

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。

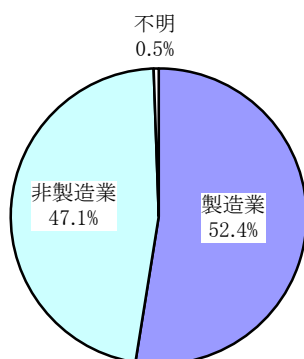
- 製造／非製造業別については回答された主な業種(1つ)を採用した。
- 規模は、回答された資本金によって以下の3グループに分類した。
 中小企業(資本金1億円未満)
 中堅企業(資本金1億～10億円未満)
 大企業(資本金10億円以上)
- 業種は回答された業種によって以下の7グループに分類した。

	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 鉄鋼・金属製品・非鉄金属
	加工組立	一般機械 電気機械、情報通信機械、精密機械 輸送用機械
	生活・その他	食料品・飲料・たばこ・飼料 繊維・衣服 出版・印刷 ゴム・皮革製品 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 小売
	サービス・その他	電気・ガス・熱供給・水道業 情報通信業 金融・保険業 不動産業 飲食店・宿泊業 医療・福祉 教育・学習支援業 サービス業(他に分類されないもの) その他非製造業

■回答事業所のプロフィール

(1)業種

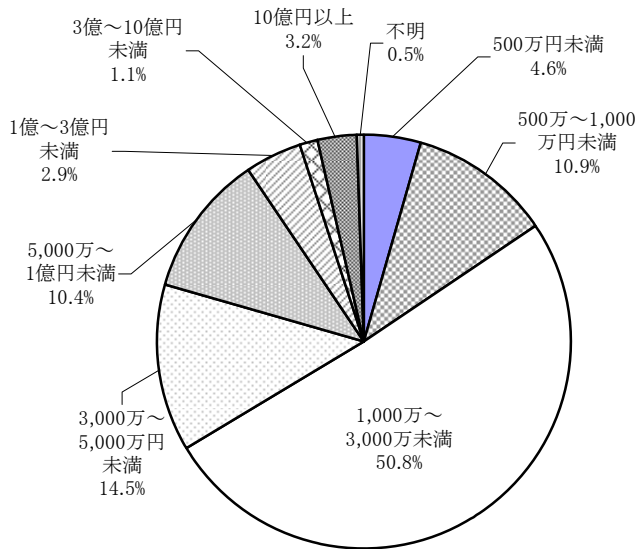
- ・製造業が52.4%、非製造業が47.1%と製造業からの回答がやや多い。
- ・製造業は「食料品・飲料・たばこ・飼料」が全体の10.2%と最も多い。
- ・非製造業は「サービス業(他に分類されないもの)」が全体の13.0%と最も多い。



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			
製造業計					
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			
非製造業計					
不明				3	0.5
全体				569	100.0

(2)資本金

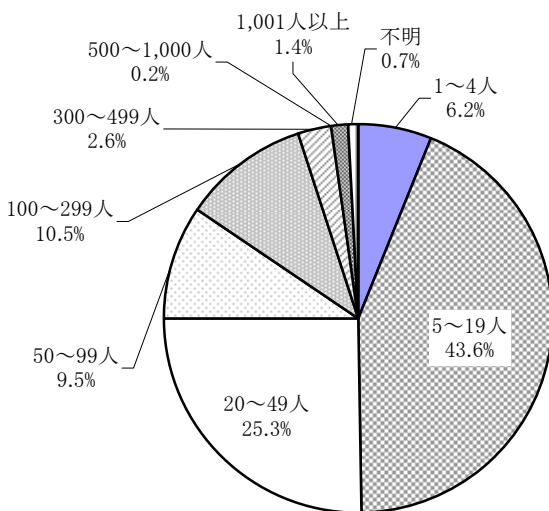
- ・「1,000万～3,000万円未満」が50.8%と半数以上を占め、最も多い。
- ・規模別によると「中小企業」(資本金1億円未満)が90.7%と多数を占める。



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。 ・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。 ・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。 ・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。 ・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。 ・全体では来期の1～3月期以降、減少する見通し。 ・「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。 ・「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

<p>製造業</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・生産・売上は今期の4～6月期は非製造業よりもやや高い。 ・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。 ・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。 ・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。 ・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。 ・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。 ・事業拠点の拡張・増設は9.7%が「検討している」。 ・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。
<p>基礎素材</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・自社業況は前期の1～3月期には大きく上昇。 ・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。 ・生産・売上の増加要因は「一般的需要要因」が8割以上。 ・製品・加工単価、販売単価は今年後半から上昇する見通し。 ・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。 ・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。 ・雇用人員は来期の7～9月期まで下降傾向が続く見通し。 ・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。
<p>加工組立</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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 ・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。 ・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。
<p>生活・その他</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・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 ・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。 ・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。 ・設備投資の目的は「維持・補修」が63.4%と最も多い。

非製造業	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。 ・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。 ・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。 ・事業拠点の拡張・増設は9.7%が「検討している」。 ・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。
建設	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。 ・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。 ・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。 ・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。 ・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。 ・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。
運輸	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。 ・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。 ・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。 ・仕入れ単価は他の業種と比べてプラス値が高い。 ・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。 ・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。 ・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。 ・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。 ・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。
卸売・小売	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・設備投資の目的は「受注需要増対応」が45.5%と最も多い。 ・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。 ・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。 ・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。
サービス・その他	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。 ・雇用人員は平成21年10～12月期以降、概ね横ばいが続く。 ・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。

■景況・雇用動向について

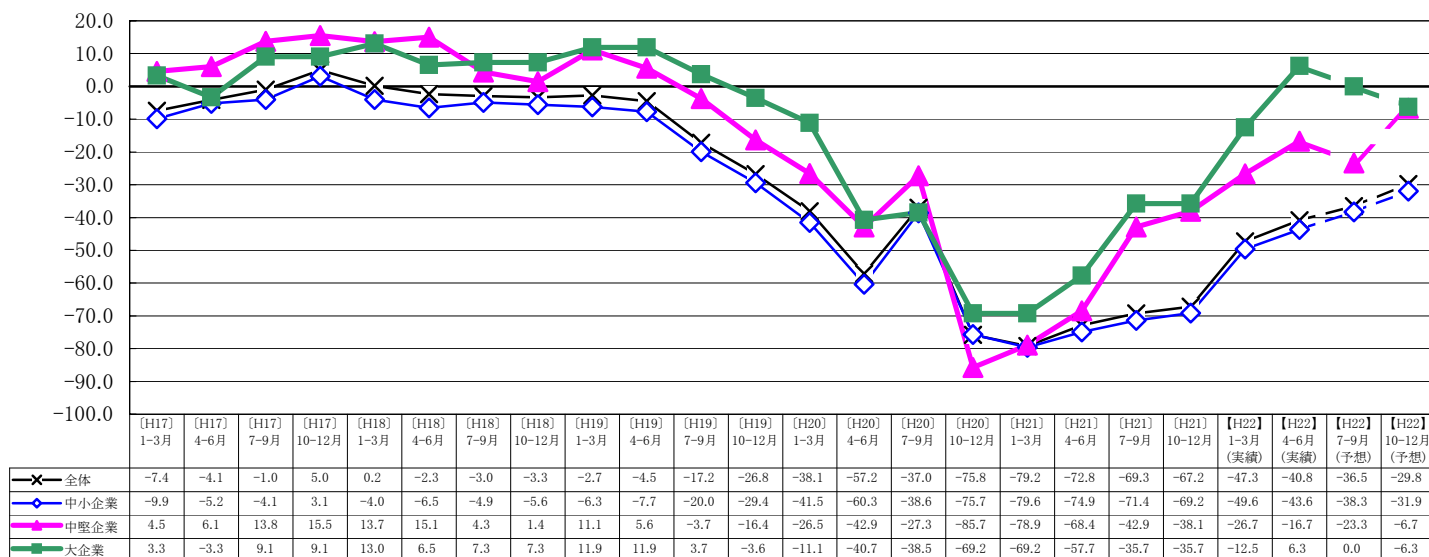
◆(1)市内の景気

- ・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)



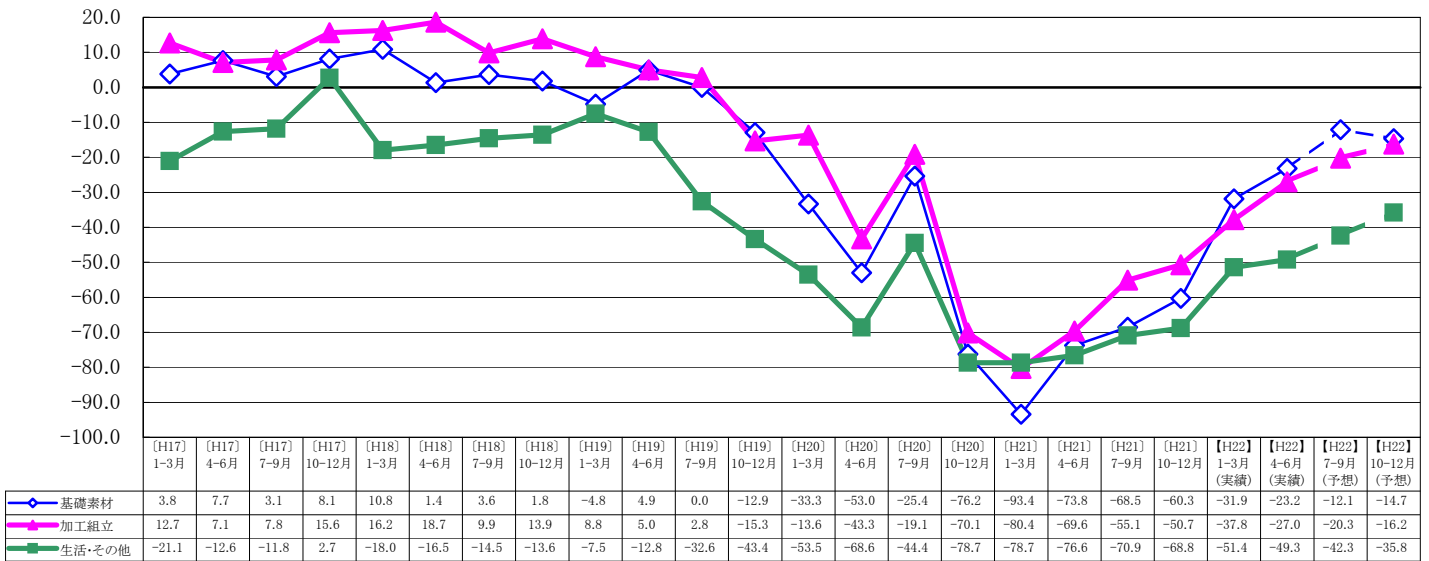
(規模別)



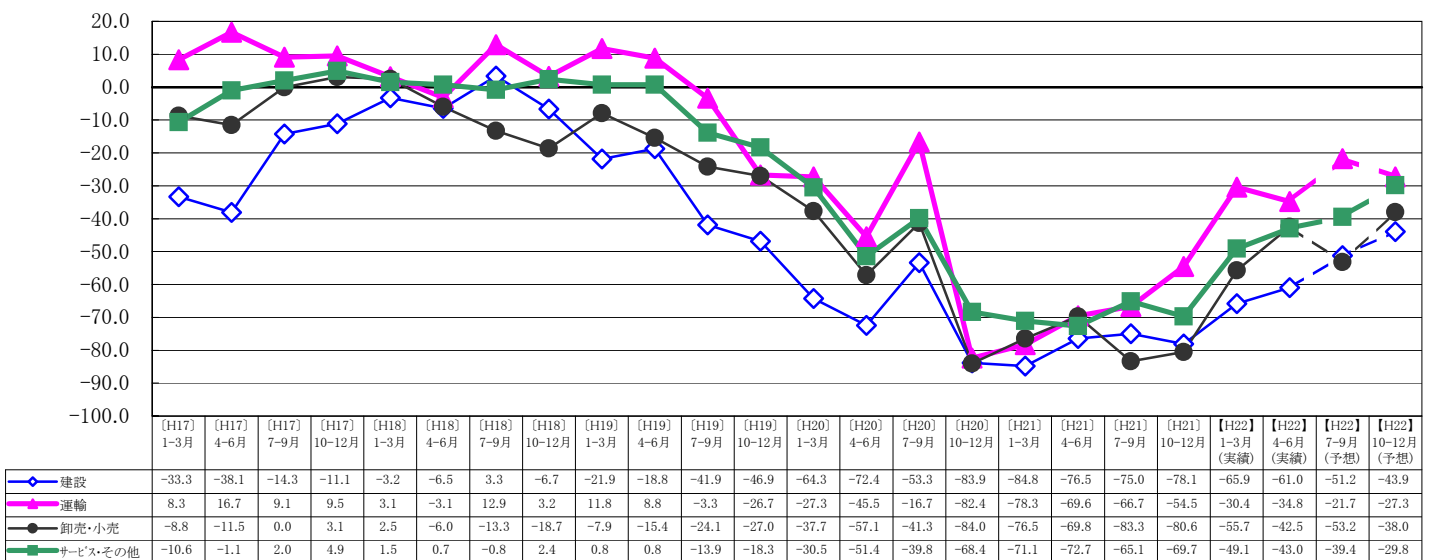
【DI=「上昇」(%)－「下降」(%)】

- ・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]

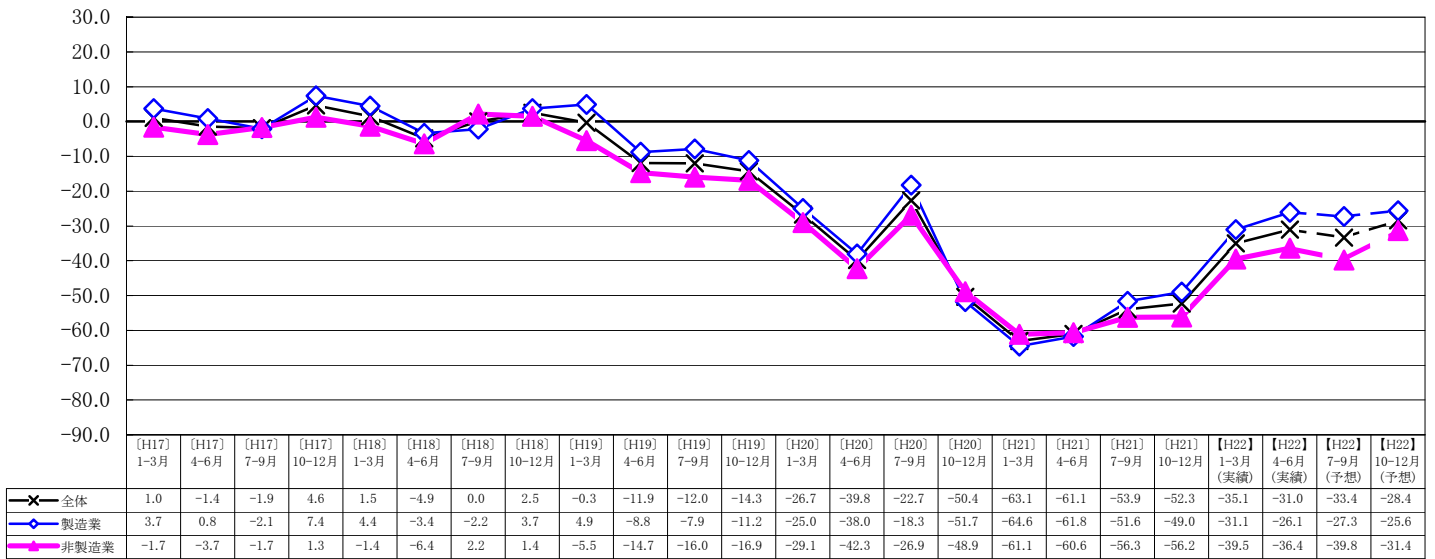


【DI=「上昇」(%)－「下降」(%)】

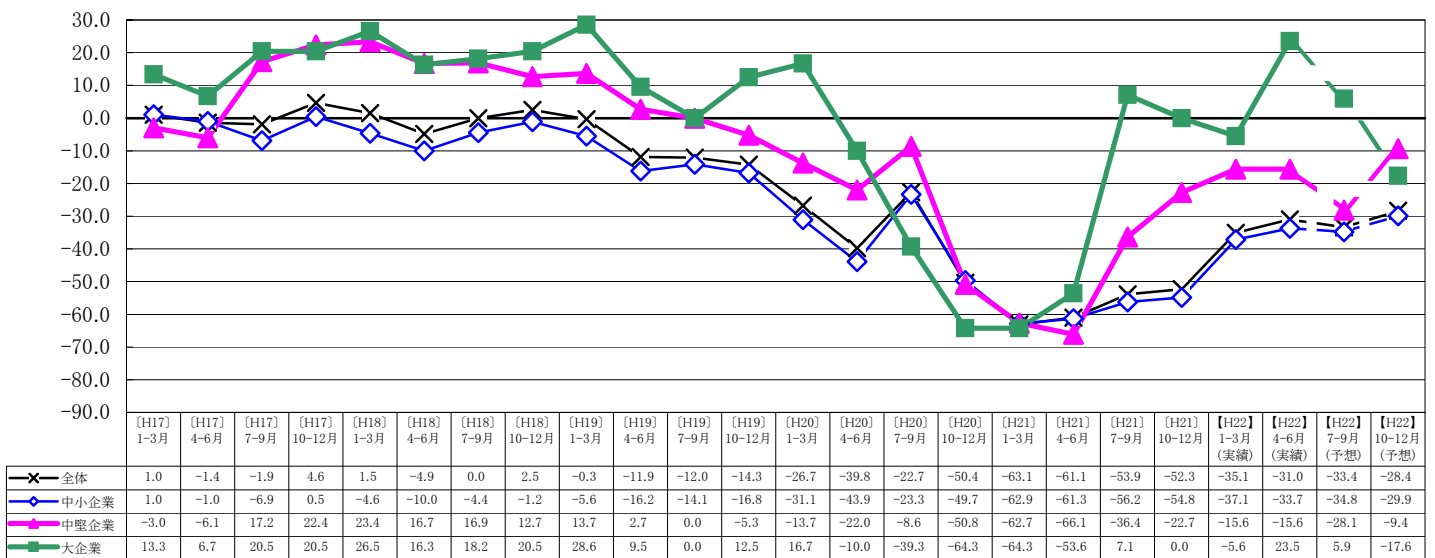
◆ (2) 自社業況

- ・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)



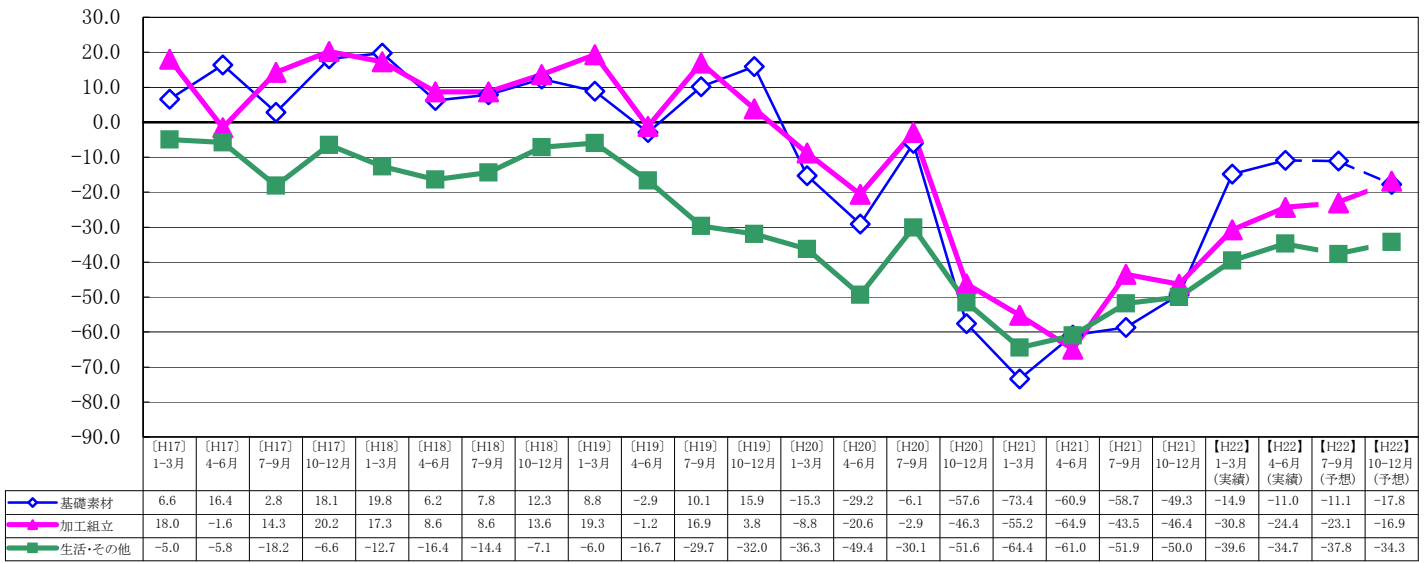
(規模別)



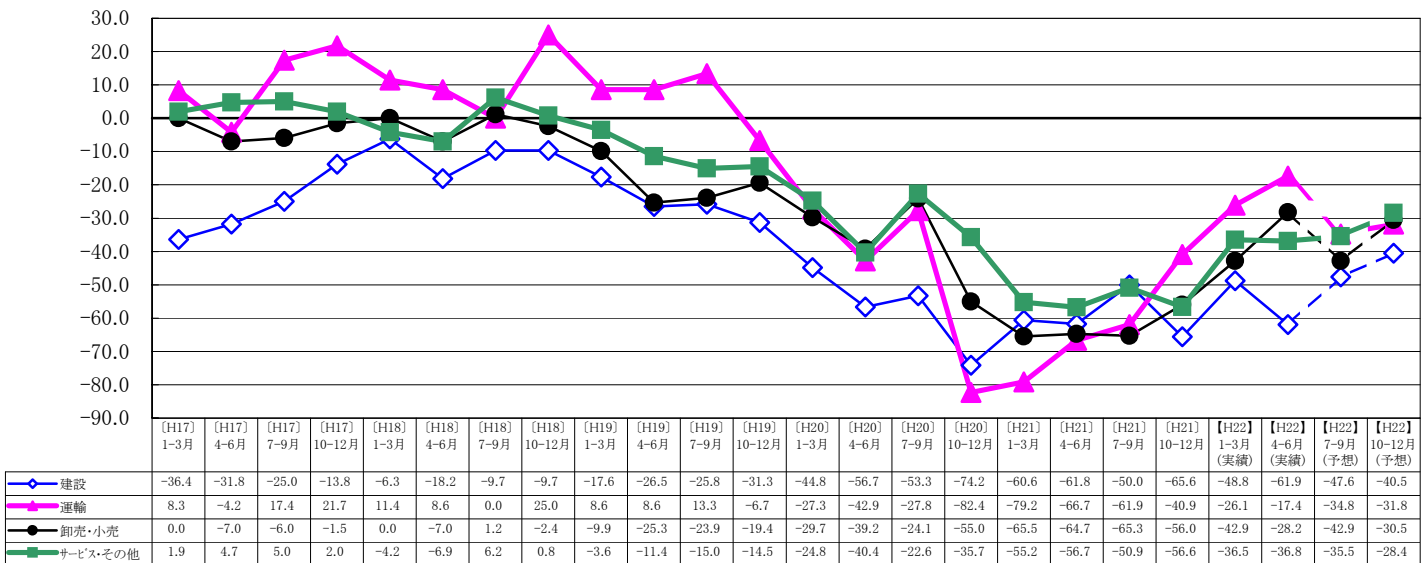
【DI=「上昇」(%)－「下降」(%)】

- 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]

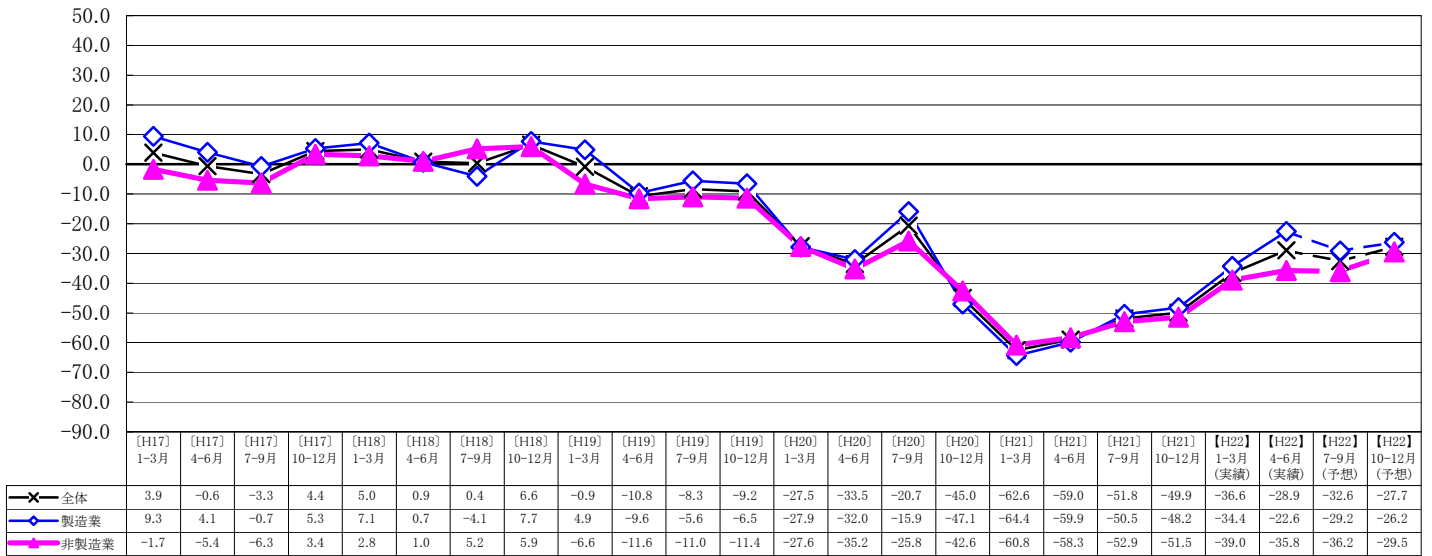


【DI=「上昇」(%)－「下降」(%)】

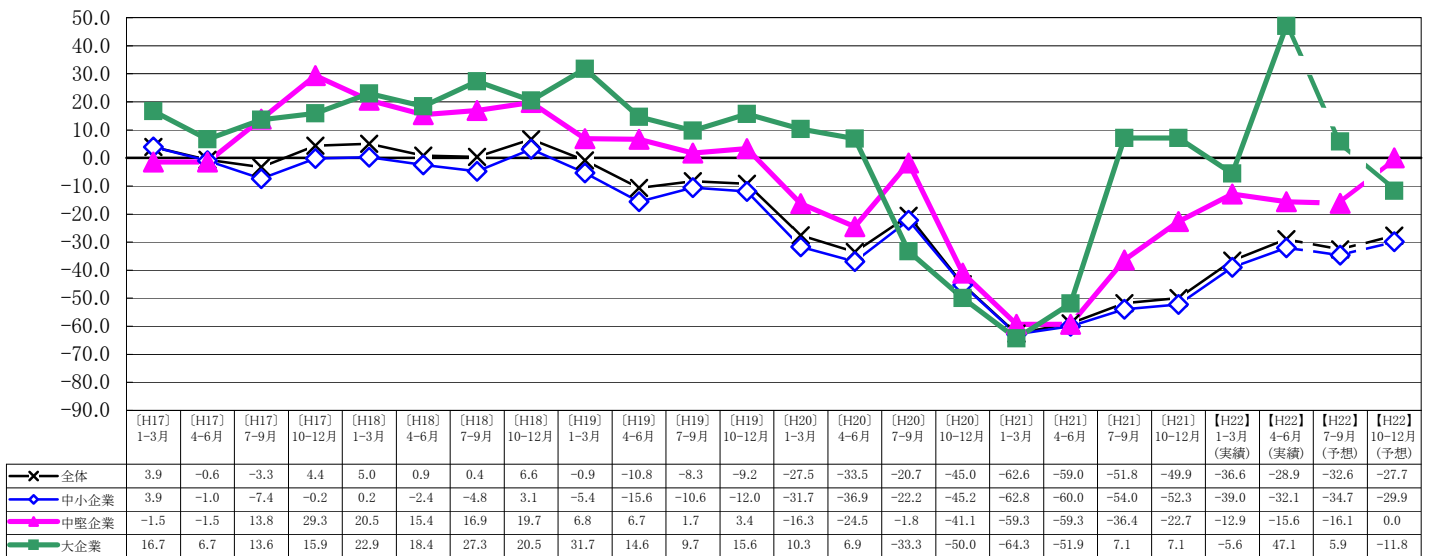
◆ (3)生産・売上

- ・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)



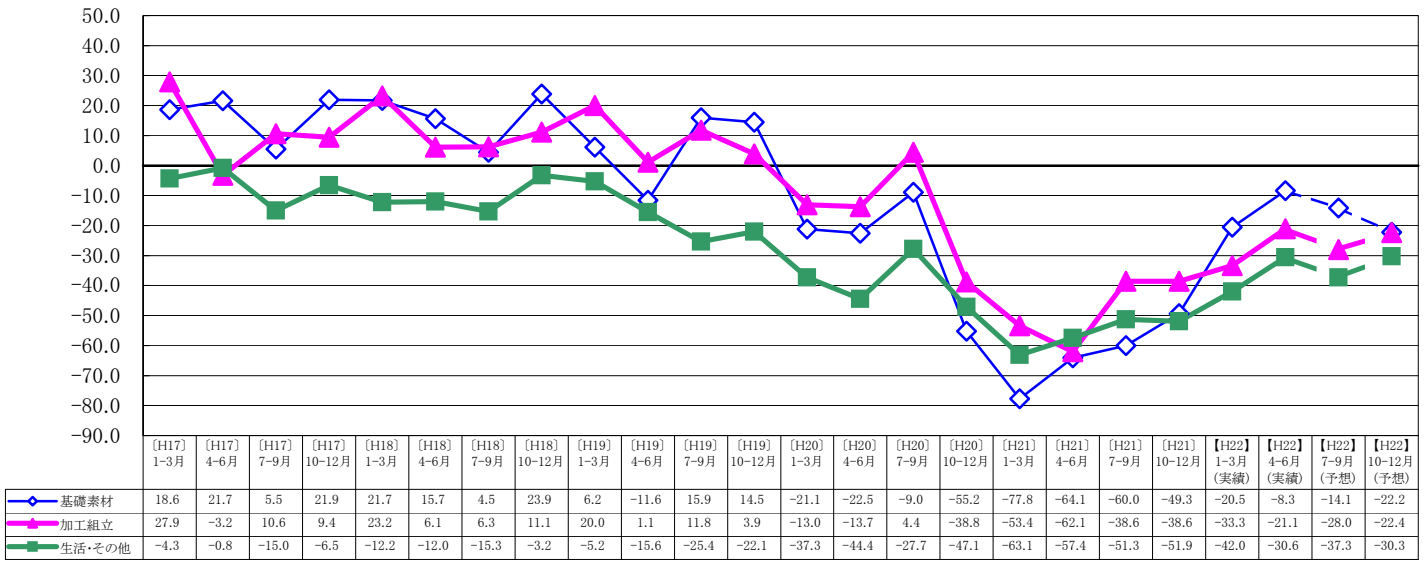
(規模別)



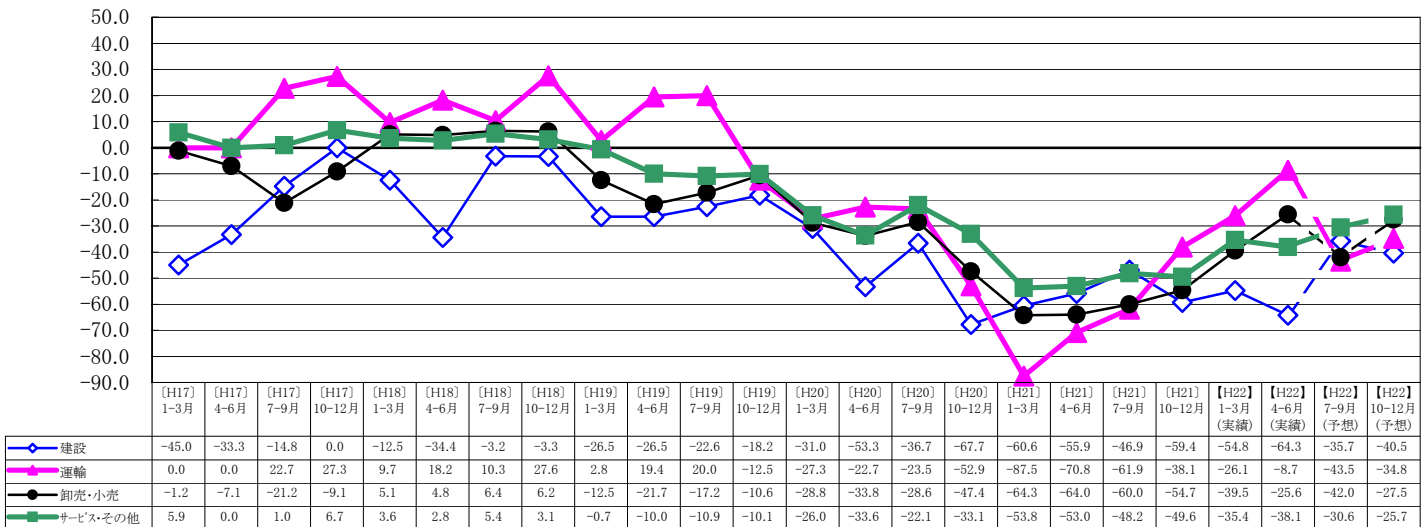
【DI=「増加」(%)－「減少」(%)】

- ・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】



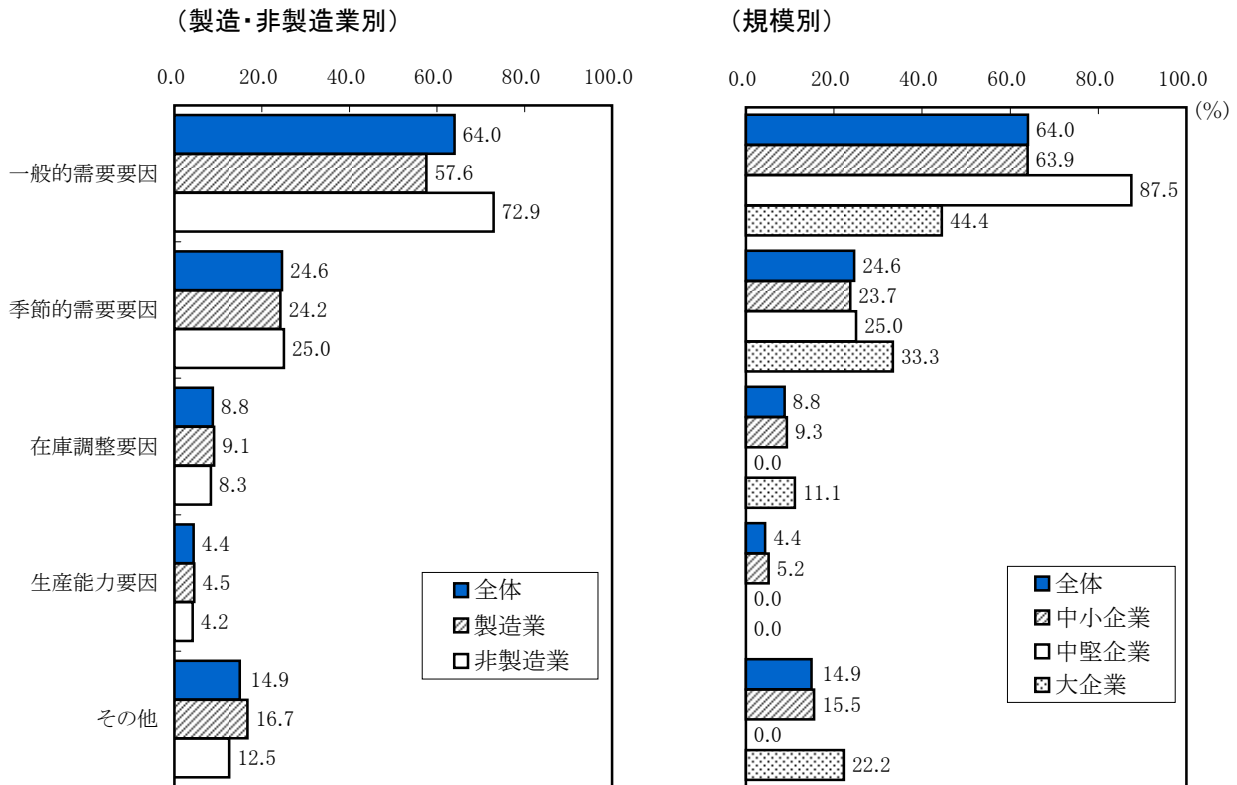
【非製造業】



【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〉

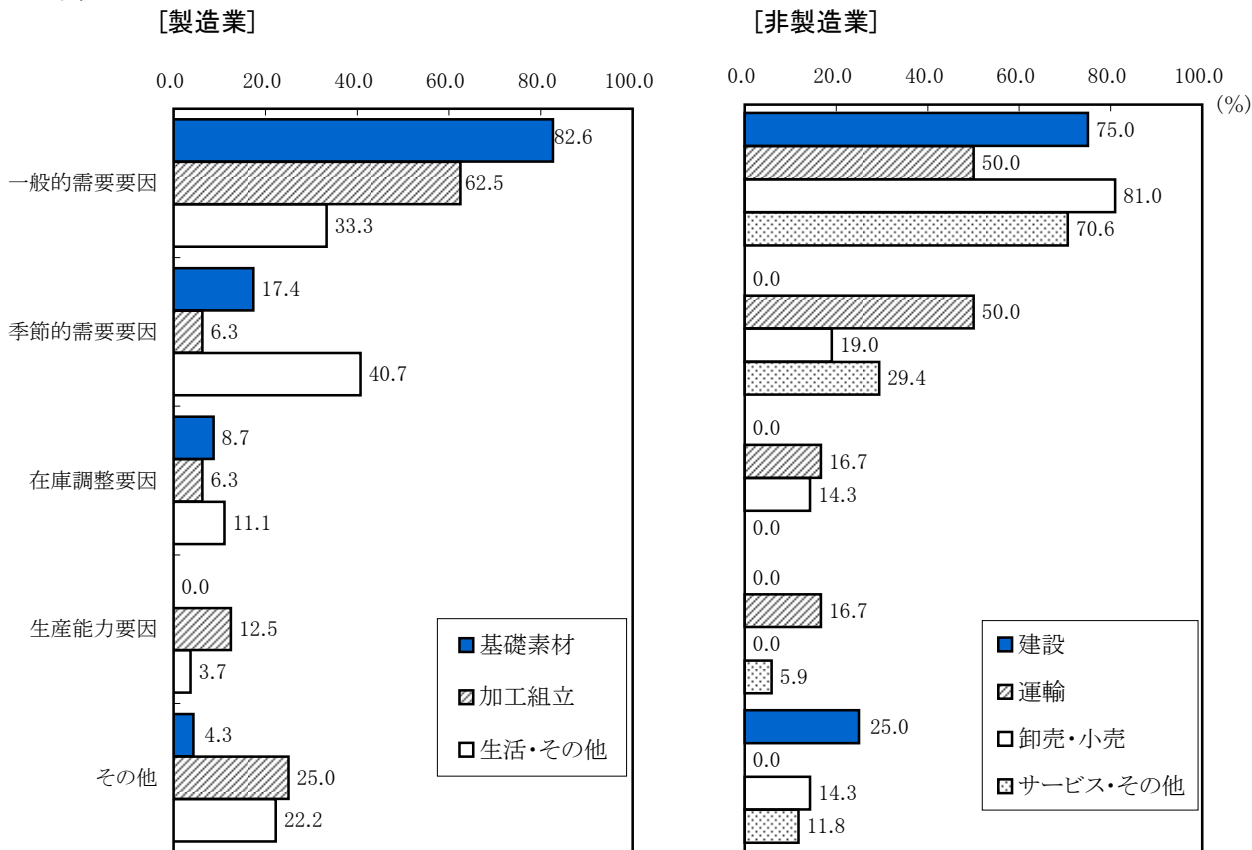
(上段・件数 下段・%)

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



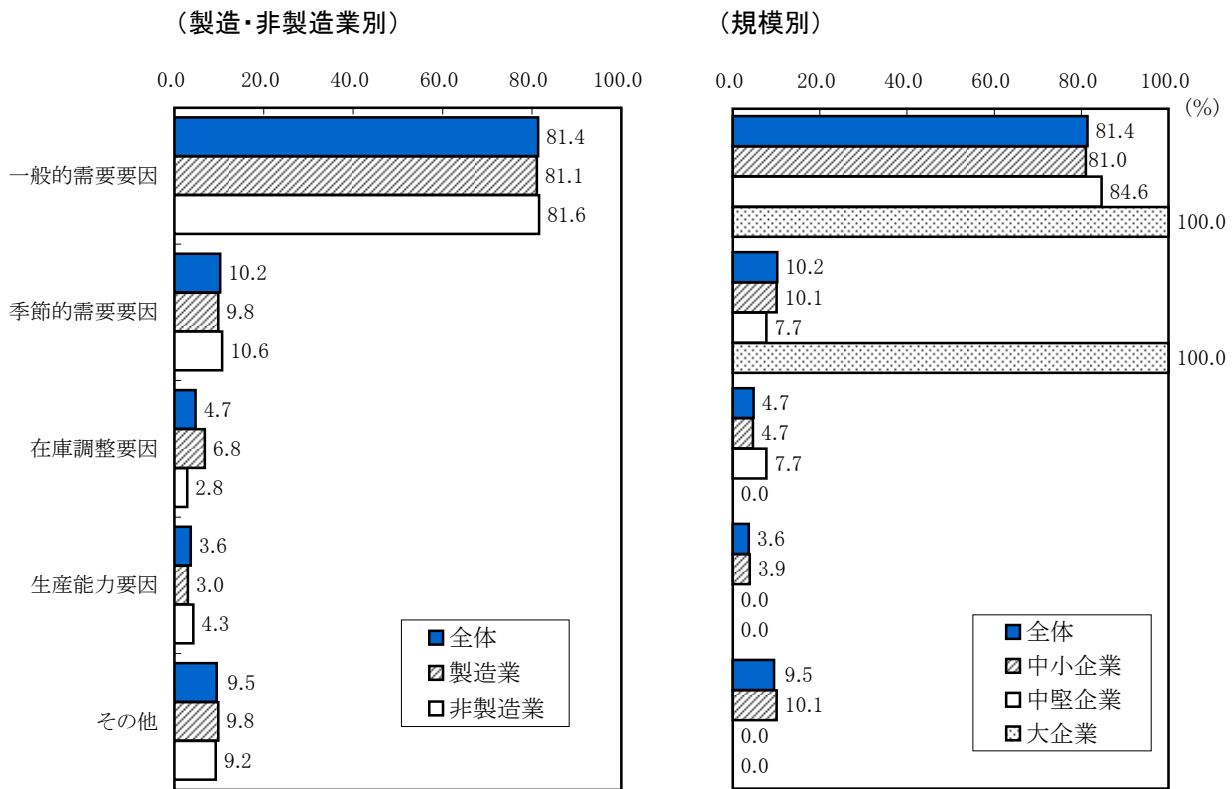
〈複数回答〉
(上段・件数 下段・%)

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



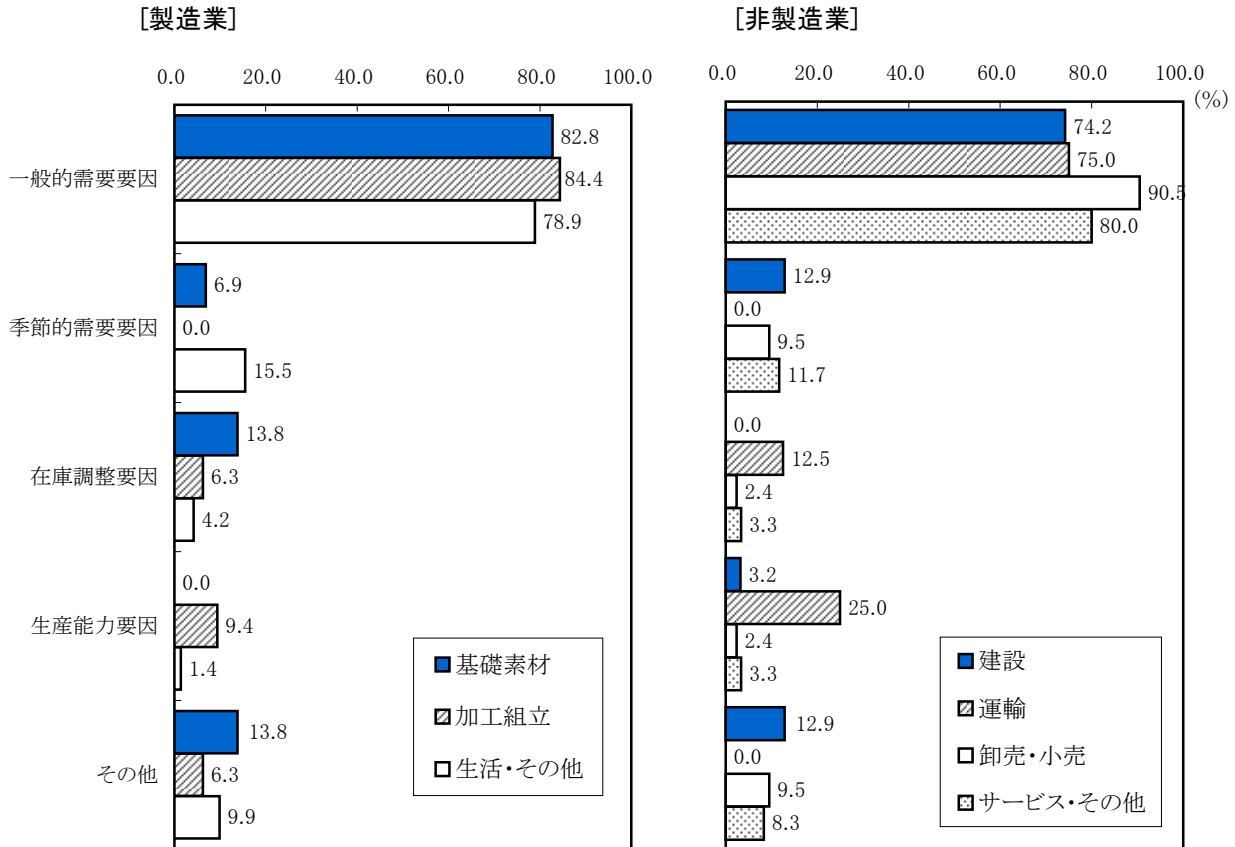
〈複数回答〉
(上段・件数 下段・%)

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

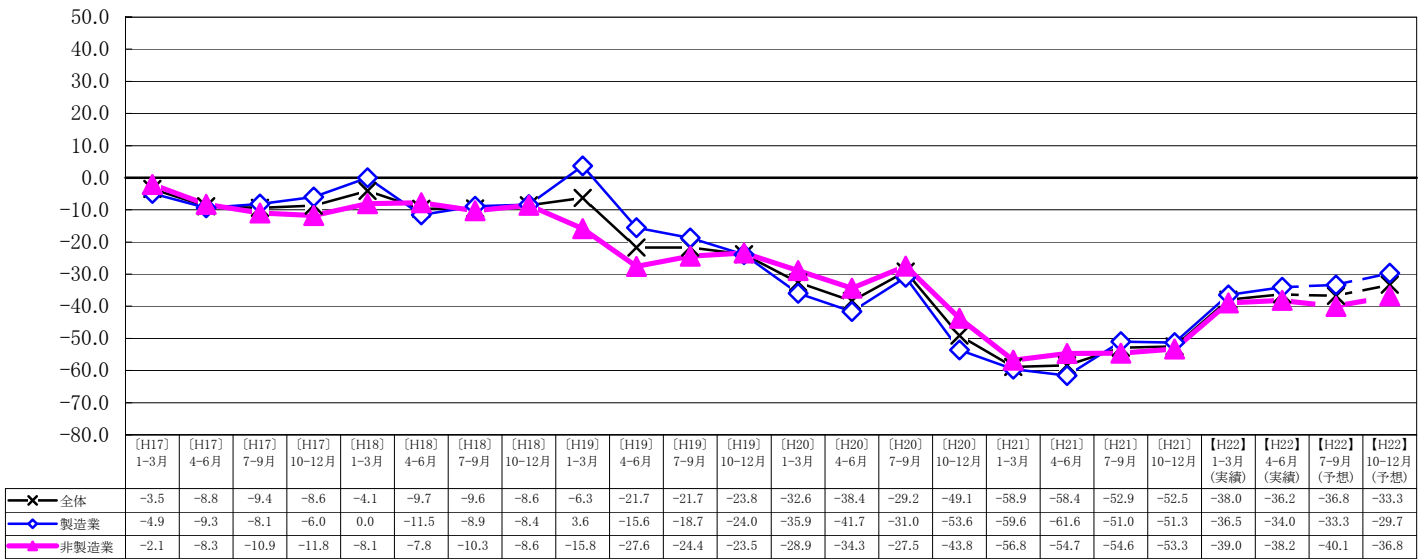
		全体	一般的需要 要因	季節的 需要 要因	在庫調整 要因	生産能力 要因	その他	無回答
製造業	基礎素材	29 100.0	24 82.8	2 6.9	4 13.8	0 0.0	4 13.8	1 3.4
	加工組立	32 100.0	27 84.4	0 0.0	2 6.3	3 9.4	2 6.3	1 3.1
	生活・その他	71 100.0	56 78.9	11 15.5	3 4.2	1 1.4	7 9.9	4 5.6
非製造業	建設	31 100.0	23 74.2	4 12.9	0 0.0	1 3.2	4 12.9	2 6.5
	運輸	8 100.0	6 75.0	0 0.0	1 12.5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

※網かけは上位3位

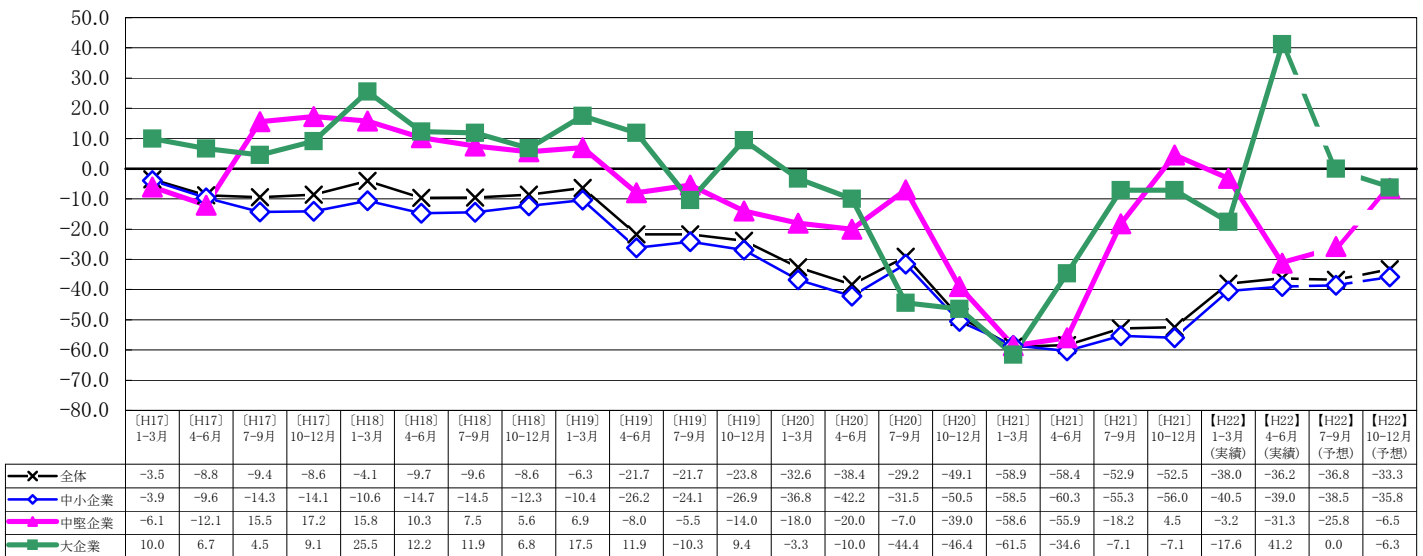
◆ (4) 経常利益

- ・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)



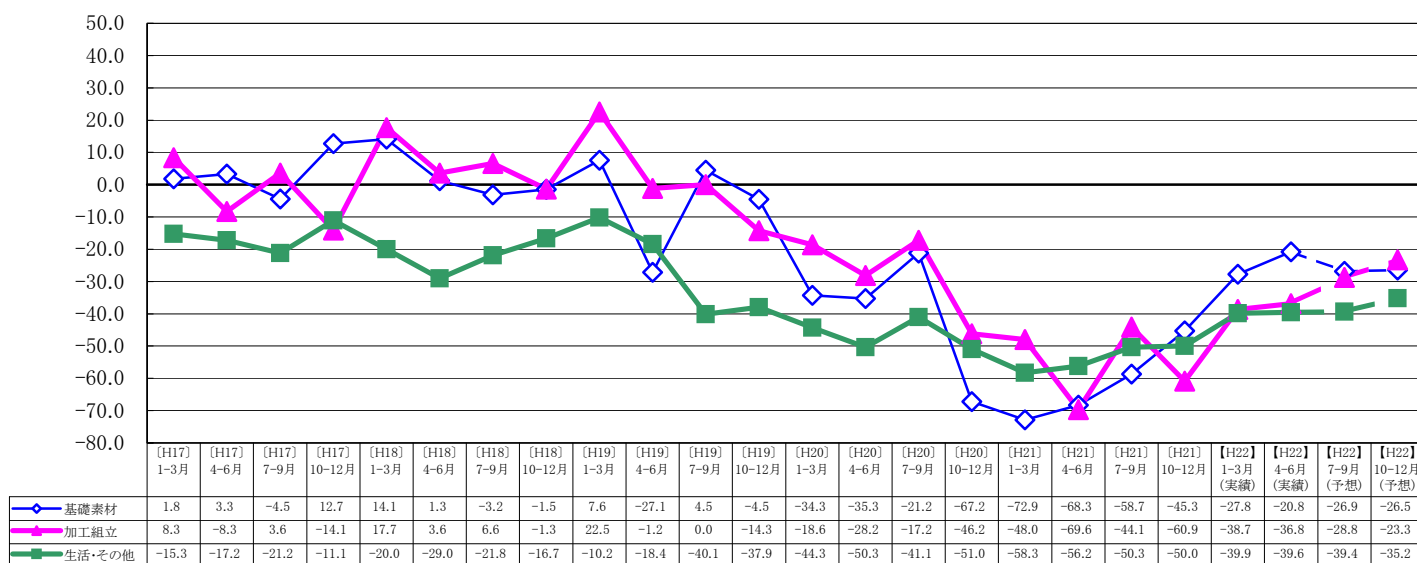
(規模別)



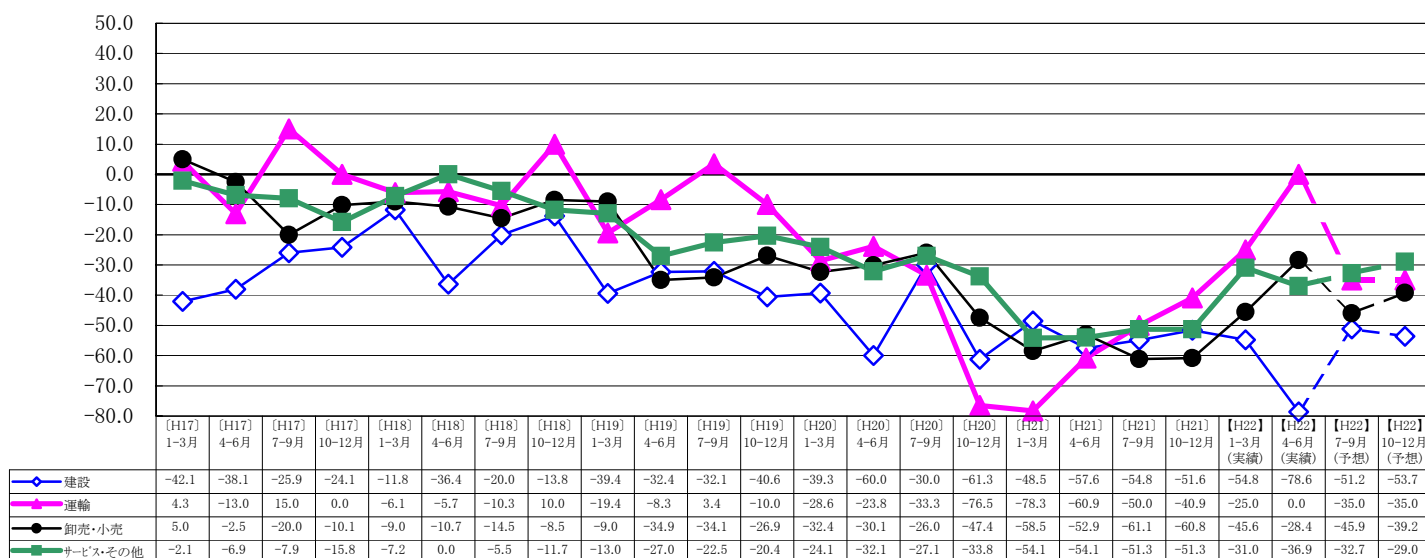
【DI=「増加」(%)－「減少」(%)】

- ・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]



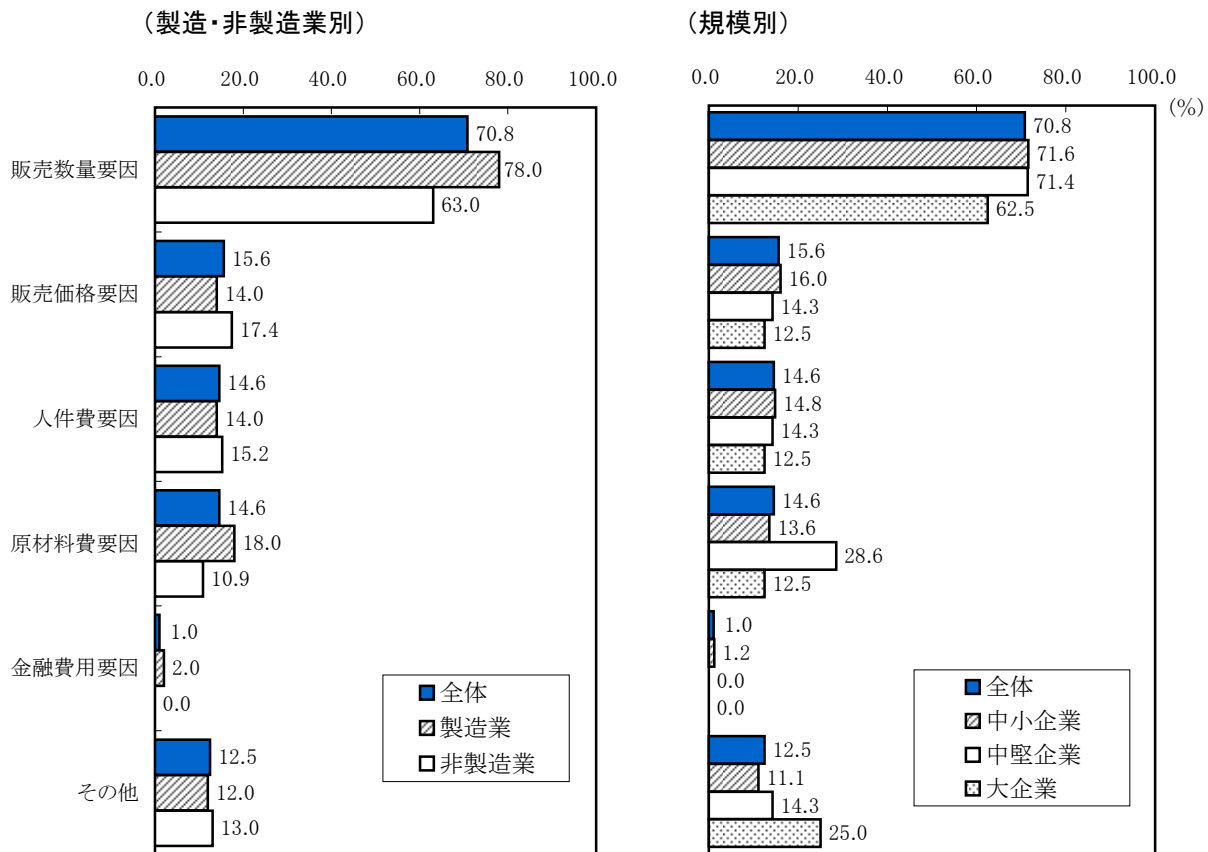
[非製造業]



【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。

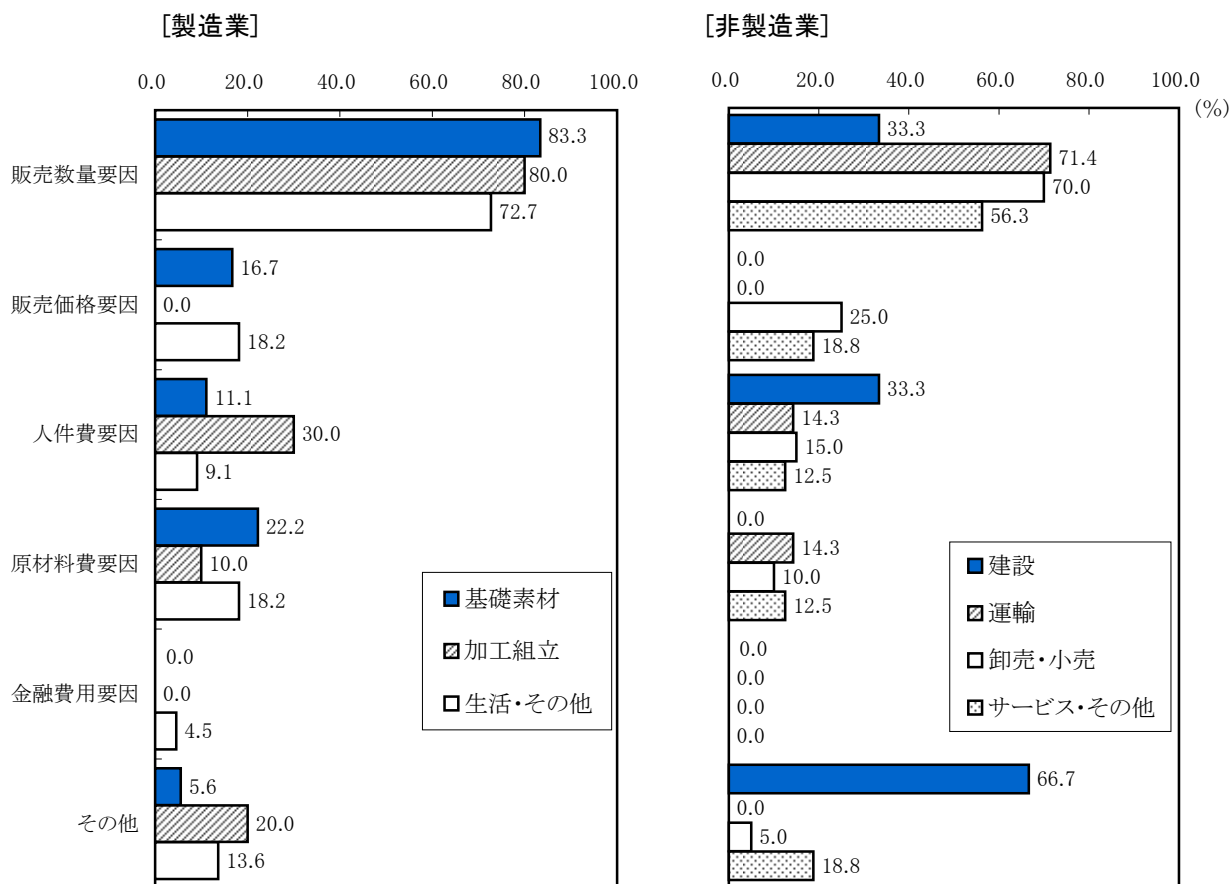


〈複数回答〉
(上段・件数 下段・%)

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



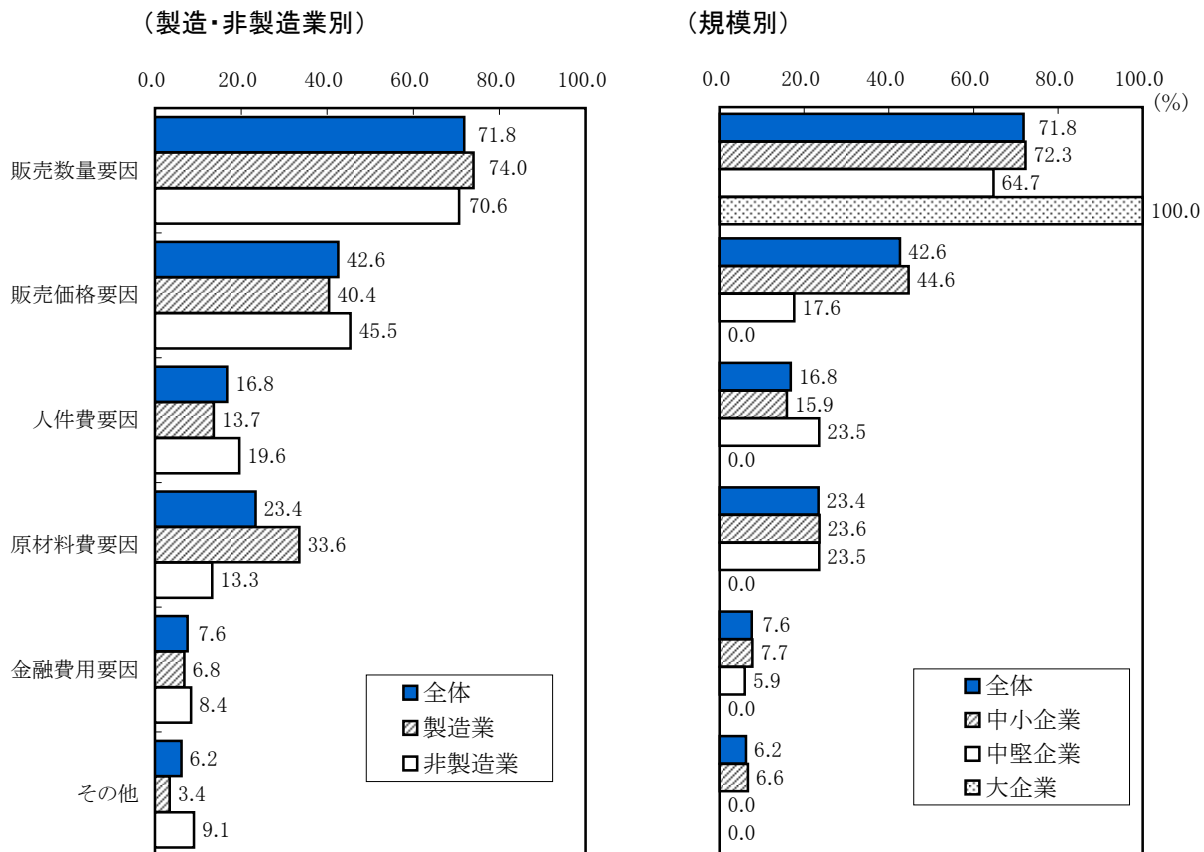
〈複数回答〉
(上段・件数 下段・%)

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



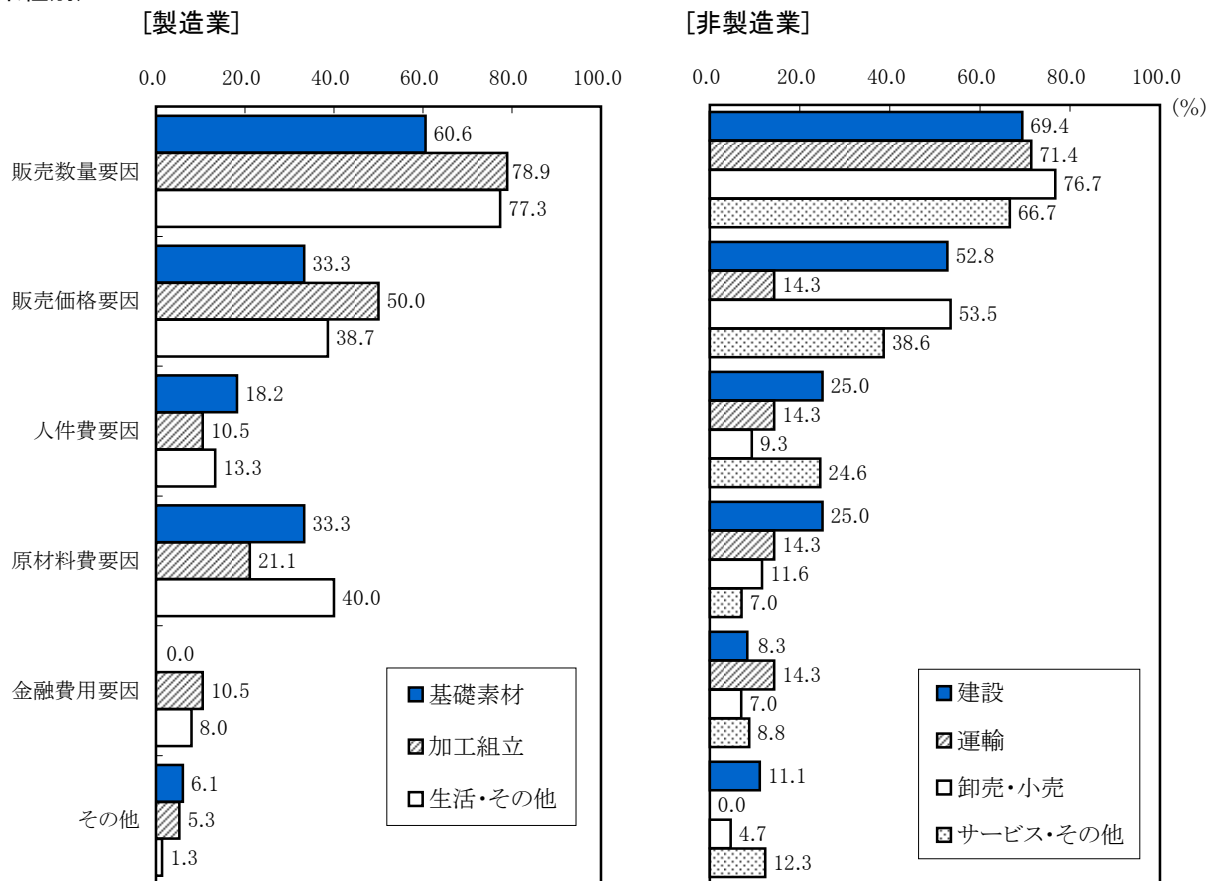
〈複数回答〉
(上段・件数 下段・%)

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

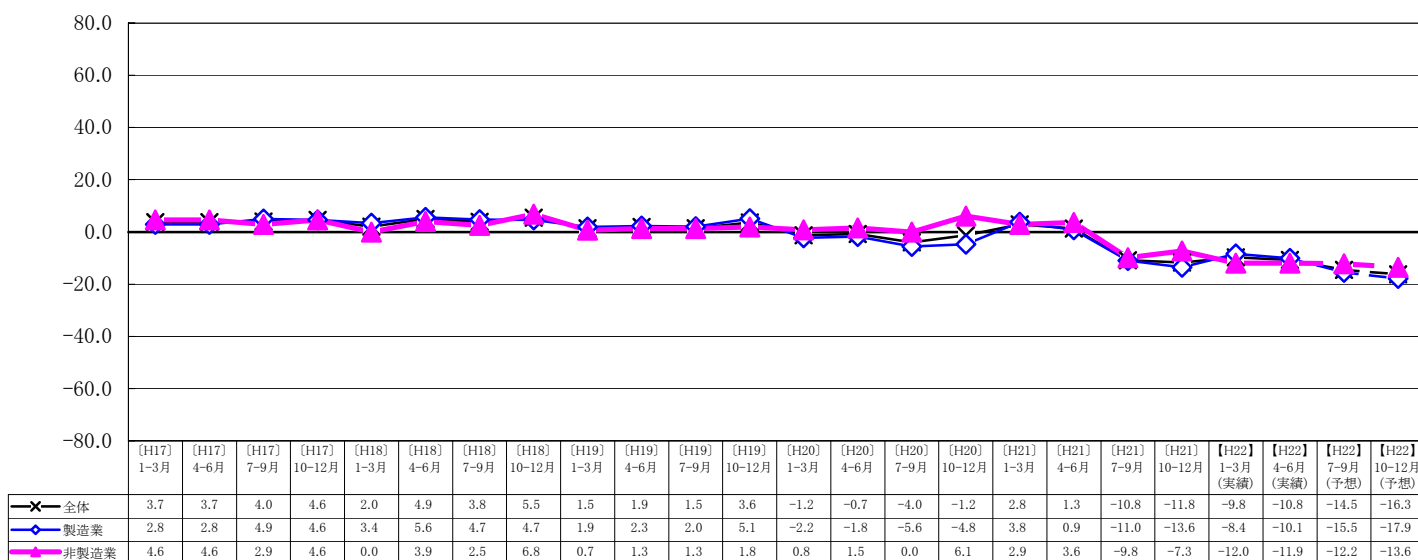
		全体	販売数量 要因	販売価格 要因	人件費 要因	原材料費 要因	金融費用 要因	その他	無回答
製造業	基礎素材	33	20	11	6	11	0	2	3
		100.0	60.6	33.3	18.2	33.3	0.0	6.1	9.1
	加工組立	38	30	19	4	8	4	2	1
	100.0	78.9	50.0	10.5	21.1	10.5	5.3	2.6	
	生活・その他	75	58	29	10	30	6	1	1
		100.0	77.3	38.7	13.3	40.0	8.0	1.3	1.3
非製造業	建設	36	25	19	9	9	3	4	1
		100.0	69.4	52.8	25.0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

※網かけは上位3位

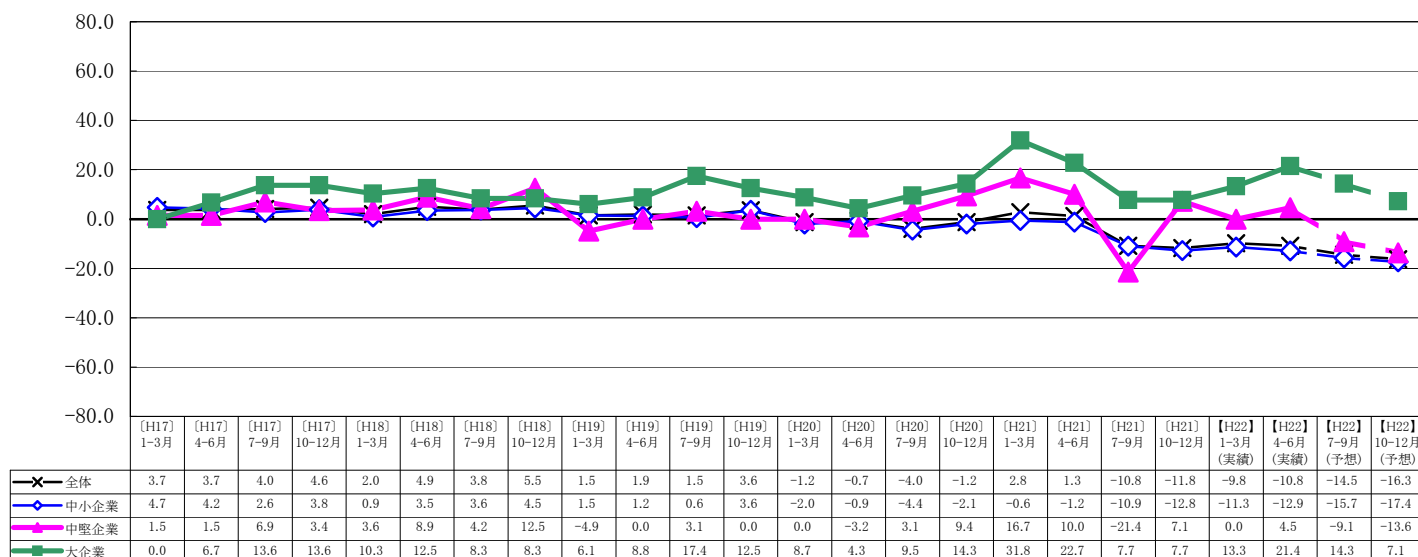
◆ (5)製品・商品在庫量

- ・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)



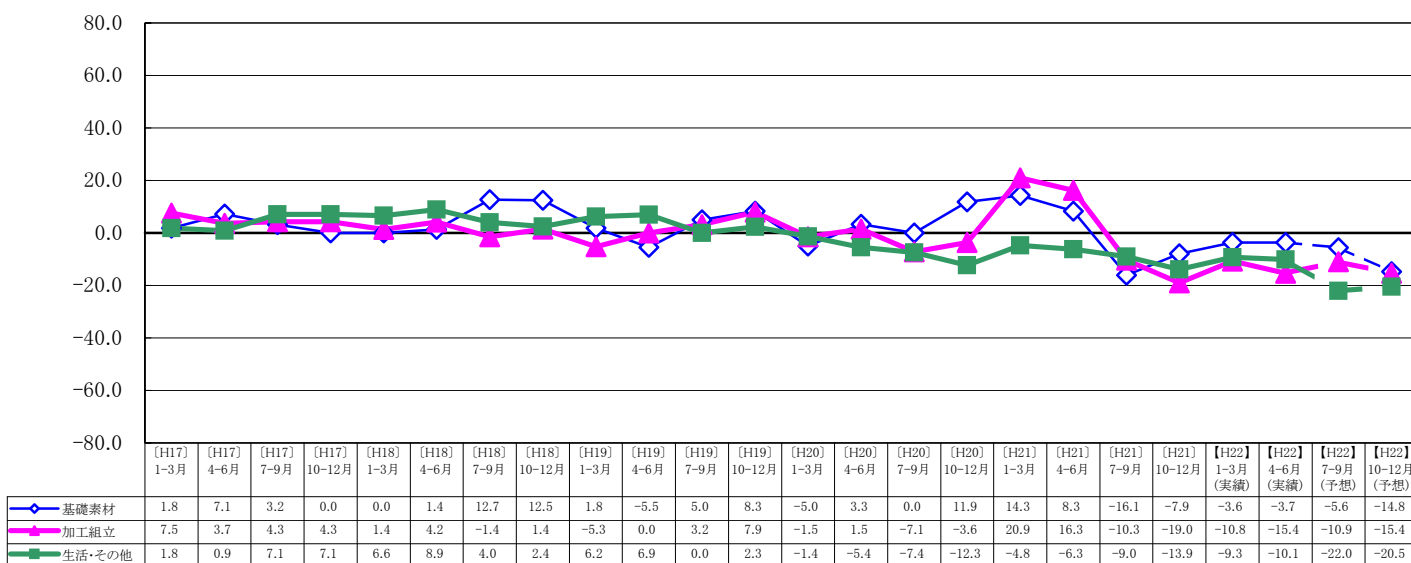
(規模別)



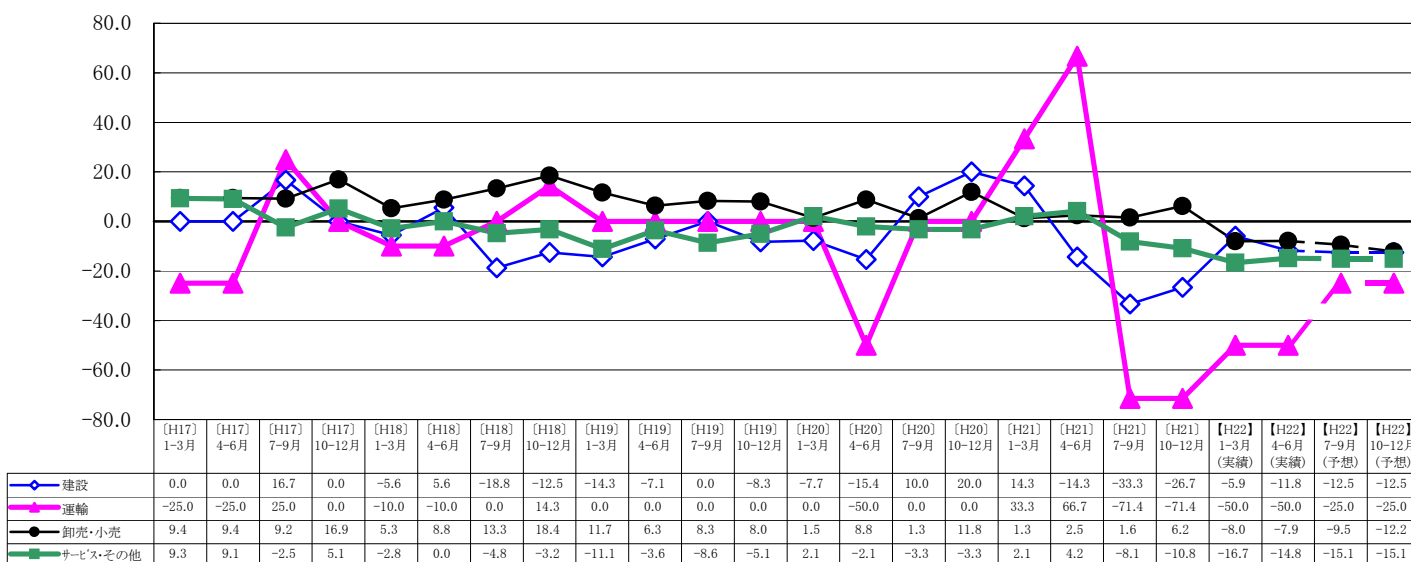
※製品・商品を持つ業種のみ回答
【DI=「過剰」(%) - 「減少」(%)】

・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]

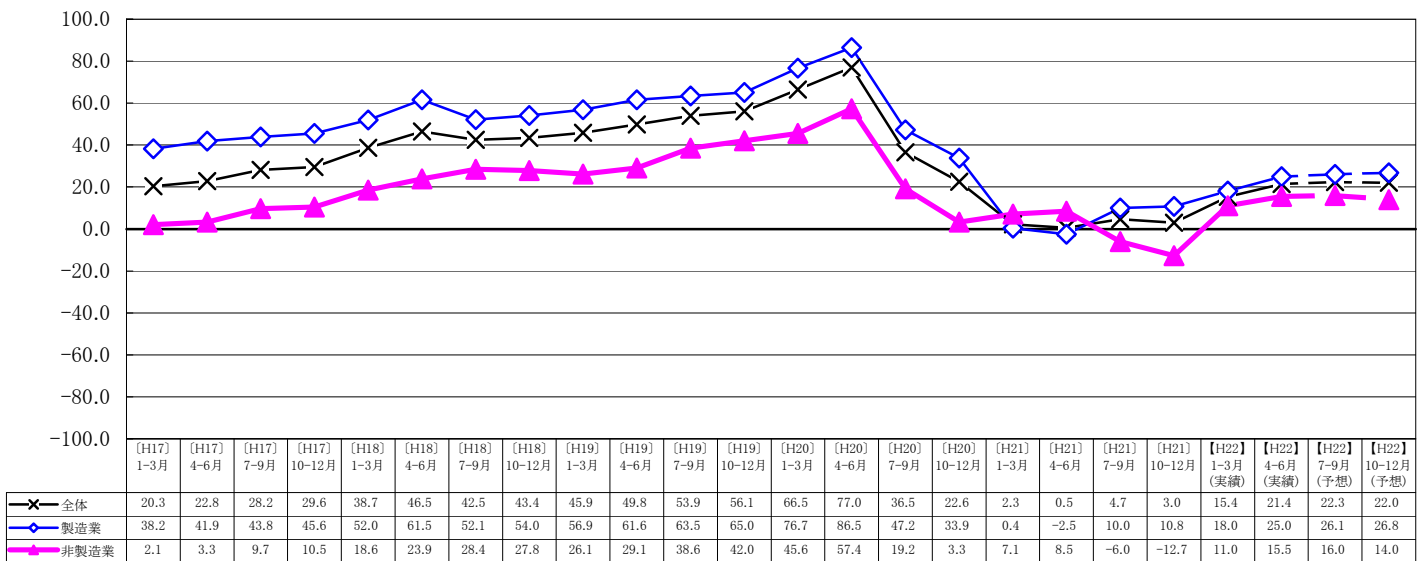


※製品・商品を持つ業種のみ回答
【DI=「過剰」(%) - 「減少」(%)】

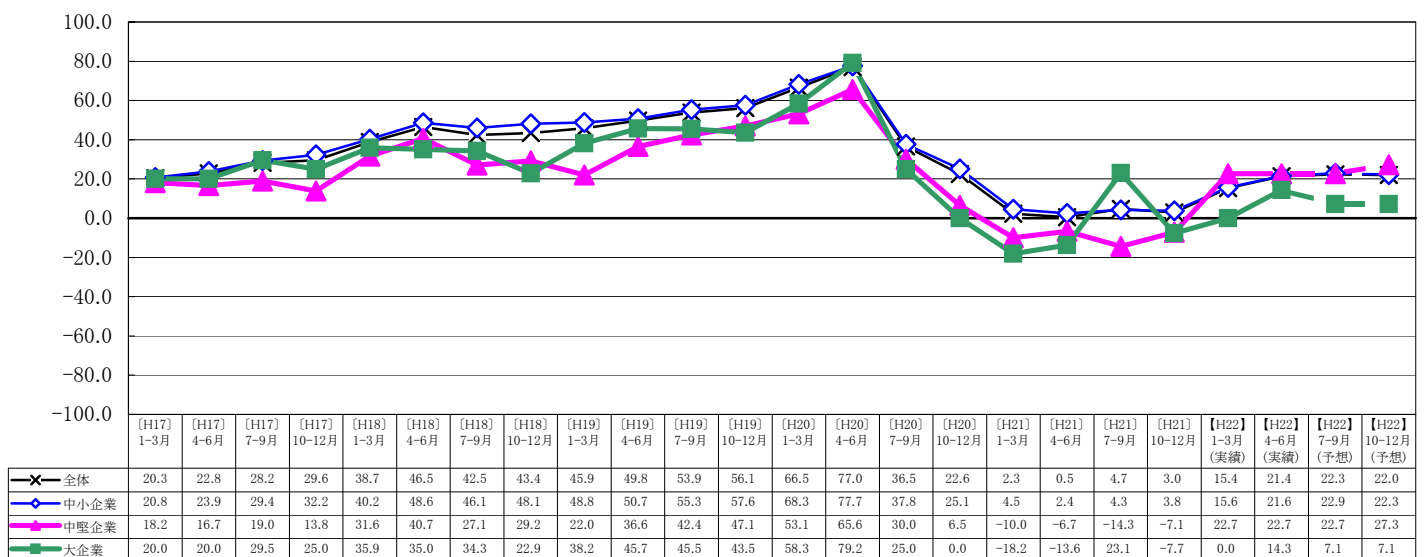
◆ (6)仕入れ単価

- ・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)



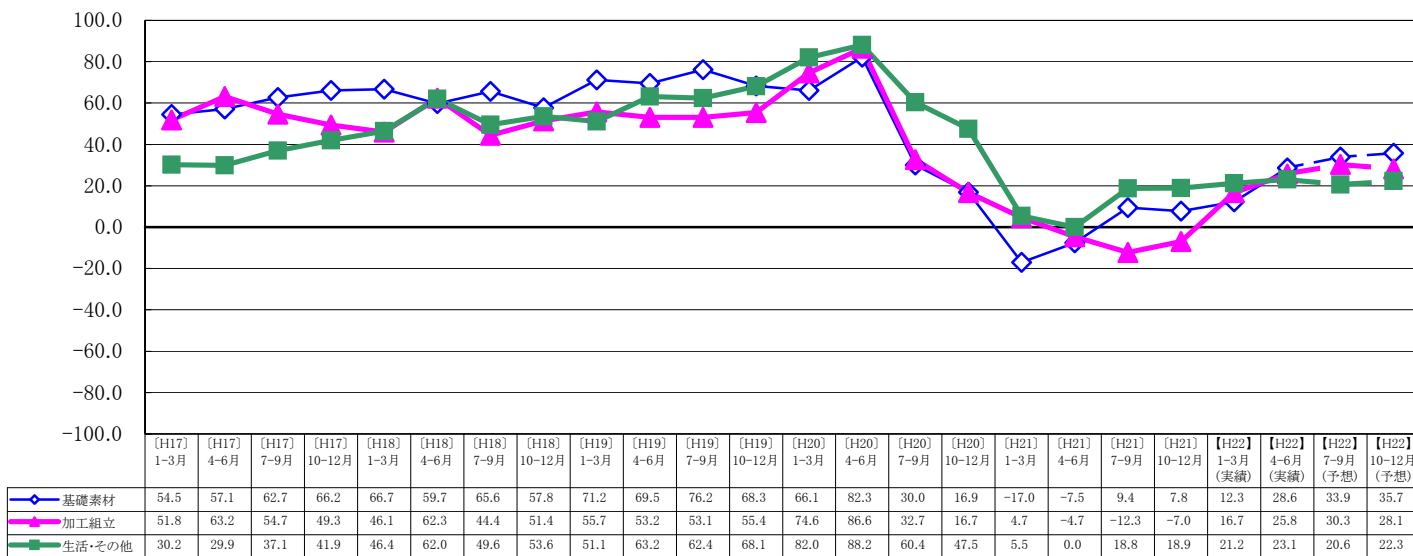
(規模別)



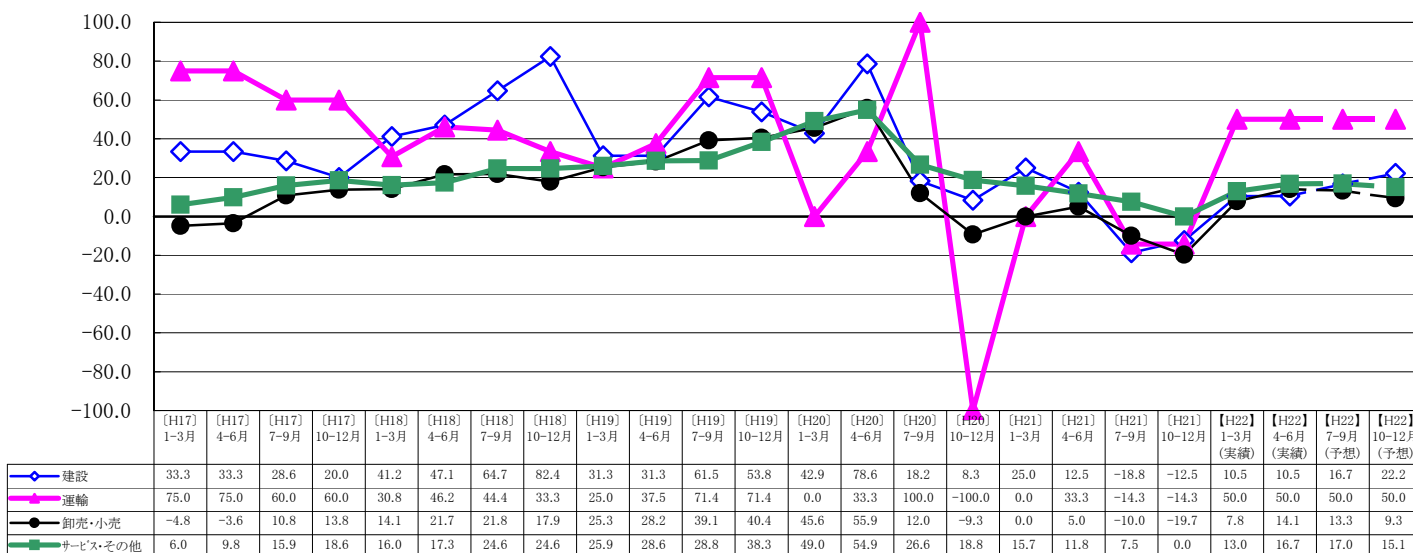
※製品・商品を持つ業種のみ回答
【DI=「上昇」(%) - 「下降」(%)】

- ・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】



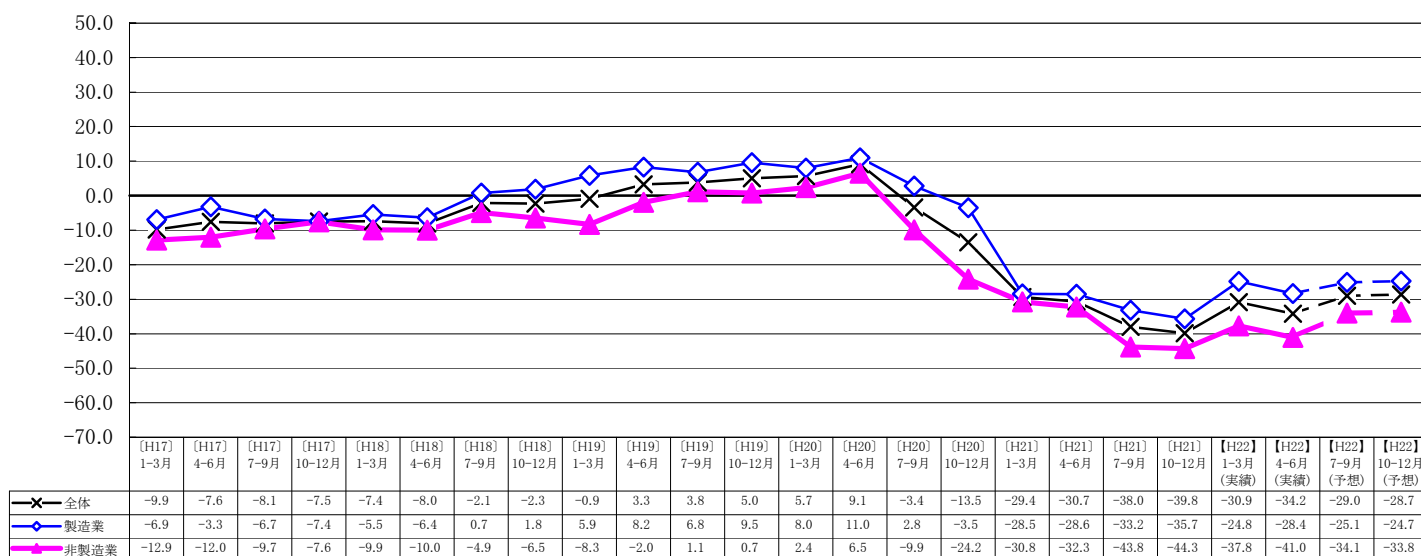
(注)平成20年10～12月期の「運輸」の有効回答は1件のみであった。

※製品・商品を持つ業種のみ回答
【DI=「上昇」(%)－「下降」(%)】

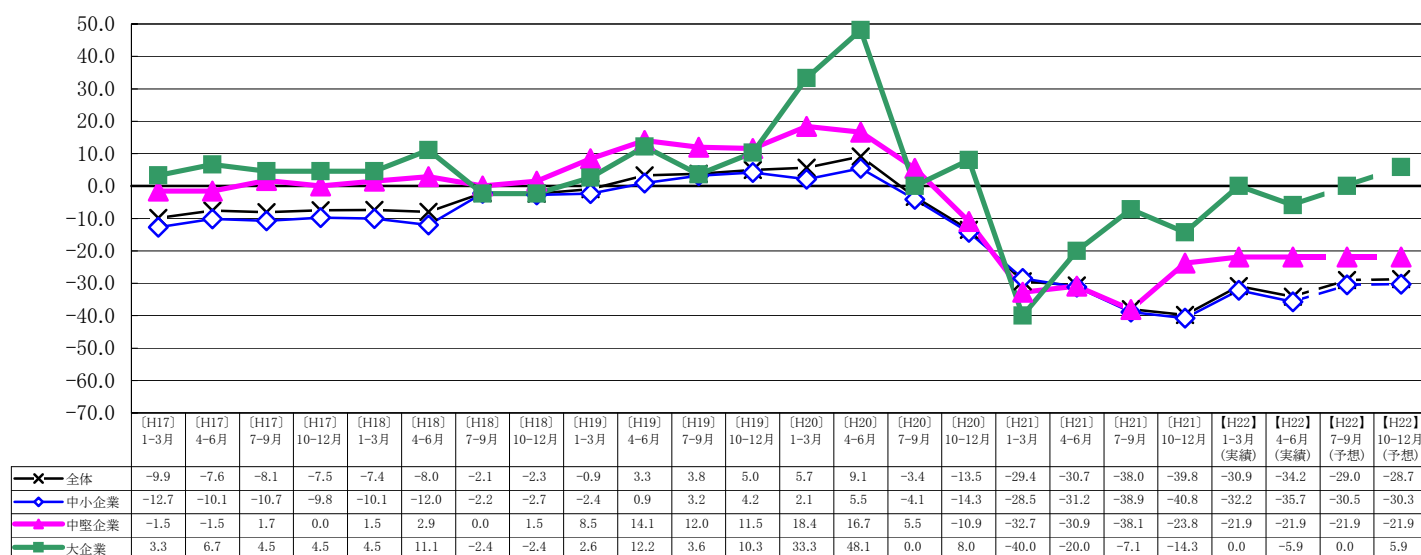
◆ (7)製品・加工単価、販売単価

- ・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)



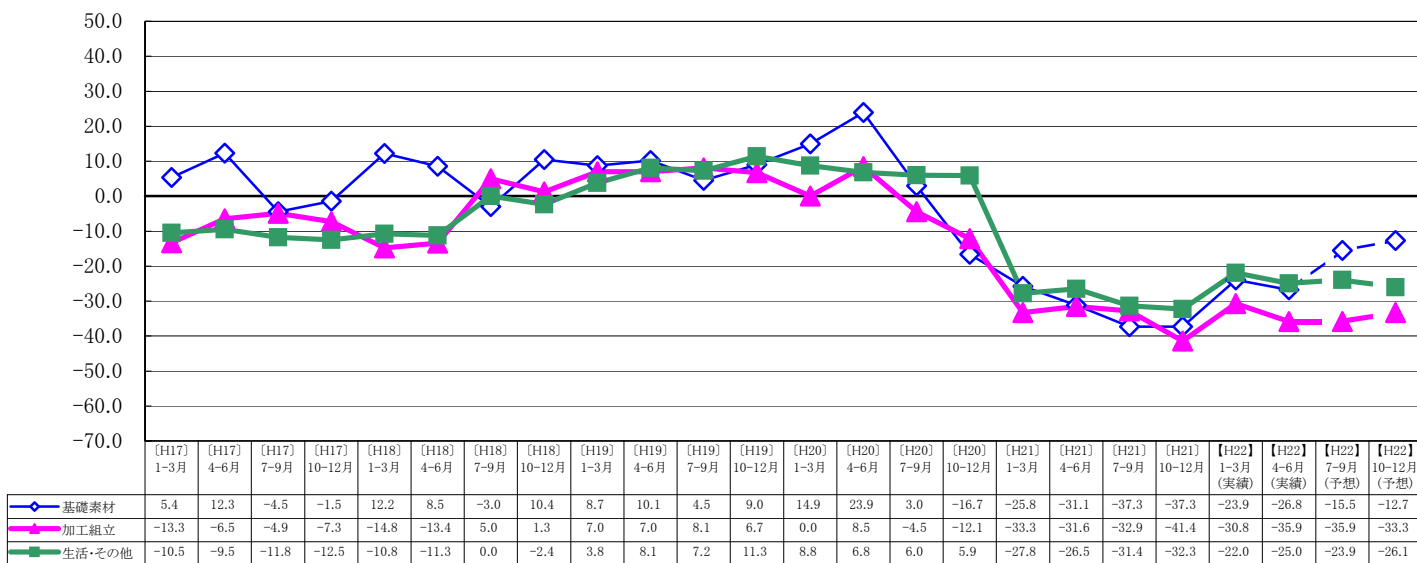
(規模別)



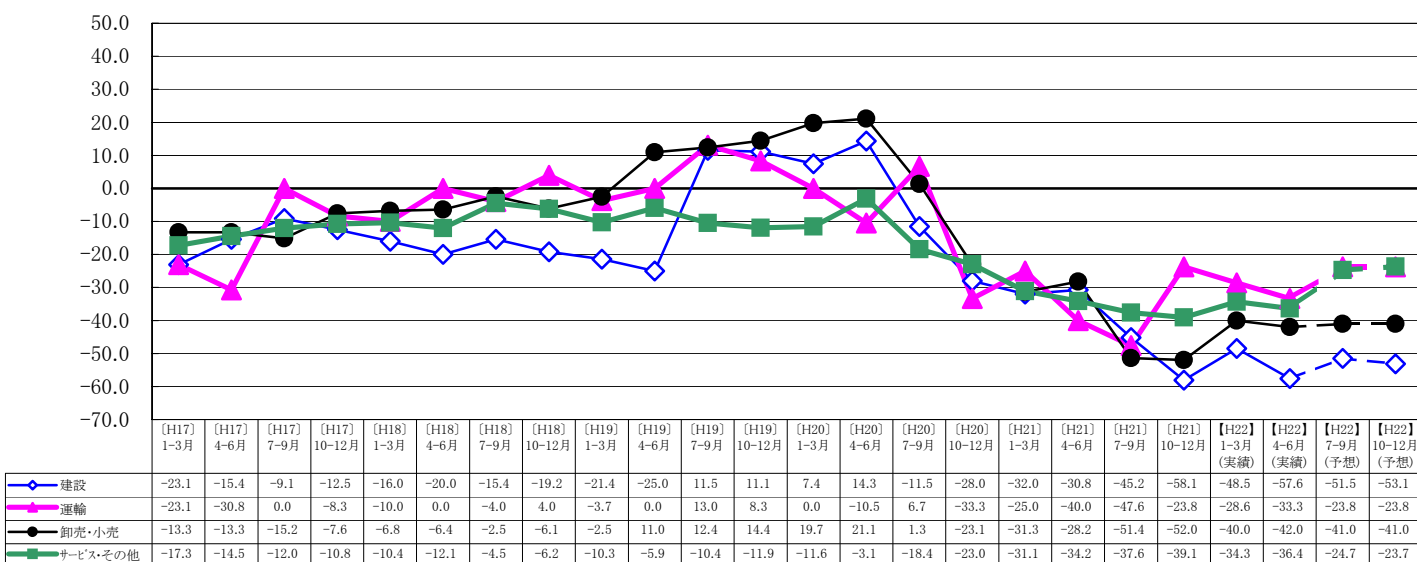
【DI=「上昇」(%)－「下降」(%)】

- ・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]

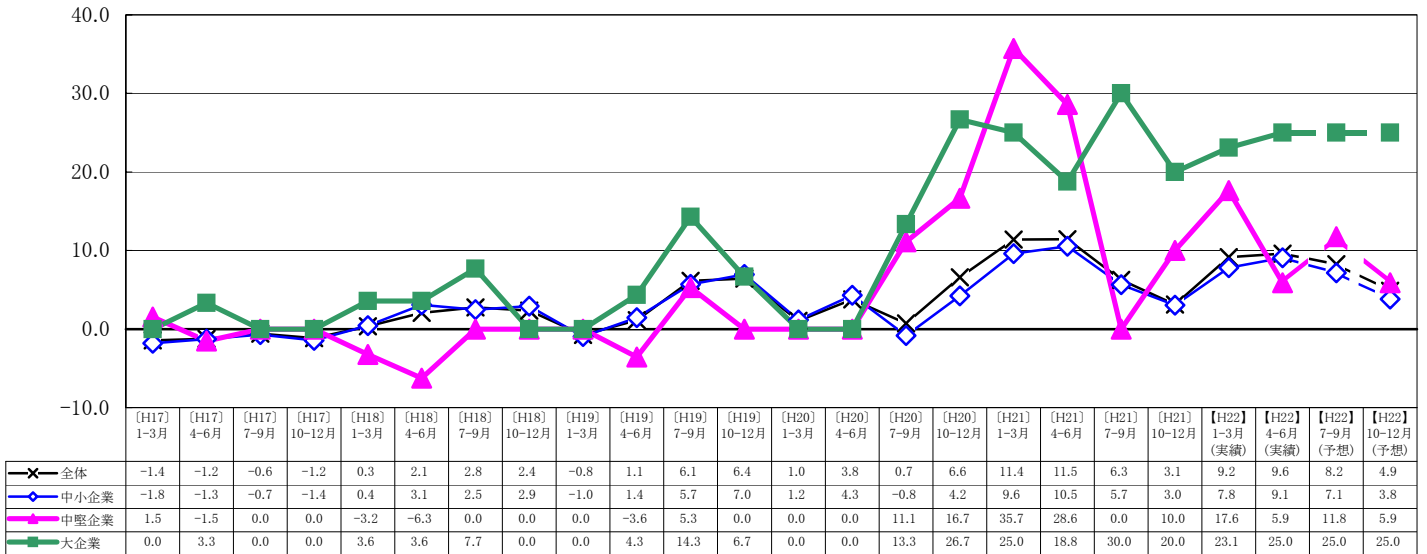


【DI=「上昇」(%) - 「下降」(%)】

◆ (8)生産設備(製造業のみ)

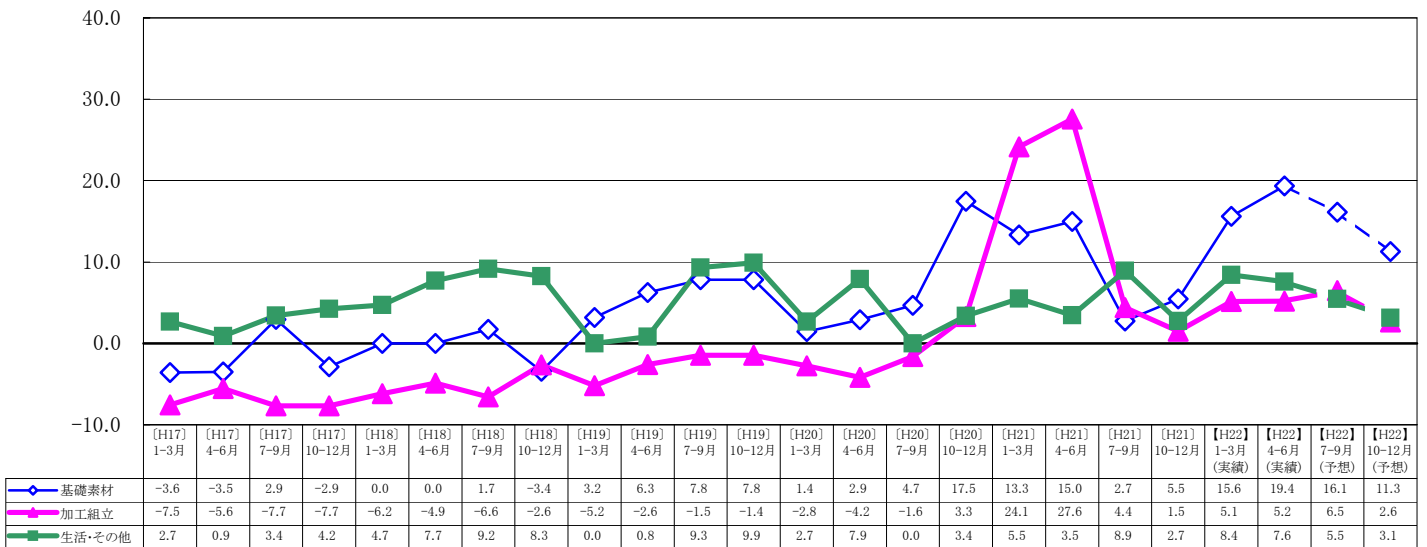
- ・全体は前期の1～3月期に上昇していたが、今期の4～6月期は横ばいとなり、今後は下降する見通し。
- ・大企業は平成21年7～9月期の最高値から、平成21年10～12月期に落ちてからは緩やかに**過剰傾向**。
- ・基礎素材は昨年末から上昇傾向で今期の4～6月期には平成17年の調査開始以降、最も大きい値となったが、今後は下降する見通し。

(規模別)



(業種別)

[製造業]

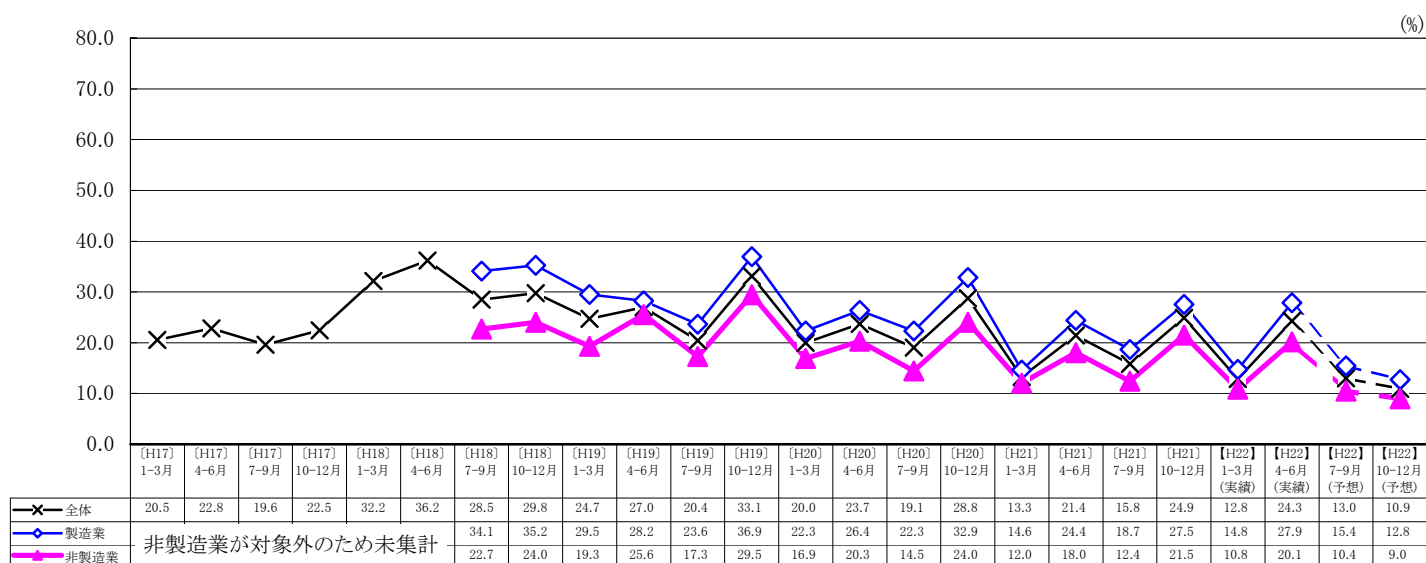


※製造業のみ回答
【DI=「過剰」(%) - 「減少」(%)】

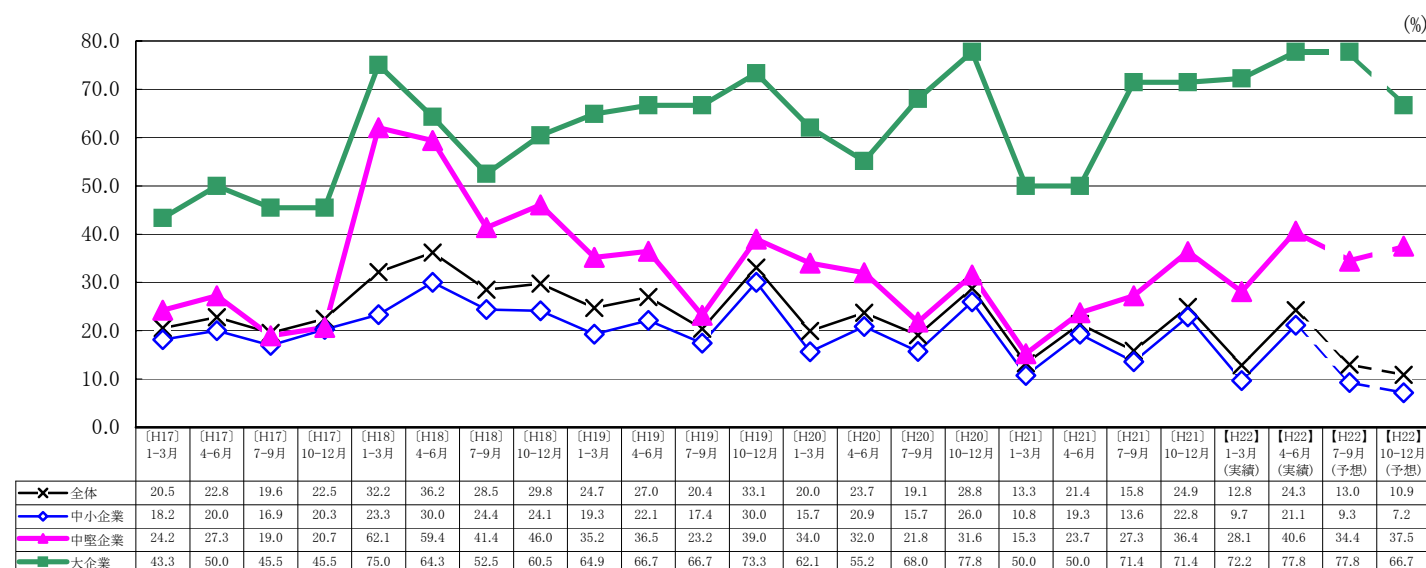
◆ (9)設備投資(「した・する」と回答した企業の割合)

- ・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)



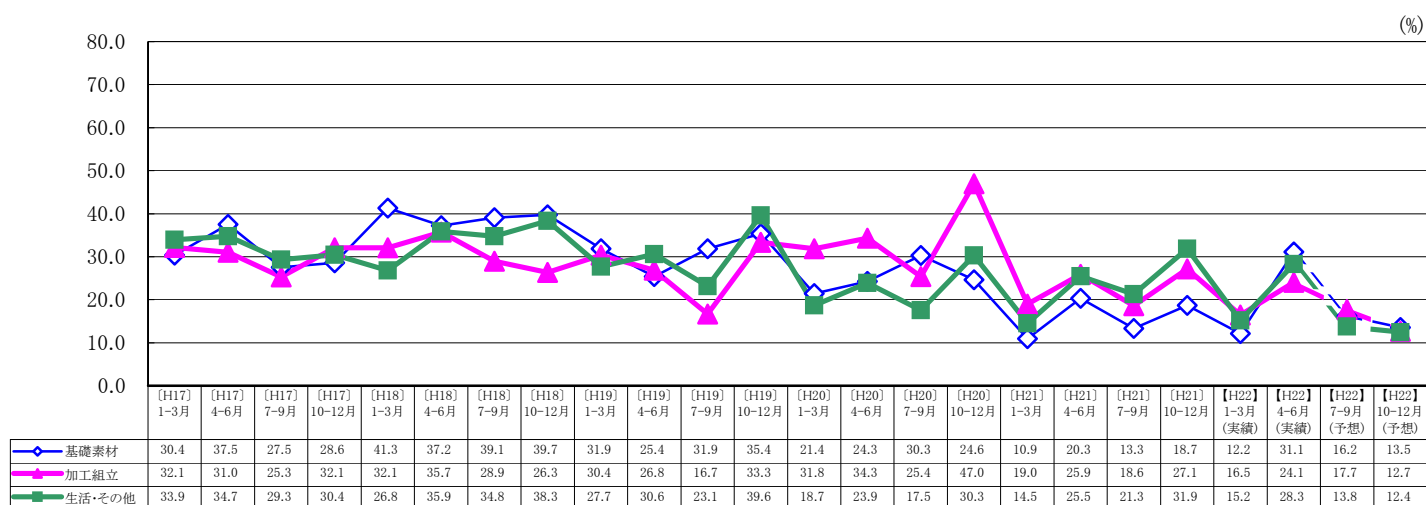
(規模別)



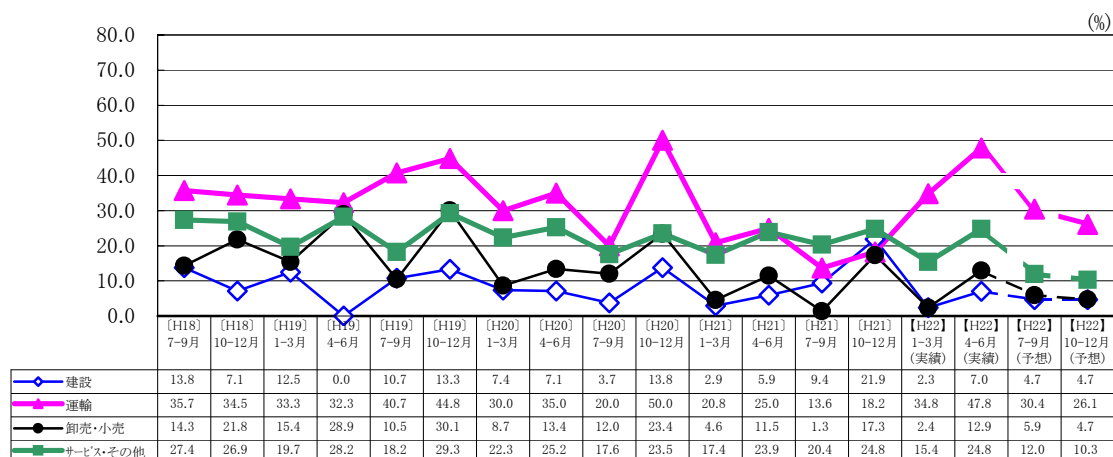
(※H18年4～6月期までは、製造業のみ対象)

- ・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]



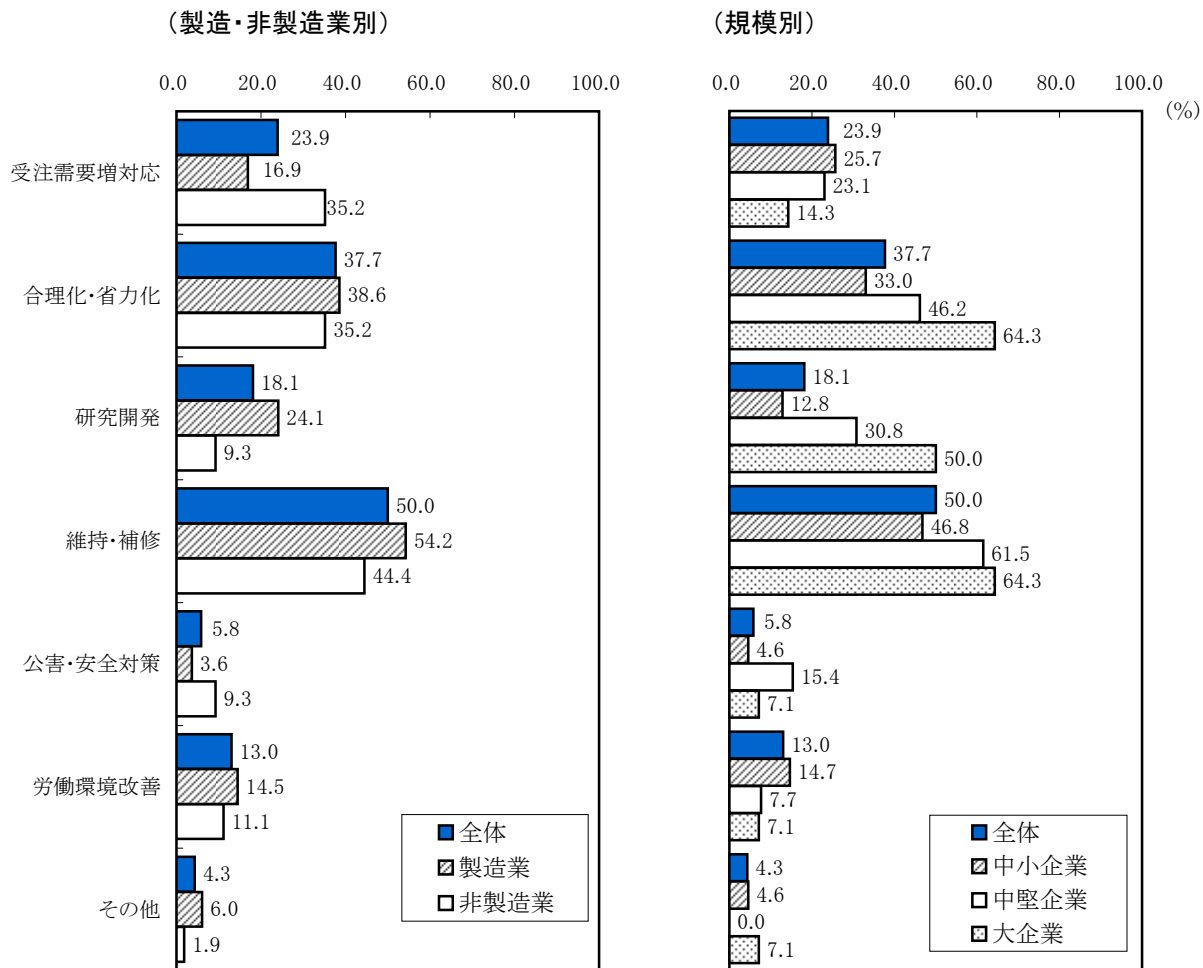
[非製造業]



(※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〉

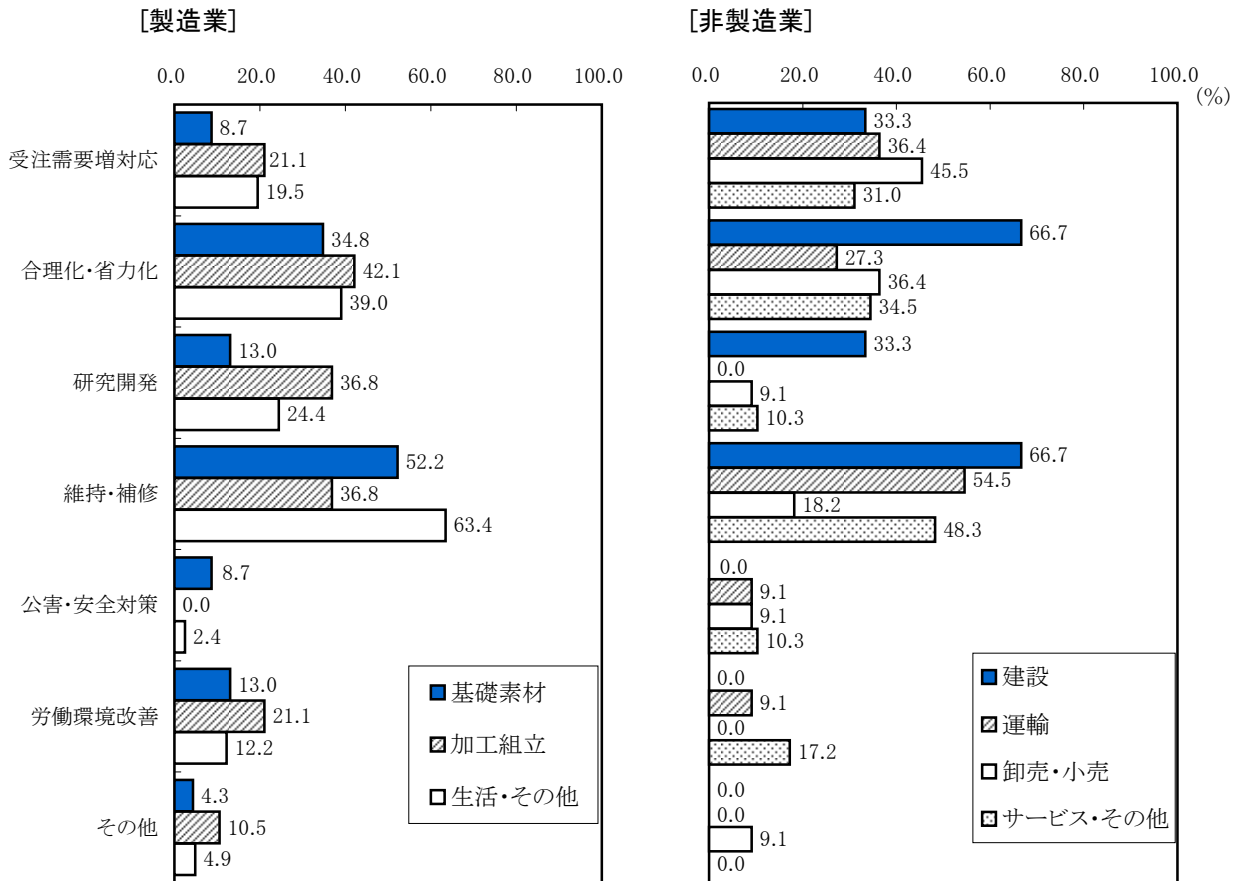
(上段・件数 下段・%)

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

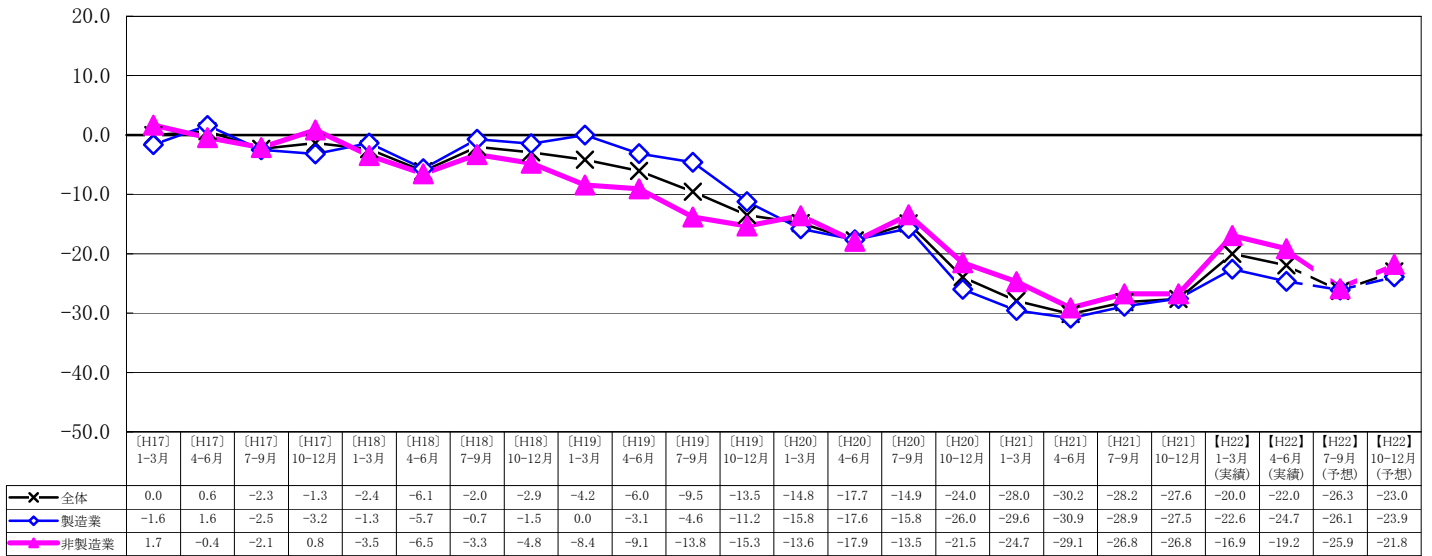
		全体	受注需要 増対応	合理化・ 省力化	研究開発	維持・ 補修	公害・ 安全対策	労働環境 改善	その他	無回答
製造業	基礎素材	23 100.0	2 8.7	8 34.8	3 13.0	12 52.2	2 8.7	3 13.0	1 4.3	0 0.0
	加工組立	19 100.0	4 21.1	8 42.1	7 36.8	7 36.8	0 0.0	4 21.1	2 10.5	0 0.0
	生活・その他	41 100.0	8 19.5	16 39.0	10 24.4	26 63.4	1 2.4	5 12.2	2 4.9	0 0.0
非製造業	建設	3 100.0	1 33.3	2 66.7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

※網かけは上位3位

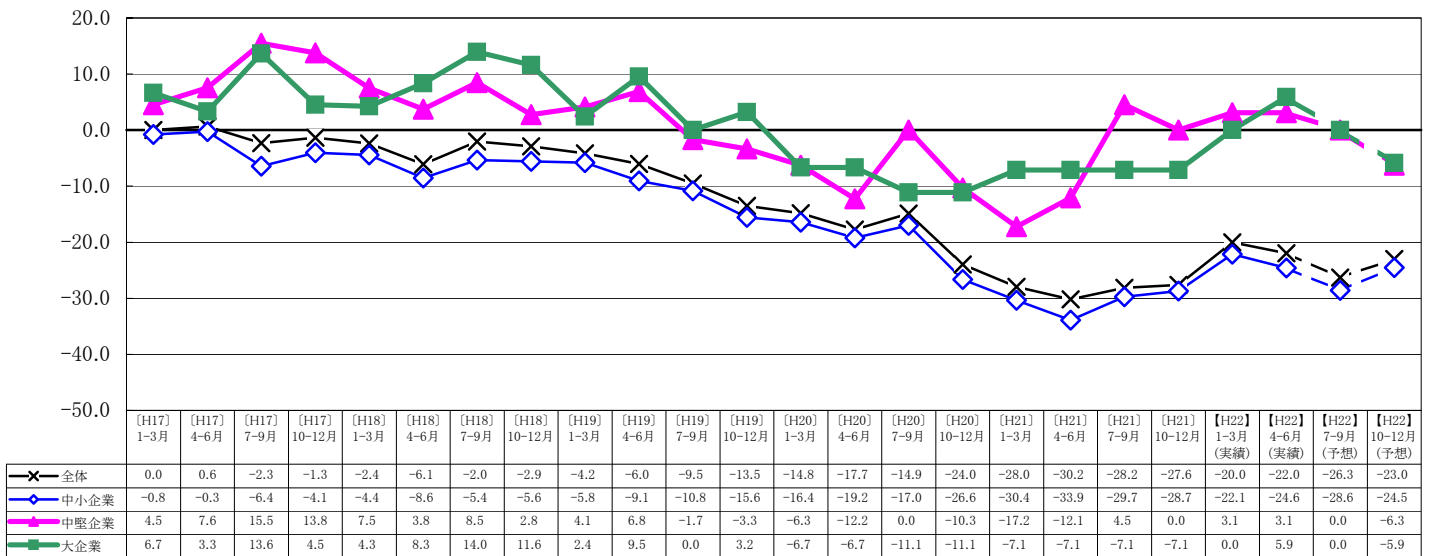
◆ (10)資金繰り

- ・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)



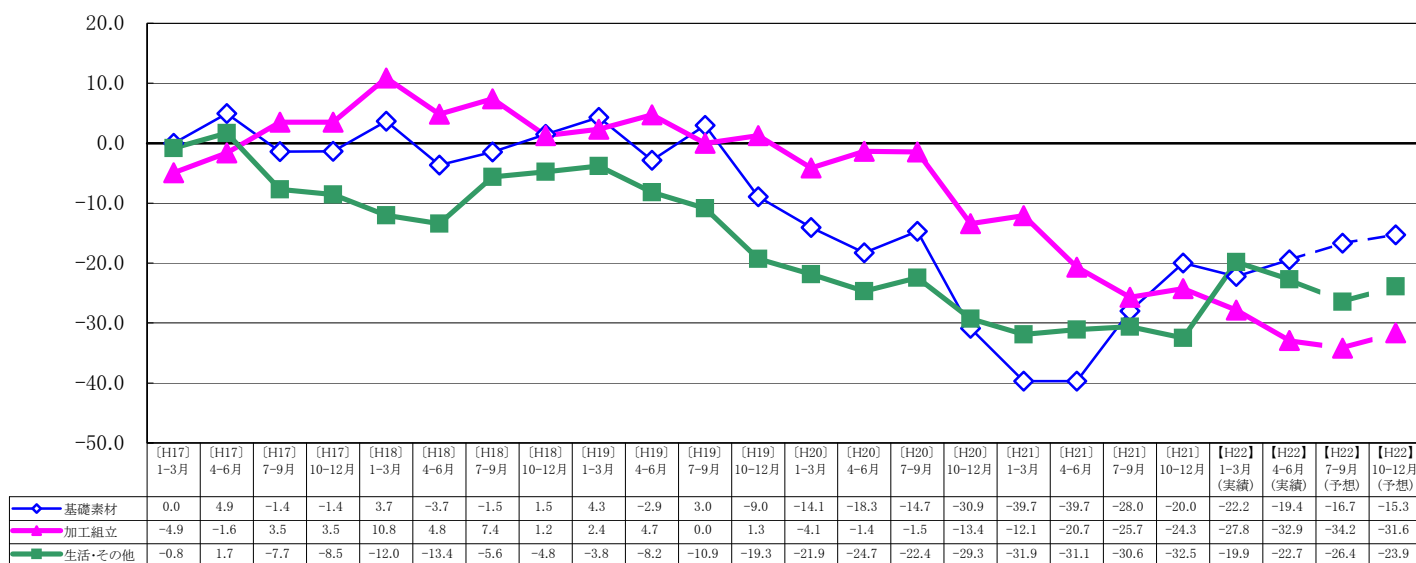
(規模別)



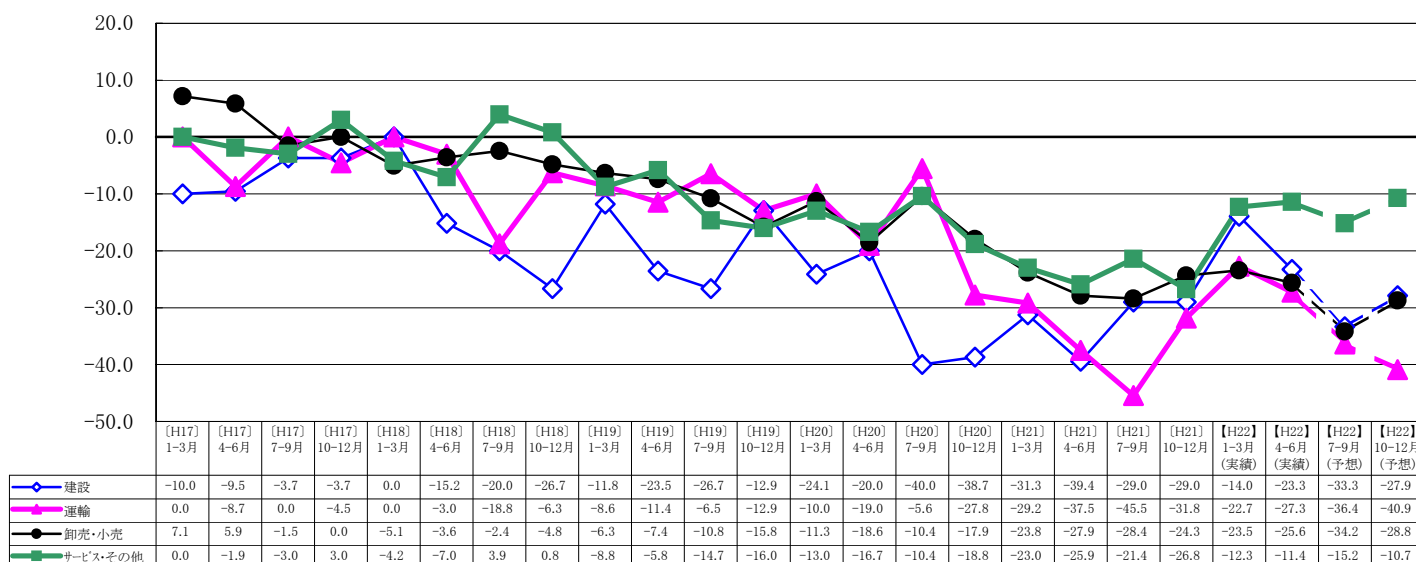
【DI=「改善」(%)−「悪化」(%)】

- ・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、今年末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】

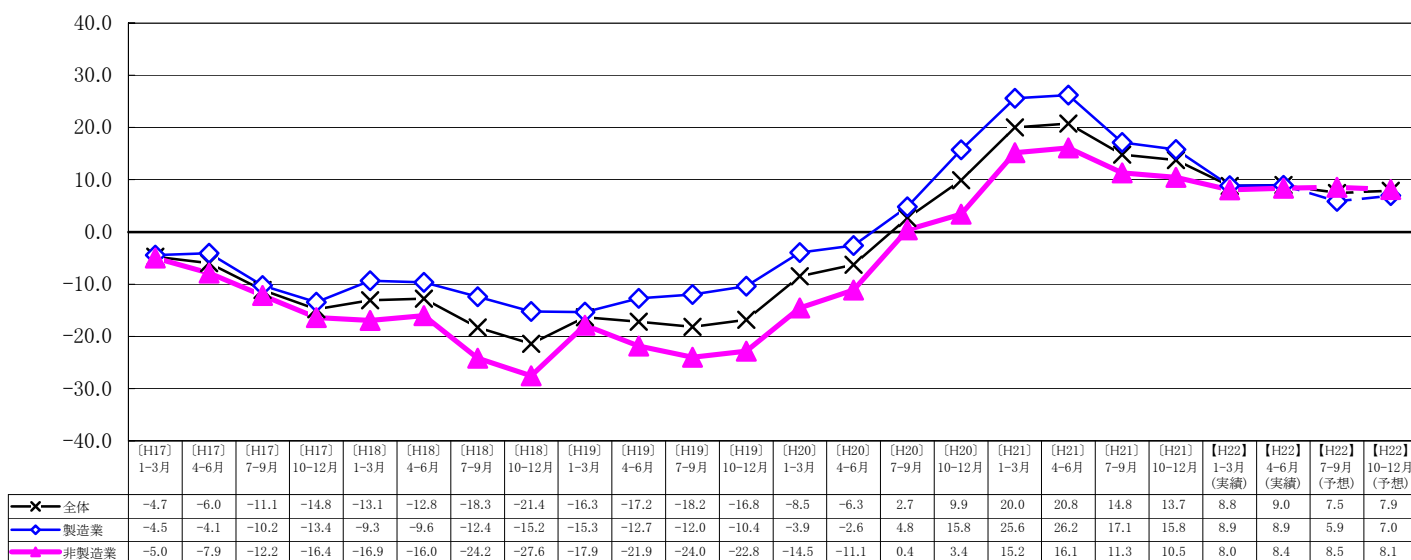


【DI=「改善」(%) - 「悪化」(%)】

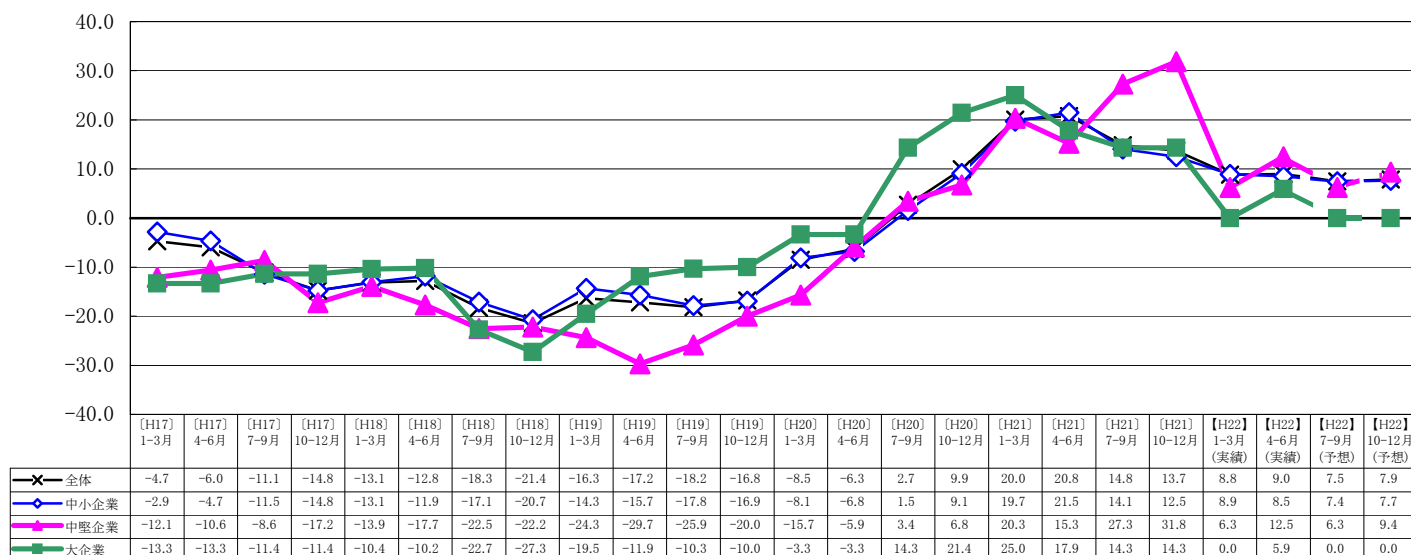
◆ (11)雇用人員

- ・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)



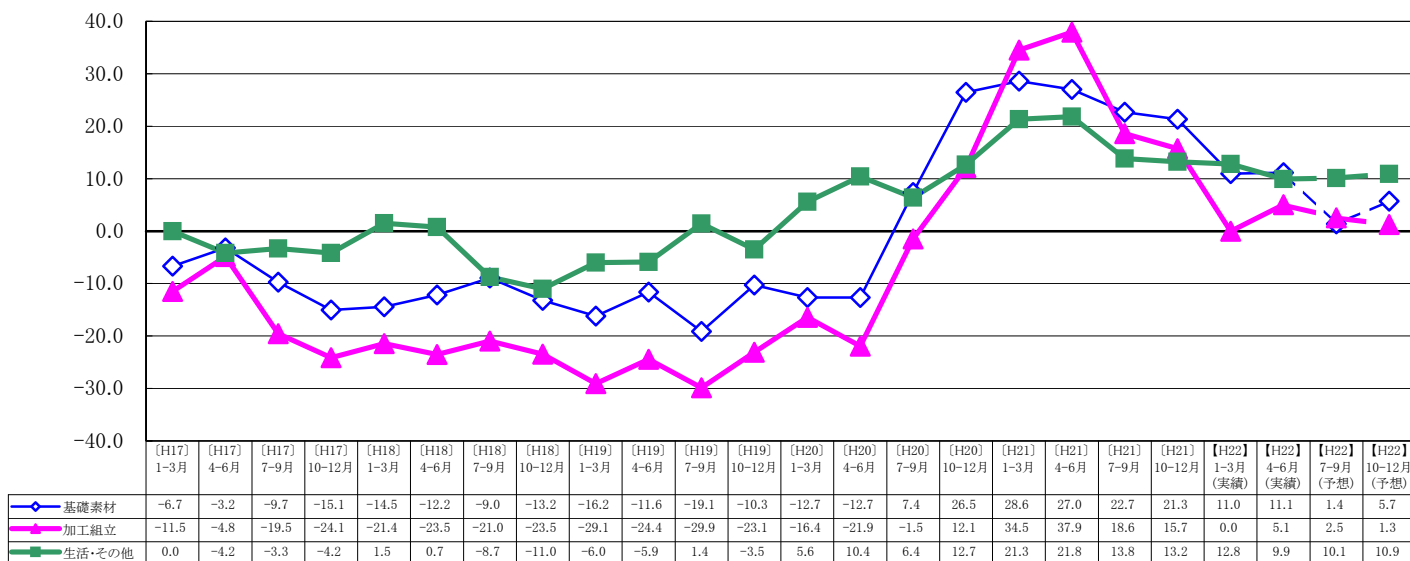
(規模別)



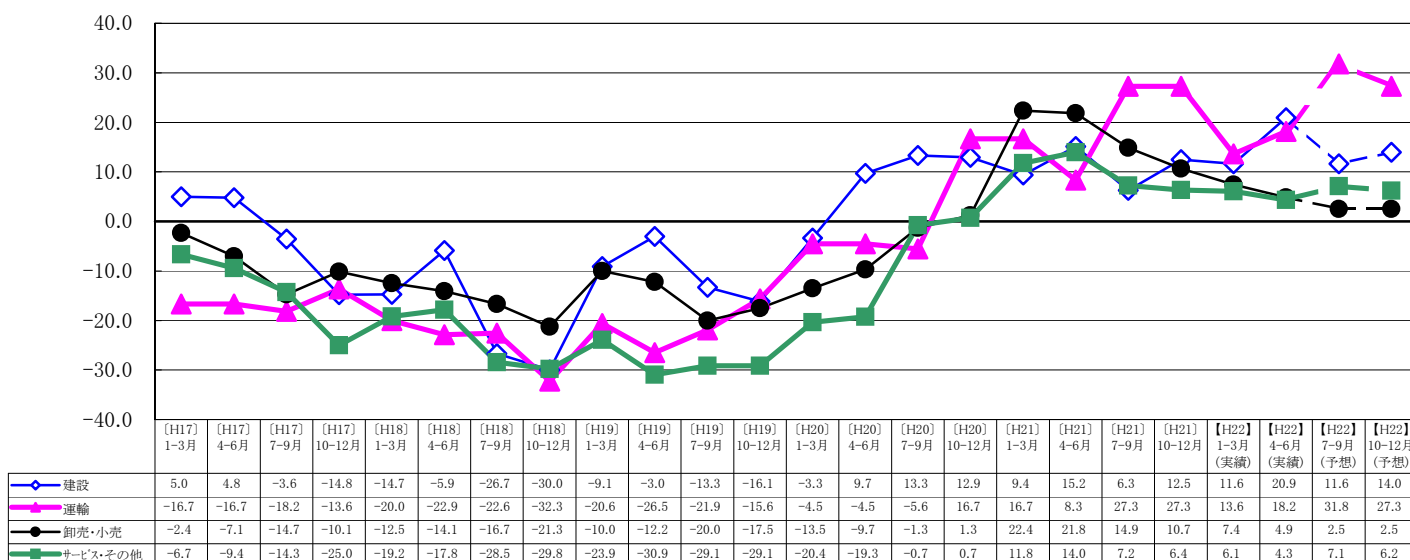
【DI=「過大」(%) - 「不足」(%)】

- ・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]

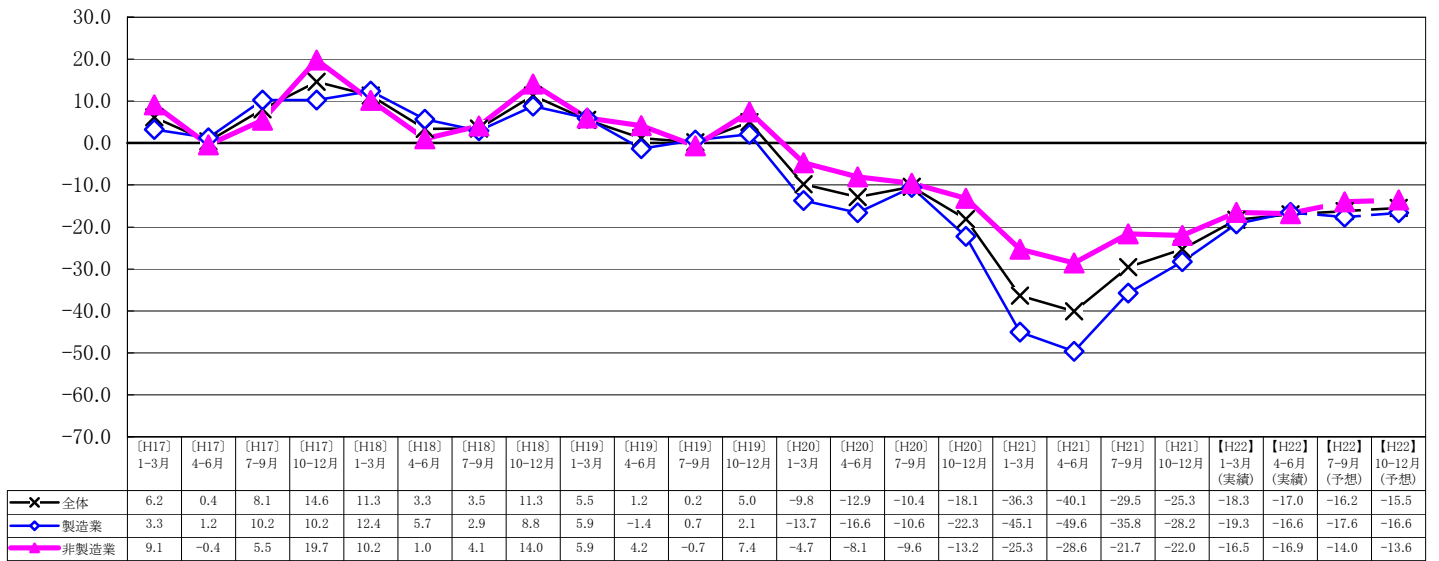


【DI=「過大」(%) - 「不足」(%)】

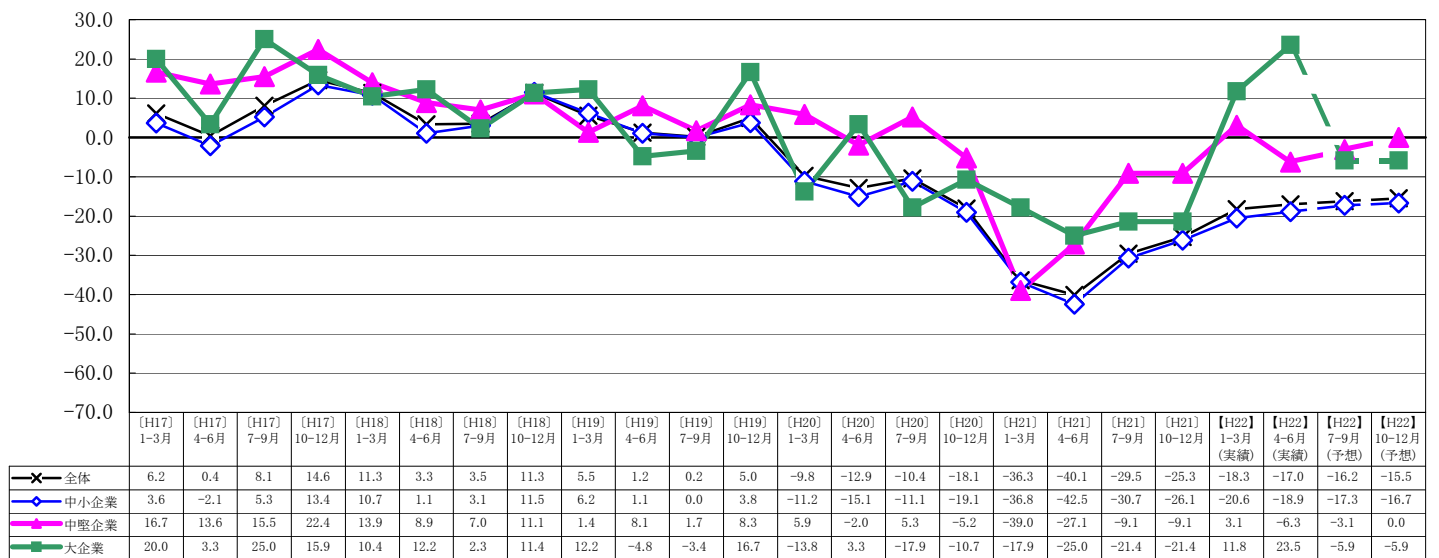
◆ (12)所定外労働時間

- ・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年間是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)



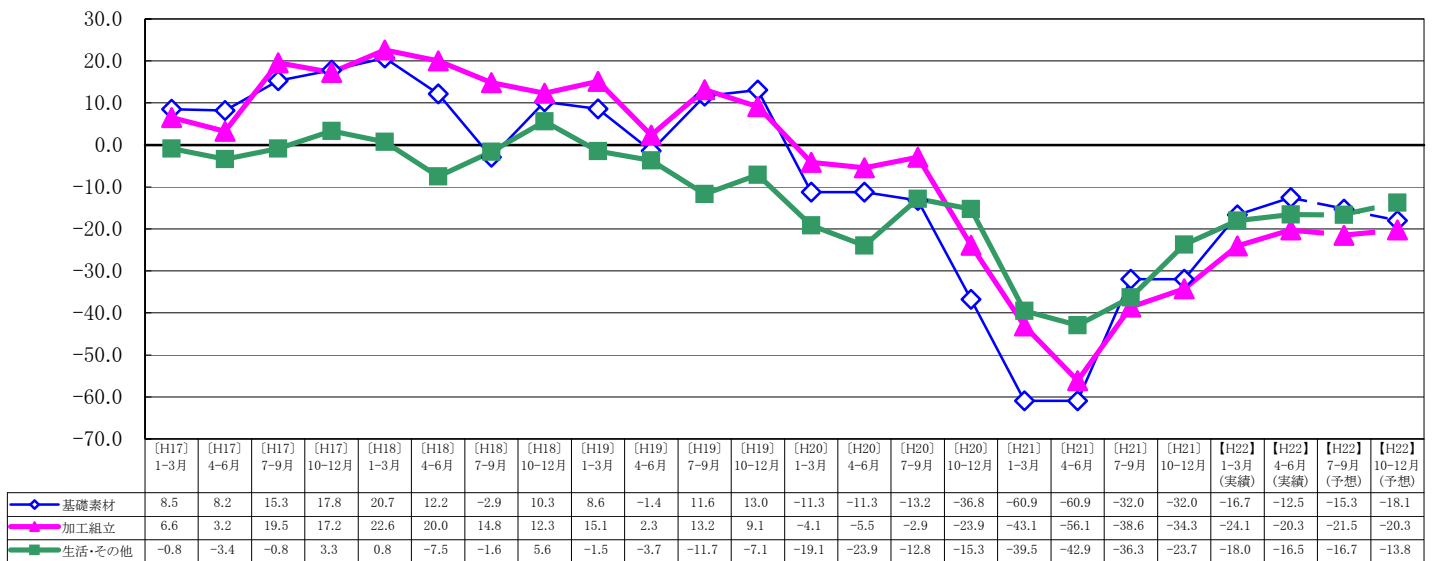
(規模別)



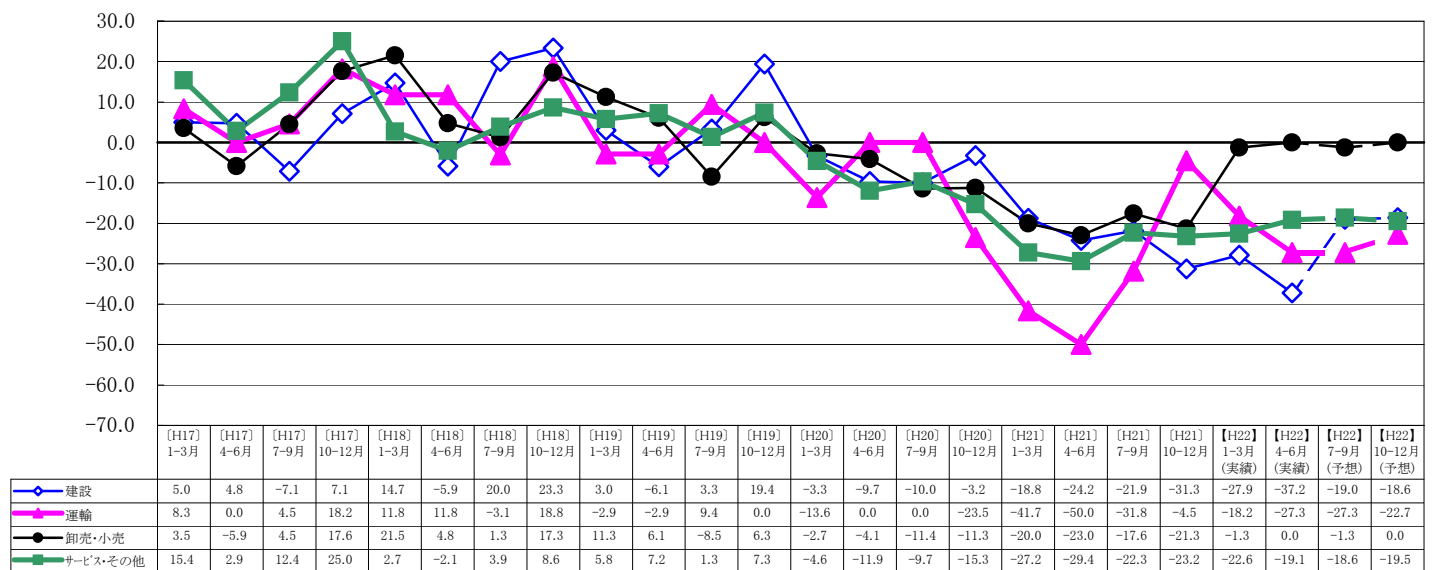
【DI=「増加」(%)－「減少」(%)】

- ・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】

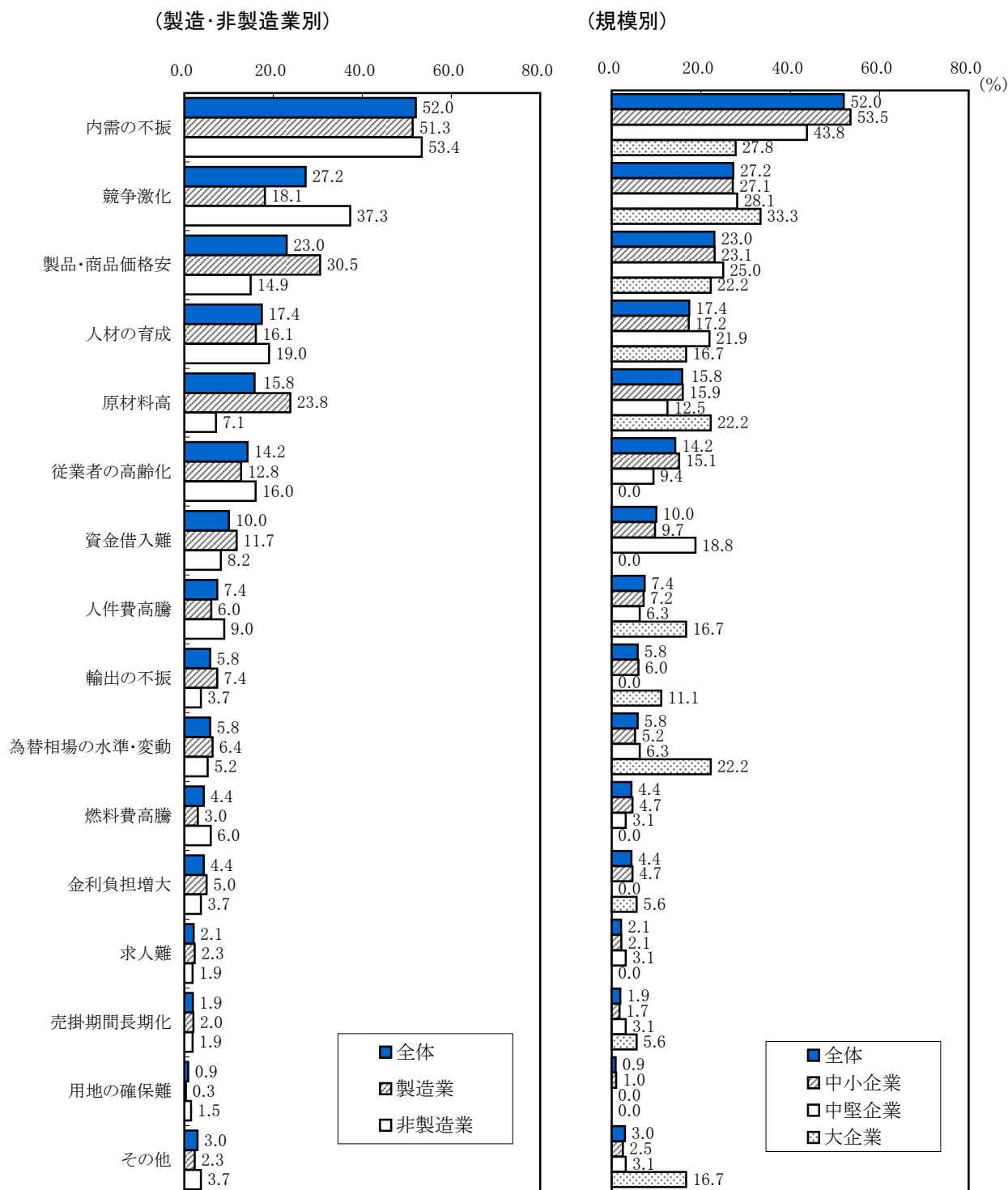


【DI=「増加」(%)－「減少」(%)】

■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。



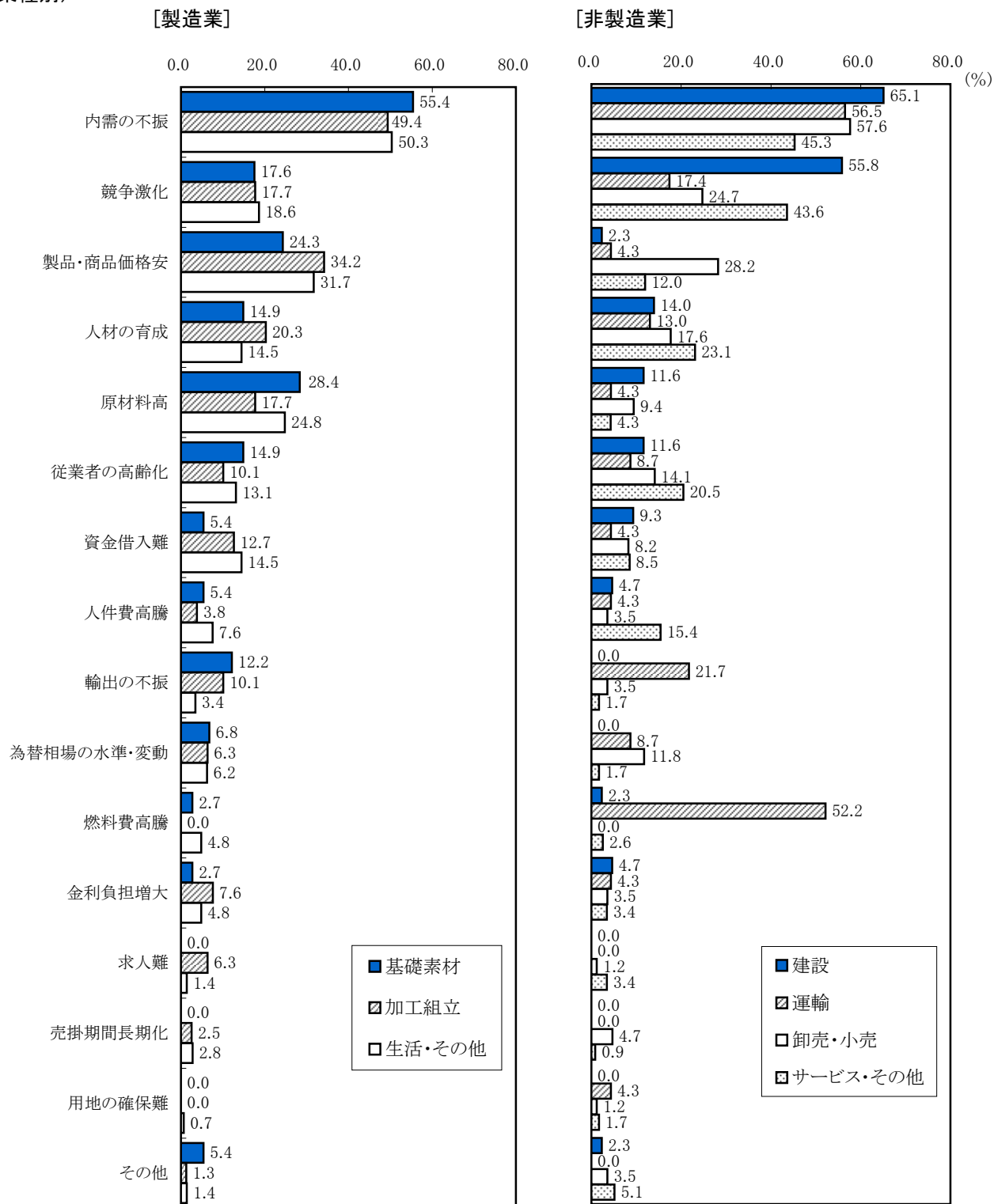
〈複数回答〉
(上段・件数 下段・%)

	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	569 100.0	296 52.0	155 27.2	131 23.0	99 17.4	90 15.8	81 14.2	57 10.0	42 7.4	33 5.8	33 5.8	25 4.4	25 4.4	12 2.1	11 1.9	5 0.9	17 3.0	6 1.1
製造業	298 100.0	153 51.3	54 18.1	91 30.5	48 16.1	71 23.8	38 12.8	35 11.7	18 6.0	22 7.4	19 6.4	9 3.0	15 5.0	7 2.3	6 2.0	1 0.3	7 2.3	1 0.3
非製造業	268 100.0	143 53.4	100 37.3	40 14.9	51 19.0	19 7.1	43 16.0	22 8.2	24 9.0	10 3.7	14 5.2	16 6.0	10 3.7	5 1.9	5 1.9	4 1.5	10 3.7	3 1.1
中小企業	516 100.0	276 53.5	140 27.1	119 23.1	89 17.2	82 15.9	78 15.1	50 9.7	37 7.2	31 6.0	27 5.2	24 4.7	24 4.7	11 2.1	9 1.7	5 1.0	13 2.5	3 0.6
中堅企業	32 100.0	14 43.8	9 28.1	8 25.0	7 21.9	4 12.5	3 9.4	6 18.8	2 6.3	0 0.0	2 6.3	1 3.1	0 0.0	1 3.1	1 3.1	0 0.0	1 3.1	1 3.1
大企業	18 100.0	5 27.8	6 33.3	4 22.2	3 16.7	4 22.2	0 0.0	0 0.0	3 16.7	2 11.1	4 22.2	0 0.0	1 5.6	0 0.0	1 5.6	0 0.0	3 16.7	0 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)



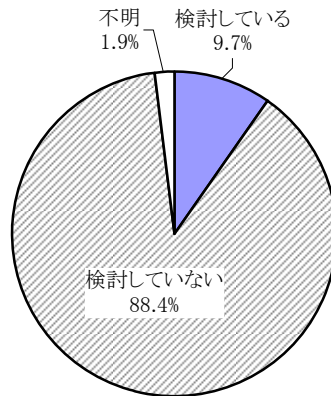
〈複数回答〉
(上段・件数 下段・%)

	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	74 100.0	41 55.4	13 17.6	18 24.3	11 14.9	21 28.4	11 14.9	4 5.4	4 5.4	9 12.2	5 6.8	2 2.7	2 2.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	4 5.4	0 0.0
	加工組立	79 100.0	39 49.4	14 17.7	27 34.2	16 20.3	14 17.7	8 10.1	10 12.7	3 3.8	8 10.1	5 6.3	0 0.0	6 7.6	5 6.3	2 2.5	0 0.0	1 1.3	1 1.3
	生活・その他	145 100.0	73 50.3	27 18.6	46 31.7	21 14.5	36 24.8	19 13.1	21 14.5	11 7.6	5 3.4	9 6.2	7 4.8	7 4.8	2 1.4	4 2.8	1 0.7	2 1.4	0 0.0
非製造業	建設	43 100.0	28 65.1	24 55.8	1 2.3	6 14.0	5 11.6	5 11.6	4 9.3	2 4.7	0 0.0	0 2.3	1 4.7	2 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 2.3	1 2.3
	運輸	23 100.0	13 56.5	4 17.4	1 4.3	3 13.0	1 4.3	2 8.7	1 4.3	1 4.3	5 21.7	2 8.7	12 52.2	1 4.3	0 0.0	0 0.0	1 4.3	0 0.0	0 0.0
	卸売・小売	85 100.0	49 57.6	21 24.7	24 28.2	15 17.6	8 9.4	12 14.1	7 8.2	3 3.5	3 3.5	10 11.8	0 0.0	3 3.5	1 1.2	4 4.7	1 1.2	3 3.5	1 1.2
	サービス ・その他	117 100.0	53 45.3	51 43.6	14 12.0	27 23.1	5 4.3	24 20.5	10 8.5	18 15.4	2 1.7	2 1.7	3 2.6	4 3.4	4 3.4	1 0.9	2 1.7	6 5.1	1 0.9

※網かけは上位3位

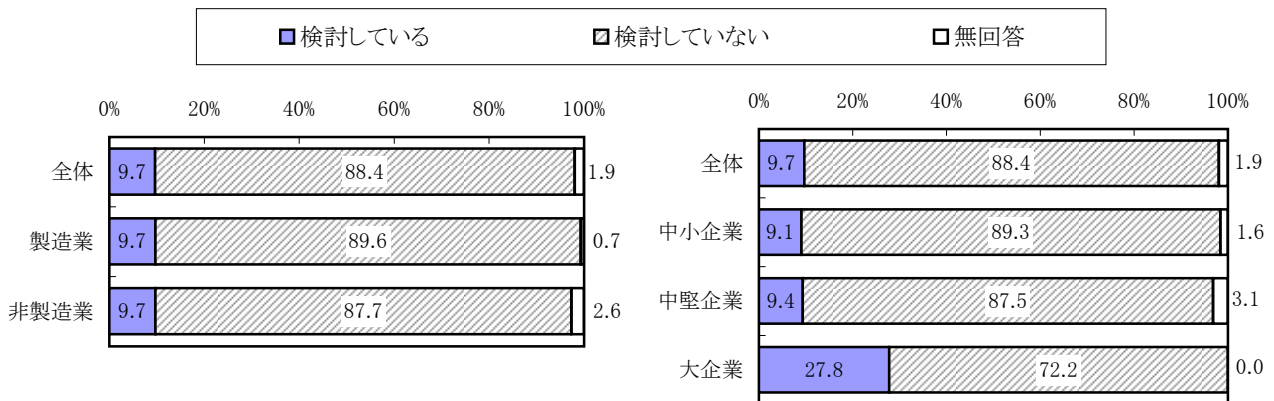
(2)今後の事業計画
 (2-1)拡張・増設の検討

- ・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)

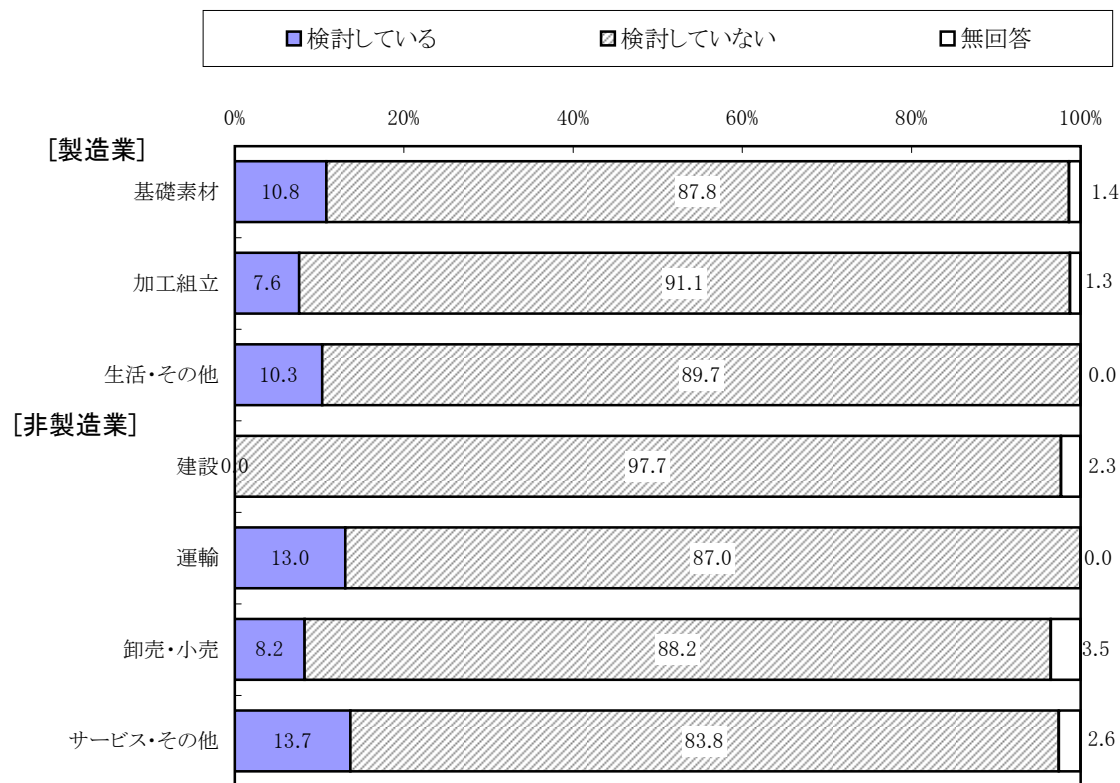


(上段・件数 下段・%)

	全体	検討して いる	検討して 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)



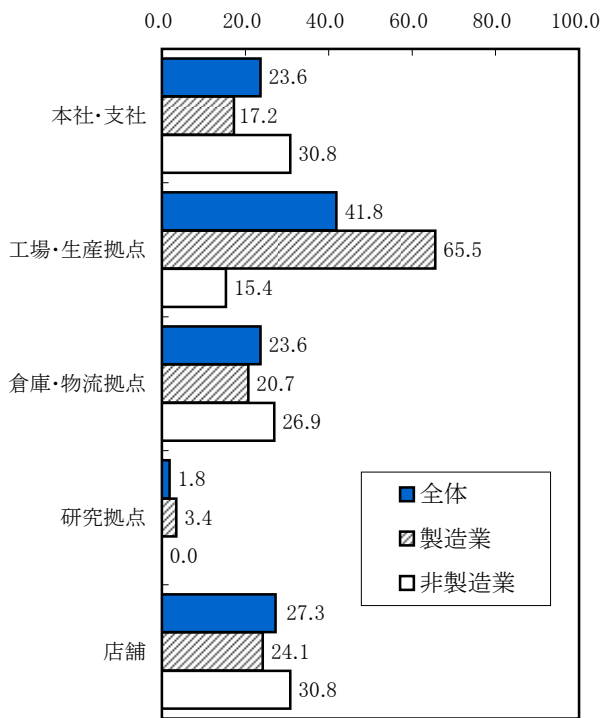
(上段・件数 下段・%)

		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	

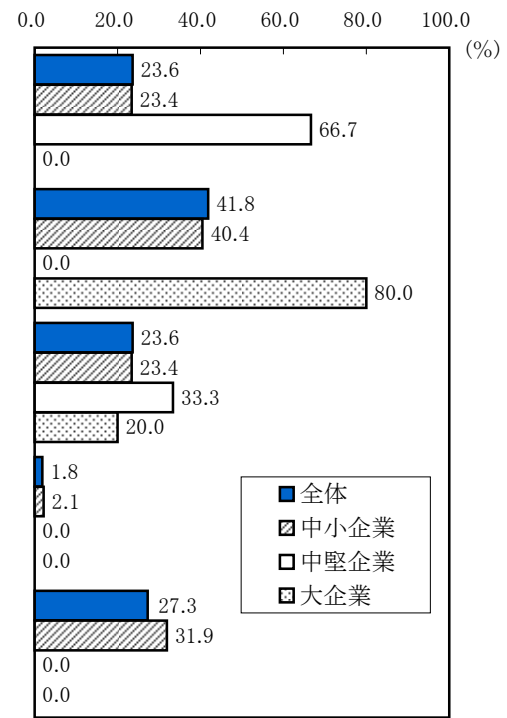
(2-2)検討している事業拠点・地域

- ・「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。

(製造・非製造業別)



(規模別)



〈複数回答〉
(上段・件数 下段・%)

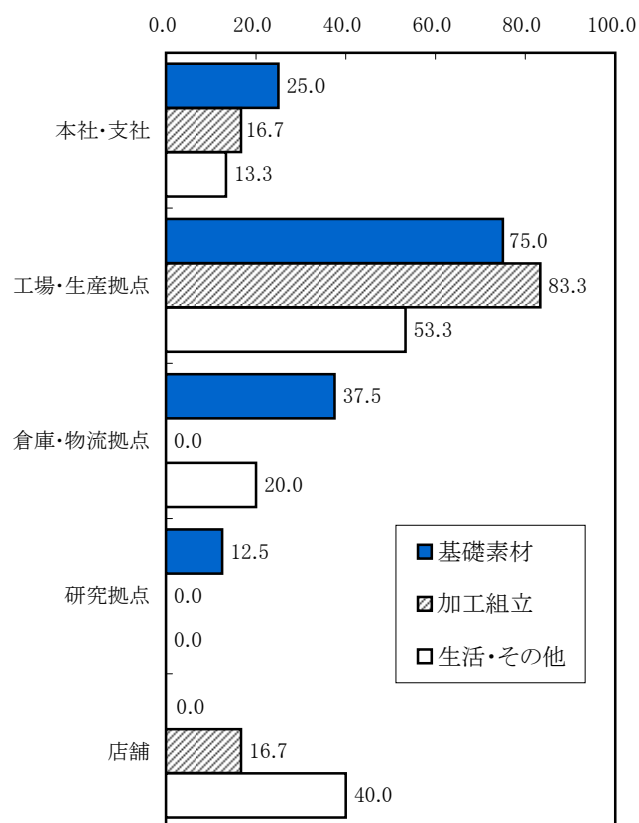
	全体	本社・支社	工場・生産拠点	倉庫・物流拠点	研究拠点	店舗	無回答
全体	55 100.0	13 23.6	23 41.8	13 23.6	1 1.8	15 27.3	1 1.8
製造業	29 100.0	5 17.2	19 65.5	6 20.7	1 3.4	7 24.1	0 0.0
非製造業	26 100.0	8 30.8	4 15.4	7 26.9	0 0.0	8 30.8	1 3.8
中小企業	47 100.0	11 23.4	19 40.4	11 23.4	1 2.1	15 31.9	1 2.1
中堅企業	3 100.0	2 66.7	0 0.0	1 33.3	0 0.0	0 0.0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

※網かけは上位3位

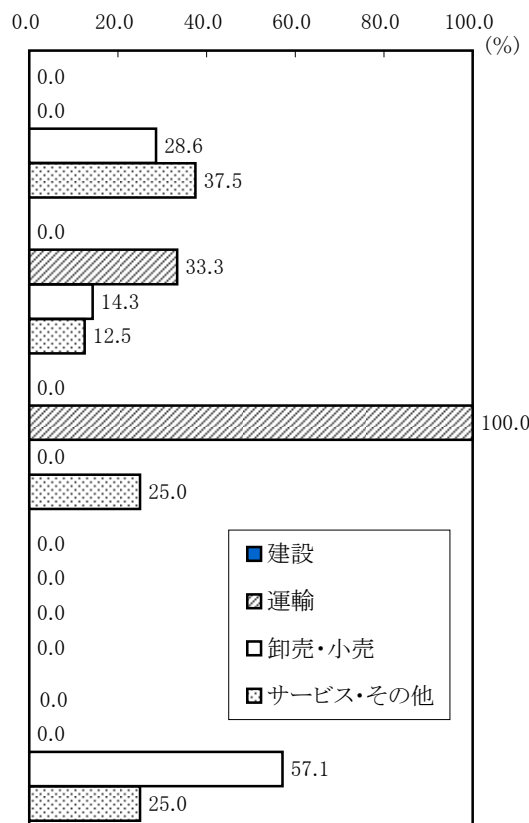
- ・製造業は3業種とも「工場・生産拠点」が最も多い。
- ・生活・その他は「店舗」が40.0%。
- ・運輸は、3社全てが「倉庫・物流拠点」。
- ・卸売・小売は「店舗」が57.1%。

(業種別)

[製造業]



[非製造業]



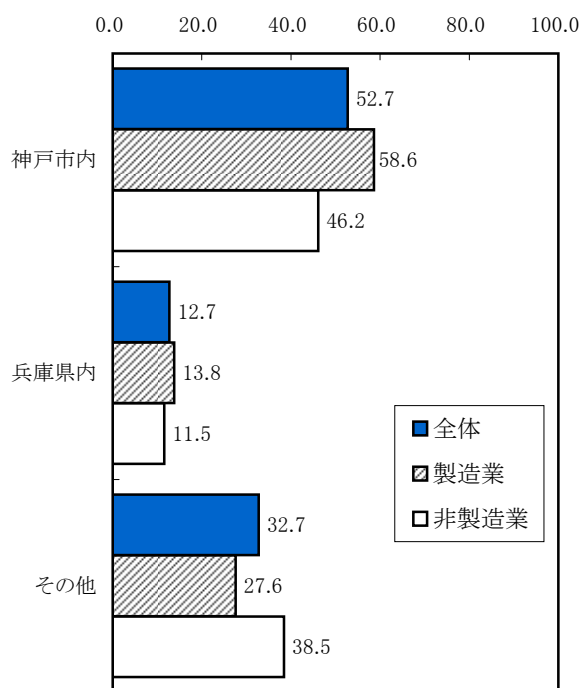
(複数回答)
(上段・件数 下段・%)

		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	8 100.0	2 25.0	6 75.0	3 37.5	1 12.5	0 0.0	0 0.0
	加工組立	6 100.0	1 16.7	5 83.3	0 0.0	0 0.0	1 16.7	0 0.0
	生活・その他	15 100.0	2 13.3	8 53.3	3 20.0	0 0.0	6 40.0	0 0.0
非製造業	建設	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	運輸	3 100.0	0 0.0	1 33.3	3 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	卸売・小売	7 100.0	2 28.6	1 14.3	0 0.0	0 0.0	4 57.1	0 0.0
	サービス・その他	16 100.0	6 37.5	2 12.5	4 25.0	0 0.0	4 25.0	1 6.3

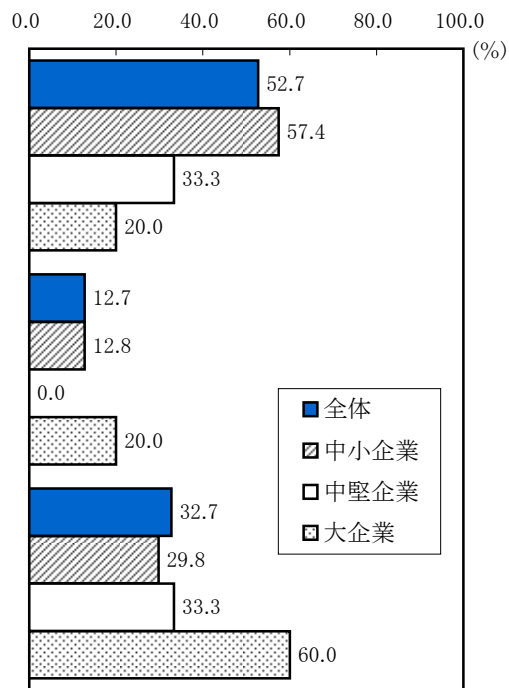
※網かけは上位3位

- ・「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。

(製造・非製造業別)



(規模別)

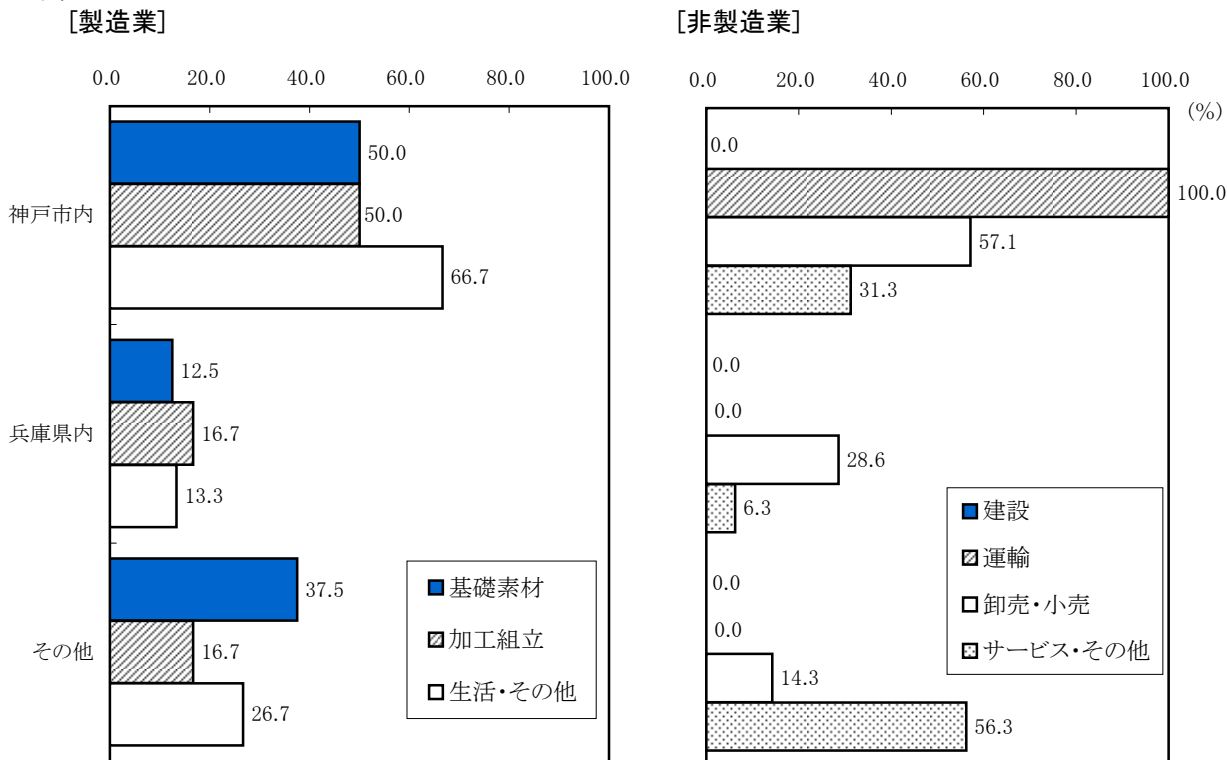


〈複数回答〉
(上段・件数 下段・%)

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



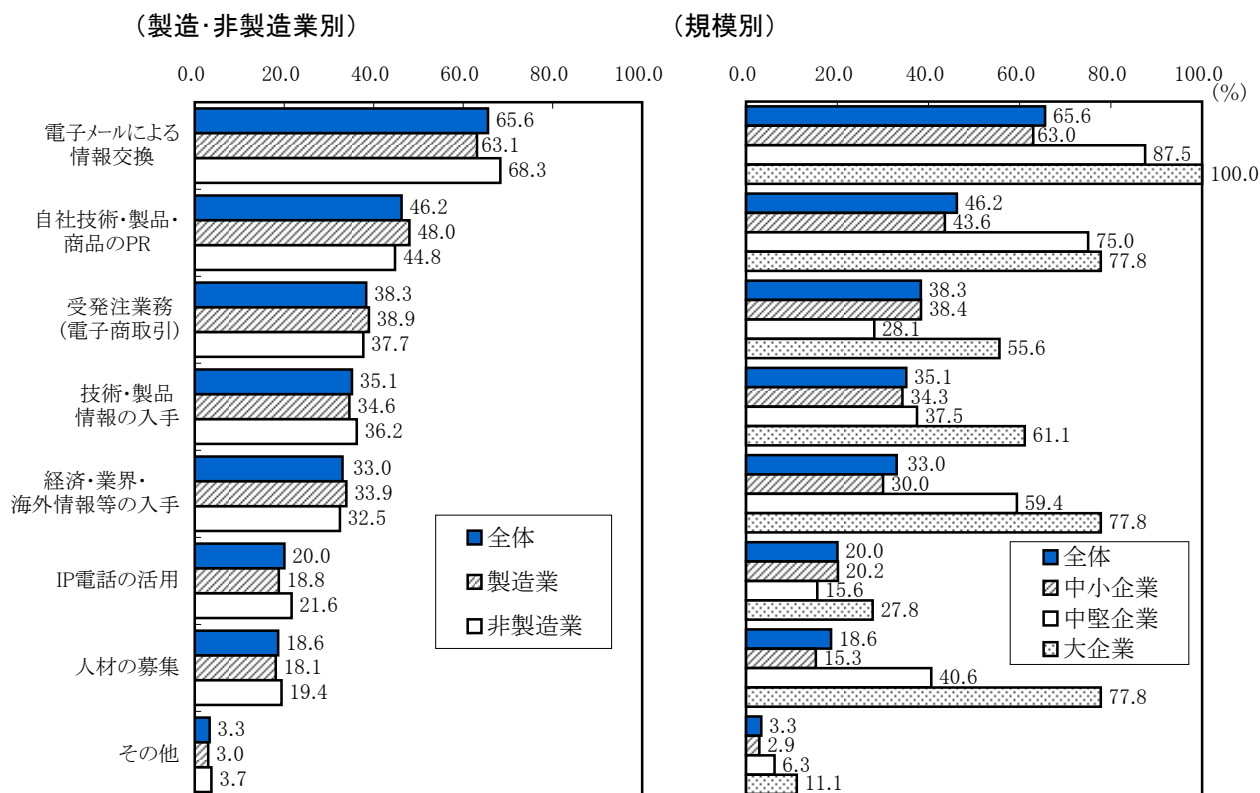
〈複数回答〉
(上段・件数 下段・%)

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



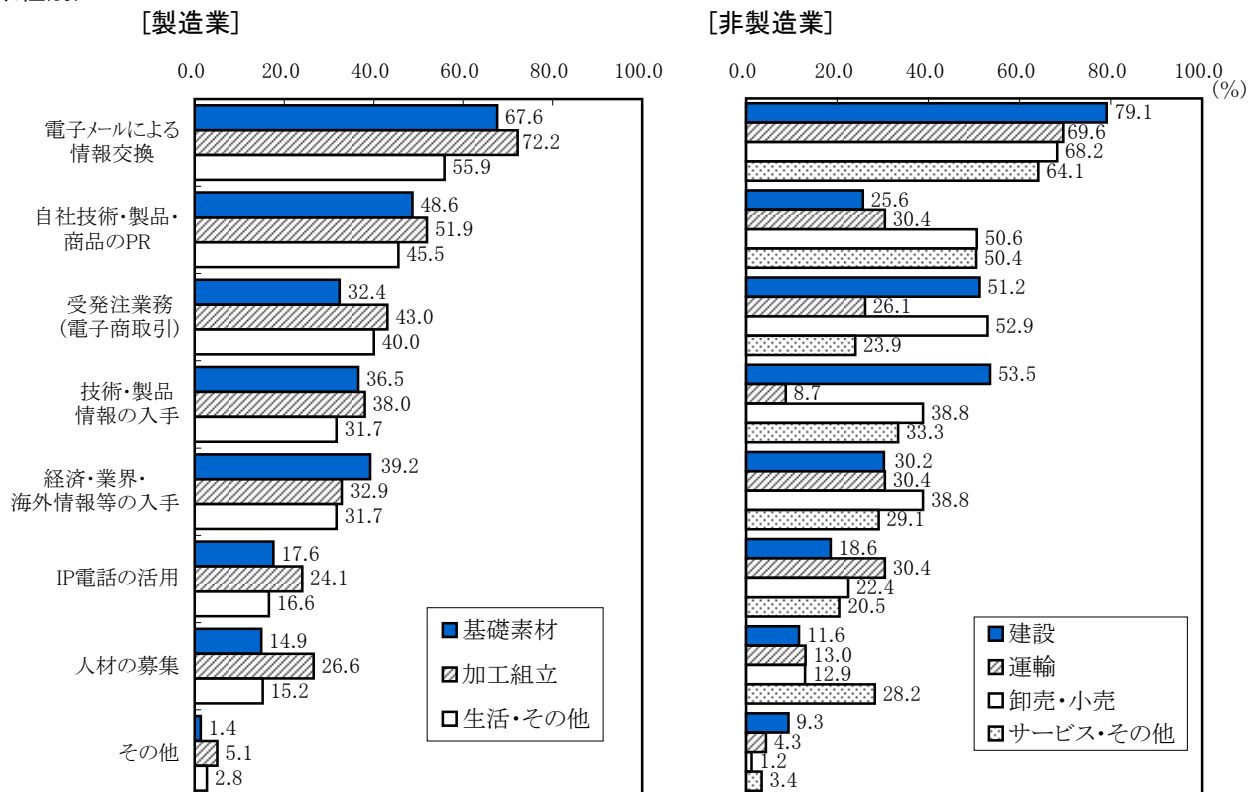
〈複数回答〉
(上段・件数 下段・%)

	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	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
全体	569 100.0	373 65.6	263 46.2	218 38.3	200 35.1	188 33.0	114 20.0	106 18.6	19 3.3	60 10.5
製造業	298 100.0	188 63.1	143 48.0	116 38.9	103 34.6	101 33.9	56 18.8	54 18.1	9 3.0	39 13.1
非製造業	268 100.0	183 68.3	120 44.8	101 37.7	97 36.2	87 32.5	58 21.6	52 19.4	10 3.7	20 7.5
中小企業	516 100.0	325 63.0	225 43.6	198 38.4	177 34.3	155 30.0	104 20.2	79 15.3	15 2.9	59 11.4
中堅企業	32 100.0	28 87.5	24 75.0	9 28.1	12 37.5	19 59.4	5 15.6	13 40.6	2 6.3	0 0.0
大企業	18 100.0	18 100.0	14 77.8	10 55.6	11 61.1	14 77.8	5 27.8	14 77.8	2 11.1	0 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〉

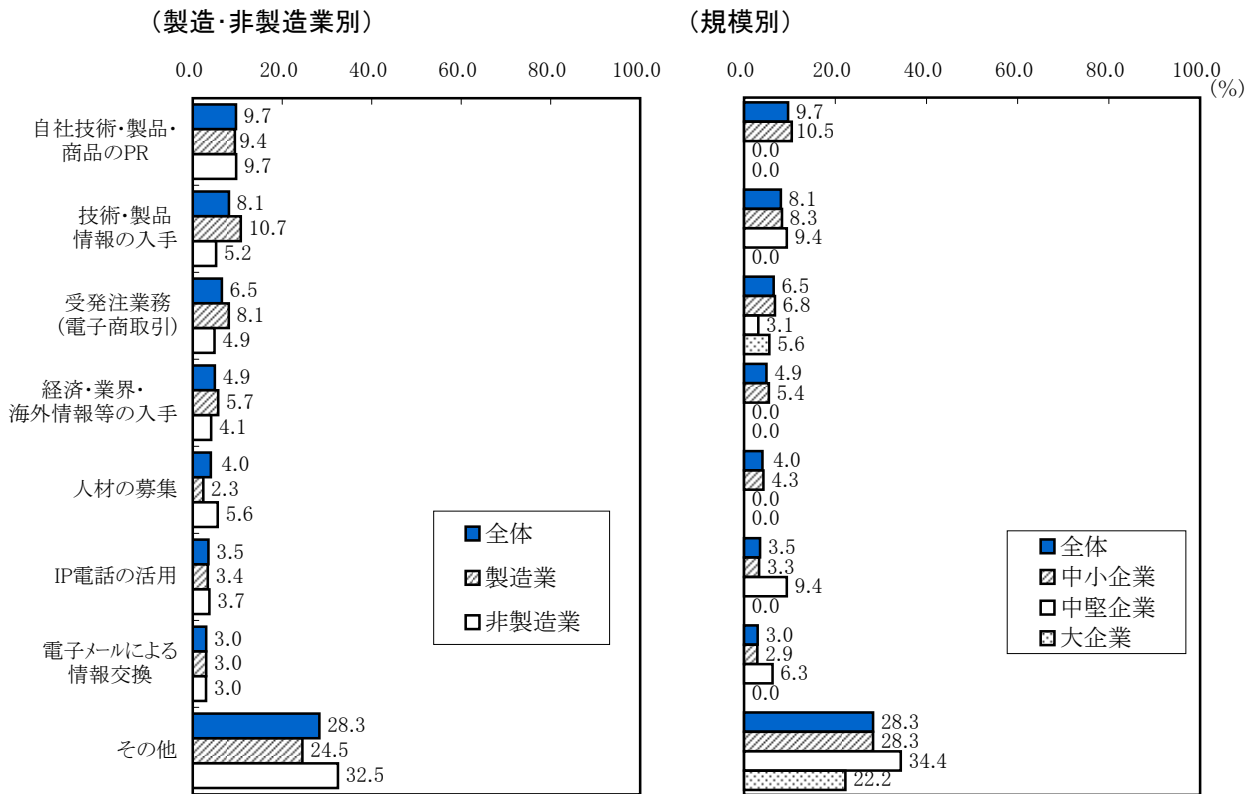
(上段・件数 下段・%)

	全体	電子メールによる情報交換	自社の技術・PR・製品	(受発注業務)	技術・製品の入手	海外・業界等の入手	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	10
		100.0	67.6	48.6	32.4	36.5	39.2	17.6	14.9	13.5
	加工組立	79	57	41	34	30	26	19	21	7
	100.0	72.2	51.9	43.0	38.0	32.9	24.1	26.6	5.1	8.9
	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
非製造業	建設	43	34	11	22	23	13	8	5	1
		100.0	79.1	25.6	51.2	53.5	30.2	18.6	11.6	2.3
	運輸	23	16	7	6	2	7	7	3	3
		100.0	69.6	30.4	26.1	8.7	30.4	30.4	13.0	13.0
	卸売・小売	85	58	43	45	33	33	19	11	7
	100.0	68.2	50.6	52.9	38.8	38.8	22.4	12.9	1.2	8.2
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、「特にない」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。



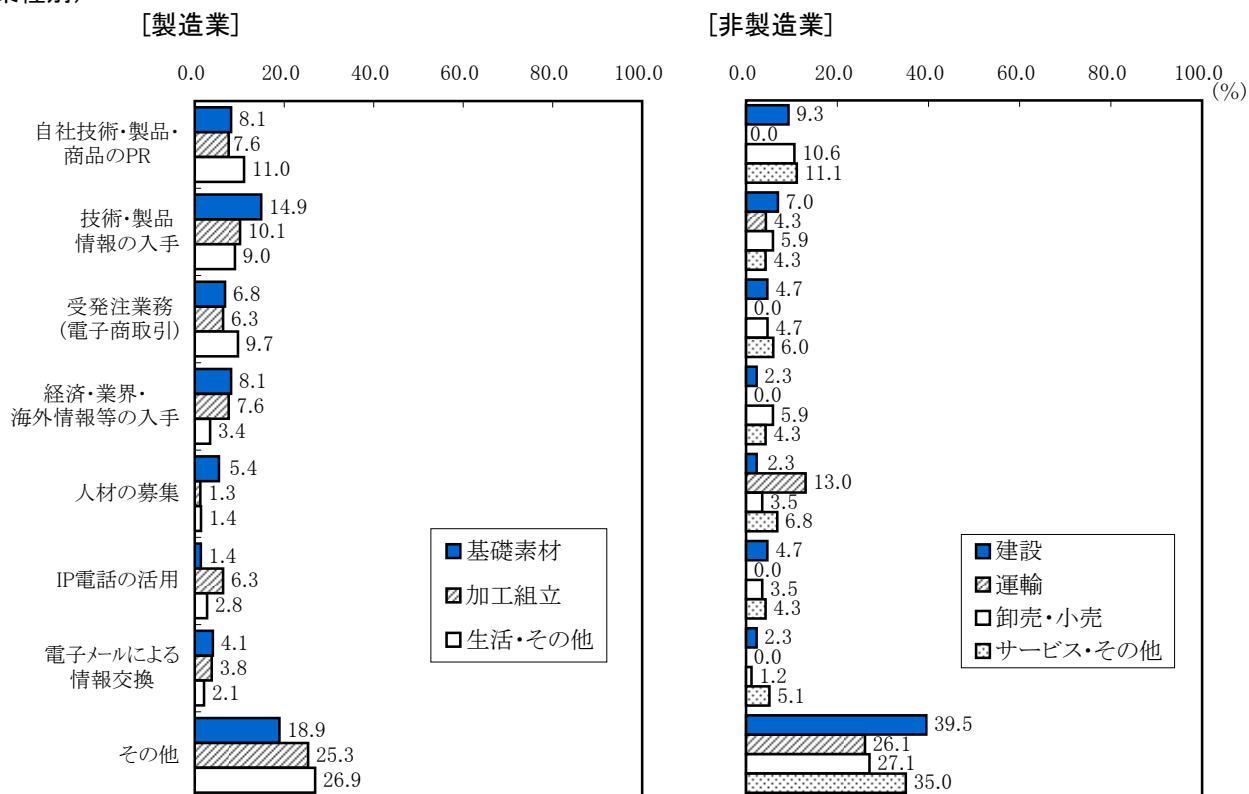
〈複数回答〉
(上段・件数 下段・%)

	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	569 100.0	55 9.7	46 8.1	37 6.5	28 4.9	23 4.0	20 3.5	17 3.0	161 28.3	231 40.6
製造業	298 100.0	28 9.4	32 10.7	24 8.1	17 5.7	7 2.3	10 3.4	9 3.0	73 24.5	128 43.0
非製造業	268 100.0	26 9.7	14 5.2	13 4.9	11 4.1	15 5.6	10 3.7	8 3.0	87 32.5	103 38.4
中小企業	516 100.0	54 10.5	43 8.3	35 6.8	28 5.4	22 4.3	17 3.3	15 2.9	146 28.3	202 39.1
中堅企業	32 100.0	0 0.0	3 9.4	1 3.1	0 0.0	0 0.0	3 9.4	2 6.3	11 34.4	15 46.9
大企業	18 100.0	0 0.0	0 0.0	1 5.6	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	4 22.2	13 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〉

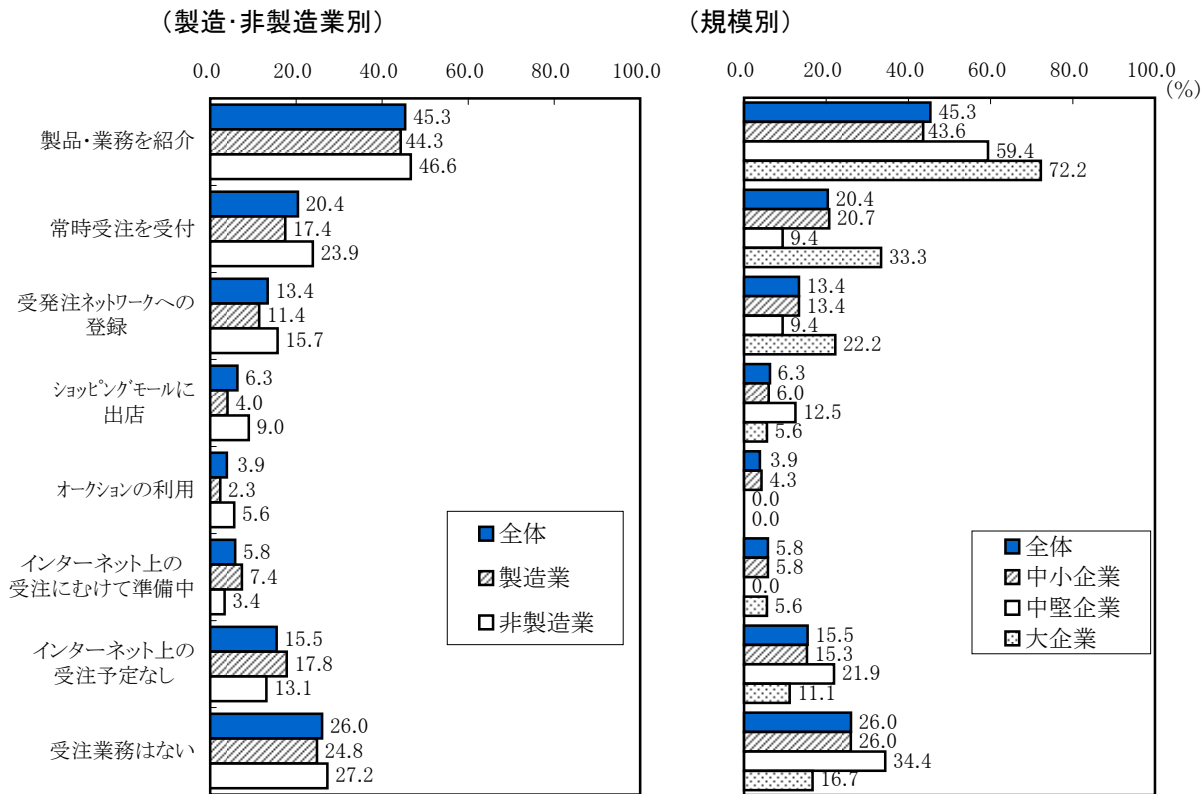
(上段・件数 下段・%)

	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	
											件数
製造業	基礎素材	74	6	11	5	6	4	1	3	14	35
		100.0	8.1	14.9	6.8	8.1	5.4	1.4	4.1	18.9	47.3
	加工組立	79	6	8	5	6	1	5	3	20	31
	100.0	7.6	10.1	6.3	7.6	1.3	6.3	3.8	25.3	39.2	
	145	16	13	14	5	2	4	3	39	62	
	100.0	11.0	9.0	9.7	3.4	1.4	2.8	2.1	26.9	42.8	
非製造業	建設	43	4	3	2	1	1	2	1	17	15
		100.0	9.3	7.0	4.7	2.3	2.3	4.7	2.3	39.5	34.9
	運輸	23	0	1	0	0	3	0	0	6	14
		100.0	0.0	4.3	0.0	0.0	13.0	0.0	0.0	26.1	60.9
卸売・小売	85	9	5	4	5	3	3	1	23	36	
	100.0	10.6	5.9	4.7	5.9	3.5	3.5	1.2	27.1	42.4	
サービス・その他	117	13	5	7	5	8	5	6	41	38	
	100.0	11.1	4.3	6.0	4.3	6.8	4.3	5.1	35.0	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〉

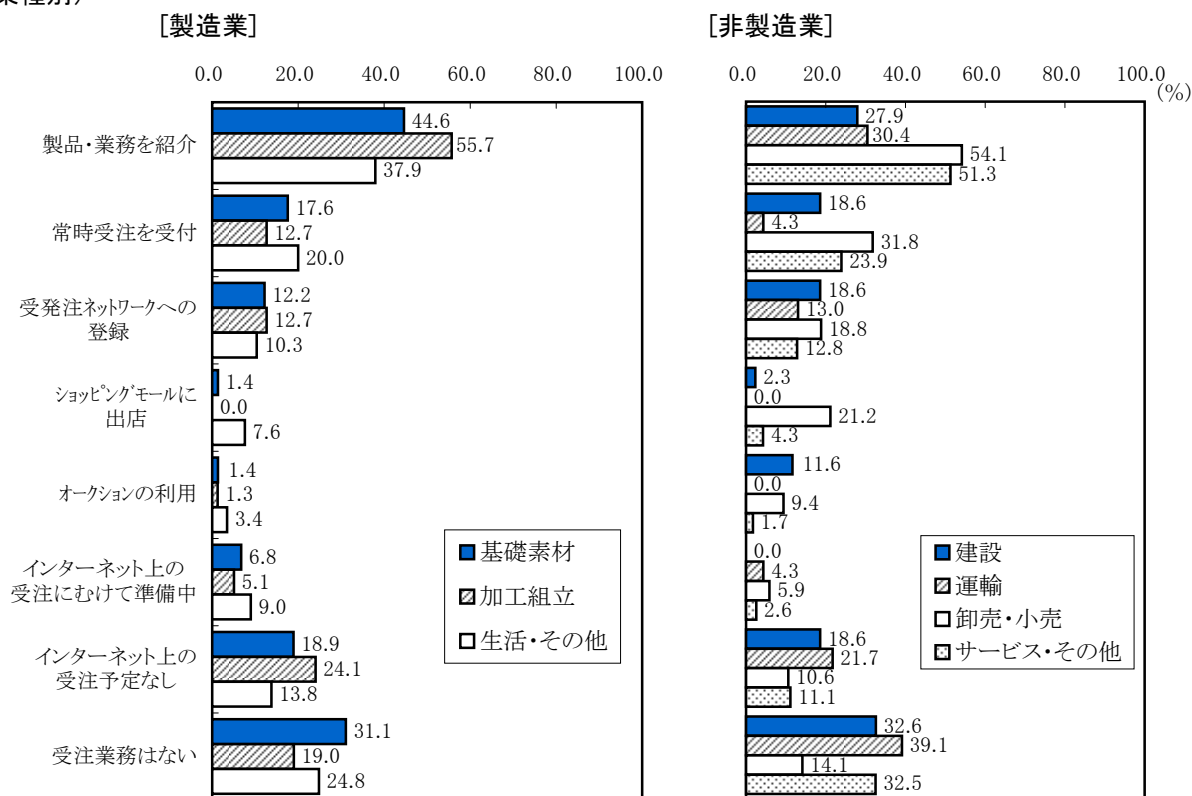
(上段・件数 下段・%)

	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	569 100.0	258 45.3	116 20.4	76 13.4	36 6.3	22 3.9	33 5.8	88 15.5	148 26.0	54 9.5
製造業	298 100.0	132 44.3	52 17.4	34 11.4	12 4.0	7 2.3	22 7.4	53 17.8	74 24.8	29 9.7
非製造業	268 100.0	125 46.6	64 23.9	42 15.7	24 9.0	15 5.6	9 3.4	35 13.1	73 27.2	25 9.3
中小企業	516 100.0	225 43.6	107 20.7	69 13.4	31 6.0	22 4.3	30 5.8	79 15.3	134 26.0	51 9.9
中堅企業	32 100.0	19 59.4	3 9.4	3 9.4	4 12.5	0 0.0	0 0.0	7 21.9	11 34.4	1 3.1
大企業	18 100.0	13 72.2	6 33.3	4 22.2	1 5.6	0 0.0	1 5.6	2 11.1	3 16.7	1 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〉

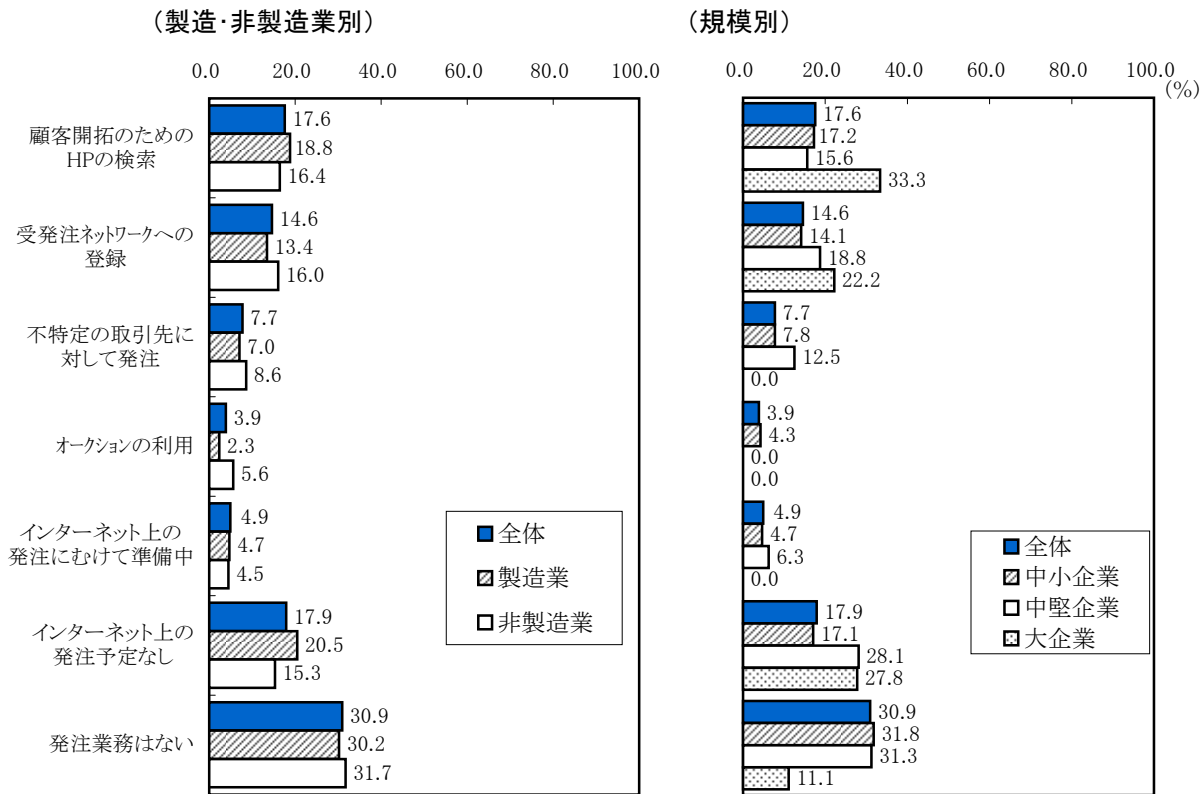
(上段・件数 下段・%)

		業種別									無回答
		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	
製造業	基礎素材	74 100.0	33 44.6	13 17.6	9 12.2	1 1.4	1 1.4	5 6.8	14 18.9	23 31.1	6 8.1
	加工組立	79 100.0	44 55.7	10 12.7	10 12.7	0 0.0	1 1.3	4 5.1	19 24.1	15 19.0	6 7.6
	生活・その他	145 100.0	55 37.9	29 20.0	15 10.3	11 7.6	5 3.4	13 9.0	20 13.8	36 24.8	17 11.7
非製造業	建設	43 100.0	12 27.9	8 18.6	8 18.6	1 2.3	5 11.6	0 0.0	8 18.6	14 32.6	4 9.3
	運輸	23 100.0	7 30.4	1 4.3	3 13.0	0 0.0	0 0.0	1 4.3	5 21.7	9 39.1	3 13.0
	卸売・小売	85 100.0	46 54.1	27 31.8	16 18.8	18 21.2	8 9.4	5 5.9	9 10.6	12 14.1	7 8.2
	サービス・その他	117 100.0	60 51.3	28 23.9	15 12.8	5 4.3	2 1.7	3 2.6	13 11.1	38 32.5	11 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。



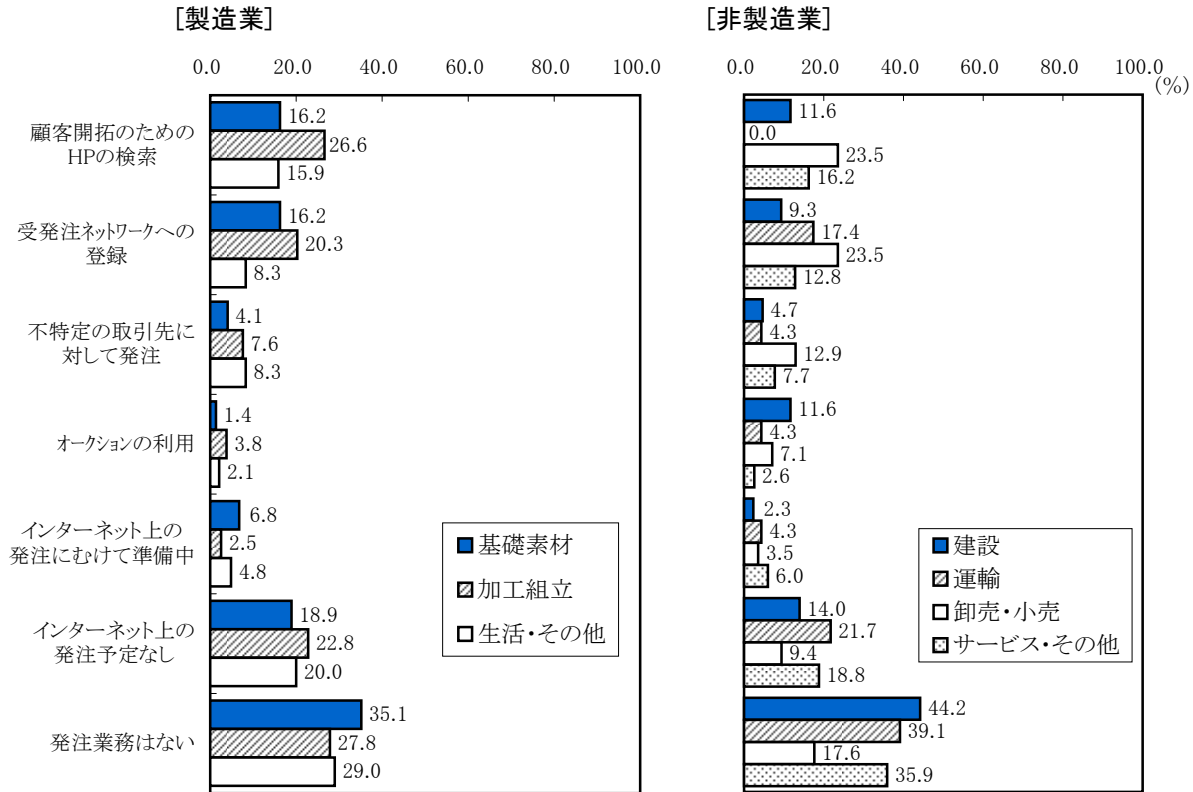
〈複数回答〉
(上段・件数 下段・%)

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



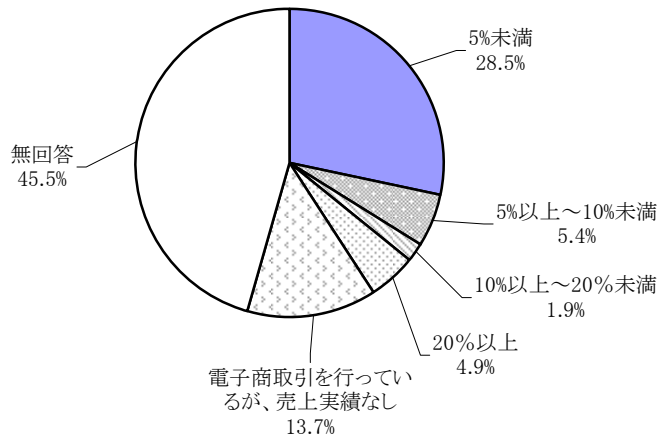
〈複数回答〉
(上段・件数 下段・%)

	全体	H顧客開拓のためのHP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		インターネットにむけて準備中の発注		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			
		件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%				
製造業	基礎素材	74	100.0	12	16.2	12	16.2	3	4.1	1	1.4	5	6.8	14	18.9	26	35.1	8	10.8
	加工組立	79	100.0	21	26.6	16	20.3	6	7.6	3	3.8	2	2.5	18	22.8	22	27.8	6	7.6
	生活・その他	145	100.0	23	15.9	12	8.3	12	8.3	3	2.1	7	4.8	29	20.0	42	29.0	32	22.1
非製造業	建設	43	100.0	5	11.6	4	9.3	2	4.7	5	11.6	1	2.3	6	14.0	19	44.2	7	16.3
	運輸	23	100.0	0	0.0	4	17.4	1	4.3	1	4.3	1	4.3	5	21.7	9	39.1	3	13.0
	卸売・小売	85	100.0	20	23.5	20	23.5	11	12.9	6	7.1	3	3.5	8	9.4	15	17.6	17	20.0
	サービス・その他	117	100.0	19	16.2	15	12.8	9	7.7	3	2.6	7	6.0	22	18.8	42	35.9	12	10.3

※網かけは上位3位

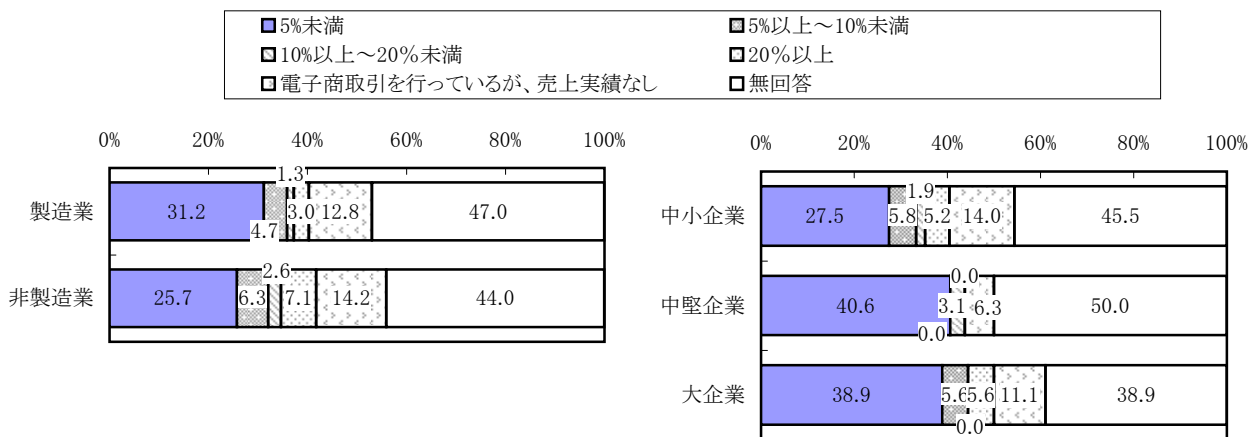
(5) 電子商取引の年間売上割合

- ・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)

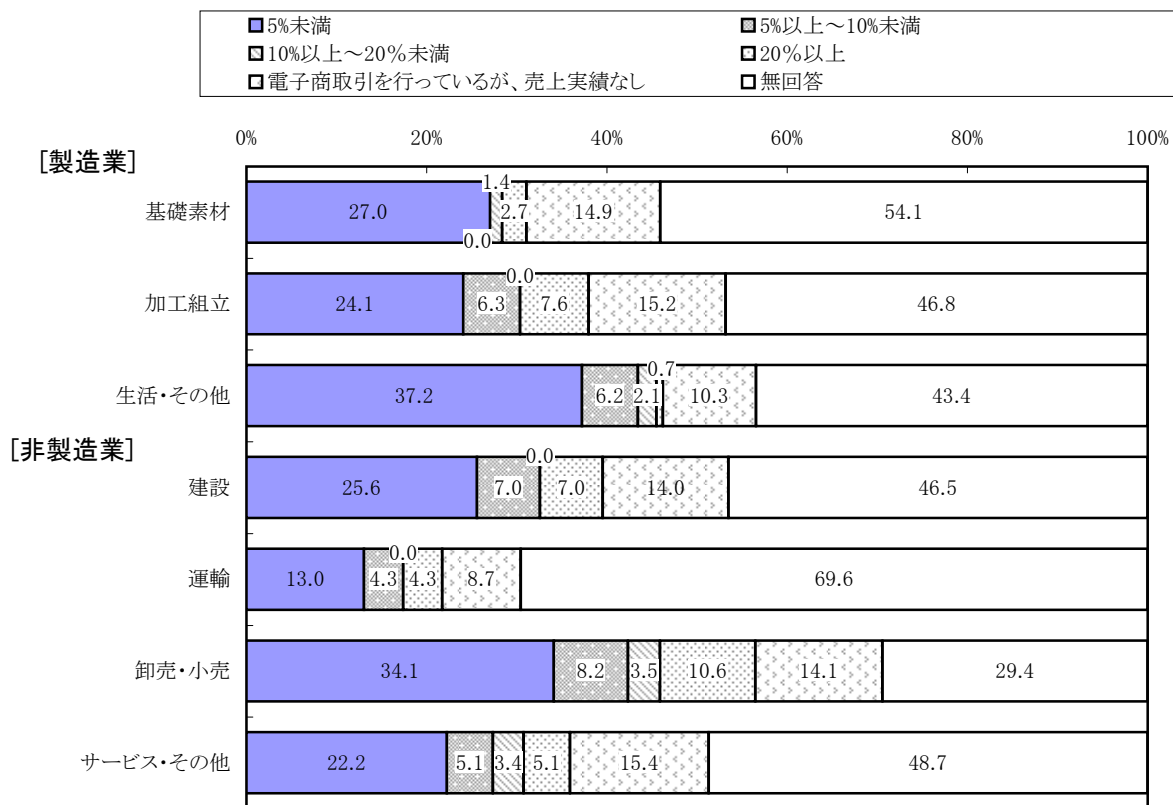


(上段・件数 下段・%)

	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	569 100.0	162 28.5	31 5.4	11 1.9	28 4.9	78 13.7	259 45.5
製造業	298 100.0	93 31.2	14 4.7	4 1.3	9 3.0	38 12.8	140 47.0
非製造業	268 100.0	69 25.7	17 6.3	7 2.6	19 7.1	38 14.2	118 44.0
中小企業	516 100.0	142 27.5	30 5.8	10 1.9	27 5.2	72 14.0	235 45.5
中堅企業	32 100.0	13 40.6	0 0.0	1 3.1	0 0.0	2 6.3	16 50.0
大企業	18 100.0	7 38.9	1 5.6	0 0.0	1 5.6	2 11.1	7 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)

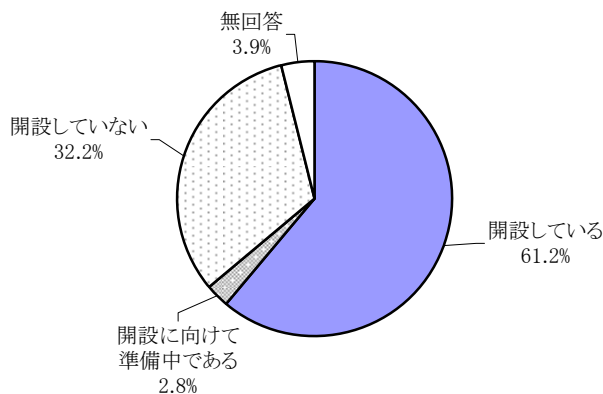


(上段・件数 下段・%)

	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
		100.0	27.0	0.0	1.4	2.7	14.9
	加工組立	79	19	5	0	6	12
		100.0	24.1	6.3	0.0	7.6	15.2
非製造業	生活・その他	145	54	9	3	1	15
		100.0	37.2	6.2	2.1	0.7	10.3
	建設	43	11	3	0	3	6
		100.0	25.6	7.0	0.0	7.0	14.0
非製造業	運輸	23	3	1	0	1	2
		100.0	13.0	4.3	0.0	4.3	8.7
	卸売・小売	85	29	7	3	9	12
		100.0	34.1	8.2	3.5	10.6	14.1
非製造業	サービス・その他	117	26	6	4	6	18
		100.0	22.2	5.1	3.4	5.1	15.4

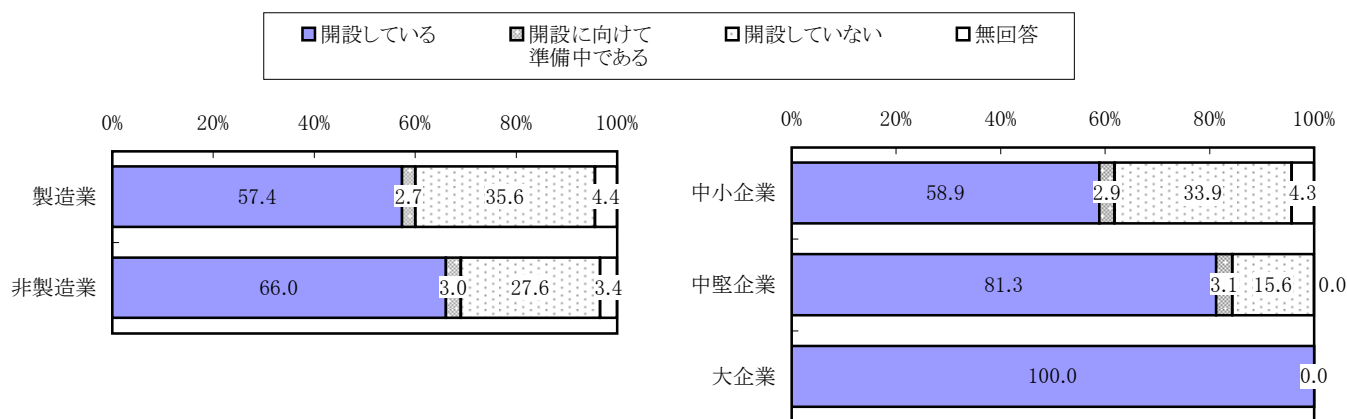
(6) ホームページの開設状況

- ・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)

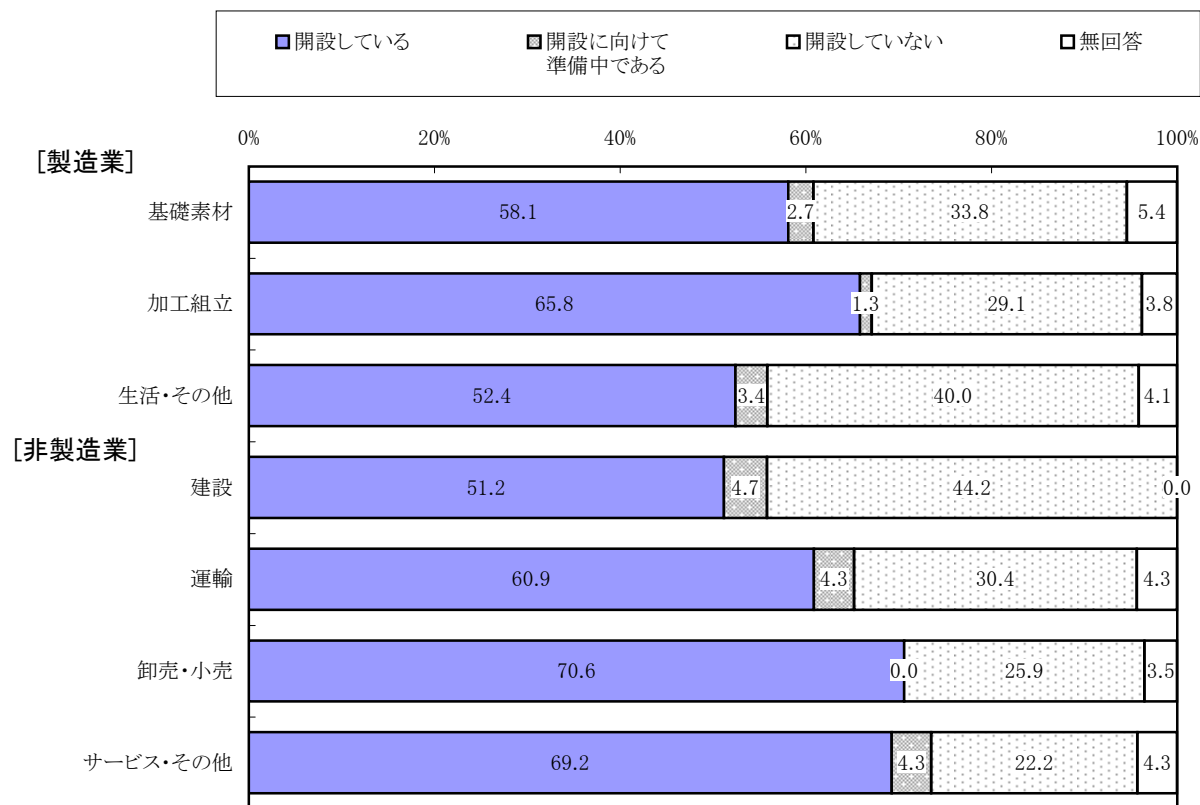


(上段・件数 下段・%)

	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	569 100.0	348 61.2	16 2.8	183 32.2	22 3.9
製造業	298 100.0	171 57.4	8 2.7	106 35.6	13 4.4
非製造業	268 100.0	177 66.0	8 3.0	74 27.6	9 3.4
中小企業	516 100.0	304 58.9	15 2.9	175 33.9	22 4.3
中堅企業	32 100.0	26 81.3	1 3.1	5 15.6	0 0.0
大企業	18 100.0	18 100.0	0 0.0	0 0.0	0 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)

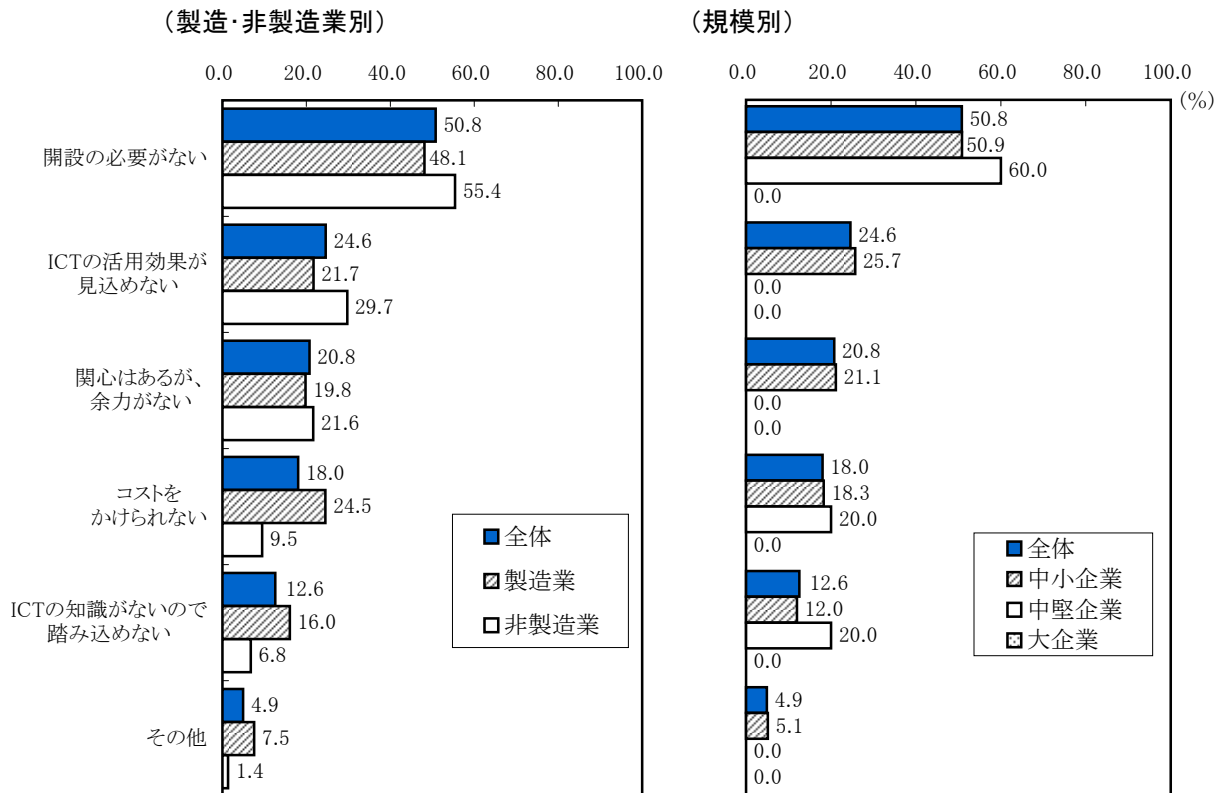


(上段・件数 下段・%)

		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
	100.0	65.8	1.3	29.1	3.8	
	生活・その他	145	76	5	58	6
		100.0	52.4	3.4	40.0	4.1
非製造業	建設	43	22	2	19	0
		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
	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」は中小企業のみ个回答となっており、いずれも2割以上を占める。



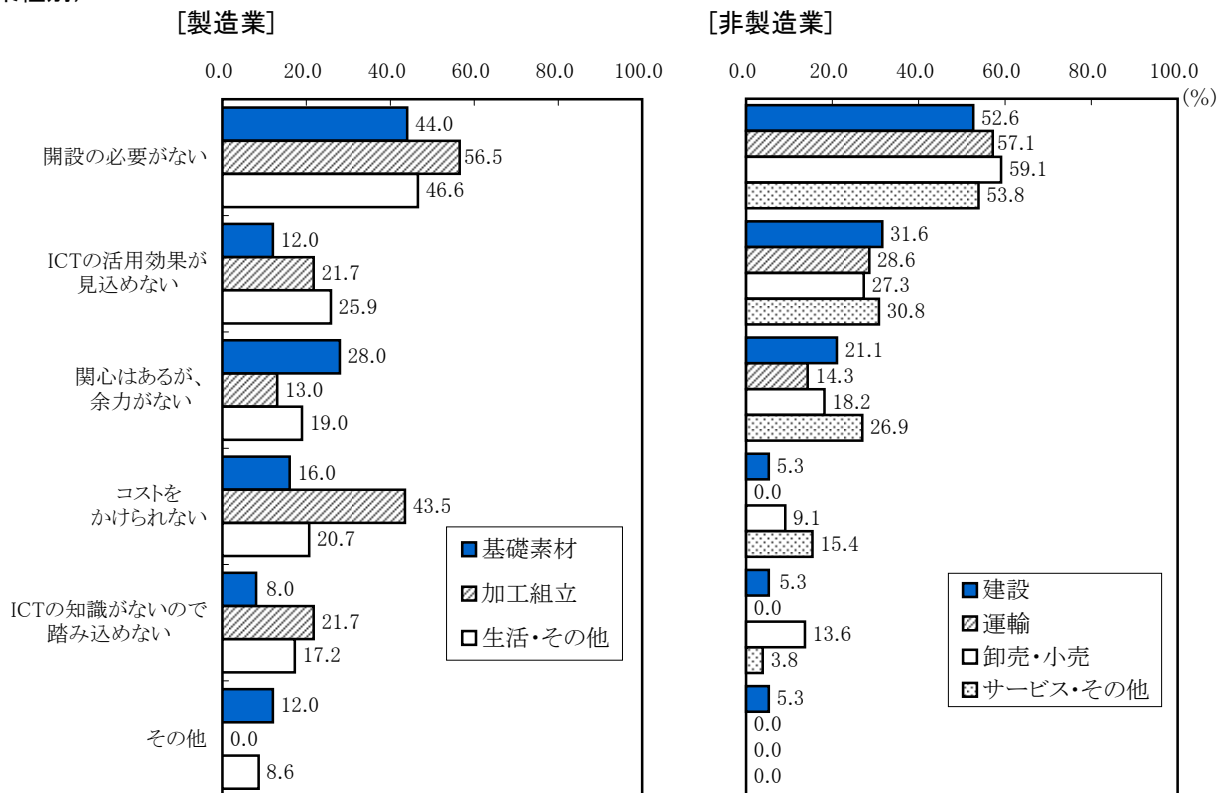
(複数回答)
(上段・件数 下段・%)

	全体	開設の必要がない	見込めないICTの活用効果	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	183 100.0	93 50.8	45 24.6	38 20.8	33 18.0	23 12.6	9 4.9	3 1.6
製造業	106 100.0	51 48.1	23 21.7	21 19.8	26 24.5	17 16.0	8 7.5	2 1.9
非製造業	74 100.0	41 55.4	22 29.7	16 21.6	7 9.5	5 6.8	1 1.4	1 1.4
中小企業	175 100.0	89 50.9	45 25.7	37 21.1	32 18.3	21 12.0	9 5.1	2 1.1
中堅企業	5 100.0	3 60.0	0 0.0	0 0.0	1 20.0	1 20.0	0 0.0	1 20.0
大企業	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 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・%)

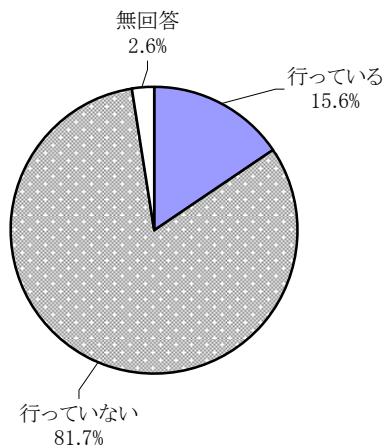
	全体	開設の必要がない	見込めない ICTの活用効果	余力はあ るが、	か け ら れ な い	の 踏 み 込 め な い	そ の 他	無 回 答	
									件数
製造業	基礎素材	25	11	3	7	2	3	0	
		100.0	44.0	12.0	28.0	16.0	8.0	12.0	0.0
	加工組立	23	13	5	3	10	5	0	1
	100.0	56.5	21.7	13.0	43.5	21.7	0.0	4.3	
	58	27	15	11	12	10	5	1	
	100.0	46.6	25.9	19.0	20.7	17.2	8.6	1.7	
非製造業	建設	19	10	6	4	1	1	1	0
		100.0	52.6	31.6	21.1	5.3	5.3	5.3	0.0
	運輸	7	4	2	1	0	0	0	0
		100.0	57.1	28.6	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	卸売・小売	22	13	6	4	2	3	0	1
	100.0	59.1	27.3	18.2	9.1	13.6	0.0	4.5	
サービス・その他	26	14	8	7	4	1	0	0	
	100.0	53.8	30.8	26.9	15.4	3.8	0.0	0.0	

※網かけは上位3位

■地域福祉活動について

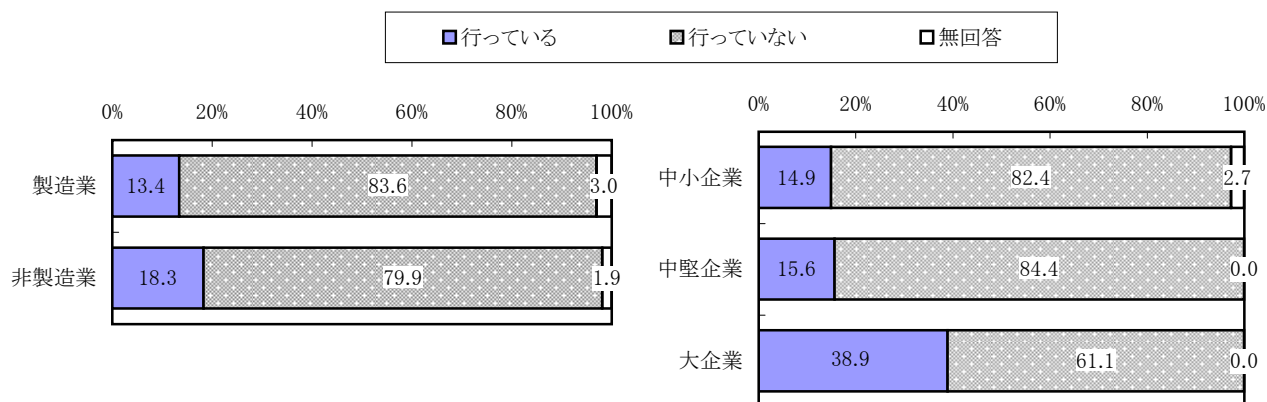
(1)地域福祉活動状況

- ・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)

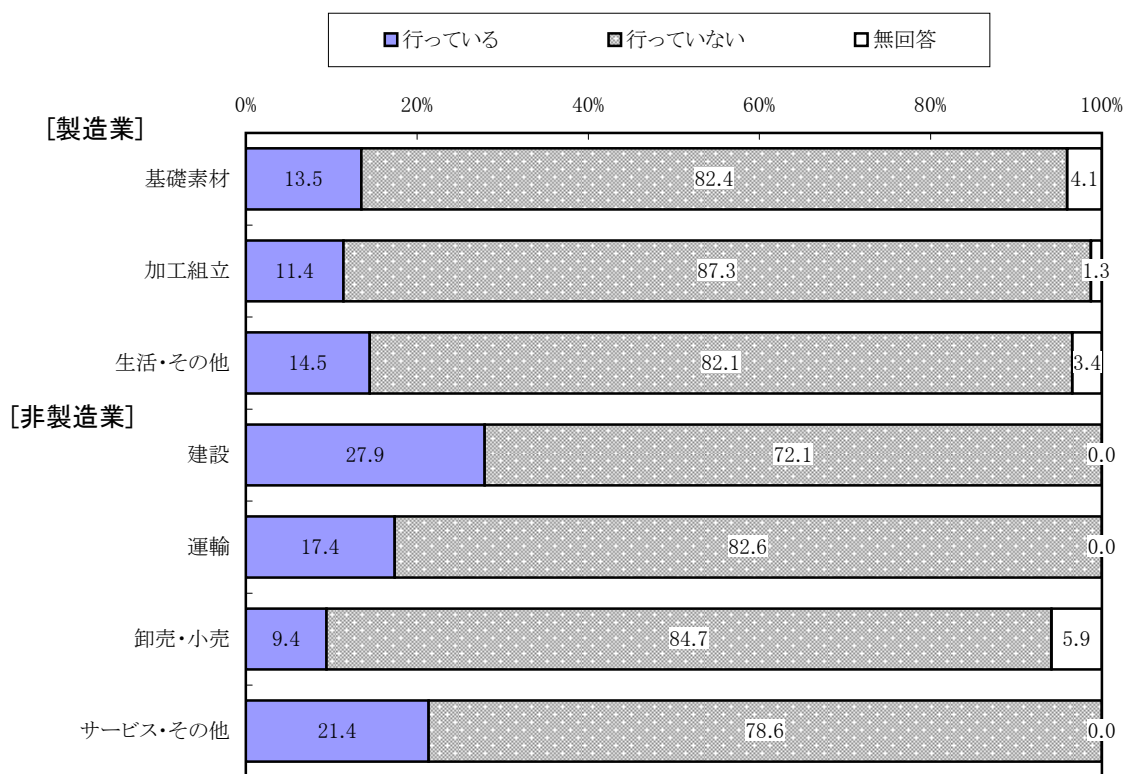


(上段・件数 下段・%)

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

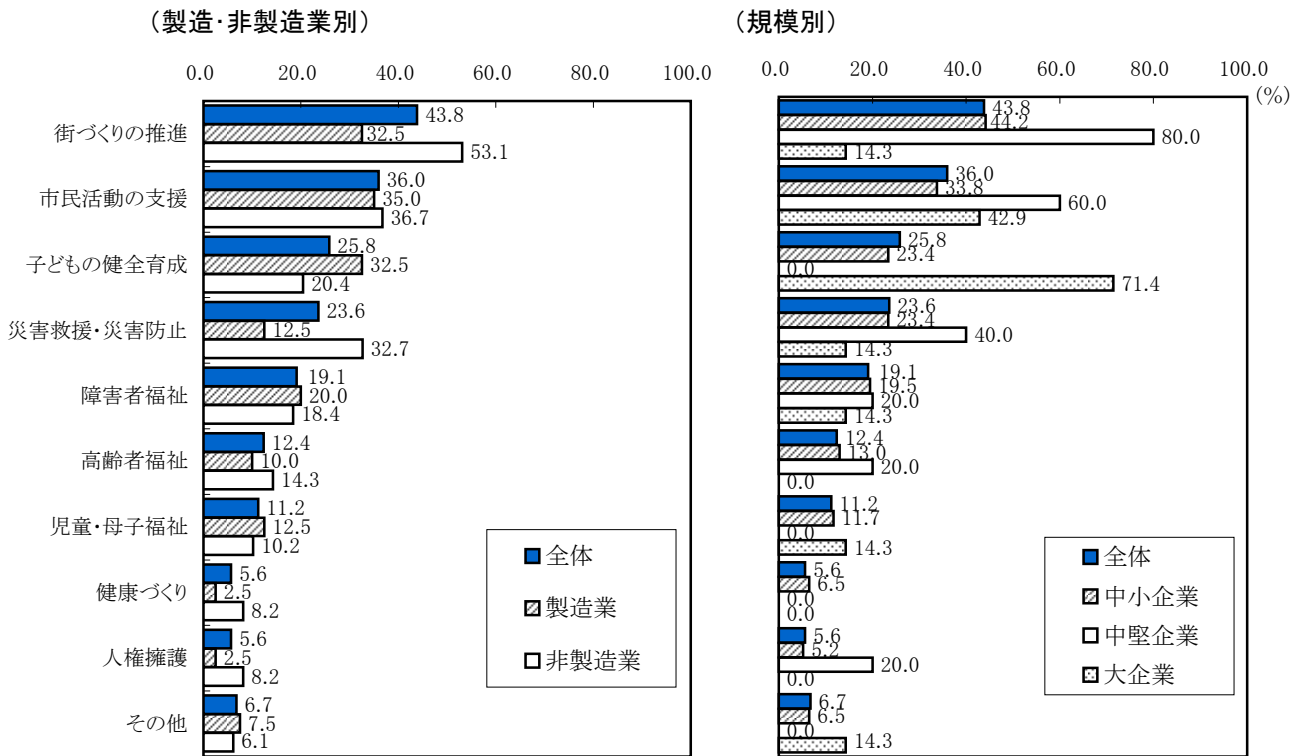


(上段・件数 下段・%)

		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	
	生活・その他	145	21	119	5
		100.0	14.5	82.1	3.4
非製造業	建設	43	12	31	0
		100.0	27.9	72.1	0.0
	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	
	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〉

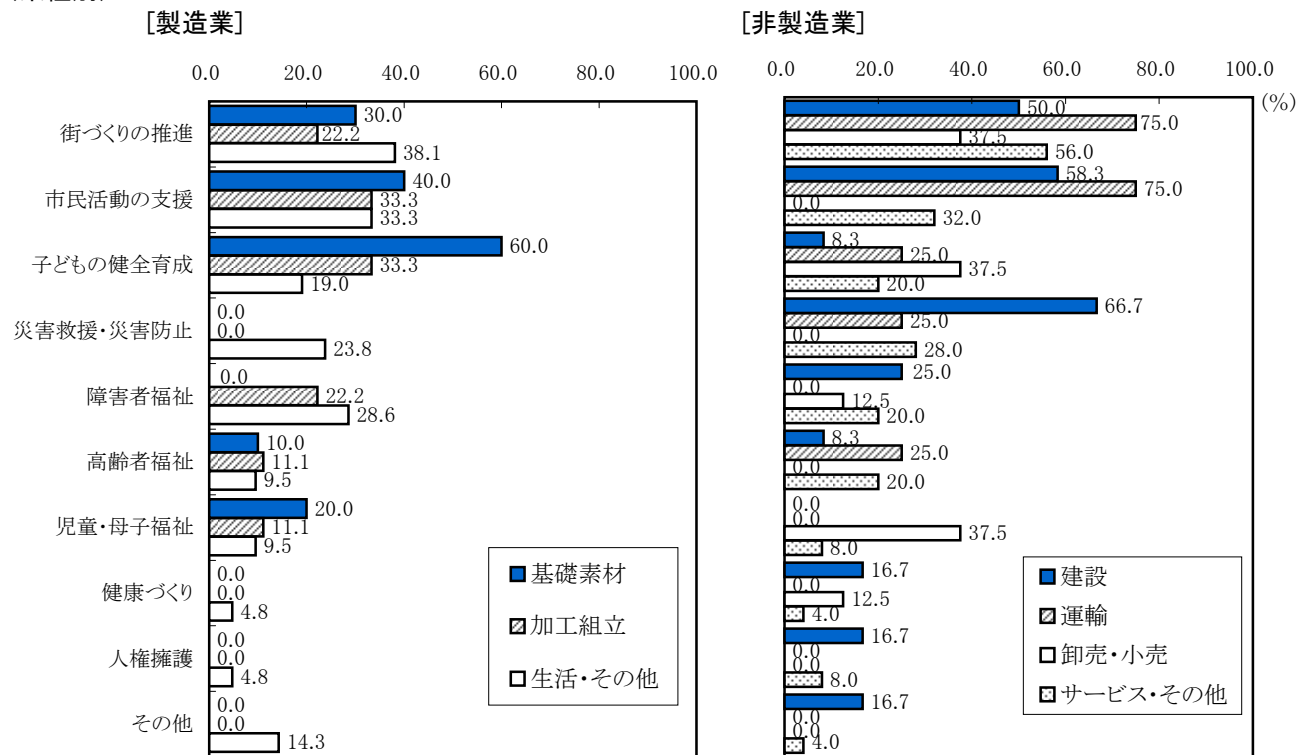
(上段・件数 下段・%)

	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	89 100.0	39 43.8	32 36.0	23 25.8	21 23.6	17 19.1	11 12.4	10 11.2	5 5.6	5 5.6	6 6.7	0 0.0
製造業	40 100.0	13 32.5	14 35.0	13 32.5	5 12.5	8 20.0	4 10.0	5 12.5	1 2.5	1 2.5	3 7.5	0 0.0
非製造業	49 100.0	26 53.1	18 36.7	10 20.4	16 32.7	9 18.4	7 14.3	5 10.2	4 8.2	4 8.2	3 6.1	0 0.0
中小企業	77 100.0	34 44.2	26 33.8	18 23.4	18 23.4	15 19.5	10 13.0	9 11.7	5 6.5	4 5.2	5 6.5	0 0.0
中堅企業	5 100.0	4 80.0	3 60.0	0 0.0	2 40.0	1 20.0	1 20.0	0 0.0	0 0.0	1 20.0	0 0.0	0 0.0
大企業	7 100.0	1 14.3	3 42.9	5 71.4	1 14.3	1 14.3	0 0.0	1 14.3	0 0.0	0 0.0	1 14.3	0 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)



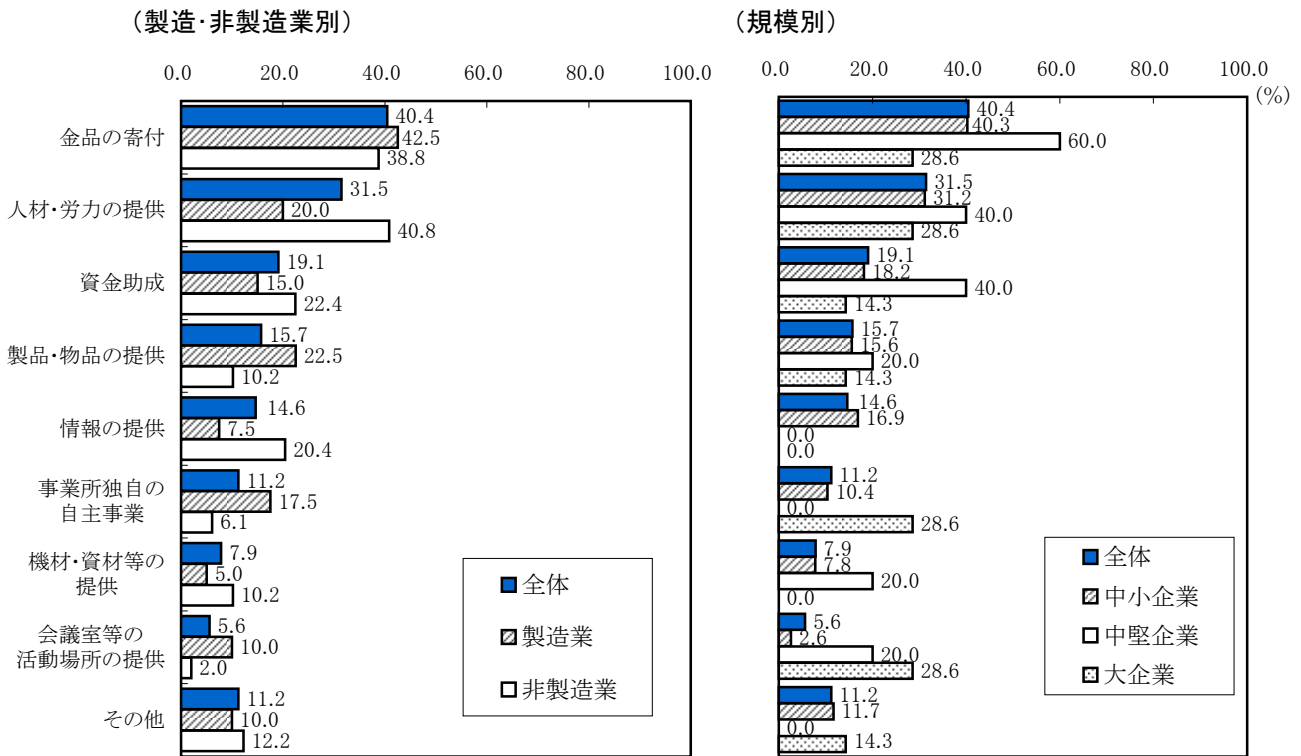
(複数回答)
(上段・件数 下段・%)

		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	3	4	6	0	0	1	2	0	0	0	0
		100.0	30.0	40.0	60.0	0.0	0.0	10.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	加工組立	9	2	3	3	0	2	1	1	0	0	0	0
	100.0	22.2	33.3	33.3	0.0	22.2	11.1	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	生活・その他	21	8	7	4	5	6	2	2	1	1	3	0
	100.0	38.1	33.3	19.0	23.8	28.6	9.5	9.5	9.5	4.8	4.8	14.3	0.0
非製造業	建設	12	6	7	1	8	3	1	0	2	2	2	0
		100.0	50.0	58.3	8.3	66.7	25.0	8.3	0.0	16.7	16.7	16.7	0.0
	運輸	4	3	3	1	1	0	1	0	0	0	0	0
	100.0	75.0	75.0	25.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
卸売・小売	8	3	0	3	0	1	0	3	1	0	0	0	
100.0	37.5	0.0	37.5	0.0	12.5	0.0	37.5	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	
サービス・その他	25	14	8	5	7	5	5	2	1	2	1	0	
100.0	56.0	32.0	20.0	28.0	20.0	20.0	8.0	4.0	8.0	4.0	0.0	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。



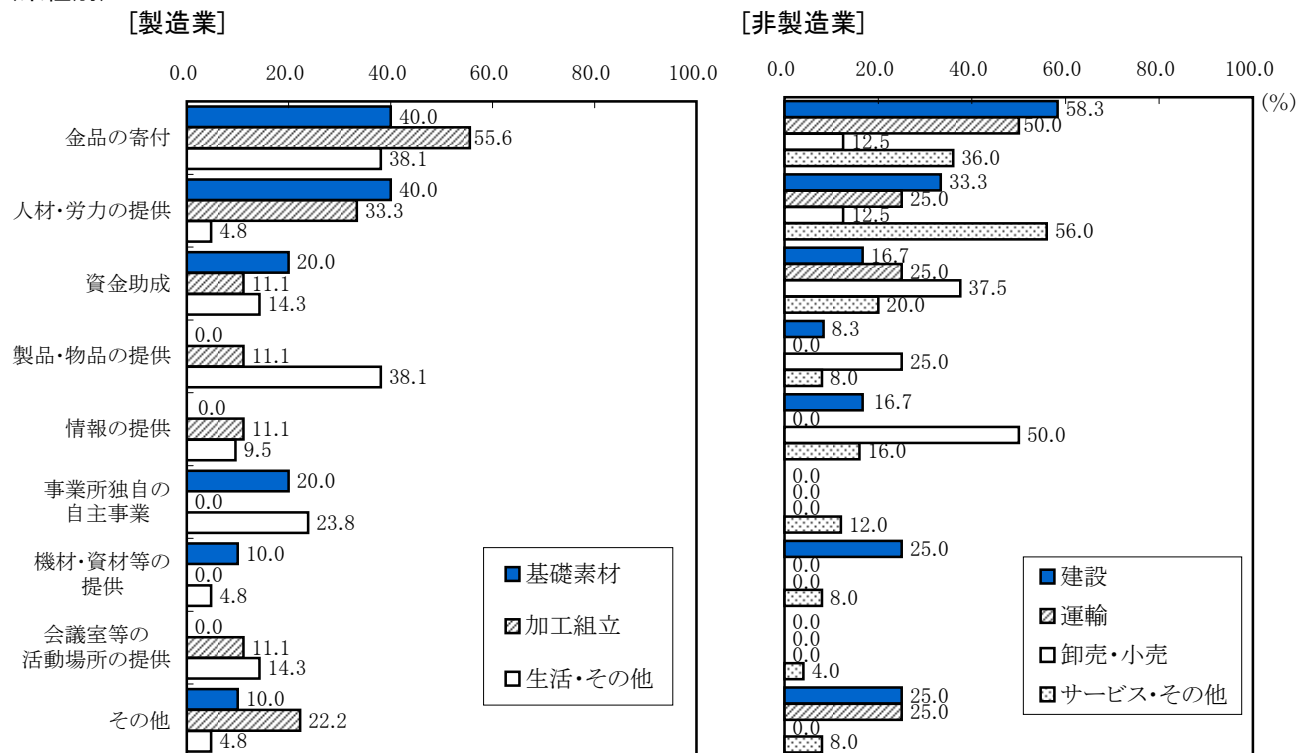
〈複数回答〉
(上段・件数 下段・%)

	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	36	28	17	14	13	10	7	5	10	1
	100.0	40.4	31.5	19.1	15.7	14.6	11.2	7.9	5.6	11.2	1.1
製造業	40	17	8	6	9	3	7	2	4	4	0
	100.0	42.5	20.0	15.0	22.5	7.5	17.5	5.0	10.0	10.0	0.0
非製造業	49	19	20	11	5	10	3	5	1	6	1
	100.0	38.8	40.8	22.4	10.2	20.4	6.1	10.2	2.0	12.2	2.0
中小企業	77	31	24	14	12	13	8	6	2	9	1
	100.0	40.3	31.2	18.2	15.6	16.9	10.4	7.8	2.6	11.7	1.3
中堅企業	5	3	2	2	1	0	0	1	1	0	0
	100.0	60.0	40.0	40.0	20.0	0.0	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0
大企業	7	2	2	1	1	0	2	0	2	1	0
	100.0	28.6	28.6	14.3	14.3	0.0	28.6	0.0	28.6	14.3	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)



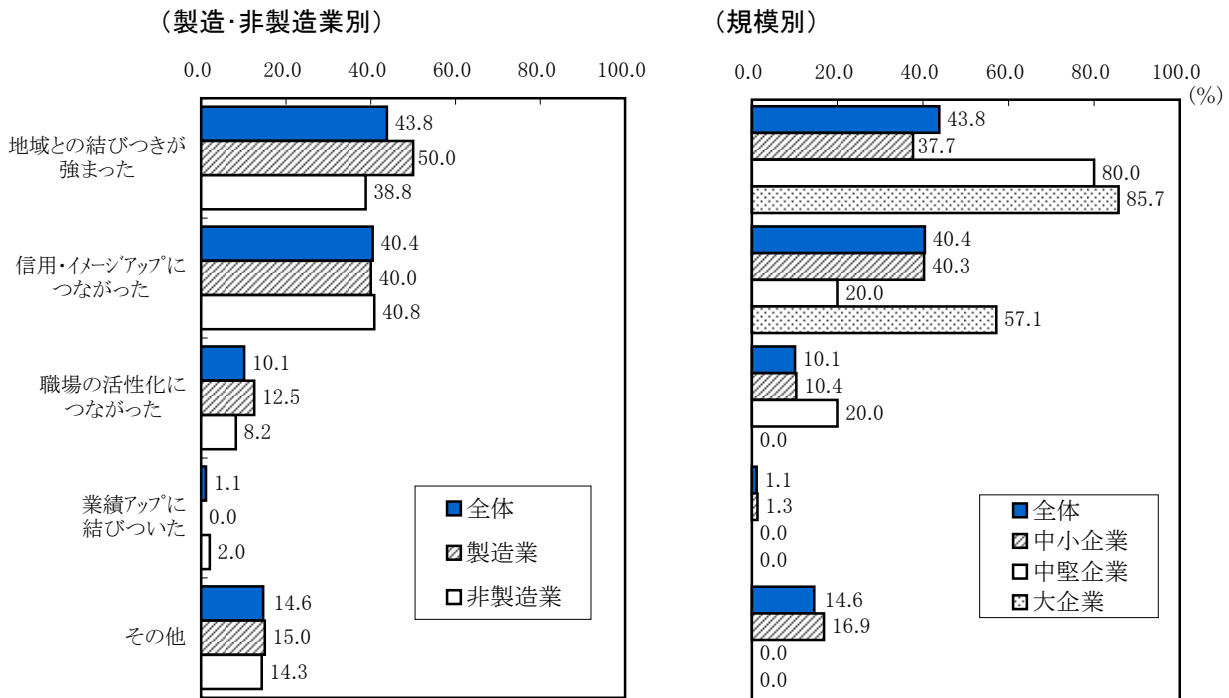
〈複数回答〉
(上段・件数 下段・%)

	全体	業種別										
		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	4	4	2	0	0	2	1	0	1	0
		100.0	40.0	40.0	20.0	0.0	0.0	20.0	10.0	0.0	10.0	0.0
	加工組立	9	5	3	1	1	1	0	0	1	2	0
	100.0	55.6	33.3	11.1	11.1	11.1	0.0	0.0	11.1	22.2	0.0	
	21	8	1	3	8	2	5	1	3	1	0	
	100.0	38.1	4.8	14.3	38.1	9.5	23.8	4.8	14.3	4.8	0.0	
非製造業	建設	12	7	4	2	1	2	0	3	0	3	0
		100.0	58.3	33.3	16.7	8.3	16.7	0.0	25.0	0.0	25.0	0.0
	運輸	4	2	1	1	0	0	0	0	0	1	0
		100.0	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0
卸売・小売	8	1	1	3	2	4	0	0	0	0	1	
	100.0	12.5	12.5	37.5	25.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	
サービス・その他	25	9	14	5	2	4	3	2	1	2	0	
	100.0	36.0	56.0	20.0	8.0	16.0	12.0	8.0	4.0	8.0	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%)などが多い。

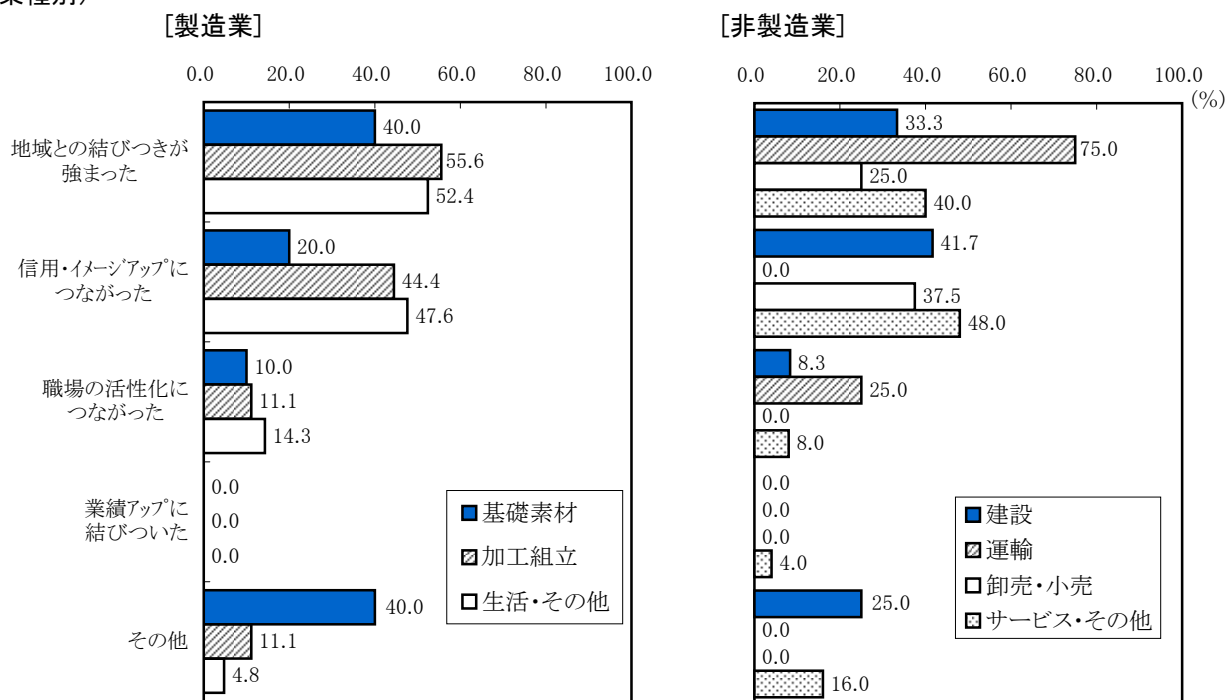


(複数回答)
(上段・件数 下段・%)

	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	89 100.0	39 43.8	36 40.4	9 10.1	1 1.1	13 14.6	12 13.5
製造業	40 100.0	20 50.0	16 40.0	5 12.5	0 0.0	6 15.0	4 10.0
非製造業	49 100.0	19 38.8	20 40.8	4 8.2	1 2.0	7 14.3	8 16.3
中小企業	77 100.0	29 37.7	31 40.3	8 10.4	1 1.3	13 16.9	11 14.3
中堅企業	5 100.0	4 80.0	1 20.0	1 20.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
大企業	7 100.0	6 85.7	4 57.1	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 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)



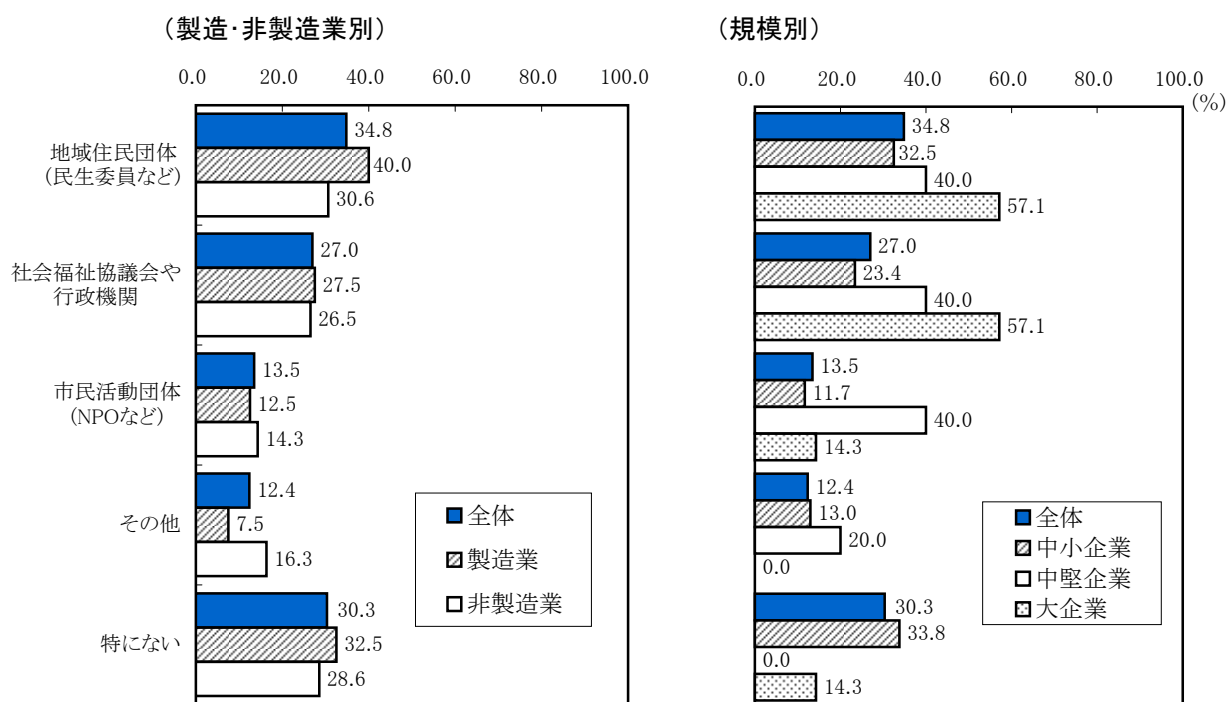
(複数回答)

(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	10 100.0	4 40.0	2 20.0	1 10.0	0 0.0	4 40.0	0 0.0
	加工組立	9 100.0	5 55.6	4 44.4	1 11.1	0 0.0	1 11.1	1 11.1
	生活・その他	21 100.0	11 52.4	10 47.6	3 14.3	0 0.0	1 4.8	3 14.3
非製造業	建設	12 100.0	4 33.3	5 41.7	1 8.3	0 0.0	3 25.0	3 25.0
	運輸	4 100.0	3 75.0	0 0.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	卸売・小売	8 100.0	2 25.0	3 37.5	0 0.0	0 0.0	0 0.0	3 37.5
	サービス・その他	25 100.0	10 40.0	12 48.0	2 8.0	1 4.0	4 16.0	2 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。

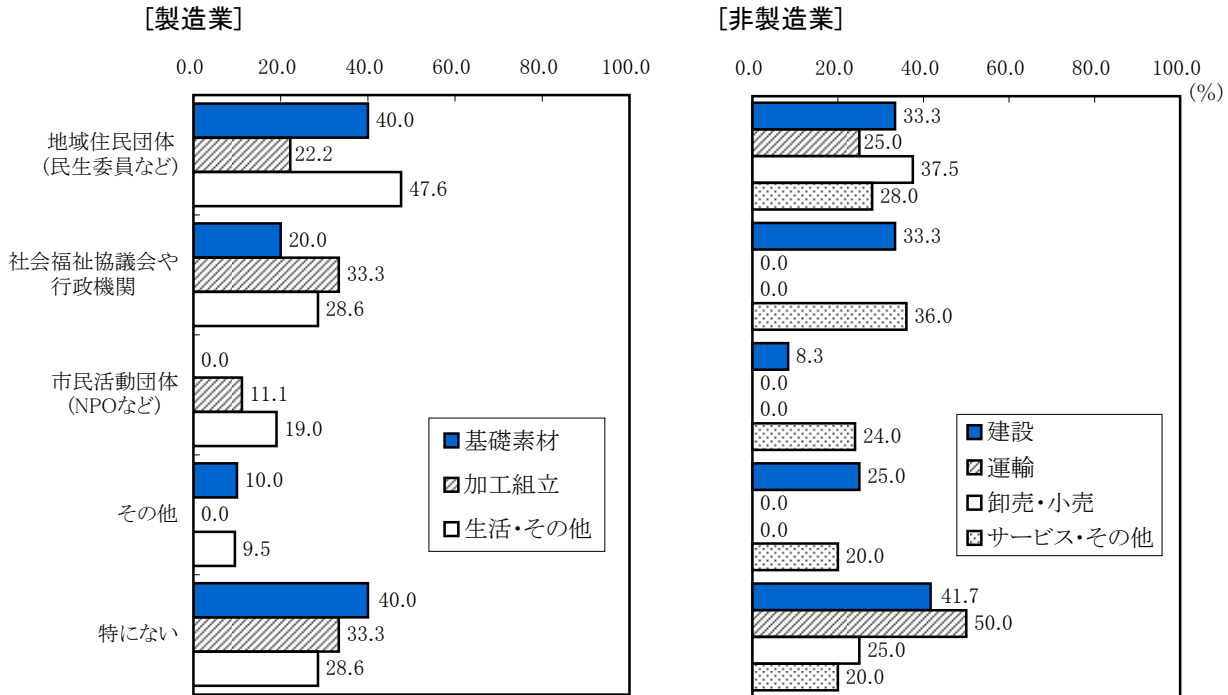


(複数回答)
(上段・件数 下段・%)

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

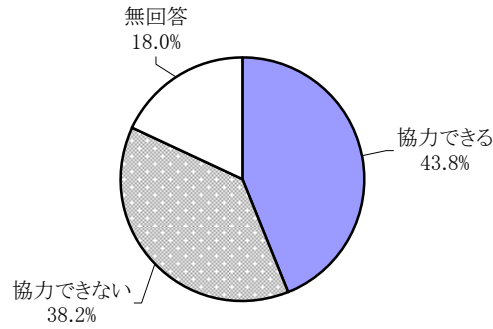


(複数回答)
(上段・件数 下段・%)

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

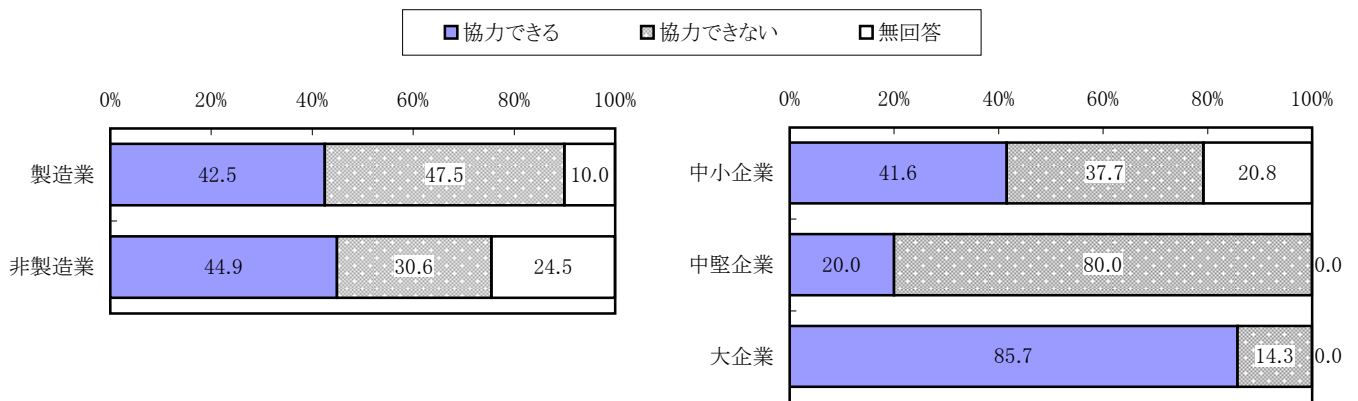
(6)活動紹介の協力意向

- ・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)

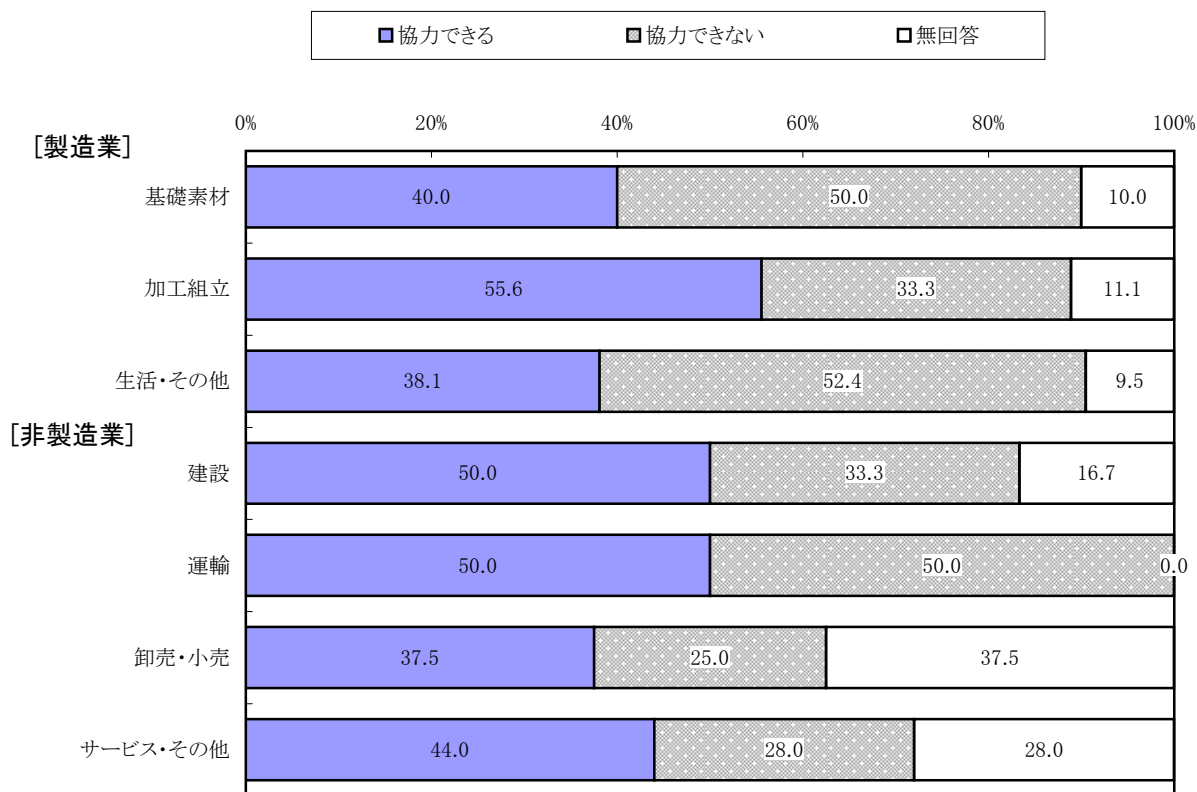


(上段・件数 下段・%)

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

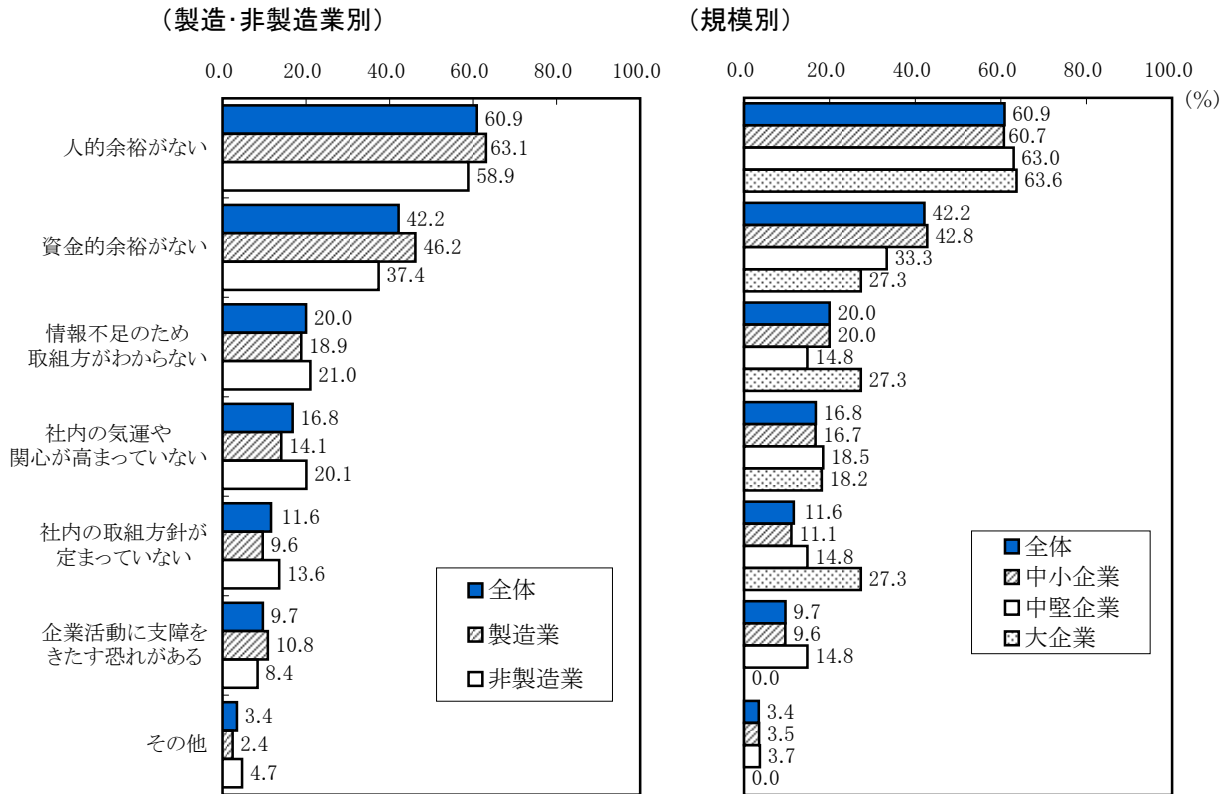


(上段・件数 下段・%)

		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
	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
		100.0	50.0	50.0	0.0
	卸売・小売	8	3	2	3
		100.0	37.5	25.0	37.5
	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。



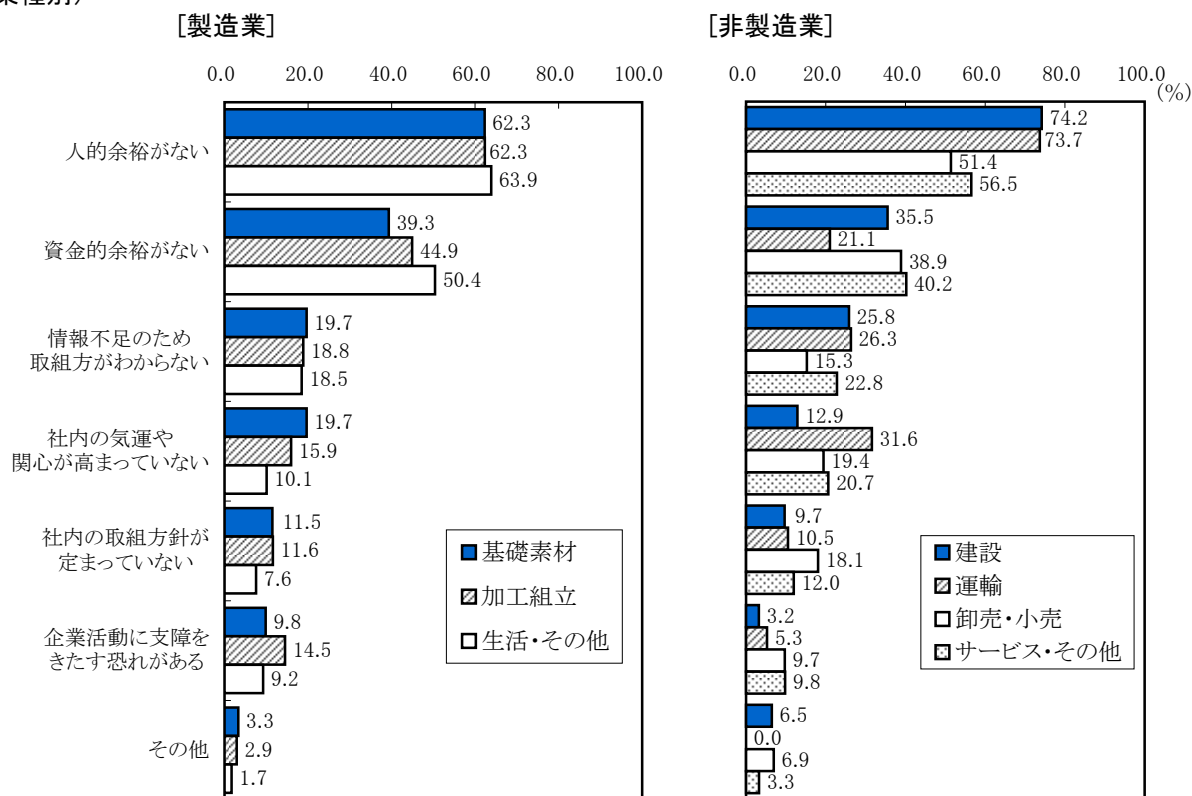
〈複数回答〉
(上段・件数 下段・%)

	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	465 100.0	283 60.9	196 42.2	93 20.0	78 16.8	54 11.6	45 9.7	16 3.4	8 1.7
製造業	249 100.0	157 63.1	115 46.2	47 18.9	35 14.1	24 9.6	27 10.8	6 2.4	6 2.4
非製造業	214 100.0	126 58.9	80 37.4	45 21.0	43 20.1	29 13.6	18 8.4	10 4.7	2 0.9
中小企業	425 100.0	258 60.7	182 42.8	85 20.0	71 16.7	47 11.1	41 9.6	15 3.5	7 1.6
中堅企業	27 100.0	17 63.0	9 33.3	4 14.8	5 18.5	4 14.8	4 14.8	1 3.7	1 3.7
大企業	11 100.0	7 63.6	3 27.3	3 27.3	2 18.2	3 27.3	0 0.0	0 0.0	0 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)



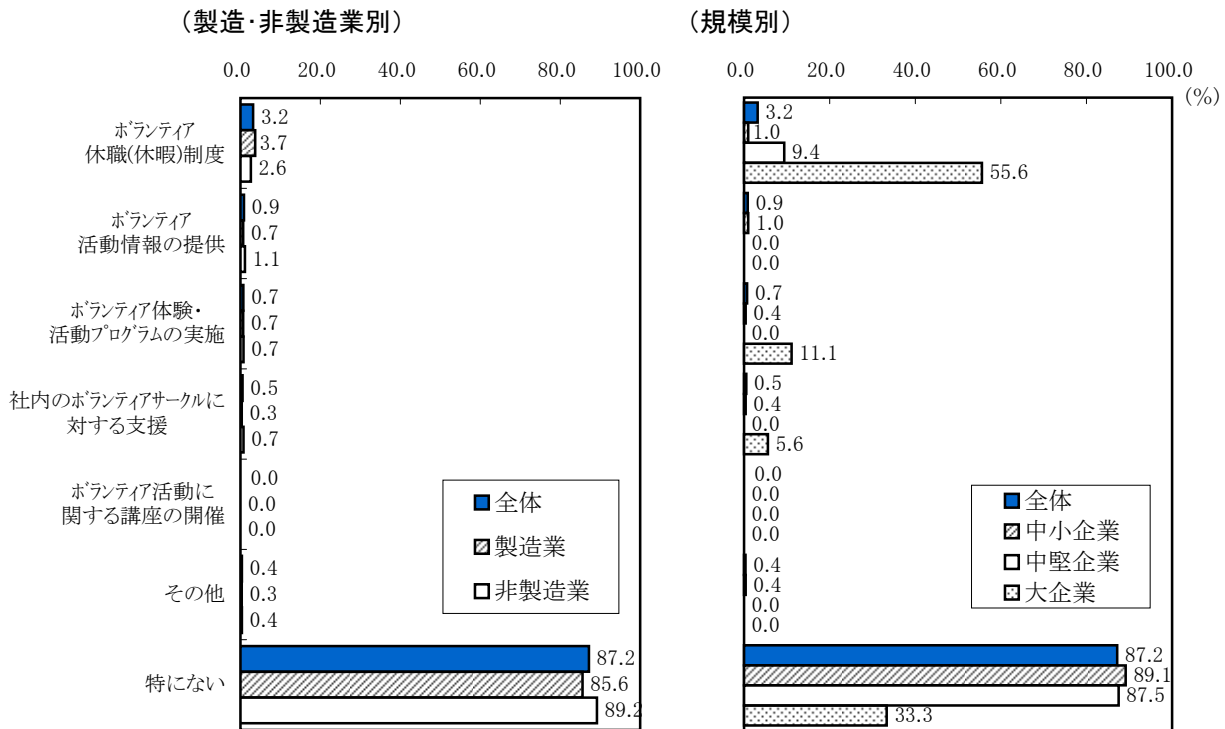
〈複数回答〉
(上段・件数 下段・%)

	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	61 100.0	38 62.3	24 39.3	12 19.7	12 19.7	7 11.5	6 9.8	2 3.3	1 1.6
	加工組立	69 100.0	43 62.3	31 44.9	13 18.8	11 15.9	8 11.6	10 14.5	2 2.9	2 2.9
	生活・その他	119 100.0	76 63.9	60 50.4	22 18.5	12 10.1	9 7.6	11 9.2	2 1.7	3 2.5
非製造業	建設	31 100.0	23 74.2	11 35.5	8 25.8	4 12.9	3 9.7	1 3.2	2 6.5	0 0.0
	運輸	19 100.0	14 73.7	4 21.1	5 26.3	6 31.6	2 10.5	1 5.3	0 0.0	0 0.0
	卸売・小売	72 100.0	37 51.4	28 38.9	11 15.3	14 19.4	13 18.1	7 9.7	5 6.9	2 2.8
	サービス・その他	92 100.0	52 56.5	37 40.2	21 22.8	19 20.7	11 12.0	9 9.8	3 3.3	0 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〉
(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
全体	569 100.0	18 3.2	5 0.9	4 0.7	3 0.5	0 0.0	2 0.4	496 87.2	47 8.3
製造業	298 100.0	11 3.7	2 0.7	2 0.7	1 0.3	0 0.0	1 0.3	255 85.6	28 9.4
非製造業	268 100.0	7 2.6	3 1.1	2 0.7	2 0.7	0 0.0	1 0.4	239 89.2	18 6.7
中小企業	516 100.0	5 1.0	5 1.0	2 0.4	2 0.4	0 0.0	2 0.4	460 89.1	45 8.7
中堅企業	32 100.0	3 9.4	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	28 87.5	1 3.1
大企業	18 100.0	10 55.6	0 0.0	2 11.1	1 5.6	0 0.0	0 0.0	6 33.3	0 0.0

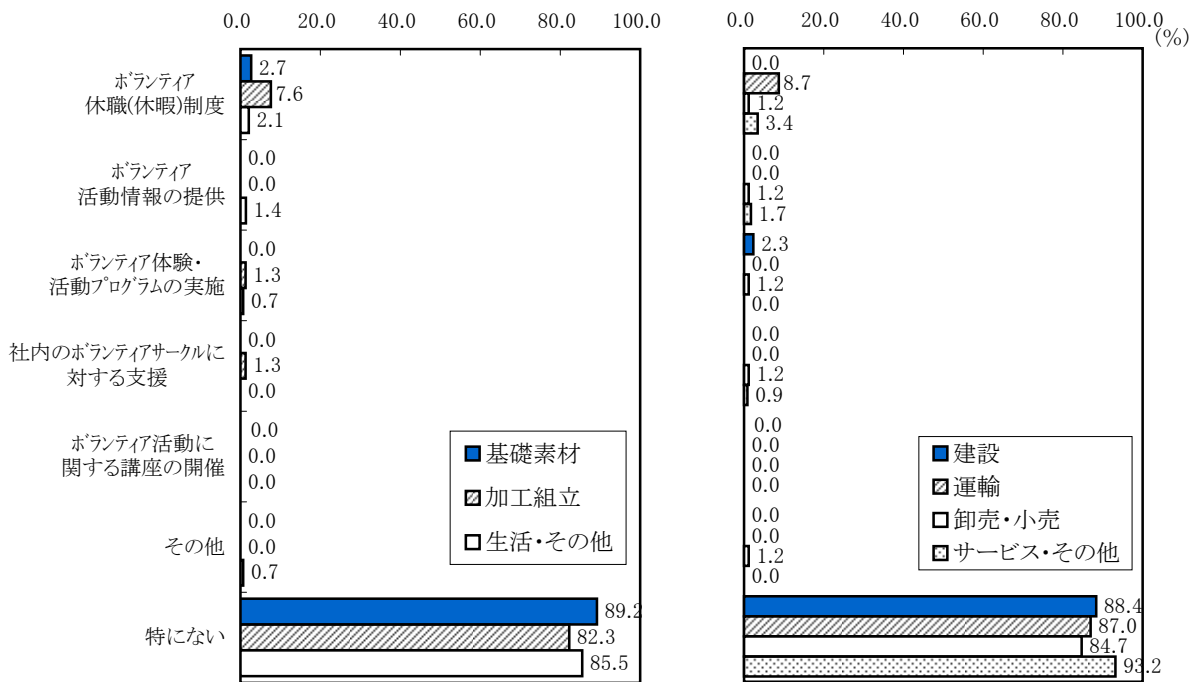
※網かけは上位3位

・「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)

[製造業]

[非製造業]



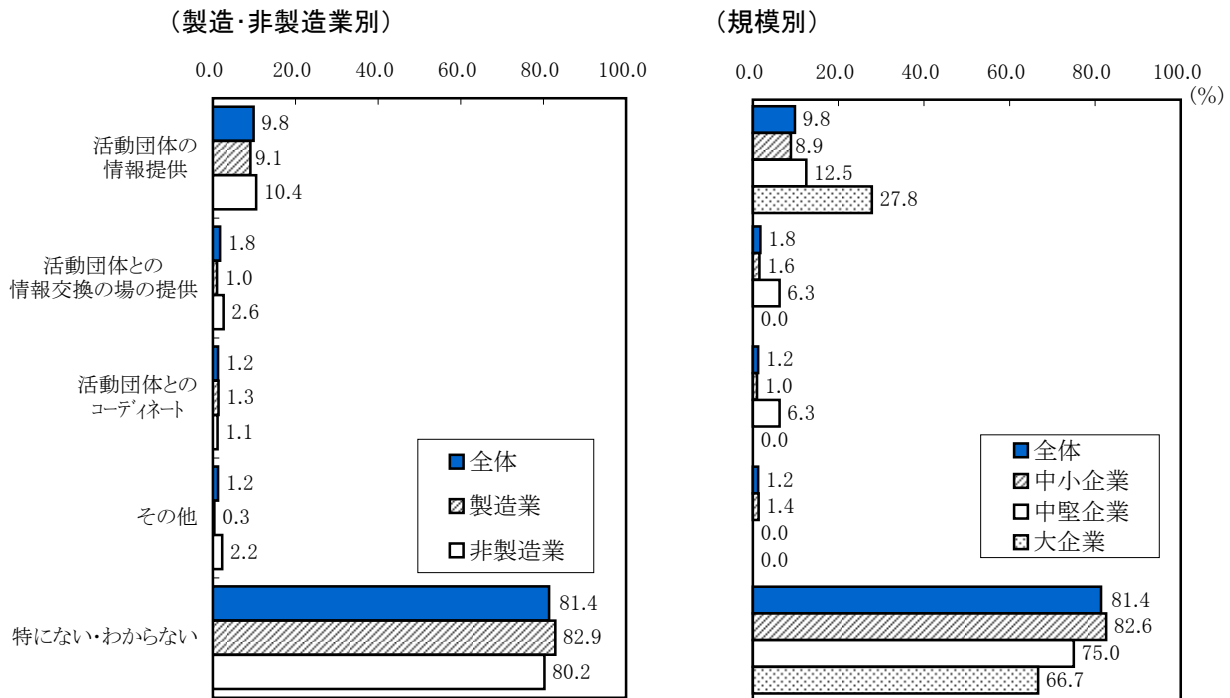
〈複数回答〉
(上段・件数 下段・%)

	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・活動プログラムの実施	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	特になし	無回答
製造業	基礎素材	74 100.0	2 2.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	66 89.2	6 8.1
	加工組立	79 100.0	6 7.6	0 0.0	1 1.3	1 1.3	0 0.0	65 82.3	7 8.9
	生活・その他	145 100.0	3 2.1	2 1.4	1 0.7	0 0.0	0 0.0	124 85.5	15 10.3
非製造業	建設	43 100.0	0 0.0	0 0.0	1 2.3	0 0.0	0 0.0	38 88.4	4 9.3
	運輸	23 100.0	2 8.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	20 87.0	1 4.3
	卸売・小売	85 100.0	1 1.2	1 1.2	1 1.2	1 1.2	0 0.0	72 84.7	11 12.9
	サービス・その他	117 100.0	4 3.4	2 1.7	0 0.0	1 0.9	0 0.0	109 93.2	2 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。

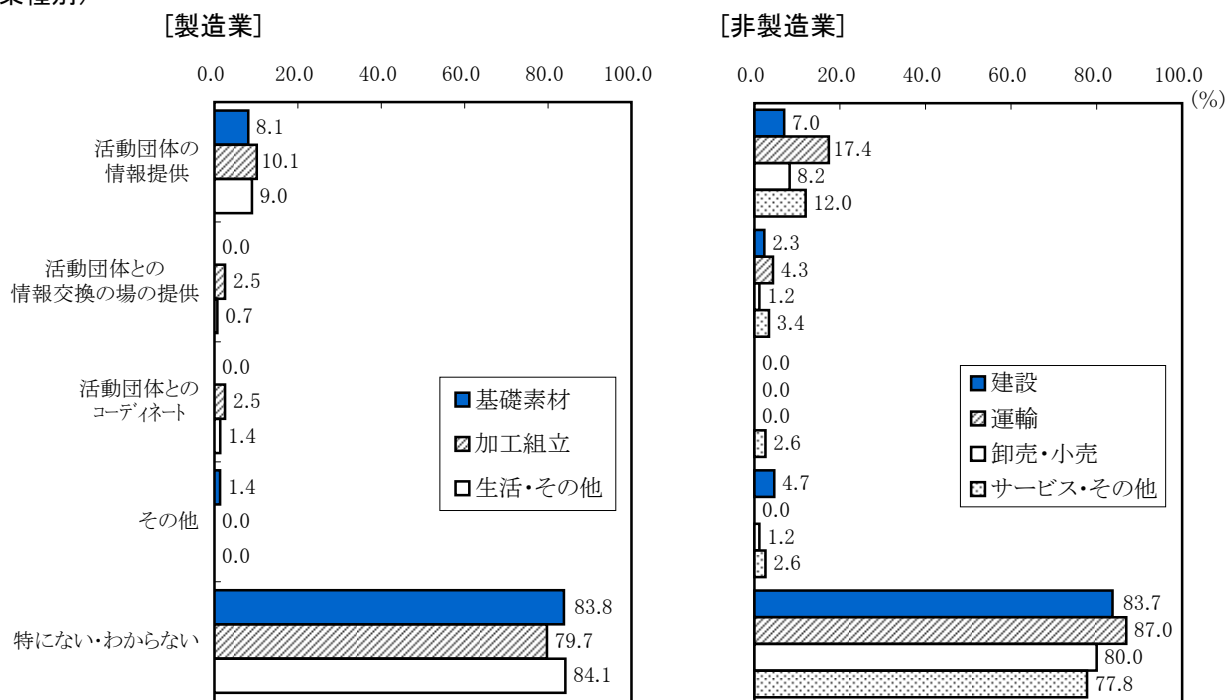


(複数回答)
(上段・件数 下段・%)

	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
全体	569 100.0	56 9.8	10 1.8	7 1.2	7 1.2	463 81.4	40 7.0
製造業	298 100.0	27 9.1	3 1.0	4 1.3	1 0.3	247 82.9	22 7.4
非製造業	268 100.0	28 10.4	7 2.6	3 1.1	6 2.2	215 80.2	17 6.3
中小企業	516 100.0	46 8.9	8 1.6	5 1.0	7 1.4	426 82.6	37 7.2
中堅企業	32 100.0	4 12.5	2 6.3	2 6.3	0 0.0	24 75.0	1 3.1
大企業	18 100.0	5 27.8	0 0.0	0 0.0	0 0.0	12 66.7	1 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	6	0	0	62	5
		100.0	8.1	0.0	0.0	83.8	6.8
	加工組立	79	8	2	2	63	7
	100.0	10.1	2.5	2.5	0.0	79.7	8.9
	145	13	1	2	0	122	10
	100.0	9.0	0.7	1.4	0.0	84.1	6.9
非製造業	建設	43	3	1	0	36	3
		100.0	7.0	2.3	0.0	83.7	7.0
	運輸	23	4	1	0	20	0
		100.0	17.4	4.3	0.0	87.0	0.0
	85	7	1	0	1	68	10
	100.0	8.2	1.2	0.0	1.2	80.0	11.8
	117	14	4	3	3	91	4
	100.0	12.0	3.4	2.6	2.6	77.8	3.4