

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6年10～12月（調査日：令和6年12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	960	546	56.9
	非製造業	1,240	733	59.1
	計	2,200	1,279	58.1
ヒアリング調査	製造業	29		
	建設業	3		
	小売業	10		
	飲食店	1		
	情報サービス業	3		
	運輸業	1		
	サービス業	2		
	計	49		

※ 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DI値として集計しています。

DI（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%

$$DI = 50\% - 30\% = 20$$

（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DI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（1,279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 ※詳細はP19を御覧ください。	- 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1月～3月期）の見通し	- 10 -
2 売上げについて	- 12 -
(1) 当期（令和6年10月～12月期）の状況	- 12 -
(2) 来期（令和7年1月～3月期）の見通し	- 12 -
3 資金繰りについて	- 13 -
(1) 当期（令和6年10～12月期）の状況	- 13 -
(2) 来期（令和7年1～3月期）の見通し	- 13 -
4 採算について	- 14 -
(1) 当期（令和6年10月～12月期）の状況	- 14 -
(2) 来期（令和7年1月～3月期）の見通し	- 14 -
5 設備投資について	- 15 -
(1) 当期（令和6年10～12月期）の状況	- 15 -
(2) 来期（令和7年1～3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) 銑鉄鋳物	- 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 取引先金融機関の貸出姿勢について	- 34 -
(1) 1年前と比べた現在の取引先金融機関の貸出姿勢（回答数：1, 234社・単一回答）	- 34 -
(2) 貸出姿勢が「緩やかになった」と思う理由（回答数：73社・複数回答）	- 35 -
(3) 貸出姿勢が「厳しくなった」と思う理由（回答数：104社・複数回答）	- 36 -
(4) 金融機関に期待すること（回答数：1, 257社・複数回答）	- 37 -
2 カスタマーハラスメント（以下：カスハラ）対策の取組状況等について	- 38 -
(1) ここ数年（3年程度）のカスハラ被害発生状況（回答数：1, 266社・単一回答）	- 38 -
(2) カスハラ行為の具体的な内容（回答数：94社・複数回答）	- 40 -
(3) カスハラ行為による影響（回答数：109社・複数回答）	- 41 -
(4) カスハラ対策の実施状況（回答数：1, 211社・単一回答）	- 42 -
(5) カスハラへの具体的な対策（回答数：113社・複数回答）	- 43 -
(6) 対策を講じていない理由（回答数：419社・複数回答）	- 44 -
(7) カスハラ被害の防止に向けて行政に期待する支援（回答数：1, 108社・複数回答）	- 45 -
3 特別調査結果一覧	- 46 -
(1) 取引先金融機関の貸出姿勢について	- 46 -
(2) カスタマーハラスメント対策の取組状況等について	- 47 -
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	- 48 -
VI 参考 アンケート調査票	- 54 -