

商工会議所 LOBO (早期景気観測)

2025年 1 月調査結果

2025

1

新卒採用（2025年4月入社）の動向

計画通り採用ができなかった企業は7割超 初任給引き上げ企業は前年から10.8pt増で6割超

- 新卒採用（2025年4月入社）を「実施した」企業は34.6%と、前年同月調査と比べ、1.2ポイント減少した。
- 新卒採用を実施した企業のうち、計画通り採用できなかった企業（「採用できたが計画した人数には満たなかった」と「募集したが採用できなかった」の合計）は73.6%と、依然として高い水準にあり、人手不足で中小企業の人材確保が厳しい状況がうかがえる。業種別に見ると、建設業では全産業比+3.4ポイントの77.0%と高い水準になっている。
- 採用活動にあたって取り組んだ事項として、「初任給の引き上げ」を実施した企業は61.0%と、前年同月比+10.8ポイントとなり、人手不足の状況下で、人材確保のために賃上げを行っている様子が見える。また「会社説明会の開催や合同説明会への出展」が同+7.2ポイント、「採用ホームページの作成や求人サイトへの掲載」が同+6.9ポイントとなり、採用活動を強化しているものの、計画通り採用できなかった企業が多いというのが実情である。



中小企業の声

- 理想では新卒採用を行いたいですが、新卒を育成するコストをかけられず、他社での経験がある人材の中途採用のみを行っている。
(津 調味料製造業)
- 初任給を引き上げたが、大手企業の初任給とは依然として差があるため、新卒は採用できず、不足分は中途採用で補っている。
(札幌 化学製品卸売業)
- 建設業への就職を希望する学生が少なく、採用活動は苦戦を強いられている。学生に興味を持ってもらえるようなアピール方法を模索している。
(勝山 一般工事業)
- インターンシップの開催のほか、自社の知名度アップのためにイベントへの協賛などを行った甲斐もあり、新卒採用で手ごたえを感じることができた。
(新見 石灰製造業)

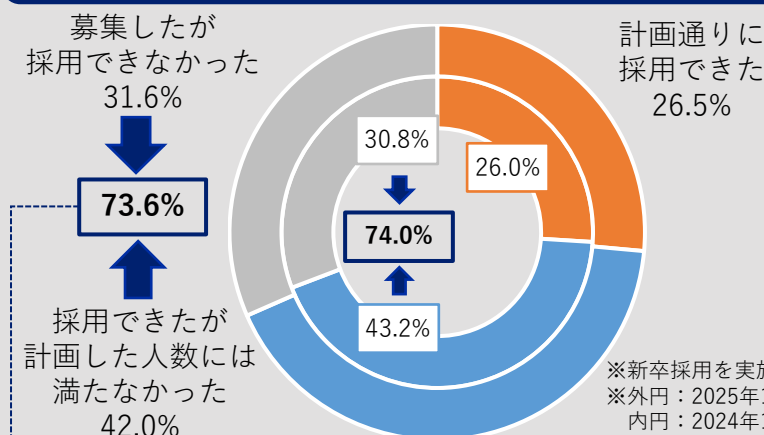
新卒採用（2025年4月入社）の実施状況

■ 実施した ■ 実施しなかった ■ そもそも新卒採用をしていない



※ () 内は2024年1月調査との比較

採用計画に対する充足状況



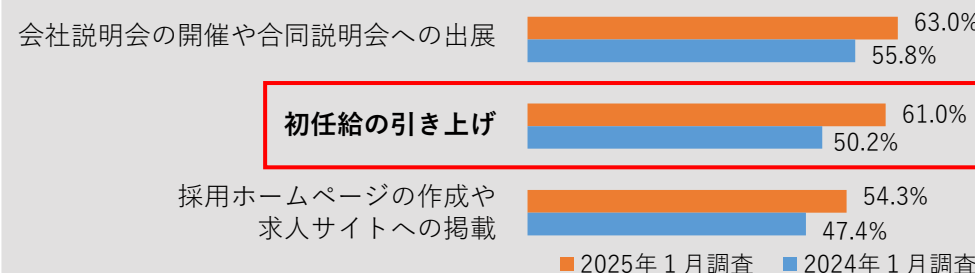
※新卒採用を実施した企業が回答
※外円：2025年1月調査、
内円：2024年1月調査

「計画通り採用できなかった企業」の割合（業種別）

全産業	建設業	製造業	卸売業	小売業	サービス業
73.6%	77.0%	73.8%	75.5%	66.7%	71.7%

採用活動にあたって取り組んだ事項（複数回答／上位3項目）

※新卒採用を実施した企業が回答



2025年の業況見通し 年度末に向けた資金繰りの状況

2025年の業況を好転見通しとした企業は14.5% 全ての業種で好転見通しの割合が減少

- 2025年の業況を「好転する」と回答した企業は14.5%（前年同月比▲4.3ポイント）、「変わらない」は42.7%（同+1.1ポイント）、「悪化する」は25.0%（同+3.3ポイント）となった。
- 全ての業種で「好転する」の割合が前年同月調査より減少しており、特に人手不足や円安に伴う原材料価格等の高騰、価格転嫁の遅れによる収益圧迫などを懸念する声が多くあった。一方で、新たな取引先の開拓により業績改善を目指す声や、好調なインバウンドに期待する声も聞かれた。
 - 協力会社を含め、人手不足が深刻な状況。受注機会があっても断らざるを得ない状況が続いている。（ひたちなか 管工事業）
 - 賃上げにより大手企業との賃金格差を解消し、人材確保を行いたい。が、原材料、エネルギー価格の上昇分、人手不足に伴う労務費増加分を十分に価格転嫁ができず、賃上げ原資の確保が難しい。（川口 金属製品製造業）
 - ウクライナ情勢、トランプ大統領就任など世界情勢が不透明であり、どのような影響が出るか見通せない。（浜松 一般工事業）
 - 原材料価格、労務費等の上昇分のうち、数%程度しか価格転嫁ができず、利益が圧迫されている。依然として業況は低迷気味であるものの、今後は、取引先の拡大などにより収益向上を図っていききたい。（今治 織物外衣製造業）
 - 円安によりインバウンド客が増加傾向。今年度、2度の単価引き上げを行ったが、客足の減少は起きておらず、利益が確保ができている。（鳥取 宿泊業）

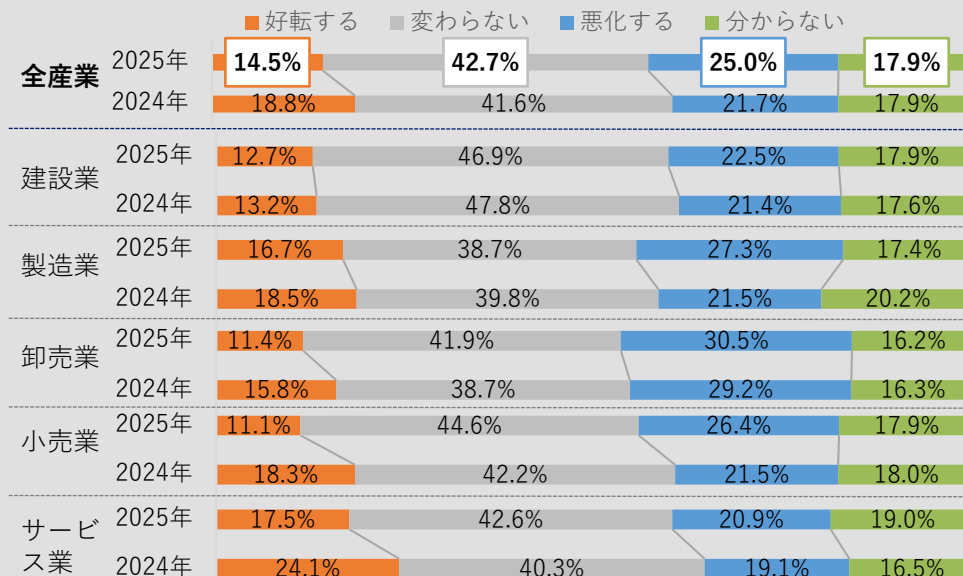


中小企業の声

金融機関への相談で資金繰りの改善が進む

- 「資金繰りに不安があるが、相談していない」が22.7%と、「金融機関への相談を行った」割合より1.0ポイント高くなった。
- 一方で、金融機関への相談を行った結果、「希望通りの条件で新たな資金調達できた」は67.4%と高い割合となっており、金融機関への相談を行うことで、資金繰りの対応への道筋が見えてくることがうかがえる。

昨年と比較した2025年の業況見通し（前年同月比）



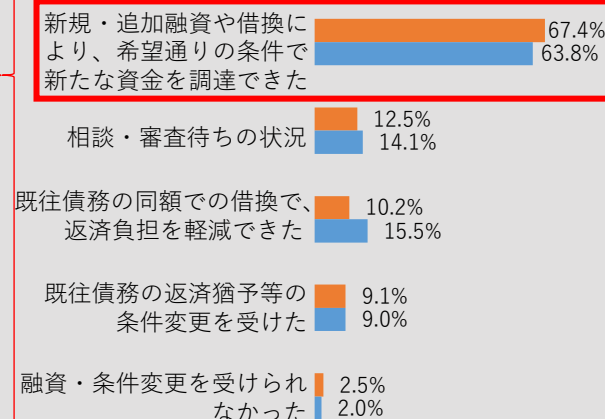
年度末に向けた資金繰りの対応

資金繰りの対応

金融機関への相談を行った	21.7% (+0.1)
資金繰りに不安はあるが、相談していない	22.7% (▲1.8)
資金繰りの相談は現時点で必要ない	55.7% (+1.8)

具体的な内容（複数回答／上位5項目）

※金融機関への相談を行った企業が対象



※ () 内は2024年1月調査との比較

■ 2025年1月調査

■ 2024年1月調査

2025年1月の動向

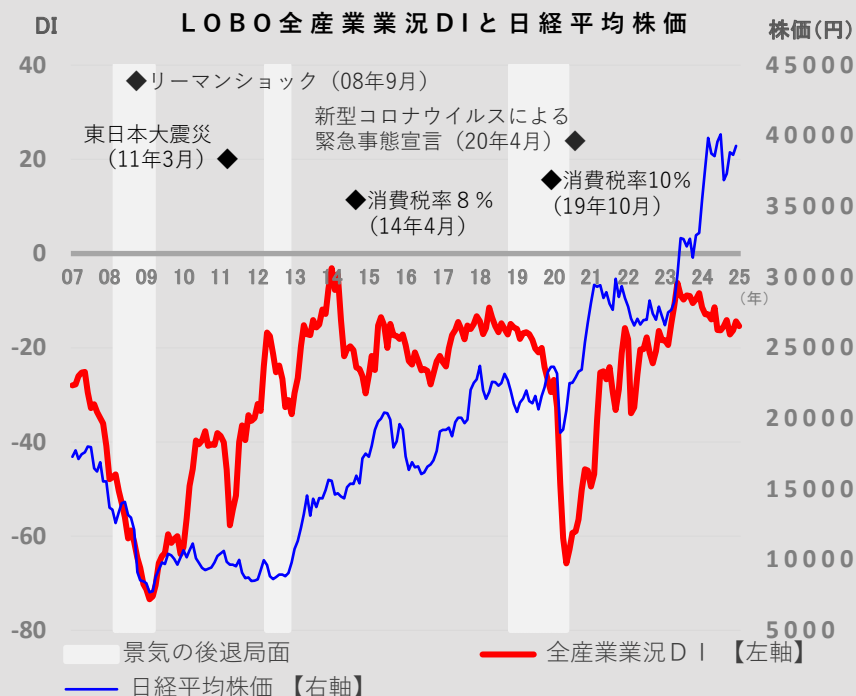
**業況DIは、感染症拡大と燃油コスト増で3か月ぶり悪化
先行きは、世界情勢への不安と消費停滞で慎重な見方**

● 全産業合計の業況DIは、▲15.4（前月比▲1.0ポイント）

- サービス業は、感染症の拡大により、飲食・宿泊業で伸び悩みが見られ、悪化した。小売業は、初売り需要等により百貨店では好調な一方、消費者の節約志向が根強く、ほぼ横ばいにとどまった。製造業・卸売業は、気温低下から冬物飲食料品や繊維製品の需要が増加したものの、機械器具関係が振るわず、停滞した。また、建設業は民間工事・公共工事ともに伸び悩みが見られ、足踏み状態となった。
- コスト増が続く中、円安基調、政府の燃料油価格激変緩和補助金の縮小等、さらなる負担増加が続いている。度重なるコスト増に見合う価格転嫁が追いつかない中、深刻な人手不足も続いており、中小企業の業況は、3か月ぶりに悪化となった。

● 先行き見通しDIは、▲16.4（今月比▲1.0ポイント）

- 新年度への準備等で個人消費拡大が見込まれる一方、長引く物価高による消費マインドの低迷が懸念される。また、第2次トランプ政権の発足による世界情勢の動向を不安視する声が業種を問わず聞かれた。
- 旺盛なインバウンド需要が続く中、中国の春節等でのさらなる期待が見られるものの、国内消費は停滞感が底堅く、先行きは慎重な見方となっている。



業況DI（※DI＝「好転」の回答割合－「悪化」の回答割合）

	2024年	2024年					2025年	先行き 見通し
	1月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2～4月
全産業	▲ 11.4	▲ 15.4	▲ 14.1	▲ 17.2	▲ 16.3	▲ 14.4	▲ 15.4	▲ 16.4
建設	▲ 12.3	▲ 11.6	▲ 8.4	▲ 11.8	▲ 12.6	▲ 11.3	▲ 10.6	▲ 10.6
製造	▲ 13.4	▲ 24.4	▲ 23.4	▲ 22.0	▲ 20.4	▲ 21.4	▲ 20.7	▲ 19.1
卸売	▲ 10.4	▲ 19.9	▲ 16.1	▲ 26.1	▲ 19.0	▲ 17.5	▲ 17.2	▲ 26.6
小売	▲ 16.2	▲ 18.4	▲ 18.7	▲ 24.1	▲ 23.2	▲ 20.2	▲ 19.7	▲ 17.7
サービス	▲ 5.2	▲ 5.2	▲ 4.3	▲ 6.9	▲ 8.5	▲ 3.4	▲ 9.4	▲ 12.2

業種別の動向

前月と比べたDI値の動き



一部では非住居関係を中心に需要増の声が聞かれるものの、資材価格やエネルギー価格の高止まりが続く中、住宅関連では民間工事の不振継続や公共工事に一服感が見られ、ほぼ横ばい。

- ・「民間工事では、大型の工場建設の受注がある等、一部では設備投資需要が見られるものの、原材料・エネルギー価格の高騰で以前よりも収益が圧迫されている。また、公共工事は、足元で減少していることに加え、価格競争が激化しており、価格転嫁が進まず困っている」（一般工事業）
- ・「物価高で新築住宅の需要が低迷している。補助金活用や提案力の強化など業務体制の見直しで顧客満足度を上げ、差別化を図っていききたい」（建築工事業）



気温低下に伴う冬物飲食料品や繊維製品関係の需要増に加え、自動車関係も堅調に推移する一方、機械器具関係が伸び悩み、ほぼ横ばい。補助金縮小に伴う燃油価格の上昇でさらなるコスト増を訴える声が聞かれた。

- ・「深刻な人手不足の中で採用にかなり苦労している。また、採用できても若年層の離職が多く、人材育成が進まない。年間休日数を増やすなど福利厚生の拡充に努めているが、その結果として稼働日数が減少するため、従業員の生産性向上に向けて取り組む必要がある」（自動車・付属品製造業）
- ・「ガソリン補助金縮小により、輸送費の負担増はもちろんのこと、生産コスト全てが上昇しており、苦しい状況にある」（プラスチックシート製造業）



急な気温低下で冬物商材を中心に引き合いが増加したものの、需要が伸び悩む機械器具関係や育成不良が続く農畜産水産物関係が振るわず、ほぼ横ばい。円安基調、燃油価格の高騰が収益を圧迫しているとの声が聞かれた。

- ・「円安基調の中、仕入価格や輸送費、エネルギー価格など様々なコスト増に対して、価格転嫁が追い付いていない。また、消費者の節約志向が根強いと、一度価格の上がった商品は需要が少なくなり、価格の安い代替品を求められる。仕入れ調整をしないと収益の確保が難しい」（食料・飲料卸売業）
- ・「従業員の高齢化・慢性的な人手不足が続いているが、人材確保は難しいため、システム導入等で生産性向上を図っていく」（一般機械器具卸売業）



年始の初売りやインバウンド需要で百貨店は好調なもの、長引く物価高による消費者の節約志向は根強く、日用品等の買い控えに伴い商店街や専門小売店で売上が伸び悩み、ほぼ横ばい。

- ・「輸送費の上昇、配送会社の人手不足で納品遅延が発生している。これまではカテゴリー別に納品を分けてもらっていたが、混載での配送を許容することで安定した納品がされ始めている。しかし、仕分けを自社で行わないといけないため、その分の労務費が上昇してしまっている」（総合スーパー）
- ・「価格転嫁を進めているが、顧客への説明・社内システムの改修等、事務手続きが煩雑で、本業以外に時間を割かれてしまっている」（事務用品小売業）



電気代の高騰や深刻な人手不足が続く中、インフルエンザ等の感染症拡大で売上が伸び悩んだ飲食・宿泊業や、補助金縮小による燃油価格の上昇の影響を受けた運送業などが下押しし、悪化。

- ・「インフルエンザ等の感染症がまん延したことで、宴会数が減少。コロナ禍で受けた融資の元金返済猶予をせざるを得なくなってしまった」（飲食店）
- ・「大型案件の受注に成功し、これに伴って設備投資・人材確保が必要のため、金融機関へ相談し、無事に資金調達できた。コスト増で経営は依然として苦しいものの、新規事業の立ち上げも控えており、これからの展望に期待している」（ソフトウェア業）

ブロック別の動向

前月と比べたDI値の動き



北海道

北海道は、悪化。建設業では、資材価格の高騰により、民間工事の受注が低迷しており、売上・採算が悪化した。事業者からは、道内では、都市部とそれ以外の地域では人材確保の状況に差が生じており、自社を含む地方部の人手不足は特に深刻である、という声が聞かれた。卸売業では、建設業や小売業などからの引き合い減少を受け、機械器具関係や飲食料品関係で売上・採算が悪化した。



東北

東北は、ほぼ横ばい。卸売業では、成人式等のハレの日関連の恩恵を受けて好調なサービス業からの引き合いが増加し、飲食料品関係を中心に売上・採算が改善した。一方、小売業では、日用品に対する消費者の買い控えが継続する中、労務コスト等の増加により、専門小売店などで採算が悪化した。事業者からは、大雪による交通障害やエネルギーコストの増加への対応に苦慮している、という声が聞かれた。



北陸信越

北陸信越は、改善。製造業では、復旧復興に向けた工事や設備投資に関連する受注が堅調に推移し、機械器具関係を中心に業況が改善した。小売業では、インバウンド・国内観光需要や初売りの特需により、高価格帯商品の売れ行きが好調な百貨店などで採算が改善した。事業者からは、大阪・関西万博による経済効果の他地域への波及を期待している、という声が聞かれた。



関東

関東は、ほぼ横ばい。建設業では、公共工事の受注が堅調に推移し、売上が改善した。事業者からは、国の補助事業である「住宅省エネ2024キャンペーン」の活用や地道な法人営業により、工事受注が増加傾向にあるため、次年度も同様に販路開拓を進めていきたい、という声が聞かれた。一方、サービス業では、消費者の節約志向が継続しており、生活関連サービスなどで売上・採算が悪化した。



東海

東海は、横ばい。製造業では、海外における自動車の需要が下支えし、輸送用機械器具関係やゴム製品関係などで売上・採算が改善した。飲食料品関係の事業者からは、業況改善に伴い、前向きな設備投資を検討するにあたり、機械導入費や建物修繕費等の値上がりが大きな懸念事項となっている、という声が聞かれた。一方、卸売業では、消費者の買い控えや、輸送コストの増加により、飲食料品関係などで採算が悪化した。



関西

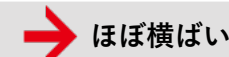
関西は、悪化。サービス業では、感染症の流行や、仕入コストの高騰により、飲食関係や宿泊関係などで売上・採算が悪化した。福井県の事業者からは、北陸新幹線の金沢駅－敦賀駅間の開業に伴う来店客数の増加に一服が見られるため、さらなる集客向上に向けた施策等の実施に期待したい、という声が聞かれた。卸売業でも、サービス業や小売業からの引き合い減少により、飲食料品関係を中心に売上・採算が悪化した。

ブロック別の動向

前月と比べたDI値の動き



改善



ほぼ横ばい



悪化



中国

中国は、悪化。 サービス業では、消費者の節約志向が依然として高く、飲食関係や宿泊関係を中心に売上・採算が悪化した。製造業では、輸送コストや労務コストの増加が足かせとなり、輸送用機械器具関係などで採算が悪化した。事業者からは、社員の数十名が感染症の罹患で出勤できなくなる事態が発生し、対応に苦慮した、という声が聞かれた。



四国

四国は、改善。 小売業では、ハレの日関連の恩恵を受け、高価格帯商品の売れ行きが好調となり、幅広い業態の店舗で売上・採算が改善した。衣料品関係の事業者からは、暖冬に伴い、冬物在庫は1月中に売り切ることを目指し、繁忙期となるこれからの学生服の注文シーズンに備えたい、という声が聞かれた。建設業では、公共工事の受注が堅調に推移し、業況が改善した。



九州

九州は、ほぼ横ばい。 小売業では、初売りの特需で好調な百貨店や総合スーパーなどで売上・採算が改善した。サービス業では、1月13日に日向灘を震源として発生した地震による大きな影響は無かったものの、感染症の流行や労務コストの増加が足かせとなり、飲食関係や宿泊関係などで採算が悪化した。事業者からは、アルバイトの時給を正社員よりも高く設定しなければ、求人に応募すら無い状況である、という声が聞かれた。

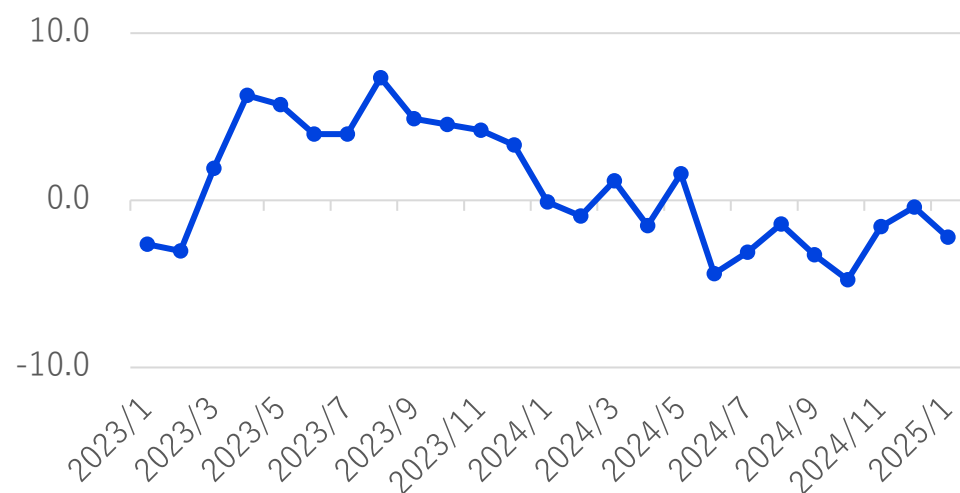
	2024年						2025年	先行き 見通し
	1月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2～4月
全 国	▲ 11.4	▲ 15.4	▲ 14.1	▲ 17.2	▲ 16.3	▲ 14.4	▲ 15.4	▲ 16.4
北 海 道	▲ 10.1	▲ 11.7	▲ 9.4	▲ 13.5	▲ 10.5	▲ 8.2	▲ 14.3	▲ 13.9
東 北	▲ 18.0	▲ 16.0	▲ 22.5	▲ 25.3	▲ 21.7	▲ 20.7	▲ 20.8	▲ 26.2
北陸信越	▲ 23.6	▲ 24.4	▲ 19.1	▲ 17.4	▲ 22.0	▲ 24.2	▲ 23.0	▲ 25.9
関 東	▲ 7.4	▲ 18.7	▲ 14.0	▲ 18.6	▲ 13.8	▲ 12.0	▲ 11.9	▲ 14.3
東 海	▲ 6.4	▲ 10.2	▲ 8.7	▲ 15.9	▲ 15.7	▲ 14.6	▲ 14.6	▲ 12.0
関 西	▲ 13.7	▲ 13.4	▲ 13.9	▲ 12.5	▲ 20.6	▲ 10.7	▲ 16.0	▲ 10.0
中 国	▲ 12.7	▲ 8.8	▲ 6.2	▲ 8.5	▲ 8.0	▲ 7.0	▲ 9.4	▲ 19.7
四 国	▲ 13.3	▲ 17.3	▲ 14.8	▲ 17.7	▲ 18.9	▲ 20.3	▲ 18.5	▲ 20.8
九 州	▲ 8.2	▲ 16.0	▲ 18.3	▲ 21.8	▲ 19.7	▲ 14.9	▲ 14.3	▲ 13.2

参考：DI時系列表

売上DI

(※DI=「増加」の回答割合-「減少」の回答割合)

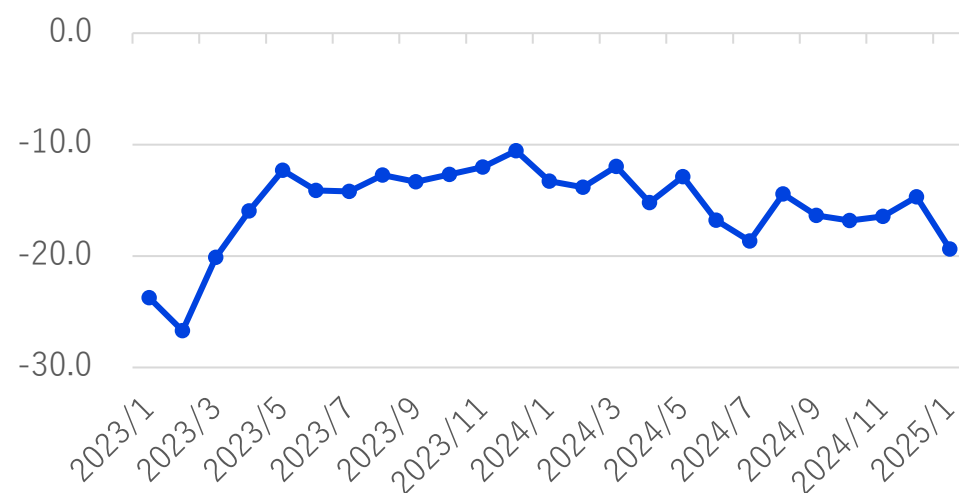
	2024年						2025年	先行き 見通し
	1月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2～4月
全産業	▲ 0.1	▲ 1.4	▲ 3.3	▲ 4.8	▲ 1.6	▲ 0.4	▲ 2.2	▲ 7.8
建設	▲ 6.1	▲ 3.1	▲ 8.4	▲ 2.4	▲ 3.6	▲ 9.4	▲ 7.3	▲ 6.2
製造	▲ 1.8	▲ 8.9	▲ 15.8	▲ 14.1	▲ 6.7	▲ 6.6	▲ 7.2	▲ 9.6
卸売	1.4	▲ 4.0	▲ 4.3	▲ 11.8	▲ 4.7	4.4	▲ 0.4	▲ 13.7
小売	▲ 7.0	▲ 4.3	3.8	▲ 8.8	▲ 7.5	▲ 3.4	▲ 5.4	▲ 8.2
サービス	10.3	9.6	7.1	8.9	10.6	11.6	7.4	▲ 4.2



採算DI

(※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

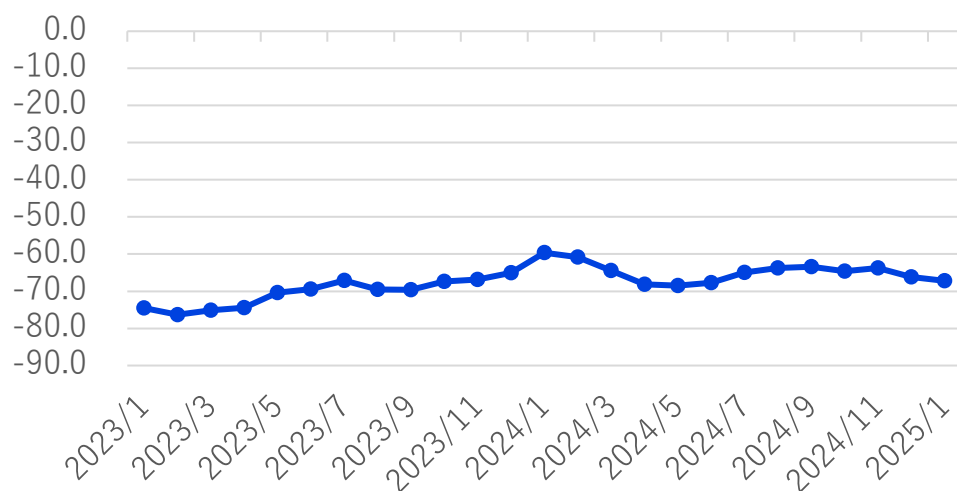
	2024年						2025年	先行き 見通し
	1月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2～4月
全産業	▲ 13.3	▲ 14.4	▲ 16.4	▲ 16.8	▲ 16.4	▲ 14.7	▲ 19.4	▲ 17.7
建設	▲ 18.8	▲ 13.1	▲ 16.8	▲ 14.2	▲ 15.0	▲ 12.9	▲ 16.1	▲ 11.1
製造	▲ 13.8	▲ 19.6	▲ 21.8	▲ 21.4	▲ 20.0	▲ 19.6	▲ 19.7	▲ 16.9
卸売	▲ 14.5	▲ 12.4	▲ 15.2	▲ 23.5	▲ 14.2	▲ 8.8	▲ 23.2	▲ 24.9
小売	▲ 14.7	▲ 19.4	▲ 17.7	▲ 23.3	▲ 23.2	▲ 20.5	▲ 23.6	▲ 20.5
サービス	▲ 7.6	▲ 7.8	▲ 10.4	▲ 6.1	▲ 9.8	▲ 9.2	▲ 16.4	▲ 17.4



参考：DI時系列表

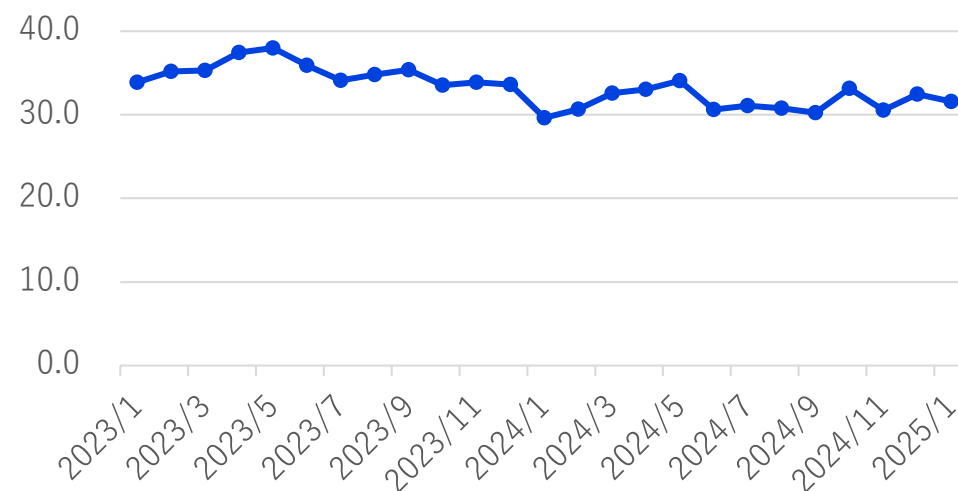
仕入単価DI (※DI=「下落」の回答割合－「上昇」の回答割合)

	2024年						2025年	先行き見通し
	1月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2～4月
全産業	▲ 59.6	▲ 63.8	▲ 63.4	▲ 64.6	▲ 63.7	▲ 66.1	▲ 67.2	▲ 57.0
建設	▲ 68.0	▲ 71.9	▲ 68.2	▲ 67.0	▲ 68.8	▲ 68.7	▲ 70.1	▲ 61.0
製造	▲ 49.9	▲ 59.3	▲ 58.7	▲ 60.7	▲ 58.3	▲ 61.9	▲ 59.8	▲ 48.8
卸売	▲ 56.1	▲ 60.2	▲ 63.5	▲ 63.9	▲ 61.6	▲ 69.3	▲ 68.7	▲ 58.8
小売	▲ 64.9	▲ 69.6	▲ 68.7	▲ 70.3	▲ 69.3	▲ 71.8	▲ 72.8	▲ 62.8
サービス	▲ 61.4	▲ 60.3	▲ 60.8	▲ 62.8	▲ 62.5	▲ 63.0	▲ 67.4	▲ 57.1



販売単価DI (※DI=「上昇」の回答割合－「下落」の回答割合)

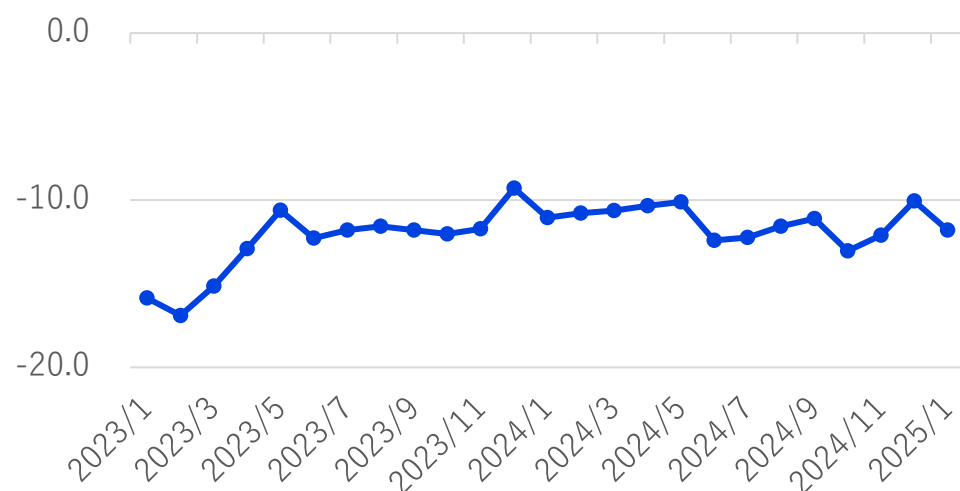
	2024年						2025年	先行き見通し
	1月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2～4月
全産業	29.6	30.8	30.2	33.2	30.6	32.5	31.6	23.8
建設	25.6	29.1	30.2	31.6	29.7	31.7	29.6	24.6
製造	25.9	26.8	25.1	26.8	23.5	26.3	25.9	18.1
卸売	34.4	40.7	43.0	37.4	38.8	49.1	44.2	35.6
小売	42.5	42.9	41.3	49.9	44.8	45.9	44.9	37.2
サービス	23.3	22.4	21.0	25.8	23.6	21.2	22.7	13.4



参考：DI時系列表

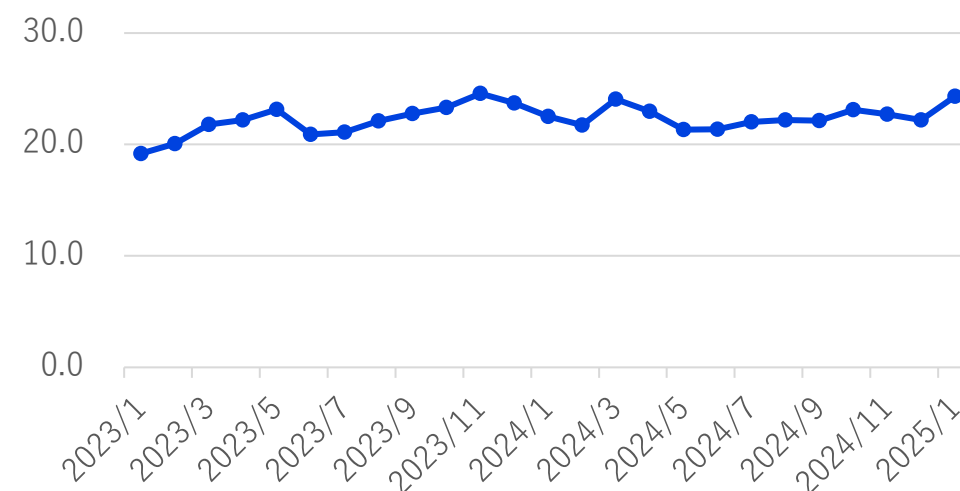
資金繰りDI (※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

	2024年						2025年	先行き見通し
	1月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2～4月
全産業	▲ 11.0	▲ 11.6	▲ 11.1	▲ 13.0	▲ 12.1	▲ 10.0	▲ 11.8	▲ 12.5
建設	▲ 7.1	▲ 3.8	▲ 5.9	▲ 7.1	▲ 7.5	▲ 6.9	▲ 5.3	▲ 7.3
製造	▲ 10.0	▲ 16.1	▲ 16.0	▲ 15.2	▲ 15.4	▲ 12.4	▲ 13.7	▲ 14.1
卸売	▲ 7.2	▲ 9.3	▲ 4.3	▲ 10.9	▲ 4.7	▲ 7.5	▲ 9.4	▲ 12.0
小売	▲ 16.9	▲ 17.6	▲ 15.4	▲ 20.4	▲ 17.5	▲ 15.3	▲ 15.4	▲ 15.4
サービス	▲ 11.5	▲ 8.5	▲ 9.4	▲ 10.0	▲ 11.0	▲ 6.8	▲ 12.6	▲ 12.4



従業員DI (※DI=「不足」の回答割合-「過剰」の回答割合)

	2024年						2025年	先行き見通し
	1月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2～4月
全産業	22.5	22.2	22.1	23.1	22.7	22.2	24.3	22.7
建設	33.3	35.3	38.9	37.5	39.3	38.9	38.7	37.0
製造	14.5	12.3	12.1	12.5	10.1	9.6	13.3	12.4
卸売	17.6	14.6	13.5	16.8	15.5	15.4	20.2	20.6
小売	20.9	20.4	20.0	20.9	20.4	19.7	23.1	20.5
サービス	27.2	28.0	26.7	28.8	29.3	29.2	28.2	25.6



調査要領

LOBOとは

「CCI（CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY）－QUICK SURVEY SYSTEM OF **LOCAL BUSINESS OUTLOOK**」（商工会議所早期景気観測）からとった略称

目的

商工会議所のネットワークのもと、地域や中小企業が「肌で感じる足元の景気感」を全国ベースで毎月調査するとともに、月毎にテーマを設定して調査（例：設備投資や採用・賃金の動向等）を実施・公表することにより、企業を取り巻く経営環境や直面する課題等の現状を示すデータとして、経済対策に関する政策提言・要望活動などに活用することを目的に1989年4月より調査開始。

調査方法

調査協力商工会議所職員（含む経営指導員）による調査票配布・回収

調査項目

業況・売上・採算・資金繰り・仕入単価・販売単価・従業員の前年同月比（前年同月と比較した今月の水準）と向こう3カ月の先行き見通し（今月水準と比較した向こう3カ月（当月を除く）の先行き見通し）、自社が直面している経営上の問題など

※DI値（景況判断指数）について

DI値は、業況・売上・採算などの各項目についての、判断の状況を表す。ゼロを基準として、プラスの値で景気の上向き傾向を表す回答の割合が多いことを示し、マイナスの値で景気の下向き傾向を表す回答の割合が多いことを示す。したがって、売上高などの実数値の上昇率を示すものではなく、強気・弱気などの景況感の相対的な広がりの意味する。

$DI = (\text{増加・好転などの回答割合}) - (\text{減少・悪化などの回答割合})$

※数値処理の方法について

構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない。

調査対象数

配布先：全国322商工会議所の会員 2,455企業

（有効回答数1,986企業[回答率80.9%]）

（内訳）

建設業：404（有効回答数341企業[回答率84.4%]）

製造業：604（有効回答数498企業[回答率82.5%]）

卸売業：282（有効回答数233企業[回答率82.6%]）

小売業：491（有効回答数390企業[回答率79.4%]）

サービス業：674（有効回答数524企業[回答率77.7%]）

調査期間

2025年1月16日～22日

公表日

2025年1月31日