

# 埼玉県四半期経営動向調査 (令和7年4～6月期)

## 県内中小企業の景況感

県内中小企業の景況感は、持ち直しの動きに  
足踏み感がみられる。  
先行きについては改善の動きがみられる。

### 特別調査

雇用者数の過不足感について  
サーキュラーエコノミーの認知度や取組状況等について  
DXに向けた取組状況について

埼玉県では、四半期ごとに県内中小企業を対象にアンケートとヒアリングによる  
経営動向調査を行っています。今回は令和7年4～6月期についての結果報告です。  
アンケート調査は、県内中小企業2,200社に送付し、1,286社から御回答いただきました。

(回答率 58.5%)

令和7年7月18日

埼玉県産業労働部

彩の国 埼玉県



## はじめに

埼玉県では、県内主要業界・業種の景況について、その現状と見通しに関する調査を四半期ごとに実施し、産業労働施策を推進するための基礎資料として活用しております。

## 調査結果の公表

アンケート及びヒアリング調査の結果全体を取りまとめ、原則として、調査月の翌月中に公表します。アンケート調査の集計表は埼玉県ホームページに掲載しております。

埼玉県ホームページ： <https://www.pref.saitama.lg.jp/a0801/doukou.html>

## 調査方法の概要

- 1 調査の方法 （1）書面によるアンケート調査 （2）業界団体及び個別企業へのヒアリング
- 2 調査対象期間 令和7年4～6月（調査日：令和7年6月1日時点）
- 3 調査対象業種及び回答数

	対象業種	対象企業数	回答数	回答率
アンケート調査	製 造 業	企業 9 6 0	企業 5 5 6	% 5 7 . 9
	非 製 造 業	1, 2 4 0	7 3 0	5 8 . 9
	計	2, 2 0 0	1, 2 8 6	5 8 . 5
ヒアリング調査	製 造 業	団体・企業 2 8		
	建 設 業	3		
	小 売 業	1 1		
	飲 食 店	1		
	情報サービス業	3		
	運 輸 業	1		
	サービス業	2		
	計	4 9		

※ アンケート調査先は、『株式会社東京商工リサーチ埼玉支店』の企業情報から県内中小企業を業種別に抽出しました。

※ 製造業（12業種）

食料品製造、繊維工業、家具・装備品、パルプ・紙・紙加工品、印刷業、化学工業、プラスチック製品、鉄鋼業・非鉄金属、金属製品、電気機械器具、輸送用機械器具、一般機械器具

※ 非製造業（7業種）

建設業、卸売・小売業、飲食店、情報サービス業、運輸業、不動産業、サービス業

業種別の回答数及び回答内容については、ホームページに掲載している集計表を御覧ください。

## 4 書面アンケートの集計方法

アンケート調査については、業種別に景気の動向を観測できる項目を抽出し、前期との対比による増減又は好転・悪化の割合（％）の差をD I 値として集計しています。

### D I（景気動向指数：Diffusion Index）とは

増加（好転）と回答した企業割合から減少（悪化）と回答した企業割合を差し引いた指数で、企業の景況判断等の強弱感の判断に使用する指数のことです。

〈例〉「増加」50％ 「変わらず」20％ 「減少」30％

$$D I = 50\% - 30\% = 20$$

（注1）本文中の割合（％）については、小数点第2位を四捨五入して表記しているため、景況感、売上げ、資金繰り及び採算の各D I 値は、±0.1の範囲で差異が生じることがある。

（注2）設問によっては未回答もあり、必ずしも回答数の総数（1,286件）とは一致しない。

## 目次

<b>I 調査結果概要</b>	- 4 -
1 経営者の景況感と来期の見通しについて	- 4 -
(1) 景況感	- 4 -
(2) 来期の見通し	- 4 -
2 売上げについて	- 5 -
3 資金繰りについて	- 5 -
4 採算について	- 5 -
5 設備投資について	- 6 -
6 ヒアリング調査の概況	- 7 -
(1) 売上げ・採算について	- 7 -
(2) 現在の景況感について	- 7 -
(3) 今後の見通しについて	- 7 -
<b>II 調査結果の詳細（アンケート調査からみた経営動向）</b>	- 8 -
1 経営者の景況感と来期の見通しについて	- 8 -
(1) 現在の景況感	- 8 -
(2) 来期（令和7年7月～9月期）の見通し	- 10 -
2 売上げについて	- 12 -
(1) 当期（令和7年4月～6月期）の状況	- 12 -
(2) 来期（令和7年7月～9月期）の見通し	- 12 -
3 資金繰りについて	- 13 -
(1) 当期（令和7年4～6月期）の状況	- 13 -
(2) 来期（令和7年7～9月期）の見通し	- 13 -
4 採算について	- 14 -
(1) 当期（令和7年4月～6月期）の状況	- 14 -
(2) 来期（令和7年7月～9月期）の見通し	- 14 -
5 設備投資について	- 15 -
(1) 当期（令和7年4～6月期）の状況	- 15 -
(2) 来期（令和7年7～9月期）の見通し	- 16 -
<b>III ヒアリング調査からみた企業の声</b>	- 19 -
1 製造業	- 19 -
(1) 一般機械器具	- 19 -
(2) 輸送用機械器具	- 20 -
(3) 電気機械器具	- 21 -
(4) 金属製品	- 22 -
(5) プラスチック製品	- 23 -
(6) 食料品製造	- 24 -
(7) 銑鉄铸件	- 25 -

（８）印刷業 .....	- 26 -
（９）工業塗装 .....	- 26 -
2 小売業 .....	- 27 -
（１）百貨店 .....	- 27 -
（２）スーパー .....	- 27 -
（３）商店街 .....	- 28 -
（４）その他の小売業・卸売業 .....	- 28 -
3 宿泊業 .....	- 29 -
4 飲食店 .....	- 29 -
5 情報サービス業 .....	- 30 -
6 サービス業（旅行業） .....	- 31 -
7 運輸業 .....	- 31 -
8 建設業 .....	- 32 -
<b>IV 特別調査 .....</b>	<b>- 33 -</b>
1 雇用者数の過不足感について .....	- 34 -
（１）現在の雇用者数の過不足感（回答数：1, 276社・単一回答） .....	- 34 -
（２）正規社員・非正規社員の過不足感（回答数：正規社員1, 266社、非正規社員1、201社・単一回答） ..	- 37 -
（３）今後の雇用者数の見込み（回答数：1, 259社・単一回答） .....	- 39 -
（４）今後の従業員給与の見込み（回答数：1, 265社・単一回答） .....	- 40 -
2 サーキュラーエコノミーの認知度や取組状況等について .....	- 43 -
（１）サーキュラーエコノミーの認知度及び取組状況（回答数：1, 279社・単一回答） .....	- 43 -
（２）取り組んだ又は関心を持ったきっかけ（回答数：333社・複数回答） .....	- 44 -
（３）サーキュラーエコノミーに取り組む上で県に期待する支援（回答数：1, 117社・複数回答） .....	- 45 -
3 DX（デジタルトランスフォーメーション）に向けた取組状況について .....	- 46 -
（１）DXへの取組状況（回答数1, 274社・単一回答） .....	- 46 -
（２）DXに取り組んでいる項目と成果について（回答数674社・複数回答） .....	- 48 -
（３）DXにより期待する効果（回答数851社・複数回答） .....	- 51 -
（４）DX（デジタル化を含む）に取り組む上での課題（回答数：1,198社・複数回答） .....	- 53 -
（５）DX（デジタル化を含む）に取り組む上で期待する支援（回答数：1,164社・複数回答） .....	- 55 -
<b>V 付表 売上げDI・資金繰りDI・採算DI・設備投資実施率の推移 .....</b>	<b>- 56 -</b>
<b>VI 参考 アンケート調査票 .....</b>	<b>- 62 -</b>

## I 調査結果概要

## 県内中小企業の経営状況

県内中小企業の景況感は、持ち直しの動きに足踏み感がみられる。  
先行きについては改善の動きがみられる。

## 〔景況感DI〕

- ・前期比で3.9ポイント減少し▲44.7となり、2期連続悪化した。
- ・業種別では、製造業、非製造業ともに2期連続悪化した。

## 〔景況感の先行きDI〕

- ・前期比で7.3ポイント減少し▲24.7となった。2期ぶりに悪化した。

## 〔売上げDI、資金繰りDI及び採算DI〕

- ・売上げDIは▲19.5となり、2期ぶりに改善した。
- ・資金繰りDIは▲18.4となり、2期ぶりに改善した。
- ・採算DIは▲25.6となり、2期ぶりに改善した。

## 〔設備投資の実施率〕

- ・前期比で2.1%増加し23.7%となり、2期ぶりに増加した。

## 〔来期の見通し〕

- ・売上げDI及び採算DIは当期DIより改善し、資金繰りDIは当期DIより悪化する見通しである。
- ・設備投資の実施率については当期実施率より減少する見通しとなっている。

注1) 数値については、小数点第2位を四捨五入して表記しているため、DIを算出すると±0.1ポイントの範囲で差異が生じることがある。

注2) 「前期」：令和7年1～3月期、「当期」：令和7年4～6月期、「来期(先行き)」：令和7年7～9月期

## 1 経営者の景況感と来期の見通しについて

## (1) 景況感

自社業界の景況感DIは▲44.7（前期比▲3.9）となり、2期連続悪化した。  
業種別にみると、製造業、非製造業ともに2期連続悪化した。

## 〔景況感DIの推移〕

	当 期 (R7.4-6)	前 期 (R7.1-3)	前年同期 (R6.4-6)
全 体	▲44.7	▲40.8	▲43.1
製 造 業	▲49.8	▲46.9	▲50.8
非製造業	▲40.7	▲36.1	▲37.4

## (2) 来期の見通し

先行きについては、「良い方向に向かう」とみる企業は5.5%（前期比▲2.2%）、  
「悪い方向に向かう」とみる企業は30.2%（前期比+5.0%）だった。  
先行きDIは▲24.7（前期比▲7.3）と、2期ぶりに悪化した。

## 〔来期の見通し〕

	良い方向に向かう	悪い方向に向かう	先行きDI (R7.7-9)
全 体	5.5%	30.2%	▲24.7
製 造 業	6.0%	33.3%	▲27.3
非製造業	5.1%	27.8%	▲22.7

## 2 売上げについて

売上げD Iは▲19.5（前期比+2.8）となり、2期ぶりに改善した。来期は改善する見通し。  
業種別にみると、製造業、非製造業ともに2期ぶりに改善した。  
来期については、製造業、非製造業ともに当期の売上げD Iより改善する見通しである。

### 〔売上げD Iの推移〕

	当 期 (R7.4-6)	前 期 (R7.1-3)	前年同期 (R6.4-6)	来期見通し (R7.7-9)
全 体	▲19.5	▲22.3	▲18.5	▲17.0
製 造 業	▲19.9	▲24.5	▲23.4	▲17.4
非製造業	▲19.2	▲20.6	▲14.9	▲16.6

## 3 資金繰りについて

資金繰りD Iは▲18.4（前期比+1.0）となり、2期ぶりに改善した。来期は悪化する見通し。  
業種別にみると、製造業は2期ぶりに改善し、非製造業は2期連続悪化した。  
来期については、製造業、非製造業ともに当期の資金繰りD Iより悪化する見通しである。

### 〔資金繰りD Iの推移〕

	当 期 (R7.4-6)	前 期 (R7.1-3)	前年同期 (R6.4-6)	来期見通し (R7.7-9)
全 体	▲18.4	▲19.5	▲18.5	▲21.4
製 造 業	▲19.2	▲21.9	▲23.5	▲21.3
非製造業	▲17.8	▲17.6	▲14.7	▲21.5

## 4 採算について

採算D Iは▲25.6（前期比+1.0）となり、2期ぶりに改善した。来期は改善する見通し。  
業種別にみると、製造業は2期ぶりに改善し、非製造業は3期ぶりに改善した。  
来期については、製造業、非製造業ともに当期の採算D Iより改善する見通しである。

### 〔採算D Iの推移〕

	当 期 (R7.4-6)	前 期 (R7.1-3)	前年同期 (R6.4-6)	来期見通し (R7.7-9)
全 体	▲25.6	▲26.6	▲26.7	▲22.5
製 造 業	▲24.7	▲26.9	▲30.4	▲23.5
非製造業	▲26.2	▲26.3	▲23.9	▲21.7

## 5 設備投資について

設備投資の実施率は23.7%（前期比+2.1%）となり、2期ぶりに増加した。

来期は減少する見通し。

業種別にみると、製造業は3期ぶりに増加し、非製造業は2期ぶりに増加した。

来期については、製造業は当期の実施率より増加し、非製造業は減少する見通しである。

### 〔設備投資の実施率〕

	当 期 (R7.4-6)	前 期 (R7.1-3)	前年同期 (R6.4-6)	来期見通し (R7.7-9)
全 体	23.7%	21.6%	19.9%	21.8%
製 造 業	27.8%	24.1%	23.0%	29.5%
非製造業	20.5%	19.7%	17.7%	15.9%

## 6 ヒアリング調査の概況

※ 詳細はP19を御覧ください。

### （１）売上げ・採算について

業種	コメント
宿泊業	リピート客の増加により、売上高は増加傾向にある。
食料品製造	人件費の上昇に対応するため、機械化を進めた結果、採算性は一定水準を維持している。
商店街	来店客数は増加しているものの、人件費の上昇により、採算性は低下した。
一般機械器具	自社開発商品が順調であり、前年同期比で売上高は増加した。
印刷業	顧客が他社に発注を切り替えるリスクから、価格転嫁が難航している。
プラスチック製品	生産量は減少しているものの、価格転嫁の進展により、売上高は横ばいである。
小売業	仕入価格の上昇を販売価格に十分転嫁できておらず、採算は悪化している。

### （２）現在の景況感について

業種	コメント
プラスチック製品	商談会経由で大型案件を受注できたため、好況である。
一般機械器具	米国関税政策の影響により、受注案件が保留となっており、不況である。
飲食店	来店客数は変わらないものの、テイクアウト需要が高く好況である。
輸送用機械器具	価格競争により受注機会が減少する懸念が高まっており、不況である。
運輸業	コストが上昇している一方で、荷主からの条件も厳しく不況である。
建設業	景況感は普通である。大手ゼネコンは順調と発表しているが、下請けには実感はない。
電気機械器具	製品によって好調と不調が分かれている。全体的な景況感は普通である。

### （３）今後の見通しについて

業種	コメント
金属製品	米国関税政策の影響で、生産予定が見えてこないため、先行きは不透明である。
情報サービス業	大型案件を複数受注できており、良い方向に向かっていくとみている。
一般機械器具	業界では技術者の不足が深刻化しており、廃業が増えるとみている。
食料品製造	新分野の開拓が軌道に乗っており、今後の見通しは明るい。
工業塗装	米国の関税政策による自動車関連の受注減少が予見され、先行きの不透明感が強い。
宿泊業	個人客の予約が順調であり、良い方向に向かっていくとみている。
小売業	物価の上昇は消費マインドの低下につながるため、販売量が落ち込むのではないかと懸念している。



## II 調査結果の詳細（アンケート調査からみた経営動向）

※ 数値については、小数点第2位を四捨五入して表記しているため、D I を算出すると±0.1 ポイントの範囲で差異が生じることがある。

### 1 経営者の景況感と来期の見通しについて

#### （1）現在の景況感

自社業界の景気について「好況である」とみる企業は4.4%、「不況である」とみる企業は49.0%で、景況感D I（「好況である」－「不況である」企業の割合）は▲44.7となった。前期（▲40.8）から3.9ポイント減少し、2期連続悪化した。

#### 〈業種別〉

##### 製造業

「好況である」とみる企業は4.3%、「不況である」とみる企業は54.2%で、景況感D I は▲49.8となった。前期（▲46.9）から2.9ポイント減少し、2期連続悪化した。

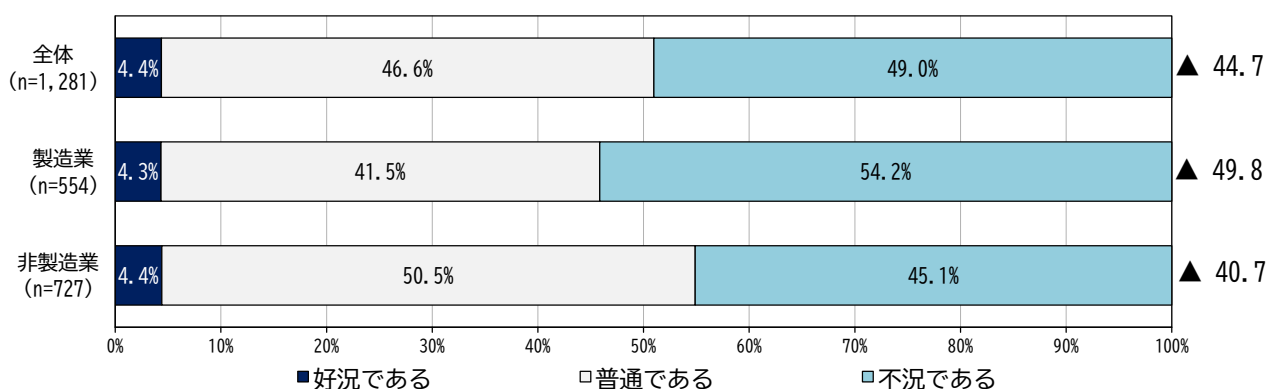
業種別にD I 値をみると、12業種中、「食料品製造」「鉄鋼業・非鉄金属」の2業種が前期から改善し、それ以外の10業種は前期から悪化した。特に、「化学工業」は前期比で22.2ポイント減少し、前年同期比でも4.4ポイント減少した。

##### 非製造業

「好況である」とみる企業は4.4%、「不況である」とみる企業は45.1%で、景況感D I は▲40.7となった。前期（▲36.1）から4.6ポイント減少し、2期連続悪化した。

業種別にD I 値をみると、7業種中、「飲食店」「運輸業」の2業種が前期から改善し、それ以外の5業種は前期から悪化した。特に、「建設業」は前期比で16.5ポイント減少し、前年同期比でも3.4ポイント減少した。

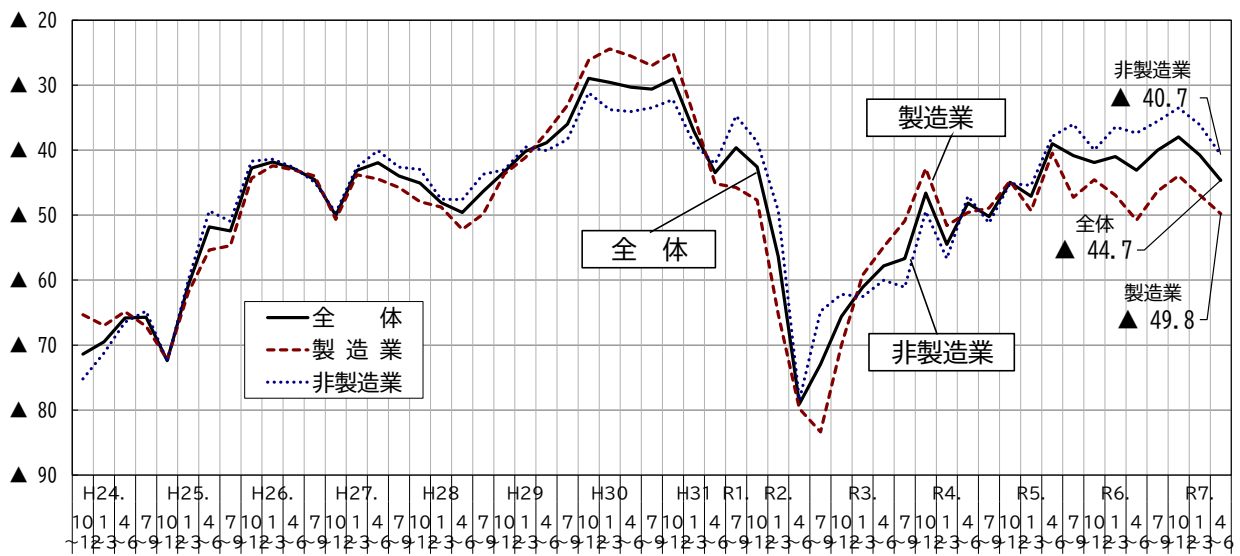
#### 〔業種別の景況感D I〕



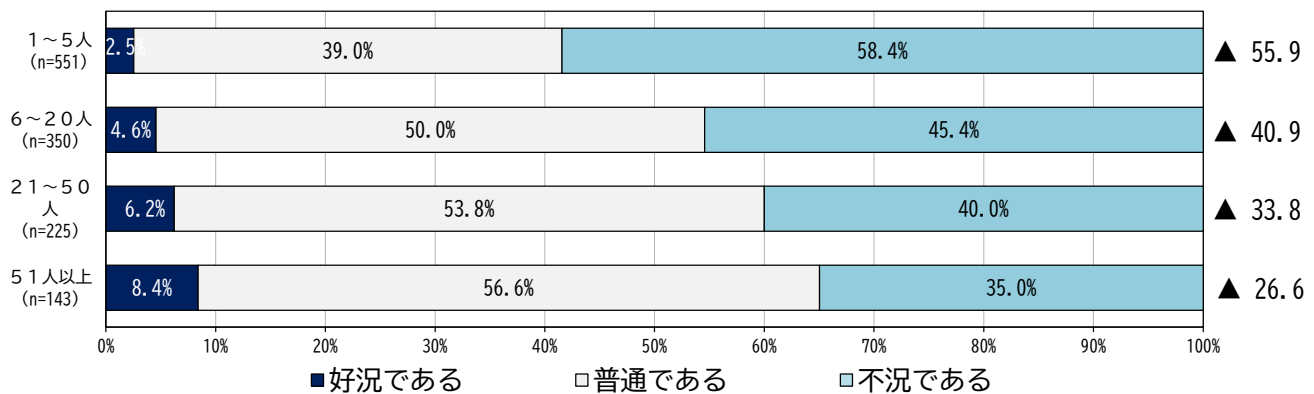
#### 〔景況感D I の推移〕

	当期DI (R7.4-6)	前期比 (R7.1-3)	前年同期比 (R6.4-6)	来期見通しDI (R7.7-9の見通し)	前期比[前回調査] (R7.4-6の見通し)
全 体	▲44.7	▲3.9	▲1.6	▲24.7	▲7.3
製 造 業	▲49.8	▲2.9	+1.0	▲27.3	▲8.5
非製造業	▲40.7	▲4.6	▲3.3	▲22.7	▲6.4

〔景況感D I の推移〕



〔従業員規模別の景況感〕



## （2）来期（令和7年7月～9月期）の見通し

先行きについては、「良い方向に向かう」とみる企業は5.5%（前期比▲2.2%）、  
「悪い方向に向かう」とみる企業は30.2%（前期比+5.0%）だった。  
先行きD Iは▲24.7（前期比▲7.3）と、2期ぶりに悪化した。

### 〈業種別〉

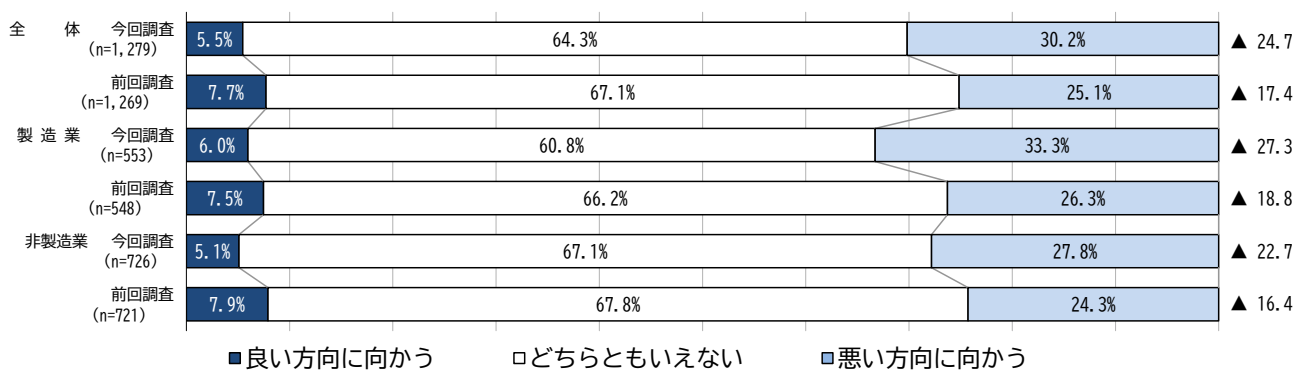
#### 製造業

先行きD Iは▲27.3（前期比▲8.5）と、3期連続悪化した。

#### 非製造業

先行きD Iは▲22.7（前期比▲6.4）と、2期ぶりに悪化した。

### 〔来期の景況感D I〕



## 〔景況感D I の推移（詳細）〕

## 景況感D I の推移

業 種	R6. 4～6月期	R6. 7～9月期	R6. 10～12月期	R7. 1～3月期	R7. 4～6月期 (当 期)	増 減		R7. 7～9月期 (見通し)
						前期比	前年 同期比	
全 体	▲ 43.1	▲ 40.0	▲ 38.0	▲ 40.8	▲ 44.7	▲ 3.9	▲ 1.6	▲ 24.7
製 造 業	▲ 50.8	▲ 46.3	▲ 43.9	▲ 46.9	▲ 49.8	▲ 2.9	1.0	▲ 27.3
食料品製造	▲ 42.0	▲ 37.5	▲ 20.5	▲ 45.2	▲ 34.1	11.1	7.9	▲ 34.1
繊維工業	▲ 60.0	▲ 66.7	▲ 51.9	▲ 54.5	▲ 57.6	▲ 3.0	2.4	▲ 42.4
家具・装備品	▲ 48.1	▲ 42.9	▲ 35.7	▲ 45.2	▲ 46.7	▲ 1.5	1.5	▲ 30.0
パルプ・紙・紙加工品	▲ 63.6	▲ 64.4	▲ 51.0	▲ 62.0	▲ 62.5	▲ 0.5	1.1	▲ 22.9
印刷業	▲ 75.0	▲ 64.1	▲ 46.3	▲ 68.9	▲ 69.2	▲ 0.3	5.8	▲ 35.9
化学工業	▲ 28.9	▲ 34.0	▲ 31.1	▲ 11.1	▲ 33.3	▲ 22.2	▲ 4.4	▲ 12.8
プラスチック製品	▲ 55.6	▲ 41.8	▲ 45.5	▲ 39.6	▲ 59.5	▲ 19.9	▲ 4.0	▲ 40.5
鉄鋼業・非鉄金属	▲ 53.2	▲ 60.0	▲ 68.4	▲ 60.8	▲ 46.3	14.5	6.9	▲ 40.7
金属製品	▲ 50.7	▲ 54.8	▲ 48.6	▲ 48.5	▲ 49.3	▲ 0.8	1.4	▲ 14.1
電気機械器具	▲ 50.0	▲ 31.4	▲ 50.0	▲ 39.1	▲ 48.1	▲ 9.0	1.9	▲ 27.8
輸送用機械器具	▲ 41.3	▲ 33.3	▲ 18.6	▲ 31.8	▲ 39.6	▲ 7.8	1.7	▲ 21.3
一般機械器具	▲ 44.1	▲ 35.1	▲ 54.2	▲ 46.4	▲ 53.8	▲ 7.4	▲ 9.8	▲ 17.3
非 製 造 業	▲ 37.4	▲ 35.5	▲ 33.5	▲ 36.1	▲ 40.7	▲ 4.6	▲ 3.3	▲ 22.7
建 設 業	▲ 36.1	▲ 34.2	▲ 27.3	▲ 22.9	▲ 39.5	▲ 16.5	▲ 3.4	▲ 14.2
総合工事業	▲ 37.0	▲ 34.5	▲ 36.4	▲ 18.2	▲ 42.9	▲ 24.7	▲ 5.8	▲ 22.4
職別工事業	▲ 41.2	▲ 44.2	▲ 35.4	▲ 42.6	▲ 57.7	▲ 15.1	▲ 16.5	▲ 19.2
設備工事業	▲ 30.2	▲ 22.9	▲ 10.6	▲ 4.3	▲ 15.2	▲ 10.9	15.0	0.0
卸売・小売業	▲ 48.9	▲ 43.7	▲ 44.5	▲ 51.4	▲ 52.6	▲ 1.2	▲ 3.7	▲ 33.1
(卸売業)	▲ 45.1	▲ 34.4	▲ 39.7	▲ 43.0	▲ 47.1	▲ 4.1	▲ 1.9	▲ 32.2
繊維・衣服等	▲ 45.0	▲ 42.1	▲ 60.0	▲ 53.3	▲ 50.0	3.3	▲ 5.0	▲ 52.9
飲食料品	▲ 48.3	▲ 29.0	▲ 32.3	▲ 34.6	▲ 34.8	▲ 0.2	13.5	▲ 30.4
建築材料、鉱物・金属材料等	▲ 50.0	▲ 43.3	▲ 44.0	▲ 48.3	▲ 50.0	▲ 1.7	0.0	▲ 32.1
機械器具	▲ 31.0	▲ 18.5	▲ 18.2	▲ 26.9	▲ 50.0	▲ 23.1	▲ 19.0	▲ 34.6
その他	▲ 52.2	▲ 41.7	▲ 47.8	▲ 61.1	▲ 50.0	11.1	2.2	▲ 16.7
小 売 業	▲ 52.5	▲ 52.6	▲ 48.9	▲ 58.4	▲ 57.5	0.9	▲ 5.0	▲ 33.8
(小売業)	▲ 61.8	▲ 69.2	▲ 55.3	▲ 75.7	▲ 75.0	0.7	▲ 13.2	▲ 46.9
飲食料品	▲ 52.8	▲ 50.0	▲ 55.6	▲ 60.6	▲ 50.0	10.6	2.8	▲ 32.3
機械器具	▲ 46.7	▲ 41.9	▲ 35.7	▲ 44.8	▲ 45.2	▲ 0.3	1.5	▲ 19.4
その他	▲ 48.8	▲ 46.2	▲ 45.5	▲ 50.0	▲ 59.0	▲ 9.0	▲ 10.2	▲ 35.9
飲 食 店	▲ 37.8	▲ 28.6	▲ 42.9	▲ 46.5	▲ 42.5	4.0	▲ 4.7	▲ 22.5
情報サービス業	▲ 9.4	▲ 14.5	▲ 15.3	▲ 8.3	▲ 16.0	▲ 7.7	▲ 6.6	▲ 10.0
運輸業	▲ 41.1	▲ 43.1	▲ 29.5	▲ 42.2	▲ 30.4	11.8	10.6	▲ 10.9
不動産業	▲ 32.7	▲ 37.7	▲ 20.5	▲ 26.8	▲ 39.5	▲ 12.7	▲ 6.9	▲ 23.3
サービス業	▲ 28.0	▲ 29.9	▲ 29.8	▲ 29.8	▲ 33.1	▲ 3.3	▲ 5.1	▲ 21.6
専門サービス業	▲ 23.9	▲ 23.9	▲ 19.5	▲ 16.7	▲ 23.8	▲ 7.1	0.1	▲ 16.7
洗濯・理美容・浴場業	▲ 34.2	▲ 35.9	▲ 45.2	▲ 51.3	▲ 47.2	4.1	▲ 13.0	▲ 38.9
その他生活関連・娯楽業	▲ 36.8	▲ 34.1	▲ 30.6	▲ 35.0	▲ 38.9	▲ 3.9	▲ 2.0	▲ 22.2
その他の事業サービス業	▲ 17.1	▲ 26.3	▲ 27.3	▲ 13.9	▲ 23.5	▲ 9.6	▲ 6.4	▲ 8.8

単位：D I

## 2 売上げについて

### （1）当期（令和7年4月～6月期）の状況

前期と比べ、売上げが「増加した」と答えた企業は17.5%、「減少した」と答えた企業は37.0%で、売上げDI（「増加した」－「減少した」と答えた企業の割合）は▲19.5となった。前期（▲22.3）から2.8ポイント増加し、2期ぶりに改善した。

#### 〈業種別〉

##### 製造業

売上げが「増加した」と答えた企業は18.6%、「減少した」と答えた企業は38.4%で、売上げDIは▲19.9となった。前期（▲24.5）から4.6ポイント増加し、2期ぶりに改善した。

業種別にDI値をみると、12業種中、「家具・装備品」「印刷業」「プラスチック製品」「電気機械器具」「輸送用機械器具」「一般機械器具」の6業種が前期から悪化し、それ以外の6業種は前期から改善した。特に、「食料品製造」は前期比で53.1ポイント増加し、前年同期比でも14.3ポイント増加した。

##### 非製造業

売上げが「増加した」と答えた企業は16.6%、「減少した」と答えた企業は35.9%で、売上げDIは▲19.2となった。前期（▲20.6）から1.4ポイント増加し、2期ぶりに改善した。

業種別にDI値をみると、7業種中、「建設業」「情報サービス業」「不動産業」の3業種が前期から悪化し、それ以外の4業種は前期から改善した。特に、「運輸業」は前期比で19.8ポイント増加し、前年同期比でも23.9ポイント増加した。

#### 〔売上げ実績〕

	増加した	変わらない	減少した	DI	前期比	前年同期比
全 体	17.5%	45.6%	37.0%	▲19.5	+2.8	▲1.0
製 造 業	18.6%	43.0%	38.4%	▲19.9	+4.6	+3.5
非製造業	16.6%	47.5%	35.9%	▲19.2	+1.4	▲4.3

### （2）来期（令和7年7月～9月期）の見通し

先行きについて、売上げが「増加する見通し」と答えた企業は13.5%、「減少する見通し」と答えた企業は30.5%であった。

当期の売上げDI（▲19.5）と比べて、来期DIは▲17.0（当期比+2.5）と改善する見通しである。

#### 〈業種別〉

##### 製造業

来期の売上げDIは▲17.4（当期比+2.5）と改善する見通しである。

##### 非製造業

来期の売上げDIは▲16.6（当期比+2.6）と改善する見通しである。

（注）全業種の集計結果とDIの推移は付表（P56）を御覧ください。

### 3 資金繰りについて

#### （1）当期（令和7年4～6月期）の状況

前期と比べ、資金繰りが「良くなった」と答えた企業は7.9%、「悪くなった」と答えた企業は26.3%で、資金繰りDI（「良くなった」－「悪くなった」と答えた企業の割合）は▲18.4となった。前期（▲19.5）から1.0ポイント増加し、2期ぶりに改善した。

##### 〈業種別〉

##### 製造業

資金繰りが「良くなった」と答えた企業は8.4%、「悪くなった」と答えた企業は27.6%で、資金繰りDIは▲19.2となった。前期（▲21.9）から2.8ポイント増加し、2期ぶりに改善した。

業種別にDI値をみると、12業種中、「家具・装備品」「印刷業」「プラスチック製品」「鉄鋼業・非鉄金属」「輸送用機械器具」「一般機械器具」の6業種が前期から悪化し、それ以外の6業種は前期から改善した。特に、「食料品製造」は前期比で23.3ポイント増加し、前年同期比でも1.7ポイント増加した。

##### 非製造業

資金繰りが「良くなった」と答えた企業は7.6%、「悪くなった」と答えた企業は25.4%で、資金繰りDIは▲17.8となった。前期（▲17.6）から0.3ポイント減少し、2期連続悪化した。

業種別にDI値をみると、7業種中、「卸売・小売業」「飲食店」「サービス業」の3業種が前期から改善し、それ以外の4業種は前期から悪化した。特に、「不動産業」は前期比で8.8ポイント減少し、前年同期比でも4.0ポイント減少した。

##### 〔資金繰り実績〕

	良くなった	変わらない	悪くなった	DI	前期比	前年同期比
全 体	7.9%	65.7%	26.3%	▲18.4	+1.0	+0.1
製 造 業	8.4%	64.1%	27.6%	▲19.2	+2.8	+4.3
非製造業	7.6%	67.0%	25.4%	▲17.8	▲0.3	▲3.1

#### （2）来期（令和7年7～9月期）の見通し

先行きについて、資金繰りが「良くなる見通し」と答えた企業は4.9%、「悪くなる見通し」と答えた企業は26.3%であった。当期の資金繰りDI（▲18.4）と比べて、来期DIは▲21.4（当期比▲3.0）と悪化する見通しである。

##### 〈業種別〉

##### 製造業

来期の資金繰りDIは▲21.3（当期比▲2.2）と悪化する見通しである。

##### 非製造業

来期の資金繰りDIは▲21.5（当期比▲3.7）と悪化する見通しである。

（注）全業種の集計結果とDIの推移は付表（P57）を御覧ください。

## 4 採算について

## (1) 当期（令和7年4月～6月期）の状況

前期と比べ、採算が「良くなった」と答えた企業は9.4%、「悪くなった」と答えた企業は34.9%で、採算DI（「良くなった」－「悪くなった」と答えた企業の割合）は▲25.6となった。前期（▲26.6）から1.0ポイント増加し、2期ぶりに改善した。

## 〈業種別〉

## 製造業

採算が「良くなった」と答えた企業は10.1%、「悪くなった」と答えた企業は34.8%で、採算DIは▲24.7となった。前期（▲26.9）から2.1ポイント増加し、2期ぶりに改善した。

業種別にDI値をみると、12業種中、「家具・装備品」「印刷業」「電気機械器具」「輸送用機械器具」「一般機械器具」の5業種が前期から悪化し、それ以外の7業種は前期から改善した。特に、「食料品製造」は前期比で37.4ポイント増加し、前年同期比でも15.2ポイント増加した。

## 非製造業

採算が「良くなった」と答えた企業は8.8%、「悪くなった」と答えた企業は35.0%で、採算DIは▲26.2となった。前期（▲26.3）から0.1ポイント増加し、3期ぶりに改善した。

業種別にDI値をみると、7業種中、「建設業」「情報サービス業」「不動産業」の3業種が前期から悪化し、それ以外の4業種が改善した。特に、「飲食店」は前期比25.5ポイント増加し、前年同期比でも3.9ポイント増加した。

## 〔採算実績〕

	良くなった	変わらない	悪くなった	DI	前期比	前年同期比
全 体	9.4%	55.7%	34.9%	▲25.6	+1.0	+1.1
製 造 業	10.1%	55.1%	34.8%	▲24.7	+2.1	+5.7
非製造業	8.8%	56.2%	35.0%	▲26.2	+0.1	▲2.4

## (2) 来期（令和7年7月～9月期）の見通し

先行きについて、採算が「良くなる見通し」と答えた企業は7.6%、「悪くなる見通し」と答えた企業は30.1%であった。

当期の採算DI（▲25.6）と比べて、来期DIは▲22.5（当期比+3.1）と改善する見通しである。

## 〈業種別〉

## 製造業

来期の採算DIは▲23.5（当期比+1.2）と改善する見通しである。

## 非製造業

来期の採算DIは▲21.7（当期比+4.5）と改善する見通しである。

（注）全業種の集計結果とDIの推移は付表(P58)を御覧ください。



## 5 設備投資について

### （１）当期（令和7年4～6月期）の状況

当期に「設備投資を実施した」と答えた企業は23.7%で、前期（21.6%）から2.1ポイント増加し、2期ぶりに増加した。

内容をみると、「生産・販売・設備（建設機械を含む）」が38.4%で最も高く、「車両・運搬具」が30.1%、「情報化機器」が24.0%と続いている。

目的では、「更新・維持・補修」が73.5%で最も高く、「生産・販売能力の拡大」が25.8%、「合理化・省力化」が19.7%と続いている。

#### 〈業種別〉

##### 製造業

「設備投資を実施した」と答えた企業は27.8%で、前期（24.1%）から3.7ポイント増加し、3期ぶりに増加した。また、前年同期（23.0%）から4.8ポイント増加した。

業種別でみると、12業種中、「印刷業」「一般機械器具」の2業種が前期から悪化し、それ以外の10業種は増加した。

設備投資の内容は、「生産・販売・設備（建設機械を含む）」が56.0%で最も高く、次いで、「情報化機器」が21.3%、「車両・運搬具」「建物（工場・店舗等を含む）」が18.7%と続いている。

設備投資の目的は、「更新・維持・補修」が74.3%で最も高く、次いで「生産・販売能力の拡大」が27.1%、「合理化・省力化」が21.5%と続いている。

##### 非製造業

「設備投資を実施した」と答えた企業は20.5%で、前期（19.7%）から0.8ポイント増加し、2期ぶりに増加した。また、前年同期（17.7%）から2.9ポイント増加した。

業種別でみると、12業種中、「飲食店」「情報サービス業」「サービス業」の3業種が前期から減少し、それ以外の9業種は増加した。

設備投資の内容は、「車両・運搬具」が42.3%で最も高く、次いで、「情報化機器」が26.8%、「建物（工場・店舗等を含む）」が23.9%と続いている。

設備投資の目的は、「更新・維持・補修」が72.6%で最も高く、次いで「生産・販売能力の拡大」が24.4%、「合理化・省力化」が17.8%と続いている。

#### 〔設備投資実施率〕

	実施した	実施しなかった	前期比	前年同期比
全 体	23.7%	76.3%	+2.1	+3.8
製 造 業	27.8%	72.2%	+3.7	+4.8
非製造業	20.5%	79.5%	+0.8	+2.9



## （2）来期（令和7年7～9月期）の見通し

来期に「設備投資を実施する予定」と答えた企業は21.8%で、当期（23.7%）から1.8ポイント減少する見通しである。

### 〈業種別〉

#### 製造業

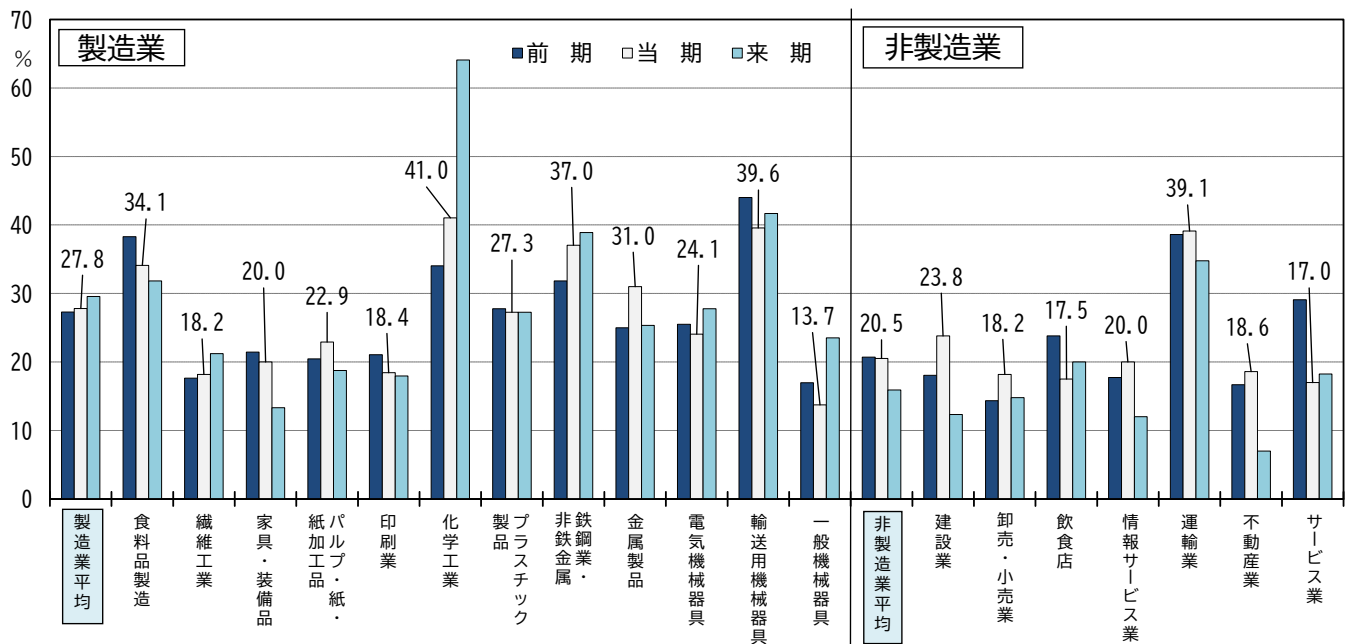
「設備投資を予定している」と答えた企業は29.5%となっており、増加する見通しである。

#### 非製造業

「設備投資を予定している」と答えた企業は15.9%となっており、減少する見通しである。

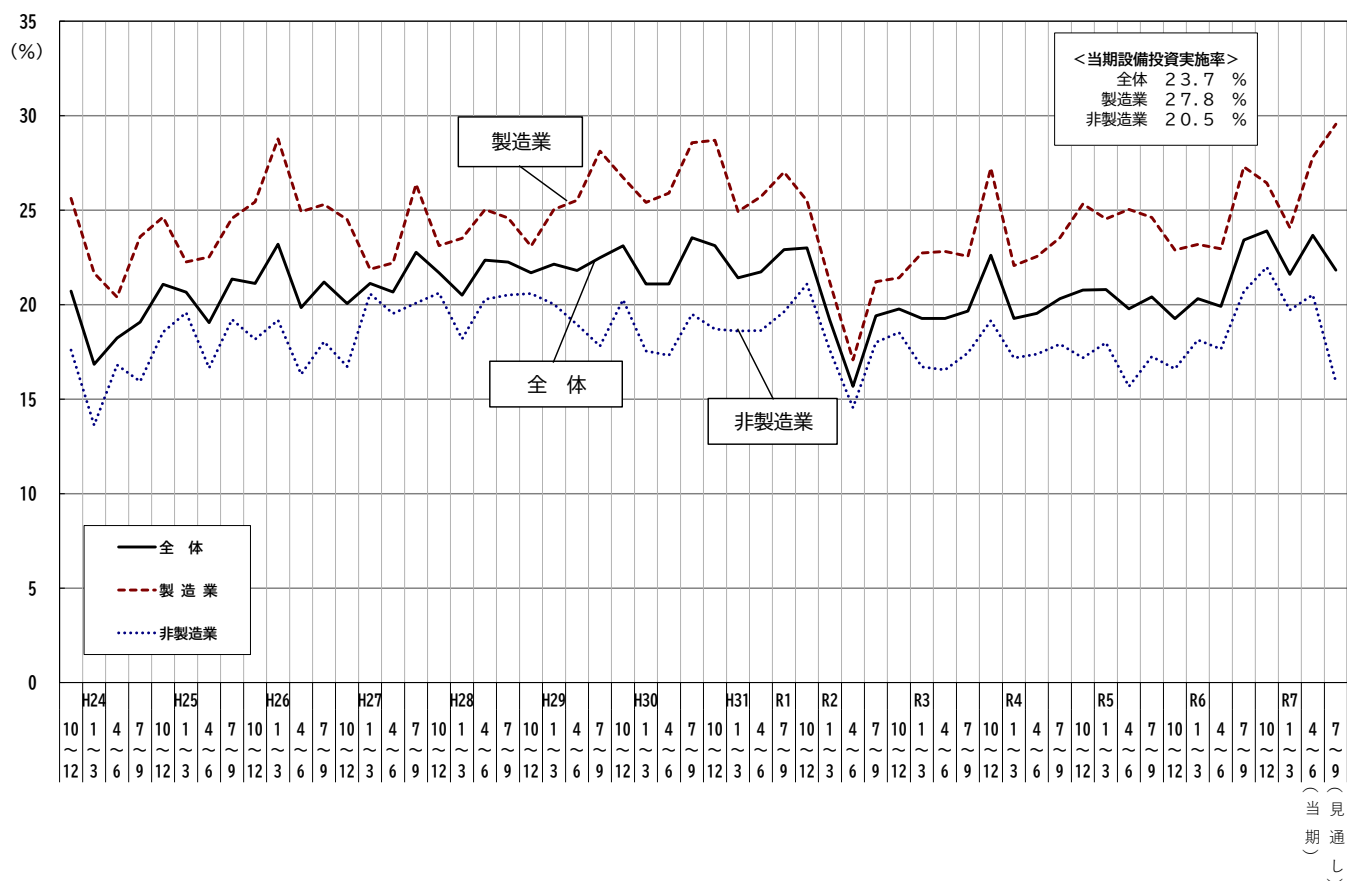
（注）全業種の集計結果とD Iの推移は付表（P 59）を御覧ください。

### 〔業種別・設備投資実施率〕

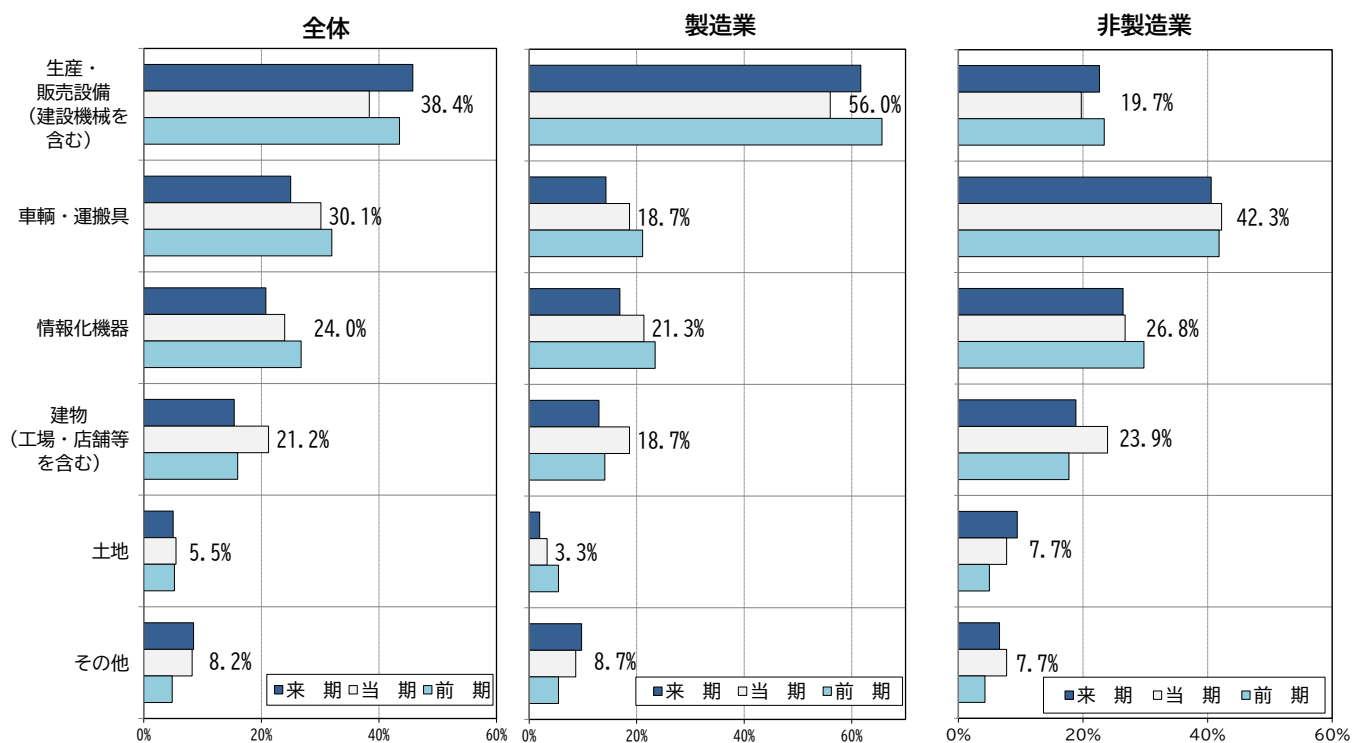


※数値は当期の実施率

〔設備投資実施率の推移〕

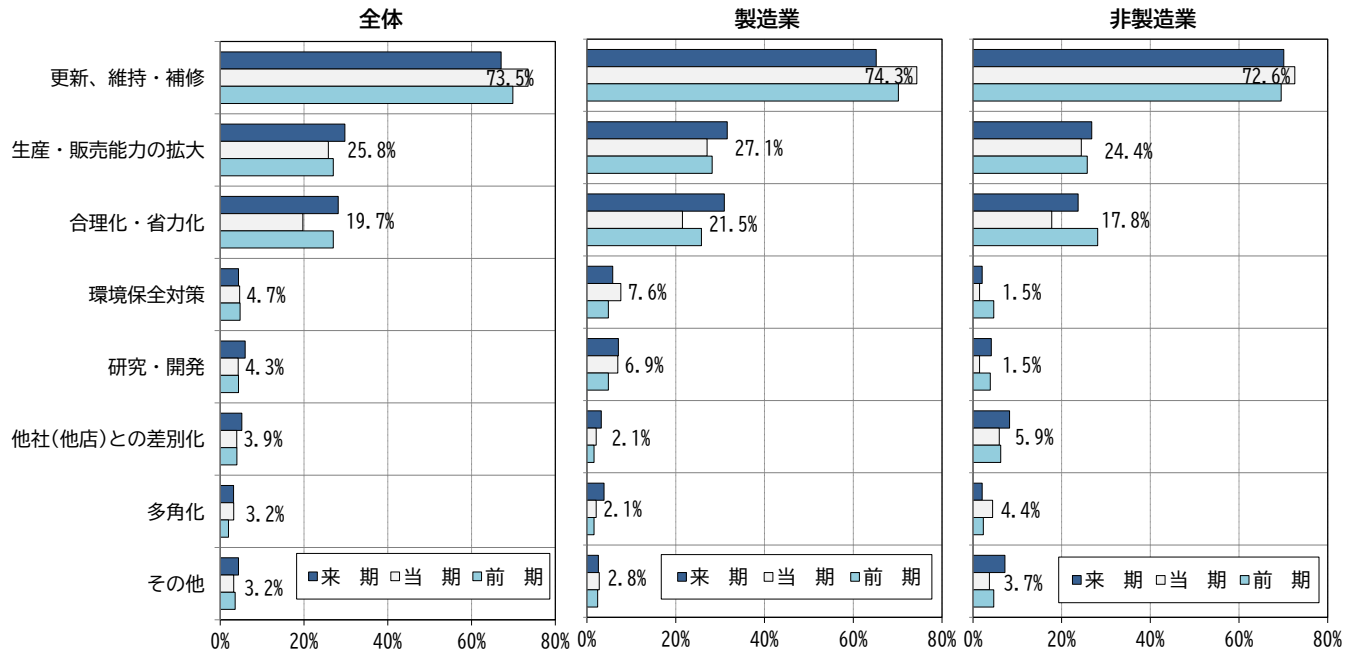


〔設備投資の内容【複数回答】〕



※数値は当期の実施率

〔設備投資の目的【複数回答】〕



※数値は当期の実施率

### III ヒアリング調査からみた企業の声

#### 1 製造業

##### (1) 一般機械器具

###### ①【景況感】

- ・ 自社開発した複数の商品が順調であり、好況である。
- ・ 受注量は昨年比で横ばいであるものの、足元の製品の問い合わせ件数が減少傾向にあるため、今後受注量の減少が懸念される。
- ・ 米国関税政策の影響により、自動車関連製品の受注案件が保留となっており、不況である。

###### ②【売上高】

- ・ 売上げ数量は変わらないものの、価格転嫁の進展により、売上高は増加している。
- ・ 半導体製造装置関連の受注が低迷しており、売上高は好調期の70パーセント程度に落ち込んでいる。
- ・ 前期比、前年同期比ともに売上高は横ばいであるものの、計画比低位で推移しており、状況は良くない。

###### ③【受注単価】

- ・ 四半期ごとに価格改定を行い、製造コストの上昇分を含めて100パーセント転嫁ができているため、受注単価は上昇している。
- ・ 取引先に価格転嫁の交渉を続けているが、受注機会が減少するおそれから強い交渉ができず、計画通りの値上げができている。
- ・ 製品ごとに価格転嫁の交渉を進めているものの、労務費の上昇について理解を得られず、価格転嫁が追い付いていない。

###### ④【人件費】

- ・ 2年連続3パーセント程度のベースアップを行った。人材の確保・定着を考えると、今後も継続して賃金の引き上げを行っていく必要があると考えている。
- ・ 昨年はベースアップを含め3パーセント程度の賃上げを行ったが、今年は現状維持を予定している。売上げが伸び悩む中で、これ以上の賃上げは難しい。
- ・ 従業員の退職により人件費は減少したが、米国の関税政策により先行きが不透明なため、欠員補充は行わなかった。

###### ⑤【原材料価格・その他諸費用】

- ・ 全体的に原材料価格は上がり続けている。定期的に何かしらの値上げの連絡が来ている。
- ・ 原材料価格の上昇は一時よりも落ち着いたものの、依然高止まりの状況が続いている。

###### ⑥【採算性】

- ・ 不採算製品の廃止と残業規制により、コストを削減し、採算を維持している。
- ・ 受注量が減少しているため、価格を下げて受注を取りに行っている。値下げをした分採算は悪化した。
- ・ 価格転嫁を行っているものの、コスト上昇分を完全に転嫁できておらず、利益率で見ると低下している。

## （2）輸送用機械器具

### ① 【景況感】

- ・景況感は不安定ながらも普通。大手自動車メーカーと取引があり、米国の関税政策に影響を受けやすいことから、先行きは不透明である。
- ・自動車部品関連の受注は減少傾向であり、価格競争により受注機会が減少する懸念が高まっていることから、不況である。
- ・自動車業界の再編が進んでおり、受注の増加が期待されるため、良い方向に向かうと見ている。

### ② 【売上高】

- ・価格転嫁の進展により、前年同期比で売上高は増えている。
- ・売上高は前年同期比でやや減少している。車種によって程度の違いはあるが、全体的に減少傾向にある。
- ・一部の受注が後ろ倒しとなっているものの、売上高は前年同期比で同水準を維持している。

### ③ 【受注単価】

- ・値上げ交渉の結果、労務費を含む価格改定が認められ、受注単価は上がった。
- ・受注単価は変わっていない。価格転嫁の交渉は継続して行っているものの、取引先から厳しい姿勢を示されている。

### ④ 【原材料価格・その他諸費用】

- ・原材料価格はあまり変わっていない。燃料費の上昇が続いていたが、足元では落ち着いている。
- ・原材料価格も上がっているが、外注加工費も同様に上昇している。

### ⑤ 【採算性】

- ・価格転嫁を進めているが、コスト上昇に追い付いておらず、採算はあまり変わっていない。
- ・コスト上昇分を考慮した単価で新規受注を獲得しており、採算は改善されている。

### （3）電気機械器具

#### ①【景況感】

- ・これまで低迷していた半導体関連の需要が回復しつつあり、今後良い方向に向かっていくとみている。
- ・既存取引先からの受注は増加傾向で、また新規の受注も複数件獲得しており、好況である。
- ・受注が低調であり、不況である。業界全体で在庫調整が続いており、需要が回復する兆しが見えてこない。

#### ②【売上高】

- ・価格改定により、売上高は前期比、前年同期比ともに増加した。
- ・受注量が増加しており、足元の売上高は3パーセント程度増加している。今後新規取引も始まるため、更なる増収が期待される。
- ・売上高はあまり変わっていない。長らく在庫調整が続いており、低位で安定している。

#### ③【受注単価】

- ・計画的に値上げ交渉を行っており、受注単価は約50パーセント程度上がっている。
- ・価格転嫁を行いたいが進んでいない。値上げ交渉を行うことで受注機会が減少する懸念があるため、交渉ができていない。
- ・受注単価は上がっている。大手の取引先は、相手から価格改定について声を掛けてくれ、助かっている。

#### ④【原材料価格】

- ・原材料価格はあまり変わっていない。3年前から比べると大幅に上昇しており、高止まりが続いている。
- ・値上げ要請が定期的に来ており、原材料価格は上昇が続いている。

#### ⑤【採算性】

- ・価格転嫁の進展により採算性は改善した。取引額の大きい企業ほど、値上げに応じたため、大幅に改善した。
- ・原材料価格は上がっているものの、その他のコストを企業努力で抑えているため、採算性は変わっていない。

#### （4）金属製品

##### ① 【景況感】

- ・中国でのEV投資の本格化により半導体関連の受注が増加しており、好況である。
- ・受注は低調であり、不況である。医療機器関連は生産調整が続いており、受注の回復が見えてこない。
- ・米国関税政策の影響により、自動車関連の受注が減少しており、先行きの不透明感が強くなっている。

##### ② 【売上高】

- ・半導体関連の受注が回復しており、売上高は20パーセント程度増加した。
- ・工作機械や空調等の受注が順調に推移していることに加え、価格転嫁が進んだことから前期比で売上高は増加している。
- ・売上げは減少している。取引先が生産計画の見直しを行ったことにより、受注量が減少している。

##### ③ 【受注単価】

- ・1年前から値上げ交渉に着手している。取引先との関係性もあるため、コスト上昇分の100パーセントを転嫁できているわけではないが、受注単価は上昇している。
- ・受注単価は上がった。毎年1回値上げを行っており、徐々に製品価格は上昇している。
- ・過去値上げの価格交渉に失敗したことから、受注単価は据え置いている。

##### ④ 【人件費】

- ・ベースアップの実施や従業員の新規採用により、人件費は増加した。
- ・社会情勢を鑑みて賃上げを行った。受注が減少している状況下で、賃上げを継続していけるか不安に感じている。

##### ⑤ 【採算性】

- ・価格改定を行った上で受注も増えており、採算性は改善傾向にある。
- ・3年前に比べて、値上げに対する理解が得られにくくなっている。交渉も長期間を要するなど、採算性は低下している。
- ・価格転嫁はできていないものの、受注量を取り込むことで採算を維持している。

## （5）プラスチック製品

### ①【景況感】

- ・商談会を通じて新規の大型受注を獲得することができたため、好況である。
- ・取引の多くは北米向けのものであり、米国の関税政策次第では受注量の減少が考えられるため、先行きの不透明感が強い。
- ・業界、自社ともに不況である。受注量は前年同期比で5パーセント程度減少している。

### ②【売上高】

- ・大口の新規受注により、売上げは増加している。
- ・売上高は変わっていない。価格転嫁により受注単価は上がっているものの、受注量は減少している。

### ③【受注単価】

- ・仕入価格が上がるたびに値上げを行っているため、受注単価は上昇している。
- ・受注単価は変わっていないが、人件費の上昇を踏まえ、今後値上げ交渉を行う予定である。

### ④【人件費】

- ・4月の定期昇給で、従業員の賃金を大幅に引き上げたため、人件費は増加している。
- ・人材確保の観点から、賃上げを行った。今後も賃上げを継続していく予定である。

### ⑤【原材料価格】

- ・原材料価格だけでなく、段ボールや包装材の価格も上がっている。
- ・原材料価格はここ数か月安定しているが、依然高い水準にある。

### ⑥【採算性】

- ・人件費の上昇に対して価格転嫁ができておらず、利益率が低下し、採算は悪化した。
- ・採算は悪くなっている。価格転嫁はコスト上昇分しか認められないため、利益率は低下している。



## （6）食料品製造

### ① 【景況感】

- ・新製品の発売などにより、受注量が大幅に増加しており、好況である。
- ・売上げは増加しているものの、原材料価格の高騰の影響が大きく、好況とまでは言えない。
- ・業界としては不況である。原材料の高騰に対して、価格転嫁が難しいため、多くの企業が厳しい状況にあると聞いている。

### ② 【売上高】

- ・売上高は増加した。取引先の新規開拓に努め、受注先の分散化を図ったことで、安定して推移している。
- ・価格転嫁が進展していることに加え、大手外食チェーンなどからの受注が堅調に推移しており、売上高は増加している。

### ③ 【受注単価】

- ・受注単価は上がっている。定期的に値上げを行っており、取引先からも理解を得られている。
- ・取引先との関係から、値上げを行うことは難しいため、受注単価は据え置いている。

### ④ 【人件費】

- ・人件費は増加している。ベースアップと定期昇給を合わせて約4パーセントの賃上げを実施した。
- ・従業員の定着率向上のため、賃上げを約5パーセント実施した。待遇改善は今後も継続していく予定である。

### ⑤ 【原材料価格】

- ・主原料の小麦粉を中心に原材料価格は上昇している。足元で値上がりしていない原材料も高止まりの状況にある。
- ・原材料価格は、多くの品目で上昇している。特に卵は、前年比で約50パーセント上がっている。

### ⑥ 【採算性】

- ・業務効率化の観点から商品ラインナップの見直しや機械化を図り、製造ラインの稼働率が向上したことで、採算性は改善した。
- ・売上げ増加に加え、価格交渉を計画的に実施した結果、採算は良くなった。

## （7）銑鉄鋳物

### ① 【景況感】

- ・同業者からは、中国経済の低迷の影響を受けており、今後も好材料が見られないことから、不況であるとの声が多く聞かれる。
- ・主要取引先の生産縮小に伴い、受注量が減少しており、景況感是不況である。

### ② 【受注単価】

- ・受注単価は上昇している。原材料費や人件費の高騰を踏まえ、値上げを実施した。
- ・取引の解消リスクを考慮すると、値上げ交渉を行うことは困難であるため、受注単価は据え置いている。

### ③ 【人件費】

- ・人材不足が深刻なため、従業員の定着を図る目的で、ベースアップを実施した。
- ・人件費は増加している。直近でベースアップを行ったが、今後米国の関税政策など先行きが不透明なため、今後については現状維持を予定している。

### ④ 【原材料価格】

- ・主要な原材料である銑鉄は高値が続いているが、スクラップは一定程度下落している。
- ・銑鉄の価格が上昇しているため、原材料価格は上がっている。

### ⑤ 【採算性】

- ・原材料費や労務費の上昇分について価格転嫁を行っており、採算は変わっていない。
- ・価格転嫁を行っているものの、コスト上昇に追いつかず、採算は悪化している。

## （８）印刷業

### ①【景況感】

- ・全体的に好調であるが、特に特殊印刷については順調に推移し、景況感は好況である。
- ・景況感は普通である。郵便料金の値上げに伴い、DM 関連の受注が減少傾向にある。

### ②【売上高】

- ・学校関連の受注が堅調であり、売上高は増加している。
- ・前年同期比で売上高は増加している。特殊印刷の売上げが順調に推移しており、売上高の増加に大きく貢献している。

### ③【受注単価】

- ・全体的な受注単価はほとんど変わっていない。新規受注は価格転嫁後の単価で受注できているものの、既存製品については価格交渉が思うように進んでおらず、現状では受注単価の上昇は限定的である。
- ・コスト上昇分に対して値上げを行った結果、受注単価は上がった。

### ④【人件費】

- ・４パーセント程度のベースアップを行ったことにより、人件費は大幅に増加している。
- ・従業員間での賃金格差を是正するため、賃上げを実施した。

### ⑤【原材料価格】

- ・インク価格が前年同期比で１０～３０パーセント上昇している。
- ・一部の印刷用紙の価格が１年前と比べて、５パーセント程度上がった。

### ⑥【採算性】

- ・人件費と資材価格の高騰により、採算は悪化している。価格競争が激化しているため、コスト上昇分を全て価格に転嫁することは困難である。
- ・主力部門の受注減少と固定費の増加のため、採算は悪化している。

## （９）工業塗装

### ①【景況感】

- ・主力取引の一部で在庫調整があり、受注量が減少しているため、不況である。

### ②【売上高】

- ・自動車関連の取引において、受注量が減少しており、売上高も減少している。

### ③【受注単価】

- ・受注単価はあまり変わっていない。一部の製品で値上げを行ったものの、大半の製品は採算を確保しているため、値上げを見送っている。

### ④【人件費】

- ・現時点では変わっていない。来年の状況次第では賃上げを行うことを検討していく。

### ⑤【原材料価格・その他諸費用】

- ・塗料価格はこれまで上昇が続いていたが、最近は横ばいで落ち着きを見せている。

### ⑥【採算性】

- ・受注単価は変わっていないものの、自社でコスト削減に努めており、採算は一定水準で維持している。

### ⑦【今後の見通し】

- ・米国の関税政策により、自動車関連取引の受注減少などが懸念されることから、先行きは不透明である。

## 2 小売業

### (1) 百貨店

#### ① 【景況感】

- ・物価の上昇により、客単価は上がっているが購入点数は減っており、状況は厳しい。
- ・業界としては好調であるものの、自社としては好材料がなく、景況感は普通である。

#### ② 【売上高】

- ・客単価は上昇しているものの、来店客数が減少したため、結果として売上高は減った。
- ・婦人服や紳士服、宝飾品などが苦戦しており、前年同期比で売上高は減少した。
- ・売上高は減少している。食料品の催事販売や宝飾品の販売が順調であるものの、物価高騰などの影響により来店客数は減少している。

#### ③ 【消費者の動向等】

- ・都内の百貨店はインバウンドにより、衣料品や宝飾品、化粧品などの販売が順調であるが、郊外の百貨店は特段恩恵がない。
- ・物産展などの催事販売は、客数が増加し、売上げ増加に貢献している。

### (2) スーパー

#### ① 【景況感】

- ・宣伝効果により、惣菜などの商品の売上げが順調に推移しており好況である。
- ・近隣に競合店が出店したことにより、販売量が減少しており、景況感は不況である。
- ・新聞やニュースでは、業界内は好調とされているが、自社としては特段変化を感じていない。

#### ② 【売上高】

- ・天候不良や他店との競合の影響で、来店客数が減っており、売上高は前年同期比で減少した。
- ・値上げにより客単価は上昇傾向であるものの、魚貝類など仕入ができない商品などもあり、売上高は前年同期比でほとんど変わらなかった。

#### ③ 【諸経費】

- ・賃上げを実施した結果、人件費は増加した。
- ・昨年同期比で人件費と広告宣伝費が増加している。
- ・従業員の採用を抑制しているものの、人件費は前年同期比で増加している。加えて、電気代も上昇が続いており、負担感を感じている。

#### ④ 【商品別の動向等】

- ・米の価格高騰の影響で、他の商品の買い控えが顕著になっている。
- ・農産品の価格は低下傾向にあるものの、販売量は横ばいとなっているため、売上げは減少している。
- ・米の価格上昇を受け、代替品としてパスタの売れ行きが好調である。

### （3）商店街

#### ①【景況感】

- ・飲食店など一部の店舗は、観光客の恩恵を受けているが、全体的な景況感は普通である。
- ・来客数は前年同期比で増加しているものの、コストの増加が利益を圧迫しており、不況である。
- ・景況感は普通である。寒暖差の影響もあり、人出は前年比であまり増えていない。

#### ②【来街者】

- ・来街者数は前年比で横ばいとなっているものの、若者は東京都内やショッピングモールなどに流れている傾向がある。
- ・イベントの効果もあり、前年比で来街者数は増加している。

#### ③【個店の状況】

- ・物販店では、店舗で商品を見ても購入はネットで行う来店客が増加しており、厳しい状況にある。
- ・飲食店はどこも好調であり、価格改定により客単価も上昇している。

#### ④【商店街としての取組】

- ・産学連携により、商店街活性化のためのイベントを企画している。
- ・夏のイベントでは商店街だけでなく、地域全体を巻き込んだイベントとして、盛り上がった。

### （4）その他の小売業・卸売業

#### ①【景況感】

- ・景況感は普通である。法人向けの受注が徐々に増えてきている。
- ・不況である。大手ホームセンターに個人客が流れており、販売量は減少している。

#### ②【売上高】

- ・売上高は減少している。主要な取引先である工務店の受注が減少しており、建築材料の販売が低迷している。
- ・法人からの受注が増えており、前期比で売上高は増加した。

#### ③【仕入価格】

- ・仕入価格は上昇している。特定のものではなく全体的に値上げが行われている。
- ・物価高騰の長期化により仕入価格の値上げが断続的に行われている。最近は交渉ではなく通知になっており、受け入れざるをえない。

#### ④【採算性】

- ・価格転嫁や商品の見直しを行っているため、採算は良くなっている。
- ・販売価格を値上げしているものの、価格転嫁が進んでおらず、採算は悪化している。

### 3 宿泊業

①【景況感】

・宿泊者数は前年同期比で横ばいであり、景況感は普通である。団体客の予約は減少しているものの、個人客の予約が順調に推移している。

②【売上高】

・客層に変化がみられるものの、売上高は前年同期比でほとんど変わっていない。

③【宿泊単価】

・前年同期比で宿泊単価を1,000円程度値上げした。今後の値上げについては、同業者の価格設定状況を踏まえ、検討していく。

④【原材料価格、その他諸経費】

・食材の仕入価格や決済関連の手数料の上昇に加え、人件費も増加している。

⑤【採算性】

・コスト上昇により、採算性は低下している。顧客の減少が懸念されるため、十分な価格転嫁ができていない。

⑥【今後の見通し】

・リピート客が増加しており、特に夏の行楽シーズンは家族連れの予約が好調である。

・物価高や米国の関税政策の影響により、消費マインドの低下が懸念されるため、今後の見通しは不透明感が強い。

### 4 飲食店

①【景況感】

・前年比で来店客数はあまり変わっておらず、景況感は普通である。

②【売上高】

・テイクアウトが好調であり、売上高は増加している。テイクアウトメニューを充実させたことで、一般家庭からの需要を獲得できている。

③【客単価】

・全商品8パーセントの値上げを行っており、客単価は上がった。コストは引き続き増加傾向であるため、同業者の価格比較を行いながら、値上げを検討していく。

④【人件費】

・人件費は増加している。人手を確保するため、時給を上げざるをえない。

⑤【仕入価格】

・主に鶏肉の価格が上がっている。仕入先によって値上げ幅は異なるものの、全体的に価格は上昇している。

⑥【採算性】

・仕入価格上昇分を全て価格転嫁できているわけではないが、固定費以外のコスト削減に努めた結果、採算は維持できている。

## 5 情報サービス業

### ①【景況感】

- ・数年単位で行う大型案件を複数件受注できており、好況である。
- ・前年同期比で大きな変化はなく、景況感は普通である。

### ②【売上高】

- ・受注が堅調に推移しており、売上高は大きく増加した。
- ・受注量はあまり変わらないものの、受注単価を上げたことにより、売上高は増加している。

### ③【受注単価】

- ・計画的に価格転嫁を行っており、受注単価は上がっている。物価高騰の影響もあり、値上げに対する顧客の理解度が高まっているように感じる。

### ④【人件費・その他諸費用】

- ・初任給を含めた給与改定を行ったことにより、人件費は増加した。
- ・物価高騰により全体的にコストは上昇しているが、特にガソリンや電気代の価格上昇が負担となっている。

### ⑤【採算性】

- ・売上高の増加に加え、A I活用による効率化が進み、採算は良くなっている。
- ・採算性は変わっていない。今後、社内D Xを推進すると同時に、価格転嫁を進めることで収益性を高めていく。

## 6 サービス業（旅行業）

### ①【景況感】

- ・各種ツアーや学校関連の受注を着実に獲得できており、景況感は好況である。

### ②【売上高】

- ・学校関連の受注が好調であり、売上高は前年同期比で5パーセント程度増加した。

### ③【受注単価】

- ・宿泊料金の上昇やバスの運賃改定に伴い、受注単価も上がっている。

### ④【人件費・その他諸費用】

- ・賃上げを行ったため、人件費は増加している。

### ⑤【今後の見通し】

- ・インバウンド関連の需要を取り込むべく、外国人観光客の誘客に力を入れていきたい。

## 7 運輸業

### ①【景況感】

- ・景況感は普通である。取引先の業績に影響されるため、今後の見通しは不透明である。
- ・コスト上昇が続くなか、荷主からの要求も厳しさを増しており、業界全体の景況感是不況である。

### ②【売上高】

- ・取引先から車両追加の依頼があり、売上高は1割程度増加が見込まれる。

### ③【受注価格】

- ・価格交渉を進めているが、競合が激化しており、受注単価を下げるのが難しい状況である。

### ④【人件費】

- ・ベースアップにより、人件費は昨年同期比で増加している。

### ⑤【原材料価格・その他諸費用】

- ・原油価格の高騰により、軽油価格は高水準で推移しており、部品代や工賃も値上がりしている。

### ⑥【採算性】

- ・価格転嫁は十分にできていないものの、コスト削減に努めた結果、採算は従来と同水準に維持できている。



## 8 建設業

### ①【景況感】

- ・景況感としては普通である。建設部門の受注は安定しており、あまり変化を感じていない。
- ・戸建住宅の受注状況は例年並みで推移しており、現時点では景況感に大きな変化は感じていない。ただし、米国の関税政策の影響による景気後退が懸念されており、今後については不透明である。
- ・大手企業は好調のようだが、実感があまりない。資材価格の上昇が続く中、民間企業との価格交渉は厳しさを増しており、好況とまでは言えない。

### ②【売上高・受注高】

- ・前期比で売上高は横ばい。契約件数及び契約金額は順調に推移しており、来期は増収を予定。
- ・土木工事及び建築工事の売上高は前年同期比で横ばいとなっている。受注状況に大きな変化はみられない。

### ③【人件費】

- ・2年連続でベースアップを実施したため、人件費は増加している。
- ・新入社員の増加と賃金5パーセントの引上げにより、人件費は増加する予定である。
- ・ベアなどの賃上げは行わないため、通常時の人件費は変わっていない。ただし、決算賞与の支給を検討している。

### ④【資材価格・その他諸費用】

- ・資材価格が全体的に上昇傾向にあり、前年同期比で20パーセント程度上がった。
- ・生コンの価格は半年前と比べて15パーセント程度上昇した。今後も値上げの可能性があるとの情報がある。
- ・資材価格は軒並み上昇しており、運送費、燃料費なども高騰している。

### ⑤【採算性】

- ・資材価格は上がっているが、受注単価に転嫁しており、採算は維持できている。
- ・採算はほとんど変わらない。資材価格の高騰については顧客からの理解を得られているものの、労務費の上昇分については、価格転嫁ができていない。

## IV 特別調査

### 【調査項目】

今回は、経年項目である「雇用者数の過不足感」のほか、「サーキュラーエコノミーの認知度や取組状況等」及び「DXに向けた取組状況」について調査を実施した。

### 【調査結果概要】

#### 1 雇用者数の過不足感について

- 雇用者数の過不足感について聞いたところ、「適正」の回答割合が60.0%と最も高かった。また、5年連続で「不足」が「過剰」を上回った。
- 前回調査（令和6年4～6月期）と比べ、「不足」は0.1ポイント減少し、「過剰」は0.1ポイント増加した。
- 今後の雇用者数の見込みは、「ほぼ増減なし」が73.0%、「増加見込み」が15.4%、「減少見込み」が11.6%であった。

#### 2 サーキュラーエコノミーの認知度や取組状況等について

- サーキュラーエコノミーについて、「取り組んでいる」と回答した企業の割合は9.2%、「関心はあるが取組に至っていない」が17.0%、「聞いたことはあるが、関心はない」が13.7%、「聞いたことがなく、関心がない」が30.1%、「分からない」が30.0%であった。
- 取り組んだ又は関心を持ったきっかけについては、「社会貢献活動の一環として」（55.3%）が最も多く、次いで「企業価値の向上のため」（48.6%）、「コスト削減や効率化」（43.8%）の順となった。
- 県に期待する支援については、「先進事例の紹介」（44.5%）が最も多く、次いで「施設整備や販路拡大等に係る資金繰りや助成等」（26.3%）、「最新情報の提供やセミナーの開催」（24.0%）の順となった。

#### 3 DX（デジタルトランスフォーメーション）に向けた取組状況について

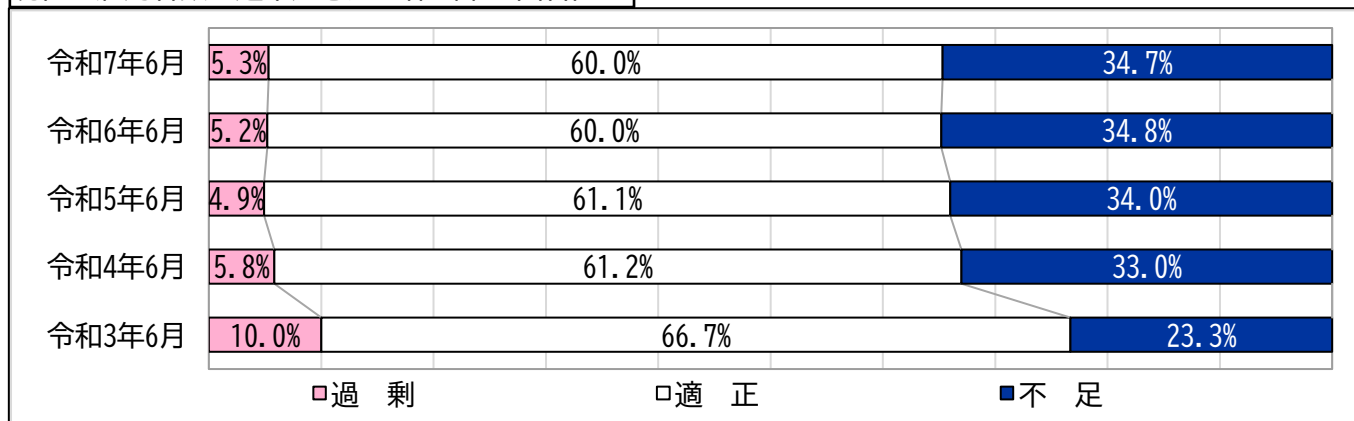
- DXへの取組状況については、「取り組んでいる」と「ある程度は取り組んでいる」を合わせると53.7%となった。
- DXに取り組んでいる項目については、「ペーパーレス化」（66.0%）が最も多く、次いで「受発注管理」「販売管理」「在庫管理」「会計」など基幹システムの構築・導入（50.3%）、「WEB会議システム（ZOOMなど）の活用による情報共有・コミュニケーションの効率化」（50.1%）の順となった。
- DXに取り組む上での課題については、「資金の余裕がない」（37.1%）が最も多く、次いで「DXを担う人材がいない」（36.6%）、「何をどう進めていいかわからない」（23.7%）の順となった。
- 県に期待する支援については、「資金繰り・助成」（38.2%）が最も多く、次いで「先進事例の紹介」（27.1%）、「人材の育成・供給」（17.7%）の順となった。

# 1 雇用者数の過不足感について

## （1）現在の雇用者数の過不足感（回答数：1, 276社・単一回答）

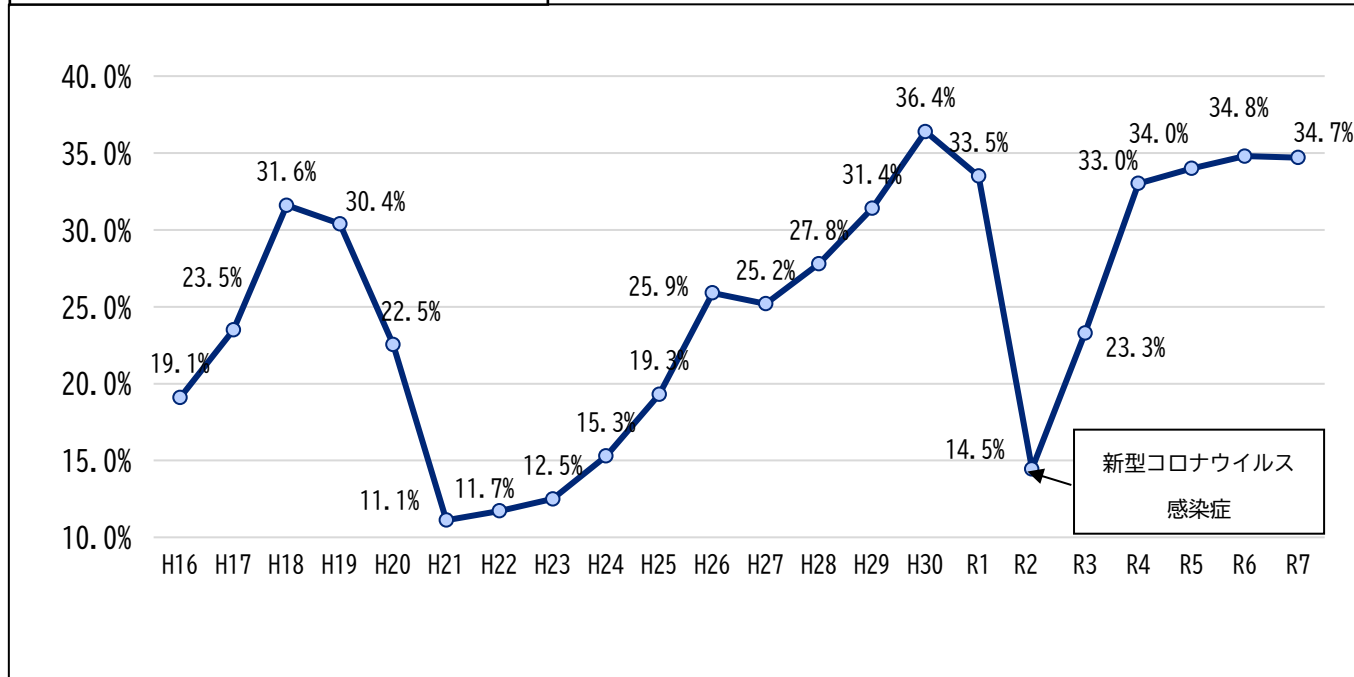
- 現在の雇用者数の過不足感について聞いたところ、全体では「適正」の回答割合が60.0%と最も高かった。また、5年連続で「不足」が「過剰」を上回った。
- 昨年の調査と比べると、「不足」は0.1ポイント減少し、「過剰」は0.1ポイント増加した。「適正」は横ばいであった。

現在の雇用者数の過不足感／全体（単一回答）



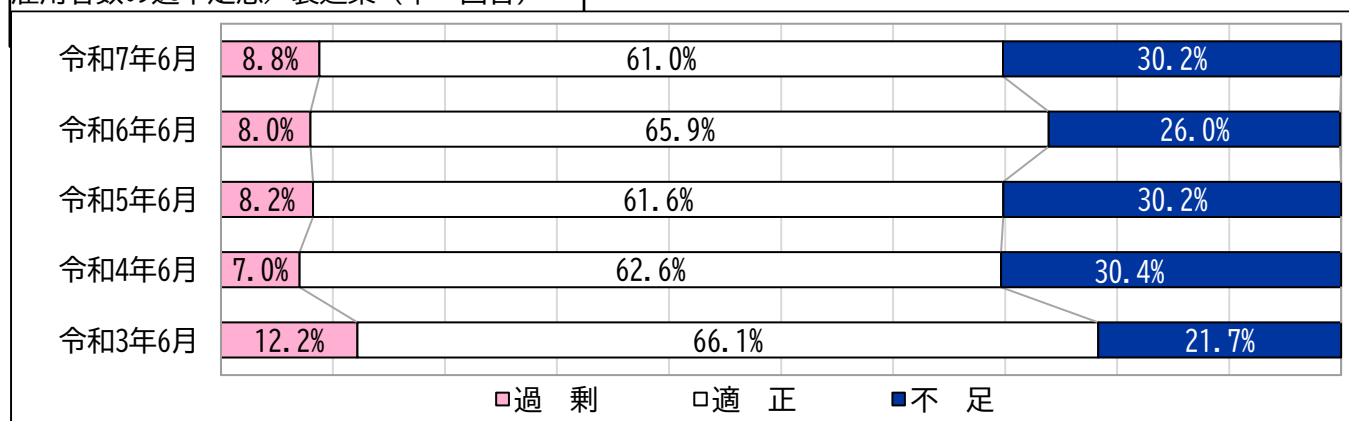
- 令和2年度調査では、新型コロナウイルス感染症に起因する経済活動の停滞により、不足感が大きく減少した。令和3年度以降は増加傾向が続いていたが、今回調査では5年ぶりに減少に転じた。

雇用者数の不足感推移／全体（単一回答）



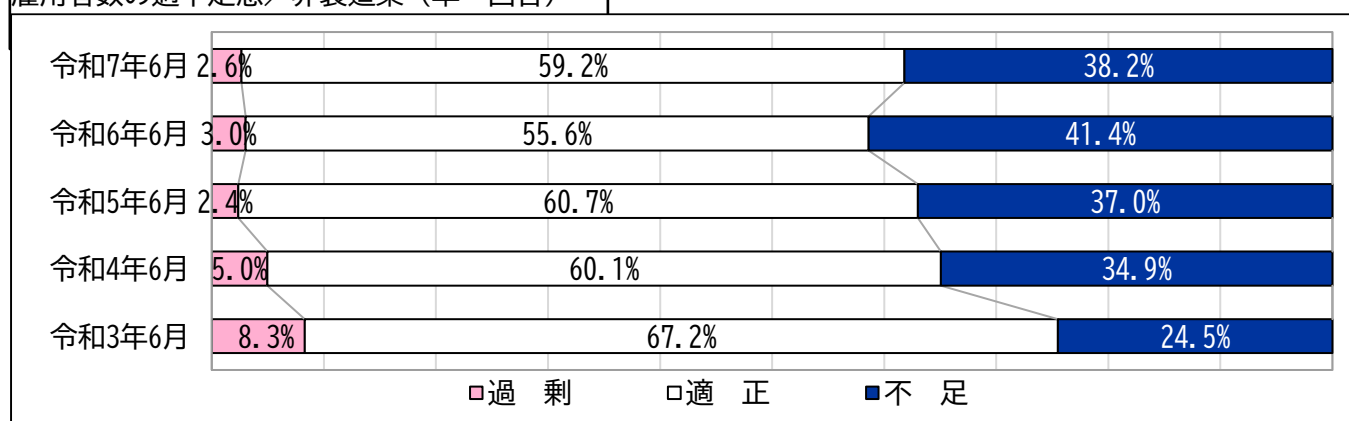
○ 製造業では「不足」が4.2ポイント増加し、「過剰」も0.8ポイント増加した。

雇用者数の過不足感／製造業（単一回答）



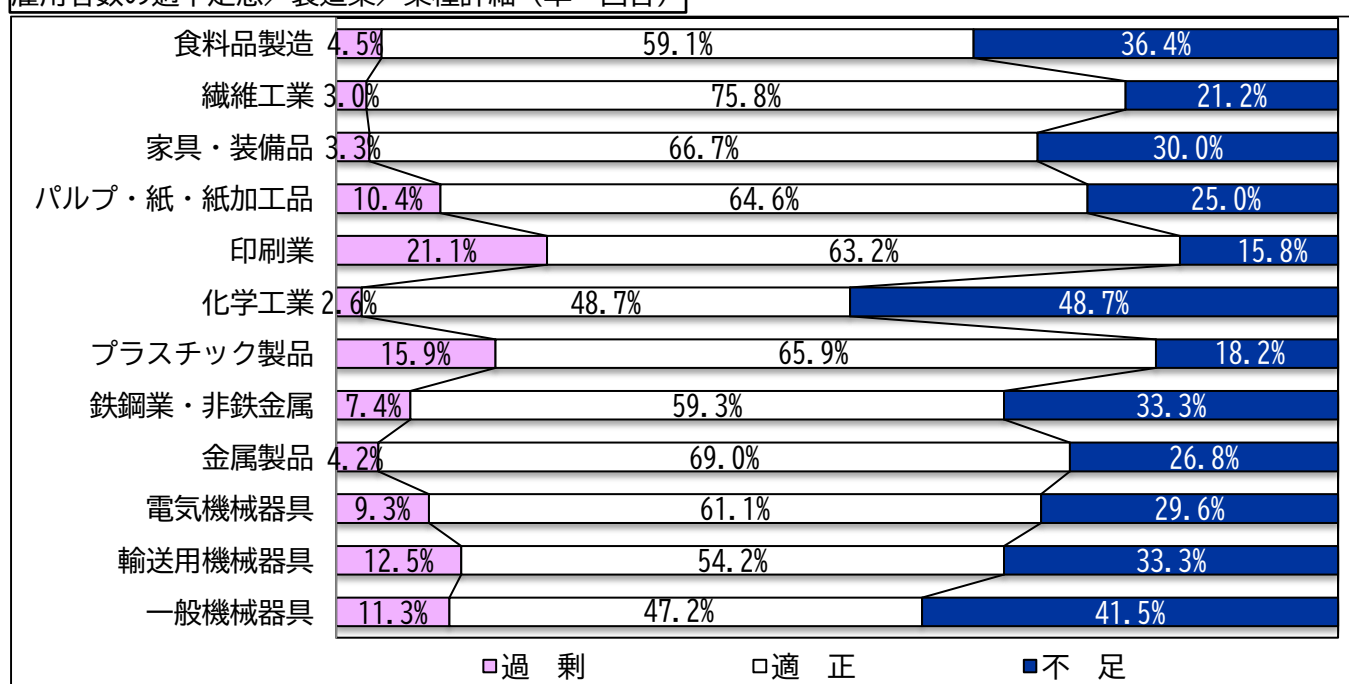
○ 非製造業では「不足」が3.2ポイント減少し、「過剰」も0.4ポイント減少した。

雇用者数の過不足感／非製造業（単一回答）



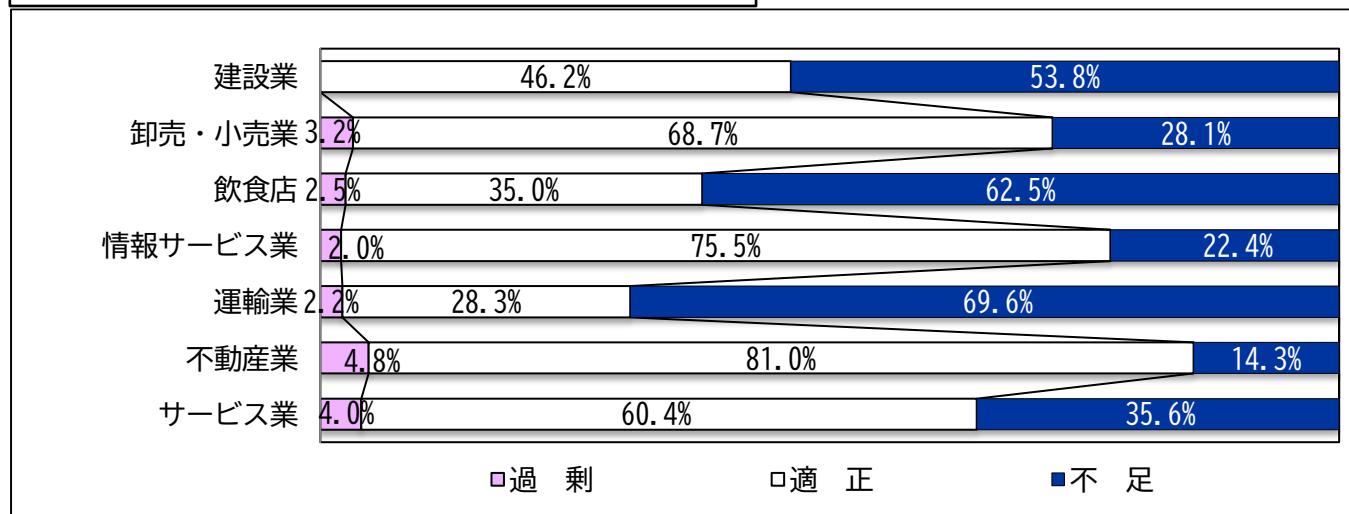
○ 製造業で不足感が高い業種を見ると、「化学工業」（48.7%）が最も高く、次いで「一般機械器具」（41.5%）、「食料品製造」（36.4%）の順となった。

雇用者数の過不足感／製造業／業種詳細（単一回答）



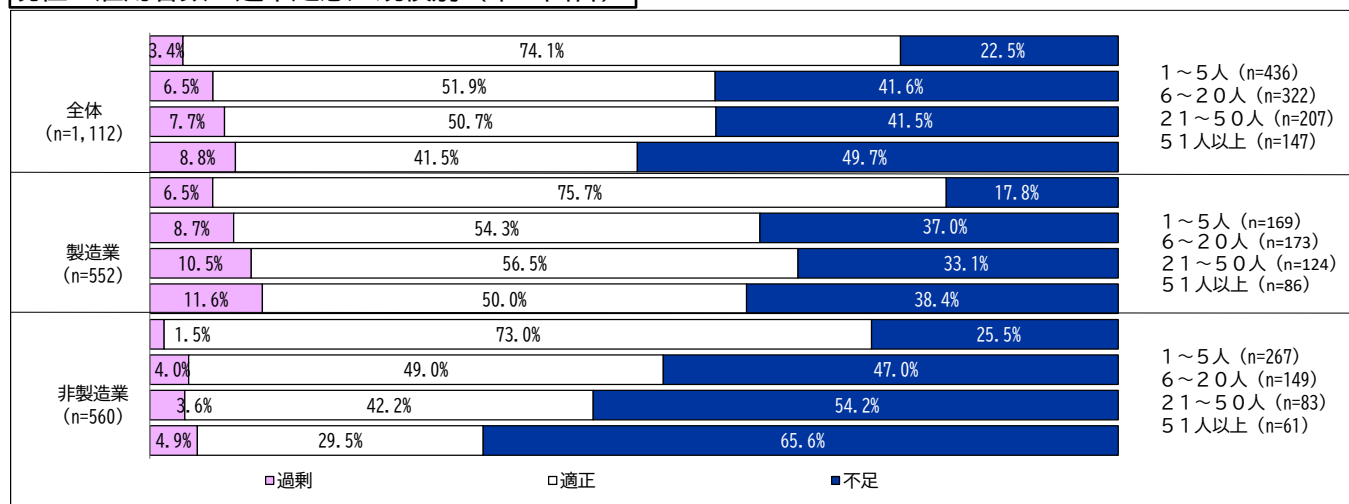
- 非製造業で不足感の高い業種を見ると、「運輸業」（69.6%）が最も高く、次いで「飲食店」（62.5%）、「建設業」（53.8%）の順となった。

雇用者数の過不足感／非製造業／業種詳細（単一回答）



- 前年調査と比較すると、全体では、21～50人規模（41.5%・前年比▲1.3ポイント）のみ減少したが、その他の規模では「不足」の回答割合が増加した。
- 非製造業では、規模が大きくなるほど、「不足」の回答割合が高くなった。
- 全ての規模で、製造業より非製造業の方が「不足」の回答割合が高かった。

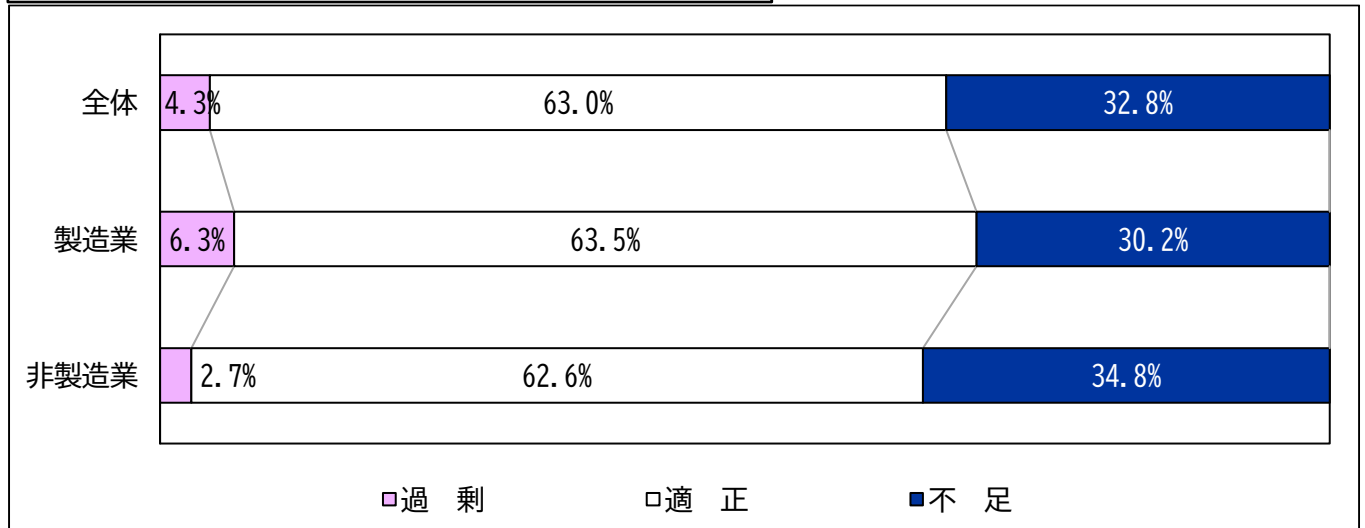
現在の雇用者数の過不足感／規模別（単一回答）



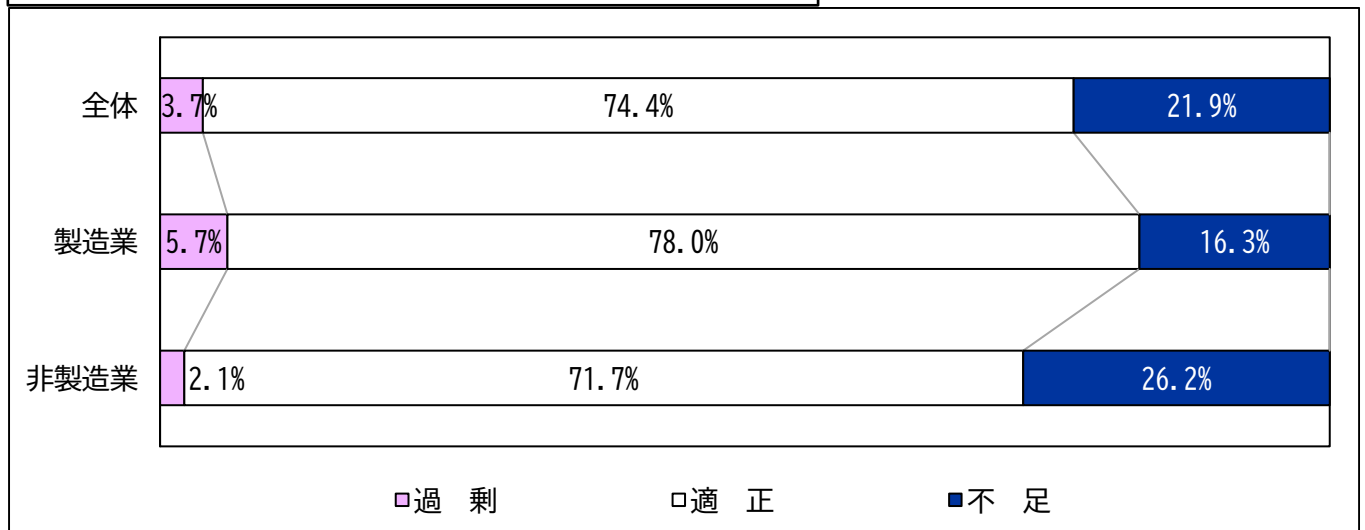
（2）正規社員・非正規社員の過不足感（回答数：正規社員1,266社、非正規社員1,201社・単一回答）

- 正規社員・非正規社員ともに、「不足」の回答割合が「過剰」の回答割合よりも高かった。また、正規社員・非正規社員ともに、非製造業の方が製造業よりも「不足」の回答割合が高く、「過剰」の回答割合が低かった。

正規社員の過不足感／全体・製造業・非製造業（単一回答）



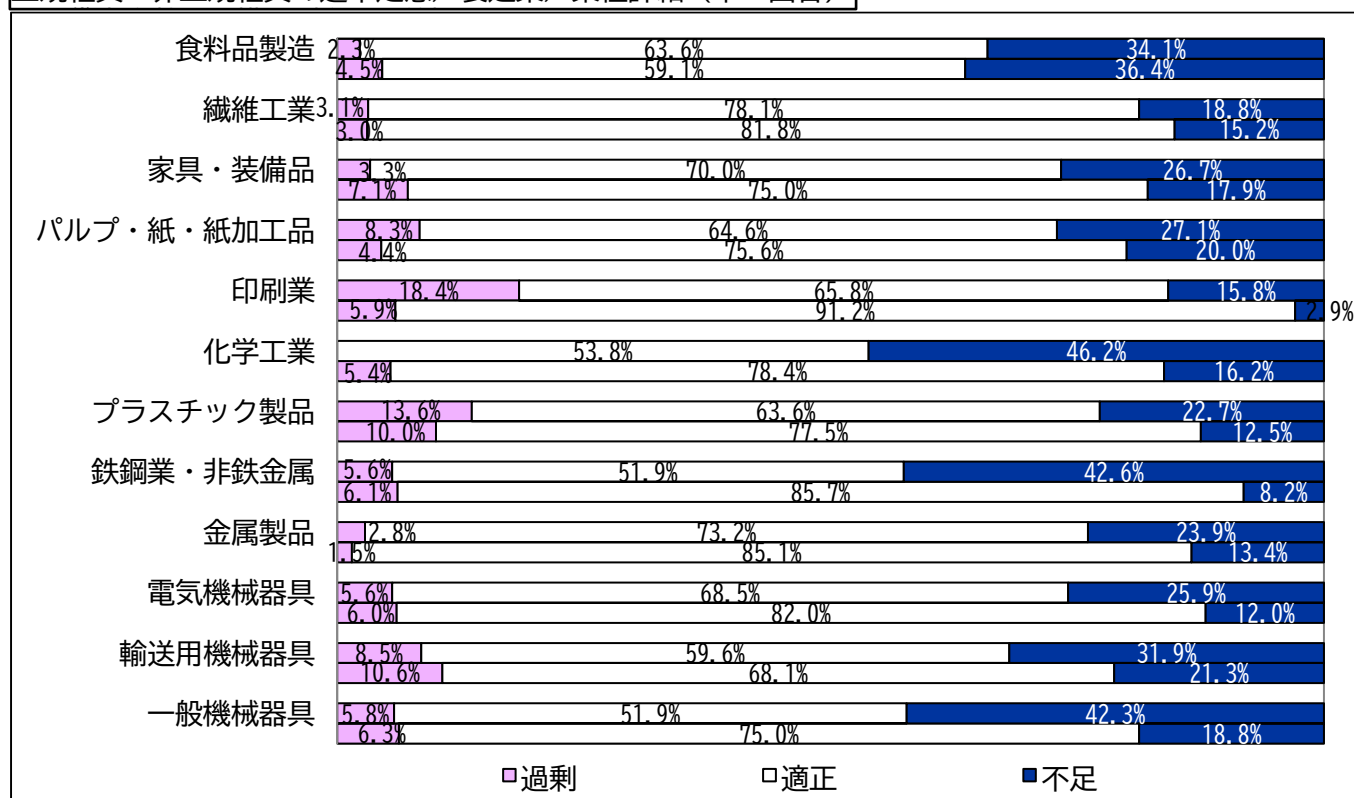
非正規社員の過不足感／全体・製造業・非製造業（単一回答）



- 製造業について、正規社員で「不足」の回答割合が高い業種を見ると、「化学工業」（46.2%）、「鉄鋼業・非鉄金属」（42.6%）、「一般機械器具」（42.3%）の順となった。
- 非正規社員で「不足」の回答割合が高い業種を見ると、「食料品製造」（36.4%）、「輸送用機械器具」（21.3%）の順となった。
- 非製造業について、正規社員で「不足」の回答割合が高い業種を見ると、「運輸業」（71.7%）、「建設業」（51.0%）、「サービス業」（31.5%）の順となった。
- 非正規社員で「不足」の回答割合が高い業種を見ると、「飲食店」（52.5%）、「建設業」（31.8%）の順となった。

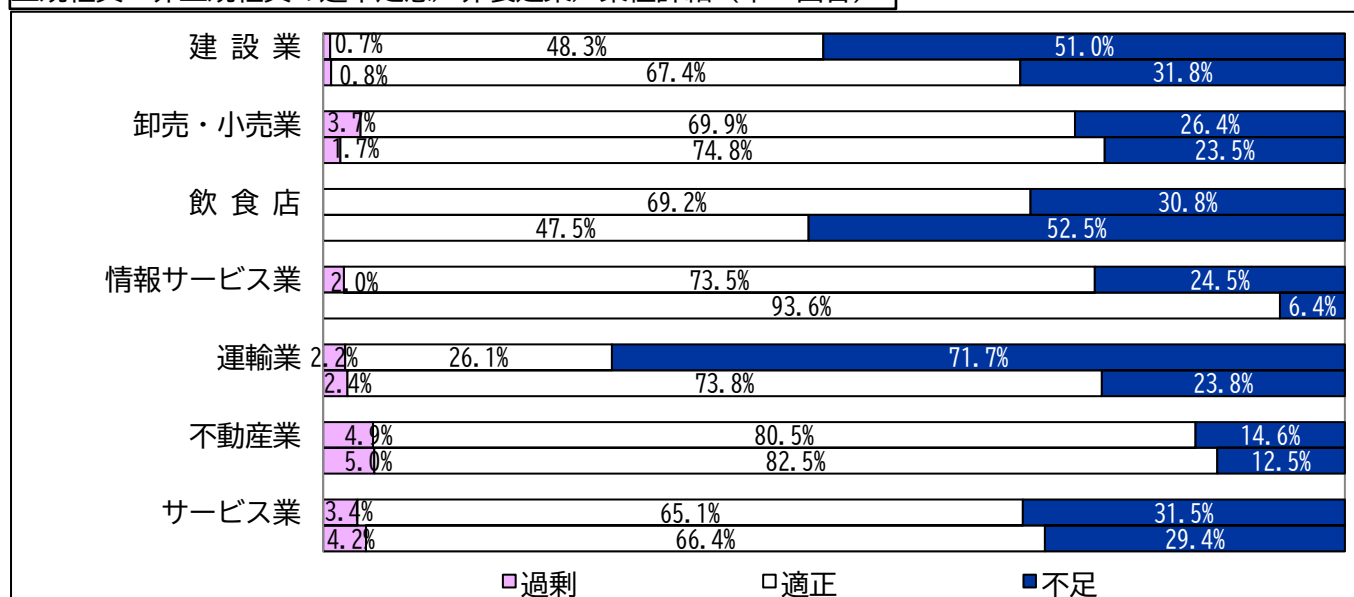
正規社員・非正規社員の過不足感／製造業／業種詳細（単一回答）

上段が正規社員・下段が非正規社員



正規社員・非正規社員の過不足感／非製造業／業種詳細（単一回答）

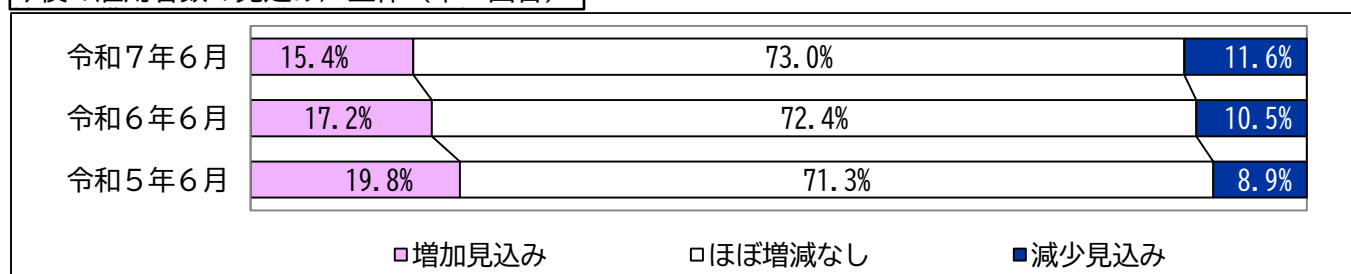
上段が正規社員・下段が非正規社員



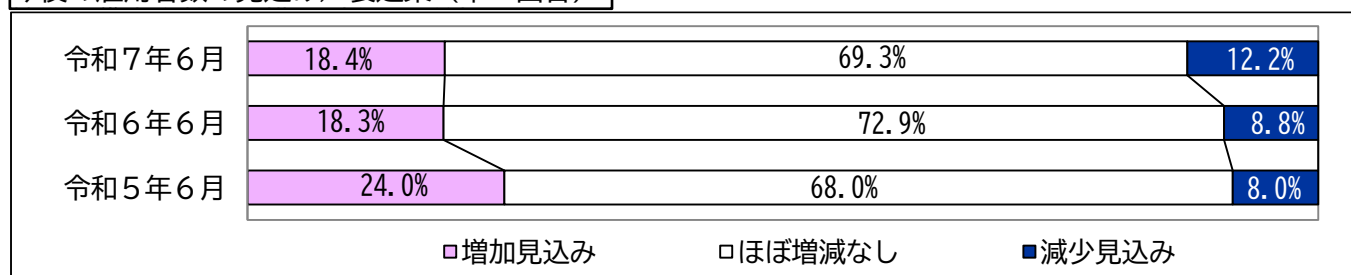
（3）今後の雇用者数の見込み（回答数：1, 259社・単一回答）

- 全体では、「ほぼ増減なし」が73.0%を占め、「増加見込み」（15.4%）は「減少見込み」（11.6%）を3.8ポイント上回った。
- 前年調査と比較すると、「増加見込み」は1.8ポイント減少し、「減少見込み」は1.1ポイント増加した。
- 製造業では、前年調査と比較すると、「増加見込み」は0.1ポイント増加し、「減少見込み」は3.4ポイント増加した。
- 非製造業では、前年調査と比較すると、「増加見込み」は3.2ポイント減少し、「減少見込み」は0.6ポイント減少した。

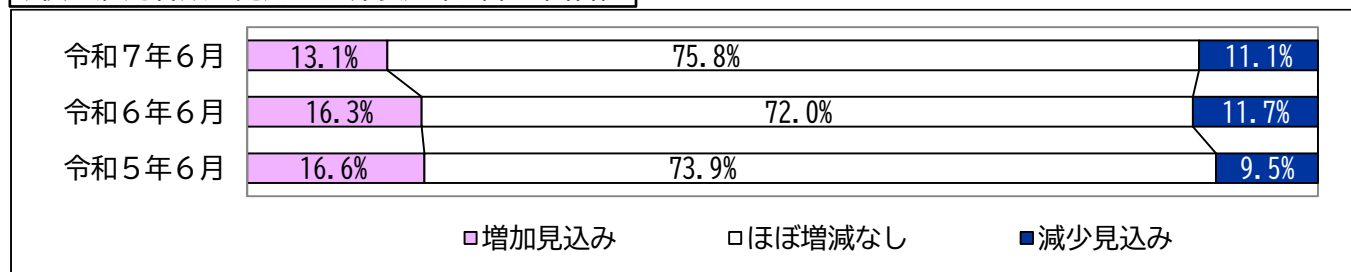
今後の雇用者数の見込み／全体（単一回答）



今後の雇用者数の見込み／製造業（単一回答）



今後の雇用者数の見込み／非製造業（単一回答）

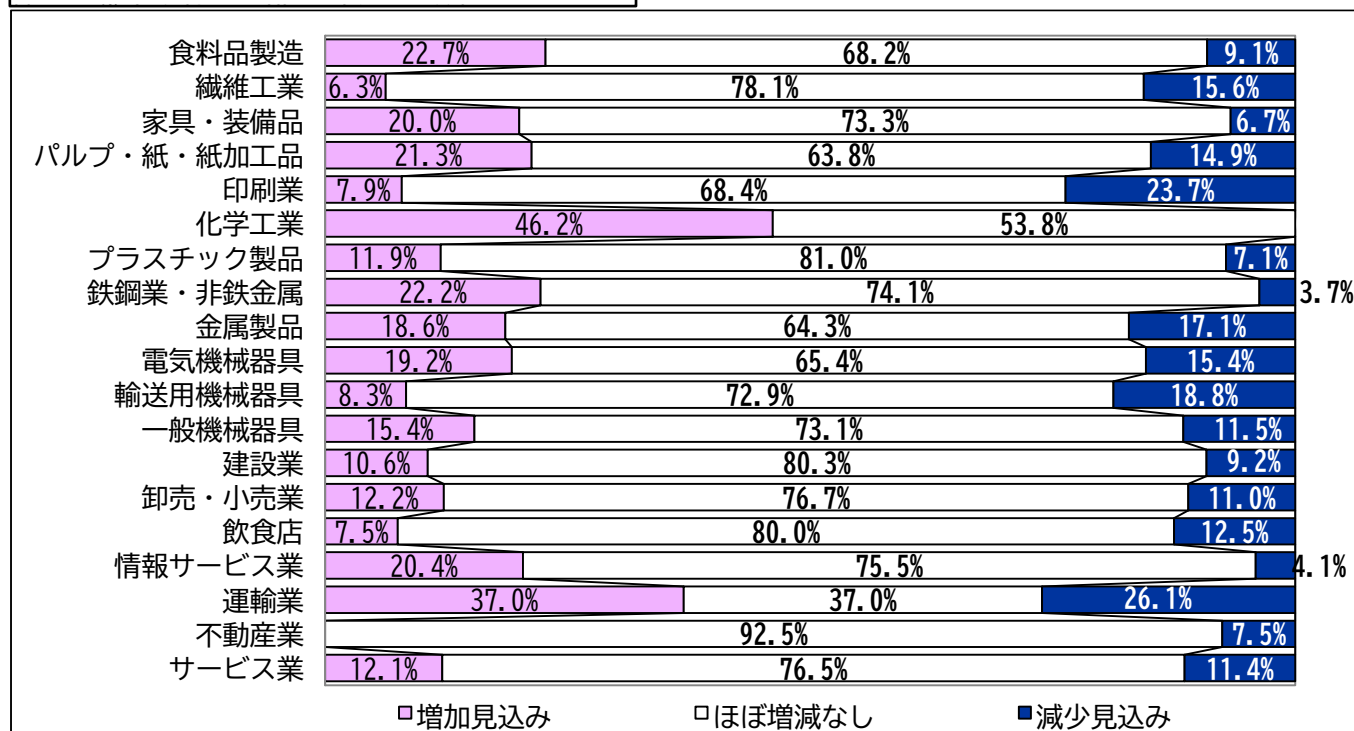




○ 雇用者数の増加を見込む業種は、「化学工業」（46.2%）、「運輸業」（37.0%）、「食料品製造」（22.7%）の順で高い割合となっている。

○ 減少を見込む業種は、「運輸業」（26.1%）、「印刷業」（23.7%）、「輸送用機械器具」（18.8%）の順で高い割合となっている。

今後の雇用者数の見込み／業種詳細（単一回答）

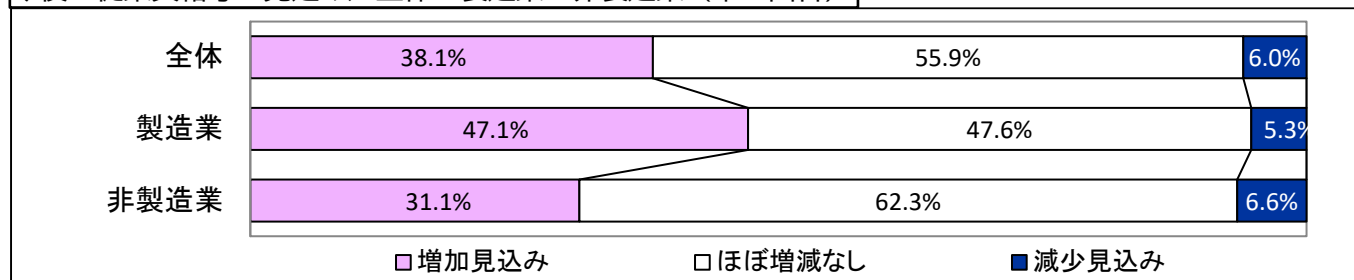


（４）今後の従業員給与の見込み（回答数：1,265社・単一回答）

○ 全体では、「ほぼ増減なし」が55.9%を占め、「増加見込み」が38.1%、「減少見込み」が6.0%であった。

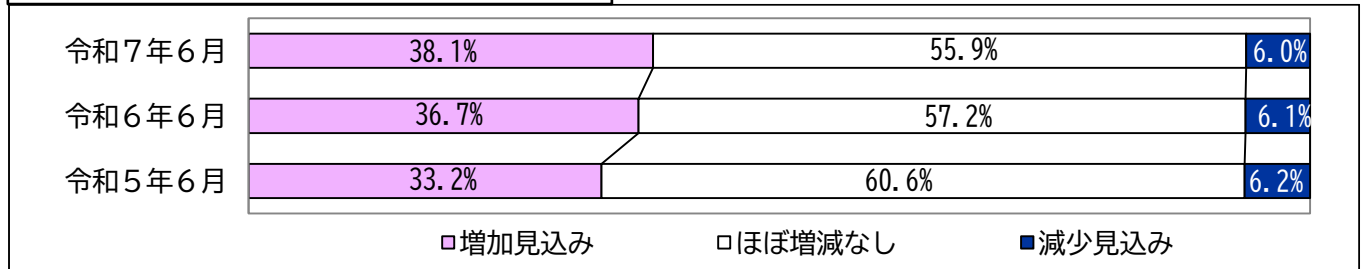
○ 製造業と非製造業を比較すると、「増加見込み」について、製造業（47.1%）が非製造業（31.1%）を16.0ポイント上回った。

今後の従業員給与の見込み／全体・製造業・非製造業（単一回答）

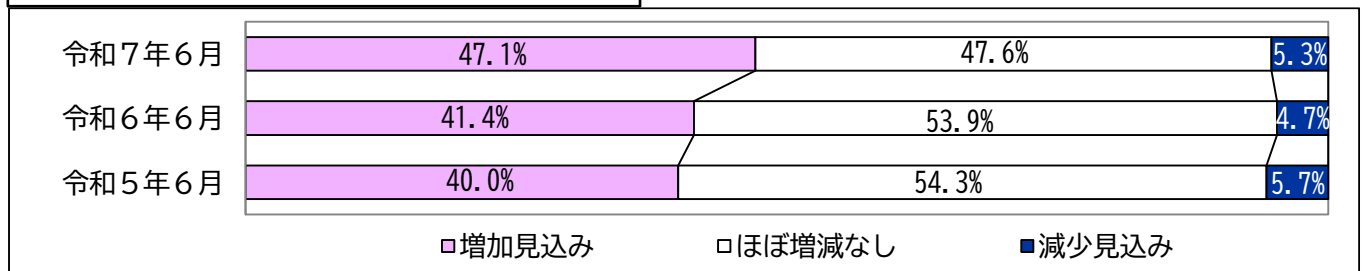


- 前年調査と比較すると、「増加見込み」は1.4ポイント増加し、「減少見込み」は0.1ポイント減少した。
- 製造業では、前年調査と比較すると、「増加見込み」は5.7ポイント増加し、「減少見込み」は0.6ポイント増加した。
- 非製造業では、前年調査と比較すると、「増加見込み」は2.1ポイント減少し、「減少見込み」は0.5ポイント減少した。

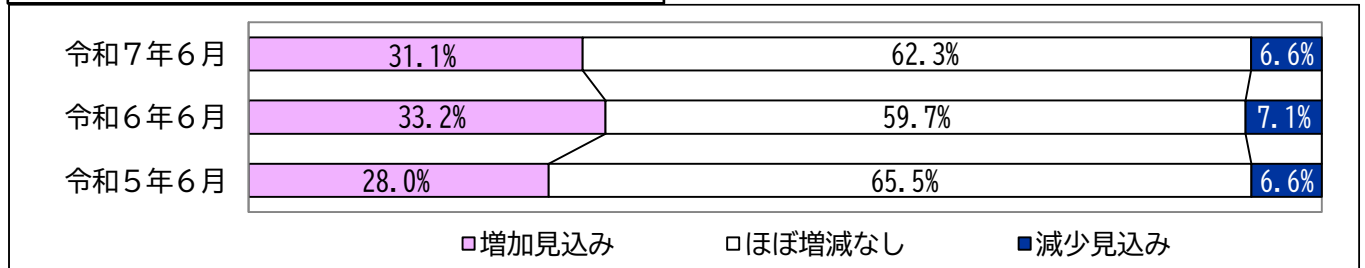
今後の従業員の給与見込み／全体（単一回答）



今後の従業員の給与見込み／製造業（単一回答）

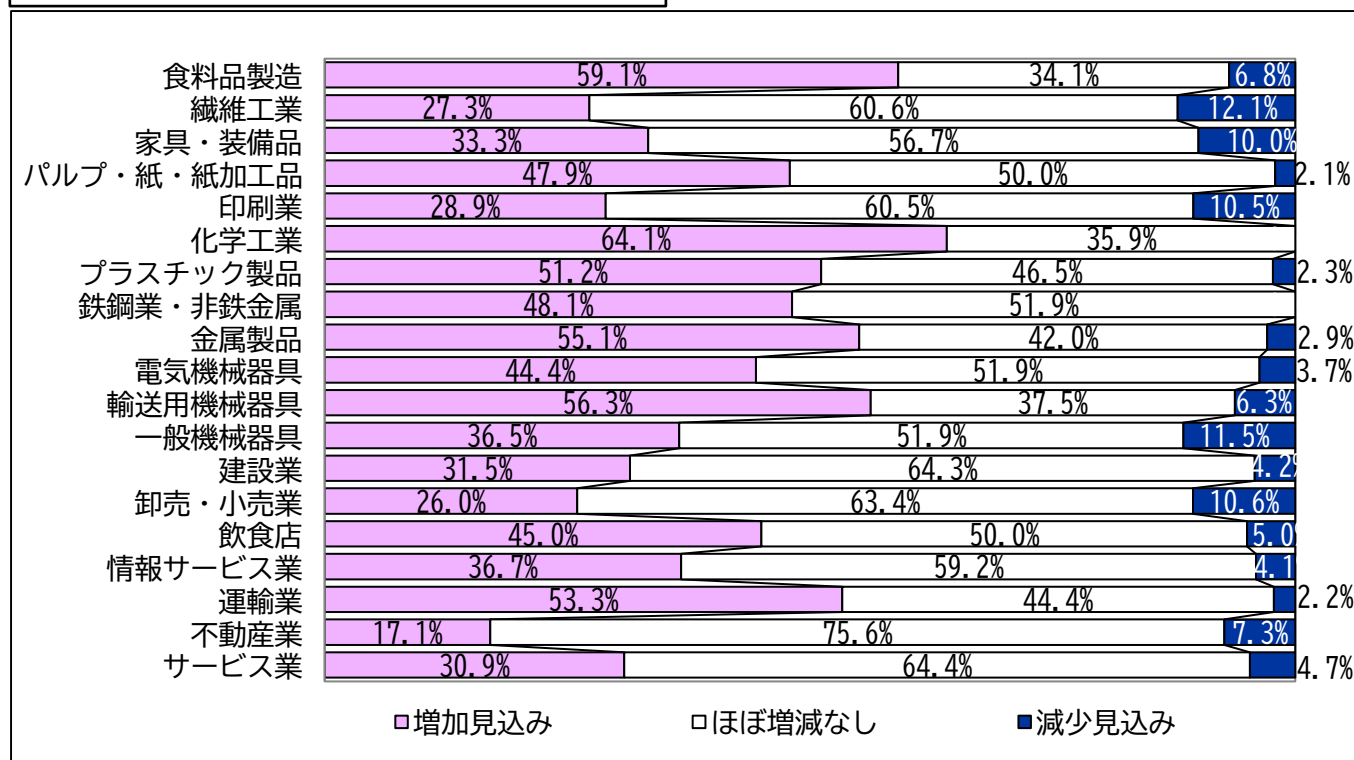


今後の従業員の給与見込み／非製造業（単一回答）



- 従業員給与の増加を見込む業種は、「化学工業」（64.1%）、「食料品製造」（59.1%）、「輸送用機械器具」（56.3%）の順で高い割合であった。
- 従業員給与の減少を見込む業種は、「繊維工業」（12.1%）、「一般機械器具」（11.5%）、「卸売・小売業」（10.6%）の順で高い割合であった。

今後の従業員の給与見込み／業種詳細（単一回答）

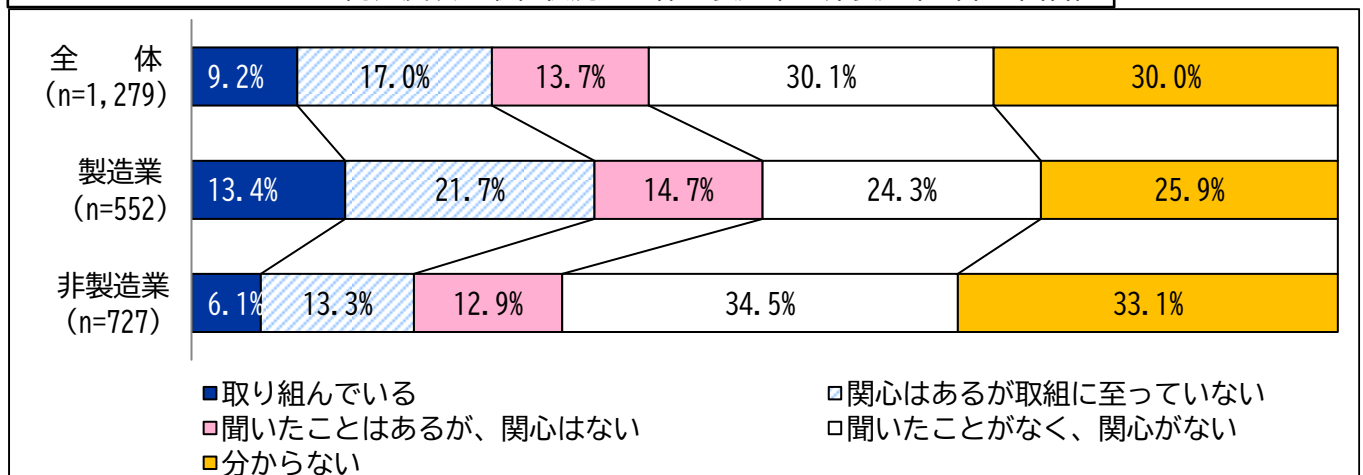


## 2 サークュラーエコノミーの認知度や取組状況等について

### （1）サーキュラーエコノミーの認知度及び取組状況（回答数：1,279社・単一回答）

- サークュラーエコノミーの認知度及び取組状況について聞いたところ、全体では「聞いたことがなく、関心がない」（30.1％）が最も多く、次いで「分からない」（30.0％）、「関心はあるが取組に至っていない」（17.0％）の順となった。
- 製造業と非製造業を比較すると、「取り組んでいる」について、製造業（13.4％）が非製造業（6.1％）を7.3ポイント上回った。

サーキュラーエコノミーの認知度及び取組状況／全体・製造業・非製造業（単一回答）

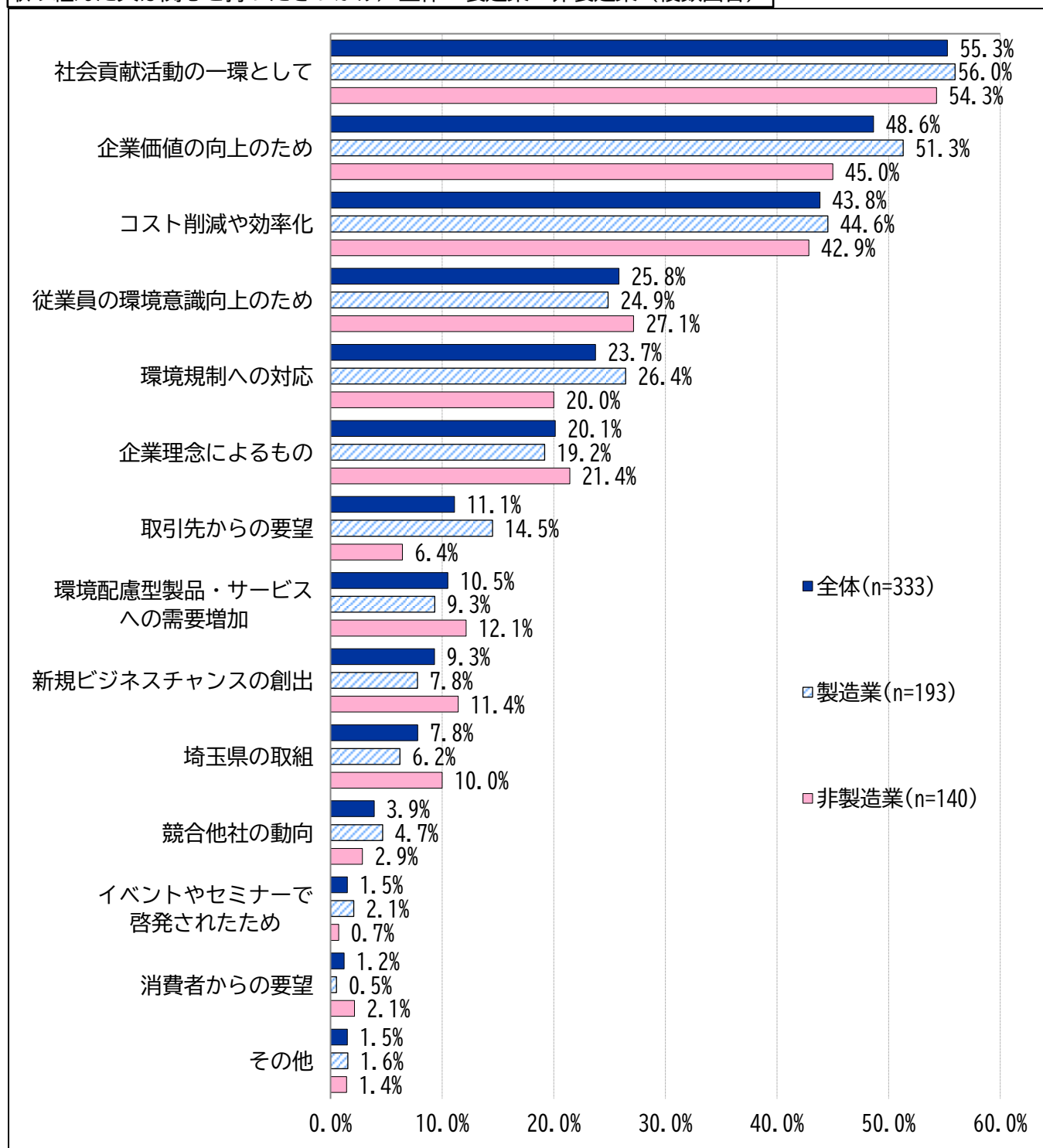


（2）取り組んだ又は関心を持ったきっかけ（回答数：333社・複数回答）

※ （1）で「取り組んでいる」又は「関心はあるが取組に至っていない」と回答した335社のうち333社の回答割合

- （1）で「取り組んでいる」又は「関心はあるが取組に至っていない」と回答した企業に、取り組んだ又は関心を持ったきっかけについて聞いたところ、全体では「社会貢献活動の一環として」（55.3%）が最も多く、次いで「企業価値の向上のため」（48.6%）、「コスト削減や効率化」（43.8%）の順となった。

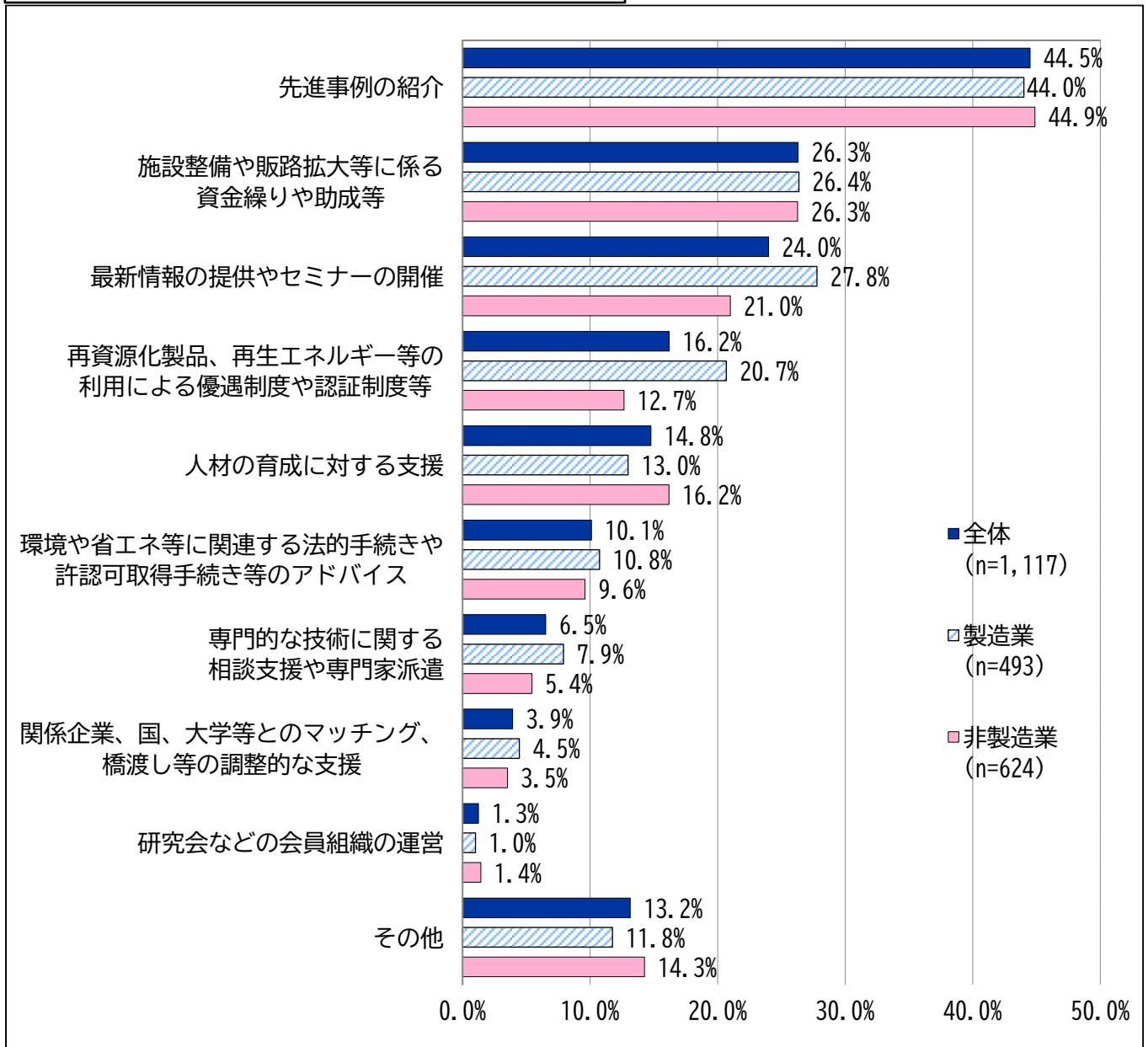
取り組んだ又は関心を持ったきっかけ／全体・製造業・非製造業（複数回答）



（3）サーキュラーエコノミーに取り組む上で県に期待する支援（回答数：1, 117社・複数回答）

- サークュラーエコノミーに取り組む上で県に期待する支援について聞いたところ、全体では「先進事例の紹介」（44.5%）が最も多く、次いで「施設整備や販路拡大等に係る資金繰りや助成等」（26.3%）、「最新情報の提供やセミナーの開催」（24.0%）の順となった。

県に期待する支援／全体・製造業・非製造業（複数回答）

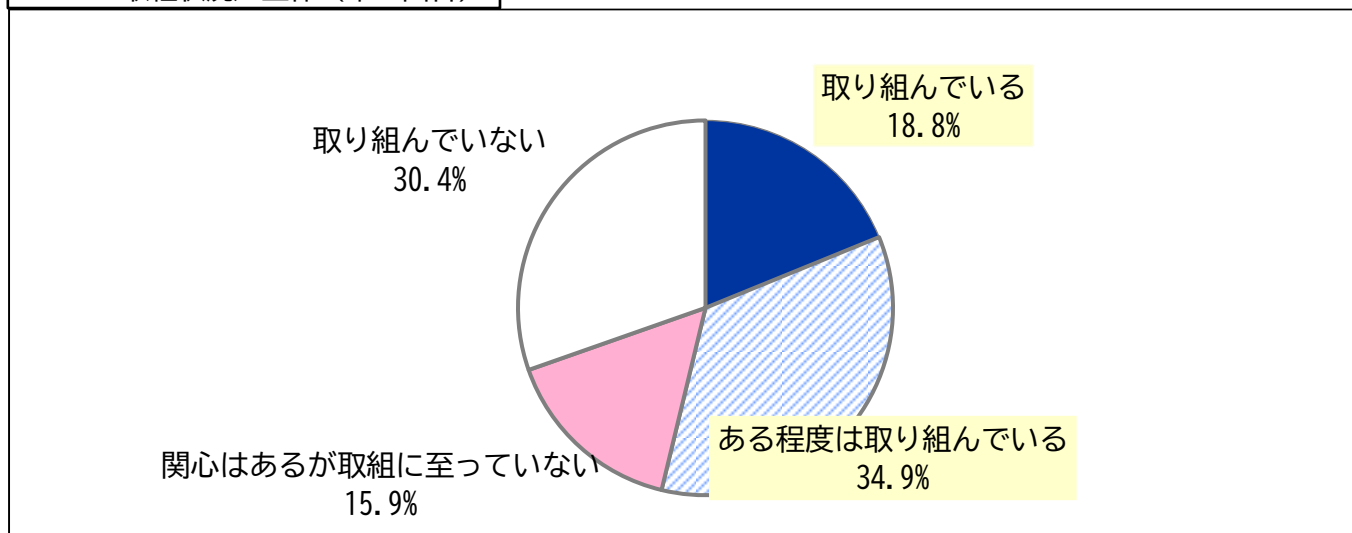


### 3 DX（デジタルトランスフォーメーション）に向けた取組状況について

#### （1）DXへの取組状況（回答数1,274社・単一回答）

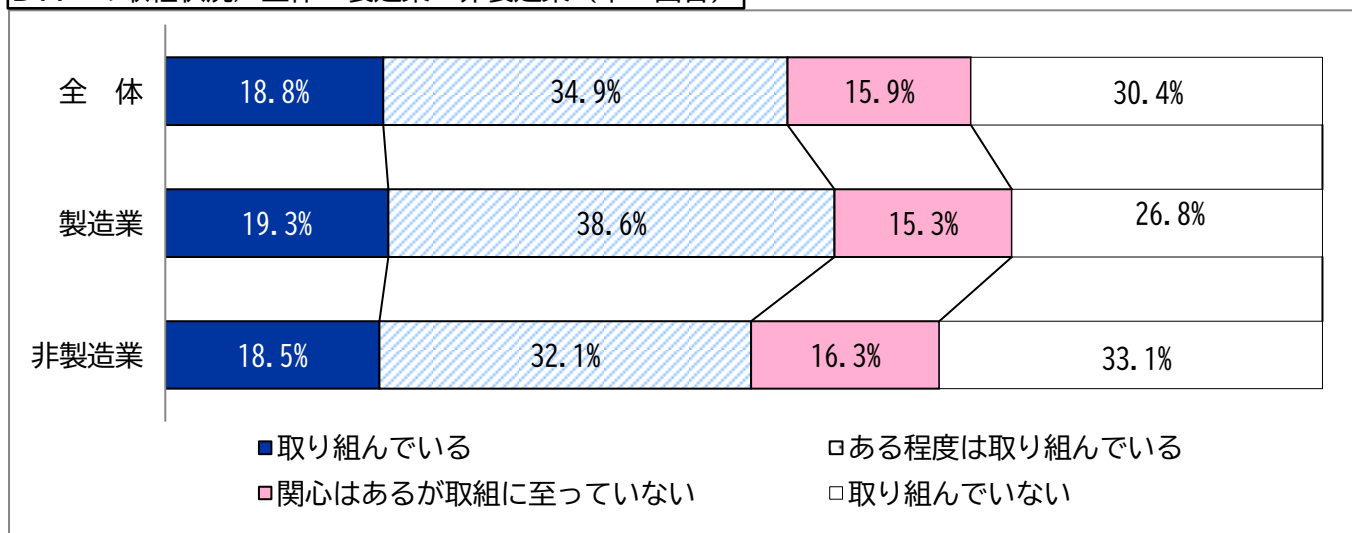
- DXへの取組状況について聞いたところ、全体では「取り組んでいる」は18.8%、「ある程度は取り組んでいる」は34.9%、「関心はあるが取組に至っていない」は15.9%、「取り組んでいない」は30.4%であった。

DXへの取組状況／全体（単一回答）



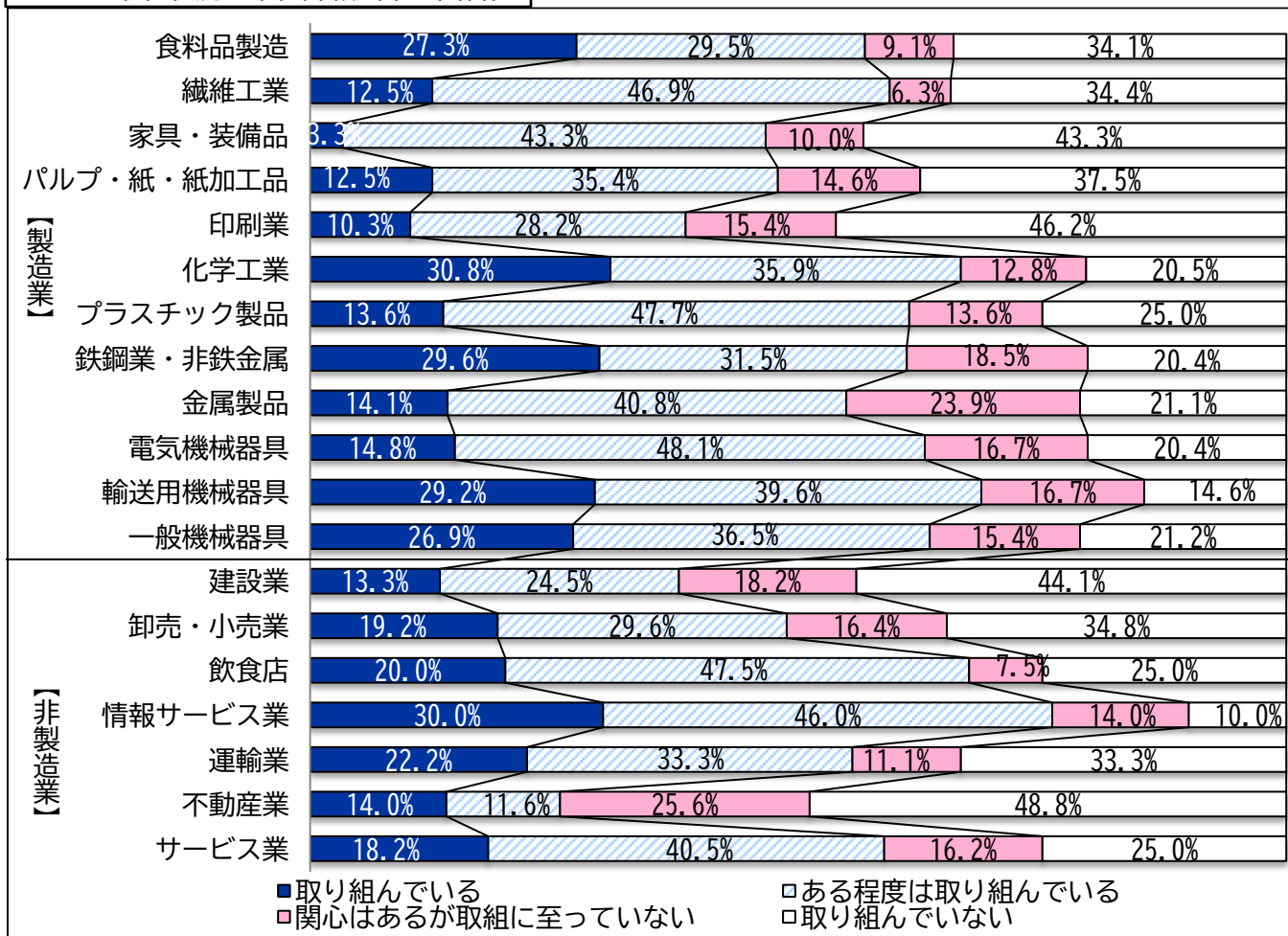
- 業種別に見ると、「取り組んでいる」又は「ある程度は取り組んでいる」と回答した割合の合計は、製造業で57.9%、非製造業で50.6%であった。

DXへの取組状況／全体・製造業・非製造業（単一回答）



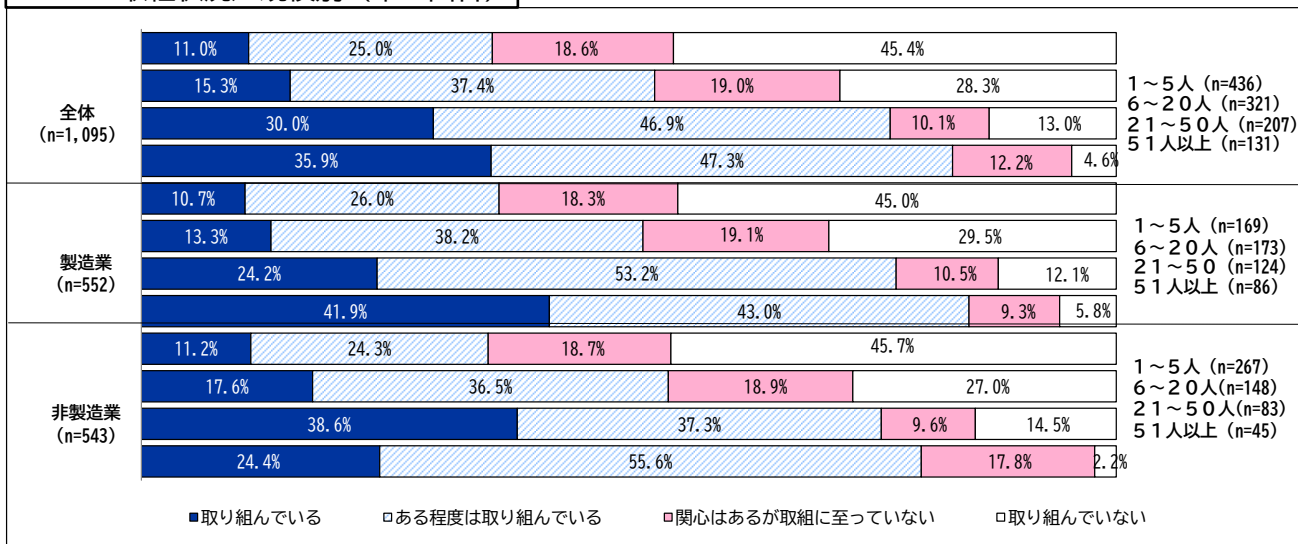
- DXへの取組状況について、「取り組んでいる」又は「ある程度は取り組んでいる」と回答した企業の業種を見ると、製造業では「輸送用機械器具」（68.8%）、「化学工業」（66.7%）で回答割合が高く、非製造業では「情報サービス業」（76.0%）、「飲食店」（67.5%）で回答割合が高かった。

DXへの取組状況／業種詳細（単一回答）



- DXへの取組状況について、企業の規模別に見ると、製造業、非製造業ともに規模が大きくなるほど、「取り組んでいる」又は「ある程度は取り組んでいる」の回答割合が高かった。

DXへの取組状況／規模別（単一回答）



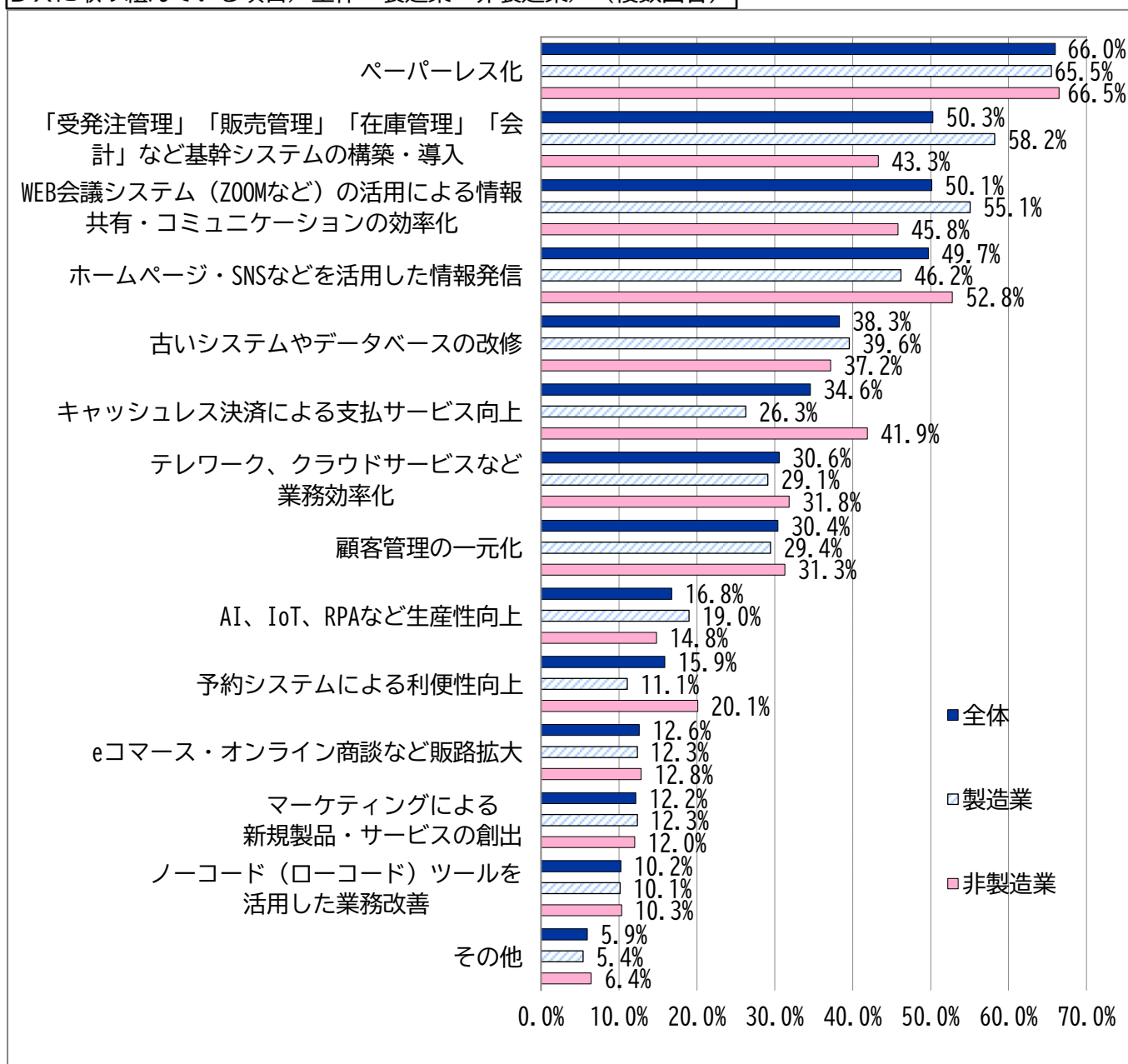


## （2）DXに取り組んでいる項目と成果について（回答数674社・複数回答）

※ （1）で「取り組んでいる」又は「ある程度は取り組んでいる」と回答した685社のうち674社の回答割合

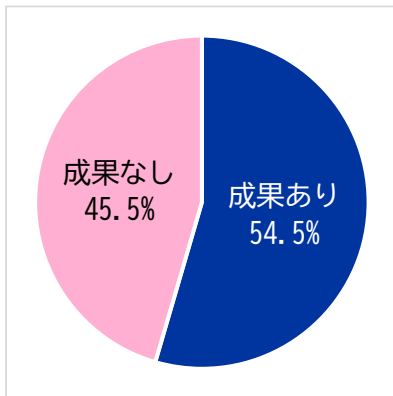
- 全体では「ペーパーレス化」（66.0％）が最も多く、次いで「「受発注管理」「販売管理」「在庫管理」「会計」など基幹システムの構築・導入」（50.3％）、「WEB会議システム（ZOOMなど）の活用による情報共有・コミュニケーションの効率化」（50.1％）の順となった。
- 業種別では、非製造業は「ペーパーレス化」、「ホームページ・SNSなどを活用した情報発信」、「キャッシュレス決済による支払サービス向上」及び「予約システムによる利便性向上」などの項目で製造業の回答割合を上回った。
- 製造業は「「受発注管理」「販売管理」「在庫管理」「会計」など基幹システムの構築・導入」及び「WEB会議システム（ZOOMなど）の活用による情報共有・コミュニケーションの効率化」などの項目で非製造業の回答割合を上回った。

DXに取り組んでいる項目／全体・製造業・非製造業／（複数回答）

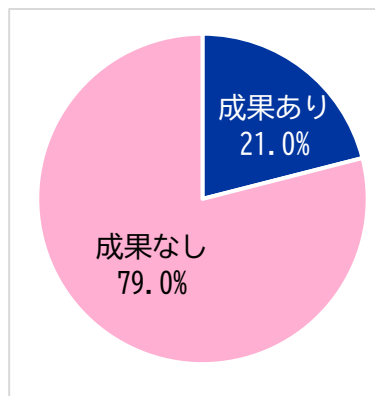


【参考】成果の有無

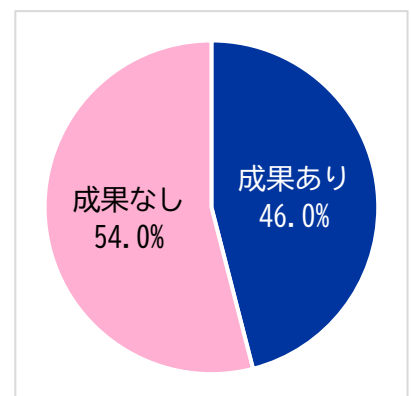
ペーパーレス化



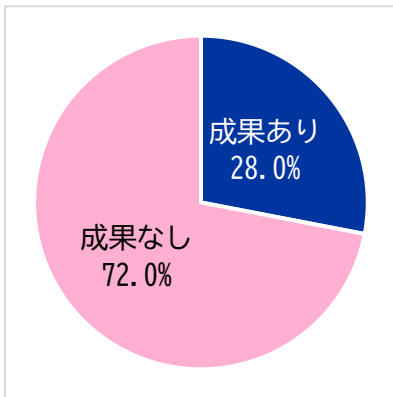
顧客管理の一元化



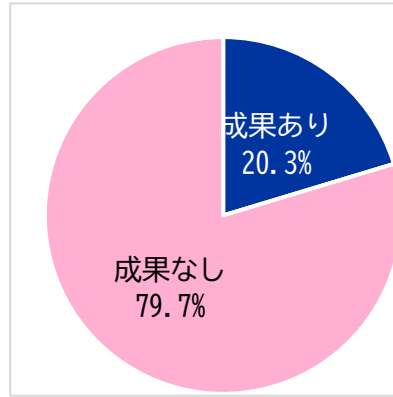
基幹システムの構築・導入



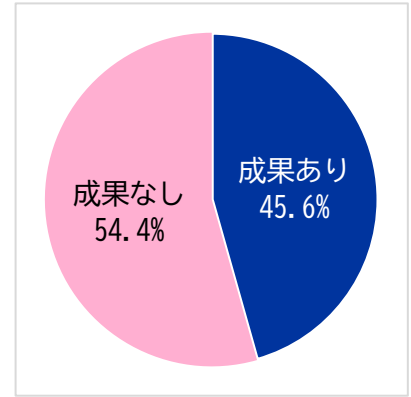
古いシステムやデータベースの改修



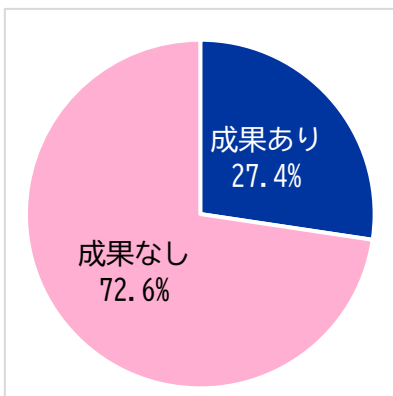
テレワーク、クラウドサービスなど業務効率化



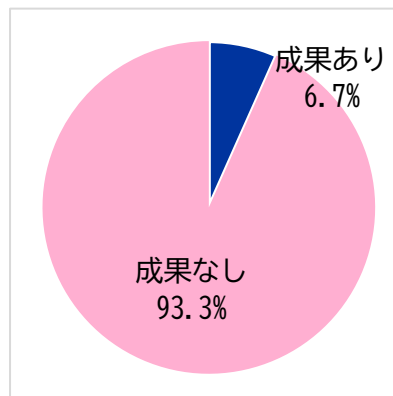
WEB 会議システムの活用による情報共有・コミュニケーションの効率化



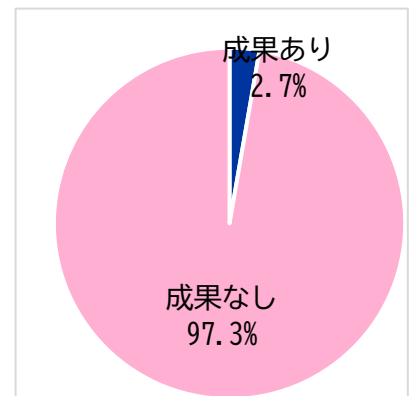
キャッシュレス決済による支払サービス向上



予約システムによる利便性の向上

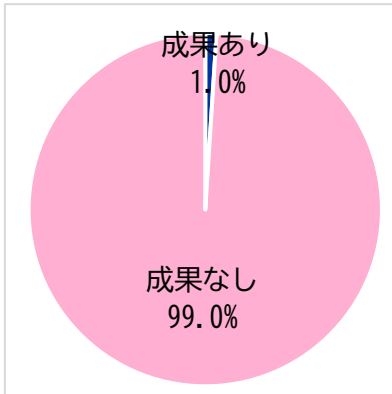


eコマース・オンライン商談など販路拡大

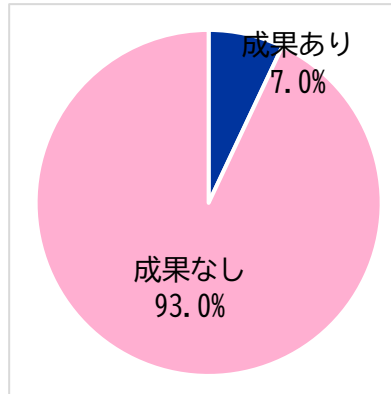


【参考】成果の有無

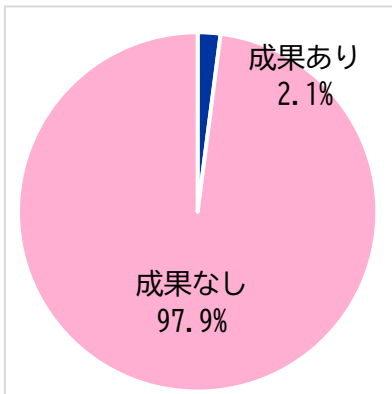
ノーコード(ローコード)ツールを活用した業務改善



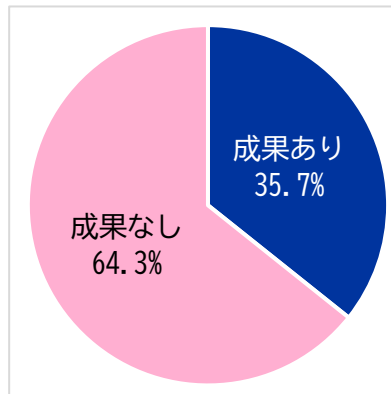
AI、IoT、RPAなど生産性向上



マーケティングによる新規製品・サービスの創出



ホームページ・SNSなどを活用した情報発信

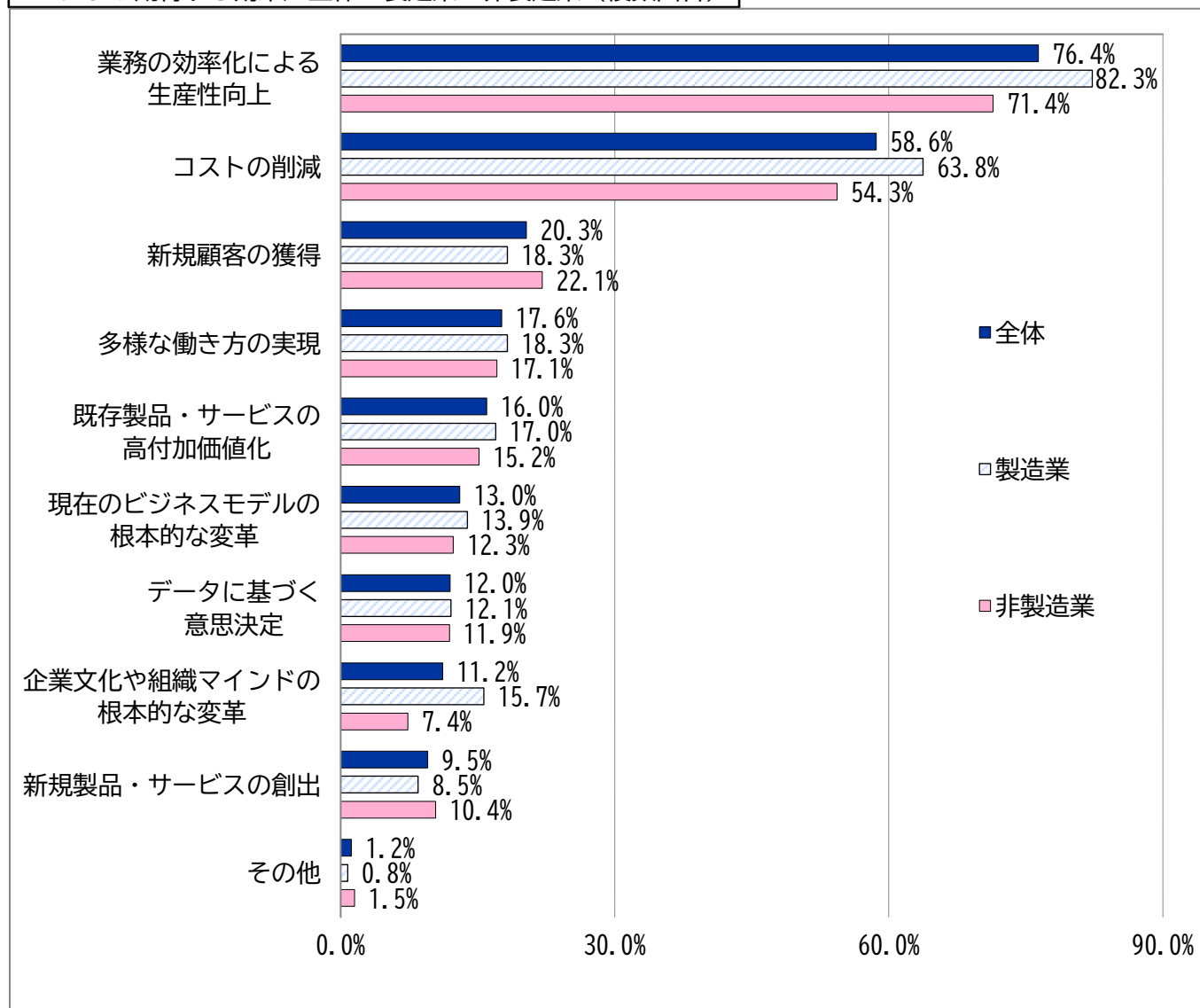


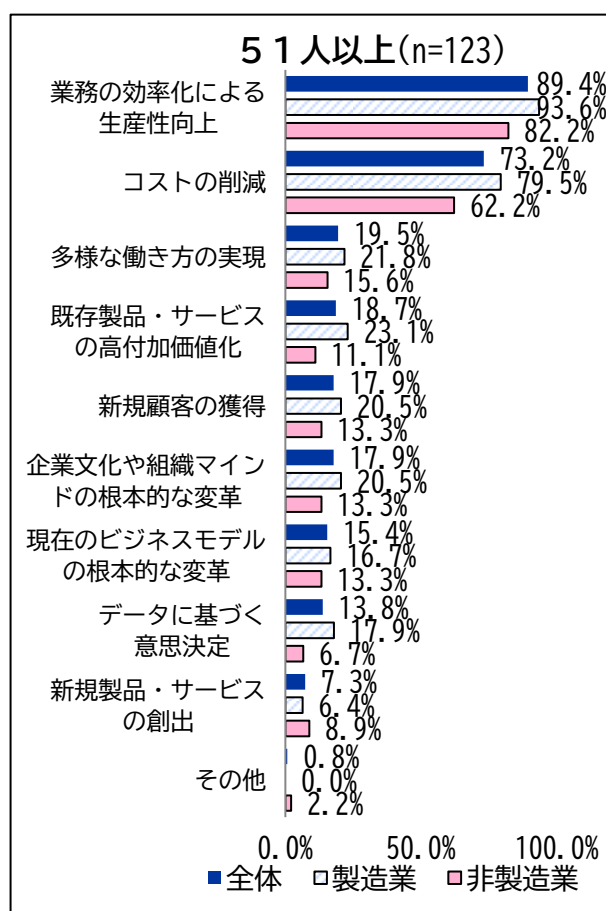
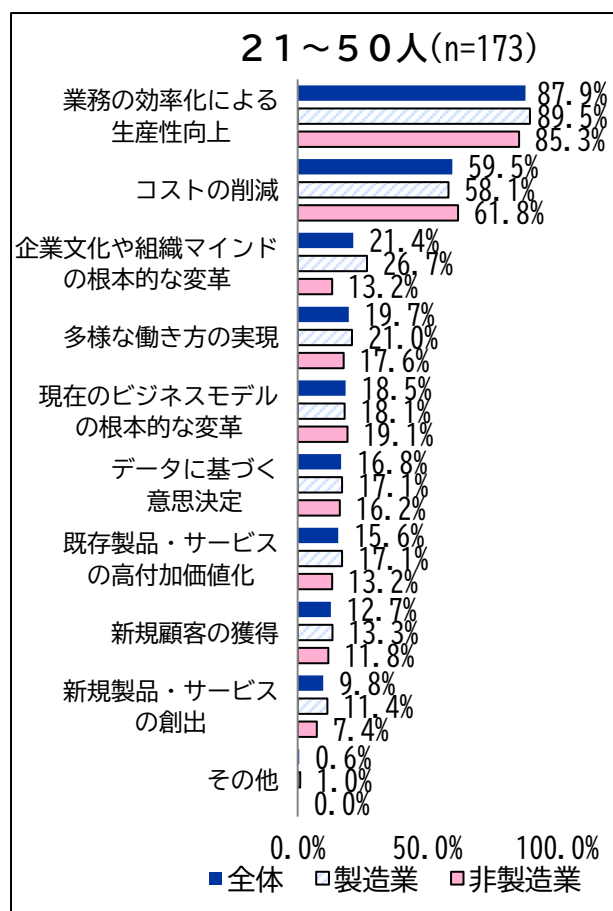
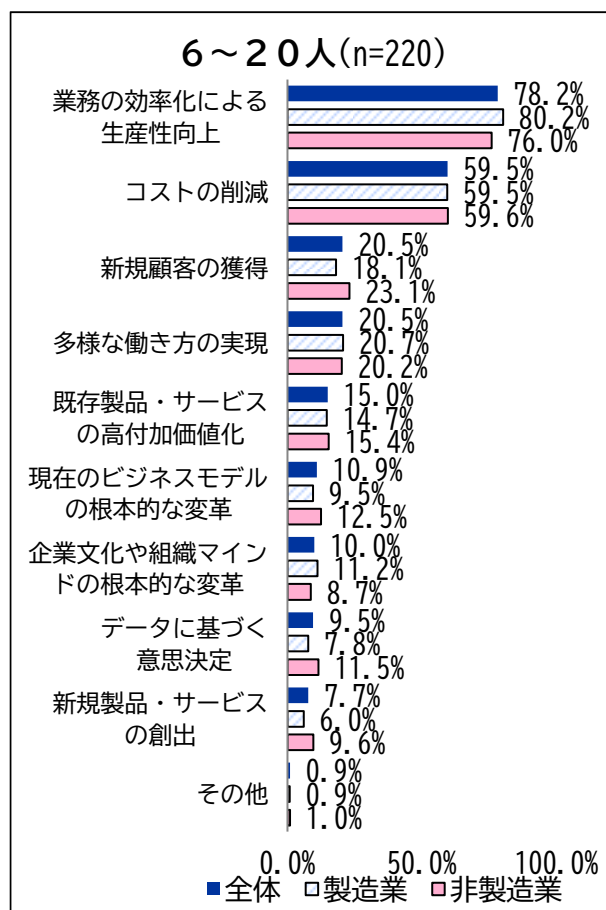
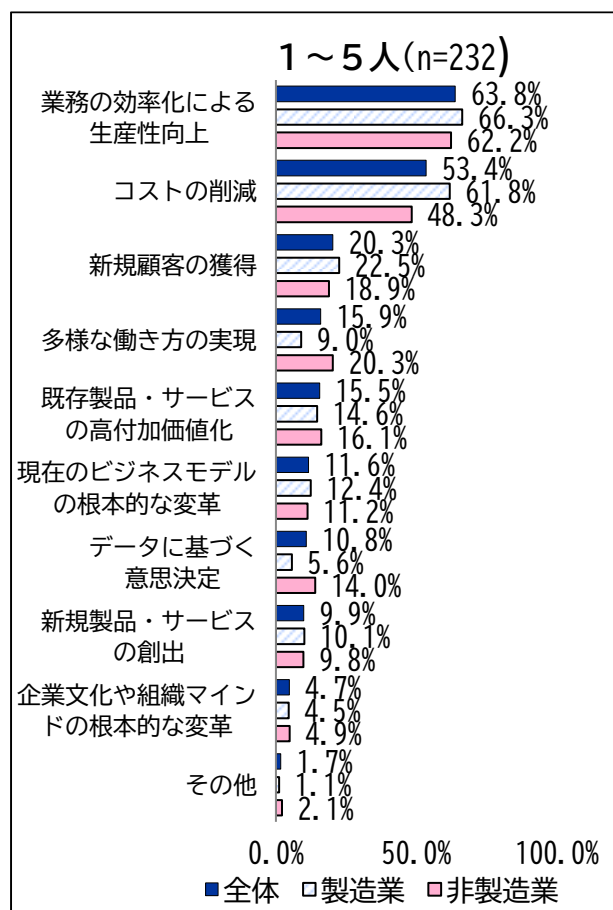
### （3）DXにより期待する効果（回答数851社・複数回答）

※ （1）で「取り組んでいる」、「ある程度は取り組んでいる」又は「関心はあるが取組に至っていない」と回答した887社のうち851社の回答割合

○ 全体では「業務の効率化による生産性の向上」（76.4%）が最も多く、次いで「コストの削減」（58.6%）、「新規顧客の開拓」（20.3%）の順となった。

DXにより期待する効果／全体・製造業・非製造業（複数回答）

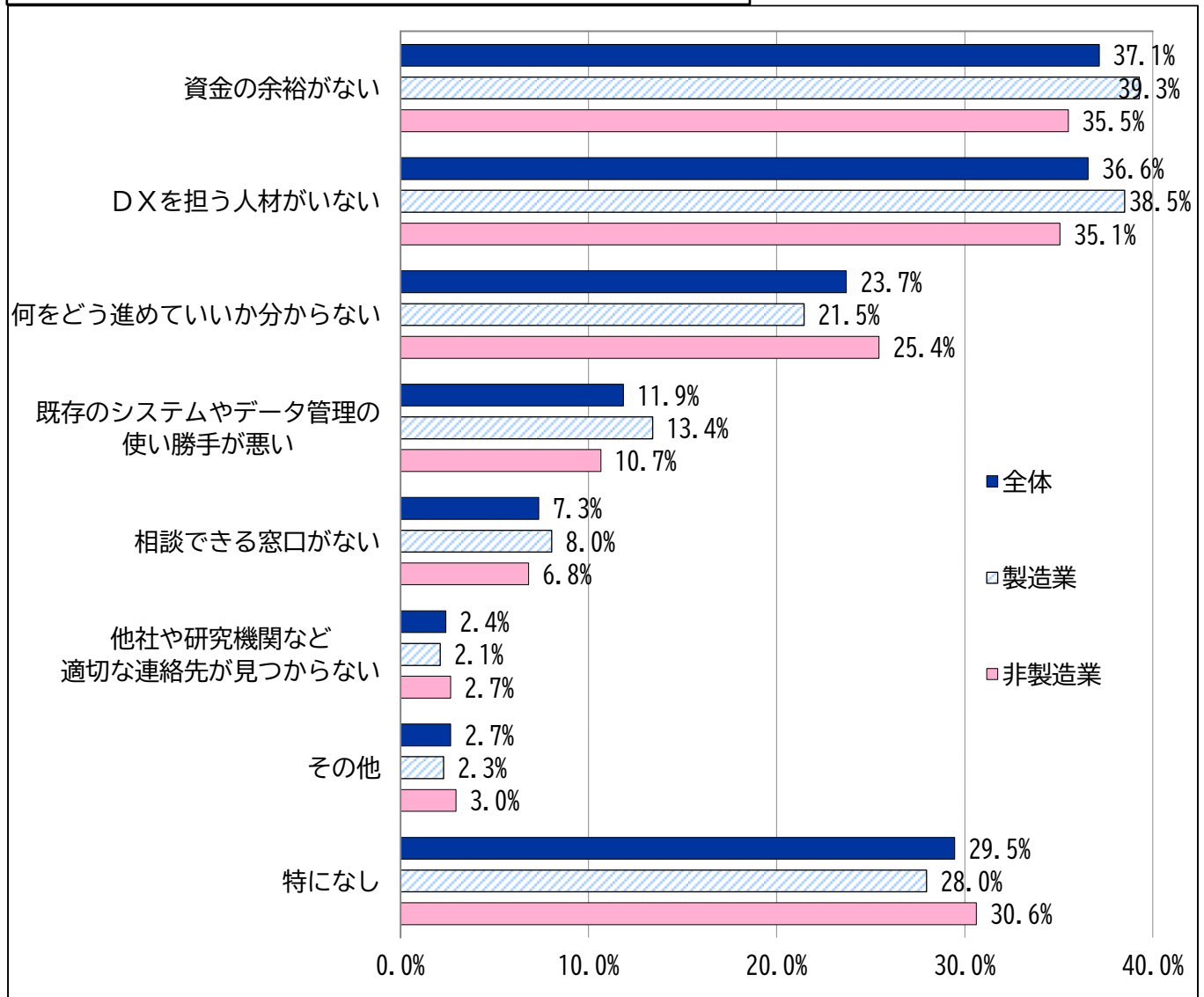


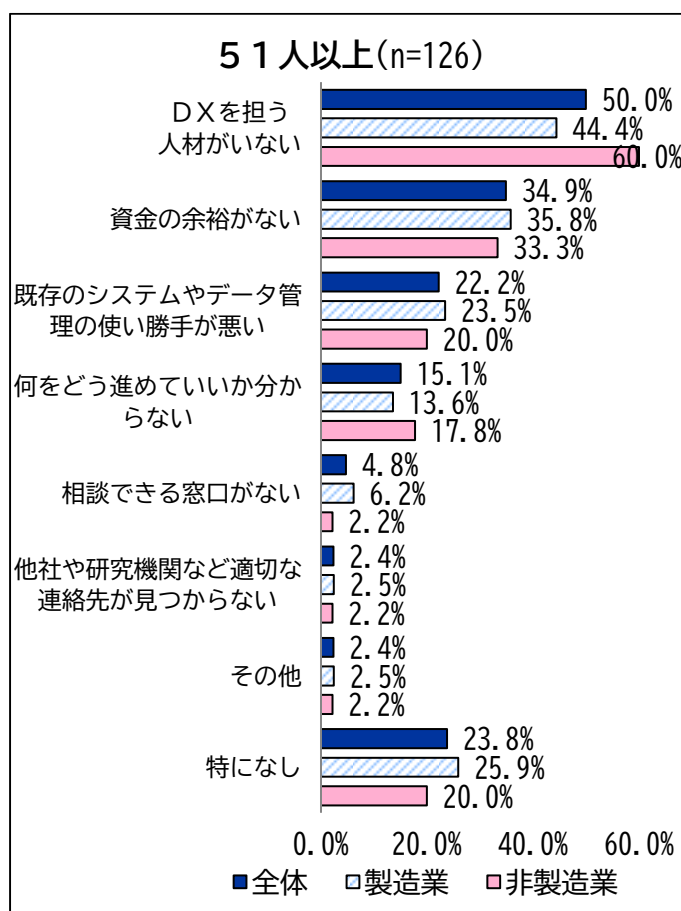
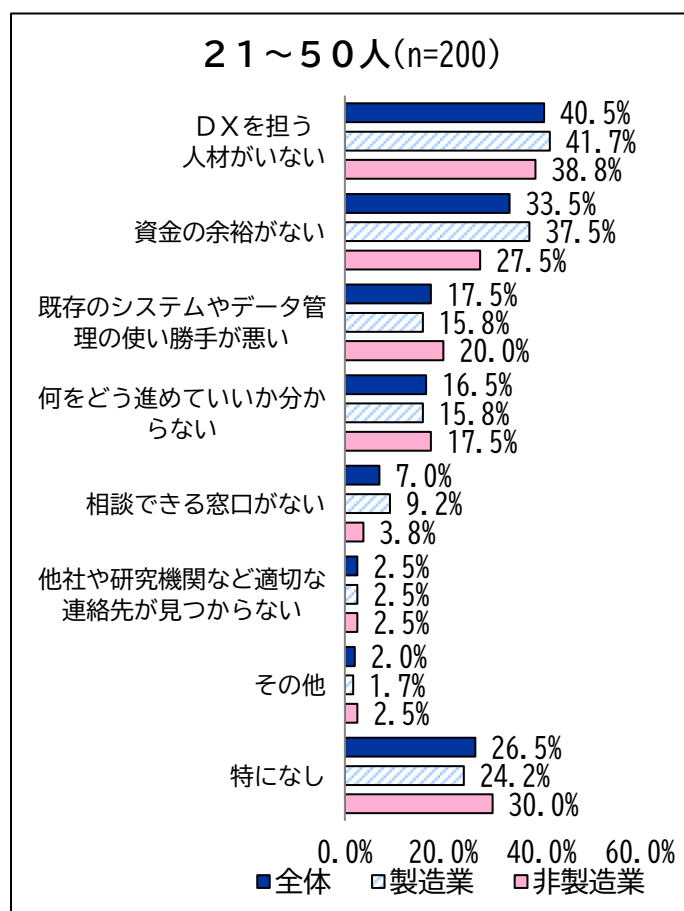
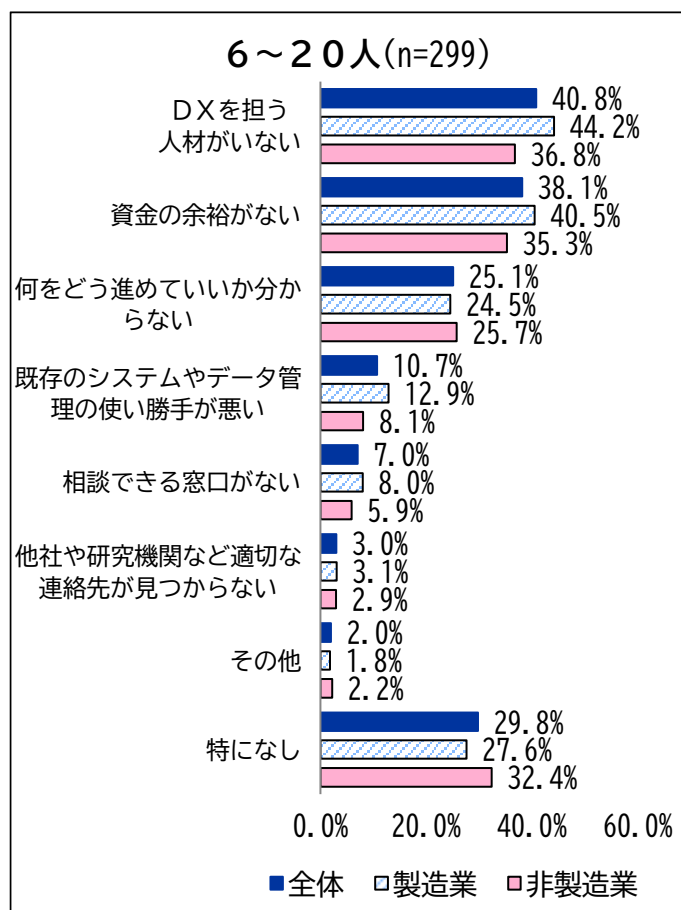
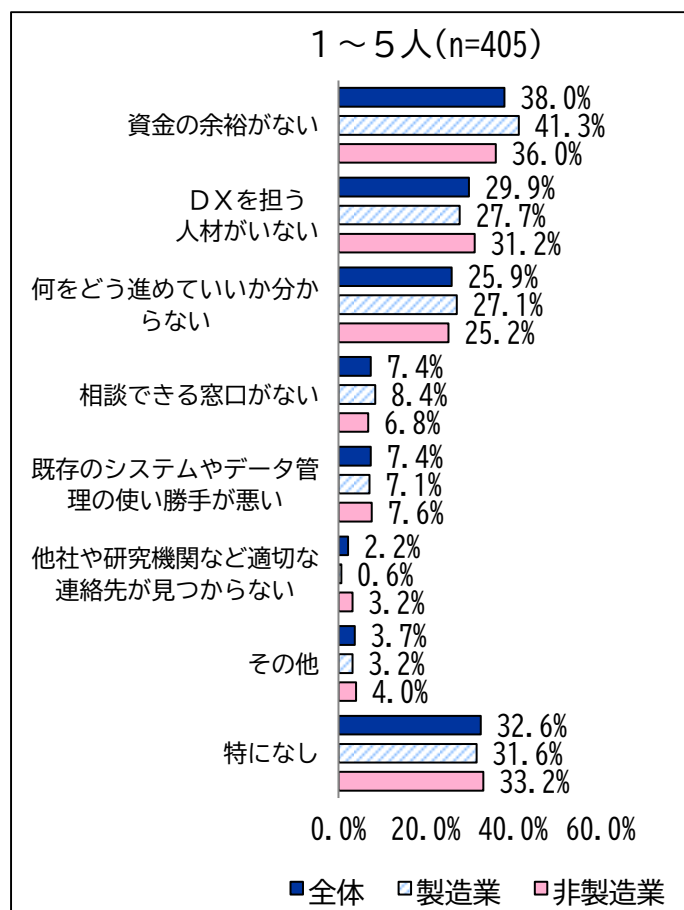


（4）DX（デジタル化を含む）に取り組む上での課題（回答数：1,198社・複数回答）

- DXに取り組む上での課題について聞いたところ、全体では「資金の余裕がない」（37.1%）が最も多く、次いで「DXを担う人材がいない」（36.6%）、「何をどう進めていいかわからない」（23.7%）の順となった。

DXに取り組む上での課題／全体・製造業・非製造業（複数回答）

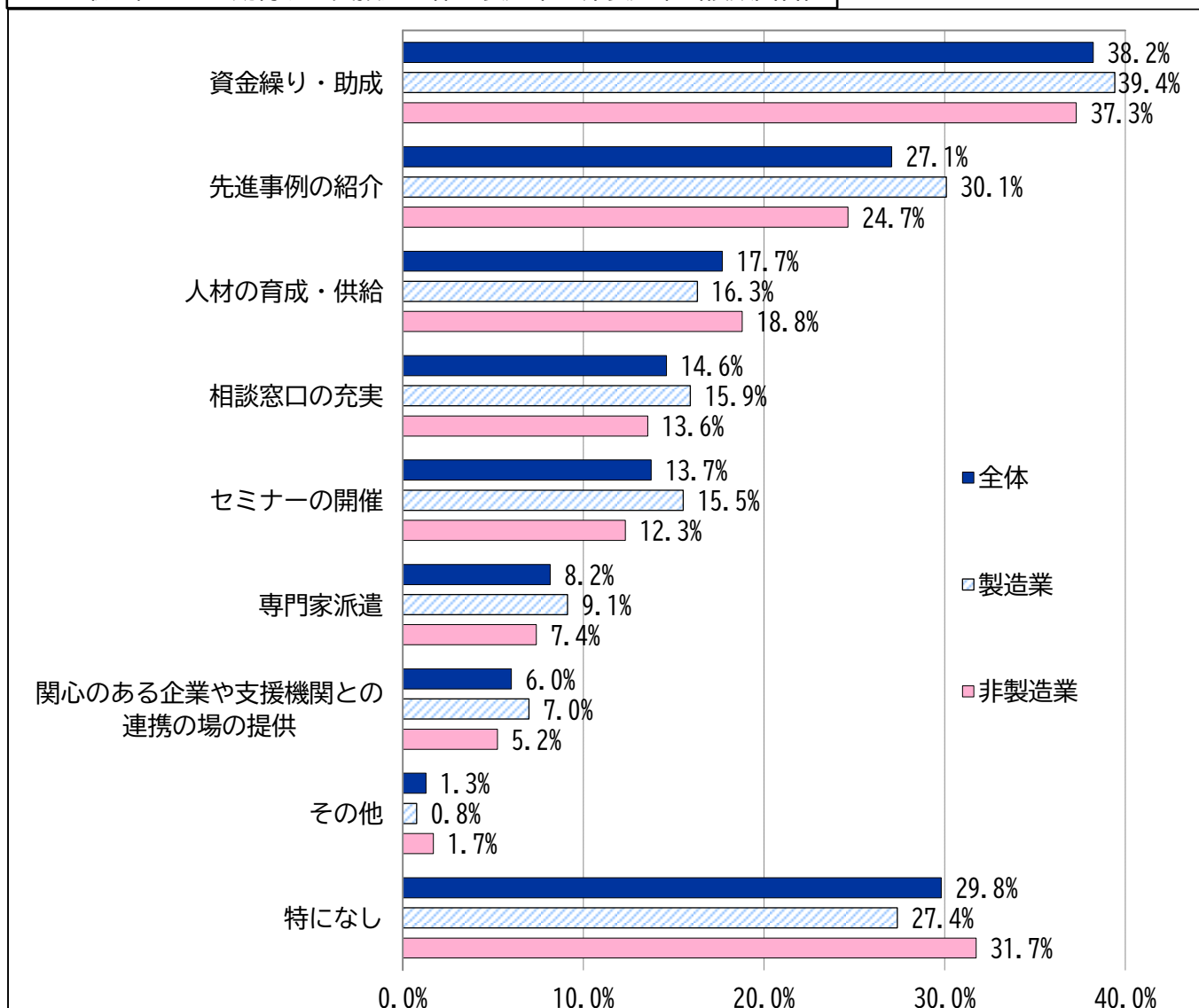




（5）DX（デジタル化を含む）に取り組む上で期待する支援（回答数：1,164社・複数回答）

- DXに取り組む上で県に期待する支援について聞いたところ、全体では「資金繰り・助成」（38.2%）が最も多く、次いで「先進事例の紹介」（27.1%）、「人材の育成・供給」（17.7%）、「相談窓口の充実」（14.6%）の順となった。

DXに取り組む上で期待する支援／全体・製造業・非製造業（複数回答）





## V 付表 売上げD I・資金繰りD I・採算D I・設備投資実施率の推移

〔売上げD Iの推移（詳細）〕

## 売上げD Iの推移

業 種	R6 4～6月期	R6 7～9月期	R6. 10～12月期	R7. 1～3月期	R7. 4～6月期 (当 期)	増 減		R7. 7～9月期 (見通し)
						前期比	前年 同期比	
全 体	▲ 18.5	▲ 19.6	▲ 8.1	▲ 22.3	▲ 19.5	2.8	▲ 1.0	▲ 17.0
製 造 業	▲ 23.4	▲ 22.1	▲ 5.7	▲ 24.5	▲ 19.9	4.6	3.5	▲ 17.4
食料品製造	3.9	▲ 8.3	16.3	▲ 34.9	18.2	53.1	14.3	0.0
繊維工業	▲ 37.1	▲ 14.7	▲ 14.8	▲ 33.3	▲ 21.2	12.1	15.9	▲ 48.5
家具・装備品	▲ 26.9	▲ 21.4	▲ 21.4	▲ 16.1	▲ 40.0	▲ 23.9	▲ 13.1	▲ 37.9
パルプ・紙・紙加工品	▲ 14.5	▲ 26.7	▲ 6.1	▲ 32.7	▲ 18.8	13.9	▲ 4.2	▲ 22.9
印刷業	▲ 30.0	▲ 38.5	2.4	▲ 37.8	▲ 43.6	▲ 5.8	▲ 13.6	▲ 28.2
化学工業	▲ 13.0	▲ 38.3	4.4	▲ 8.3	0.0	8.3	13.0	▲ 2.6
プラスチック製品	▲ 22.2	▲ 18.5	▲ 4.4	▲ 18.4	▲ 29.5	▲ 11.2	▲ 7.3	▲ 25.0
鉄鋼業・非鉄金属	▲ 19.6	▲ 15.6	▲ 10.5	▲ 21.6	▲ 14.8	6.8	4.8	▲ 22.2
金属製品	▲ 35.6	▲ 26.0	▲ 2.7	▲ 27.9	▲ 4.2	23.7	31.4	1.4
電気機械器具	▲ 33.3	▲ 17.6	▲ 23.1	▲ 17.4	▲ 22.6	▲ 5.3	10.7	▲ 24.1
輸送用機械器具	▲ 17.4	▲ 15.4	9.3	▲ 22.7	▲ 33.3	▲ 10.6	▲ 15.9	▲ 2.1
一般機械器具	▲ 33.9	▲ 24.1	▲ 20.0	▲ 19.6	▲ 41.2	▲ 21.5	▲ 7.3	▲ 19.6
非 製 造 業	▲ 14.9	▲ 17.8	▲ 10.0	▲ 20.6	▲ 19.2	1.4	▲ 4.3	▲ 16.6
建 設 業	▲ 26.8	▲ 22.4	▲ 12.1	▲ 15.3	▲ 32.2	▲ 16.9	▲ 5.4	▲ 15.2
総合工事業	▲ 14.8	▲ 23.6	▲ 20.5	▲ 9.1	▲ 31.3	▲ 22.2	▲ 16.4	▲ 18.4
職別工事業	▲ 38.0	▲ 19.2	▲ 12.5	▲ 22.2	▲ 38.5	▲ 16.2	▲ 0.5	▲ 13.5
設備工事業	▲ 28.3	▲ 24.5	▲ 4.1	▲ 13.0	▲ 26.1	▲ 13.0	2.2	▲ 13.6
卸売・小売業	▲ 15.3	▲ 22.9	▲ 17.0	▲ 30.0	▲ 20.9	9.1	▲ 5.6	▲ 25.2
(卸売業)	▲ 14.3	▲ 9.9	▲ 13.1	▲ 17.4	▲ 16.0	1.4	▲ 1.7	▲ 21.2
繊維・衣服等	▲ 35.0	▲ 21.1	▲ 38.1	▲ 13.3	▲ 16.7	▲ 3.3	18.3	▲ 47.1
飲食料品	3.4	▲ 3.2	▲ 9.7	3.8	30.4	26.6	27.0	▲ 30.4
建築材料・鉱物・金属材料等	▲ 21.9	▲ 26.7	▲ 8.0	▲ 41.4	▲ 39.3	2.1	▲ 17.4	▲ 17.9
機械器具	0.0	0.0	9.1	0.0	▲ 46.2	▲ 46.2	▲ 46.2	▲ 3.8
その他	▲ 26.1	0.0	▲ 21.7	▲ 36.8	0.0	36.8	26.1	▲ 16.7
(小売業)	▲ 16.3	▲ 35.0	▲ 20.4	▲ 40.6	▲ 25.4	15.2	▲ 9.1	▲ 28.7
織物・衣服・身の回り品	▲ 14.7	▲ 42.5	▲ 15.8	▲ 32.4	▲ 28.1	4.3	▲ 13.4	▲ 34.4
飲食料品	2.8	▲ 28.6	▲ 18.9	▲ 61.8	▲ 3.2	58.5	▲ 6.0	▲ 30.3
機械器具	▲ 26.7	▲ 21.9	▲ 31.0	▲ 20.7	▲ 37.5	▲ 16.8	▲ 10.8	▲ 6.3
その他	▲ 26.8	▲ 42.5	▲ 18.2	▲ 44.7	▲ 30.8	14.0	▲ 3.9	▲ 41.0
飲 食 店	▲ 2.7	▲ 21.4	▲ 4.7	▲ 29.5	▲ 12.5	17.0	▲ 9.8	▲ 7.5
情報サービス業	▲ 1.9	▲ 11.3	3.4	6.3	▲ 20.0	▲ 26.3	▲ 18.1	▲ 6.0
運輸業	▲ 19.6	▲ 5.3	6.7	▲ 15.6	4.3	19.8	23.9	▲ 4.3
不動産業	▲ 18.4	▲ 16.7	▲ 20.5	▲ 17.1	▲ 25.6	▲ 8.5	▲ 7.2	▲ 2.3
サービス業	▲ 7.0	▲ 11.5	▲ 4.2	▲ 18.4	▲ 10.7	7.7	▲ 3.7	▲ 17.4
専門サービス業	▲ 15.2	8.7	▲ 14.6	5.3	▲ 21.4	▲ 26.7	▲ 6.2	▲ 4.8
洗濯・理美容・浴場業	▲ 5.3	▲ 25.6	▲ 3.1	▲ 42.1	▲ 19.4	22.7	▲ 14.2	▲ 38.9
その他生活関連・娯楽業	▲ 10.5	▲ 29.3	5.6	▲ 27.5	5.4	32.9	15.9	▲ 40.5
その他の事業サービス業	5.7	▲ 2.6	▲ 3.0	▲ 8.3	▲ 5.9	2.5	▲ 11.6	14.7

単位：D I

## 〔資金繰りD Iの推移（詳細）〕

## 資金繰りD Iの推移

業 種	R6. 4～6月期	R6. 7～9月期	R6. 10～12月期	R7. 1～3月期	R7. 4～6月期 (当 期)	増 減		R7. 7～9月期 (見通し)
						前期比	前年 同期比	
全 体	▲ 18.5	▲ 19.9	▲ 17.2	▲ 19.5	▲ 18.4	1.0	0.1	▲ 21.4
製 造 業	▲ 23.5	▲ 24.1	▲ 17.6	▲ 21.9	▲ 19.2	2.8	4.3	▲ 21.3
食料品製造	▲ 4.0	▲ 22.9	▲ 11.4	▲ 25.6	▲ 2.3	23.3	1.7	▲ 15.9
繊維工業	▲ 39.4	▲ 44.1	▲ 29.6	▲ 51.6	▲ 33.3	18.3	6.1	▲ 45.5
家具・装備品	▲ 26.9	▲ 21.4	▲ 40.7	▲ 19.4	▲ 34.5	▲ 15.1	▲ 7.6	▲ 28.6
パルプ・紙・紙加工品	▲ 28.3	▲ 28.9	▲ 25.0	▲ 32.7	▲ 19.1	13.5	9.2	▲ 25.5
印刷業	▲ 26.3	▲ 33.3	▲ 14.6	▲ 31.1	▲ 35.1	▲ 4.0	▲ 8.8	▲ 34.2
化学工業	▲ 9.1	▲ 19.1	▲ 6.7	▲ 5.6	7.7	13.2	16.8	▲ 5.1
プラスチック製品	▲ 39.6	▲ 22.2	▲ 11.6	▲ 24.5	▲ 25.6	▲ 1.1	14.0	▲ 25.6
鉄鋼業・非鉄金属	▲ 27.7	▲ 20.0	▲ 15.8	▲ 11.8	▲ 20.8	▲ 9.0	6.9	▲ 20.4
金属製品	▲ 18.1	▲ 27.8	▲ 12.5	▲ 16.4	▲ 11.3	5.2	6.8	▲ 7.0
電気機械器具	▲ 27.1	▲ 15.7	▲ 25.5	▲ 17.4	▲ 15.1	2.3	12.0	▲ 22.2
輸送用機械器具	▲ 17.4	▲ 16.3	▲ 2.3	▲ 15.9	▲ 18.8	▲ 2.8	▲ 1.4	▲ 14.9
一般機械器具	▲ 24.6	▲ 22.8	▲ 26.7	▲ 20.0	▲ 33.3	▲ 13.3	▲ 8.8	▲ 27.5
非 製 造 業	▲ 14.7	▲ 16.9	▲ 16.9	▲ 17.6	▲ 17.8	▲ 0.3	▲ 3.1	▲ 21.5
建 設 業	▲ 23.8	▲ 23.1	▲ 19.3	▲ 15.6	▲ 23.6	▲ 8.0	0.3	▲ 25.4
総合工事業	▲ 25.0	▲ 34.5	▲ 30.2	▲ 16.7	▲ 25.0	▲ 8.3	0.0	▲ 30.6
職別工事業	▲ 29.2	▲ 21.2	▲ 20.8	▲ 24.1	▲ 34.0	▲ 9.9	▲ 4.8	▲ 26.0
設備工事業	▲ 17.6	▲ 12.2	▲ 8.2	▲ 4.4	▲ 9.5	▲ 5.1	8.1	▲ 18.6
卸売・小売業	▲ 14.8	▲ 18.9	▲ 19.1	▲ 21.5	▲ 19.7	1.9	▲ 4.8	▲ 26.9
(卸売業)	▲ 15.1	▲ 13.7	▲ 14.0	▲ 12.4	▲ 10.3	2.0	4.7	▲ 20.7
繊維・衣服等	▲ 52.9	▲ 21.1	▲ 33.3	▲ 30.8	▲ 23.5	7.2	29.4	▲ 52.9
飲食料品	▲ 6.9	▲ 3.2	▲ 19.4	▲ 11.5	17.4	28.9	24.3	▲ 17.4
建築材料、鉱物・金属材料等	▲ 22.6	▲ 23.3	▲ 4.2	▲ 20.7	▲ 17.9	2.8	4.7	▲ 25.0
機械器具	3.6	▲ 7.4	9.1	11.5	▲ 16.0	▲ 27.5	▲ 19.6	▲ 4.0
その他	▲ 9.5	▲ 16.7	▲ 21.7	▲ 21.1	▲ 13.0	8.0	▲ 3.5	▲ 13.0
(小売業)	▲ 14.6	▲ 23.7	▲ 23.5	▲ 29.3	▲ 27.8	1.5	▲ 13.2	▲ 32.3
織物・衣服・身の回り品	▲ 12.5	▲ 30.0	▲ 21.6	▲ 22.9	▲ 29.0	▲ 6.2	▲ 16.5	▲ 34.4
飲食料品	▲ 11.1	▲ 21.4	▲ 24.3	▲ 38.2	▲ 25.0	13.2	▲ 13.9	▲ 29.0
機械器具	▲ 10.7	▲ 25.0	▲ 20.7	▲ 21.4	▲ 35.5	▲ 14.1	▲ 24.8	▲ 32.3
その他	▲ 22.0	▲ 17.9	▲ 27.3	▲ 33.3	▲ 23.1	10.3	▲ 1.1	▲ 33.3
飲 食 店	▲ 16.7	▲ 21.4	▲ 27.9	▲ 34.1	▲ 21.1	13.0	▲ 4.4	▲ 30.8
情報サービス業	7.5	▲ 6.5	▲ 1.7	0.0	▲ 4.0	▲ 4.0	▲ 11.5	▲ 4.0
運輸業	▲ 18.9	▲ 14.3	▲ 13.3	▲ 11.1	▲ 17.8	▲ 6.7	1.1	▲ 13.0
不動産業	▲ 12.2	▲ 9.4	▲ 15.9	▲ 7.5	▲ 16.3	▲ 8.8	▲ 4.0	▲ 11.6
サービス業	▲ 12.1	▲ 13.7	▲ 15.0	▲ 18.1	▲ 13.6	4.5	▲ 1.5	▲ 17.7
専門サービス業	▲ 15.6	▲ 8.7	▲ 17.5	▲ 5.4	▲ 17.5	▲ 12.1	▲ 1.9	▲ 20.0
洗濯・理美容・浴場業	▲ 20.0	▲ 23.7	▲ 12.5	▲ 34.2	▲ 22.2	12.0	▲ 2.2	▲ 22.2
その他生活関連・娯楽業	0.0	▲ 12.5	0.0	▲ 17.9	0.0	17.9	0.0	▲ 18.9
その他の事業サービス業	▲ 11.8	▲ 10.8	▲ 30.3	▲ 14.3	▲ 14.7	▲ 0.4	▲ 2.9	▲ 8.8

単位：D I

## 〔採算D I の推移（詳細）〕

## 採算D I の推移

業 種	R6. 4～6月期	R6. 7～9月期	R6. 10～12月期	R7. 1～3月期	R7. 4～6月期 (当 期)	増 減		R7. 7～9月期 (見通し)
						前期比	前年 同期比	
全 体	▲ 26.7	▲ 25.5	▲ 23.3	▲ 26.6	▲ 25.6	1.0	1.1	▲ 22.5
製 造 業	▲ 30.4	▲ 27.9	▲ 22.3	▲ 26.9	▲ 24.7	2.1	5.7	▲ 23.5
食料品製造	▲ 22.0	▲ 29.2	▲ 20.5	▲ 44.2	▲ 6.8	37.4	15.2	▲ 31.8
繊維工業	▲ 39.4	▲ 48.6	▲ 29.6	▲ 35.5	▲ 30.3	5.2	9.1	▲ 42.4
家具・装備品	▲ 40.0	▲ 17.9	▲ 44.4	▲ 23.3	▲ 24.1	▲ 0.8	15.9	▲ 25.9
パルプ・紙・紙加工品	▲ 24.5	▲ 34.8	▲ 31.3	▲ 49.0	▲ 29.8	19.2	▲ 5.3	▲ 34.0
印刷業	▲ 31.6	▲ 35.9	▲ 19.5	▲ 33.3	▲ 47.4	▲ 14.0	▲ 15.8	▲ 26.3
化学工業	▲ 11.6	▲ 23.4	▲ 20.0	▲ 5.6	▲ 5.3	0.3	6.4	▲ 12.8
プラスチック製品	▲ 43.4	▲ 29.1	▲ 19.0	▲ 28.6	▲ 27.9	0.7	15.5	▲ 31.8
鉄鋼業・非鉄金属	▲ 29.2	▲ 26.7	▲ 21.1	▲ 19.6	▲ 18.9	0.7	10.3	▲ 27.8
金属製品	▲ 32.4	▲ 33.8	▲ 9.6	▲ 25.4	▲ 15.5	9.9	16.9	▲ 8.5
電気機械器具	▲ 29.2	▲ 17.3	▲ 28.0	▲ 15.2	▲ 25.5	▲ 10.3	3.7	▲ 24.1
輸送用機械器具	▲ 21.7	▲ 14.0	0.0	▲ 15.9	▲ 29.2	▲ 13.3	▲ 7.4	▲ 12.8
一般機械器具	▲ 42.1	▲ 26.3	▲ 37.3	▲ 25.0	▲ 41.2	▲ 16.2	0.9	▲ 17.6
非 製 造 業	▲ 23.9	▲ 23.8	▲ 24.1	▲ 26.3	▲ 26.2	0.1	▲ 2.4	▲ 21.7
建 設 業	▲ 32.9	▲ 25.8	▲ 23.6	▲ 20.4	▲ 33.8	▲ 13.4	▲ 0.9	▲ 22.0
総合工事業	▲ 40.4	▲ 32.7	▲ 32.6	▲ 16.3	▲ 41.7	▲ 25.4	▲ 1.3	▲ 28.6
職別工事業	▲ 33.3	▲ 23.5	▲ 22.9	▲ 35.2	▲ 36.0	▲ 0.8	▲ 2.7	▲ 24.0
設備工事業	▲ 25.0	▲ 20.4	▲ 16.3	▲ 6.7	▲ 22.0	▲ 15.3	3.0	▲ 11.9
卸売・小売業	▲ 30.3	▲ 32.5	▲ 32.8	▲ 35.4	▲ 30.2	5.2	0.1	▲ 27.8
(卸売業)	▲ 31.2	▲ 25.0	▲ 32.5	▲ 27.7	▲ 28.1	▲ 0.4	3.1	▲ 24.3
繊維・衣服等	▲ 52.9	▲ 47.4	▲ 70.0	▲ 30.8	▲ 35.3	▲ 4.5	17.6	▲ 52.9
卸 飲食料品	▲ 35.7	▲ 29.0	▲ 35.5	▲ 15.4	▲ 4.3	11.0	31.4	▲ 21.7
卸 建築材料・鉱物・金属材料等	▲ 38.7	▲ 35.5	▲ 33.3	▲ 37.9	▲ 44.4	▲ 6.5	▲ 5.7	▲ 25.9
卸 機械器具	▲ 7.1	3.7	0.0	▲ 23.1	▲ 40.0	▲ 16.9	▲ 32.9	▲ 4.0
卸 その他	▲ 28.6	▲ 20.8	▲ 26.1	▲ 33.3	▲ 13.6	19.7	14.9	▲ 26.1
小 (小売業)	▲ 29.4	▲ 39.6	▲ 33.1	▲ 41.8	▲ 32.1	9.7	▲ 2.6	▲ 30.8
小 織物・衣服・身の回り品	▲ 34.4	▲ 50.0	▲ 29.7	▲ 41.7	▲ 29.0	12.6	5.3	▲ 28.1
小 飲食料品	▲ 19.4	▲ 42.9	▲ 32.4	▲ 55.9	▲ 29.0	26.9	▲ 9.6	▲ 38.7
小 機械器具	▲ 32.1	▲ 25.0	▲ 27.6	▲ 39.3	▲ 40.0	▲ 0.7	▲ 7.9	▲ 29.0
小 その他	▲ 32.5	▲ 38.5	▲ 42.4	▲ 30.6	▲ 30.8	▲ 0.2	1.7	▲ 28.2
飲 食 店	▲ 25.0	▲ 26.2	▲ 46.5	▲ 46.5	▲ 21.1	25.5	3.9	▲ 30.8
情報サービス業	1.9	▲ 4.8	6.8	4.3	▲ 6.0	▲ 10.3	▲ 7.9	▲ 12.0
運輸業	▲ 28.3	▲ 25.0	▲ 18.2	▲ 22.7	▲ 20.5	2.3	7.8	▲ 17.4
不動産業	▲ 14.0	▲ 15.4	▲ 18.6	▲ 17.5	▲ 25.6	▲ 8.1	▲ 11.6	▲ 7.0
サービス業	▲ 14.1	▲ 16.0	▲ 18.3	▲ 24.3	▲ 22.6	1.7	▲ 8.5	▲ 17.8
専門サービス業	▲ 11.1	▲ 4.3	▲ 24.4	▲ 2.7	▲ 17.5	▲ 14.8	▲ 6.4	▲ 15.0
洗濯・理美容・浴場業	▲ 20.0	▲ 25.6	▲ 18.8	▲ 42.1	▲ 28.6	13.5	▲ 8.6	▲ 34.3
その他生活関連・娯楽業	▲ 2.9	▲ 20.0	▲ 8.3	▲ 28.9	▲ 18.9	10.0	▲ 16.1	▲ 16.2
その他の事業サービス業	▲ 23.5	▲ 16.2	▲ 21.2	▲ 22.9	▲ 26.5	▲ 3.6	▲ 2.9	▲ 5.9

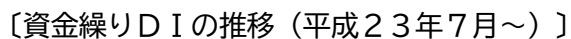
単位：D I

## 〔設備投資実施率の推移（詳細）〕

## 設備投資の実施率

業 種	R6. 4～6月期	R6. 7～9月期	R6. 10～12月期	R7. 1～3月期	R7. 4～6月期 (当 期)	増 減		R7. 7～9月期 (見通し)
						前期比	前年 同期比	
全 体	19.9	23.4	23.9	21.6	23.7	2.1	3.8	21.8
製 造 業	23.0	27.3	26.4	24.1	27.8	3.7	4.8	29.5
食料品製造	34.7	38.3	42.9	31.0	34.1	3.1	▲ 0.6	31.8
繊維工業	11.4	17.6	16.0	9.4	18.2	8.8	6.8	21.2
家具・装備品	11.5	21.4	14.8	6.5	20.0	13.5	8.5	13.3
パルプ・紙・紙加工品	18.5	20.5	18.4	18.8	22.9	4.2	4.4	18.8
印刷業	10.0	21.1	17.1	20.5	18.4	▲ 2.0	8.4	17.9
化学工業	33.3	34.0	40.9	38.9	41.0	2.1	7.7	64.1
プラスチック製品	17.0	27.8	22.7	24.5	27.3	2.8	10.3	27.3
鉄鋼業・非鉄金属	40.0	31.8	34.2	24.0	37.0	13.0	▲ 3.0	38.9
金属製品	15.3	25.0	31.1	24.2	31.0	6.7	15.7	25.4
電気機械器具	29.4	25.5	17.6	23.9	24.1	0.2	▲ 5.3	27.8
輸送用機械器具	34.8	44.0	44.2	38.6	39.6	0.9	4.8	41.7
一般機械器具	16.9	16.9	13.6	23.2	13.7	▲ 9.5	▲ 3.2	23.5
非 製 造 業	17.7	20.7	22.0	19.7	20.5	0.8	2.9	15.9
建 設 業	14.1	18.1	15.6	14.1	23.8	9.7	9.7	12.3
総合工事業	19.6	20.0	20.0	18.2	25.0	6.8	5.4	14.9
職別工事業	9.8	11.5	14.9	13.5	17.3	3.8	7.5	13.5
設備工事業	13.0	22.9	12.5	10.9	29.8	18.9	16.8	8.5
卸売・小売業	14.6	14.3	20.7	17.7	18.2	0.5	3.6	14.8
(卸売業)	15.8	17.4	22.7	17.4	20.2	2.7	4.4	16.5
繊維・衣服等	10.0	15.0	19.0	15.4	11.1	▲ 4.3	1.1	11.8
飲食料品	20.7	32.3	24.1	20.0	34.8	14.8	14.1	25.0
建築材料・鉱物・金属材料等	18.8	16.7	32.0	15.4	17.9	2.5	▲ 0.9	14.3
機械器具	13.8	18.5	18.2	23.1	19.2	▲ 3.8	5.4	15.4
その他	13.0	0.0	18.2	10.5	16.7	6.1	3.6	16.7
(小売業)	13.5	11.4	18.9	17.9	16.4	▲ 1.5	2.9	13.3
織物・衣服・身の回り品	0.0	5.0	2.8	5.7	3.1	▲ 2.6	3.1	6.3
飲食料品	13.9	7.1	11.1	12.1	9.4	▲ 2.7	▲ 4.5	12.1
機械器具	16.7	21.9	37.0	31.0	29.0	▲ 2.0	12.4	18.8
その他	22.0	12.5	30.3	24.3	23.1	▲ 1.2	1.1	15.8
飲 食 店	16.7	23.8	21.4	25.0	17.5	▲ 7.5	0.8	20.0
情報サービス業	24.5	17.7	18.6	20.4	20.0	▲ 0.4	▲ 4.5	12.0
運輸業	40.7	38.6	39.5	35.6	39.1	3.6	▲ 1.6	34.8
不動産業	10.0	16.7	9.1	7.3	18.6	11.3	8.6	7.0
サービス業	19.0	29.1	30.7	25.2	17.0	▲ 8.2	▲ 1.9	18.2
専門サービス業	21.7	32.6	29.3	23.7	21.4	▲ 2.3	▲ 0.3	19.0
洗濯・理美容・浴場業	13.9	27.5	43.8	26.3	14.3	▲ 12.0	0.4	13.9
その他生活関連・娯楽業	21.6	34.1	25.0	25.0	18.9	▲ 6.1	▲ 2.7	27.0
その他の事業サービス業	17.6	21.1	25.8	25.7	12.1	▲ 13.6	▲ 5.5	12.1

単位：％







## VI 参考 アンケート調査票

←こちらのQRコードからも御回答いただけます

事務局使用欄 調査コード 202505 管理番号 11 11 回答コード 01

おもち

**埼玉県四半期経営動向調査（令和7年4～6月期調査）**  
お忙しいところ大変恐縮ですが、当調査への御協力をお願いいたします。

**問1 貴社の今4～6月期の経営実績（見込み）は、前1～3月期と比較していかがでしたか**

（1）売上高 ☐ 増えた ☐ ほとんど変わらない ☐ 減った

（2）資金繰 ☐ 良くなった ☐ ほとんど変わらない ☐ 悪くなった

（3）採算 ☐ 良くなった ☐ ほとんど変わらない ☐ 悪くなった

**問2 貴社の来7～9月期の経営見通しは、今4～6月期と比較していかがですか**

（1）売上高 ☐ 増える ☐ ほとんど変わらない ☐ 減る

（2）資金繰 ☐ 良くなる ☐ ほとんど変わらない ☐ 悪くなる

（3）採算 ☐ 良くなる ☐ ほとんど変わらない ☐ 悪くなる

**問3 貴社の今4～6月期の設備投資実績（見込み）についてお聞きます**

（1）設備投資 ☐ 実施した → 設問ア及びイハ ☐ 実施しなかった → 設問4ハ

ア 実施した内容（複数回答可）

<input type="checkbox"/> 土地	<input type="checkbox"/> 更新・維持・補修	<input type="checkbox"/> 生産・販売能力の拡大
<input type="checkbox"/> 建物（工場・店舗等を含む）	<input type="checkbox"/> 合理化・省力化	<input type="checkbox"/> 研究・開発
<input type="checkbox"/> 生産・販売設備（建設機械を含む）	<input type="checkbox"/> 環境保全対策	<input type="checkbox"/> 他社（他店）との差別化
<input type="checkbox"/> 情報化機器	<input type="checkbox"/> 多角化	
<input type="checkbox"/> 車両・運搬具	<input type="checkbox"/> その他（ ）	
<input type="checkbox"/> その他（ ）		

イ 設備投資の目的（複数回答可）

<input type="checkbox"/> 更新・維持・補修	<input type="checkbox"/> 生産・販売能力の拡大
<input type="checkbox"/> 合理化・省力化	<input type="checkbox"/> 研究・開発
<input type="checkbox"/> 環境保全対策	<input type="checkbox"/> 他社（他店）との差別化
<input type="checkbox"/> 多角化	<input type="checkbox"/> その他（ ）

**問4 貴社の来7～9月期の設備投資計画についてお聞きます**

（1）設備投資 ☐ 実施する → 設問ア及びイハ ☐ 実施しない → 設問5ハ

ア 実施する内容（複数回答可）

<input type="checkbox"/> 土地	<input type="checkbox"/> 更新・維持・補修	<input type="checkbox"/> 生産・販売能力の拡大
<input type="checkbox"/> 建物（工場・店舗等を含む）	<input type="checkbox"/> 合理化・省力化	<input type="checkbox"/> 研究・開発
<input type="checkbox"/> 生産・販売設備（建設機械を含む）	<input type="checkbox"/> 環境保全対策	<input type="checkbox"/> 他社（他店）との差別化
<input type="checkbox"/> 情報化機器	<input type="checkbox"/> 多角化	
<input type="checkbox"/> 車両・運搬具	<input type="checkbox"/> その他（ ）	
<input type="checkbox"/> その他（ ）		

イ 設備投資の目的（複数回答可）

<input type="checkbox"/> 更新・維持・補修	<input type="checkbox"/> 生産・販売能力の拡大
<input type="checkbox"/> 合理化・省力化	<input type="checkbox"/> 研究・開発
<input type="checkbox"/> 環境保全対策	<input type="checkbox"/> 他社（他店）との差別化
<input type="checkbox"/> 多角化	<input type="checkbox"/> その他（ ）

**問5 貴社の業界の「景気」について、経営者の方の御意見をお聞かせください**

（1）今4～6月期の景気水準は ☐ 好況である ☐ 普通である ☐ 不況である

（2）来7～9月期の景気見通しは ☐ 良い方向に向かう ☐ どちらとも言えない ☐ 悪い方向に向かう

**問6 雇用者数の過不足感についてお聞きます**

（1）現在の雇用者数の過不足感はどうか ☐ 過剰 ☐ 適正 ☐ 不足

（2）正社員数の過不足感はどうか ☐ 過剰 ☐ 適正 ☐ 不足

（3）非正規社員数の過不足感はどうか ☐ 過剰 ☐ 適正 ☐ 不足

（4）今後の雇用者数の見込みはどうか ☐ 増加見込み ☐ ほぼ増減なし ☐ 減少見込み

（5）今後の従業員給与の見込みはどうか ☐ 増加見込み ☐ ほぼ増減なし ☐ 減少見込み

**問7 サークュラーエコノミーの認知度や取組状況等についてお聞きます**

\*サーキュラーエコノミー：生産活動や消費活動などのあらゆる段階で資源の効率的・循環的な利用を図る経済活動のこと。

（1）サーキュラーエコノミーの認知度と取組状況について

☐ 取り組んでいる → 設問アハ

☐ 関心はあるが取組に至っていない → 設問アハ

☐ 聞いたことはあるが、関心はない → 設問7（2）ハ

☐ 聞いたことがなく、関心がない → 設問7（2）ハ

☐ 分からない → 設問7（2）ハ

ア 取り組んだ又は関心を持ったきっかけについて（複数回答可）

☐ 企業価値の向上のため ☐ 社会貢献活動の一環として

☐ 企業理念によるもの ☐ 消費者からの要望

☐ 取引先からの要望 ☐ 環境配慮型製品・サービスへの需要増加

☐ 競合他社の動向 ☐ コスト削減や効率化

☐ 新規ビジネスチャンスの創出 ☐ 環境規制への対応

☐ 従業員の環境意識向上のため ☐ イベントやセミナーで啓発されたため

☐ 埼玉県の取組 ☐ その他（ ）

（2）サーキュラーエコノミーに取り組む上で県に期待する支援（複数回答可）

☐ 先進事例の紹介 ☐ 最新情報の提供やセミナーの開催 ☐ 人材の育成に対する支援

☐ 専門的な技術に関する相談支援や専門家派遣 ☐ 研究会などの会員組織の運営

☐ 関係企業、国、大学等とのマッチング、橋渡し等の調整的な支援

☐ 再資源化製品、再生エネルギー等の利用による優遇制度や認証制度等

☐ 施設整備や販路拡大等に係る資金繰りや助成等

☐ 環境や省エネ等に関連する法的手続きや許認可取得手続き等のアドバイス

☐ その他（ ）

埼玉県四半期経営動向調査（令和7年4～6月期調査）

1

こちら QRコードから御回答いただけます

事務局使用欄

調査コード

202505

管理番号

11

11111

11

回答コード

01

問8 DX（デジタルトランスフォーメーション）に向けた取組状況についてお聞きます

※DXに向けた取組とは、例えば以下の様なことで、いずれかに取り組んでいるかをお聞きます。  
各種システムの導入・古いシステムの改修、クラウドサービスの導入、WEB会議システム（ZOOM等）の活用、eコマース・オンライン商談など販路拡大、テレワーク・ペーパーレス化等による効率化、AI・IoT・RPAなど生産性向上、キャッシュレス決済、HP・SNSなどを活用した情報発信

(1) DXへの取組状況について  

取り組んでいる → 設問ア及びイハ

ある程度は取り組み始めている → 設問ア及びイハ

関心はあるが取組に至っていない → 設問イハ

取り組んでいない → 問8（2）へ

↓（1）で「取り組んでいる」又は「ある程度は取り組み始めている」を選択した企業のみご回答ください。

ア DX（デジタル化を含む）に取り組んでいる項目と成果の有無（複数回答可）

取組項目	結果
<input type="checkbox"/> ペーパーレス化	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無
<input type="checkbox"/> 顧客管理の一元化	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無
<input type="checkbox"/> 「受発注管理」「販売管理」「在庫管理」「会計」など基幹システムの構築・導入	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無
<input type="checkbox"/> 古いシステムやデータベースの改修	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無
<input type="checkbox"/> テレワーク、クラウドサービスなど業務効率化	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無
<input type="checkbox"/> WEB会議システム（Zoomなど）の活用による情報共有・コミュニケーションの効率化	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無
<input type="checkbox"/> キャッシュレス決済による支払サービス向上	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無
<input type="checkbox"/> 予約システムによる利便性向上	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無
<input type="checkbox"/> eコマース・オンライン商談など販路拡大	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無
<input type="checkbox"/> ノーコード（ローコード）ツールを活用した業務改善	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無
<input type="checkbox"/> AI、IoT、RPAなど生産性向上	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無
<input type="checkbox"/> マークETINGによる新規製品・サービスの創出	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無
<input type="checkbox"/> ホームページ・SNSなどを活用した情報発信	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無
<input type="checkbox"/> その他（ ）	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無

お問い合わせ先

埼玉県産業労働部産業労働政策課企画調査担当  
☎（電話）048-830-3723 ✉（メール）a3710-1@pref.saitama.lg.jp

埼玉県四半期経営動向調査（令和7年4～6月期調査）

1

こちら QRコードから御回答いただけます

事務局使用欄

調査コード

202505

管理番号

11

11111

11

回答コード

01

問9 貴社の従業員数（常時雇用する者の数）を教えてください

※ 調査結果の送付を希望しますか？  
□ 希望する（メールでの送付） □ 希望する（郵送） □ 希望しない  
送付先メールアドレス（左づめで記載してください）

1~5人 □ 6~20人 □ 21~50人 □ 51人以上

お問い合わせ先

埼玉県産業労働部産業労働政策課企画調査担当  
☎（電話）048-830-3723 ✉（メール）a3710-1@pref.saitama.lg.jp



## アンケート調査対象業種と日本標準産業分類の対応

アンケート調査対象業種		第14回改訂日本標準産業分類(R5.7改訂)
製 造 業	食料品製造	食料品製造業(09)
	繊維工業	繊維工業(11)
	家具・装備品	家具・装備品製造業(13)
	パルプ・紙・紙加工品	パルプ・紙・紙加工品製造業(14)
	印刷業	印刷・同関連業(15)
	化学工業	化学工業(16)
	プラスチック製品	プラスチック製品製造業(18)
	鉄鋼業・非鉄金属	鉄鋼業(22)、非鉄金属製造業(23)
	金属製品	金属製品製造業(24)
	電気機械器具	電子部品・デバイス・電子回路製造業(28)、 電気機械器具製造業(29)、情報通信機械器具製造業(30)
	輸送用機械器具	輸送用機械器具製造業(31)
	一般機械器具	はん用機械器具製造業(25)、生産用機械器具製造業(26)、 業務用機械器具製造業(27)
非 卸 売 業  製 造 業	建 総合工事業	総合工事業(06)
	設 職別工事業	職別工事業(07)
	業 設備工事業	設備工事業(08)
	卸 繊維・衣服等	繊維・衣服等卸売業(51)
	卸 飲食料品	飲食料品卸売業(52)
	売 建築材料、鉱物・金属材料等	建築材料、鉱物・金属材料等卸売業(53)
	業 機械器具	機械器具卸売業(54)
	業 その他	その他の卸売業(55)
	小 織物・衣服・身の回り品	織物・衣服・身の回り品小売業(57)
	売 飲食料品	飲食料品小売業(58)
	業 機械器具	機械器具小売業(59)
	業 その他	その他の小売業(60)
	飲 食 店	飲食店(76)
	情 報 サービス 業	情報サービス業(39)
	運 輸 業	道路貨物運送業(44)
	不 動 産 業	不動産取引業(68)
	サ ー ビ ス 業	専門サービス業(72)
	サ ー ビ ス 業	洗濯・理美容・浴場業(78)
	サ ー ビ ス 業	その他の生活関連・娯楽業(79)、娯楽業(80)
	サ ー ビ ス 業	その他の事業サービス業(92)



埼玉県四半期経営動向調査（令和7年4～6月期）

編集・発行：埼玉県産業労働部 産業労働政策課

調査実施機関：埼玉県産業労働部 産業労働政策課

埼玉県企画財政部 地域振興センター

問い合わせ先：埼玉県産業労働部 産業労働政策課 企画調査担当

048-830-3723