

2025 年度第 1 四半期(2025 年 4～6 月期)

長岡市景況調査報告書

2025 年 8 月

長 岡 市
長岡商工会議所

調査機関 第四北越リサーチ & コンサルティング(株)

目 次

I. 調査の概要	1
II. 調査結果の概要	2
1. 景気動向に関する調査	2
（1）業況判断の動向	2
（2）売上・仕入の動向	7
（3）経常利益の動向	11
（4）金融の動向	12
（5）設備投資の動向	13
（6）雇用の動向	17
（7）経営上の問題点	18
2. 自由意見・要望	19
3. 円安・電気料金値上げ・金利上昇に関する調査	20
（1）円安の影響	20
（2）電気料金値上げの影響	21
（3）電気料金の増加率・増加額見込み	22
（4）金利上昇の影響	23
（5）今後取り組む円安・電気料金値上げ・金利上昇対策	23
4. 米国関税措置に関する調査	24
（1）現在の米国関税措置の影響	24
（2）今後の米国関税措置の影響	25
（3）米国関税措置の具体的な影響	25
（4）今後取り組む米国関税措置対策	26
5. カスタマーハラスメントに関する調査	27
（1）直近1年間の被害の有無	27
（2）直近1年間の被害の内容	28
（3）1年前と比較して増加していると感じるか	28
（4）自社での対策の有無	29
（5）具体的な対策	29
6. DXに関する調査	30
（1）DXの理解度	30
（2）DX推進成熟度レベル	31

I. 調査の概要

1. 調査の目的

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

2. 調査の方法

(1) 期 間	2025 年 6 月 26 日(木)～2025 年 7 月 25 日(金)
(2) 方 法	Web 調査
(3) 対象先数	500 事業所
(4) 回答先数	有効回答 247 事業所
(5) 有効回収率	49.4% (247/500)

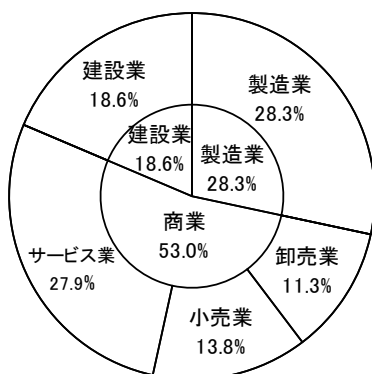
3. 回収状況

回収状況は下記の通り。

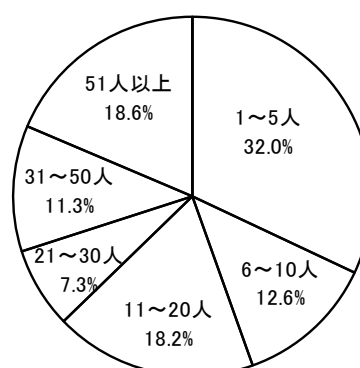
	調査対象企業数 ()は構成比率(%)	回答企業数 ()は構成比率(%)	回収率(%)
製 造 業	120 (24.0)	70 (28.3)	58.3
卸 売 業	57 (11.4)	28 (11.3)	49.1
小 売 業	75 (15.0)	34 (13.8)	45.3
サービス業	165 (33.0)	69 (27.9)	41.8
建 設 業	83 (16.6)	46 (18.6)	55.4
合 計	500	247	49.4

<回答企業の内訳>

業種別
(n=247)



従業員規模別
(n=247)



※比率はすべて小数点以下第2位を四捨五入して算出しているため、合計が 100%にならない場合がある

Ⅱ. 調査結果の概要

1. 景気動向に関する調査

(1) 業況判断の動向

- ・2025年4～6月期の業況判断DIは△21.2となり、前期（△27.0）と比較し+5.8ポイント改善した。
- ・2025年7～9月期の見通しは△16.8と、今期比+4.4ポイントと引き続き改善が見込まれている。
- ・業種別に業況判断DIをみると、製造業は2025年4～6月期が△14.5となり、前期比+20.6ポイントと大幅に改善した。2025年7～9月期は△17.7で今期比△3.2ポイント悪化する見通しである。
- ・商業（卸売業、小売業、サービス業の合計）は2025年4～6月期が△29.7となり、前期比+1.2ポイント改善した。2025年7～9月期は△18.5となり、今期比+11.2ポイントと引き続き改善する見通しである。
- ・建設業は2025年4～6月期が△6.5となり、前期比△2.2ポイント悪化した。2025年7～9月期は△10.8となり、今期比△4.3ポイントと引き続き悪化する見通しである。

【現況】(2025年4～6月期、前年同期比)

業種	良い (%)	不変 (%)	悪い (%)	業況判断DI (良い－悪い)	前回調査DI (2025年 1～3月期)
製造業	21.7 (+12.4)	42.0 (△4.3)	36.2 (△8.2)	△14.5 (+20.6)	△35.1
商業	9.2 (△4.0)	51.9 (+9.1)	38.9 (△5.2)	△29.7 (+1.2)	△30.9
建設業	15.2 (△4.4)	63.0 (+6.5)	21.7 (△2.2)	△6.5 (△2.2)	△4.3
全体	13.8 (+0.3)	51.2 (+5.2)	35.0 (△5.5)	△21.2 (+5.8)	△27.0

※()内の数字は前回調査「2025年1～3月期の現況」からの増減

【見通し】(2025年7～9月期、前年同期比)

業種	良い (%)	不変 (%)	悪い (%)	業況判断DI (良い－悪い)
製造業	19.1 (△2.6)	44.1 (+2.1)	36.8 (+0.6)	△17.7 (△3.2)
商業	12.3 (+3.1)	56.9 (+5.0)	30.8 (△8.1)	△18.5 (+11.2)
建設業	10.9 (△4.3)	67.4 (+4.4)	21.7 (±0.0)	△10.8 (△4.3)
全体	13.9 (+0.1)	55.3 (+4.1)	30.7 (△4.3)	△16.8 (+4.4)

※()内の数字は今回調査「2025年4～6月期の現況」からの増減

<業況が「良い」・「悪い」の理由>

- ・2025年4～6月期の業況が「良い」・「悪い」の理由をみると、業況が「良い」の理由は、サービス業を除く4業種で「需要動向の好転」（建設業は、回答の選択肢に「需要動向の好転」がなく「民間需要の好転」）の割合が最も高かった（卸売業は「売上単価の上昇」、小売業は「販路の拡大」と「売上単価の上昇」も同率で最も高かった）。サービス業は「売上単価の上昇」の割合が最も高かった。
- ・業況が「悪い」の理由は、5業種とも「需要動向の悪化」（建設業は、回答の選択肢に「需要動向の悪化」がなく「官公需要の悪化」と「民間需要の悪化」が同率）の割合が最も高かった。

業況が「良い」の理由（上位5位まで、複数回答、下段：％）

順位 業種	1位	2位	3位	4位	5位
製造業 (n=15)	需要動向の好転	売上単価の上昇	販路の拡大	新製品の開発・取扱い	資金繰りの好転
	66.7	33.3	26.7	20.0	13.3
卸売業 (n=2)	需要動向の好転	売上単価の上昇	販路の拡大		
	100.0	100.0	50.0		
小売業 (n=3)	需要動向の好転	販路の拡大	売上単価の上昇		
	33.3	33.3	33.3		
サービス業 (n=7)	売上単価の上昇	需要動向の好転	販路の拡大	経費削減の進展	新分野への進展
	57.1	42.9	14.3	14.3	14.3
建設業 (n=7)	民間需要の好転	官公需要の好転	売上単価の上昇	経費削減の進展	
	71.4	57.1	42.9	14.3	

※複数回答のため、割合の合計は100%にならない。

業況が「悪い」の理由（上位5位まで、複数回答、下段：％）

順位 業種	1位	2位	3位	4位	5位
製造業 (n=25)	需要動向の悪化	原材料・仕入単価の上昇	経費負担の増加	販路の縮小	資金繰りの悪化
	84.0	40.0	36.0	12.0	12.0
卸売業 (n=13)	需要動向の悪化	原材料・仕入単価の上昇	経費負担の増加	販路の縮小	資金繰りの悪化
	92.3	53.8	30.8	23.1	15.4
小売業 (n=12)	需要動向の悪化	経費負担の増加	原材料・仕入単価の上昇	販路の縮小	資金繰りの悪化
	75.0	41.7	33.3	25.0	25.0
サービス業 (n=26)	需要動向の悪化	原材料・仕入単価の上昇	経費負担の増加	資金繰りの悪化	販路の縮小
	73.1	46.2	46.2	15.4	7.7
建設業 (n=10)	官公需要の悪化	民間需要の悪化	原材料・仕入単価の上昇	経費負担の増加	売上単価の低下
	60.0	60.0	50.0	30.0	10.0

※複数回答のため、割合の合計は100%にならない。

業況が「良い」と判断した具体的な理由や背景等（自由記述）

業種	具体的な理由や背景等
製造業	・式菓子の注文が増加した。（菓子） ・受注が金額、件数ともに増えている。（繊維・織物） ・受注量の増加と値上げに対する理解が進んだ。（繊維・織物） ・グッズづくりの分野への参入により、顧客が増えている。（紙・紙加工品） ・取引先が好調なため。（金属製品） ・新規取扱製品の流動が開始された。（輸送機械） ・受注に対する生産能力の向上。（その他／冷凍食品）
卸売業	具体的な回答無し
小売業	・メーカーによる生産台数増加。（自動車） ・受注増。（その他／宗教用具小売）
サービス業	・保育園へ給食用の食品を納品することになり、景気動向に左右されずに売上増加が見込めることになった。（飲食店） ・車検台数の増加。（自動車整備） ・入庫台数が増えている。（自動車整備） ・労務単価の上昇。（その他／技術サービス業）
建設業	・工事受注の安定化。（総合建設） ・ゼネコン関係の需要が大きかった。個人経営の設備投資も増えている。（電気工事） ・コロナ後、民間も予算執行が多くなっていると感じる。単価上昇が売り上げアップにつながっている。（その他／内装仕上げ）

業況が「悪い」と判断した具体的な理由や背景等（自由記述）

業種	具体的な理由や背景等
製造業	・例年の大口受注・製造開始が遅れている。（菓子） ・人件費やランニングコストの高騰を感じる。（繊維・織物） ・建設着工戸数の激減。着工遅れ。（家具・建具） ・出荷数量の減少。（紙・紙加工品） ・原材料の値上げに伴う価格転嫁ができていない。人件費の負担が増加している。（印刷・製本） ・受注が少ない。（鋳鍛造品） ・大工の仕事が減り、その為、問屋からの注文も減っている。原材料・燃料・消耗品なども値上がりし、納期も遅くなってきている。（鋳鍛造品） ・米国関税の影響。（鋳鍛造品） ・客先の内製化。生産拠点の移動。（金属製品） ・受注が少なく売り上げが落ちている。自動車業界が全体的に悪い。（金属製品） ・大型建造物等の動きが悪すぎる。（金蔵製品）

製造業	・受注数・受注金額が伸びない。(金属製品) ・受注の減少。(金属製品) ・受注案件の激減。(その他／機械設計) ・売上が30%近くダウンしている。(その他／電子機器部品組立) ・受注が少ない。(その他／特殊機械)
卸売業	・夏制服の売上が前年比大幅ダウン。(繊維品・衣服) ・売上は減少傾向であるが、物流経費を要因とした仕入値は上昇。(食料・飲料) ・物価高騰による需要の低下。仕入単価の上昇。(食料・飲料) ・トランプ大統領の関税政策が自動車産業その他の製造業の設備投資の見送り、様子見になっているような気がする。(その他／機械器具工具) ・取引先の売上が回復しておらず、競合他社に関係なく、当社の販売量が低迷している。(その他／事務用品等) ・顧客の廃業。需要の縮小。(その他／塗料) ・大手チェーン店の進出や取引先販売店の高齢化により、閉店が相次いでいる状況。(その他／日用品・雑貨)
小売業	・食料品の値上がりで買い控え。人口の減少。各種経費の値上がり。(百貨店・スーパー) ・納期の長期化や遅れによる需要の低下。(自動車) ・日用品の物価高により嗜好品の購買意欲が減退している。(酒) ・顧客の高齢化、顧客の減少、商品の値上がり。資材他全て価格の上昇。(酒) ・顧客の買い控え。(その他／保育教材)
サービス業	・同業他社の車両増と生活様式の変化。(運輸) ・物価高、米価格高騰。(飲食店) ・需要の悪化、経費の増加、物価高。(飲食店) ・燃料費の高騰が続いている。春から顧客の動きが鈍った。(旅館・ホテル) ・経費負担増加による利益率低下。(娯楽) ・顧客の高齢化、資材(砂・薬剤等)の値上がり、人件費、人員の増加。(娯楽) ・材料費の値上がり、物価上昇による消費意欲の低下。(リネン・クリーニング) ・人件費や経費は増加しているが、値上げをしていないので業況が良くない。(その他／事務処理代行) ・結婚式の件数が激減。(その他／貸衣裳)
建設業	・資材高騰の反映不足。(土木) ・役所の仕事量が少なくなった。(土木) ・住宅の着工件数の減少。原材料や仕入単価の上昇により総額が上昇し件数の減少に影響を及ぼしているとみられる。(建築) ・受注件数の減少、仕入れ価格の高騰。(その他／塗装、とび土工、防水)

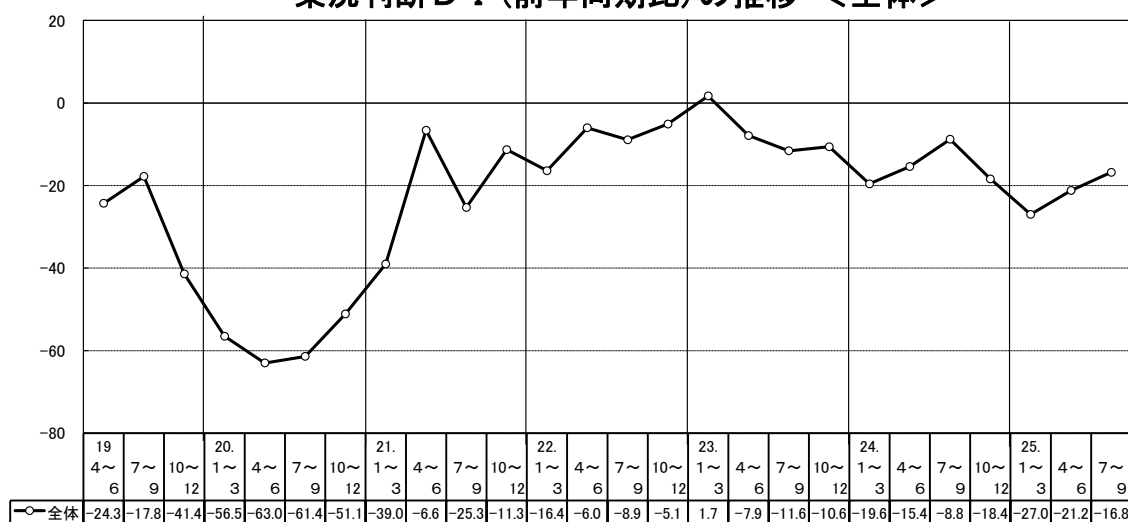
＜長期的（2019年4～6月期以降）にみた趨勢＞

2019年4～6月期以降の推移をみると、業況判断D Iは2019年10～12月期に消費税率引き上げ（8%→10%）の影響で大きく落ち込んだ。

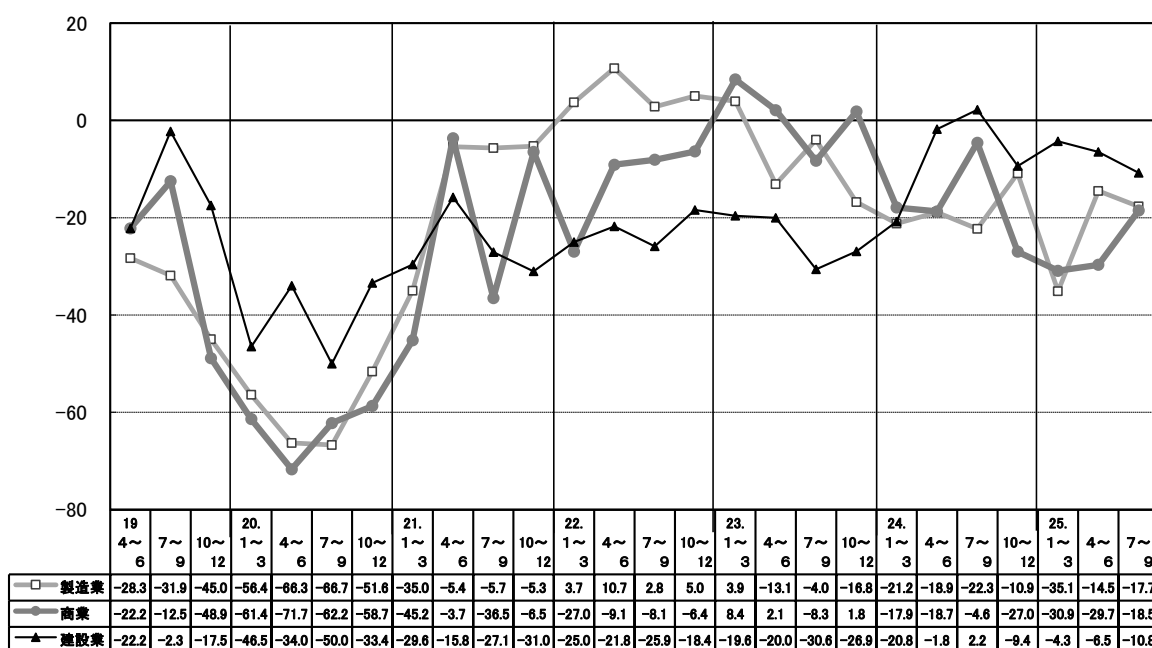
2020年に入ると、業況判断D Iは新型コロナウイルスの感染拡大の影響を受けて、さらに落ち込んだが、感染の落ち着きにより、2020年7～9月期から2021年4～6月期にかけて持ち直しの動きをみせた。その後、2021年7～9月期に一旦悪化したものの、2021年10～12月期以降は振れを伴いつつも緩やかな持ち直しの動きとなり、2023年1～3月期にはプラス圏に浮上した。

しかし、2023年4～6月期以降は上昇一服となり、足元にかけては弱含みの動きを示している。

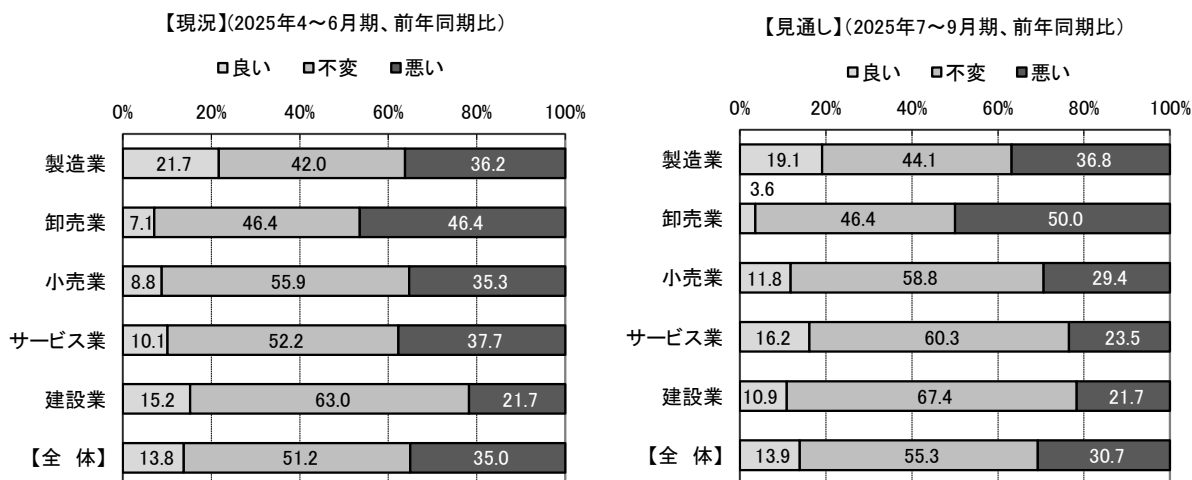
業況判断D I（前年同期比）の推移 ＜全体＞



業況判断D I（前年同期比）の推移 ＜業種別＞



- ・業況判断の動向を5業種別にみると、2025年4～6月期は「悪い」の割合が卸売業（46.4％）で高く4割台半ばとなっている。
- ・2025年7～9月期は、「悪い」の割合が卸売業（50.0％）で引き続き高く5割となっている。



（２）売上・仕入の動向

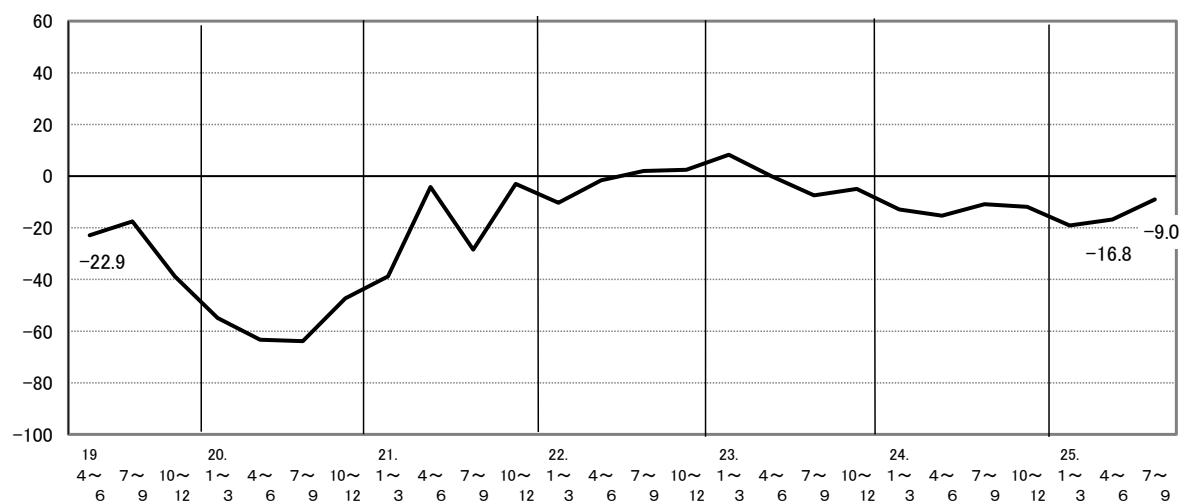
A 売上高の動向

- ・2025年4～6月期の売上高D Iは全体で△16.8となり、2025年1～3月期(△19.1)と比較し+2.3ポイント改善した。業種別では、製造業と小売業で改善した。
- ・2025年7～9月期は、全体で△9.0となり、2025年4～6月期と比較し+7.8ポイント改善する見通しである。業種別では、卸売業、小売業、サービス業で改善する見通しである。

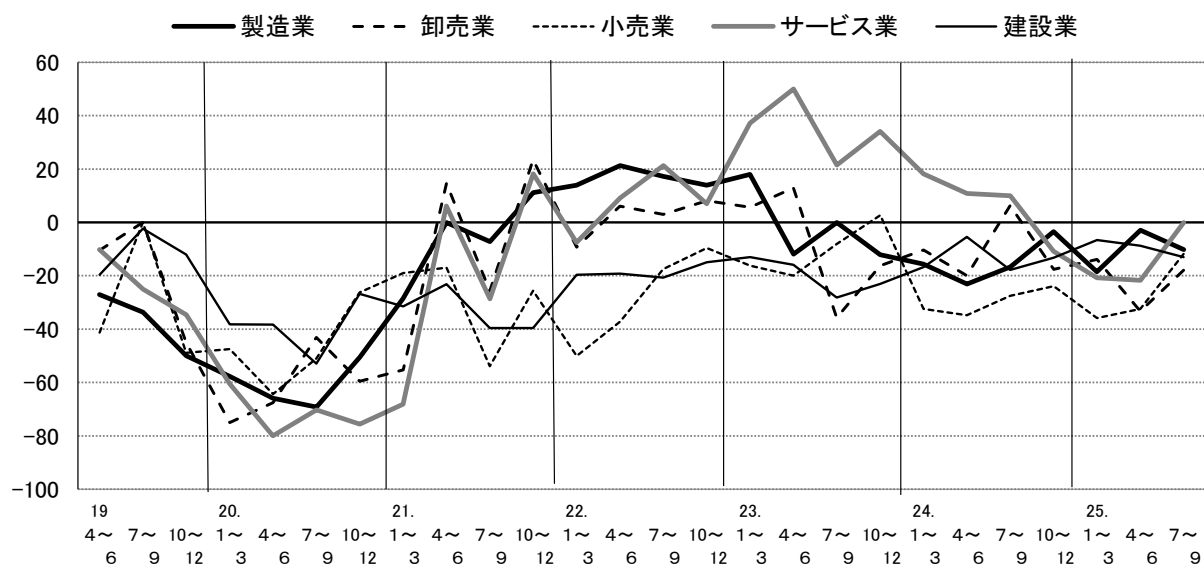
売上高の動向(前年同期比)

業 種	前回調査DI (2025年 1～3月期)	現況 (2025年4～6月期)				見通し (2025年7～9月期)			
		増 加 (%)	不 変 (%)	減 少 (%)	売上高DI (増加－減少)	増 加 (%)	不 変 (%)	減 少 (%)	売上高DI (増加－減少)
製 造 業	△18.5	31.9	33.3	34.8	△2.9	27.5	34.8	37.7	△10.2
卸 売 業	△13.9	7.4	51.9	40.7	△33.3	21.4	39.3	39.3	△17.9
小 売 業	△35.9	14.7	38.2	47.1	△32.4	14.7	58.8	26.5	△11.8
サービス業	△20.8	17.4	43.5	39.1	△21.7	23.5	52.9	23.5	0.0
建 設 業	△6.6	23.9	43.5	32.6	△8.7	10.9	65.2	23.9	△13.0
全 体	△19.1	21.2	40.8	38.0	△16.8	20.8	49.4	29.8	△9.0

売上高DI(前年同期比)の推移【全体】

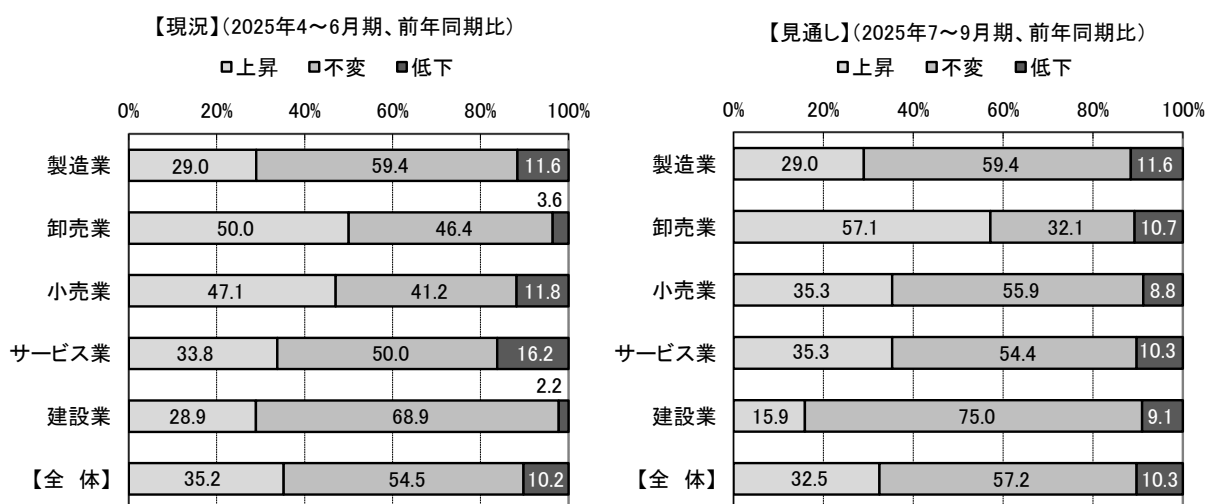


業種別売上高DI(前年同期比)の推移



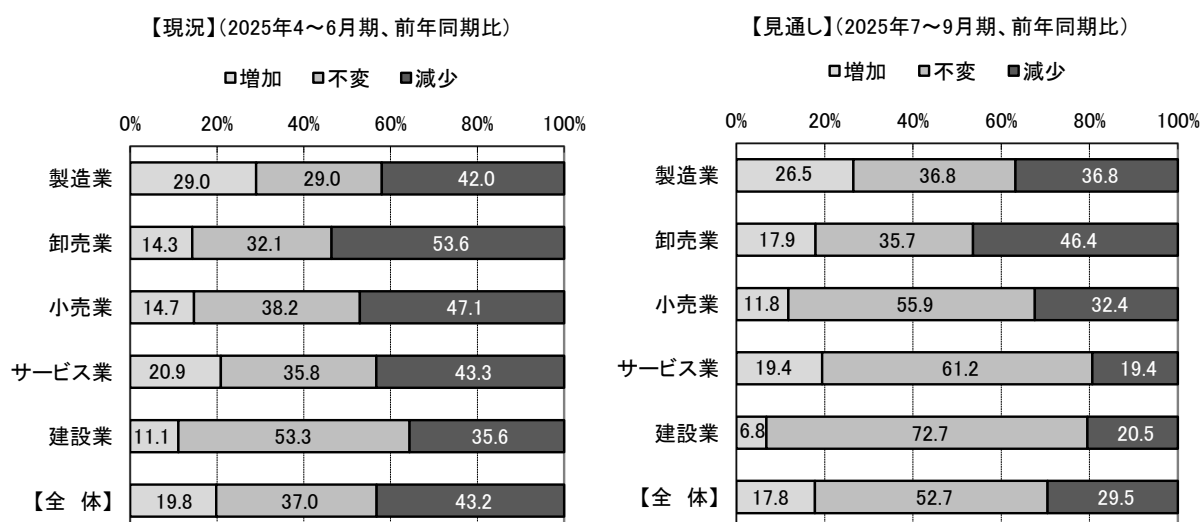
B 売上単価の動向

- ・2025年4～6月期は、「上昇」の割合が35.2%、「不変」が54.5%、「低下」が10.2%となった。業種別では、「上昇」の割合が卸売業（50.0%）と小売業（47.1%）で高くなっている。
- ・2025年7～9月期は、全体で「上昇」の割合が32.5%、「不変」が57.2%、「低下」が10.3%となる見通しである。業種別では、「上昇」の割合が卸売業（57.1%）で引き続き高く6割弱となっている。



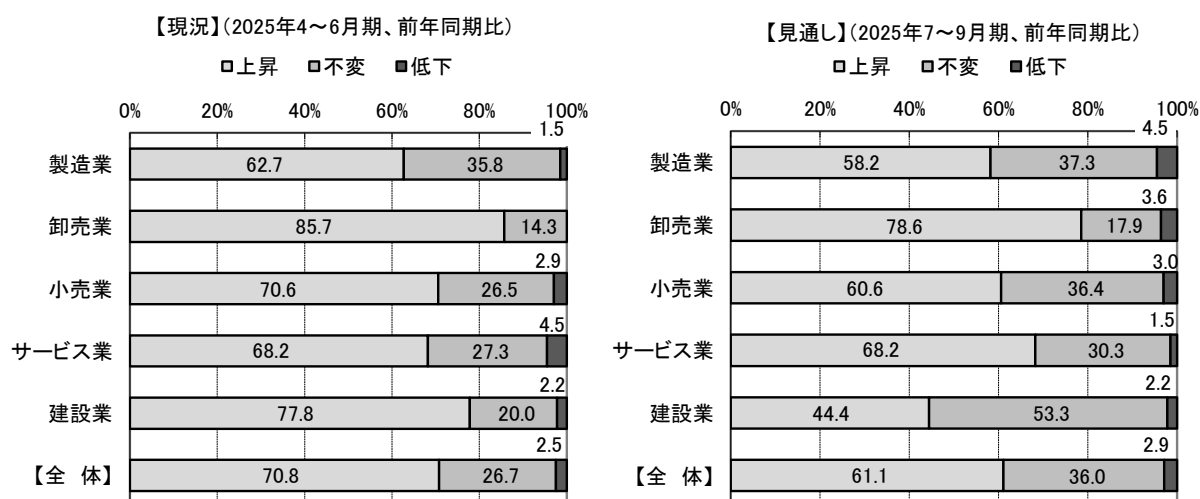
C 売上数量の動向

- ・2025年4～6月期は、「増加」の割合が19.8%、「不変」が37.0%、「減少」が43.2%となった。業種別では、「減少」の割合が卸売業（53.6%）で高く5割強となった。
- ・2025年7～9月期は、「増加」の割合が17.8%、「不変」が52.7%、「減少」が29.5%となる見通しである。業種別では、「減少」の割合が卸売業（46.4%）で引き続き高く4割台半ばとなっている。



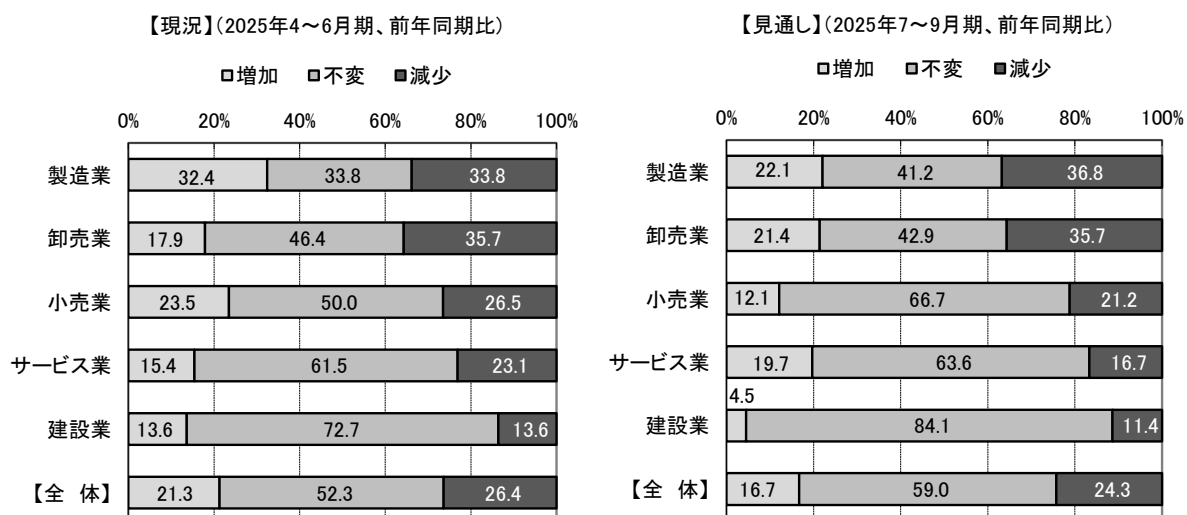
D 仕入単価の動向

- ・2025年4～6月期は、「上昇」の割合が70.8%、「不変」が26.7%、「低下」が2.5%となった。業種別では、「上昇」の割合が卸売業（85.7%）で高く8割台半ばとなった。
- ・2025年7～9月期は、全体で「上昇」の割合が61.1%、「不変」が36.0%、「低下」が2.9%となる見通しである。業種別では、「上昇」の割合が卸売業（78.6%）で引き続き高く8割弱となっている。



E 仕入数量の動向

- ・2025年4～6月期は、「増加」の割合が21.3%、「不変」が52.3%、「減少」が26.4%となった。業種別では、「減少」の割合が製造業（33.8%）と卸売業（35.7%）が高かった。
- ・2025年7～9月期は、「増加」の割合が16.7%、「不変」が59.0%、「減少」が24.3%となる見通しである。業種別では、「減少」の割合が製造業（36.8%）と卸売業（35.7%）で引き続き高くなっている。



(3) 経常利益の動向

- ・2025年4～6月期の経常利益の現況DIは6.9となった。前回調査（2025年1～3月期：△2.7）と比較し+9.6ポイント改善した。業種別では、5業種すべてで改善した。

経常利益の動向・現況DI(水準)

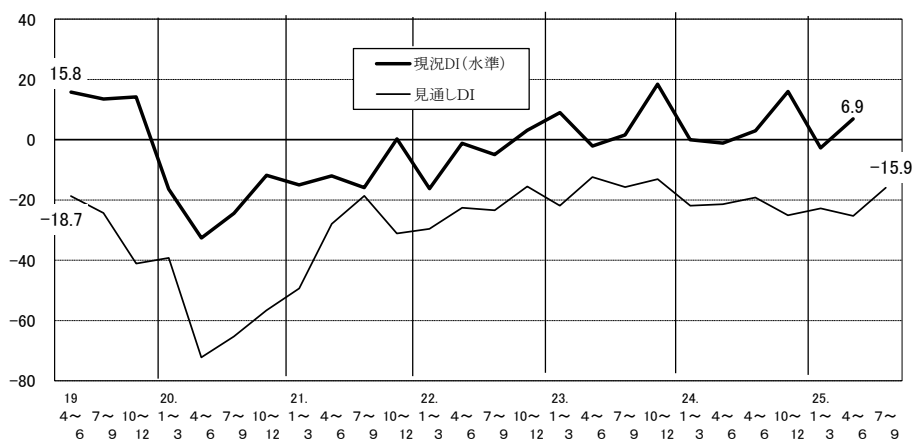
	前回調査 現況DI(水準) 2025年 1～3月期	現況DI(水準) (2025年4～6月期)			
		黒字 (%)	収支トントン (%)	赤字 (%)	現況DI (黒字-赤字)
製造業	△7.4	29.0	34.8	36.2	△7.2
卸売業	5.5	42.9	39.3	17.9	25.0
小売業	△17.9	20.6	50.0	29.4	△8.8
サービス業	△9.1	31.9	49.3	18.8	13.1
建設業	19.5	34.8	50.0	15.2	19.6
全体	△2.7	31.3	44.3	24.4	6.9

- ・2025年7～9月期の経常利益の見通しDIは△15.9となった。前回調査（2025年4～6月期：△25.3）と比較し+9.4ポイント改善する見通しである。業種別では、製造業、小売業、サービス業で改善する見通しである。

経常利益の動向・見通しDI(前年同期比)

	前回調査 見通しDI 2025年 4～6月期	見通しDI (2025年7～9月期)			
		良い (%)	不変 (%)	悪い (%)	見通しDI (良い-悪い)
製造業	△24.1	23.2	44.9	31.9	△8.7
卸売業	△23.5	10.7	42.9	46.4	△35.7
小売業	△46.1	11.8	55.9	32.4	△20.6
サービス業	△23.4	19.1	50.0	30.9	△11.8
建設業	△13.3	6.5	69.6	23.9	△17.4
全体	△25.3	15.9	52.2	31.8	△15.9

経常利益DIの動向



(4) 金融の動向

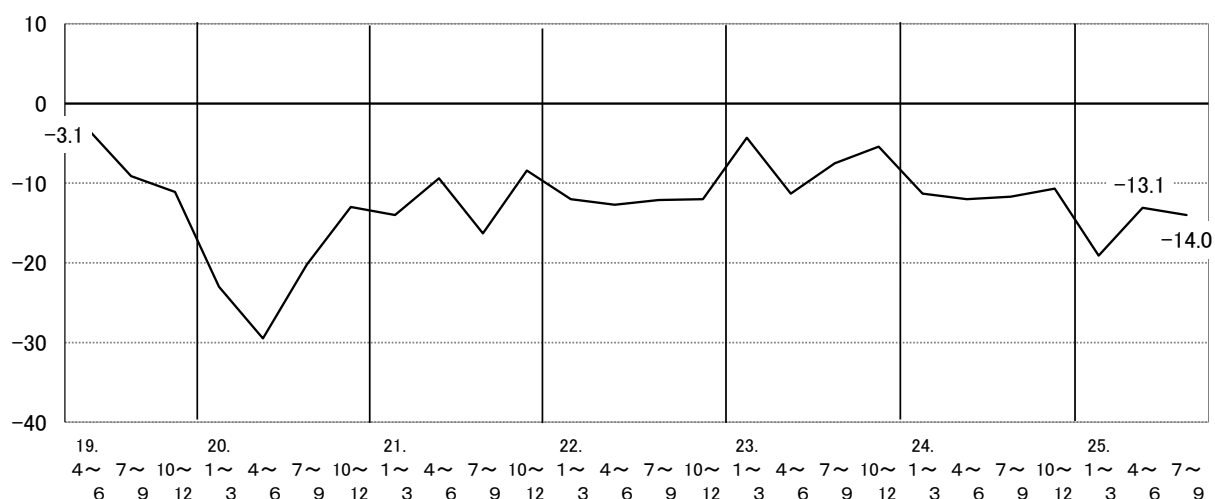
A 資金繰りの動向

- ・2025年4～6月期の資金繰りDIは全体で△13.1となった。2025年1～3月期（△19.1）と比較し+6.0ポイント改善した。業種別では、製造業、サービス業、建設業で改善した。
- ・2025年7～9月期は全体で△14.0となった。2025年4～6月期と比較し△0.9ポイント小幅悪化する見通しである。業種別では、製造業、卸売業、建設業で悪化する見通しである。

資金繰りの動向(前年同期比)

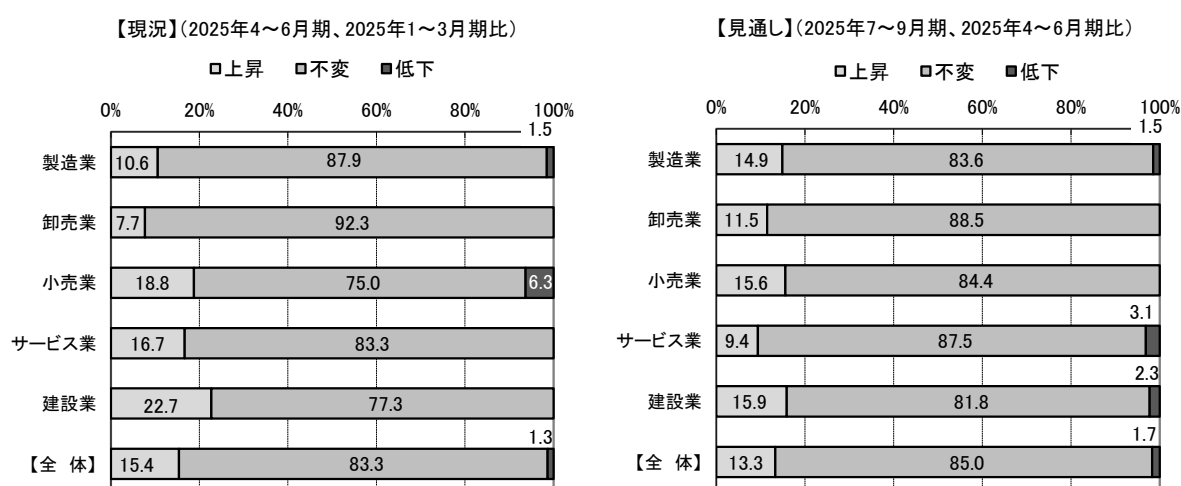
業 種	前回調査DI (2025年 1～3月期)	現況 (2025年4～6月期)				見通し (2025年7～9月期)			
		良い (%)	不変 (%)	悪い (%)	資金繰りDI (良い－悪い)	良い (%)	不変 (%)	悪い (%)	資金繰りDI (良い－悪い)
製 造 業	△ 22.2	11.6	63.8	24.6	△ 13.0	8.7	68.1	23.2	△ 14.5
卸 売 業	△ 2.7	0.0	96.4	3.6	△ 3.6	0.0	92.9	7.1	△ 7.1
小 売 業	△ 23.1	5.9	64.7	29.4	△ 23.5	8.8	70.6	20.6	△ 11.8
サービス業	△ 23.4	5.9	69.1	25.0	△ 19.1	4.4	73.5	22.1	△ 17.7
建 設 業	△ 17.8	6.7	84.4	8.9	△ 2.2	2.3	81.8	15.9	△ 13.6
全 体	△ 19.1	7.0	73.0	20.1	△ 13.1	5.3	75.3	19.3	△ 14.0

資金繰りDI(前年同期比)の動向



B 借入金利の動向

- ・2025年4～6月期の借入金利をみると、全体では2025年1～3月期比「上昇」の割合が15.4%、「不変」が83.3%、「低下」が1.3%となった。業種別では、「上昇」の割合が建設業（22.7%）で高く2割強となった。
- ・2025年7～9月期をみると、全体では2025年4～6月期比「上昇」の割合が13.3%「不変」が85.0%、「低下」が1.7%となる見通しである。業種別では、「上昇」の割合が製造業（14.9%）、小売業（15.6%）、建設業（15.9%）で高く1割台半ばとなっている。



(5) 設備投資の動向

A 2025年4～6月期の自社の設備の現状

- ・2025年4～6月期の設備の現状D I（過剰－不足）は、全体で△17.2（不足超）となった。前回調査（2025年1～3月期：△19.4）との比較では+2.2ポイント不足超幅が縮小した。
- ・業種別では、5業種すべてで不足超となっている。

設備の現状DI(水準)

	前回調査 現状DI(水準) 2025年 1～3月期	設備の現状DI(水準) (2025年4～6月期)			
		過 剰 (%)	適 正 (%)	不 足 (%)	現状DI (過剰－不足)
製 造 業	△ 17.0	5.8	66.7	27.5	△ 21.7
卸 売 業	△ 14.3	0.0	85.7	14.3	△ 14.3
小 売 業	△ 23.1	6.5	71.0	22.6	△ 16.1
サービス業	△ 28.3	3.0	75.8	21.2	△ 18.2
建 設 業	△ 8.7	0.0	88.6	11.4	△ 11.4
全 体	△ 19.4	3.4	76.1	20.6	△ 17.2

B 2025 年 4～6 月期の設備投資の現況

- ・2025 年 4～6 月期に設備投資を実施した割合は 31.0%となった。前回調査（2025 年 1～3 月期：22.9%）と比較し+8.1 ポイント上昇した。
- ・2025 年 4～6 月期に設備投資を実施した事業所の投資内容をみると、「生産設備」「OA機器」「車両・運搬具」などが多かった。

【現況】2025年4～6月期の設備投資

業 種	実施した(%) 【()内は事業所数】	投 資 内 容 (事業所数、複数回答)								実施 しなかった (%)
		土地	建物	生産設備	車両・運 搬具	付帯施設	OA機器	福利厚生 施設	その他	
製 造 業	29.4 (20)	1	9	10	4	5	4	0	1	70.6
卸 売 業	39.3 (11)	0	3	0	3	4	5	1	1	60.7
小 売 業	27.3 (9)	0	1	3	4	3	2	0	0	72.7
サービス業	30.9 (21)	1	1	10	6	5	12	1	1	69.1
建 設 業	31.1 (14)	1	1	3	7	1	3	1	1	68.9
全 体	31.0 (75)	3	15	26	24	18	26	3	4	69.0

C 2025 年 7～9 月期の設備投資計画

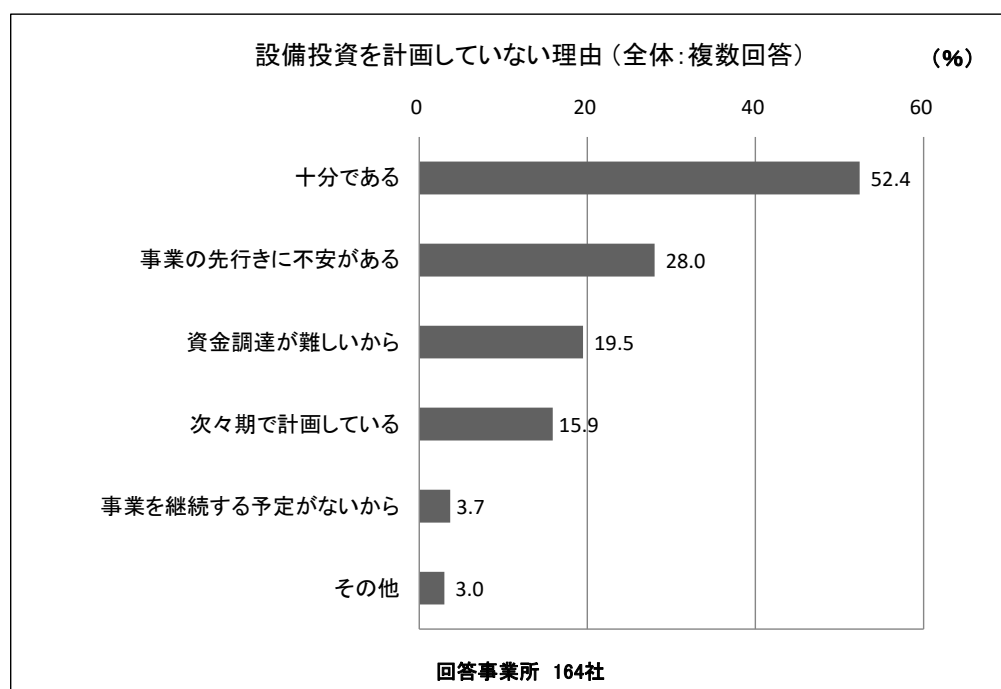
- ・2025 年 7～9 月期に設備投資を計画している割合は 29.5%となった。今期実施した割合（31.0%）と比較し△1.5 ポイント低下する見通しである。
- ・2025 年 7～9 月期に設備投資を計画している事業所の投資内容をみると、「生産設備」「車両・運搬具」「OA機器」などが多くなっている。

【計画】2025年7～9月期の設備投資

業 種	計画している(%) 【()内は事業所数】	投 資 内 容 (事業所数、複数回答)								計画 していない (%)
		土地	建物	生産設備	車両・運 搬具	付帯施設	OA機器	福利厚生 施設	その他	
製 造 業	29.9 (20)	2	2	11	0	4	5	0	0	70.1
卸 売 業	37.0 (10)	0	0	0	3	4	4	0	0	63.0
小 売 業	18.2 (6)	0	2	1	3	1	2	0	0	81.8
サービス業	35.9 (23)	0	2	10	10	4	8	0	2	64.1
建 設 業	23.9 (11)	1	1	2	6	1	2	0	0	76.1
全 体	29.5 (70)	3	7	24	22	14	21	0	2	70.5

D 設備投資を計画していない理由

- ・Cで「計画していない」と回答した先に理由を尋ねたところ（複数回答）、全体では「十分である」の割合が52.4%と最も高く、「事業の先行きに不安がある」(28.0%)、「資金調達が難しいから」（19.5%）が続いた。
- ・なお、その他（3.0%）の具体的な回答は無かった。
- ・業種別では、5業種すべてで「十分である」の割合が最も高くなっている。



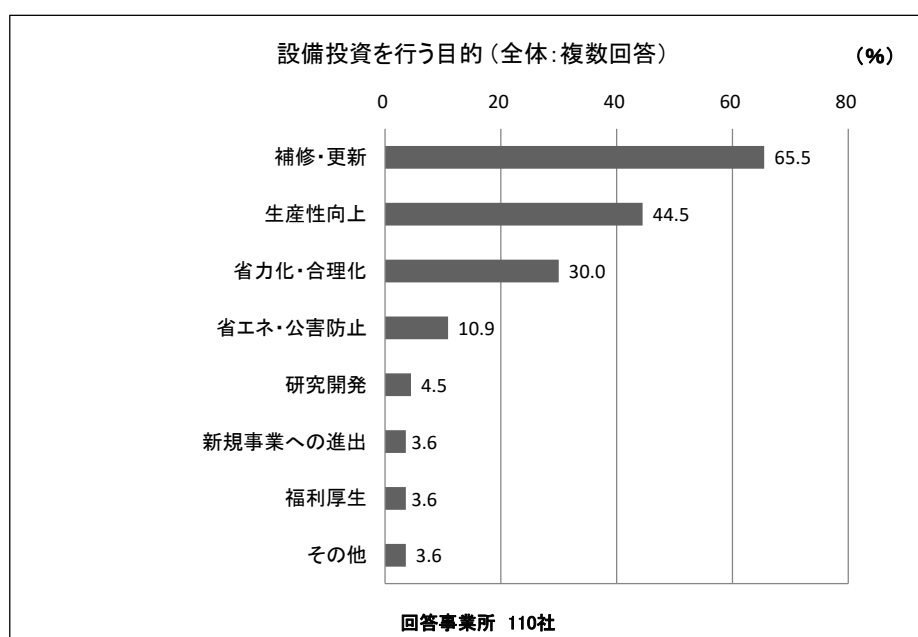
設備投資を計画していない理由（上位5位まで、複数回答、下段：%）

順位 業種	1位	2位	3位	4位	5位
製造業 (n=47)	十分である 40.4	事業の先行きに不安がある 38.3	資金調達が難しいから 29.8	次々期で計画している 21.3	事業を継続する予定がないから 2.1
卸売業 (n=17)	十分である 58.8	次々期で計画している 17.6	事業の先行きに不安がある 11.8	資金調達が難しいから 11.8	
小売業 (n=26)	十分である 53.8	事業の先行きに不安がある 30.8	次々期で計画している 15.4	資金調達が難しいから 7.7	事業を継続する予定がないから 7.7
サービス業 (n=40)	十分である 60.0	資金調達が難しいから 27.5	事業の先行きに不安がある 25.0	次々期で計画している 12.5	事業を継続する予定がないから 5.0
建設業 (n=34)	十分である 55.9	事業の先行きに不安がある 23.5	次々期で計画している 11.8	資金調達が難しいから 8.8	事業を継続する予定がないから 2.9

※複数回答のため、割合の合計は100%にならない。

E 設備投資を行う目的

- ・ Bで「実施した」、Cで「計画している」、Dで「次々期で計画している」のいずれかに回答した先に設備投資を行う目的を尋ねたところ（複数回答）、全体では「補修・更新」の割合が65.5%と最も高く、「生産性向上」（44.5%）、「省力化・合理化」（30.0%）が続いた。
- ・ なお、その他（3.6%）の具体的な回答は無かった。
- ・ 業種別では、小売業を除く4業種で「補修・更新」の割合が最も高かった（製造業では「生産性向上」も同率で最も高かった）。小売業では「生産性向上」の割合が最も高かった。



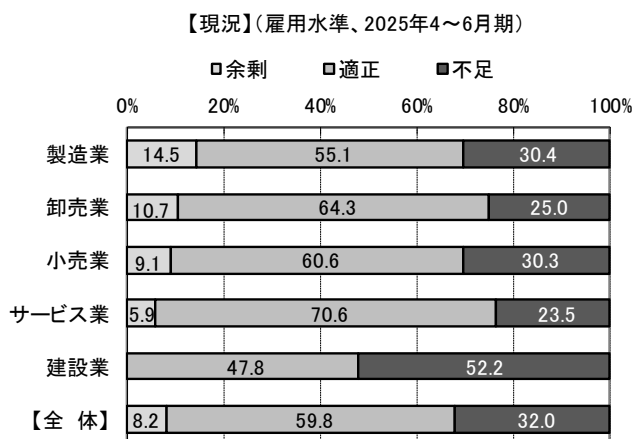
設備投資を行う目的（上位5位まで、複数回答、下段：%）

順位 業種	1位	2位	3位	4位	5位
製造業 (n=30)	補修・更新	生産性向上	省力化・合理化	省エネ・公害防止	研究開発
	60.0	60.0	26.7	16.7	10.0
卸売業 (n=14)	補修・更新	省力化・合理化	生産性向上	省エネ・公害防止	
	85.7	42.9	14.3	14.3	
小売業 (n=13)	生産性向上	補修・更新	省力化・合理化	新規事業への進出	省エネ・公害防止
	53.8	46.2	23.1	7.7	7.7
サービス業 (n=34)	補修・更新	生産性向上	省力化・合理化	省エネ・公害防止	福利厚生
	61.8	41.2	35.3	11.8	8.8
建設業 (n=19)	補修・更新	生産性向上	省力化・合理化	新規事業への進出	
	78.9	42.1	21.1	5.3	

※複数回答のため、割合の合計は100%にならない。

(6) 雇用の動向

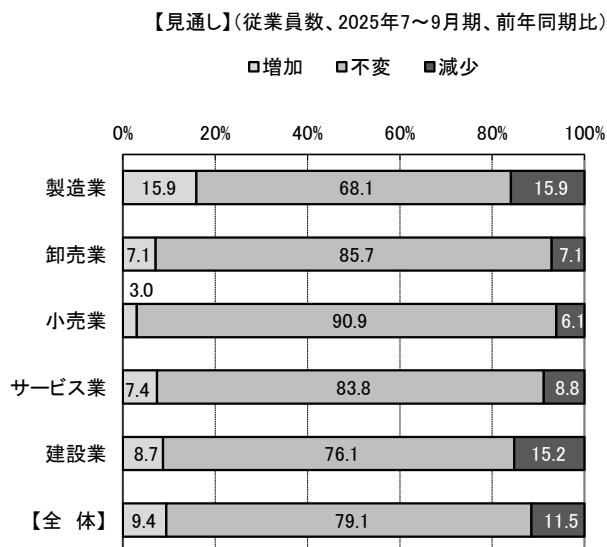
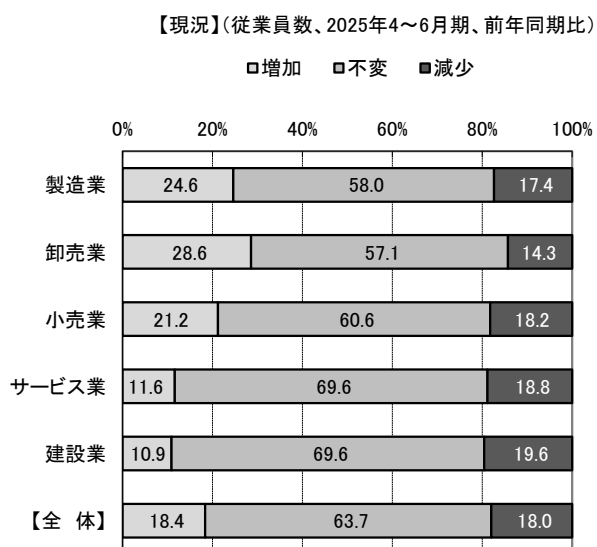
- ・2025年4～6月期の雇用水準は、「余剰」の割合が8.2%（2025年1～3月期：7.3%）、
「適正」が59.8%（同：57.3%）、「不足」が32.0%（同：35.5%）となった。
- ・D I（「余剰」－「不足」）は△23.8と、2025年1～3月期（△28.2%）に比べ+4.4
ポイント不足超幅が縮小した。
- ・業種別では、5業種すべてで不足超となっており、建設業（△52.2）のマイナス幅
が最も大きい。



雇用の動向

業 種	前回調査DI (水準、2025年 1～3月期)	現況DI (水準、2025年 4～6月期)
製 造 業	△ 20.4	△ 15.9
卸 売 業	△ 17.2	△ 14.3
小 売 業	△ 23.6	△ 21.2
サービス業	△ 29.4	△ 17.6
建 設 業	△ 47.9	△ 52.2
全 体	△ 28.2	△ 23.8

- ・2025年4～6月期の従業員数は、「増加」の割合が18.4%（2025年1～3月期：11.2%）、
「不変」が63.7%（同：69.6%）、「減少」が18.0%（同：19.2%）となった。
- ・2025年7～9月期の従業員数は、「増加」の割合が9.4%、「不変」が79.1%、「減少」
が11.5%となっている。



(7) 経営上の問題点

- ・経営上の問題として製造業では、「人件費の増加」の割合が41.8%と最も高く、「原材料価格の上昇」が35.8%で続いた。
- ・卸売業では、「仕入単価の上昇」の割合が51.9%と最も高く、「人件費の増加」が40.7%で続いた。
- ・小売業では、「消費者ニーズの変化への対応」の割合が45.5%と最も高く、「人件費以外の経費の増加」が36.4%で続いた。
- ・サービス業では、「利用者ニーズの変化への対応」の割合が44.1%と最も高く、「人件費の増加」が35.3%で続いた。
- ・建設業では、「材料価格の上昇」の割合が67.4%と最も高く、「人件費の増加」と「従業員の確保難」がともに41.3%で続いた。

経営上の問題点（上位5位まで、複数回答、下段：％）

業種	順位	1位	2位	3位	4位	5位
製造業 (n=67)		人件費の増加	原材料価格の上昇	従業員の確保難	生産設備の不足・老朽化	熟練技術者の確保難
		41.8	35.8	34.3	32.8	19.4
卸売業 (n=27)		仕入単価の上昇	人件費の増加	従業員の確保難	人件費以外の経費の増加	需要の停滞
		51.9	40.7	37.0	29.6	29.6
小売業 (n=33)		消費者ニーズの変化への対応	人件費以外の経費の増加	人件費の増加	仕入単価の上昇	従業員の確保難
		45.5	36.4	33.3	33.3	21.2
サービス業 (n=68)		利用者ニーズの変化への対応	人件費の増加	店舗施設の狭隘・老朽化	人件費以外の経費の増加	材料等仕入単価の上昇
		44.1	35.3	32.4	32.4	30.9
建設業 (n=46)		材料価格の上昇	人件費の増加	従業員の確保難	熟練技術者の確保難	下請業者の確保難
		67.4	41.3	41.3	30.4	17.4

※複数回答のため、割合の合計は100%にならない。

2. 自由意見・要望

【 製造業 】

- 弊社の工場の地下が空洞化している気がして心配。水道工事に伴い、地下の砂が流れ出たと思う。
- 求人難が続いています。求人を出しても連絡が来るのは有料求人媒体の営業のみです。
- 下請け業界への支援策の拡充。
- 補助金・助成金等の拡充をお願いします。
- 機械等設備に対するきめ細かな助成制度。
- そもそもの需要減と季節変動の大きさと、冬の閑散期に人件費の負担が大きくなる。無くてはならない仕事と思い踏ん張るがきつい。
- 物価の上昇はある程度、容認せねばと思いますが、先行きの不透明さで消費者の財布の紐が固くなっていると思いますので、楽しくワクワクする消費活動を行政が応援し、明るい長岡の暮らしを支えて欲しい。

【 卸売業 】

無し

【 小売業 】

- E C事業強化策。補助金の情報提供。
- 温かく見守って下さり、大変ありがとうございます。
- 市民課の窓口でも長岡ペイを使えるようにして、長岡ペイの認知度を上げて欲しい。

【 サービス業 】

- 使える補助金・助成金が欲しい。
- 熱中症対策としての大規模な設備投資に補助金を交付して欲しい。工場のエアコンや屋根の断熱など、働きやすい職場環境作りで、人材の流出防止や新しい人材確保に役立てたいです。
- 長岡市管轄の保育園・児童養護施設等は、給食用食材を地元の商店から購入するように求めます。
- 新潟に次ぐ規模のある長岡市ではあるが、取引業者との話の中では上越より景気が悪いのではと感じている人が多いようです。長岡市はDXとかそういう部分の振興策を打って出ているイメージが強いですが、中心市街地以外の二次交通対策とかそういった地域課題にももう少し目を向けて欲しいかなと思います。結局は車がないと回れないところは観光客の誘致も難しいのでは。
- 色んな事柄に親身になって聞いてもらい、心強く思っております。
- コロナ以降、結婚式を挙げない人たちが多くなった。所得が少ないために結婚自体を考えられない若者も多い。将来に希望を持って結婚できるような、結婚したい人を支援する仕組みを作って欲しい。
- 補助金情報。

【 建設業 】

- 新卒者に対する資格取得支援補助をお願いしたい。

3. 円安・電気料金値上げ・金利上昇に関する調査

(1) 円安の影響

- ・円安の事業への影響を尋ねたところ、全体では「かなり厳しい影響がある」の割合が 7.8%、「多少の影響がある（業績を左右するほどではない）」が 55.3%、「影響はない」が 36.1%、「プラスの影響がある」が 0.8%だった。
- ・前回調査（2025 年 1～3 月期）との比較では、「かなり厳しい影響がある」の割合が 9.6%から 7.8%に 1.8 ポイント低下、「多少の影響がある（業績を左右するほどではない）」が 47.0%から 55.3%に 8.3 ポイント上昇した。
- ・業種別では、「かなり厳しい影響がある」の割合が建設業を除く 4 業種で前回調査から低下した。

円安の影響(全体・業種別 %)

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

全 体	2024年10～12月期(269社)	11.5	54.6	32.7	1.1
	2025年1～3月期(251社)	9.6	47.0	42.6	0.8
	2025年4～6月期(244社)	7.8	55.3	36.1	0.8
製 造 業	2024年10～12月期(86社)	10.5	60.5	25.6	3.5
	2025年1～3月期(55社)	12.7	47.3	36.4	3.6
	2025年4～6月期(69社)	5.8	63.8	27.5	2.9
卸 売 業	2024年10～12月期(36社)	11.1	55.6	33.3	
	2025年1～3月期(35社)	8.6	51.4	40.0	
	2025年4～6月期(28社)		64.3	32.1	3.6
小 売 業	2024年10～12月期(42社)	16.7	54.8	28.6	
	2025年1～3月期(39社)	12.8	48.7	38.5	
	2025年4～6月期(34社)	11.8	64.7	23.5	
サ ー ビ ス 業	2024年10～12月期(49社)	14.3	53.1	32.7	
	2025年1～3月期(76社)	10.5	42.1	47.4	
	2025年4～6月期(67社)	9.0	40.3	50.7	
建 設 業	2024年10～12月期(56社)	7.1	46.4	46.4	
	2025年1～3月期(46社)	2.2	50.0	47.8	
	2025年4～6月期(46社)	8.7	52.2	39.1	

(2) 電気料金値上げの影響

- ・電気料金値上げの事業への影響を尋ねたところ、全体では「かなり厳しい影響がある」の割合が15.0%、「多少の影響がある(業績を左右するほどではない)」が69.2%、「影響はない」が15.8%だった。なお、「プラスの影響がある」の回答は無かった。
- ・前回調査(2025年1～3月期)との比較では、「かなり厳しい影響がある」の割合が23.1%から15.0%に8.1ポイント低下、「多少の影響がある(業績を左右するほどではない)」が57.8%から69.2%に11.4ポイント上昇した。
- ・業種別では、「かなり厳しい影響がある」の割合が製造業(24.3%)で高く2割台半ばとなっている。

電気料金値上げの影響(全体・業種別 %)

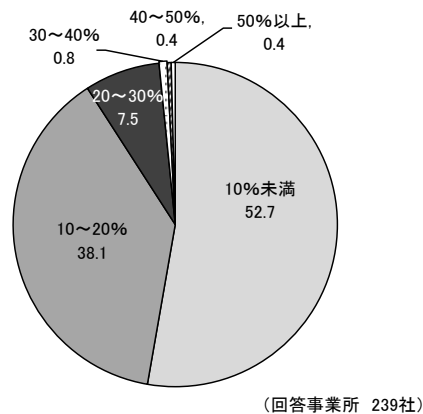
- ☐ かなり厳しい影響がある
☐ 多少の影響がある(業績を左右するほどではない)
☐ 影響はない
☐ プラスの影響がある

全体	2024年10～12月期(269社)	14.5	64.7	20.8
	2025年1～3月期(251社)	23.1	57.8	19.1
	2025年4～6月期(247社)	15.0	69.2	15.8
製造業	2024年10～12月期(86社)	17.4	68.6	14.0
	2025年1～3月期(54社)	31.5	59.3	9.3
	2025年4～6月期(70社)	24.3	68.6	7.1
卸売業	2024年10～12月期(35社)	2.9	71.4	25.7
	2025年1～3月期(36社)	11.1	58.3	30.6
	2025年4～6月期(28社)	10.7	60.7	28.6
小売業	2024年10～12月期(43社)	16.3	65.1	18.6
	2025年1～3月期(39社)	33.3	53.8	12.8
	2025年4～6月期(34社)	17.6	67.6	14.7
サービス業	2024年10～12月期(48社)	29.2	58.3	12.5
	2025年1～3月期(77社)	27.3	51.9	20.8
	2025年4～6月期(69社)	11.6	72.5	15.9
建設業	2024年10～12月期(57社)	3.5	59.6	36.8
	2025年1～3月期(45社)	6.7	68.9	24.4
	2025年4～6月期(46社)	6.5	71.7	21.7

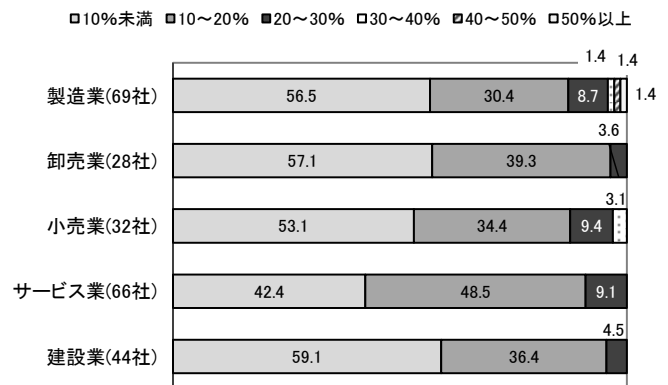
(3) 電気料金の増加率・増加額見込み

- ・2025 年 4～6 月期の電気料金の前年同期比増加率見込みを尋ねたところ、全体では「10%未満」の割合が 52.7%と最も高く、「10%～20%」が 38.1%で続き、この2つで9割を超えた。
- ・業種別では、「10%未満」の割合がサービス業を除く4業種で5割を超えている。

電気料金の前年同期比増加率(全体 %)

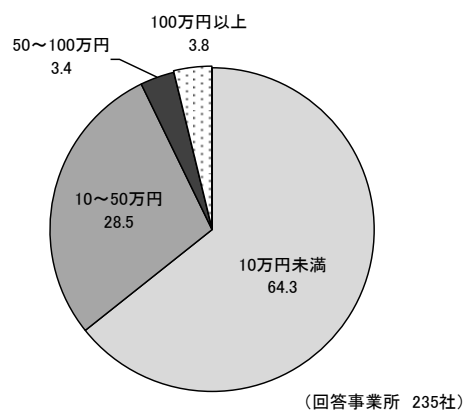


電気料金の前年同期比増加率(業種別 %)

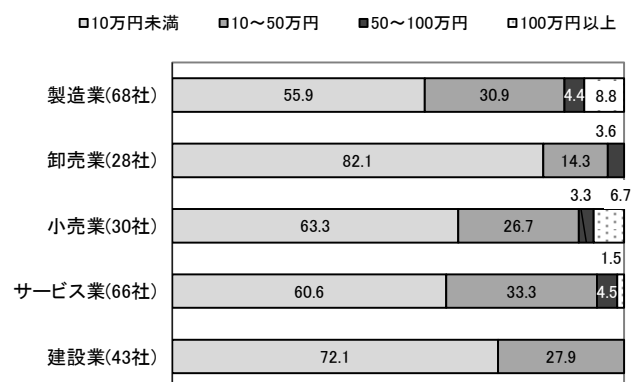


- ・2025 年 4～6 月期の電気料金の前年同期比増加額見込みを尋ねたところ、全体では「10 万円未満」の割合が 64.3%と最も高く、「10～50 万円」が 28.5%で続き、この2つで9割を超えた。
- ・業種別では「100 万円以上」の割合が製造業 (8.8%) で高く 1 割弱となっている。

電気料金の前年同期比増加額(全体 %)

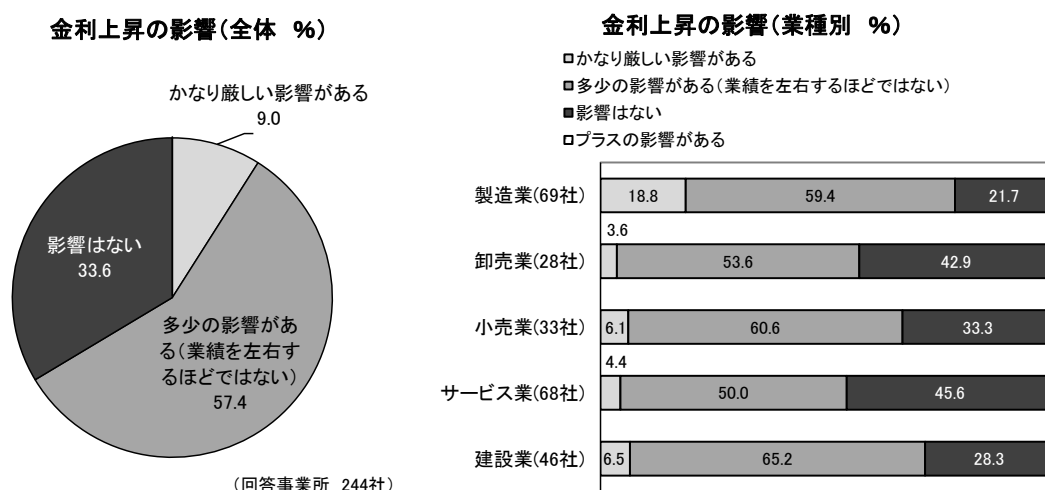


電気料金の前年同期比増加額(業種別 %)



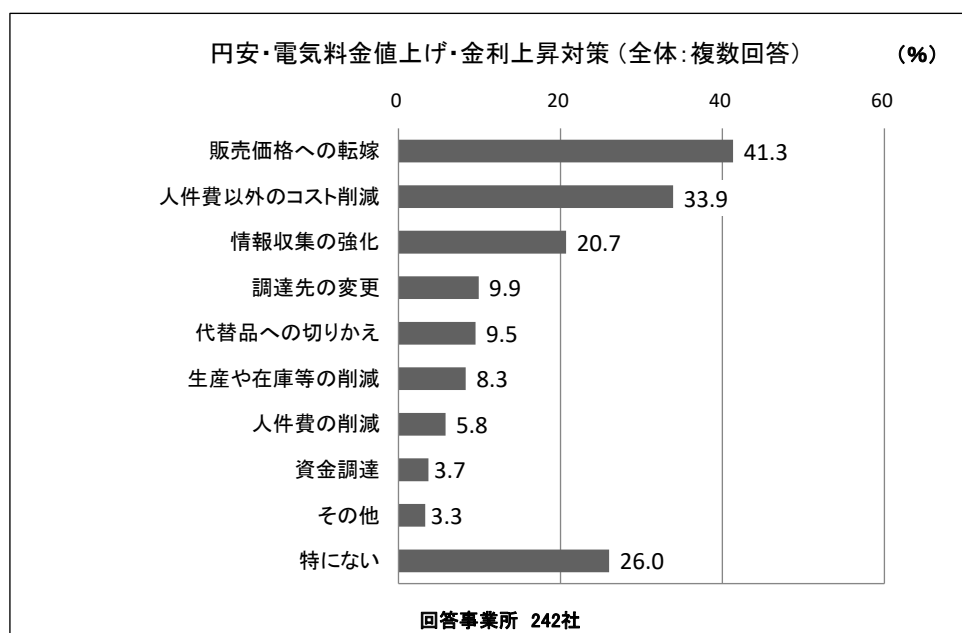
(4) 金利上昇の影響

- ・金利上昇の事業への影響を尋ねたところ、全体では「かなり厳しい影響がある」の割合が9.0%、「多少の影響がある（業績を左右するほどではない）」が57.4%、「影響はない」が33.6%だった。なお、「プラスの影響がある」の回答はなかった。
- ・業種別では、「かなり厳しい影響がある」と「多少の影響がある（業績を左右するほどではない）」を合わせた割合が製造業（78.2%）と建設業（71.7%）で高く7割を超えている。



(5) 今後取り組む円安・電気料金値上げ・金利上昇対策

- ・今後取り組む円安・電気料金値上げ・金利上昇対策を尋ねたところ（複数回答）、全体では「販売価格への転嫁」の割合が41.3%と最も高く、「人件費以外のコスト削減」（33.9%）、「情報収集の強化」（20.7%）が続いた。
- ・なお、「その他」（3.3%）の具体的な回答としては、「太陽光発電の導入」（製造業）、「LEDへの変更」（卸売業）、「業務の効率化」（小売業）があった。



- ・業種別では、5業種すべてで「販売価格への転嫁」の割合が最も高かった。

円安・電気料金値上げ・金利上昇対策（上位5位まで、複数回答、下段：％）

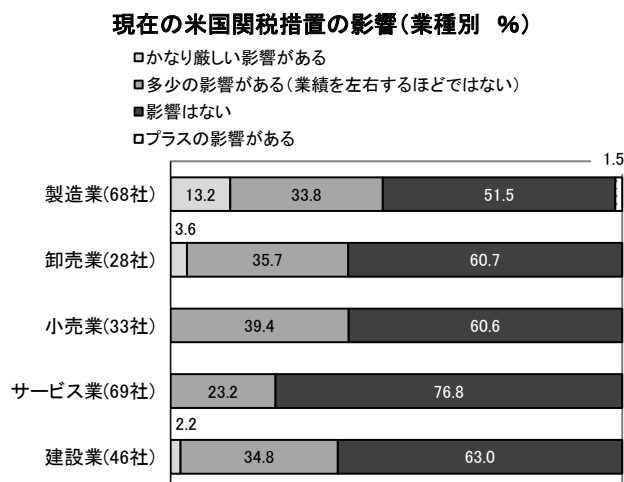
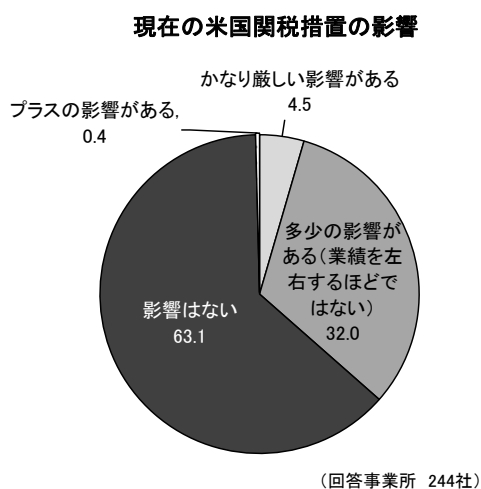
業種	順位	1位	2位	3位	4位	5位
製造業 (n=69)		販売価格への転嫁	人件費以外のコスト削減	情報収集の強化	調達先の変更	代替品への切りかえ
		44.9	42.0	24.6	17.4	8.7
卸売業 (n=28)		販売価格への転嫁	人件費以外のコスト削減	情報収集の強化	生産や在庫等の削減	調達先の変更
		39.3	32.1	28.6	14.3	7.1
小売業 (n=32)		販売価格への転嫁	人件費以外のコスト削減	情報収集の強化	人件費の削減	生産や在庫等の削減
		50.0	28.1	15.6	15.6	12.5
サービス業 (n=68)		販売価格への転嫁	人件費以外のコスト削減	情報収集の強化	代替品への切りかえ	生産や在庫等の削減
		39.7	33.8	17.6	17.6	11.8
建設業 (n=45)		販売価格への転嫁	人件費以外のコスト削減	情報収集の強化	資金調達	代替品への切りかえ
		33.3	26.7	17.8	4.4	4.4

※複数回答のため、割合の合計は100%にならない。

4. 米国関税措置に関する調査

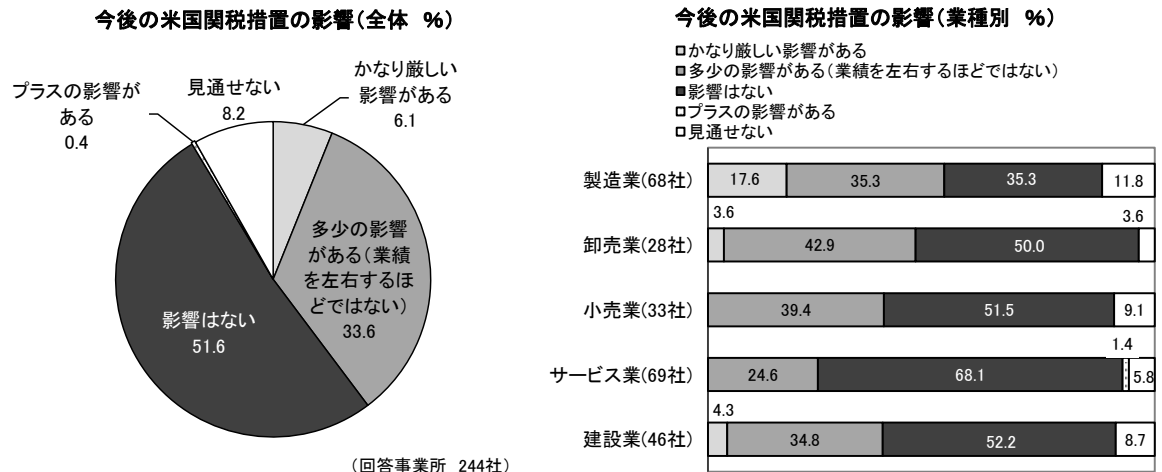
（１）現在の米国関税措置の影響

- ・現在（調査時点）における米国関税措置の影響を尋ねたところ、全体では「かなり厳しい影響がある」の割合が4.5%、「多少の影響がある（業績を左右するほどではない）」32.0%、「影響はない」が63.1%、「プラスの影響がある」が0.4%だった。
- ・業種別では、「かなり厳しい影響がある」の割合が製造業（13.2%）で高く1割強となった。



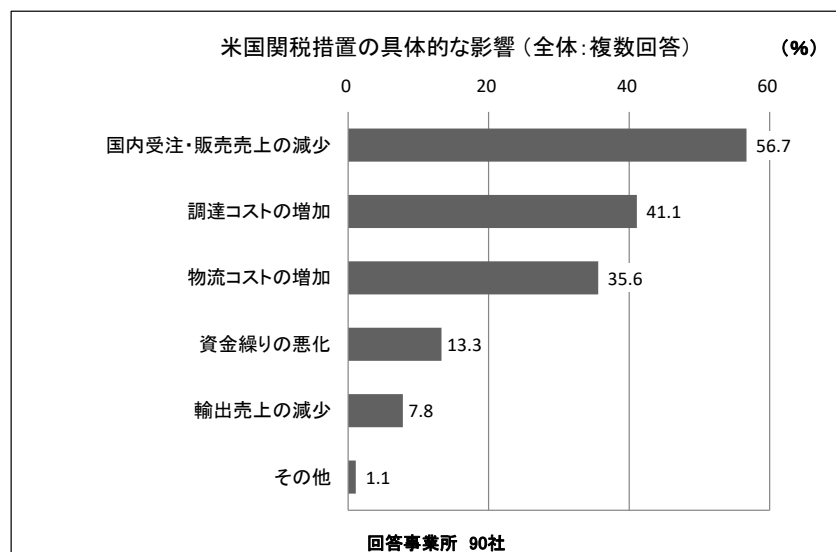
(2) 今後の米国関税措置の影響

- ・今後（調査時点から先行き）の米国関税措置の影響を尋ねたところ、全体では「かなり厳しい影響がある」の割合が6.1%、「多少の影響がある（業績を左右するほどではない）」33.6%、「影響はない」が51.6%、「プラスの影響がある」が0.4%、「見通せない」が8.2%だった。
- ・業種別では、「かなり厳しい影響がある」の回答割合が製造業（17.6%）で引き続き高く2割弱となった。



(3) 米国関税措置の具体的な影響

- ・(1) または (2) で「かなり厳しい影響がある」「多少の影響がある（業績を左右するほどではない）」「プラスの影響がある」と回答した先に、米国関税措置の具体的な影響を尋ねたところ（複数回答）、全体では「国内受注・販売売上の減少」の割合が56.7%と最も高く、「調達コストの増加」（41.1%）、「物流コストの増加」（35.6%）が続いた。
- ・なお、「その他」（1.1%）の具体的な回答としては、「消費意識の低下」（サービス業）があった。



- ・業種別では、5業種すべてで「国内受注・販売売上の減少」の割合が最も高かった（卸売業は「調達コストの増加」も同率で最も高かった）。

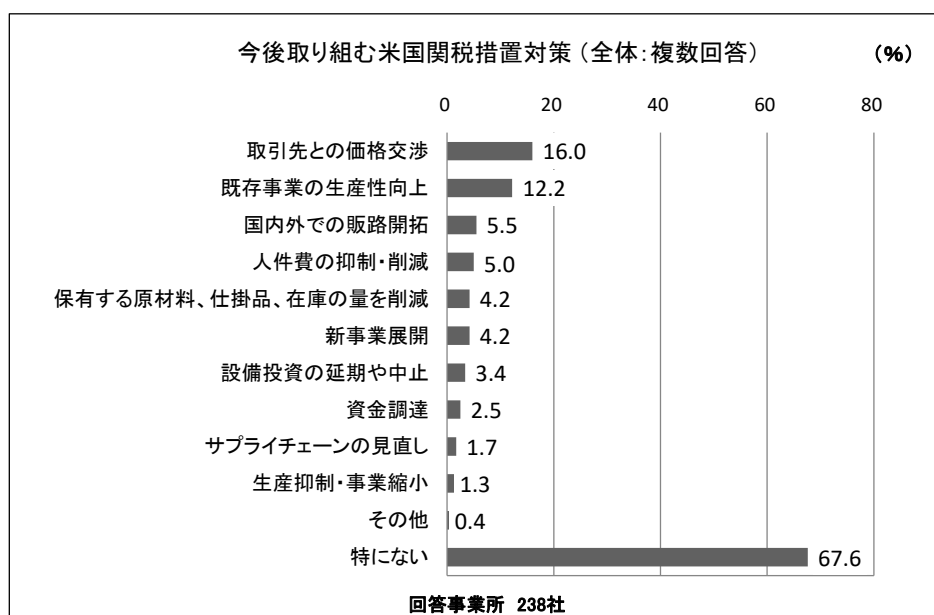
米国関税措置の具体的な影響（上位4位まで、複数回答、下段：％）

順位 業種	1位	2位	3位	4位
製造業 (n=34)	国内受注・販売売上の減少	調達コストの増加	物流コストの増加	輸出売上の減少
	55.9	32.4	29.4	17.6
卸売業 (n=12)	国内受注・販売売上の減少	調達コストの増加	物流コストの増加	輸出売上の減少
	58.3	58.3	41.7	8.3
小売業 (n=12)	国内受注・販売売上の減少	調達コストの増加	物流コストの増加	資金繰りの悪化
	50.0	41.7	41.7	33.3
サービス業 (n=13)	国内受注・販売売上の減少	調達コストの増加	物流コストの増加	資金繰りの悪化
	61.5	46.2	38.5	7.7
建設業 (n=19)	国内受注・販売売上の減少	調達コストの増加	物流コストの増加	資金繰りの悪化
	57.9	42.1	36.8	10.5

※複数回答のため、割合の合計は100%にならない。

（４）今後取り組む米国関税措置対策

- ・今後取り組む米国関税措置対策を尋ねたところ（複数回答）、全体では「取引先との価格交渉」の割合が16.0%と最も高く、「既存事業の生産性向上」が12.2%で続いた。一方、「特にない」の割合は67.6%に上った。
- ・なお、「その他」（0.4%）の具体的な回答としては、「米国以外の輸出強化」（製造業）があった。



- ・業種別では、製造業を除く4業種で「取引先との価格交渉」の割合が最も高かった（小売業は「人件費の抑制・削減」も同率で最も高かった）。製造業では「既存事業の生産性向上」が最も高かった。

今後取り組む米国関税措置対策（上位4位まで、複数回答、下段：％）

業種	順位	1位	2位	3位	4位	参考
製造業 (n=67)		既存事業の生産性向上	取引先との価格交渉	国内外での販路開拓	新事業展開	特にない (38社)
		22.4	17.9	10.4	7.5	56.7
卸売業 (n=27)		取引先との価格交渉	保有する原材料、仕掛品、在庫の量を削減	資金調達	既存事業の生産性向上	特にない (16社)
		25.9	7.4	7.4	3.7	59.3
小売業 (n=32)		取引先との価格交渉	人件費の抑制・削減	保有する原材料、仕掛品、在庫の量を削減	既存事業の生産性向上	特にない (24社)
		9.4	9.4	6.3	6.3	75.0
サービス業 (n=68)		取引先との価格交渉	既存事業の生産性向上	保有する原材料、仕掛品、在庫の量を削減	人件費の抑制・削減	特にない (51社)
		11.8	7.4	5.9	5.9	75.0
建設業 (n=44)		取引先との価格交渉	既存事業の生産性向上	国内外での販路開拓	資金調達	特にない (32社)
		18.2	13.6	4.5	2.3	72.7

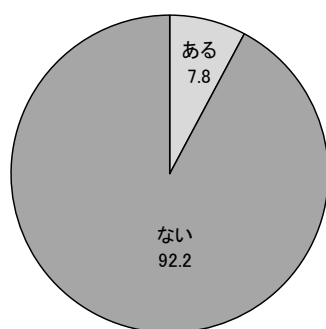
※複数回答のため、割合の合計は100%にならない。

5. カスタマーハラスメントに関する調査

（１）直近１年間の被害の有無

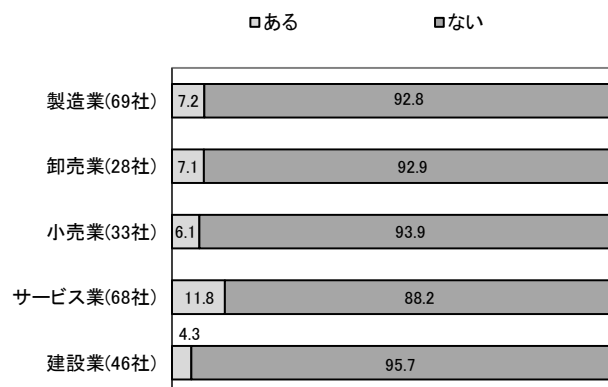
- ・直近１年間のカスタマーハラスメント（以下、カスハラ）の被害の有無を尋ねたところ、全体では「ある」の割合が7.8%、「ない」が92.2%だった。
- ・業種別では、「ある」の割合がサービス業（11.8%）で高く1割強となった。

直近1年間の被害の有無（全体 ⅔）



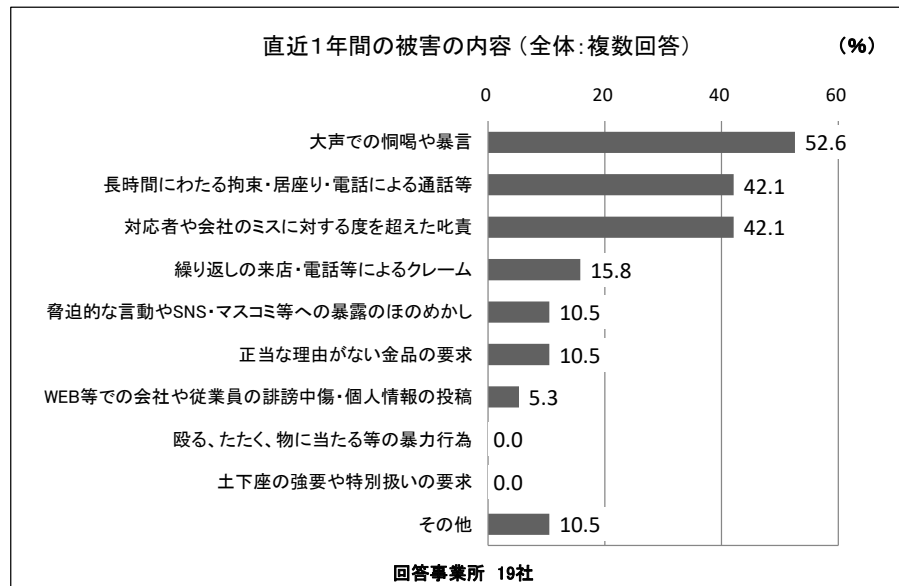
（回答事業所 244社）

直近1年間の被害の有無（業種別 ⅔）



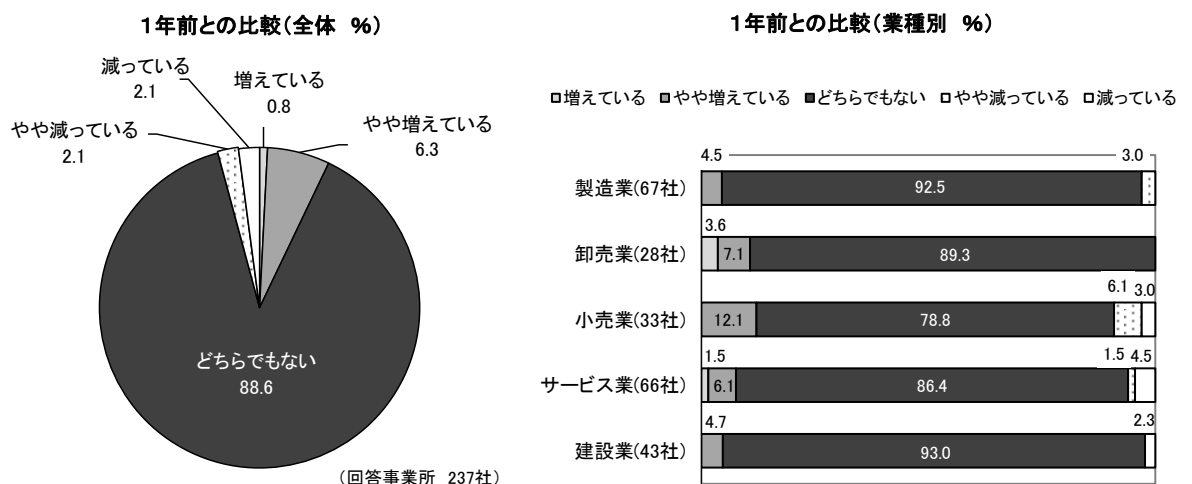
(2) 直近1年間の被害の内容

- ・(1)で「ある」と回答した先に被害の内容を尋ねたところ(複数回答)、全体では「大声での恫喝や暴言」の割合が52.6%と最も高く、「長時間にわたる拘束・居座り・電話による通話等」と「対応者や会社のミスに対する度を越えた叱責」がともに42.1%で続いた。
- ・なお、「その他」(10.5%)の具体的な回答は無かった。



(3) 1年前と比較し増加していると感じるか

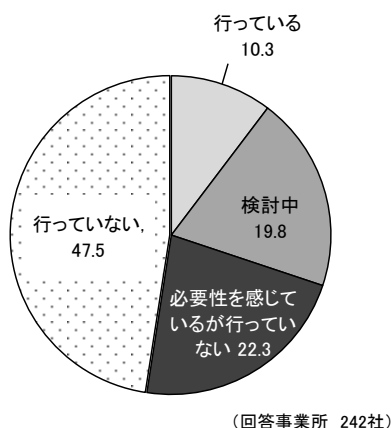
- ・実際の被害の有無を問わず、1年前と比較してカスハラが増加していると感じるかを尋ねたところ、全体では「増えている」の割合が0.8%、「やや増えている」が6.3%、「どちらでもない」が88.6%、「やや減っている」が2.1%、「減っている」が2.1%だった。
- ・業種別では、「増えている」と「やや増えている」を合わせた割合が、卸売業(10.7%)と小売業(12.1%)で高く1割強となった。



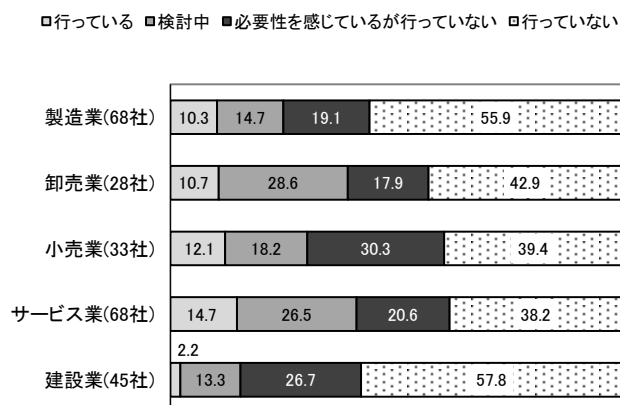
(4) 自社での対策の有無

- ・実際の被害の有無を問わず、自社でのカスハラ対策の有無を尋ねたところ、全体では「行っている」の割合が 10.3%、「検討中」が 19.8%、「必要性を感じているが行っていない」が 22.3%、「行っていない」が 47.5%だった。
- ・業種別では、「行っている」の割合がサービス業（14.7%）で高く 1 割台半ばとなった。

自社での対策の有無(全体 %)

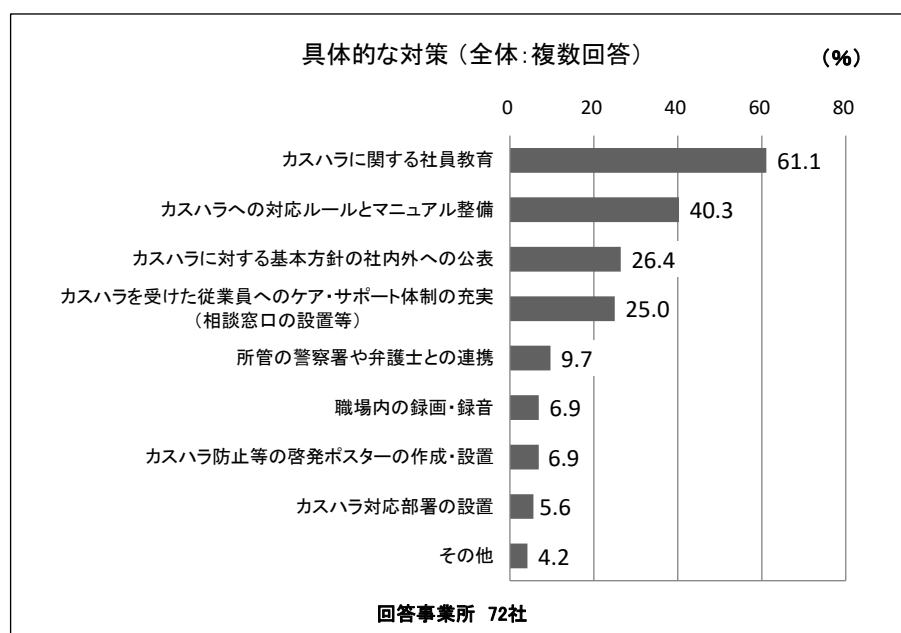


自社での対策の有無(業種別 %)



(5) 具体的な対策

- ・(4) で対策を「行っている」または「検討中」と回答した先に対策の内容を尋ねたところ（複数回答）、全体では「カスハラに関する社員教育」の割合が 61.1%と最も高く、「カスハラへの対応ルールとマニュアル整備」(40.3%)、「カスハラに対する基本方針の社内外への公表」(26.4%)が続いた。
- ・なお、「その他」(4.2%)の具体的な回答としては、「カスハラ自体を起こさせない対応を身につける」(小売業)があった。



- ・業種別では、5業種とも「カスハラに関する社員教育」の割合が最も高かった（建設業は「カスハラに対する基本方針の社内外への公表」も同率で最も高かった）。

具体的な対策策（上位5位まで、複数回答、下段：％）

業種	順位	1位	2位	3位	4位	5位
製造業 (n=17)		カスハラに関する社員教育	カスハラへの対応ルールとマニュアル整備	カスハラを受けた従業員へのケア・サポート体制の充実(相談窓口の設置等)	カスハラに対する基本方針の社内外への公表	所管の警察署や弁護士との連携
		58.8	29.4	29.4	23.5	23.5
卸売業 (n=11)		カスハラに関する社員教育	カスハラへの対応ルールとマニュアル整備	カスハラを受けた従業員へのケア・サポート体制の充実(相談窓口の設置等)	カスハラに対する基本方針の社内外への公表	カスハラ対応部署の設置
		54.5	45.5	45.5	18.2	18.2
小売業 (n=10)		カスハラに関する社員教育	カスハラへの対応ルールとマニュアル整備	カスハラに対する基本方針の社内外への公表	カスハラを受けた従業員へのケア・サポート体制の充実(相談窓口の設置等)	職場内の録画・録音
		60.0	50.0	40.0	30.0	10.0
サービス業 (n=27)		カスハラに関する社員教育	カスハラへの対応ルールとマニュアル整備	カスハラに対する基本方針の社内外への公表	カスハラを受けた従業員へのケア・サポート体制の充実(相談窓口の設置等)	所管の警察署や弁護士との連携
		70.4	44.4	22.2	14.8	7.4
建設業 (n=7)		カスハラに関する社員教育	カスハラに対する基本方針の社内外への公表	カスハラへの対応ルールとマニュアル整備	職場内の録画・録音	カスハラを受けた従業員へのケア・サポート体制の充実(相談窓口の設置等)
		42.9	42.9	28.6	28.6	14.3

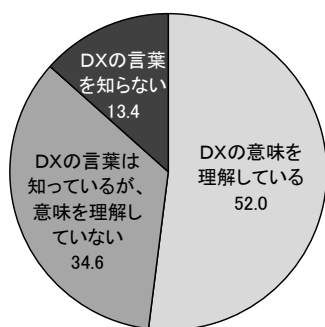
※複数回答のため、割合の合計は100%にならない。

6. DXに関する調査

(1) DXの理解度

- ・企業がデジタル技術を活用し、ビジネスのやり方、製品・サービス、組織そのものを根本的に変革し、新しい価値を生み出すDX（デジタル・トランスフォーメーション）の理解度を尋ねたところ、全体では「DXの意味を理解している」の割合が52.0%、「DXの言葉は知っているが、意味を理解していない」が34.6%、「DXの言葉を知らない」が13.4%だった。
- ・業種別では、「DXの意味を理解している」の割合が製造業（59.4%）と卸売業（57.1%）で高く6割弱となっている。

DXの理解度(全体 ⅔)



(回答事業所 246社)

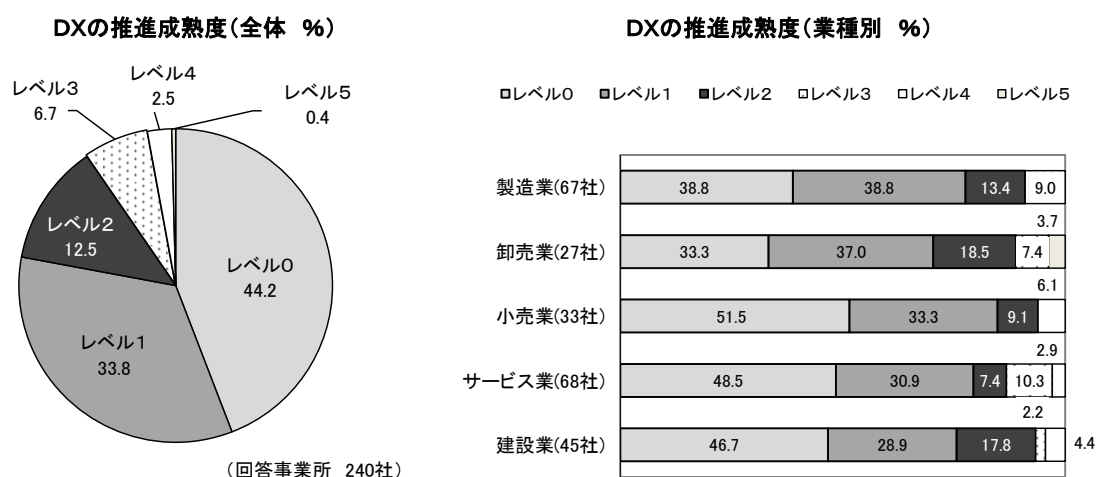
DXの理解度(業種別 ⅔)

- DXの意味を理解している
- ▒DXの言葉は知っているが、意味を理解していない
- DXの言葉を知らない

製造業(69社)	59.4	31.9	8.7
卸売業(28社)	57.1	32.1	10.7
小売業(34社)	44.1	38.2	17.6
サービス業(69社)	46.4	39.1	14.5
建設業(46社)	52.2	30.4	17.4

(2) DX推進成熟度レベル

- ・DXの推進成熟度レベルを下表記載のレベル0からレベル5までの6段階で尋ねたところ、全体では「レベル0（未着手）」の割合が44.2%で最も高く、「レベル1（一部での散発的実施）」が33.8で続いた。
- ・業種別では、「レベル0（未着手）」の割合が小売業（51.5%）で高く5割強となっている。



DX推進成熟度レベル		状態（特徴）
レベル0	未着手	企業全体がDXに対してほとんど関心がないか、関心はあっても具体的な取り組みが一切行われていない
レベル1	一部での散発的実施	企業全体でDXに関する実行計画や行動指針等が定められていない中で、特定の部署やチームが個別にデジタル技術の導入や試行を行っている
レベル2	一部での戦略的実施	企業全体でDXに関する実行計画や行動指針等が定められており、その計画や指針に基づいて一部の部門でDX推進が開始されている
レベル3	全社戦略に基づく部門横断的推進	企業全体でDXに関する実行計画や行動指針等が定められており、それが企業全体に浸透し、部門横断的な連携を伴いながら、具体的なDXプロジェクトが広範囲で実行されている
レベル4	全社戦略に基づく持続的実施	このレベルに達した企業は、DXが一時的なプロジェクトではなく、事業活動の中核に組み込まれ、継続的な改善サイクルが確立されている
レベル5	グローバル市場におけるデジタル企業	このレベルの企業は、DXが単にビジネスの最適化を超え、企業文化、ビジネスモデル、組織構造の全てがデジタルを前提として再構築されており、グローバル市場においてデジタル競争力を圧倒的に有している

以上