



埼玉県のマスコット  
さいたまっち コバトン

# 埼玉県四半期経営動向調査

(令和5年7～9月期)

## 県内中小企業の景況感

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

### 特別調査

価格転嫁について

経営上の課題と行政に望む支援策について

SDGsの認知・取組状況について

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5年7～9月期についての結果報告です。アンケート調査は、県内中小企業2,200社に送付し、1,364社からご回答いただきました。

(回答率 62.0%)

令和5年10月19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5年7～9月(調査日:令和5年9月1日時点)
- 3 調査対象業種及び回答数

|         | 対象業種    | 対象企業数 | 回答数   | 回答率   |
|---------|---------|-------|-------|-------|
| アンケート調査 | 製造業     | 960   | 584   | 60.8% |
|         | 非製造業    | 1,240 | 780   | 62.9% |
|         | 計       | 2,200 | 1,364 | 62.0% |
| 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(1,364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

13

## 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) 令和5年3月頃と比べた価格交渉（相談）のしやすさ | 26 |
| (3) 価格交渉（相談）がしやすくなった理由       | 26 |
| (4) 価格交渉（相談）が難しくなった理由        | 27 |
| (5) 価格転嫁の実施状況                | 27 |
| (6) 価格転嫁が十分にできていない理由         | 29 |
| (7) 行政に期待する支援                | 30 |
| (8) 「パートナーシップ構築宣言」の登録状況      | 31 |
| 2 経営上の課題と行政に望む支援策について        |    |
| (1) 経営上の課題                   | 32 |
| (2) 行政に望む支援策                 | 33 |
| 3 SDGsの認知・取組状況について           |    |
| (1) SDGsの認知度                 | 34 |
| (2) SDGsへの取組と期待する効果          | 36 |
| (3) SDGsに取り組むに当たっての課題        | 37 |
| (4) SDGsに取り組む上で期待する支援        | 38 |
| 特別調査結果一覧                     | 39 |

## 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 | 41 |
|------------------------------|----|

## 参考

|             |    |
|-------------|----|
| アンケート調査票    | 47 |
| アンケート調査対象業種 | 49 |

# 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。

- 経営者の景況感DIは、▲40.8と、前期比で1.8ポイント減少し、2期ぶりに悪化した。業種別では、製造業は2期ぶりに悪化し、非製造業は2期連続改善した。
- 景況感の先行きDIは▲11.2と、前回調査比で0.2ポイント増加し、3期連続改善した。
- 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20.4%で、3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4～6月期、「当期」：令和5年7～9月期、「来期(先行き)」：令和5年10～12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▲40.8となり、2期ぶりに悪化した。前期比で1.8ポイント減少し、前年同期比では9.4ポイント増加した。

業種別にみると、製造業(▲47.3)は2期ぶりに悪化し、非製造業(▲36.0)は2期連続改善した。

#### <景況感DIの推移>

|       | 当 期<br>(R5.7-9) | 前 期<br>(R5.4-6) | 前年同期<br>(R4.7-9) |
|-------|-----------------|-----------------|------------------|
| 全 体   | ▲40.8           | ▲39.0           | ▲50.2            |
| 製 造 業 | ▲47.3           | ▲40.5           | ▲48.9            |
| 非製造業  | ▲36.0           | ▲37.9           | ▲51.2            |

先行きについては、「良い方向に向かう」とみる企業は10.6%（前回調査(R5.4-6月)比+0.7）、「悪い方向に向かう」とみる企業は21.8%（前回調査比+0.4）だった。

先行きDIは▲11.2（前回調査比+0.2）と、3期連続改善した。

#### <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<br>(R5.10-12) |
|-------|----------|----------|---------------------|
| 全 体   | 10.6%    | 21.8%    | ▲11.2               |
| 製 造 業 | 12.3%    | 20.4%    | ▲8.1                |
| 非製造業  | 9.4%     | 22.9%    | ▲13.6               |

## 2 売上げについて

売上げD Iは▲17.8（前期比▲3.0）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<br>(R5.7-9) | 前 期<br>(R5.4-6) | 前年同期<br>(R4.7-9) | 来期見通し<br>(R5.10-12) |
|-------|-----------------|-----------------|------------------|---------------------|
| 全 体   | ▲17.8           | ▲14.8           | ▲29.1            | ▲3.8                |
| 製 造 業 | ▲19.4           | ▲14.4           | ▲25.2            | ▲2.8                |
| 非製造業  | ▲16.6           | ▲15.1           | ▲32.1            | ▲4.7                |

## 3 資金繰りについて

資金繰りD Iは▲21.8（前期比▲3.7）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<br>(R5.7-9) | 前 期<br>(R5.4-6) | 前年同期<br>(R4.7-9) | 来期見通し<br>(R5.10-12) |
|-------|-----------------|-----------------|------------------|---------------------|
| 全 体   | ▲21.8           | ▲18.1           | ▲28.1            | ▲12.8               |
| 製 造 業 | ▲24.4           | ▲21.7           | ▲29.2            | ▲13.4               |
| 非製造業  | ▲19.8           | ▲15.3           | ▲27.2            | ▲12.4               |

## 4 採算について

採算D Iは▲26.9（前期比▲0.2）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<br>(R5.7-9) | 前 期<br>(R5.4-6) | 前年同期<br>(R4.7-9) | 来期見通し<br>(R5.10-12) |
|-------|-----------------|-----------------|------------------|---------------------|
| 全 体   | ▲26.9           | ▲26.7           | ▲40.6            | ▲17.2               |
| 製 造 業 | ▲28.7           | ▲28.4           | ▲41.7            | ▲15.2               |
| 非製造業  | ▲25.5           | ▲25.4           | ▲39.8            | ▲18.7               |

## 5 設備投資について

実施率は20.4%となり、3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2期ぶりに減少し、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<br>(R5.7-9) | 前 期<br>(R5.4-6) | 前年同期<br>(R4.7-9) | 来期見通し<br>(R5.10-12) |
|-------|-----------------|-----------------|------------------|---------------------|
| 全 体   | 20.4%           | 19.8%           | 20.3%            | 18.8%               |
| 製 造 業 | 24.6%           | 25.0%           | 23.5%            | 22.8%               |
| 非製造業  | 17.3%           | 15.7%           | 17.9%            | 15.9%               |

## 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）・中国経済の減速の影響を受けて関連する受注が落ち込んでおり不況である。
- （輸送用機械器具）・半導体不足が解消された影響もあり各メーカーからの受注が改善しており好況である。
- （プラスチック製品）・多くの分野で動きが弱く、業界全体として不況である。
- （食料品製造）・コロナ禍の巣ごもり消費の特需が無くなったこともあり、景況感は普通である。
- （印刷業）・企業や自治体での印刷物の使用量が減っており、不況である。
- （百貨店）・インバウンドの影響もあり、業界全体として好況である。
- （商店街）・前年比では良くなっているが、コロナ前の水準には戻っておらずどちらとも言えない。
- （建設業）・工事の引き合いは堅調だが、受注価格で折り合わないことも多く、どちらとも言えない。

### 【売上げ・採算】

- （電気機械器具）・コロナ関連の医療器具の特需がなくなり、売上高は前期比で10%程度減った。
- （金属製品）・半導体関連の受注は低調だがEVの急速充電器等新規の受注もあり売上高は増加した。
- （食料品製造）・前期から価格転嫁が進んでおらず、採算性はほとんど変わらない。
- （印刷業）・原材料費の高騰に価格転嫁が追いついていないため採算性は悪化した。
- （スーパー）・客数、客単価ともに増加し売上高は増えたが、値上げの影響から販売点数は減少した。
- （情報サービス業）・人件費の上昇分の価格転嫁について理解が得られず、採算性はほとんど変わらない。

### 【今後の見通し】

- （一般機械器具）・半導体分野の市況は年内更に悪化する懸念あり。今後の見通しは不透明である。
- （輸送用機械器具）・生産回復により今後注文が増えるとの話も聞くが、現状定かではない。
- （食料品製造）・足元で堅調な需要が物価高で今後落ち込む懸念もある。人手不足も当面続く。
- （印刷業）・ペーパーレス化に加え、紙の価格高騰もあって当面厳しい状況が続くとみている。
- （商店街）・行動制限緩和の影響やイベントの再開により、良い方向に向かうとみている。
- （旅行業）・観光需要の回復により、引き続き良い方向に向かうとみている。

## 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

自社業界の景況について「好況である」とみる企業は5.2%、「不況である」とみる企業は46.0%で、景況感DI（「好況である」－「不況である」企業の割合）は▲40.8となった。前期（▲39.0）から1.8ポイント減少し、2期ぶりに悪化した。

#### 〈業種別〉

##### ○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52.2%で、景況感DIは▲47.3となった。前期（▲40.5）から6.8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、「金属製品」が前期から改善し、「プラスチック製品」が前期から横ばい、それ以外の10業種は前期から悪化した。特に、「化学工業」は前期比で16.3ポイント減少し、前年同期比でも12.3ポイント減少した。

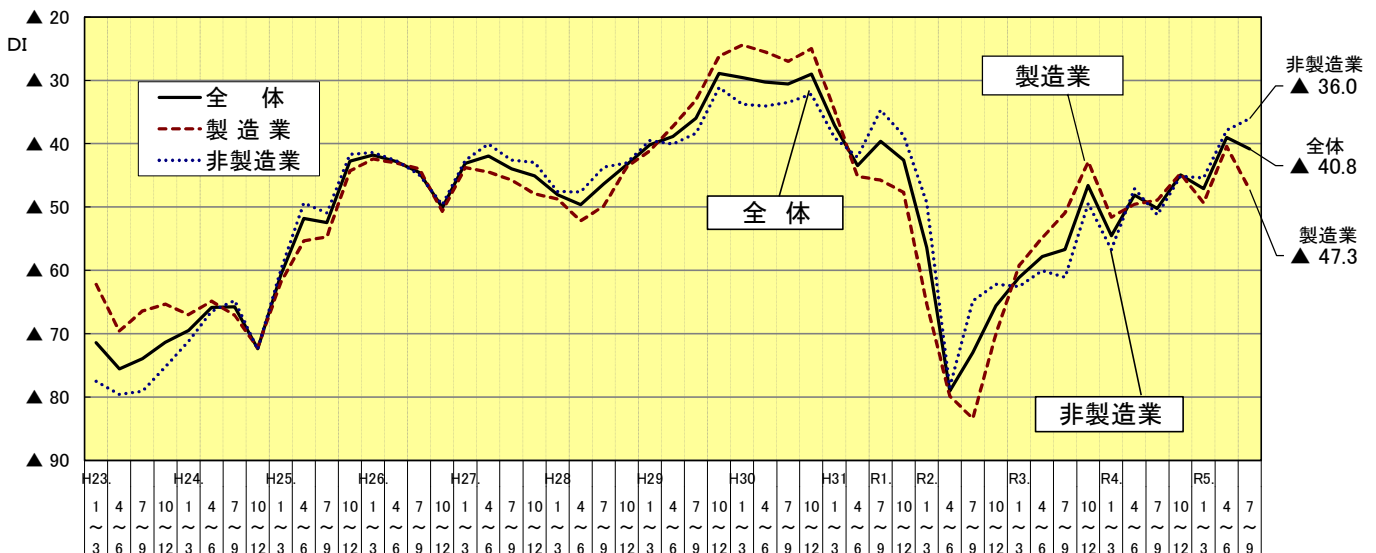
##### ○非製造業

「好況である」とみる企業は5.3%、「不況である」とみる企業は41.3%で、景況感DIは▲36.0となった。前期（▲37.9）から1.9ポイント増加し、2期連続改善した。

業種別にDI値をみると、7業種中、「建設業」「卸売・小売業」「不動産業」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、「運輸業」は前期比で14.2ポイント減少した。

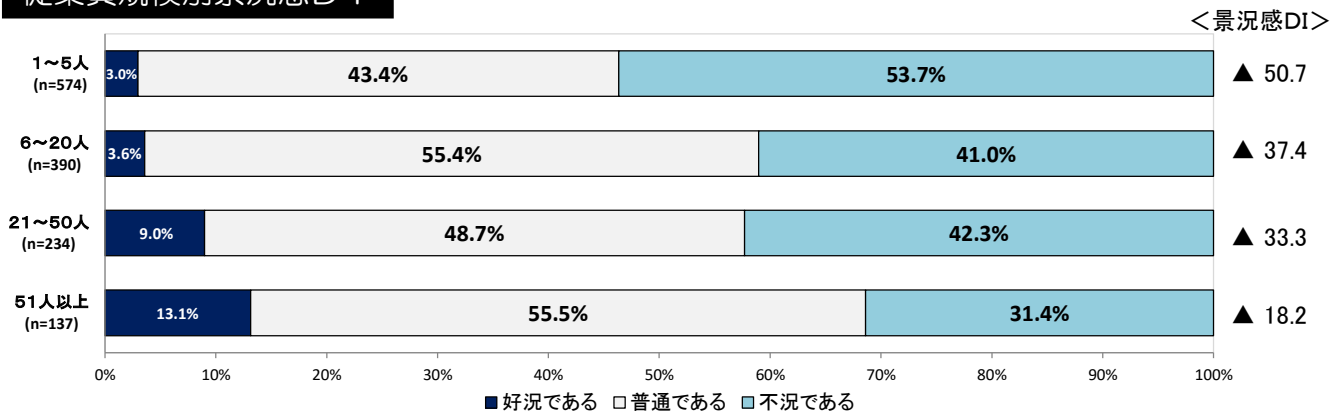
#### 景況感DIの推移

|      | 当期DI<br>(R5.7-9) | 前期比<br>(R5.4-6) | 前年同期比<br>(R4.7-9) | 来期見通しDI<br>(R5.10-12の見通し) | 前期比[前回調査]<br>(R5.7-9の見通し) |
|------|------------------|-----------------|-------------------|---------------------------|---------------------------|
| 全体   | ▲40.8            | ▲1.8            | +9.4              | ▲11.2                     | +0.2                      |
| 製造業  | ▲47.3            | ▲6.8            | +1.7              | ▲8.1                      | +2.9                      |
| 非製造業 | ▲36.0            | +1.9            | +15.2             | ▲13.6                     | ▲1.8                      |

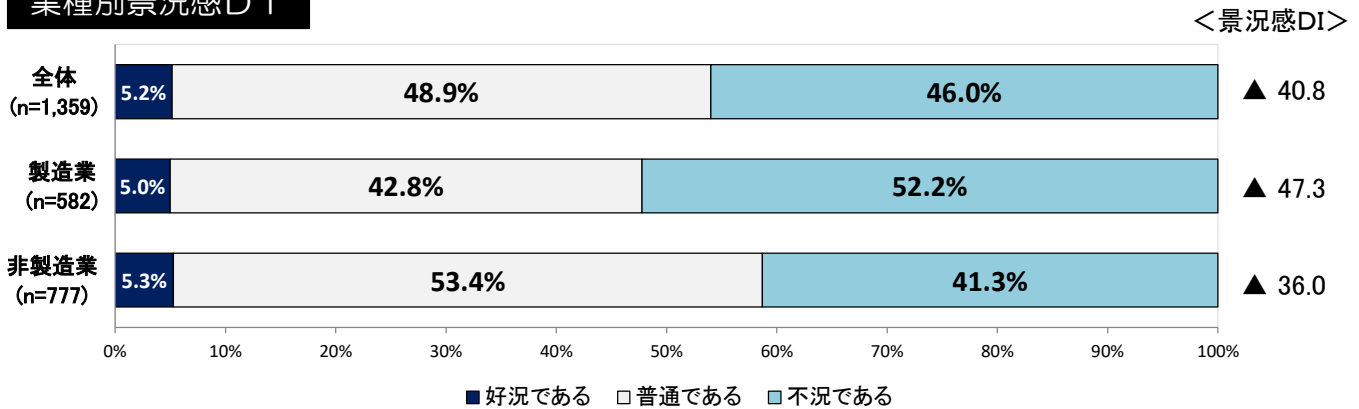




## 従業員規模別景況感DI



## 業種別景況感DI



## 来期（令和5年10~12月期）の見通し

先行きについては、「良い方向に向かう」とみる企業は10.6%（前回調査(R5.4-6月)比+0.7ポイント）、「悪い方向に向かう」とみる企業は21.8%（前回調査比+0.4ポイント）だった。先行きDIは▲11.2（前回調査比+0.2ポイント）と、3期連続改善した。

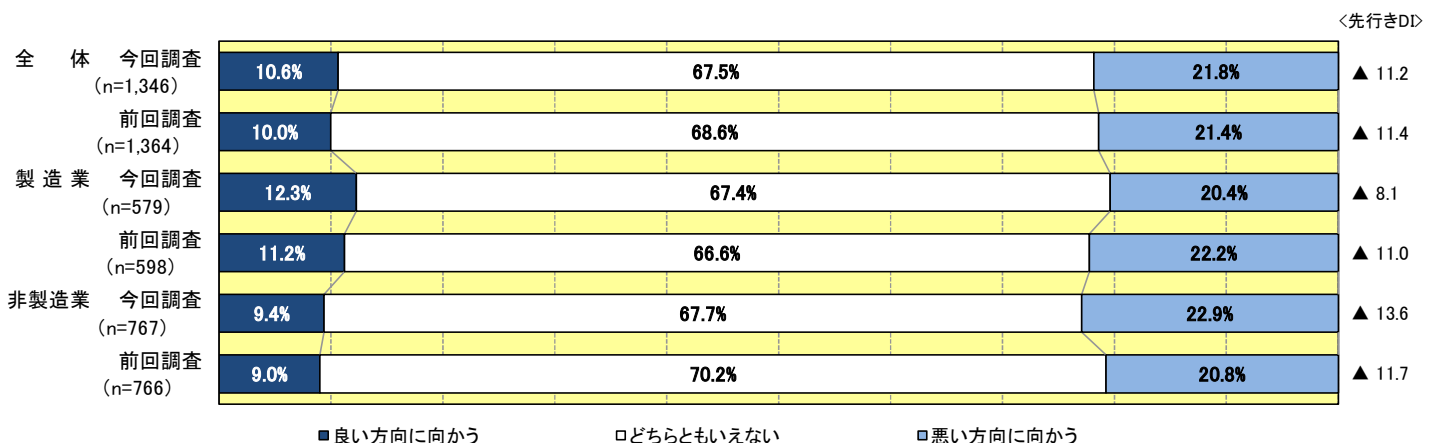
### <業種別>

○製造業 先行きDI ▲8.1（前回調査比+2.9）

「良い方向に向かう」とみる企業は12.3%、「悪い方向に向かう」とみる企業は20.4%で、「悪い方向に向かう」が前回調査より1.9ポイント減少した。

○非製造業 先行きDI ▲13.6（前回調査比▲1.8）

「良い方向に向かう」とみる企業は9.4%、「悪い方向に向かう」とみる企業は22.9%で、「悪い方向に向かう」が前回調査より2.2ポイント増加した。





## 景況感DIの推移

単位：DI

| 業種                   | R4.    | R4.     | R5.    | R5.    | R5.           | 増減     |           | R5.              |
|----------------------|--------|---------|--------|--------|---------------|--------|-----------|------------------|
|                      | 7～9月期  | 10～12月期 | 1～3月期  | 4～6月期  | 7～9月期<br>(当期) | 前期比    | 前年<br>同期比 | 10～12月期<br>(見通し) |
| <b>全 体</b>           | ▲ 50.2 | ▲ 45.0  | ▲ 47.1 | ▲ 39.0 | ▲ 40.8        | ▲ 1.8  | 9.4       | ▲ 11.2           |
| <b>製 造 業</b>         | ▲ 48.9 | ▲ 44.7  | ▲ 49.3 | ▲ 40.5 | ▲ 47.3        | ▲ 6.8  | 1.7       | ▲ 8.1            |
| 食料品製造                | ▲ 52.9 | ▲ 45.8  | ▲ 53.8 | ▲ 15.1 | ▲ 27.1        | ▲ 12.0 | 25.9      | ▲ 2.1            |
| 繊維工業                 | ▲ 61.1 | ▲ 72.2  | ▲ 72.7 | ▲ 69.4 | ▲ 73.5        | ▲ 4.1  | ▲ 12.4    | ▲ 29.4           |
| 家具・装備品               | ▲ 60.0 | ▲ 53.3  | ▲ 43.8 | ▲ 63.3 | ▲ 65.4        | ▲ 2.1  | ▲ 5.4     | ▲ 12.0           |
| パルプ・紙・紙加工品           | ▲ 64.8 | ▲ 43.6  | ▲ 64.0 | ▲ 51.1 | ▲ 55.1        | ▲ 4.0  | 9.7       | ▲ 4.1            |
| 印刷業                  | ▲ 70.0 | ▲ 64.4  | ▲ 74.4 | ▲ 48.9 | ▲ 62.5        | ▲ 13.6 | 7.5       | ▲ 12.5           |
| 化学工業                 | ▲ 29.5 | ▲ 38.6  | ▲ 50.0 | ▲ 25.6 | ▲ 41.9        | ▲ 16.3 | ▲ 12.3    | 0.0              |
| プラスチック製品             | ▲ 44.0 | ▲ 44.7  | ▲ 49.0 | ▲ 49.0 | ▲ 49.0        | 0.0    | ▲ 5.0     | ▲ 18.4           |
| 鉄鋼業・非鉄金属             | ▲ 30.9 | ▲ 45.6  | ▲ 50.8 | ▲ 43.6 | ▲ 56.6        | ▲ 13.0 | ▲ 25.7    | ▲ 5.7            |
| 金属製品                 | ▲ 48.5 | ▲ 33.3  | ▲ 33.8 | ▲ 35.9 | ▲ 34.9        | 1.0    | 13.6      | ▲ 3.1            |
| 電気機械器具               | ▲ 48.1 | ▲ 32.8  | ▲ 35.7 | ▲ 31.1 | ▲ 35.9        | ▲ 4.8  | 12.1      | ▲ 1.6            |
| 輸送用機械器具              | ▲ 42.0 | ▲ 39.6  | ▲ 37.7 | ▲ 24.6 | ▲ 35.8        | ▲ 11.3 | 6.2       | ▲ 5.7            |
| 一般機械器具               | ▲ 42.4 | ▲ 41.7  | ▲ 45.9 | ▲ 49.2 | ▲ 53.3        | ▲ 4.2  | ▲ 11.0    | ▲ 14.0           |
| <b>非 製 造 業</b>       | ▲ 51.2 | ▲ 45.1  | ▲ 45.4 | ▲ 37.9 | ▲ 36.0        | 1.9    | 15.2      | ▲ 13.6           |
| <b>建 設 業</b>         | ▲ 46.7 | ▲ 44.2  | ▲ 39.4 | ▲ 42.6 | ▲ 31.2        | 11.4   | 15.5      | ▲ 14.9           |
| 総合工事業                | ▲ 46.6 | ▲ 50.0  | ▲ 45.1 | ▲ 44.4 | ▲ 32.7        | 11.8   | 13.9      | ▲ 19.6           |
| 職別工事業                | ▲ 54.9 | ▲ 46.0  | ▲ 46.3 | ▲ 46.7 | ▲ 39.6        | 7.1    | 15.3      | ▲ 19.6           |
| 設備工事業                | ▲ 39.7 | ▲ 36.8  | ▲ 26.0 | ▲ 36.7 | ▲ 22.8        | 13.9   | 16.8      | ▲ 7.0            |
| <b>卸 売 ・ 小 売 業</b>   | ▲ 58.1 | ▲ 54.0  | ▲ 52.0 | ▲ 48.7 | ▲ 45.6        | 3.2    | 12.6      | ▲ 18.9           |
| (卸売業)                | ▲ 47.7 | ▲ 47.5  | ▲ 43.1 | ▲ 40.3 | ▲ 34.1        | 6.2    | 13.6      | ▲ 11.3           |
| 繊維・衣服等               | ▲ 57.1 | ▲ 80.0  | ▲ 52.4 | ▲ 64.7 | ▲ 25.0        | 39.7   | 32.1      | ▲ 20.0           |
| 飲食料品                 | ▲ 54.2 | ▲ 50.0  | ▲ 63.3 | ▲ 26.9 | ▲ 25.0        | 1.9    | 29.2      | ▲ 12.5           |
| 建築材料、鉱物・金属材料等        | ▲ 40.0 | ▲ 21.4  | ▲ 41.9 | ▲ 29.0 | ▲ 34.4        | ▲ 5.3  | 5.6       | ▲ 3.1            |
| 機械器具                 | ▲ 32.0 | ▲ 44.0  | ▲ 18.2 | ▲ 29.2 | ▲ 31.8        | ▲ 2.7  | 0.2       | 0.0              |
| その他                  | ▲ 56.7 | ▲ 57.1  | ▲ 34.6 | ▲ 61.5 | ▲ 54.2        | 7.4    | 2.5       | ▲ 26.1           |
| (小売業)                | ▲ 67.3 | ▲ 59.4  | ▲ 60.1 | ▲ 55.8 | ▲ 55.6        | 0.2    | 11.8      | ▲ 25.5           |
| 織物・衣服・身の回り品          | ▲ 86.1 | ▲ 69.4  | ▲ 74.3 | ▲ 63.2 | ▲ 73.0        | ▲ 9.8  | 13.1      | ▲ 21.6           |
| 飲食料品                 | ▲ 84.6 | ▲ 63.2  | ▲ 52.6 | ▲ 44.4 | ▲ 52.6        | ▲ 8.2  | 32.0      | ▲ 33.3           |
| 機械器具                 | ▲ 37.5 | ▲ 53.1  | ▲ 55.0 | ▲ 50.0 | ▲ 51.5        | ▲ 1.5  | ▲ 14.0    | ▲ 21.9           |
| その他                  | ▲ 57.5 | ▲ 51.4  | ▲ 60.0 | ▲ 63.4 | ▲ 44.4        | 19.0   | 13.1      | ▲ 25.0           |
| <b>飲 食 店</b>         | ▲ 65.9 | ▲ 55.3  | ▲ 45.9 | ▲ 31.7 | ▲ 37.1        | ▲ 5.4  | 28.7      | ▲ 22.9           |
| <b>情 報 サ ー ビ ス 業</b> | ▲ 40.4 | ▲ 19.2  | ▲ 21.6 | ▲ 9.8  | ▲ 13.8        | ▲ 4.0  | 26.6      | 8.8              |
| <b>運 輸 業</b>         | ▲ 54.2 | ▲ 40.0  | ▲ 48.3 | ▲ 39.6 | ▲ 53.8        | ▲ 14.2 | 0.4       | ▲ 26.9           |
| <b>不 動 産 業</b>       | ▲ 40.7 | ▲ 35.6  | ▲ 33.3 | ▲ 32.7 | ▲ 30.2        | 2.5    | 10.5      | ▲ 9.3            |
| <b>サ ー ビ ス 業</b>     | ▲ 46.3 | ▲ 41.9  | ▲ 50.3 | ▲ 26.8 | ▲ 28.4        | ▲ 1.6  | 17.9      | ▲ 6.2            |
| 専門サービス業              | ▲ 26.1 | ▲ 31.9  | ▲ 34.1 | ▲ 23.4 | ▲ 14.0        | 9.4    | 12.1      | ▲ 8.0            |
| 洗濯・理美容・浴場業           | ▲ 66.7 | ▲ 63.2  | ▲ 75.6 | ▲ 52.8 | ▲ 51.4        | 1.3    | 15.2      | ▲ 11.4           |
| その他生活関連・娯楽業          | ▲ 60.5 | ▲ 46.2  | ▲ 50.0 | ▲ 16.2 | ▲ 36.1        | ▲ 19.9 | 24.4      | ▲ 2.8            |
| その他の事業サービス業          | ▲ 33.3 | ▲ 27.8  | ▲ 40.5 | ▲ 16.2 | ▲ 19.5        | ▲ 3.3  | 13.8      | ▲ 2.5            |

## 2 売上げについて

### 当期（令和5年7～9月期）の状況

前期と比べ、売上げが「増加した」企業は16.9%、「減少した」企業は34.7%で、売上げD I（「増加した」－「減少した」企業の割合）は▲17.8となった。前期（▲14.8）から3.0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17.2%、「減少した」企業は36.5%で、売上げD Iは▲19.4となった。前期（▲14.4）から5.0ポイント減少し、2期ぶりに悪化した。

業種別にD I値をみると、12業種中、「繊維工業」「鉄鋼業・非鉄金属」「電気機械器具」「一般機械器具」の4業種が前期から改善し、それ以外の8業種は前期から悪化した。特に、「印刷業」及び「化学工業」は前期比で20.9ポイント減少し、前年同期比でも「印刷業」は4.0ポイント、「化学工業」は5.0ポイント減少した。

##### ○非製造業

売上げが「増加した」企業は16.8%、「減少した」企業は33.4%で、売上げD Iは▲16.6となった。前期（▲15.1）から1.5ポイント減少し、2期ぶりに悪化した。

業種別にD I値をみると、7業種中、「建設業」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、「情報サービス業」は前期比で18.3ポイント減少した。

#### <売上げ実績>

|       | 増えた   | 変わらない | 減った   | D I   | 前期比  | 前年同期比 |
|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|
| 全 体   | 16.9% | 48.3% | 34.7% | ▲17.8 | ▲3.0 | +11.3 |
| 製 造 業 | 17.2% | 46.3% | 36.5% | ▲19.4 | ▲5.0 | +5.8  |
| 非製造業  | 16.8% | 49.9% | 33.4% | ▲16.6 | ▲1.5 | +15.4 |

### 来期（令和5年10～12月期）の見通し

先行きについて、売上げが「増加する」見通しの企業は20.7%、「減少する」見通しの企業は24.6%であった。

当期の売上げD I（▲17.8）と比べて、来期D Iは▲3.8（当期比+14.0）と改善する見通しである。

#### <業種別>

製造業の来期の売上D Iは▲2.8（当期比+16.6）と改善する見通しである。

非製造業の来期の売上D Iは▲4.7（当期比+12.0）と改善する見通しである。

（注）全業種の集計結果とD Iの推移は付表（P41）を御覧ください。

### 3 資金繰りについて

#### 当期（令和5年7～9月期）の状況

前期と比べ、資金繰りが「良くなった」企業は6.4%、「悪くなった」企業は28.2%で、資金繰りD I（「良くなった」－「悪くなった」企業の割合）は▲21.8となった。前期（▲18.1）から3.7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7.6%、「悪くなった」企業は32.0%で、資金繰りD Iは▲24.4となった。前期（▲21.7）から2.8ポイント減少し、2期ぶりに悪化した。

業種別にD I値をみると、12業種中、「繊維工業」「パルプ・紙・紙加工品」「鉄鋼業・非鉄金属」「電気機械器具」「輸送用機械器具」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、「食料品製造」は前期比で13.4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5.6%、「悪くなった」企業は25.4%で、資金繰りD Iは▲19.8となった。前期（▲15.3）から4.5ポイント減少し、2期ぶりに悪化した。

業種別にD I値をみると、7業種中、「建設業」「飲食店」「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8.1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 | D I   | 前期比  | 前年同期比 |
|------|-------|-------|-------|-------|------|-------|
| 全体   | 6.4%  | 65.3% | 28.2% | ▲21.8 | ▲3.7 | +6.3  |
| 製造業  | 7.6%  | 60.5% | 32.0% | ▲24.4 | ▲2.8 | +4.8  |
| 非製造業 | 5.6%  | 69.0% | 25.4% | ▲19.8 | ▲4.5 | +7.4  |

#### 来期（令和5年10～12月期）の見通し

先行きについて、資金繰りが「良くなる」見通しの企業は9.0%、「悪くなる」見通しの企業は21.9%であった。

当期の資金繰りD I（▲21.8）と比べて、来期D Iは▲12.8（当期比+8.9）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D Iは▲13.4（当期比+11.0）と改善する見通しである。

非製造業の来期の資金繰りD Iは▲12.4（当期比+7.3）と改善する見通しである。

（注）全業種の集計結果とD Iの推移は付表（P42）を御覧ください。

## 4 採算について

### 当期（令和5年7～9月期）の状況

前期と比べ、採算が「良くなった」企業は8.6%、「悪くなった」企業は35.5%で、採算D I（「良くなった」－「悪くなった」企業の割合）は▲26.9となった。前期（▲26.7）から0.2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9.4%、「悪くなった」企業は38.1%で、採算D Iは▲28.7となった。前期（▲28.4）から0.3ポイント減少し、2期ぶりに悪化した。

業種別にD I値をみると、12業種中、「パルプ・紙・紙加工品」「鉄鋼業・非鉄金属」「電気機械器具」「輸送用機械器具」「一般機械器具」の5業種が前期から改善し、それ以外の7業種は悪化した。特に、「家具・装備品」は前期比で10.8ポイント減少した。

##### ○非製造業

採算が「良くなった」企業は8.1%、「悪くなった」企業は33.6%で、採算D Iは▲25.5となった。前期（▲25.4）から0.1ポイント減少し、2期ぶりに悪化した。

業種別にD I値をみると、7業種中、「建設業」「卸売・小売業」「飲食店」の3業種が前期から改善し、それ以外の4業種は悪化した。特に、「運輸業」は前期比で20.0ポイント減少し、前年同期比でも10.9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 | D I   | 前期比  | 前年同期比 |
|------|-------|-------|-------|-------|------|-------|
| 全体   | 8.6%  | 55.9% | 35.5% | ▲26.9 | ▲0.2 | +13.8 |
| 製造業  | 9.4%  | 52.6% | 38.1% | ▲28.7 | ▲0.3 | +13.0 |
| 非製造業 | 8.1%  | 58.4% | 33.6% | ▲25.5 | ▲0.1 | +14.3 |

### 来期（令和5年10～12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11.4%、「悪くなる」見通しの企業は28.6%であった。

当期の採算D I（▲26.9）と比べて、来期D Iは▲17.2（当期比+9.6）と改善する見通しである。

#### <業種別>

製造業の来期の採算D Iは▲15.2（当期比+13.4）と改善する見通しである。

非製造業の来期の採算D Iは▲18.7（当期比+6.8）と改善する見通しである。

（注）全業種の集計結果とD Iの推移は付表（P43）を御覧ください。

## 5 設備投資について

### 当期（令和5年7～9月期）の状況

当期に設備投資を実施した企業は20.4%で、前期（19.8%）から0.6ポイント増加し、3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44.9%で最も高く、「車両・運搬具」が26.6%、「情報化機器」が21.9%と続いている。目的では、「更新、維持・補修」が63.6%で最も高く、「生産・販売能力の拡大」が33.1%、「合理化・省力化」が26.5%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24.6%で、前期（25.0%）から0.4ポイント減少し、2期ぶりに減少した。また、前年同期（23.5%）から1.1ポイント増加した。

業種別にみると、12業種中、「食料品製造」「家具・装備品」「パルプ・紙・紙加工品」「印刷業」「金属製品」「輸送用機械器具」の6業種が前期から減少し、それ以外の6業種は増加した。

設備投資の内容は、「生産・販売設備（建設機械を含む）」が68.3%で最も高く、次いで、「建物（工場・店舗等を含む）」が16.2%、「車両・運搬具」が15.5%と続いている。

設備投資の目的は、「更新、維持・補修」が67.4%で最も高く、次いで、「生産・販売能力の拡大」が34.0%、「合理化・省力化」が29.1%と続いている。

#### ○非製造業

設備投資を実施した企業は17.3%で、前期（15.7%）から1.6ポイント増加し、2期ぶりに増加した。また、前年同期（17.9%）から0.7ポイント減少した。

業種別にみると、7業種中、「飲食店」「情報サービス業」「サービス業」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、「車両・運搬具」が38.6%で最も高く、次いで、「情報化機器」が29.5%、「生産・販売設備（建設機械を含む）」が19.7%と続いている。

設備投資の目的は、「更新、維持・補修」が59.5%で最も高く、次いで、「生産・販売能力の拡大」が32.1%、「合理化・省力化」が23.7%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   | 20.4% | 79.6%   | +0.6 | +0.1  |
| 製造業  | 24.6% | 75.4%   | ▲0.4 | +1.1  |
| 非製造業 | 17.3% | 82.7%   | +1.6 | ▲0.7  |

## 来期（令和5年10～12月期）の見通し

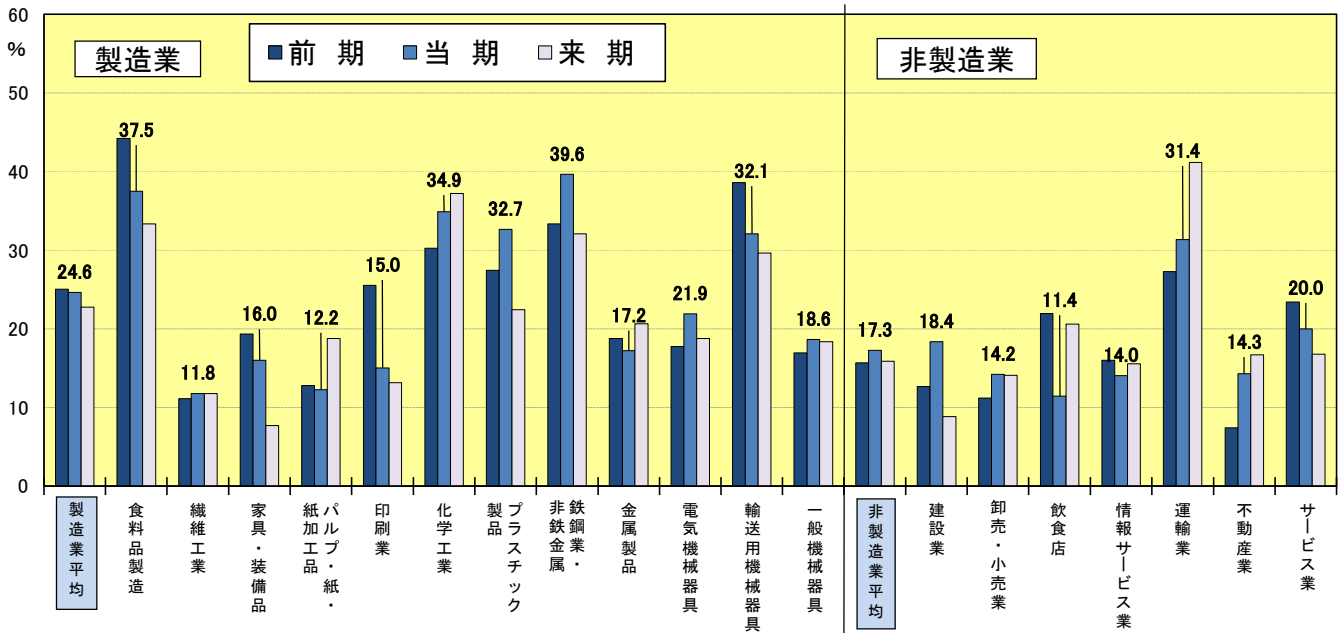
来期に設備投資を実施する予定の企業は18.8%で、  
当期（20.4%）から1.6ポイント減少する見通しである。

### <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15.9%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。

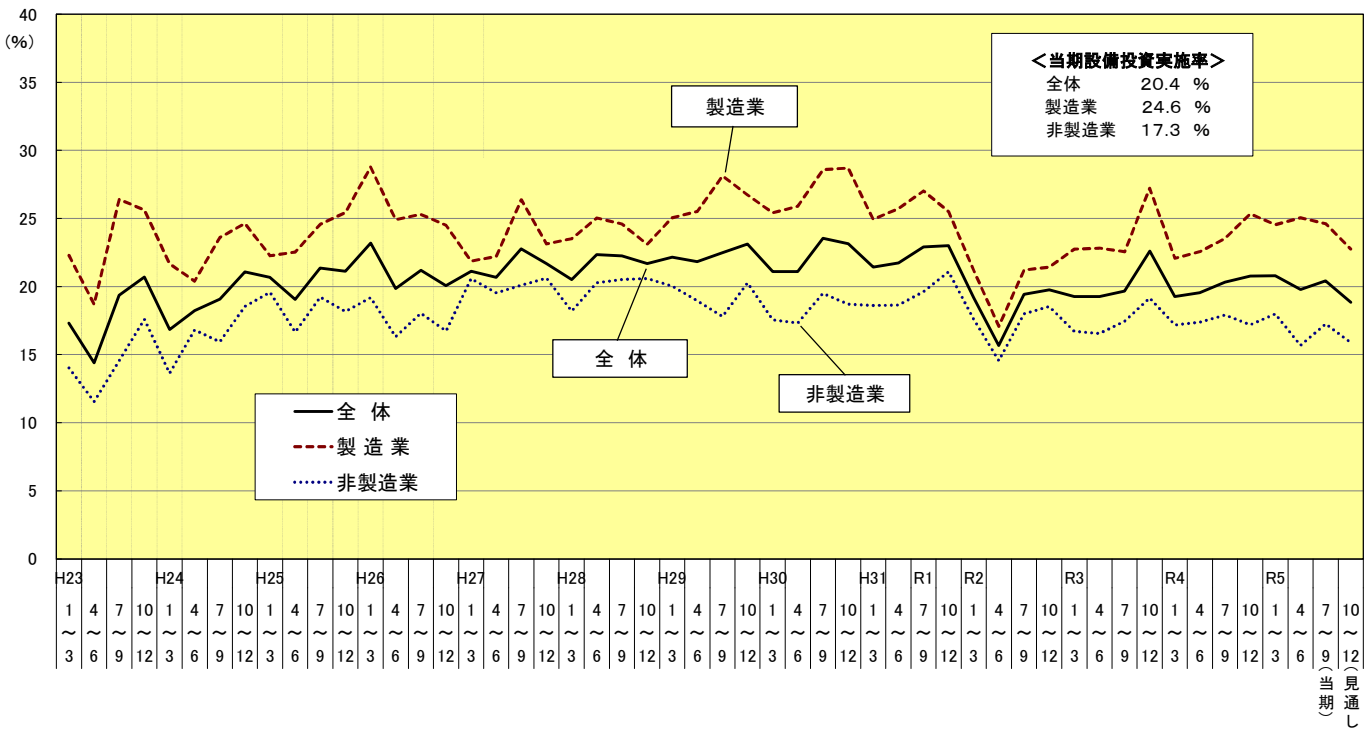
(注)業種別設備投資実施率の推移は付表(P44)を御覧ください。

### 業種別・設備投資実施率

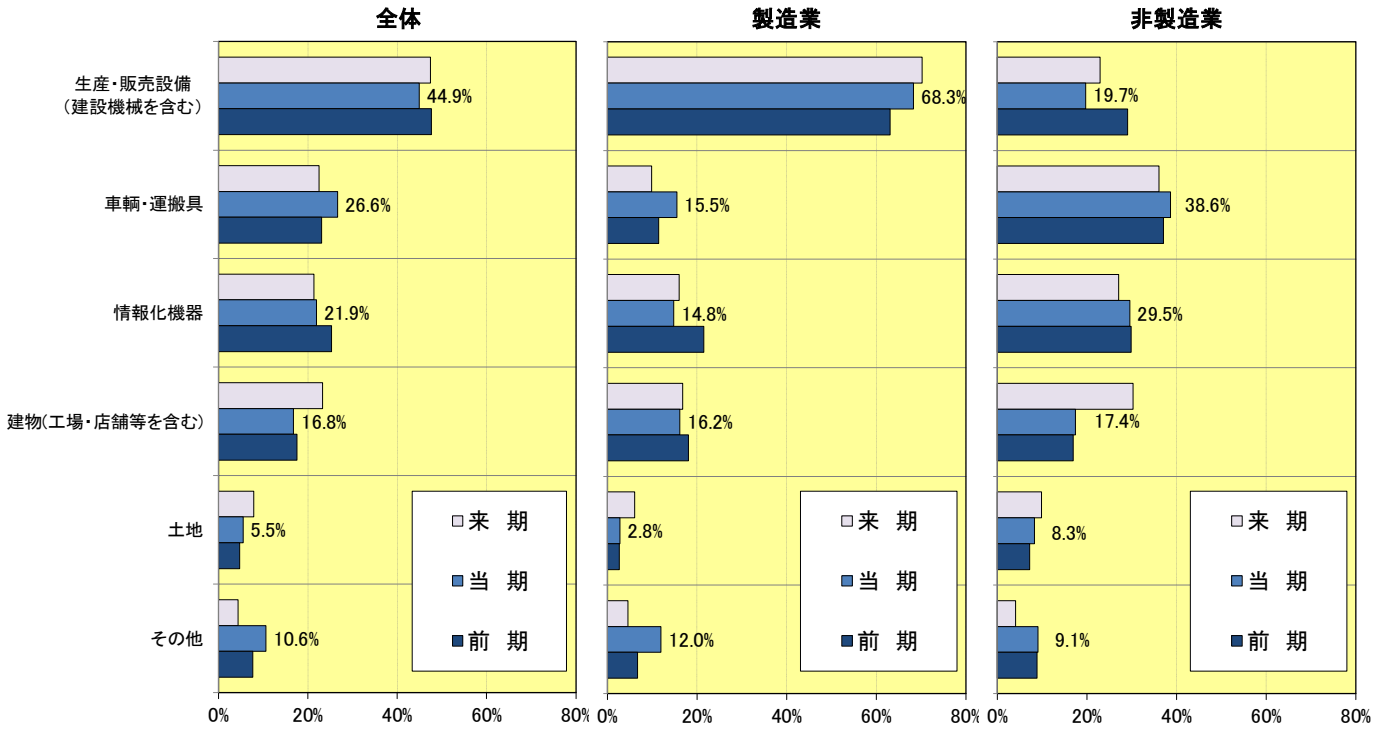


※数値は当期の実施率。

### 設備投資実施率の推移

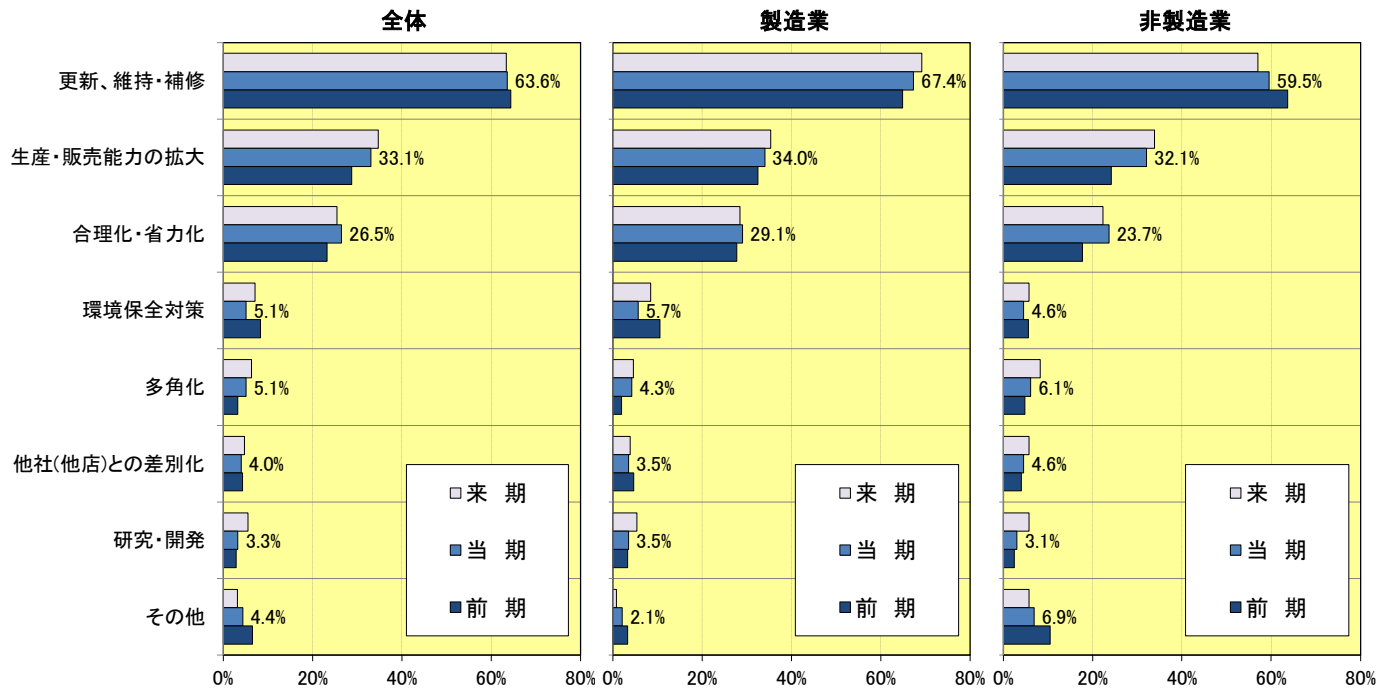


## 設備投資の内容【複数回答】



※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】

- ・半導体関連は市場全体が減産サイクルにあり、市況は前期よりも更に悪化している。
- ・中国経済の減速の影響を受けて関連する受注が落ち込んでおり不況である。
- ・製造業界全体で未だ設備投資の動きが弱いと感じるが、一方でEV関連の受注が出始めている。

#### 【売上高】

- ・半導体関連の需要が落ち込み、売上高は減少した。
- ・中国経済の減速の影響を受け売上高は減少した。
- ・今後予想される受注増に向け得意先が戦略在庫を積み上げる方針をとったため関連する受注が増え売上が増加した。

#### 【受注単価】

- ・価格転嫁が徐々に進み受注単価は上がっているが、同業他社の動向もありコスト上昇に対する転嫁率は20%程度。
- ・受注単価は上がったが、得意先によっては毎回他社との相見積もりとなるため価格転嫁は未だ十分でなく、全体としての転嫁率は50%程度。
- ・価格転嫁交渉はこれまでも行っており、転嫁率は70%程度。更に価格転嫁を進めたいが、得意先からは交渉の際詳細なエビデンスを求められ、他社への転注をほめかされるなど限界を感じている。

#### 【原材料価格】

- ・鋼材は高止まりの状況にある。今後更に円安が進むと上昇する懸念がある。
- ・鋼材や樹脂はまだ価格が上がっているが、上昇のペースは緩やかになっている。

#### 【その他諸経費】

- ・電気料金はあまり変わっていない。ガソリン等燃料価格高騰の影響も今のところあまりない。
- ・電気料金の単価は上がったが、受注減による工場の稼働低下で負担はほぼ変わらない。

#### 【採算性】

- ・受注の大幅減による稼働率低下で採算は悪化。これまで黒字であったが直近月は収支トントン。
- ・売上の増加、一部価格転嫁の進捗により採算性は改善した。

#### 【設備投資】

- ・新規の受注獲得に向け、レーザー加工機を導入した。
- ・工作機械を2台新たに導入した。
- ・既存設備が老朽化しており、今後の生産性向上も目的に自動旋盤機を導入した。

#### 【今後の見通し】

- ・半導体分野の市況は年内更に悪化する懸念あり。先々の見通しは不透明である。
- ・自動車分野は徐々に回復していく見込み。
- ・当面は現状水準が続く見通しで、改善するのは年明けになるのではないかと。

## (2) 輸送用機械器具

### 【景況感】

- ・半導体不足が解消された影響もあり各メーカーからの受注が改善しており好況である。
- ・景況感は好況でも不況でもないが、中国メーカーをはじめとした EV 関連の受注が増加している。
- ・これまで大手メーカーからの受注は計画に対し下振れが続いていたが、足元では計画通りに戻ってきている。景況感としては普通である。

### 【売上高】

- ・各メーカーの半導体供給不足の緩和もあり、売上高は増加した。
- ・以前から取り組んでいた販路開拓が身を結んだこともあり、売上高は増加した。
- ・売上高はあまり変わらない。

### 【受注単価】

- ・工具代や電気代の上昇分を中心に価格転嫁を行い受注単価は上がった。一方で人件費分の転嫁が課題であり、コスト上昇に対する価格転嫁率は70%程度。
- ・価格交渉には時間がかかり、受注単価は変わらない。特に電気代等の上昇分について得意先ごとに資料を作成するのに手間がかかる。現状の価格転嫁率は30%程度。
- ・価格転嫁交渉により、受注単価は上がった。現状の価格転嫁率は20%程度。

### 【原材料価格】

- ・ステンレスの価格は上がっており、今後も上がりそうである。それ以外の材料はあまり変わらない。
- ・市況としては高止まりしているようであるが、材料は全て得意先の支給品であり自社に影響はない。

### 【その他の諸費用】

- ・電気料金が上がっている。
- ・ガソリンの高騰の影響は現状あまりない。現状、運送委託先からも値上げの要請はない。

### 【採算性】

- ・コストの上昇に対し価格転嫁が間に合っておらず、採算性は悪化した。
- ・これまで低調だった売上げが回復したことによる稼働率向上と IoT 化をはじめとした生産性向上の取組から採算性は改善した。
- ・人件費等のコスト上昇により採算性は悪化した。価格転嫁の交渉に苦慮しており、引き続き行政の支援をお願いしたい。

### 【設備投資】

- ・効率化に向け、溶接用のロボットを導入した。
- ・当面の設備投資は済んでおり、今後は人材への投資を行っていききたい。
- ・来年以降、EV 関連の受注に向け新たに旋盤機を導入する予定。

### 【今後の見通し】

- ・具体的な見通しが立っているわけではなく、どちらともいえない。
- ・生産回復により今後注文が増えるとの話も聞くが、現状定かではない。

## (3) 電気機械器具

### 【景況感】

- ・中国関連の半導体加工の受注が低調であり、不況である。
- ・コロナ関連の医療製品が5類への移行で需要減となる一方で他の回復は鈍く、不況である。

#### 【売上高】

- ・スマホをはじめとした中国向けの半導体加工の受注が大きく落ち込んだままであり、売上高はほとんど変わらない。
- ・EVなどに用いられるパワー半導体関連の受注が堅調。
- ・コロナ関連の医療器具の特需がなくなり、売上高は前期比で10%程度減った。

#### 【受注単価】

- ・人件費上昇分の価格転嫁を検討しているが未だ実現しておらず、受注単価は変わっていない。
- ・昨年9月に電気料金上昇分を価格転嫁して以降、値上げはできておらず、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現状30%程度。

#### 【原材料価格】

- ・製品研磨や洗浄に使用する薬剤の価格は高止まりしている。

#### 【その他の諸経費】

- ・電気料金はここしばらく高止まりしているが、足元で若干下がってきている。
- ・ガソリン価格高騰について、現状で製品搬出時の輸送委託料は上がっておらず特に影響はない。

#### 【採算性】

- ・売上が増えないことには採算改善も見込めず、ほとんど変わらない。

#### 【設備投資】

- ・売上が低調であり、当面は設備投資を控える。

#### 【今後の見通し】

- ・中国の経済動向も含め、半導体関連の受注の回復は来年以降になる見込み。

### (4) 金属製品

#### 【景況感】

- ・半導体の供給不足緩和の一方で他の電子部品は不足しているようで、依然として設備投資などの動きが弱く感じる。景況感としては不況である。
- ・あらゆる分野で動きが弱く、不況である。家電などはコロナ禍の巣ごもり消費で需要の先食いがあり、ここ最近はその反動が出てきているものと思われる。

#### 【売上高】

- ・産業用機械の受注は回復しているが他の分野は低調で、全体としての売上は微増。
- ・受注量は減少しているが、価格転嫁による値上げで売上高は微増。
- ・半導体関連の受注は依然低調であるが、EVの急速充電器など新規の受注もあり前期比では売上高は増加した。

#### 【受注単価】

- ・原材料費分の価格転嫁が進み受注単価は上がった。一方で人件費分は得意先との交渉が難航しており、コスト上昇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。年間契約で受注単価を決めている得意先もあり、価格転嫁交渉はあまり進んでいない。現状の価格転嫁率は30%程度。
- ・原材料分の価格転嫁はほぼ実現しており、現状の価格転嫁率は90%程度。一方で、人件費は受注案件ごとに数値を算出して説明するのが難しく、受け入れてもらえない。

### 【原材料価格】

- ・金や銅など、総じて高止まりしている。
- ・ステンレスは最近価格が下がり始めた印象。アルミや鉄は高止まりしており、全体としてほとんど変わらない。

### 【その他の諸費用】

- ・製品を毎日自社のトラックで搬出しているため、ガソリンの高騰で支出が増えた。
- ・夏場でエアコンの稼働が上がったため、電気料金の負担が増えた。

### 【採算性】

- ・売上が増加したため稼働率が改善し、採算性は良くなった。
- ・新規顧客の開拓で徐々に新たな受注も獲得できているが、現状採算性の改善にはつながっていない。
- ・値上げにより採算性は改善している。一方で受注量が減っていることが課題。

### 【設備投資】

- ・板金に用いるレーザー加工機を導入した。
- ・一部老朽設備の入れ替えなどを行っているが、設備の新規導入の予定はない。
- ・レーザー溶接機と CAD の導入を予定している。

### 【今後の見通し】

- ・今後業況は回復する見込みではあるが、半年程度の時間を要すると思われる。
- ・年末にかけて受注環境は徐々に回復していく見込みである。
- ・半導体関連は中国経済の影響が大きいいため、見通しは不透明。

## (5) プラスチック製品

### 【景況感】

- ・自社としては前期と変わらず好況であるが、業界としては特に半導体関連の落ち込みが大きいようで、厳しい様子である。
- ・業界全体として受注が戻ってきているようで、好況である。
- ・多くの分野で動きが弱く、業界全体として不況である。

### 【売上高】

- ・医療、食品、ポンプ関連の受注が堅調で売上高は増加した。
- ・航空機、自動車、浄化槽などの分野で受注が増え、売上高は増加した。
- ・売上高は増えているが、価格転嫁に伴う値上げの影響であり、受注数量で見ると全体的にやや減っている。

### 【受注単価】

- ・得意先と交渉し、値上げを行ったため受注単価は上がった。コストの上昇に対する価格転嫁率はほぼ 100%。
- ・価格転嫁はこれまでもできており、受注単価は上がった。価格転嫁率は 100%。
- ・受注単価は前年同期と比べて 10%程上がった。価格転嫁率はほぼ 100%。

### 【原材料価格】

- ・樹脂の原料は昨年から高騰しており、高止まりの状況。
- ・フッ素系材料が依然上がっているが、それ以外は落ち着いている。

### 【人件費】

- ・定期昇給を行い、人件費は増加した。

- ・パートや契約社員中心に7名採用したため、その分人件費が上昇した。

#### 【採算性】

- ・売上高、受注単価ともに上がったため、採算性は良くなった。
- ・採算性はほとんど変わっていない。

#### 【設備投資】

- ・生産管理のシステムの導入を検討している。
- ・クリーンルームとロボットの導入を予定している。

#### 【今後の見通し】

- ・今後も景況感の良い方向に向かうとみている。
- ・値上げにより売上は増えたが、一方で受注量が減っていることを考えるとどちらとも言えない。

### (6) 食料品製造

#### 【景況感】

- ・景況感は普通である。むしろコロナ禍は巣ごもり消費の特需があり、普通に戻ったとの認識。
- ・需要はコロナ前の水準に回復したが、人手不足や原材料高のマイナスの影響が大きく、業界全体として不況である。

#### 【売上高】

- ・売上高は前期比3%増。OEM、小売ともに売上は増え、コロナ前の水準を上回った。
- ・値上げにより売上高は増えたが、受注数量は減少した。

#### 【受注単価】

- ・原材料の高騰分の価格転嫁を行いたいのが、得意先や最終消費者から受け入れられないのではとの懸念からあまり進んでおらず、受注単価はほとんど変わらない。コストの上昇に対する価格転嫁率は50%程度。
- ・価格転嫁による値上げで受注単価は上がった。現状の価格転嫁率は70%程度。

#### 【原材料価格】

- ・小麦は前回の価格改定で上がったが、市況としては足元で落ち着いてきているようである。
- ・鶏卵の価格は高止まりしている。バターや砂糖、油脂などは価格が上がっている。

#### 【人件費】

- ・前期に賃上げを実施済みであり、人件費はほとんど変わらない。
- ・人件費はほとんど変わらない。今期の決算状況を見てベアを実施するか判断する。

#### 【採算性】

- ・価格転嫁が十分にできておらず、また夏場のメイン商材は利益率が低く採算性は悪化した。
- ・前期から価格転嫁が進んでおらず、採算性ほとんど変わらない。

#### 【設備投資】

- ・製品の作り置きのための冷凍設備を導入した。
- ・新規受注に対応するための製造設備を導入した。
- ・工場内の倉庫の増築について計画中である。

#### 【今後の見通し】

- ・足元で堅調な需要が物価高で今後落ち込む懸念もある。人手不足も当面続くとみている。

## (7) 銑鉄鋳物

### 【景況感】

- ・建機、自動車関連は徐々に持ち直しているが未だ低調。景況感としては普通と不況の間といった印象。
- ・景況感は好況である。

### 【売上高】

- ・原材料費と電気料金の価格転嫁により売上高は増えた。
- ・売上高はほとんど変わらない。

### 【受注単価】

- ・原材料価格高騰分を価格転嫁し、受注単価は上がった。コストの上昇に対する価格転嫁率は90%程度。
- ・受注単価は少し上がった。価格転嫁について、これまで行っていた原材料費分に加え、最近是人件費分も一部得意先に受け入れてもらった。価格転嫁率は90%程度。
- ・最近は価格転嫁交渉について得意先から拒絶されなくなった。一部他社に発注が流れている可能性もあるが、自社の受注が減ったという認識は今のところない。

### 【原材料価格】

- ・銑鉄の価格は変わらず高水準だが、足元では若干下がってきている。

### 【人件費】

- ・賃上げにより人件費は上昇した。
- ・最低賃金の引上げの影響から、今後人件費は上がっていく見込みである。

### 【採算性】

- ・価格転嫁はできているが、利益が増えた印象はなく、ほとんど採算性は変わらない。

### 【設備投資】

- ・受注動向が不透明であり、設備投資は行っておらず、今後も当面予定はない。
- ・老朽化した設備の更新を行った。

## (8) 印刷業

### 【景況感】

- ・売上げ、利益ともにコロナ前以上の水準に回復しており、好況である。
- ・企業や自治体での印刷物の使用量が減っており、不況である。コロナ禍を経てペーパーレス化が更に進んだ影響を受けている。
- ・紙材の価格上昇の影響もあって受注が減っており、不況である。

### 【売上高】

- ・大口受注の関係で前期比では減少したが、7月決算で目標を達成できた。
- ・ペーパーレス化の影響から受注量は減少しており、今後も減少していく懸念がある。
- ・売上高はほとんど変わらない。

### 【受注単価】

- ・大手の印刷会社の下請けの仕事は価格転嫁交渉が進んでおり、受注単価が上がった。コストの上昇に対する価格転嫁率は現状80%程度。
- ・原材料費の上昇を加味してリピート案件、新規案件ともに単価設定を行っているため受注単価は上がった。価格転嫁率は90%程度。

### 【原材料価格】

- ・仕入先からの値上げ要請は一通り済み、今後は落ち着くとみている。

- ・紙、インク、消耗品など全ての価格が上がっている。
- ・年内は原材料価格の上昇が続くとみている。

#### 【採算性】

- ・採算性はほとんど変わらない。
- ・原材料費の高騰に価格転嫁が追いついていないため採算性は悪化した。得意先に対する現状水準以上の値上げ交渉は難しい。

#### 【設備投資】

- ・デジタルプリンターの入れ替えを行った。
- ・刷版の機械を導入した。
- ・設備投資は行っておらず、今後も予定は無い。

#### 【今後の見通し】

- ・ペーパーレス化に加え、紙の価格高騰もあって当面厳しい状況が続くとみている。
- ・今後大口受注を控えており年内は見通しが立っているが、来年以降の情勢は不透明。
- ・現状水準以上の値上げが難しく、今後は悪い方向に向かう懸念がある。

## 2 小売業

### (1) 百貨店

#### 【景況感】

- ・インバウンドの影響もあり、業界全体として好況である。
- ・衣料品や中元に加え、外商部門が好調で、好況である。
- ・都心の百貨店は好況と聞かすが、地方百貨店は厳しい情勢が続いている。

#### 【売上高】

- ・コロナの5類移行による外出拡大やイベントの好調により客数が増加したことに加え、物価高で客単価も上昇しており、売上高は増加した。
- ・生鮮食品の売上げが減少した一方で化粧品は増加した。宝飾品の売上げはほぼ横ばい。
- ・外商部門やブティックなどで高級品の売れ行きが伸びている。
- ・客数が横ばいの一方で客単価が減少した。

#### 【諸経費】

- ・人件費、広告宣伝費ともに上昇した。
- ・売上げが増えているため、広告宣伝費等も増やしている。
- ・水道光熱費は上がっている。

#### 【採算性】

- ・売上増加に加え、外部委託していたものを内製化するなどの取組を行ったことで採算性は改善した。
- ・採算性はほとんど変わらない。

#### 【今後の見通し】

- ・今後も良い方向に向かうと見ているが、売上げの伸び率は鈍化していく。
- ・地方百貨店を取り巻く環境は厳しく、どちらともいえない。



## (2) スーパー

### 【景況感】

- ・景況感は良く、今後も良い方向に向かうとみている。
- ・業界全体として行動制限緩和による人流回復の影響よりコロナ禍の巣ごもり需要の方が大きく、どちらとも言えない。依然として業界内では二極化が進んでいる。

### 【売上高】

- ・客数、客単価ともに増加して売上高が増えたが、値上げの影響から販売点数は減少した。
- ・生鮮食品や酒類に加え、夏物衣料も前年同期比で売上げが増加した。
- ・コロナの5類移行によりマスクや消毒液の売上げは前年同期比でおおよそ半減した一方、総菜等は大人数用の商品の売れ行きが好調である。

### 【諸経費】

- ・賃上げによる人件費増で諸経費は増加した。光熱費は使用量が増えた一方で設備の省エネ化によりほぼ変わらず。
- ・広告宣伝費についてはチラシを削減させた一方でアプリによる広告の経費が増えている。
- ・ベアと新卒社員の給与水準引上げで諸経費は増加した。電気料金の上昇は落ち着いてきている。

### 【採算性】

- ・仕入コストや賃金の上昇分の価格転嫁が未だ十分でなく、採算性はほとんど変わらない。コスト上昇に対する価格転嫁の割合は70%程度。
- ・採算性は前期に比べ悪くなった。現状の価格転嫁率は50%程度。

### 【今後の見通し】

- ・現在の消費動向が続けば良い方向に向かうとみている。
- ・値上げによる消費者の買い控えが懸念され、悪い方向に向かうとみている。

## (3) 商店街

### 【景況感】

- ・前年と比べると良くなっているが、コロナ前の水準には戻っておらず、どちらとも言えない。
- ・観光客相手の商店は良いが、地元民相手の商店は物価高による買い控え等で厳しい。居酒屋などもコロナ前ほどには戻っていないようである。
- ・景況感は商店によって違うが、物価高で仕入値が上がっても簡単に値上げできず、小売店は厳しい。

### 【来街者】

- ・コロナ前の水準まで戻ってきている。イベントの集客も堅調。外国人も目立つようになった。
- ・周辺のレジャー目的で来街者が増えているようだが、商店街の消費には繋がっていないようである。
- ・猛暑の影響もあるのか、来街者数はほとんど変わらない。

### 【個店の状況】

- ・観光客相手の商売の店は好調の様子。
- ・値上げの影響もあり、地元客向けの小売店は厳しい様子。
- ・良い商店と悪い商店で二極化が進んでいる。

### 【商店街としての取組】

- ・コロナの5類移行を受け、夏に4年ぶりにイベントを開催した。
- ・イベントへの集客もコロナ前の水準に戻ってきている。

### 【今後の見通し】

- ・行動制限緩和の影響やイベント再開により、良い方向に向かうとみている。
- ・先行きが不透明で、どちらとも言えない。

## 3 情報サービス業

### 【景況感】

- ・半導体不足の改善から法人を中心に IT 投資が増加しており、景況感是好況である。
- ・DX 化の取組が増えている一方、物価高の進行から IT 投資を抑制・延期する動きもみられ、景況感としては普通。

### 【売上高】

- ・前年から延期されていた大型案件（金融機関のシステム統合等）が成約し、売上高は増加した。
- ・前期、今期ともに大型案件があり、売上高はほとんど変わらない。
- ・前年同期比では増加し、前期比ではほとんど変わらない。

### 【製品価格】

- ・人件費や電気料金の上昇分を価格に転嫁し、製品価格は上がった。コストの上昇に対する価格転嫁率は30%程度。
- ・顧客毎にカスタマイズする案件が多く一様に価格転嫁できているわけではないが、全体として製品価格は上がった。現状の価格転嫁率は70%程度。

### 【採算性】

- ・価格転嫁が進捗し、加えて不採算な大型案件が終了し、採算性は改善した。
- ・全体的に製品価格を上げているなかで、人件費の上昇分は価格転嫁ができておらず、採算性はほとんど変わらない。

### 【今後の見通し】

- ・今後もDX化のニーズは続くともみられ、良い方向に向かうとみている。
- ・社会全体の物価高が進行しており、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】

- ・コロナの5類移行もあり需要が回復する一方で、宿泊施設やバスなどの交通機関での人手不足が深刻化してきている。

### 【景況感】

- ・好況である。需要はコロナ前とほぼ同水準に戻っており、旅行の申込件数は前年同期比で約3倍となっている。

### 【受注高】

- ・観光やバス送迎の回復は続いており、売上高は前年同期比で約2.5倍になっている。

### 【受注価格】

- ・受注単価は上がっており、コストの上昇に対する価格転嫁率はほぼ100%。

### 【人件費】

- ・人件費はほとんど変わっていないが、人員増強のため10月に新たに1名入社予定のため来期は増える見込み。

### 【採算性】

- ・受注増加や価格転嫁の進捗により、採算性は改善した。

### 【今後の見通し】

- ・観光需要の回復により、引き続き良い方向に向かうとみている。

## 5 建設業

### 【景況感】

- ・大手業者は都心の再開発ラッシュもあり好況である。大手が受けられない地元の工事について振替需要があるが、人手不足や資材の高騰もあり、地元企業でも受け切れていない。
- ・民間工事の引き合いは堅調だが、施主との価格交渉の難航や現場監督をはじめとした人手不足から受注に至らないケースも依然として多い。景況感は普通である。

### 【受注高】

- ・土木関係の入札案件を継続して受注できており、前期比で売上げは増加した。
- ・売上高（受注高）はほとんど変わらない。

### 【受注価格】

- ・受注価格はほとんど変わらない。コストの上昇に対する価格転嫁率は現状50%程度。
- ・価格転嫁の進捗により受注単価は上がった。現状の価格転嫁率は70%で、更に転嫁を進めたいが、他社との競合の都合上難しい。

### 【資材価格】

- ・木材のほか、住宅設備も総じて高止まりしており、資材価格はほとんど変わらない。
- ・生コンは足元でも価格が上昇している。木材や合板は価格上昇が落ち着いてきている。

### 【採算性】

- ・採算性はほとんど変わらない。他社との競合上、現状水準以上の価格転嫁は難しいと感じる。
- ・工期の長い工事は、工事請負契約当初から途中で資材価格などが上がり、見込収益が下振れすることがある。資材などの価格が上昇した分の価格転嫁交渉は難しく、前期比で採算性は悪化した。

### 【今後の見通し】

- ・現状水準の景況感、受注環境が当面続くとみている。

## IV 特別調査

### 【調査項目】

今回は、「価格転嫁」、「経営上の課題と行政に望む支援策」のほか、経年項目である「SDGsの認知・取組状況」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

- 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は、「変わらない」（62.9%）が最も多く、次いで「難しくなった」（17.1%）、「改善した」（10.3%）の順となった。
- 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45.1%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17.4%であった。
- 「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」（6.1%）、「今後登録する予定」（4.9%）、「登録しようか検討している」（23.3%）を合わせた回答割合は34.4%であった。

#### 2 経営上の課題と行政に望む支援策について

- 経営上の課題については、「原材料・燃料価格の高騰」（57.2%）が最も多く、次いで「人材の不足」（45.9%）、「売上の停滞・減少」（45.1%）、「コスト上昇分の価格転嫁」（30.2%）の順となった。
- 行政に望む支援策については、「人材確保、従業員の能力開発支援」（39.8%）が最も多く、次いで「事業展開や資金繰りに必要な金融支援」（28.0%）、「販路開拓、受注機会の確保支援（ビジネスマッチング）」（20.7%）、「コスト上昇分の価格転嫁への支援（相談窓口等）」（19.0%）の順となった。

#### 3 SDGs（Sustainable Development Goals：持続可能な開発目標）の認知・取組状況について

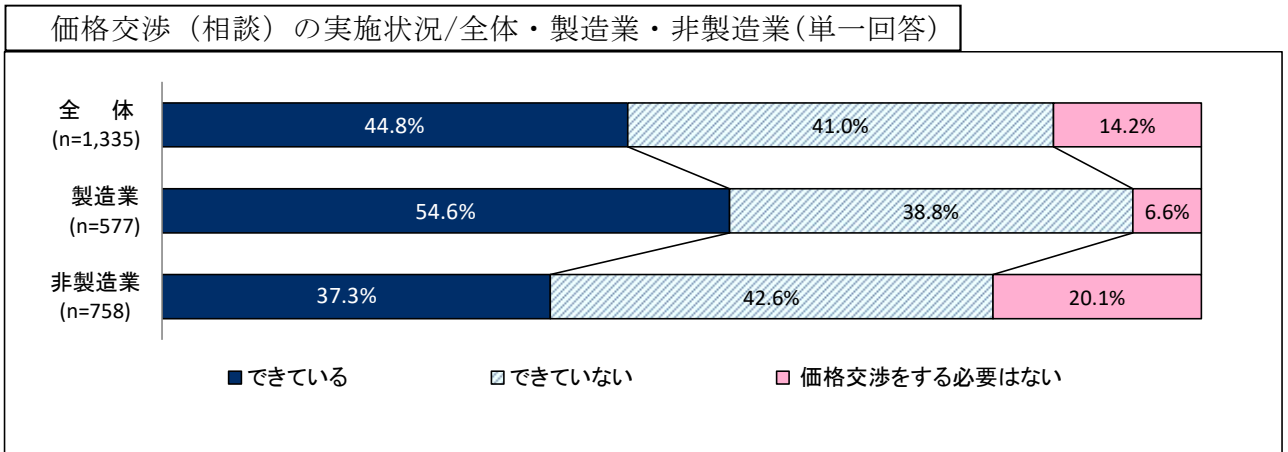
- SDGsの認知度は92.7%で、前回調査（令和4年7～9月期）から3.6ポイント増加した。「SDGsについて既に取り組んでいる」の回答割合は19.8%で、前回調査から5.3ポイント増加した。
- SDGsに取り組むに当たっての課題は、「資金的余裕がない」（30.7%）が最も多く、次いで「より優先すべき課題がある」（28.8%）、「社内の認知度・理解度がまだ低い」（28.0%）の順となった。
- SDGsに取り組む上で期待する支援は、「補助金等財務面での支援」（37.5%）が最も多く、次いで「事例集や手引の提供」（28.7%）、「セミナー等の開催」（13.1%）の順となった。

## 特別調査事項

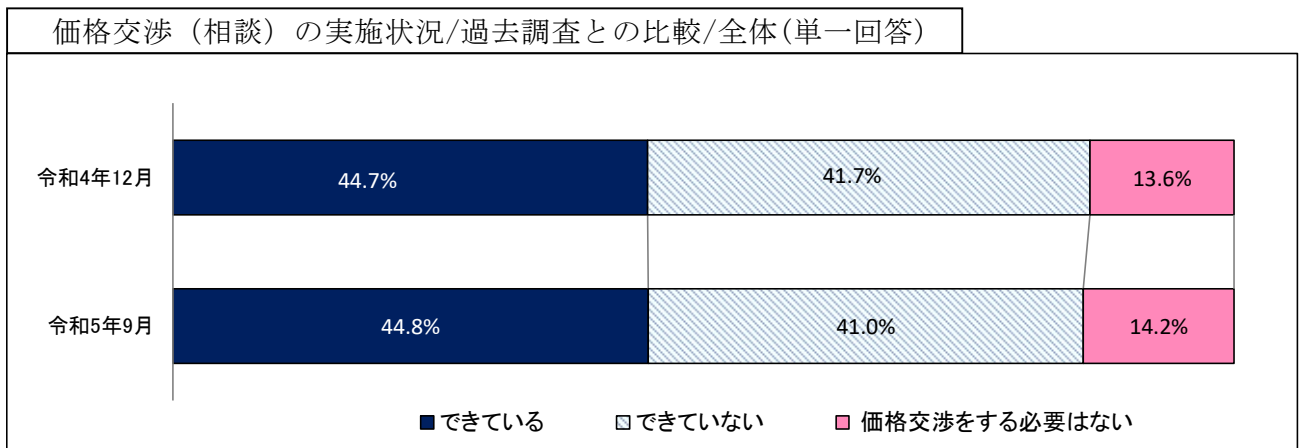
### 1. 価格転嫁について

#### (1) 価格交渉（相談）の実施状況（回答数：1,335社・単一回答）

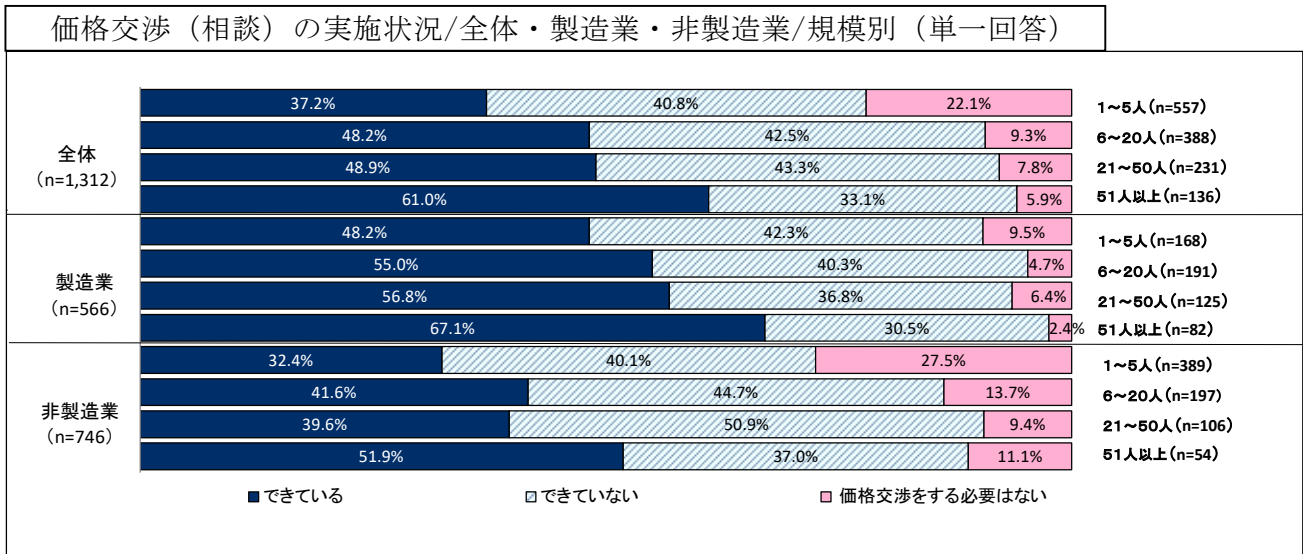
- 発注側企業と十分に価格交渉（相談）ができているか聞いたところ、全体では「できている」が44.8%、「できていない」が41.0%であった。
- 業種別にみると、製造業では「できている」（54.6%）と回答した企業の割合が「できていない」（38.8%）と回答した企業の割合よりも高かったが、非製造業では「できていない」（42.6%）と回答した企業の割合が「できている」（37.3%）と回答した企業の割合よりも高かった。



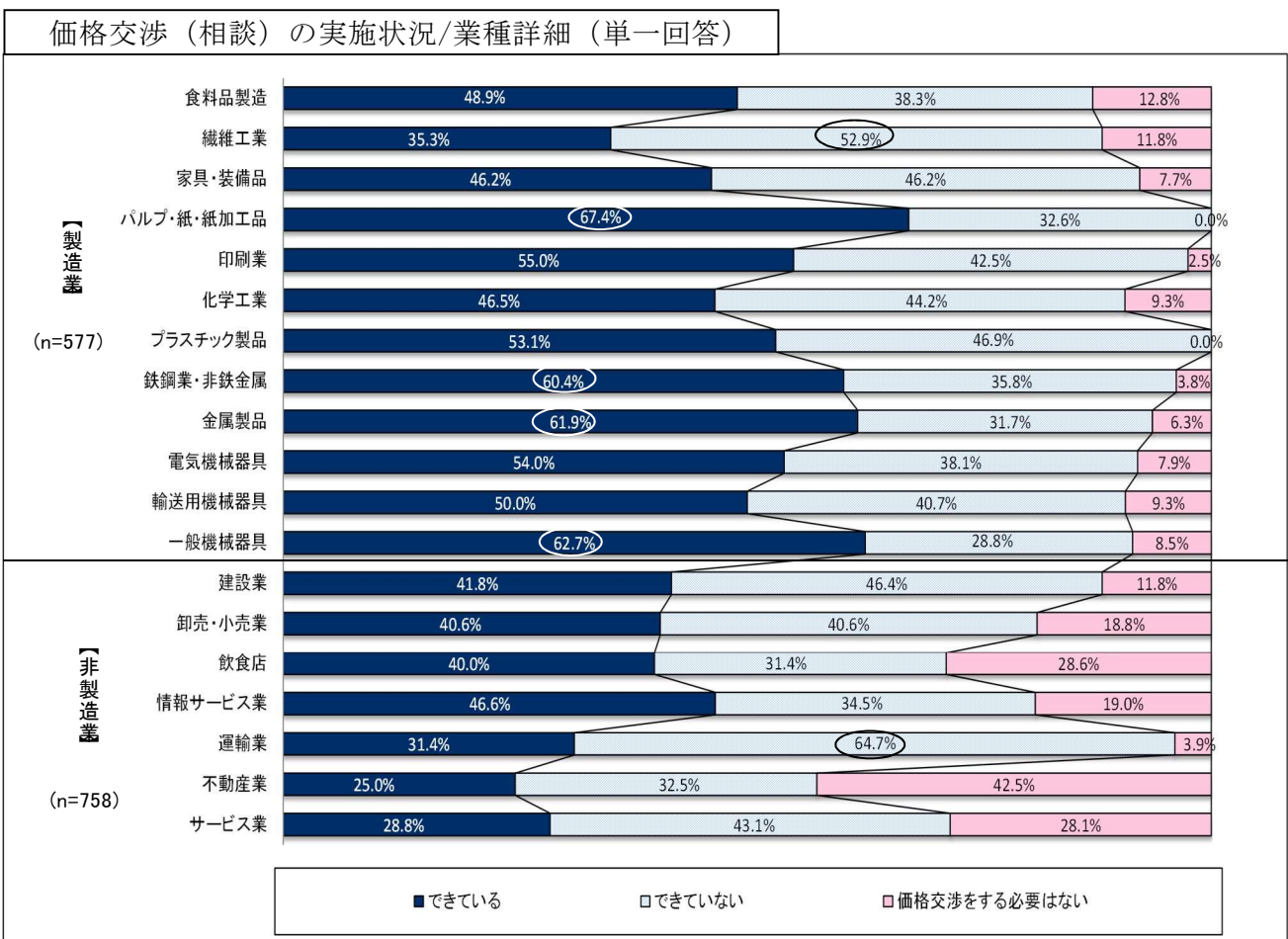
- 前回調査（令和4年10～12月期）と比較すると、全体では、「できている」と回答した企業の割合は0.1ポイント増加し、「できていない」と回答した企業の割合は0.7ポイント減少した。



- 規模別にみると、全体及び製造業では、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する傾向がみられた。



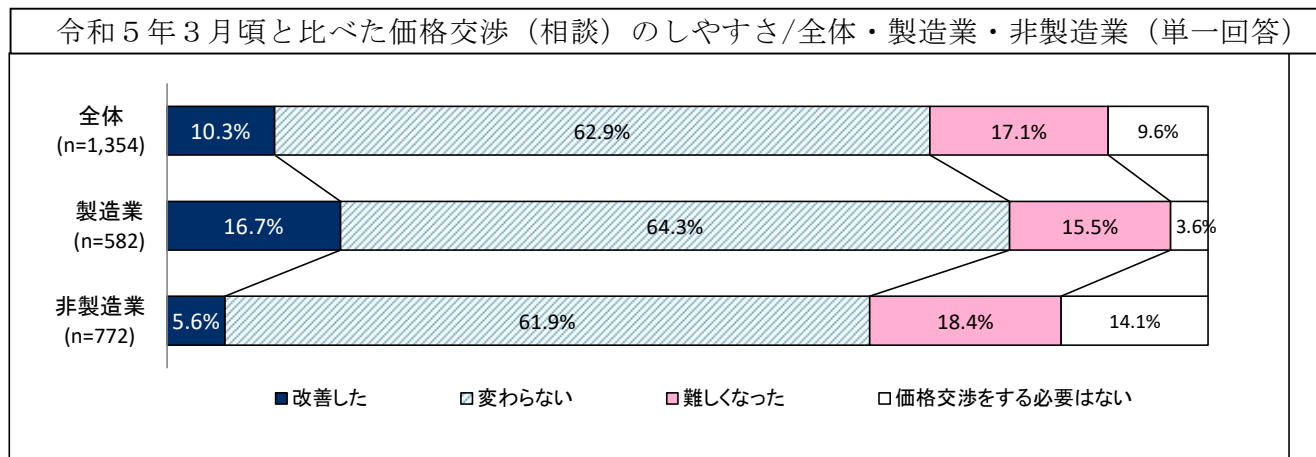
- 価格交渉（相談）が十分に「できている」と回答した企業の業種をみると、製造業では「パルプ・紙・紙加工品」（67.4%）、「一般機械器具」（62.7%）、「金属製品」（61.9%）、「鉄鋼業・非鉄金属」（60.4%）で回答割合が高くなっている。価格交渉（相談）が十分に「できていない」と回答した企業の業種をみると、製造業では「繊維工業」（52.9%）で回答割合が高く、非製造業では「運輸業」（64.7%）で回答割合が高くなっている。



## (2) 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：1,354社・単一回答)

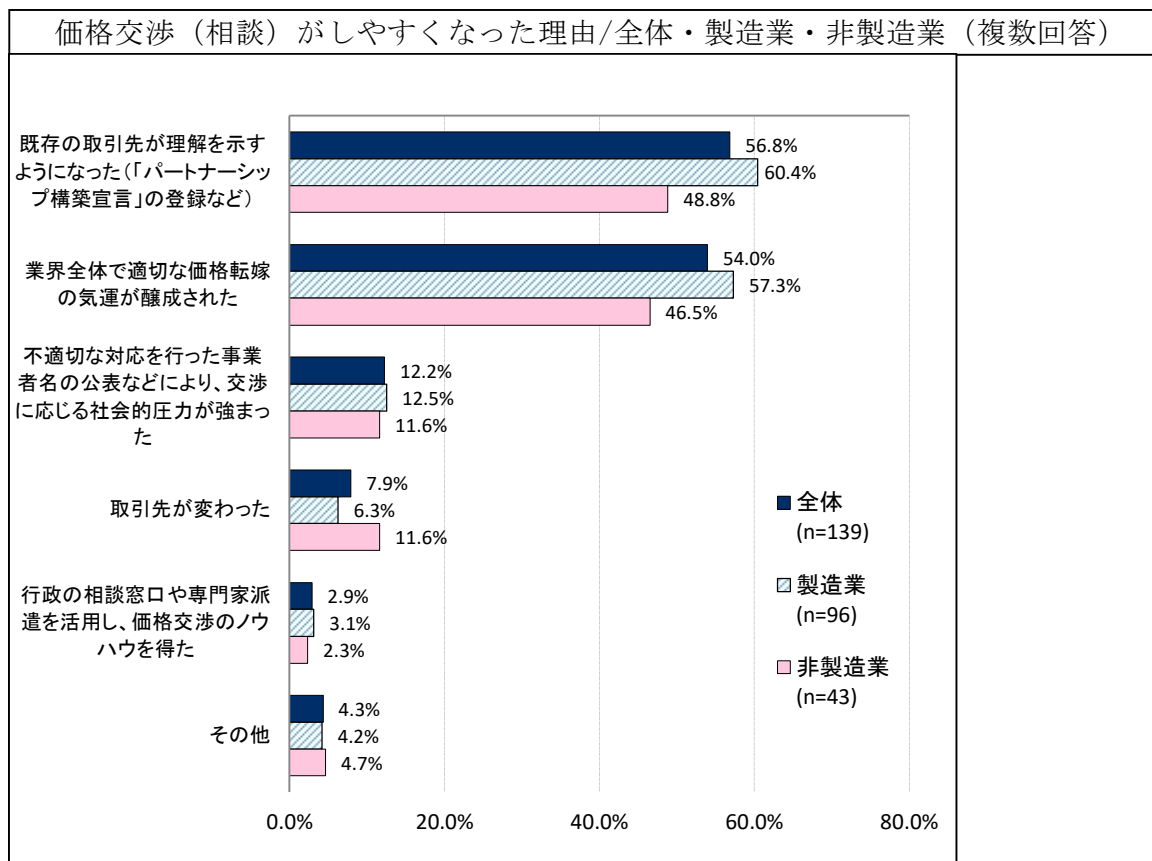
- 令和5年3月頃と比べた価格交渉（相談）のしやすさについて聞いたところ、全体では「変わらない」（62.9%）が最も多く、次いで「難しくなった」（17.1%）、「改善した」（10.3%）の順となった。
- 業種別にみると、「改善した」と回答した企業の割合は、製造業（16.7%）の方が非製造業（5.6%）よりも高かったが、「難しくなった」と回答した企業の割合は非製造業（18.4%）の方が製造業（15.5%）よりも高かった。



## (3) 価格交渉（相談）がしやすくなった理由（回答数：139社・複数回答）

※ (2)で「改善した」と回答した140社のうち139社の回答割合

- (2)で令和5年3月頃と比べた価格交渉（相談）のしやすさについて「改善した」と回答した企業に、理由を聞いたところ、全体では「既存の取引先が理解を示すようになった（「パートナーシップ構築宣言」の登録など）」（56.8%）及び「業界全体で適切な価格転嫁の気運が醸成された」（54.0%）と回答した企業の割合が高かった。

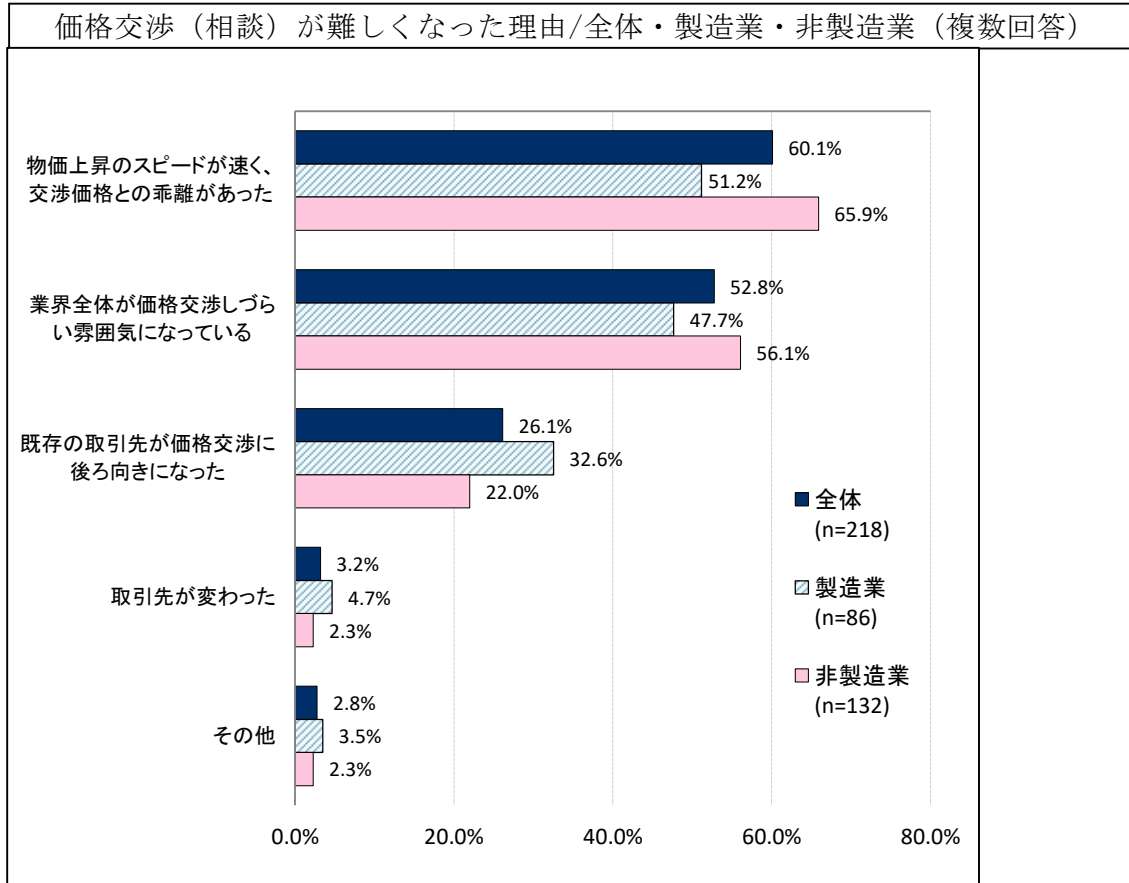




(4) 価格交渉（相談）が難しくなった理由（回答数：218社・複数回答）

※ (2) で「難しくなった」と回答した232社のうち218社の回答割合

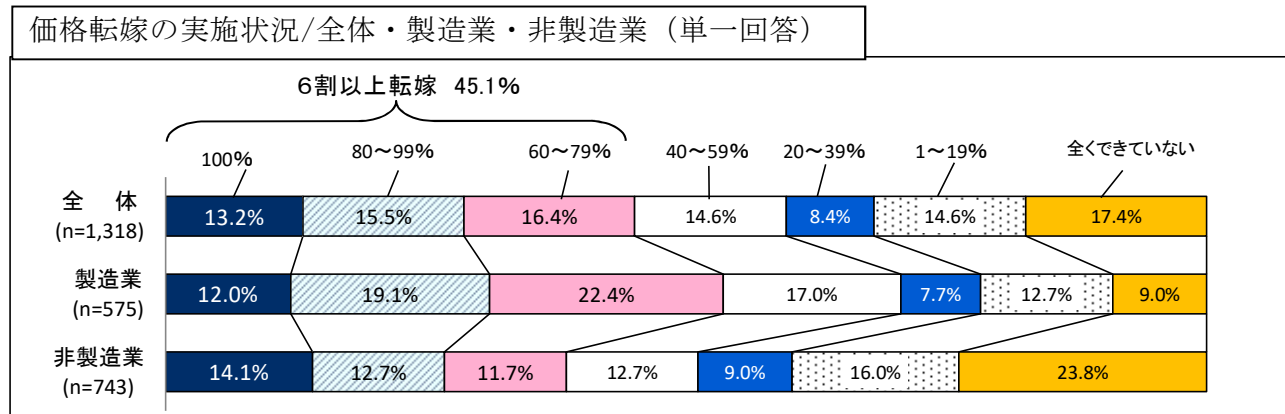
- (2) で令和5年3月頃と比べた価格交渉（相談）のしやすさについて「難しくなった」と回答した企業に、理由を聞いたところ、全体では「物価上昇のスピードが速く、交渉価格との乖離があった」（60.1%）が最も多く、次いで「業界全体が価格交渉しづらい雰囲気になっている」（52.8%）の順となった。



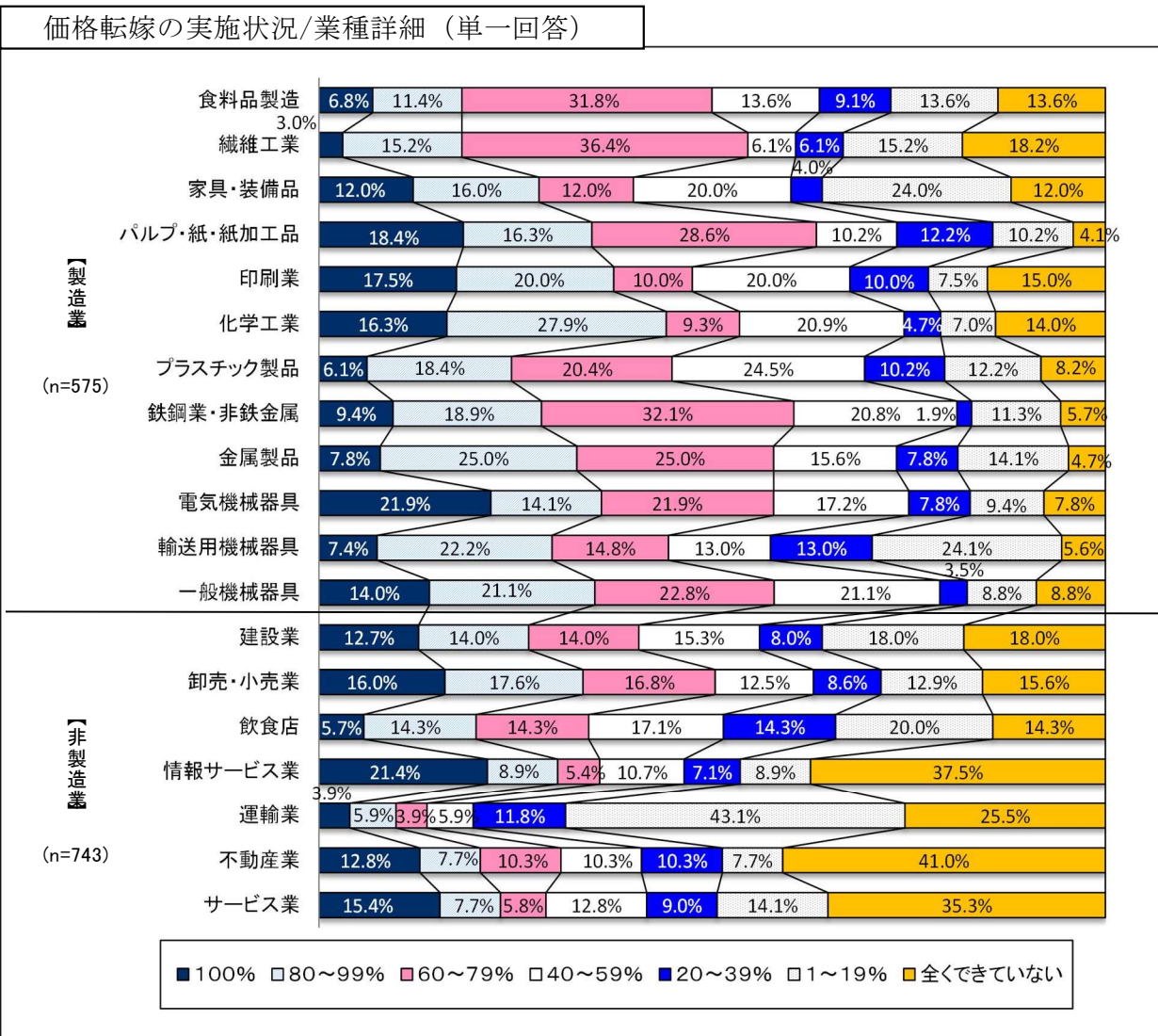
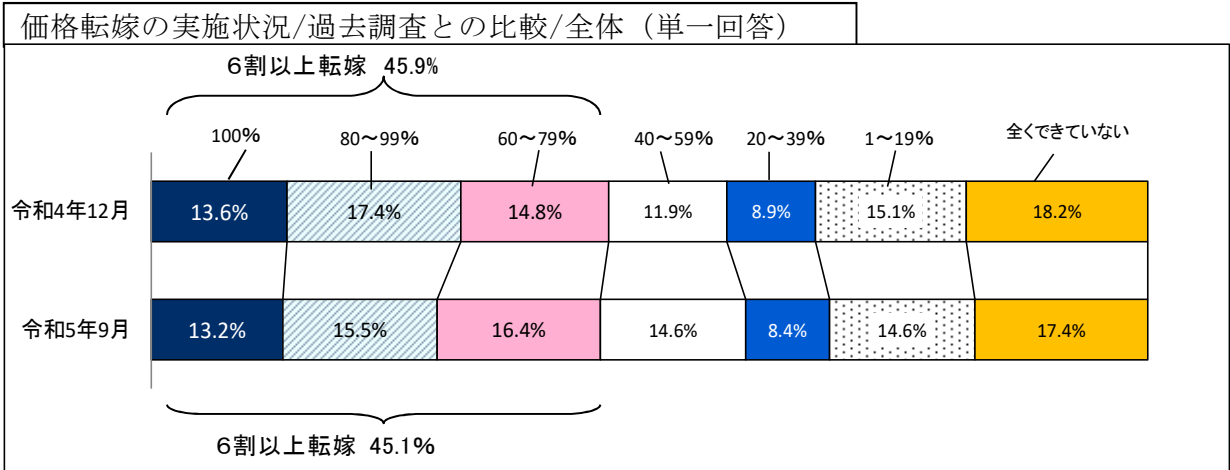
(5) 価格転嫁の実施状況（回答数：1,318社・単一回答）

- コスト高騰に対してどのくらい価格転嫁ができていないか聞いたところ、全体では、6割以上転嫁できている企業の割合は45.1%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17.4%であった。

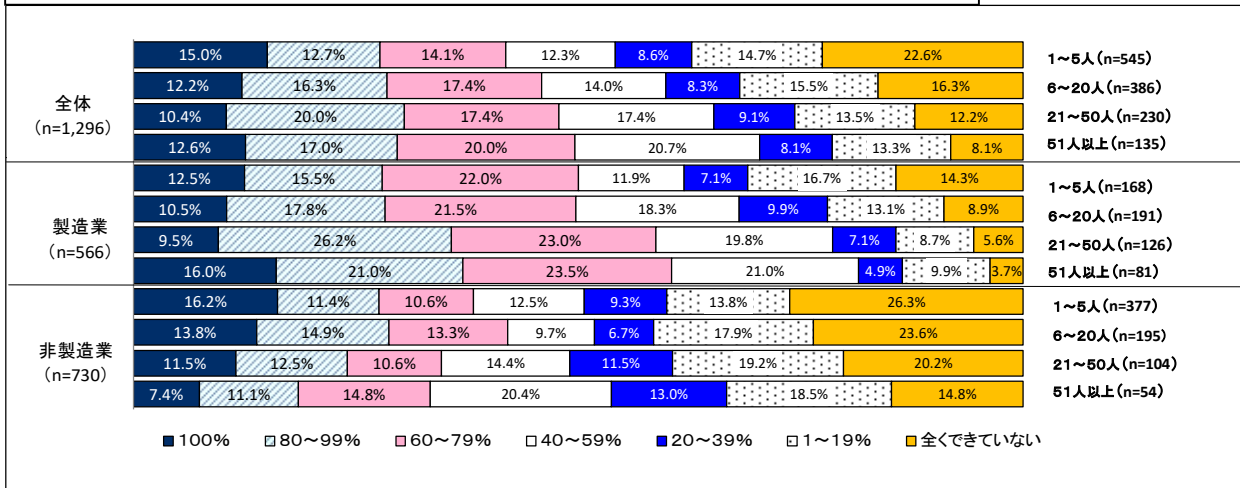
- 業種別にみると、6割以上価格転嫁できている企業の割合は、製造業（53.6%）の方が、非製造業（38.5%）よりも高かった。一方、「全くできていない」と回答した企業の割合は、非製造業（23.8%）の方が製造業（9.0%）よりも高かった。



- 前回調査（令和4年10～12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0.8ポイント減少しているが、「全くできていない」と回答した企業の割合も0.8ポイント減少している。



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）



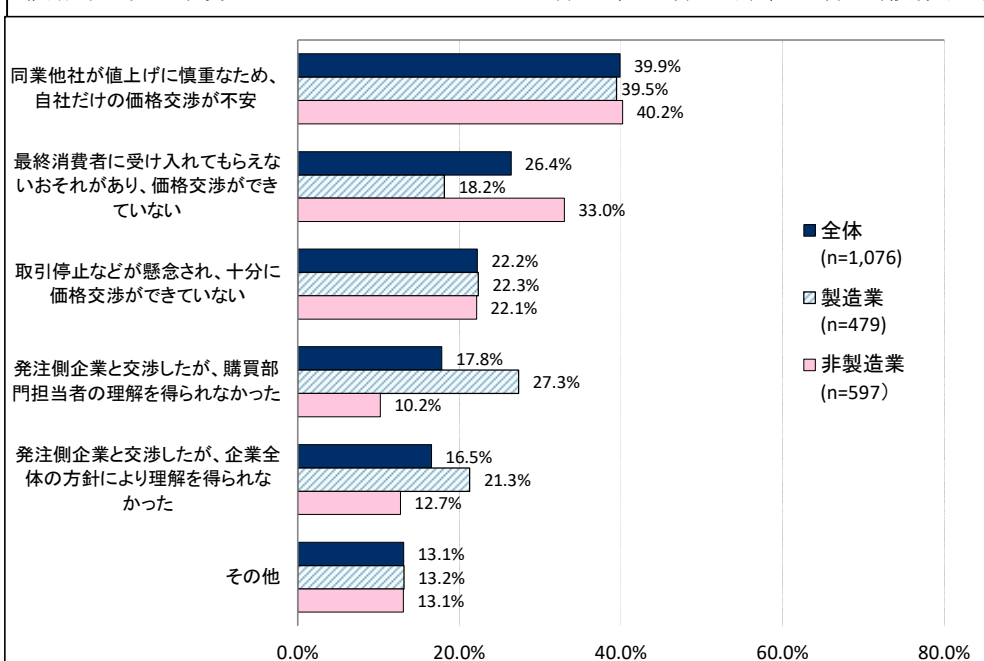
(6) 価格転嫁が十分にできていない理由（回答数：1,076社・複数回答）

※ (5) 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1,144社のうち1,076社の回答割合

○ (5) 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」(39.9%)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」(26.4%)、「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」(22.2%)の順となった。

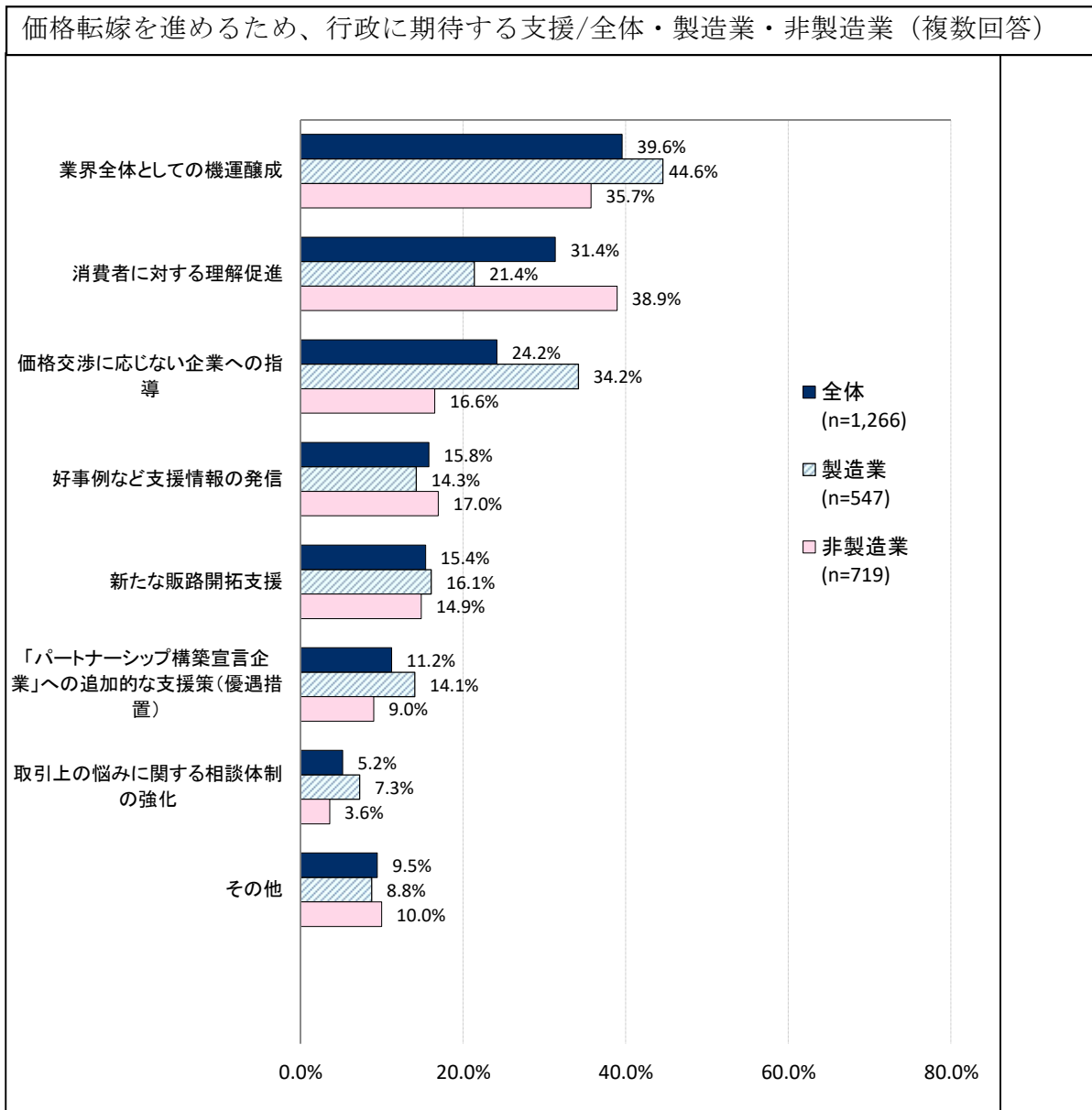
○ 業種別にみると、「最終消費者に受け入れてもらえないおそれがあり、価格交渉ができていない」と回答した企業の割合は、非製造業(33.0%)の方が製造業(18.2%)よりも高かったが、「発注側企業と交渉したが、購買部門担当者の理解を得られなかった」と回答した企業の割合は、製造業(27.3%)の方が非製造業(10.2%)よりも高かった。

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）



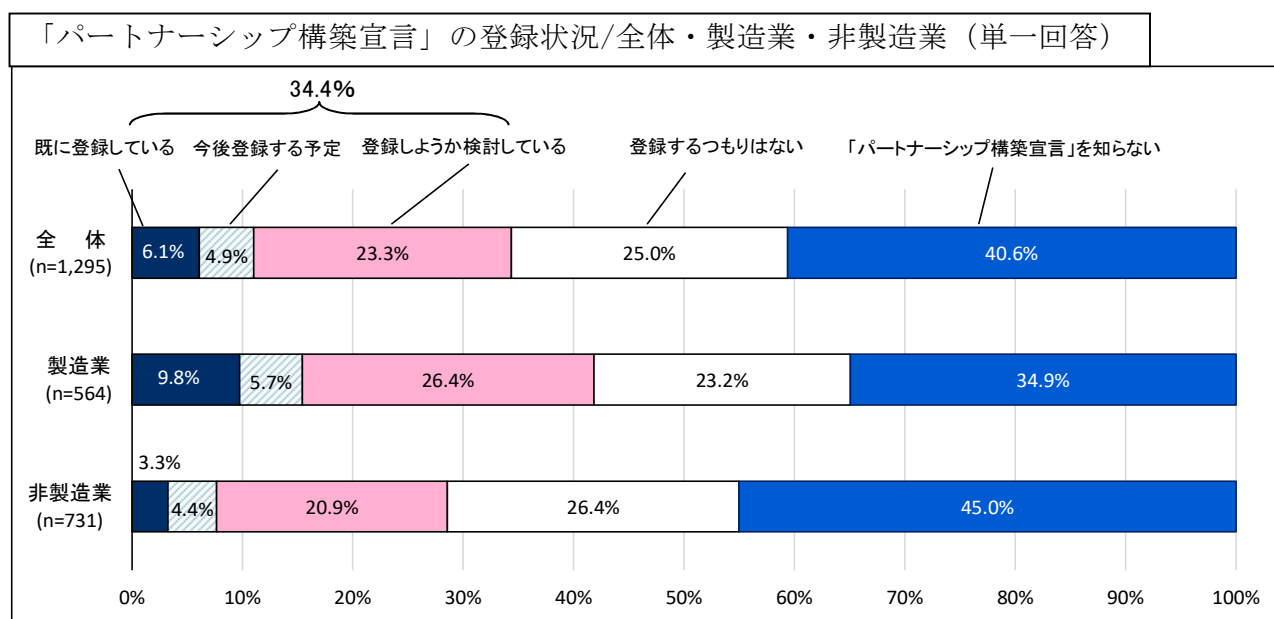
(7) 行政に期待する支援（回答数：1, 266社・複数回答）

- 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」（39.6%）が最も多く、次いで「消費者に対する理解促進」（31.4%）、「価格交渉に応じない企業への指導」（24.2%）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（38.9%）の方が製造業（21.4%）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（34.2%）の方が非製造業（16.6%）よりも高かった。

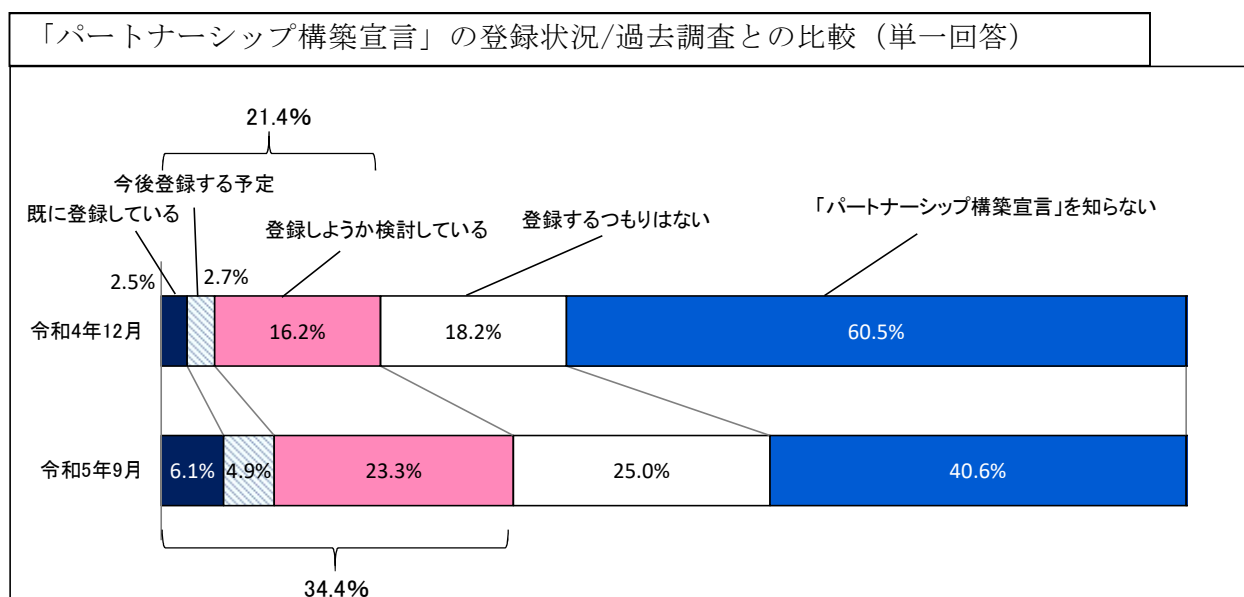


(8) 「パートナーシップ構築宣言」の登録状況（回答数：1,295社・単一回答）

- 「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」（6.1%）、「今後登録する予定」（4.9%）及び「登録しようか検討している」（23.3%）を合わせた回答割合は34.4%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40.6%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（41.8%）の方が非製造業（28.6%）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（45.0%）の方が製造業（34.9%）よりも高かった。



- 前回調査（令和4年10～12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、13.0ポイント増加している。

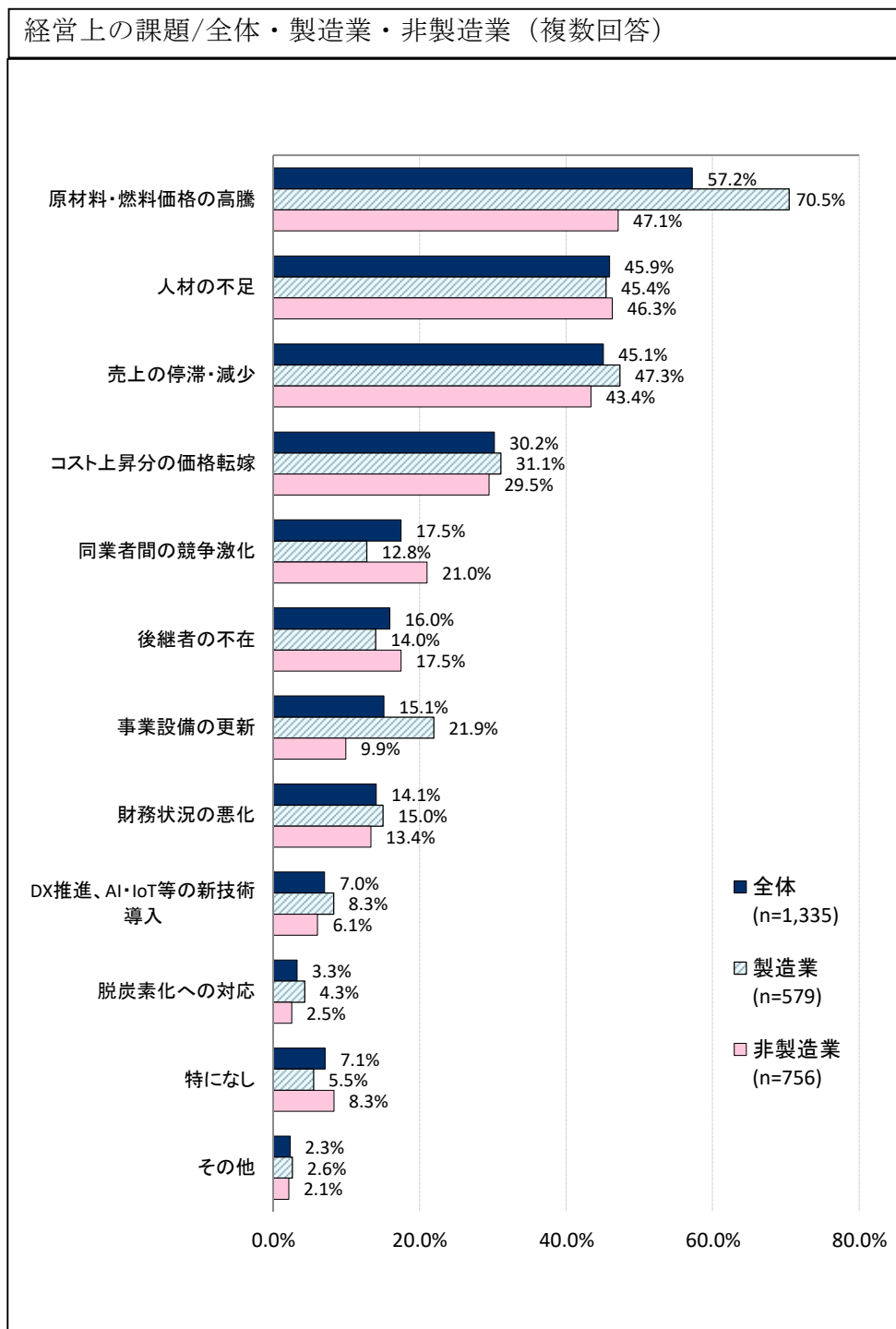




## 2. 経営上の課題と行政に望む支援策について

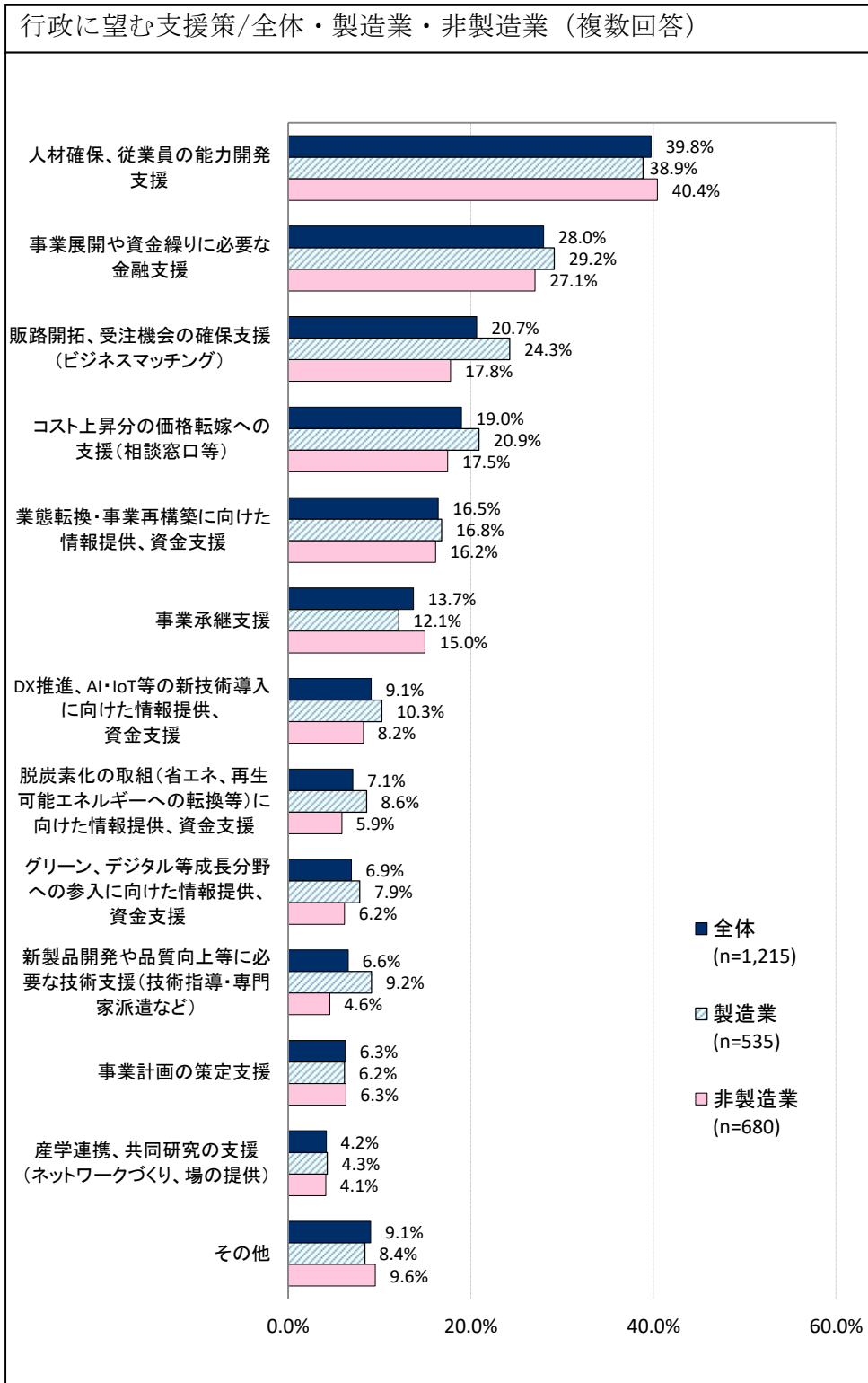
### (1) 経営上の課題（回答数：1, 335社・複数回答）

- 経営上の課題について聞いたところ、全体では「原材料・燃料価格の高騰」（57.2%）が最も多く、次いで「人材の不足」（45.9%）、「売上の停滞・減少」（45.1%）、「コスト上昇分の価格転嫁」（30.2%）の順となった。
- 業種別にみると、「原材料・燃料価格の高騰」については、製造業（70.5%）の回答割合が非製造業（47.1%）よりも23.4ポイント高かった。



(2) 行政に望む支援策（回答数：1, 215社・複数回答）

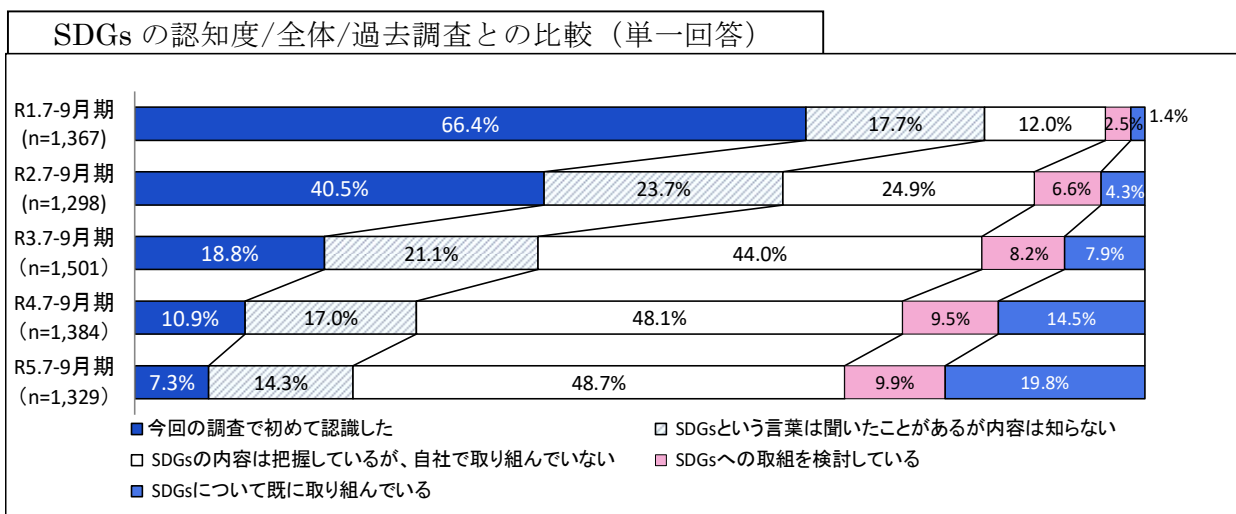
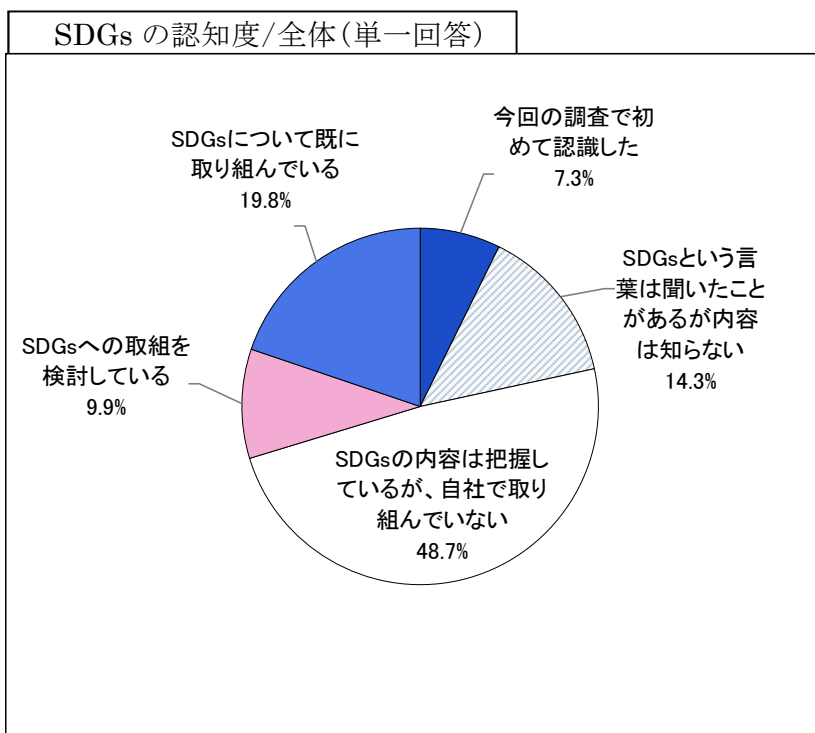
○ 行政に望む支援策について聞いたところ、全体では「人材確保、従業員の能力開発支援」（39.8%）が最も多く、次いで「事業展開や資金繰りに必要な金融支援」（28.0%）、「販路開拓、受注機会の確保支援（ビジネスマッチング）」（20.7%）、「コスト上昇分の価格転嫁への支援（相談窓口等）」（19.0%）の順となった。



### 3. SDGs (Sustainable Development Goals : 持続可能な開発目標) の認知・取組状況について

#### (1) SDGs の認知度 (回答数 : 1, 329 社・単一回答)

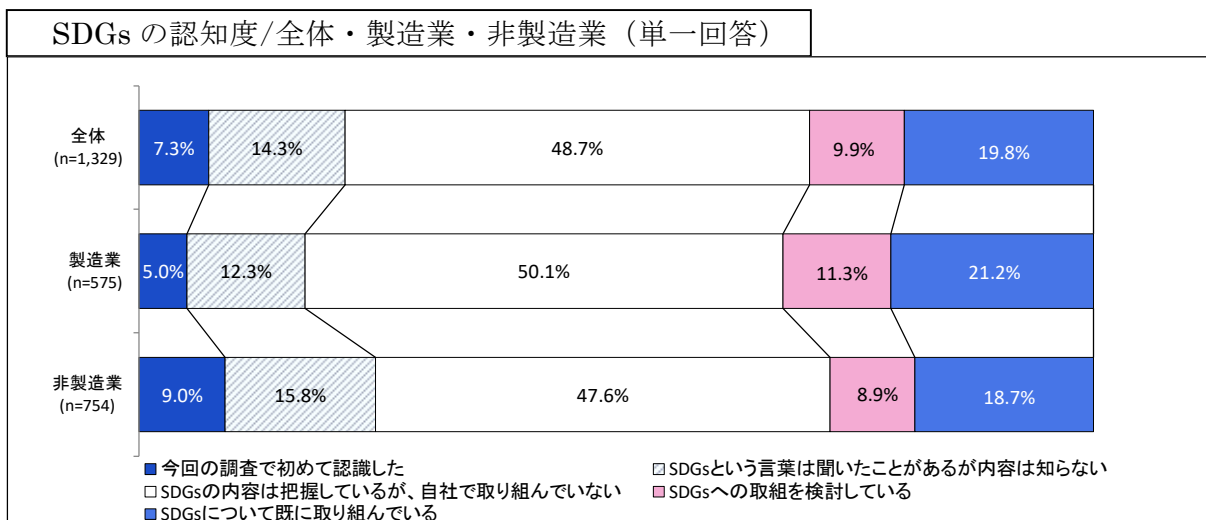
- SDGs の認知度について聞いたところ、「SDGs という言葉は聞いたことがあるが内容は知らない」(14.3%)、「SDGs の内容は把握しているが、自社で取り組んでいない」(48.7%)、「SDGs への取組を検討している」(9.9%) 及び「SDGs について既に取り組んでいる」(19.8%) を合わせた回答割合は92.7%であった。
- 前回調査 (令和4年7～9月期) の結果 (89.1%) と比べると、SDGs の認知度は3.6ポイント増加した。
- 「SDGs への取組を検討している」(9.9%) と「SDGs について既に取り組んでいる」(19.8%) を合わせた回答割合 (29.7%) は、前回調査の結果 (24.0%) と比べると、5.7ポイント増加した。



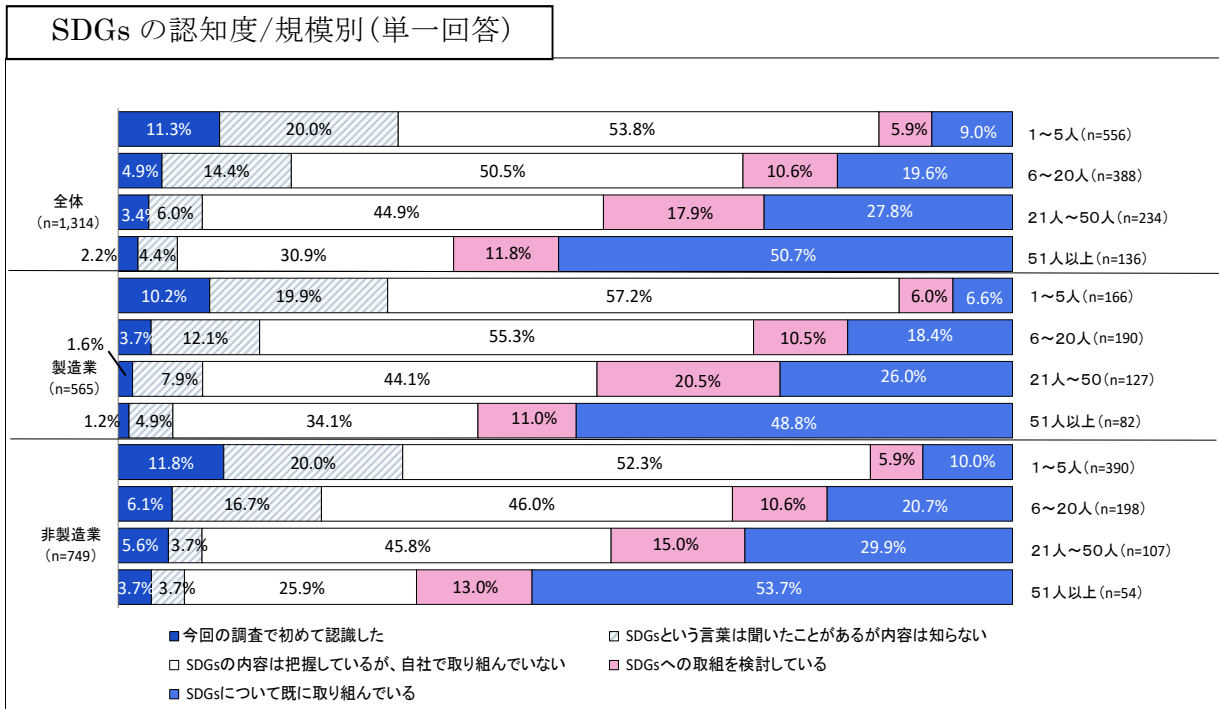


○ 業種別にみると、「SDGs という言葉は聞いたことがあるが内容は知らない」、「SDGs の内容は把握しているが、自社で取り組んでいない」、「SDGs への取組を検討している」及び「SDGs について既に取り組んでいる」を合わせた回答割合は、製造業（95.0%）が非製造業（91.0%）よりも4.0ポイント高かった。

○ 「SDGs への取組を検討している」と「SDGs について既に取り組んでいる」を合わせた回答割合は、製造業（32.5%）が非製造業（27.6%）よりも4.9ポイント高かった。



○ 製造業、非製造業ともに、規模が大きくなるほど「SDGs について既に取り組んでいる」と回答した企業の割合が高くなる傾向がみられた。



## (2) SDGs への取組と期待する効果 (回答数：368社・複数回答)

※ (1)で「SDGs への取組を検討している」又は「SDGs について既に取り組んでいる」と回答した395社のうち368社の回答割合

○ (1)で「SDGs への取組を検討している」又は「SDGs について既に取り組んでいる」と回答した企業に、検討している取組又は既の実施している取組について聞いたところ、以下のような回答があった(主な回答を抜粋)。

### 【検討している取組】

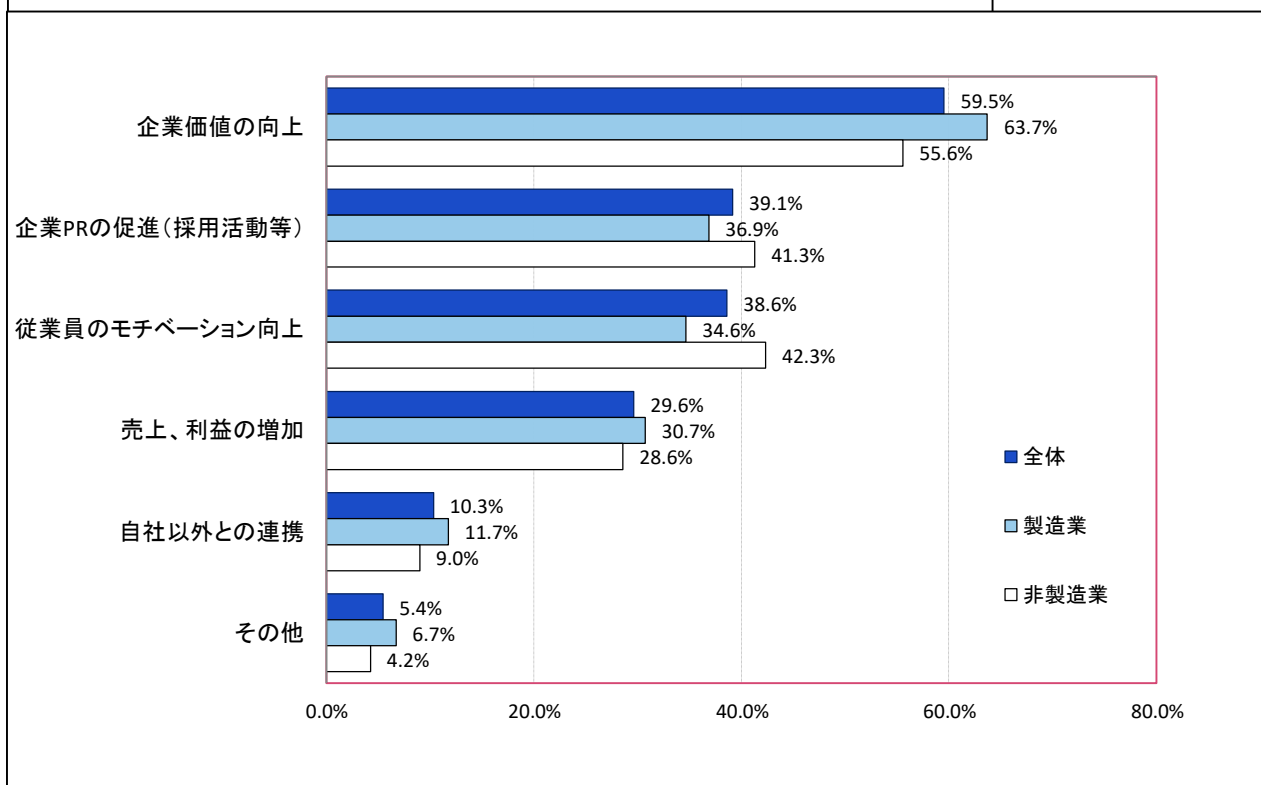
(電気機械器具)・消耗品をプラスチックから紙製へ  
(輸送用機械器具)・電気使用量削減

### 【既の実施している取組】

(建設業)・EV車導入  
(金属製品)・太陽光発電設備増設  
(小売業(飲食品))・こども食堂への無償提供  
(運輸業)・輸送の効率化によるCO<sub>2</sub>削減  
(その他の生活関連サービス)・廃棄物の削減、ペーパーレス化、節電

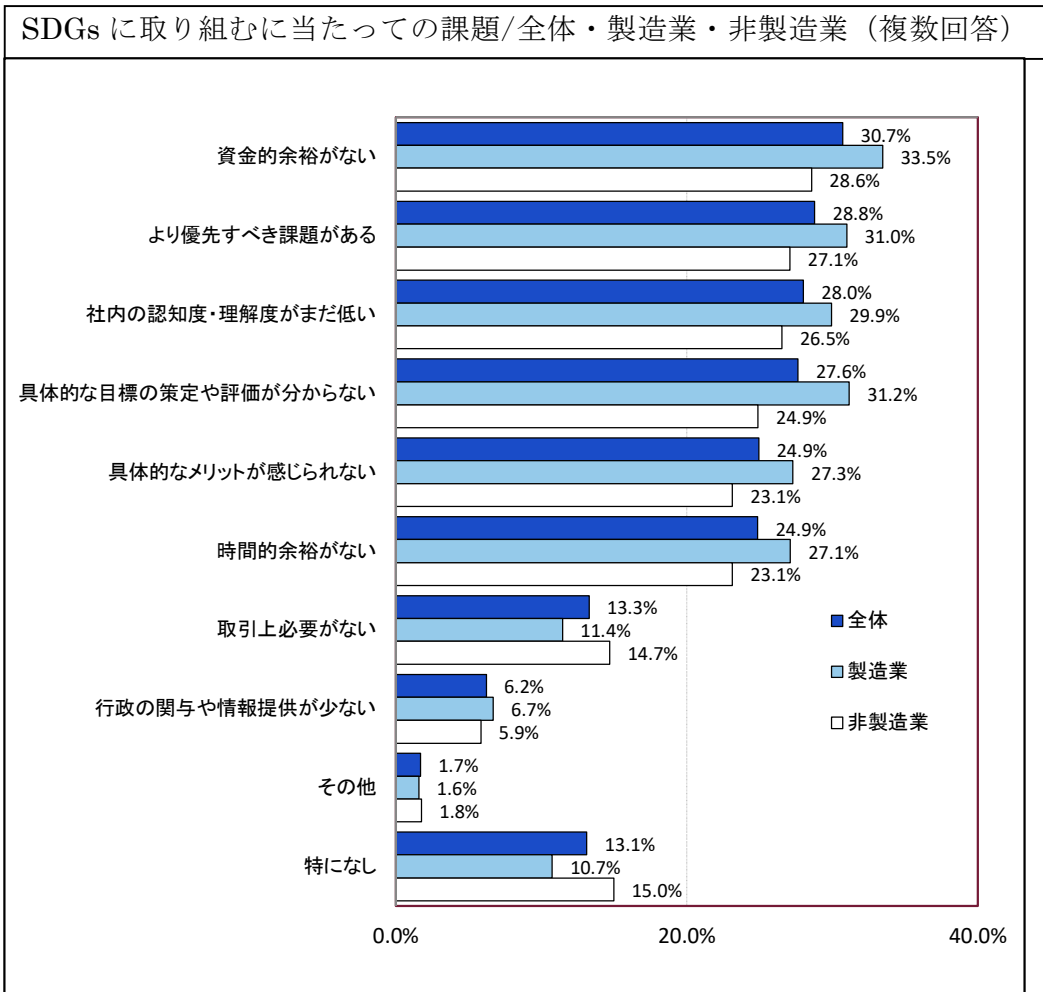
○ (1)で「SDGs への取組を検討している」又は「SDGs について既に取り組んでいる」と回答した企業に、取組に期待する効果を聞いたところ、全体では「企業価値の向上」(59.5%)が最も多く、次いで「企業PRの促進(採用活動等)」(39.1%)、「従業員のモチベーション向上」(38.6%)の順となった。

SDGs への取組に期待する効果/全体・製造業・非製造業(複数回答)



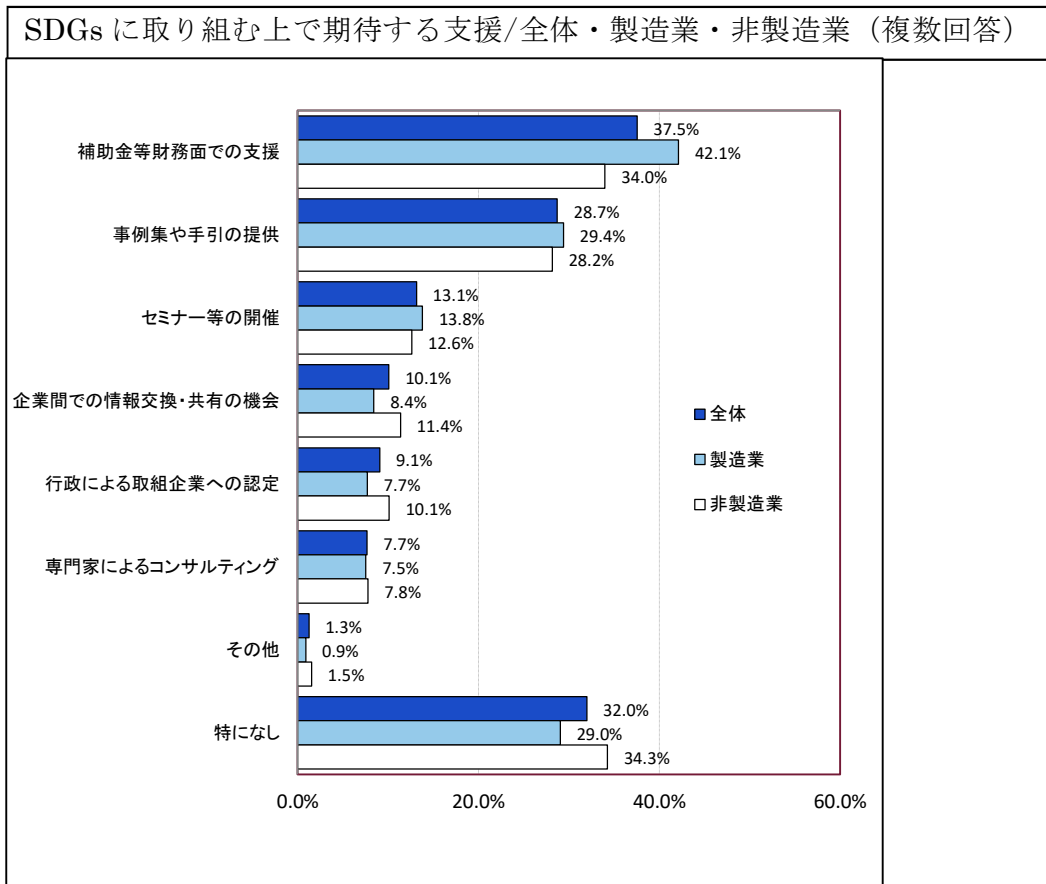
(3) SDGsに取り組むに当たっての課題（回答数：1, 303社・複数回答）

- SDGsに取り組むに当たっての課題を聞いたところ、全体では「資金的余裕がない」（30.7%）が最も多く、次いで「より優先すべき課題がある」（28.8%）、「社内の認知度・理解度がまだ低い」（28.0%）の順となった。



(4) SDGsに取り組む上で期待する支援（回答数：1, 279社・複数回答）

○ SDGsに取り組む上で期待する支援を聞いたところ、全体では「補助金等財務面での支援」（37.5%）が最も多く、次いで「事例集や手引の提供」（28.7%）、「セミナー等の開催」（13.1%）の順となった。



## 【特別調査 結果一覧】

### 1 価格転嫁について

|   |                         |
|---|-------------------------|
| (1) 価格交渉（相談）の実施状況                               |                         |
| 1 できている 44.8%                                   | 2 できていない 41.0%          |
| 3 価格交渉をする必要はない 14.2%                            |                         |
| (2) 令和5年3月頃と比べた価格交渉（相談）のしやすさ                    |                         |
| 1 改善した 10.3%                                    | 2 変わらない 62.9%           |
| 3 難しくなった 17.1%                                  |                         |
| 4 価格交渉をする必要はない 9.6%                             |                         |
| (3) 価格交渉（相談）がしやすくなった理由(複数回答)                    |                         |
| ※(2)で1を選んだ企業                                    |                         |
| 1 取引先が変わった 7.9%                                 |                         |
| 2 既存の取引先が理解を示すようになった(「パートナーシップ構築宣言」の登録など) 56.8% |                         |
| 3 行政の相談窓口や専門家派遣を活用し、価格交渉のノウハウを得た 2.9%           |                         |
| 4 不適切な対応を行った事業者名の公表などにより、交渉に応じる社会的圧力が強まった 12.2% |                         |
| 5 業界全体で適切な価格転嫁の気運が醸成された 54.0%                   |                         |
| 6 その他 4.3%                                      |                         |
| (4) 価格交渉（相談）が難しくなった理由(複数回答)                     |                         |
| ※(2)で3を選んだ理由                                    |                         |
| 1 取引先が変わった 3.2%                                 |                         |
| 2 既存の取引先が価格交渉に後ろ向きになった 26.1%                    |                         |
| 3 物価上昇のスピードが速く、交渉価格との乖離があった 60.1%               |                         |
| 4 業界全体が価格交渉しづらい雰囲気になっている 52.8%                  |                         |
| 5 その他 2.8%                                      |                         |
| (5) 価格転嫁の実施状況                                   |                         |
| 1 100% 13.2%                                    | 2 80~99% 15.5%          |
| 3 60~79% 16.4%                                  | 4 40~59% 14.6%          |
| 5 20~39% 8.4%                                   | 6 1~19% 14.6%           |
| 7 全くできていない 17.4%                                |                         |
| (6) 価格転嫁が十分にできていない理由(複数回答)                      |                         |
| ※(5)で2~7のいずれかを選んだ企業                             |                         |
| 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 17.8%          |                         |
| 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 22.2%              |                         |
| 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 39.9%             |                         |
| 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 26.4%      |                         |
| 6 その他 13.1%                                     |                         |
| (7) 行政に期待する支援(複数回答)                             |                         |
| 1 好事例など支援情報の発信 15.8%                            | 2 業界全体としての機運醸成 39.6%    |
| 3 取引上の悩みに関する相談体制の強化 5.2%                        | 4 価格交渉に応じない企業への指導 24.2% |
| 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) 11.2%         |                         |
| 6 新たな販路開拓支援 15.4%                               | 7 消費者に対する理解促進 31.4%     |
| 8 その他 9.5%                                      |                         |
| (8) 「パートナーシップ構築宣言」の登録状況                         |                         |
| 1 既に登録している 6.1%                                 | 2 今後登録する予定 4.9%         |
| 3 登録しようか検討している 23.3%                            | 4 登録するつもりはない 25.0%      |
| 5 「パートナーシップ構築宣言」を知らない 40.6%                     |                         |

## 2. 経営上の課題と行政に望む支援策

| (1) 経営上の課題(複数回答)                                 |                           |
|--|---------------------------|
| 1 売上の停滞・減少 45.1%                                 | 2 同業者間の競争激化 17.5%         |
| 3 原材料・燃料価格の高騰 57.2%                              | 4 財務状況の悪化 14.1%           |
| 5 人材の不足 45.9%                                    | 6 後継者の不在 16.0%            |
| 7 コスト上昇分の価格転嫁 30.2%                              | 8 DX推進、AI・IoT等の新技術導入 7.0% |
| 9 事業設備の更新 15.1%                                  | 10 脱炭素化への対応 3.3%          |
| 11 特になし 7.1%                                     | 12 その他 2.3%               |
| (2) 行政に望む支援策(複数回答)                               |                           |
| 1 販路開拓、受注機会の確保支援(ビジネスマッチング) 20.7%                |                           |
| 2 新製品開発や品質向上等に必要な技術支援(技術指導・専門家派遣など) 6.6%         |                           |
| 3 事業計画の策定支援 6.3%                                 |                           |
| 4 業態転換・事業再構築に向けた情報提供、資金支援 16.5%                  |                           |
| 5 グリーン、デジタル等成長分野への参入に向けた情報提供、資金支援 6.9%           |                           |
| 6 産学連携、共同研究の支援(ネットワークづくり、場の提供) 4.2%              |                           |
| 7 事業展開や資金繰りに必要な金融支援 28.0%                        |                           |
| 8 人材確保、従業員の能力開発支援 39.8%                          |                           |
| 9 事業承継支援 13.7%                                   |                           |
| 10 コスト上昇分の価格転嫁への支援(相談窓口等) 19.0%                  |                           |
| 11 DX推進、AI・IoT等の新技術導入に向けた情報提供、資金支援 9.1%          |                           |
| 12 脱炭素化の取組(省エネ、再生可能エネルギーへの転換等)に向けた情報提供、資金支援 7.1% |                           |
| 13 その他 9.1%                                      |                           |

## 3. SDGsの認知・取組状況について

| (1) SDGsの認知度                        |                                    |
|-------------------------------------|------------------------------------|
| 1 今回の調査で初めて認識した 7.3%                | 2 SDGsという言葉は聞いたことがあるが内容は知らない 14.3% |
| 3 SDGsの内容は把握しているが、自社で取り組んでいない 48.7% | 4 SDGsへの取組を検討している 9.9%             |
| 5 SDGsについて既に取り組んでいる 19.8%           |                                    |
| (2) SDGsへの取組に期待する効果(複数回答)           |                                    |
| ※(1)で4又は5のいずれかを選択した企業               |                                    |
| 1 企業PRの促進(採用活動等) 39.1%              | 2 売上、利益の増加 29.6%                   |
| 3 従業員のモチベーション向上 38.6%               | 4 自社以外との連携 10.3%                   |
| 5 企業価値の向上 59.5%                     | 6 その他 5.4%                         |
| (3) SDGsに取り組むに当たっての課題(複数回答)         |                                    |
| 1 社内の認知度・理解度がまだ低い 28.0%             | 2 具体的な目標の策定や評価が分からない 27.6%         |
| 3 資金的余裕がない 30.7%                    | 4 時間的余裕がない 24.9%                   |
| 5 より優先すべき課題がある 28.8%                | 6 取引上必要がない 13.3%                   |
| 7 具体的なメリットが感じられない 24.9%             | 8 行政の関与や情報提供が少ない 6.2%              |
| 9 その他 1.7%                          | 10 特になし 13.1%                      |
| (4) SDGsに取り組む上で期待する支援(複数回答)         |                                    |
| 1 セミナー等の開催 13.1%                    | 2 専門家によるコンサルティング 7.7%              |
| 3 事例集や手引の提供 28.7%                   | 4 補助金等財務面での支援 37.5%                |
| 5 企業間での情報交換・共有の機会 10.1%             | 6 行政による取組企業への認定 9.1%               |
| 7 その他 1.3%                          | 8 特になし 32.0%                       |

# 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                   | R4.    | R4.     | R5.    | R5.    | R5.    | 増減            |        | R5.    |
|----------------------|--------|---------|--------|--------|--------|---------------|--------|--------|
|                      | 7~9月期  | 10~12月期 | 1~3月期  | 4~6月期  |        | 7~9月期<br>(当期) | 前期比    |        |
| <b>全 体</b>           | ▲ 29.1 | ▲ 8.5   | ▲ 27.0 | ▲ 14.8 | ▲ 17.8 | ▲ 3.0         | 11.3   | ▲ 3.8  |
| <b>製 造 業</b>         | ▲ 25.2 | ▲ 4.6   | ▲ 29.3 | ▲ 14.4 | ▲ 19.4 | ▲ 5.0         | 5.8    | ▲ 2.8  |
| 食料品製造                | ▲ 17.3 | 19.3    | ▲ 36.5 | 18.9   | 4.2    | ▲ 14.7        | 21.5   | 21.3   |
| 繊維工業                 | ▲ 21.6 | ▲ 30.6  | ▲ 37.5 | ▲ 33.3 | ▲ 26.5 | 6.9           | ▲ 4.8  | ▲ 11.8 |
| 家具・装備品               | ▲ 54.8 | ▲ 10.0  | ▲ 12.5 | ▲ 26.7 | ▲ 30.8 | ▲ 4.1         | 24.1   | 8.3    |
| パルプ・紙・紙加工品           | ▲ 37.0 | 21.8    | ▲ 42.0 | ▲ 12.8 | ▲ 26.5 | ▲ 13.8        | 10.5   | ▲ 6.1  |
| 印刷業                  | ▲ 36.0 | ▲ 20.0  | ▲ 28.2 | ▲ 19.1 | ▲ 40.0 | ▲ 20.9        | ▲ 4.0  | ▲ 25.0 |
| 化学工業                 | ▲ 15.9 | 0.0     | ▲ 28.3 | 0.0    | ▲ 20.9 | ▲ 20.9        | ▲ 5.0  | 14.0   |
| プラスチック製品             | ▲ 10.2 | ▲ 12.8  | ▲ 43.1 | ▲ 19.6 | ▲ 20.4 | ▲ 0.8         | ▲ 10.2 | ▲ 8.3  |
| 鉄鋼業・非鉄金属             | ▲ 35.7 | ▲ 3.5   | ▲ 16.4 | ▲ 32.7 | ▲ 28.3 | 4.4           | 7.4    | ▲ 1.9  |
| 金属製品                 | ▲ 22.7 | 6.0     | ▲ 33.3 | ▲ 13.8 | ▲ 19.0 | ▲ 5.2         | 3.7    | 0.0    |
| 電気機械器具               | ▲ 30.8 | ▲ 6.6   | ▲ 14.3 | ▲ 6.7  | ▲ 6.3  | 0.4           | 24.5   | ▲ 3.1  |
| 輸送用機械器具              | ▲ 4.0  | ▲ 25.0  | ▲ 26.4 | 1.8    | ▲ 5.6  | ▲ 7.3         | ▲ 1.6  | ▲ 5.6  |
| 一般機械器具               | ▲ 23.7 | ▲ 13.3  | ▲ 31.7 | ▲ 37.3 | ▲ 26.7 | 10.6          | ▲ 2.9  | ▲ 12.1 |
| <b>非 製 造 業</b>       | ▲ 32.1 | ▲ 11.5  | ▲ 25.3 | ▲ 15.1 | ▲ 16.6 | ▲ 1.5         | 15.4   | ▲ 4.7  |
| <b>建 設 業</b>         | ▲ 35.3 | ▲ 27.3  | ▲ 23.6 | ▲ 28.5 | ▲ 14.6 | 13.9          | 20.8   | ▲ 15.2 |
| 総合工事業                | ▲ 30.5 | ▲ 21.1  | ▲ 30.8 | ▲ 23.6 | ▲ 15.4 | 8.3           | 15.1   | ▲ 17.6 |
| 職別工事業                | ▲ 51.0 | ▲ 42.0  | ▲ 21.8 | ▲ 33.3 | ▲ 16.3 | 17.0          | 34.7   | ▲ 18.4 |
| 設備工事業                | ▲ 26.3 | ▲ 20.4  | ▲ 18.0 | ▲ 29.4 | ▲ 12.3 | 17.1          | 14.0   | ▲ 10.3 |
| <b>卸 売 ・ 小 売 業</b>   | ▲ 35.0 | ▲ 16.4  | ▲ 23.9 | ▲ 23.3 | ▲ 25.3 | ▲ 1.9         | 9.7    | ▲ 8.6  |
| (卸売業)                | ▲ 14.6 | ▲ 6.6   | ▲ 20.8 | ▲ 17.9 | ▲ 16.0 | 1.9           | ▲ 1.4  | ▲ 4.0  |
| 繊維・衣服等               | ▲ 4.8  | ▲ 13.3  | 0.0    | ▲ 11.8 | ▲ 18.8 | ▲ 7.0         | ▲ 14.0 | ▲ 18.8 |
| 飲食料品                 | ▲ 8.3  | 3.8     | ▲ 23.3 | 3.8    | 3.1    | ▲ 0.7         | 11.5   | 21.9   |
| 建築材料、鉱物・金属材料等        | ▲ 16.7 | 7.1     | ▲ 25.8 | ▲ 20.0 | ▲ 34.4 | ▲ 14.4        | ▲ 17.7 | ▲ 6.3  |
| 機械器具                 | ▲ 12.0 | ▲ 16.0  | ▲ 13.6 | ▲ 33.3 | ▲ 9.1  | 24.2          | 2.9    | ▲ 4.5  |
| その他                  | ▲ 26.7 | ▲ 17.9  | ▲ 34.6 | ▲ 26.9 | ▲ 21.7 | 5.2           | 4.9    | ▲ 26.1 |
| (小売業)                | ▲ 53.1 | ▲ 25.0  | ▲ 26.8 | ▲ 27.9 | ▲ 33.3 | ▲ 5.4         | 19.7   | ▲ 12.5 |
| 織物・衣服・身の回り品          | ▲ 66.7 | ▲ 22.9  | ▲ 34.3 | ▲ 21.1 | ▲ 59.5 | ▲ 38.4        | 7.2    | ▲ 10.8 |
| 飲食料品                 | ▲ 56.4 | ▲ 23.7  | ▲ 18.9 | ▲ 30.6 | ▲ 21.1 | 9.5           | 35.4   | ▲ 18.4 |
| 機械器具                 | ▲ 34.4 | ▲ 38.7  | ▲ 27.5 | ▲ 38.7 | ▲ 21.2 | 17.5          | 13.2   | ▲ 12.1 |
| その他                  | ▲ 52.5 | ▲ 16.7  | ▲ 26.7 | ▲ 23.8 | ▲ 30.6 | ▲ 6.7         | 21.9   | ▲ 8.3  |
| <b>飲 食 店</b>         | ▲ 56.1 | 24.3    | ▲ 35.1 | 4.9    | 0.0    | ▲ 4.9         | 56.1   | 0.0    |
| <b>情 報 サ ー ビ ス 業</b> | ▲ 34.6 | ▲ 3.8   | ▲ 7.8  | ▲ 5.9  | ▲ 24.1 | ▲ 18.3        | 10.5   | 15.5   |
| <b>運 輸 業</b>         | ▲ 25.9 | ▲ 4.1   | ▲ 31.0 | ▲ 7.3  | ▲ 13.5 | ▲ 6.2         | 12.4   | 0.0    |
| <b>不 動 産 業</b>       | ▲ 40.7 | ▲ 20.0  | ▲ 22.2 | ▲ 7.4  | ▲ 16.3 | ▲ 8.9         | 24.5   | 0.0    |
| <b>サ ー ビ ス 業</b>     | ▲ 16.0 | 1.9     | ▲ 31.4 | ▲ 1.9  | ▲ 6.2  | ▲ 4.3         | 9.8    | 1.3    |
| 専門サービス業              | ▲ 8.7  | ▲ 23.4  | ▲ 22.2 | ▲ 31.9 | ▲ 8.0  | 23.9          | 0.7    | ▲ 12.0 |
| 洗濯・理美容・浴場業           | ▲ 28.6 | 2.6     | ▲ 45.5 | 8.3    | ▲ 22.9 | ▲ 31.2        | 5.7    | ▲ 2.9  |
| その他生活関連・娯楽業          | ▲ 21.1 | 28.2    | ▲ 21.1 | 21.6   | ▲ 2.9  | ▲ 24.5        | 18.2   | 14.7   |
| その他の事業サービス業          | ▲ 5.6  | 5.6     | ▲ 35.7 | 2.7    | 7.3    | 4.6           | 12.9   | 9.8    |



## 資金繰りDIの推移

単位：DI

| 業種             | R4.    | R4.     | R5.    | R5.    | R5.           | 増減     |       | R5.              |
|----------------|--------|---------|--------|--------|---------------|--------|-------|------------------|
|                | 7～9月期  | 10～12月期 | 1～3月期  | 4～6月期  | 7～9月期<br>(当期) | 前期比    | 前年同期比 | 10～12月期<br>(見通し) |
| <b>全体</b>      | ▲ 28.1 | ▲ 20.8  | ▲ 25.5 | ▲ 18.1 | ▲ 21.8        | ▲ 3.7  | 6.3   | ▲ 12.8           |
| <b>製造業</b>     | ▲ 29.2 | ▲ 20.3  | ▲ 26.6 | ▲ 21.7 | ▲ 24.4        | ▲ 2.8  | 4.8   | ▲ 13.4           |
| 食料品製造          | ▲ 33.3 | ▲ 14.8  | ▲ 31.3 | ▲ 5.8  | ▲ 19.1        | ▲ 13.4 | 14.2  | 2.2              |
| 繊維工業           | ▲ 29.7 | ▲ 31.4  | ▲ 45.2 | ▲ 37.1 | ▲ 35.3        | 1.8    | ▲ 5.6 | ▲ 8.8            |
| 家具・装備品         | ▲ 54.8 | ▲ 31.0  | ▲ 13.8 | ▲ 31.0 | ▲ 44.0        | ▲ 13.0 | 10.8  | ▲ 21.7           |
| パルプ・紙・紙加工品     | ▲ 37.7 | ▲ 9.1   | ▲ 36.7 | ▲ 35.6 | ▲ 35.4        | 0.1    | 2.3   | ▲ 16.3           |
| 印刷業            | ▲ 40.8 | ▲ 41.9  | ▲ 37.8 | ▲ 40.0 | ▲ 48.7        | ▲ 8.7  | ▲ 7.9 | ▲ 35.9           |
| 化学工業           | ▲ 4.7  | ▲ 16.3  | ▲ 27.3 | 0.0    | ▲ 4.9         | ▲ 4.9  | ▲ 0.2 | 0.0              |
| プラスチック製品       | ▲ 23.4 | ▲ 17.4  | ▲ 30.0 | ▲ 19.6 | ▲ 27.1        | ▲ 7.5  | ▲ 3.7 | ▲ 16.3           |
| 鉄鋼業・非鉄金属       | ▲ 27.3 | ▲ 20.4  | ▲ 15.0 | ▲ 23.6 | ▲ 20.0        | 3.6    | 7.3   | ▲ 12.0           |
| 金属製品           | ▲ 22.7 | ▲ 13.8  | ▲ 25.0 | ▲ 6.3  | ▲ 17.2        | ▲ 10.8 | 5.5   | ▲ 6.3            |
| 電気機械器具         | ▲ 36.0 | ▲ 22.0  | ▲ 17.0 | ▲ 30.6 | ▲ 15.9        | 14.8   | 20.1  | ▲ 14.3           |
| 輸送用機械器具        | ▲ 20.4 | ▲ 17.0  | ▲ 27.5 | ▲ 21.4 | ▲ 15.1        | 6.3    | 5.3   | ▲ 20.8           |
| 一般機械器具         | ▲ 27.8 | ▲ 21.4  | ▲ 22.4 | ▲ 19.3 | ▲ 29.8        | ▲ 10.5 | ▲ 2.0 | ▲ 15.8           |
| <b>非製造業</b>    | ▲ 27.2 | ▲ 21.2  | ▲ 24.6 | ▲ 15.3 | ▲ 19.8        | ▲ 4.5  | 7.4   | ▲ 12.4           |
| <b>建設業</b>     | ▲ 28.8 | ▲ 27.2  | ▲ 23.7 | ▲ 28.6 | ▲ 27.6        | 1.0    | 1.2   | ▲ 16.8           |
| 総合工事業          | ▲ 27.3 | ▲ 25.0  | ▲ 23.5 | ▲ 32.7 | ▲ 30.8        | 2.0    | ▲ 3.5 | ▲ 19.6           |
| 職別工事業          | ▲ 43.8 | ▲ 43.8  | ▲ 32.1 | ▲ 27.9 | ▲ 33.3        | ▲ 5.4  | 10.4  | ▲ 25.0           |
| 設備工事業          | ▲ 17.5 | ▲ 13.7  | ▲ 14.6 | ▲ 24.5 | ▲ 19.6        | 4.8    | ▲ 2.1 | ▲ 7.1            |
| <b>卸売・小売業</b>  | ▲ 28.5 | ▲ 24.6  | ▲ 20.8 | ▲ 12.5 | ▲ 20.0        | ▲ 7.5  | 8.5   | ▲ 16.8           |
| (卸売業)          | ▲ 16.7 | ▲ 24.3  | ▲ 12.0 | ▲ 6.6  | ▲ 9.5         | ▲ 2.9  | 7.2   | ▲ 12.8           |
| 繊維・衣服等         | ▲ 22.2 | ▲ 33.3  | ▲ 5.0  | ▲ 37.5 | ▲ 7.1         | 30.4   | 15.1  | ▲ 21.4           |
| 飲食料品           | ▲ 12.5 | ▲ 20.0  | ▲ 13.3 | 8.0    | ▲ 7.1         | ▲ 15.1 | 5.4   | ▲ 6.9            |
| 建築材料、鉱物・金属材料等  | ▲ 22.2 | ▲ 19.2  | ▲ 13.8 | ▲ 6.7  | ▲ 9.4         | ▲ 2.7  | 12.8  | ▲ 9.4            |
| 機械器具           | 0.0    | ▲ 29.2  | ▲ 9.1  | 4.2    | ▲ 4.5         | ▲ 8.7  | ▲ 4.5 | ▲ 9.1            |
| その他            | ▲ 25.9 | ▲ 25.0  | ▲ 16.7 | ▲ 11.5 | ▲ 20.0        | ▲ 8.5  | 5.9   | ▲ 25.0           |
| (小売業)          | ▲ 38.6 | ▲ 24.8  | ▲ 28.6 | ▲ 17.5 | ▲ 28.8        | ▲ 11.3 | 9.8   | ▲ 20.1           |
| 織物・衣服・身の回り品    | ▲ 53.1 | ▲ 33.3  | ▲ 44.1 | ▲ 13.5 | ▲ 28.6        | ▲ 15.1 | 24.6  | ▲ 8.6            |
| 飲食料品           | ▲ 50.0 | ▲ 19.4  | ▲ 18.9 | ▲ 30.3 | ▲ 35.1        | ▲ 4.8  | 14.9  | ▲ 29.7           |
| 機械器具           | ▲ 21.9 | ▲ 28.6  | ▲ 30.8 | ▲ 16.7 | ▲ 25.8        | ▲ 9.1  | ▲ 3.9 | ▲ 21.9           |
| その他            | ▲ 30.0 | ▲ 19.4  | ▲ 20.0 | ▲ 11.6 | ▲ 25.0        | ▲ 13.4 | 5.0   | ▲ 20.0           |
| <b>飲食店</b>     | ▲ 52.5 | ▲ 21.6  | ▲ 44.1 | ▲ 18.4 | ▲ 17.6        | 0.8    | 34.9  | ▲ 11.8           |
| <b>情報サービス業</b> | ▲ 17.3 | ▲ 7.7   | ▲ 8.2  | ▲ 3.9  | ▲ 12.1        | ▲ 8.1  | 5.2   | 5.2              |
| <b>運輸業</b>     | ▲ 23.7 | ▲ 21.3  | ▲ 33.3 | ▲ 16.7 | ▲ 23.5        | ▲ 6.9  | 0.2   | ▲ 18.0           |
| <b>不動産業</b>    | ▲ 25.5 | ▲ 20.5  | ▲ 17.3 | ▲ 15.7 | ▲ 15.0        | 0.7    | 10.5  | 0.0              |
| <b>サービス業</b>   | ▲ 22.2 | ▲ 14.4  | ▲ 31.7 | ▲ 9.8  | ▲ 14.8        | ▲ 5.0  | 7.3   | ▲ 9.0            |
| 専門サービス業        | ▲ 13.0 | ▲ 13.0  | ▲ 16.3 | ▲ 10.9 | ▲ 16.7        | ▲ 5.8  | ▲ 3.6 | ▲ 10.2           |
| 洗濯・理美容・浴場業     | ▲ 41.5 | ▲ 28.9  | ▲ 57.8 | ▲ 8.6  | ▲ 20.6        | ▲ 12.0 | 20.9  | ▲ 9.1            |
| その他生活関連・娯楽業    | ▲ 18.9 | ▲ 8.3   | ▲ 16.2 | 2.9    | ▲ 14.3        | ▲ 17.1 | 4.6   | ▲ 5.6            |
| その他の事業サービス業    | ▲ 14.7 | ▲ 6.1   | ▲ 33.3 | ▲ 21.6 | ▲ 7.9         | 13.7   | 6.8   | ▲ 10.5           |



採算DIの推移

単位:DI

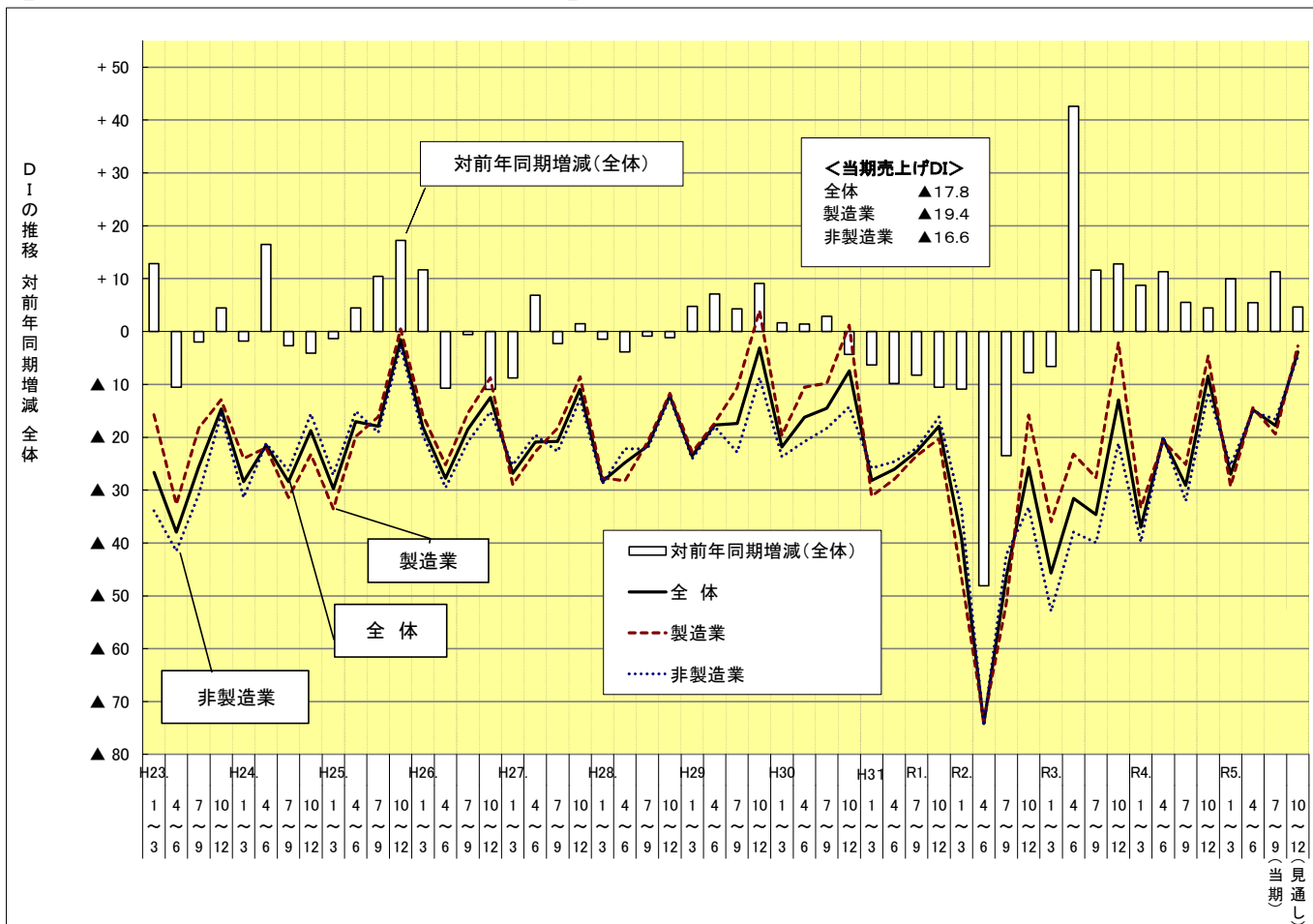
| 業種             | R4.    | R4.     | R5.    | R5.    | R5.           | 増減     |        | R5.              |
|----------------|--------|---------|--------|--------|---------------|--------|--------|------------------|
|                | 7~9月期  | 10~12月期 | 1~3月期  | 4~6月期  | 7~9月期<br>(当期) | 前期比    | 前年同期比  | 10~12月期<br>(見通し) |
| <b>全体</b>      | ▲ 40.6 | ▲ 30.8  | ▲ 36.4 | ▲ 26.7 | ▲ 26.9        | ▲ 0.2  | 13.8   | ▲ 17.2           |
| <b>製造業</b>     | ▲ 41.7 | ▲ 32.5  | ▲ 37.6 | ▲ 28.4 | ▲ 28.7        | ▲ 0.3  | 13.0   | ▲ 15.2           |
| 食料品製造          | ▲ 49.0 | ▲ 38.9  | ▲ 45.8 | ▲ 21.2 | ▲ 21.3        | ▲ 0.1  | 27.7   | ▲ 8.7            |
| 繊維工業           | ▲ 48.6 | ▲ 54.3  | ▲ 58.1 | ▲ 40.0 | ▲ 47.1        | ▲ 7.1  | 1.6    | ▲ 20.6           |
| 家具・装備品         | ▲ 54.8 | ▲ 37.9  | ▲ 22.2 | ▲ 26.7 | ▲ 37.5        | ▲ 10.8 | 17.3   | ▲ 26.1           |
| パルプ・紙・紙加工品     | ▲ 50.9 | ▲ 16.4  | ▲ 42.9 | ▲ 42.2 | ▲ 39.6        | 2.6    | 11.4   | ▲ 20.4           |
| 印刷業            | ▲ 49.0 | ▲ 37.2  | ▲ 54.1 | ▲ 28.9 | ▲ 35.9        | ▲ 7.0  | 13.1   | ▲ 30.8           |
| 化学工業           | ▲ 25.6 | ▲ 48.8  | ▲ 41.9 | ▲ 10.0 | ▲ 12.2        | ▲ 2.2  | 13.4   | ▲ 7.1            |
| プラスチック製品       | ▲ 36.2 | ▲ 28.3  | ▲ 49.0 | ▲ 25.5 | ▲ 34.0        | ▲ 8.6  | 2.1    | ▲ 16.7           |
| 鉄鋼業・非鉄金属       | ▲ 50.9 | ▲ 28.3  | ▲ 36.7 | ▲ 40.0 | ▲ 34.0        | 6.0    | 16.9   | ▲ 14.0           |
| 金属製品           | ▲ 36.9 | ▲ 15.4  | ▲ 26.5 | ▲ 15.9 | ▲ 22.2        | ▲ 6.3  | 14.7   | ▲ 6.3            |
| 電気機械器具         | ▲ 40.0 | ▲ 27.1  | ▲ 24.5 | ▲ 34.4 | ▲ 20.6        | 13.8   | 19.4   | ▲ 14.5           |
| 輸送用機械器具        | ▲ 30.6 | ▲ 48.9  | ▲ 39.2 | ▲ 19.6 | ▲ 18.9        | 0.8    | 11.7   | ▲ 5.7            |
| 一般機械器具         | ▲ 32.7 | ▲ 29.1  | ▲ 24.1 | ▲ 37.5 | ▲ 33.9        | 3.6    | ▲ 1.2  | ▲ 23.6           |
| <b>非製造業</b>    | ▲ 39.8 | ▲ 29.4  | ▲ 35.5 | ▲ 25.4 | ▲ 25.5        | ▲ 0.1  | 14.3   | ▲ 18.7           |
| <b>建設業</b>     | ▲ 43.4 | ▲ 31.8  | ▲ 40.4 | ▲ 35.6 | ▲ 28.4        | 7.2    | 15.0   | ▲ 26.8           |
| 総合工事業          | ▲ 43.6 | ▲ 30.0  | ▲ 38.0 | ▲ 43.6 | ▲ 41.2        | 2.5    | 2.5    | ▲ 34.0           |
| 職別工事業          | ▲ 56.3 | ▲ 46.8  | ▲ 43.4 | ▲ 33.3 | ▲ 27.1        | 6.3    | 29.2   | ▲ 27.7           |
| 設備工事業          | ▲ 32.1 | ▲ 19.6  | ▲ 39.6 | ▲ 28.6 | ▲ 17.9        | 10.7   | 14.3   | ▲ 19.6           |
| <b>卸売・小売業</b>  | ▲ 45.3 | ▲ 36.4  | ▲ 35.1 | ▲ 29.8 | ▲ 26.4        | 3.4    | 19.0   | ▲ 23.0           |
| (卸売業)          | ▲ 35.3 | ▲ 34.2  | ▲ 32.3 | ▲ 21.7 | ▲ 18.1        | 3.6    | 17.2   | ▲ 18.8           |
| 繊維・衣服等         | ▲ 44.4 | ▲ 75.0  | ▲ 45.0 | ▲ 50.0 | ▲ 42.9        | 7.1    | 1.6    | ▲ 7.1            |
| 飲食料品           | ▲ 33.3 | ▲ 41.7  | ▲ 23.3 | ▲ 8.0  | 0.0           | 8.0    | 33.3   | ▲ 17.2           |
| 建築材料、鉱物・金属材料等  | ▲ 37.0 | ▲ 15.4  | ▲ 37.9 | ▲ 20.7 | ▲ 25.0        | ▲ 4.3  | 12.0   | ▲ 15.6           |
| 機械器具           | ▲ 16.7 | ▲ 20.8  | ▲ 22.7 | ▲ 8.3  | ▲ 18.2        | ▲ 9.8  | ▲ 1.5  | ▲ 18.2           |
| その他            | ▲ 46.2 | ▲ 39.3  | ▲ 34.8 | ▲ 30.8 | ▲ 15.0        | 15.8   | 31.2   | ▲ 35.0           |
| (小売業)          | ▲ 54.0 | ▲ 38.3  | ▲ 37.7 | ▲ 36.6 | ▲ 33.3        | 3.3    | 20.6   | ▲ 26.4           |
| 繊維・衣服・身の回り品    | ▲ 51.6 | ▲ 34.4  | ▲ 47.1 | ▲ 35.1 | ▲ 38.2        | ▲ 3.1  | 13.4   | ▲ 17.1           |
| 飲食料品           | ▲ 63.9 | ▲ 38.9  | ▲ 33.3 | ▲ 34.4 | ▲ 43.2        | ▲ 8.9  | 20.6   | ▲ 35.1           |
| 機械器具           | ▲ 34.4 | ▲ 55.2  | ▲ 30.8 | ▲ 41.9 | ▲ 25.0        | 16.9   | 9.4    | ▲ 15.2           |
| その他            | ▲ 62.5 | ▲ 27.8  | ▲ 41.4 | ▲ 35.7 | ▲ 25.7        | 10.0   | 36.8   | ▲ 37.1           |
| <b>飲食店</b>     | ▲ 60.0 | ▲ 33.3  | ▲ 58.8 | ▲ 31.6 | ▲ 26.5        | 5.1    | 33.5   | ▲ 20.0           |
| <b>情報サービス業</b> | ▲ 30.8 | ▲ 11.8  | ▲ 8.2  | ▲ 5.9  | ▲ 19.0        | ▲ 13.1 | 11.8   | 1.7              |
| <b>運輸業</b>     | ▲ 36.2 | ▲ 31.9  | ▲ 50.9 | ▲ 27.1 | ▲ 47.1        | ▲ 20.0 | ▲ 10.9 | ▲ 46.0           |
| <b>不動産業</b>    | ▲ 31.4 | ▲ 27.3  | ▲ 21.2 | ▲ 16.0 | ▲ 22.5        | ▲ 6.5  | 8.9    | 0.0              |
| <b>サービス業</b>   | ▲ 29.1 | ▲ 20.4  | ▲ 34.0 | ▲ 15.7 | ▲ 17.0        | ▲ 1.3  | 12.1   | ▲ 7.1            |
| 専門サービス業        | ▲ 21.7 | ▲ 23.9  | ▲ 18.6 | ▲ 17.4 | ▲ 14.6        | 2.8    | 7.2    | ▲ 16.3           |
| 洗濯・理美容・浴場業     | ▲ 53.7 | ▲ 44.7  | ▲ 54.5 | ▲ 14.3 | ▲ 24.2        | ▲ 10.0 | 29.4   | ▲ 3.0            |
| その他生活関連・娯楽業    | ▲ 24.3 | ▲ 5.6   | ▲ 22.2 | ▲ 5.7  | ▲ 17.6        | ▲ 11.9 | 6.7    | 2.9              |
| その他の事業サービス業    | ▲ 14.7 | ▲ 3.1   | ▲ 38.5 | ▲ 24.3 | ▲ 13.2        | 11.2   | 1.5    | ▲ 7.9            |

設備投資の実施率

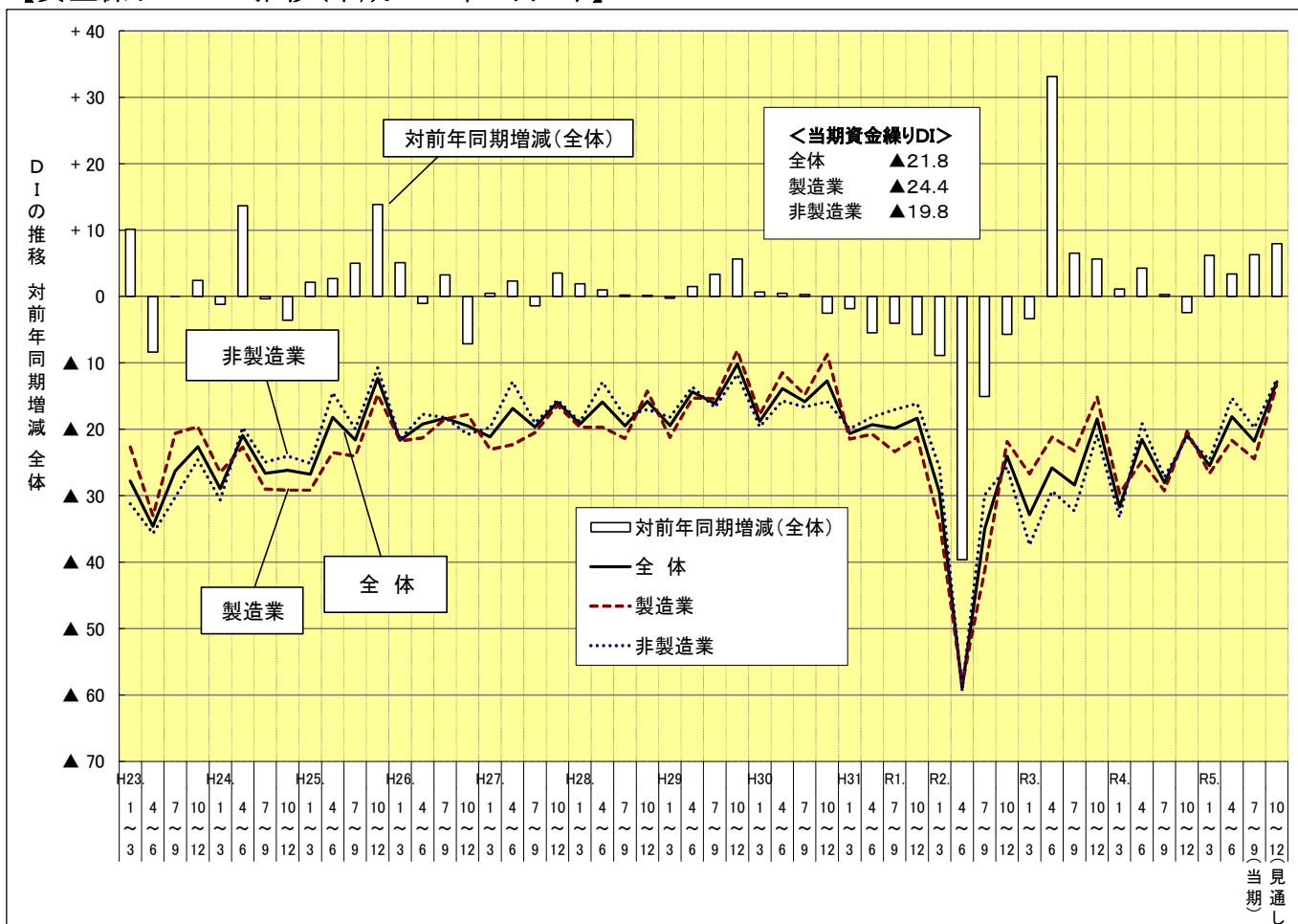
単位：％

| 業種             | R4.   | R4.     | R5.   | R5.   | R5.           | 増減     |        | R5.              |
|----------------|-------|---------|-------|-------|---------------|--------|--------|------------------|
|                | 7～9月期 | 10～12月期 | 1～3月期 | 4～6月期 | 7～9月期<br>(当期) | 前期比    | 前年同期比  | 10～12月期<br>(見通し) |
| <b>全体</b>      | 20.3  | 20.8    | 20.8  | 19.8  | 20.4          | 0.6    | 0.1    | 18.8             |
| <b>製造業</b>     | 23.5  | 25.3    | 24.5  | 25.0  | 24.6          | ▲ 0.4  | 1.1    | 22.8             |
| 食料品製造          | 32.7  | 35.1    | 35.3  | 44.2  | 37.5          | ▲ 6.7  | 4.8    | 33.3             |
| 繊維工業           | 24.3  | 16.7    | 9.1   | 11.1  | 11.8          | 0.7    | ▲ 12.6 | 11.8             |
| 家具・装備品         | 12.9  | 10.0    | 18.8  | 19.4  | 16.0          | ▲ 3.4  | 3.1    | 7.7              |
| パルプ・紙・紙加工品     | 13.0  | 18.5    | 18.0  | 12.8  | 12.2          | ▲ 0.5  | ▲ 0.7  | 18.8             |
| 印刷業            | 16.0  | 18.2    | 23.1  | 25.5  | 15.0          | ▲ 10.5 | ▲ 1.0  | 13.2             |
| 化学工業           | 36.4  | 32.6    | 28.3  | 30.2  | 34.9          | 4.7    | ▲ 1.5  | 37.2             |
| プラスチック製品       | 24.5  | 27.7    | 32.0  | 27.5  | 32.7          | 5.2    | 8.2    | 22.4             |
| 鉄鋼業・非鉄金属       | 26.8  | 35.1    | 29.5  | 33.3  | 39.6          | 6.3    | 12.8   | 32.1             |
| 金属製品           | 21.2  | 26.9    | 17.6  | 18.8  | 17.2          | ▲ 1.6  | ▲ 4.0  | 20.6             |
| 電気機械器具         | 17.6  | 18.0    | 16.1  | 17.7  | 21.9          | 4.1    | 4.2    | 18.8             |
| 輸送用機械器具        | 40.0  | 39.6    | 38.5  | 38.6  | 32.1          | ▲ 6.5  | ▲ 7.9  | 29.6             |
| 一般機械器具         | 16.9  | 18.3    | 23.0  | 16.9  | 18.6          | 1.7    | 1.7    | 18.3             |
| <b>非製造業</b>    | 17.9  | 17.2    | 18.0  | 15.7  | 17.3          | 1.6    | ▲ 0.7  | 15.9             |
| <b>建設業</b>     | 12.7  | 13.7    | 16.1  | 12.7  | 18.4          | 5.7    | 5.7    | 8.8              |
| 総合工事業          | 19.0  | 21.1    | 17.6  | 11.3  | 24.5          | 13.2   | 5.6    | 15.1             |
| 職別工事業          | 2.0   | 2.1     | 9.3   | 8.7   | 12.5          | 3.8    | 10.5   | 4.2              |
| 設備工事業          | 15.8  | 16.1    | 22.0  | 17.6  | 17.5          | ▲ 0.1  | 1.8    | 6.9              |
| <b>卸売・小売業</b>  | 12.1  | 11.7    | 14.7  | 11.2  | 14.2          | 3.0    | 2.0    | 14.1             |
| (卸売業)          | 10.0  | 13.1    | 20.0  | 11.7  | 18.4          | 6.7    | 8.4    | 16.5             |
| 繊維・衣服等         | 4.8   | 6.7     | 19.0  | 7.1   | 6.7           | ▲ 0.5  | 1.9    | 14.3             |
| 飲食料品           | 20.8  | 26.9    | 26.7  | 7.7   | 18.8          | 11.1   | ▲ 2.1  | 12.9             |
| 建築材料、鉱物・金属材料等  | 10.0  | 14.3    | 19.4  | 19.4  | 31.3          | 11.9   | 21.3   | 29.0             |
| 機械器具           | 4.0   | 8.0     | 22.7  | 12.5  | 13.6          | 1.1    | 9.6    | 9.1              |
| その他            | 10.0  | 7.1     | 11.5  | 8.0   | 12.5          | 4.5    | 2.5    | 13.0             |
| (小売業)          | 14.1  | 10.5    | 9.8   | 10.8  | 10.5          | ▲ 0.3  | ▲ 3.6  | 12.0             |
| 織物・衣服・身の回り品    | 2.9   | 11.1    | 5.9   | 2.6   | 2.7           | 0.1    | ▲ 0.2  | 2.8              |
| 飲食料品           | 18.9  | 13.2    | 7.9   | 11.4  | 10.8          | ▲ 0.6  | ▲ 8.1  | 5.3              |
| 機械器具           | 20.0  | 9.4     | 17.1  | 18.8  | 21.2          | 2.5    | 1.2    | 18.2             |
| その他            | 15.0  | 8.1     | 6.7   | 11.6  | 8.3           | ▲ 3.3  | ▲ 6.7  | 22.9             |
| <b>飲食店</b>     | 28.2  | 23.7    | 13.5  | 22.0  | 11.4          | ▲ 10.5 | ▲ 16.8 | 20.6             |
| <b>情報サービス業</b> | 15.4  | 17.3    | 21.6  | 16.0  | 14.0          | ▲ 2.0  | ▲ 1.3  | 15.5             |
| <b>運輸業</b>     | 26.7  | 42.0    | 39.7  | 27.3  | 31.4          | 4.1    | 4.7    | 41.2             |
| <b>不動産業</b>    | 20.4  | 11.4    | 11.1  | 7.4   | 14.3          | 6.9    | ▲ 6.1  | 16.7             |
| <b>サービス業</b>   | 27.3  | 22.2    | 19.8  | 23.4  | 20.0          | ▲ 3.4  | ▲ 7.3  | 16.8             |
| 専門サービス業        | 19.6  | 21.7    | 15.9  | 26.1  | 24.0          | ▲ 2.1  | 4.4    | 18.0             |
| 洗濯・理美容・浴場業     | 38.1  | 23.7    | 22.2  | 20.0  | 20.6          | 0.6    | ▲ 17.5 | 17.1             |
| その他生活関連・娯楽業    | 28.9  | 25.6    | 21.6  | 27.0  | 19.4          | ▲ 7.6  | ▲ 9.5  | 16.7             |
| その他の事業サービス業    | 22.9  | 17.1    | 19.5  | 19.4  | 15.0          | ▲ 4.4  | ▲ 7.9  | 15.0             |

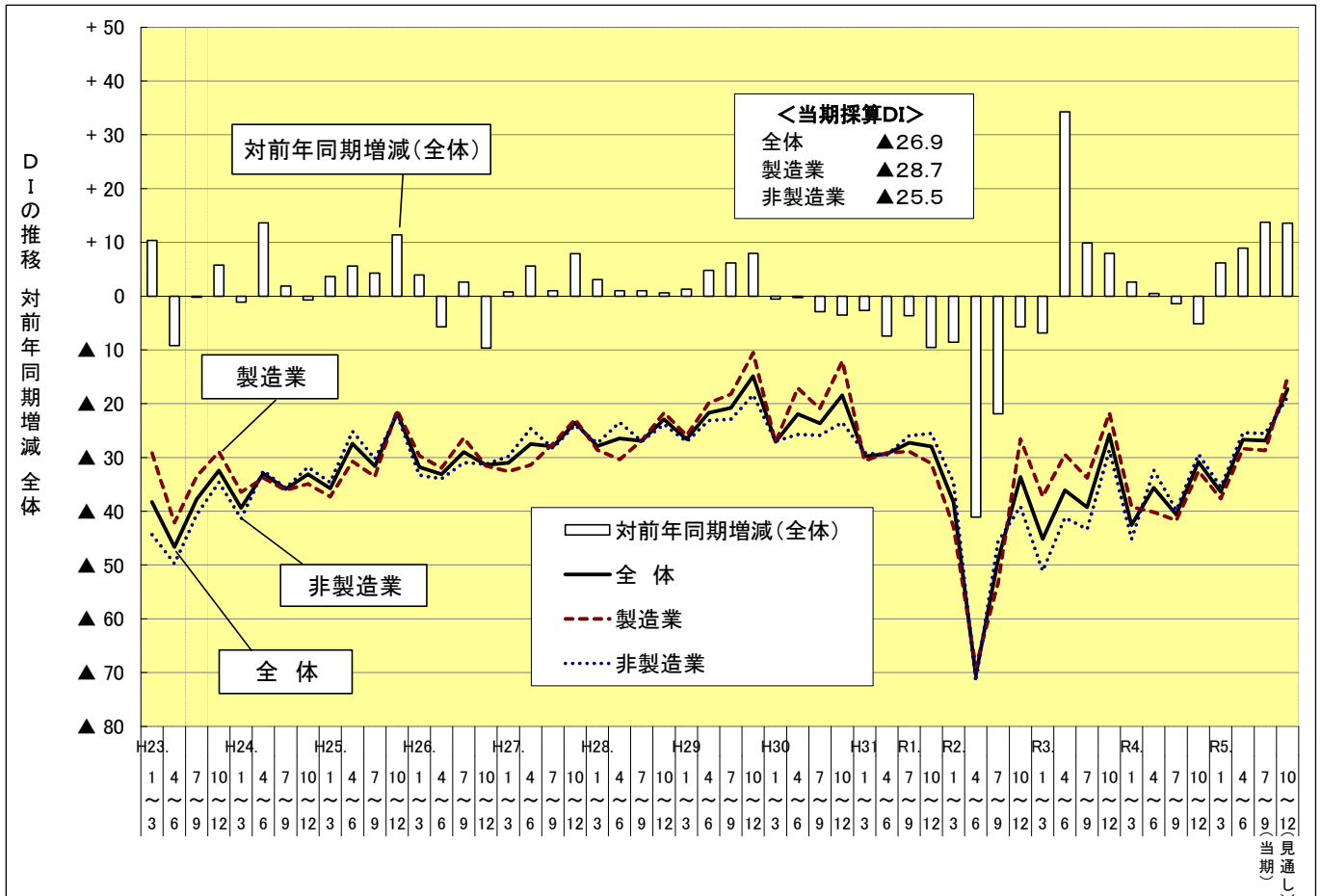
## 【売上げDIの推移(平成23年1月～)】



## 【資金繰りDIの推移(平成23年1月～)】



【採算DIの推移(平成23年1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5年7~9月期) 調査日9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7~9月期の経営実績(見込み)は、前4~6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10~12月期の経営見通しは、今7~9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7~9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<br>内容は…<br>【複数回答可】 | 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         |
|                             | 5 車輛・運搬具           | 6 その他( )        |

|                             |            |              |               |
|-----------------------------|------------|--------------|---------------|
| (3) 投資した<br>目的は…<br>【複数回答可】 | 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 |
|                             | 7 多角化      | 8 その他( )     |               |

問4 貴社の来10~12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<br>内容は…<br>【複数回答可】 | 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         |
|                             | 5 車輛・運搬具           | 6 その他( )        |

|                             |            |              |               |
|-----------------------------|------------|--------------|---------------|
| (3) 投資する<br>目的は…<br>【複数回答可】 | 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 |
|                             | 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7~9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10~12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)ができていますか… | 1 できている | 2 できていない | 3 価格交渉をする必要はない |
|--------------------------------|---------|----------|----------------|

【全ての企業にお聞きします】

|                                |          |                |
|--------------------------------|----------|----------------|
| (2) 令和5年3月頃と比べた価格交渉(相談)のしやすさは… | 1 改善した   | 2 変わらない        |
|                                | 3 難しくなった | 4 価格交渉をする必要はない |

【問6(2)で「1 改善した」を選んだ企業のみご回答ください】

|                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| (3) 価格交渉(相談)がしやすくなった理由は…<br>【複数回答可】 | 1 取引先が変わった                                |
|                                     | 2 既存の取引先が理解を示すようになった(「パートナーシップ構築宣言」の登録など) |
|                                     | 3 行政の相談窓口や専門家派遣を活用し、価格交渉のノウハウを得た          |
|                                     | 4 不適切な対応を行った事業者名の公表などにより、交渉に応じる社会的圧力が強まった |
|                                     | 5 業界全体で適切な価格転嫁の気運が醸成された                   |
|                                     | 6 その他( )                                  |

【問6(2)で「3 難しくなった」を選んだ企業のみご回答ください】


|                                    |                             |
|------------------------------------|-----------------------------|
| (4) 価格交渉(相談)が難しくなった理由は…<br>【複数回答可】 | 1 取引先が変わった                  |
|                                    | 2 既存の取引先が価格交渉に後ろ向きになった      |
|                                    | 3 物価上昇のスピードが速く、交渉価格との乖離があった |
|                                    | 4 業界全体が価格交渉しづらい雰囲気になっている    |
|                                    | 5 その他( )                    |

【全ての企業にお聞きします】

|                                 |           |           |            |          |
|---------------------------------|-----------|-----------|------------|----------|
| (5) コスト高騰に対してどのくらい価格転嫁ができていますか… | 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(5)で2~7のいずれかを選んだ企業のみご回答ください】

|                                   |                                      |
|-----------------------------------|--------------------------------------|
| (6) 価格転嫁が十分にできていない理由は…<br>【複数回答可】 | 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( )                             |

 裏面へ続きます

→ 続きです

【全ての企業にお聞きします】

|                                     |                                    |                   |
|-------------------------------------|------------------------------------|-------------------|
| (7)価格転嫁を進めるため、行政に期待する支援…<br>【複数回答可】 | 1 好事例など支援情報の発信                     | 2 業界全体としての機運醸成    |
|                                     | 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 |
|                                     | 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:取引先との共存共栄や「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】

|                              |              |                       |                |
|------------------------------|--------------|-----------------------|----------------|
| (8)「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 登録しようか検討している |
|                              | 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 貴社の経営上の課題及び行政に望む支援策についてお聞きします。

|                        |               |                      |               |
|------------------------|---------------|----------------------|---------------|
| (1)経営上の課題は…<br>【複数回答可】 | 1 売上の停滞・減少    | 2 同業者間の競争激化          | 3 原材料・燃料価格の高騰 |
|                        | 4 財務状況の悪化     | 5 人材の不足              | 6 後継者の不在      |
|                        | 7 コスト上昇分の価格転嫁 | 8 DX推進、AI・IoT等の新技術導入 |               |
|                        | 9 事業設備の更新     | 10 脱炭素化への対応          | 11 特になし       |
|                        | 12 その他( )     |                      |               |

|                          |   |
|--------------------------|---|
| (2)行政に望む支援策は…<br>【複数回答可】 | 1 販路開拓、受注機会の確保支援(ビジネスマッチング)                 |
|                          | 2 新製品開発や品質向上等に必要な技術支援(技術指導・専門家派遣など)         |
|                          | 3 事業計画の策定支援                                 |
|                          | 4 業態転換・事業再構築に向けた情報提供、資金支援                   |
|                          | 5 グリーン、デジタル等成長分野への参入に向けた情報提供、資金支援           |
|                          | 6 産学連携、共同研究の支援(ネットワークづくり、場の提供)              |
|                          | 7 事業展開や資金繰りに必要な金融支援                         |
|                          | 8 人材確保、従業員の能力開発支援                           |
|                          | 9 事業承継支援                                    |
|                          | 10 コスト上昇分の価格転嫁への支援(相談窓口等)                   |
|                          | 11 DX推進、AI・IoT等の新技術導入に向けた情報提供、資金支援          |
|                          | 12 脱炭素化の取組(省エネ、再生可能エネルギーへの転換等)に向けた情報提供、資金支援 |
|                          | 13 その他( )                                   |

問8 SDGsの認知・取組状況についてお聞きします。(Sustainable Development Goals:持続可能な開発目標)

※SDGsとは「誰一人取り残さない」持続可能な社会の実現に向けて、2030年を期限とする国際社会の共通目標です。

|              |                               |                              |
|--------------|-------------------------------|------------------------------|
| (1) SDGsの認知度 | 1 今回の調査で初めて認識した               | 2 SDGsという言葉は聞いたことがあるが内容は知らない |
|              | 3 SDGsの内容は把握しているが、自社で取り組んでいない | 4 SDGsへの取組を検討している            |
|              | 5 SDGsについて既に取り組んでいる           |                              |

【問8(1)で4又は5と回答された企業のみにお聞きします】

|                                |                            |            |
|--------------------------------|----------------------------|------------|
| (2) SDGsへの取組と期待する効果<br>【複数回答可】 | 【貴社で取り組んでいるSDGsの内容】<br>( ) |            |
|                                | 1 企業PRの促進(採用活動等)           | 2 売上、利益の増加 |
|                                | 3 従業員のモチベーション向上            | 4 自社以外との連携 |
|                                | 5 企業価値の向上                  | 6 その他( )   |

【全ての企業にお聞きします】

|                                 |                   |                      |
|---------------------------------|-------------------|----------------------|
| (3) SDGsに取り組むに当たった課題<br>【複数回答可】 | 1 社内の認知度・理解度がまだ低い | 2 具体的な目標の策定や評価が分からない |
|                                 | 3 資金的余裕がない        | 4 時間的余裕がない           |
|                                 | 5 より優先すべき課題がある    | 6 取引上必要がない           |
|                                 | 7 具体的なメリットが感じられない | 8 行政の関与や情報提供が少ない     |
|                                 | 9 その他( )          | 10 特になし              |

【全ての企業にお聞きします】

|                                  |                   |                  |
|----------------------------------|-------------------|------------------|
| (4) SDGsに取り組む上で期待する支援<br>【複数回答可】 | 1 セミナー等の開催        | 2 専門家によるコンサルティング |
|                                  | 3 事例集や手引の提供       | 4 補助金等財務面での支援    |
|                                  | 5 企業間での情報交換・共有の機会 | 6 行政による取組企業への認定  |
|                                  | 7 その他( )          | 8 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/a0801/doukou.html> )

◎9月4日(月)までに投函をお願いします。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<br>造<br>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)、<br>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)、<br>業務用機械器具製造業(27) |   |               |                      |                           |
| 非<br>卸<br>売<br>業<br><br>小<br>売<br>業<br><br>製<br>造<br>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  | 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)          |                           |
|  |  | 売   | 建築材料、鉱物・金属材料等 | 建築材料、鉱物・金属材料等卸売業(53) |                           |
|  |  | 業   | 機械器具          | 機械器具卸売業(54)          |                           |
|  |  |   | その他           | その他の卸売業(55)          |                           |
|  | 小<br>売<br>業                                      | 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)          |                           |
|  | 製<br>造<br>業                                      | 業   | 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<br>ー<br>ビ<br>ス<br>業                                   | 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5年7～9月期）  
編集・発行：埼玉県産業労働部 産業労働政策課  
調査実施機関：埼玉県産業労働部 産業労働政策課  
埼玉県企画財政部 地域振興センター  
問い合わせ先：埼玉県産業労働部 産業労働政策課 企画調査担当  
048-830-3723