

埼玉県四半期経営動向調査 (令和7年7～9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

価格転嫁について
賃上げの実施状況について
米国における関税措置の影響について

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7～9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、1,249社から御回答いただきました。
(回答率 56.8%)

令和7年10月24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7～9月（調査日：令和7年9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 4 2	% 5 6 . 5
	非 製 造 業	1, 2 4 0	7 0 7	5 7 . 0
	計	2, 2 0 0	1, 2 4 9	5 6 . 8
ヒアリング調査	製 造 業	団体・企業 2 9		
	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	5 0		

* 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（1,249件）とは一致しない。

目次

I 調査結果概要	- 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 -
II 調査結果の詳細（アンケート調査からみた経営動向）	- 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10月～12月期）の見通し	- 10 -
2 売上げについて	- 12 -
(1) 当期（令和7年7月～9月期）の状況	- 12 -
(2) 来期（令和7年10月～12月期）の見通し	- 12 -
3 資金繰りについて	- 13 -
(1) 当期（令和7年7～9月期）の状況	- 13 -
(2) 来期（令和7年10～12月期）の見通し	- 13 -
4 採算について	- 14 -
(1) 当期（令和7年7月～9月期）の状況	- 14 -
(2) 来期（令和7年10月～12月期）の見通し	- 14 -
5 設備投資について	- 15 -
(1) 当期（令和7年7～9月期）の状況	- 15 -
(2) 来期（令和7年10～12月期）の見通し	- 16 -
III ヒアリング調査からみた企業の声	- 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 -
IV 特別調査	- 33 -
1 価格転嫁について	- 34 -
（１） 価格交渉（相談）の実施状況（回答数：1，217社・単一回答）	- 34 -
（２） 1年前と比べた価格交渉（相談）のしやすさ（回答数：1，228社・単一回答）	- 37 -
（３） 価格転嫁の実施状況（回答数：1，201社・単一回答）	- 38 -
（４） 「パートナーシップ構築宣言」の登録状況（回答数：1，240社・単一回答）	- 41 -
2 賃上げの実施状況について	- 42 -
（１） 直近1年間の業績（回答数：1，236社・単一回答）	- 42 -
（２） 直近1年間の賃上げの実施状況（回答数：1，232社・単一回答）	- 42 -
（３） 賃上げの内容（回答数：837社・複数回答）	- 44 -
（４） 賃上げを実施した理由（回答数：857社・複数回答）	- 46 -
（５） 賃上げを実施しない理由（回答数：347社・複数回答）	- 47 -
3 米国における関税措置の影響について	- 48 -
（１） 経営に与える影響（回答数1，226社・単一回答）	- 48 -
（２） 悪い影響（見込み含む）の内容（回答数786社・複数回答）	- 52 -
（３） 影響が出た場合の対策(実施予定含む)（回答数1，170社・複数回答）	- 55 -
（４） 県に期待する支援（回答数1，094社・複数回答）	- 58 -
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	- 61 -
VI 参考 アンケート調査票	- 67 -

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2.2ポイント増加し▲42.5となり、3期ぶりに改善した。
- ・業種別では、製造業、非製造業ともに3期ぶりに改善した。

〔景況感の先行きDI〕

- ・前期比で6.1ポイント増加し▲18.6となった。2期ぶりに改善した。

〔売上げDI、資金繰りDI及び採算DI〕

- ・売上げDIは▲20.3となり、2期ぶりに悪化した。
- ・資金繰りDIは▲19.5となり、2期ぶりに悪化した。
- ・採算DIは▲24.2となり、2期連続改善した。

〔設備投資の実施率〕

- ・前期比で0.9%増加し24.6%となり、2期連続増加した。

〔来期の見通し〕

- ・売上げDI及び採算DI、資金繰りDIは当期DIより改善する見通しである。
- ・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4～6月期、「当期」：令和7年7～9月期、「来期(先行き)」：令和7年10～12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▲42.5（前期比+2.2）となり、3期ぶりに改善した。
業種別にみると、製造業、非製造業ともに3期ぶりに改善した。

〔景況感DIの推移〕

	当 期 (R7.7-9)	前 期 (R7.4-6)	前年同期 (R6.7-9)
全 体	▲42.5	▲44.7	▲40.0
製 造 業	▲48.4	▲49.8	▲46.3
非製造業	▲38.2	▲40.7	▲35.5

(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6.9%（前期比+1.4%）、
「悪い方向に向かう」とみる企業は25.4%（前期比▲4.8%）だった。
先行きDIは▲18.6（前期比+6.1）と、2期ぶりに改善した。

〔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 (R7.10-12)
全 体	6.9%	25.4%	▲18.6
製 造 業	5.9%	25.5%	▲19.5
非製造業	7.6%	25.4%	▲17.8

2 売上げについて

売上げD Iは▲20.3（前期比▲0.8）となり、2期ぶりに悪化した。来期は改善する見通し。
業種別にみると、製造業は2期ぶりに悪化し、非製造業は2期連続改善した。
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 (R7.7-9)	前 期 (R7.4-6)	前年同期 (R6.7-9)	来期見通し (R7.10-12)
全 体	▲20.3	▲19.5	▲19.6	▲7.6
製 造 業	▲21.8	▲19.9	▲22.1	▲8.2
非製造業	▲19.1	▲19.2	▲17.8	▲7.2

3 資金繰りについて

資金繰りD Iは▲19.5（前期比▲1.1）となり、2期ぶりに悪化した。来期は改善する見通し。
業種別にみると、製造業は2期ぶりに悪化し、非製造業は5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資金繰りD Iより改善する見通しである。

〔資金繰りD Iの推移〕

	当 期 (R7.7-9)	前 期 (R7.4-6)	前年同期 (R6.7-9)	来期見通し (R7.10-12)
全 体	▲19.5	▲18.4	▲19.9	▲14.9
製 造 業	▲23.3	▲19.2	▲24.1	▲13.8
非製造業	▲16.5	▲17.8	▲16.9	▲15.8

4 採算について

採算D Iは▲24.2（前期比+1.4）となり、2期連続改善した。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期連続改善した。
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 (R7.7-9)	前 期 (R7.4-6)	前年同期 (R6.7-9)	来期見通し (R7.10-12)
全 体	▲24.2	▲25.6	▲25.5	▲17.5
製 造 業	▲23.9	▲24.7	▲27.9	▲16.2
非製造業	▲24.4	▲26.2	▲23.8	▲18.5

5 設備投資について

設備投資の実施率は24.6%（前期比+0.9%）となり、2期連続増加した。

来期は減少する見通し。

業種別にみると、製造業、非製造業とも2期連続増加した。

来期については、製造業、非製造業ともに当期の実施率より減少する見通しである。

〔設備投資の実施率〕

	当 期 (R7.7-9)	前 期 (R7.4-6)	前年同期 (R6.7-9)	来期見通し (R7.10-12)
全 体	24.6%	23.7%	23.4%	19.9%
製 造 業	28.1%	27.8%	27.3%	23.7%
非製造業	21.9%	20.5%	20.7%	17.0%

6 ヒアリング調査の概況

*詳細はP 19を御覧ください。

(1) 売上げ・採算について

業種	コメント
食料品製造	新規受注を定期的に獲得できており、売上げは前年同期比で2割程度増えている。
一般機械器具	受注単価は上がっているものの、コストも上昇しており、採算は変わっていない。
スーパー	売上高は減っている。猛暑の影響により、来店客数が減少している。
金属製品	コストの上昇が落ち着いており、採算は変わっていない。
運輸業	ドライバーを1名増員したことにより、売上高は前年同期比で増加している。
工業塗装	取引先の業績が悪化し、受注量が減少したため、売上げは大幅に減少している。
宿泊業	人件費や仕入価格の高騰により、コストが増加しているため、採算は悪くなった。

(2) 現在の景況感について

業種	コメント
情報サービス業	D X推進の機運が業界を問わず高まっており、好況である。
電気機械器具	半導体関連の受注が低迷しており、不況である。
飲食店	好況である。猛暑の影響により、利益率の高いドリンクの注文が増加している。
輸送用機械器具	米国の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、不況である。
百貨店	客単価は上がっているものの、来店客数は減少しており、厳しい状況にある。
プラスチック製品	価格転嫁の進展により、製品を問わず売上高が増加しており、好況である。
スーパー	魚菜や菓子の売上げが堅調であり、好況である。

(3) 今後の見通しについて

業種	コメント
宿泊業	年末までの予約は順調に推移しており、良い方向に向かうと考えている。
建設業	業界全体で技術者が不足しており、人手不足による廃業が増えていくとみている。
工業塗装	A Iの活用や設備投資によって省人化を進め、生産性向上に取り組んでいく。
食料品製造	新規取引の話が多数あり、今後の見通しは明るい。
金属製品	米国関税政策の方向性が明らかになったことで、企業の設備投資が活発化すると見込まれており、受注は徐々に回復すると考えている。
印刷業	業界の大手企業が印刷事業を縮小する傾向にあり、先行きの不透明感が強い。
旅行業	ツアー代金の高騰により、従来の旅行商品では採算が悪化していくため、インバウンド向けなどの高付加価値商品を造成していく必要がある。

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4.8%、「不況である」とみる企業は47.3%で、景況感D I（「好況である」－「不況である」企業の割合）は▲42.5となった。前期（▲44.7）から2.2ポイント増加し、3期ぶりに改善した。

〈業種別〉

製造業

「好況である」とみる企業は3.8%、「不況である」とみる企業は52.2%で、景況感D I は▲48.4となった。前期（▲49.8）から1.5ポイント増加し、3期ぶりに改善した。

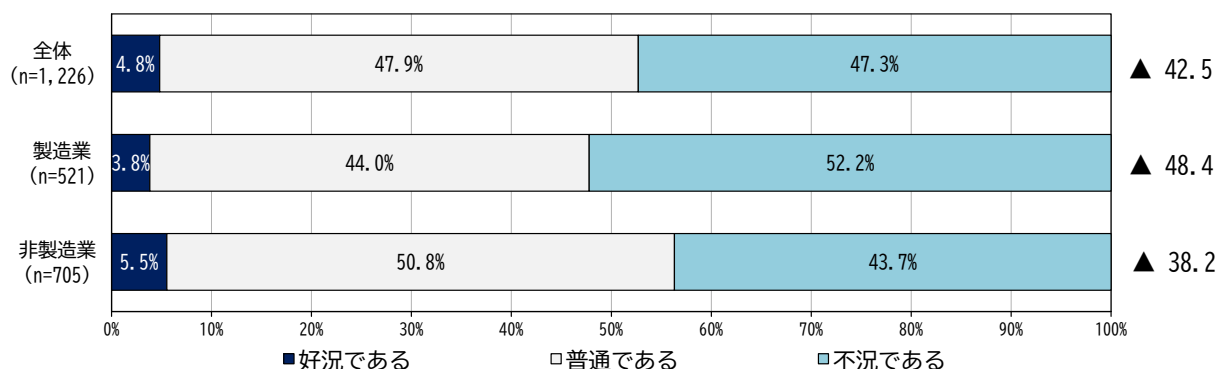
業種別にD I 値をみると、12業種中、「印刷業」「プラスチック製品」等の7業種が改善し、「輸送用機械器具」「鉄鋼業・非鉄金属」等の4業種が悪化し、「家具・装備品」は横ばいであった。特に、「印刷業」は前期比で17.9ポイント増加し、前年同期比でも12.8ポイント増加した。

非製造業

「好況である」とみる企業は5.5%、「不況である」とみる企業は43.7%で、景況感D I は▲38.2となった。前期（▲40.7）から2.6ポイント増加し、3期ぶりに改善した。

業種別にD I 値をみると、7業種中、「建設業」「卸売・小売業」等の3業種が改善し、「運輸業」「情報サービス業」等の4業種は悪化した。特に、「建設業」は前期比で11.8ポイント増加し、前年同期比でも6.5ポイント増加した。

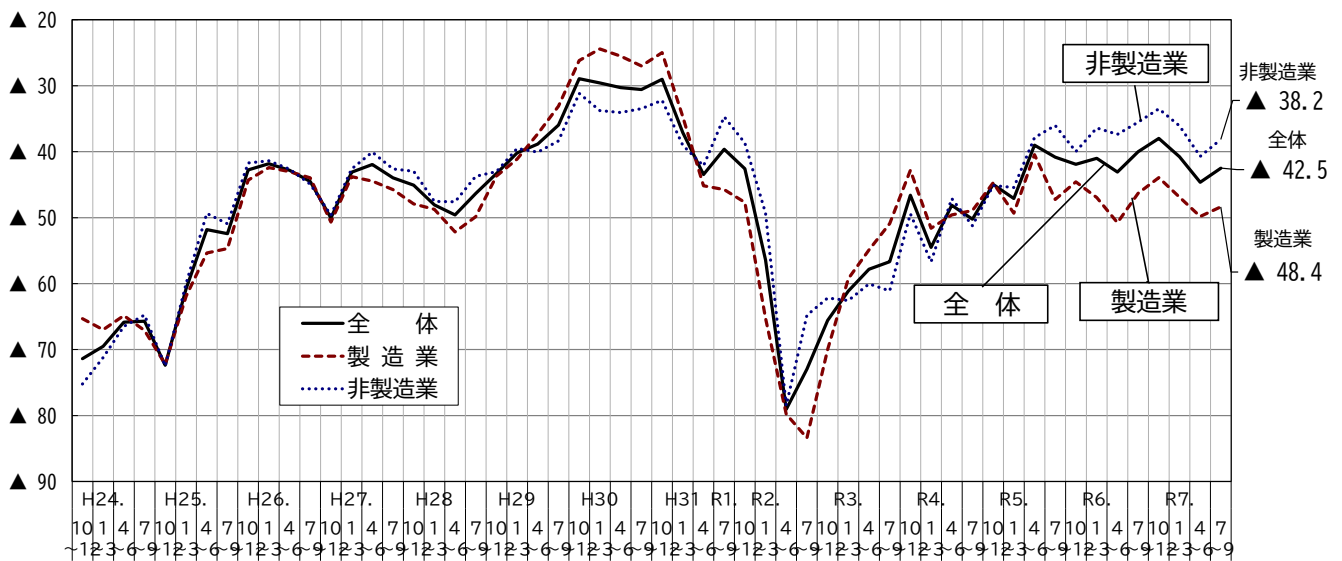
〔業種別の景況感D I〕



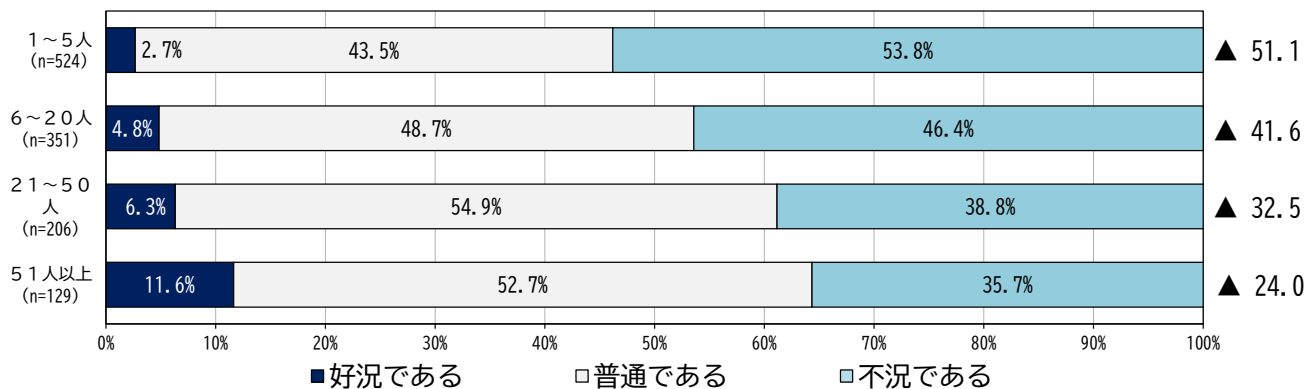
〔景況感D I の推移〕

	当期DI (R7.7-9)	前期比 (R7.4-6)	前年同期比 (R6.7-9)	来期見通しDI (R7.10-12の見通し)	前期比[前回調査] (R7.7-9の見通し)
全 体	▲42.5	+2.2	▲2.5	▲18.6	+6.1
製 造 業	▲48.4	+1.5	▲2.0	▲19.5	+7.8
非製造業	▲38.2	+2.6	▲2.6	▲17.8	+4.9

〔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10月～12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6.9%（前期比+1.4%）、
「悪い方向に向かう」とみる企業は25.4%（前期比▲4.8%）だった。
先行きD Iは▲18.6（前期比+6.1）と、2期ぶりに改善した。

〈業種別〉

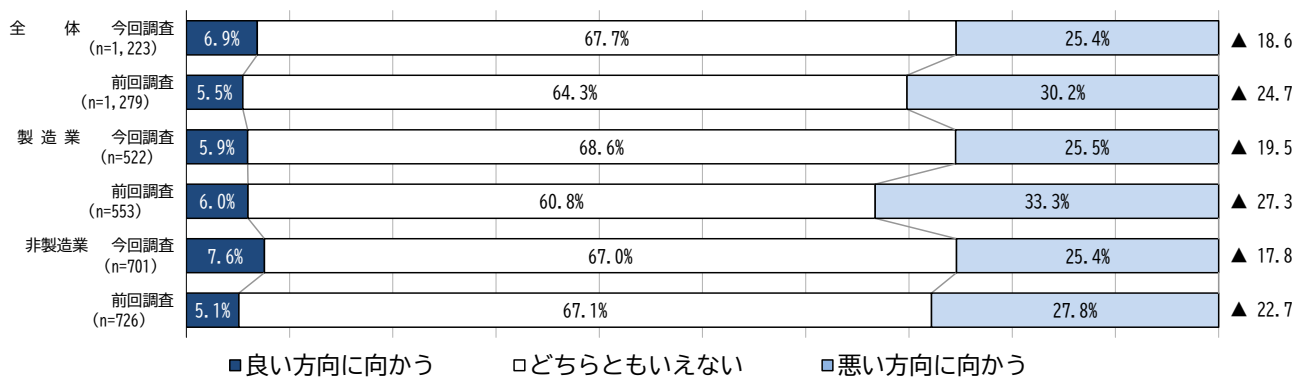
製造業

先行きD Iは▲19.5（前期比+7.8）と、4期ぶりに改善した。

非製造業

先行きD Iは▲17.8（前期比+4.9）と、2期ぶりに改善した。

〔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. 7～9月期	R6. 10～12月期	R7. 1～3月期	R7. 4～6月期	R7. 7～9月期 (当 期)	増 減		R7. 10～12月期 (見通し)
						前期比	前年 同期比	
全 体	▲ 40.0	▲ 38.0	▲ 40.8	▲ 44.7	▲ 42.5	2.2	▲ 2.5	▲ 18.6
製 造 業	▲ 46.3	▲ 43.9	▲ 46.9	▲ 49.8	▲ 48.4	1.5	▲ 2.0	▲ 19.5
食料品製造	▲ 37.5	▲ 20.5	▲ 45.2	▲ 34.1	▲ 38.5	▲ 4.4	▲ 1.0	▲ 12.8
繊維工業	▲ 66.7	▲ 51.9	▲ 54.5	▲ 57.6	▲ 65.5	▲ 7.9	1.1	▲ 34.5
家具・装備品	▲ 42.9	▲ 35.7	▲ 45.2	▲ 46.7	▲ 46.7	0.0	▲ 3.8	▲ 16.7
パルプ・紙・紙加工品	▲ 64.4	▲ 51.0	▲ 62.0	▲ 62.5	▲ 55.1	7.4	9.3	▲ 27.1
印刷業	▲ 64.1	▲ 46.3	▲ 68.9	▲ 69.2	▲ 51.3	17.9	12.8	▲ 33.3
化学工業	▲ 34.0	▲ 31.1	▲ 11.1	▲ 33.3	▲ 31.6	1.8	2.5	▲ 5.4
プラスチック製品	▲ 41.8	▲ 45.5	▲ 39.6	▲ 59.5	▲ 50.0	9.5	▲ 8.2	▲ 41.7
鉄鋼業・非鉄金属	▲ 60.0	▲ 68.4	▲ 60.8	▲ 46.3	▲ 55.6	▲ 9.3	4.4	▲ 20.8
金属製品	▲ 54.8	▲ 48.6	▲ 48.5	▲ 49.3	▲ 43.3	6.0	11.5	▲ 11.7
電気機械器具	▲ 31.4	▲ 50.0	▲ 39.1	▲ 48.1	▲ 43.6	4.5	▲ 12.3	0.0
輸送用機械器具	▲ 33.3	▲ 18.6	▲ 31.8	▲ 39.6	▲ 52.4	▲ 12.8	▲ 19.0	▲ 21.4
一般機械器具	▲ 35.1	▲ 54.2	▲ 46.4	▲ 53.8	▲ 50.8	3.0	▲ 15.8	▲ 22.0
非 製 造 業	▲ 35.5	▲ 33.5	▲ 36.1	▲ 40.7	▲ 38.2	2.6	▲ 2.6	▲ 17.8
建 設 業	▲ 34.2	▲ 27.3	▲ 22.9	▲ 39.5	▲ 27.7	11.8	6.5	▲ 6.4
総合工事業	▲ 34.5	▲ 36.4	▲ 18.2	▲ 42.9	▲ 29.5	13.3	5.0	▲ 2.3
職別工事業	▲ 44.2	▲ 35.4	▲ 42.6	▲ 57.7	▲ 36.0	21.7	8.2	▲ 14.0
設備工事業	▲ 22.9	▲ 10.6	▲ 4.3	▲ 15.2	▲ 17.0	▲ 1.8	5.9	▲ 2.2
卸売・小売業	▲ 43.7	▲ 44.5	▲ 51.4	▲ 52.6	▲ 48.6	4.0	▲ 4.9	▲ 27.0
(卸売業)	▲ 34.4	▲ 39.7	▲ 43.0	▲ 47.1	▲ 43.4	3.7	▲ 9.0	▲ 17.7
繊維・衣服等	▲ 42.1	▲ 60.0	▲ 53.3	▲ 50.0	▲ 43.8	6.3	▲ 1.6	▲ 50.0
飲食料品	▲ 29.0	▲ 32.3	▲ 34.6	▲ 34.8	▲ 45.5	▲ 10.7	▲ 16.4	▲ 9.1
建築材料、鉱物・金属材料等	▲ 43.3	▲ 44.0	▲ 48.3	▲ 50.0	▲ 42.9	7.1	0.5	▲ 14.3
機械器具	▲ 18.5	▲ 18.2	▲ 26.9	▲ 50.0	▲ 23.8	26.2	▲ 5.3	▲ 4.8
その他	▲ 41.7	▲ 47.8	▲ 61.1	▲ 50.0	▲ 57.7	▲ 7.7	▲ 16.0	▲ 19.2
小 売 業	▲ 52.6	▲ 48.9	▲ 58.4	▲ 57.5	▲ 53.0	4.5	▲ 0.4	▲ 35.1
(小売業)	▲ 69.2	▲ 55.3	▲ 75.7	▲ 75.0	▲ 72.2	2.8	▲ 3.0	▲ 37.1
飲食料品	▲ 50.0	▲ 55.6	▲ 60.6	▲ 50.0	▲ 54.5	▲ 4.5	▲ 4.5	▲ 46.9
機械器具	▲ 41.9	▲ 35.7	▲ 44.8	▲ 45.2	▲ 34.8	10.4	7.2	▲ 26.1
その他	▲ 46.2	▲ 45.5	▲ 50.0	▲ 59.0	▲ 45.2	13.7	0.9	▲ 29.3
飲 食 店	▲ 28.6	▲ 42.9	▲ 46.5	▲ 42.5	▲ 42.9	▲ 0.4	▲ 14.3	▲ 14.3
情報サービス業	▲ 14.5	▲ 15.3	▲ 8.3	▲ 16.0	▲ 20.4	▲ 4.4	▲ 5.9	▲ 16.3
運輸業	▲ 43.1	▲ 29.5	▲ 42.2	▲ 30.4	▲ 35.4	▲ 5.0	7.7	▲ 8.3
不動産業	▲ 37.7	▲ 20.5	▲ 26.8	▲ 39.5	▲ 38.2	1.3	▲ 0.5	▲ 17.6
サービス業	▲ 29.9	▲ 29.8	▲ 29.8	▲ 33.1	▲ 36.1	▲ 3.0	▲ 6.2	▲ 18.1
専門サービス業	▲ 23.9	▲ 19.5	▲ 16.7	▲ 23.8	▲ 20.0	3.8	3.9	▲ 15.6
洗濯・理美容・浴場業	▲ 35.9	▲ 45.2	▲ 51.3	▲ 47.2	▲ 54.8	▲ 7.6	▲ 18.9	▲ 35.5
その他生活関連・娯楽業	▲ 34.1	▲ 30.6	▲ 35.0	▲ 38.9	▲ 45.2	▲ 6.3	▲ 11.0	3.2
その他の事業サービス業	▲ 26.3	▲ 27.3	▲ 13.9	▲ 23.5	▲ 32.4	▲ 8.9	▲ 6.1	▲ 24.3

単位：D I

2 売上げについて

（1）当期（令和7年7月～9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15.8%、「減少した」と答えた企業は36.0%で、売上げDI（「増加した」－「減少した」と答えた企業の割合）は▲20.3となった。前期（▲19.5）から0.8ポイント減少し、2期ぶりに悪化した。

〈業種別〉

製造業

売上げが「増加した」と答えた企業は16.9%、「減少した」と答えた企業は38.7%で、売上げDIは▲21.8となった。前期（▲19.9）から1.9ポイント減少し、2期ぶりに悪化した。

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」「電気機械器具」「輸送用機械器具」「一般機械器具」の7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、「化学工業」は前期比で41.5ポイント減少し、前年同期比でも3.2ポイント減少した。

非製造業

売上げが「増加した」と答えた企業は14.9%、「減少した」と答えた企業は34.0%で、売上げDIは▲19.1となった。前期（▲19.2）から0.1ポイント増加し、2期連続改善した。

業種別にDI値をみると、7業種中、「卸売・小売業」「飲食店」「運輸業」「サービス業」の4業種が前期から悪化し、それ以外の3業種は前期から改善した。特に、「情報サービス業」は前期比で20.0ポイント増加し、前年同期比でも11.3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	15.8%	48.2%	36.0%	▲20.3	▲0.8	▲0.7
製 造 業	16.9%	44.3%	38.7%	▲21.8	▲1.9	+0.3
非製造業	14.9%	51.1%	34.0%	▲19.1	+0.1	▲1.3

（2）来期（令和7年10月～12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19.2%、「減少する見通し」と答えた企業は26.9%であった。

当期の売上げDI（▲20.3）と比べて、来期DIは▲7.6（当期比+12.6）と改善する見通しである。

〈業種別〉

製造業

来期の売上DIは▲8.2（当期比+13.6）と改善する見通しである。

非製造業

来期の売上げDIは▲7.2（当期比+11.9）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（P61）を御覧ください。

3 資金繰りについて

（1）当期（令和7年7～9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7.1%、「悪くなった」と答えた企業は26.6%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▲19.5となった。前期（▲18.4）から1.1ポイント減少し、2期ぶりに悪化した。

〈業種別〉

製造業

資金繰りが「良くなった」と答えた企業は6.9%、「悪くなった」と答えた企業は30.2%で、資金繰りDIは▲23.3となった。前期（▲19.2）から4.1ポイント減少し、2期ぶりに悪化した。

業種別にDI値をみると、12業種中、「家具・装備品」「鉄鋼業・非鉄金属」「金属製品」「一般機械器具」の4業種が前期から改善し、それ以外の8業種は前期から悪化した。特に、「食料品製造」は前期比で20.8ポイント減少し、前年同期比でも0.2ポイント減少した。

非製造業

資金繰りが「良くなった」と答えた企業は7.3%、「悪くなった」と答えた企業は23.8%で、資金繰りDIは▲16.5となった。前期（▲17.8）から1.3ポイント増加し、5期ぶりに改善した。

業種別にDI値をみると、7業種中、「飲食店」「情報サービス業」「不動産業」「サービス業」の4業種が前期から悪化し、それ以外の3業種は前期から改善した。特に、「運輸業」は前期比で13.4ポイント増加し、前年同期比でも9.9ポイント増加した。

〔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	7.1%	66.3%	26.6%	▲19.5	▲1.1	+0.4
製 造 業	6.9%	62.9%	30.2%	▲23.3	▲4.1	+0.8
非製造業	7.3%	68.9%	23.8%	▲16.5	+1.3	+0.3

（2）来期（令和7年10～12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8.6%、「悪くなる見通し」と答えた企業は23.5%であった。

当期の資金繰りDI（▲19.5）と比べて、来期DIは▲14.9（当期比+4.6）と改善する見通しである。

〈業種別〉

製造業

来期の資金繰りDIは▲13.8（当期比+9.5）と改善する見通しである。

非製造業

来期の資金繰りDIは▲15.8（当期比+0.8）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（P62）を御覧ください。

4 採算について

(1) 当期（令和7年7月～9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9.8%、「悪くなった」と答えた企業は34.0%で、採算DI（「良くなった」－「悪くなった」と答えた企業の割合）は▲24.2となった。前期（▲25.6）から1.4ポイント増加し、2期連続改善した。

〈業種別〉

製造業

採算が「良くなった」と答えた企業は10.2%、「悪くなった」と答えた企業は34.1%で、採算DIは▲23.9となった。前期（▲24.7）から0.9ポイント増加し、2期連続改善した。

業種別にDI値をみると、12業種中、「食料品製造」「家具・装備品」「パルプ・紙・紙加工品」「化学工業」「鉄鋼業・非鉄金属」「輸送用機械器具」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、「印刷業」は前期比で19.9ポイント増加し、前年同期比でも8.4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9.4%、「悪くなった」と答えた企業は33.9%で、採算DIは▲24.4となった。前期（▲26.2）から1.8ポイント増加し、2期連続改善した。

業種別にDI値をみると、7業種中、「卸売・小売業」「飲食店」「運輸業」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、「建設業」は前期比15.0ポイント増加し、前年同期比でも7.0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	9.8%	56.3%	34.0%	▲24.2	+1.4	+1.3
製 造 業	10.2%	55.7%	34.1%	▲23.9	+0.9	+4.1
非製造業	9.4%	56.7%	33.9%	▲24.4	+1.8	▲0.7

(2) 来期（令和7年10月～12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10.7%、「悪くなる見通し」と答えた企業は28.2%であった。

当期の採算DI（▲24.2）と比べて、来期DIは▲17.5（当期比+6.7）と改善する見通しである。

〈業種別〉

製造業

来期の採算DIは▲16.2（当期比+7.7）と改善する見通しである。

非製造業

来期の採算DIは▲18.5（当期比+5.9）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（P63）を御覧ください。

5 設備投資について

（１）当期（令和7年7～9月期）の状況

当期に「設備投資を実施した」と答えた企業は24.6%で、前期（23.7%）から0.9ポイント増加し、2期連続増加した。

内容をみると、「生産・販売・設備（建設機械を含む）」が40.4%で最も高く、「車両・運搬具」が37.7%、「情報化機器」が26.9%と続いている。

目的では、「更新・維持・補修」が75.5%で最も高く、「生産・販売能力の拡大」が29.4%、「合理化・省力化」が23.0%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28.1%で、前期（27.8%）から0.3ポイント増加し、2期連続増加した。また、前年同期（27.3%）から0.8ポイント増加した。

業種別でみると、12業種中、「家具・装備品」「パルプ・紙・紙加工品」「化学工業」「プラスチック製品」「金属製品」「電気機械器具」「一般機械器具」の7業種が前期から減少し、それ以外の5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65.3%で最も高く、次いで、「情報化機器」が21.8%、「車両・運搬具」が20.4%と続いている。

設備投資の目的は、「更新・維持・補修」が77.1%で最も高く、次いで「生産・販売能力の拡大」が31.3%、「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21.9%で、前期（20.5%）から1.4ポイント増加し、2期連続増加した。また、前年同期（20.7%）から1.2ポイント増加した。

業種別でみると、7業種中、「建設業」「飲食店」「運輸業」「不動産業」の4業種が前期から減少し、それ以外の3業種は増加した。

設備投資の内容は、「車両・運搬具」が54.7%で最も高く、次いで、「情報化機器」が32.0%、「建物(工場・店舗等を含む)」が17.3%と続いている。

設備投資の目的は、「更新・維持・補修」が73.9%で最も高く、次いで「生産・販売能力の拡大」が27.5%、「合理化・省力化」が24.6%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	24.6%	75.4%	+0.9	+1.2
製 造 業	28.1%	71.9%	+0.3	+0.8
非製造業	21.9%	78.1%	+1.4	+1.2

（2）来期（令和7年10～12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19.9%で、当期（24.6%）から4.7ポイント減少する見通しである。

〈業種別〉

製造業

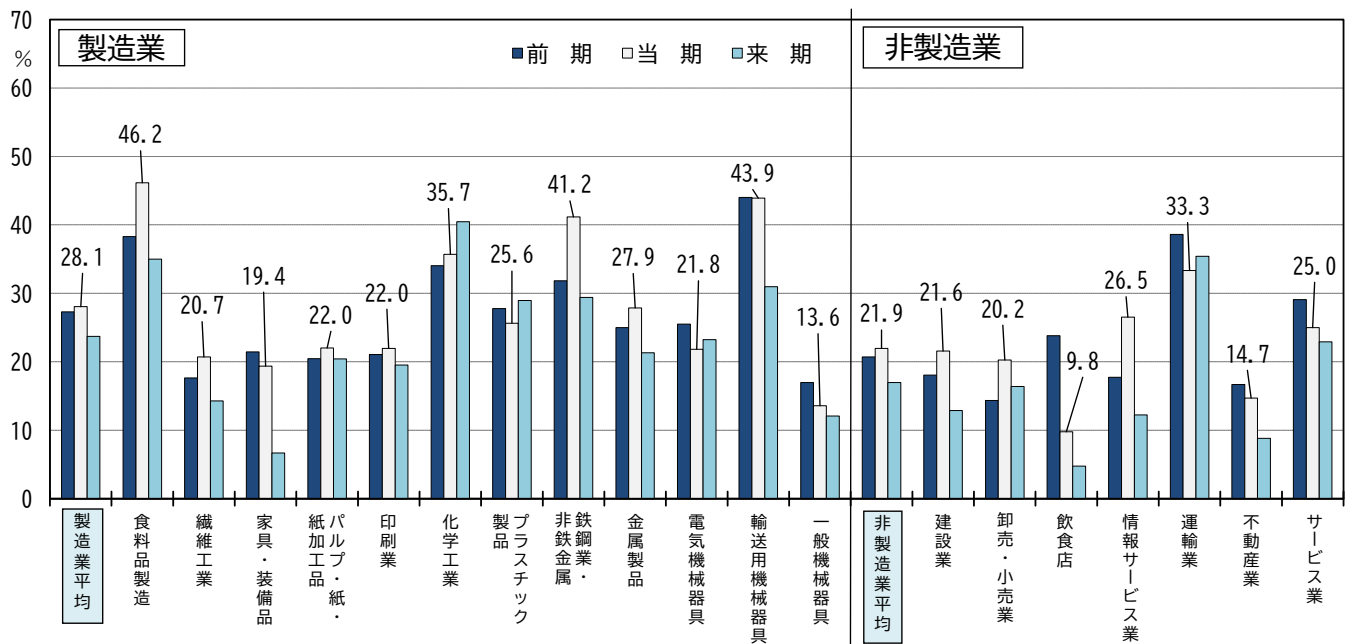
「設備投資を予定している」と答えた企業は23.7%となっており、減少する見通しである。

非製造業

「設備投資を予定している」と答えた企業は17.0%となっており、減少する見通しである。

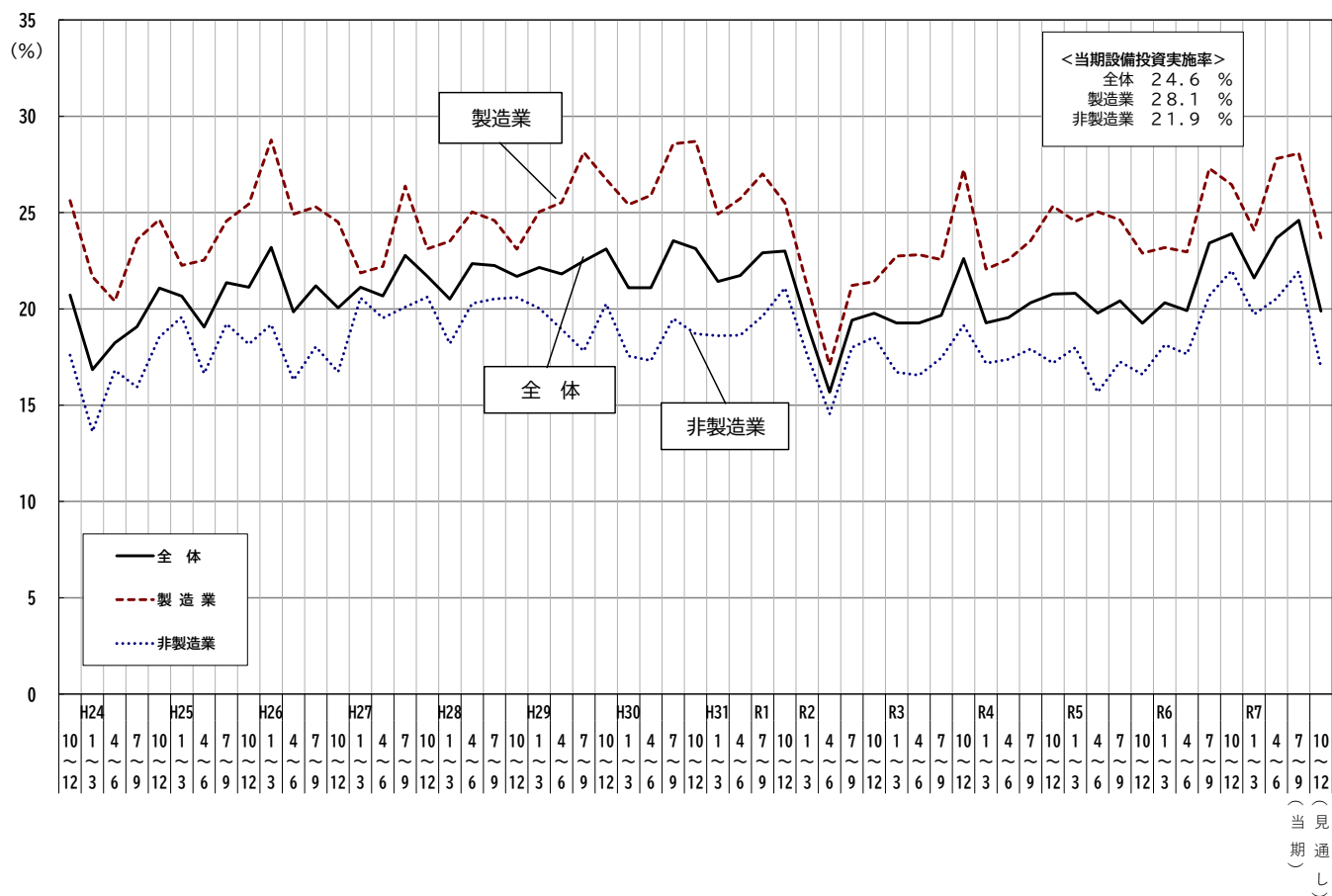
（注）全業種の集計結果とD Iの推移は付表（P 64）を御覧ください。

〔業種別・設備投資実施率〕

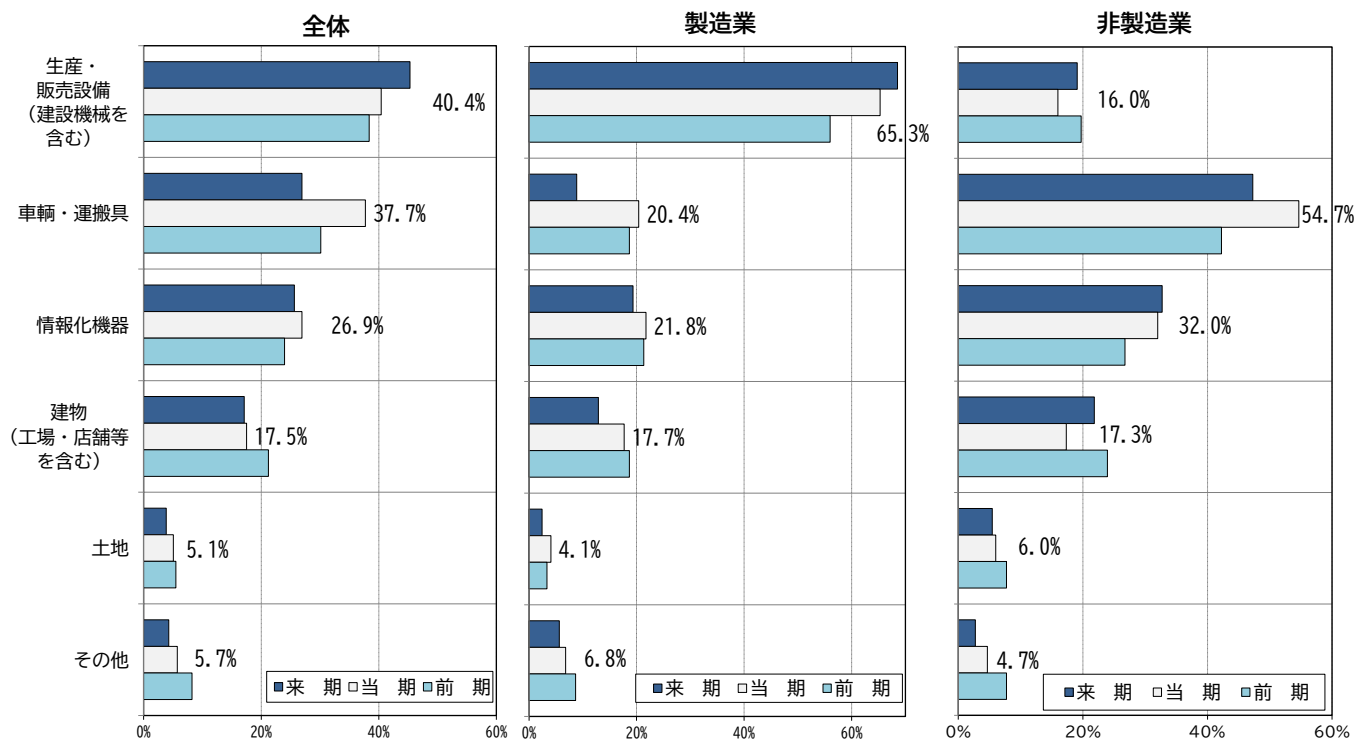


*数値は当期の実施率

〔設備投資実施率の推移〕

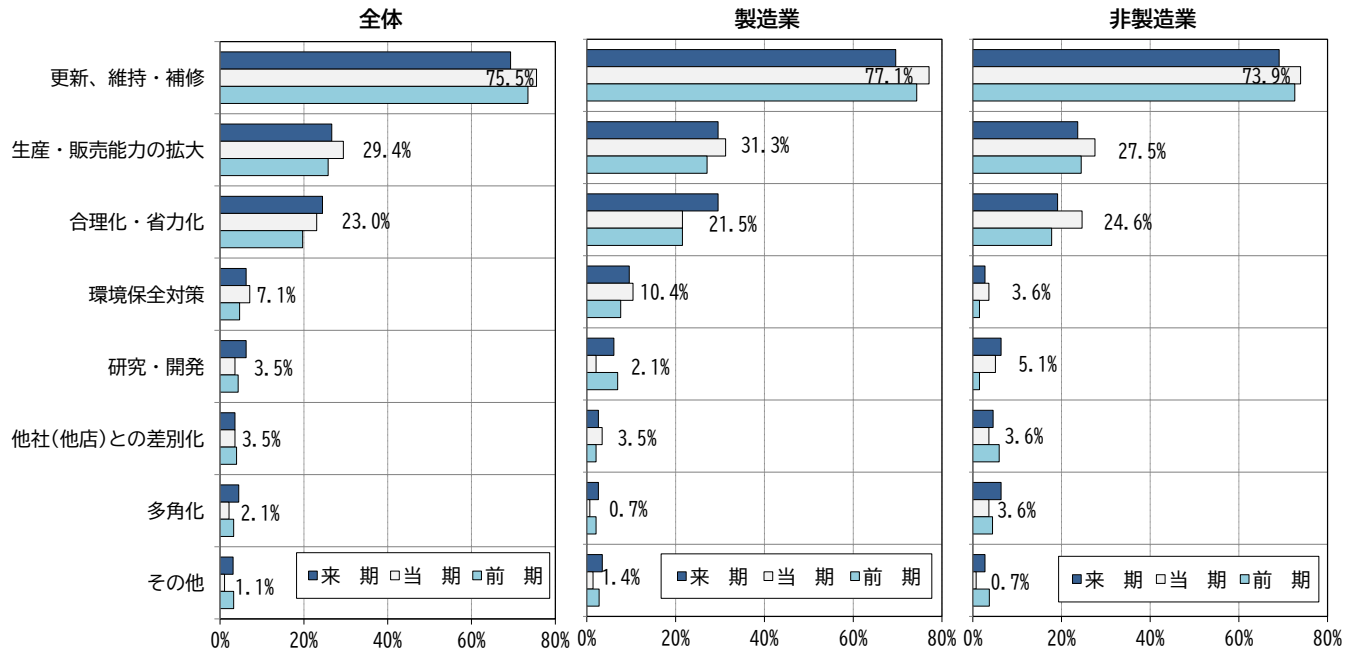


〔設備投資の内容【複数回答】〕



* 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】

- ・ 自社開発製品の市場浸透により、受注量は増加しており、好況である。
- ・ 不況である。見積り依頼は前年同期比で50パーセント程度減少しており、受注量の減少が避けられない状況である。
- ・ 自動車関連の受注が減少しており、不況である。取り扱っている車種が海外生産に移行するなど、事業環境は厳しい。

②【売上高】

- ・ 取引先の開拓により、売上高は増加している。既存先からの値下げ要請が想定されるため、取引先を分散することで、売上げの安定化を図っている。
- ・ 米国関税政策の影響により、取引先が発注を保留しており、売上高は前年同期比で減少している。
- ・ 売上高は前年同期比で減少している。主要取引先からの受注が減少しているため、取引先の開拓に努めているものの、売上減少を補うまでには至っていない。

③【受注単価】

- ・ 値上げ交渉を行うことで、取引を解消される可能性があることから、交渉自体を行うことができていない。
- ・ 受注単価は変わっていない。原材料価格の上昇が落ち着いたため、現時点では価格交渉を行う必要がない。
- ・ 自動車関連の取引は供給過多の状態にあり、競争が激化していることから、受注単価は低下している。

④【人件費】

- ・ 従業員のモチベーションを高めるため、賃上げを行っており、人件費は増加している。
- ・ 業績が悪化しているため、賃上げは実施していない。また、新規採用を行っていないため、従業員数は減っており、人件費も減少している。
- ・ 人件費は増加している。3年連続で3パーセント以上の賃上げを実施した。人材の流出を防ぐために、対応せざるを得ない。

⑤【原材料価格・その他諸費用】

- ・ 非鉄金属やアクリルの価格は上がり続けている。以前より上昇ペースは落ち着いているものの、今後も価格の上昇が見込まれる。
- ・ 原材料である鋼材の価格はあまり変動していない。一方で、輸送費は上昇し続けている。

⑥【採算性】

- ・ コストの上昇分を価格に転嫁できていないため、採算は悪化している。取引先から値下げ要請を受けており、利益率は今後も低下していく見込みである。
- ・ 受注量の減少に伴い、工場の稼働率が低下し、利益率も低下傾向にある。
- ・ 定期的に価格改定を行っており、採算を維持している。

（2）輸送用機械器具

①【景況感】

- ・米国関税政策の影響により、受注量が大幅に減少しており、不況である。工場の稼働停止など、生産調整を余儀なくされている。
- ・景況感は普通である。取引先や取扱製品を増やしたことで、受注が安定し、業績は堅調に推移している。
- ・コストの上昇は落ち着き、取引量に大きな変化はなく推移しており、景況感は普通である。

②【売上高】

- ・受注単価の上昇や新規顧客の獲得により、売上高は前年同期比で増加している。
- ・売上高は増加している。米国の相互関税発動前の駆け込み需要により、一時的に受注が増えている。
- ・生産調整の影響により、売上高は前年同期比で10パーセント程度減った。

③【受注単価】

- ・値上げ交渉の結果、労務費を含む各種コストの上昇分を価格転嫁することができたため、受注単価は上がった。
- ・受注単価は上がっている。業界全体で価格転嫁の機運が醸成されつつあり、取引先から値上げの提示を受けるケースもでてきている。

④【原材料価格・その他諸費用】

- ・原材料価格は特段変動していない。非鉄金属を中心に高止まりしている。
- ・猛暑の影響により、電気代が上昇している。

⑤【採算性】

- ・人件費の上昇が続いている一方で、受注量は減少しており、採算は悪化している。
- ・値上げを行ったが、人件費も上昇しており、採算はあまり変わっていない。

（3）電気機械器具

①【景況感】

- ・電気自動車の販売不振により、関連する半導体の受注は低迷しているものの、他の種類の半導体は堅調に推移している。
- ・中国経済の低迷を受け、業界全体で在庫調整が長期化しており、不況である。
- ・不況である。米国関税政策の影響もあり、自動車関連の受注が低迷している。

②【売上高】

- ・新規の受注を複数獲得できたことにより、売上高は約5パーセント増加した。
- ・取引先の廃業などにより、売上高は減少傾向にある。
- ・製品によって受注状況は異なるものの、全体の売上高は前期と同水準で推移している。

③【受注単価】

- ・取引先との関係維持のため、受注単価は据え置いている。既存先に対する値上げは難しいため、新規取引先の獲得に努めていく。
- ・値上げを行っており、受注単価は20～30パーセント程度上がっている。
- ・受注単価は変わっていない。値上げ交渉は完了しており、当面は現状維持を予定している。

④【原材料価格】

- ・プラスチック材料の価格が上がっており、1年前と比べると10パーセント程度上昇している。
- ・原材料価格は直近数か月において変動はないものの、依然高い水準にある。

⑤【採算性】

- ・売上げは減少しているものの、利益率の高い新規取引が始まったため、採算は良くなっている。
- ・原材料価格が上昇する中で、売上高は減少しており、採算は悪化している。

（4）金属製品

① 【景況感】

- ・好況である。中国景気の後退により、半導体関連の受注は低調であるが、他の製品は順調に推移している。
- ・半導体、建機、自動車など、複数の分野で受注量が増加傾向にあり、前年と比べて景況感は良くなっている。
- ・主力製品の在庫調整が続いているため、業績は低迷している。米国の関税政策により、輸出企業からの受注が減少する懸念があり、先行きは不透明である。

② 【売上高】

- ・価格転嫁の進展により製品価格は上昇しているが、受注量は減少しており、前年同期比で売上高は変わっていない。
- ・売上高は前年同期比で20パーセント程度増加した。主力製品以外の受注が大幅に増えている。
- ・これまで低迷していた半導体製造装置の需要が回復してきており、売上げは回復傾向にある。

③ 【受注単価】

- ・原材料費が上がるたびに、値上げを実施しており、受注単価は上昇している。
- ・受注単価は上昇した。新規受注の際には、コスト上昇分を反映した価格設定を行っている。
- ・値上げに対して取引先の理解が進み、交渉しやすい環境が整いつつある。5パーセント程度の値上げであれば、即座に対応してもらえている。

④ 【人件費】

- ・従業員を新規で採用したことにより、人件費は増加した。
- ・人件費は前年同期比で上昇している。社会情勢を考慮し、人材流出を防ぐため、従業員全員に賃上げを行った。
- ・賃上げに加え、従業員の新規採用を行ったことで、人件費は増加した。

⑤ 【採算性】

- ・1年かけて全製品の値上げ交渉を行った結果、採算は大幅に改善した。
- ・受注単価は上がっているものの、各種コストも上昇しており、採算性はほとんど変わらない。

（5）プラスチック製品

①【景況感】

- ・製品の種類に関係なく全体的に受注量が増えており、好況である。
- ・不況である。米国の関税政策の影響により、自動車関連の受注は減少傾向にある。
- ・米国関税政策の動向を注視していた企業が、本格的に動き出す見込みであり、良い方向に向かっていくと考えている。

②【売上高】

- ・業界全体の市場規模は縮小傾向にあるものの、自社の技術力が評価され、売上げは増加している。
- ・自動車関連の受注は低調であるものの、それ以外の分野で補うことができしており、売上高は横ばいとなっている。

③【受注単価】

- ・1年前の価格転嫁完了以降、原材料価格に変動がないため、受注単価は据え置いている。
- ・受注単価は上昇している。取引先との信頼関係構築により、希望した価格での取引ができている。

④【人件費】

- ・同業者の給与水準を参考に、ベースアップを行った結果、人件費は増加している。
- ・従業員を新規に4名採用したため、人件費は増加している。最低賃金の引上げが予定されており、今後も人件費は増加していく見込みである。

⑤【原材料価格】

- ・原材料価格は変わっていない。原油価格が安定しているため、当面は現在の価格帯が続くと考えている。
- ・樹脂素材の仕入価格は安定している。一方で、運送費は上昇が続いている。

⑥【採算性】

- ・労務費は上昇しているものの、生産性向上がそれを上回っており、採算は良くなっている。
- ・コスト上昇分は価格に転嫁できており、採算性はほとんど変わっていない。

（6）食料品製造

① 【景況感】

- ・好況である。例年夏場は売上げが低迷する傾向があるが、新商品の開発などにより、売上げは順調に推移している。
- ・新規取引の話が数多く来ており、今後の見通しは明るい。
- ・既存先からの受注が安定し、新規取引先の獲得も順調に進んでいるため、好況である。

② 【売上高】

- ・販売量に大きな変化はないものの、価格改定や受注の選別により、売上高は増加している。
- ・既存顧客からの大口受注を獲得できたこともあり、売上高は前年同期比で約20パーセント増加した。

③ 【受注単価】

- ・新商品を導入する際に、価格改定を行っている。基本的には希望価格に基づいて了承を得ており、受注単価は上昇している。
- ・価格転嫁は進んでいるものの、大手取引先との値上げ交渉が難航しており、希望どおりの価格で取引できていない。

④ 【人件費】

- ・人材確保のため、約5パーセントの賃上げを行った。また、業績が好調であったことから、決算賞与も支給した。
- ・4月にベースアップを実施したため、前年同期比で人件費は増加している。従業員のモチベーション向上を図るため、利益が出た分は従業員に還元している。

⑤ 【原材料価格】

- ・原材料の国際相場が下落しているため、原材料価格は低下している。
- ・原材料価格は全体的に高止まりの状況にある。一部の原材料は、60パーセント程度価格が上がっているものもある。

⑥ 【採算性】

- ・新規設備の導入による省人化と、利益率の高い商品の販売伸長により、採算は良くなった。
- ・価格転嫁は思うように進んでいないが、生産性向上と新商品開発により、採算性は改善傾向にある。

（7）鋳鉄鋳物

① 【景況感】

- ・米国関税政策の影響により、業界全体で受注量が減少しており、不況である。
- ・人手不足が深刻化する中、多くの企業が廃業に追い込まれ、業界全体は厳しい状況にある。

② 【受注単価】

- ・価格転嫁交渉が一段落したことにより、受注単価はほとんど変わっていない。
- ・価格改定を検討しているものの、取引先との関係悪化を懸念し、製品価格は据え置いている。

③ 【人件費】

- ・人件費は変わっていない。人材の流出を防ぐためには賃上げが不可欠であるが、業績が厳しく対応できていない。
- ・人材を確保するために、3～4パーセント賃上げを行った。

④ 【原材料価格】

- ・鋳鉄の価格は7月に一度下がっており、頭打ちとなっている。
- ・原材料価格は変わっておらず、高止まりの状況である。

⑤ 【採算性】

- ・売上げが減少しており、固定費を賄うことができず、採算は悪化している。
- ・採算は悪化している。コスト上昇分に対して、価格転嫁できていない。

（８）印刷業

①【景況感】

- ・業界の大手企業が印刷事業を縮小する傾向にあり、先行きの不透明感が強い。
- ・景況感は普通である。一部の製品で受注量が増えているものの、全体としては前年とほぼ同水準で推移している。

②【売上高】

- ・前年同期比で売上げは増加しているものの、目標額には達しておらず、厳しい状況にある。
- ・一時的に受注が増えた先があり、売上高も増加している。

③【受注単価】

- ・価格交渉を行っているものの、同業他社が値上げに慎重なため、受注単価の上昇は限定的となっている。
- ・価格転嫁の進展により、受注単価は上がっている。

④【人件費】

- ・人材確保のため、5パーセント程度の賃上げを実施した。
- ・ベースアップは見送ったものの、定期昇給を行っており、人件費は増加している。

⑤【原材料価格】

- ・塩化ビニールシートなど、樹脂関連の原材料の値上げが相次いでいる。
- ・原材料価格はここ数か月変わっていない。

⑥【採算性】

- ・値上げを実施した結果、受注単価は上昇したものの、受注量が減少している。そのため、従前の単価や値下げした単価で受注せざるを得ない状況となり、採算は悪化している。
- ・設備投資を行う予定であり、今後採算性は改善されると見込んでいる。

（９）工業塗装

①【景況感】

- ・主力取引先からの受注量が大幅に減少しており、不況である。

②【売上高】

- ・米国関税政策の影響により、自動車関連の受注が不調であり、売上高は減少している。

③【受注単価】

- ・取引先との関係維持のため、受注単価は据え置いている。人材育成を通じて、生産性を向上させることで、コストの上昇に対応している。

④【人件費】

- ・ベースアップを3パーセント程度行ったため、人件費は増加している。

⑤【原材料価格】

- ・塗料価格は平均で5～7パーセント程度上昇している。

⑥【採算性】

- ・設備投資を実施することで省人化を進めており、採算は少しずつ良くなっている。

2 小売業

(1) 百貨店

① 【景況感】

- ・客層の高齢化やショッピングセンターとの競合により、経営環境は厳しくなっている。
- ・客単価は上がっているが、売上高と来店客数は減少しており、不況である。

② 【売上高】

- ・業態転換とフェア開催により、来店客数が増加し、売上高は前年同期比で増加した。
- ・前年同期比で売上高は減少している。紳士服の売行きは低調であり、食料品についても催事販売や物産展を除けば、厳しい状況が続いている。
- ・キャンペーンなどで来店促進策を実施しているが、来店客数は減少傾向にあり、売上げも落ち込んでいる。

③ 【消費者の動向等】

- ・富裕層の購買意欲は堅調であり、ブランド品など、資産価値の落ちにくい商品は好調である。
- ・猛暑の影響もあり、日傘や日焼け止め、基礎化粧品の販売が順調に推移している。

(2) スーパー

① 【景況感】

- ・景況感は普通である。商品の値上がりの影響で売上高は増加しているが、購入点数は減少傾向にある。
- ・猛暑により生鮮品が値上がりし、来店客数が減少しているため、業況は厳しい。
- ・既存店舗だけでなく、新規出店した店舗も売上げを伸ばしており、好況である。

② 【売上高】

- ・売上高は前年同期比で横ばいとなっている。物価高の影響により、客単価は上昇しているものの、客数は減少している。
- ・客数、客単価ともに伸長し、売上高は前年同期比で20パーセント以上増加している。

③ 【諸経費】

- ・5月に賃上げを行っており、人件費は前年同期比で増加している。
- ・折り込みチラシの頻度を減らすことで、広告宣伝費を抑制している。

④ 【商品別の動向等】

- ・猛暑の影響により、スポーツ用品や靴の売行きは例年と比べて約20パーセント減少している。
- ・米の価格高騰を受け、ブレンド備蓄米を販売しているが、大量に売れ残っている。
- ・全体的に売上げは伸びているが、特に魚菜や菓子類の売行きは好調である。

（3）商店街

①【景況感】

- ・不況である。食材や包装資材の高騰により、多くの店舗が経営難に陥っている。
- ・物価高が深刻化しており、小売店は厳しい状況にある。加えて、キャッシュレス決済の手数料率も上昇し、利益を圧迫している。
- ・お祭りなどにより集客はできているものの、恩恵を受けるのは一部の店舗に限られているため、全体の景況感は普通である。

②【来街者】

- ・猛暑の影響で、日中の歩行者は減っており、前年比で来街者数は減少している。
- ・6月以降、暑さの影響により、来街者数は減っている。

③【個店の状況】

- ・和菓子屋や飲食店は原価が大幅に上昇しており、厳しい状況にある。
- ・飲食店はどこも来店客数が減少している一方、美容室や整体院は順調に集客できている。

④【商店街としての取組】

- ・子供向けのイベントを行いたいのが、熱中症のリスクを考慮し、夏場のイベント開催を控えている。
- ・新規移住者と地域の交流を促進すべく、移住者向けの交流イベントを企画している。

（4）その他の小売業・卸売業

①【景況感】

- ・法人からの受注が減少しており、不況である。物価上昇の影響もあり、消費マインドの低下が見られる。
- ・不況である。固定客の廃業などにより、受注の減少が続いている。

②【売上高】

- ・前年同月比で売上高は減少している。商品を値上げした影響により、売上数量が落ち込んでいる。
- ・近年、大手ホームセンターやネット通販への顧客流出が顕著になっており、売上げは減少傾向にある。

③【仕入価格】

- ・建築資材を中心として、仕入価格が上昇している。物価が高騰している状況下では、値上げを受け入れざるを得ないと考えている。
- ・金物や履物などを中心に、全体的に仕入価格が上昇している。

④【採算性】

- ・仕入価格や人件費の上昇分を、都度販売価格に反映させており、採算は変わっていない。
- ・仕入価格の上昇が続き、価格転嫁が追いついていないため、採算は悪化している。

3 宿泊業

①【景況感】

- ・宿泊数は個人客と団体客ともに前年同期と同程度であり、景況感は普通である。
- ・業界全体の景況感は好調である。近隣で大手ホテルチェーンや民泊施設のオープンが予定されており、観光需要は高まっている。

②【売上高】

- ・気候が安定していたこともあり、売上高は好調だった前年同期と同水準で推移した。

③【宿泊単価】

- ・同業者の価格設定状況を考慮し、据え置いている。コストの上昇が続いているため、今後は500円程度値上げを行う予定である。

④【人件費】

- ・ベースアップを行ったため、人件費は増加している。

⑤【原材料価格、その他諸経費】

- ・あらゆるコストの上昇が続いている。特に、食材やアメニティグッズの仕入価格が高騰している。

⑥【採算性】

- ・人件費や仕入価格の上昇に対し、価格転嫁が不十分であるため、採算は悪化している。

⑦【今後の見通し】

- ・広報活動の強化により、予約の状況は順調に推移しており、今後の見通しは明るい。

4 飲食店

①【景況感】

- ・天候が安定していたことで、客数は例年よりも増加しており、好況である。

②【売上高】

- ・売上高は前年同期比で増加した。猛暑の影響でテイクアウトは不調だったものの、ドリンクの販売は好調だった。

③【客単価】

- ・値上げは行っておらず、客単価は変わっていない。前回の値上げから1年程度期間があいているため、同業者の価格設定を参考に、値上げを検討している。

④【人件費】

- ・人手不足が深刻化する中、人材の流出を防ぐため、時給を引き上げた。今後、最低賃金の引上げが予定されているため、更なる賃上げを検討していく。

⑤【仕入価格】

- ・食材の仕入価格は上昇し続いている。採算面を考慮して、一部メニューの提供を停止するなど、メニューの見直しを行い対応している。

⑥【採算性】

- ・各種コストが上昇しており、採算は悪化している。設備投資による省人化を進めることで、採算の改善を図っていく。

5 情報サービス業

①【景況感】

- ・DX推進の機運が業界を問わず高まっており、好況である。
- ・自治体の基幹業務システムの標準化や大型汎用機のオープン化にかかる受注が堅調であり、好況である。

②【売上高】

- ・官公庁や民間企業の大型案件が増えており、売上高は増加している。
- ・売上高は横ばいで推移している。DX化の需要が高まっているため、新商品開発により増収を目指していく。

③【受注単価】

- ・受注単価は変わっていない。賃上げを行っているため、労務費を価格に転嫁できるよう交渉を進めている。
- ・年に1回価格改定を行っており、コスト上昇分の70パーセント程度は価格に転嫁できている。

④【人件費・その他諸費用】

- ・新入社員を12名採用しており、前年同期比で人件費は増加している。
- ・電力会社による電気料金単価の引上げに加え、猛暑で冷房の使用が増えたため、光熱費は増加している。

⑤【採算性】

- ・社内のDX化とAI活用による効率化を進め、収益性の向上を図っていく。
- ・各種コストの上昇が落ち着いた中で、売上高が伸びており、採算は良くなっている。

6 サービス業（旅行業）

①【景況感】

- ・景況感は普通である。教育機関や大手企業からの受注が安定していた。
- ・業界内ではツアー代金の高騰により、受注減少に苦しむ事業者が増えている。特に、インバウンド需要を取り込めていない事業者が、廃業していく傾向にある。

②【売上高】

- ・旅行代金の値上がりを受けて、客層が変化しているものの、売上高は前年同期比で横ばいである。

③【受注単価】

- ・観光バスの運賃や宿泊料金などが上昇しているため、受注単価も上がっている。

④【採算性】

- ・採算性は変わっていない。従来の旅行商品では採算が悪くなっていくため、インバウンド向けの高付加価値商品を造成していく必要がある。

⑤【今後の見通し】

- ・貸切バスの運賃改定が予定されているため、改定前の駆け込み需要を取り込んでいきたい。

7 運輸業

①【景況感】

- ・受注は安定しているものの、価格転嫁が追いついていないため、景況感は良いとは言えない。

②【売上高】

- ・ドライバーを1名増員したため、売上高は前年同期比で増加している。

③【受注価格】

- ・これまで価格交渉を行ってこなかったが、業界内で価格転嫁の機運が高まっているため、今後は価格交渉を進めていく。

④【人件費】

- ・従業員数の増加と賃上げにより、人件費は増加している。

⑤【設備投資】

- ・ドライバーの増加に伴い、トラックを増車した。既存車両についても、使用期間に応じて入替えが必要となるが、車両価格の高騰により負担が大きくなっている。

⑥【今後の見通し】

- ・運輸業界は企業数が多く、競争が激化しているため、小規模事業者を中心に廃業が増えると予想している。

8 建設業

①【景況感】

- ・土木工事の受注は例年より少ないものの、建築工事は好調に推移している。景況感に特段の変化は感じない。
- ・6月以降、戸建住宅の受注が落ち込んでおり、不況である。実質賃金の減少が大きな要因と考えている。
- ・景況感は普通である。業績は安定しており、目立った変化はない。

②【売上高・受注高】

- ・売上高は前年同期比で横ばいとなっている。工事の引き合いは多いものの、有資格者の人数が限られているため、一部の案件は受注を見送っている。
- ・戸建住宅の受注が減少しており、売上高は前期比、前年同期比ともに減少している。金利上昇により、住宅ローンの審査が厳しくなったように感じる。

③【人件費】

- ・従業員が2名増えたことと賃上げにより、人件費は増加している。
- ・人件費は変わっていない。賃上げは実施しておらず、今後についても具体的な予定はない。
- ・賃上げを実施したものの、従業員数が減ったため、人件費は変わっていない。

④【資材価格・その他諸費用】

- ・資材価格は全体的に高止まりの状況にあり、運送費も上昇傾向にある。
- ・生コンの価格は上がっているものの、それ以外の資材価格はあまり変動していない。

⑤【採算性】

- ・採算はほとんど変わらない。コスト上昇分は工事価格に転嫁できている。
- ・建築工事の採算管理を厳しくすることで、一定の採算性を維持している。夏場は工期が長期化しやすいため、採算の管理が難しくなっている。

IV 特別調査

【調査項目】

今回は、経年項目である「価格転嫁」のほか、「賃上げの実施状況」及び「米国における関税措置の影響」について調査を実施した。

【調査結果概要】

1 価格転嫁について

- 発注側企業と十分に価格交渉（相談）ができていると回答した企業の割合は54.6%で、前回調査（令和7年1～3月期）から2.2ポイント増加した。一方、十分にできていないと回答した企業の割合は28.7%で、前回調査から1.8ポイント減少した。
- コスト高騰に対して6割以上転嫁できていると回答した企業の割合は56.9%で、前回調査から2.9ポイント増加した。一方、価格転嫁が全くできていないと回答した企業の割合は12.4%で、前回調査から1.2ポイント増加した。
- 「パートナーシップ構築宣言」の登録については、「既に登録している」、「今後登録する予定」、「登録しようか検討している」を合わせた回答割合は32.7%で、前回調査から1.0ポイント増加した。

2 賃上げの実施状況について

- 直近1年間の賃上げの実施状況については、「実施した」が63.5%、「今後実施する予定又は検討中」が8.0%、「実施していない（今後も予定はない）」が28.5%だった。
- 賃上げの内容については、「定期昇給」（58.4%）と「ベースアップ」（43.4%）の回答割合が高かった。
- 賃上げを行った理由については、「社員のモチベーション向上、離職防止のため」（77.9%）が最も多く、次いで「人材確保のため」（47.3%）、「業績、財務状況が良好であったため」（16.9%）、の順となった。

3 米国における関税措置の影響について

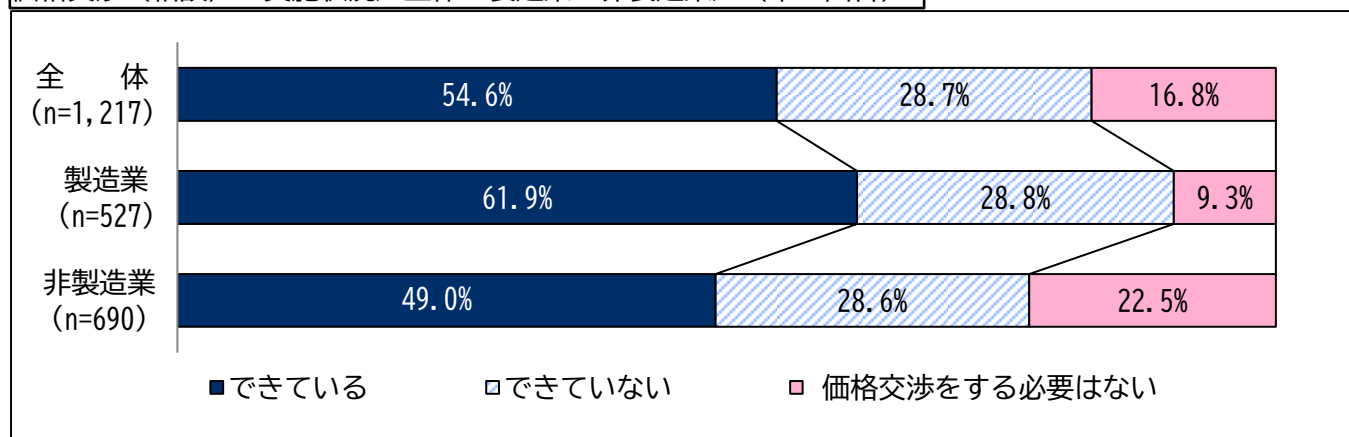
- 経営に与える影響について聞いたところ、全体では「分からない・どちらとも言えない」（53.5%）が最も多く、次いで「様子を見守っている段階である」（25.5%）、「今後悪い影響が出る見込みである」（11.4%）の順となった。
- 悪い影響（見込み含む）の具体的な内容について聞いたところ、全体では「受注先の競争力低下による自社の受注量減少」（45.5%）が最も多く、次いで「受注先からの値下げ要請等による利益率の低下」（22.6%）、「海外における自社の販売不振や売上低迷」（8.5%）の順となった。
- 影響が出た場合にどのような対策を取るか聞いたところ、全体では「経費削減（広告宣伝費など人件費以外）」（31.1%）が最も多く、次いで「生産性の向上」（26.8%）、「新たな販路開拓」（26.6%）、「値上げ・価格転嫁の促進」（26.5%）の順となった。
- 県に期待する支援について聞いたところ、全体では「資金繰り支援」（45.0%）が最も多く、次いで「雇用確保支援」（31.6%）、「販路開拓・多角化支援」（21.5%）の順となった。

1 価格転嫁について

（1）価格交渉（相談）の実施状況（回答数：1,217社・単一回答）

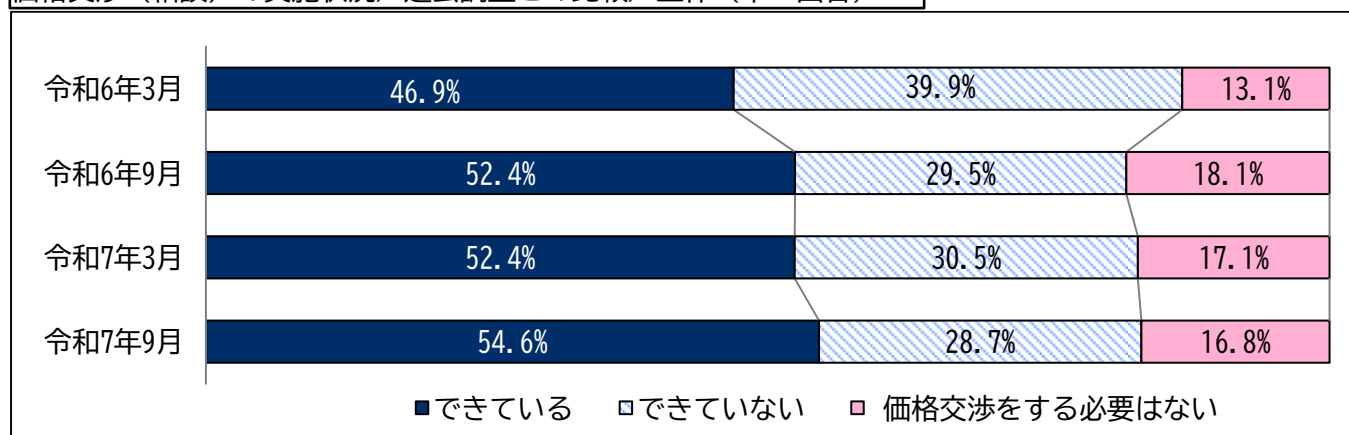
- 発注側企業と十分に価格交渉（相談）ができているか聞いたところ、全体では「できている」が54.6%、「できていない」が28.7%であった。
- 業種別にみると、製造業・非製造業ともに「できている」と回答した企業の割合が「できていない」と回答した企業の割合よりも高かったが、「できている」と回答した企業の割合を比べると、製造業の方が非製造業より12.9ポイント高かった。

価格交渉（相談）の実施状況／全体・製造業・非製造業／（単一回答）



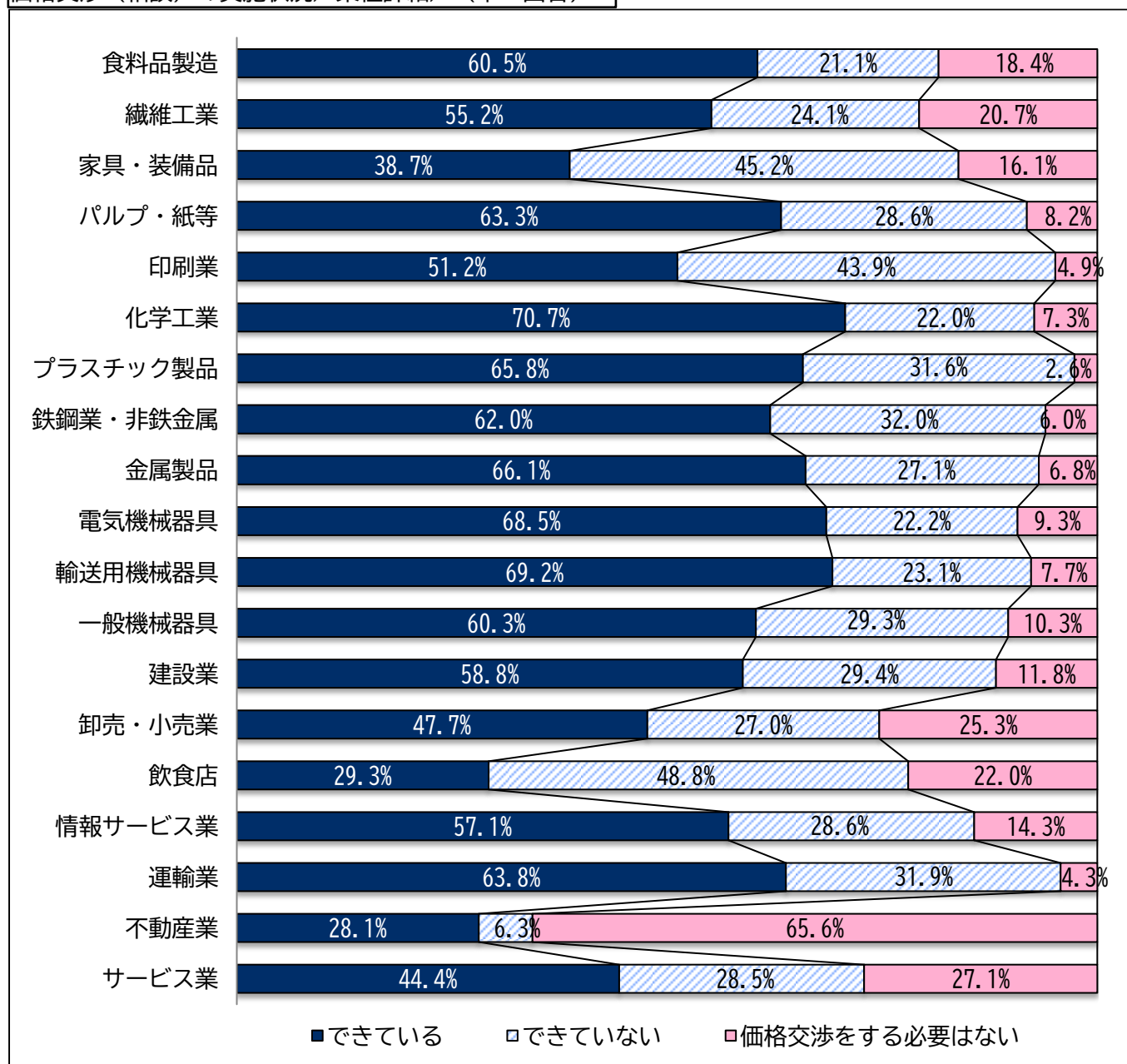
- 前回調査（令和7年1～3月期）と比較すると、全体では「できている」と回答した企業の割合は2.2ポイント増加し、「できていない」と回答した企業の割合は1.8ポイント減少した。

価格交渉（相談）の実施状況／過去調査との比較／全体（単一回答）



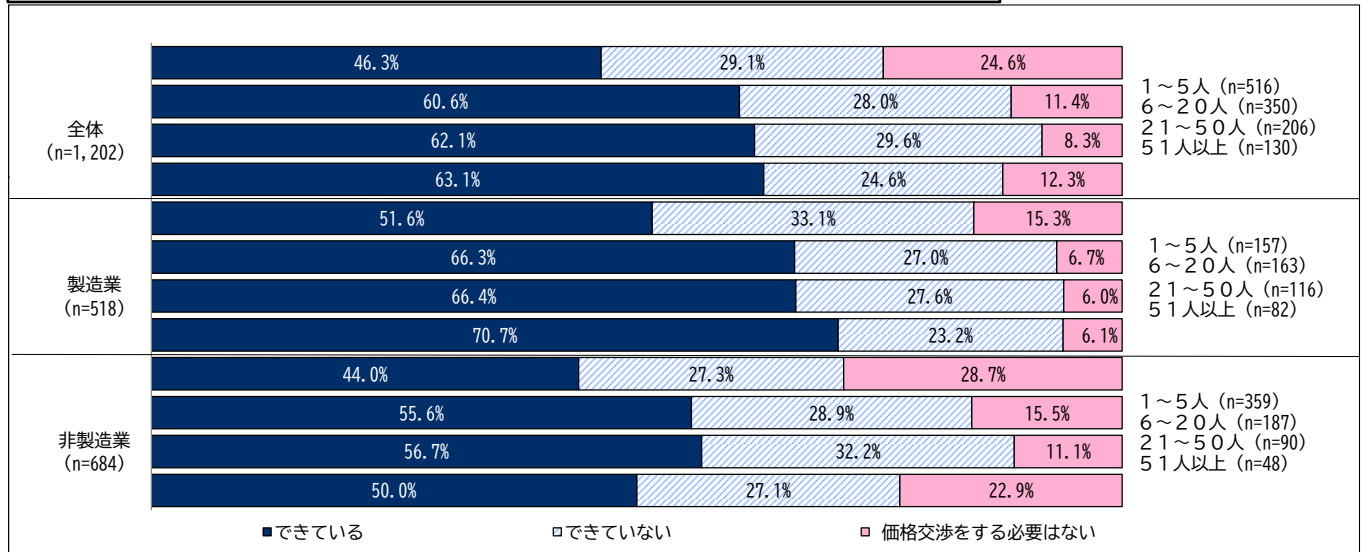
- 価格交渉（相談）が「できている」と回答した企業の業種をみると、「化学工業」（70.7%）、「輸送用機械器具」（69.2%）、「電気機械器具」（68.5%）などで回答割合が高くなっている。一方、価格交渉（相談）が「できていない」と回答した企業の業種をみると、「飲食店」（48.8%）、「家具・装備品」（45.2%）、「印刷業」（43.9%）で回答割合が高くなっている。

価格交渉（相談）の実施状況／業種詳細／（単一回答）



- 規模別にみると、全体では、規模が大きくなるほど、「できている」と回答した企業の割合が増加している。

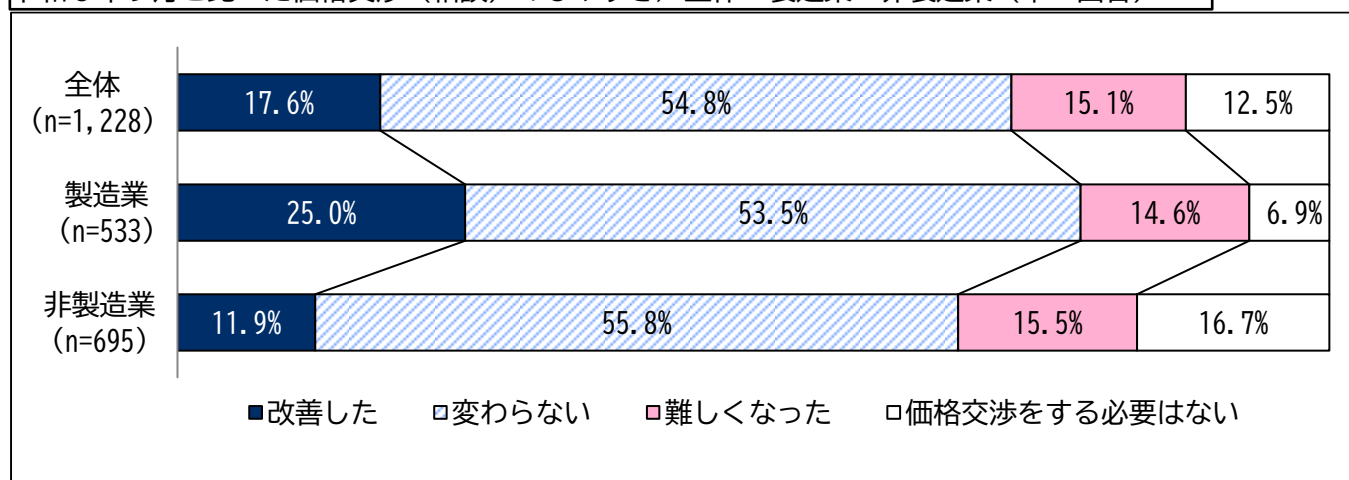
価格交渉（相談）の実施状況／全体・製造業・非製造業／規模別（単一回答）



（2）1年前と比べた価格交渉（相談）のしやすさ（回答数：1, 228社・単一回答）

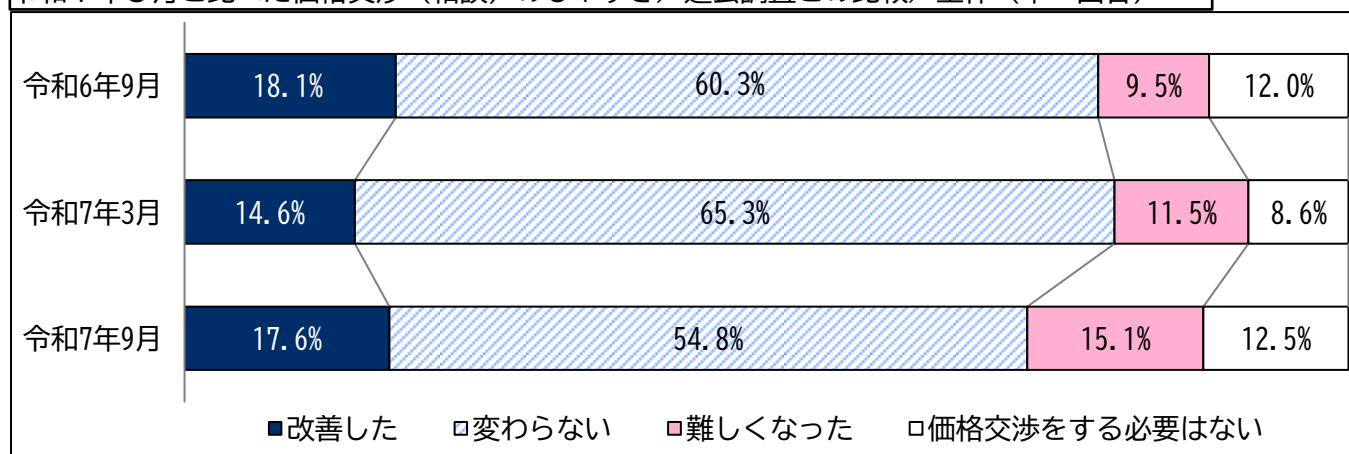
- 1年前（令和6年9月）と比べた価格交渉（相談）のしやすさについて聞いたところ、全体では「変わらない」（54.8%）が最も多く、次いで「改善した」（17.6%）、「難しくなった」（15.1%）の順となった。
- 業種別にみると、「改善した」と回答した企業の割合は、製造業（25.0%）の方が非製造業（11.9%）よりも高く、「難しくなった」と回答した企業の割合は製造業（14.6%）の方が非製造業（15.5%）よりも低かった。

令和6年9月と比べた価格交渉（相談）のしやすさ／全体・製造業・非製造業（単一回答）



- 前回調査（令和7年1～3月期）と比較すると、全体では「改善した」と回答した企業の割合は3.0ポイント増加し、「変わらない」と回答した企業の割合は10.5ポイント減少した。

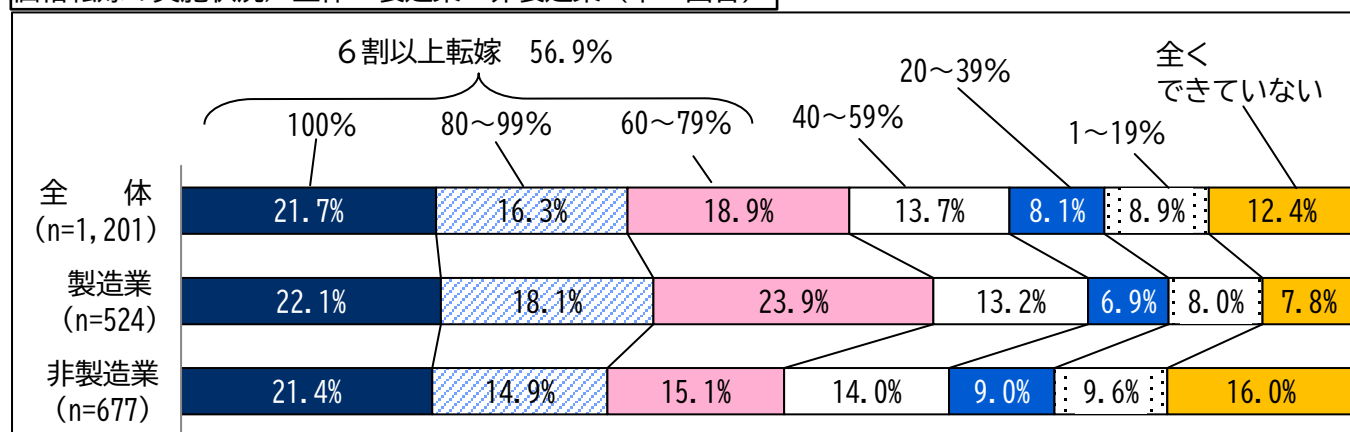
令和7年3月と比べた価格交渉（相談）のしやすさ／過去調査との比較／全体（単一回答）



（3）価格転嫁の実施状況（回答数：1,201社・単一回答）

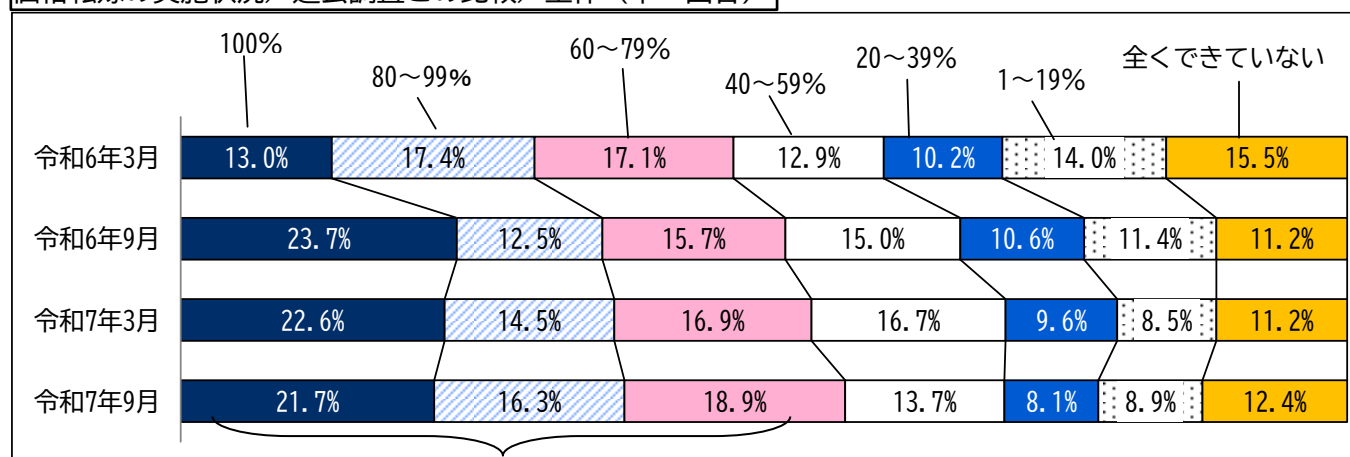
- コスト高騰に対してどのくらい価格転嫁ができているか聞いたところ、全体では6割以上転嫁できている企業の割合は56.9%であった。一方、「全くできていない」と回答した企業の割合は12.4%であった。
- 業種別にみると、6割以上価格転嫁できている企業の割合は、製造業（64.1%）の方が、非製造業（51.4%）よりも高かった。また、「全くできていない」と回答した企業の割合は、製造業（7.8%）の方が非製造業（16.0%）よりも低かった。

価格転嫁の実施状況／全体・製造業・非製造業（単一回答）

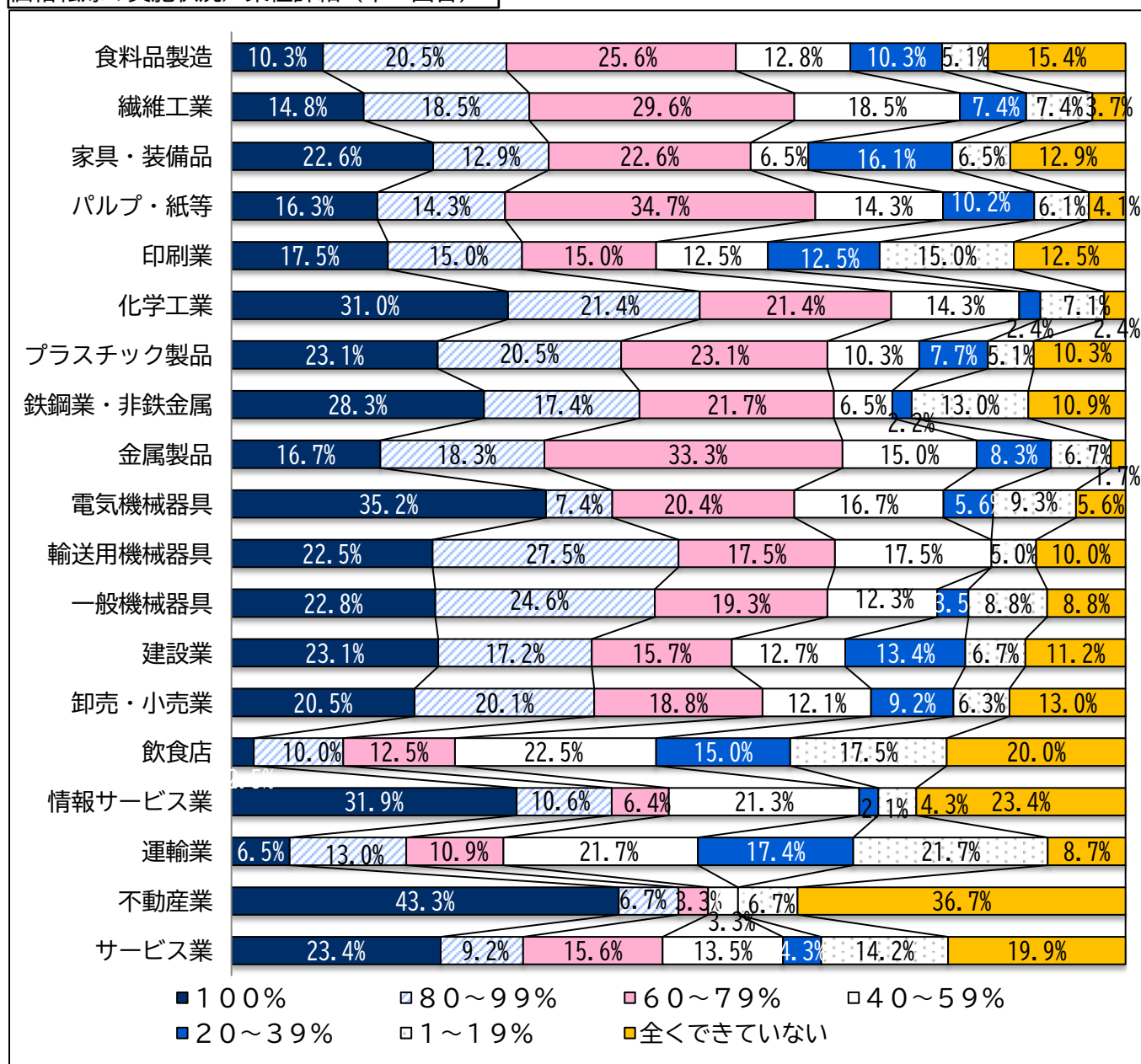


- 前回調査（令和7年1～3月期）と比較すると、6割以上価格転嫁できている企業の割合は2.9ポイント増加し、「全くできていない」と回答した企業の割合は1.2ポイント増加している。

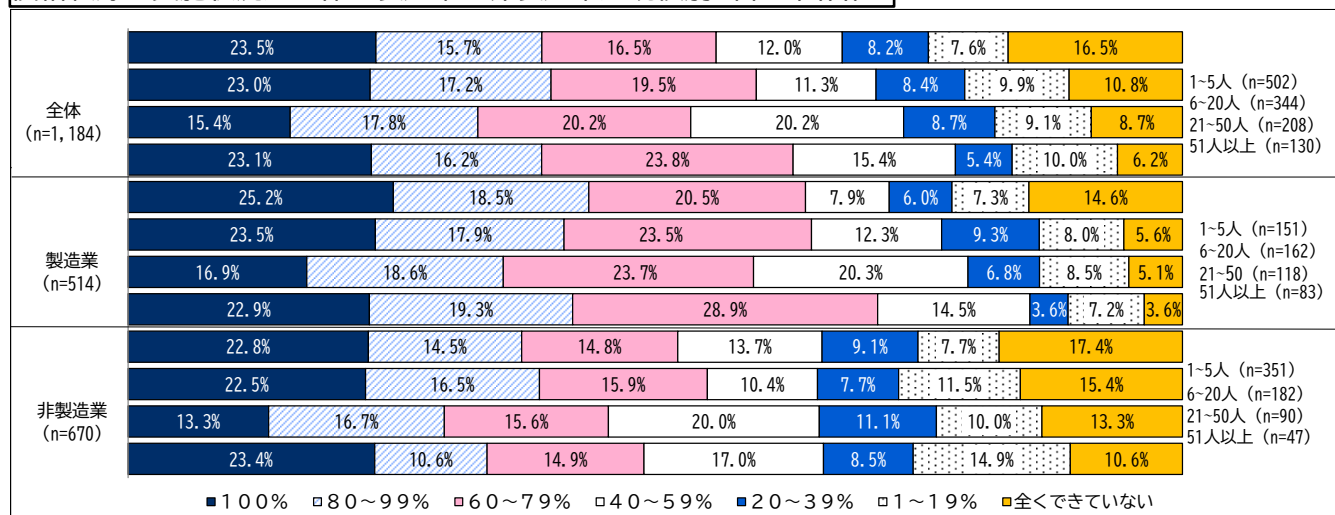
価格転嫁の実施状況／過去調査との比較／全体（単一回答）



価格転嫁の実施状況／業種詳細（単一回答）



価格転嫁の実施状況／全体・製造業・非製造業／規模別（単一回答）



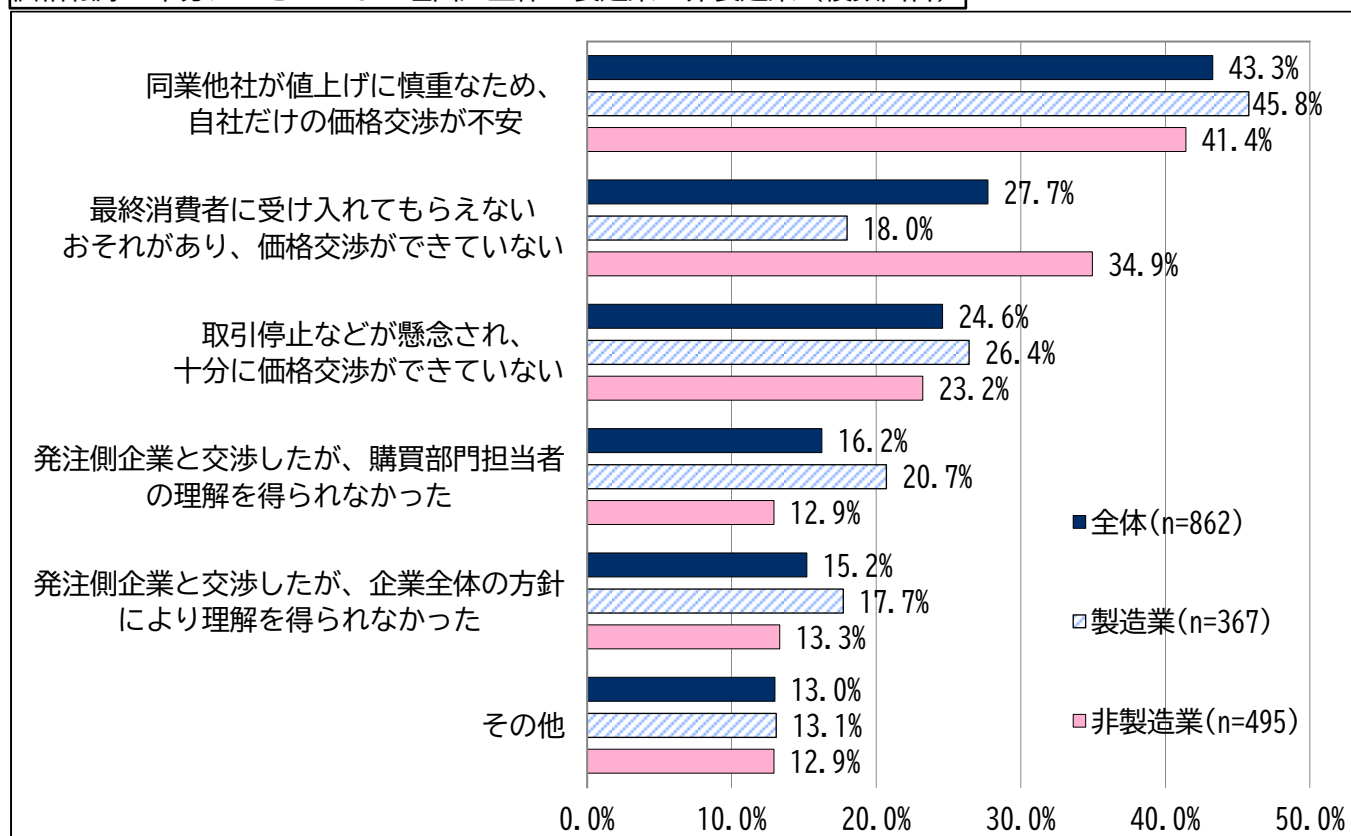
①価格転嫁が十分にできていない理由（回答数：862社・複数回答）

* （3）で「十分にできている（100%）」と回答した261社を除く940社のうち862社の回答割合

○ （3）で価格転嫁の実施状況について「十分にできている（100%）」以外と回答した企業に、価格転嫁が十分にできていない理由を聞いたところ、全体では「同業他社が値上げに慎重なため、自社だけの価格交渉が不安」（43.3%）が最も多く、次いで「最終消費者に受け入れてもらえないおそれがあり、価格交渉ができていない」（27.7%）、「取引停止などが懸念され、十分に価格交渉ができていない」（24.6%）の順となった。

○ 業種別にみると、「最終消費者に受け入れてもらえないおそれがあり、価格交渉ができていない」と回答した企業の割合は、非製造業（34.9%）の方が製造業（18.0%）よりも高かったが、その他の回答では製造業の方が非製造業よりも高かった。

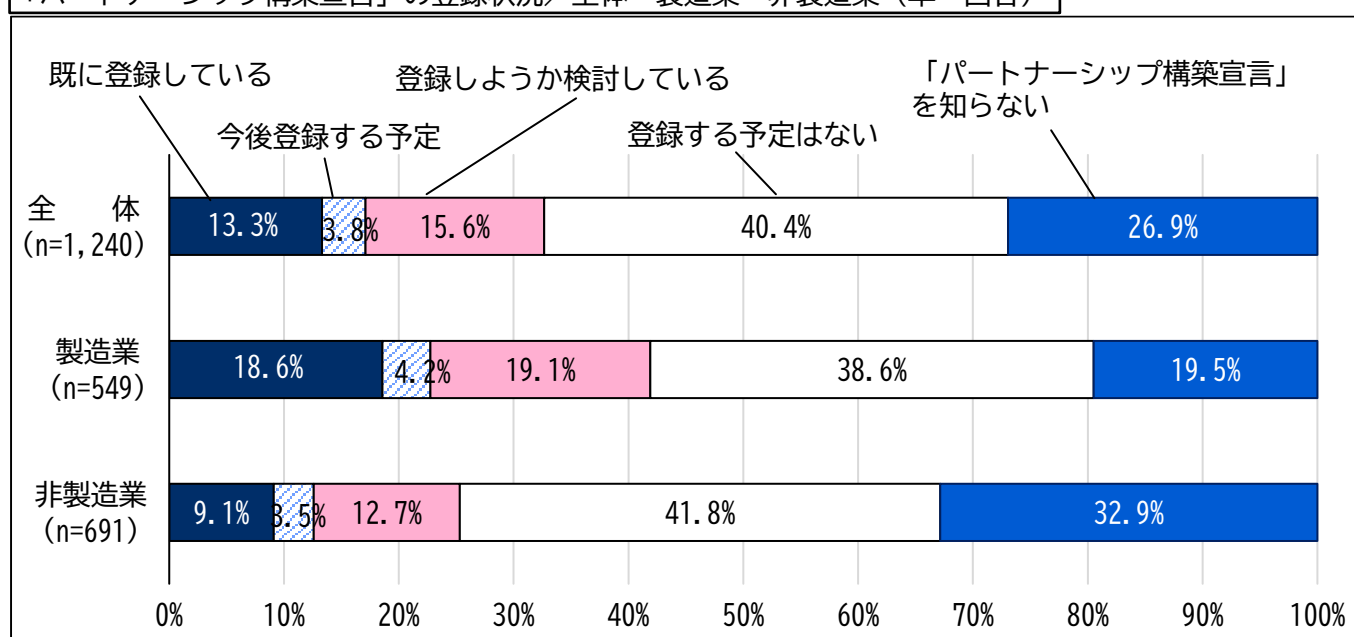
価格転嫁が十分にできていない理由／全体・製造業・非製造業（複数回答）



（４）「パートナーシップ構築宣言」の登録状況（回答数：１，２４０社・単一回答）

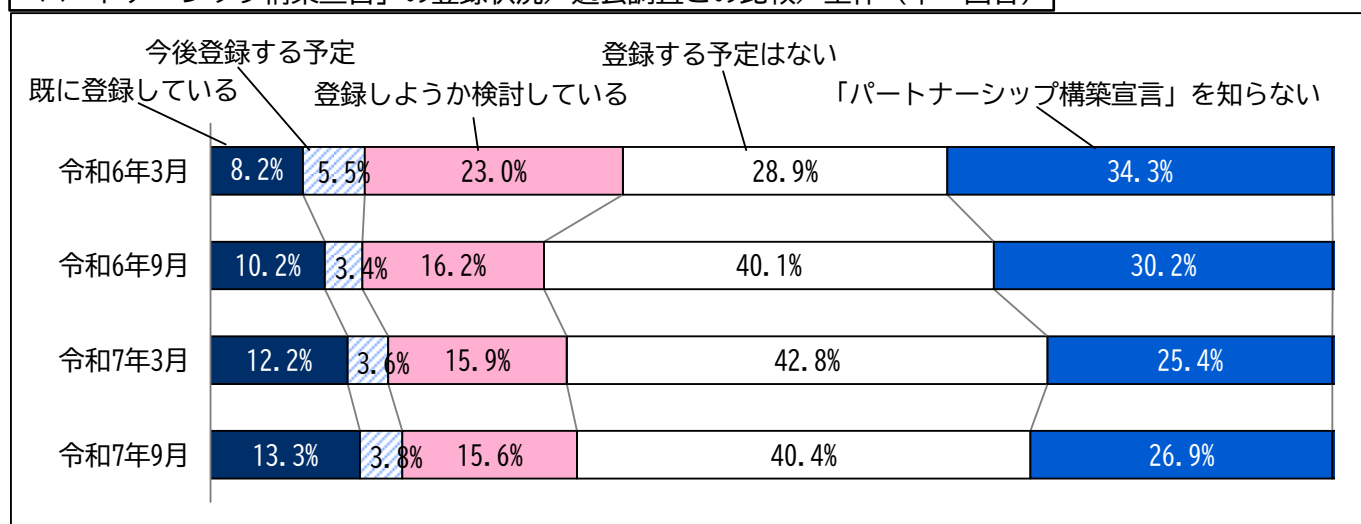
- 「パートナーシップ構築宣言」の登録を行っているか聞いたところ、全体では「既に登録している」（１３．３％）、「今後登録する予定」（３．８％）及び「登録しようか検討している」（１５．６％）を合わせた回答割合は３２．７％であった。一方、「「パートナーシップ構築宣言」を知らない」と回答した企業の割合は２６．９％であった。
- 業種別にみると、「パートナーシップ構築宣言」の登録について、「既に登録している」、「今後登録する予定」及び「登録しようか検討している」を合わせた回答割合は、製造業（４１．９％）の方が非製造業（２５．３％）よりも高かった。一方、「「パートナーシップ構築宣言」を知らない」と回答した企業の割合は、非製造業（３２．９％）の方が製造業（１９．５％）よりも高かった。

「パートナーシップ構築宣言」の登録状況／全体・製造業・非製造業（単一回答）



- 前回調査（令和7年1～3月期）と比較すると、「「パートナーシップ構築宣言」を知らない」と回答した割合は、１．５ポイント増加している。

「パートナーシップ構築宣言」の登録状況／過去調査との比較／全体（単一回答）

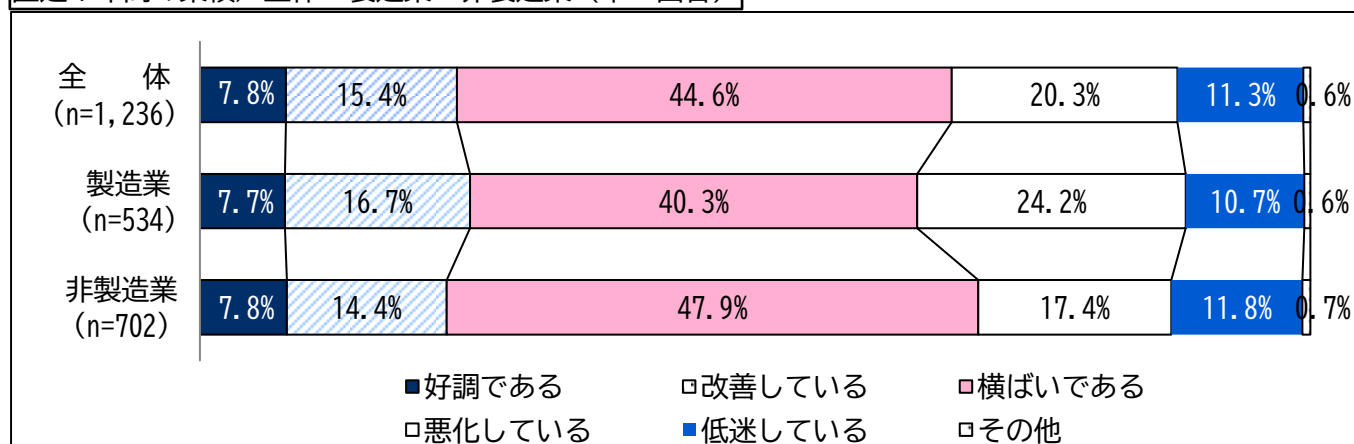


2 賃上げの実施状況について

（1）直近1年間の業績（回答数：1, 236社・単一回答）

- 直近1年間の自社の業績について聞いたところ、全体では「横ばいである」が44.6%、「悪化している」が20.3%、「改善している」が15.4%であった。

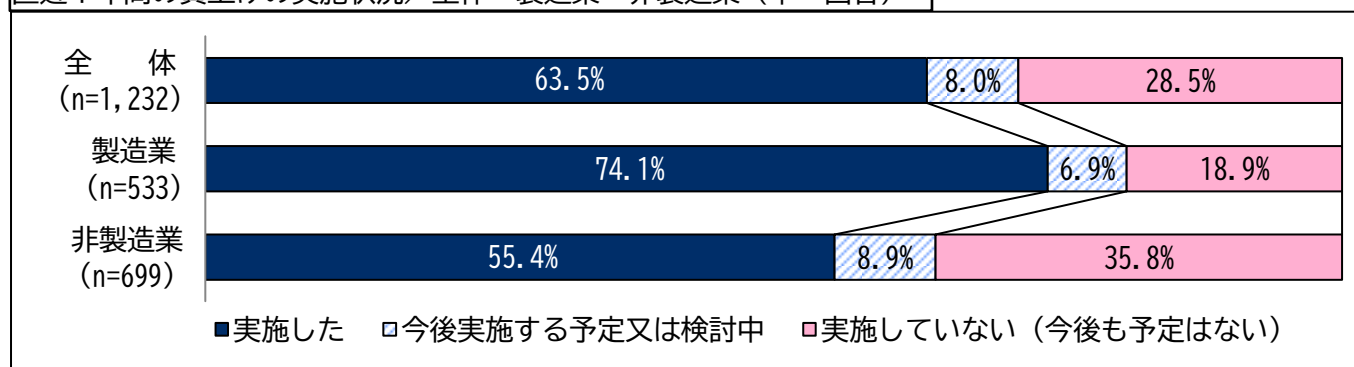
直近1年間の業績／全体・製造業・非製造業（単一回答）



（2）直近1年間の賃上げの実施状況（回答数：1, 232社・単一回答）

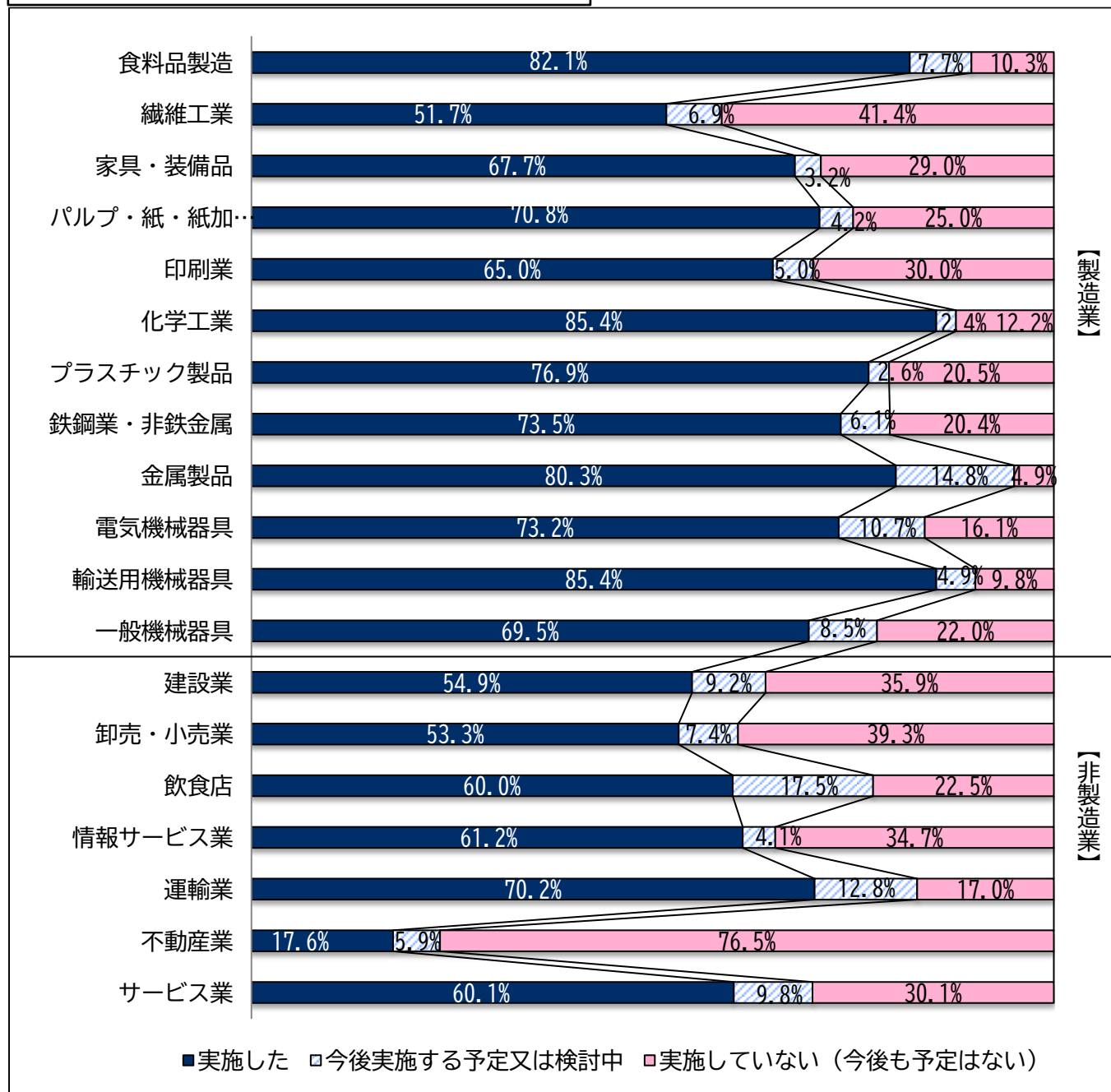
- 直近1年間の賃上げの実施状況について聞いたところ、全体では「実施した」が63.5%、「今後実施する予定又は検討中」が8.0%、「実施していない（今後も予定はない）」が28.5%であった。

直近1年間の賃上げの実施状況／全体・製造業・非製造業（単一回答）



- 賃上げを「実施した」と回答した企業の業種をみると、製造業では「化学工業」（85.4%）、「輸送用機械器具」（85.4%）、「食料品製造」（82.1%）で回答割合が高く、非製造業では「運輸業」（70.2%）、「情報サービス業」（61.2%）、「サービス業」（60.1%）で回答割合が高かった。

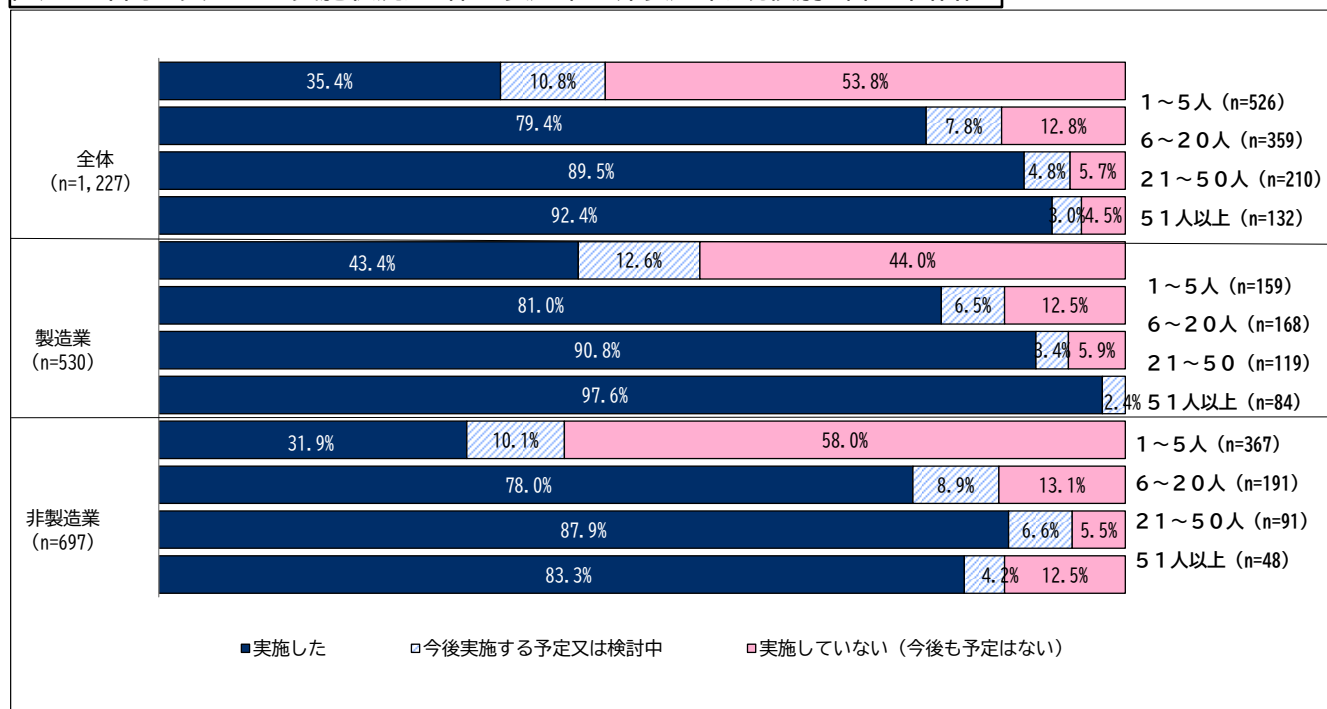
直近1年間の賃上げの実施状況／業種詳細（単一回答）



○ 賃上げを「実施した」と回答した企業を規模別にみると、製造業では、規模が大きくなるほど回答割合が増加する傾向が見られた。

○ 賃上げを「実施していない（今後も予定はない）」と回答した企業を業種別にみると、製造業、非製造業ともに、1～5人規模で回答割合が高くなった。

直近1年間の賃上げの実施状況/全体・製造業・非製造業/規模別（単一回答）

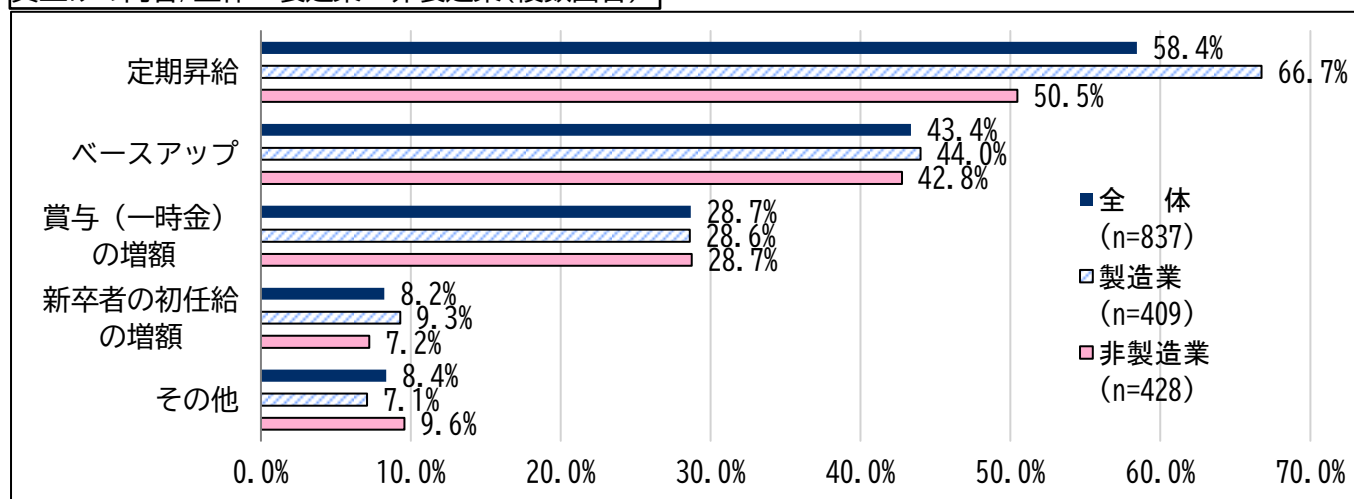


(3) 賃上げの内容（回答数：837社・複数回答）

*（2）で「実施した」又は「今後実施する予定又は検討中」と回答した881社のうち837社の回答割合

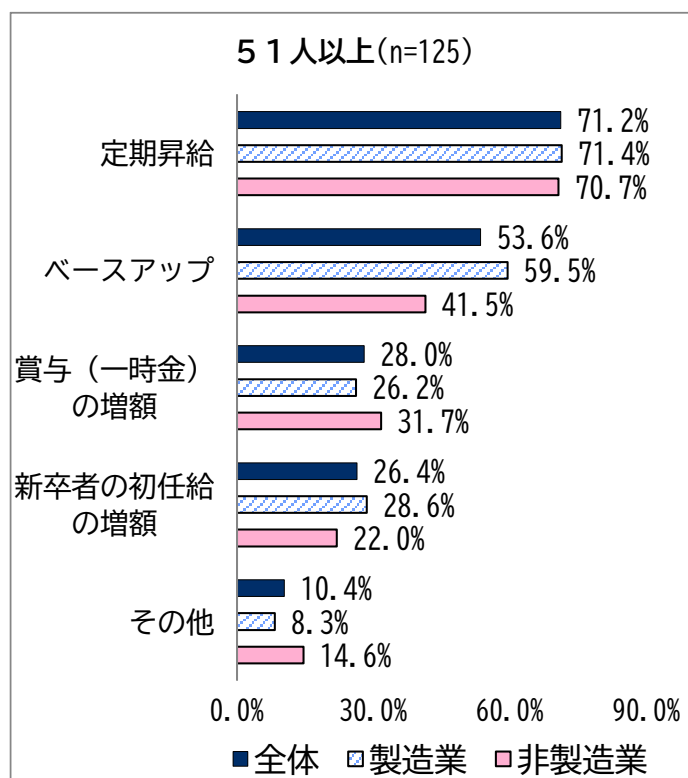
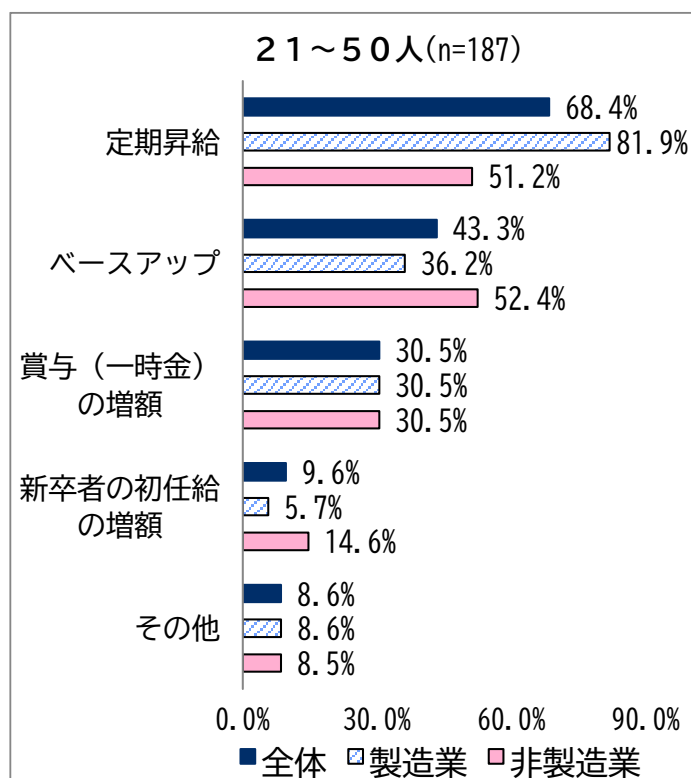
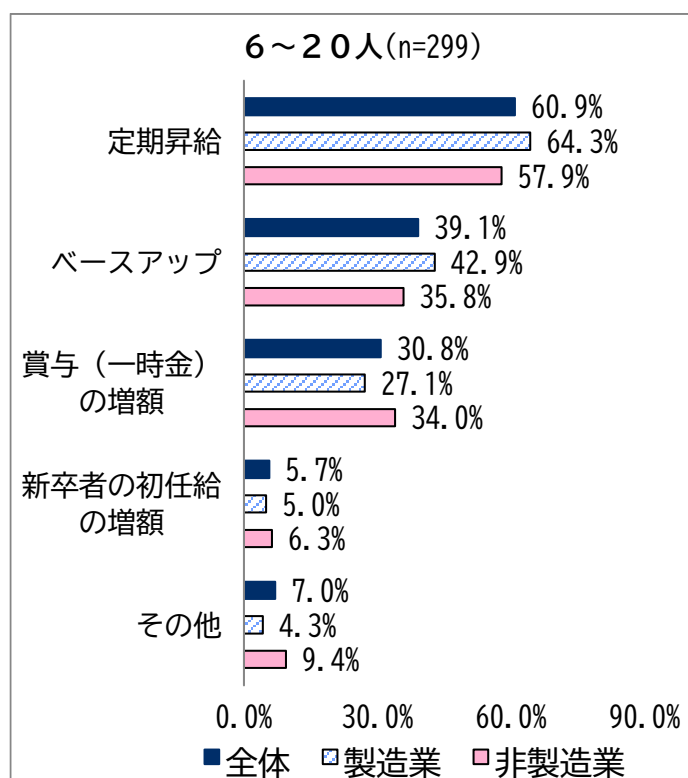
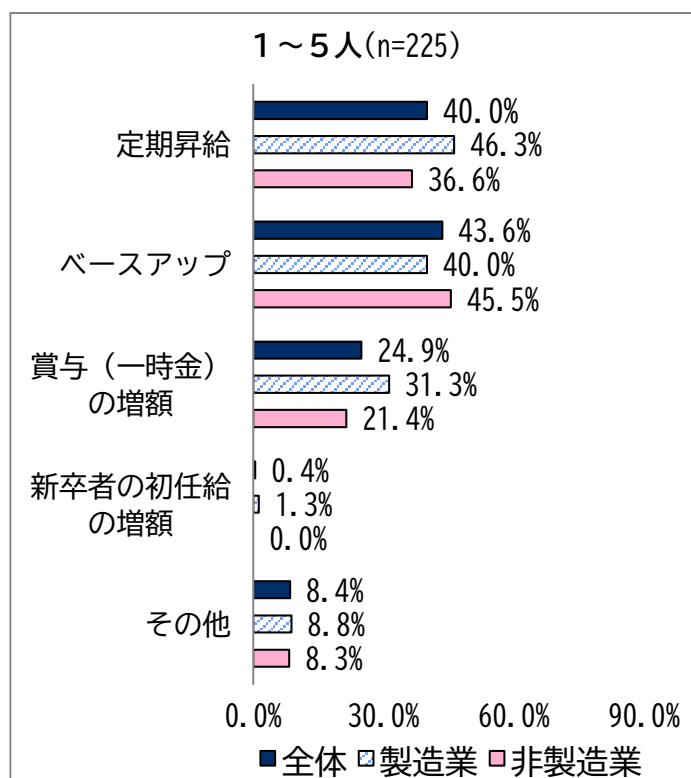
○ 賃上げの内容について聞いたところ、全体では「定期昇給」（58.4%）が最も多く、次いで「ベースアップ」（43.4%）、「賞与（一時金）の増額」（28.7%）の順となった。

賃上げの内容/全体・製造業・非製造業（複数回答）



【参考】規模別

賃上げの内容/全体・製造業・非製造業/規模別(複数回答)

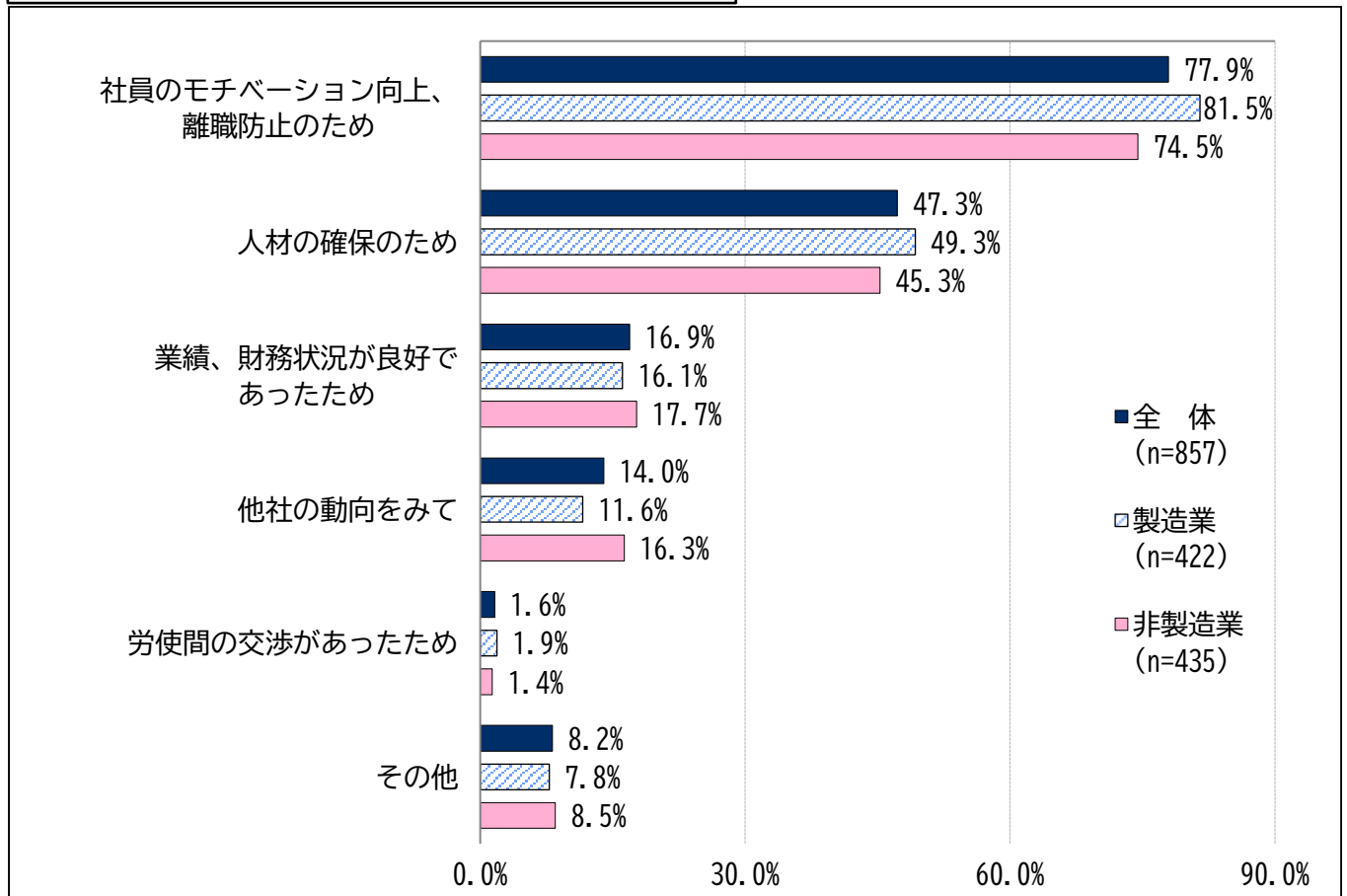


（４）賃上げを実施した理由（回答数：８５７社・複数回答）

＊（２）で「実施した」又は「今後実施する予定又は検討中」と回答した８８１社のうち８５７社の回答割合

- 賃上げを行った理由について聞いたところ、全体では「社員のモチベーション向上、離職防止のため」（７７．９％）が最も多く、次いで「人材確保のため」（４７．３％）、「業績、財務状況が良好であったため」（１６．９％）、「他社の動向をみて」（１４．０％）の順となった。

賃上げを行った理由/全体・製造業・非製造業(複数回答)

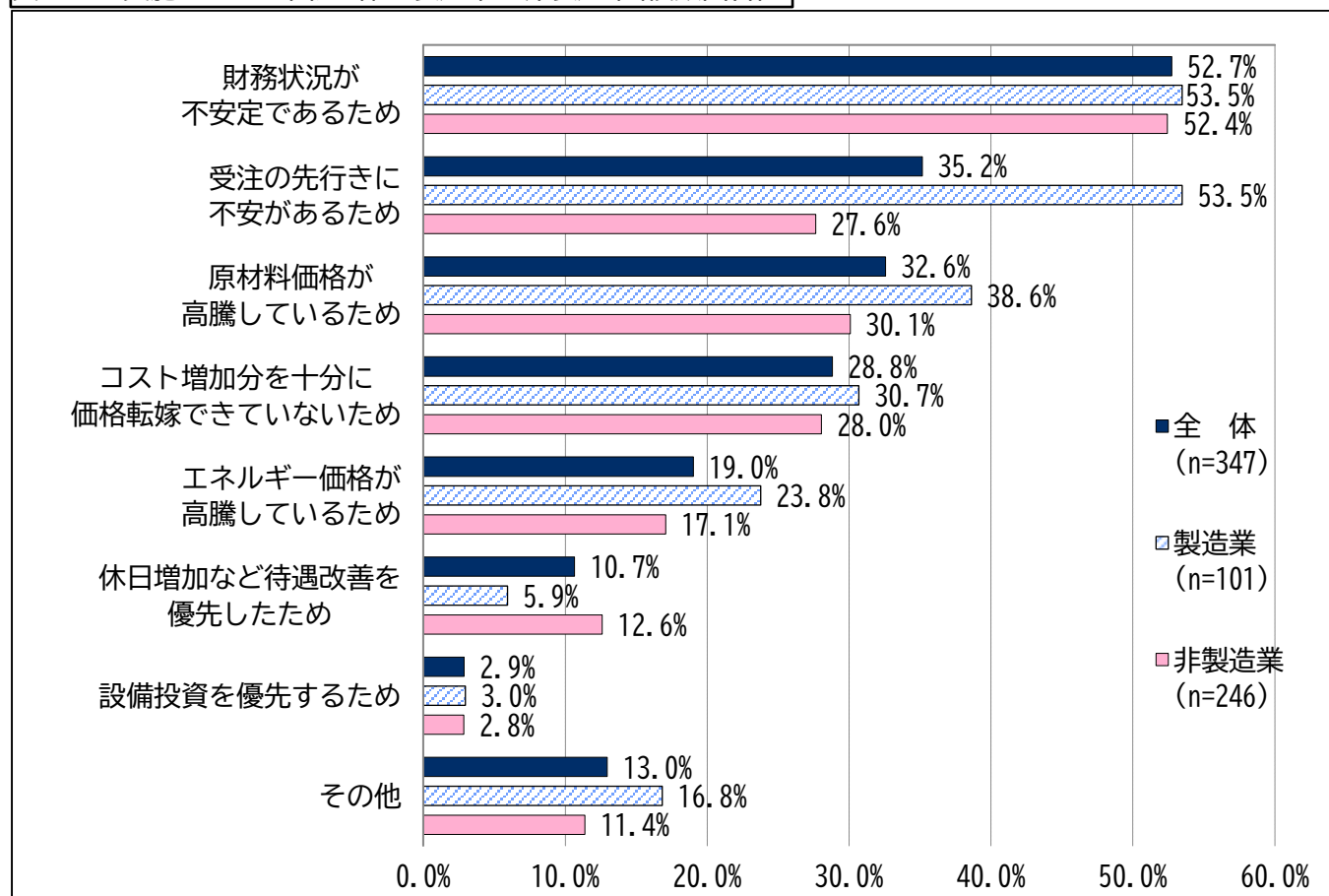


（5）賃上げを実施しない理由（回答数：347社・複数回答）

＊（2）で「実施していない（今後も予定はない）」と回答した351社のうち347社の回答割合

- 賃上げを実施しない理由について聞いたところ、全体では「財務状況が不安定であるため」（52.7%）が最も多く、次いで「受注の先行きに不安があるため」（35.2%）、「原材料価格が高騰しているため」（32.6%）、「コスト増加分を十分に価格転嫁できていないため」（28.8%）の順となった。

賃上げを実施しない理由/全体・製造業・非製造業(複数回答)

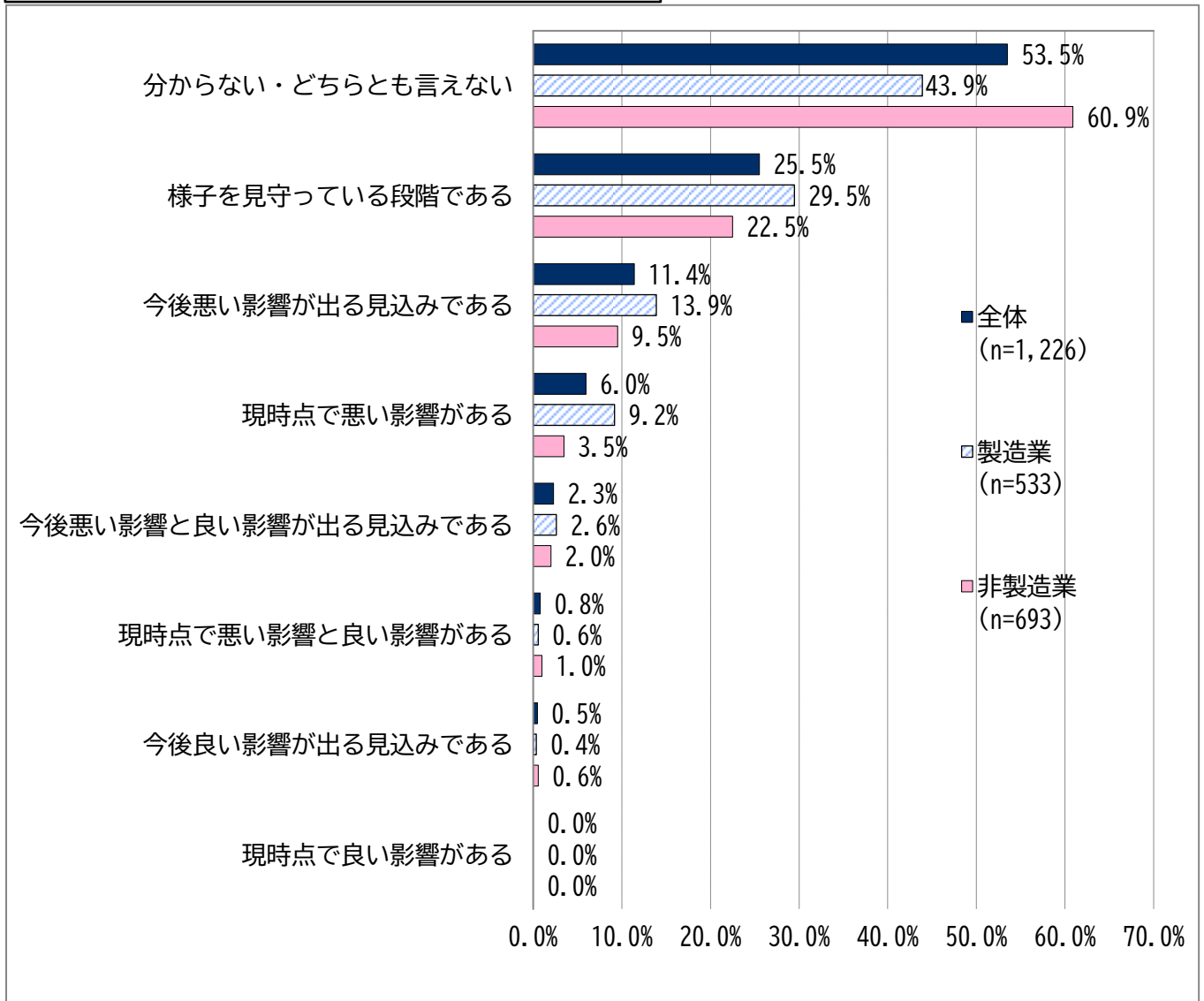


3 米国における関税措置の影響について

（1）経営に与える影響（回答数1,226社・単一回答）

- 経営に与える影響について聞いたところ、全体では「分からない・どちらとも言えない」（53.5%）が最も多く、次いで「様子を見守っている段階である」（25.5%）、「今後悪い影響が出る見込みである」（11.4%）の順となった。

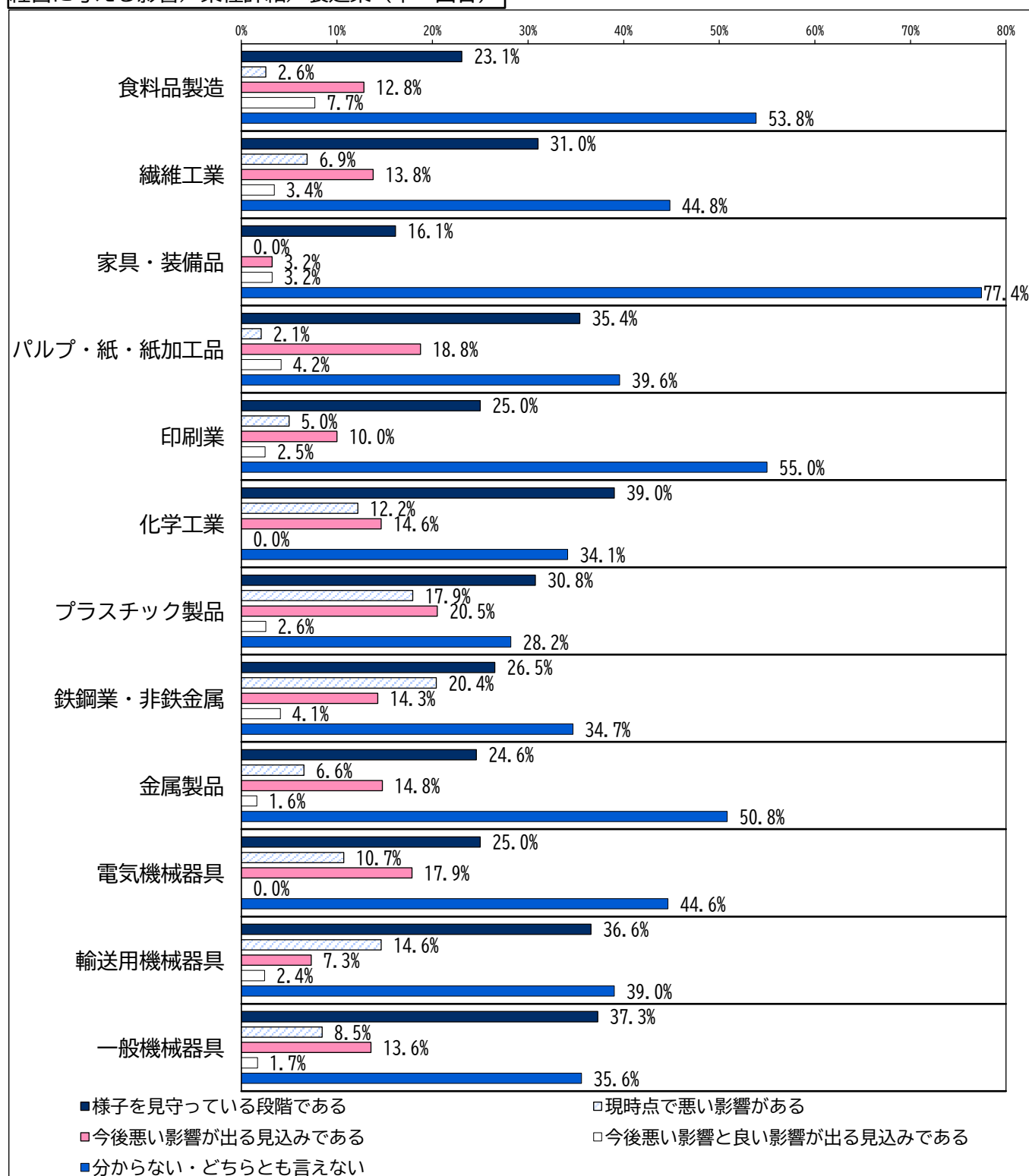
経営に与える影響／全体・製造業・非製造業（単一回答）



○ 製造業において、「現時点で悪い影響がある」と回答した企業を業種別にみると、「鉄鋼業・非鉄金属」（20.4%）、「プラスチック製品」（17.9%）、「輸送用機械器具」（14.6%）の順となった。

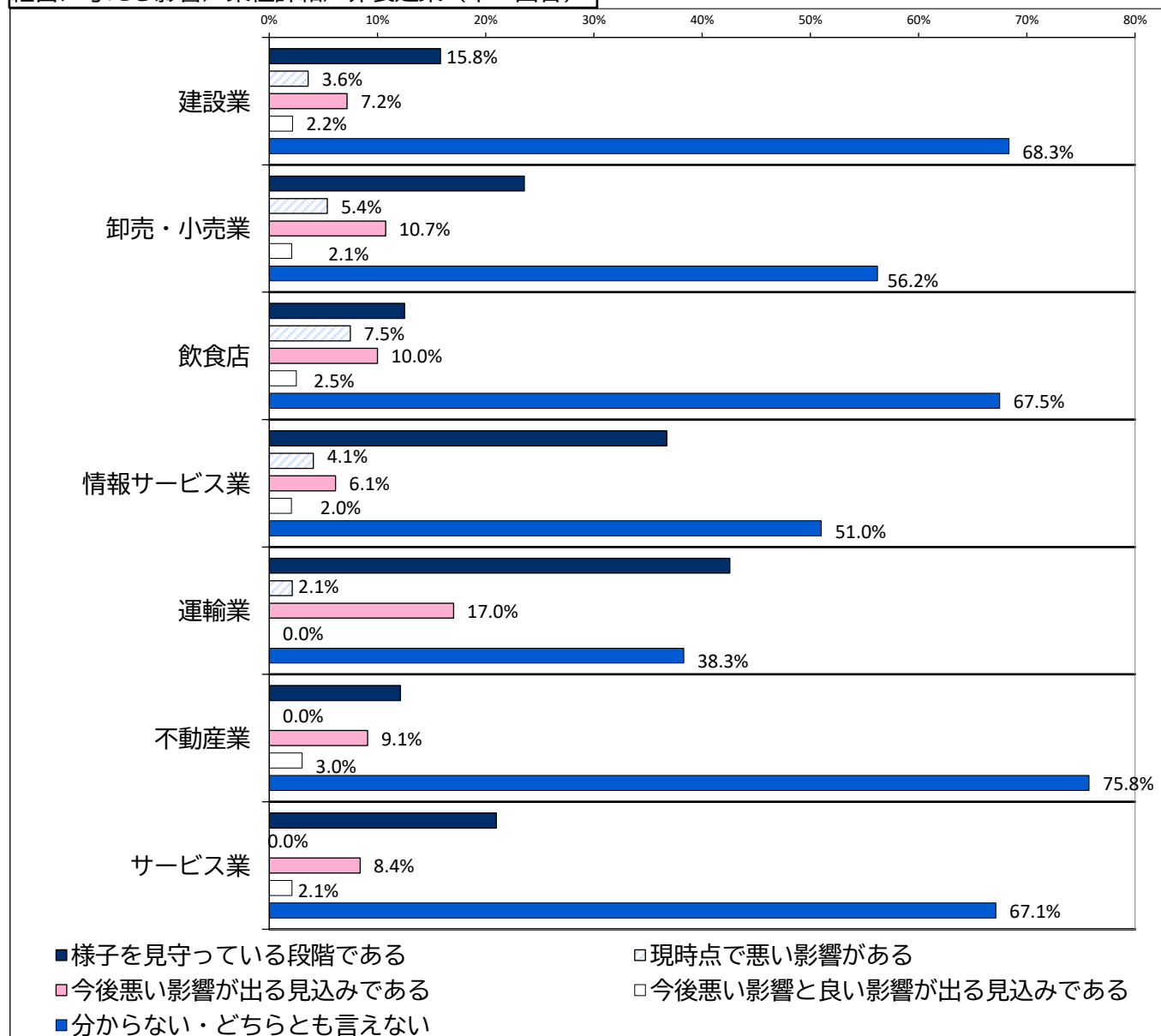
○ また、「今後悪い影響が出る見込みである」と回答した企業を業種別にみると、「プラスチック製品」（20.5%）、「パルプ・紙・紙加工品」（18.8%）、「電気機械器具」（17.9%）の順となった。

経営に与える影響／業種詳細／製造業（単一回答）



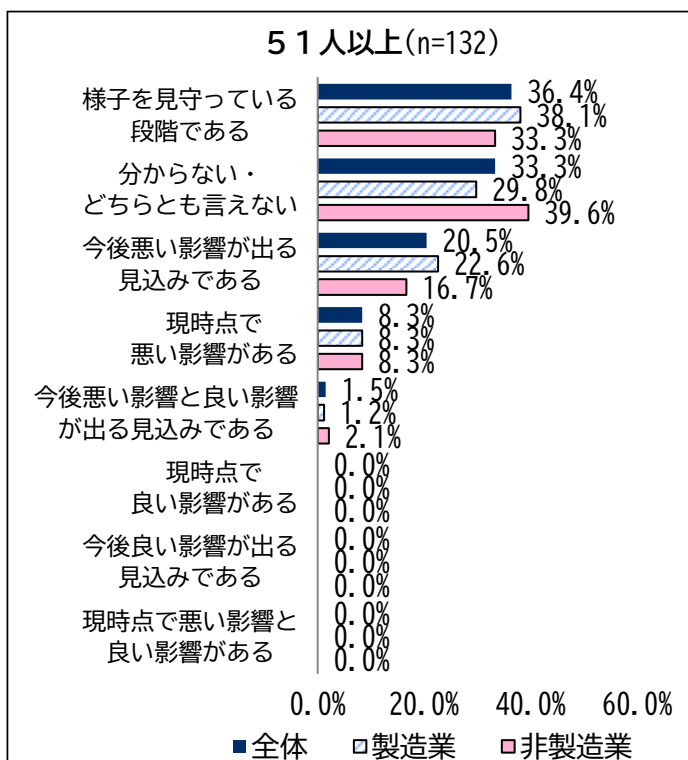
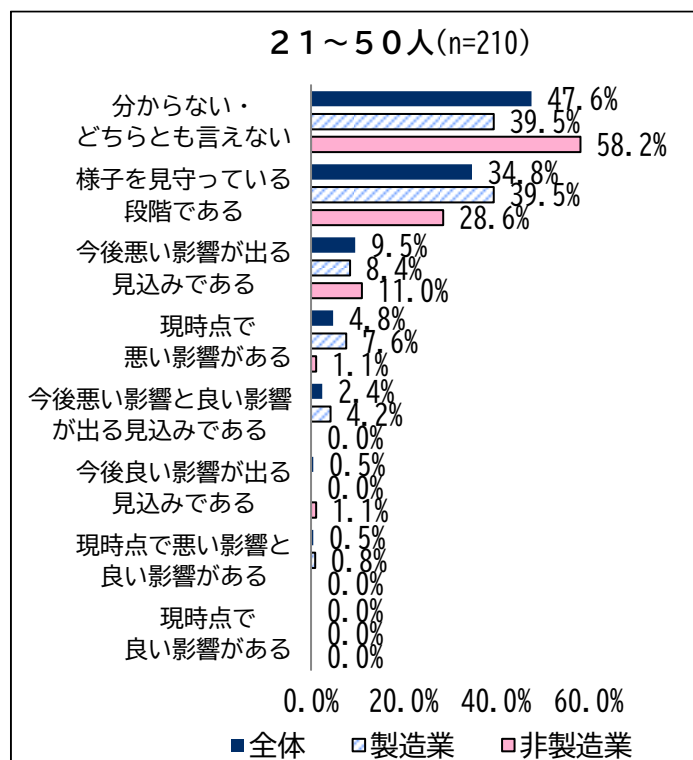
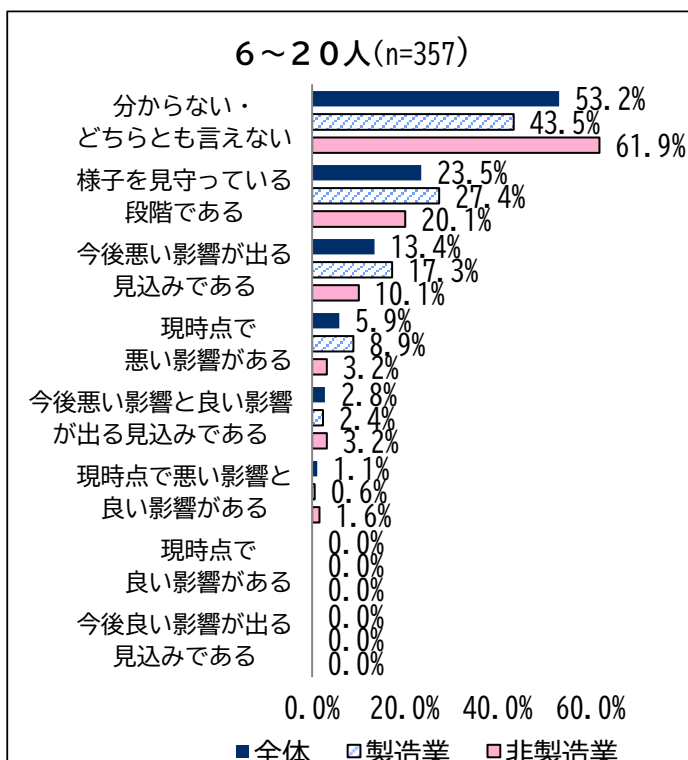
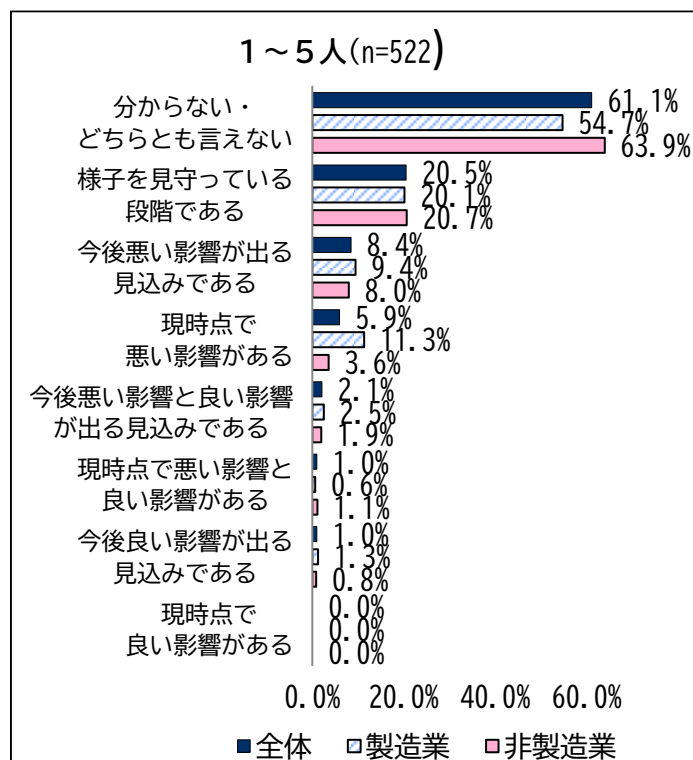
- 非製造業において、「現時点で悪い影響がある」と回答した企業を業種別にみると、「飲食店」（7.5%）、「卸売・小売業」（5.4%）、「情報サービス業」（4.1%）の順となった。
- また、「今後悪い影響が出る見込みである」と回答した企業を業種別にみると、「運輸業」（17.0%）、「卸売・小売業」（10.7%）、「飲食店」（10.0%）の順となった。

経営に与える影響／業種詳細／非製造業（単一回答）



【参考】規模別

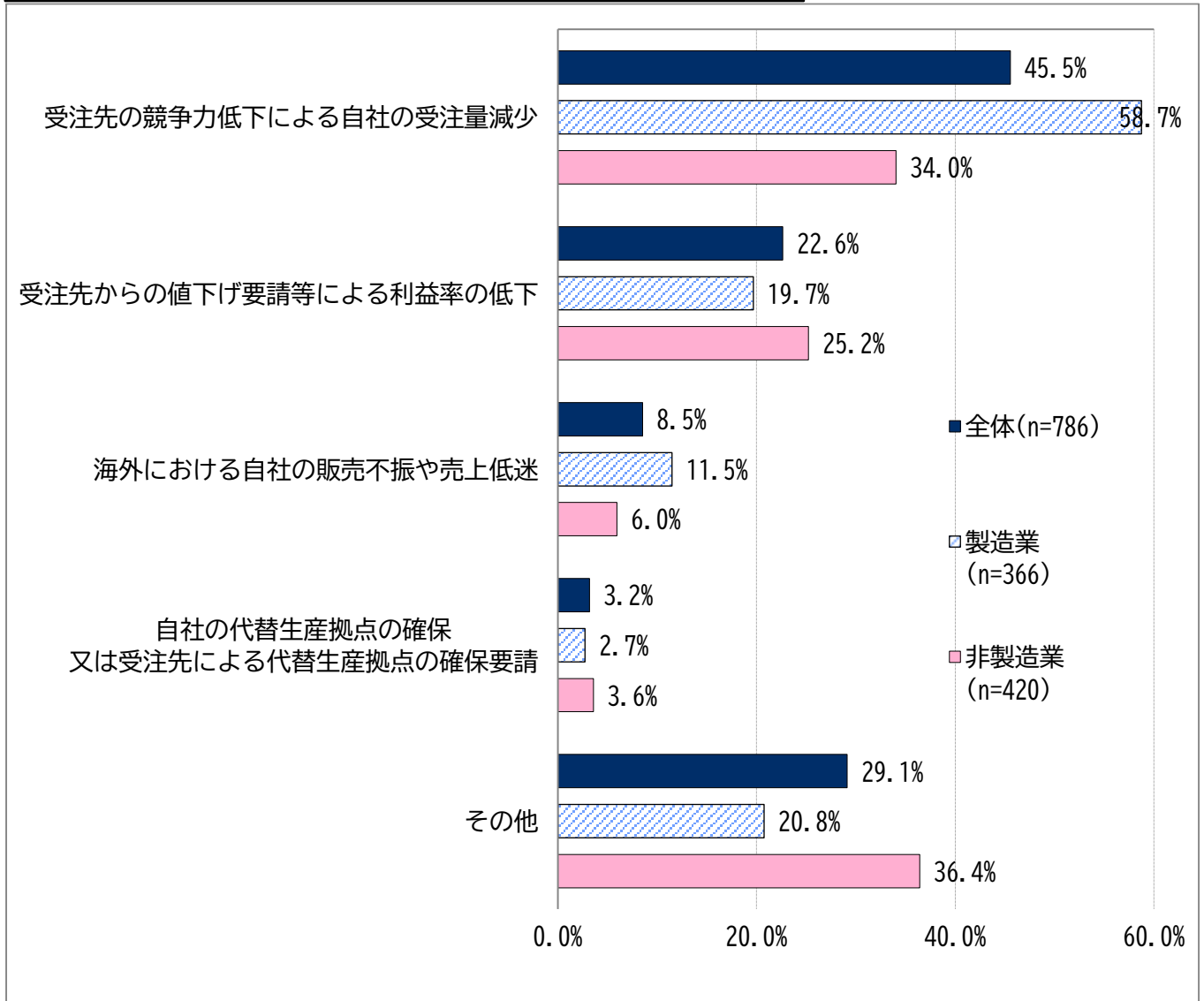
経営に与える影響/全体・製造業・非製造業/規模別(単一回答)



（2）悪い影響（見込み含む）の内容（回答数786社・複数回答）

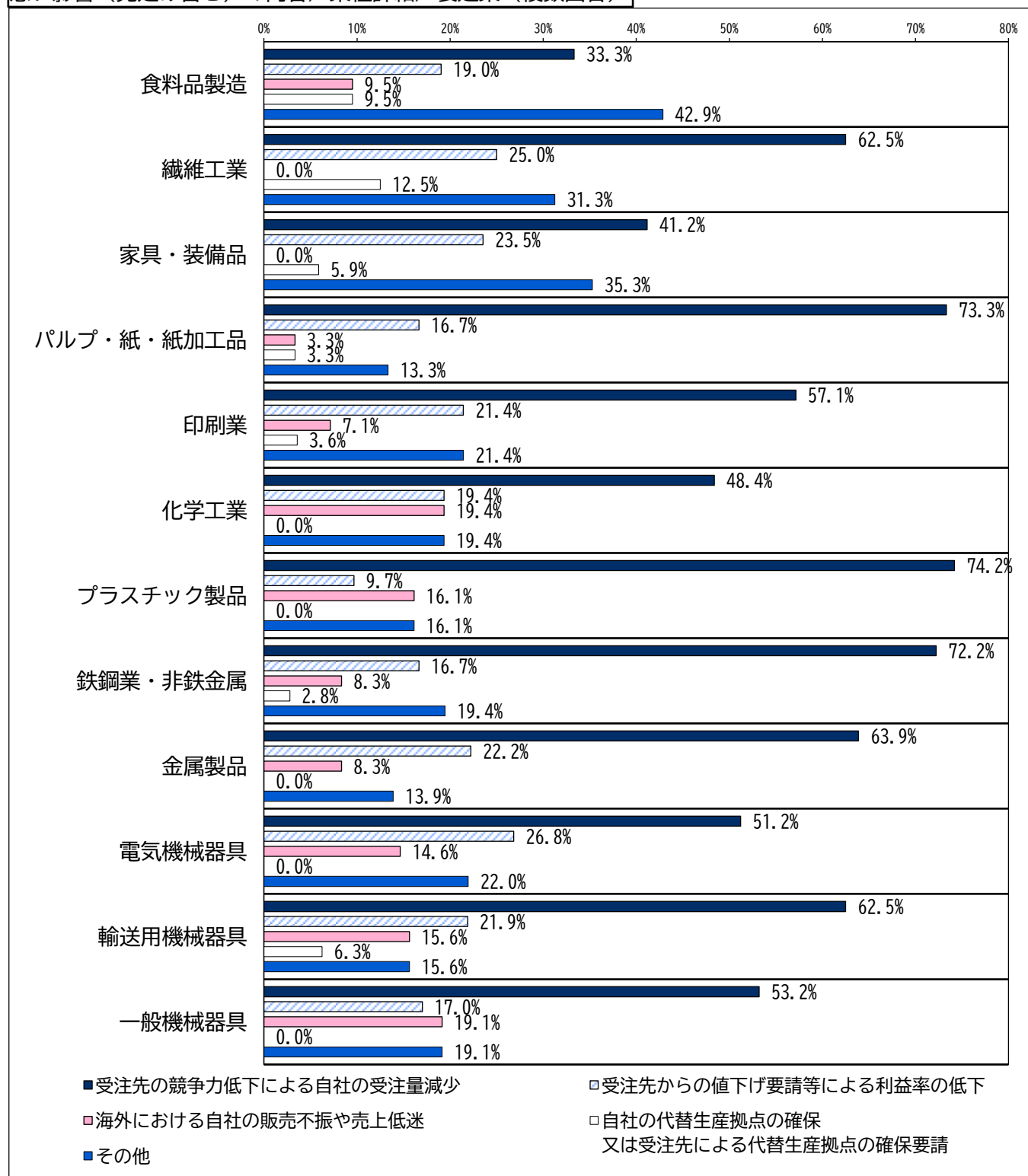
- 悪い影響（見込み含む）の具体的な内容について聞いたところ、全体では「受注先の競争力低下による自社の受注量減少」（45.5%）が最も多く、次いで「受注先からの値下げ要請等による利益率の低下」（22.6%）、「海外における自社の販売不振や売上低迷」（8.5%）の順となった。

悪い影響（見込み含む）の内容／全体・製造業・非製造業（複数回答）



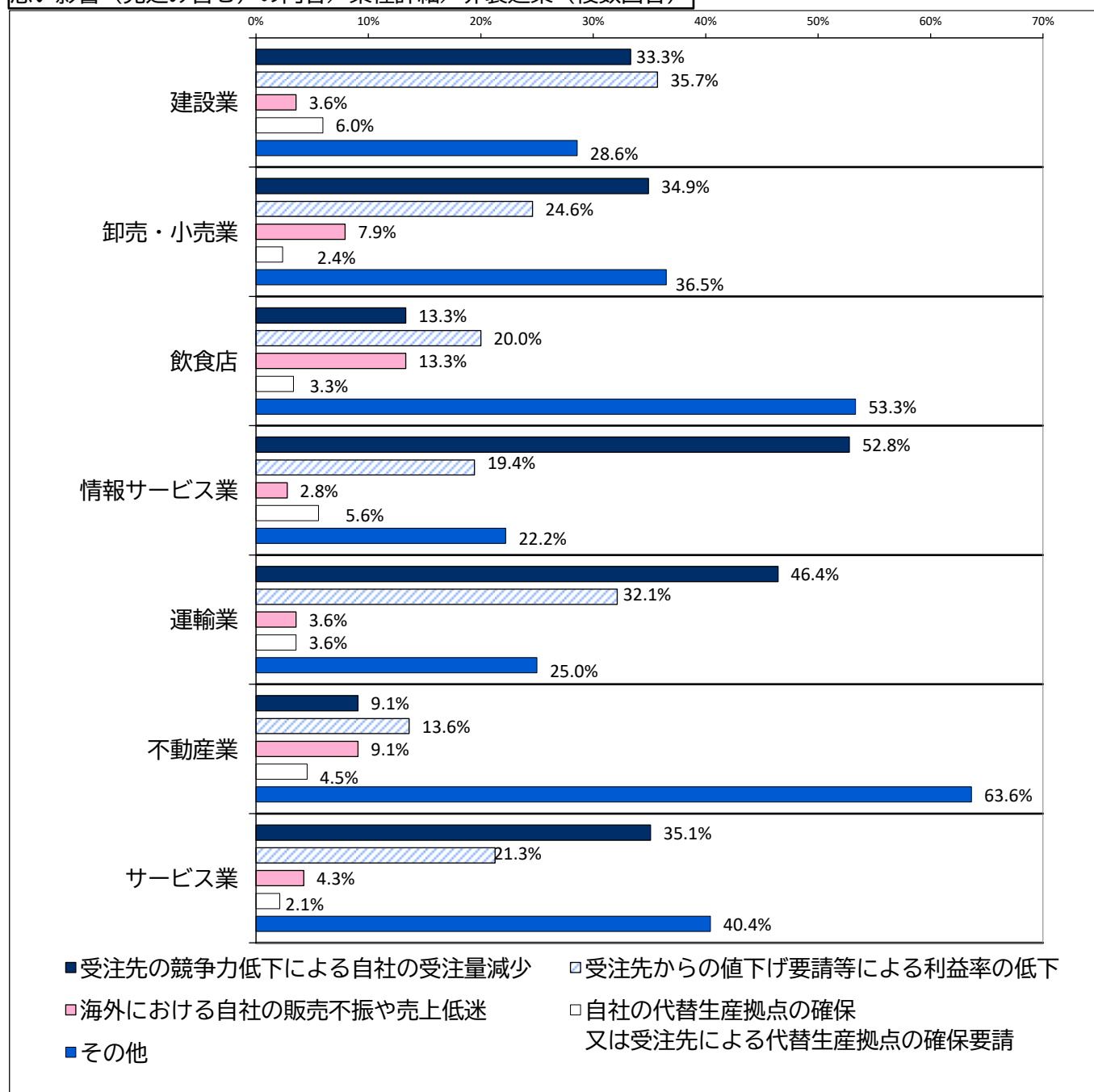
- 製造業において、「受注先の競争力低下による自社の受注量減少」と回答した企業を業種別にみると、「プラスチック製品」（74.2%）、「パルプ・紙・紙加工品」（73.3%）、「鉄鋼業・非鉄金属」（72.2%）の順となった。

悪い影響（見込み含む）の内容／業種詳細／製造業（複数回答）



- 非製造業において、「受注先の競争力低下による自社の受注量減少」と回答した企業を業種別にみると、「情報サービス業」（52.8%）、「運輸業」（46.4%）、「サービス業」（35.1%）の順となった。

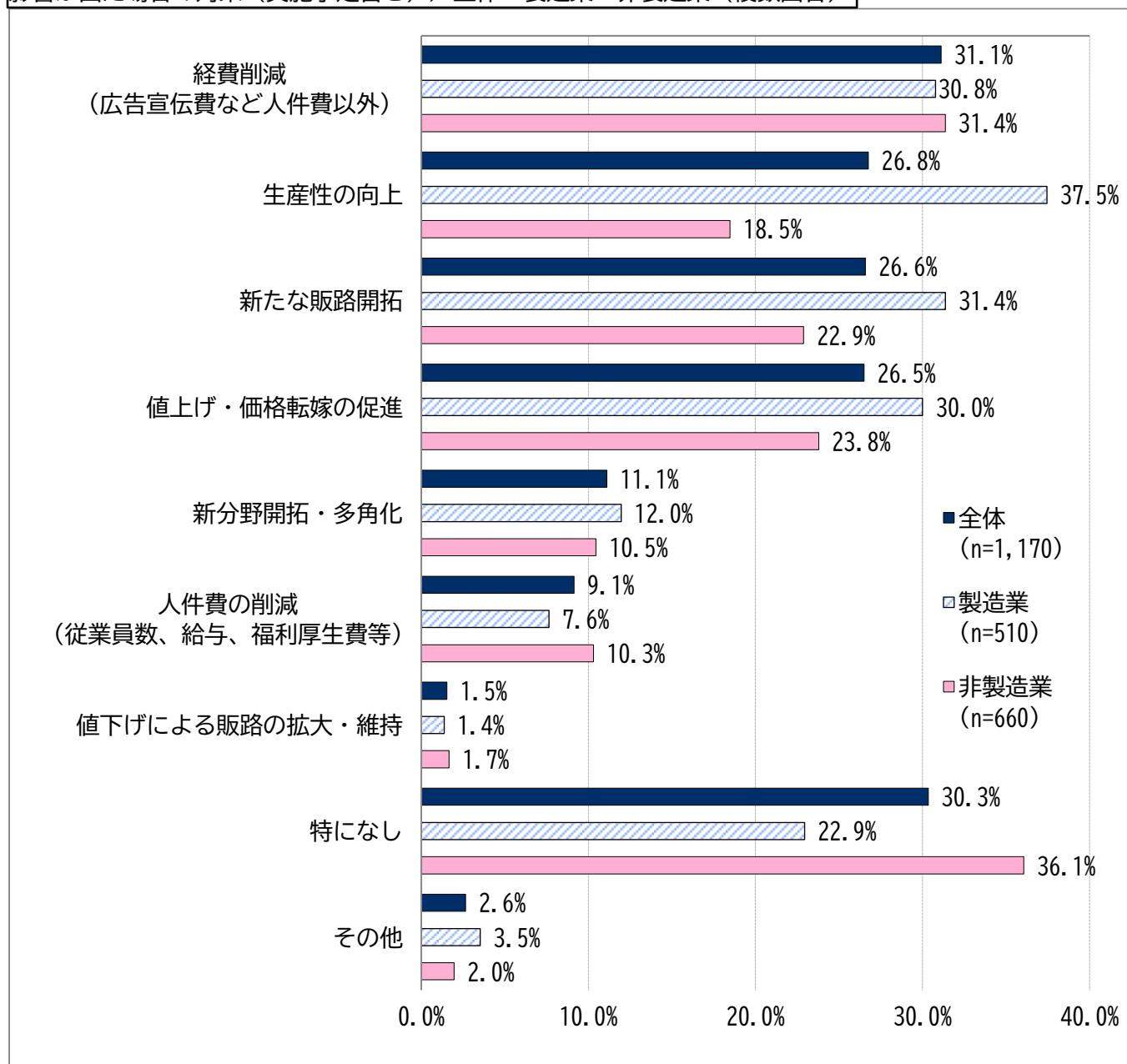
悪い影響（見込み含む）の内容／業種詳細／非製造業（複数回答）



（3）影響が出た場合の対策（実施予定含む）（回答数1，170社・複数回答）

- 影響が出た場合にどのような対策を取るか聞いたところ、全体では「経費削減（広告宣伝費など人件費以外）」（31.1%）が最も多く、次いで「生産性の向上」（26.8%）、「新たな販路開拓」（26.6%）、「値上げ・価格転嫁の促進」（26.5%）の順となった。

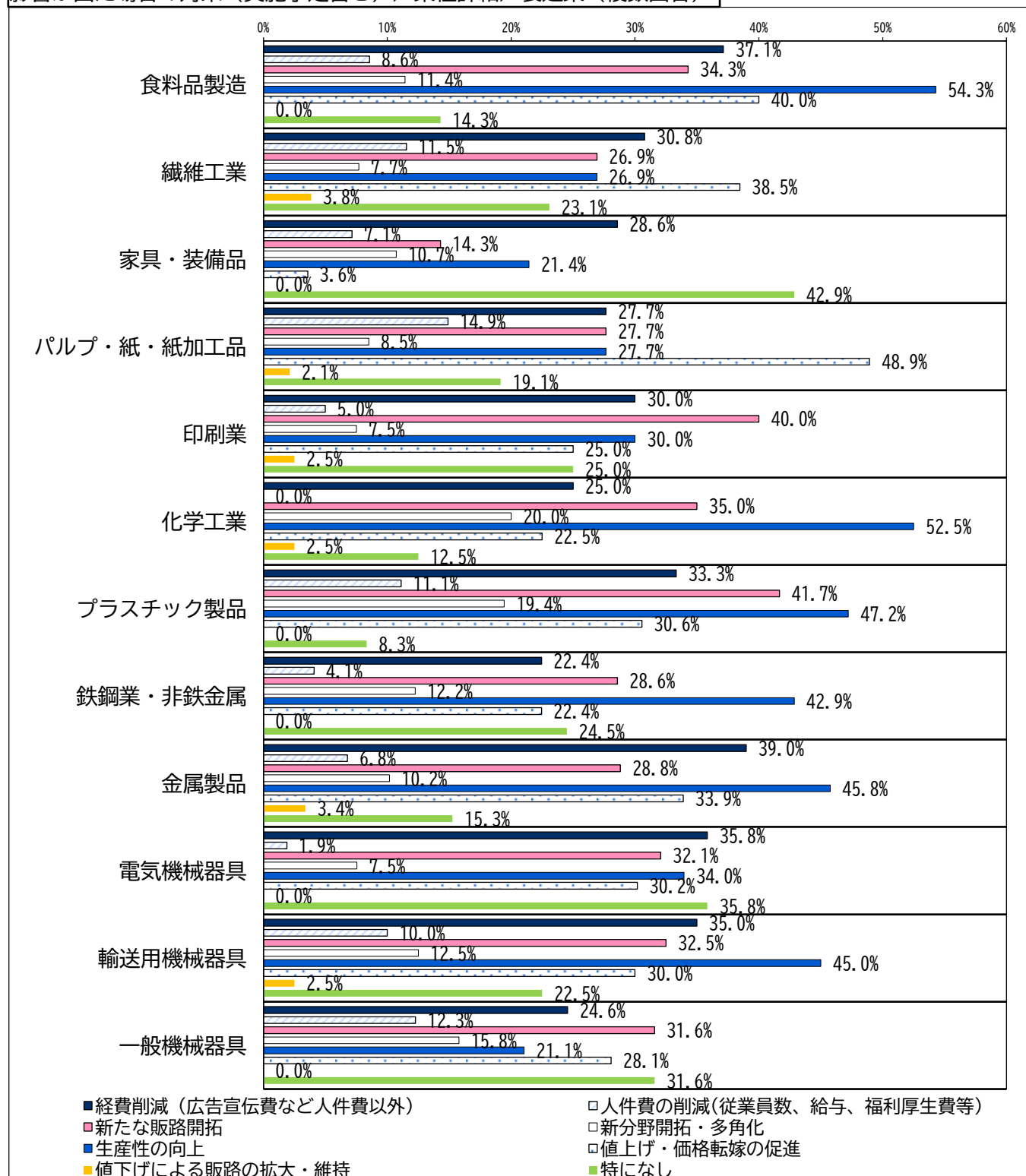
影響が出た場合の対策（実施予定含む）／全体・製造業・非製造業（複数回答）



○ 製造業において、「経費削減（広告宣伝費など人件費以外）」と回答した企業を業種別にみると、「金属製品」（39.0%）、「食料品製造」（37.1%）、「電気機械器具」（35.8%）の順となった。

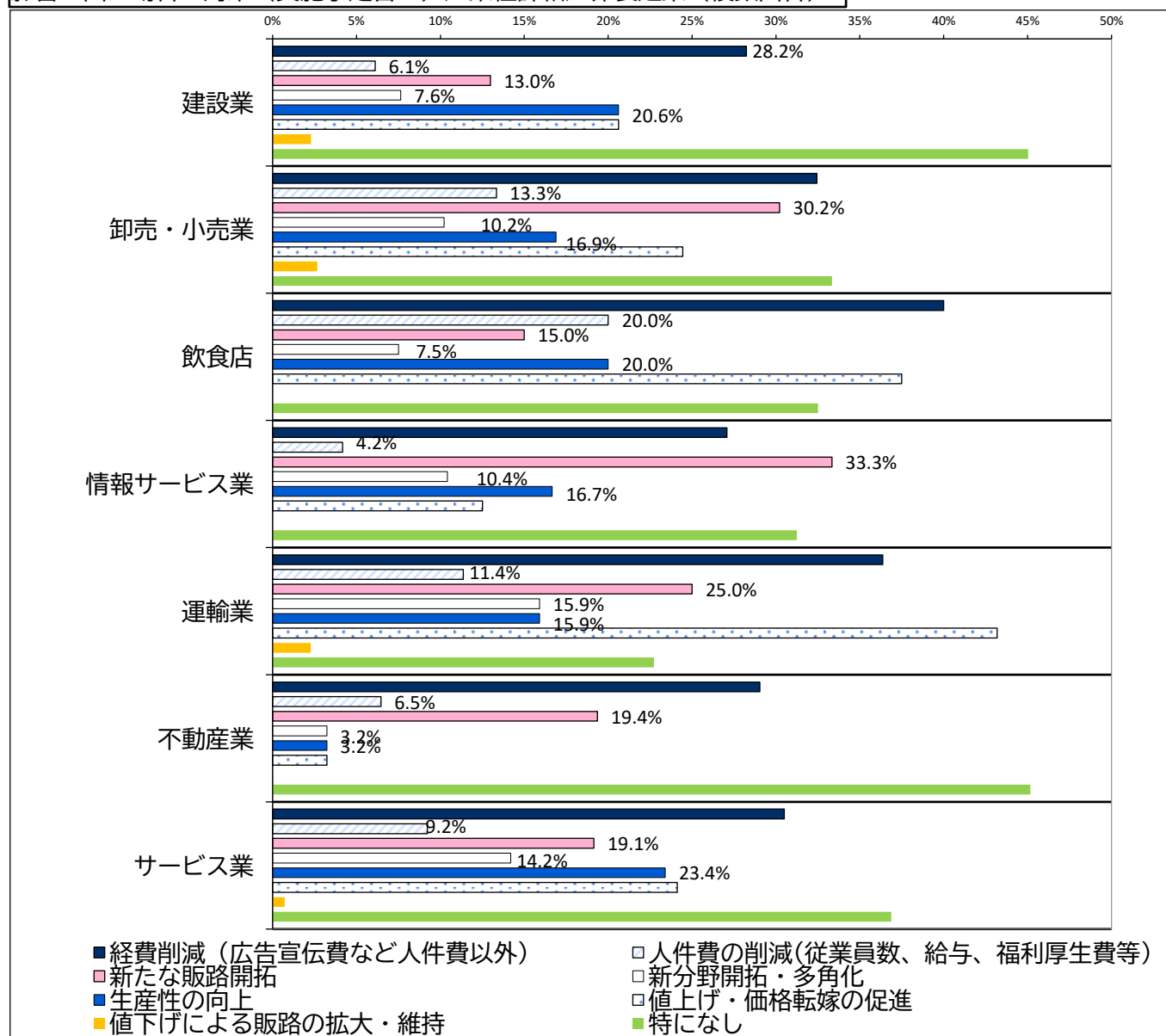
○ また、「生産性の向上」と回答した企業を業種別にみると、「食料品製造」（54.3%）、「化学工業」（52.5%）、「プラスチック製品」（47.2%）の順となった。

影響が出た場合の対策（実施予定含む）／業種詳細／製造業（複数回答）



- 非製造業において、「経費削減（広告宣伝費など人件費以外）」と回答した企業を業種別にみると、「飲食店」（40.0%）、「運輸業」（36.4%）、「卸売・小売業」（32.4%）の順となった。
- また、「生産性の向上」と回答した企業を業種別にみると、「サービス業」（23.4%）、「建設業」（20.6%）、「飲食店」（20.0%）の順となった。

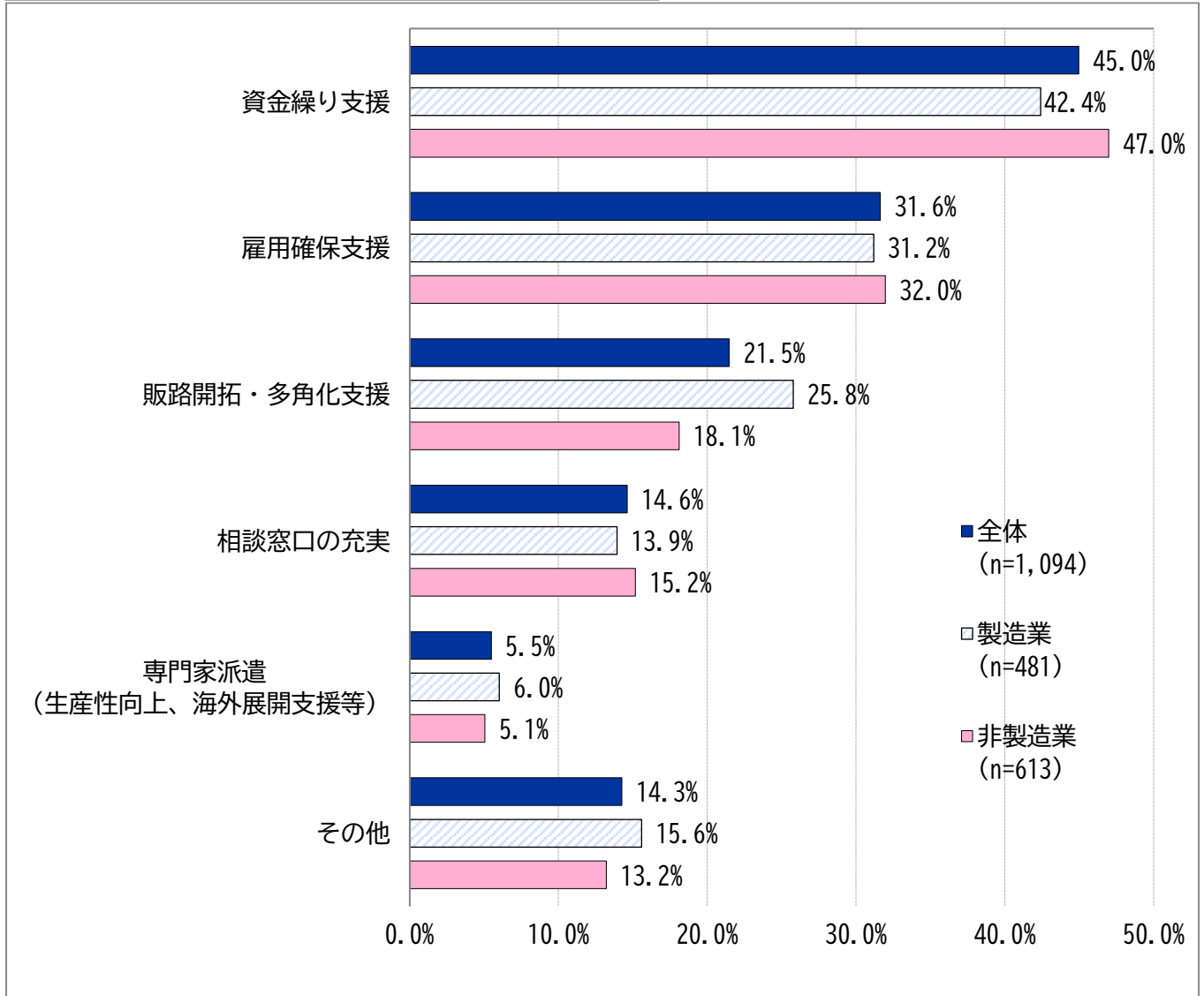
影響が出た場合の対策（実施予定含む）／業種詳細／非製造業（複数回答）



（４）県に期待する支援（回答数1，094社・複数回答）

- 県に期待する支援について聞いたところ、全体では「資金繰り支援」（45.0％）が最も多く、次いで「雇用確保支援」（31.6％）、「販路開拓・多角化支援」（21.5％）の順となった。

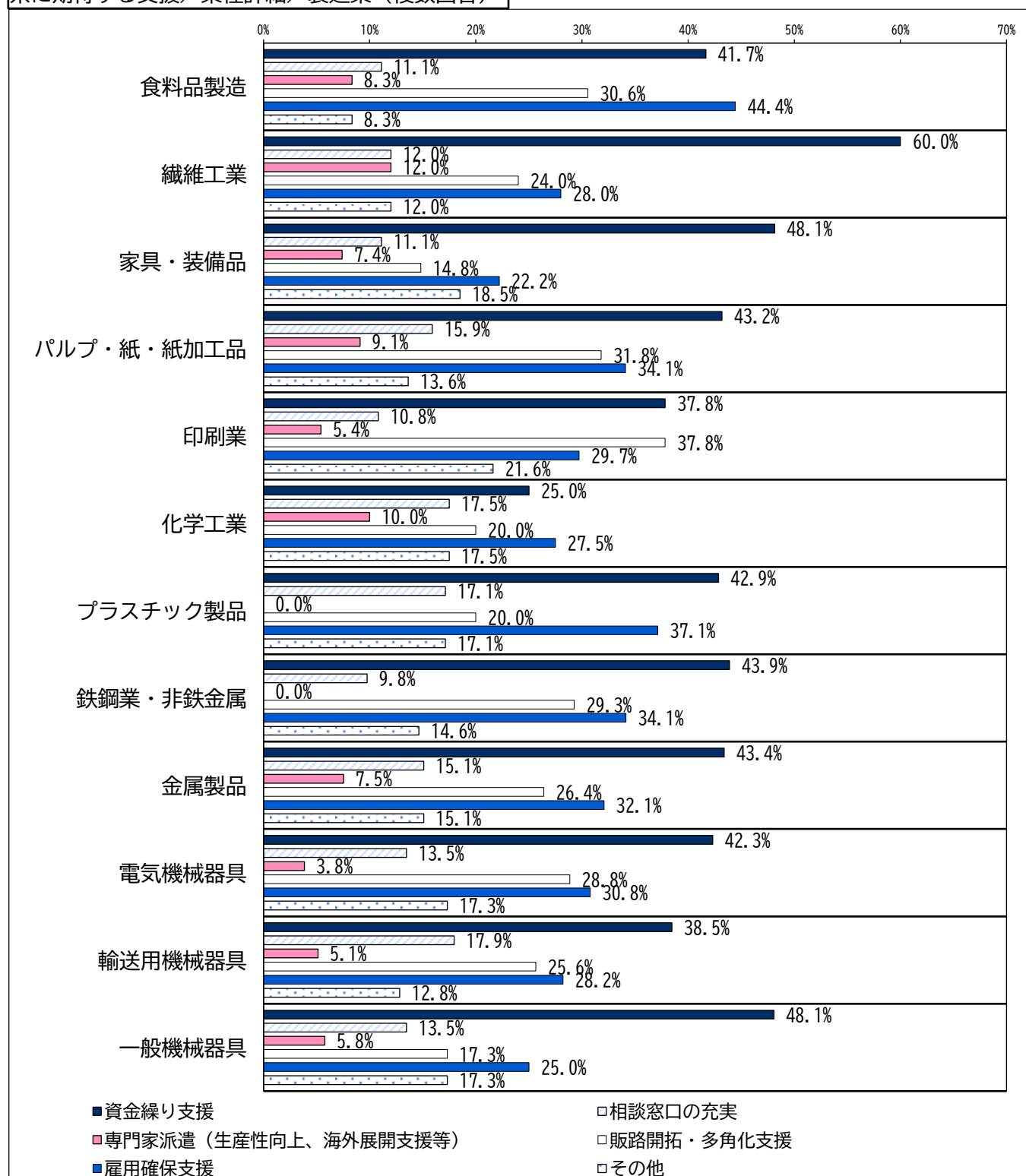
県に期待する支援／全体・製造業・非製造業（複数回答）



○ 製造業において、「資金繰り支援」と回答した企業を業種別にみると、「繊維工業」（60.0%）、「家具・装備品」（48.1%）、「一般機械器具」（48.1%）の順となった。

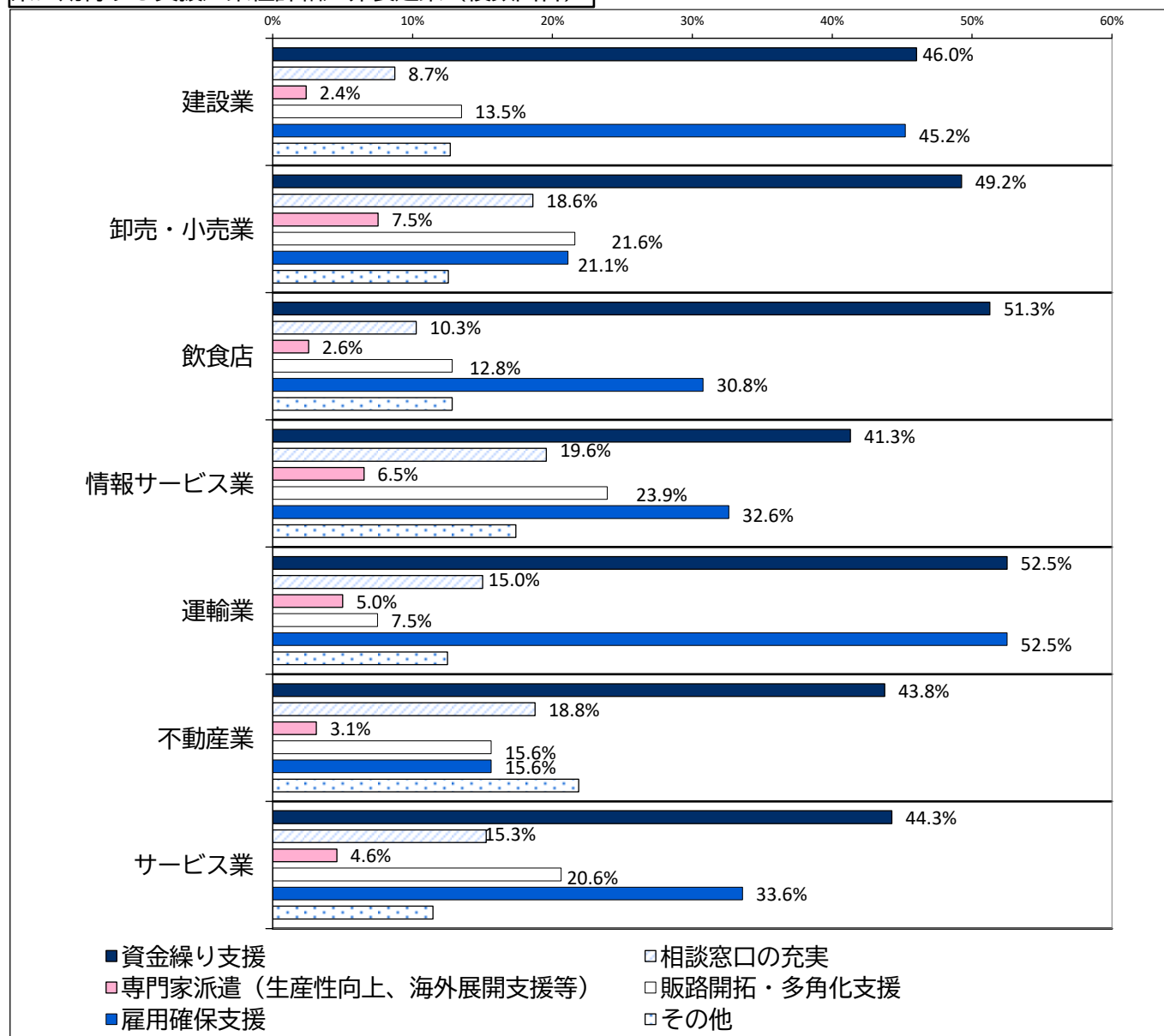
○ また、「雇用確保支援」と回答した企業を業種別にみると、「食料品製造」（44.4%）、「プラスチック製品」（37.1%）、「パルプ・紙・紙加工品」（34.1%）、「鉄鋼業・非鉄金属」（34.1%）の順となった。

県に期待する支援／業種詳細／製造業（複数回答）



- 非製造業において、「資金繰り支援」と回答した企業を業種別にみると、「運輸業」（52.5%）、「飲食店」（51.3%）、「卸売・小売業」（49.2%）の順となった。
- また、「雇用確保支援」と回答した企業を業種別にみると、「運輸業」（52.5%）、「建設業」（45.2%）、「サービス業」（33.6%）の順となった。

県に期待する支援／業種詳細／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 7～9月期	R6. 10～12月期	R7. 1～3月期	R7. 4～6月期	R7. 7～9月期 (当 期)	増 減		R7. 10～12月期 (見通し)
						前期比	前年 同期比	
全 体	▲ 19.6	▲ 8.1	▲ 22.3	▲ 19.5	▲ 20.3	▲ 0.8	▲ 0.7	▲ 7.6
製 造 業	▲ 22.1	▲ 5.7	▲ 24.5	▲ 19.9	▲ 21.8	▲ 1.9	0.3	▲ 8.2
食料品製造	▲ 8.3	16.3	▲ 34.9	18.2	▲ 5.0	▲ 23.2	3.3	7.5
繊維工業	▲ 14.7	▲ 14.8	▲ 33.3	▲ 21.2	▲ 37.9	▲ 16.7	▲ 23.2	▲ 13.8
家具・装備品	▲ 21.4	▲ 21.4	▲ 16.1	▲ 40.0	▲ 32.3	7.7	▲ 10.8	▲ 30.0
パルプ・紙・紙加工品	▲ 26.7	▲ 6.1	▲ 32.7	▲ 18.8	▲ 30.0	▲ 11.3	▲ 3.3	0.0
印刷業	▲ 38.5	2.4	▲ 37.8	▲ 43.6	▲ 38.5	5.1	0.0	▲ 22.5
化学工業	▲ 38.3	4.4	▲ 8.3	0.0	▲ 41.5	▲ 41.5	▲ 3.2	▲ 4.8
プラスチック製品	▲ 18.5	▲ 4.4	▲ 18.4	▲ 29.5	▲ 25.6	3.9	▲ 7.1	▲ 25.6
鉄鋼業・非鉄金属	▲ 15.6	▲ 10.5	▲ 21.6	▲ 14.8	▲ 13.7	1.1	1.8	▲ 14.0
金属製品	▲ 26.0	▲ 2.7	▲ 27.9	▲ 4.2	▲ 5.0	▲ 0.8	21.0	1.6
電気機械器具	▲ 17.6	▲ 23.1	▲ 17.4	▲ 22.6	▲ 10.7	11.9	6.9	10.7
輸送用機械器具	▲ 15.4	9.3	▲ 22.7	▲ 33.3	▲ 21.4	11.9	▲ 6.0	▲ 11.9
一般機械器具	▲ 24.1	▲ 20.0	▲ 19.6	▲ 41.2	▲ 20.3	20.8	3.8	▲ 14.0
非 製 造 業	▲ 17.8	▲ 10.0	▲ 20.6	▲ 19.2	▲ 19.1	0.1	▲ 1.3	▲ 7.2
建 設 業	▲ 22.4	▲ 12.1	▲ 15.3	▲ 32.2	▲ 18.3	13.9	4.1	▲ 14.2
総合工事業	▲ 23.6	▲ 20.5	▲ 9.1	▲ 31.3	▲ 25.0	6.3	▲ 1.4	▲ 15.9
職別工事業	▲ 19.2	▲ 12.5	▲ 22.2	▲ 38.5	▲ 26.0	12.5	▲ 6.8	▲ 12.0
設備工事業	▲ 24.5	▲ 4.1	▲ 13.0	▲ 26.1	▲ 4.2	21.9	20.3	▲ 14.9
卸売・小売業	▲ 22.9	▲ 17.0	▲ 30.0	▲ 20.9	▲ 30.5	▲ 9.5	▲ 7.6	▲ 11.3
(卸売業)	▲ 9.9	▲ 13.1	▲ 17.4	▲ 16.0	▲ 22.3	▲ 6.4	▲ 12.4	▲ 2.7
繊維・衣服等	▲ 21.1	▲ 38.1	▲ 13.3	▲ 16.7	▲ 40.0	▲ 23.3	▲ 18.9	▲ 25.0
飲食料品	▲ 3.2	▲ 9.7	3.8	30.4	▲ 22.7	▲ 53.2	▲ 19.5	13.6
建築材料・鉱物・金属材料等	▲ 26.7	▲ 8.0	▲ 41.4	▲ 39.3	▲ 25.0	14.3	1.7	▲ 14.3
機械器具	0.0	9.1	0.0	▲ 46.2	▲ 4.8	41.4	▲ 4.8	4.8
その他	0.0	▲ 21.7	▲ 36.8	0.0	▲ 23.1	▲ 23.1	▲ 23.1	3.8
小 売 業	▲ 35.0	▲ 20.4	▲ 40.6	▲ 25.4	▲ 37.3	▲ 11.9	▲ 2.3	▲ 18.7
繊維物・衣服・身の回り品	▲ 42.5	▲ 15.8	▲ 32.4	▲ 28.1	▲ 47.2	▲ 19.1	▲ 4.7	▲ 13.9
飲食料品	▲ 28.6	▲ 18.9	▲ 61.8	▲ 3.2	▲ 42.4	▲ 39.2	▲ 13.9	▲ 30.3
機械器具	▲ 21.9	▲ 31.0	▲ 20.7	▲ 37.5	▲ 17.4	20.1	4.5	▲ 26.1
その他	▲ 42.5	▲ 18.2	▲ 44.7	▲ 30.8	▲ 35.7	▲ 4.9	6.8	▲ 9.5
飲 食 店	▲ 21.4	▲ 4.7	▲ 29.5	▲ 12.5	▲ 21.4	▲ 8.9	0.0	7.1
情報サービス業	▲ 11.3	3.4	6.3	▲ 20.0	0.0	20.0	11.3	▲ 2.0
運輸業	▲ 5.3	6.7	▲ 15.6	4.3	▲ 2.1	▲ 6.3	3.2	4.2
不動産業	▲ 16.7	▲ 20.5	▲ 17.1	▲ 25.6	▲ 17.6	7.9	▲ 1.0	▲ 11.8
サービス業	▲ 11.5	▲ 4.2	▲ 18.4	▲ 10.7	▲ 12.4	▲ 1.7	▲ 0.9	▲ 2.1
専門サービス業	8.7	▲ 14.6	5.3	▲ 21.4	8.9	30.3	0.2	▲ 4.4
洗濯・理美容・浴場業	▲ 25.6	▲ 3.1	▲ 42.1	▲ 19.4	▲ 38.7	▲ 19.3	▲ 13.1	▲ 19.4
その他生活関連・娯楽業	▲ 29.3	5.6	▲ 27.5	5.4	▲ 28.1	▲ 33.5	1.1	37.5
その他の事業サービス業	▲ 2.6	▲ 3.0	▲ 8.3	▲ 5.9	▲ 2.7	3.2	▲ 0.1	▲ 18.9

単位：D I

〔資金繰りＤＩの推移（詳細）〕

資金繰りＤＩの推移

業 種	R6. 7～9月期	R6. 10～12月期	R7. 1～3月期	R7. 4～6月期	R7. 7～9月期 (当 期)	増 減		R7. 10～12月期 (見通し)
						前期比	前年 同期比	
全 体	▲ 19.9	▲ 17.2	▲ 19.5	▲ 18.4	▲ 19.5	▲ 1.1	0.4	▲ 14.9
製 造 業	▲ 24.1	▲ 17.6	▲ 21.9	▲ 19.2	▲ 23.3	▲ 4.1	0.8	▲ 13.8
食料品製造	▲ 22.9	▲ 11.4	▲ 25.6	▲ 2.3	▲ 23.1	▲ 20.8	▲ 0.2	▲ 5.1
繊維工業	▲ 44.1	▲ 29.6	▲ 51.6	▲ 33.3	▲ 35.7	▲ 2.4	8.4	▲ 21.4
家具・装備品	▲ 21.4	▲ 40.7	▲ 19.4	▲ 34.5	▲ 24.1	10.3	▲ 2.7	▲ 31.0
パルプ・紙・紙加工品	▲ 28.9	▲ 25.0	▲ 32.7	▲ 19.1	▲ 28.0	▲ 8.9	0.9	▲ 24.0
印刷業	▲ 33.3	▲ 14.6	▲ 31.1	▲ 35.1	▲ 36.6	▲ 1.5	▲ 3.3	▲ 15.0
化学工業	▲ 19.1	▲ 6.7	▲ 5.6	7.7	▲ 9.5	▲ 17.2	9.6	9.5
プラスチック製品	▲ 22.2	▲ 11.6	▲ 24.5	▲ 25.6	▲ 28.2	▲ 2.6	▲ 6.0	▲ 23.1
鉄鋼業・非鉄金属	▲ 20.0	▲ 15.8	▲ 11.8	▲ 20.8	▲ 19.2	1.5	0.8	▲ 11.8
金属製品	▲ 27.8	▲ 12.5	▲ 16.4	▲ 11.3	▲ 6.6	4.7	21.2	▲ 8.2
電気機械器具	▲ 15.7	▲ 25.5	▲ 17.4	▲ 15.1	▲ 17.0	▲ 1.9	▲ 1.3	▲ 3.8
輸送用機械器具	▲ 16.3	▲ 2.3	▲ 15.9	▲ 18.8	▲ 30.0	▲ 11.3	▲ 13.7	▲ 20.0
一般機械器具	▲ 22.8	▲ 26.7	▲ 20.0	▲ 33.3	▲ 32.2	1.1	▲ 9.4	▲ 20.7
非 製 造 業	▲ 16.9	▲ 16.9	▲ 17.6	▲ 17.8	▲ 16.5	1.3	0.3	▲ 15.8
建 設 業	▲ 23.1	▲ 19.3	▲ 15.6	▲ 23.6	▲ 13.7	9.9	9.4	▲ 17.4
総合工事業	▲ 34.5	▲ 30.2	▲ 16.7	▲ 25.0	▲ 9.1	15.9	25.5	▲ 29.5
職別工事業	▲ 21.2	▲ 20.8	▲ 24.1	▲ 34.0	▲ 26.5	7.5	▲ 5.4	▲ 12.2
設備工事業	▲ 12.2	▲ 8.2	▲ 4.4	▲ 9.5	▲ 4.3	5.2	7.9	▲ 11.1
卸売・小売業	▲ 18.9	▲ 19.1	▲ 21.5	▲ 19.7	▲ 18.8	0.9	0.1	▲ 21.2
(卸売業)	▲ 13.7	▲ 14.0	▲ 12.4	▲ 10.3	▲ 13.4	▲ 3.0	0.3	▲ 12.5
卸 繊維・衣服等	▲ 21.1	▲ 33.3	▲ 30.8	▲ 23.5	▲ 13.3	10.2	7.7	▲ 20.0
飲食料品	▲ 3.2	▲ 19.4	▲ 11.5	17.4	▲ 9.1	▲ 26.5	▲ 5.9	▲ 18.2
卸 建築材料、鉱物・金属材料等	▲ 23.3	▲ 4.2	▲ 20.7	▲ 17.9	▲ 17.9	0.0	5.5	3.6
機械器具	▲ 7.4	9.1	11.5	▲ 16.0	4.8	20.8	12.2	▲ 14.3
その他	▲ 16.7	▲ 21.7	▲ 21.1	▲ 13.0	▲ 26.9	▲ 13.9	▲ 10.3	▲ 19.2
小 売 業	▲ 23.7	▲ 23.5	▲ 29.3	▲ 27.8	▲ 23.6	4.2	0.1	▲ 28.7
(小売業)	▲ 30.0	▲ 21.6	▲ 22.9	▲ 29.0	▲ 37.5	▲ 8.5	▲ 7.5	▲ 27.3
織物・衣服・身の回り品	▲ 21.4	▲ 24.3	▲ 38.2	▲ 25.0	▲ 22.6	2.4	▲ 1.2	▲ 43.8
飲食料品	▲ 25.0	▲ 20.7	▲ 21.4	▲ 35.5	▲ 13.0	22.4	12.0	▲ 17.4
機械器具	▲ 17.9	▲ 27.3	▲ 33.3	▲ 23.1	▲ 19.5	3.6	▲ 1.6	▲ 24.4
その他								
飲 食 店	▲ 21.4	▲ 27.9	▲ 34.1	▲ 21.1	▲ 34.1	▲ 13.1	▲ 12.7	▲ 26.8
情報サービス業	▲ 6.5	▲ 1.7	0.0	▲ 4.0	▲ 10.2	▲ 6.2	▲ 3.8	▲ 2.0
運輸業	▲ 14.3	▲ 13.3	▲ 11.1	▲ 17.8	▲ 4.3	13.4	9.9	▲ 19.1
不動産業	▲ 9.4	▲ 15.9	▲ 7.5	▲ 16.3	▲ 17.6	▲ 1.4	▲ 8.2	▲ 11.8
サービス業	▲ 13.7	▲ 15.0	▲ 18.1	▲ 13.6	▲ 16.3	▲ 2.7	▲ 2.6	▲ 6.3
専門サービス業	▲ 8.7	▲ 17.5	▲ 5.4	▲ 17.5	▲ 9.1	8.4	▲ 0.4	▲ 2.3
洗濯・理美容・浴場業	▲ 23.7	▲ 12.5	▲ 34.2	▲ 22.2	▲ 32.3	▲ 10.0	▲ 8.6	▲ 19.4
その他生活関連・娯楽業	▲ 12.5	0.0	▲ 17.9	0.0	▲ 19.4	▲ 19.4	▲ 6.9	9.7
その他の事業サービス業	▲ 10.8	▲ 30.3	▲ 14.3	▲ 14.7	▲ 8.6	6.1	2.2	▲ 13.9

単位：ＤＩ

〔採算D I の推移（詳細）〕

採算D I の推移

業 種	R6. 7～9月期	R6. 10～12月期	R7. 1～3月期	R7. 4～6月期	R7. 7～9月期 (当 期)	増 減		R7. 10～12月期 (見通し)
						前期比	前年 同期比	
全 体	▲ 25.5	▲ 23.3	▲ 26.6	▲ 25.6	▲ 24.2	1.4	1.3	▲ 17.5
製 造 業	▲ 27.9	▲ 22.3	▲ 26.9	▲ 24.7	▲ 23.9	0.9	4.1	▲ 16.2
食料品製造	▲ 29.2	▲ 20.5	▲ 44.2	▲ 6.8	▲ 25.6	▲ 18.8	3.5	▲ 12.8
繊維工業	▲ 48.6	▲ 29.6	▲ 35.5	▲ 30.3	▲ 25.0	5.3	23.6	▲ 28.6
家具・装備品	▲ 17.9	▲ 44.4	▲ 23.3	▲ 24.1	▲ 31.0	▲ 6.9	▲ 13.2	▲ 40.0
パルプ・紙・紙加工品	▲ 34.8	▲ 31.3	▲ 49.0	▲ 29.8	▲ 34.7	▲ 4.9	0.1	▲ 24.0
印刷業	▲ 35.9	▲ 19.5	▲ 33.3	▲ 47.4	▲ 27.5	19.9	8.4	▲ 12.5
化学工業	▲ 23.4	▲ 20.0	▲ 5.6	▲ 5.3	▲ 28.6	▲ 23.3	▲ 5.2	2.4
プラスチック製品	▲ 29.1	▲ 19.0	▲ 28.6	▲ 27.9	▲ 17.9	10.0	11.1	▲ 30.8
鉄鋼業・非鉄金属	▲ 26.7	▲ 21.1	▲ 19.6	▲ 18.9	▲ 20.4	▲ 1.5	6.3	▲ 15.7
金属製品	▲ 33.8	▲ 9.6	▲ 25.4	▲ 15.5	▲ 8.2	7.3	25.6	▲ 9.8
電気機械器具	▲ 17.3	▲ 28.0	▲ 15.2	▲ 25.5	▲ 9.4	16.1	7.9	0.0
輸送用機械器具	▲ 14.0	0.0	▲ 15.9	▲ 29.2	▲ 32.5	▲ 3.3	▲ 18.5	▲ 19.5
一般機械器具	▲ 26.3	▲ 37.3	▲ 25.0	▲ 41.2	▲ 33.9	7.3	▲ 7.6	▲ 19.0
非 製 造 業	▲ 23.8	▲ 24.1	▲ 26.3	▲ 26.2	▲ 24.4	1.8	▲ 0.7	▲ 18.5
建 設 業	▲ 25.8	▲ 23.6	▲ 20.4	▲ 33.8	▲ 18.8	15.0	7.0	▲ 17.4
総合工事業	▲ 32.7	▲ 32.6	▲ 16.3	▲ 41.7	▲ 25.0	16.7	7.7	▲ 22.7
職別工事業	▲ 23.5	▲ 22.9	▲ 35.2	▲ 36.0	▲ 32.7	3.3	▲ 9.1	▲ 16.3
設備工事業	▲ 20.4	▲ 16.3	▲ 6.7	▲ 22.0	2.2	24.2	22.6	▲ 13.3
卸売・小売業	▲ 32.5	▲ 32.8	▲ 35.4	▲ 30.2	▲ 34.6	▲ 4.4	▲ 2.1	▲ 24.1
(卸売業)	▲ 25.0	▲ 32.5	▲ 27.7	▲ 28.1	▲ 25.0	3.1	0.0	▲ 17.9
繊維・衣服等	▲ 47.4	▲ 70.0	▲ 30.8	▲ 35.3	▲ 40.0	▲ 4.7	7.4	▲ 20.0
飲食料品	▲ 29.0	▲ 35.5	▲ 15.4	▲ 4.3	▲ 22.7	▲ 18.4	6.3	▲ 18.2
建築材料、鉱物・金属材料等	▲ 35.5	▲ 33.3	▲ 37.9	▲ 44.4	▲ 28.6	15.9	6.9	▲ 21.4
機械器具	3.7	0.0	▲ 23.1	▲ 40.0	▲ 9.5	30.5	▲ 13.2	▲ 9.5
その他	▲ 20.8	▲ 26.1	▲ 33.3	▲ 13.6	▲ 26.9	▲ 13.3	▲ 6.1	▲ 19.2
小 売 業	▲ 39.6	▲ 33.1	▲ 41.8	▲ 32.1	▲ 43.0	▲ 10.9	▲ 3.4	▲ 29.5
(小売業)	▲ 39.6	▲ 33.1	▲ 41.8	▲ 32.1	▲ 43.0	▲ 10.9	▲ 3.4	▲ 29.5
繊維・衣服・身の回り品	▲ 50.0	▲ 29.7	▲ 41.7	▲ 29.0	▲ 53.1	▲ 24.1	▲ 3.1	▲ 30.3
飲食料品	▲ 42.9	▲ 32.4	▲ 55.9	▲ 29.0	▲ 48.4	▲ 19.4	▲ 5.5	▲ 40.6
機械器具	▲ 25.0	▲ 27.6	▲ 39.3	▲ 40.0	▲ 29.2	10.8	▲ 4.2	▲ 21.7
その他	▲ 38.5	▲ 42.4	▲ 30.6	▲ 30.8	▲ 39.0	▲ 8.3	▲ 0.6	▲ 24.4
飲 食 店	▲ 26.2	▲ 46.5	▲ 46.5	▲ 21.1	▲ 45.0	▲ 23.9	▲ 18.8	▲ 24.4
情報サービス業	▲ 4.8	6.8	4.3	▲ 6.0	0.0	6.0	4.8	▲ 10.2
運輸業	▲ 25.0	▲ 18.2	▲ 22.7	▲ 20.5	▲ 28.3	▲ 7.8	▲ 3.3	▲ 29.8
不動産業	▲ 15.4	▲ 18.6	▲ 17.5	▲ 25.6	▲ 14.7	10.9	0.7	▲ 17.6
サービス業	▲ 16.0	▲ 18.3	▲ 24.3	▲ 22.6	▲ 16.3	6.3	▲ 0.3	▲ 7.7
専門サービス業	▲ 4.3	▲ 24.4	▲ 2.7	▲ 17.5	▲ 2.3	15.2	2.1	▲ 9.1
洗濯・理美容・浴場業	▲ 25.6	▲ 18.8	▲ 42.1	▲ 28.6	▲ 35.5	▲ 6.9	▲ 9.8	▲ 12.9
その他生活関連・娯楽業	▲ 20.0	▲ 8.3	▲ 28.9	▲ 18.9	▲ 29.0	▲ 10.1	▲ 9.0	3.2
その他の事業サービス業	▲ 16.2	▲ 21.2	▲ 22.9	▲ 26.5	▲ 5.7	20.8	10.5	▲ 11.1

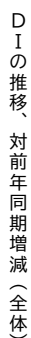
単位：D I

〔設備投資実施率の推移（詳細）〕

設備投資の実施率

業 種	R6. 7～9月期	R6. 10～12月期	R7. 1～3月期	R7. 4～6月期	R7. 7～9月期 (当 期)	増 減		R7. 10～12月期 (見通し)
						前期比	前年 同期比	
全 体	23.4	23.9	21.6	23.7	24.6	0.9	1.2	19.9
製 造 業	27.3	26.4	24.1	27.8	28.1	0.3	0.8	23.7
食料品製造	38.3	42.9	31.0	34.1	46.2	12.1	7.9	35.0
繊維工業	17.6	16.0	9.4	18.2	20.7	2.5	3.0	14.3
家具・装備品	21.4	14.8	6.5	20.0	19.4	▲ 0.6	▲ 2.1	6.7
パルプ・紙・紙加工品	20.5	18.4	18.8	22.9	22.0	▲ 0.9	1.5	20.4
印刷業	21.1	17.1	20.5	18.4	22.0	3.5	0.9	19.5
化学工業	34.0	40.9	38.9	41.0	35.7	▲ 5.3	1.7	40.5
プラスチック製品	27.8	22.7	24.5	27.3	25.6	▲ 1.6	▲ 2.1	28.9
鉄鋼業・非鉄金属	31.8	34.2	24.0	37.0	41.2	4.1	9.4	29.4
金属製品	25.0	31.1	24.2	31.0	27.9	▲ 3.1	2.9	21.3
電気機械器具	25.5	17.6	23.9	24.1	21.8	▲ 2.3	▲ 3.7	23.2
輸送用機械器具	44.0	44.2	38.6	39.6	43.9	4.3	▲ 0.1	31.0
一般機械器具	16.9	13.6	23.2	13.7	13.6	▲ 0.2	▲ 3.4	12.1
非 製 造 業	20.7	22.0	19.7	20.5	21.9	1.4	1.2	17.0
建 設 業	18.1	15.6	14.1	23.8	21.6	▲ 2.2	3.5	12.9
総合工事業	20.0	20.0	18.2	25.0	27.3	2.3	7.3	9.1
職別工事業	11.5	14.9	13.5	17.3	12.5	▲ 4.8	1.0	10.2
設備工事業	22.9	12.5	10.9	29.8	25.5	▲ 4.3	2.6	19.1
卸売・小売業	14.3	20.7	17.7	18.2	20.2	2.1	5.9	16.4
(卸売業)	17.4	22.7	17.4	20.2	25.7	5.5	8.2	18.8
繊維・衣服等	15.0	19.0	15.4	11.1	25.0	13.9	10.0	25.0
飲食料品	32.3	24.1	20.0	34.8	22.7	▲ 12.1	▲ 9.5	22.7
建築材料・鉱物・金属材料等	16.7	32.0	15.4	17.9	32.1	14.3	15.5	22.2
機械器具	18.5	18.2	23.1	19.2	23.8	4.6	5.3	14.3
その他	0.0	18.2	10.5	16.7	23.1	6.4	23.1	11.5
(小売業)	11.4	18.9	17.9	16.4	15.7	▲ 0.7	4.2	14.4
織物・衣服・身の回り品	5.0	2.8	5.7	3.1	2.8	▲ 0.3	▲ 2.2	2.9
飲食料品	7.1	11.1	12.1	9.4	6.1	▲ 3.3	▲ 1.1	12.5
機械器具	21.9	37.0	31.0	29.0	30.4	1.4	8.6	21.7
その他	12.5	30.3	24.3	23.1	26.2	3.1	13.7	21.4
飲 食 店	23.8	21.4	25.0	17.5	9.8	▲ 7.7	▲ 14.1	4.8
情報サービス業	17.7	18.6	20.4	20.0	26.5	6.5	8.8	12.2
運輸業	38.6	39.5	35.6	39.1	33.3	▲ 5.8	▲ 5.3	35.4
不動産業	16.7	9.1	7.3	18.6	14.7	▲ 3.9	▲ 2.0	8.8
サービス業	29.1	30.7	25.2	17.0	25.0	8.0	▲ 4.1	22.9
専門サービス業	32.6	29.3	23.7	21.4	26.7	5.2	▲ 5.9	22.2
洗濯・理美容・浴場業	27.5	43.8	26.3	14.3	25.8	11.5	▲ 1.7	25.8
その他生活関連・娯楽業	34.1	25.0	25.0	18.9	25.0	6.1	▲ 9.1	25.0
その他の事業サービス業	21.1	25.8	25.7	12.1	22.2	10.1	1.2	19.4

単位：％



〔資金繰りDIの推移（平成23年7月～）〕



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

202509

管理番号

11

11111

11

回答コード

01

うら

埼玉県四半期経営動向調査 (令和7年7～9月期調査)

1

お 願 い

図表は横線で読み取りますので、黒の濃い鉛筆やボールペンで記述し、チェックは口に入るように配慮してください。

☒

問7 賃上げの実施状況についてお聞きします

(1) 直近1年間の貴社の業績はどうでしたか

☐ 好調である

☐ 改善している

☐ 横ばいである

☐ 悪化している

☐ 低迷している

☐ その他 ()

(2) 直近1年間で賃上げを実施したか

☐ 実施した → 設問ア及びイへ

☐ 今後実施する予定又は検討中 → 設問ア及びイへ

☐ 実施していない (今後も予定はない) → 設問ウへ

↓ (2) で「実施した」又は「今後実施する予定又は検討中」を選択した企業のみご回答ください。

ア 賃上げの内容は何か。また賃上げ率はどの程度か (複数回答可)

☐ 定期昇給 () %

☐ ベースアップ () %

☐ 新卒者の初任給の増額 () %

☐ 賞与 (一時金) の増額 () %

☐ その他 () () %

☐ その他 () () %

↓ (2) で「実施した」又は「今後実施する予定又は検討中」を選択した企業のみご回答ください。

イ 賃上げを行った理由 (複数回答可)

☐ 社員のモチベーション向上、離職防止のため

☐ 人材の確保のため

☐ 他社の動向をみて

☐ 業績、財務状況が良好であったため

☐ 労使間の交渉があったため

☐ その他 () () %

↓ (2) で「実施していない (今後も予定はない)」を選択した企業のみご回答ください。

ウ 賃上げを実施しない理由 (複数回答可)

☐ 原材料価格が高騰しているため

☐ エネルギー価格が高騰しているため

☐ コスト増加分を十分に価格転嫁できていないため

☐ 受注の先行きに不安があるため

☐ 休日増加など待遇改善を優先したため

☐ 設備投資を優先するため

☐ 財務状況が不安定であるため

☐ その他 () () %

問8 米国における関税措置の影響についてお聞きします

(1) 米国における関税措置が貴社の経営に与える影響について

☐ 様子を見守っている段階である

☐ 現時点で悪い影響がある

☐ 今後悪い影響が出る見込みである

☐ 現時点で良い影響がある

☐ 今後良い影響が出る見込みである

☐ 現時点で悪い影響と良い影響がある

☐ 今後悪い影響と良い影響が出る見込みである

☐ 分からない・どちらとも言えない

(2) 悪い影響 (見込み含む) の具体的な内容 (複数回答可)

☐ 海外における自社の販売不振や売上低迷

☐ 受注先の競争力低下による自社の受注量減少

☐ 受注先からの値下げ要請等による利益率の低下

☐ 自社の代替生産拠点の確保又は受注先による代替生産拠点の確保要請

☐ その他 () () %

(3) 貴社の対策 (実施予定含む) について (複数回答可)

☐ 経費削減 (広告宣伝費など人件費以外)

☐ 人件費の削減 (従業員数、給与、福利厚生費等)

☐ 新たな販路開拓

☐ 新分野開拓・多角化

☐ 生産性の向上

☐ 値上げ・価格転嫁の促進

☐ 値下げによる販路の拡大・維持

☐ その他 () () %

(4) 県に期待する支援について (複数回答可)

☐ 資金繰り支援

☐ 相談窓口の充実

☐ 専門家派遣 (生産性向上、海外展開支援等)

☐ 販路開拓・多角化支援

☐ 雇用確保支援

☐ その他 () () %

(5) 米国における関税措置の貴社への影響 (今後予想される良い影響・悪い影響)・貴社の対策及び県に期待する支援について、記載できることがあれば具体的に御記入ください (自由記述)

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

☐ 1～5人

☐ 6～20人

☐ 21～50人

☐ 51人以上

※ 調査結果は県ホームページで公開しています。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

報告書送付先メールアドレス (左つめて記載してください)

メールアドレスを御登録いただいた企業の図表に対しては、県が行う緊急世帯調査の対象先として登録させていただきます。《本調査に関するお問い合わせ先》 埼玉県産業労働部産業労働政策課企画調査担当 (メール) a3710-10@pref.saitama.lg.jp (電話) 048-830-3723

御協力いただき誠にありがとうございます。

- 68 -

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 専門サービス業	専門サービス業(72)
	ー 洗濯・理美容・浴場業	洗濯・理容・美容・浴場業(78)
	ビ その他の生活関連・娯楽業	その他の生活関連サービス業(79)、娯楽業(80)
	ス その他の事業サービス業	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7～9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