

2023年度第4四半期（2024年1～3月期） 長岡市景況調査報告書（概要版）

2024年5月

長岡市
長岡商工会議所
(調査機関) 第四北越リサーチ&コンサルティング(株)

I. 調査の概要

1. 調査の目的

長岡市と長岡商工会議所が共同で、四半期ごとの長岡市内事業所の景気動向を調査することにより、現在の景況を把握し今後の施策に反映させるための基礎資料とする。

2. 調査の方法

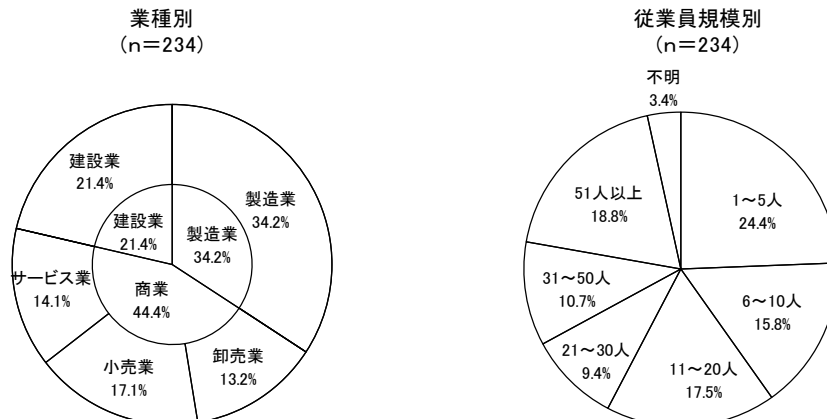
- (1) 期 間 2024年4月12日(金)～2024年4月30日(火)
- (2) 方 法 郵送による記名アンケート方式
- (3) 対象先数 400事業所
- (4) 回答先数 有効回答 234事業所
- (5) 有効回収率 58.5% (234/400)

3. 回収状況

回収状況は下記の通り。

	調査対象企業数 ()は構成比率(%)	回答企業数 ()は構成比率(%)	回収率(%)
製 造 業	131 (32.8)	80 (34.2)	61.1
卸 売 業	51 (12.8)	31 (13.2)	60.8
小 売 業	66 (16.5)	40 (17.1)	60.6
サービス業	74 (18.5)	33 (14.1)	44.6
建 設 業	78 (19.5)	50 (21.4)	64.1
合 計	400	234	58.5

<回答企業の内訳>



Ⅱ. 調査結果の概要

1. 景気動向に関する調査

(1) 業況判断の動向

- ・2024年1～3月期の業況判断DIは△19.6となり、前期（△10.6）と比較し△9.0ポイント悪化した。
- ・2024年4～6月期の見通しは△23.2と、今期比△3.6ポイントの悪化が見込まれている。
- ・業種別に業況判断DIをみると、製造業は2024年1～3月期が△21.2となり、前期比△4.4ポイント悪化した。2024年4～6月期は△26.6で今期比△5.4ポイント悪化する見通しである。
- ・商業（卸売業、小売業、サービス業の合計）は2024年1～3月期が△17.9となり、前期比△19.7ポイント悪化した。2024年4～6月期は△21.2となり、今期比△3.3ポイント悪化する見通しである。
- ・建設業は2024年1～3月期が△20.8となり、前期比+6.1ポイント改善した。2024年4～6月期は△21.8と今期比△1.0ポイント悪化する見通しである。

【現況】(2024年1～3月期、前年同期比)

業種	良い (%)	不変 (%)	悪い (%)	業況判断DI (良い－悪い)	前回調査DI (2023年10～12月期)
製造業	18.8 (△1.7)	41.3 (△0.9)	40.0 (+2.7)	△21.2 (△4.4)	△16.8
商業	26.7 (△5.4)	28.7 (△8.9)	44.6 (+14.3)	△17.9 (△19.7)	1.8
建設業	14.6 (+6.9)	50.0 (△7.7)	35.4 (+0.8)	△20.8 (+6.1)	△26.9
全体	21.4 (△1.6)	37.6 (△5.8)	41.0 (+7.4)	△19.6 (△9.0)	△10.6

※()内の数字は前回調査「2023年10～12月期の現況」からの増減

【見通し】(2024年4～6月期、前年同期比)

業種	良い (%)	不変 (%)	悪い (%)	業況判断DI (良い－悪い)
製造業	15.2 (△3.6)	43.0 (+1.7)	41.8 (+1.8)	△26.6 (△5.4)
商業	16.2 (△10.5)	46.5 (+17.8)	37.4 (△7.2)	△21.2 (△3.3)
建設業	4.3 (△10.3)	69.6 (+19.6)	26.1 (△9.3)	△21.8 (△1.0)
全体	13.4 (△8.0)	50.0 (+12.4)	36.6 (△4.4)	△23.2 (△3.6)

※()内の数字は今回調査「2024年1～3月期の現況」からの増減

<業況が「良い」・「悪い」の理由>

- ・2023年1～3月期の業況が「良い」・「悪い」の理由をみると、業況が「良い」の理由は、5業種とも「需要動向の好転」（建設業は、回答の選択肢に「需要動向の好転」がなく「官公需要の好転」と「民間需要の好転」が同率）の割合が最も高かった。なお、サービス業は「売上単価の上昇」、建設業は「販路の拡大」も同率で最も高かった。
- ・業況が「悪い」の理由は、5業種とも「需要動向の悪化」（建設業は、回答の選択肢に「需要動向の悪化」がなく「民間需要の悪化」）の割合が最も高かった。なお、小売業とサービス業は「原材料・仕入単価の上昇」も同率で最も高かった。

業況が「良い」の理由（上位5位まで、複数回答、下段：％）

順位 業種	1位	2位	3位	4位	5位
製造業 (n=14)	需要動向の好転	売上単価の上昇	販路の拡大	資金繰りの好転	原材料・仕入単価の低下
	71.4	35.7	14.3	7.1	7.1
卸売業 (n=7)	需要動向の好転	販路の拡大	売上単価の上昇	経費削減の進展	新分野への進展
	57.1	42.9	42.9	14.3	14.3
小売業 (n=5)	需要動向の好転	販路の拡大	売上単価の上昇	経費削減の進展	新製品の開発・取扱い
	80.0	60.0	20.0	20.0	20.0
サービス業 (n=13)	需要動向の好転	売上単価の上昇	販路の拡大		
	69.2	69.2	7.7		
建設業 (n=7)	官公需要の好転	民間需要の好転	販路の拡大	売上単価の上昇	
	42.9	42.9	42.9	14.3	

※複数回答のため、割合の合計は100%にならない。

業況が「悪い」の理由（上位5位まで、複数回答、下段：％）

順位 業種	1位	2位	3位	4位	5位
製造業 (n=32)	需要動向の悪化	原材料・仕入単価の上昇	経費負担の増加	販路の縮小	資金繰りの悪化
	84.4	37.5	34.4	18.8	15.6
卸売業 (n=13)	需要動向の悪化	原材料・仕入単価の上昇	経費負担の増加	販路の縮小	
	84.6	53.8	38.5	23.1	
小売業 (n=20)	需要動向の悪化	原材料・仕入単価の上昇	経費負担の増加	販路の縮小	為替の悪影響
	70.0	70.0	45.0	30.0	15.0
サービス業 (n=10)	需要動向の悪化	原材料・仕入単価の上昇	経費負担の増加	売上単価の低下	販路の縮小
	80.0	80.0	70.0	30.0	20.0
建設業 (n=16)	民間需要の悪化	官公需要の悪化	原材料・仕入単価の上昇	販路の縮小	経費負担の増加
	68.8	62.5	37.5	25.0	25.0

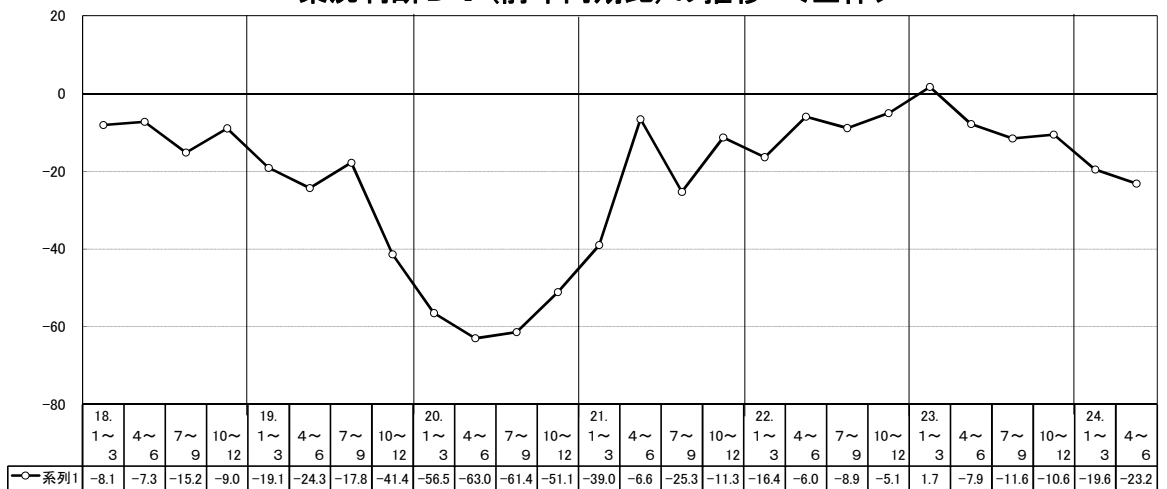
※複数回答のため、割合の合計は100%にならない。

<長期的（2018年1～3月期以降）にみた趨勢>

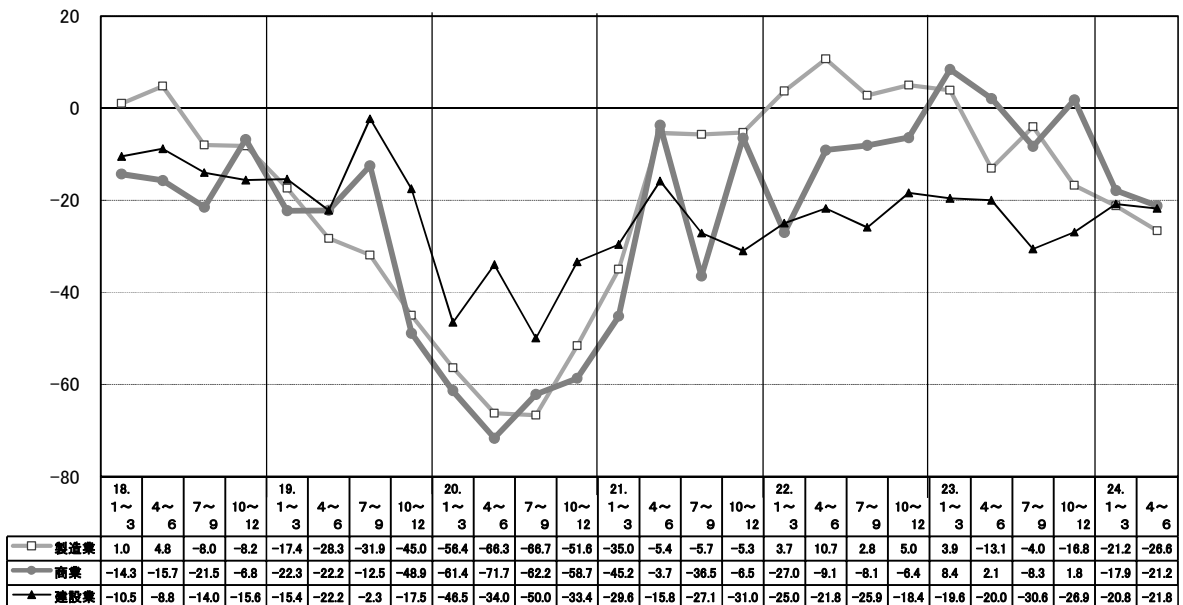
2018年1～3月期以降の推移をみると、業況判断D Iは2019年1～3月期から弱含みの動きをみせ、2019年10～12月期は消費税率引き上げ（8%→10%）の影響により大きく落ち込んだ。

2020年に入ると、今度は新型コロナウイルスの感染拡大の影響を受けて、業況判断D Iは低調な動きを示したが、感染の落ち着きにより、2020年7～9月期から2021年4～6月期にかけて持ち直しの動きをみせた。その後、2021年7～9月期に一旦悪化したものの、2021年10～12月期以降は振れを伴いつつも緩やかな持ち直しの動きとなり、2023年1～3月期にはプラス圏に浮上した。しかし、その後は上昇一服となり、足元にかけてはやや弱含みの動きを示している。

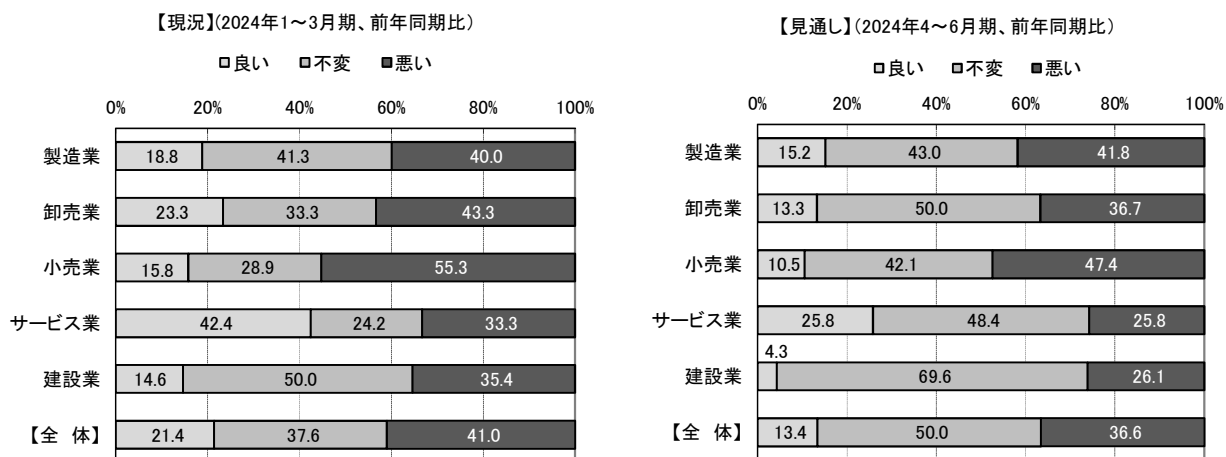
業況判断D I（前年同期比）の推移 <全体>



業況判断D I（前年同期比）の推移 <業種別>



- ・業況判断の動向を5業種別にみると、2024年1～3月期は「良い」の割合がサービス業（42.4%）で最も高く4割強となった。一方、「悪い」の割合は小売業（55.3%）で最も高く5割台半ばとなった。
- ・2024年4～6月期は、「良い」の割合がサービス業（25.8%）で引き続き最も高く2割台半ばとなった。一方、「悪い」の割合は小売業（47.4%）で引き続き最も高く5割弱となった。



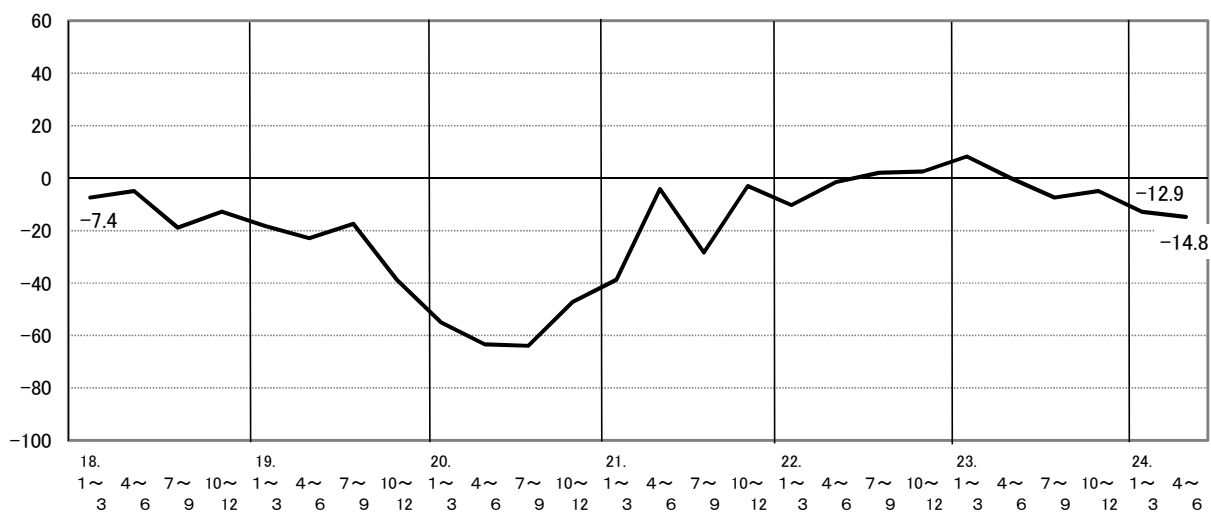
(2) 売上高の動向

- ・2024年1～3月期の売上高DIは全体で△12.9となり、2023年10～12月期(△4.9)と比較し△8.0ポイント悪化した。業種別では、製造業、小売業、サービス業で悪化した。
- ・2024年4～6月期は、全体で△14.8となり、2024年1～3月期と比較し△1.9ポイント悪化する見通しである。業種別では、製造業、卸売業、サービス業で悪化する見通しである。

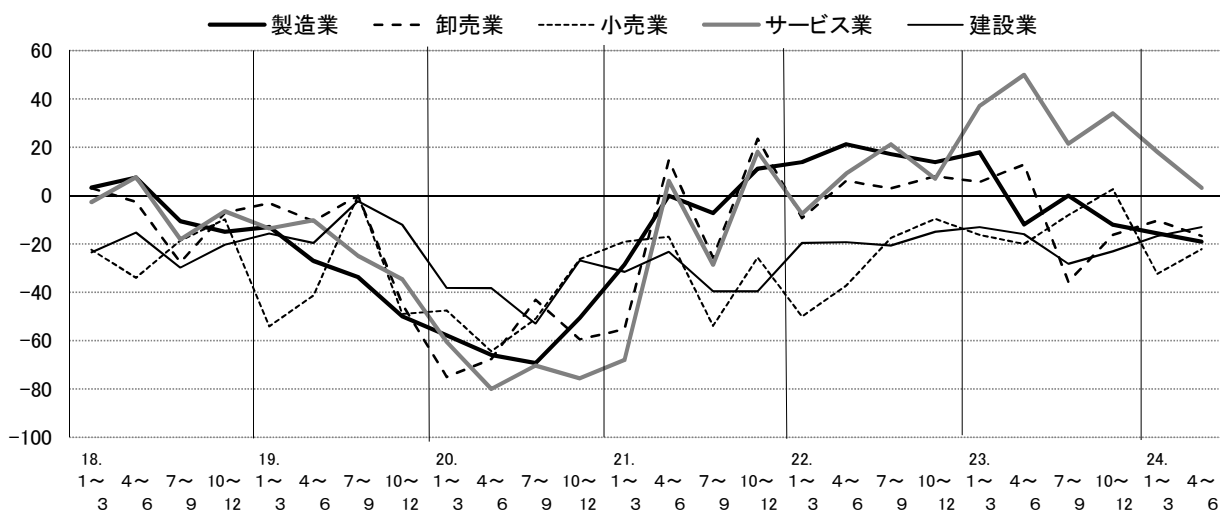
売上高の動向(前年同期比)

業種	前回調査DI (2023年 10～12月期)	現況 (2024年1～3月期)				見通し (2024年4～6月期)			
		増加 (%)	不変 (%)	減少 (%)	売上高DI (増加-減少)	増加 (%)	不変 (%)	減少 (%)	売上高DI (増加-減少)
製造業	△12.1	23.4	37.7	39.0	△15.6	19.0	43.0	38.0	△19.0
卸売業	△16.2	27.6	34.5	37.9	△10.3	13.3	56.7	30.0	△16.7
小売業	2.7	16.2	35.1	48.6	△32.4	13.9	50.0	36.1	△22.2
サービス業	34.1	45.5	27.3	27.3	18.2	25.8	51.6	22.6	3.2
建設業	△23.0	22.9	37.5	39.6	△16.7	10.9	65.2	23.9	△13.0
全体	△4.9	25.9	35.3	38.8	△12.9	16.7	51.8	31.5	△14.8

売上高DI(前年同期比)の推移【全体】



業種別売上高DI(前年同期比)の推移



(3) 設備投資の動向

- ・2024年1～3月期に設備投資を実施した割合は30.2%となった。前回調査（2023年10～12月期：29.0%）と比較し+1.2ポイント上昇した。
- ・2024年1～3月期に設備投資を実施した事業所の投資内容をみると、「生産設備」「車両・運搬具」「OA機器」などが多かった。
- ・2024年4～6月期に設備投資を計画している割合は31.0%となった。今期実施した割合と比較し+0.8ポイント上昇する見通しである。
- ・2024年4～6月期に設備投資を計画している事業所の投資内容をみると、「生産設備」「OA機器」「車両・運搬具」などが多かった。

【現況】2024年1～3月期の設備投資

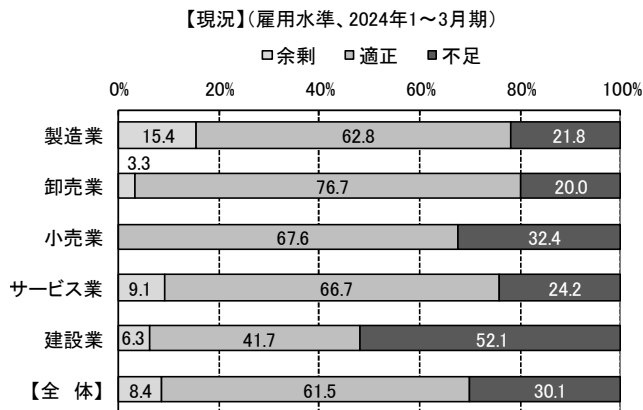
業種	実施した(%) 【()内は事業所数】	投資内容 (事業所数、複数回答)								実施しなかった(%)
		土地	建物	生産設備	車両・運搬具	付帯施設	OA機器	福利厚生施設	その他	
製造業	30.0 (24)	0	1	15	4	3	9	2	1	70.0
卸売業	32.3 (10)	0	0	2	6	2	3	0	0	67.7
小売業	17.9 (7)	1	2	0	2	2	1	1	0	82.1
サービス業	42.4 (14)	0	1	5	5	4	5	0	2	57.6
建設業	30.6 (15)	1	1	3	7	1	6	0	1	69.4
全体	30.2 (70)	2	5	25	24	12	24	3	4	69.8

【計画】2024年4～6月期の設備投資

業種	計画している(%) 【()内は事業所数】	投資内容 (事業所数、複数回答)								計画していない(%)
		土地	建物	生産設備	車両・運搬具	付帯施設	OA機器	福利厚生施設	その他	
製造業	37.7 (29)	1	3	16	3	5	9	2	1	62.3
卸売業	19.4 (6)	2	0	1	2	1	1	0	2	80.6
小売業	28.2 (11)	0	3	1	4	4	4	0	1	71.8
サービス業	36.4 (12)	0	2	4	5	3	5	0	1	63.6
建設業	26.5 (13)	0	1	2	9	0	5	0	1	73.5
全体	31.0 (71)	3	9	24	23	13	24	2	6	69.0

(4) 雇用の動向

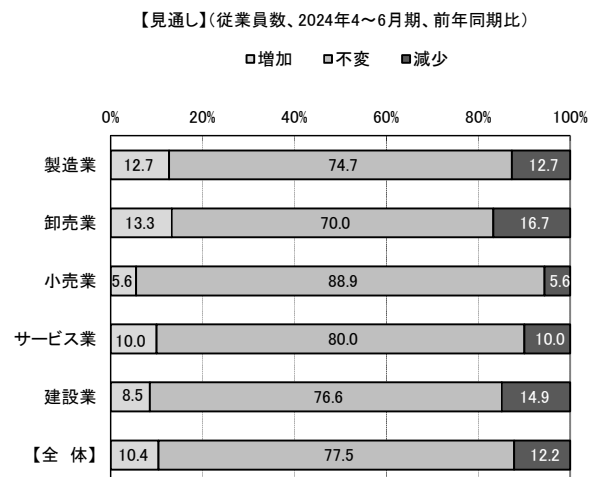
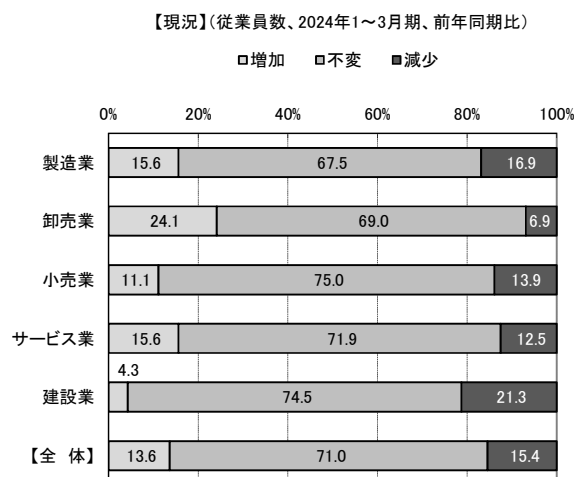
- ・2024年1～3月期の雇用水準は、「余剰」の割合が8.4%(2023年10～12月期:6.0%)、「適正」が61.5%(同:61.7%)、「不足」が30.1%(同:32.3%)となった。
- ・DI(「余剰」-「不足」)は△21.7と、2023年10～12月期(△26.3%)に比べ+4.6ポイント改善した。
- ・業種別では、5業種とも不足超となっており、建設業(△45.8)のマイナス幅が最も大きかった。



雇用の動向

業種	前回調査DI (水準、2023年10～12月期)	現況DI (水準、2024年1～3月期)
製造業	△ 11.0	△ 6.4
卸売業	△ 9.1	△ 16.7
小売業	△ 32.4	△ 32.4
サービス業	△ 26.9	△ 15.1
建設業	△ 54.6	△ 45.8
【全体】	△ 26.3	△ 21.7

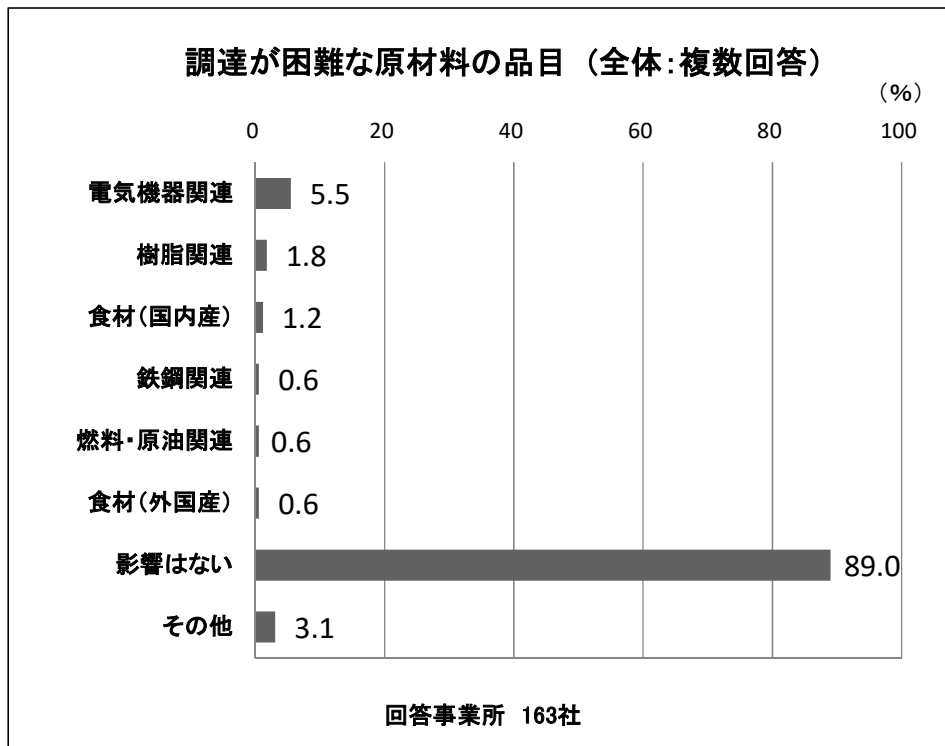
- ・2024年1～3月期の従業員数は、「増加」の割合が13.6%(2023年10～12月期:10.0%)、「不変」が71.0%(同:73.2%)、「減少」が15.4%(同:16.7%)となった。
- ・2024年4～6月期の従業員数は、「増加」の割合が10.4%、「不変」が77.5%、「減少」が12.2%となった。



2. 原材料の調達・円安・電気料金の値上げに関する調査

(1) 原材料の調達状況

- ・原材料について、調達が困難な品目を複数回答で尋ねたところ、全体では「電気機器関連」の割合が5.5%と最も高く、「樹脂関連」(1.8%)、「食材(国内産)」(1.2%)が続いた。
- ・一方、「影響はない」の割合は89.0%だった。回答事業所163社中145社が「影響はない」と回答している。
- ・なお、「影響はない」の割合を前回調査(2023年10~12月期、85.4%)と比較すると+3.6ポイント上昇している。
- ・また、「その他」(3.1%)の回答としては、「木材」「用紙」「セラミック部品」(いずれも製造業)、「生花」(小売業)、「セメント」「電線・ケーブル」(ともに建設業)があった。



- ・業種別では、製造業と建設業で「電気機器関連」の割合が最も高く、小売業では「燃料・原油関連」と「食材（国内産）」、サービス業では「食材（外国産）」と「食材（国内産）」がそれぞれ同率で最も高かった。

調達が困難な原材料の品目（上位3位まで、複数回答、下段：％）

順位 業種	1位	2位	3位
製造業 (n=61)	電気機器関連	樹脂関連	鉄鋼関連
	11.5	4.9	1.6
卸売業 (n=25)			
小売業 (n=19)	燃料・原油関連	食材(国内産)	
	5.3	5.3	
サービス業 (n=25)	食材(外国産)	食材(国内産)	
	4.0	4.0	
建設業 (n=33)	電気機器関連		
	6.1		

参考
影響はない(51社)
83.6
影響はない(25社)
100.0
影響はない(16社)
84.2
影響はない(24社)
96.0
影響はない(29社)
87.9

※複数回答のため、割合の合計は100%にならない。

・各原材料の調達に要する日数をそれぞれ尋ねたところ、最も調達が困難とされた「電気機器関連」では、全体の平均値で従前の 33.8 日から調査回答時点の 155.0 日まで拡大している。

各原材料の調達に要する日数(平均値)の比較(全体・業種別)

1. 電気機器関連

業種	従前の調達日数	回答時点の調達日数
製造業(n=7)	37.9日	175.7日
卸売業(n=0)	-	-
小売業(n=0)	-	-
サービス業(n=0)	-	-
建設業(n=1)	5.0日	10.0日
全体(n=8)	33.8日	155.0日

2. 樹脂関連

業種	従前の調達日数	回答時点の調達日数
製造業(n=3)	19.0日	57.0日
卸売業(n=0)	-	-
小売業(n=0)	-	-
サービス業(n=0)	-	-
建設業(n=0)	-	-
全体(n=3)	19.0日	57.0日

3. 鉄鋼関連

業種	従前の調達日数	回答時点の調達日数
製造業(n=1)	14.0日	30.0日
卸売業(n=0)	-	-
小売業(n=0)	-	-
サービス業(n=0)	-	-
建設業(n=0)	-	-
全体(n=1)	14.0日	30.0日

4. 燃料・原油関連

業種	従前の調達日数	回答時点の調達日数
製造業(n=0)	-	-
卸売業(n=0)	-	-
小売業(n=0)	-	-
サービス業(n=0)	-	-
建設業(n=0)	-	-
全体(n=0)	-	-

5. 食材(外国産)

業種	従前の調達日数	回答時点の調達日数
製造業(n=0)	-	-
卸売業(n=0)	-	-
小売業(n=0)	-	-
サービス業(n=1)	1.0日	5.0日
建設業(n=0)	-	-
全体(n=1)	1.0日	5.0日

6. 食材(国内産)

業種	従前の調達日数	回答時点の調達日数
製造業(n=0)	-	-
卸売業(n=0)	-	-
小売業(n=0)	-	-
サービス業(n=1)	1.0日	5.0日
建設業(n=0)	-	-
全体(n=1)	1.0日	5.0日

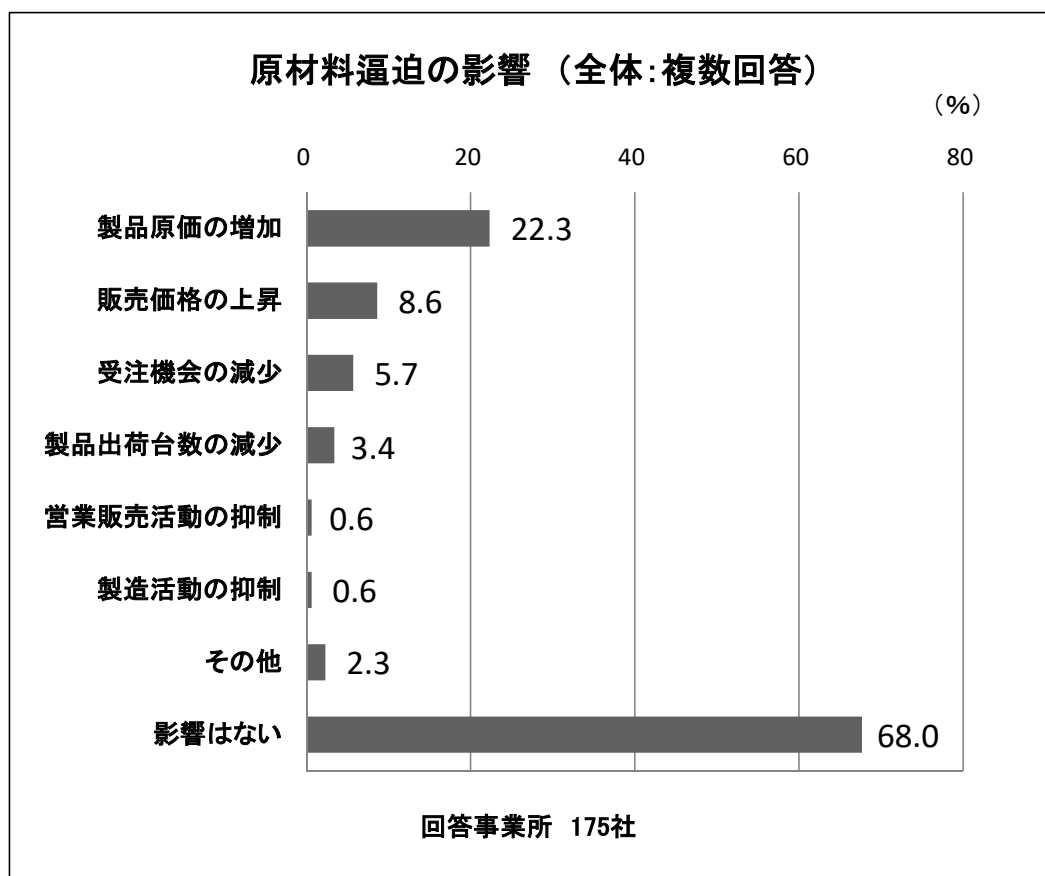
7. その他

業種	従前の調達日数	回答時点の調達日数
製造業(n=2)	45.5日	114.7日
卸売業(n=0)	-	-
小売業(n=1)	7.0日	14.0日
サービス業(n=0)	-	-
建設業(n=1)	2.5日	-
全体(n=4)	25.1日	89.5日

※回答数(n)は「従前の調達日数」の回答数とした

(2) 原材料逼迫の影響

- ・原材料逼迫の事業への影響を複数回答で尋ねたところ、全体では「製品原価の増加」の割合が22.3%と最も高く、「販売価格の上昇」(8.6%)、「受注機会の減少」(5.7%)が続いた。
- ・一方、「影響はない」の割合は68.0%だった。回答事業所175社中119社が「影響はない」と回答している。
- ・なお、「影響はない」の割合を前回調査(2023年10~12月期、65.5%)と比較すると+2.5ポイント上昇している。
- ・また、「その他」(2.3%)の具体的な回答は無かった。



- ・業種別では、5業種とも「製品原価の増加」の割合が最も高かった。なお、卸売業では「販売価格の上昇」も同率で最も高かった。

原材料逼迫の影響(上位3位まで、複数回答、下段:%)

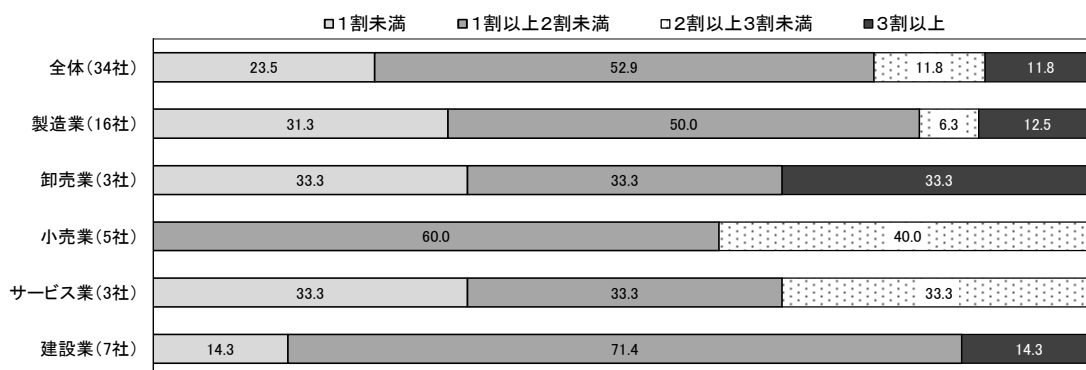
業種	順位	1位	2位	3位	参考
製造業 (n=65)		製品原価の増加	販売価格の上昇	製品出荷台数の減少	影響はない(39社)
		26.2	10.8	7.7	60.0
卸売業 (n=22)		製品原価の増加	販売価格の上昇	受注機会の減少	影響はない(16社)
		13.6	13.6	4.5	72.7
小売業 (n=21)		製品原価の増加	販売価格の上昇	受注機会の減少	影響はない(13社)
		23.8	19.0	9.5	61.9
サービス業 (n=30)		製品原価の増加	受注機会の減少	販売価格の上昇	影響はない(25社)
		13.3	6.7	3.3	83.3
建設業 (n=37)		製品原価の増加	受注機会の減少		影響はない(26社)
		27.0	2.7		70.3

※複数回答のため、割合の合計は100%にならない。

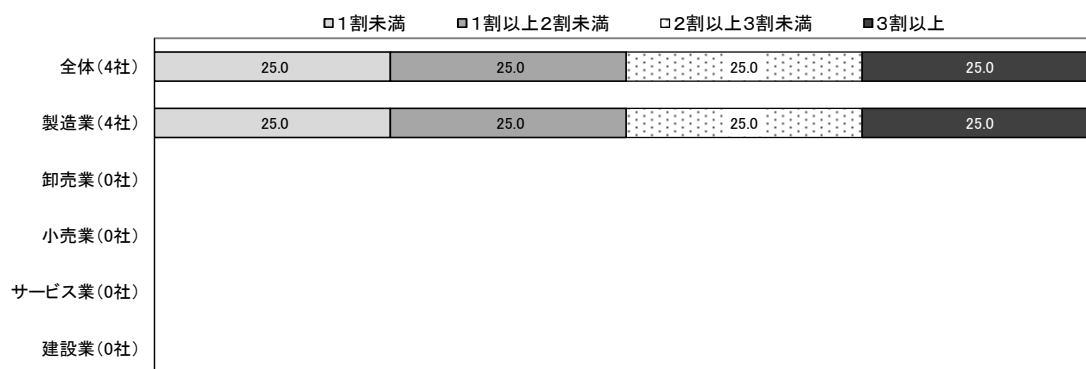
- ・原材料逼迫の事業への影響について、前年からの変動幅をそれぞれ尋ねたところ、「製品原価の増加」では、全体で「1割未満の増加」の割合が23.5%、「1割以上2割未満の増加」が52.9%、「2割以上3割未満」が11.8%、「3割以上」が11.8%となっている。

原材料逼迫の影響（前年比での変動幅）

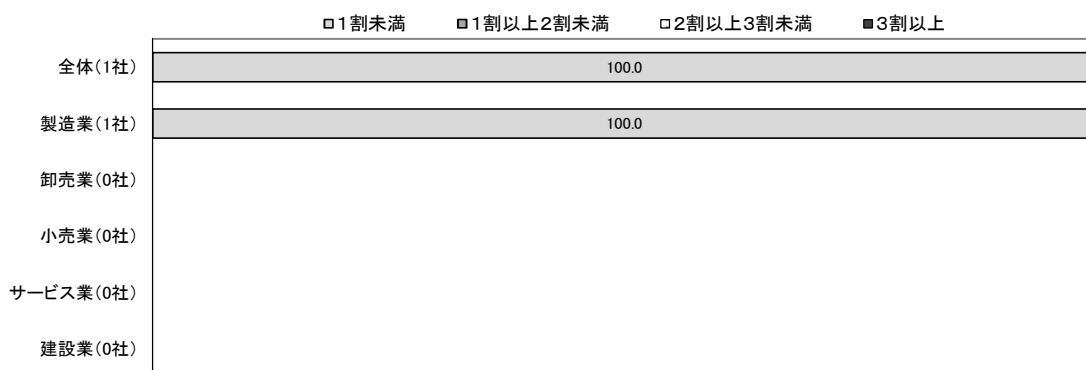
製品原価の増加(全体、業種別 %)



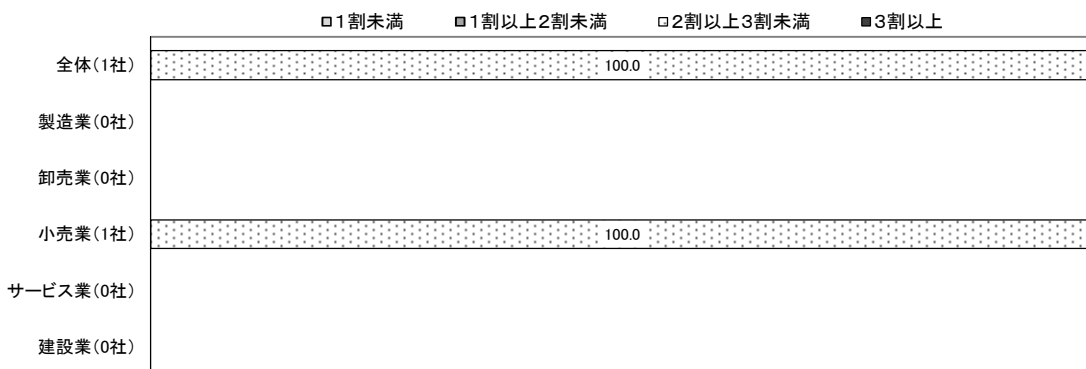
製品出荷台数の減少(全体、業種別 %)



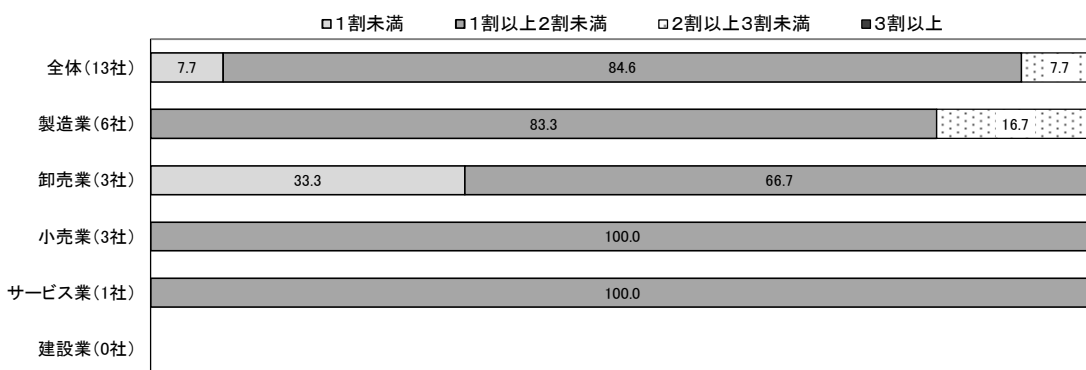
営業販売活動の抑制(全体、業種別 %)



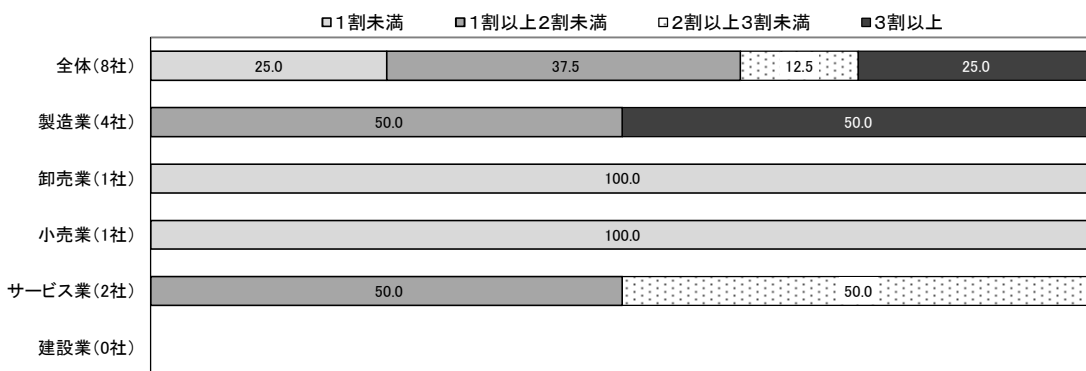
製造活動の抑制(全体、業種別 %)



販売価格の上昇(全体、業種別 %)



受注機会の減少(全体、業種別 %)

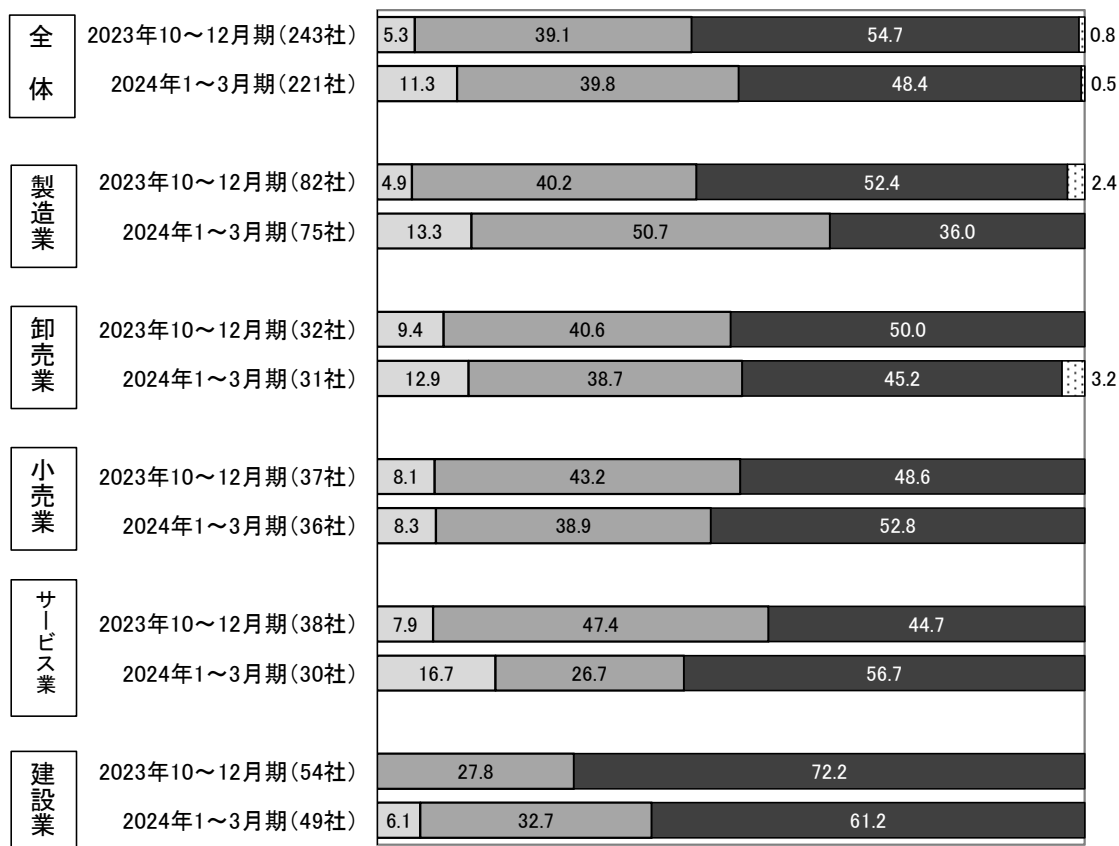


(3) 円安の影響

- ・円安の事業への影響を尋ねたところ、全体では「かなり厳しい影響がある」の割合が11.3%、「多少の影響がある（業績を左右するほどではない）」が39.8%、「ほとんど影響はない」が48.4%、「プラスの影響がある」が0.5%だった。
- ・前回調査（2023年10～12月期）との比較では、「かなり厳しい影響がある」の割合が5.3%から11.3%に6.0ポイント上昇、「多少の影響がある（業績を左右するほどではない）」が39.1%から39.8%に0.7ポイント上昇している。
- ・業種別では、「かなり厳しい影響がある」の割合がサービス業（16.7%）で高く1割台半ばとなっている。
- ・前回調査（2023年10～12月期）との比較では、「かなり厳しい影響がある」の割合は5業種とも増加している。なかでも製造業は4.9%から13.3%に8.4ポイント、サービス業は7.9%から16.7%に8.8ポイント上昇している。

円安の影響に対する認識(全体・業種別 %)

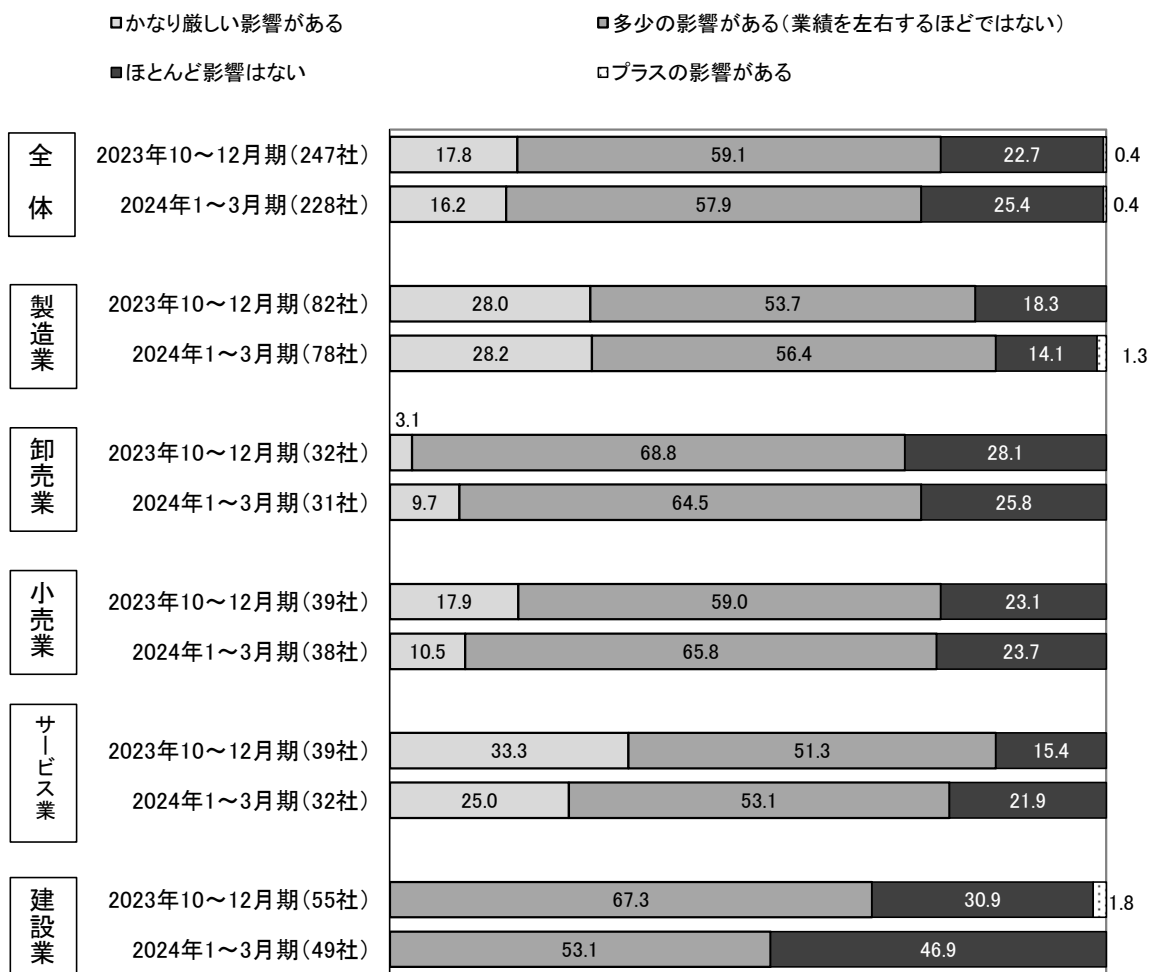
- かなり厳しい影響がある
- 多少の影響がある(業績を左右するほどではない)
- ほとんど影響はない
- プラスの影響がある



(4) 電気料金値上げの影響

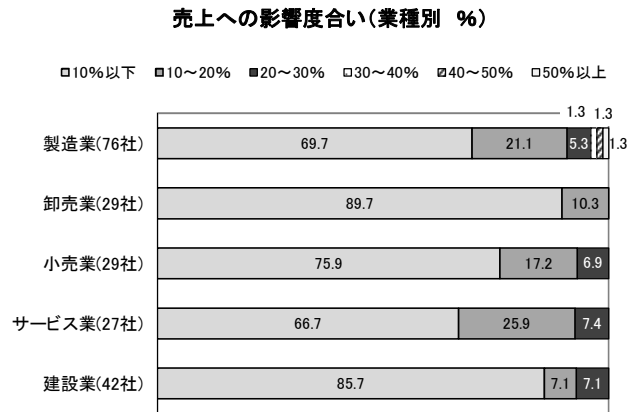
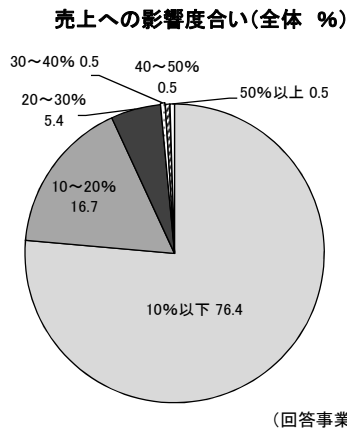
- ・電気料金値上げの事業への影響を尋ねたところ、全体では「かなり厳しい影響がある」の割合が16.2%、「多少の影響がある(業績を左右するほどではない)」が57.9%、「ほとんど影響はない」が25.4%、「プラスの影響がある」が0.4%だった。
- ・前回調査(2023年10~12月期)との比較では、「かなり厳しい影響がある」の割合が17.8%から16.2%に1.6ポイント低下、「多少の影響がある(業績を左右するほどではない)」が59.1%から57.9%に1.2ポイント低下している。
- ・業種別では、「かなり厳しい影響がある」の割合が製造業(28.2%)とサービス業(25.0%)で高くなっている。
- ・前回調査(2023年10~12月期)との比較では、「かなり厳しい影響がある」の割合は、製造業では28.0%から28.2%とほぼ横ばい、サービス業では33.3%から25.0%に8.3ポイント低下している。

電気料金の値上げによる影響の有無(全体・業種別 %)



(5) 電気料金値上げによる売上減少の影響度合い

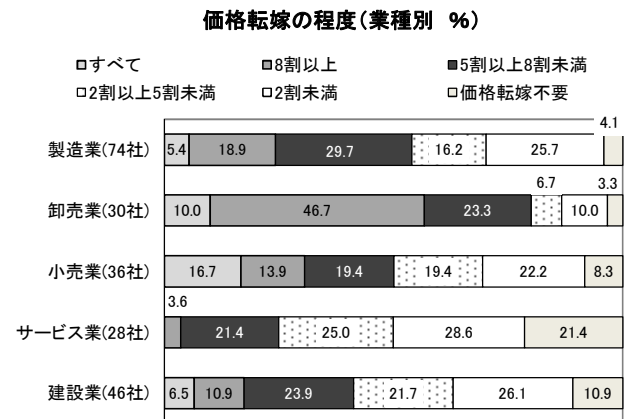
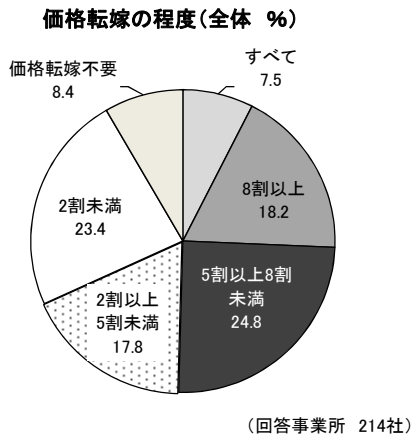
- ・電気料金値上げによる売上減少の影響度合いを尋ねたところ、全体では「10%以下」の割合が76.4%、「10~20%」が16.7%、「20~30%」が5.4%、「30~40%」が0.5%、「40~50%」が0.5%、「50%以上」が0.5%だった。
- ・業種別では、製造業、小売業、サービス業で“10%超”（「10~20%」「20~30%」「30~40%」「40~50%」「50%以上」の合計）の割合が高くなっている。



3. 価格転嫁に関する調査

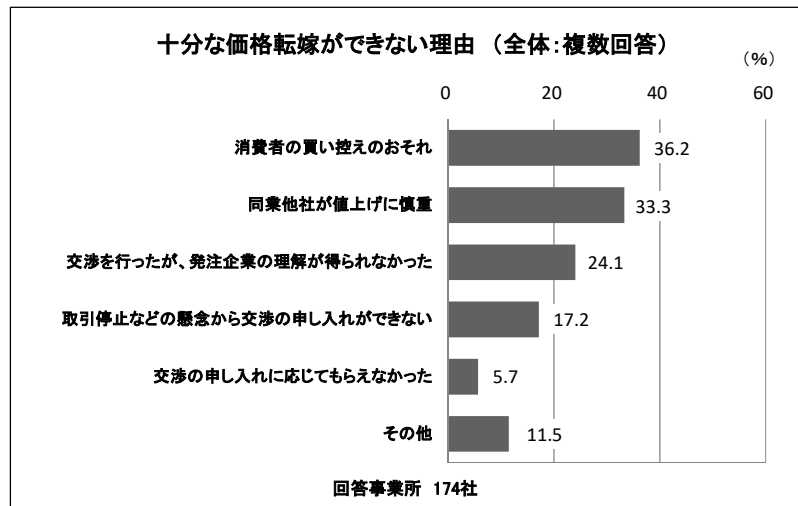
(1) 価格転嫁の程度

- ・原材料費の高騰、円安の進行等によるコスト上昇分の価格転嫁の程度を尋ねたところ、全体では「すべて」の割合が7.5%、「8割以上」が18.2%、「5割以上8割未満」が24.8%、「2割以上5割未満」が17.8%、「2割未満」が23.4%、「価格転嫁不要」が8.4%となった。
- ・業種別では、「2割未満」の割合がサービス業（28.6%）で高く3割弱となっている。



(2) 十分な価格転嫁ができない理由

- ・コスト上昇分の価格転嫁が十分にできない理由を複数回答で尋ねたところ、全体では「消費者の買い控えのおそれ」の割合が36.2%と最も高く、「同業他社が値上げに慎重」(33.3%)「交渉を行ったが、発注企業の理解が得られなかった」(24.1%)が続いた。
- ・なお、「その他」(11.5%)の回答としては、「原材料の値上げが頻繁で追い付かない」「競合他社の動向がわからない」(いずれも製造業)、「認可制運賃のためできない」(サービス業)、「入札価格の競合上できない」(建設業)があった。



- ・業種別では、製造業で「交渉を行ったが、発注企業の理解が得られなかった」、卸売業と建設業で「同業他社が値上げに慎重」、小売業とサービス業で「消費者の買い控えのおそれ」の割合がそれぞれ最も高くなっている。

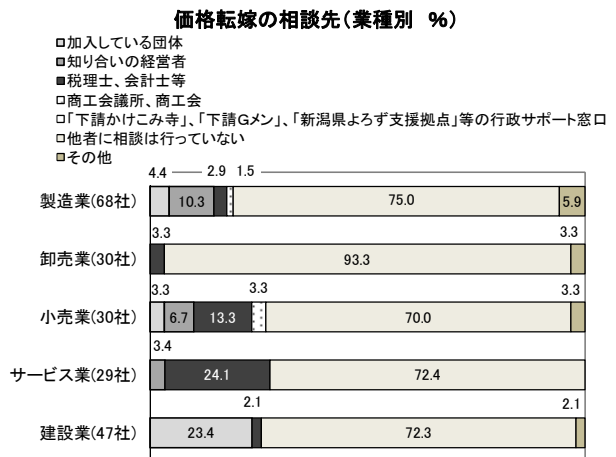
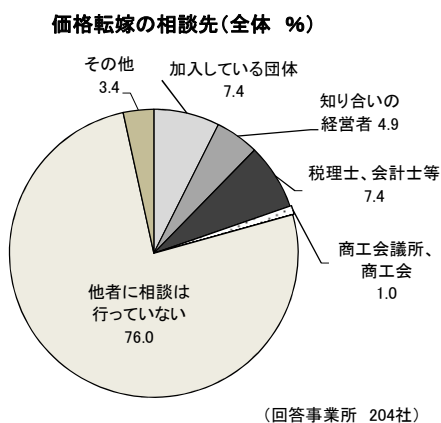
十分な価格転嫁ができない理由(上位3位まで、複数回答、下段:%)

業種	順位	1位	2位	3位
製造業 (n=64)		交渉を行ったが、発注企業の理解が得られなかった	同業他社が値上げに慎重	消費者の買い控えのおそれ
		32.8	28.1	25.0
卸売業 (n=19)		同業他社が値上げに慎重	消費者の買い控えのおそれ	交渉を行ったが、発注企業の理解が得られなかった
		42.1	36.8	26.3
小売業 (n=25)		消費者の買い控えのおそれ	同業他社が値上げに慎重	交渉を行ったが、発注企業の理解が得られなかった
		68.0	32.0	20.0
サービス業 (n=25)		消費者の買い控えのおそれ	同業他社が値上げに慎重	取引停止などの懸念から交渉の申し入れができない
		52.0	28.0	12.0
建設業 (n=41)		同業他社が値上げに慎重	消費者の買い控えのおそれ	交渉を行ったが、発注企業の理解が得られなかった
		41.5	24.4	24.4

※複数回答のため、割合の合計は100%にならない。

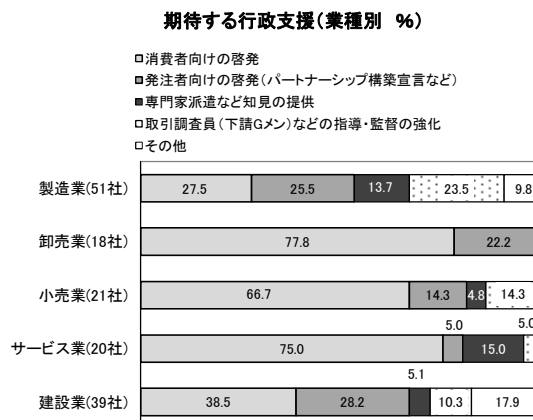
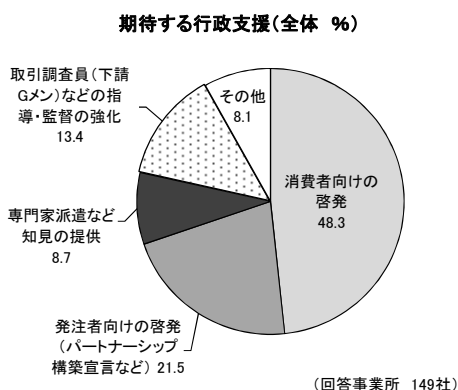
(3) 価格転嫁の相談先

- ・価格転嫁の相談先を尋ねたところ、全体では「加入している団体」の割合が7.4%、「知り合いの経営者」が4.9%、「税理士、会計士等」が7.4%、「商工会議所、商工会」が1.0%、「他社に相談は行っていない」が76.0%、「その他」が3.4%だった。
- ・なお、「その他」(3.4%)の回答としては、「経営コンサルタント」(製造業・小売業)、「社内の弁護士」(卸売業)があった。
- ・業種別では、サービス業で「税理士、会計士等」(24.1%)、建設業で「加入している団体」(23.4%)の割合が高くなっている。



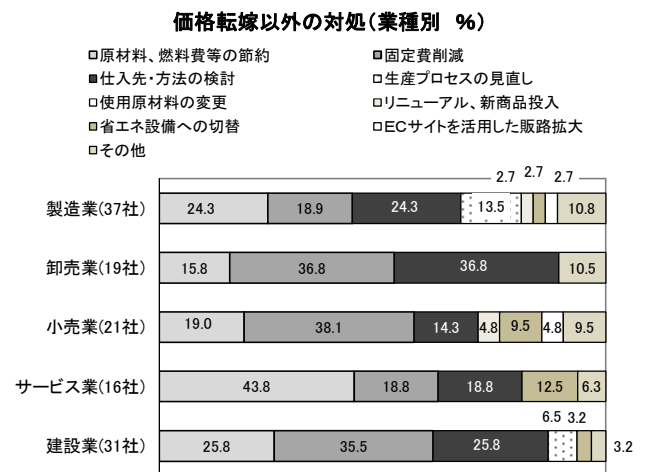
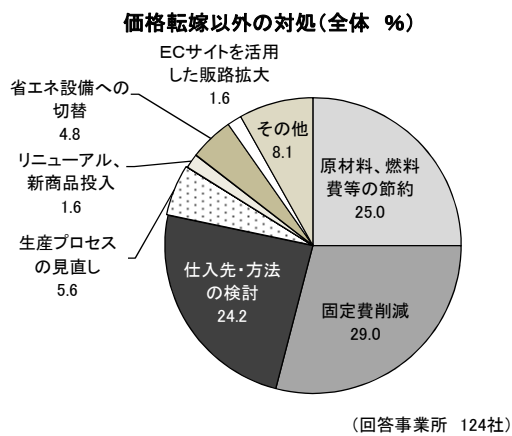
(4) 期待する行政支援

- ・価格転嫁を進めるために期待する行政支援を尋ねたところ、全体では「消費者向けの啓発」の割合が48.3%、「発注者向けの啓発(パートナーシップ構築宣言など)」が21.5%、「専門家派遣など知見の提供」が8.7%、「取引調査員(下請Gメン)などの指導・監督の強化」が13.4%、「その他」が8.1%だった。
- ・なお、「その他」(8.1%)の回答としては、「法令化」(製造業)、「設計単価のアップ」「消費税減税もしくは廃止」(ともに建設業)があった。
- ・業種別では、「消費者向けの啓発」の割合が卸売業(77.8%)、小売業(66.7%)、サービス業(75.0%)で高くなっている。



(5) 価格転嫁以外の対処

- ・コスト上昇分に対応するための価格転嫁以外の対処を尋ねたところ、全体では「固定費削減」の割合が29.0%、「原材料、燃料費等の節約」が25.0%、「仕入先・方法の検討」が24.2%、「生産プロセスの見直し」が5.6%、「省エネ設備への切替」が4.8%、「リニューアル、新商品投入」が1.6%、「ECサイトを活用した販路拡大」が1.6%、「その他」が8.1%だった。
- ・なお、「その他」(8.1%)の回答としては、「取引先の見直し」(卸売業)、「新規事業」(小売業)があった。
- ・業種別では、「原材料、燃料費等の節約」の割合がサービス業(43.8%)で高く4割強となった。

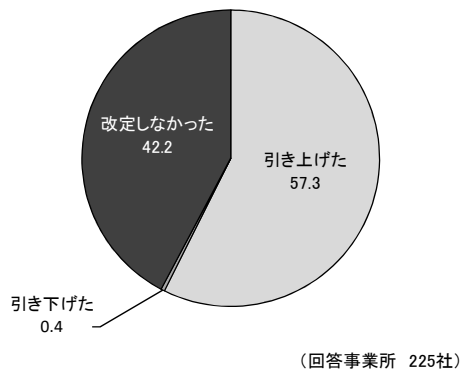


4. 賃金改定に関する調査

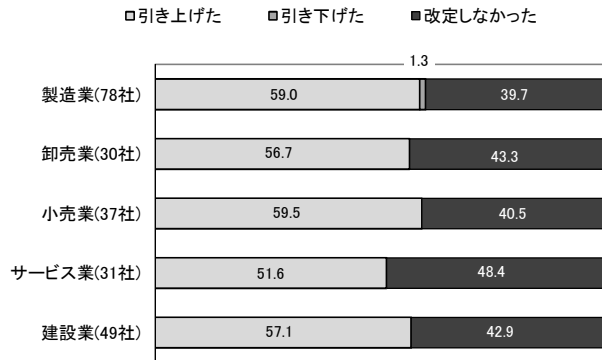
(1) 2024年3月までの賃金改定の状況

- ・2024年3月までの賃金改定の状況（結果）を尋ねたところ、全体では「引き上げた」の割合が57.3%、「引き下げた」が0.4%、「改定しなかった」が42.2%だった。
- ・業種別では、「引き上げた」の割合が製造業（59.0%）と小売業（59.5%）で約6割となっている。

2024年3月までの賃金改定状況（全体 %）



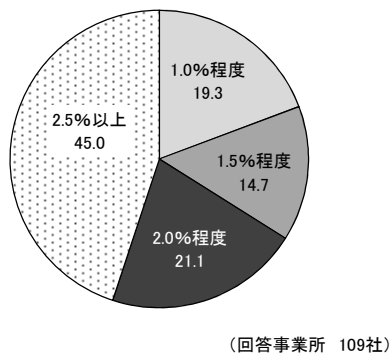
2024年3月までの賃金改定状況（業種別 %）



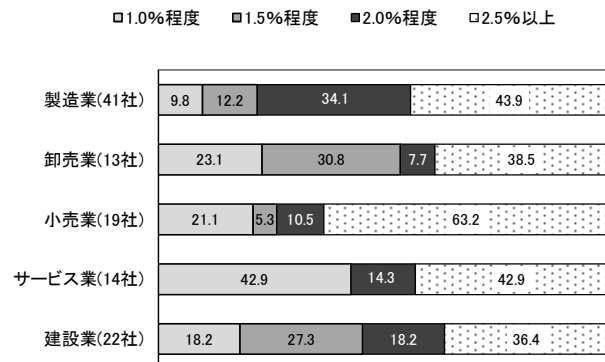
(2) 賃金の引き上げ幅

- ・(1)で「引き上げた」と回答した先に引き上げ幅を尋ねたところ、全体では「1.0%程度」の割合が19.3%、「1.5%程度」が14.7%、「2.0%程度」が21.1%、「2.5%以上」が45.0%だった。
- ・業種別では、「2.5%以上」の割合が小売業（63.2%）で高く6割強となっている。

賃金の引き上げ幅（全体 %）

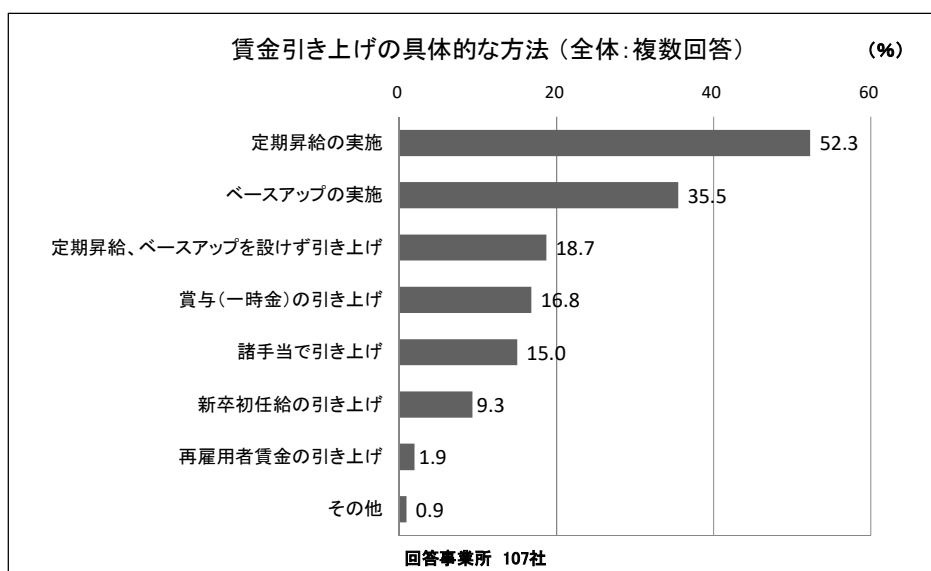


賃金の引き上げ幅（業種別 %）



(3) 賃金の具体的な引き上げ方法

- ・(1)で「引き上げた」と回答した先に具体的な方法を複数回答で尋ねたところ、全体では「定期昇給の実施」の割合が52.3%と最も高く、「ベースアップの実施」(35.5%)、「定期昇給、ベースアップを設けず引き上げ」(18.7%)、「賞与(一時金)の引き上げ」(16.8%)が続いている。
- ・なお、「その他」(0.9%)の具体的な回答は無かった。



- ・業種別では、サービス業を除く4業種で「定期昇給の実施」の割合が最も高く、サービス業では「ベースアップの実施」が最も高くなっている。

賃金引き上げの具体的な方法 (上位5位まで、複数回答、下段:%)

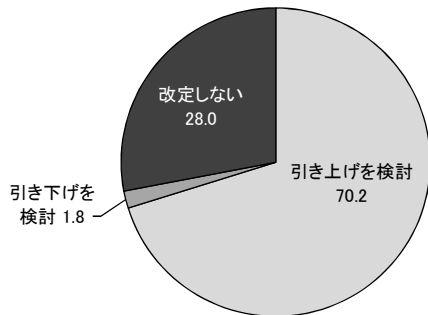
業種	順位	1位	2位	3位	4位	5位
製造業 (n=40)		定期昇給の実施	ベースアップの実施	定期昇給、ベースアップを設けず引き上げ	賞与(一時金)の引き上げ	新卒初任給の引き上げ
		57.5	45.0	20.0	12.5	10.0
卸売業 (n=13)		定期昇給の実施	定期昇給、ベースアップを設けず引き上げ	賞与(一時金)の引き上げ	諸手当で引き上げ	ベースアップの実施
		53.8	23.1	15.4	15.4	7.7
小売業 (n=19)		定期昇給の実施	賞与(一時金)の引き上げ	諸手当で引き上げ	ベースアップの実施	定期昇給、ベースアップを設けず引き上げ
		63.2	36.8	26.3	21.1	15.8
サービス業 (n=14)		ベースアップの実施	定期昇給の実施	定期昇給、ベースアップを設けず引き上げ	諸手当で引き上げ	新卒初任給の引き上げ
		64.3	21.4	21.4	14.3	14.3
建設業 (n=21)		定期昇給の実施	ベースアップの実施	賞与(一時金)の引き上げ	諸手当で引き上げ	定期昇給、ベースアップを設けず引き上げ
		52.4	28.6	19.0	19.0	14.3

※複数回答のため、割合の合計は100%にならない。

(4) 2024年4月以降の賃金改定見通し

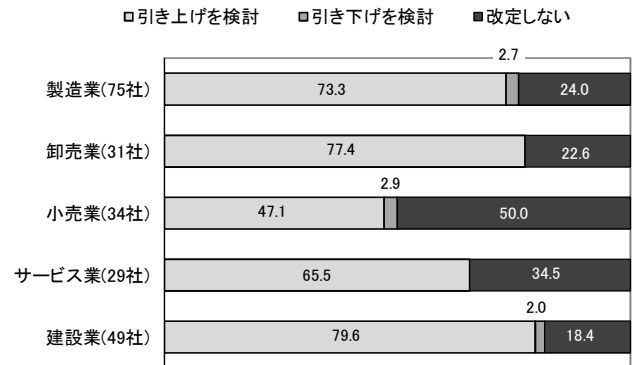
- ・調査回答時点で考えている2024年4月以降の賃金改定見通しを尋ねたところ、全体では「引き上げを検討」の割合が70.2%、「引き下げを検討」が1.8%、「改定しない」が28.0%だった。
- ・業種別では、「引き上げを検討」の割合が建設業（79.6%）で最も高く約8割となっている。

2024年4月以降の賃金改定見通し（全体 %）



(回答事業所 218社)

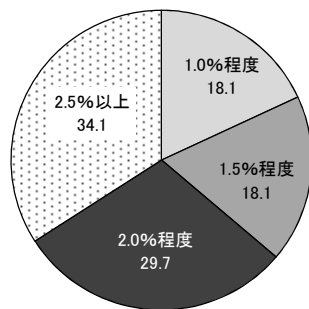
2024年4月以降の賃金改定見通し（業種別 %）



(5) 賃金の引き上げ幅の見通し

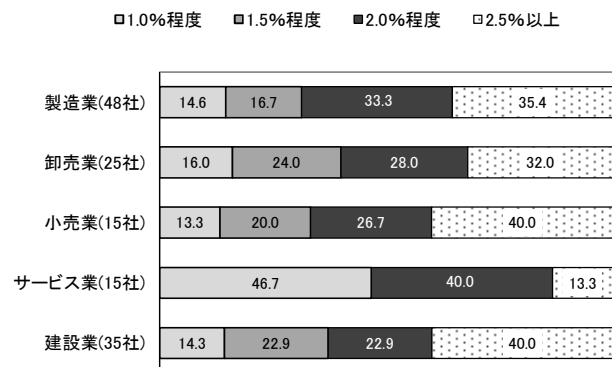
- ・(4)で「引き上げを検討」と回答した先に引き上げ幅の見通しを尋ねたところ、全体では「1.0%程度」の割合が18.1%、「1.5%程度」が18.1%、「2.0%程度」が29.7%、「2.5%以上」が34.1%だった。
- ・業種別では、「2.5%以上」の割合が小売業（40.0%）と建設業（40.0%）で高く、ともに4割となっている。

賃金の引き上げ幅の見通し（全体 %）



(回答事業所 138社)

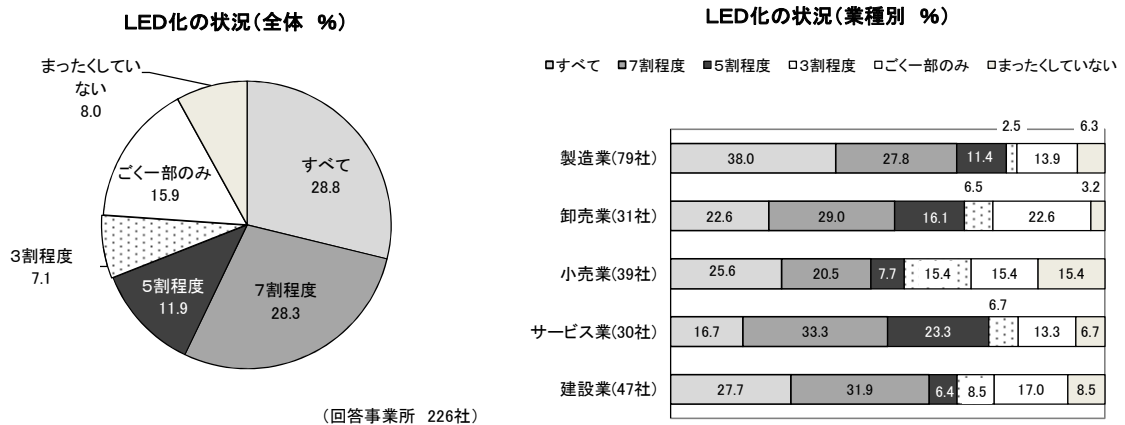
賃金の引き上げ幅の見通し（業種別 %）



5. 脱炭素に関する調査

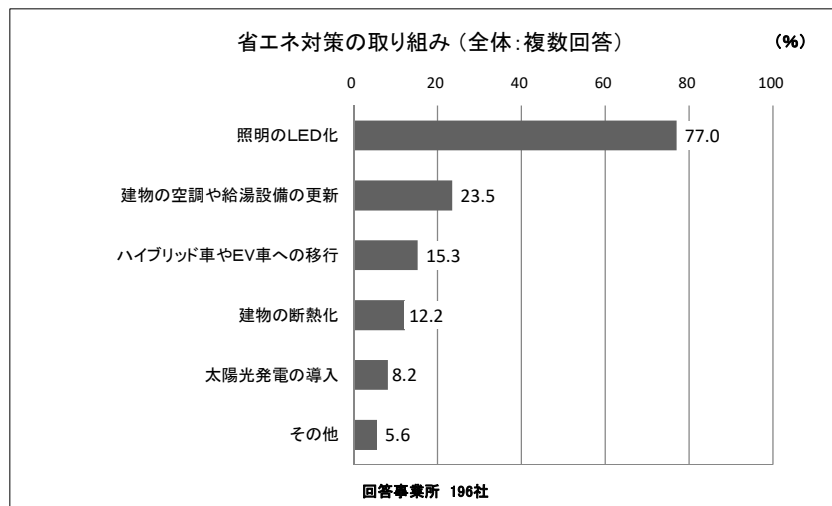
(1) LED化の状況

- ・2023年11月に開催された水銀に関する水俣条約締約国会議で直管蛍光灯の製造と輸出入が2027年末までに禁止されることが決定されている。(使用と販売は可能)そこで、事業所や工場における照明のLED化の状況を尋ねたところ、全体では「すべて」の割合が28.8%、「7割程度」が28.3%、「5割程度」が11.9%、「3割程度」が7.1%、「ごく一部のみ」が15.9%、「まったくしていない」が8.0%だった。
- ・業種別では、「すべて」の割合が製造業(38.0%)で最も高く4割弱となっている。



(2) 省エネ対策の取り組み

- ・自社の省エネ対策について、力を入れているもの、または対応を終えたものを複数回答で尋ねたところ、全体では「照明のLED化」の割合が77.0%と最も高く、「建物の空調や給湯設備の更新」(23.5%)、「ハイブリット車やEV車への移行」(15.3%)が続いている。
- ・なお、「その他」(5.6%)の回答としては、「新電力の導入」(製造業)、「不要な照明の消灯」(卸売業)、「時間外労働の削減」「エコドライブの実践」(ともにサービス業)、「空調温度の適正化」「昼休みの消灯」「コピー用紙の裏紙利用」(いずれも建設業)があった。



- ・業種別では、5業種とも「照明のLED化」の割合が最も高くなっている。

省エネ対策の取り組み(上位3位まで、複数回答、下段:%)

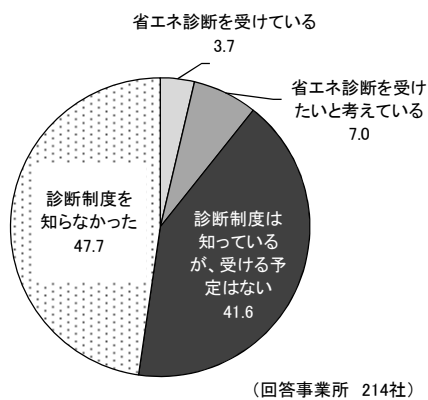
業種	順位	1位	2位	3位
製造業 (n=68)		照明のLED化	建物の空調や給湯設備の更新	建物の断熱化
		76.5	29.4	19.1
卸売業 (n=26)		照明のLED化	建物の空調や給湯設備の更新	ハイブリッド車やEV車への移行
		80.8	19.2	19.2
小売業 (n=30)		照明のLED化	建物の空調や給湯設備の更新	建物の断熱化
		80.0	20.0	10.0
サービス業 (n=26)		照明のLED化	建物の空調や給湯設備の更新	ハイブリッド車やEV車への移行
		73.1	15.4	15.4
建設業 (n=46)		照明のLED化	建物の空調や給湯設備の更新	ハイブリッド車やEV車への移行
		76.1	23.9	23.9

※複数回答のため、割合の合計は100%にならない。

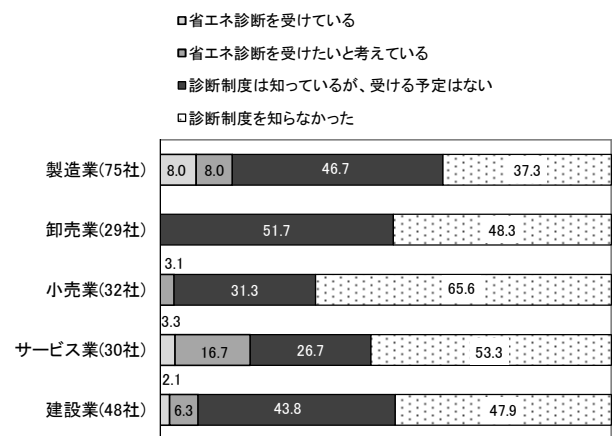
(3) 省エネ診断の意向

- ・省エネ診断には国の省エネ支援が利用しやすくなるなどメリットがある。そこで、事業者として省エネ診断を受ける意向があるかを尋ねたところ、全体では「省エネ診断を受けている」の割合が3.7%、「省エネ診断を受けたいと考えている」が7.0%、「省エネ診断は知っているが、受ける予定はない」が41.6%、「診断制度を知らなかった」が47.7%だった。
- ・業種別では、「省エネ診断を受けている」と「省エネ診断を受けたいと考えている」を合わせた割合が製造業(16.0%)とサービス業(20.0%)で高くなっている。

省エネ診断の意向(全体 %)



省エネ診断の意向(業種別 %)



以上