br>0.0  | 2<br>22.2 | 1<br>11.1 | 1<br>11.1 | 0<br>0.0  | 0<br>0.0  | 0<br>0.0  | 0<br>0.0 |
|      | 生活・その他   | 21<br>100.0 | 8<br>38.1  | 7<br>33.3 | 4<br>19.0 | 5<br>23.8 | 6<br>28.6 | 2<br>9.5  | 2<br>9.5  | 1<br>4.8  | 1<br>4.8  | 3<br>14.3 | 0<br>0.0 |
| 非製造業 | 建設       | 12<br>100.0 | 6<br>50.0  | 7<br>58.3 | 1<br>8.3  | 8<br>66.7 | 3<br>25.0 | 1<br>8.3  | 0<br>0.0  | 2<br>16.7 | 2<br>16.7 | 2<br>16.7 | 0<br>0.0 |
|      | 運輸       | 4<br>100.0  | 3<br>75.0  | 3<br>75.0 | 1<br>25.0 | 1<br>25.0 | 0<br>0.0  | 1<br>25.0 | 0<br>0.0  | 0<br>0.0  | 0<br>0.0  | 0<br>0.0  | 0<br>0.0 |
|      | 卸売・小売    | 8<br>100.0  | 3<br>37.5  | 0<br>0.0  | 3<br>37.5 | 0<br>0.0  | 1<br>12.5 | 0<br>0.0  | 3<br>37.5 | 1<br>12.5 | 0<br>0.0  | 0<br>0.0  | 0<br>0.0 |
|      | サービス・その他 | 25<br>100.0 | 14<br>56.0 | 8<br>32.0 | 5<br>20.0 | 7<br>28.0 | 5<br>20.0 | 5<br>20.0 | 2<br>8.0  | 1<br>4.0  | 2<br>8.0  | 1<br>4.0  | 0<br>0.0 |

※網かけは上位3位

### (3) 地域福祉活動内容

- ・地域福祉活動を「行っている」89社の活動内容は、全体では「金品の寄付」が40.4%と最も多く、次いで「人材・労力の提供」(31.5%)が続く。
- ・製造業は「製品・物品の提供」(22.5%)、「事業所独自の自主事業」(17.5%)が非製造業と比べて多い。
- ・非製造業は「人材・労力の提供」(40.8%)、「情報の提供」(20.4%)が製造業と比べて多い。



(複数回答)  
(上段・件数 下段・%)

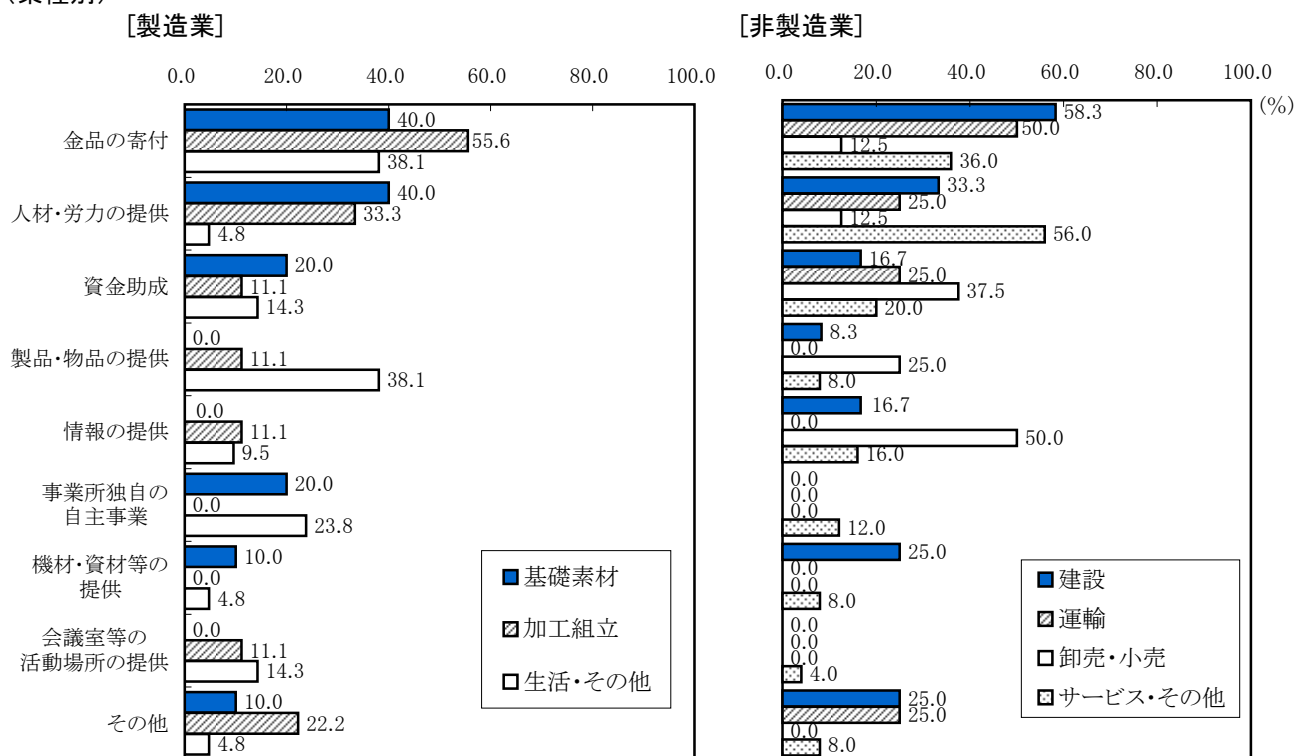
|      | 全体          | 金品の寄付      | 人材・労力の提供   | 資金助成       | 製品・物品の提供   | 情報の提供      | 事業所独自の自主事業 | 機材・資材等の提供 | 会議室等の活動場所の提供 | その他        | 無回答      |
|------|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------|--------------|------------|----------|
| 全体   | 89<br>100.0 | 36<br>40.4 | 28<br>31.5 | 17<br>19.1 | 14<br>15.7 | 13<br>14.6 | 10<br>11.2 | 7<br>7.9  | 5<br>5.6     | 10<br>11.2 | 1<br>1.1 |
| 製造業  | 40<br>100.0 | 17<br>42.5 | 8<br>20.0  | 6<br>15.0  | 9<br>22.5  | 3<br>7.5   | 7<br>17.5  | 2<br>5.0  | 4<br>10.0    | 4<br>10.0  | 0<br>0.0 |
| 非製造業 | 49<br>100.0 | 19<br>38.8 | 20<br>40.8 | 11<br>22.4 | 5<br>10.2  | 10<br>20.4 | 3<br>6.1   | 5<br>10.2 | 1<br>2.0     | 6<br>12.2  | 1<br>2.0 |
| 中小企業 | 77<br>100.0 | 31<br>40.3 | 24<br>31.2 | 14<br>18.2 | 12<br>15.6 | 13<br>16.9 | 8<br>10.4  | 6<br>7.8  | 2<br>2.6     | 9<br>11.7  | 1<br>1.3 |
| 中堅企業 | 5<br>100.0  | 3<br>60.0  | 2<br>40.0  | 2<br>40.0  | 1<br>20.0  | 0<br>0.0   | 0<br>0.0   | 1<br>20.0 | 1<br>20.0    | 0<br>0.0   | 0<br>0.0 |
| 大企業  | 7<br>100.0  | 2<br>28.6  | 2<br>28.6  | 1<br>14.3  | 1<br>14.3  | 0<br>0.0   | 2<br>28.6  | 0<br>0.0  | 2<br>28.6    | 1<br>14.3  | 0<br>0.0 |

※網かけは上位3位

・生活・その他は「金品の寄付」、「製品・物品の提供」がともに38.1%と最も多い。

・サービス・その他では「人材・労力の提供」が56.0%と半数以上を占める。

(業種別)



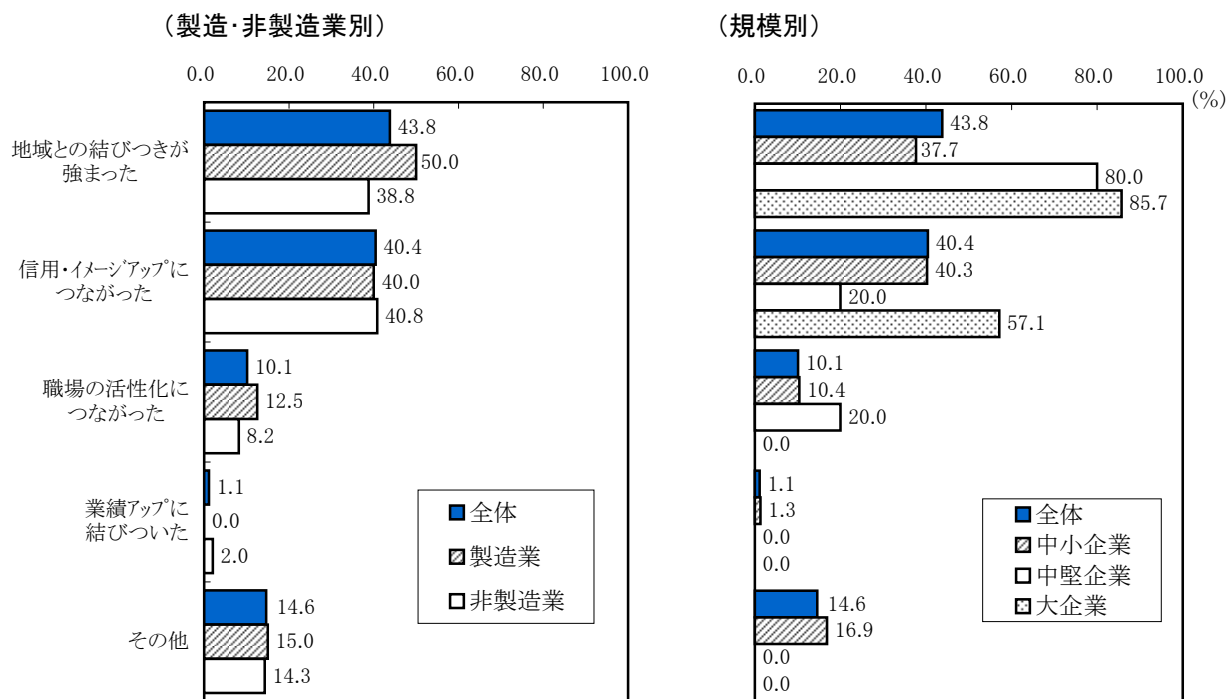
(複数回答)  
(上段・件数 下段・%)

|      |          | 全体          | 金品の寄付     | 人材・労力の提供   | 資金助成      | 製品・物品の提供  | 情報の提供     | 事業所独自の自主事業 | 機材・資材等の提供 | 会議室等の活動場所の提供 | その他       | 無回答       |
|------|----------|-------------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|--------------|-----------|-----------|
| 製造業  | 基礎素材     | 10<br>100.0 | 4<br>40.0 | 4<br>40.0  | 2<br>20.0 | 0<br>0.0  | 0<br>0.0  | 2<br>20.0  | 1<br>10.0 | 0<br>0.0     | 1<br>10.0 | 0<br>0.0  |
|      | 加工組立     | 9<br>100.0  | 5<br>55.6 | 3<br>33.3  | 1<br>11.1 | 1<br>11.1 | 1<br>11.1 | 0<br>0.0   | 0<br>0.0  | 1<br>11.1    | 2<br>22.2 | 0<br>0.0  |
|      | 生活・その他   | 21<br>100.0 | 8<br>38.1 | 1<br>4.8   | 3<br>14.3 | 8<br>38.1 | 2<br>9.5  | 5<br>23.8  | 1<br>4.8  | 3<br>14.3    | 1<br>4.8  | 0<br>0.0  |
|      |          |             |           |            |           |           |           |            |           |              |           |           |
| 非製造業 | 建設       | 12<br>100.0 | 7<br>58.3 | 4<br>33.3  | 2<br>16.7 | 1<br>8.3  | 2<br>16.7 | 0<br>0.0   | 3<br>25.0 | 0<br>0.0     | 3<br>25.0 | 0<br>0.0  |
|      | 運輸       | 4<br>100.0  | 2<br>50.0 | 1<br>25.0  | 1<br>25.0 | 0<br>0.0  | 0<br>0.0  | 0<br>0.0   | 0<br>0.0  | 0<br>0.0     | 1<br>25.0 | 0<br>0.0  |
|      | 卸売・小売    | 8<br>100.0  | 1<br>12.5 | 1<br>12.5  | 3<br>37.5 | 2<br>25.0 | 4<br>50.0 | 0<br>0.0   | 0<br>0.0  | 0<br>0.0     | 0<br>0.0  | 1<br>12.5 |
|      | サービス・その他 | 25<br>100.0 | 9<br>36.0 | 14<br>56.0 | 5<br>20.0 | 2<br>8.0  | 4<br>16.0 | 3<br>12.0  | 2<br>8.0  | 1<br>4.0     | 2<br>8.0  | 0<br>0.0  |

※網かけは上位3位

#### (4) 地域福祉活動を行うことの評価

- ・地域福祉活動を「行っている」企業(89社)の評価は、全体では「地域との結びつきが強まった」(43.8%)、「信用・イメージアップにつながった」(40.4%)がなが多い。



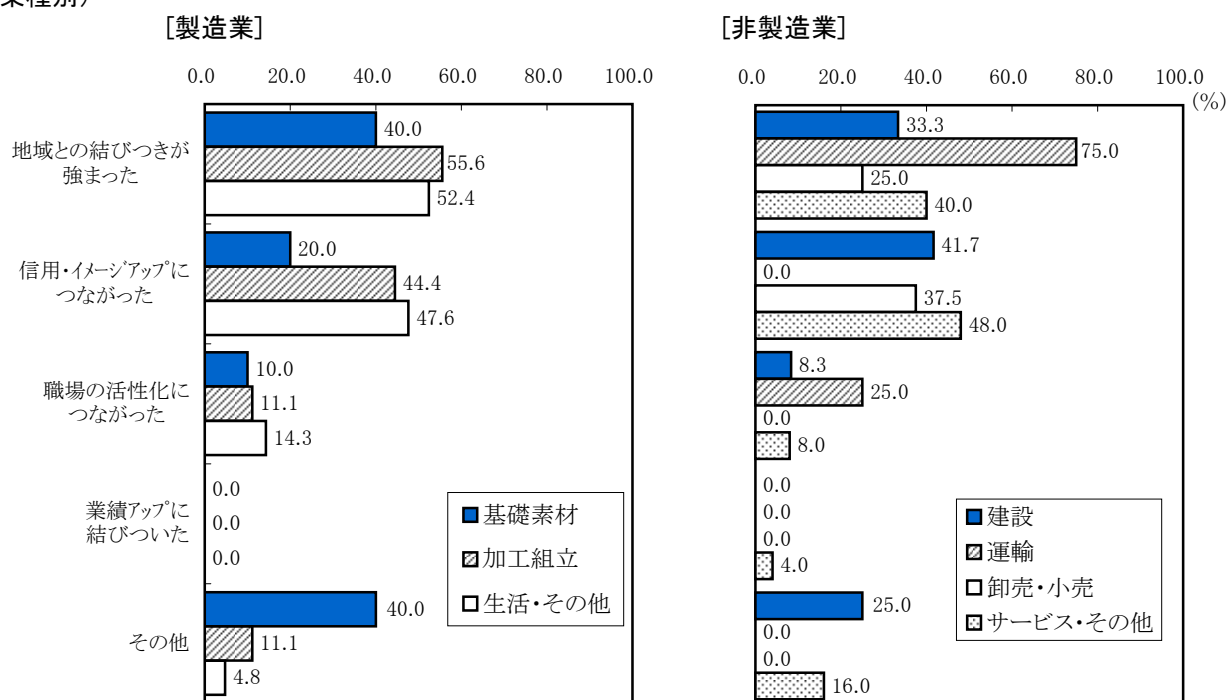
(複数回答)  
(上段・件数 下段・%)

|      | 全体          | 地域との結びつきが強まった | 信用・イメージアップにつながった | 職場の活性化につながった | 業績アップにつながった | その他        | 無回答        |
|------|-------------|---------------|------------------|--------------|-------------|------------|------------|
| 全体   | 89<br>100.0 | 39<br>43.8    | 36<br>40.4       | 9<br>10.1    | 1<br>1.1    | 13<br>14.6 | 12<br>13.5 |
| 製造業  | 40<br>100.0 | 20<br>50.0    | 16<br>40.0       | 5<br>12.5    | 0<br>0.0    | 6<br>15.0  | 4<br>10.0  |
| 非製造業 | 49<br>100.0 | 19<br>38.8    | 20<br>40.8       | 4<br>8.2     | 1<br>2.0    | 7<br>14.3  | 8<br>16.3  |
| 中小企業 | 77<br>100.0 | 29<br>37.7    | 31<br>40.3       | 8<br>10.4    | 1<br>1.3    | 13<br>16.9 | 11<br>14.3 |
| 中堅企業 | 5<br>100.0  | 4<br>80.0     | 1<br>20.0        | 1<br>20.0    | 0<br>0.0    | 0<br>0.0   | 0<br>0.0   |
| 大企業  | 7<br>100.0  | 6<br>85.7     | 4<br>57.1        | 0<br>0.0     | 0<br>0.0    | 0<br>0.0   | 1<br>14.3  |



- ・非製造業のうち、運輸を除く業種では「信用・イメージアップにつながった」が最も多い。
- ・運輸は「地域との結びつきが強まった」が75.0%（4社のうち3社）と最も多い。

（業種別）

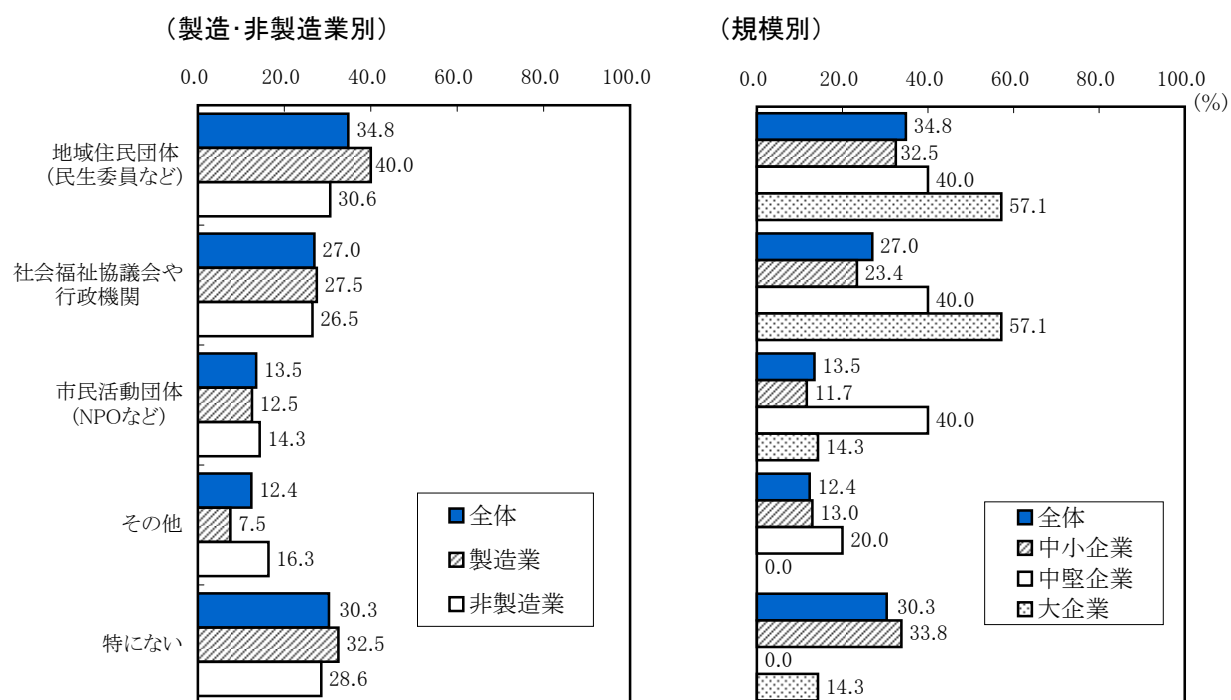


（複数回答）  
（上段・件数 下段・%）

|      |          | 全体          | 地域との結びつきが強まった | 信用・イメージアップにつながった | 職場の活性化につながった | 業績アップにつながった | その他       | 無回答       |
|------|----------|-------------|---------------|------------------|--------------|-------------|-----------|-----------|
| 製造業  | 基礎素材     | 10<br>100.0 | 4<br>40.0     | 2<br>20.0        | 1<br>10.0    | 0<br>0.0    | 4<br>40.0 | 0<br>0.0  |
|      | 加工組立     | 9<br>100.0  | 5<br>55.6     | 4<br>44.4        | 1<br>11.1    | 0<br>0.0    | 1<br>11.1 | 1<br>11.1 |
|      | 生活・その他   | 21<br>100.0 | 11<br>52.4    | 10<br>47.6       | 3<br>14.3    | 0<br>0.0    | 1<br>4.8  | 3<br>14.3 |
| 非製造業 | 建設       | 12<br>100.0 | 4<br>33.3     | 5<br>41.7        | 1<br>8.3     | 0<br>0.0    | 3<br>25.0 | 3<br>25.0 |
|      | 運輸       | 4<br>100.0  | 3<br>75.0     | 0<br>0.0         | 1<br>25.0    | 0<br>0.0    | 0<br>0.0  | 0<br>0.0  |
|      | 卸売・小売    | 8<br>100.0  | 2<br>25.0     | 3<br>37.5        | 0<br>0.0     | 0<br>0.0    | 0<br>0.0  | 3<br>37.5 |
|      | サービス・その他 | 25<br>100.0 | 10<br>40.0    | 12<br>48.0       | 2<br>8.0     | 1<br>4.0    | 4<br>16.0 | 2<br>8.0  |

(5) 地域福祉活動でのかかわりのある団体

- ・地域福祉活動を「行っている」企業(89社)のかかわりのある団体は、「地域住民団体(民生委員など)」(34.8%)、「社会福祉協議会や行政機関」(27.0%)などが多い。
- ・製造業は「地域住民団体(民生委員など)」が40.0%と非製造業(30.6%)よりも多い。
- ・中小企業は「特にない」が33.8%と最も多い。

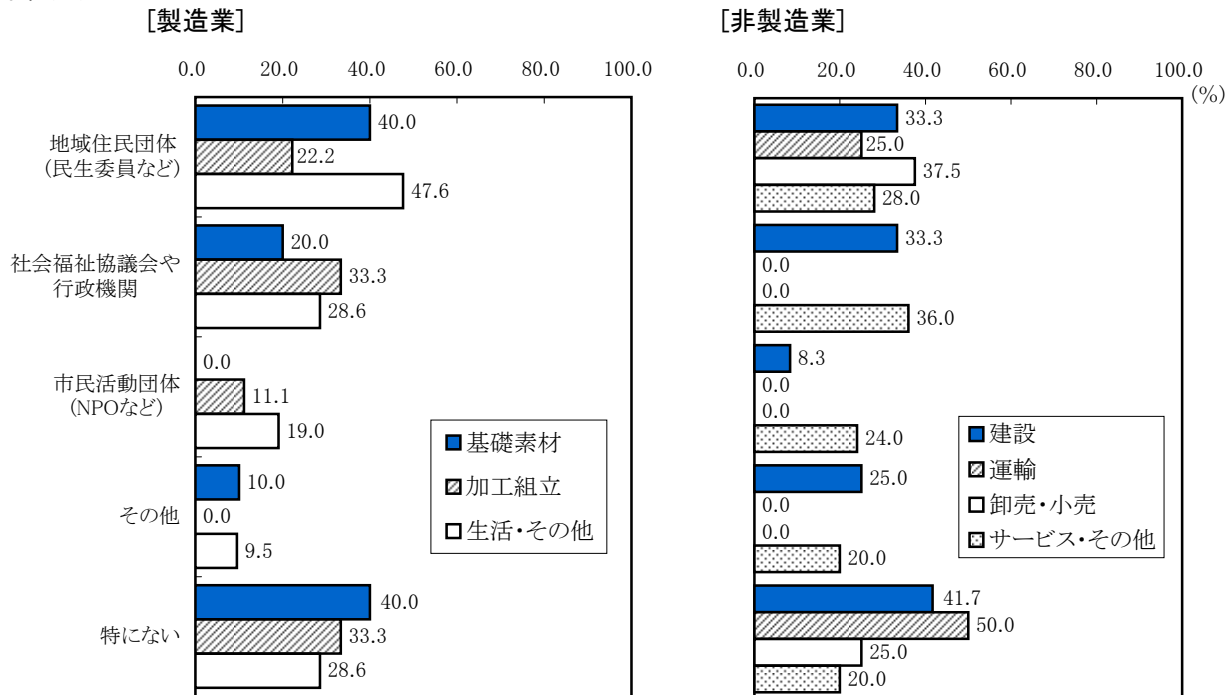


(複数回答)  
(上段・件数 下段・%)

|      | 全体          | 地域住民団体<br>(民生委員など) | 社会福祉協議会や<br>行政機関 | 市民活動団体<br>(NPOなど) | その他        | 特にない       | 無回答       |
|------|-------------|--------------------|------------------|-------------------|------------|------------|-----------|
| 全体   | 89<br>100.0 | 31<br>34.8         | 24<br>27.0       | 12<br>13.5        | 11<br>12.4 | 27<br>30.3 | 7<br>7.9  |
| 製造業  | 40<br>100.0 | 16<br>40.0         | 11<br>27.5       | 5<br>12.5         | 3<br>7.5   | 13<br>32.5 | 3<br>7.5  |
| 非製造業 | 49<br>100.0 | 15<br>30.6         | 13<br>26.5       | 7<br>14.3         | 8<br>16.3  | 14<br>28.6 | 4<br>8.2  |
| 中小企業 | 77<br>100.0 | 25<br>32.5         | 18<br>23.4       | 9<br>11.7         | 10<br>13.0 | 26<br>33.8 | 6<br>7.8  |
| 中堅企業 | 5<br>100.0  | 2<br>40.0          | 2<br>40.0        | 2<br>40.0         | 1<br>20.0  | 0<br>0.0   | 0<br>0.0  |
| 大企業  | 7<br>100.0  | 4<br>57.1          | 4<br>57.1        | 1<br>14.3         | 0<br>0.0   | 1<br>14.3  | 1<br>14.3 |

- ・生活・その他は「地域住民団体(民生委員など)」が47.6%と約半数を占める。
- ・サービス・その他は「社会福祉協議会や行政機関」が36.0%と最も多い。

(業種別)



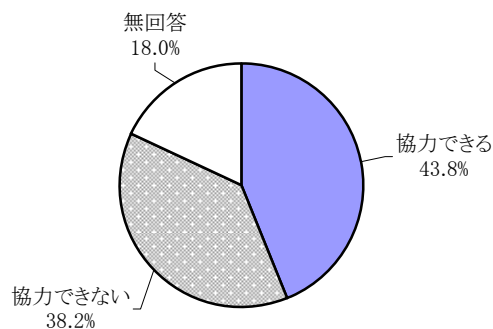
(複数回答)

(上段・件数 下段・%)

|      |          | 全体          | 地域住民団体<br>(民生委員など) | 社会福祉協議会や<br>行政機関 | 市民活動団体<br>(NPOなど) | その他       | 特にない      | 無回答       |
|------|----------|-------------|--------------------|------------------|-------------------|-----------|-----------|-----------|
| 製造業  | 基礎素材     | 10<br>100.0 | 4<br>40.0          | 2<br>20.0        | 0<br>0.0          | 1<br>10.0 | 4<br>40.0 | 0<br>0.0  |
|      | 加工組立     | 9<br>100.0  | 2<br>22.2          | 3<br>33.3        | 1<br>11.1         | 0<br>0.0  | 3<br>33.3 | 1<br>11.1 |
|      | 生活・その他   | 21<br>100.0 | 10<br>47.6         | 6<br>28.6        | 4<br>19.0         | 2<br>9.5  | 6<br>28.6 | 2<br>9.5  |
| 非製造業 | 建設       | 12<br>100.0 | 4<br>33.3          | 4<br>33.3        | 1<br>8.3          | 3<br>25.0 | 5<br>41.7 | 0<br>0.0  |
|      | 運輸       | 4<br>100.0  | 1<br>25.0          | 0<br>0.0         | 0<br>0.0          | 0<br>0.0  | 2<br>50.0 | 1<br>25.0 |
|      | 卸売・小売    | 8<br>100.0  | 3<br>37.5          | 0<br>0.0         | 0<br>0.0          | 0<br>0.0  | 2<br>25.0 | 3<br>37.5 |
|      | サービス・その他 | 25<br>100.0 | 7<br>28.0          | 9<br>36.0        | 6<br>24.0         | 5<br>20.0 | 5<br>20.0 | 0<br>0.0  |

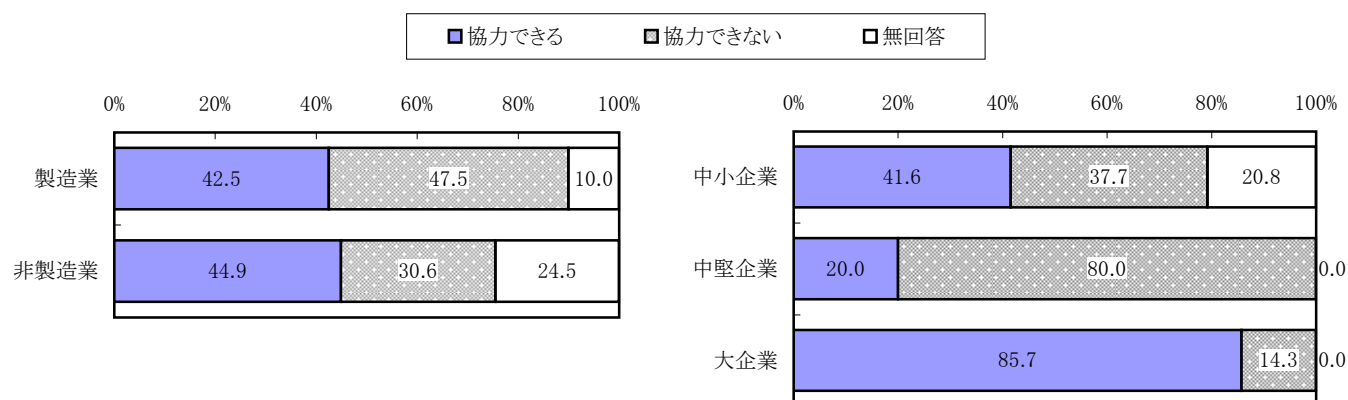
## (6)活動紹介の協力意向

- ・地域福祉活動を「行っている」89社の協力意向は、全体では「協力できる」が43.8%、「協力できない」が38.2%とやや「協力できる」が多い。
- ・製造業は「協力できない」(47.5%)が非製造業(30.6%)と比べて多い。
- ・大企業では7社のうち6社(85.7%)が「協力できる」と回答している。
- ・中堅企業の5社のうち、「協力できる」と回答したのは1社のみであった。



(製造・非製造業別)

(規模別)

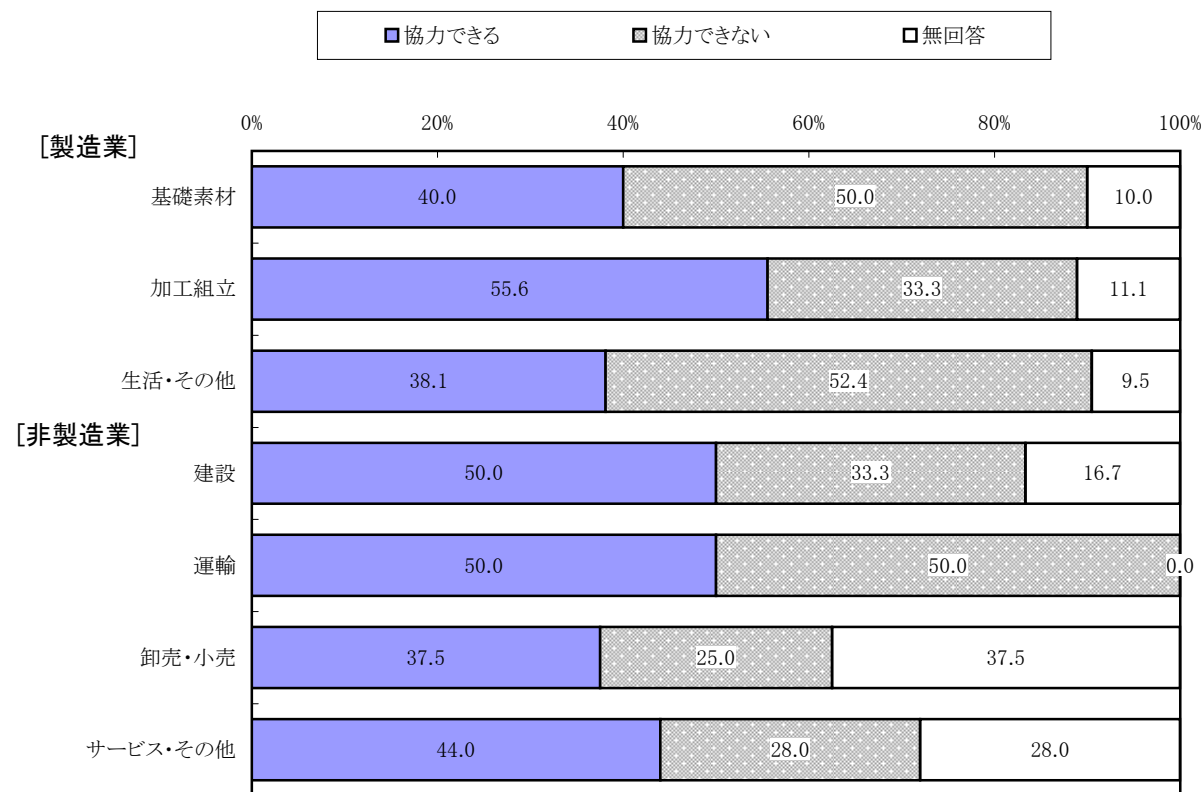


(上段・件数 下段・%)

|      | 全体          | 協力できる      | 協力できない     | 無回答        |
|------|-------------|------------|------------|------------|
| 全体   | 89<br>100.0 | 39<br>43.8 | 34<br>38.2 | 16<br>18.0 |
| 製造業  | 40<br>100.0 | 17<br>42.5 | 19<br>47.5 | 4<br>10.0  |
| 非製造業 | 49<br>100.0 | 22<br>44.9 | 15<br>30.6 | 12<br>24.5 |
| 中小企業 | 77<br>100.0 | 32<br>41.6 | 29<br>37.7 | 16<br>20.8 |
| 中堅企業 | 5<br>100.0  | 1<br>20.0  | 4<br>80.0  | 0<br>0.0   |
| 大企業  | 7<br>100.0  | 6<br>85.7  | 1<br>14.3  | 0<br>0.0   |

- ・加工組立は「協力できる」(55.6%)が半数以上を占めており、他の業種と比べて多い。
- ・生活・その他、卸売・小売では「協力できる」が4割未満で、他の業種と比べて少ない。

(業種別)

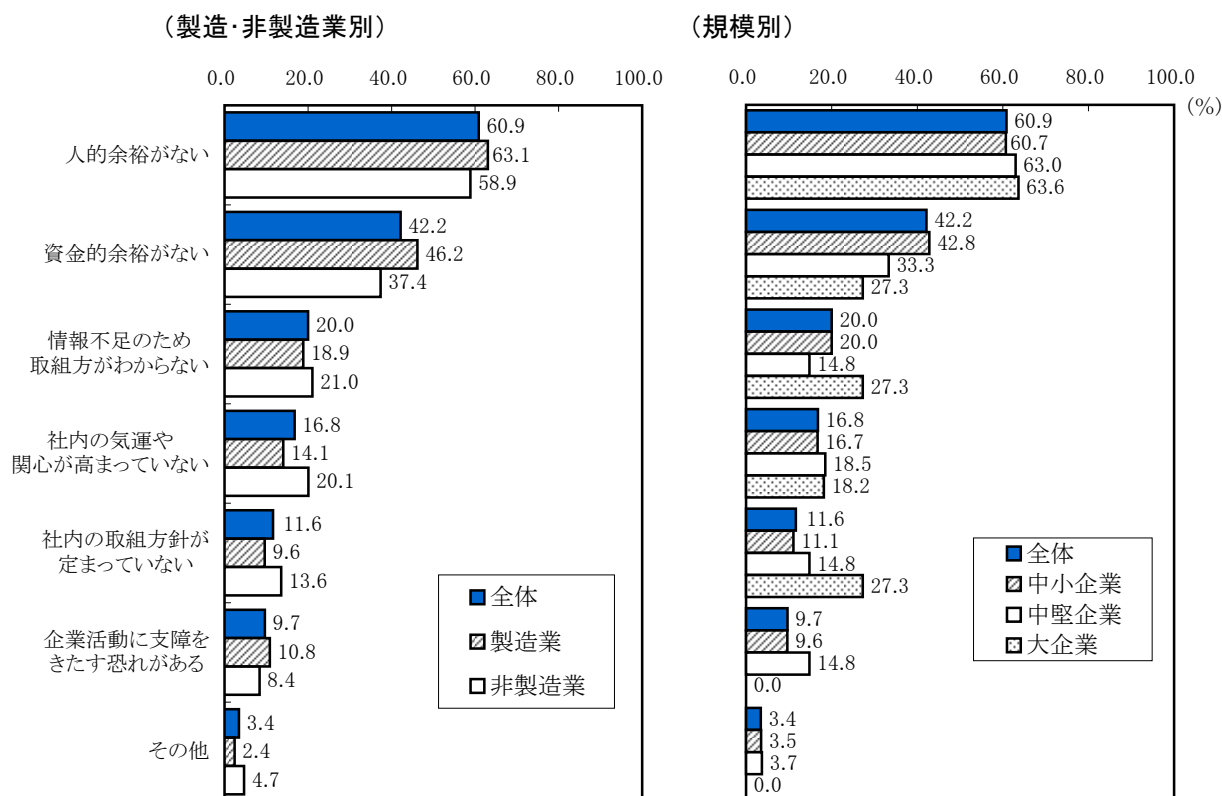


(上段・件数 下段・%)

|      |          | 全体    | 協力できる | 協力できない | 無回答  |
|------|----------|-------|-------|--------|------|
| 製造業  | 基礎素材     | 10    | 4     | 5      | 1    |
|      |          | 100.0 | 40.0  | 50.0   | 10.0 |
|      | 加工組立     | 9     | 5     | 3      | 1    |
| 非製造業 |          | 100.0 | 55.6  | 33.3   | 11.1 |
|      | 生活・その他   | 21    | 8     | 11     | 2    |
|      |          | 100.0 | 38.1  | 52.4   | 9.5  |
| 非製造業 | 建設       | 12    | 6     | 4      | 2    |
|      |          | 100.0 | 50.0  | 33.3   | 16.7 |
|      | 運輸       | 4     | 2     | 2      | 0    |
| 非製造業 |          | 100.0 | 50.0  | 50.0   | 0.0  |
|      | 卸売・小売    | 8     | 3     | 2      | 3    |
|      |          | 100.0 | 37.5  | 25.0   | 37.5 |
| 非製造業 | サービス・その他 | 25    | 11    | 7      | 7    |
|      |          | 100.0 | 44.0  | 28.0   | 28.0 |

# (7) 地域福祉活動を行っていない理由

- ・地域福祉活動を「行っていない」企業(465社)の理由は、全体では「人的余裕がない」(60.9%)が最も多く、次いで「資金的余裕がない」(42.2%)が続く。
- ・製造業は「資金的余裕がない」が46.2%となっており、非製造業(37.4%)と比べて多い。
- ・「資金的余裕がない」と回答したのは大企業で27.3%、中堅企業で33.3%、中小企業で42.8%となっており、企業規模が小さいほど割合が多い。



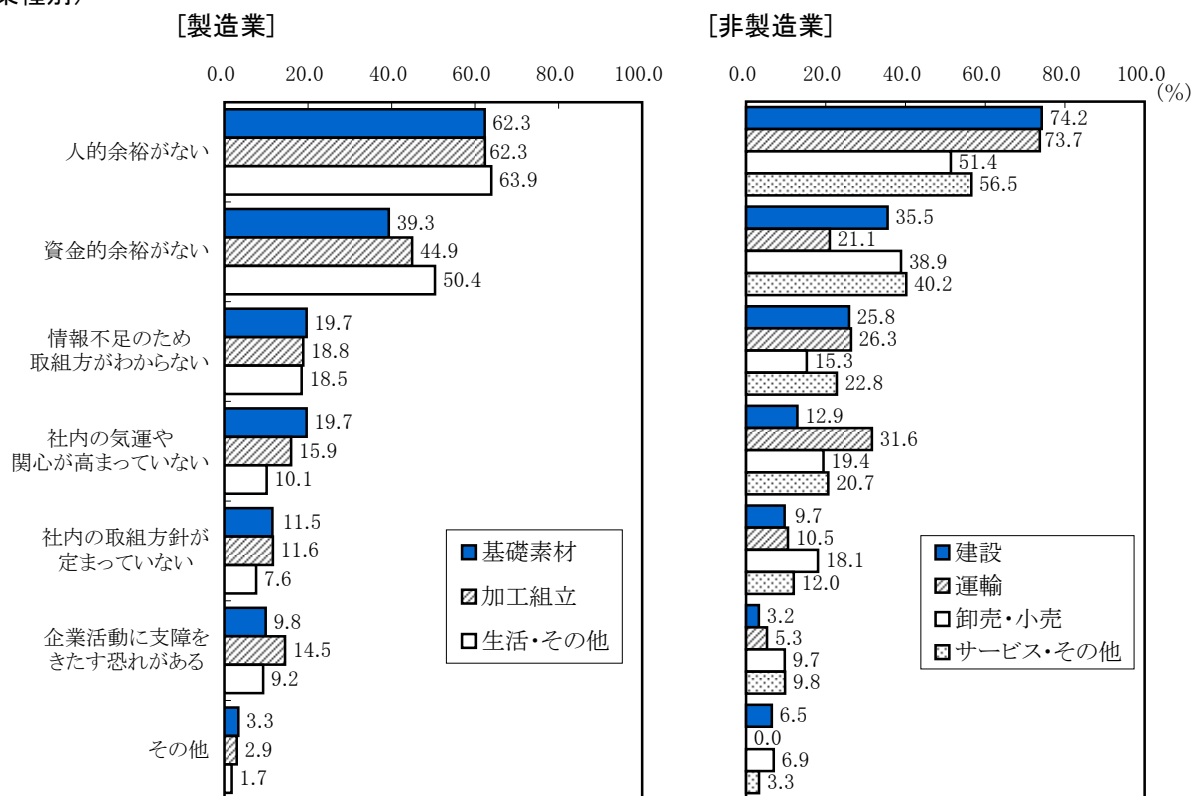
〈複数回答〉  
(上段・件数 下段・%)

|      | 全体           | 人的余裕がない     | 資金的余裕がない    | 情報不足のため取組方がわからない | 社内の気運や関心が高まっていない | 社内の取組方針が定まっていない | 企業活動に支障をきたす恐れがある | その他       | 無回答      |
|------|--------------|-------------|-------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|-----------|----------|
| 全体   | 465<br>100.0 | 283<br>60.9 | 196<br>42.2 | 93<br>20.0       | 78<br>16.8       | 54<br>11.6      | 45<br>9.7        | 16<br>3.4 | 8<br>1.7 |
| 製造業  | 249<br>100.0 | 157<br>63.1 | 115<br>46.2 | 47<br>18.9       | 35<br>14.1       | 24<br>9.6       | 27<br>10.8       | 6<br>2.4  | 6<br>2.4 |
| 非製造業 | 214<br>100.0 | 126<br>58.9 | 80<br>37.4  | 45<br>21.0       | 43<br>20.1       | 29<br>13.6      | 18<br>8.4        | 10<br>4.7 | 2<br>0.9 |
| 中小企業 | 425<br>100.0 | 258<br>60.7 | 182<br>42.8 | 85<br>20.0       | 71<br>16.7       | 47<br>11.1      | 41<br>9.6        | 15<br>3.5 | 7<br>1.6 |
| 中堅企業 | 27<br>100.0  | 17<br>63.0  | 9<br>33.3   | 4<br>14.8        | 5<br>18.5        | 4<br>14.8       | 4<br>14.8        | 1<br>3.7  | 1<br>3.7 |
| 大企業  | 11<br>100.0  | 7<br>63.6   | 3<br>27.3   | 3<br>27.3        | 2<br>18.2        | 3<br>27.3       | 0<br>0.0         | 0<br>0.0  | 0<br>0.0 |

※網かけは上位3位

- ・生活・その他は「資金的余裕がない」(50.4%)が半数以上を占め、他の業種と比べて多い。
- ・「人的余裕がない」は建設、運輸で7割以上と特に多い。
- ・運輸は「社内の気運や関心が高まっていない」が31.6%で、他の業種と比べて多い。

(業種別)



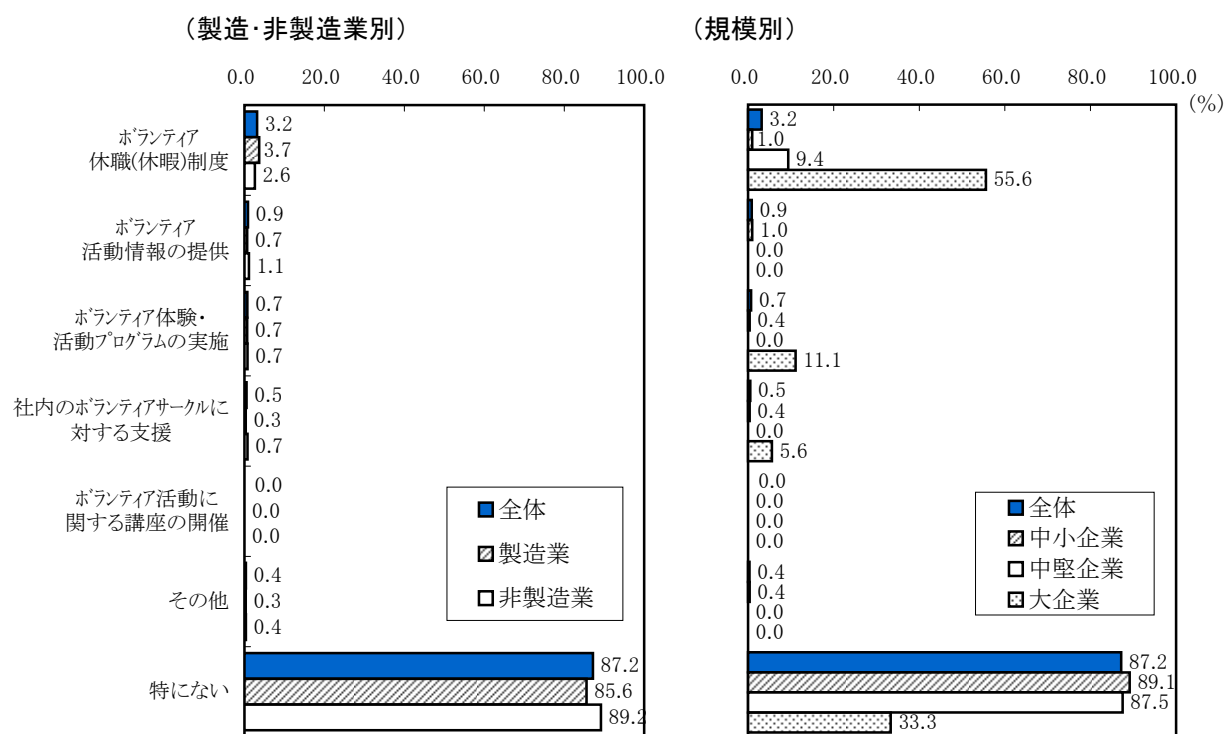
〈複数回答〉  
(上段・件数 下段・%)

|      |          | 全体           | 人的余裕がない    | 資金的余裕がない   | 情報不足のため取組方がわからない | 社内の気運や関心が高まっていない | 社内の取組方針が定まっていない | 企業活動に支障をきたす恐れがある | その他      | 無回答      |
|------|----------|--------------|------------|------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|----------|----------|
| 製造業  | 基礎素材     | 61<br>100.0  | 38<br>62.3 | 24<br>39.3 | 12<br>19.7       | 12<br>19.7       | 7<br>11.5       | 6<br>9.8         | 2<br>3.3 | 1<br>1.6 |
|      | 加工組立     | 69<br>100.0  | 43<br>62.3 | 31<br>44.9 | 13<br>18.8       | 11<br>15.9       | 8<br>11.6       | 10<br>14.5       | 2<br>2.9 | 2<br>2.9 |
|      | 生活・その他   | 119<br>100.0 | 76<br>63.9 | 60<br>50.4 | 22<br>18.5       | 12<br>10.1       | 9<br>7.6        | 11<br>9.2        | 2<br>1.7 | 3<br>2.5 |
| 非製造業 | 建設       | 31<br>100.0  | 23<br>74.2 | 11<br>35.5 | 8<br>25.8        | 4<br>12.9        | 3<br>9.7        | 1<br>3.2         | 2<br>6.5 | 0<br>0.0 |
|      | 運輸       | 19<br>100.0  | 14<br>73.7 | 4<br>21.1  | 5<br>26.3        | 6<br>31.6        | 2<br>10.5       | 1<br>5.3         | 0<br>0.0 | 0<br>0.0 |
|      | 卸売・小売    | 72<br>100.0  | 37<br>51.4 | 28<br>38.9 | 11<br>15.3       | 14<br>19.4       | 13<br>18.1      | 7<br>9.7         | 5<br>6.9 | 2<br>2.8 |
|      | サービス・その他 | 92<br>100.0  | 52<br>56.5 | 37<br>40.2 | 21<br>22.8       | 19<br>20.7       | 11<br>12.0      | 9<br>9.8         | 3<br>3.3 | 0<br>0.0 |

※網かけは上位3位

# (8) ボランティア活動参加に対する支援制度

- ・全体では「特にない」が87.2%を占める。
- ・大企業では「ボランティア休職(休暇)制度」(55.6%)、「ボランティア体験・活動プログラムの実施」(11.1%)、「社内のボランティアサークルに対する支援」(5.6%)など。
- ・中堅企業で「ボランティア休職(休暇)制度」(9.4%)が見られる他は少ない。



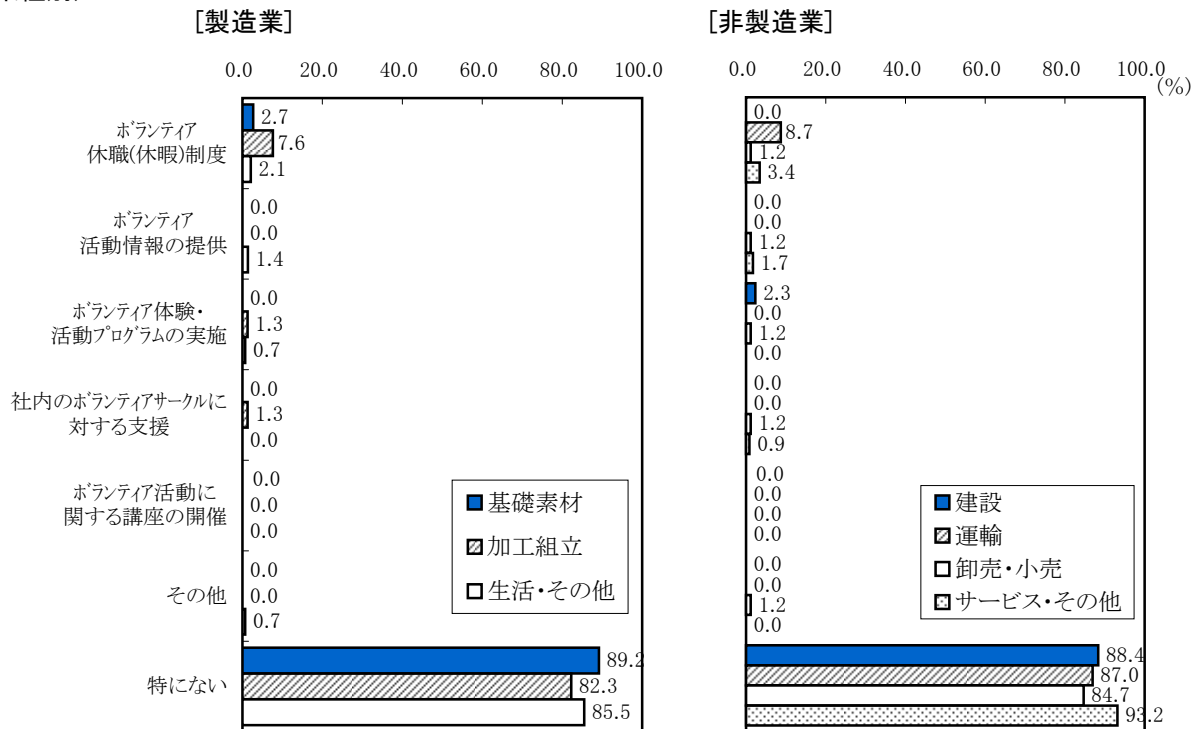
| 〈複数回答〉<br>(上段・件数 下段・%) |              |                        |                       |                                 |                                 |                                  |          |             |           |
|------------------------|--------------|------------------------|-----------------------|---------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|----------|-------------|-----------|
|                        | 全体           | ボランティア<br>休職(休暇)<br>制度 | ボランティア<br>活動情報の<br>提供 | ボランティア<br>体験・活動<br>プログラムの<br>実施 | 社内の<br>ボランティア<br>サークルに<br>対する支援 | 社内の<br>ボランティア<br>活動に関する<br>講座の開催 | その他      | 特にない        | 無回答       |
| 全体                     | 569<br>100.0 | 18<br>3.2              | 5<br>0.9              | 4<br>0.7                        | 3<br>0.5                        | 0<br>0.0                         | 2<br>0.4 | 496<br>87.2 | 47<br>8.3 |
| 製造業                    | 298<br>100.0 | 11<br>3.7              | 2<br>0.7              | 2<br>0.7                        | 1<br>0.3                        | 0<br>0.0                         | 1<br>0.3 | 255<br>85.6 | 28<br>9.4 |
| 非製造業                   | 268<br>100.0 | 7<br>2.6               | 3<br>1.1              | 2<br>0.7                        | 2<br>0.7                        | 0<br>0.0                         | 1<br>0.4 | 239<br>89.2 | 18<br>6.7 |
| 中小企業                   | 516<br>100.0 | 5<br>1.0               | 5<br>1.0              | 2<br>0.4                        | 2<br>0.4                        | 0<br>0.0                         | 2<br>0.4 | 460<br>89.1 | 45<br>8.7 |
| 中堅企業                   | 32<br>100.0  | 3<br>9.4               | 0<br>0.0              | 0<br>0.0                        | 0<br>0.0                        | 0<br>0.0                         | 0<br>0.0 | 28<br>87.5  | 1<br>3.1  |
| 大企業                    | 18<br>100.0  | 10<br>55.6             | 0<br>0.0              | 2<br>11.1                       | 1<br>5.6                        | 0<br>0.0                         | 0<br>0.0 | 6<br>33.3   | 0<br>0.0  |

※網かけは上位3位



・「ボランティア休職(休暇)制度」は製造業では加工組立(7.6%)、非製造業では運輸(8.7%)が他の業種と比べて多い。

(業種別)



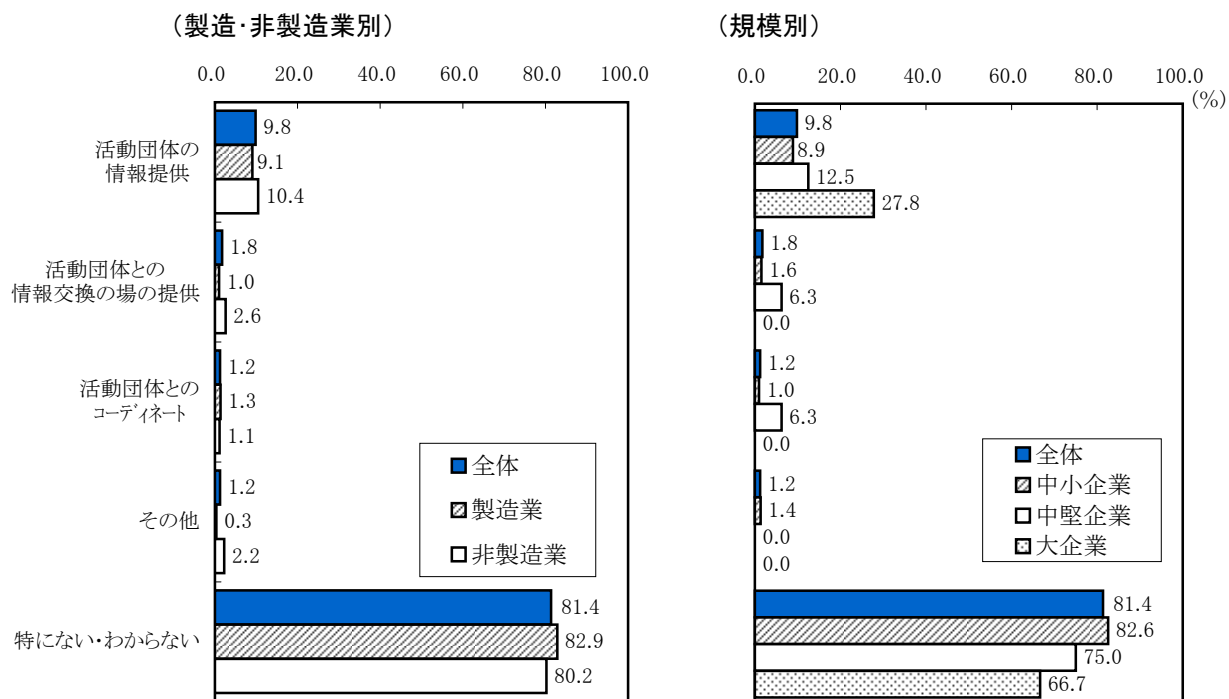
〈複数回答〉  
(上段・件数 下段・%)

|      |          | 全体           | ボランティア休職(休暇)制度 | ボランティア活動情報の提供 | ボランティア体験プログラムの実施 | 社内のボランティアサークルに対する支援 | ボランティア活動に関する講座の開催 | その他      | 特にない        | 無回答        |
|------|----------|--------------|----------------|---------------|------------------|---------------------|-------------------|----------|-------------|------------|
| 製造業  | 基礎素材     | 74<br>100.0  | 2<br>2.7       | 0<br>0.0      | 0<br>0.0         | 0<br>0.0            | 0<br>0.0          | 0<br>0.0 | 66<br>89.2  | 6<br>8.1   |
|      | 加工組立     | 79<br>100.0  | 6<br>7.6       | 0<br>0.0      | 1<br>1.3         | 1<br>1.3            | 0<br>0.0          | 0<br>0.0 | 65<br>82.3  | 7<br>8.9   |
|      | 生活・その他   | 145<br>100.0 | 3<br>2.1       | 2<br>1.4      | 1<br>0.7         | 0<br>0.0            | 0<br>0.0          | 1<br>0.7 | 124<br>85.5 | 15<br>10.3 |
| 非製造業 | 建設       | 43<br>100.0  | 0<br>0.0       | 0<br>0.0      | 1<br>2.3         | 0<br>0.0            | 0<br>0.0          | 0<br>0.0 | 38<br>88.4  | 4<br>9.3   |
|      | 運輸       | 23<br>100.0  | 2<br>8.7       | 0<br>0.0      | 0<br>0.0         | 0<br>0.0            | 0<br>0.0          | 0<br>0.0 | 20<br>87.0  | 1<br>4.3   |
|      | 卸売・小売    | 85<br>100.0  | 1<br>1.2       | 1<br>1.2      | 1<br>1.2         | 1<br>1.2            | 0<br>0.0          | 1<br>1.2 | 72<br>84.7  | 11<br>12.9 |
|      | サービス・その他 | 117<br>100.0 | 4<br>3.4       | 2<br>1.7      | 0<br>0.0         | 1<br>0.9            | 0<br>0.0          | 0<br>0.0 | 109<br>93.2 | 2<br>1.7   |

※網かけは上位3位

(9) 地域福祉活動に関する行政への要望

・行政への要望は、全体では「活動団体の情報提供」が9.8%で大企業では27.8%と多い。

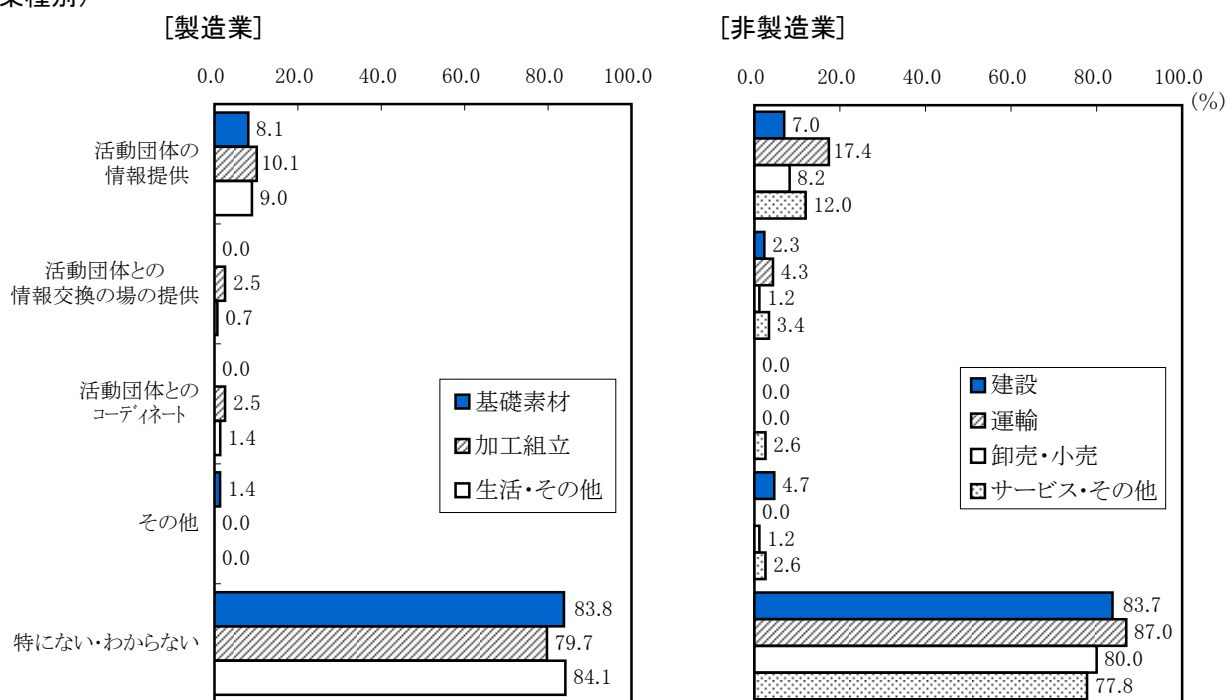


(複数回答)  
(上段・件数 下段・%)

|      | 全体           | 活動団体の<br>情報提供 | 活動団体との<br>情報交換の場の<br>提供 | 活動団体との<br>コーディネート | その他      | 特にない・<br>わからない | 無<br>回<br>答 |
|------|--------------|---------------|-------------------------|-------------------|----------|----------------|-------------|
| 全体   | 569<br>100.0 | 56<br>9.8     | 10<br>1.8               | 7<br>1.2          | 7<br>1.2 | 463<br>81.4    | 40<br>7.0   |
| 製造業  | 298<br>100.0 | 27<br>9.1     | 3<br>1.0                | 4<br>1.3          | 1<br>0.3 | 247<br>82.9    | 22<br>7.4   |
| 非製造業 | 268<br>100.0 | 28<br>10.4    | 7<br>2.6                | 3<br>1.1          | 6<br>2.2 | 215<br>80.2    | 17<br>6.3   |
| 中小企業 | 516<br>100.0 | 46<br>8.9     | 8<br>1.6                | 5<br>1.0          | 7<br>1.4 | 426<br>82.6    | 37<br>7.2   |
| 中堅企業 | 32<br>100.0  | 4<br>12.5     | 2<br>6.3                | 2<br>6.3          | 0<br>0.0 | 24<br>75.0     | 1<br>3.1    |
| 大企業  | 18<br>100.0  | 5<br>27.8     | 0<br>0.0                | 0<br>0.0          | 0<br>0.0 | 12<br>66.7     | 1<br>5.6    |

・運輸は「活動団体の情報提供」が17.4%で、他の業種と比べて多い。

(業種別)



(複数回答)

(上段・件数 下段・%)

|      |          | 全体           | 活動団体の情報提供  | 活動団体との情報交換の場の提供 | 活動団体とのコーディネート | その他      | 特にない・わからない  | 無回答        |
|------|----------|--------------|------------|-----------------|---------------|----------|-------------|------------|
| 製造業  | 基礎素材     | 74<br>100.0  | 6<br>8.1   | 0<br>0.0        | 0<br>0.0      | 1<br>1.4 | 62<br>83.8  | 5<br>6.8   |
|      | 加工組立     | 79<br>100.0  | 8<br>10.1  | 2<br>2.5        | 2<br>2.5      | 0<br>0.0 | 63<br>79.7  | 7<br>8.9   |
|      | 生活・その他   | 145<br>100.0 | 13<br>9.0  | 1<br>0.7        | 2<br>1.4      | 0<br>0.0 | 122<br>84.1 | 10<br>6.9  |
| 非製造業 | 建設       | 43<br>100.0  | 3<br>7.0   | 1<br>2.3        | 0<br>0.0      | 2<br>4.7 | 36<br>83.7  | 3<br>7.0   |
|      | 運輸       | 23<br>100.0  | 4<br>17.4  | 1<br>4.3        | 0<br>0.0      | 0<br>0.0 | 20<br>87.0  | 0<br>0.0   |
|      | 卸売・小売    | 85<br>100.0  | 7<br>8.2   | 1<br>1.2        | 0<br>0.0      | 1<br>1.2 | 68<br>80.0  | 10<br>11.8 |
|      | サービス・その他 | 117<br>100.0 | 14<br>12.0 | 4<br>3.4        | 3<br>2.6      | 3<br>2.6 | 91<br>77.8  | 4<br>3.4   |