

2014年度『景気動向状況調査』



香川県中小企業家同友会

政策企画委員会

2014年度 景気動向状況調査

はじめに

本調査は、香川県中小企業家同友会政策企画委員会が毎年会員に対して実施している景気動向状況調査であり、2013年9月から2014年8月までの時期を対象にしている。したがって、ここで「今期」というのは、2013年9月から14年8月までを指し、前期とはその前の一年（2012年9月から13年8月）、来期とはその後の一年（2014年9月から15年8月）を指す。

今回の調査分析は、慶應義塾大学経済学部植田浩史教授が香川県中小企業家同友会から依頼を受けて実施した。分析に当たって留意したのは、①昨年までの分析との継続性の重視、②対象時期の特徴を踏まえての分析、③クロス集計の試み、である。継続性については、昨年と同じ内容の調査を行っている場合にはできる限り、比較するようにした。対象時期については、後述するように今期（2013年9月から2014年8月）は2014年4月の消費増税実施という大きな変化を含んでいる。そのため、中同協のDOR調査では、駆け込み需要が目立った3月までの状況と、消費の落ち込みが見られた4月以降の景気動向の違いが顕著に示されており、増税前後の状況の違いを意識する必要がある。クロス集計については、1次集計の結果を深める際に適宜、実施し、その結果を紹介している。

分析の構成は、1 調査回答企業の特性、2 経営動向と景況、3 経営、4 雇用、5 金融、6 設備投資、7 経営上の問題点と力点、8 同友会活動、となっている。

なお、2014年度の有効回答数は274件である。回答の内訳は、e-doyu78件、用紙による回答196件となっており、昨年2013年度（e-doyu113件、用紙による回答193件）より1割ほど減少している。なお、クロス集計の対象となったのは用紙による回答196件のみである。

※調査分析の流れから『景気動向状況調査』の質問番号が前後しております。

(例: P9 質問 9① 等)

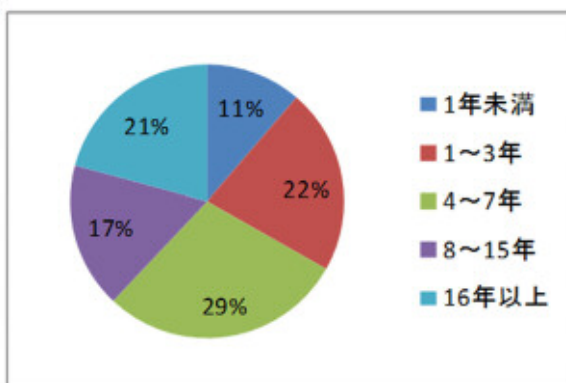
1 調査回答企業の特性

回答企業の会員歴を見たのが、**図表 1-1** である。3 年未満が 3 分の 1 を占める一方、16 年以上も 21% を占めている。クロス集計では、会員歴による比較も行っている。

質問【1】 あなたの会員年数をお聞かせください。

図表1-1 回答企業の同友会会員歴

回答	合計	割合
1年未満	31	11%
1～3年	60	22%
4～7年	79	29%
8～15年	47	17%
16年以上	57	21%
	274	100%

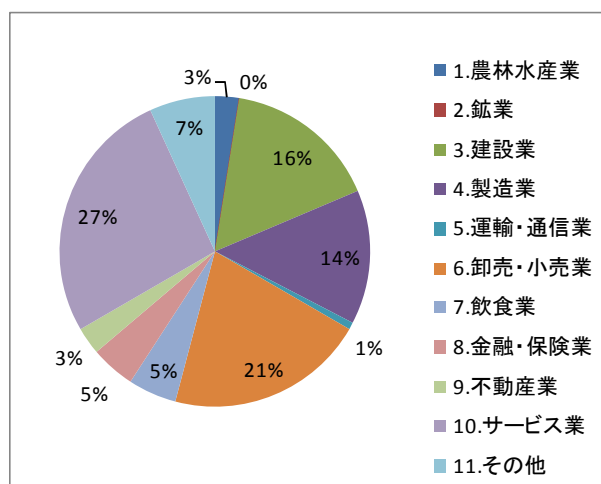


回答企業の業種別構成は、**図表 1-2** のとおりで、サービス業、卸売・小売業、製造業、建設業の 4 業種が 10% を超えている。なお、クロス集計では、中同協の DOR の基準に合わせて、業種を大きく建設業、製造業、流通・商業（運輸・通信、卸売・小売業）、サービス業（飲食業、金融・保険業、不動産業、サービス業）、その他に分け、4 業種区分を使って、適宜クロス集計を行っている。

質問【2】 ① 貴社の概要についてお聞かせください。（主要な業務をお選びください。）

図表1-2 回答企業の業種

回答	合計	割合
1.農林水産業	7	3%
2.鉱業	0	0%
3.建設業	45	16%
4.製造業	39	14%
5.運輸・通信業	2	1%
6.卸売・小売業	58	21%
7.飲食業	14	5%
8.金融・保険業	13	5%
9.不動産業	8	3%
10.サービス業	74	27%
11.その他	19	7%
計	279	100%

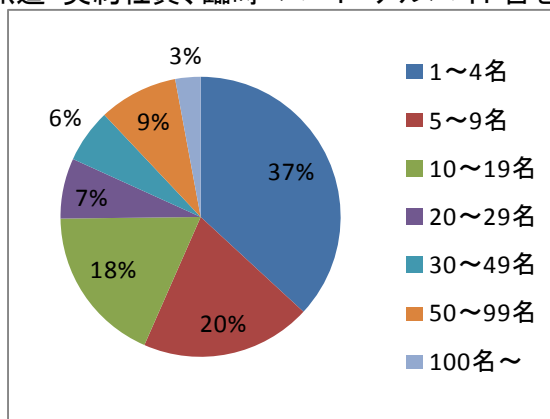


常用従業員数（派遣・契約社員、臨時・パート・アルバイトを含む）の構成は**図表 1-3** のとおりである。1～4 名が 37%、5～9 名が 20%、10～19 名が 18%、と 9 名以下で 57%、19 名以下で 75% となっている。こちらも、クロス集計では、1～4 名、5～9 名、10～29 名、30 名以上の 4 つの層に分け、比較している。

質問【2】② 常用従業員数は何人ですか。(派遣・契約社員ならびに臨時・パート・アルバイト数を含む。)

図表1-3 解答記号の従業員規模(派遣・契約社員、臨時・パート・アルバイト含む)

回答	合計	割合
1～4名	101	37%
5～9名	54	20%
10～19名	50	18%
20～29名	19	7%
30～49名	17	6%
50～99名	25	9%
100名～	8	3%
計	274	100%



2 経営動向と景況

ここでは各社の経営状況や経営環境について見ていきたい。なお、注意しておきたいのが、この調査で今期（2013年9月～2014年8月）というのは、2014年消費税増税をはさんでいることである。中同協 DOR 調査でも見られるように、中小企業の景況は消費税増税前までは駆け込み需要もあり、景況は良好だったが、増税後は厳しい状況が続いている。香川県同友会の調査では、増税前の状況と増税後の状況を合わせて質問している場合があるので、この点は留意する必要がある。

(1) 経営動向（前期との比較）

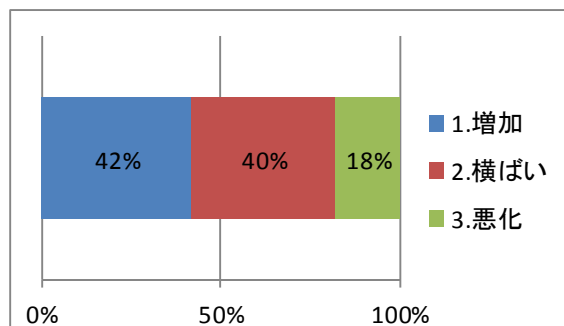
前期（2012年9月～13年8月）と比較した今期（13年9月～14年8月）の経営状況は、売上高は増加42%、横ばい40%、悪化18%であり、売上高DI（増加の%値から悪化の%値を引いたもの）は24である（図表2-1）。昨年度のDIは29だったので、売上状況のDIは、プラスは維持しているものの、低下している。また、採算（経常利益）は、増加29%、横ばい51%、悪化20%、採算DI（増加の%値から悪化の%値を引いたもの）は9であり、これも昨年度のDIは17だったので、プラスは維持しているものの、その水準は低下している（図表2-2）。

質問【3】① 貴社の今期（2013年9月～2014年8月）の売上・採算実績についてお聞かせください。

㊦ 売上高〔前期と比べて〕

図表2-1 前期比経営状況

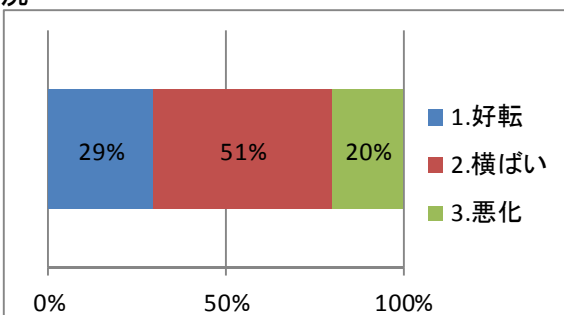
回答	合計	割合
1.増加	114	42%
2.横ばい	109	40%
3.悪化	49	18%
計	272	100%



㊦ 採算（経常利益）について〔前期と比べて〕

図表2-2 前期比採算（経常利益）状況

回答	合計	割合
1.好転	79	29%
2.横ばい	136	51%
3.悪化	54	20%
計	269	100%

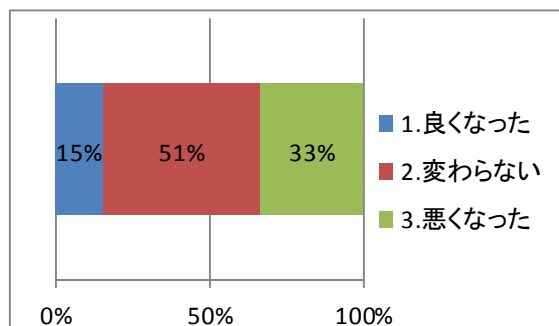


先述したように、ここで今期という場合、消費税増税の前後を含めた一年間を指している。そこで、消費税増税後の売上実績について聞いたところ、良くなった15%、変わらない51%、悪くなった33%、売上高DIは△18となっている（図表2-3）。2014年3月までは消費税増税前の駆け込み需要もあり、一般に各業種売上げが伸びていることが多かったことを考えると、消費税増税後の反動が大きいことがわかる。

質問【3】② 今期中で、消費税率引き上げ後における貴社の売上実績推移についてお聞かせください。売上高は消費税率引き上げ前と引き上げ後を比べると？

図表2-3 消費税増税後の売り上げ実績

回答	合計	割合
1.良くなった	42	15%
2.変わらない	141	51%
3.悪くなった	91	33%
計	274	100%



なお、昨年度の調査で消費税増税について予想される影響を聞いた際には、悪影響 53.7%、変化なし 24.2%、不明 17.5%、好影響 4.7%であった。回答項目が異なるので、厳密な比較はできないが、昨年時点での予想と実際の売上状態を比較すると、予想ほどには悪くなっていないとも言える。これは、中小企業側の増税に対する準備がされていたことによると思われる。

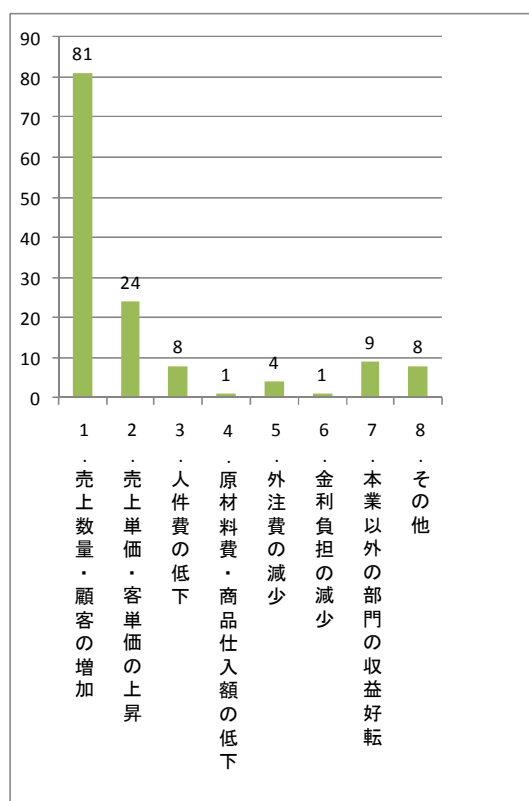
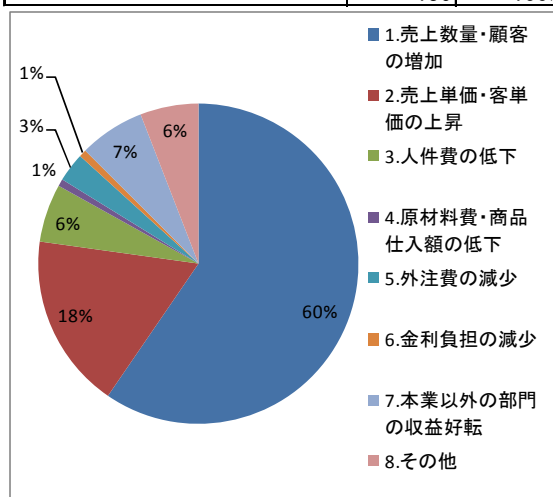
売上高または経常利益が増加した理由については、「売上数量・顧客の増加」が最も多く 60%、次いで「売上単価・客単価の上昇」が 18%となっている。(図表 2-4)。順番、比率ともに昨年と比べて大きな差はない。一方、売上高または経常利益が減少した理由としては、「売上数量・顧客の減少」38%（昨年 36%）、「売上単価・客単価の低下」22%（昨年 21%）は大きな差がないが、昨年 3 位だった「人件費の増加」（昨年 16%、今年 8%）が 4 位に、逆に「原材料費・商品仕入額の増加」（昨年 14%、今年 20%）が 3 位になっている。後述するように、原材料費・商品仕入額の上昇が香川県の中小企業経営に与える影響は大きくなっている (図表 2-5)。

質問【3】④ 前期（2012 年 9 月～2013 年 8 月）と比べ今期の採算（経常利益）が好転した方にお聞きます。

その理由は何ですか。（複数回答可）

図表2-4 売上高または経常利益が増加した理由

回答	合計	割合
1.売上数量・顧客の増加	81	60%
2.売上単価・客単価の上昇	24	18%
3.人件費の低下	8	6%
4.原材料費・商品仕入額の低下	1	1%
5.外注費の減少	4	3%
6.金利負担の減少	1	1%
7.本業以外の部門の収益好転	9	7%
8.その他	8	6%
	136	100%

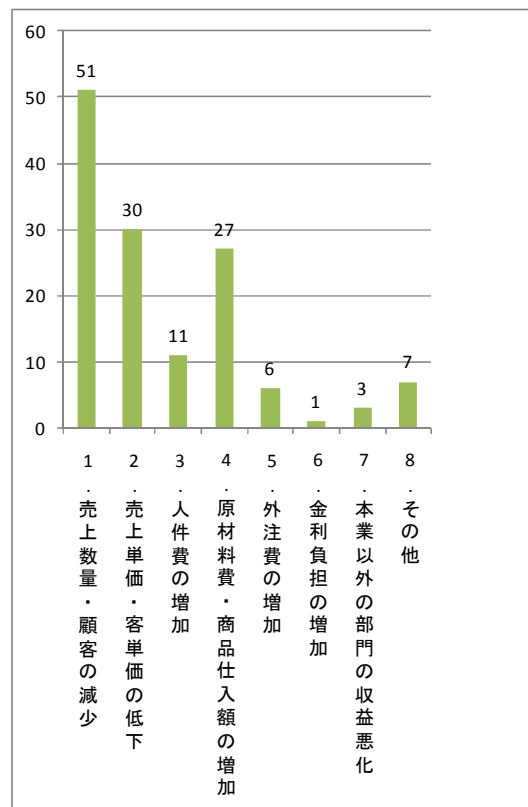
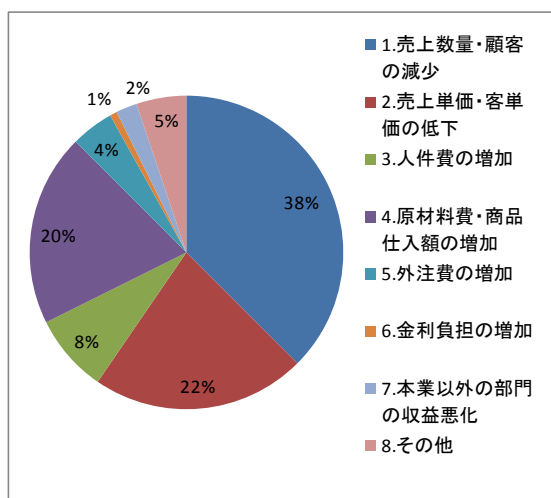


質問【3】⑤ 前期（2012年9月～2013年8月）と比べ今期の採算（経常利益）が悪化した方にお聞きます。

その理由は何ですか。（複数回答可）

図表2-5 売上高または経常利益が減少した理由

回答	合計	割合
1.売上数量・顧客の減少	51	38%
2.売上単価・客単価の低下	30	22%
3.人件費の増加	11	8%
4.原材料費・商品仕入額の増加	27	20%
5.外注費の増加	6	4%
6.金利負担の増加	1	1%
7.本業以外の部門の収益悪化	3	2%
8.その他	7	5%
計	136	100%



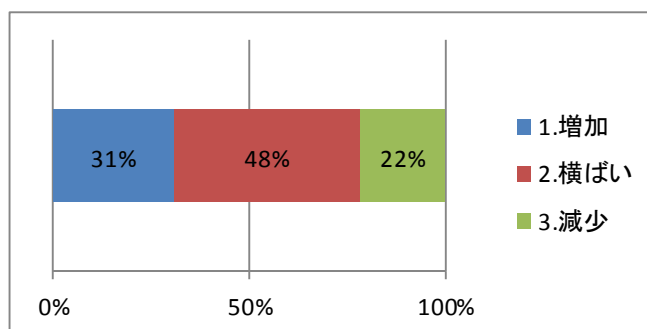
来期の見通しは、売上高では増加31%、横ばい48%、減少22%、DIは9である。今年のDI14よりは悪化しているが、消費税増税後の売上げ状況よりは改善が見込まれている（図表2-6）。また、採算（経常利益）は、好転28%、横ばい51%、悪化21%、DIは7で、ほぼ今年並みである（図表2-7）。2015年の経済見通しについては、不確定要因が多く、状況しだいでは実態はこの見込みと乖離していくことは十分考えられる。

質問【3】③ 貴社の来期（2014年9月～2015年8月）の売上・採算予測についてお聞かせください。

㊦ 売上高〔来期見通し〕

図表2-6 来期の売り上げ見通し

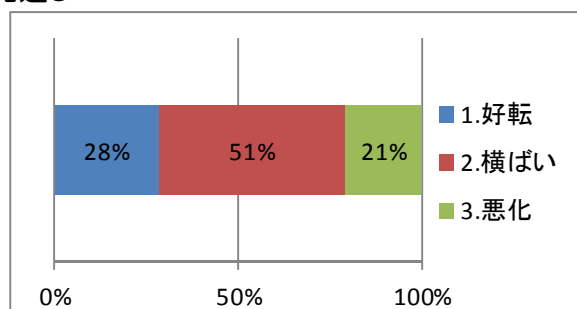
回答	合計	割合
1.増加	84	31%
2.横ばい	130	48%
3.減少	59	22%
計	273	100%



① 採算（経常利益）について〔来期見通し〕

図表2-7 来期の採算（経常利益）見通し

回答	合計	割合
1.好転	77	28%
2.横ばい	139	51%
3.悪化	57	21%
計	273	100%

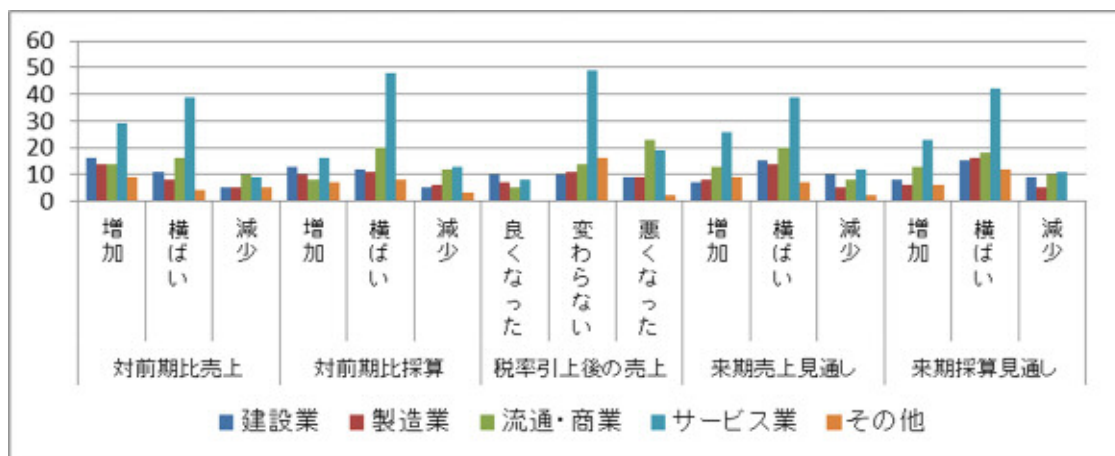


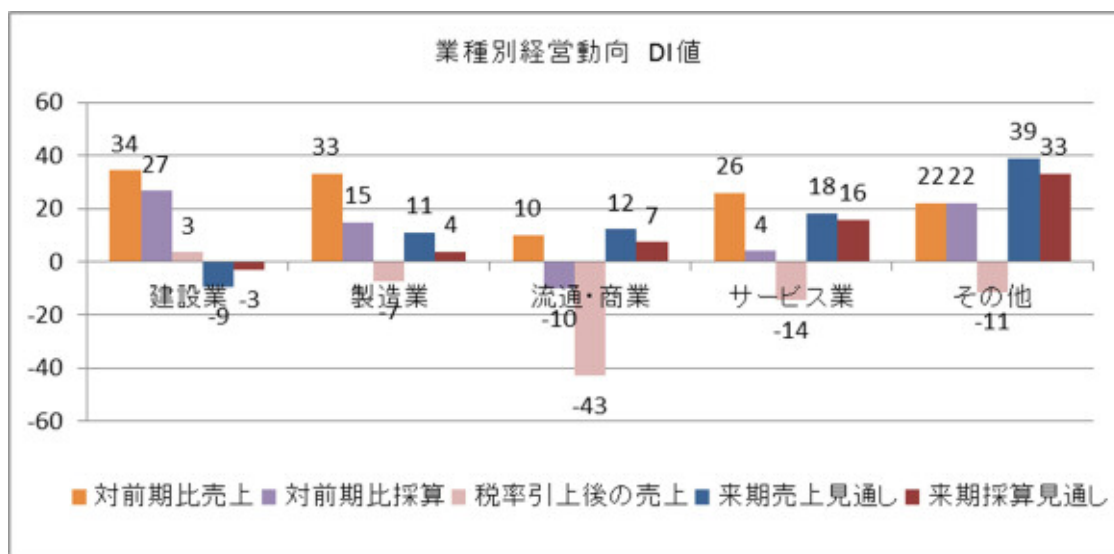
(2) 産業別、規模別に見た景況（クロス集計）

業種ごとに経営動向を見ると、次のような特徴が見られる（図表2-8）。第1に、今期の状況は建設、製造、サービスは前期比で売上、採算ともにDIがプラスに現れているが、流通・商業については、売上はプラスだが他業種より低く、採算はマイナスになっている。その最大の理由は、消費増税後のマイナスが大きいことである。第2に、消費増税後の売上DIを見ると、すべての業種で今期全体の数値より低下し、特に流通・商業が大幅にマイナスになっており、増税後の落ち込みが大きかったことがわかる。製造業、サービス業もDIはマイナスになっている。第3に、来期の売上、採算の見通しは建設業でDIがマイナスになっており、厳しい見方をしている。製造業はプラスだが今期と比べると大きく低下している。流通・商業は、今期より上昇、サービス業は、売上は今期より低下するが、採算は上昇している。以上のように、業種によって経営動向の違いが大きい。

図表2-8 業種別経営動向

業種	対前期比売上				対前期比採算				税率引上後の売上				来期売上見通し				来期採算見通し			
	増加	横ばい	減少	DI	増加	横ばい	減少	DI	良くなった	変わらない	悪くなった	DI	増加	横ばい	減少	DI	増加	横ばい	減少	DI
建設業	16	11	5	34	13	12	5	27	10	10	9	3	7	15	10	-9	8	15	9	-3
製造業	14	8	5	33	10	11	6	15	7	11	9	-7	8	14	5	11	6	16	5	4
流通・商業	14	16	10	10	8	20	12	-10	5	14	23	-43	13	20	8	12	13	18	10	7
サービス業	29	39	9	26	16	48	13	4	8	49	19	-14	26	39	12	18	23	42	11	16
その他	9	4	5	22	7	8	3	22	0	16	2	-11	9	7	2	39	6	12	0	33

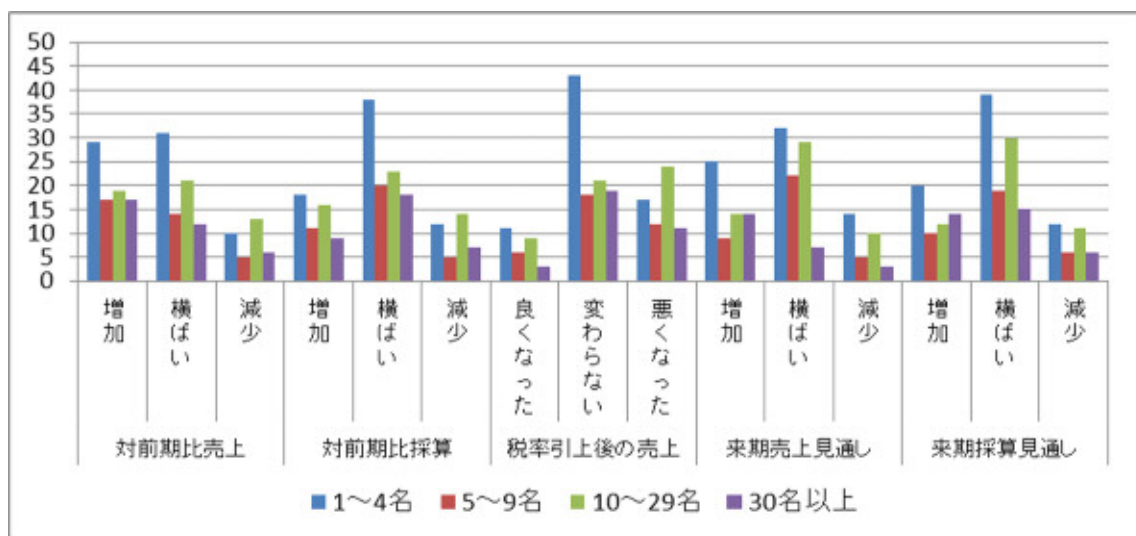


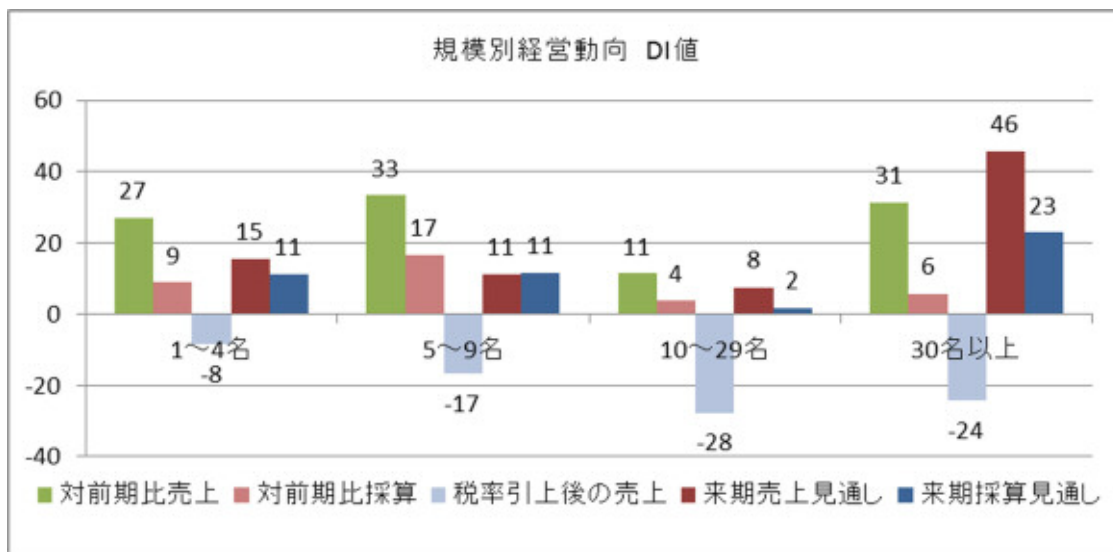


規模別の経営動向については、次のような特徴がある（図表 2-9）。第 1 に、今期の売上、採算は規模とは関係なく、いずれの層も DI はプラスを示している。なお、その中では 10～29 人の層が最も DI が小さい。第 2 に、消費税増税後の売上はどの層も DI はマイナスになっているが、規模が大きいほどマイナスの数値は大きくなっている。第 3 に、来期の見通しは、売上、採算どちらも 30 名以上を除くと今期より DI は低下し、その中では 10～29 人の DI が最も小さい。30 名以上は DI の数値が最も大きい。10～29 名の層が DI の数値が最も低い理由は、必ずしも明確ではないものの、一つの特徴として看過できない点である。

図表2-9 規模別経営動向

従業者規模	対前期比売上				対前期比採算				税率引上後の売上				来期売上見通し				来期採算見通し			
	増加	横ばい	減少	DI	増加	横ばい	減少	DI	良くなった	変わらない	悪くなった	DI	増加	横ばい	減少	DI	増加	横ばい	減少	DI
1～4名	29	31	10	27	18	38	12	9	11	43	17	-8	25	32	14	15	20	39	12	11
5～9名	17	14	5	33	11	20	5	17	6	18	12	-17	9	22	5	11	10	19	6	11
10～29名	19	21	13	11	16	23	14	4	9	21	24	-28	14	29	10	8	12	30	11	2
30名以上	17	12	6	31	9	18	7	6	3	19	11	-24	14	7	3	46	14	15	6	23





(3) 業界の動向について

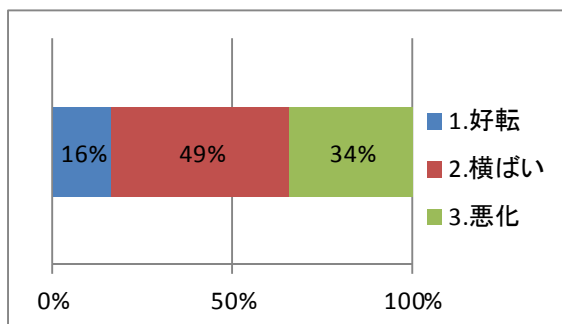
今期の業界の業況を前期と比較した問いに対しては、好転 16%、横ばい 49%、悪化 34%、DI（好転の%値から悪化の%値を引いたもの）は△18 で、厳しい見方が大きい（図表 2-10）。昨年は 9、昨年調査の来期見通し（つまり今期のこと）が 6 だったので、昨年よりも、昨年の見通しよりも業界の業況は悪かったことになる。消費税増税後の消費の落ち込みからの回復からの遅れなどの影響が強いからだと考えられる。なお、来期の業況見通しは、好転 12%、横ばい 54%、悪化 34%、DI△22 と、より厳しい見方がされている。

質問【9】業界の状況変動について

質問【9】① 今期（2013 年 9 月～2014 年 8 月）の業況は、前期と比べて？

表2-10 前期比業界状況

回答	合計	割合
1.好転	44	16%
2.横ばい	132	49%
3.悪化	91	34%
計	267	100%

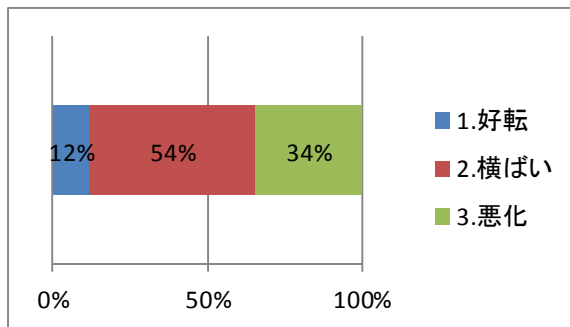


今期の業界水準も、「やや悪い」（35%）と「悪い」（7%）を合わせると全体の 4 割を占め、厳しい状況にあることを示している（図表 2-11）。この傾向は、来期の見通しでも同様である。

質問【9】② 来期（2014年9月～2015年8月）の業況見通しは、今期と比べて？

図表2-11 業界水準

回答	合計	割合
1.好転	32	12%
2.横ばい	143	54%
3.悪化	92	34%
計	267	100%



(4) 業種別業界状況（クロス集計）

業種別に業界状況を見ると、次のような特徴がある（図表2-12）。第1に、前期比では業界状況も、業界水準も建設業だけがDIがプラスで、他の業種はいずれもマイナスになっている。特にサービス業はマイナスが大きい。製造業、流通・商業、サービス業では業界の状況がこれだけ厳しいと見ている中で、前述したように売上や採算が上昇しているのだから、回答企業は検討していると評価することができる。

第2に、来期見通しではすべての業種で、業界状況、業界水準ともにDIがマイナスになっている。特に業界水準の見通しでは製造業、流通・商業、サービス業がいずれも△40台になっている点は看過できない。また、建設業についても厳しい見方が強いことも無視できない点である。

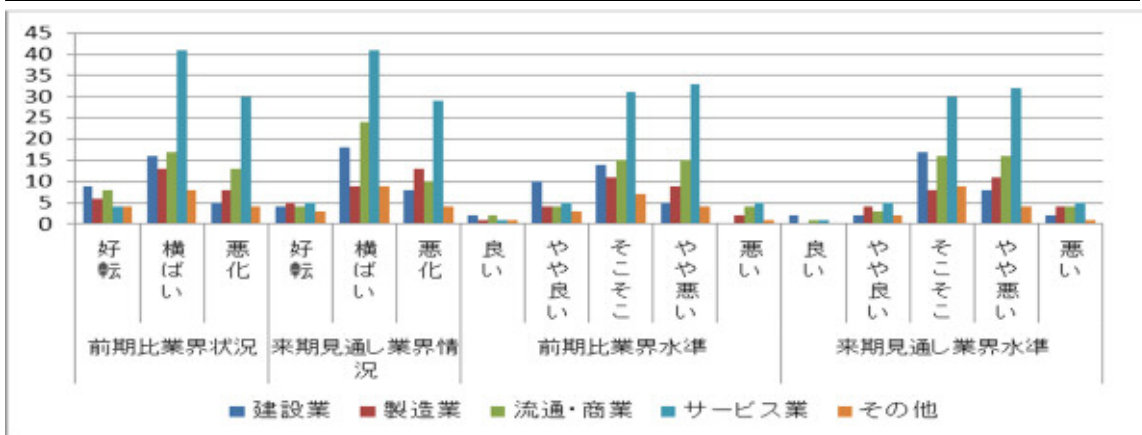
質問【10】 業界水準について

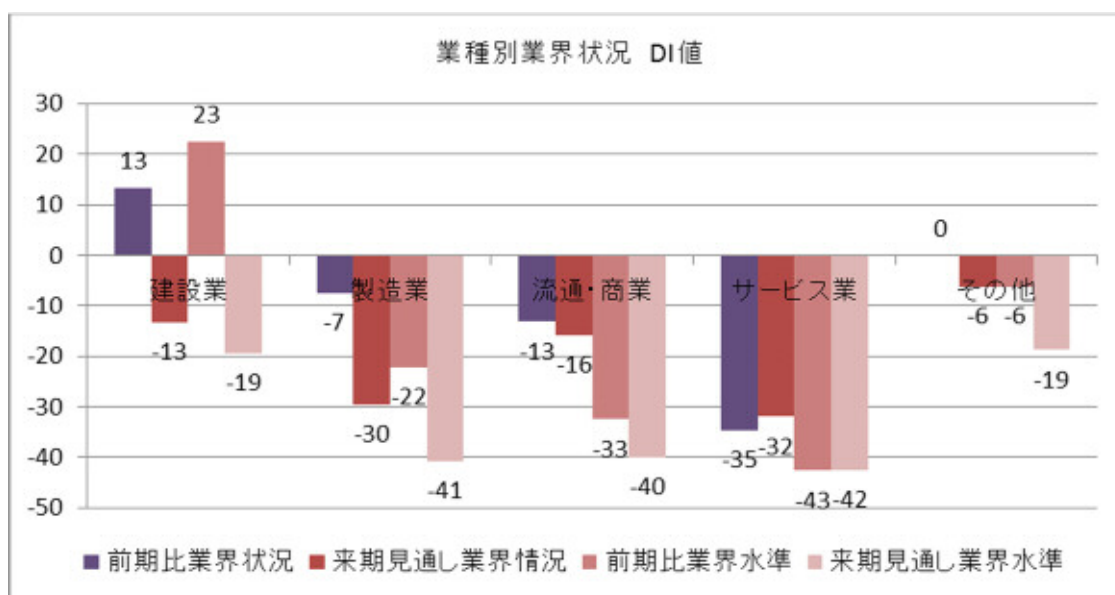
質問【10】① 今期（2013年9月～2014年8月）の業界水準は、前期と比べて？

質問【10】② 来期（2014年9月～2015年8月）の業界水準見通しは、今期と比べて？

図表2-12 業種別業界状況

業種	前期比業界状況				来期見通し業界状況				前期比業界水準						来期見通し業界水準					
	好転	横ばい	悪化	DI	好転	横ばい	悪化	DI	良い	やや良い	そこそこ	やや悪い	悪い	DI	良い	やや良い	そこそこ	やや悪い	悪い	DI
建設業	9	16	5	13	4	18	8	-13	2	10	14	5	0	23	2	2	17	8	2	-19
製造業	6	13	8	-7	5	9	13	-30	1	4	11	9	2	-22	0	4	8	11	4	-41
流通・商業	8	17	13	-13	4	24	10	-16	2	4	15	15	4	-33	1	3	16	16	4	-40
サービス業	4	41	30	-35	5	41	29	-32	1	5	31	33	5	-43	1	5	30	32	5	-42
その他	4	8	4	0	3	9	4	-6	1	3	7	4	1	-6	0	2	9	4	1	-19





3 経営

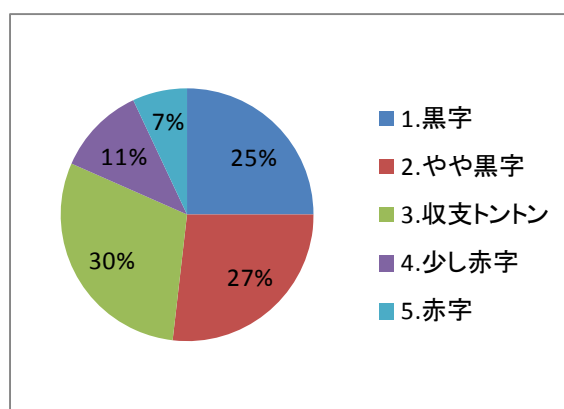
(1) 採算と生産性

次に、回答企業の今期の経営について詳しく検討してみよう。今期の採算（経常利益）の水準は、黒字 25%、やや黒字 27%、収支トントン 30%、少し赤字 11%、赤字 7%、採算水準 DI（黒字+やや黒字の%値から少し赤字+赤字の%値を引いた数値）は 34 となっている（図表 3－1）。黒字企業が全体の半数以上を占めていることは重要である。なお、最近の中同協の DOR 調査でも、採算水準 DI は 20 台後半から 30 台後半で推移しているので、ほぼ同じ状況にあることがわかる。

質問【3】⑥ 今期（2013 年 9 月～2014 年 8 月）の採算（経常利益）の水準は？

図表3-1 採算(経常利益)の水準

回答	合計	割合
1.黒字	68	25%
2.やや黒字	73	27%
3.収支トントン	81	30%
4.少し赤字	31	11%
5.赤字	19	7%
計	272	100%

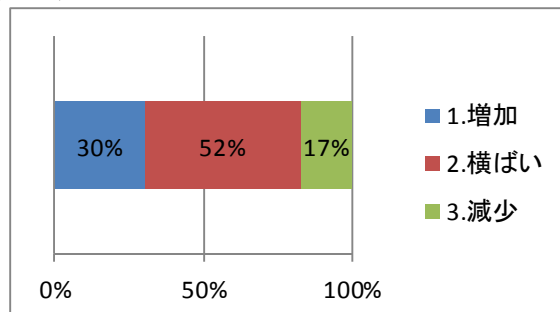


生産性（一人当たりの売上高）の対前期比は、増加 30%、横ばい 52%、減少 17%、生産性 DI（増加の%値から減少の%値を引いた数値）は 13 になる（図表 3－2）。生産性上昇に努力し、生産性の上昇を実現している企業が少なくないことを示している。

質問【4】生産性について ① 貴社の今期（2013年9月～2014年8月）の生産性についてお聞かせください。一人当たりの売上高は、前期と比べて

図表3-2 前期比生産性(一人当たり売上)

回答	合計	割合
1.増加	82	30%
2.横ばい	142	52%
3.減少	47	17%
計	271	100%



(2) 仕入単価と販売単価

仕入単価（原材料、製品・商品等）は、前期との比較では上昇57%、横ばい40%、下降4%、仕入単価DI（上昇の%値から下降の%値を引いた数値）は53と高い。また、消費税率引き上げ前と比較すると上昇46%、横ばい51%、下降4%、DIは42となっている（図表3-3）。消費税増税、その前から続いている物価上昇などによって仕入単価が上昇していることがわかる。なお、仕入単価の上昇は来期も続くと言われており、来期の見通しは、上昇43%、横ばい53%、下降4%、DIは39である。来期の仕入単価DIは、今期よりは数値が小さくなっているものの、仕入単価上昇という問題については来期も目を離すことができないことを示している。

前述したように、採算悪化の理由として「原材料費・商品仕入額の増加」の比率が前期と比べて上昇しているのは、こうした仕入単価の上昇が影響していることはいうまでもない。

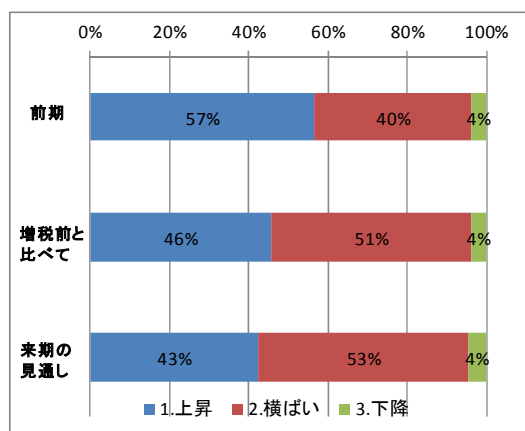
質問【5】① 仕入単価は？（税抜）㊦ 前期（2012年9月～2013年8月）と比べて？

質問【5】① 仕入単価は？（税抜）㊦ 消費税率引き上げ前と比べて？

質問【5】① 仕入単価は？（税抜）㊦ 来期（2014年9月～2015年8月）の見通しは？

図表3-3 仕入単価の動向

回答	前期比		消費税増税前と比べて		来期の見通し	
	合計	割合	合計	割合	合計	割合
1.上昇	152	57%	122	46%	114	43%
2.横ばい	106	40%	135	51%	142	53%
3.下降	10	4%	10	4%	12	4%
計	268	100%	267	100%	268	100%



一方、販売（加工・工事）単価の前期との比較では、上昇 28%、横ばい 63%、下降 9%、販売単価 DI 19（上昇の%値から下降の%値を引いた数値）となっている（図表 3-4）。仕入単価の上昇が十分に販売単価に転嫁できていない企業が少なくないことがわかる。

消費税率引き上げ後の販売単価を引き上げ前と比較すると、上昇 22%、横ばい 69%、下降 9%、販売単価 DI 13 となっている。販売単価に消費税率を転嫁できているかどうかを聞いた問いに対しては、「転嫁している」58%、「若干転嫁している」28%、「転嫁できていない」14%、である。「若干転嫁できている」の「若干」をどのように取るのかで評価は変わってくるが、①半数以上が消費税率分を転嫁できていると回答している、②何らかの形で転嫁は全体の 86%、③その一方で転嫁できていないが 14%と決して少なくないこと、は確認しておきたい（図表 3-5）。転嫁している企業の割合と販売単価上昇の企業の割合に大きな差が見られるのは、転嫁分をコストダウンなど、何らかの工夫によって販売価格の上昇に現れないような工夫を中小企業が行っているからと考えられる。

なお、来期の販売単価の見通しは上昇 20%、横ばい 71%、下降 9%、DI 11 である。仕入単価の上昇、今後の物価上昇の状況を考えるとやや厳しい感がするが、現在の状況ではなかなか販売価格を上げられないという実態を示していると考えられる。

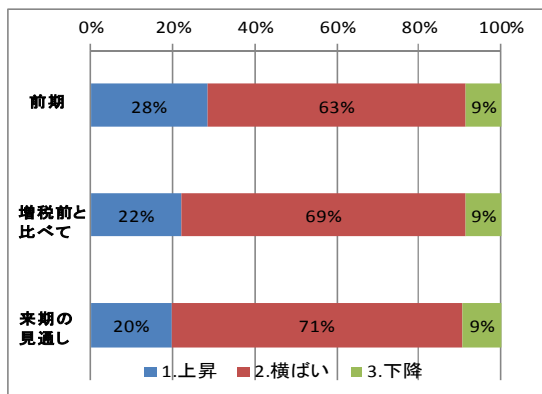
質問【5】②販売単価は？（税抜）㉞前期（2012 年 9 月～2013 年 8 月）と比べて？

質問【5】②販売単価は？（税抜）㉟消費税率引き上げ前と比べて？

質問【5】②販売単価は？（税抜）㊱来期（2014 年 9 月～2015 年 8 月）の見通しは？

図表3-4 販売（加工・工事）単価の動向

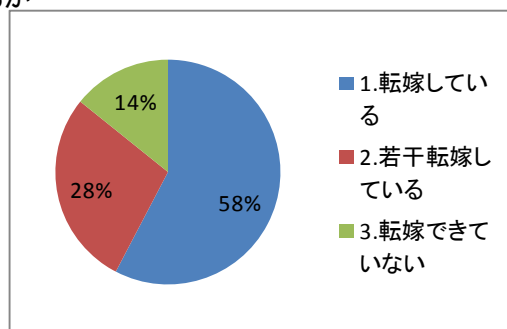
回答	前期比		消費税増税前と比べて		来期の見通し	
	合計	割合	合計	割合	合計	割合
1.上昇	76	28%	59	22%	52	20%
2.横ばい	168	63%	184	69%	187	71%
3.下降	23	9%	23	9%	25	9%
計	267	100%	266	100%	264	100%



質問【5】②販売単価は？（税抜）㊲販売単価に消費税率引き上げを転嫁できていますか？

図表3-5 販売単価に消費税像分を転嫁できているか

回答	合計	割合
1.転嫁している	150	58%
2.若干転嫁している	73	28%
3.転嫁できていない	37	14%
計	260	100%

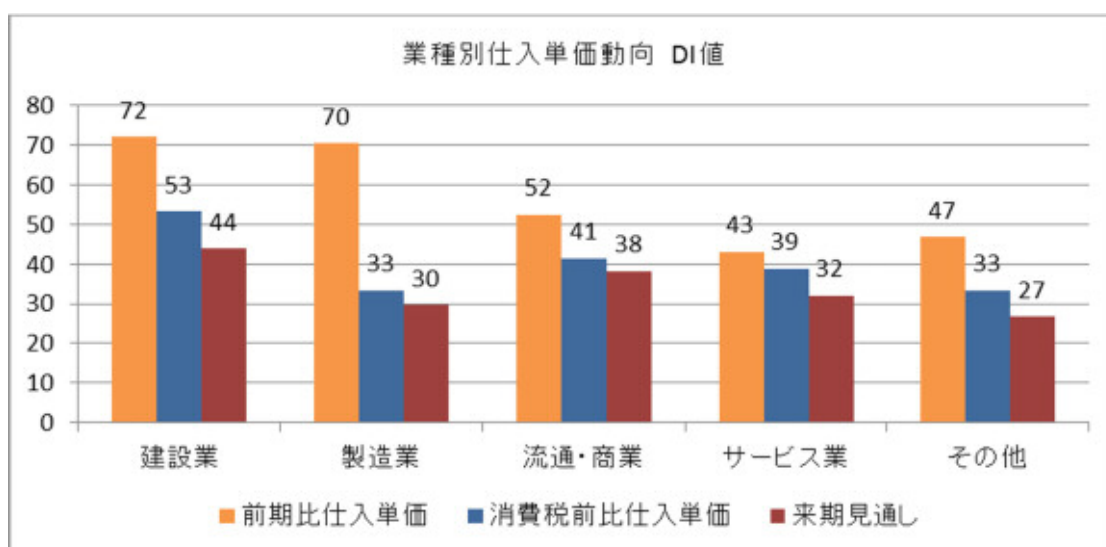
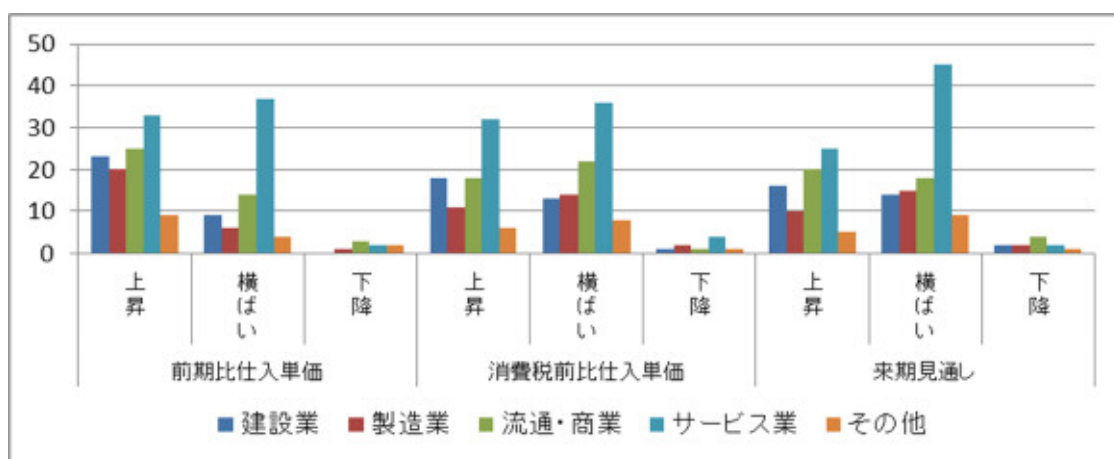


(3) 業種別で見た仕入単価、販売単価の動向（クロス集計）

業種別仕入単価動向では、前期比で見るとすべての業種で DI は大きくプラスとなっており、なかでも建設業、製造業のプラスが著しく高い（図表 3-6）。消費税増税後の仕入単価については、製造業、流通・商業、サービス業で横ばいが半数ないしそれ以上あり、増税後も価格が据え置かれているケースが少なくないことがわかる。建設では、消費増税後に仕入単価が上昇した割合が他業種より高く、仕入単価圧力がより強い。来期の見通しもすべての業種で DI はプラスとなっており、下降すると回答している企業は少数である。

図表3-6 業種別仕入単価動向

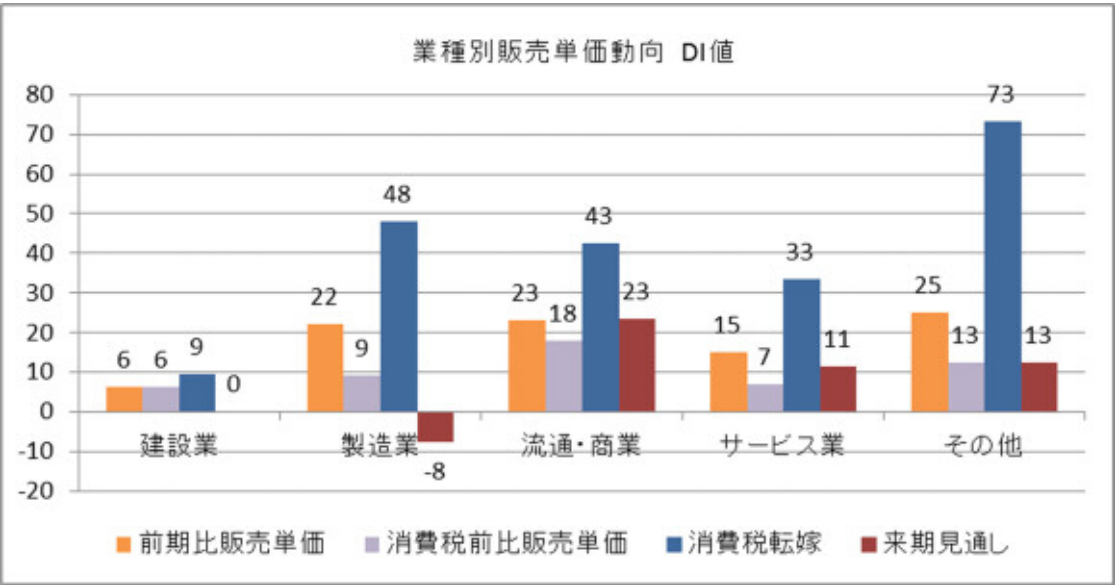
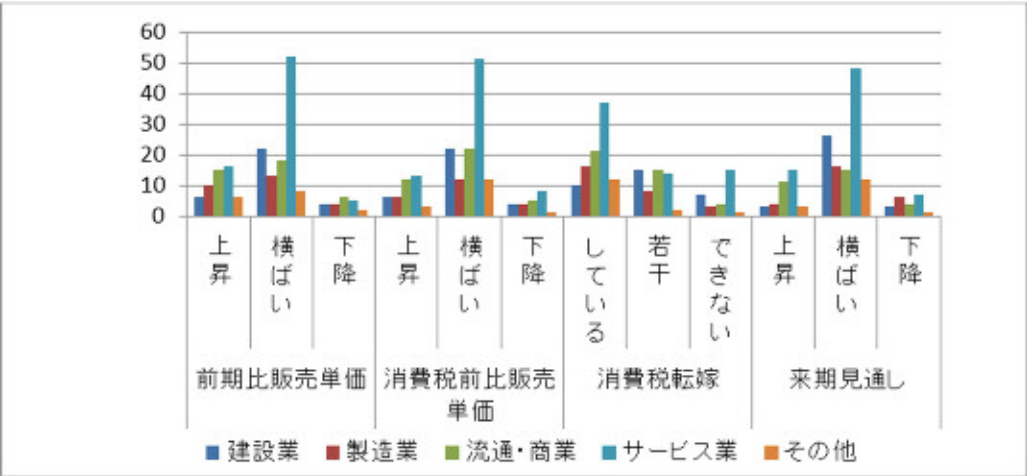
業種	前期比仕入単価				消費税前比仕入単価				来期見通し			
	上昇	横ばい	下降	DI	上昇	横ばい	下降	DI	上昇	横ばい	下降	DI
建設業	23	9	0	72	18	13	1	53	16	14	2	44
製造業	20	6	1	70	11	14	2	33	10	15	2	30
流通・商業	25	14	3	52	18	22	1	41	20	18	4	38
サービス業	33	37	2	43	32	36	4	39	25	45	2	32
その他	9	4	2	47	6	8	1	33	5	9	1	27



業種別販売単価動向では、前期比では建設業のDIが、プラスではあるものの他業種と比べて最も低い（図表3-7）。消費税前比販売単価のDIも比較的低く、消費税転嫁ができない割合も高い。建設業は、売上が増えている一方で、仕入単価上昇、販売単価抑制という状況が見られる。他の業種では、販売単価DIは比較的高く、消費税転嫁もサービス業が転嫁できない割合が高いほかは、比較的転嫁も進んでいるようである。但し、来期見通しでは、製造業がマイナスになっているほか、建設業も0となっている。仕入単価の上昇が見込まれる中で、価格面では厳しさが見られる。

図表3-7 業種別販売単価動向

業種	前期比販売単価				消費税前比販売単価				消費税転嫁				来期見通し			
	上昇	横ばい	下降	DI	上昇	横ばい	下降	DI	している	若干	できない	DI	上昇	横ばい	下降	DI
建設業	6	22	4	6	6	22	4	6	10	15	7	9	3	26	3	0
製造業	10	13	4	22	6	12	4	9	16	8	3	48	4	16	6	-8
流通・商業	15	18	6	23	12	22	5	18	21	15	4	43	11	15	4	23
サービス業	16	52	5	15	13	51	8	7	37	14	15	33	15	48	7	11
その他	6	8	2	25	3	12	1	13	12	2	1	73	3	12	1	13

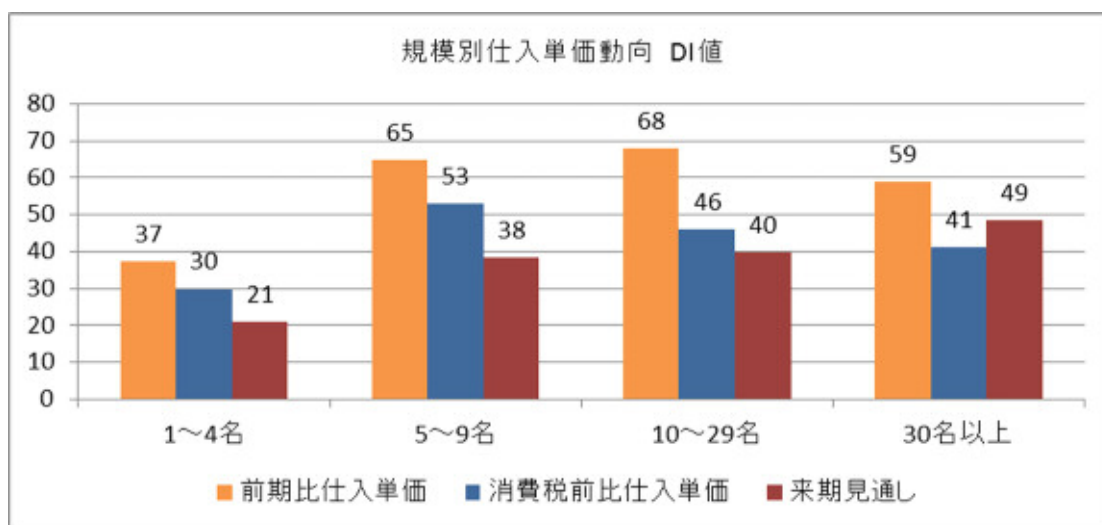
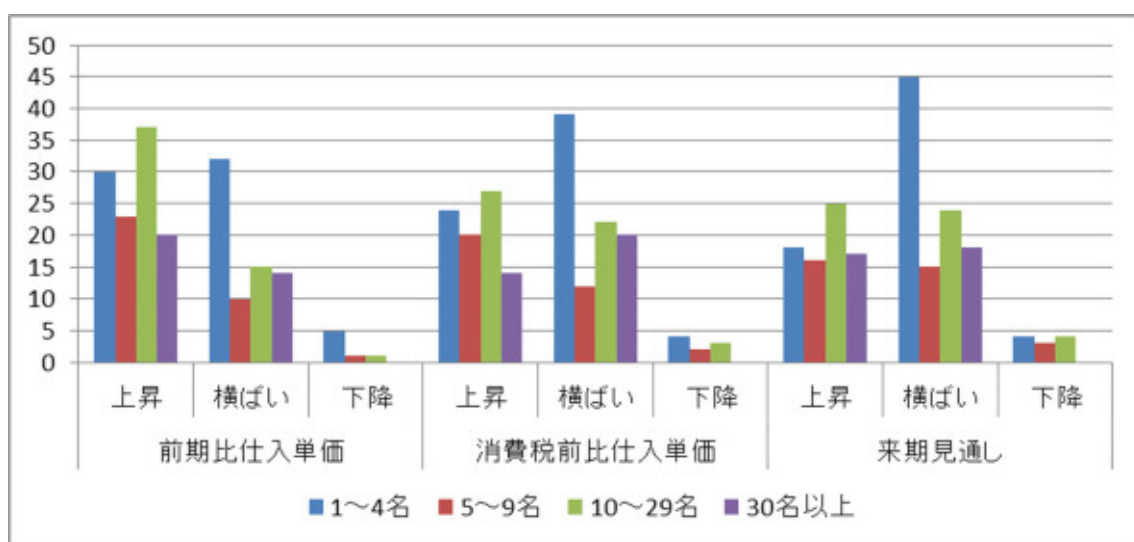


(4) 規模別で見た仕入単価、販売単価の動向（クロス集計）

規模別仕入単価動向では、前期比で各層の DI が大幅にプラスになっている（図表 3-8）。消費税前と比較でも同様であり、来期の見通しでも各層で DI はプラスを示している。特徴的なのは、最も規模の小さい層の DI が一番低く、横ばいの比率が高い。一方 30 名以上では下降すると回答している企業がゼロになっている点である。一定規模になると仕入量が多いため、仕入単価上昇感が強いのにに対し、小規模な企業は独自の仕入先を持っているか、あるいは小企業間の仕入では互いに価格上昇ができない状況にあるのかもしれない。

図表3-8 規模別仕入単価動向

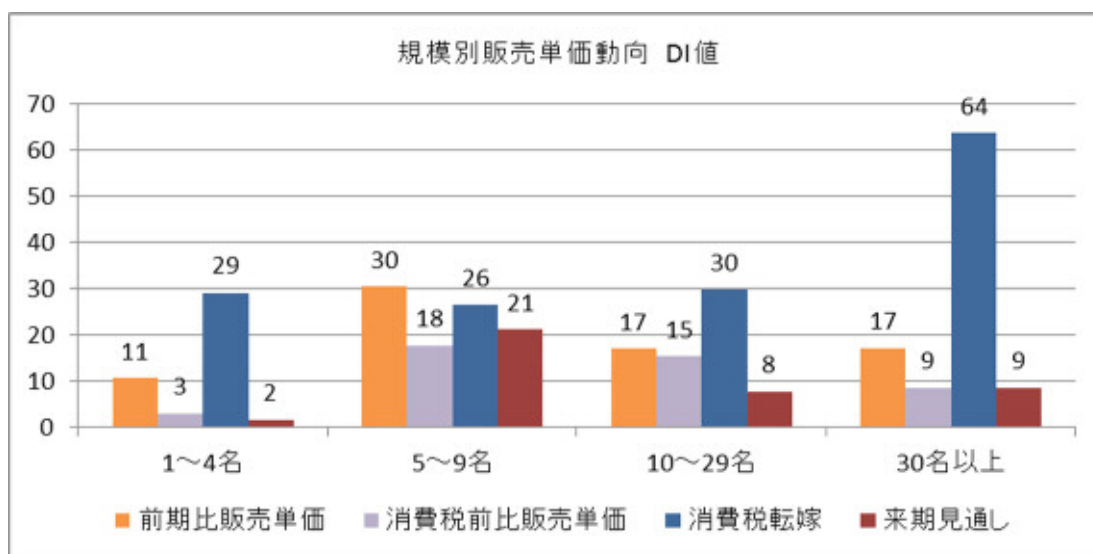
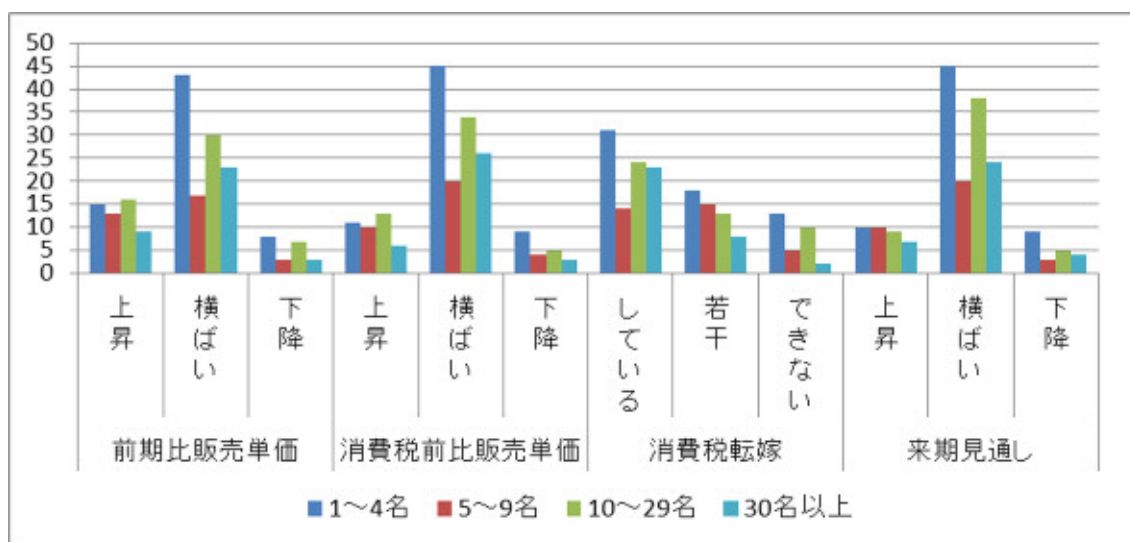
従業者規模	前期比仕入単価				消費税前比仕入単価				来期見通し			
	上昇	横ばい	下降	DI	上昇	横ばい	下降	DI	上昇	横ばい	下降	DI
1～4名	30	32	5	37	24	39	4	30	18	45	4	21
5～9名	23	10	1	65	20	12	2	53	16	15	3	38
10～29名	37	15	1	68	27	22	3	46	25	24	4	40
30名以上	20	14	0	59	14	20	0	41	17	18	0	49



規模別販売単価は、前期比では各層で販売価格 DI はプラスだが、数値は微妙に異なっている（図表 3-9）。消費税前比販売単価も同様である。消費税転嫁状況は、30 名未満と 30 名以上で転嫁できない割合に大きな差が見られる。小規模企業での転嫁は相対的に厳しいことを物語っている。来期については、上昇すると回答した企業の割合が低下しているため、DI が今期より低下している。

図表3-9 規模別販売単価動向

従業者規模	前期比販売単価				消費税前比販売単価				消費税転嫁				来期見通し			
	上昇	横ばい	下降	DI	上昇	横ばい	下降	DI	している	若干	できない	DI	上昇	横ばい	下降	DI
1～4名	15	43	8	11	11	45	9	3	31	18	13	29	10	45	9	2
5～9名	13	17	3	30	10	20	4	18	14	15	5	26	10	20	3	21
10～29名	16	30	7	17	13	34	5	15	24	13	10	30	9	38	5	8
30名以上	9	23	3	17	6	26	3	9	23	8	2	64	7	24	4	9

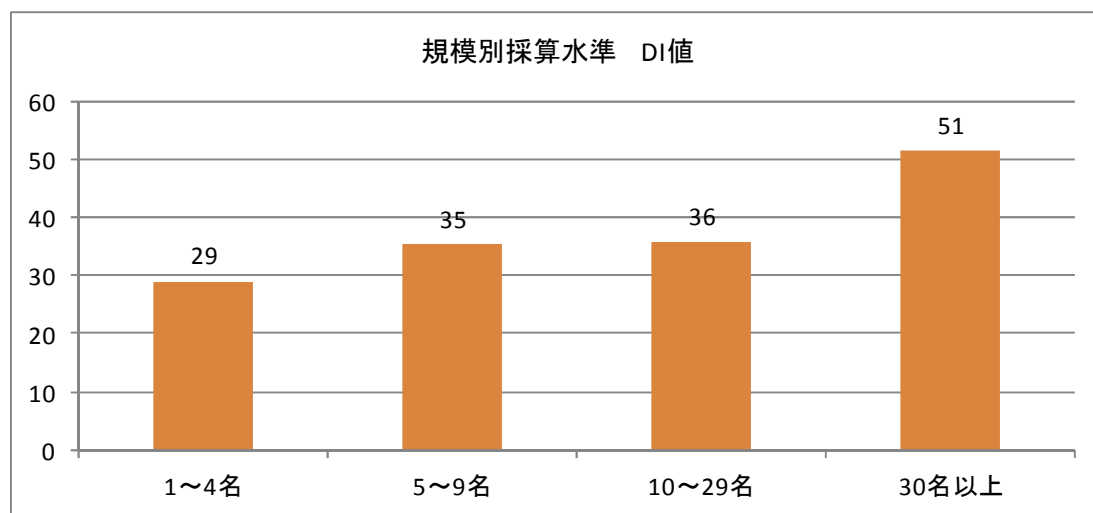
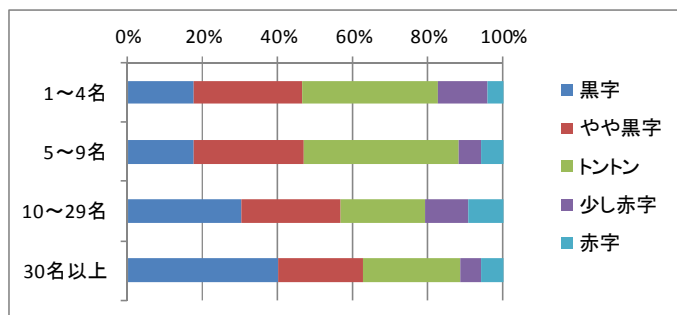


(4) 規模別採算状況（クロス集計）

規模別の採算状況を見ると、DI は規模が大きくなるにしたがって数値が大きくなっている（図表 3-10）。特に 30 名以上の層は DI が 50 を超えており、29 名以下の層と明らかに異なっている。

図表3-10 規模別採算水準

従業者規模	今期の採算水準(経常利益)					DI
	黒字	やや黒字	トントン	少し赤字	赤字	
1～4名	12	20	25	9	3	29
5～9名	6	10	14	2	2	35
10～29名	16	14	12	6	5	36
30名以上	14	8	9	2	2	51



4 雇用

(1) 雇用状況

今期末（2014年8月末）と前期末（2013年8月末）の正規従業員数（フルタイム）、臨時従業員数（契約・派遣社員含む）、労働時間を比較した結果は図表 4-1 のとおりである。正規従業員数は、増加 22%、横ばい 71%、減少 8%、DI（増加の%値から減少の%値を引いたもの）は 14、と増加させた企業が多い、臨時従業員数は、増加 14%、横ばい 74%、減少 12%、DI は 2、増加と減少がほぼ同数である。労働時間は、増加 17%、横ばい 75%、減少 8%、DI は 9、となっており、プラスを示しているが、全体の 4 分の 3 は横ばいであることにも注意したい。

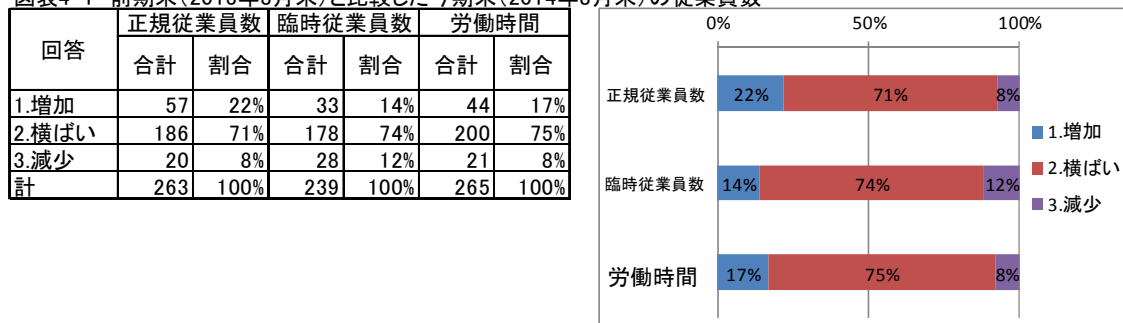
質問【6】① 前期（2012年9月～2013年8月）・前期末（2013年8月末）と比べた貴社の今期（2013年9月～2014年8月）・現在（2014年8月末）の従業員数・労働時間についてお聞かせください。

㊦ 正規従業員数（フルタイム）は？

① 契約・派遣社員を含む臨時従業員数は？

㊦ 所定外労働時間は？

図表4-1 前期末(2013年8月末)と比較した今期末(2014年8月末)の従業員数

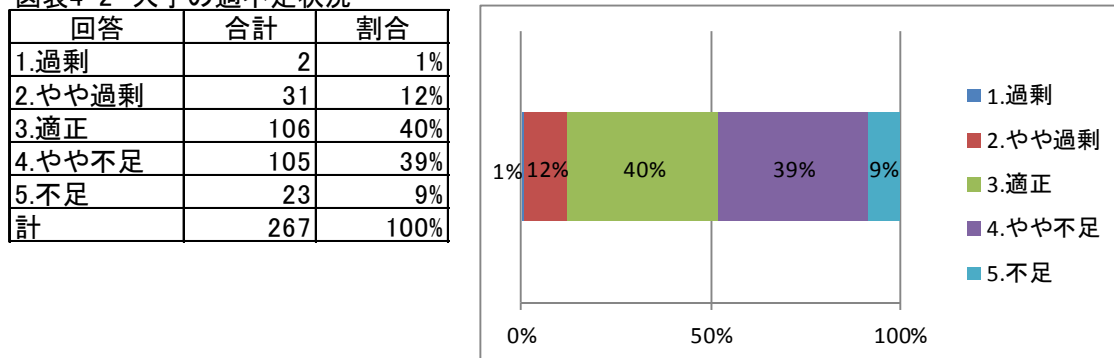


こうした数字を見ると、仕事の増加や欠員などによって従業員の補充が必要になってくる場合、回答企業は正規従業員を採用することが多い、と考えられる。この点は、次の人手の過不足状況への質問への回答からもわかる。

人手の過不足状況については、過剰 1%、やや過剰 12%、適正 40%、やや不足 39%、不足 9%、人手過不足 DI（過剰+やや過剰の%値からやや不足+不足の%値を引いた数値）は△35、となっており、不足感が強い（図表 4-2）。中同協の DOR 調査でも 2014 年に入り DI が△30 前後の数字が続いており、同様の傾向を示している。過剰・やや過剰と答えた企業では、正規従業員を過剰とする回答が多い（図表 4-3）。一方、不足・やや不足と答えた企業でも、正規従業員を不足とする回答が多い（図表 4-4）。従業員に占める正規従業員の比率が高いので、当然ともいえるが、今後の正規従業員の採用の拡大については期待したい。

⑤ 現在の人手の過不足は？

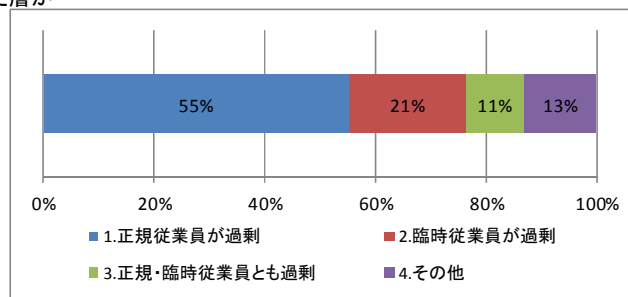
図表4-2 人手の過不足状況



質問【6】② 人手が過剰・やや過剰の場合は、次のどれに該当しますか？

図表4-3 人手が過剰・やや過剰な場合、どういった層か

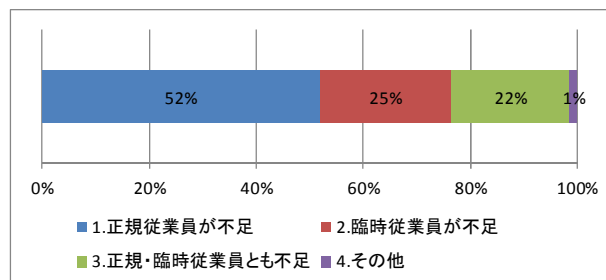
回答	合計	割合
1.正規従業員が過剰	21	55%
2.臨時従業員が過剰	8	21%
3.正規・臨時従業員とも過剰	4	11%
4.その他	5	13%
計	38	100%



質問【6】③ 人手が不足・やや不足の場合は、次のどれに該当しますか？

図表4-4 人手が不足の場合、どういった層か

回答	合計	割合
1.正規従業員が不足	71	52%
2.臨時従業員が不足	34	25%
3.正規・臨時従業員とも不足	30	22%
4.その他	2	1%
計	137	100%

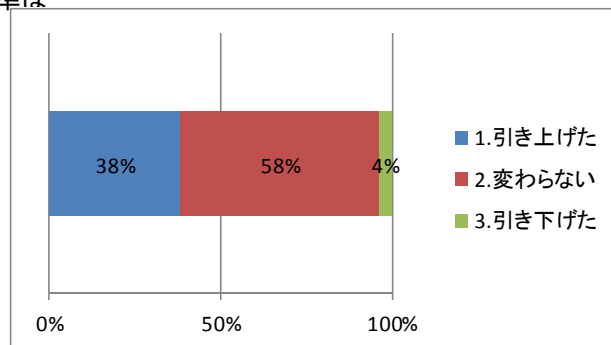


また、今期の給与水準については、引き上げた 38%、変わらない 58%、引き下げた 4% となっており、引き上げた企業が 4 割近くあることには注意したい（図表 4-5）。引き上げた最大の理由は、「従業員の雇用継続のため」が最も多く、次いで「業績が良くなった」となっており、「時代の流れだから」は少数である（図表 4-6）。

質問【6】④ 前期と比べて従業員の給与水準は？

図表4-5 前期と比べた正規従業員の給与水準は

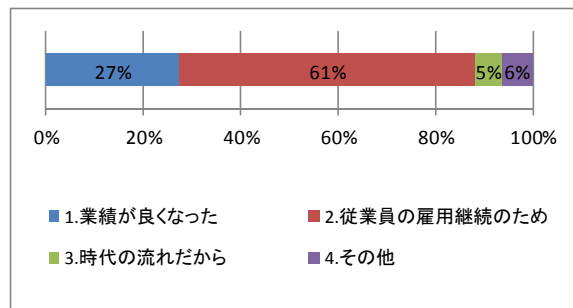
回答	合計	割合
1.引き上げた	101	38%
2.変わらない	154	58%
3.引き下げた	10	4%
計	265	100%



質問【6】⑤ 前期と比べ給与水準を引き上げた方に引き上げた最大の理由をお聞きします。(回答は1つ)

図表4-6 給与水準引き上げの理由

回答	合計	割合
1.業績が良くなった	30	27%
2.従業員の雇用継続のため	67	61%
3.時代の流れだから	6	5%
4.その他	7	6%
	110	100%

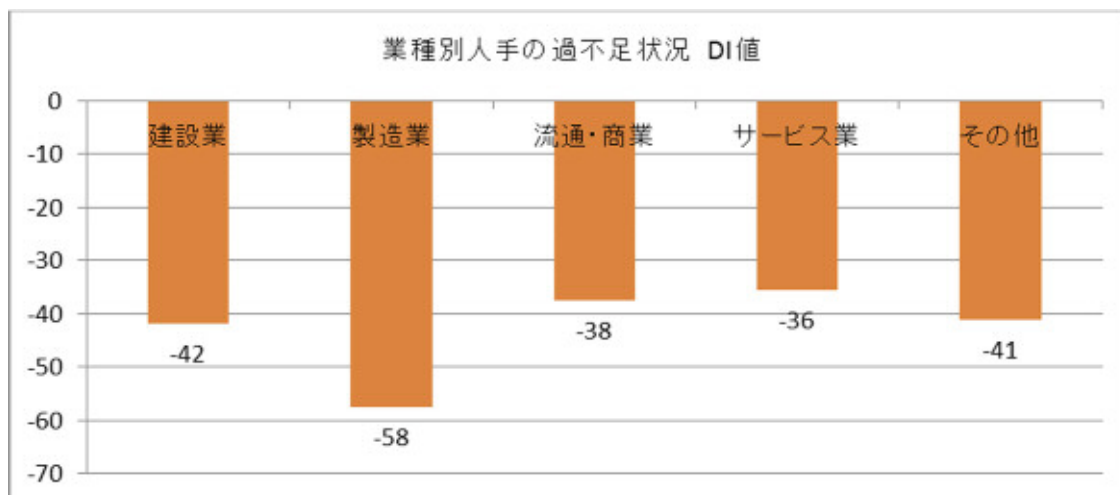
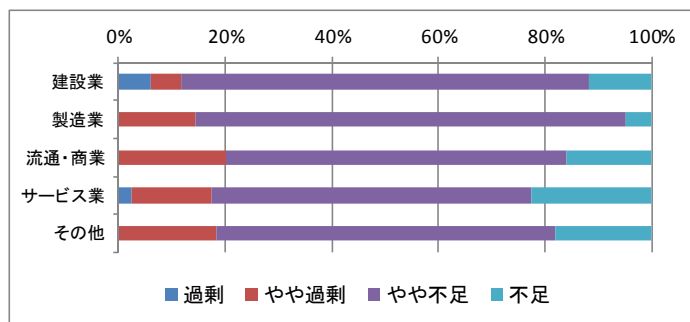


(2) 業種別、規模別に見た人手の過不足状況 (クロス集計)

業種別に見た人手の過不足状況は、すべての業種でDIが大きくマイナスで不足感が強く、なかでも製造業でDIのマイナスが最も大きかった(図表4-7)。規模別に見た過不足状況も、各層いずれもDIが大きくマイナスを示し、不足感が強いが、なかでも30名以上の層の不足感が強い(図表4-8)。

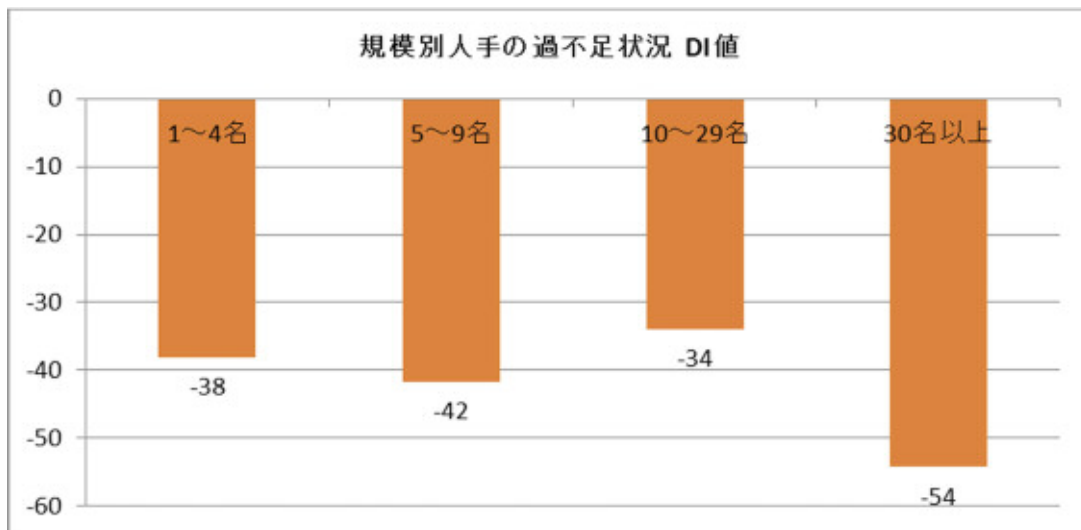
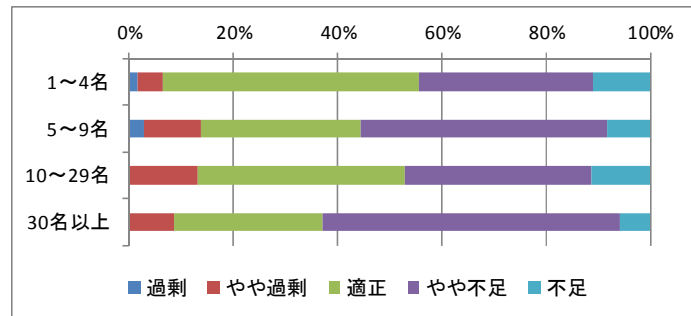
図表4-7 業種別人手の過不足状況

業種	現在の人手の過不足					DI
	過剰	やや過剰	適正	やや不足	不足	
建設業	1	1	14	13	2	-42
製造業	0	3	5	17	1	-58
流通・商業	0	5	15	16	4	-38
サービス業	1	6	33	24	9	-36
その他	0	2	6	7	2	-41



図表4-8 規模別人手の過不足状況

従業者規模	現在の人手の過不足					
	過剰	やや過剰	適正	やや不足	不足	DI
1～4名	1	3	31	21	7	-38
5～9名	1	4	11	17	3	-42
10～29名	0	7	21	19	6	-34
30名以上	0	3	10	20	2	-54



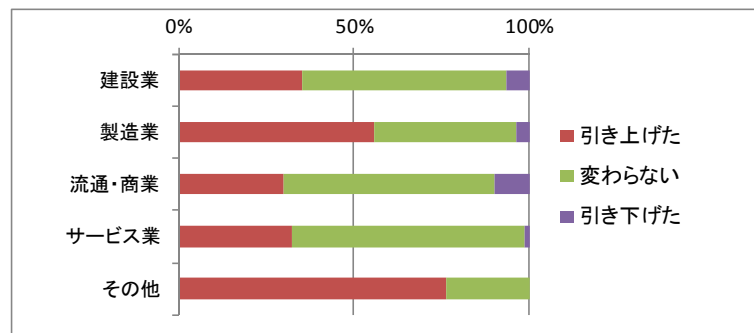
(3) 業種別、規模別に見た給与引上げ状況（クロス集計）

業種別に見た給与引上げ状況は、その他業種が最も高く、次いで製造業となっている（図表4-9）。建設業、サービス業、流通・商業は相対的には低いですが、それでも30%台にある。

規模別に見ると、5名以上は5割前後が引き上げているが、1～4名は21%と差がある（図表4-10）。給与引上げの波及効果は、4名以下の事業所にはまだ十分及んでいない。

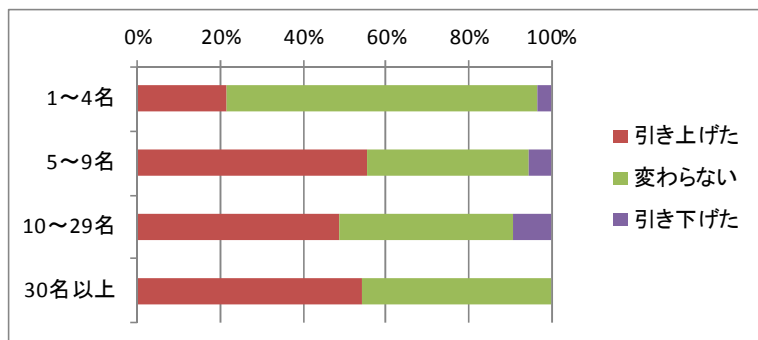
図表4-9 業種別給与引き上げ状況

業種	引き上げた	変わらない	引き下げた	%
建設業	11	18	2	35%
製造業	15	11	1	56%
流通・商業	12	24	4	30%
サービス業	23	47	1	32%
その他	13	4	0	76%



図表4-10 規模別給与引き上げ状況

従業員規模	引き上げた	変わらない	引き下げた	%
1～4名	13	46	2	21%
5～9名	20	14	2	56%
10～29名	21	18	4	49%
30名以上	19	16	0	54%



5 金融

今期末(2014年8月末)時点での短期資金(運転資金)借入れについては、あり48%、なし52%で、なしがわずかに多い。長期資金(設備資金)の借入れについては、あり55%、なし45%で、多い(図表5-1)。

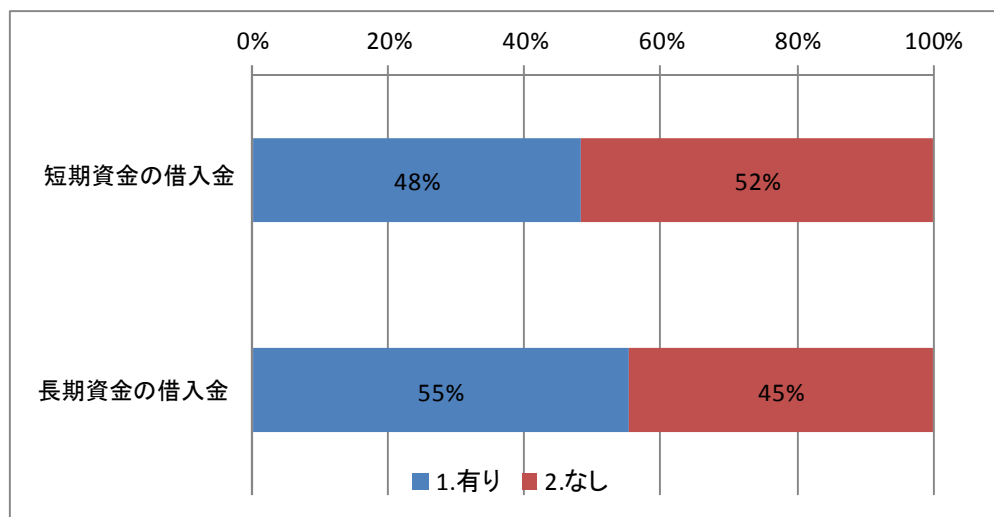
質問【7】① 貴社の現在(2014年8月末)の金融状況についてお聞かせください。

㊦ 現在、短期資金(運転資金)の借入金は？

㊦ 現在、長期資金(設備資金)の借入金は？

図表5-1 資金借り入れ状況

回答	短期資金(運転資金)		長期資金(設備資金)	
	合計	割合	合計	割合
1.有り	129	48%	148	55%
2.なし	138	52%	120	45%
計	267	100%	268	100%



短期資金の借入先については、地銀(63%)が最も多く、次いで政府系金融機関(15%)、信金(13%)となっている(図表5-2)。借入金の増減状況は、横ばい(57%)が最も多く、次いで減少(25%)、増加(18%)となっており、全体としては減少傾向にある(図表5-3)。借入難度は、不変51%)が最も多く、次いで容易(42%)であり、困難(6%)は

最も少ない（図表 5-4）。

長期資金の借入先については、地銀（56%）が最も多く、次いで政府系金融機関（27%）、信金（15%）などとなっている（前掲図表 5-2）。短期資金と比べて、地銀の比率が低下し、逆に政府系金融機関の比率が上昇している。長期資金の増減状況は、横ばい（47%）が最も多く、次いで減少（32%）、増加（21%）となっている（前掲図表 5-3）。長期資金の借入難度は、普遍 48%、容易 42%、困難 10%で、こちらも容易化の度合いが強い（前掲図表 5-4）。

全体の資金繰りは、順調 41%が最も多く、次いでやや窮屈 26%である。資金繰り DI（余裕あり＋やや余裕ありの%値からやや窮屈＋窮屈の%値を引いた数値）は△11 となり、昨年は△5 だったので、窮屈感が強まっている（図表 5-5）。

質問【7】② 短期資金（運転資金）借入有りの場合にお答えください。

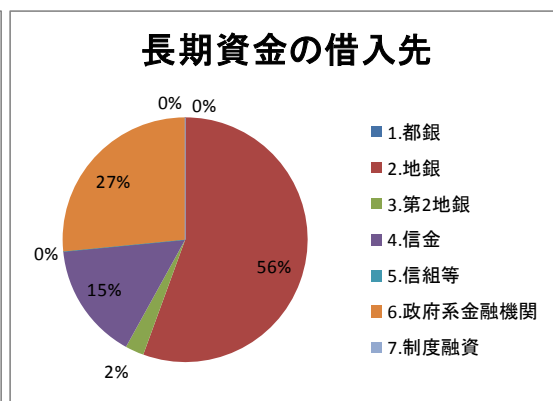
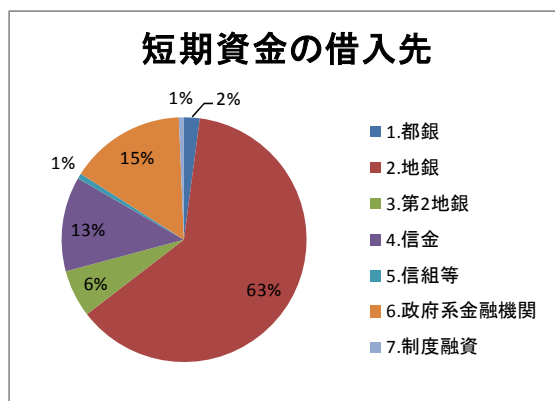
㊦ 短期資金（運転資金）の主な借入先を下記より 1 つ選んでください。

質問【7】③ 長期資金（設備資金）借入有りの場合にお答えください。

㊦ 長期資金（設備資金）の主な借入先を下記より 1 つ選んでください。

図表5-2 主な借入先

回答	短期資金		長期資金	
	合計	割合	合計	割合
1.都銀	3	2%	0	0%
2.地銀	90	63%	90	56%
3.第2地銀	9	6%	4	2%
4.信金	18	13%	25	15%
5.信組等	1	1%	0	0%
6.政府系金融機関	22	15%	43	27%
7.制度融資	1	1%	0	0%
計	144	100%	162	100%

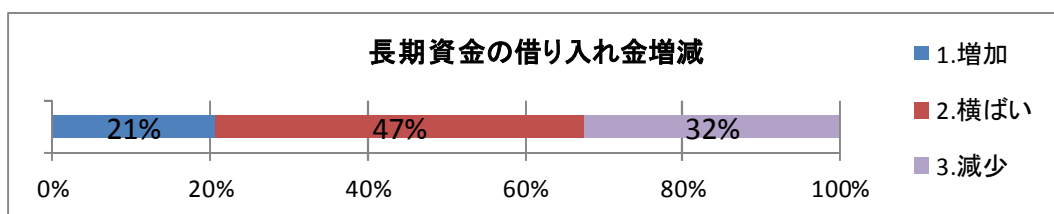
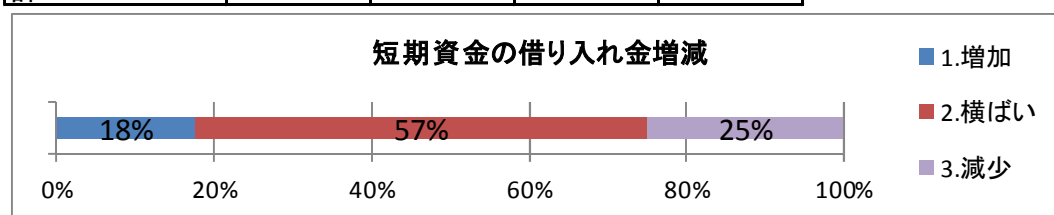


㊦ 短期資金（運転資金）の借入金の増減は？

㊦ 長期資金（設備資金）の借入金の増減は？

図表5-3 借り入れ金の増減

回答	短期資金		長期資金	
	合計	割合	合計	割合
1.増加	24	18%	31	21%
2.横ばい	78	57%	71	47%
3.減少	34	25%	49	32%
計	136	100%	151	100%

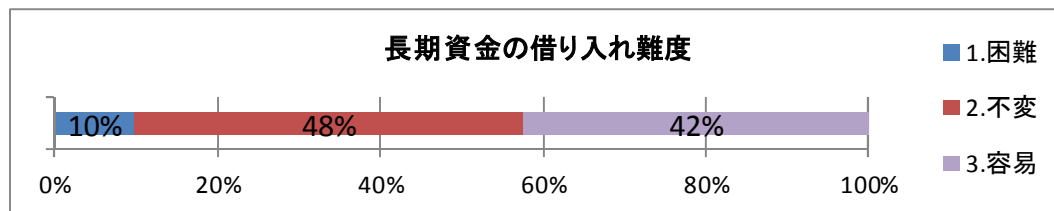
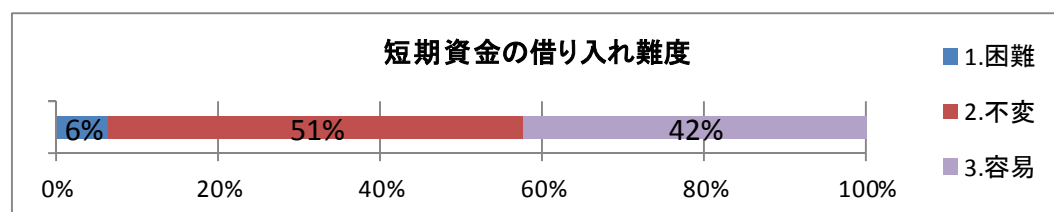


㊦ 短期資金（運転資金）の借入難度は？

㊦ 長期資金（設備資金）の借入難度は？

図表5-4 借り入れ難度

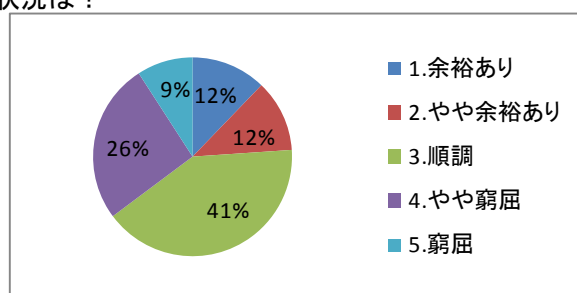
回答	短期資金		長期資金	
	合計	割合	合計	割合
1.困難	9	6%	15	10%
2.不変	71	51%	73	48%
3.容易	59	42%	65	42%
計	139	100%	153	100%



質問【7】④ 現在（2014年8月末）の資金繰りの状況は？

図表5-5 現在(2014年8月末)の資金繰りの状況は？

回答	合計	割合
1.余裕あり	28	12%
2.やや余裕あり	27	12%
3.順調	94	41%
4.やや窮屈	60	26%
5.窮屈	21	9%
	230	100%



6 設備投資

(1) 設備の過不足と設備投資

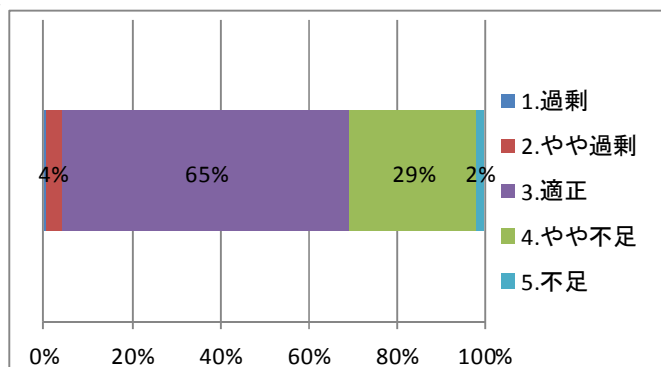
今期（2014年8月末）の生産・営業用設備の過不足については、適正 65%が最も多く、次いでやや不足 29%となっており、設備への過不足感 DI（過剰+やや過剰の%値からやや不足+不足の%値を引いた数値）は△27で不足感が強い（図表6-1）。

質問【8】設備投資について

質問【8】①現在（2014年8月末）の生産・営業用設備の過不足についてお答えください。

図表6-1 生産・営業用設備の過不足

回答	合計	割合
1.過剰	1	0%
2.やや過剰	10	4%
3.適正	173	65%
4.やや不足	76	29%
5.不足	5	2%
計	265	100%

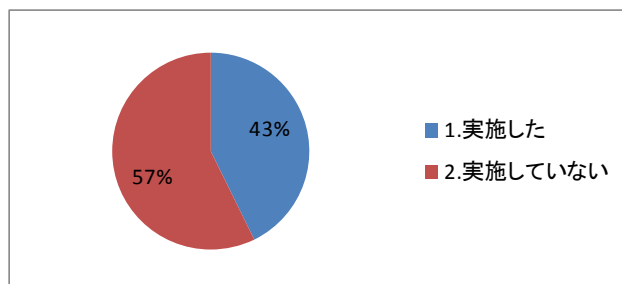


今期に設備投資を実施した割合は 43%、実施していないは 57%となっている（図表6-2）。DOR 調査などでは3カ月ごとに調査しているので、1年間で43%実施という水準が高いのか低いのかについての判断はできない。

質問【8】② 今期（2013年9月～2014年8月）に設備投資を実施しましたか？

図表6-2 今期の設備投資実施状況

回答	合計	割合
1.実施した	114	43%
2.実施していない	153	57%
計	267	100%



設備投資実施の方法は、現物購入（65%）が最も多く、次いで現物とリースの両方 20%、リース 14%、その他 2%となっている（図表 6-3）。現物購入をした企業が全体の 85%を占めており、現物購入の割合が高いことがわかる。設備投資の内容は、機器設備が最も高く（39%）、次いで事務所・店舗・倉庫 20%、情報化設備 15%、自動車等運搬手段 13%、などとなっている（図表 6-4）。設備投資の目的については、能力増強が最も多く（35%）、次いで合理化・省力化 25%、維持補修 20%、新製品・製品高度化 14%となっている。能力増強が最も多いことは、設備投資が積極的であることを意味しており、力強い（図表 6-5）。また、新製品・製品高度化も少なくなく、積極的な姿勢が示されている。

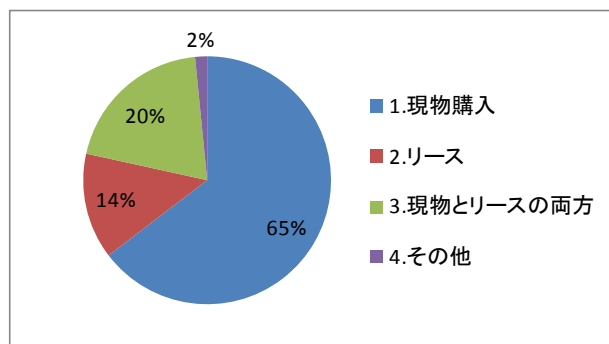
質問【8】③今期（2013 年 9 月～2014 年 8 月）設備投資を実施した場合お答えください。

質問【8】⑤来期（2014 年 9 月～2015 年 8 月）設備投資予定ありの場合お答えください。

3-⑦ 設備投資実施の方法をお聞かせください。

図表6-3 設備投資の方法

回答	合計	割合
1.現物購入	84	65%
2.リース	18	14%
3.現物とリースの両方	26	20%
4.その他	2	2%
計	130	100%

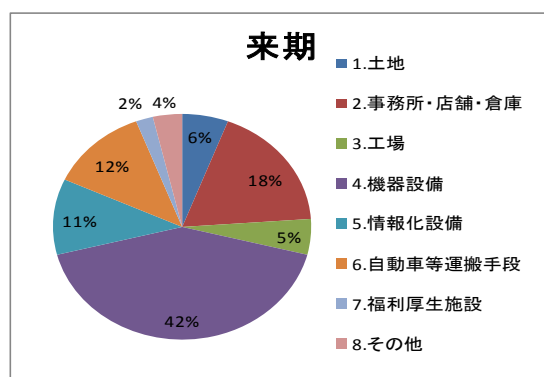
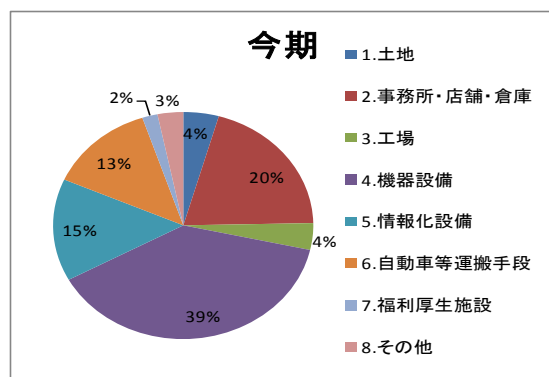


3-④ 設備投資実施の内容をお聞かせください。

5-⑦ 設備投資予定の内容をお聞かせください。

図表6-4 設備投資の内容

回答	今期		来期	
	合計	割合	合計	割合
1.土地	7	4%	8	6%
2.事務所・店舗・倉庫	32	20%	25	18%
3.工場	6	4%	7	5%
4.機器設備	61	39%	58	42%
5.情報化設備	23	15%	15	11%
6.自動車等運搬手段	21	13%	17	12%
7.福利厚生施設	3	2%	3	2%
8.その他	5	3%	5	4%
計	158	100%	138	100%

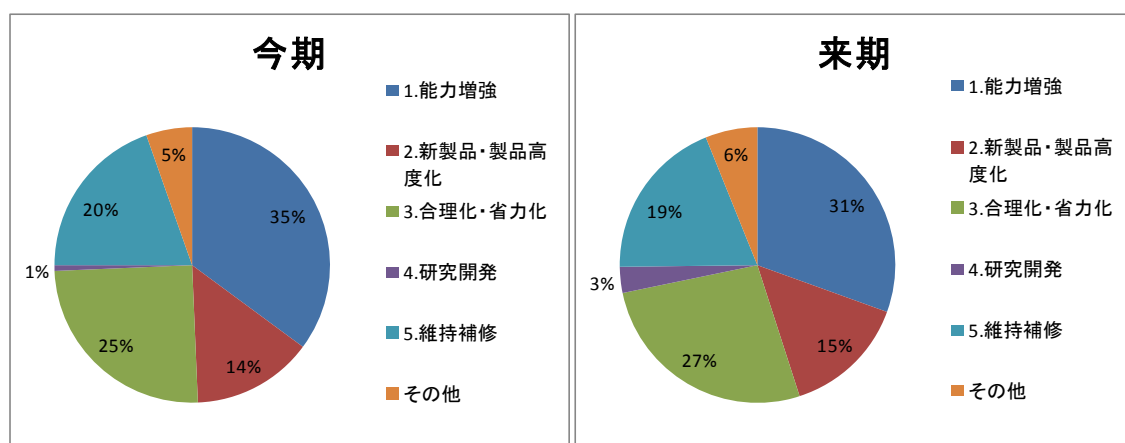


3-⑦ 設備投資実施の目的をお聞かせください。

5-④ 設備投資予定の目的をお聞かせください。

図表6-5 設備投資の目的

回答	今期		来期	
	合計	割合	合計	割合
1.能力増強	52	35%	40	31%
2.新製品・製品高度化	21	14%	19	15%
3.合理化・省力化	37	25%	35	27%
4.研究開発	1	1%	4	3%
5.維持補修	29	20%	25	19%
その他	8	5%	8	6%
計	148	100%	131	100%



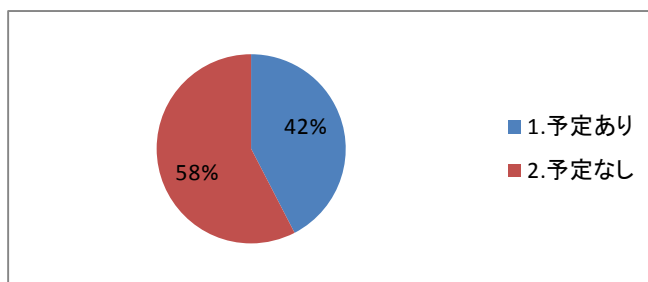
来期（2014年9月から15年8月）の設備投資計画は予定ありが42%、予定なしが58%となっており、今期とほぼ同じである（図表6-6）。前述したように、設備については、不足2%、やや不足29%で3割強が不足を感じているので、今期並みの設備投資は行われるものと思われる。なお、設備投資の目的や内容については、今期と大きな違いはない。

一方、設備投資の予定がない企業にその理由を聞いたところ、当面は修理で切り抜ける28%、来期の先行き不明19%、投資しても採算の見込みがない17%、資金がない15%（これ以外にその他21%）となっている（図表6-7）。理由は一つだけというわけではないし、修理で切り抜ける理由が先行き不透明なのか、採算が見込めないのか、資金不足なのかかわからないので、単純化することはできないが、資金不測よりも設備投資しても今後のことがわからないので決断できない、というほうが多い感がある。

質問【8】④ 来期（2014年9月～2015年8月）に設備投資を予定していますか？

図表6-6 来期の設備投資見通し

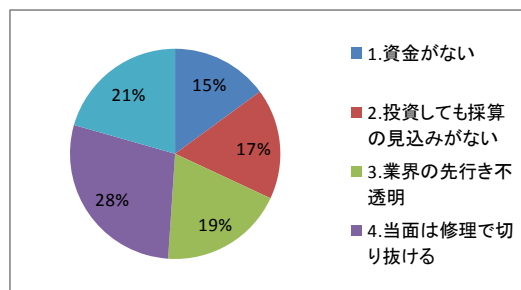
回答	合計	割合
1.予定あり	103	42%
2.予定なし	140	58%
計	243	100%



質問【8】⑥ 来期（2014年9月～2015年8月）設備投資予定なしの場合お答えください。設備投資予定なしの理由をお聞かせください。

図表6-7 設備投資予定なしの理由

回答	合計	割合
1.資金がない	21	15%
2.投資しても採算の見込みがない	24	17%
3.業界の先行き不透明	27	19%
4.当面は修理で切り抜ける	40	28%
その他	29	21%
計	141	100%



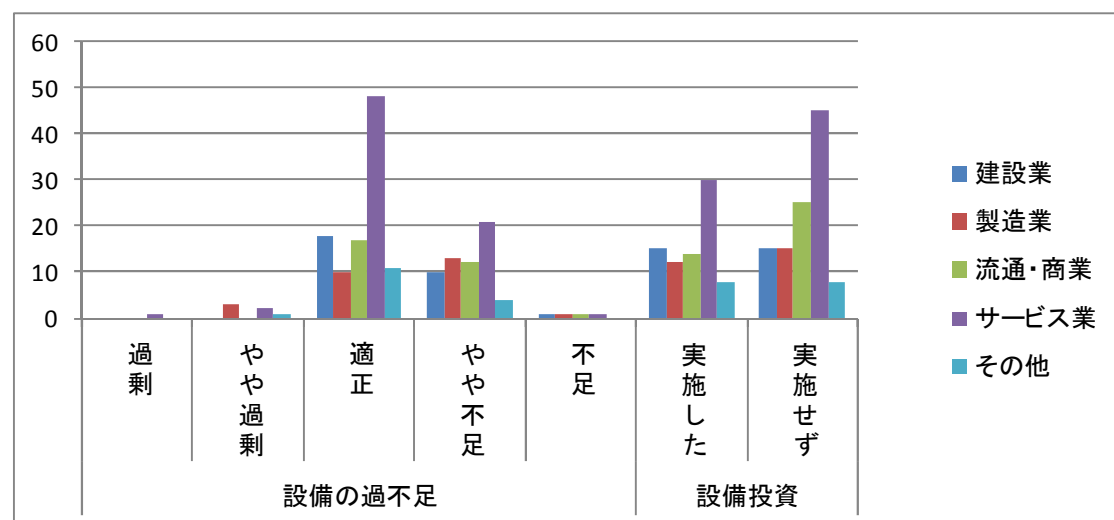
(2) 業種別、規模別設備過不足と設備投資（クロス集計）

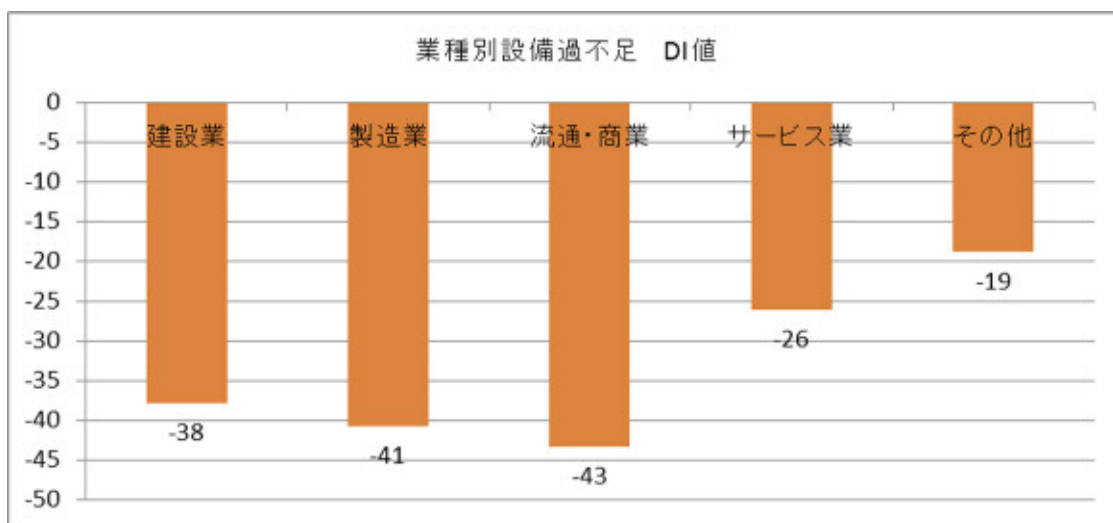
業種別にみた設備の過不足状況については、DIは建設、製造、流通・商業でマイナス四割前後と不足が強い（図表6-8）。一方、サービスも不足感は小さくないが、その水準は他の業種より低い。設備投資の割合は、建設業、製造業、サービス業の順に高く、流通・商業が低い。建設業では半数が設備投資を実施している点が特徴的である。

規模別にみた設備の過不足状況は、DIの数値を見ると5～9人が最も高く△42、次いで30人以上△34、1～4人△32、最も不足感が弱いのが10～29人で△21である（図表6-9）。設備投資の実施割合は、1～4人が28%であるのに対し、他の層は46～48%とほぼ同じになっている。零細規模層は、設備投資の実施については、差があることがわかる。

図表6-8 業種別設備過不足、設備投資状況

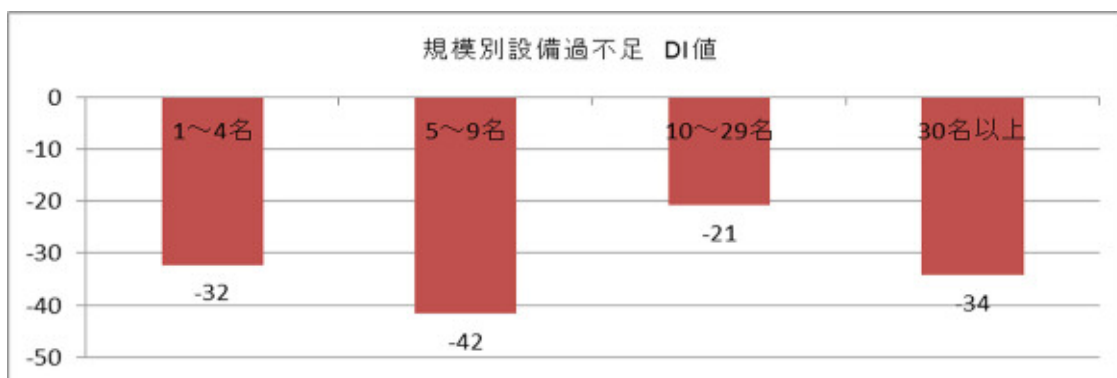
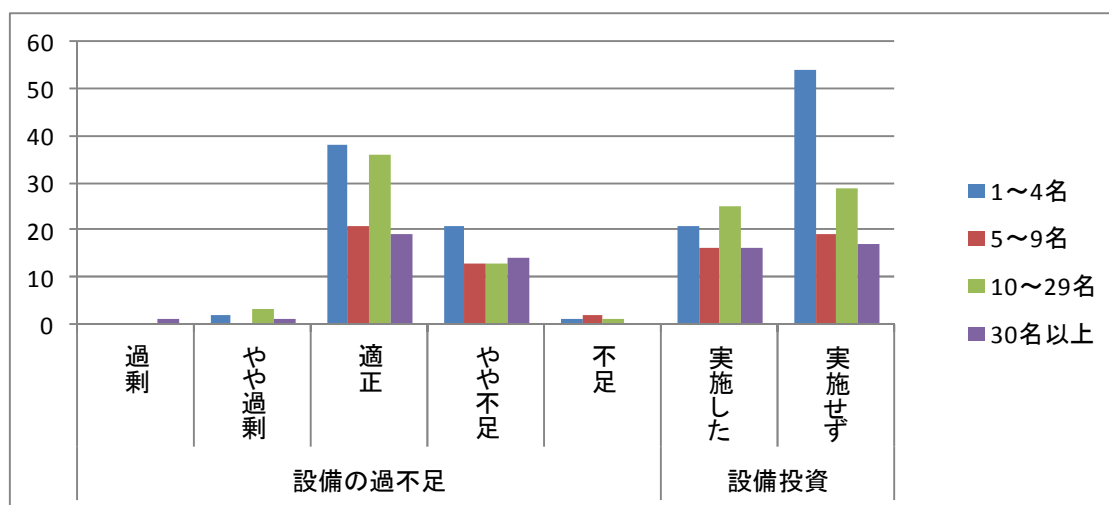
業種	設備の過不足					DI	設備投資		
	過剰	やや過剰	適正	やや不足	不足		実施した	実施せず	%
建設業	0	0	18	10	1	-38	15	15	50%
製造業	0	3	10	13	1	-41	12	15	44%
流通・商業	0	0	17	12	1	-43	14	25	36%
サービス業	1	2	48	21	1	-26	30	45	40%
その他	0	1	11	4	0	-19	8	8	50%





図表6-9 規模別設備過不足、設備投資状況

従業者規模	設備の過不足						設備投資		
	過剰	やや過剰	適正	やや不足	不足	DI	実施した	実施せず	%
1～4名	0	2	38	21	1	-32	21	54	28%
5～9名	0	0	21	13	2	-42	16	19	46%
10～29名	0	3	36	13	1	-21	25	29	46%
30名以上	1	1	19	14	0	-34	16	17	48%



7 経営上の問題点と力点

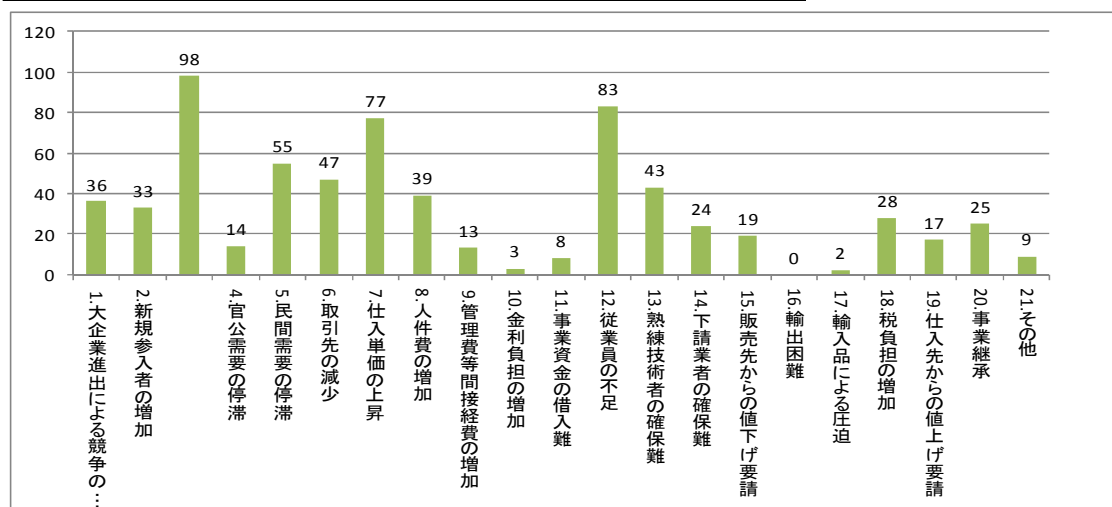
前期と比較した経営上の問題点は、上位回答に変化はないが、順位に若干変動がある（図表7-1）。1位が「同業者相互の価格競争の激化」であることは同じだが、2位と3位が入れ替わり、2位に「従業員の不足」、3位が「仕入単価の上昇」となっている。「従業員の不足」は回答率（回答数／回答企業）が前期19%だったが、今期30%にまで上昇している。「仕入単価の上昇」は順位は落としているものの、回答率は22%から28%に上昇している。また、前回は10位だった「取引先の減少」が、回答率が11%から17%に上昇し、4位「民間需要の停滞」に次いで、5位となっている。

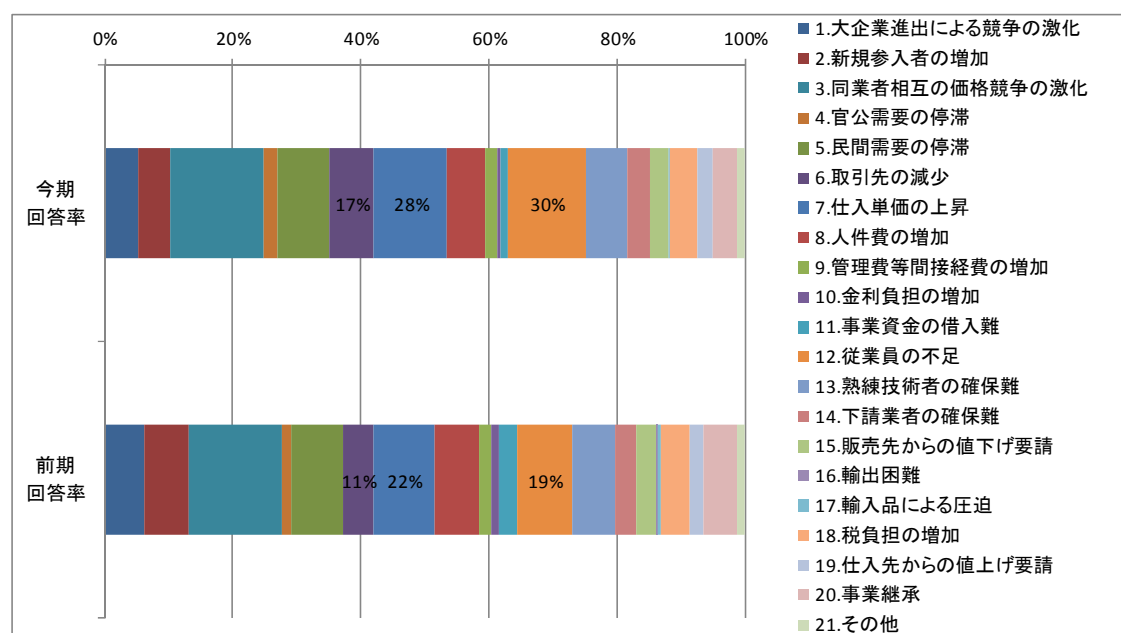
質問【11】経営上の問題点について

質問【11】①貴社の現在の経営上の問題点で深刻なものを、下記より上位3つまでお選びください。

図表7-1 経営上の問題点(3つまでの複数回答)

回答	合計	割合	今期 回答率	前期 回答率
1.大企業進出による競争の激化	36	5%	13%	14%
2.新規参入者の増加	33	5%	12%	15%
3.同業者相互の価格競争の激化	98	15%	36%	34%
4.官公需要の停滞	14	2%	5%	3%
5.民間需要の停滞	55	8%	20%	19%
6.取引先の減少	47	7%	17%	11%
7.仕入単価の上昇	77	11%	28%	22%
8.人件費の増加	39	6%	14%	16%
9.管理費等間接経費の増加	13	2%	5%	5%
10.金利負担の増加	3	0%	1%	3%
11.事業資金の借入難	8	1%	3%	7%
12.従業員の不足	83	12%	30%	19%
13.熟練技術者の確保難	43	6%	16%	15%
14.下請業者の確保難	24	4%	9%	8%
15.販売先からの値下げ要請	19	3%	7%	7%
16.輸出困難	0	0%	0%	1%
17.輸入品による圧迫	2	0%	1%	1%
18.税負担の増加	28	4%	10%	10%
19.仕入先からの値上げ要請	17	3%	6%	5%
20.事業継承	25	4%	9%	12%
21.その他	9	1%	3%	3%
計	673	100%	246%	





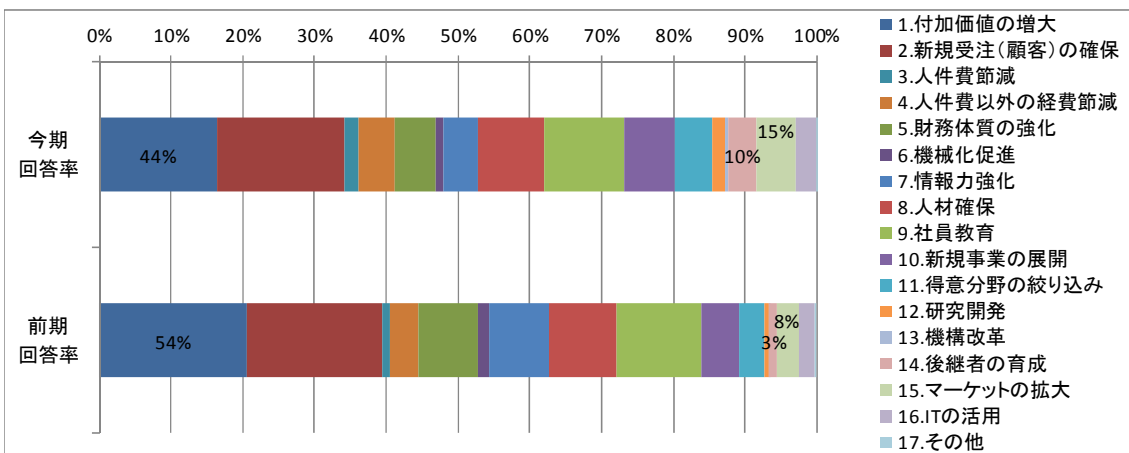
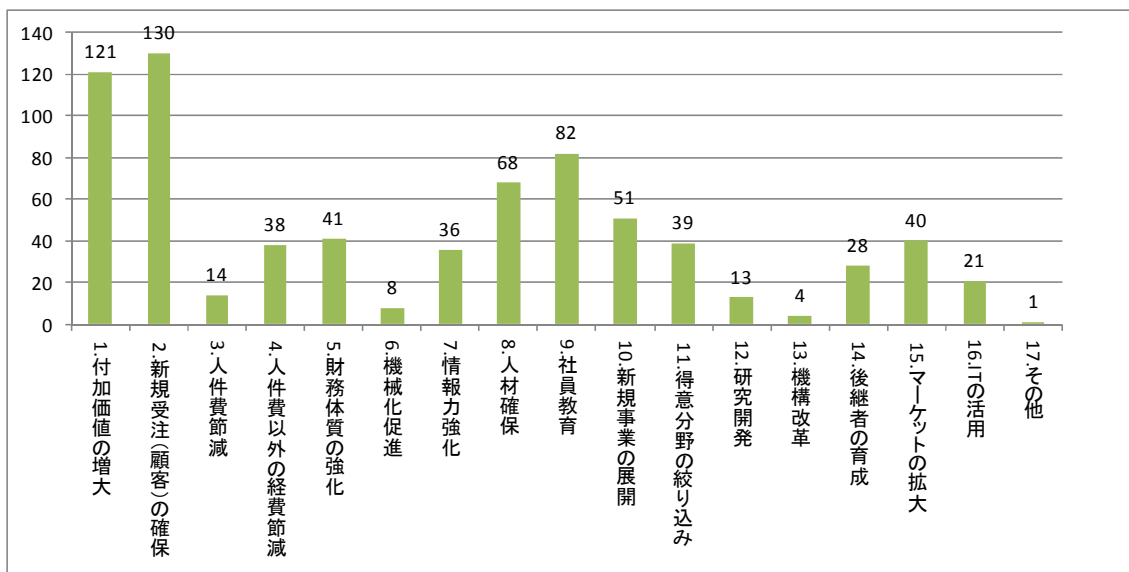
経営上の力点では、前期と比較して僅差ではあるが、1位、2位が入れ替わり、1位に「新規受注（顧客）の確保」、2位に「付加価値の増大」となっている（図表7-2）。「付加価値の増大」の回答率は、54%から44%へと低下している。3位「社員教育」、4位「人材確保」は同じだが、5位に前期7位だった「新規事業の展開」が入り、6位に「財務体質の強化」（前期5位）、7位に「マーケットの拡大」（前期10位）、8位に「得意分野の絞り込み」（前期9位）、9位に「人件費以外の経費節減」、10位に「情報力強化」（前期8位）、11位に「後継者育成」（前期12位）と順位が入れ替わっているものが多い。図表にあるように、「マーケットの拡大」「後継者の育成」の回答率はどちらも数字は前期と比べて増えている。経営環境の変化に対応して、問題点、力点が変化していることがわかる。

質問【12】経営上の力点について

質問【12】① 貴社の現在の経営上の力点を、下記より上位3つまでお選びください。

図表7-2 経営上の力点

回答	合計	割合	今期回答率	前期回答率
1.付加価値の増大	121	16%	44%	54%
2.新規受注(顧客)の確保	130	18%	47%	49%
3.人件費節減	14	2%	5%	3%
4.人件費以外の経費節減	38	5%	14%	10%
5.財務体質の強化	41	6%	15%	22%
6.機械化促進	8	1%	3%	4%
7.情報力強化	36	5%	13%	22%
8.人材確保	68	9%	25%	25%
9.社員教育	82	11%	30%	31%
10.新規事業の展開	51	7%	19%	14%
11.得意分野の絞り込み	39	5%	14%	9%
12.研究開発	13	2%	5%	2%
13.機構改革	4	1%	1%	0%
14.後継者の育成	28	4%	10%	3%
15.マーケットの拡大	40	5%	15%	8%
16.ITの活用	21	3%	8%	6%
17.その他	1	0%	0%	1%
計	735	100%	268%	



8 行政に対する要望、提言など

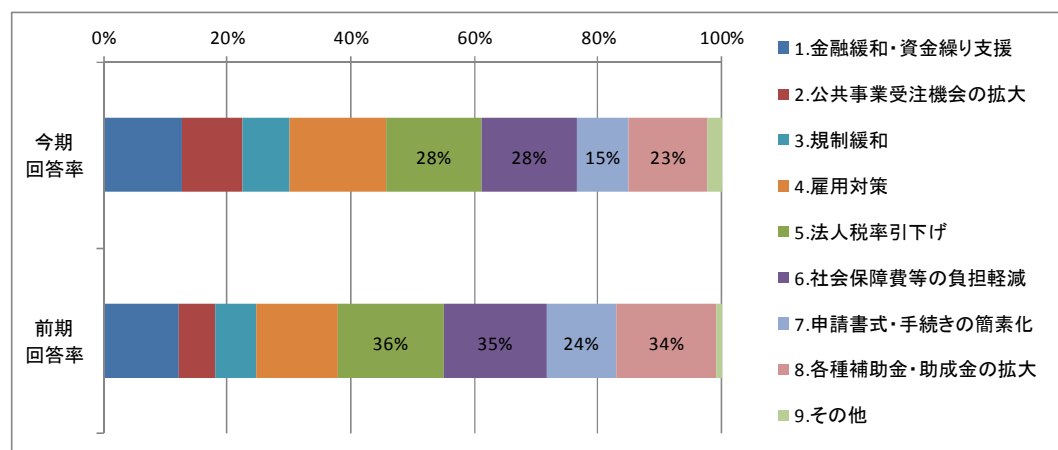
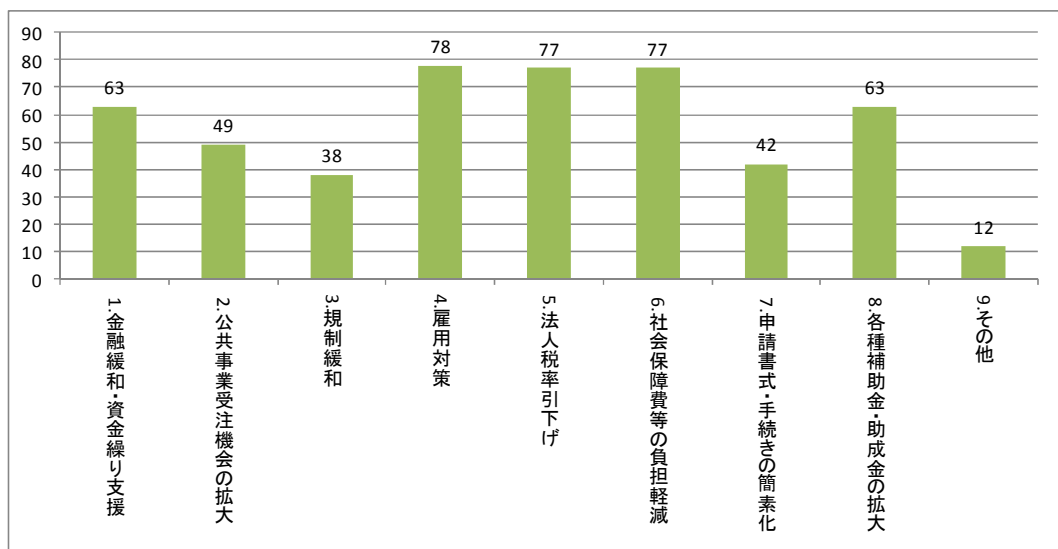
「貴社の経営上、行政に対して要望・提言をしていく必要があると思われる政策・施策」については、1位が「雇用対策」（前期4位）となっているのが大きな特徴である（図表8-1）。2位は「法人税率引下げ」（前期1位）、「社会保障費等の負担軽減」（前期2位）、であり4位に「金融緩和・資金繰り支援」（前期5位）、「各種補助金・助成金の拡大」（前期3位）、6位が「公共事業受給機会の拡大」（前期5位）となっている。「雇用対策」が、一気に1位となっている背景には、前述したように人手不足感が強いことがあげられる。「雇用対策」と回答した企業の比率は昨年度と変化はないが、「法人税率引下げ」（36%→28%）、「社会保障費等の負担軽減」（35%→28%）、「各種補助金・助成金の拡大」（34%→23%）、「申請書式・手続きの簡素化」（24%→15%）は、経営環境の変化の影響によって回答企業の割合が低下している。

質問【13】 経営上の必要なもの

質問【13】① 貴社の経営上、行政に対して要望・提言していく必要と思われる政策・施策を全てお選びください。

図表8-1 行政に対して要望・提言していくべき施策

回答	合計	割合	今期 回答率	前期 回答率
1.金融緩和・資金繰り支援	63	13%	23%	26%
2.公共事業受注機会の拡大	49	10%	18%	12%
3.規制緩和	38	8%	14%	14%
4.雇用対策	78	16%	28%	28%
5.法人税率引下げ	77	15%	28%	36%
6.社会保障費等の負担軽減	77	15%	28%	35%
7.申請書式・手続きの簡素化	42	8%	15%	24%
8.各種補助金・助成金の拡大	63	13%	23%	34%
9.その他	12	2%	4%	2%
計	499	100%		

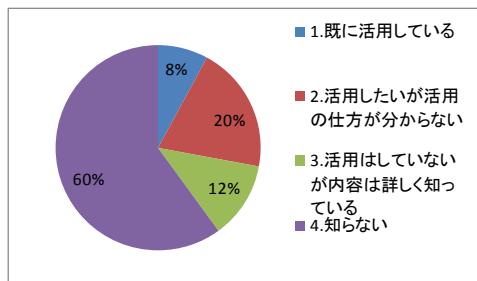


国・県・市町村の地域産業施策の活用や認知状況についての質問では、「すでに活用している」8%、「活用したいが活用の仕方がわからない」20%、「活用はしていないが内容は詳しく知っている」12%、「知らない」60%となっており、利用率は低い（図表8-2）。

質問【16】 現在、国・県・市町の地域産業施策をご存知ですか？ またそれを活用していますか？

図表8-2 国・県・市町村の地域産業施策の利用状況

回答	合計	割合
1.既に活用している	19	8%
2.活用したいが活用の仕方が分からない	48	20%
3.活用はしていないが内容は詳しく知っている	29	12%
4.知らない	144	60%
計	240	100%



9 同友会および経営指針について

(1) 同友会行事で希望するセミナー・勉強会等

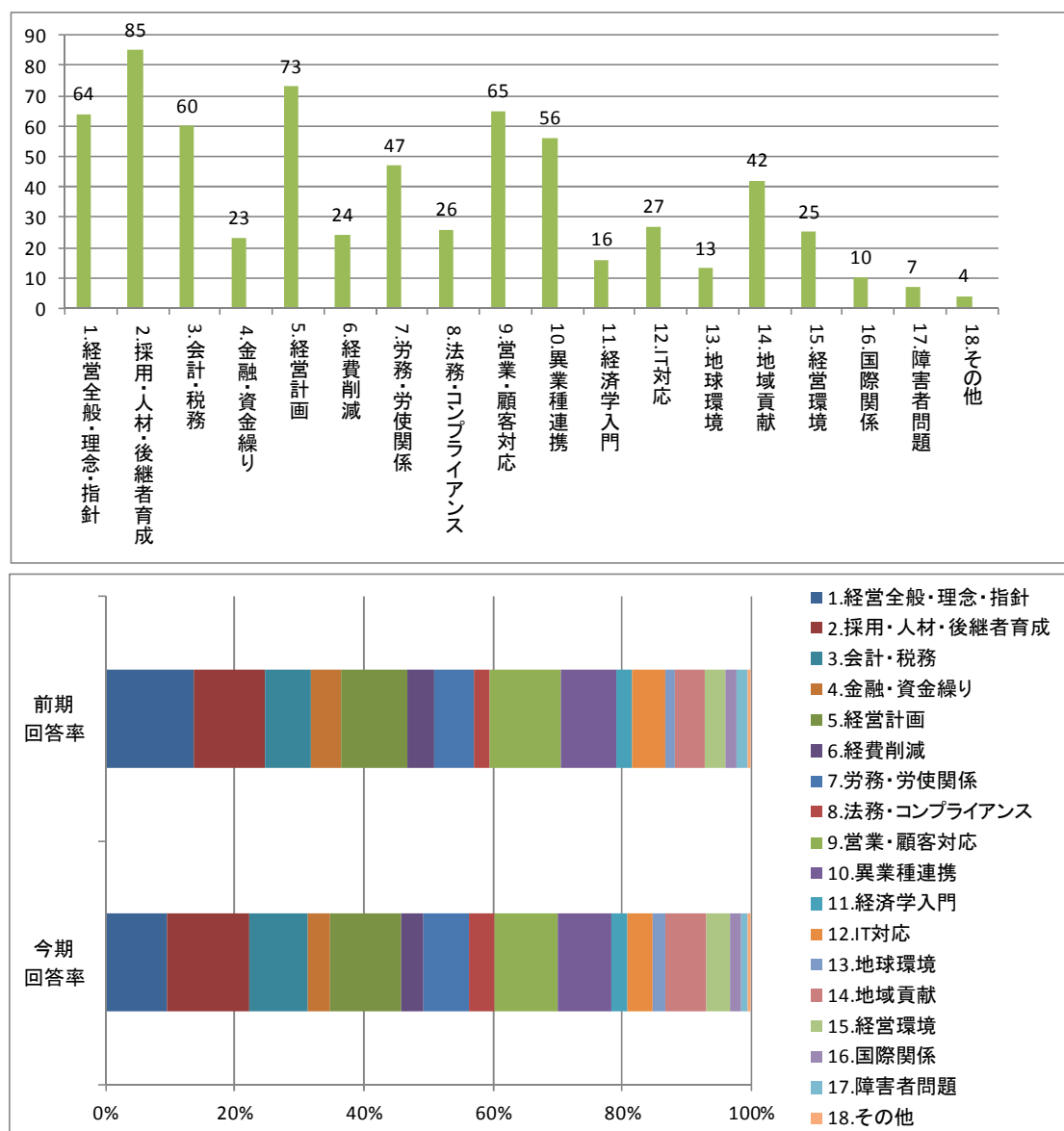
「貴社の経営上、同友会業で行ってほしいセミナー・勉強会等」については、回答数が分散し、前期同様会員のニーズが多様化している。また、前期と比べると一部順番が入れ替わり、環境に対応したニーズの変化も読み取ることができる。

今期は、1位は採用・人材・後継者育成（前期2位）、2位は経営計画（前期4位）、3位は営業・顧客対応（3位）、4位は経営全般・理念・指針（前期1位）、5位は異業種連携（前期5位）、6位は会計・税務（前期6位）、7位は労務・労使関係（前期7位）、8位は地域貢献（前記10位）、となっている（図表9-1）。前述したように人手不足感が強くなっていることが影響しているようである。

質問【13】② 貴社の経営上、同友会行事で行ってほしいセミナー・勉強会等を全てお選びください。

図表9-1 同友会行事で希望するセミナー・勉強会等（複数回答）

回答	合計	割合	今期 回答率	前期 回答率
1.経営全般・理念・指針	64	10%	23%	37%
2.採用・人材・後継者育成	85	13%	31%	30%
3.会計・税務	60	9%	22%	19%
4.金融・資金繰り	23	3%	8%	12%
5.経営計画	73	11%	27%	28%
6.経費削減	24	4%	9%	11%
7.労務・労使関係	47	7%	17%	16%
8.法務・コンプライアンス	26	4%	9%	6%
9.営業・顧客対応	65	10%	24%	30%
10.異業種連携	56	8%	20%	23%
11.経済学入門	16	2%	6%	7%
12.IT対応	27	4%	10%	14%
13.地球環境	13	2%	5%	4%
14.地域貢献	42	6%	15%	12%
15.経営環境	25	4%	9%	8%
16.国際関係	10	1%	4%	5%
17.障害者問題	7	1%	3%	5%
18.その他	4	1%	1%	1%
計	667	100%	243%	



(2) 経営指針等について

経営理念、中長期計画・ビジョン、単年度計画の作成状況は、**図表 9-2** のとおりである。経営理念は、58%が作成済み、12%が作成途中、30%が持っていない。中長期計画・ビジョンは、作成済みが43%、作成途中が21%、36%が持っていない。単年度計画は、51%が作成済みで、15%が作成途中、持っていないのは35%である。理念は、ほぼ前期と同じ数字、中長期計画・ビジョンと単年度計画は前期よりも作成済みの数字は低い。これは、調査回答企業が昨年と異なっていることによるものであり、昨年より悪化したというわけではない。

また、経営理念は、作成した段階が34%、社内公開18%、社外公開6%となっており、ほぼ昨年と同じである。経営理念は、社内でも共有することはもちろん、広く自社を理解し

てもらうという意味では、HP やパンフレット等でもっと社外公開があっても良いのではないかとされる。

中長期ビジョンは、作成した段階が 26%、社内公開が 17%である。単年度計画は、作成した段階が 25%、社内公開が 16%、毎月到達点を確認が 10%である。これらも社内で共有し、計画については常に到達点を確認し、それを共有していく仕組みが確立していくことが望まれる。

なお、昨年も触れたことだが、いずれも作成途中が多いことも気になる。作成に取り掛かっているが、なかなか完成に至らないケースが多いならば、その理由を明らかにし、対策をとらないと作成が広がっていかない可能性がある。問題意識を持って作成に取り掛かった段階から完成へのプロセス支援が必要かもしれない。

質問【14】経営指針について

質問【14】① 経営指針の成文化・実践についてお聞きします。

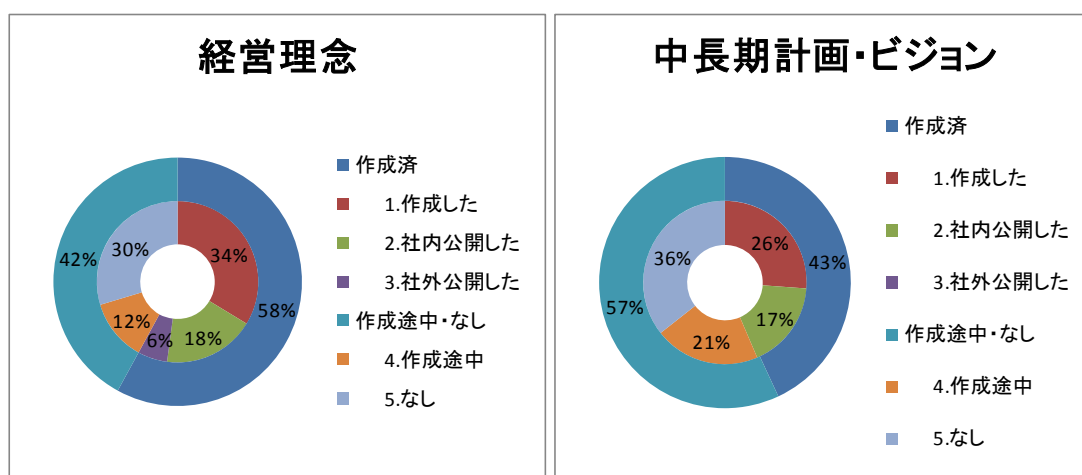
㊦ 経営指針（理念）はありますか？

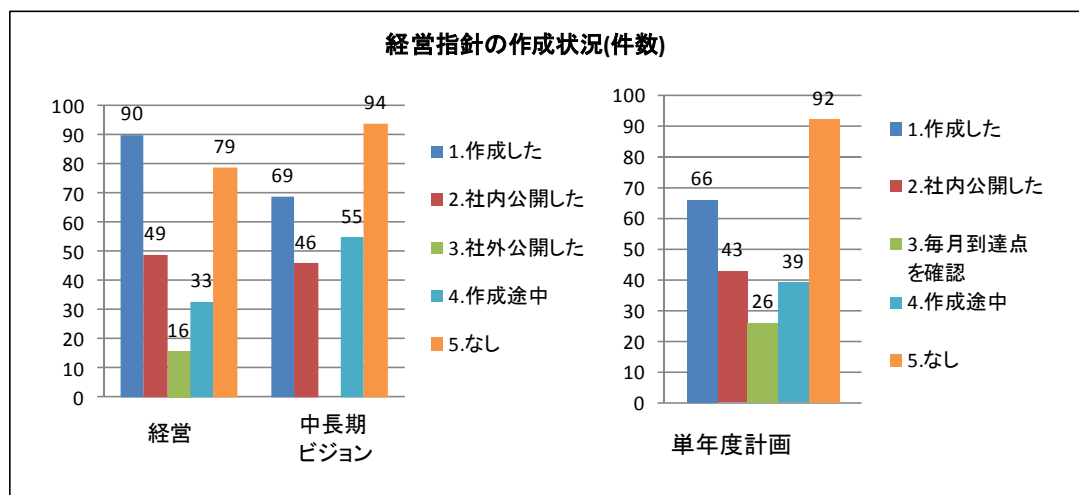
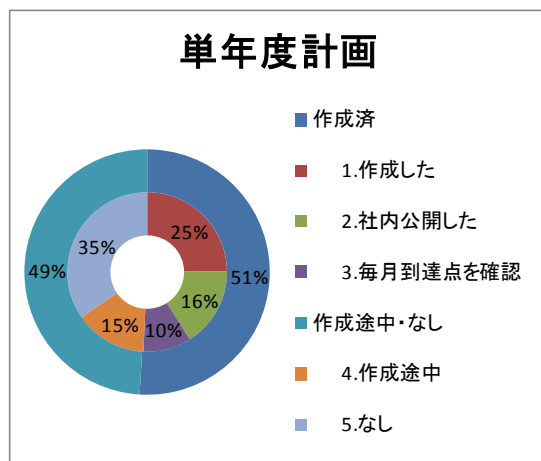
㊦ 経営指針（中長期計画、ビジョン）はありますか？

㊦ 経営指針（単年度計画）はありますか？

図表9-2 経営理念等の作成状況

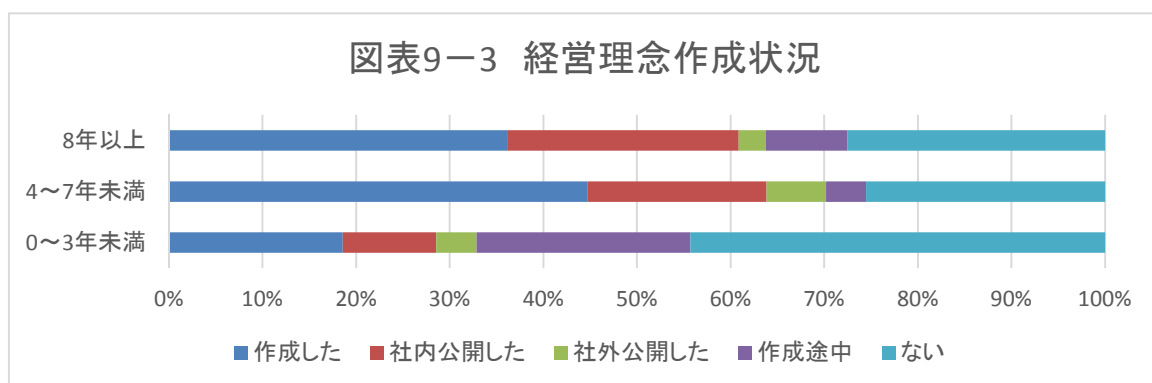
回答	経営理念		中長期計画・ビジョン		回答	単年度計画	
	合計	割合	合計	割合		合計	割合
1.作成した	90	34%	69	26%	1.作成した	66	25%
2.社内公開した	49	18%	46	17%	2.社内公開した	43	16%
3.社外公開した	16	6%			3.毎月到達点を確認	26	10%
4.作成途中	33	12%	55	21%	4.作成途中	39	15%
5.なし	79	30%	94	36%	5.なし	92	35%
計	267	100%	264	100%	計	266	100%



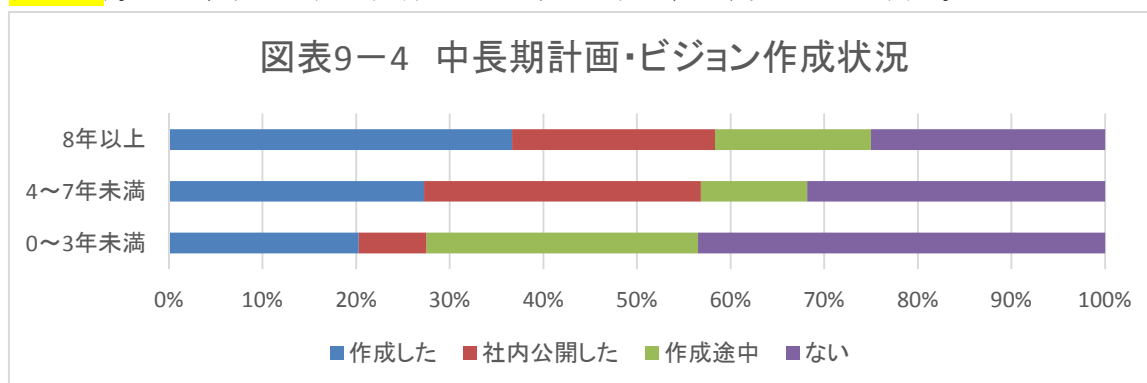


(3) 会員歴と経営指針等の作成状況（クロス集計）

次に、会員歴と経営指針等の作成状況をクロス集計した。経営理念については、0～3年と4年以上で作成状況に明確に違いが見られた（図表9-3）。4～7年と8年以上では作成した企業の割合には差は見られなかったが、社内公開している企業の割合は8年以上が高かった。一方、社外公開の割合は4～7年のほうが高い。4年以上たつと、経営理念を策定しようという企業とあえて作成しようとしないう企業に二分されてしまっているのかもしれない。

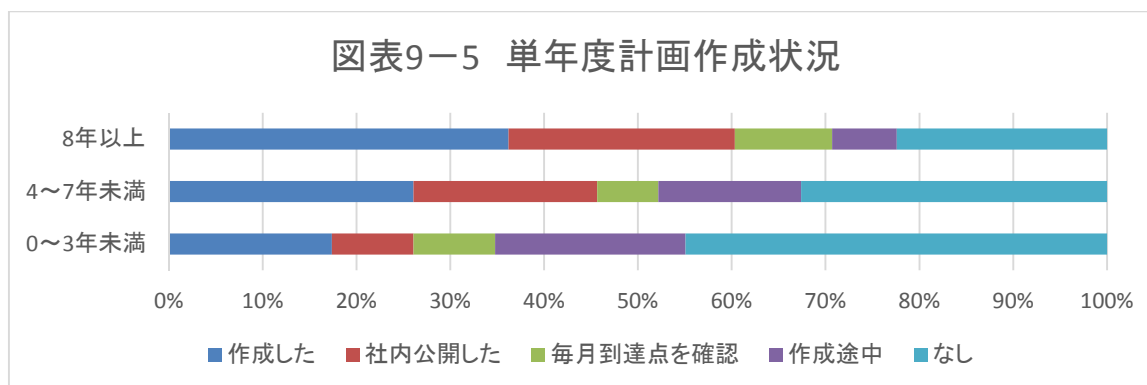


中長期計画・ビジョンについても、0～3年と4年以上で明確に作成状況に違いがある（図表9-4）。また、社内公開の割合は4～7年のほうが、8年以上よりも高い。



単年度計画については、会員歴の長さで作成状況が比例し、年数が長いほど作成割合だけでなく、社内公開割合、毎月の到達点確認の割合も高くなっている（図表9-5）。なお、0～3年、4～7年では単年度計画策定企業の割合は、経営理念、中長期計画・ビジョンと比べて低くなっているが、8年以上では経営理念、中長期計画・ビジョンよりもその割合は高い。つまり、8年以上では経営理念や中長期計画・ビジョンがなくても、単年度計画を持っている企業が存在している。

以上のように、同友会に入会してから4年目頃から経営指針を作成する割合が上昇するが、経営理念と中長期計画・ビジョンは策定する企業とそうでない企業に二分しているようである。一方単年度計画は、会員歴に比例して策定企業の割合は増加し、8年以上では、経営理念や中長期計画・ビジョンよりも策定企業の比率は高い。



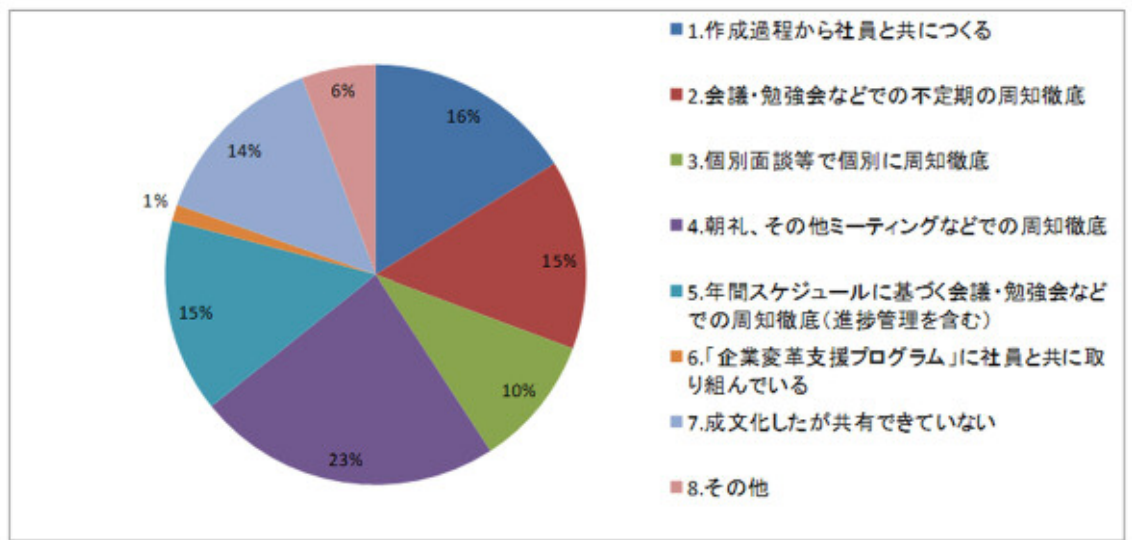
（4）経営指針の社内共有

「経営指針の社内共有をどのようにはかっているか」という設問に対しては、「朝礼、その他ミーティングなどでの周知徹底」23%、「作成過程から社員と共につくる」16%、「年間スケジュールに基づく会議・勉強会などでの周知徹底（進捗管理を含む）」15%、「会議・勉強会などでの不定期の周知徹底」15%、が上位になっており、昨年とほぼ同じである。なお、「成文化したが共有できていない」も14%ある点は看過できない（図表9-6）。

質問【14】② 経営指針の社内共有をどのようにはかっているか、該当するもの全てお選びください。

図表9-6 経営指針の社内共有の進め方(複数回答)

回答	合計	割合	今期回答率
1.作成過程から社員と共につくる	51	16%	19%
2.会議・勉強会などでの不定期の周知徹底	46	15%	17%
3.個別面談等で個別に周知徹底	32	10%	12%
4.朝礼、その他ミーティングなどでの周知徹底	74	23%	27%
5.年間スケジュールに基づく会議・勉強会などでの周知徹底(進捗管理を含む)	47	15%	17%
6.「企業変革支援プログラム」に社員と共に取り組んでいる	4	1%	1%
7.成文化したが共有できていない	44	14%	16%
8.その他	18	6%	7%
計	316	100%	115%



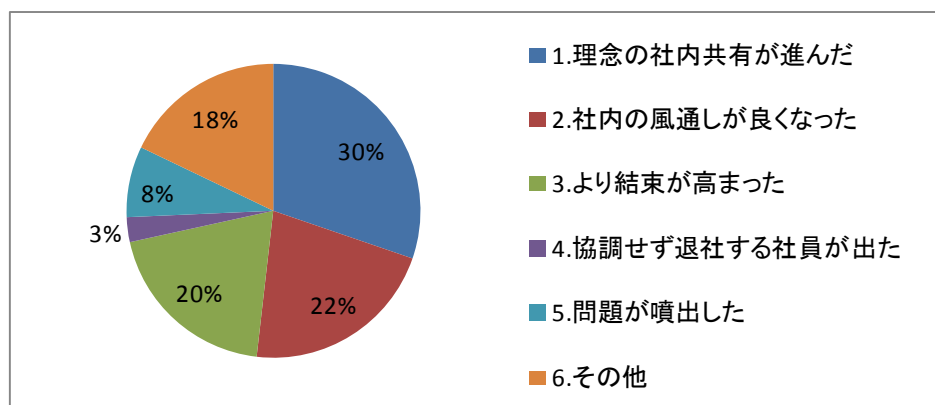
経営指針の実践の結果は、「理念の社内共有が進んだ」30%、「社内の風通しが良くなった」22%、「より結束が高まった」20%、と改善を指摘する声が多い(図表9-7)。しかし、その一方で「問題が噴出した」8%、「協調せず退社する社員が出た」3%、といったケースも存在していることは重視したい。

質問【14】③ 経営指針の実践の結果がどのように現れたか該当するものを全てお選びください。

㊦ 対内的結果をお聞かせください。

図表9-7 経営指針の実践の結果

回答	合計	割合	今期回答率
1.理念の社内共有が進んだ	66	30%	24%
2.社内の風通しが良くなった	47	22%	17%
3.より結束が高まった	43	20%	16%
4.協調せず退社する社員が出た	6	3%	2%
5.問題が噴出した	17	8%	6%
6.その他	39	18%	14%
計	218	100%	80%



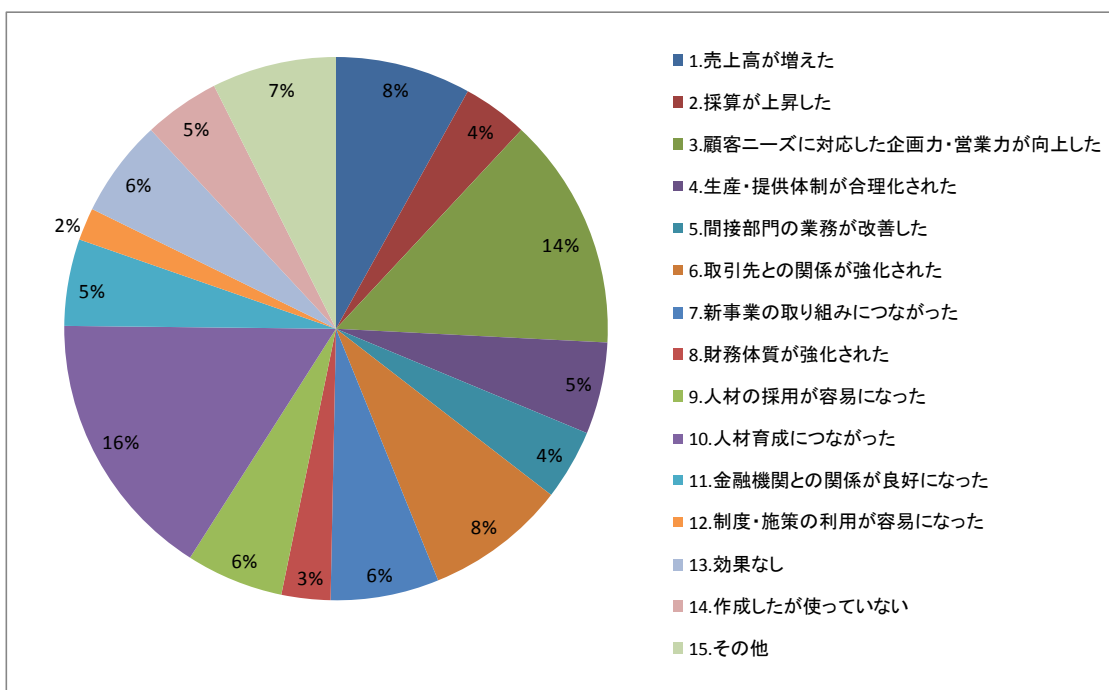
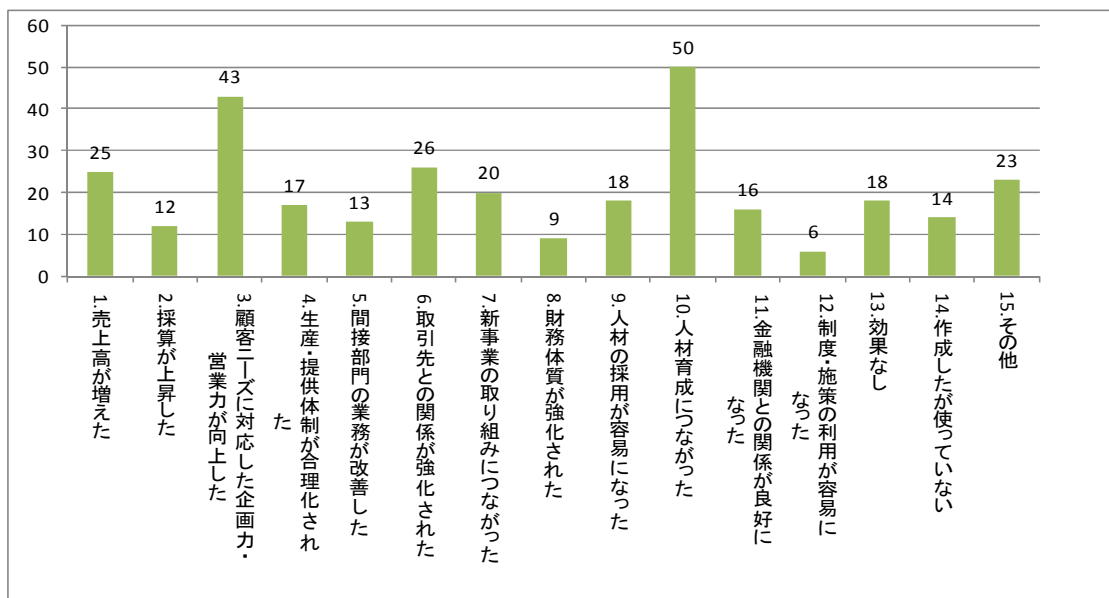
経営指針の実践の結果がどのように現れたのかについては、「人材育成につながった」16%、「顧客ニーズに対応した企画力・営業力が向上した」14%といった人に関わる内容が上位にある（図表9-8）。ほかにも経営内容の改善につながる効果を指摘する回答も少なくないこと、回答が分散しており多様な効果が見られること、などが特徴になっている。

経営指針は、社内で従業員と共有することは本来不可欠であり、共有の方法は一つではなく多様である。多くの企業では多様な方法を用いて共有のための努力を行っているようではあるが、さらなる努力が必要であろう。また、効果についても多様な効果が指摘されているが、目的意識的に策定、共有、実践していけば皿に大きな効果を生むことも可能と考えられる。

① 対外的結果をお聞かせください。

図表9-8 経営指針の実践結果の効果

回答	合計	割合	今期 回答率
1.売上高が増えた	25	8%	9%
2.採算が上昇した	12	4%	4%
3.顧客ニーズに対応した企画力・営業力が向上した	43	14%	16%
4.生産・提供体制が合理化された	17	5%	6%
5.間接部門の業務が改善した	13	4%	5%
6.取引先との関係が強化された	26	8%	9%
7.新事業の取り組みにつながった	20	6%	7%
8.財務体質が強化された	9	3%	3%
9.人材の採用が容易になった	18	6%	7%
10.人材育成につながった	50	16%	18%
11.金融機関との関係が良好になった	16	5%	6%
12.制度・施策の利用が容易になった	6	2%	2%
13.効果なし	18	6%	7%
14.作成したが使っていない	14	5%	5%
15.その他	23	7%	8%
計	310	100%	113%



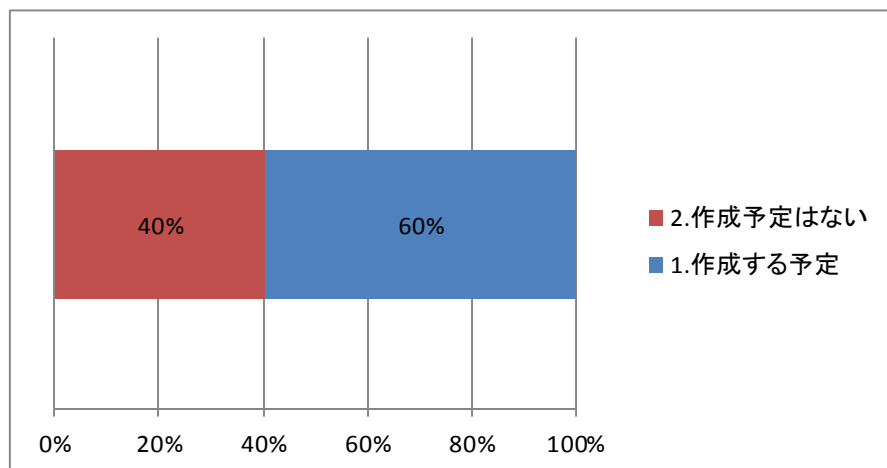
(5) 今後の経営指針書作成の予定

経営指針書を作成していない方に対し、今後作成するかどうかを尋ねたところ、作成する予定 60%、作成予定はない 40%であった（図表 9-9）。昨年と比較して作成する予定の割合が上昇している。今後は、予定している企業への作成サポートが必要だろう。

質問【14】④ 経営指針書を作成していない方にお聞きします。経営指針書の今後作成する予定ですか？

図表9-9 経営指針書を作成していない企業に対し、今後の予定

回答	合計	割合
1.作成する予定	62	60%
2.作成予定はない	42	40%
計	104	100%



おわりに

消費税増税後の影響と、仕入単価上昇、人手不足という状況の中で、同友会企業は属している業界が厳しい状況にある中で、今期は検討していた。来期については、今季好調だった建設業で、今期ほどの成長が見込めないとしている点が気になる。また、他の産業もアベノミクスや「地方創生」で世間が騒いでいるほど楽観的な見方はしていない。仕入単価上昇、人手不足という状況に、短期的に、中期的に、どう対処していくのか、経営環境に対する評価と自社の方向性が問われる。そのためにも経営理念、中長期計画・ビジョン、単年度計画という経営指針が必要になっている。経営指針は、3年未満の会員より4年以上の会員のほうが作成比率が高いが、4年を超えるとその比率はあまり上昇していない。新会員における経営指針の早期作成のための仕組み作りが求められるとともに、4年以上の会員に対しても独自の経営指針作りのための対応が必要になっている。

景況調査記述回答分(質問 15・質問 17・質問 18)

【15】 今期、経営上の努力としてどのような試みを行いましたか？また、来期、どのような試みを行おうと考えていますか？（未回答も OK）

- ・ 新事業の基盤作り。
- ・ 見学会、研修。
- ・ 経営者の資質向上・人間力UP & 人財育成。
- ・ 会社設立周年記念委員会の発足。
- ・ 新規分野開拓。
- ・ 新規雇用。
- ・ 新規事業に力を入れる。
- ・ 自社付加価値強化。
- ・ 経費節減。
- ・ 製品改良、人材は客に好かれる人。
- ・ 得意分野での拡充。
- ・ 拠点別に人員補強。
- ・ 広報ツール作り。
- ・ 広告業界もメディアの細分化、進化が進む中、その対応のベストを目指す。
- ・ 新規顧客の開拓、深堀り。
- ・ ネット事業の売上拡大、海外事業の展開等。
- ・ 新規事業への参入。
- ・ 雇用問題。
- ・ 新規事業への取組み。
- ・ 勉強会の実施(社員教育)、新規事業の推進。
- ・ 社員教育、価値観共有共育。
- ・ 営業。
- ・ 理念を作る。人材確保。
- ・ 社内環境改革。
- ・ 経費削減。
- ・ 値上げ。
- ・ 財務内容の改善。
- ・ 作業環境の改善。
- ・ 新規顧客の創出。
- ・ 人材育成。
- ・ 新規開拓。

- ・ 営業により力を入れていきたい。
- ・ 社員の権限の委譲。
- ・ スタッフ全員の意識の方向を同じにする。
- ・ 社員個々の成長のみ。
- ・ 社員教育
- ・ 店のコンセプトの見つめ直し。社員教育。
- ・ 前向きでミスをおそれない事について指導。
- ・ 外国人を雇用。
- ・ 採用の強化。
- ・ 新規開発製品を強化する。
- ・ 店舗内ディスプレイの総入替、インターネット販売の開始。
- ・ 指針書の実践。
- ・ 新商品の開発と共に、得意部門の絞り込みと強化。
- ・ 来る仕事はとりあえず話を聞く、少々面倒な案件でもできる限り対応する。まずは、知ってもらふことを第一としての対応をしてきた。来期は、今季から引き続きの対応と逆に専門分野に特化できるようにある程度のところで目先の利益を無視して仕事の種類や内容を取捨選択するようにする。
- ・ 必要な人材の確保を試みたが…うまくは行かなかったと思う！今後は確保は難しいとしても…取り合えず交流して行きたい！
- ・ お金も場所も手間暇も極力かからない新規事業の種を撒いたので、育ててみる。
- ・ 新規事業の展開をした。新規事業との相乗効果を作っていく。
- ・ 事務処理の合理化。リアルタイムに実績の把握を試みる。
- ・ 会社の経営状態健全化の取り組み。来季も同様。
- ・ 経営資源の選択と集中。
- ・ 違う市場に店舗を出した。
- ・ 新商品の開発、新規事業への参入
- ・ 一軒単価の引き上げ
- ・ 店舗の移転改装により合理化、サービスの向上が図れた。最新の機器の導入により、労働効率が向上した。新規事業への参入を検討、具体化する。
- ・ 経営指針成文化／人事評価制度導入及び賃金体系見直し／就業時間変更／組織化。
- ・ 会議の充実、新商品開発。
- ・ 受注工事の確実に竣工させ、安全に引き渡す！同様に遂行し社内引き渡し前検査の確立。
- ・ 新規顧客開拓、新製品開発等。
- ・ 他社に先駆けた情報収集、会社の将来を担う若者の発掘を継続してゆく。
- ・ 来期、経営指針をつくる。
- ・ セミナー開催 展示会参加。

- ・ 更なる経費削減と新規獲得に向けての営業強化。
- ・ 人材育成。
- ・ 職務分掌の整備。
- ・ 経営指針書の全社挙げての成文化。社内外発表会の実施。アクションプランの策定と検証。
- ・ 経営者と社員との毎月個人ミーティング。管理職と社員の毎月個人ミーティング。全体会議を定休日に行う。など、シフト制の勤務体制でのコミュニケーション不足を解消。
- ・ 今期は既存顧客への自発的なアフターフォロー。来期も引き続き行う。
- ・ 新卒の定期複数の採用。
- ・ 個人の自主性を生かす。
- ・ 業種を絞って、自社商品の販売。何でも仕事を受ける体制からの脱却。
- ・ 事業承継、業務改善。来期も同じ。
- ・ 新規事業立上げ。営業強化。
- ・ 今期は、組織改革を行った。来期は、事業基盤の強化を行う。
- ・ 既存客先の現状と見通しを分析、並行して3年計画で全得意先会社の訪問を実施する。
- ・ 今期は新規事業の立上げを行った。来期に向けて、チェック体制を強化し、マーケティングに取り組めます。
- ・ 本事業発展の他、過去の経験を生かした新部門の設立。
- ・ 同友会での学びの実践。

【17】現在の国の経済政策に対する意見や要望があれば、何でもご記入ください。

(未回答もOK)

- ・ 大手の手法に行政手法を作る。
- ・ 地方に優しく、中小企業にも優しく！
- ・ 消費税のアップ反対、法人税の引き下げ反対。
- ・ 地域振興に具体的施策を。
- ・ 消費税の据え置き8%、住宅購入者は0%。
- ・ 系列の中で選別も激しいので、もう少し地元への権限移譲して欲しい。
- ・ 海外では県単位での動きが多く、県と県でケンカしているような状態。メイドインジャパンの仕様をきちんと決めて、国単位で動くような政策が欲しい。
- ・ 国の考え方が古すぎる。未来が全く見えない。
- ・ 消費税増税反対。
- ・ 中小企業に対する支援をお願いしたい。(大企業は好転しているが、中小企業は全く好転していない。)
- ・ 新卒教育(大学・県)
- ・ 労働力低下のことへの対応。少子化対策について、明確に考え表明して欲しい。

- ・ 社員教育、人事評価。
- ・ 売り上げ増と経費削減。
- ・ オリンピック後の経済の失速をなくすようにして欲しい。
- ・ 国と銀行での政策。
- ・ 規制緩和し過ぎ。
- ・ 大企業ばかり見ている。
- ・ 中小零細会社が行政に期待しても無駄だと思います。つというか、中小零細会社の経営者が行政に何を期待しているんですか？今まで行政は私たち中小零細のおっさんおばさん社長に何をしてくれましたか？・・・・これ以上は話が長くなるので書くのはやめときます。
- ・ 税制改正の方向性が全く見当違いだと思う。
- ・ 景気の動向や選挙等との兼ね合いもあるのですが…消費税率 10%移行の時期を、早めにハッキリさせて欲しい！（一事が万事？…スピードが命！）
- ・ 自民党政権下ではどうしても経済を大企業・経団連目線で捉えてしまうのだが、それでは地方は救われないということをもっと直視して、然るべき方策を採ってほしい。
- ・ 中小企業の実態に沿った実行性のある施策を望む。また、施策の周知に力を入れてもらいたい。中小企業向け予算を飛躍的に増額すること。少子化対策として子育て支援を充実させる。
- ・ 外形標準課税制度の中小企業への適応をしない事。大手市場企業への納税制度の見直し（税制優遇措置が、あまりに大き過ぎる事）。
- ・ 人口減に対しての効果的な施策をうってほしい。
- ・ 消費税のさらなる増税はぜひ止めてほしい。外形標準課税は中小企業を困難に貶める。個人消費、購買力を高める施策の実施を願いたい。
- ・ 景気を回復させたいのか予算を拡大したいのか分からない。チグハグだと思う。景気回復に集中するのであれば、増税や税制変更は必要ないはず。
- ・ 明確なビジョンを示し、将来に希望が持てる政策を実施して欲しい。
- ・ 農地法のさらなる改革による農地の流動化。相続による非農業者への農地相続の制限。
- ・ 税率アップありきの消費税増税には反対です。法人税減税も、その代替財源が外形標準課税を導入するのでは、体質の弱い小規模事業者にとっては、実質増税となるため反対です。
- ・ 個人経営及び独立開業支援のサポートこそ、地方から発信すべき政策としてほしいところです。
- ・ 大企業よりの施策しか行われていない
- ・ 自分も女性なのでと思いますが、もっと女性が働きやすい制度を考えていただきたいです。勿論、中小企業も取り組みを考えないといけません。しかし、会社への負担は即決残された社員への負担につながります。それも考慮したうえで、短時間労働や女性の社会復

帰への政策も男性社員への過酷な労働環境を克服する力になると考えられるからです。

- ・ 大企業の法人税を減税する必要は無いでしょう。中小企業を守らなければ、起業家を育む風土は産まれません。
- ・ 金融緩和等は一定の評価ができる
- ・ 大企業ではなく中小企業のための政策をとってほしい。
- ・ 消費税 10%引き上げは経済低下の要因となる。
- ・ 地方創生への具体的な協力
- ・ 中小企業対策を謳っているが、現状を理解しないままの政策が目立つため、もっと実状を調査してほしい。
- ・ 産官連携の異議と大前提を確認し、大所高所からの視座を共有したうえで、社会的経営環境を整えることに傾注してほしい。
- ・ エネルギー問題（原発減少・自然エネルギー推進）。減税。

【18】現在の県・市町の経済政策に対する意見や要望があれば、何でもご記入ください。

(未回答も OK)

- ・ 法の規制は地元の文化、風土を考慮する事。
- ・ チャンスの公平性を担保出来る行政を！
- ・ 子供の医療費を中学生まで無料にする。
- ・ 雇用創出。若者が集まる県市の魅力づくりを。
- ・ 地場産を育て、若者の定着を考える。
- ・ どこへ行っても本気度は低い。①部署が変わり過ぎて責任をとらない。②担当部署における2年くらいの間、勉強しない。
- ・ 急激な人口減少による市場の縮小がすごい早さで地方をおそっているの、その対策。(外国人を日本に働き手として入れる等)
- ・ 県の考えが古すぎる。
- ・ 中小企業に対する支援をお願いしたい。(大企業は好転しているが、中小企業は全く好転していない。)
- ・ 少子高齢化対策として対処療法ではなく、人が増えるような(県外市外から人が移って来たり)、子供がどんどん生まれる様な(安心して生めるような)街づくりに取り組んで欲しい。
- ・ 外国人特区を作って欲しい。
- ・ 子育て支援だけでなく対処療法に止まらない社会全体的な取組で人口増対策に取り組むべきでは？
- ・ 入札型の業者決定の仕組み。
- ・ 国の出先機関のような政策の実施ではなく、“自治”をすることにもっと意識を持ってもらいたい。形はどうあれ、地方分権への方向性は間違っていないと思っているので。

- ・ まずは域内地場企業の現状を知ること。そしてそれを政策・施策に活かしつつ、国にもフィードバックしてほしい。
- ・ 県内の経済の主役は多様な業種の中小企業であることを基本認識として施策を考えること。中小企業の実態をよく調査して、実効性のある施策を立てること。
- ・ 将来的な活用意義、運営コストを無視した公共施設の建設の中止。
- ・ 企業誘致で地域の雇用の場を拡大してほしい。
- ・ 地域行政に経済政策ってありましたか？
- ・ 中小企業活性化の具体的取り組みをして欲しい。
- ・ 中小企業振興条例の施策等の行方。
- ・ 観光客の誘致。
- ・ 四国新幹線は必要ありません。
- ・ 行政独自で考え施策実行してくれるのは有難いが、それは所謂プロダクトアウトの考え方。効果の出る施策はもっと企業の生の声を聞いてからの施策、マーケットインの考え方での施策をとってもらいたい。
- ・ 短期も含めての借入及び助成の制度は、地方行政独自の政策として企画して頂きたい。人口減少の激しい過疎の地において生活が成り立つのであれば大きな人的資産に繋がる。
- ・ 家事・育児への協力などによる政策を考えてほしい。
- ・ それで本当にお金が地域に廻るのか？を念頭に、しっかり政策を吟味していただきたい。
- ・ 県、市町を問わず職員の経済政策に対する自覚が不足しているのでは……。アンケートに答える側でなく政策を実施する側の意識も必要に思えます。
- ・ 一緒に何ができるのか話し合いの場を広く作ってほしい。
- ・ わかり易く、周知徹底。
- ・ 町民（市民）が共有する理念づくり。中小企業振興条例の策定。少子高齢化の緩和対策。
- ・ もっともっと、中小企業との対話の場を作ってもらい、しっかりと中小企業の抱える問題点を明確にして政策立案をしてほしい。また、一部の業種に政策が偏重していることを検証し、地域全体の底上げ政策を立案する場を設けてほしい。
- ・ 小規模事業者（所）に対する支援を核とする振興事業の推進。
- ・ 減税。