



埼玉県のマスコット  
さいたまっちょ コッパン

# 埼玉県四半期経営動向調査

(令和6年1～3月期)

## 県内中小企業の景況感

県内中小企業の景況感は、持ち直しの動きがみられる。先行きについては改善の動きがみられるものの、一部に不透明感がみられる。

### 特別調査

価格転嫁について  
最低賃金の引上げについて  
サーキュラーエコノミーについて  
支援情報の取得手段について

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1～3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、1,319社からご回答いただきました。

(回答率 60.0%)

令和6年3月29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。

また、調査結果は、市町村や商工会議所、商工会をはじめとする関係諸機関にも広く提供するとともに、県ホームページでも公表しており、各々の機関で幅広く活用いただいております。

## 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、調査月の翌月中旬に公表します。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1～3月(調査日:令和6年3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
		企業数	企業数	%
アンケート調査	製造業	960	574	59.8
	非製造業	1,240	745	60.1
	計	2,200	1,319	60.0
ヒアリング調査	製造業	24		
	小売業	9		
	サービス業	1		
	情報サービス業	3		
	建設業	3		
	計	40		

※ 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(1,319件)とは一致しない。

# 目次

## I 調査結果概要

県内中小企業の経営状況	1
-------------	---

## II アンケート調査からみた経営動向

1 経営者の景況感と来期の見通しについて	4
2 売上げについて	7
3 資金繰りについて	8
4 採算について	9
5 設備投資について	10

## III ヒアリング調査からみた企業の声

## IV 特別調査

調査結果概要	23
1 価格転嫁について	
(1) 価格交渉（相談）の実施状況	24
(2) 1年前（令和5年3月頃）と比べた価格交渉（相談）のしやすさ	26
(3) 価格転嫁の実施状況	27
(4) 価格転嫁が十分にできていない理由	29
(5) 行政に期待する支援	30
(6) 「パートナーシップ構築宣言」の登録状況	31
2 最低賃金の引上げについて	
(1) 今回の最低賃金引上げに伴う自社における賃金の引上げ状況	32
(2) 最低賃金引上げによる人件費上昇への対応策	33
(3) 最低賃金引上げによる経営への影響	34
(4) 必要な行政支援	35
3 サークュラーエコノミーについて	
(1) サークュラーエコノミーの認知度	36
(2) サークュラーエコノミーへの取組状況	36
(3) 取り組んでいる内容又は関心がある内容	37
(4) 再生材・再生可能素材の活用への課題	38
4 支援情報の取得手段について	
(1) 支援情報の取得手段	39
特別調査結果一覧	40

## 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	43
---------------------------------	----

## 参 考

アンケート調査票	49
アンケート調査対象業種	51

# 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、持ち直しの動きがみられる。  
先行きについては改善の動きがみられるものの、一部に不透明感がみられる。

- 経営者の景況感DIは、▲41.0と、前期比で0.9ポイント増加し、3期ぶりに改善した。業種別では、製造業は2期ぶりに悪化し、非製造業は2期ぶりに改善した。
- 景況感の先行きDIは▲11.9と、前回調査比で5.8ポイント増加し、2期ぶりに改善した。
- 売上げDI、資金繰りDI及び採算DIは2期ぶりに悪化した。
- 設備投資の実施率は20.3%で、2期ぶりに増加した。
- 来期については、売上げDI、資金繰りDI及び採算DIは当期DIより改善する見通しである。また、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5年10～12月期、「当期」：令和6年1～3月期、「来期(先行き)」：令和6年4～6月期

## 1 経営者の景況感と来期の見通しについて

自社業界の景況感DIは▲41.0となり、3期ぶりに改善した。前期比で0.9ポイント増加し、前年同期比では6.1ポイント増加した。

業種別にみると、製造業(▲46.9)は2期ぶりに悪化し、非製造業(▲36.4)は2期ぶりに改善した。

### <景況感DIの推移>

	当期 (R6.1-3)	前期 (R5.10-12)	前年同期 (R5.1-3)
全体	▲41.0	▲41.9	▲47.1
製造業	▲46.9	▲44.6	▲49.3
非製造業	▲36.4	▲40.0	▲45.4

先行きについては、「良い方向に向かう」とみる企業は9.5%（前回調査(R5.10-12月)比+2.4）、「悪い方向に向かう」とみる企業は21.4%（前回調査比▲3.4）だった。

先行きDIは▲11.9（前回調査比+5.8）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 (R6.4-6)
全体	9.5%	21.4%	▲11.9
製造業	9.5%	21.7%	▲12.1
非製造業	9.5%	21.2%	▲11.7

## 2 売上げについて

売上げD Iは▲25.8（前期比▲18.1）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、非製造業ともに2期ぶりに悪化した。

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 (R6.1-3)	前期 (R5.10-12)	前年同期 (R5.1-3)	来期見通し (R6.4-6)
全体	▲25.8	▲7.6	▲27.0	▲8.9
製造業	▲28.1	▲8.4	▲29.3	▲8.6
非製造業	▲24.0	▲7.0	▲25.3	▲9.1

## 3 資金繰りについて

資金繰りD Iは▲23.2（前期比▲6.4）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、非製造業ともに2期ぶりに悪化した。

来期については、製造業、非製造業ともに当期の資金繰りD Iより改善する見通しである。

### ＜資金繰りD Iの推移＞

	当期 (R6.1-3)	前期 (R5.10-12)	前年同期 (R5.1-3)	来期見通し (R6.4-6)
全体	▲23.2	▲16.8	▲25.5	▲13.5
製造業	▲26.0	▲18.0	▲26.6	▲15.7
非製造業	▲21.0	▲15.9	▲24.6	▲11.8

## 4 採算について

採算D Iは▲28.5（前期比▲5.9）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、非製造業ともに2期ぶりに悪化した。

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 (R6.1-3)	前期 (R5.10-12)	前年同期 (R5.1-3)	来期見通し (R6.4-6)
全体	▲28.5	▲22.7	▲36.4	▲16.1
製造業	▲30.5	▲20.6	▲37.6	▲18.3
非製造業	▲27.1	▲24.2	▲35.5	▲14.4

## 5 設備投資について

実施率は20.3%となり、2期ぶりに増加した。来期は減少する見通し。

業種別にみると、製造業は3期ぶりに増加し、非製造業は2期ぶりに増加した。

来期については、製造業、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 (R6.1-3)	前 期 (R5.10-12)	前年同期 (R5.1-3)	来期見通し (R6.4-6)
全 体	20.3%	19.3%	20.8%	19.6%
製 造 業	23.2%	22.9%	24.5%	22.8%
非製造業	18.1%	16.6%	18.0%	17.1%

## 6 ヒアリング調査の概況（詳しくはP13以降を御覧ください）

### 【現在の景況感】

- （一般機械器具）・自動車関連をはじめ設備投資の動きが低調であり、不況である。
- （輸送用機械器具）・自動車関連の受注が弱含む一方、新しい分野の受注が堅調。景況感は普通である。
- （プラスチック製品）・業界全体の景況感は良くないが、自社は大手を中心に引き合いが堅調で好況である。
- （食料品製造）・売上は堅調だが原材料や人件費の上昇分を賄えていない。景況感は普通である。
- （金 属 製 品）・産業用機械や医療機器の受注が落ち込んでおり、不況である。
- （百 貨 店）・外商を中心に高額商品の売れ行きが堅調であり、好況である。
- （スーパー）・果ごもり消費の特需が無くなった中でも売上げが増加しており、好況である。
- （建 設 業）・景況感は普通だが、資材などコストの上昇で採算の確保が難しくなってきている。

### 【売上げ・採算】

- （鉄 鉄 鋳 物）・受注が低調な中、価格転嫁も十分でなく、採算性は悪くなった。
- （金 属 製 品）・空調や現金処理機の関連する受注が堅調であり、売上高は増えた。
- （食料品製造）・大手外食チェーンやコンビニでの商品取り扱いが拡大し、売上高は増えた。
- （印 刷 業）・価格転嫁により受注単価は上がったが受注量が減少し、全体の採算性は悪くなった。
- （スーパー）・改装店での生鮮品や総菜の販売が好調で、採算性は良くなった。
- （情報サービス業）・自治体情報システムの標準化についての受注が堅調であり、売上高は増えた。

### 【今後の見通し】

- （一般機械器具）・半導体市況はまだ底を打ってない。回復は今年の後半以降になるのではないかと。
- （輸送用機械器具）・大手自動車メーカーから4月以降減産するとの話が来ており、受注は減少する見込み。
- （食料品製造）・原材料費や人件費に加え、物流費も上昇する見込みであり、先行きは不透明である。
- （印 刷 業）・ペーパーレス化の流れは今後も続くため、悪い方向に向かうとみている。
- （商 店 街）・観光客が増えてきており、良い方向に向かうとみている。
- （旅 行 業）・引き続き各団体（企業、学校等）からの問い合わせが多く、良い方向に向かうとみている。
- （建 設 業）・建築コストの上昇と人手不足により、設備投資計画の遅れが懸念される。

## Ⅱ 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

#### 現在の景況感

自社業界の景況感について「好況である」とみる企業は4.6%、「不況である」とみる企業は45.6%で、景況感DI（「好況である」－「不況である」企業の割合）は▲41.0となった。前期（▲41.9）から0.9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4.0%、「不況である」とみる企業は51.0%で、景況感DIは▲46.9となった。前期（▲44.6）から2.4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、「繊維工業」「家具・装備品」「印刷業」「プラスチック製品」「鉄鋼業・非鉄金属」が前期から改善し、それ以外の7業種は前期から悪化した。特に、「食料品製造」は前期比で12.2ポイント減少した。

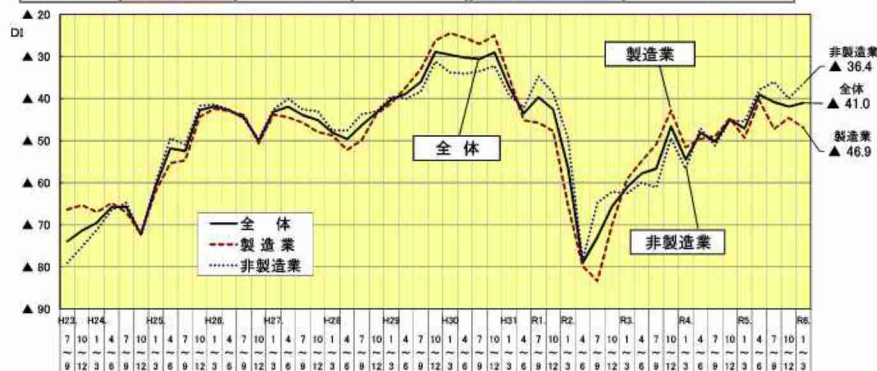
##### ○非製造業

「好況である」とみる企業は5.0%、「不況である」とみる企業は41.4%で、景況感DIは▲36.4となった。前期（▲40.0）から3.6ポイント増加し、2期ぶりに改善した。

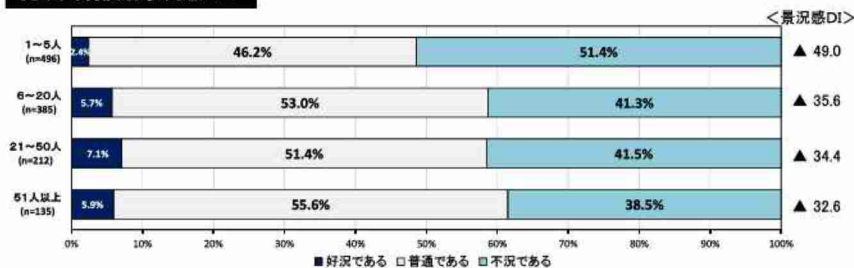
業種別にDI値をみると、7業種中、「卸売・小売業」「サービス業」が前期から悪化し、それ以外の5業種は前期から改善した。特に、「飲食店」は前期比で28.6ポイント増加し、前年同期比でも31.7ポイント増加した。

#### 景況感DIの推移

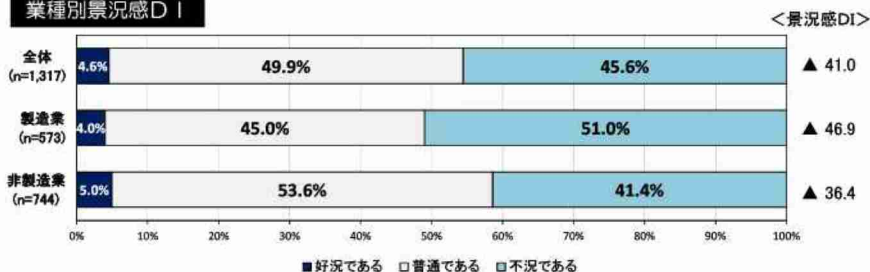
	当期DI (R6.1-3)	前期比 (R5.10-12)	前年同期比 (R5.1-3)	来期見通しDI (R6.4-6の見通し)	前期比[前回調査] (R6.1-3の見通し)
全体	▲41.0	+0.9	+6.1	▲11.9	+5.8
製造業	▲46.9	▲2.4	+2.4	▲12.1	+6.0
非製造業	▲36.4	+3.6	+9.0	▲11.7	+5.6



## 従業員規模別景況感D I



## 業種別景況感D I



## 来期（令和6年4～6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9.5%（前回調査(R5.10-12月)比+2.4ポイント）、「悪い方向に向かう」とみる企業は21.4%（前回調査比▲3.4ポイント）だった。先行きD Iは▲11.9（前回調査比+5.8ポイント）と、2期ぶりに改善した。

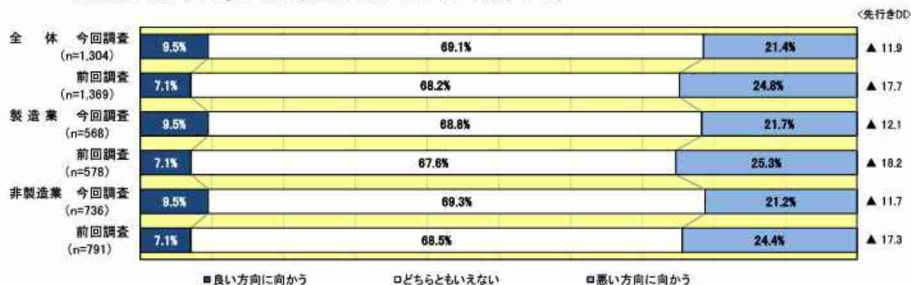
### <業種別>

○製造業 先行きD I ▲12.1（前回調査比+6.0）

「良い方向に向かう」とみる企業は9.5%、「悪い方向に向かう」とみる企業は21.7%で、「悪い方向に向かう」が前回調査より3.6ポイント減少した。

○非製造業 先行きD I ▲11.7（前回調査比+5.6）

「良い方向に向かう」とみる企業は9.5%、「悪い方向に向かう」とみる企業は21.2%で、「悪い方向に向かう」が前回調査より3.2ポイント減少した。





## 景況感DIの推移

単位：DI

業種	R5.1~3月期	R5.4~6月期	R5.7~9月期	R5.10~12月期	R6.1~3月期(当期)	増減		R6.4~6月期(見通し)
						前期比	前年同期比	
全体	▲ 47.1	▲ 39.0	▲ 40.8	▲ 41.9	▲ 41.0	0.9	6.1	▲ 11.9
製造業	▲ 49.3	▲ 40.5	▲ 47.3	▲ 44.6	▲ 46.9	▲ 2.4	2.4	▲ 12.1
食料品製造	▲ 53.8	▲ 15.1	▲ 27.1	▲ 24.5	▲ 36.7	▲ 12.2	17.1	▲ 4.3
繊維工業	▲ 72.7	▲ 69.4	▲ 73.5	▲ 67.7	▲ 56.8	11.0	16.0	▲ 21.6
家具・装備品	▲ 43.8	▲ 63.3	▲ 65.4	▲ 46.7	▲ 29.6	17.0	14.1	▲ 11.5
パルプ・紙・紙加工品	▲ 64.0	▲ 51.1	▲ 55.1	▲ 62.5	▲ 73.9	▲ 11.4	▲ 9.9	▲ 23.9
印刷業	▲ 74.4	▲ 48.9	▲ 62.5	▲ 53.7	▲ 44.7	8.9	29.6	▲ 26.3
化学工業	▲ 50.0	▲ 25.6	▲ 41.9	▲ 26.8	▲ 27.9	▲ 1.1	22.1	4.7
プラスチック製品	▲ 49.0	▲ 49.0	▲ 49.0	▲ 53.1	▲ 49.0	4.0	0.0	▲ 18.0
鉄鋼業・非鉄金属	▲ 50.8	▲ 43.6	▲ 56.6	▲ 61.5	▲ 54.0	7.5	▲ 3.2	▲ 8.0
金属製品	▲ 33.8	▲ 35.9	▲ 34.9	▲ 41.3	▲ 52.2	▲ 11.0	▲ 18.4	▲ 3.0
電気機械器具	▲ 35.7	▲ 31.1	▲ 35.9	▲ 28.3	▲ 38.2	▲ 9.9	▲ 2.5	▲ 9.3
輸送用機械器具	▲ 37.7	▲ 24.6	▲ 35.8	▲ 38.5	▲ 40.0	▲ 1.5	▲ 2.3	▲ 12.0
一般機械器具	▲ 45.9	▲ 49.2	▲ 53.3	▲ 40.0	▲ 51.7	▲ 11.7	▲ 5.8	▲ 18.3
非製造業	▲ 45.4	▲ 37.9	▲ 36.0	▲ 40.0	▲ 36.4	3.6	9.0	▲ 11.7
建設業	▲ 39.4	▲ 42.6	▲ 31.2	▲ 31.6	▲ 25.7	6.0	13.7	▲ 16.7
総合工事業	▲ 45.1	▲ 44.4	▲ 32.7	▲ 34.6	▲ 30.0	4.6	15.1	▲ 20.4
職別工事業	▲ 46.3	▲ 46.7	▲ 39.6	▲ 35.8	▲ 26.9	8.9	19.4	▲ 17.3
設備工事業	▲ 26.0	▲ 36.7	▲ 22.8	▲ 24.5	▲ 20.0	4.5	6.0	▲ 12.2
卸売・小売業	▲ 52.0	▲ 48.7	▲ 45.6	▲ 50.0	▲ 52.6	▲ 2.6	▲ 0.6	▲ 21.0
(卸売業)	▲ 43.1	▲ 40.3	▲ 34.1	▲ 43.5	▲ 45.0	▲ 1.5	▲ 1.9	▲ 14.2
繊維・衣服等	▲ 52.4	▲ 64.7	▲ 25.0	▲ 55.0	▲ 21.4	33.6	31.0	▲ 21.4
飲食料品	▲ 63.3	▲ 26.9	▲ 25.0	▲ 42.3	▲ 46.4	▲ 4.1	16.9	▲ 17.9
建築材料・鉱物・金属材料等	▲ 41.9	▲ 29.0	▲ 34.4	▲ 25.8	▲ 39.3	▲ 13.5	2.6	▲ 28.6
機械器具	▲ 18.2	▲ 29.2	▲ 31.8	▲ 34.8	▲ 52.0	▲ 17.2	▲ 33.8	0.0
その他	▲ 34.6	▲ 61.5	▲ 54.2	▲ 66.7	▲ 56.0	10.7	▲ 21.4	▲ 4.0
(小売業)	▲ 60.1	▲ 55.8	▲ 55.6	▲ 55.4	▲ 59.4	▲ 4.0	0.7	▲ 27.3
繊維・衣服・身の回り品	▲ 74.3	▲ 63.2	▲ 73.0	▲ 71.4	▲ 71.0	0.5	3.3	▲ 29.0
飲食料品	▲ 52.6	▲ 44.4	▲ 52.6	▲ 43.2	▲ 64.7	▲ 21.5	▲ 12.1	▲ 35.3
機械器具	▲ 55.0	▲ 50.0	▲ 51.5	▲ 38.7	▲ 55.2	▲ 16.5	▲ 0.2	▲ 17.9
その他	▲ 60.0	▲ 63.4	▲ 44.4	▲ 63.2	▲ 48.7	14.4	11.3	▲ 25.6
飲食店	▲ 45.9	▲ 31.7	▲ 37.1	▲ 42.9	▲ 14.3	28.6	31.7	8.8
情報サービス業	▲ 21.6	▲ 9.8	▲ 13.8	▲ 16.7	▲ 7.7	9.0	13.9	9.6
運輸業	▲ 48.3	▲ 39.6	▲ 53.8	▲ 49.1	▲ 42.3	6.8	6.0	▲ 21.6
不動産業	▲ 33.3	▲ 32.7	▲ 30.2	▲ 47.2	▲ 26.3	20.9	7.0	▲ 10.8
サービス業	▲ 50.3	▲ 26.8	▲ 28.4	▲ 32.7	▲ 35.8	▲ 3.1	14.5	▲ 0.6
専門サービス業	▲ 34.1	▲ 23.4	▲ 14.0	▲ 29.5	▲ 20.0	9.5	14.1	2.3
洗濯・理美容・浴場業	▲ 75.6	▲ 52.8	▲ 51.4	▲ 59.0	▲ 53.8	5.1	21.7	▲ 17.9
その他生活関連・娯楽業	▲ 50.0	▲ 16.2	▲ 36.1	▲ 25.7	▲ 41.0	▲ 15.3	9.0	21.1
その他の事業サービス業	▲ 40.5	▲ 16.2	▲ 19.5	▲ 18.2	▲ 30.8	▲ 12.6	9.7	▲ 7.7

## 2 売上げについて

### 当期（令和6年1～3月期）の状況

前期と比べ、売上げが「増加した」企業は14.6%、「減少した」企業は40.4%で、売上げDI（「増加した」－「減少した」企業の割合）は▲25.8となった。

前期（▲7.6）から18.1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」企業は15.8%、「減少した」企業は43.9%で、売上げDIは▲28.1となった。前期（▲8.4）から19.6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」「一般機械器具」の2業種が前期から改善し、それ以外の10業種は前期から悪化した。特に、「パルプ・紙・紙加工品」は前期比で51.0ポイント減少し、前年同期比でも25.4ポイント減少した。

##### ○非製造業

売上げが「増加した」企業は13.7%、「減少した」企業は37.7%で、売上げDIは▲24.0となった。前期（▲7.0）から17.0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、7業種中、「不動産業」が前期から改善し、それ以外の6業種は前期から悪化した。特に、「運輸業」は前期比で25.8ポイント減少し、前年同期比でも3.6ポイント減少した。

#### <売上げ実績>

	増えた	変わらない	減った	DI	前期比	前年同期比
全体	14.6%	45.0%	40.4%	▲25.8	▲18.1	+1.3
製造業	15.8%	40.4%	43.9%	▲28.1	▲19.6	+1.2
非製造業	13.7%	48.5%	37.7%	▲24.0	▲17.0	+1.3

### 来期（令和6年4～6月期）の見通し

先行きについて、売上げが「増加する」見通しの企業は18.9%、

「減少する」見通しの企業は27.8%であった。

当期の売上げDI（▲25.8）と比べて、来期DIは▲8.9（当期比+16.9）と改善する見通しである。

#### <業種別>

製造業の来期の売上DIは▲8.6（当期比+19.5）と改善する見通しである。

非製造業の来期の売上DIは▲9.1（当期比+14.9）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（P43）を御覧ください。

### 3 資金繰りについて

#### 当期（令和6年1～3月期）の状況

前期と比べ、資金繰りが「良くなった」企業は5.5%、「悪くなった」企業は28.7%で、資金繰りDI（「良くなった」－「悪くなった」企業の割合）は▲23.2となった。  
前期（▲16.8）から6.4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」企業は5.1%、「悪くなった」企業は31.0%で、資金繰りDIは▲26.0となった。前期（▲18.0）から7.9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、「食料品製造」「繊維工業」「家具・装備品」「印刷業」「一般機械器具」の5業種が前期から改善し、それ以外の7業種は前期から悪化した。特に、「パルプ・紙・紙加工品」は前期比で38.4ポイント減少し、前年同期比でも11.1ポイント減少した。

##### ○非製造業

資金繰りが「良くなった」企業は5.8%、「悪くなった」企業は26.8%で、資金繰りDIは▲21.0となった。前期（▲15.9）から5.1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、7業種中、「飲食店」「運輸業」「不動産業」の3業種が前期から改善し、それ以外の4業種は前期から悪化した。特に、「情報サービス業」は前期比で13.4ポイント減少した。

#### <資金繰り実績>

	良くなった	変わらない	悪くなった	DI	前期比	前年同期比
全体	5.5%	65.9%	28.7%	▲23.2	▲6.4	+2.3
製造業	5.1%	63.9%	31.0%	▲26.0	▲7.9	+0.7
非製造業	5.8%	67.4%	26.8%	▲21.0	▲5.1	+3.6

#### 来期（令和6年4～6月期）の見通し

先行きについて、資金繰りが「良くなる」見通しの企業は9.4%、「悪くなる」見通しの企業は22.9%であった。

当期の資金繰りDI（▲23.2）と比べて、来期DIは▲13.5（当期比+9.6）と改善する見通しである。

#### <業種別>

製造業の来期の資金繰りDIは▲15.7（当期比+10.2）と改善する見通しである。

非製造業の来期の資金繰りDIは▲11.8（当期比+9.2）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（P44）を御覧ください。

## 4 採算について

### 当期（令和6年1～3月期）の状況

前期と比べ、採算が「良くなった」企業は8.1%、「悪くなった」企業は36.7%で、採算DI（「良くなった」－「悪くなった」企業の割合）は▲28.5となった。  
前期（▲22.7）から5.9ポイント減少し、2期ぶりに悪化した。

#### <業種別>

##### ○製造業

採算が「良くなった」企業は9.3%、「悪くなった」企業は39.8%で、採算DIは▲30.5となった。前期（▲20.6）から9.8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、「食料品製造」「家具・装備品」「一般機械器具」の3業種が前期から改善し、それ以外の9業種は悪化した。特に、「パルプ・紙・紙加工品」は前期比で25.5ポイント減少し、前年同期比でも7.1ポイント減少した。

##### ○非製造業

採算が「良くなった」企業は7.2%、「悪くなった」企業は34.3%で、採算DIは▲27.1となった。前期（▲24.2）から2.9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、7業種中、「卸売・小売業」「情報サービス業」「サービス業」の3業種が前期から悪化し、それ以外の4業種は改善した。特に、「飲食店」は前期比で11.7ポイント増加し、前年同期比でも38.8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	8.1%	55.2%	36.7%	▲28.5	▲5.9	+7.8
製造業	9.3%	50.9%	39.8%	▲30.5	▲9.8	+7.2
非製造業	7.2%	58.5%	34.3%	▲27.1	▲2.9	+8.4

### 来期（令和6年4～6月期）の見通し

先行きについて、採算が「良くなる」見通しの企業は11.9%、「悪くなる」見通しの企業は28.0%であった。  
当期の採算DI（▲28.5）と比べて、来期DIは▲16.1（当期比+12.4）と改善する見通しである。

#### <業種別>

製造業の来期の採算DIは▲18.3（当期比+12.2）と改善する見通しである。

非製造業の来期の採算DIは▲14.4（当期比+12.6）と改善する見通しである。

（注）全業種の集計結果とDIの推移は付表（P45）を御覧ください。

## 5 設備投資について

### 当期（令和6年1～3月期）の状況

当期に設備投資を実施した企業は20.3%で、前期（19.3%）から1.1ポイント増加し、2期ぶりに増加した。内容をみると、「生産・販売設備（建設機械を含む）」が49.3%で最も高く、「車輛・運搬具」が29.4%、「情報化機器」が22.4%と続いている。目的では、「更新・維持・補修」が65.3%で最も高く、「生産・販売能力の拡大」が32.8%、「合理化・省力化」が22.0%と続いている。

〈業種別〉 （注）設備投資実施率と設備投資の内容・目的の詳細はP11、P12を御覧ください。

#### ○製造業

設備投資を実施した企業は23.2%で、前期（22.9%）から0.3ポイント増加し、3期ぶりに増加した。また、前年同期（24.5%）から1.4ポイント減少した。

業種別にみると、12業種中、「パルプ・紙・紙加工品」「化学工業」「電気機械器具」「一般機械器具」の4業種が前期から増加し、それ以外の8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71.3%で最も高く、次いで、「車輛・運搬具」が19.9%、「情報化機器」が17.6%と続いている。

設備投資の目的は、「更新・維持・補修」が68.4%で最も高く、次いで、「生産・販売能力の拡大」が37.5%、「合理化・省力化」が26.5%と続いている。

#### ○非製造業

設備投資を実施した企業は18.1%で、前期（16.6%）から1.5ポイント増加し、2期ぶりに増加した。また、前年同期（18.0%）から0.1ポイント増加した。

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

設備投資の内容は、「車輛・運搬具」が39.0%で最も高く、次いで、「生産・販売設備（建設機械を含む）」が27.2%、「情報化機器」が同じく27.2%と続いている。

設備投資の目的は、「更新・維持・補修」が62.1%で最も高く、次いで、「生産・販売能力の拡大」が28.0%、「合理化・省力化」が17.4%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	20.3%	79.7%	+1.1	▲0.5
製造業	23.2%	76.8%	+0.3	▲1.4
非製造業	18.1%	81.9%	+1.5	+0.1

## 来期（令和6年4～6月期）の見通し

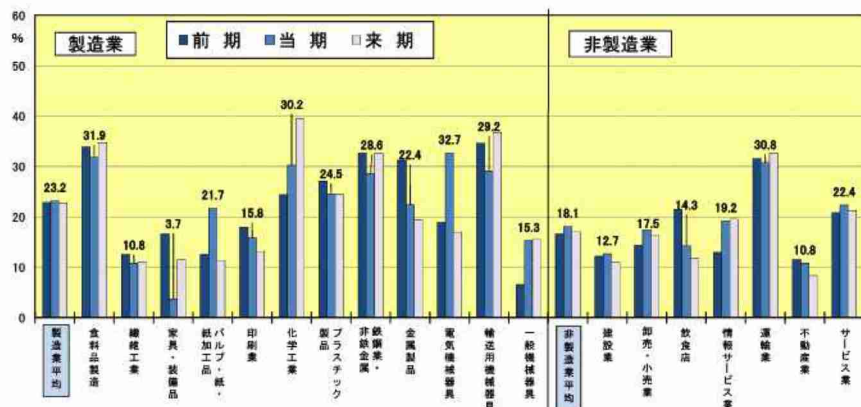
来期に設備投資を実施する予定の企業は19.6%で、当期（20.3%）から0.7ポイント減少する見通しである。

### ＜業種別＞

設備投資を予定している企業は製造業で22.8%、非製造業で17.1%となっている。当期に比べ、製造業、非製造業ともに減少する見通しである。

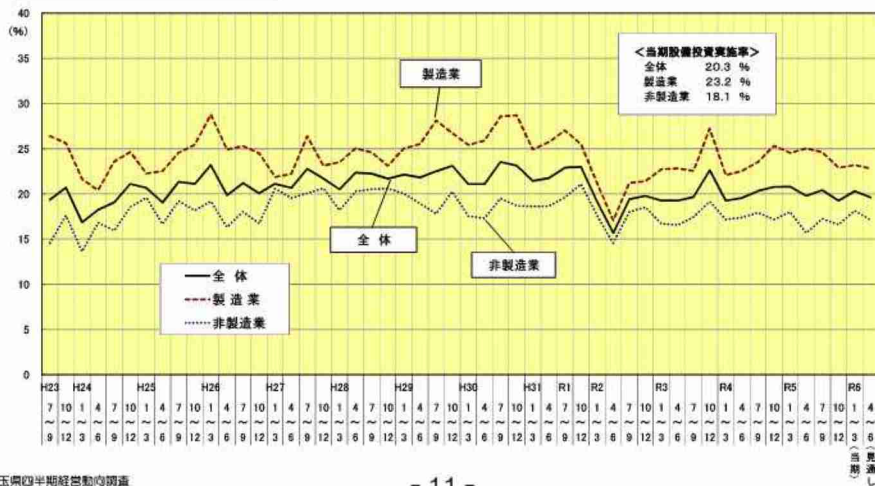
（注）業種別設備投資実施率の推移は付表（P46）を御覧ください。

### 業種別・設備投資実施率

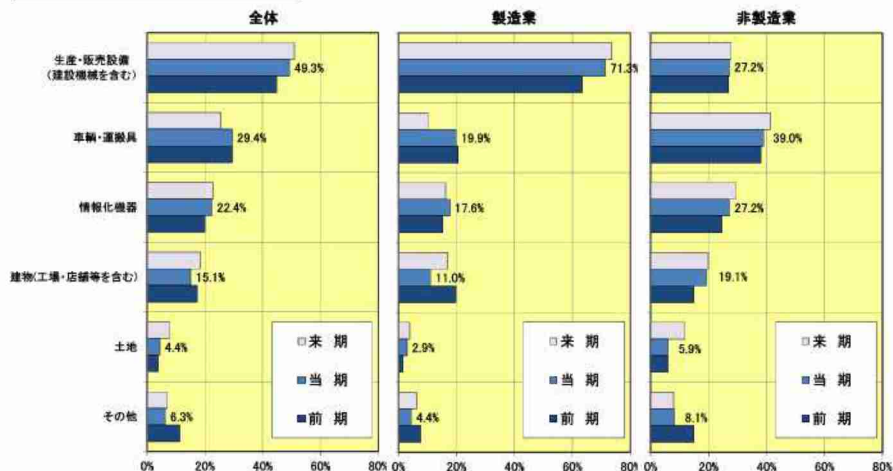


※数値は当期の実施率。

### 設備投資実施率の推移

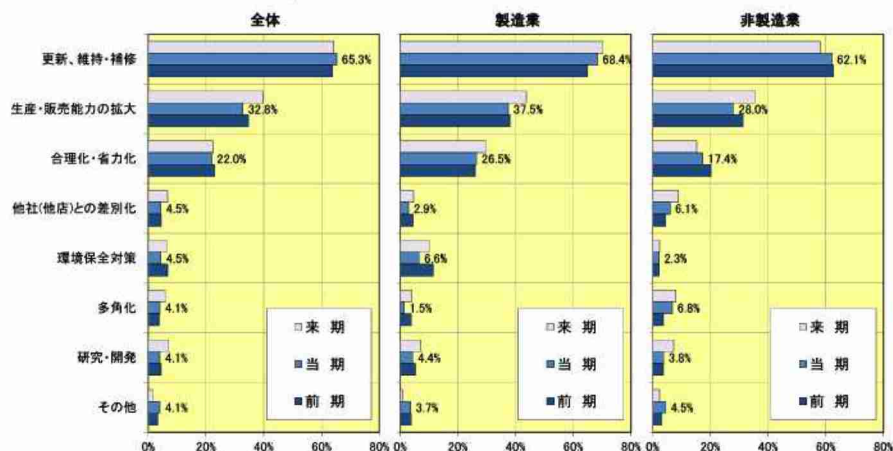


## 設備投資の内容【複数回答】



※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

##### 【景況感】

- ・メインである半導体製造装置向けの受注が依然として低調で、引き続き不況である。
- ・自動車関連はメーカーのモデルチェンジの動きが弱く、加えてEV化を見据えてかエンジン関係の設備投資が低調であり、不況である。

##### 【売上高】

- ・半導体製造装置向けを中心に受注が低調なままであり、売上高は前期と変わらない。前年同期比では30%程度減っている。
- ・中国経済の低迷の影響もあり、自動車や一般産業用機械、食料品容器等多くの分野で受注が低調で売上高は前期比で減った。

##### 【受注単価】

- ・受注単価は前期と変わらない。値上げの交渉を行っているが取引先の理解が得られず、コスト上昇分に対する価格転嫁率は70%程度。
- ・取引先との交渉で原材料費分の価格転嫁が一部認められ、受注単価は前期比で3%程度上がった。価格転嫁率は50%程度。
- ・同業他社からの振替で、単価の低い業務を受注したため受注単価は下がった。価格転嫁率は40%程度。

##### 【原材料価格】

- ・鉄、非鉄ともに高止まりしている。
- ・鋼材価格は高止まりしている。今後、メーカーから値上げの通知が来るかもしれない。

##### 【採算性】

- ・前期比で売上高、受注単価はともにほとんど変わらず、採算性は変わらず低調である。
- ・生産性向上に向けて設備投資を行ってきたが、受注低迷で稼働状況が低調であることに加え、設備の立ち上げ時ロスが発生するなどして採算性は悪くなった。

##### 【設備投資】

- ・省力化に向け、来期に自動旋盤機の導入を予定している。
- ・足元の業績が低調であるため設備投資を控えているが、年内に次世代半導体関連の受注に向けた設備の導入を検討している。

##### 【今後の見通し】

- ・半導体市況の底打ちはまだ見えない。回復に向かうのは今年の後半以降になるのではないか。
- ・当面は厳しい状況が続く。自動車メーカーの生産動向などから自社の景気循環は概ね2年周期であり、今年の秋頃にかけて底を打つと予想している。

#### (2) 輸送用機械器具

##### 【景況感】

- ・メインである自動車関係の受注が弱含んでいる一方、新しい分野の受注が堅調。景況感としては普通である。



- ・大手自動車メーカーや同部品メーカーの不正問題の影響もあり、不況である。また能登半島地震の影響により同業内のサプライチェーンに影響が及んでいるようである。
- ・見積りへの依頼は相応にあるも実際の受注につながっておらず、また雪など天候の影響もあり不況である。

#### 【売上高】

- ・新しい分野の受注が堅調であり、前期比、前年同期比ともに売上は増えた。
- ・取引先が在庫調整を行っている影響で受注が落ち込み、売上高は減った。
- ・中国経済停滞の影響が続いており、売上高は減った。

#### 【受注単価】

- ・新しい分野の受注が伸びたことで受注単価は上がった。コスト上昇分に対する価格転嫁率は50%程度。
- ・人件費の上昇分の一部（直接労務費）を価格転嫁したことにより、受注単価は上がった。間接労務費分については取引先の理解が得られない。現状の価格転嫁率は30%程度。
- ・受注単価は変わらない。従来から価格交渉に対しては厳しい業界であり、状況はあまり変わっていない。現状の価格転嫁率は30%程度。

#### 【人件費】

- ・人件費はほとんど変わらない。決算明けの9月に賃上げを行うか検討中（昨年は3.5%程度の賃上げを実施した）。
- ・人件費はほとんど変わらないが、7月に定期昇給を予定しており、また新卒社員のベアを検討している。

#### 【原材料価格】

- ・鉄、銅、真鍮の価格が上がった。
- ・原材料価格はあまり変わらない。ステンレスの価格がやや下がってきている。
- ・原材料価格は全体に落ち着いてきている。

#### 【その他の諸費用】

- ・電気料金は省エネ性能の高い設備の導入効果で上がった。
- ・物流に関して、運送費が上がっており納期が遅くなっている。

#### 【採算性】

- ・売上の増加と受注単価の上昇で採算性は良くなった。
- ・人件費などの価格転嫁が十分でなく、採算性は悪くなった。
- ・採算性はほとんど変わらない。当面は改善の見通しが立たず、経費削減に取り組むしかない。

#### 【設備投資】

- ・新しい規格の加工依頼に対応すべく、プレス機を導入した。
- ・EVに関連する受注に対応すべく、旋盤機を導入した。
- ・先行きが不透明であり、設備投資は行っていない。

#### 【今後の見通し】

- ・大手自動車メーカーから4月以降減産するとの話が来ており、受注は減少する見込み。
- ・足元でEV関連の受注が20%程度増えたが、今後はHV、PHVの受注が増えそうである。

### (3) 電気機械器具

#### 【景況感】

- ・半導体加工の受注環境は依然として悪い。能登半島地震の影響で大手メーカーからの受注が減少し、また中国の輸出規制の影響から一部で供給不足が発生するといった影響もあり、不況である。
- ・業界全体で在庫過多の状態となっているようで昨年後半頃から受注が低迷しており、不況である。

#### 【売上高】

- ・一昨年の6月頃から始まった半導体市況の低迷は現在も続いており、売上高は前期比、前年同期比ともに減った。
- ・比較的堅調であったパワー半導体関連の受注も足元で弱含んでいる。
- ・コロナ関連の医療機器の特需が無くなり、売上高は前年同期比で20%程度減った。

#### 【受注単価】

- ・受注単価はほとんど変わらない。コストの上昇分に対する価格転嫁率は50%程度であり、現在労務費を含めた価格転嫁について取引先と交渉中。
- ・値上げの交渉を行っているが取引先の理解が得られず、受注単価はほとんど変わらない。現状の価格転嫁率は70%程度。

#### 【人件費】

- ・人件費はほとんど変わらない。4月に定期昇給を予定しているが、ベアについては業績が低調であることから見合わせる。
- ・パート社員の時給を30円程度上げた。

#### 【原材料価格】

- ・半導体の洗浄等に用いる薬剤を中心に原材料価格は微増が続いている。
- ・原材料価格は落ち着いており、前期比では下がった。

#### 【採算性】

- ・受注量が落ち込んでいることから、採算性は悪くなった。
- ・従来からの受注品目についての値上げ交渉は難航しているが、利益率の良い新たな品目の受注が増加しており、全体の採算性は良くなった。

#### 【設備投資】

- ・新規の受注獲得に向け、来期に測定器の導入を予定している。
- ・事業再構築補助金を利用し、パワー半導体加工のための研磨装置を導入予定。

#### 【今後の見通し】

- ・半導体市況の落ち込みが想定よりも長引いており、受注環境が改善に向かうのは今年の後半以降になるとみている。一方で、今後の受注増を見据え、加工技術向上に向けた設備投資は行っていく。
- ・あるメーカーとの新規取引が始まる見込みであり、今後の展開次第では売上拡大が期待できる。

### (4) 金属製品

#### 【景況感】

- ・要因は特定できないが、例年に比べ全体的に動きが弱く景況感は良くない(大手自動車メーカーの不況が影響しているかもしれない)。
- ・一部の特定分野の受注は増えているが、産業用機械や医療機器をはじめとした大部分の受注が落ち込んでおり、不況である。
- ・新規の受注が増えている一方、メインである半導体製造装置関連の受注が依然として低調であり、全

体としては不況である。

#### 【売上高】

- ・ 足元で新紙幣の発行に伴う現金処理機や空調関連の受注が堅調であり、前期比で売上高は増えた。
- ・ 例年年度末にかけて受注が増える建設関連の動きが弱く、売上高は前期比でほとんど変わらない

#### 【受注単価】

- ・ 原材料費に加え、労務費やエネルギーコスト分の価格転嫁について取引先に交渉しており、実現すれば来期に受注単価は上がる見込み。現状のコスト上昇分に対する価格転嫁率は70%程度。
- ・ 受注単価はほとんど変わらない。業界として原材料分については概ね価格転嫁ができていますが、今後の労務費を含めた値上げについて得意先の理解が得られるかが不安である。現状の価格転嫁率は70%程度。
- ・ 依然として詳細なエビデンスの提出を何度も求められるなどして値上げ交渉は進展せず、受注単価はほとんど変わらない。現状の価格転嫁率は50%程度。

#### 【人件費】

- ・ 収益の状況は厳しいが、人材のつなぎ止めのために賃上げを実施し、人件費は増えた。
- ・ 4月に3年連続となる賃上げ（5%程度）を実施予定。
- ・ 来期に人事評価制度の導入と合わせ、給与体系も評価に応じたものに変更する予定であり、全体の人件費は増える見込み。

#### 【原材料価格】

- ・ ステンレスをはじめ全体的に高止まりしている。
- ・ 中国経済の低迷で需要が落ち込んだ影響もあり、金属の相場は足元で落ち着いている。
- ・ 薬品類の価格が上がっている。

#### 【採算性】

- ・ 半導体製造装置関連の受注が低調だが他の分野の新規受注が増加傾向であり、加えて価格転嫁も交渉を継続していくことで採算性は良くなる見込み。
- ・ 売上高や受注単価の動向に特段の変化がなく、採算性はほとんど変わらない。

#### 【設備投資】

- ・ 昨年までに計画していた一連の設備投資を完了させたため、今期は設備投資を行っていない。
- ・ 業績が低調であることから設備投資は行っていない。

#### 【今後の見通し】

- ・ 半導体製造装置関連の受注の改善は、今年の後半以降になるとみている。
- ・ 見通しは不透明。取引先はコロナ禍における供給不足の経験から在庫を過剰に抱えているようであり、在庫調整とその後の本格的な回復に向けては当面時間を要するのではないかと。

### (5) プラスチック製品

#### 【景況感】

- ・ 自社としては大手を中心に引き合いが堅調で、好況である。業界全体としてはコロナ禍から良くない状態が続いている。
- ・ 自社の業績は悪くないが、業界全体としては不況と感じる。コストアップもあり自社でも採算の確保が以前より難しくなっている。
- ・ 概ね例年通りの受注状況であり、景況感は普通である。

#### 【売上高】

- ・大口の受注があり、売上高は増えた。
- ・売上高は前年同期比では減ったが概ね年度計画通りの推移であり、今後は増収を見込んでいる。

#### 【受注単価】

- ・受注単価はほとんど変わらない。今後、物流コストの上昇分を価格転嫁するか検討している。現状のコスト上昇分に対する価格転嫁率は90%程度。
- ・受注単価は上がった。大手取引先も値上げの要請に応じてくれており、現状の価格転嫁率は90%程度。
- ・価格転嫁を行ったことで受注単価は上がった。現状の価格転嫁率は90%程度。

#### 【人件費】

- ・1月に3.5%程度のペアを実施した。また4月には定期昇給を予定している。
- ・4月に定期昇給と新卒社員3名の入社を予定している。
- ・4月に2~3%程度のペアを実施予定。自社の収益状況としては厳しいが、大手も相次いで過去最高水準の賃上げを表明しており、人材のつなぎ止めのためにも実施せざるを得ない。

#### 【その他諸費用】

- ・産廃処理費が上がった。また、運賃について値上げの要請が来ている。
- ・電気料金は、長期割引が終了となったが省エネ性能の高い設備の導入効果により、ほとんど変わらない。

#### 【採算性】

- ・大口の受注獲得に加え価格転嫁も相応にできていることから、採算性は良くなった。
- ・採算性はほとんど変わらない

#### 【設備投資】

- ・新たな分野への製品展開に向け、切断機の導入を検討している。
- ・事業再構築補助金を活用し、複合旋盤機の導入を予定している。

#### 【今後の見通し】

- ・引き続き受注が堅調であり、今後も景況感の良い方向に向かうとみている。
- ・特に住宅関連の動きが弱く、また今後の価格転嫁の動向にも不安を感じており、先行きは不透明である。

## (6) 食料品製造

#### 【景況感】

- ・景況感は普通である。人流の回復もあり売上げは堅調だが、原材料費や人件費の上昇分を賄えていない。
- ・景況感は普通である。コロナの制限が無くなり外食関連の需要が高まっているが、その分集ごもり需要が減っており、食料品業界として全体の需要は変わらない。

#### 【売上高】

- ・大手取引先からのOEM受注、自社ブランド製品の販売ともに堅調で、売上高は前期比で増えた。
- ・大手外食チェーンやコンビニでの商品取り扱いが拡大し、売上高は前期比で増えた。

#### 【受注単価】

- ・受注単価はあまり変わらない。大手取引先との値上げ交渉は基本的に年1回で、毎年夏頃に行っている。現状のコスト上昇分に対する価格転嫁率は50%程度。

- ・取引先と交渉のうえ、値上げを行っていく方針である。現状の価格転嫁率は70%程度。

#### 【人件費】

- ・4月に4%程度のベアの実施を検討している。また、今後若手社員の継続採用を行うとともに、それに即した人事制度、就業規則に改訂することを検討している。
- ・4月以降に新卒社員と外国人実習生の入社を予定している。

#### 【原材料価格】

- ・卵の価格は下がったが、全体的に高止まりの状況である。
- ・主原料である小麦の価格が下がった。

#### 【採算性】

- ・原材料価格の高騰が落ち着き、また利益率の良い季節商品の展開が堅調であり採算性は良くなった。
- ・売上高は増えているが、価格転嫁が十分にできておらず、採算性は悪くなった。

#### 【設備投資】

- ・既存設備の老朽化が進んでおり、窯や包装機などの更新を予定している。
- ・工場の屋根に太陽光パネルを設置した。

#### 【今後の見通し】

- ・売上げは堅調だが、原材料費や人件費に加え今後は2024年問題から物流費も上がる見込みである。人手不足も慢性化しつつあり、先行きは不透明である。
- ・大手スーパーによる内製化などで従来続いていた受注が終了してしまうケースもある。自社ブランド商品の展開による利益率改善や、海外への販路拡大に取り組んでいく。

### (7) 鉄鉄鋳物

#### 【景況感】

- ・大手取引先からの受注が引き続き堅調であり、好況である。
- ・建機の輸出や公共工事の関連は比較的堅調だが、その他は低調であり、不況である。
- ・中国経済低迷の影響もあり、業界全体として不況である。

#### 【売上高】

- ・昨年の秋頃から受注が減少しており、売上高は減った。
- ・売上高はほとんど変わらない。

#### 【受注単価】

- ・受注単価はほとんど変わらない。原材料費のみならず労務費も含めた価格転嫁ができており、従来よりコスト上昇分に対する価格転嫁率は100%。
- ・受注単価はほとんど変わらない。原材料費の価格転嫁は概ねできており、現状の価格転嫁率は70%程度。

#### 【原材料価格】

- ・メーカーより鉄鉄の値上げについて通知があった。
- ・原材料価格はほとんど変わらない。

#### 【人件費】

- ・3月に賃上げを予定している。
- ・人件費はほとんど変わらない。自社の収益的に厳しいが、人材の確保に向けて賃上げはしなければならぬと考えている。

### 【採算性】

- ・採算性はほとんど変わらない。
- ・受注が低調な中、価格転嫁も十分でなく、採算性は悪くなった。

## (8) 印刷業

### 【景況感】

- ・引き続きスクリーン印刷の受注は堅調だが他の部門はやや低調であり、全体の景況感としては普通である。
- ・景況感は普通であるが、取引先企業が経費削減のため販促費や広告費を減らしている様子であり、不安である。
- ・ペーパーレス化のあおりを受けており、不況である。

### 【売上高】

- ・受注単価が上がった半面、数量は減ったため、売上高はやや減った。
- ・売上高は前年同期比で減ったが、営業職員を増員し新規受注が獲得できていることから、来期は増収となる見込みである。

### 【受注単価】

- ・価格転嫁により受注単価が上がった（一方で受注数量は減少した）。現状、労務費も含めたコスト上昇分については概ね全て価格転嫁ができています。
- ・受注単価はほとんど変わらない。現状のコスト上昇分に対する価格転嫁率は80%程度。

### 【原材料価格】

- ・紙を中心に原材料価格は前年同期比で50%程度価格が上がっている。
- ・足元では落ち着いているが、4月からインクの価格が上がる予定である。

### 【採算性】

- ・採算性はほとんど変わらない。来期は減収を見込んでおり、採算性も悪くなるとみている。
- ・価格転嫁により受注単価が上がったが受注量が減少しており、全体の採算性は悪くなった。
- ・採算性はほとんど変わらない。値上げには取り組んでいるが、相見積もりとなるケースが多く思い通りには進まない。

### 【今後の見通し】

- ・昨年までは大口の受注が獲得できていたが現状は見込みが無く、先行きは不透明である。
- ・新規の営業に注力していくがペーパーレス化の流れは続くため、悪い方向に向かうとみている。

## 2 小売業

### (1) 百貨店

### 【景況感】

- ・外商を中心に高額商品の売れ行きが堅調であり、好況である。
- ・都心の百貨店は好調だが、郊外では厳しい情勢が続くとみている。
- ・コロナの制限緩和による特需が落ち着き、また生鮮食品をはじめとした物価高による買い控えもあり、不況である。

### 【売上高】

- ・宝飾品や化粧品などの高額商品の販売が引き続き好調で、売上高は増えた。
- ・初売りや化粧品は好調だったが、衣料品や食料品は低調であり、売上高はほとんど変わらない。
- ・今後は売上高の伸び率が鈍化するとみている。

### 【諸経費】

- ・諸経費はほとんど変わらない。
- ・来期はイベントに関わる広告宣伝費が増える見込みである。
- ・2024年問題に関連し、今後は諸経費が増えるかもしれない。

### 【採算性】

- ・売上げが堅調であり、採算性は良くなった。
- ・採算性はほとんど変わらない。

### 【今後の見通し】

- ・景況感は良く、今後もこの状態が続くとみている。
- ・富裕層中心に高額商品の売れ行きは良いが、一方で物価高に伴う節約意識からディスカウント店が人気となっており、今後も消費の二極化が進むとみている。

## (2) スーパー

### 【景況感】

- ・値上げの影響もあるが売上げは増加しており、好況である。
- ・これまでコロナ禍の巣ごもり消費による特需の反動減の影響を大きく受けずに売上が伸びており、好況である。

### 【売上高】

- ・注力している生鮮品や総菜の販売が好調で、客数・販売点数ともに前年同期比で伸びており、売上高は上がった。
- ・物価高で客単価が上がる中、客数はほぼ変わらず、売上高は増えた。

### 【諸経費】

- ・店舗の出店・改装に伴う費用や、賃上げや店舗の従業員の採用等で諸経費は増えた。
- ・近隣他店との競合の対策としてチラシを増やしたことで広告宣伝費が増加したほか、配送料も上がっている。
- ・人材の確保が難しくなっていることから、今後も賃上げは実施していかないといけないと考えている。

### 【採算性】

- ・客単価が上がっており、採算性は良くなった。
- ・改装店での生鮮品や総菜の販売が好調で、採算性は良くなった。

### 【今後の見通し】

- ・今後も店舗の出店・改装を進めながら売上げは当面堅調に推移していくとみているが、一方で資材価格や人件費などのコストも上昇しているため、採算確保に向けた取組が必須である。
- ・今後も引き続き良い方向に向かうとみている。

## (3) 商店街

### 【景況感】

- ・景況感は普通である。人出が増えているようであり、近隣で飲食店の開店が続くなど、コロナ禍から動きが出ていると感じる。
- ・人出や各店舗の業況は例年通りの様子であり、景況感は普通である。

### 【来街者】

- ・季節のイベントへの集客やインバウンドにより、来街者は増えている。

- ・来街者数はほとんど変わらない。

#### 【個店の状況】

- ・飲食店は平日や夜9時以降の客足が減っているようである。
- ・ロードサイドの大型店などとの競合から、物販店は厳しい様子である。
- ・商店街で美容院が2店舗オープンした。

#### 【商店街としての取組】

- ・イベントの集客は相応にできているが、個店の売上げ増に効果があったかはわからない。
- ・季節のイベントや他の商店街と合同のイベントなどを積極的に開催している。
- ・12月に開催したクリスマスコンサートは盛況であった。

#### 【今後の見通し】

- ・観光客が増えてきており、良い方向に向かうとみている。
- ・物価高による消費者の買い控えの状況が当面続くとみている。

### 3 情報サービス業

#### 【景況感】

- ・DX化の流れが続いており、好況である。
- ・景況感に大きな変化はみられず、普通である。

#### 【売上高】

- ・自治体情報システムの標準化についての受注が堅調であり、売上高は増えた。
- ・引き合いは相応にあるが、売上高はほとんど変わらない。

#### 【受注単価】

- ・半導体価格や運送費の上昇を受け価格転嫁を行ったことで、受注単価は上がった。
- ・労務費の上昇分について価格転嫁を行ったことで、受注単価は上がった。

#### 【採算性】

- ・受注の増加と不採算部門の整理により、採算性は改善した。
- ・価格転嫁は一部にとどまり、全体の採算性はほとんど変わらない。

#### 【今後の見通し】

- ・DX化の流れは今後も続き、良い方向に向かうとみている。
- ・社会全体で物価高騰が続いており、今後の見通しは不透明である。

### 4 サービス業（旅行業）

#### 【業界の動向】

- ・より高額なインバウンド消費を取り込む動きが加速している。
- ・業界全体の人手不足が慢性化していることもあり、旅行代金は高騰が続いている。

#### 【景況感】

- ・引き続き好況である。

#### 【受注高】

- ・売上高はコロナ前を超え、前年同期比で約2倍程度である。学校関係の問い合わせが多く、今後もこの情勢が続くとみている。



**【受注単価】**

- ・バス運賃をはじめ、宿泊や食事の値上げもあり、受注単価は上がった。

**【人件費】**

- ・営業職員を1名増員したため人件費は増えた。9月の決算以降に賃上げを検討している。

**【採算性】**

- ・受注増加と単価上昇で採算性は改善した。

**【今後の見通し】**

- ・引き続き各団体（企業、学校、役所等）からの問い合わせは多く、良い方向に向かうとみている。

## 5 建設業

**【景況感】**

- ・自社の景況感は普通である。ただ大手ゼネコンは都心の大規模工事などで受注高は多い一方、建築コストの上昇から当初想定した採算が確保できず、赤字に陥るケースも出てきている。
- ・好況とまではいかないが、自社の業況は比較的堅調。業界全体の人手不足で、大手が受けきれない工事の依頼が地元業者に来る流れが続いている。
- ・住宅販売の状況は概ね例年通りであり、景況感は普通である。

**【受注高】**

- ・前期まで堅調に推移していたが、足元で民間工事、公共工事ともに受注が弱含んでおり、受注高は減った。
- ・民間工事、公共工事ともに受注動向に変化はないが、中古不動産の買取・再販の事業は堅調であり、売上高は増えた。
- ・今期は繁忙期にあたるが、概ね前年同期と同水準の売上げを見込んでいる。

**【受注価格】**

- ・住宅部門は資材価格の上昇分を価格転嫁したことで単価は上がったが、民間工事は他社との競合状況などによって状況は違う。全体としてはほとんど変わらない。
- ・従来から資材価格の上昇分は基本的に工事代金に転嫁する方針としているため、ほとんど変わらない。
- ・省エネ基準への適合のために付帯すべき設備が増えており、価格は上がっている。

**【資材価格】**

- ・全体的には高止まりの状況にある。
- ・しばらく前からケーブルが品薄であり、工期の関係で割高で仕入れざるを得ない状況が続いている。

**【採算性】**

- ・受注減少により採算性は悪化した。
- ・従前から資材価格の上昇分は工事代金に転嫁しており、採算性はほとんど変わらない。
- ・同業他社との競合から値下げ圧力があるが、値下げをせずに販売した場合にその営業職員にインセンティブを付与するなどして営業努力を促しており、採算性は維持している。

**【今後の見通し】**

- ・建築コストの上昇と人手不足により、設備投資計画の遅れが懸念される。
- ・今後、日銀の金融政策によって住宅ローンの変動金利が上昇すると、住宅の販売動向に影響が及ぶ可能性がある。
- ・これまで低価格で工事を請け負っていた企業も、建築コストの上昇に耐えられず収益が悪化し倒産に至るケースが増えていくとみている。

## IV 特別調査

### 【調査項目】

今回は、「価格転嫁」、「最低賃金の引上げ」、「サーキュラーエコノミー」及び「支援情報を得る際の手段」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46.9%で、前回調査（令和5年7～9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39.9%で、前回調査から1.1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47.4%で、前回調査から2.3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15.5%で、前回調査から1.9ポイント減少した。
- 「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36.7%で、前回調査から2.4ポイント増加した。

#### 2 最低賃金の引上げについて ※令和5年10月1日から県内最低賃金が1,028円に引き上げられた。

- 今回の最低賃金引上げに伴う自社の賃金の引上げ状況については、「最低賃金は上回っていたので、賃金は引き上げていない」（35.9%）が最も多く、次いで「最低賃金を上回っていたが、賃金を引き上げた」（27.7%）、「新たな最低賃金額を下回っていたので、最低賃金額を超えて賃金を引き上げた」（14.4%）の順となった。
- 今回の最低賃金引上げによる人件費上昇への対応策については、「生産性の向上」（38.0%）が最も多く、次いで「経費削減」（36.1%）、「価格転嫁」（34.1%）の順となった。
- 今回の最低賃金引上げによる経営への影響については、「多少は負担になっている」（40.7%）が最も多く、次いで「大いに負担となっている」（22.9%）、「負担になっていない」（18.6%）、「どちらとも言えない」（17.9%）の順となった。

#### 3 サーキュラーエコノミーについて

- サーキュラーエコノミーについて、「聞いたことがあり、内容も理解している」と回答した企業の割合は5.3%、「聞いたことはあるが、内容は分からない」は21.3%、「聞いたことがない」は73.4%であった。
- サーキュラーエコノミーについて、「取り組んでいる」と回答した企業の割合は4.1%、「関心はあるが取組に至っていない」が12.2%、「関心がない」が20.1%、「分からない」が63.7%であった。
- 取り組んでいる内容又は関心がある内容については、「廃棄物の削減・リサイクルの徹底」（58.1%）が最も多く、次いで「生産工程の最適化による生産ロスの削減や端材・副産物の活用」（41.9%）、「自社における、リースやシェアリング、中古品の活用」（26.3%）の順となった。

#### 4 支援情報の取得手段について

- 補助金やセミナーなどの支援情報を得る際の手段については、「商工会・商工会議所（広報誌・経営指導員等）」（44.3%）が最も多く、次いで「取引金融機関」（30.6%）、「税理士等のコンサルタント」（25.8%）の順となった。

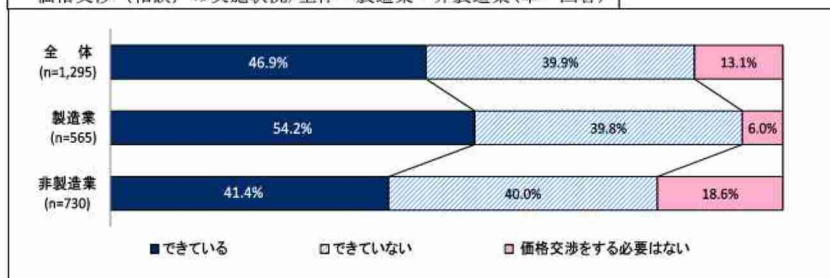
## 特別調査事項

### 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, 295社・単一回答）

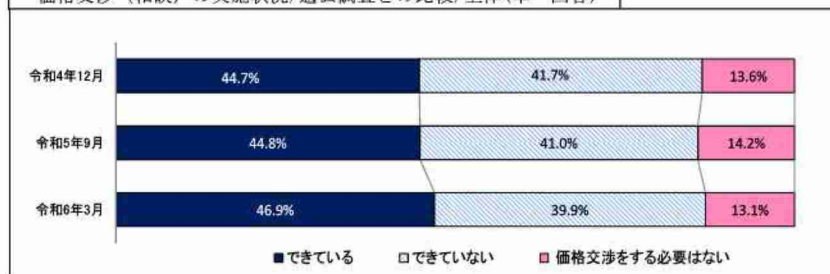
- 発注側企業と十分に価格交渉（相談）ができていないか聞いたところ、全体では「できている」が46.9%、「できていない」が39.9%であった。
- 業種別にみると、製造業、非製造業ともに「できている」と回答した企業の割合が「できていない」と回答した企業の割合よりも高かった。

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5年7～9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1.1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)

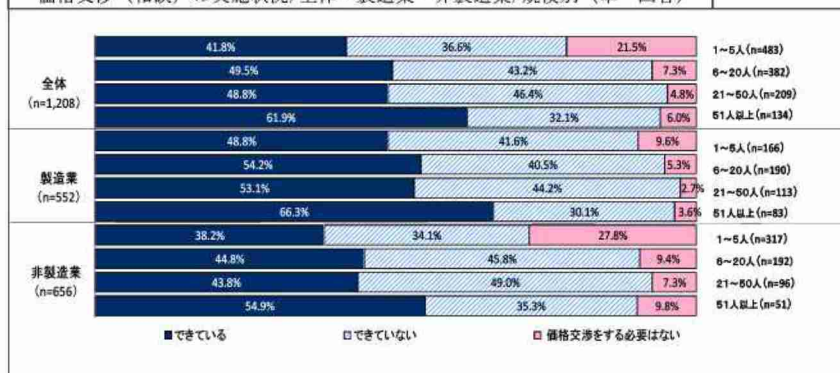


- 価格交渉（相談）が十分に「できている」と回答した企業の業種をみると、「パルプ・紙・紙加工品」（64.4%）、「一般機械器具」（61.7%）、「金属製品」（56.9%）、「電気機械器具」（56.4%）などで回答割合が高くなっている。価格交渉（相談）が十分に「できていない」と回答した企業の業種をみると、「飲食店」（60.0%）、「運輸業」（57.7%）で回答割合が高くなっている。

価格交渉（相談）の実施状況/業種詳細（単一回答）



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）

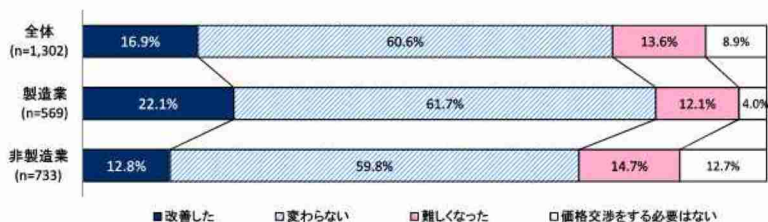


(2) 1年前（令和5年3月頃）と比べた価格交渉（相談）のしやすさ

（回答数：1,302社・単一回答）

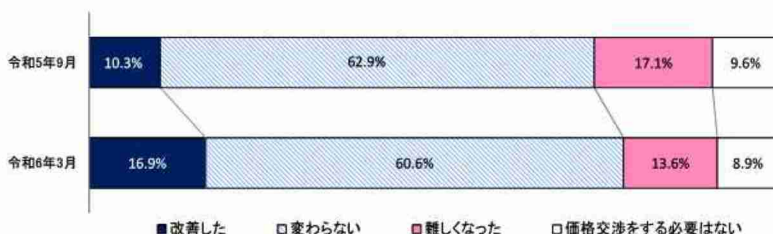
- 1年前（令和5年3月頃）と比べた価格交渉（相談）のしやすさについて聞いたところ、全体では「変わらない」（60.6%）が最も多く、次いで「改善した」（16.9%）、「難しくなった」（13.6%）の順となった。
- 業種別にみると、「改善した」と回答した企業の割合は、製造業（22.1%）の方が非製造業（12.8%）よりも高かったが、「難しくなった」と回答した企業の割合は非製造業（14.7%）の方が製造業（12.1%）よりも高かった。

令和5年3月頃と比べた価格交渉（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5年7～9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6.6ポイント増加し、「難しくなった」と回答した企業の割合は3.5ポイント減少した。

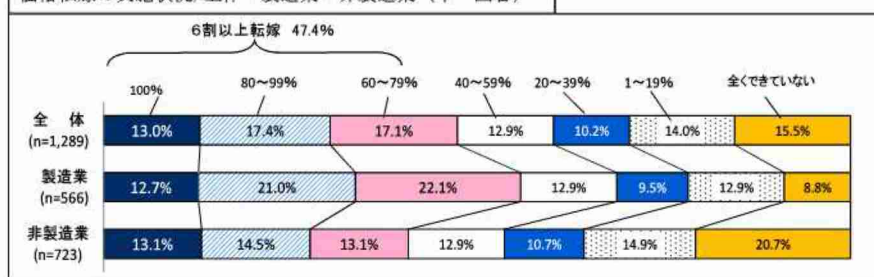
令和5年3月頃と比べた価格交渉（相談）のしやすさ/過去調査との比較/全体（単一回答）



### (3) 価格転嫁の実施状況（回答数：1,289社・単一回答）

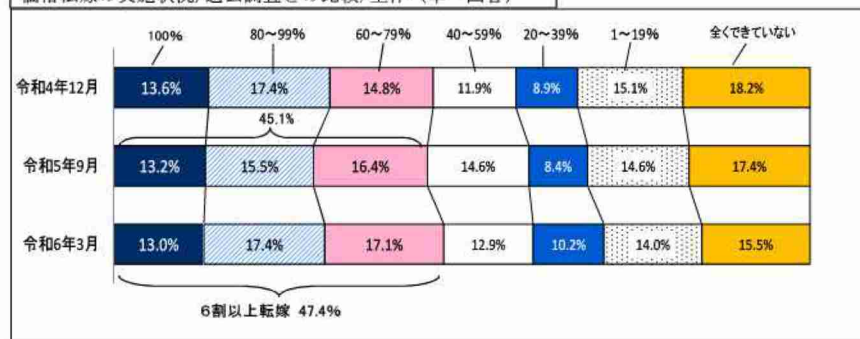
- コスト高騰に対してどのくらい価格転嫁ができていたか聞いたところ、全体では、6割以上転嫁できている企業の割合は47.4%であった。一方、「全くできていない」と回答した企業の割合は15.5%であった。
- 業種別にみると、6割以上価格転嫁できている企業の割合は、製造業（55.8%）の方が、非製造業（40.8%）よりも高かった。一方、「全くできていない」と回答した企業の割合は、非製造業（20.7%）の方が製造業（8.8%）よりも高かった。

価格転嫁の実施状況/全体・製造業・非製造業（単一回答）

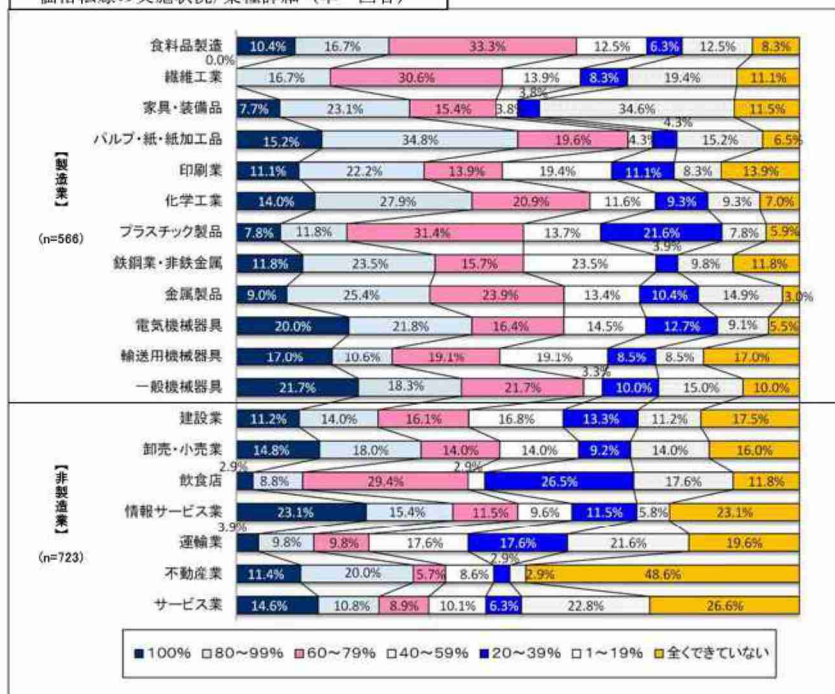


- 前回調査（令和5年7~9月期）と比較すると、6割以上価格転嫁できている企業の割合は2.3ポイント増加し、「全くできていない」と回答した企業の割合は1.9ポイント減少している。

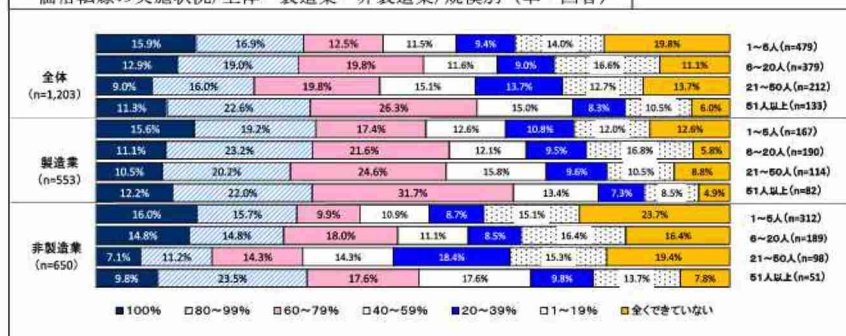
価格転嫁の実施状況/過去調査との比較/全体（単一回答）



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)

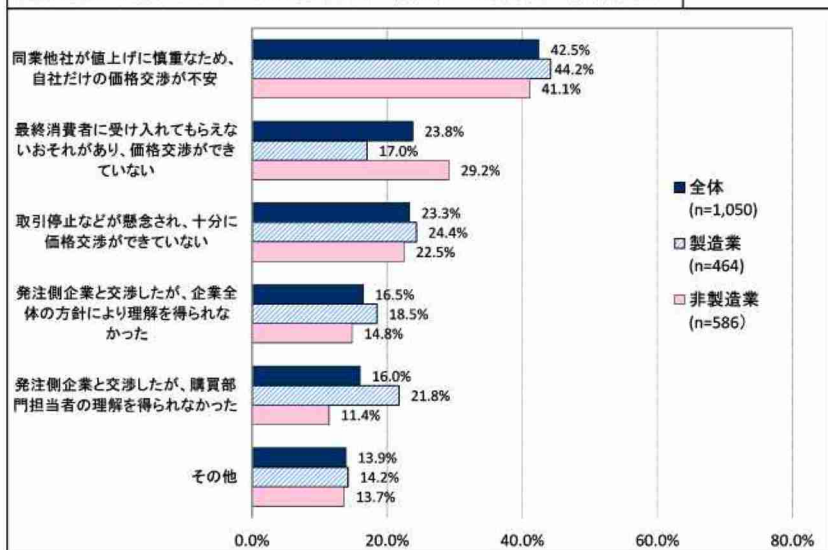


(4) 価格転嫁が十分にできていない理由 (回答数：1, 050社・複数回答)

※ (3)で「80～99%」、「60～79%」、「40～59%」、「20～39%」、「1～19%」及び「全くできていない」と回答した1, 122社のうち1, 050社の回答割合

- (3)で価格転嫁の実施状況について「80～99%」、「60～79%」、「40～59%」、「20～39%」、「1～19%」及び「全くできていない」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」(42.5%)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」(23.8%)、「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」(23.3%)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(29.2%)の方が製造業(17.0%)よりも高かったが、「発注側企業と交渉したが、購買部門担当者の理解を得られなかった」と回答した企業の割合は、製造業(21.8%)の方が非製造業(11.4%)よりも高かった。

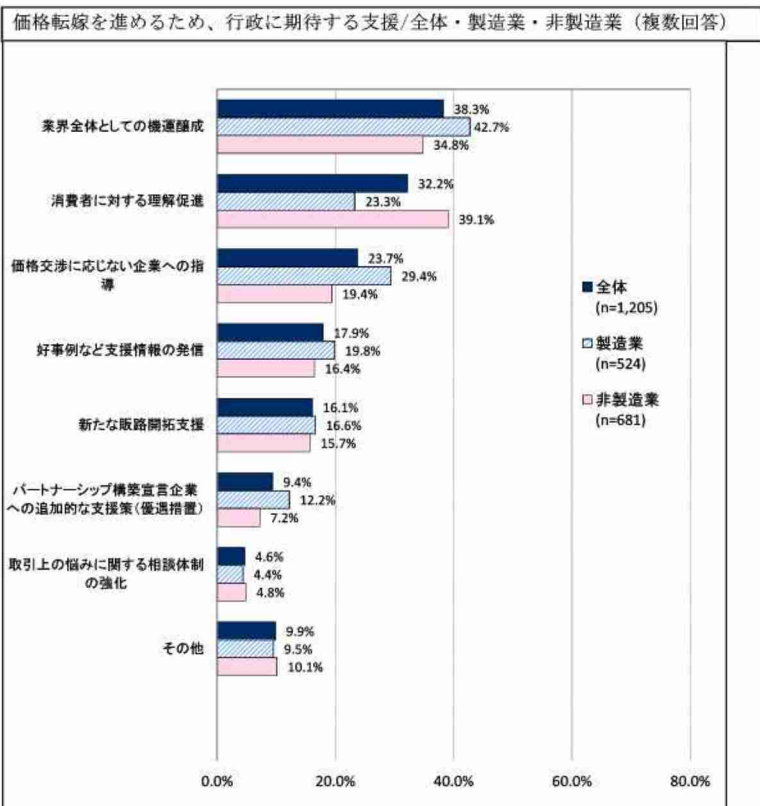
価格転嫁が十分にできていない理由/全体・製造業・非製造業(複数回答)





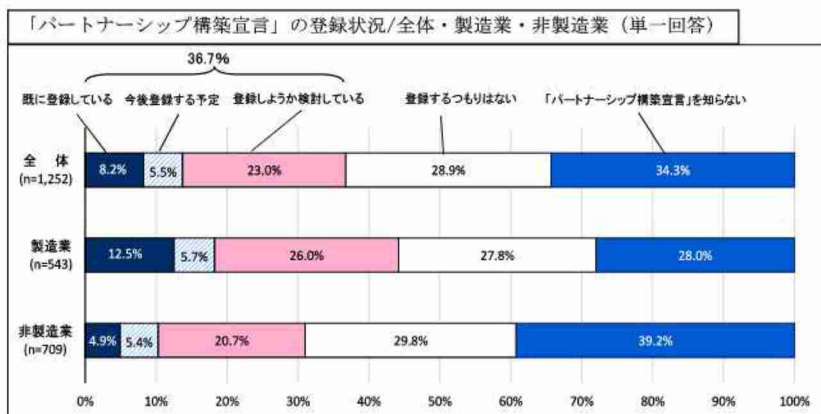
(5) 行政に期待する支援（回答数：1, 205社・複数回答）

- 価格転嫁を進めるため、行政に期待する支援を聞いたところ、全体では「業界全体としての機運醸成」（38.3%）が最も多く、次いで「消費者に対する理解促進」（32.2%）、「価格交渉に応じない企業への指導」（23.7%）の順となった。
- 業種別にみると、「消費者に対する理解促進」と回答した企業の割合は、非製造業（39.1%）の方が製造業（23.3%）よりも高かったが、「価格交渉に応じない企業への指導」と回答した企業の割合は製造業（29.4%）の方が非製造業（19.4%）よりも高かった。

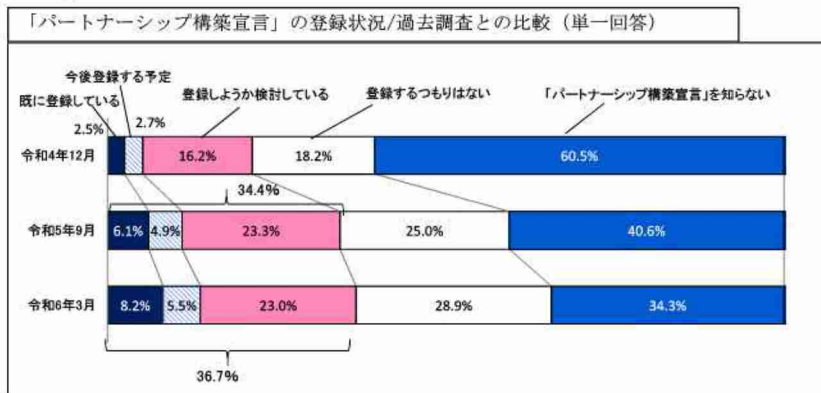


(6) 「パートナーシップ構築宣言」の登録状況（回答数：1, 252社・単一回答）

- 「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」（8.2%）、「今後登録する予定」（5.5%）及び「登録しようか検討している」（23.0%）を合わせた回答割合は36.7%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34.3%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（44.2%）の方が非製造業（31.0%）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（39.2%）の方が製造業（28.0%）よりも高かった。



- 前回調査（令和5年7～9月期）と比較すると、「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、2.4ポイント増加している。



## 2. 最低賃金の引上げについて

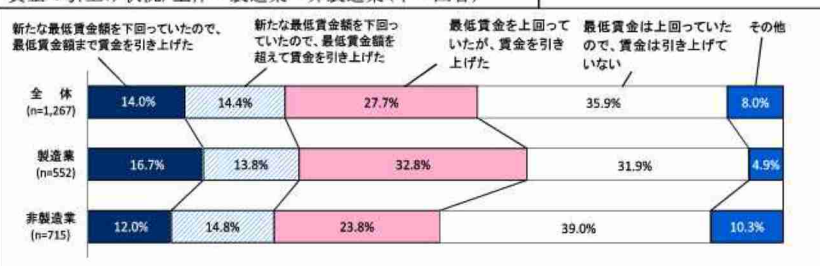
### (1) 今回の最低賃金引上げ\*に伴う自社における賃金の引上げ状況

\*令和5年10月1日から県内最低賃金が1,028円に引き上げられました。

(回答数: 1,267社・単一回答)

- 今回の県内最低賃金引上げに伴う自社における賃金引上げ状況について聞いたところ、全体では「最低賃金は上回っていたので、賃金は引き上げていない」(35.9%)が最も多く、次いで「最低賃金を上回っていたが、賃金を引き上げた」(27.7%)、「新たな最低賃金額を下回っていたので、最低賃金額を超えて賃金を引き上げた」(14.4%)の順となった。
- 業種別では、「新たな最低賃金額を下回っていたので、最低賃金額を超えて賃金を引き上げた」、「新たな最低賃金額を下回っていたので、最低賃金額を超えて賃金を引き上げた」及び「最低賃金を上回っていたが、賃金を引き上げた」を合わせた回答割合は、製造業が非製造業を上回ったが、「最低賃金は上回っていたので、賃金は引き上げていない」は非製造業が製造業を上回った。

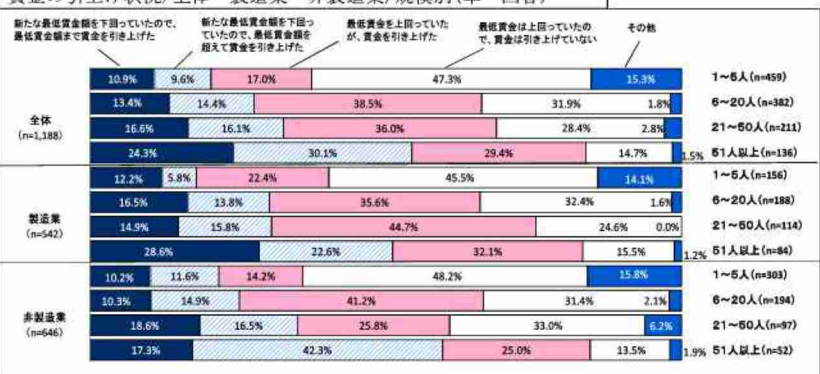
賃金の引上げ状況/全体・製造業・非製造業(単一回答)



### 【従業員規模別】

- 全体及び製造業では、規模が大きくなるほど「新たな最低賃金額を下回っていたので、最低賃金額まで賃金を引き上げた」、「新たな最低賃金額を下回っていたので、最低賃金額を超えて賃金を引き上げた」及び「最低賃金を上回っていたが、賃金を引き上げた」を合わせた回答割合が高くなった。一方、「最低賃金は上回っていたので、賃金は引き上げていない」は、規模が大きくなるほど回答割合が低くなった。

賃金の引上げ状況/全体・製造業・非製造業/規模別(単一回答)



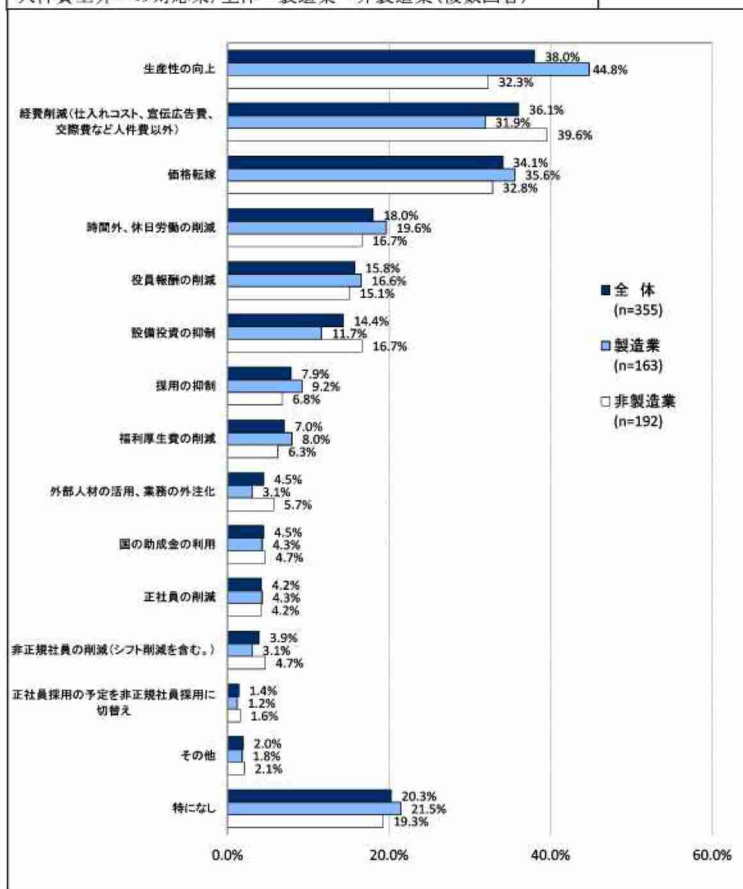
## (2) 最低賃金引上げによる人件費上昇への対応策（回答数：355社・複数回答）

※（1）で「新たな最低賃金額を下回っていたので、最低賃金額まで賃金を引き上げた」又は「新たな最低賃金額を下回っていたので、最低賃金額を超えて賃金を引き上げた」と回答した360社のうち355社の回答割合

○（1）で「新たな最低賃金額を下回っていたので、最低賃金額まで賃金を引き上げた」又は「新たな最低賃金額を下回っていたので、最低賃金額を超えて賃金を引き上げた」と回答した企業に、今回の最低賃金引上げによる人件費上昇への対応策について聞いたところ、全体では「生産性の向上」（38.0%）が最も多く、次いで「経費削減（仕入れコスト、宣伝広告費、交際費など人件費以外）」（36.1%）、「価格転嫁」（34.1%）の順となった。

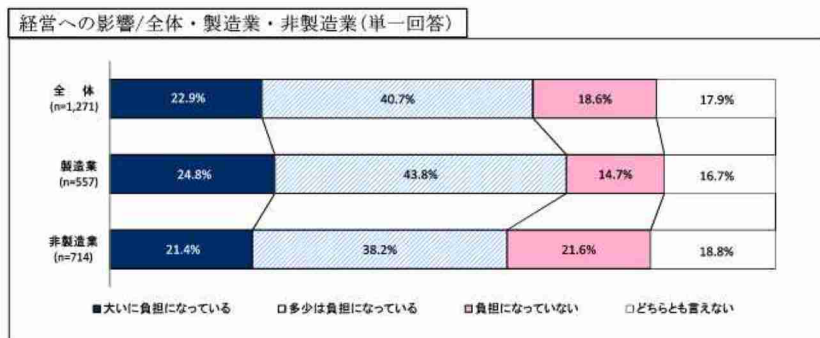
○業種別では、「生産性の向上」と回答した企業の割合は、製造業（44.8%）が非製造業（32.3%）よりも12.5ポイント高かった。

人件費上昇への対応策/全体・製造業・非製造業（複数回答）



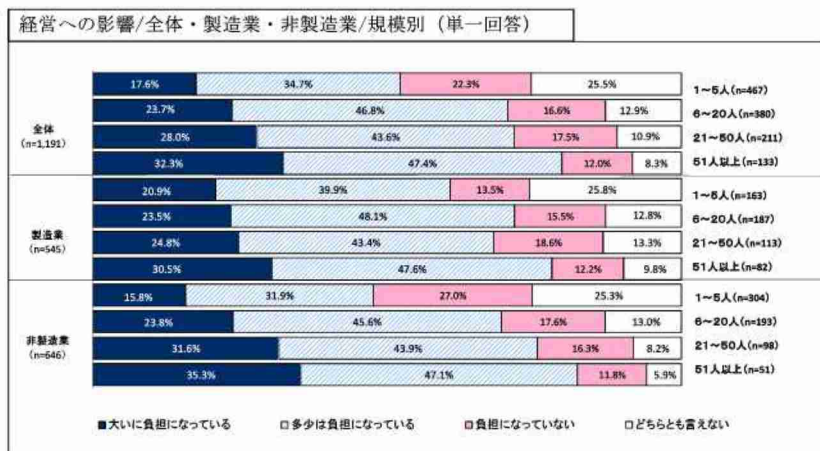
### (3) 最低賃金引上げによる経営への影響（回答数：1, 271社・単一回答）

- 今回の最低賃金引上げによる経営への影響について聞いたところ、全体では「多少は負担になっている」（40.7%）が最も多く、次いで「大いに負担となっている」（22.9%）、「負担になっていない」（18.6%）、「どちらとも言えない」（17.9%）の順となった。
- 「大いに負担になっている」と「多少は負担になっている」を合わせた企業の割合は、63.6%であった。
- 業種別では、「大いに負担になっている」と「多少は負担になっている」を合わせた企業の割合は、製造業（68.6%）が非製造業（59.7%）よりも8.9ポイント高かった。



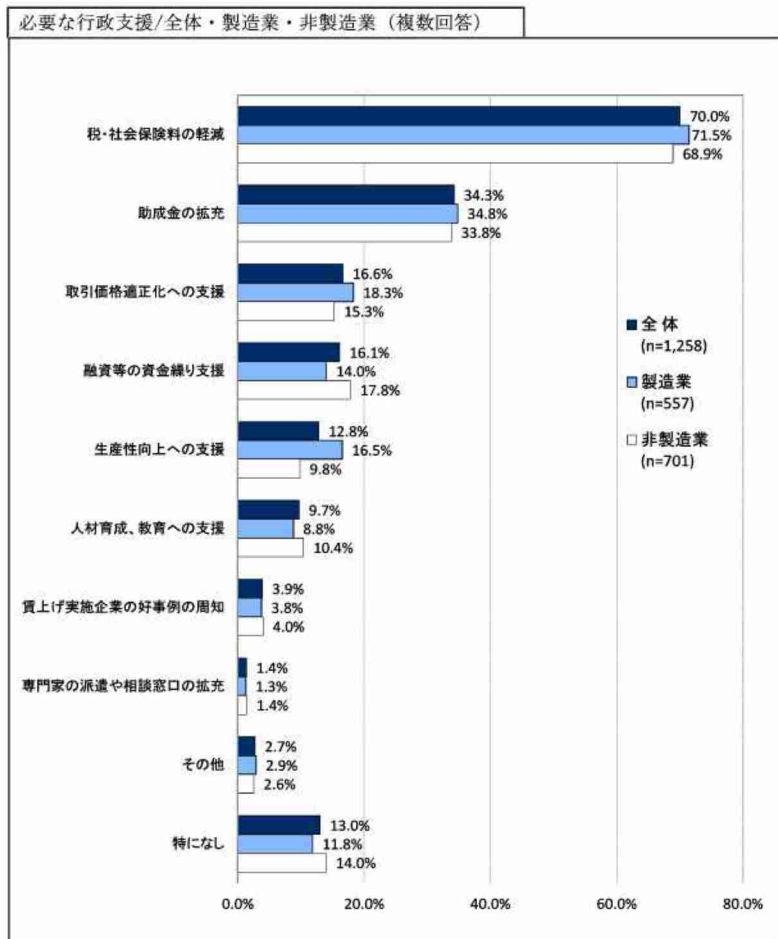
#### 【従業員規模別】

- 全体及び非製造業では、規模が大きくなるほど、「大いに負担になっている」と「多少は負担になっている」を合わせた回答割合は高くなった。



(4) 必要な行政支援（回答数：1, 258社・複数回答）

- 最低賃金引上げへの対応のために必要な行政支援について聞いたところ、全体では「税・社会保険料の軽減」（70.0%）が最も多く、次いで「助成金の拡充」（34.3%）、「取引価格適正化への支援」（16.6%）、「融資等の資金繰り支援」（16.1%）の順となった。

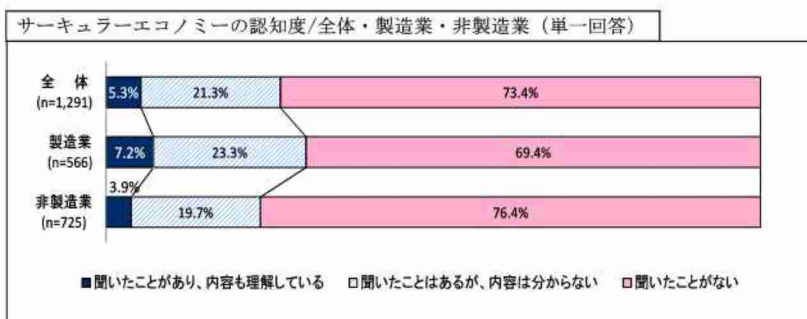


### 3. サーキュラーエコノミー\*について

\*サーキュラーエコノミー…生産活動や消費活動などのあらゆる段階で資源の効率的・循環的な利用を図る経済活動のこと。県では、令和5年6月に「サーキュラーエコノミー推進センター埼玉」を設置し、普及啓発・情報発信に加え、複数の企業が連携するためのマッチングや先進的なモデル事業の構築などを支援している。

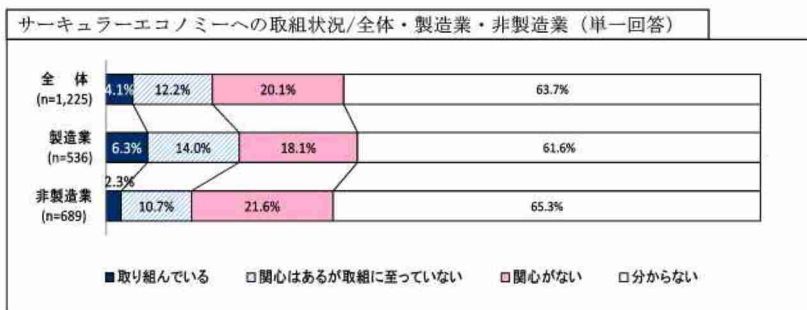
#### (1) サーキュラーエコノミーの認知度（回答数1, 291社・単一回答）

- サーキュラーエコノミーの認知度について聞いたところ、全体では「聞いたことがあり、内容も理解している」と回答した企業の割合は5.3%、「聞いたことはあるが、内容は分からない」は21.3%、「聞いたことがない」は73.4%であった。



#### (2) サーキュラーエコノミーへの取組状況（回答数1, 225社・単一回答）

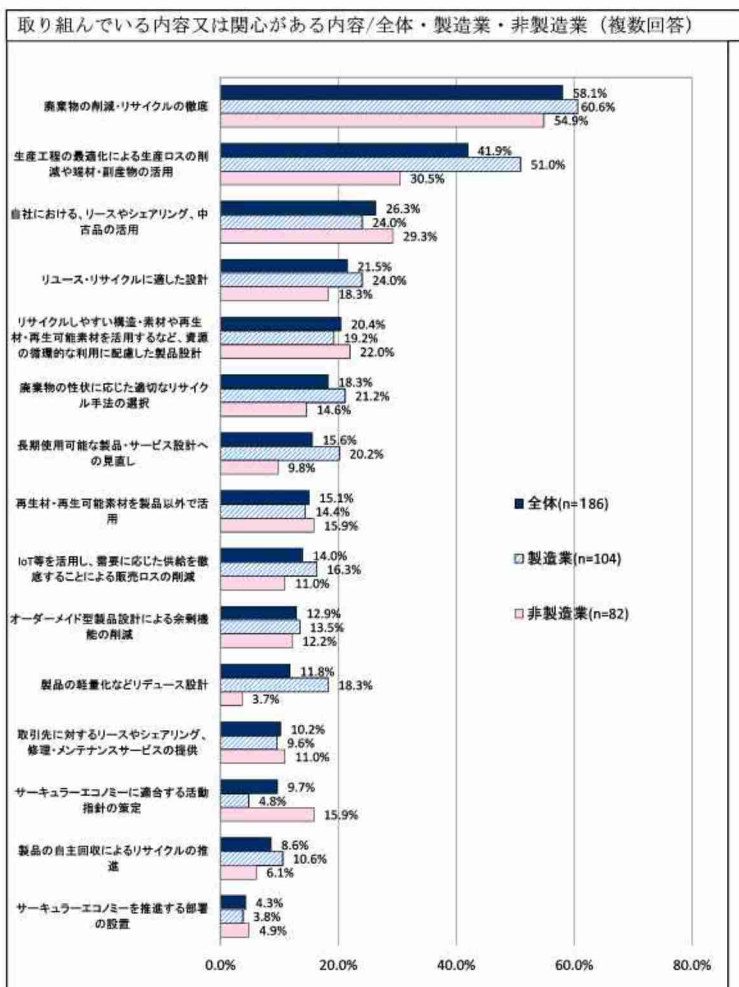
- サーキュラーエコノミーへの取組状況について聞いたところ、全体では「取り組んでいる」が4.1%、「関心はあるが取組に至っていない」が12.2%、「関心がない」が20.1%、「分からない」が63.7%であった。



(3) 取り組んでいる内容又は関心がある内容 (回答数186社・複数回答)

※ (2)で「取り組んでいる」又は「関心はあるが取組に至っていない」と回答した199社のうち186社の回答割合

- (2)で「取り組んでいる」又は「関心はあるが取組に至っていない」と回答した企業に、取り組んでいる内容又は関心がある内容を聞いたところ、全体では「廃棄物の削減・リサイクルの徹底」(58.1%)が最も多く、次いで「生産工程の最適化による生産ロスの削減や端材・副産物の活用」(41.9%)、「自社における、リースやシェアリング、中古品の活用」(26.3%)の順となった。

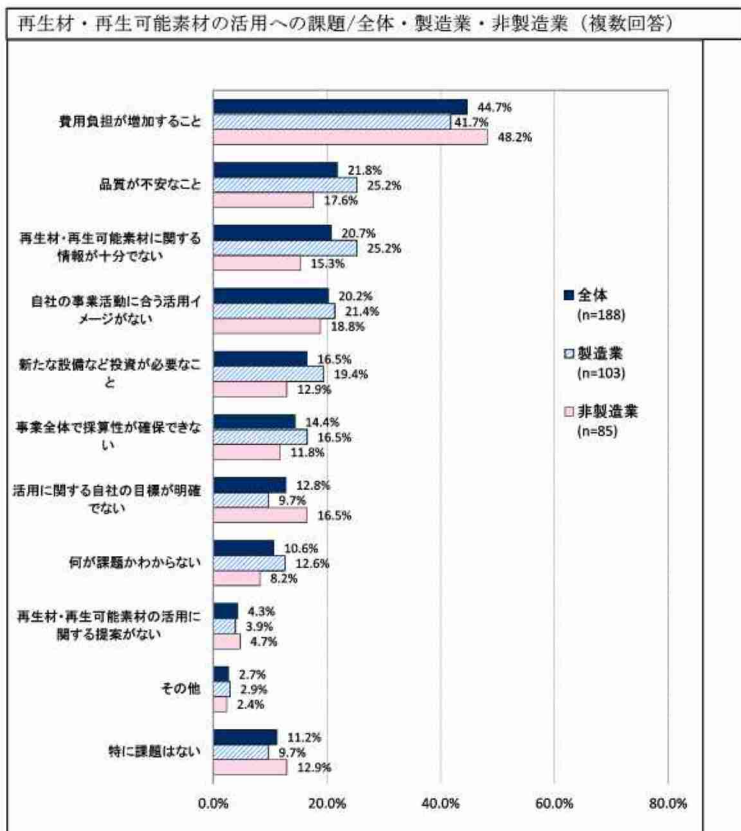




#### (4) 再生材・再生可能素材の活用への課題（回答数188社・複数回答）

※（2）で「取り組んでいる」又は「関心はあるが取組に至っていない」と回答した199社のうち188社の回答割合

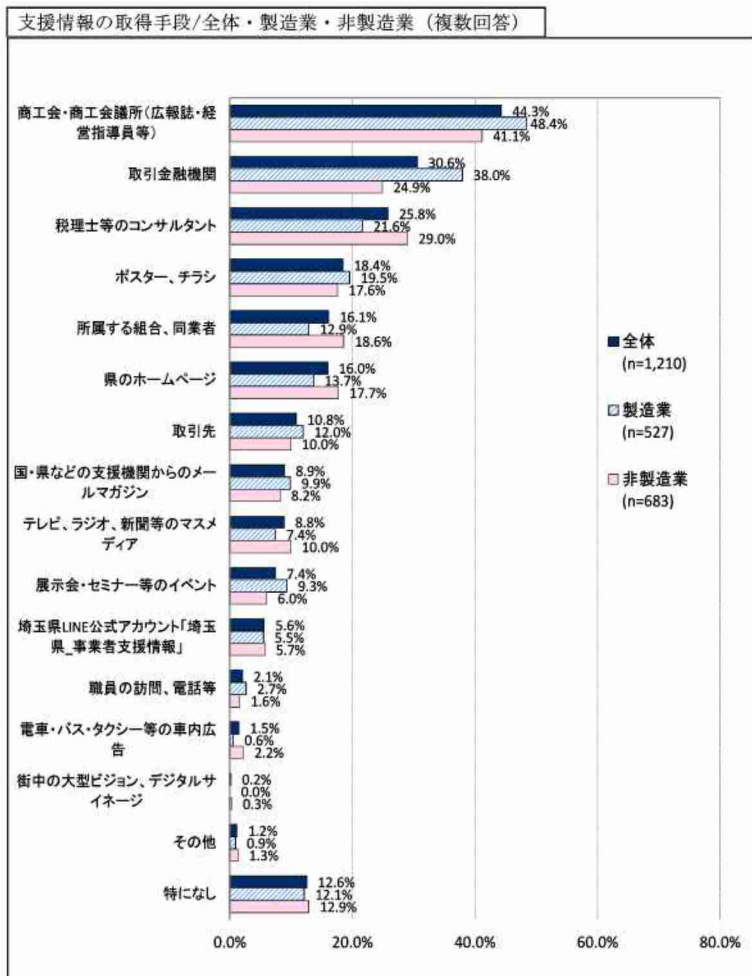
- （2）で「取り組んでいる」又は「関心はあるが取組に至っていない」と回答した企業に、再生材・再生可能素材（バイオ素材を含む）の活用への課題について聞いたところ、全体では「費用負担が増加すること」（44.7%）が最も多く、次いで「品質が不安なこと」（21.8%）、「再生材・再生可能素材に関する情報が十分でない」（20.7%）、「再生材・再生可能素材に関する情報が十分でない」（20.7%）、「再生材・再生可能素材に関する情報が十分でない」（20.7%）の順となった。



#### 4. 支援情報の取得手段

##### (1) 支援情報の取得手段（回答数1，210社・複数回答）

- 補助金やセミナーなど、支援情報を得る際の手段について聞いたところ、「商工会・商工会議所（広報誌・経営指導員等）」（44.3%）が最も多く、次いで「取引金融機関」（30.6%）、「税理士等のコンサルタント」（25.8%）の順となった。



## 【特別調査 結果一覽】

### 1. 価格転嫁について

<b>(1) 価格交渉（相談）の実施状況</b>	
1 できている 46.9%	2 できていない 39.9%
3 価格交渉をする必要はない 13.1%	
<b>(2) 1年前（令和5年3月頃）と比べた価格交渉（相談）のしやすさ</b>	
1 改善した 16.9%	2 変わらない 60.6%
3 難しくなった 13.6%	4 価格交渉をする必要はない 8.9%
<b>(3) 価格転嫁の実施状況</b>	
1 100% 13.0%	2 80～99% 17.4%
3 60～79% 17.1%	4 40～59% 12.9%
5 20～39% 10.2%	6 1～19% 14.0%
7 全くできていない 15.5%	
<b>(4) 価格転嫁が十分にできていない理由(複数回答)</b>	
※（3）で2～7のいずれかを選択した企業	
1 発注側企業と交渉したが、企業全体の方針により理解を得られなかった 16.5%	
2 発注側企業と交渉したが、購買部門担当者の理解を得られなかった 16.0%	
3 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 23.3%	
4 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 42.5%	
5 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 23.8%	
6 その他 13.9%	
<b>(5) 行政に期待する支援(複数回答)</b>	
1 好事例など支援情報の発信 17.9%	2 業界全体としての機運醸成 38.3%
3 取引上の悩みに関する相談体制の強化 4.6%	4 価格交渉に応じない企業への指導 23.7%
5 「パートナーシップ構築宣言企業」への追加的な支援策（優遇措置） 9.4%	
6 新たな販路開拓支援 16.1%	7 消費者に対する理解促進 32.2%
8 その他 9.9%	
<b>(6) 「パートナーシップ構築宣言」の登録状況</b>	
1 既に登録している 8.2%	2 今後登録する予定 5.5%
3 登録しようか検討している 23.0%	4 登録するつもりはない 28.9%
5 「パートナーシップ構築宣言」を知らない 34.3%	

## 2. 最低賃金の引上げについて

※令和5年10月1日から県内最低賃金が1,028円に引き上げられました。

<b>(1) 今回の最低賃金引上げに伴う貴社における賃金の引上げ状況</b>	
1 新たな最低賃金額を下回っていたので、最低賃金額まで賃金を引き上げた 14.0%	
2 新たな最低賃金額を下回っていたので、最低賃金額を超えて賃金を引き上げた 14.4%	
3 最低賃金を上回っていたが、賃金を引き上げた 27.7%	
4 最低賃金は上回っていたので、賃金は引き上げていない 35.9%	
5 その他 8.0%	
<b>(2) 今回の最低賃金引上げによる人件費上昇への貴社の対応策(複数回答)</b>	
※(1)で1又は2を選択した企業	
1 生産性の向上 38.0%	2 価格転嫁 34.1%
3 設備投資の抑制 14.4%	4 経費削減(仕入れコスト、広告宣伝費、交際費など人件費以外) 36.1%
5 時間外、休日労働の削減 18.0%	6 外部人材の活用、業務の外注化 4.5%
7 役員報酬の削減 15.8%	8 福利厚生費の削減 7.0%
9 正社員の削減 4.2%	10 非正規社員の削減(シフト削減含む。) 3.9%
11 採用の抑制 7.9%	12 正社員採用の予定を非正規社員採用に切替え 1.4%
13 国の助成金の利用 4.5%	14 その他 2.0%
15 特になし 20.3%	
<b>(3) 今回の最低賃金引上げによる経営への影響</b>	
1 大いに負担になっている 22.9%	2 多少は負担になっている 40.7%
3 負担になっていない 18.6%	4 どちらとも言えない 17.9%
<b>(4) 最低賃金引上げへの対応のために必要な行政支援(複数回答)</b>	
1 税・社会保険料の軽減 70.0%	2 生産性向上への支援 12.8%
3 取引価格適正化への支援 16.6%	4 助成金の拡充 34.3%
5 専門家の派遣や相談窓口の拡充 1.4%	6 人材育成、教育への支援 9.7%
7 賃上げ実施企業の好事例の周知 3.9%	8 融資等の資金繰り支援 16.1%
9 その他 2.7%	10 特になし 13.0%

## 3. サーキュラーエコノミーについて

<b>(1) サーキュラーエコノミーの認知度</b>	
1 聞いたことがあり、内容も理解している 5.3%	
2 聞いたことはあるが、内容は分からない 21.3%	
3 聞いたことがない 73.4%	
<b>(2) サーキュラーエコノミーへの取組状況</b>	
1 取り組んでいる 4.1%	2 関心はあるが取組に至っていない 12.2%
3 関心がない 20.1%	4 分からない 63.7%

(3) 取り組んでいる内容又は関心がある内容 (複数回答)

※(2)で「1 取り組んでいる」又は「2 関心があるが取組に至っていない」と回答した企業

<設計>

- 1 リユース・リサイクルに適した設計 21.5%
- 2 製品の軽量化などリデュース設計 11.8%
- 3 長期使用可能な製品・サービス設計への見直し 15.6%
- 4 オーダーメイド型製品設計による余剰機能の削減 12.9%
- 5 リサイクルしやすい構造・素材(解体しやすい、単一の素材で作られている等)や再生材・再生可能素材(バイオ素材を含む)を活用するなど、資源の循環的な利用に配慮した製品設計 20.4%

<生産・販売>

- 6 生産工程の最適化による生産ロスの削減や端材・副産物の活用 41.9%
- 7 再生材・再生可能素材(バイオ素材を含む)を製品以外で活用(梱包材や生産資材、販促品、ユニフォーム等の社内物品など) 15.1%
- 8 IoT等を活用し、需要に応じた供給を徹底することによる販売ロスの削減 14.0%
- 9 取引先に対するリースやシェアリング、修理・メンテナンスサービスの提供 10.2%
- 10 自社における、リースやシェアリング、中古品の活用 26.3%

<消費・廃棄>

- 11 廃棄物の削減・リサイクルの徹底 58.1%
- 12 製品の自主回収によるリサイクルの推進 8.6%
- 13 廃棄物の性状に応じた適切なリサイクル手法の選択 18.3%

<その他>

- 14 サーキュラーエコノミーに適合する活動指針の策定 9.7%
- 15 サーキュラーエコノミーを推進する部署の設置 4.3%

(4) 再生材・再生可能材(バイオ素材含む)の活用への課題 (複数回答)

- 1 費用負担が増加すること 44.7%
- 2 品質が不安なこと 21.8%
- 3 新たな設備など投資が必要なこと 16.5%
- 4 自社の事業活動に合う活用イメージがない 20.2%
- 5 事業全体で採算性が確保できない 14.4%
- 6 活用に関する自社の目標が明確でない 12.8%
- 7 再生材・再生可能素材に関する情報が十分でない 20.7%
- 8 再生材・再生可能素材の活用に関する提案がない 4.3%
- 9 何が課題かわからない 10.6%
- 10 その他 2.7%
- 11 特に課題はない 11.2%

#### 4. 支援情報の取得手段について

(1) 支援情報の取得手段 (複数回答)

- 1 ポスター、チラシ 18.4%
- 2 展示会・セミナー等のイベント 7.4%
- 3 商工会・商工会議所(広報誌・経営指導員等) 44.3%
- 4 所属する組合、同業者 16.1%
- 5 取引先 10.8%
- 6 税理士等のコンサルタント 25.8%
- 7 取引金融機関 30.6%
- 8 県のホームページ 16.0%
- 9 埼玉県LINE公式アカウント「埼玉県\_事業者支援情報」 5.6%
- 10 国・県などの支援機関からのメールマガジン 8.9%
- 11 電車・バス・タクシー等の車内広告 1.5%
- 12 職員の訪問、電話等 2.1%
- 13 テレビ、ラジオ、新聞等のマスメディア 8.8%
- 14 街中の大型ビジョン、デジタルサイネージ 0.2%
- 15 その他 1.2%
- 16 特になし 12.6%

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

単位:DI

業 種	R5. 1~3月期	R5. 4~6月期	R5. 7~9月期	R5. 10~12月期	R6. 1~3月期 (当 期)	増 減		R6. 4~6月期 (見通し)
						前期比	前年 同期比	
全 体	▲ 27.0	▲ 14.8	▲ 17.8	▲ 7.6	▲ 25.8	▲ 18.1	1.3	▲ 8.9
製 造 業	▲ 29.3	▲ 14.4	▲ 19.4	▲ 8.4	▲ 28.1	▲ 19.6	1.2	▲ 8.6
食料品製造	▲ 36.5	18.9	4.2	17.0	▲ 8.2	▲ 25.1	28.4	16.3
繊維工業	▲ 37.5	▲ 33.3	▲ 26.5	0.0	▲ 21.6	▲ 21.6	15.9	▲ 13.5
家具・装備品	▲ 12.5	▲ 26.7	▲ 30.8	▲ 10.0	▲ 3.7	6.3	8.8	▲ 29.6
パルプ・紙・紙加工品	▲ 42.0	▲ 12.8	▲ 26.5	▲ 16.4	▲ 67.4	▲ 51.0	▲ 25.4	▲ 6.5
印刷業	▲ 28.2	▲ 19.1	▲ 40.0	7.3	▲ 28.9	▲ 36.3	▲ 0.7	▲ 15.8
化学工業	▲ 28.3	0.0	▲ 20.9	4.9	▲ 26.2	▲ 31.1	2.1	11.9
プラスチック製品	▲ 43.1	▲ 19.6	▲ 20.4	▲ 28.6	▲ 44.0	▲ 15.4	▲ 0.9	▲ 2.0
鉄鋼業・非鉄金属	▲ 16.4	▲ 32.7	▲ 28.3	▲ 19.6	▲ 37.3	▲ 17.6	▲ 20.9	▲ 9.8
金属製品	▲ 33.3	▲ 13.8	▲ 19.0	▲ 14.1	▲ 39.4	▲ 25.3	▲ 6.1	▲ 14.9
電気機械器具	▲ 14.3	▲ 6.7	▲ 6.3	▲ 1.9	▲ 14.5	▲ 12.6	▲ 0.3	▲ 16.7
輸送用機械器具	▲ 26.4	1.8	▲ 5.6	0.0	▲ 22.4	▲ 22.4	4.0	▲ 6.0
一般機械器具	▲ 31.7	▲ 37.3	▲ 26.7	▲ 27.9	▲ 13.3	14.5	18.3	▲ 20.0
非 製 造 業	▲ 25.3	▲ 15.1	▲ 16.6	▲ 7.0	▲ 24.0	▲ 17.0	1.3	▲ 9.1
建 設 業	▲ 23.6	▲ 28.5	▲ 14.6	▲ 7.6	▲ 14.6	▲ 6.9	9.0	▲ 26.2
総合工事業	▲ 30.8	▲ 23.6	▲ 15.4	▲ 7.7	▲ 8.2	▲ 0.5	22.6	▲ 18.4
職別工事業	▲ 21.8	▲ 33.3	▲ 16.3	▲ 13.5	▲ 21.2	▲ 7.7	0.7	▲ 32.7
設備工事業	▲ 18.0	▲ 29.4	▲ 12.3	▲ 1.9	▲ 14.0	▲ 12.1	4.0	▲ 27.1
卸売・小売業	▲ 23.9	▲ 23.3	▲ 25.3	▲ 14.0	▲ 36.2	▲ 22.2	▲ 12.3	▲ 12.7
(卸売業)	▲ 20.8	▲ 17.9	▲ 16.0	▲ 5.6	▲ 34.2	▲ 28.5	▲ 13.4	▲ 2.5
繊維・衣服等	0.0	▲ 11.8	▲ 18.8	▲ 35.0	▲ 28.6	6.4	▲ 28.6	▲ 28.6
飲食料品	▲ 23.3	3.8	3.1	19.2	▲ 39.3	▲ 58.5	▲ 16.0	14.3
建築材料、鉱物・金属材料等	▲ 25.8	▲ 20.0	▲ 34.4	0.0	▲ 25.0	▲ 25.0	0.8	▲ 3.6
機械器具	▲ 13.6	▲ 33.3	▲ 9.1	▲ 13.0	▲ 28.0	▲ 15.0	▲ 14.4	▲ 16.7
その他	▲ 34.6	▲ 26.9	▲ 21.7	▲ 8.3	▲ 48.0	▲ 39.7	▲ 13.4	8.0
(小売業)	▲ 26.8	▲ 27.9	▲ 33.3	▲ 20.9	▲ 38.1	▲ 17.1	▲ 11.3	▲ 22.0
繊維・衣服・身の回り品	▲ 34.3	▲ 21.1	▲ 59.5	▲ 21.4	▲ 35.5	▲ 14.1	▲ 1.2	▲ 16.7
飲食料品	▲ 18.9	▲ 30.6	▲ 21.1	0.0	▲ 37.1	▲ 37.1	▲ 18.2	▲ 11.8
機械器具	▲ 27.5	▲ 38.7	▲ 21.2	▲ 20.0	▲ 44.8	▲ 24.8	▲ 17.3	▲ 34.5
その他	▲ 26.7	▲ 23.8	▲ 30.6	▲ 41.0	▲ 35.9	5.1	▲ 9.2	▲ 25.6
飲食店	▲ 35.1	4.9	0.0	7.1	▲ 5.7	▲ 12.9	29.4	20.0
情報サービス業	▲ 7.8	▲ 5.9	▲ 24.1	16.7	5.8	▲ 10.9	13.6	▲ 1.9
運輸業	▲ 31.0	▲ 7.3	▲ 13.5	▲ 8.8	▲ 34.6	▲ 25.8	▲ 3.6	▲ 25.0
不動産業	▲ 22.2	▲ 7.4	▲ 16.3	▲ 19.2	▲ 13.2	6.1	9.1	▲ 5.3
サービス業	▲ 31.4	▲ 1.9	▲ 6.2	▲ 1.8	▲ 26.3	▲ 24.4	5.1	8.1
専門サービス業	▲ 22.2	▲ 31.9	▲ 8.0	▲ 2.3	▲ 13.3	▲ 11.1	8.9	▲ 13.3
洗濯・理美容・浴場業	▲ 45.5	8.3	▲ 22.9	▲ 15.4	▲ 36.8	▲ 21.5	8.6	13.2
その他生活関連・娯楽業	▲ 21.1	21.6	▲ 2.9	0.0	▲ 31.6	▲ 31.6	▲ 10.5	25.6
その他の事業サービス業	▲ 35.7	2.7	7.3	9.1	▲ 25.6	▲ 34.7	10.1	10.3

資金繰りDIの推移

単位：DI

業種	R5.	R5.	R5.	R5.	R6.	増減		R6.
	1～3月期	4～6月期	7～9月期	10～12月期	1～3月期 (当期)	前期比	前年同期比	4～6月期 (見通し)
全体	▲25.6	▲18.1	▲21.8	▲16.8	▲23.2	▲6.4	2.3	▲13.5
製造業	▲26.6	▲21.7	▲24.4	▲18.0	▲26.0	▲7.9	0.7	▲15.7
食料品製造	▲31.3	▲5.8	▲19.1	▲8.2	▲6.5	1.6	24.7	▲4.3
繊維工業	▲45.2	▲37.1	▲35.3	▲21.9	▲21.6	0.3	23.5	▲24.3
家具・装飾品	▲13.8	▲31.0	▲44.0	▲18.5	▲4.0	14.5	9.8	▲24.0
パルプ・紙・紙加工品	▲36.7	▲35.6	▲35.4	▲9.4	▲47.8	▲38.4	▲11.1	▲19.6
印刷業	▲37.8	▲40.0	▲48.7	▲22.5	▲22.2	0.3	15.6	▲33.3
化学工業	▲27.3	0.0	▲4.9	▲2.5	▲10.0	▲7.5	17.3	7.3
プラスチック製品	▲30.0	▲19.6	▲27.1	▲14.6	▲36.7	▲22.2	▲6.7	▲12.0
鉄鋼業・非鉄金属	▲15.0	▲23.6	▲20.0	▲25.0	▲32.7	▲7.7	▲17.7	▲18.0
金属製品	▲25.0	▲6.3	▲17.2	▲19.4	▲39.7	▲20.3	▲14.7	▲17.5
電気機械器具	▲17.0	▲30.6	▲15.9	▲10.0	▲16.7	▲6.7	0.3	▲13.2
輸送用機械器具	▲27.5	▲21.4	▲15.1	▲23.1	▲29.2	▲6.1	▲1.7	▲16.7
一般機械器具	▲22.4	▲19.3	▲29.8	▲37.3	▲25.9	11.4	▲3.4	▲19.0
非製造業	▲24.6	▲15.3	▲19.8	▲15.9	▲21.0	▲5.1	3.6	▲11.8
建設業	▲23.7	▲28.6	▲27.6	▲21.6	▲24.5	▲2.9	▲0.8	▲25.5
総合工事業	▲23.5	▲32.7	▲30.8	▲20.8	▲34.0	▲13.2	▲10.5	▲27.7
観別工事業	▲32.1	▲27.9	▲33.3	▲32.7	▲25.5	7.2	6.6	▲27.5
設備工事業	▲14.6	▲24.5	▲19.6	▲11.3	▲14.3	▲3.0	0.3	▲21.3
卸売・小売業	▲20.8	▲12.5	▲20.0	▲18.5	▲25.2	▲6.7	▲4.5	▲12.9
(卸売業)	▲12.0	▲6.6	▲9.5	▲7.6	▲11.9	▲4.4	0.1	▲8.1
繊維・衣服等	▲5.0	▲37.5	▲7.1	▲35.0	▲9.1	25.9	▲4.1	▲27.3
飲食料品	▲13.3	8.0	▲7.1	4.0	▲3.7	▲7.7	9.6	3.7
建築材料、鉱物・金属材料等	▲13.8	▲6.7	▲9.4	3.2	▲14.8	▲18.0	▲1.0	▲18.5
機械器具	▲9.1	4.2	▲4.5	4.8	▲8.7	▲13.5	0.4	▲4.2
その他	▲16.7	▲11.5	▲20.0	▲22.7	▲23.8	▲1.1	▲7.1	▲4.5
小売業	▲28.6	▲17.5	▲28.8	▲27.7	▲36.4	▲8.8	▲7.9	▲17.1
(小売業)	▲44.1	▲13.5	▲28.6	▲34.2	▲34.5	▲0.3	9.6	▲13.8
繊維・衣服・身の回り品	▲18.9	▲30.3	▲35.1	▲22.9	▲40.6	▲17.8	▲21.7	▲9.4
飲食料品	▲30.8	▲16.7	▲25.8	▲26.7	▲41.4	▲14.7	▲10.6	▲27.6
機械器具	▲20.0	▲11.6	▲25.0	▲26.3	▲30.8	▲4.5	▲10.8	▲17.9
その他	▲44.1	▲18.4	▲17.6	▲21.4	▲14.3	7.1	29.8	▲5.7
飲食店	▲8.2	▲3.9	▲12.1	5.7	▲7.7	▲13.4	0.5	▲3.8
情報サービス業	▲33.3	▲16.7	▲23.5	▲28.1	▲20.8	7.2	12.5	▲23.4
運輸業	▲17.3	▲15.7	▲15.0	▲16.0	▲5.7	10.3	11.6	▲5.9
不動産業	▲31.7	▲9.8	▲14.8	▲7.6	▲20.8	▲13.2	10.9	0.6
サービス業	▲16.3	▲10.9	▲16.7	▲9.1	▲11.1	▲2.0	5.2	▲11.1
専門サービス業	▲57.8	▲8.6	▲20.6	▲10.5	▲41.7	▲31.1	16.1	▲2.6
洗濯・理美容・浴場業	▲16.2	2.9	▲14.3	2.9	▲10.8	▲13.7	5.4	21.6
その他生活関連・娯楽業	▲33.3	▲21.6	▲7.9	▲12.2	▲22.2	▲10.0	11.1	▲2.7

採算DIの推移

単位:DI

業種	R5.	R5.	R5.	R5.	R6.	増減		R6.
	1~3月期	4~6月期	7~9月期	10~12月期	1~3月期 (当期)	前期比	前年同期比	4~6月期 (見直し)
全体	▲36.4	▲26.7	▲26.9	▲22.7	▲28.5	▲5.9	7.8	▲16.1
製造業	▲37.6	▲28.4	▲28.7	▲20.6	▲30.5	▲9.8	7.2	▲18.3
食料品製造	▲45.8	▲21.2	▲21.3	▲12.2	▲6.5	5.7	39.3	6.4
繊維工業	▲58.1	▲40.0	▲47.1	▲25.8	▲32.4	▲6.6	25.6	▲35.1
家具・装備品	▲22.2	▲26.7	▲37.5	▲29.6	▲16.0	13.6	6.2	▲24.0
パルプ・紙・紙加工品	▲42.9	▲42.2	▲39.6	▲24.5	▲50.0	▲25.5	▲7.1	▲32.6
印刷業	▲54.1	▲28.9	▲35.9	▲12.5	▲16.7	▲4.2	37.4	▲36.1
化学工業	▲41.9	▲10.0	▲12.2	0.0	▲12.5	▲12.5	29.4	0.0
プラスチック製品	▲49.0	▲25.5	▲34.0	▲19.1	▲40.8	▲21.7	8.2	▲15.7
鉄鋼業・非鉄金属	▲36.7	▲40.0	▲34.0	▲26.5	▲34.7	▲8.2	2.0	▲16.3
金属製品	▲26.5	▲15.9	▲22.2	▲23.0	▲45.9	▲23.0	▲19.4	▲17.5
電気機械器具	▲24.5	▲34.4	▲20.6	▲14.0	▲28.8	▲14.8	▲4.3	▲17.0
輸送用機械器具	▲39.2	▲19.6	▲18.9	▲17.3	▲32.7	▲15.3	6.6	▲22.9
一般機械器具	▲24.1	▲37.5	▲33.9	▲39.7	▲31.0	8.6	▲6.9	▲17.9
非製造業	▲35.5	▲25.4	▲25.5	▲24.2	▲27.1	▲2.9	8.4	▲14.4
建設業	▲40.4	▲35.6	▲28.4	▲25.8	▲24.1	1.7	16.3	▲27.8
総合工事業	▲38.0	▲43.6	▲41.2	▲31.9	▲30.4	1.5	7.6	▲28.3
職種工事業	▲43.4	▲33.3	▲27.1	▲33.3	▲27.5	5.9	15.9	▲33.3
設備工事業	▲39.6	▲28.6	▲17.9	▲13.2	▲14.6	▲1.4	25.0	▲21.3
卸売・小売業	▲35.1	▲29.8	▲26.4	▲29.1	▲38.2	▲9.2	▲3.1	▲18.0
(卸売業)	▲32.3	▲21.7	▲18.1	▲23.1	▲33.0	▲10.0	▲0.8	▲10.0
繊維・衣服等	▲45.0	▲50.0	▲42.9	▲78.9	▲54.5	24.4	▲9.5	▲36.4
飲食料品	▲23.3	▲8.0	0.0	0.0	▲33.3	▲33.3	▲10.0	▲3.7
建筑材料、鉱物・金属材料等	▲37.9	▲20.7	▲25.0	▲16.1	▲33.3	▲17.2	4.6	▲14.8
機械器具	▲22.7	▲8.3	▲18.2	0.0	▲17.4	▲17.4	5.3	0.0
その他	▲34.8	▲30.8	▲15.0	▲31.8	▲38.1	▲6.3	▲3.3	▲9.1
(小売業)	▲37.7	▲36.6	▲33.3	▲34.0	▲42.6	▲8.6	▲5.0	▲24.8
繊維・衣服・身の回り品	▲47.1	▲35.1	▲38.2	▲39.5	▲41.4	▲1.9	5.7	▲24.1
飲食料品	▲33.3	▲34.4	▲43.2	▲22.9	▲46.9	▲24.0	▲13.5	▲18.8
機械器具	▲30.8	▲41.9	▲25.0	▲26.7	▲44.8	▲18.2	▲14.1	▲34.5
その他	▲41.4	▲35.7	▲25.7	▲44.7	▲38.5	6.3	2.9	▲23.1
飲食店	▲58.8	▲31.6	▲26.5	▲31.7	▲20.0	11.7	38.8	▲2.9
情報サービス業	▲8.2	▲5.9	▲19.0	▲1.9	▲11.5	▲9.7	▲3.4	1.9
運輸業	▲50.9	▲27.1	▲47.1	▲42.1	▲35.4	6.7	15.5	▲29.8
不動産業	▲21.2	▲16.0	▲22.5	▲19.6	▲8.3	11.3	12.8	▲14.3
サービス業	▲34.0	▲15.7	▲17.0	▲15.1	▲21.1	▲6.0	12.9	0.0
専門サービス業	▲18.6	▲17.4	▲14.6	▲13.6	▲11.1	2.5	7.5	▲11.1
洗濯・理美容・浴場業	▲54.5	▲14.3	▲24.2	▲21.1	▲42.9	▲21.8	11.7	▲5.3
その他生活関連・娯楽業	▲22.2	▲5.7	▲17.6	▲8.6	▲25.0	▲16.4	▲2.8	24.3
その他の事業サービス業	▲38.5	▲24.3	▲13.2	▲16.7	▲8.3	8.3	30.1	▲5.6



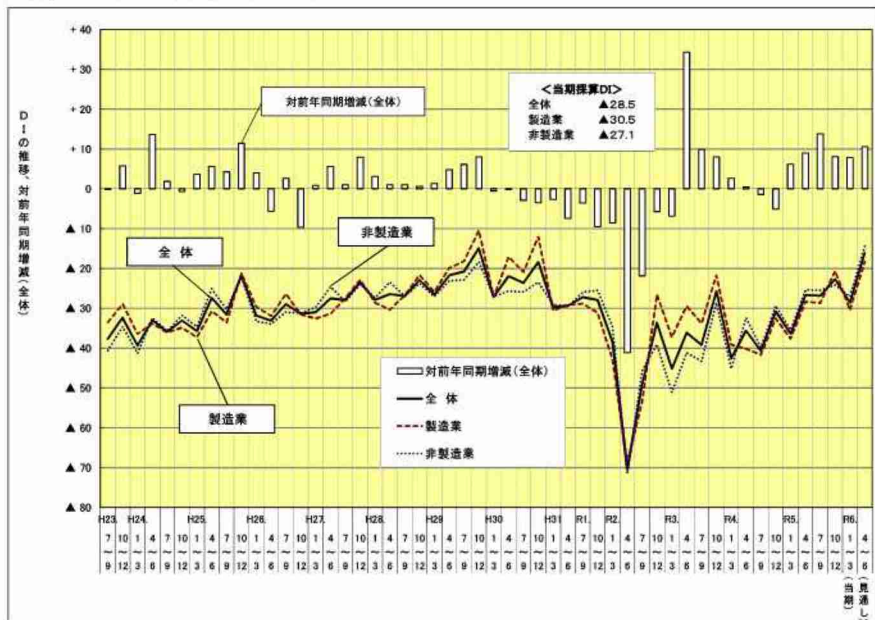
## 設備投資の実施率

単位：％

業 種	R5. 1～3月期	R5. 4～6月期	R5. 7～9月期	R5. 10～12月期	R6. 1～3月期 (当期)	増 減		R6. 4～6月期 (見通し)
						前期比	前年 同期比	
全 体	20.8	19.8	20.4	19.3	20.3	1.1	▲ 0.5	19.6
製 造 業	24.5	25.0	24.6	22.9	23.2	0.3	▲ 1.4	22.8
食料品製造	35.3	44.2	37.5	34.0	31.9	▲ 2.0	▲ 3.4	34.7
繊維工業	9.1	11.1	11.8	12.5	10.8	▲ 1.7	1.7	11.1
家具・装備品	18.8	19.4	16.0	16.7	3.7	▲ 13.0	▲ 15.0	11.5
パルプ・紙・紙加工品	18.0	12.8	12.2	12.5	21.7	9.2	3.7	11.4
印刷業	23.1	25.5	15.0	17.9	15.8	▲ 2.2	▲ 7.3	13.2
化学工業	28.3	30.2	34.9	24.4	30.2	5.8	2.0	39.5
プラスチック製品	32.0	27.5	32.7	27.1	24.5	▲ 2.6	▲ 7.5	24.5
鉄鋼業・非鉄金属	29.5	33.3	39.6	32.7	28.6	▲ 4.1	▲ 0.9	32.7
金属製品	17.6	18.8	17.2	31.3	22.4	▲ 8.9	4.7	19.4
電気機械器具	16.1	17.7	21.9	18.9	32.7	13.9	16.7	17.0
輸送用機械器具	38.5	38.6	32.1	34.6	29.2	▲ 5.4	▲ 9.3	36.7
一般機械器具	23.0	16.9	18.6	6.6	15.3	8.7	▲ 7.7	15.5
非 製 造 業	18.0	15.7	17.3	16.6	18.1	1.5	0.1	17.1
建 設 業	16.1	12.7	18.4	12.2	12.7	0.5	▲ 3.5	11.0
総合工事業	17.6	11.3	24.5	11.8	22.0	10.2	4.4	10.6
職別工事業	9.3	8.7	12.5	7.7	5.8	▲ 1.9	▲ 3.5	4.0
設備工事業	22.0	17.6	17.5	17.0	10.4	▲ 6.6	▲ 11.6	18.4
卸売・小売業	14.7	11.2	14.2	14.4	17.5	3.1	2.8	16.3
(卸売業)	20.0	11.7	18.4	20.2	19.3	▲ 0.8	▲ 0.7	19.5
繊維・衣服等	19.0	7.1	6.7	15.0	23.1	8.1	4.0	7.1
飲食料品	26.7	7.7	18.8	19.2	32.1	12.9	5.5	38.5
建築材料・鉱物・金属材料等	19.4	19.4	31.3	25.8	14.3	▲ 11.5	▲ 5.1	14.3
機械器具	22.7	12.5	13.6	21.7	16.0	▲ 5.7	▲ 6.7	12.0
その他	11.5	8.0	12.5	16.7	12.0	▲ 4.7	0.5	20.0
小 売 業	9.8	10.8	10.5	9.5	15.8	6.3	6.0	13.5
(小売業)	5.9	2.6	2.7	4.9	3.2	▲ 1.7	▲ 2.7	0.0
繊維・衣服・身の回り品	7.9	11.4	10.8	5.4	11.4	6.0	3.5	8.6
機械器具	17.1	18.8	21.2	13.3	28.6	15.2	11.5	20.7
その他	6.7	11.6	8.3	15.4	20.5	5.1	13.8	23.1
飲 食 店	13.5	22.0	11.4	21.4	14.3	▲ 7.1	0.8	11.8
情報サービス業	21.6	16.0	14.0	13.0	19.2	6.3	▲ 2.3	19.6
運輸業	39.7	27.3	31.4	31.6	30.8	▲ 0.8	▲ 8.9	32.7
不動産業	11.1	7.4	14.3	11.5	10.8	▲ 0.7	▲ 0.3	8.3
サービス業	19.8	23.4	20.0	20.9	22.4	1.5	2.6	21.3
専門サービス業	15.9	26.1	24.0	15.9	22.2	6.3	6.3	24.4
洗濯・理美容・浴場業	22.2	20.0	20.6	20.5	17.9	▲ 2.6	▲ 4.3	20.5
その他生活関連・娯楽業	21.6	27.0	19.4	27.8	30.8	3.0	9.1	23.7
その他の事業サービス業	19.5	19.4	15.0	20.5	18.4	▲ 2.0	▲ 1.1	15.8



【採算D Iの推移(平成23年7月～)】



# 参考 アンケート調査票

埼玉県四半期経営動向調査(令和6年1~3月期) 調査日3月1日時点  
※ 該当する番号・記号に○を付けてください。

問1 貴社の今1~3月期の経営実績(見込み)は、前10~12月期と比較していかがでしたか。

(1)売上高は…	1 増えた	2 ほとんど変わらない	3 減った
(2)資金繰りは…	1 良くなった	2 ほとんど変わらない	3 悪くなった
(3)採算は…	1 良くなった	2 ほとんど変わらない	3 悪くなった

問2 貴社の来4~6月期の経営見通しは、今1~3月期と比較していかがですか。

(1)売上高は…	1 増える	2 ほとんど変わらない	3 減る
(2)資金繰りは…	1 良くなる	2 ほとんど変わらない	3 悪くなる
(3)採算は…	1 良くなる	2 ほとんど変わらない	3 悪くなる

問3 貴社の今1~3月期の設備投資実績(見込み)についてお聞きします。

(1)設備投資を… 1 実施した 2 実施しなかった

【設備投資を「1 実施した」と回答された方のみにお聞きします。】

(2)投資した  
内容は… 1 土地 2 建物(工場・店舗等を含む)  
3 生産・販売設備(建設機械を含む) 4 情報化機器  
【複数回答可】 5 車輦・運搬具 6 その他( )

(3)投資した  
目的は… 1 更新・維持・補修 2 生産・販売能力の拡大 3 合理化・省力化  
4 研究・開発 5 環境保全対策 6 他社(他店)との差別化  
【複数回答可】 7 多角化 8 その他( )

問4 貴社の来4~6月期の設備投資計画についてお聞きします。

(1)設備投資を… 1 実施する 2 実施しない

【設備投資を「1 実施する」と回答された方のみにお聞きします。】

(2)投資する  
内容は… 1 土地 2 建物(工場・店舗等を含む)  
3 生産・販売設備(建設機械を含む) 4 情報化機器  
【複数回答可】 5 車輦・運搬具 6 その他( )

(3)投資する  
目的は… 1 更新・維持・補修 2 生産・販売能力の拡大 3 合理化・省力化  
4 研究・開発 5 環境保全対策 6 他社(他店)との差別化  
【複数回答可】 7 多角化 8 その他( )

問5 貴社の業界の「景気」について、経営者の方のご意見をお聞かせください。

(1)今1~3月期の景気水準は… 1 好況である 2 普通である 3 不況である

(2)来4~6月期の景気見通しは… 1 良い方向に向かう 2 どちらともいえない 3 悪い方向に向かう

問6 コスト上昇分の価格交渉(相談)、価格転嫁、「パートナーシップ構築宣言」についてお聞きします。

(1)発注側企業と十分に価格交渉(相談)ができていたか… 1 できている 2 できていない 3 価格交渉を必要はない

【全ての企業にお聞きします】

(2)1年前(令和5年3月頃)と比べて価格交渉(相談)のしやすさは… 1 改善した 2 変わらない 3 悪化した 4 価格交渉を必要はない

【全ての企業にお聞きします】

(3)コスト高騰に対してどのくらい価格転嫁ができていたか… 1 100% 2 80%~99% 3 60~79% 4 40~59%  
5 20%~39% 6 1~19% 7 全くできていない

【問6(3)で2~7のいずれかを複数ご回答ください】

(4)価格転嫁が十分にできていない理由は… 1 発注側企業と交渉したが、企業全体の方針により理解を得られなかった  
2 発注側企業と交渉したが、購買部門担当者の理解を得られなかった  
3 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  
4 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  
5 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  
6 その他( )

【全ての企業にお聞きします】

(5)価格転嫁を進めるため、行政に期待する支援… 1 好事例など支援情報の発信 2 業界全体としての連携促進  
3 取引上の悩みに関する相談体制の強化 4 価格交渉に応じない企業への指導  
【複数回答可】 5 「パートナーシップ構築宣言企業」※への追加的な支援策(優遇措置)  
6 新たな販路開拓支援 7 消費者に対する理解促進  
8 その他( )

※「パートナーシップ構築宣言」取引先との共有や「取引条件のしわ寄せ」防止を経営者が宣言する国の制度

【全ての企業にお聞きします】

(6)「パートナーシップ構築宣言」の登録を行っているか… 1 既に登録している 2 今後登録する予定 3 登録しよう検討している  
4 登録するつもりはない 5 「パートナーシップ構築宣言」を知らない

問7 最低賃金の引上げについてお聞きします(令和5年10月1日から県内最低賃金が1,028円に引上げられました)。

1 新たな最低賃金額を下回っていたので、最低賃金額まで賃金を引き上げた  
2 新たな最低賃金額を下回っていたので、最低賃金額を超えて賃金を引き上げた  
3 最低賃金を上回っていたが、賃金を引き上げない(関7(3)へ)  
4 最低賃金は上回っていたので、賃金は引き上げない(関7(3)へ)  
5 その他( ) (関7(3)へ)

→ 表面へ続きます

→ 続きです。

1 問7(1)で1又は2を満了した企業のみご回答ください

(2) 今回の最低賃金引上げによる人件費上昇への貴社の対応 【複数回答可】	1 生産性の向上	2 価格転嫁
	3 設備投資の抑制	4 経費削減(仕入コスト、広告宣伝費、交際費など人件費以外)
	5 時間外、休日労働の削減	6 外部人材の活用、業務の外注化
	7 役員報酬の削減	8 福利厚生費の削減
	9 正社員の削減	10 非正規社員の削減(シフト削減含む。)
	11 採用の抑制	12 正社員採用の予定を非正規社員採用に切替え
	13 国の助成金の利用	14 その他( )
	16 特になし	

【全ての企業にお聞きます】

(3) 今回の最低賃金引上げによる経営への影響は…	1 大いに負担になっている	2 多少は負担になっている
	3 負担になっていない	4 どちらとも言えない

【全ての企業にお聞きます】

(4) 最低賃金引上げへの対応のために必要な行政支援 【複数回答可】	1 税・社会保険料の軽減	2 生産性向上への支援
	3 取引価格適正化への支援	4 助成金の拡充
	5 専門家の派遣や相談窓口の拡充	6 人材育成、教育への支援
	7 費上り実施企業的好事例の周知	8 融資等の資金繰り支援
	9 その他( )	10 特になし

問6 サークュラーエコノミーについて

\*サーキュラーエコノミー…生産活動や消費活動などのあらゆる段階で資源の効率的・循環的な利用を図る経済活動のこと。ここでは、令和6年6月に「サーキュラーエコノミー推進センター埼玉」を設置し、普及啓発・情報発信に加え、複数の企業が連携するためのマッチングや先進的なモデル事業の構築などを支援している。

(1) サークュラーエコノミーの認知度	1 聞いたことがあり、内容も理解している	2 聞いたことはあるが、内容は分からない	3 聞いたことがない	
(2) サークュラーエコノミーへの認知状況は…(※複数回答は(3)の選択肢を参照ください。)	1 取り組んでいる	2 関心はあるが取組に至っていない	3 関心がない	4 分からない

1 問8(2)で「1 取り組んでいる」又は「2 関心はあるが取組に至っていない」を選んだ企業のみご回答ください。

(3) 取り組んでいる内容又は関心がある内容は… 【複数回答可】	<設計>	1 リユース・リサイクルに適した設計	
		2 製品の軽量化などリデュース設計	
		3 長期使用可能な製品・サービス設計への見直し	
	<生産・販売>	4 オーダーメイド型製品設計による余剰機能の削減	
		5 リサイクルしやすい構造、素材(解体しやすい、単一の素材で作られている等)や再生材・再生可能素材(バイオ素材を含む)を活用するなど、資源の循環的な利用に配慮した製品設計	
		6 生産工程の最適化による生産ロスの削減や廃材・副産物の活用	
	<消費・廃棄>	7 再生材・再生可能素材(バイオ素材を含む)を製品以外で活用(梱包材や生産資材、販促品、ユニフォーム等の社内用品など)	
		8 IoT等を活用し、需要に応じた供給を徹底することによる販売ロスの削減	
		9 取引先に対するリースやシェアリング、修理・メンテナンスサービスの提供	
	<その他>	10 自社における、リースやシェアリング、中古品の活用	
		11 廃棄物の削減・リサイクルの徹底	
		12 製品の自主回収によるリサイクルの推進	
			13 廃棄物の性状に応じた適切なリサイクル手法の選択
			14 サークュラーエコノミーに適合する活動指針の策定
			15 サークュラーエコノミーを推進する部署の設置

1 問8(2)で「1 取り組んでいる」又は「2 関心はあるが取組に至っていない」を選んだ企業のみご回答ください。

(4) 再生材・再生可能素材(バイオ素材を含む)の活用への課題は… 【複数回答可】	1 費用負担が増加すること	2 品質が不安なこと
	3 新たな設備など投資が必要なこと	4 自社の事業活動に合う活用イメージがない
	5 事業全体で採算性が確保できない	6 活用に関する自社の目標が明確でない
	7 再生材・再生可能素材に関する情報が十分でない	8 再生材・再生可能素材の活用に関する機会がない
	9 何が課題かわからない	10 その他( )
	11 特に関係はない	

問7 補助金やセミナーなど、支援情報を得る手段についてお聞きます。

(1) 支援情報を得る手段 【複数回答可】	1 ポスター、チラシ	2 展示会・セミナー等のイベント
	3 商工会・商工所主催(広報誌・経営指導員等)	4 所属する組合、同業者
	5 取引先	6 税理士等のコンサルタント
	7 取引金融機関	8 県のホームページ
	9 埼玉県LINE公式アカウント「埼玉県事業者支援情報」	10 国・県などの支援機関からのメールマガジン
	11 電車・バス・タクシー等の車内広告	12 職員との訪問、電話等
	13 テレビ、ラジオ、新聞等のマスメディア	14 街中の大型ビジョン、デジタルサイネージ
	15 その他( )	16 特になし

【貴社の従業員数を教えてください】

正社員数は…	ア 1~5人	イ 6~20人	ウ 21~50人	エ 51人以上
--------	--------	---------	----------	---------

※調査結果の送付を希望しますか(○で囲んでください)→ 1 希望する 2 希望しない

(調査結果は県ホームページにも掲載します。【埼玉県四半期経営動向調査】 <https://www.pref.saitama.lg.jp/d0801/doukou.html>)

◎3月4日(月)までに投票をお願いします。ご協力ありがとうございました。

## 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13回改訂日本標準産業分類(H25.10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・同梱運業(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 製 造 業	建設 総合工事業	総合工事業(06)
	職別工事業	職別工事業(07)
	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)
	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 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1～3月期）  
編纂・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