

三十三総研 第 57 回経営者アンケート
～2024 年度上期景況実績と 2024 年度下期見通し～

株式会社 三十三総研

目 次

| | |
|----------------------------|----|
| 調査の概要..... | 1 |
| 調査結果 | |
| 調査結果の要約 | 2 |
| 1. 県内景気 | 3 |
| 2. 業界景気 | 4 |
| <製造業> | 4 |
| <建設業、非製造業> | 6 |
| 3. 自社の業況(売上高・利益状況) | 8 |
| <製造業> | 8 |
| <建設業、非製造業> | 10 |
| 4. 自社の業況(資金繰り) | 12 |
| <製造業> | 12 |
| <建設業、非製造業> | 14 |
| 5. 経営判断 | 16 |
| 6. 2024 年度下期の展望 | 18 |
| 7. 特別調査 | |
| ～生産性の向上に向けた取り組みについて～ | 20 |
| 8. 経営者の声 | 23 |

第 57 回経営者アンケート ～2024 年度上期景況実績と 2024 年度下期見通し～

調査の概要

三十三総研では、三十三ビジネスクラブ会員を対象とした「第 57 回経営者アンケート」を実施しました。このほど調査結果を取りまとめましたので、ご報告します。

1. 調査対象

三十三ビジネスクラブ会員で、資本金1億円以下の三重県下法人企業1,642先

2. 調査方法

郵送およびインターネットによるアンケート調査

3. 調査時期

2024年8月下旬～9月中旬

4. 回収状況

配布数 1,642票

回収数 594票（回収率 36.2%）

<地域別>

| | | |
|-------|------|-------|
| 北勢地域 | 369社 | 62.1% |
| 中勢地域 | 122 | 20.5 |
| 伊賀地域 | 27 | 4.5 |
| 南勢地域 | 64 | 10.8 |
| 東紀州地域 | 12 | 2.0 |
| 合計 | 594 | 100.0 |

(注)構成比は四捨五入のため、合計が100%にならない場合がある(次頁以降の図表についても同様)。

<業種別>

| | | |
|----------|------|-------|
| 製造業 | 122社 | 20.5% |
| 基礎素材型製造業 | 41 | 6.9 |
| ハルフ・紙・木材 | 8 | 1.3 |
| 石油・化学 | 2 | 0.3 |
| 窯業・土石製品 | 4 | 0.7 |
| 鉄・非鉄 | 4 | 0.7 |
| 金属製品 | 23 | 3.9 |
| 加工組立型製造業 | 63 | 10.6 |
| 一般・精密機械 | 14 | 2.4 |
| 電気機械 | 4 | 0.7 |
| 自動車関連 | 13 | 2.2 |
| その他製造 | 32 | 5.4 |
| 生活関連型製造業 | 18 | 3.0 |
| 食料品 | 11 | 1.9 |
| 繊維品 | 2 | 0.3 |
| 出版・印刷 | 5 | 0.8 |
| 建設業 | 152 | 25.6 |
| 非製造業 | 320 | 53.9 |
| 運輸・通信業 | 34 | 5.7 |
| 小売業 | 41 | 6.9 |
| 卸売業 | 49 | 8.2 |
| 不動産業 | 24 | 4.0 |
| 電気・ガス・水道 | 31 | 5.2 |
| その他サービス業 | 134 | 22.6 |
| その他 | 7 | 1.2 |
| 合計 | 594 | 100.0 |

第 57 回経営者アンケート ～2024 年度上期景況実績と 2024 年度下期見通し～

調査結果の要約

【 県内景気 】

・県内景気判断 D.I.値(注)は 11 半期連続のマイナスとなったことに加え、マイナス幅が拡大(▲13.9→▲16.7)したことで、2半期連続で悪化した。先行きについては、2024 年度下期の D.I.値はマイナス幅が縮小(▲16.7→▲8.9)し、経営者の景況感は改善する見通し。

【 業界景気 】

・業界景気判断 D.I.値は、製造業が 11 半期連続でマイナスとなったものの、3半期ぶりに改善(▲33.3→▲24.5)、建設業が 11 半期連続でマイナスとなり、4半期ぶりに悪化(▲5.8→▲23.7)、非製造業が 13 半期連続でマイナスとなり、2半期ぶりに悪化(▲14.0→▲20.0)した。先行きについて、製造業、建設業、非製造業でそれぞれマイナス幅が縮小(製造業: ▲24.5→▲7.4、建設業: ▲23.7→▲17.1、非製造業: ▲20.0→▲12.9)する見通し。

【 自社の業況 】

・売上高の D.I.値は、製造業が4半期ぶり、非製造業が3半期ぶりに改善(製造業: ▲18.9→+3.3、非製造業: +4.6→+10.0)した一方、建設業が2半期ぶりに悪化(+4.4→▲13.8)してマイナスに転じた。先行きについて、売上高 D.I.値は、製造業が悪化してマイナスとなる(+3.3→▲2.5)ものの、建設業ではマイナス幅が縮小(▲13.8→▲5.9)、非製造業ではプラス幅が拡大(+10.0→+11.9)する見通し。

・利益状況の D.I.値は、製造業が3半期ぶり、建設業、非製造業が2半期ぶりにそれぞれ悪化(製造業: ▲12.9→▲14.0、建設業: ▲3.7→▲9.9、非製造業: +0.3→▲2.9)した。先行きについて、利益状況 D.I.値は、製造業、建設業がマイナス幅が縮小(製造業: ▲14.0→▲4.9、建設業: ▲9.9→▲9.3)し、非製造業ではプラスに転じる(▲2.9→+0.3)見通し。

【 経営判断 】

・設備投資の実施状況は、「実施した」企業の割合が2半期ぶりに減少(36.8%→35.5%)。在庫状況は、「過剰」とみる企業の割合が2半期ぶりに減少(7.6%→5.1%)。雇用状況は、「不足」とみる企業の割合が2半期ぶりに減少(49.2%→44.4%)した。

【 2024 年度下期の展望 】

・「プラス要因が強い」とみる企業の割合が3半期ぶりに減少(14.8%→13.5%)、「マイナス要因が強い」とみる企業の割合が3半期連続で減少(46.7%→42.9%)、「どちらとも言えない」とみる企業の割合が2半期連続で増加(38.6%→41.9%)した。

【 特別調査 ～生産性の向上に向けた取り組みについて～ 】

・生産性の向上に向けた取り組みについて、「現在取り組んでいる」と回答した企業の割合が 43.9%と最も高くなった。

・生産性の向上に取り組む目的について、「企業収益の増加」と回答した企業の割合が 64.4%と最も高くなった。

・生産性の向上に向けて取り組んでいること(検討していること)について、「新規顧客・販路開拓」と回答した企業の割合が 46.0%と最も高くなった。

・生産性の向上を進めるにあたってどのような課題・障壁があるかについて、「従業員数の不足」と回答した企業の割合が 41.9%と最も高くなった。

(注)D.I.(デフュージョン・インデックス)値…「良い」(増加など)の割合-「悪い」(減少など)の割合。

1. 県内景気

【ポイント】

2024 年度上期の県内景気判断 D.I.値はマイナス幅が拡大して、2半期連続で悪化し、11 半期連続のマイナスとなった。先行きについては、2024 年度下期の D.I.値はマイナス幅が縮小し、経営者の景況感は改善する見通し。

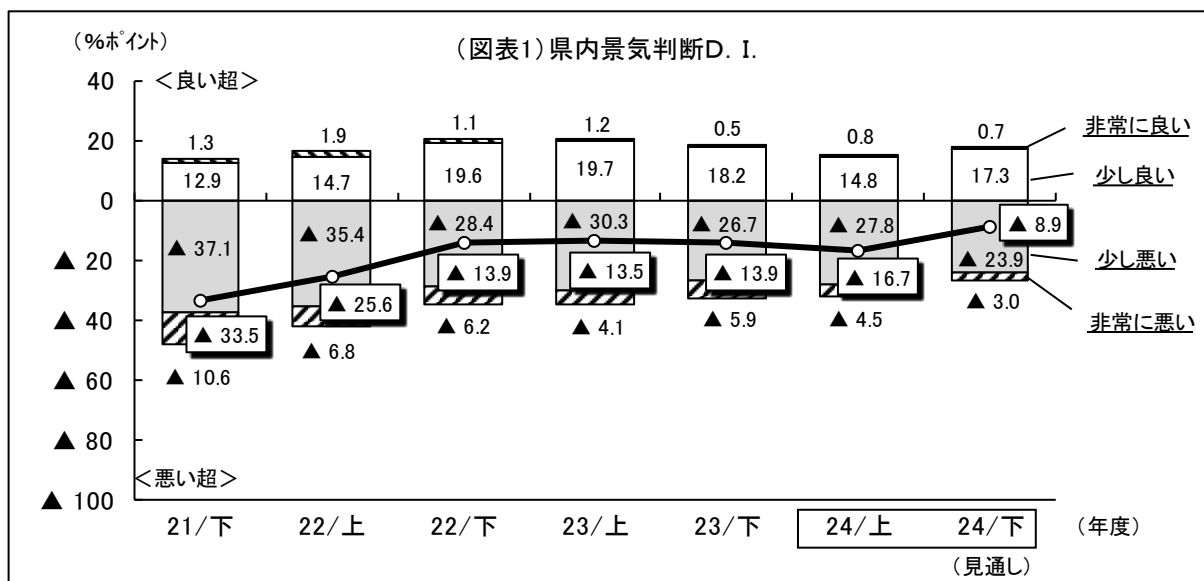
【 2024 年度上期(当期)実績 】

2024 年度上期(以下、当期と称す)の県内景気をみると、「良い」「非常に良い」と「少し良い」の合計とみる企業の割合は 15.6%、「悪い」「非常に悪い」と「少し悪い」の合計とみる企業の割合は 32.3%で、D.I.値は▲16.7と 11 半期連続のマイナスとなった。

2023 年度下期(以下、前期と称す)に比べ、「悪い」とみる企業の割合が 0.3 ポイント減少(32.6%→32.3%)したものの、「良い」とみる企業の割合が 3.1 ポイント減少(18.7%→15.6%)したため、D.I.値はマイナス幅が拡大し、2半期連続で悪化(▲13.9→▲16.7)した。

【 2024 年度下期(来期)見通し 】

2024 年度下期(以下、来期と称す)の県内景気見通しをみると、当期に比べ、「良くなる」「非常に良くなる」と「少し良くなる」の合計とみる企業の割合が 2.4 ポイント増加(15.6%→18.0%)し、「悪くなる」「非常に悪くなる」と「少し悪くなる」の合計とみる企業の割合が 5.4 ポイント減少(32.3%→26.9%)するため、D.I.値は 7.8 ポイント改善(▲16.7→▲8.9)して、経営者の景況感は改善する見通し。



2. 業界景気

<製造業>

【ポイント】

製造業の景気判断 D.I.値はマイナス幅が縮小して3半期ぶりに改善したものの、11 半期連続のマイナスとなった。先行きについては、来期はマイナス幅がさらに縮小して改善する見通し。

【 2024 年度上期(当期)実績 】

当期の製造業の業界景気をみると、「良い」とみる企業の割合は 17.3%、「悪い」とみる企業の割合は 41.8%で、D.I.値は▲24.5 と 11 半期連続のマイナスとなった。

前期に比べ、「良い」とみる企業の割合が 0.6 ポイント増加(16.7%→17.3%)し、「悪い」とみる企業の割合が 8.2 ポイント減少(50.0%→41.8%)したため、D.I.値はマイナス幅が縮小し3半期ぶりに改善(▲33.3→▲24.5)した。

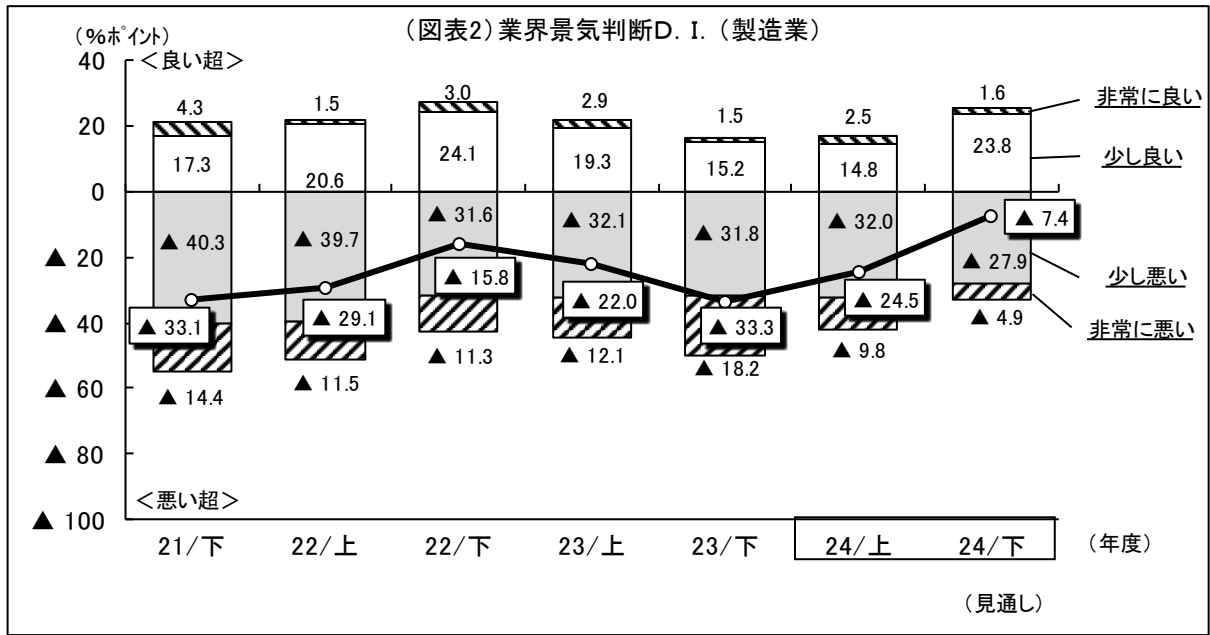
業種別にみると、基礎素材型(D.I.値▲39.1)が前期に比べ 0.9 ポイント悪化したものの、加工組立型(D.I.値▲23.7)が同 9.1 ポイント、生活関連型(D.I.値+5.6)が同 33.6 ポイント改善した。

【 2024 年度下期(来期)見通し 】

来期の製造業の業界景気見通しをみると、当期に比べ、「良くなる」とみる企業の割合が 8.1 ポイント増加(17.3%→25.4%)するほか、「悪くなる」とみる企業の割合が 9.0 ポイント減少(41.8%→32.8%)するため、D.I.値は 17.1 ポイント改善(▲24.5→▲7.4)する見通し。

業種別にみると、基礎素材型(D.I.値▲24.3)は当期に比べ 14.8 ポイント、加工組立型(D.I.値▲3.2)が同 20.5 ポイント、生活関連型(D.I.値+16.7)が同 11.1 ポイントそれぞれ改善する見通し。

さらにその内訳をみると、基礎素材型ではパルプ・紙・木材(D.I.値▲87.5)が当期に比べ 12.5 ポイント悪化する一方、窯業・土石製品(D.I.値+25.0)が同 125.0 ポイント、鉄・非鉄(D.I.値±0.0)が同 50.0 ポイントそれぞれ改善する見通し。加工組立型では一般・精密機械(D.I.値▲7.1)が同 42.9 ポイント、電気機械(D.I.値▲50.0)が同 25.0 ポイント、その他製造(D.I.値▲6.3)が同 18.8 ポイントそれぞれ改善する見通し。生活関連型では繊維品(D.I.値+50.0)が同 50.0 ポイント、出版・印刷(D.I.値▲60.0)が同 20.0 ポイントそれぞれ改善する見通し。



(図表3) 製造業の業界景気判断D.I.

| 業種 | (%)ポイント | | | | | | | |
|----------|---------|--------|---------|------------------|------------|------------------|------------|--|
| | 22/下 | 23/上 | 23/下(A) | 2024/上(B) | A→B 変化幅 | 2024/下 見通し(C) | B→C 変化幅 | |
| 全産業 | ▲ 15.6 | ▲ 18.3 | ▲ 16.5 | ▲ 21.9 (▲ 4.7) | ▲ 5.4 | ▲ 12.8 | + 9.1 | |
| 製造業 | ▲ 15.8 | ▲ 22.0 | ▲ 33.3 | ▲ 24.5 (▲ 3.8) | + 8.8 | ▲ 7.4 | + 17.1 | |
| 基礎素材型製造業 | ▲ 17.5 | ▲ 22.8 | ▲ 38.2 | ▲ 39.1 (▲ 29.4) | ▲ 0.9 | ▲ 24.3 | + 14.8 | |
| ハルブ・紙・木材 | ▲ 44.5 | ▲ 83.3 | ▲ 83.3 | ▲ 75.0 (▲ 100.0) | + 8.3 | ▲ 87.5 | ▲ 12.5 | |
| 石油・化学 | 0.0 | ▲ 33.4 | 33.3 | 50.0 (0.0) | + 16.7 | 50.0 | 0.0 | |
| 窯業・土石製品 | ▲ 50.0 | ▲ 25.0 | ▲ 25.0 | ▲ 100.0 (▲ 25.0) | ▲ 75.0 | 25.0 | + 125.0 | |
| 鉄・非鉄 | 40.0 | ▲ 25.0 | 0.0 | ▲ 50.0 (33.3) | ▲ 50.0 | 0.0 | + 50.0 | |
| 金属製品 | ▲ 19.0 | 0.0 | ▲ 44.4 | ▲ 21.8 (▲ 22.2) | + 22.6 | ▲ 21.7 | + 0.1 | |
| 加工組立型製造業 | ▲ 18.2 | ▲ 22.0 | ▲ 32.8 | ▲ 23.7 (9.6) | + 9.1 | ▲ 3.2 | + 20.5 | |
| 一般・精密機械 | ▲ 53.3 | ▲ 25.0 | ▲ 64.7 | ▲ 50.0 (▲ 23.6) | + 14.7 | ▲ 7.1 | + 42.9 | |
| 電気機械 | ▲ 66.7 | ▲ 85.7 | ▲ 50.0 | ▲ 75.0 (12.5) | ▲ 25.0 | ▲ 50.0 | + 25.0 | |
| 自動車関連 | ▲ 30.8 | 0.0 | ▲ 25.0 | 23.1 (58.4) | + 48.1 | 23.1 | 0.0 | |
| その他製造 | 12.6 | ▲ 18.4 | ▲ 16.7 | ▲ 25.1 (8.3) | ▲ 8.4 | ▲ 6.3 | + 18.8 | |
| 生活関連型製造業 | ▲ 7.4 | ▲ 21.8 | ▲ 28.0 | 5.6 (▲ 8.0) | + 33.6 | 16.7 | + 11.1 | |
| 食料品 | 23.6 | ▲ 7.7 | ▲ 6.6 | 45.5 (13.3) | + 52.1 | 45.5 | ▲ 0.0 | |
| 繊維品 | ▲ 50.0 | 0.0 | ▲ 66.7 | 0.0 (0.0) | + 66.7 | 50.0 | + 50.0 | |
| 出版・印刷 | ▲ 66.7 | ▲ 57.2 | ▲ 57.2 | ▲ 80.0 (▲ 57.1) | ▲ 22.8 | ▲ 60.0 | + 20.0 | |

(注1) 表中の()内は前回調査における当期見通し。

<建設業、非製造業>

【ポイント】

建設業の景気判断 D.I.値は4半期ぶりに悪化して、11 半期連続のマイナスとなった。また、非製造業の景気判断 D.I.値は2半期ぶりに悪化して、13 半期連続のマイナスとなった。先行きについて、来期は建設業、非製造業とも D.I.値はマイナス幅が縮小して改善する見通し。

【 2024 年度上期(当期)実績 】

当期の建設業の業界景気をみると、「良い」とみる企業の割合は 11.8%、「悪い」とみる企業の割合は 35.5%で、D.I.値は▲23.7 と 11 半期連続のマイナスとなった。

前期に比べ、「良い」とみる企業の割合が 9.4 ポイント減少(21.2%→11.8%)し、「悪い」とみる企業の割合が 8.5 ポイント増加(27.0%→35.5%)したため、D.I.値はマイナス幅が拡大し4半期ぶりに悪化(▲5.8→▲23.7)した。

当期の非製造業の業界景気をみると、「良い」とみる企業の割合は 17.2%、「悪い」とみる企業の割合は 37.2%で、D.I.値は▲20.0 と 13 半期連続のマイナスとなった。

前期に比べ、「良い」とみる企業の割合が 5.5 ポイント減少(22.7%→17.2%)し、「悪い」とみる企業の割合が 0.5 ポイント増加(36.7%→37.2%)したため、D.I.値はマイナス幅が拡大し2半期ぶりに悪化(▲14.0→▲20.0)した。

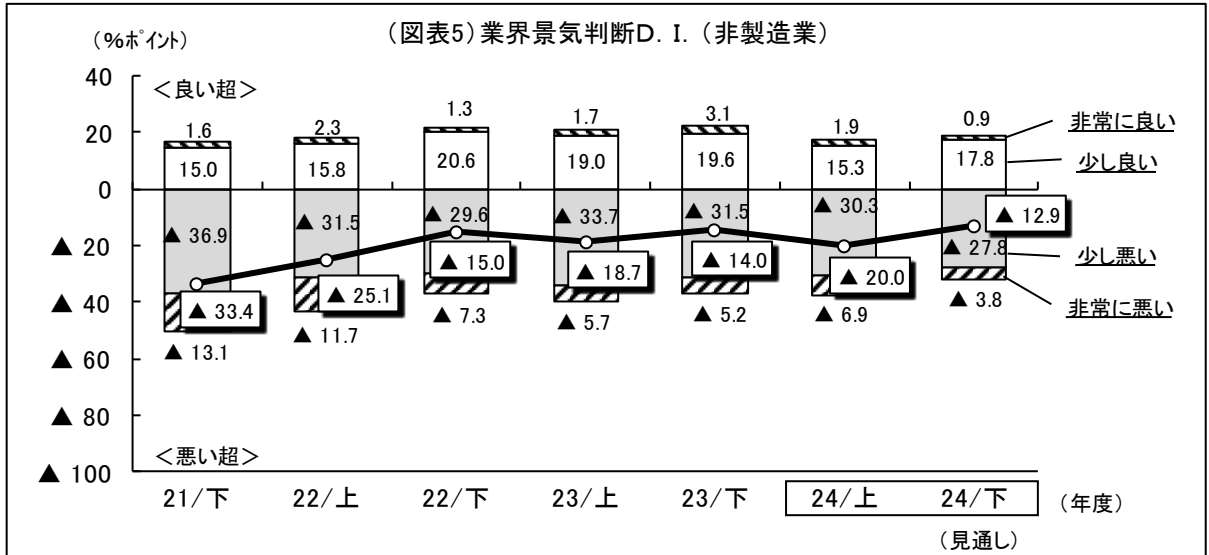
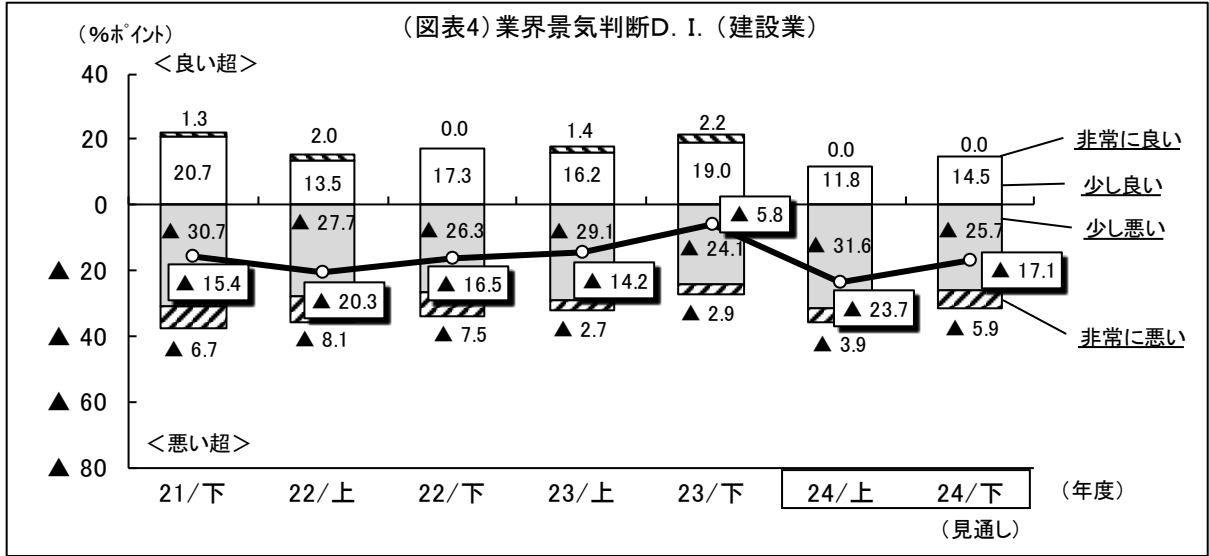
非製造業を業種別にみると、運輸・通信業(D.I.値▲8.9)が前期に比べ 24.4 ポイント、不動産業(D.I.値▲8.4)が同 9.3 ポイントそれぞれ改善した一方、小売業(D.I.値▲19.5)が同 7.6 ポイント、卸売業(D.I.値▲53.0)が同 15.5 ポイント、その他のサービス業(D.I.値▲13.5)が同 12.6 ポイント悪化した。

【 2024 年度下期(来期)見通し 】

来期の建設業の業界景気見通しをみると、当期に比べ、「良くなる」とみる企業の割合が 2.7 ポイント増加(11.8%→14.5%)し、「悪くなる」とみる企業の割合が 3.9 ポイント減少(35.5%→31.6%)するため、D.I.値は 6.6 ポイント改善(▲23.7→▲17.1)する見通し。

来期の非製造業の業界景気見通しをみると、当期に比べ、「良くなる」とみる企業の割合が 1.5 ポイント増加(17.2%→18.7%)し、「悪くなる」とみる企業の割合が 5.6 ポイント減少(37.2%→31.6%)するため、D.I.値は 7.1 ポイント改善(▲20.0→▲12.9)する見通し。

非製造業を業種別にみると、卸売業(D.I.値▲22.5)が当期に比べ 30.5 ポイント、不動産業(D.I.値▲4.2)が同 4.2 ポイント、運輸・通信業(D.I.値▲5.9)が同 3.0 ポイント、小売業(D.I.値▲17.1)が同 2.4 ポイント、その他のサービス業(D.I.値▲11.2)が同 2.3 ポイント、それぞれ改善する見通し。



(図表6) 建設業、非製造業の業界景気判断D.I.

| 業種 | (%ポイント) | | | | | | |
|----------|---------|---------|---------|-----------------|------------|------------------|------------|
| | 22/下 | 23/上 | 23/下(A) | 2024/上(B) | A→B 変化幅 | 2024/下 見通し(C) | B→C 変化幅 |
| 全産業 | ▲ 15.6 | ▲ 18.3 | ▲ 16.5 | ▲ 21.9 (▲ 4.7) | ▲ 5.4 | ▲ 12.8 | + 9.1 |
| 建設業 | ▲ 16.5 | ▲ 14.2 | ▲ 5.8 | ▲ 23.7 (▲ 7.2) | ▲ 17.9 | ▲ 17.1 | + 6.6 |
| 非製造業 | ▲ 15.0 | ▲ 18.7 | ▲ 14.0 | ▲ 20.0 (▲ 3.9) | ▲ 6.0 | ▲ 12.9 | + 7.1 |
| 運輸・通信業 | ▲ 45.7 | ▲ 29.5 | ▲ 33.3 | ▲ 8.9 (▲ 3.3) | + 24.4 | ▲ 5.9 | + 3.0 |
| 小売業 | 5.1 | ▲ 13.4 | ▲ 11.9 | ▲ 19.5 (▲ 9.6) | ▲ 7.6 | ▲ 17.1 | + 2.4 |
| 卸売業 | ▲ 23.5 | ▲ 24.5 | ▲ 37.5 | ▲ 53.0 (▲ 31.3) | ▲ 15.5 | ▲ 22.5 | + 30.5 |
| 不動産業 | ▲ 13.6 | ▲ 17.7 | ▲ 17.7 | ▲ 8.4 (23.5) | + 9.3 | ▲ 4.2 | + 4.2 |
| その他サービス業 | ▲ 5.8 | ▲ 8.5 | ▲ 0.9 | ▲ 13.5 (3.5) | ▲ 12.6 | ▲ 11.2 | + 2.3 |
| その他 | ▲ 75.0 | ▲ 100.0 | ▲ 66.6 | 0.0 (▲ 66.7) | + 66.6 | 14.3 | + 14.3 |

(注1) 表中の()内は前回調査における当期見通し。

3. 自社の業況(売上高・利益状況)

<製造業>

【ポイント】

製造業は、売上高 D.I.値が4半期ぶりに改善して、3半期ぶりのプラスとなった。一方、利益状況 D.I.値は3半期ぶりに悪化して、11 半期連続のマイナスとなった。先行きについて、売上高 D.I.値はマイナスに転じ、利益状況 D.I.値はマイナス幅が縮小する見通し。

【2024 年度上期(当期)実績】

当期の製造業の売上高をみると、「増加した」とみる企業の割合は 36.1%、「減少した」とみる企業の割合は 32.8%で、D.I.値は+3.3 と3半期ぶりのプラスとなった。前期に比べ、「増加した」とみる企業の割合が 11.1 ポイント増加(25.0%→36.1%)したことに加え、「減少した」とみる企業の割合が 11.1 ポイント減少(43.9%→32.8%)したため、D.I.値は4半期ぶりに改善(▲18.9→+3.3)した。

同利益状況をみると、「良くなった」とみる企業の割合は 22.1%、「悪くなった」とみる企業の割合は 36.1%で、D.I.値は▲14.0 と 11 半期連続のマイナスとなった。前期に比べ、「悪くなった」とみる企業の割合が 1.8 ポイント減少(37.9%→36.1%)したものの、「良くなった」とみる企業の割合が 2.9 ポイント減少(25.0%→22.1%)したため、D.I.値は3半期ぶりに悪化(▲12.9→▲14.0)した。

業種別の売上高をみると、基礎素材型(D.I.値▲12.2)が前期に比べ 23.1 ポイント、加工組立型(D.I.値+1.6)が同 19.4 ポイント、生活関連型(D.I.値+44.5)が同 44.5 ポイントそれぞれ改善した。

同利益状況をみると、基礎素材型(D.I.値▲19.5)が前期に比べ 1.8 ポイント悪化した一方、加工組立型(D.I.値▲19.1)が同 0.1 ポイント、生活関連型(D.I.値+16.6)が同 4.6 ポイントそれぞれ改善した。

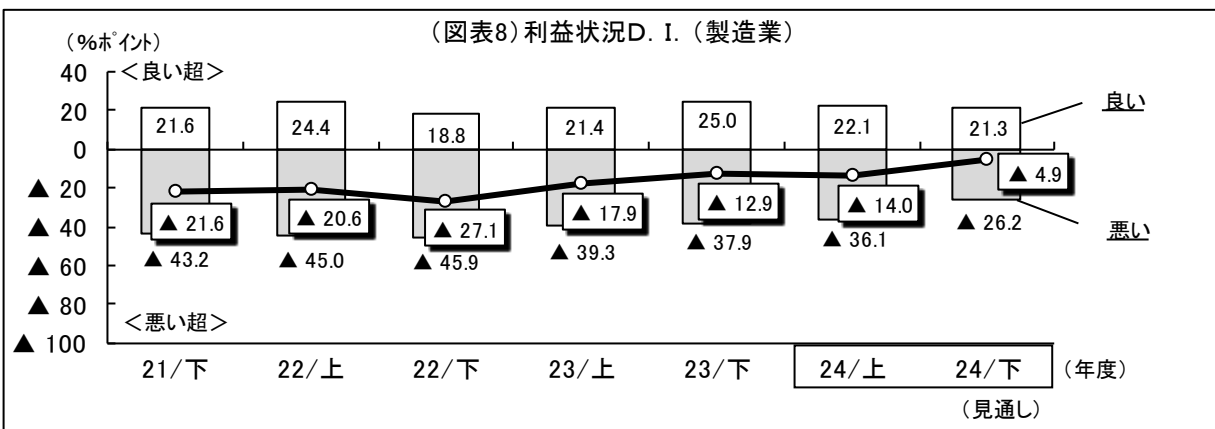
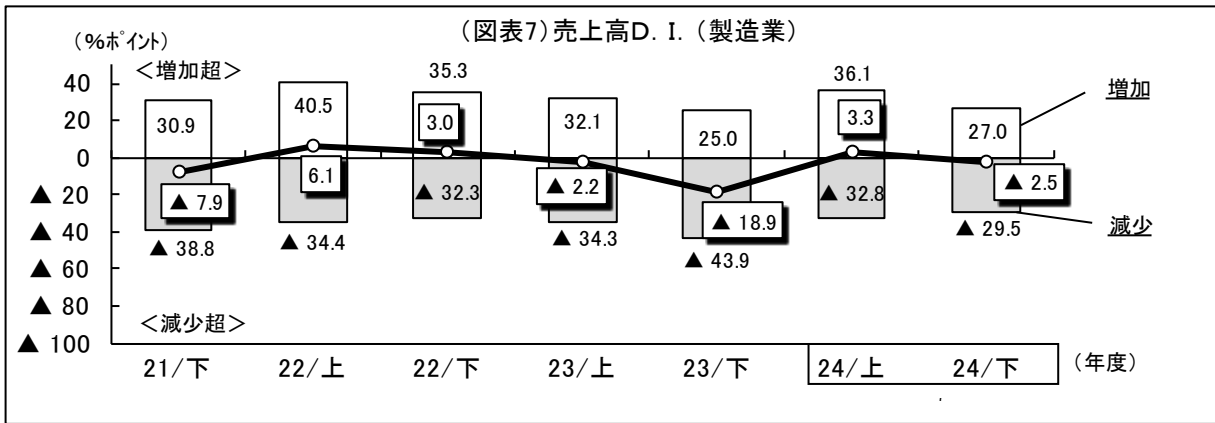
【2024 年度下期(来期)見通し】

来期の製造業の売上高見通しをみると、「増加する」とみる企業の割合は 27.0%、「減少する」とみる企業の割合は 29.5%で、D.I.値は▲2.5 とマイナスに転じる見通し。

同利益状況見通しをみると、「良くなる」とみる企業の割合は 21.3%、「悪くなる」とみる企業の割合は 26.2%で、D.I.値は▲4.9 とマイナス幅が縮小する見通し。

業種別の売上高見通しをみると、基礎素材型(D.I.値▲21.9)が当期に比べ 9.7 ポイント、生活関連型(D.I.値+27.8)は同 16.7 ポイントそれぞれ悪化し、加工組立型(D.I.値+1.6)は横這いとなる見通し。

同利益状況見通しをみると、基礎素材型(D.I.値▲21.9)が当期に比べ 2.4 ポイント悪化する一方、加工組立型(D.I.値▲4.8)は同 14.3 ポイント、生活関連型(D.I.値+33.3)は同 16.7 ポイントそれぞれ改善する見通し。



(図表9) 製造業の業況判断D.I.(売上高・利益状況)

| 業種 | <売上高> (%ポイント) | | | | | <利益状況> (%ポイント) | | | | |
|----------|---------------|-----------------|------------|------------------|------------|----------------|-----------------|------------|------------------|------------|
| | 23/下(A) | 2024/上(B) | A→B 変化幅 | 2024/下 見通し(C) | B→C 変化幅 | 23/下(A) | 2024/上(B) | A→B 変化幅 | 2024/下 見通し(C) | B→C 変化幅 |
| 全産業 | ▲ 1.1 | 2.5 (2.0) | + 3.6 | 4.4 | + 1.9 | ▲ 3.8 | ▲ 6.9 (▲ 3.8) | ▲ 3.1 | ▲ 3.2 | + 3.7 |
| 製造業 | ▲ 18.9 | 3.3 (3.0) | + 22.2 | ▲ 2.5 | ▲ 5.8 | ▲ 12.9 | ▲ 14.0 (▲ 1.6) | ▲ 1.1 | ▲ 4.9 | + 9.1 |
| 基礎素材型製造業 | ▲ 35.3 | ▲ 12.2 (▲ 14.8) | + 23.1 | ▲ 21.9 | ▲ 9.7 | ▲ 17.7 | ▲ 19.5 (▲ 23.6) | ▲ 1.8 | ▲ 21.9 | ▲ 2.4 |
| ハルフ・紙・木材 | ▲ 33.3 | ▲ 25.0 (▲ 66.7) | + 8.3 | ▲ 62.5 | ▲ 37.5 | ▲ 16.6 | ▲ 12.5 (▲ 66.7) | + 4.1 | ▲ 37.5 | ▲ 25.0 |
| 石油・化学 | 33.3 | 50.0 (0.0) | + 16.7 | ▲ 50.0 | ▲ 100.0 | 66.7 | 0.0 (0.0) | ▲ 66.7 | 0.0 | 0.0 |
| 窯業・土石製品 | 0.0 | ▲ 50.0 (25.0) | ▲ 50.0 | 25.0 | + 75.0 | 0.0 | ▲ 50.0 (0.0) | ▲ 50.0 | 25.0 | + 75.0 |
| 鉄・非鉄 | ▲ 33.3 | ▲ 50.0 (33.3) | ▲ 16.7 | ▲ 50.0 | 0.0 | ▲ 33.3 | ▲ 50.0 (▲ 33.3) | ▲ 16.7 | ▲ 50.0 | 0.0 |
| 金属製品 | ▲ 55.6 | 0.0 (▲ 16.6) | + 55.6 | ▲ 8.7 | ▲ 8.7 | ▲ 33.3 | ▲ 13.0 (▲ 16.7) | + 20.3 | ▲ 21.7 | ▲ 8.7 |
| 加工組立型製造業 | ▲ 17.8 | 1.6 (5.5) | + 19.4 | 1.6 | 0.0 | ▲ 19.2 | ▲ 19.1 (1.3) | + 0.1 | ▲ 4.8 | + 14.3 |
| 一般・精密機械 | ▲ 47.0 | ▲ 28.6 (▲ 23.6) | + 18.4 | ▲ 7.2 | + 21.4 | ▲ 52.9 | ▲ 50.0 (▲ 29.5) | + 2.9 | ▲ 7.2 | + 42.8 |
| 電気機械 | ▲ 37.5 | 0.0 (12.5) | + 37.5 | ▲ 25.0 | ▲ 25.0 | ▲ 37.5 | ▲ 50.0 (12.5) | ▲ 12.5 | ▲ 50.0 | 0.0 |
| 自動車関連 | ▲ 25.0 | 30.7 (33.4) | + 55.7 | 23.1 | ▲ 7.6 | ▲ 16.7 | 0.0 (33.3) | + 16.7 | 15.4 | + 15.4 |
| その他製造 | 2.7 | 3.2 (8.3) | + 0.5 | 0.0 | ▲ 3.2 | 0.0 | ▲ 9.4 (2.8) | ▲ 9.4 | ▲ 6.3 | + 3.1 |
| 生活関連型製造業 | 0.0 | 44.5 (20.0) | + 44.5 | 27.8 | ▲ 16.7 | 12.0 | 16.6 (20.0) | + 4.6 | 33.3 | + 16.7 |
| 食料品 | 13.4 | 81.8 (40.0) | + 68.4 | 45.4 | ▲ 36.4 | 20.0 | 45.4 (40.0) | + 25.4 | 54.5 | + 9.1 |
| 繊維品 | 33.3 | 50.0 (▲ 33.3) | + 16.7 | 50.0 | 0.0 | 66.7 | 0.0 (0.0) | ▲ 66.7 | 50.0 | + 50.0 |
| 出版・印刷 | ▲ 42.9 | ▲ 40.0 (0.0) | + 2.9 | ▲ 20.0 | + 20.0 | ▲ 28.6 | ▲ 40.0 (▲ 14.3) | ▲ 11.4 | ▲ 20.0 | + 20.0 |

(注1) 表中の()内は前回調査における当期見通し。

<建設業、非製造業>

【ポイント】

建設業は、売上高 D.I.値が2半期ぶりに悪化し、2半期ぶりのマイナスとなった。利益状況 D.I.値は2半期ぶりに悪化し、11 半期連続のマイナスとなった。先行きについて、売上高、利益状況ともにマイナス幅が縮小する見通し。

非製造業は、売上高 D.I.値が3半期ぶりに改善し、4半期連続のプラスとなった。利益状況 D.I.値は2半期ぶりに悪化し、2半期ぶりにマイナスに転じた。先行きについて、売上高はプラス幅が拡大し、利益状況はプラスに転じる見通し。

【 2024 年度上期(当期)実績 】

当期の建設業の売上高をみると、「増加した」とみる企業の割合は 21.1%、「減少した」とみる企業の割合は 34.9%で、D.I.値は▲13.8と2半期ぶりに悪化(+4.4→▲13.8)し、2半期ぶりにマイナスとなった。同利益状況をみると、「良くなった」とみる企業の割合は 18.4%、「悪くなった」とみる企業の割合は 28.3%で、D.I.値は▲9.9 と2半期ぶりに悪化(▲3.7→▲9.9)し、11 半期連続のマイナスとなった。

当期の非製造業の売上高をみると、「増加した」とみる企業の割合は 34.4%、「減少した」とみる企業の割合は 24.4%で、D.I.値は+10.0 と3半期ぶりに改善(+4.6→+10.0)し、4半期連続のプラスとなった。同利益状況をみると、「良くなった」とみる企業の割合は 23.4%、「悪くなった」とみる企業の割合は 26.3%で、D.I.値は▲2.9 と2半期ぶりに悪化(+0.3→▲2.9)し、2半期ぶりにマイナスに転じた。

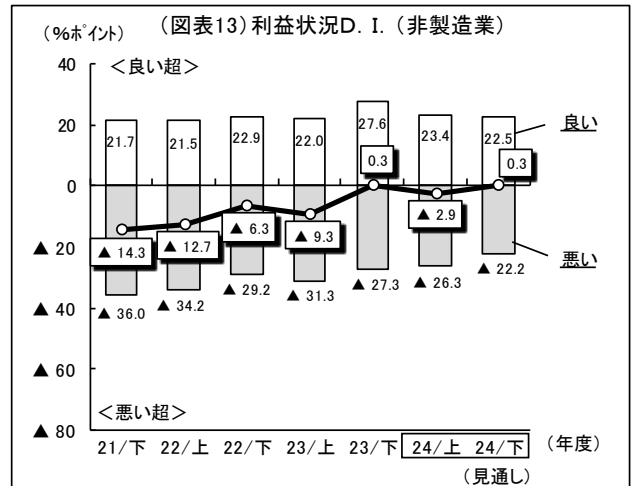
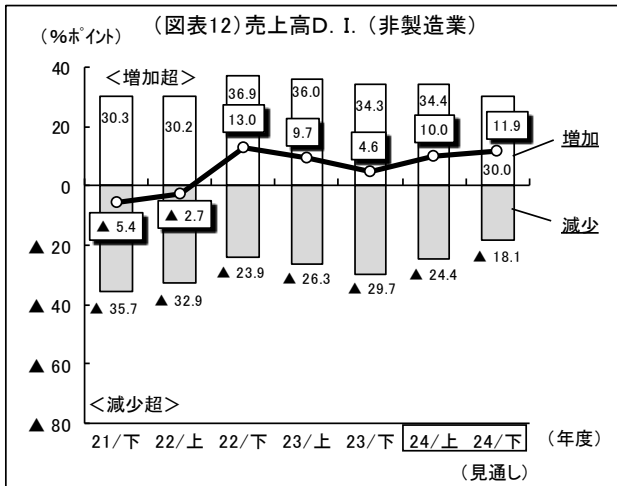
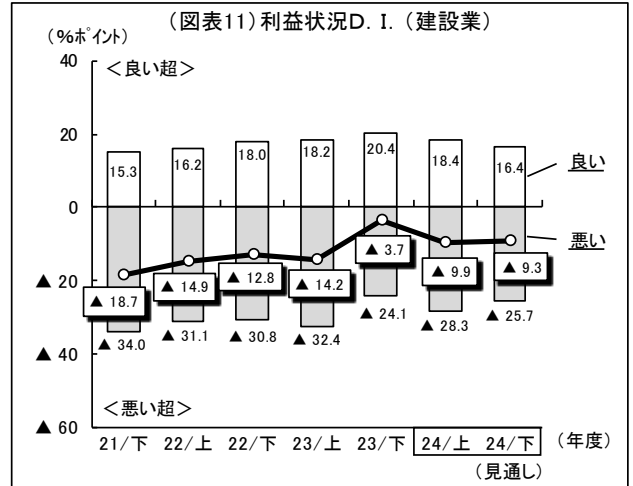
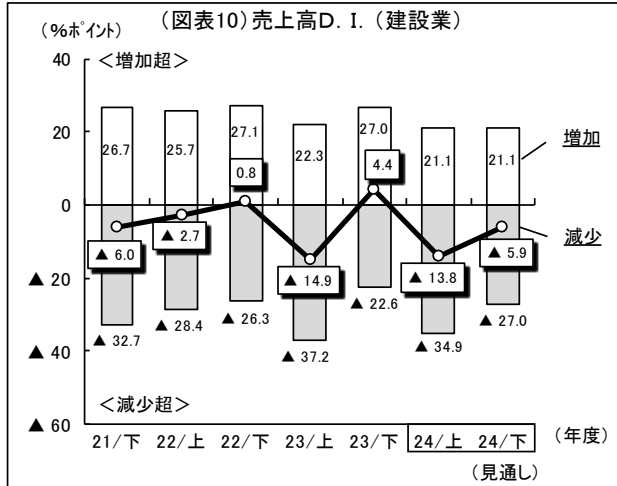
非製造業の業種別の売上高をみると、卸売業(D.I.値▲22.4)が前期と比べ 5.7 ポイント悪化したものの、不動産業(D.I.値+16.7)が同 22.5 ポイント、小売業(D.I.値+26.8)が同 19.7 ポイント、運輸・通信業(D.I.値+20.6)が同 17.3 ポイント改善しプラスとなった。同利益状況をみると、卸売業(D.I.値▲24.5)が同 10.0 ポイント、不動産業(D.I.値+16.7)が同 6.8 ポイント悪化した。

【 2024 年度下期(来期)見通し 】

来期の建設業の売上高見通しをみると、「増加する」とみる企業の割合は 21.1%、「減少する」とみる企業の割合は 27.0%で、D.I.値は▲5.9 と、マイナス幅は縮小(▲13.8→▲5.9)する見通し。同利益状況見通しをみると、「良くなる」とみる企業の割合は 16.4%、「悪くなる」とみる企業の割合は 25.7%で、D.I.値は▲9.3 とマイナス幅が縮小(▲9.9→▲9.3)する見通し。

来期の非製造業の売上高見通しをみると、「増加する」とみる企業の割合は 30.0%、「減少する」とみる企業の割合は 18.1%で、D.I.値は+11.9 と、プラス幅が拡大(+10.0→+11.9)する見通し。同利益状況見通しをみると、「良くなる」とみる企業の割合は 22.5%、「悪くなる」とみる企業の割合は 22.2%で、D.I.値は+0.3 とプラスに転じる(▲2.9→+0.3)見通し。

非製造業の業種別の売上高見通しをみると、不動産業(D.I.値+29.1)が当期と比べ 12.4 ポイント、卸売業(D.I.値▲12.3)が同 10.1 ポイントそれぞれ改善する見通し。同利益状況をみると、運輸・通信業(D.I.値+17.7)が同 14.8 ポイント、卸売業(D.I.値▲10.2)が同 14.3 ポイントそれぞれ改善する見通し。



(図表14) 建設業、非製造業の業況判断D.I.(売上高・利益状況)

| 業種 | <売上高> (%ポイント) | | | | | <利益状況> (%ポイント) | | | | | | |
|----------|---------------|-----------|------------|------------------|------------|----------------|-----------|------------|------------------|------------|-------|--------|
| | 23/下(A) | 2024/上(B) | A→B 変化幅 | 2024/下 見通し(C) | B→C 変化幅 | 23/下(A) | 2024/上(B) | A→B 変化幅 | 2024/下 見通し(C) | B→C 変化幅 | | |
| 全産業 | ▲1.1 | 2.5 | (2.0) | + 3.6 | 4.4 | + 1.9 | ▲3.8 | ▲6.9 | (▲3.8) | ▲3.1 | ▲3.2 | + 3.7 |
| 建設業 | 4.4 | ▲13.8 | (▲8.7) | ▲18.2 | ▲5.9 | + 7.9 | ▲3.7 | ▲9.9 | (▲9.5) | ▲6.2 | ▲9.3 | + 0.6 |
| 非製造業 | 4.6 | 10.0 | (6.6) | + 5.4 | 11.9 | + 1.9 | 0.3 | ▲2.9 | (▲2.1) | ▲3.2 | 0.3 | + 3.2 |
| 運輸・通信業 | 3.3 | 20.6 | (13.3) | + 17.3 | 20.6 | 0.0 | ▲13.3 | 2.9 | (▲13.3) | + 16.2 | 17.7 | + 14.8 |
| 小売業 | 7.1 | 26.8 | (11.9) | + 19.7 | 19.5 | ▲7.3 | 9.5 | 9.7 | (2.4) | + 0.2 | 14.6 | + 4.9 |
| 卸売業 | ▲16.7 | ▲22.4 | (▲18.7) | ▲5.7 | ▲12.3 | + 10.1 | ▲14.5 | ▲24.5 | (▲10.4) | ▲10.0 | ▲10.2 | + 14.3 |
| 不動産業 | ▲5.8 | 16.7 | (11.7) | + 22.5 | 29.1 | + 12.4 | 23.5 | 16.7 | (29.4) | ▲6.8 | 20.8 | + 4.1 |
| その他サービス業 | 16.7 | 21.6 | (15.8) | + 4.9 | 17.9 | ▲3.7 | 4.4 | 0.0 | (0.8) | ▲4.4 | ▲7.5 | ▲7.5 |
| その他 | 0.0 | 0.0 | (33.3) | 0.0 | 14.3 | + 14.3 | ▲66.7 | 0.0 | (▲33.3) | + 66.7 | 14.3 | + 14.3 |

(注1)表中の()内は前回調査における当期見通し。

4. 自社の業況(資金繰り)

<製造業>

【ポイント】

製造業の資金繰り D.I.値は2半期連続で悪化し、12 半期連続のマイナスとなった。先行きについて、来期はマイナス幅が縮小して改善する見通し。

【 2024 年度上期(当期)実績 】

当期の製造業の資金繰りをみると、「楽になった」とみる企業の割合は 9.8%、「苦しくなった」とみる企業の割合は 21.3%で、D.I.値は▲11.5 と 12 半期連続のマイナスとなった。

前期に比べ、「楽になった」とみる企業の割合が 0.8 ポイント減少(10.6%→9.8%)し、「苦しくなった」とみる企業の割合が 3.1 ポイント増加(18.2%→21.3%)したため、D.I.値は2半期連続で悪化(▲7.6→▲11.5)した。

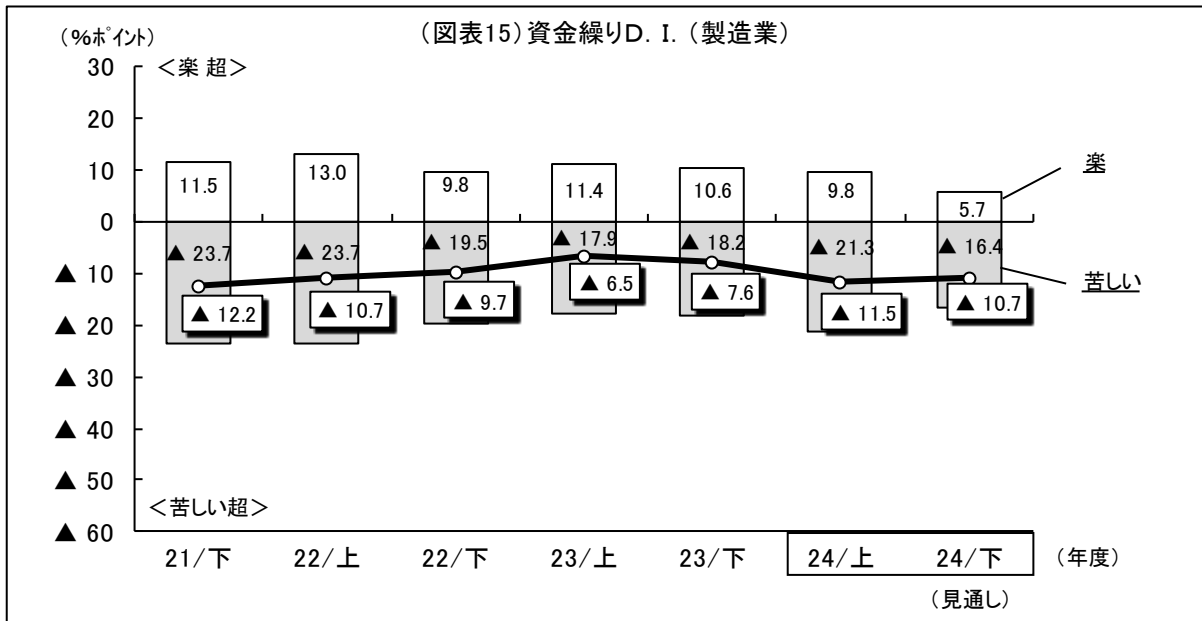
業種別にみると、生活関連型(D.I.値±0.0)が前期に比べ横這いとなった一方、基礎素材型(D.I.値▲14.6)が同 5.7 ポイント、加工組立型(D.I.値▲12.7)が同 3.2 ポイントそれぞれ悪化した。

【 2024 年度下期(来期)見通し 】

来期の製造業の資金繰り見通しをみると、当期に比べ、「楽になる」とみる企業の割合が 4.1 ポイント減少(9.8%→5.7%)するものの、「苦しくなる」とみる企業の割合が 4.9 ポイント減少(21.3%→16.4%)するため、D.I.値は 0.8 ポイント改善(▲11.5→▲10.7)する見通し。

業種別にみると、加工組立型(D.I.値▲14.3)が当期と比べ 1.6 ポイント悪化する一方、生活関連型(D.I.値+5.6)が同 5.6 ポイント、基礎素材型(D.I.値▲12.2)が同 2.4 ポイント改善する見通し。

さらにその内訳をみると、石油・化学(D.I.値+50.0)が当期に比べ 100.0 ポイント、窯業・土石製品(D.I.値±0.0)が同 25.0 ポイント改善するものの、繊維品(D.I.値±0.0)が同 50.0 ポイント、金属製品(D.I.値▲17.4)が同 8.7 ポイント悪化する見通し。



(図表16) 製造業の業況判断D.I.(資金繰り)

(%ポイント)

| 業種 | 22/下 | 23/上 | 23/下(A) | 2024/上(B) | A→B 変化幅 | 2024/下 見通し(C) | B→C 変化幅 |
|----------|--------|--------|---------|-----------------|------------|------------------|------------|
| 全産業 | ▲ 7.8 | ▲ 5.3 | ▲ 2.9 | ▲ 5.6 (▲ 6.9) | ▲ 2.7 | ▲ 5.2 | + 0.4 |
| 製造業 | ▲ 9.7 | ▲ 6.5 | ▲ 7.6 | ▲ 11.5 (▲ 8.4) | ▲ 3.9 | ▲ 10.7 | + 0.8 |
| 基礎素材型製造業 | 0.0 | ▲ 5.7 | ▲ 8.9 | ▲ 14.6 (▲ 5.9) | ▲ 5.7 | ▲ 12.2 | + 2.4 |
| ハルフ・紙・木材 | ▲ 11.1 | ▲ 33.3 | ▲ 16.7 | ▲ 12.5 (▲ 50.0) | + 4.2 | ▲ 12.5 | 0.0 |
| 石油・化学 | 0.0 | 0.0 | 33.3 | ▲ 50.0 (33.3) | ▲ 83.3 | 50.0 | + 100.0 |
| 窯業・土石製品 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | ▲ 25.0 (0.0) | ▲ 25.0 | 0.0 | + 25.0 |
| 鉄・非鉄 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | ▲ 25.0 (0.0) | ▲ 25.0 | ▲ 25.0 | 0.0 |
| 金属製品 | 4.7 | 0.0 | ▲ 16.7 | ▲ 8.7 (0.0) | + 8.0 | ▲ 17.4 | ▲ 8.7 |
| 加工組立型製造業 | ▲ 10.6 | ▲ 7.3 | ▲ 9.5 | ▲ 12.7 (▲ 13.7) | ▲ 3.2 | ▲ 14.3 | ▲ 1.6 |
| 一般・精密機械 | ▲ 13.3 | ▲ 15.0 | ▲ 17.6 | ▲ 21.5 (▲ 23.5) | ▲ 3.9 | ▲ 28.6 | ▲ 7.1 |
| 電気機械 | 0.0 | 0.0 | ▲ 25.0 | ▲ 25.0 (0.0) | 0.0 | ▲ 25.0 | 0.0 |
| 自動車関連 | 0.0 | ▲ 5.9 | ▲ 25.0 | ▲ 7.7 (0.0) | + 17.3 | ▲ 7.7 | 0.0 |
| その他製造 | ▲ 15.6 | ▲ 5.2 | 2.7 | ▲ 9.4 (▲ 16.6) | ▲ 12.1 | ▲ 9.3 | + 0.1 |
| 生活関連型製造業 | ▲ 22.2 | ▲ 4.4 | 0.0 | 0.0 (4.0) | 0.0 | 5.6 | + 5.6 |
| 食料品 | ▲ 23.5 | 0.0 | 20.0 | 9.1 (26.6) | ▲ 10.9 | 18.2 | + 9.1 |
| 繊維品 | ▲ 50.0 | 0.0 | 0.0 | 50.0 (0.0) | + 50.0 | 0.0 | ▲ 50.0 |
| 出版・印刷 | 0.0 | ▲ 14.3 | ▲ 42.9 | ▲ 40.0 (▲ 42.9) | + 2.9 | ▲ 20.0 | + 20.0 |

(注1) 表中の()内は前回調査における当期見通し。

<建設業、非製造業>

【ポイント】

建設業の資金繰り D.I.値は5半期ぶりに悪化し、2半期ぶりのマイナスとなった。
非製造業の資金繰り D.I.値は3半期ぶりに悪化し、12 半期連続のマイナスとなった。
先行きについて、来期は、建設業はマイナス幅が拡大して悪化、非製造業はマイナス幅が縮小して改善する見通し。

【 2024 年度上期(当期)実績 】

当期の建設業の資金繰りをみると、「楽になった」とみる企業の割合は 7.2%、「苦しくなった」とみる企業の割合は 13.2%で、D.I.値は▲6.0 と2半期ぶりのマイナスとなった。前期に比べ、「楽になった」とみる企業の割合が 5.9 ポイント減少(13.1%→7.2%)し、「苦しくなった」とみる企業の割合が 1.5 ポイント増加(11.7%→13.2%)したため、D.I.値は5半期ぶりに悪化(+1.4→▲6.0)した。

当期の非製造業の資金繰りをみると、「楽になった」とみる企業の割合は 8.4%、「苦しくなった」とみる企業の割合は 11.6%で、D.I.値は▲3.2 と 12 半期連続のマイナスとなった。前期に比べ、「楽になった」とみる企業の割合が 1.0 ポイント減少(9.4%→8.4%)し、「苦しくなった」とみる企業の割合が 0.6 ポイント減少(12.2%→11.6%)したため、D.I.値は3半期ぶりに悪化(▲2.8→▲3.2)した。

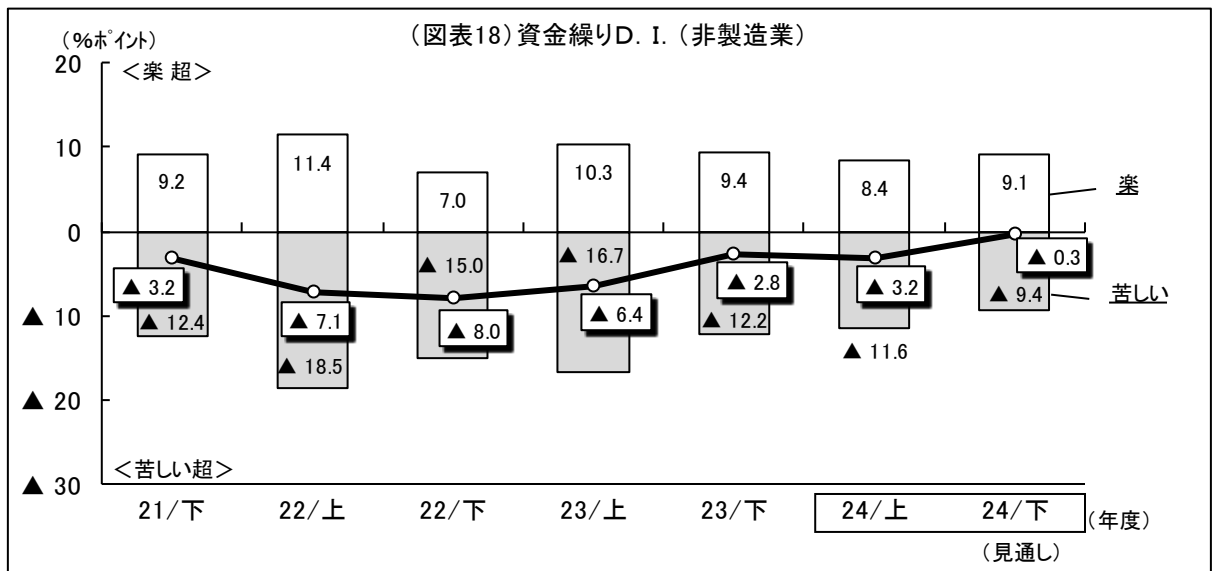
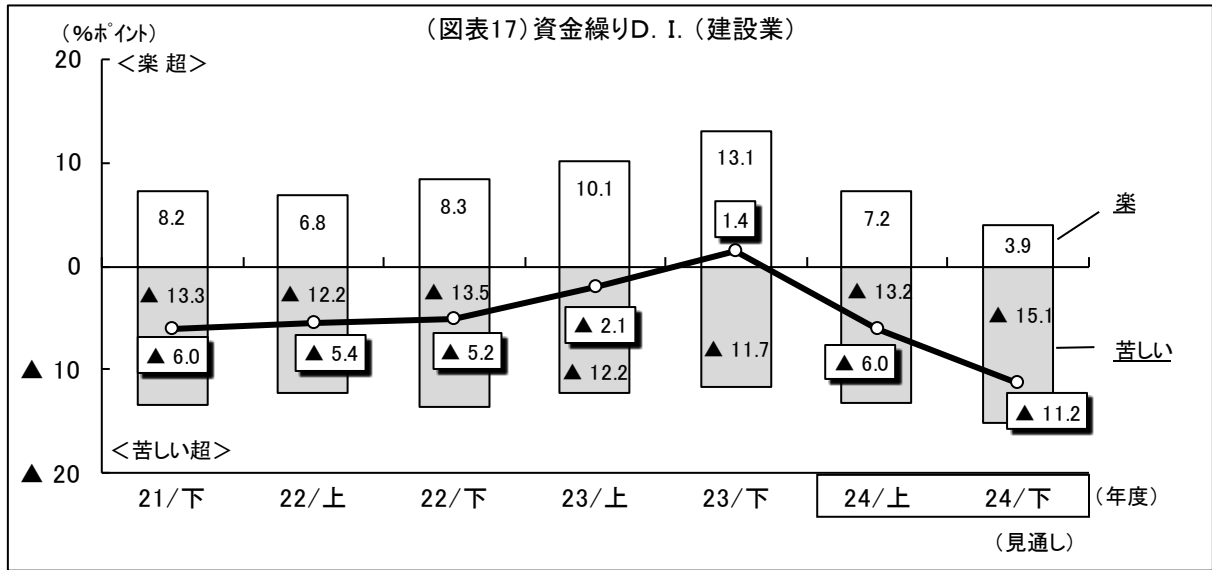
非製造業を業種別にみると、小売業(D.I.値+14.7)が前期に比べて 21.8 ポイント、運輸・通信業(D.I.値▲3.0)が同 3.6 ポイント改善した一方、不動産業(D.I.値±0.0)が同 5.9 ポイント、卸売業(D.I.値▲10.2)が同 4.0 ポイント、その他サービス業(D.I.値▲3.7)が同 2.0 ポイントそれぞれ悪化した。

【 2024 年度下期(来期)見通し 】

来期の建設業の資金繰り見通しをみると、当期に比べ、「楽になる」とみる企業の割合が 3.3 ポイント減少(7.2%→3.9%)し、「苦しくなる」とみる企業の割合が 1.9 ポイント増加(13.2%→15.1%)するため、D.I.値は 5.2 ポイント悪化(▲6.0→▲11.2)する見通し。

来期の非製造業の資金繰り見通しをみると、当期に比べ、「楽になる」とみる企業の割合が 0.7 ポイント増加(8.4%→9.1%)し、「苦しくなる」とみる企業の割合が 2.2 ポイント減少(11.6%→9.4%)するため、D.I.値は 2.9 ポイント改善(▲3.2→▲0.3)する見通し。

非製造業を業種別にみると、小売業(D.I.値+4.9)が当期に比べ 9.8 ポイント悪化する一方、運輸・通信業(D.I.値+8.8)が同 11.8 ポイント、不動産業(D.I.値+8.3)が同 8.3 ポイント、卸売業(D.I.値▲4.1)が同 6.1 ポイントそれぞれ改善する見通し。



(図表19) 建設業、非製造業の業況判断D.I.(資金繰り)

| 業種 | (%ポイント) | | | | | | |
|----------|---------|--------|---------|-----------------|------------|------------------|------------|
| | 22/下 | 23/上 | 23/下(A) | 2024/上(B) | A→B 変化幅 | 2024/下 見通し(C) | B→C 変化幅 |
| 全産業 | ▲ 7.8 | ▲ 5.3 | ▲ 2.9 | ▲ 5.6 (▲ 6.9) | ▲ 2.7 | ▲ 5.2 | + 0.4 |
| 建設業 | ▲ 5.2 | ▲ 2.1 | 1.4 | ▲ 6.0 (▲ 5.1) | ▲ 7.4 | ▲ 11.2 | ▲ 5.2 |
| 非製造業 | ▲ 8.0 | ▲ 6.4 | ▲ 2.8 | ▲ 3.2 (▲ 7.0) | ▲ 0.4 | ▲ 0.3 | + 2.9 |
| 運輸・通信業 | ▲ 14.3 | ▲ 14.7 | ▲ 6.6 | ▲ 3.0 (▲ 20.0) | + 3.6 | 8.8 | + 11.8 |
| 小売業 | ▲ 5.1 | 0.0 | ▲ 7.1 | 14.7 (▲ 4.8) | + 21.8 | 4.9 | ▲ 9.8 |
| 卸売業 | ▲ 21.5 | 5.7 | ▲ 6.2 | ▲ 10.2 (▲ 14.6) | ▲ 4.0 | ▲ 4.1 | + 6.1 |
| 不動産業 | 9.1 | ▲ 5.9 | 5.9 | 0.0 (5.9) | ▲ 5.9 | 8.3 | + 8.3 |
| その他サービス業 | ▲ 2.5 | ▲ 9.3 | ▲ 1.7 | ▲ 3.7 (▲ 2.7) | ▲ 2.0 | ▲ 3.0 | + 0.7 |
| その他 | ▲ 50.0 | ▲ 66.7 | ▲ 66.7 | ▲ 42.9 (▲ 33.3) | + 23.8 | 0.0 | + 42.9 |

(注1) 表中の()内は前回調査における当期見通し。

5. 経営判断

【ポイント】

設備投資の実施状況をみると、「実施した」企業の割合は2半期ぶりに減少した。在庫状況は、「過剰」とみる企業の割合が2半期ぶりに減少した。雇用状況は、「不足」とみる企業の割合が2半期ぶりに減少した。

【2024年度上期(当期)実績】

(1)設備投資

当期の設備投資の実施状況をみると、「実施した」企業の割合は35.5%と前期に比べ1.3ポイント減少(36.8%→35.5%)し、「実施しない」企業の割合は62.3%と同1.2ポイント増加(61.1%→62.3%)した。

(2)在庫状況

当期の在庫状況をみると、「過剰」とみる企業の割合は5.1%と前期に比べ2.5ポイント減少(7.6%→5.1%)し、「不足」とみる企業の割合は4.2%と同0.7ポイント減少(4.9%→4.2%)した。「適正」とみる企業の割合は86.4%と同5.0ポイント増加(81.4%→86.4%)した。

(3)雇用状況

当期の雇用状況をみると、「過剰」とみる企業の割合は4.5%と前期に比べ0.4ポイント増加(4.1%→4.5%)し、「不足」とみる企業の割合は44.4%と同4.8ポイント減少(49.2%→44.4%)した。「適正」とみる企業の割合は48.8%と同5.0ポイント増加(43.8%→48.8%)した。

【2024年度下期(来期)見通し】

(1)設備投資

来期の設備投資見通しをみると、「実施する」企業の割合は27.9%と、前回見通し(32.3%)に比べ4.4ポイント減少し、「実施しない」企業の割合は45.6%と、同(37.5%)に比べ8.1ポイント増加する見通し。

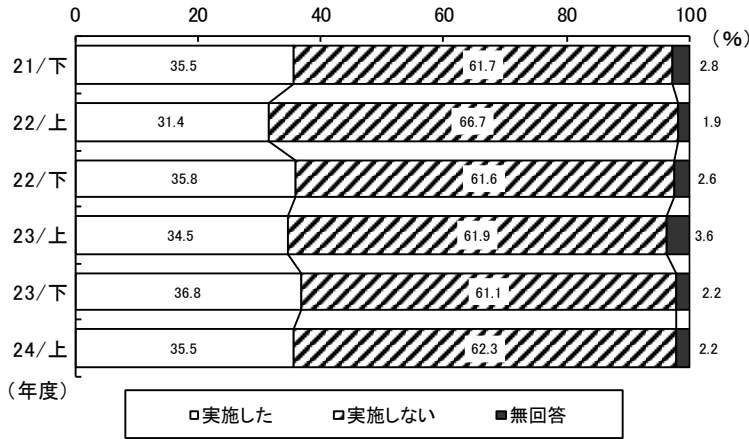
(2)在庫状況

来期の在庫状況見通しをみると、「増やす」企業の割合が4.9%と、前回見通し(5.2%)に比べ0.3ポイント減少し、「減らす」企業の割合は8.4%と、同(9.5%)に比べ1.1ポイント減少する見通し。

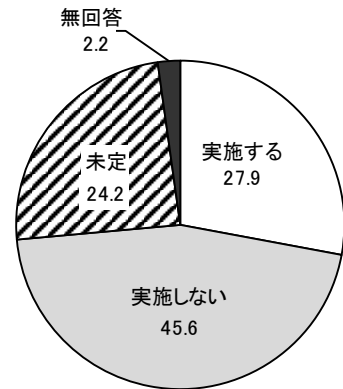
(3)雇用状況

来期の雇用状況見通しをみると、「増やす」企業の割合が39.2%と、前回見通し(45.8%)に比べ6.6ポイント減少し、「減らす」企業の割合は2.0%と、同(2.0%)に比べ±0.0ポイントと横這いとなる見通し。

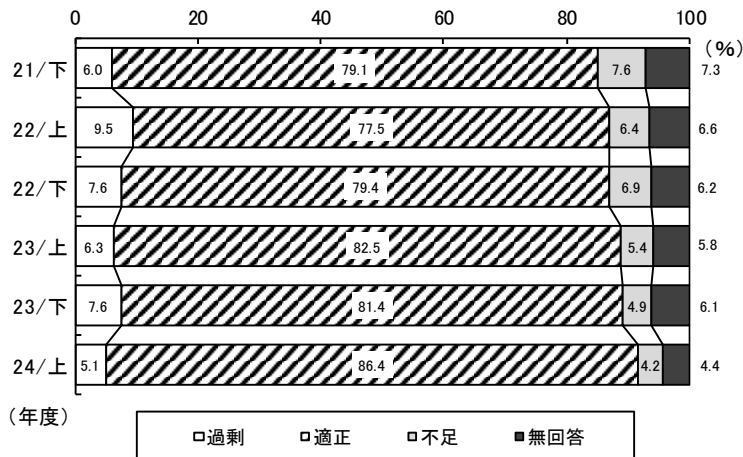
(図表20-1)設備投資の実施状況の推移



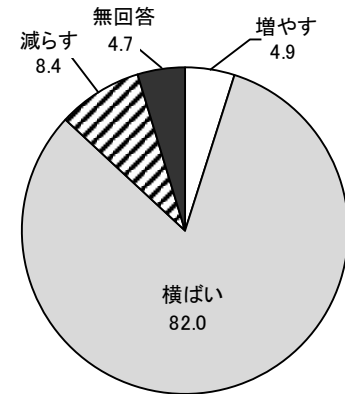
(図表20-2)2024年度下期の設備投資見通し



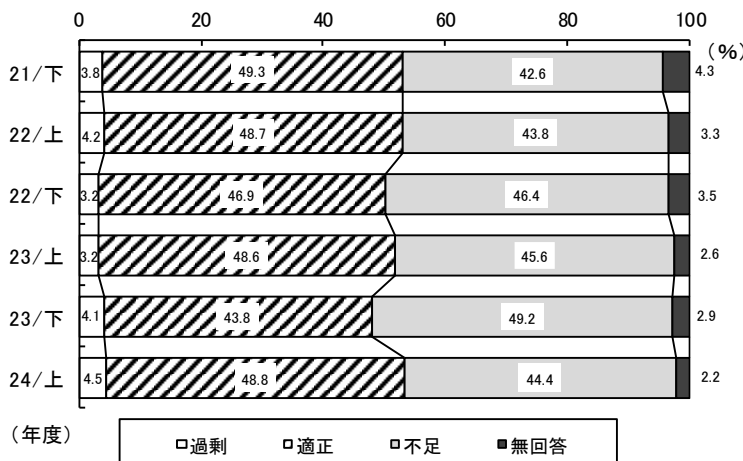
(図表21-1)在庫状況の推移



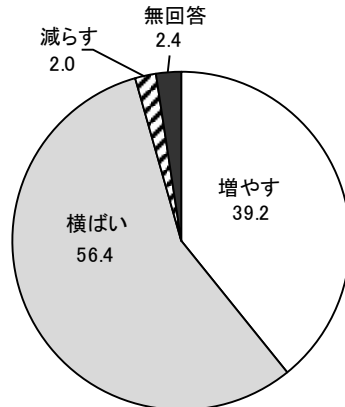
(図表21-2)2024年度下期の在庫見通し



(図表22-1)雇用状況の推移



(図表22-2)2024年度下期の雇用見通し



6. 2024 年度下期の展望

【ポイント】

来期のプラス要因として「販売価格の上昇」などを挙げる企業の割合が増加し、マイナス要因として「売上減少」「金利負担増」などを挙げる企業の割合が増加した。来期について、「プラス要因が強い」とみる企業の割合が3半期ぶり、「マイナス要因が強い」とみる企業の割合が3半期連続で減少した一方、「どちらとも言えない」とみる企業の割合が2半期連続で増加した。

【業績伸長(回復)のためのプラス要因】(3項目以内の複数回答)

2024 年度下期のプラス要因として、「売上増加」(80.6%)を挙げる企業の割合が最も高く、次いで、「販売価格の上昇」(53.7%)、「自社の技術力・個性の発揮」(33.0%)となった。

前回調査と比べ、「売上増加」が 3.1 ポイント、「販売価格の上昇」が 3.6 ポイントそれぞれ増加した一方、「自社の技術力・個性の発揮」は 5.0 ポイント減少した。

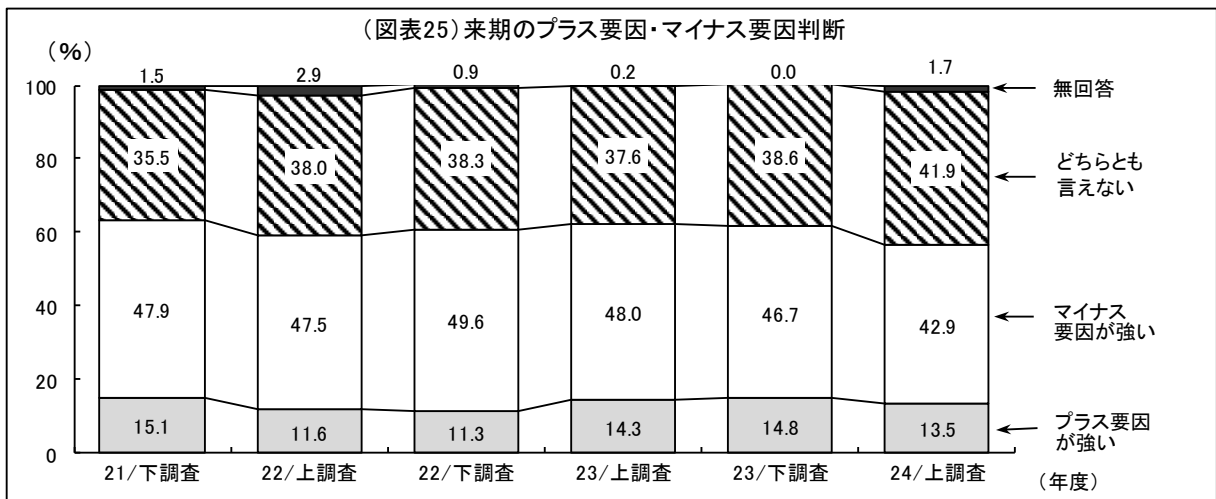
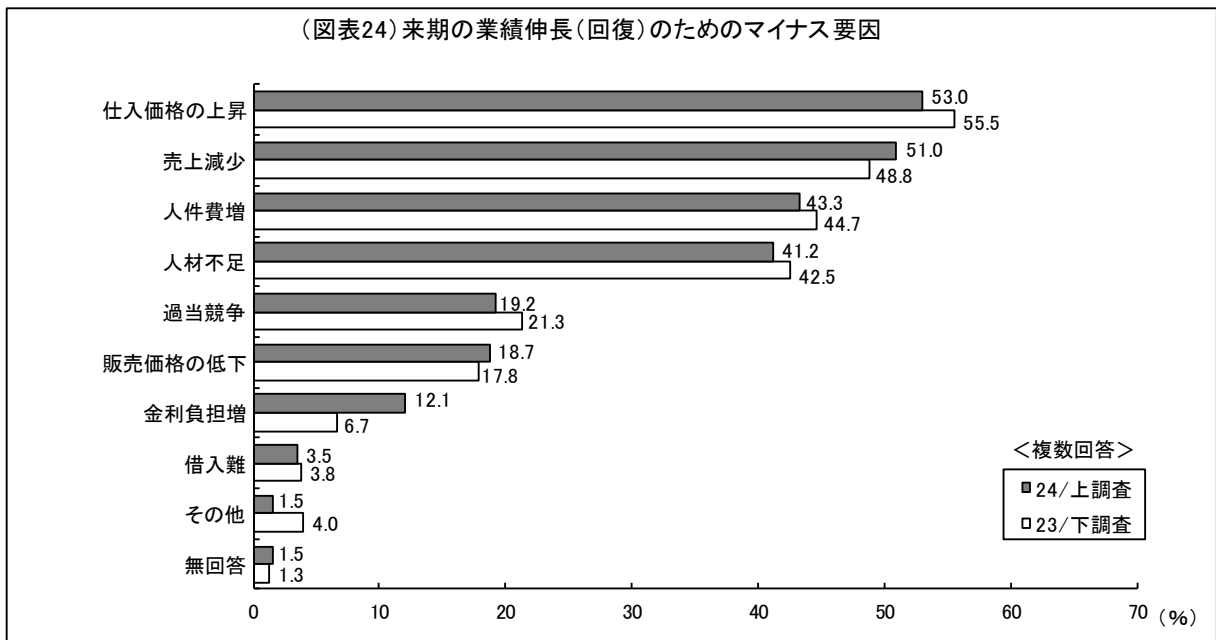
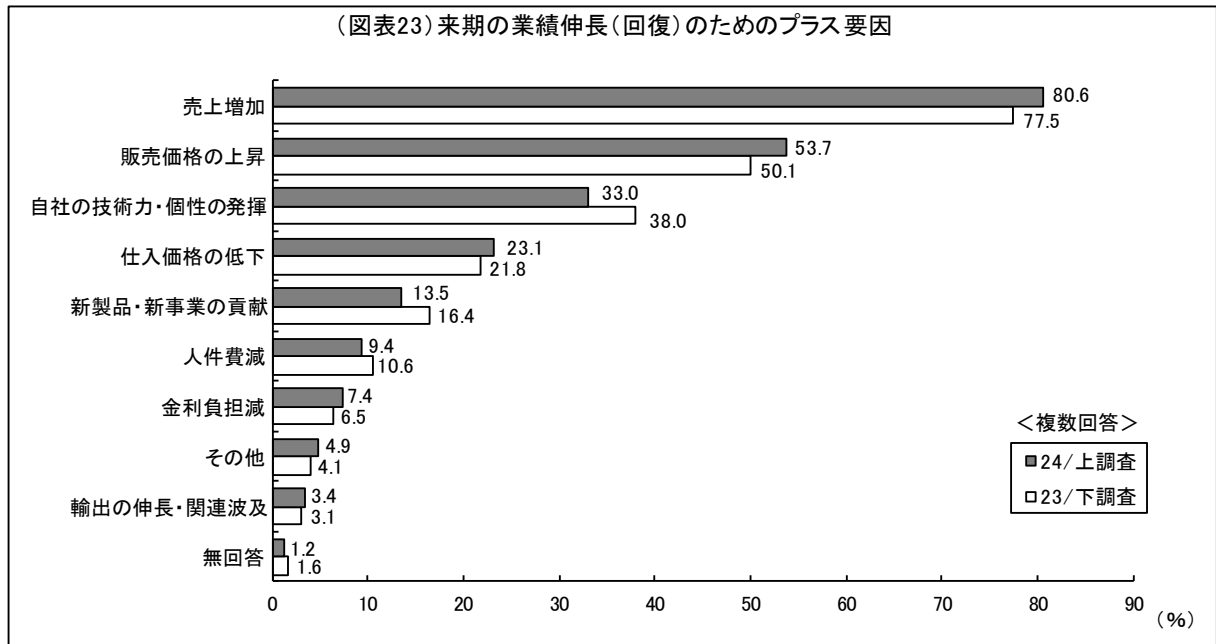
【業績伸長(回復)のためのマイナス要因】(3項目以内の複数回答)

2024 年度下期のマイナス要因として、「仕入価格の上昇」(53.0%)を挙げる企業の割合が最も高く、次いで、「売上減少」(51.0%)、「人件費増」(43.3%)となった。

前回調査と比べ、「仕入価格の上昇」が 2.5 ポイント、「人件費増」は 1.4 ポイントそれぞれ減少した一方、「売上減少」は 2.2 ポイント増加した。

【プラス要因・マイナス要因判断】

「プラス要因が強い」とみる企業の割合は 13.5%と前回調査に比べ 1.3 ポイント、「マイナス要因が強い」とみる企業の割合は 42.9%と同 3.8 ポイントそれぞれ減少した一方、「どちらとも言えない」とみる企業の割合が 41.9%と同 3.3 ポイント増加した。



7. 特別調査 ～生産性の向上に向けた取り組みについて～

○調査の目的

人口減少や需要の変化、原材料価格等のコストの上昇、デジタル技術の革新、働き方改革などを背景とした様々な経営課題に対応するために、企業にとって生産性の向上が求められている。そこで今回は、三重県内企業における生産性の向上に向けた取り組みについて調査した。

【ポイント】

生産性の向上に向けた取り組み状況について、「現在取り組んでいる」と回答した企業の割合が43.9%と最も高く、次いで、「現在取り組んでいないが、今後取り組む予定である」と回答した企業の割合が27.1%となった。「現在取り組んでおらず、今後も取り組む予定はない」と回答した割合は4.5%となった。

生産性の向上に取り組む目的について、「企業収益の増加」と回答した企業の割合が64.4%と最も高く、次いで、「人手不足への対応」(48.3%)、「従業員満足度の向上」(46.6%)、「顧客満足度の向上」(43.3%)となった。

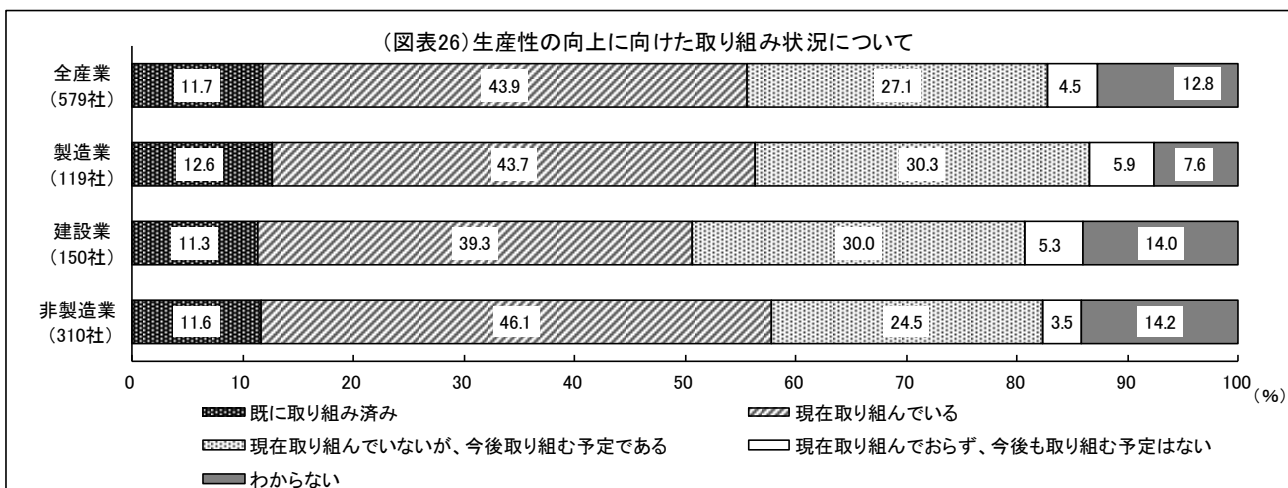
生産性の向上に向けて取り組んでいること(検討していること)について、「新規顧客・販路開拓」と回答した企業の割合が46.0%と最も高く、次いで、「人材育成(技術向上、多能工化、リカレント教育など)」(34.7%)、「働き方改革、就業規則の見直し」(34.0%)、「ITツールの導入」(32.0%)となった。

生産性の向上を進めるにあたってどのような課題・障壁があるかについて、「従業員数の不足」と回答した企業の割合が41.9%と最も高く、次いで、「リーダーシップのある人材の不足」(38.5%)、「機械化や自動化が困難な業務が多い」(33.1%)、「競合による販売価格の低下」(27.7%)となった。

【生産性の向上に向けた取り組み状況について】

生産性の向上に向けた取り組み状況について、「現在取り組んでいる」と回答した企業の割合が43.9%と最も高く、次いで「現在取り組んでいないが、今後取り組む予定である」と回答した企業の割合が27.1%となった。一方、「現在取り組んでおらず、今後も取り組む予定はない」と回答した割合は4.5%となった。

業種別にみると、製造業では「現在取り組んでいないが、今後取り組む予定である」(30.3%)と回答した企業の割合が、非製造業では「現在取り組んでいる」(46.1%)と回答した割合が他の業種よりも高く、一方、建設業では「既に取り組み済み」(11.3%)と回答した割合が他の業種よりも低くなった。



【生産性の向上に取り組む目的について】

生産性の向上に取り組む目的について、「企業収益の増加」と回答した企業の割合が64.4%と最も高く、次いで、「人手不足への対応」(48.3%)、「従業員満足度の向上」(46.6%)、「顧客満足度の向上」(43.3%)がともに4割を超えた。

業種別にみると、製造業は「企業収益の増加」(67.2%)、「顧客満足度の向上」(46.2%)などが他の業種よりも高くなったほか、建設業では「人手不足への対応」(61.5%)、「働き方改革への対応」(46.6%)などが、非製造業では「従業員満足度の向上」(50.7%)、「賃金等の引き上げ」(41.2%)などが他の業種よりも高くなった。

(図表27)生産性の向上に取り組む目的について
 <業種別・当てはまるもの全て回答>

| | 全産業 (573社) | | | |
|------------|------------|------------|-------------|------|
| | 製造業 (119社) | 建設業 (148社) | 非製造業 (306社) | |
| 企業収益の増加 | 64.4 | 67.2 | 56.8 | 67.0 |
| 人手不足への対応 | 48.3 | 30.3 | 61.5 | 49.0 |
| 従業員満足度の向上 | 46.6 | 39.5 | 43.9 | 50.7 |
| 顧客満足度の向上 | 43.3 | 46.2 | 37.2 | 45.1 |
| 働き方改革への対応 | 39.6 | 28.6 | 46.6 | 40.5 |
| 賃金等の引き上げ | 37.2 | 35.3 | 30.4 | 41.2 |
| 品質面での競争力強化 | 30.7 | 48.7 | 28.4 | 24.8 |
| コスト削減 | 27.6 | 30.3 | 29.1 | 25.8 |
| 価格面での競争力強化 | 23.4 | 33.6 | 23.0 | 19.6 |
| 納期短縮 | 13.6 | 26.9 | 15.5 | 7.5 |
| その他 | 1.2 | 0.8 | 0.7 | 1.6 |

(注)シャドー部分は、各項目について最も大きい業種の数値。

【生産性の向上に向けて取り組んでいること(検討していること)について】

生産性の向上に向けて取り組んでいること(検討していること)について、「新規顧客・販路の開拓」と回答した企業の割合が46.0%と最も高く、約5割の企業が回答した。次いで、「人材育成(技術向上、多能工化、リカレント教育など)」(34.7%)、「働き方改革、就業規則の見直し」(34.0%)、「ITツールの導入」(32.0%)となった。

業種別にみると、製造業は「新規顧客・販路の開拓」(50.0%)、「既存顧客ニーズの深掘り」(34.7%)などが他の業種よりも高くなったほか、建設業では「働き方改革、就業規則の見直し」(41.2%)、「社内コミュニケーションの活性化」(30.4%)などが、非製造業は「ITツールの導入」(36.1%)、「職場環境の改善(福利厚生 of 充実など)」(28.5%)などが他の業種よりも高くなった。

(図表28)生産性の向上に向けて取り組んでいること
 (検討していること)について
 <業種別・当てはまるもの全て回答>

| | 全産業 (568社) | | | |
|--------------------------------|------------|------------|-------------|------|
| | 製造業 (118社) | 建設業 (148社) | 非製造業 (302社) | |
| 新規顧客・販路の開拓 | 46.0 | 50.0 | 41.9 | 46.4 |
| 人材育成(技術向上、多能工化、リカレント教育など) | 34.7 | 36.4 | 33.8 | 34.4 |
| 働き方改革、就業規則の見直し | 34.0 | 21.2 | 41.2 | 35.4 |
| ITツールの導入 | 32.0 | 25.4 | 29.1 | 36.1 |
| 社内コミュニケーションの活性化 | 28.7 | 28.8 | 30.4 | 27.8 |
| 既存顧客ニーズの深掘り | 28.5 | 34.7 | 18.9 | 30.8 |
| 職場環境の改善(福利厚生 of 充実など) | 26.6 | 23.7 | 25.0 | 28.5 |
| 多様な人材の活躍(高齢者、外国人など) | 24.1 | 24.6 | 23.6 | 24.2 |
| 生産設備の導入 | 19.5 | 37.3 | 12.8 | 15.9 |
| 仕入れコストの削減 | 18.1 | 17.8 | 16.9 | 18.9 |
| リエンジニアリング(管理方法や業務プロセスの抜本的な見直し) | 16.7 | 22.0 | 9.5 | 18.2 |
| 業務効率化のためのマニュアル整備 | 15.7 | 18.6 | 13.5 | 15.6 |
| アウトソーシング(外部企業への業務委託) | 10.7 | 9.3 | 11.5 | 10.9 |
| 特になし | 4.9 | 2.5 | 8.1 | 4.3 |
| 経営コンサルタント・専門家による指導 | 3.2 | 0.0 | 2.7 | 4.6 |
| その他 | 0.9 | 1.7 | 0.7 | 0.7 |

(注)シャドー部分は、各項目について最も大きい業種の数値。

【生産性の向上を進めるにあたってどのような課題・障壁があるかについて】

生産性の向上を進めるにあたってどのような課題・障壁があるかについて、「従業員数の不足」と回答した企業の割合が41.9%と最も高くなった。次いで、「リーダーシップのある人材の不足」(38.5%)、「機械化や自動化が困難な業務が多い」(33.1%)、「競合による販売価格の低下」(27.7%)、「市場規模の縮小」(26.0%)となった。

業種別にみると、製造業は「機械化や自動化が困難な業務が多い」(46.3%)、「人材育成プログラムの未整備」(25.6%)などが他の業種よりも高くなったほか、建設業では「従業員数の不足」(50.7%)、「競合による販売価格の低下」(30.9%)などが、非製造業では「ノウハウの不足」(16.9%)、「時間の不足」(15.0%)などが他の業種よりも高くなった。

(図表29)生産性の向上を進めるにあたって
どのような課題・障壁があるか
<業種別・当てはまるもの全て回答>

(%)

| | 全産業 (592社) | 製造業 (121社) | 建設業 (152社) | 非製造業 (319社) |
|--------------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| | 従業員数の不足 | 41.9 | 29.8 | 50.7 |
| リーダーシップのある人材の不足 | 38.5 | 39.7 | 36.2 | 39.2 |
| 機械化や自動化が困難な業務が多い | 33.1 | 46.3 | 29.6 | 29.8 |
| 競合による販売価格の低下 | 27.7 | 27.3 | 30.9 | 26.3 |
| 市場規模の縮小 | 26.0 | 26.4 | 27.6 | 25.1 |
| 人材育成プログラムの未整備 | 17.6 | 25.6 | 12.5 | 16.9 |
| ノウハウの不足 | 15.2 | 15.7 | 11.2 | 16.9 |
| 時間の不足 | 14.0 | 13.2 | 12.5 | 15.0 |
| 予算の不足 | 13.2 | 19.0 | 10.5 | 12.2 |
| 高付加価値商品・サービスの開発が困難 | 12.2 | 15.7 | 8.6 | 12.5 |
| 従業員の抵抗感 | 11.5 | 9.1 | 7.9 | 14.1 |
| 規制・不合理な商習慣が多い | 10.5 | 7.4 | 13.2 | 10.3 |
| 部門間の連携が不足 | 7.9 | 8.3 | 7.2 | 8.2 |
| 特になし | 5.9 | 3.3 | 7.9 | 6.0 |
| その他 | 0.5 | 1.7 | - | 0.3 |

(注)シャドー部分は、各項目について最も大きい業種の数値。

8. 経営者の声

経営者の皆様より、自社および業界で「最近変化した」あるいは「目立った」動きについて、多数のコメントをいただきましたので、その一部を紹介させていただきます(なお、趣旨が変わることのないように、一部当方で編集した部分があります)。

【 製造業 】

- ・ 最近、需要に対して供給できる同業他社がどんどん減っている。弊社が今後拡大していく為には踏ん張りどころではあるが、人手不足で全ての注文を受けられる状況にないのがもったいない。ただ闇雲に採用しても長続きせず、採用も慎重にしなければという課題もある。(その他の製造業)
- ・ 車の新規開発が少ないため、売上利益も減少。(その他の製造業)
- ・ 中国による輸出規制などに起因する原料高騰。(その他の製造業)
- ・ インバウンドの影響か観光地(北海道、沖縄)のお取引先様からの注文が増加。(その他の製造業)
- ・ 年齢給でなく、実力評価で給与を支給する仕組みを考えている(賃上げ)。海外案件がこれから増える。(その他の製造業)
- ・ 為替変動のマイナス要因が収支に悪影響である。今後の推移が気になる。(その他の製造業)
- ・ 海外景気政策の動向が不安定、見通しが困難(特に中国)。(その他の製造業)
- ・ 機材、修繕費の値上げが目立つ。(その他の製造業)
- ・ 価格競争もあり、価格転嫁が思うようにいかない案件もある。(その他の製造業)
- ・ 需要がピーク時の1/3になった。各社、次の策を進めている。(パルプ・紙・紙加工品製造業)
- ・ 技能力の低下は顕著。(一般機械器具製造業)
- ・ 材料費が高止まりし、さらに徐々に上昇している。消耗品費も同様に値上がりしており、製品価格を引き上げても、売上に対する材料費の割合が増加しているため、ミスやロスが発生した際のリスクが大きくなっている。少しずつ売値を上げているものの、競合他社との相見積もりや価格競争が一層激化している。特に、病院など売値が固定されている業種では、予算が決まっているため、建築費の高騰が直接影響を及ぼし、計画の見直しを余儀なくされている状況。(一般機械器具製造業)
- ・ 仕入れ価格を販売価格に転嫁出来ない。販売価格の交渉は年単位でないと認めてもらえないことに対して、仕入れ価格は毎月のように上がってくるためである。企業規模が小さく交渉の余地がない。鋳物材料入手と人材獲得が困難な状況である。(一般機械器具製造業)
- ・ 報道を賑わせた不正行為(コンプライアンス)を正すべく、かなり手間をかけることとなっている。時間もかかり改善も進みづらい。(金属製品製造業)
- ・ 自動車メーカーの不正等による生産調整等による設備投資等減少した為、メーカー・部品メーカーの依頼減少等による少ない案件の価格競争等。(金属製品製造業)
- ・ 原材料価格の売価転嫁は比較的容易だが人件費、動力費、その他経費のコストアップを転嫁しきれない状況が続いている。(自動車・同付属品製造業)
- ・ 最低賃金の引き上げ、原材料の値上げなどを売上に反映するのが難しい。(食料品製造業)
- ・ 原材料価格の上昇が想定されている。(食料品製造業)
- ・ 国内市場への販路より海外開拓の方が増えている。弊社業界は人材の高齢化が進んでいる為、若者に興味を持ってもらうよう努力しないといけないと考える。(食料品製造業)
- ・ 中小企業庁からパートナーシップ構築宣言の取り組みに関するアンケート調査がくるが、実際パートナーシップ構築宣言などを行っている企業はある程度の取り組みができていて、本当の障壁はパートナーシップ宣言していない企業。もっと厳しく指導して欲しい。(精密機械器具製造業)
- ・ 物価高騰(部材含む)により受注が減少している。(精密機械器具製造業)
- ・ 材料費、加工賃共に高騰しているが、製品への価格転嫁が困難。(精密機械器具製造業)
- ・ 外国人派遣社員が定着しない。半年もしないうちに派遣会社の退職が多い。(鉄鋼業)
- ・ 求人掲載しても、応募や問い合わせが少なくなった。(鉄鋼業)
- ・ 窓の少ない家の増加。住宅金利上昇。(木材・木製品製造業)

- ・ 不動産(土地)の売物件不足。(木材・木製品製造業)
- ・ 2020年以降、原材料の仕入単価が大幅に上昇し、対応に苦慮している。(窯業・土石製品製造業)

【建設業】

- ・ 働き方改革による労働時間の制限。
- ・ 賃上げをできる範囲内で実施。
- ・ 以前から継続している資材の値上がりが止まらない。
- ・ 仕入価格の上昇はある。今後も上昇するであろう。
- ・ 今年度から公共工事の減少が予想されており、売上減少が見込まれる。災害復旧工事が終了する。
- ・ 女性の業務参加。フレックスタイム等の働き方の対応。
- ・ 若手技術者入職者の減少、技術者の高齢化が継続。IT化による生産性向上への対応。
- ・ 人口の減少、物価高騰の影響。
- ・ 仕事量の減少に伴う価格の低下と仕入れの高騰。
- ・ 価格高騰、金利上昇、人材不足。
- ・ 通年の仕事依頼はあるものの人材不足によりお断りしている状況。機器、材料費の値上げも影響しており、また、支援業者への依存が多く経費がかかる為、営業利益減が発生している。営業利益は、現状プラスであるが、社全体の売上は減少する見込み。人材不足を解消し少しでも仕事量を増やし支援業者頼みの部分を自社で処理することが望ましい。他の同業者からも人材不足を耳にする。現在、人材不足を解消できる対策を講じている。
- ・ 働き方で休みを増加させることと人件費については心配。給与相場も上昇しているように見受けられ、採用にも影響しないか心配である。
- ・ 一部基本給の賃上げを実施した。雇用を補充した。
- ・ 人材不足のほか職人の高齢化が進み、深刻な問題となっている。
- ・ 数社のM&A会社から弊社を買いたいと問い合わせがあった。
- ・ 最近の事では無いが資材価格の高騰が止まらない。
- ・ 洋上風力モバイル工事に参加したが人材不足で事業の継続が出来なくなった。
- ・ クリニック新築情報が多い。リフォームの依頼が多い(物価高騰の原因)。
- ・ 売上が下がっているのに、最低賃金が上がって経営が苦しくなっている。
- ・ 2024年問題にあたり、価格等見直しがスムーズに行える状況になってきた感がある。
- ・ 鋼材価格の高止まりの中、副資材価格も上がり大手製造業が予算不足から設備投資を延期または縮小し始めた。施主の建設業界の働き方改革への理解不足。
- ・ 人材不足により対応が難しいにもかかわらず工期の短縮依頼が多い。
- ・ 物価高騰は依然としてあるが公共発注において反映が遅い。また、民間発注においても理解が得られないのと設計事務所による異常な単価設定。公共入札において賃上宣言をしないと不利になる一方、一年後の精査において賃上が認められなければ次年度は公共入札でかなり不利な条件となる。人材不足は役所をはじめ様々な業種で取り合いとなっている。今は専門の学校に行っても専門外の職種に就くのが際立っている。国をはじめとしたある一定の基準を設けるべき。
- ・ 生コンクリートは毎年値上げをしているが、数量が減っている。
- ・ 建築資材メーカーによる10%程度の値上げに伴う仕入れ品の値上げ。
- ・ 競争が激しく、ダンピングに近い価格で受注する業者もあり、正当な値段では勝てなくなってしまう。
- ・ 取引先の働き方改革による人員不足。それにより環境が変わり、就業日数、現場数が減っている。
- ・ 必要ない資格取得がとめどなく増える。労働時間の短縮に伴う適正な価格を反映してくれない。当社に価格決定権がない。
- ・ 外注の人工単価が上がっている。制御、計装工事の引き合いが増えている。
- ・ 大手サブコンがようやく価格交渉の場を設けてくれるようになったが、具体的な時期は不明。
- ・ 通常昇給とは別に5%の昇給を7月に実施した。また、現在IT補助金を活用し、労務管理のツールを導入しようとしているところ。

【 非製造業 】

- ・ コロナで落ち込んだ折込広告の減少が戻らない。景気が良くなく、家計費節減の為、お客様が減少していく。(その他のサービス業)
- ・ 準特定地域の指定はまだ外れないが、減車車両の再配分措置で3台増車が叶った。(その他のサービス業)
- ・ 人件費はこの業界に限らず高騰してきている。それはインフレ率などを考慮しても妥当。企業は従業員の希望を超える賃金アップをいかに実現させるかが使命である。企業はトップの器以上にはならない。自身の修練を怠らず仲間と共に地域貢献に邁進していく。(その他のサービス業)
- ・ 人材の確保に苦戦している。特に日本人が少なくなっている所。(その他のサービス業)
- ・ 警備員の地位向上には、警備料金の引き上げにより、給料等の向上が必須。(その他のサービス業)
- ・ 使える物の廃棄物をいかに利用できるかを、他社や我々ももっと努力すべき。(その他のサービス業)
- ・ 当社の業界に対しての社会的なニーズがコロナの影響で縮小した。縮小した市場でも生き抜いていけるように収益構造を大きく変革させていかないといけない。(その他のサービス業)
- ・ 人材不足。専門能力のある人材が三重県ではなかなか確保できない。(その他のサービス業)
- ・ DXの強化。(その他のサービス業)
- ・ 最低賃金の上昇、自動車整備士を目指す若年層の減少。(その他のサービス業)
- ・ 中途人員のスキル不足。(その他のサービス業)
- ・ 人材不足。女性がテナーやリフトなど乗り物の作業に当たることになった。(その他の運輸通信業)
- ・ 貿易出荷が困難になった。(その他の卸売業)
- ・ 仕入れ価格の急高騰、為替変動の影響を受けて販売価格が振れる。(その他の卸売業)
- ・ 為替変動による、販売価格の値動きによる、競争激化。畜産農家の廃業など。(その他の卸売業)
- ・ 円安による自動車の流通減 製造原価上昇。(その他の卸売業)
- ・ 物価高騰により住宅着工戸数の減少。(その他の卸売業)
- ・ 為替が円高方向の推移となったので、輸入原料に頼る商品の仕入れ価格の低下が見込める。(その他の卸売業)
- ・ 昨年度からの個人消費の弱さが目立つ。物価上昇に対して、政府は企業に給与増を要求しているが、給与増を実現するには、取引先に対しても単価引き上げ等をお願いすることになる。給与上昇は更に製品価格、サービス価格の上昇をもたらす。サービス業である当社は人件費が原価に占める割合が多く、現在の流れは確実に企業の利益を削っている。給与上昇の好循環という政府の話はあるが、まかり間違うとインフレではなく、スタグフレーションをもたらす。(その他の卸売業)
- ・ 円高による輸出減。(その他の卸売業)
- ・ カーディーラーへの納入価格が安くなって、利益がほとんどでない事。昨年までタイヤ価格の値上げが何度かあり、その反動で販売数の伸び悩み状態があと半年続きそう。(その他の小売業)
- ・ 牛乳ビンの廃止による顧客ニーズの低下。(その他の小売業)
- ・ 次世代技術の車に対応する設備、人材の教育等、費用がかかってくる。EV自動車に対しても対応が難しい。(その他の小売業)
- ・ 国の石油燃料に対する激変緩和補助金が2025年1月より廃止となる。(その他の小売業)
- ・ 電気代の高騰に対する支援がもっと必要だと考える。(その他の小売業)
- ・ 地域で影響力のある低価格にて販売していた県外業者の給油所が販売価格の改定を行い、利益確保に方向転換したことにより当社も収益が確保できている。(その他の小売業)
- ・ 世界的にみても自動車メーカーが人口に対して多い日本でトヨタグループ(レクサス、トヨタ、ダイハツ、スバル、マツダ、スズキ)と関東連合(日産、三菱、ホンダ)の2チームに集約される動きが強まっておりディーラー再編が始まっている。(その他の小売業)
- ・ 制度の変化、後継者不足。(その他の小売業)
- ・ 人材不足解消、従業員待遇改善のため賃上げ実施。(その他の小売業)
- ・ 法人需要は比較的かたいものの、個人の贈答ニーズは厳しい状況が拡大。(その他の小売業)
- ・ 人手不足、借入金利の上昇。(医療・保健衛生業)
- ・ 2024年4~6月に介護・医療・障害福祉の報酬改定が実施された。(医療・保健衛生業)
- ・ 業界としては、人材(保育士)不足、賃上げをすることによる販管費の増加など。(医療・保健衛生業)

- ・ 収益については、全般的に患者様の高齢化、透析導入される患者様の数は減少傾向ではある。支出については、看護師や助手等を一定数確保するため人件費は変わらず高い。消耗品等はコロナ以降コンスタントに値上がりしている。収支バランスに関して弊院に関しては今のところ大きな変化は受けず現状維持できていると思っている。(医療・保健衛生業)
- ・ 今後 20 年弱は、高齢者事業の需要は増す。業界の慢性的な人材不足と人件費率の高さは、二極化の傾向があり、M&A 等拡大していく。(医療・保健衛生業)
- ・ ハローワークは勿論、人材紹介でも良いと思う人材がこない。高齢化に伴う国力の低下を感じる。(医療・保健衛生業)
- ・ 保険収入による事業のため物価高騰の影響を賃上げに転嫁できておらず、人材不足傾向が強い。外国人人材の活用が拡大しているが、賃上げができないと優秀な外国人も業界から去ってしまう恐れがあり、日本人職員とともに、働き方改革や生産性向上をさらに推進し、彼らに選ばれる職場であり続けることが事業安定のための重要な要件の一つとなると予想。(医療・保健衛生業)
- ・ 人件費の高騰 金利の上昇。(医療・保健衛生業)
- ・ 物価高騰、賃上げ、市場規模の縮小、建物老朽化。(飲食店)
- ・ 物価高騰の影響が大きいため利益が減っている。(漁業)
- ・ 人材不足。募集しても集まらない。(教育産業)
- ・ インバウンド増加による海外支払手数料の増加。不正利用の増加に対応する費用。(金融業)
- ・ 県内の建設需要が少なく大手取引先が県外進出し空洞化してきている。(鉱物・金属材料卸売業)
- ・ 円安に伴う海外製品、サービスの価格高騰。(情報サービス・広告・放送業)
- ・ 物価高騰による軽油の価格上昇。人材不足にも関わらず、2024 年問題で残業の規制。賃金は上がらないので、海外からの労働力は他国に比べて見込めない。世界の動き、大きな流れにも乗らず途上国に抜かれ、全ての事に対してこの国はどこに向かっているのかわからない。(道路運送業)
- ・ 海外からの原料(コンテナ)の流入がうまくかみ合わない。(道路運送業)
- ・ 若い人が入る業界でなく、年配者が増え、定年で退職。代替りの人が入ってこない。(道路運送業)
- ・ 社会保険、燃料などの高騰が止まらないので困る。(道路運送業)
- ・ 値上げ交渉を行い良い回答をいただくことが多かったが、まだまだ追いついていない状況。今後の賃金をどのように上げていくかが課題である。(道路運送業)
- ・ 最近ではないが、ガソリン価格高騰による影響を受けている。(道路運送業)
- ・ 輸送費の値上げ。(道路運送業)
- ・ ドライバーの流動化の加速。(道路運送業)
- ・ 自己啓発の意欲のある人材がいないので、進歩しない。(不動産業)
- ・ 物価高騰が大きく影響している。人口減少、高齢化の中での売上向上は難しい。(不動産業)
- ・ ロシアウクライナ戦争による主要取引先様工場の閉鎖による、仕事量の減少。(不動産業)
- ・ 資金調達コスト増。(物品賃貸業)
- ・ 3年に一度の介護保険制度改定。(物品賃貸業)
- ・ 主に食品類が値上がり続けているので、生活関連雑貨の節約が今春より強くみられる。慎重に購入判断する顧客が増加しているので、去年と様子がかかなり違ってきている。(物品賃貸業)
- ・ 損保業界における個人情報漏洩等不祥事がらみの影響がある。(保険)
- ・ 少しずつ外国の方が増えている。台湾・香港等。(旅館業)
- ・ 高付加価値事業の改装による宿泊原価と満足度の UP。DX 化による効率化推進。(旅館業)

