

「松山市 中小企業景況調査 分析業務」
— 調査結果報告書 —

平成 28 年 3 月

「松山市中小企業景況調査分析業務」 調査結果報告書

目 次

I. 調査概要	1
II. 松山市の概況と特性	3
III. 中小企業を取り巻く環境	6
IV. 郵送アンケート調査結果	9
V. 訪問ヒアリング調査結果	68
VI. 総括	100
VII. 参考資料	104

I. 調査概要

1. 調査目的

松山市では、第6次総合計画において、「地域の魅力・活力が溢れるまち」をまちづくりの基本目標とし、「中小企業の振興」を政策目標に掲げ、暮らしを支える地域経済の活性化に向けた総合的な施策に取り組んでいる。

しかし、経済活動の国際化、少子高齢化の急速な進展などにより経済的、社会的環境が大きく変化する中、依然、中小企業の多くは経営資金の調達、人材の確保、新たな設備投資、販路の拡大など、様々な領域において厳しい状況に置かれており、その対策が急務となっている。

そこで、当調査・分析により、松山市内の中小企業の景気動向の実態を把握し、中小企業者当に対して地元経済の情報提供を行うと共に、今後の中小企業支援施策に向けた基礎資料の作成を目的とする。

2. 調査対象

① 郵送アンケート

松山市に本社を置く事業所の中から、株式会社帝国データバンクが保有するCOSMOS2企業概要ファイルのデータベースを基に、中小企業5,000社を抽出した。中小企業の定義は、中小企業基本法に規定された企業とする。

なお、アンケート対象として調査趣旨にそぐわない団体（財団、社団、宗教、学校、医療、社会福祉法人などは除く）。

中小企業基本法による「中小企業」の定義

業種分類	中小企業基本法の定義
製造業その他	資本金の額又は出資の総額が3億円以下の会社又は常時使用する従業員の数が300人以下の会社及び個人
卸売業	資本金の額又は出資の総額が1億円以下の会社又は常時使用する従業員の数が100人以下の会社及び個人
小売業	資本金の額又は出資の総額が5千万円以下の会社又は常時使用する従業員の数が50人以下の会社及び個人
サービス業	資本金の額又は出資の総額が5千万円以下の会社又は常時使用する従業員の数が100人以下の会社及び個人

② 訪問ヒアリング

アンケート対象先のうち120社を抽出し、訪問ヒアリングを実施した。

3. 調査期間

- ① 郵送アンケート 平成 27 年 8 月-10 月
- ② 訪問ヒアリング 平成 27 年 9 月-10 月

4. 回収結果

① 郵送アンケート

回答件数 1,282 件 (回答率:25.6%)

※休業・廃業等の回答は除く

② 訪問ヒアリング

回答件数 120 社

5. 調査実施機関

株式会社帝国データバンク

6. 注意事項

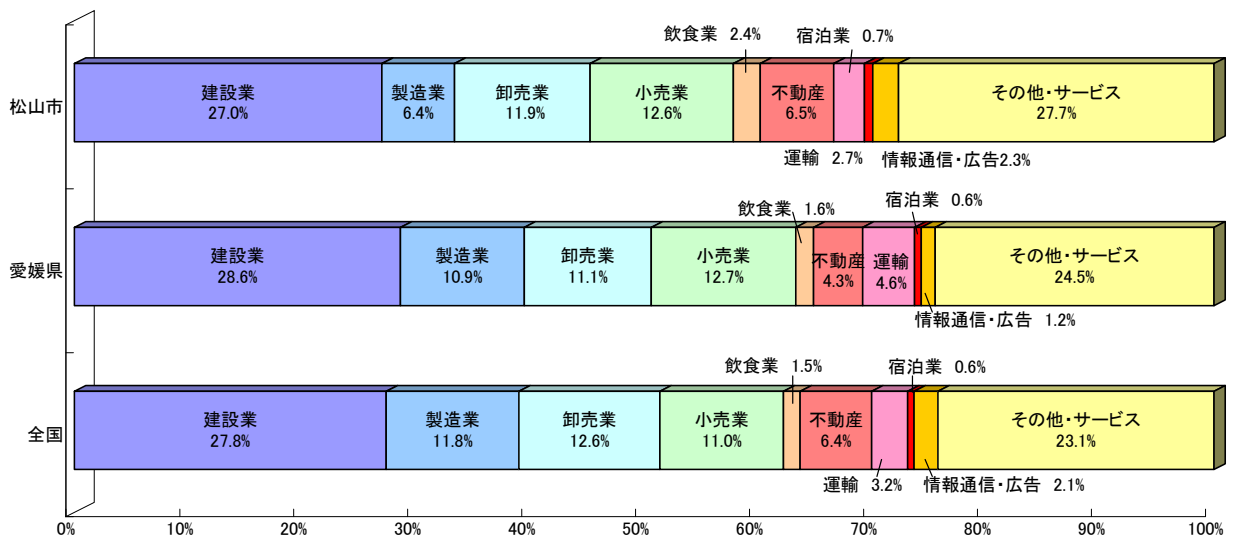
- ・ 本文および図表中の構成比は、小数点第 2 位以下を四捨五入している
- ・ 複数回答が 2 つ以上ある設問では、合計値は 100%を超える場合がある

Ⅱ. 松山市の概況と特性

1. 松山市の産業特性

松山市は、多くの観光資源に恵まれ、愛媛県の商業中心都市として、全国の企業と比較すると小売・飲食・サービス関連企業が高く集積している。愛媛県東予地区の造船・鉄鋼・紙パルプを中心とした製造業エリアと、南予地区の農水産業を中心としたエリアに囲まれ、松山市は様々な業種の企業がつどろ商業都市として発展してきた。近年は、情報通信・広告業において、ITベンチャーやコールセンターの創業・開設が相次ぎ、県内外の企業のITインフラを支えている。

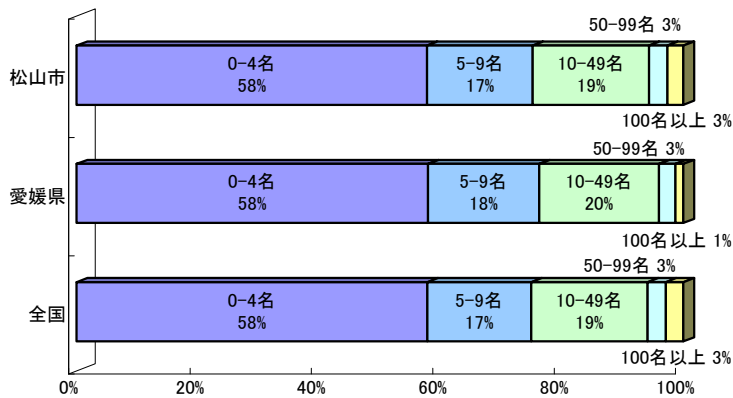
松山市の企業の業種別分布と、全国・愛媛県の企業の業種分布を比較したグラフは以下となる。



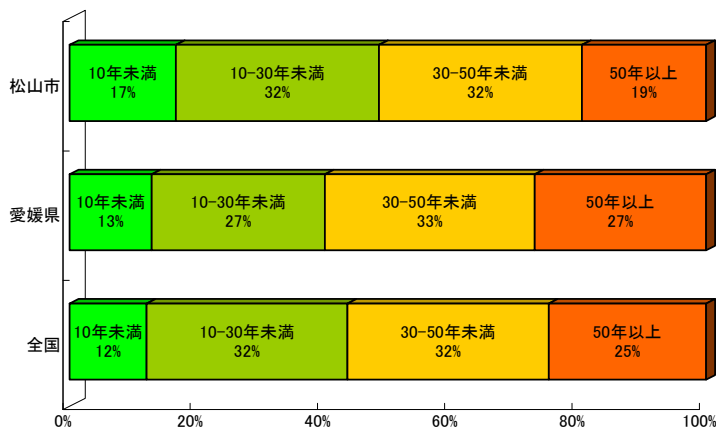
※集計件数 松山市：6,333社 愛媛県：17,758社 全国：1,458,774社
 ※従業員数は、正社員数で集計
 (帝国データバンク収録企業数、平成27年10月時点)

2. 松山市の企業特性

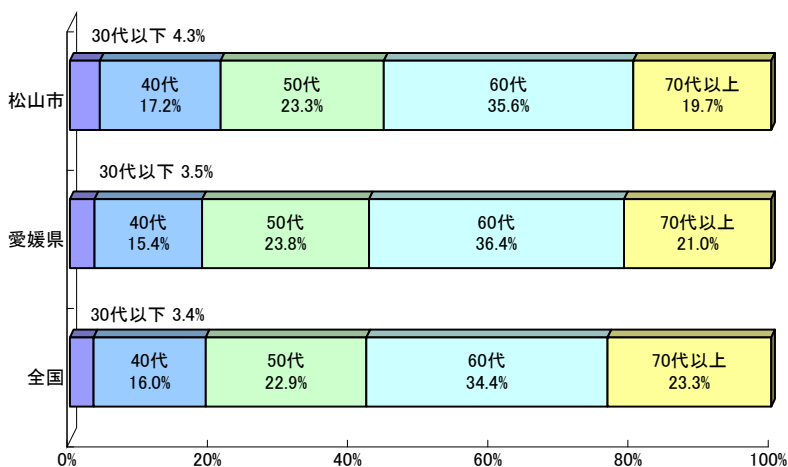
松山市の企業は、中小・零細企業が占める割合が高いが、全国の企業との規模別比較で、ほぼ同じ構成比となっている。松山市の企業の従業員別分布と、全国・愛媛県の企業の従業員別分布を比較したグラフは以下となる。



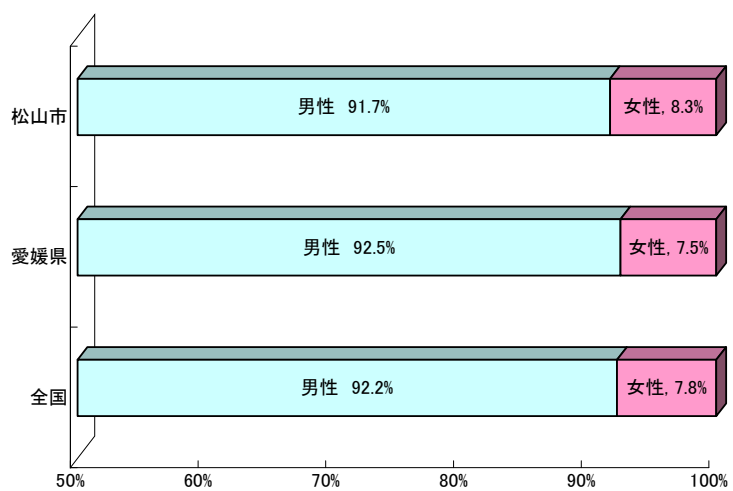
また、松山市の企業の業歴比較では、業歴10年未満の企業比率が高く、小売・飲食・サービス関連企業における開業・廃業率の高さと、情報通信・広告業での開業率の高さが背景にある。



代表者の年齢比較では、松山市の企業は全国平均と比較すると若い経営者の比率が高く、年齢の高い経営者の割合が低い。



代表者の男女比較では、松山市の企業は、全国平均と比べて女性社長の比率が多い。



Ⅲ. 中小企業を取り巻く環境

1. 中小企業の課題と地域活性化

2015年版 中小企業白書では、「地域発、中小企業イノベーション宣言」と題し、「中小企業・小規模事業者間の収益格差の広がり」、「イノベーションの取組」、「人的資源」、「地域活性化に向けた取組」が紹介されている。

中小企業・小規模事業者が収益力を向上させる上で課題となる「イノベーション・販路開拓」、「人材の確保・育成」を取り上げている。イノベーション・販路開拓については、商圏が広い事業者ほど積極的に取り組んでいる実態がある一方で、商圏が狭い企業もそうした取組を行うことで、利益を伸ばす可能性があることを示している。人材については、中小企業・小規模事業者において、研究開発、営業、IT等の分野の専門人材が不足していることを明らかにするとともに、地域ぐるみでそうした人材の確保・育成に取り組んでいる事例の紹介などを行っている。

中小企業・小規模事業者が根ざす「地域」については、地域固有の資源（地域資源）の活用状況や、商品化や売込みに関する課題を分析し、事例を交えながら地域活性化の取組みを検証している。地域活性化に対する中小企業・小規模事業者の関わり方や、地域をまとめ地域活性化を担う「地域商社」として各種団体の果たす役割が重要となっている。

2. 人手不足

安倍内閣の経済政策（アベノミクス）における成長戦略を進めるなかで、人手不足が大きな懸念材料となっている。また、マイナンバーへの対応に追われる情報サービスや、訪日旅行客や国内旅行の増加による飲食店、娯楽サービスで人手不足が急激に深刻化するなど、人手不足における業種の違いが顕著に表れている。有効求人倍率の上昇や失業率の低下など労働市場がひっ迫するなかでは、求職者にとっては明るい材料となる一方、企業は人件費上昇などのコストアップにつながり、今後の経済活動における足かせともなりかねない。

従業員数の多い大手企業ほど正社員・非正社員ともに不足感を抱いている。また、好調なインバウンド消費の恩恵を受ける業種で人手不足を感じる企業が多くなっており、急激に人手不足に見舞われる業種では、成長余力が削がれる懸念もある。人手不足により受注を逃すことによる機会損失を最小限とするためには、短期的な就業支援のみならず、中長期の社会・人口情勢を見越した労働市場の改革が求められている。

3. 後継者問題

帝国データバンク発表の『2016年社長分析』において、社長の平均年齢は59.2歳となり過去最高を更新した。1990年の調査開始以降一貫して上昇している。また、2016年2月時点の『人口推計（概算値）』では、国内の高齢者（65歳以上）人口は3414万人で、高齢化率は26.9%まで上昇している。社長業においては、60歳ではまだまだ現役とも言われるが、事業承継をないがしろにしては、10年20年後の会社成長は望めない。円高・株安の観測が強まり、アベノミクスの失速が懸念されるなかで、日本経済にとっては個別企業がその成長の歩みを止めることなく、力を発揮していくことが必要不可欠であり、そのためにも円滑な事業承継がこれまでも増して重要な課題だと言える。

また、帝国データバンク発表の『2016年 後継者問題に関する企業の実態調査』では、国内

企業の3分の2にあたる66.1%が後継者不在であった。後継者のいる企業における後継者の属性は、「子供」が構成比38.6%で最多となる一方、「非同族」が増加し同32.4%であった。

近年では、積極的なM&Aの推奨や、市場の新陳代謝を意図したゆるやかな廃業というのがひとつのトレンドとなりつつあるが、M&Aを選択できる企業は、こと中小企業においてはほんの一握りに過ぎず、やむを得ず廃業や倒産を余儀なくされる企業も数多いとみられる。

一方で、後継者選定についてのトレンドは、この4年間で大きく変化しており、「非同族」を後継者として指名する企業が大幅に増えてきている。株式の買い取りや債務保証力、関係先との信頼関係の継続、社内での求心力維持など、非同族への承継には超えるべきハードルも多いが、同族外への承継に際しても利用可能となった「事業承継税制」や、地方創生の取り組みの一環として進められた「事業引継ぎ支援センター」の利用など、制度上のバックアップの幅は広がっている。今後は、「よそ者」と呼ばれる、新しい風を会社に吹き込むことが重要になってくる。

4. 賃金動向

2016年1月に日本銀行が公表した「経済・物価情勢の展望」で、インフレ率2%という目標の達成時期は、2017年度前半へと先延ばしされた。そのような中、賃金の上昇はアベノミクスの成否を決定する重要なファクターとなっている。そのため、政府は官民対話等を通じて業績が改善している企業に対して賃金の引き上げを要請している。

2015年度には3社に2社が賃上げを実施したなか、2016年度も半数近くの企業が賃金改善を実施する見通しとなった。企業の総人件費は平均2.49%上昇すると見込まれ、従業員への給与・賞与は約3.4兆円増加すると推計される。しかし、賃金改善の理由として「労働力の定着・確保」を挙げる企業は7割を超え、逆に業績が拡大したことを理由とする企業は3年連続で減少している。企業の賃金改善は、業績よりも労働力の定着・確保を第一に捉えて実施するという姿勢が明らかとなっている。

本来的に、賃金は企業の業績拡大を通じて上昇することが望ましく、そうでない状況は長続きしえない。現状は人手不足が生じているなかでの賃上げで、業績はまだそれに追いついていない。賃金上昇を確実なものとし、安定的なインフレ率が達成されるためにも、企業業績の改善は一段と重要になってくる。

5. 景気動向

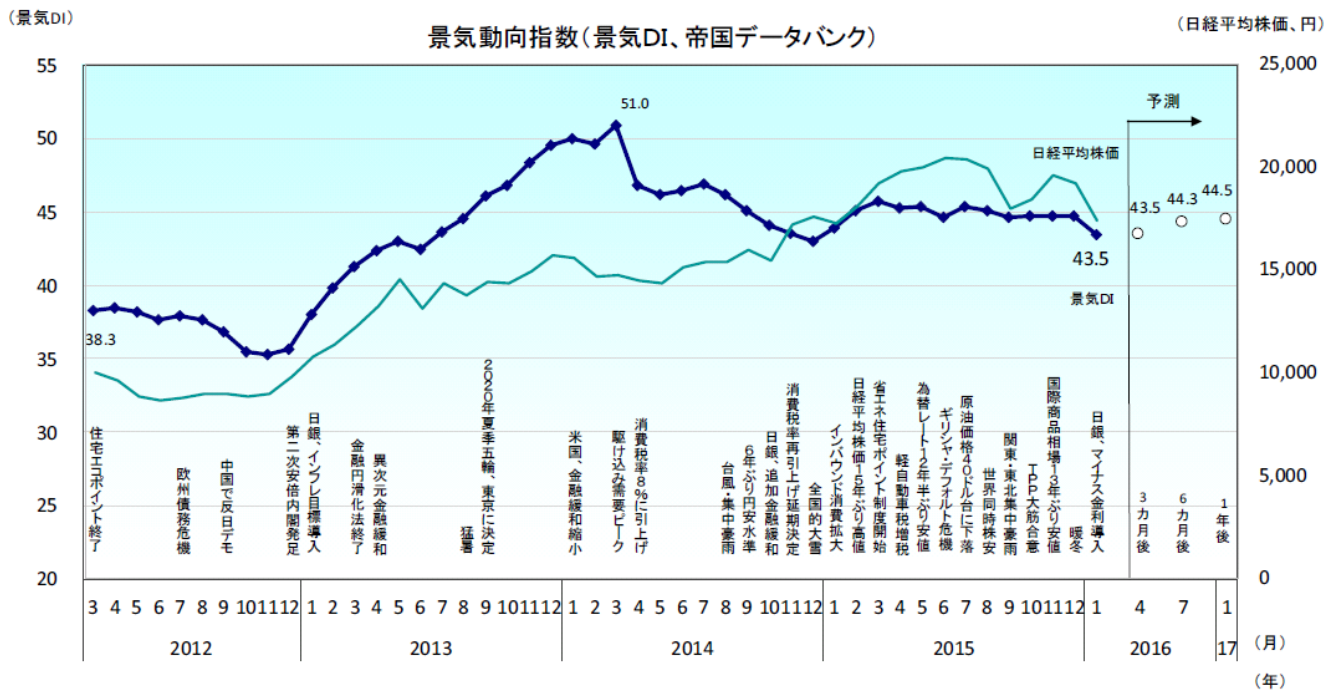
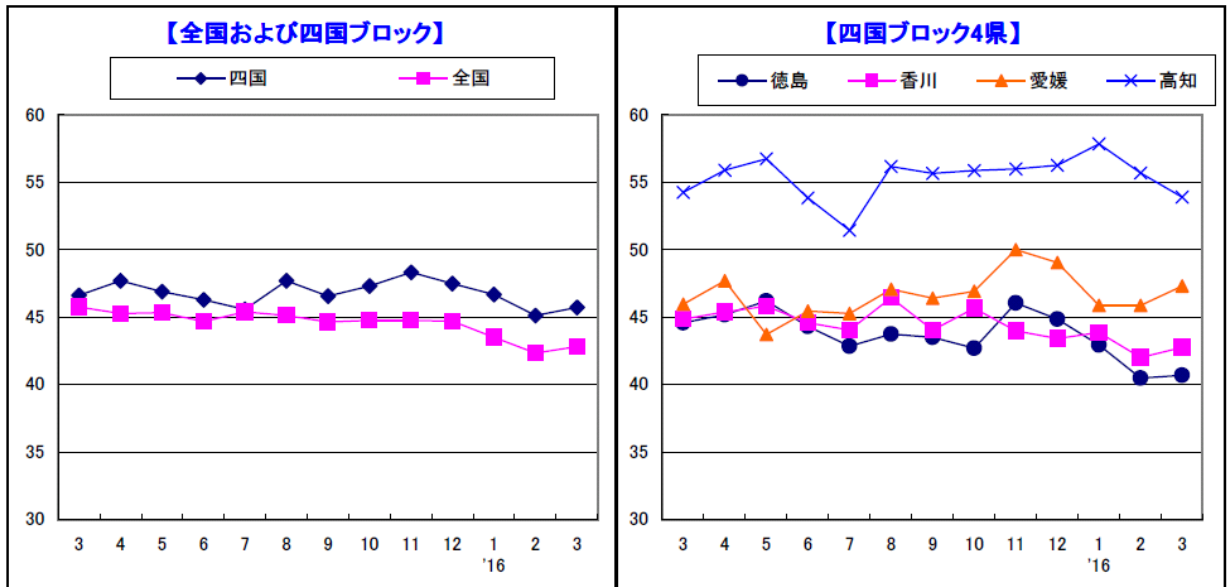
松山市中小企業景況調査では、好業績の企業が多いながらも収益を悪化させている企業が多く見られる。松山市の主要産業であるサービス・小売・飲食業では、競争の激化や販売単価の下落等により、収益を低下させている企業が目立っている。個人消費の依存度が高い松山市において、外国人観光客の増加や所得拡大策による恩恵は限定的で、今後の消費税引上げを見据え、市場環境はますます厳しくなるとの見方もある。

帝国データバンクが実施する全国約1万社の景気動向調査では、愛媛県は景気の先行き見通しを示す景気動向指数が、全国3位と好調な見通しが出ている。その要因としては、造船・製造業が牽引し、取引企業への波及効果もあり良好な結果となったといえる。政府の成長戦略や新三本の矢に掲げられている政策などを通じ、法人需要・個人消費の拡大が求められている。

国内景気は、家計の収入・支出が減少を続けているなかで、企業業績の改善にともなう賃金上昇や設備投資の動向がカギを握る。中国の経済減速や原油価格下落による資源国経済の低迷、米国の金利引き上げなど、海外を起因とする不安材料は多い。また、昨年夏以降、卸売・小売で在庫が積み増されてきており、在庫調整圧力が高まっていく可能性がある。今後の景気は、

生産や消費に下振れ懸念があり弱含みで推移するとみられるなか、金融緩和や景気対策、消費税率引き上げ先送りといった、アベノミクス第二弾を後押しする政策パッケージの投入が求められている。

・ 2016年度景気動向指数、全国と四国4県比較



出典：2月3日発表、TDB景気動向調査2016年1月調査（全国）
 (DIは、0~100までの範囲で変化し、50が判断の分かれ目となる。調査開始は2002年5月)

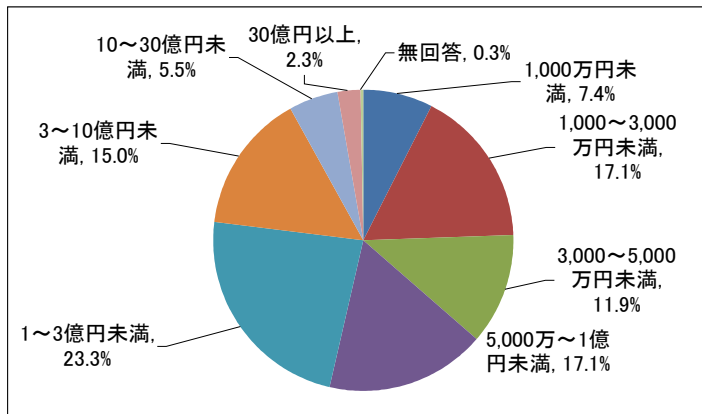
URL: <http://www.tdb-di.com/>

IV. 郵送調査アンケート結果

問1. 貴社の概要について、それぞれあてはまるもの1つに○をおつけください。

(1) 売上高

結果	件数	構成比率
1. 1,000万円未満	95 件	7.4%
2. 1,000～3,000万円未満	219 件	17.1%
3. 3,000～5,000万円未満	153 件	11.9%
4. 5,000万～1億円未満	219 件	17.1%
5. 1～3億円未満	299 件	23.3%
6. 3～10億円未満	192 件	15.0%
7. 10～30億円未満	71 件	5.5%
8. 30億円以上	30 件	2.3%
無回答	4 件	0.3%
合計	1,282 件	100.0%



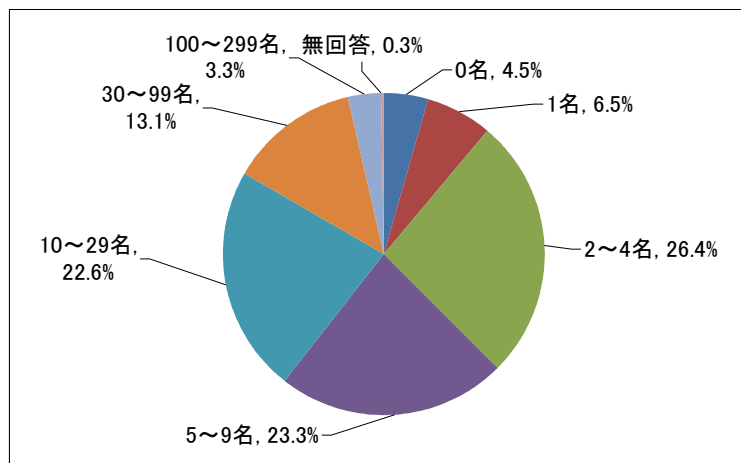
	合計	Q1(1) 売上高								
		1,000万円未満	1,000～3,000万円未満	3,000～5,000万円未満	5,000万～1億円未満	1～3億円未満	3～10億円未満	10～30億円未満	30億円以上	無回答
1.建設業	351 100.0%	17 4.8%	60 17.1%	51 14.5%	75 21.4%	104 29.6%	30 8.5%	10 2.8%	3 0.9%	1 0.3%
2.製造業	98 100.0%	7 7.1%	12 12.2%	7 7.1%	18 18.4%	19 19.4%	21 21.4%	11 11.2%	3 3.1%	0 0.0%
3.卸売業	190 100.0%	7 3.7%	21 11.1%	13 6.8%	31 16.3%	46 24.2%	46 24.2%	18 9.5%	8 4.2%	0 0.0%
4.小売業	138 100.0%	9 6.5%	26 18.8%	20 14.5%	24 17.4%	21 15.2%	28 20.3%	9 6.5%	1 0.7%	0 0.0%
5.飲食業	19 100.0%	2 10.5%	3 15.8%	1 5.3%	3 15.8%	7 36.8%	1 5.3%	1 5.3%	1 5.3%	0 0.0%
6.不動産	81 100.0%	16 19.8%	16 19.8%	10 12.3%	8 9.9%	20 24.7%	8 9.9%	3 3.7%	0 0.0%	0 0.0%
7.運輸	42 100.0%	1 2.4%	8 19.0%	3 7.1%	8 19.0%	8 19.0%	8 19.0%	3 7.1%	3 7.1%	0 0.0%
8.宿泊業	10 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	4 40.0%	2 20.0%	4 40.0%	0 0.0%	0 0.0%
9.情報通信・広告	34 100.0%	4 11.8%	6 17.6%	2 5.9%	8 23.5%	8 23.5%	4 11.8%	2 5.9%	0 0.0%	0 0.0%
10.その他、サービス業	254 100.0%	27 10.6%	52 20.5%	40 15.7%	35 13.8%	50 19.7%	35 13.8%	7 2.8%	8 3.1%	0 0.0%
不明	65 100.0%	5 7.7%	15 23.1%	6 9.2%	9 13.8%	12 18.5%	9 13.8%	3 4.6%	3 4.6%	3 4.6%

売上高は、「1～3億円未満」の企業が23.3%と最も高く、「1,000～3,000万円未満」、「5,000～1億円」未満の企業がともに17.1%と続いた。

問1. 貴社の概要について、それぞれあてはまるもの1つに○をおつけください。

(2) 正社員数

結果	件数	構成比率
1. 0名	58 件	4.5%
2. 1名	83 件	6.5%
3. 2～4名	338 件	26.4%
4. 5～9名	299 件	23.3%
5. 10～29名	290 件	22.6%
6. 30～99名	168 件	13.1%
7. 100～299名	42 件	3.3%
無回答	4 件	0.3%
合計	1,282 件	100.0%



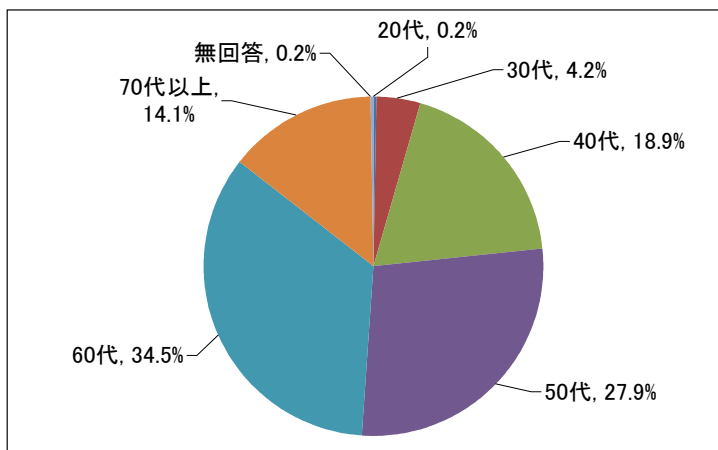
	合計	Q1(2) 従業員数							
		0名	1名	2～4名	5～9名	10～29名	30～99名	100～299名	無回答
1.建設業	351	18	18	113	99	81	19	2	1
	100.0%	5.1%	5.1%	32.2%	28.2%	23.1%	5.4%	0.6%	0.3%
2.製造業	98	1	2	14	18	33	23	7	0
	100.0%	1.0%	2.0%	14.3%	18.4%	33.7%	23.5%	7.1%	0.0%
3.卸売業	190	8	11	38	58	49	23	3	0
	100.0%	4.2%	5.8%	20.0%	30.5%	25.8%	12.1%	1.6%	0.0%
4.小売業	138	12	14	46	22	27	15	2	0
	100.0%	8.7%	10.1%	33.3%	15.9%	19.6%	10.9%	1.4%	0.0%
5.飲食業	19	0	0	3	3	6	4	3	0
	100.0%	0.0%	0.0%	15.8%	15.8%	31.6%	21.1%	15.8%	0.0%
6.不動産	81	8	10	33	19	3	6	2	0
	100.0%	9.9%	12.3%	40.7%	23.5%	3.7%	7.4%	2.5%	0.0%
7.運輸	42	0	0	4	6	16	13	2	1
	100.0%	0.0%	0.0%	9.5%	14.3%	38.1%	31.0%	4.8%	2.4%
8.宿泊業	10	0	0	0	2	2	2	4	0
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	20.0%	20.0%	40.0%	0.0%
9.情報通信・広告	34	1	3	6	7	10	6	1	0
	100.0%	2.9%	8.8%	17.6%	20.6%	29.4%	17.6%	2.9%	0.0%
10.その他、サービス業	254	7	16	67	53	54	43	14	0
	100.0%	2.8%	6.3%	26.4%	20.9%	21.3%	16.9%	5.5%	0.0%
不明	65	3	9	14	12	9	14	2	2
	100.0%	4.6%	13.8%	21.5%	18.5%	13.8%	21.5%	3.1%	3.1%

従業員数は、「2～4名」が26.4%と最も高く、「5～9名」が23.3%、「10～29名」が22.6%と続いた。業種別にみると、建設業・小売業・不動産業・サービス業で従業員数が少ない企業が多く、製造業・卸売業・飲食業・運輸業・宿泊業・情報通信・広告業で従業員数が多い企業が多い。

問1. 貴社の概要について、それぞれあてはまるもの1つに○をおつけください。

(3) 代表者の年齢

結果	件数	構成比率
1. 20代	2 件	0.2%
2. 30代	54 件	4.2%
3. 40代	242 件	18.9%
4. 50代	358 件	27.9%
5. 60代	442 件	34.5%
6. 70代以上	181 件	14.1%
無回答	3 件	0.2%
合計	1,282 件	100.0%



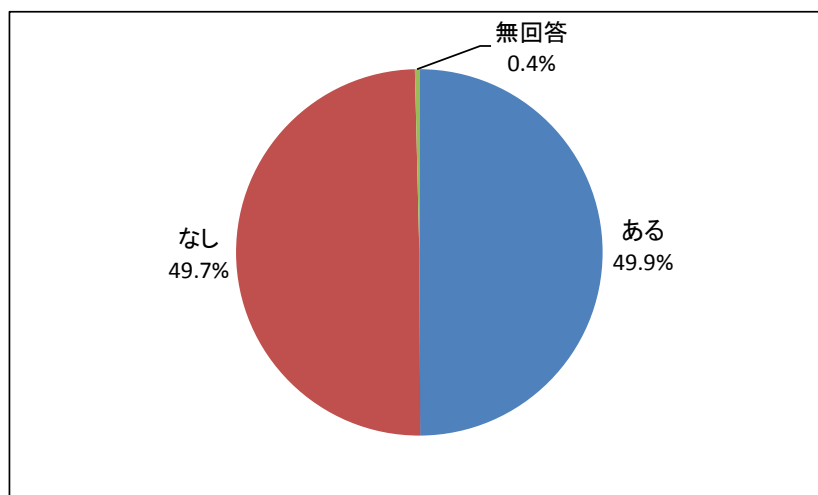
	合計	Q1(3) 代表者の年齢						
		20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	無回答
1.建設業	351 100.0%	0 0.0%	15 4.3%	71 20.2%	85 24.2%	131 37.3%	48 13.7%	1 0.3%
2.製造業	98 100.0%	0 0.0%	3 3.1%	19 19.4%	35 35.7%	23 23.5%	18 18.4%	0 0.0%
3.卸売業	190 100.0%	1 0.5%	6 3.2%	36 18.9%	50 26.3%	69 36.3%	28 14.7%	0 0.0%
4.小売業	138 100.0%	0 0.0%	8 5.8%	23 16.7%	41 29.7%	46 33.3%	20 14.5%	0 0.0%
5.飲食業	19 100.0%	0 0.0%	1 5.3%	6 31.6%	6 31.6%	5 26.3%	1 5.3%	0 0.0%
6.不動産	81 100.0%	0 0.0%	4 4.9%	11 13.6%	24 29.6%	25 30.9%	17 21.0%	0 0.0%
7.運輸	42 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	4 9.5%	9 21.4%	21 50.0%	8 19.0%	0 0.0%
8.宿泊業	10 100.0%	0 0.0%	1 10.0%	1 10.0%	4 40.0%	2 20.0%	2 20.0%	0 0.0%
9.情報通信・広告	34 100.0%	0 0.0%	1 2.9%	8 23.5%	7 20.6%	13 38.2%	5 14.7%	0 0.0%
10.その他、サービス業	254 100.0%	1 0.4%	12 4.7%	55 21.7%	70 27.6%	86 33.9%	29 11.4%	1 0.4%
不明	65 100.0%	0 0.0%	3 4.6%	8 12.3%	27 41.5%	21 32.3%	5 7.7%	1 1.5%

代表者の年齢は、「60代」が34.5%と最も高く、「50代」が27.9%、「40代」が18.9%と続く。「70代以上」の経営者も14.1%を占め、今後、代表者の高齢化や事業承継問題が懸念される。

問 1. 貴社の概要について、それぞれあてはまるもの 1 つに○をおつけください。

(4) ホームページの有無

結果	件数	構成比率
1. ある	640 件	49.9%
2. なし	637 件	49.7%
無回答	5 件	0.4%
合計	1,282 件	100.0%



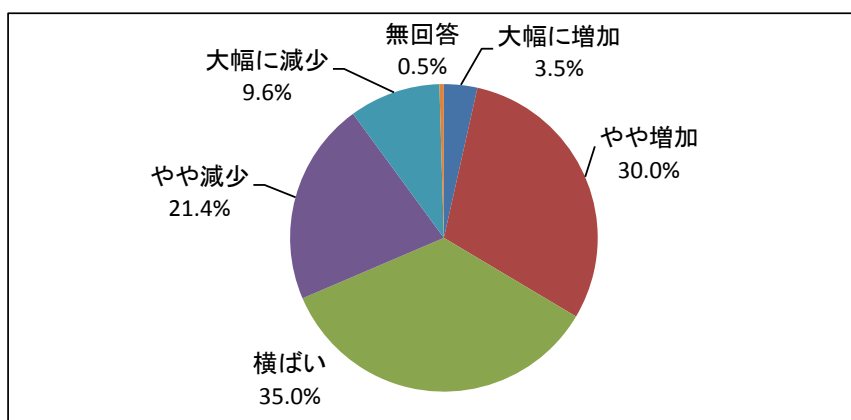
	合計	Q1(4) ホームページの有無		
		ある	なし	無回答
1.建設業	351 100.0%	113 32.2%	235 67.0%	3 0.9%
2.製造業	98 100.0%	62 63.3%	36 36.7%	0 0.0%
3.卸売業	190 100.0%	96 50.5%	94 49.5%	0 0.0%
4.小売業	138 100.0%	77 55.8%	60 43.5%	1 0.7%
5.飲食業	19 100.0%	13 68.4%	6 31.6%	0 0.0%
6.不動産	81 100.0%	48 59.3%	33 40.7%	0 0.0%
7.運輸	42 100.0%	21 50.0%	21 50.0%	0 0.0%
8.宿泊業	10 100.0%	9 90.0%	1 10.0%	0 0.0%
9.情報通信・広告	34 100.0%	33 97.1%	1 2.9%	0 0.0%
10.その他、サービス業	254 100.0%	138 54.3%	116 45.7%	0 0.0%
不明	65 100.0%	30 46.2%	34 52.3%	1 1.5%

ホームページが「ある」企業は 49.9%、「ない」企業は 49.7%であった。業種別にみると、製造業・小売業・飲食業・不動産業・宿泊業、情報通信・広告・サービス業でのホームページの開設が進んでいる。

問2. 貴社の直近3年間の売上高と純利益について、それぞれあてはまるもの1つに○をおつけください。

(1) 売上高

結果	件数	構成比率
1. 大幅に増加	45 件	3.5%
2. やや増加	385 件	30.0%
3. 横ばい	449 件	35.0%
4. やや減少	274 件	21.4%
5. 大幅に減少	123 件	9.6%
無回答	6 件	0.5%
合計	1,282 件	100.0%



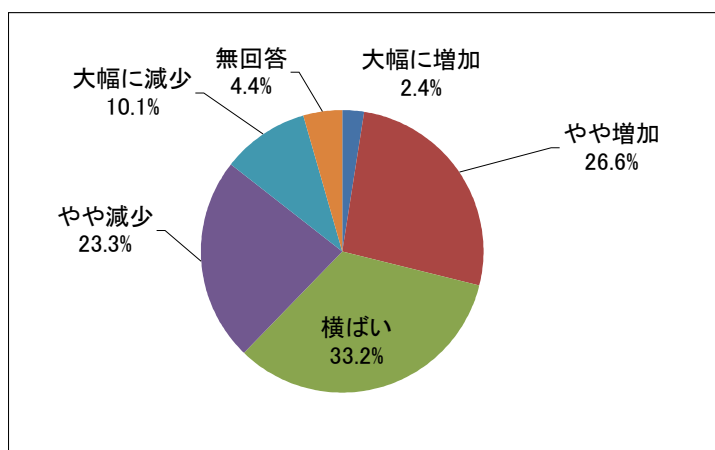
	合計	Q2(1) 売上高					
		大幅に増加	やや増加	横ばい	やや減少	大幅に減少	無回答
1.建設業	351 100.0%	18 5.1%	122 34.8%	132 37.6%	48 13.7%	29 8.3%	2 0.6%
2.製造業	98 100.0%	2 2.0%	32 32.7%	27 27.6%	27 27.6%	9 9.2%	1 1.0%
3.卸売業	190 100.0%	4 2.1%	60 31.6%	64 33.7%	49 25.8%	12 6.3%	1 0.5%
4.小売業	138 100.0%	2 1.4%	20 14.5%	44 31.9%	36 26.1%	36 26.1%	0 0.0%
5.飲食業	19 100.0%	1 5.3%	3 15.8%	5 26.3%	9 47.4%	1 5.3%	0 0.0%
6.不動産	81 100.0%	1 1.2%	22 27.2%	33 40.7%	16 19.8%	9 11.1%	0 0.0%
7.運輸	42 100.0%	4 9.5%	13 31.0%	11 26.2%	12 28.6%	2 4.8%	0 0.0%
8.宿泊業	10 100.0%	0 0.0%	3 30.0%	4 40.0%	2 20.0%	1 10.0%	0 0.0%
9.情報通信・広告	34 100.0%	1 2.9%	8 23.5%	14 41.2%	8 23.5%	3 8.8%	0 0.0%
10.その他、サービス業	254 100.0%	10 3.9%	85 33.5%	90 35.4%	53 20.9%	15 5.9%	1 0.4%
不明	65 100.0%	2 3.1%	17 26.2%	25 38.5%	14 21.5%	6 9.2%	1 1.5%

直近3年間の売上高は、「横ばい」が35.5%と最も高く、「やや増加」が30.0%、「やや減少」が21.4%と続いた。建設業・運輸業・サービス業で増収傾向の企業が多く、小売業・飲食業で減収傾向の企業が多い。

問2. 貴社の直近3年間の売上高と純利益について、それぞれあてはまるもの1つに○をおつけください。

(2) 純利益

結果	件数	構成比率
1. 大幅に増加	31 件	2.4%
2. やや増加	341 件	26.6%
3. 横ばい	425 件	33.2%
4. やや減少	299 件	23.3%
5. 大幅に減少	130 件	10.1%
無回答	56 件	4.4%
合計	1,282 件	100.0%



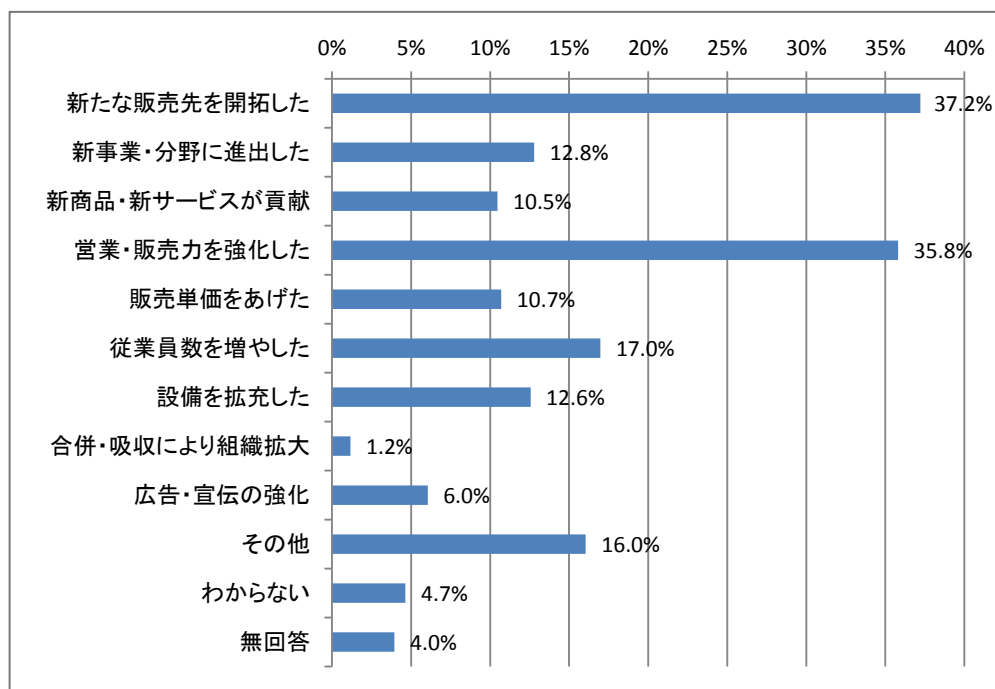
	合計	Q2(2) 純利益					
		大幅に増加	やや増加	横ばい	やや減少	大幅に減少	無回答
1.建設業	351 100.0%	13 3.7%	114 32.5%	113 32.2%	60 17.1%	27 7.7%	24 6.8%
2.製造業	98 100.0%	1 1.0%	26 26.5%	31 31.6%	29 29.6%	8 8.2%	3 3.1%
3.卸売業	190 100.0%	2 1.1%	47 24.7%	63 33.2%	55 28.9%	17 8.9%	6 3.2%
4.小売業	138 100.0%	3 2.2%	21 15.2%	41 29.7%	35 25.4%	32 23.2%	6 4.3%
5.飲食業	19 100.0%	1 5.3%	3 15.8%	6 31.6%	5 26.3%	3 15.8%	1 5.3%
6.不動産	81 100.0%	1 1.2%	20 24.7%	28 34.6%	18 22.2%	10 12.3%	4 4.9%
7.運輸	42 100.0%	1 2.4%	17 40.5%	13 31.0%	8 19.0%	1 2.4%	2 4.8%
8.宿泊業	10 100.0%	0 0.0%	5 50.0%	0 0.0%	3 30.0%	2 20.0%	0 0.0%
9.情報通信・広告	34 100.0%	1 2.9%	5 14.7%	15 44.1%	10 29.4%	2 5.9%	1 2.9%
10.その他、サービス業	254 100.0%	7 2.8%	68 26.8%	90 35.4%	60 23.6%	22 8.7%	7 2.8%
不明	65 100.0%	1 1.5%	15 23.1%	25 38.5%	16 24.6%	6 9.2%	2 3.1%

直近3年間の純利益は、「横ばい」が33.2%と最も高く、「やや増加」が26.6%、「やや減少」が23.3%と続いた。業種別にみると、建設業・運輸業で増益傾向の企業が多く、小売業・飲食業で減益傾向の企業が多い。

副問. 問2において「売上高が増加」「純利益が増加」したと回答した方におうかがいします。理由について、それぞれあてはまるものすべてに○をおつけください。

[売上高が増加した理由]

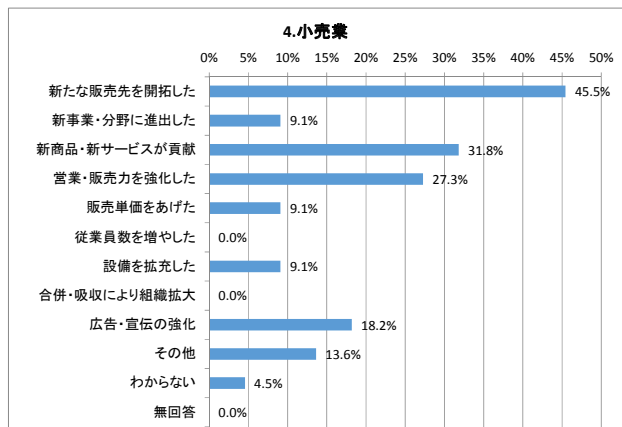
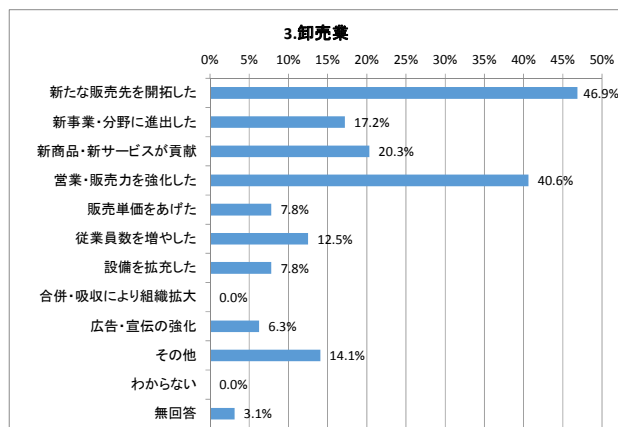
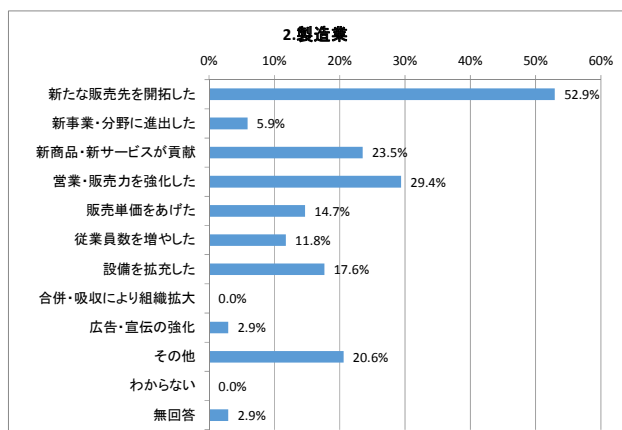
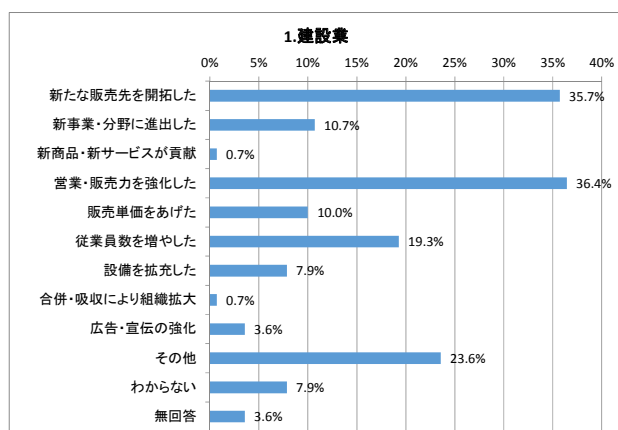
結果	件数	構成比率
1. 新たな販売先を開拓した	160 件	37.2%
2. 新事業・分野に進出した	55 件	12.8%
3. 新商品・新サービスが貢献	45 件	10.5%
4. 営業・販売力を強化した	154 件	35.8%
5. 販売単価をあげた	46 件	10.7%
6. 従業員数を増やした	73 件	17.0%
7. 設備を拡充した	54 件	12.6%
8. 合併・吸収により組織拡大	5 件	1.2%
9. 広告・宣伝の強化	26 件	6.0%
10. その他	75 件	17.4%
11. わからない	20 件	4.7%
無回答	14 件	3.3%
合計	430 件	-

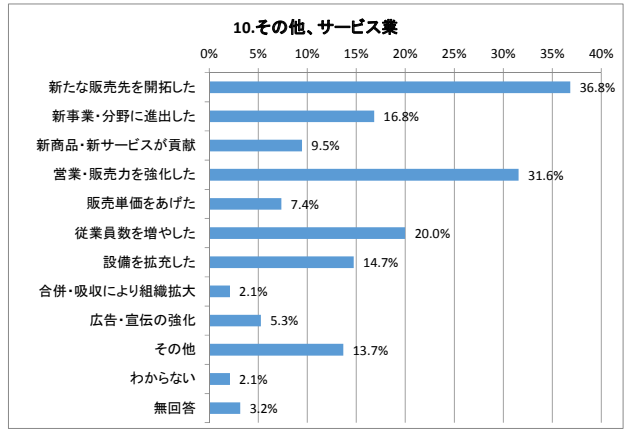
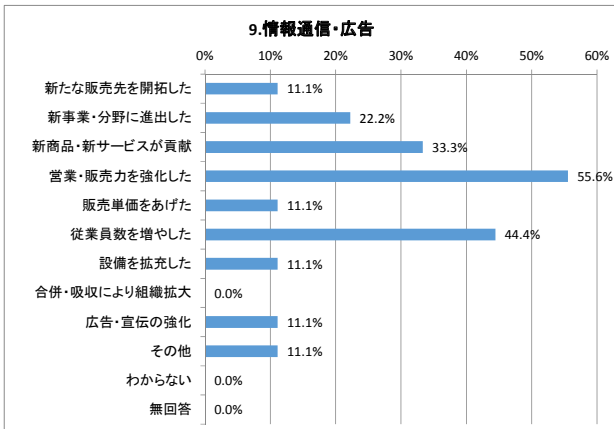
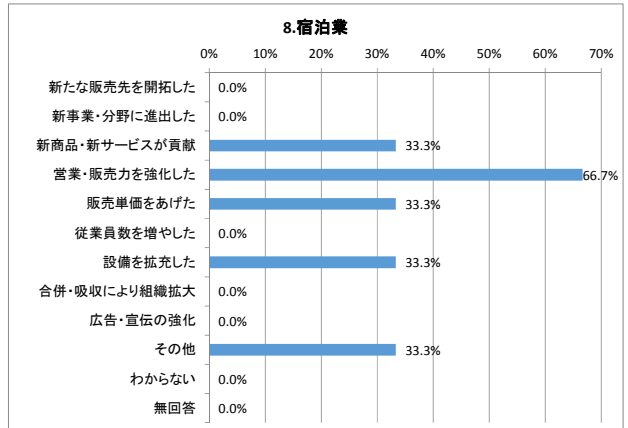
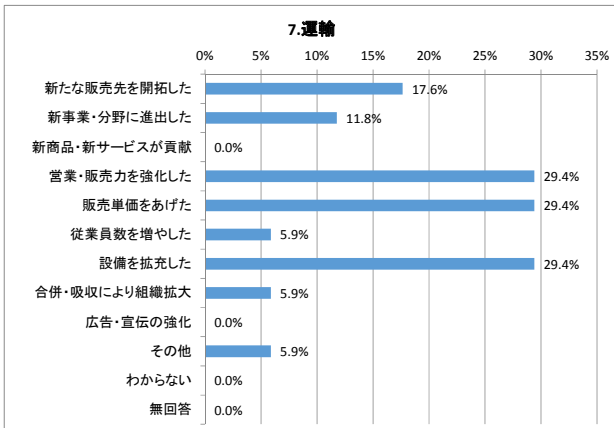
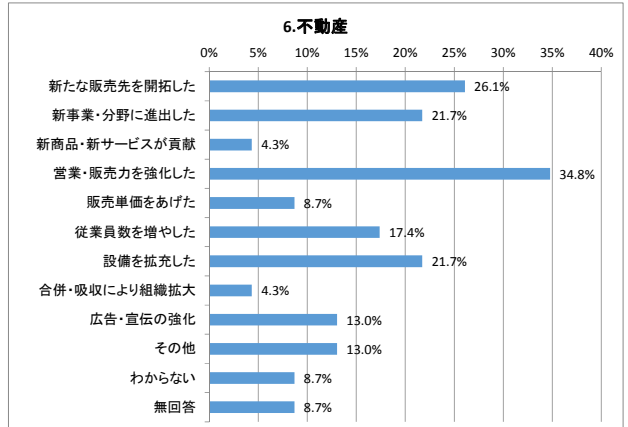
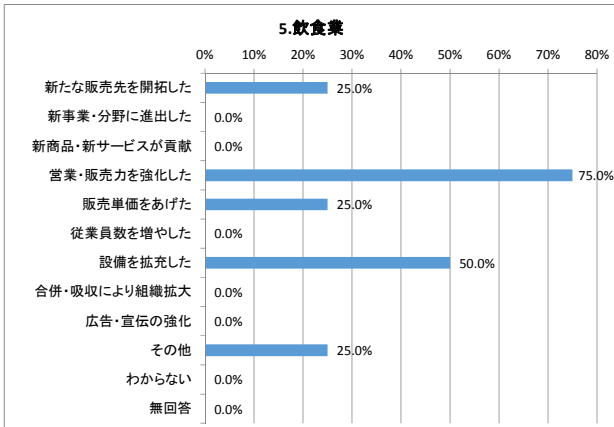


売上高が増加した理由は、「新たな販売先を開拓した」が37.2%と最も高く、「営業・販売力を強化した」が35.8%と続く。「新事業・分野に進出した」企業は12.8%、「新商品・新サービスが貢献」した企業は10.5%と低位となっているが、1割以上の企業が新規事業・新商品・新サービスの開発により売上高を増加させている。

業種別に見ると、「新たな販売先を開拓した」企業が多かったのは、製造業・卸売業・小売業で顕著であった。「営業・販売力を強化した」企業が多かったのは、飲食業・宿泊業・情報通信・広告業で顕著であった。

	合計	Q2-1(1) 売上高が増加した理由											
		新たな販売先を開拓した	新事業・分野に進出した	新商品・新サービスが貢献	営業・販売力を強化した	販売単価をあげた	従業員数を増やした	設備を拡充した	合併・吸収により組織拡大	広告・宣伝の強化	その他	わからない	無回答
1.建設業	140	50 35.7%	15 10.7%	1 0.7%	51 36.4%	14 10.0%	27 19.3%	11 7.9%	1 0.7%	5 3.6%	33 23.6%	11 7.9%	5 3.6%
2.製造業	34	18 52.9%	2 5.9%	8 23.5%	10 29.4%	5 14.7%	4 11.8%	6 17.6%	0 0.0%	1 2.9%	7 20.6%	0 0.0%	1 2.9%
3.卸売業	64	30 46.9%	11 17.2%	13 20.3%	26 40.6%	5 7.8%	8 12.5%	5 7.8%	0 0.0%	4 6.3%	9 14.1%	0 0.0%	2 3.1%
4.小売業	22	10 45.5%	2 9.1%	7 31.8%	6 27.3%	2 9.1%	0 0.0%	2 9.1%	0 0.0%	4 18.2%	3 13.6%	1 4.5%	0 0.0%
5.飲食業	4	1 25.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 75.0%	1 25.0%	0 0.0%	2 50.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 25.0%	0 0.0%	0 0.0%
6.不動産	23	6 26.1%	5 21.7%	1 4.3%	8 34.8%	2 8.7%	4 17.4%	5 21.7%	1 4.3%	3 13.0%	3 13.0%	2 8.7%	2 8.7%
7.運輸	17	3 17.6%	2 11.8%	0 0.0%	5 29.4%	5 29.4%	1 5.9%	5 29.4%	1 5.9%	0 0.0%	1 5.9%	0 0.0%	0 0.0%
8.宿泊業	3	0 0.0%	0 0.0%	1 33.3%	2 66.7%	1 33.3%	0 0.0%	1 33.3%	0 0.0%	0 0.0%	1 33.3%	0 0.0%	0 0.0%
9.情報通信・広告	9	1 11.1%	2 22.2%	3 33.3%	5 55.6%	1 11.1%	4 44.4%	1 11.1%	0 0.0%	1 11.1%	1 11.1%	0 0.0%	0 0.0%
10.その他、サービス業	95	35 36.8%	16 16.8%	9 9.5%	30 31.6%	7 7.4%	19 20.0%	14 14.7%	2 2.1%	5 5.3%	13 13.7%	2 2.1%	3 3.2%
不明	19	6 31.6%	0 0.0%	2 10.5%	8 42.1%	3 15.8%	6 31.6%	2 10.5%	0 0.0%	3 15.8%	3 15.8%	4 21.1%	1 5.3%

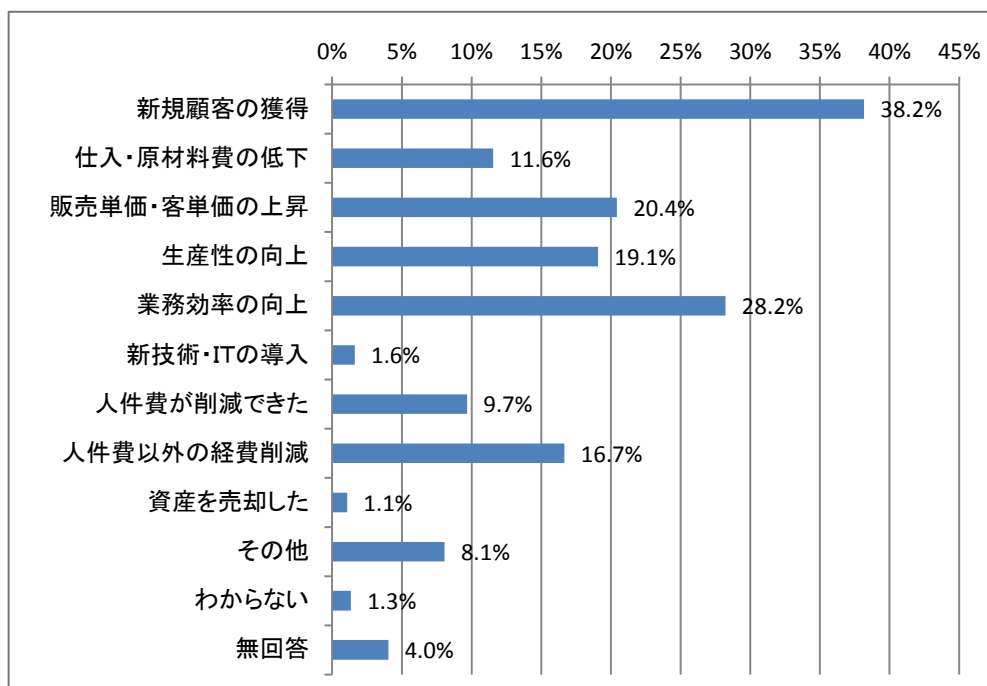




副問. 問2において「売上高が増加」「純利益が増加」したと回答した方におうかがいします。理由について、それぞれあてはまるものすべてに○をおつけください。

[純利益が増加した理由]

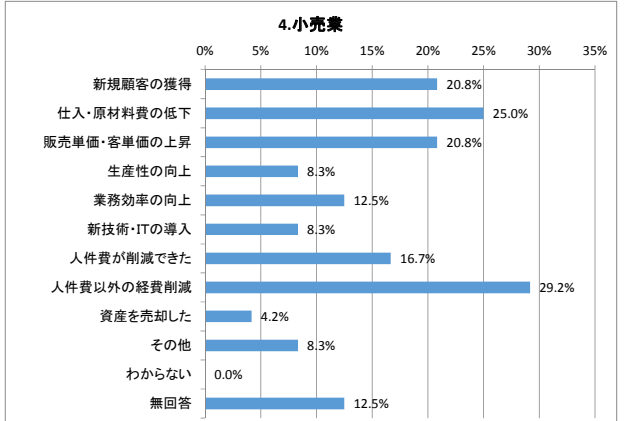
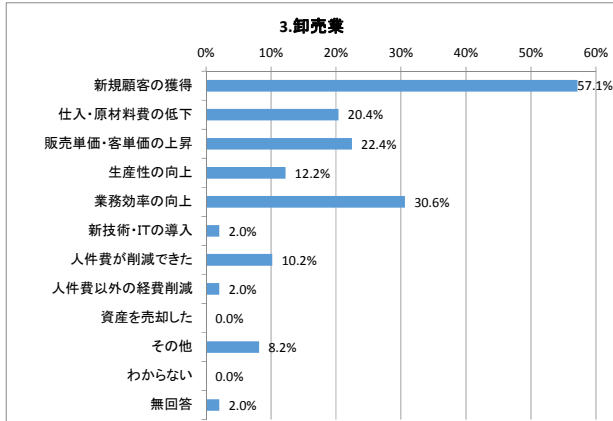
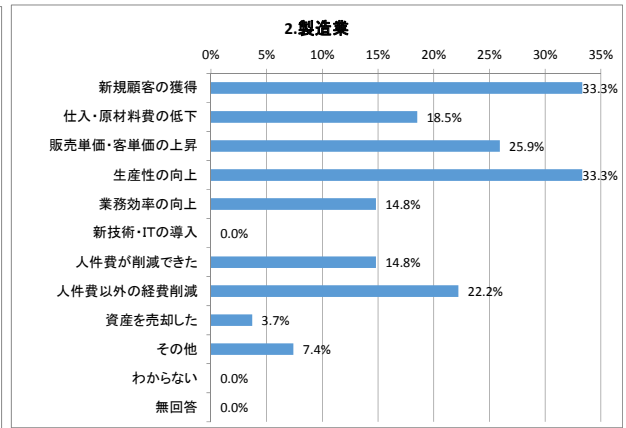
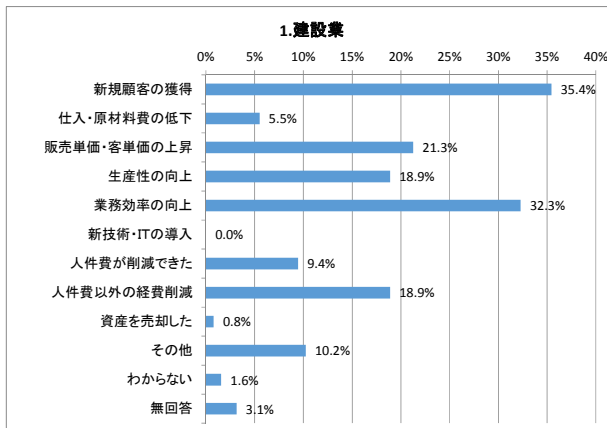
結果	件数	構成比率
1. 新規顧客の獲得	142 件	38.2%
2. 仕入・原材料費の低下	43 件	11.6%
3. 販売単価・客単価の上昇	76 件	20.4%
4. 生産性の向上	71 件	19.1%
5. 業務効率の向上	105 件	28.2%
6. 新技術・ITの導入	6 件	1.6%
7. 人件費が削減できた	36 件	9.7%
8. 人件費以外の経費削減	62 件	16.7%
9. 資産を売却した	4 件	1.1%
10. その他	30 件	8.1%
11. わからない	5 件	1.3%
無回答	15 件	4.0%
合計	372 件	-

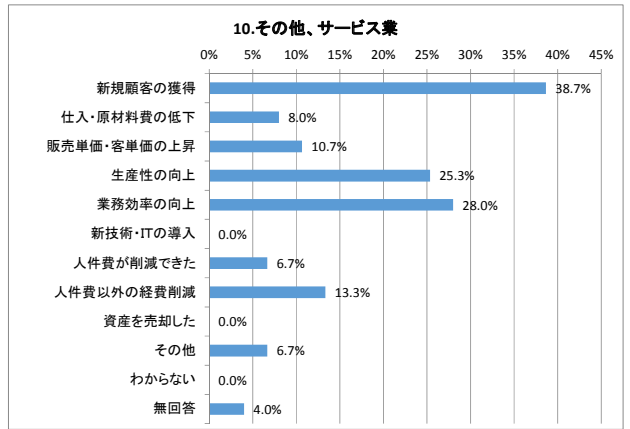
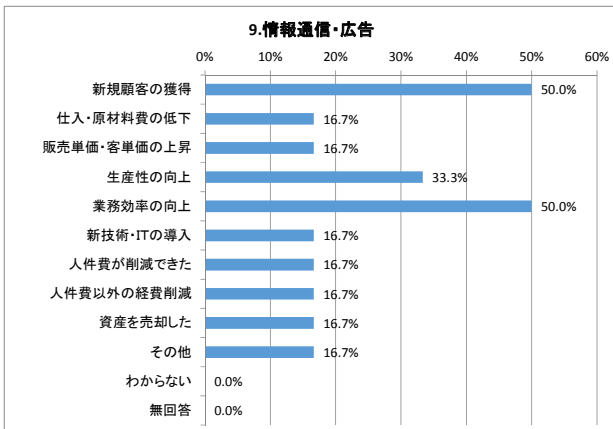
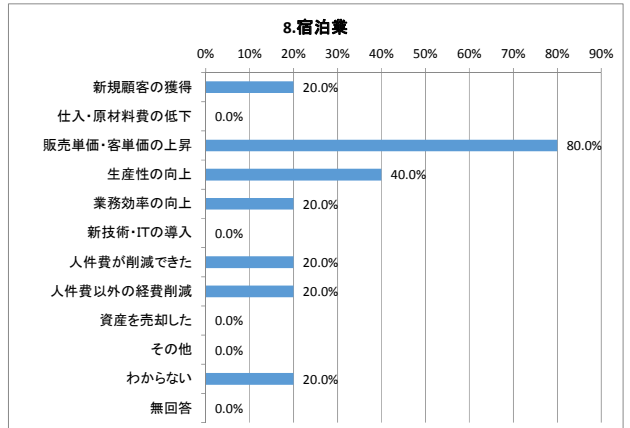
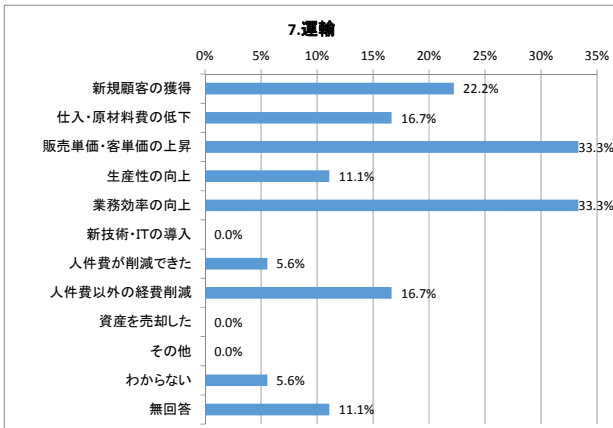
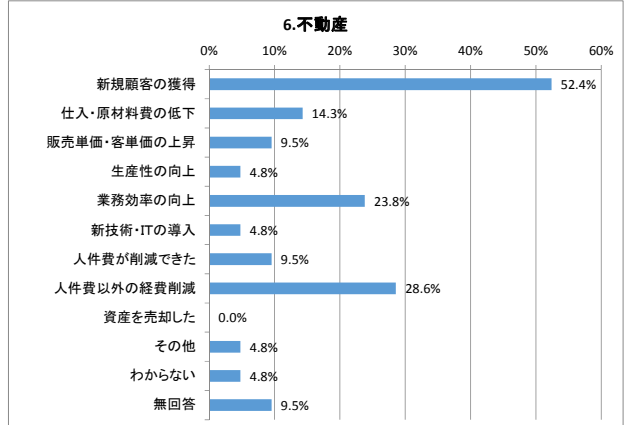
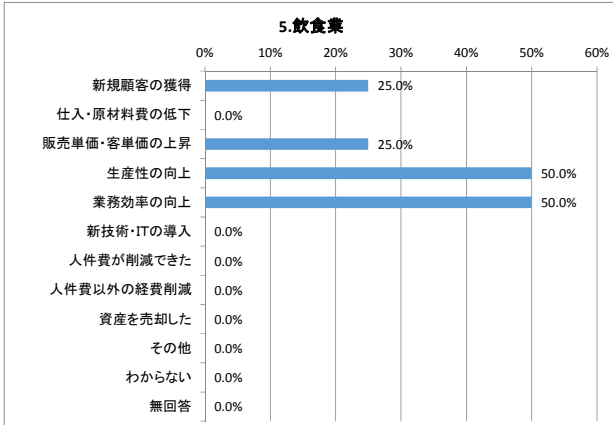


純利益が増加した理由は、「新規顧客の獲得」が38.2%と最も高く、「業務効率の向上」が28.2%、「販売単価・客単価の上昇」が20.4%、「生産性の向上」が19.1%と続いた。「人件費が削減できた」企業が9.7%、「人件費以外の経費削減」が16.7%となり、利益確保に向けた経費削減努力がうかがえる。

業種別にみると、「新規顧客の獲得」に積極的であったのは、卸売業・不動産・情報通信・広告業で顕著だった。「業務効率の向上」は、建設業・飲食業・運輸・情報通信・広告業で積極的に取り組まれており、収益を向上させていた。

	合計	Q2-1(2) 純利益が増加した理由											
		新規顧客の獲得	仕入・原材料費の低下	販売単価・客単価の上昇	生産性の向上	業務効率の向上	新技術・ITの導入	人件費が削減できた	人件費以外の経費削減	資産を売却した	その他	わからない	無回答
1.建設業	127	45	7	27	24	41	0	12	24	1	13	2	4
	-	35.4%	5.5%	21.3%	18.9%	32.3%	0.0%	9.4%	18.9%	0.8%	10.2%	1.6%	3.1%
2.製造業	27	9	5	7	9	4	0	4	6	1	2	0	0
	-	33.3%	18.5%	25.9%	33.3%	14.8%	0.0%	14.8%	22.2%	3.7%	7.4%	0.0%	0.0%
3.卸売業	49	28	10	11	6	15	1	5	1	0	4	0	1
	-	57.1%	20.4%	22.4%	12.2%	30.6%	2.0%	10.2%	2.0%	0.0%	8.2%	0.0%	2.0%
4.小売業	24	5	6	5	2	3	2	4	7	1	2	0	3
	-	20.8%	25.0%	20.8%	8.3%	12.5%	8.3%	16.7%	29.2%	4.2%	8.3%	0.0%	12.5%
5.飲食業	4	1	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0
	-	25.0%	0.0%	25.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
6.不動産	21	11	3	2	1	5	1	2	6	0	1	1	2
	-	52.4%	14.3%	9.5%	4.8%	23.8%	4.8%	9.5%	28.6%	0.0%	4.8%	4.8%	9.5%
7.運輸	18	4	3	6	2	6	0	1	3	0	0	1	2
	-	22.2%	16.7%	33.3%	11.1%	33.3%	0.0%	5.6%	16.7%	0.0%	0.0%	5.6%	11.1%
8.宿泊業	5	1	0	4	2	1	0	1	1	0	0	1	0
	-	20.0%	0.0%	80.0%	40.0%	20.0%	0.0%	20.0%	20.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%
9.情報通信・広告	6	3	1	1	2	3	1	1	1	1	1	0	0
	-	50.0%	16.7%	16.7%	33.3%	50.0%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	0.0%	0.0%
10.その他、サービス業	75	29	6	8	19	21	0	5	10	0	5	0	3
	-	38.7%	8.0%	10.7%	25.3%	28.0%	0.0%	6.7%	13.3%	0.0%	6.7%	0.0%	4.0%
不明	16	6	2	4	2	4	1	1	3	0	2	0	0
	-	37.5%	12.5%	25.0%	12.5%	25.0%	6.3%	6.3%	18.8%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%

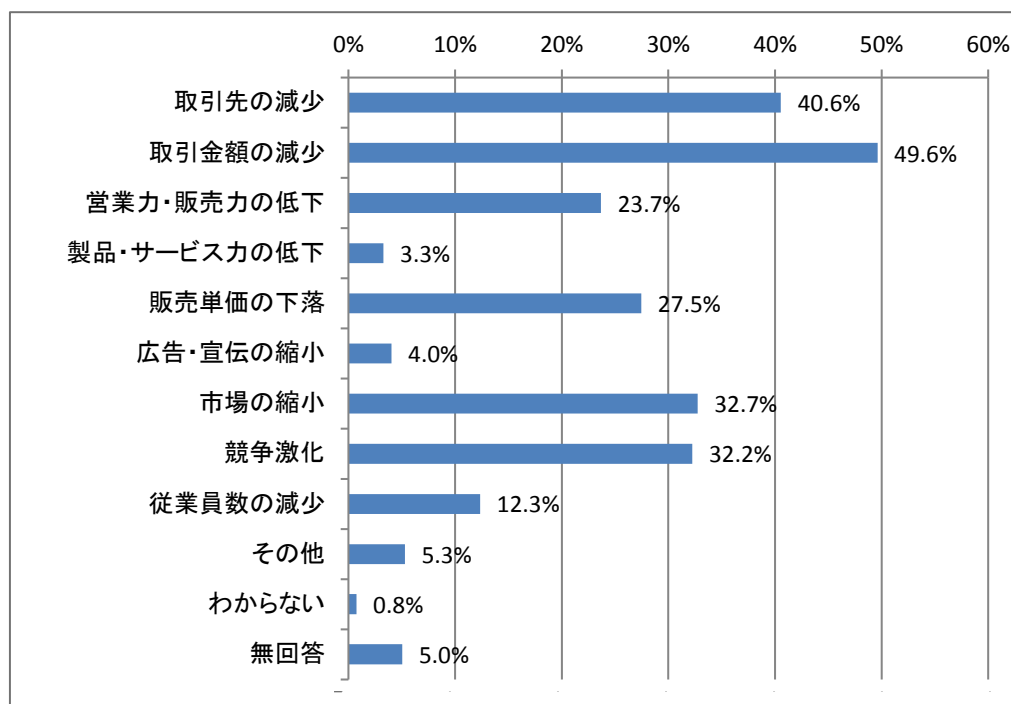




副問. 問2において「売上が減少」「純利益が減少」と回答した方におうかがいします。理由について、あてはまるものすべてを以下の項目からお選びください。

[売上が減少した理由]

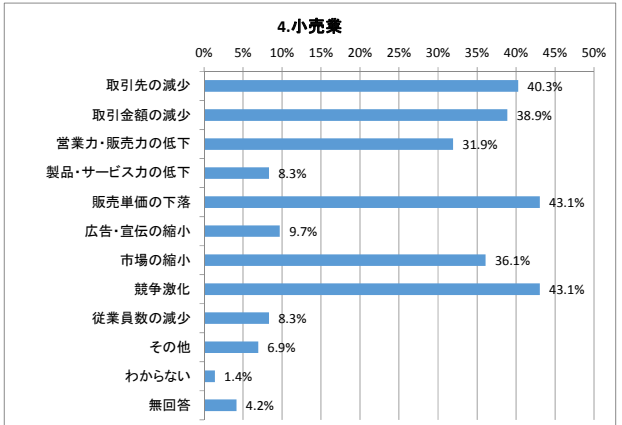
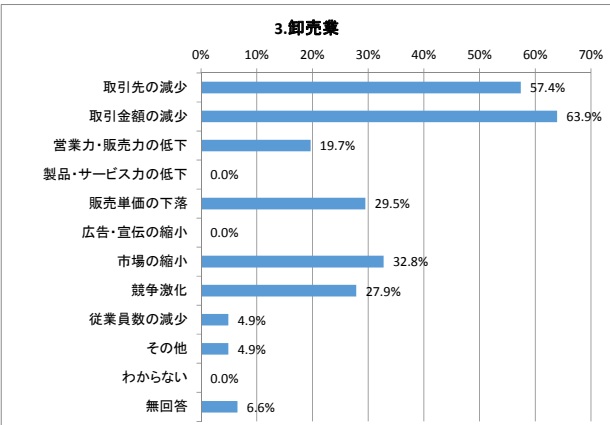
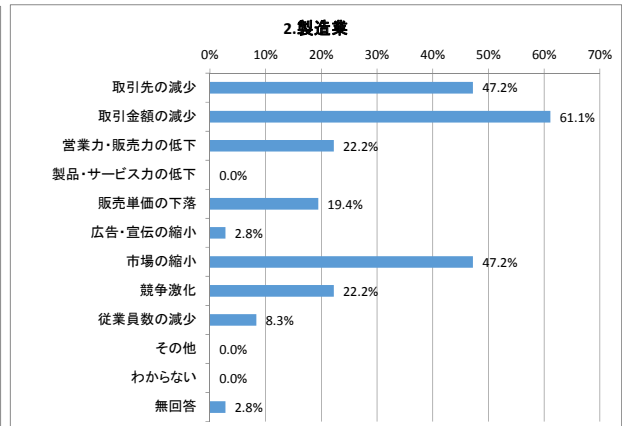
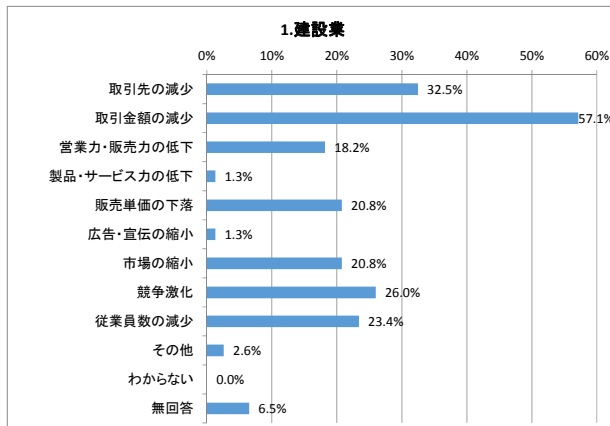
結果	件数	構成比率
1. 取引先の減少	161 件	40.6%
2. 取引金額の減少	197 件	49.6%
3. 営業力・販売力の低下	94 件	23.7%
4. 製品・サービス力の低下	13 件	3.3%
5. 販売単価の下落	109 件	27.5%
6. 広告・宣伝の縮小	16 件	4.0%
7. 市場の縮小	130 件	32.7%
8. 競争激化	128 件	32.2%
9. 従業員数の減少	49 件	12.3%
10. その他	23 件	5.8%
11. わからない	3 件	0.8%
無回答	20 件	5.0%
合計	397 件	-

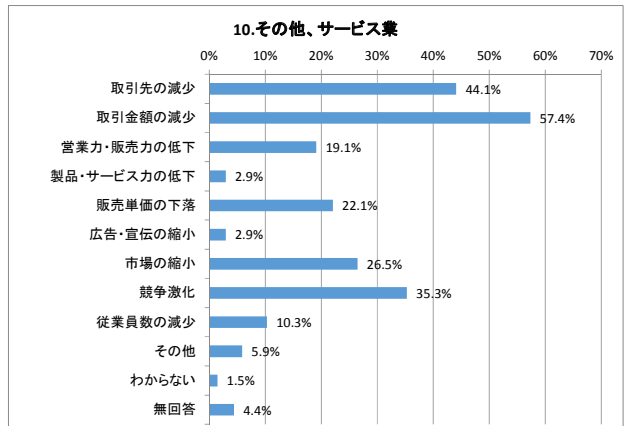
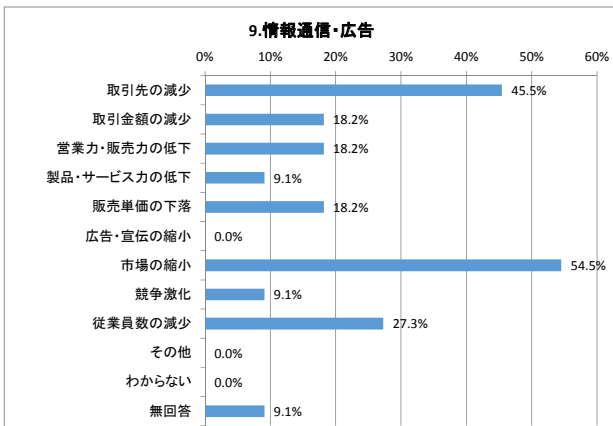
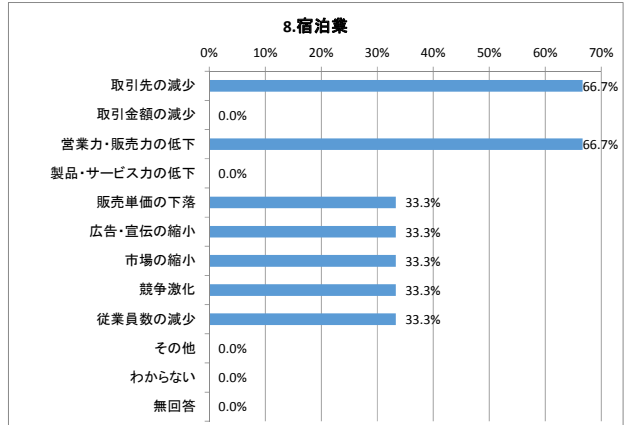
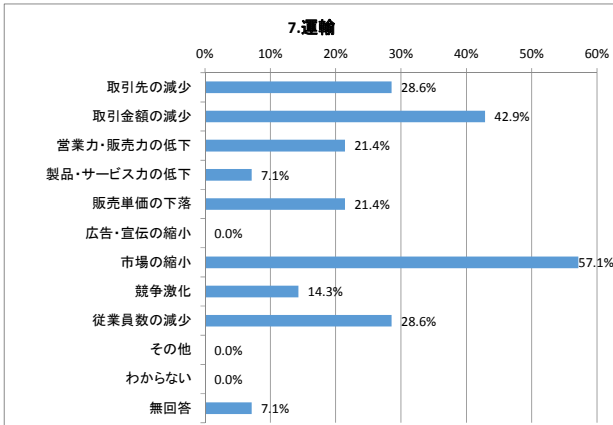
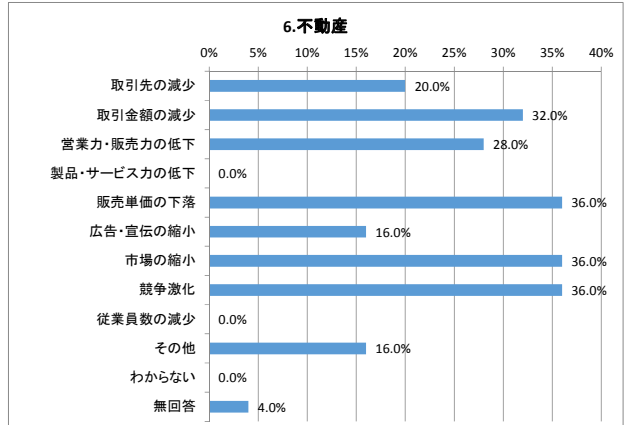
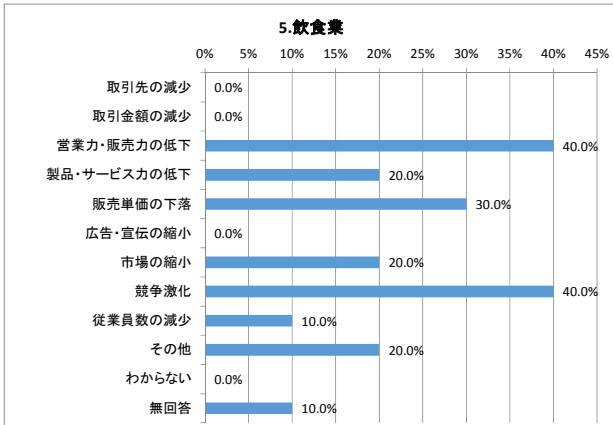


売上が減少した理由は、「取引金額の減少」が49.6%でもっとも高く、「取引先の減少」が40.6%、「市場の縮小」が32.7%、「競争激化」が32.2%と続いた。

業種別にみると、「取引金額の減少」を上げた企業が多かったのは、建設業・製造業・卸売業・サービス業で顕著であった。「取引先の減少」を上げた企業が多かったのは、卸売業・宿泊業で顕著であった。

	合計	Q2-2(1) 売上高が減少した理由											
		取引先の減少	取引金額の減少	営業力・販売力の低下	製品・サービスの低下	販売単価の下落	広告・宣伝の縮小	市場の縮小	競争激化	従業員数の減少	その他	わからない	無回答
1.建設業	77	25	44	14	1	16	1	16	20	18	2	0	5
	-	32.5%	57.1%	18.2%	1.3%	20.8%	1.3%	20.8%	26.0%	23.4%	2.6%	0.0%	6.5%
2.製造業	36	17	22	8	0	7	1	17	8	3	0	0	1
	-	47.2%	61.1%	22.2%	0.0%	19.4%	2.8%	47.2%	22.2%	8.3%	0.0%	0.0%	2.8%
3.卸売業	61	35	39	12	0	18	0	20	17	3	3	0	4
	-	57.4%	63.9%	19.7%	0.0%	29.5%	0.0%	32.8%	27.9%	4.9%	4.9%	0.0%	6.6%
4.小売業	72	29	28	23	6	31	7	26	31	6	5	1	3
	-	40.3%	38.9%	31.9%	8.3%	43.1%	9.7%	36.1%	43.1%	8.3%	6.9%	1.4%	4.2%
5.飲食業	10	0	0	4	2	3	0	2	4	1	2	0	1
	-	0.0%	0.0%	40.0%	20.0%	30.0%	0.0%	20.0%	40.0%	10.0%	20.0%	0.0%	10.0%
6.不動産	25	5	8	7	0	9	4	9	9	0	4	0	1
	-	20.0%	32.0%	28.0%	0.0%	36.0%	16.0%	36.0%	36.0%	0.0%	16.0%	0.0%	4.0%
7.運輸	14	4	6	3	1	3	0	8	2	4	0	0	1
	-	28.6%	42.9%	21.4%	7.1%	21.4%	0.0%	57.1%	14.3%	28.6%	0.0%	0.0%	7.1%
8.宿泊業	3	2	0	2	0	1	1	1	1	1	0	0	0
	-	66.7%	0.0%	66.7%	0.0%	33.3%	33.3%	33.3%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%
9.情報通信・広告	11	5	2	2	1	2	0	6	1	3	0	0	1
	-	45.5%	18.2%	18.2%	9.1%	18.2%	0.0%	54.5%	9.1%	27.3%	0.0%	0.0%	9.1%
10.その他、サービス業	68	30	39	13	2	15	2	18	24	7	4	1	3
	-	44.1%	57.4%	19.1%	2.9%	22.1%	2.9%	26.5%	35.3%	10.3%	5.9%	1.5%	4.4%
不明	20	9	9	6	0	4	0	7	11	3	3	1	0
	-	45.0%	45.0%	30.0%	0.0%	20.0%	0.0%	35.0%	55.0%	15.0%	15.0%	5.0%	0.0%

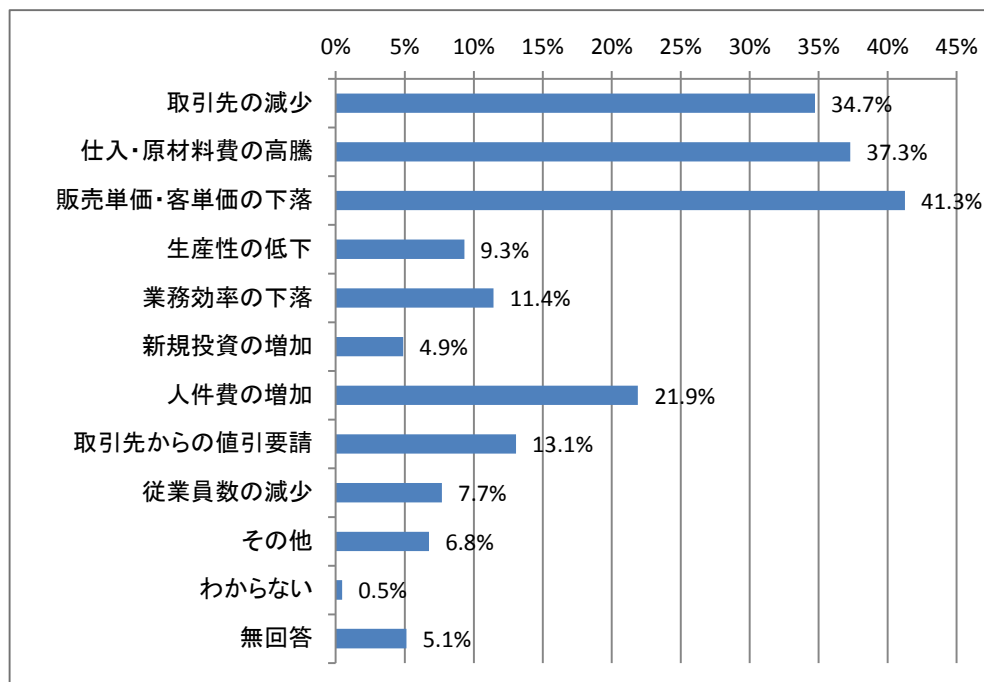




副問. 問2において「売上高が減少」「純利益が減少」と回答した方におうかがいします。理由について、あてはまるものすべてを以下の項目からお選びください。

[純利益が減少した理由]

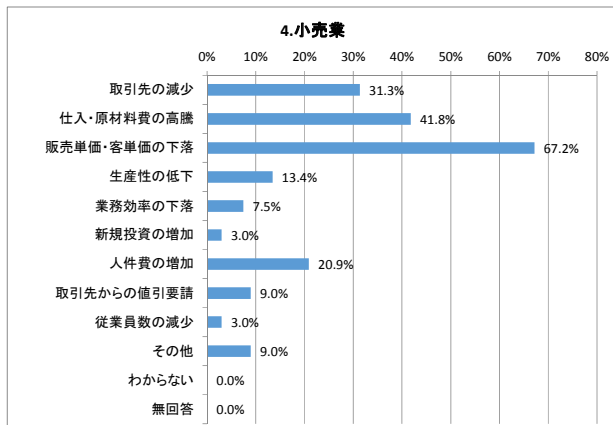
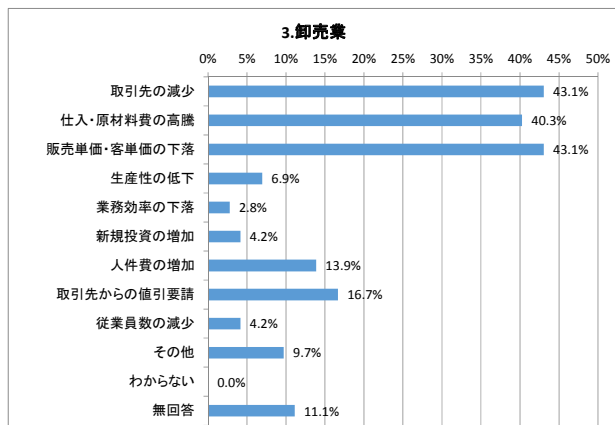
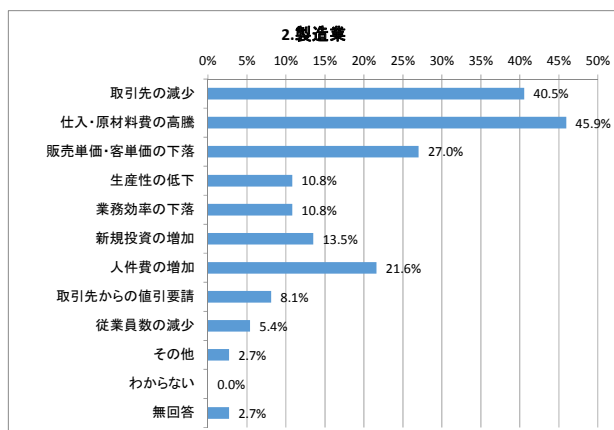
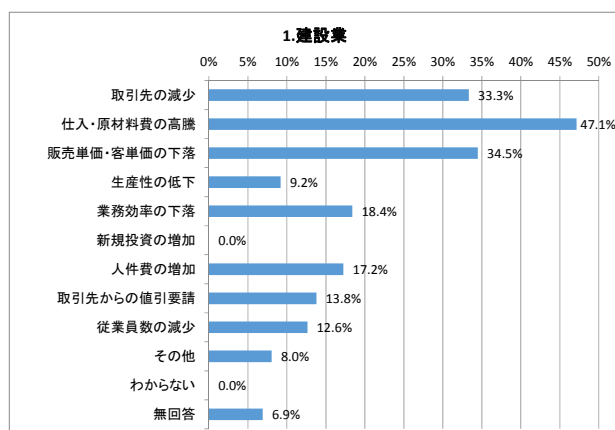
結果	件数	構成比率
1. 取引先の減少	149 件	34.7%
2. 仕入・原材料費の高騰	160 件	37.3%
3. 販売単価・客単価の下落	177 件	41.3%
4. 生産性の低下	40 件	9.3%
5. 業務効率の下落	49 件	11.4%
6. 新規投資の増加	21 件	4.9%
7. 人件費の増加	94 件	21.9%
8. 取引先からの値引要請	55 件	12.8%
9. 従業員数の減少	33 件	7.7%
10. その他	35 件	8.2%
11. わからない	2 件	0.5%
無回答	19 件	4.4%
合計	429 件	-

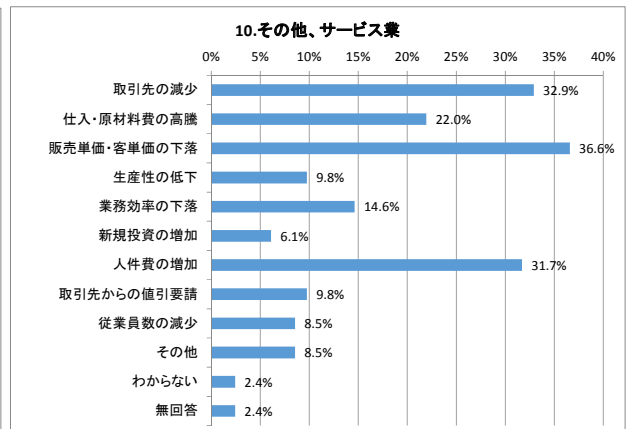
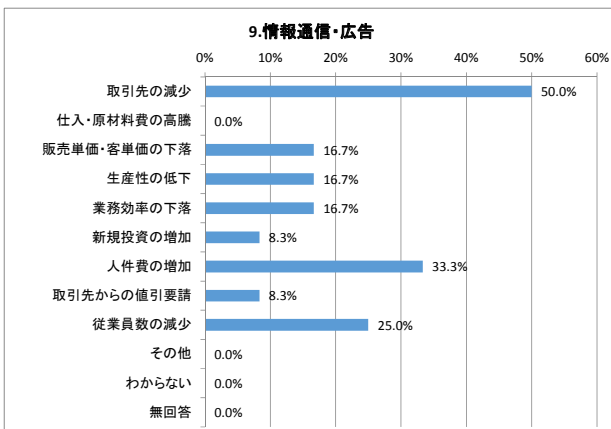
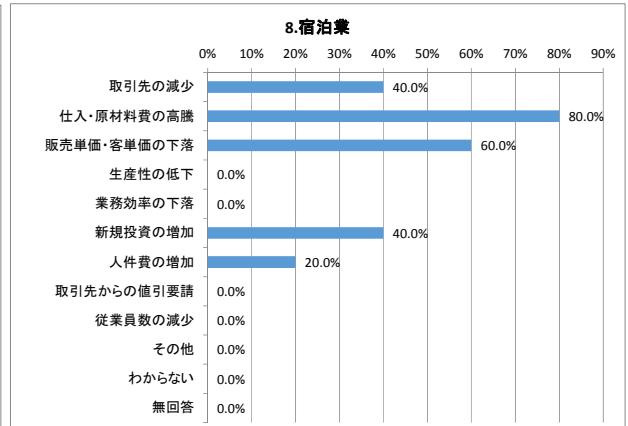
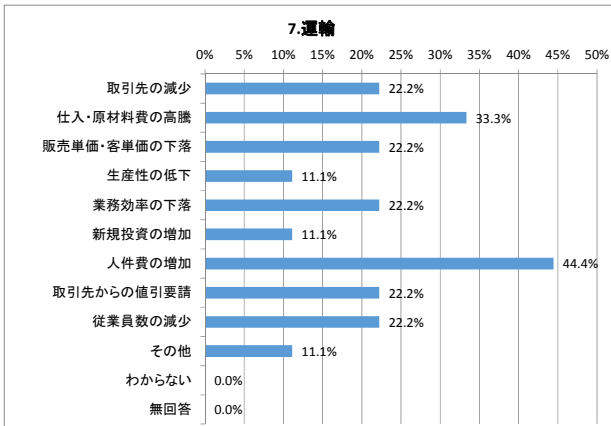
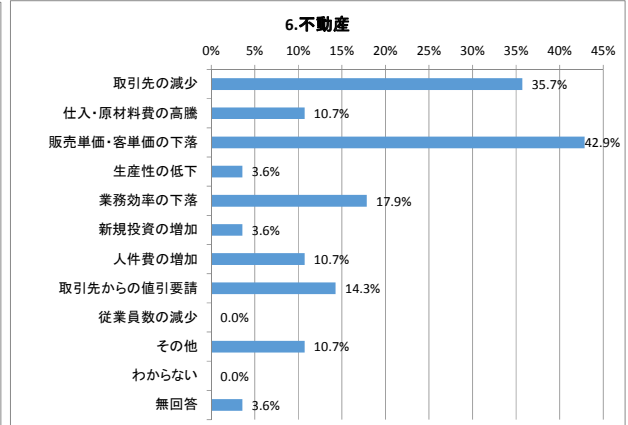
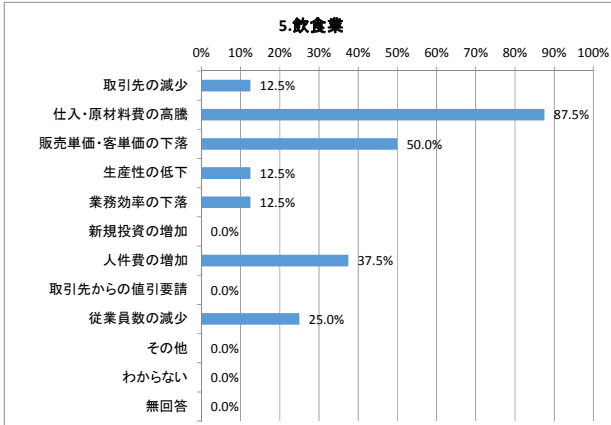


純利益が減少した、理由は「販売単価・客単価の下落」が41.3%と最も高く、「仕入・原材料費の高騰」が37.7%、「取引先の減少」が34.7%と続いた。

業種別にみると、「販売単価・客単価の下落」と回答した企業が多かった業種は、小売業・不動産業で突出して高かった。「仕入・原材料費の高騰」と回答した企業が多かった業種は、建設業・製造業・飲食業・宿泊業で、「仕入・原材料費の高騰」を価格に転嫁できず収益を悪化させている状況がうかがえる。「取引先の減少」と回答した企業が多かった業種は、卸売業・情報通信・広告業となり、安定的な顧客基盤を確立することが収益改善に向けた急務の課題であることがうかがえる。

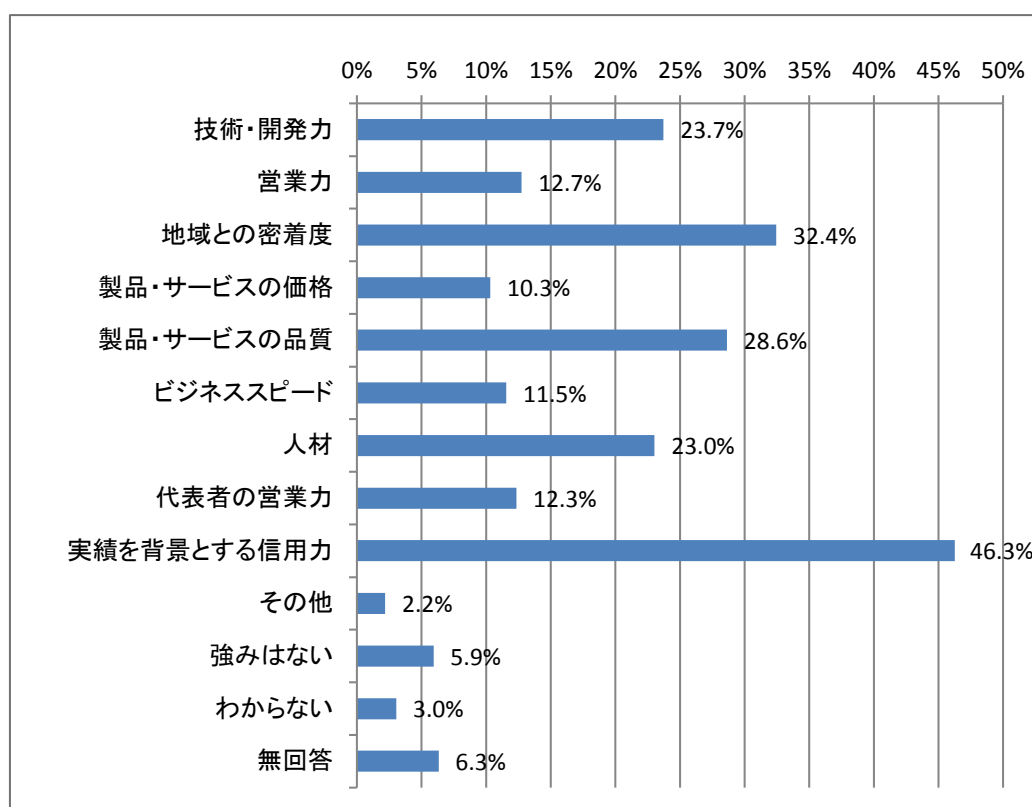
	合計	Q2-2(2) 純利益が減少した理由											
		取引先の減少	仕入・原材料費の高騰	販売単価・客単価の下落	生産性の低下	業務効率の下落	新規投資の増加	人件費の増加	取引先からの値引要請	従業員数の減少	その他	わからない	無回答
1.建設業	87	29 33.3%	41 47.1%	30 34.5%	8 9.2%	16 18.4%	0 0.0%	15 17.2%	12 13.8%	11 12.6%	7 8.0%	0 0.0%	6 6.9%
2.製造業	37	15 40.5%	17 45.9%	10 27.0%	4 10.8%	4 10.8%	5 13.5%	8 21.6%	3 8.1%	2 5.4%	1 2.7%	0 0.0%	1 2.7%
3.卸売業	72	31 43.1%	29 40.3%	31 43.1%	5 6.9%	2 2.8%	3 4.2%	10 13.9%	12 16.7%	3 4.2%	7 9.7%	0 0.0%	8 11.1%
4.小売業	67	21 31.3%	28 41.8%	45 67.2%	9 13.4%	5 7.5%	2 3.0%	14 20.9%	6 9.0%	2 3.0%	6 9.0%	0 0.0%	0 0.0%
5.飲食業	8	1 12.5%	7 87.5%	4 50.0%	1 12.5%	1 12.5%	0 0.0%	3 37.5%	0 0.0%	2 25.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
6.不動産	28	10 35.7%	3 10.7%	12 42.9%	1 3.6%	5 17.9%	1 3.6%	3 10.7%	4 14.3%	0 0.0%	3 10.7%	0 0.0%	1 3.6%
7.運輸	9	2 22.2%	3 33.3%	2 22.2%	1 11.1%	2 22.2%	1 11.1%	4 44.4%	2 22.2%	2 22.2%	1 11.1%	0 0.0%	0 0.0%
8.宿泊業	5	2 40.0%	4 80.0%	3 60.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 40.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
9.情報通信・広告	12	6 50.0%	0 0.0%	2 16.7%	2 16.7%	2 16.7%	1 8.3%	4 33.3%	1 8.3%	3 25.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
10.その他、サービス業	82	27 32.9%	18 22.0%	30 36.6%	8 9.8%	12 14.6%	5 6.1%	26 31.7%	8 9.8%	7 8.5%	7 8.5%	2 2.4%	2 2.4%
不明	22	5 22.7%	10 45.5%	8 36.4%	1 4.5%	0 0.0%	1 4.5%	6 27.3%	7 31.8%	1 4.5%	3 13.6%	0 0.0%	1 4.5%





問3. 貴社が自社の強みと考えているものについて、あてはまるもの最大3つに○をおつけください。

結果	件数	構成比率
1. 技術・開発力	304 件	23.7%
2. 営業力	163 件	12.7%
3. 地域との密着度	416 件	32.4%
4. 製品・サービスの価格	132 件	10.3%
5. 製品・サービスの品質	367 件	28.6%
6. ビジネススピード	148 件	11.5%
7. 人材	295 件	23.0%
8. 代表者の営業力	158 件	12.3%
9. 実績を背景とする信用力	593 件	46.3%
10. その他	28 件	2.2%
11. 強みはない	76 件	5.9%
12. わからない	39 件	3.0%
無回答	81 件	6.3%
合計	1,282 件	-



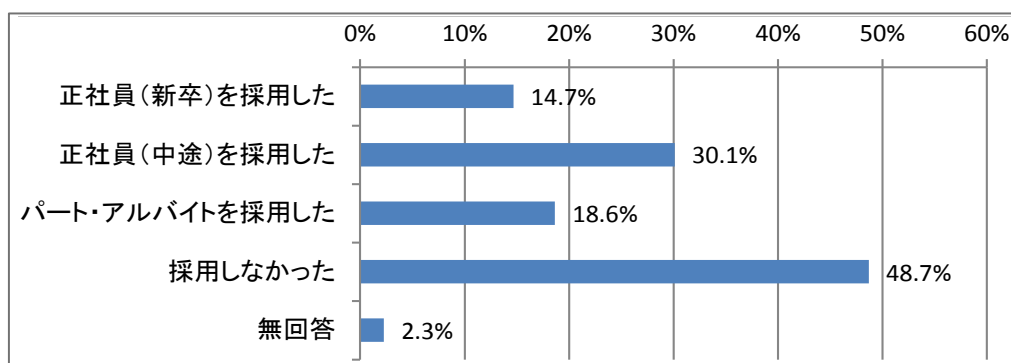
自社の強みは、「実績を背景とする信用力」が46.3%と最も高く、半数近くを占めた。ついで「地域との密着度」が32.4%と続き、地域とのつながりを重視する企業が多い。「製品・サービスの品質」が28.6%、「技術・開発力」が23.7%といった製品やサービスに起因する強みより、人的なつながりを強みとする経営者が多いことがうかがえる。「人材」を強みとした回答も23.0%あり、人的なつながりを重視する経営を支えている。

	合計	Q3 自社の強み												
		技術・開発力	営業力	地域との密着度	製品・サービスの価格	製品・サービスの品質	ビジネススピード	人材	代表者の営業力	実績を背景とする信用力	その他	強みはない	わからない	無回答
1.建設業	351	124 35.3%	32 9.1%	81 23.1%	18 5.1%	67 19.1%	33 9.4%	109 31.1%	59 16.8%	203 57.8%	4 1.1%	24 6.8%	13 3.7%	18 5.1%
2.製造業	98	30 30.6%	12 12.2%	24 24.5%	17 17.3%	52 53.1%	14 14.3%	8 8.2%	11 11.2%	43 43.9%	1 1.0%	4 4.1%	2 2.0%	5 5.1%
3.卸売業	190	28 14.7%	41 21.6%	75 39.5%	20 10.5%	59 31.1%	35 18.4%	34 17.9%	18 9.5%	78 41.1%	2 1.1%	8 4.2%	4 2.1%	12 6.3%
4.小売業	138	24 17.4%	18 13.0%	67 48.6%	22 15.9%	40 29.0%	13 9.4%	25 18.1%	14 10.1%	49 35.5%	6 4.3%	7 5.1%	3 2.2%	9 6.5%
5.飲食業	19	2 10.5%	0 0.0%	9 47.4%	4 21.1%	8 42.1%	1 5.3%	9 47.4%	1 5.3%	3 15.8%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 5.3%
6.不動産	81	5 6.2%	13 16.0%	26 32.1%	11 13.6%	15 18.5%	14 17.3%	7 8.6%	13 16.0%	33 40.7%	3 3.7%	11 13.6%	6 7.4%	5 6.2%
7.運輸	42	6 14.3%	8 19.0%	19 45.2%	3 7.1%	9 21.4%	4 9.5%	13 31.0%	6 14.3%	22 52.4%	0 0.0%	1 2.4%	1 2.4%	4 9.5%
8.宿泊業	10	0 0.0%	1 10.0%	1 10.0%	4 40.0%	4 40.0%	1 10.0%	3 30.0%	1 10.0%	3 30.0%	1 10.0%	1 10.0%	0 0.0%	1 10.0%
9.情報通信・広告	34	17 50.0%	2 5.9%	7 20.6%	3 8.8%	9 26.5%	5 14.7%	8 23.5%	2 5.9%	13 38.2%	3 8.8%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.9%
10.その他、サービス業	254	56 22.0%	28 11.0%	80 31.5%	26 10.2%	84 33.1%	24 9.4%	67 26.4%	27 10.6%	117 46.1%	5 2.0%	12 4.7%	6 2.4%	19 7.5%
不明	65	12 18.5%	8 12.3%	27 41.5%	4 6.2%	20 30.8%	4 6.2%	12 18.5%	6 9.2%	29 44.6%	3 4.6%	8 12.3%	4 6.2%	6 9.2%

業種別にみると、建設業では「実績を背景とする信用力」が57.8%と突出して高い。製造業では、「製品・サービスの品質」が53.1%と最も高く、「実績を背景とする信用力」が43.9%、「技術・開発力」が30.6%と続いた。卸売業では、「実績を背景とする信用力」が41.1%、「地域との密着度」が39.5%と続き、地域内で信用を背景とした取引を重視する経営姿勢がうかがえる。小売業では「地域との密着度」が48.6%と最も高く、飲食業では「地域との密着度」と「人材」がともに47.4%と高かった。不動産業では「実績を背景とする信用力」が40.7%と突出して高く、信用を背景として経営基盤を確立している企業が多い。「運輸業」でも「実績を背景とする信用力」が52.4%と高く、ついで「地域との密着度」が45.2%と続き、地域内での信用を重視している。宿泊業では、「製品・サービスの価格、品質」を強みとする企業が多く、競争が激しい業界の中で差別化やサービス品質向上に向けた取り組みを強化している姿勢がうかがえる。情報通信・広告業では「技術・開発力」が50.0%と最も高く、サービス業では「実績を背景とする信用力」が46.1%と最も高かった。

問4. 貴社の昨年度（平成26年度）の採用状況について、それぞれあてはまるものすべてに○をおつけください。

結果	件数	構成比率
1. 正社員(新卒)を採用した	188 件	14.7%
2. 正社員(中途)を採用した	386 件	30.1%
3. パート・アルバイトを採用した	239 件	18.6%
4. 採用しなかった	624 件	48.7%
無回答	29 件	2.3%
合計	1,282 件	-



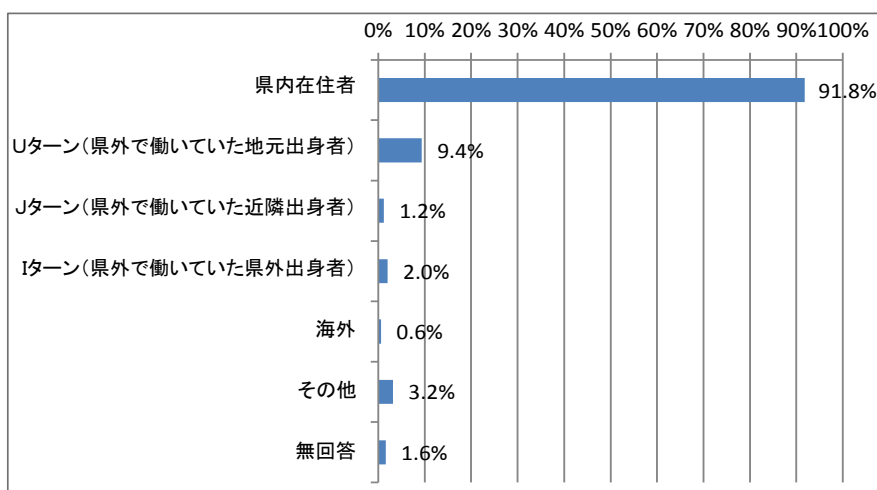
	合計	Q4 昨年度(平成26年度)の採用状況				
		正社員(新卒)を採用した	正社員(中途)を採用した	パート・アルバイトを採用した	採用しなかった	無回答
1.建設業	351	40 11.4%	94 26.8%	30 8.5%	202 57.5%	6 1.7%
2.製造業	98	21 21.4%	44 44.9%	30 30.6%	25 25.5%	1 1.0%
3.卸売業	190	32 16.8%	59 31.1%	33 17.4%	91 47.9%	6 3.2%
4.小売業	138	12 8.7%	23 16.7%	26 18.8%	84 60.9%	6 4.3%
5.飲食業	19	5 26.3%	6 31.6%	18 94.7%	0 0.0%	1 5.3%
6.不動産	81	5 6.2%	17 21.0%	11 13.6%	58 71.6%	1 1.2%
7.運輸	42	10 23.8%	22 52.4%	9 21.4%	10 23.8%	1 2.4%
8.宿泊業	10	6 60.0%	4 40.0%	5 50.0%	0 0.0%	0 0.0%
9.情報通信・広告	34	6 17.6%	15 44.1%	3 8.8%	13 38.2%	1 2.9%
10.その他、サービス業	254	47 18.5%	82 32.3%	63 24.8%	106 41.7%	4 1.6%
不明	65	4 6.2%	20 30.8%	11 16.9%	35 53.8%	2 3.1%

人材の採用状況は、「採用しなかった」が48.7%と半数近くを占め、「正社員(中途)を採用した」が30.1%、「パート・アルバイトを採用した」が18.6%、「正社員(新卒)を採用した」が14.7%であった。

業種別にみると、新卒の正社員が採用している比率が高いのは宿泊業で、中途の正社員を採用している比率が高いのは運輸・製造業・情報通信・広告業であった。パート・アルバイトの採用では、飲食業のほとんどの企業が採用していた。

副問. 問4で1・2と回答した方におうかがいします。その採用された方はどこからの採用か、あてはまるものすべてに○をおつけください。

結果	件数	構成比率
1. 県内在住者	460 件	91.8%
2. Uターン(県外で働いていた地元出身者)	47 件	9.4%
3. Jターン(県外で働いていた近隣出身者)	6 件	1.2%
4. Iターン(県外で働いていた県外出身者)	10 件	2.0%
5. 海外	3 件	0.6%
6. その他	16 件	3.2%
無回答	8 件	1.6%
合計	501 件	-



	合計	Q4-1 採用された方はどこからの採用か						
		県内在住者	Uターン(県外で働いていた地元出身者)	Jターン(県外で働いていた近隣出身者)	Iターン(県外で働いていた県外出身者)	海外	その他	無回答
1.建設業	121	115	5	1	1	0	2	1
	-	95.0%	4.1%	0.8%	0.8%	0.0%	1.7%	0.8%
2.製造業	56	56	6	0	2	2	2	0
	-	100.0%	10.7%	0.0%	3.6%	3.6%	3.6%	0.0%
3.卸売業	75	66	11	1	0	0	3	2
	-	88.0%	14.7%	1.3%	0.0%	0.0%	4.0%	2.7%
4.小売業	32	29	0	0	0	0	3	0
	-	90.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.4%	0.0%
5.飲食業	10	10	0	0	0	0	0	0
	-	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
6.不動産	18	16	2	1	0	0	0	1
	-	88.9%	11.1%	5.6%	0.0%	0.0%	0.0%	5.6%
7.運輸	27	26	2	0	0	0	1	1
	-	96.3%	7.4%	0.0%	0.0%	0.0%	3.7%	3.7%
8.宿泊業	8	8	1	0	0	1	0	0
	-	100.0%	12.5%	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%
9.情報通信・広告	18	14	4	1	0	0	0	1
	-	77.8%	22.2%	5.6%	0.0%	0.0%	0.0%	5.6%
10.その他、サービス業	115	103	14	2	5	0	3	2
	-	89.6%	12.2%	1.7%	4.3%	0.0%	2.6%	1.7%
不明	21	17	2	0	2	0	2	0
	-	81.0%	9.5%	0.0%	9.5%	0.0%	9.5%	0.0%

採用された方は「県内在住者」が91.8%とほとんどを占めた。「Uターン(県外で働いていた地元出身者)」も9.4%と約1割を占め、情報通信・広告業での比率が高い。

問5-1. 新卒者の正社員の採用実績、及び定着状況についておうかがいします。貴社の直近3年間に於ける新卒の正社員数の採用人数と現在の在籍人数を記入してください。

＜新卒の正社員数の採用人数＞

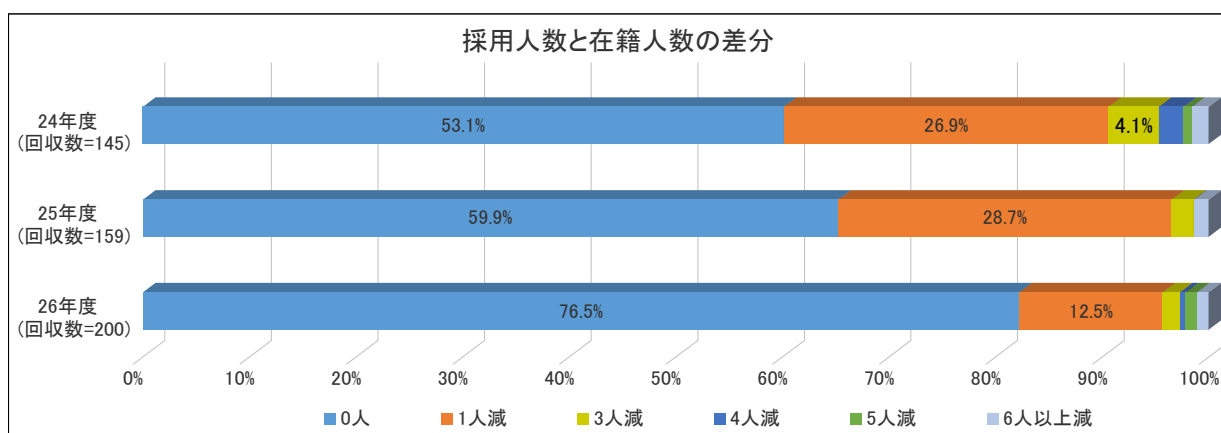
結果	平成24年度		平成25年度		平成26年度	
	件数	構成比率	件数	構成比率	件数	構成比率
1. 0人	781件	60.9%	771件	60.1%	728件	56.8%
2. 1人	74件	5.8%	91件	7.1%	127件	9.9%
3. 2～3人	52件	4.1%	46件	3.6%	64件	5.0%
4. 4～5人	16件	1.2%	16件	1.2%	13件	1.0%
5. 6人～10人	9件	0.7%	10件	0.8%	15件	1.2%
6. 11人以上	3件	0.2%	3件	0.2%	4件	0.3%
無回答	347件	27.1%	345件	26.9%	331件	25.8%
合計	1,282件	100.0%	1,282件	100.0%	1,282件	100.0%

新卒者の正社員数採用は、直近3年間でみると増加傾向であるが、1名以上採用した企業の割合は、平成24年度で12.0%、平成25年度で12.9%、平成26年度で17.4%にとどまっている。新卒者の新規採用を行った企業の大半が1名である。

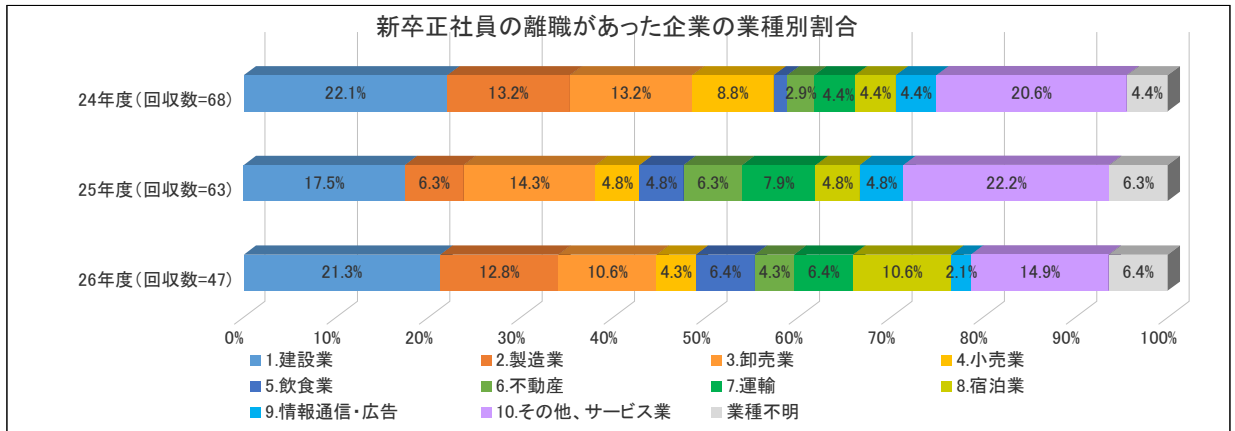
また、各年度において採用した新卒の正社員採用人数と、退職せずに在籍している人数の差分を比較したグラフは以下となる。平成26年度では76.5%の企業が、新卒採用者の退職者を出さず雇用を維持できている一方で、4社に1社は新卒採用した正社員の退職者が出ている。

＜新卒採用者数と在籍人数との差分＞

結果	平成24年度		平成25年度		平成26年度	
	件数	構成比率	件数	構成比率	件数	構成比率
1. 0人	77件	53.1%	94件	59.9%	153件	76.5%
2. 1人減	39件	26.9%	45件	28.7%	25件	12.5%
3. 2人減	17件	11.7%	13件	8.3%	14件	7.0%
4. 3人減	6件	4.1%	3件	1.9%	3件	1.5%
5. 4人減	3件	2.1%	0件	0.0%	1件	0.5%
6. 5人減	1件	0.7%	0件	0.0%	2件	1.0%
7. 6人以上減	2件	1.4%	2件	1.3%	2件	1.0%
合計	145件	100.0%	157件	100.0%	200件	100.0%



また、業種別で見ると、新卒の正社員を採用した企業で1名以上の退職あった企業の業種別割合は以下となる。建設業・サービス業での離職が多くなっている。



業種別にみた年度別の新卒採用者の内訳は以下となる。飲食業・製造業で新卒採用が活発である。

	合計	Q5-1 平成26年度の新卒者の採用人数						
		0人	1人	2~3人	4~5人	6人~10人	11人以上	無回答
1.建設業	351 100.0%	220 62.7%	30 8.5%	13 3.7%	1 0.3%	1 0.3%	0 0.0%	86 24.5%
2.製造業	98 100.0%	45 45.9%	12 12.2%	9 9.2%	2 2.0%	4 4.1%	0 0.0%	26 26.5%
3.卸売業	190 100.0%	107 56.3%	19 10.0%	16 8.4%	1 0.5%	2 1.1%	0 0.0%	45 23.7%
4.小売業	138 100.0%	84 60.9%	13 9.4%	4 2.9%	2 1.4%	1 0.7%	0 0.0%	34 24.6%
5.飲食業	19 100.0%	8 42.1%	5 26.3%	0 0.0%	0 0.0%	2 10.5%	0 0.0%	4 21.1%
6.不動産	81 100.0%	49 60.5%	3 3.7%	1 1.2%	1 1.2%	1 1.2%	0 0.0%	26 32.1%
7.運輸	42 100.0%	24 57.1%	7 16.7%	3 7.1%	1 2.4%	0 0.0%	0 0.0%	7 16.7%
8.宿泊業	10 100.0%	3 30.0%	1 10.0%	1 10.0%	2 20.0%	0 0.0%	2 20.0%	1 10.0%
9.情報通信・広告	34 100.0%	20 58.8%	5 14.7%	2 5.9%	1 2.9%	0 0.0%	0 0.0%	6 17.6%
10.その他、サービス業	254 100.0%	137 53.9%	25 9.8%	12 4.7%	2 0.8%	3 1.2%	2 0.8%	73 28.7%
不明	65 100.0%	31 47.7%	7 10.8%	3 4.6%	0 0.0%	1 1.5%	0 0.0%	23 35.4%

	合計	Q5-1 平成25年度の新卒者の採用人数						
		0人	1人	2～3人	4～5人	6人～10人	11人以上	無回答
1.建設業	351 100.0%	231 65.8%	19 5.4%	12 3.4%	1 0.3%	0 0.0%	0 0.0%	88 25.1%
2.製造業	98 100.0%	53 54.1%	5 5.1%	8 8.2%	3 3.1%	2 2.0%	0 0.0%	27 27.6%
3.卸売業	190 100.0%	113 59.5%	17 8.9%	3 1.6%	5 2.6%	0 0.0%	0 0.0%	52 27.4%
4.小売業	138 100.0%	86 62.3%	12 8.7%	4 2.9%	1 0.7%	0 0.0%	1 0.7%	34 24.6%
5.飲食業	19 100.0%	9 47.4%	2 10.5%	1 5.3%	0 0.0%	1 5.3%	0 0.0%	6 31.6%
6.不動産	81 100.0%	47 58.0%	5 6.2%	3 3.7%	1 1.2%	0 0.0%	0 0.0%	25 30.9%
7.運輸	42 100.0%	27 64.3%	2 4.8%	1 2.4%	3 7.1%	0 0.0%	0 0.0%	9 21.4%
8.宿泊業	10 100.0%	5 50.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 20.0%	1 10.0%	2 20.0%
9.情報通信・広告	34 100.0%	19 55.9%	4 11.8%	4 11.8%	0 0.0%	1 2.9%	0 0.0%	6 17.6%
10.その他、サービス業	254 100.0%	150 59.1%	20 7.9%	8 3.1%	1 0.4%	3 1.2%	1 0.4%	71 28.0%
不明	65 100.0%	31 47.7%	5 7.7%	2 3.1%	1 1.5%	1 1.5%	0 0.0%	25 38.5%

	合計	Q5-1 平成24年度の新卒者の採用人数						
		0人	1人	2～3人	4～5人	6人～10人	11人以上	無回答
1.建設業	351 100.0%	234 66.7%	12 3.4%	11 3.1%	3 0.9%	0 0.0%	0 0.0%	91 25.9%
2.製造業	98 100.0%	52 53.1%	13 13.3%	7 7.1%	2 2.0%	2 2.0%	0 0.0%	22 22.4%
3.卸売業	190 100.0%	115 60.5%	10 5.3%	10 5.3%	3 1.6%	1 0.5%	0 0.0%	51 26.8%
4.小売業	138 100.0%	86 62.3%	11 8.0%	3 2.2%	1 0.7%	1 0.7%	1 0.7%	35 25.4%
5.飲食業	19 100.0%	12 63.2%	0 0.0%	0 0.0%	1 5.3%	0 0.0%	0 0.0%	6 31.6%
6.不動産	81 100.0%	52 64.2%	1 1.2%	1 1.2%	1 1.2%	1 1.2%	0 0.0%	25 30.9%
7.運輸	42 100.0%	26 61.9%	1 2.4%	2 4.8%	3 7.1%	0 0.0%	0 0.0%	10 23.8%
8.宿泊業	10 100.0%	5 50.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 20.0%	1 10.0%	2 20.0%
9.情報通信・広告	34 100.0%	20 58.8%	5 14.7%	0 0.0%	1 2.9%	0 0.0%	0 0.0%	8 23.5%
10.その他、サービス業	254 100.0%	146 57.5%	19 7.5%	14 5.5%	1 0.4%	2 0.8%	0 0.0%	72 28.3%
不明	65 100.0%	33 50.8%	2 3.1%	4 6.2%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.5%	25 38.5%

問5-2. 新卒者以外の正社員の採用実績、及び定着状況についておうかがいします。貴社の直近3年間における新卒者以外の正社員数の採用人数と現在の在籍人数を記入してください。

<新卒以外の正社員数の採用人数>

結果	平成24年度		平成25年度		平成26年度	
	件数	構成比率	件数	構成比率	件数	構成比率
1. 0人	473件	36.9%	442件	34.5%	415件	32.4%
2. 1人	105件	8.2%	134件	10.5%	150件	11.7%
3. 2~3人	83件	6.5%	90件	7.0%	121件	9.4%
4. 4~5人	24件	1.9%	29件	2.3%	30件	2.3%
5. 6人~10人	8件	0.6%	13件	1.0%	26件	2.0%
6. 11人以上	9件	0.7%	12件	0.9%	13件	1.0%
無回答	580件	45.2%	562件	43.8%	527件	41.1%
合計	1,282件	100.0%	1,282件	100.0%	1,282件	100.0%

新卒者以外の正社員数採用は、直近3年間でみると新卒者と同様に増加傾向である。1名以上採用した企業の割合は、平成24年度で17.9%、平成25年度で21.7%、平成26年度で26.5%となり、新卒採用より中途採用者の割合が高い。

中途採用者の中で、40歳未満の人数の回答があった企業の割合は、以下となる。全体としては、採用人数の約85%が40歳未満となっている。

<新卒以外の正社員数の採用人数>

結果	平成24年度		平成25年度		平成26年度	
	件数	構成比率	件数	構成比率	件数	構成比率
1. 0人	141件	42.5%	124件	37.2%	122件	32.9%
2. 1人	83件	25.0%	88件	26.4%	89件	24.0%
3. 2~3人	72件	21.7%	73件	21.9%	98件	26.4%
4. 4~5人	21件	6.3%	27件	8.1%	27件	7.3%
5. 6人~10人	7件	2.1%	11件	3.3%	24件	6.5%
6. 11人以上	8件	2.4%	10件	3.0%	11件	3.0%
無回答	0件	0.0%	0件	0.0%	0件	0.0%
合計	332件	100.0%	333件	100.0%	371件	100.0%

<新卒以外の正社員数の採用人数(40歳未満)>

結果	平成24年度		平成25年度		平成26年度	
	件数	構成比率	件数	構成比率	件数	構成比率
1. 0人	164件	49.4%	151件	45.3%	159件	42.9%
2. 1人	98件	29.5%	89件	26.7%	92件	24.8%
3. 2~3人	51件	15.4%	67件	20.1%	82件	22.1%
4. 4~5人	10件	3.0%	17件	5.1%	19件	5.1%
5. 6人~10人	5件	1.5%	7件	2.1%	16件	4.3%
6. 11人以上	4件	1.2%	2件	0.6%	3件	0.8%
無回答	0件	0.0%	0件	0.0%	0件	0.0%
合計	332件	100.0%	333件	100.0%	371件	100.0%