

荒川区景況速報(令和7年7~9月)

あら坊の景気ウォッチング！



全業種の動向

1 今期(7~9月)・次期(10~12月)の業況判断

※DIとは、「良い」と回答した企業の割合－「悪い」と回答した企業の割合

荒川区の今期は▲31.2、(前回調査▲26.9)と悪化、次期は▲22.1と大幅に改善の予想となっている。全国・東京都の今期～次期を見ると、全国ではやや改善、東京都では大幅に改善の予想となっている。

2 今期(7~9月)の売上(4~6月と比較した状況)

「減少した」(42.4%)が4割を超えて最も高く、これに「あまり変わらない」(41.1%)、「増加した」(16.5%)が続いている。

3 新規顧客獲得・販路開拓に向けた取り組みを実施しているとの回答の合計が約4割半ば

「実施している」(35.7%)が最も高く、「積極的に実施している」(8.9%)を合わせ、新規顧客獲得・販路開拓に向けた取り組みを実施していると回答した事業所が約4割半ば(44.6%)である。これに「実施していない」(32.5%)、「検討している」(22.9%)が続いている。

4 販路開拓のため、ウェブサイトやSNSを活用した広告の活用、新しい製品やサービスの開発を行っているとの回答がそれぞれ2割を超える

「ウェブサイトやSNSを活用した広告」(23.0%)、「新しい製品やサービスの開発」(22.5%)に、それぞれ2割を超える回答がありました。これに、「展示会や商談会、イベントへの参加」(16.0%)、「電子支払、キャッシュレス決済の導入」(10.2%)、「インターネット通販の実施」(9.1%)、「外部の専門家への相談」(6.4%)、「その他」(6.4%)、「海外向け販売の実施」(3.7%)、「海外観光客(インバウンド)への対応」(2.7%)が続いている。

5 自社製品やサービスの更なる強化を課題と感じているとの回答が約2割半ば

「自社製品やサービスの更なる強化」(24.9%)が約2割半ばと最も高く、これに「販売促進に必要な人材の確保や育成」(18.7%)、「販売促進に必要な予算の確保」(12.9%)、「販売促進に必要なIT活用ノウハウ」(12.9%)、「特に課題はない」(12.4%)、「マーケティングに関する知識やノウハウ」(12.0%)、「アドバイザーや相談先の情報」(5.4%)、「その他」(0.8%)が続いている。

*調査方法等

今回の調査は、業種別構成比に基づき、抽出した区内中小企業200事業所を対象に、今期と次期について調査を行いました。調査票は令和7年9月12日に発送し、158事業所から回答がありました(回収率79.0%)。なお、集計結果の構成比の数値は小数点以下第二位を四捨五入しているため、合計値が100%とならない場合があります。

(問合せ)荒川区 産業経済部 産業振興課 管理係 担当:山本、益子
電話:03(3802)3111 内線:446

1 今期(7~9月)・次期(10~12月)の業況判断

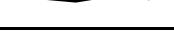
(1) 全業種

荒川区の今期は▲31.2、(前回調査▲26.9)と悪化、次期は▲22.1と大幅に改善の予想となっている。
全国・東京都の今期～次期を見ると、全国ではやや改善、東京都では大幅に改善の予想となっている。

調査名	前期		今期		次期		傾向
	時点	DI	時点	DI	時点	DI	
荒川区景況速報	4~6月	▲ 26.9	7~9月	▲ 31.2	10~12月	▲ 22.1	
全国(中小企業庁 中小企業景況調査)	4~6月	▲ 16.3	7~9月	▲ 16.8	10~12月	▲ 14.6	
東京都(東京都 中小企業の景況)	7月	▲ 22.0	8月	▲ 26.0	9~11月	▲ 15.0	

(2) 製造業

荒川区の今期は▲41.9、(前回調査▲39.5)とやや悪化、次期は▲27.9と大幅に改善の予想となっている。
全国・東京都の今期～次期を見ると、全国では改善、東京都では改善の予想となっている。

調査名	前期		今期		次期		傾向
	時点	DI	時点	DI	時点	DI	
荒川区景況速報	4~6月	▲ 39.5	7~9月	▲ 41.9	10~12月	▲ 27.9	
全国(中小企業庁 中小企業景況調査)	4~6月	▲ 17.9	7~9月	▲ 19.6	10~12月	▲ 15.4	
東京都(東京都 中小企業の景況)	7月	▲ 19.0	8月	▲ 28.0	9~11月	▲ 21.0	

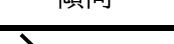
(3) 卸売業

荒川区の今期は▲34.1、(前回調査▲28.6)と悪化、次期は▲25.6と改善の予想となっている。
全国・東京都の今期～次期を見ると、全国ではほぼ前期並み、東京都では大幅に改善の予想となっている。

調査名	前期		今期		次期		傾向
	時点	DI	時点	DI	時点	DI	
荒川区景況速報	4~6月	▲ 28.6	7~9月	▲ 34.1	10~12月	▲ 25.6	
全国(中小企業庁 中小企業景況調査)	4~6月	▲ 13.8	7~9月	▲ 15.1	10~12月	▲ 14.0	
東京都(東京都 中小企業の景況)	7月	▲ 17.0	8月	▲ 23.0	9~11月	▲ 8.0	

(4) 小売業

荒川区の今期は▲40.5、(前回調査▲11.9)と大幅に悪化、次期は▲19.4と大幅に改善の予想となっている。
全国・東京都の今期～次期を見ると、全国では改善、東京都では大幅に改善の予想となっている。

調査名	前期		今期		次期		傾向
	時点	DI	時点	DI	時点	DI	
荒川区景況速報	4~6月	▲ 11.9	7~9月	▲ 40.5	10~12月	▲ 19.4	
全国(中小企業庁 中小企業景況調査)	4~6月	▲ 26.8	7~9月	▲ 26.2	10~12月	▲ 22.1	
東京都(東京都 中小企業の景況)	7月	▲ 35.0	8月	▲ 35.0	9~11月	▲ 24.0	

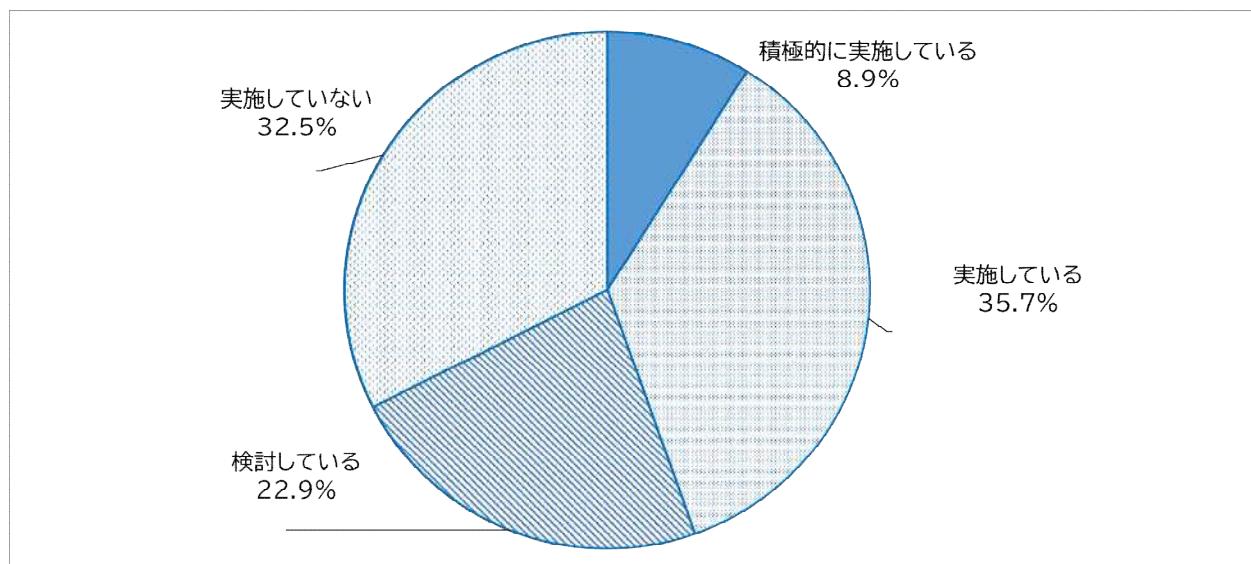
2 今期(7~9月)の売上(4~6月と比較した状況)

「減少した」(42.4%)が4割を超えて最も高く、これに「あまり変わらない」(41.1%)、「増加した」(16.5%)が続いている。(前回調査「あまり変わらない」:45.3%、「減少した」:36.0%、「増加した」:18.6%)

業種別では「増加した」が、製造業では16.3%、卸売業では9.8%、小売業では18.4%となっている。

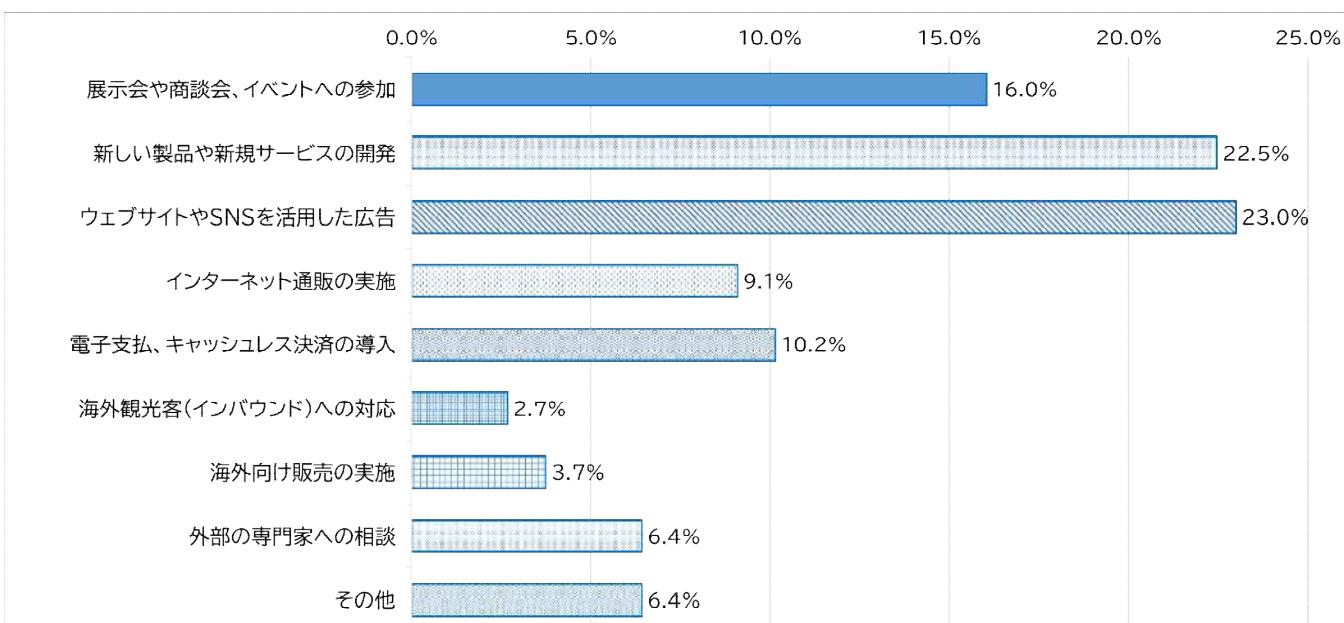
3 企業経営において重要な、新規顧客獲得・販売促進に向けた取り組みの実施状況について、貴社に当てはまるものを教えてください

「実施している」(35.7%)が最も高く、「積極的に実施している」(8.9%)を合わせ、新規顧客獲得・販路開拓に向けた取り組みを実施していると回答した事業所が約4割半ば(44.6%)である。これに「実施していない」(32.5%)、「検討している」(22.9%)が続いている。



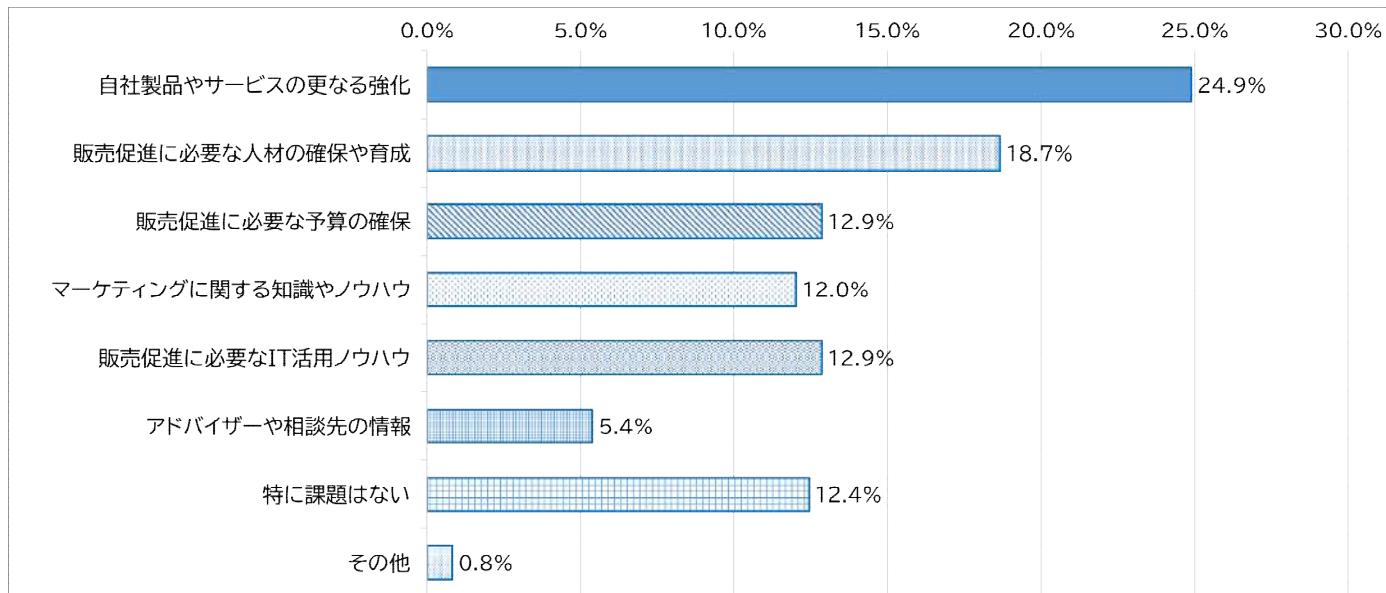
4 貴社が、販売促進等のために既に実施している、もしくは実施を予定している取り組みについて、当てはまるものを教えてください

「ウェブサイトやSNSを活用した広告」(23.0%)、「新しい製品やサービスの開発」(22.5%)に、それぞれ2割を超える回答がありました。これに、「展示会や商談会、イベントへの参加」(16.0%)、「電子支払、キャッシュレス決済の導入」(10.2%)、「インターネット通販の実施」(9.1%)、「外部の専門家への相談」(6.4%)、「その他」(6.4%)、「海外向け販売の実施」(3.7%)、「海外観光客(インバウンド)への対応」(2.7%)が続いている。



5 貴社が、更なる販売促進等を目指すにあたり、課題と感じることについて教えてください

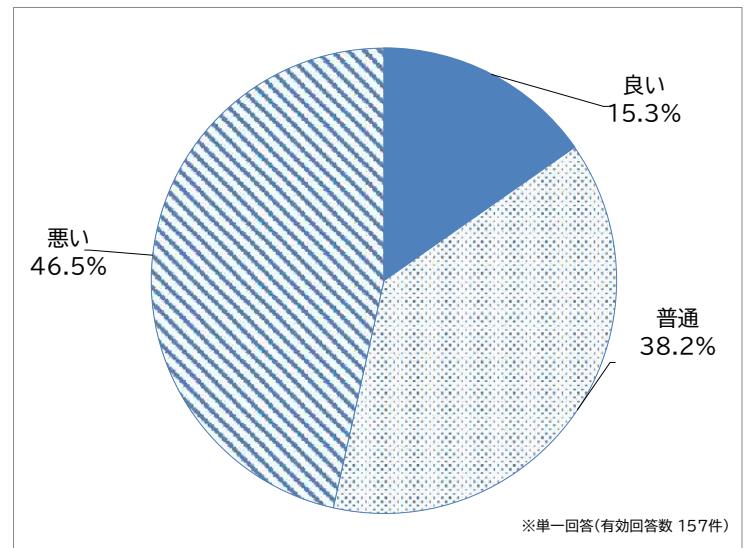
「自社製品やサービスの更なる強化」(24.9%)が約2割半ばと最も高く、これに「販売促進に必要な人材の確保や育成」(18.7%)、「販売促進に必要な予算の確保」(12.9%)、「販売促進に必要なIT活用ノウハウ」(12.9%)、「特に課題はない」(12.4%)、「マーケティングに関する知識やノウハウ」(12.0%)、「アドバイザーや相談先の情報」(5.4%)、「その他」(0.8%)が続いている。



6 主な自由意見等

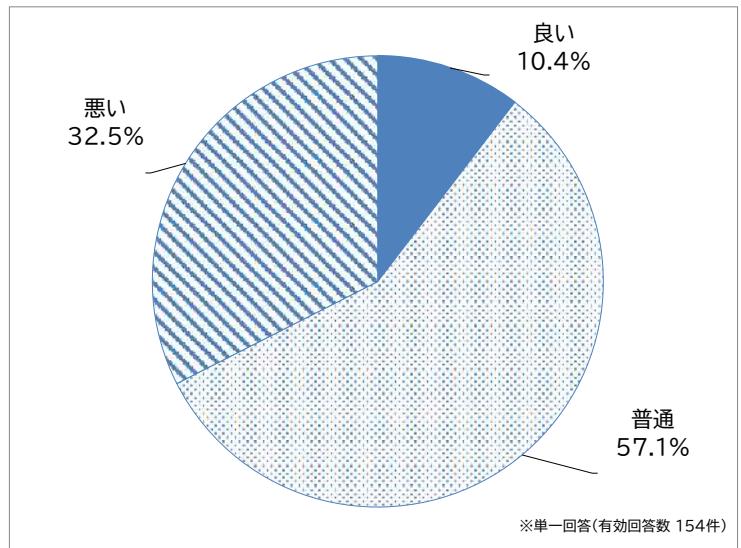
業種	従業員規模	内 容
製造	70～79人	値上げができたことで売上は増えているが、仕入れコストや老朽化機械の修繕費、交換品の単価も上がっており、利益が見込めない。人材確保と平行して、賃上げなど従業員の要望に応えることができるかが悩みの種である。
製造	0～4人	顧客である医療機関が減収となっており、当社の売上も大きく減っている。
卸売	0～4人	少人数経営のため、現状として新しい取引先はあまり求めていない。 顧客企業の仕事量が増えてくれれば、当社に依頼される仕事も増加するので、今後の需要拡大に期待している。
卸売	5～9人	新規顧客獲得には時間や知識(ノウハウ)が必要なため、なかなか簡単にはいかない。
小売	0～4人	今後、SNSをさらに活用して自社の商品・サービスのことを知ってもらい、あわせてより良いサービスを提供していきたい。
小売	0～4人	猛暑により、主要顧客である高齢者の外出控えが目立ち、売上が低下している。 これから巻き返せるように努めたい。
建築	0～4人	コロナ禍で大幅に落ちた売上が、少しずつ戻っている。 販路開拓に向けて、SNSの会社アカウントの開設やホームページのリニューアルを行ったところである。

7~9月の景況



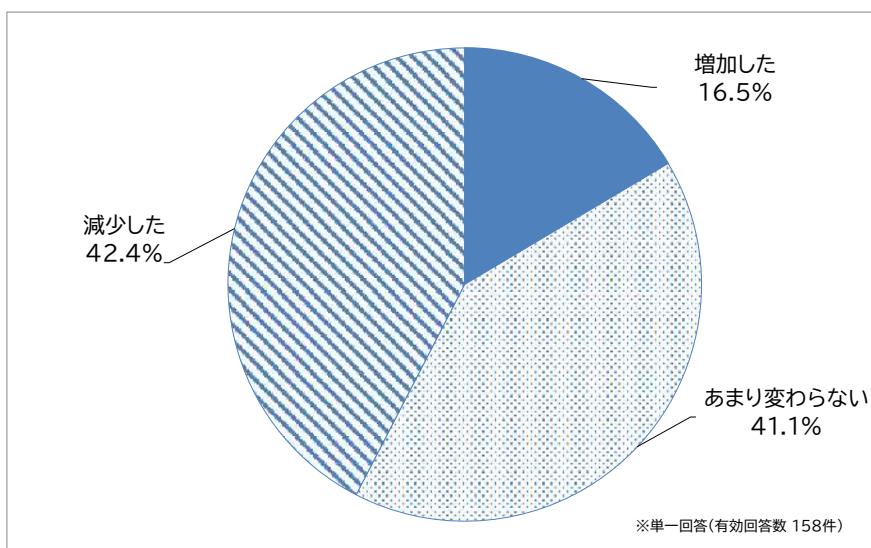
DI ▲ 31.2

10~12月の景況予想

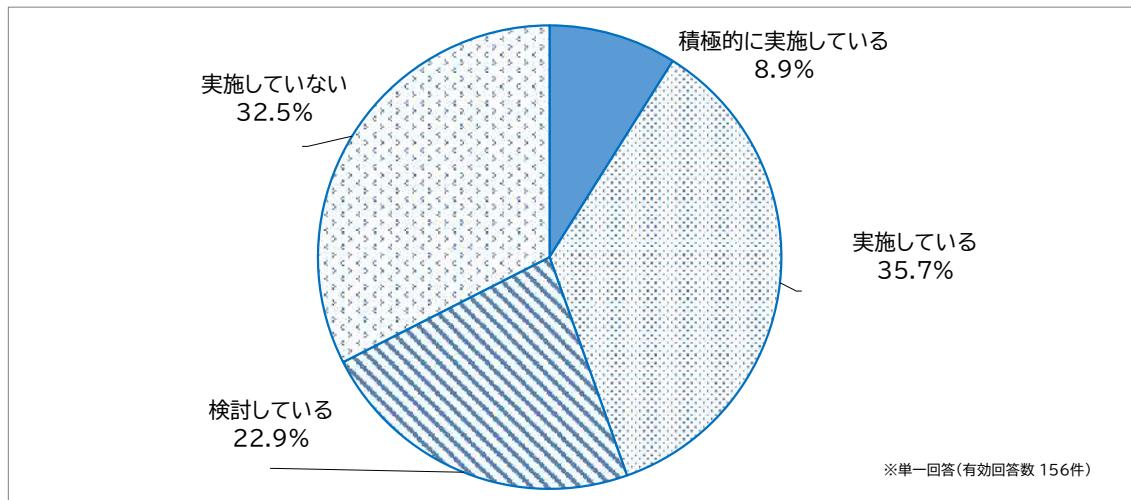


DI ▲ 22.1

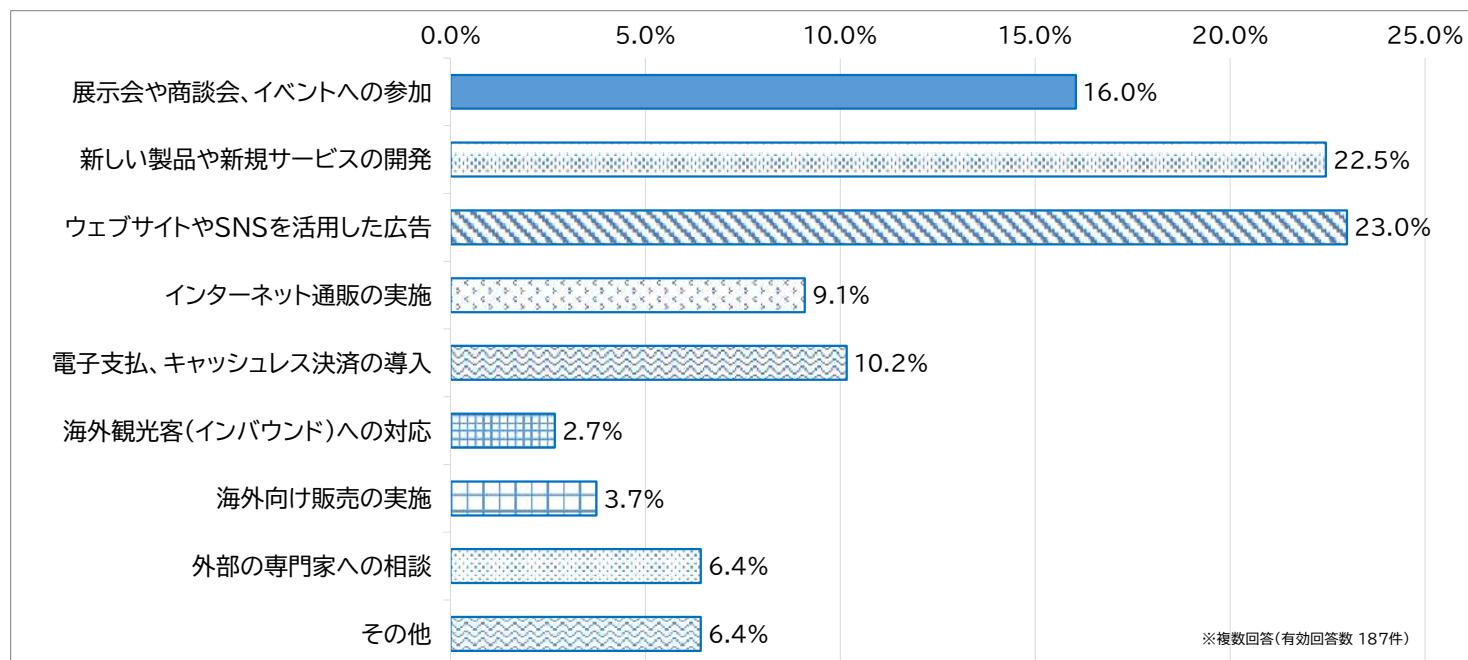
7~9月の売上(4~6月)との比較



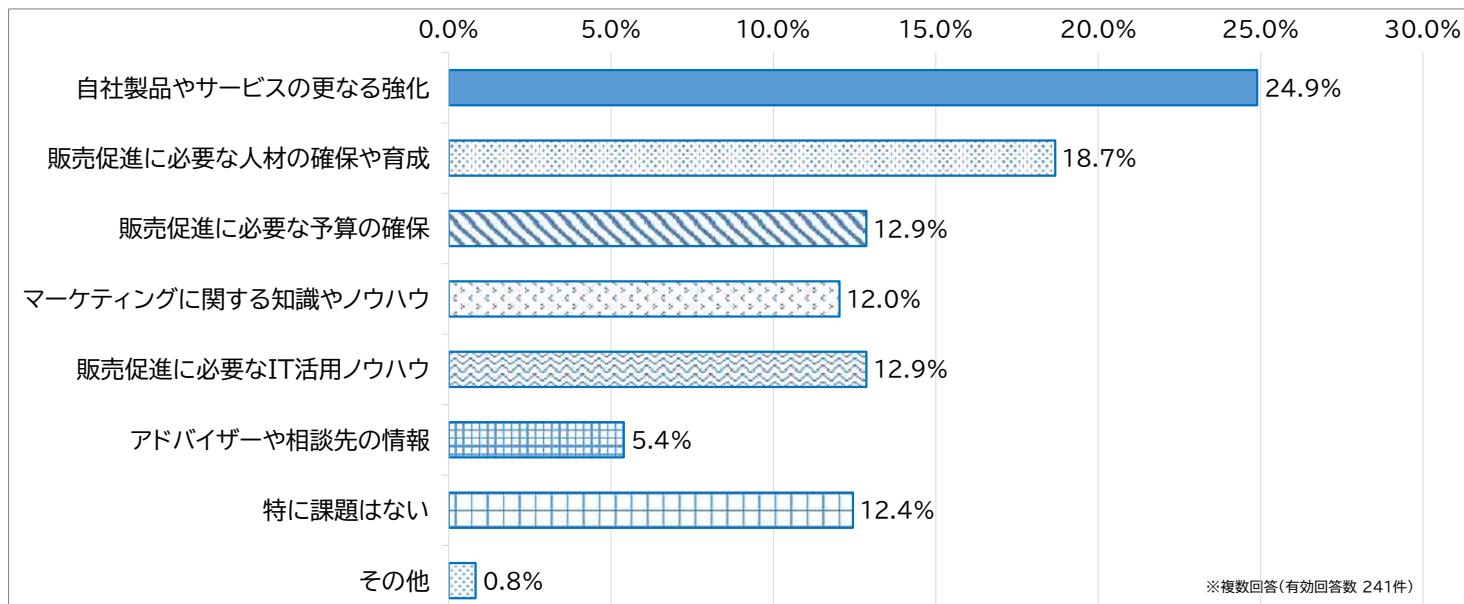
企業経営において重要な、新規顧客獲得・販売促進に向けた取り組みの実施状況について、貴社に当てはまるものを教えてください



貴社が、販売促進等のために既に実施している、もしくは実施を予定している取り組みについて、当てはまるものを教えてください

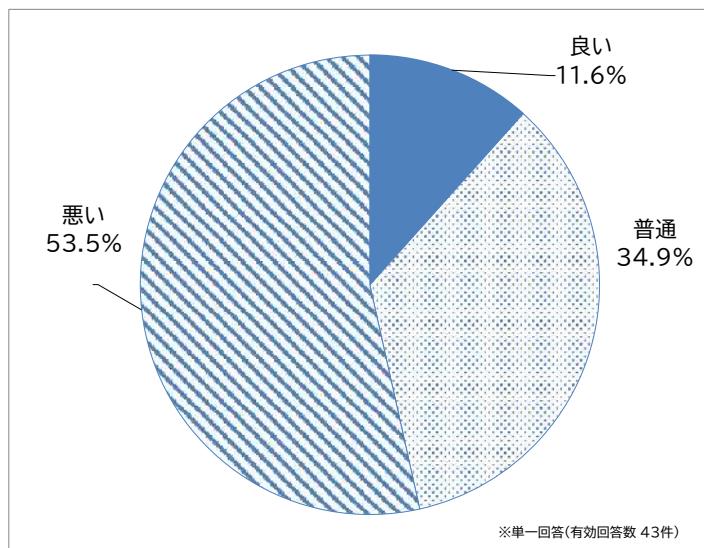


貴社が、更なる販売促進等を目指すにあたり、課題と感じることについて教えてください

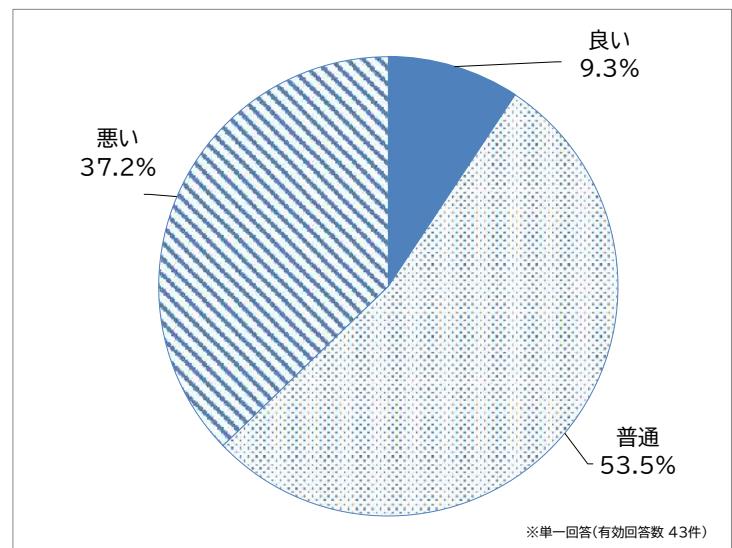


令和7年7～9月 あら坊の景気ウォッちング [製造業]有効回答43事業所

7～9月の景況



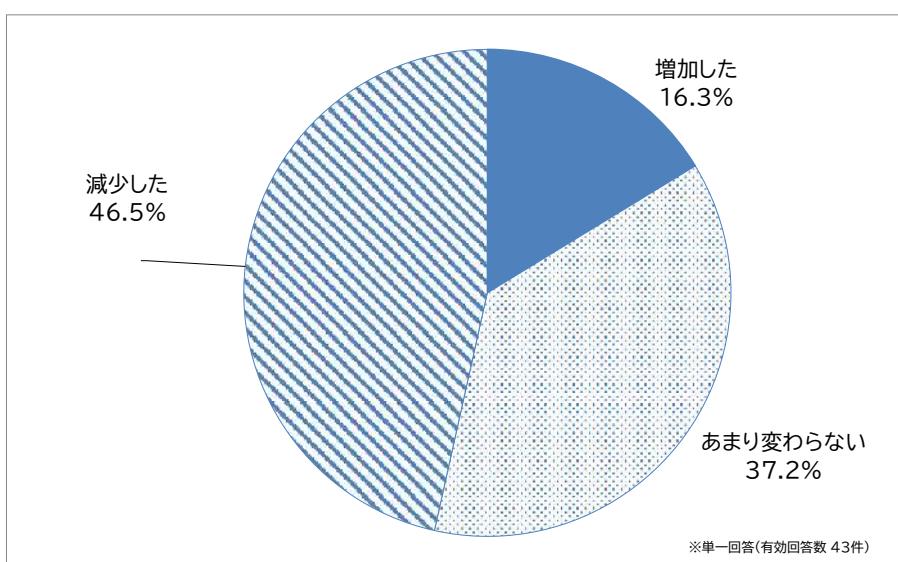
10～12月の景況予想



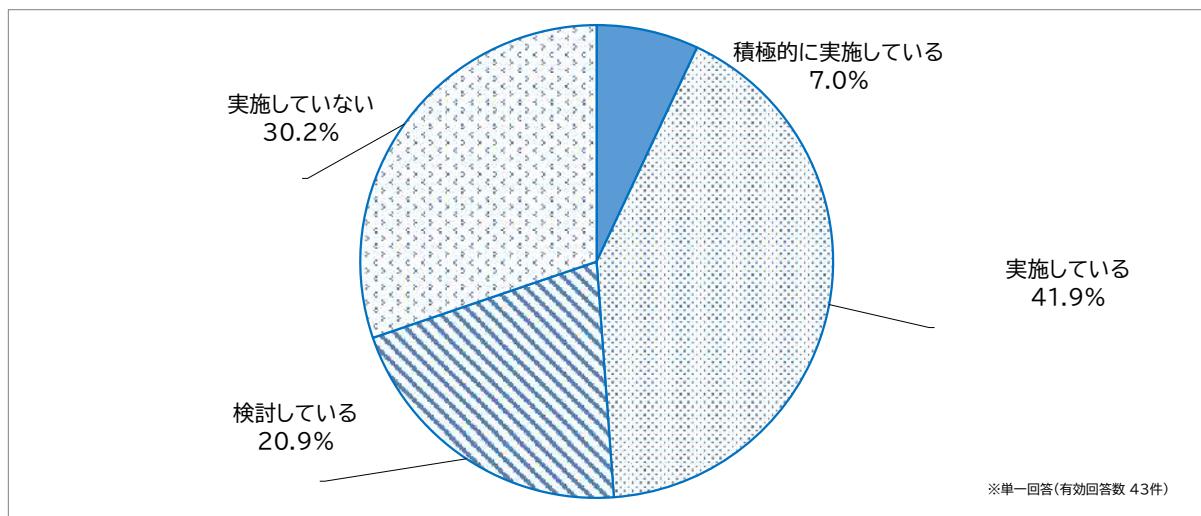
DI ▲ 41.9

DI ▲ 27.9

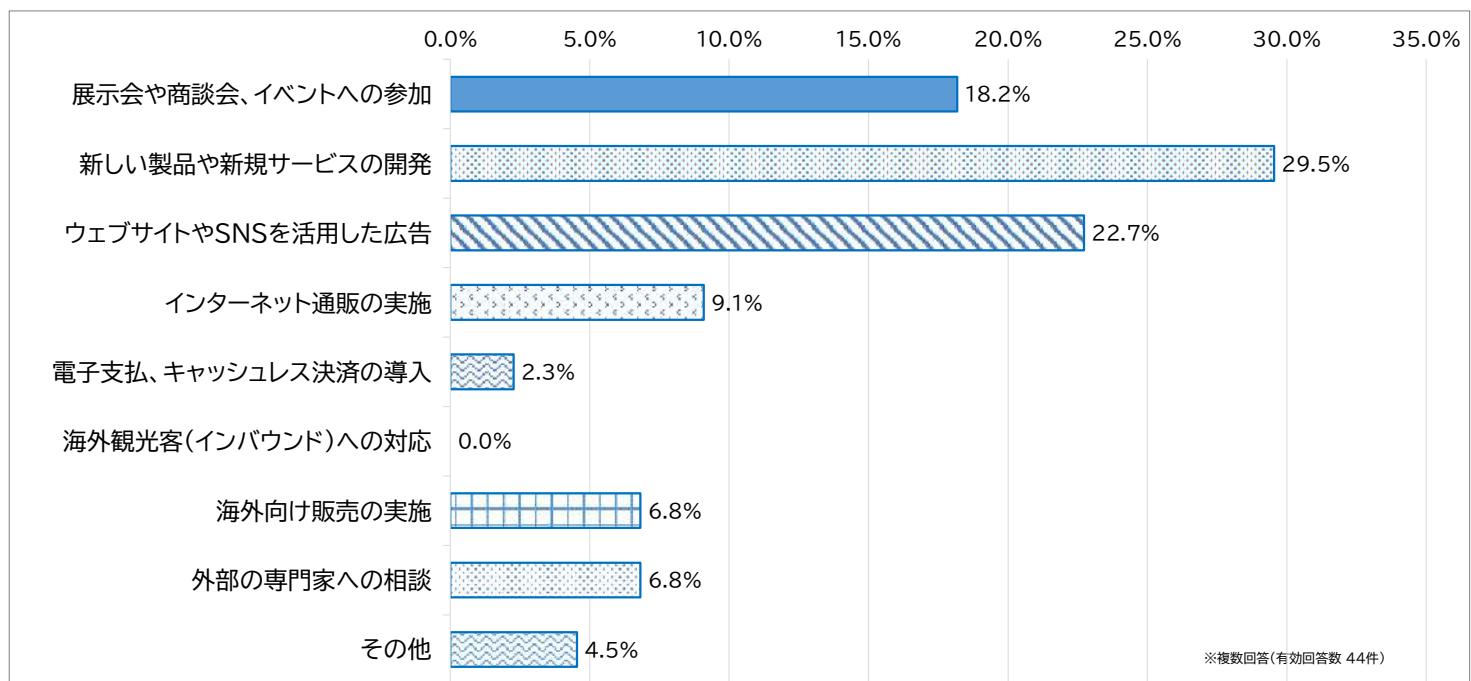
7～9月の売上(4～6月)との比較



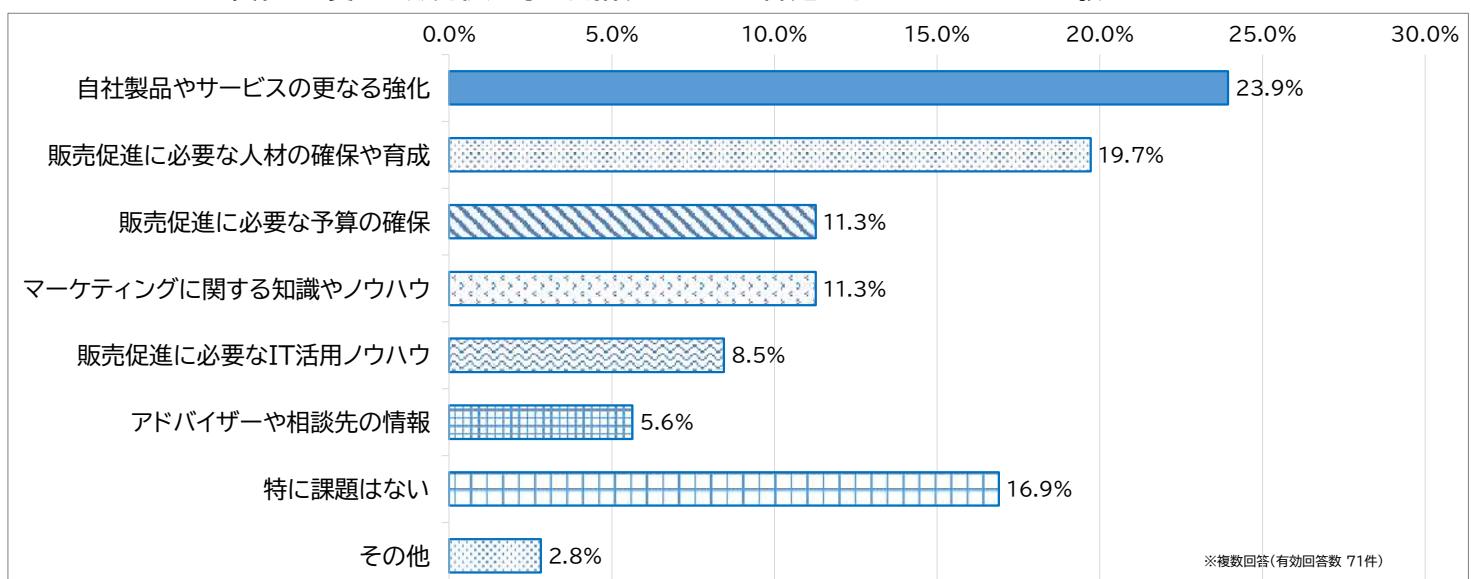
企業経営において重要な、新規顧客獲得・販売促進に向けた取り組みの実施状況について、貴社に当てはまるものを教えてください



貴社が、販売促進等のために既に実施している、もしくは実施を予定している取り組みについて、当てはまるものを教えてください

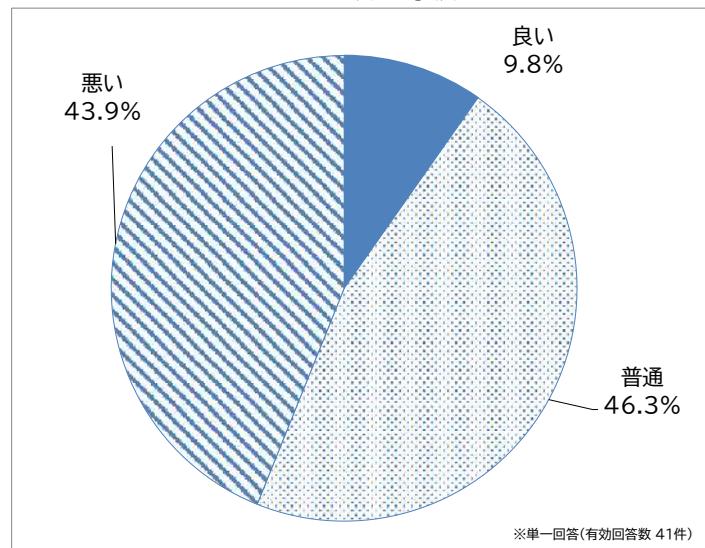


貴社が、更なる販売促進等を目指すにあたり、課題と感じることについて教えてください



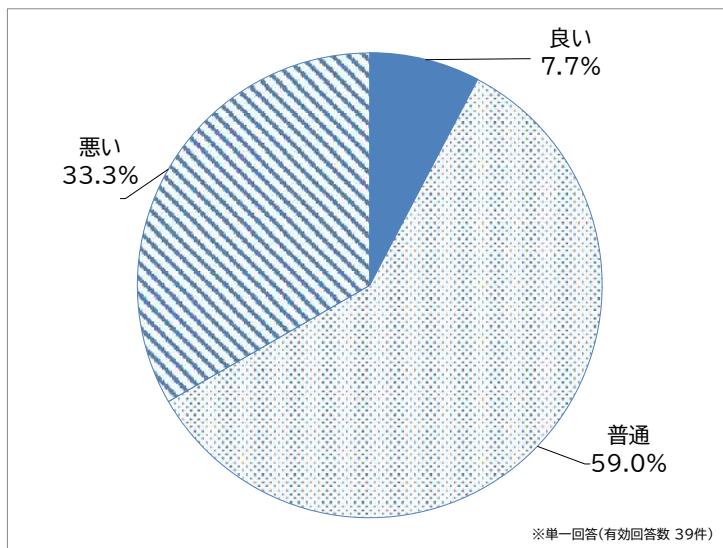
令和7年7～9月 あら坊の景気ウォッちング [卸売業]有効回答41事業所

7～9月の景況



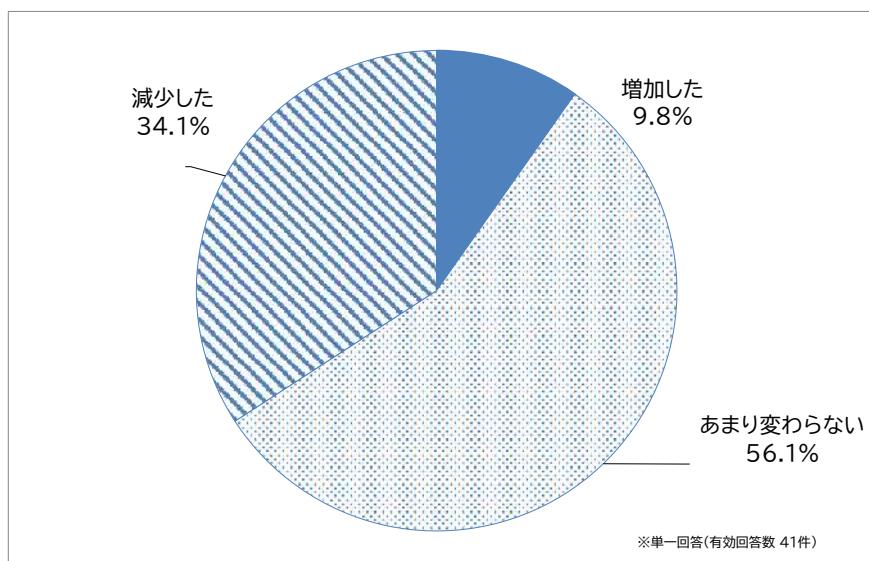
DI ▲ 34.1

10～12月の景況予想

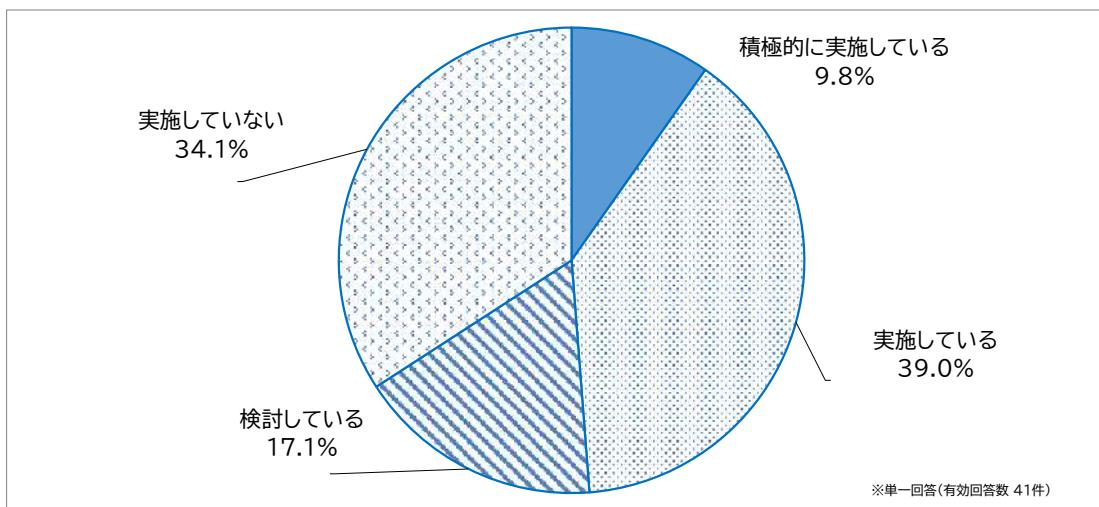


DI ▲ 25.6

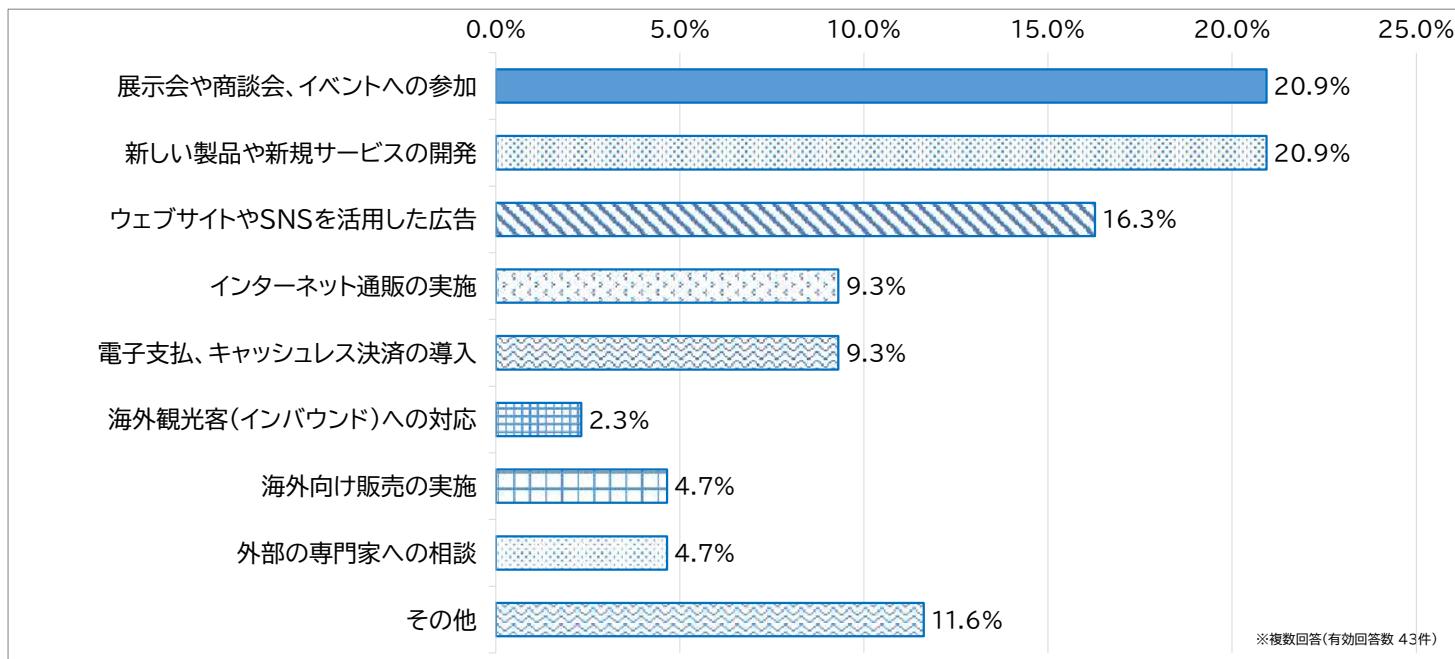
7～9月の売上(4～6月)との比較



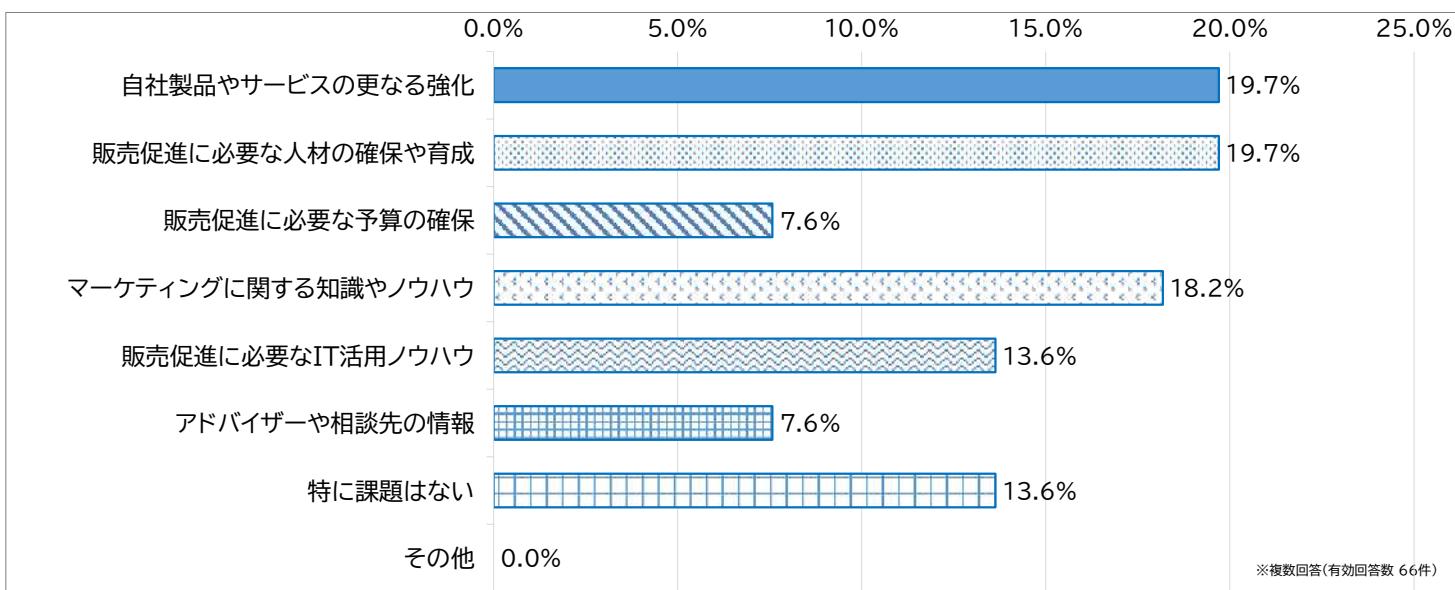
企業経営において重要な、新規顧客獲得・販売促進に向けた取り組みの実施状況について、貴社に当てはまるものを教えてください



貴社が、販売促進等のために既に実施している、もしくは実施を予定している取り組みについて、当てはまるものを教えてください

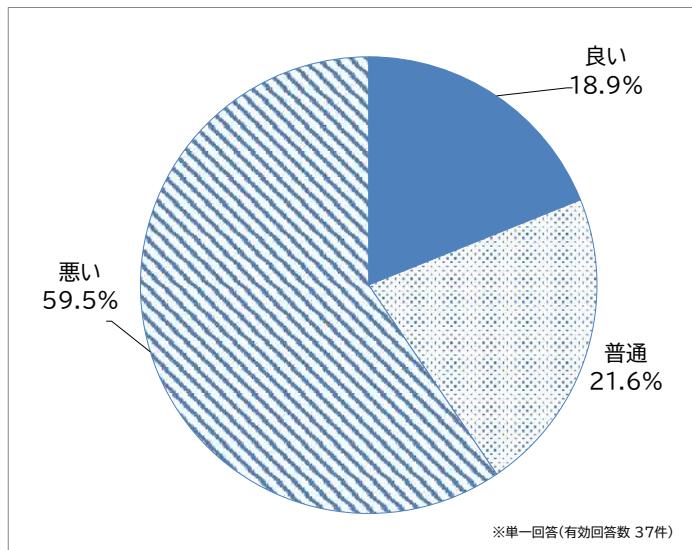


貴社が、更なる販売促進等を目指すにあたり、課題と感じることについて教えてください



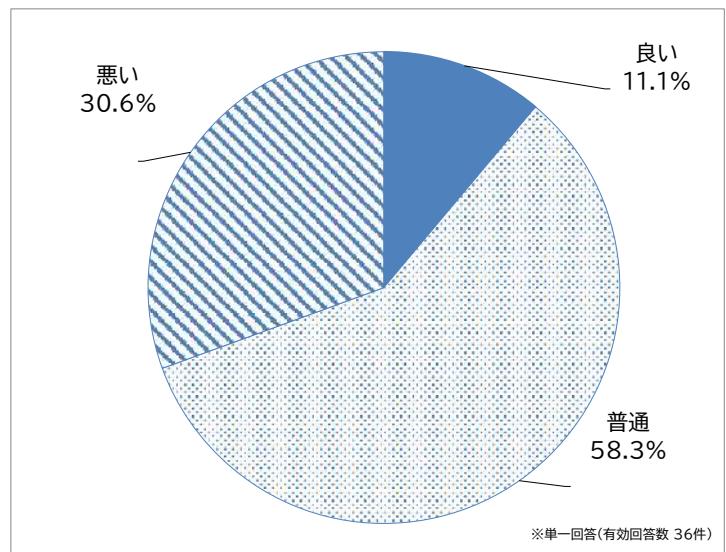
令和7年7～9月 あら坊の景気ウォッちング [小売業]有効回答37事業所

7～9月の景況



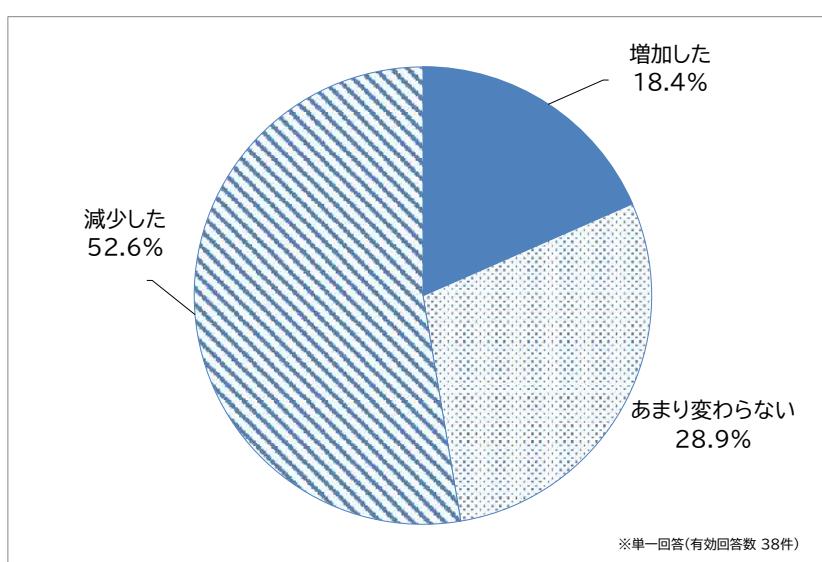
DI ▲ 40.5

10～12月の景況予想

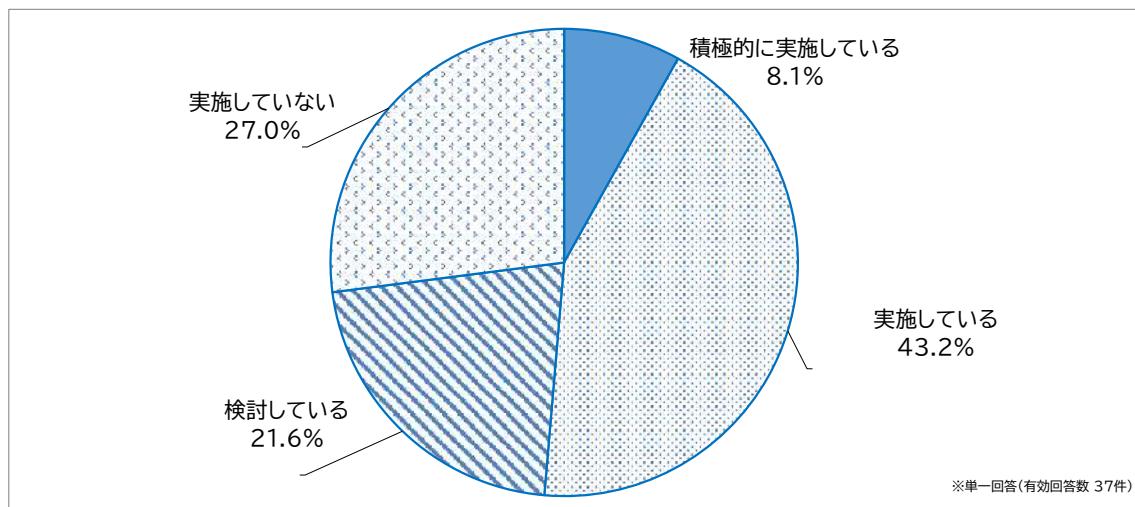


▲ 19.4

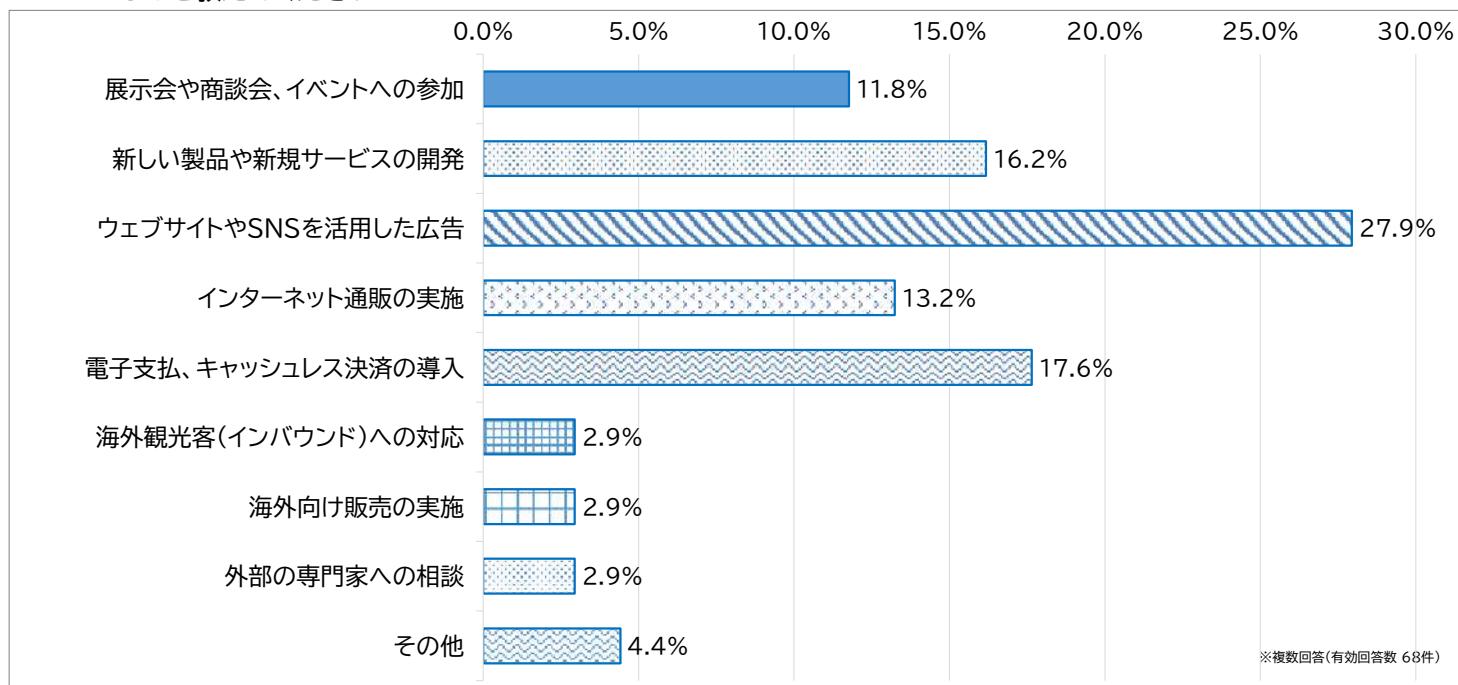
7～9月の売上(4～6月)との比較



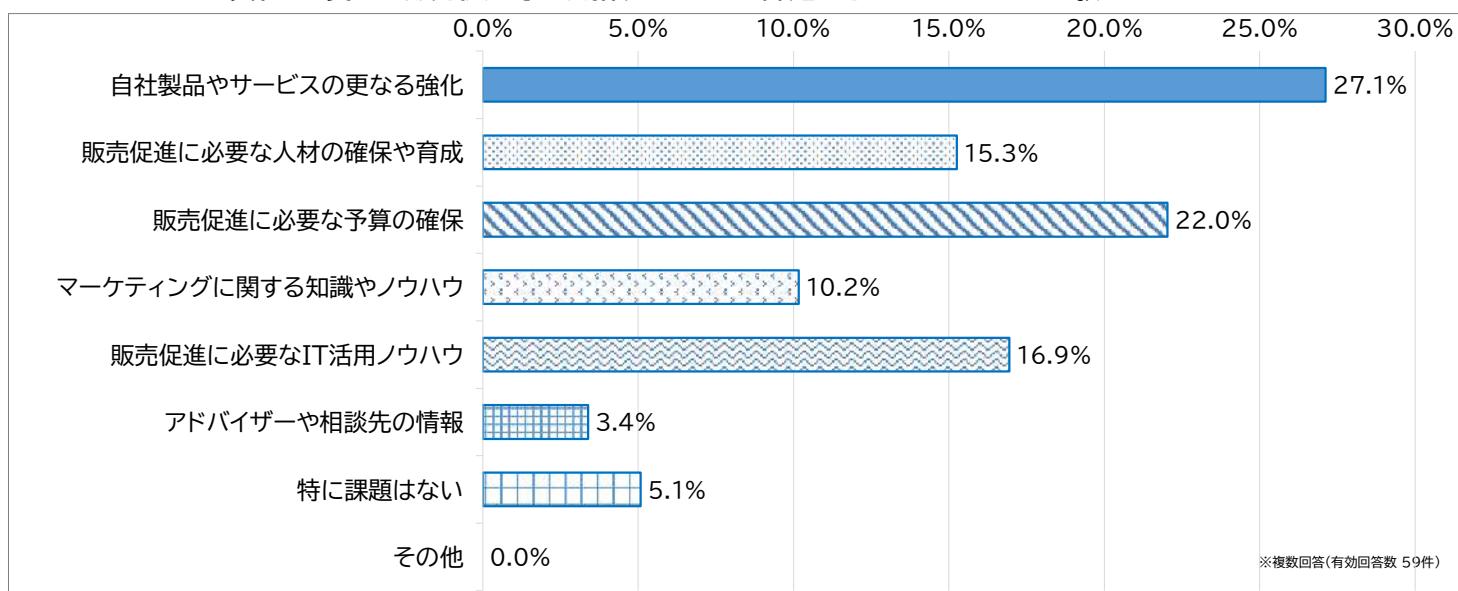
企業経営において重要な、新規顧客獲得・販売促進に向けた取り組みの実施状況について、貴社に当てはまるものを教えてください



貴社が、販売促進等のために既に実施している、もしくは実施を予定している取り組みについて、当てはまるものを教えてください

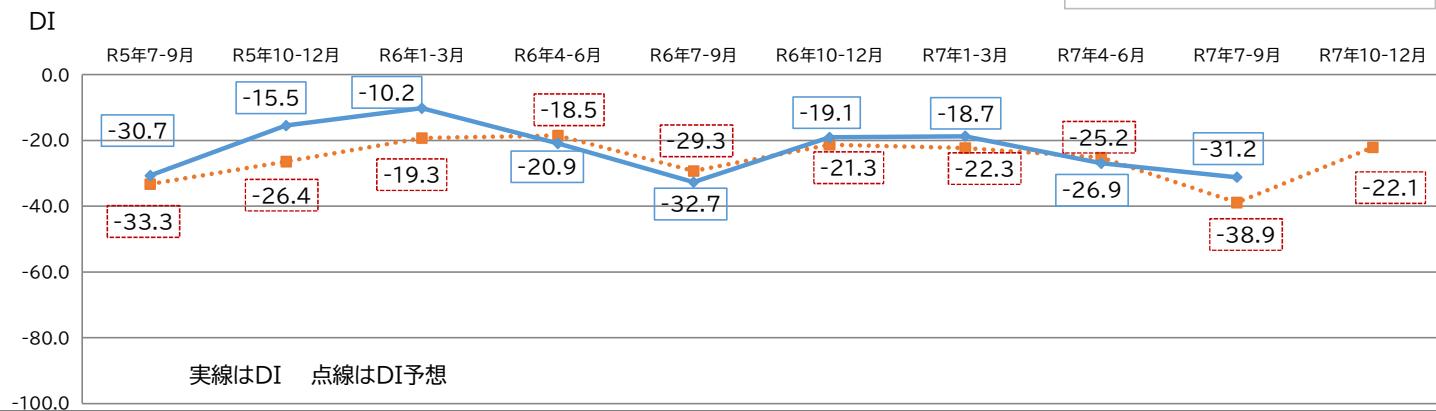


貴社が、更なる販売促進等を目指すにあたり、課題と感じることについて教えてください

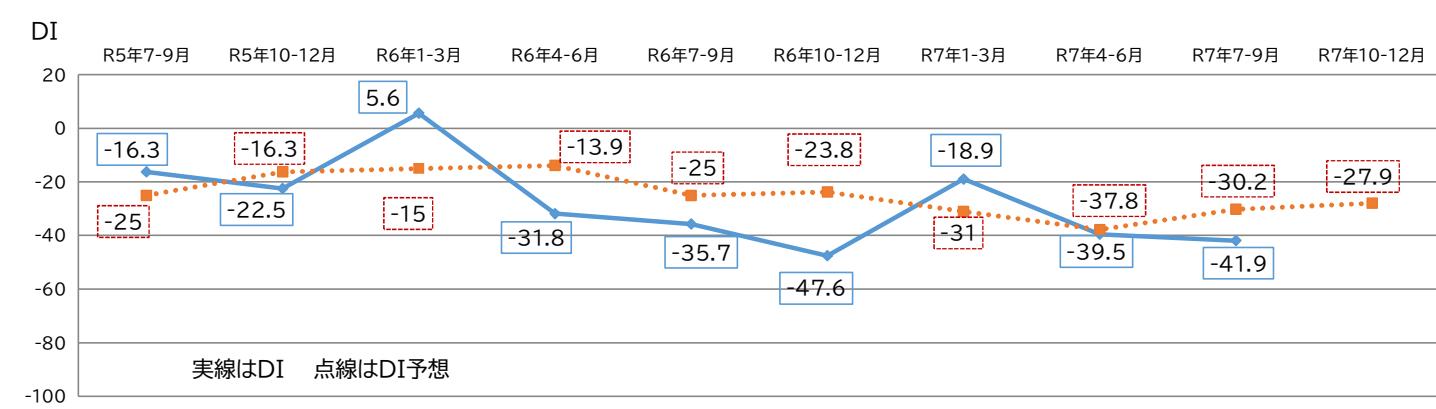


DIの推移(全業種)

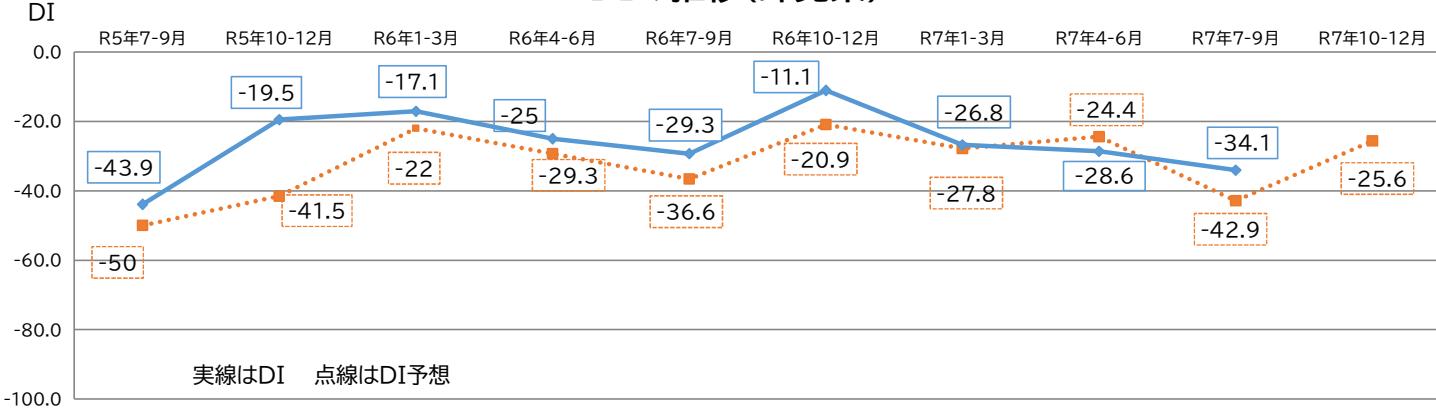
(注記)DI予想のR7年10~12月は、
R7年9月時点での予想



DIの推移(製造業)



DIの推移(卸売業)



DIの推移(小売業)

