



埼玉県のマスコット
さいたまっち コパトン

埼玉県四半期経営動向調査 (令和7年10～12月期)

県内中小企業の景況感

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

特別調査 SDGs の認知・取組状況について 事業継続計画（BCP）の策定について

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7年10～12月期についての結果報告です。
アンケート調査は、県内中小企業2,200社に送付し、1,268社から御回答いただきました。

（回答率 57.6%）

令和8年1月15日

埼玉県産業労働部



彩の国 埼玉県

はじめに

埼玉県では、県内主要業界・業種の景況について、その現状と見通しに関する調査を四半期ごとに実施し、産業労働施策を推進するための基礎資料として活用しております。

調査結果の公表

アンケート及びヒアリング調査の結果全体を取りまとめ、原則として、調査月の翌月中に公表します。アンケート調査の集計表は埼玉県ホームページに掲載しております。

埼玉県ホームページ : <https://www.pref.saitama.lg.jp/a0801/doukou.html>

調査方法の概要

1 調査の方法 (1) 書面によるアンケート調査 (2) 業界団体及び個別企業へのヒアリング

2 調査対象期間 令和7年10～12月（調査日：令和7年12月1日時点）

3 調査対象業種及び回答数

	対象業種	対象企業数	回答数	回答率
アンケート調査	製造業	960	557	58.0
	非製造業	1,240	711	57.3
	計	2,200	1,268	57.6
ヒアリング調査	製造業	29		
	建設業	3		
	小売業	11		
	飲食店	1		
	情報サービス業	3		
	運輸業	1		
	サービス業	2		
	計	50		

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

* 製造業（12業種）

食料品製造、繊維工業、家具・装備品、パルプ・紙・紙加工品、印刷業、化学工業、プラスチック製品、鉄鋼業・非鉄金属、金属製品、電気機械器具、輸送用機械器具、一般機械器具

* 非製造業（7業種）

建設業、卸売・小売業、飲食店、情報サービス業、運輸業、不動産業、サービス業

業種別の回答数及び回答内容については、ホームページに掲載している集計表を御覧ください。

4 書面アンケートの集計方法

アンケート調査については、業種別に景気の動向を観測できる項目を抽出し、前期との対比による増減又は好転・悪化の割合（%）の差をD I値として集計しています。

D I（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標のことです。

〈例〉「増加」50% 「変わらず」20% 「減少」30%

$$D I = 50\% - 30\% = 20$$

(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D I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(1,268件)とは一致しない。

目次

I 調査結果概要	- 4 -
1. 経営者の景況感と来期の見通しについて	- 4 -
(1) 景況感.....	- 4 -
(2) 来期の見通し	- 4 -
2. 売上げについて	- 5 -
3. 資金繰りについて	- 5 -
4. 採算について	- 5 -
5. 設備投資について	- 6 -
6. ヒアリング調査の概況	- 7 -
(1) 売上げ・採算について	- 7 -
(2) 現在の景況感について	- 7 -
(3) 今後の見通しについて	- 7 -
II 調査結果の詳細（アンケート調査からみた経営動向）	- 8 -
1. 経営者の景況感と来期の見通しについて	- 8 -
(1) 現在の景況感	- 8 -
(2) 来期（令和8年1～3月期）の見通し	- 10 -
2. 売上げについて	- 12 -
(1) 当期（令和7年10～12月期）の状況	- 12 -
(2) 来期（令和8年1～3月期）の見通し	- 12 -
3. 資金繰りについて	- 13 -
(1) 当期（令和7年10～12月期）の状況	- 13 -
(2) 来期（令和8年1～3月期）の見通し	- 13 -
4. 採算について	- 14 -
(1) 当期（令和7年10～12月期）の状況	- 14 -
(2) 来期（令和8年1～3月期）の見通し	- 14 -
5. 設備投資について	- 15 -
(1) 当期（令和7年10～12月期）の状況	- 15 -
(2) 来期（令和8年1～3月期）の見通し	- 16 -
III ヒアリング調査からみた企業の声	- 19 -
1. 製造業	- 19 -
(1) 一般機械器具	- 19 -
(2) 輸送用機械器具	- 20 -
(3) 電気機械器具	- 21 -
(4) 金属製品	- 22 -
(5) プラスチック製品	- 23 -
(6) 食料品製造	- 24 -
(7) 銑鉄鋳物	- 25 -

(8) 印刷業.....	- 26 -
(9) 工業塗装	- 26 -
2. 小売業	- 27 -
(1) 百貨店.....	- 27 -
(2) スーパー	- 27 -
(3) 商店街.....	- 28 -
(4) その他の小売業・卸売業	- 28 -
3. 宿泊業	- 29 -
4. 飲食店	- 30 -
5. 情報サービス業	- 30 -
6. サービス業（旅行業）	- 31 -
7. 運輸業	- 31 -
8. 建設業	- 32 -
IV 特別調査	- 33 -
1. SDGsの認知・取組状況について	- 34 -
(1) SDGsの認知度（回答数：1,248社・単一回答）	- 34 -
(2) SDGsへの取組と期待する効果（回答数：323社・複数回答）	- 36 -
(3) SDGsに取り組むに当たっての課題（回答数：1,212社・複数回答）	- 37 -
(4) SDGsに取り組む上で県に期待する支援（回答数：1,119社・複数回答）	- 38 -
2. 事業継続計画（BCP）の策定について	- 39 -
(1) 事業継続計画（BCP）の策定状況（回答数：1,245社・単一回答）	- 39 -
(2) 事業継続に重大な影響を与えるリスク（回答数：425社・複数回答）	- 41 -
(3) 策定済み及び策定予定の事業継続計画（BCP）の種類（回答数：390社・複数回答）	- 42 -
(4) 事業継続計画（BCP）策定の進め方（回答数：412社・単一回答）	- 43 -
(5) 事業継続計画（BCP）策定に至ったきっかけ（回答数：417社・複数回答）	- 44 -
(6) 事業継続計画（BCP）を策定しない理由（回答数：525社・複数回答）	- 45 -
(7) 活用したい支援策（回答数：1,160社・複数回答）	- 46 -
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.....	- 47 -
VI 参考 アンケート調査票.....	- 53 -

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。

[景況感D I]

- ・前期比で5.2ポイント増加し▲37.3となり、2期連続改善した。
- ・業種別では、製造業、非製造業ともに2期連続改善した。

[景況感の先行きD I]

- ・前期比で0.1ポイント減少し▲18.7となった。2期ぶりに悪化した。

[売上げD I、資金繰りD I及び採算D I]

- ・売上げD Iは▲5.9となり、2期ぶりに改善した。
- ・資金繰りD Iは▲11.8となり、2期ぶりに改善した。
- ・採算D Iは▲17.0となり、3期連続改善した。

[設備投資の実施率]

- ・前期比で2.0%増加し26.6%となり、3期連続増加した。

[来期の見通し]

- ・売上げD I及び採算D I、資金繰りD Iは当期D Iより悪化する見通しである。
- ・設備投資の実施率については当期実施率より減少する見通しとなっている。

注1) 数値については、小数点第2位を四捨五入して表記しているため、D I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7～9月期、「当期」：令和7年10～12月期、「来期(先行き)」：令和8年1～3月期

1. 経営者の景況感と来期の見通しについて

(1) 景況感

自社業界の景況感D Iは▲37.3(前期比+5.2)となり、2期連続改善した。

業種別にみると、製造業、非製造業ともに2期連続改善した。

[景況感D Iの推移]

	当期 (R7.10-12)	前 期 (R7.7-9)	前年同期 (R6.10-12)
全 体	▲37.3	▲42.5	▲38.0
製 造 業	▲37.8	▲48.4	▲43.9
非製造業	▲36.8	▲38.2	▲33.5

(2) 来期の見通し

先行きについては、「良い方向に向かう」とみる企業は6.9%(前期比±0.0%)、

「悪い方向に向かう」とみる企業は25.6%(前期比+0.1%)だった。

先行きD Iは▲18.7(前期比▲0.1)と、2期ぶりに悪化した。

[来期の見通し]

	良い方向に向かう	悪い方向に向かう	先行きD I (R8.1-3)
全 体	6.9%	25.6%	▲18.7
製 造 業	7.3%	27.3%	▲20.0
非製造業	6.5%	24.2%	▲17.7

2. 売上げについて

売上げD Iは▲5.9（前期比+14.3）となり、2期ぶりに改善した。来期は悪化する見通し。
業種別にみると、製造業は2期ぶりに改善し、非製造業は3期連続改善した。
来期については、製造業、非製造業ともに当期の売上げD Iより悪化する見通しである。

[売上げD Iの推移]

	当 期 (R7.10-12)	前 期 (R7.7-9)	前年同期 (R6.10-12)	来期見通し (R8.1-3)
全 体	▲5.9	▲20.3	▲8.1	▲19.2
製 造 業	▲0.2	▲21.8	▲5.7	▲19.1
非製造業	▲10.5	▲19.1	▲10.0	▲19.4

3. 資金繰りについて

資金繰りD Iは▲11.8（前期比+7.7）となり、2期ぶりに改善した。来期は悪化する見通し。
業種別にみると、製造業は2期ぶりに改善し、非製造業は2期連続改善した。
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より悪化する見通しである。

[資金繰りD Iの推移]

	当 期 (R7.10-12)	前 期 (R7.7-9)	前年同期 (R6.10-12)	来期見通し (R8.1-3)
全 体	▲11.8	▲19.5	▲17.2	▲18.6
製 造 業	▲9.8	▲23.3	▲17.6	▲18.3
非製造業	▲13.4	▲16.5	▲16.9	▲18.9

4. 採算について

採算D Iは▲17.0（前期比+7.2）となり、3期連続改善した。来期は悪化する見通し。
業種別にみると、製造業、非製造業ともに3期連続改善した。
来期については、製造業、非製造業ともに当期の採算D Iより悪化する見通しである。

[採算D Iの推移]

	当 期 (R7.10-12)	前 期 (R7.7-9)	前年同期 (R6.10-12)	来期見通し (R8.1-3)
全 体	▲17.0	▲24.2	▲23.3	▲23.2
製 造 業	▲10.6	▲23.9	▲22.3	▲19.8
非製造業	▲22.0	▲24.4	▲24.1	▲25.9

5. 設備投資について

設備投資の実施率は26.6%（前期比+2.0%）となり、3期連続増加した。

来期は減少する見通し。

業種別にみると、製造業、非製造業ともに3期連続増加した。

来期については、製造業、非製造業ともに当期の実施率より減少する見通しである。

[設備投資の実施率]

	当 期 (R7.10-12)	前 期 (R7.7-9)	前年同期 (R6.10-12)	来期見通し (R8.1-3)
全 体	26.6%	24.6%	23.9%	21.8%
製 造 業	31.2%	28.1%	26.4%	26.1%
非製造業	23.1%	21.9%	22.0%	18.5%

6. ヒアリング調査の概況

* 詳細はP19を御覧ください。

(1) 売上げ・採算について

業種	コメント
一般機械器具	大口受注を複数件獲得したため、売上高は前年同期比で増加している。
飲食店	コストの上昇に対して値上げが追い付かず、採算は悪化している。
情報サービス業	新規取引を安定して獲得できており、売上高も順調に増加している。
輸送用機械器具	自動車関連の受注が順調に推移しており、売上高は前年同期比で増加している。
百貨店	複数の催事を企画しており、売上高は増加する見込みである。
印刷業	生産工程の管理方法を見直したことにより、採算性は改善した。
工業塗装	設備投資の影響により、工場の稼働率が一時的に下がっているため、前年同期比で売上高は減少している。

(2) 現在の景況感について

業種	コメント
建設業	公共工事の受注が順調に推移しており、好況である。
銑鉄鋳物	業界全体で取引量が減少傾向にあり、廃業する企業も出てきている。
宿泊業	広報活動に力を入れたことで予約数が順調に推移しており、好況である。
電気機械器具	パワー半導体関連の受注が低調に推移しており、不況である。
商店街	飲食店は好調な店舗が多い一方で、物販店は依然として厳しい状況が続いている。
金属製品	業界全体で廃業する事業者が増えており、不況である。
食料品製造	複数の取引先から増産の依頼を受けており、好況である。

(3) 今後の見通しについて

業種	コメント
運輸業	人手不足が深刻化しており、今後の見通しは不透明である。
情報サービス業	社会全体でDXへの投資意欲が高まっており、良い方向に向かうと考えている。
旅行業	各種コストが増加傾向にあるため、事業環境はますます厳しくなると予想している。
スーパー	更なる売上高の増加が見込まれており、来期以降も出店を計画している。
電気機械器具	米国の関税政策の影響で発注を控えていた企業が、日米関税交渉合意を契機に発注を再開し始めた。景況感は回復していくとみている。
プラスチック製品	主要取引先が事業の縮小や人員の削減を進めており、先行きの不透明感が強い。
金属製品	米国の関税政策による駆け込み需要の反動で受注が低迷している。業界内で過剰在庫が発生しており、当面は厳しい状況が続くとみられる。

II 調査結果の詳細（アンケート調査からみた経営動向）

* 数値については、小数点第2位を四捨五入して表記しているため、D I を算出すると±0.1 ポイントの範囲で差異が生じることがある。

1. 経営者の景況感と来期の見通しについて

(1) 現在の景況感

自社業界の景気について「好況である」とみる企業は5.2%、「不況である」とみる企業は42.5%で、景況感D I（「好況である」－「不況である」企業の割合）は▲37.3となった。前期（▲42.5）から5.2ポイント増加し、2期連続改善した。

〈業種別〉

製造業

「好況である」とみる企業は5.5%、「不況である」とみる企業は43.3%で、景況感D Iは▲37.8となった。前期（▲48.4）から10.5ポイント増加し、2期連続改善した。

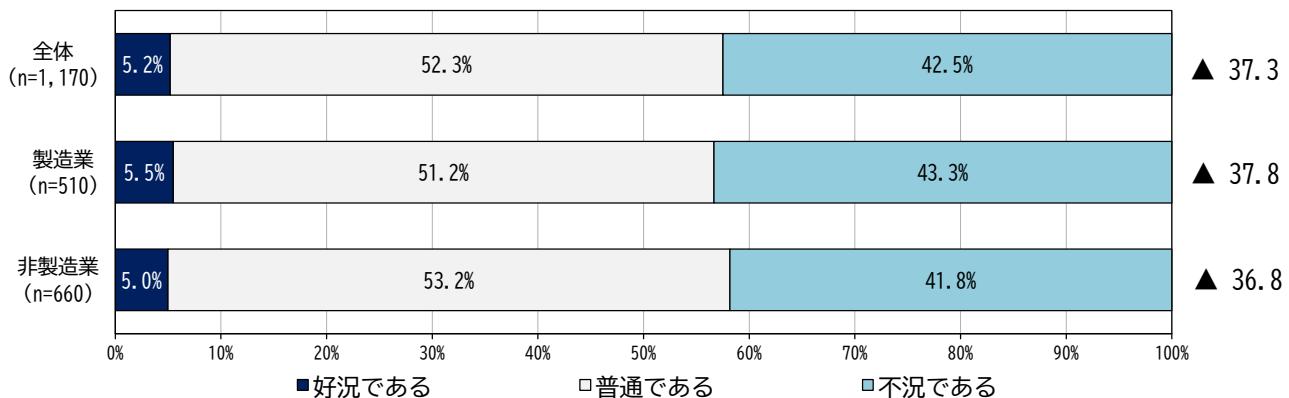
業種別にD I 値をみると、12業種中、「電気機械器具」「食料品製造」等の10業種が前期から改善し、「プラスチック製品」「化学工業」の2業種は悪化した。特に、「電気機械器具」は前期比で23.6ポイント増加し、前年同期比でも30.0ポイント増加した。

非製造業

「好況である」とみる企業は5.0%、「不況である」とみる企業は41.8%で、景況感D Iは▲36.8となった。前期（▲38.2）から1.3ポイント増加し、2期連続改善した。

業種別にD I 値をみると、7業種中、「不動産業」「サービス業」等の4業種が前期から改善し、「建設業」「卸売・小売業」等の3業種は悪化した。特に、「不動産業」は前期比で16.0ポイント増加した。

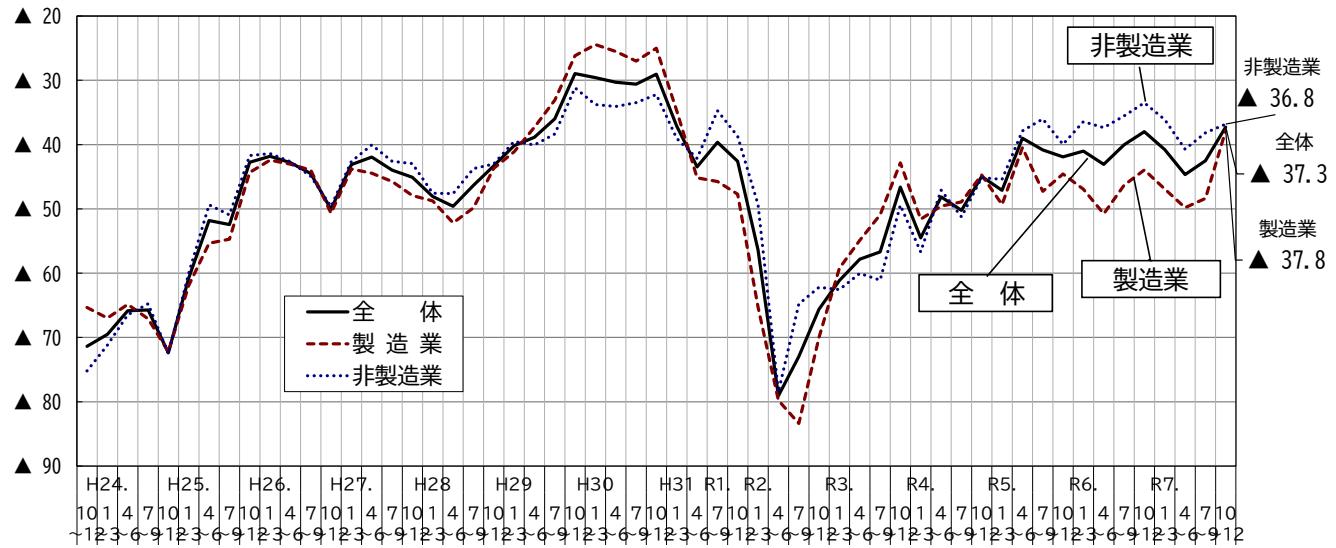
〔業種別の景況感D I〕



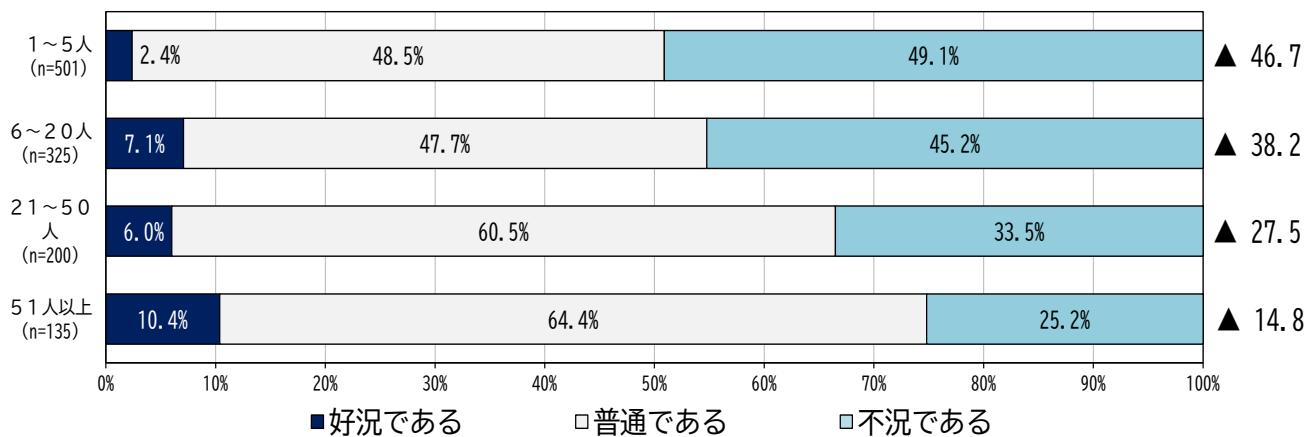
〔景況感D Iの推移〕

	当期D I (R7.10-12)	前期比 (R7.7-9)	前年同期比 (R6.10-12)	来期見通しD I (R8.1-3の見通し)	前期比[前回調査] (R7.10-12の見通し)
全 体	▲37.3	+5.2	+0.7	▲18.7	▲0.1
製 造 業	▲37.8	+10.5	+6.1	▲20.0	▲0.4
非製造業	▲36.8	+1.3	▲3.3	▲17.7	+0.1

〔景況感D Iの推移〕



〔従業員規模別の景況感〕



(2) 来期（令和8年1～3月期）の見通し

先行きについては、「良い方向に向かう」とみる企業は6.9%（前期比±0.0%）、「悪い方向に向かう」とみる企業は25.6%（前期比+0.1%）だった。
先行きD Iは▲18.7（前期比▲0.1）と、2期ぶりに悪化した。

〈業種別〉

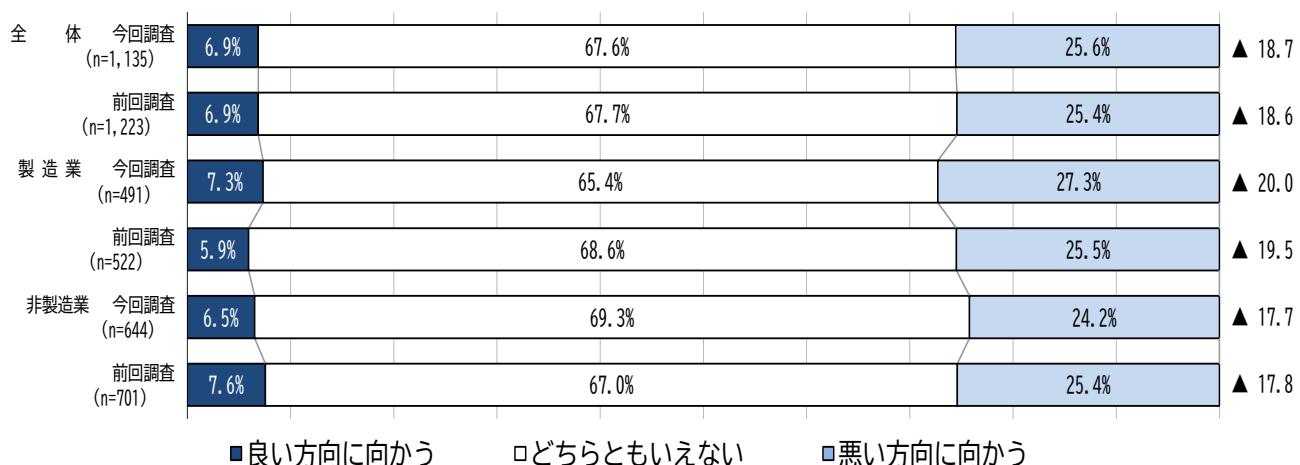
製造業

先行きD Iは▲20.0（前期比▲0.4）と、2期ぶりに悪化した。

非製造業

先行きD Iは▲17.7（前期比+0.1）と、2期連続改善した。

〔来期の景況感D I〕



〔景況感D I の推移（詳細）〕

景況感D I の推移

業種	R6. 10～12月期	R7. 1～3月期	R7. 4～6月期	R7. 7～9月期	R7. 10～12月期 (当期)	増減		R8. 1～3月期 (見通し)
						前期比	前年 同期比	
全 体	▲ 38.0	▲ 40.8	▲ 44.7	▲ 42.5	▲ 37.3	5.2	0.7	▲ 18.7
製 造 業	▲ 43.9	▲ 46.9	▲ 49.8	▲ 48.4	▲ 37.8	10.5	6.1	▲ 20.0
食料品製造	▲ 20.5	▲ 45.2	▲ 34.1	▲ 38.5	▲ 15.2	23.2	5.2	▲ 23.4
繊維工業	▲ 51.9	▲ 54.5	▲ 57.6	▲ 65.5	▲ 55.0	10.5	▲ 3.1	▲ 36.8
家具・装備品	▲ 35.7	▲ 45.2	▲ 46.7	▲ 46.7	▲ 33.3	13.3	2.4	▲ 28.0
パルプ・紙・紙加工品	▲ 51.0	▲ 62.0	▲ 62.5	▲ 55.1	▲ 47.4	7.7	3.7	▲ 25.0
印刷業	▲ 46.3	▲ 68.9	▲ 69.2	▲ 51.3	▲ 50.0	1.3	▲ 3.7	▲ 12.8
化学工業	▲ 31.1	▲ 11.1	▲ 33.3	▲ 31.6	▲ 32.0	▲ 0.4	▲ 0.9	▲ 18.8
プラスチック製品	▲ 45.5	▲ 39.6	▲ 59.5	▲ 50.0	▲ 52.5	▲ 2.5	▲ 7.0	▲ 40.5
鉄鋼業・非鉄金属	▲ 68.4	▲ 60.8	▲ 46.3	▲ 55.6	▲ 42.6	13.0	25.9	▲ 18.6
金属製品	▲ 48.6	▲ 48.5	▲ 49.3	▲ 43.3	▲ 41.1	2.3	7.6	▲ 28.3
電気機械器具	▲ 50.0	▲ 39.1	▲ 48.1	▲ 43.6	▲ 20.0	23.6	30.0	▲ 4.3
輸送用機械器具	▲ 18.6	▲ 31.8	▲ 39.6	▲ 52.4	▲ 30.0	22.4	▲ 11.4	▲ 12.5
一般機械器具	▲ 54.2	▲ 46.4	▲ 53.8	▲ 50.8	▲ 45.8	5.1	8.5	▲ 8.6
非 製 造 業	▲ 33.5	▲ 36.1	▲ 40.7	▲ 38.2	▲ 36.8	1.3	▲ 3.3	▲ 17.7
建 設 業	▲ 27.3	▲ 22.9	▲ 39.5	▲ 27.7	▲ 32.3	▲ 4.6	▲ 5.0	▲ 17.6
総合工事業	▲ 36.4	▲ 18.2	▲ 42.9	▲ 29.5	▲ 26.8	2.7	9.5	▲ 5.1
職別工事業	▲ 35.4	▲ 42.6	▲ 57.7	▲ 36.0	▲ 42.9	▲ 6.9	▲ 7.4	▲ 28.6
設備工事業	▲ 10.6	▲ 4.3	▲ 15.2	▲ 17.0	▲ 27.7	▲ 10.6	▲ 17.0	▲ 18.2
卸 売 業	▲ 44.5	▲ 51.4	▲ 52.6	▲ 48.6	▲ 52.0	▲ 3.4	▲ 7.4	▲ 25.5
(卸売業)	▲ 39.7	▲ 43.0	▲ 47.1	▲ 43.4	▲ 44.7	▲ 1.3	▲ 5.0	▲ 20.8
繊維・衣服等	▲ 60.0	▲ 53.3	▲ 50.0	▲ 43.8	▲ 84.6	▲ 40.9	▲ 24.6	▲ 53.8
飲食料品	▲ 32.3	▲ 34.6	▲ 34.8	▲ 45.5	▲ 4.8	40.7	27.5	▲ 33.3
建築材料、鉱物・金属材料等	▲ 44.0	▲ 48.3	▲ 50.0	▲ 42.9	▲ 54.5	▲ 11.7	▲ 10.5	▲ 23.8
機械器具	▲ 18.2	▲ 26.9	▲ 50.0	▲ 23.8	▲ 16.0	7.8	2.2	4.2
その他	▲ 47.8	▲ 61.1	▲ 50.0	▲ 57.7	▲ 81.8	▲ 24.1	▲ 34.0	▲ 15.0
小 売 業	▲ 48.9	▲ 58.4	▲ 57.5	▲ 53.0	▲ 57.9	▲ 5.0	▲ 9.0	▲ 29.0
織物・衣服・身の回り品	▲ 55.3	▲ 75.7	▲ 75.0	▲ 72.2	▲ 66.7	5.6	▲ 11.4	▲ 37.5
飲食料品	▲ 55.6	▲ 60.6	▲ 50.0	▲ 54.5	▲ 62.5	▲ 8.0	▲ 6.9	▲ 34.4
機械器具	▲ 35.7	▲ 44.8	▲ 45.2	▲ 34.8	▲ 50.0	▲ 15.2	▲ 14.3	▲ 7.1
その他	▲ 45.5	▲ 50.0	▲ 59.0	▲ 45.2	▲ 51.5	▲ 6.3	▲ 6.1	▲ 34.4
飲 食 店	▲ 42.9	▲ 46.5	▲ 42.5	▲ 42.9	▲ 45.0	▲ 2.1	▲ 2.1	▲ 22.0
情報サービス業	▲ 15.3	▲ 8.3	▲ 16.0	▲ 20.4	▲ 16.1	4.3	▲ 0.8	▲ 9.1
運輸業	▲ 29.5	▲ 42.2	▲ 30.4	▲ 35.4	▲ 32.4	3.0	▲ 2.9	▲ 11.4
不動産業	▲ 20.5	▲ 26.8	▲ 39.5	▲ 38.2	▲ 22.2	16.0	▲ 1.8	▲ 19.4
サ ー ビ ス 業	▲ 29.8	▲ 29.8	▲ 33.1	▲ 36.1	▲ 26.5	9.6	3.3	▲ 8.3
専門サービス業	▲ 19.5	▲ 16.7	▲ 23.8	▲ 20.0	▲ 20.0	0.0	▲ 0.5	▲ 2.5
洗濯・理美容・浴場業	▲ 45.2	▲ 51.3	▲ 47.2	▲ 54.8	▲ 46.2	8.7	▲ 1.0	▲ 16.0
その他生活関連・娯楽業	▲ 30.6	▲ 35.0	▲ 38.9	▲ 45.2	▲ 25.0	20.2	5.6	▲ 13.5
その他の事業サービス業	▲ 27.3	▲ 13.9	▲ 23.5	▲ 32.4	▲ 20.0	12.4	7.3	▲ 3.3

単位：D I

2. 売上げについて

(1) 当期（令和7年10～12月期）の状況

前期と比べ、売上げが「増加した」と答えた企業は23.1%、「減少した」と答えた企業は29.0%で、売上げDI（「増加した」－「減少した」と答えた企業の割合）は▲5.9となった。前期（▲20.3）から14.3ポイント増加し、2期ぶりに改善した。

〈業種別〉

製造業

売上げが「増加した」と答えた企業は27.3%、「減少した」と答えた企業は27.5%で、売上げDIは▲0.2となった。前期（▲21.8）から21.6ポイント増加し、2期ぶりに改善した。

業種別にDI値をみると、12業種全てが前期から改善した。特に、「パルプ・紙・紙加工品」は前期比で44.3ポイント増加し、前年同期比でも20.4ポイント増加した。

非製造業

売上げが「増加した」と答えた企業は19.8%、「減少した」と答えた企業は30.2%で、売上げDIは▲10.5となった。前期（▲19.1）から8.7ポイント増加し、3期連続改善した。

業種別にDI値をみると、7業種中、「不動産業」「飲食店」等の6業種が前期から改善し、「運輸業」は悪化した。特に、「不動産業」は前期比で19.9ポイント増加し、前年同期比でも22.7ポイント増加した。

〔売上げ実績〕

	増加した	減少した	DI	前期比	前年同期比
全 体	23.1%	29.0%	▲5.9	+14.3	+2.2
製 造 業	27.3%	27.5%	▲0.2	+21.6	+5.5
非製造業	19.8%	30.2%	▲10.5	+8.7	▲0.5

(2) 来期（令和8年1～3月期）の見通し

先行きについて、売上げが「増加する見通し」と答えた企業は13.7%、「減少する見通し」と答えた企業は32.9%であった。

当期の売上げDI（▲5.9）と比べて、来期DIは▲19.2（当期比▲13.3）と悪化する見通しである。

〈業種別〉

製造業

来期の売上げDIは▲19.1（当期比▲18.9）と悪化する見通しである。

非製造業

来期の売上げDIは▲19.4（当期比▲8.9）と悪化する見通しである。

（注）全業種の集計結果とDIの推移は付表（P47）を御覧ください。

3. 資金繰りについて

(1) 当期（令和7年10～12月期）の状況

前期と比べ、資金繰りが「良くなった」と答えた企業は9.3%、「悪くなった」と答えた企業は21.1%で、資金繰りDI（「良くなった」－「悪くなった」と答えた企業の割合）は▲11.8となつた。前期（▲19.5）から7.7ポイント増加し、2期ぶりに改善した。

〈業種別〉

製造業

資金繰りが「良くなった」と答えた企業は11.4%、「悪くなった」と答えた企業は21.2%で、資金繰りDIは▲9.8となつた。前期（▲23.3）から13.5ポイント増加し、2期ぶりに改善した。

業種別にDI値をみると、12業種全てが前期から改善した。特に、「繊維工業」は前期比で35.7ポイント増加し、前年同期比でも29.6ポイント増加した。

非製造業

資金繰りが「良くなった」と答えた企業は7.6%、「悪くなった」と答えた企業は21.0%で、資金繰りDIは▲13.4となつた。前期（▲16.5）から3.1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、「不動産業」「サービス業」等の4業種が前期から改善し、「建設業」「運輸業」等の3業種は悪化した。特に、「不動産業」は前期比で20.0ポイント増加し、前年同期比でも18.2ポイント増加した。

〔資金繰り実績〕

	良くなった	悪くなった	DI	前期比	前年同期比
全 体	9. 3%	21. 1%	▲11. 8	+7. 7	+5. 4
製 造 業	11. 4%	21. 2%	▲9. 8	+13. 5	+7. 8
非製造業	7. 6%	21. 0%	▲13. 4	+3. 1	+3. 5

(2) 来期（令和8年1～3月期）の見通し

先行きについて、資金繰りが「良くなる見通し」と答えた企業は6.4%、「悪くなる見通し」と答えた企業は25.0%であった。

当期の資金繰りDI（▲11.8）と比べて、来期DIは▲18.6（当期比▲6.8）と悪化する見通しである。

〈業種別〉

製造業

来期の資金繰りDIは▲18.3（当期比▲8.5）と悪化する見通しである。

非製造業

来期の資金繰りDIは▲18.9（当期比▲5.5）と悪化する見通しである。

（注）全業種の集計結果とDIの推移は付表（P48）を御覧ください。

4. 採算について

(1) 当期（令和7年10～12月期）の状況

前期と比べ、採算が「良くなった」と答えた企業は12.4%、「悪くなった」と答えた企業は29.4%で、採算DI（「良くなった」－「悪くなった」と答えた企業の割合）は▲17.0となった。前期（▲24.2）から7.2ポイント増加し、3期連続改善した。

〈業種別〉

製造業

採算が「良くなった」と答えた企業は15.9%、「悪くなった」と答えた企業は26.6%で、採算DIは▲10.6となった。前期（▲23.9）から13.2ポイント増加し、3期連続改善した。

業種別にDI値をみると、12業種全てが前期から改善した。特に、「パルプ・紙・紙加工品」は前期比で24.9ポイント増加し、前年同期比でも21.5ポイント増加した。

非製造業

採算が「良くなった」と答えた企業は9.7%、「悪くなった」と答えた企業は31.7%で、採算DIは▲22.0となった。前期（▲24.4）から2.4ポイント増加し、3期連続改善した。

業種別にDI値をみると、7業種中、「不動産業」「運輸業」等の5業種が前期から改善し、「情報サービス業」「建設業」の2業種は悪化した。特に、「不動産業」は前期比12.4ポイント増加し、前年同期比でも16.3ポイント増加した。

〔採算実績〕

	良くなった	悪くなった	DI	前期比	前年同期比
全 体	12.4%	29.4%	▲17.0	+7.2	+6.3
製 造 業	15.9%	26.6%	▲10.6	+13.2	+11.7
非製造業	9.7%	31.7%	▲22.0	+2.4	+2.0

(2) 来期（令和8年1～3月期）の見通し

先行きについて、採算が「良くなる見通し」と答えた企業は8.5%、「悪くなる見通し」と答えた企業は31.8%であった。

当期の採算DI（▲17.0）と比べて、来期DIは▲23.2（当期比▲6.2）と悪化する見通しである。

〈業種別〉

製造業

来期の採算DIは▲19.8（当期比▲9.2）と悪化する見通しである。

非製造業

来期の採算DIは▲25.9（当期比▲3.9）と悪化する見通しである。

（注）全業種の集計結果とDIの推移は付表（P49）を御覧ください。

5. 設備投資について

(1) 当期（令和7年10～12月期）の状況

当期に「設備投資を実施した」と答えた企業は26.6%で、前期（24.6%）から2.0ポイント増加し、3期連続増加した。

内容をみると、「生産・販売設備（建設機械を含む）」が45.6%で最も高く、「情報化機器」が28.8%、「車輛・運搬具」が26.3%と続いている。

目的では、「更新、維持・補修」が76.8%で最も高く、「生産・販売能力の拡大」が26.3%、「合理化・省力化」が21.8%と続いている。

〈業種別〉

製造業

「設備投資を実施した」と答えた企業は31.2%で、前期（28.1%）から3.1ポイント増加し、3期連続増加した。また、前年同期（26.4%）から4.7ポイント増加した。

業種別でみると、12業種中、「パルプ・紙・紙加工品」「一般機械器具」等の8業種が前期から増加し、「輸送用機械器具」「印刷業」等の4業種は減少した。

設備投資の内容は、「生産・販売設備（建設機械を含む）」が63.6%で最も高く、次いで、「情報化機器」が24.1%、「車輛・運搬具」が18.5%と続いている。

設備投資の目的は、「更新、維持・補修」が76.6%で最も高く、次いで「合理化・省力化」が27.3%、「生産・販売能力の拡大」が26.6%と続いている。

非製造業

「設備投資を実施した」と答えた企業は23.1%で、前期（21.9%）から1.1ポイント増加し、3期連続増加した。また、前年同期（22.0%）から1.1ポイント増加した。

業種別でみると、7業種中、「飲食店」「運輸業」等の5業種が前期から増加し、「建設業」「情報サービス業」の2業種は減少した。

設備投資の内容は、「車輛・運搬具」が34.2%で最も高く、次いで、「情報化機器」が33.5%、「生産・販売設備（建設機械を含む）」が27.2%と続いている。

設備投資の目的は、「更新、維持・補修」が77.0%で最も高く、次いで「生産・販売能力の拡大」が25.9%、「合理化・省力化」が15.8%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	26. 6%	73. 4%	+2. 0	+2. 7
製 造 業	31. 2%	68. 8%	+3. 1	+4. 7
非製造業	23. 1%	76. 9%	+1. 1	+1. 1

(2) 来期（令和8年1～3月期）の見通し

来期に「設備投資を実施する予定」と答えた企業は21.8%で、当期（26.6%）から4.8ポイント減少する見通しである。

<業種別>

製造業

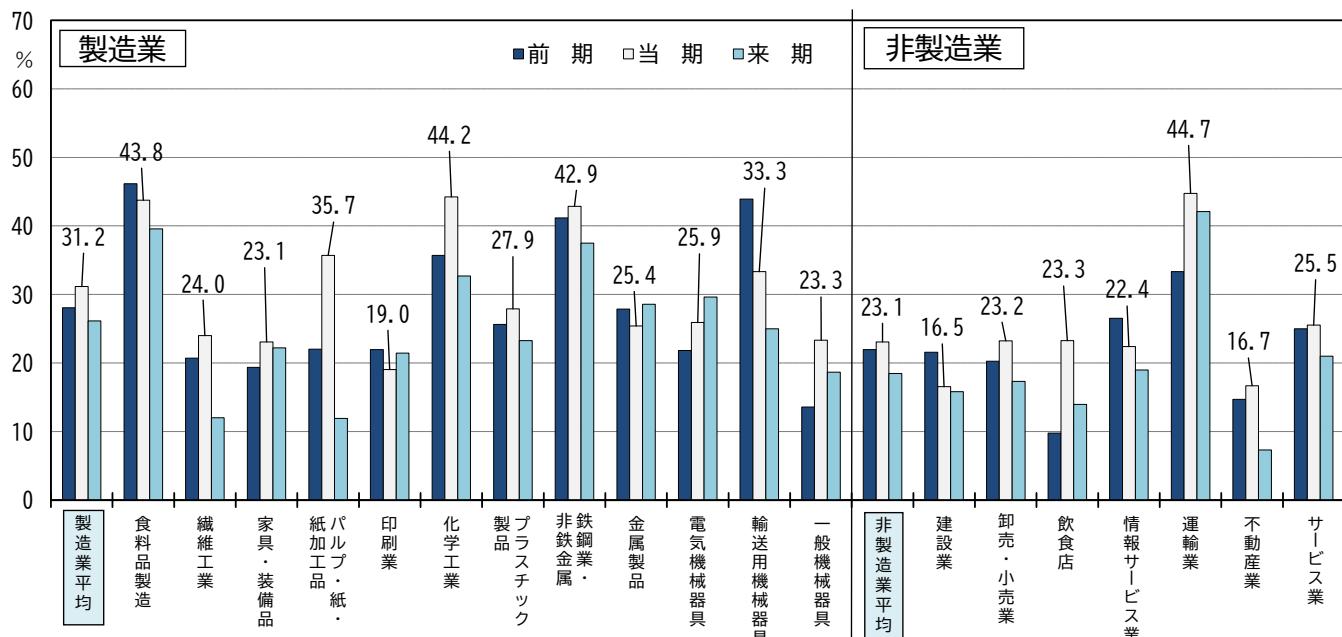
「設備投資を予定している」と答えた企業は26.1%となっており、減少する見通しである。

非製造業

「設備投資を予定している」と答えた企業は18.5%となっており、減少する見通しである。

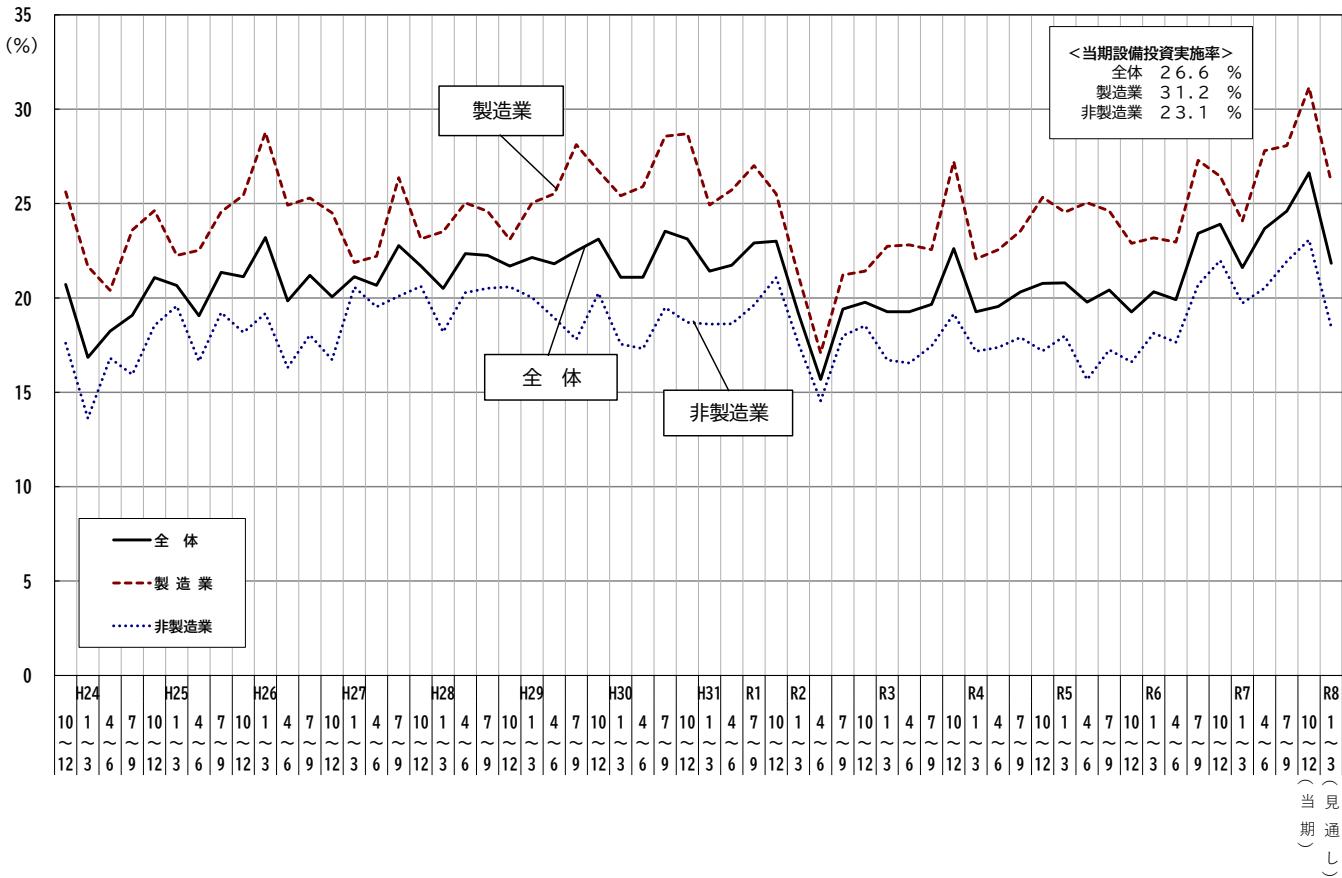
(注) 全業種の集計結果とD Iの推移は付表(P50)を御覧ください。

[業種別・設備投資実施率]

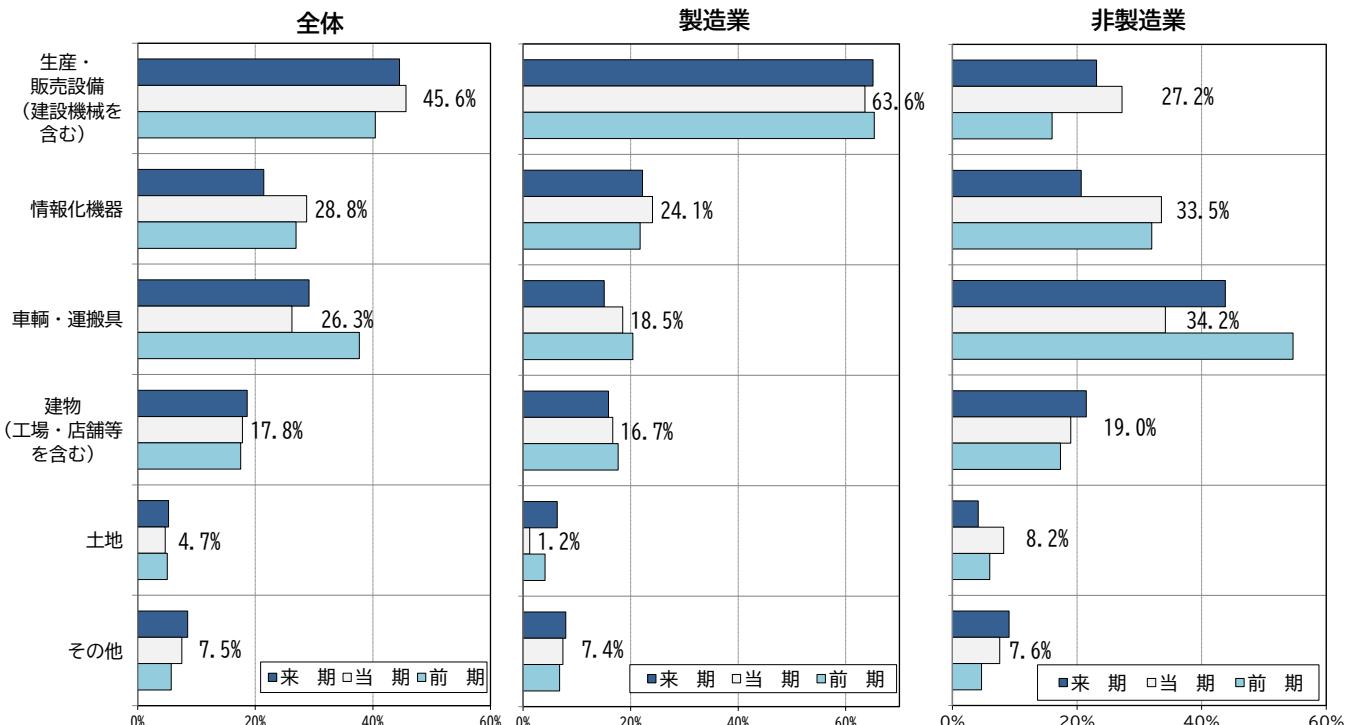


*数値は当期の実施率

〔設備投資実施率の推移〕

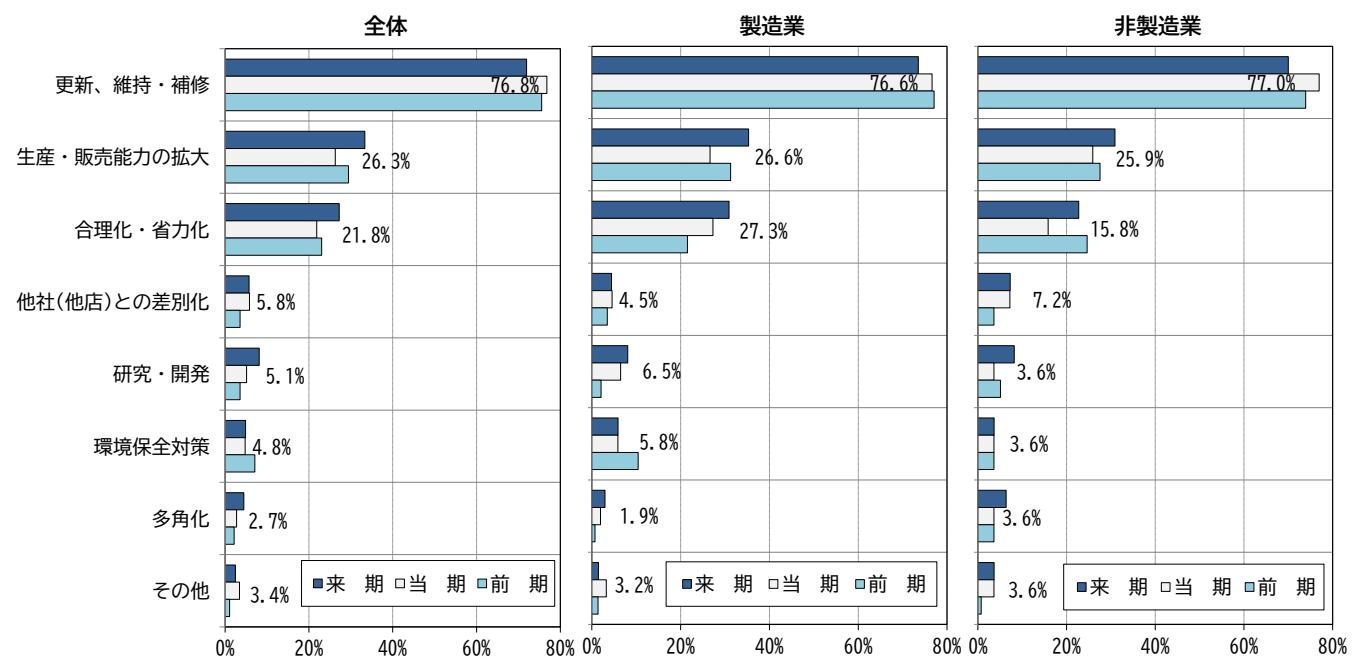


〔設備投資の内容【複数回答】〕



*数値は当期の実施率

〔設備投資の目的【複数回答】〕



III ヒアリング調査からみた企業の声

1. 製造業

(1) 一般機械器具

① 【景況感】

- ・不況である。業界全体で技術者の高齢化が進み、人手不足を要因とした廃業が増加している。
- ・仕入れの大半を輸入に依存しているため、円安の進行によりコストが増加し続けており、不況である。
- ・自動車関連の受注は低調に推移している一方、食品や医療関連の受注は回復傾向にあり、全体的な景況感は普通である。

② 【売上高】

- ・取引先の在庫調整の影響により、受注は減少傾向が続いているため、売上高は前年同期比で減少している。
- ・大口受注を複数件獲得したため、売上高は前年同期比で10パーセント程度増加している。
- ・値上げを行ったことに加え、受注も順調に推移しているため、売上高は前年同期比で増加している。

③ 【受注単価】

- ・定期的に価格改定を実施しており、コスト上昇分を100パーセント転嫁できているため、受注単価は上昇している。
- ・受注単価は変わっていない。業界内で供給過多の状態が続いているため、受注を確保すべく値上げを行っていない。
- ・値上げを実施しているため、受注単価は上昇している。一方で、コスト上昇分を完全に価格に転嫁することはできない。

④ 【人件費】

- ・人件費は増加している。業績は厳しいものの、社会情勢を踏まえると、賃上げを行わざるを得ない状況にある。
- ・従業員は減少傾向にあるものの、ベースアップを行ったことにより、人件費は増加している。
- ・人件費は変わっていない。業績が低調なため賃上げができておらず、当面は現状の水準を維持する予定である。

⑤ 【原材料価格・その他諸費用】

- ・原材料の市場価格は下降傾向にあるものの、輸送コストが上昇しているため、結果として原材料価格は上昇している。
- ・原材料価格に大きな変動はないものの、全体的に高止まりが続いている。

⑥ 【採算性】

- ・生産調整を行っているため、工場の稼働率が低下し、採算は悪化している。
- ・値上げ交渉を行っているものの理解を得られず、採算は悪化傾向にある。
- ・売上げは減少傾向にあるが、生産性を向上させることで採算を維持している。

（2）輸送用機械器具

① 【景況感】

- ・日米関税交渉の合意により、自動車関連の取引は回復しつつある。好況には至っていないものの、一時期と比べて状況は改善傾向にある。
- ・国内における商用車の需要に大きな変化は見られず、景況感は安定している。
- ・自動車関連の取引は想定より減少しておらず、自動車以外の受注は増加傾向にある。そのため、今後は良い方向に向かうと考えている。

② 【売上高】

- ・売上高は横ばいで推移している。受注量も前期と同水準で安定している。
- ・新規取引の話が複数件あり、受注の増加が見込まれるため、売上高も増加する見通しである。
- ・自動車関連の受注が順調に推移しており、売上高は前年同期比で増加している。

③ 【受注単価】

- ・受注単価は変わっていない。既存取引の値上げには時間と労力がかかるため、新規取引を増やすことで受注単価を上昇させていく。
- ・値上げ交渉は一段落し、原材料価格も安定しているため、受注単価は変わっていない。
- ・値上げは行っていないものの、受注単価の低い取引を解消したことで、平均受注単価は上昇している。

④ 【原材料価格・その他諸費用】

- ・銅や真鍮を中心に原材料価格は上昇している。
- ・電気代が上昇すると聞いており、今後コストが上昇する見込みである。

⑤ 【採算性】

- ・値上げ交渉は進んでいるものの、各種コストも上昇しており、採算は悪化している。
- ・利益率の改善を目的として外部コンサルタントを導入し、生産工程の見直しを行うことで、採算の改善を図っていく。

（3）電気機械器具

① 【景況感】

- ・電気自動車市場の減速により、パワー半導体関連の受注が低調に推移しているため、不況である。
- ・米国の関税政策の影響で発注を控えていた企業が、日米関税交渉合意を契機に発注を再開し始めた。景況感は回復しつつあると感じている。
- ・景況感は普通である。受注件数は増加傾向にあるものの、小口の案件が多い。一方で、大口の案件はコストの低い海外企業に取られてしまっている。

② 【売上高】

- ・新規の取引を順調に獲得できており、売上高は前年同期比で10パーセント程度増加した。
- ・受注量は減少しているが、値上げにより製品単価が上昇しているため、売上高は前年同期と同水準で推移している。
- ・新規の大口受注獲得や既存取引の受注量増加により、売上高は前年同期比で20パーセント程度増加している。

③ 【受注単価】

- ・受注単価は変わっていない。値上げを検討しているが、競合が激しく価格交渉が思うように進んでいない。
- ・継続的に値上げを行っており、受注単価は10～30パーセント程度上昇している。
- ・値上げ交渉を行っているものの、時間がかかっているため、受注単価は変わっていない。

④ 【原材料価格】

- ・円安の影響で、輸入により調達している原材料の価格が上昇している。
- ・原材料価格は一部で下がっているものもあるが、全体的には上昇傾向が続いている。

⑤ 【採算性】

- ・原材料価格が安定している中で、価格転嫁が進展した結果、採算は良くなっている。
- ・新規取引を獲得できたことで、採算性の低い既存取引の見直しを進めることができになり、全体の採算性は改善している。

（4）金属製品

① 【景況感】

- ・受注は全体的に回復傾向にあり、好況が続いている。競合他社の廃業などを背景に、新規取引の話も増えつつある。
- ・半導体関連の取引は、米国の関税政策による駆け込み需要の反動で受注が低迷している。業界内で過剰在庫が発生しており、当面は厳しい状況が続くとみられる。
- ・業界全体で廃業する事業者が増えており、不況である。

② 【売上高】

- ・主力製品である医療機器や産業用機械関連の受注が低迷しており、前年同期比で売上高は減少している。
- ・製品単価は上昇しているものの、主力製品の受注が大幅に減少しているため、売上高は減少傾向にある。
- ・保安設備関連の受注が好調で、売上高は増加傾向にある。

③ 【受注単価】

- ・取引先への値上げ交渉は1年前に完了しており、受注単価は変わっていない。
- ・定期的に値上げを行っており、コスト上昇分を100パーセント価格に転嫁できている。一方で、業界全体の企業収益は伸び悩んでいるため、今後の交渉は難しくなると考えている。
- ・コスト上昇に伴い値上げを行っているため、受注単価は上昇している。

④ 【人件費】

- ・最低賃金の改定があったため、人件費は増加している。
- ・賃上げを行ったため、人件費は増加している。賃上げに関するニュースや新聞などを見た従業員の期待が高まっていることから、今後も賃上げが必要であると考えている。
- ・人件費は増加している。業績が厳しい中でも、人材確保のために賃上げをせざるを得ない。

⑤ 【採算性】

- ・コスト上昇分は価格に転嫁できており、採算性は前年同期と比べて変わっていない。
- ・価格改定を実施していないことに加え、原材料価格も安定しているため、採算性はほとんど変わっていない。

(5) プラスチック製品

① 【景況感】

- ・医療機器関連の受注が増加傾向にあり、好況である。
- ・景況感は普通である。米国の関税政策の影響を受け、主要取引先が事業の縮小を進めており、一部の製品では受注が減少している。
- ・特定の製品に限らず、全体的に受注が減少している。景気の後退を感じている。

② 【売上高】

- ・一部の製品で受注量が減少しているものの、新規取引の獲得で補っており、売上高は横ばいを維持している。
- ・住宅関連の受注が減少しており、社内で設定している目標額を10パーセント程度下回っている。

③ 【受注単価】

- ・原材料価格が安定しているため、受注単価は据え置いている。
- ・受注単価はほとんど変わっていない。原材料価格が低下傾向にあるため、今後は取引先から値下げを求められる可能性がある。

④ 【人件費】

- ・従業員数が減少したため、全体の人件費は減少している。一方で、定期的な賃上げにより、1人当たりの人件費は増加している。
- ・賃上げを実施しているものの、退職者が出てることで人件費は減少している。

⑤ 【原材料価格】

- ・中国の個人消費低迷により、プラスチック関連の原材料価格は低下傾向にある。
- ・原材料価格はあまり変わっていない。原油価格と連動しているため、地政学リスクも含めて注視している。

⑥ 【採算性】

- ・取引先と良好な関係を築いており、コスト上昇分は100パーセント価格に転嫁できており、採算は良くなっている。
- ・生産性が向上したことで人員の適正化が進み、採算性は改善した。

（6）食料品製造

① 【景況感】

- ・複数の取引先から増産の依頼を受けており、好況である。今後も積極的に設備投資を行い、生産能力の更なる増強を図っていく。
- ・季節的な要因もあり、受注が大きく伸びている。新商品の受注も順調に推移しており、全体として好況が続いている。

② 【売上高】

- ・定期的に新商品を導入することで、受注が順調に増加し、売上高も前年同期比で大幅に増加している。
- ・売上高は増加している。海外展開やネット販売など販路の拡大を行った結果、販売量も着実に増加している。

③ 【受注単価】

- ・商品の価格改定を行ったため、受注単価は上昇している。一方で、コスト上昇分の50パーセント程度しか転嫁できていない。
- ・年2回価格改定を行っており、前年同期比で受注単価は上昇している。発注側企業も理解を示しており、以前よりも価格交渉がしやすくなっていると感じている。

④ 【人件費】

- ・ベースアップを行い、賞与も増額しているため、人件費は前年同期比で増加している。
- ・人材の流出を防ぐために、パート社員の正社員登用を進めており、人件費は増加している。

⑤ 【原材料価格】

- ・原材料価格は上昇している。特に輸入品は円安の影響もあり、価格の上昇幅が大きくなっている。
- ・主要な原材料の国際価格は低下傾向にあるため、来期以降は原材料価格の低下が見込まれる。

⑥ 【採算性】

- ・売上高の増加により利益額は増えているものの、利益率は低下している。設備投資を通じて、省人化や合理化を図り、採算性の改善を目指している。
- ・利益率の高い高付加価値商品を開発したこと、採算は良くなっている。

(7) 銑鉄鋳物

① 【景況感】

- ・主要取引先からの受注減少に加え、原材料価格が上昇しているため、不況である。
- ・不況である。業界全体で取引量が減少傾向にあり、廃業する企業も複数出てきている。

② 【受注単価】

- ・各種コストの増加に伴い値上げを実施したため、受注単価は上昇している。取引先も理解を示しており、円滑に交渉を進めることができている。
- ・受注単価は変わっていない。原材料価格が安定しているため、価格交渉は行っていない。

③ 【人件費】

- ・業界内では人材確保の観点から、3パーセント程度の賃上げを行う企業が多い。
- ・人件費は増加している。採算は悪化しているが、人材の流出を防ぐためには賃上げせざるを得ない。

④ 【原材料価格・その他諸費用】

- ・冬場は主要な原材料である石炭の価格が上昇する傾向にあるため、原材料費も増加する見込みである。
- ・物価高やエネルギー価格の高止まりが続いているため、原材料価格は上昇傾向にある。一方で、今後は銑鉄の価格が低下する可能性があると聞いている。

⑤ 【採算性】

- ・コストの上昇が続いているものの、値上げを行ったため、採算は変わっていない。
- ・採算は悪化している。コストの上昇が続く中、取引先との関係悪化を懸念して値上げを行うことができていない。

（8）印刷業

① 【景況感】

- ・景況感は普通である。競合他社が事業を縮小している影響もあり、新規取引は増加傾向にある。
- ・紙媒体の需要減少により、業界内の取引量は引き続き減少している。廃業数も増加傾向にあり、業界全体で不況である。

② 【売上高】

- ・一時的に大口の受注があったため、売上高は前年同期比で増加している。
- ・売上高は横ばいで推移している。既存取引先からの受注は減少しているものの、新規取引の獲得により減少分を補っている。

③ 【受注単価】

- ・受注単価は変わっていない。受注量が減少傾向にあるため、値上げを行うことができていない。
- ・値上げ交渉は必要に応じて随時行っているため、受注単価は上昇している。

④ 【人件費】

- ・従業員数が減少したため、人件費も減少している。
- ・最低賃金の改定があったため、人件費は前年同期比で増加している。

⑤ 【原材料価格】

- ・紙やインクの価格が5～10パーセント程度上昇している。
- ・紙・パルプ・インクは前年同期比で10～15パーセント程度値上がりしている。

⑥ 【採算性】

- ・生産工程の管理方法を見直したことにより、採算性は改善した。
- ・コストの上昇に対して値上げが追いついていないものの、採算管理を厳格に行うことで採算性を維持している。

（9）工業塗装

① 【景況感】

- ・米国関税政策の影響により、主要取引先の業績が低迷している。それに伴い受注が大幅に減少しており、不況である。

② 【売上高】

- ・設備投資の影響により、工場の稼働率が一時的に下がっているため、前年同期比で売上高は減少している。

③ 【受注単価】

- ・値上げを行ったため、受注単価は上昇している。提示した希望額がおおむね受け入れられており、以前と比べて交渉しやすくなったと感じている。

④ 【人件費】

- ・人件費は増加している。最低賃金の改定があったため、従業員の給与体系の見直しを行った。

⑤ 【原材料価格】

- ・塗料メーカーの事業縮小などの影響で、塗料価格は上昇し続けている。

⑥ 【採算性】

- ・売上げが減少しており、固定費の負担が大きくなっているため、採算は悪化している。

2. 小売業

(1) 百貨店

① 【景況感】

- ・景況感は横ばいである。キャンペーンなどで一時的に販売量は増加しているものの、通常月の販売量は依然として厳しい状況が続いている。
- ・物価の高騰により客単価は上昇している一方で、売上品目の数は減少している。景況感は普通である。

② 【売上高】

- ・前年同期比で売上高は横ばいである。滞在時間の拡大に向けた取組を進めており、客単価の上昇を図っている。
- ・来店客数を増やすために複数の催事を企画しており、売上高は増加する見込みである。

③ 【消費者の動向等】

- ・金の需要は高まっているものの、在庫不足のため販売できていない。ブランドの時計など高価格帯の商品が売れており、富裕層の購買意欲は堅調であると感じている。
- ・季節の変わり目で気温が下がったことにより、婦人服の売れ行きが順調に推移している。

(2) スーパー

① 【景況感】

- ・不況である。業界全体で物価高騰の影響により、消費者の節約志向が強まっているため、販売量が減少している。
- ・来店客数が減少しており不況である。大量仕入れにより価格を安くできる大型スーパーへ客が流れてしまっている。
- ・昨今の物価高の影響により、增收ながら減益となる企業が増えている。業界全体で見ると不況である。

② 【売上高】

- ・天候に恵まれたため、売上高は前年同期比で5パーセント程度増加している。
- ・新規出店により売上高は増加している。来期以降も出店を計画しており、更なる売上高の増加が見込まれる。

③ 【諸経費】

- ・最低賃金の改定により、人件費が大幅に増加している。
- ・ポイント還元率の引上げなどの施策により、広告費は増加傾向にある。

④ 【商品別の動向等】

- ・野菜の販売が好調である。一時期と比べて価格が下がったため、購入点数が増えている。
- ・手軽さなどを背景に、惣菜の売上げは順調に伸びている。

（3）商店街

① 【景況感】

- ・景況感は普通である。商店街の街並みがアニメで取り上げられたため来街者数は増加しているが、恩恵を受けているのは一部の店舗に限定されている。
- ・店舗ごとに景況感は異なるが、飲食店では好調な店舗が多い一方、物販店は依然として厳しい状況が続いている。

② 【来街者】

- ・天候不良や寒暖差の影響で、来街者数は思うように増えていない。
- ・イベント開催時には一時的に来街者数が増加するものの、通常時の来街者数は減少傾向にある。

③ 【個店の状況】

- ・物販系の店舗は全般的に厳しい状況にある。特に金物店は、ネット通販やホームセンターに顧客を奪われており、経営の厳しさが増している。
- ・飲食店が順調に売上げを伸ばしている一方で、そのほかの店舗はあまり変化がない。

④ 【商店街としての取組】

- ・近隣の商店街と合同で、キッチンカーを多数集めた大規模なイベントを企画している。
- ・商店街に関心を持ってもらうきっかけとして、商店街と移住者との交流イベントを開催したところ、非常に好評だった。

（4）その他の小売業・卸売業

① 【景況感】

- ・販売量は減少傾向にあり、不況である。法人向けの販売は前年同期と同水準であるものの、個人向けの販売が大きく減少している。
- ・業界全体で経営者の高齢化が進んでいる。経営環境の厳しさから後継者が見つからず、廃業する事業者が増えている。

② 【売上高】

- ・売上高は減少傾向が続いている。見積もりは一定数あるものの、価格面で折り合いがつかず、受注に至らないケースが多い。
- ・値上げを実施したものの、商品の販売数量が落ち込み、売上高は前年同期比で減少している。

③ 【仕入価格】

- ・仕入価格は1年前と比べて20パーセント程度上昇している。仕入れの大半は輸入品であり、円安の影響もあると考えている。
- ・仕入価格は引き続き上昇している。以前よりメーカー側の価格改定の頻度が増えており、値下がりしている商品は一つもない。

④ 【採算性】

- ・最低賃金の改定に伴い、人件費が大幅に増加しているため、採算は悪化している。
- ・物価高騰により仕入価格が上昇しているものの、客離れを懸念して値上げができていない。そのため、採算は悪化し続けている。

3. 宿泊業

① 【景況感】

- ・広報活動に力を入れたことで、前年同期と比べて予約数が大きく増加している。特に個人客の予約が順調に推移しており、好況である。

② 【売上高】

- ・宿泊数が増加したため、売上高は前年同期比で増加している。

③ 【宿泊単価】

- ・宿泊単価は400円程度の値上げを行った。客離れなどの影響は出ていないため、今後更なる値上げを検討している。

④ 【人件費】

- ・従業員のモチベーション向上のために、人事制度の整備を検討している。評価に基づき昇給を行う予定であり、人件費は増加する見込みである。
- ・最低賃金の改定により、人件費は増加している。

⑤ 【原材料価格、その他諸経費】

- ・野菜や卵をはじめとする食材の価格が上昇している。特に卵の価格は、鳥インフルエンザの時期に入るため、更なる価格の上昇が懸念される。

⑥ 【採算性】

- ・値上げを行ったが、コストも増加しているため、採算は変わっていない。

⑦ 【今後の見通し】

- ・広報活動に力を入れた成果が確実に出てきている。今後も広告などへ積極的に投資をすることで、認知度を高めていく。
- ・法人向けのプロモーションを検討している。宿泊単価は下がるもの、まとまった宿泊数を確保できるため、売上高増加につながると考えている。

4. 飲食店

① 【景況感】

・気温の低下により来店客数が減少している。年末の予約状況も低調で、景況感はあまり良くない。

② 【売上高】

・来店客数は減少しているものの、テイクアウトが増加しており、売上高は前年同期と同水準を維持している。

③ 【客単価】

・値上げを行っていないため、客単価は変わっていない。来期以降、値上げを行うことが決定しており、客単価も上昇する見込みである。

④ 【人件費】

・人材確保の観点から時給の引上げを検討している。今後は時給を最大1,500円程度まで引き上げる必要があると考えている。

⑤ 【仕入価格】

・海苔やオリーブオイルなどの価格が大幅に上昇している。

⑥ 【採算性】

・コストが増加している一方で、商品価格を引き上げていないため、採算は悪化している。

5. 情報サービス業

① 【景況感】

・好況である。社会全体でDXへの投資意欲が高まっており、受注は増加傾向にある。

・昨年から引き続き受注は安定しており、景況感に大きな変化は感じられない。

② 【売上高】

・前年同期比で売上高は変わっていない。DXへの需要が高まっているため、新商品の開発を進め、売上高の増加を目指していく。

・新規取引を安定して獲得できており、売上高も順調に増加している。

③ 【受注単価】

・人件費が増加傾向にあるため、受注単価の値上げを進めている。

・各種コストが増加しているため、受注単価を継続的に引き上げている。

④ 【人件費・その他諸費用】

・賃上げを行ったことにより、人件費は前年同期比で3～4パーセント程度増加している。

・オフィスの賃料について値上げの打診があった。今回は据置きとなったものの、今後は賃料が上昇することは避けられないと考えている。

⑤ 【採算性】

・開発工程の見直しを行ったことで効率化が進み、採算も改善している。

・採算は変わっていない。価格転嫁を進めるとともに、社内のDXを推進し、収益性の向上を図っていく予定である。

6. サービス業（旅行業）

① 【景況感】

・社員旅行や研修など企業によるバスの需要が増えており、好況である。

② 【売上高】

・取引先の業績が好調なため、大口の受注を獲得できており、売上高は前年同期比で増加している。

③ 【受注単価】

・受注単価は上昇している。バスやホテルの代金が20パーセント程度上昇しているため、その分を価格に転嫁している。

④ 【採算性】

・受注単価の値上げを行ったものの、人件費も5パーセント程度増加しており、採算は変わっていない。

⑤ 【今後の見通し】

・業界内では人手不足が深刻化している。各種コストも増加傾向にあるため、事業環境はますます厳しくなると予想している。

7. 運輸業

① 【景況感】

・受注状況に特段変化はなく、景況感は普通である。一方で、人手不足が深刻化しており、今後の見通しは不透明である。

② 【売上高】

・従業員の退職と車両整備の影響により、売上高は前年同期比で減少している。

③ 【受注価格】

・値上げ交渉を行っているものの、取引解消につながることを懸念し、強い交渉ができていない。値上げの根拠資料を作成する作業も負担となっており、交渉が思うように進んでいない。

④ 【人件費】

・ベースアップにより人件費は増加している。コストが増加傾向にある中で賃上げは厳しいものの、人材確保のために対応を進めている。

⑤ 【設備投資】

・既存車両の老朽化により、トラックの入替えを実施。車両価格が上昇しているため、新車ではなく中古車を購入した。

⑥ 【今後の見通し】

・運送業は許認可制から更新制へ移行するため、多重下請構造の問題が改善され、適正な運賃で取引が行われるようになると予想している。

8. 建設業

① 【景況感】

- ・民間工事にはやや停滞感が見られる。一方で、公共工事の発注量は大きく増加しており、業界全体としては好況であると感じている。
- ・前年同月比で受注件数は減少しているものの、社内の目標件数を達成しており、業況は堅調である。
- ・業界全体で見ると、発注量が供給力を上回っているため、景況感は悪くないと考えている。

② 【売上高・受注高】

- ・規模の大きい公共工事を複数受注したことで、受注高は増加している。物価高による受注単価の上昇も、受注高増加の要因である。
- ・建築部門の受注件数が減少したため、売上げは前年同期比で10パーセント程度減少している。
- ・受注高は前期よりも増加しており、特に公共工事の割合が増えている。

③ 【人件費】

- ・賃上げに加え、休暇日数の増加など福利厚生の充実にも力を入れており、人件費は増加している。業界内は慢性的な人手不足が続いているため、待遇面を改善しなければ採用は難しい。
- ・ベースアップを実施したため、人件費は増加している。有資格者を増やすために、資格取得支援制度を設けるなど、制度面の充実も図っている。

④ 【資材価格・その他諸費用】

- ・鋼材やアスファルトの価格が上昇傾向にある。
- ・建築資材は輸入品が多く、円安と物流コストの高騰により価格が高止まりしている。
- ・主要な資材は依然として高値を維持している。需要が高いエレベーターやエスカレーターは、入手が困難な状況となっている。

⑤ 【採算性】

- ・公共工事については、官公庁が資材価格の高騰を理解しているため、問題なく価格転嫁ができる。一方で、民間工事では施主側の予算制約があるため、十分な採算を確保できない場合もある。
- ・資材価格が上昇しているため、採算は悪化している。特に民間工事は採算が合わなくなってきたため、受注を見送るケースが増加している。

IV 特別調査

【調査項目】

今回は、経年項目である「SDGsの認知・取組状況」のほか、「事業継続計画（BCP）の策定」について調査を実施した。

【調査結果概要】

1 SDGs（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94.7%で、前回調査（令和6年7～9月期）から3.3ポイント增加了。
- 「SDGsに既に取り組んでいる」の回答割合は21.6%で、前回調査から2.4ポイント增加了。
- SDGsに取り組むに当たっての課題は、「より優先すべき課題がある」（30.9%）が最も多く、次いで「資金的な余裕がない」（28.4%）、「具体的なメリットを感じられない」（24.3%）の順となった。

2 事業継続計画（BCP）の策定について

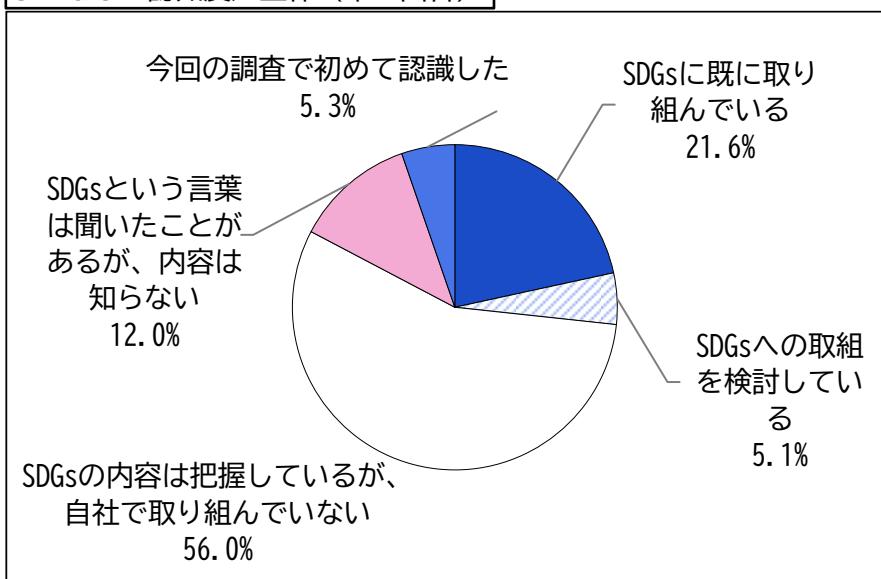
- 事業継続計画（BCP）について、「策定済み」と「策定中」を合わせた回答割合は15.7%で、前回調査（令和5年1～3月期）から1.8ポイント增加了。
- 事業継続計画（BCP）について、「策定する予定はない」と回答した企業の割合は42.5%であった。策定しない理由は、「人的余裕がない」（36.0%）が最も多く、次いで「より優先すべき課題がある」（33.3%）、「資金的余裕がない」（28.0%）の順となった。
- 策定や運用に関し、活用したい支援策については、「補助金等財務的な支援」（30.9%）及び「事例集や策定手引きの提供」（30.9%）が最も多く、次いで、「セミナーの開催」（15.9%）の順となった。

1. SDGsの認知・取組状況について

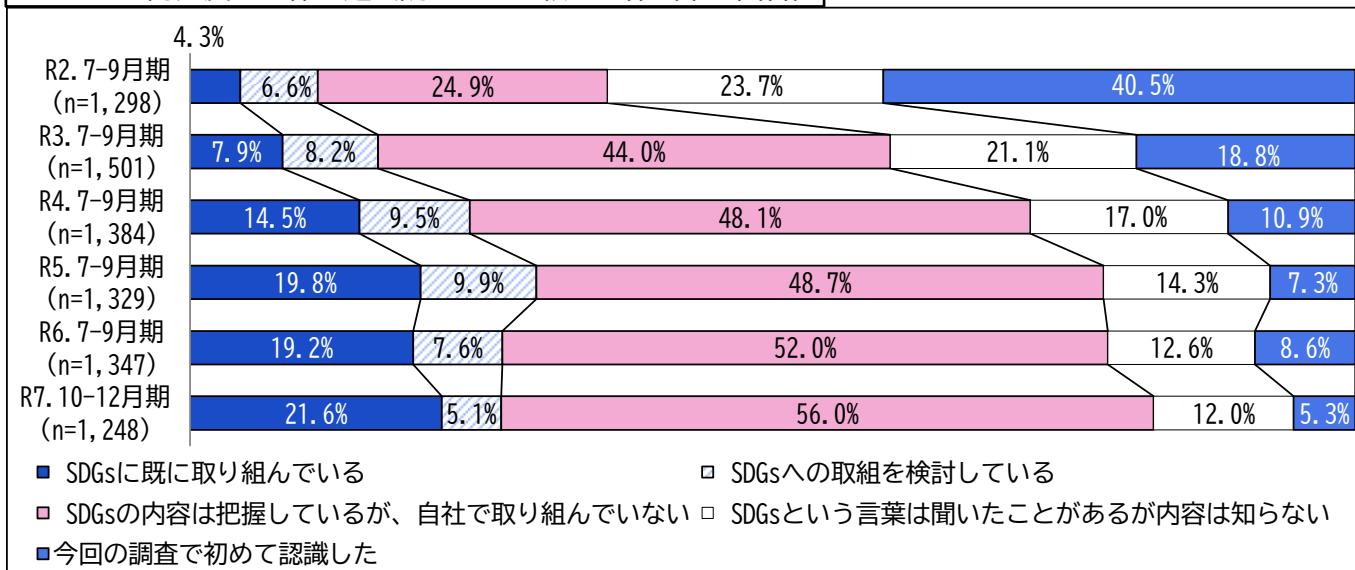
(1) SDGsの認知度（回答数：1,248社・単一回答）

- SDGsの認知度について聞いたところ、「SDGsに既に取り組んでいる」（21.6%）、「SDGsへの取組を検討している」（5.1%）、「SDGsの内容は把握しているが、自社で取り組んでいない」（56.0%）、「SDGsという言葉は聞いたことがあるが、内容は知らない」（12.0%）、「今回の調査で初めて認識した」（5.3%）であった。
- 前回調査（令和6年度7～9月期）の結果（91.4%）と比べると、SDGsの認知度は3.3ポイント増加した。
- 「SDGsに既に取り組んでいる」（21.6%）と「SDGsへの取組を検討している」（5.1%）を合わせた回答割合（26.7%）は、前回調査の結果（26.8%）と比べると、0.1ポイント減少した。

SDGsの認知度／全体（単一回答）



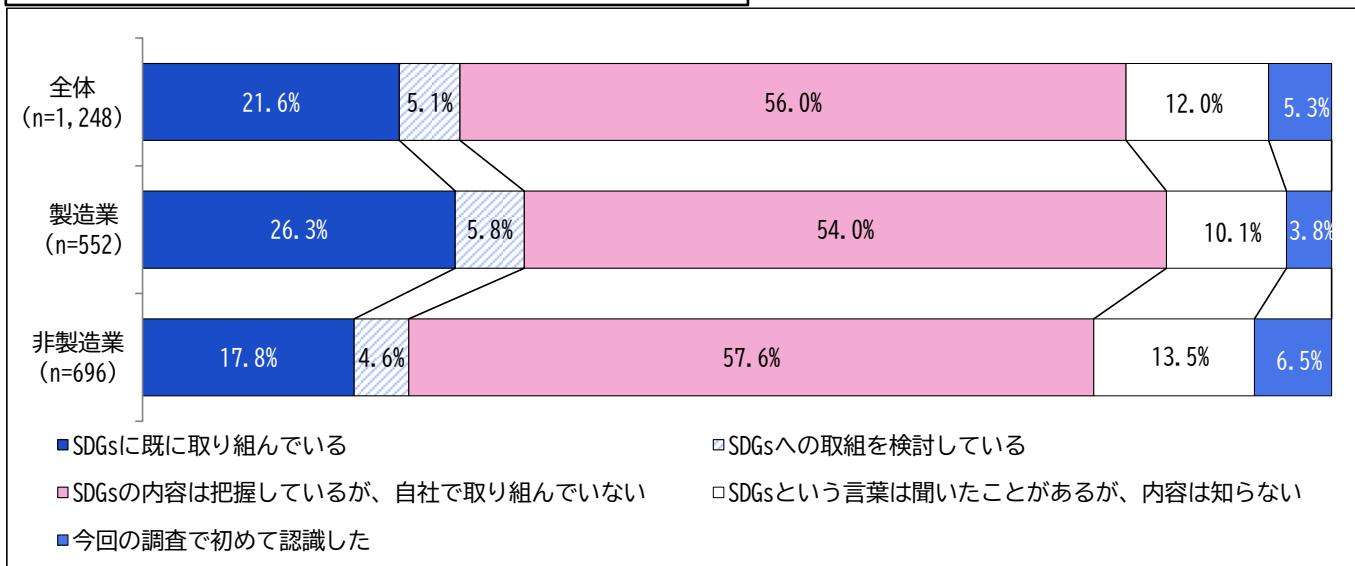
SDGsの認知度／全体／過去調査との比較／全体（単一回答）



埼玉県四半期経営動向調査（令和7年10月～12月期）

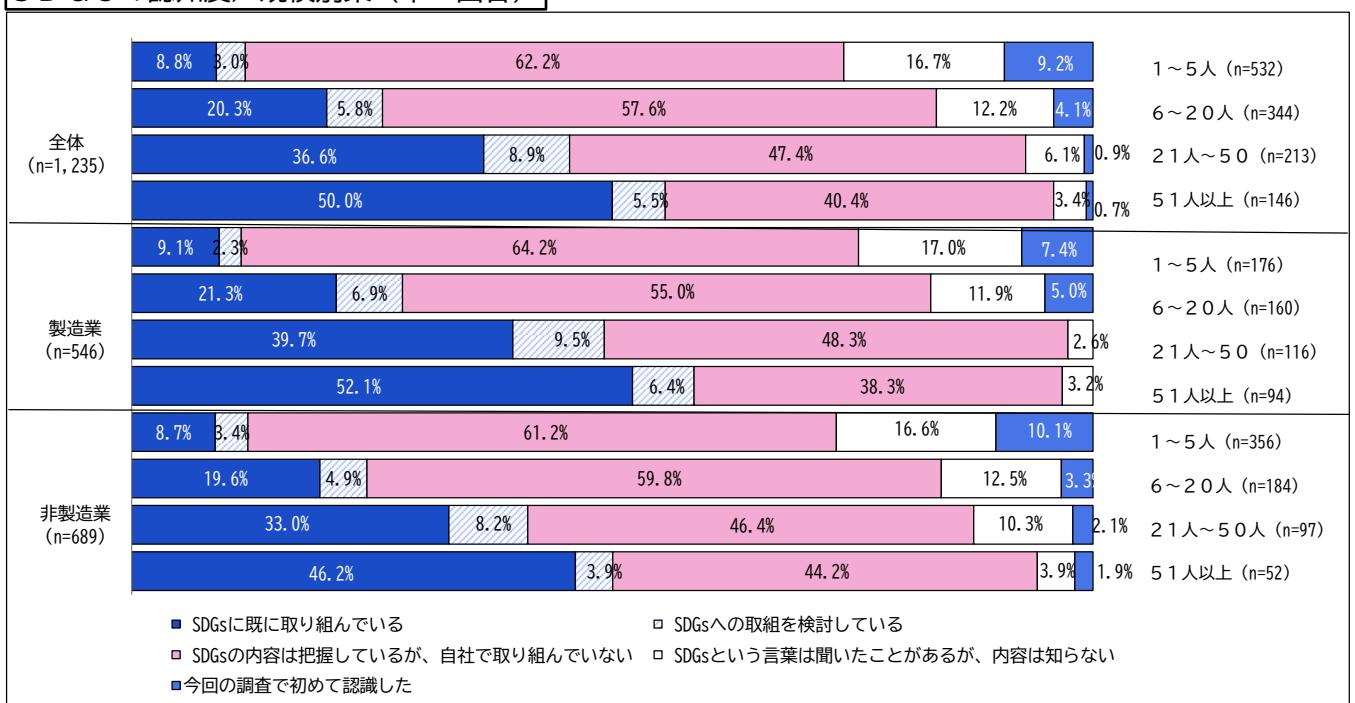
- 業種別にみると、「SDGsに既に取り組んでいる」と「SDGsへの取組を検討している」を合わせた回答割合は、製造業（32.1%）が非製造業（22.4%）よりも9.7ポイント高かった。

SDGsの認知度／全体・製造業・非製造業（単一回答）



- 製造業、非製造業とともに、規模が大きくなるほど「SDGsに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。

SDGsの認知度／規模別業（単一回答）



(2) SDGsへの取組と期待する効果（回答数：323社・複数回答）

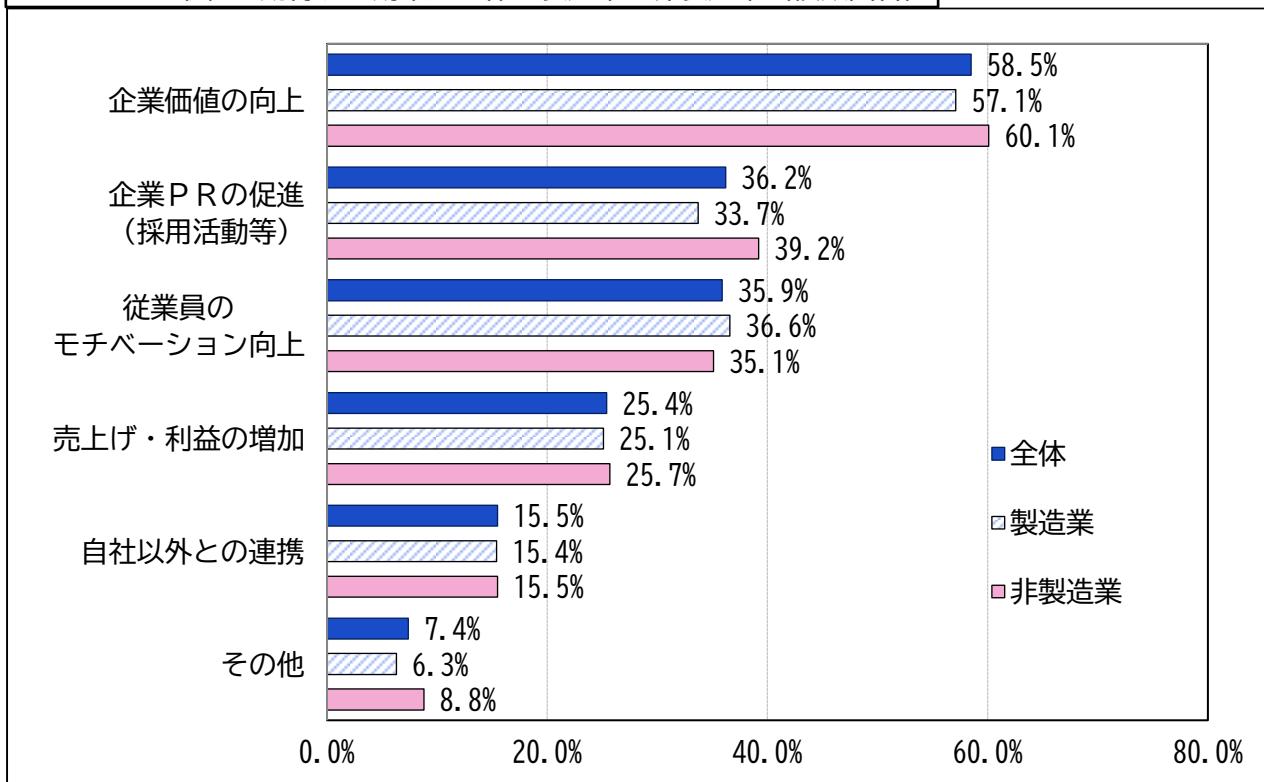
* (1) で「SDGsに既に取り組んでいる」又は「SDGsへの取組を検討している」と回答した333社のうち323社の回答割合

- (1) で「SDGsに既に取り組んでいる」又は「SDGsへの取組を検討している」と回答した企業に、既に実施している取組又は検討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）。

- ・子ども食堂に災害用備蓄品の賞味期限間近のものを寄付（製造業）
- ・フードドライブに参加（製造業）
- ・SDGs私募債の活用（製造業）
- ・完全生分解性の紙おしごりの製造販売（サービス業）
- ・アップサイクル商品の取扱い（小売業）
- ・ワイン等の空ビンをピッチャーとして再利用（飲食店）
- ・緑化、植栽管理を通じた地域の環境保全及び廃材、剪定枝のリサイクル向上（建設業）
- ・リモートワークの推奨（サービス業）
- ・自社開発による機械を導入し、不良品の削減を実現（卸売業）

- (1) で「SDGsに既に取り組んでいる」又は「SDGsへの取組を検討している」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」（58.5%）が最も多く、次いで「企業PRの促進（採用活動等）」（36.2%）、「従業員のモチベーション向上」（35.9%）の順となった。

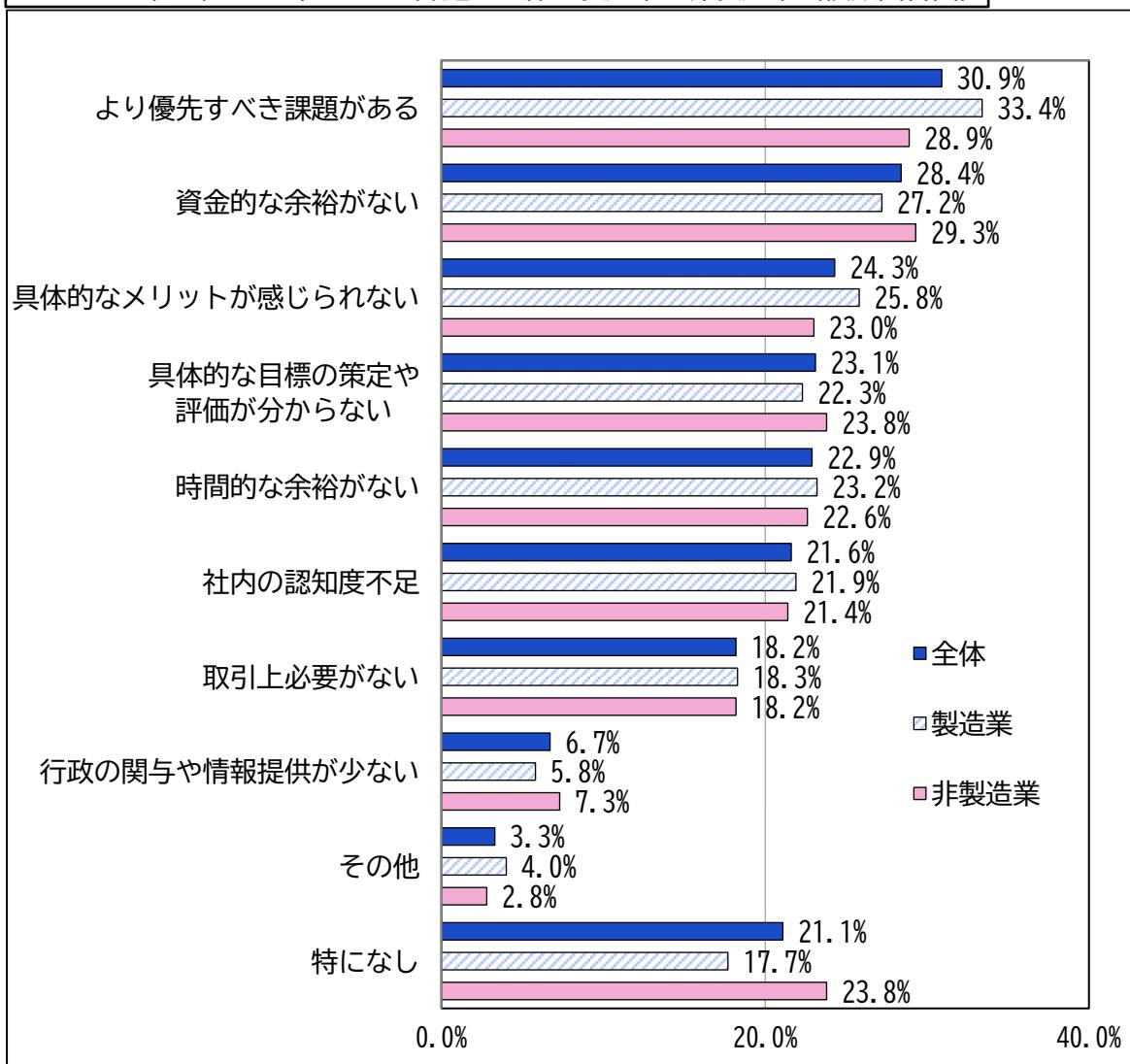
SDGsへの取組と期待する効果／全体・製造業・非製造業（複数回答）



(3) SDGsに取り組むに当たっての課題（回答数：1, 212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「より優先すべき課題がある」（30.9%）が最も多く、次いで「資金的な余裕がない」（28.4%）、「具体的なメリットが感じられない」（24.3%）の順となった。

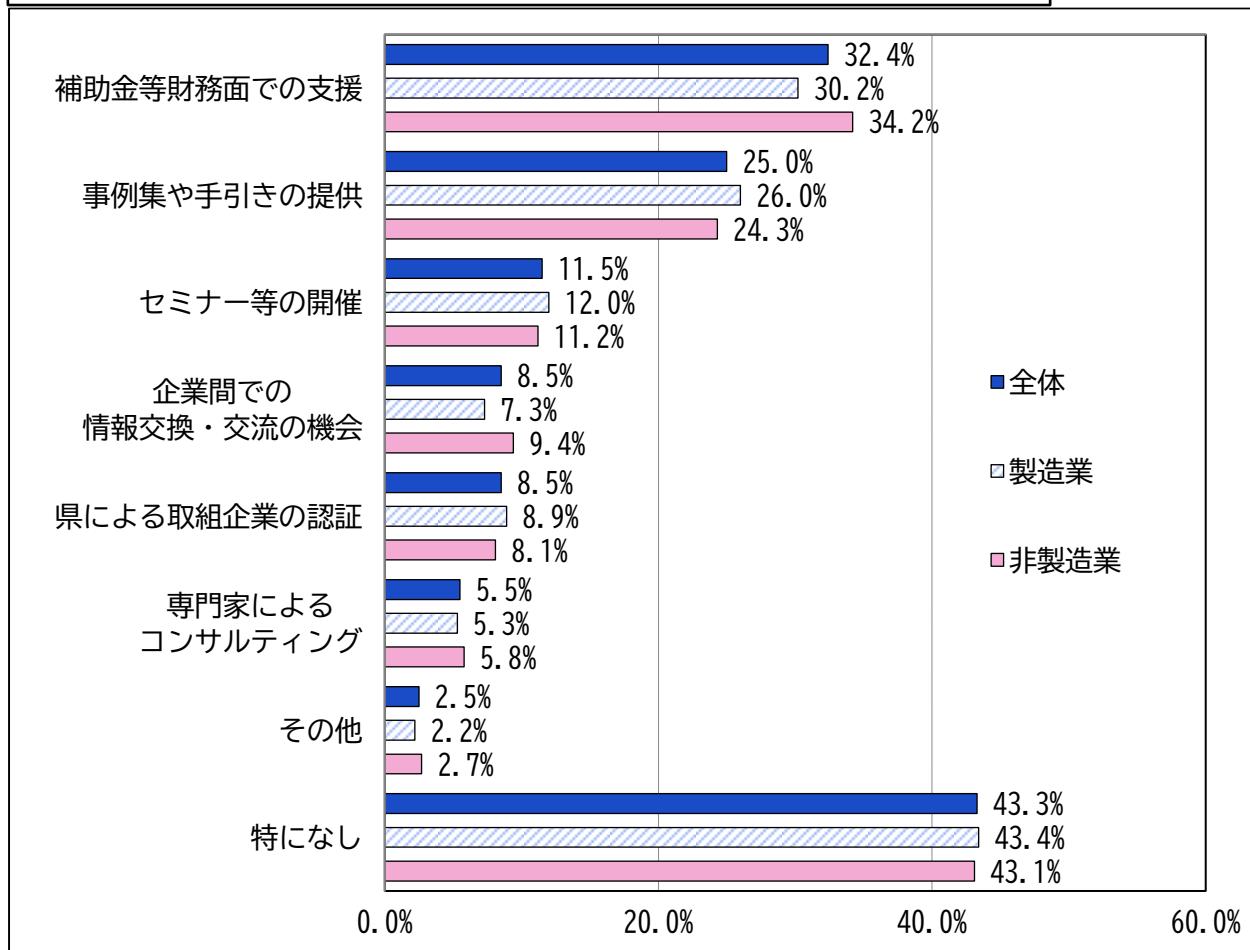
SDGsに取り組むに当たっての課題／全体・製造業・非製造業（複数回答回）



(4) SDGsに取り組む上で県に期待する支援（回答数：1,119社・複数回答）

- SDGsに取り組む上で県に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」（32.4%）が最も多く、次いで「事例集や手引きの提供」（25.0%）、「セミナー等の開催」（11.5%）の順となった。

SDGsに取り組む上で県に期待する支援／全体・製造業・非製造業（複数回答）

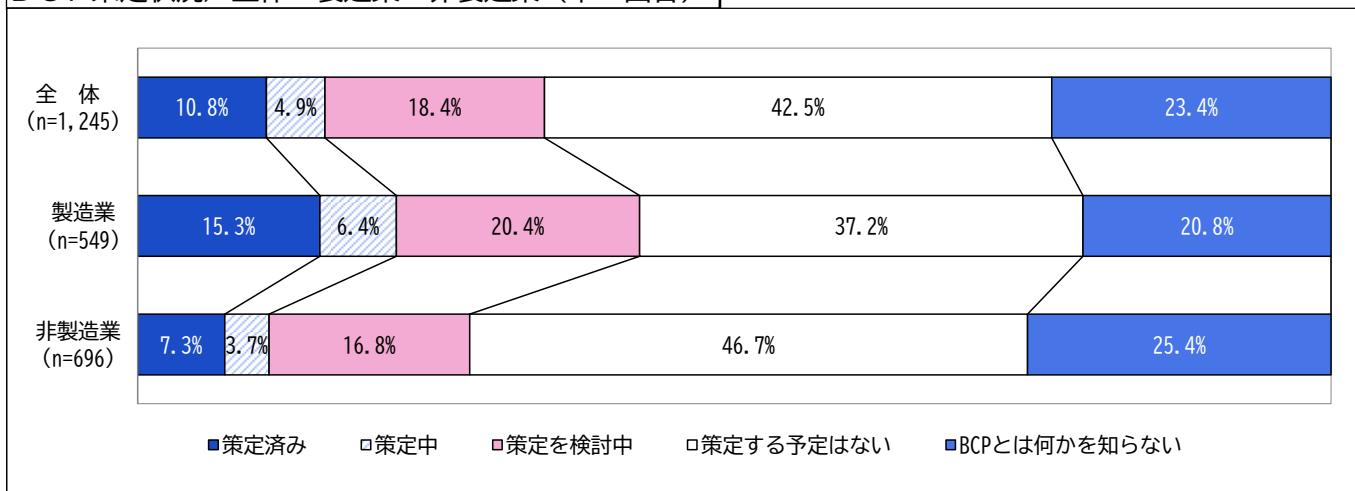


2. 事業継続計画（BCP）の策定について

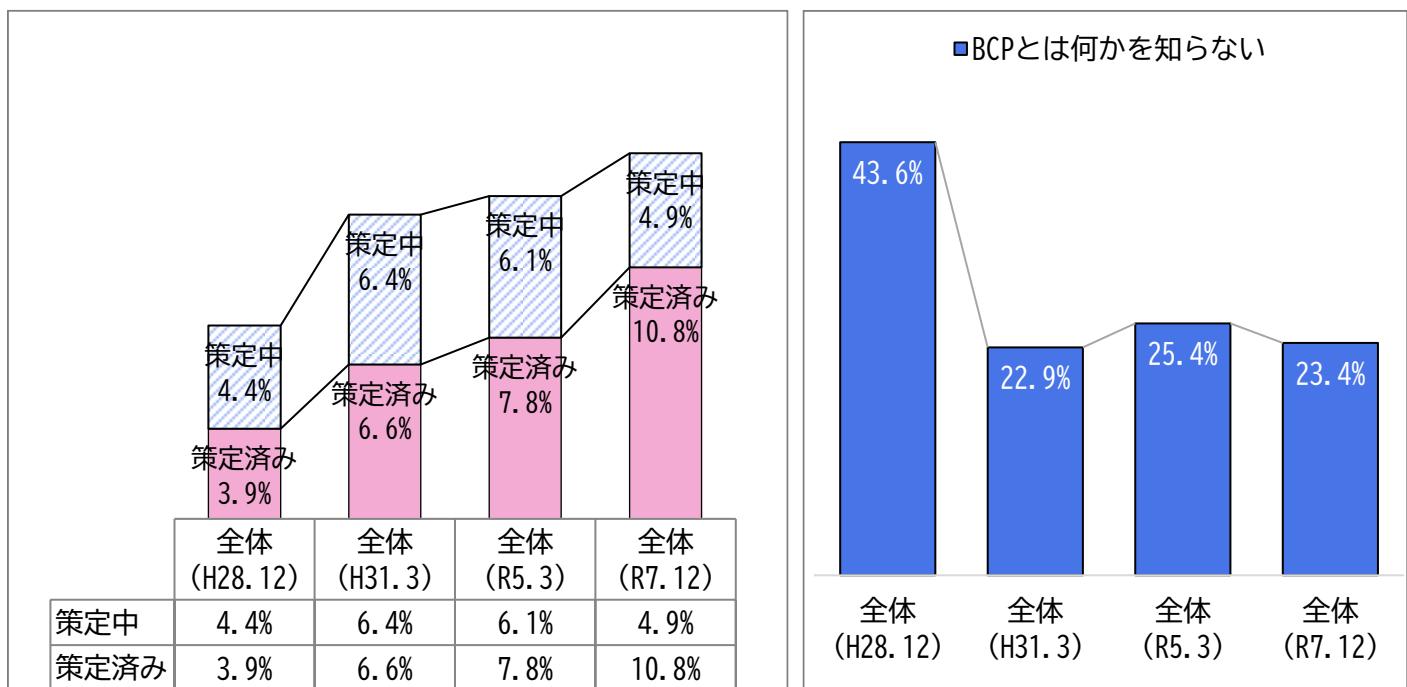
（1）事業継続計画（BCP）の策定状況（回答数：1,245社・単一回答）

- BCPの策定状況について聞いたところ、全体では「策定済み」（10.8%）と「策定中」（4.9%）を合わせた回答割合は15.7%であった。前回調査（令和5年1～3月期）と比較すると、1.8ポイント増加している。
- 業種別にみると、製造業では「策定済み」（15.3%）と「策定中」（6.4%）を合わせた回答割合は21.7%であった。また、非製造業では「策定済み」（7.3%）と「策定中」（3.7%）を合わせた回答割合は11.0%であった。

BCP策定状況／全体・製造業・非製造業（单一回答）



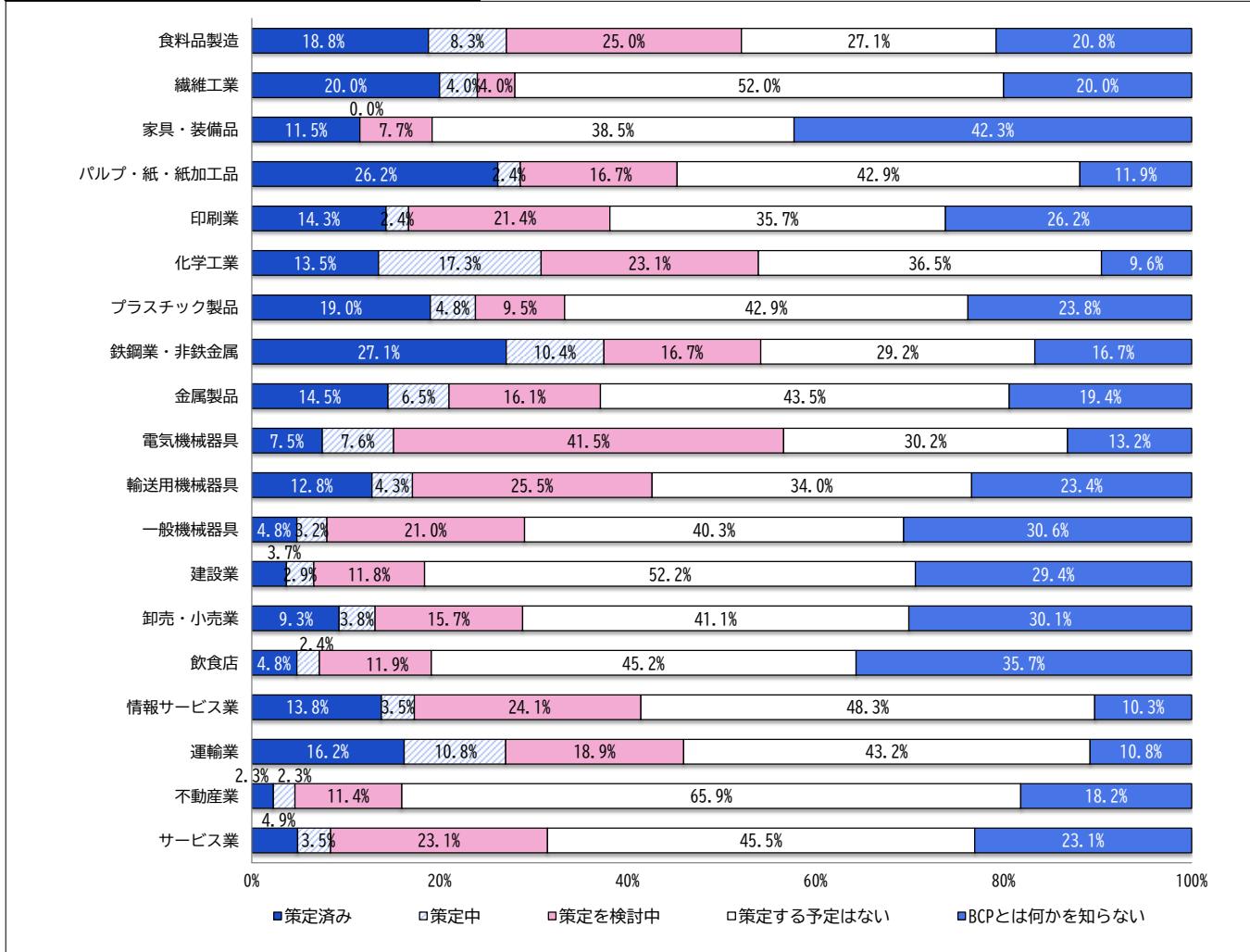
【過去調査との比較】



埼玉県四半期経営動向調査（令和7年10月～12月期）

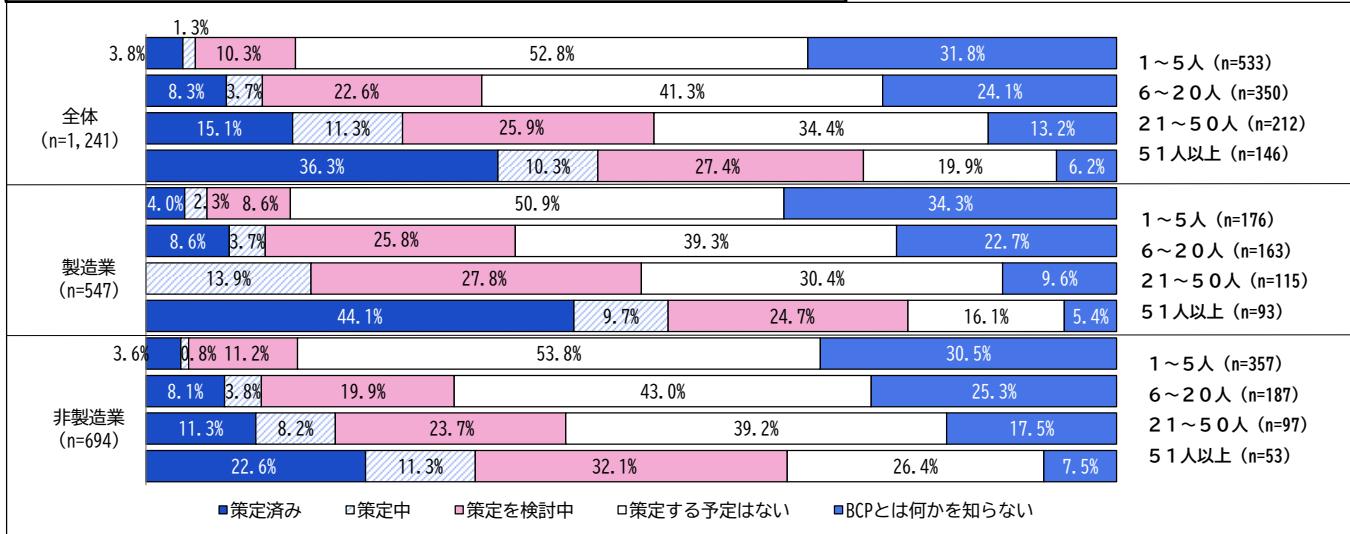
- BCPについて「策定済み」、「策定中」、「策定を検討中」を合わせた回答割合を業種別にみると、製造業では「電気機械器具」（56.6%）、「鉄鋼業・非鉄金属業」（54.2%）で、非製造業では「運輸業」（45.9%）、「情報サービス業」（41.4%）で回答割合が高くなっている。

BCP策定状況／業種詳細（単一回答）



- 規模別にみると、製造業、非製造業ともに、「策定済み」と「策定中」を合わせた回答割合は、規模が大きいほど高くなっている。

BCP策定状況／全体・製造業・非製造業／規模別（単一回答）

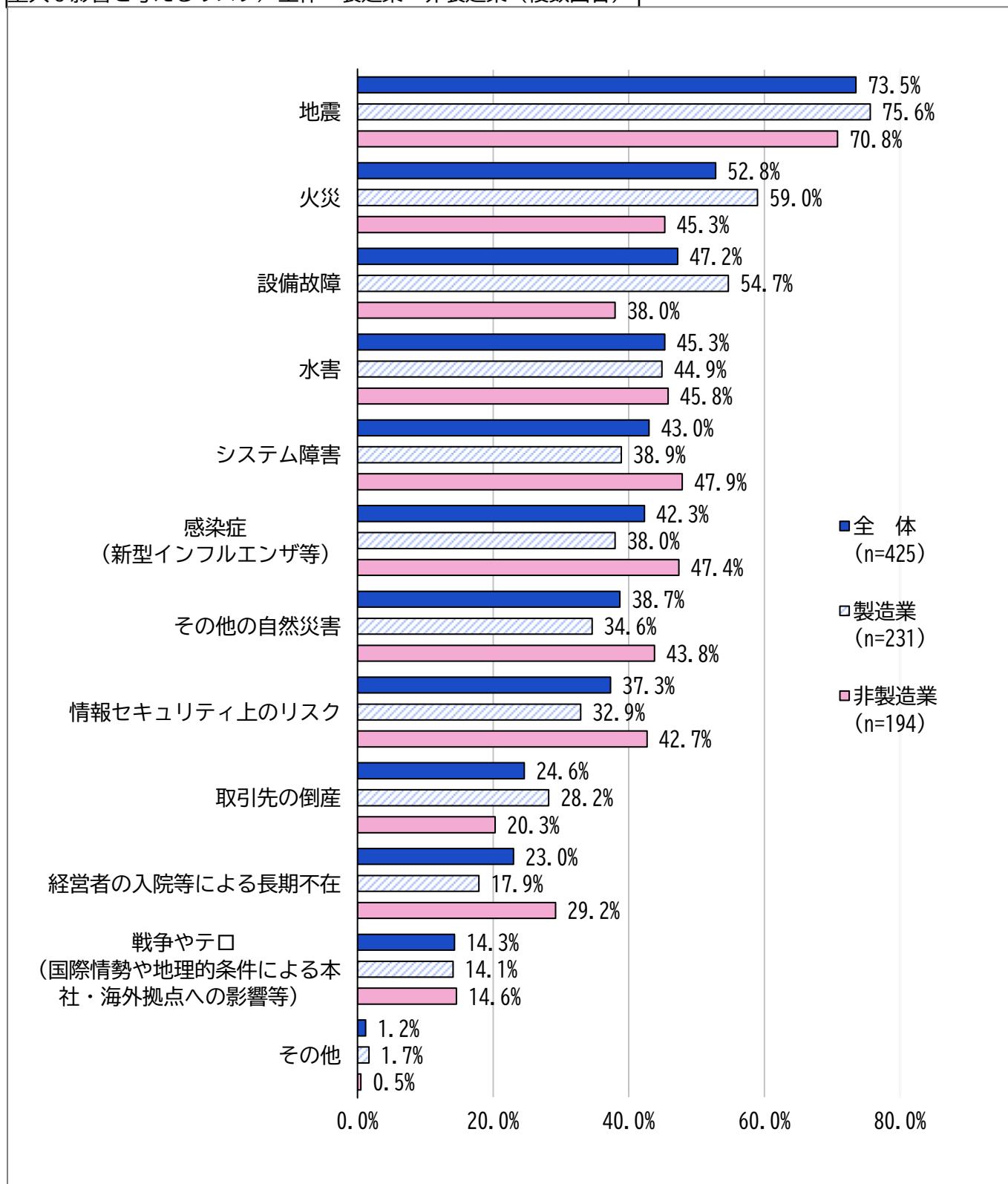


(2) 事業継続に重大な影響を与えるリスク（回答数：425社・複数回答）

* (1)で「策定済みである」、「策定中である」又は「策定を検討中である」と回答した425社のうち425社の回答割合

- 事業継続に重大な影響を与えるリスクについて聞いたところ、全体では「地震」（73.5%）が最も多く、次いで「火災」（52.8%）、「設備故障」（47.2%）の順となった。

重大な影響を与えるリスク／全体・製造業・非製造業（複数回答）

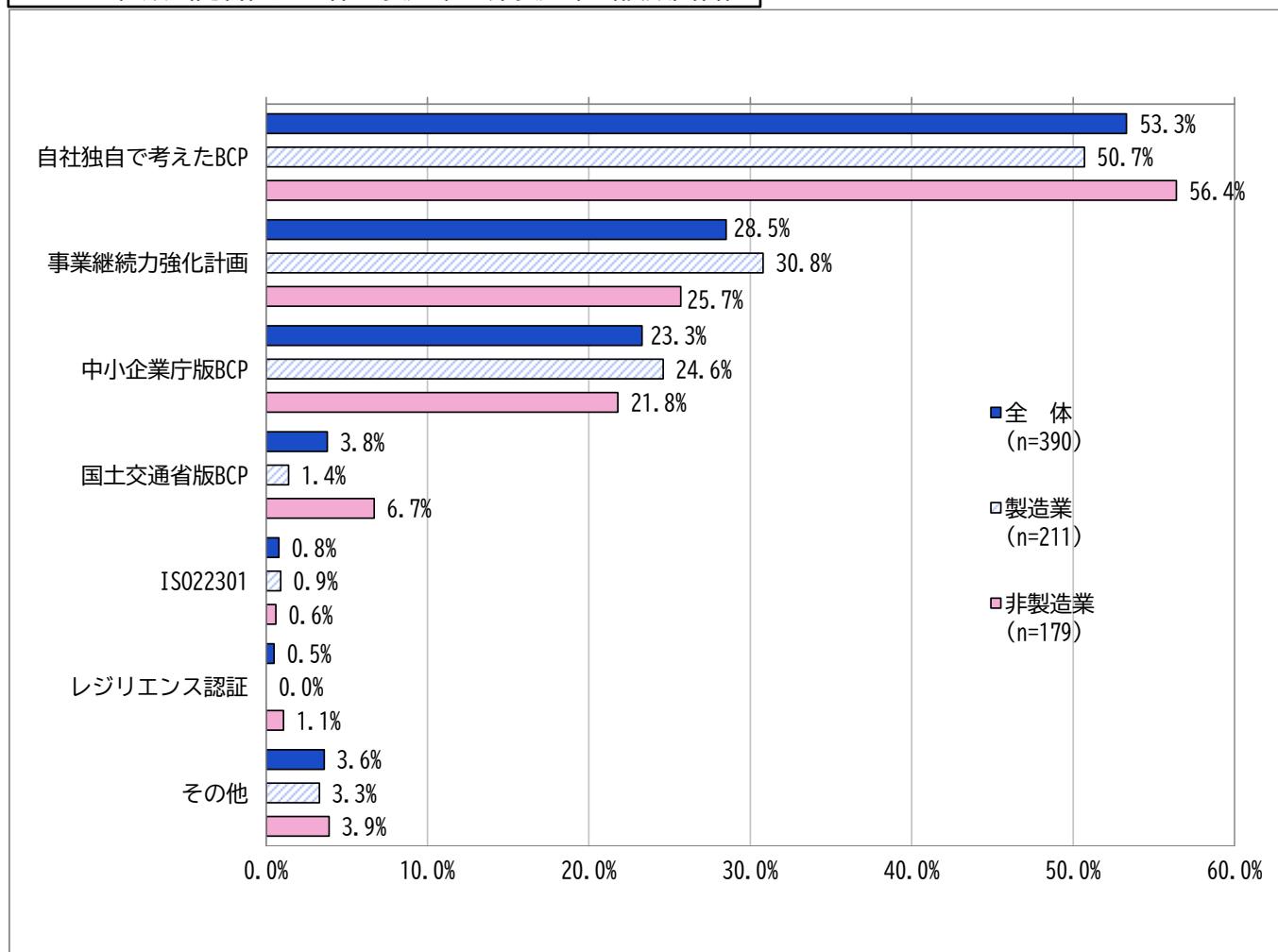


(3) 策定済み及び策定予定の事業継続計画（BCP）の種類（回答数：390社・複数回答）

* (1) で「策定済みである」、「策定中である」又は「策定を検討中である」と回答した425社のうち390社の回答割合

- 策定済み及び策定予定の事業継続計画（BCP）の種類（内容）について聞いたところ、全体では「自社独自で考えたBCP」（53.3%）が最も多く、次いで「事業継続力強化計画」（28.5%）、「中小企業庁版BCP」（23.3%）の順となった。

BCPの種類（内容）／全体・製造業・非製造業（複数回答）



注　自社独自で考えたBCP・・・非常時における連絡体制や初期対応、事業の継続方法等を定めたマニュアルなど

事業継続力強化計画・・・・経済産業大臣の認定

中小企業庁版BCP・・・・中小企業BCP策定運用指針を活用した書式

国土交通省版BCP・・・・国土交通省関東地方整備局が認定する「建設会社における災害時の事業継続力認定」

レジリエンス認証・・・・内閣官房国土強靭化推進室のガイドラインに基づく認証制度

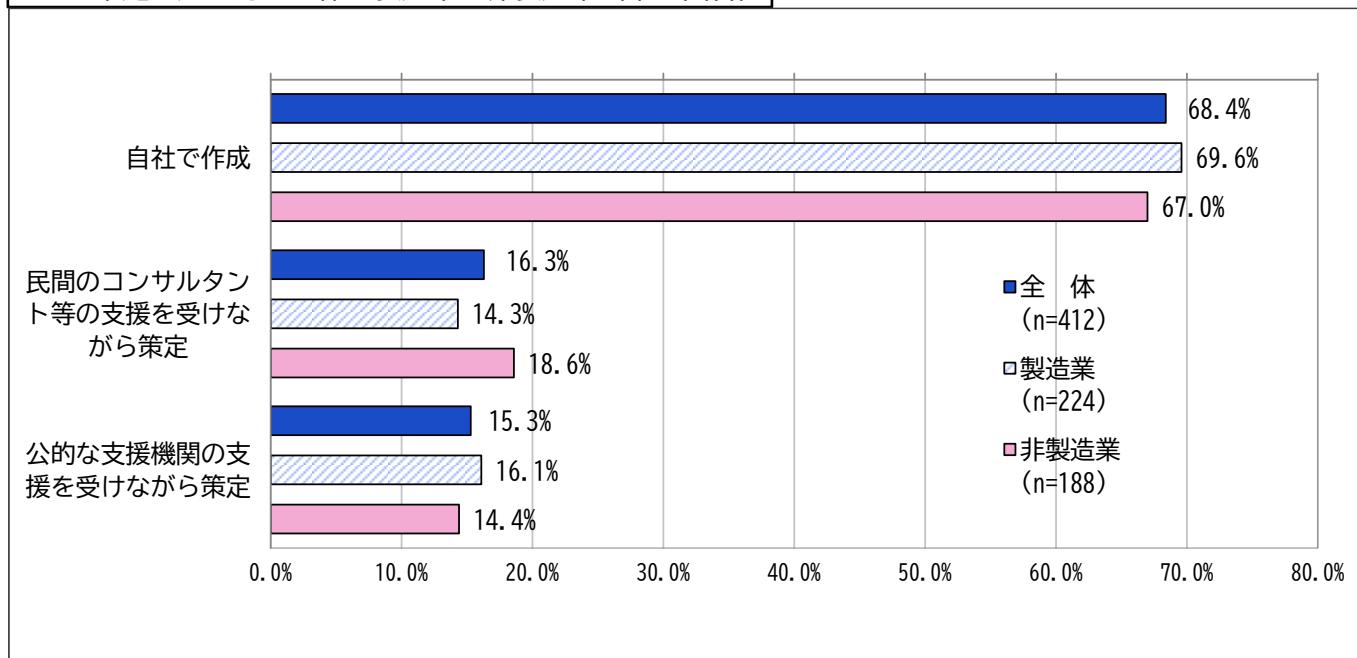
ISO22301・・・・事業継続マネジメントシステム（BCMS）に関する国際規格

(4) 事業継続計画（BCP）策定の進め方（回答数：412社・単一回答）

* (1) で「策定済みである」、「策定中である」又は「策定を検討中である」と回答した425社のうち412社の回答割合

- どのようにBCP策定を進めたか（予定を含む）について聞いたところ、全体では「自社で作成」（68.4%）が最も多く、次いで「民間のコンサルタント等の支援を受けながら作成」（16.3%）、「公的な支援機関の支援を受けながら策定」（15.3%）の順となった。

BCP策定の進め方／全体・製造業・非製造業（単一回答）

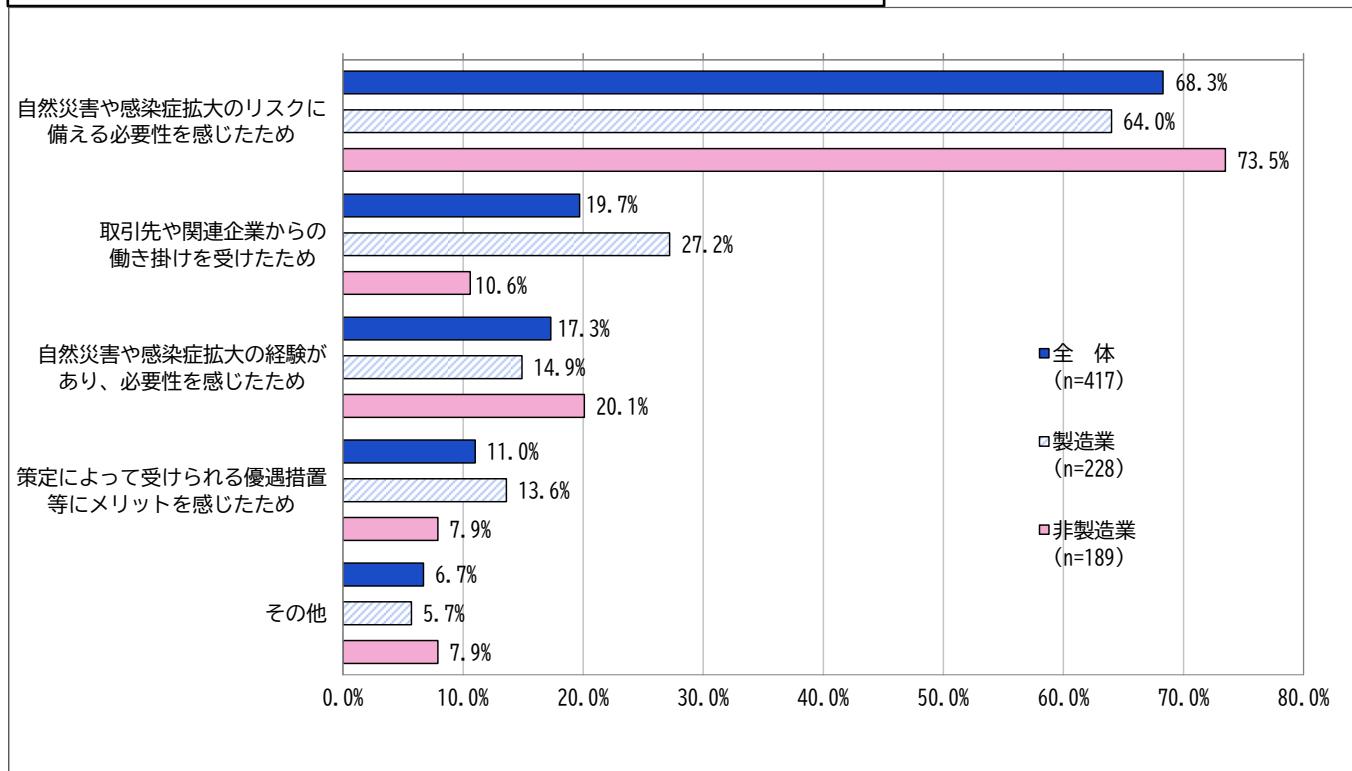


(5) 事業継続計画（BCP）策定に至ったきっかけ（回答数：417社・複数回答）

* (1) で「策定済みである」、「策定中である」又は「策定を検討中である」と回答した425社のうち417社の回答割合

- BCPを策定するに至ったきっかけについて聞いたところ、全体では「自然災害や感染症拡大のリスクに備える必要性を感じたため」（68.3%）が最も多く、次いで「取引先や関連企業からの働き掛けを受けたため」（19.7%）、「自然災害や感染症拡大の経験があり、必要性を感じたため」（17.3%）の順となった。

BCP策定に至ったきっかけ／全体・製造業・非製造業（複数回答）

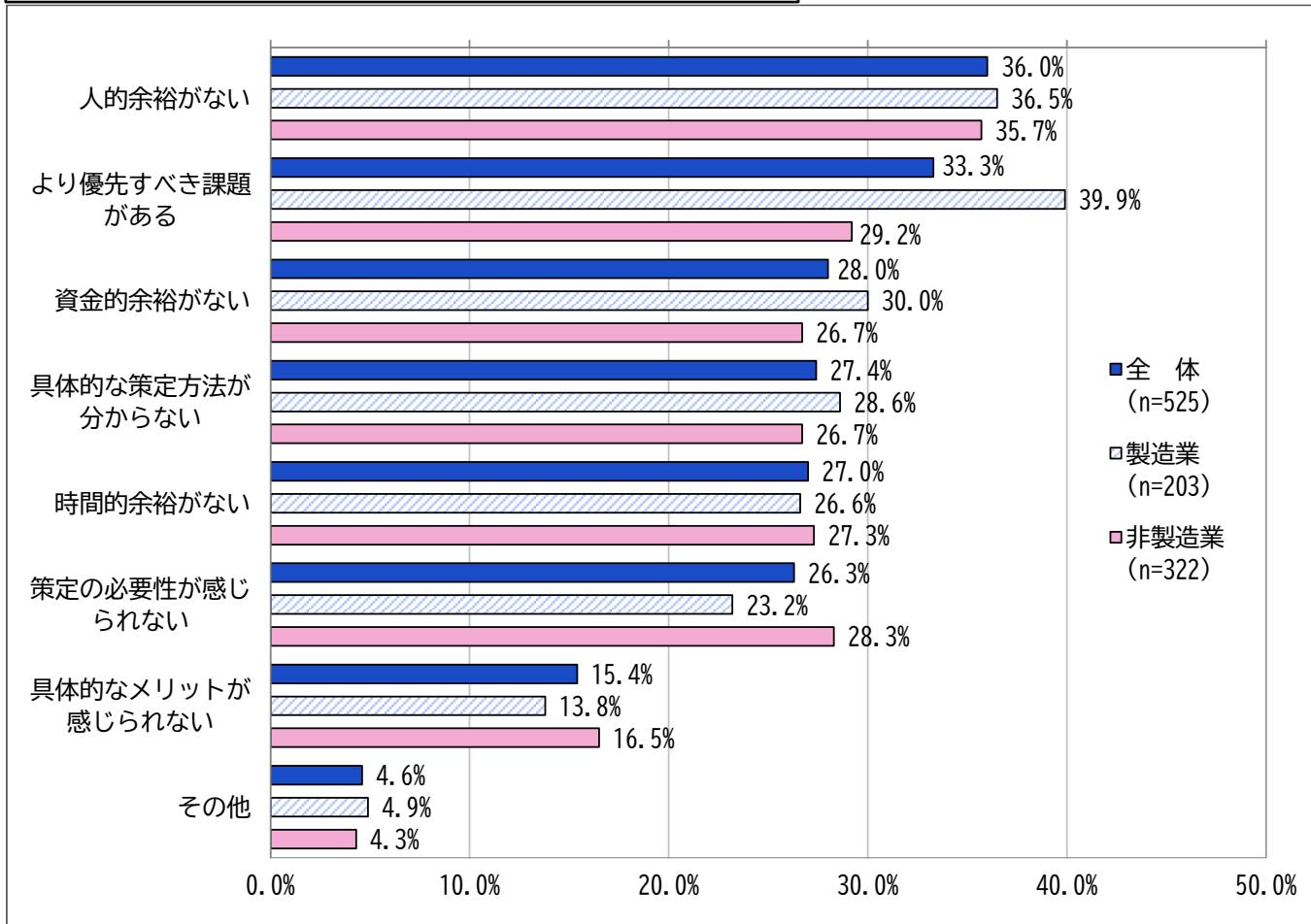


(6) 事業継続計画（BCP）を策定しない理由（回答数：525社・複数回答）

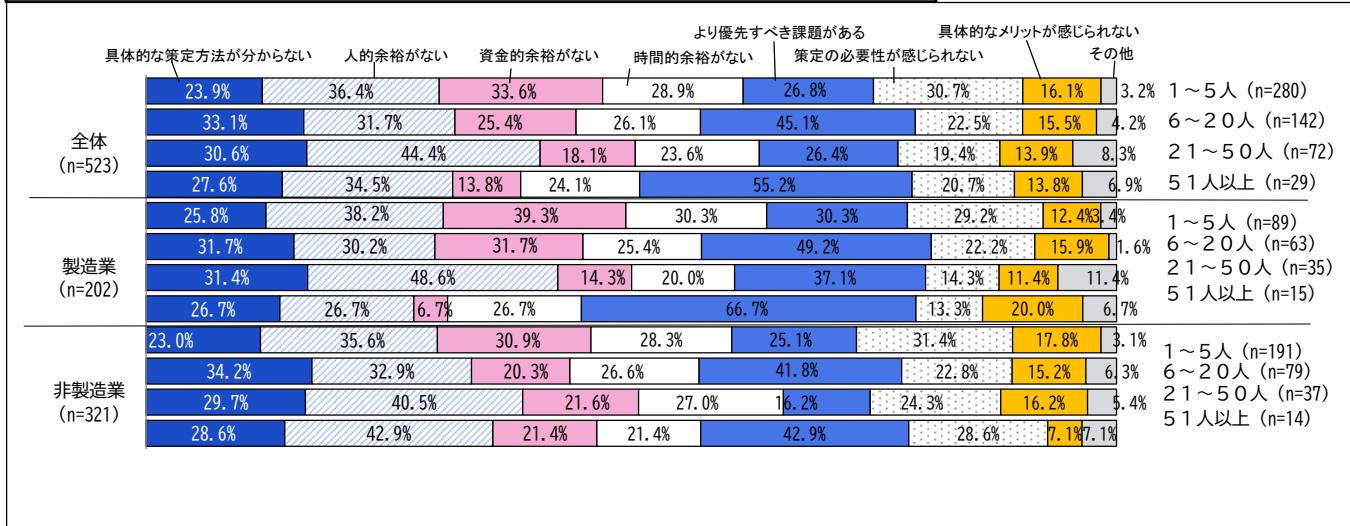
* (1) で「策定する予定はない」と回答した529社のうち525社の回答割合

- BCPを策定しない理由について聞いたところ、全体では「人的余裕がない」（36.0%）が最も多く、次いで「より優先すべき課題がある」（33.3%）、「資金的余裕がない」（28.0%）の順となった。

BCPを策定しない理由／全体・製造業・非製造業（複数回答）



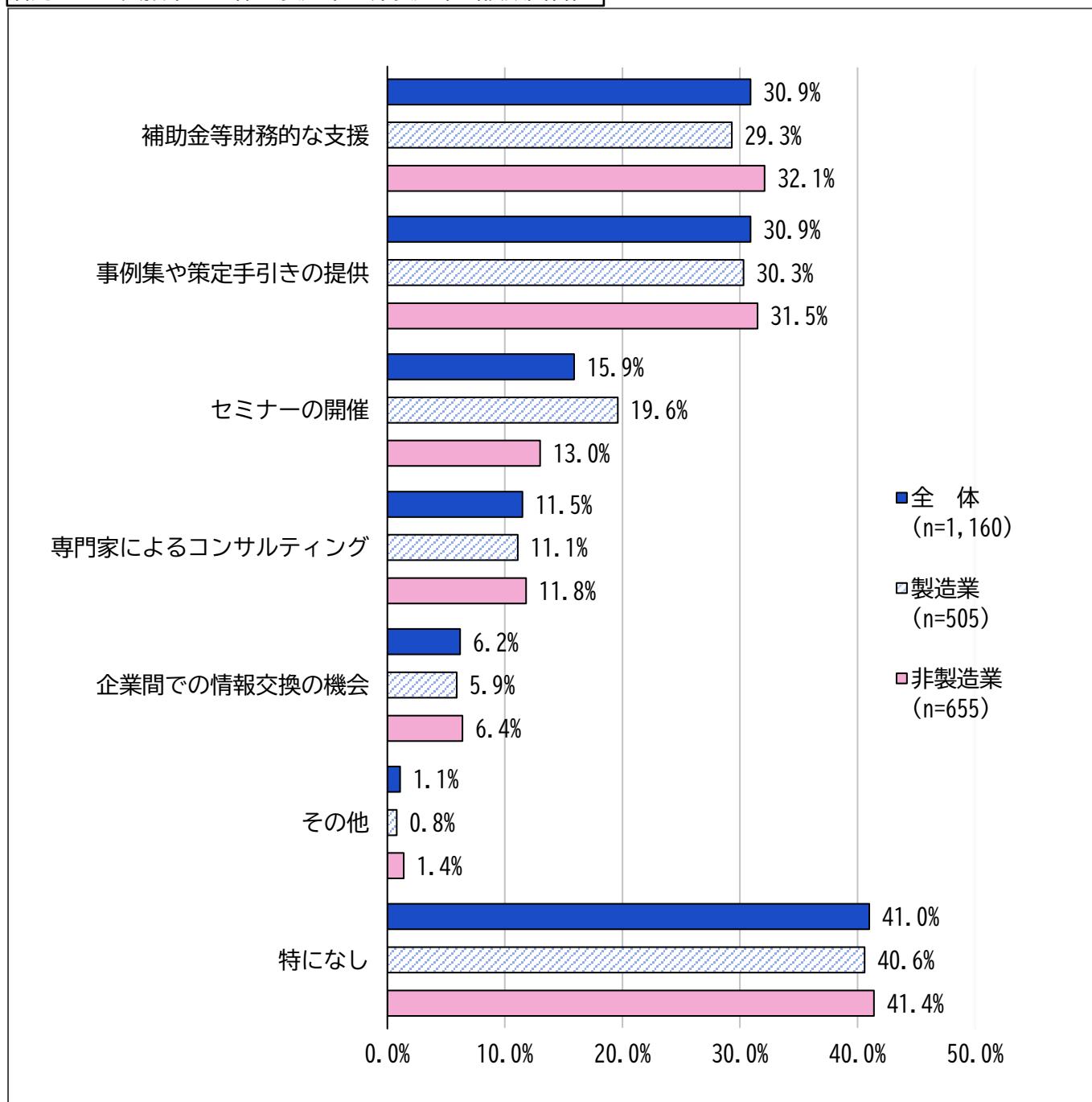
BCPを策定しない理由／全体・製造業・非製造業／規模別（複数回答）



(7) 活用したい支援策（回答数：1,160社・複数回答）

- 事業継続計画（BCP）策定や運用に関し、どのような支援があれば活用したいか聞いたところ、全体では「補助金等財務的な支援」（30.9%）及び「事例集や策定手引きの提供」（30.9%）が最も多く、次いで「セミナーの開催」（15.9%）の順となった。

活用したい支援策／全体・製造業・非製造業（複数回答）



V 付表 売上げDI・資金繰りDI・採算DI・設備投資実施率の推移

〔売上げDIの推移（詳細）〕

売上げDIの推移

業種	R6. 10～12月期	R7. 1～3月期	R7. 4～6月期	R7. 7～9月期	R7. 10～12月期 (当期)	増減		R8. 1～3月期 (見通し)
						前期比	前年同期比	
全 体	▲ 8.1	▲ 22.3	▲ 19.5	▲ 20.3	▲ 5.9	14.3	2.2	▲ 19.2
製造業	▲ 5.7	▲ 24.5	▲ 19.9	▲ 21.8	▲ 0.2	21.6	5.5	▲ 19.1
食料品製造	16.3	▲ 34.9	18.2	▲ 5.0	22.4	27.4	6.2	▲ 18.0
織維工業	▲ 14.8	▲ 33.3	▲ 21.2	▲ 37.9	4.0	41.9	18.8	▲ 12.0
家具・装備品	▲ 21.4	▲ 16.1	▲ 40.0	▲ 32.3	▲ 23.1	9.2	▲ 1.6	▲ 7.4
パルプ・紙・紙加工品	▲ 6.1	▲ 32.7	▲ 18.8	▲ 30.0	14.3	44.3	20.4	▲ 38.1
印刷業	2.4	▲ 37.8	▲ 43.6	▲ 38.5	▲ 19.0	19.4	▲ 21.5	▲ 17.1
化学工業	4.4	▲ 8.3	0.0	▲ 41.5	▲ 7.8	33.6	▲ 12.3	▲ 11.5
プラスチック製品	▲ 4.4	▲ 18.4	▲ 29.5	▲ 25.6	▲ 2.3	23.3	2.1	▲ 34.9
鉄鋼業・非鉄金属	▲ 10.5	▲ 21.6	▲ 14.8	▲ 13.7	6.1	19.8	16.6	▲ 28.6
金属製品	▲ 2.7	▲ 27.9	▲ 4.2	▲ 5.0	7.8	12.8	10.5	▲ 28.6
電気機械器具	▲ 23.1	▲ 17.4	▲ 22.6	▲ 10.7	0.0	10.7	23.1	▲ 7.4
輸送用機械器具	9.3	▲ 22.7	▲ 33.3	▲ 21.4	0.0	21.4	▲ 9.3	▲ 12.5
一般機械器具	▲ 20.0	▲ 19.6	▲ 41.2	▲ 20.3	▲ 12.9	7.4	7.1	▲ 9.7
非製造業	▲ 10.0	▲ 20.6	▲ 19.2	▲ 19.1	▲ 10.5	8.7	▲ 0.5	▲ 19.4
建設業	▲ 12.1	▲ 15.3	▲ 32.2	▲ 18.3	▲ 16.9	1.4	▲ 4.8	▲ 13.6
総合工事業	▲ 20.5	▲ 9.1	▲ 31.3	▲ 25.0	▲ 15.2	9.8	5.2	2.2
職別工事業	▲ 12.5	▲ 22.2	▲ 38.5	▲ 26.0	▲ 26.7	▲ 0.7	▲ 14.2	▲ 33.3
設備工事業	▲ 4.1	▲ 13.0	▲ 26.1	▲ 4.2	▲ 9.8	▲ 5.6	▲ 5.7	▲ 10.2
卸売・小売業	▲ 17.0	▲ 30.0	▲ 20.9	▲ 30.5	▲ 22.6	7.9	▲ 5.6	▲ 24.6
(卸売業)	▲ 13.1	▲ 17.4	▲ 16.0	▲ 22.3	▲ 11.0	11.3	2.1	▲ 23.9
織維・衣服等	▲ 38.1	▲ 13.3	▲ 16.7	▲ 40.0	▲ 42.9	▲ 2.9	▲ 4.8	▲ 42.9
飲食料品	▲ 9.7	3.8	30.4	▲ 22.7	4.2	26.9	13.8	▲ 25.0
建築材料、鉱物・金属材料等	▲ 8.0	▲ 41.4	▲ 39.3	▲ 25.0	▲ 25.0	0.0	▲ 17.0	▲ 25.0
機械器具	9.1	0.0	▲ 46.2	▲ 4.8	16.0	20.8	6.9	▲ 4.0
その他	▲ 21.7	▲ 36.8	0.0	▲ 23.1	▲ 22.7	0.3	▲ 1.0	▲ 31.8
(小売業)	▲ 20.4	▲ 40.6	▲ 25.4	▲ 37.3	▲ 32.3	5.0	▲ 11.9	▲ 25.2
織物・衣服・身の回り品	▲ 15.8	▲ 32.4	▲ 28.1	▲ 47.2	▲ 20.6	26.6	▲ 4.8	▲ 17.6
飲食料品	▲ 18.9	▲ 61.8	▲ 3.2	▲ 42.4	▲ 41.2	1.2	▲ 22.3	▲ 44.1
機械器具	▲ 31.0	▲ 20.7	▲ 37.5	▲ 17.4	▲ 42.9	▲ 25.5	▲ 11.8	▲ 10.3
その他	▲ 18.2	▲ 44.7	▲ 30.8	▲ 35.7	▲ 26.5	9.2	▲ 8.3	▲ 26.5
飲食店	▲ 4.7	▲ 29.5	▲ 12.5	▲ 21.4	▲ 2.3	19.2	2.4	▲ 36.4
情報サービス業	3.4	6.3	▲ 20.0	0.0	0.0	0.0	▲ 3.4	1.7
運輸業	6.7	▲ 15.6	4.3	▲ 2.1	▲ 10.5	▲ 8.4	▲ 17.2	▲ 26.3
不動産業	▲ 20.5	▲ 17.1	▲ 25.6	▲ 17.6	2.3	19.9	22.7	▲ 13.6
サービス業	▲ 4.2	▲ 18.4	▲ 10.7	▲ 12.4	5.6	18.0	9.8	▲ 19.6
専門サービス業	▲ 14.6	5.3	▲ 21.4	8.9	▲ 2.3	▲ 11.2	12.4	▲ 2.3
洗濯・理美容・浴場業	▲ 3.1	▲ 42.1	▲ 19.4	▲ 38.7	▲ 10.7	28.0	▲ 7.6	▲ 14.3
その他生活関連・娯楽業	5.6	▲ 27.5	5.4	▲ 28.1	28.9	57.1	23.4	▲ 28.9
その他の事業サービス業	▲ 3.0	▲ 8.3	▲ 5.9	▲ 2.7	3.0	5.7	6.1	▲ 36.4

単位：DI

〔資金繰りDIの推移（詳細）〕

資金繰りDIの推移

業種	R6. 10～12月期	R7. 1～3月期	R7. 4～6月期	R7. 7～9月期	R7. 10～12月期 (当期)	増減		R8. 1～3月期 (見通し)
	前期比	前年 同期比						
全 体	▲ 17.2	▲ 19.5	▲ 18.4	▲ 19.5	▲ 11.8	7.7	5.4	▲ 18.6
製造業	▲ 17.6	▲ 21.9	▲ 19.2	▲ 23.3	▲ 9.8	13.5	7.8	▲ 18.3
食料品製造	▲ 11.4	▲ 25.6	▲ 2.3	▲ 23.1	▲ 2.0	21.0	9.3	▲ 20.0
織維工業	▲ 29.6	▲ 51.6	▲ 33.3	▲ 35.7	0.0	35.7	29.6	▲ 25.0
家具・装備品	▲ 40.7	▲ 19.4	▲ 34.5	▲ 24.1	▲ 14.8	9.3	25.9	▲ 18.5
パルプ・紙・紙加工品	▲ 25.0	▲ 32.7	▲ 19.1	▲ 28.0	▲ 12.2	15.8	12.8	▲ 24.4
印刷業	▲ 14.6	▲ 31.1	▲ 35.1	▲ 36.6	▲ 33.3	3.3	▲ 18.7	▲ 23.8
化学工業	▲ 6.7	▲ 5.6	7.7	▲ 9.5	▲ 3.8	5.7	2.8	▲ 7.7
プラスチック製品	▲ 11.6	▲ 24.5	▲ 25.6	▲ 28.2	▲ 11.6	16.6	0.0	▲ 37.2
鉄鋼業・非鉄金属	▲ 15.8	▲ 11.8	▲ 20.8	▲ 19.2	8.2	27.4	24.0	▲ 6.1
金属製品	▲ 12.5	▲ 16.4	▲ 11.3	▲ 6.6	▲ 1.6	4.9	10.9	▲ 22.6
電気機械器具	▲ 25.5	▲ 17.4	▲ 15.1	▲ 17.0	▲ 7.4	9.6	18.1	▲ 7.4
輸送用機械器具	▲ 2.3	▲ 15.9	▲ 18.8	▲ 30.0	▲ 6.4	23.6	▲ 4.1	▲ 17.0
一般機械器具	▲ 26.7	▲ 20.0	▲ 33.3	▲ 32.2	▲ 30.6	1.6	▲ 4.0	▲ 17.7
非製造業	▲ 16.9	▲ 17.6	▲ 17.8	▲ 16.5	▲ 13.4	3.1	3.5	▲ 18.9
建設業	▲ 19.3	▲ 15.6	▲ 23.6	▲ 13.7	▲ 18.4	▲ 4.7	0.9	▲ 21.3
総合工事業	▲ 30.2	▲ 16.7	▲ 25.0	▲ 9.1	▲ 32.6	▲ 23.5	▲ 2.3	▲ 15.6
職別工事業	▲ 20.8	▲ 24.1	▲ 34.0	▲ 26.5	▲ 20.5	6.1	0.4	▲ 34.9
設備工事業	▲ 8.2	▲ 4.4	▲ 9.5	▲ 4.3	▲ 4.1	0.3	4.1	▲ 14.6
卸売・小売業	▲ 19.1	▲ 21.5	▲ 19.7	▲ 18.8	▲ 20.5	▲ 1.7	▲ 1.4	▲ 19.8
(卸売業)	▲ 14.0	▲ 12.4	▲ 10.3	▲ 13.4	▲ 14.3	▲ 0.9	▲ 0.2	▲ 15.9
織維・衣服等	▲ 33.3	▲ 30.8	▲ 23.5	▲ 13.3	▲ 42.9	▲ 29.5	▲ 9.5	▲ 53.3
飲食料品	▲ 19.4	▲ 11.5	17.4	▲ 9.1	▲ 25.0	▲ 15.9	▲ 5.6	▲ 8.3
建築材料、鉱物・金属材料等	▲ 4.2	▲ 20.7	▲ 17.9	▲ 17.9	▲ 13.0	4.8	▲ 8.9	▲ 8.7
機械器具	9.1	11.5	▲ 16.0	4.8	8.3	3.6	▲ 0.8	8.3
その他	▲ 21.7	▲ 21.1	▲ 13.0	▲ 26.9	▲ 10.0	16.9	11.7	▲ 33.3
(小売業)	▲ 23.5	▲ 29.3	▲ 27.8	▲ 23.6	▲ 25.6	▲ 2.0	▲ 2.1	▲ 23.1
織物・衣服・身の回り品	▲ 21.6	▲ 22.9	▲ 29.0	▲ 37.5	▲ 20.6	16.9	1.0	▲ 17.6
飲食料品	▲ 24.3	▲ 38.2	▲ 25.0	▲ 22.6	▲ 29.4	▲ 6.8	▲ 5.1	▲ 41.2
機械器具	▲ 20.7	▲ 21.4	▲ 35.5	▲ 13.0	▲ 29.6	▲ 16.6	▲ 8.9	▲ 7.1
その他	▲ 27.3	▲ 33.3	▲ 23.1	▲ 19.5	▲ 23.5	▲ 4.0	3.7	▲ 23.5
飲食店	▲ 27.9	▲ 34.1	▲ 21.1	▲ 34.1	▲ 22.7	11.4	5.2	▲ 45.5
情報サービス業	▲ 1.7	0.0	▲ 4.0	▲ 10.2	▲ 5.3	4.9	▲ 3.6	0.0
運輸業	▲ 13.3	▲ 11.1	▲ 17.8	▲ 4.3	▲ 7.9	▲ 3.5	5.4	▲ 21.1
不動産業	▲ 15.9	▲ 7.5	▲ 16.3	▲ 17.6	2.3	20.0	18.2	▲ 7.0
サービス業	▲ 15.0	▲ 18.1	▲ 13.6	▲ 16.3	▲ 3.5	12.8	11.5	▲ 17.6
専門サービス業	▲ 17.5	▲ 5.4	▲ 17.5	▲ 9.1	▲ 18.2	▲ 9.1	▲ 0.7	▲ 6.8
洗濯・理美容・浴場業	▲ 12.5	▲ 34.2	▲ 22.2	▲ 32.3	▲ 14.3	18.0	▲ 1.8	▲ 25.0
その他生活関連・娯楽業	0.0	▲ 17.9	0.0	▲ 19.4	15.8	35.1	15.8	▲ 28.9
その他の事業サービス業	▲ 30.3	▲ 14.3	▲ 14.7	▲ 8.6	3.1	11.7	33.4	▲ 12.5

単位：DI

〔採算DIの推移（詳細）〕

採算DIの推移

業種	R6. 10~12月期	R7. 1~3月期	R7. 4~6月期	R7. 7~9月期	R7. 10~12月期 (当期)	増減		R8. 1~3月期 (見通し)	
						前期比	前年 同期比		
全 体	▲ 23.3	▲ 26.6	▲ 25.6	▲ 24.2	▲ 17.0	7.2	6.3	▲ 23.2	
製 造 業	▲ 22.3	▲ 26.9	▲ 24.7	▲ 23.9	▲ 10.6	13.2	11.7	▲ 19.8	
食品品製造	▲ 20.5	▲ 44.2	▲ 6.8	▲ 25.6	▲ 4.2	21.5	16.3	▲ 28.0	
繊維工業	▲ 29.6	▲ 35.5	▲ 30.3	▲ 25.0	▲ 21.7	3.3	7.9	▲ 45.8	
家具・装備品	▲ 44.4	▲ 23.3	▲ 24.1	▲ 31.0	▲ 26.9	4.1	17.5	▲ 11.1	
パルプ・紙・紙加工品	▲ 31.3	▲ 49.0	▲ 29.8	▲ 34.7	▲ 9.8	24.9	21.5	▲ 34.1	
印刷業	▲ 19.5	▲ 33.3	▲ 47.4	▲ 27.5	▲ 22.5	5.0	▲ 3.0	▲ 17.1	
化学工業	▲ 20.0	▲ 5.6	▲ 5.3	▲ 28.6	▲ 3.8	24.7	16.2	▲ 3.9	
プラスチック製品	▲ 19.0	▲ 28.6	▲ 27.9	▲ 17.9	▲ 9.3	8.6	9.7	▲ 32.6	
鉄鋼業・非鉄金属	▲ 21.1	▲ 19.6	▲ 18.9	▲ 20.4	4.1	24.5	25.1	▲ 24.5	
金属製品	▲ 9.6	▲ 25.4	▲ 15.5	▲ 8.2	▲ 4.8	3.4	4.8	▲ 26.2	
電気機械器具	▲ 28.0	▲ 15.2	▲ 25.5	▲ 9.4	▲ 1.9	7.6	26.1	1.9	
輸送用機械器具	0.0	▲ 15.9	▲ 29.2	▲ 32.5	▲ 8.7	23.8	▲ 8.7	▲ 19.1	
一般機械器具	▲ 37.3	▲ 25.0	▲ 41.2	▲ 33.9	▲ 30.6	3.3	6.6	▲ 12.9	
非 製 造 業	▲ 24.1	▲ 26.3	▲ 26.2	▲ 24.4	▲ 22.0	2.4	2.0	▲ 25.9	
建 設 業	▲ 23.6	▲ 20.4	▲ 33.8	▲ 18.8	▲ 25.0	▲ 6.2	▲ 1.4	▲ 23.5	
総合工事業	▲ 32.6	▲ 16.3	▲ 41.7	▲ 25.0	▲ 39.5	▲ 14.5	▲ 7.0	▲ 17.8	
職別工事業	▲ 22.9	▲ 35.2	▲ 36.0	▲ 32.7	▲ 31.8	0.8	▲ 8.9	▲ 39.5	
設備工事業	▲ 16.3	▲ 6.7	▲ 22.0	2.2	▲ 6.1	▲ 8.3	10.2	▲ 14.6	
卸 売・小売業	▲ 32.8	▲ 35.4	▲ 30.2	▲ 34.6	▲ 31.6	3.0	1.2	▲ 37.0	
(卸売業)	▲ 32.5	▲ 27.7	▲ 28.1	▲ 25.0	▲ 20.8	4.2	11.7	▲ 36.2	
繊維・衣服等	▲ 70.0	▲ 30.8	▲ 35.3	▲ 40.0	▲ 60.0	▲ 20.0	10.0	▲ 64.3	
飲食料品	▲ 35.5	▲ 15.4	▲ 4.3	▲ 22.7	▲ 20.8	1.9	14.7	▲ 30.4	
建築材料、鉱物・金属材料等	▲ 33.3	▲ 37.9	▲ 44.4	▲ 28.6	▲ 26.1	2.5	7.2	▲ 39.1	
機械器具	0.0	▲ 23.1	▲ 40.0	▲ 9.5	12.5	22.0	12.5	▲ 20.8	
その他	▲ 26.1	▲ 33.3	▲ 13.6	▲ 26.9	▲ 25.0	1.9	1.1	▲ 38.1	
小 売	(小売業)	▲ 33.1	▲ 41.8	▲ 32.1	▲ 43.0	▲ 40.6	2.3	▲ 7.5	▲ 37.7
	織物・衣服・身の回り品	▲ 29.7	▲ 41.7	▲ 29.0	▲ 53.1	▲ 35.3	17.8	▲ 5.6	▲ 38.2
	飲食料品	▲ 32.4	▲ 55.9	▲ 29.0	▲ 48.4	▲ 45.5	2.9	▲ 13.0	▲ 58.8
	機械器具	▲ 27.6	▲ 39.3	▲ 40.0	▲ 29.2	▲ 40.7	▲ 11.6	▲ 13.2	▲ 17.9
	その他	▲ 42.4	▲ 30.6	▲ 30.8	▲ 39.0	▲ 41.2	▲ 2.2	1.2	▲ 32.4
飲 食 店	▲ 46.5	▲ 46.5	▲ 21.1	▲ 45.0	▲ 36.4	8.6	10.1	▲ 55.8	
情報サービス業	6.8	4.3	▲ 6.0	0.0	▲ 7.0	▲ 7.0	▲ 13.8	3.5	
運輸業	▲ 18.2	▲ 22.7	▲ 20.5	▲ 28.3	▲ 18.4	9.8	▲ 0.2	▲ 31.6	
不動産業	▲ 18.6	▲ 17.5	▲ 25.6	▲ 14.7	▲ 2.3	12.4	16.3	▲ 4.7	
サービス業	▲ 18.3	▲ 24.3	▲ 22.6	▲ 16.3	▲ 12.0	4.3	6.3	▲ 17.6	
専門サービス業	▲ 24.4	▲ 2.7	▲ 17.5	▲ 2.3	▲ 11.4	▲ 9.1	13.0	0.0	
洗濯・理美容・浴場業	▲ 18.8	▲ 42.1	▲ 28.6	▲ 35.5	▲ 25.0	10.5	▲ 6.3	▲ 35.7	
その他生活関連・娯楽業	▲ 8.3	▲ 28.9	▲ 18.9	▲ 29.0	▲ 2.6	26.4	5.7	▲ 31.6	
その他の事業サービス業	▲ 21.2	▲ 22.9	▲ 26.5	▲ 5.7	▲ 12.5	▲ 6.8	8.7	▲ 9.4	

単位：DI

〔設備投資実施率の推移（詳細）〕

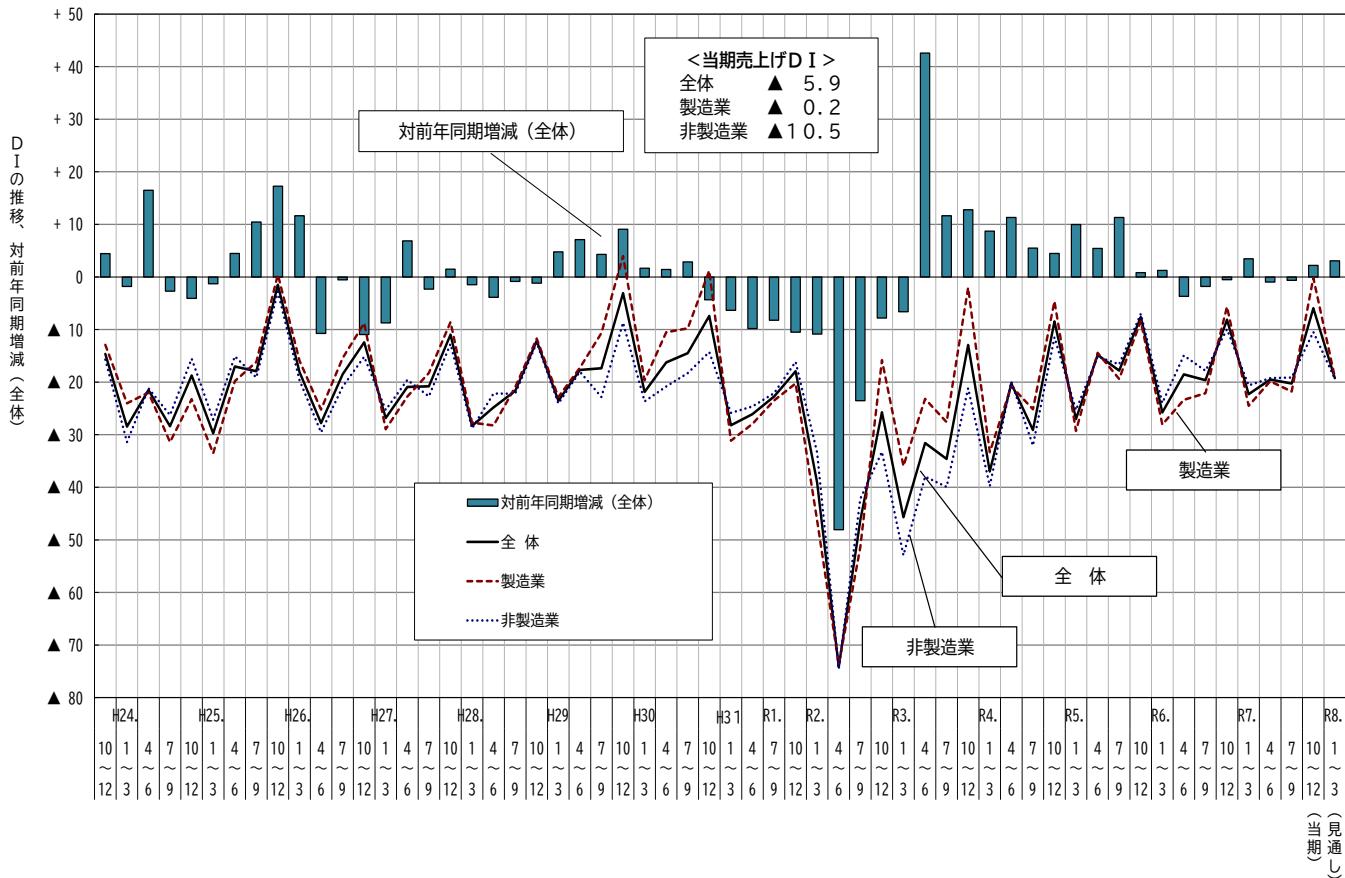
設備投資の実施率

業種	R6. 10～12月期	R7. 1～3月期	R7. 4～6月期	R7. 7～9月期	R7. 10～12月期 (当期)	増減		R8. 1～3月期 (見通し)
						前期比	前年 同期比	
全 体	23.9	21.6	23.7	24.6	26.6	2.0	2.7	21.8
製造業	26.4	24.1	27.8	28.1	31.2	3.1	4.7	26.1
食料品製造	42.9	31.0	34.1	46.2	43.8	▲ 2.4	0.9	39.6
繊維工業	16.0	9.4	18.2	20.7	24.0	3.3	8.0	12.0
家具・装備品	14.8	6.5	20.0	19.4	23.1	3.7	8.3	22.2
パルプ・紙・紙加工品	18.4	18.8	22.9	22.0	35.7	13.7	17.3	11.9
印刷業	17.1	20.5	18.4	22.0	19.0	▲ 2.9	2.0	21.4
化学工業	40.9	38.9	41.0	35.7	44.2	8.5	3.3	32.7
プラスチック製品	22.7	24.5	27.3	25.6	27.9	2.3	5.2	23.3
鉄鋼業・非鉄金属	34.2	24.0	37.0	41.2	42.9	1.7	8.6	37.5
金属製品	31.1	24.2	31.0	27.9	25.4	▲ 2.5	▲ 5.7	28.6
電気機械器具	17.6	23.9	24.1	21.8	25.9	4.1	8.3	29.6
輸送用機械器具	44.2	38.6	39.6	43.9	33.3	▲ 10.6	▲ 10.9	25.0
一般機械器具	13.6	23.2	13.7	13.6	23.3	9.8	9.8	18.6
非製造業	22.0	19.7	20.5	21.9	23.1	1.1	1.1	18.5
建設業	15.6	14.1	23.8	21.6	16.5	▲ 5.0	1.0	15.8
総合工事業	20.0	18.2	25.0	27.3	15.6	▲ 11.7	▲ 4.4	8.7
職別工事業	14.9	13.5	17.3	12.5	13.6	1.1	▲ 1.3	11.4
設備工事業	12.5	10.9	29.8	25.5	20.0	▲ 5.5	7.5	26.5
卸売・小売業	20.7	17.7	18.2	20.2	23.2	3.0	2.5	17.3
(卸売業)	22.7	17.4	20.2	25.7	24.5	▲ 1.1	1.9	17.6
繊維・衣服等	19.0	15.4	11.1	25.0	26.7	1.7	7.6	6.7
飲食料品	24.1	20.0	34.8	22.7	20.8	▲ 1.9	▲ 3.3	27.3
建築材料、鉱物・金属材料等	32.0	15.4	17.9	32.1	25.0	▲ 7.1	▲ 7.0	20.8
機械器具	18.2	23.1	19.2	23.8	28.0	4.2	9.8	12.0
その他	18.2	10.5	16.7	23.1	22.7	▲ 0.3	4.5	18.2
(小売業)	18.9	17.9	16.4	15.7	22.1	6.5	3.2	17.1
織物・衣服・身の回り品	2.8	5.7	3.1	2.8	11.8	9.0	9.0	9.1
飲食料品	11.1	12.1	9.4	6.1	11.8	5.7	0.7	8.8
機械器具	37.0	31.0	29.0	30.4	41.4	10.9	4.3	39.3
その他	30.3	24.3	23.1	26.2	26.5	0.3	▲ 3.8	14.7
飲食店	21.4	25.0	17.5	9.8	23.3	13.5	1.8	14.0
情報サービス業	18.6	20.4	20.0	26.5	22.4	▲ 4.1	3.8	19.0
運輸業	39.5	35.6	39.1	33.3	44.7	11.4	5.2	42.1
不動産業	9.1	7.3	18.6	14.7	16.7	2.0	7.6	7.3
サービス業	30.7	25.2	17.0	25.0	25.5	0.5	▲ 5.2	21.0
専門サービス業	29.3	23.7	21.4	26.7	29.5	2.9	0.3	11.4
洗濯・理美容・浴場業	43.8	26.3	14.3	25.8	32.1	6.3	▲ 11.6	25.0
その他生活関連・娯楽業	25.0	25.0	18.9	25.0	22.2	▲ 2.8	▲ 2.8	36.8
その他の事業サービス業	25.8	25.7	12.1	22.2	18.2	▲ 4.0	▲ 7.6	12.1

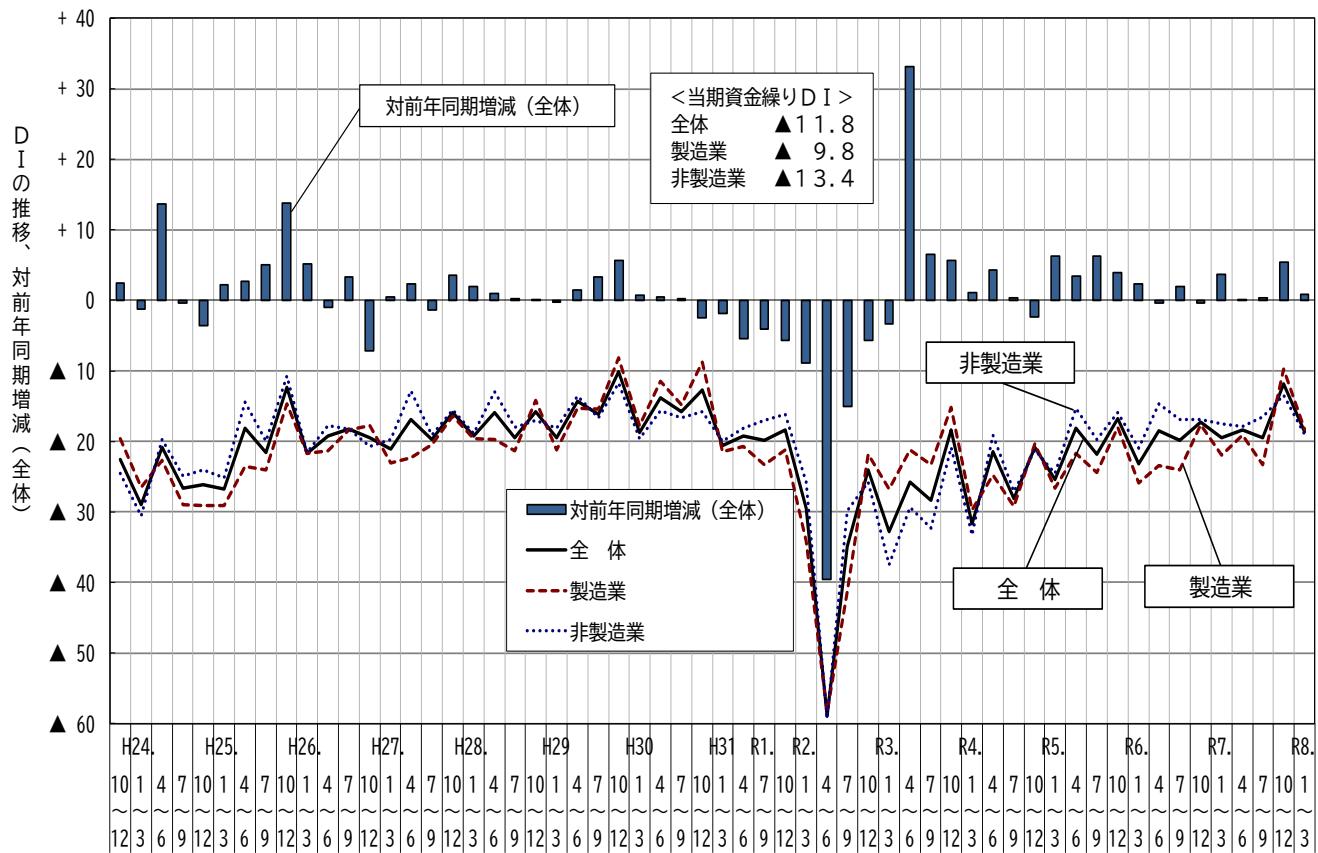
単位：%

埼玉県四半期経営動向調査（令和7年10月～12月期）

[売上げD I の推移 (平成23年7月～)]

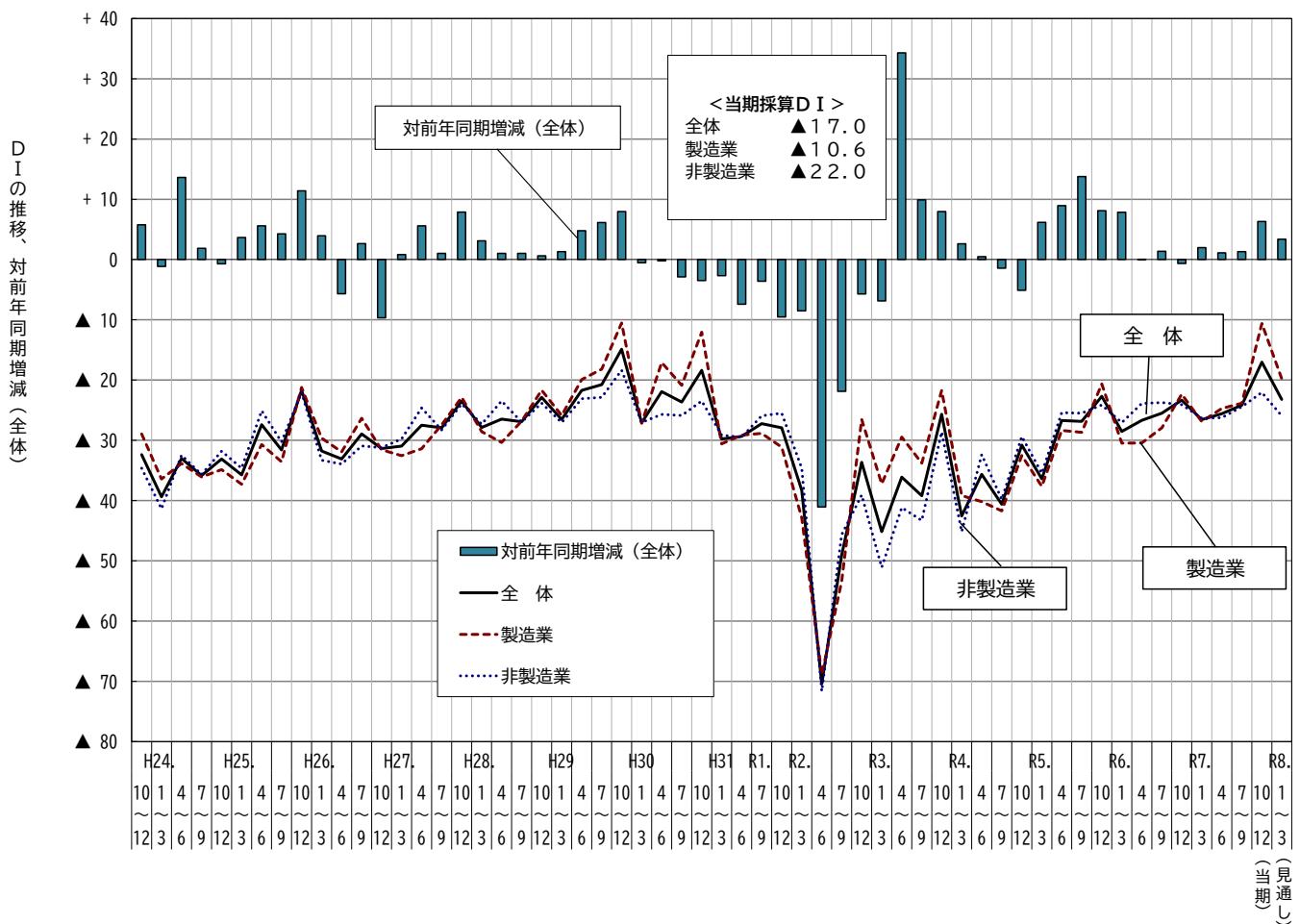


[資金繰りD I の推移 (平成23年7月~)]



埼玉県四半期経営動向調査（令和7年10月～12月期）

〔採算D I の推移（平成23年7月～）〕



VI 参考 アンケート調査票

埼玉県四半期経営動向調査（令和7年10～12月期調査） お忙しいところ大変恐縮ですが、当調査への御協力をお願いいたします。	
 1	
問1 貴社の今10～12月期の経営実績（見込み）は、前7～9月期と比較していかがでしたか	
(1) 売上高 <input type="checkbox"/> 増えた <input type="checkbox"/> ほとんど変わらない <input type="checkbox"/> 減った (2) 資金繰 <input type="checkbox"/> 良くなつた <input type="checkbox"/> ほとんど変わらない <input type="checkbox"/> 悪くなつた (3) 採算 <input type="checkbox"/> 良くなつた <input type="checkbox"/> ほとんど変わらない <input type="checkbox"/> 悪くなつた ✓	
問2 貴社の来1～3月期の経営見通しは、今10～12月期と比較していかがですか	
(1) 売上高 <input type="checkbox"/> 増える <input type="checkbox"/> ほとんど変わらない <input type="checkbox"/> 減る (2) 資金繰 <input type="checkbox"/> 良くなる <input type="checkbox"/> ほとんど変わらない <input type="checkbox"/> 悪くなる (3) 採算 <input type="checkbox"/> 良くなる <input type="checkbox"/> ほとんど変わらない <input type="checkbox"/> 悪くなる ↓ (1) で「SDGsに既に取り組んでいる」又は「SDGsへの取組を検討している」を選択した企業のみご回答ください。	
問3 貴社の今10～12月期の設備投資実績（見込み）についてお聞きします	
(1) 設備投資 <input type="checkbox"/> 実施した → 調問ア及びイへ <input type="checkbox"/> 実施しなかつた → 調問4へ ア 実施した内容（複数回答可） <input type="checkbox"/> 1 設備投資の目的（複数回答可）	
□ 土地 <input type="checkbox"/> 更新、維持・補修 <input type="checkbox"/> 生産・販売能力の拡大 □ 建物（工場・店舗等を含む） <input type="checkbox"/> 合理化・省力化 <input type="checkbox"/> 研究・開発 □ 生産・販売設備（建設機械を含む） <input type="checkbox"/> 環境保全対策 <input type="checkbox"/> 他社（他店）との差別化 □ 情報化機器 <input type="checkbox"/> 多角化 <input type="checkbox"/> 従業員のモチベーション向上 □ 車両・運搬具 <input type="checkbox"/> その他（ ） <input type="checkbox"/> 自社以外との連携 □ その他（ ） <input type="checkbox"/> 企業価値の向上 □ その他（ ） <input type="checkbox"/> その他（ ）	
問4 貴社の来1～3月期の設備投資計画についてお聞きします	
(1) 設備投資 <input type="checkbox"/> 実施する → 調問ア及びイへ <input type="checkbox"/> 実施しない → 調問5へ ア 実施する内容（複数回答可） <input type="checkbox"/> 1 設備投資の目的（複数回答可）	
□ 土地 <input type="checkbox"/> 更新、維持・補修 <input type="checkbox"/> 生産・販売能力の拡大 □ 建物（工場・店舗等を含む） <input type="checkbox"/> 合理化・省力化 <input type="checkbox"/> 研究・開発 □ 生産・販売設備（建設機械を含む） <input type="checkbox"/> 環境保全対策 <input type="checkbox"/> 他社（他店）との差別化 □ 情報化機器 <input type="checkbox"/> 多角化 <input type="checkbox"/> 具体的なメリットを感じられない □ 車両・運搬具 <input type="checkbox"/> その他（ ） <input type="checkbox"/> 特になし □ その他（ ） <input type="checkbox"/> その他（ ）	
問5 貴社の業界の「景気」について、経営者の方の御意見をお聞かせください	
(1) 今10～12月期の景気水準は <input type="checkbox"/> 好況である <input type="checkbox"/> 普通である <input type="checkbox"/> 不況である	
(2) 来1～3月期の景気見通し <input type="checkbox"/> 良い方向に向かう <input type="checkbox"/> どちらとも言えない <input type="checkbox"/> 悪い方向に向かう	

←こちらのQRコードからも御回答いただけます おもて 事務局使用欄 調査コード 202512 管理番号 11 11 回答コード 01	
問6 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の認知度について	
(1) SDGsに取り組んでいます <input type="checkbox"/> SDGsに取り組んでいない <input type="checkbox"/> SDGsへの取組を検討している <input type="checkbox"/> ↓ 調問アへ	
(2) SDGsの内容について	
SDGsは把握しているが、自社で取り組んでいない <input type="checkbox"/> SDGsという言葉は聞いたことがあるが内容は知らない <input type="checkbox"/> 今回の調査で初めて認識した <input type="checkbox"/> ↓ (1) で「SDGsに既に取り組んでいる」又は「SDGsへの取組を検討している」を選択した企業のみご回答ください。 ア 貴社におけるSDGsへの取組（又は検討）内容について	
(3) SDGsによる取組による期待する効果（複数回答可）	
企業PRの促進（採用活動等） <input type="checkbox"/> 売上げ、利益の増加 <input type="checkbox"/> 従業員のモチベーション向上 <input type="checkbox"/> 自社以外との連携 <input type="checkbox"/> 企業価値の向上 <input type="checkbox"/> その他（ ） <input type="checkbox"/> ↓ (1) で「SDGsに既に取り組んでいる」又は「SDGsへの取組を検討している」を選択した企業のみご回答ください。 イ SDGsへの取組による期待する効果（複数回答可）	
(4) SDGsに取り組むに当たっての課題について（複数回答可）	
社内の認知度不足 <input type="checkbox"/> 時間的な余裕がない <input type="checkbox"/> 資金的余裕がない <input type="checkbox"/> より優先すべき課題がある <input type="checkbox"/> 行政の関与や情報提供が少ない <input type="checkbox"/> 特になし <input type="checkbox"/> その他（ ） <input type="checkbox"/> ↓ (2) SDGsに取り組むに当たっての課題について（複数回答可）	
(5) SDGsに取り組む上で県に期待する支援について（複数回答可）	
専門家によるコンサルティング <input type="checkbox"/> 補助金等財務面での支援 <input type="checkbox"/> 企業間での情報交換・交流の機会 <input type="checkbox"/> 特になし <input type="checkbox"/> その他（ ） <input type="checkbox"/>	

埼玉県四半期経営動向調査（令和7年10～12月期調査）		1		こちらのQRコードからも御回答いただけます
事業継続計画（BCP）の策定についてお聞きします				
*事業継続計画（BCP：Business Continuity Plan）：自然災害、感染症拡大、テロ攻撃などの緊急事態に備え、企業が対応策を事前に決めておくこと。				
(1) 事業継続計画（BCP）を策定していますか				
<input type="checkbox"/> 策定済みである <input type="checkbox"/> 策定中である <input type="checkbox"/> 策定検討中である <input type="checkbox"/> 策定する予定はない <input type="checkbox"/> BCPとは何かを知らない 		<p>→ 設問ア、イ、ウ及びエへ</p> <p>→ 設問オへ</p> <p>→ 設問（2）へ</p>	<p>ア 貴社にとって事業継続に重大な影響を与えるリスクは何ですか（複数回答可）</p> <p>↓ (1) で「策定済みである」、「策定中である」又「策定を検討中である」を選択した企業のみご回答ください。</p>	
<input type="checkbox"/> 地震 <input type="checkbox"/> その他 <input type="checkbox"/> 災害 <input type="checkbox"/> 損傷 <input type="checkbox"/> 感染症（新型インフルエンザ等） <input type="checkbox"/> 情報セキュリティ上のリスク <input type="checkbox"/> 経営者の入院等による長期不在 <input type="checkbox"/> 戦争やテロ（国際情勢や地理的条件による本社・海外拠点への影響等） <input type="checkbox"/> 取引先の倒産 <input type="checkbox"/> その他（ ） 			<p>イ 策定済み及び策定予定の事業継続計画（BCP）の種類（内容）は何ですか（複数回答可）</p> <p>↓ (1) で「策定済みである」、「策定中である」又「策定を検討中である」を選択した企業のみご回答ください。</p>	
<input type="checkbox"/> 事業継続力強化計画 <input type="checkbox"/> 中小企業版BCP <input type="checkbox"/> 国土交通省版BCP <input type="checkbox"/> レジリエンス認証 <input type="checkbox"/> ISO 22301 <input type="checkbox"/> 自社独自で考案したBCP <input type="checkbox"/> その他（ ）				
(2) 事業継続計画（BCP）を策定する理由は何ですか（複数回答可）			<p>ア 営業継続計画（BCP）を策定しない理由は何ですか（複数回答可）</p> <p>↓ (1) で「策定する予定はない」を選択した企業のみご回答ください。</p>	
<input type="checkbox"/> 自社で作成 <input type="checkbox"/> 民間のコンサルタント等の支援を受けながら策定 <input type="checkbox"/> 公的な支援機関の支援を受けながら策定 <input type="checkbox"/> 策定することに至ったきっかけは何ですか（複数回答可） <input type="checkbox"/> 自然災害や感染症拡大のリスクに備える必要性を感じたため <input type="checkbox"/> 自然災害や感染症拡大の経験があり、必要性を感じたため <input type="checkbox"/> 策定によって受けられる優遇措置等にメリットを感じたため <input type="checkbox"/> 取引先や関連企業からの働き掛けを受けたため <input type="checkbox"/> その他（ ）			<p>オ 営業継続計画（BCP）を策定しない理由は何ですか（複数回答可）</p> <p>↓ (1) で「策定する予定はない」を選択した企業のみご回答ください。</p>	
<input type="checkbox"/> その他の余裕がない <input type="checkbox"/> 時間的余裕がない <input type="checkbox"/> 策定の必要性が感じられない <input type="checkbox"/> その他（ ）			<p>ア 営業継続計画（BCP）を策定や運用に關し、どのような支援があれば活用したいですか（複数回答可）</p> <p>(2) 事業継続計画（BCP）を策定や運用に關し、どのような支援があれば活用したいですか（複数回答可）</p> <p>□ セミナーの開催 <input type="checkbox"/> 事例集や策定手引きの提供 <input type="checkbox"/> 企業間での情報交換の機会 <input type="checkbox"/> その他（ ） </p>	
<input type="checkbox"/> 専門家によるコンサルティング <input type="checkbox"/> 補助金等財務的な支援 <input type="checkbox"/> 特になし			<p>□ 調査結果は専門家によるホームページで公開しています。調査結果の送付を希望しますか？</p> <p>□ 希望する（メールでの送付） □ 希望する（郵送） □ 希望しない</p> <p>メールアドレスを記載して下さい。本調査に於けるお問い合わせ先》埼玉県産業労働政策課企画調査係担当 (メールアドレス) 3371-10-pref.saitama.lg.jp</p>	

アンケート調査対象業種と日本標準産業分類の対応

アンケート調査対象業種		第14回改訂日本標準産業分類(R5.7改訂)
製造業	食料品製造	食料品製造業(09)
	織維工業	織維工業(11)
	家具・装備品	家具・装備品製造業(13)
	パルプ・紙・紙加工品	パルプ・紙・紙加工品製造業(14)
	印刷業	印刷・同関連業(15)
	化学工業	化学工業(16)
	プラスチック製品	プラスチック製品製造業(18)
	鉄鋼業・非鉄金属	鉄鋼業(22)、非鉄金属製造業(23)
	金属製品	金属製品製造業(24)
	電気機械器具	電子部品・デバイス・電子回路製造業(28)、 電気機械器具製造業(29)、情報通信機械器具製造業(30)
非製造業	輸送用機械器具	輸送用機械器具製造業(31)
	一般機械器具	はん用機械器具製造業(25)、生産用機械器具製造業(26)、 業務用機械器具製造業(27)
	建 設 業	総合工事業
	総合工事業	総合工事業(06)
	職別工事業	職別工事業(07)
	設備工事業	設備工事業(08)
	卸 売 業	織維・衣服等
	織維・衣服等	織維・衣服等卸売業(51)
	飲食料品	飲食料品卸売業(52)
	建築材料、鉱物・金属材料等	建築材料、鉱物・金属材料等卸売業(53)
小売業	機械器具	機械器具卸売業(54)
	その他	その他の卸売業(55)
	織物・衣服・身の回り品	織物・衣服・身の回り品小売業(57)
	飲食料品	飲食料品小売業(58)
	機械器具	機械器具小売業(59)
	その他	その他の小売業(60)
	飲食店	飲食店(76)
	情報サービス業	情報サービス業(39)
	運輸業	道路貨物運送業(44)
	不動産業	不動産取引業(68)
サービス業	専門サービス業	専門サービス業(72)
	洗濯・理美容・浴場業	洗濯・理容・美容・浴場業(78)
	その他の生活関連・娯楽業	その他の生活関連サービス業(79)、娯楽業(80)
	その他の事業サービス業	その他の事業サービス業(92)

埼玉県四半期経営動向調査（令和7年10～12月期）
編集・発行：埼玉県産業労働部 産業労働政策課
調査実施機関：埼玉県産業労働部 産業労働政策課
埼玉県企画財政部 地域振興センター
問い合わせ先：埼玉県産業労働部 産業労働政策課 企画調査担当
048-830-3723