

千葉市企業動向調査
第 17 回
(2025 年度第 3 回)

千 葉 市
2025 年 12 月

【目次】

1. 調査概要	3
(1) 調査目的	3
(2) 調査対象	3
(3) 調査時期	3
(4) 調査方法	3
(5) 回収件数	3
(6) 調査機関	4
(7) 報告書を読むに当たっての注意点	4
2. 千葉市内企業の景況	6
(1) 業況判断	6
① 業況判断.....	6
② 今期の業況判断の理由	8
③ 来期の業況判断の理由	9
(2) 主要項目のＢＳＩ・ＤＩ	10
① 売上ＢＳＩ	12
② 経常損益ＢＳＩ	13
③ 資金繰りＢＳＩ	14
④ 人材過不足ＤＩ	15
⑤ 生産設備ＤＩ	16
⑥ 営業用設備ＤＩ	17
(3) その他項目のＢＳＩ・ＤＩ	18
① 国内需要ＢＳＩ	19
② 仕入価格ＢＳＩ	20
③ 販売価格ＢＳＩ	21
④ 人材採用ＤＩ	22
(4) 設備投資に関する現況	23
① 設備投資.....	23
(5) 必要な支援や千葉市に期待すること.....	24
3. 付帯調査	27
(1) 調査目的	27
(2) 調査結果のまとめ	27
(3) 調査結果	29
① 物価高騰等による影響.....	29
② パートナーシップ構築宣言.....	33
③ 事業承継.....	39
●資料編	44
(1) 調査票	44
(2) 同封チラシ	48

1. 調査概要

(1) 調査目的

千葉市内の企業や事業所の業績の推移やビジネスの方向性、課題などを把握することにより、効果的な支援策等を企画する際の一助とするため、アンケート調査を「企業動向調査」として実施する。

(2) 調査対象

千葉市に本社を置く企業とする。調査対象数は1,000件とし、総務省・経済産業省「令和3年経済センサス活動調査」における千葉市内の企業数の業種別及び規模別の割合に合致するように、総務省の事業所母集団データベースより業種・規模毎に無作為抽出した。

(3) 調査時期

2025年10月31日（金）～11月25日（火）

(4) 調査方法

先の方法で抽出された企業に調査依頼状を郵送し、WEBまたは同封した紙の調査票での回答を依頼した。

(5) 回収件数

配布件数 1,000件

有効配布件数※ 957件

※先の抽出方法で送付したところ43件が宛先不明となった。1,000件から宛先不明戻りの43件を除いた、合計957件を有効配布件数とした。

回収数535件（郵送300件・WEB235件）

（回収率53.5%・有効回収率55.9%）

【調査対象件数・回収件数内訳】

		対象件数	回収件数	回収率
全 体		1,000	535	53.5%
業 種 別	製造業	66	39	59.1%
	非製造業	934	492	52.7%
	建設業	205	109	53.3%
	運輸・通信業※1	61	22	36.1%
	卸・小売業	214	106	49.5%
	飲食・宿泊業	50	13	25.8%
	サービス業※2	187	108	57.7%
	その他非製造業※3	217	134	61.8%
	無回答	—	4	—

※1 運輸・通信業：「G. 情報通信業」、「H. 運輸業、郵便業」

※2 サービス業：「L. 学術研究、専門・技術サービス業」、「N. 生活関連サービス業、娯楽業」、「Q. 複合サービス事業」、「R. サービス業（他に分類されない）」

※3 その他非製造業：「A. 農業、林業」、「F. 電気・ガス・熱供給・水道業」、「J. 金融業、保険業」、「K. 不動産業、物品賃貸業」、「O. 教育、学習支援業」、「P. 医療、福祉」

(6) 調査機関

株式会社東京商工リサーチ 千葉支店

(7) 報告書を読むに当たっての注意点

- 比率はすべて百分率(%)で表し、小数点第2位以下を四捨五入している。そのため単一回答であっても構成比の合計が100%にならない場合がある。
- 複数回答の設問は、回答が2つ以上あり得るため、構成比の合計が100%を上回る場合がある。
- 図表中の「N」(Number of cases の略)とは設問に対する回答件数の総数を示しており、回答者の構成比(%)を算出するための基数である。
- 二段組の集計表について上段は実数、下段は割合(%)を示している。
- 図表中の全体件数とは各設問に回答した件数であり、属性情報について未回答の企業もいるため、全体件数と規模別や業種別の件数が合致しない場合がある。
- BSI (Business Survey Index) とは、前期と比較した調査時点における景気の「方向性」を示した景況判断指数であり、景気の足元及び先行きを捉えることができる指数(業況等に対する判断において、「良い(増加)」と回答した割合から「悪い(減少)」と回答した割合を引いた指数)である。例えば業況の場合、数値がプラスであれば景気の見通しは上向きの局面、マイナスであれば景気の見通しは後退の局面と判断している企業が多いということが分かる。そのため、四半期単位の短いスパンで認識に変化があらわれる調査項目において対象としている。(例:売上、経常損益、資金繰り等)
なお、BSIの前期、今期、来期、来々期の各期間は以下のとおり。
前期:2025年4~6月期
今期:2025年7~9月期
来期:2025年10~12月期
来々期:2026年1~3月期
- DI (Diffusion Index) とは、調査時点における景気の「現状(水準)」を示した景況判断指数であり、足元の景気の動向を捉えることができる指数(業況等に対する判断において、「良い(増加)」と回答した割合から「悪い(減少)」と回答した割合を引いた指数)である。例えば業況の場合、数値がプラスであればその時点の景気は拡大、マイナスであれば景気は縮小と判断している企業が多いということが分かるため、半期単位の長いスパンで認識に変化があらわれる調査項目において対象としている。(例:人材過不足、生産設備、営業用設備等)
なお、DIの前期、今期、来期、来々期の各期間は以下のとおり。
前期:2025年4~6月期
今期:2025年7~9月期
来期:2025年10~12月期
来々期:2026年1~3月期
- 従業員規模別の区分については、中小企業基本法の定義において卸売業、サービス業、小売業で小規模事業者とされる「5人以下」、製造業その他で小規模事業者とされる「6人~20人」、中小企業である「21人以上」の3つの区分としている。
- 本報告書P6以降のコメントにおける形容詞等の記載ルールについては以下のとおり。
±20ポイント以上:「極端に」
±20ポイント未満6ポイント以上:「大きく」
±6ポイント未満2ポイント以上:「やや」
±2ポイント未満:「同様」

【参考】第17回調査回答企業の業種別及び規模別の割合

- ・第17回調査の回答企業と抽出企業（経済センサスの割合）を比較すると、業種別、規模別とも、いずれの割合も差異は±5ポイント未満となっており大きな乖離はない。

○第17回調査の回答企業と抽出企業の比較

		第17回調査回答企業		第17回調査抽出企業 (経済センサスの割合)		A-B (単位:ポイント)
		実数	割合(A)	実数	割合(B)	
全 体		535	100.0%	1,000	100.0%	0.0
業 種 別	製造業	39	7.3%	66	6.6%	0.7
	非製造業	492	92.0%	934	93.4%	▲ 1.4
	建設業	109	20.4%	205	20.5%	▲ 0.1
	運輸・通信業	22	4.1%	61	6.1%	▲ 2.0
	卸・小売業	106	19.8%	214	21.4%	▲ 1.6
	飲食・宿泊業	13	2.4%	50	5.0%	▲ 2.6
	サービス業	108	20.2%	187	18.7%	1.5
	その他非製造業	134	25.0%	217	21.7%	3.4
	無回答	4	0.7%	0	0.0%	0.7
規 模 別	5人以下	353	66.0%	659	65.9%	0.1
	6人～20人	101	18.9%	207	20.7%	▲ 1.8
	21人以上	76	14.2%	134	13.4%	0.8
	無回答	5	0.9%	0	0.0%	0.9

2. 千葉市内企業の景況

(1) 業況判断

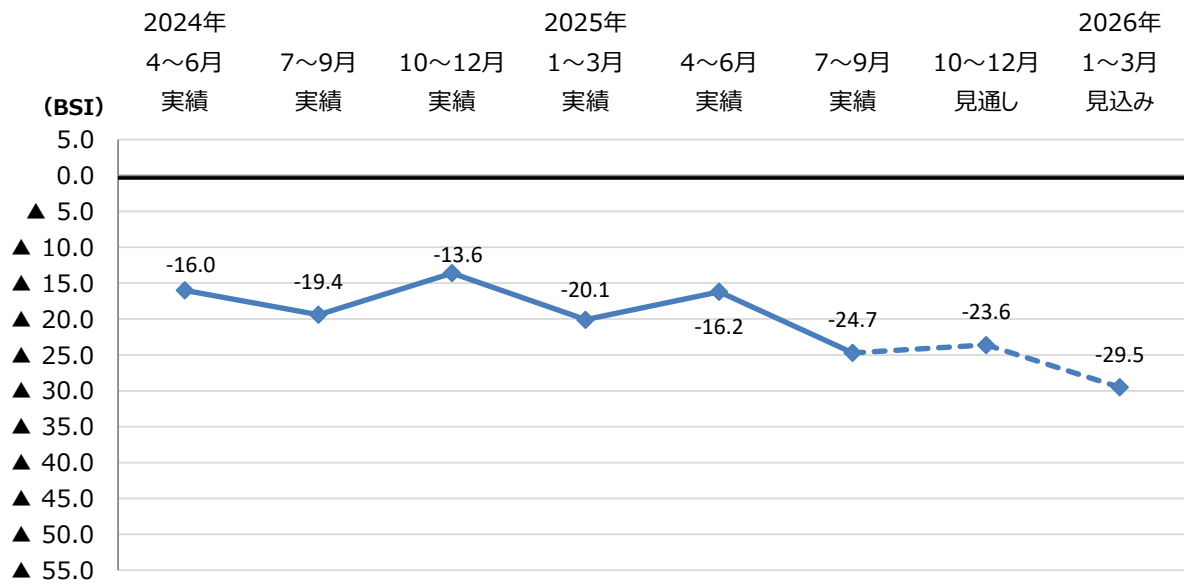
① 業況判断

業況判断BSIは、▲24.7と前期▲16.2から8.5ポイント低下した
来期は今期から1.1ポイント増加する見通し

【ポイント】









































- 業況判断BSI（良い%－悪い%）は、前期▲16.2から今期▲24.7へと厳しさが大きく強まった。
- 先行きについてみると、来期は▲23.6と今期同様で推移する見通しである。さらに来々期は▲29.5と厳しさがやや強まる見込みである。
- 従業員規模別にみると、21人以上（前期▲3.8→今期▲17.1）と厳しさが大きく強まった。
- 業種別にみると、製造業（▲26.4→▲35.9）、建設業（▲4.9→▲18.5）、飲食・宿泊業（前期▲11.8→今期▲30.8）、サービス業（▲12.8→▲29.9）、その他非製造業（▲9.8→▲20.3）、で厳しさが大きく強まった。

【業況判断BSI】









		業況判断BSI= 良い%－悪い%					
		2025年 4~6月 前期実績	2025年 7~9月 今期実績	今期－前期	2025年 10~12月 来期見通し	来期－今期	2026年 1~3月 来々期見込み
全 体		▲ 16.2	▲ 24.7	▲ 8.5	▲ 23.6	1.1	▲ 29.5
規 模 別	5 人以下	▲ 20.7	▲ 28.9	▲ 8.2	▲ 29.5	▲ 0.6	▲ 34.8
	6 人～20人	▲ 8.4	▲ 15.8	▲ 7.4	▲ 18.8	▲ 3.0	▲ 16.0
	21人以上	▲ 3.8	▲ 17.1	▲ 13.3	▲ 2.7	14.4	▲ 23.7
業 種 別	製造業	▲ 26.4	▲ 35.9	▲ 9.5	▲ 33.3	2.6	▲ 44.7
	非製造業	▲ 15.0	▲ 23.8	▲ 8.8	▲ 23.4	0.4	▲ 28.8
	建設業	▲ 4.9	▲ 18.5	▲ 13.6	▲ 13.2	5.3	▲ 30.8
	運輸・通信業	4.8	4.5	▲ 0.3	▲ 27.3	▲ 31.8	▲ 18.2
	卸・小売業	▲ 39.2	▲ 32.4	6.8	▲ 34.3	▲ 1.9	▲ 36.5
	飲食・宿泊業	▲ 11.8	▲ 30.8	▲ 19.0	▲ 30.8	0.0	▲ 33.3
	サービス業	▲ 12.8	▲ 29.9	▲ 17.1	▲ 33.6	▲ 3.7	▲ 31.2
	その他非製造業	▲ 9.8	▲ 20.3	▲ 10.5	▲ 13.5	6.8	▲ 20.4

【従業員規模別、業種別動向】

		2025年4～6月 前期実績	2025年7～9月 今期実績	2025年10～12月 来期見通し	2026年1～3月 来々期見込み
規模別	5人以下	 ▲ 20.7	 ▲ 28.9	 ▲ 29.5	 ▲ 34.8
	6人～20人	 ▲ 8.4	 ▲ 15.8	 ▲ 18.8	 ▲ 16.0
	21人以上	 ▲ 3.8	 ▲ 17.1	 ▲ 2.7	 ▲ 23.7
業種別	製造業	 ▲ 26.4	 ▲ 35.9	 ▲ 33.3	 ▲ 44.7
	非製造業	 ▲ 15.0	 ▲ 23.8	 ▲ 23.4	 ▲ 28.8
	建設業	 ▲ 4.9	 ▲ 18.5	 ▲ 13.2	 ▲ 30.8
	運輸・通信業	 4.8	 4.5	 ▲ 27.3	 ▲ 18.2
	卸・小売業	 ▲ 39.2	 ▲ 32.4	 ▲ 34.3	 ▲ 36.5
	飲食・宿泊業	 ▲ 11.8	 ▲ 30.8	 ▲ 30.8	 ▲ 33.3
	サービス業	 ▲ 12.8	 ▲ 29.9	 ▲ 33.6	 ▲ 31.2
	その他非製造業	 ▲ 9.8	 ▲ 20.3	 ▲ 13.5	 ▲ 20.4

※前期から今期、今期から来期にかけてBSI（良い％－悪い％）で10ポイント以上差がある項目については、矢印を表記している。

※天気マークの基準は以下の図のとおり。

天気						
BSI	20.0以上	19.9～6.0	5.9～0.0	▲0.1～▲5.9	▲6.0～▲19.9	▲20.0以下

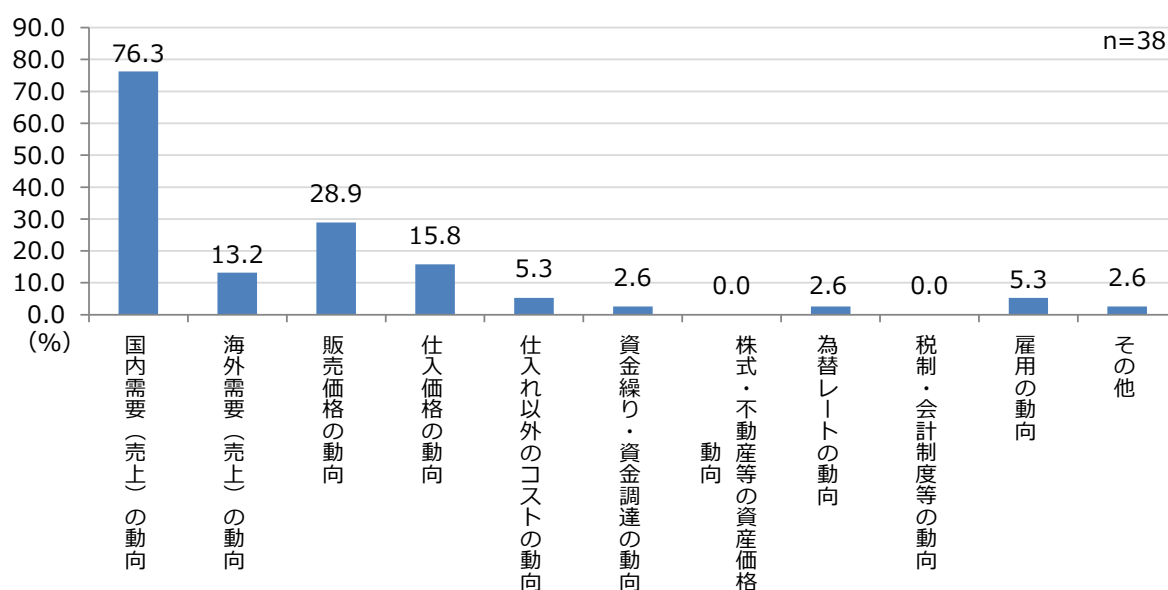
② 今期の業況判断の理由

今期の業況判断ＢＳＩ算出の基となった、「業況」に関する質問において、業況が「良い」と回答した理由をみると、「国内需要（売上）の動向」が76.3%と最も高く、次いで「販売価格の動向」が28.9%、「仕入価格の動向」が15.8%であった。

一方、業況が「悪い」と回答した理由をみると、「国内需要（売上）の動向」が63.3%と最も高く、次いで「仕入価格の動向」が39.3%、「販売価格の動向」「仕入れ以外のコストの動向」がともに20.7%であった。

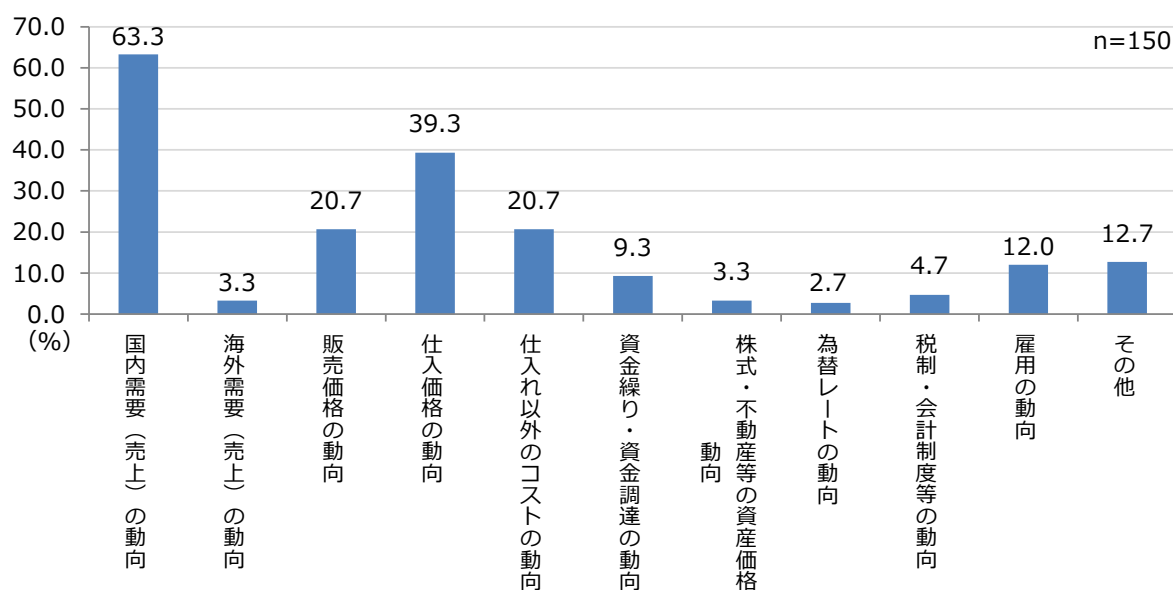
【今期の業況判断の理由】 ※複数回答

「良い」と回答した理由



※業況判断の理由を明確化させるため、無回答は除いて集計・作表している。

「悪い」と回答した理由



※業況判断の理由を明確化させるため、無回答は除いて集計・作表している。

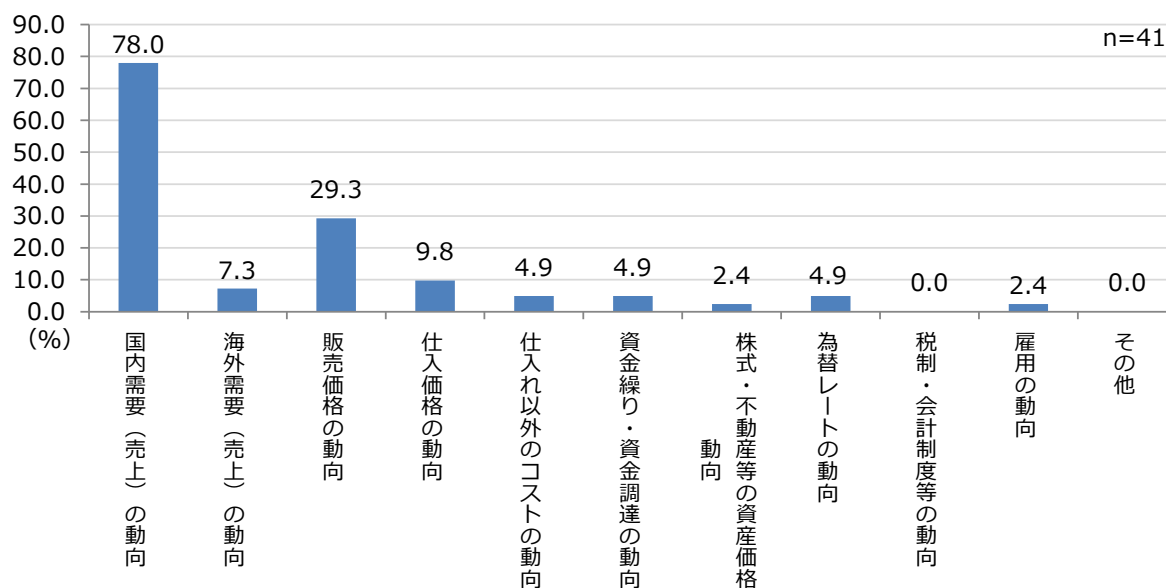
③ 来期の業況判断の理由

来期の業況判断BSⅠ算出の基となった、「業況」に関する質問において、業況が「良い」と回答した理由をみると、「国内需要（売上）の動向」が78.0%と最も高く、次いで「販売価格の動向」が29.3%、「仕入価格の動向」が9.8%であった。

一方、業況が「悪い」と回答した理由をみると、「国内需要（売上）の動向」が63.4%と最も高く、次いで「仕入価格の動向」が39.3%、「仕入れ以外のコストの動向」が22.8%であった。

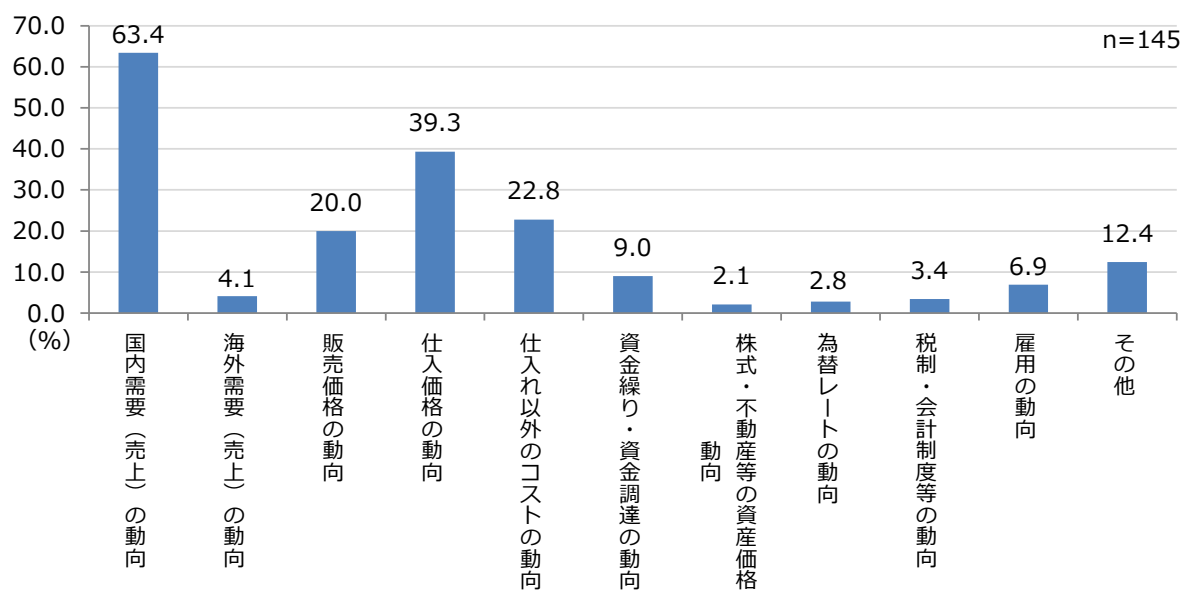
【来期の業況判断の理由】 ※複数回答

「良い」と回答した理由



※業況判断の理由を明確化させるため、無回答は除いて集計・作表している。

「悪い」と回答した理由



※業況判断の理由を明確化させるため、無回答は除いて集計・作表している。













(2) 主要項目のBSI・DI

【主要項目のBSI・DI】

主要項目	前期から今期の推移と先行きの見通し
①売上BSI (増加%－減少%)	【今 期】▲19.9と前期から11.5ポイント低下(減少幅が大きく拡大した) 【先行き】来期は▲19.5、来々期は▲28.2と大きく低下する見通し
②経常損益BSI (好転%－悪化%)	【今 期】▲21.8と前期から6.9ポイント低下(低調感が大きく強まった) 【先行き】来期は▲21.2、来々期は▲28.9と大きく低下する見通し
③資金繰りBSI (好転%－悪化%)	【今 期】▲15.8と前期から1.9ポイント低下(同様に推移した) 【先行き】来期は▲17.1、来々期は▲18.4と同様に推移する見通し
④人材過不足DI (過剰%－不足%)	【今 期】▲23.0と前期から1.5ポイント上昇(同様に推移した) 【先行き】来期は▲25.1とやや低下し、来々期は▲25.0と同様に推移する見通し
⑤生産設備DI (過剰%－不足%)	【今 期】▲8.7と前期から1.9ポイント低下(同様に推移した) 【先行き】来期は▲8.9、来々期は▲7.2と同様に推移する見通し
⑥営業用設備DI (過剰%－不足%)	【今 期】▲7.1と前期から1.3ポイント低下(同様に推移した) 【先行き】来期は▲7.3、来々期は▲8.6と同様に推移する見通し

BSI	2025年 4～6月 前期実績	2025年 7～9月 今期実績	今期－前期	2025年 10～12月 来期見通し	来期－今期	2026年 1～3月 来々期見込み
①売上BSI	▲ 8.4	▲ 19.9	▲ 11.5	▲ 19.5	0.4	▲ 28.2
②経常損益BSI	▲ 14.9	▲ 21.8	▲ 6.9	▲ 21.2	0.6	▲ 28.9
③資金繰りBSI	▲ 13.9	▲ 15.8	▲ 1.9	▲ 17.1	▲ 1.3	▲ 18.4
DI	2025年 4～6月 前期実績	2025年 7～9月 今期実績	今期－前期	2025年 10～12月 来期見通し	来期－今期	2026年 1～3月 来々期見込み
④人材過不足DI	▲ 24.5	▲ 23.0	1.5	▲ 25.1	▲ 2.1	▲ 25.0
⑤生産設備DI	▲ 6.8	▲ 8.7	▲ 1.9	▲ 8.9	▲ 0.2	▲ 7.2
⑥営業用設備DI	▲ 5.8	▲ 7.1	▲ 1.3	▲ 7.3	▲ 0.2	▲ 8.6







【主要項目天気図】

	2025年4～6月 前期実績	2025年7～9月 今期実績	2025年10～12月 来期見通し	2026年1～3月 来々期見込み
売上	 ▲ 8.4	 ▲ 19.9	 ▲ 19.5	 ▲ 28.2
経常損益	 ▲ 14.9	 ▲ 21.8	 ▲ 21.2	 ▲ 28.9
資金繰り	 ▲ 13.9	 ▲ 15.8	 ▲ 17.1	 ▲ 18.4

※「人材過不足」「生産設備」「営業用設備」はポイントが0に近い方がよい項目であり、天気図として記載することが不適當であるため作表しない。

※前期から今期、今期から来期にかけてBSI（良い%－悪い%）で10ポイント以上差がある業種については、矢印を表記している。

※天気マークの基準は以下の図のとおり。

天気						
BSI	20.0 以上	19.9～6.0	5.9～0.0	▲0.1～▲5.9	▲6.0～▲19.9	▲20.0 以下

① 売上BSI

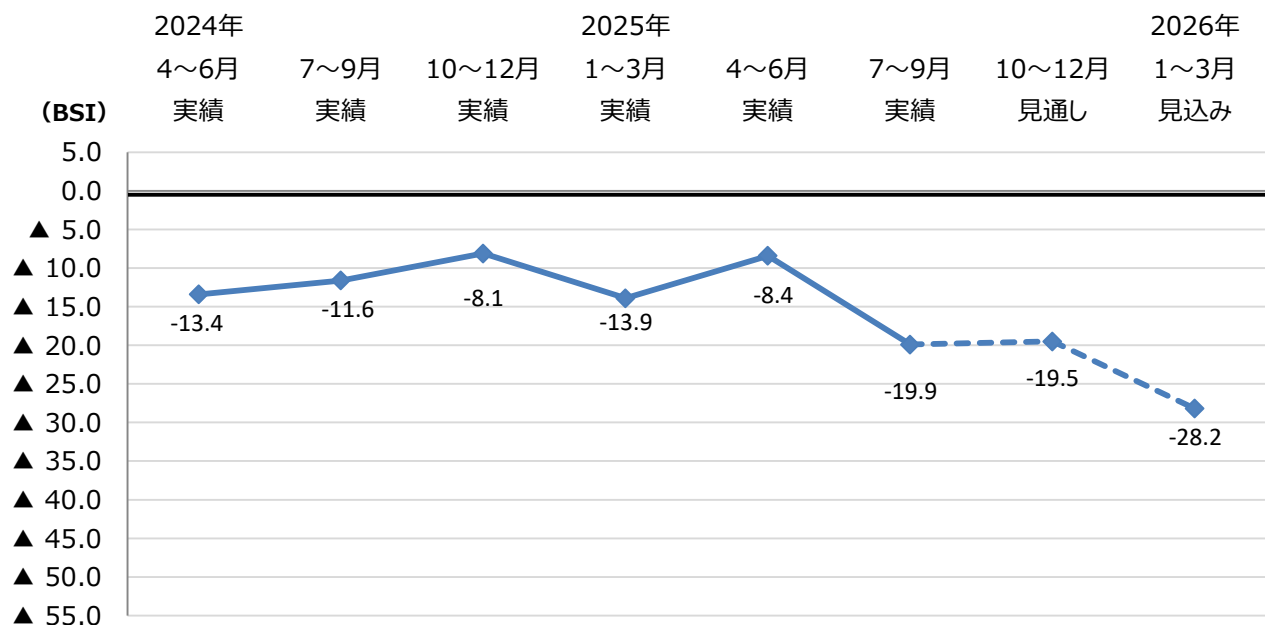
売上BSI（増加％－減少％）は前期▲8.4から今期▲19.9へと減少幅が大きく拡大した。

先行きについてみると、来期は▲19.5と今期同様で推移する見通しである。さらに来々期は▲28.2と来期から減少幅が大きく拡大する見込みである。

従業員規模別にみると、21人以上（前期19.0→今期▲12.0）と増加から減少に転じた。一方、5人以下（▲15.5→▲24.0）、6人～20人（▲2.1→▲12.0）でも減少幅が大きく拡大した。

業種別にみると、飲食・宿泊業（0.0→▲30.8）と減少幅が極端に拡大した。

【売上BSI】



		売上BSI＝増加％－減少％					
		2025年 4～6月 前期実績	2025年 7～9月 今期実績	今期－前期	2025年 10～12月 来期見通し		2026年 1～3月 来々期見込み
						来期－今期	
全 体		▲ 8.4	▲ 19.9	▲ 11.5	▲ 19.5	0.4	▲ 28.2
規 模 別	5 人以下	▲ 15.5	▲ 24.0	▲ 8.5	▲ 24.0	0.0	▲ 31.3
	6 人～20人	▲ 2.1	▲ 12.0	▲ 9.9	▲ 16.9	▲ 4.9	▲ 20.0
	21人以上	19.0	▲ 12.0	▲ 31.0	▲ 1.4	10.6	▲ 25.3
業 種 別	製造業	▲ 17.7	▲ 21.0	▲ 3.3	▲ 29.0	▲ 8.0	▲ 39.5
	非製造業	▲ 7.5	▲ 19.8	▲ 12.3	▲ 19.0	0.8	▲ 27.7
	建設業	▲ 3.0	▲ 19.8	▲ 16.8	▲ 15.2	4.6	▲ 33.1
	運輸・通信業	9.5	9.1	▲ 0.4	▲ 18.2	▲ 27.3	▲ 33.3
	卸・小売業	▲ 30.6	▲ 31.0	▲ 0.4	▲ 30.6	0.4	▲ 39.6
	飲食・宿泊業	0.0	▲ 30.8	▲ 30.8	▲ 25.0	5.8	▲ 50.0
	サービス業	▲ 8.6	▲ 24.0	▲ 15.4	▲ 19.2	4.8	▲ 21.4
	その他非製造業	2.9	▲ 11.7	▲ 14.6	▲ 12.3	▲ 0.6	▲ 16.3

② 経常損益BSI

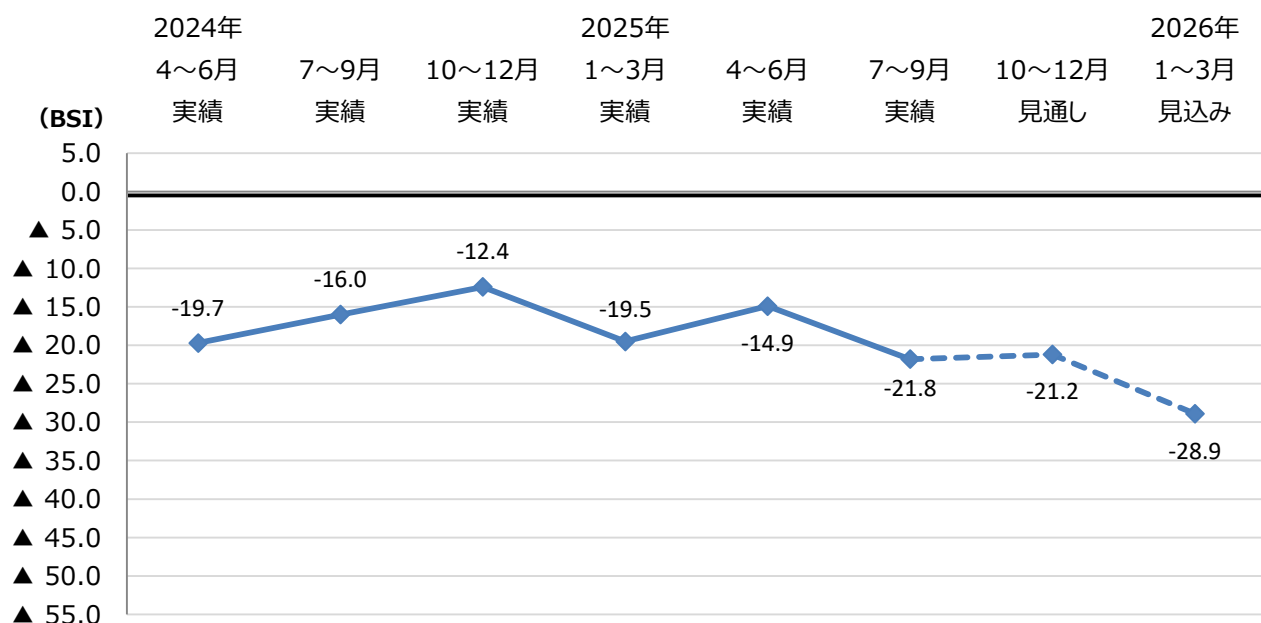
経常損益BSI（好転%－悪化%）は前期▲14.9から今期▲21.8へと低調感が大きく強まった。

先行きについてみると、来期は▲21.2と今期同様に推移する見通しである。さらに来々期は▲28.9と来期より低調感が大きく強まる見込みである。

従業員規模別にみると、21人以上（前期6.7→今期▲12.3）と好調から低調に転じた。

業種別にみると、運輸・通信業（前期▲5.0→今期0.0）と低調から好調に転じた一方、飲食・宿泊業（▲14.3→▲50.0）と低調感が極端に強まった。

【経常損益BSI】



		経常損益BSI=好転%－悪化%				
		2025年 4~6月 前期実績	2025年 7~9月 今期実績	今期－前期	2025年 10~12月 来期見通し	2026年 1~3月 来々期見込み
全 体		▲ 14.9	▲ 21.8	▲ 6.9	▲ 21.2	▲ 28.9
規 模 別	5人以下	▲ 22.0	▲ 26.9	▲ 4.9	▲ 26.1	▲ 32.1
	6人～20人	▲ 6.5	▲ 11.6	▲ 5.1	▲ 20.3	▲ 14.9
	21人以上	6.7	▲ 12.3	▲ 19.0	0.0	▲ 32.9
業 種 別	製造業	▲ 13.3	▲ 29.4	▲ 16.1	▲ 32.3	▲ 35.3
	非製造業	▲ 14.6	▲ 21.5	▲ 6.9	▲ 20.8	▲ 28.8
	建設業	▲ 8.3	▲ 17.8	▲ 9.5	▲ 17.0	▲ 30.7
	運輸・通信業	▲ 5.0	0.0	5.0	▲ 13.6	▲ 36.4
	卸・小売業	▲ 38.1	▲ 30.6	7.5	▲ 33.0	▲ 38.1
	飲食・宿泊業	▲ 14.3	▲ 50.0	▲ 35.7	▲ 25.0	▲ 41.7
	サービス業	▲ 12.2	▲ 27.0	▲ 14.8	▲ 22.2	▲ 26.5
	その他非製造業	▲ 4.7	▲ 13.6	▲ 8.9	▲ 13.6	▲ 18.5

③ 資金繰りBSI

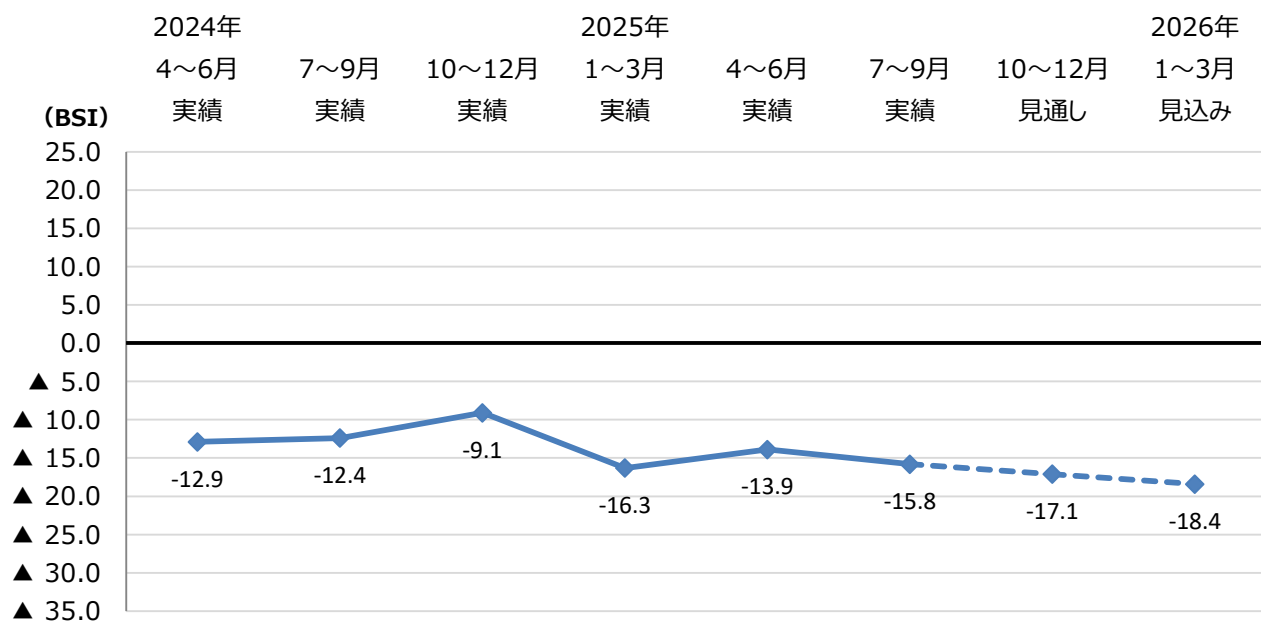
資金繰りBSI（好転%－悪化%）は前期▲13.9から今期▲15.8へと同様に推移した。

先行きについてみると、来期は▲17.1と今期同様に推移する見通しである。さらに来々期は▲18.4と来期同様に推移する見込みである。

従業員規模別にみると、6人～20人（前期▲7.7→今期▲13.6）で窮屈感がやや強まった。

業種別にみると、飲食・宿泊業（前期0.0→今期▲41.7）と窮屈感が極端に強まった。

【資金繰りBSI】



		資金繰りBSI＝好転%－悪化%				
		2025年 4～6月 前期実績	2025年 7～9月 今期実績	今期－前期	2025年 10～12月 来期見通し	2026年 1～3月 来々期見込み
全 体		▲ 13.9	▲ 15.8	▲ 1.9	▲ 17.1	▲ 18.4
規 模 別	5人以下	▲ 18.5	▲ 18.9	▲ 0.4	▲ 19.0	▲ 20.9
	6人～20人	▲ 7.7	▲ 13.6	▲ 5.9	▲ 19.0	▲ 14.9
	21人以上	0.0	▲ 4.1	▲ 4.1	▲ 5.5	▲ 10.8
業 種 別	製造業	▲ 10.0	▲ 27.0	▲ 17.0	▲ 24.3	▲ 32.4
	非製造業	▲ 14.1	▲ 15.2	▲ 1.1	▲ 16.8	▲ 17.5
	建設業	▲ 10.2	▲ 12.4	▲ 2.2	▲ 14.4	▲ 16.2
	運輸・通信業	▲ 10.0	▲ 9.5	0.5	▲ 38.1	▲ 28.6
	卸・小売業	▲ 24.7	▲ 22.6	2.1	▲ 24.7	▲ 23.0
	飲食・宿泊業	0.0	▲ 41.7	▲ 41.7	▲ 41.7	▲ 45.5
	サービス業	▲ 16.4	▲ 18.0	▲ 1.6	▲ 14.0	▲ 15.1
	その他非製造業	▲ 9.5	▲ 7.5	2.0	▲ 8.3	▲ 11.7

④ 人材過不足D I

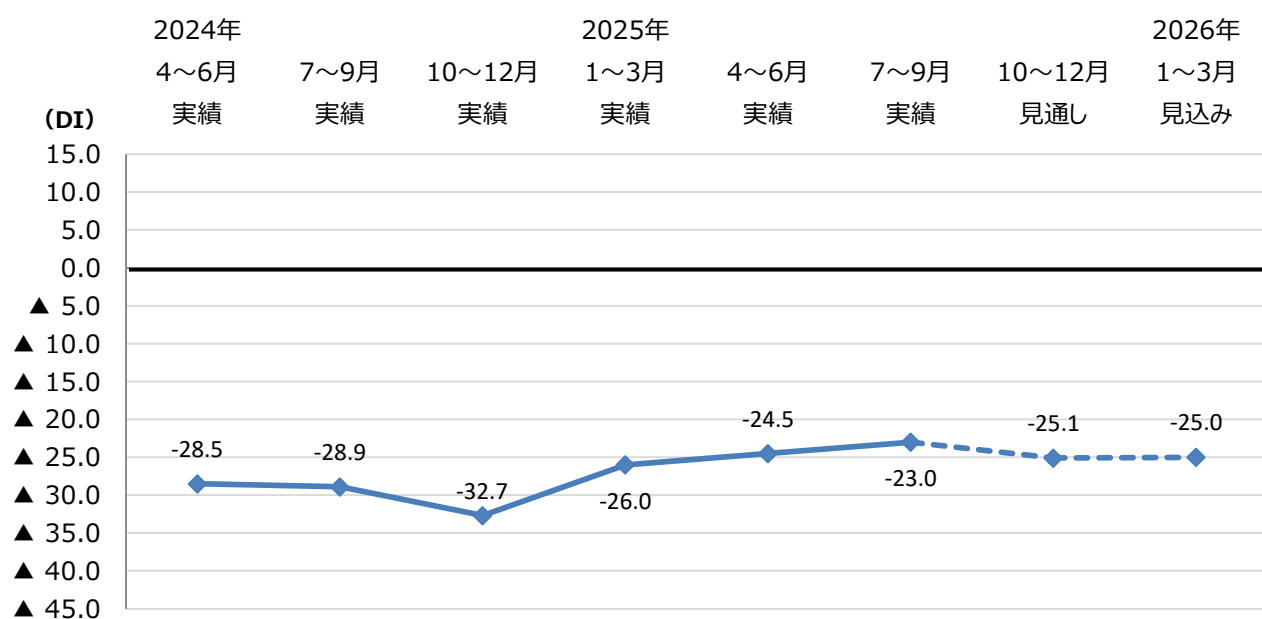
人材過不足D I（過剰%－不足%）は前期▲24.5 から今期▲23.0 へと同様に推移した。

先行きについてみると、来期は▲25.1 と不足感がやや強まる見通しである。さらに来々期は▲25.0 と来期と同様に推移する見込みである。

従業員規模別にみると、21人以上（前期▲58.2→今期▲53.9）、6人～20人（▲34.7→▲30.7）と不足感がやや弱まった。

業種別にみると、その他非製造業（前期▲17.8→今期▲11.7）と不足感が大きく弱まった。一方、建設業（▲41.0→▲44.3）と不足感がやや強まった。

【人材過不足D I】



		人材過不足DI＝過剰%－不足%					
		2025年 4～6月 前期実績	2025年 7～9月 今期実績	今期－前期	2025年 10～12月 来期見通し	来期－今期	2026年 1～3月 来々期見込み
全 体		▲ 24.5	▲ 23.0	1.5	▲ 25.1	▲ 2.1	▲ 25.0
規 模 別	5人以下	▲ 14.1	▲ 13.6	0.5	▲ 14.8	▲ 1.2	▲ 14.9
	6人～20人	▲ 34.7	▲ 30.7	4.0	▲ 33.6	▲ 2.9	▲ 34.6
	21人以上	▲ 58.2	▲ 53.9	4.3	▲ 58.7	▲ 4.8	▲ 56.6
業 種 別	製造業	▲ 18.2	▲ 15.3	2.9	▲ 17.9	▲ 2.6	▲ 12.8
	非製造業	▲ 24.9	▲ 23.8	1.1	▲ 25.7	▲ 1.9	▲ 26.0
	建設業	▲ 41.0	▲ 44.3	▲ 3.3	▲ 47.6	▲ 3.3	▲ 47.6
	運輸・通信業	▲ 28.6	▲ 27.3	1.3	▲ 27.3	0.0	▲ 27.3
	卸・小売業	▲ 18.2	▲ 14.8	3.4	▲ 16.8	▲ 2.0	▲ 17.8
	飲食・宿泊業	▲ 26.7	▲ 25.0	1.7	▲ 25.0	0.0	▲ 33.3
	サービス業	▲ 24.8	▲ 25.2	▲ 0.4	▲ 26.2	▲ 1.0	▲ 23.6
	その他非製造業	▲ 17.8	▲ 11.7	6.1	▲ 14.0	▲ 2.3	▲ 15.6

⑤ 生産設備D I

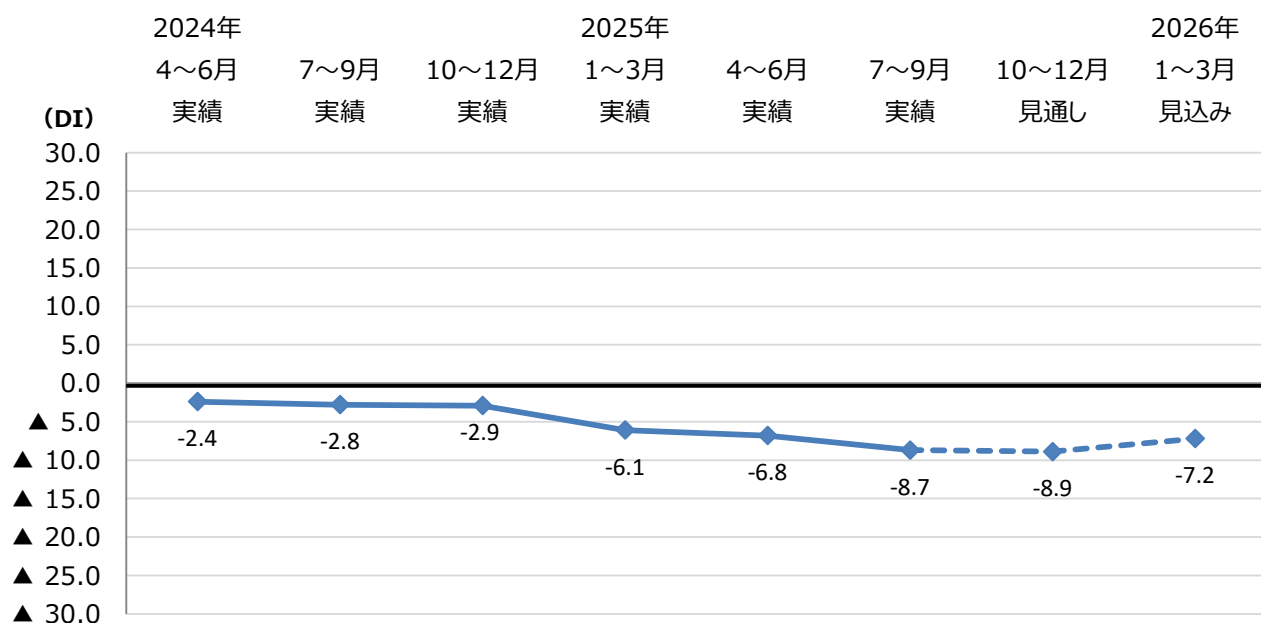
生産設備D I（過剰%－不足%）は前期▲6.8から今期▲8.7へと同様に推移した。

先行きについてみると、来期は▲8.9と今期と同様に推移する見通しである。さらに来々期は▲7.2と来期と同様に推移する見込みである。

従業員規模別にみると、6人～20人（前期▲6.9→今期▲14.0）と不足感が大きく強まった。

業種別にみると、運輸・通信業（前期▲16.7→今期0.0）と不足感が大きく弱まり、サービス業（▲8.8→▲18.5）と不足感が大きく強まった。

【生産設備D I】



		生産設備DI＝過剰%－不足%					
		2025年 4~6月 前期実績	2025年 7~9月 今期実績	今期－前期	2025年 10~12月 来期見通し	来期－今期	2026年 1~3月 来々期見込み
全 体		▲ 6.8	▲ 8.7	▲ 1.9	▲ 8.9	▲ 0.2	▲ 7.2
規 模 別	5人以下	▲ 6.0	▲ 7.1	▲ 1.1	▲ 8.3	▲ 1.2	▲ 5.6
	6人～20人	▲ 6.9	▲ 14.0	▲ 7.1	▲ 11.9	2.1	▲ 11.7
	21人以上	▲ 9.5	▲ 3.6	5.9	▲ 3.6	0.0	▲ 3.6
業 種 別	製造業	0.0	▲ 5.2	▲ 5.2	▲ 5.2	0.0	0.0
	非製造業	▲ 8.6	▲ 9.7	▲ 1.1	▲ 9.9	▲ 0.2	▲ 9.2
	建設業	▲ 12.9	▲ 11.1	1.8	▲ 11.4	▲ 0.3	▲ 11.1
	運輸・通信業	▲ 16.7	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0
	卸・小売業	▲ 11.8	▲ 12.5	▲ 0.7	▲ 16.1	▲ 3.6	▲ 12.9
	飲食・宿泊業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	サービス業	▲ 8.8	▲ 18.5	▲ 9.7	▲ 15.4	3.1	▲ 15.4
	その他非製造業	▲ 2.2	▲ 2.4	▲ 0.2	▲ 2.5	▲ 0.1	▲ 2.6

⑥ 営業用設備D I

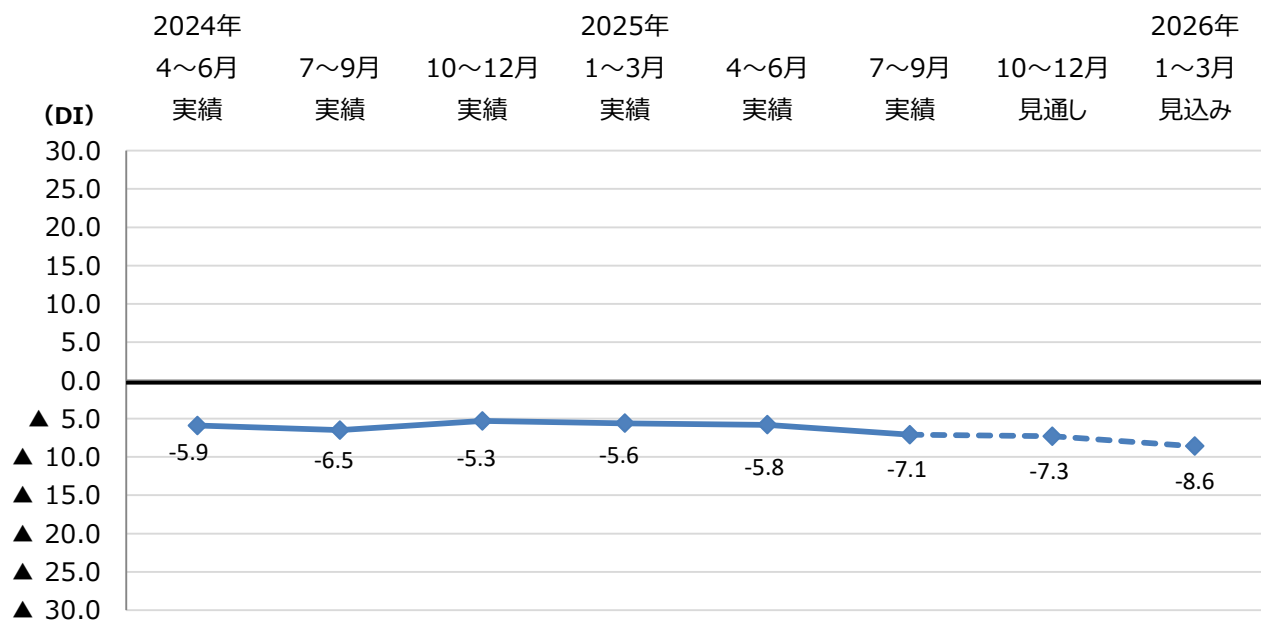
営業用設備D I（過剰%－不足%）は前期▲5.8から今期▲7.1へと前期と同様で推移した。

先行きについてみると、来期は▲7.3と今期と同様で推移する見通しである。さらに来々期は▲8.6と来期と同様で推移する見込みである。

従業員規模別にみると、6人～20人（前期▲3.4→今期▲12.1）と不足感が大きく強まった。

業種別にみると、飲食・宿泊業（前期▲28.6→今期0.0）と不足感が極端に弱まり、サービス業（▲6.0→▲12.1）と不足感が大きく強まった。

【営業用設備D I】



		営業用設備DI＝過剰%－不足%					
		2025年 4~6月 前期実績	2025年 7~9月 今期実績	今期－前期	2025年 10~12月 来期見通し	来期－今期	2026年 1~3月 来々期見込み
全 体		▲ 5.8	▲ 7.1	▲ 1.3	▲ 7.3	▲ 0.2	▲ 8.6
規 模 別	5人以下	▲ 5.7	▲ 6.3	▲ 0.6	▲ 7.2	▲ 0.9	▲ 9.3
	6人～20人	▲ 3.4	▲ 12.1	▲ 8.7	▲ 10.6	1.5	▲ 10.6
	21人以上	▲ 7.3	▲ 1.9	5.4	▲ 1.9	0.0	▲ 1.9
業 種 別	製造業	▲ 3.5	▲ 5.9	▲ 2.4	▲ 5.9	0.0	▲ 5.9
	非製造業	▲ 6.1	▲ 6.9	▲ 0.8	▲ 7.5	▲ 0.6	▲ 8.9
	建設業	▲ 13.2	▲ 11.7	1.5	▲ 11.7	0.0	▲ 11.7
	運輸・通信業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	▲ 5.6
	卸・小売業	0.0	▲ 3.2	▲ 3.2	▲ 4.9	▲ 1.7	▲ 4.9
	飲食・宿泊業	▲ 28.6	0.0	28.6	0.0	0.0	0.0
	サービス業	▲ 6.0	▲ 12.1	▲ 6.1	▲ 13.6	▲ 1.5	▲ 15.3
	その他非製造業	▲ 5.5	▲ 3.8	1.7	▲ 3.8	0.0	▲ 6.4

(3) その他項目のBSI・DI

【その他項目のBSI・DI】

項目	前期から今期の推移と先行きの見通し
①国内需要BSI (拡大%—縮小%)	<p>【今 期】▲18.9 と前期から <u>5.8 ポイント低下</u> (減少幅がやや拡大した)</p> <p>【先行き】来期は▲20.2 と同様に推移し、来々期は▲23.0 とやや低下する見通し</p>
②仕入価格BSI (上昇%—低下%)	<p>【今 期】39.1 と前期から <u>7.6 ポイント低下</u> (上昇傾向が大きく弱まった)</p> <p>【先行き】来期は 38.6、来々期は 38.8 と同様に推移する見通し</p>
③販売価格BSI (上昇%—低下%)	<p>【今 期】13.7 と前期から <u>2.7 ポイント低下</u> (上昇傾向がやや弱まった)</p> <p>【先行き】来期は 15.6、来々期は 14.0 と同様に推移する見通し</p>
④人材採用DI (積極的%—消極的%)	<p>【今 期】▲28.2 と前期から <u>0.6 ポイント増加</u> (同様に推移した)</p> <p>【先行き】来期は▲27.7、来々期は▲28.9 と同様に推移する見通し</p>

BSI	2025年 4～6月 前期実績	2025年 7～9月 今期実績	今期－前期	2025年 10～12月 来期見通し	来期－今期	2026年 1～3月 来々期見込み
①国内需要BSI	▲ 13.1	▲ 18.9	▲ 5.8	▲ 20.2	▲ 1.3	▲ 23.0
②仕入価格BSI	46.7	39.1	▲ 7.6	38.6	▲ 0.5	38.8
③販売価格BSI	16.4	13.7	▲ 2.7	15.6	1.9	14.0
DI	2025年 4～6月 前期実績	2025年 7～9月 今期実績	今期－前期	2025年 10～12月 来期見通し	来期－今期	2026年 1～3月 来々期見込み
④人材採用DI	▲ 28.8	▲ 28.2	0.6	▲ 27.7	0.5	▲ 28.9

① 国内需要BSI

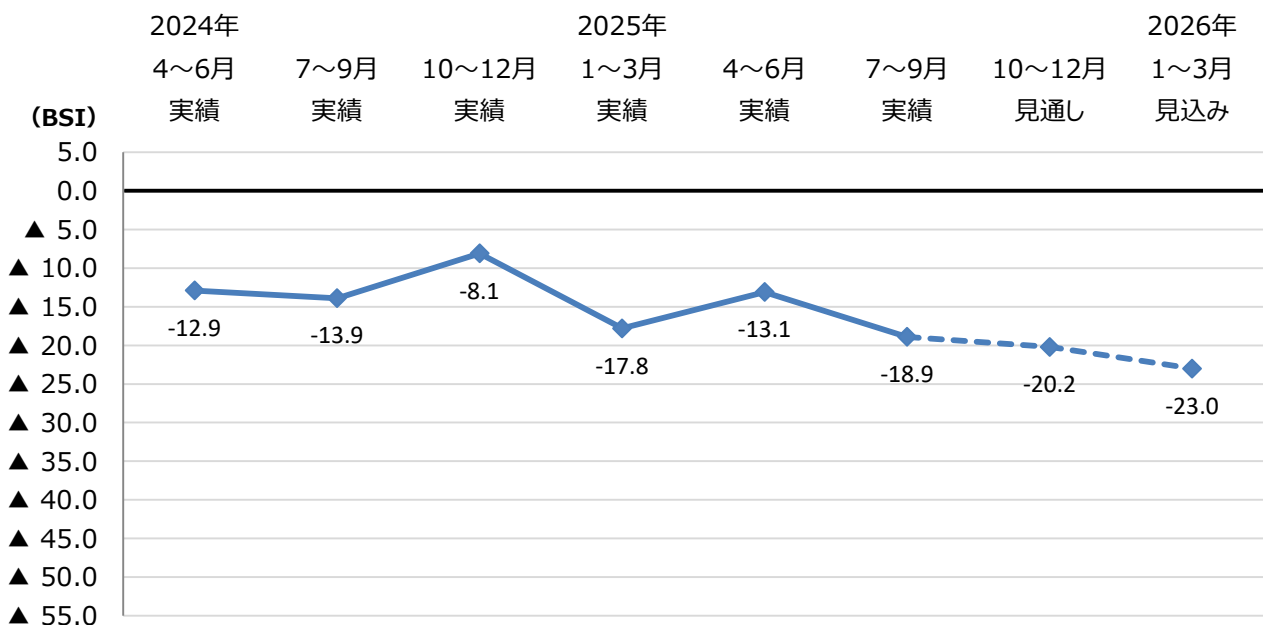
国内需要BSI（拡大%－縮小%）は前期▲13.1から今期▲18.9へと減少幅がやや拡大した。

先行きについてみると、来期は▲20.2と今期同様に推移する見通しである。さらに来々期は▲23.0と減少幅がやや拡大する見込みである。

従業員規模別にみると、21人以上（前期10.4→今期▲15.8）と拡大から縮小に転じた。

業種別にみると、卸・小売業（前期▲37.1→今期▲26.2）と減少幅が大きく縮小した。一方、飲食・宿泊業（▲6.7→▲36.4）と減少幅が極端に拡大した。

【国内需要BSI】



		国内需要BSI=拡大%－縮小%				
		2025年 4~6月 前期実績	2025年 7~9月 今期実績	今期－前期	2025年 10~12月 来期見通し	2026年 1~3月 来々期見込み
全 体		▲ 13.1	▲ 18.9	▲ 5.8	▲ 20.2	▲ 1.3
規 模 別	5人以下	▲ 19.4	▲ 21.2	▲ 1.8	▲ 23.3	▲ 2.1
	6人～20人	▲ 7.3	▲ 13.9	▲ 6.6	▲ 19.8	▲ 5.9
	21人以上	10.4	▲ 15.8	▲ 26.2	▲ 6.7	9.1
業 種 別	製造業	▲ 17.6	▲ 36.8	▲ 19.2	▲ 36.8	0.0
	非製造業	▲ 12.7	▲ 17.8	▲ 5.1	▲ 19.4	▲ 1.6
	建設業	▲ 8.3	▲ 12.5	▲ 4.2	▲ 18.5	▲ 6.0
	運輸・通信業	4.8	0.0	▲ 4.8	▲ 9.1	▲ 9.1
	卸・小売業	▲ 37.1	▲ 26.2	10.9	▲ 29.3	▲ 3.1
	飲食・宿泊業	▲ 6.7	▲ 36.4	▲ 29.7	▲ 36.4	0.0
	サービス業	▲ 10.5	▲ 25.2	▲ 14.7	▲ 19.4	5.8
	その他非製造業	▲ 3.6	▲ 11.1	▲ 7.5	▲ 12.7	▲ 1.6

② 仕入価格BSI

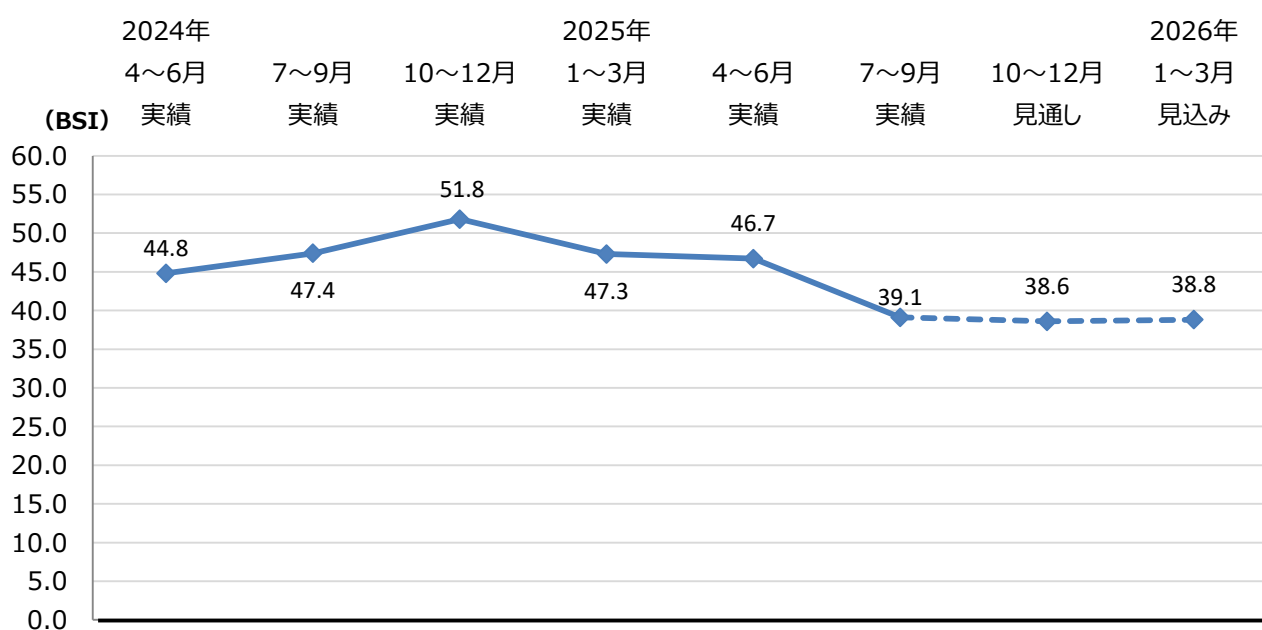
仕入価格BSI（上昇%－低下%）は前期 46.7 から今期 39.1 へと上昇傾向が大きく弱まった。

先行きについてみると、来期は 38.6 と今期同様で推移する見通しである。さらに来々期は 38.8 と来期同様で推移する見込みである。

従業員規模別にみると、6 人～20 人（前期 59.2→今期 43.5）、21 人以上（67.1→53.3）で上昇傾向が大きく弱まった。

業種別にみると、運輸・通信業（前期 42.1→今期 22.8）、製造業（46.9→31.5）、その他非製造業（35.7→21.0）と上昇傾向が大きく弱まった。

【仕入価格BSI】



		仕入価格BSI＝上昇％－低下％					
		2025年 4～6月 前期実績	2025年 7～9月 今期実績	今期－前期	2025年 10～12月 来期見通し	来期－今期	2026年 1～3月 来々期見込み
全 体		46.7	39.1	▲ 7.6	38.6	▲ 0.5	38.8
規 模 別	5 人以下	37.9	34.4	▲ 3.5	33.9	▲ 0.5	35.6
	6 人～20人	59.2	43.5	▲ 15.7	41.4	▲ 2.1	42.9
	21人以上	67.1	53.3	▲ 13.8	54.1	0.8	46.6
業 種 別	製造業	46.9	31.5	▲ 15.4	29.7	▲ 1.8	32.4
	非製造業	47.1	39.7	▲ 7.4	39.3	▲ 0.4	39.5
	建設業	56.4	48.6	▲ 7.8	48.1	▲ 0.5	51.4
	運輸・通信業	42.1	22.8	▲ 19.3	9.1	▲ 13.7	4.6
	卸・小売業	64.7	61.8	▲ 2.9	63.7	1.9	64.3
	飲食・宿泊業	82.4	76.9	▲ 5.5	76.9	0.0	76.9
	サービス業	30.8	29.5	▲ 1.3	25.0	▲ 4.5	23.1
	その他非製造業	35.7	21.0	▲ 14.7	24.4	3.4	24.6

③ 販売価格BSI

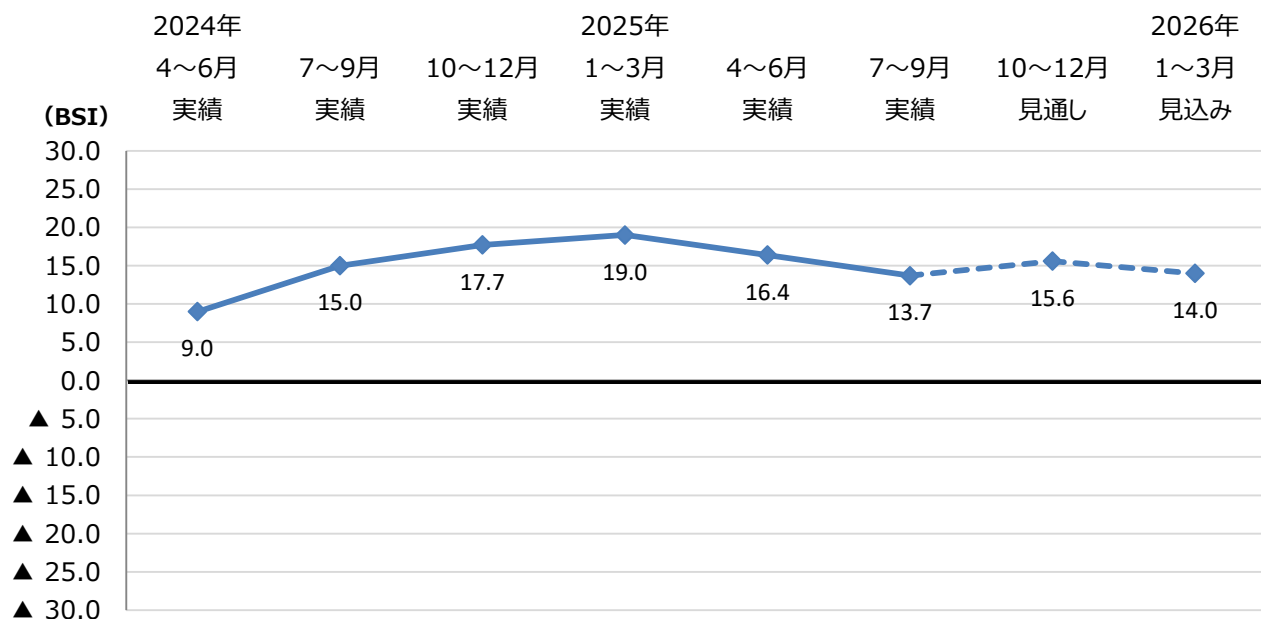
販売価格BSI（上昇％－低下％）は前期 16.4 から今期 13.7 へと上昇傾向がやや弱まった。

先行きについてみると、来期は 15.6 と今期同様で推移する見通しである。さらに来々期は 14.0 と来期と同様で推移する見込みである。

従業員規模別にみると、21 人以上（前期 38.6→今期 21.9）と上昇傾向が大きく弱まった。

業種別にみると、飲食・宿泊業（前期 17.6→今期 0.0）、運輸・通信業（25.0→9.5）と上昇傾向が大きく弱まった。

【販売価格BSI】



		販売価格BSI＝上昇％－低下％				
		2025年 4~6月 前期実績	2025年 7~9月 今期実績	今期－前期	2025年 10~12月 来期見通し	2026年 1~3月 来々期見込み
全 体		16.4	13.7	▲ 2.7	15.6	14.0
規 模 別	5 人以下	11.3	9.3	▲ 2.0	11.4	10.4
	6 人～20人	19.1	23.7	4.6	25.5	28.0
	21人以上	38.6	21.9	▲ 16.7	22.3	12.3
業 種 別	製造業	12.5	5.4	▲ 7.1	11.1	8.4
	非製造業	17.2	14.5	▲ 2.7	16.0	14.4
	建設業	16.9	11.7	▲ 5.2	18.7	14.5
	運輸・通信業	25.0	9.5	▲ 15.5	14.3	4.7
	卸・小売業	37.1	36.3	▲ 0.8	34.3	34.7
	飲食・宿泊業	17.6	0.0	▲ 17.6	0.0	▲ 7.7
	サービス業	10.0	9.8	▲ 0.2	6.9	8.8
	その他非製造業	6.4	4.3	▲ 2.1	7.7	6.0

④ 人材採用D I

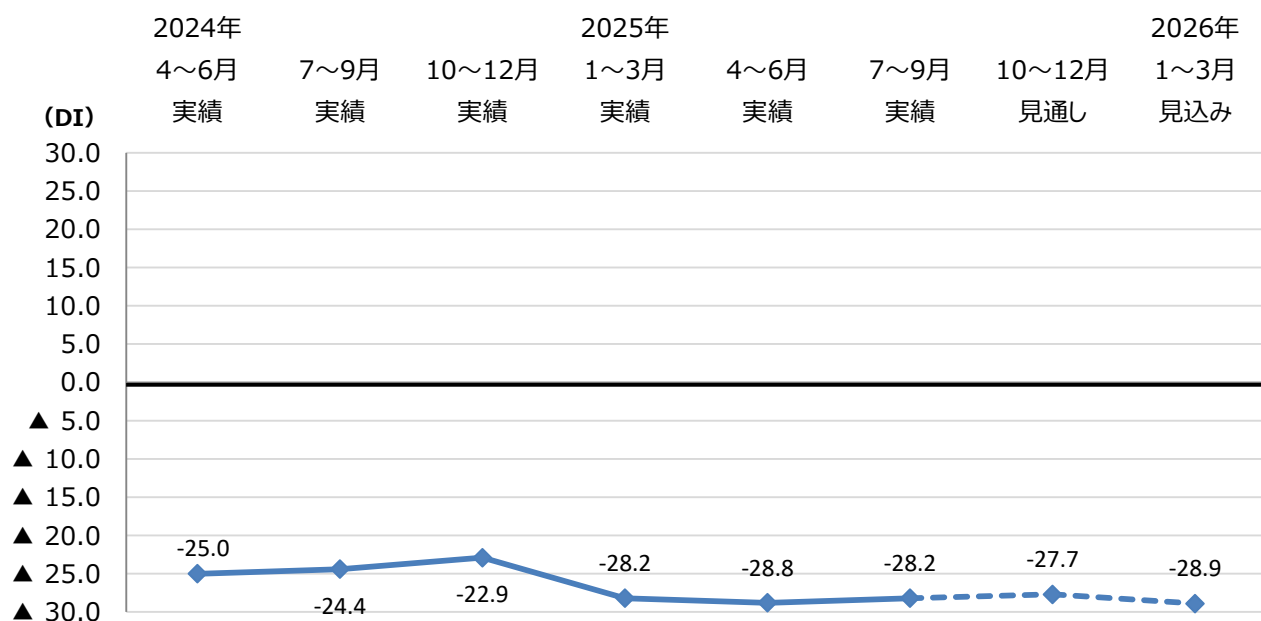
人材採用D I（積極的％－消極的％）は前期▲28.8 から今期▲ 28.2 へと同様に推移した。

先行きについてみると、来期は▲27.7 と今期と同様に推移する見通しである。さらに来々期は▲28.9 と来期と同様に推移する見込みである。

従業員規模別にみると、21人以上（前期55.2→今期50.0）へと積極性がやや弱まった。

業種別にみると、運輸・通信業（前期▲33.4→今期▲9.5）と消極性が極端に弱まった。一方、製造業（▲29.0→▲48.7）、飲食・宿泊業（0.0→▲16.6）と消極性が大きく強まった。

【人材採用D I】



		人材採用DI = 積極的％－消極的％				
		2025年 4~6月 前期実績	2025年 7~9月 今期実績	今期－前期	2025年 10~12月 来期見通し	2026年 1~3月 来々期見込み
全 体		▲ 28.8	▲ 28.2	0.6	▲ 27.7	▲ 28.9
規 模 別	5人以下	▲ 54.4	▲ 50.5	3.9	▲ 51.5	▲ 51.8
	6人～20人	▲ 10.8	▲ 13.1	▲ 2.3	▲ 6.1	▲ 10.2
	21人以上	55.2	50.0	▲ 5.2	49.3	47.3
業 種 別	製造業	▲ 29.0	▲ 48.7	▲ 19.7	▲ 43.3	▲ 43.3
	非製造業	▲ 28.7	▲ 26.7	2.0	▲ 26.8	▲ 28.1
	建設業	▲ 6.0	▲ 4.8	1.2	▲ 2.9	▲ 6.8
	運輸・通信業	▲ 33.4	▲ 9.5	23.9	▲ 9.5	▲ 14.3
	卸・小売業	▲ 51.0	▲ 39.6	11.4	▲ 37.6	▲ 35.6
	飲食・宿泊業	0.0	▲ 16.6	▲ 16.6	▲ 16.6	▲ 8.3
	サービス業	▲ 28.2	▲ 33.9	▲ 5.7	▲ 37.8	▲ 39.2
	その他非製造業	▲ 32.8	▲ 32.5	0.3	▲ 32.6	▲ 35.0

(4) 設備投資に関する現況

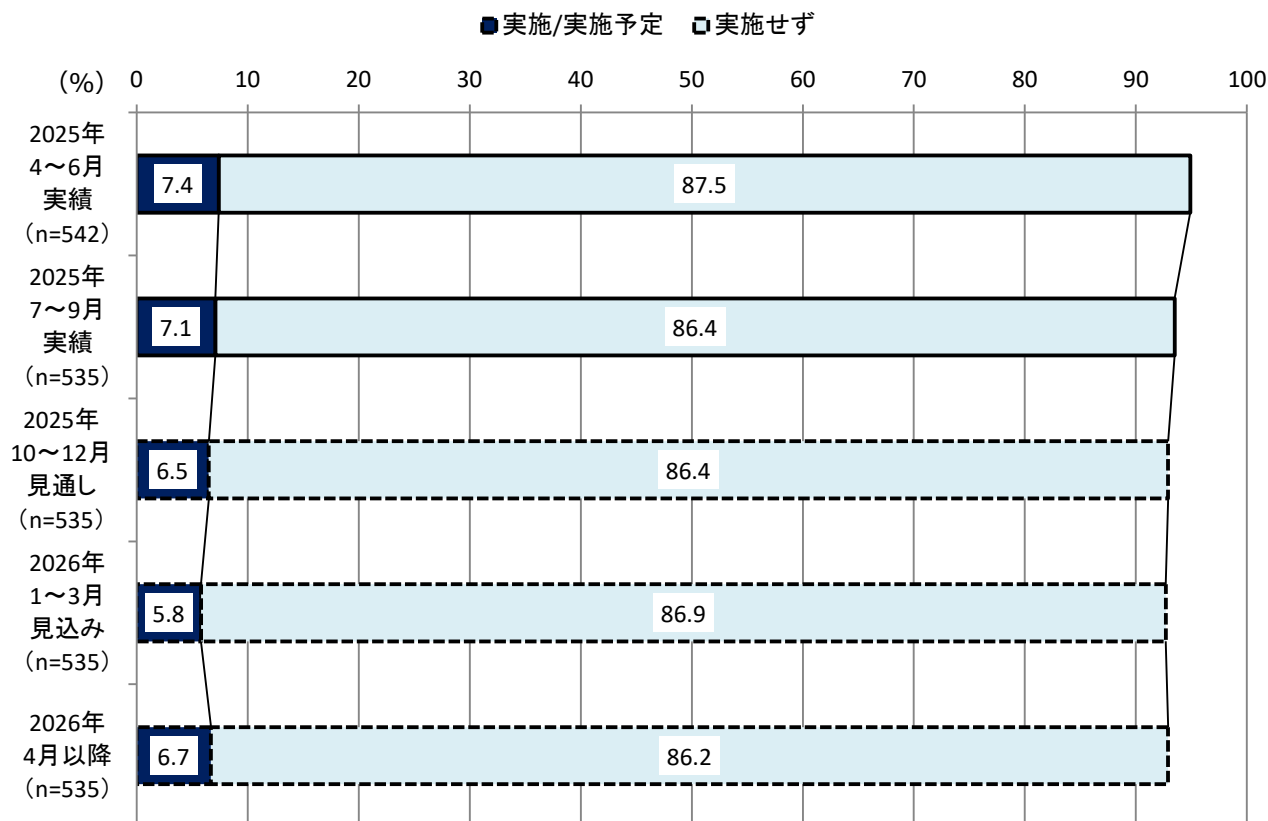
① 設備投資

設備投資を「実施/実施予定」と回答した企業は前期 7.4%から今期 7.1%へと 0.3 ポイント減少した。先行きについてみると、2025 年 10～12 月以降は 5～7%台で推移する見通しである。

規模別にみると、21 人以上で 2025 年 7～9 月の「実施」の割合が 23.7%と全体を大きく上回る値であった。

業種別にみると、飲食・宿泊業で 2025 年 7～9 月の「実施」の割合が 23.1%と全体を大きく上回る値であった。

【設備投資】



(全体：実数、設備投資：%)

	全体	設備投資							
		2025年 7～9月 実績		2025年 10～12月 見通し		2026年 1～3月 見込み		2026年 4月以降 予定	
		実施	実施せず	実施予定	実施せず	実施予定	実施せず	実施予定	実施せず
全 体	535	7.1	86.4	6.5	86.4	5.8	86.9	6.7	86.2
規 模 別	5 人以下	353	4.0	88.1	4.0	87.5	3.1	88.4	2.8
	6 人～20人	101	5.9	91.1	6.9	90.1	5.9	91.1	7.9
	21人以上	76	23.7	73.7	17.1	78.9	17.1	77.6	23.7
	21人以上	76	23.7	73.7	17.1	78.9	17.1	77.6	23.7
業 種 別	製造業	39	15.4	84.6	17.9	82.1	7.7	92.3	10.3
	非製造業	492	6.5	86.6	5.5	87.0	5.3	87.0	6.5
	建設業	109	4.6	88.1	1.8	90.8	0.9	91.7	7.3
	運輸・通信業	22	13.6	86.4	18.2	81.8	18.2	81.8	27.3
	卸・小売業	106	2.8	86.8	1.9	87.7	1.9	86.8	1.9
	飲食・宿泊業	13	23.1	61.5	7.7	76.9	15.4	69.2	7.7
	サービス業	108	6.5	91.7	7.4	89.8	5.6	90.7	4.6
	その他非製造業	134	8.2	83.6	7.5	82.8	8.2	82.8	7.5

※設備投資の有無を明確化させるため、無回答は除いて作表している。

(5) 必要な支援や千葉市に期待すること

現在必要としている支援やサポート、千葉市に期待することについて自由記入方式で聞き、回答を内容別に整理した。

現在必要としている支援やサポートについては、「事業資金支援」「支援制度の充実・手続き簡略化」がいずれも10件と最も多く、次いで「物価高対策、燃料費等支援」が8件となっている。

千葉市に期待することについては、「事業資金支援」が7件と最も多く、次いで「事業資金支援」が5件、「物価高対策、燃料費等支援」が4件となっている。

【必要な支援や千葉市に期待すること】

(単位：件)

	事業資金 支援	支援制度の 充実・ 手続き 簡略化	価格転嫁 対策	雇用支援	物価高 対策、燃料 費等支援	まち づくり、 人口増加、 経済活性化	賃上げ支援	減税	その他
必要な支援やサポート	10	10	2	4	8	1	3	5	18
千葉市に期待すること	7	5	1	1	4	2	1	3	11
合計	17	15	3	5	12	3	4	8	29

【必要な支援やサポートに関する具体的な回答】※主なものを抜粋

回答	業種
事業資金支援	
助成金や補助金等、返済を伴わない資金援助。	建設業
店舗の修繕費や設備投資等の助成金。	サービス業
我々小さな商店会に支援金を出してほしい。	卸・小売業
支援制度の充実・手続き簡略化	
補助金の申請の簡単化。	建設業
奨学金代理返還をしている、他の都市で補助があると聞いている、補助があればたすかる。	建設業
新ビジネスへの積極的な投資援助。	卸・小売業
価格転嫁対策	
建設業法（下請法）を軽く見ており下請け会社の社会保険、労災の上乗せ保険、車両代、道具代、会社の管理費（単価が不明）など含まれていない様に見受けられます。	建設業
請負単価の上昇下請への適正単価。	建設業
雇用支援	
法律や税制面でのサポート。	その他非製造業
コロナ融資を例にとると、期間据置をもっと延ばすか、返済を出来る様に考えてほしい。	建設業
新規事業参入に必要な資金支援及び手続きの簡素化。	卸・小売業
中小企業の採用活動への補助金申請が開始されましたが、厳しい経営状況のなか実施している企業に対しても、多少の補助をしていただければ、大変助かります。	建設業
人材確保に関する支援やサポート。	建設業
国家資格を持っている歯科技士工が日本全国にいるはず。その方達が、職業に従事できるように支援をお願いしたい。	製造業
物価高対策、燃料費等支援	
電気料金等のエネルギー補助金。	サービス業
物価高騰、燃料費増加に対しての支援金。	卸・小売業
物価高に対しての助成金。	卸・小売業
賃上げ支援	
必要な人材確保の為、賃金を上げざるをえない状況ですが、それに伴い、事業者側の負担は増えるばかりです。事業者側の支援もしていただきたいです。	建設業
減税	
事業継承に伴う相続税軽減手続きについて。	その他非製造業
法人税を含めた税金を下げて頂きたいです。	卸・小売業

【千葉市に期待することに関する具体的な回答】※主なものを抜粋

回答	業種
事業資金支援	
既存事業存立及び拡大の為に助成金及び新規事業参入の為に支援金。	卸・小売業
大きな額の資金援助ではなく、少ない額でももらいやすい補助金制度があると弱小企業にはありがたい。	サービス業
下請に助成金を願いたいです。	卸・小売業
支援制度の充実・手続き簡略化	
赤字企業（特に中・小）に対する事業税の免除等の救済。	建設業
クーラー、冷蔵庫の補助金（エコ対策によるCO2削減の為に買い替え）に興味があったのですが、どの部署で取り扱っているの分からなく動けませんでした。補助金がある時はパンフレットで明確にしてほしかったです。	飲食・宿泊業
ビジネスマッチングの強化。	その他非製造業
価格転嫁対策	
技工料金も保険点数に連動するようにしなければ解決しません。	サービス業
物価高対策、燃料費等支援	
エネルギー高騰支援やって下さい。	卸・小売業
燃料費等の支援を2026年もお願いしたい。	運輸・通信業
エネルギー価格等対策支援の充実など。	製造業
まちづくり、人口増加、経済活性化	
市の活性化、企業への助成金の明確化。	飲食・宿泊業
外国人客の誘致、魅力のある地域作り、観光の目玉作り。宿泊税の導入。	飲食・宿泊業
賃上げ支援	
身内の給料払えない。上げられない。	飲食・宿泊業
減税	
税金の引き下げ。（特に国に対して、消費税をなくして欲しい。）	製造業
法人税等の税負担を軽減し、企業や事業主の「体力」を回復させ、勤務意欲を高める政策を希望します。	その他非製造業

3. 付帯調査

(1) 調査目的

本調査では「物価高騰等による影響」「パートナーシップ構築宣言」「事業承継」について付帯調査を行った。

各項目について市内企業が抱える課題などを把握し、効果的な支援策等を検討する際の一助とすることを目的として調査しており、施策の展開の有無を含め、市の施策についての検討の手がかりとする。

(2) 調査結果のまとめ

【調査結果のポイント】

- ・物価高騰等による影響について「その他諸経費の増加」が 59.7%、「原材料費・資材費の増加」が 57.4%であった。また、物価高騰等の価格転嫁状況として、22.4%の企業は「全くできていない」と回答している。
- ・パートナーシップ構築宣言の認知について「知らない」とする企業は 57.5%であった。パートナーシップ構築宣言の必要性として、59.1%の企業は「必要と感じない」と回答している。
- ・経営者の年齢について「70歳代」と「80歳以上」をあわせた『高齢者』は 34.6%であった。一方で後継者候補の有無について「後継者候補を決めている」と「後継者候補はいる」をあわせた『後継者がいる』と回答した企業は 39.4%に留まっている。

【調査結果の概要】

付帯調査設問	調査結果
①物価高騰等による影響	
i) 物価高騰等による影響	「その他諸経費の増加」が 59.7%と最も高く、次いで「原材料費・資材費の増加」が 57.4%、「商品・サービス価格の値上げ」が 33.7%。
ii) 物価高騰等の価格転嫁状況	「全くできていない」が 22.4%と最も高く、次いで「7～9割程度できている」「1～3割程度できている」がともに 17.8%。
iii) 価格転嫁による業績への影響	「受注量・利益ともに変化なし」が 34.4%と最も高く、次いで「受注量・利益ともに低下」が 27.3%、「受注量は変化なく利益は低下」が 11.7%。
iv) 物価高騰等の影響に必要な支援	「助成金の交付」が 42.5%と最も高く、次いで「行政から適正な価格転嫁の要請」が 20.5%、「融資等の資金繰り支援」が 17.1%。なお、「特になし」は 37.0%。

付帯調査設問	調査結果
②パートナーシップ構築宣言	
i) パートナーシップ構築宣言の認知	「知らない」が57.5%と最も高く、次いで「名称は知っている」が35.5%、「内容も含め知っている」が7.0%。
ii) パートナーシップ構築宣言の登録状況	「登録していない」が91.4%と最も高く、次いで「登録していないが、取引先（発注者側）が登録している」が4.1%、「登録を検討している」が2.9%。
iii) 登録した（検討する）理由	「企業イメージの向上や取引先の拡大のため」が72.7%と最も高く、次いで「『宣言』の趣旨を理解し、取引先と公正な取引を行うため」が68.2%、「適正な価格交渉で取引先に納得してもらうため」が36.4%。
iv) 登録しない理由	「『宣言』のメリットがないため」が45.4%と最も高く、次いで「適正な価格交渉や価格転嫁が既にできているため」が19.3%、「登録手続きが面倒なため」が18.1%。
v) パートナーシップ構築宣言の必要性	「必要と感じない」が59.1%と最も高く、次いで「適正な価格交渉を行うために必要」が23.0%、「企業イメージの向上や取引先を拡大するために必要」が14.1%。
vi) パートナーシップ構築宣言を広めるために必要なこと	「わからない」が42.2%と最も高く、次いで「行政機関や商工会議所等支援機関から事業者へ周知、呼びかけ」が25.0%、「特になし」が19.0%。
③事業承継	
i) 経営者の年齢	「50歳代」「60歳代」がともに26.7%と最も高く、次いで「70歳代」が24.4%。
ii) 後継者候補の有無	「承継を検討する段階にない」が29.2%と最も高く、次いで「承継しない」が22.8%、「後継者を決めている」が21.6%。
iii) 承継予定の後継者候補	「親族」が77.1%と最も高く、次いで「役員・従業員」が25.9%、「第三者」が6.8%。
iv) 承継したい後継者候補	「親族」が47.7%と最も高く、次いで「役員・従業員」が45.5%、「第三者」が29.5%。
v) 「千葉県事業承継・引継ぎ支援センター」への相談希望	「ない」が95.3%、「ある」が4.7%。

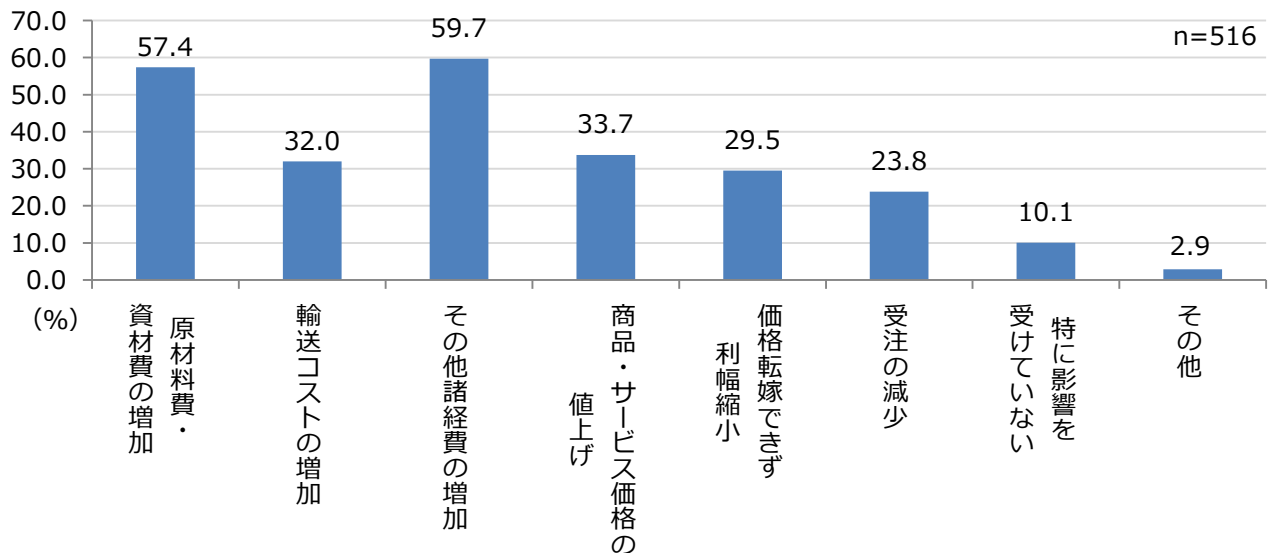
(3) 調査結果

① 物価高騰等による影響

i) 物価高騰等による影響

物価高騰等による影響については、「その他諸経費の増加」が59.7%と最も高く、次いで「原材料費・資材費の増加」が57.4%、「商品・サービス価格の値上げ」が33.7%であった。

【物価高騰等による影響】※複数回答



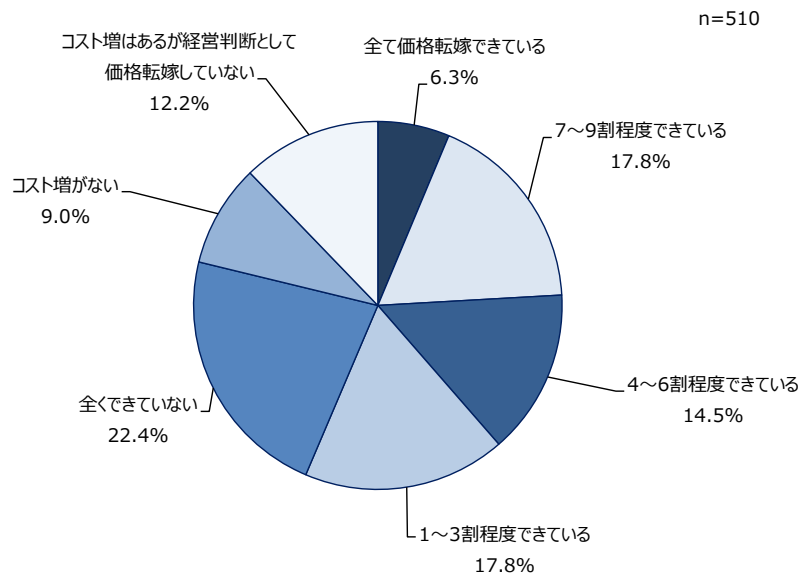
(上段：実数、下段：%)

		全体	物価高騰等による影響							
			原材料費・ 資材費の増加	輸送コストの 増加	その他諸経 費の増加	商品・サービ ス価格の値 上げ	価格転嫁で きず利幅縮 小	受注の減少	特に影響を 受けていない	その他
全 体		516 100.0	296 57.4	165 32.0	308 59.7	174 33.7	152 29.5	123 23.8	52 10.1	15 2.9
規 模 別	5 人以下	336 100.0	161 47.9	83 24.7	178 53.0	102 30.4	95 28.3	83 24.7	44 13.1	11 3.3
	6 人～20人	101 100.0	75 74.3	48 47.5	73 72.3	43 42.6	40 39.6	28 27.7	2 2.0	2 2.0
	21人以上	75 100.0	57 76.0	32 42.7	55 73.3	28 37.3	16 21.3	11 14.7	5 6.7	2 2.7
	製造業	39 100.0	33 84.6	21 53.8	21 53.8	15 38.5	11 28.2	16 41.0	1 2.6	- -
業 種 別	非製造業	474 100.0	262 55.3	143 30.2	285 60.1	159 33.5	141 29.7	106 22.4	51 10.8	15 3.2
	建設業	106 100.0	86 81.1	49 46.2	71 67.0	29 27.4	30 28.3	30 28.3	7 6.6	3 2.8
	運輸・通信業	21 100.0	11 52.4	7 33.3	11 52.4	5 23.8	7 33.3	4 19.0	2 9.5	1 4.8
	卸・小売業	104 100.0	62 59.6	54 51.9	60 57.7	53 51.0	31 29.8	35 33.7	8 7.7	2 1.9
	飲食・宿泊業	12 100.0	9 75.0	2 16.7	7 58.3	6 50.0	6 50.0	2 16.7	- -	- -
	サービス業	106 100.0	44 41.5	19 17.9	62 58.5	37 34.9	33 31.1	27 25.5	8 7.5	6 5.7
	その他非製造業	125 100.0	50 40.0	12 9.6	74 59.2	29 23.2	34 27.2	8 6.4	26 20.8	3 2.4

ii) 物価高騰等の価格転嫁状況

物価高騰等の価格転嫁状況については、「全くできていない」が22.4%と最も高く、次いで「7～9割程度できている」「1～3割程度できている」がともに17.8%であった。

【物価高騰等の価格転嫁状況】



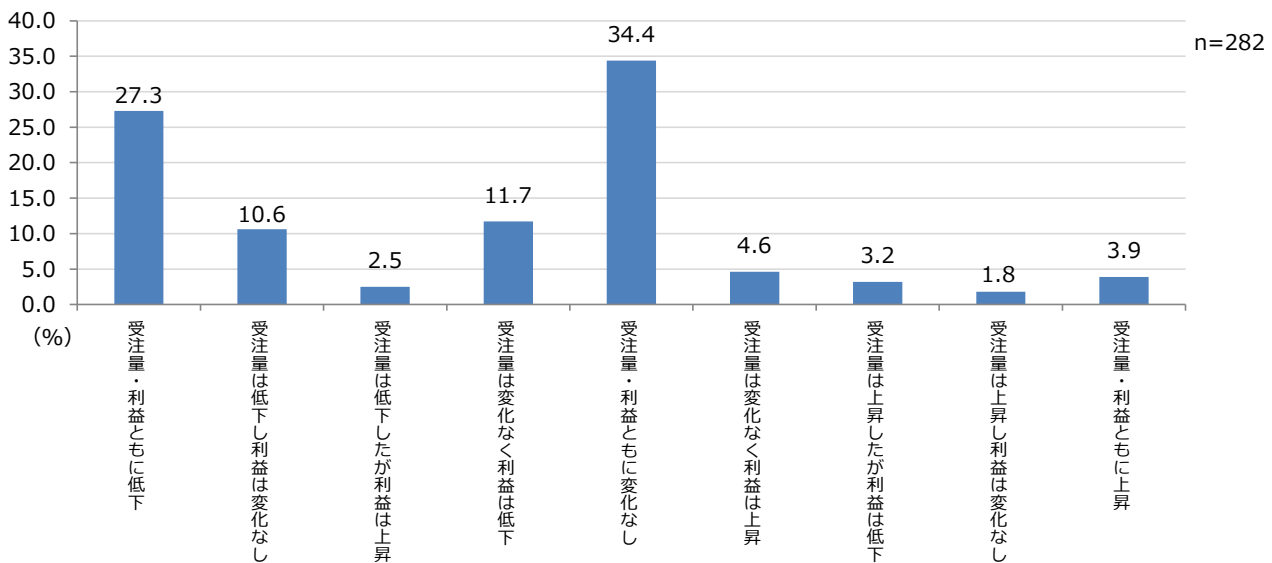
(上段：実数、下段：%)

		全体	物価高騰等の価格転嫁状況						
			全て価格転嫁でき ている	7～9割程度でき ている	4～6割程度でき ている	1～3割程度でき ている	全くできていない	コスト増がない	コスト増はあるが 経営判断として価 格転嫁していない
全 体		510 100.0	32 6.3	91 17.8	74 14.5	91 17.8	114 22.4	46 9.0	62 12.2
規 模 別	5 人以下	333 100.0	14 4.2	40 12.0	43 12.9	58 17.4	84 25.2	39 11.7	55 16.5
	6 人～20人	99 100.0	7 7.1	23 23.2	22 22.2	15 15.2	23 23.2	6 6.1	3 3.0
	21人以上	75 100.0	11 14.7	26 34.7	9 12.0	18 24.0	6 8.0	1 1.3	4 5.3
業 種 別	製造業	37 100.0	3 8.1	12 32.4	9 24.3	4 10.8	5 13.5	1 2.7	3 8.1
	非製造業	470 100.0	29 6.2	77 16.4	65 13.8	86 18.3	109 23.2	45 9.6	59 12.6
		建設業	102 100.0	10 9.8	24 23.5	20 19.6	24 23.5	14 13.7	5 4.9
	運輸・通信業	21 100.0	2 9.5	2 9.5	3 14.3	5 23.8	4 19.0	3 14.3	2 9.5
	卸・小売業	104 100.0	12 11.5	28 26.9	18 17.3	17 16.3	17 16.3	5 4.8	7 6.7
	飲食・宿泊業	12 100.0	- -	- -	3 25.0	3 25.0	4 33.3	- -	2 16.7
	サービス業	107 100.0	4 3.7	13 12.1	14 13.1	18 16.8	25 23.4	14 13.1	19 17.8
	その他非製造業	124 100.0	1 0.8	10 8.1	7 5.6	19 15.3	45 36.3	18 14.5	24 19.4

iii) 価格転嫁による業績への影響

価格転嫁による業績への影響については、「受注量・利益ともに変化なし」が34.4%と最も高く、次いで「受注量・利益ともに低下」が27.3%、「受注量は変化なく利益は低下」が11.7%であった。

【価格転嫁による業績への影響】



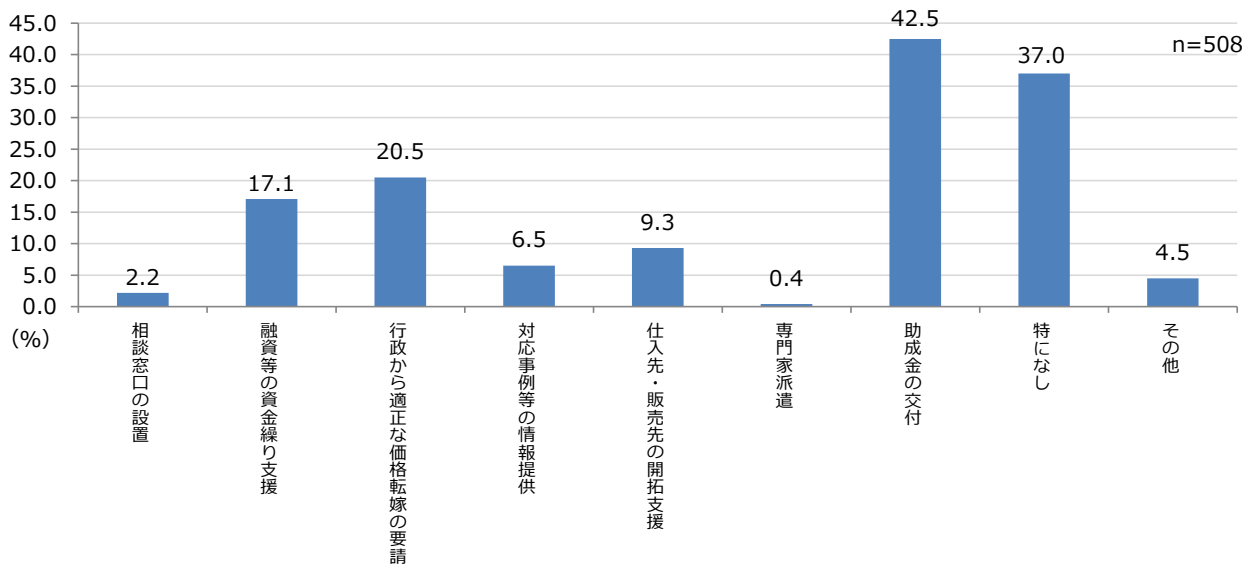
(上段：実数、下段：%)

		全体	価格転嫁による業績への影響								
			受注量・利益ともに低下	受注量は低下し利益は変化なし	受注量は低下したが利益は上昇	受注量は変化なく利益は低下	受注量・利益ともに変化なし	受注量は変化なく利益は上昇	受注量は上昇したが利益は低下	受注量は上昇し利益は変化なし	受注量・利益ともに上昇
全 体		282 100.0	77 27.3	30 10.6	7 2.5	33 11.7	97 34.4	13 4.6	9 3.2	5 1.8	11 3.9
規 模 別	5人以下	151 100.0	47 31.1	16 10.6	3 2.0	14 9.3	51 33.8	9 6.0	3 2.0	4 2.6	4 2.6
	6人～20人	66 100.0	19 28.8	6 9.1	2 3.0	8 12.1	23 34.8	1 1.5	5 7.6	1 1.5	1 1.5
	21人以上	63 100.0	11 17.5	7 11.1	2 3.2	11 17.5	22 34.9	3 4.8	1 1.6	- -	6 9.5
業 種 別	製造業	28 100.0	6 21.4	5 17.9	1 3.6	2 7.1	11 39.3	3 10.7	- -	- -	- -
	非製造業	252 100.0	70 27.8	25 9.9	6 2.4	31 12.3	85 33.7	10 4.0	9 3.6	5 2.0	11 4.4
		建設業	77 100.0	22 28.6	8 10.4	2 2.6	16 20.8	19 24.7	1 1.3	3 3.9	1 1.3
	運輸・通信業	12 100.0	2 16.7	- -	1 8.3	2 16.7	5 41.7	- -	1 8.3	- -	1 8.3
	卸・小売業	74 100.0	33 44.6	10 13.5	- -	8 10.8	19 25.7	1 1.4	1 1.4	1 1.4	1 1.4
	飲食・宿泊業	6 100.0	2 33.3	- -	1 16.7	- -	1 16.7	- -	2 33.3	- -	- -
	サービス業	48 100.0	9 18.8	4 8.3	2 4.2	3 6.3	18 37.5	6 12.5	2 4.2	2 4.2	2 4.2
	その他非製造業	35 100.0	2 5.7	3 8.6	- -	2 5.7	23 65.7	2 5.7	- -	1 2.9	2 5.7

iv) 物価高騰等の影響に必要な支援

物価高騰等の影響に必要な支援については、「助成金の交付」が42.5%と最も高く、次いで「行政から適正な価格転嫁の要請」が20.5%、「融資等の資金繰り支援」が17.1%であった。なお、「特になし」は37.0%であった。

【物価高騰等の影響に必要な支援】※複数回答



(上段：実数、下段：%)

(注：小数点1位未満は四捨五入)

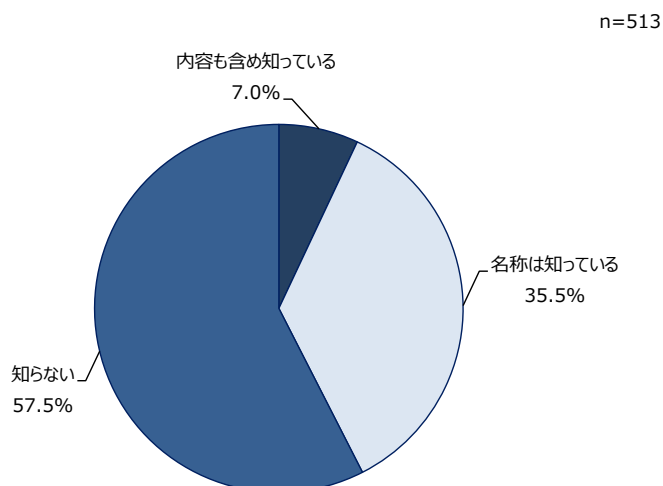
		全体	物価高騰等の影響に必要な支援								
			相談窓口 の設置	融資等の 資金繰り 支援	行政から 適正な価 格転嫁の 要請	対応事例 等の情報 提供	仕入先・ 販売先の 開拓支援	専門家派 遣	助成金の 交付	特になし	その他
全 体		508 100.0	11 2.2	87 17.1	104 20.5	33 6.5	47 9.3	2 0.4	216 42.5	188 37.0	23 4.5
規 模 別	5人以下	332 100.0	5 1.5	48 14.5	48 14.5	23 6.9	23 6.9	1 0.3	120 36.1	149 44.9	18 5.4
	6人～20人	97 100.0	3 3.1	23 23.7	34 35.1	4 4.1	15 15.5	1 1.0	54 55.7	17 17.5	3 3.1
	21人以上	75 100.0	3 4.0	15 20.0	20 26.7	6 8.0	9 12.0	- -	40 53.3	21 28.0	1 1.3
業 種 別	製造業	39 100.0	1 2.6	6 15.4	10 25.6	1 2.6	6 15.4	- -	17 43.6	13 33.3	2 5.1
	非製造業	466 100.0	10 2.1	80 17.2	93 20.0	32 6.9	41 8.8	2 0.4	198 42.5	173 37.1	21 4.5
	建設業	105 100.0	- -	23 21.9	32 30.5	9 8.6	12 11.4	1 1.0	46 43.8	30 28.6	3 2.9
	運輸・通信業	20 100.0	2 10.0	3 15.0	6 30.0	4 20.0	1 5.0	- -	11 55.0	6 30.0	- -
	卸・小売業	102 100.0	2 2.0	15 14.7	16 15.7	6 5.9	11 10.8	- -	44 43.1	41 40.2	5 4.9
	飲食・宿泊業	13 100.0	1 7.7	3 23.1	3 23.1	2 15.4	2 15.4	- -	9 69.2	1 7.7	2 15.4
	サービス業	104 100.0	2 1.9	16 15.4	18 17.3	4 3.8	8 7.7	1 1.0	40 38.5	44 42.3	5 4.8
	その他非製造業	122 100.0	3 2.5	20 16.4	18 14.8	7 5.7	7 5.7	- -	48 39.3	51 41.8	6 4.9

② パートナースhip構築宣言

i) パートナースhip構築宣言の認知

パートナースhip構築宣言の認知については、「知らない」が57.5%と最も高く、次いで「名称は知っている」が35.5%、「内容も含め知っている」が7.0%であった。

【パートナースhip構築宣言の認知】



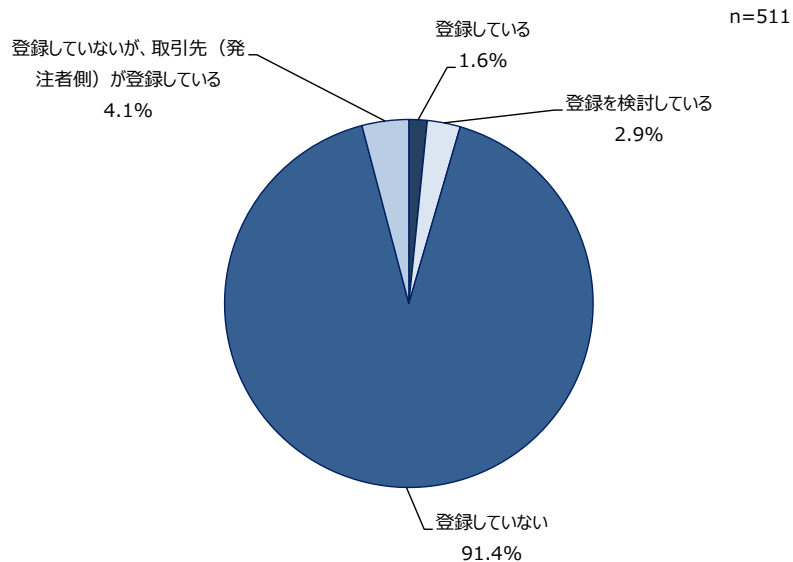
(上段：実数、下段：%)

		全体	パートナースhip構築宣言の認知		
			内容も含め知っている	名称は知っている	知らない
全 体		513 100.0	36 7.0	182 35.5	295 57.5
規 模 別	5 人以下	334 100.0	9 2.7	109 32.6	216 64.7
	6 人～20人	101 100.0	10 9.9	42 41.6	49 48.5
	21人以上	74 100.0	17 23.0	30 40.5	27 36.5
業 種 別	製造業	38 100.0	6 15.8	17 44.7	15 39.5
	非製造業	472 100.0	30 6.4	163 34.5	279 59.1
	建設業	105 100.0	10 9.5	39 37.1	56 53.3
	運輸・通信業	22 100.0	5 22.7	8 36.4	9 40.9
	卸・小売業	103 100.0	6 5.8	36 35.0	61 59.2
	飲食・宿泊業	11 100.0	- -	3 27.3	8 72.7
	サービス業	107 100.0	5 4.7	38 35.5	64 59.8
	その他非製造業	124 100.0	4 3.2	39 31.5	81 65.3

ii) パートナースhip構築宣言の登録状況

パートナースhip構築宣言の登録状況については、「登録していない」が91.4%と最も高く、次いで「登録していないが、取引先（発注者側）が登録している」が4.1%、「登録を検討している」が2.9%であった。なお、「登録している」は1.6%であった。

【パートナースhip構築宣言の登録状況】



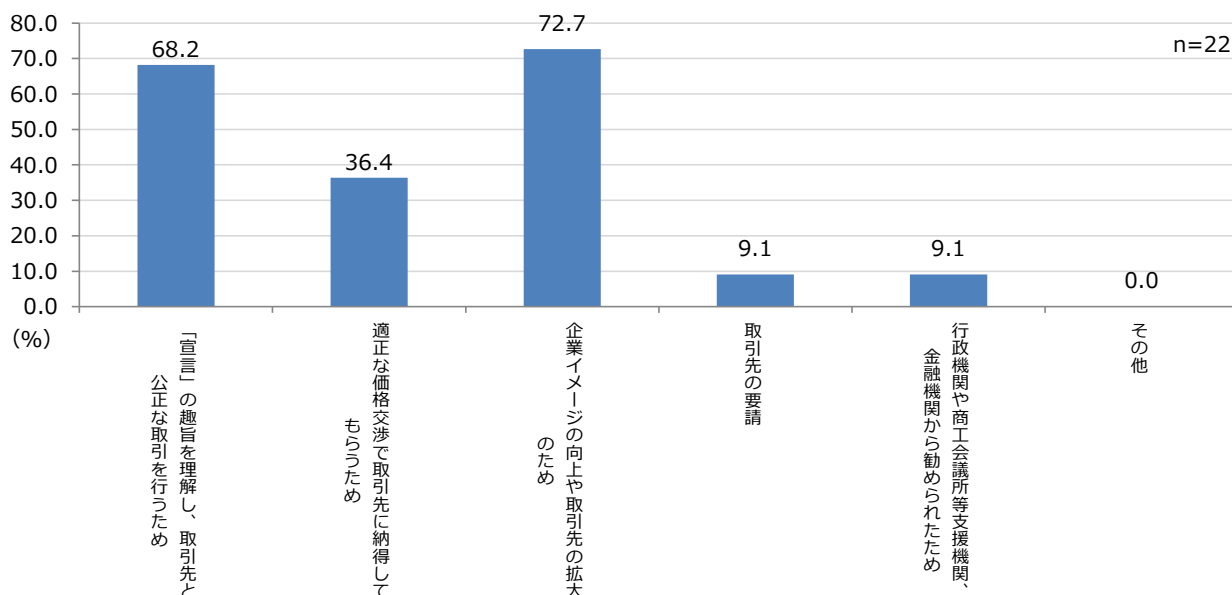
(上段：実数、下段：%)

		全体	パートナースhip構築宣言の登録状況			
			登録している	登録を検討している	登録していない	登録していないが、取引先（発注者側）が登録している
全 体		511 100.0	8 1.6	15 2.9	467 91.4	21 4.1
規 模 別	5 人以下	332 100.0	2 0.6	5 1.5	319 96.1	6 1.8
	6 人～20人	101 100.0	4 4.0	5 5.0	85 84.2	7 6.9
	21人以上	74 100.0	2 2.7	5 6.8	59 79.7	8 10.8
業 種 別	製造業	38 100.0	3 7.9	1 2.6	32 84.2	2 5.3
	非製造業	470 100.0	5 1.1	14 3.0	432 91.9	19 4.0
	建設業	105 100.0	3 2.9	5 4.8	90 85.7	7 6.7
	運輸・通信業	22 100.0	- -	1 4.5	20 90.9	1 4.5
	卸・小売業	102 100.0	1 1.0	2 2.0	95 93.1	4 3.9
	飲食・宿泊業	11 100.0	- -	- -	11 100.0	- -
	サービス業	107 100.0	1 0.9	3 2.8	97 90.7	6 5.6
	その他非製造業	123 100.0	- -	3 2.4	119 96.7	1 0.8

iii) 登録した（検討する）理由

登録した（検討する）理由については、「企業イメージの向上や取引先の拡大のため」が72.7%と最も高く、次いで『宣言』の趣旨を理解し、取引先と公正な取引を行うため」が68.2%、「適正な価格交渉で取引先に納得してもらうため」が36.4%であった。

【登録した（検討する）理由】※複数回答



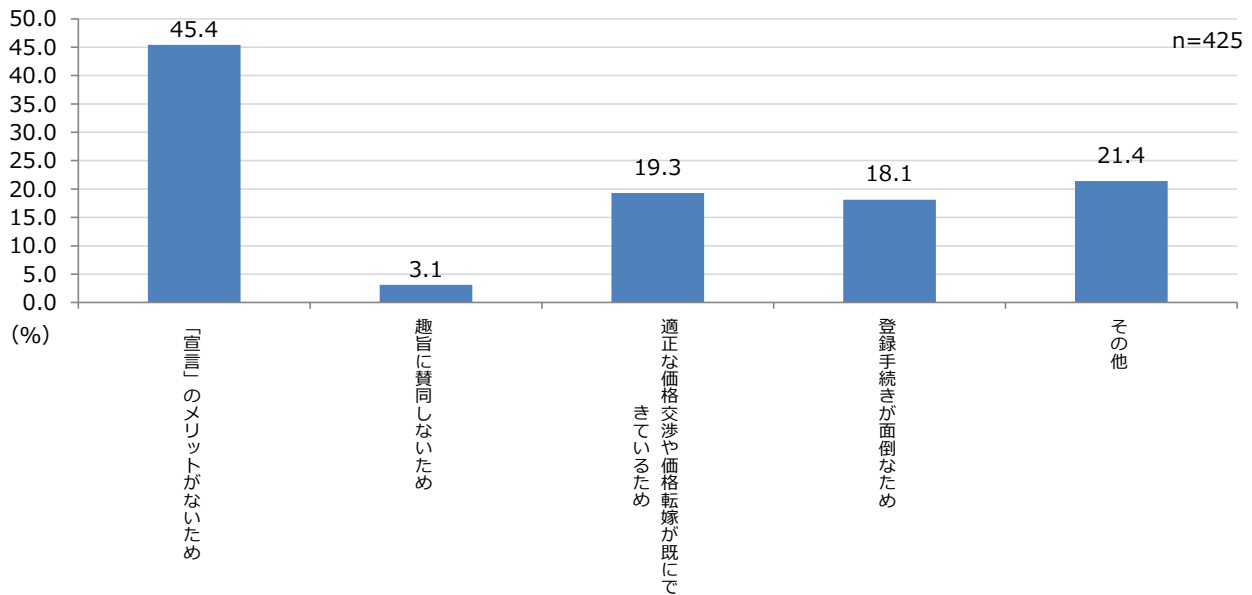
(上段：実数、下段：%)

		全体	登録した（検討する）理由					
			「宣言」の趣旨を理解し、取引先と公正な取引を行うため	適正な価格交渉で取引先に納得してもらうため	企業イメージの向上や取引先の拡大のため	取引先の要請	行政機関や商工会議所等支援機関、金融機関から勧められたため	その他
全 体		22 100.0	15 68.2	8 36.4	16 72.7	2 9.1	2 9.1	- -
規 模 別	5 人以下	6 100.0	3 50.0	2 33.3	4 66.7	- -	- -	- -
	6 人～20人	9 100.0	6 66.7	2 22.2	7 77.8	2 22.2	1 11.1	- -
	21人以上	7 100.0	6 85.7	4 57.1	5 71.4	- -	1 14.3	- -
業 種 別	製造業	4 100.0	2 50.0	1 25.0	2 50.0	- -	- -	- -
	非製造業	18 100.0	13 72.2	7 38.9	14 77.8	2 11.1	2 11.1	- -
	建設業	8 100.0	5 62.5	3 37.5	7 87.5	1 12.5	2 25.0	- -
	運輸・通信業	1 100.0	1 100.0	- -	1 100.0	- -	- -	- -
	卸・小売業	2 100.0	2 100.0	2 100.0	2 100.0	- -	- -	- -
	飲食・宿泊業	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
	サービス業	4 100.0	4 100.0	2 50.0	2 50.0	1 25.0	- -	- -
	その他非製造業	3 100.0	1 33.3	- -	2 66.7	- -	- -	- -

iv) 登録しない理由

登録しない理由については、『宣言』のメリットがないため」が 45.4%と最も高く、次いで「適正な価格交渉や価格転嫁が既にできているため」が 19.3%、「登録手続きが面倒なため」が 18.1%であった。

【登録しない理由】※複数回答



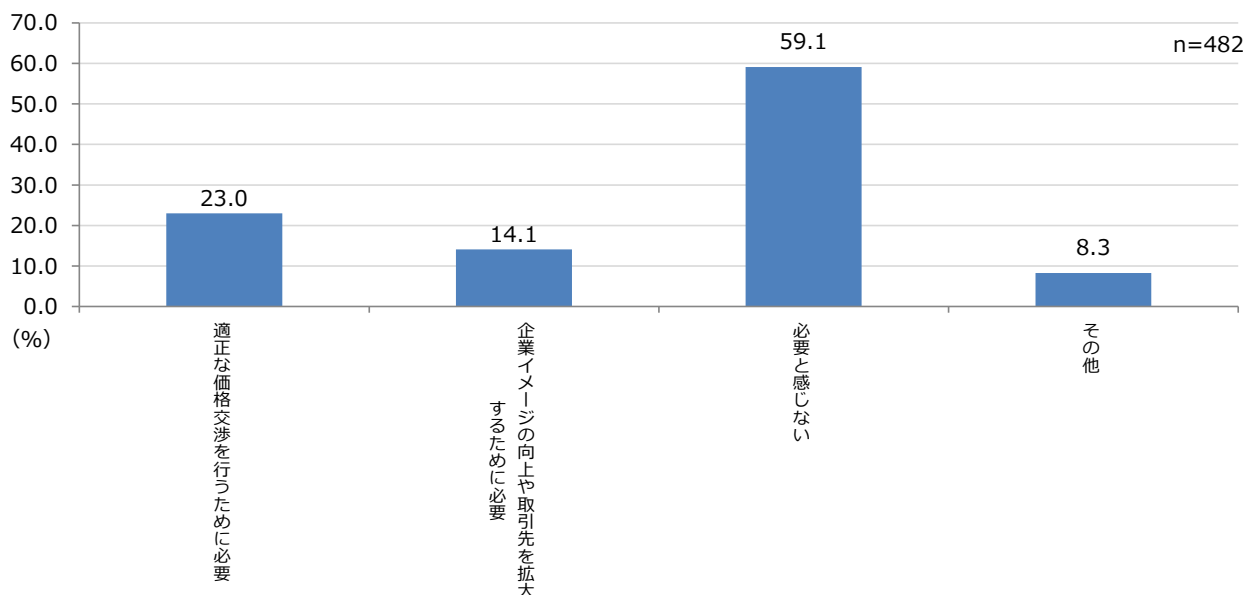
(上段：実数、下段：%)

		全体	登録しない理由				
			「宣言」の メリットがな いため	趣旨に賛 同しないた め	適正な価 格交渉や 価格転嫁 が既にでき ているため	登録手続 きが面倒 なため	その他
全 体		425 100.0	193 45.4	13 3.1	82 19.3	77 18.1	91 21.4
規 模 別	5 人以下	286 100.0	133 46.5	8 2.8	50 17.5	48 16.8	65 22.7
	6 人～20人	79 100.0	37 46.8	4 5.1	11 13.9	17 21.5	16 20.3
	21人以上	57 100.0	22 38.6	1 1.8	20 35.1	12 21.1	9 15.8
業 種 別	製造業	29 100.0	16 55.2	1 3.4	5 17.2	7 24.1	3 10.3
	非製造業	393 100.0	177 45.0	12 3.1	76 19.3	69 17.6	87 22.1
	建設業	85 100.0	37 43.5	3 3.5	13 15.3	18 21.2	20 23.5
	運輸・通信業	17 100.0	7 41.2	- -	5 29.4	4 23.5	2 11.8
	卸・小売業	90 100.0	39 43.3	2 2.2	24 26.7	16 17.8	13 14.4
	飲食・宿泊業	10 100.0	6 60.0	- -	1 10.0	3 30.0	3 30.0
	サービス業	86 100.0	38 44.2	6 7.0	15 17.4	17 19.8	19 22.1
	その他非製造業	105 100.0	50 47.6	1 1.0	18 17.1	11 10.5	30 28.6

ⅴ) パートナースhip構築宣言の必要性

パートナースhip構築宣言の必要性については、「必要と感じない」が59.1%と最も高く、次いで「適正な価格交渉を行うために必要」が23.0%、「企業イメージの向上や取引先を拡大するために必要」が14.1%であった。

【パートナースhip構築宣言の必要性】※複数回答



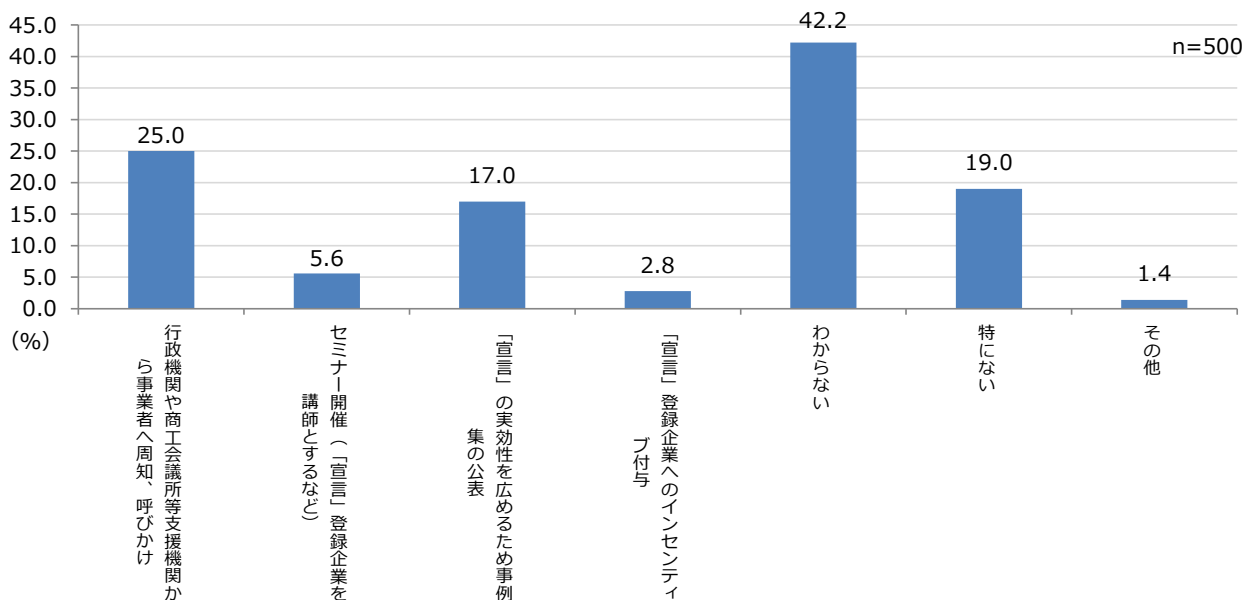
(上段：実数、下段：%)

		全体	パートナースhip構築宣言の必要性			
			適正な価格交渉を行うために必要	企業イメージの向上や取引先を拡大するために必要	必要と感じない	その他
全 体		482 100.0	111 23.0	68 14.1	285 59.1	40 8.3
規 模 別	5 人以下	314 100.0	65 20.7	24 7.6	201 64.0	29 9.2
	6 人～20人	97 100.0	27 27.8	22 22.7	50 51.5	8 8.2
	21人以上	68 100.0	18 26.5	22 32.4	32 47.1	3 4.4
業 種 別	製造業	37 100.0	8 21.6	9 24.3	21 56.8	3 8.1
	非製造業	442 100.0	102 23.1	59 13.3	262 59.3	37 8.4
	建設業	102 100.0	27 26.5	17 16.7	53 52.0	11 10.8
	運輸・通信業	21 100.0	4 19.0	6 28.6	10 47.6	2 9.5
	卸・小売業	93 100.0	21 22.6	9 9.7	59 63.4	8 8.6
	飲食・宿泊業	8 100.0	1 12.5	- -	7 87.5	- -
	サービス業	102 100.0	24 23.5	16 15.7	62 60.8	6 5.9
	その他非製造業	116 100.0	25 21.6	11 9.5	71 61.2	10 8.6

vi) パートナースシップ構築宣言を広めるために必要なこと

パートナーシップ構築宣言を広めるために必要なことについては、「わからない」が42.2%と最も高く、次いで「行政機関や商工会議所等支援機関から事業者へ周知、呼びかけ」が25.0%、「『宣言』の実効性を広めるため事例集の公表」が17.0%であった。なお、「特にない」が19.0%であった。

【パートナーシップ構築宣言を広めるために必要なこと】※複数回答



(上段：実数、下段：%)

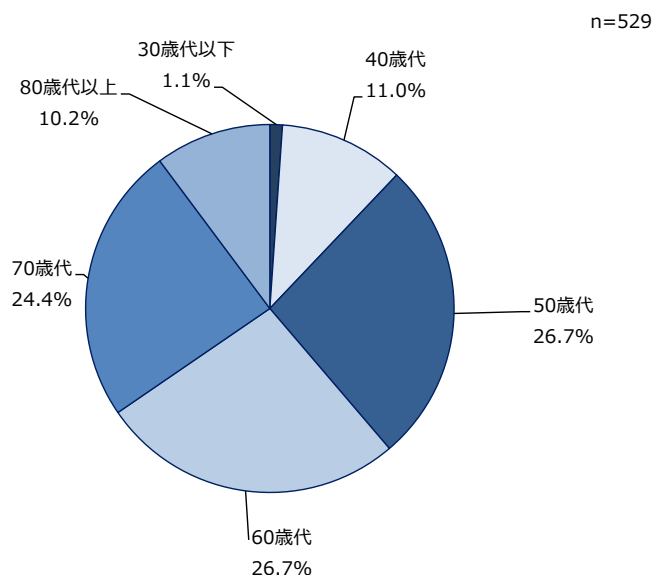
		全体	パートナーシップ構築宣言を広めるために必要なこと						
			行政機関 や商工会 議所等支 援機関か ら事業者 へ周知、 呼びかけ	セミナー開 催（「宣 言」登録 企業を講 師とするな ど）	「宣言」の 実効性を 広めるため 事例集の 公表	「宣言」登 録企業へ のインセン ティブ付与	わからない	特にない	その他
全 体		500 100.0	125 25.0	28 5.6	85 17.0	14 2.8	211 42.2	95 19.0	7 1.4
規 模 別	5 人以下	327 100.0	63 19.3	12 3.7	48 14.7	6 1.8	150 45.9	71 21.7	5 1.5
	6 人～20人	97 100.0	34 35.1	8 8.2	19 19.6	3 3.1	40 41.2	12 12.4	2 2.1
	21人以上	72 100.0	27 37.5	8 11.1	18 25.0	5 6.9	20 27.8	10 13.9	- -
業 種 別	製造業	38 100.0	7 18.4	3 7.9	4 10.5	1 2.6	16 42.1	11 28.9	2 5.3
	非製造業	461 100.0	118 25.6	25 5.4	81 17.6	13 2.8	194 42.1	84 18.2	5 1.1
	建設業	106 100.0	36 34.0	4 3.8	16 15.1	5 4.7	47 44.3	11 10.4	- -
	運輸・通信業	22 100.0	4 18.2	1 4.5	8 36.4	- -	9 40.9	4 18.2	- -
	卸・小売業	100 100.0	19 19.0	3 3.0	15 15.0	- -	43 43.0	25 25.0	1 1.0
	飲食・宿泊業	10 100.0	3 30.0	- -	3 30.0	- -	6 60.0	- -	- -
	サービス業	100 100.0	34 34.0	10 10.0	21 21.0	3 3.0	32 32.0	20 20.0	3 3.0
	その他非製造業	123 100.0	22 17.9	7 5.7	18 14.6	5 4.1	57 46.3	24 19.5	1 0.8

③ 事業承継

i) 経営者の年齢

経営者の年齢については、「50 歳代」「60 歳代」がともに 26.7%と最も高く、次いで「70 歳代」が 24.4%であった。

【経営者の年齢】



(上段：実数、下段：%)

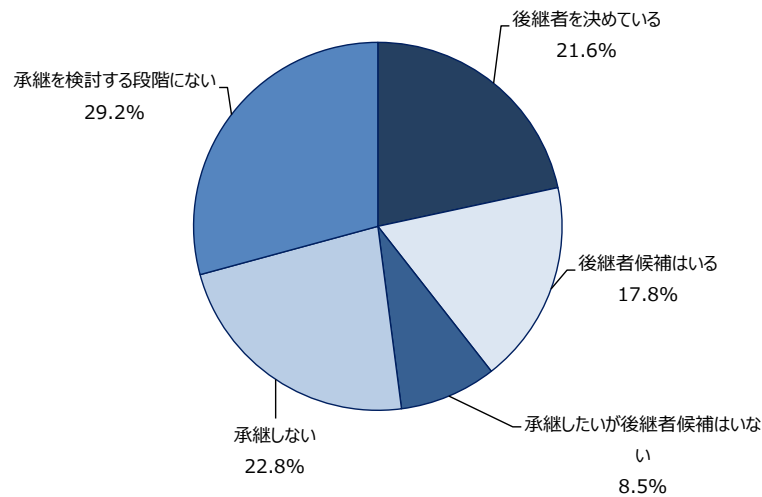
		全体	経営者の年齢					
			30歳代以下	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上
全 体		529	6	58	141	141	129	54
		100.0	1.1	11.0	26.7	26.7	24.4	10.2
規 模 別	5 人以下	351	1	27	88	93	97	45
		100.0	0.3	7.7	25.1	26.5	27.6	12.8
	6 人～20人	101	3	18	31	24	21	4
		100.0	3.0	17.8	30.7	23.8	20.8	4.0
	21人以上	74	2	12	21	23	11	5
		100.0	2.7	16.2	28.4	31.1	14.9	6.8
業 種 別	製造業	39	1	5	9	10	14	-
		100.0	2.6	12.8	23.1	25.6	35.9	-
	非製造業	486	5	53	132	129	115	52
		100.0	1.0	10.9	27.2	26.5	23.7	10.7
	建設業	108	2	11	33	28	27	7
		100.0	1.9	10.2	30.6	25.9	25.0	6.5
	運輸・通信業	22	1	3	8	5	4	1
		100.0	4.5	13.6	36.4	22.7	18.2	4.5
	卸・小売業	105	-	8	31	28	23	15
		100.0	-	7.6	29.5	26.7	21.9	14.3
	飲食・宿泊業	12	-	1	4	2	2	3
		100.0	-	8.3	33.3	16.7	16.7	25.0
	サービス業	108	1	12	28	28	26	13
		100.0	0.9	11.1	25.9	25.9	24.1	12.0
	その他非製造業	131	1	18	28	38	33	13
		100.0	0.8	13.7	21.4	29.0	25.2	9.9

ii) 後継者候補の有無

後継者候補の有無については、「承継を検討する段階にない」が29.2%と最も高く、次いで「承継しない」が22.8%、「後継者を決めている」が21.6%であった。

【後継者候補の有無】

n=527



(上段：実数、下段：%)

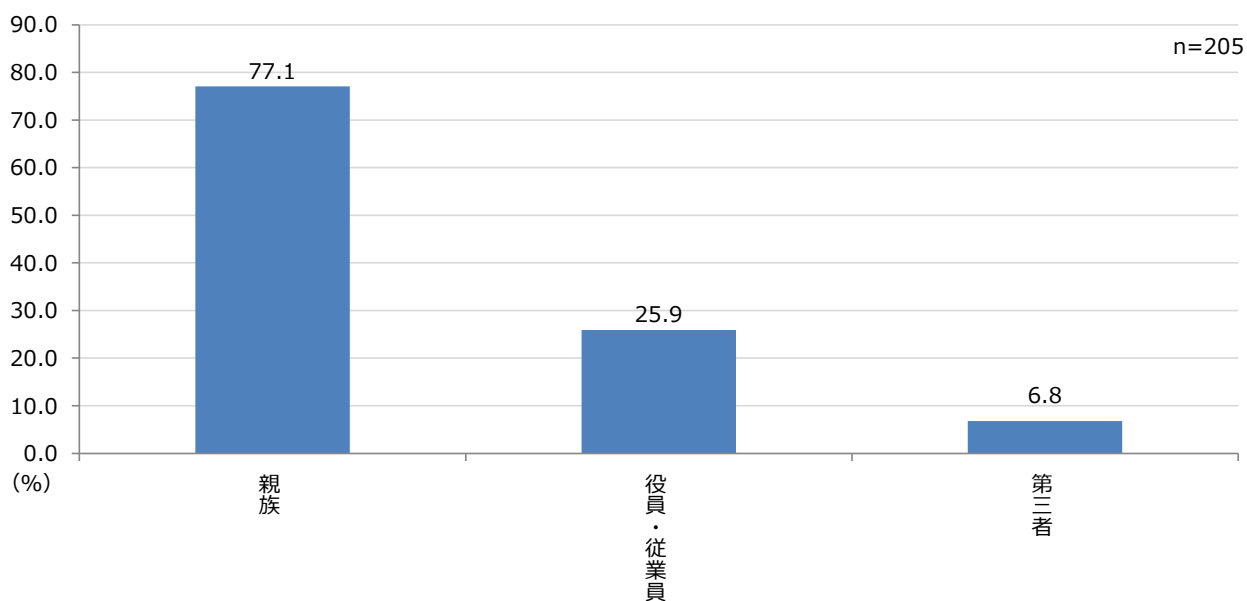
（注：小数は四捨五入）

		全体	後継者候補の有無				
			後継者を決 めている	後継者候補 はいる	承継したいが 後継者候補 はいない	承継しない	承継を検討 する段階に ない
全 体		527 100.0	114 21.6	94 17.8	45 8.5	120 22.8	154 29.2
規 模 別	5 人以下	349 100.0	75 21.5	54 15.5	29 8.3	107 30.7	84 24.1
	6 人～20人	100 100.0	28 28.0	21 21.0	9 9.0	12 12.0	30 30.0
	21人以上	73 100.0	10 13.7	18 24.7	7 9.6	- -	38 52.1
業 種 別	製造業	39 100.0	8 20.5	5 12.8	5 12.8	8 20.5	13 33.3
	非製造業	484 100.0	103 21.3	88 18.2	40 8.3	112 23.1	141 29.1
	建設業	106 100.0	22 20.8	18 17.0	14 13.2	25 23.6	27 25.5
	運輸・通信業	22 100.0	3 13.6	6 27.3	- -	4 18.2	9 40.9
	卸・小売業	104 100.0	16 15.4	19 18.3	10 9.6	25 24.0	34 32.7
	飲食・宿泊業	11 100.0	2 18.2	2 18.2	- -	4 36.4	3 27.3
	サービス業	108 100.0	18 16.7	19 17.6	7 6.5	37 34.3	27 25.0
	その他非製造業	133 100.0	42 31.6	24 18.0	9 6.8	17 12.8	41 30.8

iii) 承継予定の後継者候補

承継予定の後継者候補については、「親族」が77.1%と最も高く、次いで「役員・従業員」が25.9%、「第三者」が6.8%であった。

【承継予定の後継者候補】※複数回答



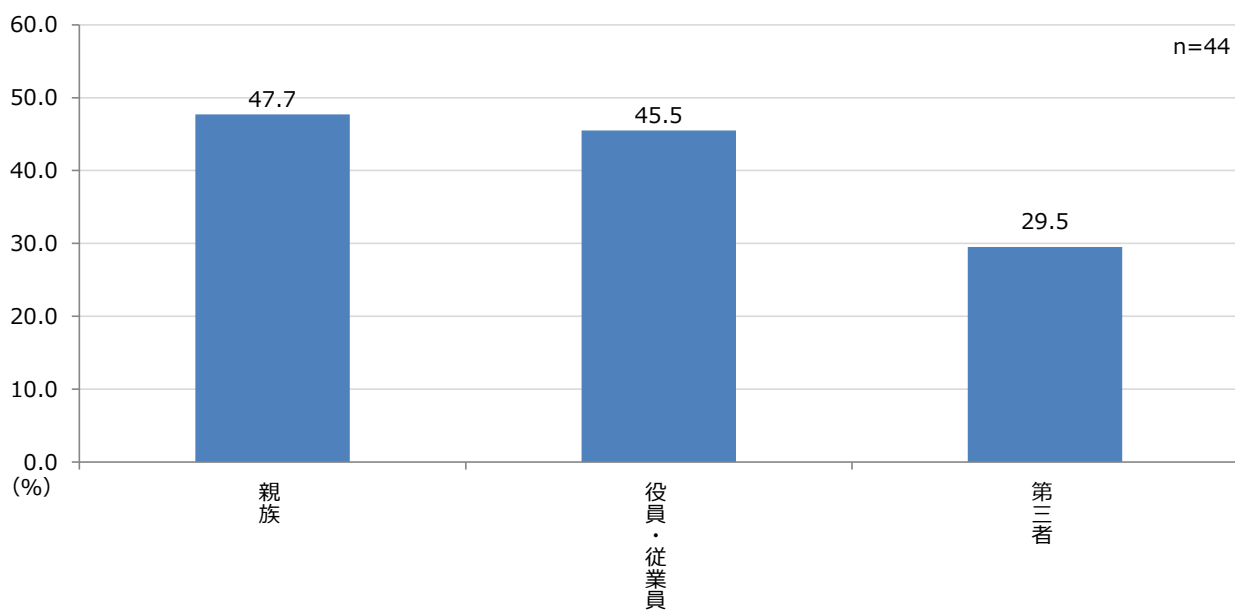
(上段：実数、下段：%)

		全体	承継予定の後継者候補		
			親族	役員・従業員	第三者
全 体		205 100.0	158 77.1	53 25.9	14 6.8
規 模 別	5 人以下	127 100.0	109 85.8	21 16.5	6 4.7
		49 100.0	38 77.6	19 38.8	2 4.1
	21人以上	27 100.0	10 37.0	12 44.4	6 22.2
業 種 別	製造業	13 100.0	9 69.2	5 38.5	1 7.7
		189 100.0	147 77.8	47 24.9	12 6.3
	建設業	39 100.0	30 76.9	11 28.2	2 5.1
		運輸・通信業	9 100.0	4 44.4	5 55.6
	卸・小売業	35 100.0	25 71.4	10 28.6	2 5.7
	飲食・宿泊業	4 100.0	4 100.0	- -	- -
	サービス業	37 100.0	25 67.6	13 35.1	4 10.8
		その他非製造業	65 100.0	59 90.8	8 12.3

iv) 承継したい後継者候補

承継したい後継者候補については、「親族」が47.7%と最も高く、次いで「役員・従業員」が45.5%、「第三者」が29.5%であった。

【承継したい後継者候補】※複数回答



(上段：実数、下段：%)

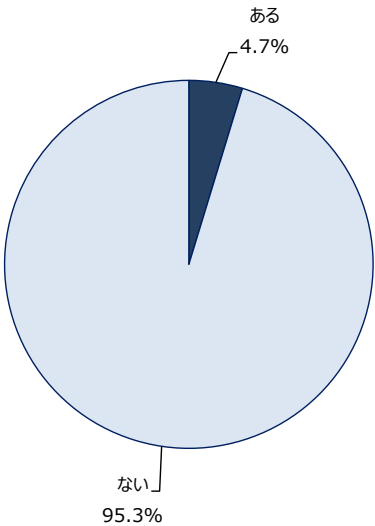
		全体	承継したい後継者候補		
			親族	役員・従業員	第三者
全 体		44 100.0	21 47.7	20 45.5	13 29.5
規 模 別	5 人以下	28 100.0	13 46.4	10 35.7	8 28.6
	6 人～20人	9 100.0	5 55.6	5 55.6	5 55.6
	21人以上	7 100.0	3 42.9	5 71.4	- -
業 種 別	製造業	5 100.0	2 40.0	2 40.0	2 40.0
	非製造業	39 100.0	19 48.7	18 46.2	11 28.2
	建設業	14 100.0	5 35.7	9 64.3	5 35.7
	運輸・通信業	- -	- -	- -	- -
	卸・小売業	10 100.0	6 60.0	4 40.0	1 10.0
	飲食・宿泊業	- -	- -	- -	- -
	サービス業	7 100.0	2 28.6	4 57.1	2 28.6
	その他非製造業	8 100.0	6 75.0	1 12.5	3 37.5

v)「千葉県事業承継・引継ぎ支援センター」への相談希望

「千葉県事業承継・引継ぎ支援センター」への相談希望については、「ない」が95.3%、「ある」が4.7%であった。

【「千葉県事業承継・引継ぎ支援センター」への相談希望】

n=515



(上段：実数、下段：%)

		全体	「千葉県事業承継・引継ぎ支援センター」への相談希望	
			ある	ない
全 体		515 100.0	24 4.7	491 95.3
規 模 別	5 人以下	343 100.0	15 4.4	328 95.6
	6 人～20人	97 100.0	6 6.2	91 93.8
	21人以上	71 100.0	3 4.2	68 95.8
業 種 別	製造業	39 100.0	2 5.1	37 94.9
	非製造業	472 100.0	21 4.4	451 95.6
	建設業	103 100.0	7 6.8	96 93.2
	運輸・通信業	22 100.0	- -	22 100.0
	卸・小売業	102 100.0	2 2.0	100 98.0
	飲食・宿泊業	12 100.0	2 16.7	10 83.3
	サービス業	103 100.0	5 4.9	98 95.1
	その他非製造業	130 100.0	5 3.8	125 96.2

●資料編

(1) 調査票

管理番号

千葉市企業動向調査（2025 年度 第 3 回（第 17 回））調査票

インターネットでご回答の場合は、下記いずれかの方法でアクセスの上、ご回答ください。

- ① 右記 QR コードからアクセス
 - ② Web ブラウザで「千葉市企業動向調査」と検索し、千葉市ホームページにあるリンクをクリックする
 - ③ URL (https://apply.e-tumo.jp/city-chiba-u/offer/offerList_detail?tempSeq=50956) を直接入力
- ※ほぼ全てのブラウザに対応していますが、Google Chrome でのアクセスを推奨しています。



ご記入者	企業・事業所名：				
	部課名：			役職：	
	ご芳名：			電話番号：	
	メールアドレス：				
業種 (最も近いもの 1つに○を つけてください。)	1. 製造業 2. 建設業 3. 電気・ガス・熱供給・水道業 4. 情報通信業 5. 運輸業、郵便業 6. 卸売業、小売業 7. 金融業、保険業 8. 不動産業、物品賃貸業 9. 学術研究、専門・技術サービス業 10. 宿泊業、飲食サービス業 11. 生活関連サービス業、娯楽業 12. 教育、学習支援業 13. 医療、福祉 14. サービス業（他に分類されないもの） 15. 農業、林業、漁業				
従業者数（パート・臨時を含む。該当の番号に○をつけてください。）	※貴事業所が本社・本店の場合は全事業所を通じての人数をご回答ください。 1. 1 人 2. 2～5 人 3. 6～10 人 4. 11～20 人 5. 21～30 人 6. 31～50 人 7. 51～100 人 8. 101～200 人 9. 201～300 人 10. 301 人以上				

最近の経営状況について

問1 貴事業所の「業況」について、①各期の一期前と比較（「2025 年 7 月～9 月の場合、「2025 年 4 月～6 月」と比較します）した上で、各項目の 1～3 のうち該当するものを 1 つ選び、番号に○をつけてください。また、その理由を右側の選択肢一覧から選び、番号を「②判断理由」に左詰めでご記入ください（最大 3 つまで回答可）。

	①貴事業所の業況（前期比） （1～3 のいずれか 1 つに○）			②判断理由 （右から選択し記入）		
2025 年 7 月～9 月実績	1 良い	2 普通	3 悪い			
2025 年 10 月～12 月見通し	1 良い	2 普通	3 悪い			
2026 年 1 月～3 月見込み	1 良い	2 普通	3 悪い			

【②判断理由 選択肢一覧】

- 1 国内需要（売上）の動向
- 2 海外需要（売上）の動向
- 3 販売価格の動向
- 4 仕入価格の動向
- 5 仕入れ以外のコストの動向
- 6 資金繰り・資金調達の動向
- 7 株式・不動産等の資産価格動向
- 8 為替レートの動向
- 9 税制・会計制度等の動向
- 10 雇用の動向
- 11 その他（ ）

問2 貴事業所の「売上」、「経常損益」について、各期の一期前と比較した上で、各項目の 1～3 のうち該当するものを 1 つ選び、番号に○をつけてください。

	売上（前期比）			経常損益（前期比）		
2025 年 7 月～9 月実績	1 増加	2 不変	3 減少	1 好転	2 不変	3 悪化
2025 年 10 月～12 月見通し	1 増加	2 不変	3 減少	1 好転	2 不変	3 悪化
2026 年 1 月～3 月見込み	1 増加	2 不変	3 減少	1 好転	2 不変	3 悪化

問3 貴事業所の「国内需要」、「資金繰り」について、各期の一期前と比較した上で、各項目の 1～3 のうち該当するものを 1 つ選び、番号に○をつけてください。

	国内需要（前期比）			資金繰り（前期比）		
2025 年 7 月～9 月実績	1 拡大	2 不変	3 縮小	1 好転	2 不変	3 悪化
2025 年 10 月～12 月見通し	1 拡大	2 不変	3 縮小	1 好転	2 不変	3 悪化
2026 年 1 月～3 月見込み	1 拡大	2 不変	3 縮小	1 好転	2 不変	3 悪化

問4 貴事業所の「仕入価格」、「販売価格」について、各期の前期前と比較した上で、各項目の1～3のうち該当するものを **1つ** 選び、番号に○をつけてください。

	仕入価格（前期比）			販売価格（前期比）		
2025年7月～9月実績	1 上昇	2 不変	3 低下	1 上昇	2 不変	3 低下
2025年10月～12月見通し	1 上昇	2 不変	3 低下	1 上昇	2 不変	3 低下
2026年1月～3月見込み	1 上昇	2 不変	3 低下	1 上昇	2 不変	3 低下

問5 貴事業所の「人材過不足」、「人材採用」について、前年度の同期と比較した上で、各項目の1～3のうち該当するものを **1つ** 選び、番号に○をつけてください。

	人材過不足（前年同期比）			人材採用（前年同期比）		
2025年7月～9月実績	1 過剰	2 適正	3 不足	1 積極的	2 普通	3 消極的
2025年10月～12月見通し	1 過剰	2 適正	3 不足	1 積極的	2 普通	3 消極的
2026年1月～3月見込み	1 過剰	2 適正	3 不足	1 積極的	2 普通	3 消極的

問6 貴事業所の「生産設備（製造業のみ）」、「営業用設備」について、前年度の同期と比較した上で、各項目の1～3のうち該当するものを **1つ** 選び、番号に○をつけてください。

	生産設備（前年同期比）			営業用設備（前年同期比）		
2025年7月～9月実績	1 過剰	2 適正	3 不足	1 過剰	2 適正	3 不足
2025年10月～12月見通し	1 過剰	2 適正	3 不足	1 過剰	2 適正	3 不足
2026年1月～3月見込み	1 過剰	2 適正	3 不足	1 過剰	2 適正	3 不足

問7 貴事業所の「設備投資の有無」及び「設備投資額」をご記入ください（土地投資を含みます）。

	設備投資			設備投資額 （左記で「2 実施、実施予定」の方のみ）
2025年7月～9月実績	1 実施せず	2 実施	→	万円
2025年10月～12月見通し	1 実施せず	2 実施予定	→	万円
2026年1月～3月見込み	1 実施せず	2 実施予定	→	万円
2026年4月以降見込み （「2 実施予定」の方は予定時期も記入）	1 実施せず	2 実施予定 （ 年 月頃）	→	万円

物価高騰等による影響について

問8 物価高騰等により、どのような影響がありますか。該当する番号 すべてに ○をつけてください。

1 原材料費・資材費の増加	2 輸送コストの増加	3 その他諸経費の増加
4 商品・サービス価格の値上げ	5 価格転嫁できず利幅縮小	6 受注の減少
7 特に影響を受けていない	8 その他（	）

問9 主な商品等において、物価高騰等に伴うコスト増を、価格に転嫁できていますか。該当する番号 **1つ** に○をつけてください。

1 全て価格転嫁できている	2 7～9割程度できている	3 4～6割程度できている	4 1～3割程度できている
5 全くできていない	6 コスト増がない	7 コスト増はあるが経営判断として価格転嫁していない	

問10 問9で1～4を回答した方にお聞きします。転嫁したことによる業績への影響はありますか。該当する番号 **1つ** に○をつけてください。

1 受注量・利益ともに低下	2 受注量は低下し利益は変化なし	3 受注量は低下したが利益は上昇
4 受注量は変化なく利益は低下	5 受注量・利益ともに変化なし	6 受注量は変化なく利益は上昇
7 受注量は上昇したが利益は低下	8 受注量は上昇し利益は変化なし	9 受注量・利益ともに上昇

問 11 物価高騰等の影響に対する必要な支援は何ですか。該当する番号 最大 3 つまで ○をつけてください。

- | | | |
|--------------|----------------|------------------|
| 1 相談窓口の設置 | 2 融資等の資金繰り支援 | 3 行政から適正な価格転嫁の要請 |
| 4 対応事例等の情報提供 | 5 仕入先・販売先の開拓支援 | 6 専門家派遣 |
| 7 助成金の交付 | 8 特になし | 9 その他 () |

パートナーシップ構築宣言について

国は、適切な価格転嫁を進めるため、事業者がサプライチェーン全体の付加価値向上、取引先との共存共栄の関係構築を目指し、「発注者」側の立場から代表者の名前で下記の（１）、（２）を宣言する「パートナーシップ構築宣言」の取組みを進めています。

- （１）サプライチェーン全体の共存共栄と新たな連携
（２）下請企業との望ましい取引慣行（「振興基準」）の遵守

問 12 「パートナーシップ構築宣言（以下「宣言」）」について知っていますか。該当する番号 1 つに ○をつけてください。

- | | | |
|--------------|------------|--------|
| 1 内容も含め知っている | 2 名称は知っている | 3 知らない |
|--------------|------------|--------|

問 13 「宣言」に登録していますか。該当する番号 1 つに ○をつけてください。

- | | |
|-----------|-----------------------------|
| 1 登録している | 2 登録を検討している |
| 3 登録していない | 4 登録していないが、取引先（発注者側）が登録している |

※ 1 または 2 と回答した方は問 14、3 と回答した方は問 15、4 と回答した方は問 16 にお進みください。

問 14 問 13 で 1 または 2 を回答した発注側企業の方にお聞きします。「宣言」に登録した（を検討する）理由は何ですか。該当する番号 すべてに ○をつけてください。

- | | |
|---------------------------------|-------------------------|
| 1 「宣言」の趣旨を理解し、取引先と公正な取引を行うため | 2 適正な価格交渉で取引先に納得してもらうため |
| 3 企業イメージの向上や取引先の拡大のため | 4 取引先の要請 |
| 5 行政機関や商工会議所等支援機関、金融機関から勧められたため | |
| 6 その他 () | |

問 15 問 13 で 3 を回答した発注側企業の方にお聞きします。「宣言」に登録しない理由は何ですか。該当する番号 すべてに ○をつけてください。

- | | |
|--------------------------|---------------|
| 1 「宣言」のメリットがないため | 2 趣旨に賛同しないため |
| 3 適正な価格交渉や価格転嫁が既にできているため | 4 登録手続きが面倒なため |
| 5 その他 () | |

問 16 すべての方にお聞きします。「宣言」の必要性をどのように感じていますか。該当する番号 すべてに ○をつけてください。

- | | | |
|-------------------|---------------------------|-----------|
| 1 適正な価格交渉を行うために必要 | 2 企業イメージの向上や取引先を拡大するために必要 | 3 必要と感じない |
| 4 その他 () | | |

問 17 「宣言」を広めるために必要なことは何ですか。該当する番号 すべてに ○をつけてください。

- | | |
|--------------------------------|--|
| 1 行政機関や商工会議所等支援機関から事業者へ周知、呼びかけ | |
| 2 セミナー開催（「宣言」登録企業を講師とするなど） | |
| 3 「宣言」の実効性を広めるため事例集の公表 | |
| 4 「宣言」登録企業へのインセンティブ付与（具体的に：) | |
| 5 わからない | |
| 6 特になし | |
| 7 その他 () | |

※「パートナーシップ構築宣言」について、詳しくは同封のチラシをご覧ください。

事業承継について

問 18 貴社経営者の年齢はおいくつですか。該当する番号 1つに○ をつけてください。

1 30 歳代以下	2 40 歳代	3 50 歳代	4 60 歳代	5 70 歳代	6 80 歳代以上
-----------	---------	---------	---------	---------	-----------

問 19 経営権等の承継を想定している後継者候補はいますか。該当する番号 1つに○ をつけてください。

1 後継者を決めている (後継者候補も承諾している)	2 後継者候補はいる (後継者候補は承諾していない)	3 承継したいが後継者候補はいない
4 承継しない(廃業する)	5 承継を検討する段階にない	

※ 1または2 と回答した方は問 20、3 と回答した方は問 21、4または5 と回答した方は問 22 にお進みください。

問 20 問 19 で 1または2 と回答した方(後継者候補がいる方)にお聞きます。後継者候補はどなたですか。
該当する番号 すべてに○ をつけてください。

1 親族	2 役員・従業員	3 第三者
------	----------	-------

問 21 問 19 で 3 と回答した方(後継者候補がいない方)にお聞きます。どなたに事業承継をしたいですか。
該当する番号 すべてに○ をつけてください。

1 親族	2 役員・従業員	3 第三者
------	----------	-------

問 22 すべての方にお聞きます。国が運営する「千葉県事業承継・引継ぎ支援センター」では、親族内承継、役員・従業員承継、第三者承継(M & A)など、事業承継全般に関する無料相談(補助金もご案内できます)を行っていますが、同センターへの相談希望はありますか。該当する番号 1つに○ をつけてください。

1 ある	2 ない
------	------

※「千葉県事業承継・引継ぎ支援センター」について、詳しくは同封のチラシをご覧ください。

※1とご回答された方につきましては、「千葉県事業承継・引継ぎ支援センター」に情報提供をさせていただきます。

情報提供内容:「ご記入者」・「業種」・「従業員数」欄の情報及び事業承継に関する設問(問 18～問 22)の回答

その他

問 23 現在必要としている支援やサポート、並びに千葉市に期待することについて、具体的にご記入ください。

【必要な支援やサポート】

【千葉市に期待すること】

以上でアンケートは終了です。お忙しいところご協力いただきありがとうございました。

アンケート用紙は同封の返信用封筒で **2025 年 11 月 25 日(火)まで**にご返送ください。

※インターネットでご回答いただいた場合、ご返送は不要です。

(2) 同封チラシ

千葉県事業承継・引継ぎ支援センターのご案内

事業承継・引継ぎ支援センターは、

事業承継に悩むすべての中小企業を
全力でサポートします!



あらゆる事業承継について、お気軽にご相談ください。

ご相談の具体例

親族への承継

後継者はいるけど、
承継方法がわからない。



事業承継計画策定の支援!

作成した承継計画を通じ承継までの
ロードマップを見える化!

第三者への引継ぎ

後継者がいない。
どうしよう?



後継者探しのお手伝い!

M&Aマッチングのサポート!

後継者人材バンクの活用!

事業承継に関する様々な課題

何から準備したらよいかわからない。

会社同士の合併や他社の買収について教えて欲しい。

従業員に引き継ぐ場合の手続きを教えて欲しい。

会社を譲渡したいがどうしたらよいのか。



専門家による的確なアドバイス!

相談
無料

国が設置した公的機関だから安心!

セカンドオピニオンとしてのご利用も可能ですので、お気軽にお問い合わせください!

当センター関係者は、全員守秘義務を負っておりますので、安心してご相談いただけます。

お問い合わせ先

千葉県事業承継・引継ぎ支援センター TEL 043-305-5272 FAX 043-305-5273

千葉県千葉市中央区中央2-5-1 千葉中央ツインビル2号館12階 [開所時間 平日9:00~17:00]

【相談窓口】経済産業省関東経済産業局 委託事業
千葉県 (受託機関: 千葉商工会議所)



事業承継・引継ぎ支援センター

千葉県事業承継・引継ぎ支援センターHP

<https://chiba-jigyohikitsugi.go.jp>



事業承継・引継ぎ支援相談申込書

相談までの流れ

FAX・ホームページ
にて相談を予約



センターからのご連絡
(日程調整)



相談の実施
(オンラインも可)



FAXでのご予約はこちら

下記の相談申込書に記載の上、ご送付ください。

FAX

043-305-5273

千葉県事業承継・引継ぎ支援センター宛

お申込日 年 月 日

(フリガナ)		(フリガナ)	
事業者名		代表者名	(歳)
所在地	〒	(フリガナ)	代表者との関係性
		相談者	()
		業 種	
従業員数	人(うちパート 人)	資本金	万円
①固定電話		②携帯電話	
③メールアドレス			
希望連絡方法	ご希望の連絡方法を以下の□にチェック✓してください。 □ ①固定電話へのご連絡 □ ②携帯電話へのご連絡 □ ③メールでのご連絡		
ご相談内容	該当するご相談内容を以下の□にチェック✓してください。(複数チェック可) □親族内承継 □親族外承継(□従業員等 □譲渡 □譲受) □廃業 □その他全般		
具体的な相談内容	簡単にご記入ください。		

※ご記入いただいた情報、相談内容は秘密情報として厳重に管理いたします。(秘密厳守)

※ご記入いただいたご連絡先は、ご相談に係る連絡等のほか、当相談窓口からの各種連絡・情報提供に使用場合があります。

ホームページでのご予約はこちら

千葉県事業承継・引継ぎ支援センター【公式】



ホームページでのお申込みはこちら▶

当センターのホームページにアクセスして

お問い合わせフォーム よりご予約ください。




25.04

中小企業の持続的な賃上げ実現に向けた 価格転嫁の円滑化について

～成長と分配の好循環実現のために～

- ◆ 九都県市(埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、横浜市、川崎市、千葉市、さいたま市、相模原市)は、持続的な賃上げを中小企業にまで波及させ、成長と分配の好循環を実現するべく、適切な価格転嫁を連携して推進しています。

御理解と御協力をお願い

- ① **中小企業等が持続的な賃上げを実現**することの必要性を御理解の上、**適切な価格転嫁への対応**を行うこと。
- ② 中小企業等の取引環境の適正化のため **価格協議に対して積極的な対応**を行うこと。* 
- ③ 取引先との共存共栄や取引条件のしわ寄せ防止に向けて、**「パートナーシップ構築宣言」の実施と実効性の向上**に努めること。
- ④ 米国における関税措置への対応によって**中小受託事業者へのしわ寄せが生じないよう**十分留意すること。
- ⑤ 受注者に**根拠資料の提出**を求める際は、**公表資料**(最低賃金の上昇率等)に基づくものとし、受注者が公表資料を用いて提示する希望価格は、合理的な根拠があるものとして尊重すること。

* 労務費、原材料価格、エネルギーコスト等のコストの上昇分の取引価格への反映の必要性について、価格交渉の場において明示的に協議することなく、従来どおりに取引価格を据え置くことは、買いたたきに該当するおそれがあるので、十分留意してください。(下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準第4-5買いたたき(2)ウ)

九都県市首脳会議



埼玉県



千葉県



東京都



神奈川県



横浜市



川崎市



千葉市



さいたま市



相模原市

パートナーシップ構築宣言

内閣府・中小企業庁

- ① 取引先との共存共栄の取組や「取組条件のしわ寄せ」防止を代表者の名前で宣言します。

(宣言項目)

- ・ サプライチェーン全体の共存共栄と規模・系列等を超えた新たな連携
- ・ 親事業者と下請事業者の望ましい取引慣行の遵守
- ・ その他独自の取組



「パートナーシップ構築宣言」
ポータルサイト

- ② 宣言はポータルサイト (<https://www.biz-partnership.jp/>) で公表されます。
- ③ 宣言企業は「ロゴマーク」を使用でき、取組をPRできます。
- ④ 国や地方公共団体の取組の一部で優遇措置が受けられます。



価格交渉に役立つ情報を収集したい

価格交渉の根拠となる公表資料（例）

中小企業庁

労務費、原材料費、エネルギーコスト上昇の根拠となる公表資料の掲載サイトが一覧でまとめられています。

労務費、原材料費、エネルギーコスト上昇の根拠となる公表資料（例）

検索

<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/gyoukai/konkyo.html>



中小企業・小規模事業者の価格交渉ハンドブック

中小企業庁

取引先と価格交渉を行うために準備しておくといふツールや、交渉を行う上で押さえておくといふポイントなどを、分かりやすくまとめています。

中小企業・小規模事業者の価格交渉ハンドブック

検索

https://www.chusho.meti.go.jp/keiei//torihiki/pamflet/kakaku_kosho_handbook.pdf



労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針

内閣官房・公正取引委員会

- ① 労務費の転嫁に関する事業者の発注者・受注者の双方の立場からの行動指針
- ② 発注者及び受注者が採るべき行動／求められる行動を12の行動指針として取りまとめ
- ③ 公正な競争を阻害するおそれがある場合には、独占禁止法や下請代金法に基づき厳正に対処することが明記

労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針

検索

<https://www.jftc.go.jp/dk/guideline/unyoukijun/romuhitenka.html>



【問い合わせ先】

千葉市 経済農政局 経済部 産業支援課

電話 043-245-5284

千葉市企業動向調査（第 17 回/2025 年度第 3 回）

発 行:千葉市経済農政局経済部経済企画課

〒260-8722 千葉市中央区千葉港 1 番 1 号

電話:043-245-5359 FAX:043-245-5558