令和3年度 中小企業の経営戦略及びデジタル化の動向に 関する調査に係る委託事業

報告書

令和4年3月 株式会社東京商工リサーチ

目 次

1. 事業概要	1
1.1 事業の背景・目的	1
2. 事業内容	2
2.1 先行研究等の結果	2
2.2 アンケート調査概要	6
2.3 アンケート調査結果	7
アンケート調査結果 中小企業の経営理念・経営戦略に関するアンケート	8
アンケート調査結果 中小企業のデジタル化と情報資産の活用に関するアンケート	70
3. 本調査のまとめ	139
3.1 中小企業の企業戦略について	139
3.2 中小企業のデジタル化について	140
4. 付録	142
アンケート調査票 中小企業の経営理念・経営戦略に関するアンケート	142
アンケート調査票 中小企業のデジタル化と情報資産の活用に関するアンケート	154

1 事業概要

1.1 事業の背景・目的

我が国の中小企業は、新型コロナウイルス感染症の影響の長期化により厳しい経営環境に直面している。中小企業が再び成長軌道に戻るために、不確実性の高い事業環境に柔軟に対応できるよう、経営戦略の策定における支援を行っていくことは、これまで以上に重要な政策的課題となっている。また、経営戦略を実行する上で、合理化及び競争力強化の観点からデジタル化の取組やデータ・情報資産の更なる利活用に期待される役割も大きい。

こうした中、中小企業における経営戦略策定に係る現状、新型コロナウイルス感染症前後での デジタル化の動向、データ・情報資産の活用に向けて重要となる取組等について調査・分析し、 中小企業の柔軟な事業展開を推進する環境整備に向けた効果的な政策立案につなげていくことが 重要である。

本事業は、上記の事業目的を達成するため、既存調査等の分析とともに、経営理念を組織内で 共有し成長を実現した中小企業や、アフターコロナに向けて適切な経営戦略を策定し事業転換を 進めている中小企業、更にはデータ・情報資産の利活用により新たな製品・サービスの開発に取 り組む中小企業の実態等を把握するため定量・定性両面のデータを収集・分析し、当該分析結果 を基にテーマに即した現状の整理、課題の抽出、政策提言等をとりまとめ、今後の中小企業政策 の企画立案や2022年版中小企業白書・小規模企業白書作成等の基礎資料とするものである。

2 事業内容

2.1 先行研究等の結果

【経営戦略・経営理念】

以下の通り、中小企業の財務に対する意識と財務の安全性や収益性との間には密接な関係があり、コロナ禍において経営戦略の見直しに一早く取り組んだ企業では売上高の回復が進んでいる企業も多くみられた。一方、経営戦略の策定が進まない中小企業もみられている。



[リサーチクエスチョン] 中小企業における経営戦略の策定におけるボトルネックは何か

以上から、下記調査事項に沿った仮説を立てて本事業を実施する。

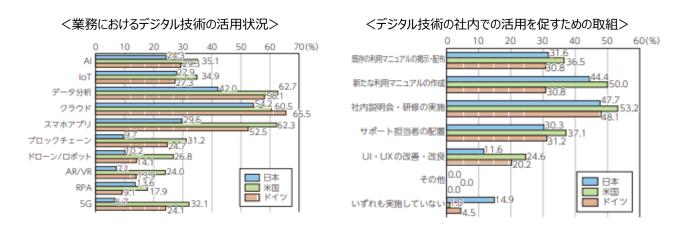
- ①経営理念・経営ビジョン・経営戦略の策定状況(規模別・業種別分析、策定プロセス、課題等)
- ・ 戦略策定プロセスの進行度で差があるのか
- ・計画策定のための情報収集は十分か
- 経営戦略策定の根拠を明確化できているか
- ・ 具体的な計画を立て、数値化できているか
- ②経営理念・経営ビジョン・経営戦略の浸透状況と財務指標の関係性
- 経営戦略の浸透度で差があるのか
- 社員への経営戦略のブレイクダウンは十分か
- 金融機関への経営戦略の共有は十分か
- 経営戦略の管理・運用はできているか
- ③外部環境・内部環境の把握状況(財務指標との関係性、把握に向けた課題、有効な取組等)
- 外部環境の把握状況で差があるのか
- 内部環境の把握状況で差があるのか
- ・情報収集の手段による把握状況の違い
- ・収集している情報の主な内容

④付加価値を高めるためのブランド戦略

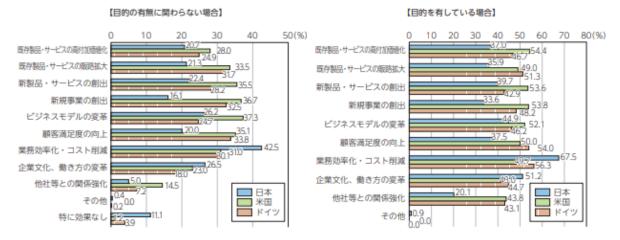
- 中小企業における、ブランドの構築に向けた取組の実施状況
- ブランドの構築に向けた取組と価格への反映状況、パフォーマンスとの相関
- ・中小企業におけるデザイン経営の現状
- ⑤新型コロナウイルス感染症拡大前後における海外展開の動向
- ・新型コロナによる影響はどの程度か
- ・コロナ前後で海外展開に変化がみられるか
- ・海外展開を行う上での課題は何か
- ⑥経営戦略策定における外部機関の活用状況
- 利用する外部機関別で差があるか
- 財務状況で差があるのか
- ・ 業種別で差があるのか
- ・企業規模で差があるのか

【中小企業のデジタル化】

新型コロナウイルス拡大以前から、企業活動におけるデジタル化に注目が集まりつつあったが、コロナ禍を契機として、デジタル化が世界規模で加速している。日本においても、AIやIoTなどのデジタル化技術や、テレワーク環境の整備などが進められているが、欧米諸国と比較すると、デジタル化の取組状況に差が見られる。また、デジタル化の効果については、欧米諸国は「新製品・サービスの創出」、「新規事業の創出」など、生産性向上につながるような効果を実感しているが、日本は、「業務効率化・コスト削減」が高くなっている。コロナ禍でさらに経営環境が厳しくなることから、今後企業が存続し、競争力を強化していくためには、デジタル化を業務効率化にとどまらず、新規サービスの創出や事業の変革、外部との連携強化等を進めていくことが求められる。



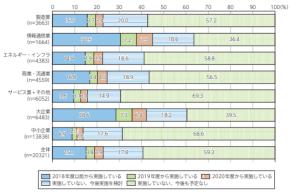
くデジタル・トランスフォーメーションに取り組むことによる具体的な効果>



(出典) 総務省「令和3年版 情報通信白書 |

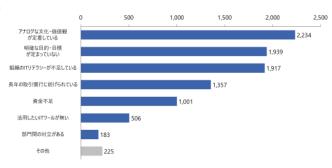
日本でのデジタル化の取組状況を見ると、中小企業では、「アナログな文化・価値観の定着」、「明確な目的・目標が定まっていない」、「組織の IT リテラシー不足」、「資金不足」といった課題等により、大企業と比較するとデジタル化を推進できていない。コロナ禍の長期化で多くの中小企業が厳しい経営環境に置かれているなか、再び中小企業を成長軌道に戻すために、中小企業においてデジタル化を推進していくためには組織における目的・目標を明確化させる必要がある。また、デジタル化の推進に経営者が積極的に関与し、組織全体で一丸となり推進していくことも重要となる。

<デジタル・トランスフォーメーションの取組状況(日本)>



(出典)総務省「令和3年版 情報通信白書」

<デジタル化の推進に向けた課題>



(出典) (株)野村総合研究所 「中小企業のデジタル化に関する調査」

本事業では事業方針の一環としてデジタル化の推進に取り組む重要性について、以下の点を中心に検証を行っていく。

【情報資産・データ利活用の取組状況】

- ✓デジタル化の推進状況別の要点や課題は何か
- ✓ デジタル化の目的・方針や IT 投資計画は具体的であるか
- ✓デジタル化による効果としてどのような効果を実感しているか

【新型コロナウイルス感染症拡大前後におけるデジタル化の動向と変化】

- ✓コロナ禍前後でのデジタル化への取組状況・優先度はどのように変化しているか
- ✓コロナ禍が今後のIT投資意向にどのような影響を与えるか

【クラウド型を含む IT ツール・サービスの動向】

✔IT ツール・サービスはどの程度活用されているか、今後普及促進するうえでの課題は何か

【企業活動におけるデータ利活用における課題や外部機関との連携状況】

- ✓セールスマーケティングや、サプライチェーン分野におけるデータの利活用は進んでいるか
- ✓外部機関との相談、連携は積極的に行われているか。

2.3 アンケート調査概要

●調査期間 : 2021年11月24日~12月13日

●調査対象 : 全国の中小企業事業者

●配布数 : ① 中小企業の経営理念・経営戦略に関するアンケート 20,000件

② 中小企業のデジタル化と情報資産の活用に関するアンケート 20,000 件

●有効回答数 : ① 5,318件(回収率:26.6%)

② 4,877件(回収率:24.4%)

●調査方法 : 郵送による配布、郵送及び WEB による回収

●調査項目 : ① 中小企業の経営理念・経営戦略に関するアンケート

A. 基本項目

B. 経営理念について

C. 経営戦略について

D. デザイン・ブランド戦略について

E. 海外展開について

F. 事業再構築について

G. グリーン戦略について

H. 資金調達について

② 中小企業のデジタル化と情報資産の活用に関するアンケート

A. デジタル化について

B. データ利活用について ①セールスマーケティング

C. データ利活用について ②サプライチェーン

D. 外部との連携について

2.3 アンケート調査結果

- ※ 特段の記載がない限り、「全体」は当該設問の各カテゴリーにおける回答企業数、各選択肢はそれぞれの回答割合を示している。
- ※ また、本分析に利用したデータのうち、付加価値の算出に用いられる一部の項目について、以下の方法により補完を行った。

補正項目:労務費、減価償却実施額

補正方法:各年・業種ごとに、売上原価計に占める「製造原価の労務費」および「販売費及

び一般管理費の減価償却実施額」の割合の中央値を算出し、欠損と考えられる箇所に対して、その割合を各業種・年ごとに売上原価計に掛けて補完を実施した。

中小企業の経営理念・経営戦略に関するアンケート クロス集計表(業種別・従業員規模別)

B1

				貴社に	おける経営理念	ま・経営ビジョン	の内容につい	て、当てはまる	るものをお答え	ください	
		全 体	顧客満足、	高品質、技 術・サービス の向上、イノ ベーション		経済的利益 の追求	安心・安全	社会への貢 献・社会的使 命	社員の幸福	取引先との 共存共栄	経営理念・経 営ビジョンは なく明文化し ていない
全 '	体	5293	70.7	49.4	38.6	24.3	39.2	53.4	57.9	32.2	12.9
	建設業	399	73.7	50.4	42.4	27.8	46.1	57.6	59.1	30.8	11.0
	製造業	1669	69.9	51.8	37.9	24.7	39.5	52.2	56.1	31.1	13.6
	情報通信業	394	68.8	57.1	41.6	19.3	27.9	51.5	58.4	35.3	11.2
	運輸·郵便業	371	65.2	42.3	33.4	24.0	43.4	48.5	54.7	33.2	17.0
業	卸売業	397	72.5	45.3	38.5	25.2	38.0	57.4	60.5	34.8	11.1
	小売業	365	70.7	40.8	40.5	22.2	38.1	54.0	59.5	31.5	12.6
別	不動産・物品賃貸業	266	75.2	46.2	46.2	28.6	42.9	58.6	62.4	36.8	10.2
	学術研究専門・技術サービス業	493	69.6	51.1	38.7	24.3	34.5	52.5	57.6	30.6	13.0
	宿泊業・飲食サービス業	89	74.2	36.0	37.1	28.1	50.6	52.8	51.7	31.5	16.9
	生活関連サービス業・娯楽業	115	68.7	42.6	35.7	25.2	40.9	46.1	65.2	27.0	16.5
	その他	735	73.1	52.1	35.8	22.7	39.9	54.7	59.0	32.8	12.4
従	5 ~20人	1892	69.6	46.6	35.4	22.7	38.9	48.6	57.2	33.1	14.7
	21~50人	1718	70.3	49.5	40.6	25.9	38.9	53.6	57.7	32.4	12.8
別員	51~100 人	772	72.3	51.7	40.0	24.7	41.1	57.4	57.8	31.9	10.2
	101 人以上	674	73.0	53.7	41.8	24.3	38.3	61.3	61.6	31.0	10.2

ВЗ

			現在の	経営理念·経常	営ビジョンを策り	定した時期につ	いて、お答え・	ください
		全 体	20年以上前	15年以上20 年未満前	10年以上15 年未満前	5 年以上10 年未満前	5 年未満前	分からない
全(本	4337	38.0	9.6	16.6	13.9	16.0	5.9
	建設業	328	39.9	9.1	18.3	13.4	12.5	6.7
	製造業	1362	40.8	9.7	14.5	13.1	16.6	5.3
	情報通信業	334	34.4	8.4	21.3	15.0	16.8	4.2
	運輸·郵便業	290	37.9	7.9	18.6	12.4	15.5	7.6
業	卸売業	333	39.3	12.9	14.1	9.9	16.5	7.2
種	小売業	304	37.2	10.5	17.4	18.1	11.8	4.9
別	不動産・物品賃貸業	224	38.8	11.2	14.7	13.8	17.4	4.0
	学術研究専門・技術サービス業	402	33.8	8.7	18.4	15.2	16.2	7.7
	宿泊業・飲食サービス業	68	35.3	13.2	19.1	11.8	13.2	7.4
	生活関連サービス業・娯楽業	93	30.1	12.9	16.1	8.6	18.3	14.0
	その他	599	35.9	8.2	17.4	16.4	17.2	5.0
従	5 ~20人	1508	38.8	9.2	15.7	13.9	15.8	6.6
	21~50人	1410	34.1	10.2	17.6	14.5	17.2	6.3
	51~100 人	657	40.6	10.4	16.7	12.9	14.5	4.9
規	101 人以上	575	42.6	8.9	16.0	13.0	14.4	5.0

В4

					現在の経営	理念・経営ビジ	ョンを策定した	・動機、きっか(けについて、お	答えください		
		全 体	会社創業		企業規模の 拡大・事業内	リーマン・ ショックや震 災、感染症 拡大などによ る危機	変化(選択肢		使来貝から の音目	支援機関な どからの指 導・助言	その他	分からない
全	体	4340	32.5	37.8	24.3	3.8	10.9	3.8	5.3	5.8	5.4	6.3
	建設業	329	28.0	40.1	26.7	3.3	11.2	4.3	4.3	6.7	4.3	6.7
	製造業	1366	31.3	39.5	21.7	4.4	10.2	5.0	4.8	6.4	5.6	6.3
	情報通信業	332	46.4	22.3	25.0	3.9	7.8	1.8	7.2	3.9	3.6	6.0
	運輸·郵便業	288	27.1	38.5	24.7	4.5	13.2	4.2	5.9	7.3	8.3	8.3
業	卸売業	332	25.9	43.1	24.1	3.0	10.5	2.7	5.4	3.9	6.9	8.7
種	小売業	303	32.3	36.0	27.4	3.6	15.8	2.6	8.3	8.9	5.0	5.3
別	不動産·物品賃貸業	225	36.4	35.1	31.6	3.1	10.7	4.9	6.2	6.2	3.6	4.9
	学術研究専門・技術サービス業	402	36.6	35.6	23.9	4.7	10.0	2.5	5.0	4.5	5.7	5.5
	宿泊業・飲食サービス業	67	40.3	37.3	16.4	6.0	16.4	7.5	7.5	4.5	1.5	7.5
	生活関連サービス業・娯楽業	92	32.6	37.0	25.0	4.3	10.9	2.2	6.5	4.3	7.6	7.6
	その他	604	31.1	41.6	25.0	2.5	10.4	3.1	4.0	5.0	5.3	5.3
従	5 ~20人	1509	35.5	36.4	22.1	4.0	10.8	4.8	6.5	6.1	5.2	6.0
	21~50人	1409	29.8	38.6	23.9	3.8	11.1	4.0	5.3	6.3	6.0	6.5
別員	51~100 人	659	31.7	38.7	27.2	3.6	10.0	3.3	4.4	4.7	5.3	5.5
規	101 人以上	575	32.3	36.7	28.3	4.3	12.0	2.1	4.0	5.7	5.0	7.5

В5

				■念・経営ビジョ 行について、お	
		全 体	創業者	創業者以外 の歴代経営 者	現経営者
全	体	4324	36.6	17.3	46.1
	建設業	328	33.8	21.0	45.1
	製造業	1361	35.8	17.3	46.9
	情報通信業	330	48.2	11.8	40.0
	運輸・郵便業	288	31.9	22.9	45.1
業	卸売業	333	29.1	22.5	48.3
種	小売業	305	35.4	15.7	48.9
別	不動産・物品賃貸業	223	43.5	13.5	43.0
	学術研究専門・技術サービス業	398	37.7	16.1	46.2
	宿泊業・飲食サービス業	68	45.6	11.8	42.6
	生活関連サービス業・娯楽業	92	35.9	12.0	52.2
	その他	598	36.1	17.1	46.8
従	5 ~20人	1514	38.2	14.6	47.2
模業	21~50人	1398	35.3	17.2	47.5
別員	51~100 人	652	36.2	19.3	44.5
規	101 人以上	572	35.5	22.6	42.0

B5.1

			経営者の経済	営理念・経営ビ	ジョンの継承ス	方法について
		全 体	事業の継承 にあたり、創 業者・歴代経 営者から教 育や指導を 受けて学ん だ	教育や指導 はなかった が、創業者・ 歴代経営者 の姿を見て 学んだ	自社ホーム ページや社 内のパネル などを通じて 理解した	特になし
全	体	2150	33.3	37.1	9.6	20.1
	建設業	172	32.6	41.9	10.5	15.1
	製造業	665	35.2	42.1	6.9	15.8
	情報通信業	182	23.1	33.5	14.8	28.6
	運輸・郵便業	152	37.5	34.9	9.2	18.4
業	卸売業	161	34.8	36.6	10.6	18.0
種	小売業	140	28.6	38.6	9.3	23.6
別	不動産・物品賃貸業	120	30.8	37.5	10.8	20.8
	学術研究専門・技術サービス業	194	32.5	28.9	11.3	27.3
	宿泊業・飲食サービス業	34	38.2	29.4	8.8	23.5
	生活関連サービス業・娯楽業	41	24.4	34.1	14.6	26.8
	その他	289	37.0	32.2	9.3	21.5
従	5 ~20人	732	30.2	39.5	8.7	21.6
	21~50人	677	36.0	34.0	9.7	20.2
別員	51~100 人	336	28.6	39.6	11.0	20.8
規	101 人以上	310	38.4	35.8	10.6	15.2

В6

		^ #		を営ビジョンを した経験につ えください
		全 体	経験がある	経験がない
全	体	4300	36.8	63.2
	建設業	326	36.2	63.8
	製造業	1355	37.3	62.7
	情報通信業	326	39.3	60.7
	運輸・郵便業	286	33.2	66.8
業	卸売業	329	36.5	63.5
種	小売業	301	41.5	58.5
別	不動産・物品賃貸業	224	37.9	62.1
	学術研究専門・技術サービス業	393	34.1	65.9
	宿泊業・飲食サービス業	67	26.9	73.1
	生活関連サービス業・娯楽業	92	29.3	70.7
	その他	601	37.6	62.4
従	5 ~20人	1498	33.6	66.4
	21~50人	1398	37.6	62.4
別員	51~100 人	651	38.6	61.4
規	101 人以上	565	40.4	59.6

В7

			貴社の経営理	≣念・経営ビジ	ョンを策定した	際に重視したこ	ことについて、お	お答えください
		全 体	経営戦略と の整合性		従業員から の意見	支援機関な どからの指 導・助言	その他	特になし
全 '	本	4319	47.3	67.7	12.0	6.6	2.2	7.1
	建設業	326	50.6	66.9	11.0	8.3	2.1	7.7
	製造業	1359	46.4	67.3	11.0	6.9	2.1	7.6
	情報通信業	330	49.1	65.2	17.0	3.0	1.8	6.1
	運輸·郵便業	289	45.7	62.6	11.8	6.9	5.2	6.6
業	卸売業	329	49.5	69.6	12.2	4.9	2.1	6.4
種	小売業	303	41.6	66.3	14.2	10.2	2.6	5.9
別	不動産・物品賃貸業	225	48.9	73.8	12.9	6.7	1.8	4.4
	学術研究専門・技術サービス業	399	46.4	69.2	10.0	4.3	1.3	9.3
	宿泊業・飲食サービス業	67	49.3	71.6	11.9	9.0	-	6.0
	生活関連サービス業・娯楽業	92	45.7	69.6	14.1	4.3	1.1	9.8
	その他	600	48.8	68.7	11.8	7.3	1.8	6.7
従	5 ~20人	1512	43.9	66.4	13.3	7.0	2.1	8.1
	21~50人	1402	47.8	66.5	12.3	6.5	2.0	7.7
	51~100 人	649	48.7	69.6	8.6	6.5	2.8	5.4
規	101 人以上	568	51.8	71.0	12.7	5.6	2.3	4.8

В8

			新型コロナウ	イルス感染症	拡大後、経営単 <i>た</i>		断を下した機会	がありました
		全 体	-		月に1度は あった	2~3か月に 1度はあった	半年〜1年 に1度はあっ た	特になかった
全	本	4335	8.7	5.1	17.3	10.7	15.8	42.6
	建設業	329	7.6	3.3	14.6	11.9	16.1	46.5
	製造業	1368	9.4	5.6	18.6	10.7	14.9	40.8
	情報通信業	331	7.9	3.0	14.8	10.3	20.5	43.5
	運輸・郵便業	288	8.3	5.2	13.9	7.6	16.3	48.6
業	卸売業	328	8.8	4.3	16.5	11.6	16.5	42.4
種	小売業	305	7.9	7.2	19.7	11.8	16.1	37.4
別	不動産・物品賃貸業	222	9.9	4.5	16.7	14.9	15.8	38.3
	学術研究専門・技術サービス業	399	7.3	3.8	16.8	9.3	17.3	45.6
	宿泊業・飲食サービス業	68	10.3	13.2	20.6	8.8	11.8	35.3
	生活関連サービス業・娯楽業	93	8.6	4.3	23.7	11.8	14.0	37.6
	その他	604	8.8	5.3	17.2	9.8	13.9	45.0
従	5 ~20人	1517	9.0	5.9	16.0	10.5	15.1	43.5
	21~50人	1402	8.6	4.7	17.1	10.8	16.7	42.1
	51~100 人	656	7.3	4.1	16.6	11.4	16.3	44.2
規	101 人以上	571	10.0	5.3	20.0	10.0	15.1	39.8

В9

			経営理念・	経営ビジョンな	が従業員の向よ	上に寄与した機	と があったと	感じますか
		全 体	大いに実感 している		あまり実感し ていない	全く実感して いない	特になかった	分からない
全	体	4348	8.7	38.3	20.1	2.2	18.0	12.7
	建設業	331	6.9	35.3	22.1	2.1	21.8	11.8
	製造業	1367	8.1	39.7	20.1	1.8	17.0	13.2
	情報通信業	333	7.5	37.8	19.5	2.7	18.9	13.5
	運輸・郵便業	287	9.1	35.5	20.2	1.4	19.9	13.9
業	卸売業	333	8.7	37.8	17.7	2.4	19.5	13.8
種	小売業	306	10.1	41.5	24.8	1.3	13.1	9.2
別	不動産・物品賃貸業	223	8.1	40.4	23.3	0.4	15.7	12.1
	学術研究専門・技術サービス業	401	8.2	35.7	18.5	3.7	20.4	13.5
	宿泊業・飲食サービス業	68	13.2	48.5	16.2	_	8.8	13.2
	生活関連サービス業・娯楽業	93	10.8	44.1	18.3	1.1	12.9	12.9
	その他	606	10.2	36.1	18.6	3.3	19.5	12.2
従	5 ~20人	1519	8.2	39.4	19.7	1.8	19.9	11.1
模業	21~50人	1410	8.9	36.7	20.4	2.3	17.8	14.0
	51~100 人	660	6.5	37.7	20.6	2.6	18.2	14.4
規	101 人以上	570	12.1	38.9	21.1	1.8	13.3	12.8

B10

					経営理	念・経営ビジョ:	ンの社内への;	曼透に向けて、	取り組んだ行	動·取組		
		全 体		社内研修な どを通じた教 育	従業員との 日々のコミュ ニケーション での啓もう		経営者によ る年頭挨拶 や社内会議 での訓示	ンフレット、	社内のパネ ルやポスター などでの掲 示	自社ホーム ページでの 掲載	その他	特に取り組 んでいない
全		4358	27.0				45.8					
	建設業	330	27.9	32.4	39.1	23.0	49.4	16.4	23.3	30.9	1.2	9.7
	製造業	1373	24.9	25.2	43.3	25.2	46.8	13.0	23.2	27.1	3.0	
	情報通信業	331	26.9	29.3	42.0	20.5	44.7	13.6	13.3	36.9	1.8	8.5
	運輸·郵便業	288	23.6	28.8	46.9	21.9	47.6	15.6	23.3	28.5	3.8	9.0
業	卸売業	335	32.5	28.1	42.7	22.4	39.1	13.1	23.9	34.0	2.1	7.8
種	小売業	306	31.0	32.4	47.1	26.5	46.4	12.1	20.6	29.1	2.0	8.5
別	不動産·物品賃貸業	228	28.5	27.6	47.4	27.6	48.7	11.8	18.4	30.3	2.2	6.6
	学術研究専門・技術サービス業	401	26.9	27.7	42.6	24.7	43.9	12.2	20.7	37.4	1.2	9.5
	宿泊業・飲食サービス業	68	33.8	36.8	52.9	33.8	42.6	11.8	17.6	16.2	2.9	8.8
	生活関連サービス業・娯楽業	93	22.6	29.0	45.2	21.5	39.8	7.5	20.4	21.5	2.2	14.0
	その他	605	26.9	31.9	46.8	27.3	46.4	16.2	24.1	31.9	2.3	9.9
従	5 ~20人	1525	22.3	25.0	46.1	25.6	39.1	10.3	19.2	25.9	2.2	11.2
	21~50人	1409	28.8	27.4	46.1	24.9	46.7	13.1	20.9	31.0	3.0	8.8
	51~100 人	662	29.0	30.1	35.6	22.7	54.4	14.7	26.9	32.6	1.5	7.4
規	101 人以上	573	32.3	38.0	44.3	23.6	50.8	20.6	25.1	37.7	2.4	5.4

B11

		A 44		営ビジョンは3 支援機関など いますか	
		全 体	自発的に説 明している	求められた 際に説明し ている	説明には積 極的ではな い
全	体	4334	17.0	60.6	22.4
	建設業	330	18.8	60.3	20.9
	製造業	1363	16.3	62.4	21.3
	情報通信業	332	13.9	61.7	24.4
	運輸・郵便業	287	13.6	66.2	20.2
業	卸売業	332	16.0	60.2	23.8
種	小売業	304	17.4	62.8	19.7
別	不動産・物品賃貸業	225	18.7	60.4	20.9
	学術研究専門・技術サービス業	399	16.5	56.6	26.8
	宿泊業・飲食サービス業	66	21.2	63.6	15.2
	生活関連サービス業・娯楽業	93	18.3	54.8	26.9
	その他	603	20.2	55.9	23.9
従	5 ~20人	1516	16.8	59.0	24.2
	21~50人	1404	16.9	61.1	22.0
別員	51~100 人	656	14.8	63.9	21.3
規	101 人以上	570	18.2	61.9	19.8

B12

			1	経営理念·経営	営ビジョンの社口	内への浸透に「	句けて、重要と	:考えていること	<u> </u>
		全 体	経営者から の積極的な メッセージの 発信	経営理念・経 営ビジョンを 策定してから の時間の経 過	栓呂にンコン	きわすい職		好業績、強 固な財務基 盤の構築	その他
全(本	4346	63.4	6.4	49.3	59.6	18.4	26.1	1.1
	建設業	330	65.8	5.8	46.4	59.7	15.5	23.9	1.5
	製造業	1369	62.2	6.7	49.2	60.6	18.1	25.4	1.2
	情報通信業	333	61.0	6.3	53.5	55.0	27.0	25.2	0.3
	運輸·郵便業	289	61.6	5.9	45.7	64.7	17.3	29.1	0.7
	卸売業	335	64.8	7.2	48.4	58.2	16.4	27.2	1.2
種	小売業	306	58.5	7.8	52.0	61.4	19.6	23.9	1.6
別	不動産・物品賃貸業	224	69.6	5.8	51.8	59.4	18.8	31.7	1.3
	学術研究専門・技術サービス業	398	63.1	3.8	49.2	56.3	20.1	27.6	0.8
	宿泊業・飲食サービス業	68	70.6	10.3	58.8	54.4	17.6	22.1	-
	生活関連サービス業・娯楽業	92	63.0	4.3	40.2	57.6	8.7	26.1	2.2
	その他	602	66.3	6.6	49.0	60.6	17.3	25.6	0.8
従	5 ~20人	1519	58.5	5.6	46.9	60.6	19.2	24.7	1.0
模業	21~50人	1406	63.9	5.8	50.9	58.9	17.6	27.3	1.3
	51~100 人	658	67.0	6.7	48.9	60.2	18.5	24.9	1.1
規	101 人以上	573	70.2	9.4	51.7	58.3	17.6	27.1	1.0

B13

			経営理念・総	を 全営ビジョンに対 て	対する従業員の、お答えくださ		や反応につい
		全 体	ており、行動	ているが、行	理解はして いるが、共 感・共鳴はし ていない	認知はして いるが、理解 はしていない	認知していない
全	体	4319	47.0	25.4	12.9	9.0	5.7
	建設業	329	44.4	28.9	11.9	8.8	6.1
	製造業	1358	45.7	25.3	13.1	10.3	5.5
	情報通信業	330	46.1	29.4	12.1	7.6	4.8
	運輸・郵便業	287	45.3	25.4	13.2	9.8	6.3
業	卸売業	328	47.6	22.6	14.0	8.5	7.3
種	小売業	303	44.2	25.7	14.2	10.9	5.0
別	不動産・物品賃貸業	227	49.8	25.1	12.3	7.5	5.3
	学術研究専門・技術サービス業	397	49.4	24.4	12.1	8.1	6.0
	宿泊業・飲食サービス業	68	44.1	32.4	14.7	7.4	1.5
	生活関連サービス業・娯楽業	92	51.1	18.5	12.0	9.8	8.7
	その他	600	51.2	23.8	12.5	7.0	5.5
従	5 ~20人	1506	47.9	24.6	12.7	8.2	6.6
模業	21~50人	1395	45.1	26.4	13.2	9.9	5.4
	51~100 人	658	44.5	26.4	13.2	10.2	5.6
規	101 人以上	572	49.3	25.3	12.9	8.2	4.2

B14

			経	営理念・経営!	ビジョンの浸透	状況について	、お答えくださ	<i>,</i>
		全 体	全社的に浸 透している	ラスまで浸透	部長・課長ク ラスまでは浸 透している	け温添 て	浸透していな い	分からない
全'	体	4354	41.0	11.1	19.5	9.5	6.6	12.2
	建設業	330	40.0	11.5	19.1	10.3	7.3	11.8
	製造業	1371	37.5	12.2	21.6	9.1	6.4	13.2
	情報通信業	334	45.8	9.3	17.7	9.0	6.0	12.3
	運輸·郵便業	290	37.2	12.1	20.0	9.3	9.3	12.1
業	卸売業	331	40.8	8.8	19.3	11.8	7.3	12.1
種	小売業	305	42.0	9.2	19.0	11.1	7.2	11.5
別	不動産・物品賃貸業	227	42.7	11.9	20.3	10.1	3.5	11.5
	学術研究専門・技術サービス業	402	47.0	7.5	17.4	8.5	7.0	12.7
	宿泊業・飲食サービス業	68	36.8	23.5	19.1	8.8	4.4	7.4
	生活関連サービス業・娯楽業	92	43.5	13.0	18.5	12.0	2.2	10.9
	その他	604	43.9	11.9	17.5	8.3	6.8	11.6
従	5 ~20人	1520	42.0	9.5	18.8	9.4	7.1	13.2
10 4 - 1 -	21~50人	1409	40.0	11.5	19.4	9.4	6.9	12.8
	51~100 人	661	37.1	12.9	22.1	10.7	5.7	11.5
規	101 人以上	575	43.8	12.3	20.2	8.3	5.7	9.6

B15

					経営理念・約	圣営ビジョンの	浸透によっても	たらされた効果	果について、お	答えください		
			自社の意思 決定のより 所となった	方の実現、	従業員の自 社への愛着 度の向上	達成に対り	顧客や取引 先との関係 強化	新たな事業、 製品・サービ ス開発への 展開		共感する人 材の新規採 用	その他	特になし
全(体	4350	32.5	40.5	24.3	39.1	28.3	16.8	10.4	12.7	0.4	13.4
	建設業	329	28.9	39.2	19.8	45.3	29.2	12.2	9.7	9.7	0.3	12.8
	製造業	1366	32.1	37.9	24.2	37.8	29.2	18.9	11.1	10.7	0.4	14.4
	情報通信業	332	35.5	43.7	23.2	35.2	25.3	17.5	6.9	21.4	-	12.0
	運輸・郵便業	290	30.3	40.3	21.7	35.5	29.3	17.6	14.5	10.7	1.0	15.5
業	卸売業	334	29.0	41.0	27.5	37.7	29.9	15.6	11.4	15.0	0.6	11.7
種	小売業	307	36.5	40.4	26.1	40.1	29.6	13.0	10.4	13.0	1.3	14.3
別	不動産·物品賃貸業	227	38.3	43.6	25.6	38.3	30.4	18.9	9.3	18.1	0.4	9.3
	学術研究専門・技術サービス業	402	31.8	41.3	21.4	35.6	27.6	16.9	9.7	11.2	-	14.2
	宿泊業・飲食サービス業	68	39.7	52.9	29.4	39.7	26.5	14.7	8.8	16.2	-	8.8
	生活関連サービス業・娯楽業	92	26.1	47.8	26.1	43.5	16.3	17.4	6.5	6.5	1.1	14.1
	その他	603	33.2	41.1	26.7	44.9	27.0	15.8	10.3	12.9	0.2	13.4
従	5 ~20人	1520	29.5	40.2	24.1	37.3	30.9	16.3	8.8	12.0	0.5	13.4
	21~50人	1406	33.2	40.7	23.7	38.1	26.6	16.9	10.0	11.4	0.3	14.6
	51~100 人	660	32.3	39.5	24.1	42.0	28.3	17.3	13.2	14.1	0.3	12.7
規	101 人以上	575	38.4	41.4	24.9	41.0	27.0	16.5	12.3	14.8	0.7	12.2

C1

			貴社におい	て、経営戦略の	の策定又は見	 直しを行う頻度	について、お	答えください
		全 体	四半期ごと	半期ごと	毎年	3 年程度に1 度	5 年程度に 一度	策定・見直し していない
全(本	5247	6.6	9.0	46.3	8.8	4.9	24.4
	建設業	393	5.9	13.0	45.8	7.9	4.8	22.6
	製造業	1657	6.6	8.1	47.6	8.3	4.2	25.3
	情報通信業	395	7.1	7.6	48.4	10.6	4.8	21.5
	運輸·郵便業	369	6.5	9.2	43.6	10.8	4.3	25.5
業	卸売業	393	7.1	9.7	42.5	10.2	6.1	24.4
種	小売業	364	8.2	10.7	48.6	6.0	4.9	21.4
別	不動産・物品賃貸業	264	7.2	8.3	49.6	10.2	2.7	22.0
	学術研究専門・技術サービス業	484	5.2	7.9	45.0	9.9	6.6	25.4
	宿泊業・飲食サービス業	88	9.1	8.0	33.0	13.6	3.4	33.0
	生活関連サービス業・娯楽業	112	9.8	8.0	42.9	10.7	6.3	22.3
	その他	728	5.5	9.5	46.7	7.3	5.9	25.1
従	5 ~20人	1878	7.1	6.8	44.4	8.9	4.7	28.2
模業	21~50人	1697	7.2	11.0	44.8	8.8	5.0	23.2
別員	51~100 人	767	6.0	8.7	50.2	8.9	6.1	20.1
規	101 人以上	669	5.1	10.0	49.9	10.0	3.9	21.1

C2.1

					損益計画		
		全 体		ある程度記 載されている	あまり記載さ れていない	全く記載され ていない	分からない
全	体	5215	27.1	40.2	15.6	10.2	7.0
	建設業	390	30.8	38.7	16.4	8.5	5.6
	製造業	1646	25.0	40.6	15.7	10.9	7.8
	情報通信業	394	26.9	41.4	16.2	9.9	5.6
	運輸・郵便業	364	28.8	36.5	14.3	13.7	6.6
業	卸売業	387	29.2	44.4	13.2	8.0	5.2
種	小売業	365	28.5	42.2	14.8	9.3	5.2
別	不動産・物品賃貸業	261	28.4	40.6	16.5	7.7	6.9
	学術研究専門・技術サービス業	485	27.2	38.1	16.3	9.3	9.1
	宿泊業・飲食サービス業	89	29.2	34.8	21.3	10.1	4.5
	生活関連サービス業・娯楽業	112	24.1	46.4	14.3	7.1	8.0
	その他	722	27.0	38.5	15.4	11.2	7.9
従	5 ~20人	1863	23.0	39.7	17.3	11.5	8.4
模業	21~50人	1693	27.5	40.8	15.1	9.2	7.4
	51~100 人	761	30.5	41.7	15.0	8.9	3.9
規	101 人以上	664	32.8	38.9	13.6	9.0	5.7

C2.2

					財務計画		
		全 体		ある程度記 載されている	あまり記載さ れていない	全く記載され ていない	分からない
全	体	5205	18.4	38.7	23.0	12.7	7.2
	建設業	388	18.6	39.7	23.7	11.6	6.4
	製造業	1644	15.9	38.8	23.5	14.0	7.8
	情報通信業	393	20.1	36.4	23.9	13.5	6.1
	運輸・郵便業	364	21.2	36.3	22.0	14.0	6.6
業	卸売業	386	16.6	44.8	23.1	10.4	5.2
種	小売業	365	20.0	38.6	24.1	12.1	5.2
別	不動産・物品賃貸業	261	19.9	36.8	25.3	10.7	7.3
	学術研究専門・技術サービス業	483	19.7	37.5	22.4	11.2	9.3
	宿泊業・飲食サービス業	89	20.2	32.6	28.1	13.5	5.6
	生活関連サービス業・娯楽業	111	19.8	45.0	18.9	8.1	8.1
	その他	721	19.8	38.7	20.8	12.9	7.8
従	5 ~20人	1858	16.4	36.6	24.8	13.6	8.6
模業	21~50人	1688	18.2	40.9	21.8	11.7	7.3
別員	51~100 人	761	20.1	39.9	23.5	12.0	4.5
規	101 人以上	664	20.9	39.3	22.3	11.6	5.9

C2.3

					営業計画		
		全 体		ある程度記 載されている	あまり記載さ れていない	全く記載され ていない	分からない
全	体	5212	23.1	43.4	16.7	9.8	7.0
	建設業	389	24.7	44.0	18.0	7.2	6.2
	製造業	1644	21.7	43.7	16.1	11.0	7.5
	情報通信業	394	22.3	45.4	16.5	10.7	5.1
	運輸・郵便業	363	22.9	39.9	19.0	11.3	6.9
業	卸売業	387	28.2	43.4	16.8	6.7	4.9
種	小売業	365	24.7	46.6	14.0	9.9	4.9
別	不動産・物品賃貸業	261	26.4	42.5	14.2	9.6	7.3
	学術研究専門・技術サービス業	483	20.9	42.4	18.6	8.7	9.3
	宿泊業・飲食サービス業	89	22.5	39.3	23.6	9.0	5.6
	生活関連サービス業・娯楽業	112	23.2	48.2	14.3	6.3	8.0
	その他	725	23.0	42.1	17.0	10.1	7.9
従	5 ~20人	1862	18.6	41.9	19.4	11.6	8.4
模業	21~50人	1691	23.6	44.5	16.0	8.8	7.1
	51~100 人	761	26.8	44.4	15.9	8.3	4.6
規	101 人以上	662	29.8	43.8	12.1	8.5	5.9

C2.4

				人員計画	[(従業員の採	用・配置)	
		全 体	十分に記載 されている	ある程度記 載されている		全く記載され ていない	分からない
全	体	5201	14.7	39.4	25.5	13.0	7.4
	建設業	388	17.3	41.2	26.0	9.3	6.2
	製造業	1643	12.7	38.3	26.9	14.1	8.0
	情報通信業	393	17.6	44.0	21.9	11.2	5.3
	運輸・郵便業	363	16.3	37.2	24.2	15.2	7.2
業	卸売業	387	15.2	40.6	26.4	11.6	6.2
種	小売業	364	13.5	39.0	26.1	15.7	5.8
別	不動産・物品賃貸業	260	16.5	36.5	26.5	11.5	8.8
	学術研究専門・技術サービス業	482	16.0	36.5	25.1	13.5	8.9
	宿泊業・飲食サービス業	89	9.0	43.8	28.1	13.5	5.6
	生活関連サービス業・娯楽業	112	11.6	42.0	26.8	10.7	8.9
	その他	720	15.3	41.0	23.3	12.5	7.9
従	5 ~20人	1857	12.2	37.1	27.0	14.7	9.0
模業	21~50人	1687	15.2	39.8	24.7	13.0	7.3
	51~100 人	761	15.9	41.7	26.1	11.4	4.9
規	101 人以上	663	18.6	41.9	22.8	10.6	6.2

СЗ

			貴社	±において、経	営戦略の浸透	度合いについ	て、お答えくだ	さい
		全 体	全社的に浸 透している	ラスまで浸透	部長・課長ク ラスまでは浸 透している	は浸添して	浸透していな い	分からない
全(体	5224	20.0	12.1	29.3	18.1	9.7	10.9
	建設業	391	20.5	10.0	30.9	19.9	8.7	10.0
	製造業	1648	17.2	13.6	29.9	17.5	10.6	11.3
	情報通信業	395	21.3	10.6	28.1	21.0	9.6	9.4
	運輸・郵便業	366	17.8	11.2	27.9	20.8	11.7	10.7
業	卸売業	389	24.2	10.8	29.3	17.7	9.3	8.7
種	小売業	364	19.2	11.8	30.2	20.6	9.6	8.5
別	不動産・物品賃貸業	261	21.1	11.1	31.0	18.8	6.1	11.9
	学術研究専門・技術サービス業	483	24.0	11.4	28.4	16.6	7.7	12.0
	宿泊業・飲食サービス業	89	12.4	12.4	32.6	20.2	11.2	11.2
	生活関連サービス業・娯楽業	112	20.5	14.3	29.5	13.4	9.8	12.5
	その他	726	22.5	12.4	27.5	15.6	9.8	12.3
従	5 ~20人	1869	20.9	10.1	25.7	18.5	11.7	13.2
模業	21~50人	1694	20.4	12.0	29.5	18.7	8.2	11.2
	51~100 人	766	16.6	14.5	34.3	18.0	8.6	8.0
規	101 人以上	659	20.0	15.2	33.1	15.6	8.8	7.3

C4

		A //		営戦略の主要な を接機関などへ について	
		全 体	自発的に説 明している	求められた 際に説明し ている	説明には積 極的ではな い
全	体	5222	17.7	64.3	18.1
	建設業	394	15.7	67.0	17.3
	製造業	1645	17.6	64.7	17.6
	情報通信業	392	14.8	63.8	21.4
	運輸・郵便業	366	16.4	66.9	16.7
業	卸売業	390	18.7	61.0	20.3
種	小売業	364	19.2	65.9	14.8
別	不動産·物品賃貸業	263	19.0	64.6	16.3
	学術研究専門・技術サービス業	484	18.6	62.4	19.0
	宿泊業・飲食サービス業	89	16.9	61.8	21.3
	生活関連サービス業・娯楽業	114	15.8	62.3	21.9
	その他	721	18.9	63.2	17.9
従	5 ~20人	1870	16.2	63.3	20.5
模業	21~50人	1690	17.7	64.9	17.4
別員	51~100 人	765	19.7	64.1	16.2
規	101 人以上	663	18.3	66.7	15.1

C5

			貴社ではいく	つのKPI(重要 いるか)	要業績評価指標 こついて	票)を利用して
		全 体	1 ~2 つの 指標		10以上の指 標	特に利用し ていない
全	体	5227	10.0	23.2	3.5	63.3
	建設業	395	9.6	19.5	3.8	67.1
	製造業	1646	9.4	23.9	3.7	62.9
	情報通信業	394	15.5	23.4	2.3	58.9
	運輸・郵便業	367	9.5	21.3	3.5	65.7
業	卸売業	389	8.7	24.7	3.9	62.7
種	小売業	364	8.0	25.5	5.2	61.3
別	不動産・物品賃貸業	264	8.3	26.5	2.3	62.9
	学術研究専門・技術サービス業	485	11.1	20.4	2.9	65.6
	宿泊業・飲食サービス業	89	9.0	22.5	5.6	62.9
	生活関連サービス業・娯楽業	112	9.8	26.8	2.7	60.7
	その他	722	10.7	22.6	3.3	63.4
従	5 ~20人	1871	9.0	19.7	2.6	68.7
模業	21~50人	1690	9.9	23.3	2.9	64.0
別員	51~100 人	765	11.4	28.4	4.4	55.8
規	101 人以上	668	11.8	26.0	6.7	55.4

C5.1

			貴社に	おいて、誰がKI	PI を認識してに	していますか	
		全 体	経営層のみ	(部長、店長	,	管理職の多 くと従業員の 多く	
全	体	1561	19.2	37.8	30.5	12.5	
	建設業	97	17.5	49.5	21.6	11.3	
	製造業	491	17.9	38.1	32.0	12.0	
	情報通信業	142	23.9	35.2	31.0	9.9	
	運輸・郵便業	103	18.4	42.7	32.0	6.8	
業	卸売業	121	20.7	28.9	33.9	16.5	
種	小売業	110	20.9	46.4	26.4	6.4	
別	不動産・物品賃貸業	77	15.6	31.2	37.7	15.6	
	学術研究専門・技術サービス業	138	15.9	36.2	31.2	16.7	
	宿泊業・飲食サービス業	28	28.6	42.9	25.0	3.6	
	生活関連サービス業・娯楽業	33	21.2	36.4	18.2	24.2	
	その他	221	20.4	34.8	29.9	14.9	
従	5 ~20人	468	22.6	35.9	30.1	11.3	
模業	21~50人	480	20.2	36.9	30.2	12.7	
別員	51~100 人	284	17.3	48.2	25.7	8.8	
規	101 人以上	256	14.1	34.0	34.8	17.2	

C5.2

				貴社の経営原	暑は、どのくらい	いの頻度で様 々	なKPI を確認	していますか	
				半期に1回 程度	四半期に1 回程度	毎月1回程 度	毎週1回程 度	ほぼ毎日	確認はして いない
全 '	本	1640	12.4	14.4	14.5	48.8	5.3	3.2	1.4
	建設業	106	9.4	16.0	18.9	46.2	7.5	_	1.9
	製造業	525	11.0	12.6	14.9	51.4	5.5	3.2	1.3
	情報通信業	141	22.0	15.6	13.5	44.0	3.5	1.4	_
	運輸·郵便業	106	14.2	12.3	16.0	43.4	8.5	4.7	0.9
業	卸売業	122	9.0	16.4	16.4	54.1	2.5	0.8	0.8
種	小売業	122	10.7	17.2	9.0	53.3	3.3	6.6	_
別	不動産・物品賃貸業	82	7.3	12.2	20.7	45.1	6.1	4.9	3.7
	学術研究専門・技術サービス業	142	12.7	19.7	12.7	45.8	7.0	1.4	0.7
	宿泊業・飲食サービス業	27	7.4	11.1	11.1	51.9	3.7	14.8	-
	生活関連サービス業・娯楽業	37	18.9	10.8	16.2	45.9	5.4	2.7	_
	その他	230	14.3	13.9	12.6	47.4	4.8	3.5	3.5
従	5 ~20人	491	11.8	13.6	16.3	48.1	5.5	2.6	2.0
模業	21~50人	517	14.1	15.1	14.3	46.0	5.8	3.7	1.0
	51~100 人	294	14.3	15.0	12.9	49.0	4.8	2.4	1.7
規	101 人以上	263	10.3	14.1	13.7	52.9	5.3	3.4	0.4

C6.1

				①政治(法規定	制、税制など)	
		全 体	分析を行い、 経営戦略に 反映させて いる	分析を行って いるが、経営 戦略には反 映できていな い	分析は行っ ていないが、 情報収集は 行っている	分析も情報 収集も行って いない
全	体	5231	18.3	13.8	52.1	15.8
	建設業	395	19.7	15.7	48.6	15.9
	製造業	1645	17.0	12.8	53.8	16.4
	情報通信業	392	21.7	15.1	50.3	13.0
	運輸・郵便業	368	16.6	12.5	54.9	16.0
業	卸売業	385	17.7	15.1	54.3	13.0
種	小売業	364	19.5	13.5	51.4	15.7
別	不動産・物品賃貸業	264	19.3	15.2	55.3	10.2
	学術研究専門・技術サービス業	487	15.6	12.5	53.6	18.3
	宿泊業・飲食サービス業	89	20.2	13.5	44.9	21.3
	生活関連サービス業・娯楽業	114	15.8	12.3	60.5	11.4
	その他	728	21.0	15.0	46.3	17.7
従	5 ~20人	1868	16.0	12.3	54.7	17.1
模 業 別 員	21~50人	1693	17.1	15.0	52.1	15.8
	51~100 人	768	21.9	12.8	50.5	14.8
規	101 人以上	667	23.5	15.0	48.3	13.2

C6.2

			②経済(景	気や経済成長	、金利•為替•	株価など)
		全 体	分析を行い、 経営戦略に 反映させて いる	分析を行って いるが、経営 戦略には反 映できていな い	分析は行っ ていないが、 情報収集は 行っている	分析も情報 収集も行って いない
全	体	5232	17.9	17.2	49.5	15.4
	建設業	396	18.7	17.9	46.0	17.4
	製造業	1645	18.1	16.9	49.5	15.6
	情報通信業	392	17.3	16.8	52.6	13.3
	運輸・郵便業	368	15.8	17.4	52.7	14.1
業	卸売業	386	23.6	17.1	47.7	11.7
種	小売業	364	17.6	18.1	51.9	12.4
別	不動産・物品賃貸業	264	21.2	17.8	51.5	9.5
	学術研究専門・技術サービス業	487	13.8	16.0	50.5	19.7
	宿泊業・飲食サービス業	89	11.2	22.5	44.9	21.3
	生活関連サービス業・娯楽業	114	19.3	14.9	55.3	10.5
	その他	727	18.2	17.5	45.9	18.4
従	5 ~20人	1867	15.0	16.3	52.0	16.7
模業	21~50人	1694	18.1	18.3	48.9	14.8
別員	51~100 人	768	20.2	18.0	46.6	15.2
規	101 人以上	668	23.7	15.4	47.9	13.0

C6.3

			G	③社会(人口動	態の変化など	.)
		全 体	分析を行い、 経営戦略に 反映させて いる	分析を行って いるが、経営 戦略には反 映できていな い	分析は行っ ていないが、 情報収集は 行っている	分析も情報収集も行っていない
全	体	5226	11.7	14.6	48.9	24.9
	建設業	396	12.1	14.6	48.2	25.0
	製造業	1644	10.8	14.8	47.9	26.5
	情報通信業	391	10.7	14.1	52.4	22.8
	運輸・郵便業	367	10.4	15.5	45.0	29.2
業	卸売業	385	13.0	15.6	48.3	23.1
種	小売業	363	16.3	14.9	47.7	21.2
別	不動産・物品賃貸業	264	14.4	13.6	55.3	16.7
	学術研究専門・技術サービス業	487	7.4	12.9	54.2	25.5
	宿泊業・飲食サービス業	88	10.2	17.0	45.5	27.3
	生活関連サービス業・娯楽業	114	18.4	17.5	47.4	16.7
	その他	727	12.5	13.8	47.0	26.7
従	5 ~20人	1866	10.6	13.5	49.5	26.5
模業	21~50人	1692	11.4	15.2	48.9	24.5
別員	51~100 人	767	11.0	14.3	51.5	23.2
規	101 人以上	667	15.7	16.3	44.8	23.1

C6.4

			④技術(新	支術の開発や	持許、フィンテェ	ック・AIなど)
		全 体	分析を行い、 経営戦略に 反映させて いる	分析を行って いるが、経営 戦略には反 映できていな い	分析は行っ ていないが、 情報収集は 行っている	分析も情報 収集も行って いない
全	体	5226	15.4	16.7	46.4	21.5
	建設業	395	15.2	20.5	43.0	21.3
	製造業	1643	15.6	15.9	46.9	21.5
	情報通信業	392	22.7	20.2	45.7	11.5
	運輸·郵便業	367	12.8	13.9	47.1	26.2
業	卸売業	385	13.5	17.7	48.6	20.3
種	小売業	363	15.7	16.3	43.8	24.2
別	不動産・物品賃貸業	264	15.9	16.3	49.2	18.6
	学術研究専門・技術サービス業	487	14.8	18.5	47.6	19.1
	宿泊業・飲食サービス業	89	7.9	14.6	47.2	30.3
	生活関連サービス業・娯楽業	114	7.0	14.9	52.6	25.4
	その他	727	15.4	15.4	44.6	24.6
従	5 ~20人	1865	13.5	14.6	48.5	23.4
模業	21~50人	1693	14.7	17.9	45.6	21.8
	51~100 人	766	16.1	17.1	47.7	19.2
規	101 人以上	667	21.1	19.6	43.0	16.2

C7.1

			1	自社製品・サー	-ビスの市場動	响
		全 体	分析を行い、 経営戦略に 反映させて いる	分析を行って いるが、経営 戦略には反 映できていな い	分析は行っ ていないが、 情報収集は 行っている	分析も情報 収集も行って いない
全(本	5215	35.0	17.0	35.7	12.3
	建設業	394	32.2	17.0	38.1	12.7
	製造業	1638	34.8	17.0	37.0	11.2
	情報通信業	394	38.6	18.0	30.7	12.7
	運輸・郵便業	369	28.5	15.2	42.0	14.4
業	卸売業	386	40.7	17.4	32.1	9.8
種	小売業	363	36.9	22.0	30.0	11.0
別	不動産・物品賃貸業	263	39.5	16.7	34.2	9.5
	学術研究専門・技術サービス業	483	33.3	15.7	36.6	14.3
	宿泊業・飲食サービス業	89	33.7	16.9	34.8	14.6
	生活関連サービス業・娯楽業	112	33.9	17.9	38.4	9.8
	その他	724	34.4	15.2	35.5	14.9
従	5 ~20人	1863	31.1	16.4	37.6	14.9
模 業 別 員	21~50人	1690	34.4	17.1	37.2	11.4
	51~100 人	760	38.9	18.4	32.8	9.9
規	101 人以上	667	43.3	17.4	29.2	10.0

C7.2

				2顧客	の動向	
		全 体	分析を行い、 経営戦略に 反映させて いる	分析を行って いるが、経営 戦略には反 映できていな い	分析は行っ ていないが、 情報収集は 行っている	分析も情報 収集も行って いない
全	体	5231	37.0	18.5	36.1	8.3
	建設業	394	35.5	17.8	38.1	8.6
	製造業	1644	35.7	18.2	38.7	7.3
	情報通信業	394	37.3	19.8	34.3	8.6
	運輸・郵便業	370	32.7	17.3	42.2	7.8
業	卸売業	387	43.4	19.9	29.7	7.0
種	小売業	364	42.3	22.3	28.6	6.9
別	不動産・物品賃貸業	264	42.0	22.0	31.8	4.2
	学術研究専門・技術サービス業	484	36.8	16.5	35.5	11.2
	宿泊業・飲食サービス業	89	31.5	19.1	37.1	12.4
	生活関連サービス業・娯楽業	114	39.5	15.8	38.6	6.1
	その他	727	35.6	17.2	35.8	11.4
従	5 ~20人	1871	33.8	17.7	38.5	9.9
模業	21~50人	1694	35.3	18.6	38.0	8.1
別員	51~100 人	763	43.5	18.3	32.0	6.2
規	101 人以上	667	44.7	19.3	29.2	6.7

C7.3

				③仕入5	もの動向	
		全 体	分析を行い、 経営戦略に 反映させて いる	分析を行って いるが、経営 戦略には反 映できていな い	分析は行っ ていないが、 情報収集は 行っている	分析も情報 収集も行って いない
全	体	5214	26.9	18.6	42.1	12.4
	建設業	394	28.2	17.3	42.9	11.7
	製造業	1638	27.9	19.0	42.7	10.4
	情報通信業	391	23.5	20.7	41.2	14.6
	運輸•郵便業	369	23.6	15.4	47.4	13.6
業	卸売業	387	34.9	18.9	36.7	9.6
種	小売業	363	29.2	22.9	37.2	10.7
別	不動産・物品賃貸業	263	31.6	18.3	39.9	10.3
	学術研究専門・技術サービス業	483	20.9	18.0	43.7	17.4
	宿泊業・飲食サービス業	89	18.0	16.9	44.9	20.2
	生活関連サービス業・娯楽業	114	24.6	16.7	46.5	12.3
	その他	723	26.1	17.7	42.0	14.1
従	5 ~20人	1863	25.1	17.4	43.5	14.0
模 業 別 員	21~50人	1688	26.2	18.5	43.0	12.3
	51~100 人	763	29.2	20.3	40.4	10.1
規	101 人以上	665	31.1	20.2	37.9	10.8

C7.4

				④代替製	品の動向	
		全 体	分析を行い、 経営戦略に 反映させて いる	分析を行って いるが、経営 戦略には反 映できていな い	分析は行っ ていないが、 情報収集は 行っている	分析も情報 収集も行って いない
全	体	5205	15.9	17.9	44.3	21.9
	建設業	393	18.1	17.3	42.7	21.9
	製造業	1638	15.8	17.9	46.5	19.7
	情報通信業	393	15.8	19.8	41.0	23.4
	運輸•郵便業	364	13.7	17.0	44.5	24.7
業	卸売業	386	21.5	19.9	40.9	17.6
種	小売業	362	16.6	19.1	42.3	22.1
別	不動産・物品賃貸業	263	17.9	19.0	43.3	19.8
	学術研究専門・技術サービス業	482	12.0	16.8	46.3	24.9
	宿泊業・飲食サービス業	89	12.4	18.0	40.4	29.2
	生活関連サービス業・娯楽業	112	17.9	15.2	39.3	27.7
	その他	723	14.7	16.6	44.7	24.1
従	5 ~20人	1860	15.9	17.2	43.7	23.2
模業	21~50人	1685	15.0	18.2	44.9	21.9
別員	51~100 人	760	14.9	18.3	46.2	20.7
規	101 人以上	666	20.4	18.0	41.3	20.3

C7.5

			5	潜在的な新規	参入企業の動	向
		全 体	分析を行い、 経営戦略に 反映させて いる	分析を行って いるが、経営 戦略には反 映できていな い	分析は行っ ていないが、 情報収集は 行っている	分析も情報 収集も行って いない
全	体	5202	11.6	15.6	46.6	26.2
	建設業	393	11.2	16.3	42.5	30.0
	製造業	1635	11.0	15.4	47.4	26.2
	情報通信業	392	10.7	18.6	46.2	24.5
	運輸・郵便業	364	13.5	14.0	44.5	28.0
業	卸売業	386	14.8	17.4	44.0	23.8
種	小売業	362	12.2	18.2	49.4	20.2
別	不動産・物品賃貸業	264	11.0	17.8	49.2	22.0
	学術研究専門・技術サービス業	482	8.7	14.3	46.3	30.7
	宿泊業・飲食サービス業	89	4.5	18.0	52.8	24.7
	生活関連サービス業・娯楽業	113	16.8	11.5	39.8	31.9
	その他	722	13.3	13.0	47.8	25.9
従	5 ~20人	1862	11.5	13.5	46.7	28.2
	21~50人	1684	10.6	16.5	46.7	26.1
別員	51~100 人	758	11.7	16.9	45.1	26.3
規	101 人以上	664	14.2	17.9	46.8	21.1

C8.1

				①競合他社	の市場シェア	
		全 体	分析を行い、 経営戦略に 反映させて いる	分析を行って いるが、経営 戦略には反 映できていな い	分析は行っ ていないが、 情報収集は 行っている	分析も情報 収集も行って いない
全	本	5225	21.6	18.0	44.1	16.3
	建設業	394	23.6	18.5	40.4	17.5
	製造業	1645	20.7	16.8	46.5	15.9
	情報通信業	395	20.8	20.8	39.0	19.5
	運輸・郵便業	366	22.4	10.9	50.0	16.7
業	卸売業	386	25.1	21.5	40.2	13.2
種	小売業	365	23.8	18.6	43.8	13.7
別	不動産・物品賃貸業	263	22.1	24.0	43.0	11.0
	学術研究専門・技術サービス業	485	21.9	17.1	44.5	16.5
	宿泊業・飲食サービス業	89	14.6	18.0	48.3	19.1
	生活関連サービス業・娯楽業	111	23.4	17.1	42.3	17.1
	その他	726	19.7	18.7	42.7	18.9
従	5 ~20人	1868	18.4	16.2	47.1	18.3
模 業 別 員	21~50人	1694	21.7	19.2	43.4	15.6
	51~100 人	764	23.7	18.6	41.5	16.2
規	101 人以上	664	27.7	18.8	41.1	12.3

C8.2

				②競合他社	土の収益性	
			分析を行い、 経営戦略に 反映させて いる	分析を行って いるが、経営 戦略には反 映できていな い	分析は行っ ていないが、 情報収集は 行っている	分析も情報 収集も行って いない
全	体	5227	13.2	16.8	45.5	24.6
	建設業	393	16.3	18.1	45.0	20.6
	製造業	1646	12.5	15.1	47.1	25.4
	情報通信業	395	13.9	18.2	41.3	26.6
	運輸・郵便業	368	13.3	13.6	47.8	25.3
業	卸売業	386	15.5	19.7	43.0	21.8
種	小売業	365	15.3	16.4	46.6	21.6
別	不動産・物品賃貸業	264	11.4	22.3	48.1	18.2
	学術研究専門・技術サービス業	486	11.9	17.9	44.9	25.3
	宿泊業・飲食サービス業	89	7.9	14.6	47.2	30.3
	生活関連サービス業・娯楽業	111	16.2	16.2	41.4	26.1
	その他	724	12.0	16.9	43.8	27.3
従	5 ~20人	1870	11.2	15.2	46.0	27.6
模業	21~50人	1694	13.5	18.5	44.2	23.7
別員	51~100 人	764	13.6	16.5	46.1	23.8
規	101 人以上	664	17.2	17.0	46.4	19.4

C8.3

				③競合他社の	の今後の動向	
		全 体	分析を行い、 経営戦略に 反映させて いる	分析を行って いるが、経営 戦略には反 映できていな い	分析は行っ ていないが、 情報収集は 行っている	分析も情報 収集も行って いない
全	体	5227	15.1	16.8	50.0	18.2
	建設業	394	16.5	17.8	49.5	16.2
	製造業	1646	15.2	14.9	52.1	17.7
	情報通信業	395	14.7	21.0	43.8	20.5
	運輸・郵便業	365	13.4	14.0	52.9	19.7
業	卸売業	386	18.1	17.6	49.2	15.0
種	小売業	365	15.6	17.8	49.9	16.7
別	不動産・物品賃貸業	264	14.4	18.2	54.2	13.3
	学術研究専門・技術サービス業	486	13.4	19.5	47.3	19.8
	宿泊業・飲食サービス業	89	10.1	15.7	49.4	24.7
	生活関連サービス業・娯楽業	112	17.0	16.1	45.5	21.4
	その他	725	14.8	16.3	49.1	19.9
従	5 ~20人	1868	12.4	15.4	50.9	21.4
模業	21~50人	1695	15.6	18.0	49.7	16.6
	51~100 人	765	16.5	17.3	47.1	19.2
規	101 人以上	664	19.0	17.6	50.8	12.7

C9

				貴社における	外部環境の情	報収集の方法	について、当で	こはまるものを	お答えください	
		全 体	ら収集(新 聞、書籍、テ	日々の営業 活動の中で 収集(取引 先、経営者 仲間)		セミナー・研 修への参加 による収集	経営戦略の 策定を目的と した自社によ る収集(顧客 へのアン ケート調査、 購買データ の分析)	経営戦略の 策定を目的と した外部機 関による収 集(コンサル などへの依頼)	その他	情報収集は 行っていない
全(本	5241	74.8	85.2	58.0	33.9	11.2	8.3	1.0	3.4
	建設業	396	76.8	85.9	58.3	34.1	16.9	10.4	0.5	
	製造業	1652	74.1	86.8	56.7	31.5	10.8	7.7	0.9	3.3
	情報通信業	394	77.9	83.5	57.1	39.3		\$	\$	
	運輸·郵便業	368	72.6	83.2	60.1	35.3	ļ	7.9	ļ	2.2
業	卸売業	390	73.6	89.0	62.6	33.6	9.5	}	0.5	
	小売業	365	75.1	83.3	60.0	32.1	13.4	10.7		3.8
別	不動産·物品賃貸業	264	79.5	87.5	59.8	37.9	ф	9.5	 	2.3
	学術研究専門・技術サービス業	487	73.7	81.3	51.1	35.1	ļ	8.4	\$	4.7
	宿泊業・飲食サービス業	89	79.8	82.0	60.7	30.3		11.2	\$	5.6
	生活関連サービス業・娯楽業	113	73.5	80.5	52.2	26.5		8.0	ļ	5.3
	その他	723	74.0	85.2	61.5	35.8		6.9		3.9
<i>p</i> -c	5 ~20人	1872	73.3	83.5	56.1	30.7		7.7		
	21~50人	1696	75.2	85.4	59.6	33.3	ļ	9.0	}	3.2
	51~100 人	767	75.5	86.0	58.0	36.9	ļ	7.8	}	2.6
規	101 人以上	670	77.3	87.9	59.1	40.1	15.8	8.5	1.2	2.5

C10.01

			組織分析(組織体制、従業員のスキル・配置状況など の分析)					
		全 体	分析を行い、 経営戦略に 反映させて いる	分析を行っているが、経営戦略には反映できていた。	分析は行っ ていないが、 情報収集は 行っている	分析も情報 収集も行って いない		
全 '	本	5227	33.6	22.6	30.4	13.4		
	建設業	395	37.2	18.7	30.9	13.2		
	製造業	1644	31.3	23.8	31.4	13.5		
	情報通信業	393	37.4	25.2	27.0	10.4		
	運輸・郵便業	369	30.9	20.9	32.5	15.7		
業	卸売業	384	35.9	21.9	27.9	14.3		
種	小売業	363	32.5	24.0	32.2	11.3		
別	不動産・物品賃貸業	265	33.2	27.5	29.1	10.2		
	学術研究専門・技術サービス業	485	36.5	20.2	29.1	14.2		
	宿泊業・飲食サービス業	89	27.0	21.3	34.8	16.9		
	生活関連サービス業・娯楽業	113	31.0	23.0	33.6	12.4		
	その他	727	34.7	21.3	29.6	14.4		
従	5 ~20人	1866	29.5	21.3	33.1	16.1		
	21~50人	1692	33.1	24.4	29.9	12.6		
	51~100 人	766	37.7	22.3	28.6	11.4		
規	101 人以上	668	41.8	22.0	26.9	9.3		

C10.02

			財務分析(則	オ務指標・成長 分 ^っ	性·安全性·生 析)	産性などの
			分析を行い、 経営戦略に 反映させて いる	分析を行って いるが、経営 戦略には反 映できていな い	分析は行っ ていないが、 情報収集は 行っている	分析も情報 収集も行って いない
全 '	本	5224	39.3	27.6	23.7	9.5
	建設業	395	43.5	23.3	23.3	9.9
	製造業	1645	38.4	29.2	22.7	9.6
	情報通信業	393	36.4	35.4	19.3	8.9
	運輸・郵便業	368	37.0	26.4	26.4	10.3
業	卸売業	384	45.3	24.0	20.3	10.4
種	小売業	361	38.0	29.6	25.8	6.6
別	不動産・物品賃貸業	265	40.4	28.7	24.2	6.8
	学術研究専門・技術サービス業	485	36.9	23.3	28.5	11.3
	宿泊業・飲食サービス業	89	32.6	30.3	28.1	9.0
	生活関連サービス業・娯楽業	111	40.5	27.9	23.4	8.1
	その他	728	40.8	25.4	23.9	9.9
従	5 ~20人	1864	35.0	26.9	26.3	11.7
模業	21~50人	1692	38.2	29.0	23.9	8.9
別員	51~100 人	765	45.0	26.1	21.8	7.1
規	101 人以上	668	45.8	28.9	18.6	6.7

C10.03

				バリューチ	ェーン分析	
			分析を行い、 経営戦略に 反映させて いる	分析を行って いるが、経営 戦略には反 映できていな い	分析は行っ ていないが、 情報収集は 行っている	分析も情報 収集も行って いない
全	体	5210	19.4	21.2	34.0	25.3
	建設業	394	21.8	19.0	33.8	25.4
	製造業	1639	20.7	21.5	33.6	24.2
	情報通信業	393	17.3	20.6	35.4	26.7
	運輸•郵便業	368	19.0	18.5	33.2	29.3
業	卸売業	384	21.9	19.3	34.4	24.5
種	小売業	364	18.7	25.5	34.3	21.4
別	不動産・物品賃貸業	261	17.2	25.3	34.1	23.4
	学術研究専門・技術サービス業	484	16.5	23.1	34.1	26.2
	宿泊業・飲食サービス業	88	18.2	18.2	34.1	29.5
	生活関連サービス業・娯楽業	109	25.7	21.1	30.3	22.9
	その他	726	17.2	20.1	35.3	27.4
従	5 ~20人	1859	17.8	19.2	34.5	28.6
模業	21~50人	1688	18.0	23.8	34.0	24.2
別員	51~100 人	764	21.9	20.7	34.6	22.9
規	101 人以上	665	24.5	21.8	31.6	22.1

C10.04

			マネジメント分	↑析(経営管理 状況など	のために必要; の分析)	な情報の管理
			分析を行い、 経営戦略に 反映させて いる	分析を行って いるが、経営 戦略には反 映できていな い	分析は行っ ていないが、 情報収集は 行っている	分析も情報 収集も行って いない
全	<u> </u>	5216	23.8	24.0	35.6	16.6
	建設業	395	26.8	20.0	36.5	16.7
	製造業	1643	23.3	23.3	36.9	16.6
	情報通信業	393	23.9	28.0	31.8	16.3
	運輸・郵便業	367	21.5	23.4	37.1	18.0
業	卸売業	383	26.6	25.3	33.4	14.6
種	小売業	364	23.1	30.5	32.7	13.7
別	不動産・物品賃貸業	264	26.5	29.2	30.3	14.0
	学術研究専門・技術サービス業	484	24.8	21.7	35.7	17.8
	宿泊業・飲食サービス業	89	15.7	25.8	39.3	19.1
	生活関連サービス業・娯楽業	111	24.3	24.3	33.3	18.0
	その他	723	22.7	21.7	37.5	18.1
従	5 ~20人	1862	21.4	21.6	38.2	18.7
模業	21~50人	1688	23.3	24.8	35.3	16.6
別員	51~100 人	765	26.3	25.9	34.1	13.7
規	101 人以上	668	28.9	27.5	29.8	13.8

C10.05

				製品分析(象	品別の売上高 シェアなと		は品別の市場
		王 14		分析を行い、 経営戦略に 反映させて いる	分析を行って いるが、経営 戦略には反 映できていな い	分析は行っ ていないが、 情報収集は 行っている	分析も情報 収集も行って いない
全 '	体		5211	26.8	22.3	32.7	18.2
	建設業		393	28.0	18.8	32.8	20.4
	製造業		1639	27.9	24.0	32.2	15.8
	情報通信業		393	22.9	25.7	34.4	17.0
	運輸・郵便業		367	22.6	21.0	35.1	21.3
業	卸売業		384	29.9	20.1	33.6	16.4
種	小売業		364	31.6	20.1	31.3	17.0
別	不動産・物品賃貸業		263	27.8	23.6	30.4	18.3
	学術研究専門・技術サービス業		485	24.7	21.9	32.2	21.2
	宿泊業・飲食サービス業		89	18.0	23.6	41.6	16.9
	生活関連サービス業・娯楽業		108	26.9	25.9	24.1	23.1
	その他		726	25.9	20.7	32.9	20.5
従	5 ~20人		1859	23.6	20.1	35.1	21.1
	21~50人		1689	26.6	23.4	32.5	17.4
	51~100 人		765	30.1	23.1	31.4	15.4
規	101 人以上		664	32.1	25.5	27.4	15.1

C11

			貴社の経	営資源につい 把握状	て、競合他社と 況を、お答えく		や弱みの
		全 体	十分にでき ている	ある程度でき ている		あまりできて いない	全くできてい ない
全	体	5218	12.3	53.9	21.9	9.5	2.4
	建設業	392	13.8	54.6	21.7	8.2	1.8
	製造業	1648	11.3	53.5	23.1	9.6	2.5
	情報通信業	395	11.4	53.4	21.3	11.1	2.8
	運輸·郵便業	365	10.4	51.0	26.8	9.0	2.7
業	卸売業	385	14.3	53.8	22.1	7.5	2.3
種	小売業	363	12.9	54.8	20.4	10.2	1.7
別	不動産・物品賃貸業	260	11.5	55.4	20.8	10.8	1.5
	学術研究専門・技術サービス業	484	12.4	54.5	21.9	9.1	2.1
	宿泊業・飲食サービス業	88	5.7	52.3	25.0	12.5	4.5
	生活関連サービス業・娯楽業	112	11.6	53.6	22.3	11.6	0.9
	その他	726	14.6	55.0	18.2	9.2	3.0
従	5 ~20人	1867	11.6	50.5	23.7	10.9	3.3
模業	21~50人	1691	12.4	54.1	22.3	9.4	1.8
別員	51~100 人	759	12.4	56.4	20.7	8.3	2.2
規	101 人以上	667	12.4	59.7	18.0	8.7	1.2

C12.01

				どのよう	な顧客に提供	するのか	
		全 体		ある程度重 視している	どちらともい えない	あまり重視し ていない	全く重視して いない
全	本	5241	39.7	42.5	12.6	3.5	1.7
	建設業	396	40.9	39.1	15.2	3.5	1.3
	製造業	1653	37.3	44.0	12.9	4.1	1.6
	情報通信業	395	41.8	41.8	9.6	4.1	2.8
	運輸・郵便業	369	37.4	43.1	14.6	4.1	0.8
業	卸売業	387	46.0	40.1	10.9	2.1	1.0
種	小売業	364	36.5	45.6	14.3	1.4	2.2
別	不動産・物品賃貸業	265	40.0	42.3	14.3	1.9	1.5
	学術研究専門・技術サービス業	486	44.9	38.7	11.3	2.1	3.1
	宿泊業・飲食サービス業	89	31.5	47.2	13.5	4.5	3.4
	生活関連サービス業・娯楽業	113	39.8	44.2	12.4	2.7	0.9
	その他	724	40.2	42.5	11.3	4.6	1.4
従	5 ~20人	1874	36.9	43.8	12.8	4.2	2.3
模業	21~50人	1696	40.4	41.2	13.8	3.0	1.5
	51~100 人	767	43.0	41.2	11.9	3.1	0.8
規	101 人以上	669	42.2	43.6	10.2	2.5	1.5

C12.02

				どのよう	な価値を提供・	するのか	
		全 体		ある程度重 視している	どちらともい えない	あまり重視し ていない	全く重視して いない
全	体	5238	40.9	42.7	12.9	2.2	1.3
	建設業	396	42.9	38.4	14.6	2.8	1.3
	製造業	1652	38.6	44.2	13.6	2.4	1.2
	情報通信業	395	45.6	41.8	9.4	1.8	1.5
	運輸・郵便業	368	36.7	44.0	15.5	2.7	1.1
業	卸売業	386	43.8	43.8	10.1	2.1	0.3
種	小売業	364	39.3	42.3	14.8	1.9	1.6
別	不動産・物品賃貸業	265	39.2	47.9	10.2	1.1	1.5
	学術研究専門・技術サービス業	486	45.7	39.1	11.9	0.8	2.5
	宿泊業・飲食サービス業	89	33.7	43.8	18.0	2.2	2.2
	生活関連サービス業・娯楽業	113	38.1	46.0	12.4	2.7	0.9
	その他	724	42.3	40.9	12.7	2.8	1.4
従	5 ~20人	1872	38.8	42.9	13.6	2.7	1.9
模業	21~50人	1696	40.9	42.0	14.3	1.7	1.1
別員	51~100 人	766	42.4	43.5	10.7	2.6	0.8
規	101 人以上	669	43.9	43.2	10.6	1.6	0.6

C12.03

				どのような打	技術によって提	供するのか	
		全 体	とても重視し ている		どちらともい えない	あまり重視し ていない	全く重視して いない
全	体	5235	35.0	41.5	17.6	3.9	1.9
	建設業	395	39.0	38.0	18.5	3.5	1.0
	製造業	1652	34.6	43.6	16.4	3.9	1.5
	情報通信業	395	38.5	42.8	13.9	2.8	2.0
	運輸・郵便業	368	34.5	37.2	20.1	6.3	1.9
業	卸売業	384	33.3	41.7	19.3	4.4	1.3
種	小売業	364	25.5	46.7	22.0	2.5	3.3
別	不動産·物品賃貸業	265	30.2	43.8	18.5	5.7	1.9
	学術研究専門・技術サービス業	485	43.3	35.1	15.9	2.7	3.1
	宿泊業・飲食サービス業	89	16.9	37.1	34.8	6.7	4.5
	生活関連サービス業・娯楽業	113	30.1	46.0	18.6	4.4	0.9
	その他	725	37.0	40.8	16.1	4.0	2.1
従	5 ~20人	1870	32.6	42.9	17.2	4.9	2.5
模業	21~50人	1696	34.5	40.9	19.1	3.7	1.8
別員	51~100 人	766	37.9	40.9	16.6	3.3	1.4
規	101 人以上	667	39.6	40.5	16.0	2.8	1.0

C13

010						
			貴社において、事業領域を 見直した経験の有無につい て、お答えください			
		全 体 	経験がある	経験がない		
全	体	5188	36.0	64.0		
	建設業	390	35.4	64.6		
	製造業	1639	35.6	64.4		
	情報通信業	389	37.3	62.7		
	運輸・郵便業	365	30.7	69.3		
業	卸売業	387	37.5	62.5		
種	小売業	360	39.7	60.3		
別	不動産・物品賃貸業	260	37.7	62.3		
	学術研究専門・技術サービス業	480	34.8	65.2		
	宿泊業・飲食サービス業	88	37.5	62.5		
	生活関連サービス業・娯楽業	111	37.8	62.2		
	その他	719	36.7	63.3		
従	5 ~20人	1856	33.8	66.2		
模業	21~50人	1681	36.0	64.0		
別員	51~100 人	756	38.4	61.6		
規	101 人以上	662	39.0	61.0		

C13.1

			貴社において、事業領域を見直した時期について、 お答えください				
		全 体	リーマン・ ショックを契 機として (2008年)	東日本大震 災を契機とし	新型コロナウ イルス感染	その他	
全	本	1839	27.7	15.9	19.0	37.5	
	建設業	135	22.2	24.4	13.3	40.0	
	製造業	571	33.8	15.4	17.5	33.3	
	情報通信業	143	25.9	11.9	21.7	40.6	
	運輸・郵便業	111	27.9	13.5	17.1	41.4	
業	卸売業	141	25.5	15.6	14.9	44.0	
種	小売業	143	25.9	15.4	21.0	37.8	
別	不動産・物品賃貸業	96	27.1	15.6	24.0	33.3	
	学術研究専門・技術サービス業	166	25.3	16.3	16.3	42.2	
	宿泊業・飲食サービス業	31	22.6	25.8	25.8	25.8	
	生活関連サービス業・娯楽業	40	27.5	12.5	30.0	30.0	
	その他	262	22.5	15.3	22.9	39.3	
従	5 ~20人	620	25.3	17.6	21.3	35.8	
模業	21~50人	585	29.6	16.4	17.3	36.8	
	51~100 人	289	27.7	14.5	15.9	41.9	
規	101 人以上	256	30.9	12.5	19.1	37.5	

C13.2

					事業領域	の見直し時に	重視した点につ	いて、当ては	まるものをお答	えください		
			市場規模が 大きい・市場 規模の成長 性が見込ま れる	既存事業の 技術・ノウハ ウがいかさ れる	知名度・信用 力がいかさ れる	製品・サービ スを提供する チャネルがあ る		などを取得し	を必要としな	官民問わず 支援が充実 している	連携相手がいる	分からない
全	体	1841	42.0	67.3	28.1	34.2	27.8	16.1	24.7	3.7	19.6	2.9
	建設業	135	48.9	60.7	31.1	31.9	31.1	16.3	20.0	3.7	12.6	4.4
	製造業	576	36.3	71.7	28.0	39.2	28.1	13.9	23.3	3.6	17.9	3.3
	情報通信業	142	49.3	68.3	22.5	35.9	21.8	8.5	32.4	6.3	25.4	2.8
	運輸·郵便業	110	44.5	60.9	29.1	31.8	29.1	23.6	31.8	2.7	17.3	1.8
業	卸売業	144	43.1	60.4	31.3	36.1	29.2	15.3	24.3	4.2	22.2	2.8
種	小売業	142	44.4	69.0	29.6	34.5	28.9	18.3	29.6	2.8	21.8	0.7
別	不動産·物品賃貸業	97	40.2	61.9	28.9	25.8	26.8	21.6	17.5	3.1	22.7	4.1
	学術研究専門・技術サービス業	166	48.2	71.1	21.1	30.7	25.9	16.9	27.1	4.2	24.7	3.0
	宿泊業・飲食サービス業	30	33.3	60.0	36.7	26.7	20.0	10.0	16.7	3.3	10.0	6.7
	生活関連サービス業・娯楽業	38	34.2	55.3	31.6	36.8	28.9	5.3	15.8	7.9	13.2	5.3
	その他	261	42.9	68.2	29.9	28.7	28.7	21.1	24.1	2.3	19.5	1.9
従	5 ~20人	620	37.4	66.6	26.9	34.8	26.5	16.3	28.4	4.4	20.0	3.1
模業別員	21~50人	594	43.4	65.0	30.3	32.3	30.3	16.7	24.2	4.5	19.9	2.9
	51~100 人	287	42.2	66.2	30.0	36.6	26.8	18.1	24.4	2.8	16.0	
規	101 人以上	252	48.4	73.0	24.6	33.3	26.2	12.3	20.2	2.0	20.2	3.2

C14

			貴社が事業領域を選択する際に、市場のシェアをどの程度重視しているかについて						
		全 体	とても重視し ている	ある程度重 視している	どちらともい えない	あまり重視し ていない	全く重視して いない		
全	体	5208	15.5	41.9	23.8	13.6	5.2		
	建設業	394	18.5	39.8	24.4	12.4	4.8		
	製造業	1644	13.1	42.5	24.0	15.2	5.2		
	情報通信業	390	14.4	40.0	24.1	14.6	6.9		
	運輸・郵便業	368	15.8	39.4	28.0	11.1	5.7		
業	卸売業	387	14.5	44.2	25.6	10.9	4.9		
種	小売業	363	19.8	44.1	20.4	11.3	4.4		
別	不動産・物品賃貸業	263	18.6	40.7	20.5	15.2	4.9		
	学術研究専門・技術サービス業	483	15.3	40.2	23.8	13.7	7.0		
	宿泊業・飲食サービス業	88	8.0	44.3	21.6	20.5	5.7		
	生活関連サービス業・娯楽業	111	22.5	41.4	22.5	11.7	1.8		
	その他	717	16.6	43.4	23.0	12.8	4.2		
従	5 ~20人	1865	14.7	39.7	25.0	13.7	6.8		
5. 5	21~50人	1685	15.2	43.5	23.1	13.9	4.3		
	51~100 人	762	16.8	41.6	23.0	14.6	4.1		
規	101 人以上	663	16.7	43.1	22.5	12.7	5.0		

C15

							
			現在の貴社の事業領域におけるシェアについて、当て はまるものをお答えください。				
		全 体	上位のシェア である	中位のシェア である		シェアを把握 していない	
全	体	5206	20.9	38.1	17.9	23.0	
	建設業	392	20.7	44.1	13.0	22.2	
	製造業	1641	20.8	36.8	18.8	23.6	
	情報通信業	394	19.5	29.2	22.8	28.4	
	運輸・郵便業	367	21.0	39.5	16.3	23.2	
業	卸売業	385	24.4	40.3	15.3	20.0	
種	小売業	363	22.6	36.9	22.0	18.5	
別	不動産・物品賃貸業	261	16.5	42.1	19.5	21.8	
	学術研究専門・技術サービス業	481	19.8	39.3	16.6	24.3	
	宿泊業・飲食サービス業	89	18.0	30.3	19.1	32.6	
	生活関連サービス業・娯楽業	110	23.6	41.8	12.7	21.8	
	その他	723	21.6	39.8	17.0	21.6	
従	5 ~20人	1859	18.3	34.7	20.6	26.3	
1 - 1 - 1	21~50人	1690	21.5	38.6	16.9	22.9	
	51~100 人	761	19.8	43.2	16.8	20.1	
規	101 人以上	663	26.5	40.6	14.5	18.4	

C16

			社に対して競会 重視している	=		
		全 体	A を重視して いる	うとA を重視	どちらかとい うとB を重視 している	B を重視して いる
全	体	5212	50.5	37.3	10.4	1.8
	建設業	393	47.3	38.7	10.9	3.1
	製造業	1646	48.0	38.5	11.9	1.6
	情報通信業	392	56.9	33.4	8.2	1.5
	運輸・郵便業	368	41.0	43.2	12.8	3.0
業	卸売業	383	52.2	37.3	9.4	1.0
種	小売業	362	55.5	33.1	8.8	2.5
別	不動産・物品賃貸業	261	48.3	39.5	10.7	1.5
	学術研究専門・技術サービス業	484	52.5	37.4	8.9	1.2
	宿泊業・飲食サービス業	88	56.8	30.7	10.2	2.3
	生活関連サービス業・娯楽業	111	58.6	32.4	8.1	0.9
	その他	724	53.6	35.5	9.1	1.8
従	5 ~20人	1862	49.7	37.8	10.6	1.8
	21~50人	1685	50.1	37.5	10.5	1.9
別員	51~100 人	765	51.2	37.0	10.3	1.4
規	101 人以上	666	50.8	36.9	10.2	2.1

C17

			貴社の	ものを		
		全 体		価格以外の 点で差別化	特定のター ゲットを対象 に、低価格 の製品・サー ビスを提供す る	特定のター ゲットを対象 に、価格以 外の点で差 別化した製 品・サービス を提供する
全 '	体	5208	5.4	26.0	12.1	56.5
	建設業	392	4.8	25.5	14.5	55.1
	製造業	1646	6.0	26.4	12.8	54.8
	情報通信業	394	5.6	17.8	11.9	64.7
	運輸・郵便業	365	3.6	24.1	13.2	59.2
業	卸売業	386	3.6	23.3	13.2	59.8
種	小売業	364	5.5	33.8	10.2	50.5
別	不動産・物品賃貸業	263	7.2	29.3	12.2	51.3
	学術研究専門・技術サービス業	483	3.5	22.6	11.6	62.3
	宿泊業・飲食サービス業	88	10.2	42.0	5.7	42.0
	生活関連サービス業・娯楽業	109	5.5	44.0	8.3	42.2
	その他	718	6.0	24.7	10.9	58.5
従	5 ~20人	1856	5.3	26.4	13.1	55.2
模業	21~50人	1690	5.7	25.1	12.6	56.6
別員	51~100 人	766	5.2	26.2	10.6	58.0
規	101 人以上	665	5.4	26.2	10.7	57.7

C18

		全体	自社を取り巻く現状の把握などにあたり、5年間で社外の相談相手から助言を受けたか				
			ある	ない			
全	体	5238	46.4	53.6			
	建設業	391	46.3	53.7			
	製造業	1655	46.6	53.4			
	情報通信業	393	38.9	61.1			
	運輸・郵便業	367	46.6	53.4			
業	卸売業	387	45.0	55.0			
種	小売業	365	54.0	46.0			
別	不動産・物品賃貸業	265	47.5	52.5			
	学術研究専門・技術サービス業	486	44.4	55.6			
	宿泊業・飲食サービス業	89	53.9	46.1			
	生活関連サービス業・娯楽業	114	52.6	47.4			
	その他	726	45.9	54.1			
従	5 ~20人	1876	45.1	54.9			
模業	21~50人	1696	47.8	52.2			
別員	51~100 人	767	46.3	53.7			
規	101 人以上	667	46.3	53.7			

C19

			貴社が経営戦	戦略の策定に際 関の支	記支援を受け 援体制	ている外部機
		全 体	長期(1 年 超)にわたり 社内に常駐	問による有 償での経営	希望するタイ ミングでの無 償での経営 相談	外部機関の 支援を受け ていない
全	体	5202	1.6	21.7	21.4	55.3
	建設業	391	2.8	19.9	26.3	50.9
	製造業	1642	1.6	21.6	21.6	55.2
	情報通信業	391	1.3	20.7	16.9	61.1
	運輸・郵便業	367	1.6	24.0	18.8	55.6
業	卸売業	384	1.6	21.6	15.9	60.9
種	小売業	364	1.4	25.5	25.5	47.5
別	不動産・物品賃貸業	264	1.1	22.3	21.2	55.3
	学術研究専門・技術サービス業	484	1.0	18.8	21.1	59.1
	宿泊業・飲食サービス業	86	3.5	29.1	23.3	44.2
	生活関連サービス業・娯楽業	110	1.8	24.5	20.0	53.6
	その他	719	1.5	20.7	23.4	54.4
従	5 ~20人	1863	1.5	18.6	23.3	56.6
10 4 - 1 -	21~50人	1686	1.6	22.1	21.4	54.9
別員	51~100 人	761	1.1	25.5	21.8	51.6
規	101 人以上	660	2.9	23.6	17.3	56.2

D1

					自社のブラン	ノド構築・維持!	こおいて、どの	ようなブランドの	の要素を活用し	ていますか		
		全 体	商品・サービ スなどの固 有名称	企業のロゴ、 マ <i>ー</i> ク		レーズ、ス	企業、商品・ サービスなど のブランドカ ラー	キャラクター	パッケージ	サウンド・ロ ゴ (短いメロ ディなど)	その他	特にない
全	体	5233	27.7	37.2	12.2	13.0	15.7	4.3	3.5	1.1	1.7	40.7
	建設業	394	23.4	34.0	8.1	11.9	15.2	2.3	2.3	1.0	0.8	45.2
	製造業	1656	29.5	33.8	11.8	10.5	14.4	3.4	4.4	0.7	1.9	43.1
	情報通信業	392	35.2	38.8	14.8	15.1	16.1	4.1	3.1	2.8	1.5	38.5
	運輸·郵便業	369	18.7	37.4	8.1	12.7	13.3	4.1	2.7	0.8	1.4	46.3
業	卸売業	387	28.2	40.1	11.6	12.7	19.1	4.1	3.9	1.6	0.8	37.0
種	小売業	364	27.5	44.8	19.0	19.2	16.8	7.1	4.1	1.9	1.1	33.2
別	不動産·物品賃貸業	265	30.6	43.8	13.2	16.2	18.9	7.9	3.8	-	3.0	34.7
	学術研究専門・技術サービス業	484	25.6	36.0	10.7	12.4	14.9	4.5	2.7	1.2	2.3	40.5
	宿泊業・飲食サービス業	89	41.6	34.8	16.9	21.3	19.1	6.7	4.5	1.1	1.1	27.0
	生活関連サービス業・娯楽業	110	31.8	42.7	14.5	11.8	21.8	6.4	3.6	1.8	0.9	36.4
	その他	723	24.1	38.5	12.2	13.8	15.9	4.0	2.8	1.1	2.4	41.2
従	5 ~20人	1873	25.6	33.0	10.8	11.9	14.8	4.1	3.6	0.9	1.7	45.2
模業	21~50人	1696	28.7	37.4	12.9	13.4	16.2	4.0	3.1	1.2	1.8	39.7
別員	51~100 人	766	27.4	41.1	11.2	12.8	16.4	4.2	3.7	2.2	2.0	37.5
規	101 人以上	666	31.1	43.2	14.4	14.7	16.7	5.3	4.5	0.5	0.9	35.7

			貴社のブラン	ドカに対する評	平価について、 さい	当てはまるもの	Dをお答えくだ
		全 体	3	ある程度ブラ ンドカはある			ほとんどブラ ンドカはない
全	体	5227	7.3	35.9	24.2	15.2	17.4
	建設業	392	6.6	37.8	28.1	13.0	14.5
	製造業	1652	6.7	35.3	24.8	14.4	18.8
	情報通信業	392	6.6	33.4	22.4	16.6	20.9
	運輸・郵便業	369	8.7	32.0	23.8	16.0	19.5
業	卸売業	387	8.0	35.9	22.7	17.8	15.5
種	小売業	364	11.3	35.7	24.7	13.2	15.1
別	不動産・物品賃貸業	265	6.0	38.9	23.4	17.4	14.3
	学術研究専門・技術サービス業	483	6.6	37.1	22.6	15.7	18.0
	宿泊業・飲食サービス業	88	5.7	39.8	29.5	14.8	10.2
	生活関連サービス業・娯楽業	111	7.2	44.1	27.0	11.7	9.9
	その他	724	7.7	36.0	22.9	16.0	17.3
従	5 ~20人	1869	7.2	32.1	24.9	15.8	20.0
模業	21~50人	1699	6.8	37.7	23.8	14.3	17.4
別員	51~100 人	761	7.2	36.3	25.9	15.9	14.7
規	101 人以上	663	8.1	41.6	22.2	14.6	13.4

D3

			貴社のブラン	ンドが取引価格 て	の引上げ・維 、お答えくださ		るかについ
		全 体	大いに寄与 している	ある程度寄 与している	どちらともい えない	あまり寄与し ていない	ほとんど寄与 していない
全	体	5219	4.9	26.5	30.4	16.0	22.2
	建設業	391	5.1	26.9	30.9	14.6	22.5
	製造業	1648	4.7	25.2	31.4	15.7	22.9
	情報通信業	393	4.1	26.0	28.8	15.5	25.7
	運輸・郵便業	367	3.8	24.5	32.2	13.6	25.9
業	卸売業	386	6.0	25.6	29.3	17.4	21.8
種	小売業	362	5.5	30.7	27.9	17.4	18.5
別	不動産・物品賃貸業	264	5.7	26.9	30.3	18.9	18.2
	学術研究専門・技術サービス業	484	4.5	27.1	28.9	16.1	23.3
	宿泊業・飲食サービス業	87	9.2	28.7	27.6	18.4	16.1
	生活関連サービス業・娯楽業	112	5.4	30.4	33.9	17.0	13.4
	その他	725	5.0	27.4	30.5	15.9	21.2
従	5 ~20人	1862	4.8	25.3	30.6	15.1	24.1
	21~50人	1698	4.6	26.6	31.2	16.1	21.5
別員	51~100 人	761	5.3	26.9	28.6	18.1	21.0
規	101 人以上	663	5.1	28.1	31.1	16.3	19.5

		A 44	構築∙維持	るブランドの ∮のための り有無
		全 体	取り組んでい る	取り組んでい ない
全	体	5189	36.8	63.2
	建設業	388	39.4	60.6
	製造業	1641	36.3	63.7
	情報通信業	392	33.9	66.1
	運輸・郵便業	366	32.8	67.2
業	卸売業	381	37.5	62.5
種	小売業	362	40.1	59.9
別	不動産・物品賃貸業	261	39.1	60.9
	学術研究専門・技術サービス業	481	33.1	66.9
	宿泊業・飲食サービス業	89	48.3	51.7
	生活関連サービス業・娯楽業	111	45.0	55.0
	その他	717	36.8	63.2
従	5 ~20人	1858	33.3	66.7
模業	21~50人	1687	37.5	62.5
別員	51~100 人	760	39.3	60.7
規	101 人以上	654	40.7	59.3

D4.1

			,	貴社において、	ブランドの構象	楽・維持のため	に行っている耳	収組について、	お答えください	
		全 体	自社ブランド の立ち位置 の把握	ブランドコン セプト(ター ゲットや提供 価値)の明確 化	顧客や社会 へのブランド メッセージの 発信	従業員への ブランドコン セプトの浸透	ブランドコン セプトに基づ く商品・サー ビスの開発		自社ブランド の見直し・再 構築	その他
全	体	1896	42.0	38.0	48.8	36.4	30.2	25.1	20.9	1.8
	建設業	151	45.0	35.8	47.0	41.1	22.5	29.1	21.2	3.3
	製造業	594	44.3	37.5	46.5	31.3	32.2	25.6	21.9	1.5
	情報通信業	133	44.4	48.9	51.1	35.3	32.3	25.6	18.8	2.3
	運輸·郵便業	118	35.6	30.5	41.5	41.5	27.1	22.9	20.3	4.2
業	卸売業	142	46.5	43.7	47.9	33.8	27.5	18.3	24.6	1.4
種	小売業	144	38.9	41.7	56.3	36.1	32.6	20.1	13.9	2.1
別	不動産・物品賃貸業	101	41.6	35.6	56.4	40.6	25.7	26.7	23.8	1.0
	学術研究専門・技術サービス業	158	41.1	36.7	46.2	40.5	27.8	28.5	17.1	2.5
	宿泊業・飲食サービス業	43	46.5	48.8	76.7	44.2	39.5	25.6	18.6	-
	生活関連サービス業・娯楽業	49	36.7	34.7	49.0	36.7	34.7	18.4	18.4	-
	その他	263	36.9	33.8	47.5	39.9	31.2	27.0	24.0	0.8
従	5 ~20人	613	39.0	39.2	48.3	33.8	31.5	25.0	19.7	1.5
模業	21~50人	631	46.1	39.3	48.7	37.6	28.7	22.2	23.3	1.7
	51~100 人	296	44.3	33.8	47.0	36.1	30.4	29.1	19.6	2.4
規	101 人以上	265	38.9	37.0	49.4	40.4	30.2	25.7	19.2	2.6

D4.201

								ブラント	で構築・維持	のために行っ	ている具体的な	な取組のうち効	果があったと思	思うもの					
				久様物料の	協賛や広告の出稿	交流会やイ ベント、セミ ナーの実施	4-7	O) BILL, TIME		情報収集や 広報戦略の 精査	などの広報 物の作成・発		展示会等の 開催や出展	発や品質の	技術力の向 上や実績の 蓄積		地域貢献や 福祉活動の 推進	その他	特になし
<u>全</u>		1072	44.9	3.5	15.2	3.8	4.4	13.5	4.2	2.9	6.6	6.6	4.4	3.9	5.2	0.6	2.4	7.5	
	建設業	73	39.7	1.4	8.2	4.1	6.8	8.2	4.1	2.7	5.5	5.5	11.0	9.6	5.5		-	16.4	2.7
	製造業	338	45.0	4.7	12.4	3.0	3.0	15.1	3.0	2.1	6.5	9.5	5.9			0.6	3.6	7.1	
	情報通信業	79	49.4	-	12.7	6.3	8.9	6.3	3.8	5.1	7.6	3.8	2.5	2.5	3.8	-	-	10.1	2.5
	運輸·郵便業	56	41.1	5.4	12.5	3.6	3.6	12.5	7.1	3.6	3.6	1.8	1.8	5.4	5.4	-	5.4	5.4	5.4
*	卸売業	84	42.9	3.6	22.6	1.2	3.6	11.9	3.6	3.6	8.3	3.6	10.7	2.4	3.6	-	2.4	6.0	7.1
種	小売業	89	50.6		22.5	2.2		16.9	5.6	2.2				2.2		-	1.1	10.1	2.2
別	不動産·物品賃貸業	62	43.5	4.8	16.1	3.2	-	19.4	6.5	3.2	14.5	3.2	3.2	1.6	8.1	_	4.8	1.6	
	学術研究専門・技術サービス業	98	40.8	3.1	17.3	5.1	11.2	12.2	4.1	4.1	6.1	5.1	1.0	2.0	10.2	1.0	1.0	3.1	4.1
	宿泊業・飲食サービス業	26	53.8	-	3.8	-	3.8	26.9	-	-	-	11.5	3.8	7.7	-	3.8	-	7.7	7.7
	生活関連サービス業・娯楽業	31			16.1	3.2		19.4	9.7	6.5	-	3.2		-	-	-	-	12.9	
1	その他	136	42.6	6.6	19.1	7.4	3.7	10.3	4.4	2.2	6.6	8.8	2.2	3.7	4.4	1.5	2.9	6.6	4.4
- 88	5 ~20人	360	45.8	3.6	12.5	4.7	4.4	12.8	3.1	3.3	7.2	7.5	3.9	3.3	5.3	0.6	1.4	8.6	5.3
模業	21~50人	346	43.6	4.0	14.5	2.9	4.0	14.2	4.9	2.6	8.4	5.8	5.8	4.6	4.9	0.6	2.0	6.9	4.6
	51~100 人	174						12.6	2.9	4.0				1.7		0.6		6.9	
規	101 人以上	144	45.1	2.1	18.8	2.8	6.3	13.9	6.3	2.1	4.9	6.3	4.2	7.6	4.9	-	3.5	8.3	3.5

			貴社において	、顧客志向の	商品・サービス できているか	く・事業開発を	どの程度実践
		全 体	大いに実践 できている	ある程度実 践できている	どちらともい えない	あまり実践で きていない	ほとんど実践 できていない
全	体	5195	5.8	46.7	25.5	13.5	8.6
	建設業	392	7.4	44.6	24.7	12.5	10.7
	製造業	1642	5.5	46.5	25.4	14.1	8.4
	情報通信業	391	6.6	48.1	25.8	10.7	8.7
	運輸・郵便業	364	3.8	44.2	25.0	15.1	11.8
業	卸売業	384	5.5	46.9	26.3	13.0	8.3
種	小売業	360	5.8	48.6	22.8	15.0	7.8
別	不動産・物品賃貸業	263	6.1	49.8	25.9	12.2	6.1
	学術研究専門・技術サービス業	482	6.0	50.2	25.5	10.0	8.3
	宿泊業・飲食サービス業	88	2.3	47.7	26.1	17.0	6.8
	生活関連サービス業・娯楽業	110	3.6	50.9	22.7	13.6	9.1
	その他	719	6.4	43.1	27.1	15.2	8.2
従	5 ~20人	1859	5.1	45.3	25.8	14.1	9.8
模業	21~50人	1682	5.6	44.5	27.3	14.2	8.4
別員	51~100 人	762	5.9	52.0	22.6	12.2	7.3
規	101 人以上	659	6.7	51.0	23.5	10.8	8.0

D6

			認識状況に	ける「デザイン ついて、当てに	はまるものを
		全 体		お答えください 本調査によっ	本調査によっ
			元々知って	2	て初めて知っ
			いる	たが、関心 はある	たが、関心 はない
全	体	5197	13.6	33.1	53.3
***************************************	建設業	393	14.2	33.3	52.4
	製造業	1643	11.7	33.5	54.8
	情報通信業	390	17.4	34.9	47.7
	運輸·郵便業	364	13.5	27.5	59.1
業	卸売業	381	13.4	35.2	51.4
種	小売業	362	14.4	37.6	48.1
別	不動産・物品賃貸業	263	14.8	36.9	48.3
	学術研究専門・技術サービス業	485	13.2	29.5	57.3
	宿泊業・飲食サービス業	89	12.4	32.6	55.1
	生活関連サービス業・娯楽業	110	11.8	34.5	53.6
	その他	717	15.6	31.2	53.1
従	5 ~20人	1857	12.7	32.2	55.1
模業	21~50人	1691	13.7	32.2	54.1
別員	51~100 人	760	12.8	35.5	51.7
規	101 人以上	658	16.0	34.8	49.2

			貴礼	±における「デ ・	ザイン経営」の	取組状況につ	いて
		全 体	既に取り組 み、定着して いる	既に取り組 み始めてい るが、定着し ていない		現状取り組 む予定はな い	分からない
全	体	5215	5.8	6.4	15.6	37.6	34.6
	建設業	394	6.9	5.3	15.7	37.3	34.8
	製造業	1649	5.3	6.4	14.9	36.6	36.7
	情報通信業	393	6.4	5.3	18.3	39.2	30.8
	運輸・郵便業	366	4.4	6.6	15.0	41.0	33.1
業	卸売業	384	5.2	6.3	14.6	39.3	34.6
種	小売業	363	7.4	7.2	20.9	30.9	33.6
別	不動産・物品賃貸業	262	6.1	7.6	16.8	36.6	32.8
	学術研究専門・技術サービス業	487	4.9	7.4	13.6	40.5	33.7
	宿泊業・飲食サービス業	88	8.0	8.0	14.8	30.7	38.6
	生活関連サービス業・娯楽業	110	9.1	4.5	15.5	38.2	32.7
	その他	719	6.3	6.0	15.0	38.8	33.9
従	5 ~20人	1865	5.7	6.2	15.2	38.0	34.9
模業	21~50人	1693	4.7	6.7	16.9	36.4	35.3
別員	51~100 人	764	7.5	5.8	13.5	37.7	35.6
規	101 人以上	662	6.3	6.3	16.0	37.9	33.4

D7.01

					貴	社が「デザイン	経営」に取り	組んだことによ	って実感してい	る効果につい	τ		
		全 体	企業の理念・ ビジョンの明 確化や再構 築	企業のフラン ド構築やブラ	従業員の意 欲や自社へ の愛着心の 向上	従業員の顧 客志向の向 上	社内コミュニ ケーションの 活性化			収益性の向 上	新市場・販路 の開拓	その他	特に効果を感じない
全	体	1417	40.8	63.4	55.8	42.6	32.4	48.5	22.7	38.4	38.4	0.5	1.2
	建設業	105	50.5	70.5	61.9	43.8	36.2	42.9	22.9	36.2	34.3	-	-
	製造業	435	39.8	62.8	54.7	42.8	35.2	52.2	26.0	37.0	42.3	-	1.6
	情報通信業	117	37.6	68.4	47.9	41.9	37.6	49.6	20.5	40.2	32.5	-	0.9
	運輸·郵便業	92	43.5	60.9	53.3	34.8	26.1	40.2	21.7	44.6	39.1	2.2	_
業	卸売業	94	42.6	70.2	53.2	42.6	34.0	46.8	21.3	39.4	45.7	1.1	3.2
種	小売業	127	43.3	59.1	51.2	45.7	28.3	48.0	12.6	40.9	35.4	-	0.8
別	不動産・物品賃貸業	77	39.0	66.2	57.1	44.2	24.7	51.9	19.5	37.7	39.0	2.6	-
	学術研究専門・技術サービス業	121	24.0	58.7	58.7	42.1	33.1	51.2	26.4	41.3	40.5	0.8	1.7
	宿泊業・飲食サービス業	24	45.8	75.0	54.2	62.5	37.5	54.2	12.5	37.5	20.8	-	-
	生活関連サービス業・娯楽業	32	50.0	62.5	56.3	40.6	31.3	59.4	25.0	50.0	43.8	-	-
	その他	193	45.1	59.1	63.2	40.9	28.0	42.0	23.8	33.2	33.2	0.5	1.6
従	5 ~20人	494	42.1	61.3	52.8	43.3	30.8	50.0	23.3	39.5	39.1	0.2	1.0
	21~50人	470	38.7	63.8	55.7	43.6	33.8	48.1	22.3	38.9	38.3	0.6	1.7
	51~100 人	197	37.1	64.0	55.8	43.1	33.0	46.7	26.9	34.5	36.0	0.5	_
規	101 人以上	186	44.6	67.2	64.0	37.1	34.4	49.5	15.6	39.2	38.7	0.5	2.2

D7.02

				貴	社における「テ	"ザイン経営」 <i>0</i>)体制について	、お答えくださ	۲	
		全 体	サイン頁仕	経営者以外 の経営層が デザイン責任 者	社内にデザ イン担当者を 設置	社内に横断 型の推進 チームを設置	デザイナーな どの社外の 専門人材と 連携	デザインの支 援機関に相 談	大学などと連 携	その他
全(本	616	61.2	30.4	21.8	13.5	17.0	3.1	3.2	2.3
	建設業	48	62.5	35.4	12.5	12.5	16.7	6.3	4.2	-
	製造業	189	55.0	32.3	24.9	17.5	22.2	3.7	2.6	2.1
	情報通信業	45	62.2	31.1	28.9	17.8	13.3	_	2.2	-
	運輸・郵便業	39	53.8	28.2	12.8	7.7	12.8	7.7	5.1	5.1
	卸売業	43	60.5	30.2	27.9	14.0	11.6	-	2.3	-
	小売業	49	61.2	26.5	20.4	6.1	14.3	-	4.1	2.0
別	不動産·物品賃貸業	35	65.7	25.7	20.0	8.6	14.3	2.9	_	-
	学術研究専門・技術サービス業	55	69.1	30.9	16.4	16.4	21.8	1.8	3.6	5.5
	宿泊業・飲食サービス業	14	78.6	57.1	21.4	7.1	35.7	7.1	7.1	-
	生活関連サービス業・娯楽業	15	46.7	20.0	33.3	_	13.3	6.7	-	13.3
	その他	84	70.2	25.0	20.2	13.1	9.5	2.4	4.8	2.4
従	5 ~20人	218	61.5	32.1	21.1	9.2	18.3	2.3	4.1	1.8
	21~50人	184	62.5	28.3	20.7	15.8	20.7	3.3	4.9	1.6
	51~100 人	98	55.1	31.6	25.5	20.4	14.3	4.1	-	4.1
規	101 人以上	83	61.4	31.3	22.9	13.3	14.5	2.4	-	2.4

D7.03

					「デザイン	経営」に取り組	むにあたり、行	f政機関や支援	機関に期待し	ていること		
		全 体		テサイン経宮 の基礎を学 ご提の提供	デザイン経営 について相 談する場の	デザイン経営 を試行的に 実践する場	社外の専門 人材とのマッ チング機会 の提供	デザイン投資 に係る支援		知財の権利 化に係る支援	専門人材と の契約に係 る支援	その他
全	体	1380	46.9	40.6	32.2	16.2	19.8	37.3	25.7	12.0	8.7	2.6
	建設業	103	55.3	38.8	38.8	17.5	25.2	33.0	21.4	7.8	10.7	4.9
	製造業	427	45.2	40.5	33.3	15.5	21.5	39.6	28.1	13.6	7.7	2.3
	情報通信業	111	42.3	40.5	29.7	16.2	18.9	39.6	28.8	16.2	10.8	2.7
	運輸·郵便業	92	44.6	37.0	34.8	13.0	17.4	35.9	23.9	14.1	9.8	1.1
業	卸売業	91	46.2	47.3	30.8	18.7	13.2	40.7	25.3	8.8	9.9	4.4
種	小売業	123	48.8	42.3	28.5	16.3	14.6	36.6	28.5	9.8	10.6	0.8
別	不動産·物品賃貸業	74	59.5	41.9	39.2	16.2	16.2	40.5	21.6	9.5	4.1	4.1
	学術研究専門・技術サービス業	121	47.1	37.2	28.1	16.5	18.2	33.9	19.8	13.2	11.6	-
	宿泊業・飲食サービス業	26	57.7	34.6	34.6	7.7	15.4	19.2	19.2	15.4	3.8	11.5
	生活関連サービス業・娯楽業	32	46.9	37.5	34.4	18.8	21.9	37.5	18.8	6.3	9.4	6.3
	その他	180	42.2	42.2	28.3	17.8	23.9	36.1	27.2	10.6	6.7	2.2
従	5 ~20人	481	48.4	43.5	30.1	20.6	20.4	41.4	27.2	11.9	7.9	3.3
	21~50人	452	45.8	37.8	34.3	15.5	19.9	34.3	25.7	14.4	11.5	2.2
	51~100 人	198	46.5	40.4	33.8	10.1	17.7	35.4	21.7	9.1	6.1	
規	101 人以上	183	47.0	41.0	31.7	13.7	18.0	37.7	24.0	10.4	7.7	2.7

D7.04

						貴社において	デザイン経営	」に取り組む予	定がない理由	1		
		- "	識・理解がな		費用対効果 が見込めな いため		自社が技術 主導型であ るため	取引先が消 費者ではなく 企業である ため	過去に失敗 経験がある ため	社内に専門 人材がいな いため	社外の専門 人材が見つ からないため	
全	本	3631	39.3	25.4	23.0	11.4	19.7	43.1	0.3	18.1	3.6	5.5
	建設業	275	34.2	25.8	24.4	8.4	20.0	47.3	-	14.9	2.2	3.6
	製造業	1164	41.0	25.7	23.0	12.8	20.4	46.6	0.3	18.3	3.9	5.2
	情報通信業	267	38.2	23.6	25.8	12.4	25.8	46.4	1.5	16.9	5.2	3.7
	運輸·郵便業	262	36.6	22.5	24.4	12.2	11.1	47.7	-	17.9	2.3	5.3
業	卸売業	272	41.2	26.1	20.2	7.0	15.4	40.4	0.7	18.0	3.3	7.4
種	小売業	231	42.9	29.9	26.4	13.4	11.7	28.1	-	23.4	4.8	5.2
別	不動産·物品賃貸業	175	40.6	28.0	25.1	8.6	20.0	40.0	-	22.3	2.3	4.6
	学術研究専門・技術サービス業	351	34.8	22.2	20.2	10.0	26.8	45.0	0.6	17.7	2.6	6.6
	宿泊業・飲食サービス業	59	54.2	35.6	27.1	18.6	13.6	16.9	-	13.6	5.1	10.2
	生活関連サービス業・娯楽業	74	35.1	23.0	21.6	16.2	21.6	31.1	-	12.2	2.7	8.1
	その他	501	38.9	25.1	21.0	10.6	20.2	41.3	0.2	18.4	4.0	6.2
従	5 ~20人	1310	39.1	24.3	21.9	13.3	18.7	41.5	0.2	17.9	2.7	5.6
	21~50人	1166	40.1	25.7	22.7	10.9	19.3	44.0	0.5	16.6	3.6	5.7
	51~100 人	546	38.6	28.9	26.4	11.4	21.6	45.1	0.4	20.5	3.7	5.3
規	101 人以上	458	38.0	24.2	24.2	7.0	21.8	45.0	0.2	19.9	5.2	4.8

E1

			貴社におけ	る海外展開の	現在の実施が	∹況・今後の意	向について
		全 体	海外展開を 行っており、 今後は更に 拡大を図る	海外展開を 行っており、 今後は現状 を維持する	行っている が、今後は 縮小・撤退を	海外展開は 行っていない が、今後は 新たに取り 組みたい	海外展開は 行っておら ず、今後も行 う予定はない
全	<u> </u>	5244	7.3	5.6	1.1	8.4	77.6
	建設業	395	4.8	5.1	0.3	6.8	83.0
	製造業	1655	8.7	8.0	1.6	9.7	71.9
	情報通信業	394	6.1	4.6	1.3	10.2	77.9
	運輸·郵便業	369	6.5	4.1	-	6.8	82.7
業	卸売業	389	9.3	5.1	1.5	7.5	76.6
種	小売業	361	5.3	4.2	1.1	10.5	78.9
別	不動産・物品賃貸業	263	6.5	3.8	1.1	7.2	81.4
	学術研究専門・技術サービス業	489	7.0	4.5	0.6	7.8	80.2
	宿泊業・飲食サービス業	89	7.9	1.1	1.1	7.9	82.0
	生活関連サービス業・娯楽業	112	6.3	8.0	0.9	5.4	79.5
	その他	728	7.0	4.3	0.8	7.0	80.9
従	5 ~20人	1878	6.4	5.3	1.0	7.9	79.3
模業	21~50人	1702	7.7	5.2	1.2	9.3	76.6
	51~100 人	765	6.7	4.7	0.9	8.2	79.5
規	101 人以上	665	9.2	8.1	1.5	8.0	73.2

E1.101

				<a.海外展開< th=""><th>昇経験年数></th><th></th></a.海外展開<>	昇経験年数>	
		全 体	20年以上	10年以上20 年未満	5 年以上10 年未満	5 年未満
全	体	730	36.7	32.3	17.3	13.7
	建設業	40	42.5	32.5	7.5	17.5
	製造業	303	44.6	28.7	18.2	8.6
	情報通信業	47	19.1	38.3	23.4	19.1
	運輸·郵便業	39	43.6	25.6	17.9	12.8
業	卸売業	62	45.2	33.9	12.9	8.1
種	小売業	38	23.7	31.6	26.3	18.4
別	不動産・物品賃貸業	29	27.6	37.9	13.8	20.7
	学術研究専門・技術サービス業	58	24.1	41.4	15.5	19.0
	宿泊業・飲食サービス業	9	11.1	55.6	-	33.3
	生活関連サービス業・娯楽業	17	35.3	23.5	17.6	23.5
	その他	88	27.3	35.2	18.2	19.3
従	5 ~20人	240	36.7	33.8	16.7	12.9
模業	21~50人	237	36.7	31.6	19.4	12.2
別員	51~100 人	94	34.0	31.9	18.1	16.0
規	101 人以上	124	41.9	29.8	13.7	14.5

E1.102

				<b.< th=""><th>海外展開の方</th><th>法></th><th></th></b.<>	海外展開の方	法>	
		全 体	直接輸出	間接輸出	直接投資(生 産機能)	直接投資(販 売機能)	業務提携
全	体	724	49.4	37.2	26.2	16.3	23.5
	建設業	40	55.0	45.0	20.0	20.0	20.0
	製造業	301	52.2	46.8	26.6	13.0	16.9
	情報通信業	46	43.5	26.1	32.6	19.6	39.1
	運輸・郵便業	39	43.6	23.1	43.6	20.5	25.6
業	卸売業	61	57.4	39.3	24.6	24.6	18.0
種	小売業	38	57.9	26.3	23.7	5.3	26.3
別	不動産・物品賃貸業	29	37.9	24.1	24.1	20.7	27.6
	学術研究専門・技術サービス業	58	39.7	20.7	20.7	25.9	39.7
	宿泊業・飲食サービス業	9	44.4	44.4	22.2	11.1	22.2
	生活関連サービス業・娯楽業	17	23.5	5.9	17.6	17.6	52.9
	その他	86	50.0	36.0	25.6	14.0	23.3
従	5 ~20人	239	47.7	38.9	23.4	17.2	25.1
模業	21~50人	235	52.8	38.7	25.1	13.2	23.0
別員	51~100 人	93	47.3	34.4	23.7	19.4	20.4
規	101 人以上	124	46.0	34.7	37.1	19.4	23.4

E1.103

		全 体	<c.海外売 上比率></c.海外売
			平均
全	体	611	10.33
	建設業	34	9.41
	製造業	262	11.87
	情報通信業	38	7.38
	運輸・郵便業	36	14.83
業	卸売業	53	6.64
種	小売業	31	10.35
別	不動産・物品賃貸業	22	7.82
	学術研究専門・技術サービス業	50	12.16
	宿泊業・飲食サービス業	8	4.00
	生活関連サービス業・娯楽業	11	6.18
	その他	66	7.76
従	5 ~20人	199	9.85
模業	21~50人	198	11.60
別員	51~100 人	80	11.22
規	101 人以上	106	9.24

E1.201

								①海	外展開における	5課題					
		全体	販売先の確 保	現地の市場 動向やニー ズの調査	海外回げ間 品・サービス	ビスの質の	易関連事務	海外展開を 主導する人 材の確保			採昇性・事業 の見通しの	提携先・アト	必要資金の 確保	リスク・トラブ ルへの対応	その他
全	体	716	49.9	42.7	20.0	23.2	23.5	38.0	30.6	27.5	30.7	28.5	12.3	29.1	2
	建設業	39	48.7	41.0	25.6	25.6	25.6	41.0	25.6	28.2	30.8	17.9	7.7	25.6	2.
	製造業	296	49.7	42.9	19.3	24.3	20.9		30.7	26.7	29.1	28.7	12.5	27.4	4.
	情報通信業	46	47.8	28.3	21.7	10.9	23.9	37.0	37.0	23.9	26.1	37.0	10.9	23.9	2.
	運輸·郵便業	39	51.3	53.8	20.5	12.8	33.3	56.4	46.2	33.3	41.0	38.5	23.1	33.3	
業	卸売業	61	57.4	54.1	32.8	29.5	34.4	45.9	31.1	42.6	39.3	32.8	13.1	32.8	
種	小売業	37	54.1	37.8	13.5	24.3	24.3		27.0	32.4	29.7	32.4	13.5	35.1	
別	不動産·物品賃貸業	29	44.8	44.8	13.8	27.6	17.2	51.7	31.0	20.7	24.1	24.1	17.2	41.4	
	学術研究専門・技術サービス業	58	51.7	46.6	19.0	22.4	20.7		25.9	27.6	25.9		6.9	25.9	1.
	宿泊業・飲食サービス業	9	55.6	22.2	22.2	11.1	33.3	22.2	33.3	11.1	11.1	33.3	11.1	22.2	
	生活関連サービス業・娯楽業	16	31.3	31.3	31.3	25.0	25.0		25.0	25.0	37.5	18.8	31.3	31.3	
	その他	86	47.7	40.7	12.8	24.4	20.9	37.2	26.7	20.9	34.9	24.4	7.0	30.2	1.
従	5 ~20人	237	44.3	42.6	21.5	19.4	20.7	33.8	28.3	25.3	29.5	27.4	16.0	30.0	3.
	21~50人	230	54.8	42.2	16.5	27.0	23.9	38.7	28.3	25.2	29.1	32.2	12.2	24.8	2.:
別員	51~100 人	93	48.4	40.9	22.6	26.9	29.0	34.4	38.7	33.3	31.2	32.3	9.7	33.3	1.
規	101 人以上	123	54.5	43.9	23.6	22.8	25.2	48.0	34.1	32.5	34.1	22.0	8.9	31.7	2.

E1.202

								②最も	強く感じてい	る課題					
		全体	双元元の唯	動向やニー	品・サービスの明念	ビスの質の	外国語や貿 易関連事務 ができる人 材の確保	主導する人	現地人員の 確保・育成・ 管理	商習慣の知	珠昇性・事業 の見通しの 球児	がたがり アーノー	必要資金の 確保	リスク・トラブ ルへの対応	その他
全	体	636	25.2	10.8	2.8	5.0	4.7	14.0	6.6	3.3	10.7	7.4	2.0	6.6	0.8
	建設業	35	14.3	11.4	2.9	2.9	8.6	11.4	14.3	5.7	17.1	5.7	_	2.9	2.9
	製造業	263	24.7	11.0	3.8	5.3	3.8	15.2	7.6	2.3	9.5	7.2	3.0	5.3	1.1
	情報通信業	40	17.5	7.5		2.5	12.5	17.5	10.0	2.5	7.5		-	7.5	
	運輸·郵便業	35	22.9	11.4	2.9	-	2.9	11.4	8.6	-	14.3	14.3	2.9	8.6	-
業	卸売業	58	27.6	8.6	3.4	5.2	6.9	10.3	1.7	6.9	13.8	6.9	1.7	6.9	-
種	小売業	31	22.6			-	9.7	16.1	6.5	3.2	16.1	6.5	-	9.7	-
別	不動産·物品賃貸業	25	32.0	20.0	4.0	-	-	12.0	4.0	4.0	4.0	8.0	-	12.0	-
	学術研究専門・技術サービス業	54	31.5	11.1	-	9.3	-	13.0	3.7	1.9	5.6		3.7	11.1	-
	宿泊業・飲食サービス業	6	33.3	-	16.7	-	16.7	-	-	-	16.7	16.7	-	-	-
	生活関連サービス業・娯楽業	13	15.4	15.4	-	15.4	-	7.7	7.7	15.4	15.4	-	-	7.7	-
	その他	76	30.3	10.5	1.3	7.9	3.9	15.8	3.9	3.9	11.8	3.9	1.3	5.3	-
従	5 ~20人	204	21.1	9.8	3.4	6.4	3.9	12.3	6.9	3.9	9.8	9.3	3.9	8.3	1.0
	21~50人	211	25.6	13.7	2.4	5.7	4.7	15.2	4.7	3.8	9.0		2.4	5.2	0.5
別員	51~100 人	86	32.6	5.8	1.2	5.8	9.3	9.3	8.1	3.5	10.5	5.8	-	8.1	-
規	101 人以上	107	26.2	10.3	4.7	0.9	1.9	17.8	7.5	1.9	15.0		-	5.6	1.9

E1.301

								①海	外展開開始の	課題					
		全体		動向やニー	海外回げ間 品・サービス	ビスの質の	易関連事務	海外展開を 主導する人 材の確保	現地人員の 確保・育成・ 管理	現地法制度・ 商習慣の知 識	の見通しの	提携先・アト	必要資金の 確保	リスク・トラブ ルへの対応	その他
全	体	3929	37.3	27.8	17.7	14.6	26.5	33.0	30.4	25.5	33.0	25.0	20.8	32.5	20.7
	建設業	314	38.2	27.1	15.9	16.6	27.4	34.7	37.9	27.4	34.7	24.8	24.8	33.8	21.7
	製造業	1173	41.2	30.5	17.2	15.5	27.2	33.6	29.8	25.1	33.2	28.0	21.4	34.2	18.8
	情報通信業	317	34.4	28.7	24.3	14.8	27.4	40.7	28.1	25.2	38.8	23.3	19.6	33.4	16.4
	運輸·郵便業	288	30.6	22.2	11.1	8.7	22.6	26.0	26.4	20.8	27.4		16.0	21.2	30.2
業	卸売業	284	42.6	27.8	18.0	15.1	22.9	31.0	28.9	23.9	32.7	19.4	18.3	33.5	19.7
種	小売業	279	36.2	25.4	23.3	14.0	26.5	30.5	28.0	23.3	30.8	25.8	19.7	28.3	21.5
別	不動産·物品賃貸業	203	35.5	33.0	21.7	15.3	28.6	37.9	33.0	29.6	34.0	24.6	25.1	33.5	19.2
	学術研究専門・技術サービス業	382	37.2	24.6	17.8	14.7	30.6	33.2	31.9	27.0	33.8	27.5	19.9	33.2	17.0
	宿泊業・飲食サービス業	64	29.7	28.1	15.6	18.8	23.4	29.7	26.6	23.4	32.8	26.6	23.4	34.4	23.4
	生活関連サービス業・娯楽業	82	29.3	19.5	15.9	15.9	22.0		29.3	19.5	26.8	24.4	20.7	26.8	31.7
	その他	543	34.1	27.3	15.7	13.4	25.4	31.7	31.5	28.5	32.0	24.5	21.0	35.2	23.0
従	5 ~20人	1406	36.8	27.0	16.7	14.7	25.5	32.4	28.2	26.1	31.7	24.2	22.0	33.7	20.4
模業	21~50人	1287	37.1	28.2	19.1	13.4	26.6	31.6	31.2	25.0	34.2	26.3	20.7	31.7	20.8
別員	51~100 人	581	36.8	28.2	17.9	18.2	29.4	36.0	31.3	24.8	34.9	25.6	20.0	31.8	21.0
規	101 人以上	479	38.8	28.2	18.2	13.8	26.7	34.0	33.6	25.3	30.5	23.8	18.2	31.5	20.0

E1.302

								②最	強く感じてい	る課題					
		全体		動向やニー	海外向け間 品・サービス	ビスの質の	外国語や貿 易関連事務 ができる人 材の確保	主導する人	現地人員の 確保・育成・ 管理	商習慣の知	珠昇性・事業 の見通しの 球児	技携元・ノト	必要資金の 確保	リスク・トラブ ルへの対応	その他
全	体	3099	17.6	5.7	4.3	1.8	3.9	10.4	5.4	2.7	12.9	4.7	4.6	11.3	14.7
	建設業	245	17.1	4.9	3.7	0.8	4.5	7.8	5.7	3.3	14.3	2.9	7.3	13.5	14.3
	製造業	925	18.8			2.7	3.5	8.5	4.4	2.5	13.1	6.1	5.0	11.8	
	情報通信業	266	14.7	5.3	6.8	2.3	3.8	15.0	5.3	1.1	16.2	4.1	2.3	10.5	12.8
	運輸·郵便業	218	19.7		2.3	2.3	2.8	7.3	8.3	2.8	11.0	4.6	4.1	6.4	23.4
業	卸売業	225	22.7	4.4	3.6	1.8	3.6	11.1	4.9	2.7	10.7	4.4	2.2	13.3	14.7
種	小売業	214	15.9	5.6	4.7	1.4	5.1	11.7	5.1	1.4	14.0	2.8	5.6	9.8	16.8
別	不動産·物品賃貸業	158	13.9	7.0	6.3	0.6	2.5	13.9	5.7	2.5	10.1	4.4	2.5	13.3	17.1
	学術研究専門・技術サービス業	311	18.3	4.2	6.1	1.0	4.5	11.9	4.5	4.5	13.2	5.8	4.5	8.4	13.2
	宿泊業・飲食サービス業	44	13.6		4.5	2.3	2.3	15.9	2.3	2.3	11.4	6.8	6.8	13.6	15.9
	生活関連サービス業・娯楽業	61	13.1	3.3	4.9	4.9	4.9	13.1	6.6	3.3	8.2	1.6	4.9	9.8	21.3
	その他	432	16.2	4.6	2.5	0.5	4.6	10.2	6.9	3.5	13.0	3.7	5.3	13.0	16.0
従	5 ~20人	1073	18.3	4.7	4.3	2.0	4.2	10.4	4.2	3.1	12.9	4.5	6.2	11.9	13.5
模業	21~50人	1026	17.4	6.5	5.5	1.3	3.4	10.1	5.8	2.9	11.9		3.6	11.1	15.3
別員	51~100 人	469	16.4			2.6	3.8			1.7	12.8		3.8	12.6	
規	101 人以上	388	16.5	6.4	4.4	1.8	4.4	10.1	5.7	2.6	15.2	4.9	3.4	9.0	15.7

E2

			貴社が済	毎外展開を検言	寸する際に相談	をする相手とし	て、当てはま	るものをお答え	ください
		全体	公的支援機 関(JETRO、 中小機構、 商工会議所 など)	金融機関	専門家(民間 コンサルティ ング会社、弁 護士、税理 士など)	取引先企業	既に海外進 出をしている 他社(取引先 企業、専門 家を除く)	その他	相談したい が、相手が いない
全	体	4426	31.0	22.8	22.6	25.9	24.0	15.8	9.1
	建設業	333	28.8	22.5	26.4	26.4	20.7	17.1	9.0
	製造業	1417	34.4	24.3	21.4	28.2	24.3	14.0	8.9
	情報通信業	346	29.2	16.8	24.3	28.6	30.9	14.7	8.7
	運輸・郵便業	305	26.6	19.3	19.0	23.6	23.3	23.0	9.5
業	卸売業	330	30.0	28.2	24.2	33.3	20.6	14.2	8.8
種	小売業	294	32.3	32.3	23.1	23.1	23.8	13.6	9.5
別	不動産・物品賃貸業	221	26.7	22.2	25.3	24.9	19.0	17.6	9.0
	学術研究専門・技術サービス業	429	28.4	17.7	21.4	21.2	25.4	16.1	10.0
	宿泊業・飲食サービス業	70	25.7	21.4	21.4	22.9	28.6	17.1	12.9
	生活関連サービス業・娯楽業	89	28.1	25.8	27.0	23.6	21.3	18.0	4.5
	その他	592	31.9	20.6	22.1	21.3	24.5	16.9	9.1
従	5 ~20人	1571	28.5	20.6	19.6	24.7	23.7	16.0	10.8
	21~50人	1447	32.8	23.3	23.1	25.4	23.6	14.9	8.8
	51~100 人	642	31.2	24.8	23.4	25.9	23.5	18.5	8.4
規	101 人以上	571	31.9	25.6	25.7	30.6	25.0	15.1	7.0

F1

			i .	イルス感染症 をを行っている	
		全 体	既に行ってい る	1 年以内に 行 う 予定	行う予定は ない
全(体	5224	12.7	9.8	77.5
	建設業	394	10.7	8.9	80.5
	製造業	1647	12.1	10.6	77.4
	情報通信業	393	13.0	9.2	77.9
	運輸・郵便業	367	13.1	9.3	77.7
業	卸売業	390	12.8	9.7	77.4
種	小売業	361	15.8	12.5	71.7
別	不動産・物品賃貸業	265	14.0	9.8	76.2
	学術研究専門・技術サービス業	488	12.7	5.5	81.8
	宿泊業・飲食サービス業	87	21.8	19.5	58.6
	生活関連サービス業・娯楽業	109	13.8	13.8	72.5
	その他	723	11.3	9.3	79.4
従	5 ~20人	1871	12.3	10.2	77.4
模業	21~50人	1695	12.2	9.6	78.2
別員	51~100 人	763	12.6	10.0	77.5
規	101 人以上	663	15.2	9.4	75.4

F1.1

		I			
				り内容ついて、	
			******************************	をお答えくださ	p.coc.coc.coc.coc.coc.coc.coc.coc.coc.co
		全体	既存の市場・	新規の市場・	新規の市場・
			販路×新規	販路×既存	販路×新規
			の製品・商	の製品・商	の製品・商
			品・サービス	品・サービス	品・サービス
全	体	1140	41.8	31.8	26.4
	建設業	71	45.1	26.8	28.2
	製造業	362	37.8	33.4	28.7
	情報通信業	86	52.3	34.9	12.8
	運輸・郵便業	80	50.0	25.0	25.0
業	卸売業	85	48.2	28.2	23.5
種	小売業	100	31.0	39.0	30.0
別	不動産・物品賃貸業	60	45.0	23.3	31.7
	学術研究専門・技術サービス業	88	36.4	39.8	23.9
	宿泊業・飲食サービス業	34	32.4	44.1	23.5
	生活関連サービス業・娯楽業	28	53.6	17.9	28.6
	その他	146	44.5	28.1	27.4
従	5 ~20人	408	38.5	33.1	28.4
模業	21~50人	361	40.7	33.0	26.3
別員	51~100 人	163	46.0	27.0	27.0
規	101 人以上	160	47.5	29.4	23.1

F1.2

			事業再構築(
			,	の取組状況
		全体	支援機関の	自力で取り
			支援を受け	組んでいる・
			ている・受け	取り組む予
			る予定	定
全	体	1146	33.2	66.8
	建設業	72	30.6	69.4
	製造業	362	37.6	62.4
	情報通信業	85	18.8	81.2
	運輸・郵便業	81	37.0	63.0
業	卸売業	86	29.1	70.9
種	小売業	99	39.4	60.6
別	不動産・物品賃貸業	62	24.2	75.8
	学術研究専門・技術サービス業	88	22.7	77.3
	宿泊業・飲食サービス業	36	52.8	47.2
	生活関連サービス業・娯楽業	28	32.1	67.9
	その他	147	34.0	66.0
従	5 ~20人	407	30.2	69.8
模業	21~50人	365	36.7	63.3
別員	51~100 人	166	33.7	66.3
規	101 人以上	160	32.5	67.5

F1.3

			事業再構築を行っている(行う予定の)事業について、計画上の最終目標売上高の 見込み									
		全 体	5%未満	5%以上10% 未満	10% 以上 20%未満	20% 以上30% 未満	30% 以上 50%未満	50%以上				
全	体	1147	16.9	15.5	38.4	12.0	10.0	7.1				
	建設業	73	13.7	17.8	30.1	13.7	13.7	11.0				
	製造業	360	14.7	15.3	40.0	12.5	10.8	6.7				
	情報通信業	86	19.8	10.5	37.2	12.8	10.5	9.3				
	運輸・郵便業	82	18.3	23.2	36.6	11.0	6.1	4.9				
業	卸売業	85	20.0	16.5	37.6	9.4	11.8	4.7				
種	小売業	100	18.0	13.0	41.0	13.0	8.0	7.0				
別	不動産・物品賃貸業	62	22.6	17.7	30.6	11.3	8.1	9.7				
	学術研究専門・技術サービス業	87	19.5	14.9	29.9	14.9	11.5	9.2				
	宿泊業・飲食サービス業	35	14.3	11.4	48.6	5.7	11.4	8.6				
	生活関連サービス業・娯楽業	30	10.0	20.0	33.3	13.3	13.3	10.0				
	その他	147	17.0	14.3	45.6	10.9	7.5	4.8				
従	5 ~20人	409	15.6	17.4	34.7	14.9	9.0	8.3				
	21~50人	362	16.9	13.8	37.3	12.2	11.3	8.6				
	51~100 人	166	18.7	11.4	47.0	7.2	12.0	3.6				
規	101 人以上	161	18.0	18.6	38.5	9.9	9.3	5.6				

F1.4

					事業再構築	を開始した時期	期について、お	答えください		
		全 体	2020年2 ~6 月	2020年7 ~9 月	2020年10~ 12月	2021年1 ~3 月	2021年4 ~6 月	2021年7 ~9 月	~12月	感染症流行 以前より始め ていた(2020 年1月以前)
全	*	643	19.1	12.3	12.1	9.3	11.4	10.7	-	
	建設業	40	22.5	5.0	7.5	7.5	12.5	10.0	7.5	27.5
	製造業	196	17.9	13.8	9.2	7.7	11.2	15.8	6.6	17.9
	情報通信業	49	22.4	10.2	8.2	16.3	10.2	12.2	6.1	14.3
	運輸·郵便業	48	22.9	10.4	6.3	14.6	16.7	10.4	6.3	12.5
業	卸売業	48	22.9	8.3	8.3	10.4	12.5	6.3	10.4	20.8
	小売業	55	12.7	14.5	20.0	7.3	9.1	12.7	5.5	18.2
別	不動産·物品賃貸業	35	22.9	11.4	14.3	5.7	14.3	2.9	2.9	25.7
	学術研究専門・技術サービス業	58	8.6	17.2	13.8	12.1	5.2	12.1	8.6	22.4
	宿泊業・飲食サービス業	19	31.6	5.3	15.8	5.3	10.5	-	15.8	15.8
	生活関連サービス業・娯楽業	15	33.3	6.7	20.0	-	13.3	13.3	-	13.3
	その他	80	18.8	15.0	20.0	10.0	12.5	3.8	6.3	13.8
従	5 ~20人	224	20.1	11.6	10.7	8.9	10.7	11.2	6.7	20.1
模業	21~50人	200	19.0	12.5	13.0	9.5	12.5	11.5	8.0	14.0
	51~100 人	93	18.3	17.2	14.0	10.8	10.8	7.5	6.5	15.1
規	101 人以上	100	20.0	6.0	9.0	9.0	10.0	13.0	6.0	27.0

F1.5

			事業再構築による効果として、売上面での効果について、お答えください。							
		全 体		まだ効果は 出ていない が、1 年以内 に効果が出 る見込み	が、数年以	効果が出る 見込みは薄 い	既に撤退し ている			
全	体	648	34.9	26.4	34.7	3.7	0.3			
	建設業	40	32.5	30.0	30.0	5.0	2.5			
	製造業	196	31.1	29.1	38.8	1.0	-			
	情報通信業	50	38.0	18.0	38.0	6.0	_			
	運輸・郵便業	48	35.4	20.8	39.6	4.2	-			
業	卸売業	50	32.0	18.0	36.0	14.0	-			
種	小売業	55	30.9	32.7	32.7	1.8	1.8			
別	不動産・物品賃貸業	35	40.0	22.9	28.6	8.6	-			
	学術研究専門・技術サービス業	60	33.3	26.7	33.3	6.7	-			
	宿泊業・飲食サービス業	19	36.8	31.6	31.6	-	-			
	生活関連サービス業・娯楽業	15	46.7	20.0	33.3	-	-			
	その他	80	43.8	28.8	27.5	-	-			
従	5 ~20人	225	32.0	23.1	38.7	5.8	0.4			
模業	21~50人	203	36.0	28.1	33.5	2.0	0.5			
	51~100 人	94	41.5	25.5	29.8	3.2	-			
規	101 人以上	100	32.0	31.0	33.0	4.0	-			

F1.6

			事業再構築に	こよる効果とし ⁻	て、売上面以タ ください	トでの効果につ	いて、お答え
		全 体	既存事業と のシナジー 効果	従業員の意 欲・能力向上	技術力・製品 開発力の向 上	知名度向上	その他
全	体	626	38.5	26.7	22.5	9.9	2.4
	建設業	39	41.0	20.5	20.5	10.3	7.7
	製造業	189	29.1	32.3	29.1	7.9	1.6
	情報通信業	50	40.0	34.0	20.0	6.0	_
	運輸·郵便業	46	60.9	15.2	13.0	8.7	2.2
業	卸売業	47	42.6	14.9	29.8	10.6	2.1
種	小売業	55	34.5	27.3	18.2	16.4	3.6
別	不動産・物品賃貸業	33	27.3	33.3	30.3	6.1	3.0
	学術研究専門・技術サービス業	59	40.7	22.0	23.7	11.9	1.7
	宿泊業・飲食サービス業	18	55.6	16.7	11.1	11.1	5.6
	生活関連サービス業・娯楽業	14	50.0	28.6	7.1	7.1	7.1
	その他	76	43.4	27.6	14.5	13.2	1.3
従	5 ~20人	215	34.9	27.0	25.6	10.7	1.9
模業	21~50人	197	36.5	30.5	20.8	9.1	3.0
	51~100 人	91	40.7	23.1	22.0	8.8	5.5
規	101 人以上	98	46.9	19.4	23.5	10.2	_

F2

			,				
			貴社において	.、事業再構築		題となっている。	点、又は課題
					となりうる点		·
		全 体	人材確保・既 存従業員の 能力向上	新規設備の 導入・既存設 備の増強	投咨咨全の	市場ニーズ の把握・顧客 見込み先の 確保	課題はない
全	体	4735	58.5	25.2	20.1	33.0	22.6
	建設業	358	62.0	20.7	17.6	27.9	23.2
	製造業	1494	56.3	31.3	22.6	34.5	21.0
	情報通信業	365	58.9	15.6	19.7	33.7	24.1
	運輸・郵便業	328	54.6	23.2	18.6	25.9	28.4
業	卸売業	352	61.1	24.4	16.5	41.8	20.2
種	小売業	318	65.1	28.6	23.0	33.0	17.0
別	不動産・物品賃貸業	236	67.8	19.9	19.9	34.7	20.3
	学術研究専門・技術サービス業	456	56.6	20.4	16.7	30.5	25.7
	宿泊業・飲食サービス業	80	51.3	32.5	31.3	31.3	22.5
	生活関連サービス業・娯楽業	95	58.9	22.1	23.2	34.7	18.9
	その他	653	57.6	23.6	17.6	31.9	25.6
従	5 ~20人	1688	58.0	26.5	22.9	32.0	22.2
模業	21~50人	1524	58.5	24.9	19.9	32.6	22.9
別員	51~100 人	701	58.9	25.4	17.0	34.0	23.0
規	101 人以上	608	58.7	21.5	16.6	36.0	22.9

G1

			貴社の事業所	貴社の事業所から年間で排出される温室効果ガスの量の把握状況に						
		全 体	過去5 年以 上前から実 施	過去5 年未 満から実施	今後1 年以 内に実施す る方針	今後数年以 内に実施す る方針	今後実施す る予定はな い			
全 '	体	5203	10.8	5.7	3.7	23.7	56.0			
	建設業	392	11.7	8.7	4.6	26.0	49.0			
	製造業	1635	12.5	5.3	4.2	26.6	51.4			
	情報通信業	392	5.1	2.8	4.6	19.1	68.4			
	運輸·郵便業	368	11.1	8.2	2.2	26.1	52.4			
業	卸売業	387	9.8	6.7	2.6	18.6	62.3			
種	小売業	360	10.0	4.2	3.1	26.4	56.4			
別	不動産・物品賃貸業	260	8.8	3.8	4.2	21.2	61.9			
	学術研究専門・技術サービス業	490	7.3	5.3	3.3	23.7	60.4			
	宿泊業・飲食サービス業	88	10.2	8.0	1.1	25.0	55.7			
	生活関連サービス業・娯楽業	111	7.2	8.1	0.9	19.8	64.0			
	その他	720	14.0	5.7	4.3	20.1	55.8			
従	5 ~20人	1862	8.9	4.7	3.3	23.1	59.9			
模業	21~50人	1687	9.7	5.7	4.1	24.2	56.2			
別員	51~100 人	760	14.2	6.3	4.2	25.0	50.3			
規	101 人以上	662	15.3	7.7	3.5	24.0	49.5			

G2

			取引先から	脱炭素化へ向]けた取組を求	められたことが	ぶありますか
		全 体	取組を求められ、問題が ある場合は 改善指導や 取引停止の 措置がある	取組を求められているが、 問合せ・調査 に状況の把 握にとどまる	取組を求められているが、 実際の状況 の把握は行 われていない	られていない が、問合せ・	ず、問合せ・ 調査のいず
全	体	5205	1.5	6.1	3.6	10.2	78.6
	建設業	391	1.8	7.9	5.1	9.0	76.2
	製造業	1641	1.5	7.6	3.5	12.7	74.7
	情報通信業	391	1.3	3.6	2.3	6.6	86.2
	運輸・郵便業	366	1.4	6.0	4.9	10.9	76.8
業	卸売業	388	1.0	8.0	2.6	11.1	77.3
種	小売業	363	1.9	4.4	3.0	10.2	80.4
別	不動産・物品賃貸業	258	1.9	6.2	4.3	10.1	77.5
	学術研究専門・技術サービス業	487	1.0	5.3	4.3	6.4	83.0
	宿泊業・飲食サービス業	87	-	5.7	2.3	5.7	86.2
	生活関連サービス業・娯楽業	112	0.9	4.5	0.9	8.9	84.8
	その他	721	1.7	4.2	3.7	9.7	80.7
従	5 ~20人	1867	1.3	5.8	3.4	8.7	80.8
模業	21~50人	1688	1.4	6.0	4.0	10.6	78.0
	51~100 人	755	1.7	6.4	3.3	11.3	77.4
規	101 人以上	661	2.0	8.5	3.6	12.3	73.7

G3

			貴社における脱炭素化に向けた取組の実施状況について、お答えください。 さい							
		全 体	過去5 年以 上前から実 施	過去5 年未 満から実施	今後1 年以 内に実施す る方針	今後数年以 内に実施す る方針	今後実施す る予定はな い			
全	体	5203	10.7	6.7	3.9	27.2	51.5			
	建設業	388	12.1	8.2	4.6	31.2	43.8			
	製造業	1638	12.1	6.5	4.6	29.7	47.0			
	情報通信業	393	3.8	3.8	4.1	22.9	65.4			
	運輸·郵便業	369	12.2	9.5	2.2	26.6	49.6			
業	卸売業	386	8.8	9.1	3.1	24.4	54.7			
種	小売業	358	10.9	6.1	3.4	24.6	55.0			
別	不動産・物品賃貸業	260	10.0	6.5	3.1	24.2	56.2			
	学術研究専門・技術サービス業	489	7.6	6.3	2.9	29.7	53.6			
	宿泊業・飲食サービス業	87	8.0	8.0	4.6	24.1	55.2			
	生活関連サービス業・娯楽業	112	8.0	7.1	0.9	29.5	54.5			
	その他	723	14.0	5.8	4.6	24.2	51.5			
従	5 ~20人	1866	9.1	5.8	3.2	25.9	56.0			
模業	21~50人	1687	9.6	7.4	4.5	27.9	50.7			
別員	51~100 人	758	11.9	7.3	4.6	27.3	48.9			
規	101 人以上	660	17.0	7.7	3.6	29.1	42.6			

G3.1

				貴社において	行っている(又	は行う予定の)	脱炭素化の取	双組について、:	お答えください	
		全 体	エネルギー 効率の高い 機器・設備の 導入	低炭素電源 (再生可能エ ネルギーな ど)の利用拡 大	(電気自動車	太陽光発電 設備の設置 (投資目的は 除く)	石炭・石油か らのガス転 換		オフセット・ク レジットの購 入	その他
全	体	2254	65.5	22.9	34.6	25.4	6.3	27.1	3.0	4.4
	建設業	199	68.3	30.2	39.7	29.1	5.0	28.6	2.0	4.5
	製造業	767	68.8	22.6	31.0	28.4	8.3	28.7	2.0	3.3
	情報通信業	124	66.1	19.4	32.3	14.5	3.2	25.0	5.6	4.8
	運輸·郵便業	163	61.3	17.8	30.7	21.5	4.3	23.3	3.7	8.0
業	卸売業	159	61.0	13.2	39.0	25.8	1.9	25.8	0.6	5.0
	小売業	147	63.9	25.9	32.7	30.6	10.2	24.5	4.1	6.1
別	不動産·物品賃貸業	106	62.3	24.5	35.8	29.2	4.7	25.5	1.9	4.7
	学術研究専門・技術サービス業	198	55.1	22.2	41.4	18.7	5.6	25.8	4.5	2.5
	宿泊業・飲食サービス業	35	82.9	22.9	28.6	22.9	8.6	22.9	2.9	8.6
	生活関連サービス業・娯楽業	44	65.9	15.9	22.7	4.5	6.8	29.5	9.1	2.3
	その他	312	66.0	27.6	39.4	25.6	5.4	28.2	3.8	4.8
従	5 ~20人	725	62.8	24.8	35.7	24.6	6.3	26.5	2.8	4.0
模業	21~50人	734	65.3	21.0	35.4	25.9	5.4	26.8	3.0	4.4
	51~100 人	358	67.3	22.1	31.0	24.0	7.5	27.7	2.0	4.7
規	101 人以上	345	69.0	21.2	35.7	26.1	6.7	28.4	3.8	4.9

G3.2

			Æ	炭素化を進め	ることによる郊	果について、	お答えください	•
				光熱費・燃料 費の低減	知名度の向 上	社員のモチ ベーション向 上・人材獲得 力の強化	資金調達に 有利に働くこ と	その他
全(体	2137	34.8	66.0	18.1	30.7	8.7	5.5
	建設業	178	41.0	61.2	24.7	34.3	7.3	3.9
	製造業	736	36.0	68.1	17.8	29.8	9.2	6.1
	情報通信業	114	27.2	59.6	17.5	36.8	11.4	7.9
	運輸·郵便業	156	36.5	66.0	17.9	23.1	3.8	6.4
業	卸売業	152	38.8	66.4	11.8	30.3	7.2	6.6
種	小売業	134	38.8	61.2	22.4	33.6	10.4	3.0
別	不動産・物品賃貸業	100	36.0	61.0	21.0	30.0	11.0	6.0
	学術研究専門・技術サービス業	188	25.5	67.6	12.8	33.5	10.1	4.3
	宿泊業・飲食サービス業	34	29.4	79.4	14.7	17.6	2.9	-
	生活関連サービス業・娯楽業	41	17.1	68.3	12.2	31.7	9.8	2.4
	その他	304	34.9	66.8	19.7	31.6	8.2	5.6
従	5 ~20人	683	33.4	65.9	17.1	29.0	10.4	6.3
模業	21~50人	692	31.8	65.6	19.4	33.5	8.4	5.2
	51~100 人	338	37.0	65.4	17.5	28.7	8.9	5.0
規	101 人以上	330	43.0	65.8	17.9	30.6	5.8	4.5

G3.3

			貴社が脱	炭素化の取組	を実施する予定	定はない理由に	こついて、お答	えください
		全 体	基礎的な知 識・理解がな いため	が見込めな	2	取引先から の要請がな いため	自社の排出 量は少ない と思うため	その他
全(本	2583	21.7	13.9	12.7	26.4	61.9	6.9
	建設業	163	29.4	11.0	13.5	30.7	55.8	4.9
	製造業	743	24.1	14.7	14.7	29.5	61.2	7.0
	情報通信業	255	16.1	11.0	9.4	22.4	71.8	5.9
	運輸·郵便業	176	18.8	19.3	16.5	31.3	51.1	8.5
業	卸売業	200	20.5	11.0	9.5	23.0	62.5	7.5
種	小売業	191	25.1	16.8	16.2	22.0	53.9	8.4
別	不動産・物品賃貸業	137	27.7	10.2	6.6	16.8	72.3	3.6
	学術研究専門・技術サービス業	257	18.7	13.2	8.9	25.3	67.3	6.6
	宿泊業・飲食サービス業	47	21.3	25.5	19.1	23.4	46.8	19.1
	生活関連サービス業・娯楽業	60	21.7	10.0	20.0	18.3	45.0	11.7
	その他	354	17.2	13.8	11.6	28.8	65.0	5.1
従	5 ~20人	1008	20.5	13.7	14.8	25.2	64.4	7.0
	21~50人	827	23.9	14.1	12.8	26.6	60.3	5.9
	51~100 人	359	19.2	13.9	12.0	28.1	57.7	9.2
規	101 人以上	269	23.4	12.3	7.8	28.3	58.4	5.9

G3.4

			脱炭	素化の取組に	どういった効果	具があれば、今	後脱炭素化の	取組を検討す	るか
		全 体	顧客からの 評価向上	コストカット	ベーション向 上・人材獲得	資金調達に 有利に働く (不利に働か ない)こと		新たな取引 先の確保	その他
全	体	2494	43.4	30.2	20.3	18.7	26.0	27.6	11.1
	建設業	158	48.7	25.3	20.9	16.5	27.8	28.5	7.6
	製造業	723	41.5	30.3	17.6	18.7	31.0	30.0	11.5
	情報通信業	247	44.1	26.3	26.7	19.0	19.4	33.6	12.1
	運輸・郵便業	170	43.5	27.6	15.9	18.2	31.8	17.6	12.4
業	卸売業	195	46.7	27.2	23.1	19.5	25.1	33.3	9.2
種	小売業	183	41.5	30.1	21.9	17.5	23.5	23.5	10.9
別	不動産・物品賃貸業	135	44.4	38.5	23.7	25.9	20.0	24.4	10.4
	学術研究専門・技術サービス業	242	40.9	30.6	18.2	17.8	23.6	26.9	12.0
	宿泊業・飲食サービス業	44	40.9	34.1	29.5	31.8	22.7	13.6	18.2
	生活関連サービス業・娯楽業	57	52.6	38.6	19.3	15.8	10.5	15.8	19.3
	その他	340	43.8	32.4	20.0	16.5	25.6	27.4	9.4
従	5 ~20人	971	38.9	30.3	18.0	19.9	25.8	27.1	11.9
	21~50人	802	45.8	28.8	23.1	19.5	26.2	26.3	10.7
	51~100 人	346	46.5	30.9	19.1	15.9	28.3	27.2	11.0
規	101 人以上	259	49.0	31.3	20.1	15.4	21.6	31.3	10.4

H1.101

				①新型コロ	ナウイルス感	染症拡大前	
		全 体	大いに感じて いる	ある程度感じ ている		あまり感じて いない	ほとんど感じ てない
全	体	4988	7.1	14.2	21.1	21.9	35.8
	建設業	383	5.2	10.2	19.3	24.3	41.0
	製造業	1575	8.3	16.0	22.0	22.7	31.0
	情報通信業	379	4.7	10.6	20.6	25.3	38.8
	運輸・郵便業	342	7.6	16.1	23.4	17.3	35.7
業	卸売業	367	5.2	15.0	17.7	21.5	40.6
種	小売業	342	8.5	17.3	21.3	23.4	29.5
別	不動産・物品賃貸業	250	5.2	10.4	27.2	18.0	39.2
	学術研究専門・技術サービス業	470	4.7	13.8	18.7	20.9	41.9
	宿泊業・飲食サービス業	81	9.9	22.2	18.5	17.3	32.1
	生活関連サービス業・娯楽業	103	12.6	13.6	17.5	19.4	36.9
	その他	696	7.6	12.1	21.0	21.7	37.6
従	5 ~20人	1759	7.1	15.8	20.5	21.5	35.1
模業	21~50人	1630	6.3	14.2	23.2	21.3	35.0
別員	51~100 人	727	8.1	12.9	19.9	21.7	37.3
規	101 人以上	644	6.2	11.6	18.6	25.0	38.5

H1.102

					②現在		
			大いに感じて いる	ある程度感じ ている	どちらともい えない	あまり感じて いない	ほとんど感じ てない
全	体	4691	12.8	17.0	19.2	18.4	32.5
	建設業	358	7.8	15.1	17.9	21.2	38.0
	製造業	1490	15.1	18.4	21.2	17.7	27.6
	情報通信業	367	10.9	16.1	18.0	18.5	36.5
	運輸・郵便業	323	12.1	18.0	21.7	17.0	31.3
業	卸売業	342	9.6	16.1	17.3	18.7	38.3
種	小売業	312	16.7	19.6	16.3	21.2	26.3
別	不動産・物品賃貸業	226	11.5	16.4	23.0	14.2	35.0
	学術研究専門・技術サービス業	445	7.6	17.3	16.2	19.6	39.3
	宿泊業・飲食サービス業	76	27.6	23.7	13.2	13.2	22.4
	生活関連サービス業・娯楽業	94	22.3	22.3	12.8	13.8	28.7
	その他	658	12.6	12.9	19.3	19.8	35.4
従	5 ~20人	1661	13.8	18.5	18.5	18.1	30.9
模業	21~50人	1517	11.6	16.6	20.9	18.4	32.5
別員	51~100 人	691	13.3	16.8	18.8	16.9	34.2
規	101 人以上	606	11.7	15.5	16.3	21.0	35.5

H2

			現在の意	貴社における借	入金について	、今後の返済	の見通し
		全 体	全く問題ない	ある程度問 題ない	どちらともい えない	多少懸念が ある	強い懸念が ある
全	体	5224	47.2	31.2	9.2	8.5	3.8
	建設業	393	52.2	29.3	10.2	6.1	2.3
	製造業	1653	43.9	32.4	9.5	9.6	4.7
	情報通信業	389	54.2	25.4	8.5	9.0	2.8
	運輸・郵便業	367	41.7	36.2	9.8	8.7	3.5
業	卸売業	388	54.4	29.6	8.5	4.4	3.1
種	小売業	358	45.3	31.0	8.7	10.1	5.0
別	不動産・物品賃貸業	259	49.4	27.0	9.7	10.0	3.9
	学術研究専門・技術サービス業	491	49.7	31.4	10.0	6.9	2.0
	宿泊業・飲食サービス業	87	29.9	34.5	13.8	16.1	5.7
	生活関連サービス業・娯楽業	111	42.3	27.0	10.8	11.7	8.1
	その他	728	48.6	32.8	7.1	7.7	3.7
従	5 ~20人	1873	43.2	31.2	10.1	10.7	4.8
模業	21~50人	1685	47.1	31.7	9.1	8.5	3.6
別員	51~100 人	766	51.4	29.6	9.1	6.0	3.8
規	101 人以上	665	54.3	30.5	7.2	6.3	1.7

НЗ

			現在、貴社に	おいて新たな	資金調達がで ありますか	きなくなること	への懸念感は
			大いに感じて いる	ある程度感じ ている	どちらともい えない	あまり感じて いない	ほとんど感じ てない
全	体	5243	4.7	13.4	17.7	28.6	35.6
	建設業	396	3.0	9.8	14.9	29.8	42.4
	製造業	1657	4.9	13.7	19.3	29.3	32.8
	情報通信業	391	5.1	13.3	14.6	32.7	34.3
	運輸・郵便業	366	5.5	14.2	18.6	28.1	33.6
業	卸売業	387	4.9	10.6	14.2	26.6	43.7
種	小売業	358	4.7	16.5	18.2	28.5	32.1
別	不動産・物品賃貸業	262	4.2	16.0	15.3	27.9	36.6
	学術研究専門・技術サービス業	491	2.6	12.8	20.0	26.9	37.7
	宿泊業・飲食サービス業	88	4.5	25.0	23.9	22.7	23.9
	生活関連サービス業・娯楽業	114	8.8	17.5	16.7	21.1	36.0
	その他	733	5.0	11.7	17.3	29.1	36.8
従	5 ~20人	1881	5.6	15.6	18.6	27.2	33.0
模業	21~50人	1698	4.5	13.9	17.7	29.5	34.5
別員	51~100 人	764	4.1	10.3	18.3	28.1	39.1
規	101 人以上	664	3.0	9.2	14.5	30.4	42.9

H4

				手段として、エク る利用状況・	
		全 体	既に利用し ている	利用を検討し ている	利用する予 定はない
全	体	5246	1.8	3.3	94.9
	建設業	394	2.0	2.8	95.2
	製造業	1658	1.3	2.9	95.8
	情報通信業	394	2.3	6.6	91.1
	運輸・郵便業	368	1.4	2.2	96.5
業	卸売業	389	1.8	2.1	96.1
種	小売業	358	1.4	3.6	95.0
別	不動産・物品賃貸業	262	3.1	5.7	91.2
	学術研究専門・技術サービス業	491	2.2	3.9	93.9
	宿泊業・飲食サービス業	87	1.1	4.6	94.3
	生活関連サービス業・娯楽業	114	0.9	2.6	96.5
	その他	731	2.6	2.6	94.8
従	5 ~20人	1878	1.5	3.1	95.4
模業	21~50人	1702	1.9	3.4	94.7
別員	51~100 人	765	2.1	3.4	94.5
規	101 人以上	665	1.7	3.9	94.4

H4.1

			エクイティ・ファ	アイナンスによる	る資金調達を行	う(利用を検討	寸する) メリット
		全 体	資金繰りの 安定化		出資元から の人材面で の支援	ガバナンス の強化	その他
全	体	262	72.5	24.8	19.1	16.8	4.2
	建設業	19	73.7	21.1	21.1	21.1	_
	製造業	66	77.3	28.8	22.7	15.2	4.5
	情報通信業	35	62.9	25.7	25.7	22.9	5.7
	運輸・郵便業	12	91.7	8.3	-	16.7	_
業	卸売業	15	73.3	13.3	26.7	13.3	6.7
種	小売業	18	72.2	27.8	5.6	11.1	5.6
別	不動産·物品賃貸業	23	69.6	13.0	21.7	13.0	4.3
	学術研究専門・技術サービス業	30	63.3	33.3	16.7	10.0	3.3
	宿泊業・飲食サービス業	4	75.0	25.0	_	25.0	_
	生活関連サービス業・娯楽業	3	33.3	33.3	33.3	-	33.3
	その他	37	78.4	27.0	16.2	24.3	2.7
従	5 ~20人	84	75.0	33.3	22.6	11.9	_
	21~50人	88	73.9	21.6	15.9	18.2	5.7
	51~100 人	41	73.2	19.5	19.5	9.8	7.3
規	101 人以上	36	63.9	13.9	22.2	33.3	5.6

H4.2

			貴社におい	ハて、エクイティ	·ファイナンス・	の利用を検討し	ない理由
		全 体	金融機関か らの借入調 達で十分			経営の自由 度が下がる	その他
全	体	4856	77.1	6.5	6.7	16.5	11.4
	建設業	364	80.2	6.0	5.2	14.0	10.4
	製造業	1547	77.8	7.1	6.9	17.4	10.6
	情報通信業	351	73.5	7.4	5.7	18.5	15.1
	運輸・郵便業	346	76.0	6.9	7.5	15.0	12.7
業	卸売業	361	76.7	5.5	6.1	18.0	11.4
種	小売業	337	77.2	7.4	10.7	16.9	8.9
別	不動産·物品賃貸業	233	72.5	7.7	8.2	18.5	13.7
	学術研究専門・技術サービス業	450	75.3	3.8	5.3	14.4	13.8
	宿泊業・飲食サービス業	81	74.1	7.4	7.4	17.3	12.3
	生活関連サービス業・娯楽業	106	78.3	7.5	8.5	14.2	9.4
	その他	680	79.0	5.7	5.7	15.3	10.1
従	5 ~20人	1747	76.5	6.8	7.4	17.3	10.5
模業	21~50人	1576	75.9	7.0	6.5	15.9	12.2
	51~100 人	707	77.1	5.5	6.4	16.3	12.6
規	101 人以上	610	79.3	4.9	5.4	15.7	12.0

【その他の集計表】

No.1 事業再構築の実施状況別に見た、売上高の変化(2019年~2020年、中央値)(%)

既に行ってい る(N=656)	行う予定(N	行う予定は ない(N= 4017)
-0.035	-0.031	-0.018

No.2経営戦略の見直し頻度別に見た、事業再構築の実施状況

		全 体		1 年以内に 行 う 予定	行う予定は ない
全	体	5224	662	514	4048
<u> </u>	件	100.0	12.7	9.8	77.5
	田半田 ブレ	339	67	52	220
	四半期ごと	100.0	19.8	15.3	64.9
	半期ごと	469	86	63	320
	十朔こと	100.0	18.3	13.4	68.2
	毎年	2398	336	256	1806
	毋十	100.0	14.0	10.7	75.3
	3 年程度に1 度	452	61	41	350
	3 千柱及1~1 及	100.0	13.5	9.1	77.4
	5 年程度に一度	255	36	30	189
	り十任及に一及	100.0	14.1	11.8	74.1
	策定・見直ししていない	1264	70	69	1125
	来ル・元旦しし (いない	100.0	5.5	5.5	89.0

No.3事業再構築の開始時期

全体	2020年12月 以前	2021年1 月 以降
643	397	246
100.0	61.7	38.3

No.4事業再構築の開始時期別に見た、事業再構築による売上面での効果

			既に効果が 出始めてい る	出ていない が、1 年以内 に効果が出		効果が出る 見込みは薄 い	既に撤退し ている
全	 体	648	226	171	225	24	2
	144	100.0	34.9	26.4	34.7	3.7	0.3
	2020年12月以前	397	172	80	129	15	1
	2020年12万以則	100.0	43.3	20.2	32.5	3.8	0.3
	2021年1 月以降	246	52	90	95	8	1
	2021年1月以降	100.0	21.1	36.6	38.6	3.3	0.4

No.5取引先属性別に見た、ブランドの構築・維持のための取組の有無

		全	体	取り組んでい る	取り組んでい ない
全	/★		5189	1907	3282
土	4		100.0	36.8	63.2
	事業者向け(BtoB)		4256	1446	2810
	事未省 PIT/(DLOD/		100.0	34.0	66.0
	消費者向け(BtoC)		745	391	354
	用其有PII/(DIOC)		100.0	52.5	47.5
	同程度		161	61	100
	川性皮		100.0	37.9	62.1

No.6ブランドの構築・維持のための取組の有無に見た、売上総利益率の水準(中央値、2021年、 単位:%)

取り組んでい る(N=992)	取り組んでい ない(N= 1704)
24.0	22.8

No.7ブランドの構築・維持のための取組の有無別に見た、ブランドの取引価格への寄与

		T 18	大いに寄与 している		どちらともい えない	あまり寄与し ていない	ほとんど寄与 していない
全	体	5219	258	1382	1587	835	1157
	本	100.0	4.9	26.5	30.4	16.0	22.2
	取り組んでいる	1904	208	857	521	216	102
	女が直びている	100.0	10.9	45.0	27.4	11.3	5.4
	取り組んでいない	3261	46	516	1047	610	1042
	タメッドエイン こしいよしい	100.0	1.4	15.8	32.1	18.7	32.0

No.8ブランドの取引価格への寄与別に見た、ブランドの構築・維持のための取組内容

		全 体	自社ブランド の立ち位置 の把握	セント(ター	顧客や社会 へのブランド メッセージの 発信	従業員への ブランドコン セプトの浸透	ブランドコン セプトに基づ く商品・サー ビスの開発	自社のブラン ド価値の評 価・分析	自社ブランド の見直し・再 構築	その他
全	体	1896	796	721	925	691	572	475	397	34
土	N ₄	100.0	42.0	38.0	48.8	36.4	30.2	25.1	20.9	1.8
	大いに寄与している	208	117	97	119	96	75	68	41	3
	人いに可子している	100.0	56.3	46.6	57.2	46.2	36.1	32.7	19.7	1.4
	ある程度寄与している	854	383	332	404	331	268	225	183	16
	める性反可子している	100.0	44.8	38.9	47.3	38.8	31.4	26.3	21.4	1.9
	どちらともいえない	515	188	188	264	167	144	104	108	6
	こうりこびいんない	100.0	36.5	36.5	51.3	32.4	28.0	20.2	21.0	1.2
	あまり寄与していない	215	75	77	94	65	60	58	43	4
	めより付けしていない	100.0	34.9	35.8	43.7	30.2	27.9	27.0	20.0	1.9
	ほとんど寄与していない	101	33	27	43	29	24	20	22	5
	はこんと付けしていない	100.0	32.7	26.7	42.6	28.7	23.8	19.8	21.8	5.0

No.9ブランドの構築・維持に取り組む企業が活用しているブランド要素

全 体	商品・サービ スなどの固 有名称	企業のロゴ、マーク	スなどのロ	キャッナノ レーズ、ス ローガン	企業、商品・ サービスなど のブランドカ ラー	キャラクター		サウンド・ロ ゴ (短いメロ ディなど)	その他	特にない
1895	901	1011	421	455	520	147	128	44	55	279
100.0	47.5	53.4	22.2	24.0	27.4	7.8	6.8	2.3	2.9	14.7

No.10 ブランドの取引価格への寄与別に見た、活用しているブランド要素

		全 体	商品・サービ スなどの固 有名称	企耒の□□、 マーク		ナヤツナノ レーズ、ス	企業、商品・ サービスなど のブランドカ ラー	キャラクター	パッケージ	サウンド・ロ ゴ (短いメロ ディなど)	その他	特にない
全	体	1895	901	1011	421	455	520	147	128	44	55	279
土	PP	100.0	47.5	53.4	22.2	24.0	27.4	7.8	6.8	2.3	2.9	14.7
	大いに寄与している	208	117	111	50	58	64	26	22	7	5	24
	人いに可子している	100.0	56.3	53.4	24.0	27.9	30.8	12.5	10.6	3.4	2.4	11.5
	ある程度寄与している	853	401	466	190	199	255	58	56	16	32	125
	める住及可予している	100.0	47.0	54.6	22.3	23.3	29.9	6.8	6.6	1.9	3.8	14.7
	どちらともいえない	515	232	270	111	129	139	35	31	12	7	81
	こうりこびいんない	100.0	45.0	52.4	21.6	25.0	27.0	6.8	6.0	2.3	1.4	15.7
	あまり寄与していない	215	102	114	53	53	49	20	13	7	7	28
	めより可子していない	100.0	47.4	53.0	24.7	24.7	22.8	9.3	6.0	3.3	3.3	13.0
	ほとんど寄与していない	101	47	48	15	15	11	7	6	1	3	21
	はこのと可子していない	100.0	46.5	47.5	14.9	14.9	10.9	6.9	5.9	1.0	3.0	20.8

No.11 顧客志向の商品・サービス・事業開発の実践状況別に見た、ブランドの取引価格への寄与

		<u>수</u> 13	大いに寄与 している	}	どちらともい えない	あまり寄与し ていない	ほとんど寄与 していない
全	体	5219	258	1382	1587	835	1157
土	1 4	100.0	4.9	26.5	30.4	16.0	22.2
	大いに実践できている	298	96	84	52	37	29
	人いに夫成できている	100.0	32.2	28.2	17.4	12.4	9.7
	ある程度実践できている	2415	125	949	678	322	341
	める住及大成できている	100.0	5.2	39.3	28.1	13.3	14.1
	どちらともいえない	1313	21	190	659	192	251
	ころうともいえない	100.0	1.6	14.5	50.2	14.6	19.1
	あまり実践できていない	695	9	117	146	226	197
	のより大成しさしいない	100.0	1.3	16.8	21.0	32.5	28.3
	ほとんど実践できていない	444	5	23	36	54	326
	はこうして大成できているい。	100.0	1.1	5.2	8.1	12.2	73.4

No.12 デザイン経営の取組状況及びデザイン経営の認知状況

	Pサ _ Dひ い AD	既に取り組 み始めてい るが、定着し ていない	今後取り組 むことを検討 している	現状取り組 む予定はな い	分からない
元々知っている	168	153	149	160	76
ルベ和フしいる	3.2	3.0	2.9	3.1	1.5
本調査によって初めて知っ	84	140	577	317	595
たが、関心はある	1.6	2.7	11.1	6.1	11.5
本調査によって初めて知っ	52	36	88	1469	1118
たが、関心はない	1.0	0.7	1.7	28.3	21.6

No.13 デザイン経営の体制 (デザイン経営が既に定着している企業)

全 体		の栓呂僧か	社内にデザ イン担当者を 設置	社内に横断 型の推進 チームを設置		デザインの支 援機関に相 談	大学などと連 携	その他	
295	187	89	74	49	59	6	9		10
100.0	63.4	30.2	25.1	16.6	20.0	2.0	3.1		3.4

No.14 デザイン経営による効果 (デザイン経営が既に定着している企業)

全 体	企業の理念・ ビジョンの明 確化や再構 築	企業のフランド構築やブラ ンドカ向ト		客志向の向	社内コミュニ	魅力ある商 品・サービ ス・事業の創 出		収益性の向	新市場・販路 の開拓	その他	特に効果を 感じない
303	134	209	157	137	90	161	84	103	109	1	2
100.0	44.2	69.0	51.8	45.2	29.7	53.1	27.7	34.0	36.0	0.3	0.7

No.15 デザインの経営の取組状況別に見た、ブランドの取引価格への寄与

			全 体	大いに寄与 している	ある程度寄 与している	どちらともい えない	あまり寄与し ていない	ほとんど寄与 していない
全	体	-	5219	258	1382	1587	835	1157
	1/4	X	100.0	4.9	26.5	30.4	16.0	22.2
		既に取り組み、定着している	304	69	143	56	27	9
営	-		100.0	22.7	47.0	18.4	8.9	3.0
_		既に取り組み始めている が、定着していない	329	15	153	90	45	26
1			100.0	4.6	46.5	27.4	13.7	7.9
1		今後取り組また とを検討	813	29	283	274	131	96
大	<i>യ</i>		100.0	3.6	34.8	33.7	16.1	11.8
況	デ	現状取り組む予定はない	1944	71	404	547	361	561
15	ザイ	現状取り組むア正はない	100.0	3.7	20.8	28.1	18.6	28.9
		分からない	1792	73	383	612	266	458
い		ソルウない	100.0	4.1	21.4	34.2	14.8	25.6

No.16 マクロ環境の情報収集・分析状況別に見た、労働生産性の水準(2019 - 2020年平均、中央値、単位:千円/人)

略に反映さ	全て少なくと も分析を行っ ている(N= 440)	
7289.3	7056.9	6720.2

No.17 市場環境の情報収集・分析状況別に見た、労働生産性の水準(2019 - 2020 年平均、中央値、単位:千円/人)

略に反映さ	全て少なくと も分析を行っ ている(N= 570)	
7490.8	7016.1	6682.1

No.18 競合他社の情報収集・分析状況別に見た、労働生産性の水準(2019 - 2020 年平均、中央値、単位:千円/人)

略に反映さ せている(N	全て少なくと も分析を行っ ている(N= 636)	
7774.7	6978.2	6617.0

No.19 内部環境の情報収集・分析状況別に見た、労働生産性の水準(2019 - 2020 年平均、中央値、単位:千円/人)

略に反映さ	全て少なくと も分析を行っ ている(N= 785)	その他(N=
7207.1	7050.6	6652.7

No.20 事業領域を見直した時期

全体	リーマン・ ショックを契 機として (2008年)	東日本大震 災を契機とし て(2011年)	症拡大を契	その他
1839	509	292	349	689
100.0	27.7	15.9	19.0	37.5

No.21 事業領域を見直した経験別に見た、事業環境の情報収集・分析状況

		全 体	全て経営戦 略に反映さ せている	全て少なくと も分析を行っ ている	その他
	経験がある	1849	163	266	1420
マクロ		100.0	8.8	14.4	76.8
環境	経験がない	3289	105	267	2917
		100.0	3.2	8.1	88.7
	経験がある	1838	216	341	1281
市場		100.0	11.8	18.6	69.7
環境	経験がない	3251	173	346	2732
		100.0	5.3	10.6	84.0
	経験がある	1852	296	337	1219
競合		100.0	16.0	18.2	65.8
他社	経験がない	3291	268	441	2582
		100.0	8.1	13.4	78.5
	経験がある	1846	280	441	1125
内部	小工画文 い・のうくり	100.0	15.2	23.9	60.9
環境	経験がない	3264	237	501	2526
	i 注意失力 '/みし '	100.0	7.3	15.3	77.4

No.22 経営戦略の見直し頻度

全 体	11 1 INITH		策定・見直し していない
5247	3246	722	1279
100.0	61.9	13.8	24.4

No.23 経営戦略の見直し頻度別に見た、労働生産性の水準(2019 - 2020年平均、中央値、単位: 千円/人)

1-11011十日16	T	策定・見直し はしていない (N=1029)
6977.8	7012.0	6341.7

No.24 経営戦略の浸透度

全体	全社的に浸透している	ラスまで浸透			浸透していな い
5224	1044	632	1530	944	1074
100.0	20.0	12.1	29.3	18.1	20.6

※浸透していないは、「浸透していない」、「分からない」の合計

No.25 経営計画への落とし込み状況別に見た、経営戦略の浸透度

		全 体	全社的に浸透している		部長・課長ク ラスまでは浸 透している		浸透していな い
全 体		5224	1044	632	1530	944	1074
	······································	100.0	20.0	ţ	29.3	18.1	20.6
	十分に記載されている ある程度記載されている	1410	458	}	482	193	54
		100.0	32.5	15.8	34.2	13.7	3.8
損		2083	396	311	746	408	222
益計画	のの日文品業とするとする	100.0	19.0	14.9	35.8	19.6	10.7
	あまり記載されていない	807	118	67	221	193	208
	ののかり記事などれてているが	100.0	14.6	8.3	27.4	23.9	25.8
	全く記載されていない	890	65	28	76	140	581
	エ、100米でもでも、なり、	100.0	7.3	3.1	8.5	15.7	65.3
	十分に記載されている	955	333	135	308	138	41
	刀に記載で作りで	100.0	34.9	14.1	32.3	14.5	4.3
財	ある程度記載されている	2006	424	303	721	381	177
務	める程度記載されている	100.0	21.1	15.1	35.9	19.0	8.8
計	あまり記載されていない 全く記載されていない	1193	191	145	381	241	235
画		100.0	16.0	12.2	31.9	20.2	19.7
		1027	87	42	113	174	611
		100.0	8.5	4.1	11.0	16.9	59.5
	十分に記載されている	1202	423	212	398	134	35
	十万一に戦されている	100.0	35.2	17.6	33.1	11.1	2.9
営	ある程度記載されている	2247	441	322	853	430	201
業	のる住及記載されている	100.0	19.6	14.3	38.0	19.1	8.9
計	も 土口記 掛とね ていたい	870	114	72	202	230	252
画	あまり記載されていない	100.0	13.1	8.3	23.2	26.4	29.0
	全く記載されていない	868	59	22	70	140	577
	主く記載されていない	100.0	6.8	2.5	8.1	16.1	66.5
	1 ハルニュキナム テいて	761	301	116	226	90	28
	十分に記載されている	100.0	39.6	15.2	29.7	11.8	3.7
人	ナフ印ウラキントマルフ	2041	435	333	774	344	155
員	ある程度記載されている	100.0	21.3	16.3	37.9	16.9	7.6
計	ナナリミュキナレ マッチ・・	1320	194	147	406	309	264
画	あまり記載されていない	100.0	14.7	\$	30.8	23.4	20.0
	人 / = 7 + * ナ ト ー : 、 ト : 、	1054	104		115	188	615
	全く記載されていない	100.0	9.9	3.0	10.9	17.8	58.3

No.26 経営戦略の浸透度別に見た、労働生産性の水準(2019 - 2020年平均、中央値、単位:千円/人)

口労してしる	ラスまで浸透	透している	は浸透して	浸透していな い(N=845)
7403.3	6993.9	6755.2	6526.2	6356.3

No.27 KPI の認識状況別に見た、労働生産性の水準(2019 - 2020 年平均、中央値、単位:千円/人)

経営層のみ		管理職の多くと従業員のある程度(N =387)	
6455.8	6943.8	7084.8	8321.4

No.28 KPI の確認頻度別に見た、労働生産性の水準(2019 - 2020 年平均、中央値、単位:千円/人)

	年に1回程度 (N=753)	半期に1回程 度(N=205)	四半期に1回 程度(N= 195)	月に1回以上 (N=166)	確認はして いない(N= 17)
I	6324.5	7942.9	7084.3	7129.8	6373.5

No.29 海外展開の実施状況及び今後の意向

全体	海外展開を 行っており、 今後は更に 拡大を図る	海外展開を 行っており、 今後は現状 を維持する	海外展開を 行っている が、今後は 縮小・撤退を 検討する	行っていないが、今後は 新たに取り	海外展開は 行っておら ず、今後も行 う予定はない
5244	382	294	57	441	4070
100.0	7.3	5.6	1.1	8.4	77.6

No.30 海外展開実施企業が最も感じている課題

全	体	販売先の確 保	現地の市場 動向やニー ズの調査	海外回げ商		易関連事務ができるよ	海外展開を 主導する人 材の確保	現地人員の 確保・育成・ 管理	101 0 100 00 700	採算性・事業 の見通しの 歴史	信頼できる 提携先・アド バイザーの 確保	必要資金の 確保	リスク・トラブ ルへの対応	その他
	636	160	69	18	32	30	89	42	21	68	47	13	42	5
	100.0	25.2	10.8	2.8	5.0	4.7	14.0	6.6	3.3	10.7	7.4	2.0	6.6	0.8

No.31 海外展開非実施企業が最も感じている課題

全 体	販売先の確 保		海外向け商 品・サービス の開発	ビスの質の		海外展開を 主導する人 材の確保	現地人員の 確保・育成・ 管理	現地法制度・ 商習慣の知 識	7年7早	信頼できる 提携先・アド バイザーの 確保	必要資金の 確保	リスク・トラブ ルへの対応	その他
37	98	49	30	8	9	47	17	13	35	38	11	21	3
100.	25.9	12.9	7.9	2.1	2.4	12.4	4.5	3.4	9.2	10.0	2.9	5.5	0.8

No.32 脱炭素化の取組内容(既に実施済みの企業)

至 14	エイルキー	低炭素電源 (再生可能エ ネルギーな ど)の利用拡 大	(電双日期甲		石炭・石油か らのガス転 換		オフセット・ク レジットの購 入	その他
806	589	183	236	242	60	234	26	49
100.0	73.1	22.7	29.3	30.0	7.4	29.0	3.2	6.1

No.33 脱炭素化の取組状況別に見た、温室効果ガス排出量の把握状況

		全 体	既に実施し ている	今後実施す る方針	今後実施す る予定はな い
全位	*	5203	858	1429	2916
± 1/	Ψ.	100.0	16.5	27.5	56.0
	既に実施している	907	618	164	125
	風に大心している	100.0	68.1	18.1	13.8
	今後実施する方針	1603	162	1146	295
	プレス心ッのカッ	100.0	10.1	71.5	18.4
	今後実施する予定はない	2661	73	112	2476
	フ及大心する」とはない	100.0	2.7	4.2	93.0

No.34 脱炭素化を進めることによる効果(既に実施済みの企業)

全 体		光熱費・燃料 費の低減	知名度の向		資金調達に 有利に働くこ と	その他
764	289	537	145	234	52	37
100.0	37.8	70.3	19.0	30.6	6.8	4.8

No.35-1 借入金の過剰感(感染症拡大前)

全 体	大いに感じて いる	ある程度感じ ている		あまり感じて いない	ほとんど感じ てない
4988	352	707	1052	1092	1785
100.0	7.1	14.2	21.1	21.9	35.8

No.35-2 借入金の過剰感(現在)

全(4691 602		8	5	あまり感じて いない	ほとんど感じ てない
	4691	602	799	899	865	1526
	100.0	12.8	17.0	19.2	18.4	32.5

No.36 現在の借入金の過剰感別に見た、借入金月商倍率(2021年)の分布(単位:倍)

	いる(N=	ある程度感じ ている(N= 372)	えない(N=	あまり感じて いない(N= 378)	
上位25%	11.0	8.6	8.2	5.6	5.1
中央値	5.7	4.2	3.9	2.4	1.4
下位25%	1.8	1.5	1.5	0.7	0.0

No.37 現在の借入金の過剰感別に見た、借入金返済の見通し

		全 体	全く問題ない	ある程度問 題ない	どちらともい えない	多少懸念がある	強い懸念が ある
全	 体	5224	2467	1631	480	445	201
土	本	100.0	47.2	31.2	9.2	8.5	3.8
	大いに感じている	600	65	169	86	150	130
	大いに感じている	100.0	10.8	28.2	14.3	25.0	21.7
	ある程度感じている	799	190	377	81	132	19
		100.0	23.8	47.2	10.1	16.5	2.4
	どちらともいえない	894	284	365	174	58	13
	こうりこびいんない	100.0	31.8	40.8	19.5	6.5	1.5
	あまり感じていない	861	418	363	39	39	2
	のみが高いていない	100.0	48.5	42.2	4.5	4.5	0.2
	ほとんど感じてない	1514	1287	175	36	14	2
	はころに密してない	100.0	85.0	11.6	2.4	0.9	0.1

No.38 現在の借入金の過剰感別に見た、新たな資金調達ができなくなることへの懸念感

		全体	大いに感じて いる	ある程度感じ ている		あまり感じて いない	ほとんど感じ てない
全	 体	5243	244	703	929	1501	1866
土	件	100.0	4.7	13.4	17.7	28.6	35.6
	大いに感じている	602	145	172	113	112	60
	入いに窓している	100.0	24.1	28.6	18.8	18.6	10.0
	ある程度感じている	796	25	184	207	245	135
		100.0	3.1	23.1	26.0	30.8	17.0
② 現	どちらともいえない	893	25	116	277	269	206
在	299200740	100.0	2.8	13.0	31.0	30.1	23.1
"	あまり感じていない	863	9	78	104	397	275
	めよう窓していない	100.0	1.0	9.0	12.1	46.0	31.9
	ほとんど感じてない	1517	8	45	107	347	1010
	はこんに感じてない	100.0	0.5	3.0	7.1	22.9	66.6

No.39 現在の借入金の過剰感別に見た、感染症収束後の事業の方向性

		全 体	成長を目指す	現状維持	規模縮小及 び廃業を検 討
全	体	5291	2829	2302	160
土	 	100.0	53.5	43.5	3.0
	大いに感じている	601	344	208	49
	人に言語している	100.0	57.2	34.6	8.2
	ある程度感じている	795	441	328	26
		100.0	55.5	41.3	3.3
	どちらともいえない	897	472	401	24
	ころうともいんない	100.0	52.6	44.7	2.7
	あまり感じていない	861	495	356	10
	めずる原のでいない。	100.0	57.5	41.3	1.2
	ほとんど感じてない	1518	807	690	21
	はころに思いてない。	100.0	53.2	45.5	1.4

No.40 エクイティ・ファイナンスのメリット

		T 18	資金繰りの 安定化	どへの投資	出資元から の人材面で の支援	ガバナンス の強化	その他
全体		262	190	65	50	44	11
	 	100.0	72.5	24.8	19.1	16.8	4.2
	既に利用している	94	73	14	14	15	4
		100.0	77.7	14.9	14.9	16.0	4.3
	利用を検討している	168	117	51	36	29	7
	が一方で探引している	100.0	69.6	30.4	21.4	17.3	4.2

No.41 取引先属性別に見た、経営理念・ビジョンの内容

		全 体		高品質、技 術・サービス の向上、イノ ベーション	企業としての 成長性、挑 戦		安心・安全	社会への貢 献・社会的使 命	社員の幸福	取引先との 共存共栄
全	体	4609	3744	2615	2041	1287	2074	2827	3067	1706
±	14	100.0	81.2	56.7	44.3	27.9	45.0	61.3	66.5	37.0
	事業者向け(BtoB)	3772	3014	2258	1682	1089	1690	2308	2510	1467
		100.0	79.9	59.9	44.6	28.9	44.8	61.2	66.5	38.9
	消費者向け(BtoC)	672	594	284	290	163	307	422	456	186
	用具有IPIT (DLOC)	100.0	88.4	42.3	43.2	24.3	45.7	62.8	67.9	27.7
	同程度	142	120	67	61	29	67	86	92	48
	川住反	100.0	84.5	47.2	43.0	20.4	47.2	60.6	64.8	33.8

No.42 経営理念・ビジョンの内容(労働生産性の変化)

信	頁客満足、 『頼獲得(N	高品質、技 術・サービス の向上、イノ ベーション(N =978)	成長性、挑	経済的利益 の追求(N= 464)	安心・安全	社会への貢献・社会的使 献・社会的使 命(N= 1033)	Z+ 6 (ハ 立 20	取引先との 共存共栄(N	経営理念・経 営ビジョンは なく明文化し ていない(N =250)
	199	171	270	337	245	239	219	309	-392

No.43 ステークホルダーに関する経営理念・ビジョンを掲げる企業

全体	1 つだけ回 答	複数回答
4448	830	3618
100.0	18.7	81.3

No.44 顧客・社員・取引先に関する経営理念・ビジョンをと社会への貢献を掲げる企業

全体	回答有	回答なし
4259	2638	1621
100.0	61.9	38.1

No.45 継承方法別に見た、感染症流行下において、経営理念・ビジョンに立ち返り経営判断を下した機会

		全	体		月に一度は なかったが1 年に一度以 上あった	特になかった
全	体		4335	1343	1146	1846
<u> </u>	王 14		100.0	31.0	26.4	42.6
	事業の継承にあたり、創業者・歴代経営		711	264	172	275
	者から教育や指導を受けて学んだ		100.0	37.1	24.2	38.7
	教育や指導はなかったが、創業者・歴代		794	227	204	363
	経営者の姿を見て学んだ		100.0	28.6	25.7	45.7
	自社ホームページや社内のパネルなどを 通じて理解した		206	43	48	115
			100.0	20.9	23.3	55.8

No.46 動機・きっかけ別に見た、感染症流行下において、経営理念・ビジョンに立ち返り経営判断を下した機会

		全 体	週に1度以 上あった	月に1度は あった	2~3か月に 1度はあった	半年~1年 に1度はあっ た	特になかった
全	体	4335	594	749	462	684	1846
<u>±</u>	14	100.0	13.7	17.3	10.7	15.8	42.6
	「会社創業」を回答した企業	1400	208	228	124	187	653
	云社剧業]を凹合した正義	100.0	14.9	16.3	8.9	13.4	46.6
	「経営体制・事業内容・外部 環境の変化」を回答した企業	2223	315	425	271	386	826
		100.0	14.2	19.1	12.2	17.4	37.2

No.47 動機・きっかけ別に見た、経営理念・ビジョンが従業員の統率やモチベーション向上に寄与 した機会

		全 体		3	あまり実感し ていない	全く実感していない	分からない
全	 体	4348	377	1667	873	877	554
	14	100.0	8.7	38.3	20.1	20.2	12.7
	「会社創業」を回答した企業	1402	132	527	245	301	197
	「云仙剧未」を凹合した正未	100.0	9.4	37.6	17.5	21.5	14.1
	「経営体制・事業内容・外部 環境の変化」を回答した企業	2227	201	944	488	402	192
		100.0	9.0	42.4	21.9	18.1	8.6

No.48 経営理念・ビジョンを見直した経験別に見た、経営戦略との整合性

		全	体	経営戦略と の整合性を 重視している	経営戦略と の整合性を 重視していな い
全体			4319	2042	2277
土	全体		100.0	47.3	52.7
	経験がある		1581	1014	567
	小士司大刀・ひつつ		100.0	64.1	35.9
	経験がない		2689	1010	1679
	計画大力がより、		100.0	37.6	62.4

No.49 経営理念・ビジョンに対する従業員の受け止め方や反応別に見た、経営理念・ビジョンの浸透状況

		全 体	全社的に浸 透している		部長・課長ク ラスまでは浸 透している		浸透していな い
全	体	4354	1786	485	850	413	820
土	 	100.0	41.0	11.1	19.5	9.5	18.8
	共感・共鳴しており、行動	2027	1420	247	217	53	90
	に結びついている	100.0	70.1	12.2	10.7	2.6	4.4
	共感・共鳴しているが、行 動に結びついていない	1095	252	159	346	145	193
		100.0	23.0	14.5	31.6	13.2	17.6
	理解はしているが、共感・	556	76	58	171	99	152
	共鳴はしていない	100.0	13.7	10.4	30.8	17.8	27.3
	認知はしているが、理解	387	17	19	91	84	176
	はしていない	100.0	4.4	4.9	23.5	21.7	45.5
	認知していない	244	8	1	17	28	190
	直心入れし ていいみしょ	100.0	3.3	0.4	7.0	11.5	77.9

No.50 経営理念・ビジョンの浸透状況(労働生産性の変化)

全社的に浸		浸透していな い(N=114)
424	97	28

No.51 経営理念・ビジョンの浸透状況別に見た、経営者が経営理念・ビジョンの浸透に向けて重要と考えること

			栓呂有かり の積極的な	経営理念・経営ビジョンを 策定してから の時間の経	従業員の納 得感を得られ る経営理念・ 経営ビジョン の内容であ ること	従業員が働 きやすい職 場環境を整 えること	従業員の業 務での成功 経験	好業績、強 固な財務基 盤の構築	その他
全	体	4346	2757	276	2141	2591	800	1133	47
<u> </u>	土 体	100.0	63.4	6.4	49.3	59.6	18.4	26.1	1.1
	全社的に浸透している	1779	1250	101	946	1084	352	472	13
		100.0	70.3	5.7	53.2	60.9	19.8	26.5	0.7
	主任・係長クラスまで浸透 している	485	319	41	270	298	98	136	3
浸		100.0	65.8	8.5	55.7	61.4	20.2	28.0	0.6
透	部長・課長クラスまでは浸	848	541	57	446	531	163	231	5
状	透している	100.0	63.8	6.7	52.6	62.6	19.2	27.2	0.6
況	経営層までは浸透してい	413	252	30	177	237	72	113	1
	る	100.0	61.0	7.3	42.9	57.4	17.4	27.4	0.2
	浸透していない	283	146	24	109	162	44	68	4
	なだしていない	100.0	51.6	8.5	38.5	57.2	15.5	24.0	1.4

No.52 経営理念・ビジョンの浸透状況別に見た、浸透に向けて取り組んだ行動・取組

			基づく規範・	社内研修な どを通じた教 育	従業員との 日々のコミュ ニケーション での啓もう			ンフレット、	なとでの掲	自社ホーム ページでの 掲載		特に取り組んでいない
全	体	4358	1175	1245	1925	1079	1998	593	951	1324	103	391
	PA	100.0	27.0	28.6	44.2	24.8	45.8	13.6	21.8	30.4	2.4	9.0
	全社的に浸透している	1782	578	632	933	561	920	300	469	634	46	74
		100.0	32.4	35.5	52.4	31.5	51.6	16.8	26.3	35.6	2.6	4.2
	主任・係長クラスまで浸透 している	484	148	163	239	112	252	59	123	150	9	16
浸		100.0	30.6	33.7	49.4	23.1	52.1	12.2	25.4	31.0	1.9	3.3
透	部長・課長クラスまでは浸	848	259	246	383	192	439	133	181	249	19	36
状	透している	100.0	30.5	29.0	45.2	22.6	51.8	15.7	21.3	29.4	2.2	4.2
況	経営層までは浸透してい	413	99	92	150	92	167	40	64	122	5	33
	a	100.0	24.0	22.3	36.3	22.3	40.4	9.7	15.5	29.5	1.2	8.0
	温添していたい	286	38	43	73	44	75	16	41	52	11	87
	浸透していない	100.0	13.3	15.0	25.5	15.4	26.2	5.6	14.3	18.2	3.8	30.4

No.53 経営理念・ビジョンの浸透状況別に見た、浸透による効果

			自社の意思 決定のより 所となった	方の実現、	従業員の自 社への愛着 度の向上	仕事や目標 達成に対す るモチベー ションの向上		製品・サービ		共感する人 材の新規採 用	その他	特になし
全	体	4350	1415	1763	1057	1702	1231	731	452	551	18	585
土	14	100.0	32.5	40.5	24.3	39.1	28.3	16.8	10.4	12.7	0.4	13.4
	全社的に浸透している	1784	726	981	622	886	606	343	223	294	6	58
		100.0	40.7	55.0	34.9	49.7	34.0	19.2	12.5	16.5	0.3	3.3
	主任・係長クラスまで浸透 している	484	159	242	132	228	156	97	44	57	4	16
		100.0	32.9	50.0	27.3	47.1	32.2	20.0	9.1	11.8	0.8	3.3
	部長・課長クラスまでは浸 透している	847	283	309	180	346	244	154	89	101	2	56
		100.0	33.4	36.5	21.3	40.9	28.8	18.2	10.5	11.9	0.2	6.6
	経営層までは浸透してい	413	118	95	51	118	106	76	49	42	1	65
	3	100.0	28.6	23.0	12.3	28.6	25.7	18.4	11.9	10.2	0.2	15.7

中小企業のデジタル化と情報資産の活用に関するアンケート 【クロス集計表(業種別・従業員規模別)】

A11

		全 体	事業方針上 の優先順位 は高い	事業方針上 の優先順位 はやや高い	事業方針上 の優先順位 はやや低い	特に必要性 を感じていな い	分からない
全	体	4821	9.1	31.2	33.7	21.9	4.1
	建設業	357	9.2	30.8	37.8	18.8	3.4
	製造業	1229	7.2	29.8	34.8	23.7	4.5
	情報通信業	391	19.4	40.4	25.3	13.0	1.8
	運輸・郵便業	365	4.7	24.7	37.0	27.9	5.8
業	卸売業	375	8.3	33.3	37.1	18.1	3.2
種	小売業	382	7.6	35.1	30.1	21.2	6.0
別	不動産・物品賃貸業	299	7.4	26.8	36.5	26.4	3.0
	学術研究、専門・技術サービス業	458	13.5	40.8	28.6	15.1	2.0
	宿泊業・飲食サービス業	100	11.0	20.0	34.0	31.0	4.0
	生活関連サービス業・娯楽業	151	8.6	23.8	39.7	23.8	4.0
	その他	713	8.1	27.8	33.8	25.1	5.2
従	5 ~20人	1474	8.9	27.6	32.1	26.8	4.6
模業	21~50人	1448	8.8	30.4	37.9	19.1	3.9
	51~100 人	619	9.4	37.8	36.3	13.1	3.4
規	101 人以上	548	11.1	42.3	34.5	9.3	2.7

A12

		全 体	事業方針上 の優先順位 は高い	事業方針上 の優先順位 はやや高い	事業方針上 の優先順位 はやや低い	特に必要性 を感じていない	分からない
全 '	体	4817	15.9	40.4	25.8	14.4	3.4
	建設業	357	17.4	40.9	26.3	12.0	3.4
	製造業	1229	11.2	38.8	29.5	16.5	4.0
	情報通信業	390	31.0	44.6	16.4	7.2	0.8
	運輸・郵便業	364	9.9	36.0	27.2	23.6	3.3
業	卸売業	375	18.7	44.8	23.5	10.7	2.4
種	小売業	382	12.0	42.9	25.4	13.6	6.0
別	不動産・物品賃貸業	299	17.1	41.8	22.7	16.4	2.0
	学術研究、専門・技術サービス業	458	24.5	45.6	20.1	8.3	1.5
	宿泊業・飲食サービス業	99	15.2	33.3	29.3	18.2	4.0
	生活関連サービス業・娯楽業	151	10.6	33.8	35.8	14.6	5.3
	その他	712	13.9	37.8	27.5	16.3	4.5
従	5 ~20人	1472	14.0	35.9	27.2	18.9	4.1
	21~50人	1446	15.1	42.1	28.2	11.3	3.2
	51~100 人	619	19.1	47.2	25.2	5.8	2.7
規	101 人以上	548	24.8	49.6	18.8	5.5	1.3

		全 体	事業方針上 の優先順位 は高い		事業方針上 の優先順位 はやや低い	特に必要性を感じていない	分からない
全	体	4820	20.9	41.6	22.4	11.9	3.2
	建設業	357	24.9	41.2	21.3	10.1	2.5
	製造業	1229	15.5	41.3	25.4	14.1	3.7
	情報通信業	390	34.6	42.3	15.9	6.4	0.8
	運輸・郵便業	365	14.8	37.5	25.5	19.2	3.0
業	卸売業	375	24.0	45.9	19.2	9.1	1.9
種	小売業	383	17.8	44.4	21.1	11.5	5.2
別	不動産・物品賃貸業	299	23.7	40.5	18.7	15.4	1.7
	学術研究、専門・技術サービス業	459	29.6	46.6	16.6	5.4	1.7
	宿泊業・飲食サービス業	99	18.2	36.4	26.3	15.2	4.0
	生活関連サービス業・娯楽業	151	14.6	35.1	35.1	11.3	4.0
	その他	712	18.8	39.6	24.3	12.4	4.9
従	5 ~20人	1474	17.1	38.3	24.6	16.1	3.9
模業	21~50人	1446	19.8	44.3	24.4	8.8	2.7
別員	51~100 人	619	27.0	47.2	18.7	4.7	2.4
規	101 人以上	548	33.8	47.4	13.9	3.8	1.1

		全 体	事業方針上 の優先順位 は高い	事業方針上 の優先順位 はやや高い	事業方針上 の優先順位 はやや低い	特に必要性 を感じていな い	分からない
全 '	体	4819	25.1	40.9	18.8	10.3	4.9
	建設業	357	30.3	41.5	15.7	8.7	3.9
	製造業	1226	18.8	42.2	21.2	12.1	5.8
	情報通信業	390	38.2	40.3	13.8	4.9	2.8
	運輸・郵便業	365	19.5	38.1	20.3	17.0	5.2
業	卸売業	375	27.5	45.1	17.1	7.7	2.7
種	小売業	383	24.5	41.3	17.8	9.7	6.8
別	不動産・物品賃貸業	299	27.8	37.8	17.1	14.0	3.3
	学術研究、専門・技術サービス業	459	33.6	45.1	14.2	4.8	2.4
	宿泊業・飲食サービス業	100	23.0	31.0	25.0	13.0	8.0
	生活関連サービス業・娯楽業	151	19.9	37.1	27.2	9.9	6.0
	その他	713	23.3	39.0	20.6	10.7	6.5
従	5 ~20人	1475	19.7	38.4	22.2	14.0	5.7
	21~50人	1444	25.3	43.8	19.3	7.3	4.3
	51~100 人	619	29.9	47.0	16.0	4.4	2.7
規	101 人以上	548	40.9	43.8	9.7	3.3	2.4

A21)

		全 体	段階1	段階2	段階3	段階4	分からない
全	体	4829	14.9	46.6	32.2	4.3	2.0
	建設業	357	16.5	49.3	29.1	3.4	1.7
	製造業	1233	14.9	46.9	32.1	3.9	2.2
	情報通信業	391	4.6	40.9	44.8	9.5	0.3
	運輸・郵便業	366	18.0	54.6	23.2	1.9	2.2
業	卸売業	375	13.1	44.5	37.6	3.2	1.6
種	小売業	384	18.0	39.3	33.9	6.5	2.3
別	不動産・物品賃貸業	298	15.8	49.3	29.2	3.4	2.3
	学術研究、専門・技術サービス業	462	12.3	46.5	34.8	5.2	1.1
	宿泊業・飲食サービス業	101	21.8	44.6	25.7	5.0	3.0
	生活関連サービス業・娯楽業	150	15.3	45.3	34.0	2.0	3.3
	その他	711	17.7	48.4	28.0	3.5	2.4
従	5 ~20人	1478	17.9	47.6	27.5	4.2	2.8
	21~50人	1454	12.7	47.2	34.6	4.1	1.4
	51~100 人	617	10.2	47.3	36.8	4.1	1.6
規	101 人以上	548	6.0	47.1	41.8	4.6	0.5

		全 体	段階1	段階2	段階3	段階4	分からない
全 '	体	4824	9.0	40.5	42.7	5.9	1.9
	建設業	357	9.2	44.3	39.5	5.6	1.4
	製造業	1233	10.2	41.3	41.4	4.9	2.1
	情報通信業	391	3.1	28.4	54.0	14.1	0.5
	運輸・郵便業	365	12.1	50.4	34.2	1.1	2.2
業	卸売業	375	6.9	35.5	50.7	5.3	1.6
種	小売業	384	10.9	38.8	40.1	7.8	2.3
別	不動産・物品賃貸業	299	8.7	41.5	42.1	6.0	1.7
	学術研究、専門・技術サービス業	460	4.1	37.6	50.4	6.5	1.3
	宿泊業・飲食サービス業	99	14.1	41.4	34.3	7.1	3.0
	生活関連サービス業・娯楽業	150	10.7	44.7	38.0	2.7	4.0
	その他	710	10.6	42.8	39.4	4.8	2.4
従	5 ~20人	1474	12.0	42.5	38.1	4.7	2.6
	21~50人	1454	6.3	42.6	43.8	5.7	1.6
	51~100 人	617	3.2	38.2	49.9	7.3	1.3
規	101 人以上	548	2.6	33.0	56.2	7.7	0.5

		全 体	段階1	段階2	段階3	段階4	分からない
全	体	4824	8.0	34.1	45.7	10.0	2.2
	建設業	356	8.4	38.2	42.4	9.3	1.7
	製造業	1233	9.7	35.1	45.0	7.8	2.4
	情報通信業	391	3.3	24.3	53.2	18.4	0.8
	運輸・郵便業	365	11.5	44.7	36.2	5.2	2.5
業	卸売業	375	4.8	30.4	51.2	12.0	1.6
種	小売業	384	9.9	29.7	47.1	10.9	2.3
別	不動産・物品賃貸業	299	7.4	33.1	45.8	11.7	2.0
	学術研究、専門・技術サービス業	459	3.1	32.9	51.4	11.1	1.5
	宿泊業・飲食サービス業	99	11.1	39.4	31.3	15.2	3.0
	生活関連サービス業・娯楽業	150	9.3	35.3	43.3	6.7	5.3
	その他	712	9.1	35.1	44.2	8.8	2.7
従	5 ~20人	1477	10.7	38.0	40.7	7.9	2.8
模業	21~50人	1452	5.7	35.3	47.8	9.4	1.8
別員	51~100 人	617	2.4	30.3	52.7	13.1	1.5
規	101 人以上	547	2.4	22.7	59.0	14.8	1.1

АЗ

		全	体	実感している	デジタル化に 取り組んでい るが、業務効 率化までは 実現できて いない	デジタル化に 取り組んでい ない
全	体		4829	35.0	49.8	15.1
	建設業		358	34.9	52.5	12.6
	製造業		1229	33.3	49.0	17.7
	情報通信業		387	51.7	42.9	5.4
	運輸・郵便業		367	26.4	51.8	21.8
業	卸売業		375	36.0	51.5	12.5
種	小売業		388	33.2	53.4	13.4
別	不動産・物品賃貸業		298	32.6	50.3	17.1
	学術研究、専門・技術サービス業		460	42.8	49.6	7.6
	宿泊業・飲食サービス業		102	37.3	40.2	22.5
	生活関連サービス業・娯楽業		150	29.3	50.7	20.0
	その他		714	30.8	51.3	17.9
従	5 ~20人		1479	31.4	48.5	20.1
	21~50人		1450	35.9	53.0	11.1
別員	51~100 人		620	38.4	53.1	8.5
規	101 人以上		544	45.2	50.2	4.6

		全 体	営業力・販売 力の維持・ 強化				サービスの 開発力の維	財務基盤・ 資金調達力 の維持・改 善	の変化への 対応	デジタル化に 向けた取組 を行っていな い・分からな い
全	体	4778	35.0	20.1	17.4	23.4	10.7	20.8	27.1	28.1
	建設業	353	29.2	15.6	12.7	38.0	6.2	25.5	23.5	25.2
	製造業	1217	34.3	15.9	15.0	23.1	11.4	22.8	21.6	32.3
	情報通信業	382	37.2	17.8	22.3	39.8	17.5	21.7	29.1	18.8
	運輸・郵便業	364	21.4	20.3	11.3	12.1	4.7	21.4	20.3	40.4
業種	卸売業	369	54.5	25.2	18.2	13.3	12.7	20.1	31.7	22.2
	小売業	385	45.5	31.7	20.5	11.4	9.9	19.7	32.5	26.0
別	不動産・物品賃貸業	296	39.2	27.0	17.2	8.8	7.1	16.2	33.4	29.7
	学術研究、専門・技術サービス業	454	28.6	14.3	25.8	52.2	14.8	18.9	31.1	15.2
	宿泊業・飲食サービス業	102	43.1	30.4	23.5	2.9	14.7	17.6	18.6	27.5
	生活関連サービス業・娯楽業	151	29.1	28.5	22.5	7.9	14.6	13.9	33.1	33.1
	その他	704	31.3	18.9	15.2	19.5	8.2	20.3	30.0	31.8
従	5 ~20人	1469	30.2	16.6	16.5	24.1	10.0	19.9	24.7	30.8
	21~50人	1435	37.6	22.2	18.3	24.3	10.9	23.0	27.2	25.7
	51~100 人	613	39.8	22.7	17.1	23.8	11.7	21.7	32.0	21.4
規	101 人以上	535	45.0	26.2	20.7	25.4	13.1	21.9	29.7	20.7

А5

		全 体			とちらとも言	あまり効果 が出なかっ た	まったく効果 が出なかっ た	分からない
全	体	3410	7.9	56.1	27.4	4.6	0.2	3.8
	建設業	264	7.2	59.8	24.2	3.8	0.4	4.5
	製造業	817	7.2	55.8	28.5	4.8	0.0	3.7
	情報通信業	308	12.0	55.2	25.6	5.2	0.0	1.9
	運輸・郵便業	216	6.0	52.8	32.4	4.6	0.0	4.2
業	卸売業	282	6.0	56.0	27.3	6.0	0.0	4.6
種	小売業	281	8.5	59.8	23.5	4.3	0.0	3.9
別	不動産・物品賃貸業	208	6.7	52.9	30.3	4.3	0.0	5.8
	学術研究、専門・技術サービス業	383	9.9	59.8	24.0	3.7	0.3	2.3
	宿泊業・飲食サービス業	73	11.0	45.2	31.5	2.7	1.4	8.2
	生活関連サービス業・娯楽業	101	8.9	48.5	33.7	6.9	0.0	2.0
	その他	477	6.7	56.0	27.9	4.6	0.6	4.2
従	5 ~20人	1005	9.5	52.7	28.3	5.6	0.1	3.9
模業	21~50人	1057	7.7	56.6	26.7	4.5	0.3	4.3
	51~100 人	479	5.8	57.6	28.4	4.6	0.0	3.5
規	101 人以上	423	5.4	64.5	23.9	2.6	0.0	3.5

А6

		全 体		働き万改争	組織風土の 改革につな がった	取引先との関係・連携の強化につながった	自社の評判・ 信用力が向 上した	顧客満足度 が向上した	新規事業分 野への投資 につながった	業務停止な どのビジネス リスクが軽減 した	その他	特になし
全 '	体	3416	15.1	45.2	20.8	28.5	13.8	15.7	5.7	10.3	1.8	19.0
	建設業	263	19.0	48.3	20.9	30.0	14.8	12.9	1.5	8.7	2.3	16.3
	製造業	816	13.5	38.7	20.3	33.3	13.6	14.0	6.1	10.2	1.8	20.5
	情報通信業	309	17.8	53.7	20.1	28.5	13.3	15.2	7.1	16.5	1.3	16.2
	運輸·郵便業	215	10.2	41.9	19.5	34.9	16.7	17.2	6.0	10.2	1.4	22.3
業	卸売業	284	16.2	50.4	21.1	26.4	10.9	10.2	6.0	12.7	1.4	18.7
種	小売業	284	16.2	46.5	25.4	21.1	16.2	21.8	7.0	10.2	1.1	16.5
別	不動産·物品賃貸業	208	15.4	46.2	19.7	17.3	8.7	13.9	3.8	10.1	2.9	22.1
	学術研究、専門・技術サービス業	384	15.1	57.0	18.2	27.9	15.6	16.4	6.8	10.2	1.3	14.8
	宿泊業・飲食サービス業	74	18.9	24.3	17.6	16.2	13.5	23.0	6.8	6.8	2.7	31.1
	生活関連サービス業・娯楽業	101	12.9	32.7	18.8	14.9	19.8	35.6	2.0	5.0	2.0	24.8
	その他	478	14.4	42.7	23.4	32.2	12.6	14.2	5.9	7.7	2.7	19.0
従	5 ~20人	1007	15.3	38.7	16.1	31.8	14.3	16.7	5.6	7.0	1.6	21.7
	21~50人	1061	16.9	46.5	22.2	26.1	13.9	14.0	5.8	10.8	2.0	18.2
	51~100 人	481	15.8	52.4	25.6	24.3	13.1	14.3	5.6	12.7	1.9	17.5
規	101 人以上	421	13.3	60.8	28.3	23.8	9.3	17.8	5.9	16.4	1.7	15.0

Α7

		全 体	どの分野・業 務がデジタ ル化に置き 換わるかが 分からない	費用対効果 が分からな い・測りにく い	適切なITツー ル・システム が分からな い		21-11-5-7	相談できる 相手がいな い	情報流出が 懸念される	その他	特になし
全(本	4768	18.1	44.4	26.3	34.6	36.0	7.2	25.2	2.6	13.7
	建設業	352	19.9	41.2	26.1	31.8	44.6	7.4	28.1	2.8	11.9
	製造業	1215	17.9	46.6	26.5	37.7	33.0	8.0	24.4	2.1	14.6
	情報通信業	386	10.1	41.5	19.7	17.4	9.1	5.2	28.0	3.4	24.6
	運輸·郵便業	362	18.0	43.6	24.6	36.5	42.5	6.6	16.0	1.9	15.2
	卸売業	367	16.9	50.1	32.2	40.9	40.6	8.2	24.3	2.2	10.4
種	小売業	379	20.1	45.4	27.2	38.8	47.0	6.3	24.0	2.4	9.2
別	不動産·物品賃貸業	297	18.5	44.1	30.0	35.0	40.4	9.4	26.9	2.7	15.2
	学術研究、専門・技術サービス業	454	19.6	43.6	24.7	30.2	29.1	6.4	33.3	1.5	12.1
	宿泊業・飲食サービス業	98	19.4	49.0	28.6	27.6	40.8	8.2	15.3	4.1	11.2
	生活関連サービス業・娯楽業	148	23.6	42.6	31.1	43.2	37.8	8.1	20.3	2.7	9.5
	その他	709	19.5	41.5	25.4	35.7	41.5	6.2	26.0	4.4	12.1
従	5 ~20人	1446	19.4	38.7	24.2	31.9	30.9	8.5	25.4	3.2	15.9
	21~50人	1437	17.6	47.0	27.9	35.9	39.2	6.9	26.1	2.5	11.6
	51~100 人	616	18.5	49.5	27.9	37.2	44.0	3.7	25.3	3.2	8.3
規	101 人以上	540	15.2	58.0	32.2	40.7	44.6	6.1	25.4	1.5	9.1

A81)

		全 体	売上高の5 %以上		売上高の3 %以上4 % 未満	売上高の2 %以上3 % 未満	売上高の1 %以上2 % 未満	売上高の1 %未満	IT投資は 行っていない	分からない
全(本	4784	2.9	1.5	1.7	4.6	9.5	41.9	20.4	17.6
	建設業	356	2.0	1.4	0.6	4.5	7.3	53.7	14.3	16.3
	製造業	1215	1.7	1.8	1.2	4.4	8.4	40.7	24.9	16.8
	情報通信業	390	6.9	2.3	3.3	6.7	14.4	41.5	11.5	13.3
	運輸·郵便業	367	1.9	1.1	1.1	3.3	7.4	35.1	28.9	21.3
	卸売業	373	2.1	1.3	1.9	2.7	9.9	48.0	18.0	16.1
	小売業	381	2.6	2.1	1.0	5.0	8.9	45.1	16.3	18.9
別	不動産・物品賃貸業	296	1.7	0.7	3.0	3.7	8.1	43.6	21.6	17.6
	学術研究、専門・技術サービス業	453	6.6	1.1	2.6	9.7	14.3	40.6	9.5	15.5
	宿泊業・飲食サービス業	99	3.0	1.0	2.0	5.1	8.1	21.2	39.4	20.2
	生活関連サービス業・娯楽業	148	2.0	0.7	1.4	2.0	8.1	39.9	27.7	18.2
	その他	705	2.4	1.3	1.7	3.0	8.8	40.0	22.1	20.7
従	5 ~20人	1460	2.8	1.4	1.5	5.3	9.0	35.6	26.6	17.7
	21~50人	1439	2.6	1.5	1.8	5.1	10.4	45.2	16.3	17.1
	51~100 人	612	2.1	1.3	2.6	4.6	7.7	52.9	13.7	15.0
規	101 人以上	542	2.8	1.5	1.1	3.7	10.7	54.8	6.6	18.8

			売上高の5 %以上	売上高の4 %以上5 % 未満	売上高の3 %以上4 % 未満	売上高の2 %以上3 % 未満	売上高の1 %以上2 % 未満		IT投資は 行っていない	分からない
全	体	4719	3.6	1.7	2.3	5.4	10.3	40.6	18.5	17.6
	建設業	356	2.8	0.3	1.4	4.8	9.0	53.4	12.1	16.3
	製造業	1199	2.0	1.9	1.7	5.1	10.4	39.8	21.9	17.2
	情報通信業	378	7.1	2.1	5.3	7.1	11.9	39.7	12.7	14.0
	運輸·郵便業	354	2.0	2.3	0.6	4.8	8.2	35.9	26.8	19.5
	卸売業	368	2.2	1.9	3.0	4.6	8.2	48.6	15.2	16.3
	小売業	375	4.3	2.1	1.9	5.1	10.4	42.9	13.6	19.7
別	不動産・物品賃貸業	294	1.4	1.0	2.4	4.4	8.8	42.5	21.8	17.7
	学術研究、専門・技術サービス業	444	8.1	2.3	3.8	9.7	14.2	38.5	8.8	14.6
	宿泊業・飲食サービス業	101	5.9	2.0	1.0	5.9	7.9	23.8	30.7	22.8
	生活関連サービス業・娯楽業	147	3.4	0.7	2.7	6.1	8.2	35.4	25.9	17.7
	その他	702	3.8	1.1	2.0	3.7	10.8	37.3	20.5	20.7
従	5 ~20人	1440	3.5	2.0	2.2	5.3	10.3	34.5	24.4	17.9
	21~50人	1421	3.4	1.7	2.5	5.6	11.1	44.4	14.3	17.0
	51~100 人	607	3.6	1.0	2.5	6.9	8.7	51.1	11.0	15.2
規	101 人以上	535	2.8	1.7	2.1	5.0	12.1	52.0	5.2	19.1

A91)

		全 体	基幹システ ムなどの ハードウェア 費	ソフトウェア の開発・利用 費	通信回線費	働き方改革 に向けた PC・デバイス などの費用	人件費	その他	分からない
全	体	2874	28.0	34.9	8.7	21.4	3.5	0.9	2.5
	建設業	239	25.5	36.0	11.7	19.2	2.9	1.7	2.9
	製造業	682	30.5	35.6	9.4	16.4	3.1	1.3	3.7
	情報通信業	291	23.0	29.9	8.2	28.9	7.6	1.0	1.4
	運輸・郵便業	176	28.4	31.3	13.6	20.5	3.4	1.7	1.1
業	卸売業	235	29.8	34.5	4.7	25.5	2.1	0.4	3.0
種	小売業	237	21.5	38.8	9.7	23.2	3.8	1.3	1.7
別	不動産・物品賃貸業	176	32.4	35.8	8.0	19.3	2.3	1.1	1.1
	学術研究、専門・技術サービス業	333	28.2	36.6	6.6	25.2	2.1	0.0	1.2
	宿泊業・飲食サービス業	40	30.0	40.0	7.5	17.5	0.0	2.5	2.5
	生活関連サービス業・娯楽業	79	35.4	30.4	10.1	19.0	1.3	1.3	2.5
	その他	386	27.5	35.0	7.5	21.5	5.2	0.0	3.4
従	5 ~20人	788	28.3	32.7	11.0	19.0	3.9	1.9	3.0
	21~50人	926	27.0	36.0	7.2	22.9	3.7	0.5	2.7
	51~100 人	419	30.1	35.1	8.1	22.0	2.4	0.5	1.9
規	101 人以上	396	27.0	39.1	5.8	23.2	3.5	1.0	0.3

A92

		全 体	基幹システ ムなどの ハードウェア 費	ソフトウェア の開発・利用 費	通信回線費	働き方改革 に向けた PC・デバイス などの費用	人件費	その他	分からない
全	体	2914	25.8	39.0	9.0	18.7	3.6	1.2	2.7
	建設業	244	23.4	37.7	11.5	20.1	3.7	1.2	2.5
	製造業	700	27.9	40.4	8.7	14.4	3.1	1.6	3.9
	情報通信業	276	20.3	37.0	7.2	23.6	9.4	1.1	1.4
	運輸・郵便業	182	23.1	39.6	11.5	18.7	2.2	3.3	1.6
業	卸売業	241	25.3	39.0	6.6	23.7	2.1	0.8	2.5
種	小売業	243	26.3	40.3	9.1	16.9	4.5	0.8	2.1
別	不動産・物品賃貸業	172	27.9	44.2	5.8	16.9	2.9	1.2	1.2
	学術研究、専門・技術サービス業	333	27.0	39.6	6.9	21.9	3.0	0.3	1.2
	宿泊業・飲食サービス業	46	32.6	32.6	8.7	15.2	0.0	6.5	4.3
	生活関連サービス業・娯楽業	81	28.4	29.6	12.3	21.0	1.2	2.5	4.9
	その他	396	25.8	37.4	11.9	18.2	2.8	0.3	3.8
従	5 ~20人	801	27.2	34.1	10.9	19.2	3.7	1.7	3.1
	21~50人	944	22.7	40.6	8.9	20.4	3.7	0.8	2.9
	51~100 人	428	27.1	40.7	7.0	17.1	4.0	1.4	2.8
規	101 人以上	397	27.2	43.6	6.8	17.1	3.3	1.8	0.3

		全 体	どによる業績 へのプラス効	などによるコ スト削減効果	の前向きな	外部専門 家、支援機 関からの指 導・助言		販売先から の要請		働き方改革 への対応	サイバーセ キュリティへ の意識	新型コロナウ イルス感染 症の影響	その他	特になし
全(体	601	23.3	59.6	31.1	4.3	4.2	6.7	23.6	41.1	18.1	20.0	3.5	2.3
	建設業	32	18.8	59.4	34.4	3.1	3.1	3.1	31.3	43.8	6.3	21.9	0.0	3.1
	製造業	125	24.0	58.4	25.6	4.0	3.2	8.8	16.0	32.0	16.8	10.4	4.8	4.0
	情報通信業	80	16.3	55.0	27.5	1.3	2.5	8.8	27.5	51.3	25.0	36.3	5.0	1.3
	運輸·郵便業	33	12.1	69.7	39.4	3.0	24.2	12.1	21.2	57.6	15.2	15.2	6.1	3.0
業	卸売業	42	31.0	61.9	28.6	7.1	7.1	11.9	11.9	40.5	19.0	19.0	4.8	0.0
種	小売業	49	26.5	65.3	32.7	2.0	8.2	2.0	32.7	51.0	26.5	20.4	2.0	4.1
別	不動産・物品賃貸業	27	18.5	63.0	37.0	7.4	0.0	3.7	33.3	37.0	11.1	18.5	7.4	0.0
	学術研究、専門・技術サービス業	106	18.9	54.7	38.7	3.8	0.9	7.5	25.5	45.3	23.6	17.9	0.9	1.9
	宿泊業・飲食サービス業	15	46.7	80.0	13.3	6.7	0.0	0.0	13.3	40.0	20.0	40.0	0.0	0.0
	生活関連サービス業・娯楽業	19	26.3	57.9	21.1	5.3	0.0	5.3	15.8	15.8	10.5	26.3	5.3	0.0
	その他	73	32.9	58.9	32.9	8.2	2.7	1.4	28.8	32.9	9.6	17.8	2.7	2.7
従	5 ~20人	184	23.9	53.8	23.9	5.4	2.7	5.4	18.5	29.9	20.7	18.5	3.3	2.7
	21~50人	182	19.8	59.9	30.8	3.3	6.0	6.6	24.7	42.3	15.9	20.3	4.9	2.7
	51~100 人	83	22.9	67.5	42.2	2.4	2.4	8.4	27.7	59.0	22.9	24.1	2.4	0.0
規	101 人以上	61	23.0	63.9	52.5	1.6	6.6	9.8	27.9	68.9	16.4	23.0	4.9	0.0

		全 体	投資効果が すぐには期 待できないこ と	業績低下に よる予算削 減	過年度にシ ステム投資 などを行った 反動	クラウド化や システム更 改による低コ スト化	新型コロナウ イルス感染 症の影響	必要性を感じ ない	その他	特になし
全(体	2489	21.8	18.6	6.1	10.6	7.9	29.2	9.7	17.5
	建設業	191	20.9	9.9	4.7	16.2	4.7	27.7	15.7	17.3
	製造業	688	22.2	21.7	5.8	7.8	6.3	30.5	9.6	17.6
	情報通信業	187	23.0	18.7	4.8	20.3	11.2	23.0	11.8	12.8
	運輸・郵便業	193	25.4	21.8	4.7	7.8	11.9	30.1	7.3	15.5
業	卸売業	194	23.2	14.4	10.3	13.4	8.8	24.7	9.3	20.6
種	小売業	183	23.0	21.9	6.6	8.2	9.8	27.9	9.8	21.3
別	不動産·物品賃貸業	157	20.4	12.1	4.5	10.8	5.7	38.2	7.0	18.5
	学術研究、専門・技術サービス業	193	19.2	15.5	10.9	15.5	6.2	22.3	8.3	19.2
	宿泊業・飲食サービス業	52	15.4	32.7	1.9	3.8	30.8	40.4	3.8	5.8
	生活関連サービス業・娯楽業	80	18.8	27.5	5.0	6.3	10.0	31.3	11.3	11.3
	その他	371	21.3	16.7	5.4	8.1	5.4	31.0	9.4	19.1
従	5 ~20人	785	23.2	19.7	5.6	6.9	6.0	38.2	9.2	13.2
	21~50人	738	23.0	20.2	5.8	13.1	10.0	24.4	8.0	19.1
	51~100 人	315	20.3	17.1	9.5	13.7	8.3	14.6	15.2	21.0
規	101 人以上	253	24.1	13.0	7.9	17.4	7.9	9.1	13.8	25.7

						デジタル化に
		全 体	増加傾向に ある	毎期安定的 に投資してい る	減少傾向に ある	向けた投資 を実施していない
全	体	4820	40.1	29.6	5.7	24.5
	建設業	356	50.0	27.5	5.3	17.1
	製造業	1222	38.3	26.7	6.3	28.7
	情報通信業	391	34.0	44.2	6.9	14.8
	運輸•郵便業	363	35.5	20.7	6.1	37.7
業	卸売業	376	42.0	35.1	5.3	17.6
種	小売業	388	44.1	28.6	5.9	21.4
別	不動産・物品賃貸業	297	41.8	31.0	2.7	24.6
	学術研究、専門・技術サービス業	459	46.2	36.6	3.9	13.3
	宿泊業・飲食サービス業	102	33.3	16.7	9.8	40.2
	生活関連サービス業・娯楽業	151	37.1	23.2	7.9	31.8
	その他	714	38.1	28.0	5.6	28.3
従	5 ~20人	1472	31.6	28.1	7.1	33.3
模業	21~50人	1455	44.3	30.7	5.4	19.7
別員	51~100 人	615	49.6	34.1	3.9	12.4
規	101 人以上	543	58.0	30.0	3.1	8.8

		全 体		増加させる 予定(5 %~ 20%未満の 増加)	おおむね同 程度を予定 (5 %未満の 増減)		大幅に減少 させる予定 (20%以上 の減少)	IT投資は実 施しない予 定	分からない
全 '	体	4835	1.7	19.9	45.7	1.4	0.5	8.9	22.0
	建設業	358	2.0	23.7	48.6	3.1	0.3	5.9	16.5
	製造業	1231	1.7	18.3	42.6	1.5	0.6	10.4	24.9
	情報通信業	393	1.3	17.6	58.0	1.8	0.8	6.1	14.5
	運輸・郵便業	364	1.1	17.9	38.5	0.8	0.5	15.1	26.1
業	卸売業	376	2.4	24.2	46.0	1.3	0.5	5.6	19.9
種	小売業	388	1.8	22.7	44.3	0.8	0.8	7.7	21.9
別	不動産·物品賃貸業	297	1.3	21.2	42.8	1.3	0.7	10.4	22.2
	学術研究、専門・技術サービス業	460	1.3	20.4	57.8	0.7	0.2	3.3	16.3
	宿泊業・飲食サービス業	101	4.0	13.9	32.7	1.0	0.0	21.8	26.7
	生活関連サービス業・娯楽業	151	1.3	19.9	41.7	1.3	0.7	10.6	24.5
	その他	715	1.8	19.2	43.5	1.3	0.3	9.1	24.9
従	5 ~20人	1478	1.2	14.1	44.2	1.3	0.5	12.9	25.8
10 4 - 1 -	21~50人	1456	1.6	21.8	50.1	1.1	0.1	4.8	20.5
	51~100 人	619	2.3	26.5	50.1	1.8	0.6	3.6	15.2
規	101 人以上	543	3.1	33.1	44.8	1.8	1.3	1.7	14.2

A14

		全 体	どによる業績 へのプラス効	などによるコ スト削減効果	の前向きな	家、支援機		販売先から の要請	業界内・同業 他社のデジ タル化に向 けた取組	働き方改革	キュリティへ	新型コロナウ イルス感染 症の影響	その他	特になし
全	本	1035	26.1	65.9	35.9	6.9	5.9	10.9	28.5	50.3	19.9	16.2	4.7	0.6
	建設業	92	21.7	64.1	42.4	5.4	5.4	6.5	42.4	63.0	28.3	15.2	4.3	0.0
	製造業	242	22.7	67.8	31.0	8.3	4.1	12.4	23.6	49.2	18.6	13.6	7.0	0.8
	情報通信業	74	36.5	67.6	35.1	4.1	6.8	8.1	35.1	62.2	33.8	20.3	5.4	0.0
	運輸・郵便業	68	17.6	67.6	38.2	4.4	4.4	11.8	30.9	48.5	17.6	16.2	2.9	
業	卸売業	100	19.0	63.0	40.0	10.0	13.0	18.0	25.0	51.0	14.0	19.0	4.0	0.0
種	小売業	95	33.7	69.5	41.1	9.5	8.4	5.3	28.4	46.3	8.4	16.8	3.2	0.0
別	不動産・物品賃貸業	66	21.2	72.7	39.4	6.1	1.5	9.1	33.3	60.6	21.2	18.2	1.5	
	学術研究、専門・技術サービス業	99	30.3	54.5	42.4	1.0	6.1	13.1	24.2	51.5	27.3	15.2	2.0	2.0
	宿泊業・飲食サービス業	18	38.9	72.2	22.2	11.1	11.1	5.6	27.8	33.3	22.2	27.8	11.1	0.0
	生活関連サービス業・娯楽業	32	43.8	56.3	18.8	0.0	0.0	9.4	28.1	40.6	15.6	6.3	3.1	0.0
	その他	149	26.8	67.8	32.9	9.4	5.4	11.4	26.8	40.3	17.4	17.4	6.0	
従	5 ~20人	223	29.1	60.1	27.4	5.4	5.8	12.6	25.6	40.4	17.0	15.7	4.5	0.4
	21~50人	338	23.4	63.9	33.1	8.0	5.3	9.5	30.5	48.2	18.0	15.4	3.8	
別員	51~100 人	177	26.6	70.1	40.7	5.1	8.5	11.9	27.7	61.0	21.5	17.5	6.8	0.0
規	101 人以上	196	23.0	71.4	51.0	7.1	5.6	11.2	30.1	60.2	26.0	17.3	4.6	0.0

		수 #	投資効果が すぐには期 待できないこ と	業績低下に よる予算削 減	過年度にシ ステム投資 などを行った 反動	クラウド化や システム更 改による低コ スト化	新型コロナウ イルス感染 症の影響	必要性を感じ ない	その他	特になし
全(本	490	14.3	15.5	7.3	4.1	3.5	60.4	4.9	11.4
	建設業	32	15.6	9.4	12.5	6.3	3.1	53.1	3.1	9.4
	製造業	144	16.7	18.1	9.7	2.8	2.8	61.1	4.2	9.0
	情報通信業	31	16.1	16.1	9.7	6.5	6.5	48.4	3.2	22.6
	運輸·郵便業	52	9.6	15.4	1.9	1.9	1.9	67.3	3.8	13.5
	卸売業	27	18.5	18.5	14.8	3.7	7.4	55.6	7.4	3.7
	小売業	35	17.1	17.1	2.9	8.6	5.7	57.1	2.9	20.0
別	不動産・物品賃貸業	36	5.6	11.1	8.3	2.8	0.0	75.0	13.9	2.8
	学術研究、専門・技術サービス業	19	10.5	15.8	5.3	0.0	0.0	68.4	0.0	5.3
	宿泊業・飲食サービス業	23	13.0	17.4	0.0	4.3	17.4	52.2	4.3	17.4
	生活関連サービス業・娯楽業	18	22.2	22.2	0.0	5.6	5.6	55.6	5.6	11.1
	その他	73	12.3	11.0	6.8	5.5	0.0	60.3	5.5	13.7
従	5 ~20人	200	18.0	15.5	3.0	3.0	4.5	65.5	6.0	10.0
	21~50人	87	13.8	16.1	6.9	5.7	2.3	51.7	6.9	13.8
別員	51~100 人	37	16.2	21.6	21.6	2.7	2.7	45.9	2.7	10.8
規	101 人以上	26	3.8	26.9	42.3	7.7	11.5	30.8	0.0	15.4

		全 体	日常的にメ ディア媒体か ら情報収集を 行っている (書籍、新 聞、テレビな ど)	日々の営業 活動の中 で、情報収 集を行ってい る(融関者 会(融関者 を経営)	外部の研修・ 講用して、情報 収集を行って いる(e ラー ニング、ど)	取引のある専門家の集を情報収集を行っている(ITベンダー、コンサルティング会社、ITコーディネータなど)	その他	情報収集は 行っていない
全 '	本	4769	47.9	45.2	21.9	29.6	2.5	16.4
	建設業	357	45.9	51.8	26.9	34.5	3.1	13.4
	製造業	1211	44.3	40.6	17.3	28.8	3.1	20.6
	情報通信業	390	66.9	47.4	23.6	21.5	2.8	8.7
	運輸・郵便業	357	43.4	43.4	21.0	27.2	2.2	19.9
業	卸売業	371	47.7	48.2	26.1	37.2	3.0	11.6
種	小売業	382	45.0	51.8	22.0	29.6	2.9	14.4
別	不動産・物品賃貸業	295	49.8	41.7	21.7	34.9	1.4	14.6
	学術研究、専門・技術サービス業	457	49.9	48.6	28.4	31.7	2.4	10.7
	宿泊業・飲食サービス業	100	55.0	48.0	21.0	24.0	2.0	21.0
	生活関連サービス業・娯楽業	147	46.9	39.5	19.0	29.9	0.0	21.1
	その他	701	45.2	44.4	21.0	27.2	1.6	19.4
従	5 ~20人	1459	44.9	43.7	16.9	20.4	2.1	22.1
10 4 - 1 -	21~50人	1441	47.1	48.2	21.5	33.0	2.6	12.5
別員	51~100 人	611	51.6	49.1	30.6	38.3	3.6	7.7
規	101 人以上	537	56.6	45.3	40.0	52.0	1.9	5.4

		全 体	活用したこと がある	活用したこと はないが、関 心はある		知らない
全	体	4795	2.3	24.6	17.5	55.6
	建設業	359	3.1	29.8	15.3	51.8
	製造業	1216	1.8	21.5	17.1	59.6
	情報通信業	388	3.4	28.4	21.6	46.6
	運輸・郵便業	361	1.4	19.9	20.2	58.4
業	卸売業	370	2.4	29.7	15.1	52.7
種	小売業	384	2.1	25.5	17.4	54.9
別	不動産・物品賃貸業	297	3.0	24.6	19.9	52.5
	学術研究、専門・技術サービス業	457	3.1	27.4	14.7	54.9
	宿泊業・飲食サービス業	102	3.9	26.5	16.7	52.9
	生活関連サービス業・娯楽業	150	2.7	24.0	14.7	58.7
	その他	710	1.7	22.5	18.5	57.3
従	5 ~20人	1468	2.0	22.3	19.6	56.0
模業	21~50人	1445	2.0	25.8	16.3	55.9
別員	51~100 人	615	4.1	30.2	11.9	53.8
規	101 人以上	539	3.0	29.3	15.4	52.3

A18 (1) ①

		全 体	感染症流行 前(2019 年) より本格 的に導入	感染症流行 後(2020 年) より本格 的に導入	導入していな いが、導入を 検討している	導入する予 定はない
全	体	4473	30.2	30.8	11.2	27.8
	建設業	334	29.0	31.1	13.8	26.0
	製造業	1113	24.9	31.1	11.8	32.3
	情報通信業	380	54.5	32.1	3.9	9.5
	運輸・郵便業	330	22.4	24.8	12.4	40.3
業	卸売業	350	29.1	36.6	12.0	22.3
種	小売業	353	32.6	27.8	11.0	28.6
別	不動産・物品賃貸業	280	34.6	30.4	7.1	27.9
	学術研究、専門・技術サービス業	432	34.3	38.9	10.9	16.0
	宿泊業・飲食サービス業	89	20.2	21.3	16.9	41.6
	生活関連サービス業・娯楽業	141	21.3	24.8	14.9	39.0
	その他	671	27.4	28.6	12.5	31.4
従	5 ~20人	1335	23.4	25.1	12.4	39.2
模業	21~50人	1346	29.3	35.6	12.8	22.3
別員	51~100 人	602	38.4	37.5	11.8	12.3
規	101 人以上	523	48.0	38.4	7.5	6.1

A18 (1) 2

		全 体	感染症流行 前(2019 年) より本格	感染症流行 後(2020 年) より本格	導入していないが、導入を	導入する予 定はない
			的に導入	的に導入	検討している	
全	体	4534	54.0	12.6	14.2	19.2
	建設業	342	53.8	14.6	16.7	14.9
	製造業	1141	54.2	10.2	12.9	22.8
	情報通信業	380	62.6	14.2	11.8	11.3
	運輸・郵便業	339	44.5	11.2	18.0	26.3
業	卸売業	354	56.2	16.1	15.0	12.7
種	小売業	353	60.6	10.8	12.5	16.1
別	不動産・物品賃貸業	284	59.2	11.6	11.6	17.6
	学術研究、専門・技術サービス業	435	54.5	16.8	15.4	13.3
	宿泊業・飲食サービス業	92	41.3	17.4	13.0	28.3
	生活関連サービス業・娯楽業	142	49.3	7.7	16.9	26.1
	その他	672	49.6	12.5	15.2	22.8
従	5 ~20人	1369	48.6	11.5	13.1	26.7
模業	21~50人	1370	56.8	13.0	16.1	14.2
別員	51~100 人	601	61.9	15.6	14.6	7.8
規	101 人以上	528	64.2	17.2	14.2	4.4

A18 (1) 3

		全 体	感染症流行 前(2019 年) より本格 的に導入	感染症流行 後(2020 年) より本格 的に導入	導入していな いが、導入を 検討している	導入する予 定はない
全	体	4318	32.7	7.8	19.5	40.1
	建設業	318	23.0	5.0	24.2	47.8
	製造業	1093	33.5	6.9	20.1	39.5
	情報通信業	364	37.1	6.9	13.7	42.3
	運輸・郵便業	317	15.8	7.6	19.6	57.1
業	卸売業	350	49.4	10.9	18.0	21.7
種	小売業	344	52.0	6.7	16.3	25.0
別	不動産・物品賃貸業	270	33.0	11.1	19.3	36.7
	学術研究、専門・技術サービス業	405	24.2	8.9	22.2	44.7
	宿泊業・飲食サービス業	84	26.2	9.5	15.5	48.8
	生活関連サービス業・娯楽業	133	33.8	6.0	19.5	40.6
	その他	640	28.3	8.3	20.5	43.0
従	5 ~20人	1287	27.9	6.3	16.2	49.6
模業	21~50人	1305	34.9	8.2	22.5	34.4
別員	51~100 人	578	38.1	9.5	22.1	30.3
規	101 人以上	505	40.8	11.1	22.4	25.7

A18 (1) 4

		全 体	感染症流行 前(2019 年) より本格 的に導入	感染症流行 後(2020 年) より本格 的に導入	導入していな いが、導入を 検討している	導入する予 定はない
全	体	4254	24.4	4.0	19.2	52.3
	建設業	319	18.8	3.8	19.1	58.3
	製造業	1084	34.5	5.0	23.4	37.1
	情報通信業	359	16.7	2.5	12.3	68.5
	運輸・郵便業	323	18.6	3.4	18.6	59.4
業	卸売業	334	35.9	5.7	22.5	35.9
種	小売業	336	35.4	4.8	18.8	41.1
別	不動産・物品賃貸業	266	14.7	3.0	15.8	66.5
	学術研究、専門・技術サービス業	390	14.9	3.3	19.7	62.1
	宿泊業・飲食サービス業	84	17.9	7.1	17.9	57.1
	生活関連サービス業・娯楽業	130	16.9	2.3	16.2	64.6
	その他	629	17.6	3.3	16.9	62.2
従	5 ~20人	1267	18.2	4.1	17.0	60.6
模業	21~50人	1291	26.3	4.6	21.2	47.9
別員	51~100 人	572	32.3	4.9	22.2	40.6
規	101 人以上	500	36.0	3.0	21.0	40.0

A18 (2) ①

		全体		ル・システム					外部機関か	経営者仲間・ 同業他社が 取り組んでい た	同業他社と の競争激化		法規制への	特に理由は ない・分から ない
1		3153	39.4	18.0	12.8	31.2	8.7	12.2	8.9	10.7	4.3	35.2	3.4	7.8
	建設業	238	44.5	21.8	17.2	33.2	8.4	7.1	10.1	11.8	6.7	39.9	3.4	6.3
	製造業	738	38.5	16.0	10.6	28.5	9.6	21.3	8.3	9.6	2.8	29.1	2.3	7.9
	情報通信業	339	41.6	22.7	7.4	39.5	8.6	12.1	3.2	8.6	2.4	38.3	2.1	7.1
	運輸·郵便業	187	34.8	15.0	16.6	32.1	12.3	9.1	10.7	11.8	4.8	37.4	8.6	8.6
業	卸売業	265	44.5	17.0	9.1	27.9	11.7	10.2	8.7	5.7	3.0	40.0	4.2	7.2
種	小売業	243	35.8	20.6	14.0	26.7	10.3	3.3	14.0	9.9	6.6	35.0	4.9	11.5
別	不動産·物品賃貸業	201	34.8	17.4	10.4	36.3	6.5	5.0	9.0	9.5	4.5	37.8	3.0	8.5
	学術研究、専門・技術サービス業	360	41.9	16.1	16.9	31.9	7.8	12.8	8.6	14.2	5.8	39.7	2.8	8.1
	宿泊業・飲食サービス業	47	53.2	25.5	17.0	19.1	6.4	14.9	2.1	17.0	8.5	31.9	2.1	8.5
	生活関連サービス業・娯楽業	85	34.1	20.0	15.3	32.9	3.5	4.7	10.6	15.3	3.5	21.2	3.5	7.1
	その他	450	37.1	16.4	14.9	30.4	6.4	11.6	10.7	12.9	4.9	35.1	3.3	6.9
従	5 ~20人	789	34.1	16.3	12.2	25.5	9.4	13.4	8.9	13.9	3.7	30.0	2.8	7.9
	21~50人	1020	42.1	17.3	13.7	30.6	8.9	11.9	10.3	10.9	5.0	34.5	4.6	7.1
別員	51~100 人	518	40.0	18.5	13.7	37.8	7.3	10.8	6.2	8.5	4.2	39.6	3.5	8.3
規	101 人以上	481	45.7	21.0	11.6	40.3	8.3	9.6	7.1	6.0	5.0	42.4	2.7	6.9

A18 (2) 2

		全 体		他のロツール・システム		社内からの 要望		販売先から の要請・要望		経営者仲間・ 同業他社が 取り組んでい た			法規制への 対応	特に理由は ない・分から ない
全		3581	20.8	20.2	4.4	28.6	5.0	5.2	15.7	6.9	3.8	31.6	12.9	12.8
	建設業	281	24.2	20.6	6.8	29.2	5.7	2.8	16.4	6.8	5.0	39.9	17.1	12.1
	製造業	858	20.5	19.0	4.5	31.7	4.8	6.3	17.7	4.9	3.5	25.9	10.1	12.1
	情報通信業	334	24.6	23.4	2.1	34.7	4.5	5.7	7.8	6.6	1.5	33.2	11.4	12.6
	運輸·郵便業	240	19.2	18.8	4.6	31.7	7.1	4.6	16.3	7.9	3.3	30.0	17.5	15.0
業	卸売業	300	22.7	19.7	4.0	22.7	6.7	7.3	15.0	5.0	3.0	31.7	15.3	14.3
種	小売業	288	18.1	22.6	4.9	22.9	6.3	2.1	17.7	10.4	5.2	33.7	18.1	13.5
別	不動産・物品賃貸業	233	16.7	21.0	2.6	34.3	3.0	3.0	17.2	6.9	3.9	30.0	10.3	12.4
	学術研究、専門・技術サービス業	375	20.8	19.2	4.3	24.3	4.8	6.4	16.3	7.7	5.9	36.3	13.1	11.7
	宿泊業・飲食サービス業	63	23.8	28.6	3.2	22.2	7.9	3.2	14.3	6.3	3.2	28.6	9.5	15.9
	生活関連サービス業・娯楽業	102	17.6	19.6	3.9	24.5	6.9	2.9	16.7	10.8	5.9	28.4	5.9	12.7
	その他	507	20.5	19.1	5.3	26.2	3.0	6.1	15.0	8.1	3.2	33.7	12.4	13.0
従	5 ~20人	973	18.0	17.6	4.8	22.3	5.9	6.2	17.8	7.9	3.9	25.1	8.8	15.5
	21~50人	1149	21.5	20.0	4.4	26.9	5.9	5.5	17.1	7.0	3.7	31.4	12.8	11.7
	51~100 人	548	21.9	20.3	5.1	36.7	3.1	4.4	13.1	5.1	4.2	39.1	15.1	11.3
規	101 人以上	496	25.8	26.2	2.8	42.1	4.2	4.6	9.3	4.4	4.2	42.1	20.2	7.3

A18 (2) 3

		全 体		ル・システム		社内からの 要望	仕入先から の要請・要望		グト部機関か	経営者仲間・ 同業他社が 取り組んでい た	同業他社と の競争激化		法規制への	特に理由は ない・分から ない
全	体	2488	26.8	19.1	5.0	27.8	5.9	8.1	10.7	9.5	14.3	20.9	4.5	15.0
	建設業	153	28.1	20.3	7.2	24.8	5.2	7.2	17.0	9.8	17.6	25.5	6.5	14.4
	製造業	638	24.0	17.1	6.3	30.7	4.5	10.0	10.2	7.4	9.2	19.7	2.5	15.5
	情報通信業	203	25.6	25.1	2.5	36.5	3.9	9.9	3.9	10.8	11.8	16.3	2.5	15.3
	運輸・郵便業	132	30.3	15.9	4.5	25.0	6.1	3.8	10.6	11.4	16.7	22.0	7.6	
業	卸売業	262	29.4	19.8	6.1	25.2	7.6	9.9	11.8	7.6	15.3	22.5	5.7	15.3
種	小売業	249	27.7	20.1	4.4	19.7	15.7	6.4	13.3	12.9	15.3	22.9	6.4	12.4
別	不動産・物品賃貸業	168	23.8	17.9	4.2	29.2	4.2	6.5	12.5	7.7	15.5	22.6	4.8	14.9
	学術研究、専門・技術サービス業	218	23.9	20.2	3.7	30.3	2.8	6.0	10.1	11.0	20.6	22.0	5.5	17.0
	宿泊業・飲食サービス業	41	39.0	26.8	2.4	12.2	7.3	9.8	7.3	17.1	14.6	9.8	0.0	9.8
	生活関連サービス業・娯楽業	78	25.6	19.2	1.3	30.8	2.6	6.4	10.3	15.4	26.9	12.8	2.6	10.3
	その他	346	30.1	17.6	5.5	26.6	4.9	7.5	10.4	8.7	13.6	22.3	5.2	15.3
	5 ~20人	628	23.4	18.5	5.7	23.9	6.8	7.3	10.7	12.6	11.6	18.9	3.7	15.0
	21~50人	823	27.1	16.5	4.9	26.0	7.2	7.8	12.4	9.5	15.9	21.9	4.6	15.4
	51~100 人	390	27.7	21.0	5.1	32.6	4.4	6.7	8.5	6.7	12.8	21.0	5.1	14.1
規	101 人以上	359	29.8	22.6	5.3	41.5	4.5	10.9	8.4	7.8	18.9	23.4	5.3	12.0

A18 (2) 4

		全 体		他のロッー ル・システム の道148略		社内からの 要望	仕入先から の要請・要望	販売先から の要請・要望	外部機関か	経営者仲間・ 同業他社が 取り組んでい た			法規制への 対応	特に理由は ない・分から ない
全	本	1939	25.7	17.6	4.3	27.8	10.3	9.0	9.9	8.4	10.9	22.0	5.6	15.2
	建設業	125	28.8	16.0	11.2	24.8	10.4	5.6	15.2	10.4	17.6	25.6	4.8	14.4
	製造業	656	24.1	16.2	3.5	33.2	7.9	11.1	10.4	5.9	9.0	21.5	2.4	14.2
	情報通信業	109	28.4	22.9	1.8	33.0	9.2	9.2	2.8	11.0	6.4	16.5	6.4	17.4
	運輸·郵便業	127	26.8	17.3	4.7	26.8	15.0	12.6	6.3	12.6	18.1	29.1	14.2	7.1
業	卸売業	206	26.7	20.4	4.9	24.8	11.7	7.8	11.7	7.8	14.6	23.3	5.8	16.0
種	小売業	187	22.5	18.2	5.3	21.4	19.3	5.9	12.8	10.7	10.7	18.2	9.6	13.9
別	不動産・物品賃貸業	84	19.0	9.5	2.4	23.8	10.7	7.1	7.1	6.0	7.1	21.4	4.8	25.0
	学術研究、専門・技術サービス業	145	27.6	17.9	4.8	24.1	6.9	5.5	9.7	8.3	11.0	22.8	5.5	20.7
	宿泊業・飲食サービス業	34	26.5	20.6	2.9	26.5	14.7	8.8	11.8	11.8	11.8	20.6	0.0	8.8
	生活関連サービス業・娯楽業	45	17.8	20.0	4.4	26.7	6.7	4.4	6.7	13.3	8.9	20.0	6.7	20.0
	その他	221	31.7	19.0	2.7	24.4	8.1	10.0	8.6	8.6	9.5	22.6	7.7	14.9
従	5 ~20人	472	22.0	14.4	4.4	21.6	11.4	8.3	9.7	12.3	8.5	21.2	4.7	14.6
	21~50人	643	27.2	16.2	5.3	27.8	9.5	7.9	12.4	7.9	10.9	23.3	6.5	14.3
	51~100 人	330	26.1	15.8	2.7	33.9	8.2	7.6	8.2	5.2	12.4	18.5	5.8	15.8
規	101 人以上	293	28.0	23.5	4.8	38.9	11.9	14.0	6.8	6.8	14.7	25.9	5.1	13.0

A19①

		全 体	パッケージソ フトが中心	クラウド型 (SaaS)が中 心	オンプレミス 型が中心	分からない
全	体	4498	33.5	37.7	4.2	24.6
	建設業	336	34.2	39.9	2.7	23.2
	製造業	1141	37.2	31.0	4.1	27.7
	情報通信業	381	29.7	54.6	6.8	8.9
	運輸・郵便業	326	34.7	24.8	4.9	35.6
業	卸売業	351	38.2	34.8	5.7	21.4
種	小売業	353	28.3	40.8	5.7	25.2
別	不動産・物品賃貸業	282	30.9	41.1	5.0	23.0
	学術研究、専門・技術サービス業	432	37.3	46.5	3.0	13.2
	宿泊業・飲食サービス業	90	25.6	28.9	0.0	45.6
	生活関連サービス業・娯楽業	140	29.3	32.1	2.1	36.4
	その他	666	29.6	39.5	3.0	27.9
従	5 ~20人	1337	31.9	30.4	3.5	34.2
模業	21~50人	1361	35.8	40.0	4.7	19.5
別員	51~100 人	597	36.0	45.1	6.0	12.9
規	101 人以上	532	35.0	52.1	5.1	7.9

		全 体	パッケージソ フトが中心	クラウド型 (SaaS)が中 心	オンプレミス 型が中心	分からない
全	体	4627	41.3	27.2	13.5	18.0
	建設業	349	41.8	26.9	15.8	15.5
	製造業	1169	45.1	21.3	13.9	19.8
	情報通信業	379	40.4	32.7	16.9	10.0
	運輸•郵便業	345	35.1	26.7	14.8	23.5
業	卸売業	363	43.3	25.3	16.0	15.4
種	小売業	368	37.5	32.9	12.8	16.8
別	不動産・物品賃貸業	290	39.0	32.8	11.7	16.6
	学術研究、専門・技術サービス業	440	44.5	30.9	10.7	13.9
	宿泊業・飲食サービス業	98	36.7	26.5	6.1	30.6
	生活関連サービス業・娯楽業	147	38.8	24.5	14.3	22.4
	その他	679	39.5	28.3	11.5	20.8
従	5 ~20人	1397	43.5	22.3	10.5	23.7
模業	21~50人	1402	42.9	29.1	14.7	13.3
別員	51~100 人	609	39.2	36.1	14.8	9.9
規	101 人以上	534	37.1	33.3	22.5	7.1

		全 体	パッケージソ フトが中心	クラウド型 (SaaS)が中 心	オンプレミス 型が中心	分からない
全	体	4328	22.5	19.9	16.9	40.7
	建設業	311	23.2	17.7	11.9	47.3
	製造業	1123	27.5	13.7	18.8	40.0
	情報通信業	349	13.5	29.2	18.3	39.0
	運輸・郵便業	320	19.4	10.3	11.6	58.8
業	卸売業	355	25.9	23.9	27.3	22.8
種	小売業	343	18.7	31.8	22.7	26.8
別	不動産・物品賃貸業	268	21.6	25.7	15.3	37.3
	学術研究、専門・技術サービス業	393	21.4	20.4	12.2	46.1
	宿泊業・飲食サービス業	91	18.7	20.9	8.8	51.6
	生活関連サービス業・娯楽業	138	21.7	18.8	16.7	42.8
	その他	637	21.8	20.4	13.7	44.1
従	5 ~20人	1296	24.8	15.7	11.9	47.7
模業	21~50人	1310	24.1	21.2	18.9	35.8
別員	51~100 人	569	20.6	22.5	23.7	33.2
規	101 人以上	513	16.6	28.1	25.7	29.6

		全 体	パッケージソ フトが中心	クラウド型 (SaaS)が中 心	オンプレミス 型が中心	分からない
全	体	4203	18.7	11.3	17.3	52.7
	建設業	310	19.7	14.2	10.3	55.8
	製造業	1108	24.5	8.8	26.3	40.4
	情報通信業	328	8.8	14.9	13.7	62.5
	運輸•郵便業	316	14.9	8.5	16.5	60.1
業	卸売業	345	20.9	11.9	26.1	41.2
種	小売業	337	15.7	18.4	21.7	44.2
別	不動産・物品賃貸業	251	13.9	12.4	8.8	64.9
	学術研究、専門・技術サービス業	378	18.3	11.1	10.3	60.3
	宿泊業・飲食サービス業	89	15.7	15.7	3.4	65.2
	生活関連サービス業・娯楽業	128	17.2	7.8	8.6	66.4
	その他	613	18.6	9.5	11.3	60.7
従	5 ~20人	1264	19.8	10.3	11.3	58.6
模業	21~50人	1260	20.2	12.0	20.3	47.5
別員	51~100 人	556	18.3	12.2	25.0	44.4
規	101 人以上	496	15.9	12.7	26.8	44.6

		全 体	工程を策定し、 は、上流下に 程から工 程からに順次 工程へていく 方法	テム開発を	分からない
全	体	4739	25.9	24.0	50.1
	建設業	350	28.9	23.7	47.4
	製造業	1203	31.3	18.3	50.4
	情報通信業	383	27.4	41.0	31.6
	運輸・郵便業	359	21.7	15.6	62.7
業	卸売業	371	32.3	27.0	40.7
種	小売業	379	23.5	23.7	52.8
別	不動産・物品賃貸業	293	20.1	28.0	51.9
	学術研究、専門・技術サービス業	452	23.0	30.3	46.7
	宿泊業・飲食サービス業	100	16.0	16.0	68.0
	生活関連サービス業・娯楽業	150	14.7	20.7	64.7
	その他	698	22.6	23.4	54.0
従	5 ~20人	1441	16.9	21.3	61.8
模業	21~50人	1428	29.4	25.5	45.1
	51~100 人	608	37.5	27.6	34.9
規	101 人以上	542	46.1	26.2	27.7

		全 体	ITベンダーが 自社の計画・ 求めるシステ ムを理解でき るよう説明す ること	日任に合う た適切なIT ツール・シス		る業務の標 準化や見直 しを実施する	運用ができ	その他	特に重視し ていることは ない
全	体	4776	11.6	65.0	37.5	38.3	16.5	1.5	16.7
	建設業	356	12.9	69.7	39.0	42.7	20.5	1.1	15.2
	製造業	1203	11.8	63.8	37.7	38.6	16.5	1.3	18.3
	情報通信業	390	9.5	70.8	36.4	36.2	14.6	2.3	10.8
	運輸・郵便業	360	9.2	60.3	39.2	34.4	15.6	1.4	23.1
業	卸売業	374	16.6	67.1	33.4	42.0	15.2	1.9	13.9
種	小売業	383	11.2	66.1	38.9	42.8	18.8	2.3	14.6
別	不動産・物品賃貸業	298	13.1	64.8	34.9	39.3	18.1	2.0	15.8
	学術研究、専門・技術サービス業	458	9.8	67.9	39.7	37.8	16.8	1.3	10.0
	宿泊業・飲食サービス業	101	8.9	48.5	36.6	31.7	10.9	0.0	31.7
	生活関連サービス業・娯楽業	150	8.0	62.7	38.0	26.7	16.0	2.0	20.0
	その他	702	12.0	63.5	37.2	37.5	15.4	1.1	18.9
従	5 ~20人	1461	6.0	54.8	35.1	28.4	13.3	1.8	24.0
模業	21~50人	1439	14.2	72.8	39.8	43.8	18.0	1.3	9.5
	51~100 人	616	17.2	77.4	40.6	47.6	20.9	1.0	6.8
規	101 人以上	542	20.8	81.2	39.5	57.4	25.5	2.2	4.1

		全	体	拡大したいと 思う	どちらとも言 えない	拡大したいと 思わない
全	体		4799	37.7	48.1	14.1
	建設業		359	43.5	45.4	11.1
	製造業		1215	31.3	50.6	18.1
	情報通信業		392	51.8	40.3	7.9
	運輸・郵便業		362	27.3	52.8	19.9
業	卸売業		376	41.2	49.5	9.3
種	小売業		384	40.1	49.0	10.9
別	不動産・物品賃貸業		298	46.0	40.9	13.1
	学術研究、専門・技術サービス業		458	39.5	50.7	9.8
	宿泊業・飲食サービス業		102	32.4	47.1	20.6
	生活関連サービス業・娯楽業		149	33.6	48.3	18.1
	その他		703	37.4	47.5	15.1
従	5 ~20人		1469	28.3	51.9	19.7
模業	21~50人		1444	40.9	48.5	10.6
別員	51~100 人		618	49.4	45.1	5.5
規	101 人以上		544	60.3	36.8	2.9

A23

		全体		情報セキュリ ティや安全性				メンテナンス の手間が少 ない	BCP 対策	その他
全(本	1805	37.5	44.7	34.6	15.1	65.7	42.6	32.2	0.9
	建設業	155	38.1	46.5	32.3	16.8	68.4	38.1	34.8	1.3
	製造業	379	31.7	40.4	34.8	9.0	65.7	41.2	38.3	0.8
	情報通信業	202	41.1	40.6	32.7	23.3	65.8	49.5	36.6	2.0
	運輸·郵便業	98	32.7	49.0	31.6	11.2	60.2	45.9	39.8	1.0
	卸売業	155	38.7	49.0	35.5	16.1	61.9	44.5	34.2	1.3
	小売業	154	39.6	48.1	35.7	15.6	68.2	40.9	26.0	0.0
別	不動産・物品賃貸業	137	39.4	41.6	26.3	10.2	62.8	45.3	26.3	0.0
	学術研究、専門・技術サービス業	181	32.6	51.4	34.3	19.3	64.6	42.0	28.2	0.6
	宿泊業・飲食サービス業	33	54.5	36.4	36.4	21.2	60.6	39.4	12.1	3.0
	生活関連サービス業・娯楽業	50	38.0	48.0	42.0	10.0	68.0	32.0	16.0	0.0
	その他	261	42.5	44.1	40.2	17.2	69.3	42.1	29.9	1.1
従	5 ~20人	415	34.7	44.8	32.5	20.0	68.0	33.5	18.3	1.4
	21~50人	589	35.7	45.8	35.8	15.4	67.1	41.8	32.1	1.0
	51~100 人	303	37.3	43.6	35.0	9.9	62.7	44.6	39.3	0.7
規	101 人以上	327	42.8	48.0	31.8	10.7	61.5	53.2	51.1	0.0

		全体	コスト面での デメリット		柔軟性が低 い、データ連 携に適してい ない	自社の業務 に適していな い	メリットや導 入方法が分 からない	整っていない	川〜適したサー	利用したい サービスが ない	検討したこと がない	その他
全	体	2939	33.2	32.9	8.3	22.4	12.1	6.3	22.2	7.8	18.3	3.9
	建設業	196	38.8	37.2	5.1	21.4	13.3	6.1	18.4	4.6	16.8	4.1
	製造業	823	31.0	33.7	8.7	22.8	12.6	6.4	21.5	7.8	20.2	3.4
	情報通信業	187	41.7	39.6	12.8	15.5	8.0	1.1	16.0	14.4	7.0	7.0
	運輸·郵便業	262	29.4	24.8	8.0	23.3	9.2	3.8	25.6		28.6	3.4
業	卸売業	215	37.7	35.3	8.8	17.7	10.7	9.8	20.9	7.0	19.5	2.3
種	小売業	224	34.8	32.1	11.2	20.1	13.4	4.9	24.6	5.8	16.1	4.9
別	不動産·物品賃貸業	160	30.0	25.0	8.8	22.5	17.5	6.3	25.6	10.0	21.3	3.1
	学術研究、専門・技術サービス業	273	35.9	42.9	7.0	23.1	10.6	8.1	20.5	6.2	11.7	4.0
	宿泊業・飲食サービス業	65	29.2	18.5	7.7	26.2	16.9	7.7	20.0	3.1	21.5	3.1
	生活関連サービス業・娯楽業	98	31.6	27.6	3.1	28.6	9.2	5.1	27.6	8.2	15.3	2.0
	その他	436	31.2	30.5	7.6	25.7	12.8	7.6	24.3	9.4	18.1	4.8
従	5 ~20人	1028	29.8	30.0	7.6	26.6	11.7	5.6	23.2	9.1	20.2	3.4
	21~50人	843	35.3	36.9	10.0	19.6	14.1	5.9	23.1	5.9	14.8	3.4
	51~100 人	309	38.5	39.5	11.0	20.4	10.7	9.1	20.1	6.1	12.6	4.2
規	101 人以上	213	50.2	41.8	13.1	15.5	9.9	8.9	21.6	4.7	6.1	5.6

		全 体	電子ファイル で管理し、 データベース 化している	電子ファイル で管理してい るが、データ ベース化はし ていない	紙媒体の情報を電子ファイルに変換し、データ ベース化して	紙媒体の情報を電子ファイルに変換しているが、 データベース 化はしていない	ま管理してい
全(<u>*</u>	4562	29.4	18.3	15.4	16.0	20.9
	建設業	349	21.5	19.5	18.3	20.3	20.3
	製造業	1153	28.7	17.7	15.4	15.5	22.7
	情報通信業	385	34.5	33.5	8.8	14.0	9.1
	運輸・郵便業	344	18.3	14.5	14.2	21.5	31.4
業	卸売業	354	32.2	16.4	16.9	12.7	21.8
種	小売業	359	39.3	12.5	14.8	13.6	19.8
別	不動産・物品賃貸業	287	30.3	11.5	20.6	15.0	22.6
	学術研究、専門・技術サービス業	435	32.9	23.7	13.1	16.8	13.6
	宿泊業・飲食サービス業	96	26.0	19.8	14.6	8.3	31.3
	生活関連サービス業・娯楽業	140	28.6	10.7	17.1	15.7	27.9
	その他	660	28.3	16.8	17.0	17.3	20.6
従	5 ~20人	1362	26.7	18.6	15.3	17.1	22.4
	21~50人	1390	30.0	18.8	15.9	16.5	18.8
	51~100 人	593	34.6	18.7	17.2	12.5	17.0
規	101 人以上	529	38.4	16.3	14.6	16.3	14.6

		全 体	電子化する 目的・メリット がない、分か らない	適したシステ ムが分から ない	社内のITリテ ラシーの不 足	電子化する 上で自社に 合った方法 が分からな い	電子化する にあたり導入 コストがかか る		情報漏えい への不安	その他	特になし
全 '	体	902	16.5	10.0	7.8	8.9	7.4	21.3	3.2	3.8	21.2
	建設業	67	20.9	17.9	9.0	10.4	7.5	17.9	3.0	3.0	10.4
	製造業	244	19.7	8.2	5.7	5.7	7.4	20.5	3.3	3.7	25.8
	情報通信業	35	14.3	8.6	11.4	2.9	8.6	34.3	0.0	5.7	14.3
	運輸·郵便業	103	20.4	10.7	8.7	12.6	6.8	12.6	2.9	3.9	21.4
業	卸売業	72	12.5	11.1	9.7	9.7	5.6	36.1	1.4	0.0	13.9
種	小売業	67	16.4	10.4	10.4	13.4	9.0	16.4	3.0	4.5	16.4
別	不動産·物品賃貸業	60	15.0	13.3	11.7	8.3	8.3	18.3	3.3	1.7	20.0
	学術研究、専門・技術サービス業	58	13.8	5.2	10.3	6.9	5.2	24.1	6.9	3.4	24.1
	宿泊業・飲食サービス業	28	3.6	14.3	0.0	0.0	14.3	25.0	7.1	0.0	35.7
	生活関連サービス業・娯楽業	38	18.4	5.3	2.6	7.9	10.5	21.1	2.6	7.9	23.7
	その他	130	12.3	9.2	6.9	13.1	6.2	21.5	3.1	6.2	21.5
従	5 ~20人	290	17.9	7.6	5.2	9.0	5.9	22.1	3.8	3.4	25.2
	21~50人	247	15.4	12.6	10.9	9.3	7.3	20.6	2.0	5.3	16.6
	51~100 人	95	8.4	14.7	14.7	7.4	11.6	25.3	5.3	3.2	9.5
規	101 人以上	72	15.3	12.5	12.5	8.3	15.3	25.0	0.0	4.2	6.9

ВЗ

		全	体	移行する	移行しない	分からない
全(本		933	30.4	16.2	53.4
	建設業		68	36.8	14.7	48.5
	製造業		257	27.2	16.7	56.0
	情報通信業		35	40.0	22.9	37.1
	運輸・郵便業		106	22.6	25.5	51.9
業	卸売業		75	44.0	6.7	49.3
種	小売業		70	22.9	14.3	62.9
別	不動産・物品賃貸業		62	40.3	9.7	50.0
	学術研究、専門・技術サービス業		59	32.2	16.9	50.8
	宿泊業・飲食サービス業		28	28.6	10.7	60.7
	生活関連サービス業・娯楽業		38	23.7	21.1	55.3
	その他		135	30.4	15.6	54.1
従	5 ~20人		297	22.2	18.9	58.9
模業	21~50人		259	35.9	14.7	49.4
別員	51~100 人		99	42.4	7.1	50.5
規	101 人以上		73	56.2	6.8	37.0

		全 体	かい 公から	適したシステ ムが分から ない	ラシーの不	合った方法	DB化するに あたり導入コ ストがかかる	あたり手間	情報漏えい への不安	DB化を担う 人材の不足	その他	特になし
全	体	1528	21.5	23.1	18.6	18.8	19.8	31.2	9.2	28.1	2.8	11.1
	建設業	134	20.1	25.4	23.9	18.7	19.4	26.9	7.5	37.3	2.2	9.7
	製造業	372	15.6	25.5	16.9	21.8	21.5	27.4	9.9	26.1	2.4	11.6
	情報通信業	181	38.1	10.5	7.7	11.6	22.7	34.8	4.4	14.9	6.1	12.2
	運輸·郵便業	120	17.5	25.8	16.7	15.8	18.3	26.7	9.2	25.8	2.5	12.5
業	卸売業	100	15.0	27.0	29.0	26.0	20.0	44.0	11.0	31.0	0.0	8.0
種	小売業	90	16.7	24.4	22.2	15.6	21.1	30.0	7.8	42.2	4.4	8.9
別	不動産·物品賃貸業	76	25.0	15.8	18.4	17.1	10.5	31.6	15.8	35.5	1.3	5.3
	学術研究、専門・技術サービス業	173	23.7	23.7	19.1	21.4	15.6	31.8	9.8	21.4	4.0	9.2
	宿泊業・飲食サービス業	27	25.9	29.6	14.8	7.4	18.5	18.5	3.7	33.3	0.0	18.5
	生活関連サービス業・娯楽業	35	20.0	25.7	17.1	17.1	20.0	40.0	8.6	51.4	2.9	0.0
	その他	220	22.3	25.0	22.3	19.5	21.4	34.1	10.9	29.5	1.8	16.4
従	5 ~20人	474	23.6	24.5	13.9	16.7	17.5	30.8	10.8	24.9	2.7	11.8
模業	21~50人	476	19.7	23.5	21.8	22.3	19.1	30.3	9.2	30.0	2.9	9.7
	51~100 人	180	18.9	23.3	20.6	21.1	22.8	30.6	5.6	32.8	3.9	10.6
規	101 人以上	171	17.0	24.6	30.4	19.3	28.7	39.2	8.8	33.3	2.3	6.4

			主にシステ ムで自動で データ入力し ている	主にITベン ダーなど外 部に委託し ている	主に従業員 がパソコンで 手入力して いる	その他	分からない
全	体	3443	13.7	1.4	80.9	0.7	3.3
	建設業	267	6.4	0.0	87.6	1.5	4.5
	製造業	847	13.3	0.6	83.2	0.2	2.6
	情報通信業	341	12.6	1.2	81.5	1.8	2.9
	運輸・郵便業	217	12.9	2.3	79.7	0.5	4.6
業	卸売業	265	20.4	1.9	75.5	0.8	1.5
種	小売業	272	27.2	2.6	66.5	0.4	3.3
別	不動産・物品賃貸業	218	13.3	3.2	81.7	0.0	1.8
	学術研究、専門・技術サービス業	359	9.7	0.8	85.8	0.3	3.3
	宿泊業・飲食サービス業	61	24.6	4.9	60.7	6.6	3.3
	生活関連サービス業・娯楽業	99	18.2	4.0	72.7	2.0	3.0
	その他	497	9.5	1.0	84.1	0.2	5.2
従	5 ~20人	1010	10.9	1.1	85.0	0.5	2.5
模業	21~50人	1078	14.0	1.3	80.2	0.9	3.5
	51~100 人	465	14.8	2.6	78.5	0.2	3.9
規	101 人以上	437	19.7	1.1	75.3	0.7	3.2

		全 体	できている	できていない が、今後改 善していきた い	ず、今後改	分からない
全	体	3474	16.2	46.8	16.8	20.2
	建設業	269	11.2	51.3	16.4	21.2
	製造業	854	12.9	48.6	17.7	20.8
	情報通信業	342	24.3	43.3	18.7	13.7
	運輸・郵便業	224	8.5	46.0	15.2	30.4
業	卸売業	270	17.4	44.4	15.9	22.2
種	小売業	274	28.5	39.8	11.7	20.1
別	不動産・物品賃貸業	217	19.4	48.8	15.2	16.6
	学術研究、専門・技術サービス業	363	16.8	47.4	17.6	18.2
	宿泊業・飲食サービス業	62	12.9	51.6	12.9	22.6
	生活関連サービス業・娯楽業	99	18.2	38.4	21.2	22.2
	その他	500	13.4	48.8	17.8	20.0
従	5 ~20人	1013	15.3	45.3	18.4	21.0
模業	21~50人	1091	16.0	47.2	16.1	20.6
別員	51~100 人	473	17.8	49.0	14.4	18.8
規	101 人以上	439	14.8	54.0	13.2	18.0

		全 体		する従業員の不足		データ蓄積	運用コストが 高い	データ入力・ 更新・バック アップの手間 がかかる		その他	特になし
全(本	4741	10.9	28.1	13.3	20.6	12.4	30.4	20.5	1.5	24.4
	建設業	352	13.4	32.7	16.5	25.3	11.4	30.7	19.9	1.1	20.7
	製造業	1206	11.1	28.3	13.7	22.3	12.9	30.5	18.2	2.2	25.5
	情報通信業	385	13.0	18.7	8.6	11.9	8.8	26.8	17.9	1.3	30.9
	運輸·郵便業	361	14.1	28.8	13.0	17.2	13.9	25.2	15.0	1.1	28.3
業	卸売業	369	11.7	28.2	17.1	23.8	13.0	32.5	23.0	0.8	20.6
	小売業	375	6.7	33.1	13.9	17.6	17.3	26.7	26.7	2.4	20.0
別	不動産·物品賃貸業	295	10.5	24.7	13.6	21.0	11.2	38.0	25.1	1.0	21.4
	学術研究、専門・技術サービス業	450	9.8	24.9	11.6	23.1	8.9	33.8	22.2	0.9	26.7
	宿泊業・飲食サービス業	99	4.0	35.4	16.2	24.2	8.1	24.2	14.1	1.0	25.3
	生活関連サービス業・娯楽業	150	8.0	26.0	10.0	18.7	14.0	33.3	25.3	0.7	20.7
	その他	698	10.7	30.4	12.8	19.9	13.0	30.5	21.6	1.6	23.5
従	5 ~20人	1447	11.3	26.1	10.3	17.6	10.1	26.1	19.6	1.6	28.3
模業	21~50人	1426	11.2	29.0	14.5	23.6	13.3	33.5	22.5	1.0	21.1
	51~100 人	608	10.2	32.1	16.8	21.9	13.7	34.5	20.9	2.0	19.6
規	101 人以上	536	11.2	35.1	21.8	23.9	16.0	35.1	22.8	2.1	15.1

		全 体	見える化して いる	見える化して いない
全	体	4730	28.7	71.3
	建設業	352	21.9	78.1
	製造業	1206	28.9	71.1
	情報通信業	387	38.2	61.8
	運輸・郵便業	359	19.8	80.2
業	卸売業	368	35.6	64.4
種	小売業	375	36.5	63.5
別	不動産・物品賃貸業	294	22.4	77.6
	学術研究、専門・技術サービス業	445	30.3	69.7
	宿泊業・飲食サービス業	97	24.7	75.3
	生活関連サービス業・娯楽業	151	27.8	72.2
	その他	695	25.3	74.7
従	5 ~20人	1442	25.2	74.8
模業	21~50人	1424	29.4	70.6
別員	51~100 人	610	33.0	67.0
規	101 人以上	538	39.2	60.8

		全 体	営業・販売の 強化のため に分析してい る	業・販売部門 が生産・管理	決定や戦略	分析をしてい ない
全	体	4744	33.5	14.8	25.5	48.4
	建設業	349	21.8	14.0	27.5	53.9
	製造業	1209	32.3	16.6	25.8	48.6
	情報通信業	388	32.5	13.4	26.5	51.0
	運輸•郵便業	358	22.9	14.0	22.3	58.4
業	卸売業	369	52.6	19.0	27.9	33.1
種	小売業	377	51.2	16.7	28.6	35.3
別	不動産・物品賃貸業	295	32.2	12.9	21.4	49.8
	学術研究、専門・技術サービス業	451	29.0	15.1	27.5	48.8
	宿泊業・飲食サービス業	99	37.4	8.1	17.2	53.5
	生活関連サービス業・娯楽業	151	37.1	8.6	31.8	46.4
	その他	697	29.7	12.8	22.2	52.5
従	5 ~20人	1442	26.7	9.6	20.1	57.4
	21~50人	1432	36.4	16.3	27.4	43.8
別員	51~100 人	608	42.4	24.0	32.2	35.2
規	101 人以上	538	46.7	24.9	39.6	30.5

B10

		全 体		利活用を得 意とする人材	利活用を得	タリテラシー	データ分析・	データ分析に 向けた業務 フローの見直 し	他システムと の連携	情報セキュリ ティの対策	その他	特になし
全	体	2432	47.7	7.6	13.7	19.2	39.1	22.7	13.9	14.4	0.6	9.9
	建設業	161	48.4	6.8	9.3	21.1	37.9	29.8	17.4	13.0	0.0	8.1
	製造業	617	49.1	6.5	14.3	16.7	39.7	22.0	11.7	10.9	0.8	11.8
	情報通信業	189	54.0	3.2	9.5	18.5	43.4	16.4	10.6	14.8	1.6	10.1
	運輸·郵便業	146	41.8	8.2	21.2	19.9	35.6	27.4	14.4	13.0	0.0	11.6
業	卸売業	245	54.3	9.8	13.1	20.8	39.2	18.4	13.5	14.7	0.0	9.4
種	小売業	242	47.1	9.1	16.5	19.4	35.5	25.6	17.4	16.9	0.4	9.1
別	不動産·物品賃貸業	146	40.4	6.2	16.4	21.2	41.1	18.5	15.1	13.0	0.7	7.5
	学術研究、専門・技術サービス業	229	42.4	7.9	11.4	21.4	38.4	23.1	12.2	16.6	0.4	11.8
	宿泊業・飲食サービス業	46	56.5	13.0	15.2	17.4	32.6	21.7	13.0	15.2	0.0	8.7
	生活関連サービス業・娯楽業	81	48.1	4.9	7.4	18.5	42.0	16.0	11.1	18.5	1.2	9.9
	その他	330	44.8	10.3	14.2	20.0	39.7	26.7	17.3	18.2	0.9	7.3
	5 ~20人	610	45.4	7.5	11.1	16.6	32.8	22.0	10.2	14.4	0.5	11.8
	21~50人	801	47.1	7.4	13.4	18.1	39.0	22.5	11.7	13.6	0.5	10.9
	51~100 人	390	51.0	8.5	15.4	21.5	39.0	23.8	15.1	14.6	1.0	8.5
規	101 人以上	371	52.0	8.4	17.3	26.4	49.3	24.8	22.4	15.6	0.5	5.9

B1 1

		全体	ナーメを分析		データ利活 用の目的が 明確でない	データ利活 用のメリット が分からな い	他部門との データ連携、 協力が得ら れない	分析の仕方 が分からな い、ノウハウ がない	資金不足	その他	特になし
全	体	2263	47.4	29.5	15.9	5.9	7.4	13.7	7.0	0.8	23.3
	建設業	150	45.3	30.7	18.7	7.3	10.7	13.3	4.7	1.3	23.3
	製造業	568	46.8	28.3	16.5	5.8	7.4	15.1	6.7	0.7	23.4
	情報通信業	181	37.0	22.1	17.7	6.1	3.9	10.5	6.1	1.1	29.8
	運輸・郵便業	132	55.3	27.3	17.4	11.4	7.6	15.2	9.1	0.8	16.7
業	卸売業	232	48.3	33.6	15.5	6.0	8.2	15.1	6.0	0.4	24.1
種	小売業	222	53.6	32.0	12.2	5.4	6.3	12.2	8.1	0.0	22.1
別	不動産·物品賃貸業	136	45.6	27.2	14.7	5.1	11.8	15.4	4.4	0.7	25.0
	学術研究、専門・技術サービス業	216	40.3	27.3	18.1	4.6	6.5	9.7	4.2	1.4	30.6
	宿泊業・飲食サービス業	46	56.5	19.6	17.4	2.2	4.3	8.7	15.2	0.0	17.4
	生活関連サービス業・娯楽業	76	50.0	28.9	9.2	2.6	1.3	10.5	13.2	0.0	22.4
	その他	304	51.0	35.9	14.8	5.9	8.9	16.1	8.9	1.6	17.8
従	5 ~20人	557	41.3	22.8	13.8	5.9	4.1	10.6	8.3	0.4	29.1
	21~50人	754	47.7	29.7	15.6	4.9	8.9	14.5	6.6	0.9	23.5
	51~100 人	362	46.7	31.5	17.4	4.4	10.2	13.0	5.0	1.4	19.3
規	101 人以上	348	59.8	38.2	19.8	9.2	9.2	16.7	4.6	0.9	17.0

B12

			新規顧客の 開拓、ターゲ ティング	既存顧客と の関係強化	商品・サービ スの質の向 上、サービス の改善		経営判断の 効率化・高度 化	固定費の削 減	業務プロセス の効率化	その他	特になし
全(本	2235	26.4	42.6	31.2	10.9	40.9	11.2	26.1	0.5	10.2
	建設業	149	26.2	38.3	34.9	7.4	45.6	10.7	29.5	1.3	7.4
	製造業	557	24.1	41.1	28.0	9.0	45.2	11.5	26.9	0.2	11.8
	情報通信業	177	31.6	40.7	22.0	15.8	40.1	7.9	24.9	0.6	11.9
	運輸·郵便業	131	26.0	33.6	32.8	9.9	38.9	12.2	30.5	0.0	12.2
	卸売業	228	25.4	53.9	34.2	10.5	39.5	9.6	27.2	0.9	6.6
	小売業	223	26.5	53.8	39.0	14.8	33.2	12.6	27.8	0.4	10.8
別	不動産・物品賃貸業	135	31.9	37.0	27.4	6.7	35.6	14.1	25.9	1.5	9.6
	学術研究、専門・技術サービス業	212	25.0	36.8	25.5	9.0	43.9	8.5	24.1	0.0	12.3
	宿泊業・飲食サービス業	46	43.5	30.4	43.5	19.6	28.3	17.4	17.4	0.0	4.3
	生活関連サービス業・娯楽業	77	33.8	37.7	39.0	14.3	42.9	14.3	18.2	0.0	5.2
	その他	300	22.7	45.7	33.7	12.3	40.0	11.3	24.3	0.7	10.3
従	5 ~20人	546	22.9	39.4	32.6	9.7	38.1	11.9	22.3	0.4	13.0
	21~50人	748	25.5	41.2	30.9	11.1	42.4	10.6	27.7	0.5	9.4
	51~100 人	361	28.8	46.3	32.1	13.3	40.7	10.2	32.4	0.6	8.0
規	101 人以上	344	31.4	44.2	26.7	9.0	41.3	11.0	25.0	0.6	11.6

B13

		全 体	十分に効果が出た		どちらとも言 えない	あまり効果 が出なかっ た	まったく効果 が出なかっ た	分からない
全	体	1996	4.2	56.1	32.2	3.7	0.1	3.7
	建設業	138	3.6	58.7	31.2	2.9	0.0	3.6
	製造業	491	3.5	55.6	33.0	3.5	0.0	4.5
	情報通信業	156	6.4	56.4	31.4	4.5	0.0	1.3
	運輸•郵便業	114	5.3	55.3	31.6	5.3	0.0	2.6
業	卸売業	211	3.3	49.3	38.9	2.8	0.5	5.2
種	小売業	197	4.6	62.4	27.9	2.5	0.0	2.5
別	不動産・物品賃貸業	121	5.0	50.4	36.4	5.0	0.0	3.3
	学術研究、専門・技術サービス業	185	4.3	57.8	29.2	3.2	0.0	5.4
	宿泊業・飲食サービス業	44	13.6	45.5	34.1	2.3	0.0	4.5
	生活関連サービス業・娯楽業	73	1.4	67.1	26.0	2.7	0.0	2.7
	その他	266	3.4	56.8	31.6	5.3	0.4	2.6
従	5 ~20人	473	5.3	56.4	29.8	4.9	0.2	3.4
模業	21~50人	674	3.0	55.2	34.6	3.7	0.0	3.6
	51~100 人	330	3.3	58.2	30.3	3.6	0.0	4.5
規	101 人以上	304	3.6	56.9	35.2	0.7	0.0	3.6

B14

		全 体	相談を行った		相談は行っ ておらず、今 後も必要な い	分からない
全	体	4599	13.4	24.1	43.2	19.3
	建設業	342	15.2	23.7	38.9	22.2
	製造業	1161	11.7	24.6	43.6	20.1
	情報通信業	380	6.1	17.1	65.3	11.6
	運輸・郵便業	341	11.1	22.6	45.2	21.1
業	卸売業	358	20.1	25.7	37.2	17.0
種	小売業	363	20.1	26.4	34.7	18.7
別	不動産・物品賃貸業	290	16.9	24.1	41.7	17.2
	学術研究、専門・技術サービス業	440	11.8	23.2	46.8	18.2
	宿泊業・飲食サービス業	95	17.9	26.3	30.5	25.3
	生活関連サービス業・娯楽業	150	10.0	20.7	50.0	19.3
	その他	678	13.3	27.0	37.8	22.0
従	5 ~20人	1397	11.7	21.8	47.0	19.4
模業	21~50人	1390	14.2	28.6	39.6	17.6
別員	51~100 人	599	16.9	24.2	39.9	19.0
規	101 人以上	530	17.9	27.4	33.8	20.9

B15

		全 体		商工会議所・ 商工会	金融機関	経営者仲間	公認会計士· 税理士	ITコンサルタ ント・ITコー ディネータ	その他
全 '	体	616	50.8	4.2	11.7	10.1	25.5	26.0	6.5
	建設業	52	59.6	1.9	13.5	1.9	21.2	23.1	7.7
	製造業	136	54.4	5.9	11.0	9.6	27.2	24.3	4.4
	情報通信業	23	56.5	0.0	0.0	21.7	26.1	26.1	0.0
	運輸・郵便業	38	57.9	7.9	23.7	10.5	31.6	28.9	7.9
業	卸売業	72	51.4	4.2	2.8	5.6	19.4	31.9	5.6
種	小売業	73	45.2	1.4	13.7	16.4	28.8	23.3	12.3
別	不動産・物品賃貸業	49	53.1	2.0	4.1	6.1	28.6	24.5	8.2
	学術研究、専門・技術サービス業	52	40.4	3.8	11.5	11.5	26.9	30.8	3.8
	宿泊業・飲食サービス業	16	43.8	6.3	31.3	18.8	25.0	18.8	0.0
	生活関連サービス業・娯楽業	15	40.0	0.0	6.7	0.0	6.7	20.0	33.3
	その他	90	47.8	6.7	16.7	12.2	25.6	26.7	3.3
従	5 ~20人	164	38.4	4.3	12.8	9.8	32.3	31.7	7.9
10 4 - 1 -	21~50人	198	51.0	3.0	13.6	9.6	26.8	24.7	6.6
	51~100 人	100	65.0	3.0	9.0	6.0	21.0	22.0	5.0
規	101 人以上	95	69.5	2.1	6.3	9.5	11.6	26.3	6.3

C1

		全 体	電子ファイル で管理し、 データベース 化している	電子ファイル で管理してい るが、データ ベース化はし ていない	紙媒体の情報を電子ファイルに変換し、データ ベース化して	紙媒体の情報を電子ファイルに変換しているが、 データベース 化はしていない	ま管理してい
全 '	体	4556	24.7	17.2	13.4	15.7	29.0
	建設業	342	16.1	18.4	16.4	15.2	33.9
	製造業	1168	27.9	16.7	13.6	15.6	26.2
	情報通信業	367	23.4	34.6	8.7	14.7	18.5
	運輸・郵便業	347	17.6	9.8	11.5	19.9	41.2
業	卸売業	358	32.4	15.1	17.0	10.6	24.9
種	小売業	357	33.3	13.2	10.6	16.0	26.9
別	不動産・物品賃貸業	283	19.4	12.4	13.8	16.6	37.8
	学術研究、専門・技術サービス業	432	27.8	22.0	12.0	16.7	21.5
	宿泊業・飲食サービス業	99	17.2	23.2	9.1	10.1	40.4
	生活関連サービス業・娯楽業	145	19.3	10.3	14.5	14.5	41.4
	その他	658	21.7	14.3	16.0	17.0	31.0
従	5 ~20人	1371	21.2	17.7	11.8	16.6	32.7
	21~50人	1385	25.7	17.3	14.4	16.0	26.6
別員	51~100 人	590	29.2	17.6	17.5	12.4	23.4
規	101 人以上	523	35.2	15.1	15.7	14.3	19.7

		全 体	おかい 分か	適したシステ ムが分から ない	社内のITリテ ラシーの不 足	電子化するう えで自社に 合った方法 が分からな い	電子化する にあたり導入	電子化する にあたり手間 がかかる	情報漏えい への不安	その他	特になし
全(本	1249	18.5	8.0	5.2	8.2	7.1	15.8	2.9	3.0	31.3
	建設業	111	24.3	15.3	8.1	9.9	9.9	9.0	5.4	1.8	16.2
	製造業	285	17.9	5.6	4.2	9.8	8.1	17.2	1.4	2.5	33.3
	情報通信業	66	22.7	4.5	7.6	0.0	7.6	18.2	0.0	3.0	36.4
	運輸·郵便業	133	19.5	9.0	3.8	7.5	5.3	14.3	3.0	2.3	35.3
業	卸売業	83	13.3	6.0	13.3	14.5	2.4	30.1	2.4	1.2	16.9
	小売業	91	18.7	14.3	2.2	5.5	9.9	16.5	2.2	4.4	26.4
別	不動産・物品賃貸業	102	10.8	12.7	3.9	5.9	3.9	16.7	2.0	3.9	40.2
	学術研究、専門・技術サービス業	91	18.7	5.5	3.3	6.6	1.1	13.2	5.5	5.5	40.7
	宿泊業・飲食サービス業	37	8.1	5.4	8.1	5.4	18.9	5.4	8.1	0.0	40.5
	生活関連サービス業・娯楽業	57	24.6	5.3	5.3	7.0	8.8	21.1	3.5	3.5	21.1
	その他	193	20.2	5.7	4.1	9.3	7.8	12.4	3.1	4.1	33.2
従	5 ~20人	422	20.9	5.7	4.7	8.5	5.5	16.4	1.9	2.4	34.1
	21~50人	348	14.9	11.8	7.2	9.2	8.3	16.4	2.3	4.9	25.0
	51~100 人	129	16.3	9.3	6.2	8.5	10.9	18.6	4.7	1.6	24.0
規	101 人以上	99	13.1	8.1	7.1	8.1	10.1	23.2	3.0	3.0	24.2

СЗ

		全 体	移行する	移行しない	分からない
全(本	1292	23.1	21.1	55.9
	建設業	112	30.4	17.9	51.8
	製造業	301	21.6	23.3	55.1
	情報通信業	67	22.4	25.4	52.2
	運輸・郵便業	139	18.7	27.3	54.0
業	卸売業	85	34.1	14.1	51.8
種	小売業	94	21.3	13.8	64.9
別	不動産・物品賃貸業	104	19.2	20.2	60.6
	学術研究、専門・技術サービス業	93	18.3	28.0	53.8
	宿泊業・飲食サービス業	40	27.5	20.0	52.5
	生活関連サービス業・娯楽業	59	25.4	22.0	52.5
	その他	198	23.2	17.2	59.6
従	5 ~20人	436	18.3	24.1	57.6
模業	21~50人	366	29.0	18.0	53.0
別員	51~100 人	130	30.0	15.4	54.6
規	101 人以上	102	38.2	9.8	52.0

		全 体	かい 公から	適したシステ ムが分から ない	ラシーの不	合った方法	DB化するに あたり導入コ ストがかかる	あたり手間	情報漏えい への不安	DB化を担う 人材の不足	その他	特になし
全	体	1463	23.2	24.1	18.2	18.5	16.3	26.2	8.8	22.8	2.5	16.2
	建設業	112	17.0	23.2	24.1	24.1	17.0	28.6	10.7	28.6	0.0	15.2
	製造業	368	18.8	29.6	17.4	21.7	20.9	27.7	9.0	23.4	2.2	12.2
	情報通信業	180	41.7	12.2	7.2	10.6	15.0	28.9	3.3	12.2	5.6	16.1
	運輸·郵便業	101	15.8	21.8	23.8	17.8	23.8	20.8	11.9	30.7	1.0	18.8
業	卸売業	91	18.7	38.5	22.0	23.1	12.1	29.7	9.9	27.5	2.2	14.3
種	小売業	99	15.2	31.3	20.2	23.2	14.1	26.3	7.1	26.3	2.0	19.2
別	不動産·物品賃貸業	81	25.9	21.0	22.2	12.3	14.8	25.9	7.4	32.1	4.9	11.1
	学術研究、専門・技術サービス業	164	26.2	20.7	17.7	20.1	9.8	25.6	12.2	21.3	2.4	18.9
	宿泊業・飲食サービス業	33	15.2	33.3	18.2	9.1	12.1	15.2	0.0	24.2	0.0	18.2
	生活関連サービス業・娯楽業	35	22.9	20.0	14.3	11.4	8.6	22.9	11.4	17.1	2.9	28.6
	その他	199	25.6	19.6	20.1	16.6	15.6	24.1	10.1	18.1	2.5	19.6
従	5 ~20人	460	27.0	21.7	12.8	17.4	14.1	23.9	11.5	18.7	2.4	17.8
	21~50人	453	19.9	27.4	22.7	20.5	16.1	25.8	8.2	26.0	2.9	13.9
	51~100 人	172	20.3	29.1	19.8	18.6	15.1	27.9	5.8	21.5	3.5	13.4
規	101 人以上	151	12.6	27.8	33.8	25.2	24.5	31.8	4.6	33.8	2.0	14.6

C5

		全 体	主にシステ ムで自動で データ入力し ている	主にITベン ダーなど外 部に委託し ている	主に従業員 がパソコンで 手入力して いる	その他	分からない
全 '	体	3107	13.2	1.1	79.7	0.8	5.1
	建設業	217	6.5	1.4	86.6	0.9	4.6
	製造業	829	16.2	0.6	80.1	0.1	3.0
	情報通信業	286	10.1	0.3	77.6	3.5	8.4
	運輸・郵便業	195	13.8	1.0	74.9	0.5	9.7
業	卸売業	257	16.0	2.3	77.8	0.8	3.1
種	小売業	253	25.7	2.4	67.6	0.0	4.3
別	不動産・物品賃貸業	171	8.2	0.0	84.2	2.9	4.7
	学術研究、専門・技術サービス業	328	6.4	0.6	87.5	0.3	5.2
	宿泊業・飲食サービス業	56	17.9	5.4	67.9	1.8	7.1
	生活関連サービス業・娯楽業	81	14.8	1.2	76.5	0.0	7.4
	その他	434	9.9	1.4	81.6	0.7	6.5
従	5 ~20人	876	9.7	1.1	82.6	0.6	5.9
模業	21~50人	983	11.4	1.0	81.7	1.0	4.9
	51~100 人	435	18.6	1.6	75.4	0.5	3.9
規	101 人以上	412	21.4	0.7	72.6	1.0	4.4

С6

		全 体	できている	できていない が、今後改 善していきた い	ず、今後改	分からない
全	体	3121	19.4	43.1	16.7	20.8
	建設業	216	17.6	45.4	15.3	21.8
	製造業	833	18.5	45.5	16.1	19.9
	情報通信業	284	26.1	38.0	21.5	14.4
	運輸・郵便業	194	11.9	43.8	13.9	30.4
業	卸売業	259	18.9	41.7	19.3	20.1
種	小売業	255	32.2	38.0	11.0	18.8
別	不動産・物品賃貸業	173	16.8	39.9	17.9	25.4
	学術研究、専門・技術サービス業	329	19.5	45.0	16.4	19.1
	宿泊業・飲食サービス業	56	21.4	46.4	14.3	17.9
	生活関連サービス業・娯楽業	84	14.3	36.9	23.8	25.0
	その他	438	15.8	44.7	17.1	22.4
従	5 ~20人	877	17.8	43.4	19.0	19.7
模業	21~50人	987	20.5	42.6	16.8	20.2
別員	51~100 人	437	23.1	45.8	10.8	20.4
規	101 人以上	415	20.0	45.5	11.3	23.1

C7

		全 体		する従業員の不足	が社内に理	データ蓄積	運用コストが 高い	データ入力・ 更新・バック アップの手間 がかかる		その他	特になし
全 '	体	4637	10.0	27.4	11.0	18.4	11.4	26.1	11.4	1.7	32.3
	建設業	347	10.1	29.7	16.4	23.6	11.0	23.1	14.1	1.7	28.5
	製造業	1191	9.2	28.9	10.7	21.4	14.3	27.7	10.1	2.5	28.6
	情報通信業	368	12.2	14.7	6.8	9.2	8.4	25.5	10.9	2.2	39.7
	運輸·郵便業	353	12.2	28.9	10.2	13.9	10.5	21.2	9.1	1.1	38.2
業	卸売業	362	10.2	31.2	13.8	20.7	11.9	29.3	13.0	1.4	25.1
種	小売業	368	8.4	28.8	13.3	16.8	14.4	29.1	12.0	1.1	30.7
別	不動産·物品賃貸業	283	12.7	26.9	9.5	20.1	8.8	25.1	10.2	0.7	36.4
	学術研究、専門・技術サービス業	443	10.6	23.5	7.7	16.7	7.7	27.3	14.4	1.1	35.7
	宿泊業・飲食サービス業	99	9.1	31.3	16.2	17.2	13.1	16.2	4.0	1.0	35.4
	生活関連サービス業・娯楽業	149	8.7	27.5	6.0	14.8	10.1	27.5	11.4	0.7	38.9
	その他	673	8.5	29.1	11.7	19.0	10.1	25.3	12.3	1.6	32.5
従	5 ~20人	1416	10.5	24.2	8.5	15.6	9.9	21.6	10.7	1.8	37.0
模業	21~50人	1394	9.6	28.8	12.7	21.4	12.0	28.6	13.1	1.2	28.9
別員	51~100 人	596	10.4	31.0	13.1	19.6	12.1	30.4	10.2	1.3	27.9
規	101 人以上	536	10.1	35.1	17.2	20.1	15.3	31.3	11.6	3.2	21.5

		全 体	見える化して いる	見える化して いない
全	体	4617	26.3	73.7
	建設業	343	22.2	77.8
	製造業	1183	29.8	70.2
	情報通信業	370	30.5	69.5
	運輸・郵便業	352	18.2	81.8
業	卸売業	358	31.0	69.0
種	小売業	371	32.3	67.7
別	不動産・物品賃貸業	282	20.6	79.4
	学術研究、専門・技術サービス業	443	27.3	72.7
	宿泊業・飲食サービス業	97	23.7	76.3
	生活関連サービス業・娯楽業	149	20.1	79.9
	その他	669	21.7	78.3
従	5 ~20人	1416	21.7	78.3
模業	21~50人	1391	27.5	72.5
別員	51~100 人	589	34.3	65.7
規	101 人以上	530	34.5	65.5

С9

		全 体	生産・管理の 改善のため に分析してい る	産・管理部門 が営業・販売	決定や戦略	分析をしてい ない
全	体	4640	25.3	13.8	19.7	57.3
	建設業	344	17.2	10.5	24.7	61.3
	製造業	1189	37.1	17.2	18.8	49.4
	情報通信業	374	18.2	12.3	20.9	62.6
	運輸・郵便業	351	15.4	11.4	18.8	65.8
業	卸売業	364	34.9	20.1	22.5	46.7
種	小売業	369	33.6	13.6	22.2	49.6
別	不動産・物品賃貸業	286	15.7	12.9	15.7	63.3
	学術研究、専門・技術サービス業	440	18.9	13.4	21.1	59.8
	宿泊業・飲食サービス業	99	25.3	7.1	11.1	64.6
	生活関連サービス業・娯楽業	151	15.9	5.3	18.5	68.2
	その他	672	18.3	11.6	17.7	64.3
従	5 ~20人	1418	20.8	9.0	15.4	65.0
	21~50人	1398	26.6	14.9	21.7	53.6
	51~100 人	596	32.2	21.3	25.3	44.8
規	101 人以上	532	36.7	24.2	27.1	41.7

		全 体	用の目的の	利活用を得 意とする人材	利活用を得	タリテラシー の向上、教	データ分析・	データ分析に 向けた業務 フローの見直 し	他システムと の連携	情報セキュリ ティの対策	その他	特になし
全	体	1972	40.1	9.7	17.4	20.2	33.3	25.8	13.7	11.3	0.8	11.7
	建設業	133	36.8	10.5	16.5	18.8	36.8	24.8	13.5	14.3	0.8	6.8
	製造業	600	41.8	9.0	17.7	18.8	34.2	27.0	13.2	9.2	1.5	12.3
	情報通信業	138	43.5	3.6	12.3	21.7	38.4	29.0	11.6	10.1	0.7	10.9
	運輸·郵便業	120	40.0	12.5	23.3	18.3	32.5	24.2	13.3	13.3	0.0	15.0
業	卸売業	193	39.4	11.4	17.1	25.9	29.5	18.7	15.0	14.5	1.0	14.5
種	小売業	186	41.9	12.9	23.1	20.4	30.1	24.2	19.4	10.2	0.0	11.3
別	不動産·物品賃貸業	105	32.4	6.7	11.4	16.2	25.7	20.0	17.1	12.4	2.9	12.4
	学術研究、専門・技術サービス業	177	36.2	6.8	10.2	19.8	32.8	27.1	9.0	12.4	0.0	14.7
	宿泊業・飲食サービス業	35	40.0	14.3	31.4	20.0	28.6	28.6	14.3	8.6	0.0	5.7
	生活関連サービス業・娯楽業	47	36.2	8.5	10.6	21.3	27.7	31.9	8.5	8.5	0.0	12.8
	その他	238	42.0	12.6	20.6	21.8	37.4	29.0	13.9	12.2	0.0	7.6
従	5 ~20人	496	38.5	8.9	12.5	18.1	26.8	25.2	7.9	11.5	0.8	14.9
	21~50人	646	39.9	9.0	17.5	21.4	32.5	24.5	14.1	11.0	0.5	12.1
別員	51~100 人	329	41.3	10.9	20.1	19.8	34.3	27.1	16.4	10.9	1.2	10.3
規	101 人以上	309	44.7	11.0	23.0	23.9	41.1	28.5	19.1	12.3	0.6	5.5

C11

		全 体			データ利活 用の目的が 明確でない		他部門との データ連携、 協力が得ら れない	分析の仕方 が分からな い、ノウハウ がない	資金不足	その他	特になし
全	本	1866	45.1	27.8	12.8	6.0	6.8	12.5	6.6	1.1	27.1
	建設業	131	39.7	31.3	17.6	6.1	7.6	10.7	2.3	3.1	25.2
	製造業	564	48.2	25.4	11.7	6.0	6.7	14.7	8.2	1.4	25.7
	情報通信業	128	35.9	24.2	13.3	3.1	6.3	6.3	7.8	0.0	36.7
	運輸·郵便業	110	52.7	24.5	14.5	9.1	9.1	12.7	9.1	0.0	21.8
	卸売業	187	43.3	34.8	8.0	8.0	7.5	11.2	6.4	1.6	26.7
	小売業	167	53.3	31.1	13.8	5.4	4.8	14.4	6.0	1.2	26.9
別	不動産·物品賃貸業	98	40.8	27.6	13.3	7.1	8.2	11.2	3.1	1.0	27.6
	学術研究、専門・技術サービス業	169	35.5	24.9	11.8	4.1	5.9	9.5	3.0	0.6	37.3
	宿泊業・飲食サービス業	34	44.1	26.5	14.7	2.9	2.9	2.9	11.8	0.0	26.5
	生活関連サービス業・娯楽業	46	45.7	17.4	8.7	8.7	6.5	8.7	8.7	0.0	28.3
	その他	232	46.6	31.9	15.5	5.6	6.9	16.4	6.9	0.4	21.6
従	5 ~20人	458	38.0	21.2	9.8	6.6	3.9	10.9	7.2	0.9	34.3
模業	21~50人	612	47.2	27.8	14.1	6.4	7.8	12.1	7.4	1.5	26.5
	51~100 人	310	45.2	26.8	11.9	3.5	7.7	11.9	3.9	0.6	26.5
規	101 人以上	298	56.7	38.3	16.1	8.4	9.4	14.4	5.0	1.0	17.1

C12

		全 体		既存取引先 との関係強	商品・サービ スの質の向 上、サービス の改善	仕庫の最週	経営判断の 効率化・高度 化	固定費の削 減	業務プロセス の効率化	発注ミスの 防止	納期管理の 徹底	その他	特になし
全	本	1862	21.0	21.5	24.7	40.3	38.0	12.1	35.1	24.4	24.3	0.5	10.4
	建設業	129	10.9	20.2	20.2	19.4	48.8	8.5	31.8	18.6	11.6	1.6	7.8
	製造業	558	30.3	20.1	22.2	54.8	36.9	13.6	35.3	30.6	37.3	0.9	7.2
	情報通信業	133	20.3	22.6	15.8	17.3	43.6	7.5	39.1	20.3	19.5	0.0	15.8
	運輸·郵便業	112	12.5	28.6	24.1	24.1	33.0	13.4	43.8	19.6	15.2	0.0	13.4
業	卸売業	186	23.7	23.7	29.6	53.8	32.8	12.9	35.5	33.3	29.0	0.0	10.8
種	小売業	169	21.9	22.5	33.7	52.7	37.3	14.8	39.1	25.4	23.7	0.0	7.7
別	不動産・物品賃貸業	97	8.2	18.6	22.7	28.9	34.0	6.2	28.9	11.3	8.2	0.0	17.5
	学術研究、専門・技術サービス業	168	13.7	22.6	20.2	16.1	42.3	7.1	34.5	16.1	17.3	0.0	13.1
	宿泊業・飲食サービス業	34	17.6	20.6	50.0	61.8	20.6	11.8	23.5	32.4	8.8	0.0	8.8
	生活関連サービス業・娯楽業	45	4.4	8.9	17.8	46.7	42.2	20.0	22.2	15.6	13.3	0.0	11.1
	その他	231	20.3	22.1	29.4	35.9	39.0	14.3	33.8	21.6	19.9	0.9	11.7
従	5 ~20人	462	19.3	22.7	26.2	40.3	37.7	12.3	27.1	23.4	24.0	0.0	10.6
模業	21~50人	606	19.0	20.6	24.4	39.1	37.5	11.2	36.6	23.6	22.9	0.3	10.2
	51~100 人	310	23.5	22.3	21.9	41.3	36.8	11.9	41.0	24.8	25.8	0.6	11.9
規	101 人以上	297	25.6	21.2	23.6	42.4	38.0	12.8	42.8	28.6	24.2	1.0	8.8

		全 体	十分に効果 が出た		とちらとも言 えたい	あまり効果 が出なかっ た	まったく効果 が出なかっ た	分からない
全	体	1662	7.2	60.6	26.3	2.9	0.1	2.9
	建設業	119	5.9	58.0	27.7	2.5	0.0	5.9
	製造業	514	7.8	66.1	19.5	3.3	0.0	3.3
	情報通信業	112	9.8	50.9	34.8	2.7	0.0	1.8
	運輸・郵便業	96	5.2	45.8	41.7	3.1	0.0	4.2
業	卸売業	166	7.8	58.4	31.3	1.2	0.0	1.2
種	小売業	155	7.7	63.9	24.5	1.9	0.0	1.9
別	不動産・物品賃貸業	80	7.5	51.3	35.0	3.8	0.0	2.5
	学術研究、専門・技術サービス業	146	5.5	61.0	24.0	4.8	0.7	4.1
	宿泊業・飲食サービス業	31	12.9	48.4	29.0	3.2	0.0	6.5
	生活関連サービス業・娯楽業	39	5.1	59.0	28.2	5.1	0.0	2.6
	その他	204	5.4	65.7	25.5	2.5	0.0	1.0
従	5 ~20人	412	7.0	62.1	24.8	4.1	0.2	1.7
模業	21~50人	543	7.0	60.2	27.1	2.4	0.0	3.3
	51~100 人	269	7.1	61.3	23.0	4.5	0.0	4.1
規	101 人以上	270	5.2	59.6	30.7	1.1	0.0	3.3

C14

		全 体	相談を行った		相談は行っ ておらず、今 後も必要な い	分からない
全	体	4508	10.2	23.3	43.5	23.0
	建設業	335	9.6	29.0	38.2	23.3
	製造業	1158	13.1	24.6	41.2	21.1
	情報通信業	368	3.0	15.2	67.7	14.1
	運輸・郵便業	329	9.4	21.9	41.0	27.7
業	卸売業	357	16.8	24.6	37.5	21.0
種	小売業	356	12.1	26.7	35.7	25.6
別	不動産・物品賃貸業	273	7.0	19.4	42.5	31.1
	学術研究、専門・技術サービス業	433	6.0	22.2	49.0	22.9
	宿泊業・飲食サービス業	97	9.3	23.7	35.1	32.0
	生活関連サービス業・娯楽業	144	5.6	18.1	50.7	25.7
	その他	657	10.4	24.0	42.0	23.6
従	5 ~20人	1380	6.4	22.7	47.4	23.5
模業	21~50人	1364	11.4	24.3	42.9	21.4
別員	51~100 人	580	14.7	24.5	37.9	22.9
規	101 人以上	524	16.0	28.8	31.1	24.0

		全 体		商工会議所・ 商工会	金融機関	経営者仲間	公認会計士· 税理士	ITコンサルタ ント・ITコー ディネータ	その他
全(体	458	60.0	2.8	7.4	7.0	21.8	22.7	7.2
	建設業	32	65.6	0.0	12.5	9.4	25.0	18.8	15.6
	製造業	152	65.8	3.3	4.6	2.6	19.7	21.1	6.6
	情報通信業	11	54.5	0.0	0.0	18.2	54.5	18.2	0.0
	運輸・郵便業	31	54.8	6.5	9.7	9.7	12.9	22.6	16.1
業	卸売業	60	58.3	3.3	6.7	5.0	18.3	25.0	6.7
種	小売業	43	51.2	0.0	7.0	14.0	27.9	27.9	4.7
別	不動産・物品賃貸業	19	63.2	0.0	5.3	0.0	36.8	15.8	10.5
	学術研究、専門・技術サービス業	26	57.7	3.8	7.7	7.7	11.5	30.8	0.0
	宿泊業・飲食サービス業	9	33.3	0.0	22.2	33.3	11.1	11.1	0.0
	生活関連サービス業・娯楽業	8	62.5	0.0	0.0	0.0	37.5	0.0	25.0
	その他	67	58.2	4.5	11.9	9.0	22.4	26.9	4.5
従	5 ~20人	89	47.2	3.4	9.0	5.6	33.7	22.5	9.0
	21~50人	155	61.3	2.6	6.5	6.5	19.4	20.6	7.7
	51~100 人	84	70.2	0.0	4.8	6.0	20.2	22.6	3.6
規	101 人以上	84	70.2	4.8	7.1	8.3	11.9	23.8	8.3

D1

		全 体	活用している	活用していな いが、導入を 検討している	聞いたことは あるが、導入 は検討して いない	知らない
全	体	4748	6.3	4.4	23.7	65.6
	建設業	358	4.2	4.7	26.8	64.2
	製造業	1200	10.0	4.8	22.4	62.8
	情報通信業	388	7.7	3.9	34.8	53.6
	運輸・郵便業	360	5.6	5.3	25.3	63.9
業	卸売業	370	10.8	3.5	26.2	59.5
種	小売業	377	6.1	4.5	22.0	67.4
別	不動産・物品賃貸業	292	2.1	3.1	23.3	71.6
	学術研究、専門・技術サービス業	453	3.3	4.4	21.0	71.3
	宿泊業・飲食サービス業	99	1.0	6.1	14.1	78.8
	生活関連サービス業・娯楽業	151	0.0	1.3	17.9	80.8
	その他	699	4.4	4.6	21.6	69.4
従	5 ~20人	1448	5.2	3.1	21.5	70.1
模業	21~50人	1428	5.8	4.3	24.4	65.5
別員	51~100 人	612	10.3	5.2	27.3	57.2
規	101 人以上	544	11.0	7.4	29.4	52.2

D2

		全 体	2022年12月 末まで	2023年9 月 末まで	2023年10月 以降	時期は未定
全	体	199	17.6	18.1	10.6	53.8
	建設業	16	25.0	12.5	6.3	56.3
	製造業	55	14.5	29.1	10.9	45.5
	情報通信業	15	40.0	13.3	13.3	33.3
	運輸・郵便業	19	5.3	10.5	5.3	78.9
業	卸売業	11	9.1	18.2	18.2	54.5
種	小売業	17	17.6	17.6	17.6	47.1
別	不動産・物品賃貸業	8	12.5	0.0	25.0	62.5
	学術研究、専門・技術サービス業	20	25.0	10.0	15.0	50.0
	宿泊業・飲食サービス業	5	40.0	0.0	0.0	60.0
	生活関連サービス業・娯楽業	2	0.0	0.0	0.0	100.0
	その他	31	12.9	22.6	3.2	61.3
従	5 ~20人	43	27.9	14.0	14.0	44.2
模業	21~50人	58	12.1	20.7	12.1	55.2
別員	51~100 人	32	9.4	15.6	12.5	62.5
規	101 人以上	38	21.1	21.1	10.5	47.4

D3(1)

		全 体	連携している	連携していな いが、連携に 対して前向き	ず、今後も予	分からない
全	体	4610	11.8	12.9	51.8	23.5
	建設業	344	5.2	15.1	50.0	29.7
	製造業	1180	8.3	13.6	54.4	23.6
	情報通信業	381	11.5	12.9	58.8	16.8
	運輸・郵便業	343	14.3	14.3	47.2	24.2
業	卸売業	360	22.8	13.9	44.7	18.6
種	小売業	365	30.7	11.8	38.6	18.9
別	不動産・物品賃貸業	287	7.0	12.5	54.0	26.5
	学術研究、専門・技術サービス業	443	8.1	10.4	60.3	21.2
	宿泊業・飲食サービス業	97	15.5	15.5	43.3	25.8
	生活関連サービス業・娯楽業	141	5.7	6.4	60.3	27.7
	その他	669	9.6	12.7	50.2	27.5
従	5 ~20人	1404	8.8	11.8	55.1	24.3
模業	21~50人	1389	12.5	12.5	52.1	23.0
別員	51~100 人	593	14.3	15.2	48.6	21.9
規	101 人以上	534	19.3	18.2	39.0	23.6

D32

		全 体	連携している	連携していな いが、連携に 対して前向き	ず、今後も予	分からない
全	体	4613	13.1	13.5	49.8	23.6
	建設業	344	7.0	14.0	48.3	30.8
	製造業	1185	18.6	13.5	45.9	21.9
	情報通信業	381	17.1	13.6	52.5	16.8
	運輸•郵便業	344	15.4	16.9	44.8	23.0
業	卸売業	359	17.3	15.6	46.8	20.3
種	小売業	365	11.2	11.5	55.1	22.2
別	不動産・物品賃貸業	285	4.6	13.7	54.7	27.0
	学術研究、専門・技術サービス業	444	11.7	11.0	57.2	20.0
	宿泊業・飲食サービス業	96	12.5	14.6	44.8	28.1
	生活関連サービス業・娯楽業	139	2.9	6.5	61.2	29.5
	その他	671	8.8	14.0	48.4	28.8
従	5 ~20人	1404	11.0	11.8	53.1	24.2
模業	21~50人	1390	13.1	14.1	49.4	23.5
別員	51~100 人	591	17.8	15.4	45.0	21.8
規	101 人以上	535	20.6	18.1	39.1	22.2

D33

		全 体	連携している	連携していな いが、連携に 対して前向き	ず、今後も予	分からない
全	体	4584	2.6	8.3	62.3	26.8
	建設業	344	2.3	11.6	54.4	31.7
	製造業	1173	1.1	6.0	65.1	27.8
	情報通信業	377	3.7	8.0	66.8	21.5
	運輸・郵便業	343	5.0	13.7	56.3	25.1
業	卸売業	356	2.5	8.1	64.0	25.3
種	小売業	363	2.2	8.0	63.4	26.4
別	不動産・物品賃貸業	286	3.1	8.7	60.1	28.0
	学術研究、専門・技術サービス業	443	3.4	8.6	65.9	22.1
	宿泊業・飲食サービス業	95	2.1	8.4	60.0	29.5
	生活関連サービス業・娯楽業	139	0.7	3.6	66.9	28.8
	その他	665	3.5	8.9	58.5	29.2
従	5 ~20人	1393	2.2	7.7	63.5	26.6
模業	21~50人	1385	3.0	9.0	61.2	26.9
別員	51~100 人	587	2.2	8.5	62.9	26.4
規	101 人以上	529	3.6	10.8	58.6	27.0

D34

		全 体	連携している	連携していな いが、連携に 対して前向き	ず、今後も予	分からない
全	体	4583	1.3	6.2	63.6	28.9
	建設業	345	1.4	9.6	54.8	34.2
	製造業	1175	0.8	4.7	65.7	28.9
	情報通信業	374	0.5	5.9	69.5	24.1
	運輸•郵便業	341	1.5	8.5	60.7	29.3
業	卸売業	358	0.6	5.9	66.5	27.1
種	小売業	363	0.6	4.7	65.3	29.5
別	不動産・物品賃貸業	284	2.1	6.7	61.3	29.9
	学術研究、専門・技術サービス業	444	2.5	7.7	66.2	23.6
	宿泊業・飲食サービス業	95	1.1	10.5	58.9	29.5
	生活関連サービス業・娯楽業	139	0.0	2.2	66.9	30.9
	その他	665	2.3	6.3	59.5	31.9
従	5 ~20人	1392	1.1	6.2	64.2	28.5
模業	21~50人	1383	1.3	6.4	63.2	29.1
別員	51~100 人	588	1.4	6.3	63.9	28.4
規	101 人以上	531	1.5	8.5	60.3	29.8

D3⑤

		全 体	連携している	連携していな いが、連携に 対して前向き	ず、今後も予	分からない
全	体	4598	4.6	10.9	53.9	30.6
	建設業	345	8.7	15.1	44.1	32.2
	製造業	1178	2.5	9.7	56.5	31.3
	情報通信業	377	5.6	9.3	61.3	23.9
	運輸・郵便業	342	3.5	12.9	52.6	31.0
業	卸売業	359	2.8	10.6	55.2	31.5
種	小売業	363	3.9	8.0	56.2	32.0
別	不動産・物品賃貸業	285	6.7	7.4	56.1	29.8
	学術研究、専門・技術サービス業	446	8.3	12.1	54.9	24.7
	宿泊業・飲食サービス業	95	3.2	16.8	46.3	33.7
	生活関連サービス業・娯楽業	141	4.3	7.1	58.2	30.5
	その他	667	4.5	12.9	47.8	34.8
従	5 ~20人	1402	4.5	9.8	55.1	30.6
模業	21~50人	1388	5.0	11.6	53.2	30.3
別員	51~100 人	586	5.8	12.8	52.0	29.4
規	101 人以上	532	5.3	12.8	49.8	32.1

【その他の集計表】

1. デジタル化

No.1-1 時点別に見た、事業方針におけるデジタル化の優先順位(①感染症流行前(2019年時点)

	の優先順位	の優先順位	事業方針上 の優先順位 はやや低い	1	分からない
4821	9.1	31.2	33.7	21.9	4.1

No.1-2 時点別に見た、事業方針におけるデジタル化の優先順位(②感染症流行下(2020年時点)

全体	の優先順位		の優先順位	特に必要性 を感じていな い	分からない
4817	15.9	40.4	25.8	14.4	3.4

No.1-3 時点別に見た、事業方針におけるデジタル化の優先順位(③現在(2021年時点))

全 体	č .	8	5	特に必要性 を感じていな い	分からない
4820	20.9	41.6	22.4	11.9	3.2

No.1-4 時点別に見た、事業方針におけるデジタル化の優先順位(④今後(新型コロナウイルス感染症の収束後を想定)

全体	の優先順位	事業方針上 の優先順位 はやや高い	,	1	分からない
4819	25.1	40.9	18.8	10.3	4.9

No.1-5 時点別に見た、事業方針におけるデジタル化の優先順位(業種別:①感染症流行前 (2019 年時点))

		全 体	事業方針上 の優先順位 は高い		9	特に必要性 を感じていな い	分からない
全体		4813	9.1	31.2	33.7	21.9	4.1
	建設業	357	9.2	30.8	37.8	18.8	3.4
	製造業	1226	7.3	29.8	34.8	23.7	4.5
	情報通信業	390	19.2	40.5	25.4	13.1	1.8
	運輸•郵便業	364	4.7	24.7	37.1	27.7	5.8
業	卸売業	375	8.3	33.3	37.1	18.1	3.2
種	小売業	381	7.6	35.2	29.9	21.3	6.0
別	不動産・物品賃貸業	299	7.4	26.8	36.5	26.4	3.0
	学術研究、専門・技術サービス業	458	13.5	40.8	28.6	15.1	2.0
	宿泊業・飲食サービス業	99	10.1	20.2	34.3	31.3	4.0
	生活関連サービス業・娯楽業	151	8.6	23.8	39.7	23.8	4.0
	その他	712	8.0	27.8	33.8	25.1	5.2

No.1-6 時点別に見た、事業方針におけるデジタル化の優先順位(業種別:②感染症流行下 (2020年時点))

		全 体	事業方針上 の優先順位 は高い	の優先順位		特に必要性 を感じていな い	分からない
全 体		4813	15.9	40.4	25.8	14.4	3.4
	建設業	357	17.4	40.9	26.3	12.0	3.4
	製造業	1226	11.3	38.8	29.4	16.5	4.0
	情報通信業	390	31.0	44.6	16.4	7.2	0.8
	運輸・郵便業	364	9.9	36.0	27.2	23.6	3.3
業	卸売業	375	18.7	44.8	23.5	10.7	2.4
種	小売業	381	12.1	43.0	25.5	13.6	5.8
別	不動産・物品賃貸業	299	17.1	41.8	22.7	16.4	2.0
	学術研究、専門・技術サービス業	458	24.5	45.6	20.1	8.3	1.5
	宿泊業・飲食サービス業	99	15.2	33.3	29.3	18.2	4.0
	生活関連サービス業・娯楽業	151	10.6	33.8	35.8	14.6	5.3
	その他	712	13.9	37.8	27.5	16.3	4.5

No.1-7 時点別に見た、事業方針におけるデジタル化の優先順位(業種別:③現在(2021年時点))

		全 体	事業方針上 の優先順位 は高い	事業方針上 の優先順位 はやや高い		特に必要性 を感じていな い	分からない
全 体		4813	20.9	41.6	22.4	11.9	3.2
	建設業	357	24.9	41.2	21.3	10.1	2.5
	製造業	1226	15.5	41.4	25.4	14.0	3.8
	情報通信業	390	34.6	42.3	15.9	6.4	0.8
	運輸·郵便業	364	14.8	37.6	25.3	19.2	3.0
業	卸売業	375	24.0	45.9	19.2	9.1	1.9
種	小売業	381	17.8	44.6	21.0	11.5	5.0
別	不動産・物品賃貸業	299	23.7	40.5	18.7	15.4	1.7
	学術研究、専門・技術サービス業	458	29.7	46.5	16.6	5.5	1.7
	宿泊業・飲食サービス業	99	18.2	36.4	26.3	15.2	4.0
	生活関連サービス業・娯楽業	151	14.6	35.1	35.1	11.3	4.0
	その他	712	18.8	39.6	24.3	12.4	4.9

No.1-8 時点別に見た、事業方針におけるデジタル化の優先順位(業種別:④今後(感染症の収束後を想定))

		全 体	事業方針上 の優先順位 は高い	の優先順位		特に必要性 を感じていな い	分からない
全(本	4813	25.2	41.0	18.8	10.2	4.9
	建設業	357	30.3	41.5	15.7	8.7	3.9
	製造業	1226	18.8	42.2	21.2	12.1	5.8
	情報通信業	390	38.2	40.3	13.8	4.9	2.8
	運輸·郵便業	364	19.5	38.2	20.1	17.0	5.2
業	卸売業	375	27.5	45.1	17.1	7.7	2.7
種	小売業	381	24.7	41.2	17.8	9.7	6.6
別	不動産·物品賃貸業	299	27.8	37.8	17.1	14.0	3.3
	学術研究、専門・技術サービス業	458	33.6	45.2	14.2	4.6	2.4
	宿泊業・飲食サービス業	99	23.2	31.3	25.3	12.1	8.1
	生活関連サービス業・娯楽業	151	19.9	37.1	27.2	9.9	6.0
	その他	712	23.3	39.0	20.6	10.5	6.5

No.1-9 時点別に見た、事業方針におけるデジタル化の優先順位(従業員規模別:①感染症流行前(2019年時点))

		全 体	事業方針上 の優先順位 は高い	の優先順位	の優先順位	特に必要性 を感じていな い	分からない
全体	‡	4813	9.1	31.2	33.7	21.9	4.1
従	20人以下	1975	8.7	26.5	29.8	30.5	4.6
模業	21~50人	1444	8.7	30.4	38.0	19.1	3.9
	51~100人	619	9.4	37.8	36.3	13.1	3.4
規	101人以上	548	11.1	42.3	34.5	9.3	2.7

No.1-10 時点別に見た、事業方針におけるデジタル化の優先順位(従業員規模別:②感染症流行下(2020年時点))

		全 体	事業方針上 の優先順位 は高い		5	特に必要性 を感じていな い	分からない
全位		4813	15.9	40.4	25.8	14.4	3.4
従	20人以下	1975	13.1	34.2	26.1	22.3	4.3
模業	21~50人	1444	15.2	42.1	28.2	11.4	3.2
	51~100人	619	19.1	47.2	25.2	5.8	2.7
規	101人以上	548	24.8	49.6	18.8	5.5	1.3

No.1-11 時点別に見た、事業方針におけるデジタル化の優先順位(従業員規模別:③現在 (2021 年時点))

		全 体	事業方針上 の優先順位 は高い			特に必要性 を感じていな い	分からない
全体	k	4813	20.9	41.6	22.4	11.9	3.2
従	20人以下	1975	16.4	36.1	24.2	19.1	4.2
模業	21~50人	1444	19.8	44.3	24.4	8.8	2.7
	51~100人	619	27.0	47.2	18.7	4.7	2.4
規	101人以上	548	33.8	47.4	13.9	3.8	1.1

No.1-12 時点別に見た、事業方針におけるデジタル化の優先順位(従業員規模別:④今後(感染症の収束後を想定))

		全 体		の優先順位		特に必要性 を感じていな い	分からない
全体	7	4813	25.2	41.0	18.8	10.2	4.9
従	20人以下	1975	19.3	36.0	21.8	16.5	6.5
模業	21~50人	1444	25.3	43.8	19.3	7.3	4.3
	51~100人	619	29.9	47.0	16.0	4.4	2.7
規	101人以上	548	40.9	43.8	9.7	3.3	2.4

No.1-13 今後のデジタル化の優先順位別に見た、感染症流行前後の各指標の変化と水準(①労働生産性の変化(2021-2019)、単位:千円/人)

	全	体	中央値
事業方針上の優先順位は高い		432	-9
事業方針上の優先順位はやや高い		696	-205
事業方針上の優先順位はやや低い		305	-367
特に必要性を感じていない		163	-346

No.1-14 今後のデジタル化の優先順位別に見た、感染症流行前後の各指標の変化と水準(②手元流動性比率の水準(2021)、単位:月)

	全	体	中央値
事業方針上の優先順位は高い		606	2.58
事業方針上の優先順位はやや高い		956	2.81
事業方針上の優先順位はやや低い		426	3.16
特に必要性を感じていない		220	3.58

No.1-15 今後のデジタル化の優先順位別に見た、感染症流行前後の各指標の変化と水準(③自己資本比率の水準(2021)、単位:%)

	全	体	中央値	
事業方針上の優先順位は高い		606		39.2
事業方針上の優先順位はやや高い		957		39.1
事業方針上の優先順位はやや低い		426		40.5
特に必要性を感じていない		220		36.2

No.1-16 時系列別に見た、デジタル化の取組状況(①感染症流行前(2019年時点)

全体	段階1	段階2	段階3	段階4
4734	15.2	47.5	32.8	4.4

No.1-17 時系列別に見た、デジタル化の取組状況(②感染症流行下(2020年時点)

全 体	段階1	段階2	段階3	段階4
4730	9.2	41.3	43.6	6.0

No.1-18 時系列別に見た、デジタル化の取組状況(③現在(2021年時点)

全体	段階1	段階2	段階3	段階4
4718	8.2	34.9	46.7	10.2

No.1-19 感染症流行前と現在におけるデジタル化の取組状況

		全 体	段階1	段階2	段階3	段階4
点 9 〜 流①	段階1	712	7.6	5.1	2.3	0.1
○年2行感	段階2	2243	0.4	29.2	16.3	1.8
時 0 前 染	段階3	1549	0.1	0.6	27.7	4.5
1 症	段階4	201	0.0	0.2	0.4	3.7

No.1-20 従業員規模別に見た、感染症流行前と現在におけるデジタル化の取組状況(感染症流行前(2019年時点))

		全 体	段階1	段階2	段階3	段階4
全(470	3 15.1	47.7	32.9	4.3
従	20人以下	191	5 20.8	47.2	27.3	4.7
模業	21~50人	142	3 12.9	48.0	35.2	3.9
	51~100人	60	6 10.2	48.2	37.5	4.1
規	101人以上	54	1 5.7	47.5	42.3	4.4

No.1-21 従業員規模別に見た、感染症流行前と現在におけるデジタル化の取組状況(現在(2021年時点))

		全 体	段階1	段階2	段階3	段階4
全(本	4703	8.2	35.0	46.7	10.1
従	20人以下	1915	13.5	39.1	39.2	8.1
模業	21~50人	1423	5.8	36.0	48.6	9.6
別員	51~100人	606	2.5	30.9	53.5	13.2
規	101人以上	541	2.4	22.9	59.7	15.0

No.1-22 業種別に見た、感染症流行前と現在におけるデジタル化の取組状況(感染症流行前 (2019 年時点))

		全 体	段階1	段階2	段階3	段階4
全 体		4703	15.1	47.7	32.9	4.3
	建設業	347	16.7	50.4	30.0	2.9
	製造業	1200	15.2	48.1	32.9	3.8
	情報通信業	388	4.6	41.0	44.8	9.5
	運輸·郵便業	355	18.3	56.1	23.9	1.7
業	卸売業	369	13.3	45.3	38.2	3.3
種	小売業	375	18.4	40.3	34.7	6.7
別	不動産・物品賃貸業	290	16.2	50.7	30.0	3.1
	学術研究、専門・技術サービス業	452	12.2	47.3	35.2	5.3
	宿泊業・飲食サービス業	96	22.9	45.8	26.0	5.2
	生活関連サービス業・娯楽業	142	15.5	47.2	35.9	1.4
	その他	689	18.1	49.5	28.7	3.6

No.1-23 業種別に見た、感染症流行前と現在におけるデジタル化の取組状況(現在(2021年時点))

		全 体	段階1	段階2	段階3	段階4
全	体	4703	8.2	35.0	46.7	10.1
	建設業	347	8.6	38.9	42.9	9.5
	製造業	1200	10.0	36.1	46.2	7.8
	情報通信業	388	3.4	24.5	53.6	18.6
	運輸•郵便業	355	11.8	45.9	36.9	5.4
業	卸売業	369	4.9	30.9	52.0	12.2
種	小売業	375	10.1	30.4	48.3	11.2
別	不動産・物品賃貸業	290	7.6	34.1	46.9	11.4
	学術研究、専門・技術サービス業	452	3.1	33.4	52.2	11.3
	宿泊業・飲食サービス業	96	11.5	40.6	32.3	15.6
	生活関連サービス業・娯楽業	142	9.9	37.3	45.8	7.0
	その他	689	9.3	36.1	45.4	9.1

No.1-24 取組状況別に見た、労働生産性と売上高の変化(①労働生産性の水準(2015)、単位:千円/人)

	全	体		中央値	
段階1			240		5879
段階2			827		6341
段階3			575		6555
段階4			65		6514

No.1-25 取組状況別に見た、労働生産性と売上高の変化(②労働生産性の変化(2021-2015)、単位:千円/人)

	全	体	中央値
段階1		120	-39
段階2		584	-48
段階3		835	262
段階4		163	824

No.1-26 取組状況別に見た、労働生産性と売上高の変化(③売上高の変化率(2021-2015)、 単位:%)

	全	体	中央値	
段階1		160	-!	5.9
段階2		764		2.9
段階3		1092	2	2.8
段階4	***************************************	243	13	3.8

No.1-27 感染症流行下の取組状況の進展別に見た、労働生産性と売上高の変化(①労働生産性の変化(2021-2019)、単位:千円/人)

	全 体	中央値
デジタル化の取組が進展した企業	512	-115
デジタル化の取組が進展しなかった企業	1135	-211

No.1-28 感染症流行下の取組状況の進展別に見た、労働生産性と売上高の変化(②売上高の変化体率(2021-2019)、単位:%)

	全体	中央値
デジタル化の取組が進展した企業	699	-3.6
デジタル化の取組が進展しなかった企業	1558	-6.0

No.1-29 経営者年齢別に見た、デジタル化の取組状況

		全	体	段階1	段階2	段階3	段階4
合 計			4718	8.2	34.9	46.7	10.2
齢 代	40代以下		800	7.4	30.8	49.9	12
類 △ 表	50代		1147	5.9	33.8	48.7	11.5
〜 4 者	60代		1320	8	35.8	46.2	10.1
分年	70代以上		685	12.1	40.3	41	6.6

No.1-30 デジタル化の取組状況別に見た、感染症収束後の事業方針におけるデジタル化の優先順位

				全	体	の優先順位	事業方針上 の優先順位 はやや高い	の優先順位	特に必要性 を感じていな い	分からない
全	1	本			4819	25.1	40.9	18.8	10.3	4.9
	$\overline{}$	<u> </u>	段階1		385	9.1	13.2	26.8	40.3	10.6
点在	. 2	現	段階2		1639	11.9	38.9	30.3	13.5	5.4
	٠ ،	左	段階3		2199	30.9	51.6	12.5	3.6	1.4
μij	2	1	段階4		478	60.9	29.7	4.8	3.6	1.0

No.1-31 業種別に見た、2020年のIT 投資額

		全 体	売上高の2% 以上	売上高の1% 以上2%未満	売上高の1% 未満	IT投資は 行っていない
全 体		3798	13.0	11.3	51.1	24.6
	建設業	292	10.3	8.9	64.0	16.8
	製造業	972	11.2	10.1	48.9	29.8
	情報通信業	323	22.3	16.1	48.3	13.3
	運輸•郵便業	279	9.0	9.3	45.5	36.2
業	卸売業	304	9.5	11.2	58.6	20.7
種	小売業	292	13.0	11.3	55.8	19.9
別	不動産・物品賃貸業	237	11.0	9.3	53.6	26.2
	学術研究、専門・技術サービス業	366	23.5	16.9	48.1	11.5
	宿泊業・飲食サービス業	76	13.2	10.5	27.6	48.7
	生活関連サービス業・娯楽業	116	7.8	9.5	48.3	34.5
	その他	541	10.7	10.9	50.8	27.5

No.1-32 業種別に見た、2021年のIT投資額

		全 体	売上高の2% 以上	売上高の1% 以上2%未満		IT投資は 行っていない
全 体		3798	15.7	12.4	49.4	22.6
	建設業	292	10.6	10.6	64.7	14.0
	製造業	972	12.9	12.3	48.0	26.7
	情報通信業	323	25.1	13.9	46.1	14.9
	運輸・郵便業	279	11.8	10.4	44.1	33.7
業	卸売業	304	13.8	9.9	57.9	18.4
種	小売業	292	16.4	12.7	53.4	17.5
別	不動産・物品賃貸業	237	11.4	10.5	51.9	26.2
	学術研究、専門・技術サービス業	366	28.1	16.7	45.4	9.8
	宿泊業・飲食サービス業	76	19.7	9.2	30.3	40.8
	生活関連サービス業・娯楽業	116	15.5	10.3	43.1	31.0
	その他	541	13.3	13.5	46.8	26.4

No.1-33 2020年のIT投資額別に見た、2021年のIT投資額

			全	体	売上高の2% 以上	売上高の1% 以上2 %未 満		IT投資は 行っていない
全	体			3887	15.7	12.5	49.3	22.4
л <i>т</i>	2	売上高の2%以上		492	88.8	4.7	5.3	1.2
分年類へ	0	売上高の1%以上2 %未満		431	22.3	61.9	13.5	2.3
規へ 4	2	売上高の1%未満		1941	2.5	8.8	86.9	1.9
	0	IT投資は行っていない		934	1.4	1.1	11.2	86.3

No.1-34 取組状況の進展別に見た、年間のIT投資額(①2020年)

		全 体	≀ 	売上高の1% 以上2 %未 満		IT投資は 行っていない
全 体		3944	13.0	11.5		24.8
有進化タデ	段階が進んだ企業	1207	15.8	14.0	57.1	13.1
無展のルジ	段階が進まなかった企業	2664	11.7	10.4		29.2

No.1-35 取組状況の進展別に見た、年間のIT投資額(②2021年)

		全 体	· 〒 F (1) 7%	売上高の1% 以上2 %未 満		IT投資は 行っていない
全 体		3887	15.7	12.5	49.3	22.4
有進化タデ	段階が進んだ企業	1200	21.2	17.0	53.9	7.9
無展のルジ	段階が進まなかった企業	2614	13.4	10.6	47.9	28.2

No.1-36 IT 投資額の内訳として最も多かったもの(①2020年)

全体	基幹システ ムなどの ハードウェア 費	ソフトウェア の開発・利用 費	通信回線費	働き方改革 に向けた PC・デバイス などの費用	人件費	その他
28	03 28.	7 35.8	8.9	22.0	3.6	1.0

No.1-37 IT 投資額の内訳として最も多かったもの(②2021年)

全 体	しんたどの	ソフトウェア の開発・利用 費	通信回線費	働き方改革 に向けた PC・デバイス などの費用	人件費	その他	
2836	26.6	40.1	9.2	19.2	3.7		1.3

No.1-38 業種別に見た、直近5年間のIT投資額の傾向

		全 体	増加傾向にある	毎期安定的 に投資してい る	減少傾向に ある	デジタル化に 向けた投資 を実施してい ない
全	体	4820	40.1	29.6	5.7	24.5
	建設業	356	50.0	27.5	5.3	17.1
	製造業	1222	38.3	26.7	6.3	28.7
	情報通信業	391	34.0	44.2	6.9	14.8
	運輸・郵便業	363	35.5	20.7	6.1	37.7
業	卸売業	376	42.0	35.1	5.3	17.6
種	小売業	388	44.1	28.6	5.9	21.4
別	不動産・物品賃貸業	297	41.8	31.0	2.7	24.6
	学術研究、専門・技術サービス業	459	46.2	36.6	3.9	13.3
	宿泊業・飲食サービス業	102	33.3	16.7	9.8	40.2
	生活関連サービス業・娯楽業	151	37.1	23.2	7.9	31.8
	その他	714	38.1	28.0	5.6	28.3

No.1-39 業種別に見た、今後5年間のIT投資の計画

		全 体	増加させる 予定(5 %以 上の増加)	おおむね同 程度を予定 (5 %未満の 増減)	予定(5 %以	IT投資は実 施しない予 定
全	体	3773	27.6	58.6	2.4	11.3
	建設業	299	30.8	58.2	4.0	7.0
	製造業	924	26.6	56.7	2.8	13.9
	情報通信業	336	22.0	67.9	3.0	7.1
	運輸・郵便業	269	25.7	52.0	1.9	20.4
業	卸売業	301	33.2	57.5	2.3	7.0
種	小売業	303	31.4	56.8	2.0	9.9
別	不動産・物品賃貸業	231	29.0	55.0	2.6	13.4
	学術研究、専門・技術サービス業	385	26.0	69.1	1.0	3.9
	宿泊業・飲食サービス業	74	24.3	44.6	1.4	29.7
	生活関連サービス業・娯楽業	114	28.1	55.3	2.6	14.0
	その他	537	27.9	57.9	2.0	12.1

No.1-40 デジタル化の取組状況別に見た、今後のIT 投資の計画

		全	体	増加させる 予定(5 %以 上の増加)	おおむね同 程度を予定 (5 %未満の 増減)		IT投資は実 施しない予 定
全 体			3773	27.6	58.6	2.4	11.3
	段階1		240	13.3	26.3	1.3	59.2
点 年 ② 現	段階2		1165	22.2	59.9	1.5	16.3
一一	段階3		1871	30.9	63.2	2.7	3.2
1 2 1	段階4		437	37.5	56.5	4.1	1.8

No.1-41 IT 投資額別に見た、手元流動性の水準(①2020年、単位:月)

	全	体	中央値	
売上高の2%以上		511		2.14
売上高の1%以上2%未満		453		2.06
売上高の1%未満		2003		1.88
IT投資は行っていない		977		2.00

No.1-42 IT 投資額別に見た、手元流動性の水準(②2021年、単位:月)

	全	体	中央値
売上高の2%以上		274	2.69
売上高の1%以上2%未満		240	2.48
売上高の1%未満		963	2.33
IT投資は行っていない		398	2.63

No.1-43 IT 投資額別に見た、業務効率化の状況(①2020年)

		全	体	実感している	デジタル化に 取り組んでい るが、業務効 率化までは 実現できて いない
全 体			4098	41.3	58.7
分 。2	売上高の2%以上		504	58.1	41.9
分 2 類 3 年 1	売上高の1%以上2 %未満		446	51.8	48.2
	売上高の1%未満		1903	43.0	57.0

No.1-44 IT 投資額別に見た、業務効率化の状況(②2021年)

		全	体	実感している	デジタル化に 取り組んでい るが、業務効 率化までは 実現できて いない
全 体			4098	41.3	58.7
分 , 2	売上高の2%以上		601	54.7	45.3
分 類 類 3 年 2	売上高の1%以上2 %未満		477	45.9	54.1
	売上高の1%未満		1810	42.5	57.5

No.1-45 IT 投資額別に見た、デジタル化による競争力強化の状況(①2020年)

	全 体					まったく効果 が出なかっ た
全 体	3280	8.2	58.3	28.5	4.8	0.2
分 。2 売上高の2%以上	469	13.2	67.4	16.8	2.6	0.0
類 🥱 🖟 0 ① 売上高の1%以上2 %未満	404	9.4	63.9	22.5	4.2	0.0
○ 3 年 2 売上高の1%未満	1579	8.0	58.4	28.5	4.9	0.2

No.1-46 IT 投資額別に見た、デジタル化による競争力強化の状況(②2021年)

	全 体			どちらとも言 えない		まったく効果 が出なかっ た
全 体	3280	8.2	58.3	28.5	4.8	0.2
分 2 売上高の2%以上	566	12.2	66.3	19.3	2.3	0.0
類 3 年 0 ② 売上高の1%以上2 %未満	431	8.4	61.5	23.4	6.5	0.2
○ 5 年 2 売上高の1%未満	1473	7.9	57.8	29.1	5.0	0.1

No.1-47 デジタル化の取組状況別に見た、デジタル化に取り組む際の課題

	全 体	別か アンダ	費用対効果 が分からな い・測りにく い	適切なITツー ル・システム が分からな い	推進できる 人材がいな	WII	相談できる 相手がいな い	情報流出が 懸念される	その他	特になし
全 体	4768	18.1	44.4	26.3	34.6	36.0	7.2	25.2	2.6	13.7
段階1	373	27.1	36.5	23.9	37.3	33.5	11.8	13.7	3.5	23.6
点 年 2 現 段階2	1612	23.3	45.0	28.0	37.9	37.3	8.6	22.5	2.4	11.5
○ 時 0 th 段階3	2180	14.3	47.7	27.9	34.1	36.5	5.7	28.5	2.3	11.3
段階4	471	11.7	39.9	19.1	27.4	35.2	5.1	31.8	3.8	17.2

No.1-48 デジタル化の取組状況別に見た、デジタル化に関する情報の入手経路

		全 体	ティア媒体がら情報収集を	は 割り 中	外部の研修・ 講座などを活 用して、情報 収集を行って いる(e ラー ニング、セミ	取引のある 専門家集を 情報収集を 行っている (ITベン ダー、コンサ ルティング会 社、ITコー ディネータな ど)	その他	情報収集は行っていない
全 体		4769	47.9	45.2	21.9	29.6	2.5	16.4
	段階1	372	28.5	26.6	7.0	12.6	1.1	52.7
点 年 2 現	段階2	1616	41.9	41.5	15.2	23.0	2.1	21.8
一一	段階3	2173	54.4	50.7	27.1	36.2	2.7	6.2
2 1	段階4	473	60.0	53.9	36.6	40.4	4.2	4.0

No.1-49 無償のデジタルスキル習得プログラムの活用状況

全 体		活用したこと はないが、関 心はある	活用したこと もなく、関心 もない	知らない
4795	2.3	24.6	17.5	55.6

No.1-50 デジタル化の取組状況別に見た、積極的な IT 投資を行っている背景(①2021 年に積極的な IT 投資を行った理由)

		全 体	どによる業績 へのプラス効	業務効率化 などによるコ スト削減効果 を実感	対する社内 の前向きな	家、支援機		販売先から の要請	業界内・同業 他社のデジ タル化に向 けた取組	働き方改革 への対応	キュリティへ	新型コロナウ イルス感染 症の影響	その他	特になし
全 体		601	23.3	59.6	31.1	4.3	4.2	6.7	23.6	41.1	18.1	20.0	3.5	2.3
時 2 ~ ③ 段	设階2	113	15.0	52.2	21.2	8.0	6.2	8.8	27.4	33.6	13.3	9.7	0.9	3.5
点 1 2 現 段		336	20.2	58.3	30.7	3.0	3.9	7.1	21.4	41.1	18.8	19.6	3.9	2.4
○年0在月	设階 4	126	34.9	69.8	45.2	4.8	4.0	4.8	26.2	51.6	23.0	31.7	4.8	0.0

No.1-51 デジタル化の取組状況別に見た、積極的な IT 投資を行っている背景(②今後5年間の IT 投資を増加する理由)

		全 体	どによる業績 へのプラス効	スト削減効果	対する社内 の前向きな	家、支援機			業界内・同業 他社のデジ タル化に向 けた取組	ルキナルサ	キュリティへ	新型コロナウ イルス感染 症の影響		特になし
全	体	1035	26.1	65.9	35.9	6.9	5.9	10.9	28.5	50.3	19.9	16.2	4.7	0.6
時 2 ~	、③ 段階2	257	18.7	60.3	31.5	7.8	7.0	14.0	27.2	50.2	14.4	15.2	6.6	0.4
点 1 2	2 現 段階3	573	23.0	67.2	37.7	6.6	5.2	9.9	28.3	51.7	22.3	16.2	4.5	0.5
~ 年 ()在段階4	164	44.5	72.6	39.0	7.9	6.1	8.5	30.5	49.4	19.5	17.7	3.7	0.6

No.1-52 デジタル化の取組状況別に見た、積極的な IT 投資を行っていない背景(①2021 年に積極的な IT 投資を行わなかった理由)

	全 体	投資効果が すぐには期 待できないこ と	業績低下に よる予算削 減			新型コロナウ イルス感染 症の影響	必要性を感じ ない	その他	特になし
全 体	2489	21.8	18.6	6.1	10.6	7.9	29.2	9.7	17.5
人 (段階1	243	16.9	12.8	0.0	2.9	2.5	64.2	6.6	13.2
点 年 2 理 段階2	960	24.3	18.5	4.5	6.7	7.7	37.2	7.8	16.5
新年 2 現 段階3	1058	22.3	20.2	8.7	14.5	9.2	16.5	11.2	18.9
段階4	179	14.5	19.0	9.5	21.8	9.5	9.5	16.2	17.9

No.1-53 デジタル化の取組状況別に見た、積極的なIT投資を行っていない背景(②今後5年間のIT投資を減少する理由)

	仝 体	投資効果が すぐには期 待できないこ と		ステム投資 などを行った		新型コロナウ イルス感染 症の影響	必要性を感じ ない	その他	特になし
全 体	490	14.3	15.5	7.3	4.1	3.5	60.4	4.9	11.4
,	132	12.1	8.3	0.8	1.5	1.5	81.1	3.0	9.8
点 年 2 現 段階2	203	14.8	16.7	2.5	1.5	3.9	66.0	5.4	11.3
○ 時 o 在 段階3	106	16.0	21.7	20.8	10.4	4.7	35.8	5.7	8.5
59 2 世段階4	26	19.2	15.4	30.8	15.4	7.7	23.1	11.5	11.5

No.1-54 デジタル化による業務効率化の状況(段階3~4の企業)

	全 体	実感している	デジタル化に 取り組んでい るが、業務効 率化までは 実現できて いない
全 体	4098	41.3	58.7
時 2 ~ ③ 段階3 点 1 2 現	2159	47.8	52.2
○ 年 0 在 段階4	467	69.8	30.2

No.1-55 デジタル化による業務効率化の効果(労働生産性の変化、単位:千円/人)

	全 体	平均値
デジタル化に取り組んでおり、業務効率化を実感している	627	215
デジタル化に取り組んでいるが、業務効率化は実感していない	859	166

No.1-56 デジタル化の取組状況別に見た、デジタル化による取組効果

				市場の分析	商品・サービ スの高付加 価値化	技術力の維 持·強化	新商品·新 サービスの 開発力の維 持·強化			デジタル化に 向けた取組 を行っていな い・分からな い
全 体		4778	35.0	20.1	17.4	23.4	10.7	20.8	27.1	28.1
時 2 ~ ③	段階2	1625	23.5	10.9	11.0	17.0	5.2	17.2	19.0	41.7
点 1 2 現	段階3	2161	44.1	25.5	21.5	28.9	13.1	25.0	33.8	12.2
○ 年 0 在	段階4	478	57.9	40.8	33.3	36.0	26.8	28.0	45.6	4.4

No.1-57 デジタル化の取組状況別に見た、デジタル化による副次的な効果

	全 体	社員のモチ ベーション向 上、定着率 向上につな がった			関係・連携の		顧客満足度が向上した	新規事業分野への投資につながった	業務停止な どのビジネス リスクが軽減 した	その他	特になし
全 体	3416	15.1	45.2	20.8	28.5	13.8	15.7	5.7	10.3	1.8	19.0
時 2 △ ③ 段階2	941	9.2	31.1	13.8	28.5	10.4	9.6	3.3	7.4	1.6	28.8
点 1 2 現 段階3	1890	16.3	49.8	22.2	28.0	13.4	16.5	4.9	10.4	2.2	15.4
○年0在段階4	456	21.9	59.6	30.9	33.8	21.9	24.8	13.8	16.4	1.3	9.0

No.1-58 業種別に見た、コミュニケーション分野の導入状況

		全 体	感染症流行 前(2019 年) より本格 的に導入	感染症流行 後(2020 年) より本格 的に導入	導入していな いが、導入を 検討している	導入する予 定はない
全	体	4473	30.2	30.8	11.2	27.8
	建設業	334	29.0	31.1	13.8	26.0
	製造業	1113	24.9	31.1	11.8	32.3
	情報通信業	380	54.5	32.1	3.9	9.5
	運輸・郵便業	330	22.4	24.8	12.4	40.3
業	卸売業	350	29.1	36.6	12.0	22.3
種	小売業	353	32.6	27.8	11.0	28.6
別	不動産・物品賃貸業	280	34.6	30.4	7.1	27.9
	学術研究、専門・技術サービス業	432	34.3	38.9	10.9	16.0
	宿泊業・飲食サービス業	89	20.2	21.3	16.9	41.6
	生活関連サービス業・娯楽業	141	21.3	24.8	14.9	39.0
	その他	671	27.4	28.6	12.5	31.4

No.1-59 業種別に見た、バックオフィス分野の導入状況

		全 体	感染症流行 前(2019 年) より本格 的に導入	感染症流行 後(2020 年) より本格 的に導入	導入していないが、導入を 検討している	導入する予 定はない
全	体	4534	54.0	12.6	14.2	19.2
	建設業	342	53.8	14.6	16.7	14.9
	製造業	1141	54.2	10.2	12.9	22.8
	情報通信業	380	62.6	14.2	11.8	11.3
	運輸•郵便業	339	44.5	11.2	18.0	26.3
業	卸売業	354	56.2	16.1	15.0	12.7
種	小売業	353	60.6	10.8	12.5	16.1
別	不動産·物品賃貸業	284	59.2	11.6	11.6	17.6
	学術研究、専門・技術サービス業	435	54.5	16.8	15.4	13.3
	宿泊業・飲食サービス業	92	41.3	17.4	13.0	28.3
	生活関連サービス業・娯楽業	142	49.3	7.7	16.9	26.1
	その他	672	49.6	12.5	15.2	22.8

No.1-60 業種別に見た、セールス分野の導入状況

		全 体	感染症流行 前(2019 年) より本格 的に導入	感染症流行 後(2020 年)より本格 的に導入	導入していな いが、導入を 検討している	導入する予 定はない
全	体	4318	32.7	7.8	19.5	40.1
	建設業	318	23.0	5.0	24.2	47.8
	製造業	1093	33.5	6.9	20.1	39.5
	情報通信業	364	37.1	6.9	13.7	42.3
	運輸•郵便業	317	15.8	7.6	19.6	57.1
業	卸売業	350	49.4	10.9	18.0	21.7
種	小売業	344	52.0	6.7	16.3	25.0
別	不動産・物品賃貸業	270	33.0	11.1	19.3	36.7
	学術研究、専門・技術サービス業	405	24.2	8.9	22.2	44.7
	宿泊業・飲食サービス業	84	26.2	9.5	15.5	48.8
	生活関連サービス業・娯楽業	133	33.8	6.0	19.5	40.6
	その他	640	28.3	8.3	20.5	43.0

No.1-61 業種別に見た、サプライチェーン分野の導入状況

		全 体	感染症流行 前(2019 年) より本格 的に導入	感染症流行 後(2020 年) より本格 的に導入	導入していないが、導入を 検討している	導入する予 定はない
全	体	4254	24.4	4.0	19.2	52.3
	建設業	319	18.8	3.8	19.1	58.3
	製造業	1084	34.5	5.0	23.4	37.1
	情報通信業	359	16.7	2.5	12.3	68.5
	運輸・郵便業	323	18.6	3.4	18.6	59.4
業	卸売業	334	35.9	5.7	22.5	35.9
種	小売業	336	35.4	4.8	18.8	41.1
別	不動産・物品賃貸業	266	14.7	3.0	15.8	66.5
	学術研究、専門・技術サービス業	390	14.9	3.3	19.7	62.1
	宿泊業・飲食サービス業	84	17.9	7.1	17.9	57.1
	生活関連サービス業・娯楽業	130	16.9	2.3	16.2	64.6
	その他	629	17.6	3.3	16.9	62.2

No.1-62 IT ツール・システムの導入状況別に見た、売上高の変化率と自己資本の状況(①売上高の変化、単位:%)

	全 体	中央値
いずれか導入済か導入を検討している	2051	2.17
いずれも導入する予定はない	274	-3.89

No.1-63 IT ツール・システムの導入状況別に見た、売上高の変化率と自己資本の状況(②資産超過・債務超過)

	全	体	資産超過	債務超過
いずれか導入済か導入を検討している		2067	92.9	7.1
いずれも導入する予定はない		275	82.9	17.1

No.1-64 分野別に見た、IT ツール・システムを導入したきっかけ(①コミュニケーション分野)

全	: 体	環境変化に 伴う事業継 続への危機 感(感染症流 行を含む)		研修や講 演、経営者 向け講座の 受講		仕入先から の要請・要望	販元光から	外部機関か	経営者仲間・ 同業他社が 取り組んでい た		働き方改革への対応	法規制への 対応	特に理由は ない・分から ない
	3153	39.4	18.0	12.8	31.2	8.7	12.2	8.9	10.7	4.3	35.2	3.4	7.8

No.1-65 分野別に見た、IT ツール・システムを導入したきっかけ(②バックオフィス分野)

全体	環境変化に 伴う事業継 続への危機 感(感染症流 行を含む)	ル・ンステム	研修や講 演、経営者 向け講座の 受講	社内からの 要望	仕入先から の要請・要望	販元先から	外部機関か	経営者仲間・ 同業他社が 取り組んでい た		働き方改革 への対応		特に理由は ない・分から ない
3581	20.8	20.2	4.4	28.6	5.0	5.2	15.7	6.9	3.8	31.6	12.9	12.8

No.1-66 分野別に見た、IT ツール・システムを導入したきっかけ(③セールス分野)

全 体	環境変化に 伴う事業継 続への危機 感(感染症流 行を含む)	他のロツール・システム			仕入先から の要請・要望	販売先から の要請・要望	外部機関か らのアドバイ ス	経営者仲間・ 同業他社が 取り組んでい た		働き方改革への対応	注用到への	特に理由は ない・分から ない
2488	26.8	19.1	5.0	27.8	5.9	8.1	10.7	9.5	14.3	20.9	4.5	15.0

No.1-67 分野別に見た、IT ツール・システムを導入したきっかけ(④コミュニケーション分野)

4	È体	環境変化に 伴う事業継 続への危機 感(感染症流 行を含む)	ル・システム	研修や講 演、経営者 向け講座の 受講		仕入先から の要請・要望	販売先から	外部機関か	経営者仲間・ 同業他社が 取り組んでい た	同業他社と		法規制への 対応	特に理由は ない・分から ない
	1939	25.7	17.6	4.3	27.8	10.3	9.0	9.9	8.4	10.9	22.0	5.6	15.2

No.1-68 IT ツール・システムの導入状況別に見た、業務効率化の状況

		全	体	実感している	デジタル化に 取り組んでい るが、業務効 率化までは 実現できて いない
全 体			4098	41.3	58.7
_テル I	全て導入している		671	60.4	39.6
ig ム・ T	3 つ導入している		809	50.4	49.6
グ導シツ	2 つ導入している		958	38.8	61.2
(入スト	1 つ導入している		506	28.1	71.9

No.1-69 セールス分野の導入状況別に見た、デジタル化による取組効果

		全 体		市場の分析	商品・サービ スの高付加 価値化	技術力の維 持·強化	新商品·新 サービスの 開発力の維 持·強化	財務基盤・資 金調達力の 維持・改善		デジタル化に 向けた取組 を行っていな い・分からな い
全 体		4778	35.0	20.1	17.4	23.4	10.7	20.8	27.1	28.1
ス③ 類 _〜 セ	導入している	1719	52.8	31.6	25.8	24.4	15.7	23.8	36.0	12.8
〜 2 分ル	導入していない	2529	23.9	13.3	12.2	21.9	7.5	18.5	22.2	38.2

No.1-70 サプライチェーン分野の導入状況別に見た、デジタル化による取組効果

				市場の分析		技術力の維 持·強化	サーヒ人の			デジタル化に 向けた取組 を行っていな い・分からな い
全 体		4778	35.0	20.1	17.4	23.4	10.7	20.8	27.1	28.1
ンイ④ 類 _〜 チサ	導入している	1190	48.3	30.6	25.9	27.1	16.0	26.0	34.8	13.4
	導入していない	2995	29.8	16.4	14.1	21.1	8.5	18.8	24.2	34.1

No.1-71 分野別に見た、主に活用している IT ツール・システム(①コミュニケーション分野)

	全 体	パッケージソ フトが中心	クラウド型 (SaaS)が中 心	オンプレミス 型が中心	分からない
全 体	4498	33.5	37.7	4.2	24.6
分 シ ァ ミ ① 類 2 ァ ー コ リ シ ン ニ コ 導入している	2706	38.8	53.0	4.6	3.6

No.1-72 分野別に見た、主に活用している IT ツール・システム(②バックオフィス分野)

	全 体	パッケージソ フトが中心	クラウド型 (SaaS)が中 心	オンプレミス 型が中心	分からない
全体	4627	41.3	27.2	13.5	18.0
分 フ ② 類 2 才 ッ 導入している こ ス カ ッ	2997	45.8	35.0	15.8	3.4

No.1-73 分野別に見た、主に活用している IT ツール・システム(③セールス分野)

	全 体	パッケージソ フトが中心	クラウド型 (SaaS)が中 心	オンプレミス 型が中心	分からない
全体	4328	22.5	19.9		
分 3 類 2 ス 導入している ン	1729	30.7	34.8	28.8	

No.1-74 分野別に見た、主に活用している IT ツール・システム(④サプライチェーン分野)

	全 体	パッケージソ フトが中心	クラウド型 (SaaS)が中 心	オンプレミス 型が中心	分からない
全体	4203	18.7	11.3	17.3	52.7
分ンチ - ④ 類 〜 ェ オ プ 導入している	1194	31.8	21.9	39.5	6.7

No.1-75 取組状況の進展別に見た、主に活用している IT ツール・システム(①コミュニケーション分野)

		全 体	パッケージソ フトが中心		オンプレミス 型が中心
全 体		2609	40.2	55.0	4.8
有進化タデ	段階が進んだ企業	945	38.6	57.7	3.7
無展のルジ	段階が進まなかった企業	1637	41.2	53.4	5.4

No.1-76 取組状況の進展別に見た、主に活用している IT ツール・システム(②バックオフィス分野)

		全 体	: /\w/ r	クラウド型 (SaaS)が中 心	オンプレミス 型が中心
全 体		2896	47.4	36.2	16.3
有進化タデ	段階が進んだ企業	946	43.3	42.0	14.7
無展のルジ	段階が進まなかった企業	1925	49.4	33.4	17.2

No.1-77 取組状況の進展別に見た、主に活用している IT ツール・システム(③セールス分野)

		全 体	パッケージソ フトが中心	クラウド型 (SaaS)が中 心	オンプレミス 型が中心
全 体		1630	32.6	36.9	30.6
有進化タデ	段階が進んだ企業	550	29.6	44.0	26.4
無展のルジ	段階が進まなかった企業	1070	34.0	33.3	32.7

No.1-78 取組状況の進展別に見た、主に活用している IT ツール・システム(④サプライチェーン分野)

		全 体	パッケージソ フトが中心	クラウド型 (SaaS)が中 心	オンプレミス 型が中心
全 体		1114	34.1	23.5	42.4
有進化タデ	段階が進んだ企業	362	35.4	27.1	37.6
無展のルジ	段階が進まなかった企業	742	33.6	21.8	44.6

No.1-79 デジタル化の取組状況別に見た、今後のクラウドサービスの活用方針

		全 体	拡大したいと 思う	どちらとも言 えない	拡大したいと 思わない
全 体		4799	37.7	48.1	14.1
1 ^ @	段階1	369	11.7	39.0	49.3
点123	段階2	1629	25.8	57.4	16.8
〜 + 0 元	段階3	2190	47.4	45.8	6.8
2 1	段階4	477	62.7	33.5	3.8

No.1-80 今後のクラウドサービスの利用方針の理由(①拡大したいと思う理由)

全 体	コスト面での メリット	情報セキュリ ティや安全性	柔軟性が高 い、データ連 携に適してい る	自社の業務 に適している	業務の効率 化につなが る	メンテナンス の手間が少 ない	BCP 対策	その他	
1805	37.5	44.7	34.6	15.1	65.7	42.6	32.2		0.9

No.1-81 今後のクラウドサービスの利用方針の理由(②どちらとも言えない又は拡大したい思わない理由)

		情報セキュリティや安全性の不安		に適していな		整っていない	に週したサー		検討したこと がない	その他	
2939	33.2	32.9	8.3	22.4	12.1	6.3	22.2	7.8	18.3		3.9

No.1-82 デジタル化の取組状況別に見た、IT ツール・システムの導入時に重視する取組

	A 14		来めるシステ た理解でき	に廻りない	シンプルな機 能設計とする こと	る業務の標 準化や見直 しを実施する	導入後を見 据えてシス テムの保でき 運用ができ る人材を確 保・育成する こと	その他	特に重視し ていることは ない
全 体		4776	11.6	65.0	37.5	38.3	16.5	1.5	16.7
1 ^ @	段階1	362	3.9	28.5	21.5	14.4	6.9	2.5	53.0
点 年 2 現	段階2	1622	7.8	57.0	35.5	29.0	14.2	1.5	22.7
一	段階3	2185	15.0	76.2	41.3	46.5	18.3	1.4	6.3
2 1	段階4	474	16.5	78.7	43.7	55.9	24.7	1.5	4.4

2. データ利活用

No.2-1 情報の管理方法(①セールスマーケティング)

全 体	電子ファイル で管理し、 データベース 化している		紙媒体の情 報を電子ファ イルに変換	紙媒体の情報を電子ファイルに変換しているが、 データベース化はしていない	紙媒体のま ま管理してい る
4562	29.4	18.3	15.4	16.0	20.9

No.2-2 情報の管理方法(②サプライチェーン)

全 体	電子ファイル で管理し、 データベース 化している	電サノアイル で答理してい	(A) A A A A A A A A A	紙媒体の情報を電子ファイルに変換しているが、 データベース化はしていない	紙媒体のま ま管理してい る
4556	24.7	17.2	13.4	15.7	29.0

No.2-3 業種別に見た情報の管理方法(①セールスマーケティング)

		全 体	電子ファイル で管理し、 データベース 化している	電子ファイルで管理しているが、データベース化はしていない	紙媒体の情報を電子ファイルに変換し、データ ベース化して	紙媒体の情報を電子ファイルに変換しているが、 データベース 化はしていない	ま管理してい
全	体	4562	29.4	18.3	15.4	16.0	20.9
	建設業	349	21.5	19.5	18.3	20.3	20.3
	製造業	1153	28.7	17.7	15.4	15.5	22.7
	情報通信業	385	34.5	33.5	8.8	14.0	9.1
	運輸•郵便業	344	18.3	14.5	14.2	21.5	31.4
業	卸売業	354	32.2	16.4	16.9	12.7	21.8
種	小売業	359	39.3	12.5	14.8	13.6	19.8
別	不動産・物品賃貸業	287	30.3	11.5	20.6	15.0	22.6
	学術研究、専門・技術サービス業	435	32.9	23.7	13.1	16.8	13.6
	宿泊業・飲食サービス業	96	26.0	19.8	14.6	8.3	31.3
	生活関連サービス業・娯楽業	140	28.6	10.7	17.1	15.7	27.9
	その他	660	28.3	16.8	17.0	17.3	20.6

No.2-4 業種別に見た情報の管理方法(②サプライチェーン)

		全 体	電子ファイル で管理し、 データベース 化している	電子ファイルで管理しているが、データベース化はしていない	紙媒体の情報を電子ファイルに変換し、データ ベース化して	紙媒体の情報を電子ファイルに変換しているが、 データベース 化はしていない	ま管理してい
全	体	4556	24.7	17.2	13.4	15.7	29.0
	建設業	342	16.1	18.4	16.4	15.2	33.9
	製造業	1168	27.9	16.7	13.6	15.6	26.2
	情報通信業	367	23.4	34.6	8.7	14.7	18.5
	運輸•郵便業	347	17.6	9.8	11.5	19.9	41.2
業	卸売業	358	32.4	15.1	17.0	10.6	24.9
種	小売業	357	33.3	13.2	10.6	16.0	26.9
別	不動産・物品賃貸業	283	19.4	12.4	13.8	16.6	37.8
	学術研究、専門・技術サービス業	432	27.8	22.0	12.0	16.7	21.5
	宿泊業・飲食サービス業	99	17.2	23.2	9.1	10.1	40.4
	生活関連サービス業・娯楽業	145	19.3	10.3	14.5	14.5	41.4
	その他	658	21.7	14.3	16.0	17.0	31.0

No.2-5 業歴別に見た情報の管理方法(①セールスマーケティング)

		全 体	電子ファイル で管理し、 データベース 化している	電子ファイル で管理してい るが、データ ベース化はし	{ *	ているが、	紙媒体のま ま管理してい る
全	体	4562	29.4	18.3	15.4	16.0	20.9
	10年以下	156	32.1	22.4	12.2	15.4	17.9
١.	11年~20年	455	31.2	24.4	12.3	15.8	16.3
企業年齢	21年~30年	480	27.9	21.9	14.6	15.0	20.6
兼	31年~40年	567	30.9	18.3	15.9	15.9	19.0
一 年	41年~50年	626	29.7	15.2	15.8	17.3	22.0
区图	51年~60年	554	28.5	17.0	15.2	18.6	20.8
分	61年~70年	364	31.3	15.1	16.8	14.3	22.5
	71年~80年	248	29.0	14.5	16.1	18.5	21.8
	81年以上	246	33.7	15.9	17.5	10.2	22.8

No.2-6 業歴別に見た情報の管理方法(②サプライチェーン)

		全 体	電子ファイル で管理し、 データベース 化している	電子ファイル で管理してい るが、データ ベース化はし ていない	紙媒体の情報を電子ファイルに変換し、データベース化している	紙媒体の情報を電子ファイルに変換しているが、 データベース 化はしていない	ま管理してい
全	体	4556	24.7	17.2	13.4	15.7	29.0
	10年以下	153	26.8	20.9	9.2	15.7	27.5
	11年~20年	448	24.1	23.4	10.9	15.6	25.9
企	21年~30年	475	22.3	18.1	11.8	18.5	29.3
業年	31年~40年	565	23.9	18.1	14.5	15.8	27.8
静	41年~50年	625	25.9	16.5	13.8	15.4	28.5
区	51年~60年	556	25.0	14.7	15.5	16.2	28.6
分	61年~70年	375	25.1	14.4	13.6	15.7	31.2
	71年~80年	250	29.2	14.8	16.0	14.8	25.2
	81年以上	247	27.5	13.8	16.6	12.1	30.0

No.2-7 2021 年におけるデジタル化の優先度と情報の管理方法の関係(①セールスマーケティング)

			全 体	電子ファイル で管理し、 データベース 化している	電子ファイル で管理してい るが、データ ベース化はし ていない	紙媒体の情報を電子ファイルに変換し、データベース化している	紙媒体の情報を電子ファイルに変換しているが、データベース化はしていない	紙媒体のま ま管理してい る
全	体	Z	4562	29.4	18.3	15.4	16.0	20.9
-		事業方針上の優先順位は高い	954	46.5	21.2	13.0	11.0	8.3
年 2	тн	事業方針上の優先順位はやや高い	1916	30.2	20.1	19.7	15.9	14.1
	現 在	事業方針上の優先順位はやや低い	1016	20.9	17.3	14.1	19.1	28.6
[™] 2	.I.T.	特に必要性を感じていない	510	14.9	10.8	8.8	19.6	45.9
<u> </u>		分からない	131	12.2	8.4	7.6	16.8	55.0

No.2-8 2021 年におけるデジタル化の優先度と情報の管理方法の関係(②サプライチェーン)

		全 体	電子ファイル で管理し、 データベース 化している	電子ノアイル で管理してい	紙媒体の情報を電子ファイルに変換し、データ ベース化している		紙媒体のま ま管理してい る
全(本	4556	24.7	17.2	13.4	15.7	29.0
_ ^	事業方針上の優先順位は高い	946	39.7	21.1	12.6	12.6	14.0
年2時。現	事業方針上の優先順位はやや高い	1890	26.0	19.1	16.8	15.6	22.5
点。在	・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	1024	17.2	15.1	12.6	18.0	37.1
[™] 2 [™]	特に必要性を感じていない	524	11.5	9.4	6.7	17.2	55.3
1	分からない	132	9.8	9.1	6.8	15.9	58.3

No.2-9 2021 年におけるデジタル化の段階と情報の管理方法の関係(①セールスマーケティング)

		全 体	電子ファイル で管理し、 データベース 化している	電子ファイル で管理してい るが、データ ベース化はし ていない			紙媒体のま ま管理してい る
全 体	Z	4562	29.4	18.3	15.4	16.0	20.9
_	段階1	349	11.7	9.7	6.9	15.2	56.4
年2 理	段階2	1549	17.8	18.3	13.7	21.3	29.0
年 ⁽ 2 現 点。	段階3	2098	36.3	20.9	18.3	14.1	10.5
2 ¹ L	段階4	445	53.5	15.3	16.4	7.6	7.2
1	分からない	89	12.4	7.9	9.0	18.0	52.8

No.2-10 2021 年におけるデジタル化の段階と情報の管理方法の関係(②サプライチェーン)

全 体		全 体	電子ファイル で管理し、 データベース 化している	電子ファイル で管理してい るが、データ ベース化はし ていない		紙媒体の情報を電子ファイルに変換しているが、 データベース 化はしていない	紙媒体のま ま管理してい る	
全体		Z	4556	24.7	17.2	13.4	15.7	29.0
		段階1	357	10.9	5.3	3.9	15.1	64.7
年時点)	тн	段階2	1552	14.2	16.0	11.3	18.9	39.5
	現在	段階3	2072	31.2	20.7	16.2	14.4	17.6
	ΊŢ	段階4	449	45.2	16.0	16.5	11.6	10.7
		分からない	89	9.0	11.2	9.0	14.6	56.2

No.2-11 業種別に見た、データ入力の方法(①セールスマーケティング)

		全 体	主にシステ ムで自動で データ入力し ている	主にITベン ダーなど外 部に委託し ている	主に従業員 がパソコンで 手入力して いる	その他	分からない
全	体	3443	13.7	1.4	80.9	0.7	3.3
	建設業	267	6.4	0.0	87.6	1.5	4.5
	製造業	847	13.3	0.6	83.2	0.2	2.6
	情報通信業	341	12.6	1.2	81.5	1.8	2.9
	運輸・郵便業	217	12.9	2.3	79.7	0.5	4.6
業	卸売業	265	20.4	1.9	75.5	0.8	1.5
種	小売業	272	27.2	2.6	66.5	0.4	3.3
別	不動産・物品賃貸業	218	13.3	3.2	81.7	0.0	1.8
	学術研究、専門・技術サービス業	359	9.7	0.8	85.8	0.3	3.3
	宿泊業・飲食サービス業	61	24.6	4.9	60.7	6.6	3.3
	生活関連サービス業・娯楽業	99	18.2	4.0	72.7	2.0	3.0
	その他	497	9.5	1.0	84.1	0.2	5.2

No.2-12 業種別に見た、データ入力の方法(②サプライチェーン)

		全 体	主にシステ ムで自動で データ入力し ている	即に安山し	主に従業員 がパソコンで 手入力して いる	その他	分からない
全	体	3107	13.2	1.1	79.7	0.8	5.1
	建設業	217	6.5	1.4	86.6	0.9	4.6
	製造業	829	16.2	0.6	80.1	0.1	3.0
	情報通信業	286	10.1	0.3	77.6	3.5	8.4
	運輸•郵便業	195	13.8	1.0	74.9	0.5	9.7
業	卸売業	257	16.0	2.3	77.8	0.8	3.1
種	小売業	253	25.7	2.4	67.6	0.0	4.3
別	不動産·物品賃貸業	171	8.2	0.0	84.2	2.9	4.7
	学術研究、専門・技術サービス業	328	6.4	0.6	87.5	0.3	5.2
	宿泊業・飲食サービス業	56	17.9	5.4	67.9	1.8	7.1
	生活関連サービス業・娯楽業	81	14.8	1.2	76.5	0.0	7.4
	その他	434	9.9	1.4	81.6	0.7	6.5

No.2-13 電子化できない主たる理由(①セールスマーケティング)

수 <i>休</i>	電子化する 目的・メリット がない、分か らない	1. が公から	社内のITリテ ラシーの不 足	上で目在に	にめたり導入		情報漏えい への不安	その他	特になし
902	16.5	10.0	7.8	8.9	7.4	21.3	3.2	3.8	21.2

No.2-14 電子化できない主たる理由(②サプライチェーン)

1	△ /+		たがひかこ	ラシーの不 足	全った 方は	ニーあたい盲ス	にあたり手間	情報漏えい への不安	その他	特になし
	1249	18.5	8.0	5.2	8.2	7.1	15.8	2.9	3.0	31.3

No.2-15 セールスマーケティングにおける電子化できない主たる理由とデジタル化の優先順位の関係(2021年時点)

		全 体	の優先順位	の優先順位		特に必要性 を感じていな い	分からない
全 体		946	8.4	28.5	30.8	24.7	7.6
い タ 顧 電子化する目的・	メリットがない、分からない	149	5.4	18.1	31.5	38.9	6.0
理を客適したシステムが	分からない	89	13.5	36.0	34.8	10.1	5.6
由電・社内のITリテラシ	一の不足	69	11.6	37.7	34.8	11.6	4.3
の子販電子化する上で自理う化売	社に合った方法が分からない	80	8.8	31.3	40.0	15.0	5.0
山 土 一 電子化するにあた	り導入コストがかかる	67	6.0	35.8	46.3	11.9	0.0
、き報電子化するにあた	り手間がかかる	190	11.6	33.7	30.0	20.5	4.2
主ての情報漏えいへのる	下安	29	6.9	34.5	27.6	20.7	10.3
たいデその他		34	17.6	38.2	20.6	20.6	2.9
るな 特になし		189	4.2	16.9	19.0	41.3	18.5

No.2-16 サプライチェーンにおける電子化できない主たる理由とデジタル化の優先順位の関係 (2021 年時点)

		全 体	の優先順位	の優先順位	事業方針上 の優先順位 はやや低い	特に必要性 を感じていな い	分からない
全 体		1305	10.1	32.6	29.1	22.2	5.9
き報受		228	5.7	28.1	28.9	33.8	3.5
ちての発	適したシステムが分からない	100	14.0	42.0	32.0	9.0	3.0
、いデ注	社内のITリテラシーの不足	63	15.9	50.8	23.8	7.9	1.6
主なタ生	電子化する上で自社に合った方法が分からない	101	13.9	33.7	34.7	14.9	3.0
たい。たった	電子化するにあたり導入コストがかかる	88	12.5	37.5	34.1	13.6	2.3
る埋 壷 .	電子化するにあたり手間がかかる	194	11.9	38.7	30.9	16.5	2.1
埋出マャ	情報漏えいへの不安	35	8.6	22.9	31.4	31.4	5.7
	その他	38	23.7	39.5	21.1	15.8	0.0
フで情	特になし	388	8.0	25.0	26.0	28.4	12.6

No.2-17 電子化できない課題別に見た、解決した場合の電子化への意向(①セールスマーケティング)

	全体	移行する	移行しない	分からない
全 体	892	30.2	16.4	53.5
い タ 顧 電子化する目的・メリットがない、分からない	147	15.6	31.3	53.1
理を客適したシステムが分からない	89	48.3	5.6	46.1
由電・社内のITリテラシーの不足	70	40.0	7.1	52.9
の子販電子化する上で自社に合った方法が分からない理う化売	78	38.5	10.3	51.3
理う化売 電子化するにあたり導入コストがかかる	66	39.4	6.1	54.5
*************************************	192	42.7	10.4	46.9
主ての情報漏えいへの不安	29	27.6	24.1	48.3
たいデその他	34	38.2	17.6	44.1
るなり特になし	187	8.6	24.1	67.4

No.2-18 電子化できない課題別に見た、解決した場合の電子化への意向(②サプライチェーン)

		全 体	移行する	移行しない	分からない
全 体		1231	22.6	21.4	56.0
き報受	電子化する目的・メリットがない、分からない	229	12.7	35.8	51.5
ちてが発	適したシステムが分からない	96	45.8	9.4	44.8
、	社内のITリテラシーの不足	64	48.4	6.3	45.3
	電子化する上で自社に合った方法が分からない	102	38.2	7.8	53.9
にい + +	電子化するにあたり導入コストがかかる	88	35.2	12.5	52.3
이 理 🖶 .	電子化するにあたり手間がかかる	196	35.2	13.8	51.0
埋出ヱᇨ	情報漏えいへの不安	36	22.2	30.6	47.2
曲の化庫	その他	37	24.3	24.3	51.4
っで情	特になし	383	4.7	26.9	68.4

No.2-19 データベース化できない理由(①セールスマーケティング)

仝 休		1. が分から	社内のITリテ ラシーの不	合った方法	DB化するに あたり導入コ ストがかかる	あたり手間	情報漏えい への不安	DB化を担う 人材の不足	その他	特になし
1528	21.5	23.1	18.6	18.8	19.8	31.2	9.2	28.1	2.8	11.1

No.2-20 データベース化できない理由(②サプライチェーン)

^ <i>\</i>	DB化する目 的・メリットが ない、分から ない	1 48/14.5	社内のITリテ ラシーの不	合った方法	DB化するに あたり導入コ ストがかかる	あたり手間	情報漏えい への不安	DB化を担う 人材の不足	その他	特になし
1463	23.2	24.1	18.2	18.5	16.3	26.2	8.8	22.8	2.5	16.2

No.2-21 情報管理における課題(1つのみ選択した企業:①セールスマーケティング)

1つのみ		אמם 🗖 פא א	ナータを管理 する従業員	が社内に理	データ蓄積		データ入力・ 更新・バック アップの手間 がかかる	情報漏えい への不安	その他	
	1720	9.2	18.8	6.8	14.7	7.4	23.4	16.6	3.1	1

No.2-22 情報管理における課題(1つのみ選択した企業:②サプライチェーン)

1つのみ		ימנם 🗖 🕾 ג		するメリット が社内に理	効率的な データ蓄積 の方法が分 からない	1		情報漏えい への不安	その他
	1669	10.1	22.4	6.8	13.5	8.2	25.9	9.6	3.5

No.2-23 情報管理における課題(2つ以上選択した企業:①セールスマーケティング)

	2つ以上	全 体	もの日即か	ナーダを官埋 する従業員	が社内に理	データ蓄積	高い	データ入力・ 更新・バック アップの手間 がかかる	情報漏えい への不安	その他	
١		1865	19.2	54.0	27.5	38.8	24.6	55.7	36.9	1	1.0

No.2-24 情報管理における課題(2つ以上選択した企業:②サプライチェーン)

2つ以上	全 体	, 0 11170	データを管理 する従業員 の不足	が社内に理	データ蓄積	運用コストが 高い		情報漏えい への不安	その他	
	1469	20.0	61.0	27.0	42.9	26.5	53.0	25.1	1	.3

No.2-25 データクレンジングの状況(①セールスマーケティング)

全体	できている	できていない が、今後改 善していきた い	ず、今後改	分からない
3474	16.2	46.8	16.8	20.2

No.2-26 データクレンジングの状況(②サプライチェーン)

全 体	でキている	できていない が、今後改 善していきた い	ず、今後改	分からない
3121	19.4	43.1	16.7	20.8

No.2-27 情報の管理方法とデータクレンジング状況の関係(①セールスマーケティング)

		全 体		できていない が、今後改 善していきた い	ず、今後改	分からない
全 体		3474	16.2	46.8	16.8	20.2
。べや管売顧	電子ファイルで管理し、データベース化している	1323	27.1	44.4	10.4	18.1
の一デ理情客	電子ファイルで管理しているが、データベース化はしていない	781	9.3	47.2	22.3	21.1
用スー方報・ 無化タ法の販	紙媒体の情報を電子ファイルに変換し、データベース化している	694	14.0	52.2	16.3	17.6
	紙媒体の情報を電子ファイルに変換しているが、データベース化はしていない	676	5.2	45.3	23.5	26.0

No.2-28 情報の管理方法とデータクレンジング状況の関係(②サプライチェーン)

	全体	できている	善していきた	ず、今後改	分からない
全 体	312	1 19.4	43.1	16.7	20.8
べや管庫生受電子ファイルで管理し、データベース化している	111	0 34.8	38.3	9.4	17.6
の デ理情産発電子ファイルで管理しているが、データベース化はしていない	74	3 10.9	44.3	24.0	20.9
# ス 方報・注 紙媒体の情報を電子ファイルに変換し、データベース化している	60	0 17.0	50.5	13.8	18.7
無 イ ノ 対 報・注	いない 66	8 5.5	43.1	23.4	28.0

No.2-29 データクレンジング状況別に見たデータ見える化の有無(①セールスマーケティング)

		全(本	見える化して いる	見える化して いない
全 体			4730	28.7	71.3
ジクデャー・販顧ンレーの売客	できている		559	56.7	43.3
グレーの冗谷	できていない		2198	31.2	68.8

No.2-30 データクレンジング状況別に見たデータ見える化の有無(②サプライチェーン)

	全 体	見える化して いる	見える化して いない
全 体	4617	26.3	73.7
ンタの庫産注 _受 できている グジクデ情・、 _※	598	58.0	42.0
ンレー報在生発できていない	1843	30.4	69.6

No.2-31 セールスマーケティングにおける分析状況(顧客・販売情報を見える化している)

	見える化している		営業・販売の強化のために分析している	いる(例: 宮 業・販売如明	決定や戦略 策定のため	分析をしてい ない
全 体		1354	62.1	28.9	42.2	13.8
タ方情顧	電子ファイルで管理し、データベース化している	593	68.8	31.0	45.0	10.3
のべ法報客	電子ファイルで管理しているが、データベース化はしていない	228	57.5	24.6	42.5	17.5
	紙媒体の情報を電子ファイルに変換し、データベース化している	241	63.9	32.8	46.1	12.0
無スデ管販	紙媒体の情報を電子ファイルに変換しているが、データベース化はしていない	121	49.6	22.3	33.1	21.5
化 理売	紙媒体のまま管理している	112	46.4	25.9	36.6	19.6

No.2-32 セールスマーケティングにおける分析状況(顧客・販売情報を見える化していない)

	見える化していない		営業・販売の強化のために分析している	業・販売部門	決定や戦略	分析をしてい ない
全 体		3352	22.1	9.2	18.9	62.1
タ方情顧	電子ファイルで管理し、データベース化している	734	35.8	14.7	28.5	42.4
のべ法報客	電子ファイルで管理しているが、データベース化はしていない	590	17.1	9.3	19.8	63.9
	紙媒体の情報を電子ファイルに変換し、データベース化している	459	29.6	15.7	24.4	48.1
無スデ管販	紙媒体の情報を電子ファイルに変換しているが、データベース化はしていない	603	17.6	6.8	16.7	67.7
化 理売	紙媒体のまま管理している	810	13.2	3.0	9.4	80.0

No.2-33 サプライチェーンにおける分析状況(受発注・生産・在庫情報を見える化している)

	見える化している		生産・管理の改善のために分析している	部門間の連携強化のために分析している(例:生産・管理・販売部門に連携することなど)	決定や戦略	分析をしてい ない
全 体		1208	54.3	28.0	37.3	18.2
ベ法報産受	電子ファイルで管理し、データベース化している	565	63.4	29.4	39.6	12.4
_左 丨 やの・発	電子ファイルで管理しているが、データベース化はしていない	189	45.0	30.2	35.4	22.8
	紙媒体の情報を電子ファイルに変換し、データベース化している	216	49.1	34.7	39.4	19.0
**化 理庫、	紙媒体の情報を電子ファイルに変換しているが、データベース化はしていない	102	42.2	14.7	30.4	30.4
のタ方情生	紙媒体のまま管理している	107	43.9	15.9	33.6	29.9

No.2-34 サプライチェーンにおける分析状況(受発注・生産・在庫情報を見える化していない)

	見える化していない	△ /±	生産・管理の 改善のため に分析している	产, 答理如明	決定や戦略 策定のため	分析をしてい ない
全 体		3379	15.0	8.8	13.3	71.3
べ法報産受	電子ファイルで管理し、データベース化している	539	32.1	17.3	21.9	46.8
_左 やの・発	電子ファイルで管理しているが、データベース化はしていない	574	15.5	10.1	17.9	67.1
	紙媒体の情報を電子ファイルに変換し、データベース化している	385	24.2	17.1	19.5	51.9
17.1 坪 厘 `	紙媒体の情報を電子ファイルに変換しているが、データベース化はしていない	599	11.7	6.8	11.9	76.0
のタ方情生	紙媒体のまま管理している	1161	5.9	2.5	5.9	88.1

No.2-35 分析において重視していること(①セールスマーケティング)

	全 体	ナーダ利店 用の目的の 服確化	利活用を得 意とする人材	データ分析・ 利活用を得 意とする人材 の育成	タリテラシー の向上、教	データ分析・	ノローの兄旦	他システムと	情報セキュリ ティの対策	その他	特になし
全 体	2432	47.7	7.6	13.7	19.2	39.1	22.7	13.9	14.4	0.6	9.9
タ 方 情 顧 電子ファイルで管理し、データベース化している	951	50.6	7.9	14.2	20.9	43.7	22.1	15.9	15.4	0.8	7.8
の ベ 法 報 客 電子ファイルで管理しているが、データベース化はしていない	399	46.6	8.8	13.5	18.8	39.1	23.8	12.5	15.0	1.0	8.3
有 やの・ 紙媒体の情報を電子ファイルに変換し、データベース化している	450	45.8	7.8	13.3	20.4	35.8	26.0	15.1	16.7	0.0	10.4
無スデ管販 紙媒体の情報を電子ファイルに変換しているが、データベース化はしていない	290	46.2	6.9	13.4	19.7	35.2	24.1	11.4	13.8	0.3	12.8
化 理売 紙媒体のまま管理している	255	43.5	4.3	13.7	14.1	34.5	19.6	10.6	7.8	0.8	17.3

No.2-36 分析において重視していること(②サプライチェーン)

	全 体	ナータ利活	利活用を得 意とする人材	データ分析・ 利活用を得 意とする人材 の育成	タリテラシー の向上、教	データ分析・	ノローの兄但	他システムと	情報セキュリ ティの対策	その他	特になし
全 体	1972	40.1	9.7	17.4	20.2	33.3	25.8	13.7	11.3	0.8	11.7
ベ 法 報 産 受 電子ファイルで管理し、データベース化している	788	43.9	10.2	17.6	20.1	33.8	25.0	16.6	12.1	0.9	11.2
★ I やの・発電子ファイルで管理しているが、データベース化はしていない	337	38.0	8.9	20.5	17.8	36.5	27.9	10.1	10.7	0.6	8.9
¹⁷ ス デ 管 在 注 紙媒体の情報を電子ファイルに変換し、データベース化している	360	37.8	9.2	16.9	21.9	32.8	28.6	14.4	13.1	0.8	12.2
**** 化 理庫 、紙媒体の情報を電子ファイルに変換しているが、データベース化はしていない	215	41.4	12.6	18.6	23.3	34.0	28.4	9.3	11.6	0.5	7.9
のタ方情生紙媒体のまま管理している	215	33.5	7.4	13.5	18.1	26.5	20.5	13.0	7.0	1.4	19.5

No.2-37 分析における課題(①セールスマーケティング)

		± 14		対中のロテラ		用のメリット が分からな	データ連携、 協力が得ら		資金不足	その他	特になし
全 体		2263	47.4	29.5	15.9	5.9	7.4	13.7	7.0	0.8	23.3
タ方情願	電子ファイルで管理し、データベース化している	897	45.9	30.3	14.5	4.8	6.6	12.0	6.0	0.9	26.9
のべ法報客	電子ファイルで管理しているが、データベース化はしていない	373	46.6	31.1	17.4	5.6	7.5	16.4	6.4	1.1	19.8
	紙媒体の情報を電子ファイルに変換し、データベース化している	419	48.9	24.6	15.8	5.5	10.0	9.8	7.6	1.0	25.8
無スデ管販	紙媒体の情報を電子ファイルに変換しているが、データベース化はしていない	261	50.6	30.3	18.4	7.7	7.7	18.0	8.8	0.0	18.0
化 理売	紙媒体のまま管理している	232	50.4	32.3	17.7	7.3	5.6	19.8	9.1	1.3	19.8

No.2-38 分析における課題(②サプライチェーン)

		ナータを分析	データ利活 用に関する 社内のリテラ シー不足	データ利活 用の目的が 明確でない	用のメリット		4841412 to	資金不足	その他	特になし
全 体	1866	45.1	27.8	12.8	6.0	6.8	12.5	6.6	1.1	27.1
ベ 法 報 産 受!電子ファイルで管理し、データベース化している	743	42.7	24.8	9.8	3.2	5.8	11.0	5.0	1.6	32.0
★ やの・発電子ファイルで管理しているが、データベース化はしていない	318	48.1	29.6	15.7	9.4	7.5	15.7	6.3	0.9	21.4
^{††} ス デ 管 在 注:紙媒体の情報を電子ファイルに変換し、データベース化している	347	46.7	28.5	12.7	5.8	8.1	11.8	6.6	0.9	26.8
**** 化 理庫 、紙媒体の情報を電子ファイルに変換しているが、データベース化はしていない	204	53.9	30.4	16.7	9.8	9.3	15.7	9.8	0.5	19.1
のタ方情生紙媒体のまま管理している	202	41.1	34.2	15.3	6.9	3.5	11.4	8.4	0.5	25.2

No.2-39 利活用の効果 (①セールスマーケティング)

						050.7775714	まったく効果 が出なかっ た	分からない
全 体		1996	4.2	56.1	32.2	3.7	0.1	3.7
タ方情顧	電子ファイルで管理し、データベース化している	807	6.9	62.6	25.4	2.7	0.1	2.2
のべ法報客	電子ファイルで管理しているが、データベース化はしていない	329	2.4	55.0	36.5	3.0	0.0	3.0
	紙媒体の情報を電子ファイルに変換し、データベース化している	375	3.5	58.1	32.5	2.9	0.0	2.9
無スデ管販	紙媒体の情報を電子ファイルに変換しているが、データベース化はしていない	222	0.9	44.1	44.1	5.0	0.5	5.4
化 理売	紙媒体のまま管理している	191	2.6	41.9	38.2	6.8	0.0	10.5

No.2-40 利活用の効果(②サプライチェーン)

								まったく効果 が出なかっ た	分からない
全	体		1662	7.2	60.6	26.3	2.9	0.1	2.9
ベ	法報産受電	子ファイルで管理し、データベース化している	690	11.7	66.8	17.8	1.7	0.0	1.9
_	やの・発電	子ファイルで管理しているが、データベース化はしていない	282	4.3	58.9	31.6	2.5	0.4	2.5
押ス	デ管在注紙 理庫、紙	媒体の情報を電子ファイルに変換し、データベース化している	310	5.8	59.4	29.0	3.2	0.0	2.6
‴ 化	理庫、紙	媒体の情報を電子ファイルに変換しているが、データベース化はしていない	180	1.1	54.4	35.6	6.1	0.0	2.8
の	タ方情生紙	媒体のまま管理している	150	3.3	43.3	40.7	4.0	0.0	8.7

No.2-41 利活用において得られた効果(1つのみ選択した企業:①セールスマーケティング)

1つのみ			既存顧客と の関係強化	人の負の回	新しい事業・ サービスの 創出	経営判断の 効率化・高度 化	固定費の削 減	業務プロセス の効率化	その他	
	753	13.1	24.0	12.5	2.4	27.5	4.5	15.1	0	8.0

No.2-42 利活用において得られた効果(1つのみ選択した企業:②サプライチェーン)

10	のみ		リートダイム	既存取引先 との関係強 ル	商品・サービ スの質の向 上、サービス の改善	仕庫の最週	経営判断の 効率化・高度 化	固定費の削 減	業務プロセス の効率化		納期管理の 徹底	その他
		487	6.6	8.6	10.1	17.7	28.7	1.6	18.5	4.1	3.1	1.0

No.2-43 利活用において得られた効果(2つ以上選択した企業:①セールスマーケティング)

2つ以上	全 体		既存顧客と の関係強化	スの質の问 ト サービス	サービスの	経営判断の 効率化・高度 化	固定費の削 減	業務プロセス の効率化	その他	
	1253	39.2	61.6	48.1	18.0	56.3	17.2	37.4	0	0.4

No.2-44 利活用において得られた効果(2つ以上選択した企業:②サプライチェーン)

2つ以上	全 体	リートダイム	既存取引先 との関係強 ル		在庫の最適 化	経営判断の 効率化・高度 化	固定費の削 減	業務プロセス の効率化		納期管理の 徹底	その他
	1182	30.4	30.3	34.7	56.2	48.1	18.4	47.6	36.8	37.0	0.3

No.2-45 データ利活用において相談を行った先(①セールスマーケティング)

全 体	ITベンダー	商工会議所• 商工会	金融機関	経営者仲間	公談会計士・	ITコンサルタ ント・ITコー ディネータ	その他	
616	50.8	4.2	11.7	10.1	25.5	26.0		6.5

No.2-46 データ利活用において相談を行った先(②サプライチェーン)

全 体	ITベンダー	商工会議所・ 商工会	金融機関	経営者仲間	公認会計士• 税理士	ITコンサルタ ント・ITコー ディネータ	その他	
458	60.0	2.8	7.4	7.0	21.8	22.7		7.2

No.2-47 分析の取組状況と相談の実施状況の関係(①セールスマーケティング)

		全 体	相談を行った	ていないが、	相談は行っ ておらず、今 後も必要な い	分からない
全 体		4599	13.4	24.1	43.2	19.3
、り分売顧	営業・販売の強化のために分析している	1575	22.5	27.6	38.9	11.0
い 組 析 情 客	部門間の連携強化のために分析している	694	23.6	28.8	34.7	12.8
るんに報・	企業の意思決定や戦略策定のために分析している	1195	21.1	26.4	42.1	10.4
がで取の販	分析をしていない	2153	5.0	20.3	47.3	27.5

No.2-48 分析の取組状況と相談の実施状況の関係(②サプライチェーン)

	全 体	相談を行った	相談は行っ ていないが、 今後検討し たい	相談は行っ ておらず、今 後も必要な い	分からない
全 体	450	3 10.2	23.3	43.5	23.0
.、り分庫生受生産・管理の改善のために分析している	116	1 21.5	27.8	39.0	11.7
ス組析情産発部門間の連携強化のために分析している	63	5 21.7	30.6	35.9	11.8
る んに報・注 企業の意思決定や戦略策定のために分析している	90	17.8	29.5	40.1	12.6
"で取の在 、分析をしていない	250	3.1	18.7	46.9	31.2

No.2-49 分析における課題と相談の実施状況の関係(①セールスマーケティング)

		全 体	相談を行った	ていないが、	相談は行っ ておらず、今 後も必要な い	分からない
全 体		2421	20.9	27.6	39.6	11.9
てい顧	データを分析する人材の不足	1069	24.9	33.5	31.3	10.3
、お客	データ利活用に関する社内のリテラシー不足	665	24.5	33.8	31.9	9.8
t /+ "	データ利活用の目的が明確でない	358	18.2	33.8	36.6	11.5
答る事	データ利活用のメリットが分からない	134	17.2	28.4	40.3	14.2
日合の売 え課情	他部門とのデータ連携、協力が得られない	166	21.7	39.8	28.9	9.6
\ № 報	分析の仕方が分からない、ノウハウがない	309	16.5	41.1	29.1	13.3
1:1-0	資金不足	159	23.9	35.8	32.7	7.5
さつ分	その他	19	15.8	5.3	63.2	15.8
がい析	特になし	523	16.3	9.9	57.6	16.3

No.2-50 分析における課題と相談の実施状況の関係(②サプライチェーン)

		全 体	相談を行った	ていないが、	相談は行っ ておらず、今 後も必要な い	分からない
全 体		1964	19.1	29.2	39.3	12.4
	データを分析する人材の不足	839	23.0	37.1	30.0	9.9
つの発	データ利活用に関する社内のリテラシー不足	518	23.0	40.3	26.8	9.8
い分注	データ利活用の目的が明確でない	238	15.1	39.1	35.3	10.5
て析、	データ利活用のメリットが分からない	112	17.0	39.3	29.5	14.3
いおお産	他部門とのデータ連携、協力が得られない	126	16.7	39.7	31.7	11.9
答け・	分析の仕方が分からない、ノウハウがない	234	17.5	41.9	26.1	14.5
える在	資金不足	123	23.6	40.7	26.8	8.9
く課庫		19	21.1	26.3	52.6	0.0
だ題情	特になし	502	13.7	11.0	57.6	17.7

No.2-51 中小企業共通 EDI の活用状況

全	体	活用している	活用していないが、導入を 検討している	聞いたことは あるが、導入 は検討して いない	知らない
	4748	6.3	4.4	23.7	65.6

No.2-52 中小企業共通 EDI の導入検討時期

1 2 1/1	2022年12月 末まで	2023年9 月 末まで	2023年10月 以降	時期は未定
199	17.6	18.1	10.6	53.8

No.2-53 外部との情報資産・データの連携状況(①仕入先)

全体	連携し	ている	連携していな いが、連携に 対して前向き	ず、今後も予	分からない
4	610	11.8	12.9	51.8	23.5

No.2-54 外部との情報資産・データの連携状況(②販売先)

全体	連携している	連携していな いが、連携に 対して前向き	ず、今後も予	分からない
4613	13.1	13.5	49.8	23.6

No.2-55 外部との情報資産・データの連携状況(③同業他社)

全 体	連携している	連携していな いが、連携に 対して前向き	ず、今後も予	分からない
4584	2.6	8.3	62.3	26.8

No.2-56 外部との情報資産・データの連携状況(④異業種他社)

全体	連携している	連携していな いが、連携に 対して前向き	ず、今後も予	
4583	1.3	6.2	63.6	28.9

No.2-57 外部との情報資産・データの連携状況(⑤官公庁・自治体)

全 体	連携している	連携していないが、連携に いが、連携に対して前向き	ず、今後も予	分からない
4598	4.6	10.9	53.9	30.6

No.2-58 データクレンジングおよび見える化の実施状況とデータ利活用の効果の実感の関係 (①セールスマーケティング)

		全 体	効果が出た	効果が出な かった
全 体		1996	60.3	39.7
レデ が テマーセーン タとえ ンク ジクとえ ンク	見える化している・データクレンジングはできている	231	81.8	18.2
	見える化している・データクレンジングはできていない	526	67.1	32.9
	見える化していない・データクレンジングはできている	111	64.9	35.1
	見える化していない・データクレンジングはできていない	609	52.4	47.6

No.2-59 データクレンジングおよび見える化の実施状況とデータ利活用の効果の実感の関係 (②サプライチェーン)

		全 体	効果が出た	効果が出な かった
全 体		1662	67.8	32.2
レデータク る化と ガッシク シライ	見える化している・データクレンジングはできている	266	87.6	12.4
	見える化している・データクレンジングはできていない	414	72.7	27.3
	見える化していない・データクレンジングはできている	121	69.4	30.6
	見える化していない・データクレンジングはできていない	454	58.6	41.4

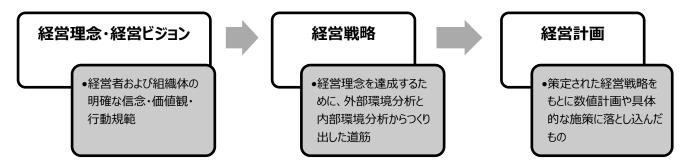
3 本調査のまとめ

3.1 中小企業の企業戦略について

(1) 経営理念・経営ビジョンの意義

中小企業の経営理念・経営ビジョンの策定において課題となるのは、そもそも策定することの意義が理解されていないことにある。そのため、経営理念・経営ビジョンが何かを理解できていなかったり、そもそも経営理念・経営ビジョンを策定する必要性が認識できていないったりするケースが多くみられる。

経営理念・経営ビジョンは以下の図の通り、経営者や企業の考えやあり方を可視化する事である。



経営理念・経営ビジョンを策定し、外部環境の変化に即応した内容にて明確化することが重要である。組織内に浸透することができれば、経営判断の拠り所や従業員のモチベーション向上への効果も期待できる。

(2) 外部環境・内部環境の分析の重要性

経営理念・経営ビジョンを策定し、それらを達成するための具体的な経営戦略や経営計画に落とし込んでいく必要がある。

経営戦略や経営計画の策定には事業環境の分析は重要である。マクロ環境や市場、競合などの外部環境の分析から、財務情報だけでなくバリューチェーンや製品、組織、マネジメントなどの自社の強みや弱みを明らかにする内部環境の分析まで、事業環境分析において考慮する項目は多岐にわたるが、項目ごとに分析状況に差異があることが確認された。

また、本調査において外部環境や内部環境の分析を行い経営戦略に反映している企業において、 若干ではあるが労働生産性の水準が高い傾向にある様子が見られた。事業環境にかかる情報を収集 するだけでなく、経営戦略に反映させることの重要性が示唆された。

3.2 中小企業のデジタル化について

(1) 取組状況を踏まえたデジタル化の重要性

新型コロナウイルスの感染拡大が企業活動に与えた影響は大きく、特に中小企業においては、休 廃業や倒産に追い込まれた企業も多く存在する。こうした中、経営を維持できている企業において も、コロナ禍の終わりが見えない状況が続いていることから、企業は生き残っていくために生産性 を向上させ、競争力を強化するための取組として、デジタル化が注目されている。

本調査において、デジタル化の定義を「アナログデータをデジタルデータに変換・活用し、業務の効率化を図ることや、経営に新しい価値を生み出すこと」とし、DX レポート 2 (経済産業省、2020) や経済財政白書(内閣府、2021)、DX 推進指標(経済産業省、2019)、攻めの IT 活用指針(経済産業省、2017)のフレームワークをもとに、以下の通り 4 段階に分けて取組状況を把握した。

デジタル化の定義

アナログデータをデジタルデータに変換・活用し、業務の効率化を図ることや、経営に新しい価値を生み出すこと

デジタル化の取組状況

段階4	マーケティング・販路拡大・新商品開発・ビジネスモデル構築などのためにデータが統合されたシステムなどを活用することで、デジタル化による経営の差別化や競争力強化に取り組んでいる状態
段階3	業務効率化のための社内規定の整備や業務フローの見直しなどに取り組み、商品・サービス別 売上の分析や、顧客管理、在庫管理などに向けたデジタル化に取り組んでいる状態
段階2	連絡に社内メールを使用、会計処理・給与計算・売上日報などにパソコンを利用するなど、ア ナログからデジタルに向けたシフトを始めた状態
段階1	紙や口頭でのやり取りが中心であり、デジタル化による業務の効率化は図られていない状態

中小企業においては、コロナ禍を契機にデジタル化の優先度を高めており、デジタル化の取組段階において、コロナ禍前は、6割以上の企業が段階1~2の状況にあったが、現在は段階3~4の企業が段階1~2の企業を上回ったことから、デジタル化を推進していく意向が高まっていることを見て取ることができた。また、本調査において、デジタル化の取組状況と労働生産性と売上高との関連性を見たところ、段階が進むにつれて、労働生産性と売上高ともに高まる傾向が見られたことから、中小企業に対して継続してデジタル化を推進していくよう働きかけていく必要があることが示唆された。

デジタル化の具体的取組として、「IT ツールの導入・活用状況」を把握したところ、主に業務効率化を目的とした「コミュニケーション分野」や「バックオフィス分野」については、コロナ禍以前から比較的導入が進んでいるが、主に売上向上や業務変革を目的とした「セールス分野」や「サプライチェーン分野」においては、あまり進んでいない傾向が見受けられた。こうしたことから、コロナ禍を契機にデジタル化の優先度は高まっているものの、今後「セールス分野」や「サプライチェーン分野」における導入が進むことが期待される。

(2) データ利活用と外部機関との連携強化について

企業活動において、企業は営業における顧客・販売情報や、受発注業務における受発注・生産・在 庫情報など、様々な種類の膨大なデータを利活用している。しかし、中小企業においては、現状とし て紙媒体でデータ管理をしていたり、データを電子化しているものの、データベース化にまで至っ ていない企業が多く見られた。各種情報のデータベース化により、販売情報をもとに見込客を抽出 しアプローチを行ったり、取引先と商品の受発注に係る情報を共有できたりと、得られるメリット が大きく、競争力強化や生産性向上、業務効率化にも寄与すると考えられる。

デジタル化の具体的取組として、「データの利活用・分析状況」を把握したところ、デジタル化の段階が進展している企業では、データベース化によるデータ利活用を積極的に進めており、その効果を実感できていることから、データ利活用の重要性が示唆される結果となった。

中小企業において、データベース化が進まない理由として、データベース化におけるメリットやデータベース化に適したシステム、導入コストなどの情報が不足していることが考えられる。そうした状況にある企業に対しては、外部機関との連携の有効性を示しつつ、IT ベンダーやコンサルなどの相談先と、データ利活用を進めたい企業をマッチングする仕組みの構築も重要となる。

また、データを利活用するうえでは、ただ情報をデータベース化するだけにとどめず、その情報を目的に応じて加工・分析し、活用していくことが重要となる。しかしながら中小企業においては、課題として、データを分析する人材の不足や、社内全体でITリテラシーが不足していることを挙げた企業が多く見られたことから、必要な分析結果を得るための適切な分析手法や、分析結果の活用方法などのアドバイスをもらえる相談先が必要となる。

(3) 中小企業におけるデジタル化より一層推進していくために

以上のことから、今後中小企業において、デジタル化をより一層推進していくためには、「デジタル化の推進状況に応じた適時適切な支援」が重要となる。

例えば、段階初期の企業に対しては、まずは社内全体の IT リテラシー向上のためのプログラムを提供し、小規模な投資で進められるデジタル化から着手していくなど、スモールスタート・クイックウィンとしてデジタル化の成功体験を積み重ねていく方法が考えられる。一方で、デジタル化がある程度進んだ企業に対しては、同規模・同業種の成功事例を横展開するなど、新規サービスの創出や事業の変革の実現に向けたサポートを行う方法が考えられる。

併せて、デジタル化推進のための相談体制の強化・支援制度の充実も求められる。IT 投資計画の 策定方法、低コストで導入できるIT ツールの提案、データ分析のための人材確保など、中小企業 が抱える課題は様々であり、コロナ禍を契機としたデジタル化への関心の高まりも相まって、こう した支援に対するニーズも高まると考えられる。

コロナ禍が長期化し、今後の見通しが不透明である中でも、デジタル化に関する技術は日進月歩で進化を続けている。我が国を支える中小企業がこうした流れに取り残されることなく、積極的な 取組により、デジタル化を業務効率化にとどまらず、新規サービスの創出や事業の変革へとつなげ ていくことを期待したい。

4 付録 アンケート調査票

経済産業省中小企業庁 委託事業関連調査

「中小企業の経営理念・経営戦略に関するアンケート」 調査票

くご回答にあたってのお願い等>

- 1. 本調査は、経済産業省中小企業庁「令和3年度中小企業実態調査委託費(中小企業の経営戦略及びデジタル 化の動向に関する調査研究)」の関連調査として(株)東京商工リサーチが実施しているものです。
- 2. ご回答いただいた調査票情報は、当該調査事業の成果物の一部として、経済産業省に提出されますが、調査結果は 統計的に処理し個々のご回答結果は絶対に公表されることはありません。
- 3. ご回答は、 **令和 3 年 12 月 10 日 (金) まで**に同封の返信用封筒にてご返送またはアンケート専用 WEB サイト にてご対応いただきますようお願いいたします。
- 4. 各設問に対するご回答は、特にことわりのない限り**該当する番号に"○"をつけて**いただきますようお願いいたします。
- 5. 特にことわりのない限り、ご回答日時点でご記入ください。

<本件に関するお問合せ先>

株式会社東京商工リサーチ 市場調査部内

「中小企業の経営理念・経営戦略に関するアンケート」調査事務局

所在地:東京都千代田区大手町1-3-1 JA ビル

電話:03-6810-0278

受付時間:平日(月~金)9時~12時、13時~17時 ※祝日を除く

A. 基本項目

- A-1年間総売上高における顧客構成割合について事業者向け(BtoB)と消費者向け(BtoC)どちらが多いか、お 答えください。【○は1つ】
 - 1. 事業者向け(BtoB)
- 2. 消費者向け(BtoC) 3. 同程度
- A-2現在の経営者の方が、経営者になった経緯について、お答えください。【○は1つ】
 - 1. 創業者

- 2. 先代経営者の親族 3. 社内役員・従業員からの昇格
- 4. 取引先・親会社からの派遣 5. 外部招へい
- 6.その他(
- A-3同業他社と比較して新型コロナウイルス感染症拡大(2020年2月以降)による業績への影響について、お答 えください。【〇は1つ】
 - 1. 非常に大きい
- 2. やや大きい
- 3. やや小さい
- 4. 非常に小さい
- A 4 貴社の新型コロナウイルス感染症の収束後における事業の方向性について、最も当てはまるものをお答えください。 【()は1つ】
 - 1. 成長を目指す
- 2. 現状維持
- 3. 規模縮小
- 4. 廃業を検討

B. 経営理念について

※ここでいう経営理念・経営ビジョンとは以下の概念図の内容を指します。

経営計画 経営理念・経営ビジョン 経営戦略 •経営者および組織体の •経営理念を達成するた •策定された経営戦略を 明確な信念・価値観・ めに、外部環境分析と もとに数値計画や具体 行動規範 内部環境分析からつくり 的な施策に落とし込んだ 出した道筋 もの

B- 1 貴社における経営理念・経営ビジョンの内容について、当てはまるものをお答えください。【○はいくつでも】	
1. 顧客満足、信頼獲得 2. 高品質、技術・サービスの向上、イノベーション	
3. 企業としての成長性、挑戦 4. 経済的利益の追求	
5. 安心・安全 6. 社会への貢献・社会的使命	
7. 社員の幸福 8. 取引先との共存共栄	
9. 経営理念・経営ビジョンはなく明文化していない ⇒ 「9」を回答した方は大項目 C へお進みくた	さい。
B-2貴社の経営理念・経営ビジョンの内容(※)について、具体的に教えてください。【自由回答】 ※例えば、京セラ株式会社の「全従業員の物心両面の幸福を追求すると同時に、人類、社会の進歩献すること。」といった内容を指します。	※発展に貢
B- 3 現在の経営理念・経営ビジョンを策定した時期について、お答えください。【〇は1つ】	
1. 20 年以上前 2. 15 年以上 20 年未満前 3. 10 年以上 15	年未満前
4.5年以上10年未満前 5.5年未満前 6.分からない	
B- 4 現在の経営理念・経営ビジョンを策定した動機、きっかけについて、お答えください。【〇はいくつでも】	
1. 会社創業 2. 事業の継承・経営者の交代	
3. 企業規模の拡大・事業内容の変化 4. リーマン・ショックや震災、感染症拡大などによる	5危機
5. 外部環境の変化(選択肢4を除く) 6. 顧客や取引先からの指摘	
7. 従業員からの意見 8. 支援機関などからの指導・助言	
9. その他() 10. 分からない	
B-5現在の経営理念・経営ビジョンを策定した際の経営者について、お答えください。【〇は1つ】	
1. 創業者 2. 創業者以外の歴代経営者 3. 現経	営者
B-5① B-5で「1. 創業者」「2. 創業者以外の歴代経営者」と回答した方にお聞きします。	
経営者の経営理念・経営ビジョンの継承方法について、最も当てはまるものをお答えください。【〇は	1つ】
1. 事業の継承にあたり、創業者・歴代経営者から教育や指導を受けて学んだ	
2. 教育や指導はなかったが、創業者・歴代経営者の姿を見て学んだ	
3. 自社ホームページや社内のパネルなどを通じて理解した	
4. 特になし	
B-6経営理念・経営ビジョンを再定義・見直した経験について、お答えください。【○は1つ】	
1. 経験がある 2. 経験がない	
B-7貴社の経営理念・経営ビジョンを策定した際に重視したことについて、お答えください。【〇はいくつでも】	
1. 経営戦略との整合性 2. 創業者や経営者の思い	
3. 従業員からの意見 4. 支援機関などからの指導・助言	
5. その他() 6. 特になし	
B-8新型コロナウイルス感染症拡大後(2020年2月以降)において、経営理念・経営ビジョンに立ち返り 略や経営判断を下した機会がありましたか。当てはまるものをお答えください。【〇は1つ】)、経営戦
1. ほぼ毎日のようにあった 2. 週に1度はあった 3. 月に1度はあった	た

5. 半年~1年に1度はあった

6. 特になかった

4. 2~3か月に1度はあった

モチベーションの向上に寄与した機会が	があったと感じますか	か。当てはまるものをお答え	えください。【〇は1つ】
1. 大いに実感している	2. ある程度	実感している	3. あまり実感していない
4. 全く実感していない	5. 特になか	った	6. 分からない
B-10 経営理念・経営ビジョンの社内への流	曼透に向けて、取り)組んだ行動・取組をお答	きえください。【〇はいくつでも】
1. 経営理念・経営ビジョンに基づく	規範・ルールの策	定 2. 社内研修な	どを通じた教育
3. 従業員との日々のコミュニケーシ	ョンでの啓もう	4. 経営者による	S率先 重 範
5. 経営者による年頭挨拶や社内	会議での訓示	6. 社内報やパン	ンフレット、メッセージカードの配付
7. 社内のパネルやポスターなどでの	掲示	8. 自社ホーム^	ページでの掲載
9. その他() 10. 特に取り組ん	んでいない
B-11 経営理念・経営ビジョンは主要な取	引先や金融機関、	支援機関など対外的に	も説明していますか。当てはまるも
のをお答えください。【〇は1つ】			
1. 自発的に説明している	2. 求められ	た際に説明している	3. 説明には積極的ではない
B-12 経営理念・経営ビジョンの社内への治	曼透に向けて、重	要と考えていることをお答え	えください。【〇はいくつでも】
1. 経営者からの積極的なメッセー:	ジの発信		
2. 経営理念・経営ビジョンを策定し	してからの時間の紹	圣過	
3. 従業員の納得感を得られる経営	営理念・経営ビジョ	ンの内容であること	
4. 従業員が働きやすい職場環境	を整えること		
5. 従業員の業務での成功経験			
6. 好業績、強固な財務基盤の構	築		
7. その他()	
B-13 経営理念・経営ビジョンに対する従う	業員の受け止め方	や反応について、お答えく	(ださい。【Oは1つ】
1. 共感・共鳴しており、行動に結び	どういている 2.	共感・共鳴しているが、	行動に結びついていない
3. 理解はしているが、共感・共鳴に	はしていない 4.	認知はしているが、理角	弾はしていない
5. 認知していない			
B-14 経営理念・経営ビジョンの浸透状況	について、お答えく	ださい。【〇は1つ】	
1. 全社的に浸透している	2.	主任・係長クラスまで浸	透している
3. 部長・課長クラスまでは浸透して	こいる 4.	経営層までは浸透して	いる
5. 浸透していない	6.	分からない	
B-15 経営理念・経営ビジョンの浸透によっ	ー ってもたらされた効!	果について、お答えください	ハ。【 ○はいくつでも】
1. 自社の意思決定のより所となっ	た 2.	従業員の自律的な働る	き方の実現、就業観などの共有
3. 従業員の自社への愛着度の向	上 4.	仕事や目標達成に対す	するモチベーションの向上
5. 顧客や取引先との関係強化	6.	新たな事業、製品・サー	-ビス開発への展開
7. 外部環境の変化への安定的な	事業展開 8.	共感する人材の新規技	採用
9. その他() 10	. 特になし	
C. 経営戦略について	+ 15 1	+g-m1+ // 10 · 1 +a · +	. / Jel. > - //a.l. 13455 115
※ここでいう経営戦略とは、「経営理念を追	産成するために、外	部境境分析と内部環境	「分析からつくり出した道筋」を指し
ます。(1ページ概念図参照)	日本にまたった☆	について もなこノギエ・	[OH10]
C-1 貴社において、経営戦略の策定又は	目直しを行う頻度	について お答う/ださい	[(-(+1-)]

B-9新型コロナウイルス感染症拡大後(2020年2月以降)において、経営理念・経営ビジョンが従業員の統率や

3. 毎年

5.5年程度に一度 6. 策定・見直ししていない

2. 半期ごと

1. 四半期ごと

4.3年程度に1度

C-2 貴社において、経営戦略を経営計画へどの程度落とし込んでいるか、以下の項目について当てはまるものをお答え ください。【○はそれぞれ1つ】

	十分に 記載されて いる	ある程度 記載されて いる	あまり 記載されて いない	全く 記載されて いない	分からない
損益計画	1	2	3	4	5
財務計画	1	2	3	4	5
営業計画	1	2	3	4	5
人員計画(従業員	1	2	3	4	5
の採用・配置)	-		3	·	3

- C-3 貴社において、経営戦略の浸透度合いについて、お答えください。【○は1つ】
 - 1. 全社的に浸透している

3. 部長・課長クラスまでは浸透している

5. 浸透していない

- 2. 主任・係長クラスまで浸透している
- 4. 経営層までは浸透している
- 6. 分からない
- C-4貴社の経営戦略の主要な取引先や金融機関、支援機関などへの説明状況について、お答えください。【〇は1つ】

1. 自発的に説明している

- 2. 求められた際に説明している 3. 説明には積極的ではない
- C-5貴社ではいくつの KPI (重要業績評価指標)※を利用しているかについて、お答えください。【○は1つ】 ※KPI(重要業績評価指標)は、いわゆる生産目標や売上目標のことではなく、売上げ、コスト、無駄、品質、在庫、 エネルギー消費、納期の遵守、顧客満足度に関する数値などで、最終目的を達成するため企業活動が順調に進ん でいるかどうかを示す企業全体での指標のことです。

1. 1~2つの指標

- 2.3~9つの指標 3.10以上の指標
- 4. 特に利用していない
- C-5①「4. 特に利用していない」以外を回答した方にお聞きします。

貴社において、誰が KPI を認識していますか。当てはまるものをお答えください。【〇は1つ】

1. 経営層のみ

- 2. 上位管理職(部長、店長など)まで
- 3. 管理職の多くと従業員のある程度
- 4. 管理職の多くと従業員の多く
- C-5②「4. 特に利用していない」**以外**を回答した方にお聞きします。

貴社の経営層は、どのくらいの頻度で様々な KPI を確認していますか、当てはまるものをお答えください。【○は1つ】

- 1. 年に1回程度 2. 半期に1回程度 3. 四半期に1回程度 4. 毎月1回程度

- 5. 毎週1回程度 6. ほぼ毎日
- 7. 確認はしていない
- C-6以下の外部環境(マクロ環境)について、それぞれどの程度情報収集・分析を行っているか、お答えください。 【○はそれぞれ 1 つ】

	分析を行い、 経営戦略に 反映させている	分析を行ってい るが、経営戦 略には反映で きていない	分析は行って いないが、 情報収集は 行っている	分析も 情報収集も 行っていない
①政治 (法規制、税制など)	1	2	3	4
②経済(景気や経済成長、 金利・為替・株価など)	1	2	3	4
③社会(人口動態の変化など)	1	2	3	4
④技術(新技術の開発や特許、 フィンテック・AI など)	1	2	3	4

C-7以下の外部環境(市場環境)について、それぞれどの程度情報収集・分析を行っているか、お答えください。 【○はそれぞれ1つ】

	分析を行い、 経営戦略に 反映させている	分析を行ってい るが、経営戦 略には反映で きていない	分析は行って いないが、 情報収集は 行っている	分析も 情報収集も 行っていない
①自社製品・サービスの市場動向	1	2	3	4
②顧客の動向	1	2	3	4
③仕入先の動向	1	2	3	4
④代替製品の動向	1	2	3	4
⑤潜在的な新規参入企業の動向	1	2	3	4

C-8以下の外部環境(競合環境)について、それぞれどの程度情報収集・分析を行っているか、お答えください。 【○はそれぞれ1つ】

	分析を行い、 経営戦略に 反映させている	分析を行ってい るが、経営戦 略には反映で きていない	分析は行って いないが、 情報収集は 行っている	分析も 情報収集も 行っていない
①競合他社の市場シェア	1	2	3	4
②競合他社の収益性	1	2	3	4
③競合他社の今後の動向	1	2	3	4

C-9 貴社における外部環境の情報収集の方法について、当てはまるものをお答えください。【〇はいくつでも】

- 1. 日常的にメディア媒体から収集(新聞、書籍、テレビ、SNS)
- 2. 日々の営業活動の中で収集(取引先、経営者仲間)
- 3. 日常的なやり取りで外部機関から収集(金融機関、税理士・会計士)
- 4. セミナー・研修への参加による収集
- 5. 経営戦略の策定を目的とした自社による収集(顧客へのアンケート調査、購買データの分析)
- 6. 経営戦略の策定を目的とした外部機関による収集(コンサルなどへの依頼)
- 7. その他()
- 8. 情報収集は行っていない

C-10 以下の自社の内部環境分析について、それぞれどの程度行っているか、お答えください。【○はそれぞれ 1 つ】

	分析を行い、 経営戦略に 反映させている	分析を行っているが、経営戦略には反映できていない	分析は行って いないが、 情報収集は 行っている	分析も 情報収集も 行っていない
組織分析 (組織体制、従業員のスキル・配置状況などの分析)	1	2	3	4
<u>財務分析</u> (財務指標・成長性・安全性・生産性などの分析)	1	2	3	4
バリューチェーン分析 (生産〜販売までの一連の事業活動上で自社が担う機能、機能ごとの強み・弱みなどの分析)	1	2	3	4
マネジメント分析 (経営管理のために必要な情報の管理状況などの分析)	1	2	3	4
製品分析 (製品別の売上高や利益率、製品別の市場シェアなどの分析)	1	2	3	4

C-11 貴社の経営資源について、競合他社と比較した強みや弱みの把握状況を、お答えください。【○は1つ】

- 1. 十分にできている
- 2. ある程度できている
- 3. どちらともいえない

- 4. あまりできていない
- 5. 全くできていない

C-12 貴社の事業領域(※)について、下記の3点をどの程度重視しているか、当てはまるものをお答えください。

【○はそれぞれ1つ】

※ここでいう事業領域とは、どのような顧客に、どのような価値を、どのような技術によって提供するのかという 3 つの 要素を踏まえて決まる、自社が事業を行う範囲のことを指します。

	7+01 7000	, n O O · , o			
	とても	ある程度	どちらとも	あまり重視	全〈重視
	重視している	重視している	いえない	していない	していない
どのような顧客に提供するのか	1	2	3	4	5
どのような価値を提供するのか	1	2	3	4	5
どのような技術によって提供するのか	1	2	3	4	5

C-13 貴社において、事業領域を見直した経験の有無について、お答えください。【〇は1つ】

1. 経験がある

2. 経験がない

C-13① C-13で「1. 経験がある」を回答した方にお聞きします。

貴社において、事業領域を見直した時期について、お答えください。【○は1つ】

- 1. リーマン・ショックを契機として(2008年)
- 2. 東日本大震災を契機として(2011年)
- 3. 新型コロナウイルス感染症拡大を契機として(2020年)
- 4. その他(

)※具体的な時期、事象などを御記載ください

C-13② C-13で「1. 経験がある」を回答した方にお聞きします。

事業領域の見直し時に重視した点について、当てはまるものをお答えください。【○はいくつでも】

- 1. 市場規模が大きい・市場規模の成長性が見込まれる 2. 既存事業の技術・ノウハウがいかされる
 - 4. 製品・サービスを提供するチャネルがある

知名度・信用力がいかされる

- 5. 競合が少なく、価格競争に陥りにくい
- 6. 必要な認可などを取得している

7. 多額の投資を必要としない

8. 官民問わず支援が充実している

9. 連携相手がいる

10. 分からない

C-14 貴社が事業領域を選択する際に、市場のシェアをどの程度重視しているかについて、お答えください。【 \bigcirc は1つ】

- 1. とても重視している
- 2. ある程度重視している
- 3. どちらともいえない

- 4. あまり重視していない
- 5. 全く重視していない

C-15 現在の貴社の事業領域におけるシェアについて、当てはまるものをお答えください。【○は1つ】

1. 上位のシェアである

2. 中位のシェアである

3. 下位のシェアである

4. シェアを把握していない

C-16 貴社の事業領域において、競合他社に対して競争優位を構築する上で次の A, B どちらを重視していますか。 当てはまるものをお答えください。【○は1つ】

- (A. 他社製品・サービスとの差別化 B. 他社よりもいかに低い価格を実現するか)
- 1. A を重視している

2. どちらかというと A を重視している

3. どちらかというと B を重視している

4. Bを重視している

- C-17 貴社の競争戦略について、最も近いものをお答えください。【〇は1つ】 ※ターゲットとは、顧客・地域・用途など、製品・サービスの対象市場を指します。
 - 1. 広いターゲットを対象に、低価格の製品・サービスを提供する
 - 2. 広いターゲットを対象に、価格以外の点で差別化した製品・サービスを提供する
 - 3. 特定のターゲットを対象に、低価格の製品・サービスを提供する
 - 4. 特定のターゲットを対象に、価格以外の点で差別化した製品・サービスを提供する
- C-18 自社を取り巻く現状(外部環境、内部環境)の把握などにあたり、この5年間で社外の相談相手(※)から 助言を受けたことがありますか。当てはまるものをお答えください。【○は1つ】

※「社外の相談相手」には、商工会などの公的支援機関や金融機関のほか、有償のコンサルタントなども含みます。

1. ある 2. ない

- C-19 貴社が経営戦略の策定に際し支援を受けている外部機関の支援体制として、当てはまるものをお答えください。
 - 1. 長期(1年超)にわたり社内に常駐
 - 2. 定期的な訪問による有償での経営への助言
 - 3. 希望するタイミングでの無償での経営相談 4. 外部機関の支援を受けていない

D. デザイン・ブランド戦略について

※ここでいう「ブランド」とは、「顧客に認識される、企業や商品・サービスなどのイメージの総体」を指します。

- D-1貴社では自社のブランド構築・維持において、どのようなブランドの要素(他社との差別化を図るための識別要素) を活用していますか、当てはまるものをお答えください。【〇はいくつでも】
 - 1. 商品・サービスなどの固有名称
 - 3. 商品・サービスなどのロゴ、マーク
 - 5. 企業、商品・サービスなどのブランドカラー
 - 7. パッケージ
 - 9. その他(

- 2. 企業のロゴ、マーク
- 4. キャッチフレーズ、スローガン
- 6. キャラクター
- 8. サウンド・ロゴ (短いメロディなど)
- 10. 特にない
- D-2貴社のブランド力に対する評価について、当てはまるものをお答えください。【○は1つ】
 - 1. 十分にブランド力はある

2. ある程度ブランド力はある

3. どちらともいえない

4. あまりブランド力はない

- 5. ほとんどブランド力はない
- D-3 貴社のブランドが取引価格の引上げ・維持に寄与しているかについて、お答えください。【〇は1つ】
 - 1. 大いに寄与している

2. ある程度寄与している

3. どちらともいえない

4. あまり寄与していない

- 5. ほとんど寄与していない
- D-4貴社におけるブランドの構築・維持のための取組の有無について、当てはまるものをお答えください。【○は1つ】
 - 1. 取り組んでいる

- 2. 取り組んでいない
- D-4① D-4で「1. 取り組んでいる」を回答した方にお聞きします。

貴社において、ブランドの構築・維持のために行っている取組について、お答えください。【〇はいくつでも】

- 1. 自社ブランドの立ち位置の把握
- 2. ブランドコンセプト(ターゲットや提供価値)の明確化
- 3. 顧客や社会へのブランドメッセージの発信
- 4. 従業員へのブランドコンセプトの浸透
- 5. ブランドコンセプトに基づく商品・サービスの開発 6. 自社のブランド価値の評価・分析
- 7. 自社ブランドの見直し・再構築

- 8.その他(
- D-4② D-4で「1. 取り組んでいる」を回答した方にお聞きします。

貴社において、ブランドの構築・維持のために行っている具体的な取組のうち効果があったと思うものについて、お 答えください。【自由回答】 (例: SNS での情報発信、デザイン賞への応募、TV 番組への出演)

<u>い。【○は1つ】</u>	
1. 大いに実践できている	2. ある程度実践できている
3. どちらともいえない	4. あまり実践できていない
5. ほとんど実践できていない	
や、経営戦略の策定段階からデザインの専門人材を活 は、2018 年 5 月に「デザイン経営宣言」を公表し、こう	ージの伝達によるブランド構築や、顧客の潜在ニーズを捉 上を図る経営を指します。 イン責任者となり、商品・サービス・事業開発の上流工程 所することなどを想定しています。経済産業省と特許庁 もした取組を後押ししています。
1. 元々知っている	2. 本調査によって初めて知ったが、関心はある
3. 本調査によって初めて知ったが、関心はない	
D-7貴社における「デザイン経営」の取組状況(「デザイン経営	営」という言葉の認識の有無にかかわらず、実態として取り
組んでいるか否か)について、当てはまるものをお答えくださ	セい。【○は1つ】
1. 既に取り組み、定着している	2. 既に取り組み始めているが、定着していない
3. 今後取り組むことを検討している	4. 現状取り組む予定はない
5. 分からない	
D-7① D-7で「1. 既に取り組み、定着している」「2. 既(こ取り組み始めているが、定差していかい 「3 一会終取
り組むことを検討している」を回答した方にお聞きします	
	≗ ノている効果(今後取り組むことを検討している方につい
ては期待している効果)について、お答えください。【〇	
1. 企業の理念・ビジョンの明確化や再構築	2. 企業のブランド構築やブランド力向上
3. 従業員の意欲や自社への愛着心の向上	4. 従業員の顧客志向の向上
5. 社内コミュニケーションの活性化	6. 魅力ある商品・サービス・事業の創出
7. 技術・素材の用途開発や知的資産の活用	8. 収益性の向上
9. 新市場・販路の開拓	10. その他()
11. 特に効果を感じない	
- <u> </u>	
<u> </u>	ださい.【○はいくつでも】
1. 経営者がデザイン責任者	2. 経営者以外の経営層がデザイン責任者
3. 社内にデザイン担当者を設置	4. 社内に横断型の推進チームを設置
5. デザイナーなどの社外の専門人材と連携	6. デザインの支援機関に相談
7. 大学などと連携	8. その他()
	,
D-7③ D-7で「1. 既に取り組み、定着している」「2. 既(
り組むことを検討している」を回答した方にお聞きします	_
	機関に期待していることをお答えください。【〇はいくつでも】
1. デザイン経営に関する情報発信	2. デザイン経営の基礎を学ぶ場の提供
3. デザイン経営について相談する場の提供 5. 社外の専門人材とのマッチング機会の提供	4. デザイン経営を試行的に実践する場の提供 6. デザイン投資に係る支援(補助金など)
7. 販路開拓に係る支援	8. 知財の権利化に係る支援
9. 専門人材との契約に係る支援	6. 知知の惟利10c1余3又接 10. その他()
ッ・ ひ に ひんかにの大小りに対め 文文	10. נייוני (

D-5貴社において、顧客志向の商品・サービス・事業開発をどの程度実践できているか、当てはまるものをお答えくださ

D-7④ D-7で「4. 現状取り組む予定はない」「5. 分からない」を回答した方にお聞きします。 貴社において「デザイン経営」に取り組む予定がない理由として、当てはまるものをお答えください。【〇はいくつでも】 1. 基礎的な知識・理解がないため 2. 実践するノウハウがないため 3. 費用対効果が見込めないため 4. 資金的な余裕がないため 5. 自社が技術主導型であるため 6. 取引先が消費者ではなく企業であるため 7. 過去に失敗経験があるため 8. 社内に専門人材がいないため 9. 社外の専門人材が見つからないため 10. その他(E. 海外展開について ※なお、ここでいう海外展開とは、直接輸出、間接輸出、直接投資(生産機能)、直接投資(販売機能)、業務 提携などを指しています。 E-1 貴社における海外展開の現在の実施状況・今後の意向について、当てはまるものをお答えください。【〇は1つ】 1. 海外展開を行っており、今後は更に拡大を図る

5. 海外展開は行っておらず、今後も行う予定はない
 E-1① E-1で「1. 海外展開を行っており、今後は更に拡大を図る」「2. 海外展開を行っており、今後は現状を維持する」「3. 海外展開を行っているが、今後は縮小・撤退を検討する」を回答した方にお聞きします。

ー 貴社の海外展開の状況について、それぞれ当てはまるものをお答えください。

<a.海外展開経験年数>【○は1つ】

2. 海外展開を行っており、今後は現状を維持する

3. 海外展開を行っているが、今後は縮小・撤退を検討する 4. 海外展開は行っていないが、今後は新たに取り組みたい

- 1. 20 年以上 2. 10 年以上 20 年未満 3. 5 年以上 10 年未満 4. 5 年未満
-

 くb.海外展開の方法>【〇はいくつでも】
- 1. 直接輸出

- 2. 間接輸出
- 3. 直接投資(生産機能)

- 4. 直接投資(販売機能)
- 5. 業務提携

<c.海外売上比率>【数値回答】(貴社全体の売上げに占める割合をお答えください)

() %

E-1② E-1で「1. 海外展開を行っており、今後は更に拡大を図る」「2. 海外展開を行っており、今後は現状を維持する」「3. 海外展開を行っているが、今後は縮小・撤退を検討する」を回答した方にお聞きします。

貴社の海外展開における課題について、当てはまるもの全てと最も強く感じている課題を一つお答えください。

1. 販売先の確保 2. 現地の市場動向やニーズの調査 3. 海外向け商品・サービスの開発 4. 生産・販売する商品・サービスの質の確保 5. 外国語や貿易関連事務ができる人材の確保 6. 海外展開を主導する人材の確保 7. 現地人員の確保・育成・管理 8. 現地法制度・商習慣の知識 9. 採算性・事業の見通しの確保 10. 信頼できる提携先・アドバイザーの確保 11. 必要資金の確保 12. リスク・トラブルへの対応 13. その他() ①海外展開における課題 ②最も強く感じている課題 【記入はいくつでも】 【記入は1つ】

E-1③ E-1で「4. 海外展開は行っていないが、今後は新たに取り組みたい」「5. 海外展開は行っておらず、今後 も行う予定はない」を回答した方にお聞きします。

海外展開を開始するための課題について(克服できれば海外展開を行えるもの)、当てはまるもの全てと最も 強く感じている課題を一つお答えください。

1. 販売先の確保	2. 現地の市場動向やニーズの調査
3. 海外向け商品・サービスの開発	4. 生産・販売する商品・サービスの質の確保
5. 外国語や貿易関連事務ができる人材の確保	6. 海外展開を主導する人材の確保
7. 現地人員の確保・育成・管理	8. 現地法制度・商習慣の知識
9. 採算性・事業の見通しの確保	10. 信頼できる提携先・アドバイザーの確保
11. 必要資金の確保	12. リスク・トラブルへの対応
13. その他()

E-2 貴社が海外展開を検討する際に相談をする相手として、当てはまるものをお答えください。【○はいくつでも】

1. 公的支援機関(JETRO、中小機構、商工会議所など)

2. 金融機関

3. 専門家(民間コンサルティング会社、弁護士、税理士など)

4. 取引先企業

【記入は1つ】

5. 既に海外進出をしている他社(取引先企業、専門家を除く)

6. その他 ()

②最も強く感じている課題

7. 相談したいが、相手がいない

①海外展開開始の課題

【記入はいくつでも】

F. 事業再構築について

※ここでいう事業再構築とは、新たな製品を製造又は新たな商品若しくはサービスを提供すること、製品又は商品若しくはサービスの製造方法又は提供方法を相当程度変更することを指し、新分野展開、事業転換、業種転換、業態転換、事業再編に分類されます。なお、上記は事業再構築補助金における事業再構築指針の定義を参考に整理していますが、本アンケートの回答に際しては必ずしも同指針の要件を満たしている必要はありません。

F-1貴社において新型コロナウイルス感染症拡大(2020年2月)以降に、事業再構築を行っているかについて、お答えください。【〇は1つ】

1. 既に行っている

2.1年以内に行う予定

3. 行う予定はない

F- 1 ① F-1 で「1 . 既に行っている」、「2 . 1 年以内に行う予定」を回答した方にお聞きします。

事業再構築の内容ついて、当てはまるものをお答えください。【〇は1つ】

1. 既存の市場・販路×新規の製品・商品・サービス

(例:ヨガ教室においてオンライン配信サービスを新たに開始)

2. 新規の市場・販路×既存の製品・商品・サービス

(例:卸売業者がECサイトを通じた個人客向けの販売を新たに開始)

3. 新規の市場・販路×新規の製品・商品・サービス

(例:航空機部品製造業者が半導体関連部品の製造を開始)

F-1② <u>F-1で「1. 既に行っている」「2.1年以内に行う予定」を回答した方にお聞きします。</u> 事業再構築における外部の支援機関との取組状況について、当てはまるものをお答えください。【〇は1つ】

1. 支援機関の支援を受けている・受ける予定

2. 自力で取り組んでいる・取り組む予定

F-1③ F-1で「1. 既に行っている」「2.1年以内に行う予定」を回答した方にお聞きします。

事業再構築を行っている(又は行う予定の)事業について、<u>計画上の最終目標売上高</u>は現在の<u>貴社全体</u> の売上高に対してどの程度の比率を見込んでいますか。当てはまるものをお答えください。【〇は1つ】

1. 5%未満

2.5%以上10%未満

3.10%以上20%未満

4. 20%以上 30%未満

5.30%以上50%未満

6.50%以上

F-1 ④ F-1 で「1. 既に行っている」を回答した方にお聞きします。 事業再構築を開始した時期について、お答えください。【〇は1つ】 1.2020年2~6月 2. 2020年7~9月 3. 2020年10~12月 4. 2021年1~3月 5.2021年4~6月 6. 2021年7~9月 8. 感染症流行以前より始めていた(2020年1月以前) 7. 2021年10月~12月 F-1⑤ F-1で「1. 既に行っている」を回答した方にお聞きします。 事業再構築による効果として、**売上面**での効果について、お答えください。【〇は1つ】 1. 既に効果が出始めている 2. まだ効果は出ていないが、1年以内に効果が出る見込み 3. まだ効果は出ていないが、数年以内に効果が出る見込み 5. 既に撤退している 4. 効果が出る見込みは薄い

F-16 F-1で「1. 既に行っている」を回答した方にお聞きします。

事業再構築による効果として、**売上面以外**での効果について、お答えください。【〇は1つ】

1. 既存事業とのシナジー効果 2. 従業員の意欲・能力向上 3. 技術力・製品開発力の向上 4. 知名度向上 5. その他()

F-2 貴社において、事業再構築を行う上で課題となっている点、又は課題となりうる点について、お答えください。 【〇はいくつでも】

1. 人材確保・既存従業員の能力向上

2. 新規設備の導入・既存設備の増強

3. 投資資金の確保

4. 市場ニーズの把握・顧客見込み先の確保

5. 課題はない

G. グリーン戦略について

- G-1 貴社の事業所から年間で排出される温室効果ガスの量の把握状況について、お答えください。【〇は1つ】
 - 1. 過去5年以上前から実施

2. 過去5年未満から実施

3. 今後1年以内に実施する方針

4. 今後数年以内に実施する方針

- 5. 今後実施する予定はない
- G-2取引先から脱炭素化へ向けた取組を求められたことがありますか。当てはまるものをお答えください。【〇は1つ】
 - 1. 取組を求められ、問題がある場合は改善指導や取引停止の措置がある
 - 2. 取組を求められているが、問合せ・調査に状況の把握にとどまる
 - 3. 取組を求められているが、実際の状況の把握は行われていない
 - 4. 取組は求められていないが、問合せ・調査が行われたことがある
 - 5. 取組は求められておらず、問合せ・調査のいずれも求められたことがない
- G-3 貴社における脱炭素化に向けた取組の実施状況について、お答えください。【〇は1つ】
 - 1. 過去5年以上前から実施 2. 過去5年未満から実施 3. 今後1年以内に実施する方針

4. 今後数年以内に実施する方針

- 5. 今後実施する予定はない
- G-3① G-3で「5. 今後実施する予定はない」以外を回答した方にお聞きします。

貴社において行っている(又は行う予定の)脱炭素化の取組について、お答えください。【〇はいくつでも】

- 5. 石炭・石油からのガス転換
- 7. オフセット・クレジットの購入
- 1. エネルギー効率の高い機器・設備の導入 2. 低炭素電源(再生可能エネルギーなど)の利用拡大
- 3. 電化の促進(電気自動車の利用など) 4. 太陽光発電設備の設置(投資目的は除く)
 - 6. 使用エネルギーの見える化
 - 8.その他(

G-3② G-3で「5. 今後実施する予定はない」 以外 を回答した方にお聞きします。 脱炭素化を進めることによる効果について、お答えください。【〇はいくつでも】					
1. 市場での競争力の強化	2. 光熱費・燃料費の低減				
3. 知名度の向上	4. 社員のモチベーション向上・人材獲得力の強化				
5. 資金調達に有利に働くこと	4. 社員のとアペーション向上・人材浸得力の強化 6. その他()				
3. 貝立前廷に行列に倒入こと	6. その他(
G-3③ G-3で「5. 今後実施する予定はない」と「 貴社が脱炭素化の取組を実施する予定はない」と「	回答した方にお聞きします。 ない理由について、お答えください。【〇はいくつでも】				
1. 基礎的な知識・理解がないため					
3. 資金的な余裕がないため	4. 取引先からの要請がないため				
5. 自社の排出量は少ないと思うため	6. その他()				
G-3④ G-3で「5. 今後実施する予定はない」と[
脱炭素化の取組にどういった効果があれば、 ください。【Oはいくつでも】	今後貴社において脱炭素化の取組を検討するかについて、お答え				
1. 顧客からの評価向上	2. コストカット				
3. 社員のモチベーション向上・人材獲得力の	強化 4. 資金調達に有利に働く(不利に働かない)こと				
5. 取引価格の引上げ	6. 新たな取引先の確保				
7. その他()				
H. 資金調達について					
H-1①新型コロナウイルス感染症拡大前(2020 年 準は過剰だと感じますか、それぞれ当てはまるもの	E 1 月)、②現在、のそれぞれの時点における貴社の借入金の水 Dをお答えください。				
1. 大いに感じている 2. あ	る程度感じている 3. どちらともいえない				
4. あまり感じていない 5. ほ	とんど感じてない				
①新型コロナウイルス感染症拡大前	②現在				
【記入は1つ】	【記入は1つ】				
	済の見通しとして当てはまるものをお答えください。【○は1つ】				
	る程度問題ない 3. どちらともいえない				
4. 多少懸念がある 5. 強	はい懸念がある				
H- 3 現在、貴社において新たな資金調達ができなくなることへの懸念感はありますか。 当てはまるものをお答えください。					
【○は1つ】					
1. 大いに感じている 2. あ	る程度感じている 3. どちらともいえない				
4. あまり感じていない 5. ほ	とんど感じてない				
H-4貴社における資金調達の手段として、エクイティる利用状況・認識について、当てはまるものをお	・ファイナンス(株式による資金調達、会社設立時を除く)に対す 答えください。【○は1つ】				
	川用を検討している 3. 利用する予定はない				
H-4① H-4で「1. 既に利用している」「2. 利用	現を検討している」を同答した方にお問うします				
	登金調達を行う(又は利用を検討する)に当たりメリットと感じるも				
1. 資金繰りの安定化 2. 研究開発な	などへの投資資金の確保 3. 出資元からの人材面での支援				
4. ガバナンスの強化 5. その他()				
H-4② H-4で「3. 利用する予定はない」を回答し	た方にお聞きします。 録けしない理由として当てはまるものをお答えください。【○はいくつでも】				
1. 金融機関からの借入調達で十分	2. 借入調達に比べ資金調達コストが高い				
3. 経営状況の説明などに多大なコストがかか	る 4.経営の自由度が下がる				
5. その他 ()					
~これでアンケートは終了。	です。ご協力ありがとうございました。~				

経済産業省中小企業庁 委託事業関連調査

「中小企業のデジタル化と情報資産の活用に関するアンケート」 調査票

<ご回答にあたってのお願いなど>

- 1. 本調査は、経済産業省中小企業庁「令和3年度中小企業実態調査委託(中小企業の経営戦略及びデジタル化の動向に関する調査研究)」の関連調査として(株)東京商工リサーチが実施しているものです。
- 2. ご回答いただいた調査票情報は、当該調査事業の成果物の一部として、経済産業省に提出されますが、調査結果は統計的に処理し個々のご回答結果は絶対に公表されることはありません。
- 3. ご回答は、**令和3年12月10日(金)まで**に同封の返信用封筒にてご返送またはアンケート専用WEBサイトにてご対応いただきますようお願いいたします。
- 4. 各設問に対するご回答は、特にことわりのない限り**該当する番号に"**〇"をつけていただきますようお願いいたします。
- 5. 特にことわりのない限り、**ご回答日時点**でご記入ください。

<本件に関するお問合せ先>

株式会社東京商工リサーチ 市場調査部内

「中小企業のデジタル化と情報資産の活用に関するアンケート」調査事務局

所在地:東京都千代田区大手町1-3-1 JA ビル

電話:03-6810-0279

受付時間:平日(月~金)9時~12時、13時~17時 ※祝日を除く

A. デジタル化について

- A-1 ①新型コロナウイルス感染症流行前(2019 年時点)、②新型コロナウイルス感染症流行下(2020 年時点)、③現在(2021 年時点)および④今後(新型コロナウイルス感染症の収束後を想定)における貴社のデジタル化(※)に対する考え方について、それぞれお答えください。【それぞれ〇は1つ】
- ※デジタル化とは、アナログデータをデジタルデータに変換・活用し、業務の効率化を図ることや、経営に新しい価値を生み出すことなどを指します。

	事業方針上の 優先順位は 高い	事業方針上の 優先順位は やや高い	事業方針上の 優先順位は やや低い	特に必要性を 感じていない	分からない
①感染症流行前 (2019 年時点)	1	2	3	4	5
②感染症流行下 (2020 年時点)	1	2	3	4	5
③現在 (2021 年時点)	1	2	3	4	5
④今後 (新型コロナウイルス感 染症の収束後を想定)	1	2	3	4	5

- A-2 ①新型コロナウイルス感染症流行前(2019 年時点)、②新型コロナウイルス感染症流行下(2020 年時点)、および③現在(2021 年時点)における貴社のデジタル化の状況(※)について、それぞれお答えください。【それぞれ○は1つ】
- ※本調査におけるデジタル化の状況は以下の4段階を想定しております。

段階1	紙や口頭でのやり取りが中心であり、デジタル化による業務の効率化は図られていない状態
段階 2	連絡に社内メールを使用、会計処理・給与計算・売上日報などにパソコンを利用するなど、アナログからデジ
+XPH Z	タルに向けたシフトを始めた状態
段階 3	業務効率化のための社内規定の整備や業務フローの見直しなどに取り組み、商品・サービス別売上の分析
FXIH 3	や、顧客管理、在庫管理などに向けたデジタル化に取り組んでいる状態
段階4	マーケティング・販路拡大・新商品開発・ビジネスモデル構築などのためにデータが統合されたシステムなどを活
权性化	用することで、デジタル化による経営の差別化や競争力強化に取り組んでいる状態

	段階1	段階 2	段階3	段階4	分からない
①感染症流行前 (2019 年時点)	1	2	3	4	5
②感染症流行下 (2020 年時点)	1	2	3	4	5
③現在 (2021 年時点)	1	2	3	4	5

A-3	貴社においては、デジタル化の取組により業務効率	率化を実感していますか。実感している場合は、業務効率化を
	実感し始めた時期について、お答えください。【〇は	[17]
	1. 実感している → ():	年ごろから
	2. デジタル化に取り組んでいるが、業務効率化	までは実現できていない
	3. デジタル化に取り組んでいない	
•		
A-4	業務効率化以外のデジタル化に向けた取組の効果	果として、当てはまるものをお答えください。【○はいくつでも】
	1. 営業力・販売力の維持・強化	2. 顧客行動、市場の分析強化
	3. 商品・サービスの高付加価値化	4. 技術力の維持・強化
	5. 新商品・新サービスの開発力の維持・強化	6. 財務基盤·資金調達力の維持·改善
	7. 市場や顧客の変化への対応	8. デジタル化に向けた取組を行っていない・分からない
<u>A-4</u>	で「1~7」を回答した方にお聞きします。	
A-5	A-4 において回答いただいたデジタル化に向けた取	は、総じてどの程度でしたか。【○は1つ】
	1. 十分に効果があった	2. ある程度効果があった
	3. どちらとも言えない	4. あまり効果が出なかった
	5. まったく効果が出なかった	6. 分からない
<u>A-4</u>	で「1~7」を回答した方にお聞きします。	
A-6	デジタル化に向けた取組による付随効果として、当	「てはまるものをお答えください。【○はいくつでも】
	1. 社員のモチベーション向上、定着率向上につ	ながった 2.働き方改革に貢献した
	3. 組織風土の改革につながった	4. 取引先との関係・連携の強化につながった
	5. 自社の評判・信用力が向上した	6. 顧客満足度が向上した
	7. 新規事業分野への投資につながった	8. 業務停止などのビジネスリスクが軽減した
	9. その他() 10. 特になし
A-7	デジタル化に取り組む上での課題について、当ては	まるものをお答えください。【○はいくつでも】
	1. どの分野・業務がデジタル化に置き換わるかか	が分からない 2. 費用対効果が分からない・測りにくい
	3. 適切な IT ツール・システムが分からない	4. デジタル化を推進できる人材がいない
	5. 従業員が IT ツール・システムを使いこなせない	ハ 6. 相談できる相手がいない
	7. 情報流出が懸念される	8. その他()

9. 特になし

A-8 ①2020 年、②2021 年のデジタル化に向けた投資費用(年間の IT 投資額)についてお答えください。 【それぞれ〇は1つ】

①2020年	
1. 売上高の 5%以上	2. 売上高の4%以上5%未満
3. 売上高の3%以上4%未満	4. 売上高の 2%以上 3%未満
5. 売上高の1%以上2%未満	6. 売上高の1%未満
7. IT 投資は行っていない	8. 分からない
②2021年	
1. 売上高の 5%以上	2. 売上高の4%以上5%未満
3. 売上高の 3%以上 4%未満	4. 売上高の 2%以上 3%未満
5. 売上高の1%以上2%未満	6. 売上高の1%未満
7. IT 投資は行っていない	8. 分からない

A-8①②のどちらかで「 $1\sim6$ 」を回答した方にお聞きします。

A-9 デジタル化に向けた投資費用の内訳について最も多かったものをお答えください。【それぞれ〇は1つ】

①2020年	
1. 基幹システムなどのハードウェア費	2. ソフトウェアの開発・利用費
3. 通信回線費	4. 働き方改革に向けた PC・デバイスなどの費用
5. 人件費	6. その他()
7. 分からない	
②2021年	
1. 基幹システムなどのハードウェア費	2. ソフトウェアの開発・利用費
3. 通信回線費	4. 働き方改革に向けた PC・デバイスなどの費用
5. 人件費	6. その他()
7. 分からない	

A-8②で「1~4」を回答した方にお聞きします。

A-10 2021 年において、デジタル化に向けた投資を積極的に行っている理由をお答えください。【〇はいくつでも】

	,,			
1.	売上向上などによる業績へのプラス効果を実履	芨	2.業	務効率化などによるコスト削減効果を実感
3.	デジタル化に対する社内の前向きな意見		4. 外部	部専門家、支援機関からの指導・助言
5.	仕入先からの要請		6. 販	売先からの要請
7.	業界内・同業他社のデジタル化に向けた取組		8. 働	き方改革への対応
9.	サイバーセキュリティへの意識		10. 新	型コロナウイルス感染症の影響
11.	その他()	12. 特	になし

<u>A-8②で「5~7」を回答した方にお聞きします。</u>

A-11 2021 年において、デジタル化に向けた投資をあまり積極的に行っていない理由をお答えください。

【○はいくつでも】

	2100112601		
1.	投資効果がすぐには期待できないこと		2. 業績低下による予算削減
3.	過年度にシステム投資などを行った反動		4.クラウド化やシステム更改による低コスト化
5.	新型コロナウイルス感染症の影響		6. 必要性を感じない
7.	その他()	8. 特になし

A-12 2016 年から現在までのデジタル化に向けた投資費用の傾向についてお答えください。【○は1つ】 1. 増加傾向にある 2. 毎期安定的に投資している 3. 減少傾向にある 4. デジタル化に向けた投資を実施していない A-13 直近5年間と比較した際の、今後5年間でのデジタル化に向けた投資費用の増減意向についてお答えくださ い。【○は1つ】 1. 大幅に増加させる予定(20%以上の増加) 2. 増加させる予定(5%~20%未満の増加) 3. おおむね同程度を予定(5%未満の増減) 4. 減少させる予定(5%~20%未満の減少) 5. 大幅に減少させる予定(20%以上の減少) 6. IT 投資は実施しない予定 7. 分からない A-13 で「1. 大幅に増加させる予定(20%以上の増加)」「2. 増加させる予定(5%~20%未満の増加)」と 回答した方にお聞きします。 A-14 今後 5 年間でのデジタル化に向けた投資費用を増加させる理由をお答えください。【○はいくつでも】 1. 売上向上などによる業績へのプラス効果を実感 2. 業務効率化などによるコスト削減効果を実感 3. デジタル化に対する社内の前向きな意見 4. 外部専門家、支援機関からの指導・助言 5. 仕入先からの要請 6. 販売先からの要請 7. 業界内・同業他社のデジタル化に向けた取組 8. 働き方改革への対応 9. サイバーセキュリティへの意識 10. 新型コロナウイルス感染症の影響) 12. 特になし 11. その他(A-13 で「4. 減少させる予定(5%~20%未満の減少)」「5. 大幅に減少させる予定(20%以上の減少)」 「6. IT 投資は実施しない予定」と回答した方にお聞きします。 A-15 今後 5 年間でのデジタル化に向けた投資費用を減少させる、または IT 投資を実施しない理由をお答えくださ い。【○はいくつでも】 1. 投資効果がすぐには期待できないこと 2. 業績低下による予算削減 3. 過年度にシステム投資などを行った反動 4. クラウド化やシステム更改による低コスト化 5. 新型コロナウイルス感染症の影響 6. 必要性を感じない 7. その他(8. 特になし) A-16 デジタル化に関する情報収集の方法についてお答えください。【○はいくつでも】 1. 日常的にメディア媒体から情報収集を行っている(書籍、新聞、テレビなど) 2. 日々の営業活動の中で、情報収集を行っている(取引先、金融機関、経営者仲間など) 3.外部の研修・講座などを活用して、情報収集を行っている(e ラーニング、セミナーなど) 4. 取引のある専門家から、情報収集を行っている(IT ベンダー、コンサルティング会社、IT コーディネータなど) 5. その他(

A-17 デジタル化に向けた無償のデジタルスキル習得プログラムの活用(%)についてお答えください。【 \bigcirc は 1 つ】

※例: 総務省 ICT スキル総合習得プログラム、Grow with Google、ドコモ gacco(ガッコ)などを指します。

1. 活用したことがある

2. 活用したことはないが、関心はある

3. 活用したこともなく、関心もない

6. 情報収集は行っていない

4. 知らない

- A-18(1) 貴社における目的別の IT ツール・システムの導入状況(※) について、お答えください。 【それぞれ〇は1つ】
 - (2) また、「1. 感染症流行前(2019年)より本格的に導入」「2. 感染症流行後(2020年)より本格的に導入」「3. 導入していないが、導入を検討している」を回答した項目については、導入したきっかけ、検討するに至ったきっかけについてお答えください。

【それぞれ○はいくつでも】

※本設問におけるITツール・システムの導入目的は以下を想定しております。

導入目的	説明	主な IT ツール・システム
①コミュニケーション	主に社内外でのコミュニケーションや業務管理の円 滑化を図る目的で活用するもの ※メールを除く	・チャットツール ・Web 会議システム・タスク、プロジェクト管理ツール・グループウェア
②バックオフィス	主に社内の業務効率化を目的として活用するもの	・労務、勤怠管理システム・会計システム・電子契約システム・その他業務効率化ツール
③セールス	主に営業や売上向上を目的として活用するもの	・顧客、販売管理システム ・営業支援システム ・名刺管理ツール ・EC サイト
④サプライチェーン	主に商品などの生産・流通の合理化を目的として 活用するもの	・生産、在庫管理システム ・仕入、調達管理システム ・品質管理システム ・物流管理システム

(1) IT ツール・シス			(2)	(2)導入した(検討するに至った)きっかけ													
テムの導入状況			【それ	【それぞれ○はいくつでも】													
【それぞれ〇は1つ】								I		I							
	感染症流行前(2019年)より本格的に導入	感染症流行後(2020年)より本格的に導入	導入していないが、導入を検討している	導入する予定はない		環境変化に伴う事業継続への危機感(感染症流行を含む)	他のITツール・システムの導入経験	研修や講演、経営者向け講座の受講	社内からの要望	仕入先からの要請・要望	販売先からの要請・要望	外部機関からのアドバイス	経営者仲間・同業他社が取り組んでいた	同業他社との競争激化	働き方改革への対応	法規制への対応	特に理由はない・分からない
①コミュニケーション	1	2	3	4	$\overline{1}$	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
②バックオフィス	1	2	3	4	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
③セールス	1	2	3	4	3』の場合	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
④サプライチェーン	1	2	3	4	合	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

A-19 貴社において、主に使用している IT ツール・システムについてお答えください。 【それぞれ〇は1つ】

パッケージソフト	市販されているソフトウェアなど、汎用的な機能を備えた、既製品のソフトウェア
クラウド型(SaaS)	ソフトウェアやアプリケーションの機能をサービスとしてインターネット経由で利用できるもの
オンプレミス型	独自のシステムなどを自社内に構築し、運用する形態

	パッケージソフトが 中心	クラウド型(SaaS)が 中心	オンプレミス型が 中心	分からない
①コミュニケーション	1	2	3	4
②バックオフィス	1	2	3	4
③セールス	1	2	3	4
④サプライチェーン	1	2	3	4

A-20 貴社における一般的なシステムの導入プロセスについてお答えください。【○は1つ】

- 1. 工程を策定し、細かく分け、上流工程から下流工程へ順次移行していく方法
- 2. 短期間でテストを繰り返し、スピーディーにシステム開発を進めていく方法
- 3. 分からない

A-21 貴社におけるシステムの導入時に重視している取組について、お答えください。【〇はいくつでも】

- 1. IT ベンダーが自社の計画・求めるシステムを理解できるよう説明すること
- 2. 自社に合った適切な IT ツール・システムを導入すること
- 3. シンプルな機能設計とすること
- 4. 自社における業務の標準化や見直しを実施すること
- 5. 導入後を見据えてシステムの保守・運用ができる人材を確保・育成すること
- 6. その他()
- 7. 特に重視していることはない

A-22 貴社における今後のクラウドサービスの利用方針についてお答えください。【〇は1つ】

1. 拡大したいと思う 2. どちらとも言えない 3. 拡大したいと思わない

A-22 で「1. 拡大したいと思う」と回答した方にお聞きします。

A-23 今後クラウドサービスを拡大したい理由についてお答えください。【○はいくつでも】

1. コスト面でのメリット2. 情報セキュリティや安全性3. 柔軟性が高い、データ連携に適している4. 自社の業務に適している5. 業務の効率化につながる6. メンテナンスの手間が少ない7. BCP 対策8. その他()

A-22 で「2. どちらとも言えない」「3. 拡大したいと思わない」と回答した方にお聞きします。

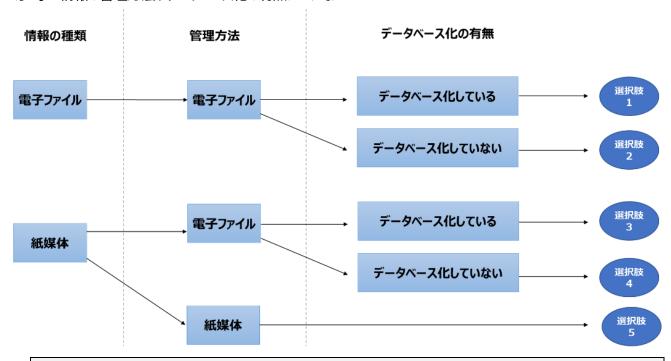
A-24 クラウドサービスを積極的に導入しない理由についてお答えください。【○はいくつでも】

1. コスト面でのデメリット2. 情報セキュリティや安全性の不安3. 柔軟性が低い、データ連携に適していない4. 自社の業務に適していない5. メリットや導入方法が分からない6. 通信環境が整っていない7. 自社の業務に適したサービスが分からない8. 利用したいサービスがない9. 検討したことがない10. その他()

B. データ利活用について①セールス・マーケティング

- B-1 貴社のセールス・マーケティング活動における顧客・販売情報の管理方法やデータベース化(※)の有無について、 以下の図を踏まえてお答えください。(管理手法が複数ある場合は、より電子化が進んでいるものについてご回答 ください。)【○は1つ】
- ※データベース化とは、データをコンピューターやクラウド上に集約し、保管・管理するだけでなく、参照したいデータを必要 な時に容易に抽出できるような管理状態を指します。

<参考:情報の管理方法やデータベース化の有無について>



1. 電子ファイルで管理し、データベース化している

- → B-5~B-6 の後、B-7 へ
- 2. 電子ファイルで管理しているが、データベース化はしていない
- → B-4~B-6 の後、B-7 へ
- 3. 紙媒体の情報を電子ファイルに変換し、データベース化している
- → B-5~B-6 の後、B-7 へ
- 4. 紙媒体の情報を電子ファイルに変換しているが、データベース化はしていない → B-4~B-6 の後、B-7 へ

5. 紙媒体のまま管理している

- → B-2~B-3 の後、B-7 へ
- B-1で「5. 紙媒体のまま管理している」を回答した方にお聞きします。
- B-2 顧客・販売情報のデータを電子化できていない理由のうち、主たる理由についてお答えください。【○は1つ】
 - 電子化する目的・メリットがない、分からない
 適したシステムが分からない

3. 社内のITリテラシーの不足

- 4. 電子化する上で自社に合った方法が分からない
- 5. 電子化するにあたり導入コストがかかる
- 6. 電子化するにあたり手間がかかる

7. 情報漏えいへの不安

8. その他(

9. 特になし

-)
- B-1で「5. 紙媒体のまま管理している」を回答した方にお聞きします。
- B-3 B-2 の課題が解決された場合、紙媒体から電子ファイルでの管理へ移行されますか。【〇は1つ】
 - 1. 移行する

- 2. 移行しない
- 3. 分からない

B-1で「2.電子ファイルで管理しているが、データベース化はしていない」「4.紙媒体の情報を電子ファイルに変換しているが、データベース化はしていない」を回答した方にお聞きします。

B-4 顧客・販売情報のデータをデータベース化(DB化)できていない理由についてお答えください。【○はいくつでも】

1. DB 化する目的・メリットがない、分からない2. 適したシステムが分からない3. 社内の IT リテラシーの不足4. DB 化するうえで自社に合った方法が分からない5. DB 化するにあたり導入コストがかかる6. DB 化するにあたり手間がかかる7. 情報漏えいへの不安8. DB 化を担う人材の不足9. その他() 10. 特になし

B-1で「1~4」を回答した方にお聞きします。

B-5 顧客・販売情報のデータをどのように電子ファイルに入力していますか。【〇は1つ】

1. 主にシステムで自動でデータ入力している2. 主に IT ベンダーなど外部に委託している3. 主に従業員がパソコンで手入力している4. その他()5. 分からない

B-1で「1~4」を回答した方にお聞きします。

- B-6 電子化された顧客・販売情報のデータはデータクレンジング(※)されていますか。【〇は1つ】
- ※データクレンジングとは、データベースなどに保存されているデータの中から、重複や誤記、表記の揺れなどを探し出し、 削除や修正、正規化などを行ってデータの品質を高めることを指します。
 - 1. できている 2. できていないが、今後改善していきたい 3. できておらず、今後改善していく考えもない 4. 分からない
- B-7 顧客・販売情報の管理における課題について、お答えください。【○はいくつでも】
 - 1. データを蓄積する目的が不明確
 2. データを管理する従業員の不足

 3. データを蓄積するメリットが社内に理解されない
 4. 効率的なデータ蓄積の方法が分からない

 5. 運用コストが高い
 6. データ入力・更新・バックアップの手間がかかる

 7. 情報漏えいへの不安
 8. その他()

 9. 特になし
- B-8 顧客・販売情報を見える化(※)していますか。【〇は1つ】
- ※見える化とは、データをグラフやチャートで表現することが可能で、データの特徴を視覚的に把握できる状態にあることを 指します。
 - 1. 見える化している 2. 見える化していない
- B-9 顧客・販売情報の分析に取り組んでいるかについて、お答えください。【○はいくつでも】
 - 1. 営業・販売の強化のために分析している
 - 2. 部門間の連携強化のために分析している(例:営業・販売部門が生産・管理部門に連携することなど)
 - 3. 企業の意思決定や戦略策定のために分析している
 - 4. 分析をしていない

B-9で「1~3」を回答した方にお聞きします。

B-10 顧客・販売情報の分析において重視していることについて、お答えください。【○はいくつでも】

- データ利活用の目的の明確化
 データ分析・利活用を得意とする人材の採用
 対果的なデータ分析・利活用のノウハウ蓄積
 データ分析に向けた業務フローの見直し
- 7. 他システムとの連携
 8. 情報セキュリティの対策

 9. その他() 10. 特になし

B-9で「1~3」を回答した方にお聞きします。

B-11 顧客・販売情報の分析における課題について、お答えください。【○はいくつでも】

 1. データを分析する人材の不足
 2. データ利活用に関する社内のリテラシー不足

 3. データ利活用の目的が明確でない
 4. データ利活用のメリットが分からない

 5. 他部門とのデータ連携、協力が得られない
 6. 分析の仕方が分からない、ノウハウがない

 7. 資金不足
 8. その他(

 9. 特になし

B-9で「1~3」を回答した方にお聞きします。

B-12 顧客・販売情報の利活用により得られた効果について、お答えください。【○はいくつでも】

- 1. 新規顧客の開拓、ターゲティング
 2. 既存顧客との関係強化

 3. 商品・サービスの質の向上、サービスの改善
 4. 新しい事業・サービスの創出

 5. 経営判断の効率化・高度化
 6. 固定費の削減
- 7. 業務プロセスの効率化 8. その他()
- 9. 特になし

B-12で「1~8」を回答した方にお聞きします。

B-13 顧客・販売情報の利活用により得られた効果は、総じてどの程度でしたか。【○は1つ】

 1. 十分に効果が出た
 2. ある程度効果が出た

 3. どちらとも言えない
 4. あまり効果が出なかった

 5. まったく効果が出なかった
 6. 分からない

B-14 顧客・販売情報を利活用するうえで、外部機関への相談は行いましたか。【〇は1つ】

 1. 相談を行った
 2. 相談は行っていないが、今後検討したい

 3. 相談は行っておらず、今後も必要ない
 4. 分からない

B-14 で「1. 相談を行った」を回答した方にお聞きします。

B-15 相談した先について、当てはまる機関をお答えください。【○はいくつでも】

1. IT ベンダー		2. 商工会議所•商工会
3. 金融機関		4. 経営者仲間
5. 公認会計士·税理士		6 . IT コンサルタント・IT コーディネータ
7. その他()	

C.データ利活用について②サプライチェーン

C-1 貴社のサプライチェーンにおける受発注、生産・在庫情報の管理方法やデータベース化(※)の有無について、お 答えください。(管理手法が複数ある場合は、より電子化が進んでいるものについてご回答ください。)【○は1つ】 (ご回答いただくにあたり、p7の図 <参考:情報の管理方法やデータベース化の有無について>をご参照ください。)

※データベース化とは、データをコンピューターやクラウド上に集約し、保管・管理するだけでなく、参照したいデータを必要 な時に容易に抽出できるような管理状態を指します。

1.電子ファイルで管理し、データベース化している	→ C-5~C-6 の後、C-7 へ
2. 電子ファイルで管理しているが、データベース化はしていない	→ C-4~C-6 の後、C-7 へ
3. 紙媒体の情報を電子ファイルに変換し、データベース化している	→ C-5~C-6 の後、C-7 へ
4. 紙媒体の情報を電子ファイルに変換しているが、データベース化はしていない	→ C-4~C-6 の後、C-7 へ
5. 紙媒体のまま管理している	→ C-2~C-3 の後、C-7へ

C-1 で「5. 紙媒体のまま管理している」を回答した方にお聞きします。

C-2 受発注、生産・在庫情報のデータを電子化できていない理由のうち、主たる理由についてお答えください。

【()は1つ】

- 1. 電子化する目的・メリットがない、分からない
- 3. 社内の IT リテラシーの不足
- 電子化するにあたり導入コストがかかる
- 7. 情報漏えいへの不安
- 9. 特になし

- 2. 適したシステムが分からない
- 4. 電子化するうえで自社に合った方法が分からない
- 6. 電子化するにあたり手間がかかる
- 8. その他()
- C-1 で「5. 紙媒体のまま管理している」を回答した方にお聞きします。
- C-3 C-2 の課題が解決された場合、紙媒体から電子ファイルでの管理へ移行されますか。【〇は1つ】
 - 1. 移行する

- 2. 移行しない
- 3. 分からない

C-1 で「2. 電子ファイルで管理しているが、データベース化はしていない」「4. 紙媒体の情報を電子ファイルに変換してい るが、データベース化はしていない」を回答した方にお聞きします。

C-4 受発注、生産・在庫情報のデータをデータベース化(DB化)できていない理由についてお答えください。

【 ○ はいくつでも 】

- 1. DB 化する目的・メリットがない、分からない
- 3. 社内のITリテラシーの不足
- 5. DB 化するにあたり導入コストがかかる
- 7. 情報漏えいへの不安
- 9. その他(

- 2. 適したシステムが分からない
- 4. DB 化するうえで自社に合った方法が分からない
- 6. DB 化するにあたり手間がかかる
- 8. DB 化を担う人材の不足
-) 10. 特になし

C-1 で $[1 \sim 4]$ を回答した方にお聞きします。

C-5 受発注、生産・在庫情報のデータをどのように電子ファイルに入力していますか。【○は1つ】

- 1. 主にシステムで自動でデータ入力している 2. 主に IT ベンダーなど外部に委託している
- 3. 主に従業員がパソコンで手入力している
- 4. その他(

5. 分からない

C-1 で $[1 \sim 4]$ を回答した方にお聞きします。

- C-6 電子化された受発注、生産・在庫情報のデータはデータクレンジング(※)されていますか。【〇は1つ】
- ※データクレンジングとは、データベースなどに保存されているデータの中から、重複や誤記、表記の揺れなどを探し出し、 削除や修正、正規化などを行ってデータの品質を高めることを指します。
 - 1. できている

- 2. できていないが、今後改善していきたい
- 3. できておらず、今後改善していく考えもない 4. 分からない
- C-7 受発注、生産・在庫情報の管理における課題について、お答えください。【○はいくつでも】
 - 1. データを蓄積する目的が不明確
- 2. データを管理する従業員の不足
- 3. データを蓄積するメリットが社内に理解されない
- 4. 効率的なデータ蓄積の方法が分からない

5. 運用コストが高い

6. データ入力・更新・バックアップの手間がかかる

)

)

7. 情報漏えいへの不安

8. その他(

- 9. 特になし
- C-8 受発注、生産・在庫情報を見える化(※)していますか。【〇は1つ】
- ※見える化とは、データをグラフやチャートで表現することが可能で、データの特徴を視覚的に把握できる状態にあることを 指します。

 - 1. 見える化している 2. 見える化していない
- C-9 受発注、生産・在庫情報の分析に取り組んでいるかについて、お答えください。【○はいくつでも】
 - 1. 生産・管理の改善のために分析している
 - 2. 部門間の連携強化のために分析している(例: 生産・管理部門が営業・販売部門に連携することなど)
 - 3. 企業の意思決定や戦略策定のために分析している
 - 4. 分析をしていない
- C-9 で $[1 \sim 3]$ を回答した方にお聞きします。
- C-10 受発注、生産・在庫情報の分析において重視していることについて、お答えください。【○はいくつでも】
 - 1. データ利活用の目的の明確化

- 2. データ分析・利活用を得意とする人材の採用
- 3. データ分析・利活用を得意とする人材の育成
- 4. 社内のデータリテラシーの向上、教育
- 5. 効果的なデータ分析・利活用のノウハウ蓄積
- 6. データ分析に向けた業務フローの見直し

7. 他システムとの連携

8. 情報セキュリティの対策

9. その他(

-) 10. 特になし
- C-9 で $[1 \sim 3]$ を回答した方にお聞きします。
- C-11 受発注、生産・在庫情報の分析における課題について、お答えください。【○はいくつでも】
 - 1. データを分析する人材の不足
- 2. データ利活用に関する社内のリテラシー不足
- 3. データ利活用の目的が明確でない
- 4. データ利活用のメリットが分からない
- 5. 他部門とのデータ連携、協力が得られない

- 6. 分析の仕方が分からない、ノウハウがない

7. 資金不足

8. その他(

- 9. 特になし

C-9 で $[1 \sim 3]$ を回答した方にお聞きします。

C-12 受発注、生産・在庫情報の利活用により得られた効果について、お答えください。【○はいくつでも】

- 1. リードタイムの短縮
- 3. 商品・サービスの質の向上、サービスの改善
- 5. 経営判断の効率化・高度化
- 7. 業務プロセスの効率化
- 9. 納期管理の徹底
- 11. 特になし

- 2. 既存取引先との関係強化
- 4. 在庫の最適化
- 6. 固定費の削減
- 8. 発注ミスの防止
- 10. その他(

C-12 で $[1 \sim 10]$ を回答した方にお聞きします。

C-13 受発注、生産・在庫情報の利活用により得られた効果は、総じてどの程度でしたか。【〇は1つ】

- 1. 十分に効果が出た
- 3. どちらとも言えない
- 5. まったく効果が出なかった
- 2. ある程度効果が出た
- 4. あまり効果が出なかった
- 6. 分からない

C-14 受発注、生産・在庫情報を利活用するうえで、外部機関への相談は行いましたか。【〇は1つ】

1. 相談を行った

2. 相談は行っていないが、今後検討したい

)

- 3. 相談は行っておらず、今後も必要ない
- 4. 分からない

C-14 で「1. 相談を行った」を回答した方にお聞きします。

C-15 相談した先について、当てはまる機関をお答えください。【○はいくつでも】

- 1. IT ベンダー
- 3. 金融機関
- 5. 公認会計士·税理士
- 7. その他(

- 2. 商工会議所:商工会
- 4. 経営者仲間
- 6. IT コンサルタント・IT コーディネータ

D. 外部との連携について

D-1 貴社において中小企業共通 EDI(※)を活用していますか。【〇は1つ】

※中小企業共通 EDI とは、簡単・便利・低コストに企業間で取引データを交換するための仕組み(EDI)です。

1. 活用している

- 2. 活用していないが、導入を検討している
- 3. 聞いたことはあるが、導入は検討していない 4. 知らない

D-1で「2. 活用していないが、導入を検討している」を回答した方にお聞きします。

D-2 2023 年 10 月より適格請求書保存方式(インボイス制度)の施行が予定されており、適格請求書は書面に 代えて、電子データで提供することができますが、中小企業共通 EDI をいつごろまでに導入されたいですか。【○は1つ】

- 1. 2022 年 12 月末まで 2. 2023 年 9 月末まで 3. 2023 年 10 月以降 4. 時期は未定
- D-3 貴社における外部機関との情報資産・データの連携状況について、お答えください。【それぞれ○は1つ】

	連携している	連携していないが、 連携に対して前向き	連携しておらず、 今後も予定はない	分からない
①仕入先	1	2	3	4
②販売先	1	2	3	4
③同業他社	1	2	3	4
④異業種他社	1	2	3	4
⑤官公庁·自治体	1	2	3	4