資　料　7

埼玉県四半期経営動向調査
（令和８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。

県内中小企業の経営状況

景況感 ＤＩ	↘	前期比で▲０．４ポイントの▲３７．６となり、３期ぶりに悪化 業種別では、製造業は３期ぶりに悪化し、非製造業は３期連続改善
景況感の先行きＤＩ	↗	前期比で＋６．０ポイントの▲１２．７となり、２期ぶりに改善
売上げ ＤＩ	↘	前期比で▲１５．０ポイントの▲２１．０となり、２期ぶりに悪化 来期は当期ＤＩより改善する見通し
資金繰り ＤＩ	↘	前期比で▲７．６ポイントの▲１９．４となり、２期ぶりに悪化 来期は当期ＤＩより改善する見通し
採算ＤＩ	↘	前期比で▲３．３ポイントの▲２０．３となり、４期ぶりに悪化 来期は当期ＤＩより改善する見通し
設備投資の実施率	↘	前期比で▲２．９%の２３．８%となり、４期ぶりに減少 来期は当期実施率より減少する見通し

注１）　数値については、小数点第２位を四捨五入して表記しているため、ＤＩを算出すると±0.1ポイントの範囲で差異が生じることがある。
注２）「前期」：令和７年１０～１２月期、「当期」：令和８年１～３月期、「来期(先行き)」：令和８年４～６月期

令和８年３月２６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下記のとおり埼玉県ホームページに掲載しております。

埼玉県四半期経営動向調査ホームページ	埼玉県四半期経営動向調査データサイト	埼玉県オープンデータポータルサイト

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８年１～３月（調査日：令和８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	企業	%
アンケート調査	製　造　業	９６０	６１８	６４.４
	非製造業	1,２４０	８３２	６７.１
	計	2,２００	1,４５０	６５.９
		団体・企業		
ヒアリング調査	製　造　業	２９		
	建　設　業	３		
	小　売　業	１０		
	飲　食　店	１		
	情報サービス業	３		
	運　輸　業	１		
	サービス業	２		
	計	４９		

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

＊　製造業（１２業種）
食料品製造、繊維工業、家具・装備品、パルプ・紙・紙加工品、印刷業、化学工業、プラスチック製品、鉄鋼業・非鉄金属、金属製品、電気機械器具、輸送用機械器具、一般機械器具
＊　非製造業（７業種）
建設業、卸売・小売業、飲食店、情報サービス業、運輸業、不動産業、サービス業

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（１，４５０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 -
2. 売上げについて ..... - 5 -
3. 資金繰りについて ..... - 6 -
4. 採算について ..... - 7 -
5. 設備投資について ..... - 8 -

Ⅱ ヒアリング調査からみた企業の声 ..... - 9 -

1. 製造業 ..... - 9 -
   （１） 一般機械器具 ..... - 9 -
   （２） 輸送用機械器具 ..... - 10 -
   （３） 電気機械器具 ..... - 11 -
   （４） 金属製品 ..... - 12 -
   （５） プラスチック製品 ..... - 13 -
   （６） 食料品製造 ..... - 14 -
   （７） 銑鉄鋳物 ..... - 15 -
   （８） 印刷業 ..... - 16 -
   （９） 工業塗装 ..... - 17 -
2. 小売業 ..... - 18 -
   （１） 百貨店 ..... - 18 -
   （２） スーパー ..... - 18 -
   （３） 商店街 ..... - 19 -
   （４） その他の小売業・卸売業 ..... - 19 -
3. 宿泊業 ..... - 20 -
4. 飲食店 ..... - 20 -
5. 情報サービス業 ..... - 21 -
6. サービス業 （旅行業） ..... - 21 -
7. 運輸業 ..... - 22 -
8. 建設業 ..... - 22 -

Ⅰ　調査結果概要

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ＤＩ〕

・全業種の景況感ＤＩは▲３７．６となり、前期（▲３７．３）から０．４ポイント減少し、３期ぶりに悪化
・製造業の景況感ＤＩは▲３９．５となり、前期（▲３７．８）から１．７ポイント減少し、３期ぶりに悪化
・非製造業の景況感ＤＩは▲３６．２となり、前期（▲３６．８）から０．６ポイント増加し、３期連続改善

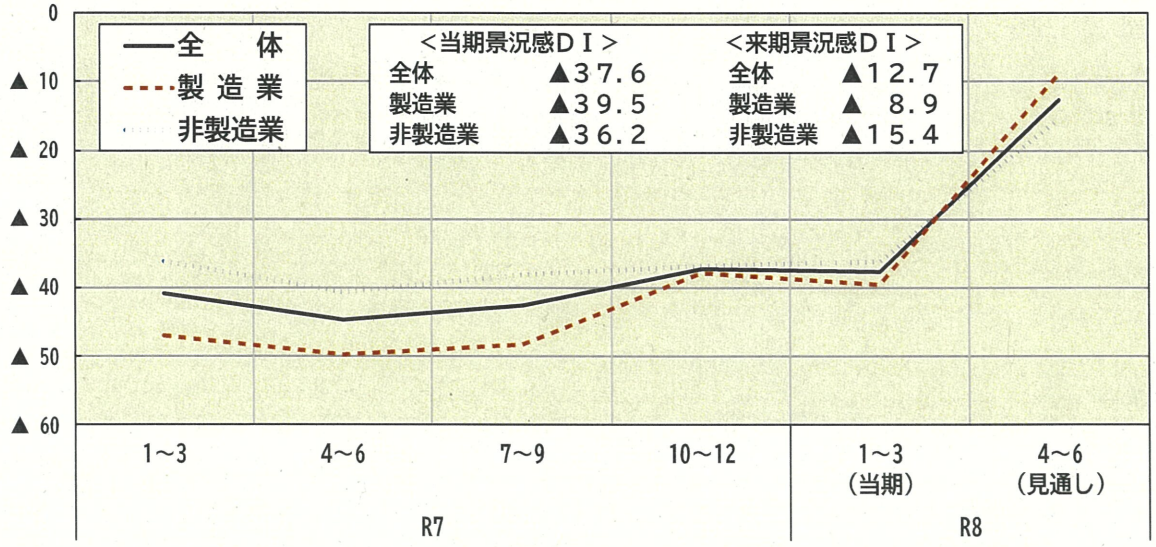
〔景況感の先行きＤＩ〕

・前期比で６．０ポイント増加し▲１２．７となった。２期ぶりに改善した。

〔景況感ＤＩ〕

	当期ＤＩ (R8.1-3)	前期比 (R7.10-12)	前年同期比 (R7.1-3)	来期見通しＤＩ (R8.4-6 の見通し)	前期比[前回調査] (R8.1-3 の見通し)
全　体	▲37．6	▲0．4	＋3．2	▲12．7	＋　6．0
製造業	▲39．5	▲1．7	＋7．4	▲　8．9	＋11．0
非製造業	▲36．2	＋0．6	▲0．1	▲15．4	＋　2．3

〔景況感ＤＩの推移〕



ヒアリング企業の声

・半導体不足の影響で自動車関連の受注は減少していたが、その反動により受注量が大幅に増加し、足下では好況となっている。（輸送用機械器具）
・原材料価格の高止まりにより、業界内での倒産件数が増加している。また、業態転換を行う企業も増えており、業界全体の景況感は厳しい。（食料品製造）
・製造業を中心としたＤＸ需要の拡大により、受注量は増加傾向にある。一方で、各種コストも増加しているため、景況感は必ずしも良好とは言えない。（情報サービス業）

2. 売上げについて

〔当期の状況〕

・全業種の売上げＤＩは▲２１．０となり、前期（▲５．９）から１５．０ポイント減少し、２期ぶりに悪化
・製造業の売上げＤＩは▲１８．１となり、前期（▲０．２）から１７．９ポイント減少し、２期ぶりに悪化
・非製造業の売上げＤＩは▲２３．１となり、前期（▲１０．５）から１２．６ポイント減少し、４期ぶりに悪化

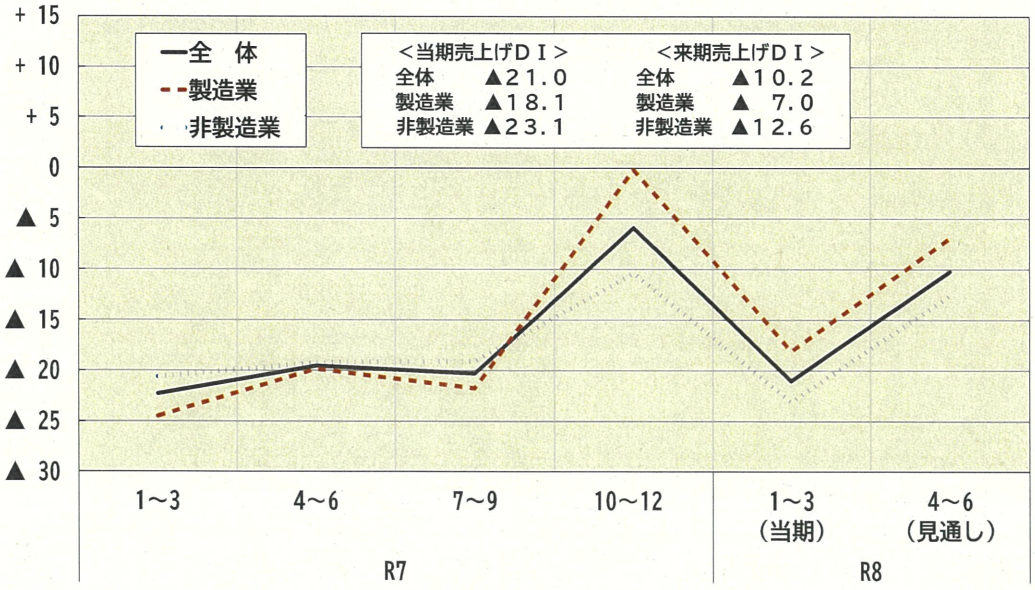
〔来期の見通し〕

・来期の売上げＤＩは▲１０．２（当期比＋１０．８）と改善する見通し

〔売上げＤＩ〕

	当　期 (R8.1-3)	前　期 (R7.10-12)	前年同期 (R7.1-3)	来期見通し (R8.4-6)
全　　体	▲21．0	▲　5．9	▲22．3	▲10．2
製 造 業	▲18．1	▲　0．2	▲24．5	▲　7．0
非製造業	▲23．1	▲10．5	▲20．6	▲12．6

〔売上げＤＩの推移〕



ヒアリング企業の声

・前年同期比で売上高は横ばいで推移している。今後、需要が高まっているデータセンター関連の受注を取り込み、売上高の増加を図りたいと考えている。（電気機械器具）
・国内の大型設備投資が減少しており、受注は減少傾向にある。その影響で売上高は前年同期比で１０パーセント程度減少している。（一般機械器具）
・売上高は前年同期比で２０パーセント程度減少している。企業の賃上げなどにより、消費マインドが回復するまでは、現状の水準が続くと考えている。（飲食店）

3. 資金繰りについて

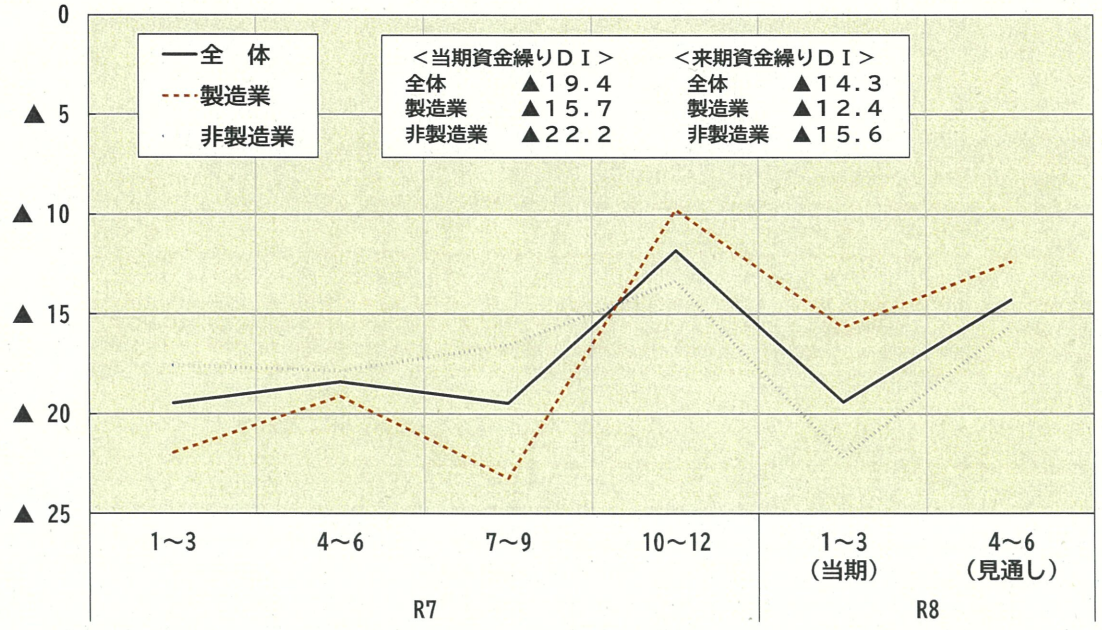
〔当期の状況〕
- 全業種の資金繰りＤＩは▲１９．４となり、前期（▲１１．８）から７．６ポイント減少し、２期ぶりに悪化
- 製造業の資金繰りＤＩは▲１５．７となり、前期（▲９．８）から５．９ポイント減少し、２期ぶりに悪化
- 非製造業の資金繰りＤＩは▲２２．２となり、前期（▲１３．４）から８．８ポイント減少し、３期ぶりに悪化

〔来期の見通し〕
- 来期の資金繰りＤＩは▲１４．３（当期比＋５．１）と改善する見通し

〔資金繰りＤＩ〕

	当　期 (R8.1-3)	前　期 (R7.10-12)	前年同期 (R7.1-3)	来期見通し (R8.4-6)
全　　体	▲19．4	▲11．8	▲19．5	▲14．3
製 造 業	▲15．7	▲ 9．8	▲21．9	▲12．4
非製造業	▲22．2	▲13．4	▲17．6	▲15．6

〔資金繰りＤＩの推移〕



ヒアリング企業の声
- 金融機関の協力により、十分な現預金を確保しているため、資金繰りは良好である。（電気機械器具）
- 機械設備の導入に当たり、補助金の採択が決まったため、資金繰りに支障なく設備投資を行うことができた。（一般機械器具）
- 資材価格の高騰により仕入額が増加しているため、資金繰りは悪化している。（建設業）

4. 採算について

〔当期の状況〕

・全業種の採算ＤＩは▲２０．３となり、前期（▲１７．０）から３．３ポイント減少し、４期ぶりに悪化

・製造業の採算ＤＩは▲１８．５となり、前期（▲１０．６）から７．９ポイント減少し、４期ぶりに悪化

・非製造業の採算ＤＩは▲２１．６となり、前期（▲２２．０）から０．４ポイント増加し、４期連続改善

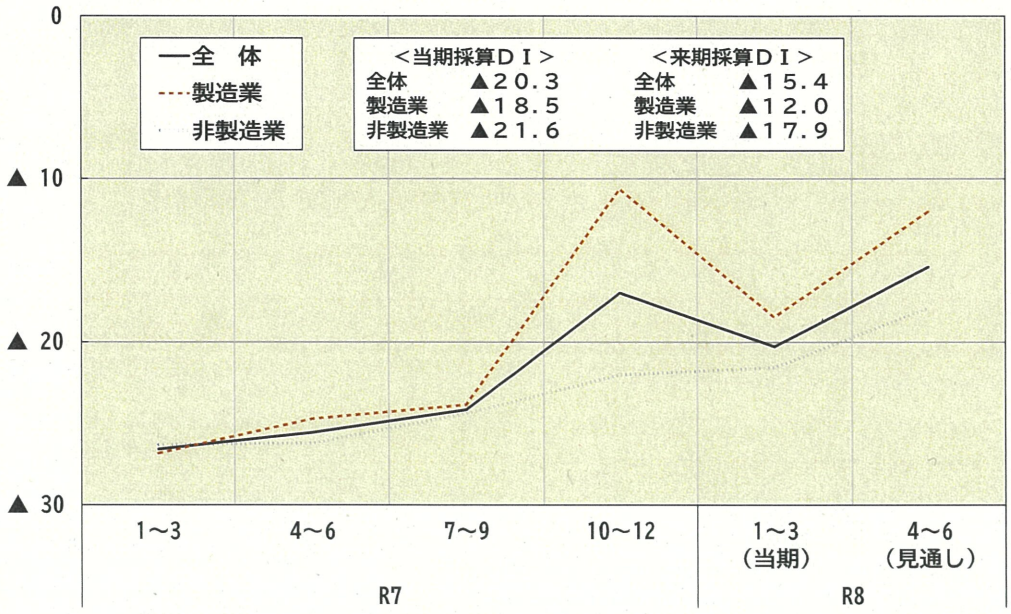
〔来期の見通し〕

・来期の資金繰りＤＩは▲１５．４（当期比＋４．９）と改善する見通し

〔採算ＤＩ〕

	当　期 (R8.1-3)	前　期 (R7.10-12)	前年同期 (R7.1-3)	来期見通し (R8.4-6)
全　　体	▲２０．３	▲１７．０	▲２６．６	▲１５．４
製 造 業	▲１８．５	▲１０．６	▲２６．９	▲１２．０
非製造業	▲２１．６	▲２２．０	▲２６．３	▲１７．９

〔採算ＤＩの推移〕



ヒアリング企業の声

・コストの上昇が続く中、採算を維持するため製造工程の見直しを進めている。生産ラインの自動化により、人件費や材料費の削減を図る。（金属製品）

・金利の上昇によりコストが増加しているものの、価格転嫁が難しい性質のコストであるため、その分採算が悪化している。（銑鉄鋳物）

・資金繰りが厳しいため、長期在庫を値引きして販売する予定であり、採算は更に悪化する見込みである。（その他の小売業・卸売業）

5. 設備投資について

〔当期の状況〕

・全業種の設備投資実施率は２３．８％となり、前期（２６．６％）から２．９ポイント減少し、４期ぶりに悪化
・製造業の設備投資実施率は２８．７％となり、前期（３１．２％）から２．５ポイント減少し、４期ぶりに悪化
・非製造業の設備投資実施率は２０．１％となり、前期（２３．１％）から３．０ポイント減少し、４期ぶりに悪化

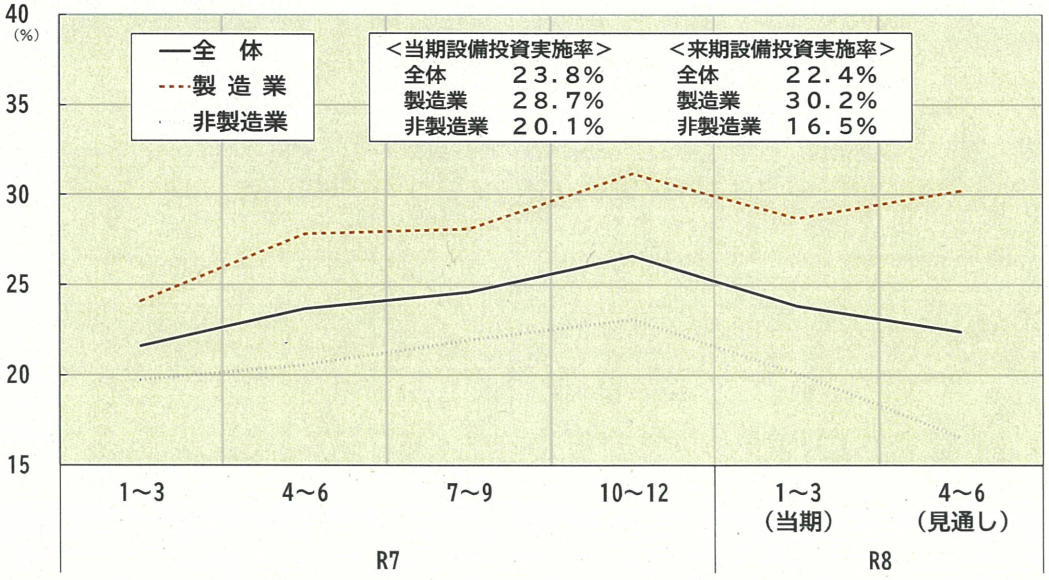
〔来期の見通し〕

・来期の設備投資実施率は２２．４％（当期比▲１．４％）と減少する見通し

〔設備投資の実施率〕

	当　期 (R8.1-3)	前　期 (R7.10-12)	前年同期 (R7.1-3)	来期見通し (R8.4-6)
全　　体	２３．８％	２６．６％	２１．６％	２２．４％
製 造 業	２８．７％	３１．２％	２４．１％	３０．２％
非製造業	２０．１％	２３．１％	１９．７％	１６．５％

〔設備投資実施率の推移〕



ヒアリング企業の声

・生産ラインの省人化を図るべく、設備投資を実施した。来期以降、新商品開発のため設備投資を実施する予定である。（食料品製造）
・工場内の設備が老朽化しているため、設備投資を行いたいが、業績が低迷していることから実施できていない。（一般機械器具）
・受注の増加に伴い、増産に向けて新工場と新倉庫を建設中。現在外注に出している製品も内製化へ移行する予定である。（工業塗装）

II　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】

・主要取引先からの大口受注が減少する見込みであり、不況である。受注減少分を補うために、新製品の開発を迅速に進めている。

・業界全体が不況にある。特にＥＶの販売不振により、自動車メーカーは新車の発売やモデルチェンジを見送っているため、受注は減少傾向にある。

・在庫の消化が進まず、生産調整を余儀なくされるなど、厳しい状況が続いている。

②【売上高】

・売上高は前年同期比で横ばいである。生産拠点を海外へ移す取引先が増えており、受注の減少が懸念される。

・国内の大型設備投資が減少しており、受注は減少傾向にある。その影響で売上高は前年同期比で１０パーセント程度減少している。

・半導体製造装置関連の受注は回復傾向にあり、売上高も徐々に増加していくと見込んでいる。

③【受注単価】

・値上げ交渉を行っているが、コスト上昇分に対して５０パーセント程度しか価格転嫁できていない。一部の企業からは値下げを求められるなど、依然として状況は厳しい。

・定期的に値上げを行っているが、コストの上昇ペースが速く、価格転嫁が追い付いていない。

・値上げの要請を行っているものの、業界全体が厳しい状況にあることから、十分な価格転嫁が進んでいない。

④【人件費】

・ベースアップと賞与の増額を実施したため、人件費は増加している。人材確保のために、賃上げは今後も継続していく予定である。

・賃上げを検討しているが、業況が厳しいことから結論を出せていない。賃上げは必要であるが、原資となる利益の確保が優先事項である。

・受注量の減少に伴い新規採用を抑制していることから、人件費は減少している。

⑤【原材料価格・その他諸費用】

・原材料価格は全般的に上昇している。仕入れに関わる業者の人件費増加などが取引価格に反映されているため、市場価格の上昇を上回るペースで原材料価格も上昇している。

・原材料の大部分を輸入しているため、円安の影響で原材料価格が上昇している。

⑥【採算性】

・売上高が増加しているため、利益の額も増加しているが、利益率でみると悪化傾向にある。

・採算の改善を図るため、少人数でも業務を遂行できるよう、人材の多能化を進めている。

（２）輸送用機械器具

①【景況感】

・取引先の都合により、当初の予定よりも受注量が減少している。景況感は改善すると見込んでいたが、むしろ悪化している。

・今後、トラックの生産量が増加すると聞いており、景況感は回復する見込みである。

・半導体不足の影響で自動車関連の受注は減少していたが、その反動により受注量が大幅に増加し、足下では好況となっている。

②【売上高】

・来期以降、生産終了となる製品があるため、その影響で売上高は５パーセント程度減少する見込みである。

・同業者の廃業などにより新規受注が増加している。売上高は前年同期比で１０パーセント程度増加している。

③【受注単価】

・価格交渉を行っているが、取引先担当者の理解を得られず、受注単価は変わっていない。

・人件費の増加に伴い、受注単価の値上げを予定している。しかし、取引の解消につながる可能性もあるため、１００パーセント価格転嫁することは難しい。

・価格交渉がしやすい環境になってきた一方で、消費者がどこまで価格上昇を許容できるかが懸念される。需要が減少してしまえば、値上げが実現しても意味がない。

④【原材料価格・その他諸費用】

・価格が下がっている原材料はなく、ステンレスや銅の価格は上昇し続けている。

⑤【採算性】

・原材料価格が高騰している一方で、値上げ交渉は進展しておらず、採算は悪化している。

・受注量に対して人員が過剰であるため、採算は悪化している。

（３）電気機械器具

①【景況感】

・取引先が在庫を抱えない方針に転換したため、受注量が減少しており、不況である。
・自動車関連の受注が減少しており、景況感は良くない。厳しい経営環境の中、自動車メーカー各社が経費圧縮を進めており、その影響によるものと考えている。
・受注量は増加基調にあり、新型コロナウイルス感染症流行前の水準まで回復してきている。

②【売上高】

・前年同期比で売上高は横ばいで推移している。今後、需要が高まっているデータセンター関連の受注を取り込み、売上高の増加を図りたいと考えている。
・主要取引先の減産に伴い受注が大幅に減少したため、売上高は前年同期比で減少している。
・新規案件を着実に獲得できており、売上高は前年同期比で１０パーセント程度増加している。

③【受注単価】

・業界内では供給過多の状態が続いており、競争が激しいことから受注単価は据え置いている。
・これまで受注の大半は単独見積もりであったが、最近は相見積もりの案件が増えてきている。そのため、受注単価は低下している。
・原材料価格だけでなく人件費の上昇分についても値上げが進んでおり、順調に価格転嫁できている。

④【原材料価格】

・銅線をはじめとした原材料価格は上昇している。以前に比べると上昇ペースは緩やかになったものの、依然として上昇傾向が続いている。
・原材料価格に大きな変動はなく、横ばいで推移している。高止まりの状況ではあるものの、値上げの話はほとんど聞かれなくなった。

⑤【採算性】

・受注量が減少しているため、工場の稼働率は上がらず、採算性は低水準にとどまっている。
・新規受注が増加し、採算の良い案件を選別できるようになったことから、採算は改善している。

（４）金属製品

①【景況感】

・業界全体で人手不足が原因の廃業や事業縮小が増加しており、経営環境は厳しい。

・ＡＩ需要の拡大により、海外企業の設備投資が大幅に増加している。半導体製造装置関連の受注が伸びており、好況である。

・不安定な社会情勢により生産量を抑え、在庫を持たないようにする取引先が増えている。その結果、受注量が減少しており、不況である。

②【売上高】

・既存取引先からの受注が増加しており、新規取引先の開拓も順調に進んでいる。その結果、売上高は前年同期比で２０パーセント程度増加している。

・新規取引が軌道に乗ったことに加え、既存取引の受注も増加しており、来期以降も売上高の増加が見込まれる。

・受注件数は増加傾向にあるものの、１件当たりの受注量が減少しているため、売上高は減少している。

③【受注単価】

・現在値上げ交渉を進めており、受注単価は上昇する見込みである。中小受託取引適正化法の施行により、交渉しやすい環境が整備されつつある。

・原材料価格が上昇するたびに値上げを行っているため、受注単価は上昇している。一方で、人件費分の価格転嫁は交渉が難しく、まだ実現できていない。

④【人件費】

・４月に賃上げを予定しているため、人件費は増加する見込み。一律でベースアップを行うのではなく、従業員の能力に応じて金額に差をつけて賃上げを行う予定である。

・値上げ交渉の結果を踏まえ、賃金の上げ幅を決定する予定である。

・従業員が１０名程度入社する予定であり、人件費は増加する見通しである。

⑤【採算性】

・コストの上昇が続く中、採算を維持するため製造工程の見直しを進めている。生産ラインの自動化により、人件費や材料費の削減を図る。

・価格転嫁だけでなく、受注量の管理を徹底することによって、採算性は改善している。

（５）プラスチック製品

①【景況感】

・主要な原材料の価格が高騰し、受注も減少しているため、業況は厳しい状況にある。

・新規取引の開始や既存取引の増産を見込んでおり、業況は好調に推移している。

②【売上高】

・大手企業が取引の見直しを行っており、一部の製品で受注が減少している。

・受注量は増加しており、生産ラインの稼働率も高水準で推移している。売上高は前年同期比で増加する見込みである。

③【受注単価】

・原材料価格の上昇に合わせて、随時受注単価の見直しを行っている。取引先からも理解を得られており、受注単価は上昇している。

・４月に価格改定を予定しており、受注単価は上昇する見通しである。一方、交渉の長期化により環境が変わっており、十分な値上げとは言えない。

④【人件費】

・受注量の増加により、増員や休日出勤で対応しているため、人件費は増加している。

・賃上げにより人件費は増加する見込みである。業績が悪い中での賃上げは負担が大きいものの、人材を確保できなければ業務が遂行できないため、やむを得ない。

⑤【原材料価格】

・熱硬化樹脂やナフサなどの価格上昇が続いている。

・４月以降、ポリエチレンやアクリルの価格が２０パーセント程度上昇する見込みであると聞いている。

⑥【採算性】

・売上高の減少に加え、原材料価格の上昇が続いていることから、採算は一段と悪化している。

・値上げを行っているものの、労務費や原材料費を中心としたコスト上昇のペースが速く、十分な価格転嫁ができていない。

（６）食料品製造

①【景況感】

・受注量は増加傾向にあり、好況である。一方で、原材料価格や人件費が高騰しているため、先行きには不透明感が残る。

・原材料価格の高止まりにより、業界内での倒産件数が増加している。また、業態転換を行う企業も増えており、業界全体の景況感は厳しい。

②【売上高】

・付加価値の高い商品を開発したことで、価格競争に巻き込まれることがなくなり、売上げは順調に伸びている。

・新商品のリリースを予定しており、それに伴って売上高も増加していく見込みである。

③【受注単価】

・受注単価は前期と比べて横ばいで推移している。価格改定を検討しているが、受注量の減少につながる可能性があるため、最適な時期を見極めている段階である。

・計画どおり価格改定が進んでおり、受注単価は上昇している。コスト上昇分をほぼ１００パーセント価格に転嫁できている。

④【人件費】

・賃上げや採用数の増加により、人件費は前年同期比で６パーセント程度増加している。

・若い人材の採用に向けて、賃上げや福利厚生の充実を進めている。

⑤【原材料価格】

・原材料価格は依然として高止まりしているため、高騰している原材料を使わない商品の開発を進めることで対応していく。

・主要な原材料の価格は安定して推移しており、当面は横ばいか、やや低下する可能性があると考えている。

⑥【採算性】

・採算性は改善傾向にある。利益率の低い従来品の取扱量を減らし、利益率の高い新商品を投入することで、各種コストの増加を吸収している。

・採算性の低い事業を見直したことで、利益率は改善傾向にある。

（７）銑鉄鋳物

①【景況感】

・不況である。石炭価格の下落により、アジアにおける鉱山開発需要が減少し、建設機械関連の受注が落ち込んでいる。

・価格転嫁の成否や人材確保の状況により、業界内では景況感の二極化が進んでいる。

②【受注単価】

・価格交渉に対して取引先の理解が進んできたことから、受注単価は上昇傾向にある。

・値上げにより受注単価は上昇しているものの、コストも増加傾向にあり、十分に価格転嫁できているとは言えない。

③【人件費】

・受注量の増加に伴い従業員数を増やしており、人件費も増加している。

・業界内では慢性的な人手不足が続いており、業績が厳しい状況にある中でも、人材定着のために賃上げを余儀なくされている。

④【原材料価格・その他諸費用】

・大手鉄鋼メーカーが高炉から電気炉への転換を進めており、今後は鉄スクラップの需要が急増すると見込まれる。その結果、需給のひっ迫によって価格の高騰や生産制約が生じる可能性がある。

・主要な原材料の一つである銑鉄は、足下では横ばいで推移している。

⑤【採算性】

・金利の上昇によりコストが増加しているものの、価格転嫁が難しい性質のコストであるため、その分採算が悪化している。

・人件費の負担が重く、採算は悪化している。

（８）印刷業

①【景況感】

・特定の取引先に限らず、全体的に受注が増加しており、業績は好調に推移している。

・景況感は普通である。既存先だけでは受注量が先細りとなるため、営業エリアを拡大し、新規開拓に努めている。

②【売上高】

・イベント関連の受注が好調であり、売上高は前年同期比で増加している。

・売上高は前年同期比で１５パーセント程度増加している。アパレル業界やアニメ関連分野からの受注が堅調に推移しており、全体の伸びを支えている。

③【受注単価】

・値上げを実施したため、受注単価は上昇している。原材料価格の上昇分は１００パーセント価格に転嫁できている。

・値上げを行いたいものの、取引解消などが懸念されるため、価格交渉に踏み切れていない。

④【人件費】

・物価が上昇しているため、賃上げは避けられない。人員の配置を見直し、効率化を図ることで人員数を抑えている。

・賃上げを行ったため、人件費は増加している。一方で、人材の採用が難しくなっており、配置転換などで何とか人員配置を維持している。

⑤【原材料価格】

・原材料価格は全ての品目で上昇している。外注と内製化を適切に使い分けることで、コスト削減に努めている。

・インクの価格はやや上昇したものの、それ以外の原材料価格は安定している。

⑥【採算性】

・原材料価格の上昇が一服したことで、コスト面の負担が軽減され、採算は改善傾向にある。

・原材料価格と人件費の上昇ペースが速く、価格転嫁のペースが追い付かない状況となっており、採算が悪化している。

（9）工業塗装

①【景況感】

・主要取引先の業績不振により受注量が大幅に減少していたが、今期に入って受注量は増加傾向にあり、景況感は回復しつつある。

②【売上高】

・新規取引を複数件獲得できているが、大口の取引先からの受注が減少しているため、前年同期比で売上高は減少している。

③【受注単価】

・値上げ交渉を行っているが、交渉に時間がかかっており、受注単価は変わっていない。

④【人件費】

・最低賃金の改定に伴い賃上げを行ったため、人件費は増加している。また、福利厚生の見直しも進めているため、今後も人件費は増加する見込みである。

⑤【原材料価格】

・塗料価格は上昇し続けており、さらに商品によっては塗料メーカーが取り扱いを廃止するケースも出てきている。そのため、多くの在庫を抱える必要があり、結果としてコストも増加している。

⑥【採算性】

・工場の稼働率が低下しており、採算は悪化している。設備投資によって省人化を進め、採算の改善に努めている。

2. 小売業

（１）百貨店

①【景況感】

・販売量は各部門とも前年と同水準で推移しており、景況感は普通である。

・来店客数は増加している。景況感は好況とまでは言えないが、改善傾向にある。

②【売上高】

・売上高は前年同期比で増加している。催事が好調で、来客数の増加に貢献している。

・客単価は低下しているものの、来店客数が増加したため、売上高は増加している。

③【消費者の動向等】

・おせちなどの季節商品は徐々に販売量が減少している。一方で、キャラクター商品などは順調に伸びている。

・食料品の販売は順調であるが、衣料品は低迷している。特に最近の気候変動の影響で、春物の衣料品の販売量が落ち込んでいる。

（２）スーパー

①【景況感】

・来店客数や販売量は前年と同水準で推移しており、景況感は普通である。

・不況が続いている。物価の高騰により、消費者の購入量が減少している。

・足下の景況感は良好であるものの、国会で食料品の消費税ゼロが議論されており、先行きの見通しが立たない状況にある。

②【売上高】

・来店客数は前年同期と同水準だが、客単価が上昇しているため、売上高は増加している。

・前年同期と比べると来店客数・客単価共に伸びており、売上高は２０パーセント程度増加している。

③【諸経費】

・最低賃金の改定に伴い人件費は増加傾向にあるが、セルフレジの導入によって抑制を図っている。

・人件費の増加傾向を受け、広告宣伝費の削減に踏み切った。その一環として、チラシの配布頻度を見直し、サイズも縮小している。

④【商品別の動向等】

・食料品の売行きは順調であり、特に精肉の販売量が伸びている。

・青果や精肉の価格が高いというお客様の声が増えているため、できるだけ価格を抑えた商品を取り扱うよう努めている。

（３）商店街

①【景況感】

・大型スーパーなどに人が流れており、イベントなどがない限り来街者数は増えることはない。厳しい状況が続いている。

・商店街の中では、特に好調な店舗は見られない。チェーン店の中には賑わっている店舗もあるものの、それ以外の店舗は厳しい状況にある。

②【来街者】

・天候に恵まれたこともあり、来街者数は前年と比べてやや増加している。

・来街者数は横ばいである。来街者数を増やすためにイベントを開催したいが、人手不足のため企画が進んでいない。

③【個店の状況】

・飲食店は好調である。それ以外の店舗も、業態を変えたりイベントを企画したりして、集客に向けて積極的に取り組んでいる。

・物販店は物価高の影響により、どの店舗も厳しい状況にある。客離れをおそれて値上げに踏み切れていない店舗も多い。

④【商店街としての取組】

・老若男女を問わず幅広い世代が参加できるイベントを開催したところ、多くの高齢者も参加し、好評だった。

・地域のお祭りに合わせてイベントを企画している。お祭りに参加した人たちが、商店街へ立ち寄ってくれることを期待している。

（４）その他の小売業・卸売業

①【景況感】

・来店客の減少に加えて、取引先企業は物価高の影響で購入点数を減らしている。そのため、販売量が大幅に減少し、業績は悪化している。

②【売上高】

・売上高は前年同期比で５０パーセント程度減少している。販売量の減少に伴い、店舗の営業日数を減らすことにした。

③【仕入価格】

・建築関連の商品を中心に仕入価格の上昇が続いている。物流費や人件費の増加が背景にあり、今後も仕入価格は上昇していく見込みである。

④【採算性】

・資金繰りが厳しいため、長期在庫を値引きして販売する予定であり、採算は更に悪化する見込みである。

3. 宿泊業

①【景況感】

・景況感は普通である。客室の修繕などにより一時的に宿泊数は低位となったものの、それ以外の期間は順調に集客ができており、全体的には前年と同水準で推移している。

②【売上高】

・４月以降は前年同期を大きく上回る予約数を確保できており、売上高は増加する見通しである。

③【宿泊単価】

・定期的に値上げを行っているものの、旅行サイトなどの評価を見る限り、依然として割安感があるようである。そのため、社会情勢を見ながら今後も値上げを検討していく。

④【人件費】

・人材確保の観点から賃上げは避けられない。一方で、少人数でも対応できるようオペレーションの見直しを進め、従業員数を抑制できる体制づくりに取り組んでいる。

⑤【原材料価格、その他諸経費】

・３月から食材の価格改定があり、仕入価格は上昇している。そのほかにも、光熱費をはじめとする各種コストが上昇している。

⑥【採算性】

・各種コストの上昇ペースに対して値上げが追い付いておらず、採算は悪化している。値上げだけでは限界があるため、体制面も含めた見直しが必要である。

4. 飲食店

①【景況感】

・来店客数が減少し、客単価も低下しているため、不況である。消費マインドの低下が大きく影響している。

②【売上高】

・売上高は前年同期比で２０パーセント程度減少している。企業の賃上げなどにより、消費マインドが回復するまでは、現状の水準が続くと考えている。

③【客単価】

・客単価が低下傾向にあるため、価格改定を行う予定である。中小企業診断士と相談し、来店客数に影響が出ない範囲を見極めながら、慎重に価格を決定していく。

④【人件費】

・人手不足により、業界全体で人材の確保が難しくなってきている。時給を高く設定しなければ人材を確保することが難しく、人件費は増加傾向にある。

⑤【仕入価格】

・仕入価格は全体的に高止まりの傾向にある。コストの抑制を図るべく、仕入先の見直しを進めている。

⑥【採算性】

・売上高が大幅に減少しており、固定費の負担が重いため、利益率が低下している。

5. 情報サービス業

①【景況感】

・製造業を中心としたＤＸ需要の拡大により、受注量は増加傾向にある。一方で、各種コストも増加しているため、景況感は必ずしも良好とは言えない。

・数年にわたる長期の大型案件があるため、景況感は良好な状態で安定している。

②【売上高】

・パソコン価格が上昇傾向にある中、入れ替え需要が増加している。それに伴い、パソコンの設定作業の案件も増え、売上高は増加している。

・生成ＡＩの急速な普及によりＤＸが加速し、受注が増加したことで、売上高は大幅に伸びている。

③【受注単価】

・人件費の上昇を踏まえた単価改定を進めており、受注単価は上昇している。

・来期から受注単価を改定する予定である。業界全体で価格転嫁の機運が高まっており、交渉しやすい環境が整いつつある。

④【人件費・その他諸費用】

・業績が好調であることから賞与を引き上げており、人件費は増加している。

・４月のベースアップと新入社員の入社により、人件費は増加する見込みである。

⑤【採算性】

・採算は着実に改善している。人材育成に注力した結果、従業員のスキルが高まり、生産性の向上につながっている。

・来期から価格改定が行われるものの、人件費も増加する見込みであり、採算性は変わらない見通しである。

6. サービス業 （旅行業）

①【景況感】

・企業の団体旅行は低調であるものの、教育旅行などの受注が堅調に推移しており、全体としては好況である。

②【売上高】

・受注件数は横ばいで推移しているものの、運賃改定の効果により売上高は前年同期比で１０パーセント程度増加している。

③【受注単価】

・昨年秋に実施された運賃改定の効果により、受注単価は上昇している。

④【採算性】

・売上高は増加しているものの、人件費を中心に各種コストが増加しており、採算性はほとんど改善していない。

⑤【今後の見通し】

・インバウンド需要の取り込みが一層重要となることから、今後は他業界との連携も必要になると考えている。

7. 運輸業

①【景況感】

・案件量は十分にあるものの、人手不足や車両不足により受注を伸ばせず、好況とは言えない。

②【売上高】

・定期的に値上げを行っており、売上高は増加傾向にある。

③【受注価格】

・値上げに対して取引先の理解が進んでいることから受注単価は上昇している。一方で、人件費分を反映した水準までの値上げには至っていない。

④【人件費】

・人材確保のため賃上げを実施しており、人件費は増加している。さらに労働時間の見直しに着手したことで、これまで以上に人員を確保する必要があるため、今後も人件費は増加すると見込んでいる。

⑤【設備投資】

・人手不足が続いており、輸送効率の向上が課題となっているため、大型車の購入を増やしている。

8. 建設業

①【景況感】

・実質賃金のマイナスが続いている影響か、戸建住宅の受注が減少しており不況である。金利も上昇傾向にあり、消費マインドの低下を危惧している。

・公共工事は安定的に推移しているが、民間工事の動向は低調である。人件費や資材価格の高騰により、計画を取りやめる事業者が増えている。

・業界内では技術者の高齢化が進んでおり、数年後には人手不足による廃業が増えるのではと懸念している。

②【売上高・受注高】

・売上高は前年同期比で２０パーセント程度減少している。受注件数が低迷しており、当面は同水準で推移すると考えている。

・受注件数は減少したものの、受注単価の上昇により、売上高は前年同期と同水準で推移している。

③【人件費】

・賃上げを行っていないため、人件費は変わっていない。業績が厳しいことから、賞与も前年度と比べてやや減少している。

・４月に５～７パーセントの賃上げを実施する予定。賃上げのほか、研修制度の充実など人材を確保しやすい環境づくりに注力している。

④【資材価格・その他諸費用】

・生コンの価格は断続的に上がり続けている。それ以外の資材も高止まりしており、価格が下がっているものは一つもない。

・鉄鋼系の資材価格は、約１０パーセント下落してきている。

⑤【採算性】

・資材価格の高騰により、民間工事における施主との価格交渉が厳しくなっている。採算を維持するため、公共工事の割合を増やして対応している。

・公共工事・民間工事共に、価格交渉は円滑に進んでいる。賃金や資材価格の高騰についての認識が発注者にも共有されており、交渉しやすい状況になっている。

埼玉県四半期経営動向調査（令和８年１～３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

埼玉県四半期経営動向調査
（令和８年１～３月期）
特別調査報告書

今回は、経年項目である「価格転嫁」のほか、「ＤＸに向けた取組状況」について調査を実施した。なお、本特別調査は、埼玉県四半期経営動向調査（令和８年１～３月期）の一環として実施したものであり、「概要」や「ヒアリング調査からみた企業の声」については別途報告書を御確認ください。

調査結果概要

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５７．５％で、前回調査（令和７年７～９月期）から２．９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２６．９％で、前回調査から１．８ポイント減少した。

○　コスト高騰に対して６割以上転嫁できている企業の割合は５７．２％で、前回調査から０．２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１１．４％で、前回調査から１．０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３１．８％で、前回調査から０．９ポイント減少した。

ＤＸ（デジタルトランスフォーメーション）に向けた取組状況について

○　ＤＸに向けた取組状況については、「取り組んでいる」と「ある程度は取り組んでいる」を合わせると５０．８％となった。

○　ＤＸに取り組む上での課題については、「ＤＸを担う人材がいない」（４０．０％）が最も多く、次いで「資金の余裕がない」（３７．８％）、「何をどう進めていいか分からない」（２４．７％）の順となった。

○　県に期待する支援については、「資金繰り・助成」（４０．２％）が最も多く、次いで「人材の育成・供給」（１８．５％）、「相談窓口の充実」（１７．５％）の順となった。

令和８年３月２６日

埼 玉 県 産 業 労 働 部

彩の国 埼玉県

目 次

1. 価格転嫁について ..... - 2 -
（１）価格交渉（相談）の実施状況（回答総数：１，４２５・単一回答） ..... - 2 -
（２）１年前と比べた価格交渉（相談）のしやすさ（回答総数：１，４３９・単一回答） ..... - 5 -
（３）価格転嫁の実施状況（回答総数：１，３９８・単一回答） ..... - 6 -
（４）「パートナーシップ構築宣言」の登録状況（回答総数：１，４２９・単一回答） ..... - 9 -
（５）「直近１年間の業績（回答総数：１，４５０・単一回答） ..... - 10 -
（６）直近１年間の賃上げの実施状況（回答総数：１，４１９・単一回答） ..... - 10 -
2. ＤＸ（デジタルトランスフォーメーション）に向けた取組状況について ..... - 13 -
（１）ＤＸに向けた取組状況（回答総数：１，４２７・単一回答） ..... - 13 -
（２）ＤＸに向けて取り組んでいる内容（回答総数：２，９４５・複数回答） ..... - 15 -
（３）ＤＸに向けて今後取り組みたい内容（回答総数：３，９８３・複数回答） ..... - 16 -
（４）ＤＸにより期待する効果（回答総数：２，１１１・複数回答） ..... - 17 -
（５）ＤＸ（デジタル化を含む）に取り組む上での課題（回答総数：２,０４５・複数回答） ..... - 19 -
（６）ＤＸ（デジタル化を含む）に取り組む上で県に期待する支援（回答総数：２,０４６・複数回答） ..... - 21 -

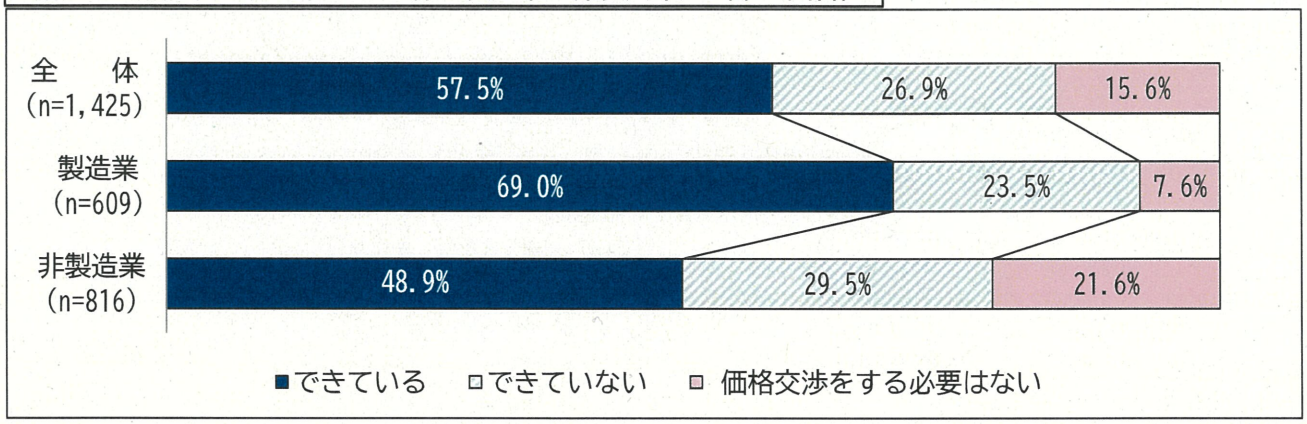
1. 価格転嫁について

（１）価格交渉（相談）の実施状況（回答総数：１，４２５・単一回答）

○　発注側企業と十分に価格交渉（相談）ができているか聞いたところ、全体では「できている」が５７．５%、「できていない」が２６．９%であった。

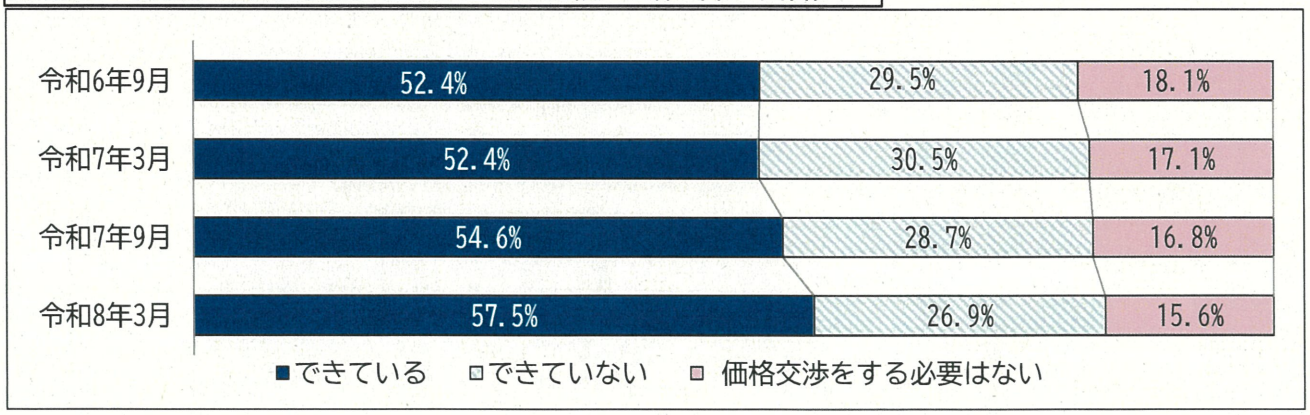
○　業種別にみると、製造業・非製造業ともに「できている」と回答した企業の割合が「できていない」と回答した企業の割合よりも高かったが、「できている」と回答した企業の割合を比べると、製造業の方が非製造業より２０．１ポイント高かった。

価格交渉（相談）の実施状況／全体・製造業・非製造業／（単一回答）



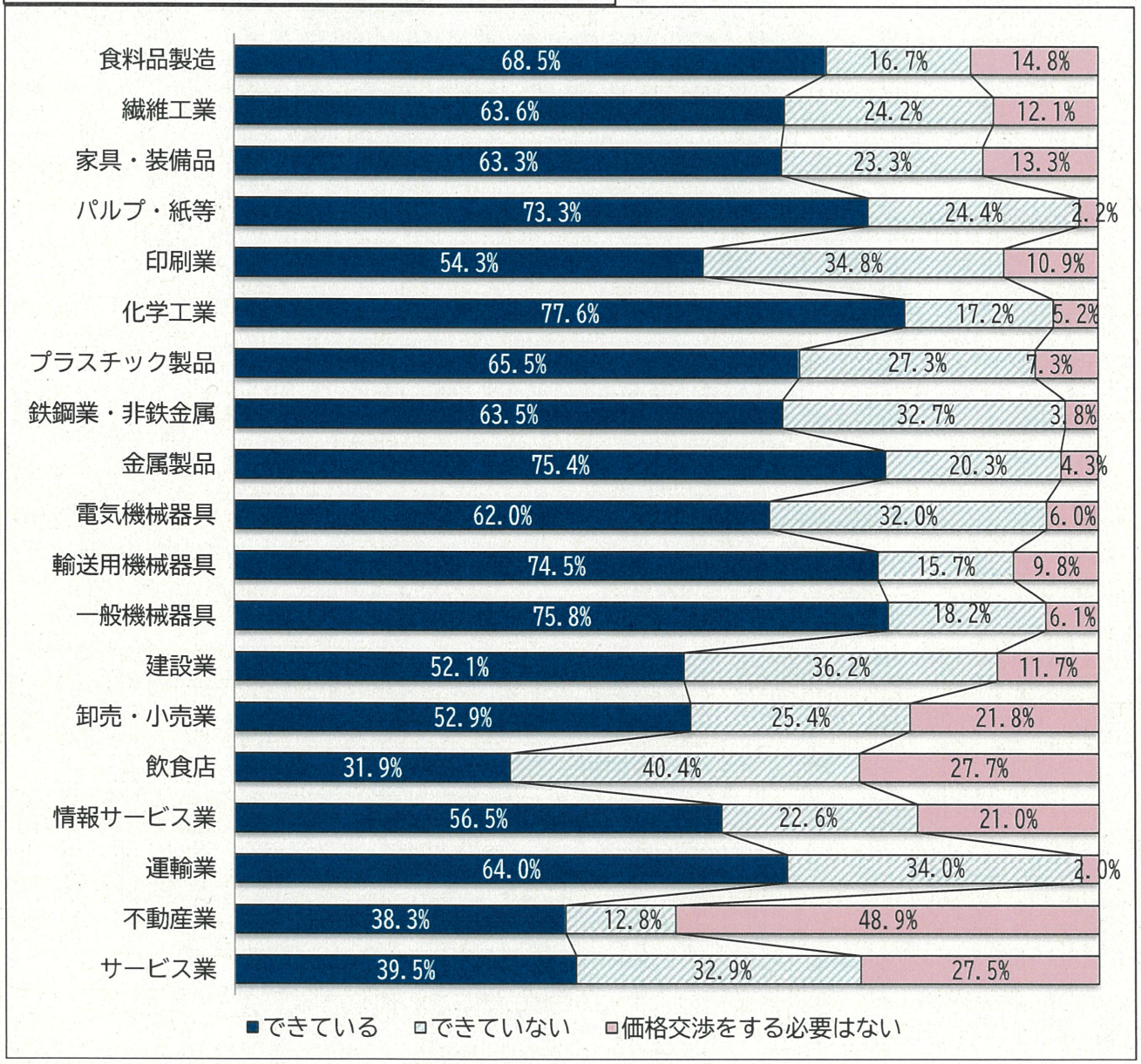
○　前回調査（令和７年７～９月期）と比較すると、全体では「できている」と回答した企業の割合は２．９ポイント増加し、「できていない」と回答した企業の割合は１．８ポイント減少した。

価格交渉（相談）の実施状況／過去調査との比較／全体（単一回答）



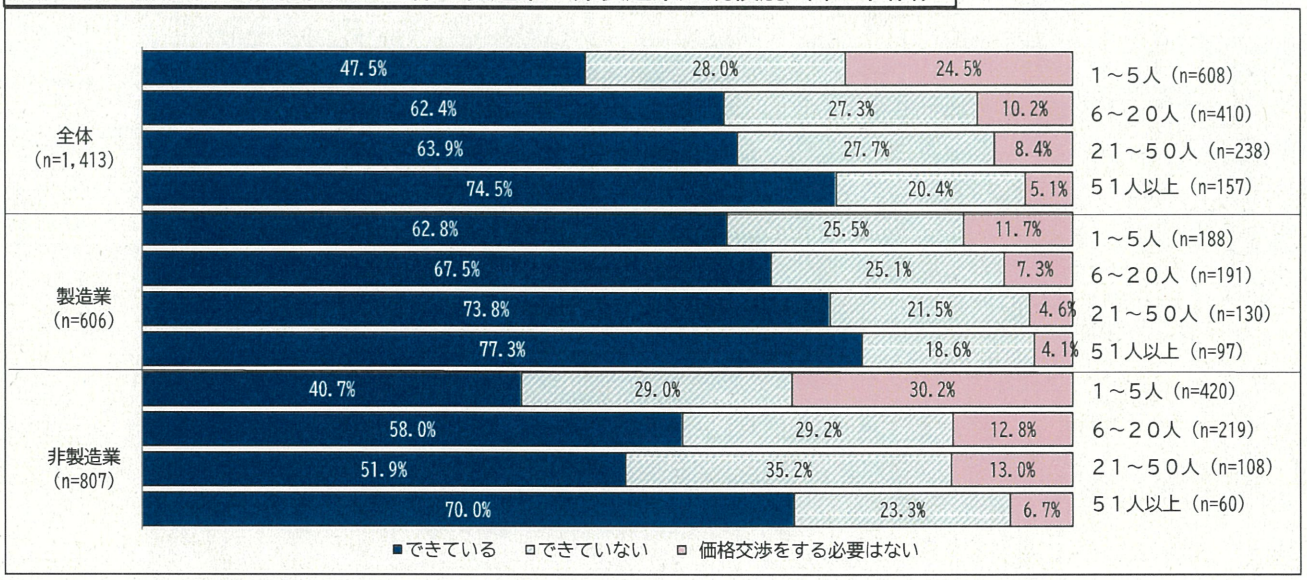
○　価格交渉（相談）が「できている」と回答した企業の業種をみると、「化学工業」（７７．６%）、「一般機械器具」（７５．８%）、「金属製品」（７５．４%）などで回答割合が高くなっている。一方、価格交渉（相談）が「できていない」と回答した企業の業種をみると、「飲食店」（４０．４%）、「建設業」（３６．２%）、「印刷業」（３４．８%）で回答割合が高くなっている。

価格交渉（相談）の実施状況／業種詳細／（単一回答）



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

価格交渉（相談）の実施状況／全体・製造業・非製造業／規模別（単一回答）

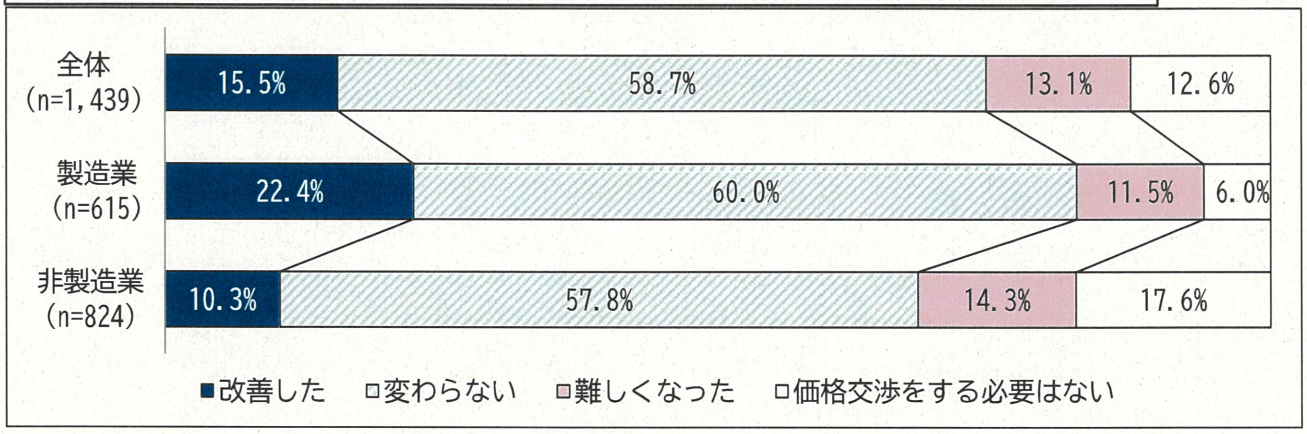


（２）１年前と比べた価格交渉（相談）のしやすさ（回答総数：１，４３９・単一回答）

○　１年前（令和７年３月）と比べた価格交渉（相談）のしやすさについて聞いたところ、全体では「変わらない」（５８．７％）が最も多く、次いで「改善した」（１５．５％）、「難しくなった」（１３．１％）の順となった。

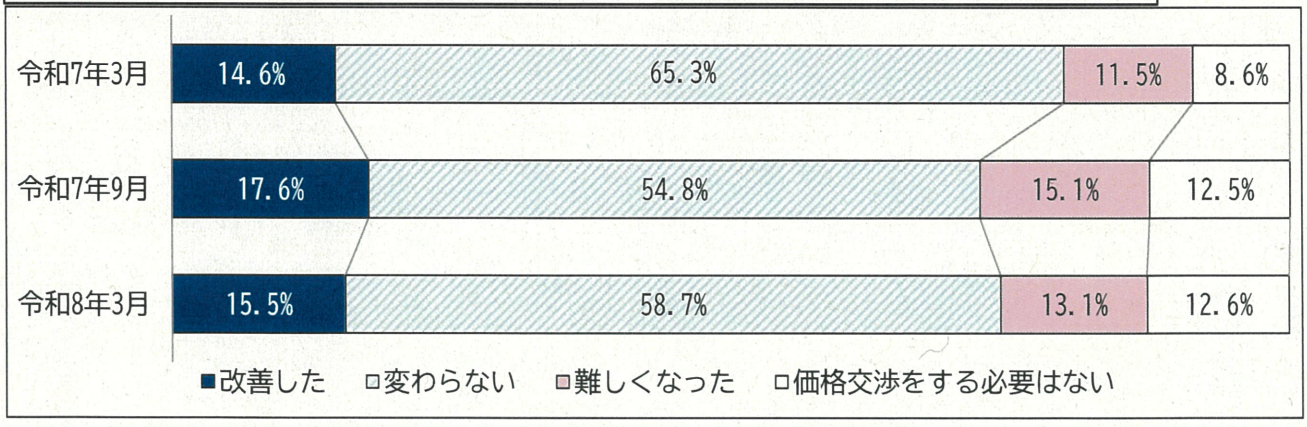
○　業種別にみると、「改善した」と回答した企業の割合は、製造業（２２．４％）の方が非製造業（１０．３％）よりも高く、「難しくなった」と回答した企業の割合は製造業（１１．５％）の方が非製造業（１４．３％）よりも低かった。

令和７年３月と比べた価格交渉（相談）のしやすさ／全体・製造業・非製造業（単一回答）



○　前回調査（令和７年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２．１ポイント減少し、「変わらない」と回答した企業の割合は３．９ポイント増加した。

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

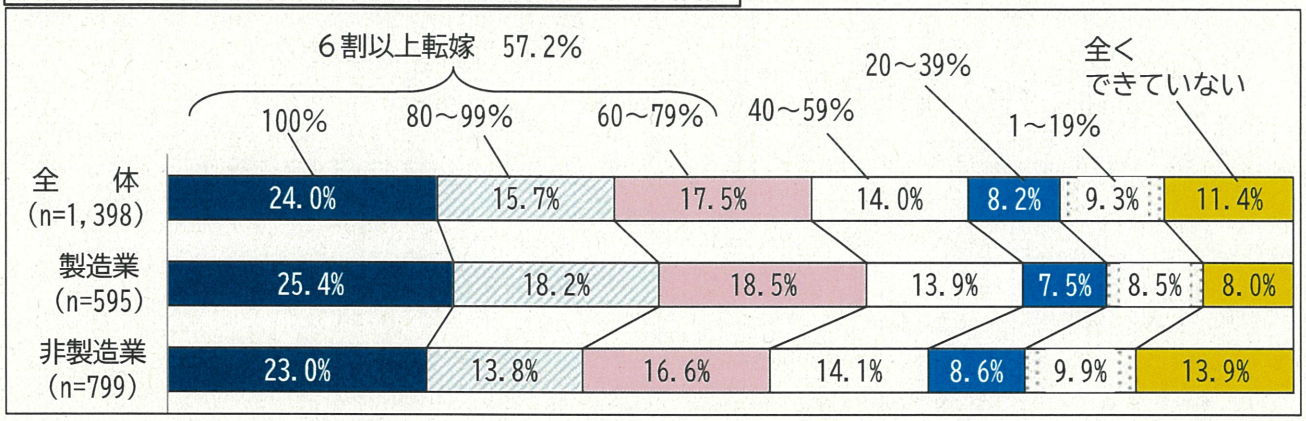


（３）価格転嫁の実施状況（回答総数：１，３９８・単一回答）

○　コスト高騰に対してどのくらい価格転嫁ができているか聞いたところ、全体では６割以上転嫁できている企業の割合は５７．２%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１１．４%であった。

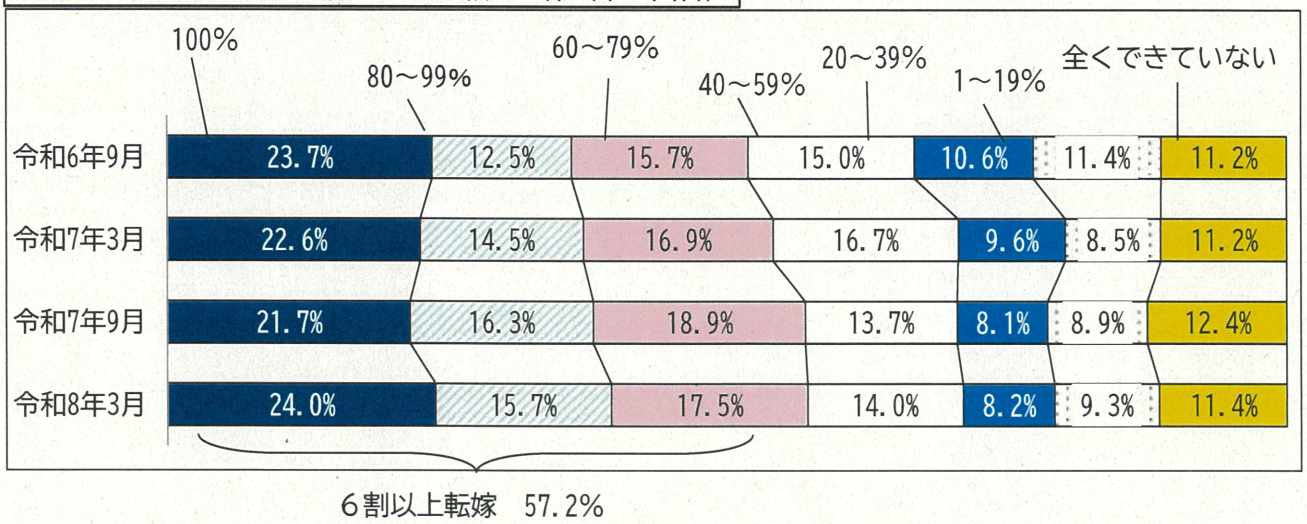
○　業種別にみると、６割以上価格転嫁できている企業の割合は、製造業（６２．１%）の方が、非製造（５３．４%）よりも高かった。また、「全くできていない」と回答した企業の割合は、製造業（８．０%）の方が非製造業（１３．９%）よりも低かった。

価格転嫁の実施状況／全体・製造業・非製造業（単一回答）

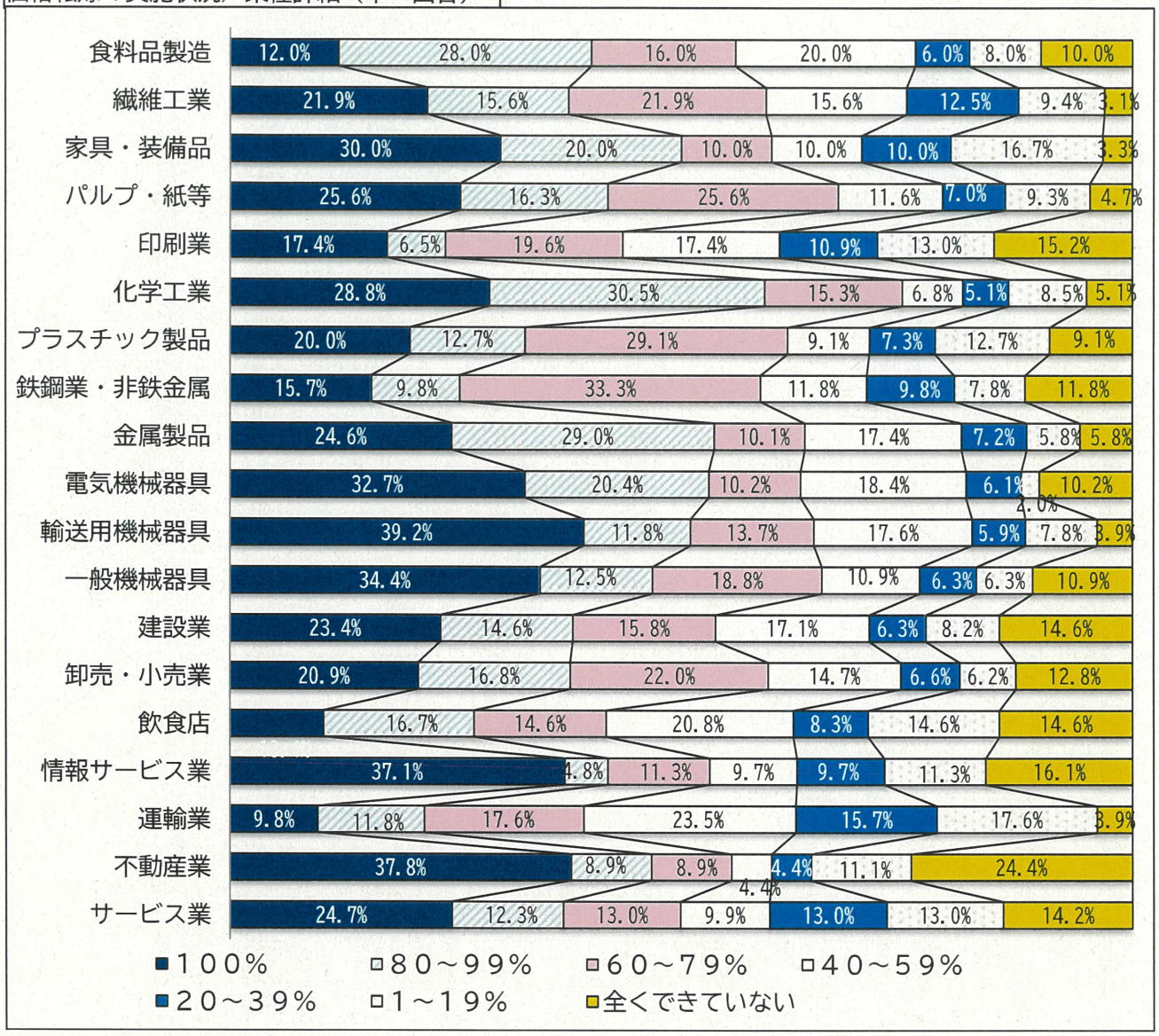


○　前回調査（令和７年７～９月期）と比較すると、６割以上価格転嫁できている企業の割合は０．３ポイント増加し、「全くできていない」と回答した企業の割合は１．０ポイント減少している。

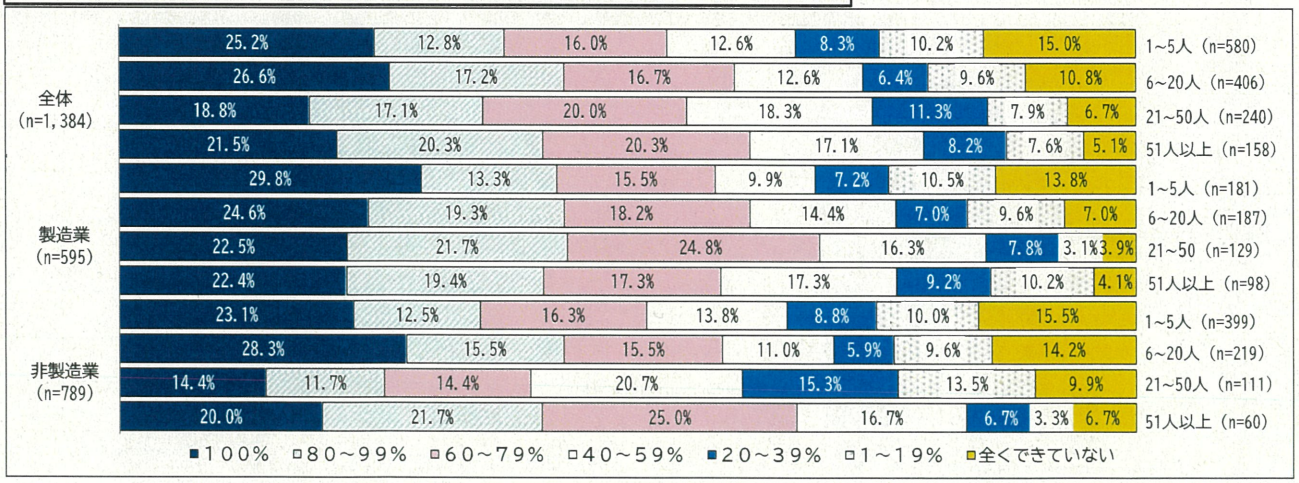
価格転嫁の実施状況／過去調査との比較／全体（単一回答）



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）



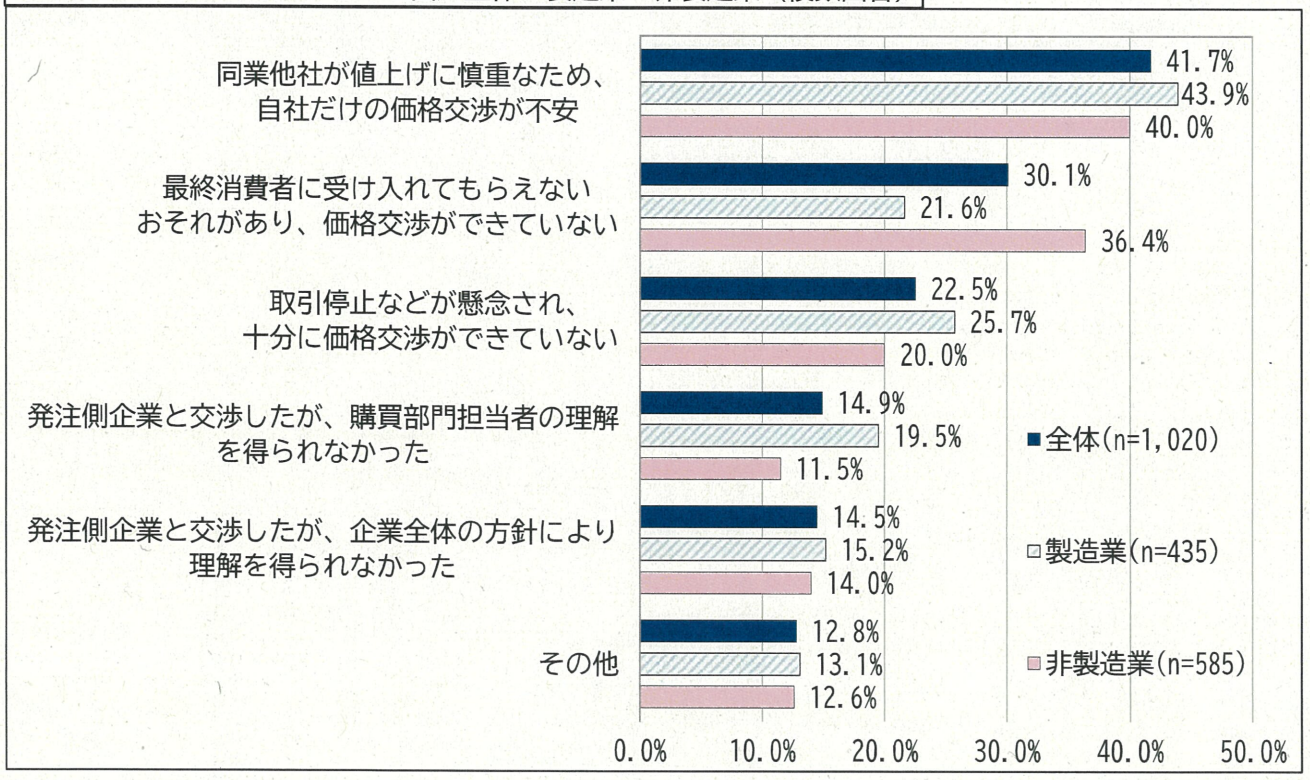
ア　価格転嫁が十分にできていない理由（回答総数：１，０２０・複数回答）

＊　（３）で「十分にできている（１００％）」と回答した３３６社を除く１，０６２社のうち１，０２０社の回答割合

○　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」（４１．７％）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」（３０．１％）、「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」（２２．５％）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（３６．４％）の方が製造業（２１．６％）よりも高かったが、それ以外の回答では製造業の方が非製造業よりも高かった。

価格転嫁が十分にできていない理由／全体・製造業・非製造業（複数回答）

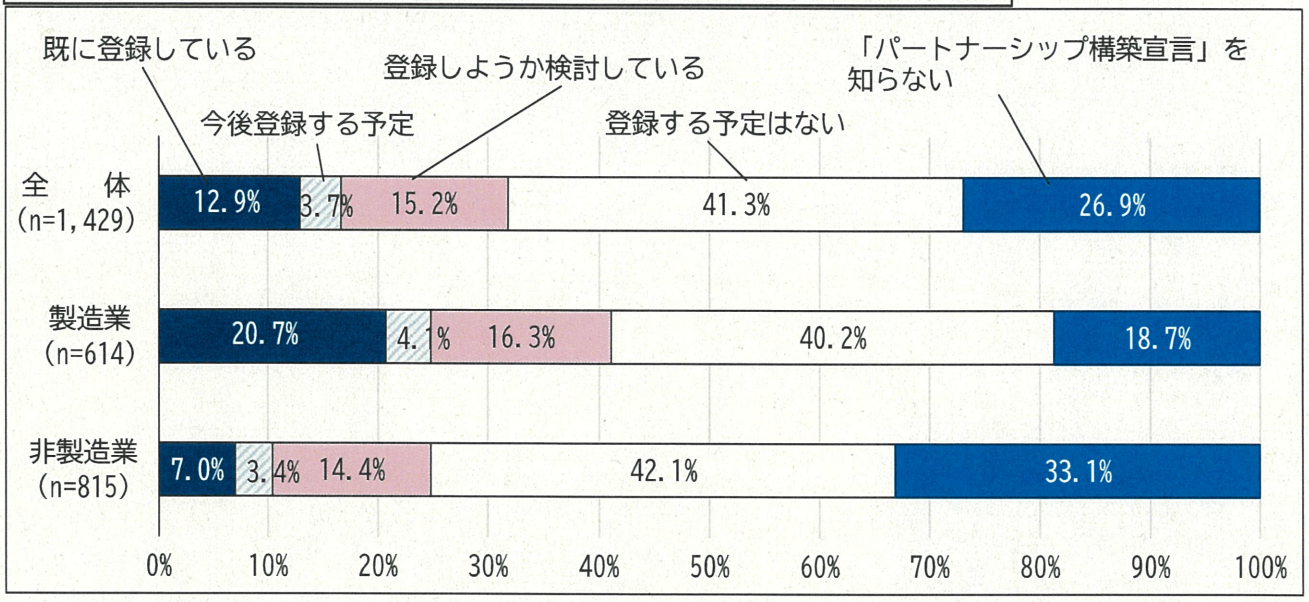


（４）「パートナーシップ構築宣言」の登録状況（回答総数：１，４２９・単一回答）

○　「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」（１２．９％）、「今後登録する予定」（３．７％）及び「登録しようか検討している」（１５．２％）を合わせた回答割合は３１．８％であった。一方、「『パートナーシップ構築宣言』を知らない」と回答した企業の割合は２６．９％であった。

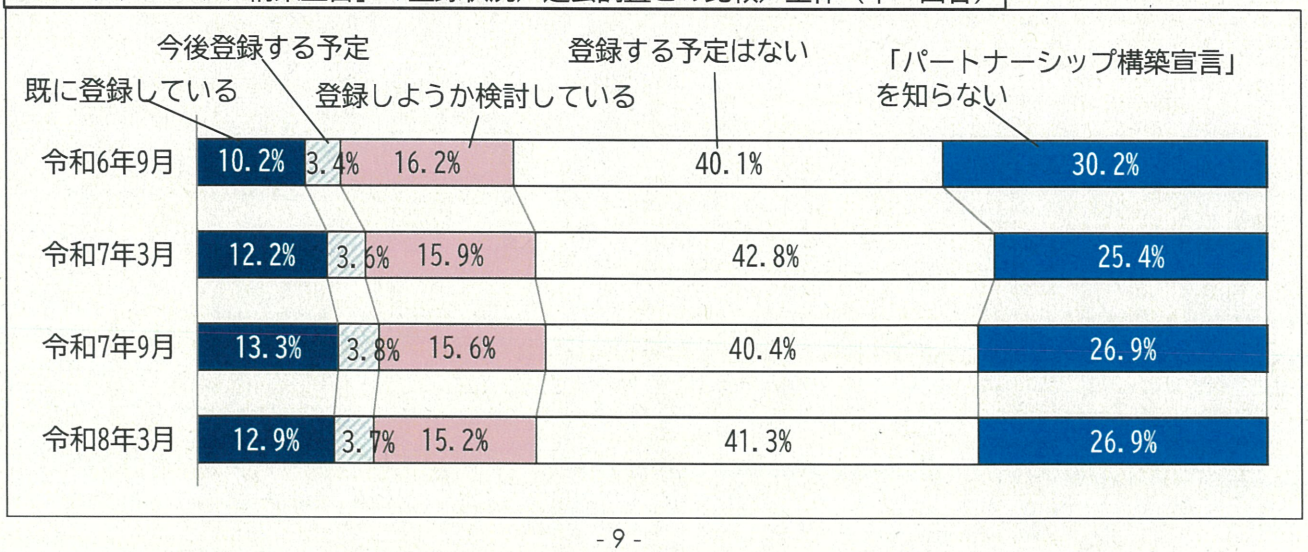
○　業種別にみると、「パートナーシップ構築宣言」の登録について、「既に登録している」、「今後登録する予定」及び「登録しようか検討している」を合わせた回答割合は、製造業（４１．１％）の方が非製造業（２４．８％）よりも高かった。一方、「『パートナーシップ構築宣言』を知らない」と回答した企業の割合は、非製造業（３３．１％）の方が製造業（１８．７％）よりも高かった。

「パートナーシップ構築宣言」の登録状況／全体・製造業・非製造業（単一回答）



○　前回調査（令和７年７～９月期）と比較すると、「『パートナーシップ構築宣言』を知らない」と回答した割合は、横ばいであった。

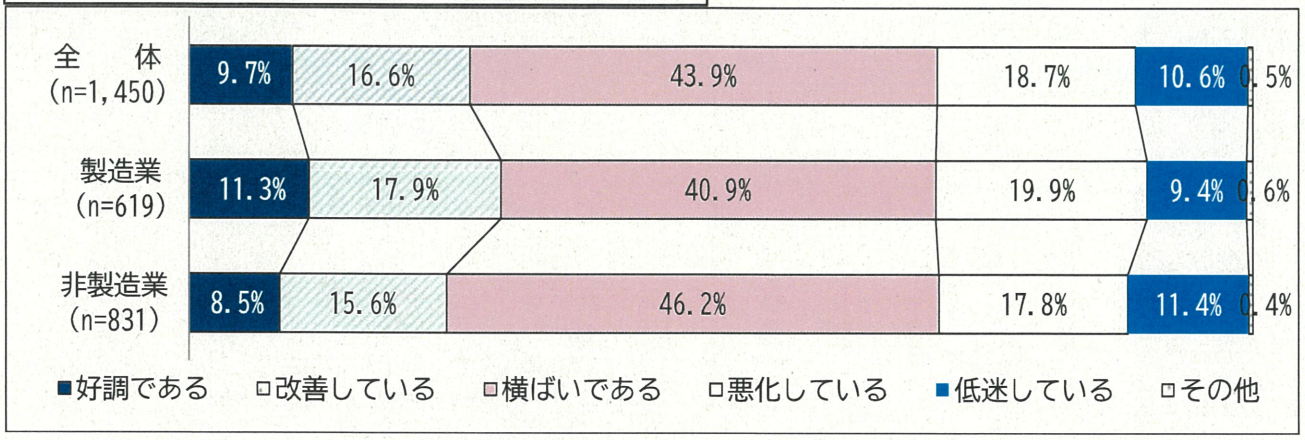
「パートナーシップ構築宣言」の登録状況／過去調査との比較／全体（単一回答）



（５）「直近１年間の業績（回答総数：１，４５０・単一回答）

○　直近１年間の自社の業績について聞いたところ、全体では「横ばいである」が４３．９%、「悪化している」が１８．７%、「改善している」が１６．６%であった。

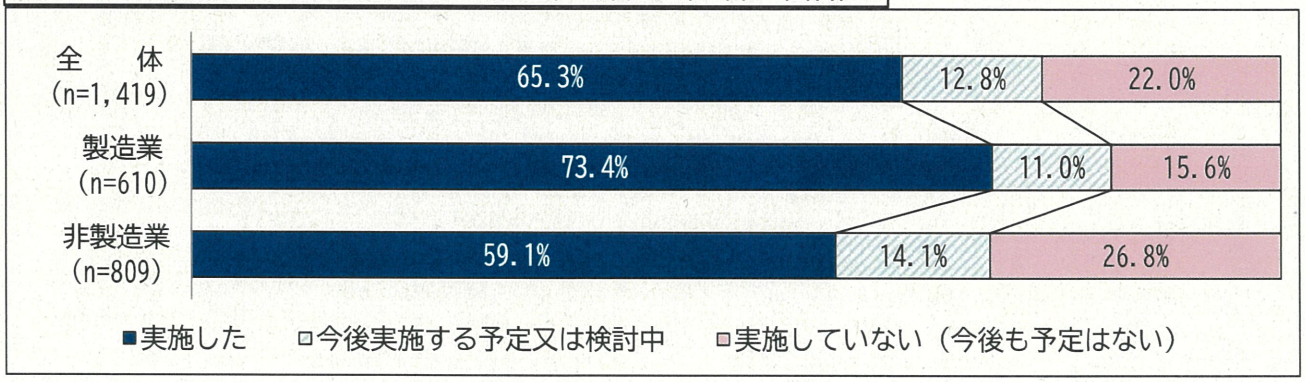
直近１年間の業績／全体・製造業・非製造業（単一回答）



（６）直近１年間の賃上げの実施状況（回答総数：１，４１９・単一回答）

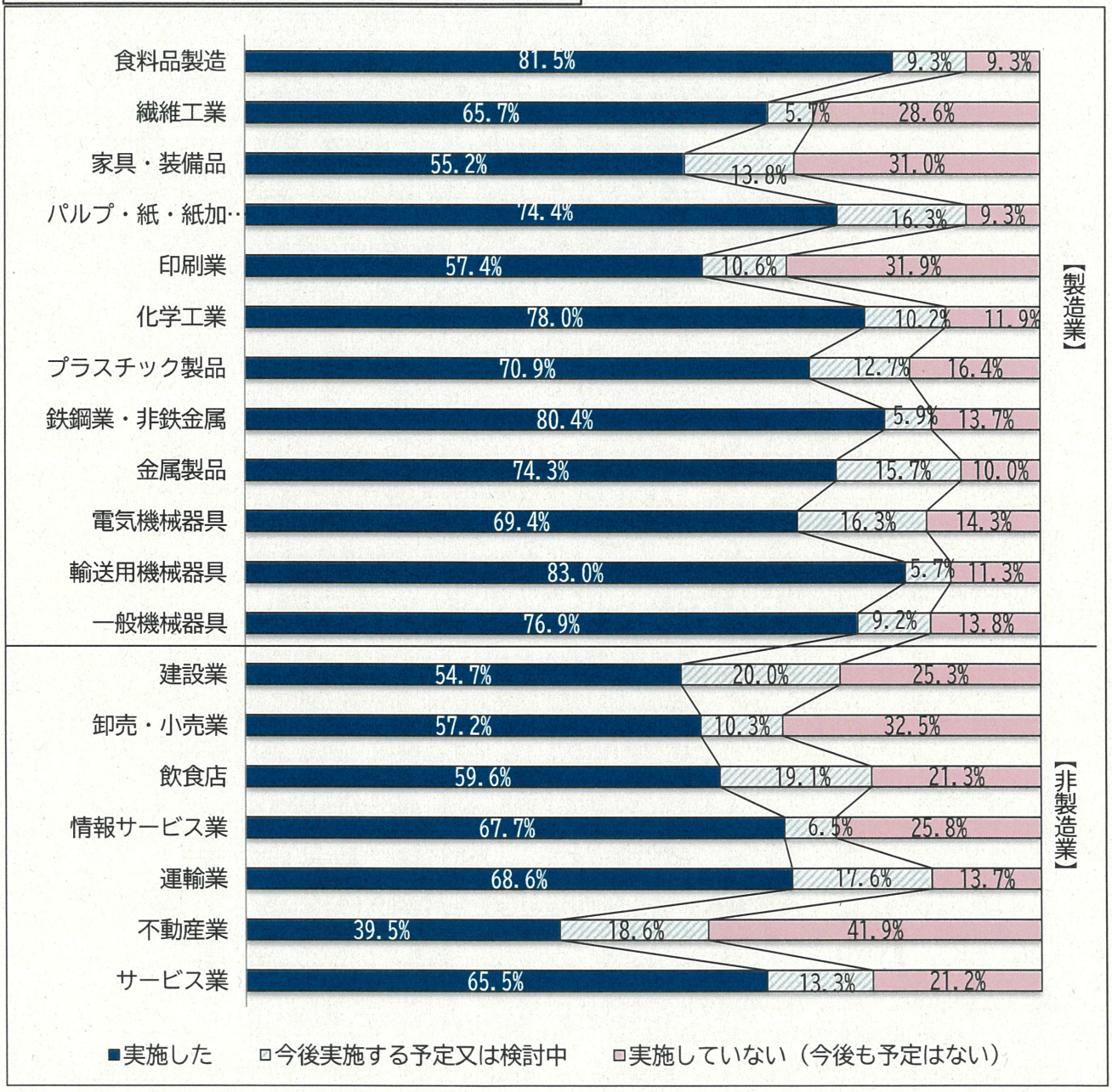
○　直近１年間の賃上げの実施状況について聞いたところ、全体では「実施した」が６５．３%、「今後実施する予定又は検討中」が１２．８%、「実施していない（今後も予定はない）」が２２．０%であった。

直近１年間の賃上げの実施状況／全体・製造業・非製造業（単一回答）



○　賃上げを「実施した」と回答した企業の割合を業種別でみると、製造業では「輸送用機械器具」（８３．０%）、「食料品製造」（８１．５%）、「鉄鋼業・非鉄金属」（８０．４%）で高く、非製造業では「運輸業」（６８．６%）、「情報サービス業」（６７．７%）、「サービス業」（６５．５%）で高かった。

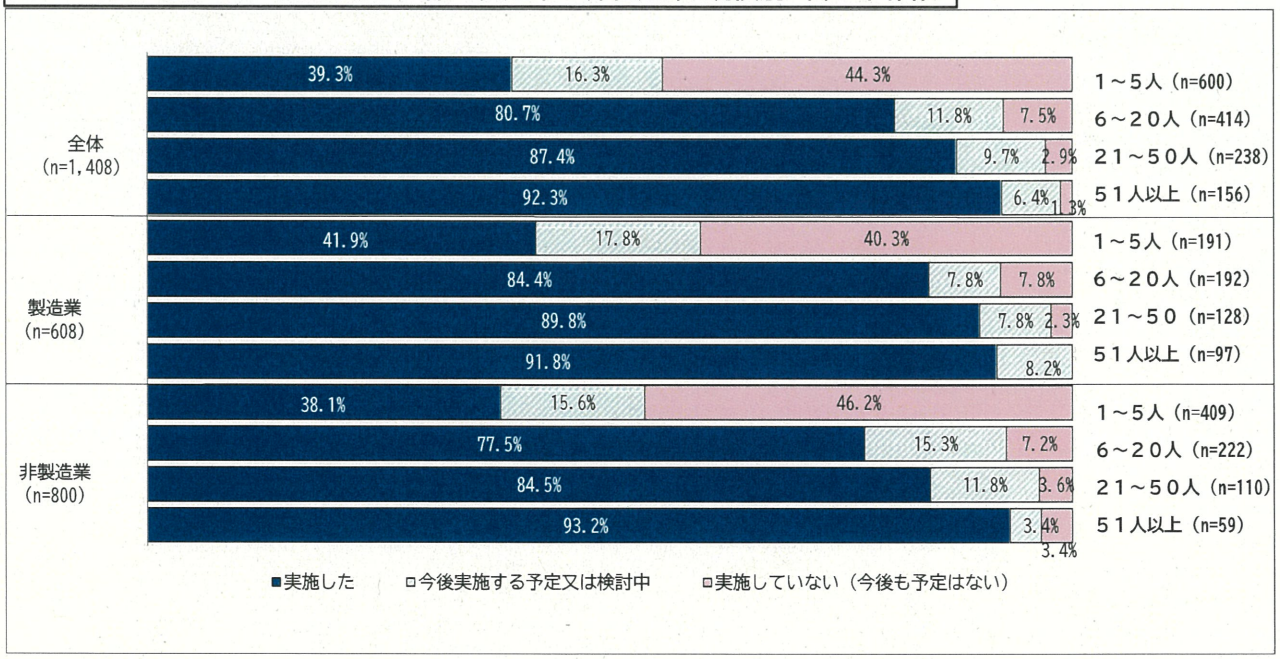
直近１年間の賃上げの実施状況／業種詳細（単一回答）



○　賃上げを「実施した」と回答した企業の割合を企業規模別にみると、製造業では、規模が大きくなるほど増加する傾向が見られた。

○　賃上げを「実施していない（今後も予定はない）」と回答した企業の割合を企業規模別にみると、製造業、非製造業ともに、１～５人規模で高くなった。

直近１年間の賃上げの実施状況/全体・製造業・非製造業/規模別（単一回答）

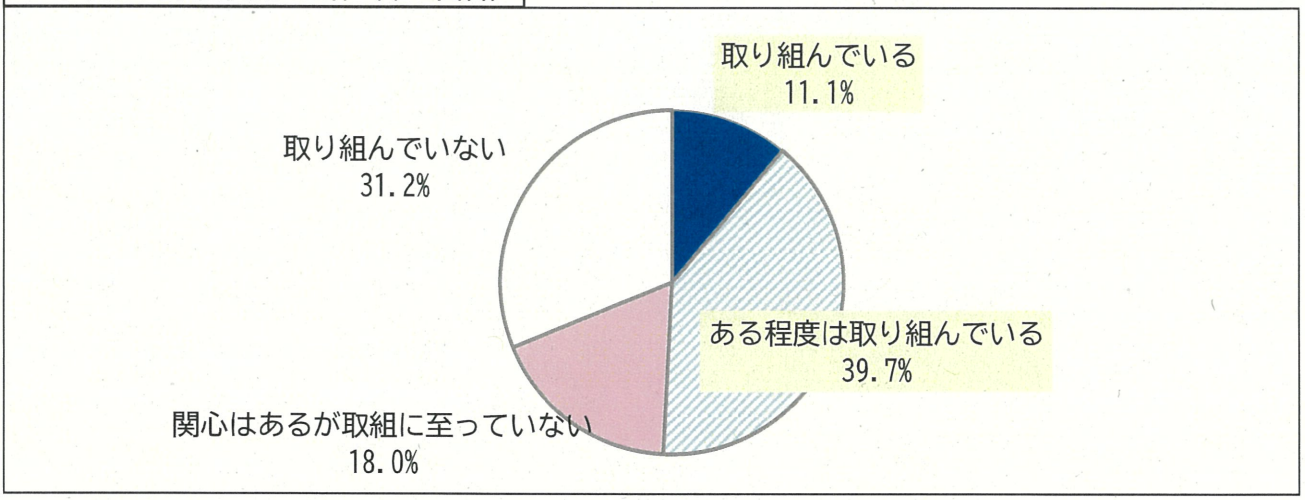


2. ＤＸ（デジタルトランスフォーメーション）に向けた取組状況について

（１）ＤＸに向けた取組状況（回答総数：１，４２７・単一回答）

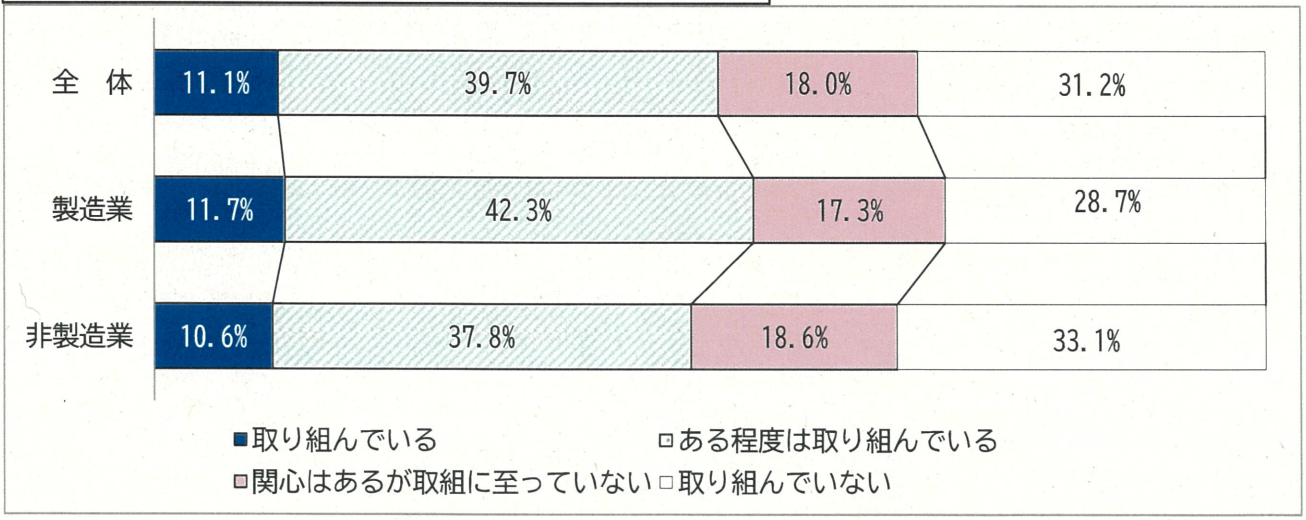
○　ＤＸに向けた取組状況について聞いたところ、全体では「取り組んでいる」は１１．１%、「ある程度は取り組んでいる」は３９．７%、「関心はあるが取組に至っていない」は１８．０%、「取り組んでいない」は３１．２%であった。

ＤＸに向けた取組状況／全体（単一回答）



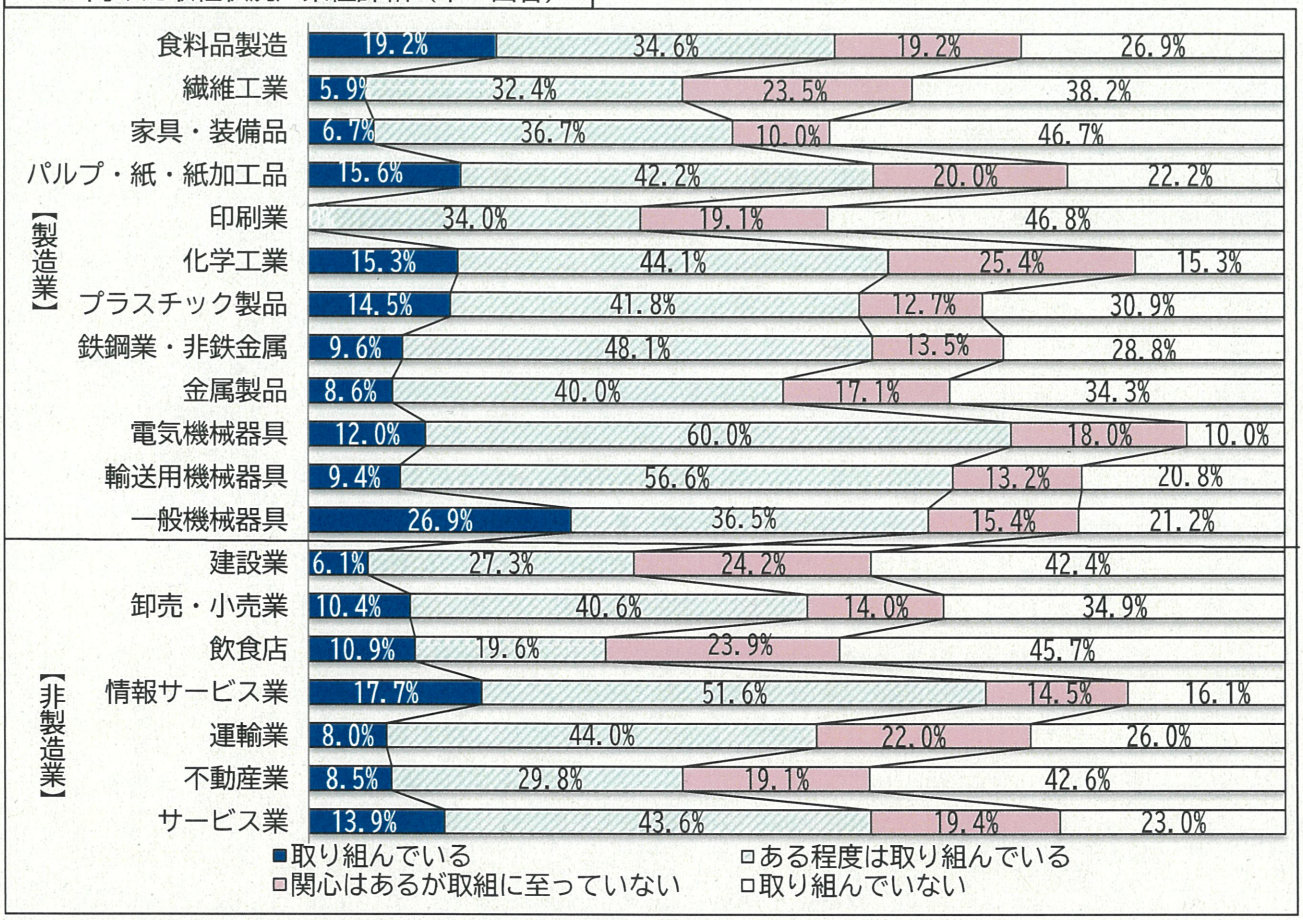
○　業種別に見ると、「取り組んでいる」又は「ある程度は取り組んでいる」と回答した割合の合計は、製造業で５４．０%、非製造業で４８．４%であった。

ＤＸに向けた取組状況／全体・製造業・非製造業（単一回答）



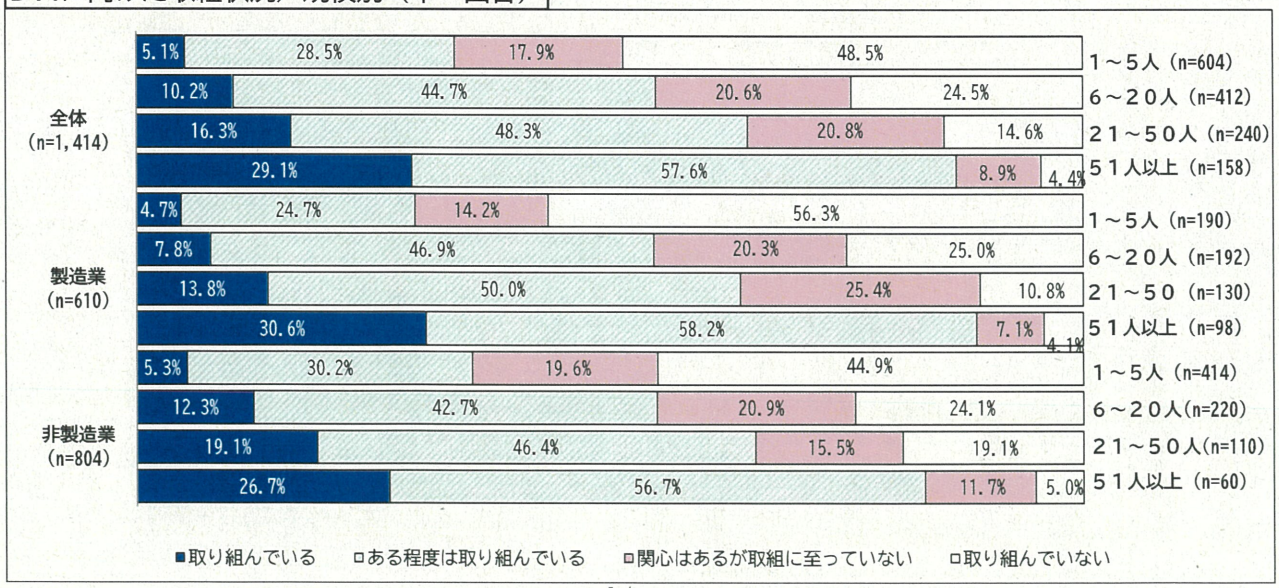
○　ＤＸに向けた取組状況について、「取り組んでいる」又は「ある程度は取り組んでいる」と回答した企業の業種を見ると、製造業では「電気機械器具」（７２．０%）、「輸送用機械器具」（６６．０%）で回答割合が高く、非製造業では「情報サービス業」」（６９．３%）、「サービス業」（５７．５%）で回答割合が高かった。

ＤＸに向けた取組状況／業種詳細（単一回答）



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

ＤＸに向けた取組状況／規模別（単一回答）

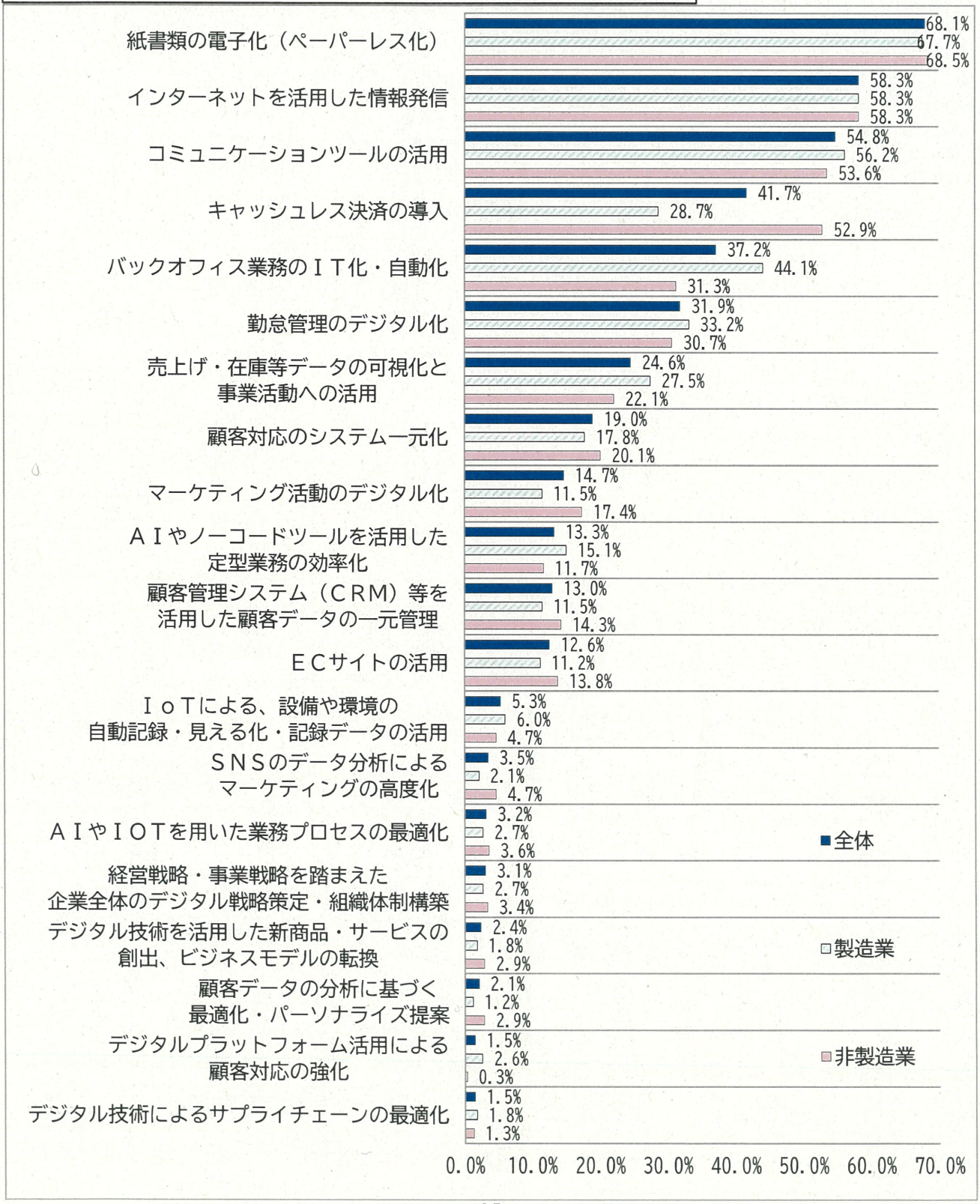


（２）ＤＸに向けて取り組んでいる内容（回答総数：２，９４５・複数回答）

＊（１）で「取り組んでいる」又は「ある程度は取り組んでいる」と回答した７２５社の回答割合

○　全体では「紙書類の電子化」（６８．１%）が最も多く、次いで「インターネットを活用した情報発信」（５８．３%）、「コミュニケーションツールの活用」（５４．８%）の順となった。

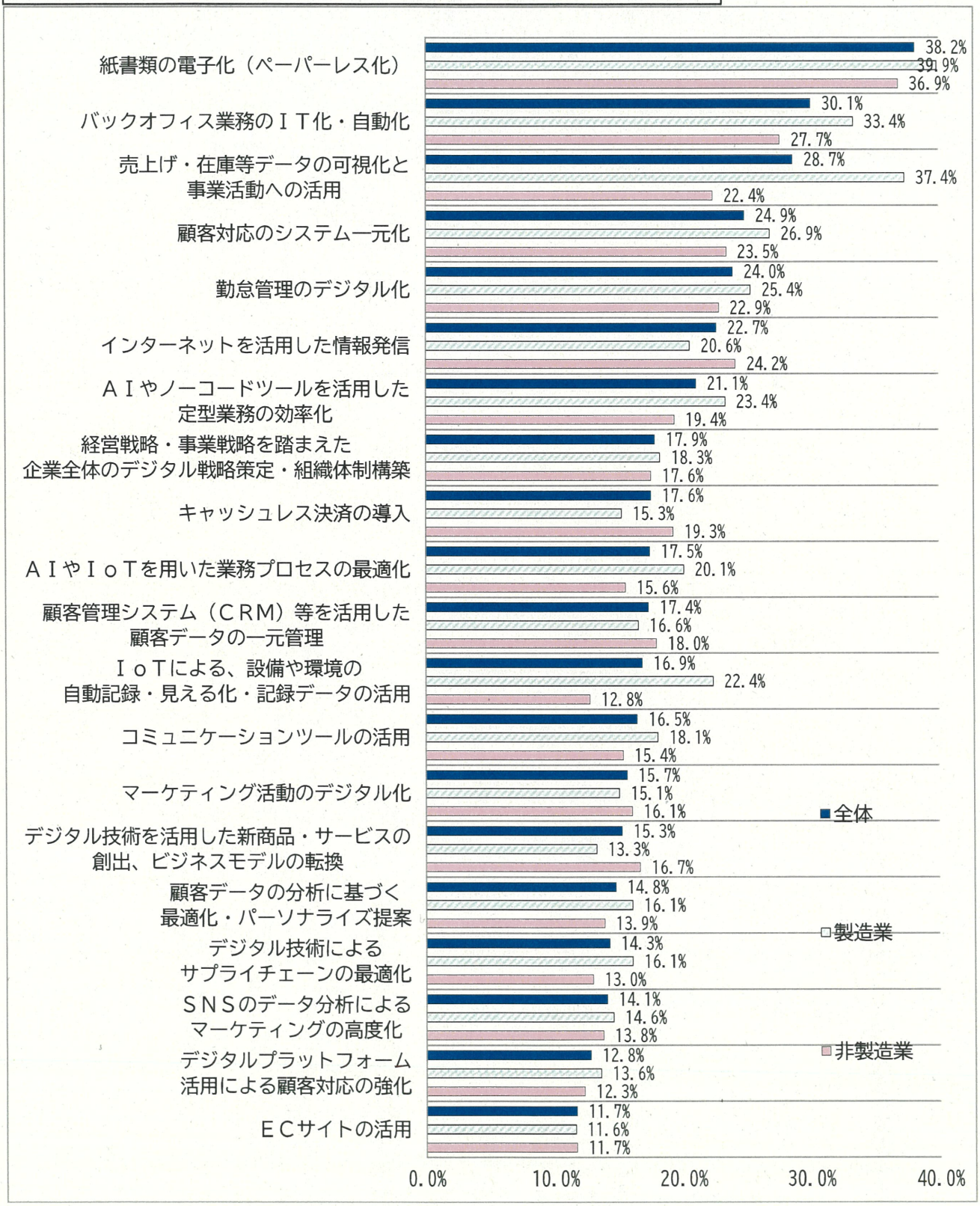
ＤＸに向けて取り組んでいる内容／全体・製造業・非製造業／（複数回答）



（３）ＤＸに向けて今後取り組みたい内容（回答総数：３，９８３・複数回答）

○　全体では「紙書類の電子化」（３８．２%）が最も多く、次いで「バックオフィス業務のＩＴ化・自動化」（３０．１%）、「売上げ・在庫等データの可視化と事業活動への活用」（２８．７%）の順となった。

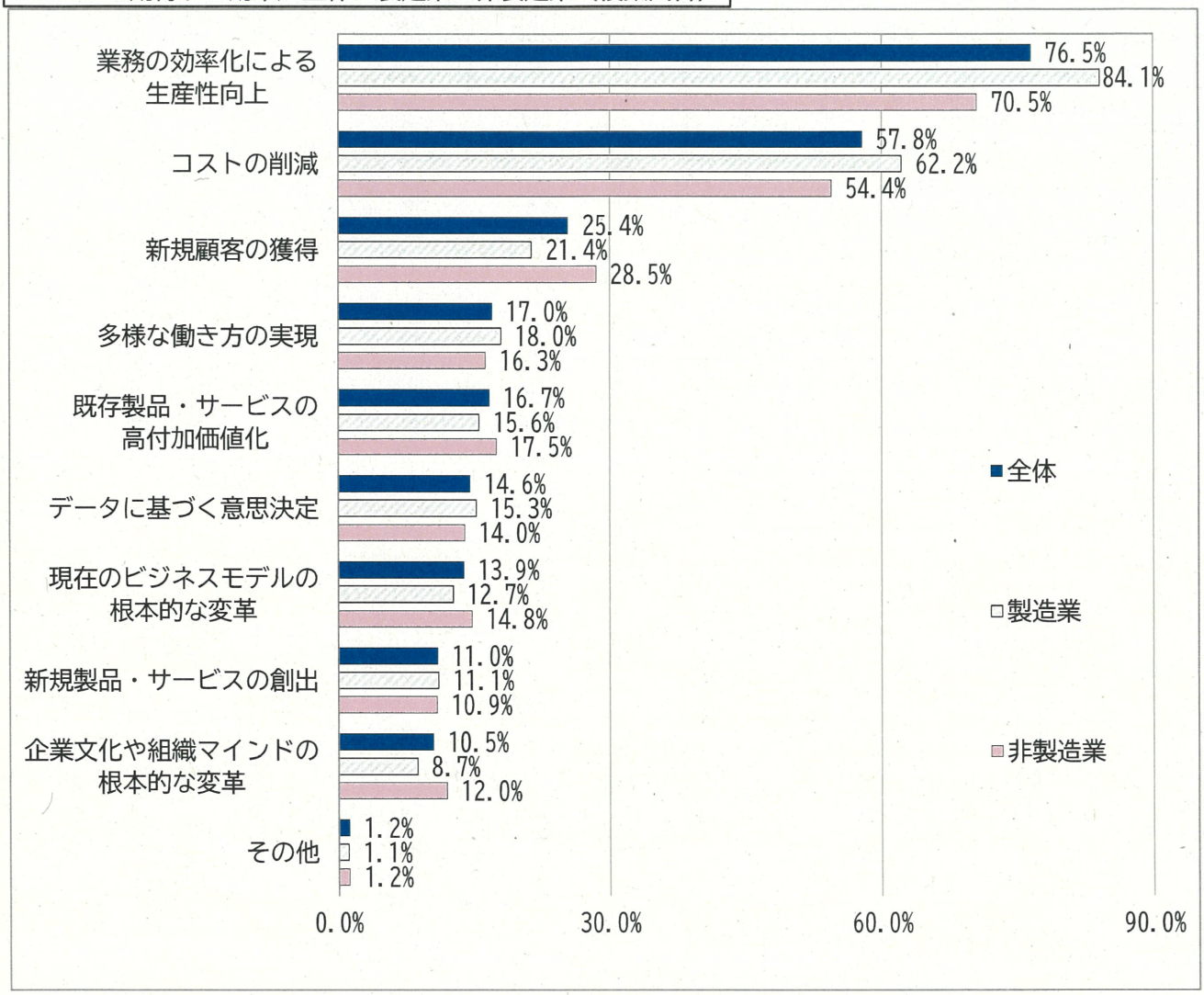
ＤＸに向けて今後取り組みたい内容／全体・製造業・非製造業／（複数回答）

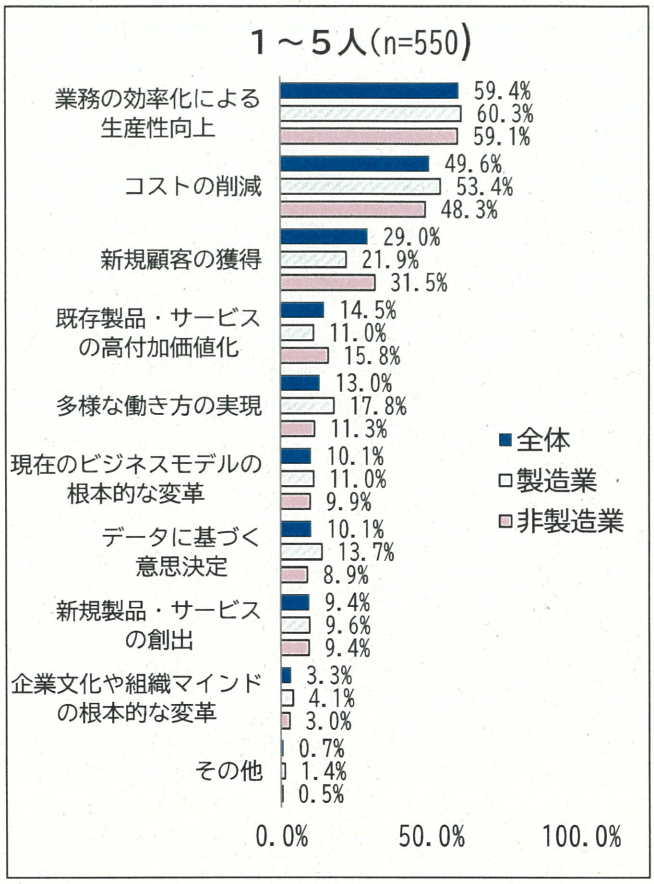


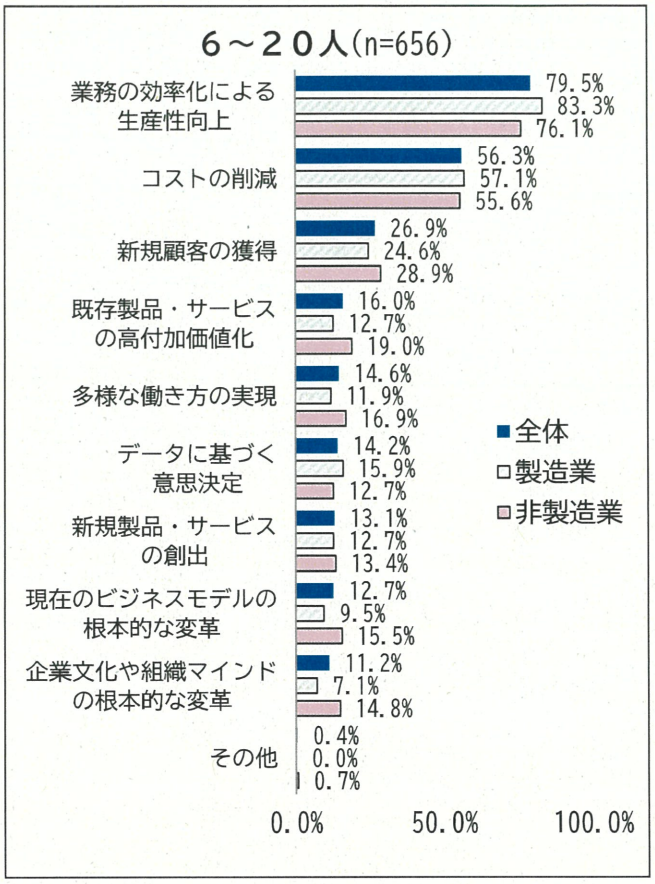
（４）ＤＸにより期待する効果（回答総数：２，１１１・複数回答）

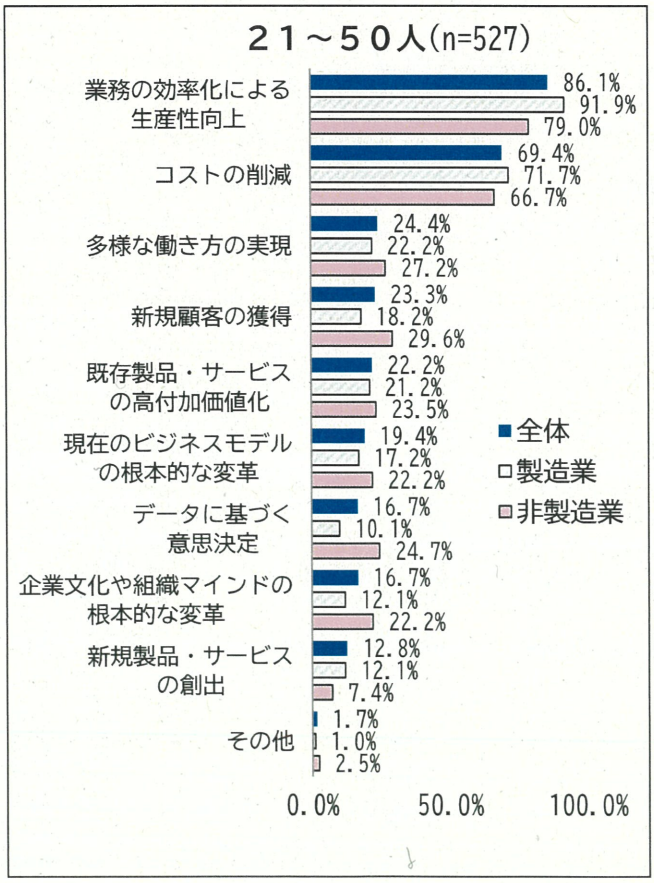
○　全体では「業務の効率化による生産性の向上」（７６．５%）が最も多く、次いで「コストの削減」（５７．８%）、「新規顧客の開拓」（２５．４%）の順となった。

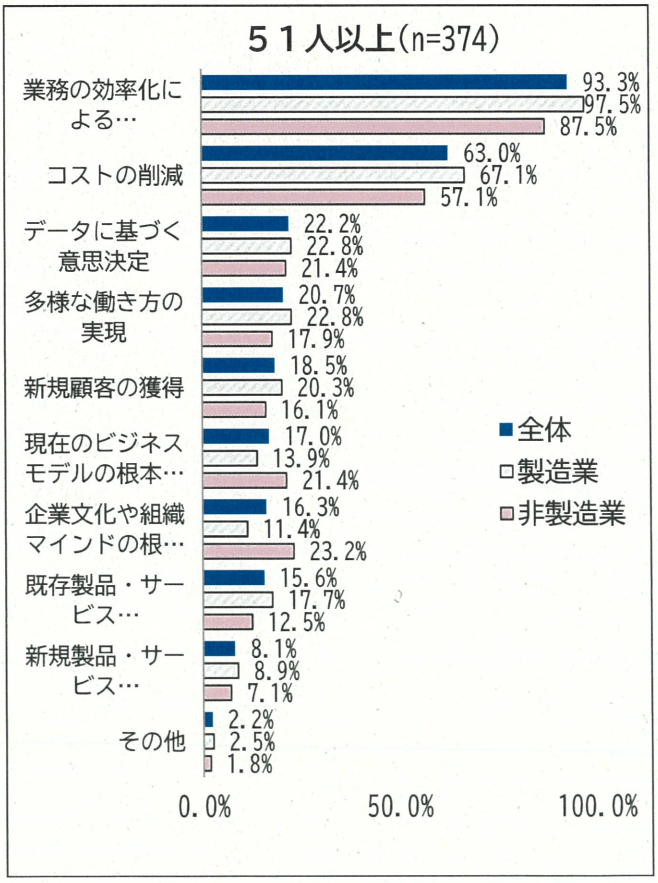
ＤＸにより期待する効果／全体・製造業・非製造業（複数回答）




１～５人(n=550)
業務の効率化による生産性向上
59.4%
60.3%
59.1%
コストの削減
49.6%
53.4%
48.3%
新規顧客の獲得
29.0%
21.9%
31.5%
既存製品・サービスの高付加価値化
14.5%
11.0%
15.8%
多様な働き方の実現
13.0%
17.8%
11.3%
現在のビジネスモデルの根本的な変革
10.1%
11.0%
9.9%
データに基づく意思決定
10.1%
13.7%
8.9%
新規製品・サービスの創出
9.4%
9.6%
9.4%
企業文化や組織マインドの根本的な変革
3.3%
4.1%
3.0%
その他
0.7%
1.4%
0.5%
0.0%
50.0%
100.0%
全体
製造業
非製造業


６～２０人(n=656)
業務の効率化による生産性向上
79.5%
83.3%
76.1%
コストの削減
56.3%
57.1%
55.6%
新規顧客の獲得
26.9%
24.6%
28.9%
既存製品・サービスの高付加価値化
16.0%
12.7%
19.0%
多様な働き方の実現
14.6%
11.9%
16.9%
データに基づく意思決定
14.2%
15.9%
12.7%
新規製品・サービスの創出
13.1%
12.7%
13.4%
現在のビジネスモデルの根本的な変革
12.7%
9.5%
15.5%
企業文化や組織マインドの根本的な変革
11.2%
7.1%
14.8%
その他
0.4%
0.0%
0.7%
0.0%
50.0%
100.0%
全体
製造業
非製造業

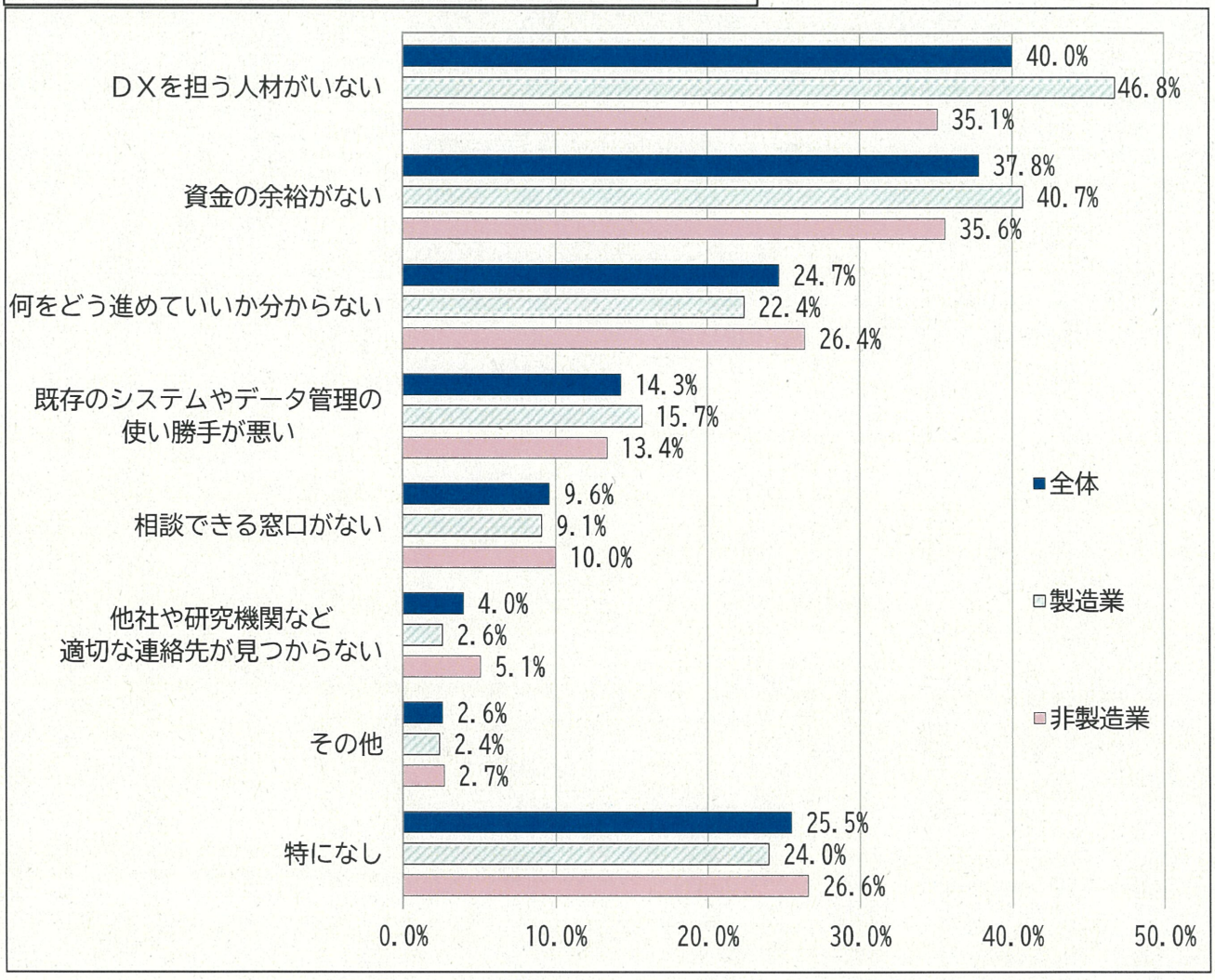

２１～５０人(n=527)
業務の効率化による生産性向上
86.1%
91.9%
79.0%
コストの削減
69.4%
71.7%
66.7%
多様な働き方の実現
24.4%
22.2%
27.2%
新規顧客の獲得
23.3%
18.2%
29.6%
既存製品・サービスの高付加価値化
22.2%
21.2%
23.5%
現在のビジネスモデルの根本的な変革
19.4%
17.2%
22.2%
データに基づく意思決定
16.7%
10.1%
24.7%
企業文化や組織マインドの根本的な変革
16.7%
12.1%
22.2%
新規製品・サービスの創出
12.8%
12.1%
7.4%
その他
1.7%
1.0%
2.5%
0.0%
50.0%
100.0%
全体
製造業
非製造業

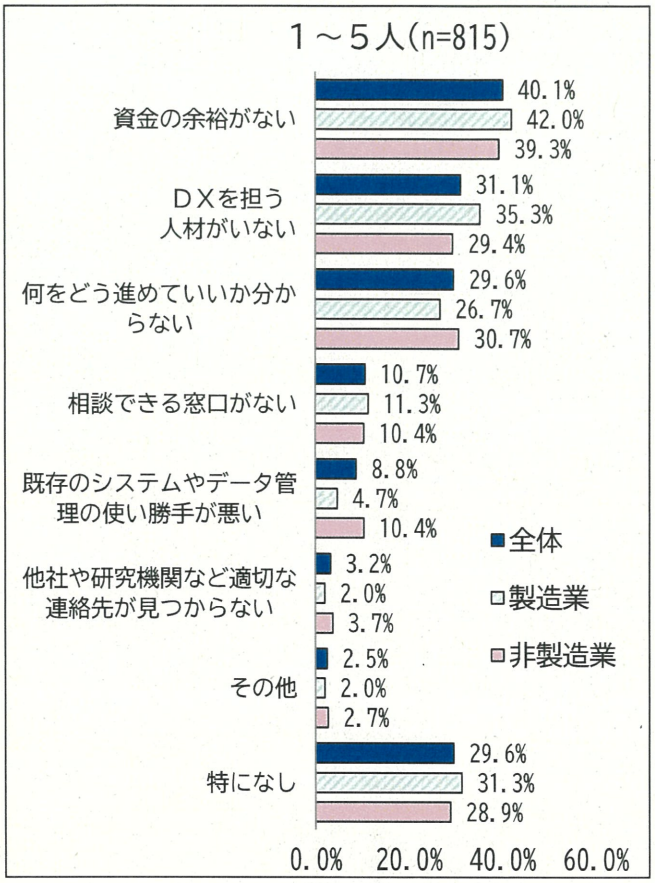

５１人以上(n=374)
業務の効率化による…
93.3%
97.5%
87.5%
コストの削減
63.0%
67.1%
57.1%
データに基づく意思決定
22.2%
22.8%
21.4%
多様な働き方の実現
20.7%
22.8%
17.9%
新規顧客の獲得
18.5%
20.3%
16.1%
現在のビジネスモデルの根本…
17.0%
13.9%
21.4%
企業文化や組織マインドの根…
16.3%
11.4%
23.2%
既存製品・サービス…
15.6%
17.7%
12.5%
新規製品・サービス…
8.1%
8.9%
7.1%
その他
2.2%
2.5%
1.8%
0.0%
50.0%
100.0%
全体
製造業
非製造業

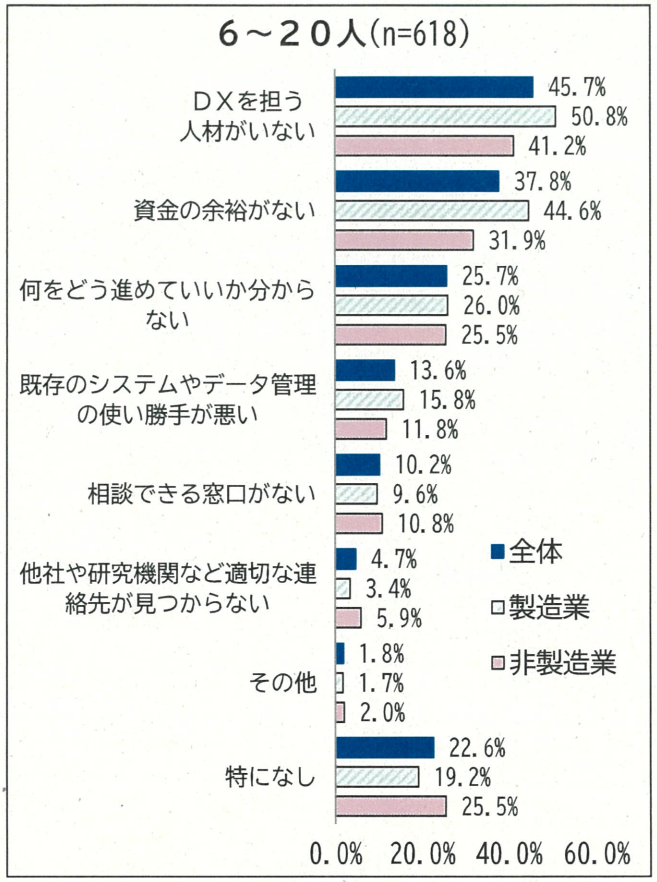
（５）ＤＸ（デジタル化を含む）に取り組む上での課題（回答総数：２，０４５・複数回答）

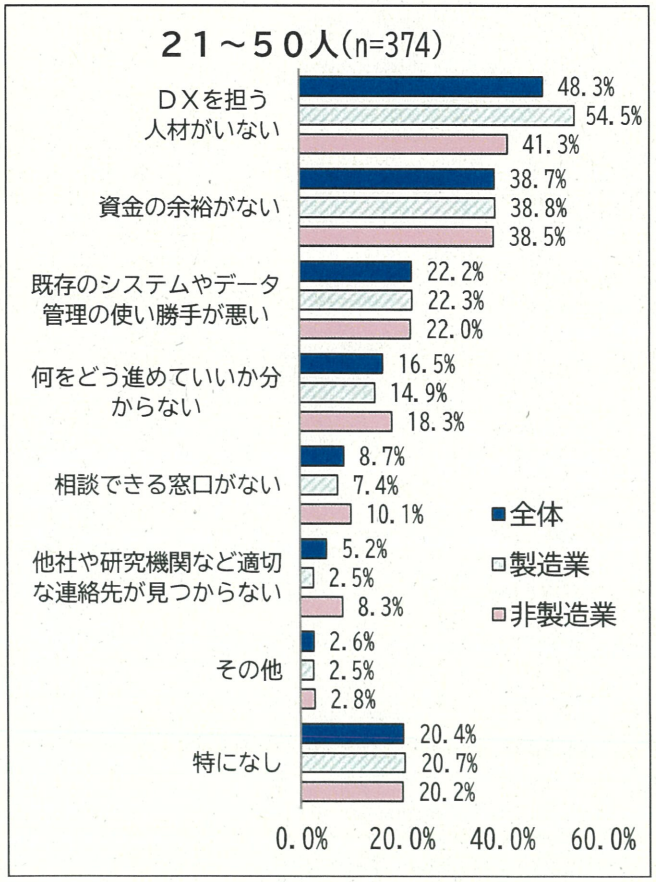
○　ＤＸに取り組む上での課題について聞いたところ、全体では「ＤＸを担う人材がいない」（４０．０％）が最も多く、次いで「資金の余裕がない」（３７．８％）、「何をどう進めていいか分からない」（２４．７％）の順となった。

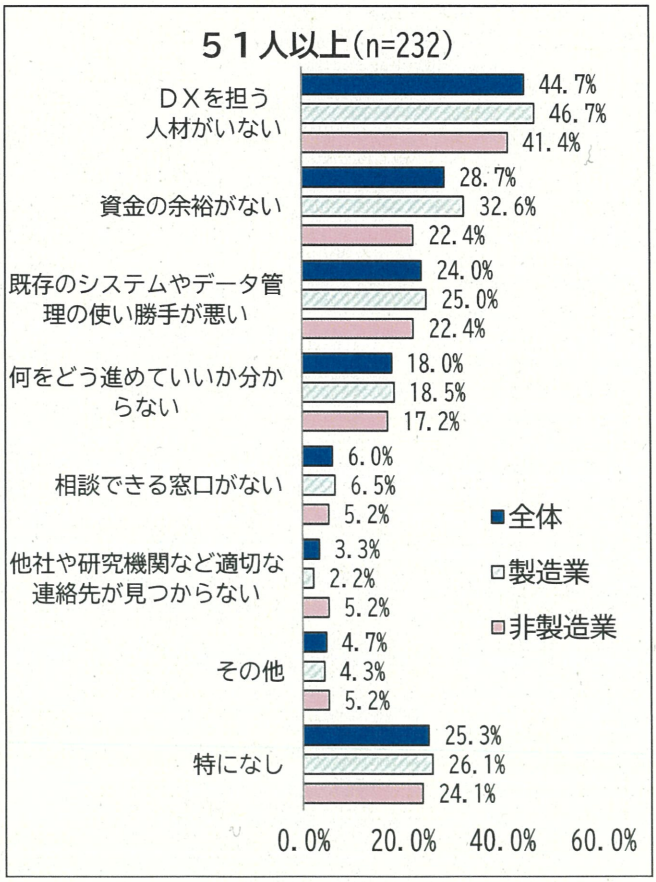
ＤＸに取り組む上での課題／全体・製造業・非製造業（複数回答）




１～５人(n=815)
資金の余裕がない
40.1%
42.0%
39.3%
ＤＸを担う人材がいない
31.1%
35.3%
29.4%
何をどう進めていいか分からない
29.6%
26.7%
30.7%
相談できる窓口がない
10.7%
11.3%
10.4%
既存のシステムやデータ管理の使い勝手が悪い
8.8%
4.7%
10.4%
他社や研究機関など適切な連絡先が見つからない
3.2%
2.0%
3.7%
その他
2.5%
2.0%
2.7%
特になし
29.6%
31.3%
28.9%
全体
製造業
非製造業
0.0% 20.0% 40.0% 60.0%


６～２０人(n=618)
ＤＸを担う人材がいない
45.7%
50.8%
41.2%
資金の余裕がない
37.8%
44.6%
31.9%
何をどう進めていいか分からない
25.7%
26.0%
25.5%
既存のシステムやデータ管理の使い勝手が悪い
13.6%
15.8%
11.8%
相談できる窓口がない
10.2%
9.6%
10.8%
他社や研究機関など適切な連絡先が見つからない
4.7%
3.4%
5.9%
その他
1.8%
1.7%
2.0%
特になし
22.6%
19.2%
25.5%
全体
製造業
非製造業
0.0% 20.0% 40.0% 60.0%

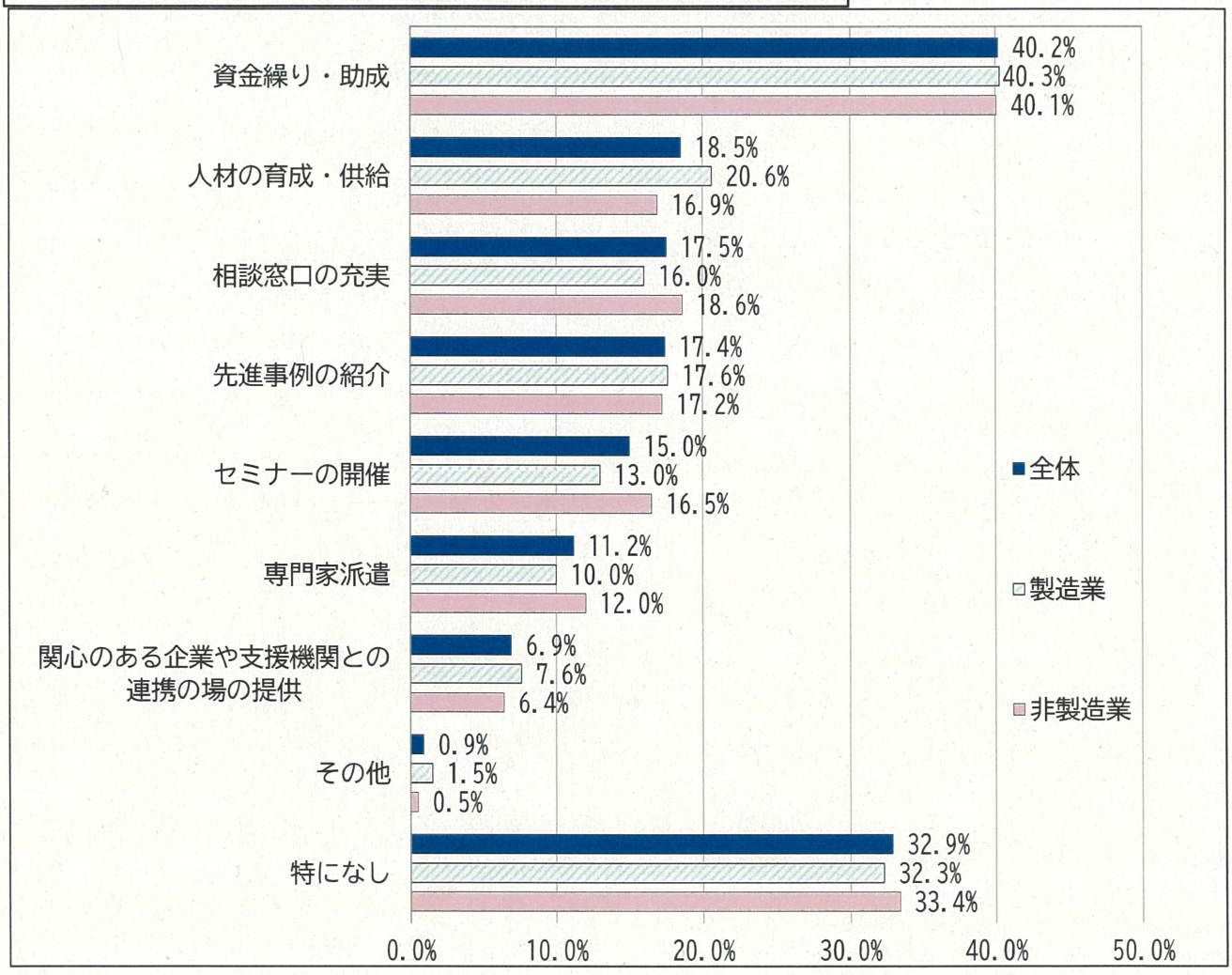

２１～５０人(n=374)
ＤＸを担う人材がいない
48.3%
54.5%
41.3%
資金の余裕がない
38.7%
38.8%
38.5%
既存のシステムやデータ管理の使い勝手が悪い
22.2%
22.3%
22.0%
何をどう進めていいか分からない
16.5%
14.9%
18.3%
相談できる窓口がない
8.7%
7.4%
10.1%
他社や研究機関など適切な連絡先が見つからない
5.2%
2.5%
8.3%
その他
2.6%
2.5%
2.8%
特になし
20.4%
20.7%
20.2%
全体
製造業
非製造業
0.0% 20.0% 40.0% 60.0%


５１人以上(n=232)
ＤＸを担う人材がいない
44.7%
46.7%
41.4%
資金の余裕がない
28.7%
32.6%
22.4%
既存のシステムやデータ管理の使い勝手が悪い
24.0%
25.0%
22.4%
何をどう進めていいか分からない
18.0%
18.5%
17.2%
相談できる窓口がない
6.0%
6.5%
5.2%
他社や研究機関など適切な連絡先が見つからない
3.3%
2.2%
5.2%
その他
4.7%
4.3%
5.2%
特になし
25.3%
26.1%
24.1%
全体
製造業
非製造業
0.0% 20.0% 40.0% 60.0%

（６）ＤＸ（デジタル化を含む）に取り組む上で県に期待する支援（回答総数：２，０４６・複数回答）

○　ＤＸに取り組む上で県に期待する支援について聞いたところ、全体では「資金繰り・助成」（４０．２％）が最も多く、次いで「人材の育成・供給」（１８．５％）、「相談窓口の充実」（１７．５％）、「先進事例の紹介」（１７．４％）の順となった。

ＤＸに取り組む上で期待する支援／全体・製造業・非製造業（複数回答）



埼玉県四半期経営動向調査（令和８年１～３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