

埼玉県四半期経営動向調査 (令和6年10～12月期)

県内中小企業の景況感

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

特別調査

取引先金融機関の貸出姿勢について
カスタマーハラスメント対策の取組状況等について

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6年10～12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、1,279社から御回答いただきました。

(回答率 58.1%)

令和7年1月31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	企業 960	企業 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	団体・企業 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 -

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、持ち直している。
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2.0ポイント増加し▲38.0となり、2期連続で改善した。
- ・業種別では、製造業、非製造業ともに2期連続で改善した。

〔景況感の先行きDI〕

- ・前期比で7.5ポイント減少し▲17.7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及び資金繰りDIは2期ぶりに改善し、採算DIは3期連続で改善した。

〔設備投資の実施率〕

- ・23.9%と、2期連続で増加した。

〔来期の見通し〕

- ・売上げDI及び資金繰りDIは当期DIより悪化し、採算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6年7～9月期、「当期」：令和6年10～12月期、「来期(先行き)」：令和7年1～3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▲38.0（前期比+2.0）となり、2期連続で改善した。
業種別にみると、製造業、非製造業ともに2期連続で改善した。

〔景況感DIの推移〕

	当 期 (R6.10-12)	前 期 (R6.7-9)	前年同期 (R5.10-12)
全 体	▲38.0	▲40.0	▲41.9
製 造 業	▲43.9	▲46.3	▲44.6
非製造業	▲33.5	▲35.5	▲40.0

(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7.2%（前期比▲2.0）、
「悪い方向に向かう」とみる企業は24.9%（前期比+5.5）だった。
先行きDIは▲17.7（前期比▲7.5）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 (R7.1-3)
全 体	7.2%	24.9%	▲17.7
製 造 業	7.4%	24.0%	▲16.6
非製造業	7.1%	25.6%	▲18.5

2 売上げについて

売上げD Iは▲8.1（前期比+11.5）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3期連続改善し、非製造業は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より悪化する見通しである。

〔売上げD Iの推移〕

	当 期 (R6.10-12)	前 期 (R6.7-9)	前年同期 (R5.10-12)	来期見通し (R7.1-3)
全 体	▲8.1	▲19.6	▲7.6	▲20.3
製 造 業	▲5.7	▲22.1	▲8.4	▲16.1
非製造業	▲10.0	▲17.8	▲7.0	▲23.4

3 資金繰りについて

資金繰りD Iは▲17.2（前期比+2.7）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、非製造業は横ばいだった。
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 (R6.10-12)	前 期 (R6.7-9)	前年同期 (R5.10-12)	来期見通し (R7.1-3)
全 体	▲17.2	▲19.9	▲16.8	▲21.7
製 造 業	▲17.6	▲24.1	▲18.0	▲21.2
非製造業	▲16.9	▲16.9	▲15.9	▲22.0

4 採算について

採算D Iは▲23.3（前期比+2.2）となり、3期連続改善した。来期は改善する見通し。
業種別にみると、製造業は3期連続改善し、非製造業は3期ぶりに悪化した。
来期については、製造業は当期の採算D Iより改善し、非製造業は横ばいに推移する見通しである。

〔採算D Iの推移〕

	当 期 (R6.10-12)	前 期 (R6.7-9)	前年同期 (R5.10-12)	来期見通し (R7.1-3)
全 体	▲23.3	▲25.5	▲22.7	▲23.0
製 造 業	▲22.3	▲27.9	▲20.6	▲21.6
非製造業	▲24.1	▲23.8	▲24.2	▲24.1

5 設備投資について

実施率は23.9%（前期比+0.5%）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、製造業は2期ぶりに減少し、非製造業は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 (R6.10-12)	前 期 (R6.7-9)	前年同期 (R5.10-12)	来期見通し (R7.1-3)
全 体	23.9%	23.4%	19.3%	20.8%
製 造 業	26.4%	27.3%	22.9%	25.2%
非製造業	22.0%	20.7%	16.6%	17.5%

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
輸送用機械器具	価格転嫁が進んだのに加え、販管費を削減したことで、採算は良くなっている。
電気機械器具	車載部品の受注が落ち込む一方、タブレット等の電子部品の受注が堅調で、売上高は前年同期比で増えた。
銑鉄鋳物	受注低迷が続く中で人件費が上昇しており、採算は悪くなっている。
印刷業	受注単価は上がっているものの受注量が減っており、売上高は減っている。
スーパー	客数、客単価ともに前年同期比で伸びており、増収基調を維持している。
情報サービス業	コスト上昇の中で価格転嫁は進んでおり、採算性は一定水準を維持している。
建設業	技術者の人手が足りず、現状よりも受注を増やすことができない。

(2) 現在の景況感について

業種	コメント
一般機械器具	受注は堅調だが、コスト上昇に対し価格転嫁が追い付かず、好況とは言えない。
輸送用機会器具	新規の引き合いが増えており、今後良い方向に向かうとみている。
金属製品	半導体製造装置や空調機器等の受注が増えており、好況である。
プラスチック製品	住宅資材の需要が減少する懸念があり、先行きは不透明である。
食料品製造	自社のオリジナル商品の製造・販売が堅調であり、好況である。
百貨店	秋冬物の衣料品の売れ行きが振るわず、不況である。
スーパー	物価高が続く中、中小スーパーは厳しい状況にある。

(3) 今後の見通しについて

業種	コメント
一般機械器具	中国経済の低迷により大手企業も業績予想を下方修正しており、不透明感が強い。
印刷業	来年2月頃までエンタメ系の受注が好調とみている。
工業塗装	大手自動車メーカーの業績悪化の影響を受ける懸念がある。
その他の小売業	売上げが増える見込みはなく、引き続き厳しい状況が続くとみている。
宿泊業	コスト上昇が続く中で利益率を上げていくには、稼働率を改善させる必要がある。
旅行業	小規模事業者を中心に倒産や廃業が増えるとみている。
運輸業	採算性の向上と合わせ、ドライバーの労働時間の短縮にも取り組んでいく。

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、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。

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

自社業界の景況について「好況である」とみる企業は6.8%、「不況である」とみる企業は44.8%で、景況感DI（「好況である」－「不況である」企業の割合）は▲38.0となった。前期（▲40.0）から2.0ポイント増加し、2期連続改善した。

〈業種別〉

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49.4%で、景況感DIは▲43.9となった。前期（▲46.3）から2.4ポイント増加し、2期連続改善した。

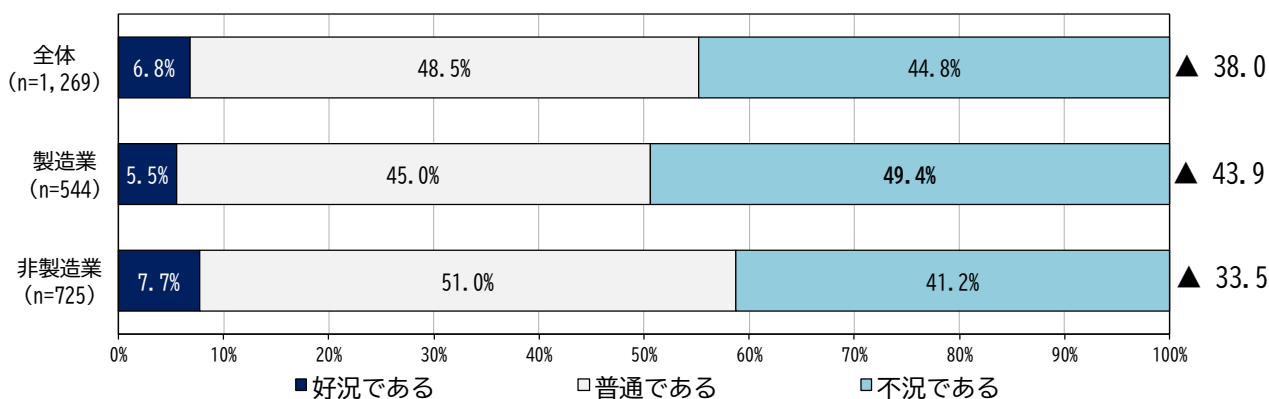
業種別にDI値をみると、12業種中、「プラスチック製品」「鉄鋼業・非鉄金属」「電気機械器具」「一般機械器具」が前期から悪化し、それ以外の8業種は前期から改善した。特に、「印刷業」は前期比で17.8ポイント増加し、前年同期比でも7.3ポイント増加した。

非製造業

「好況である」とみる企業は7.7%、「不況である」とみる企業は41.2%で、景況感DIは▲33.5となった。前期（▲35.5）から2.0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」「情報サービス業」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、「不動産業」は前期比で17.3ポイント改善し、前年同期比でも26.7ポイント増加した。

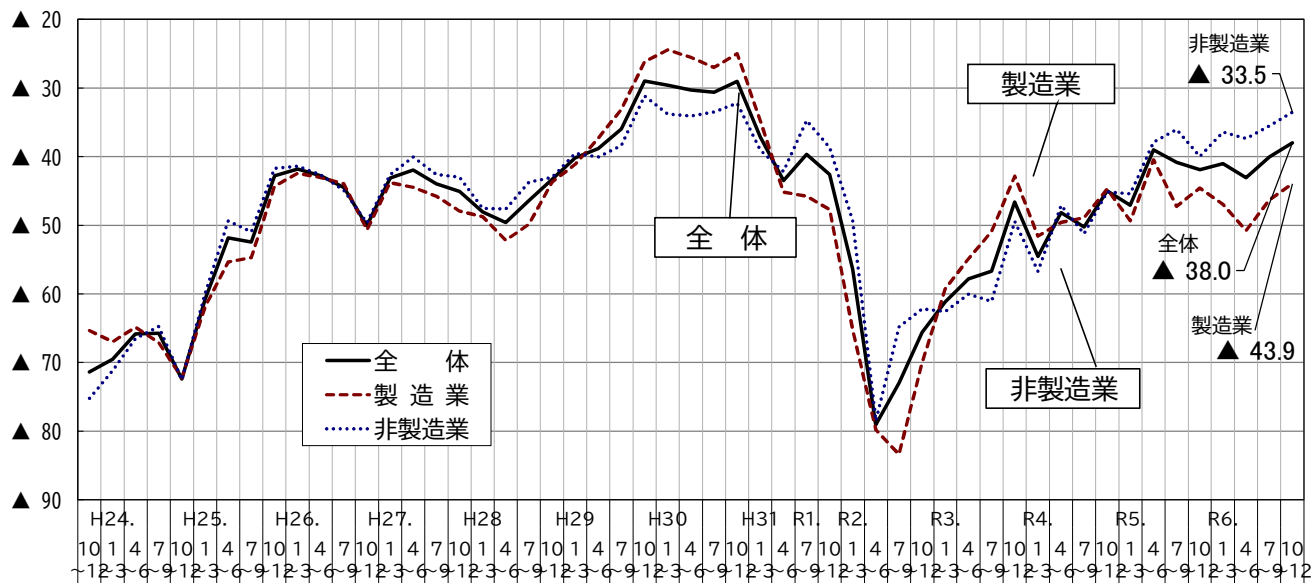
〔業種別の景況感DI〕



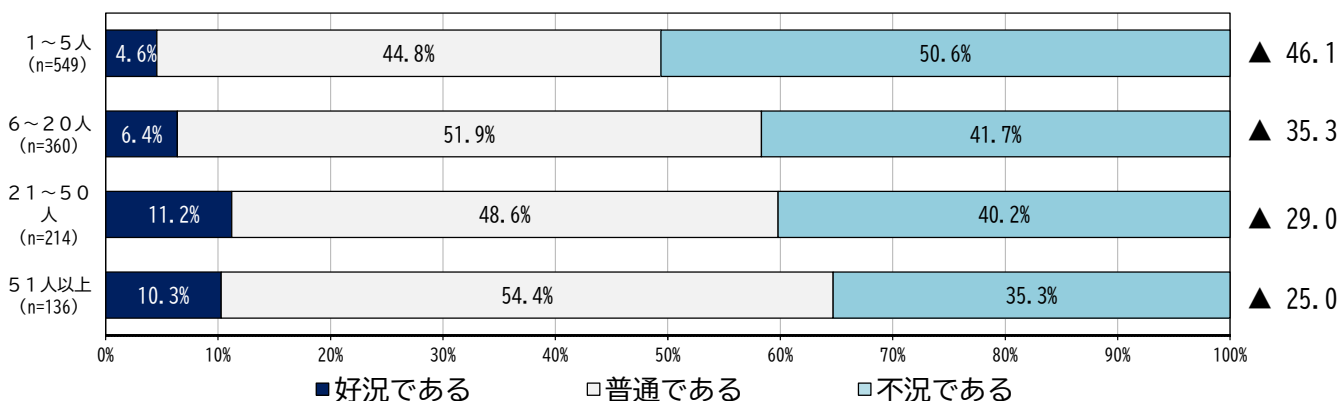
〔景況感DIの推移〕

	当期DI (R6.10-12)	前期比 (R6.7-9)	前年同期比 (R5.10-12)	来期見通しDI (R7.1-3の見通し)	前期比[前回調査] (R6.10-12の見通し)
全 体	▲38.0	+2.0	+3.9	▲17.7	▲7.5
製 造 業	▲43.9	+2.4	+0.6	▲16.6	▲5.0
非製造業	▲33.5	+2.0	+6.5	▲18.5	▲9.3

〔景況感DIの推移〕



〔従業員規模別の景況感〕



(2) 来期（令和7年1月～3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7.2%（前期比▲2.0%）、「悪い方向に向かう」とみる企業は24.9%（前期比+5.5%）だった。先行きDIは▲17.7（前期比▲7.5%）と、2期ぶりに悪化した。

〈業種別〉

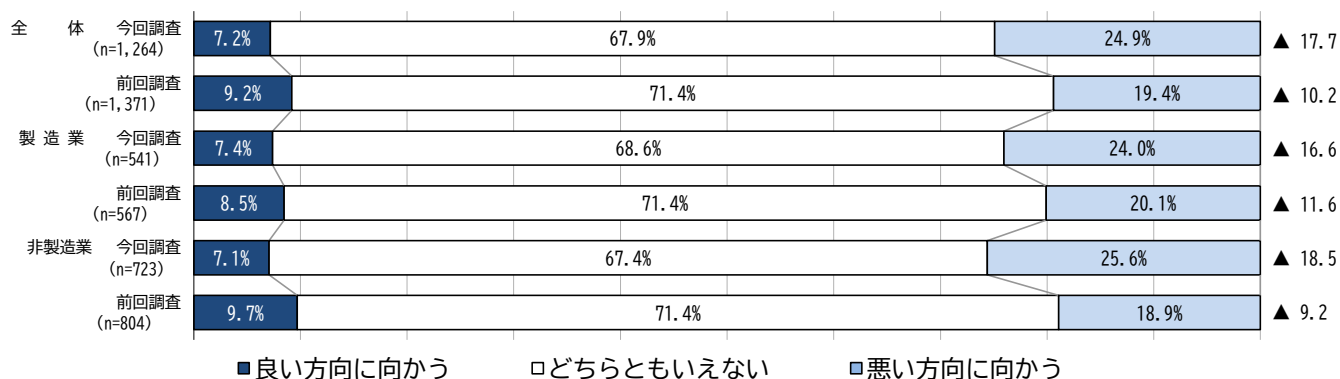
製造業

先行きDIは▲16.6（前期比▲5.0）と、2期ぶりに悪化した。

非製造業

先行きDIは▲18.5（前期比▲9.3）と、2期ぶりに悪化した。

〔来期の景況感DI〕



〔景況感DIの推移（詳細）〕

景況感DIの推移

業種	R5. 10～12月期	R6. 1～3月期	R6. 4～6月期	R6. 7～9月期	R6. 10～12月期 (当期)	増減		R7. 1～3月期 (見通し)
						前期比	前年同期比	
全体	▲ 41.9	▲ 41.0	▲ 43.1	▲ 40.0	▲ 38.0	2.0	3.9	▲ 17.7
製造業	▲ 44.6	▲ 46.9	▲ 50.8	▲ 46.3	▲ 43.9	2.4	0.6	▲ 16.6
食料品製造	▲ 24.5	▲ 36.7	▲ 42.0	▲ 37.5	▲ 20.5	17.0	4.1	▲ 2.3
繊維工業	▲ 67.7	▲ 56.8	▲ 60.0	▲ 66.7	▲ 51.9	14.8	15.9	▲ 29.6
家具・装備品	▲ 46.7	▲ 29.6	▲ 48.1	▲ 42.9	▲ 35.7	7.1	11.0	▲ 14.3
パルプ・紙・紙加工品	▲ 62.5	▲ 73.9	▲ 63.6	▲ 64.4	▲ 51.0	13.4	11.5	▲ 43.8
印刷業	▲ 53.7	▲ 44.7	▲ 75.0	▲ 64.1	▲ 46.3	17.8	7.3	▲ 26.8
化学工業	▲ 26.8	▲ 27.9	▲ 28.9	▲ 34.0	▲ 31.1	2.9	▲ 4.3	▲ 2.3
プラスチック製品	▲ 53.1	▲ 49.0	▲ 55.6	▲ 41.8	▲ 45.5	▲ 3.6	7.6	▲ 15.9
鉄鋼業・非鉄金属	▲ 61.5	▲ 54.0	▲ 53.2	▲ 60.0	▲ 68.4	▲ 8.4	▲ 6.9	▲ 21.1
金属製品	▲ 41.3	▲ 52.2	▲ 50.7	▲ 54.8	▲ 48.6	6.1	▲ 7.4	▲ 12.2
電気機械器具	▲ 28.3	▲ 38.2	▲ 50.0	▲ 31.4	▲ 50.0	▲ 18.6	▲ 21.7	0.0
輸送用機械器具	▲ 38.5	▲ 40.0	▲ 41.3	▲ 33.3	▲ 18.6	14.7	19.9	▲ 14.0
一般機械器具	▲ 40.0	▲ 51.7	▲ 44.1	▲ 35.1	▲ 54.2	▲ 19.1	▲ 14.2	▲ 24.1
非製造業	▲ 40.0	▲ 36.4	▲ 37.4	▲ 35.5	▲ 33.5	2.0	6.5	▲ 18.5
建設業	▲ 31.6	▲ 25.7	▲ 36.1	▲ 34.2	▲ 27.3	6.9	4.3	▲ 13.7
総合工事業	▲ 34.6	▲ 30.0	▲ 37.0	▲ 34.5	▲ 36.4	▲ 1.8	▲ 1.7	▲ 20.5
職別工事業	▲ 35.8	▲ 26.9	▲ 41.2	▲ 44.2	▲ 35.4	8.8	0.4	▲ 18.8
設備工事業	▲ 24.5	▲ 20.0	▲ 30.2	▲ 22.9	▲ 10.6	12.3	13.9	▲ 2.1
卸売・小売業	▲ 50.0	▲ 52.6	▲ 48.9	▲ 43.7	▲ 44.5	▲ 0.9	5.5	▲ 28.7
(卸売業)	▲ 43.5	▲ 45.0	▲ 45.1	▲ 34.4	▲ 39.7	▲ 5.3	3.9	▲ 22.5
繊維・衣服等	▲ 55.0	▲ 21.4	▲ 45.0	▲ 42.1	▲ 60.0	▲ 17.9	▲ 5.0	▲ 25.0
飲食料品	▲ 42.3	▲ 46.4	▲ 48.3	▲ 29.0	▲ 32.3	▲ 3.2	10.0	▲ 19.4
建築材料、鉱物・金属材料等	▲ 25.8	▲ 39.3	▲ 50.0	▲ 43.3	▲ 44.0	▲ 0.7	▲ 18.2	▲ 32.0
機械器具	▲ 34.8	▲ 52.0	▲ 31.0	▲ 18.5	▲ 18.2	0.3	16.6	▲ 13.6
その他	▲ 66.7	▲ 56.0	▲ 52.2	▲ 41.7	▲ 47.8	▲ 6.2	18.8	▲ 22.7
(小売業)	▲ 55.4	▲ 59.4	▲ 52.5	▲ 52.6	▲ 48.9	3.7	6.5	▲ 34.3
織物・衣服・身の回り品	▲ 71.4	▲ 71.0	▲ 61.8	▲ 69.2	▲ 55.3	14.0	16.2	▲ 34.2
飲食料品	▲ 43.2	▲ 64.7	▲ 52.8	▲ 50.0	▲ 55.6	▲ 5.6	▲ 12.3	▲ 50.0
機械器具	▲ 38.7	▲ 55.2	▲ 46.7	▲ 41.9	▲ 35.7	6.2	3.0	▲ 17.9
その他	▲ 63.2	▲ 48.7	▲ 48.8	▲ 46.2	▲ 45.5	0.7	17.7	▲ 31.3
飲食店	▲ 42.9	▲ 14.3	▲ 37.8	▲ 28.6	▲ 42.9	▲ 14.3	0.0	▲ 19.0
情報サービス業	▲ 16.7	▲ 7.7	▲ 9.4	▲ 14.5	▲ 15.3	▲ 0.7	1.4	▲ 8.5
運輸業	▲ 49.1	▲ 42.3	▲ 41.1	▲ 43.1	▲ 29.5	13.6	19.6	▲ 25.0
不動産業	▲ 47.2	▲ 26.3	▲ 32.7	▲ 37.7	▲ 20.5	17.3	26.7	▲ 2.3
サービス業	▲ 32.7	▲ 35.8	▲ 28.0	▲ 29.9	▲ 29.8	0.1	2.9	▲ 12.1
専門サービス業	▲ 29.5	▲ 20.0	▲ 23.9	▲ 23.9	▲ 19.5	4.4	10.0	▲ 14.6
洗濯・理美容・浴場業	▲ 59.0	▲ 53.8	▲ 34.2	▲ 35.9	▲ 45.2	▲ 9.3	13.8	▲ 21.9
その他生活関連・娯楽業	▲ 25.7	▲ 41.0	▲ 36.8	▲ 34.1	▲ 30.6	3.6	▲ 4.8	▲ 2.9
その他の事業サービス業	▲ 18.2	▲ 30.8	▲ 17.1	▲ 26.3	▲ 27.3	▲ 1.0	▲ 9.1	▲ 9.1

2 売上げについて

(1) 当期（令和6年10月～12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23.0%、「減少した」と答えた企業は31.1%で、売上げDI（「増加した」－「減少した」と答えた企業の割合）は▲8.1となった。前期（▲19.6）から11.5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24.4%、「減少した」と答えた企業は30.1%で、売上げDIは▲5.7となった。前期（▲22.1）から16.4ポイント増加し、3期連続改善した。

業種別にDI値をみると、12業種中、「繊維工業」「電気機械器具」の2業種が前期から悪化し、それ以外の10業種は前期から改善した。特に、「輸送用機械器具」は前期比で24.7ポイント増加し、前年同期比では9.3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22.0%、「減少した」と答えた企業は31.9%で、売上げDIは▲10.0となった。前期（▲17.8）から7.9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、「不動産業」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、「運輸業」は前期比で11.9ポイント増加し、前年同期比でも15.4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	23.0%	45.9%	31.1%	▲8.1	+11.5	▲0.5
製 造 業	24.4%	45.5%	30.1%	▲5.7	+16.4	+2.8
非製造業	22.0%	46.1%	31.9%	▲10.0	+7.9	▲2.9

(2) 来期（令和7年1月～3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14.3%、「減少する」見通しと答えた企業は34.6%であった。

当期の売上げDI（▲8.1）と比べて、来期DIは▲20.3（当期比▲12.1）と悪化する見通しである。

〈業種別〉

製造業

来期の売上げDIは▲16.1（当期比▲10.4）と悪化する見通しである。

非製造業

来期の売上げDIは▲23.4（当期比▲13.4）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（P48）を御覧ください。

3 資金繰りについて

(1) 当期（令和6年10～12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8.5%、「悪くなった」と答えた企業は25.7%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▲17.2となった。前期（▲19.9）から2.7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8.5%、「悪くなった」と答えた企業は26.2%で、資金繰りDIは▲17.6となった。前期（▲24.1）から6.5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」「電気機械器具」「一般機械器具」の3業種が前期から悪化し、それ以外の9業種は前期から改善した。特に、「印刷業」は前期比で18.7ポイント増加し、前年同期比でも7.9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8.5%、「悪くなった」と答えた企業は25.4%で、資金繰りDIは▲16.9となった。前期（▲16.9）からは横ばいだった。

業種別にDI値をみると、7業種中、「卸売・小売業」「飲食店」「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、「建設業」は前期比で3.8ポイント増加し、前年同期比でも2.3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	8.5%	65.7%	25.7%	▲17.2	+2.7	▲0.4
製 造 業	8.5%	65.3%	26.2%	▲17.6	+6.5	+0.4
非製造業	8.5%	66.1%	25.4%	▲16.9	0.0	▲1.0

(2) 来期（令和7年1～3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5.3%、「悪くなる」見通しと答えた企業は27.0%であった。当期の資金繰りDI（▲17.2）と比べて、来期DIは▲21.7（当期比▲4.5）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▲21.2（当期比▲3.6）と悪化する見通しである。

非製造業

来期の資金繰りDIは▲22.0（当期比▲5.1）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（P49）を御覧ください。

4 採算について

(1) 当期（令和6年10月～12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10.5%、「悪くなった」と答えた企業は33.9%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▲23.3となった。前期（▲25.5）から2.2ポイント増加し、3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11.5%、「悪くなった」と答えた企業は33.9%で、採算DIは▲22.3となった。前期（▲27.9）から5.6ポイント増加し、3期連続改善した。

業種別にDI値をみると、12業種中、「家具・装備品」「電気機械器具」「一般機械器具」の3業種が前期から悪化し、それ以外の9業種は前期から改善した。

特に、「金属製品」は前期比で24.2ポイント増加し、前年同期比でも13.4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9.8%、「悪くなった」と答えた企業は33.8%で、採算DIは▲24.1となった。前期（▲23.8）から0.3ポイント減少し、3期ぶりに悪化した。

業種別にDI値をみると、7業種中、「建設業」「情報サービス業」「運輸業」の3業種が前期から改善し、それ以外の4業種が悪化した。特に、「飲食店」は前期比20.3ポイント減少し、前年同期比でも14.8ポイント減少した。

〔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	10.5%	55.6%	33.9%	▲23.3	+2.2	▲0.7
製 造 業	11.5%	54.6%	33.9%	▲22.3	+5.6	▲1.7
非製造業	9.8%	56.4%	33.8%	▲24.1	▲0.3	+0.1

(2) 来期（令和7年1月～3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8.2%、「悪くなる」見通しと答えた企業は31.2%であった。

当期の採算DI（▲23.3）と比べて、来期DIは▲23.0（当期比+0.3）と改善する見通しである。

〈業種別〉

製造業

来期の採算DIは▲21.6（当期比+0.8）と改善する見通しである。

非製造業

来期の採算DIは▲24.1（当期比0.0）と横ばいに推移する見通しである。

（注）全業種の集計結果とDIの推移は付表(P50)を御覧ください。

5 設備投資について

(1) 当期（令和6年10～12月期）の状況

当期に設備投資を実施したと答えた企業は23.9%で、前期（23.4%）から0.5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41.9%で最も高く、「車両・運搬具」が27.4%、「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69.5%で最も高く、「生産・販売能力の拡大」が28.8%、「合理化・省力化」が26.0%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26.4%で、前期（27.3%）から0.8ポイント減少し、2期ぶりに減少した。また、前年同期（22.9%）から3.6ポイント増加した。

業種別でみると、12業種中、「食料品製造」「化学工業」「鉄鋼業・非鉄金属」「金属製品」「輸送用機械器具」の5業種が前期から増加し、それ以外の7業種は減少した。

設備投資の内容は、「生産・販売・設備（建設機械を含む）」が64.3%で最も高く、次いで、「情報化機器」が22.1%、「車両・運搬具」が15.7%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33.1%、「合理化・省力化」が29.6%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22.0%で、前期（20.7%）から1.3ポイント増加し、2期連続増加した。また、前年同期（16.6%）から5.4ポイント増加した。

業種別でみると、12業種中、「建設業」「飲食店」「不動産業」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37.8%で最も高く、次いで、「情報化機器」が25.6%、「生産・販売・設備（建設機械を含む）」が21.8%と続いている。

設備投資の目的は、「更新・維持・補修」が65.3%で最も高く、次いで「生産・販売能力の拡大」が24.7%、「合理化・省力化」が22.7%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	23.9%	76.1%	+0.5	+4.6
製 造 業	26.4%	73.6%	▲0.8	+3.6
非製造業	22.0%	78.0%	+1.3	+5.4

(2) 来期（令和7年1～3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20.8%で、当期（23.9%）から3.1ポイント減少する見通しである。

〈業種別〉

製造業

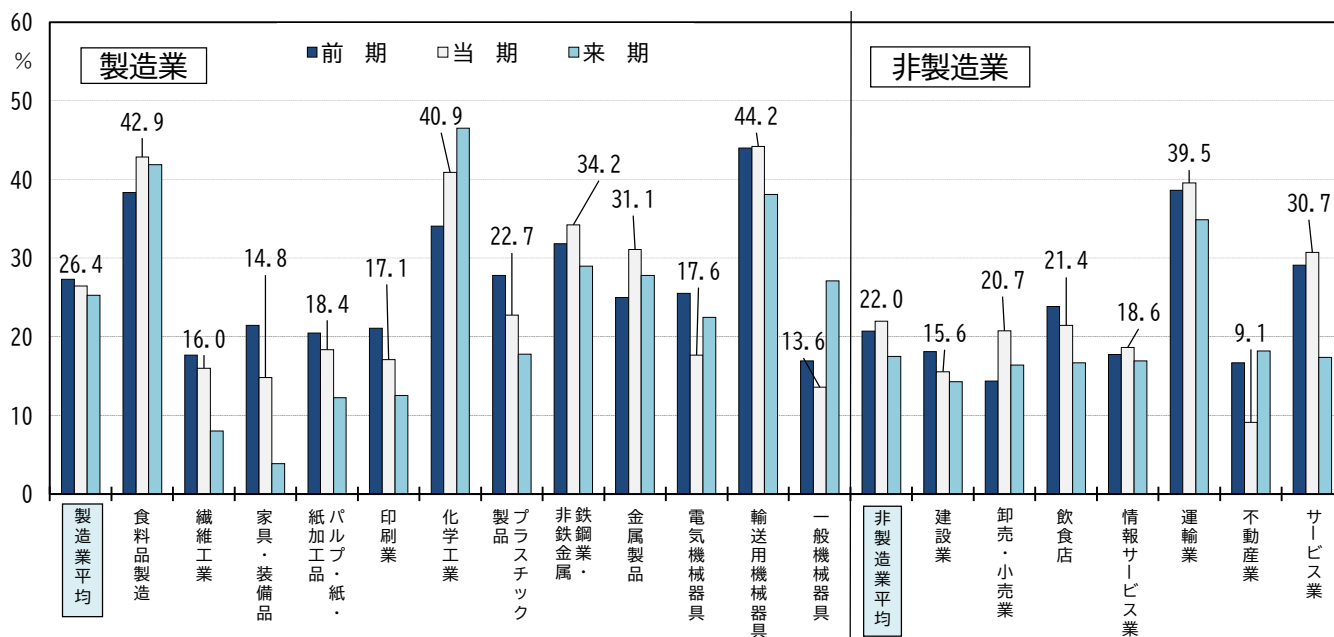
「設備投資を予定している」と答えた企業は25.2%となっており、減少する見通しである。

非製造業

「設備投資を予定している」と答えた企業は17.5%となっており、減少する見通しである。

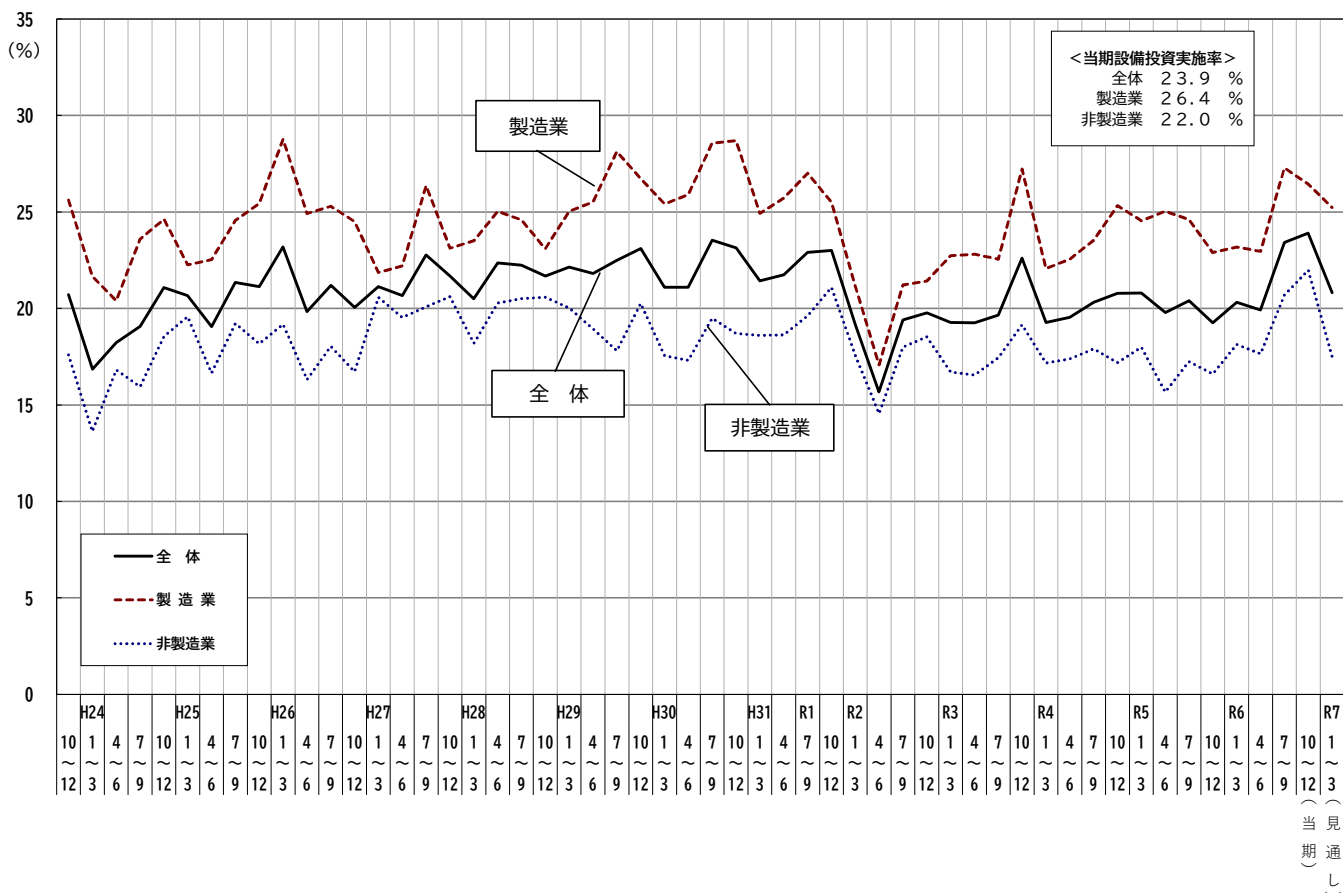
（注）全業種の集計結果とD Iの推移は付表(P51)を御覧ください。

〔業種別・設備投資実施率〕

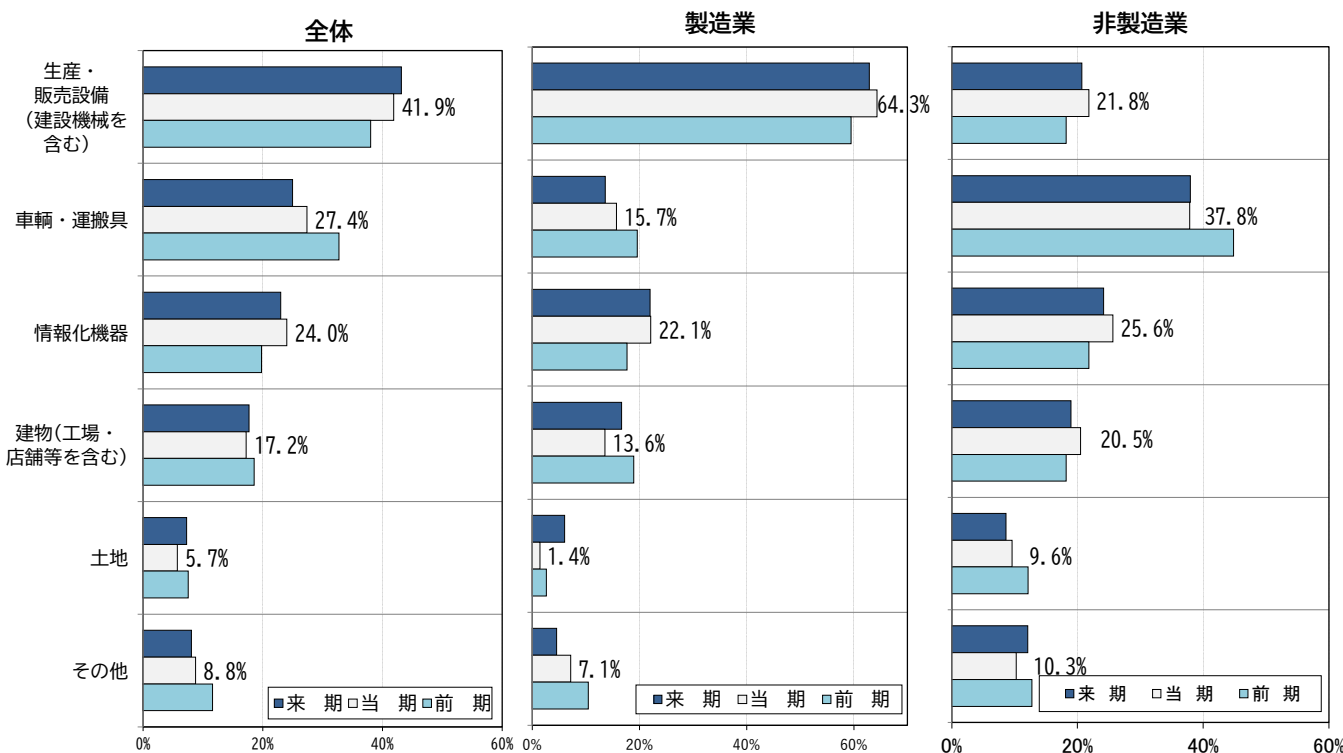


※数値は当期の実施率

〔設備投資実施率の推移〕

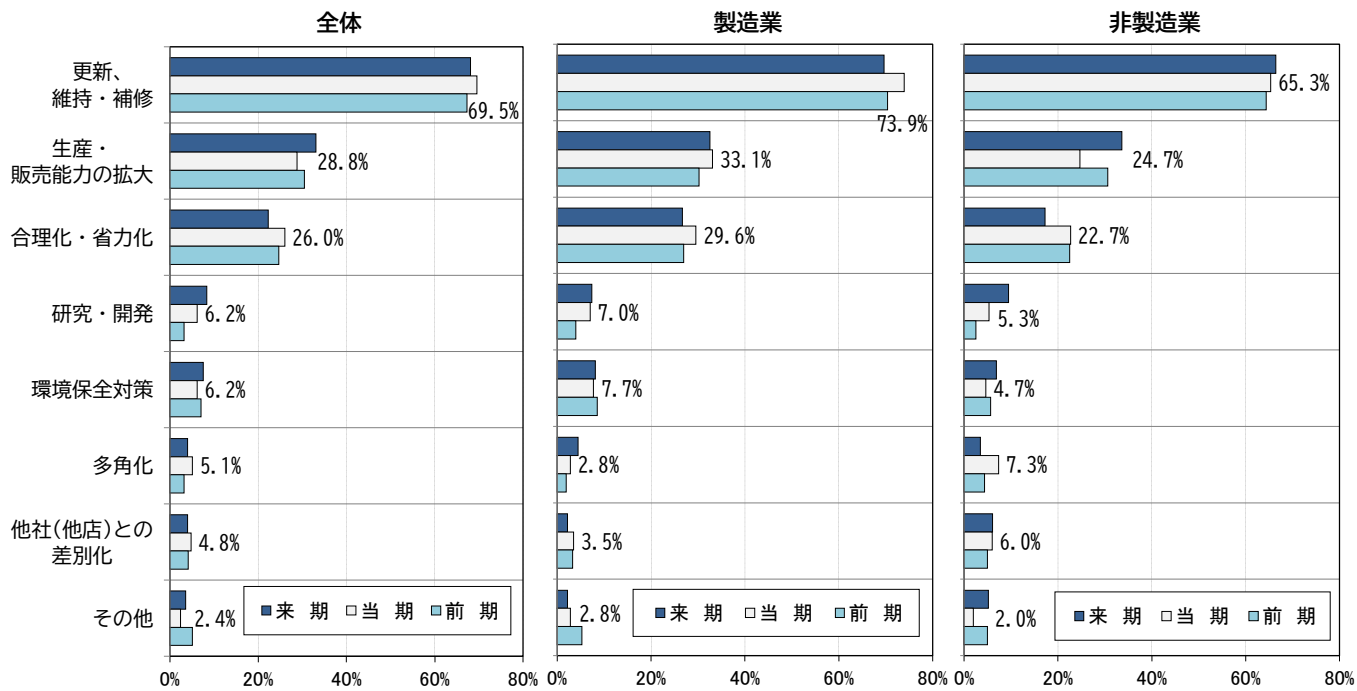


〔設備投資の内容【複数回答】〕



※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】

- ・化粧品容器に関連する受注は、インバウンド需要の影響で業界全体として活況である。
- ・主に官公庁などからの受注は堅調であるが、コスト上昇が続く中で価格転嫁が追い付かず、好況とは言えない。
- ・中国経済の低迷を主な要因として、同業の大手企業も業績予想を下方修正しており、不透明感が強い。

②【売上高】

- ・売上数量、単価ともに上がっており、増収傾向が続いている。
- ・前期比、前年同期比ともに売上げは増えているものの、最盛期と比べると70%程度であり、状況は良くない。
- ・引き合いは増えているが、いまだ具体的な受注には至っておらず、売上げは低調である。年明け以降、徐々に受注が増えていくとみている。

③【受注単価】

- ・製造コストの上昇分は全て価格転嫁しており、受注単価は上昇が続く。
- ・受注単価はほとんど変わっていない。原材料価格の上昇分はおおむね価格転嫁できているが、労務費はじめその他の経費分はできておらず、価格転嫁が追い付いていない。
- ・受注単価はほとんど変わらない。取引先に価格転嫁の交渉を続けているが、他社への転注のおそれから、原材料費の上昇分の7割程度の転嫁が限界とみている。労務費の上昇分は転嫁はできていない。

④【原材料価格】

- ・足元では特に変動はなく、高止まりの状況である。
- ・外注先からの値上げ要請には従来から全て応じており、外注費の増加が続いている。

⑤【採算性】

- ・受注は低調である一方、安定生産を継続することで原価を抑えており、採算性は維持している。
- ・ここ数年は増収基調が続く一方で、価格転嫁が追い付かずに最終利益はほとんど増えておらず、利益率は悪化傾向にある。
- ・売上げが低迷する中で、人件費をはじめ固定費が上がり続けている。価格転嫁もいまだ十分でなく、採算は悪くなっている。

（2）輸送用機械器具

①【景況感】

- ・既存取引先からの受注は増加傾向で、また新規の引き合いも増えており、今後良い方向に向かうとみている。
- ・景況感は普通。自動車の認証不正の問題が落ち着いてきており、業界全体で生産は正常化しつつある。中国経済の低迷や米中の貿易摩擦への懸念等から、生産を国内に回帰させる動きも一部でみられる。
- ・トラックの部品については、国内大手メーカーの海外での販売が振るわず、業界全体として低調である。

②【売上高】

- ・一部車種のモデルチェンジに伴う受注増や、リコールの影響を受けていた車種の生産再開などにより、売上高は前年同期比で10%程度増えた。
- ・売上高は前年同期比で2%程度減った。

③【受注単価】

- ・直近で7～8割の取引先と値上げ交渉ができ、原材料費・労務費・輸送費の上昇分についてはほぼ全ての価格転嫁を受け入れてもらった。
- ・労務費の上昇分の価格転嫁が認められたことで、受注単価は上がった。
- ・新規の受注は足元のコストを踏まえた単価で受けているが、従来品の単価は変わっていない。値上げ交渉に対する取引先の厳しい姿勢は依然として変わらない。

④【原材料価格・その他諸費用】

- ・原材料価格は足元でほとんど変わらず、ステンレスや鉄を中心に高止まりしている。運賃については値上げの要請があり、40%程度上がった。
- ・鉄やステンレスの価格が小幅に上がっており、今後も上がっていくとみている。

⑤【採算性】

- ・受注の増加に加え、設備投資や製造工程の見直し等を通じて生産性向上が図れており、採算は良くなっている。
- ・価格転嫁が進んだことに加え、販管費を削減したことで、採算は良くなっている。

（3）電気機械器具

①【景況感】

- ・景況感は普通。タブレット等の電子部品や半導体関連の受注が堅調である一方、車載部品の受注は落ち込んでいる。
- ・業界、自社ともに不況。主に中国経済の低迷により在庫調整が長引いていることで、回復ペースが鈍化していると思われる。
- ・半導体の受注について、一部で受注が上向いているものもあるが、大半の動きが弱く、不況が続いている。年明け以降の半導体市況の回復を期待していたが、見通しは不透明である。

②【売上高】

- ・車載部品の受注が落ち込む一方、タブレット等の電子部品の受注が堅調で、売上高は前年同期比で増えた。
- ・売上高は前年同期比で微増。受注の回復を期待していたが、中国経済の低迷（同国でのスマホ販売の低迷等）の影響により、回復のペースが鈍くなっている。
- ・受注が大きく落ち込んだ今年6月頃に比べれば回復しているものの、未だ低調である。

③【受注単価】

- ・取引先に値上げ交渉を行い、受注単価は上がった。これまで長年にわたって受注単価を据え置いていたこともあり、取引先によっては従前比30%程度上がったところもある。
- ・従来から原材料費の上昇分が価格転嫁ができており、直近でもステンレスや銅などの価格が上がっていることから値上げを行った。一方、労務費の上昇分の価格転嫁は取引先の理解が得られていない。
- ・受注が低迷している中での値上げ交渉は難しく、取引先商社からの受注の単価は変わらない。

④【人件費】

- ・業績の低迷からこれまで実施できていなかったベースアップを直近で実施した（2%程度）。
- ・最低賃金の引き上げを受けパート社員の賃上げを実施した。人材流出阻止のため今後も賃上げは必要と考えるが、現状の自社の利益水準では継続的な賃上げは難しい。

⑤【採算性】

- ・受注が増えたことに加え、直近で行った値上げの効果により採算は良くなった。
- ・価格交渉に応じてくれる取引先が増えており、採算は徐々に良くなっている。
- ・生産工程と人員配置の見直しや多能化等により生産性は向上しているものの、受注が低迷しており、十分な利益が確保できない状況が続いている。

（4）金属製品

①【景況感】

- ・メインの半導体製造装置の受注が堅調であることに加え、空調機器等他の分野の受注も増えており、好況である。
- ・中国経済の低迷を背景に主要取引先の生産調整が長引いており、不況である。低迷が続いてきた受注の回復を期待していたが、後ろ倒しとなっている。
- ・受注が低調であり、不況である。建築資材の受注はやや持ち直しているが、自動車部品や産業用機械に関連する受注は低迷している。
- ・今後、生成AIに関連する新たな受注を期待していたが、米国による対半導体規制の影響が懸念され、先行きは不透明感が強くなっている。

②【売上高】

- ・半導体製造装置のほか、工作機械や空調機器等幅広い分野で受注が堅調であり、売上高は前期、前々期比ともに増えた。
- ・受注低迷が続いており、売上高は前期比でほとんど変わらず、前年同期比では減っている。設備の価格高騰や人手不足による納期の長期化等により、設備投資が進んでいないことが一因と思われる。
- ・原材料費の上昇分についての値上げは理解が得られやすく、受注単価が上がっている一方、受注量が減っており、売上高はやや減っている。

③【受注単価】

- ・労務費の上昇分も含めて価格転嫁ができており、受注単価は前年同期比で8%程度上がった。
- ・2年前に先行して値上げを行ったが、以降もあらゆるコスト上昇が続く直近で採算が取れなくなってきた。そのため、今後10%程度の値上げを検討している。
- ・個々の受注ごとの採算性を踏まえた上で取引先に対し値上げ交渉を行っているが、細かいエビデンス資料の提示を求められるなど、思うように交渉が進んでいない。

④【人件費】

- ・外国人材を7名採用したことに加え、受注増加に伴い製造現場の稼働が増えており、人件費は前期比、前年同期比ともに増えた。
- ・製造部門で若手の人材を採用したことに加え、至急対応が必要な大口の受注が入り時間外労働が増え、人件費は増えた。
- ・業界全体で人材の流出阻止のため防衛的賃上げをせざるを得ない状況が続いている。

⑤【採算性】

- ・受注の増加に加え、設備投資により生産能力が向上したことで内製化が図れており、採算は良くなった。
- ・採算性はほとんど変わらない。受注の低迷が続いていることで、直近決算は3期ぶりに赤字着地となる見込みである。
- ・受注が低迷する中でも人材確保のため賃上げをせざるを得ず、採算は悪くなっている。

（5）プラスチック製品

①【景況感】

- ・自社は受注が増えているが、業界全体としてみると需要が増えている状況ではなく、やや不況である。
- ・全国的な住宅着工の落ち込みから住宅資材の需要が減少する懸念があり、先行きの不透明感が強くなっている。
- ・不況気味である。円安の長期化による採算悪化を受け、海外の生産拠点を閉鎖することにした。

②【売上高】

- ・売上高は前期比、前年同期比ともに増えた。値上げによる単価の上昇に加え、商業施設の店舗改装にかかる受注の増加や、同業者の廃業等により自社に注文が流れてくるケースが増えている。
- ・食品関連の受注は好調だが、自動車関連の受注は低調であり、全体の売上高はほとんど変わらない。

③【受注単価】

- ・従来から労務費の上昇分も含めて価格転嫁ができており、受注単価は上がった。
- ・以前の比べ原材料費の上昇は落ち着いており、これまでに先行して値上げを行ってきたこともあり受注単価は変わっていない。
- ・原材料費の上昇分は価格転嫁ができていないが、労務費やエネルギーコスト、物流コスト等については取引先に対しエビデンスを示すことが難しく、価格転嫁できていない。

④【人件費】

- ・定期昇給を実施したため、人件費は増えた。
- ・世の中の動向に合わせ、来春に今年と同程度の賃上げ（ベースアップを含む）を実施する予定である。

⑤【原材料価格】

- ・原油価格が落ち着いていることから、樹脂原料の価格はほとんど変わっていない。
- ・フッ素系樹脂の価格が高騰しており、直近で20%程度の値上げがあった。

⑥【採算性】

- ・労務費の上昇が続いているが、十分に価格転嫁ができており、採算性はほとんど変わらない。
- ・原材料費や労務費が上昇しているが、新規設備の導入で生産効率が上がっており、採算性はほとんど変わらない。

（6）食料品製造

①【景況感】

- ・値上げを行う中でも大手外食チェーンなどからの受託製造、自社のオリジナル商品の製造・販売ともに堅調であり、好況である。
- ・景況感は普通である。自社で運営する小売部門の来場者は秋の行楽シーズンも重なって増えており、個人消費は堅調と感じる。

②【売上高】

- ・売上数量、単価ともに上がり、売上高は前年同期比10%程度上がっている。オリジナル商品の販売が順調であり、大手スーパーへの納入の他、ECサイトを通じた直販も伸びている。
- ・既存の大口の受注が無くなったが、一方で流通大手のプライベートブランドの新たな受注が入り、売上高はほとんど変わらない

③【受注単価】

- ・価格改定に合わせ、前年同期比で平均10%程度の値上げを実施した。
- ・従来品の受注については値上げを受け入れてくれるところとそうでないところで二極化している。新規の受注については足元のコストを考慮した適正単価で受注している。

④【原材料価格】

- ・小麦をはじめとした原材料価格はほとんど変わらないが、包装資材は細かな値上げが続いている。
- ・原材料価格は全体的に高止まりの状況にある。乳製品は国内の酪農家の減少の影響で価格が上がっており、一部の製品は入手が困難となっている。

⑤【採算性】

- ・大手飲食チェーン等からの受託製造において値上げを実施したことに加え、利益率の良いオリジナル商品の販売伸長により、採算は良くなっている。
- ・コスト上昇は続いているが、単価を重視した受注の選別と生産効率化により、一定の採算性を維持している。

（7）鉄鉄鑄物

①【景況感】

- ・自社の業績は堅調であり、好況である。主要取引先の生産計画において次年度に増産を予定していることから、今後も好況が続くと思われる。
- ・分野を問わず全体的に受注低迷が続いており、不況である。
- ・今後の米中関係の動向が、従来より製品の多くを中国に納入している主要取引先の業績に影響を及ぼす懸念があり、先行きは不透明である。

②【売上高】

- ・鉱山開発需要により引き続き建機関連の受注が好調である。
- ・受注が低迷しており、売上高は前期比でほとんど変わらず低位で推移しており、前年同期比では減っている。

③【受注単価】

- ・従来から労務費の上昇分も含め価格転嫁ができており、直近でも受注単価は上がっている。
- ・原材料費の上昇分は従来から価格転嫁ができているが、労務費については取引先への説明が難しく、受注低迷が続いている中で交渉余地がない。

④【採算性】

- ・従来から価格転嫁は十分にできており、採算はほとんど変わらない。
- ・原材料費の上昇分の価格転嫁はできているが、受注低迷が続く中で人件費は上昇しており、採算は悪くなっている。

（8）印刷業

①【景況感】

- ・商業印刷の業界全体としては不況だが、自社は特殊な印刷技法に対応でき、他社との差別化が図れていることから好況である。
- ・DXやペーパーレス化の流れの影響から印刷物の需要が減っており、不況である。

②【売上高】

- ・特にエンタメ系（コンサートやファンクラブからのグッズ製作）の受注が好調であり、売上高は増えた。来年2月頃まで受注は好調とみている。
- ・受注単価は上がっているものの受注量が減っており、売上高は前年同期比5%程度減っている。

③【受注単価】

- ・印刷資材の価格上昇等を踏まえて値上げを行い、受注単価は上がった。
- ・取引先に対して値上げ交渉を行っているが、他社に相見積もりを取られるなどしてなかなか進展しない。コスト上昇が続く中でも、同業者間での価格競争が続いている。

④【人件費】

- ・一律4%のベースアップを行ったことに加え、職人への技能手当も増額したことで、人件費は上がった。
- ・仕事の成果に応じた給与体系への見直しを通じて、平均4%程度の賃上げを行った。

⑤【原材料価格・その他諸費用】

- ・製紙メーカーの工場の統廃合による供給減少から、印刷資材の価格がかなり上がった。
- ・インク代はここ数年で値上げが続いており、直近では仕入先から来年4月からの値上げ通知が来ている。

⑥【採算性】

- ・売上げが減っている中で、資材価格や人件費は上がり続けており、採算は悪くなっている。
- ・同業者との競合により十分に価格転嫁ができず、採算は悪くなっている。

（9）工業塗装

①【景況感】

- ・自動車部品関連の受注は認証不正問題や一部メーカーの販売不振等の影響を受けており、不況である。

②【売上高】

- ・自動車部品関連の受注は不調である一方、住宅設備関連が好調であり、売上高は前年同期比で微増。

③【受注単価】

- ・取引先との関係強化のため、値上げはせずに受注単価を据え置いている。コスト上昇は続いているが、設備投資や人材育成等を通じ生産性を向上させることで吸収している。

④【人件費】

- ・世の中の情勢に合わせて賃上げを行っていることに加え、継続的に新卒採用を行っているため、人件費は上昇が続いている。

⑤【原材料価格】

- ・塗料の価格はロシアによるウクライナ侵攻が始まった際に急騰したが、足元での上昇幅は小さく、落ち着いている。

⑥【今後の見通し】

- ・今後、世界情勢が大きく動くことが予想され、自動車業界を取り巻く環境は不透明感が強い。国内大手自動車メーカーの業績が悪化することで、自社もその影響を受ける懸念がある

2 小売業

(1) 百貨店

①【景況感】

- ・売上は前年同期と同程度であり、景況感は普通である。年明け以降は各種イベントによる集客で売上げ増加を期待している。
- ・自社は店舗のグランドオープンによる効果や、改装による売り場面積の拡大で今後良い方向に向かっていくと期待しているが、業界としてはインバウンド需要で好調な都心を除き、厳しい状況にある。
- ・10月は天候不良で集客が落ち込んだ。また、それ以降も気温が高く秋冬物の衣料品の売れ行きが振るわず、不況である。

②【売上高】

- ・10月は低調だったものの、11月以降は宝飾品や化粧品、衣料品を中心に持ち直し、売上高は前年同期比でほとんど変わらない。
- ・生鮮食品が不調であることに加え、これまで堅調だった宝飾品が振るわず、売上高は前年同期比で減った。物価高が続く中で客足が減っている。

③【消費者の動向等】

- ・物価高が続く中で節約志向が根強く、本当に欲しいものだけを選別して買う消費者が増えている。
- ・時計を中心に宝飾品の売れ行きは好調だが、化粧品の伸長が落ち着いてきている。
- ・インバウンドのみならず、若者も都内で消費する傾向が強まっている。

(2) スーパー

①【景況感】

- ・10月は業界全体として不況だった。11月以降は回復し、自社では売上高、経常利益ともに計画比プラスで推移しており、好況である。
- ・近隣に新規出店が相次いでおり、競争激化を懸念している。年末年始の商戦の動向は不透明である。
- ・大手スーパーの業績は良く店舗を拡大しているところもあるが、物価高が続く中、中小スーパーは厳しい状況が続いている。

②【売上高】

- ・新規出店に加え、既存店の客数、客単価ともに前年同期比で伸びており、増収基調を維持している。
- ・客単価が上がったものの、客数が減ったことで、売上高は前年同期比で減った。今後回復していくことを期待しているが、先行きは不透明である。

③【諸経費】

- ・人件費や新規出店・改装時の建設コストの上昇が続いている。人材確保は重要課題であり、来年以降も賃上げに加え、新卒及び中途採用を増やしていく計画である。
- ・人件費に加え、直近では電気代が大きく増えた。
- ・チラシ印刷の質を落とし、配布頻度も減らすことで広告費を削減した。

④【採算性】

- ・増収増益を維持しているが、人件費をはじめコストの上昇が大きく、利益率は悪化している。
- ・売上げが伸び悩む中でコスト上昇が続いており、採算は悪くなっている。

（3）商店街

①【景況感】

- ・景況感は普通である。外国人観光客の姿をよく見かけ、インバウンド需要が増えていると感じる。
- ・一部の店舗では売上げが上がった話も聞かすが、不況である。
- ・物価が上がる中でも、自社商品の値上げは難しい。どの店舗からも景気が良いという話は聞かない。

②【来街者】

- ・来街者の数は前年同期とほとんど変わらない。
- ・イベントの際には来街者が増えることもあるが、平時はほとんど変わらない。
- ・近隣の大型ショッピングモールや東京都内に客足が流れていると感じる。

③【個店の状況】

- ・インバウンド需要の恩恵もあり、飲食店の状況は去年よりは若干良くなっている印象である。
- ・客離れへの懸念から値上げはなかなかできず、できるだけ仕入値を抑えるよう工夫している。
- ・業歴100年以上の歴史を持つ商店の廃業があった。

④【商店街としての取組】

- ・近隣4つの商店街で地元のイベントに協力した。
- ・県内の大学と、子供を対象とした地元木材の体験イベントを開催した。来年以降は、自治体の補助金を活用して開催したいと考えている。
- ・商店街連盟にてデジタルスタンプ事業を実施した。

（4）その他の小売業・卸売業

①【景況感】

- ・かつて得意先の中心であった地元の工務店や一人親方は時代とともに大きく減っている。年々売上げは減る一方であり、不況が続く。

②【売上高】

- ・昨今は大手ホームセンターやネット通販などによる顧客の囲い込みが激しく、売上低迷が続いている。
- ・仕入価格の上昇を受けて販売価格も上げているものの、売上数量が落ち込んでいる。

③【仕入価格】

- ・値上げのペースは以前より緩やかになっているものの、鉄材を中心に仕入価格の上昇が続いている。

④【採算性】

- ・仕入価格の上昇に価格転嫁が追い付いておらず、採算は悪化傾向にある。

⑤【今後の見通し】

- ・売上げが増える見込みはなく、引き続き厳しい状況が続くとみている。

3 宿泊業

①【景況感】

- ・引き続き景況感が良い。昨年に比べ、宴会需要がやや多くなっている。
- ・観光需要は堅調で、近隣でホテル・旅館のリニューアルや民泊施設の新設が相次いでいる。

②【売上高】

- ・好調であった前年同期とほぼ同水準の売上げを確保している。年明けの1～2月は閑散期にあたるが、予約が順調に入っており、売上げは前年同期比で増える見込みである。

③【宿泊単価】

- ・コストの上昇が続いていることから、これまでと同様に顧客の反応を見ながら宿泊料の値上げを継続していく方針である。

④【人件費】

- ・最低賃金の引き上げを受け、従業員の賃上げを行った

⑤【原材料価格、その他諸経費】

- ・食材の仕入価格が高騰しており、また品薄で入手しにくいものも増え仕入れに苦勞している。加えて水道光熱費や設備の改修費等、あらゆるコスト上昇が続いている。

⑥【今後の見通し】

- ・客離れのおそれから宿泊料金の値上げは慎重にならざるを得ない。今後もコストアップは続くと思われる中で利益率を上げていくには、現状よりも稼働率を改善させる必要がある。

4 飲食店

①【景況感】

- ・客数、宴会需要は昨年よりも増えているが、改善のペースはここ最近鈍化しており、足踏みの状況にある。景況感としてはやや不況である。

②【売上高】

- ・値上げを行っている分、売上高は前年同期比でやや増えた。宴会含め来店客がやや増えている一方で、テイクアウト売上げが減っているため、全体の売上数量としてはほとんど変わらない。

③【客単価】

- ・徐々に値上げを行っているため、客単価も上がっている。一部のメニューでは直近で20%程度の値上げを行ったが、今のところ売れ行きに影響はない。

④【人件費】

- ・近隣相場も考慮して、アルバイトの時給を1150円から1250円に上げた。最低賃金の上昇もあり、人手の確保のため今後も時給は上げ続けなければならない。

⑤【仕入価格】

- ・総じて価格上昇が続いている。値上がりの大きい食材は他の食材で代用したり、メニューを見直すなどして原価を抑える努力をしているが、品質を維持する上では限界がある。

⑥【採算性】

- ・コスト上昇が続く中、値上げや食材仕入れの見直しなどで何とか従来の採算性を維持している状況である。

⑦【今後の見通し】

- ・世の中全体で実質賃金が上がっていかないと、外食需要はなかなか盛り上がらないのではないかと。

5 情報サービス業

①【景況感】

- ・自治体の基幹業務システムの統一・標準化や、大型汎用機の入れ替えにかかる受注が堅調であり、好況である。
- ・足元の景況感としては大きな変化はなく普通であるが、長引く物価上昇に加え、国内外で政治・経済情勢が大きく動いており、先行きは不透明である。

②【売上高】

- ・売上高は計画比プラスで推移しており、今後も増収を見込んでいる。
- ・受注は増加傾向にある。加えて、サイバーセキュリティの必要性が近年高まっており、それに関連する需要の取り込みに向け準備を進めている。

③【人件費・その他諸費用】

- ・給与体系の見直しを行ったことで、人件費は増えた。
- ・来年4月に賃上げを予定している。
- ・電気料金は前年同期比で30～40%割程度増えた。冬季につき消費量も多く、年明け以降も負担増を想定している。

④【採算性】

- ・売上げは計画比上振れで推移する中、AIを活用した生産性向上に取り組んでおり、採算も良くなっている。
- ・人件費や電気代、運送費等コスト上昇が続く中で価格転嫁は進んでおり、採算性は一定水準を維持している。

⑤【今後の見通し】

- ・自治体の基幹業務システムの統一・標準化の対応は令和7年度末まで続くため、今後も引き続き堅調な推移を見込んでいる。
- ・社内のDX化とAIの活用を進め、収益性の向上を図っていく方針である。

6 サービス業（旅行業）

①【景況感】

- ・景況感は普通である。秋の行楽シーズンで繁忙期にあたるが、人手不足のため観光バスの手配に苦労している。
- ・業界全体でインバウンド需要が好調だが、今後の金融政策や世界情勢次第では円高進行によりマイナスの影響を受ける可能性がある。

②【受注高】

- ・メインである学校行事の受注が増えている中で値上げも受け入れられており、売上高は前年同期比で増えた。

③【受注単価】

- ・観光需要が堅調な中、宿泊料金や観光バスの運賃等は上昇が続いており、受注単価は上がった。

④【採算性】

- ・コストの上昇に価格転嫁が追い付いておらず、採算は悪くなった。

⑤【今後の見通し】

- ・経営者の高齢化に加え、物価高や人件費の上昇が続いており、今後小規模事業者を中心に倒産や廃業が増えると予想している。

7 運輸業

①【景況感】

- ・荷主や他の物流業者からの仕事の依頼は多いが、納期や単価、輸送効率等は案件によってまちまちで採算の見込めないものも多く、景況感が良いとは言えない。
- ・業界全体としてみると荷役の量は前年の同時期と比べて減っていると感じる。

②【売上高】

- ・売上高は前年同期とほとんど変わらない。仕事の依頼は多いものの、ドライバーの人数は限られていることから、単価や輸送効率を重視して受注を選別している。

③【受注価格】

- ・これまで半年ごとに運賃の値上げを行っており、直近で動きはない。人件費や消耗品費、車両のメンテナンス代等コストの上昇は続いており、まだ値上げは必要と考えるが、慎重にならざるを得ない。

④【人件費】

- ・最低賃金の引き上げを受けて賃上げを行ったため、人件費は増えた。

⑤【設備投資】

- ・直近で設備投資は行っていない。今後、使用期間に応じてトラックの入れ替えを行っていく必要があるが、新車価格が高騰しており負担が大きい。

⑥【今後の見通し】

- ・採算性の向上と合わせ、ドライバーの労働時間の短縮にも取り組んでいく。

8 建設業

①【景況感】

- ・好況とまではいかないが、土木を中心とした公共工事の受注や中古不動産の売買が順調で、業績は堅調である。
- ・景況感は普通である。建設コストの高騰や住宅ローン金利の上昇等の不安要素もあるが、住宅市況について特段の変化は感じない。
- ・業界全体として都心の再開発や国土強靱化に基づく公共工事等で建築ニーズは多い。一方で依然として人手不足や残業規制に伴う工期の長期化で採算確保が難しい状況にあり、好況とは言えない。

②【売上高・受注高】

- ・おおむね計画通りに推移している。中古住宅の仲介が好調で、売上高は前年同期比で増えた。
- ・自治体からの公共工事の発注が増えており、今後受注が増える可能性がある。
- ・売上高は前年同期比でほとんど変わらない。公共工事については技術者の人手が足りず、現状よりも受注を増やすことができない。

③【人件費】

- ・直近で広報部門の社員を採用したため、人件費は増えた。
- ・来春に新卒社員5名が入社予定である。
- ・施工管理技士が慢性的に不足しており、複数の媒体で人材募集しているが応募がなく、採用が難航している。

④【資材価格・その他諸費用】

- ・生コン等一部の資材は上がっているが、全体的に資材価格は高止まりしている。
- ・人手不足の影響で外注費が上がり続けている。
- ・業界全体で工期が長期化しており、それに伴い建設現場の維持・管理にかかるコストが増えている。

⑤【採算性】

- ・コストが上がった分は工事価格に転嫁することで一定の採算性を維持している。
- ・コストの上昇が続く一方で、他社との競合から価格転嫁には限界がある。生産性向上に向け、DX化による業務効率化に取り組んでいる。
- ・採算性はほとんど変わらない。工期の長期化により、採算の管理が以前よりも難しくなっている。

IV 特別調査

【調査項目】

今回は、経年項目である「取引先金融機関の貸出姿勢」のほか、「カスタマーハラスメント対策の取組状況等」について調査を実施した。

【調査結果概要】

1 取引先金融機関の貸出姿勢について

- 取引先金融機関の貸出姿勢について聞いたところ、85.0%の企業が「ほとんど変わらない」と回答する中、「厳しくなった」は9.1%で、前回調査（令和5年10～12月期）より0.2ポイント減少した。また、「緩やかになった」は5.9%で、前回調査より3.1ポイント増加した。
- 金融機関に期待することについて聞いたところ、「金利の優遇」（48.4%）が最も多く、次いで「安定した資金供給」（38.2%）、「担保・保証条件の柔軟な対応」（21.3%）の順となった。

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

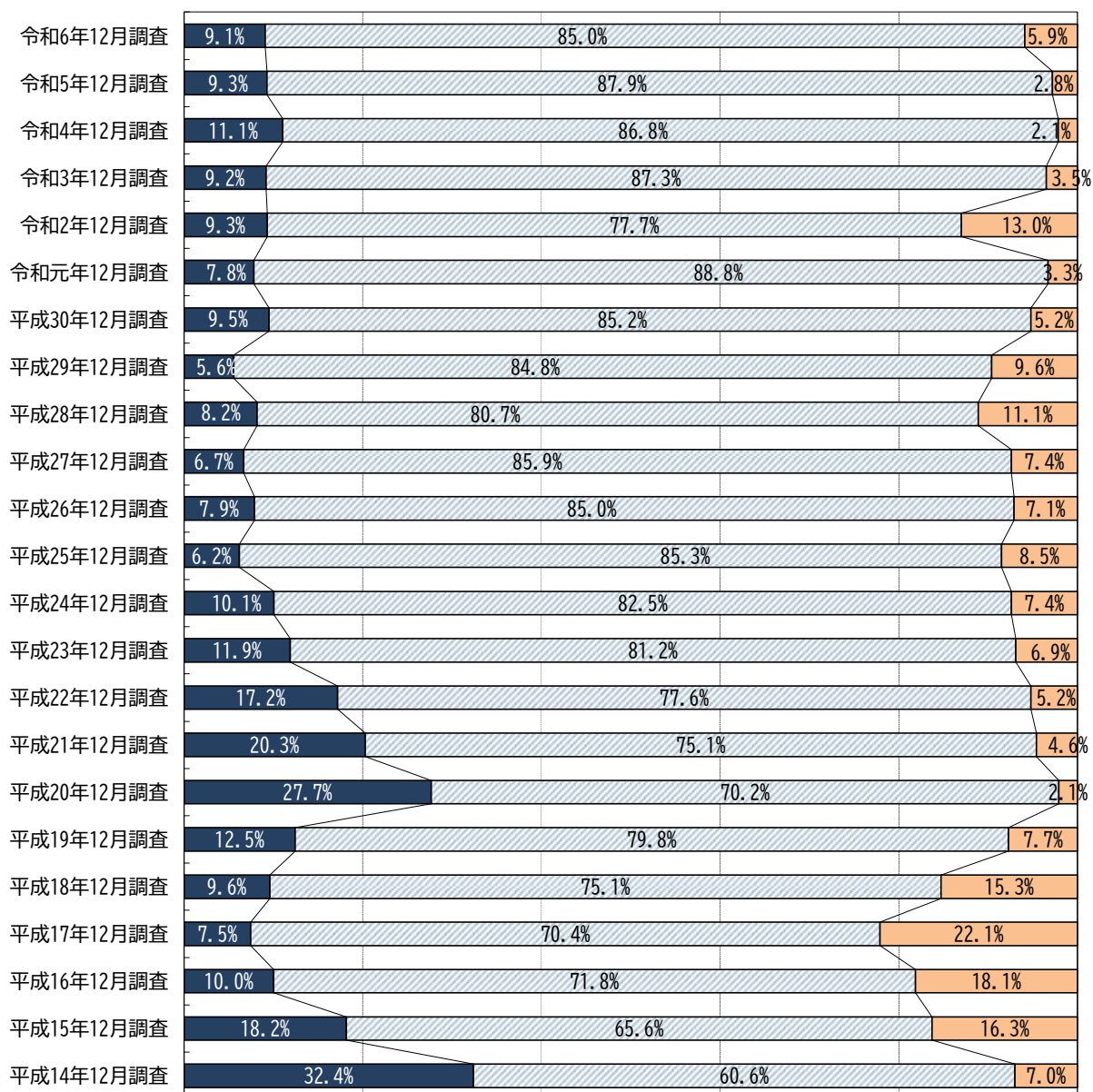
- ここ数年（3年程度）でのカスハラ被害の発生状況について聞いたところ、「発生した」が（8.6%）、「発生していない」（83.3%）であった。
- カスハラ対策の実施状況について聞いたところ、「対策を講じていない」（35.0%）が最も多く、「分からない、把握していない」（24.9%）、「現場において対策を講じている」（15.8%）の順となった。
- カスハラ被害の防止に向けて行政に期待する支援について聞いたところ、「対策に関する情報発信」（40.6%）が最も多く、「企業向けガイドラインの整備」（33.8%）、「カスハラ防止に向けた社会的気運の醸成」（31.5%）の順となった。

1 取引先金融機関の貸出姿勢について

(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）

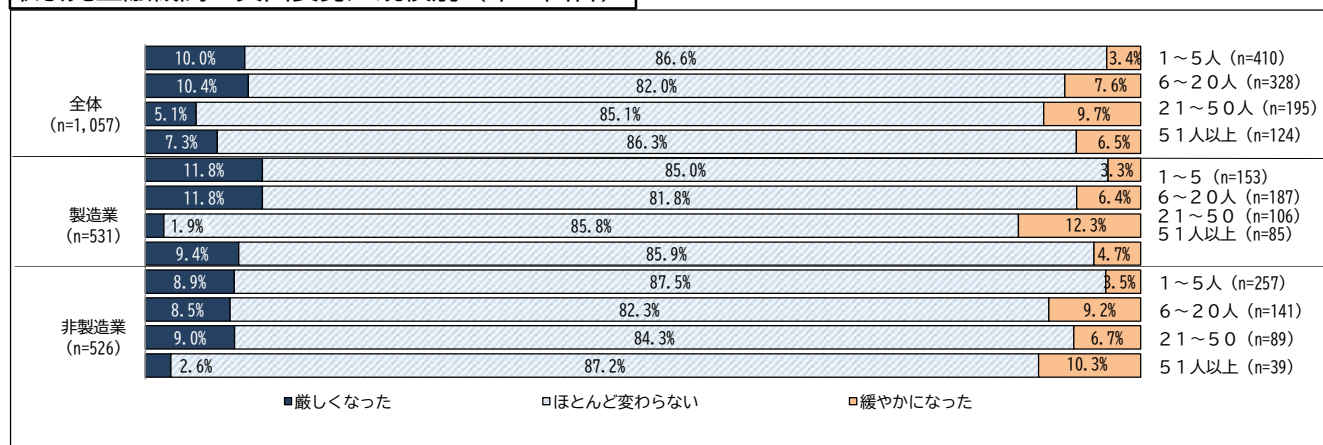
- 全体では、「ほとんど変わらない」（85.0%）の回答割合が最も高かった。
- 「厳しくなった」の回答割合は9.1%で、前回調査（令和5年10～12月期）の9.3%より0.2ポイント減少した。また、「緩やかになった」は5.9%で、前回調査の2.8%より3.1ポイント増加した。

取引先金融機関の貸出姿勢／全体／過去調査との比較（単一回答）



■厳しくなった □ほとんど変わらない □緩やかになった

取引先金融機関の貸出姿勢／規模別（単一回答）

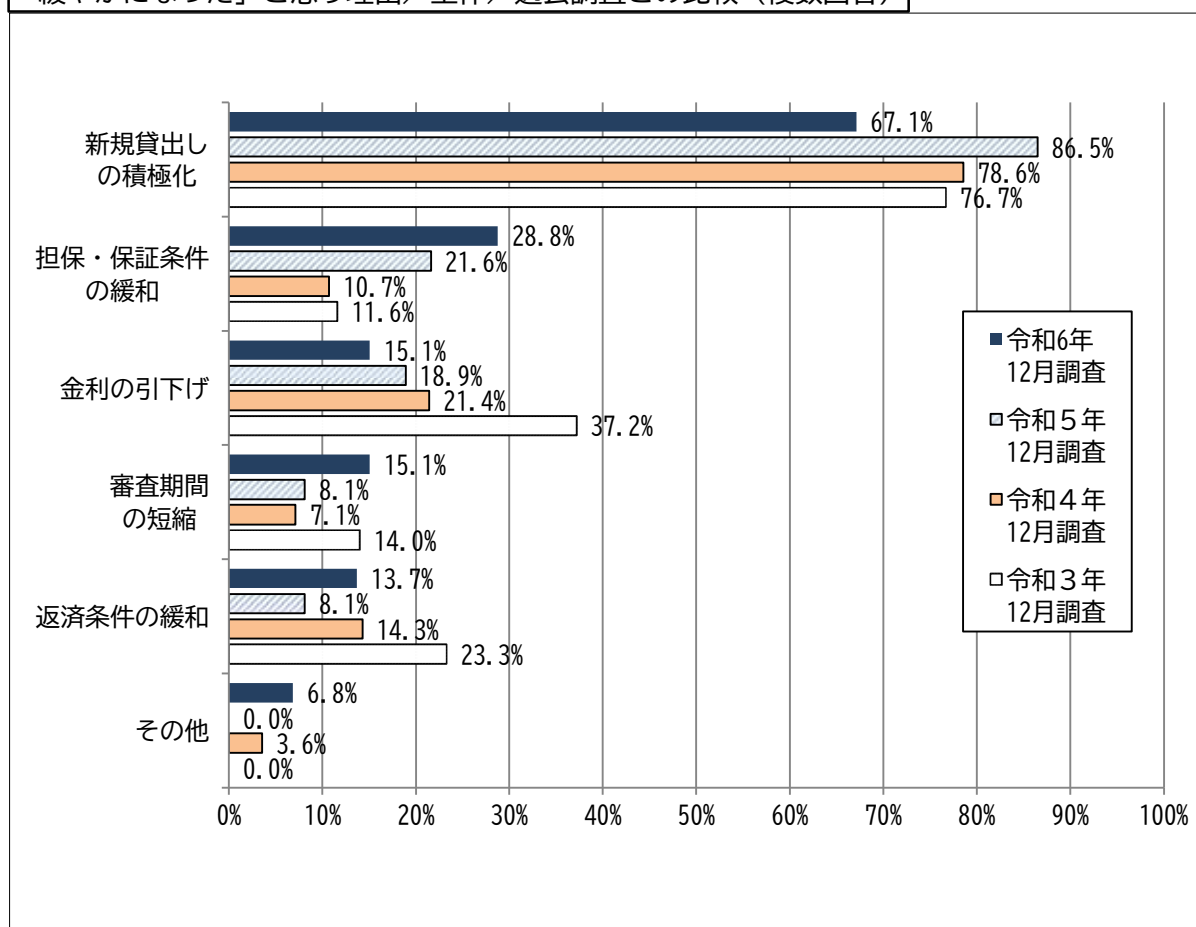


(2) 貸出姿勢が「緩やかになった」と思う理由（回答数：73社・複数回答）

* (1) で「緩やかになった」と回答した73社のうち73社の回答割合

- (1) で貸出姿勢が「緩やかになった」と回答した企業にその理由を聞いたところ、「新規貸出しの積極化」（67.1%）が最も多く、次いで「担保・保証条件の緩和」（28.8%）、「金利の引下げ」及び「審査期間の短縮」（15.1%）の順となった。

「緩やかになった」と思う理由／全体／過去調査との比較（複数回答）

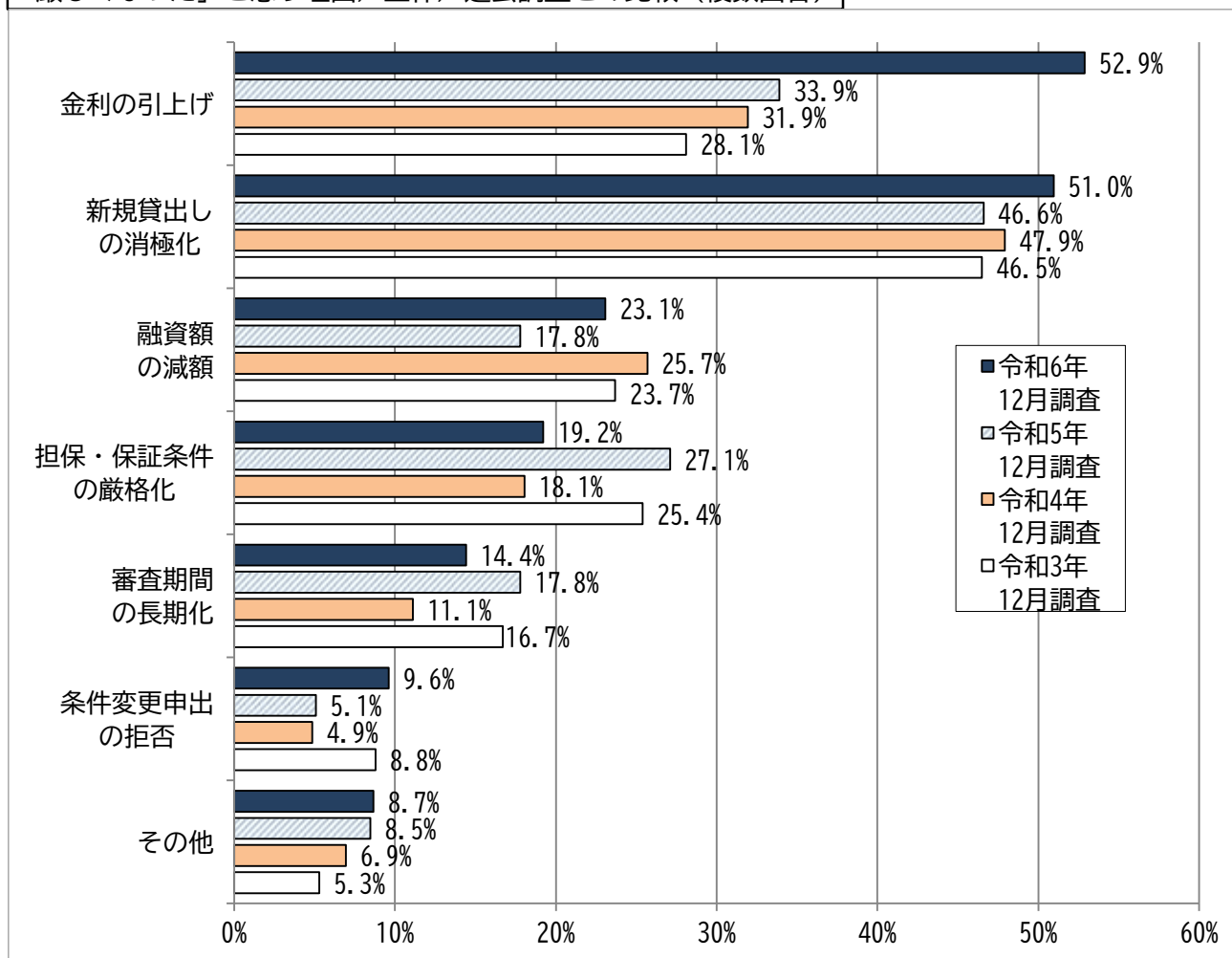


(3) 貸出姿勢が「厳しくなった」と思う理由（回答数：104社・複数回答）

* (1) で「厳しくなった」と回答した112社のうち104社の回答割合

- (1) で貸出姿勢が「厳しくなった」と回答した企業にその理由を聞いたところ、「金利の引上げ」（52.9%）が最も多く、次いで「新規貸出しの消極化」（51.0%）、「融資額の減額」（23.1%）の順となった。

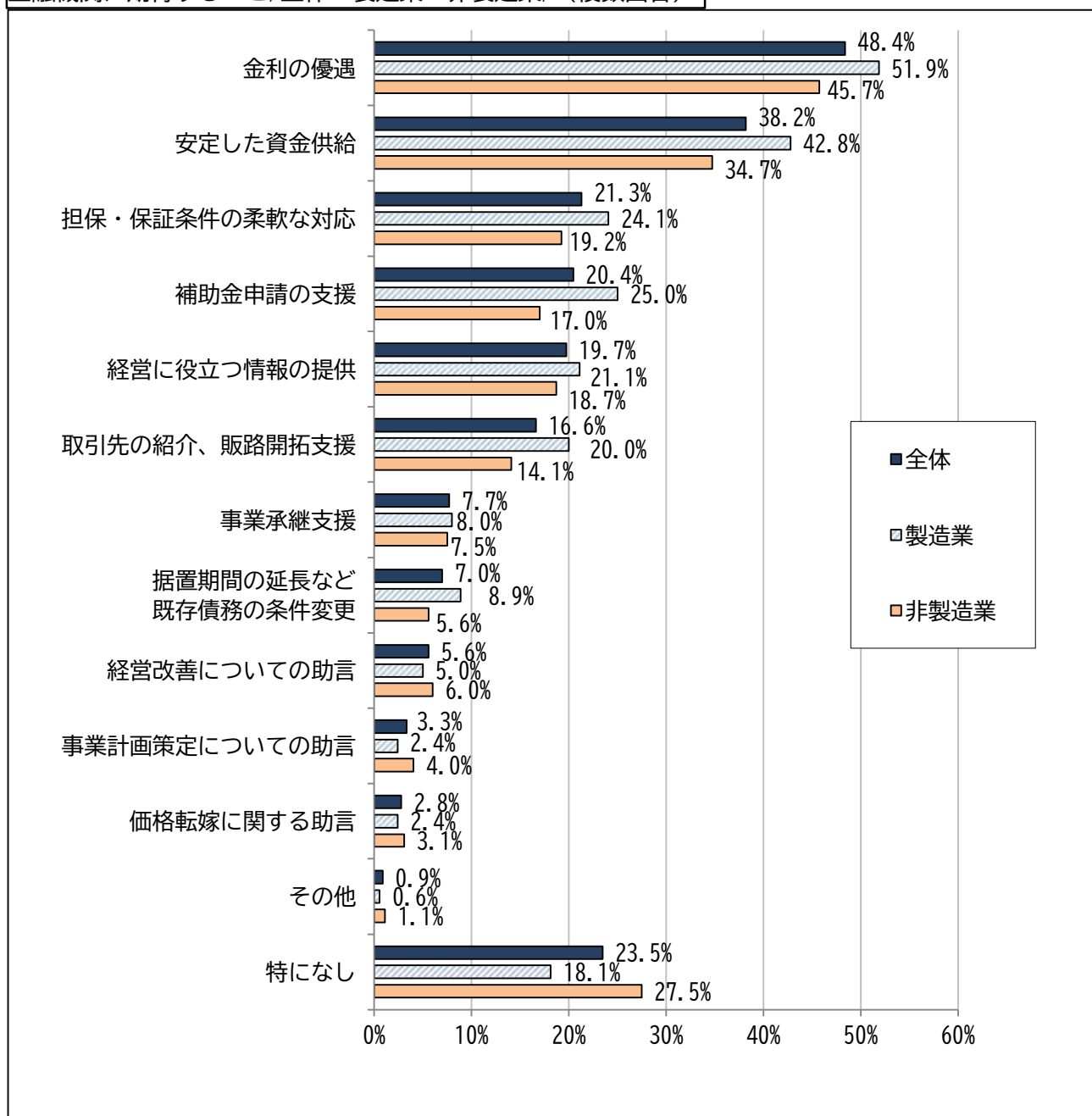
「厳しくなった」と思う理由／全体／過去調査との比較（複数回答）



(4) 金融機関に期待すること（回答数：1,257社・複数回答）

○ 金融機関に期待することについて聞いたところ、全体では「金利の優遇」（48.4%）が最も多く、次いで「安定した資金供給」（38.2%）、「担保・保証条件の柔軟な対応」（21.3%）の順となった。

金融機関に期待すること/全体・製造業・非製造業/（複数回答）

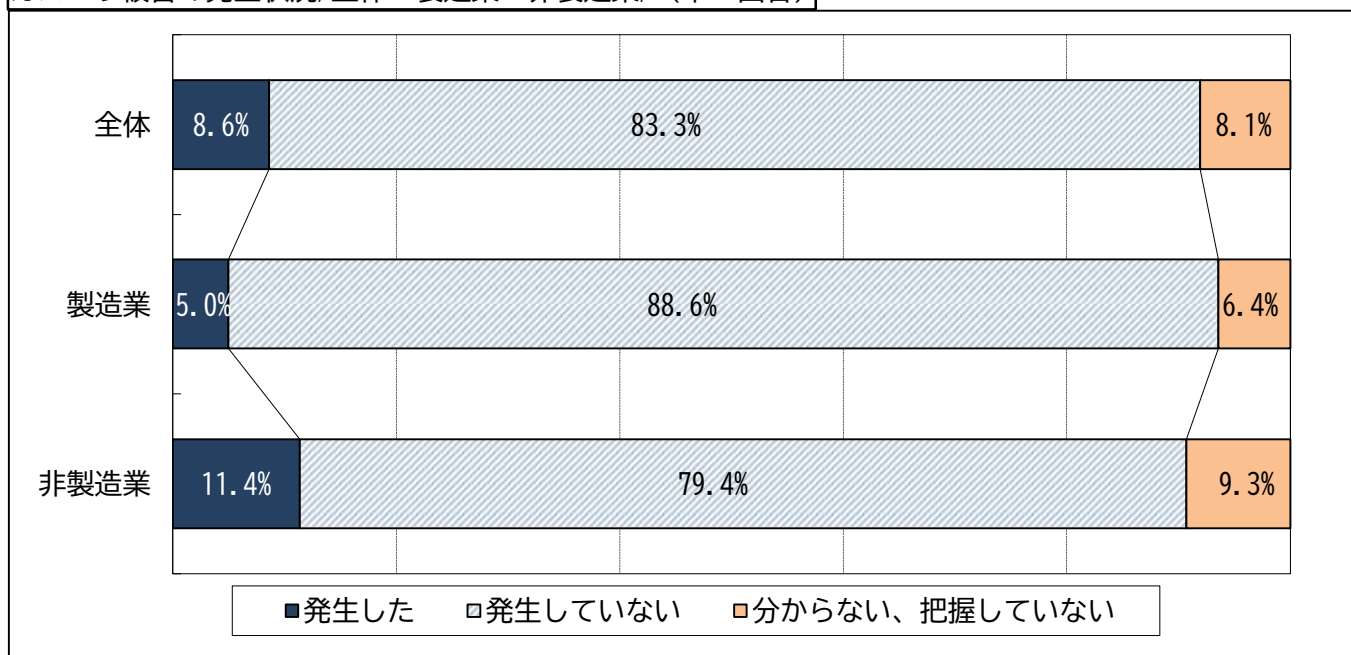


2 カスタマーハラスメント（以下：カスハラ）対策の取組状況等について

（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）

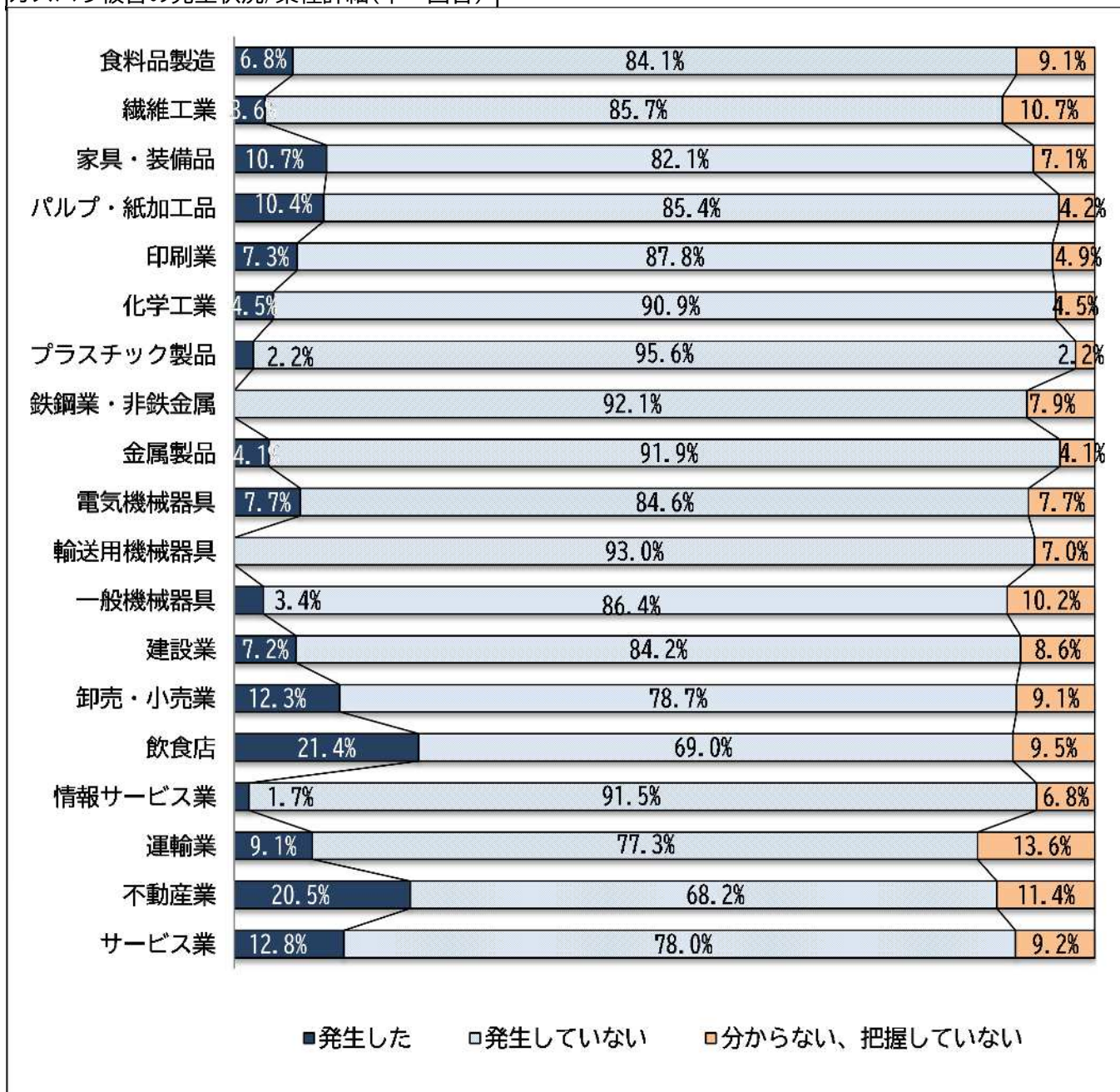
- ここ数年（3年程度）でのカスハラ被害の発生状況について聞いたところ、全体では「発生した」が8.6%、「発生していない」が83.3%であった。
- 業種別にみると、製造業・非製造業ともに「発生していない」と回答した企業の割合が「発生した」と回答した企業の割合よりも高かったが、「発生した」と回答した企業の割合を比べると、非製造業の方が製造業より6.4ポイント高かった。

カスハラ被害の発生状況/全体・製造業・非製造業/（単一回答）



- カスハラ被害の発生状況について「発生した」と回答した企業の業種をみると、「飲食店」（21.4%）、「不動産業」（20.5%）、「サービス業」（12.8%）などで回答割合が高くなっている。「発生していない」と回答した企業の業種をみると、「プラスチック製品」（95.6%）、「輸送用機械器具」（93.0%）、「鉄鋼業・非鉄金属」（92.1%）で回答割合が高くなっている。

カスハラ被害の発生状況/業種詳細(単一回答)

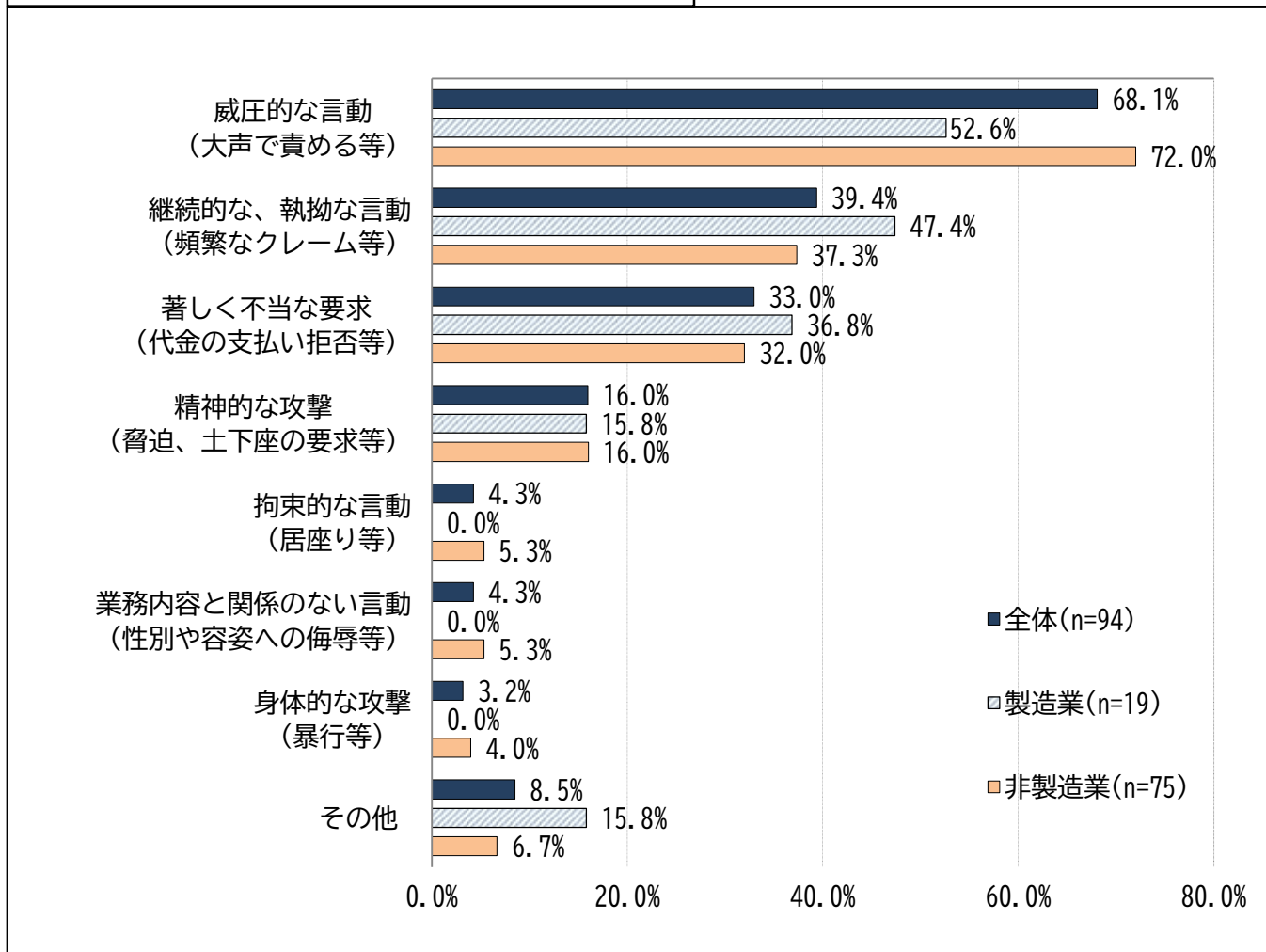


(2) カスハラ行為の具体的な内容（回答数：94社・複数回答）

* (1) で「発生した」と回答した109社のうち94社の回答割合

- (1) で「発生した」と回答した企業にカスハラ行為の具体的な内容について聞いたところ、全体では「威圧的な言動」（68.1%）が最も多く、次いで「継続的な、執拗な言動」（39.4%）、「著しく不当な要求」（33.0%）の順となった。

カスハラ行為の内容/全体・製造業・非製造業(複数回答)

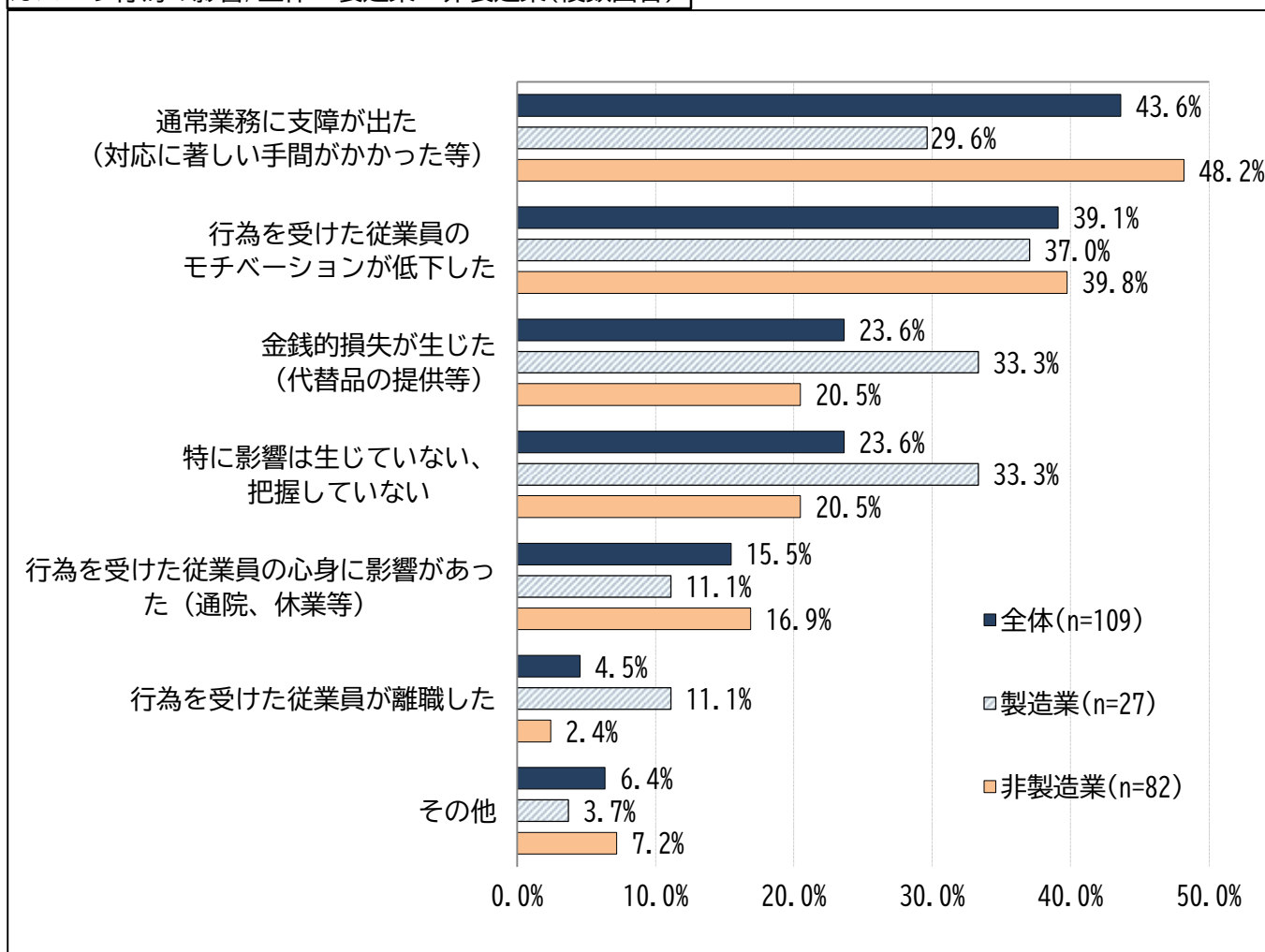


(3) カスハラ行為による影響（回答数：109社・複数回答）

* (1) で「発生した」と回答した109社のうち109社の回答割合

- (1) で「発生した」と回答した企業にカスハラ行為による自社への影響について聞いたところ、全体では「通常業務に支障が出た」(43.6%)が最も多く、次いで「行為を受けた従業員のモチベーションが低下した」(39.1%)、「金銭的損失が生じた」及び「特に影響は生じていない、把握していない」(23.6%)の順となった。

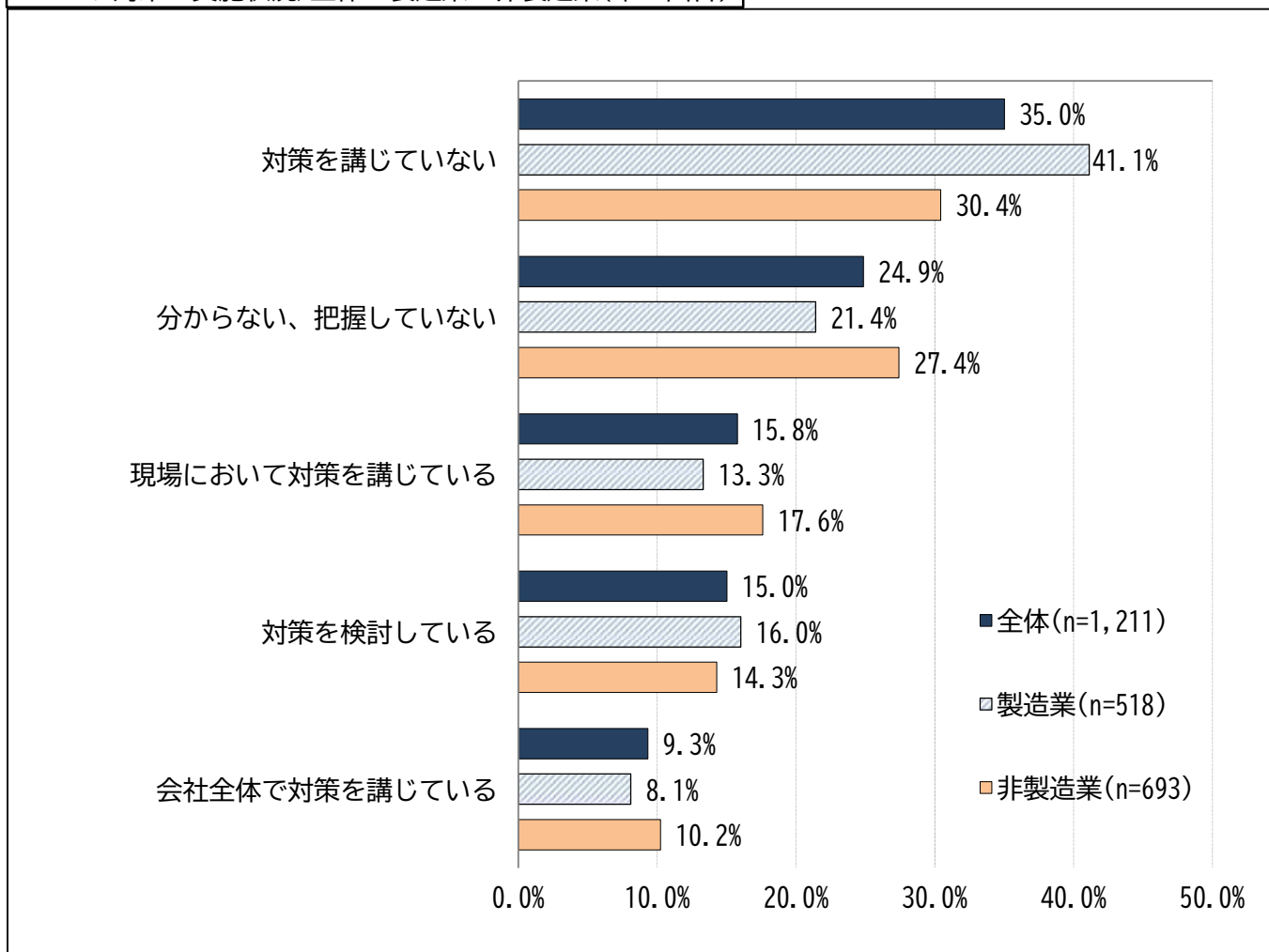
カスハラ行為の影響/全体・製造業・非製造業(複数回答)



（4）カスハラ対策の実施状況（回答数：1,211社・単一回答）

- カスハラ対策の実施状況について聞いたところ、全体では「対策を講じていない」（35.0%）が最も多く、次いで「分からない、把握していない」（24.9%）、「現場において対策を講じている」（15.8%）の順となった。

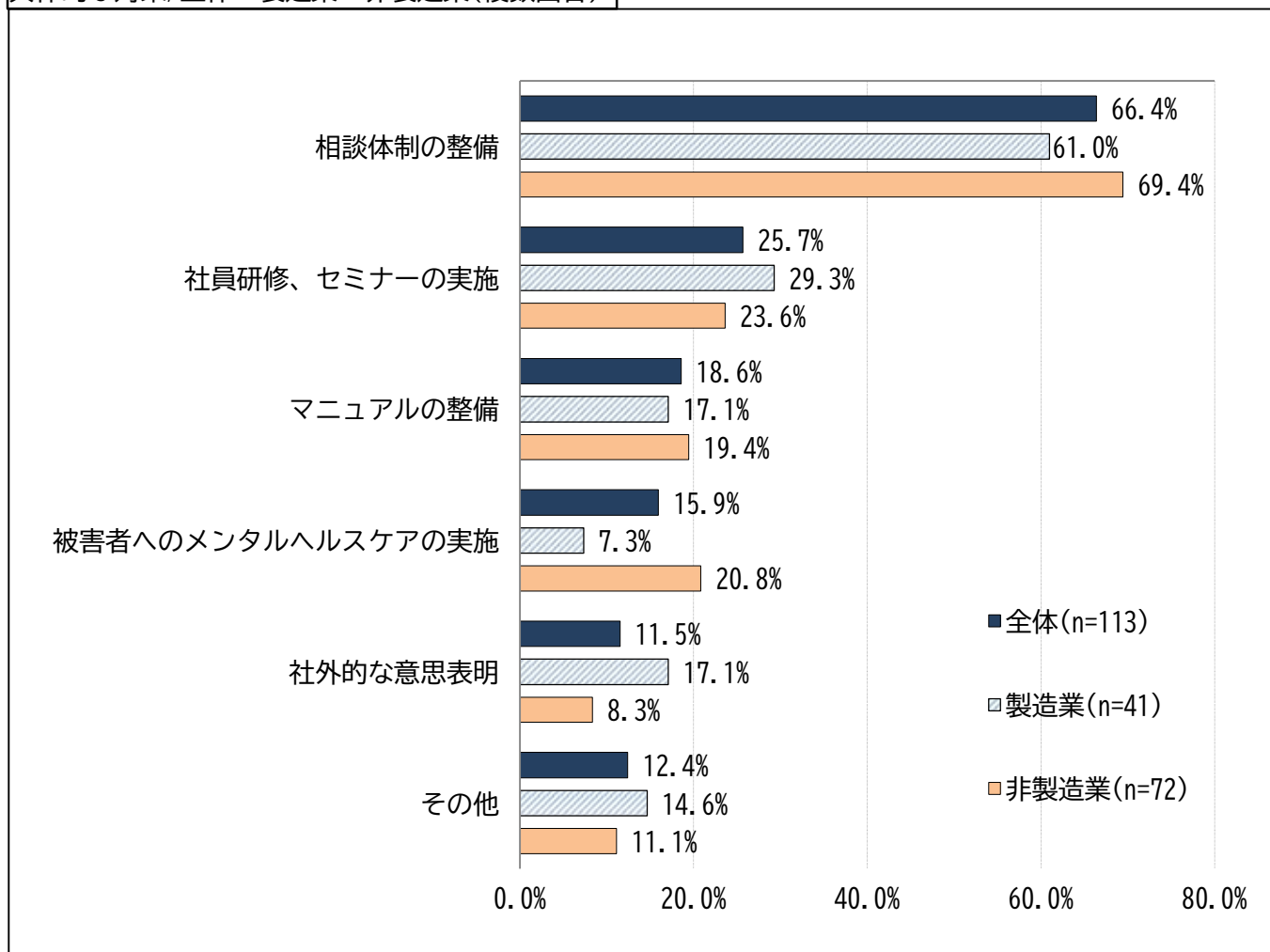
カスハラ対策の実施状況/全体・製造業・非製造業(単一回答)



(5) カスハラへの具体的な対策（回答数：113社・複数回答）

- (4)で「会社全体で対策を講じている」と回答した企業に具体的な対策について聞いたところ、全体では「相談体制の整備」(66.4%)が最も多く、次いで「社員研修、セミナーの実施」(25.7%)、「マニュアルの整備」(18.6%)の順となった。

具体的な対策/全体・製造業・非製造業(複数回答)

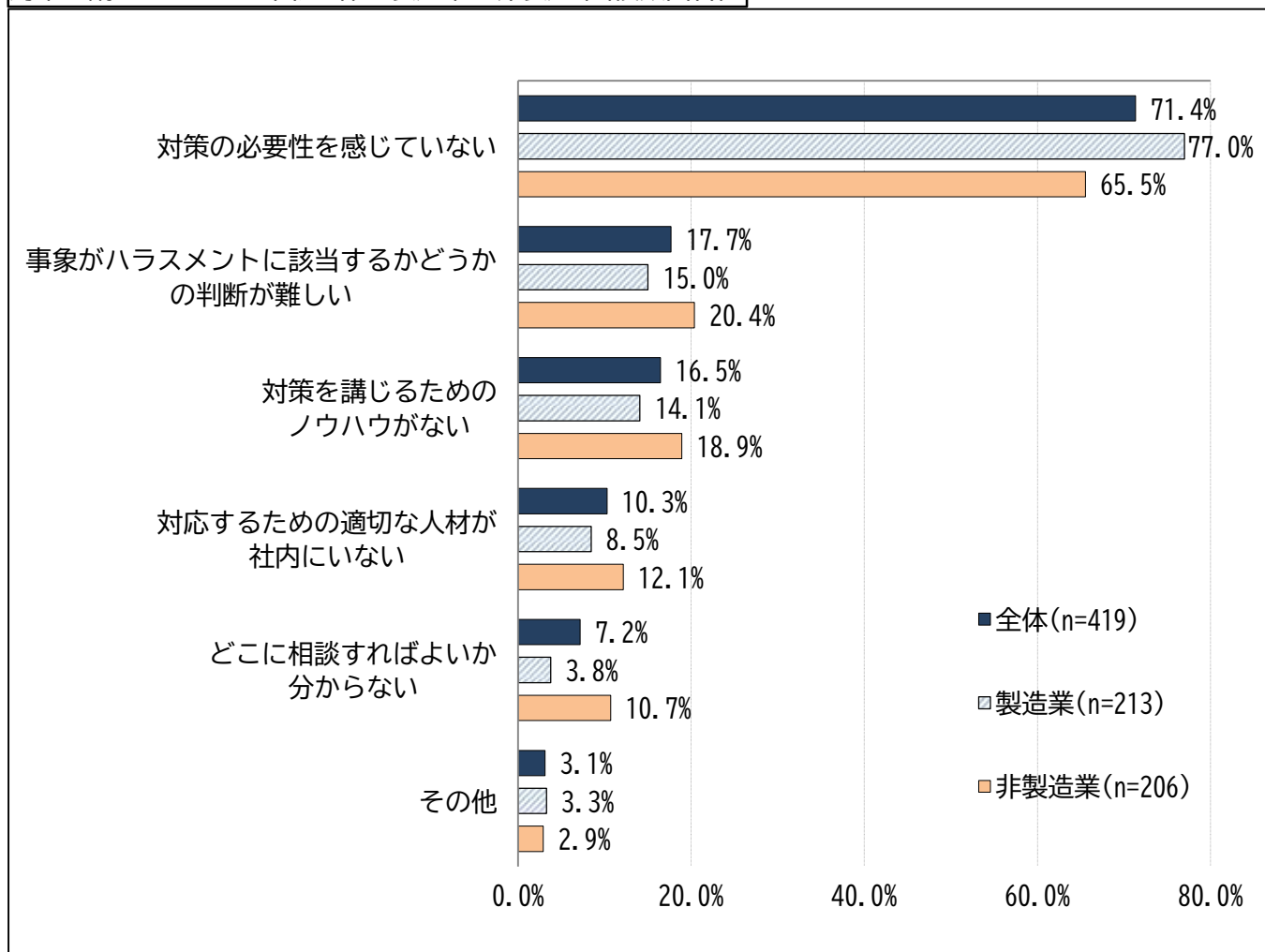


(6) 対策を講じていない理由（回答数：419社・複数回答）

* (4) で「対策を講じていない」と回答した424社のうち419社の回答割合

- (4) で「対策を講じていない」と回答した企業に、その理由について聞いたところ、全体では「対策の必要性を感じていない」（71.4%）が最も多く、次いで「事象がハラスメントに該当するかどうかの判断が難しい」（17.7%）、「対策を講じるためのノウハウがない」（16.5%）の順となった。

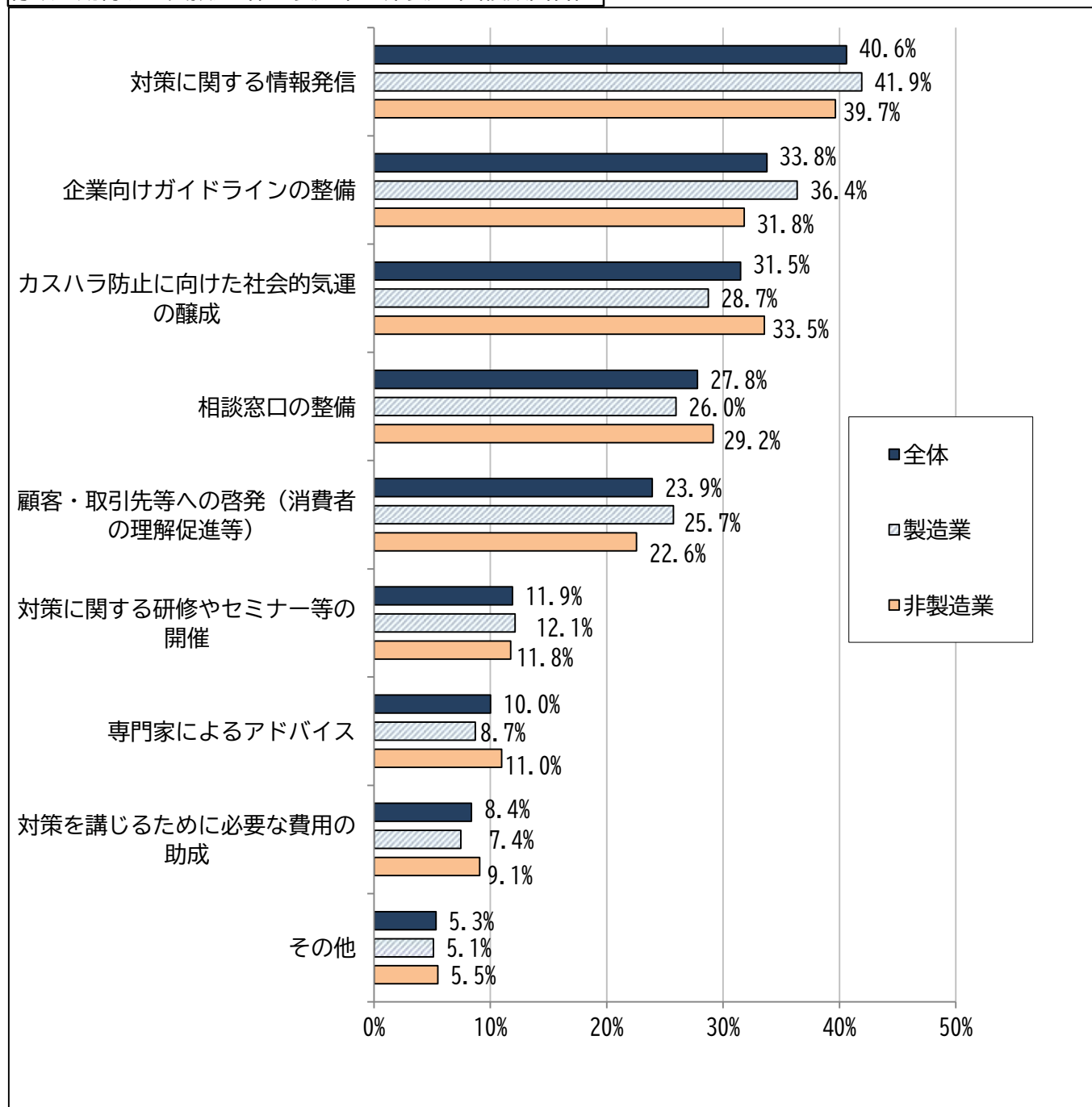
対策を講じていない理由/全体・製造業・非製造業(複数回答)



(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）

- カスハラ被害の防止に向けて行政に期待する支援について聞いたところ、全体では「対策に関する情報発信」（40.6%）が最も多く、次いで「企業向けガイドラインの整備」（33.8%）、「カスハラ防止に向けた社会的気運の醸成」（31.5%）の順となった。

行政に期待する支援/全体・製造業・非製造業(複数回答)



3 特別調査結果一覧

(1) 取引先金融機関の貸出姿勢について

(1) 1年前と比べた現在の取引先金融機関の貸出姿勢	
ア 緩やかになった 5.9%	イ ほとんど変わらない 85.0%
ウ 厳しくなった 9.1%	
(2) 貸出姿勢が「緩やかになった」と思う理由(複数回答)	
※(1)で「緩やかになった」を選択した企業	
ア 新規貸出しの積極化 67.1%	イ 金利の引下げ 15.1%
ウ 担保・保証条件の緩和 28.8%	エ 返済条件の緩和 13.7%
オ 審査期間の短縮 15.1%	カ その他 6.8%
(3) 貸出姿勢が「厳しくなった」と思う理由(複数回答)	
※(1)で「厳しくなった」を選択した企業	
ア 新規貸出しの消極化 51.0%	イ 金利の引上げ 52.9%
ウ 融資額の減額 23.1%	エ 担保・保証条件の厳格化 19.2%
オ 審査期間の長期化 14.4%	カ 条件変更(リスク)申出の拒否 9.6%
キ その他 8.7%	
(4) 金融機関に期待すること(複数回答)	
ア 安定した資金供給 38.2%	イ 金利の優遇 48.4%
ウ 担保・保証条件の柔軟な対応 21.3%	エ 経営改善についての助言 5.6%
オ 事業計画策定についての助言 3.3%	カ 既存債務の条件変更 7.0%
キ 補助金申請の支援 20.4%	ク 取引先の紹介、販路開拓支援 16.6%
ケ 事業承継支援 7.7%	コ 経営に役立つ情報の提供 19.7%
サ 価格転嫁に関する助言 2.8%	シ 特になし 23.5%
ス その他 0.9%	

(2) カスタマーハラスメント対策の取組状況等について

(1) ここ数年（3年程度）のカスハラ被害発生状況	
ア 発生した 8.6%	イ 発生していない 83.3%
ウ 分からない、把握していない 8.1%	
(2) カスハラ行為の具体的な内容(複数回答) ※(1)で「発生した」を選択した企業	
ア 身体的な攻撃 3.2%	イ 精神的な攻撃 16.0%
ウ 威圧的な言動 68.1%	エ 継続的な、執拗な言動 39.4%
オ 拘束的な言動 4.3%	カ 業務内容と関係のない言動 4.3%
キ 著しく不当な要求 33.0%	ク その他 8.5%
(3) カスハラ行為による影響(複数回答) ※(1)で「発生した」を選択した企業	
ア 従業員の心身に影響があった（通院休業等） 15.5%	イ 従業員が離職した 4.5%
ウ 金銭的損失が生じた 23.6%	エ 通常業務に支障が出た 43.6%
オ 従業員のモチベーションが低下した 39.1%	カ 特に影響はない、把握していない 23.6%
キ その他 6.4%	
(4) カスハラ対策の実施状況	
ア 会社全体で対策を講じている 9.3%	イ 現場において対策を講じている 15.8%
ウ 対策を講じていない 35.0%	エ 対策を検討している 15.0%
オ 分からない、把握していない 24.9%	
(5) カスハラへの具体的な対策（複数回答） ※(4)で「会社全体で対策を講じている」を選択した企業	
ア 相談体制の整備 66.4%	イ 被害者へのメンタルヘルスケア実施 15.9%
ウ マニュアルの整備 18.6%	エ 社員研修、セミナーの実施 25.7%
オ 社外的な意思表示 11.5%	カ その他 12.4%
(6) 対策を講じていない理由（複数回答） ※(4)で「対策を講じていない」を選択した企業	
ア 事象がハラスメントに該当するかどうかの判断が難しい 17.7%	
イ 対策を講じるためのノウハウがない 16.5%	
ウ 対応するための適切な人材が社内にはいない 10.3%	
エ どこに相談すればよいか分からない 7.2%	
オ 対策の必要性を感じていない 71.4%	
カ その他 3.1%	
(7) カスハラ被害の防止に向けて行政に期待する支援（複数回答）	
ア 対策に関する情報発信 40.6%	
イ 企業向けガイドラインの整備 33.8%	
ウ 対策に関する研修やセミナー等の開催 11.9%	
エ 対策を講じるために必要な費用の助成 8.4%	
オ 相談窓口の整備 27.8%	
カ 専門家によるアドバイス 10.0%	
キ 顧客・取引先等への啓発（消費者の理解促進等） 23.9%	
ク カスハラ防止に向けた社会的気運の醸成 31.5%	
ケ その他 5.3%	

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

〔売上げDIの推移（詳細）〕

売上げDIの推移

業種	R5. 10～12月期	R6. 1～3月期	R6 4～6月期	R6 7～9月期	R6. 10～12月期 (当期)	増減		R7. 1～3月期 (見通し)
						前期比	前年同期比	
全 体	▲ 7.6	▲ 25.8	▲ 18.5	▲ 19.6	▲ 8.1	11.5	▲ 0.5	▲ 20.3
製 造 業	▲ 8.4	▲ 28.1	▲ 23.4	▲ 22.1	▲ 5.7	16.4	2.8	▲ 16.1
食料品製造	17.0	▲ 8.2	3.9	▲ 8.3	16.3	24.6	▲ 0.7	6.8
繊維工業	0.0	▲ 21.6	▲ 37.1	▲ 14.7	▲ 14.8	▲ 0.1	▲ 14.8	▲ 29.6
家具・装備品	▲ 10.0	▲ 3.7	▲ 26.9	▲ 21.4	▲ 21.4	0.0	▲ 11.4	▲ 7.1
パルプ・紙・紙加工品	▲ 16.4	▲ 67.4	▲ 14.5	▲ 26.7	▲ 6.1	20.5	10.2	▲ 53.1
印刷業	7.3	▲ 28.9	▲ 30.0	▲ 38.5	2.4	40.9	▲ 4.9	▲ 29.3
化学工業	4.9	▲ 26.2	▲ 13.0	▲ 38.3	4.4	42.7	▲ 0.4	2.2
プラスチック製品	▲ 28.6	▲ 44.0	▲ 22.2	▲ 18.5	▲ 4.4	14.1	24.1	▲ 22.2
鉄鋼業・非鉄金属	▲ 19.6	▲ 37.3	▲ 19.6	▲ 15.6	▲ 10.5	5.0	9.1	▲ 23.7
金属製品	▲ 14.1	▲ 39.4	▲ 35.6	▲ 26.0	▲ 2.7	23.3	11.4	▲ 8.1
電気機械器具	▲ 1.9	▲ 14.5	▲ 33.3	▲ 17.6	▲ 23.1	▲ 5.4	▲ 21.2	0.0
輸送用機械器具	0.0	▲ 22.4	▲ 17.4	▲ 15.4	9.3	24.7	9.3	▲ 23.3
一般機械器具	▲ 27.9	▲ 13.3	▲ 33.9	▲ 24.1	▲ 20.0	4.1	7.9	▲ 15.0
非 製 造 業	▲ 7.0	▲ 24.0	▲ 14.9	▲ 17.8	▲ 10.0	7.9	▲ 2.9	▲ 23.4
建 設 業	▲ 7.6	▲ 14.6	▲ 26.8	▲ 22.4	▲ 12.1	10.4	▲ 4.4	▲ 12.9
総合工事業	▲ 7.7	▲ 8.2	▲ 14.8	▲ 23.6	▲ 20.5	3.2	▲ 12.8	▲ 6.8
職別工事業	▲ 13.5	▲ 21.2	▲ 38.0	▲ 19.2	▲ 12.5	6.7	1.0	▲ 16.7
設備工事業	▲ 1.9	▲ 14.0	▲ 28.3	▲ 24.5	▲ 4.1	20.4	▲ 2.2	▲ 14.9
卸 売 ・ 小 売 業	▲ 14.0	▲ 36.2	▲ 15.3	▲ 22.9	▲ 17.0	5.9	▲ 3.0	▲ 33.6
(卸売業)	▲ 5.6	▲ 34.2	▲ 14.3	▲ 9.9	▲ 13.1	▲ 3.2	▲ 7.5	▲ 32.0
繊維・衣服等	▲ 35.0	▲ 28.6	▲ 35.0	▲ 21.1	▲ 38.1	▲ 17.0	▲ 3.1	▲ 52.4
食料品	19.2	▲ 39.3	3.4	▲ 3.2	▲ 9.7	▲ 6.5	▲ 28.9	▲ 29.0
建筑材料・鉱物・金属材料等	0.0	▲ 25.0	▲ 21.9	▲ 26.7	▲ 8.0	18.7	▲ 8.0	▲ 24.0
機械器具	▲ 13.0	▲ 28.0	0.0	0.0	9.1	9.1	22.1	▲ 27.3
その他	▲ 8.3	▲ 48.0	▲ 26.1	0.0	▲ 21.7	▲ 21.7	▲ 13.4	▲ 30.4
(小売業)	▲ 20.9	▲ 38.1	▲ 16.3	▲ 35.0	▲ 20.4	14.6	0.5	▲ 35.0
織物・衣服・身の回り品	▲ 21.4	▲ 35.5	▲ 14.7	▲ 42.5	▲ 15.8	26.7	5.6	▲ 31.6
食料品	0.0	▲ 37.1	2.8	▲ 28.6	▲ 18.9	9.7	▲ 18.9	▲ 54.1
機械器具	▲ 20.0	▲ 44.8	▲ 26.7	▲ 21.9	▲ 31.0	▲ 9.2	▲ 11.0	▲ 10.3
その他	▲ 41.0	▲ 35.9	▲ 26.8	▲ 42.5	▲ 18.2	24.3	22.8	▲ 39.4
飲 食 店	7.1	▲ 5.7	▲ 2.7	▲ 21.4	▲ 4.7	16.8	▲ 11.8	▲ 16.3
情 報 サービス 業	16.7	5.8	▲ 1.9	▲ 11.3	3.4	14.7	▲ 13.3	0.0
運 輸 業	▲ 8.8	▲ 34.6	▲ 19.6	▲ 5.3	6.7	11.9	15.4	▲ 15.6
不 動 産 業	▲ 19.2	▲ 13.2	▲ 18.4	▲ 16.7	▲ 20.5	▲ 3.8	▲ 1.2	▲ 6.8
サ ー ビ ス 業	▲ 1.8	▲ 26.3	▲ 7.0	▲ 11.5	▲ 4.2	7.3	▲ 2.4	▲ 34.5
専門サービス業	▲ 2.3	▲ 13.3	▲ 15.2	8.7	▲ 14.6	▲ 23.3	▲ 12.4	▲ 24.4
洗濯・理美容・浴場業	▲ 15.4	▲ 36.8	▲ 5.3	▲ 25.6	▲ 3.1	22.5	12.3	▲ 31.3
その他生活関連・娯楽業	0.0	▲ 31.6	▲ 10.5	▲ 29.3	5.6	34.8	5.6	▲ 44.4
その他の事業サービス業	9.1	▲ 25.6	5.7	▲ 2.6	▲ 3.0	▲ 0.5	▲ 12.1	▲ 39.4

〔資金繰りDIの推移（詳細）〕

資金繰りDIの推移

業種	R5. 10～12月期	R6. 1～3月期	R6. 4～6月期	R6. 7～9月期	R6. 10～12月期 (当期)	増減		R7. 1～3月期 (見通し)
						前期比	前年同期比	
全体	▲ 16.8	▲ 23.2	▲ 18.5	▲ 19.9	▲ 17.2	2.7	▲ 0.4	▲ 21.7
製造業	▲ 18.0	▲ 26.0	▲ 23.5	▲ 24.1	▲ 17.6	6.5	0.4	▲ 21.2
食料品製造	▲ 8.2	▲ 6.5	▲ 4.0	▲ 22.9	▲ 11.4	11.6	▲ 3.2	▲ 11.4
繊維工業	▲ 21.9	▲ 21.6	▲ 39.4	▲ 44.1	▲ 29.6	14.5	▲ 7.8	▲ 33.3
家具・装備品	▲ 18.5	▲ 4.0	▲ 26.9	▲ 21.4	▲ 40.7	▲ 19.3	▲ 22.2	▲ 25.9
パルプ・紙・紙加工品	▲ 9.4	▲ 47.8	▲ 28.3	▲ 28.9	▲ 25.0	3.9	▲ 15.6	▲ 39.6
印刷業	▲ 22.5	▲ 22.2	▲ 26.3	▲ 33.3	▲ 14.6	18.7	7.9	▲ 29.3
化学工業	▲ 2.5	▲ 10.0	▲ 9.1	▲ 19.1	▲ 6.7	12.5	▲ 4.2	▲ 8.9
プラスチック製品	▲ 14.6	▲ 36.7	▲ 39.6	▲ 22.2	▲ 11.6	10.6	3.0	▲ 29.5
鉄鋼業・非鉄金属	▲ 25.0	▲ 32.7	▲ 27.7	▲ 20.0	▲ 15.8	4.2	9.2	▲ 13.2
金属製品	▲ 19.4	▲ 39.7	▲ 18.1	▲ 27.8	▲ 12.5	15.3	6.9	▲ 16.4
電気機械器具	▲ 10.0	▲ 16.7	▲ 27.1	▲ 15.7	▲ 25.5	▲ 9.8	▲ 15.5	▲ 17.3
輸送用機械器具	▲ 23.1	▲ 29.2	▲ 17.4	▲ 16.3	▲ 2.3	14.0	20.8	▲ 18.6
一般機械器具	▲ 37.3	▲ 25.9	▲ 24.6	▲ 22.8	▲ 26.7	▲ 3.9	10.6	▲ 20.0
非製造業	▲ 15.9	▲ 21.0	▲ 14.7	▲ 16.9	▲ 16.9	▲ 0.0	▲ 1.0	▲ 22.0
建設業	▲ 21.6	▲ 24.5	▲ 23.8	▲ 23.1	▲ 19.3	3.8	2.3	▲ 20.4
総合工事業	▲ 20.8	▲ 34.0	▲ 25.0	▲ 34.5	▲ 30.2	4.3	▲ 9.4	▲ 28.6
職別工事業	▲ 32.7	▲ 25.5	▲ 29.2	▲ 21.2	▲ 20.8	0.3	11.9	▲ 16.7
設備工事業	▲ 11.3	▲ 14.3	▲ 17.6	▲ 12.2	▲ 8.2	4.1	3.2	▲ 17.0
卸売・小売業	▲ 18.5	▲ 25.2	▲ 14.8	▲ 18.9	▲ 19.1	▲ 0.2	▲ 0.6	▲ 24.9
(卸売業)	▲ 7.6	▲ 11.9	▲ 15.1	▲ 13.7	▲ 14.0	▲ 0.3	▲ 6.5	▲ 23.1
繊維・衣服等	▲ 35.0	▲ 9.1	▲ 52.9	▲ 21.1	▲ 33.3	▲ 12.3	1.7	▲ 42.9
飲食料品	4.0	▲ 3.7	▲ 6.9	▲ 3.2	▲ 19.4	▲ 16.1	▲ 23.4	▲ 22.6
建築材料、鉱物・金属材料等	3.2	▲ 14.8	▲ 22.6	▲ 23.3	▲ 4.2	19.2	▲ 7.4	▲ 12.5
機械器具	4.8	▲ 8.7	3.6	▲ 7.4	9.1	16.5	4.3	▲ 18.2
その他	▲ 22.7	▲ 23.8	▲ 9.5	▲ 16.7	▲ 21.7	▲ 5.1	1.0	▲ 21.7
(小売業)	▲ 27.7	▲ 36.4	▲ 14.6	▲ 23.7	▲ 23.5	0.2	4.1	▲ 26.5
織物・衣服・身の回り品	▲ 34.2	▲ 34.5	▲ 12.5	▲ 30.0	▲ 21.6	8.4	12.6	▲ 16.2
飲食料品	▲ 22.9	▲ 40.6	▲ 11.1	▲ 21.4	▲ 24.3	▲ 2.9	▲ 1.5	▲ 35.1
機械器具	▲ 26.7	▲ 41.4	▲ 10.7	▲ 25.0	▲ 20.7	4.3	6.0	▲ 13.8
その他	▲ 26.3	▲ 30.8	▲ 22.0	▲ 17.9	▲ 27.3	▲ 9.3	▲ 1.0	▲ 39.4
飲食店	▲ 21.4	▲ 14.3	▲ 16.7	▲ 21.4	▲ 27.9	▲ 6.5	▲ 6.5	▲ 30.2
情報サービス業	5.7	▲ 7.7	7.5	▲ 6.5	▲ 1.7	4.8	▲ 7.4	3.4
運輸業	▲ 28.1	▲ 20.8	▲ 18.9	▲ 14.3	▲ 13.3	1.0	14.7	▲ 13.6
不動産業	▲ 16.0	▲ 5.7	▲ 12.2	▲ 9.4	▲ 15.9	▲ 6.5	0.1	▲ 13.6
サービス業	▲ 7.6	▲ 20.8	▲ 12.1	▲ 13.7	▲ 15.0	▲ 1.3	▲ 7.4	▲ 31.7
専門サービス業	▲ 9.1	▲ 11.1	▲ 15.6	▲ 8.7	▲ 17.5	▲ 8.8	▲ 8.4	▲ 29.3
洗濯・理美容・浴場業	▲ 10.5	▲ 41.7	▲ 20.0	▲ 23.7	▲ 12.5	11.2	▲ 2.0	▲ 21.9
その他生活関連・娯楽業	2.9	▲ 10.8	0.0	▲ 12.5	0.0	12.5	▲ 2.9	▲ 44.4
その他の事業サービス業	▲ 12.2	▲ 22.2	▲ 11.8	▲ 10.8	▲ 30.3	▲ 19.5	▲ 18.1	▲ 30.3

〔採算D I の推移（詳細）〕

採算D I の推移

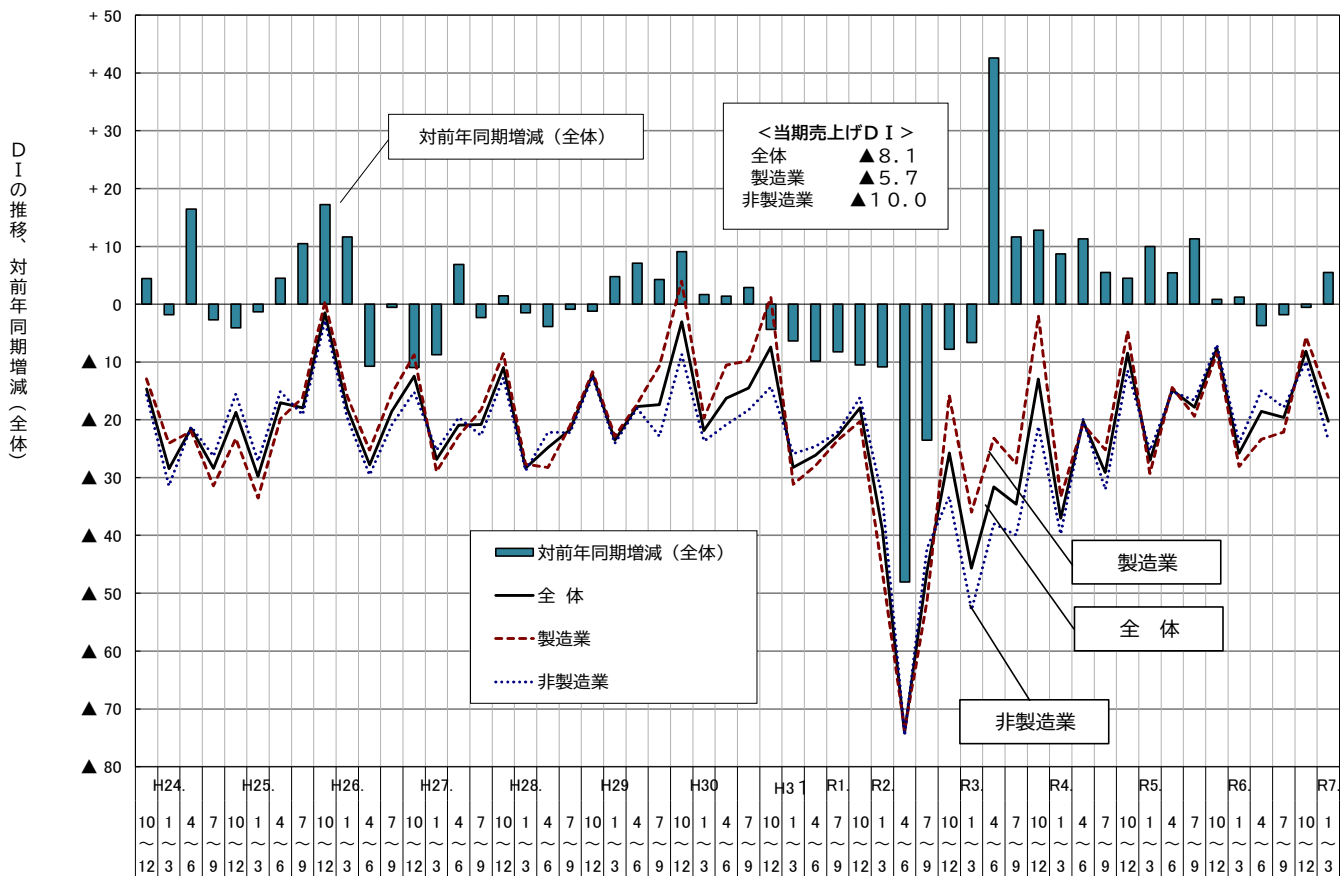
業 種	R5. 10～12月期	R6. 1～3月期	R6. 4～6月期	R6. 7～9月期	R6. 10～12月期 (当 期)	増 減		R7. 1～3月期 (見通し)
						前期比	前年 同期比	
全 体	▲ 22.7	▲ 28.5	▲ 26.7	▲ 25.5	▲ 23.3	2.2	▲ 0.7	▲ 23.0
製 造 業	▲ 20.6	▲ 30.5	▲ 30.4	▲ 27.9	▲ 22.3	5.6	▲ 1.7	▲ 21.6
食料品製造	▲ 12.2	▲ 6.5	▲ 22.0	▲ 29.2	▲ 20.5	8.7	▲ 8.2	▲ 4.5
繊維工業	▲ 25.8	▲ 32.4	▲ 39.4	▲ 48.6	▲ 29.6	18.9	▲ 3.8	▲ 40.7
家具・装備品	▲ 29.6	▲ 16.0	▲ 40.0	▲ 17.9	▲ 44.4	▲ 26.6	▲ 14.8	▲ 18.5
パルプ・紙・紙加工品	▲ 24.5	▲ 50.0	▲ 24.5	▲ 34.8	▲ 31.3	3.5	▲ 6.7	▲ 47.9
印刷業	▲ 12.5	▲ 16.7	▲ 31.6	▲ 35.9	▲ 19.5	16.4	▲ 7.0	▲ 36.6
化学工業	0.0	▲ 12.5	▲ 11.6	▲ 23.4	▲ 20.0	3.4	▲ 20.0	▲ 4.4
プラスチック製品	▲ 19.1	▲ 40.8	▲ 43.4	▲ 29.1	▲ 19.0	10.0	0.1	▲ 29.5
鉄鋼業・非鉄金属	▲ 26.5	▲ 34.7	▲ 29.2	▲ 26.7	▲ 21.1	5.6	5.5	▲ 21.1
金属製品	▲ 23.0	▲ 45.9	▲ 32.4	▲ 33.8	▲ 9.6	24.2	13.4	▲ 16.4
電気機械器具	▲ 14.0	▲ 28.8	▲ 29.2	▲ 17.3	▲ 28.0	▲ 10.7	▲ 14.0	▲ 9.6
輸送用機械器具	▲ 17.3	▲ 32.7	▲ 21.7	▲ 14.0	0.0	14.0	17.3	▲ 20.9
一般機械器具	▲ 39.7	▲ 31.0	▲ 42.1	▲ 26.3	▲ 37.3	▲ 11.0	2.4	▲ 20.0
非 製 造 業	▲ 24.2	▲ 27.1	▲ 23.9	▲ 23.8	▲ 24.1	▲ 0.3	0.1	▲ 24.1
建 設 業	▲ 25.8	▲ 24.1	▲ 32.9	▲ 25.8	▲ 23.6	2.2	2.3	▲ 18.8
総合工事業	▲ 31.9	▲ 30.4	▲ 40.4	▲ 32.7	▲ 32.6	0.2	▲ 0.6	▲ 16.3
職別工事業	▲ 33.3	▲ 27.5	▲ 33.3	▲ 23.5	▲ 22.9	0.6	10.4	▲ 22.9
設備工事業	▲ 13.2	▲ 14.6	▲ 25.0	▲ 20.4	▲ 16.3	4.1	▲ 3.1	▲ 17.0
卸 売 ・ 小 売 業	▲ 29.1	▲ 38.2	▲ 30.3	▲ 32.5	▲ 32.8	▲ 0.3	▲ 3.7	▲ 31.9
(卸売業)	▲ 23.1	▲ 33.0	▲ 31.2	▲ 25.0	▲ 32.5	▲ 7.5	▲ 9.4	▲ 29.8
卸 繊維・衣服等	▲ 78.9	▲ 54.5	▲ 52.9	▲ 47.4	▲ 70.0	▲ 22.6	8.9	▲ 42.9
卸 飲食料品	0.0	▲ 33.3	▲ 35.7	▲ 29.0	▲ 35.5	▲ 6.5	▲ 35.5	▲ 22.6
卸 建築材料、鉱物・金属材料等	▲ 16.1	▲ 33.3	▲ 38.7	▲ 35.5	▲ 33.3	2.2	▲ 17.2	▲ 37.5
卸 機械器具	0.0	▲ 17.4	▲ 7.1	3.7	0.0	▲ 3.7	0.0	▲ 22.7
卸 その他	▲ 31.8	▲ 38.1	▲ 28.6	▲ 20.8	▲ 26.1	▲ 5.3	5.7	▲ 26.1
小 売 (小売業)	▲ 34.0	▲ 42.6	▲ 29.4	▲ 39.6	▲ 33.1	6.5	1.0	▲ 33.8
小 売 織物・衣服・身の回り品	▲ 39.5	▲ 41.4	▲ 34.4	▲ 50.0	▲ 29.7	20.3	9.7	▲ 27.0
小 売 飲食料品	▲ 22.9	▲ 46.9	▲ 19.4	▲ 42.9	▲ 32.4	10.4	▲ 9.6	▲ 43.2
小 売 機械器具	▲ 26.7	▲ 44.8	▲ 32.1	▲ 25.0	▲ 27.6	▲ 2.6	▲ 0.9	▲ 10.3
小 売 その他	▲ 44.7	▲ 38.5	▲ 32.5	▲ 38.5	▲ 42.4	▲ 4.0	2.3	▲ 51.5
飲 食 店	▲ 31.7	▲ 20.0	▲ 25.0	▲ 26.2	▲ 46.5	▲ 20.3	▲ 14.8	▲ 20.9
情 報 サービス 業	▲ 1.9	▲ 11.5	1.9	▲ 4.8	6.8	11.6	8.7	3.4
運 輸 業	▲ 42.1	▲ 35.4	▲ 28.3	▲ 25.0	▲ 18.2	6.8	23.9	▲ 18.2
不 動 産 業	▲ 19.6	▲ 8.3	▲ 14.0	▲ 15.4	▲ 18.6	▲ 3.2	1.0	▲ 15.9
サ ー ビ ス 業	▲ 15.1	▲ 21.1	▲ 14.1	▲ 16.0	▲ 18.3	▲ 2.3	▲ 3.2	▲ 31.7
専門サービス業	▲ 13.6	▲ 11.1	▲ 11.1	▲ 4.3	▲ 24.4	▲ 20.0	▲ 10.8	▲ 29.3
洗濯・理美容・浴場業	▲ 21.1	▲ 42.9	▲ 20.0	▲ 25.6	▲ 18.8	6.9	2.3	▲ 28.1
その他生活関連・娯楽業	▲ 8.6	▲ 25.0	▲ 2.9	▲ 20.0	▲ 8.3	11.7	0.2	▲ 41.7
その他の事業サービス業	▲ 16.7	▲ 8.3	▲ 23.5	▲ 16.2	▲ 21.2	▲ 5.0	▲ 4.5	▲ 27.3

〔設備投資実施率の推移（詳細）〕

設備投資の実施率

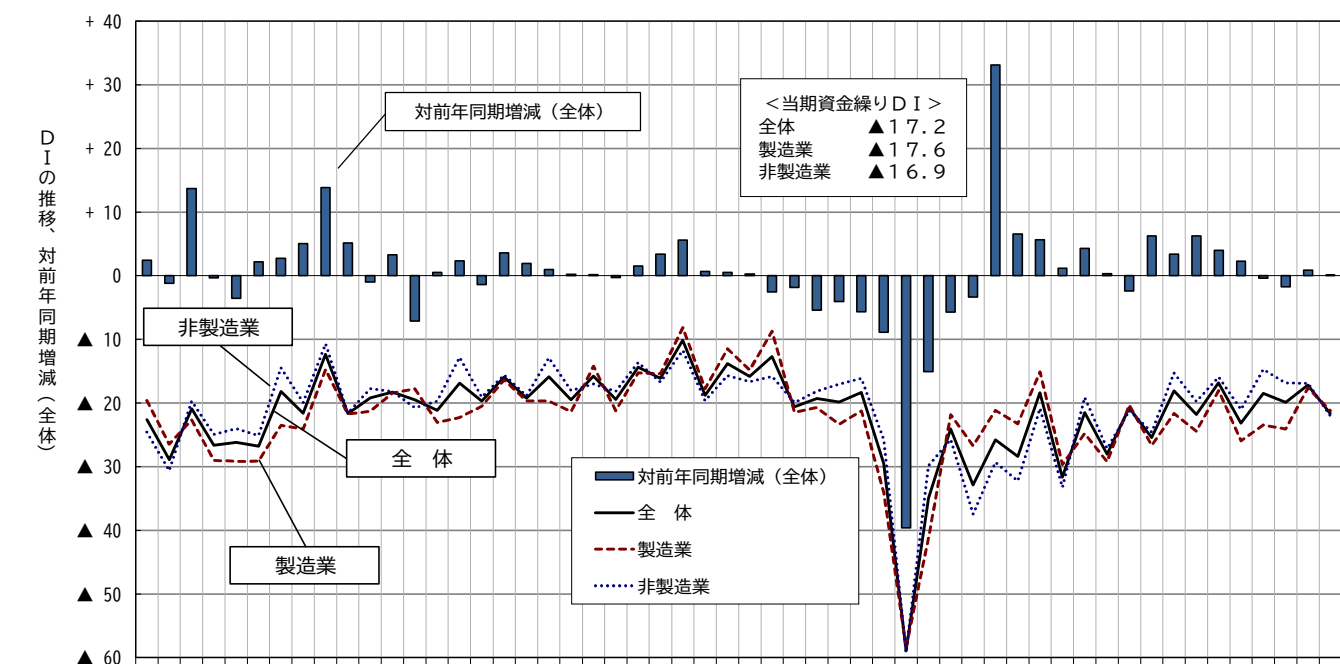
業種	R5. 10～12月期	R6. 1～3月期	R6. 4～6月期	R6. 7～9月期	R6. 10～12月期 (当期)	増減		R7. 1～3月期 (見通し)
						前期比	前年同期比	
全体	19.3	20.3	19.9	23.4	23.9	0.5	4.6	20.8
製造業	22.9	23.2	23.0	27.3	26.4	▲ 0.8	3.6	25.2
食料品製造	34.0	31.9	34.7	38.3	42.9	4.6	8.9	41.9
繊維工業	12.5	10.8	11.4	17.6	16.0	▲ 1.6	3.5	8.0
家具・装備品	16.7	3.7	11.5	21.4	14.8	▲ 6.6	▲ 1.9	3.8
パルプ・紙・紙加工品	12.5	21.7	18.5	20.5	18.4	▲ 2.1	5.9	12.2
印刷業	17.9	15.8	10.0	21.1	17.1	▲ 4.0	▲ 0.9	12.5
化学工業	24.4	30.2	33.3	34.0	40.9	6.9	16.5	46.5
プラスチック製品	27.1	24.5	17.0	27.8	22.7	▲ 5.1	▲ 4.4	17.8
鉄鋼業・非鉄金属	32.7	28.6	40.0	31.8	34.2	2.4	1.5	28.9
金属製品	31.3	22.4	15.3	25.0	31.1	6.1	▲ 0.2	27.8
電気機械器具	18.9	32.7	29.4	25.5	17.6	▲ 7.8	▲ 1.2	22.4
輸送用機械器具	34.6	29.2	34.8	44.0	44.2	0.2	9.6	38.1
一般機械器具	6.6	15.3	16.9	16.9	13.6	▲ 3.4	7.0	27.1
非製造業	16.6	18.1	17.7	20.7	22.0	1.3	5.4	17.5
建設業	12.2	12.7	14.1	18.1	15.6	▲ 2.5	3.4	14.3
総合工事業	11.8	22.0	19.6	20.0	20.0	0.0	8.2	14.6
職別工事業	7.7	5.8	9.8	11.5	14.9	3.4	7.2	10.6
設備工事業	17.0	10.4	13.0	22.9	12.5	▲ 10.4	▲ 4.5	17.8
卸売・小売業	14.4	17.5	14.6	14.3	20.7	6.4	6.3	16.4
(卸売業)	20.2	19.3	15.8	17.4	22.7	5.3	2.5	19.8
繊維・衣服等	15.0	23.1	10.0	15.0	19.0	4.0	4.0	17.6
飲食料品	19.2	32.1	20.7	32.3	24.1	▲ 8.1	4.9	30.0
建築材料、鉱物・金属材料等	25.8	14.3	18.8	16.7	32.0	15.3	6.2	20.0
機械器具	21.7	16.0	13.8	18.5	18.2	▲ 0.3	▲ 3.6	19.0
その他	16.7	12.0	13.0	0.0	18.2	18.2	1.5	8.7
(小売業)	9.5	15.8	13.5	11.4	18.9	7.5	9.4	13.3
織物・衣服・身の回り品	4.9	3.2	0.0	5.0	2.8	▲ 2.2	▲ 2.1	2.9
飲食料品	5.4	11.4	13.9	7.1	11.1	4.0	5.7	8.3
機械器具	13.3	28.6	16.7	21.9	37.0	15.2	23.7	25.9
その他	15.4	20.5	22.0	12.5	30.3	17.8	14.9	19.4
飲食店	21.4	14.3	16.7	23.8	21.4	▲ 2.4	0.0	16.7
情報サービス業	13.0	19.2	24.5	17.7	18.6	0.9	5.7	16.9
運輸業	31.6	30.8	40.7	38.6	39.5	0.9	8.0	34.9
不動産業	11.5	10.8	10.0	16.7	9.1	▲ 7.6	▲ 2.4	18.2
サービス業	20.9	22.4	19.0	29.1	30.7	1.6	9.9	17.4
専門サービス業	15.9	22.2	21.7	32.6	29.3	▲ 3.3	13.4	14.6
洗濯・理美容・浴場業	20.5	17.9	13.9	27.5	43.8	16.3	23.2	15.6
その他生活関連・娯楽業	27.8	30.8	21.6	34.1	25.0	▲ 9.1	▲ 2.8	16.7
その他の事業サービス業	20.5	18.4	17.6	21.1	25.8	4.8	5.4	24.1

〔売上げD Iの推移（平成23年7月～）〕



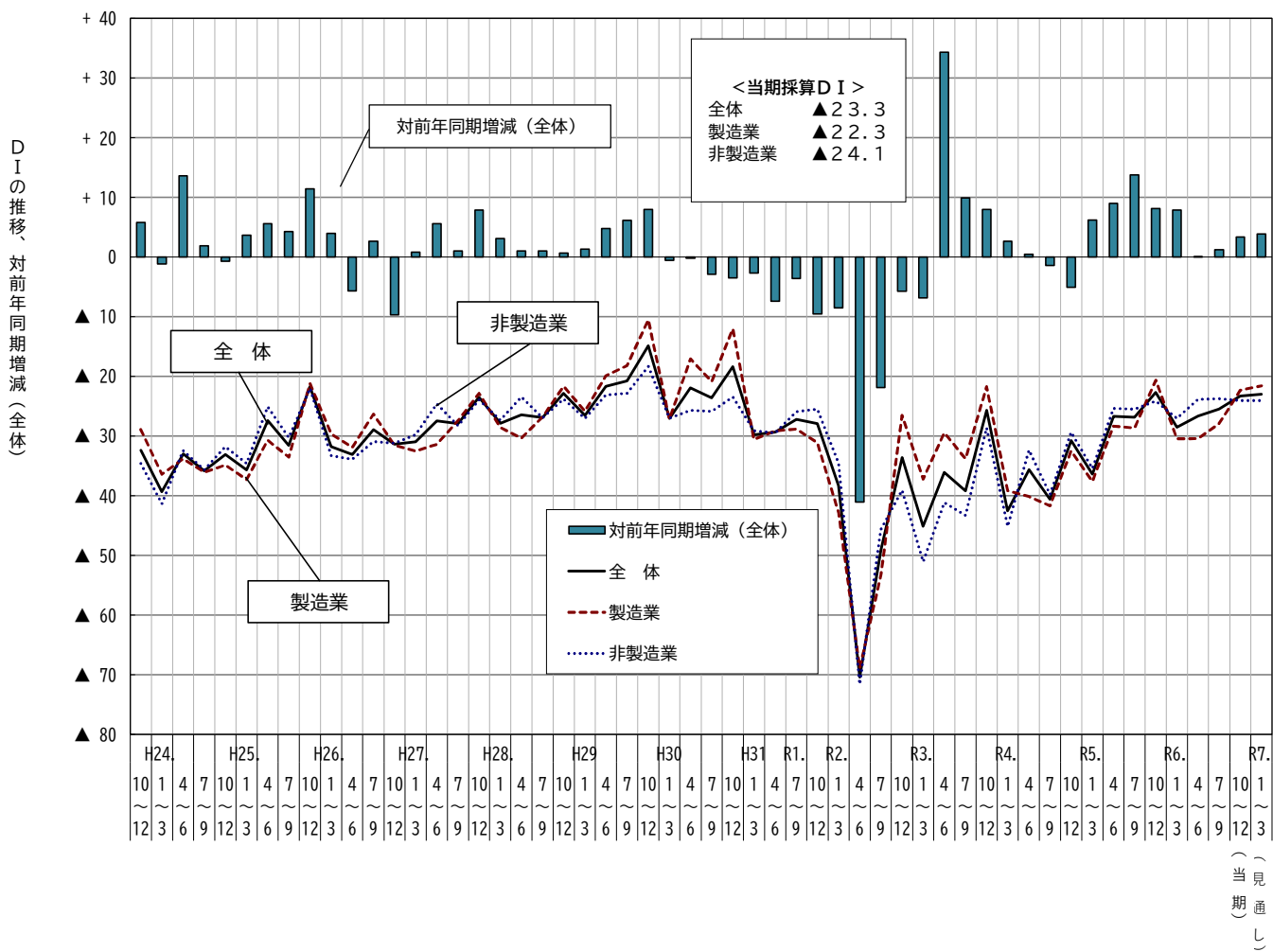
（見通し）

〔資金繰りD Iの推移（平成23年7月～）〕



（見通し）

〔採算D Iの推移（平成23年7月～）〕



VI 参考 アンケート調査票

お持ち

事務局使用権 調査コード 202412 管理番号 11 11111 11 回答コード 01

問4 貴社の来1～3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 (以下設問C及びDへ) 実施しない (問5へ)

→ **C** 実施する内容 土地 建物 (工場・店舗等を含む)
(複数回答可) 生産・販売設備 (建設機械を含む) 情報化機器
 車両・運搬具 その他 ()

→ **D** 設備投資の目的は 更新・維持・補修 生産・販売能力の拡大 合理化・省力化
(複数回答可) 研究・開発 設備保全対策 他社 (他国) との差別化
 多角化 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聞かせてください

(1) 今10～12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1～3月期の景気見通しは 良い方向に向かう どちらともいえない 悪い方向に向かう

問6 取引先金融機関の貸出姿勢についてお聞きます

(1) 現在の取引先金融機関の貸出姿勢は、1年前と比較していかがですか

緩やかになった (設問Eへ) ほとんど変わらない 厳しくなった (設問Fへ)

<p>→ E 緩やかになった と思う理由 <small>(複数回答可)</small></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td><input type="checkbox"/> 新規貸出しの積極化</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/> 金利の引下げ</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/> 担保・保証条件の緩和</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/> 返済期間の短縮</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/> その他 ()</td></tr> </table>	<input type="checkbox"/> 新規貸出しの積極化	<input type="checkbox"/> 金利の引下げ	<input type="checkbox"/> 担保・保証条件の緩和	<input type="checkbox"/> 返済期間の短縮	<input type="checkbox"/> その他 ()	<p>→ F 厳しくなった と思う理由 <small>(複数回答可)</small></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td><input type="checkbox"/> 新規貸出しの積極化</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/> 金利の引上げ</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/> 担保額の増額</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/> 担保・保証条件の厳格化</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/> 審査期間の長期化</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/> 条件変更(リスト)申付の拒否</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/> その他 ()</td></tr> </table>	<input type="checkbox"/> 新規貸出しの積極化	<input type="checkbox"/> 金利の引上げ	<input type="checkbox"/> 担保額の増額	<input type="checkbox"/> 担保・保証条件の厳格化	<input type="checkbox"/> 審査期間の長期化	<input type="checkbox"/> 条件変更(リスト)申付の拒否	<input type="checkbox"/> その他 ()
<input type="checkbox"/> 新規貸出しの積極化													
<input type="checkbox"/> 金利の引下げ													
<input type="checkbox"/> 担保・保証条件の緩和													
<input type="checkbox"/> 返済期間の短縮													
<input type="checkbox"/> その他 ()													
<input type="checkbox"/> 新規貸出しの積極化													
<input type="checkbox"/> 金利の引上げ													
<input type="checkbox"/> 担保額の増額													
<input type="checkbox"/> 担保・保証条件の厳格化													
<input type="checkbox"/> 審査期間の長期化													
<input type="checkbox"/> 条件変更(リスト)申付の拒否													
<input type="checkbox"/> その他 ()													

問1 貴社の今10～12月期の経営実績 (見込み) は、前7～9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

お問い合わせ

回答期限は5時を過ぎますので、早の裏(8時前)まで、メールで返していただくようお願いいたします。

ご不明な点やお問い合わせの受付状況については、お問い合わせの受付状況をご覧ください。

問2 貴社の来1～3月期の経営見通しは、今10～12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10～12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 (以下設問A及びBへ) 実施しなかった (問4へ)

▶ **A** 実施した内容 土地 建物 (工場・店舗等を含む)
(複数回答可) 生産・販売設備 (建設機械を含む) 情報化機器
 車両・運搬具 その他 ()

▶ **B** 設備投資の目的は 更新・維持・補修 生産・販売能力の拡大 合理化・省力化
(複数回答可) 研究・開発 設備保全対策 他社 (他国) との差別化
 多角化 その他 ()

うらへ

埼玉県四半期経営動向調査（令和6年10～12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。

調査の回答は電子回答が便利です！

(電子回答のメリット) お持ちのスマホやタブレットで手軽に回答でき、ポストへの投函が不要です。

電子回答される企業が増えています！

約13% (令和3年度)

専用サイトの二次元コード

このスマホやタブレット上のカメラで専用サイトをサイトにリンクします。ご回答には「匿名希望」の入力が必須です。

ラら

埼玉県四半期経営動向調査（令和6年10～12月期調査）

事務局使用欄 調査コード 202412 管理番号 11 11111 11 回答コード 01

(2) 金融機関に期待することは何か（複数回答可）

<input type="checkbox"/> 安定した資金供給	<input type="checkbox"/> 金利の優遇	<input type="checkbox"/> 担保・保証条件の柔軟な対応
<input type="checkbox"/> 経営改善についての助言	<input type="checkbox"/> 事業計画策定についての助言	<input type="checkbox"/> 既存債務の条件変更
<input type="checkbox"/> 相対金申請の支援	<input type="checkbox"/> 取引先の紹介、販路開拓支援	<input type="checkbox"/> 事業承継支援
<input type="checkbox"/> 経営に役立つ情報の提供	<input type="checkbox"/> 価格転嫁に関するアドバイス	<input type="checkbox"/> 特になし
<input type="checkbox"/> その他（ ）		

問7 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お聞きします

※ 顧客、取引先等からの著しい迷惑行為（暴行、脅迫、ひどい暴言、著しく不当な要求等）

(1) ここ数年（3年程度）で、貴社においてカスタマーハラスメントの被害が発生しましたか

発生した（設問G及びHへ） 発生していない 分からない、把握していません

<input type="checkbox"/> カスハラ行為の 具体的な内容は	<input type="checkbox"/> 身体的な攻撃（暴行等）	<input type="checkbox"/> 精神的な攻撃（脅迫、上下関係の要求等）
複数回答可	<input type="checkbox"/> 威圧的な言動（大声で責める等）	<input type="checkbox"/> 継続的な、軽微な言動（軽微なクレーム等）
	<input type="checkbox"/> 拘束的な言動（居残り等）	<input type="checkbox"/> 業務内容と関係のない言動（性別や容姿への侮辱等）
	<input type="checkbox"/> 著しく不当な要求（代金の支払い拒否、迷惑料としての現金の要求等）	
<input type="checkbox"/> その他（ ）		

<input type="checkbox"/> カスハラ行為に よる貴社への影響は	<input type="checkbox"/> 行為を受けた従業員の心身に影響があった（通病、休業等）
複数回答可	<input type="checkbox"/> 行為を受けた従業員が離職した
	<input type="checkbox"/> 金銭的損失が生じた（代替品の提供等）
	<input type="checkbox"/> 通常業務に支障が出た（対応に著しい手間がかかった等）
	<input type="checkbox"/> 行為を受けた従業員のモチベーションが低下した
	<input type="checkbox"/> 社内に影響は生じていない、把握していません
<input type="checkbox"/> その他（ ）	

(2) カスタマーハラスメント対策の実施状況

会社全体で対策を講じている（設問Jへ） 現場において対策を講じている
 対策を講じていない（設問Jへ） 対策を検討している 分からない、把握していない

<input type="checkbox"/> 具体的な対策は	<input type="checkbox"/> 相談体制の整備	<input type="checkbox"/> 被害者へのメンタルヘルスケアの実施
複数回答可	<input type="checkbox"/> マニュアルの整備	<input type="checkbox"/> 社員研修、セミナーの実施
	<input type="checkbox"/> 社会的な意思表示	<input type="checkbox"/> その他（ ）

<input type="checkbox"/> J対策を講じて いない理由は	<input type="checkbox"/> 自社で起きている事象がハラスメントに該当するかどうかの判断が難しい
複数回答可	<input type="checkbox"/> 対策を講じるためのノウハウがない
	<input type="checkbox"/> 対応するための適切な人材が社内にはいない
	<input type="checkbox"/> どこに相談すればよいかわからない
<input type="checkbox"/> その他（ ）	

(3) カスタマーハラスメント被害の防止に向けて行政に期待する支援（複数回答可）

<input type="checkbox"/> 対策に関する情報発信	<input type="checkbox"/> 企業向けガイドラインの整備
<input type="checkbox"/> 対策に関する研修やセミナー等の開催	<input type="checkbox"/> 対策を講じるために必要な費用の助成
<input type="checkbox"/> 相談窓口の整備	<input type="checkbox"/> 専門家によるアドバイス
<input type="checkbox"/> 顧客・取引先等への啓発（消費者の理解促進等）	<input type="checkbox"/> カスハラ防止に向けた社会的気運の醸成
<input type="checkbox"/> その他（ ）	

問8 貴社の従業員数（常時雇用する者の数）を教えてください

<input type="checkbox"/> 1～5人	<input type="checkbox"/> 6～20人	<input type="checkbox"/> 21～50人	<input type="checkbox"/> 51人以上
-------------------------------	--------------------------------	---------------------------------	--------------------------------

※ 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） 希望しない
「希望する」を選択した場合は、お名前とメールアドレスを必ずお送りください。

※ 本調査に関するお問い合わせ先 埼玉県産業労働政策課企画課担当
 (電話) 048-830-3723 (メール) a3710-10@pref.saitama.lg.jp

御協力いただき誠にありがとうございます。

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 売 業	繊維・衣服等	繊維・衣服等卸売業(51)
		飲食料品	飲食料品卸売業(52)
		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)
		機械器具	機械器具卸売業(54)
		その他	その他の卸売業(55)
	小 売 業	織物・衣服・身の回り品	織物・衣服・身の回り品小売業(57)
		飲食料品	飲食料品小売業(58)
		機械器具	機械器具小売業(59)
		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	専門サービス業(72)
		洗濯・理美容・浴場業	洗濯・理容・美容・浴場業(78)
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)	
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6年10～12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