

景気動向調査結果報告書

2024 年第IV・四半期 (10～12 月)

VOL. 115

八尾商工会議所

八 尾 市

目 次

【調査実施の概要】	1
【調査結果の総括】	2
1. 製造業の景気動向	5
2. 非製造業の景気動向	9
3. 2024 年度の冬季賞与の支給状況について	13
4. 地域との関わりについて	14
5. 地域との関わりについての自由回答	18

【 調査実施の概要 】

本調査は、地域経済の総合的な動向を把握し、産業振興のための基礎資料の作成及び経営者への情報提供を目的として実施している。1996年7月に第1回目の景気動向調査を実施し、今回（2025年3月実施）の調査で115回目となる。

調査対象事業所は、八尾市内に立地する従業員5人以上の事業所を母集団として、その中から、製造業650社、非製造業（建設業、卸売業、小売業、サービス業）350社の合計1,000社を無作為に抽出した。

調査方法は、調査票を郵送し、回収をFAXで行った。

今回の回収率は下表に示すとおり、製造業が19.5%、非製造業が14.9%、全体では17.9%である（表1～2参照）。

（注）2013年4～6月期調査より調査方法の変更を行った。2014年1～3月期調査より調査対象事業所数を削減した（従来1,300社→1,000社）。

表1.業種別回答状況

業種	発送数	回答数	回収率
金属製品	171	36	21.1%
機械器具	177	39	22.0%
その他の製造業	302	52	17.2%
製造業計	650	127	19.5%
建設業	120	19	15.8%
卸売業	53	6	11.3%
小売業	47	3	6.4%
サービス業	130	24	18.5%
非製造業計	350	52	14.9%
合計	1,000	179	17.9%

表2.規模別回答状況

規模別	製造業			非製造業			全体		
	発送数	回答数	回収率	発送数	回答数	回収率	発送数	回答数	回収率
5～19人	376	62	16.5%	230	25	10.9%	606	87	14.4%
20～49人	174	42	24.1%	77	15	19.5%	251	57	22.7%
50～99人	59	15	25.4%	29	6	20.7%	88	21	23.9%
100～299人	34	8	23.5%	13	5	38.5%	47	13	27.7%
300人以上	7	0	0.0%	1	1	100.0%	8	1	12.5%
合計	650	127	19.5%	350	52	14.9%	1,000	179	17.9%

【 調査結果の総括 】

～横ばいが見込まれるも、実質賃金の継続的な上昇が焦点～

10～12月期の八尾市の業況判断DI¹は全産業で10と、前回調査から改善した。(2024年9月=3→2024年12月=10)。業種別にみると、製造業のDIは4となり、前回調査から4ポイント良化した(9月=0→12月=4)。非製造業のDIは29となり、前回調査から大幅に良化した(9月=13→12月=29)。

インバウンド需要が好調を維持したほか、残暑により出足の鈍かった秋冬物需要が11月以降に動き出しプラス要因となった。一方で、家計の節約志向は根強く個人消費は停滞し、また、長引く人手不足、燃料価格の上昇、原材料価格の高止まりはマイナス要因となった。

今後の景気動向については、実質賃金が継続的に上昇するかどうか焦点となるほか、金利、為替レートの動向、燃料価格の動向も注目される。観光産業の伸長や人手不足に対応するための設備投資の拡大がプラス材料となると見込まれるものの、消費者の節約志向の高まり、企業のコスト負担上昇はマイナス材料となろう。好材料と悪材料が混在する中、今後の景気は横ばいで推移すると見られる。

図1. 業種別天気図(景気水準)

	2024年1～3月期		2024年4～6月期		2024年7～9月期		今回 2024年10～12月期		天気図 前回比較
	天気図	▲	天気図	▲	天気図	▲	天気図	▲	
全産業		▲ 2		▲ 1		3		10	
製造業		▲ 2		▲ 1		0		4	
金属製品		▲ 3		0		4		4	
機械器具		0		▲ 11		▲ 28		▲ 7	
その他の製造業		▲ 2		4		17		10	
非製造業		0		0		13		29	
建設業		33		27		24		38	
卸売業		▲ 22		▲ 43		0		33	
小売業		11		0		▲ 25		0	
サービス業		▲ 17		▲ 15		14		21	

※数値は業況判断DI。景況天気図で示した景況判断は、業況判断DI値によって判定。本設問は2012年4～6月期調査より開始しており、景況判断は暫定的に、DI値がプラス10以上であれば晴れ、0～9は薄日, ▲10～▲11は曇り, ▲20～▲11は小雨, ▲21以下は雨とした。図表における前回調査との比較の矢印マークは、景況天気図に基づくものであり、が好転、が悪化を示す。

¹ DIは、各景況項目について、「良い、上昇、増加」などと答えた企業の割合から「悪い、下落、減少」などと答えた企業の割合を引いた数値。日銀短観や本調査における「業況判断DI」は「良い」から「悪い」を引いた「水準」調査であるのに対して、本調査における「業況判断DI」以外の項目(「生産額」、「出荷額」など)は前期・前年同期と比べての「増加」などから「減少」などを引いた「方向性」調査である。なお、本稿ではマイナスを「▲」と表している。

日銀短観²（2024年12月調査）における全国および近畿の業況判断DI（全産業・全規模）と比較してみる。まず、全国が1ポイント、近畿が2ポイント、八尾市が7ポイント、いずれも改善した。八尾市においては、製造業は4ポイントとやや改善したことに加えて、非製造業では16ポイントと大幅に改善した。（図2～4）。

図2. 全産業・全規模の業況判断DI推移

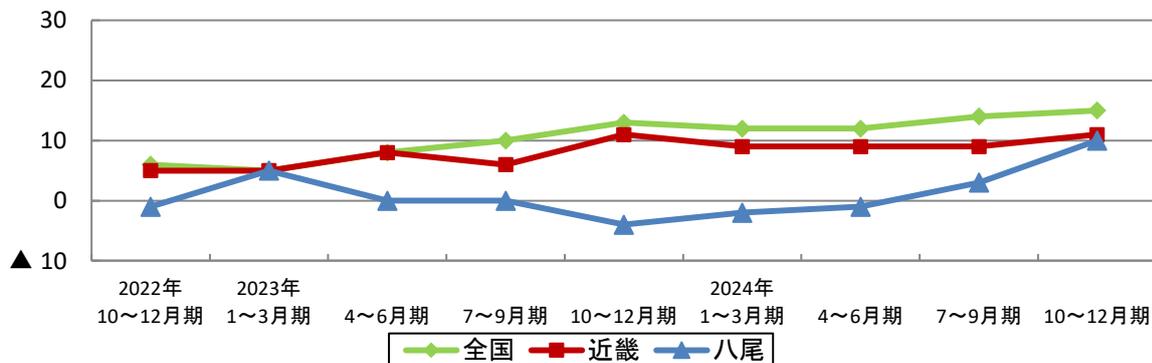


図3. 製造業・全規模の業況判断DI推移

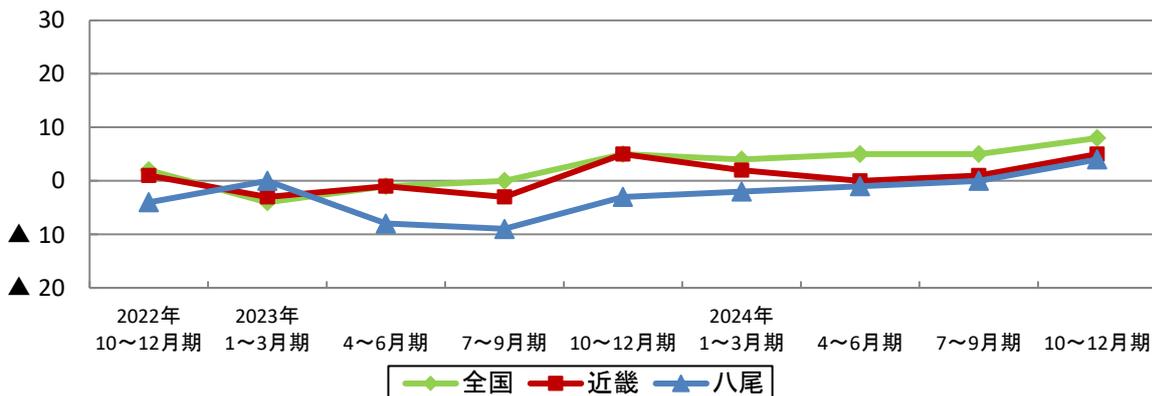
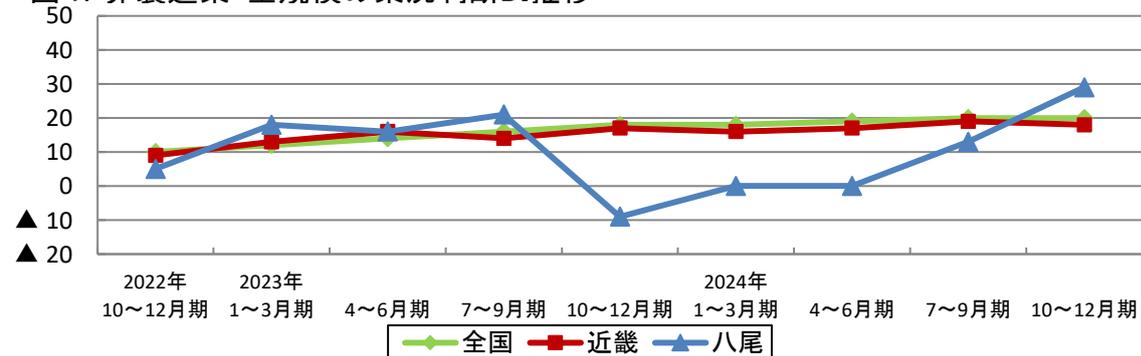


図4. 非製造業・全規模の業況判断DI推移



（資料）日本銀行大阪支店「全国企業短期経済観測調査-近畿地区-」

² 日銀短観は日本銀行「全国企業短期経済観測調査」の略。

景気の方角感を八尾市の各種前年同期比のDI³で確認すると（図5～6）、製造業は「製品販売価格」は良化したが、「生産額」、「設備投資額」は悪化した。また、非製造業においては「売上額」「設備投資額」は良化したが、「販売先数・客数」は悪化した。

図5. 製造業の各種「前年同期比」DI推移

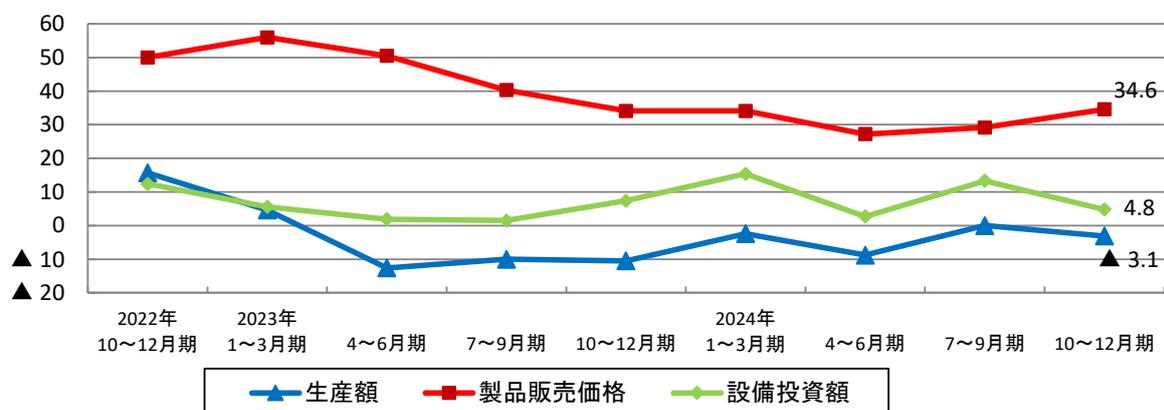
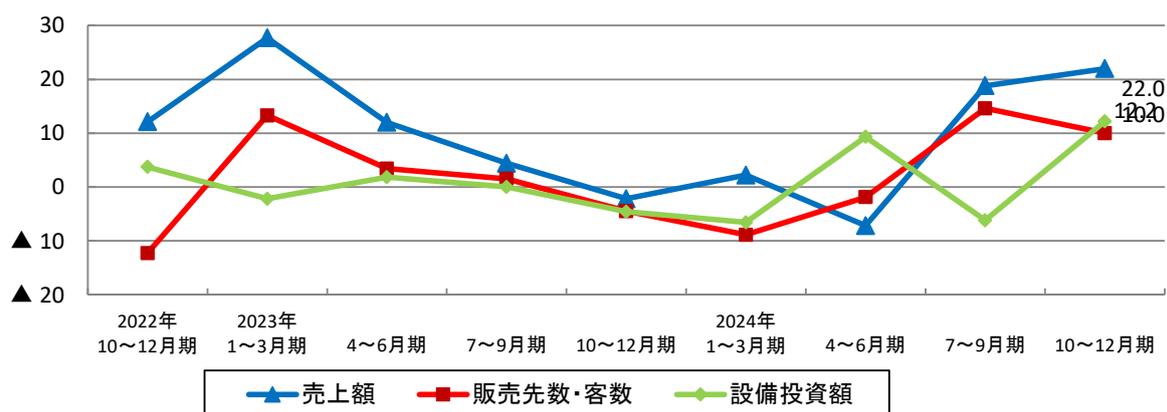


図6. 非製造業の各種「前年同期比」DI推移



³ 「前年同期比」DIは、各景況項目について、前年同期と比較して「良い、増加」などと答えた企業の割合から「悪い、減少」などと答えた企業の割合を引いた数値。

1. 製造業の景気動向

景況天気図は

(前回)



⇒

薄日

(今回)



【 生産額 】

製造業の2024年10～12月期における生産額DI（前期比、「増加」－「減少」）は12.6（▲はマイナスを表す、以下同様）と、マイナスからプラスに転じた（前々回1.8→前回▲1.8→今回12.6）。

表3. 生産額(前期比)

業種	当期生産額は前期に比べて					DI	前回DI
	回答数	構成比(%)					
		増加	横這	減少			
金属製品	36	41.7	33.3	25.0	16.7	14.2	
機械器具	39	33.3	43.6	23.1	10.2	▲11.5	
その他の製造業	52	30.8	50.0	19.2	11.6	▲4.0	
製造業計	127	34.6	43.3	22.0	12.6	▲1.8	

前年同期と比べた生産額DIは▲3.1と、±0からマイナスとなった（前々回▲8.8→前回0.0→今回▲3.1）。

表4. 生産額(前年同期比)

業種	当期生産額は前年同期に比べて					DI	前回DI
	回答数	構成比(%)					
		増加	横這	減少			
金属製品	36	38.9	22.2	38.9	0.0	3.6	
機械器具	39	33.3	33.3	33.3	0.0	▲28.6	
その他の製造業	52	25.0	42.3	32.7	▲7.7	18.0	
製造業計	127	31.5	33.9	34.6	▲3.1	0.0	

【 出荷額 】

10～12月期の出荷額DI（前期比、「増加」－「減少」）は9.5と、マイナスからプラスに転じた（前々回0.9→前回→▲1.8→今回9.5）。業種別内訳をみると、金属製品でプラス幅が縮小し、機械器具、その他の製造業でマイナスからプラスに転じた。

表5. 出荷額

業種	当期出荷額は前期に比べて					DI	前回DI
	回答数	構成比(%)					
		増加	横這	減少			
金属製品	36	36.1	38.9	25.0	11.1	17.9	
機械器具	39	30.8	43.6	25.6	5.2	▲17.1	
その他の製造業	52	34.6	42.3	23.1	11.5	▲2.0	
製造業計	127	33.9	41.7	24.4	9.5	▲1.8	

【製品在庫】

10～12月期の製品在庫DI（前期比、「不足」－「過剰」）は▲8.2と、マイナス（過剰超）幅は拡大した（前々回▲7.1→前回▲4.5→今回▲8.2）。業種別内訳をみると、金属製品でプラス幅が縮小し、機械器具、その他の製造業でマイナス幅が拡大した。

表6. 製品在庫

業種	当期製品在庫は前期に比べて					DI	前回DI
	回答数	構成比(%)					
		不足	適正	過剰			
金属製品	34	11.8	85.3	2.9	8.9	11.6	
機械器具	38	5.3	73.7	21.1	▲15.8	▲8.5	
その他の製造業	50	10.0	66.0	24.0	▲14.0	▲10.2	
製造業計	122	9.0	73.8	17.2	▲8.2	▲4.5	

【原材料仕入価格】

10～12月期の原材料仕入価格DI（前期比、「値上」－「値下」）は59.0と、プラス（値上超）幅は縮小した（前々回68.4→前回62.8→今回59.0）。業種別内訳をみると、機械器具でプラス幅が拡大し、金属製品、その他の製造業でプラス幅が縮小した。

表7. 原材料仕入価格

業種	当期原材料仕入価格は前期に比べて					DI	前回DI
	回答数	構成比(%)					
		値上	横這	値下			
金属製品	36	50.0	47.2	2.8	47.2	57.1	
機械器具	39	66.7	30.8	2.6	64.1	60.0	
その他の製造業	52	63.5	36.5	0.0	63.5	68.0	
製造業計	127	60.6	37.8	1.6	59.0	62.8	

【製品販売価格】

10～12月期の製品販売価格DI（前期比、「値上」－「値下」）は25.9と、プラス（値上超）幅は縮小した（前々回28.0→前回30.9→今回25.9）。業種別内訳をみると、機械器具でプラス幅が拡大し、金属製品、その他の製造業でプラス幅が縮小した。

表8. 製品販売価格(前期比)

業種	当期製品販売価格は前期に比べて					DI	前回DI
	回答数	構成比(%)					
		値上	横這	値下			
金属製品	36	27.8	69.4	2.8	25.0	32.1	
機械器具	39	41.0	59.0	0.0	41.0	34.2	
その他の製造業	52	19.2	76.9	3.8	15.4	28.0	
製造業計	127	28.3	69.3	2.4	25.9	30.9	

前年同期と比較した製品販売価格DIにおいては34.6と、プラス（値上超）幅は拡大した（前々回27.2→前回29.2→今回34.6）。

表9. 製品販売価格(前年同期比)

業種	当期製品販売価格は前年同期に比べて					DI	前回DI
	回答数	構成比(%)					
		値上	横這	値下			
金属製品	36	41.7	47.2	11.1	30.6	25.0	
機械器具	39	46.2	48.7	5.1	41.1	25.7	
その他の製造業	52	38.5	55.8	5.8	32.7	34.0	
製造業計	127	41.7	51.2	7.1	34.6	29.2	

【採算状況】

10～12月期の採算状況DI（前期比、「好転」－「悪化」）は▲16.6と、マイナス（悪化超）幅は拡大した（前々回▲14.0→前回▲15.9→今回▲16.6）。業種別内訳をみると、金属製品でプラスからマイナスに転じ、機械器具、その他の製造業でマイナス幅が縮小した。

表10. 採算状況

業種	当期採算状況は前期に比べて					DI	前回DI
	回答数	構成比(%)					
		好転	横這	悪化			
金属製品	36	13.9	61.1	25.0	▲ 11.1	7.1	
機械器具	39	10.3	64.1	25.6	▲ 15.3	▲ 22.8	
その他の製造業	52	9.6	59.6	30.8	▲ 21.2	▲ 24.0	
製造業計	127	11.0	61.4	27.6	▲ 16.6	▲ 15.9	

【資金繰り】

10～12月期の資金繰りDI（前期比、「好転」－「悪化」）は▲12.7と、マイナス（悪化超）幅は縮小した（前々回▲12.3→前回▲13.3→今回▲12.7）。業種別内訳をみると、機械器具でマイナス幅が縮小し、金属製品、その他の製造業でマイナス幅が拡大した。

表11. 資金繰り

業種	当期資金繰りは前期に比べて					DI	前回DI
	回答数	構成比(%)					
		好転	横這	悪化			
金属製品	36	11.1	66.7	22.2	▲ 11.1	▲ 7.2	
機械器具	38	5.3	76.3	18.4	▲ 13.1	▲ 25.7	
その他の製造業	52	1.9	82.7	15.4	▲ 13.5	▲ 8.0	
製造業計	126	5.6	76.2	18.3	▲ 12.7	▲ 13.3	

【受注状況】

10～12月期の受注状況DI（前期比、「好転」－「悪化」）は▲18.1と、マイナス（悪化超）幅は拡大した（前々回▲19.3→前回▲16.9→今回▲18.1）。業種別内訳をみると、機械器具でマイナス幅が縮小し、金属製品、その他の製造業でマイナス幅が拡大した。

表12. 受注状況

業種	当期受注状況は前期に比べて					DI	前回DI
	回答数	構成比(%)					
		好転	横這	悪化			
金属製品	36	13.9	52.8	33.3	▲ 19.4	▲ 10.7	
機械器具	39	15.4	59.0	25.6	▲ 10.2	▲ 17.2	
その他の製造業	52	11.5	53.8	34.6	▲ 23.1	▲ 20.0	
製造業計	127	13.4	55.1	31.5	▲ 18.1	▲ 16.9	

【設備投資額】

10～12月期の設備投資額DI（前年同期比、「増加」－「減少」）は4.8と、プラス（増加超）幅は縮小した（前々回2.7→前回13.3→今回4.8）。業種別内訳をみると、その他の製造業でプラス幅が縮小し、金属製品でプラスからマイナスに転じ、機械器具でマイナスからプラスに転じた。

表13. 設備投資額

業種	当期設備投資額は前年同期に比べて					DI	前回DI
	回答数	構成比(%)					
		増加	横這	減少			
金属製品	36	19.4	55.6	25.0	▲ 5.6	17.8	
機械器具	39	20.5	66.7	12.8	7.7	▲ 5.7	
その他の製造業	52	23.1	63.5	13.5	9.6	24.0	
製造業計	127	21.3	62.2	16.5	4.8	13.3	

【向こう3カ月の景況】

10～12月期における向こう3カ月の景況判断DI（「好転」－「悪化」）は▲20.6と、マイナス（悪化超）幅は拡大した（前々回▲17.7→前回▲6.2→今回▲20.6）。業種別内訳をみると、金属製品で±0からマイナスとなり、機械器具、その他の製造業でマイナス幅が拡大した。

表14. 向こう3カ月の景況

業種	向こう3カ月の景況					DI	前回DI
	回答数	構成比(%)					
		好転	横這	悪化			
金属製品	36	8.3	50.0	41.7	▲ 33.4	0.0	
機械器具	39	15.4	53.8	30.8	▲ 15.4	▲ 11.5	
その他の製造業	51	17.6	49.0	33.3	▲ 15.7	▲ 6.1	
製造業計	126	14.3	50.8	34.9	▲ 20.6	▲ 6.2	

2. 非製造業の景気動向

景況天気図は

(前回)



⇒

晴れ

(今回)



建設業

景況天気図は

(前回)



⇒

晴れ

(今回)



10～12月期の状況を各種DI（前期比）で見ると、売上額のプラス幅は大幅に縮小した。

採算状況はマイナス域からプラス域に転じ、資金繰りはプラス域からマイナス域に転じた。労務費と受注単価は横ばいとなった。

工事引合件数が減少した分を受注単価で補うことができず、売上額の減少につながった状況が伺える。資材仕入価格は減少が見られたものの高止まり傾向は続いており、採算状況は改善するも資金繰りは大幅に悪化した。

向こう3ヵ月の景況は大幅に改善しマイナス域から±0となったものの、プラス域には至っておらず、今後の期待も伺えつつ楽観視はできない状況だろう。

前年同期比DIをみると、売上額、受注状況のプラス幅が大幅に拡大し、設備投資額は±0からプラス域となった。

表15.建設業の景気動向

景気動向指標	回答数	構成比(%)			DI	前回DI	
		増加 不足 値上 好転	横這 適正	減少 過剰 値下 悪化			
前期比	売上額	19	26.3	57.9	15.8	10.5	26.3
	資材仕入価格	18	66.7	33.3	0.0	66.7	73.7
	労務費	19	47.4	52.6	0.0	47.4	47.4
	工事引合件数	19	31.6	52.6	15.8	15.8	21.0
	受注単価	19	26.3	73.7	0	26.3	26.3
	採算状況	19	10.5	84.2	5.3	5.2	▲ 10.6
	資金繰り	19	10.5	68.4	21.1	▲ 10.6	5.2
	受注状況	19	21.1	63.2	15.8	5.3	10.5
前年同期比	向こう3ヵ月の景況	19	26.3	47.4	26.3	0.0	▲ 10.5
	売上額	19	47.4	42.1	10.5	36.9	21.1
	受注状況	19	42.1	47.4	10.5	31.6	15.8
	設備投資額	18	22.2	66.7	11.1	11.1	0.0

卸売業

景況天気図は

(前回)



⇒

晴れ

(今回)



10～12月期の状況を各種DI（前期比）で見ると、売上額は±0からプラス域となった。

商品仕入価格と商品販売価格のプラス幅が縮小し、特に商品仕入価格の縮小幅は非常に大きかった。客単価、粗利益率がマイナス域からプラス域へ転じた一方で、採算状況はプラス域からマイナス域へ転じた。

販売先数・客数の増加や客単価の上昇による売上額増加と、商品仕入価格の減少により、採算状況こそマイナスとなったものの、粗利益率は改善し、資金繰りも±0で持ちこたえている状況が見受けられる。

しかしながら、向こう3ヵ月の景況は±0からマイナス域へ転じており、注視が必要な状況が伺える。

前年同期比DIを見ると、販売先数・客数はわずかにマイナス幅が縮小した。売上額はプラス域から±0となり、設備投資額はマイナス域からプラス域へと転じた。

表16.卸売業の景気動向

景気動向指標	回答数	構成比(%)			DI	前回DI	
		増加 不足 値上 好転	横這 適正	減少 過剰 値下 悪化			
前期比	売上額	6	50.0	16.7	33.3	16.7	0.0
	販売先数・客数	6	16.7	66.7	16.7	0.0	▲ 20.0
	客単価	6	33.3	50.0	16.7	16.6	▲ 20.0
	商品仕入価格	6	33.3	66.7	0.0	33.3	80.0
	商品在庫	6	0.0	66.7	33.3	▲ 33.3	▲ 40.0
	商品販売価格	6	16.7	83.3	0.0	16.7	20.0
	採算状況	6	16.7	50.0	33.3	▲ 16.6	20.0
	資金繰り	6	16.7	66.7	16.7	0.0	0.0
	粗利益率	6	33.3	50.0	16.7	16.6	▲ 20.0
	向こう3ヵ月の景況	6	16.7	50.0	33.3	▲ 16.6	0.0
前年同期比	売上額	6	33.3	33.3	33.3	0.0	20.0
	販売先数・客数	6	0.0	83.3	16.7	▲ 16.7	▲ 20.0
	設備投資額	6	50.0	50.0	0.0	50.0	▲ 20.0

小売業

景況天気図は

(前回)



⇒

薄日

(今回)



10～12月期の状況を各種DI（前期比）で見ると、売上額はプラス域からマイナス域へ転じた。

販売先数・客数、商品在庫がプラス域からマイナス域へ転じ、採算状況はマイナス域から±0となった。資金繰りは±0で横ばいとなり、粗利益率は継続してマイナス域で推移したものの、マイナス幅は縮小した。

商品仕入価格の高止まりが続く中、販売先数・客数の悪化が響いたことで売上額が伸びず、採算状況、資金繰り、粗利益率いずれも厳しい状況が続いているとみられる。

向こう3ヵ月の景況も±0からマイナス域となっており、しばらくは厳しい状況が続くことが予想される。

前年同期比DIを見ると、売上額はプラス域から±0となり、販売先数・客数はプラス域からマイナス域へ転じた。設備投資額は継続してマイナス域となり、マイナス幅も拡大した。

表17.小売業の景気動向

景気動向指標	回答数	構成比(%)			DI	前回DI	
		増加 不足 値上 好転	横這 適正	減少 過剰 値下 悪化			
前期比	売上額	3	0.0	66.7	33.3	▲ 33.3	40.0
	販売先数・客数	3	0.0	66.7	33.3	▲ 33.3	20.0
	客単価	3	33.3	66.7	0.0	33.3	20.0
	商品仕入価格	3	66.7	33.3	0.0	66.7	80.0
	商品在庫	3	0.0	66.7	33.3	▲ 33.3	20.0
	商品販売価格	3	66.7	33.3	0.0	66.7	60.0
	採算状況	3	0.0	100.0	0.0	0.0	▲ 40.0
	資金繰り	3	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	粗利益率	3	0.0	66.7	33.3	▲ 33.3	▲ 60.0
向こう3ヵ月の景況	3	0.0	66.7	33.3	▲ 33.3	0.0	
前年同期比	売上額	3	0.0	100.0	0.0	0.0	40.0
	販売先数・客数	3	0.0	66.7	33.3	▲ 33.3	40.0
	設備投資額	3	0.0	66.7	33.3	▲ 33.3	▲ 20.0

サービス業

景況天気図は

(前回)



⇒

晴れ

(今回)



10～12月期の状況を各種DI（前期比）で見ると、売上額はプラス幅が大幅に縮小した。

売上額のほか、客数のプラス幅も大幅に縮小した。客単価がマイナス域からプラス域へ転じ、資金繰り、粗利益率はマイナス域から±0となった。採算状況は継続してマイナス域で推移したものの、マイナス幅は大幅に縮小した。

客数の影響で売上額は悪化したものの、そのほかの指標についてはいずれも改善傾向がみられる。

向こう3ヵ月の景況も大きく改善しマイナス域からプラス域へと転換しており、今後への期待感が見受けられる。

前年同期比DIをみると、売上額のプラス幅が拡大した一方、客数のプラス幅は縮小した。設備投資額はマイナス域からプラス域に転じた。

表18.サービス業の景気動向

景気動向指標	回答数	構成比(%)			DI	前回DI	
		増加 不足 値上 好転	横這 適正	減少 過剰 値下 悪化			
前期比	売上額	23	30.4	43.5	26.1	4.3	15.7
	客数	23	26.1	52.2	21.7	4.4	15.8
	客単価	23	30.4	56.5	13.0	17.4	▲ 10.5
	採算状況	23	21.7	52.2	26.1	▲ 4.4	▲ 15.8
	資金繰り	23	17.4	65.2	17.4	0.0	▲ 5.3
	粗利益率	23	26.1	47.8	26.1	0.0	▲ 26.3
	向こう3ヵ月の景況	23	30.4	43.5	26.1	4.3	▲ 10.5
前年同期比	売上額	22	36.4	45.5	18.2	18.2	10.5
	客数	22	27.3	50.0	22.7	4.6	15.8
	設備投資額	22	27.3	54.5	18.2	9.1	▲ 5.3

3. 2024年度の冬季賞与の支給状況について

(1) 2024年度の冬季賞与の支給状況について

「2024年度の冬季賞与の支給状況」について尋ねたところ、全体（回答事業所数は151）では、「支給し、支給額は前年より増額となった」が45.0%と最も高くなった。続いて、「支給したが、支給額は前年と同等であった」が35.8%、「支給しなかった」が9.9%となった。

業種別では、製造業においても「支給し、支給額は前年より増額となった」と回答した企業が44.4%、次いで「支給したが、支給額は前年と同等であった」が35.4%、「支給したが、支給額は前年より減額となった」が11.1%となった。非製造業においても「支給し、支給額は前年より増額となった」が46.2%、次いで「支給したが、支給額は前年と同等であった」が36.5%、「支給しなかった」が5.8%となり、業種による差は見られなかった。

(1) 2024年度の冬季賞与の支給状況（業種別）

業種	（％）		
	全産業 〈151〉	製造業 〈99〉	非製造業 〈52〉
支給し、支給額は前年より増額となった	45.0	44.4	46.2
支給したが、支給額は前年と同等であった	35.8	35.4	36.5
支給したが、支給額は前年より減額となった	9.3	11.1	5.8
支給しなかった	9.9	9.1	11.5

（注）〈 〉内は回答事業所数

(1) 2024年度の冬季賞与の支給状況（従業員別）

従業員	（％）				
	全規模 〈151〉	5～19人 〈69〉	20～49人 〈51〉	50～99人 〈18〉	100人以上 〈13〉
支給し、支給額は前年より増額となった	45.0	34.8	56.9	50.0	46.2
支給したが、支給額は前年と同等であった	35.8	40.6	33.3	27.8	30.8
支給したが、支給額は前年より減額となった	9.3	8.7	5.9	22.2	7.7
支給しなかった	9.9	15.9	3.9	0.0	15.4

（注）〈 〉内は回答事業所数

4. 地域との関わりについて

(2) 地域と関わる活動（オープンファクトリー、職業見学や体験、地域イベントの参加など）の取り組み状況について

「地域と関わる活動の取り組み状況」について尋ねたところ、全体（回答事業所数は151）では、「特に取り組む予定はない」が58.3%と最も高くなった。続いて、「現在、取り組んでいる」が19.9%、「今後、取り組みたい（取り組む予定）」が13.2%となった。

業種別では、製造業においては「特に取り組む予定はない」と回答した企業が59.6%、次いで「現在、取り組んでいる」が20.2%、「今後、取り組みたい（取り組む予定）」が11.1%となった。非製造業においては「特に取り組む予定はない」が55.8%、次いで「現在、取り組んでいる」が19.2%、「今後、取り組みたい（取り組む予定）」が17.3%となり、業種による差は見られなかった。

(2) 地域と関わる活動の取り組み状況（業種別）

業種	（%）		
	全産業 〈151〉	製造業 〈99〉	非製造業 〈52〉
現在、取り組んでいる	19.9	20.2	19.2
今後、取り組みたい（取り組む予定）	13.2	11.1	17.3
過去、取り組んでいたが、現在は行っていない	8.6	9.1	7.7
特に取り組む予定はない	58.3	59.6	55.8

（注）〈 〉内は回答事業所数

(2) 地域と関わる活動の取り組み状況（従業員別）

従業員	（%）				
	全規模 〈151〉	5～19人 〈69〉	20～49人 〈51〉	50～99人 〈18〉	100人以上 〈13〉
現在、取り組んでいる	19.9	11.6	19.6	38.9	38.5
今後、取り組みたい（取り組む予定）	13.2	15.9	9.8	11.1	15.4
過去、取り組んでいたが、現在は行っていない	8.6	7.2	5.9	16.7	15.4
特に取り組む予定はない	58.3	65.2	64.7	33.3	30.8

（注）〈 〉内は回答事業所数

(3) 地域と関わる活動（オープンファクトリー、職業見学や体験、地域イベントの参加など）の取り組み内容、実施後に感じたメリットについて

「地域と関わる活動の取り組み内容」について尋ねたところ、全体（回答事業所数は 62）では、「職場見学、体験の受け入れ」が 77.4%と最も高くなった。続いて、「地域イベントの出展」が 24.2%、「清掃活動」が 22.6%となった。

業種別では、製造業においても「職場見学、体験の受け入れ」と回答した企業が 76.9%、次いで「地域イベントの出展」が 25.6%、「清掃活動」が 20.5%となった。非製造業においては「職場見学、体験の受け入れ」が 78.3%、次いで「清掃活動」が 26.1%、「地域イベントの出展」「防犯活動」がともに 21.7%となり、業種による差が見られた。

(3) -1 取り組み内容（業種別）

業種	（%）		
	全産業 〈62〉	製造業 〈39〉	非製造業 〈23〉
オープンファクトリー	12.9	15.4	8.7
職場見学、体験の受け入れ	77.4	76.9	78.3
地域イベントの出展	24.2	25.6	21.7
清掃活動	22.6	20.5	26.1
防犯活動	14.5	10.3	21.7
その他	3.2	5.1	0.0

（注）〈 〉内は回答事業所数

(3) -1 取り組み内容（従業員別）

従業員	（%）				
	全規模 〈62〉	5～19人 〈23〉	20～49人 〈18〉	50～99人 〈12〉	100人以上 〈9〉
オープンファクトリー	12.9	21.7	11.1	8.3	0.0
職場見学、体験の受け入れ	77.4	73.9	72.2	91.7	77.8
地域イベントの出展	24.2	17.4	33.3	25.0	22.2
清掃活動	22.6	30.4	27.8	0.0	22.2
防犯活動	14.5	26.1	5.6	8.3	11.1
その他	3.2	4.3	0.0	8.3	0.0

（注）〈 〉内は回答事業所数

「地域と関わる活動の実施後に感じたメリット」について尋ねたところ、全体（回答事業所数は49）では、「イメージ向上」が57.1%と最も高くなった。続いて、「社員のモチベーション向上」が38.8%、「人材確保・採用の増加」が24.5%となった。

業種別では、製造業においても「イメージ向上」と回答した企業が56.7%、次いで「社員のモチベーション向上」が36.7%、「人材確保・採用の増加」が23.3%となった。非製造業においても「イメージ向上」が57.9%、次いで「社員のモチベーション向上」が42.1%、「人材確保・採用の増加」が26.3%となり、業種による差は見られなかった。

(3) -2 実施後に感じたメリット（業種別）

業種	(%)		
	全産業 〈49〉	製造業 〈30〉	非製造業 〈19〉
イメージ向上	57.1	56.7	57.9
顧客の獲得・増加	10.2	10.0	10.5
社員のモチベーション向上	38.8	36.7	42.1
人材確保・採用の増加	24.5	23.3	26.3
その他	18.4	20.0	15.8

(注)〈 〉内は回答事業所数

(3) -2 実施後に感じたメリット（従業員別）

従業員	(%)				
	全規模 〈49〉	5~19人 〈20〉	20~49人 〈12〉	50~99人 〈10〉	100人以上 〈7〉
イメージ向上	57.1	60.0	75.0	40.0	42.9
顧客の獲得・増加	10.2	15.0	8.3	10.0	0.0
社員のモチベーション向上	38.8	50.0	33.3	20.0	42.9
人材確保・採用の増加	24.5	30.0	16.7	30.0	14.3
その他	18.4	20.0	8.3	30.0	14.3

(注)〈 〉内は回答事業所数

(4) 地域と関わる活動（オープンファクトリー、職業見学や体験、地域イベントの参加など）に取り組む予定はない理由について

「地域と関わる活動に取り組む予定がない理由」について尋ねたところ、全体（回答事業所数は75）では、「時間や人手の不足」が50.7%と最も高くなった。続いて、「必要性を感じない」が34.7%、「ノウハウがない」が14.7%となった。

業種別では、製造業においても「時間や人手の不足」と回答した企業が53.1%、次いで「必要性を感じない」が38.8%、「ノウハウがない」が12.2%となった。非製造業においても「時間や人手の不足」が46.2%、次いで「必要性を感じない」が26.9%、「ノウハウがない」が19.2%となり、業種による差は見られなかった。

(4) 取り組む予定がない理由（業種別）

(%)

業種	全産業 〈75〉	製造業 〈49〉	非製造業 〈26〉
必要性を感じない	34.7	38.8	26.9
時間や人手の不足	50.7	53.1	46.2
ノウハウがない	14.7	12.2	19.2
興味はあるが機会がない	6.7	2.0	15.4
その他	5.3	8.2	0.0

(注)〈 〉内は回答事業所数

(4) 取り組む予定がない理由（従業員別）

(%)

従業員	全規模 〈75〉	5~19人 〈37〉	20~49人 〈29〉	50~99人 〈6〉	100人以上 〈3〉
必要性を感じない	34.7	43.2	34.5	0.0	0.0
時間や人手の不足	50.7	48.6	44.8	66.7	100.0
ノウハウがない	14.7	10.8	17.2	33.3	0.0
興味はあるが機会がない	6.7	8.1	3.4	16.7	0.0
その他	5.3	5.4	6.9	0.0	0.0

(注)〈 〉内は回答事業所数

5. 地域との関わりについての自由回答

地域との関わりについて、企業から寄せられた特徴的なコメントは以下のとおり。

業種	規模	コメント内容
製造業	A	余裕がない。独自で行う気がない。
製造業	A	・社内清掃活動と見学の積極的な受け入れによる社員の意識向上が目的。 ・加えて、防犯、子ども見守り、通学路の清掃など地域社会への貢献が企業としての役割と考える。
製造業	B	安全面での問題あり。
建設業	B	現在の子どもたちが、建設業に対する興味が無い様に思う。
サービス業	A	コロナが終わり、交流が再会された状態である。今後は地域との交流も広げたい。
サービス業	B	現在は行っていませんが（コロナウイルス流行もあったため）、希望があれば対応したいと思っています。

(注1) 規模：A=5～19人、B=20～49人、C=50～99人、D=100～299人、E=300人以上

(注2) コメントはできるだけ原文のまま掲載しているが、一部にご意見の主旨を曲げることなく加筆・修正している場合がある。また、コメントは調査を実施した2025年3月時点のものである。