

中小企業景況調査報告書

2025年10月～12月実績

1 調査の概要

- ・対象地区:石川県金沢市森本商工会管内
- ・調査方法:アンケート用紙の配布、回収
- ・調査期間:2025年10月～12月期(調査時期:2026年1月下旬)
- ・対象企業数および回答率:表1参照

表1 対象企業数および有効回答率

	調査対象企業数		有効回答企業数		有効回答率 (%)
	企業数	構成比 (%)	企業数	構成比 (%)	
小売業	10	20.0	10	20.0	100.0
サービス業	飲食以外	10	10	20.0	100.0
	飲食業	10	10	20.0	100.0
建設業	10	20.0	10	20.0	100.0
製造業	10	20.0	10	20.0	100.0
合計	50	100.0	50	100.0	100.0

- ・調査結果の分析、報告書作成:経営ビジネス相談センター株式会社
(〒150-0044 東京都渋谷区円山町 6-7)

令和8年2月
森本商工会

中小企業景況調査結果

2 調査結果

2-1 業況判断 DI(前期比)の推移

業況判断 DIとは、調査項目についての「好転」企業割合から、「悪化」企業割合を差し引いた値を指し、「変化の方向性」を把握するために用いられている。また、景気との相関性が非常に高く、景気動向を敏感に反映するため、株価の先行指数として重視されている。

業況判断 DIを業種別に算出すると、直近の海外景気や為替相場・原油相場、政府の経済対策等のマクロ的な景気変動の影響を業種毎に把握することもできる。なお、日本では比較的景気の良い場合も業況判断 DIがマイナスになる傾向がある。

全国および石川県の業況判断 DI(前期比)について、2007年第1四半期から今期までの推移を図1に示す。なお、森本については、景況調査を開始した2021年第2四半期以降のデータをプロットする。

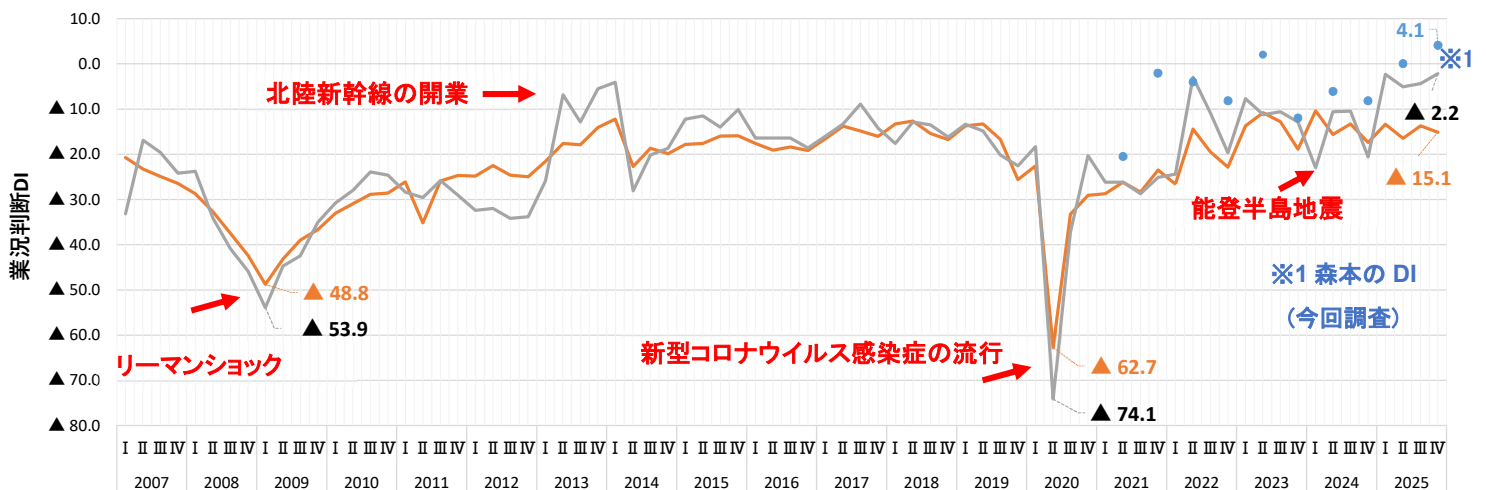


図1 業況判断 DI(前期比)の推移

【2025年10-12月期(以下、今期) 全業種の業況判断 DI】

全国の DI は 2 期ぶりにやや低下した。一方、石川県の DI は 2 期連続で上昇した。森本の DI は前回調査に続いて今回も上昇し、調査開始以来もっとも高い水準となった。

- 全国 ▲15.1 (前期差 1.4 ポイント減)
- 石川県 ▲2.2 (前期差 2.2 ポイント増)
- 森本 4.1 (前回調査との差 4.1 ポイント増)

2-2 森本における業況判断 DI(全産業・業種別)

森本における今期および来期見通しの業況判断 DI を図 2 に示す。また、調査開始時からの推移を図 3 に示す。各グラフには、比較のため全国値も記載する。

森本における全産業の今期(前期比)DI は、全国と比べると大幅に良好な水準となっている。一方、来期見通し DI はマイナスを示しており、先行きに対しては慎重な見方がうかがわれる。

今期(前期比)の DI を業種別に見ると、「建設業」と「サービス業」がプラス、「小売業」はゼロとなり、いずれも全国を大きく上回った。一方、「製造業」はマイナスにとどまったものの、全国よりはマイナス幅が小さかった。

調査開始時からの推移では、「建設業」が 2024 年第 2 四半期から 4 回連続でプラス圏を維持し、安定している。

「小売業」は大幅に上昇した前回調査に続き、今回も大幅に上昇し、DI はゼロまで改善した。

「サービス業」は 2024 年第 2 四半期から 3 回連続で DI がゼロであったが、今回調査では大幅に上昇し、3 調査ぶりにプラス圏へと改善した。サービス業を「飲食業」と「飲食以外」に分けてみると、「飲食業」は前回から大幅に改善し、マイナス幅を縮小した。「飲食以外」は前回と同じ 30.0 で推移し、好調を維持している。

「製造業」は 2024 年第 2 四半期から 2 回連続で大幅に上昇してきたが、今回は前回とほぼ変わらず横ばいとなり、マイナス圏にとどまった。

今回のコメントからは、業種を問わず「新たな需要の創出」や「付加価値の向上」を重視する姿勢が強くうかがえた。

「サービス業」では、既存顧客に依存しない取組みとして、次世代層へのアプローチや、専門性を高めることで顧客数増につなげるなど、新規顧客の開拓や顧客基盤の広がりが成果として表れている。

「建設業」では、業況判断の根幹を受注としつつも、単なる受注量ではなく利益率を確保できる高付加価値案件の獲得が重要であり、そのためには高度な営業力が不可欠との認識が示された。

「製造業」では、観光客の来訪による売上変動が大きいとの指摘があり、外部環境の影響を受けやすい中で、新企画の創出や商品力の強化といった継続的な工夫が求められている。

これらを総合すると、地域企業は共通して 既存市場の維持だけでは成長が難しいとの危機感を持ち、「新規顧客層の開拓」、「付加価値の高い商品・サービスの提供」、「外部環境の変化に応じた企画力・提案力の強化」といった取り組みを通じて、業況改善を図ろうとする姿勢が確認できる。こうした動きは、今後の持続的な地域経済の発展に向けた重要な方向性を示していると言える。

コメント

- ・日本経済の明るい話題がない年だった。小売りは顧客の財布事情を大きく反映するので厳しい年となりました。新たな取り組みを考えていかないといけない危機感があります。[小売業]
- ・既存の客層だけでなく、「こども無料デー」などの次世代につながる取り組みが少しずつ広がりを見せており、新規開拓につながっている。[サービス業(飲食以外)]
- ・教科指導の特化で、保護者の期待に応えることができ、生徒増につながられた。
[サービス業(飲食以外)]
- ・業況判断のベースは何とんでも受注です。ただし、数が多ければ良いというものではありません。利益率を確保できる案件を受注することであり高付加価値の案件を獲得できるトップ営業の存在が不可欠だと考えています。[建設業]
- ・観光客の来沢によって売上にも大きな差が出ていると感じます。絶えず新企画等を打ち出すアイデアが必要かと思います。[製造業]

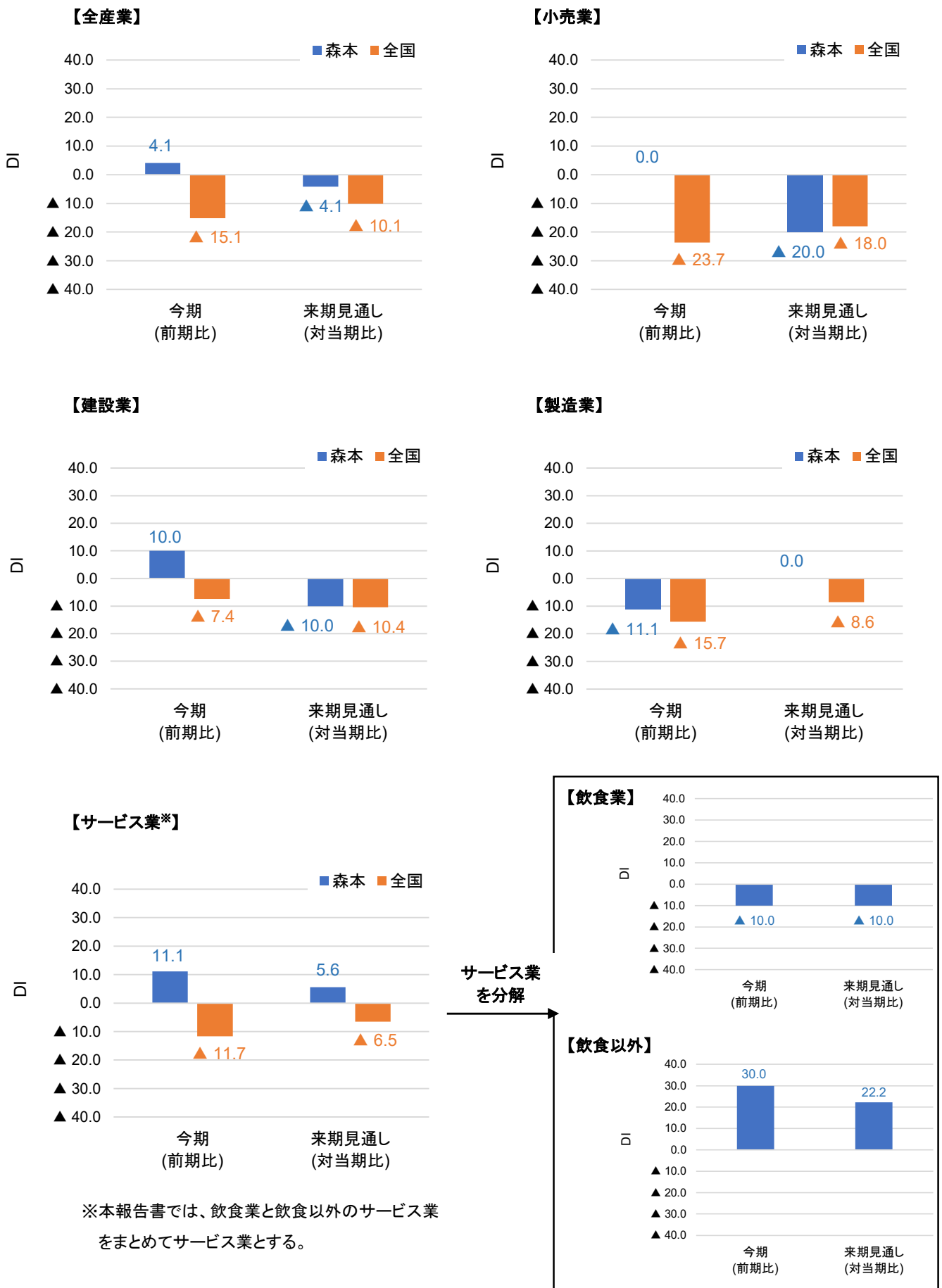
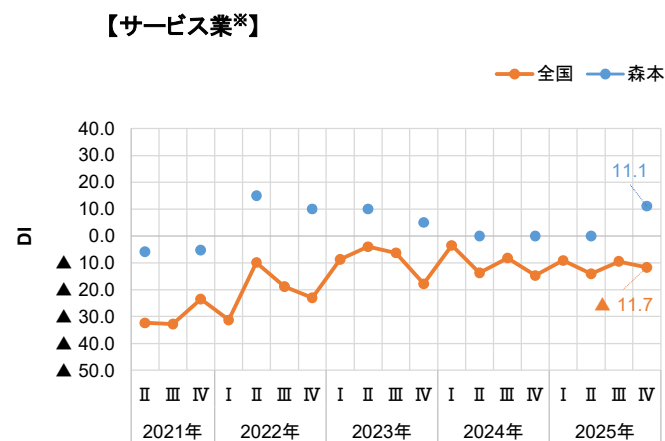
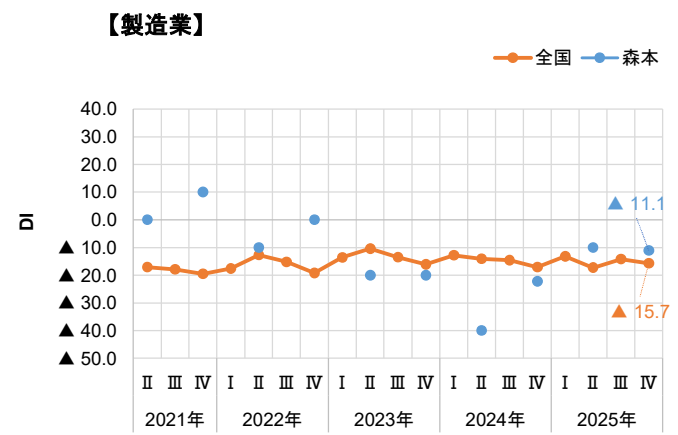
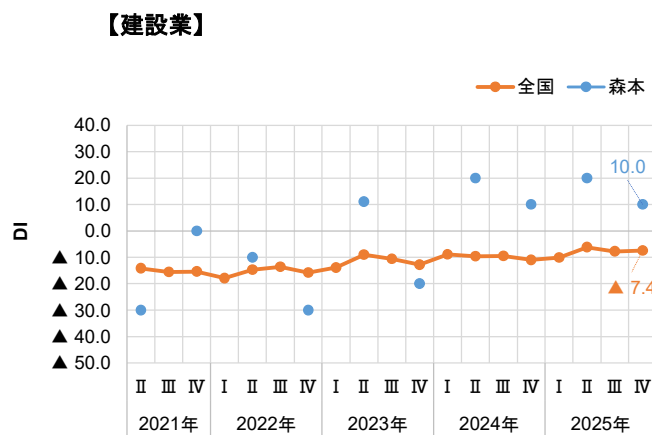
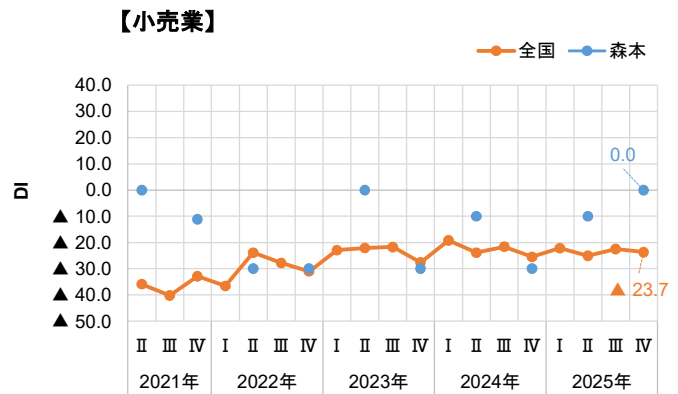
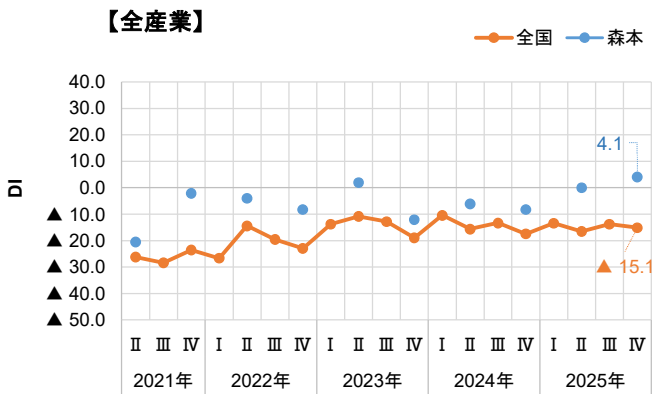


図2 全産業および業種別の業況判断DI



※本報告書では、飲食業と飲食以外のサービス業をまとめてサービス業とする。

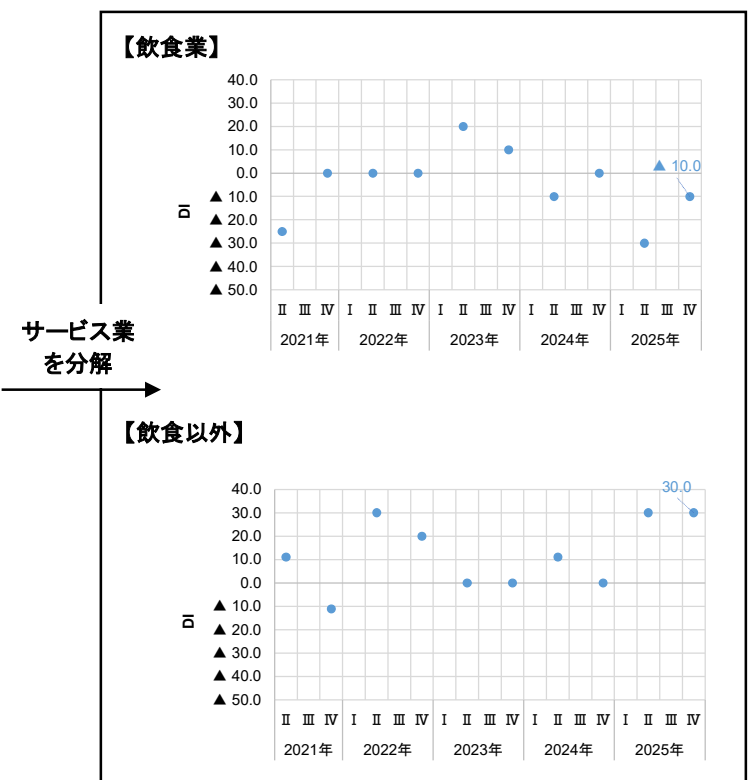


図3 前回調査からの推移:全産業および業種別の業況判断 DI (前期比)

2-3 森本における商品(材料)仕入単価 DI

商品(材料)仕入単価 DIとは、調査項目についての「上昇」企業割合から、「低下」企業割合を差し引いた値を指し、「変化の方向性」を示すものである。

全国の全業種に関する「原材料・商品仕入単価 DI」は、2期ぶりにややプラス幅が拡大した。業種別では「小売業」、「サービス業」、「建設業」、「製造業」でプラス幅が拡大した。「卸売業」はプラス幅がやや縮小した。

本項では森本における「原材料・商品仕入単価 DI」を全国値と比較して図4に示す。また、調査開始時からの推移を図5に示す。

森本の「原材料・商品仕入単価 DI」は、前回の調査に続き2回連続で低下した結果62.5となり、全国値を下回った。また、来期の見通しでも全国値を下回っている。

業種別の「原材料・商品仕入単価 DI」は、「製造業」が30.0で全国値を大きく下回っている。また「サービス業」も61.1であり、全国値を下回った。ただし、サービス業を「飲食」と「飲食以外」に分けてみると、「飲食以外」は25.0と低いが、「飲食業」は90.0を示し高止まりの状態である。「小売業」は70.0で全国値をやや上回った。「建設業」は90.0で、全国値を大幅に上回った。

DIの推移を見ると、「建設業」では2021年第4四半期以降、『上昇』と回答する割合が8割以上で推移しており、高止まりの状態が続いている。

「小売業」では、2023年第4四半期にプラス幅が一時的に縮小したものの、その後は『上昇』の回答割合が6~7割で横ばいとなっており、改善の動きは鈍い状況が続いている。

「製造業」では、2022年第2四半期で上昇の回答割合が10割となったが、その後、順調に改善2024年第4四半期に一旦上昇したものの、その後は再度改善傾向にある。

「サービス業」では、2022年第2四半期以降、『上昇』回答が7~8割で横ばいが続いていた。2023年第4四半期には一旦改善がみられたものの、その後は再び上昇に転じていたが、今回は2調査連続で改善が確認された。

サービス業を「飲食」と「飲食以外」に分けると、「飲食」では『上昇』回答が9割に達し、高止まりの状況が続いている。一方、「飲食以外」では2024年第4四半期まで続いた高止まりが解消され、その後は大幅な改善が進んでいる。

コメントからは、物価高が依然として企業活動に大きな影響を与えており、『コスト上昇への対応力』が業況を左右する主要な課題となっていることが明らかになった。

まず、「サービス業(飲食)」では、原材料価格の上昇による利益率の低下が深刻で、外食控えなど需要の弱さも重なり厳しい状況が続いている。一方で、来店客数が増加し景気回復を感じるとの回答もあり、需要動向には業種・店舗ごとの差が大きいことがうかがえる。

「建設業」では、建材価格の高騰が続く中で、施主の予算内で希望を実現することが難しくなっており、代替案の提示や工夫にも限界が見え始めているとの声があった。また、仕入れ価格の上昇分を概ね転嫁できている企業もあり、価格転嫁の可否が受注の安定性を左右している状況が読み取れる。建設業の一部では、物価高が長期化する中で「高騰はやむを得ない」という受け止めが広がりつつあるとの指摘もみられた。

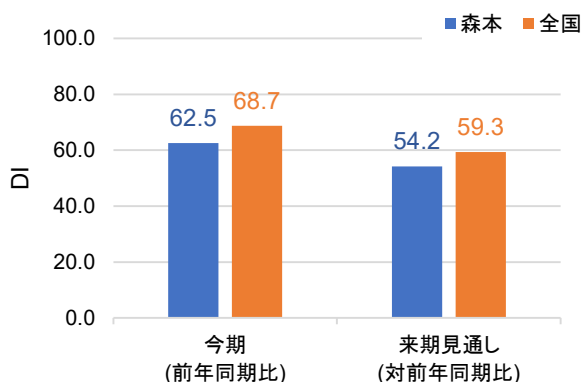
「製造業」では、材料価格がわずかに下がったものの、依然として高止まりが続いているとの認識が示され、コスト負担の重さは解消していない。

これらを総合すると、物価高は依然として企業の収益を圧迫しているが、「価格転嫁の可否」、「需要の強弱」、「代替案や工夫の余地」といった要素によって、企業ごとの影響度に差が生じている。今後は高止まりするコスト構造への対応力が業況改善の鍵となることが示唆される。

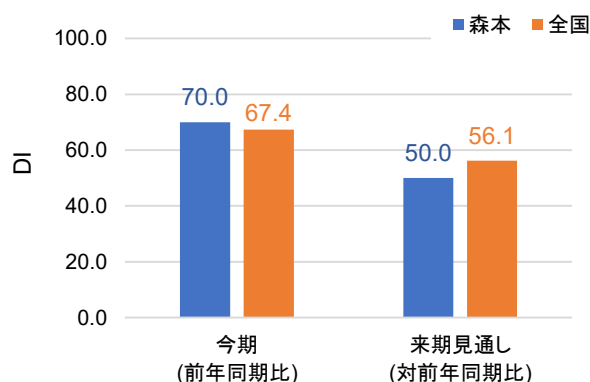
コメント

- ・最近の物価の値上がりで、利益率が下がりかなり苦しい。お客様も外食を控えている感が強い。景気の悪さの影響だろうと思う。値上げもしたいがづらいところだと思う。 [サービス業(飲食)]
- ・物価が高騰しているため飲食店は厳しくなっていくと思っていましたが、お客様の来店数が増え景気が上向きになっているのを感じます。 [サービス業(飲食)]
- ・ざっくりと物価高の悪い部分が影響している。客数の減少については、自社のこなせる数が減少しているので仕方ないし、逆に減少させている部分もある。商品仕入れが高くなるので、客からの持ち込みを受け入れ、工賃収入でまかなう部分もある。 [サービス業(飲食以外)]
- ・建材価格の高騰が続くなか、施主の予算内で希望を実現することは以前にも増して困難となっている。多くの選択肢や代替案を提示し工夫を重ねてきたものの、その対応にも限界が見え始めている(受注につなげる厳しさ)。 [建設業]
- ・受注安定、ほぼ仕入れ価格上昇分の転嫁ができ従来とほぼ変わらぬ推移です。 [建設業]
- ・仕入れ価格が高く見積金額も高くなっているが全ての物が高騰しているので、仕方ない考えが浸透してきたように思える。景気対策の補助金により売上も少し延びたようだ。 [建設業]
- ・材料の仕入単価が去年よりわずかに下がったが高止まりのまま続いている。 [製造業]

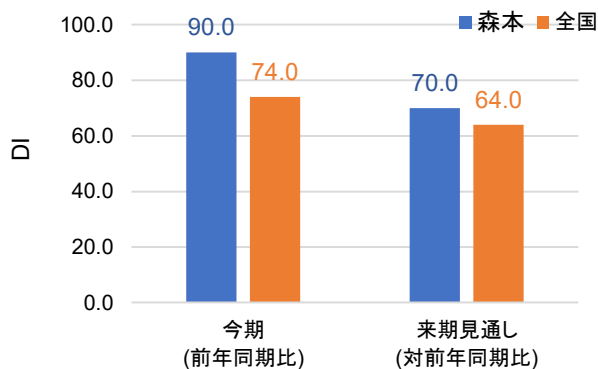
【全産業】



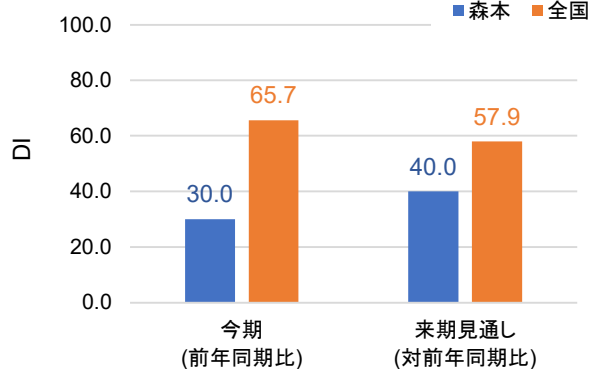
【小売業】



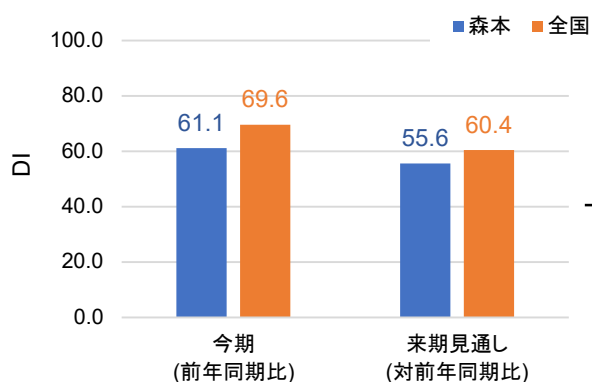
【建設業】



【製造業】

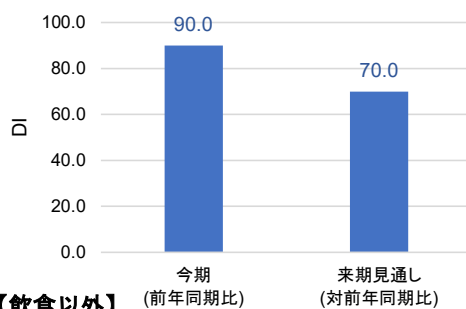


【サービス業※】

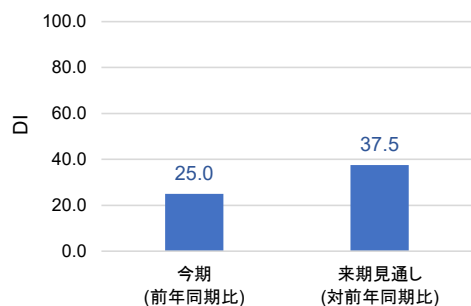


サービス業
を分解

【飲食業】



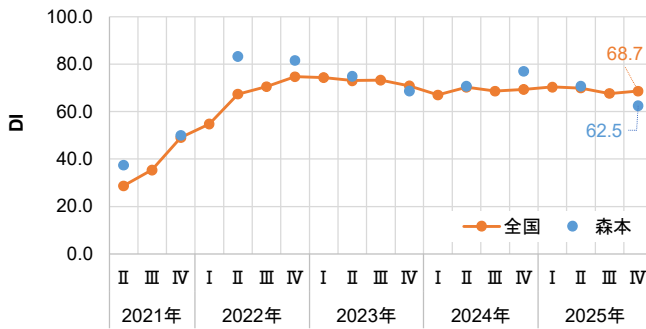
【飲食以外】



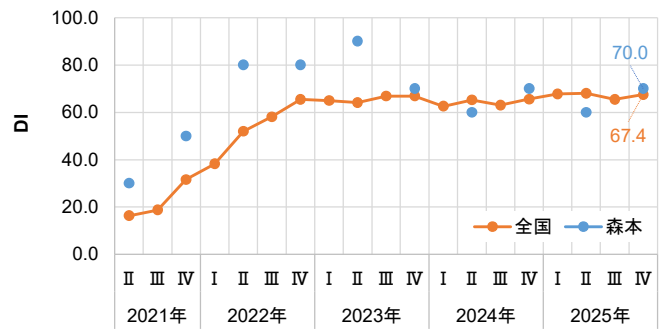
※本報告書では、飲食業と飲食以外のサービス業をまとめてサービス業とする。

図4 商品(材料)仕入単価 DI

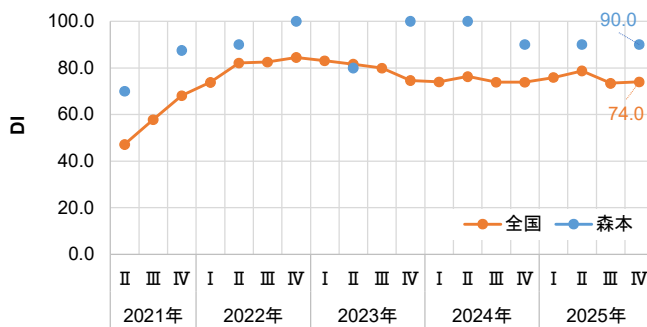
【全産業】



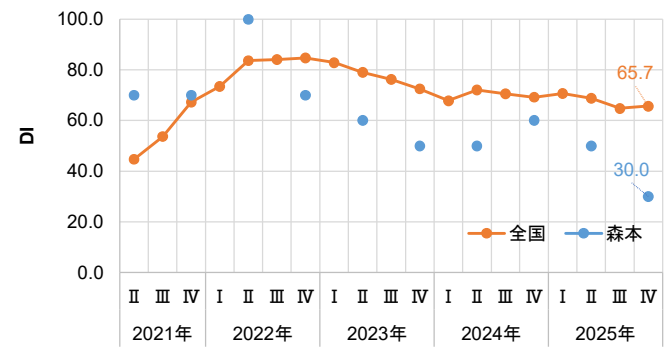
【小売業】



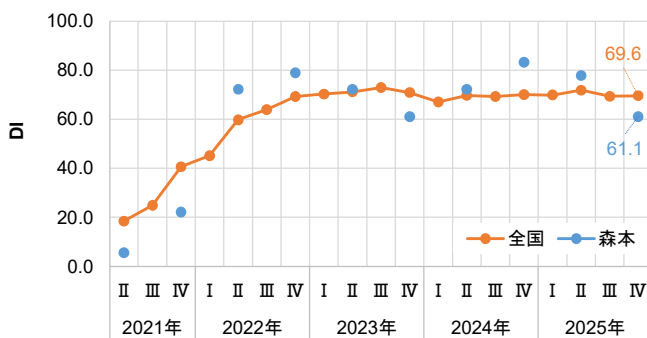
【建設業】



【製造業】

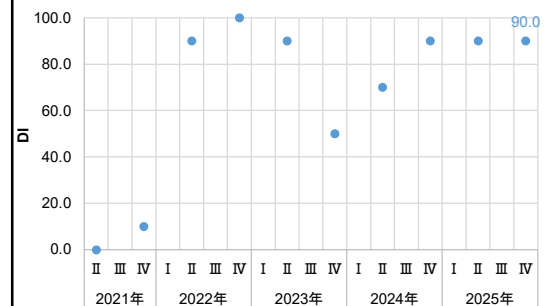


【サービス業※】

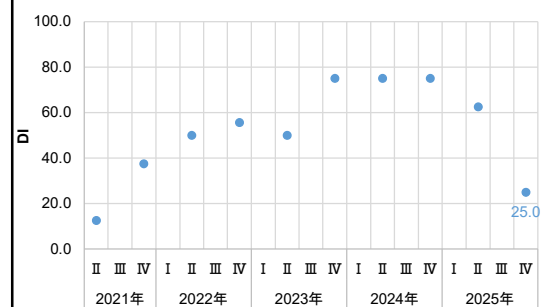


サービス業を分解

【飲食業】



【飲食以外】



※本報告書では、飲食業と飲食以外のサービス業をまとめてサービス業とする。

図5 前回調査からの推移:全産業および業種別の商品(材料)仕入単価DI(前年同期比の推移)

2-4 森本における設備投資の状況

森本における設備投資の実績および来期計画を図6に示す。比較のため全国値も記載する。

今期における森本の設備投資は、「土地」、「生産・販売等の機械・設備」、「車両・運搬具」、「OA機器」、「その他」で実施された。「土地」と「生産・販売等の機械・設備」の構成比は全国を上回った。また、「車両・運搬具」の構成比は全国と同等、「OA機器」の構成比は全国より低かった。

来期は、「土地」、「生産・販売等の機械・設備」、「車両・運搬具」、「倉庫・駐車場等付帯設備」、「OA機器」、「福利厚生施設」、「その他」で設備投資が計画されている。

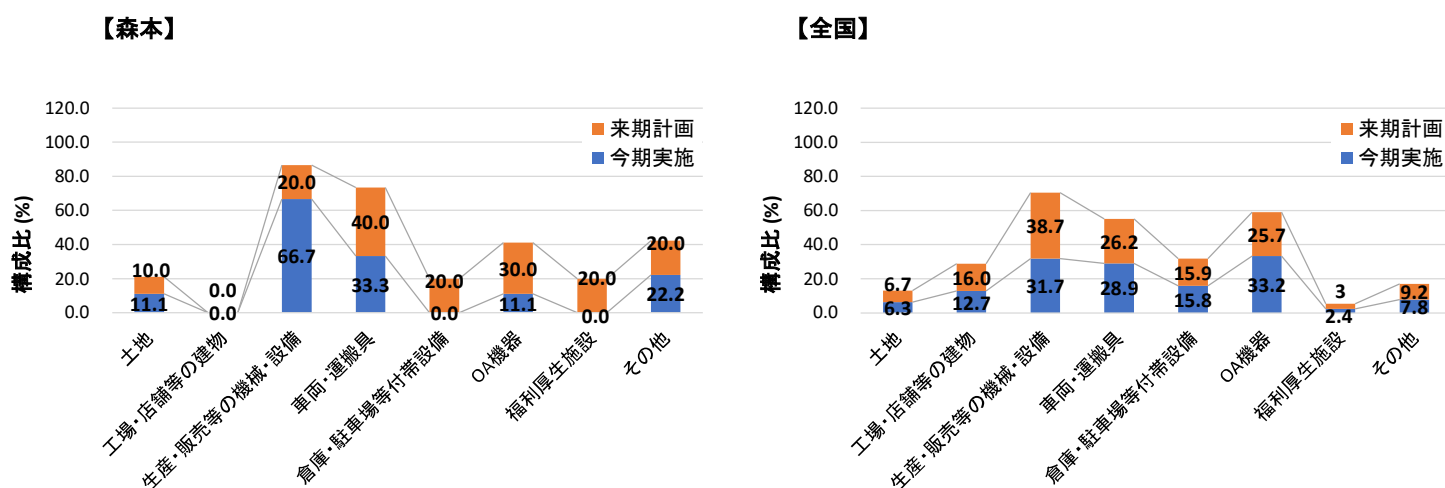


図6 設備投資の内容

2-5 全国における経営上の問題点

全国における「経営上の問題点(重要度1位)」の推移を図7に示す。多くの中小企業が原材料・仕入価格の高騰、人手不足、需要の弱さといった複数の課題に同時に向き合っており、経営環境は依然として厳しい状況にある。

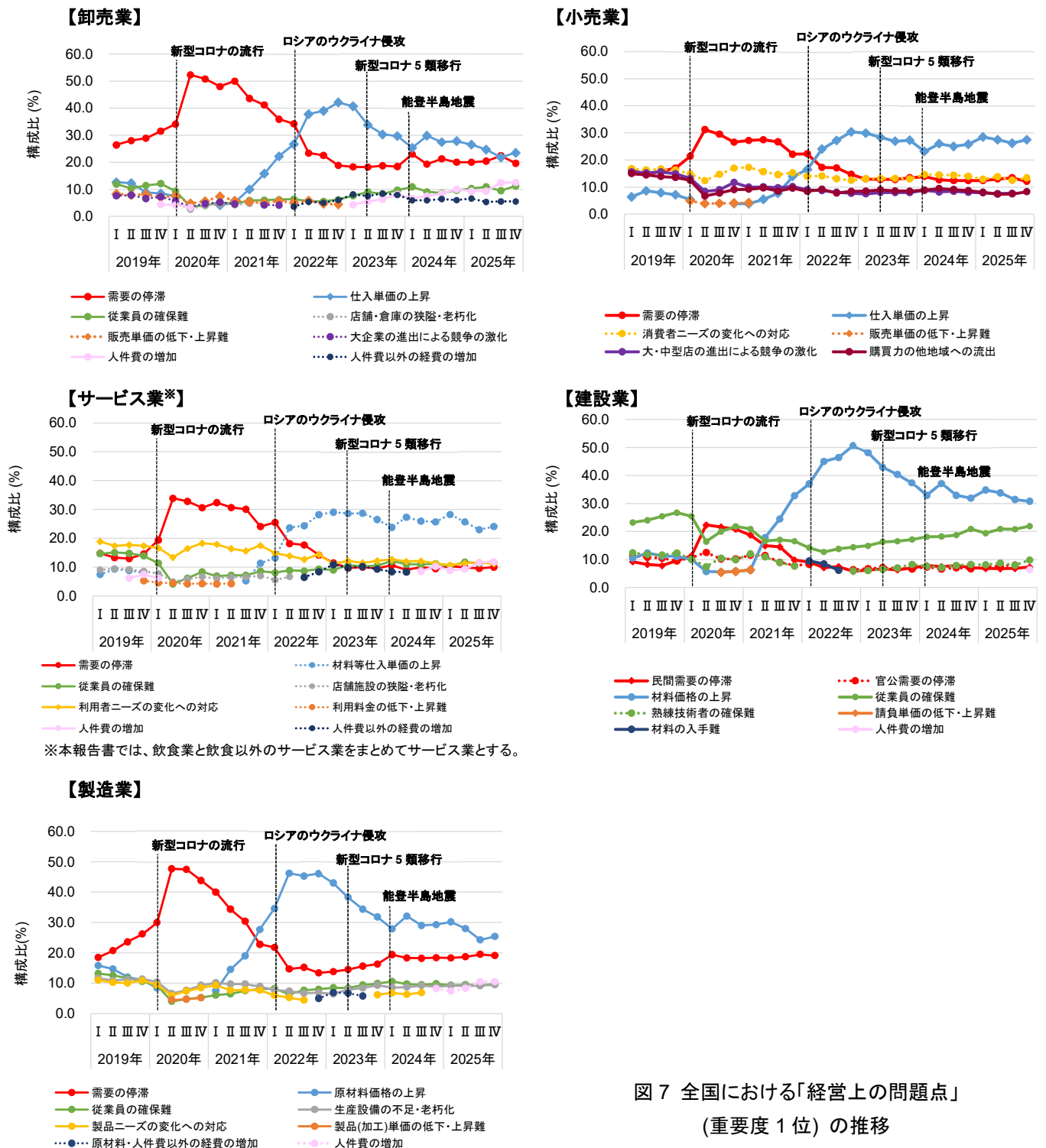
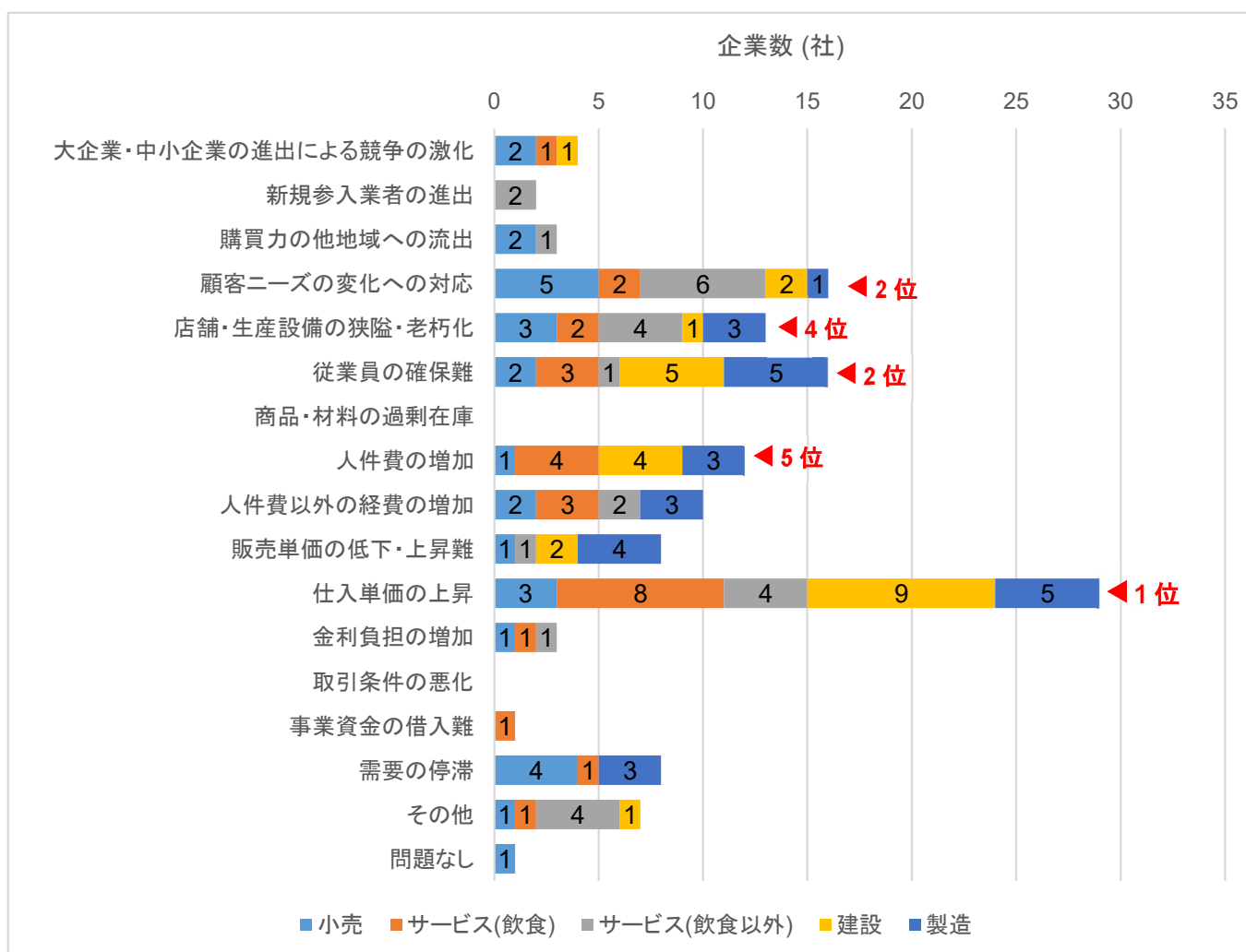


図7 全国における「経営上の問題点」(重要度1位)の推移

2-6 森本における経営上の問題点

森本における「経営上の問題点(重要度1～3位)」に挙げられた内容を合算して図8に示す。

森本の経営上の問題点は、前回調査と同様、「仕入単価」が圧倒的に多く1位となった。次いで、「従業員の確保難」および「顧客ニーズの変化への対応」が同数で2位に並んだ。以下、「店舗・生産設備の狭隘・老朽化」、「人件費の増加」が続いた。



1位	2位	3位	4位	5位
仕入単価の上昇 [30社]	従業員の確保難 [16社]	需要の停滞 [15社]	店舗・生産設備の狭隘・ 老朽化 [12社]	顧客ニーズの 変化への対応 [11社]
前回:1位 [30社]	前回:2位 [16社]	前回:3位 [15社]	前回:4位 [12社]	前回5位:[11社]
前々回:1位 [22社]	前々回:3位 [14社]	前々回:3位 [14社]	前々回:5位 [9社]	前々回2位:[16社]

図8 森本における経営上の問題点

- ・1位: 仕入単価の上昇 [29社] -----サービス業(飲食)、建設業で約6割を占める。
- ・2位: 従業員の確保難 [16社] -----建築業、製造業で約6割を占める。
- ・2位: 顧客ニーズの変化への対応 [16社] ---小売業、サービス業(飲食以外)で約7割を占める。
- ・4位: 店舗・生産設備の狭隘・老朽化[13社] --小売業、サービス業(飲食以外)、製造業で約8割を占める。
- ・5位: 人件費の増加 [12社] -----サービス業(飲食)、建設業で約7割を占める。

コメントからは、「コスト上昇」、「人手不足」、「需要変化」、「震災後の特殊事情」という4つの大きなテーマが地域の経営課題として共通していることが明確になった。特に、「価格転嫁が進まず収益改善につながらない」、「人手不足が受注機会の損失や業務停滞を招いていること」、「市場環境の変化により既存の商売が成長しにくい」、「震災関連需要はあるが、距離・人員・コストの制約が大きい」といった点が、業種を超えて経営上の問題点として共有されている。

コメント

- ・仕入れ単価が高くなってきた。 [小売業]
- ・他社との販売の競争やオール電化などで顧客減少が引き続きあり得る。 [小売業]
- ・人手不足の状況が続いているが、外部委託に充てる十分な費用を確保することが難しく、また新規雇用を行うほどの業務量や安定性を見通せない状況にある。 [サービス(飲食以外)]
- ・客単価をマップにしたいが現状難しい。安売り店の増加。 [サービス(飲食以外)]
- ・能登地震後、能登方面での住宅や作業場などの新築工事が増えていますが現地に行くまでに2時間半程かかり、ガソリン代など費用が遠方の分かっております。また人手不足で人員が足りない状況です。 [建設業]
- ・不変ということは安定しているともとれば停滞しているともとれる。
従業員の教育の課題に取り組み、若手社員の成長こそが好転に結び付くと考えている。 [建設業]
- ・毎年のことですが人手不足には悩まされています。働き方改革で天候次第の工事でも進めることができず困っています。このまま働き方改革が進むと日本はどうなってしまうのか心配です。 [建設業]
- ・震災後の解体工事が終わり、次はリフォームなどの需要が出てくると思うが1月末の時点では昨年とかわっていない感じ。 [建設業]
- ・人手不足の状況が常に続いている。仕事があっても、受注できないケースもある。 [製造業]
- ・長い間半導体の仕事が減っているが、統計では過去最高を更新しているという不思議な事がおきており、いつ良くなるか?という不安がつきまとう状態である。2026年に良くなる事を願う。 [製造業]
- ・商品単価が上がっても全体の予算があまり変わらないので利益としたら変化が薄いです。 [製造業]

2-7 森本の会社代表者を対象にした幸福度調査

近年、企業での働き方改革、健康経営などのニーズの高まりに伴い、働く人々の幸福度を定量的に調査し、経営に活かす取り組みがなされている。

本アンケート調査では、森本の会社代表者 50 人(34～82 歳、平均年齢 57.4 歳)を対象に現在の幸福度を調査した。なお、主観的幸福度の総合指標としては、「幸福学の父」と言われる Ed Diener による人生満足尺度 (SWLS) を利用した。また、主観的幸福度の内訳として、慶應義塾大学大学院 システムデザイン・マネジメント研究科の前野隆司教授が考案した「幸せの 4 つの因子」(幸せの心的特性を 4 つの指標に分けて捉える評価方法)を計測した。

人生満足尺度 (SWLS) の結果を表 2 および図 9 に示す。

人生満足尺度 (SWLS) の計測では、過去 4 回の調査と同様に、森本の会社代表者が全国と同等の主観的幸福度を感じていた。

-2025 年 10～12 月期実施 (今回調査)	:22.62 ポイント
-2024 年 10～12 月期実施	:23.23 ポイント
-2023 年 10～12 月期実施	:23.28 ポイント
-2022 年 10～12 月期実施	:22.32 ポイント
-2021 年 10～12 月期実施	:21.94 ポイント

表 2 人生満足尺度 (SWLS) の計測結果

●人生満足尺度 (SWLS)	森本の経営者 (n=50名)	全国 (n=15,028名)	全国との差
ほとんどの面で、私の人生は私の理想に近い	4.28	4.47	-0.19
私の人生は、とてもすばらしい状態だ	4.42	4.61	-0.19
私は自分の人生に満足している	4.78	4.68	0.10
私はこれまで、自分の人生に求める大切なものを得てきた	4.94	5.06	-0.12
もう一度人生をやり直せるとしても、ほとんど何も変えないだろう	4.20	3.72	0.48
	22.62	22.54	0.08

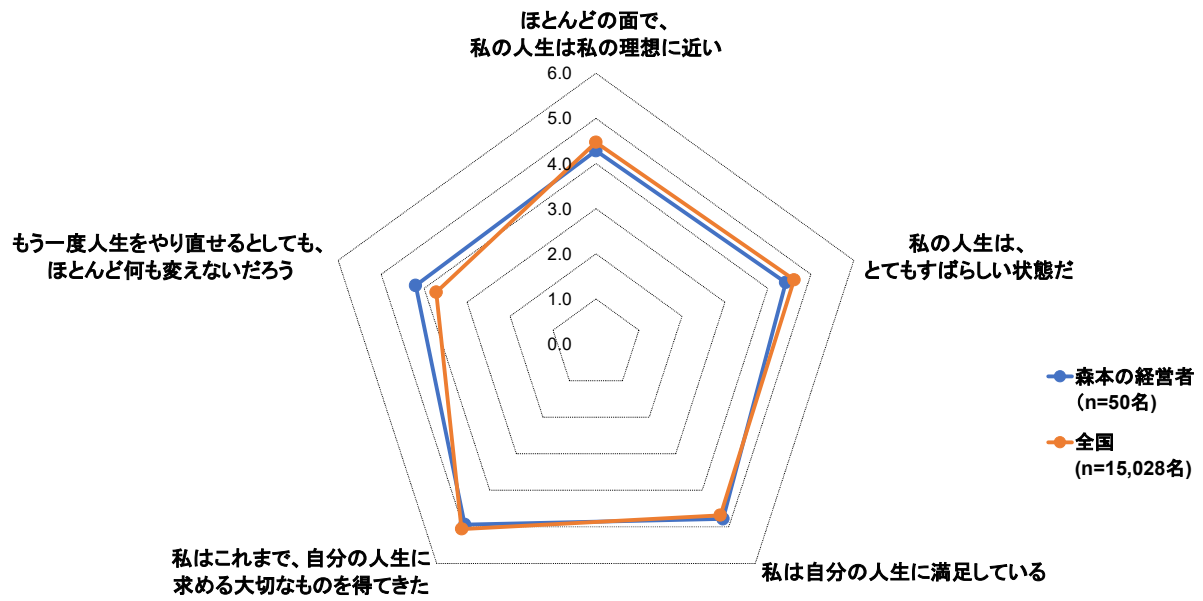


図9 人生満足尺度(SWLS)の計測結果

次に主観的幸福度の内訳として、「幸せの4つの因子」を計測した結果を表3および図10に示す。

「幸せの4つの因子」を基にした森本の会社代表者の幸福度は、「第1因子」が全国平均と比べて低かった。また、第1因子の構成要素では「コンピテンス」と「個人的成長」が全国より低かった。また、「第2因子」は全国と同等、第3因子と第4因子は全国より高かった。

表3 幸せの4つの因子の計測結果

●第1因子「やってみよう！」因子(自己実現と成長の因子)		森本の経営者 (n=50名)	全国 (n=15,028名)	全国との差	
コンピテンス	私は有能である	3.32	4.32	-1.00	-2.01
社会の要請	私は社会の要請にに応じている	4.16	4.35	-0.19	
個人的成長	私のこれまでの人生は、変化、学習、成長に満ちていた	4.44	5.09	-0.65	
自己実現	今の自分は「本当になりたかった自分」である	3.92	4.09	-0.17	
●第2因子「ありがとう！」因子(つながりと感謝の因子)		森本の経営者 (n=50名)	全国 (n=15,028名)	全国との差	
人を喜ばせる	人の喜ぶ顔が見たい	5.84	6.07	-0.23	-0.30
愛情	私を大切に思ってくれる人たちがいる	5.68	5.85	-0.17	
感謝	私は、人生において感謝することがたくさんある	6.10	6.14	-0.04	
親切	私は日々の生活において、他者に親切にし、手助けしたいと思っている	5.88	5.74	0.14	
●第3因子「なんとかなる！」因子(前向きと楽観の因子)		森本の経営者 (n=50名)	全国 (n=15,028名)	全国との差	
楽観性	私はものごとが思い通りにいくと思う	4.08	4.49	-0.41	0.75
気持ちの切り替え	私は学校や仕事での失敗や不安な感情をあまり引きずらない	4.42	3.78	0.64	
積極的な他者関係	私は他者との近しい関係を維持することができる	5.06	4.72	0.34	
自己受容	自分は人生で多くのことを達成してきた	4.60	4.42	0.18	
●第4因子「あなたらしく！」因子(独立とマイペースの因子)		森本の経営者 (n=50名)	全国 (n=15,028名)	全国との差	
社会的比較のなさ	私は自分のすることと他者がすることをあまり比較しない	5.02	4.01	1.01	1.31
制約の知覚のなさ	私に何ができて何ができないかは外部の制約のせいではない	5.30	5.22	0.08	
自己概念の明確傾向	自分自身についての信念はあまり変化しない	5.38	5.21	0.17	
最大効果の追求のなさ	テレビを見るときはあまり頻繁にチャンネルを切り替え過ぎない	4.60	4.55	0.05	

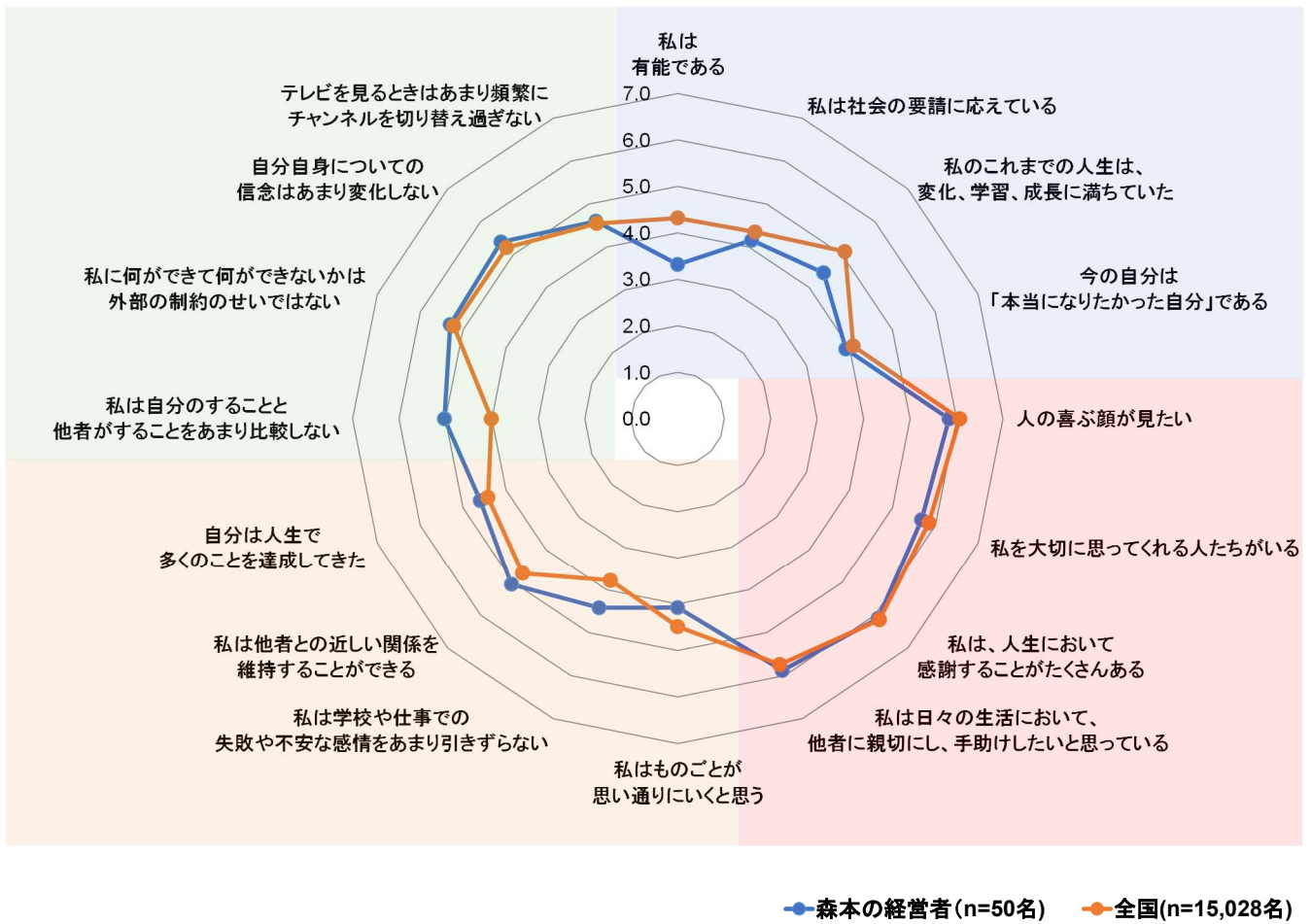


図 10 幸せの4つの因子の計測結果

以上