

《平成23年7～9月会員景況感調査報告(全国版)》

総回答数 266 社

1. 地域別内訳(事業の中心をおいている地域)

東日本	86 社	神奈川県	41 社	中部日本	45 社	西日本	94 社
-----	------	------	------	------	------	-----	------

2. 売上(または取扱)商品の中で最もウエイトの高いものの内訳

日用品・雑貨類	37 社	包装用容器・キャップ	37 社	電気・電子・通信部品	65 社
自動車・輸送機器部品	78 社	住宅関連	9 社	医療機器	8 社
その他	28 社				

3. 従業員数の内訳

20人未満	62 社	21～50人	74 社	51～100人	53 社	101～300人	49 社	301人以上	16 社
-------	------	--------	------	---------	------	----------	------	--------	------

4. 今期(平成23年4～6月)の自社業況について<右の数字は前回の結果です>

	平成23年7～9月(実績)											
	前期(平成23年4～6月)比						前年同期(平成22年7～9月)比					
生産・売上高	1. 増加		2. 横這		3. 減少		1. 増加		2. 横這		3. 減少	
	38.7	29.5	29.3	26.9	30.8	42.1	29.3	26.9	33.1	19.9	35.7	48.7
製品単価	1. 上昇		2. 不変		3. 下落		1. 上昇		2. 不変		3. 下落	
	6.4	4.8	71.4	76.8	20.3	17.0	8.3	7.4	60.5	62.0	28.2	26.2
採算	1. 好転		2. 横這		3. 悪化		1. 好転		2. 横這		3. 悪化	
	23.3	12.9	45.1	36.9	30.5	47.6	18.0	12.5	37.2	32.5	41.7	50.2
所定外労働時間	1. 増加		2. 横這		3. 減少		1. 増加		2. 横這		3. 減少	
	28.2	18.5	47.0	42.4	23.3	37.6	21.8	18.5	50.8	39.1	24.1	38.4
製品在庫	1. 増加		2. 不変		3. 減少		1. 増加		2. 不変		3. 減少	
	18.0	20.3	55.3	53.1	25.2	24.4	15.4	23.2	57.5	46.5	24.1	25.5
樹脂原料単価	1. 上昇		2. 横這		3. 下落		1. 上昇		2. 横這		3. 下落	
	53.0	62.0	42.9	35.4	2.6	0.7	60.2	72.3	33.1	22.5	3.4	0.7
総合判断	1. 好転		2. 横這		3. 悪化		1. 好転		2. 横這		3. 悪化	
	22.9	12.9	43.6	42.4	30.5	43.2	17.3	15.1	39.5	32.1	38.7	47.6
来期の見通し (23/10～12の見通し)	1. 好転		2. 横這		3. 悪化							
	21.1	29.5	50.4	43.5	21.1	20.3						

5. 当面の経営上の問題点(%)<右の数字は前回の結果です>

1. 売上不振	45.5	40.6	2. 輸出不振	4.1	3.0	3. 製品単価安	44.0	37.3	4. 取引条件悪化	6.8	5.5	5. 過当競争	21.4	14.0
6. 輸入品との競合	14.7	8.9	7. 流通経費増大	6.4	5.5	8. 原材料高	53.0	55.0	9. 借入負担増	6.8	8.1	10. 貸し渋り	0.8	2.6
11. 人件費高	13.9	12.2	12. 技能者不足	18.8	14.4	13. 技術力不足	12.4	10.0	14. マーケティング力不足	6.4	4.1	15. 設備過剰	2.6	4.1
16. 法的規制	1.5	0.7	17. 為替問題	12.8	6.6	18. 環境問題	2.6	2.6	19. 人材育成	24.8	23.6	20. 研究開発	6.4	3.3
21. 事業承継	6.0	0.0	22. その他	3.4	3.7									

22. その他の意見

品質問題。新規商品の展開が進まず仕事減になっている。機械が古く受注出来ないが設備投資する余裕が無い。スクラップ削減。客先内製品との競争。自動車業界の挽回生産による人員対応。先行不安、H24/3月以降の見通しが不明。派遣法。親会社の海外生産増。

6. 超円高下(70円台又は80円台)貴社の生き残り戦略は？

海外展開を視野に入れての検討要。

円高のほうが良い。材料が安くなるから。円安になると原材料の転嫁が出来なくなる。空洞化は円安になっても解決しない。労働賃金の差がある限り空洞化は避けられない。

戦略なし。

自社ブランドの確立。

外貨建て債権債務について為替予約によるリスクヘッジで均衡を図り、為替影響額の逓減を図る。 決済条件の通貨建て見直し。

相場に左右されない高付加価値のものづくりを目指す。そのために客先・協力企業と一体となって研究開発を行っていく。

顧客の範囲を少しでも広げ、調子の良い会社・分野が売上/利益を補完できる体制を目指す。

地産地消に向けて動きが活発化傾向になってきた。新製品開発から手がけるため海外進出が絶対条件になると思う。

輸入によるメリットを最大に生かすこと。さらなる合理化。

輸出は少ないため影響は無いが価格競争で苦しんでいる。品質・納期のアピールで受注を獲得したい。

輸出主導企業についていくより、内需主導企業へ売上を増やしていく。

円相場関係なし。

海外でも国内でも出来るだけ客先の近くで生産すること。

海外進出、海外シフト。

営業強化、社員教育。

直接輸出はないが、顧客動向に不安あり。コストダウンで追いつくレベルを超えており、生産拠点変更を考えている顧客が多く受注先の減少に対し、既存海外現地法人で生産範囲を広げること検討。

海外現地法人(タイ、フィリピン)での生産。

海外移転に歯止めがかからず生き残り戦略については確かなものが無い。

縮小し少数精鋭。

国内生産から外れないニッチな製品を手がける。超円高がずっと続くとは思わないが、国内生産が縮小することは間違いなく、長期的には縮小やM&Aも検討する必要がある。

原材料統一化。

強いてあげれば、技術力・精度・品質

円高で自動車部品の海外生産化が進むと現在の仕事が何時まで受注できるか不安大。

取引先の数を増やす(新規開拓)。

海外拠点の活用。

当面は景気の様子を見ていく(経費節減、雇用調整助成金活用)。回復が見られないときは事業の縮小で(取引先選別、リストラ等)で生き残りを図る。

新アイテムを事業の柱とすること。現製品で他社よりQCD下の一步先を行くこと。

営業力の強化による売上増と経費節減による経営の安定を図る。

製造場所を海外へシフトすることもあり得る。

得意先においては輸出品がありますが、直接輸出はありません。輸入原料はありますが、喜んでばかりはいられません。やはり、適正が良いと思います。

大企業得意先との取引なので、直接は円高の関係はないが、取引先から要求はある。原材料が安くなるのでは!と言ってくるが、一向に安くならず、むしろ、値上がり傾向にあってこの点では困っている。

海外に拠点を移す考え。

国内製産(MADE IN JAPAN)指向の強い客先を開拓(製品は問わないで)。

円高は現在あまり影響はない。輸出不振は原発による中国向製品がキャンセルになった。これからは海外製品も入っているため、生き残り戦略としては海外生産も検討しなければならない。

QCDSの徹底、生産効率UP。

直接貿易なし。海外生産拠点の設立と国内生産体制の再編成。

製品の値下げ。

円高に対応するため更なる経費節減をはかり、この難局を生き延びていきたい。

公共事業関連拡大。

取引先の動向に影響を受けることから、動向を注視している。

海外生産を増やすこと。

オンリーワン戦術を構築し、人材育成と同時に生き残りをかけて、全てのコストを見直し、維持する。

グローバル戦略として顧客の現地調達ニーズに応えていく。来春よりインドにて生産開始。

下請け企業であるので親会社の方針によって左右される。適正な円は判断しかねる。

1. 売上向上及び受注量の確保(海外からの部品輸入他)。2. 生産の合理化(歩留まり向上、人件費圧縮等)。

国内生産品の部品を受注する為、金型製作費の低減と工程内能力を更に上げて競争力を強くする。

自社の特徴をアピール。

付加価値の高いものの受注。

海外への生産拠点のシフトを急速に実施する。

合理化。

私共二次下請でも海外進出を実行しないと生き残れない状況。しかし資金・人材などで課題が山積。

直接輸出入がありませんので回答しかねます。

海外への直接取引もなく国内需要向けであり、当面問題なし。

国内戦略にかげりが見えます。海外戦略を強化する一方製品開発力も強化し複合的なモノ作り戦略が必要と考えます。

海外より入るものは安くなるわけだし、各会社単位でがんばっていきましょう。

短納期対応型企業を目指す。独自技術の蓄積。

円高メリットが我々に伝わってこない。原料価格も高止まりのままである。

新製品開発(消費者に視点を置いた)が重要。

海外生産・販売。

製品価格の改定をお客様にお願いする事。

顧客重視で品質納期の徹底。製造コストの限りなき削減。

技術力を生かした高付加価値商品の開発・受注。

海外進出を検討中。

中国からの製品輸入にシフト検討。

国内生産のみで直接貿易商品も無いので今のところ影響は少ないが、国内経済全体の不況や企業の海外生産化により一層の不況となりそう。これにはニッチ商品の新製品開発しかない。

コストの見直し。生産能力の向上。

適正な水準は分かりませんが、材料が上昇(秋に一度下がったが)している内は円高の方がよいと思うが長期的には円安方向になって欲しい。

海外へ出せない少ロット多品種の仕事へのシフト。

大手電機メーカー下請の為追随するしかない。

販路を増やしたい。円安になり社会経済が活発になり、輸出が増えると発注も増える。製造業が潤うドル高になってほしい。

三洋電機(株)がパナソニック(株)の子会社化に伴い、前期受注量が減少した。又今後の計画案が出ず、仕事量の確保に非常に困っております。

海外拠点の活用。取引条件の見直し。輸出入のバランス見直し。

内需中心のため為替問題は特に無いが、海外の安価な製品の流入によりコスト競争力をつける必要あり。一方で円高により原材料価格のUPが押さえられているメリットもある。

現商品の海外への移管。高付加価値商品への切り替え。

円高が悪いわけではない。原料などの海外品が安くなる。

中国での生産を計画中。

1. 顧客の課題を解決するソリューション型事業への転換、2. アライアンスの強化。

国内空洞化のため海外展開。

また適正と考える円・米ドル相場水準は？

円/ドル	130	120	110	105	100	95	90	87.5	85	80	60
計 106 社	1	5	8	1	19	13	29	3	19	6	2

7. 皆様のご意見、ご要望

10月以降全く見通せない。

4-6月期売上20%ダウン、従業員の縮小を考えている。上半期は借入金増加、原材料値上がり、さらにユーザーが東南アジアからの調達に切り替えつつあり厳しい。

ウォン安で韓国からの輸入品に市場をとられたケース発生。

ますますコストダウン要請がきつく、材料値上げの問題もあって、採算が大変厳しい状況。諸情勢を見て海外生産を今後考慮しなければならない物も出てくる。

円の為替が90円～100円台に戻って欲しい。日本製の海外輸出がさらにグローバル化することが望ましい。

円高で仕事が海外へ流出してしまうのは止むを得ないことと思うが、このまあいって、10年～20年後の日本の将来はあるのか？しっかりとした国策が無ければ・・・。

各社からの要望事項で業界全般に係わることに関しては取り上げたら如何でしょうか。

景気対策として一時的に税収減となり得るが、成形機はじめ設備投資について、初年度一括償却を認める等検討して頂きたい。

現状超円高の状況ながら樹脂原料単価の値上げが続いている？

国内での経済が発展するような施策を国には是非とっていただきたい。

今後、さらに海外進出(円高のため)して、現状の製品がなくなるようです。

車関連受注見通しが心配。今期は車に変わり携帯電話、遊戯機械関連が主力の売上になりそうです。7月決算は、前年比15%増見込み。

住宅関連部材中心の震災後の復興需要がどうなるかによって会社業績が大きく左右される。震災の影響が取引先に新たに出てきた。

先の見通しが立ちません。

大企業が参入できないスキマ市場を狙った商品開発が一層重要である。

中国の傾向として政治は北京、経済は上海と区分が明確になると考えられる。

日本の技術等というがそれは過去の栄光ではないか。確実に物作りの技術・思考能力はなくなって来ている。

零細企業は辛い。

各分類ごとの業況判断(平成23年7～9月期 前期比)

数字はすべて前期比で、単純平均%で表示しております
 傾向がわかるように、値が50%以上の場合は網掛けを行っております

団体別	生産高・売上高			製品単価			採算			所定外労働時間			製品在庫			材料原料単価			総合判断			来期の見通し		
	増加	横道	減少	上昇	不変	下落	好転	横道	悪化	増加	横道	減少	増加	不変	減少	上昇	横道	下落	好転	横道	悪化	好転	横道	悪化
東日本	34.9%	34.9%	30.2%	8.1%	72.1%	19.8%	15.1%	52.3%	32.6%	26.7%	52.3%	20.9%	22.1%	51.2%	26.7%	60.5%	37.2%	2.3%	18.6%	48.8%	32.6%	16.3%	61.6%	20.9%
神奈川県	41.5%	22.0%	36.6%	7.3%	68.3%	19.5%	19.5%	56.1%	24.4%	12.2%	53.7%	31.7%	14.6%	58.5%	26.8%	48.8%	48.8%	2.4%	14.6%	61.0%	19.5%	19.5%	58.5%	7.3%
中部日本	68.9%	22.2%	8.9%	0.0%	75.6%	24.4%	53.3%	26.7%	20.0%	57.8%	35.6%	6.7%	24.4%	55.6%	20.0%	46.7%	48.9%	2.2%	51.1%	31.1%	17.8%	44.4%	31.1%	17.8%
西日本	26.6%	30.9%	39.4%	7.4%	70.2%	19.1%	18.1%	42.6%	36.2%	22.3%	44.7%	29.8%	12.8%	57.4%	25.5%	51.1%	42.6%	3.2%	17.0%	37.2%	39.4%	14.9%	45.7%	28.7%

製品別	増加	横道	減少	上昇	不変	下落	好転	横道	悪化	増加	横道	減少	増加	不変	減少	上昇	横道	下落	好転	横道	悪化	好転	横道	悪化
日用品・雑貨類	21.6%	35.1%	43.2%	8.1%	78.4%	13.5%	16.2%	45.9%	37.8%	10.8%	59.5%	29.7%	21.6%	45.9%	29.7%	51.4%	48.6%	0.0%	13.5%	43.2%	43.2%	16.2%	54.1%	21.6%
包装容器・キャップ	18.9%	43.2%	35.1%	13.5%	70.3%	13.5%	10.8%	45.9%	40.5%	10.8%	56.8%	29.7%	16.2%	64.9%	16.2%	48.6%	45.9%	2.7%	8.1%	51.4%	37.8%	10.8%	59.5%	24.3%
電気・電子・通信部品	30.8%	32.3%	33.8%	3.1%	66.2%	26.2%	20.0%	49.2%	27.7%	26.2%	41.5%	29.2%	13.8%	53.8%	29.2%	52.3%	41.5%	3.1%	16.9%	47.7%	27.7%	12.3%	52.3%	30.8%
自動車	67.9%	10.3%	21.8%	5.1%	66.7%	26.9%	43.6%	30.8%	25.6%	57.7%	24.4%	16.7%	24.4%	51.3%	24.4%	52.6%	43.6%	2.6%	47.4%	26.9%	23.1%	41.0%	39.7%	10.3%
住宅関連	22.2%	33.3%	44.4%	0.0%	66.7%	33.3%	11.1%	33.3%	55.6%	0.0%	66.7%	33.3%	0.0%	77.8%	22.2%	88.9%	11.1%	0.0%	11.1%	22.2%	66.7%	22.2%	33.3%	22.2%
医療機器	37.5%	50.0%	12.5%	12.5%	87.5%	0.0%	25.0%	62.5%	12.5%	12.5%	62.5%	25.0%	12.5%	37.5%	50.0%	50.0%	37.5%	12.5%	25.0%	62.5%	12.5%	0.0%	75.0%	12.5%
その他	35.7%	35.7%	28.6%	3.6%	89.3%	7.1%	7.1%	67.9%	25.0%	14.3%	78.6%	7.1%	17.9%	67.9%	14.3%	53.6%	42.9%	3.6%	7.1%	64.3%	28.6%	10.7%	53.6%	28.6%

人数別	増加	横道	減少	上昇	不変	下落	好転	横道	悪化	増加	横道	減少	増加	不変	減少	上昇	横道	下落	好転	横道	悪化	好転	横道	悪化
20人未満	22.6%	35.5%	41.9%	4.8%	72.6%	22.6%	4.8%	46.8%	48.4%	12.9%	53.2%	33.9%	14.5%	64.5%	21.0%	51.6%	48.4%	0.0%	6.5%	46.8%	45.2%	9.7%	30.6%	54.8%
21～50人	19.0%	35.4%	44.3%	2.5%	74.7%	21.5%	12.7%	43.0%	43.0%	11.4%	58.2%	30.4%	10.1%	64.6%	24.1%	67.1%	32.9%	0.0%	17.7%	40.5%	41.8%	11.4%	36.7%	50.6%
51～100人	10.7%	30.4%	53.6%	1.8%	66.1%	28.6%	10.7%	37.5%	48.2%	16.1%	44.6%	35.7%	21.4%	39.3%	35.7%	62.5%	33.9%	0.0%	7.1%	32.1%	55.4%	8.9%	16.1%	62.5%
101～300人	17.9%	41.0%	41.0%	0.0%	74.4%	25.6%	10.3%	48.7%	38.5%	12.8%	53.8%	33.3%	17.9%	46.2%	35.9%	59.0%	38.5%	2.6%	12.8%	43.6%	43.6%	5.1%	33.3%	56.4%
301人以上	26.7%	20.0%	53.3%	6.7%	60.0%	33.3%	13.3%	40.0%	46.7%	13.3%	46.7%	40.0%	26.7%	33.3%	40.0%	53.3%	46.7%	0.0%	13.3%	40.0%	46.7%	6.7%	40.0%	46.7%

各分類ごとの業況判断(平成23年7～9月期 前年比)

数字はすべて前期比で、単純平均%で表示しております
傾向がわかるように、値が50%以上の場合は網掛けを行っております

団体別	生産高・売上高			製品単価			採算			所定外労働時間			製品在庫			材料原料単価			総合判断			来期の見通し		
	増加	横道	減少	上昇	不変	下落	好転	横道	悪化	増加	横道	減少	増加	不変	減少	上昇	横道	下落	好転	横道	悪化	好転	横道	悪化
東日本	30.2%	31.4%	38.4%	9.3%	62.8%	27.9%	19.8%	36.0%	44.2%	24.4%	50.0%	25.6%	23.3%	52.3%	24.4%	62.8%	32.6%	4.7%	17.4%	40.7%	41.9%	0.0%	1.2%	0.0%
神奈川県	34.1%	31.7%	26.8%	2.4%	58.5%	24.4%	17.1%	41.5%	29.3%	19.5%	48.8%	17.1%	9.8%	56.1%	22.0%	51.2%	34.1%	2.4%	19.5%	41.5%	24.4%	0.0%	2.4%	0.0%
中部日本	24.4%	44.4%	31.1%	4.4%	48.9%	46.7%	17.8%	37.8%	44.4%	26.7%	55.6%	17.8%	17.8%	62.2%	20.0%	60.0%	37.8%	0.0%	17.8%	46.7%	35.6%	0.0%	0.0%	0.0%
西日本	28.7%	29.8%	39.4%	11.7%	64.9%	21.3%	17.0%	36.2%	43.6%	18.1%	50.0%	28.7%	9.6%	60.6%	26.6%	61.7%	30.9%	4.3%	16.0%	34.0%	43.6%	0.0%	1.1%	1.1%

製品別	増加	横道	減少	上昇	不変	下落	好転	横道	悪化	増加	横道	減少	増加	不変	減少	上昇	横道	下落	好転	横道	悪化	好転	横道	悪化
日用品・雑貨類	24.3%	45.9%	27.0%	8.1%	75.7%	13.5%	21.6%	32.4%	43.2%	18.9%	45.9%	32.4%	18.9%	43.2%	32.4%	56.8%	40.5%	0.0%	18.9%	37.8%	37.8%	0.0%	2.7%	0.0%
包装容器・キャップ	27.0%	40.5%	32.4%	13.5%	70.3%	16.2%	10.8%	43.2%	40.5%	10.8%	67.6%	18.9%	21.6%	59.5%	16.2%	59.5%	32.4%	5.4%	13.5%	40.5%	43.2%	0.0%	0.0%	0.0%
電気・電子・通信部品	29.2%	21.5%	47.7%	4.6%	55.4%	33.8%	16.9%	40.0%	38.5%	21.5%	43.1%	30.8%	12.3%	52.3%	30.8%	53.8%	40.0%	1.5%	15.4%	35.4%	40.0%	0.0%	3.1%	1.5%
自動車	33.3%	28.2%	35.9%	5.1%	43.6%	48.7%	19.2%	33.3%	46.2%	30.8%	43.6%	21.8%	14.1%	64.1%	20.5%	57.7%	35.9%	2.6%	17.9%	42.3%	38.5%	0.0%	0.0%	0.0%
住宅関連	33.3%	55.6%	11.1%	11.1%	66.7%	22.2%	22.2%	11.1%	66.7%	22.2%	55.6%	22.2%	22.2%	66.7%	11.1%	100.0%	0.0%	0.0%	22.2%	33.3%	44.4%	0.0%	0.0%	0.0%
医療機器	25.0%	12.5%	50.0%	12.5%	75.0%	0.0%	25.0%	12.5%	50.0%	12.5%	50.0%	25.0%	12.5%	50.0%	25.0%	50.0%	12.5%	25.0%	25.0%	12.5%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他	28.6%	46.4%	25.0%	14.3%	78.6%	7.1%	21.4%	46.4%	32.1%	17.9%	71.4%	10.7%	14.3%	64.3%	21.4%	75.0%	17.9%	7.1%	17.9%	46.4%	32.1%	0.0%	0.0%	0.0%

人数別	増加	横道	減少	上昇	不変	下落	好転	横道	悪化	増加	横道	減少	増加	不変	減少	上昇	横道	下落	好転	横道	悪化	好転	横道	悪化
20人未満	27.4%	35.5%	35.5%	6.5%	67.7%	24.2%	11.3%	45.2%	41.9%	16.1%	58.1%	24.2%	16.1%	59.7%	22.6%	62.9%	33.9%	0.0%	12.9%	43.5%	38.7%	9.7%	32.3%	51.6%
21～50人	32.9%	24.1%	39.2%	8.9%	68.4%	17.7%	20.3%	35.4%	39.2%	17.7%	50.6%	27.8%	12.7%	57.0%	25.3%	72.2%	22.8%	0.0%	20.3%	34.2%	41.8%	12.7%	31.6%	46.8%
51～100人	25.0%	23.2%	50.0%	7.1%	44.6%	46.4%	17.9%	28.6%	51.8%	19.6%	33.9%	44.6%	21.4%	41.1%	35.7%	71.4%	26.8%	0.0%	12.5%	30.4%	53.6%	10.7%	12.5%	66.1%
101～300人	33.3%	30.8%	35.9%	5.1%	59.0%	35.9%	20.5%	35.9%	43.6%	28.2%	35.9%	35.9%	20.5%	41.0%	38.5%	79.5%	17.9%	2.6%	25.6%	33.3%	41.0%	10.3%	25.6%	56.4%
301人以上	40.0%	33.3%	26.7%	6.7%	46.7%	46.7%	13.3%	40.0%	46.7%	26.7%	40.0%	33.3%	26.7%	40.0%	33.3%	86.7%	13.3%	0.0%	20.0%	46.7%	33.3%	13.3%	33.3%	46.7%

全体および製品別分類ごとの経営上の問題点(平成23年7～9月期)

数字はすべて前期比で、単純平均%で表示しております

傾向がわかるように、値が50%以上の場合は網掛けを行っております

経営上の問題点	売上不振	輸出不振	製品単価安	取引条件悪化	過当競争	輸入品との競争	流通経費増大	原材料高	借入負担増	銀行の貸渋り	人件費高	技能者不足	技術力不足	マーケティング力不足	設備過剰	法的規制	為替問題	環境問題	人材育成	研究開発	事業継承
製品別																					
日用品・雑貨類	54.1%	8.1%	37.8%	5.4%	18.9%	18.9%	8.1%	62.2%	0.0%	0.0%	2.7%	13.5%	8.1%	8.1%	0.0%	0.0%	10.8%	0.0%	18.9%	8.1%	2.7%
包装容器・キャップ	45.9%	5.4%	37.8%	5.4%	24.3%	8.1%	2.7%	64.9%	5.4%	0.0%	10.8%	21.6%	13.5%	5.4%	2.7%	0.0%	2.7%	2.7%	24.3%	5.4%	8.1%
電気・電子・通信部品	52.3%	1.5%	43.1%	3.1%	20.0%	18.5%	9.2%	55.4%	3.1%	3.1%	16.9%	15.4%	9.2%	3.1%	6.2%	4.6%	21.5%	7.7%	30.8%	6.2%	3.1%
自動車	34.6%	3.8%	55.1%	11.5%	28.2%	10.3%	7.7%	44.9%	12.8%	0.0%	20.5%	25.6%	16.7%	5.1%	2.6%	0.0%	14.1%	1.3%	24.4%	1.3%	9.0%
住宅関連	44.4%	0.0%	55.6%	11.1%	33.3%	33.3%	0.0%	66.7%	11.1%	0.0%	0.0%	11.1%	11.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%
医療機器	37.5%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	37.5%	0.0%	0.0%	12.5%	37.5%	25.0%	12.5%	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%	25.0%	12.5%	0.0%
その他	46.4%	0.0%	46.4%	7.1%	10.7%	17.9%	3.6%	46.4%	10.7%	0.0%	10.7%	10.7%	10.7%	14.3%	0.0%	3.6%	10.7%	0.0%	14.3%	21.4%	10.7%
人数別																					
20人未満	56.5%	1.6%	43.5%	4.8%	11.3%	8.1%	3.2%	61.3%	1.6%	1.6%	9.7%	11.3%	9.7%	4.8%	1.6%	3.2%	4.8%	1.6%	14.5%	1.6%	9.7%
21～50人	55.7%	0.0%	30.4%	3.8%	20.3%	13.9%	2.5%	65.8%	5.1%	0.0%	5.1%	20.3%	16.5%	11.4%	5.1%	0.0%	3.8%	0.0%	30.4%	8.9%	5.1%
51～100人	64.3%	3.6%	48.2%	1.8%	16.1%	16.1%	7.1%	66.1%	10.7%	1.8%	5.4%	16.1%	21.4%	5.4%	5.4%	1.8%	1.8%	1.8%	26.8%	5.4%	3.6%
101～300人	33.3%	2.6%	41.0%	2.6%	17.9%	7.7%	0.0%	66.7%	5.1%	2.6%	15.4%	15.4%	7.7%	10.3%	7.7%	0.0%	10.3%	0.0%	17.9%	2.6%	2.6%
301人以上	40.0%	0.0%	46.7%	0.0%	6.7%	26.7%	6.7%	80.0%	0.0%	0.0%	0.0%	13.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.7%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%