

景氣動向調査

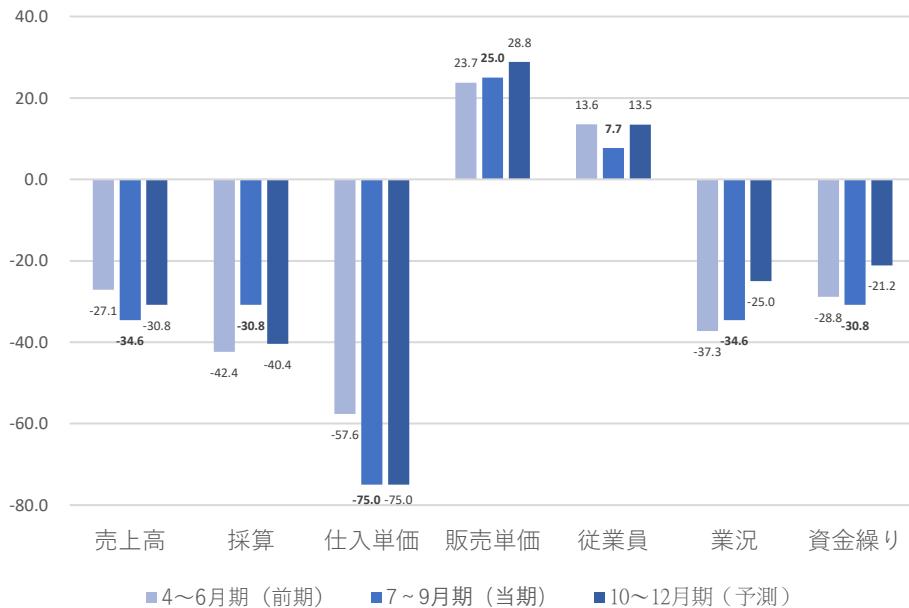
令和 7 年 7 ~ 9 月期

塩釜商工会議所

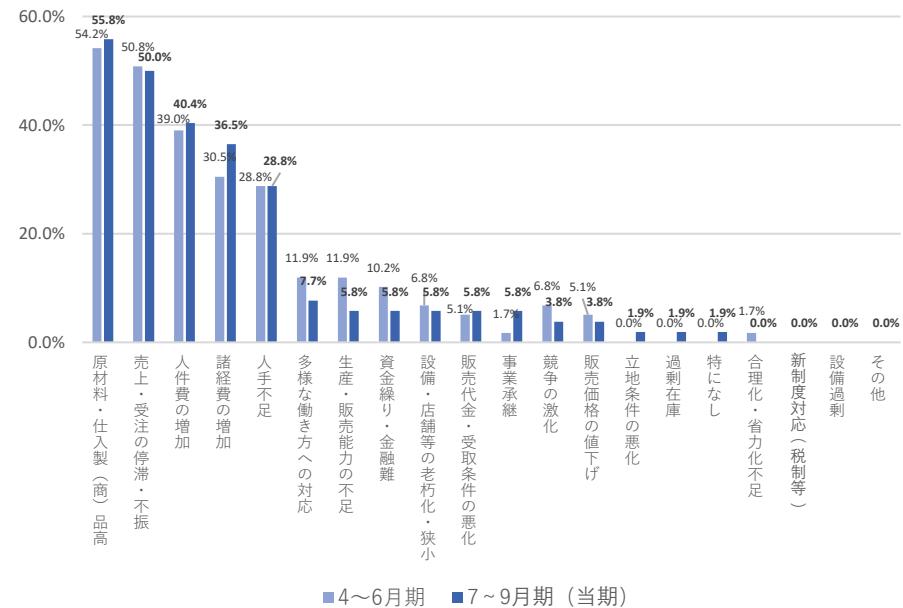
1. 調査総評

▼全業種平均D.I.値

※ D.I. = (増加・好転などの回答割合) - (減少・悪化などの回答割合)



▼経営上の課題



- 「売上高」は、-34.6(前期-27.1、前期差7.5ポイント減)となり、マイナス幅が拡大した。次期予測は-30.8で、マイナス幅が縮小する結果となった。
- 「仕入単価」は、-75.0(前期-57.6、前期差17.4ポイント減)となり、マイナス幅が拡大した。次期予測も-75.0で、横ばいの結果となった。
- 「業況」は、-34.6(前期-37.3、前期差2.7ポイント増)となり、マイナス幅が縮小した。次期予測は-25.0で、更にマイナス幅が縮小する結果となった。

- 前期に続き、「原材料・仕入製（商）品高」に最も多くの回答が集まり、55.8% (前期54.2 %、前期差1.6%増)を記録した。
- 「売上・受注の停滞・不振」は、前期の50.8%から0.8%減の50.0%となつたが、依然として高い回答割合にある。
- 「人件費の増加」は、前期の39.0%から1.4%増の40.4%を記録した。
- 「諸経費の増加」は、前期の30.5%から6.0%増の36.5%を記録した。

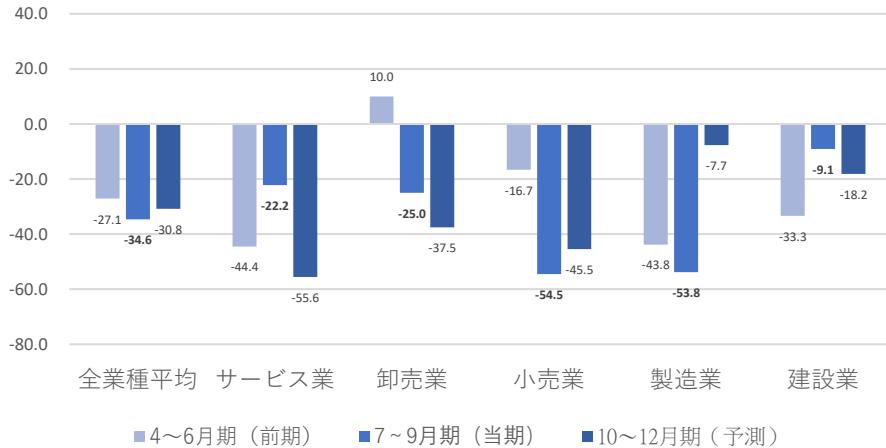
2. D.I. 調査 設問別特記事項

売上高	<ul style="list-style-type: none">全業種がマイナスの値となった。特に小売業が-54.5(前期-16.7、前期差37.8ポイント減)となり、マイナス幅を拡大した。前期でプラスの値だった卸売業は-25.0(前期10.0、前期差35.0ポイント減)と、マイナスの値に転じた。次期について、全業種でマイナスの値となり、特にサービス業は-55.6(当期-22.2、前期差33.4ポイント減)と、大幅に落ち込む結果となつた。
採算	<ul style="list-style-type: none">前期に続き、全業種がマイナスの値となったが、卸売業以外の業種がマイナス幅を縮小する結果となつた。前期でプラスからマイナス値に転じた卸売業は-25.0(前期-10.0、前期差15.0ポイント減)と、マイナス幅を拡大した。次期について、サービス業と製造業が横ばい、その他の業種はマイナス幅を拡大する予測となつた。
仕入単価	<ul style="list-style-type: none">依然として全業種がマイナスの値となった。サービス業は前期よりマイナス幅が縮小した一方、その他の業種でマイナス幅を拡大した。特に小売業は-90.9(前期-41.7、前期差49.2ポイント減)を記録した。次期については、サービス業がマイナス幅を縮小、建設業がマイナス幅を拡大、その他の業種は横ばいの予測となつた。
販売単価	<ul style="list-style-type: none">前期は全業種でプラスの値となったが、今期はサービス業のみマイナスの値に転じ、-11.1(前期11.1、前期差22.2ポイント減)を記録した。小売業、製造業、建設業でプラス幅が拡大した。次期について、小売業がプラス幅を拡大、サービス業は±0.0、その他の業種は横ばいの予測となつた。
従業員	<ul style="list-style-type: none">小売業が±0.0(前期16.7、前期差16.7ポイント減)となり、その他の業種はプラスの値となった。次期について、小売業と建設業がプラス幅を拡大し、その他の業種は横ばいの予測となつた。 <p>※ 0を除く正の値は従業員数「不足」、負の値は従員数「過剰」を表す</p>
業況	<ul style="list-style-type: none">依然として全業種がマイナスの値となった。サービス業と小売業で前期よりマイナス幅が拡大した一方、他の業種はマイナス幅が縮小した。次期について、小売業と製造業がマイナス幅を縮小、建設業はマイナス幅が拡大、その他の業種は横ばいの予測となつた。
資金繰り	<ul style="list-style-type: none">全業種がマイナスの値となった。特に建設業が-45.5(前期-25.0、前期差20.5ポイント減)を記録し、マイナスが拡大した。次期予測について、卸売業と製造業がマイナス幅を縮小、小売業はマイナス幅が拡大、その他の業種は横ばいの予測となつた。特に製造業はマイナス幅を大幅に縮小し、±0.0(前期-38.5、前期差38.5ポイント増)の予測となつた。

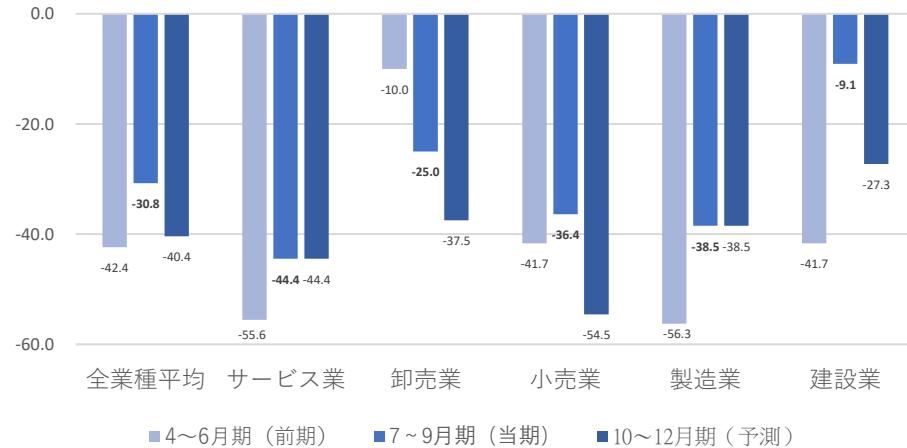
2. 設問別 D.I. 調査

※ D.I. = (増加・好転などの回答割合) – (減少・悪化などの回答割合)

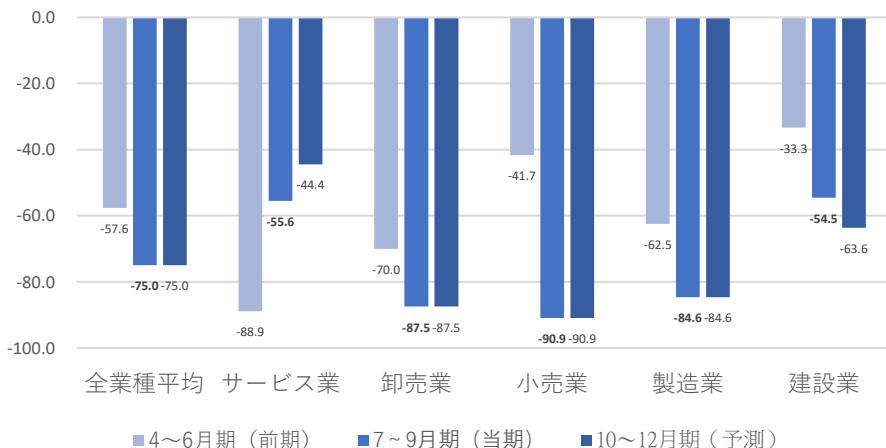
売上高



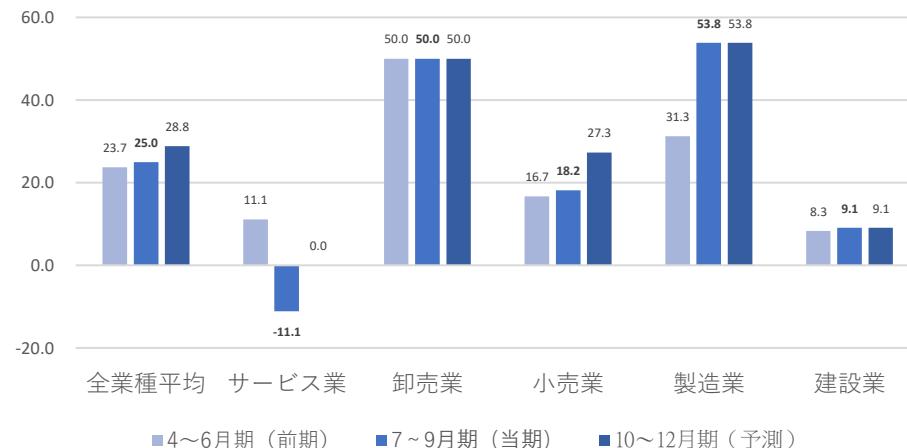
採算



仕入単価

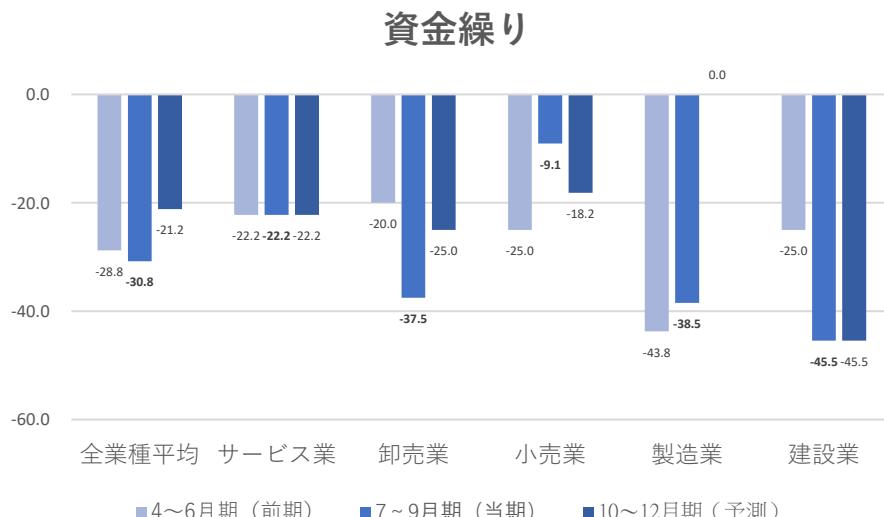
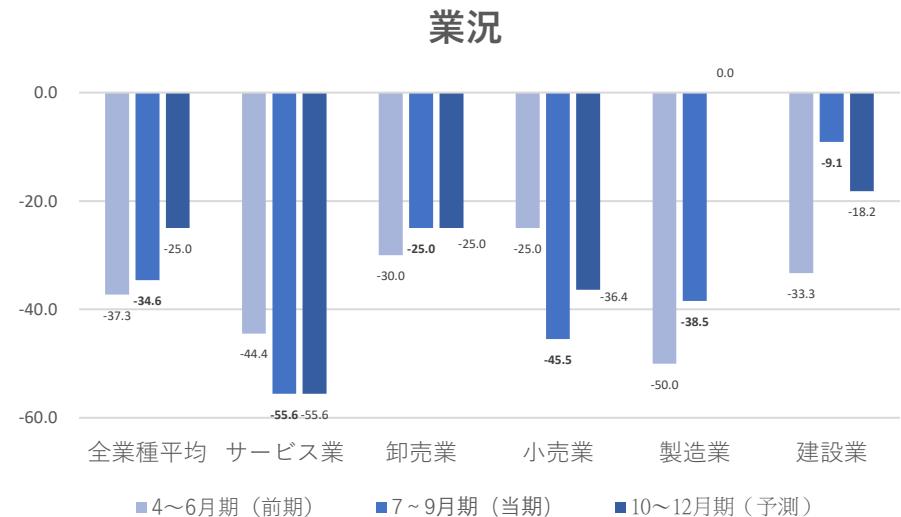
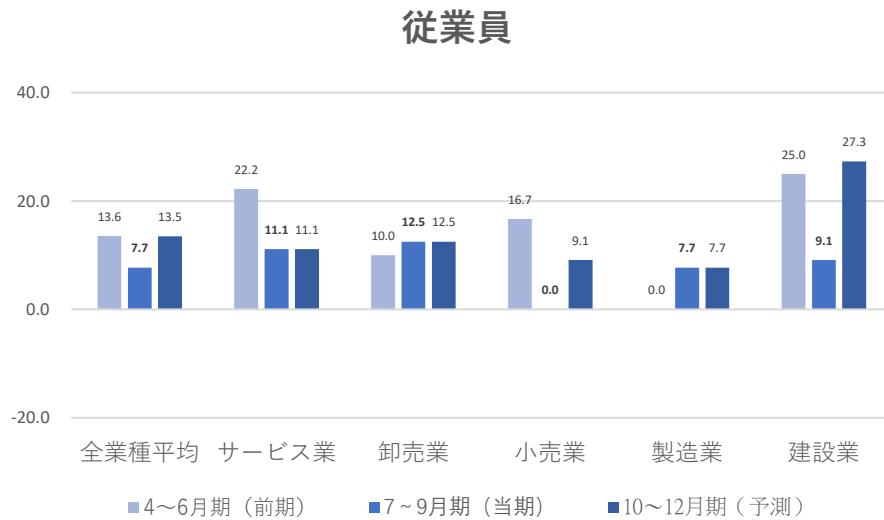


販売単価



2. 設問別 D.I. 調査

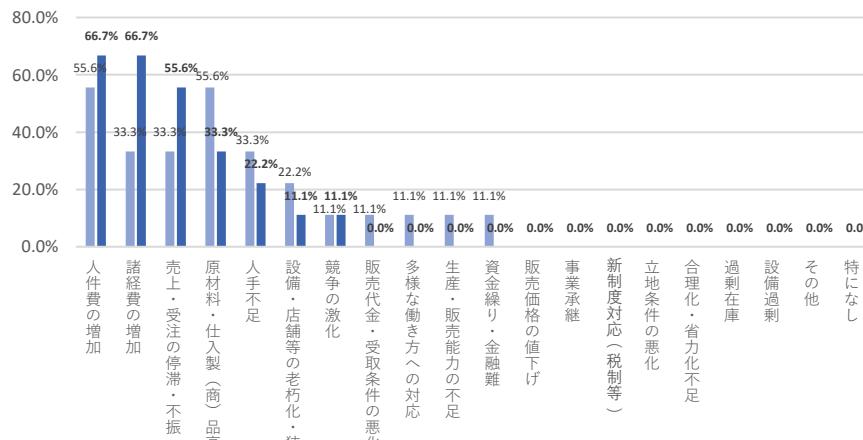
※ D.I. = (増加・好転などの回答割合) - (減少・悪化などの回答割合)



3. 経営上の課題

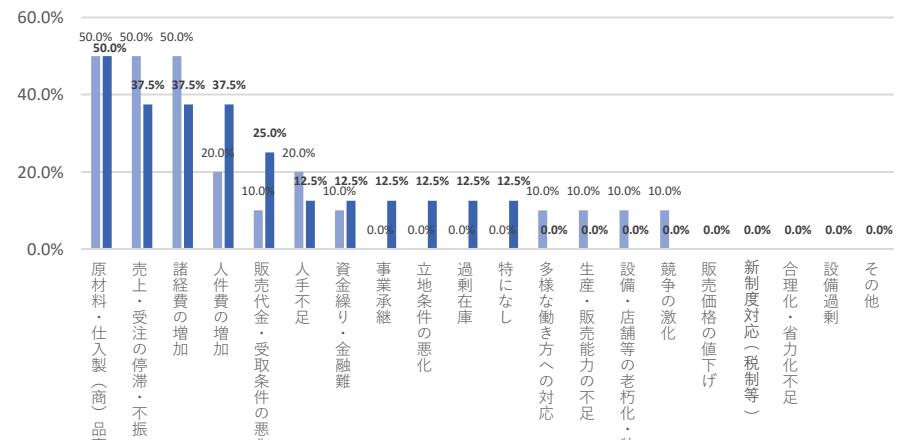
サービス業	<ul style="list-style-type: none"> 「人件費の増加」と「諸経費の増加」に最も多くの回答が集まり、66.7%を記録した。 前期に多くの回答が集まった「原材料、仕入製（商）品高」は33.3%(前期55.6%、前期差22.3%減)となった。
卸売業	<ul style="list-style-type: none"> 「原材料、仕入製（商）品高」に最も多くの回答が集まり、50.0%(前期50.0%、前期差±0.0%)を記録した。 「人件費の増加」はこれまでより多くの回答が集まり、37.5%(前期20.0%、前期差17.5%増)を記録した。
小売業	<ul style="list-style-type: none"> 前期同様「売上・受注の停滞・不振」に最も多くの回答が集まり、72.7%(前期83.3%、前期差10.6%減)を記録した。 「原材料、仕入製（商）品高」は63.6%(前期50.0%、前期差13.6%増)を記録し、依然として高い回答率である。
製造業	<ul style="list-style-type: none"> 前期同様「原材料、仕入製（商）品高」に最も多くの回答が集まり、84.6%(前期75.0%、前期差9.6%増)を記録した。 「人件費の増加」は61.5%(前期56.3%、前期差5.2%増)を記録し、依然として高い回答率である。
建設業	<ul style="list-style-type: none"> 前回同様「人手不足」に最も多くの回答が集まり、63.6%(前期75.0%、前期差11.4%減)を記録。依然として高い回答率である。 「売上・受注の停滞・不振」はこれまでより多くの回答が集まり、45.5%(前期25.0%、前期差20.5%増)を記録した。

サービス業



■ 4~6月期 ■ 7~9月期 (当期)

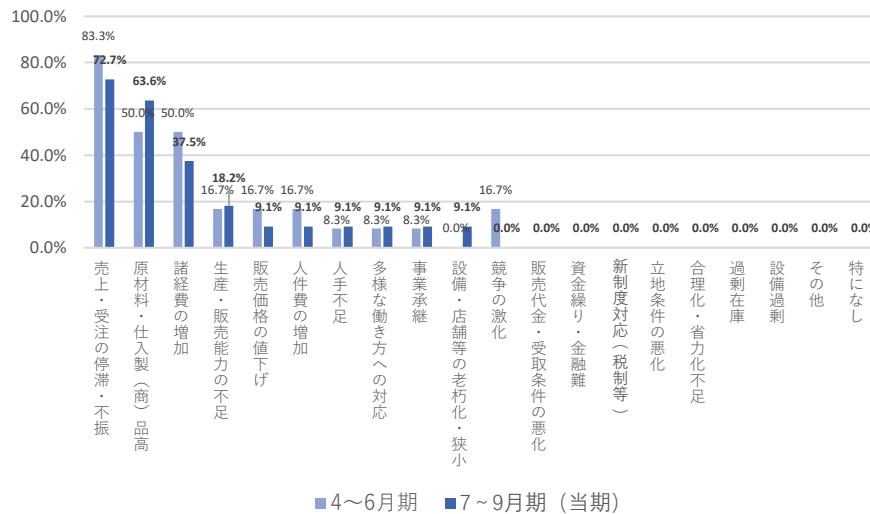
卸売業



■ 4~6月期 ■ 7~9月期 (当期)

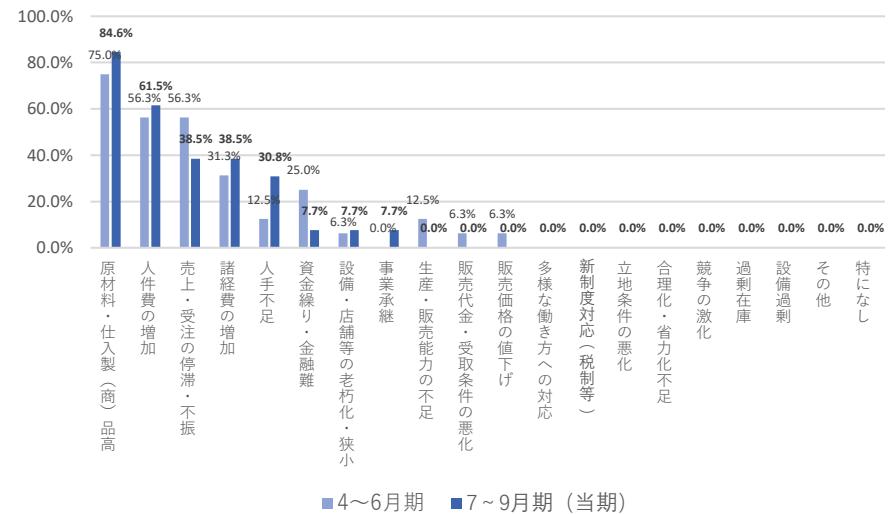
3. 経営上の課題

小売業



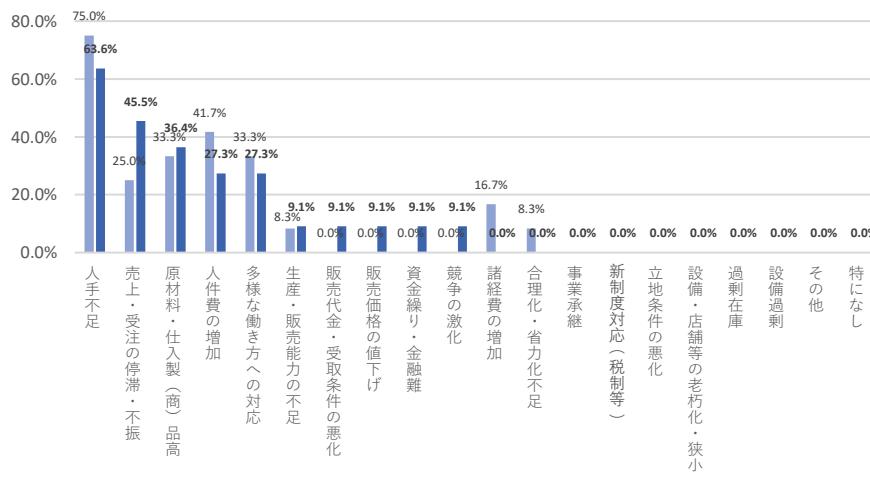
■4~6月期 ■7~9月期 (当期)

製造業



■4~6月期 ■7~9月期 (当期)

建設業

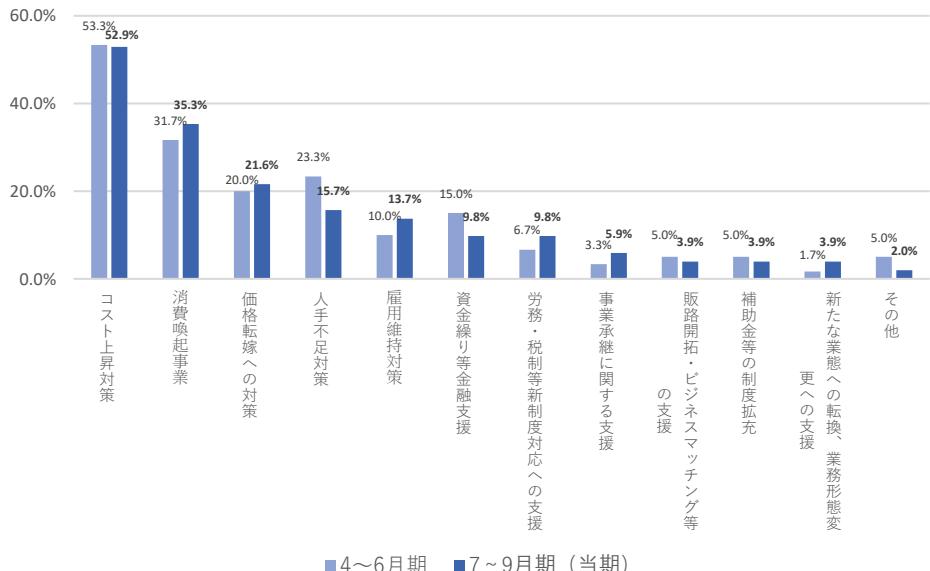


■4~6月期 ■7~9月期 (当期)

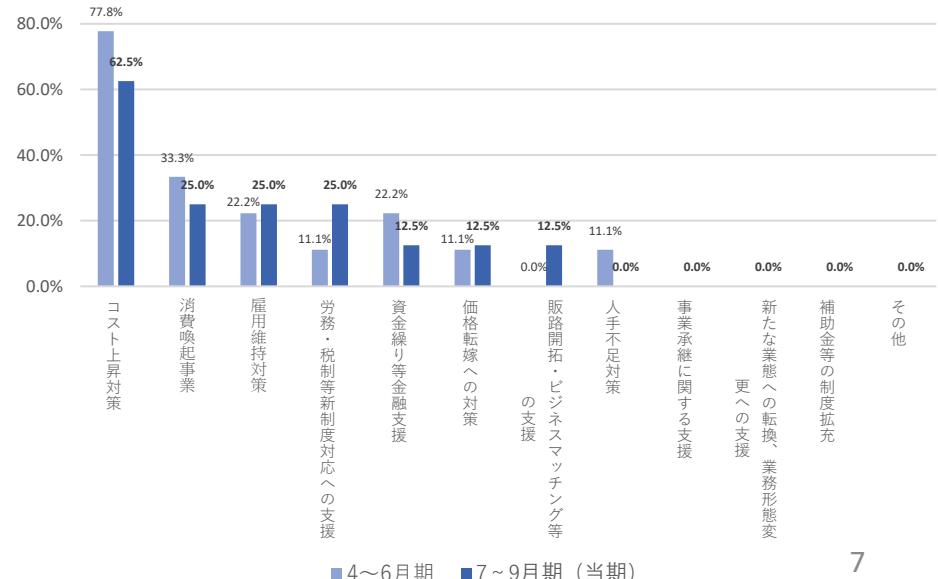
4. 国や県、市等の行政に望む支援

全業種平均	前期同様「コスト上昇対策」に最も多くの回答が集まり、52.9%(前期53.3%、前期差0.4%減)を記録。次に多くの回答を集めた「消費喚起事業」は、35.3%(前期31.7%、前期差3.6%増)を記録した。
サービス業	前期同様「コスト上昇対策」に最も多くの回答が集まり、62.5%(前期77.8%、前期差15.3%減)を記録した。
卸売業	前期、最も多くの回答を集めた「消費喚起事業」が50.0% (前期50.0%、前期差±0.0%)を記録。最も多くの回答が集まった「コスト上昇対策」62.5%(前期40.0%、前期差22.5%増)に次ぐ回答率となった。
小売業	前期同様「消費喚起事業」に最も多くの回答が集まり、63.6%(前期53.8%、前期差9.8%増)を記録。次に回答を集めたのは「コスト上昇対策」で、45.5%(前期30.8%、前期差14.7%増)を記録した。
製造業	前期同様「コスト上昇対策」に最も多くの回答が集まり、69.2%(前期62.5%、前期差6.7%増)を記録した。次に回答を集めたのは「価格転嫁への対策」で、46.2%(前期25.0%、前期差21.2%増)を記録した。
建設業	前期同様「人手不足対策」に最も多くの回答が集まり、45.5%(前期75.0%、前期差29.5%減)を記録。次に回答を集めたのは「コスト上昇対策」と「雇用維持対策」で、27.3%を記録した。

全業種平均値

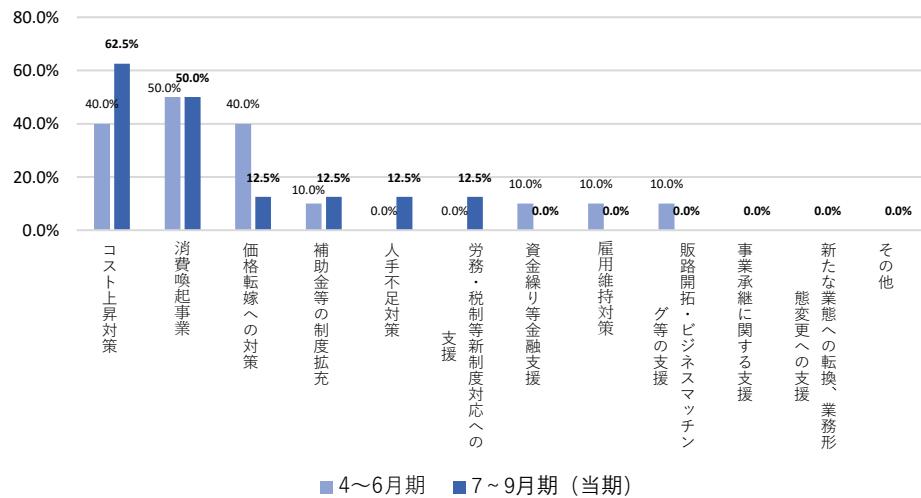


サービス業



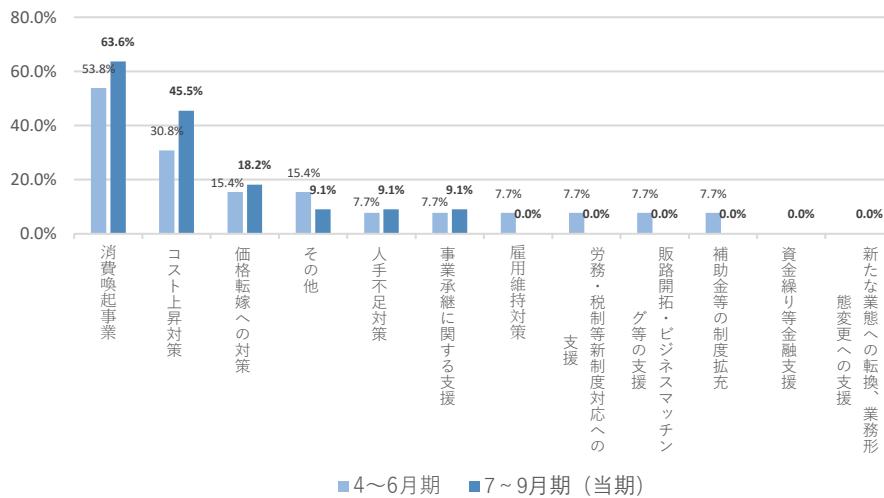
4. 国や県、市等の行政に望む支援

卸売業



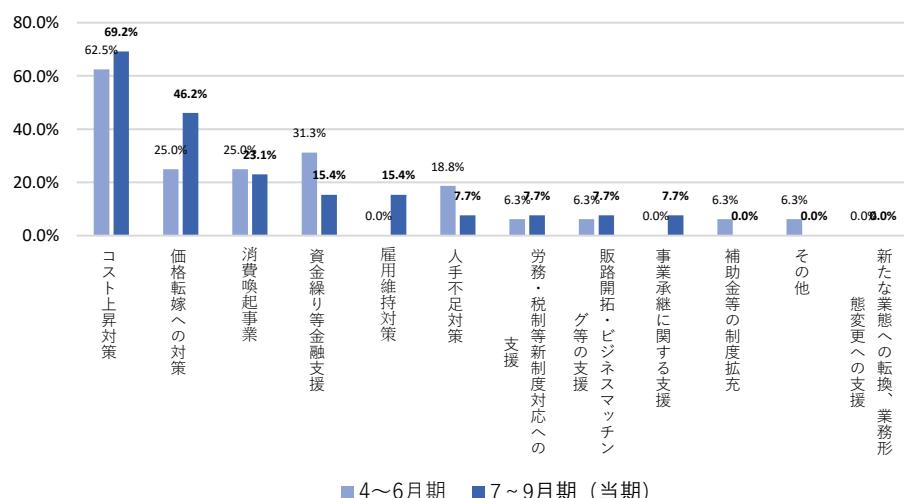
■ 4~6月期 ■ 7~9月期 (当期)

小売業



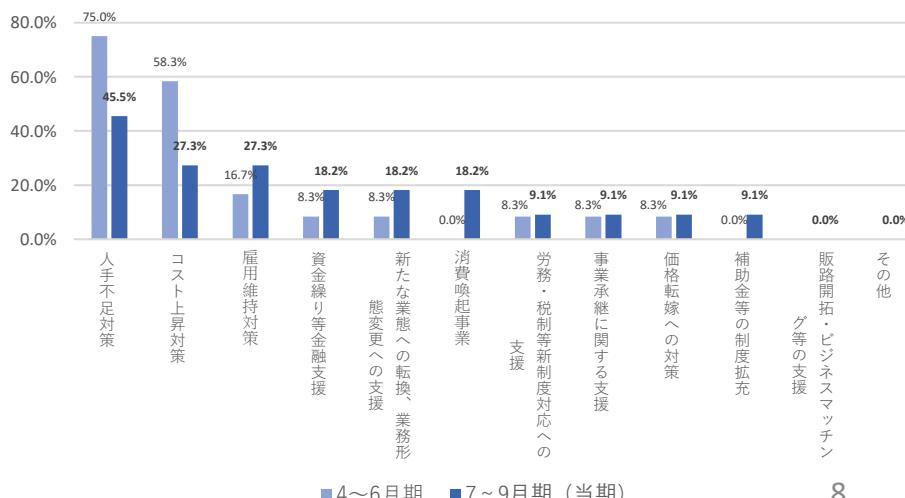
■ 4~6月期 ■ 7~9月期 (当期)

製造業



■ 4~6月期 ■ 7~9月期 (当期)

建設業



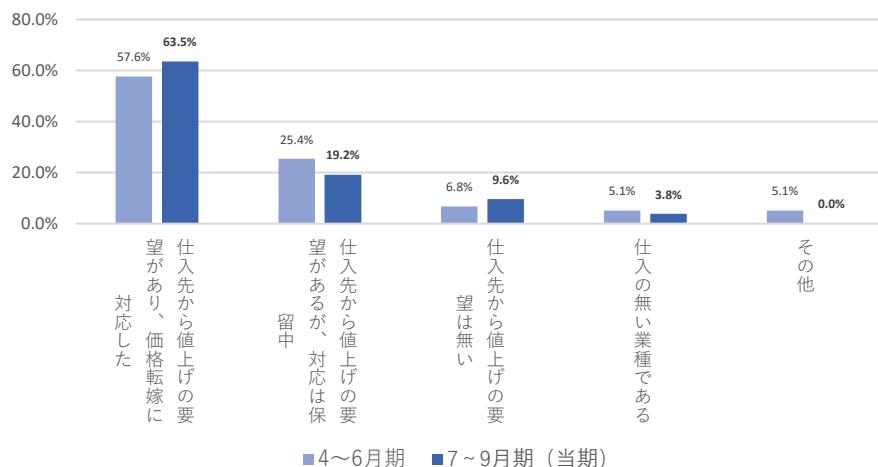
■ 4~6月期 ■ 7~9月期 (当期)

5. 物価高騰に係る価格転嫁の状況について

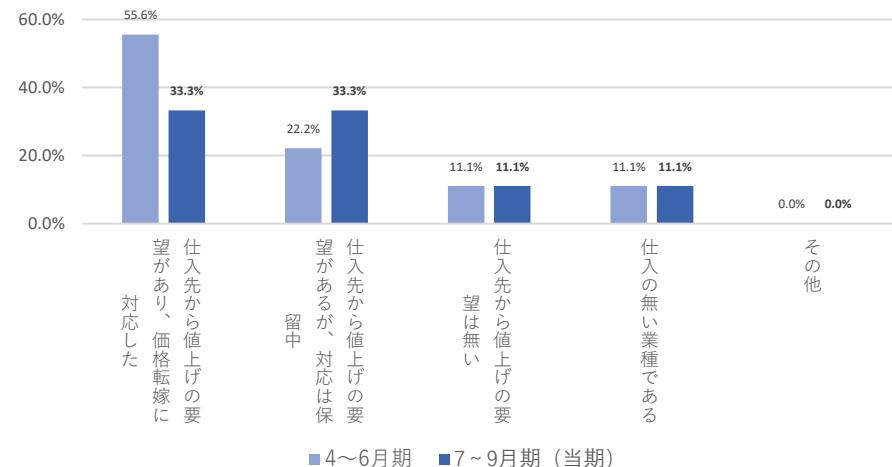
(1) 仕入先等からの価格転嫁の要望について

- ▼ 全業種平均で、半数以上が「仕入先から値上げの要望があり、価格転嫁に対応した」と回答し、63.5% (前期57.6%、前期差5.9%増)を記録。
- ▼ サービス業では「仕入先から値上げの要望があり、価格転嫁に対応した」、「仕入先から値上げの要望があるが、対応は保留中」への回答が同じ割合となり、33.3%を記録した。

全業種平均値



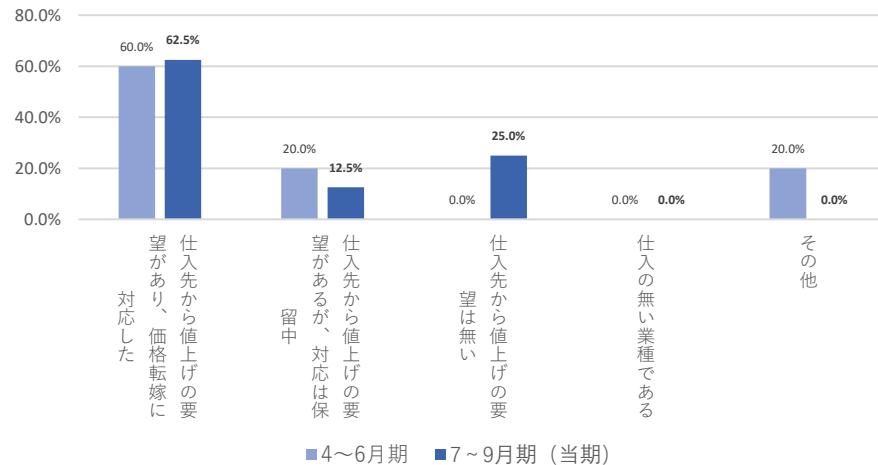
サービス業



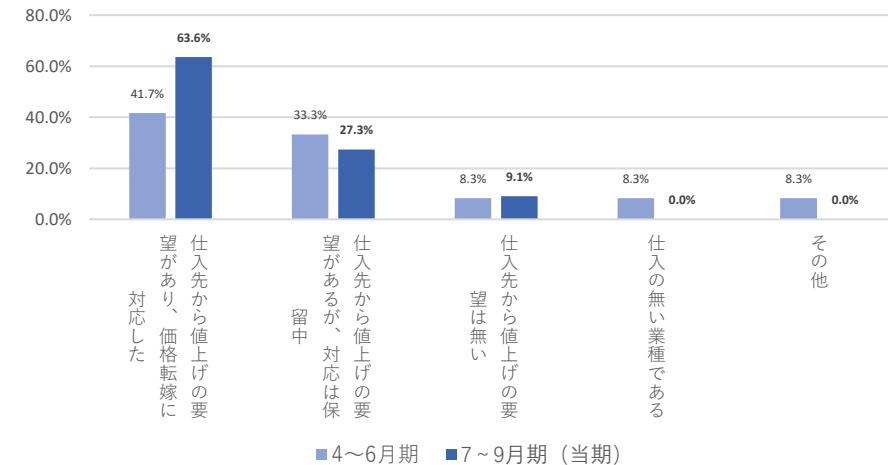
5. 物価高騰に係る価格転嫁の状況について

(1) 仕入先等からの価格転嫁の要望について

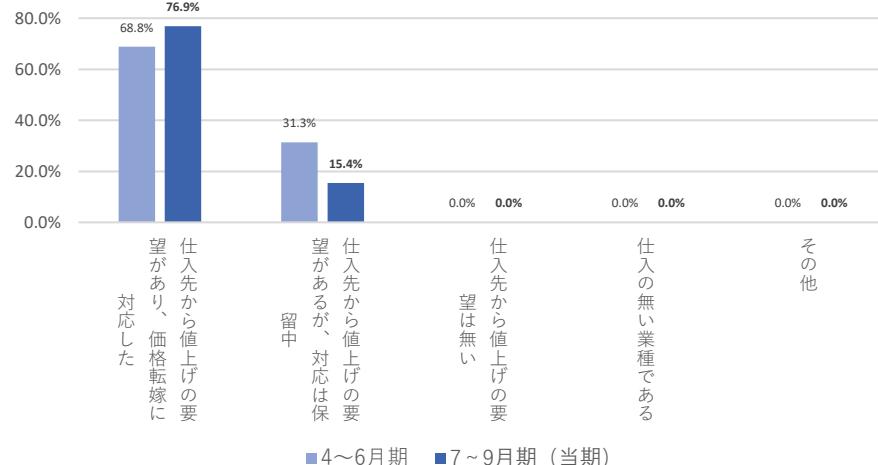
卸売業



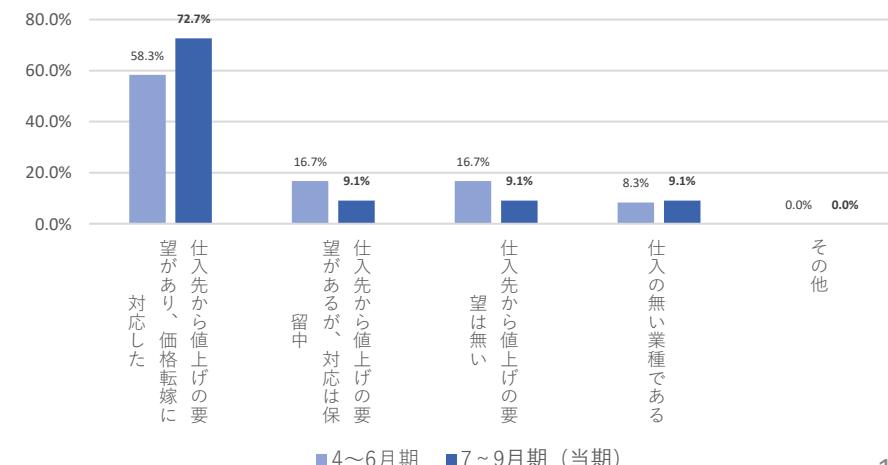
小売業



製造業



建設業

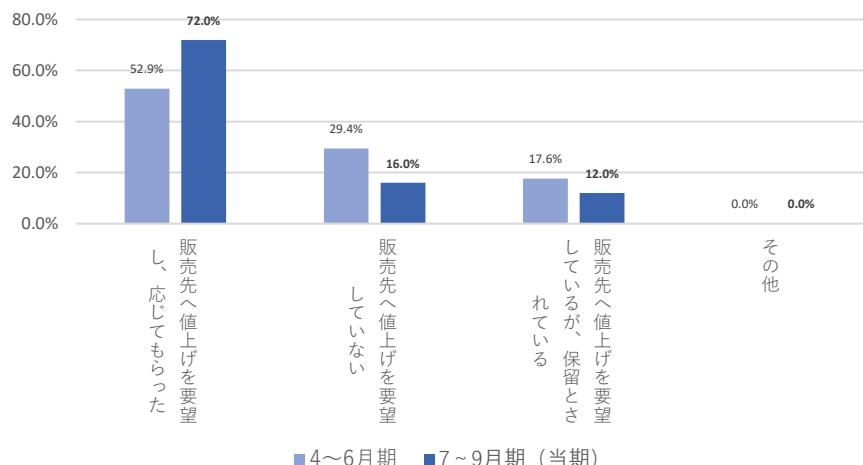


5. 物価高騰に係る価格転嫁の状況について

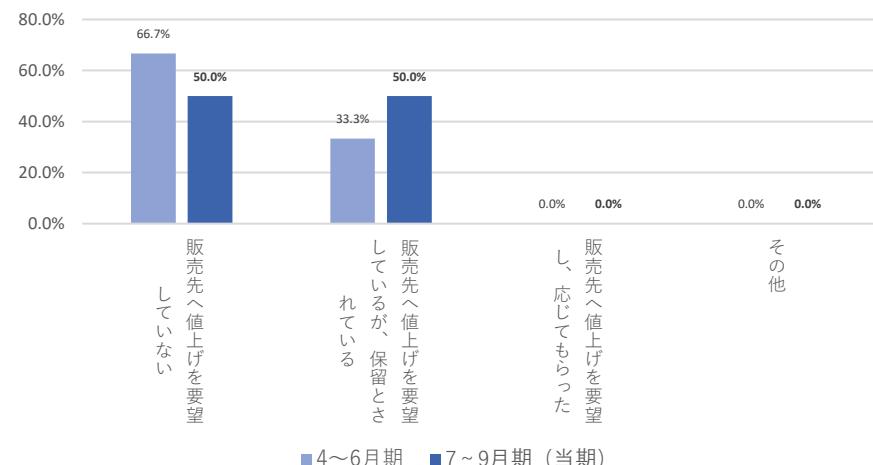
(2) 【BtoB】販売先等への価格転嫁の要望について

- ▼ 全業種平均について、半数以上が「販売先へ値上げを要望し、応じてもらった」と回答し、72.0% (前期52.9%、前期差19.1%増)を記録。
- ▼ サービス業では、前期同様「値上げを要望していない」に最も多くの回答が集まり、50.0% (前期66.7%、前期差16.7%減)を記録。
- ▼ 製造業では、全事業所が「販売先へ値上げを要望し、応じてもらった」との回答だった。

全業種平均値



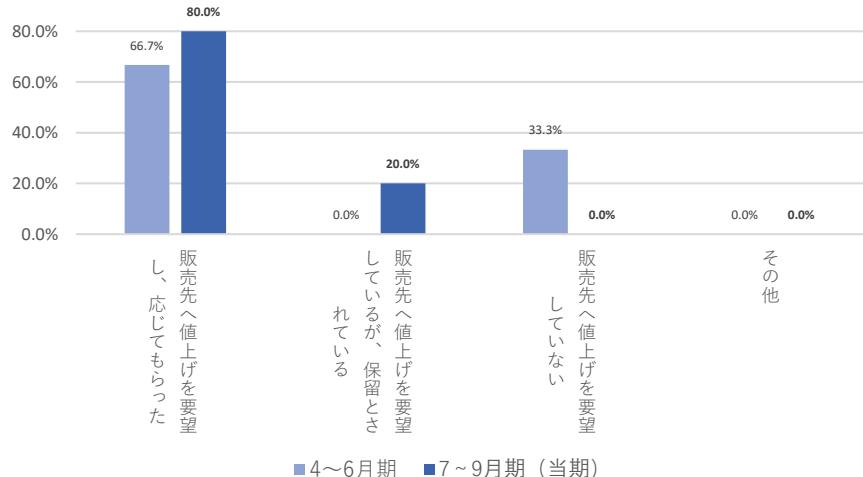
サービス業



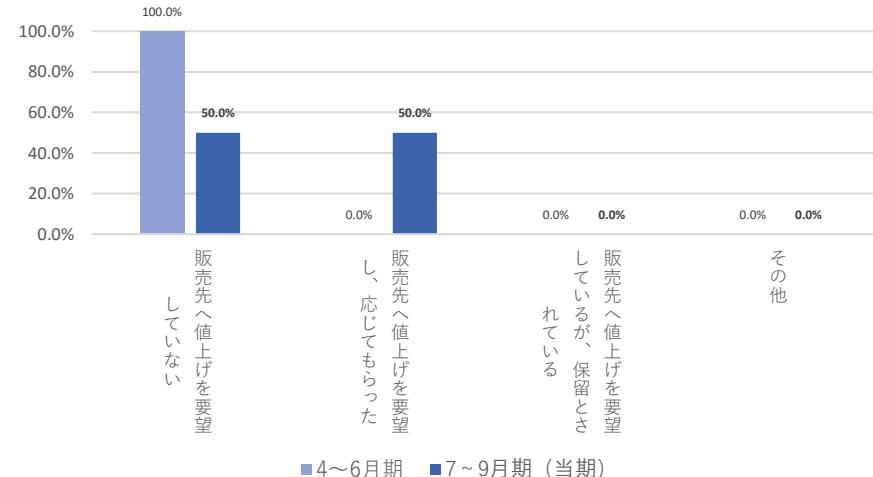
5. 物価高騰に係る価格転嫁の状況について

(2) 【BtoB】販売先等への価格転嫁の要望について

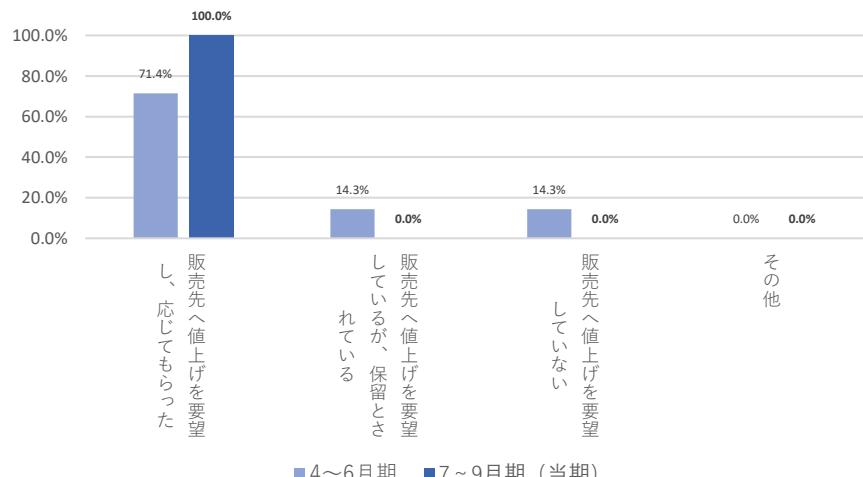
卸売業



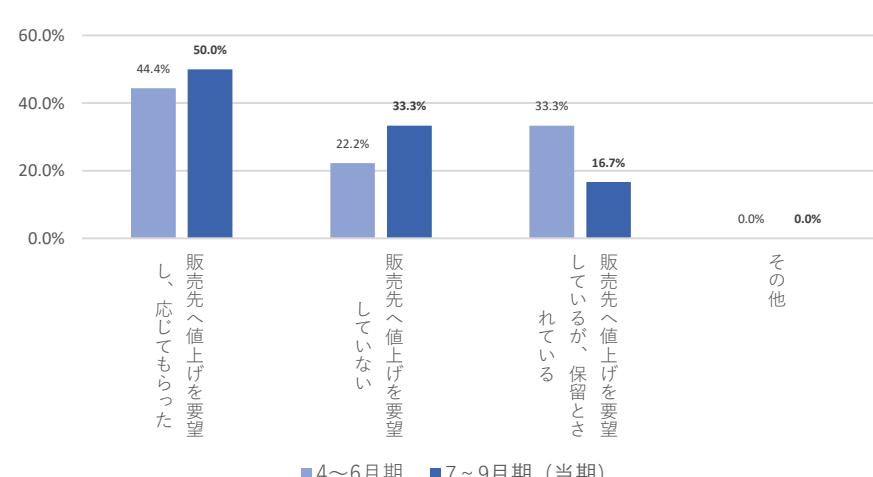
小売業



製造業



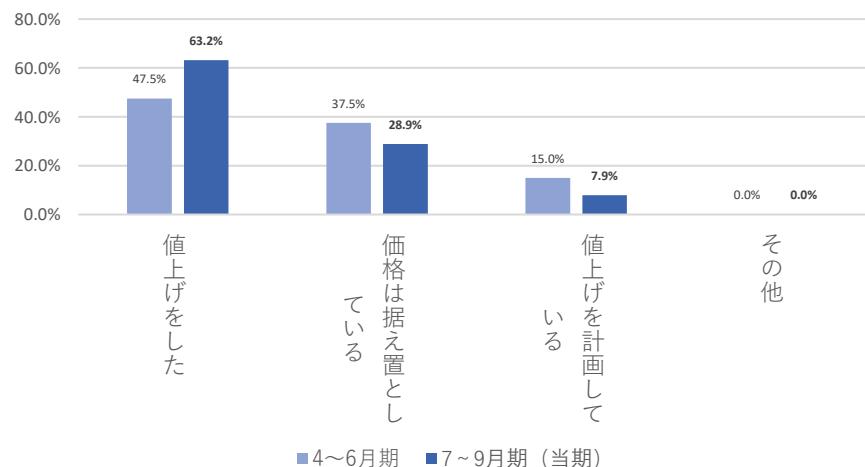
建設業



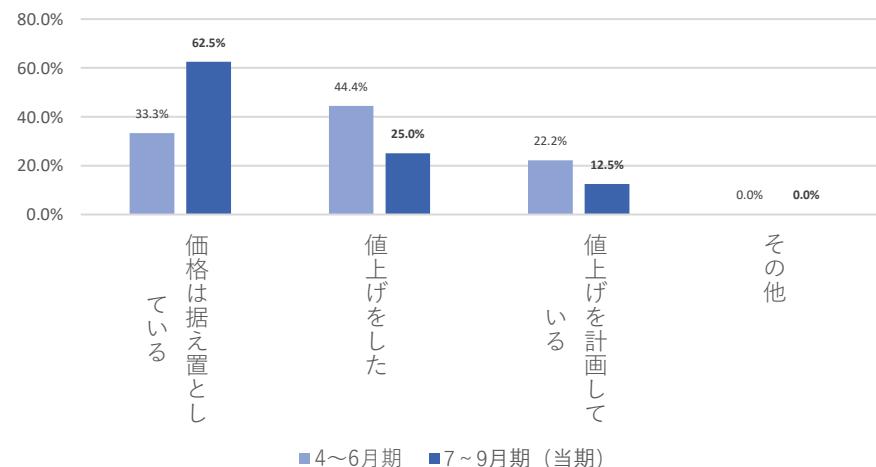
(2) 【BtoC】販売先等への価格転嫁の要望について

- ▼ 全業種平均について、サービス業と卸売業以外の業種で「値上げをした」に最も多くの回答が集まり、63.2% (前期47.5%、前期差15.7%増)を記録。
- ▼ サービス業と卸売業は、「価格は据え置きにしている」に最も多くの回答が集まり、サービス業は62.5% (前期33.3%、前期差29.2%増)、卸売業は50.0% (前期25.0%、前期差25.0%増)の回答率であった。

全業種平均値



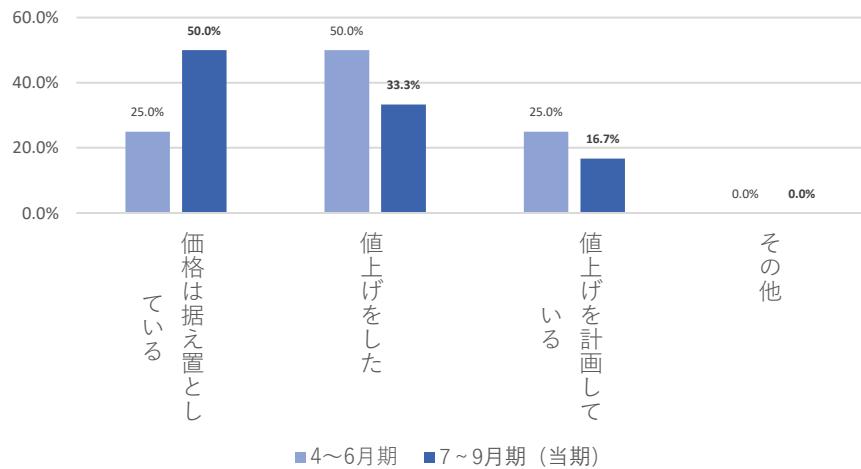
サービス業



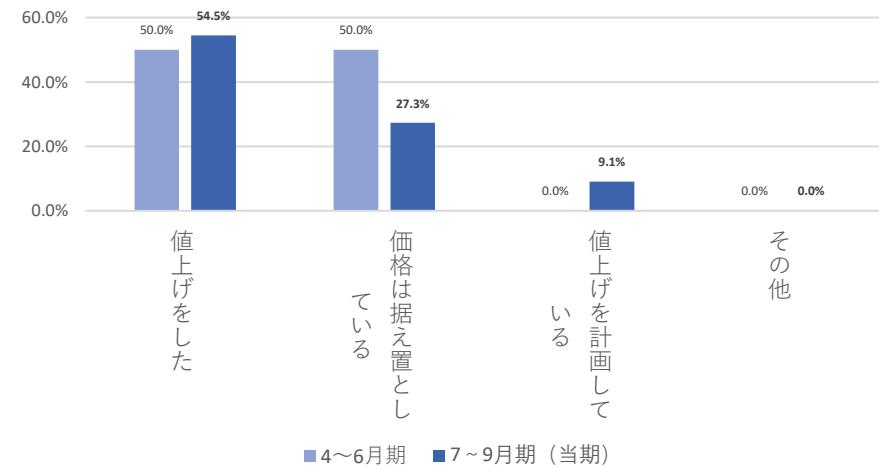
5. 物価高騰に係る価格転嫁の状況について

(2) 【BtoC】販売先等への価格転嫁の要望について

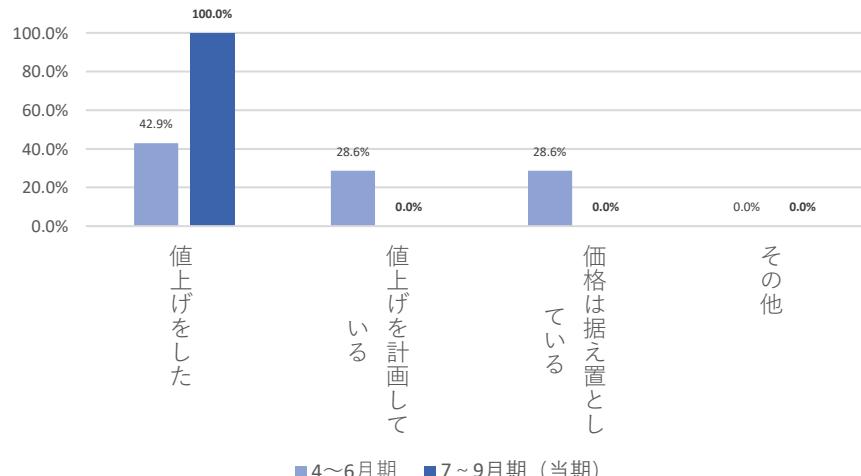
卸売業



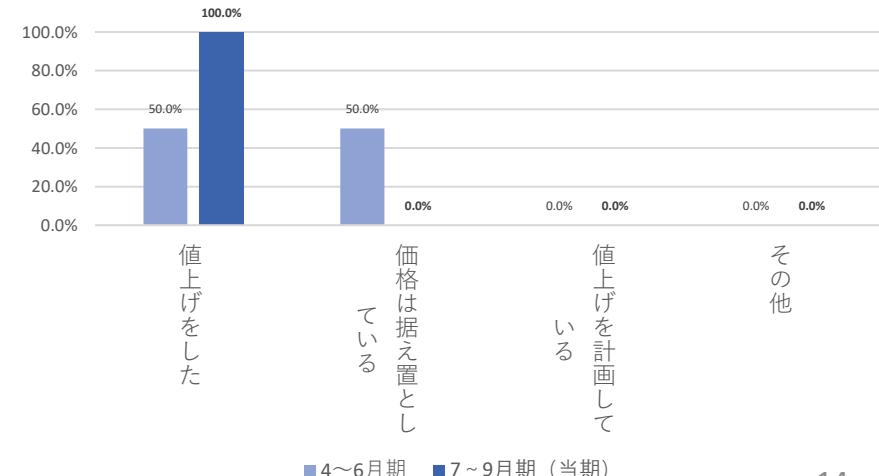
小売業



製造業



建設業



6. 自由記述

仕入単価、光熱費の高騰が続いている、利益が出ない。	全業種
複雑な減税措置ではなく、直接景気を刺激するような対策を零細企業（特に生活関連サービス業）に 対して行って欲しい。	サービス業
政府は賃上げを推奨しているが、多くの中小企業は賃上げする余裕がないと思う。現状をよく調べて欲しい。	サービス業
少子化により入学や七五三等のイベント数が激減し、売上減少にも影響している。	サービス業
最低賃金の見直しだけが先行しているが、実態に伴っておらず、結果として経営を圧迫している。	サービス業
後継者がいないので、第三者に引き継ぐべきか悩んでいる。	サービス業・小売業
小規模事業者への販売促進対策（割増商品券等）の頻度を増やしてほしい。	サービス業・小売業
最低賃金引き上げのスピードが速すぎる。このままでは人を雇っても利益が圧迫させるために雇えず、 人手不足問題は解決しない。	サービス業・製造業
物価高により、受注の停滞が続いている。	卸売業
原料の値段がどんどん上がり、いつまで商売できるか不安だ。	小売業
多様な働き方に対応するのに、困難な状況も（対応の変化に順応が難しい。 人手不足を解消するにも、人件費がかさむ。何かしらの支援策を講じてほしい。	小売業
値上げしても仕入の値上げにすぐ追いつかれ、利益が上がらない。	卸売業・小売業
価格高騰のスピードが速すぎて価格転嫁が追いかねない。原料や資材関係の値上げが年に2回3回と、 年々増えている。	製造業
関税対策に頭を抱えている。	製造業
人件費アップに対する補助金を新設してほしい。	製造業
原料や包装資材、光熱費等の高騰がいつまで続くか予想できず、何度も値上げをすればよいか不安に思う。	製造業
人手不足や従業員の高齢化、人件費など、労働者確保が課題である。	製造業・建設業
円安傾向と日用品を含めたコストアップを食い止めてもらいたい。	建設業

■調査概要

調査対象時期	令和7年7～9月期 ※「次期予測」対象は令和7年10月～12月
調査対象	商工業者100者（サービス業、卸売業、小売業、製造業、建設業 各20者ずつ）
回答率	55.0%
調査方法	郵送によるアンケート方式（回答方法は紙媒体またはグーグルフォームの選択式）
調査内容	(1)業界景気、自社景況などの実績と次期予測 (2)経営上の課題 (3)国や県、市等の行政に望む支援 (4)物価高騰に係る価格転嫁の状況についてなど

■D.I. 値（景況判断指数）について

D.I. = (増加・好転などの回答割合) - (減少・悪化などの回答割合)

D.I.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を意味する。