

東京都中小企業の景況

(令和7年3月調査)

令和7年3月26日

産業労働局 商工部

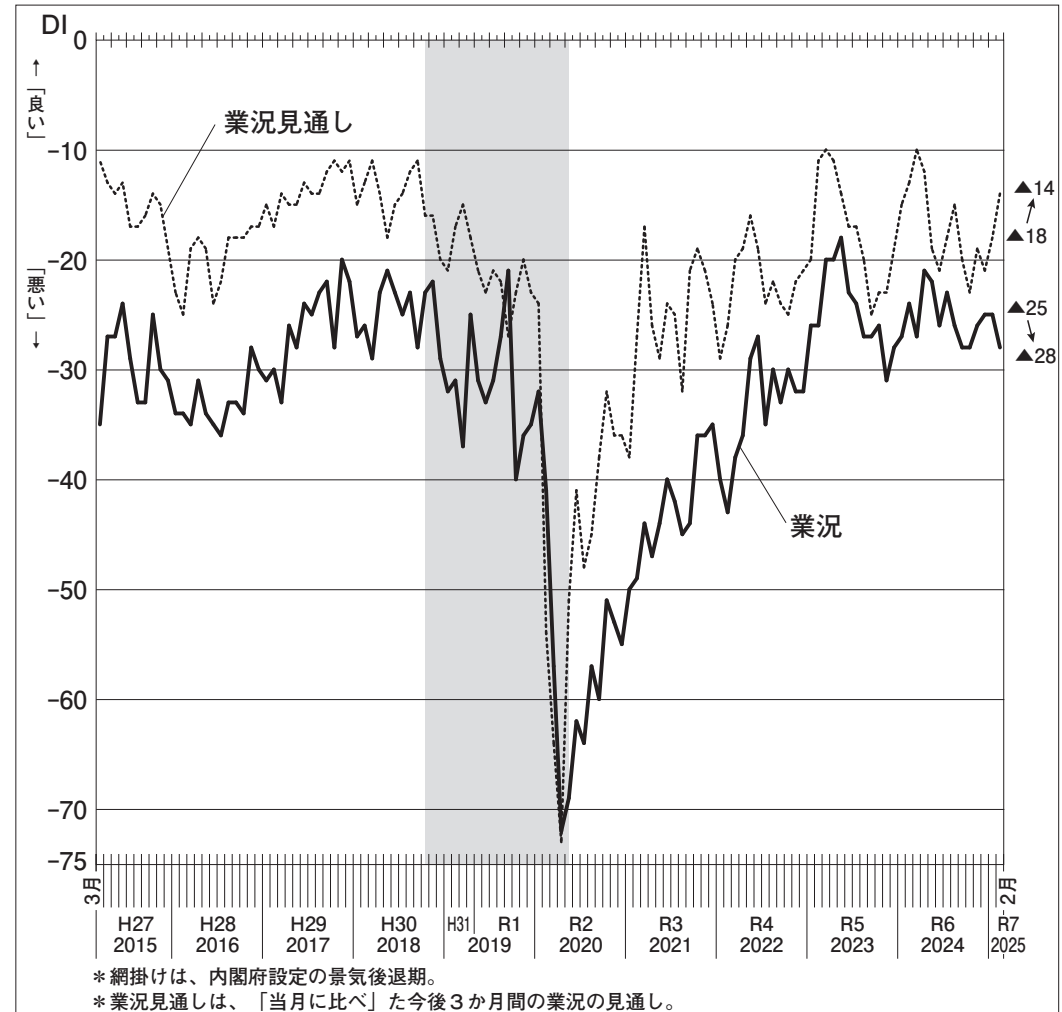
業況：わずかに下向く
見通し：2か月連続で改善

《2月の景況》

- ◎ 2月の都内中小企業の業況DI（業況が「良い」とした企業割合－「悪い」とした企業割合）は、当月▲28（前月▲25）とわずかに下向いた。今後3か月間（3～5月）の業況見通しDI（当月（2月）に比べて「良い」とした企業割合－「悪い」とした企業割合）は、当月▲14（前月▲18）と2か月連続で改善した。
- 業種別の業況DIをみると、製造業（▲24→▲32）は8ポイント減少し悪化、卸売業（▲20→▲23）は3ポイント減少しわずかに悪化した。小売業（▲37→▲38）はほぼ横ばい、サービス業（▲20→▲20）は横ばいで推移した。
- 業種区分別の業況DIをみると、製造業は「一般・精密機械等」（▲17→▲33）が16ポイント減少、「住宅・建物関連」（▲29→▲42）は13ポイント減少しともに大幅に悪化した。一方、「衣料・身の回り品」（▲52→▲48）は4ポイント増加しやや改善した。卸売業は「建築・住宅関連」（▲6→▲23）が17ポイント減少、「食料品」（▲12→▲23）は11ポイント減少しともに大幅に悪化した。一方、「衣料・身の回り品」（▲33→▲15）は18ポイント増加し大幅に改善した。小売業は「食料品」（▲28→▲39）が11ポイント減少し大幅に悪化、「日用雑貨」（▲33→▲39）は6ポイント減少し悪化した。一方、「余暇関連」（▲48→▲34）は14ポイント増加し大幅に改善した。サービス業は「個人関連サービス」（▲20→▲28）が8ポイント減少し悪化した。「企業関連サービス」（▲20→▲16）は4ポイント増加しやや改善した。
- 前年同月比売上高DI（▲21→▲24）は3ポイント減少しわずかに悪化した。業種別にみると、サービス業（▲19→▲27）は8ポイント減少し悪化、卸売業（▲12→▲17）は5ポイント減少しやや悪化、製造業（▲21→▲24）は3ポイント減少しわずかに悪化した。一方、小売業（▲32→▲29）は3ポイント増加しわずかに改善した。
- 前月比仕入単価DI（24→24）は横ばいで推移した。業種別にみると、製造業（22→22）は横ばいで推移した。
- 業種別の業況見通しDIをみると、サービス業（▲15→▲9）は6ポイント増加し改善、製造業（▲21→▲17）は4ポイント増加しやや改善した。卸売業（▲12→▲10）と小売業（▲23→▲21）はともに2ポイント増加しわずかに改善した。

業況 DI・業況見通し DI（全体）

(季節調整済 DI)



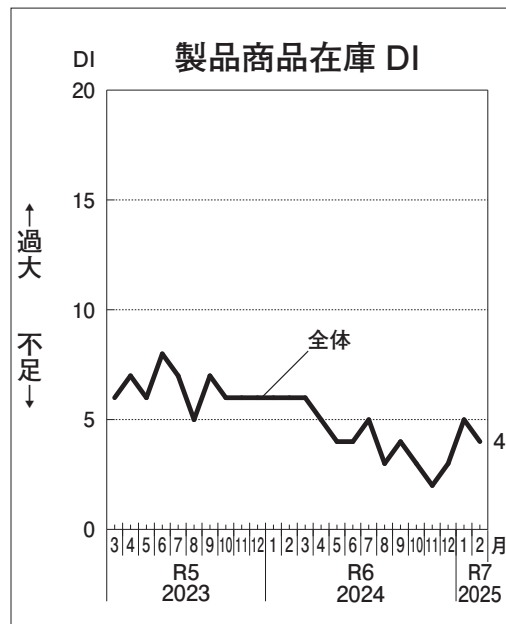
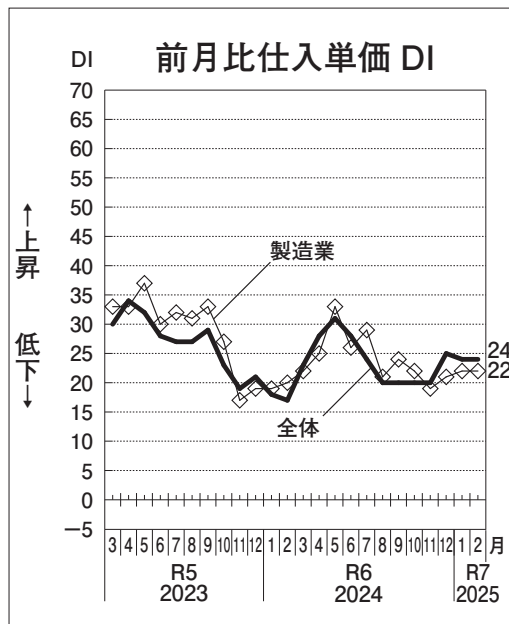
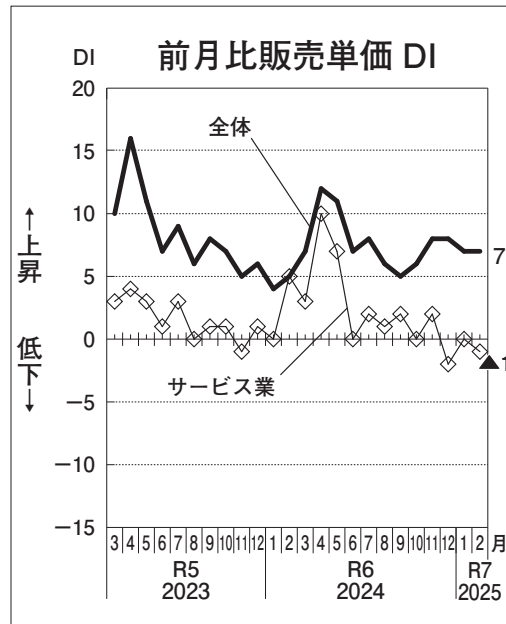
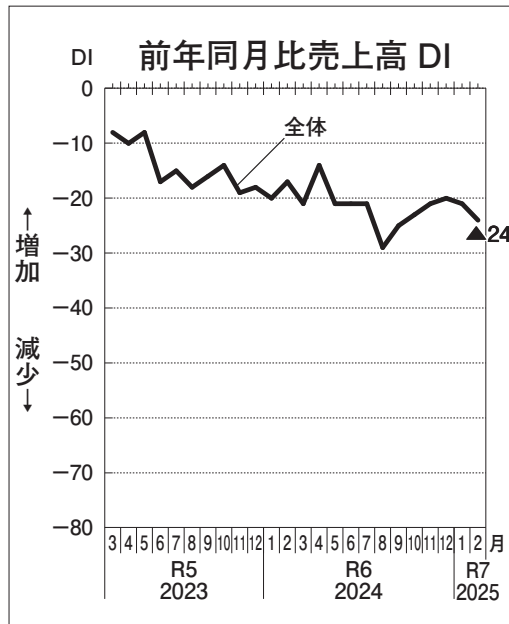
◇ DI (Diffusion Index: 景況判断指数) X: 「良い」「増加」「上昇」等の回答企業数
指数(%)の算出方法は次のとおりで Y: 「普通」「ほぼ同様」等の回答企業数
Z: 「悪い」「減少」「低下」等の回答企業数
ある。
従って、DIのプラスは景況の好転(売上高の増加等)、
マイナスは景況の悪化(売上高の減少等)を表している。

$$DI = \frac{X - Z}{X + Y + Z} \times 100$$

注) 調査票(インターネット回答含む)回収期間: 令和7年3月1日～3月13日

登録番号(5)231

主な景況指標 DI



注) 前月比販売単価 DI、前月比仕入単価 DI、製品商品在庫 DI は季節調整済 DI。

景況指数表 (業種)

・指標値 (%) : DI = 「良い」・「増加」等企業割合 - 「悪い」・「減少」等企業割合

調査規模	調査対象企業数	3,875	2 月 の 景 況						今後3か月間の見通し		
	回答企業数	1,301	業 況	売 (前上月比) 高	売 (前年同月比) 高	仕 (前月比) 単 価	販 (前月比) 単 価	製品商品在庫	業 (当月比) 況	売 (当月比) 高	売 (前年同期比) 高
	回答率	33.6%									
全 体			▲28	▲21	▲24	24	7	4	▲14	▲11	▲20
製 造 業			▲32	▲21	▲24	22	2	5	▲17	▲14	▲23
衣料・身の回り品			▲48	▲30	▲31	36	0	▲3	▲16	▲7	▲35
住宅・建物関連			▲42	▲32	▲38	20	3	▲1	▲34	▲34	▲38
紙・印刷			▲28	▲32	▲22	20	1	0	▲16	▲15	▲17
材料・部品			▲28	▲21	▲20	14	3	11	▲23	▲17	▲24
一般・精密機械等			▲33	▲17	▲23	21	▲3	10	▲17	▲10	▲20
電気機器			▲17	2	▲8	17	5	12	6	▲6	▲4
その他			▲18	▲4	▲29	51	9	▲5	▲7	▲14	▲24
卸 売 業			▲23	▲20	▲17	22	15	8	▲10	▲7	▲11
衣料・身の回り品			▲15	▲9	▲19	20	23	17	▲7	▲11	▲13
食 料 品			▲23	▲10	▲7	51	32	7	▲11	5	2
日用雑貨			▲23	▲11	▲31	17	14	3	▲28	▲31	▲27
建築・住宅関連			▲23	▲34	▲3	25	6	4	▲4	▲7	▲2
化学・金属材料			▲29	▲27	▲21	7	7	12	▲9	0	▲10
機械器具			▲20	▲26	▲23	15	11	2	▲4	▲5	▲22
小 売 業			▲38	▲21	▲29	25	12	0	▲21	▲18	▲29
衣料・身の回り品			▲45	▲24	▲38	1	3	4	▲25	▲15	▲27
食 料 品			▲39	▲21	▲20	62	22	▲11	▲31	▲27	▲30
日用雑貨			▲39	▲33	▲48	14	7	7	▲14	▲13	▲33
耐久消費財			▲29	▲22	▲19	30	20	▲3	▲8	▲11	▲26
余暇関連			▲34	▲8	▲18	17	9	1	▲19	▲21	▲30
サ ー ビ ス 業			▲20	▲21	▲27	—	▲1	—	▲9	▲5	▲18
企業関連サービス			▲16	▲19	▲24	—	0	—	▲8	▲3	▲13
個人関連サービス			▲28	▲23	▲32	—	▲2	—	▲11	▲8	▲27

注) 1. 調査項目：業況 (良い・普通・悪い)、売上高 (増加・ほぼ同様・減少)、仕入単価・販売単価 (上昇・ほぼ同様・低下)、製品商品在庫 (過大・適正・不足)。

2. 売 上 高：製造業は生産額。

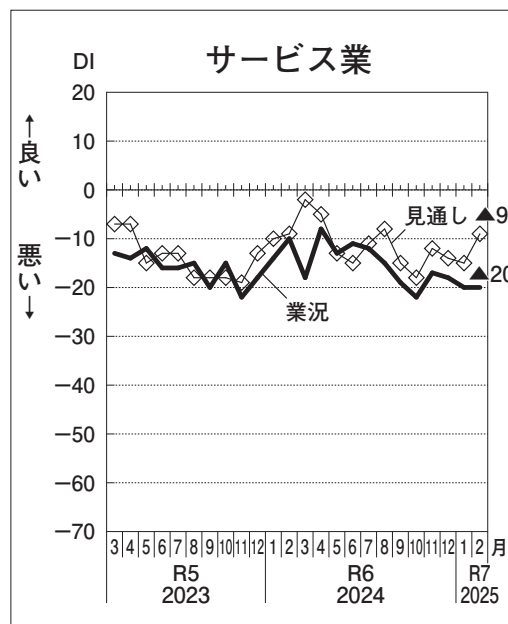
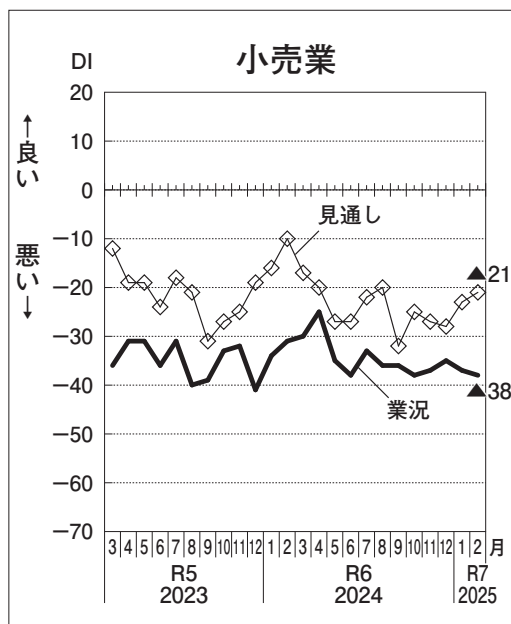
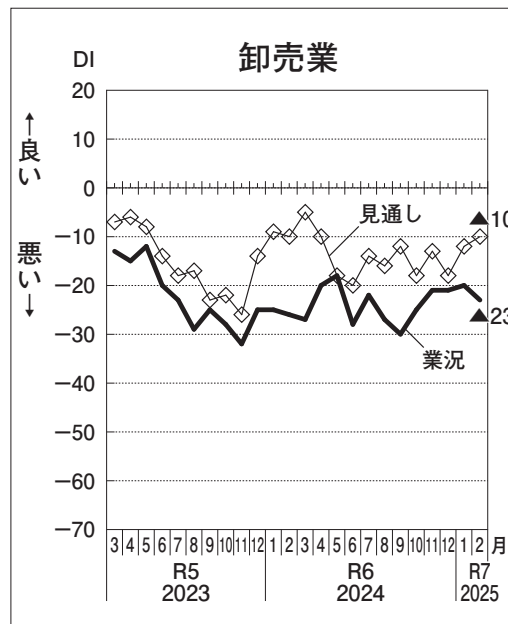
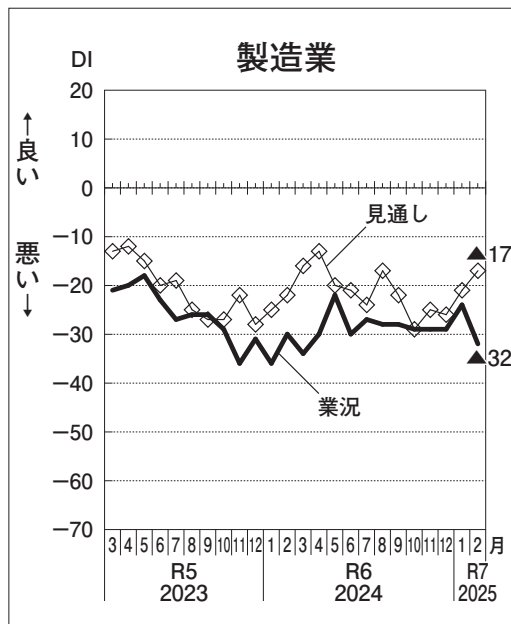
3. 販売単価：サービス業は料金単価。

4. 季節調整済 DI (ただし、売上高 (前年同月比)、売上高 (前年同期比) を除く)。

回答企業数

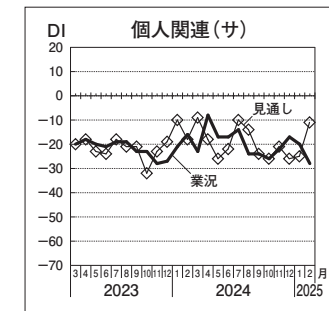
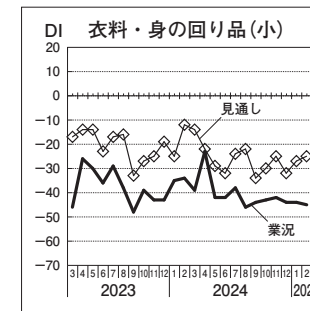
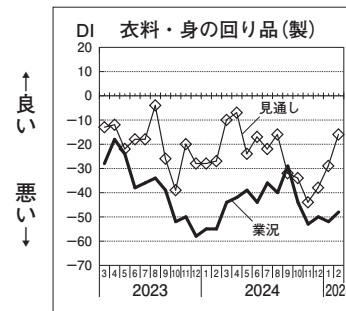
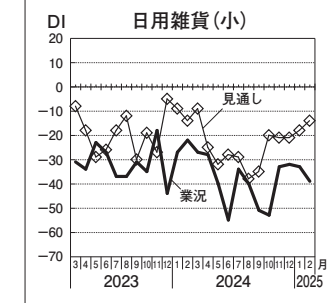
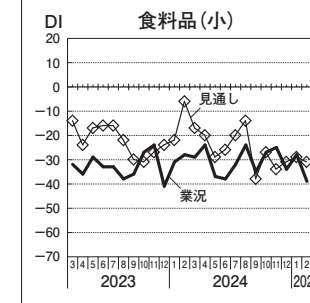
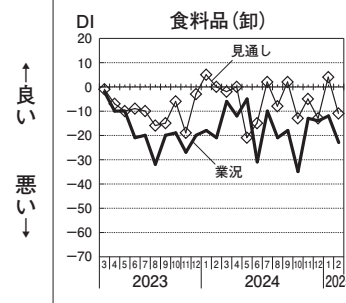
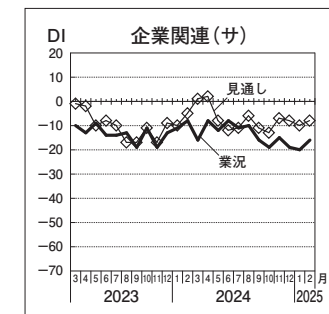
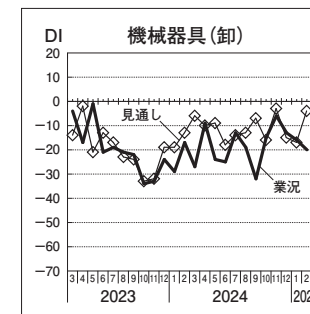
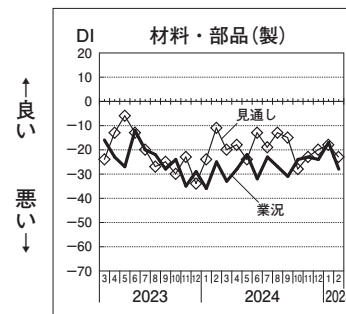
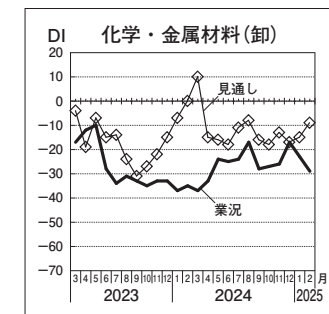
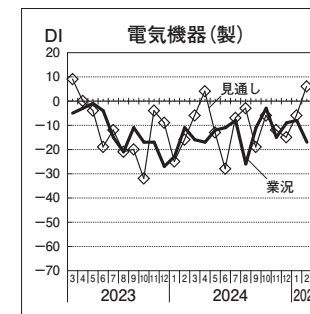
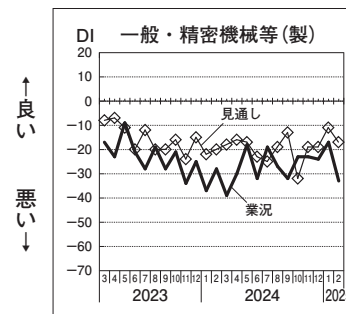
	対 象 数	回 答 数	回 答 率		対 象 数	回 答 数	回 答 率
全 体	3,875	1,301	33.6 %	小 規 模	1,822	646	35.5 %
製 造 業	1,125	326	29.0 %	中 小 規 模	703	248	35.3 %
卸 売 業	875	340	38.9 %	中 規 模	692	238	34.4 %
小 売 業	875	333	38.1 %	大 規 模	454	165	36.3 %
サービス業	1,000	302	30.2 %	規 模 不 明	204	4	2.0 %

業種別：DI グラフ



注) 季節調整済 DI。

業種区分別：DI グラフ



注) 紙面の都合上、一部の業種区分のみ掲載しています。季節調整済 DI。
(製)：製造業、(卸)：卸売業、(小)：小売業、(サ)：サービス業。

業況 DI・業況見通し DI（業種区分別）

製造業			業況			
対象数	回答数	回答率	2月		今後3か月間見通し(当月比)	
1,125	326	29.0%	悪い	良い	悪い	良い
			-100 0 100	-100 0 100	-100 0 100	-100 0 100
衣料・身の回り品	1. 繊維工業					
	2. 織物製衣服					
	3. ニット製衣服					
	4. 下着その他繊維製品					
	5. 革製履物・革製品					
住宅・建物	6. かばん・袋物					
	7. 貴金属・宝石					
	8. 装身具・装飾品					
	9. 家具					
	10. 建具					
紙・印刷	11. 洋食器・刃物・金物					
	12. 建設用金属製品					
	13. 紙製品					
	14. 紙製容器					
	15. 印刷					
材料・部品	16. 特殊印刷					
	17. 製版					
	18. 製本・印刷物加工					
	19. 工業用プラスチック					
	20. 化学工業					
一般・精密機械等	21. ゴム製品					
	22. なめし革・革製材料					
	23. 窯業・土石製品					
	24. 鉄鋼・非鉄金属					
	25. 金属素形材製品					
電気機器	26. 金属被覆・熱処理					
	27. ボルト・ナット・ねじ					
	28. ばね・他金属製品					
	29. 金属加工機械					
	30. 産業用機械					
その他	31. はん用機械					
	32. 事務・サービス機器					
	33. 金型					
	34. 自動車・同附属品					
	35. 計量・測定・分析器					
	36. 医療用機器					
	37. 理化学・光学機器					
	38. 発電・送電・配電用機器					
	39. 照明・電子応用装置					
	40. 電気計測器					
	41. 情報通信機器					
	42. 電子部品・デバイス					
	43. パン・菓子					
	44. その他の食料品					
	45. がん具・事務用品					

卸売業			業況			
対象数	回答数	回答率	2月		今後3か月間見通し(当月比)	
875	340	38.9%	悪い	良い	悪い	良い
			-100 0 100	-100 0 100	-100 0 100	-100 0 100
衣料・身の回り品	1. 男子服					
	2. 婦人・子供服					
	3. 靴・履物					
	4. かばん・袋物					
	5. 装身具・身の回り品					
食料品	6. 野菜・果実					
	7. 食肉					
	8. 生鮮魚介					
	9. 酒類・飲料					
	10. 茶・のり・乾物					
日用雑貨	11. 菓子・パン類					
	12. 紙・紙製品					
	13. 陶磁・ガラス・什器					
	14. スポーツ・玩具					
	15. 文房具・事務用品					
建築・住宅関連	16. 医薬品					
	17. 化粧品					
	18. セメント・板ガラス					
	19. 管工機材					
	20. 木材・他建築材料					
化学・金属材料	21. 家具・建具					
	22. 室内装飾品					
	23. 電設資材					
	24. 塗料					
	25. ゴム・プラスチック					
機械器具	26. その他化学製品					
	27. 鉄鋼・石油・鉱物					
	28. 非鉄金属					
	29. ボルト・ナット・ねじ					
	30. 金属加工・事務機器					
	31. 建設・他一般機器					
	32. 自動車・自動車部品					
	33. 精密・医療用機器					
	34. 家庭用電気機器					
	35. その他電気機器					

◇このグラフのみかた

各項目とも0を基準に左右のグラフの長さで業況の「良い」「悪い」の程度を判断する。

ただし◎印は全回答が「普通」ないしは「ほぼ同様」、○印は「良い」「悪い」の回答数が同数、

*は回答がないことを示す。

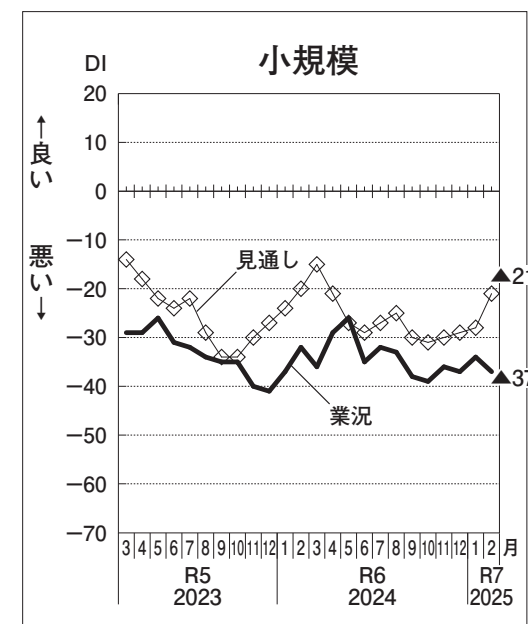
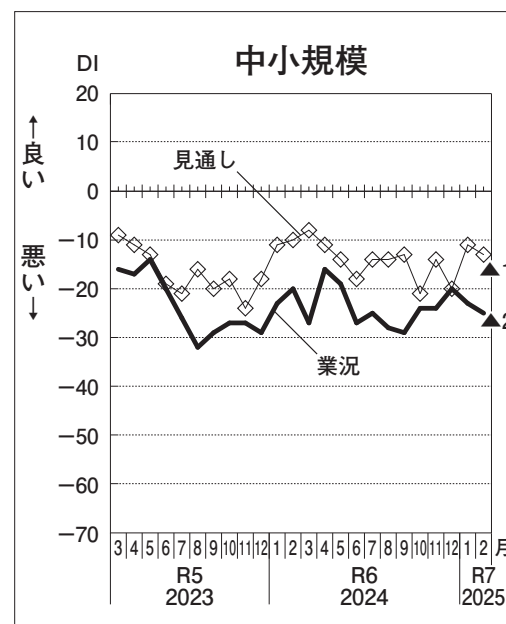
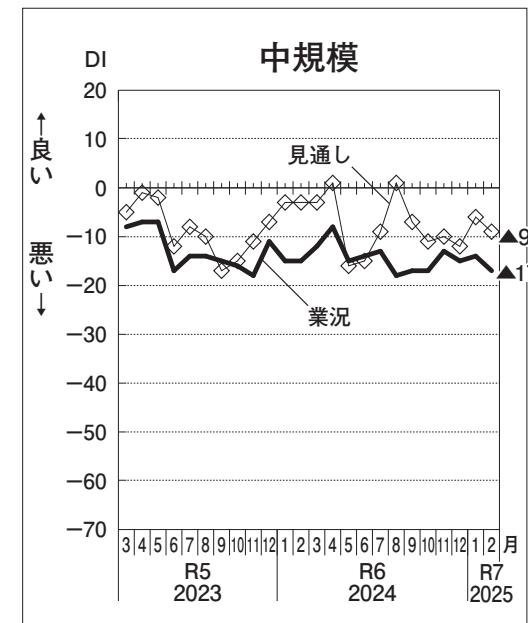
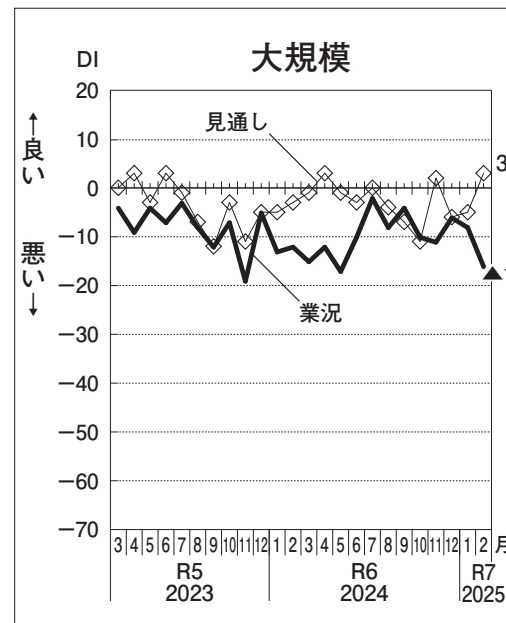
小売業			業況			
対象数	回答数	回答率	2月		今後3か月間見通し(当月比)	
875	333	38.1%	悪い	良い	悪い	良い
			-100 0 100	-100 0 100	-100 0 100	-100 0 100
衣料・身の回り品	1. 呉服・服地・寝具					
	2. 男子服					
	3. 婦人服					
	4. 子供服					
	5. 靴・履物					
食料品	6. かばん・袋物					
	7. 雑貨・身の回り品					
	8. 時計・眼鏡					
	9. ジュエリー製品					
	10. 各種食料品					
日用雑貨	11. 酒					
	12. 食肉					
	13. 鮮魚					
	14. 野菜・果実					
	15. 菓子・パン					
耐久消費財	16. 米穀類					
	17. コンビニエンスストア					
	18. 茶・のり・乾物					
	19. 料理品					
	20. 家庭用品・他什器					
余暇関連	21. 医薬品					
	22. 化粧品					
	23. 燃料					
	24. 文房具・事務用品					
	25. ディスカウントストア					
	26. 自動車					
	27. 自転車					
	28. 家具・インテリア					
	29. 家電・電気機器					
	30. 書籍・雑誌					
	31. スポーツ用品					
	32. がん具・娯楽用品					
	33. 楽器・CD					
	34. 花・植木					
	35. 中古品					

サービス業			業況			
対象数	回答数	回答率	2月		今後3か月間見通し(当月比)	
1,000	302	30.2%	悪い	良い	悪い	良い
			-100 0 100	-100 0 100	-100 0 100	-100 0 100
企業関連	1. ソフトウェア業					
	2. 情報処理サービス業					
	3. 情報提供サービス業					
	4. 映像・音声制作業					
	5. 出版業					
サ	6. その他情報通信業					
	7. 道路貨物運送業					
	8. 倉庫業					
	9. 運輸附帯サービス業					
	10. 駐車場業					
ス	11. 医療附帯サービス業					
	12. 建築設計業					
	13. その他土木建築サービス業					
	14. デザイン業					
	15. 機械設計業					
個人関連	16. その他専門サービス業					
	17. リネンサプライ業					
	18. 廃棄物処理業					
	19. 機械修理業					
	20. 産業用機器賃貸業					
サービス	21. 事務用機器他賃貸業					
	22. 広告・ディスプレイ業					
	23. 計量・非破壊検査業					
	24. 建物サービス業					
	25. 職業紹介業					
個人関連	26. 警備業					
	27. 労働者派遣業					
	28. 不動産取引業					
	29. 不動産賃貸・管理業					
	30. 一般飲食店					
サービス	31. 酒場・ビアホール					
	32. 宿泊業					
	33. 普通洗濯業					
	34. 理容業					
	35. 美容業					
	36. 旅行業					
	37. 冠婚葬祭・生活関連					
	38. スポーツ施設提供業					
	39. 遊技場					
	40. 自動車整備業					

《 規模別景況 》

- 2月の業況DIを規模別にみると、「大規模」(▲8→▲16)は8ポイント減少し悪化した。「小規模」(▲34→▲37)と「中規模」(▲14→▲17)はともに3ポイント減少、「中小規模」(▲23→▲25)は2ポイント減少しそれぞれわずかに悪化した。
- 前年同月比売上高DIを規模別にみると、「中規模」(▲6→▲13)は7ポイント減少し悪化、「大規模」(1→▲3)は4ポイント減少しやや悪化、「小規模」(▲32→▲35)は3ポイント減少しわずかに悪化した。「中小規模」(▲20→▲19)はほぼ横ばいで推移した。
- 当月と比べた今後3か月間(3～5月)の業況見通しDIを規模別にみると、「大規模」(▲5→3)は8ポイント増加、「小規模」(▲28→▲21)は7ポイント増加しともに改善した。一方、「中規模」(▲6→▲9)は3ポイント減少、「中小規模」(▲11→▲13)は2ポイント減少しともにわずかに悪化した。

規模別：DI グラフ



景況指数表 (規模)

・指標値(%)：DI = 「良い」・「増加」等企業割合－「悪い」・「減少」等企業割合

調査規模	調査対象企業数	3,875	2月の景況					今後3か月間の見通し			
	回答企業数	1,301	業況	売上（前月比） 高	売上（前年同月比） 高	仕入単価（前月比）	販売単価（前月比）	製品商品在庫	業況（当月比）	売上（当月比） 高	売上（前年同期比） 高
	回答率	33.6%									
全 体			▲ 28	▲ 21	▲ 24	24	7	4	▲ 14	▲ 11	▲ 20
規模	小 規 模		▲ 37	▲ 28	▲ 35	22	5	2	▲ 21	▲ 18	▲ 30
	中 小 規 模		▲ 25	▲ 17	▲ 19	30	9	6	▲ 13	▲ 9	▲ 18
	中 規 模		▲ 17	▲ 15	▲ 13	22	9	3	▲ 9	▲ 6	▲ 10
	大 規 模		▲ 16	▲ 9	▲ 3	21	8	13	3	6	▲ 1

注) 1. 規模 小規模：1～9人(製造業、卸売業、サービス業)、1～2人(小売業)
 中小規模：10～19人(製造業、卸売業、サービス業)、3～4人(小売業)
 中規模：20～49人(製造業、卸売業、サービス業)、5～19人(小売業)
 大規模：50人以上(製造業、卸売業、サービス業)、20人以上(小売業)

2. 季節調整済DI(ただし、売上高(前年同月比)、売上高(前年同期比)を除く)。

注) 季節調整済DI。

付帯調査（自由意見）

（令和7年3月調査）

景況調査票の自由意見欄に225企業から貴重なご意見をいただきました。ご多用中にもかかわらずご記入をいただき感謝申し上げます。

図表1 最近の状況や関心事

分類項目	回答数※
1. 経済・景気動向	94
2. 業界の動向	69
3. 顧客・得意先	53
4. 為替	34
5. 金融・資金繰り	31
6. 売上・収益	61
7. 物価変動	70
8. 消費税等	19
9. 人材の確保・育成	52
10. その他	19

※複数回答

特徴的なご意見を掲載いたします。なお、掲載にあたり若干の加筆・修正を加えています。

1. 経済・景気動向について

- 大きな目で見ても、日本国内の経済の不安定性が心配だ。業界の中でも廃業、倒産が増えており、どうなるのかわからない。（製本・印刷物加工製造業）
- 年明けから、急に活気が無くなってきたように感じられる。半導体、工業用検査機器が失速気味。（精密・医療用機器卸売業）
- 顧客数が増えた。弁当の単価を控えめに値上げしたが、「安くておいしい」との評価を得られたのかもしれない。（食肉小売業）
- 物価高による景気低迷、人件費高騰やゼロゼロ融資返済などが、自社や取引先の

経営を圧迫している。これから街場の給料が上がり、景気回復することを期待したい。（燃料小売業）

- ウクライナや中東等で戦争が続き、その影響で物価上昇がいつまで続くのか。消費者の購入意欲の減退が心配。（映像・音声制作業）

2. 業界の動向について

- 金相場、銀相場等、地金の高騰が続いており、当業界はますます厳しい立場になる。（貴金属・宝石製造業）
- 特注家具、デパートのケース、商品陳列台など顧客の要望に沿って制作しており、以前はデパート関連の改装などで多くの発注もあったが、最近はなかなかない。（家具製造業）
- 皮革業界は大変厳しい状況。製品が売れないため受注が激減している。生産や保存に要する人件費、薬品コストが重くのしかかっており、コロナの時より悪い状況。（なめし革・革製材料製造業）
- 宝石・貴金属業界は未だ厳しい状況が続いていると思われる。（装身具・身の回り品卸売業）
- 木材業界は低迷が続けているが、大きく落ち込む事は無く、暫くはこの低水準が続くものと思われる。（木材・他建築材料卸売業）
- 他の物価が上がっているのに、鉄鋼製品だけがじり安になっており、世の中の流れから取り残されているようで不安だ。（鉄鋼・石油・鉱物卸売業）
- 労働集約的な業態のため、得意先の出荷が一時的に集中するとその分作業コストが上昇し収益を圧迫する。逆に減少しても最低限の人員を確保し続けなければならず弾力性に欠ける。（運輸附帯サービス業）
- 建設コストの上昇などにより、物件（契約）数が著しく減少している。（建築設計業）
- 野菜、コーヒーなど、原材料は上がっているが、メニューの料金はそう簡単には変えられず、苦しい状況。（一般飲食店）

3. 顧客・得意先について

- 昨年度より好況が続いているが、主要得意先の担当者が退職予定であったり、専門的な加工を行う外注先が年齢を理由に廃業予定であったりと、今後の対応に頭を痛めている。（紙製品製造業）
- 顧客の元気がなく、客数も減ってきており、何故か静かで動きが少ない。前と違

って工夫しても売れないので困っている。業界の人も高齢化しているので今後が心配だ。
(なめし革・革製材料製造業)

- 長年安定した取引のある顧客の協力会社が廃業したことで都内のサプライチェーンが寸断し、その影響で当社も受注が減少した。同様なことが他でも発生しているなか、引き合いもあるが、埋め合わせに至っていない。

(金属被覆・熱処理製造業)

- 当社の顧客である電気工事業では、高齢化に伴い廃業が年に数件発生しており、当社の売上にも影響が出ている。代替りの販売先を探すのが価格面で契約に至らない場合も多い。この先も廃業の問題は発生すると思われる。

(家庭用電気機器卸売業)

- 物価高騰のため趣味への消費が減少している。また、顧客の高齢化に伴い消費も減少している。

(スポーツ用品小売業)

- 2月は昨年比で寒い日が多く商店街への人出(特に高齢者)が悪かった。来客数も少なく、厳しい売上の日が続いたものの、月の初めと終わりに行うセール期間中は比較的好調だったため、わずかな売上減少で済んだ。

(化粧品小売業)

4. 為替について

- 為替変動は業績に影響を及ぼす。為替相場の安定を望む。

(化学工業製造業)

- もう少し円高になり、輸入品が安く仕入れ出来るといいと思う。

(がん具・事務用品製造業)

- 輸入業なので、円安が厳しい。定番商品が値上がりし、採算に見合わないものは廃番となってしまう。

(装身具・身の回り品卸売業)

- 国内需要の停滞や為替の円安により、産地国の日本向け製品(日本独自の寸法・品質)の生産意欲が減退してきている。

(木材・他建築材料卸売業)

- 円ドルの為替レートが150円台で横ばい状態なので相変わらず輸入が厳しい状況。

(家庭用電気機器卸売業)

- 為替が不安定なため価格設定が難しい。価格を上げるわけにもいかず、苦しい状況。

(男子服小売業)

- 為替の変動(円高)が心配。

(宿泊業)

5. 金融・資金繰りについて

- 今夏、コロナ関連の返済が迫る中、運転資金の確保が難しい。原材料費の高騰に

伴い販売単価を上げざるを得ないが、価格を上昇させると注文が入らず、粗利が減少の一途をたどっている。

(かばん・袋物製造業)

- 主力商品であるシャンプーの海外販売を始める予定。具体的な国は現在未定だが5月頃には決めたいと考えている。ただし資金繰りが心配である。

(化粧品小売業)

6. 売上・収益について

- 注文が激減しており厳しい状況が続いている。

(窯業・土石製品製造業)

- 全ての商品、サービスの値上がりのため、消費者の生活コストが増加し身の回り品にまで節約が進んでいる。無駄にお金を使わない習慣が全体的に広まっていると思う。これを打開するためには、消費者の困り事を直接解決できる商材開発が必要で、現在試作を繰り返している状況。

(装身具・身の回り品卸売業)

- 今後の収益予想が難しくなっている。原因は円安による資材高騰、仕入価格の上昇、人手不足による人件費の上昇、金利の上昇、エネルギー価格の上昇。コロナ後の景気回復を期待していたが、中小企業には大変厳しい環境になっていると思う。

(室内装飾品卸売業)

- 売上・収益が物価の高騰により減少した。

(酒小売業)

- 物価が高くなっている割には、首都圏では問題なく買い物を出来る人が多いと感じる。一方、当店では単価を上げた分、売上は前年と変わらないものの、1回の買う量は減少している。

(菓子・パン小売業)

7. 物価変動について

- 商品の仕入単価が少しずつ上昇しているので、必然的に値上げせざるを得ない状況を憂慮している。

(木材・他建築材料卸売業)

- 物価の値上がりによる消費の冷え込みが響いている。

(靴・履物小売業)

- 物価上昇による生活防衛の心理が根強く、業績の伸び悩みを感じる。

(かばん・袋物小売業)

- コスト上昇、人件費の上昇に売上がついて行かない。商品価格に転嫁がほとんどできず、むしろ値下げ要求をされ利益が出ない。

(情報提供サービス業)

- 野菜、米の値上がりが大きく、経営に影響している。これ以上顧客に転嫁できず、厳しい状況が続いている。

(一般飲食店)

- 物価高騰で、外食を控えるという行動がよく見られる。

(一般飲食店)

8. 消費税等について

- 社会保険料や各種税金の金額が上昇したため、賃上げに対して可処分所得が増えた実感がないという意見が従業員から出ている。
(道路貨物運送業)
- 固定資産税の上昇に伴い、テナントの賃貸料に反映する必要性が生じている。
(駐車場業)

9. 人材の確保・育成について

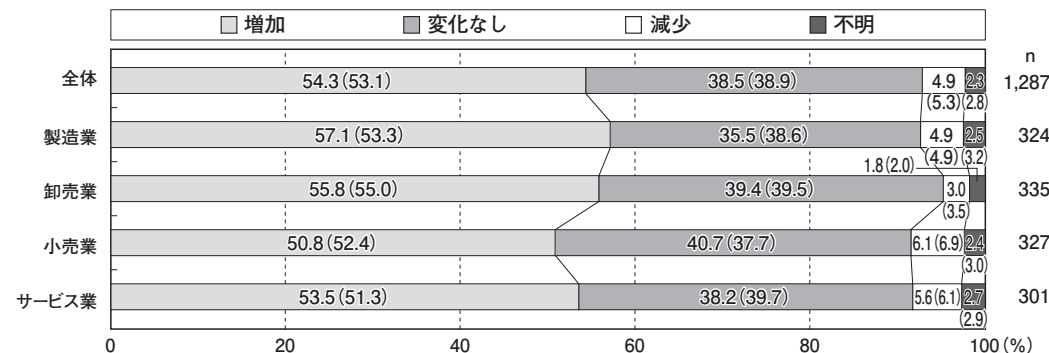
- 中小企業は事業継続に必要な人材の確保が難しい。仕上げ、研磨、めっき等、当社の関連の下請工場でも廃業が多い。製造業の前途は非常に厳しいものがある。
(洋食器・刃物・金物製造業)
- 募集をしても必要とする人材がなかなか見つからない。
(金属加工機械製造業)
- 高校、専門学校、大学やハローワークで人材を募集しているが、希望者が見つからず、苦戦している。
(管工機材卸売業)
- 鍵となる技術をもつ職人等の不足が、受注動向を左右する。こうした技術をもつ職人等の育成には時間がかかるし、それを出来る若者も決定的に不足している。また、高齢者の場合、若い人に比べて人件費負担が大きい。
(家具・建具卸売業)
- 採用に苦戦している。人件費も上昇している。仕事はかなりあるのだが、人材不足で受注できない。また人件費の上昇で利益率も悪化している。経営改善はなかなか難しい。
(ソフトウェア業)
- 当社のような物品賃貸業だけでなく、顧客である建設業やイベント企画の会社でも人手不足が厳しく、業務を円滑に進めるため苦勞しているようだ。またコストの上昇を料金に反映することも難しく、厳しい経営を強いられている。
(事務用機器他賃貸業)

事業活動におけるコストの変動

1. コストの変化（前年同月比）

前年同月と比較した2025年（令和7年）2月の生産や販売、サービス提供に要するコストの変化を全体でみると、「増加」が54.3%（前回調査53.1%）と最も高く、「変化なし」が38.5%（同38.9%）、「減少」が4.9%（同5.3%）の順で続いた。

図表2 コストの変化（前年同月比）



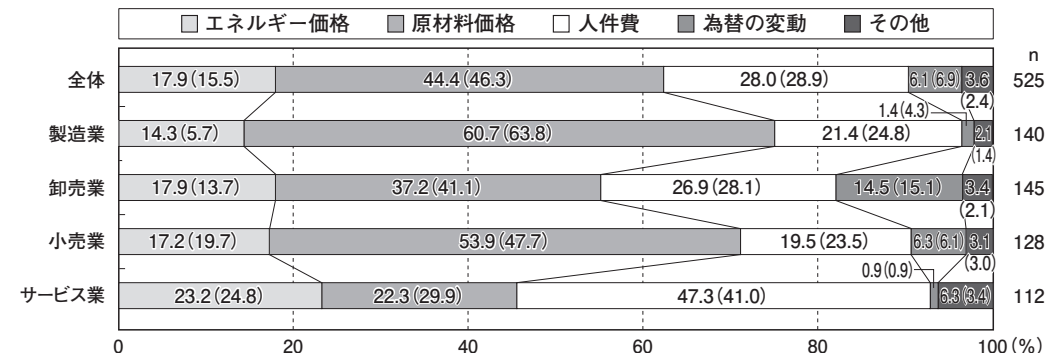
注) 無回答を除き集計。() 内は前回調査（令和7年2月）の数値。
四捨五入のため合計が100%にならない場合がある。

2. コスト増加の最大の要因

生産や販売、サービス提供に要するコスト増加の最大の要因を全体でみると、「原材料価格」が44.4%（前回調査46.3%）と最も高く、「人件費」が28.0%（同28.9%）、「エネルギー価格」が17.9%（同15.5%）、「為替の変動」が6.1%（同6.9%）の順で続いた。

業種別にみると、製造業は「原材料価格」が60.7%（同63.8%）と最も高い。他の業種に比べて卸売業は「為替の変動」の14.5%（同15.1%）、サービス業は「エネルギー価格」の23.2%（同24.8%）と「人件費」の47.3%（同41.0%）がそれぞれ高い。

図表3 コスト増加の最大の要因



注) コストの変化（前年同月比）（図表2）で「増加」と回答した企業のうち無回答等を除き集計。
() 内は前回調査（令和7年2月）の数値。四捨五入のため合計が100%にならない場合がある。