

APPENDIX TO CHAPTER 2

APPENDIX-2-A

Questionnaire Survey

As part of Graduate studies at the University of Tsukuba, Japan, the researcher is examining the target costing system in the manufacturing industries of Japan in some detail. A questionnaire survey was conducted on four major industries in Japan that have listed their stocks at Tokyo stock exchange, Part I. These are machinery, electrical and electronics, transportation equipment and precision machinery. Questionnaires were mailed to 518 companies on October 10, 1996. One hundred and forty six companies were responded by the deadline of November 10, 1996, among which three responses could not be used due to their incomplete answers. The content of the questionnaire is strictly confidential, and material will only be used in aggregate form. A copy of the questionnaire in Japanese version is attached with this paper.

原価企画に関する調査

筑波大学 管理会計研究室

貴社名	
記入者 ご芳名	TEL FAX
所属 部課	役職

原価企画とは、新製品開発における利益管理のための原価低減活動です。

[ご回答に当たって]

- 1 この調査の目的は、原価企画のよりよいシステム作りに影響する要因を解明することにあります。
- 2 この質問票は経理担当部門に対して発送していますが、より適切と考えられる場合、原価企画担当部署や製品開発部門に回付いただければ幸いです。
- 3 質問によっては、回答者の判断を要する項目があるかもしれません。理想ではなく、貴社の実情に対する判断でご回答下さい。
- 4 統計的な処理を行いますので、貴社の回答を有効に利用できるよう、できるだけ多くの質問にご回答下さい。特に、○印をおつけいただく項目および数字をご記入いただく項目については、記入漏れのないようお願いいたします。また、指定のない限り、設問の順にお答え下さい。
- 5 この調査による研究成果の発表に際しては、集計データを利用します。貴社のご回答を個別に紹介することはありません。
- 6 ご不明の点があれば、筑波大学社会工学学系 門田安弘までご照会下さい。
(TEL:0298-53-5182, FAX:0298-53-5070, E-mail:monden@shako.sk.tsukuba.ac.jp)。
なお、講義、出張などで不在の場合、ご伝言下さい。当方から、連絡申し上げます。
- 7 ご記入いただきました質問票は、恐れ入りますが、同封の返信用封筒により、平成8年11月初旬までにご返送いただければ幸いです。

筑波大学社会工学系教授 門田安弘
協力者 マハムダ・アクター
李 超雄

* 会社概要と原価企画への取り組みについてお尋ねします(問1～問6)。

問1 貴社の組織は次のどれに該当しますか。該当する数字に○印をおつけください。

1	2	3	4	5
職能別 組織	職能制 が主体	(2と4の間)	事業部制 が主体	ほぼ全社的に 事業部制

問2 貴社の主な製品のモデル・ライフ（製品の販売期間）はどれぐらいの期間ですか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

- 1 1年以下
- 2 1年超～2年以下
- 3 2年超～3年以下
- 4 3年超～4年以下
- 5 4年超

問3 貴社は製品による原価企画活動を行っていますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

- 1 まったく行っていない。
- 2 臨時的にプロジェクト・チームを編成して実施している。
- 3 組織的に継続的に工場、事業所や事業部に実施しているところがある。
- 4 全社的に組織的に継続的に実施している。

問4 貴社はいつから原価企画活動を行われていますか。

問5 原価企画の主目的は何ですか。下記の五点法の尺度によって、目的別に該当する数字に○印をご記入下さい。

		あまり意識 していない			いつも意識 している	
		1	2	3	4	5
1	利益管理	1	2	3	4	5
2	原価低減	1	2	3	4	5
3	製品の品質保証	1	2	3	4	5
4	開発リード・タイムの短縮	1	2	3	4	5

問6 貴社の原価企画はどの段階まで源流にさかのぼって行われていますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

- 1 詳細設計段階
- 2 開発詳細計画段階
- 3 製品企画構想段階
- 4 商品企画段階
- 5 長期利益計画段階

* 原価企画の組織についてお尋ねします(問7～問13)。

問7 原価企画室(原価企画事務局)は以下のどの部門に属していますか。該当する部門に○印をおつけ下さい。

- 1 経理部
- 2 製品開発部
- 3 生産技術部
- 4 購買部
- 5 独立した原価企画部
- 6 その他(ご説明下さい_____)

問8 原価企画室(原価企画事務局)の担当者の役割についてどう思いますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

		まったく 重要でない	どちらとも 言えない	4	いつも 重要	
1	原価企画対象を選んで、目標利益と目標原価のガイドラインを設置する。目標の達成度を監視して、トップに報告する。	1	2	3	4	5
2	VE方法、コスト・テーブル、部品購買の管理システムなどを整備または改善する。	1	2	3	4	5
3	原価企画・VEの教育体系の整備。	1	2	3	4	5
4	原価企画実践メンバーの一員としてVE提案を行う。	1	2	3	4	5
5	各事業部の原価企画活動を支援する。	1	2	3	4	5

問9 原価企画を主に実施するプロジェクト・チームは、どのように編成されていますか。以下の部門のうち該当するものすべてに○印をおつけ下さい。

- 1 総合企画部
- 2 経理部
- 3 営業部
- 4 購買部
- 5 商品企画部
- 6 製品開発部
- 7 製品設計部
- 8 生産技術部
- 9 製造部
- 10 サプライヤー
- 11 その他(ご説明下さい_____)

問10 貴社では各製品のプロダクト・マネジャーと設計諸部門とがどのような形で結びつけられていますか。該当するものすべてに○印をおつけ下さい。

- 1 各製品の開発部門と設計諸部門とがそれぞれ分離・独立している。
- 2 各製品グループ別の開発センターを設立して、各センターの中に設計諸部門を分散させている。
- 3 その他(ご説明ください_____)

問 11 貴社では、機能別部品やその構成部品の目標原価を決定するにあたって、製品のプロダクト・マネジャーとの関係でみて、各設計担当者はどの程度の権限で参画していますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

- 1 プロダクト・マネジャーが自分一人で決定する。
- 2 (1 と 3 の中間)
- 3 プロダクト・マネジャーと設計担当者たちが同じ権限で参画する。
- 4 (3 と 5 の中間)
- 5 設計担当者たちが自分たちだけで相談して決定する。

問 12 貴社では、部品の設計担当者の業績はどのように評価されていますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

- 1 各部品設計担当者の業績は、その人が所属する設計課の全体の原価低減実績に基づいて評価される。
- 2 各部品設計担当者の業績は、その人個人が担当する設計部品の原価低減実績によって評価される。
- 3 その他(ご説明下さい_____)

問 13 原価企画活動における各部門の役割の重要性は、開発プロセスのステップごとにどのようになっていますか。該当する数字を部門別かつプロセス別にご記入下さい。

- 1 まったく参加していない。
- 2 一般メンバーとして参加
- 3 最重要メンバーとして参加

原価企画活動プロセス 部門	長期利益計画	商品企画	製品企画 企画構想	開発詳細計画	詳細設計	生産準備
経営企画部						
経理部						
営業部						
購買部						
商品企画部						
製品開発部						
設計部						
生産技術部						
製造部						
サプライヤー						

* 目標販売価格の設定についてお尋ねします(問14)。

問 14 貴社では目標販売価格をどの方法で決定されていますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

- 1 市価基準方式(つまり、市場における競合製品の価格に追随する形で、自社の類似製品の価格を決定するやり方。)
- 2 原価基準方式と市価基準方式を併用する。
- 3 原価基準方式(つまり、全部原価あるいは変動原価に対して一定率の利益を加算して、製品の販売価格を決定する方式。)
- 4 その他(ご説明下さい_____)

*** 目標利益の設定についてお尋ねします(問15~問17)。**

問 15 目標利益はどの範囲で設定されていますか。以下の選択肢から一つ選んで下さい。

- 1 商品グループ別に設定している。
- 2 商品別に設定している。
- 3 個々のモデル別に設定している。
- 4 その他(ご説明下さい_____)

問 16 原価企画の目標利益をどのベースで設定していますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

- 1 限界利益ベース
- 2 貢献利益ベース
- 3 営業利益ベース
- 4 税引き前純利益ベース

問 17 原価企画に対する目標利益の設定には、次のような要因はどの程度配慮していますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

	まったく考 えていない		どちらとも いえない		いつも考 えている
1 中長期総合利益計画の目標売上利益率。	1	2	3	4	5
2 当該製品の過去の実際売上利益率に基づく目標売上利益率。	1	2	3	4	5
3 既存製品または類似製品に関する原価の目標低減率。	1	2	3	4	5
4 その他ご説明下さい_____)					

*** 目標原価の設定方式についてお尋ねします(問18)。**

問 18 貴社ではどのような目標原価の設定方式が使われていますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

- 1 予定売価から目標利益を控除して目標原価を設定する。
- 2 予定売価から目標利益を控除した原価を許容原価として、これと成行原価(現状の技術水準で想定される積上原価)をすりあわせて目標原価を設定する。
- 3 現在の技術水準で想定される積み上げ原価に(1-目標原価低減率)を適用して目標原価を設定する。あるいは、類似品の実績を参考にして目標原価を設定する。

*** 目標原価の配分・達成度・フォローアップについてお尋ねします(問19~問22)。**

問 19 目標原価を次のような区分で配分していますか。以下の番号によってご回答下さい。

	いいえ	はい
1 機能別配分	0	1
2 機能内の部位別配分	0	1
3 部品別配分	0	1
4 部門別配分	0	1
5 費目別配分	0	1

問 20 貴社では最近、目標原価はどの程度達成されていますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

- 1 目標原価の 60%位
- 2 目標原価の 70%位
- 3 目標原価の 80%位
- 4 目標原価の 90%位
- 5 目標原価のほぼ 100%位あるいはそれ以上。

問 21 目標原価達成のフォローアップ（コスト・レビュー）を行っていますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

- 1 ほとんど行っていない。
- 2 フォローアップを設計段階までに止めている。
- 3 量産段階でも、フォローアップを行っている。

問 22 目標原価未達成の情報はどの程度で使われていますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

	ほとんど 使わない		どちらとも いえない		いつも使 っている
1 責任の追及	1	2	3	4	5
2 次回の原価企画にフィードバック	1	2	3	4	5
3 量産段階での製品別の原価改善 目標の設定。	1	2	3	4	5

* 詳細設計におけるVE活動についてお尋ねします(問23～問27)。

問23 貴社はVE活動を実施していますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

- 1 まったく実施していない。
- 2 臨時的にあるプロジェクトでは実施しているところがある。
- 3 ある事業部では組織的に・継続的に実施している。
- 4 全社的に組織的に・継続的に実施している。

問 24 貴社ではVEプロジェクトチームのリーダーが次のようなことをどの程度行っていますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

	まったく やっていない		どちらとも 言えない		いつも やっている
1 VEプロジェクトチームのメンバーを動機づけている。	1	2	3	4	5
2 VEプロジェクトチームのスケジュールを調整する。	1	2	3	4	5
3 ジョブプランの実行を統制する。	1	2	3	4	5
4 各メンバーのアディアを集めて、最も適当なものを選ぶ。	1	2	3	4	5
5 メンバー間のチーム・ワークを支援する。	1	2	3	4	5
6 関連部門間のチーム・ワークを調整する。	1	2	3	4	5

問 25 VEチームの構成メンバーは、どの程度VE教育を受けていますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

	まったく受 けていない		どちらとも 言えない		いつも受けて いる
1 経理部	1	2	3	4	5
2 営業部	1	2	3	4	5
3 購買部	1	2	3	4	5
4 商品企画部	1	2	3	4	5
5 製品開発部	1	2	3	4	5
6 設計部	1	2	3	4	5
7 製造部	1	2	3	4	5
8 サプライヤー	1	2	3	4	5

問 26 各部門のメンバーは、VE活動にどの程度に参加していますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

	まったく参 加していない		どちらとも 言えない		いつも参加 している
1 経理部	1	2	3	4	5
2 営業部	1	2	3	4	5
3 購買部	1	2	3	4	5
4 商品企画部	1	2	3	4	5
5 製品開発部	1	2	3	4	5
6 設計部	1	2	3	4	5
7 生産技術部	1	2	3	4	5
8 製造部	1	2	3	4	5
9 サプライヤー	1	2	3	4	5

問 27 貴社はVE活動を実施するとき、次のような情報を活用していますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

	まったく活 用していない		どちらとも 言えない		いつも活用 している
1 過去の設計事例	1	2	3	4	5
2 コスト・テーブル情報	1	2	3	4	5
3 機能達成度に関するアディアリスト。	1	2	3	4	5
4 機能水準に関する設計関連情報。	1	2	3	4	5
5 製造プロセス、部品メーカーの製造能力などの製造関連情報。	1	2	3	4	5
6 競合製品、セールスポイントなどの販売関連情報。	1	2	3	4	5
7 製品の機能、信頼性、保全性、操作性、安全性などのユーザから要求された情報。	1	2	3	4	5
8 製品クレーム情報	1	2	3	4	5
9 顧客のアフター・サービス情報。	1	2	3	4	5
10 特許権や環境保護などの法的制約関連情報。	1	2	3	4	5

*コスト・テーブルの利用についてお尋ねします(問28～問34)。

問 28 貴社はコスト・テーブルを整備していますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

- 0 いいえ。
- 1 はい。

**「はい」と答えられた会社は、以下の「問 29」から「問 34」にお答え下さい。

**「いいえ」と答えられた会社は、「問 35」からお答え下さい。

問 29 コスト・テーブルの整備について、各部門はどの程度影響していますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

		影響力が 弱い		中程度	影響力が 強い	
		1	2	3	4	5
1	経理部	1	2	3	4	5
2	営業・マーケティング部	1	2	3	4	5
3	購買部	1	2	3	4	5
4	商品企画部	1	2	3	4	5
5	製品開発部	1	2	3	4	5
6	設計部	1	2	3	4	5
7	生産技術部	1	2	3	4	5
8	製造部	1	2	3	4	5
9	情報システム部	1	2	3	4	5

問 30 貴社ではコスト・テーブルがどの程度役に立っていますか。項目ごとに該当する数字に○印をおつけ下さい。

		まったく役 に立たない		中程度	非常に役に 立っている	
		1	2	3	4	5
1	新製品の価格の設定に役立っている。	1	2	3	4	5
2	新製品の企画構想の段階で概算見積に役立っている。	1	2	3	4	5
3	新製品の詳細設計の段階で詳細見積に役立っている。	1	2	3	4	5
4	現行品の原価改善に役立っている。	1	2	3	4	5
5	サプライヤーから購入する部品の価格設定に役立っている。	1	2	3	4	5

問 31 貴社はどの程度の頻度でコスト・テーブルを修正していますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

- 1 決まっていない。
- 2 毎年
- 3 半年ごと
- 4 四半期ごと

問 32 貴社はコスト・テーブルにコンピュータ・システムを導入していますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

1	2	3	4	5
まったく導入 していない		マニュアル方式と コンピュータ・コ ストテーブルを並用		コンピュータ・ コスト・テーブル を使っている。

問 38 設計者に設計している製品の見積原価を知らせるために、貴社はコスト・テーブルをCADシステムと結びつけていますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

1	2	3	4	5
まったく結び付 けていない		中程度		いつも結び付 けている

問 34 貴社はコスト・テーブルに次のような情報をどの程度入れていますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

	まったく入れ ていない		中程度		いつも入れ ている
1 直接材料費	1	2	3	4	5
2 直接加工費	1	2	3	4	5
3 新規設備の減価償却費	1	2	3	4	5
4 開発費	1	2	3	4	5
5 試作費	1	2	3	4	5
6 輸送費	1	2	3	4	5
7 配賦基準	1	2	3	4	5
8 類似製品の構造	1	2	3	4	5
9 類似部品の仕様	1	2	3	4	5
10 過去の生産技術	1	2	3	4	5
11 現在の生産技術	1	2	3	4	5
12 代替の生産技術	1	2	3	4	5
13 使った資材の種類	1	2	3	4	5
14 使った設備の種類	1	2	3	4	5

* 生産準備段階についてお尋ねします(問35)。

問 35 貴社では生産準備段階において、工場の生産設備の調達と材料・部品の購入が目標原価どおり、日程どおりに進められているかを確認していますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

- 1 まったく行っていない。
- 2 時々行っている。
- 3 どちらともいえない。
- 4 かなり行っている。
- 5 いつも行っている。

* サプライヤーとの関係についてお尋ねします(問36～問41)。

問 36 貴社が詳細にコントロールしているサプライヤー（貸与図メーカー）の次のような情報を、貴社はどの程度保有していますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

	まったく保有 していない	1	2	中程度	3	4	いつも保有 している	5
1 仕入先の生産能力	1		2	3	4	5		
2 仕入先の工場労働力	1		2	3	4	5		
3 仕入先の購入部品のほとんどの種類。	1		2	3	4	5		
4 仕入先の材料費	1		2	3	4	5		
5 仕入先の外注加工費	1		2	3	4	5		
6 仕入先の社内加工費	1		2	3	4	5		
7 仕入先の金型の償却費	1		2	3	4	5		
8 仕入先の販売費と一般管理費	1		2	3	4	5		
9 仕入先の目標利益	1		2	3	4	5		

問 37 貴社がサプライヤーを訪れる頻度はどの程度ですか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

- 1 四半期に1回
- 2 月1回
- 3 月2回
- 4 毎週1回
- 5 毎週2～3回

問 38 貴社の仕入先は、設計前原価検討と貴社からのコスト・サーベイに基づいて新製品の部品設計に関する提案をしていますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

提案して いない	1	2	どちらとも いえない	3	4	提案する 頻度が高い	5
-------------	---	---	---------------	---	---	---------------	---

問 39 機能部品について、貴社はサプライヤーにV E提案を提出するように依頼していますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

まったく依頼 していない	1	2	どちらとも 言えない	3	4	仕入先の技術と知識を 信頼して依頼している	5
-----------------	---	---	---------------	---	---	--------------------------	---

問 40 機能部品の設計と製造について、貴社はサプライヤーとの間で利益（原価企画、原価改善を通じて得られる原価節約）とリスク（新製品の専用設備への投資が回収できるかどうかのリスク）を分かち合っていますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

	まったく分かち 合っていない	1	2	どちらとも いえない	3	4	いつも分かち 合っている	5
1 利益		1	2	3	4	5		
2 リスク		1	2	3	4	5		

問 41 機能部品以外の部品製造について、貴社は仕入先との間で利益とリスクを分かち合っていますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

	まったく分かち合っていない	2	どちらともいえない	4	いつも分かち合っている
1 利益	1	2	3	4	5
2 リスク	1	2	3	4	5

* 外部環境の複雑性と不確実性についてお尋ねします(問42～問43)。

問 42 貴社の経営環境の複雑性をどのように特徴づけることができますか。項目ごとに、該当する数字に○印をおつけ下さい。

1 貴社の製品市場はどの程度の多様性（異質の市場と顧客）をもっていますか。

1	2	3	4	5
きわめて同質		どちらともいえない		きわめて異質

2 貴社の生産技術（技術者・設備技術上のノウハウ）面での共通性はどの程度ですか。

1	2	3	4	5
ほとんど共通性はない		どちらともいえない		ほとんど共通

3 貴社の販売促進手段（価格・広告・リポートなど）はどの程度多岐にわたっていますか。

1	2	3	4	5
きわめて少ない		どちらともいえない		きわめて多様

4 貴社の代表的な製品市場は一般にどの程度競争的ですか。

1	2	3	4	5
競争意識はない		どちらともいえない		きわめて競争的で破壊的

5 貴社の代表的な製品市場における新製品や新技術の開発頻度はどの程度ですか。

1	2	3	4	5
きわめて低い		どちらともいえない		きわめて高い

6 貴社の代表的な製品市場の需要は一般にどの程度正確に予測できますか。

1	2	3	4	5
まったく予測できない		どちらともいえない		正確に予測できる

問 43 組織の目標達成のために、貴社のトップは外部環境の不確実性に臨ん次のような要因のうちどの要因を重視されていますか。該当する数字に○印をおつけ下さい。

- 1 顧客の嗜好変化
- 2 競合他社のマーケティング戦術
- 3 競合他社の新製品導入の動向
- 4 競合他社の新技術導入の動向
- 5 競合他社のコスト
- 6 プロダクト・イノベーション
- 7 プロセス・イノベーション（製品の効率的生産のための革新）
- 8 マーケティング・イノベーション
- 9 スケール・メリット
- 10 マーケット・サイズ
- 11 新規または異業種からの参入の脅威
- 12 自社のノウハウの拡散防止
- 13 政府の規制

ご協力ありがとうございました。特に、数字をご記入いただく項目および○印をおつけいただく項目について、記入漏れ、記入間違いがないかどうかをご確認の上、ご返送ください。

Appendix 2-B

回答企業一覧

業種	企業名				
機 械 ¹	技研製作所	ハマダ印刷機械	酒井重工業	天辻鋼球製作所	
	クボタ	ブラザー工業	住友精密工業	東京自働機械製作所	
	グローリー工業	マックス	新川	東芝タンガロイ	
	郷鐵工所	ユマワ	西部電機	西島製作所	
	サンデン	旭精機工業	石井鐵工所	日精工業	
	シーケーティ	粟田工業	石川製作所	日本気化器製作所	
	神鋼パンテック	岩田塗装機工業	積水工機製作所	日本金銭機械	
	新日本造機	光洋精工	前澤工業	日立機電工業	
	ゼクセル	甲陽建設工業	大江工業	日立建機	
	ダイフク	三浦工業	大和冷機工業	豊田自動織機製作所	
	タクマ	三精輸送機	津田駒工業	木村化工機	
	タダノ	蛇の目マシン工業	帝国ピストンリング	油研工業	
	電 気 機 器 ²	アイワ	トーキン	住友電装	日本サーボ
アルパイン		ナカミチ	小糸工業	日本シイエムケイ	
アンリツ		バイオニア	松下電工	日本光電工業	
ウシオ電機		古野電気	神鋼電機	日本電気	
クラリオン		マスプロ電工	太陽誘電	日本電気精器	
サンクス		安川電機	大興電機製作所	日本電波工業	
シャープ		安藤電気	大真空	日立エアイシー	
スタンレー電気		横河電機	中央製作所	日立電子	
ソニーケミカル		国産電機	帝国通信工業	富士通ゼネラル	
チノー		三菱電機	東亜電波工業	富士通機電	
デンソー		山武ハネウエル	東海理化電機製作所	明電舎	
デンヨー		芝浦製作所	東洋通信機	澤藤電機	
輸 送 用 機 器 ³		エクセディ	フジオーゼックス	三ツ葉電機製作	日本飛行機
	カヤバ工業	フジユニバンス	市光工業	日野自動車工業	
	カルソニッタ	フタバ産業	小糸製作所	日立造船	
	カンセイ	マツダ	石川島播磨重工業	富士機工	
	シロキ工業	村上開明堂	池田物産	富士車輛	
	スズキ	ヤマハ発動機	東京部品工業	富士重工業	
	ダイハツ工業	愛三工業	栃木富士産業	豊田合成	
	トビー工業	愛知機械工業	日産ティーゼル工業	本田技研工業	
	トヨタ自動車	河西工業	日産自動車		
	トヨタ車体	関東自動車工業	日産車体		
	精密 機器 ⁴	オリニント時計	ジェイ・エム・エス	トーソク	リニフレンジョウ・テカノゾー
		キャノン	ジェコー	トブコン	
		キャノン電子	スター精密	ノーリツ鋼機	

1. 回収企業数：49、回答企業数：48
2. 回収企業数：49、回答企業数：48
3. 回収企業数：38、回答企業数：38
4. 回収企業数：10、回答企業数：9