

第 10 章 経営者の行動パターンと「人とのつながり」の現状と課題

1 節 相談に乗ってもらえる経営者の有無と特徴

1. 相談に乗ってもらえる経営者の有無

日々の仕事や経営上の課題について相談に乗ってもらえる経営者が「いる」は 30.6%、「いない」は 69.4%で、相談に乗ってもらえる経営者がいる高齢経営者は 3 割程度に過ぎない(図表 10 - 1)。

こうした仕事や経営上の課題について相談に乗ってもらえる経営者の有無について、第 1 に、年齢階級別にみると、現在の年齢と相談に乗ってもらえる経営者の有無の間に有意な関係は見られない。

第 2 に、規模が大きい企業の経営者ほど、仕事や経営上の課題について相談に乗ってもらえる経営者がいると考えている経営者が多くなっており、「相談に乗ってもらえる経営者がいる」比率は「本人のみ」の 28.1%から「本人+雇用者 1 名以上」の 42.1%に増加する。

第 3 に、業種別にみると、不動産業、物品賃貸業(「いる」比率:37.2%)及び製造業(同 36.7%)で仕事や経営上の課題について相談に乗ってもらえる経営者がいると考えている経営者が多くなっている反面、情報通信業(同 20.5%)で少なくなっている。

図表 10 - 1 相談に乗ってもらえる経営者の有無

(単位:%)

		件数	いる	いない
全体		1030	30.6	69.4
年齢階級別	50~54歳	187	33.7	66.3
	55~59歳	227	29.1	70.9
	60歳以上	616	30.2	69.8
従業員数別	本人のみ	733	28.1	71.9
	本人+家族従事者	176	33.0	67.0
	本人+雇用者 1 名以上	121	42.1	57.9
業種別	建設業	54	27.8	72.2
	製造業	49	36.7	63.3
	情報通信業	78	20.5	79.5
	卸売業、小売業	161	28.6	71.4
	金融業、保険業	44	29.5	70.5
	不動産業、物品賃貸業	113	37.2	62.8
	学術研究、専門・技術サービス業	304	32.6	67.4
	生活関連サービス業、娯楽業	48	31.3	68.8
	教育、学習支援業	41	29.3	70.7

注 1：業種は 40 件以上のみを表示している。

2. 相談に乗ってもらえる経営者の特徴

日々の仕事や経営上の課題について相談に乗ってもらえる経営者がいると回答した経営者の相談相手はどのようにして知り合ったのであろうか。図表 10 - 2 から明らかなように、「取

取引先の経営者」が4割強の43.8%を占め最も多く、ついで、「業界団体や各種団体などを通じて知り合った経営者」(33.3%)、「近隣、同一地域で企業を営んでいる経営者」(同23.2%)、「以前の勤務先の経営者」(13.7%)、「出身地や出身校が一緒の経営者」(13.3%)がこれに続いている。

こうした相談に乗ってもらえる経営者の特徴について、第1に、年齢階級別にみると、現在の年齢が高い経営者ほど、相談に乗ってもらえる経営者の特徴として、業界団体や各種団体などを通じて知り合った経営者及び出身地や出身校が一緒の経営者が多くなっており、「業界団体や各種団体などを通じて知り合った経営者」比率及び「出身地や出身校が一緒の経営者」比率は「50～54歳」から「60歳以上」の間で、それぞれ23.8%から37.1%、6.3%から15.6%、に増加している。

第2に、規模が大きい企業の経営者ほど、相談に乗ってもらえる経営者の特徴として、取引先の経営者及び近隣、同一地域で企業を営んでいる経営者が多くなっており、「取引先の経営者」比率及び「近隣、同一地域で企業を営んでいる経営者」比率は「本人のみ」から「本人+雇用者1名以上」の間で、それぞれ41.7%から52.9%、22.3%から25.5%、に増加している。これに対して、規模が小さい企業の経営者ほど、相談に乗ってもらえる経営者の特徴として、出身地や出身校が一緒の経営者が多くなっており、「出身地や出身校が一緒の経営者」比率は「本人+雇用者1名以上」の9.8%から「本人のみ」の14.1%に増加する。

第3に、業種別にみると、件数が少ないため、あくまで参考程度に過ぎないが、相談に乗ってもらえる経営者の特徴として、建設業で「取引先の経営者」(66.7%)、製造業で「以前の勤務先の経営者」(22.2%)、金融業、保険業で「近隣、同一地域で企業を営んでいる経営者」(38.5%)、学術研究、専門・技術サービス業で「業界団体や各種団体などを通じて知り合った経営者」(41.4%)、が多くなっている。

図表 10 - 2 相談に乗ってもらえる経営者の特徴 (複数回答)

(単位:%)

	件数	取引先の経営者	業界団体や各種団体などを通じて知り合った経営者	近隣、同一地域で企業を営んでいる経営者	以前の勤務先の経営者	出身地や出身校が一緒の経営者	ネット上で知り合った経営者	その他
全体	315	43.8	33.3	23.2	13.7	13.3	1.6	7.9
年齢階級別								
50～54歳	63	50.8	23.8	19.0	6.3	6.3	3.2	7.9
55～59歳	66	51.5	31.8	28.8	16.7	13.6	1.5	9.1
60歳以上	186	38.7	37.1	22.6	15.1	15.6	1.1	7.5
従業員数別								
本人のみ	206	41.7	31.1	22.3	13.6	14.1	1.9	9.7
本人+家族従事者	58	43.1	46.6	24.1	15.5	13.8	0.0	6.9
本人+雇用者1名以上	51	52.9	27.5	25.5	11.8	9.8	2.0	2.0
業種別								
建設業	18	66.7	26.7	6.7	6.7	20.0	0.0	0.0
製造業	16	50.0	33.3	27.8	22.2	5.6	0.0	11.1
情報通信業	10	62.5	37.5	6.3	18.8	6.3	6.3	0.0
卸売業、小売業	46	54.3	30.4	30.4	8.7	6.5	4.3	8.7
金融業、保険業	13	38.5	23.1	38.5	0.0	38.5	0.0	15.4
不動産業、物品賃貸業	42	38.1	26.2	21.4	7.1	14.3	0.0	14.3
学術研究、専門・技術サービス業	99	37.4	41.4	20.2	21.2	13.1	1.0	6.1
生活関連サービス業、娯楽業	15	46.7	26.7	13.3	20.0	20.0	0.0	20.0
教育、学習支援業	12	25.0	33.3	25.0	16.7	25.0	0.0	8.3

注1: 相談に乗ってもらえる経営者がいる経営者の回答

2 節 企業経営に関する家族との相談状況

現在、企業経営について、家族と「相談している（「相談している」5.2%＋「ある程度相談している」21.7%）」経営者は26.9%、「相談していない（「あまり相談していない」40.3%＋「相談していない」32.7%）」経営者は73.0%であり、家族と企業経営について相談していない経営者が7割強を占めている（図表10－3）。

こうした企業経営に関する家族との相談状況について、得点化してみると（算出方法は図表10－3の注を参照のこと）、第1に、年齢階級別にみると、現在の年齢に関わらず、企業経営に関する家族との相談状況は変わらない。第2に、規模別にみても、同様に、規模に関わらず、家族との相談状況は変わらない。第3に、業種別にみると、製造業（得点：2.22点）及び生活関連サービス業、娯楽業（同2.21点）で企業経営に関して家族と相談している経営者が多くなっているが、建設業（同1.89点）、教育、学習支援業（同1.90点）、学術研究、専門・技術サービス業（同1.93点）及び卸売業、小売業（同1.94点）で家族と相談している経営者が少なくなっている。

図表10－3 企業経営に関する家族との相談状況

(単位：%)

		件数	相談している	ある程度相談している	あまり相談していない	相談していない	得点(点)
全体		1030	5.2	21.7	40.3	32.7	2.00
年齢階級	50～54歳	187	5.3	23.5	44.4	26.7	2.07
	55～59歳	227	6.2	17.6	38.8	37.4	1.93
	60歳以上	616	4.9	22.7	39.6	32.8	2.00
従業員数	本人のみ	733	3.5	19.8	40.1	36.6	1.90
	本人＋家族従事者	176	10.2	31.8	39.2	18.8	2.34
	本人＋雇用者1名以上	121	8.3	19.0	43.0	29.8	2.06
業種 (40件以上のみ)	建設業	54	3.7	14.8	48.1	33.3	1.89
	製造業	49	8.2	26.5	44.9	20.4	2.22
	情報通信業	78	7.7	21.8	37.2	33.3	2.04
	卸売業、小売業	161	3.1	16.8	51.6	28.6	1.94
	金融業、保険業	44	11.4	18.2	27.3	43.2	1.98
	不動産業、物品賃貸業	113	7.1	22.1	41.6	29.2	2.07
	学術研究、専門・技術サービス業	304	3.3	21.4	40.1	35.2	1.93
	生活関連サービス業、娯楽業	48	12.5	22.9	37.5	27.1	2.21
	教育、学習支援業	41	7.3	12.2	43.9	36.6	1.90

注1：「得点」は「相談している」を4点～「相談していない」を1点とし、件数で除した平均値である。

注2：業種は40件以上のみを表示している。

3 節 経営者としての考え方や行動パターン

1. 「新しいこと自体に魅力を感じる」VS「変化がないことに魅力を感じる」

「新しいこと自体に魅力を感じる」（「新しいこと自体に魅力を感じる」の方に近い）19.5%＋「やや「新しいこと自体に魅力を感じる」の方に近い」57.1%）経営者は76.6%、

これに対して、「変化がないことに魅力を感じる」（「やや「変化がないことに魅力を感じる」に近い」20.0%+「「変化がないことに魅力を感じる」に近い」3.4%）経営者は23.4%であり、「新しいこと自体に魅力を感じる」経営者が大きく上回っている（図表10-4）。

こうした経営者としての考え方や行動パターンについて、第1に、年齢階級別にみると、現在の年齢に関わらず、「新しいこと自体に魅力を感じる」経営者の比率はほぼ同じである。

第2に、規模別にみると、規模が大きい企業の経営者ほど、「新しいこと自体に魅力を感じる」経営者が多くっており、「新しいこと自体に魅力を感じる」比率は「本人のみ」の76.0%から「本人+雇用者1名以上」の79.3%に増加している。

第3に、業種別にみると、情報通信業（88.5%）で「新しいこと自体に魅力を感じる」経営者が多い反面、不動産業、物品賃貸業（67.2%）で少なくなっている。

図表10-4 経営者としての考え方や行動パターン

一 「新しいこと自体に魅力を感じる」VS「変化がないことに魅力を感じる」

（単位：%）

	件数	新しいこと自体に魅力を感じる			変化がないことに魅力を感じる			
		「新しいこと自体に魅力を感じる」の方に近い	やや「新しいこと自体に魅力を感じる」の方に近い	やや「変化がないことに魅力を感じる」の方に近い	「変化がないことに魅力を感じる」の方に近い			
全体	1030	76.6	19.5	57.1	20.0	3.4	23.4	
年齢階級別	50～54歳	187	79.7	20.3	59.4	17.6	2.7	20.3
	55～59歳	227	75.3	18.5	56.8	19.8	4.8	24.7
	60歳以上	616	76.1	19.6	56.5	20.8	3.1	23.9
従業員数別	本人のみ	733	76.0	18.1	57.8	20.2	3.8	24.0
	本人+家族従事者	176	77.3	27.3	50.0	20.5	2.3	22.8
	本人+雇用者1名以上	121	79.3	16.5	62.8	18.2	2.5	20.7
業種別	建設業	54	68.6	16.7	51.9	31.5	0.0	31.5
	製造業	49	81.6	30.6	51.0	16.3	2.0	18.3
	情報通信業	78	88.5	24.4	64.1	9.0	2.6	11.6
	卸売業、小売業	161	73.9	11.2	62.7	23.0	3.1	26.1
	金融業、保険業	44	79.6	18.2	61.4	13.6	6.8	20.4
	不動産業、物品賃貸業	113	67.2	10.6	56.6	26.5	6.2	32.7
	学術研究、専門・技術サービス業	304	79.3	24.0	55.3	18.1	2.6	20.7
	生活関連サービス業、娯楽業	48	83.4	18.8	64.6	16.7	0.0	16.7
	教育、学習支援業	41	68.3	17.1	51.2	29.3	2.4	31.7

注1：業種は40件以上のみを表示している。

2. 「人との交流の輪を広げたい」VS「交流が広がることは避けたい」

「人との交流の輪を広げたい」（「「人との交流の輪を広げたい」の方に近い」17.9%+「やや「人との交流の輪を広げたい」の方に近い」55.7%）経営者は73.6%、これに対して、「交流が広がることを避けたい」（「やや「交流が広がることを避けたい」の方に近い」21.7%+「「交流が広がることを避けたい」の方に近い」4.8%）経営者は26.4%であり、「人との交流の輪を広げたい」経営者が大きく上回っている（図表10-5）。

こうした経営者としての考え方や行動パターンについて、第1に、年齢階級別にみると、現在の年齢が若い経営者ほど、「人との交流の輪を広げたい」経営者が多くっており、「人との交流の輪を広げたい」比率は「60歳以上」の72.9%から「50～54歳」の74.9%に増加する。

第2に、規模別にみると、規模が大きい企業の経営者ほど、「人との交流の輪を広げたい」経営者が多くっており、「人との交流の輪を広げたい」比率は「本人のみ」の72.3%から「本人+雇用者1名以上」の80.2%に増加している。

第3に、業種別にみると、卸売業、小売業（77.0%）及び学術研究、専門・技術サービス業（76.3%）で「人との交流の輪を広げたい」経営者が多い反面、金融業、保険業（63.6%）で少なくなっている。

図表 10 - 5 経営者としての考え方や行動パターン

－ 「人との交流の輪を広げたい」 VS 「交流が広がることは避けたい」

(単位:%)

		件数	人との交流の輪を広げたい	「人との交流の輪を広げたい」の方に近い	やや「人との交流の輪を広げたい」の方に近い	やや「交流が広がることは避けたい」の方に近い	「交流が広がることは避けたい」の方に近い	交流が広がることは避けたい
全体		1030	73.6	17.9	55.7	21.7	4.8	26.4
年齢階級別	50～54歳	187	74.9	21.4	53.5	19.8	5.3	25.1
	55～59歳	227	74.4	17.2	57.3	20.3	5.3	25.6
	60歳以上	616	72.9	17.0	55.8	22.7	4.4	27.1
従業員数別	本人のみ	733	72.3	14.7	57.6	22.8	4.9	27.7
	本人+家族従事者	176	74.5	30.7	43.8	21.0	4.5	25.5
	本人+雇用者1名以上	121	80.2	18.2	62.0	15.7	4.1	19.8
業種別	建設業	54	74.1	20.4	53.7	24.1	1.9	26.0
	製造業	49	75.5	18.4	57.1	20.4	4.1	24.5
	情報通信業	78	74.4	14.1	60.3	23.1	2.6	25.7
	卸売業、小売業	161	77.0	16.8	60.2	21.1	1.9	23.0
	金融業、保険業	44	63.6	25.0	38.6	27.3	9.1	36.4
	不動産業、物品賃貸業	113	65.5	12.4	53.1	26.5	8.0	34.5
	学術研究、専門・技術サービス業	304	76.3	19.4	56.9	20.1	3.6	23.7
	生活関連サービス業、娯楽業	48	75.0	14.6	60.4	22.9	2.1	25.0
	教育、学習支援業	41	68.3	17.1	51.2	24.4	7.3	31.7

注1：業種は40件以上のみを表示している。

3. 「しっかりした計画を立てるのが得意」 VS 「計画より現実への対応が得意」

「しっかりした計画を立てるのが得意」（「しっかりした計画を立てるのが得意」の方に近い）12.8%+「やや「しっかりした計画を立てるのが得意」の方に近い」42.8%）経営者は55.6%、これに対して、「計画より現実への対応が得意」（「やや「計画より現実への対応が得意」の方に近い」39.8%+「「計画より現実への対応が得意」の方に近い」4.6%）経営者は44.4%であり、「しっかりした計画を立てるのが得意」が少し上回っている（図表10-6）。

こうした経営者としての考え方や行動パターンについて、第1に、年齢階級別にみると、現在の年齢と経営者としての考え方や行動パターン（「しっかりした計画を立てるのが得意」VS「計画より現実への対応が得意」）の間に有意な関係は見られない。

第2に、規模別にみても、同様に、規模と経営者としての考え方や行動パターン（「しっかりした計画を立てるのが得意」VS「計画より現実への対応が得意」）の間に有意な関係は見られない。

第3に、業種別にみると、金融業、保険業（65.9%）で「しっかりした計画を立てるのが得意」な経営者が多い反面、製造業（44.9%）で少なくなっている。

図表 10 - 6 経営者としての考え方や行動パターン

－ 「しっかりした計画を立てるのが得意」 VS 「計画より現実への対応が得意」

(単位:%)

		件数	しっかりした計 画を立てるのが 得意	「しっかりした 計画を立てるの が得意」の方 に近い	やや「しっかり した計画を立て るのが得意」の 方に近い	やや「計画より 現実への対応が 得意」の方に近 い	「計画より現実 への対応が得 意」の方に近い	計画より現実へ の対応が得意
全体		1030	55.6	12.8	42.8	39.8	4.6	44.4
年齢階級別	50～54歳	187	57.2	14.4	42.8	37.4	5.3	42.8
	55～59歳	227	49.3	11.9	37.4	46.7	4.0	50.7
	60歳以上	616	57.5	12.7	44.8	38.0	4.5	42.5
従業員数別	本人のみ	733	55.4	11.7	43.7	39.2	5.5	44.6
	本人+家族従事者	176	58.5	17.6	40.9	40.3	1.1	41.4
	本人+雇用者1名以上	121	52.9	12.4	40.5	43.0	4.1	47.1
業種別	建設業	54	51.9	9.3	42.6	44.4	3.7	48.1
	製造業	49	44.9	4.1	40.8	46.9	8.2	55.1
	情報通信業	78	53.9	10.3	43.6	43.6	2.6	46.2
	卸売業、小売業	161	47.2	8.1	39.1	46.6	6.2	52.8
	金融業、保険業	44	65.9	18.2	47.7	29.5	4.5	34.0
	不動産業、物品賃貸業	113	54.8	8.8	46.0	39.8	5.3	45.1
	学術研究、専門・技術サービス業	304	60.5	17.1	43.4	36.8	2.6	39.4
	生活関連サービス業、娯楽業	48	52.1	16.7	35.4	43.8	4.2	48.0
	教育、学習支援業	41	63.5	9.8	53.7	29.3	7.3	36.6

注 1：業種は 40 件以上のみを表示している。

4. 「失敗を恐れずに大胆に行動する」VS 「失敗しないように着実に行動する」

「失敗を恐れずに大胆に行動する」（「失敗を恐れずに大胆に行動する」の方に近い）10.8% + 「やや「失敗を恐れずに大胆に行動する」の方に近い」38.7%）経営者は 49.5%、これに対して、「失敗しないように着実に行動する」（「やや「失敗しないように着実に行動する」の方に近い」42.7% + 「「失敗しないように着実に行動する」の方に近い」7.8%）経営者は 50.5%であり、半々に分かれている（図表 10 - 7）。

こうした経営者としての考え方や行動パターンについて、第 1 に、年齢階級別にみると、現在の年齢と経営者としての考え方や行動パターン（「失敗を恐れずに大胆に行動する」VS 「失敗しないように着実に行動する」）の間に有意な関係は見られない。

第 2 に、規模別にみても、同様に、規模と経営者としての考え方や行動パターン（「失敗を恐れずに大胆に行動する」VS 「失敗しないように着実に行動する」）の間に有意な関係は見られない。

第 3 に、業種別にみると、製造業（57.1%）で「失敗を恐れずに大胆に行動する」経営者が多い反面、生活関連サービス業、娯楽業（39.6%）で少なくなっている。

図表 10 - 7 経営者としての考え方や行動パターン

— 「失敗を恐れずに大胆に行動する」VS「失敗しないように着実に行動する」

(単位:%)

		件数	失敗を恐れずに 大胆に行動する	「失敗を恐れず に大胆に行動す る」の方に近い	やや「失敗を恐 れずに大胆に行 動する」の方に 近い	やや「失敗しな いように着実に 行動する」の方 に近い	「失敗しないよ うに着実に行動 する」の方に近 い	失敗しないよ うに着実に行動 する
全体		1030	49.5	10.8	38.7	42.7	7.8	50.5
年齢階級別	50～54歳	187	46.5	10.2	36.4	44.4	9.1	53.5
	55～59歳	227	44.9	8.4	36.6	47.1	7.9	55.1
	60歳以上	616	52.1	11.9	40.3	40.6	7.3	47.9
従業員数別	本人のみ	733	46.8	9.7	37.1	46.1	7.1	53.2
	本人+家族従事者	176	56.2	14.2	42.0	35.2	8.5	43.7
	本人+雇用者1名以上	121	56.2	12.4	43.8	33.1	10.7	43.8
業種別	建設業	54	51.9	5.6	46.3	42.6	5.6	48.2
	製造業	49	57.1	16.3	40.8	38.8	4.1	42.9
	情報通信業	78	50.0	7.7	42.3	43.6	6.4	50.0
	卸売業、小売業	161	50.3	9.9	40.4	39.1	10.6	49.7
	金融業、保険業	44	45.4	6.8	38.6	38.6	15.9	54.5
	不動産業、物品賃貸業	113	46.9	8.8	38.1	46.9	6.2	53.1
	学術研究、専門・技術サービス業	304	50.0	12.8	37.2	44.4	5.6	50.0
	生活関連サービス業、娯楽業	48	39.6	4.2	35.4	54.2	6.3	60.5
	教育、学習支援業	41	46.4	17.1	29.3	43.9	9.8	53.7

注1：業種は40件以上のみを表示している。

5. 「着実に目標を達成することに意義がある」VS「高い目標に挑戦することに意義がある」

「着実に目標を達成することに意義がある」（「着実に目標を達成することに意義がある」の方に近い）8.2%+「やや「着実に目標を達成することに意義がある」の方に近い」46.8%）経営者は55.0%、これに対して、「やや高い目標に挑戦することに意義がある」（「やや「高い目標に挑戦することに意義がある」の方に近い）34.3%+「高い目標に挑戦することに意義がある」の方に近い）10.8%）経営者は45.0%であり、「着実に目標を達成することに意義がある」と考えている経営者が上回っている（図表10-8）。

こうした経営者としての考え方や行動パターンについて、第1に、年齢階級別にみると、現在の年齢に関わらず、「着実に目標を達成することに意義がある」と考えている経営者の比率はほぼ同じである。

第2に、規模別にみると、規模が小さな経営者ほど、「着実に目標を達成することに意義がある」と考えている経営者が多くなっており、「着実に目標を達成することに意義がある」比率は「本人+雇用者1名以上」の44.6%から「本人のみ」の58.1%に増加する。

第3に、業種別にみると、不動産業、物品賃貸業（62.9%）及び生活関連サービス業、娯楽業（62.6%）で「着実に目標を達成することに意義がある」と考えている経営者が多い反面、教育、学習支援業（43.9%）で少なくなっている。

図表 10 - 8 経営者としての考え方や行動パターン

— 「着実に目標を達成することに意義がある」 VS
「高い目標に挑戦することに意義がある」

(単位:%)

		件数	高い目標に挑戦 することに意義 がある	「高い目標に挑 戦することに意 義がある」の方 に近い	やや「高い目標 に挑戦すること に意義がある」 の方に近い	やや「着実に目 標を達成するこ とに意義があ る」の方に近い	「着実に目標を 達成することに 意義がある」の 方に近い	着実に目標を達 成することに意 義がある
全体		1030	45.0	10.8	34.3	46.8	8.2	55.0
年齢階級別	50～54歳	187	46.0	9.1	36.9	47.1	7.0	54.0
	55～59歳	227	43.6	11.9	31.7	48.9	7.5	56.4
	60歳以上	616	45.3	10.9	34.4	45.9	8.8	54.7
従業員数別	本人のみ	733	41.9	10.0	31.9	50.1	8.0	58.1
	本人+家族従事者	176	51.2	14.8	36.4	39.2	9.7	48.9
	本人+雇用手1名以上	121	55.4	9.9	45.5	38.0	6.6	44.6
業種別	建設業	54	51.8	7.4	44.4	42.6	5.6	48.2
	製造業	49	47.0	18.4	28.6	44.9	8.2	53.1
	情報通信業	78	51.3	7.7	43.6	41.0	7.7	48.7
	卸売業、小売業	161	41.6	6.8	34.8	51.6	6.8	58.4
	金融業、保険業	44	50.0	6.8	43.2	36.4	13.6	50.0
	不動産業、物品賃貸業	113	37.2	6.2	31.0	49.6	13.3	62.9
	学術研究、専門・技術サービス業	304	46.1	14.8	31.3	48.7	5.3	54.0
	生活関連サービス業、娯楽業	48	37.5	12.5	25.0	56.3	6.3	62.6
	教育、学習支援業	41	56.1	14.6	41.5	34.1	9.8	43.9

注 1：業種は 40 件以上のみを表示している。