

千葉市企業動向調査
第13回
(2024年度第3回)

千葉市
2024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・件数	3
(5) 調査機関	3
(6) 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	11
②経常損益BSⅠ	12
③資金繰りBSⅠ	13
④人材過不足DⅠ	14
⑤生産設備DⅠ	15
⑥営業用設備DⅠ	16
(3) その他項目のBSⅠ・DⅠ	17
①国内需要BSⅠ	18
②仕入価格BSⅠ	19
③販売価格BSⅠ	20
④人材採用DⅠ	21
(4) 設備投資に関する現況	22
①設備投資	22
3. 付帯調査	23
(1) 調査目的	23
(2) 調査結果のまとめ	23
(3) 調査結果	25
①「パートナーシップ構築宣言」について	25
②事業承継について	31
③必要な支援や千葉市に期待すること	36
●資料編	39
(1) 調査票	39
(2) 同封チラシ	42

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、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。

※第11回調査から、調査対象とする企業の抽出元のデータベースや企業属性、抽出方法、企業数を変更した。

【調査対象件数・アンケート調査回収数内訳】

	件数	回収数	回収率	
全体	1,000	460	46.0%	
業 種 別	製造業	66	25	37.9%
	非製造業	934	434	46.5%
	建設業	205	102	49.9%
	運輸・通信業※1	61	11	18.1%
	卸・小売業	214	93	43.4%
	飲食・宿泊業	50	18	35.7%
	サービス業※2	187	99	52.8%
	その他非製造業※3	217	111	51.2%
無回答	-	1	-	

※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」

(3) 調査時期

2024年11月5日（月）～11月25日（月）

(4) 調査方法・件数

郵送調査及びWEB調査 1,000件 回収数 460件（回収率 46.0%）

(5) 調査機関

株式会社ちばぎん総合研究所 調査部

(6) 報告書を読むに当たっての注意点

- 報告書本文中の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。
- 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、本報告書では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、本報告書におけるBSIの前期、今期、来期の各期間は以下のとおり。
 前期:2024年4~6月期
 今期:2024年7~9月期
 来期:2024年10~12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、本報告書では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、本報告書におけるDIの前期、今期、来期の各期間は以下のとおり。
 前期:2024年4~6月期
 今期:2024年7~9月期
 来期:2024年10~12月期
- 本報告書における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。
- 第11回調査より、調査対象とする企業の抽出元のデータベースや企業属性、抽出方法、企業数を、以下のとおり変更した。

	第10回調査まで	第11回調査以降
データベース	株式会社東京商工リサーチの企業情報データベース	総務省の事業所母集団データベース
企業属性	千葉市に本社を置く企業及び千葉市に事業所を置く企業	千葉市に本社を置く企業
抽出方法	無作為抽出	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無作為抽出
企業数	2,000社	1,000社

※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 12 回調査回答企業の業種別及び規模別の割合

・第 12 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13回調査の回答企業と抽出企業の比較

	第13回調査回答企業		第13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	460	100.0%	1,000	100.0%	0.0	
業 種 別	製造業	25	5.4%	66	6.6%	▲ 1.2
	非製造業	434	94.3%	934	93.4%	0.9
	建設業	102	22.2%	205	20.5%	1.7
	運輸・通信業	11	2.4%	61	6.1%	▲ 3.7
	卸・小売業	93	20.2%	214	21.4%	▲ 1.2
	飲食・宿泊業	18	3.9%	50	5.0%	▲ 1.1
	サービス業	99	21.5%	187	18.7%	2.8
	その他非製造業	111	24.1%	217	21.7%	2.4
無回答	1	0.2%	-	-	-	
規 模 別	5 人以下	289	62.8%	659	65.9%	▲ 3.1
	6 人～20人	102	22.2%	207	20.7%	1.5
	21人以上	68	14.8%	134	13.4%	1.4
	無回答	1	0.2%	-	-	-

・第 13 回調査回答企業と調査対象を変更する前の第 10 回調査回答企業を比較すると、第 13 回調査回答企業は業種別では建設業の割合が相対的に高く、卸・小売業やその他非製造業の割合が相対的に低い。また、規模別では、5 人以下の割合が 21.6 ポイント高く、6 人～20 人と 21 人以上の割合が低くなった。

○第13回調査回答企業と第10回調査回答企業の比較

	第13回調査回答企業		第10回調査回答企業		A-C (単位:ポイント)	
	実数	割合 (A)	実数	割合 (C)		
全体	460	100.0%	672	100.0%	0.0	
業 種 別	製造業	25	5.4%	29	4.3%	1.1
	非製造業	434	94.3%	643	95.7%	▲ 1.3
	建設業	102	22.2%	74	11.0%	11.2
	運輸・通信業	11	2.4%	28	4.2%	▲ 1.8
	卸・小売業	93	20.2%	169	25.1%	▲ 4.9
	飲食・宿泊業	18	3.9%	41	6.1%	▲ 2.2
	サービス業	99	21.5%	138	20.5%	1.0
	その他非製造業	111	24.1%	193	28.7%	▲ 4.6
無回答	1	0.2%	-	-	-	
規 模 別	5 人以下	289	62.8%	277	41.2%	21.6
	6 人～20人	102	22.2%	223	33.2%	▲ 11.0
	21人以上	68	14.8%	165	24.6%	▲ 9.8
	無回答	1	0.2%	-	-	-

2. 千葉市内企業の景況

(1) 業況判断

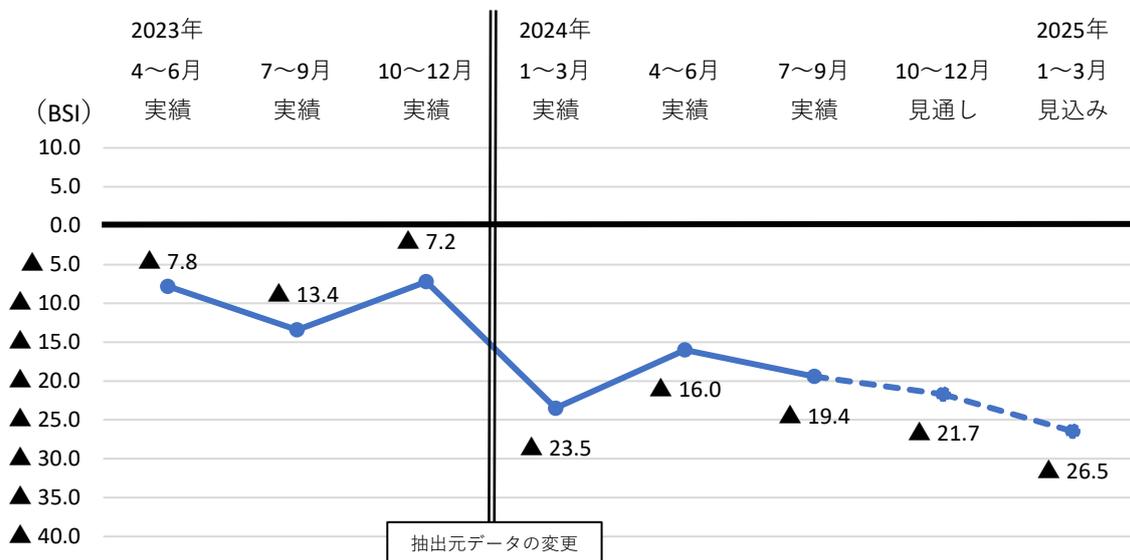
① 業況判断

業況判断BSIは、前期から3.4ポイント低下した
来期は今期から2.3ポイント低下する見通し

【ポイント】

- 業況判断BSIは、前期▲16.0から今期▲19.4へと厳しさがやや強まった。
- 先行きについてみると、来期（2024年10～12月）は▲21.7と厳しさがやや強まる見通しである。さらに来々期（2025年1～3月）は▲26.5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人以上で前期8.0から今期▲8.9へと低調感が大きく強まった。
- 業種別にみると、飲食・宿泊業で前期6.2から今期▲22.2へと低調感が極端に強まった。

【業況判断BSI】



	業況判断BSI = 良い% - 悪い%						
	2024年	2024年	2024年	2024年	2025年	2025年	
	4～6月	7～9月		10～12月			1～3月
	実績	実績	見通し	見込み	見込み		
全体	▲ 16.0	▲ 19.4	▲ 3.4	▲ 21.7	▲ 2.3	▲ 26.5	
規模別	5人以下	▲ 23.3	▲ 22.8	0.5	▲ 28.8	▲ 6.0	▲ 30.4
	6人～20人	▲ 8.7	▲ 15.7	▲ 7.0	▲ 13.7	2.0	▲ 22.5
	21人以上	8.0	▲ 8.9	▲ 16.9	▲ 3.0	5.9	▲ 14.7
業種別	製造業	▲ 29.1	▲ 16.0	13.1	▲ 26.1	▲ 10.1	▲ 47.9
	非製造業	▲ 15.3	▲ 19.0	▲ 3.7	▲ 21.3	▲ 2.3	▲ 25.2
	建設業	▲ 19.1	▲ 23.6	▲ 4.5	▲ 19.6	4.0	▲ 18.7
	運輸・通信業	8.3	9.1	0.8	0.0	▲ 9.1	▲ 9.1
	卸・小売業	▲ 26.5	▲ 35.4	▲ 8.9	▲ 38.7	▲ 3.3	▲ 44.1
	飲食・宿泊業	6.2	▲ 22.2	▲ 28.4	▲ 22.2	0.0	▲ 33.3
	サービス業	▲ 18.9	▲ 18.2	0.7	▲ 17.2	1.0	▲ 28.3
	その他非製造業	▲ 4.3	▲ 5.4	▲ 1.1	▲ 14.4	▲ 9.0	▲ 12.6

【従業員規模別、業種別動向】

	2024年 4～6月 前期実績	2024年 7～9月 今期実績	2024年 10～12月 来期見通し	2025年 1～3月 来々期見込み
5人以下	 ▲23.3	 ▲22.8	 ▲28.8	 ▲30.4
6人～20人	 ▲8.7	 ▲15.7	 ▲13.7	 ▲22.5
21人以上	 8.0	 ▲8.9	 ▲3.0	 ▲14.7
製造業	 ▲29.1	 ▲16.0	 ▲26.1	 ▲47.9
非製造業	 ▲15.3	 ▲19.0	 ▲21.3	 ▲25.2
建設業	 ▲19.1	 ▲23.6	 ▲19.6	 ▲18.7
運輸・通信業	 8.3	 9.1	 0.0	 ▲9.1
卸・小売業	 ▲26.5	 ▲35.4	 ▲38.7	 ▲44.1
飲食・宿泊業	 6.2	 ▲22.2	 ▲22.2	 ▲33.3
サービス業	 ▲18.9	 ▲18.2	 ▲17.2	 ▲28.3
その他非製造業	 ▲4.3	 ▲5.4	 ▲14.4	 ▲12.6

※前期から今期、今期から来期にかけてBSI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

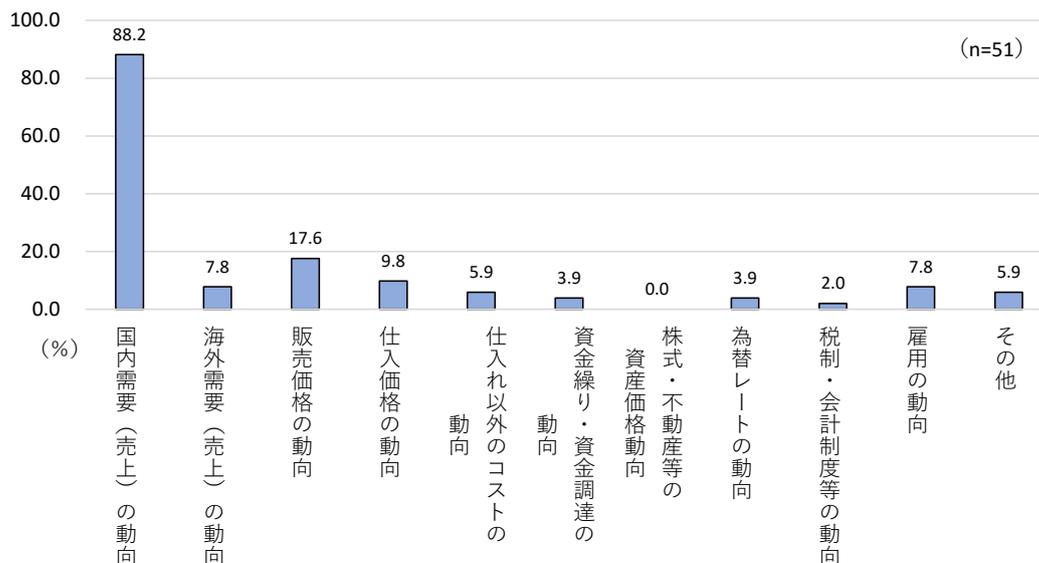
② 今期の業況判断の理由

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88.2%と最も高く、次いで「販売価格の動向」が17.6%、「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54.7%と最も高く、次いで「仕入価格の動向」が47.4%、「仕入れ以外のコストの動向」が29.2%であった。

【今期の業況判断の理由】 ※複数回答

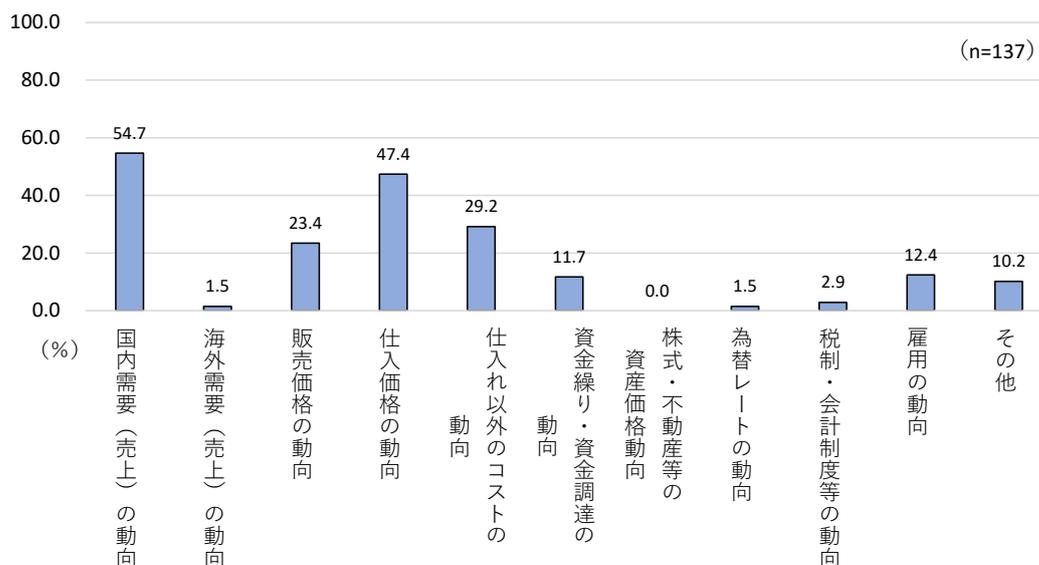
「良い」と回答した理由



※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。

※「その他」の記入内容：「物価上昇し、賃金停滞」、未記入2件

「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。

※「その他」の記入内容：「気温」、「気候、気温」、「客が来店回数を減らしている」、未記入11件

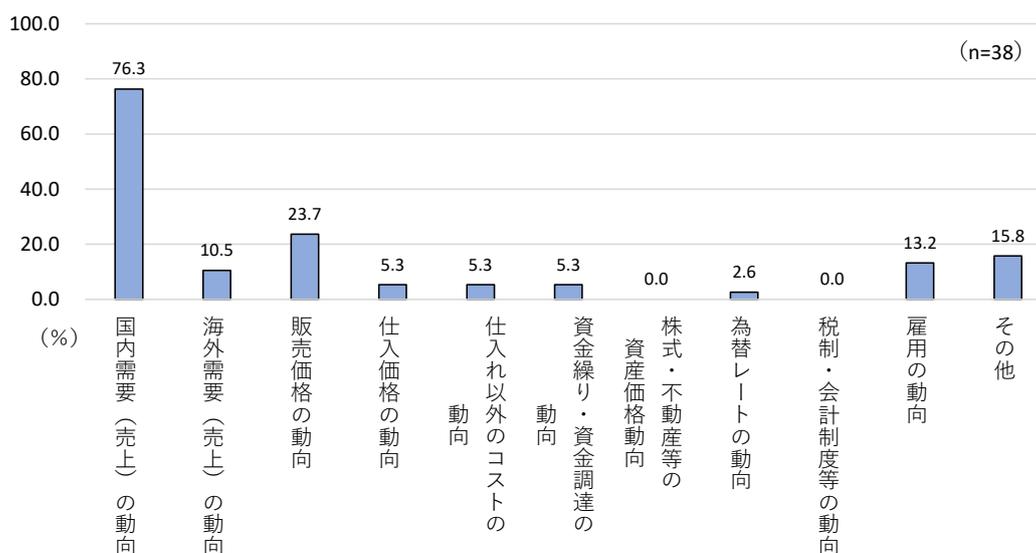
③ 来期の業況判断の理由

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76.3%と最も高く、次いで「販売価格の動向」が23.7%、「雇用の動向」が13.2%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51.2%と最も高く、次いで「仕入価格の動向」が49.6%、「販売価格の動向」と「仕入れ以外のコストの動向」がともに25.6%であった。

【来期の業況判断の理由】 ※複数回答

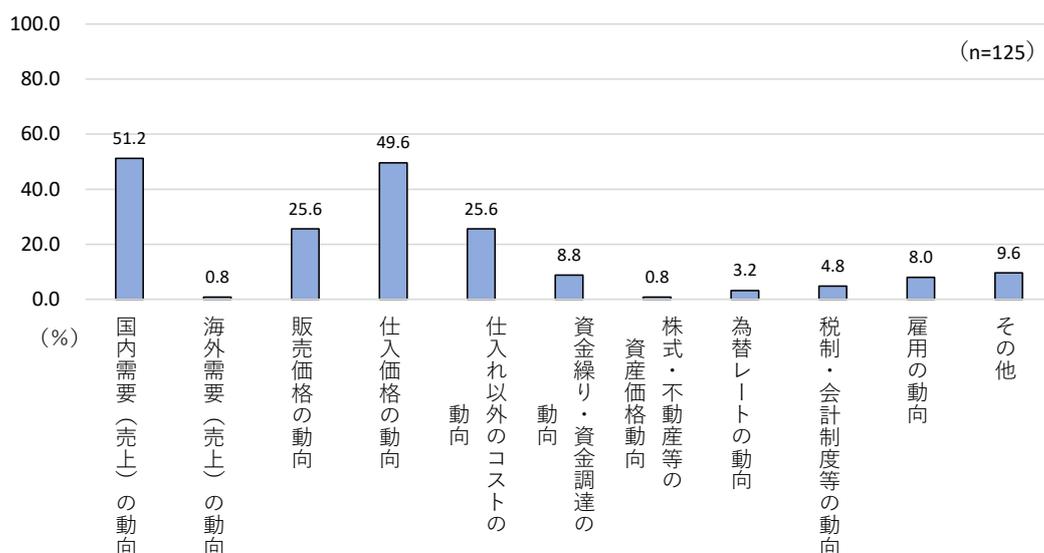
「良い」と回答した理由



※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。

※「その他」の記入内容：「受注が上向き」、未記入5件

「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。

※「その他」の記入内容：「気温」、「気候、気温」、「客が来店回数を減らしている」、未記入8件

(2) 主要項目のBSI・DI

【主要項目のBSI・DI】

主要項目	今期の状況と先行きの見通し
①売上BSI (増加%－減少%)	【今 期】▲11.6と1.8ポイント上昇(同様に推移した) 【先行き】来期は▲12.3と今期よりも0.7ポイント低下する見通し
②経常損益BSI (好転%－悪化%)	【今 期】▲16.0と3.7ポイント上昇(低調感がやや弱まった) 【先行き】来期は▲15.2と今期よりも0.8ポイント上昇する見通し
③資金繰りBSI (好転%－悪化%)	【今 期】▲12.4と0.5ポイント上昇(同様に推移した) 【先行き】来期は▲15.4と今期よりも3.0ポイント低下する見通し
④人材過不足DI (過剰%－不足%)	【今 期】▲28.9と0.4ポイント低下(同様に推移した) 【先行き】来期は▲30.0と今期よりも1.1ポイント低下する見通し
⑤生産設備DI (過剰%－不足%)	【今 期】▲2.8と0.4ポイント低下(同様に推移した) 【先行き】来期は▲3.2と今期よりも0.4ポイント低下する見通し
⑥営業用設備DI (過剰%－不足%)	【今 期】▲6.5と0.6ポイント低下(同様に推移した) 【先行き】来期は▲6.1と今期よりも0.4ポイント上昇する見通し

BSI	2024年	2024年		2024年		2025年
	4～6月 実績	7～9月 実績	今期－前期	10～12月 見通し	来期－今期	
①売上BSI	▲13.4	▲11.6	1.8	▲12.3	▲0.7	▲19.7
②経常損益BSI	▲19.7	▲16.0	3.7	▲15.2	0.8	▲21.5
③資金繰りBSI	▲12.9	▲12.4	0.5	▲15.4	▲3.0	▲13.7
DI	2024年	2024年		2024年		2025年
	4～6月 実績	7～9月 実績	今期－前期	10～12月 見通し	来期－今期	
④人材過不足DI	▲28.5	▲28.9	▲0.4	▲30.0	▲1.1	▲31.1
⑤生産設備DI	▲2.4	▲2.8	▲0.4	▲3.2	▲0.4	▲3.2
⑥営業用設備DI	▲5.9	▲6.5	▲0.6	▲6.1	0.4	▲6.3

① 売上BSI

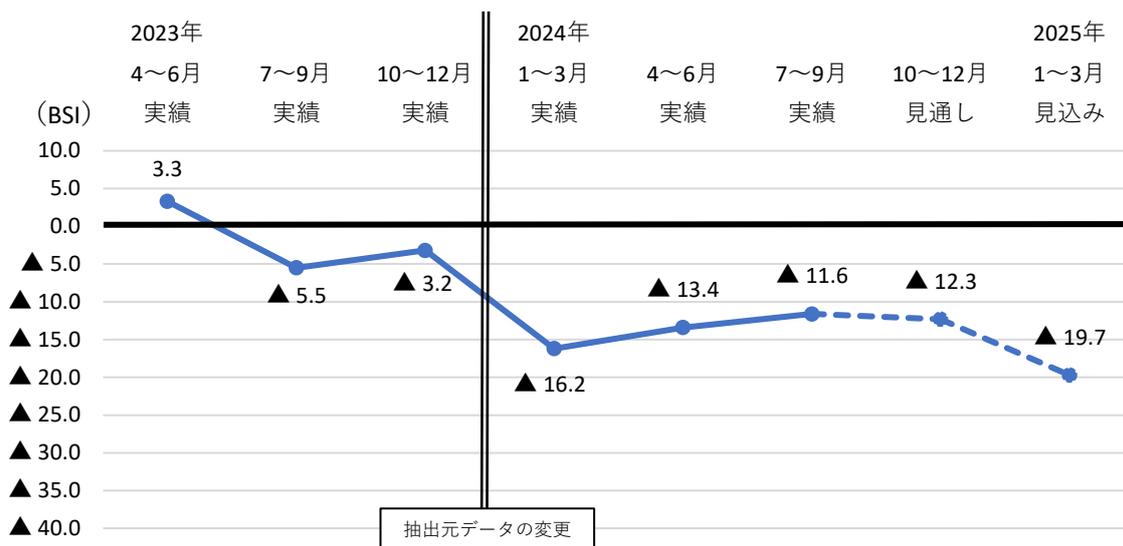
売上BSIは前期▲13.4から今期▲11.6へと同様に推移した。

先行きについてみると、来期（2024年10～12月）は▲12.3と同様に推移する見通しである。さらに来々期（2025年1～3月）は▲19.7と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人以上で前期16.1から今期0.0へと増加幅が大きく縮小した。

業種別にみると、運輸・通信業で前期25.0から今期0.0へと増加幅が極端に縮小した。

【売上BSI】



	売上BSI= 増加% - 減少%						
	2024年 4～6月 実績	2024年 7～9月 実績	今期 - 前期	2024年 10～12月 見通し	来期 - 今期	2025年 1～3月 見込み	
全体	▲ 13.4	▲ 11.6	1.8	▲ 12.3	▲ 0.7	▲ 19.7	
規模別	5人以下	▲ 21.1	▲ 15.9	5.2	▲ 19.7	▲ 3.8	▲ 25.2
	6人～20人	▲ 8.7	▲ 6.9	1.8	▲ 8.8	▲ 1.9	▲ 14.7
	21人以上	16.1	0.0	▲ 16.1	13.2	13.2	▲ 4.4
業種別	製造業	▲ 16.6	▲ 8.7	7.9	▲ 17.4	▲ 8.7	▲ 39.2
	非製造業	▲ 13.2	▲ 11.7	1.5	▲ 12.2	▲ 0.5	▲ 18.8
	建設業	▲ 15.8	▲ 21.6	▲ 5.8	▲ 21.6	0.0	▲ 17.7
	運輸・通信業	25.0	0.0	▲ 25.0	18.2	18.2	0.0
	卸・小売業	▲ 23.0	▲ 21.5	1.5	▲ 24.8	▲ 3.3	▲ 35.5
	飲食・宿泊業	18.7	0.0	▲ 18.7	▲ 5.5	▲ 5.5	▲ 16.6
	サービス業	▲ 14.4	▲ 9.1	5.3	▲ 6.0	3.1	▲ 20.2
	その他非製造業	▲ 10.7	▲ 0.9	9.8	▲ 4.5	▲ 3.6	▲ 7.2

② 経常損益BSI

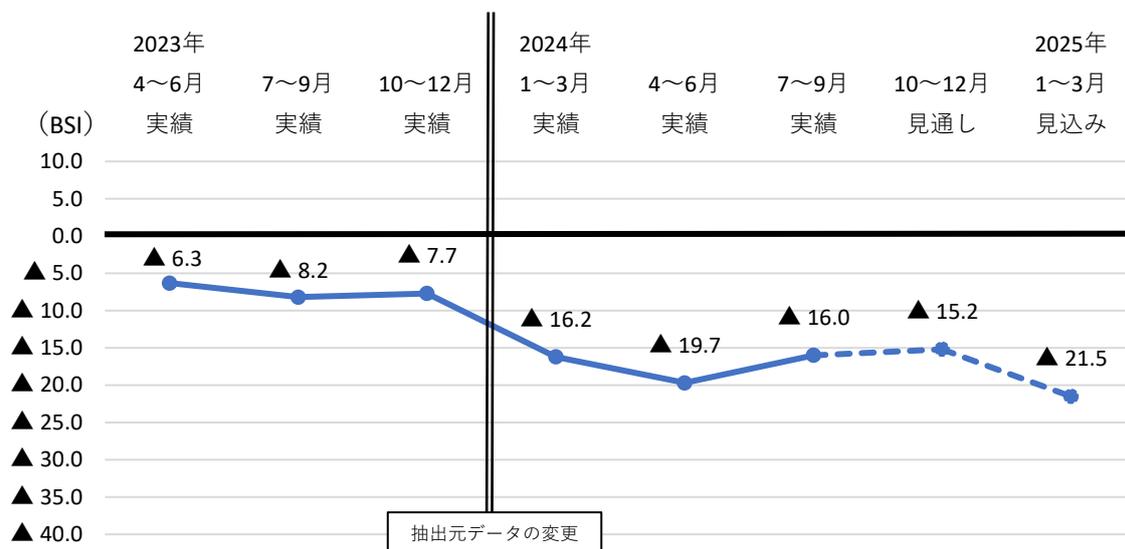
経常損益BSIは前期▲19.7から今期▲16.0へと低調感がやや弱まった。

先行きについてみると、来期（2024年10～12月）は▲15.2と今期と同様で推移する見通しである。さらに来々期（2025年1～3月）は▲21.5と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人以上で前期6.4から今期▲2.9へと低調感が大きく強まった。

業種別にみると、運輸・通信業で前期0.0から今期27.3へと好調感が極端に強まった。

【経常損益BSI】



	経常損益BSI=好転%-悪化%					
	2024年	2024年	2024年		2025年	
	4～6月	7～9月	10～12月	1～3月		
	実績	実績	見通し	見込み		
全体	▲19.7	▲16.0	▲15.2	▲21.5		
規模別						
5人以下	▲27.5	▲19.4	▲18.7	▲24.3		
6人～20人	▲11.6	▲14.7	▲13.7	▲18.7		
21人以上	6.4	▲2.9	▲1.5	▲13.2		
業種別						
製造業	▲25.0	▲4.4	▲17.4	▲39.2		
非製造業	▲19.4	▲16.5	▲14.9	▲20.4		
建設業	▲14.6	▲19.6	▲15.7	▲11.7		
運輸・通信業	0.0	27.3	9.1	▲9.1		
卸・小売業	▲31.0	▲26.9	▲22.6	▲31.1		
飲食・宿泊業	▲31.2	▲16.7	▲22.2	▲33.3		
サービス業	▲21.1	▲12.1	▲10.1	▲23.2		
その他非製造業	▲11.8	▲13.5	▲15.3	▲15.3		

③ 資金繰りBSI

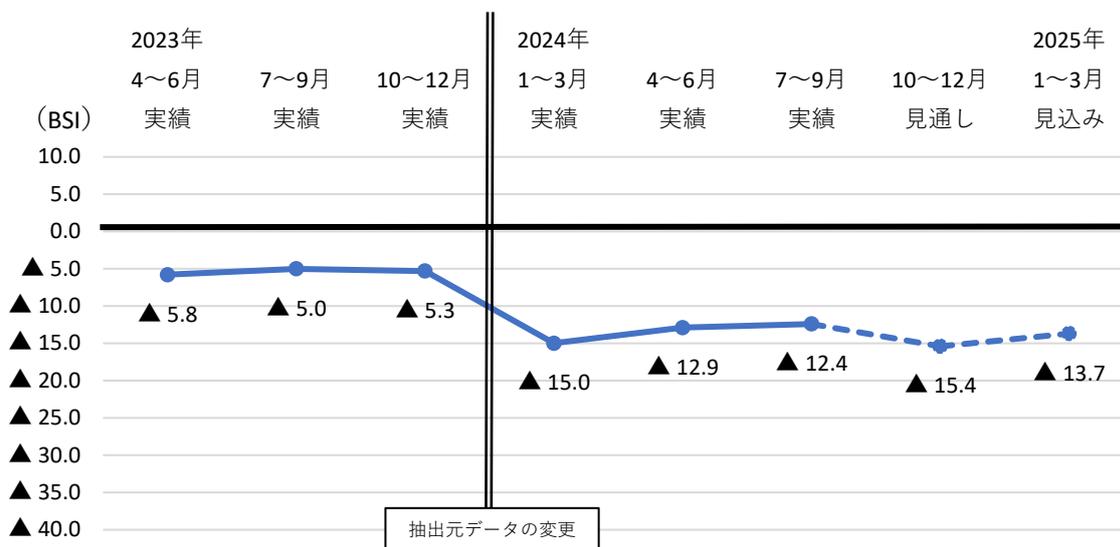
資金繰りBSIは前期▲12.9から今期▲12.4へと同様に推移した。

先行きについてみると、来期（2024年10～12月）は▲15.4と窮屈感がやや強まる見通しである。さらに来々期（2025年1～3月）は▲13.7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人以上で前期8.1から今期▲2.9へと窮屈感が大きく強まった。

業種別にみると、製造業で前期▲4.2から今期▲21.7へと窮屈感が大きく強まった。

【資金繰りBSI】



	資金繰りBSI = 好転% - 悪化%						
	2024年	2024年	2024年	2024年	2025年	2025年	
	4～6月	7～9月		10～12月			1～3月
	実績	実績	見通し	見込み	見込み		
全体	▲12.9	▲12.4	▲0.5	▲15.4	▲3.0	▲13.7	
規模別	5人以下	▲18.6	▲14.5	▲4.1	▲17.6	▲3.1	▲14.8
	6人～20人	▲8.7	▲12.7	▲4.0	▲12.8	▲0.1	▲12.7
	21人以上	8.1	▲2.9	▲11.0	▲10.3	▲7.4	▲10.3
業種別	製造業	▲4.2	▲21.7	▲17.5	▲30.5	▲8.8	▲26.1
	非製造業	▲13.5	▲11.9	1.6	▲14.6	▲2.7	▲13.0
	建設業	▲7.9	▲9.8	▲1.9	▲16.7	▲6.9	▲17.6
	運輸・通信業	8.4	0.0	▲8.4	▲9.1	▲9.1	0.0
	卸・小売業	▲19.5	▲16.1	3.4	▲16.1	0.0	▲17.2
	飲食・宿泊業	▲31.2	▲22.2	9.0	▲22.2	0.0	▲22.2
	サービス業	▲12.2	▲11.1	1.1	▲12.2	▲1.1	▲9.0
	その他非製造業	▲14.0	▲11.7	2.3	▲14.4	▲2.7	▲9.0

④ 人材過不足D I

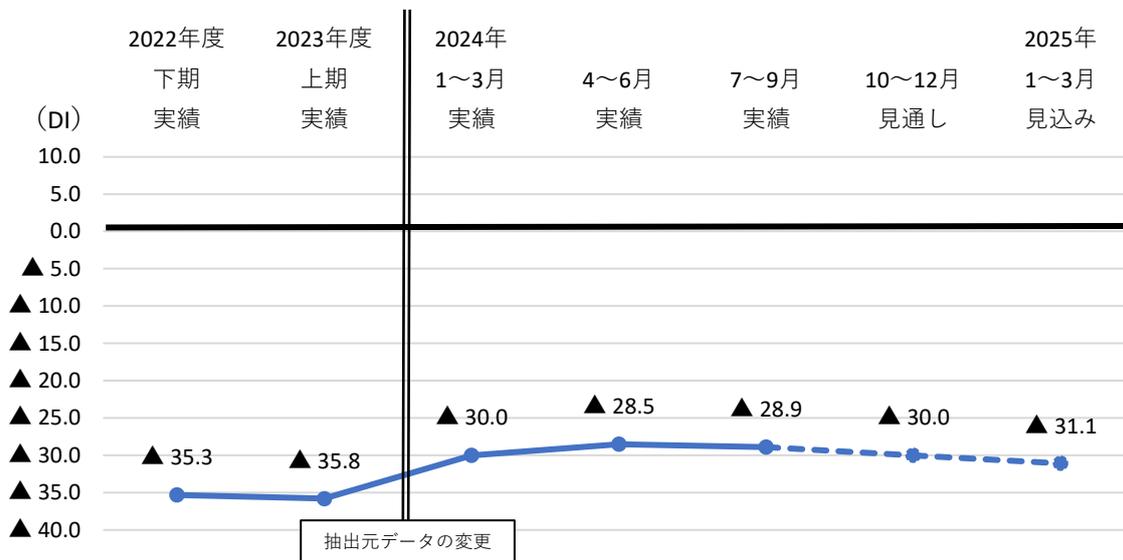
人材過不足D Iは前期▲28.5から今期▲28.9へと同様に推移した。

先行きについてみると、来期（2024年10～12月）は▲30.0と今期と同様に推移する見通しである。さらに来々期（2025年1～3月）は▲31.1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人で前期▲34.8から今期▲44.1へと不足感が大きく強まった。

業種別にみると、製造業で前期▲4.2から今期▲26.1へと不足感が極端に強まった。

【人材過不足D I】



	人材過不足DI=過剰%-不足%						
	2024年	2024年	2024年		2025年		
	4～6月	7～9月	10～12月	1～3月			
	実績	実績	見通し	見込み			
			今期-前期	来期-今期			
全体	▲28.5	▲28.9	▲0.4	▲30.0	▲1.1	▲31.1	
規模別	5人以下	▲21.7	▲17.3	4.4	▲17.7	▲0.4	▲18.0
	6人～20人	▲34.8	▲44.1	▲9.3	▲47.1	▲3.0	▲49.0
	21人以上	▲51.7	▲55.9	▲4.2	▲55.9	0.0	▲58.8
業種別	製造業	▲4.2	▲26.1	▲21.9	▲21.7	4.4	▲21.7
	非製造業	▲30.0	▲29.2	0.8	▲30.3	▲1.1	▲31.4
	建設業	▲41.6	▲52.0	▲10.4	▲51.0	1.0	▲56.9
	運輸・通信業	▲41.7	▲45.5	▲3.8	▲36.4	9.1	▲45.5
	卸・小売業	▲17.2	▲25.8	▲8.6	▲26.9	▲1.1	▲25.8
	飲食・宿泊業	▲68.8	▲50.0	18.8	▲55.6	▲5.6	▲50.0
	サービス業	▲36.7	▲24.3	12.4	▲26.3	▲2.0	▲25.3
	その他非製造業	▲16.1	▲9.9	6.2	▲12.6	▲2.7	▲13.5

⑤ 生産設備D I

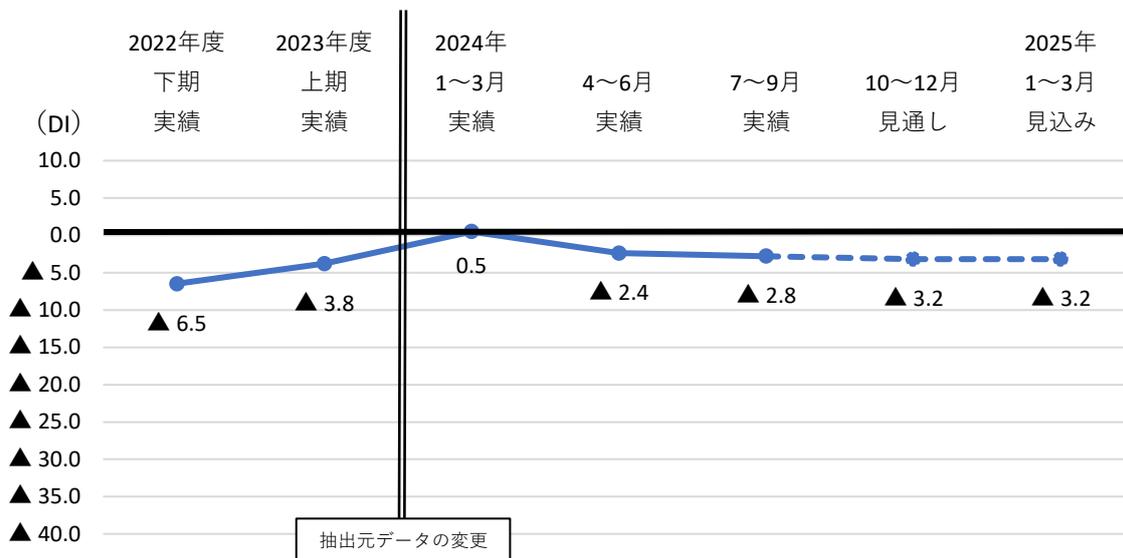
生産設備D Iは前期▲2.4から今期▲2.8へと同様に推移した。

先行きについてみると、来期（2024年10～12月）は▲3.2と今期と同様に推移する見通しである。さらに来々期（2025年1～3月）は▲3.2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、21人以上で前期▲1.6から今期1.5へと過剰感がやや強まった。

業種別にみると、飲食・宿泊業で前期▲18.8から今期0.0へと不足感が大きく弱まった。

【生産設備D I】



	生産設備DI=過剰%-不足%						
	2024年 4~6月 実績	2024年 7~9月 実績	今期-前期	2024年 10~12月 見通し	来期-今期	2025年 1~3月 見込み	
全体	▲2.4	▲2.8	▲0.4	▲3.2	▲0.4	▲3.2	
規模別	5人以下	▲2.5	▲3.1	▲0.6	▲3.8	▲0.7	▲3.4
	6人~20人	▲2.9	▲3.9	▲1.0	▲2.9	1.0	▲3.9
	21人以上	▲1.6	1.5	3.1	0.0	▲1.5	0.0
業種別	製造業	4.2	0.0	▲4.2	▲4.4	▲4.4	▲4.4
	非製造業	▲2.9	▲2.8	0.1	▲3.0	▲0.2	▲3.0
	建設業	0.0	▲2.0	▲2.0	▲1.0	1.0	▲1.0
	運輸・通信業	0.0	▲9.1	▲9.1	0.0	9.1	0.0
	卸・小売業	▲5.7	1.1	6.8	1.1	0.0	1.1
	飲食・宿泊業	▲18.8	0.0	18.8	0.0	0.0	▲11.1
	サービス業	▲2.2	▲5.1	▲2.9	▲5.1	0.0	▲5.1
その他非製造業	▲1.1	▲4.5	▲3.4	▲7.2	▲2.7	▲5.4	

⑥ 営業用設備D I

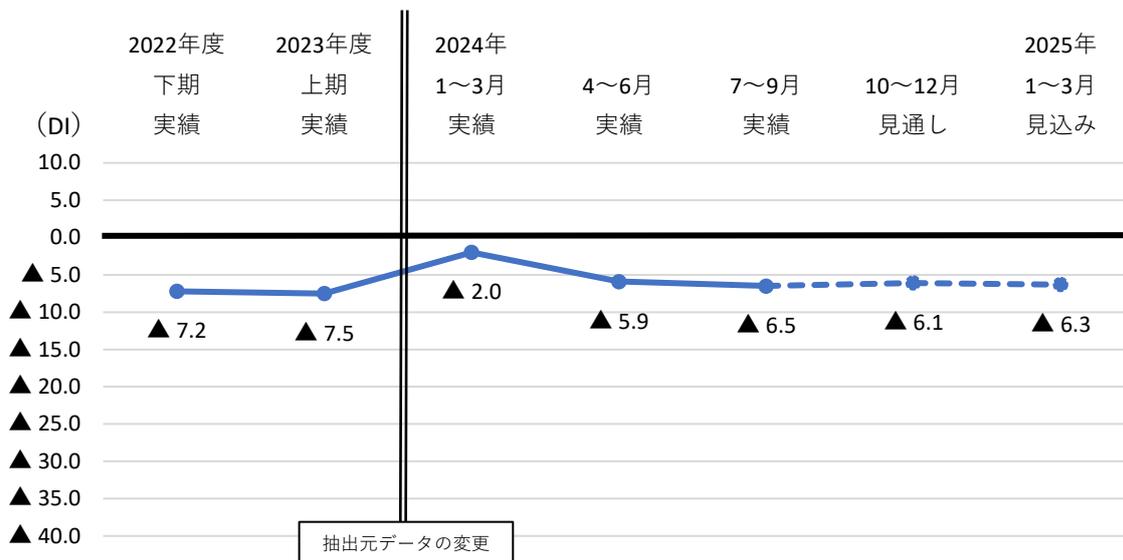
営業用設備D Iは前期▲5.9から今期▲6.5へと同様に推移した。

先行きについてみると、来期（2024年10～12月）は▲6.1と今期と同様に推移する見通しである。さらに来々期（2025年1～3月）は▲6.3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、いずれの規模でも今期は前期と同様に推移した。

業種別にみると、飲食・宿泊業で前期▲18.8から今期▲11.1へと不足感が大きく弱まった。

【営業用設備D I】



	営業用設備DI=過剰%-不足%						
	2024年 4~6月 実績	2024年 7~9月 実績	今期-前期	2024年 10~12月 見通し	来期-今期	2025年 1~3月 見込み	
全体	▲ 5.9	▲ 6.5	▲ 0.6	▲ 6.1	0.4	▲ 6.3	
規模別	5人以下	▲ 6.5	▲ 6.6	▲ 0.1	▲ 7.0	▲ 0.4	▲ 6.9
	6人~20人	▲ 7.2	▲ 7.8	▲ 0.6	▲ 6.8	1.0	▲ 6.8
	21人以上	▲ 1.6	▲ 2.9	▲ 1.3	0.0	2.9	▲ 1.4
業種別	製造業	▲ 4.2	0.0	4.2	0.0	0.0	0.0
	非製造業	▲ 5.9	▲ 6.7	▲ 0.8	▲ 6.2	0.5	▲ 6.4
	建設業	▲ 3.4	▲ 5.9	▲ 2.5	▲ 3.9	2.0	▲ 4.9
	運輸・通信業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	卸・小売業	▲ 8.1	▲ 6.4	1.7	▲ 5.4	1.0	▲ 4.3
	飲食・宿泊業	▲ 18.8	▲ 11.1	7.7	▲ 11.1	0.0	▲ 11.1
	サービス業	▲ 8.9	▲ 8.1	0.8	▲ 7.1	1.0	▲ 8.1
その他非製造業	▲ 2.1	▲ 5.4	▲ 3.3	▲ 7.2	▲ 1.8	▲ 7.2	

(3) その他項目のBSI・DI

【その他項目のBSI・DI】

主要項目	今期の状況と先行きの見通し
①国内需要BSI (拡大%—縮小%)	【今 期】 ▲13.9 と <u>1.0</u> ポイント低下 (同様に推移した) 【先行き】 来期は▲14.8 と今期よりも <u>0.9</u> ポイント低下する見通し
②仕入価格BSI (上昇%—低下%)	【今 期】 47.4 と <u>2.6</u> ポイント上昇 (上昇傾向がやや強まった) 【先行き】 来期は 48.3 と今期よりも <u>0.9</u> ポイント上昇する見通し
③販売価格BSI (上昇%—低下%)	【今 期】 15.0 と <u>6.0</u> ポイント上昇 (上昇傾向が大きく強まった) 【先行き】 来期は 13.3 と今期と同様に推移する見通し
④人材採用DI (積極的%—消極的%)	【今 期】 ▲24.4 と <u>0.6</u> ポイント上昇 (同様に推移した) 【先行き】 来期は▲24.3 と今期よりも <u>0.1</u> ポイント上昇する見通し

BSI	2024年 4~6月 実績	2024年 7~9月 実績	今期-前期	2024年 10~12月 見通し	来期-今期	2025年 1~3月 見込み
	①国内需要BSI	▲ 12.9	▲ 13.9	▲ 1.0	▲ 14.8	▲ 0.9
②仕入価格BSI	44.8	47.4	2.6	48.3	0.9	45.9
③販売価格BSI	9.0	15.0	6.0	13.3	▲ 1.7	13.3
DI	2024年 4~6月 実績	2024年 7~9月 実績	今期-前期	2024年 10~12月 見通し	来期-今期	2025年 1~3月 見込み
	▲ 25.0	▲ 24.4	0.6	▲ 24.3	0.1	▲ 23.5

① 国内需要BSI

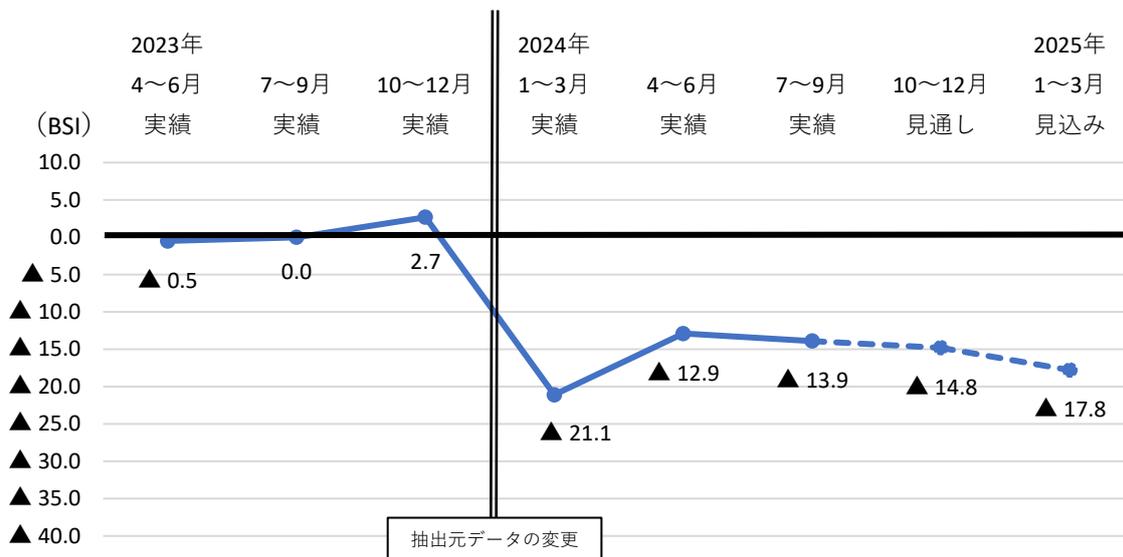
国内需要BSIは前期▲12.9から今期▲13.9へと同様に推移した。

先行きについてみると、来期（2024年10～12月）は▲14.8と今期と同様に推移する見通しである。さらに来々期（2025年1～3月）は▲17.8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人以上で前期11.3から今期▲8.9へと減少幅が極端に拡大した。

業種別にみると、製造業（▲37.5→▲17.4）、運輸・通信業（▲8.3→18.2）で減少幅が極端に縮小した。

【国内需要BSI】



	国内需要BSI = 拡大% - 縮小%						
	2024年 4～6月 実績	2024年 7～9月 実績	今期 - 前期	2024年 10～12月 見通し	来期 - 今期	2025年 1～3月 見込み	
全体	▲12.9	▲13.9	▲1.0	▲14.8	▲0.9	▲17.8	
規模別	5人以下	▲19.7	▲17.7	2.0	▲19.7	▲2.0	▲21.4
	6人～20人	▲7.3	▲5.9	1.4	▲9.8	▲3.9	▲10.8
	21人以上	11.3	▲8.9	▲20.2	0.0	8.9	▲11.8
業種別	製造業	▲37.5	▲17.4	20.1	▲21.8	▲4.4	▲39.1
	非製造業	▲11.3	▲13.5	▲2.2	▲14.3	▲0.8	▲16.5
	建設業	▲9.0	▲15.7	▲6.7	▲18.7	▲3.0	▲15.7
	運輸・通信業	▲8.3	18.2	26.5	0.0	▲18.2	0.0
	卸・小売業	▲20.7	▲25.8	▲5.1	▲30.1	▲4.3	▲30.1
	飲食・宿泊業	6.3	5.5	▲0.8	11.1	5.6	0.0
	サービス業	▲11.1	▲15.2	▲4.1	▲11.1	4.1	▲20.2
	その他非製造業	▲8.6	▲6.3	2.3	▲5.4	0.9	▲6.3

② 仕入価格BSI

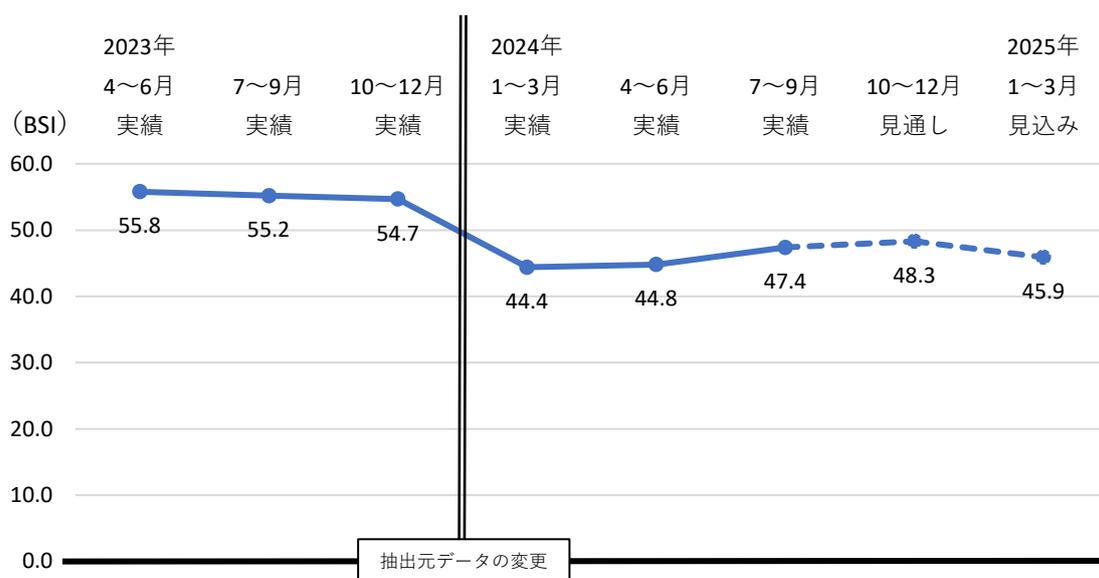
仕入価格BSIは前期44.8から今期47.4へと上昇傾向がやや強まった。

先行きについてみると、来期(2025年10~12月)は48.3と今期と同様で推移する見通しである。さらに来々期(2025年1~3月)は45.9と上昇傾向がやや弱まる見込みである。

従業員規模別にみると、6人~20人(53.6→62.7)、21人以上(54.9→61.8)で上昇傾向が大きく強まった。

業種別にみると、卸・小売業(62.1→69.8)、飲食・宿泊業(68.7→83.3)、サービス業(34.4→43.4)で上昇傾向が大きく強まった。

【仕入価格BSI】



	仕入価格BSI= 上昇% - 低下%						
	2024年 4~6月 実績	2024年 7~9月 実績	今期 - 前期	2024年 10~12月 見通し	来期 - 今期	2025年 1~3月 見込み	
全体	44.8	47.4	2.6	48.3	0.9	45.9	
規模別	5人以下	40.4	39.1	▲ 1.3	39.1	0.0	37.4
	6人~20人	53.6	62.7	9.1	64.7	2.0	63.7
	21人以上	54.9	61.8	6.9	64.7	2.9	57.4
業種別	製造業	62.5	43.5	▲ 19.0	47.9	4.4	52.2
	非製造業	43.7	48.0	4.3	48.6	0.6	45.9
	建設業	51.7	52.9	1.2	49.0	▲ 3.9	48.1
	運輸・通信業	41.7	36.4	▲ 5.3	36.4	0.0	36.4
	卸・小売業	62.1	69.8	7.7	72.0	2.2	62.4
	飲食・宿泊業	68.7	83.3	14.6	83.3	0.0	83.3
	サービス業	34.4	43.4	9.0	45.5	2.1	41.4
その他非製造業	23.6	24.3	0.7	27.0	2.7	27.9	

③ 販売価格BSI

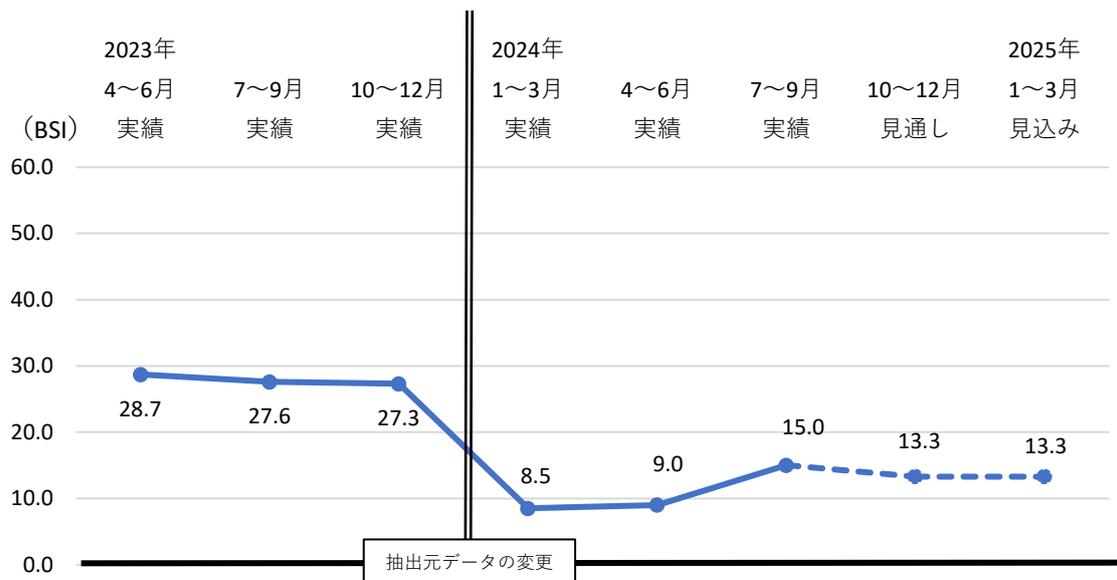
販売価格BSIは前期9.0から今期15.0へと上昇傾向が大きく強まった。

先行きについてみると、来期（2024年10～12月）は13.3と今期と同様で推移する見通しである。さらに来々期（2025年1～3月）は13.3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、いずれの規模でも上昇傾向がやや強まった。

業種別にみると、卸・小売業（26.4→33.3）、飲食・宿泊業（6.2→16.6）、その他非製造業（▲6.4→5.4）で上昇傾向が大きく強まった。

【販売価格BSI】



	販売価格BSI = 上昇% - 低下%						
	2024年 4～6月 実績	2024年 7～9月 実績	2024年 10～12月 見通し	2024年 7～9月 実績	2024年 10～12月 見通し	2025年 1～3月 見込み	
全体	9.0	15.0	6.0	13.3	▲ 1.7	13.3	
規模別	5人以下	5.4	11.1	5.7	9.0	▲ 2.1	9.0
	6人～20人	7.2	13.7	6.5	15.7	2.0	17.6
	21人以上	27.4	33.8	6.4	28.0	▲ 5.8	25.0
業種別	製造業	16.7	17.4	0.7	13.0	▲ 4.4	13.1
	非製造業	8.5	14.9	6.4	13.3	▲ 1.6	13.3
	建設業	9.0	13.7	4.7	8.8	▲ 4.9	10.8
	運輸・通信業	8.4	9.1	0.7	9.1	0.0	9.1
	卸・小売業	26.4	33.3	6.9	36.5	3.2	27.9
	飲食・宿泊業	6.2	16.6	10.4	16.6	0.0	27.7
	サービス業	6.7	9.1	2.4	7.0	▲ 2.1	11.1
その他非製造業	▲ 6.4	5.4	11.8	2.7	▲ 2.7	2.7	

④ 人材採用D I

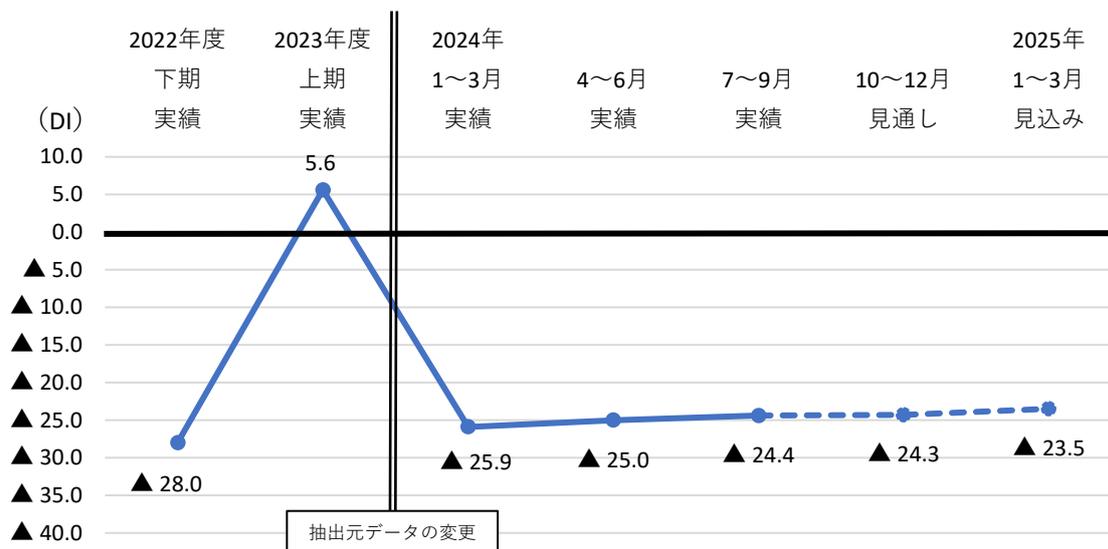
人材採用D Iは前期▲25.0から今期▲24.4へと同様に推移した。

先行きについてみると、来期（2024年10～12月）は▲24.3と今期と同様に推移する見通しである。さらに来々期（2025年1～3月）は▲23.5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人で前期▲4.3から今期4.9へと積極性が大きく強まった。

業種別にみると、飲食・宿泊業で前期▲31.3から今期0.0へと消極性が極端に弱まった。

【人材採用D I】



	人材採用DI = 積極的% - 消極的%						
	2024年 4～6月 実績	2024年 7～9月 実績	今期 - 前期	2024年 10～12月 見通し	来期 - 今期	2025年 1～3月 見込み	
全体	▲25.0	▲24.4	0.6	▲24.3	0.1	▲23.5	
規模別	5人以下	▲45.7	▲50.5	▲4.8	▲50.5	0.0	▲49.8
	6人～20人	▲4.3	4.9	9.2	2.9	▲2.0	4.9
	21人以上	45.2	42.7	▲2.5	47.1	4.4	47.1
業種別	製造業	▲33.3	▲26.1	7.2	▲26.1	0.0	▲30.5
	非製造業	▲24.5	▲24.3	0.2	▲24.1	0.2	▲22.9
	建設業	▲10.1	2.0	12.1	3.9	1.9	5.9
	運輸・通信業	0.0	18.2	18.2	18.2	0.0	18.2
	卸・小売業	▲36.8	▲38.7	▲1.9	▲34.4	4.3	▲32.2
	飲食・宿泊業	▲31.3	0.0	31.3	▲11.1	▲11.1	▲11.1
	サービス業	▲24.5	▲30.3	▲5.8	▲32.3	▲2.0	▲33.4
その他非製造業	▲29.1	▲37.8	▲8.7	▲38.7	▲0.9	▲36.9	

(4) 設備投資に関する現況

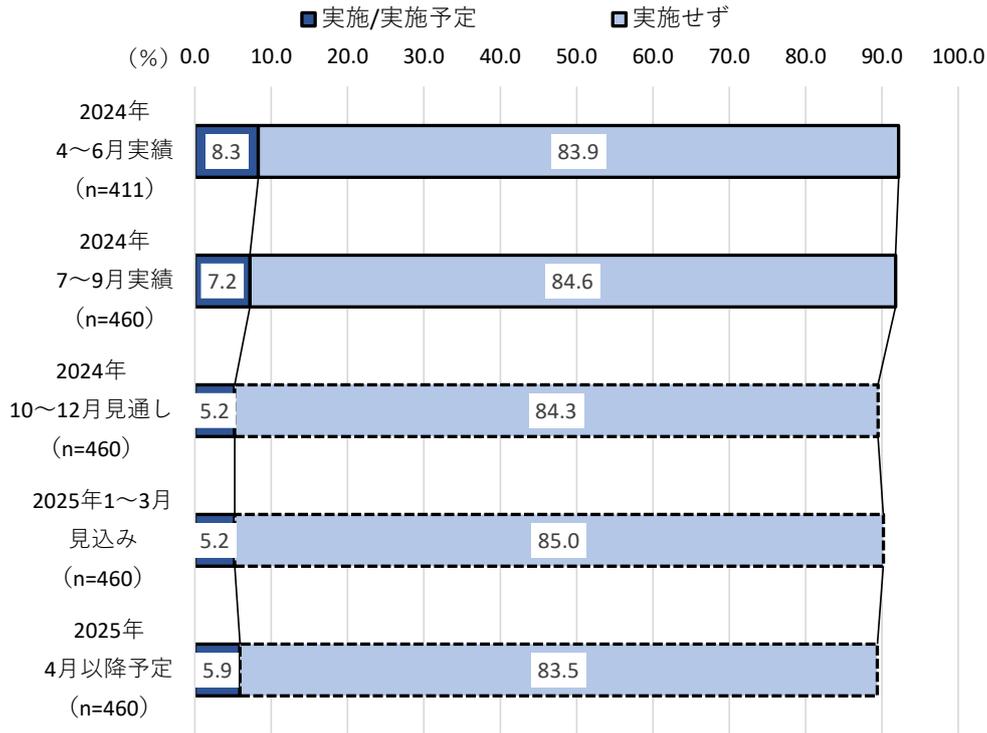
①設備投資

設備投資を「実施/実施予定」と回答した企業は前期 8.3%から今期 7.2%へと 1.1 ポイント減少した。先行きについてみると、2024 年 10～12 月以降は 5%台で推移する見通しである。

規模別にみると、21 人以上で 2024 年 7～9 月の「実施/実施予定」の割合が 11.8%と全体をやや上回る値であった。

業種別にみると、運輸・通信業で 2024 年 4～6 月の「実施/実施予定」の割合が 18.2%と全体を大きく上回る値であった。

【設備投資】



(%)

	全体 (n)	設備投資								
		2024年 7～9月 実績		2024年 10～12月 見通し		2025年 1～3月 見込み		2025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	460	7.2	84.6	5.2	84.3	5.2	85.0	5.9	83.5	
規模別	5人以下	289	5.5	85.8	4.2	84.4	3.8	85.1	3.8	84.8
	6人～20人	102	8.8	84.3	4.9	86.3	3.9	87.3	5.9	84.3
	21人以上	68	11.8	79.4	10.3	80.9	13.2	80.9	14.7	76.5
業種別	製造業	23	4.3	95.7	4.3	95.7	8.7	91.3	0.0	100.0
	非製造業	436	7.3	83.9	5.3	83.7	5.0	84.6	6.2	82.6
	建設業	102	6.9	86.3	3.9	87.3	4.9	87.3	5.9	84.3
	運輸・通信業	11	18.2	72.7	9.1	81.8	18.2	72.7	18.2	63.6
	卸・小売業	93	1.1	89.2	3.2	84.9	0.0	88.2	3.2	83.9
	飲食・宿泊業	18	11.1	77.8	0.0	83.3	5.6	88.9	5.6	83.3
	サービス業	99	10.1	80.8	6.1	81.8	3.0	83.8	4.0	84.8
	その他非製造業	111	9.0	82.0	8.1	81.1	9.9	80.2	9.9	79.3

※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。

3. 付帯調査

(1) 調査目的

本調査では「パートナーシップ構築宣言」(※1) や事業承継等について付帯調査を行った。このうち事業承継に関する設問では、「ローカルベンチマーク」(※2) の認知状況等についても確認した。

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。

※1 「パートナーシップ構築宣言」

国が推進する、適切な価格転嫁を進めるための取組で、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) を宣言するもの。

- (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

※2 「ローカルベンチマーク」

企業の経営状態の把握、いわゆる「企業の健康診断」を行うツールである。「千葉市産業振興財団」では、このツールを活用し、経営情報、財務情報、取引先や関係者、内部管理体制などを総合的に分析し、第三者目線で経営の見える化を図ることで、自社の強みやビジョンの明確化・共有化を支援している。

(2) 調査結果のまとめ

【調査結果のポイント】

- ・「パートナーシップ構築宣言」については、「名称は知っている」または「内容も含め知っている」とする企業が4割強であった。すでに登録している企業及び登録を検討している企業は合わせて3.8%で、こうした企業の約6割では、登録の理由を「『宣言』の趣旨を理解し、取引先と公正な取引を行うため」としている。一方、登録していない企業では、その理由を「適正な価格交渉や価格転嫁が既にできているため」や「『宣言』のメリットがないため」などとしている。
- ・経営者が60歳以上の企業においては、事業承継について「検討していない(検討の必要性を感じない)」または「検討しているが、何もしていない」とする企業が合わせて6割強あり、後継者候補がいない企業が4割強あった。調査対象の全企業のうち、「千葉県事業承継・引継ぎ支援センター」における相談を希望する企業が4.0%、「(公財)千葉市産業振興財団」による経営支援を希望する企業が2.9%あった。

【調査結果の概要】

付帯調査設問	調査結果
①「パートナーシップ構築宣言」について	
i) 「パートナーシップ構築宣言」の認知状況	「知らない」が57.7%と最も高く、次いで「名称は知っている」が37.4%、「内容も含め知っている」が4.9%
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94.4%と最も高く、次いで「登録を検討している」が2.5%、「登録していないが、取引先（発注者側）が登録している」が1.8%、「登録している」が1.3%
iii) 「パートナーシップ構築宣言」の登録理由	『宣言』の趣旨を理解し、取引先と公正な取引を行うため」が57.1%と最も高く、次いで「企業イメージの向上や取引先の拡大のため」が42.9%、「適正な価格交渉で取引先に納得してもらうため」及び「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」がともに14.3%
iv) 「パートナーシップ構築宣言」に登録しない理由	「適正な価格交渉や価格転嫁が既にできているため」が30.4%と最も高く、次いで『宣言』のメリットがないため」が30.1%、「登録手続きが面倒なため」が17.1%、「趣旨に賛同しないため」が2.6%
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52.3%と最も高く、次いで「適正な価格交渉を行うために必要」が29.4%、「企業イメージの向上や取引先を拡大するために必要」が14.0%
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	「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24.3%と最も高く、次いで『宣言』の実効性を広めるため事例集の公表」が21.7%、「セミナー開催（『宣言』登録企業を講師とするなど）」が9.0%、「『宣言』登録企業へのインセンティブ付与」が5.6%
②事業承継について	
i) 経営者が60歳以上の企業における事業承継の検討状況	「検討していない（検討の必要性を感じない）」が38.4%と最も高く、次いで「検討しているが、何もしていない」が26.5%、「検討しており、具体的な手続きを進めている」が13.6%、「検討しており、相談などを行っている（支援機関、金融機関、顧問税理士など）」が11.1%、「検討しており、情報収集をしている」が10.4%
ii) 経営者が60歳以上の企業における後継者候補の有無	「いない」が43.7%と最も高く、次いで「いる（後継者候補も認識している）」が39.2%、「いる（後継者候補は認識していない）」が17.1%
iii) 「千葉県事業承継・引継ぎ支援センター」の相談希望	「ある」が4.0%、「ない」が96.0%
iv) 「ローカルベンチマーク」の認知状況	「知らない」が90.2%と最も高く、次いで「名称は知っている」が8.3%、「内容も含め知っている」が1.6%
v) 「(公財)千葉市産業振興財団」による経営支援の希望	「わからない」が58.5%と最も高く、次いで「受けたくない」が38.6%、「受けてみたい」が2.9%

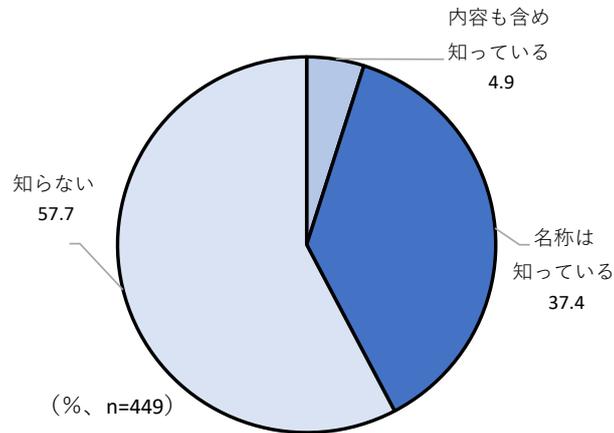
(3) 調査結果

① 「パートナーシップ構築宣言」について

i) 「パートナーシップ構築宣言」の認知状況

「パートナーシップ構築宣言」の認知状況については、「知らない」が57.7%と最も高く、次いで「名称は知っている」が37.4%、「内容も含め知っている」が4.9%であった。

【「パートナーシップ構築宣言」の認知状況】



(上段：回答数、下段：%)

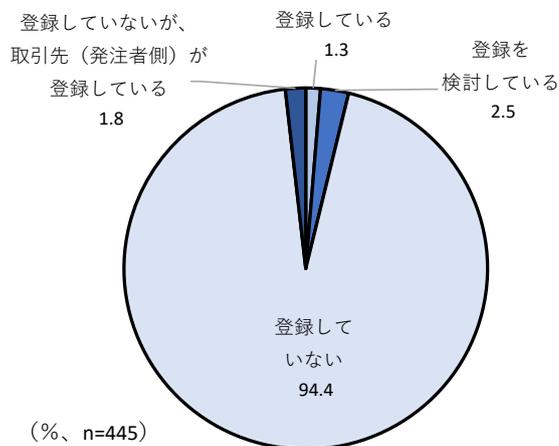
	全体	「パートナーシップ構築宣言」の認知状況			
		内容も含め 知っている	名称は 知っている	知らない	
全体	449	22	168	259	
	100.0	4.9	37.4	57.7	
規模別	5人以下	279	7	101	171
		100.0	2.5	36.2	61.3
	6人～20人	101	6	44	51
	100.0	5.9	43.6	50.5	
	21人以上	68	9	23	36
	100.0	13.2	33.8	52.9	
業種別	製造業	23	1	11	11
		100.0	4.3	47.8	47.8
	非製造業	425	21	157	247
		100.0	4.9	36.9	58.1
	建設業	101	7	38	56
		100.0	6.9	37.6	55.4
	運輸・通信業	11	2	4	5
		100.0	18.2	36.4	45.5
	卸・小売業	89	5	27	57
		100.0	5.6	30.3	64.0
飲食・宿泊業	18	0	5	13	
	100.0	0.0	27.8	72.2	
サービス業	96	4	38	54	
	100.0	4.2	39.6	56.3	
その他非製造業	109	3	44	62	
	100.0	2.8	40.4	56.9	

※回答結果を明確にするため、無回答は除いて集計・作表している。

ii) 「パートナーシップ構築宣言」の登録状況

「パートナーシップ構築宣言」の登録状況については、「登録していない」が94.4%と最も高く、次いで「登録を検討している」が2.5%、「登録していないが、取引先（発注者側）が登録している」が1.8%、「登録している」が1.3%であった。

【「パートナーシップ構築宣言」の登録状況】



(上段：回答数、下段：%)

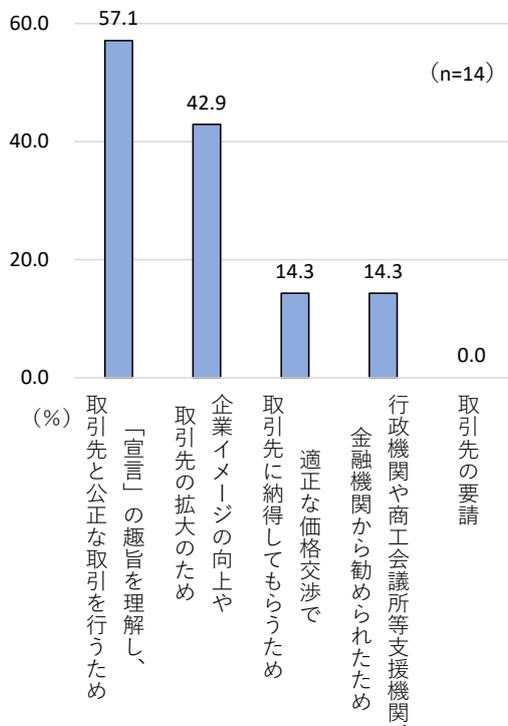
	全体	「パートナーシップ構築宣言」の登録状況				
		登録している	登録を検討している	登録していない	登録していないが、取引先（発注者側）が登録している	
全体	445	6	11	420	8	
	100.0	1.3	2.5	94.4	1.8	
規模別	5人以下	276	4	4	265	3
		100.0	1.4	1.4	96.0	1.1
	6人～20人	100	0	4	95	1
	100.0	0.0	4.0	95.0	1.0	
21人以上	68	2	3	59	4	
	100.0	2.9	4.4	86.8	5.9	
業種別	製造業	23	1	1	21	0
		100.0	4.3	4.3	91.3	0.0
	非製造業	421	5	10	398	8
		100.0	1.2	2.4	94.5	1.8
	建設業	99	1	2	91	0
		100.0	1.0	2.0	91.9	0.0
	運輸・通信業	11	0	0	11	5
		100.0	0.0	0.0	100.0	5.1
	卸・小売業	88	1	1	84	0
		100.0	1.1	1.1	95.5	0.0
	飲食・宿泊業	17	0	1	16	2
100.0		0.0	5.9	94.1	2.3	
サービス業	96	2	2	91	0	
	100.0	2.1	2.1	94.8	0.0	
その他非製造業	109	1	4	104	1	
	100.0	0.9	3.7	95.4	1.0	

※回答結果を明確にするため、無回答は除いて集計・作表している。

iii) 「パートナーシップ構築宣言」の登録理由

「パートナーシップ構築宣言」の登録理由については、『宣言』の趣旨を理解し、取引先と公正な取引を行うため」が57.1%と最も高く、次いで「企業イメージの向上や取引先の拡大のため」が42.9%、「適正な価格交渉で取引先に納得してもらうため」及び「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」がともに14.3%であった。

【「パートナーシップ構築宣言」の登録理由】 ※複数回答



(上段：回答数、下段：%)

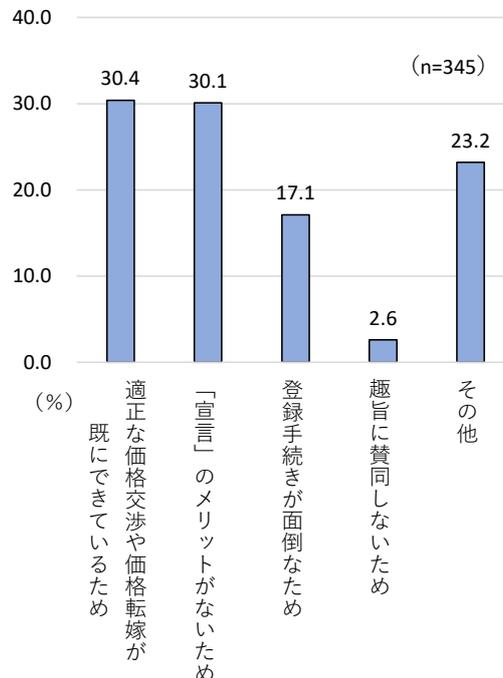
		「パートナーシップ構築宣言」の登録理由					
		全体	「宣言」の趣旨を理解し、取引先と公正な取引を行うため	企業イメージの向上や取引先の拡大のため	適正な価格交渉で取引先に納得してもらうため	行政機関や商工会議所等支援機関、金融機関から勧められたため	取引先の要請
全体		14	8	6	2	2	0
		100.0	57.1	42.9	14.3	14.3	0.0
規模別	5人以下	6	4	2	2	1	0
		100.0	66.7	33.3	33.3	16.7	0.0
	6人～20人	4	1	2	0	1	0
		100.0	25.0	50.0	0.0	25.0	0.0
	21人以上	4	3	2	0	0	0
		100.0	75.0	50.0	0.0	0.0	0.0
業種別	製造業	2	1	1	0	0	0
		100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	非製造業	12	7	5	2	2	0
		100.0	58.3	41.7	16.7	16.7	0.0
	建設業	2	0	1	0	1	0
		100.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
	運輸・通信業	0	0	0	0	0	0
		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	卸・小売業	2	1	1	0	0	0
		100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	飲食・宿泊業	1	1	0	0	0	0
		100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	サービス業	2	1	0	0	1	0
		100.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0
その他非製造業	5	4	3	2	0	0	
	100.0	80.0	60.0	40.0	0.0	0.0	

※回答結果を明確にするため、無回答は除いて集計・作表している。

iv) 「パートナーシップ構築宣言」に登録しない理由

「パートナーシップ構築宣言」に登録しない理由については、「適正な価格交渉や価格転嫁が既にできているため」が30.4%と最も高く、次いで「『宣言』のメリットがないため」が30.1%、「登録手続きが面倒なため」が17.1%、「趣旨に賛同しないため」が2.6%であった。

【「パートナーシップ構築宣言」に登録しない理由】 ※複数回答



※「その他」の記入内容：「知らなかったため、よくわからないため」28件、「必要性がないため、発注がないため」4件、「会社の規模が小さいため」3件、その他5件、未記入40件

(上段：回答数、下段：%)

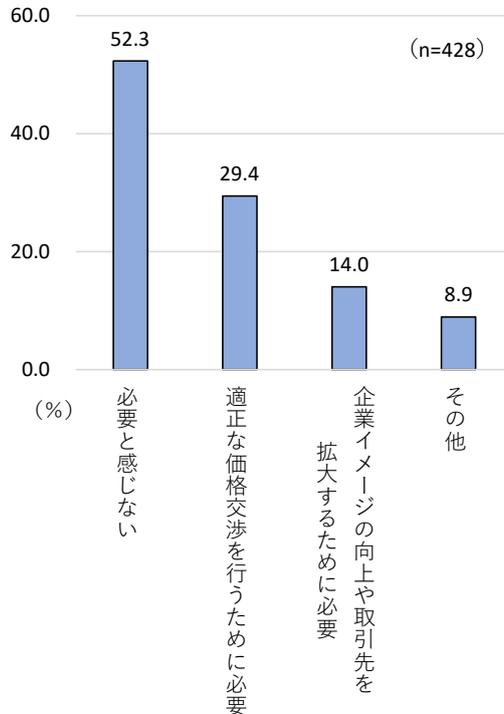
		全体	「パートナーシップ構築宣言」の登録理由				
			適正な価格交渉や価格転嫁が既にできているため	「宣言」のメリットがないため	登録手続きが面倒なため	趣旨に賛同しないため	その他
全体		345	105	104	59	9	80
		100.0	30.4	30.1	17.1	2.6	23.2
規模別	5人以下	211	59	71	33	7	46
		100.0	28.0	33.6	15.6	3.3	21.8
	6人~20人	82	28	22	18	1	18
	100.0	34.1	26.8	22.0	1.2	22.0	
	21人以上	51	18	10	8	1	16
	100.0	35.3	19.6	15.7	2.0	31.4	
業種別	製造業	16	3	3	7	1	2
		100.0	18.8	18.8	43.8	6.3	12.5
	非製造業	328	102	100	52	8	78
		100.0	31.1	30.5	15.9	2.4	23.8
	建設業	77	23	24	21	1	13
		100.0	29.9	31.2	27.3	1.3	16.9
	運輸・通信業	9	5	2	0	0	2
		100.0	55.6	22.2	0.0	0.0	22.2
	卸・小売業	74	23	19	12	4	20
		100.0	31.1	25.7	16.2	5.4	27.0
	飲食・宿泊業	16	5	3	1	3	4
100.0		31.3	18.8	6.3	18.8	25.0	
サービス業	73	22	29	7	0	17	
	100.0	30.1	39.7	9.6	0.0	23.3	
その他非製造業	79	24	23	11	0	22	
	100.0	30.4	29.1	13.9	0.0	27.8	

※回答結果を明確にするため、無回答は除いて集計・作表している。

v) 「パートナーシップ構築宣言」の必要性

「パートナーシップ構築宣言」の必要性については、「必要と感じない」が52.3%と最も高く、次いで「適正な価格交渉を行うために必要」が29.4%、「企業イメージの向上や取引先を拡大するために必要」が14.0%であった。

【「パートナーシップ構築宣言」の必要性】 ※複数回答



※「その他」の記入内容：「わからない」8件、その他4件、未記入26件

(上段：回答数、下段：%)

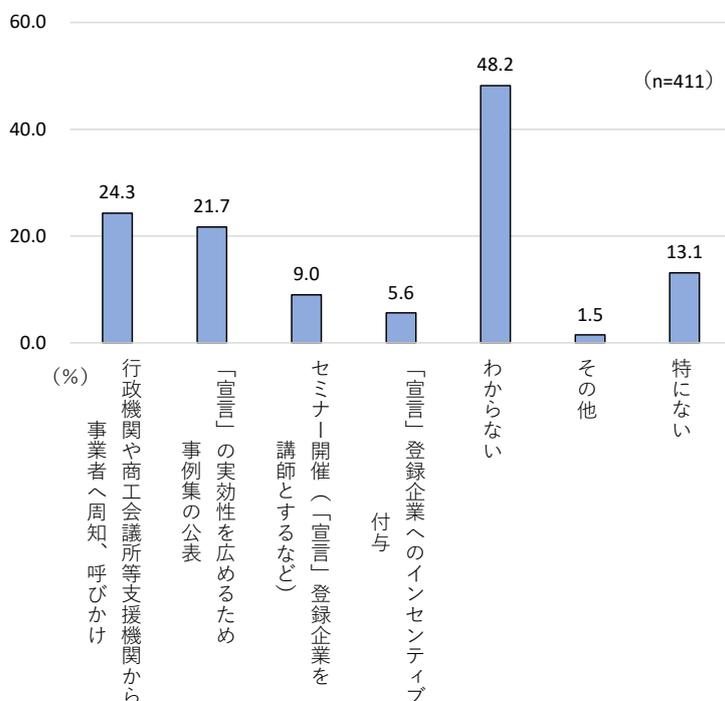
		全体	「パートナーシップ構築宣言」の必要性			
			必要と感じない	適正な価格交渉を行うために必要	企業イメージの向上や取引先を拡大するために必要	その他
全体		428	224	126	60	38
		100.0	52.3	29.4	14.0	8.9
規模別	5人以下	264	154	71	27	22
		100.0	58.3	26.9	10.2	8.3
	6人～20人	98	46	29	16	12
	100.0	46.9	29.6	16.3	12.2	
	21人以上	65	23	26	17	4
	100.0	35.4	40.0	26.2	6.2	
業種別	製造業	22	10	8	7	1
		100.0	45.5	36.4	31.8	4.5
	非製造業	405	213	118	53	37
		100.0	52.6	29.1	13.1	9.1
	建設業	95	45	33	14	5
		100.0	47.4	34.7	14.7	5.3
	運輸・通信業	11	6	2	4	0
		100.0	54.5	18.2	36.4	0.0
	卸・小売業	88	49	26	11	8
		100.0	55.7	29.5	12.5	9.1
	飲食・宿泊業	17	9	2	2	4
	100.0	52.9	11.8	11.8	23.5	
サービス業	92	49	23	11	13	
	100.0	53.3	25.0	12.0	14.1	
その他非製造業	101	55	31	11	7	
	100.0	54.5	30.7	10.9	6.9	

※回答結果を明確にするため、無回答は除いて集計・作表している。

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

「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、「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24.3%と最も高く、次いで「『宣言』の実効性を広めるため事例集の公表」が21.7%、「セミナー開催（『宣言』登録企業を講師とするなど）」が9.0%、「『宣言』登録企業へのインセンティブ付与」が5.6%であった。一方、「わからない」とする回答が48.2%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



※「その他」の記入内容：「行政機関はやらない方がいい（信用されていないから）」1件、「企業イメージの向上、国や県の補助金等で優遇措置や各種支援を受けることできる」1件、未記入4件

(上段：回答数、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	「宣言」の実効性を広めるため事例集の公表	セミナー開催（「宣言」登録企業を講師とするなど）	「宣言」登録企業へのインセンティブ付与	わからない	その他	特にない	
全体	411	100	89	37	23	198	6	54	
	100.0	24.3	21.7	9.0	5.6	48.2	1.5	13.1	
規模別	5人以下	259	53	49	20	7	141	2	37
		100.0	20.5	18.9	7.7	2.7	54.4	0.8	14.3
	6人～20人	90	24	21	4	5	37	4	12
	100.0	26.7	23.3	4.4	5.6	41.1	4.4	13.3	
	21人以上	61	23	19	13	11	19	0	5
	100.0	37.7	31.1	21.3	18.0	31.1	0.0	8.2	
業種別	製造業	22	4	6	1	1	11	0	4
		100.0	18.2	27.3	4.5	4.5	50.0	0.0	18.2
	非製造業	388	96	83	36	22	186	6	50
		100.0	24.7	21.4	9.3	5.7	47.9	1.5	12.9
	建設業	92	27	22	8	13	37	1	13
		100.0	29.3	23.9	8.7	14.1	40.2	1.1	14.1
	運輸・通信業	9	3	3	2	0	3	0	1
		100.0	33.3	33.3	22.2	0.0	33.3	0.0	11.1
	卸・小売業	82	19	14	7	2	46	1	8
		100.0	23.2	17.1	8.5	2.4	56.1	1.2	9.8
	飲食・宿泊業	18	7	2	2	0	8	1	2
	100.0	38.9	11.1	11.1	0.0	44.4	5.6	11.1	
サービス業	87	19	20	10	2	40	2	14	
	100.0	21.8	23.0	11.5	2.3	46.0	2.3	16.1	
その他非製造業	100	21	22	7	5	52	1	12	
	100.0	21.0	22.0	7.0	5.0	52.0	1.0	12.0	

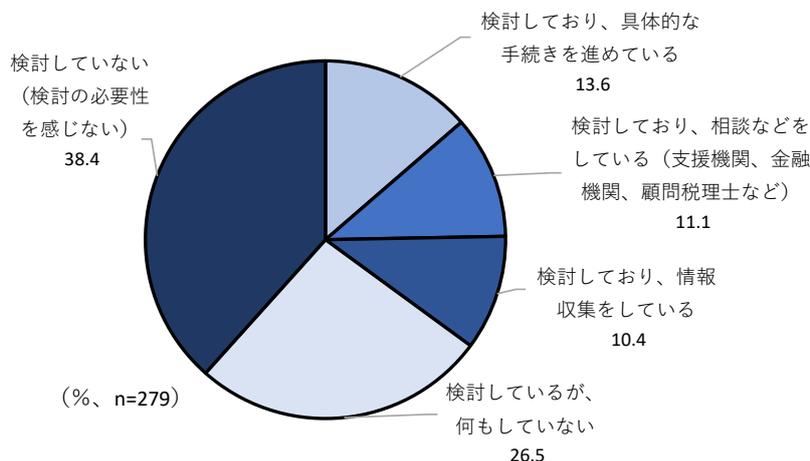
※回答結果を明確にするため、無回答は除いて集計・作表している。

②事業承継について

i) 事業承継の検討状況

経営者が60歳以上の企業における事業承継の検討状況については、「検討していない（検討の必要性を感じない）」が38.4%と最も高く、次いで「検討しているが、何もしていない」が26.5%、「検討しており、具体的な手続きを進めている」が13.6%、「検討しており、相談などを行っている（支援機関、金融機関、顧問税理士など）」が11.1%、「検討しており、情報収集をしている」が10.4%であった。

【事業承継の検討状況】



(上段：回答数、下段：%)

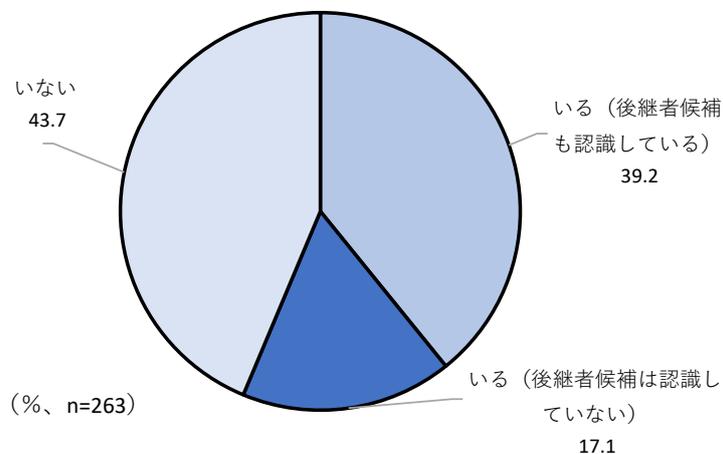
		事業承継の検討状況					
		検討しており、具体的な手続きを進めている	検討しており、相談などを行っている (支援機関、金融機関、顧問税理士など)	検討しており、情報収集をしている	検討しているが、何もしていない	検討していない (検討の必要性を感じない)	
全体	全体	279	38	31	29	74	107
		100.0	13.6	11.1	10.4	26.5	38.4
規模別	5人以下	193	13	21	18	60	81
		100.0	6.7	10.9	9.3	31.1	42.0
	6人～20人	54	15	7	9	9	14
		100.0	27.8	13.0	16.7	16.7	25.9
	21人以上	31	10	3	2	4	12
		100.0	32.3	9.7	6.5	12.9	38.7
業種別	製造業	15	3	0	1	8	3
		100.0	20.0	0.0	6.7	53.3	20.0
	非製造業	263	35	31	28	65	104
		100.0	13.3	11.8	10.6	24.7	39.5
	建設業	56	14	6	6	8	22
		100.0	25.0	10.7	10.7	14.3	39.3
	運輸・通信業	5	2	0	0	2	1
		100.0	40.0	0.0	0.0	40.0	20.0
	卸・小売業	50	7	5	7	11	20
		100.0	14.0	10.0	14.0	22.0	40.0
	飲食・宿泊業	13	2	1	1	5	4
		100.0	15.4	7.7	7.7	38.5	30.8
	サービス業	64	3	9	6	16	30
		100.0	4.7	14.1	9.4	25.0	46.9
その他非製造業	74	7	10	8	22	27	
	100.0	9.5	13.5	10.8	29.7	36.5	

※回答結果を明確にするため、無回答は除いて集計・作表している。

ii) 後継者候補の有無

経営者が60歳以上の企業における後継者候補の有無については、「いない」が43.7%と最も高く、次いで「いる（後継者候補も認識している）」が39.2%、「いる（後継者候補は認識していない）」が17.1%であった。

【後継者候補の有無】



(上段：回答数、下段：%)

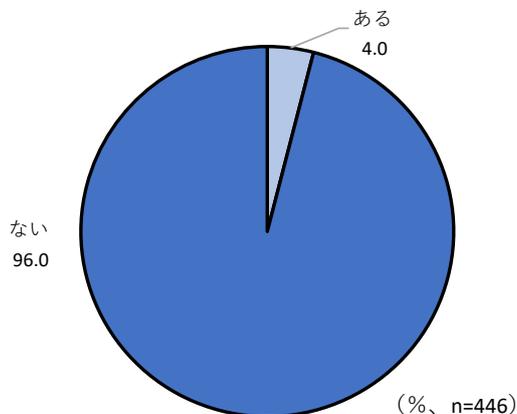
	全体	後継者候補の有無			
		いる（後継者候補も認識している）」	いる（後継者候補は認識していない）」	いない	
全体	263	103	45	115	
	100.0	39.2	17.1	43.7	
規模別	5人以下	186	59	30	97
		100.0	31.7	16.1	52.2
	6人～20人	49	30	8	11
	100.0	61.2	16.3	22.4	
	21人以上	27	14	6	7
	100.0	51.9	22.2	25.9	
業種別	製造業	13	7	1	5
		100.0	53.8	7.7	38.5
	非製造業	249	96	43	110
		100.0	38.6	17.3	44.2
	建設業	54	25	7	22
		100.0	46.3	13.0	40.7
	運輸・通信業	5	2	0	3
		100.0	40.0	0.0	60.0
	卸・小売業	47	20	4	23
		100.0	42.6	8.5	48.9
飲食・宿泊業	13	6	3	4	
	100.0	46.2	23.1	30.8	
サービス業	61	17	11	33	
	100.0	27.9	18.0	54.1	
その他非製造業	67	25	18	24	
	100.0	37.3	26.9	35.8	

※回答結果を明確にするため、無回答は除いて集計・作表している。

iii) 「千葉県事業承継・引継ぎ支援センター」の相談希望

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・従業員承継・M&A など、事業承継全般に関する無料相談を行っているが、同センターの相談希望については、「ある」が4.0%、「ない」が96.0%であった。

【「千葉県事業承継・引継ぎ支援センター」の相談希望】



(上段：回答数、下段：%)

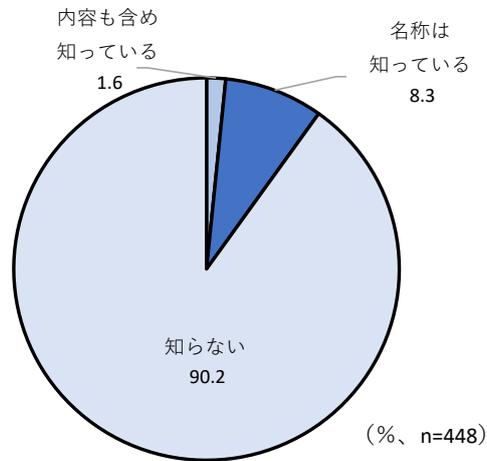
		全体	事業承継センターの相談希望	
			ある	ない
全体		446	18	428
		100.0	4.0	96.0
規模別	5人以下	279	11	268
		100.0	3.9	96.1
	6人～20人	99	3	96
	100.0	3.0	97.0	
	21人以上	67	4	63
	100.0	6.0	94.0	
業種別	製造業	23	1	22
		100.0	4.3	95.7
	非製造業	422	17	405
		100.0	4.0	96.0
	建設業	96	6	90
		100.0	6.3	93.8
	運輸・通信業	11	0	11
		100.0	0.0	100.0
	卸・小売業	91	2	89
		100.0	2.2	97.8
飲食・宿泊業	18	1	17	
	100.0	5.6	94.4	
サービス業	97	4	93	
	100.0	4.1	95.9	
その他非製造業	107	4	103	
	100.0	3.7	96.3	

※回答結果を明確にするため、無回答は除いて集計・作表している。

iv) 「ローカルベンチマーク」の認知状況

「ローカルベンチマーク」の認知状況については、「知らない」が90.2%と最も高く、次いで「名称は知っている」が8.3%、「内容も含め知っている」が1.6%であった。

【「ローカルベンチマーク」の認知状況】



(上段：回答数、下段：%)

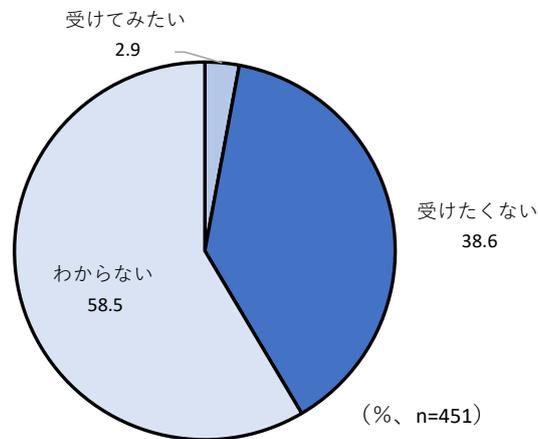
	全体	「ローカルベンチマーク」の認知状況			
		内容も含め 知っている	名称は 知っている	知らない	
全体	448	7	37	404	
	100.0	1.6	8.3	90.2	
規模別	5人以下	278	2	16	260
		100.0	0.7	5.8	93.5
	6人~20人	101	3	8	90
	100.0	3.0	7.9	89.1	
	21人以上	68	2	13	53
	100.0	2.9	19.1	77.9	
業種別	製造業	23	1	1	21
		100.0	4.3	4.3	91.3
	非製造業	424	6	36	382
		100.0	1.4	8.5	90.1
	建設業	100	2	11	87
		100.0	2.0	11.0	87.0
	運輸・通信業	11	0	1	10
		100.0	0.0	9.1	90.9
	卸・小売業	88	1	7	80
		100.0	1.1	8.0	90.9
	飲食・宿泊業	18	0	2	16
		100.0	0.0	11.1	88.9
サービス業	96	2	8	86	
	100.0	2.1	8.3	89.6	
その他非製造業	109	1	7	101	
	100.0	0.9	6.4	92.7	

※回答結果を明確にするため、無回答は除いて集計・作表している。

v) 「千葉市産業振興財団」の支援希望

外郭団体である「(公財)千葉市産業振興財団」による、「ローカルベンチマーク」を活用した経営支援の希望については、「わからない」が58.5%と最も高く、次いで「受けたくない」が38.6%、「受けたい」が2.9%であった。

【「千葉市産業振興財団」の支援希望】



(上段：回答数、下段：%)

	全体	千葉市産業振興財団の支援希望			
		受けたい	受けたくない	わからない	
全体	451	13	174	264	
	100.0	2.9	38.6	58.5	
規模別	5人以下	281	10	113	158
		100.0	3.6	40.2	56.2
	6人～20人	101	2	28	71
	100.0	2.0	27.7	70.3	
	21人以上	68	1	33	34
	100.0	1.5	48.5	50.0	
業種別	製造業	23	0	8	15
		100.0	0.0	34.8	65.2
	非製造業	427	13	166	248
		100.0	3.0	38.9	58.1
	建設業	101	3	32	66
		100.0	3.0	31.7	65.3
	運輸・通信業	11	0	7	4
		100.0	0.0	63.6	36.4
	卸・小売業	89	3	33	53
		100.0	3.4	37.1	59.6
飲食・宿泊業	18	0	8	10	
	100.0	0.0	44.4	55.6	
サービス業	96	2	35	59	
	100.0	2.1	36.5	61.5	
その他非製造業	110	5	49	56	
	100.0	4.5	44.5	50.9	

※回答結果を明確にするため、無回答は除いて集計・作表している。

③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」が22件と最も多く、次いで「支援制度の充実・手続き簡略化」が7件、「価格転嫁対策」が5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20件と最も多く、次いで「まちづくり、人口増加、経済活性化」が19件、「支援制度の充実・手続き簡略化」が8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	22	7	5	4	4	2	1	0	4
千葉市に期待すること	20	8	5	2	1	19	1	4	11
合計	42	15	10	6	5	21	2	4	15

※「必要な支援やサポート」の「その他」の記入内容

「一人で事業を行っているのでこの先が不安」、「事業の方向性」、「保有特許を活用した市場参入が難しい」、「政治改革」

※「千葉市に期待すること」の「その他」の記入内容

「発注の増大、平準化」、「中小・小規模事業者の支援」、「よりよい事業によるこびがほしい」、「無就労者ゼロ」、「農業法人の後援」、「米の買い占めに対する規制強化」、「農地の無許可転用事業者への規制強化」、「若葉郵便局の若葉区への建設」、「適正な市政の運営」、「積極的なアナウンス」、「わかりやすく、目につくように」

【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	
利子補給制度の拡充	建設業
資金調達の支援、特に金融機関借入が困難な時の救済	サービス業
事業資金の援助	建設業
支援制度の充実・手続き簡略化	
多業種交流会、集客に関する情報の発信媒体	その他非製造業
新規事業参入に要する資金援助及び手続き等の簡素化	卸・小売業
価格転嫁対策	
元請との単価の交渉	建設業
不当な値引きに関しての相談窓口	建設業
雇用支援	
人材確保のサポート等	飲食・宿泊業
人材採用支援	運輸・通信業
物価高対策、燃料費等支援	
光熱費、仕入れ価格（食材）高騰に対する補助金の支援制度をお願いします	飲食・宿泊業
物価高騰によるガソリンや電気等の補助金等のサポート	建設業
賃上げ支援	
最低賃金の上昇による支援	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	
補助金制度や中小企業への金額サポートは欲しいです	建設業
小規模事業所に対する支援や補助の充実及びその内容の周知	建設業
助成金を資本金で決めず地域に貢献している企業にも考慮すべきである	卸・小売業
支援制度の充実・手続き簡略化	
他社とのつながりが出来る場を設けて頂きたい	卸・小売業
補助金などを出していただく時の手続きの簡略化を進めてほしい	その他非製造業
千葉市内の事業者のIT促進を急務と捉える施策を打ち出して欲しい	運輸・通信業
価格転嫁対策	
仕入価格上昇でもすぐに販売価格に転嫁できない	卸・小売業
元請会社をきびしく指導して下請会社が適正な工事代金になるようにしてほしい	建設業
雇用支援	
出産育児休暇を取らせる事業所への補助	サービス業
まちづくり、人口増加、経済活性化	
景気回復のための取り組み	飲食・宿泊業
防災、防犯、安全に住める街づくり	その他非製造業
人口増加	その他非製造業
減税	
税金を安くしてほしい	建設業

●資料編

(1) 調査票

千葉市企業動向調査（2024年度 第3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。

①URL (https://apply-tumo.jp/city-chiba-u/offer/offerList_detail?tempSeq=36874) を直接入力

②右記 QR コードからアクセス

※ほぼすべ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：		部署名：		役職：
	ご芳名：		電話番号：		E-MAIL：
業種 【最も近いものを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. 農林業		
従業員数（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、各期の前期前と比較（「2024年7月～9月の場合、「2024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「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）		
2024年7月～9月実績	1 良い	2 普通	3 悪い			
2024年10月～12月見通し	1 良い	2 普通	3 悪い			
2025年1月～3月見込み	1 良い	2 普通	3 悪い			

- 【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。

	売上（前期比）			経常損益（前期比）		
2024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
2024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
2025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。

	国内需要（前期比）			資金繰り（前期比）		
2024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
2024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
2025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）		
2024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
2024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
2025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「人材不足」、「人材採用」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。

	人材不足（前期比）			人材採用（前期比）		
2024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
2024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
2025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、各期の一前期と比較した上で、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（前期比）			営業用設備（前期比）		
	1 過剰	2 適正	3 不足	1 過剰	2 適正	3 不足
2024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
2024年10月～12月見直し	1 過剰	2 適正	3 不足	1 過剰	2 適正	3 不足
2025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)	
	1 実施せず	2 実施			万円
2024年7月～9月実績	1 実施せず	2 実施	→		万円
2024年10月～12月見直し	1 実施せず	2 実施予定	→		万円
2025年1月～3月見込み	1 実施せず	2 実施予定	→		万円
2025年4月以降 (「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	→		万円
	年 月 日				

パートナーシップ構築活動について

問8 国は、適切な価格転讓を進めるため、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下記(1)(2)を宣言する「パートナーシップ構築宣言」の取組を進めています。

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

「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9 「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 |

問10 問9で1または2を回答した発注者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11 問9で3を回答した発注者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讓が取れていないため | 4 登録手続きが面倒なため |
| 5 その他（ ） | |

問12 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13 すべての方にお聞きします。「宣言」を成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」の実効性を成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 その他（ ） | |
| 7 特になし | |

事業承継について

問 14 経営者のご年齢が 60 歳以上の企業にお聞きします。事業承継について、検討したことはありますか。具体的な行動の有無とあわせて、該当する番号 1 つに○をつけてください。

- | |
|--|
| 1 検討しており、具体的な手続きを進めている |
| 2 検討しており、相談などを行っている（支援機関、金融機関、顧問税理士など） |
| 3 検討しており、情報収集をしている |
| 4 検討しているが、何もしていない |
| 5 検討していない（検討の必要性を感じない） |

問 15 経営者のご年齢が 60 歳以上の企業にお聞きします。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 いる（後継者候補も認識している） | 2 いる（後継者候補は認識していない） |
| 3 いない | |

問 16 すべての方にお聞きします。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・従業員承継・M&A など、事業承継全般に関する無料相談を行っております。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 |
|------|------|

※「1 ある」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」欄情報

問 17 すべての方にお聞きします。市では、円滑な事業承継につなげるツールの 1 つとして、国が推奨する「ローカルベンチマーク」の活用をお勧めしていますが、「ローカルベンチマーク」を知っていますか。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 18 すべての方にお聞きします。外資団体である「(公財)千葉県産業振興財団」から、「ローカルベンチマーク」を活用した経営支援を受けてみたいですが、該当する番号 1 つに○をつけてください。

- | | | |
|----------|----------|---------|
| 1 受けてみたい | 2 受けたくない | 3 わからない |
|----------|----------|---------|

※「1 受けてみたい」とご回答された方につきましては、「千葉県産業振興財団」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」欄情報

※「ローカルベンチマーク」とは、企業の経営状態の把握、いわゆる「企業の健康診断」を行うツールです。「千葉県産業振興財団」では、このツールを活用し、経営情報、財務情報、取引先や関係者、内部管理体制などを総合的に分析し、第三者目線で経営の見える化を図ることで、自社の強みやビジョンの明確化・共有化を支援しています。

その他

問 19 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：

問 20 本アンケートの返答を踏まえた、市の事業者支援についてご案内を希望されますか。該当する番号 1 つに○をつけてください。

- | | |
|--------|---------|
| 1 希望する | 2 希望しない |
|--------|---------|

以上でアンケートは終了です。ご協力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 2024 年 **11 月 25 日（月）**までに到着するよう返送してください。

※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

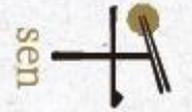


未来に続く豊かな循環を食から

千葉市には、多種多様な農産物や商品があり、それらを育て、たくさんの方がいます。食のブランド「千」は、未来まで残したいと思えるおいしさとこだわり、そしてソーシャルグッドが生まれた商品・サービスを白標をもって発信するブランドです。市内の農産物・加工食品・加工食品・サービスのなかから、地域特性・独自性・持続可能性など独自の基準をクリアし、「千」に認定となった商品・サービスをご紹介します。



千原産物
千原産物
千原産物





千 sen

千葉市の食を千年先へ
— 未来に続く豊かな循環を食から —

2020

千年後にも皆がほしい
「このまち」

3020

「そして『食』って何?
未来に何を残す?」



千葉市は、農産物がもたらす自然の恵みや生産されています。また、地域の食を支える事業者・関係者が正
いこの地で暮らす一方、生産者や消費者の意識的な取り組みも多くなり、千葉市の食の良さを共有し、
くために、またその千葉市の食に誇りを持ち、その良さを共有し、千葉市の食の良さを共有し、千葉市の食の良さを共有し、
食のブランド「千」は、暮らしに不可欠な「食」が千葉市を特徴づけるよう、500年の歴史を語り入れ、持続可能な食を追求しており、
新しい価値の基盤を構築する「千」として取り組んでいます。

千葉市食のブランド「千」の認定基準

認定対象となる商品またはサービスは、以下の3つの分野のいずれかであること。
【対象分野】(1) 農林水産分野 (2) 加工食品分野 (3) 食関連サービス分野
【審査基準】
その上で、以下の3つの条件を満たすものとする。

- 千葉市内に生産、製造、加工の拠地またはサービス提供拠地があること。
- 千葉市産農林水産物、千葉県産農林水産物を原材料として使用した加工食品、またはそれを活用したサービスであること。
- 認定項目は地域性、独自性・優位性、信頼性・安全性、持続可能性、地域への貢献などを考慮したものであり、どの項目においても審査条件に一定以上の評価を得ること。

千葉市食のブランド「千」認定品の主な販売場所

千葉市食のブランド「千」認定品は、お近くの二次元コーナーからご購入いただけます。



千 sen

千葉市の食を千年先へ
— 未来に続く豊かな循環を食から —



千葉市には、大正から戦後にかけての食文化の歴史があり、その歴史を継承し、未来に伝える役割を担っています。また、地域の食を支える事業者・関係者が正しいこの地で暮らす一方、生産者や消費者の意識的な取り組みも多くあり、千葉市の食の良さを共有し、千葉市の食の良さを共有し、千葉市の食の良さを共有し、千葉市の食の良さを共有し、

未来に続く豊かな循環を食から



千葉市 食のブランド「千」 認定



お問い合わせ：千葉市環境政策推進課 食の政策課
TEL: 043-245-5750



未知のスピードバトルが ここにある。

千葉発。日本初。
世界基準のサイクルトラックレース。



人はどこまで速くなれるのか？
 個人の限界を打破する人々を競う「サイクルトラックレース」。
 圧倒的スピードに加え、
 多様なエンターテインメントも、
 新しいイベントの楽しみ方が続々。
 TIPSTAR DOME CHIBAで、新たな体験を。

PIST6™

SCHEDULE

DAY : 09PM 12:00
 NIGHT : 09PM 18:20
 DAY : 09PM 18:30
 NIGHT : 09PM 17:50
©2019 PISTAR DOME CHIBA. ALL RIGHTS RESERVED.

10 October	<input type="radio"/> 5 - 6	11 November	<input type="radio"/> 1 - 2	12 December	<input type="radio"/> 2 - 3
	<input type="radio"/> 9 - 10		<input type="radio"/> 5 - 6		<input type="radio"/> 12 - 13
	<input type="radio"/> 16 - 17		<input type="radio"/> 14 - 15		<input type="radio"/> 21 - 22
	<input type="radio"/> 28 - 29		<input type="radio"/> 17 - 18		<input type="radio"/> 28 - 29
1 January	<input type="radio"/> 2 - 3	2 February	<input type="radio"/> 1 - 2	3 March	<input type="radio"/> 1 - 2
	<input type="radio"/> 11 - 12		<input type="radio"/> 7 - 8		<input type="radio"/> 11 - 12
	<input type="radio"/> 18 - 19		<input type="radio"/> 15 - 16		<input type="radio"/> 20 - 21
	<input type="radio"/> 25 - 26		<input type="radio"/> 23 - 24		<input type="radio"/> 29 - 30



ご家族・ご友人と一緒に盛り上がる！

今シーズンの
PIST6は **無料開催!**

※一部有料のサービスもございます。詳しくは、各コースの案内をご覧ください。



チケットの登録は
こちらから！

WHAT'S PIST6 [ピストシックスとは?]

2021年10月、千葉競輪をリニューアルして開催されているのがPIST6。自転車競技の伝統的場である氷製250mトラックで、国際大会のルールに準拠してレースが行われています。

従来の競輪は、他の選手と協力・連携して走る「ライン競」が特徴ですが、PIST6はそれとは違って完全な個人戦。選手それぞれがスピード、パワー、スタミナ、テクニック、謀略のすべてを駆使して1勝を目指します。最高速度70km/hを超える、人力競走のスピードバトルをどうぞお楽しみください。



PIST6権利厚生制度のご案内

PIST6でのサービスを貴社の権利厚生メニューとしてご利用いただけるサービスをご用意しております。同様の価格、ご祝儀の価格でお楽しみいただける内容が多数。ぜひ、ご利用ください。

PIST6でのご提供対象

入場料 プレミアムシート (800円)

※入場料のみが一般発売価格となります。

飲食料 ドリンク、フード、
パーティーセット (3500円)

※14名まで利用可能で、消費税別です。詳細はお問い合わせください。

グッズ ドーム内ショップでの購入品



その他、イベント等も開催しております。詳細につきましては、お電話にお問合せください。

PIST6公式LINE
友だち募集中!

イベント情報や
おトクなクーポンを
配信中!



ACCESS



PIST6

主催：千葉市

詳細は公式サイトをチェック!

<https://www.pist6.com/top/>

〒272-0194 千葉県千葉市中央区新大塚1-1-1
043-231-4404

レース・イベント開催にはご注意ください

お問い合わせ、チケット購入は下記まで
043-231-4404 | support@pist6.com



千葉市企業動向調査（第13回/2024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