

# 第9回（1-3月期）

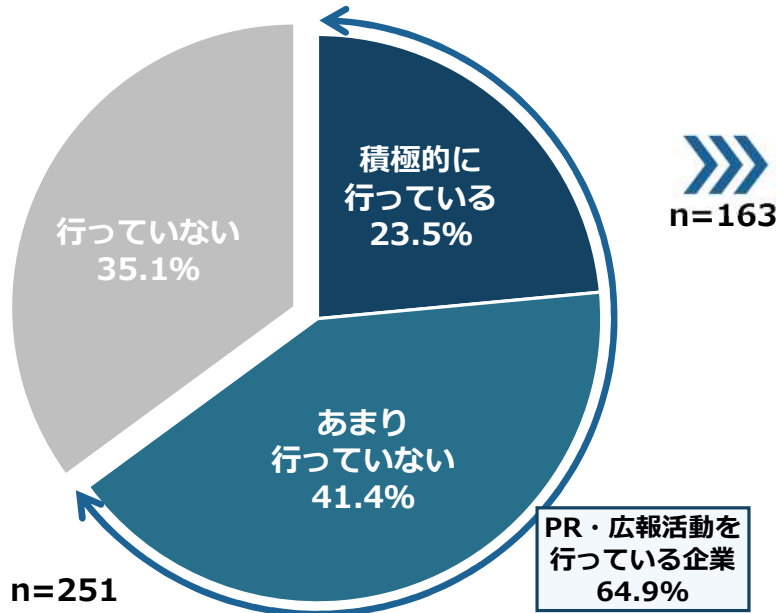
## 川口商工会議所

# クローズアップ市内景況調査

2026年5月 川口商工会議所

# 【トピックス①】PR・広報活動の実施状況

## ①PR・広報活動の実施状況

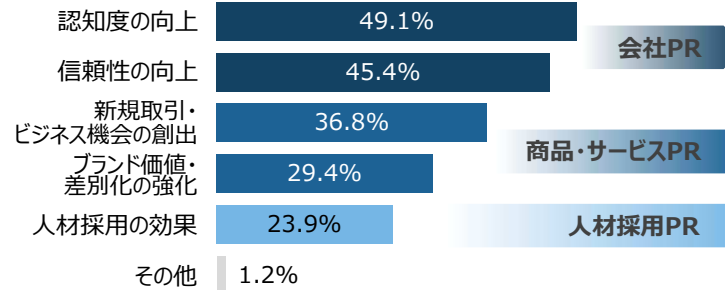


製造業	建設業	卸売業	小売業	サービス業
67.1%	56.3%	52.0%	62.5%	71.1%
従業員9人以下	従業員10~100人	従業員101人以上		
59.3%	72.7%	100.0%		

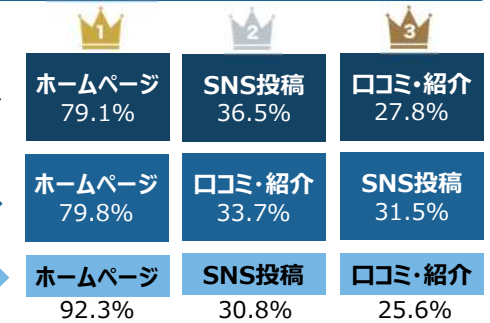
### 考察

## ②-1 PR活動で期待している効果

※複数回答可



## ②-2 目的別のPR媒体 (上位3つ)



## 【参考】各PR媒体の利用割合 (全回答者に占める割合)

※複数回答可

	全業種	製造業	建設業	卸売業	小売業	サービス業
ホームページ	49.4%	51.2%	52.1%	32.0%	37.5%	57.8%
口コミ・紹介	20.7%	17.1%	22.9%	20.0%	18.8%	26.7%
SNS投稿	17.1%	15.9%	16.7%	8.0%	21.9%	20.0%
展示会・商談会	11.6%	19.5%	8.3%	12.0%	3.1%	11.1%
店頭・看板	10.4%	1.2%	6.3%	12.0%	18.8%	20.0%
紙媒体	10.4%	13.4%	6.3%	4.0%	18.8%	8.9%
ECサイト	6.8%	7.3%	2.1%	8.0%	18.8%	4.4%
Web広告	6.4%	3.7%	8.3%	8.0%	3.1%	11.1%
YouTube・動画配信	3.6%	3.7%	4.2%	4.0%	0.0%	4.4%
その他	4.8%	3.7%	4.2%	0.0%	6.3%	6.7%

n=251

### 【その他】の内訳

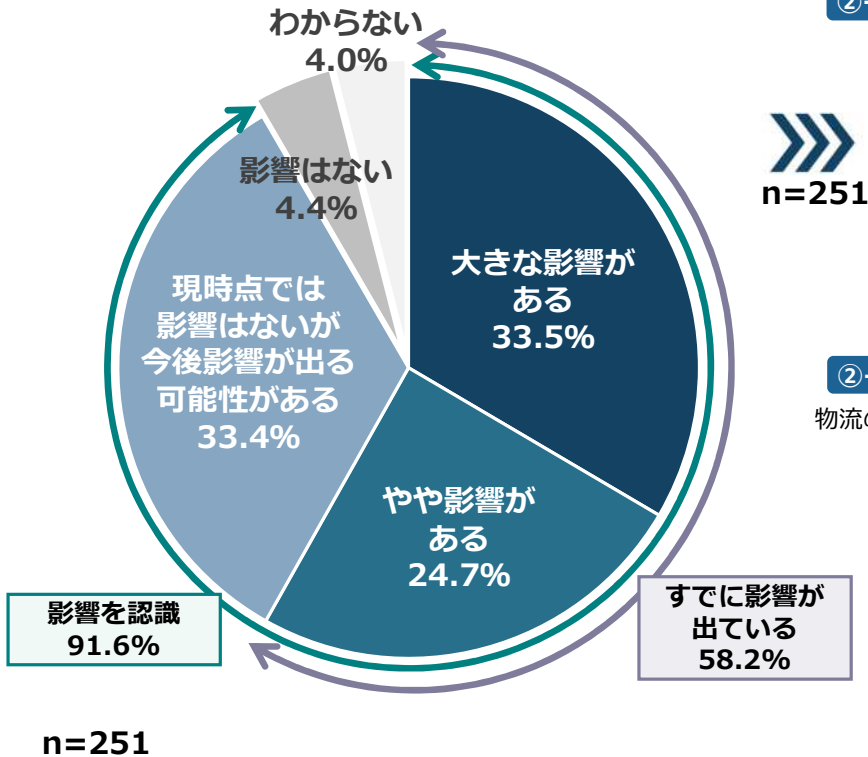
- テレビ・ラジオ (5件)
- キャストレーション(3件)
- 以下は1件の回答
- ・Plat.PlatBiz
- ・海外進出
- ・SEO対策
- ・ポスティング
- ・地域イベントへの参加

## PR・広報活動は約3分の2が実施、ホームページの活用が中心

- ①PR・広報活動を「積極的にしている」「あまり行っていない」と回答した事業者は64.9%となった。業種別では、サービス業が最も高く卸売業が最も低い。また従業員数別では、従業員9人以下の事業者は59.3%にとどまり、10人以上の事業者と比べて実施率が低く、PR・広報活動に十分な人員と時間を割きにくい状況がうかがえる。
- ②PR活動で期待している効果は「認知度の向上」「信頼性の向上」といった会社PRが上位を占め、次いで商品・サービスPR、人材採用PRが続いた。活用媒体はいずれも「ホームページ」「SNS投稿」「口コミ・紹介」が中心だが、特に人材採用PRでは「ホームページ」が92.3%と突出して高く、採用情報発信における重要な媒体となっている。

# 【トピックス②】 中東情勢が経営に与える影響

## ① 事業への影響の有無



## ② 業種別の影響の有無と具体的な影響の内容

### ②-1 業種別の影響の有無

大きな影響がある  
やや影響がある  
(上記合計) すでに影響が出ている  
今後影響が出る可能性がある  
(上記合計) 影響を認識  
影響はない

全業種	製造業	建設業	卸売業	小売業	サービス業
33.5%	42.7%	35.4%	16.0%	37.5%	26.7%
24.7%	31.7%	16.7%	36.0%	28.1%	15.6%
58.2%	74.4%	52.1%	52.0%	65.6%	42.3%
33.4%	24.4%	41.7%	40.0%	34.4%	31.1%
91.6%	98.8%	93.8%	92.0%	100.0%	73.4%
4.4%	0.0%	2.1%	4.0%	0.0%	17.8%

### ②-2 具体的な影響の内容

物流の不安定化による納期遅延・欠品等の機会損失  
価格転嫁困難による利益率低下  
コスト増による販促費・人件費の削減  
手元資金の不足・減少  
価格競争力の低下  
商品ラインアップの縮小  
取引条件変更による資金繰りへの影響  
人件費抑制による人材流出  
その他

影響を認識 n=230 ※複数回答可

は各業種の最多回答

全業種	製造業	建設業	卸売業	小売業	サービス業
52.6%	59.3%	62.2%	52.2%	59.4%	33.3%
45.7%	51.9%	46.7%	13.0%	46.9%	54.5%
26.5%	32.1%	17.8%	30.4%	18.8%	24.2%
17.8%	23.5%	4.4%	17.4%	15.6%	21.2%
12.2%	12.3%	2.2%	34.8%	15.6%	12.1%
8.7%	7.4%	6.7%	8.7%	18.8%	9.1%
8.7%	6.2%	4.4%	21.7%	18.8%	3.0%
3.9%	4.9%	2.2%	0.0%	0.0%	12.1%
10.9%	11.1%	4.4%	8.7%	6.3%	21.2%

【その他】の主な回答 ●塗料・石油製品の新規出荷停止（製造業） ●中東向け取引・海外展示会への影響（製造業）  
●修理用材料が最大75%値上げ、部材調達難も発生（サービス業） ●取引先の業況悪化による受注減・連鎖影響（サービス業）

## 考察

### 中東情勢、9割超が経営への影響を認識 製造業・小売業で影響が先行

- ①中東情勢について「大きな影響がある」「やや影響がある」と回答した事業者は58.2%で、「今後影響が出る可能性がある」を含めると91.6%に達した。多くの事業者が中東情勢を経営上の懸念材料と認識している。
- ②業種別では、すでに影響が出ている割合が製造業(74.4%)、小売業(65.6%)で高く、影響が先行している一方で、建設業・卸売業では「今後影響が出る可能性がある」の割合が最も高く、今後の影響拡大への警戒感が強い。具体的な影響の内容は「物流の不安定化による納期遅延・欠品等の機会損失」「価格転嫁困難による利益率低下」が上位を占め、物流停滞と収益圧迫を通じて企業経営へ波及している。

# 【景況感】 ◆全業種の業況（前期(10-12月)-今期(1-3月)-先行き(4-6月)）

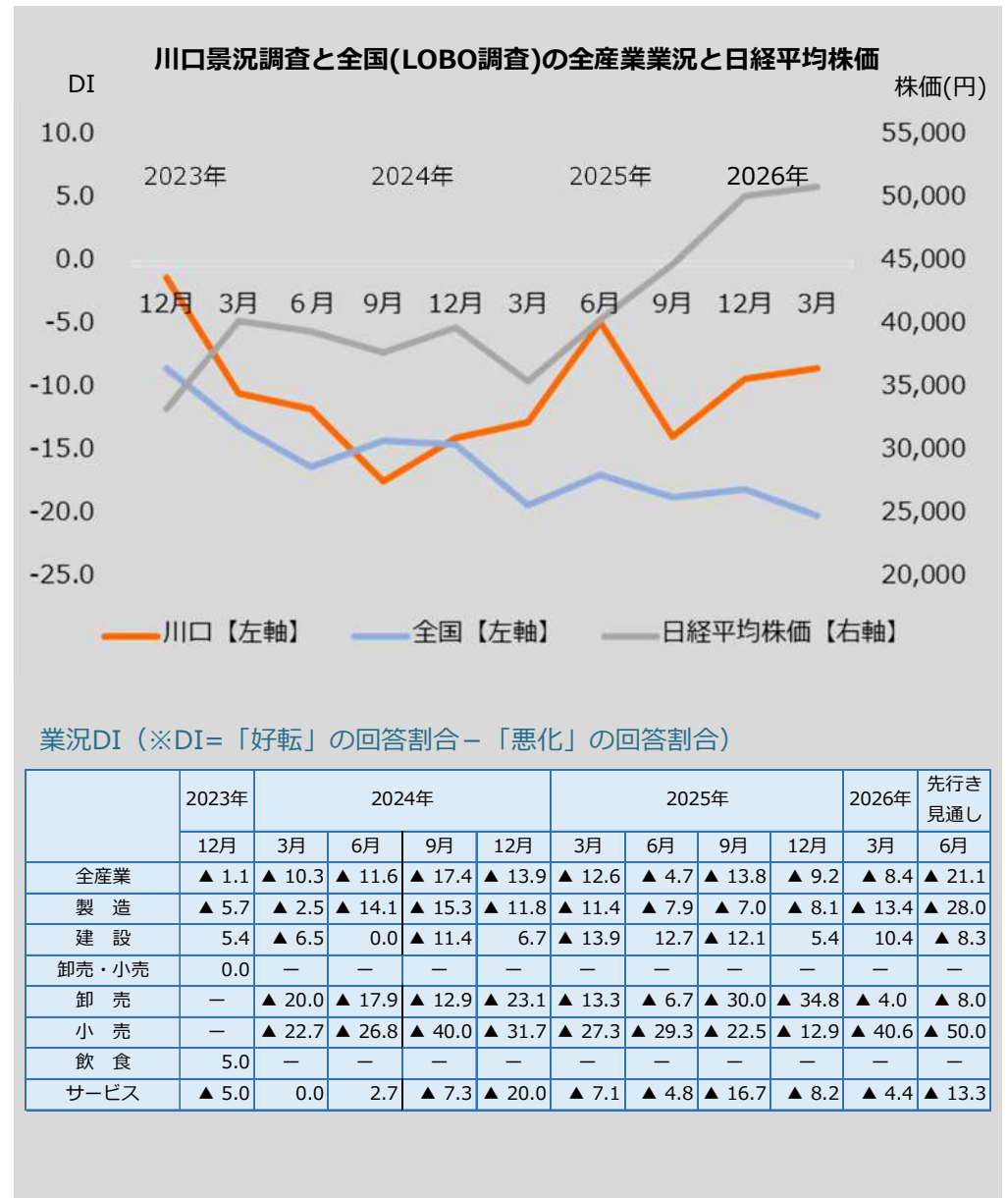
業況DIは、年度末需要と価格転嫁の伸展で小幅改善  
先行きは、需要減速とコスト高継続で再悪化見通し

## ●全産業合計の業況は▲8.4（前期比+0.8ポイント）

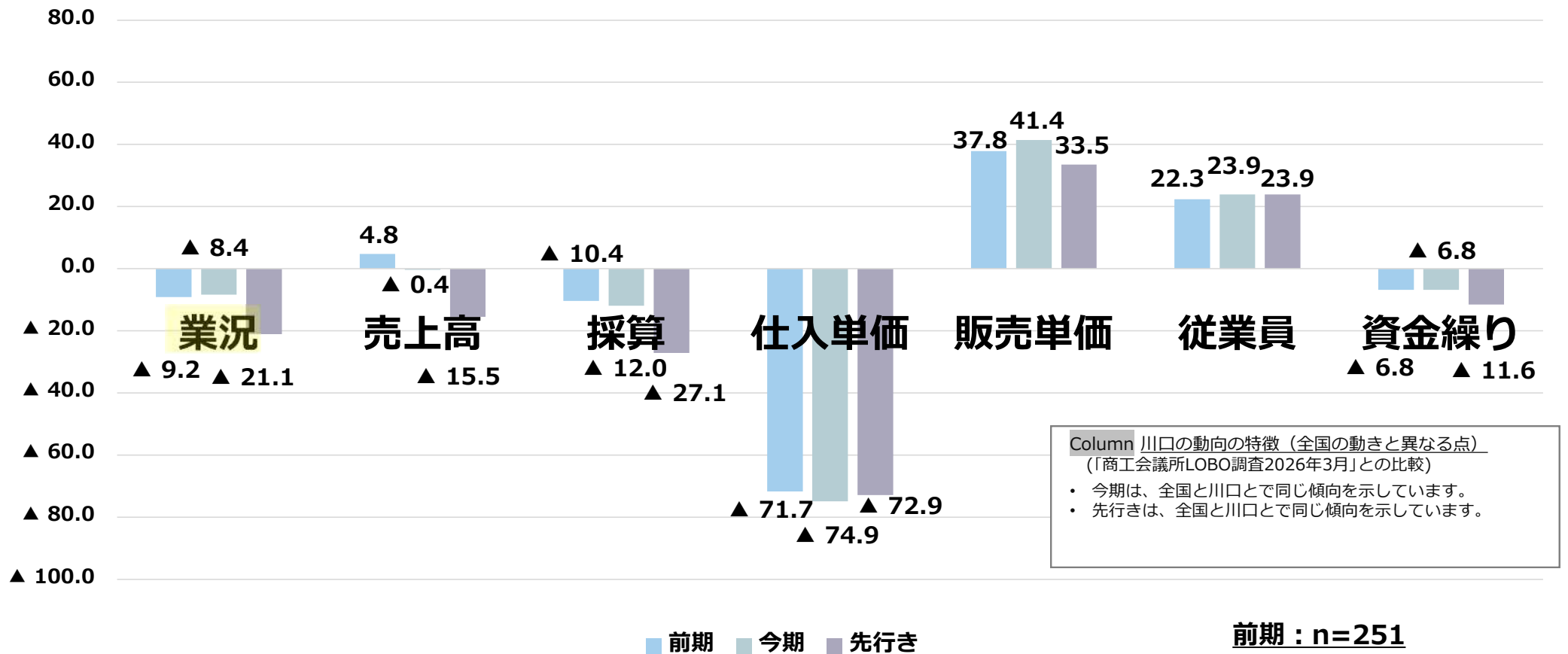
- 建設業のみプラス圏を維持し、その他業種はマイナス圏となった。建設業・卸売業・サービス業の改善が全産業の底上げに寄与し、業況DIは小幅改善した。
- 建設業は、公共工事を中心とした年度末の完成工事増加により好調を維持した。卸売業は、年度末需要や価格改定前の駆け込み需要により取扱数量が増加し、悪化傾向が大きく弱まった。サービス業は資金繰り改善等を背景に悪化傾向が弱まった。
- 一方で製造業は、中東情勢を背景とした原油由来原材料の品薄・値上げや価格転嫁難が収益を圧迫し、悪化傾向が強まった。小売業は生活必需品や燃料価格の上昇を背景とした節約志向の強まりにより悪化傾向が強まった。

## ●先行き見通しは▲21.1（今期比-12.7ポイント）

- 全業種でマイナス圏となる見通しであり、先行きに対する慎重な見方が急速に広がっている。中東情勢の長期化懸念や相次ぐ値上げを背景に、需要減速とコスト高の双方を警戒する声が強まった。
- 建設業・卸売業では年度末需要等の反動減が見込まれるほか、製造業では原材料不足や価格転嫁難への懸念が一層強まっている。小売業では節約志向の継続、サービス業では顧客の支出抑制やコスト増による採算悪化が懸念されており、全体として先行き不透明感が業況判断を下押ししている。



【景況感】 ◆全産業の動向（前期(10-12月)-今期(1-3月)-先行き(4-6月)）

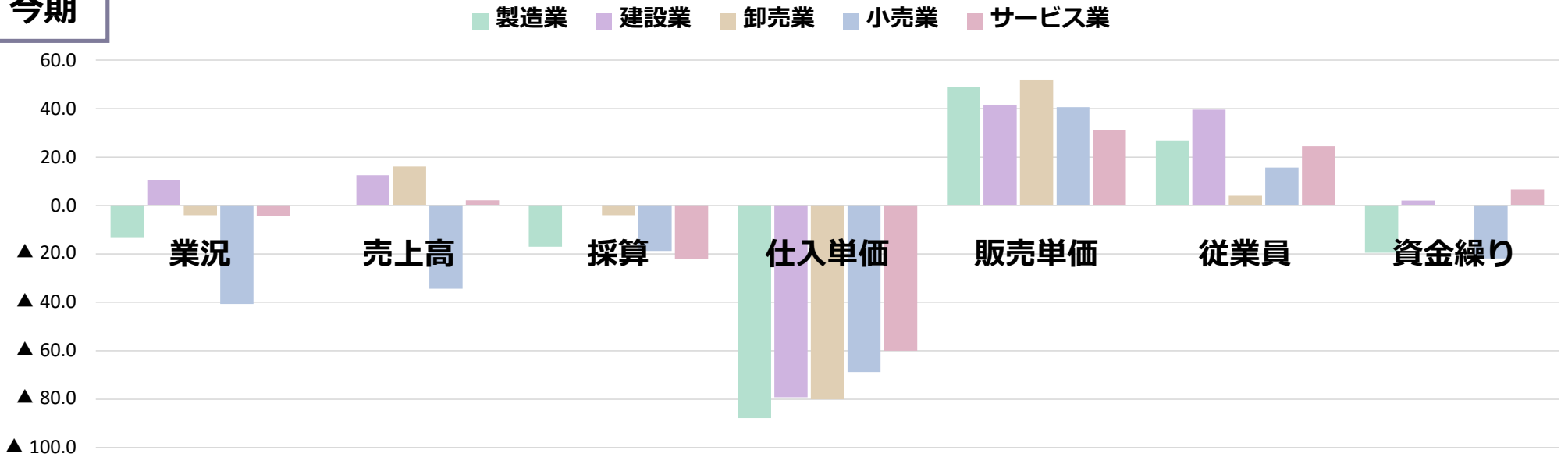


考察

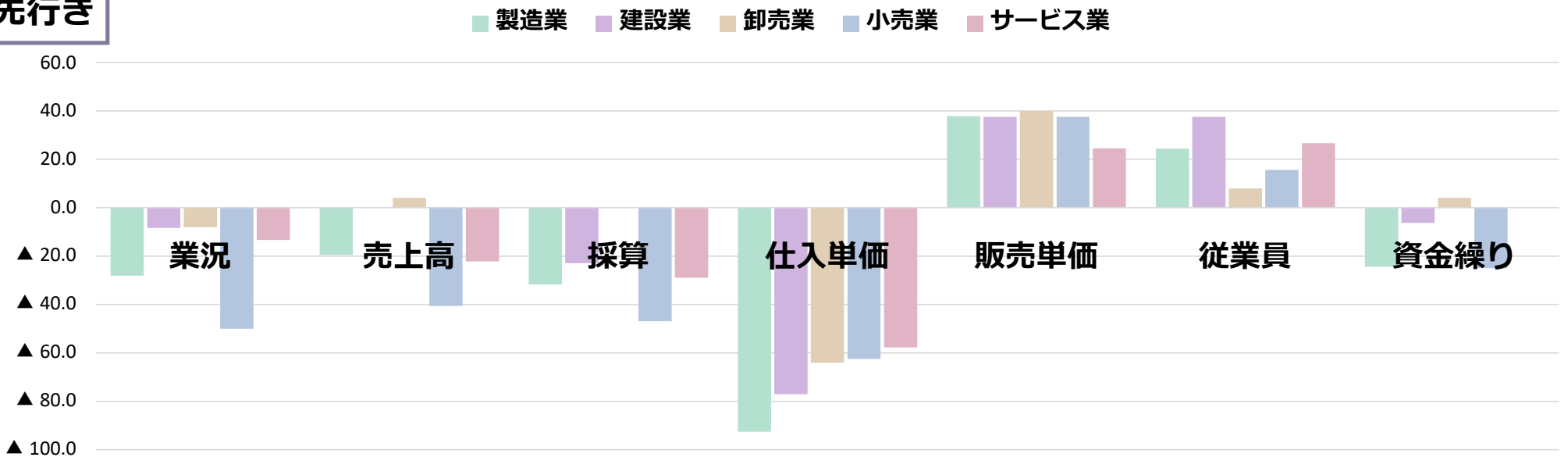
- ・ 業況は、今期は価格転嫁の伸展効果等で悪化傾向がやや弱まり、先行きは悪化傾向が強まる見通しである。
- ・ 売上高は、今期は販売数量の減少により減少傾向に転じ、先行きはさらに減少傾向が強まる見通しである。
- ・ 採算は、今期は悪化傾向がやや強まり、先行きはさらに悪化傾向が強まる見通しである。
- ・ 仕入単価は、今期は上昇傾向が強まるものの、先行きは上昇傾向がやや弱まる見通しである。
- ・ 販売単価は、今期は売価改定により上昇傾向が強まるものの、先行きは上昇傾向が弱まる見通しである。
- ・ 従業員は、今期は不足傾向がやや強まり、先行きは横ばいの見通しである。
- ・ 資金繰りは、今期は同水準の悪化傾向が継続するものの、先行きは悪化傾向が強まる見通しである。

## 【景況感】 ◆業種別の動向

今期



先行き



## 【景況感】 ◆業種別の業況（前期(10-12月)-今期(1-3月)-先行き(4-6月)）



製造業

（今期）業況は悪化傾向が強まった。仕入単価の上昇幅が大きく、価格転嫁が追いつかずに採算が悪化している。特にシンナーやビニール等石油由来原材料の品薄や値上げの報告が複数あった。  
（先行き）業況は悪化傾向がさらに強まる見通し。中東情勢の長期化に伴う原材料不足や仕入価格上昇への懸念が強く、受注機会への影響や収益性悪化を不安視する声広がっている。



建設業

（今期）業況は好転傾向が強まった。公共工事を中心とした完成工事の増加で売上高の増加が続き資金繰りも改善。一方、資材高騰により仕入単価の上昇傾向が強まり、採算は横ばいとなった。  
（先行き）業況は悪化傾向に転じる見通し。足元の受注は好調で売上高は横ばいも、資材価格の高止まりや人手不足に伴う人件費・外注費の上昇が続き、十分な価格転嫁が困難との懸念が拡大。



卸売業

（今期）業況は悪化傾向が大きく弱まった。販売単価の上昇傾向が続く中、年度末需要や価格改定前の駆け込み需要等により取扱数量が増加し、売上高の改善に寄与したとみられる。  
（先行き）業況は悪化傾向が再び強まる見通し。年度末需要等の反動減により売上高の伸びが鈍化することに加え、メーカー・販売店の状況次第では自社への影響拡大を懸念する声広がる。



小売業

（今期）業況は悪化傾向が大きく強まった。原油高騰や生活必需品の値上がりに伴い消費者の節約志向が強まり、売上高は減少傾向が継続。仕入単価の上昇傾向は弱まるも、採算確保に至らず。  
（先行き）業況は悪化傾向がさらに強まる見通し。節約志向の継続により売上高の減少傾向が続く中、仕入単価の上昇は抑制されるも光熱費等の間接費負担が重く、採算悪化が進む見込み。



サービス業

（今期）業況は悪化傾向が弱まった。販売単価の上昇に伴い売上高は増加を維持するも伸びは鈍化し、コスト増の影響で採算は悪化。一方、資金繰りの改善により業況の悪化は抑制された。  
（先行き）業況は悪化傾向が強まる見通し。相次ぐ値上げによる需要減退が本格化し、売上高は減少に転じる。販売単価は上昇傾向を維持するも、採算悪化への懸念が広がる。

## 【景況感】 ◆経営状況に関する具体的な声（主要なものを抜粋）



製造業

● 鋳物材料が調達できず販売機会を喪失。また従業員の半数が外国人であるため、戦況悪化による帰国を懸念（鉄鋼業） ● 梱包用ビニール袋製造業者から今後の原料不足可能性について連絡があり塗装外注先からもシンナーが品薄との連絡があった（電子部品製造業） ● 石油由来原材料の急激な値上げが進み、中には6割増のものもあり、便乗値上げが疑われるケースもある（紙器製造業）



建設業

● 中東情勢の不安により材料メーカーから10~30%の値上げ連絡があり、提出済み見積案件で価格転嫁できない恐れがある（給排水設備工事業） ● 人手不足が深刻であり、高水準の賃金設定にもかかわらず業界全体の担い手不足の影響を受けている（土木工事業） ● 中東情勢や物価高による仕入価格高騰を受け、建築需要の減少を懸念している（総合建設業）



卸売業

● 現時点では影響は不明であるものの、今後の取引先メーカーの状況次第で自社事業への影響発生を懸念している（鋳造品販売業） ● 円安がさらに進行した場合、仕入価格上昇と販売価格据置により経営悪化を懸念している（化学製品卸売業） ● 金利上昇に伴う住宅着工減少等による建築需要の低下を懸念している（住宅資材卸売業）



小売業

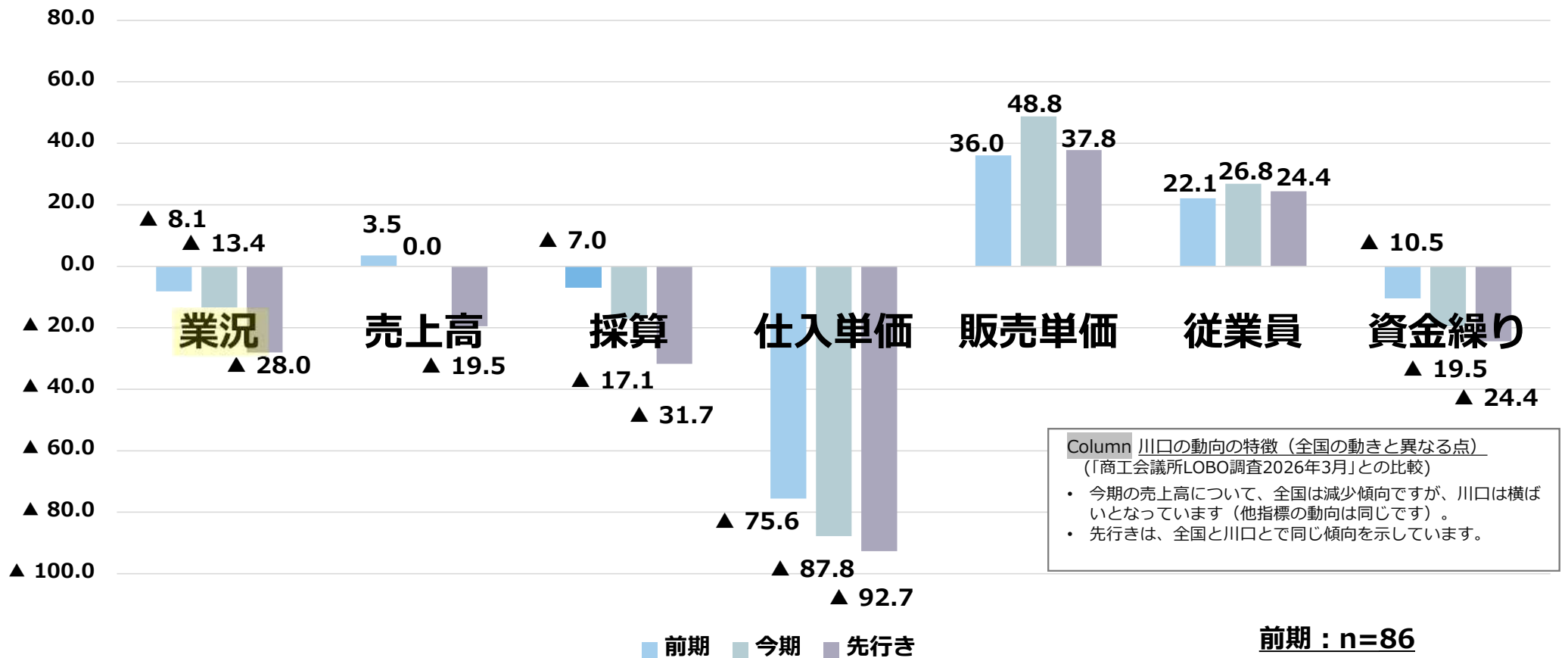
● 機械用オイルやプラスチック製品が入荷困難で、仕入価格の高騰も発生している（機械工具小売業） ● 中東情勢の長期化により価格転嫁が進み、景気悪化により商売への影響が生じることを懸念している（趣味品小売業） ● 中東情勢、米国関税、円安等を背景とした原材料・エネルギー価格・労務費の上昇に伴う商品値上げにより、消費者の買い控えが懸念される（スーパーマーケット）



サービス業

● シンナー・塗料の供給不足が続くと、受注があっても施工できず事業継続が困難となることを懸念（自動車整備業） ● 業界の慢性的な人手不足で、求人募集しても応募がなく採用に苦慮（一般貨物輸送業） ● 仕入価格高騰により店舗の一時閉鎖を余儀なくされ、価格転嫁後の売上低迷にも直面 ● 人件費増加と仕入価格上昇（豚肉は40%上昇）で利益が圧迫され限界に近い（いずれも飲食店）

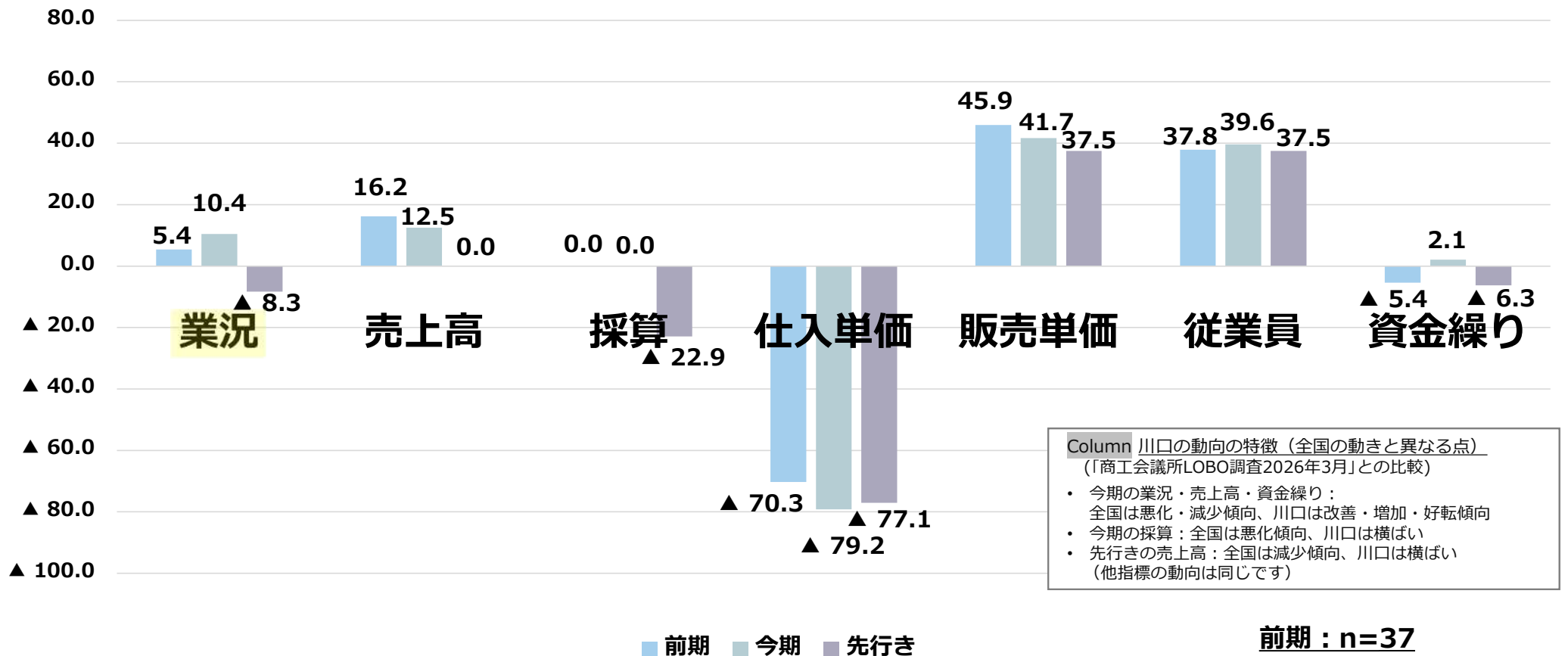
【景況感】 ◆製造業の動向（前期(10-12月)-今期(1-3月)-先行き(4-6月)）



考察

- ・ 業況は、今期は採算悪化に伴い悪化傾向が強まり、先行きは悪化傾向がさらに強まる見通しである。
- ・ 売上高は、今期は横ばいで推移するものの、先行きは中東情勢の影響を受けて減少傾向に転じる見通しである。
- ・ 採算は、今期は仕入単価上昇の影響で悪化傾向が強まり、先行きも悪化傾向がさらに強まる見通しである。
- ・ 仕入単価は、今期は上昇傾向が強まり、先行きも上昇傾向がさらに強まる見通しである。
- ・ 販売単価は、今期は上昇傾向が強まるものの、先行きは上昇傾向が弱まる見通しである。
- ・ 従業員は、今期は不足傾向が強まるものの、先行きは不足傾向が弱まる見通しである。
- ・ 資金繰りは、今期は悪化傾向が強まり、先行きも悪化傾向がさらに強まる見通しである。

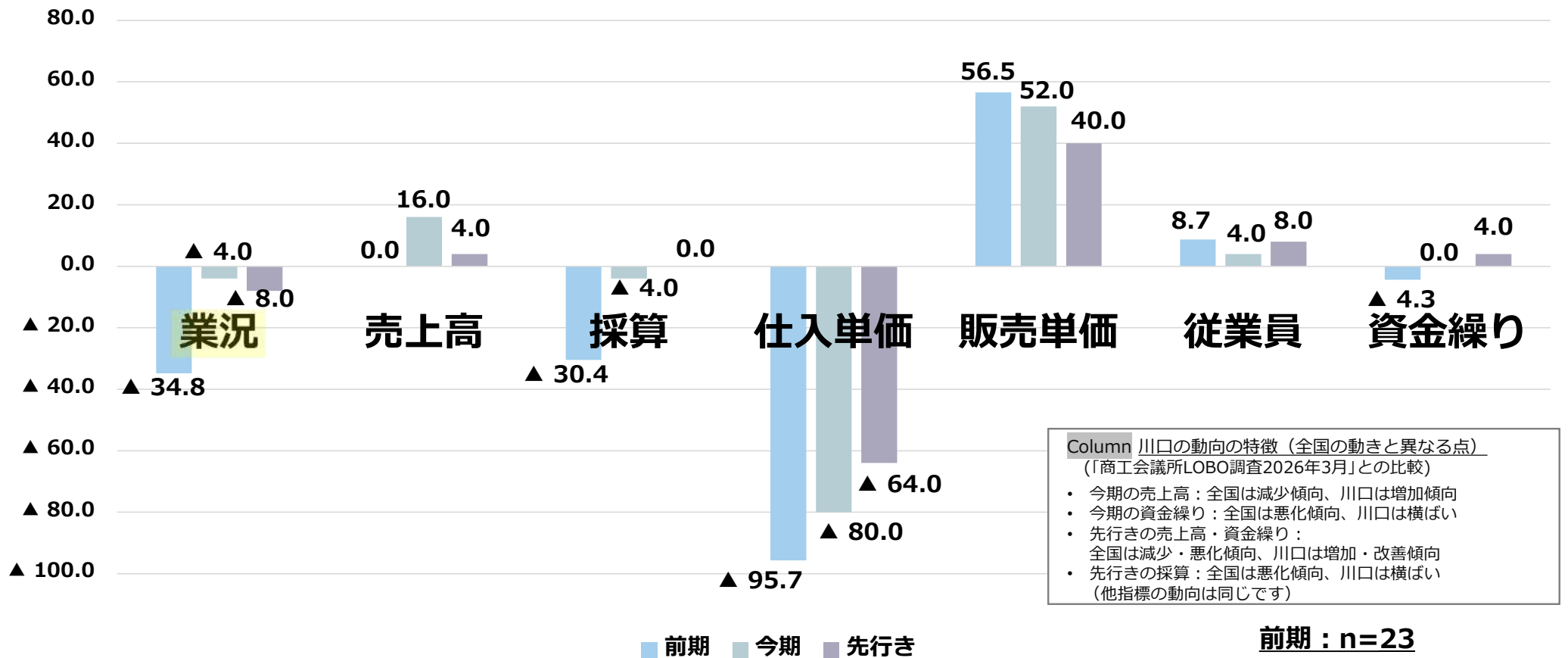
【景況感】 ◆建設業の動向（前期(10-12月)-今期(1-3月)-先行き(4-6月)）



考察

- ・ 業況は、今期は売上高増加や資金繰り改善で好転傾向が強まるものの、先行きは悪化傾向に転じる見通しである。
- ・ 売上高は、今期は完成工事増加も工期遅延等の下押しで増加傾向が弱まり、先行きは横ばいとなる見通しである。
- ・ 採算は、今期は横ばいとなるものの、先行きは悪化傾向が大きく強まる見通しである。
- ・ 仕入単価は、今期は上昇傾向が強まるものの、先行きは上昇傾向がやや弱まる見通しである。
- ・ 販売単価は、今期は上昇傾向が弱まり、先行きも上昇傾向が弱まる見通しである。
- ・ 従業員は、今期は不足傾向がやや強まるものの、先行きは不足傾向がやや弱まる見通しである。
- ・ 資金繰りは、今期は好転傾向に転じるものの、先行きは再び悪化傾向に転じる見通しである。

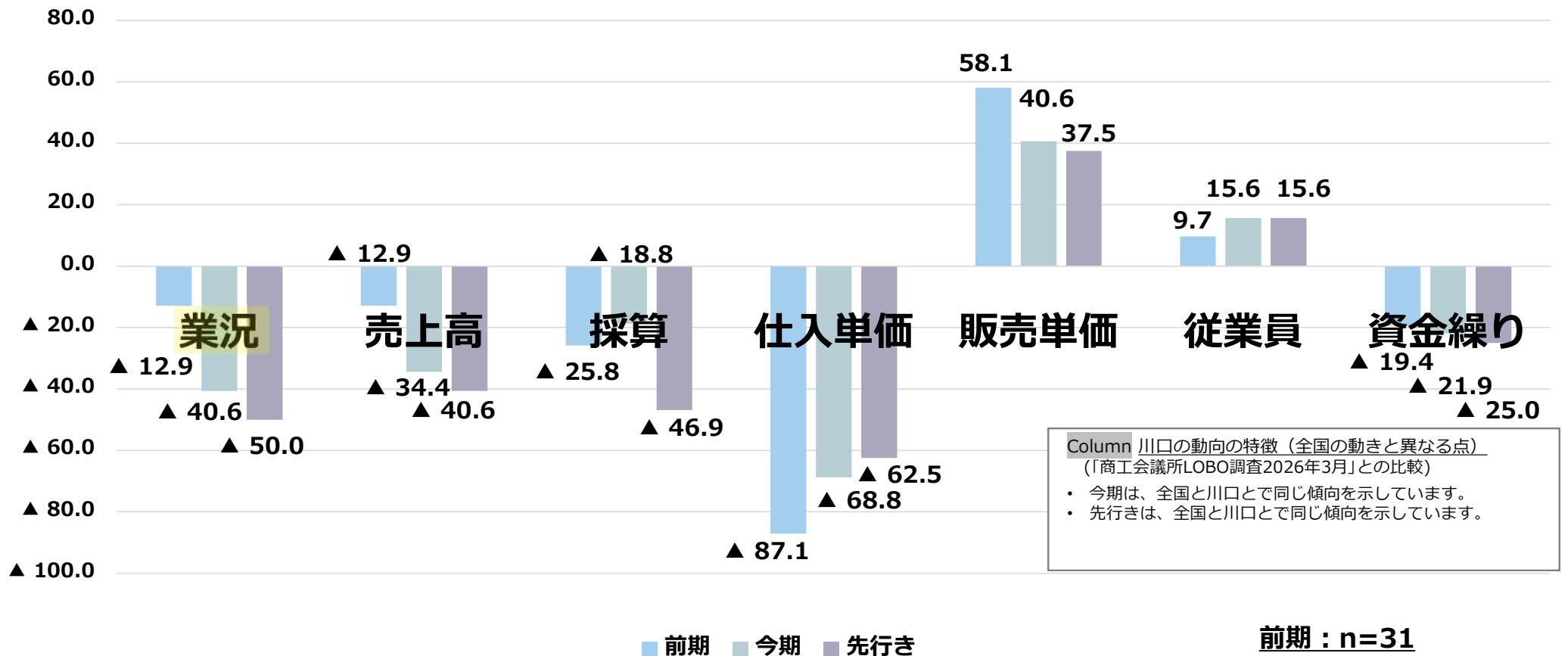
【景況感】 ◆卸売業の動向（前期(10-12月)-今期(1-3月)-先行き(4-6月)）



考察

- ・ 業況は、今期は売上高の増加に伴い悪化傾向が大きく弱まるものの、先行きは悪化傾向が強まる見通しである。
- ・ 売上高は、今期は年度末需要等で増加傾向に転じるものの、先行きは増加傾向が弱まる見通しである。
- ・ 採算は、今期は売上高の増加と仕入単価の抑制で悪化傾向が大幅に弱まり、先行きは横ばいとなる見通しである。
- ・ 仕入単価は、今期は上昇傾向が弱まり、先行きはさらに上昇傾向が弱まる見通しである。
- ・ 販売単価は、今期は上昇傾向が弱まり、先行きはさらに上昇傾向が弱まる見通しである。
- ・ 従業員は、今期は不足傾向が弱まったが、先行きは不足傾向が強まる見通しである。
- ・ 資金繰りは、今期は横ばいとなったが、先行きは好転傾向に転じる見通しである。

## 【景況感】 ◆小売業の動向（前期(10-12月)-今期(1-3月)-先行き(4-6月)）



前期：n=31  
今期・先行き：n=32

### 考察

- ・ 業況は、今期は売上高の減少等で悪化傾向が大きく強まり、先行きはさらに悪化傾向が強まる見通しである。
- ・ 売上高は、今期は節約志向の進行で減少傾向が大きく強まり、先行きはさらに減少傾向が強まる見通しである。
- ・ 採算は、今期は仕入単価の抑制で悪化傾向が弱まるものの、先行きは悪化傾向が大きく強まる見通しである。
- ・ 仕入単価は、今期は上昇傾向が弱まり、先行きはさらに上昇傾向が弱まる見通しである。
- ・ 販売単価は、今期は上昇傾向が弱まり、先行きはさらに上昇傾向が弱まる見通しである。
- ・ 従業員は、今期は不足傾向が強まり、先行きは横ばいとなる見通しである。
- ・ 資金繰りは、今期は悪化傾向が強まり、先行きはさらに悪化傾向が強まる見通しである。

## 【景況感】 ◆サービス業の動向（前期(10-12月)-今期(1-3月)-先行き(4-6月)）



前期：n=49  
今期・先行き：n=45

### 考察

- ・ 業況は、今期は資金繰りの改善等で悪化傾向が弱まるものの、先行きは再び悪化傾向が強まる見通しである。
- ・ 売上高は、今期は需要減退の影響で増加傾向が弱まり、先行きは減少傾向に転じる見通しである。
- ・ 採算は、今期は悪化傾向が強まり、先行きはさらに悪化傾向が強まる見通しである。
- ・ 仕入単価は、今期は上昇傾向が強まるものの、先行きは上昇傾向がやや弱まる見通しである。
- ・ 販売単価は、今期は上昇傾向が強まるものの、先行きは上昇傾向が弱まる見通しである。
- ・ 従業員は、今期は不足傾向が弱まるものの、先行きは不足傾向がやや強まる見通しである。
- ・ 資金繰りは、今期は好転傾向へ転じるものの、先行きは横ばいとなる見通しである。

## 【参考資料】 ◆ 調査概要・回答者の状況

### 調査概要

調査期間：2026（令和8）年4月6日（月）～4月16日（木）

調査対象：会員事業所1,794件（FAX883件、メール911件） ⇨ 回答数：251件（回答率14.0%）

### 回答者の状況

#### ◆ 属性

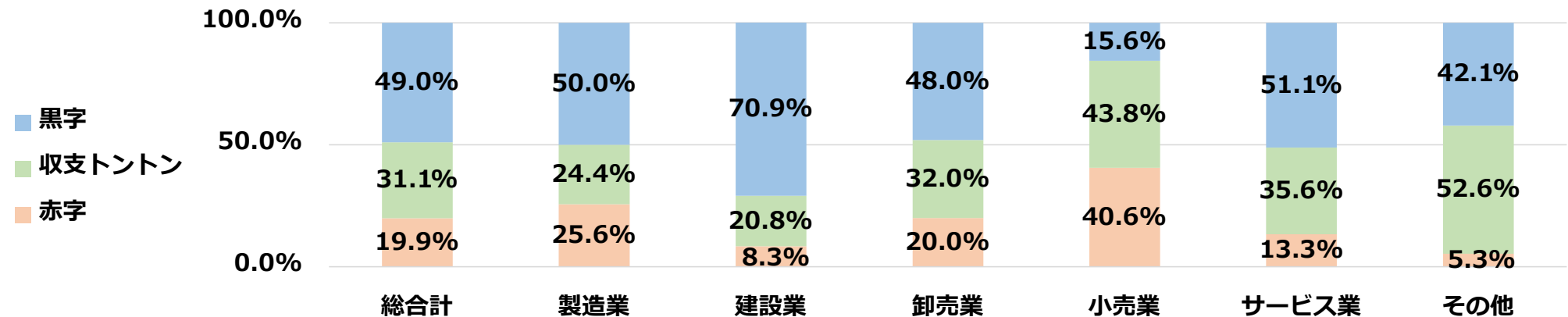
業種	実数	割合
製造業	82	32.7%
建設業	48	19.1%
卸売業	25	10.0%
小売業	32	12.7%
サービス業	45	17.9%
その他	19	7.6%
<b>総計</b>	<b>251</b>	<b>100%</b>

業歴	実数	割合
5年未満	9	3.6%
5～10年	12	4.8%
11～20年	31	12.3%
21～30年	26	10.4%
31年以上	172	68.5%
未回答	1	0.4%
<b>総計</b>	<b>251</b>	<b>100%</b>

資本金	実数	割合
個人事業主	19	7.6%
500万円以下	85	33.8%
500万円超～1千万円以下	76	30.3%
1千万円超～3千万円以下	42	16.7%
3千万円超～5千万円以下	10	4.0%
5千万円超～1億円以下	12	4.8%
1億円超	4	1.6%
その他・未回答	3	1.2%
<b>総計</b>	<b>251</b>	<b>100%</b>

従業員数	実数	割合
0～5人	133	53.0%
6～20人	71	28.3%
21～50人	26	10.3%
51～100人	8	3.2%
101～300人	7	2.8%
301人以上	4	1.6%
未回答	2	0.8%
<b>総計</b>	<b>251</b>	<b>100%</b>

#### ◆ 収益状況（直近の決算）



# 【参考資料】 ◆第9回（1-3月期）川口商工会議所 クローズアップ市内景況調査 アンケート用紙

川口商工会議所では、景況調査を年4回程度予定しております。  
 調査率50%以上の会員事業所様には年度末に謝礼のケタカードをお送りいたします。ぜひアンケートへのご協力をお願い申し上げます。

川口商工会議所 総務広報課 (FAX 048-228-2221)

第9回（1-3月期）川口商工会議所クローズアップ市内景況調査へのご協力をお願い

2026年4月6日

会員のみなさまへ（必ずご回答くださいますようお願い申し上げます。）  
 日ごより、本商工会議所の事業運営に、ご理解ご協力を賜り厚くお礼申し上げます。  
 当所では、市内企業の景況を調査するため、四半期に一度「クローズアップ市内景況調査」を実施しております。このたびは、**第9回（1-3月期）調査**を実施いたしますので、お忙しい中、誠に恐縮ですが、該当部分にチェックのうえ、**4月16日（木）まで**に、FAXまたはアンケートフォーム（右QRコード）にてご返信いただきますようお願いいたします。  
 皆様のご協力のもと、本調査結果につきましては、引続き本市中小企業支援や行政への意見要望等の参考とさせていただきます。また、過去の調査結果につきましては、本商工会議所ホームページに掲載しておりますのでご参照ください。

アンケート調査票

問1 貴社の状況についてお伺いします。(1)～(5)についてそれぞれ該当する番号をご回答ください。  
 (1)業種 \*複数業種の場合は売上比率の最も高い業種を1つお選びください。  
 差し支えなければ、( )内に詳しい業種もご記入ください。例)建設業(造園工事業)

1 製造業( )	2 建設業( )	3 卸売業( )
4 小売業( )	5 サービス業( )	6 その他( )

(2)業歴

1 5年未満	2 5～10年	3 11年～20年	4 21年～30年
5 31年以上			

(3)資本金

1 個人事業主	2 500万円以下	3 500万円超～1千万円以下
4 1千万円超～3千万円以下	5 3千万円超～5千万円以下	6 5千万円超～1億円以下
7 1億円超～	8 その他	

(4)従業員(正社員)数(パート・アルバイトを除く)をご記入ください。  
 人 (代表者を除く)

(5)収益状況(直近の決算)

1 黒字	2 収支トントン	3 赤字
------	----------	------

問2 貴社の景況感について、回答できる範囲で、該当部分に☑チェックをご記入ください。  
 (1)今期(前年同月比)

1. 売上高	<input type="checkbox"/> 増加	<input type="checkbox"/> 不変	<input type="checkbox"/> 減少
2. 採算	<input type="checkbox"/> 好転	<input type="checkbox"/> 不変	<input type="checkbox"/> 悪化
3. 仕入単価	<input type="checkbox"/> 下落	<input type="checkbox"/> 不変	<input type="checkbox"/> 上昇
4. 販売単価	<input type="checkbox"/> 上昇	<input type="checkbox"/> 不変	<input type="checkbox"/> 下落
5. 従業員	<input type="checkbox"/> 不足	<input type="checkbox"/> 不変	<input type="checkbox"/> 過剰
6. 業況	<input type="checkbox"/> 好転	<input type="checkbox"/> 不変	<input type="checkbox"/> 悪化
7. 資金繰り	<input type="checkbox"/> 好転	<input type="checkbox"/> 不変	<input type="checkbox"/> 悪化

(2)向こう3か月の先行き見通し(今月比)

<input type="checkbox"/> 増加	<input type="checkbox"/> 不変	<input type="checkbox"/> 減少
<input type="checkbox"/> 好転	<input type="checkbox"/> 不変	<input type="checkbox"/> 悪化
<input type="checkbox"/> 下落	<input type="checkbox"/> 不変	<input type="checkbox"/> 上昇
<input type="checkbox"/> 上昇	<input type="checkbox"/> 不変	<input type="checkbox"/> 下落
<input type="checkbox"/> 不足	<input type="checkbox"/> 不変	<input type="checkbox"/> 過剰
<input type="checkbox"/> 好転	<input type="checkbox"/> 不変	<input type="checkbox"/> 悪化
<input type="checkbox"/> 好転	<input type="checkbox"/> 不変	<input type="checkbox"/> 悪化

問3 商品・サービスや企業の情報発信のために活用している「PR(広報)媒体」に関して、以下2点についてお伺いします。  
 問3-1 現在、貴社のPR・広報活動状況について、最も近いものを選択肢から1つお選びください。  
 [選択肢]  
 1:積極的にやっている  2:あまり行っていない  3:行っていない  
 ※問3-1で選択肢1～2と回答した方にお伺いします。

問3-2 PR活動において期待している効果を選択肢からお選びください(複数回答可)。  
 1:認知度の向上(会社)  2:信頼性の向上(会社)  3:新規顧客(製品・サービス)の獲得  
 4:ブランド価値・差別化の強化(商品・サービス)  5:人材採用の効果  
 6:その他( )

※問3-1で選択肢1～2と回答した方にお伺いします。  
 問3-3 貴社が現在利用しているPR媒体を選択肢からお選びください(複数回答可)。  
 [選択肢]  
 1:自社ホームページ  2:ECサイト  3:Web広告(リスティング広告・SNS広告等)  
 4:口コミ・紹介  5:テレビ・ラジオ  6:SNS投稿(X, Facebook, Instagram等)  
 7:展示会・商談会  8:店頭・看板  9:紙媒体(チラシ、パンフレット、新聞広告等)  
 10:テレビ・ラジオ  11:YouTube・動画配信  12:キャスティーブジョン(川口商工会議所)  
 13:Print.PlatBiz(川口商工会議所)  14:その他( )

問4 中東情勢は、エネルギー価格の動向や物流の変化などを通じて、小規模・中小企業の事業活動にさまざまな影響を及ぼしています。このような中東情勢の影響について、以下の2点をお伺いします。  
 問4-1 最近の中東情勢は、現在の貴社の事業に影響がありますか。  
 [選択肢]  
 1:大きな影響がある  2:やや影響がある  3:現時点では影響はないが、今後影響が出る可能性がある  
 4:影響はない  5:わからない

※問4-1で選択肢1～3と回答した方にお伺いします。  
 問4-2 貴社に対する中東情勢の影響について、現在または今後想定される具体的な影響として、当てはまるものを選択肢からお選びください。(複数回答可)。  
 [選択肢]  
 1:手元資金の不足・減少  2:人件費抑制による人材流出  3:商品ラインアップの縮小  
 4:価格転嫁困難による利益率低下  5:コスト増による販促費・人件費の削減  6:価格競争力の低下  
 7:取引条件変更(支払遅延等)による資金繰りへの影響  
 8:物流の不安定化による納期遅延・欠品等の機会損失  
 9:その他( )

(コメント欄 …以下の事例等についてご意見や事例をお寄せください ※調査結果に掲載することがあります。)  
 ① 経営への脅かや影響(中東情勢、米国の関税、円安、原材料・エネルギー価格・労務費等のコスト増や価格転嫁、人手不足、日銀の金融政策、国内外の観光需要、祭事等のイベントや地域のイベント、天災、設備投資、公共工事・民間工事)  
 ②調査に関連する具体的な意見や事例  
 ③開催してほしい研修・セミナー

以下の内容をご記入ください。(非公開内容となります。)※アンケートの受信方法を変更する方に限り回答をお願いいたします

事業所名	
今後、希望するアンケートの受信方法	FAX ・ メール (いずれかに○をお願いいたします。)
メールアドレス(メールでご希望の場合)	

ご協力ありがとうございました。\*回答いただいた内容につきましては、川口商工会議所の運営に活用させていただきます。  
 問い合わせ:川口商工会議所 総務広報課(TEL:048-228-2220)

調査方法：FAX・メール・郵送による送付、FAX・Web（Googleフォーム）による回答  
 分析方法：売上高、採算、従業員、業況などについて、「増加」（好転など）と答えた企業から「減少」（悪化など）と答えた企業割合を差し引いたDI値を中心に分析  
 (DI:Diffusion Index)

※飲食店の業種について  
 令和6年4月より中小企業基本法上の類型では、中分類76（飲食店）は小売業区分として整理されています  
 しかし当調査では、日本標準産業分類に基づき、飲食店をサービス業に分類して集計しています