

中小企業景況調査結果

2025年度 第Ⅰ期 (2025年4月～6月) …… 実績
2025年度 第Ⅱ期 (2025年7月～9月) …… 見通し

2025年7月

 福島商工会議所

1. 調査要綱

(1) 景況調査について

本調査は、福島商工会議所管内の景気動向を把握するために、会員事業所を通して四半期毎の景況をアンケートの方法によって調査し、集計値をDIで表示したものである。

※DIとは、ディフュージョン・インデックス (Diffusion Index) の略で、「増加」・「好転」したなどとする企業割合から「減少」・「悪化」したなどとする企業割合を差し引いた値

(2) 今回の調査対象期間

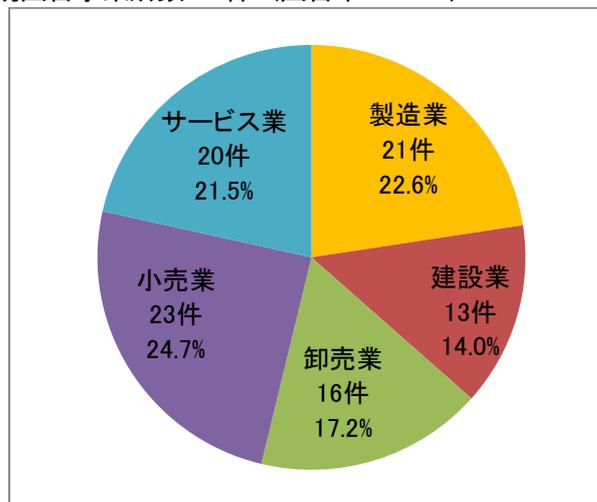
2025年度 第Ⅰ期（2025年4月～6月）調査期間 5月21日～6月6日

第Ⅰ期			第Ⅱ期			第Ⅲ期			第Ⅳ期		
4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
今回実績			来期見通し								

(3) 調査件数

福島市内会員事業所 調査対象事業所数 104件 有効回答事業所数 93件（回答率 89.4%）

業種	有効回答事業所数	割合
製造業	21件	22.6%
建設業	13件	14.0%
卸売業	16件	17.2%
小売業	23件	24.7%
サービス業	20件	21.5%
合計	93件	100.0%



(4) 調査内容

調査項目	比較方法	比較期間
売上	(前期比)	前期(2025年1月～3月) ⇔ 今期(2025年4月～6月)
業況	(前期比)	前期(2025年1月～3月) ⇔ 今期(2025年4月～6月)
	(今期)	今期(2025年4月～6月)
採算	(前年同期比)	前年同期(2024年4月～6月) ⇔ 今期(2025年4月～6月)
設備投資	(今期)	今期(2025年4月～6月)の実施有無と件数
従業員	(今期)	今期(2025年4月～6月)の過不足

2. 詳 細

景況感概要

今回の調査結果では、売上D I・業況D I・採算D Iともにマイナス幅が減少して改善傾向にあり、特に売上D Iは大きく回復している。来期見通しでは業況D Iがさらに上向きに改善する見通しであり、採算D Iにおいても小幅ながらも改善見込みである。

直面する経営の問題としては、前期に続き多くの業種で「原材料価格の上昇」や「仕入れ単価の上昇」が上位課題として挙げられており、物価高騰の影響が依然として顕著な状況となっている。また、従業員の不足は前期に比べ微増しているとともに、「従業員の確保難」が上位課題に挙げられており依然として人材の確保が課題となっている。

管内の設備投資については、前期と比べほぼ変わらず、依然として全国の設備投資率を上回っている。来期予測についても今期と同水準で推移する見込みである。

(結果要約表)

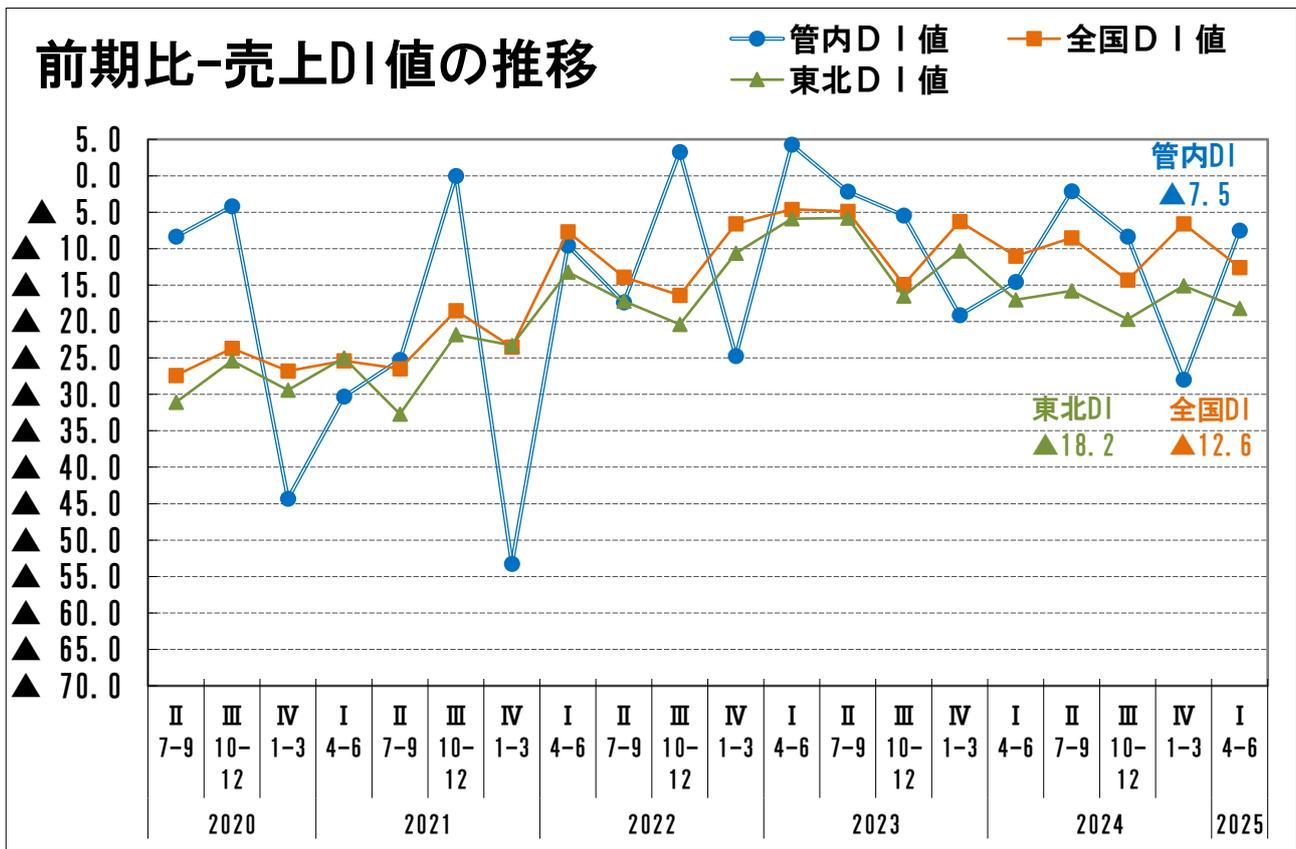
調査項目	比較方法	D I 値/割合 (前回D I 値)	状 況
売 上	(前期比)	▲ 7.5 (▲ 28.0)	・前期比 20.5 ポイント増加 ↑
業 況	(前期比)	▲ 20.4 (▲ 28.0)	・前期比 7.6 ポイント増加 ↑
	(今 期)	▲ 32.3 (▲ 37.6)	・前期比 5.3 ポイント増加 ↑
	(来期見通し)	▲ 7.5 (▲ 6.5)	・前期比 1.0 ポイント減少 ↓
採 算	(前年同期比)	▲ 26.9 (▲ 39.8)	・前期比 12.9 ポイント増加 ↑
	(来期見通し)	▲ 24.7 (▲ 20.4)	・前期比 4.3 ポイント減少 ↓
設備投資	(実施した割合)	29.0% (30.1%)	・前期から 1.1 ポイント減少 ↓
従 業 員	(過 剩)	7.5% (8.6%)	・前期から 1.1 ポイント減少 ↓
	(不 足)	36.6% (32.3%)	・前期から 4.3 ポイント増加 ↑

2-1. 前期比-売上DI値の推移

- 全国・東北はマイナス幅が増加
- 管内はマイナス幅が大きく減少

※売上DIは「増加」企業の割合から「減少」企業の割合を引いた値

調査期間	2023年度			2024年度				2025年度	前期比 増減
	II 7-9月	III 10-12月	IV 1-3月	I 4-6月	II 7-9月	III 10-12月	IV 1-3月	I 4-6月	
全国DI値	▲ 4.9	▲ 14.9	▲ 6.3	▲ 11.0	▲ 8.5	▲ 14.3	▲ 6.6	▲ 12.6	▲ 6.0
東北DI値	▲ 5.8	▲ 16.5	▲ 10.3	▲ 17.0	▲ 15.8	▲ 19.7	▲ 15.1	▲ 18.2	▲ 3.1
管内DI値	▲ 2.2	5.4	▲ 19.1	▲ 14.6	▲ 2.1	▲ 8.3	▲ 28.0	▲ 7.5	20.5

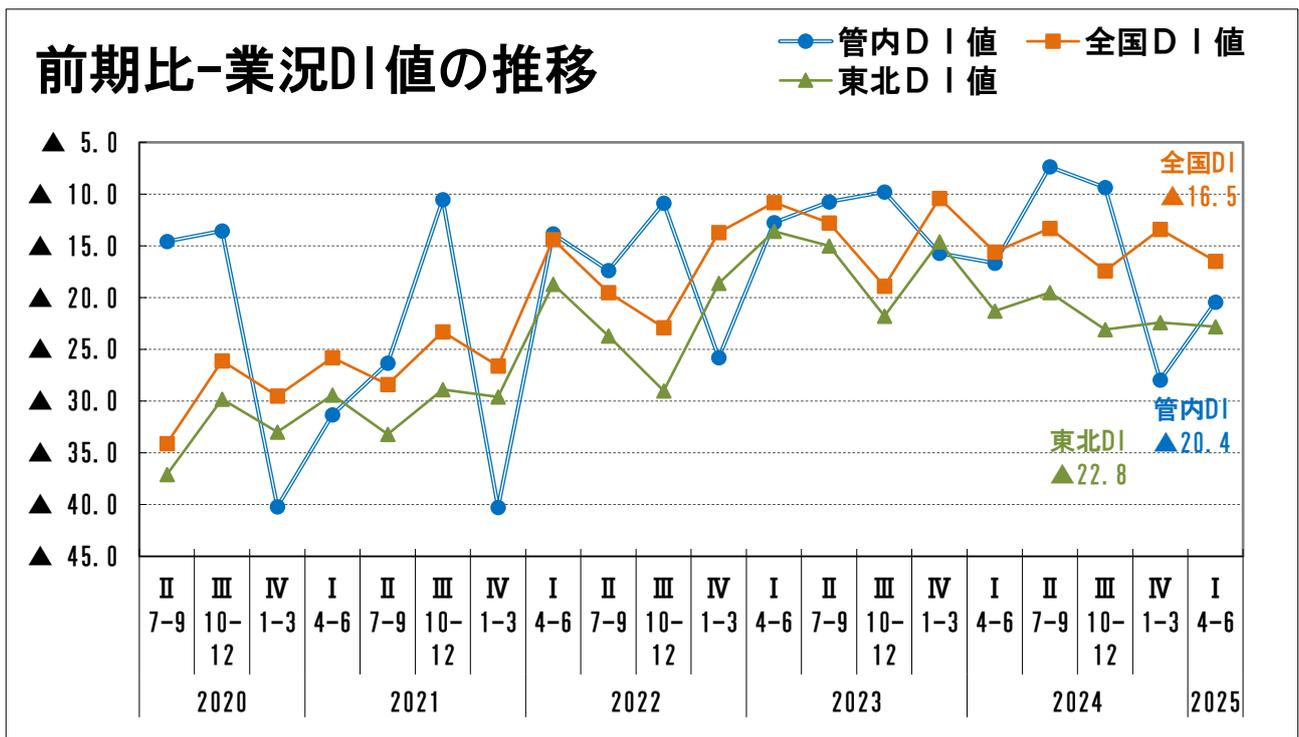


2-2. 前期比-業況(自社)DI値の推移

- 全国・東北は小幅ながらマイナス幅が増加
- 管内はマイナス幅が大きく減少

※業況DIは景気が「良い」と答えた企業の割合から「悪い」と答えた企業の割合を引いた値

調査期間	2023年度			2024年度			2025年度	前期比 増 減	
	II 7-9月	III 10-12月	IV 1-3月	I 4-6月	II 7-9月	III 10-12月	IV 1-3月		I 4-6月
全国DI値	▲12.8	▲18.9	▲10.4	▲15.6	▲13.3	▲17.4	▲13.4	▲16.5	▲3.1
東北DI値	▲15.0	▲21.8	▲14.6	▲21.3	▲19.5	▲23.1	▲22.4	▲22.8	▲0.4
管内DI値	▲10.8	▲9.8	▲15.7	▲16.7	▲7.4	▲9.4	▲28.0	▲20.4	7.6

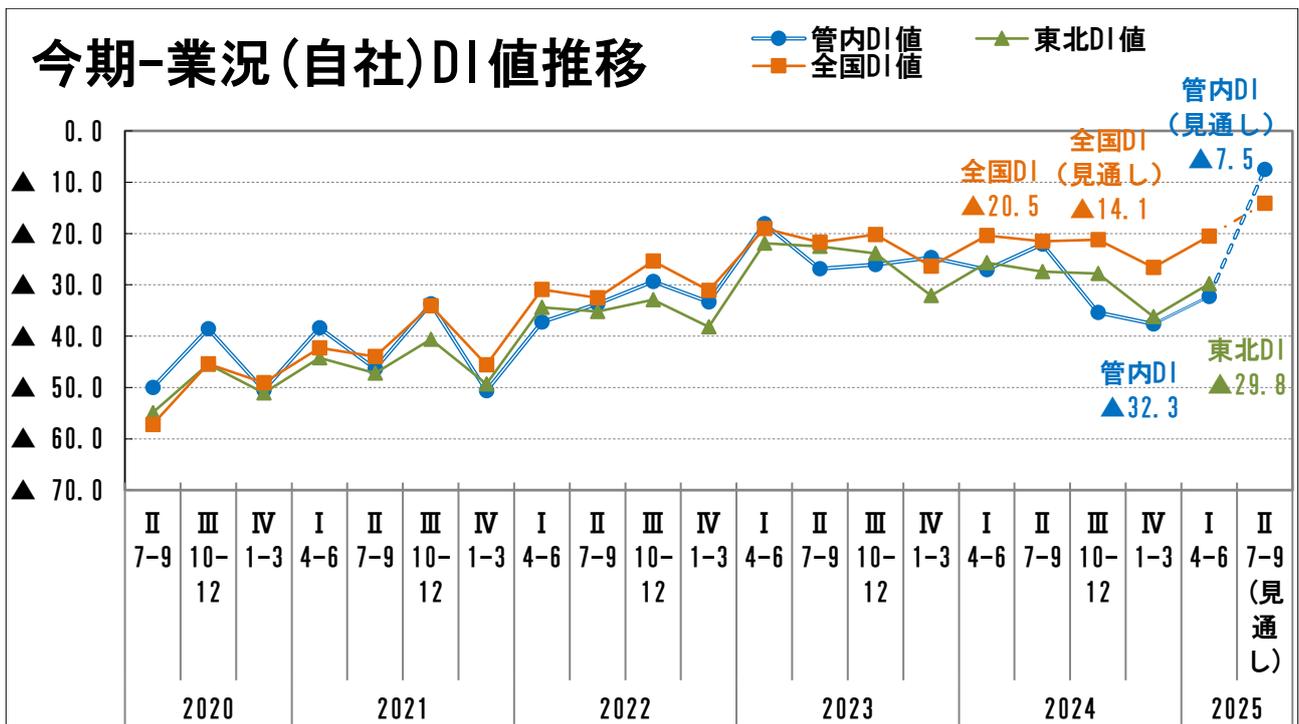


2-3. 今期-業況(自社)DI値の推移

- 全国・東北・管内ともにマイナス幅が減少
- 来期見通しは、全国・管内いずれも改善の見込み

※業況DIは景気が「良い」と答えた企業の割合から「悪い」と答えた企業の割合を引いた値

調査期間	2023年度			2024年度				2025年度	
	II 7-9月	III 10-12月	IV 1-3月	I 4-6月	II 7-9月	III 10-12月	IV 1-3月	I 4-6月	II 7-9月 (見通し)
全国DI値	▲ 21.7	▲ 20.2	▲ 26.4	▲ 20.4	▲ 21.5	▲ 21.2	▲ 26.6	▲ 20.5	▲ 14.1
東北DI値	▲ 22.5	▲ 23.9	▲ 32.1	▲ 25.7	▲ 27.4	▲ 27.8	▲ 36.2	▲ 29.8	—
管内DI値	▲ 26.9	▲ 26.1	▲ 24.7	▲ 27.1	▲ 22.1	▲ 35.4	▲ 37.6	▲ 32.3	▲ 7.5



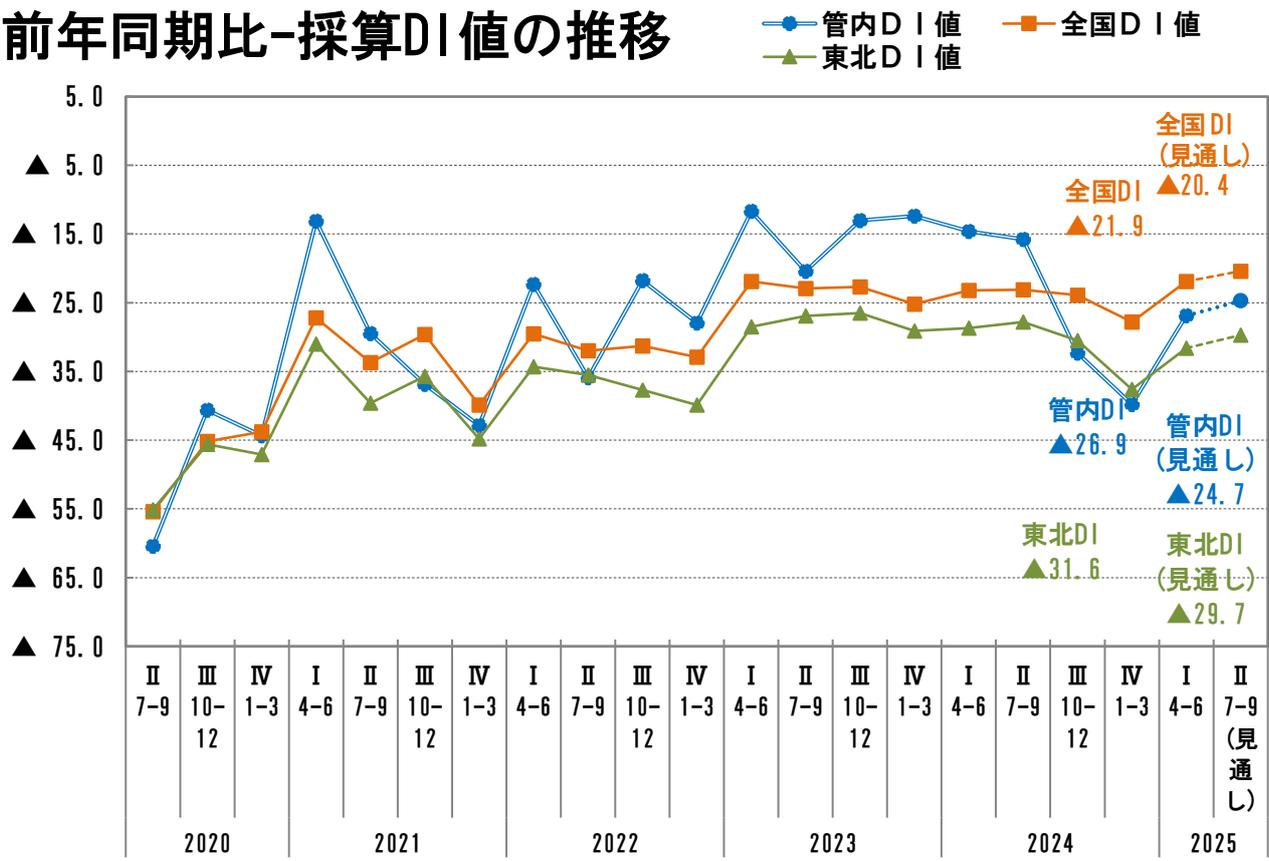
2-4.前年同期比-採算(経常利益)DI値の推移

- 全国・東北・管内ともにマイナス幅が大きく減少
- 来期予測は、全体的にマイナス幅が減少の見込み

※採算DIは、「黒字」企業の割合から「赤字」企業の割合を引いた値

調査期間	2023 年度			2024 年度				2025 年度	
	Ⅱ 7-9 月	Ⅲ 10-12 月	Ⅳ 1-3 月	Ⅰ 4-6 月	Ⅱ 7-9 月	Ⅲ 10-12 月	Ⅳ 1-3 月	Ⅰ 4-6 月	Ⅱ 7-9 月 (見通し)
全国DI値	▲ 22.9	▲ 22.7	▲ 25.2	▲ 23.2	▲ 23.1	▲ 23.9	▲ 27.8	▲ 21.9	▲ 20.4
東北DI値	▲ 26.9	▲ 26.5	▲ 29.1	▲ 28.7	▲ 27.8	▲ 30.5	▲ 37.6	▲ 31.6	▲ 29.7
管内DI値	▲ 20.4	▲ 13.0	▲ 12.4	▲ 14.6	▲ 15.8	▲ 32.3	▲ 39.8	▲ 26.9	▲ 24.7

前年同期比-採算DI値の推移

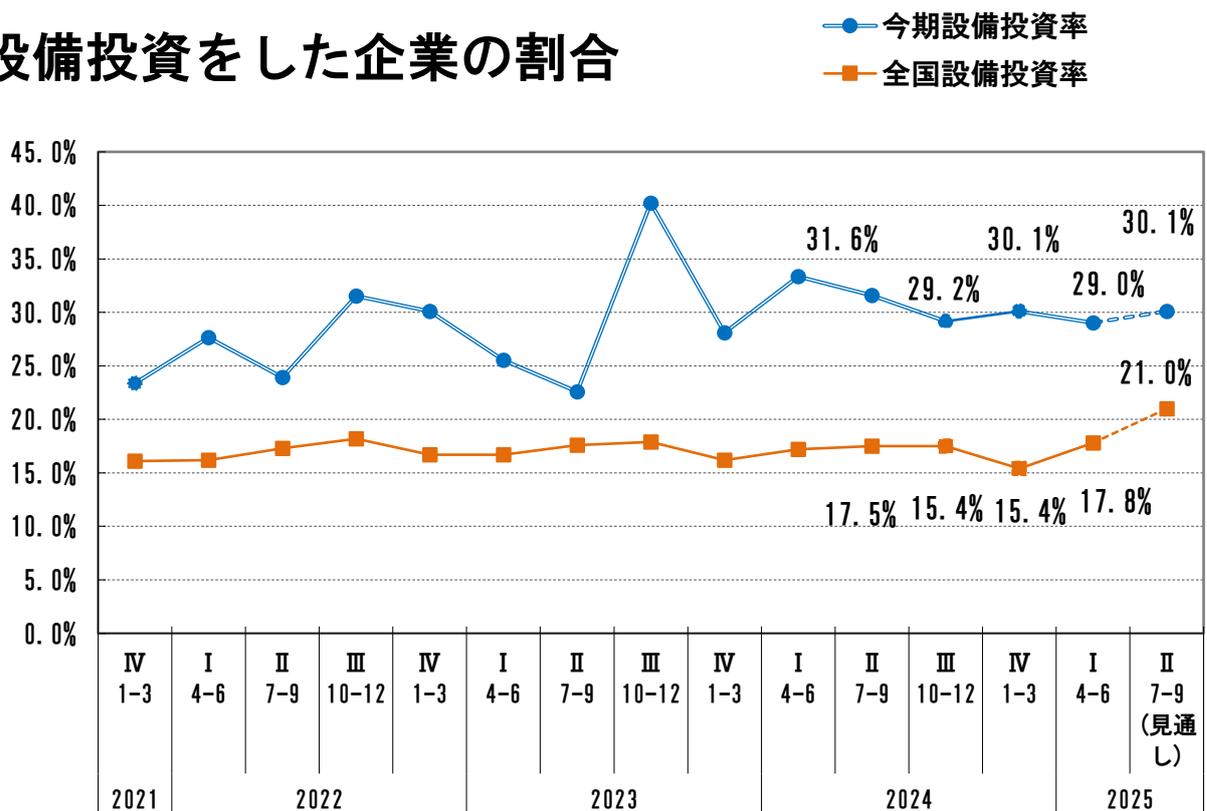


3. その他

3-1. 設備投資

- 管内で設備投資を行った件数は、実施企業 27 社(前回調査 28 社)、投資件数 41 件(前回調査 40 件)で前期とほぼ同数
- 来期の設備投資予定件数は若干減少の見込み

設備投資をした企業の割合



※設備投資内訳(今期・来期)

- 今期設備投資を実施した企業の主な投資項目は、「各種設備」が10件、「OA機器」が9件、「建物・店舗」が7件などとなっている。
- 来期の設備投資見込みは、「各種設備」、「車両・運搬具」、「建物・店舗」、「OA機器」等への投資予定が多く、今期より若干減少する見込みとなっている。

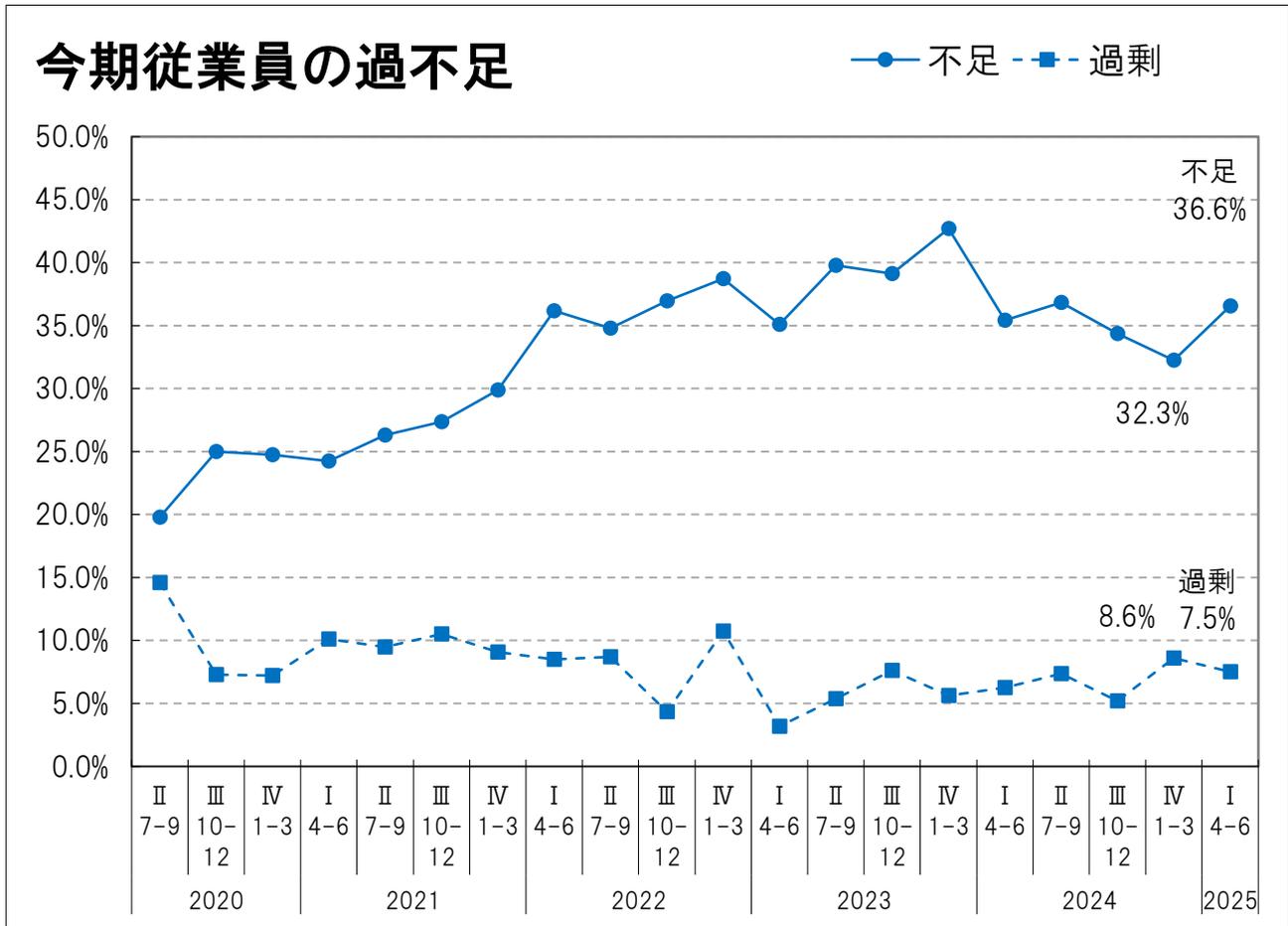
複数回答 単位：件

全業種計	土地	建物・店舗	各種設備	車両・運搬具	付帯施設	OA機器	福利厚生施設	その他	業種計
今期	1(0)	7(7)	10(8)	6(5)	3(5)	9(11)	1(1)	4(3)	41(40)
来期	1(1)	7(10)	8(10)	8(8)	2(2)	6(10)	2(0)	6(1)	40(42)

※カッコ内数字は前回調査(2025年1-3月)分。各種設備は生産設備、販売設備、サービス設備、倉庫設備等

3-2. 今期従業員の過不足

- 不足は前期 32.3%から、今期 36.6%に微増
- 適正は前期 59.1%から、今期 55.9%に微減



※今期従業員の過不足 業種別内訳

業種	有効回答 事業所数	過剰		適正		不足	
		件数	割合	件数	割合	件数	割合
製造業	21	5	23.8%	11	52.4%	5	23.8%
建設業	13	0	0.0%	4	30.8%	9	69.2%
卸売業	16	1	6.3%	9	56.2%	6	37.5%
小売業	23	1	4.3%	18	78.3%	4	17.4%
サービス業	20	0	0.0%	10	50.0%	10	50.0%
合計	93	7	7.5%	52	55.9%	34	36.6%

3-3. 直面している経営上の問題点

【上位課題】

《経費の増加》

前期に続き、多くの業種で「原材料価格の上昇」や「仕入単価の上昇」等が上位課題となり、物価高騰の影響が依然として顕著な状況となっており、厳しい現状が窺われる。

《従業員の確保難》

建設業とサービス業では従業員の確保難が依然として上位課題となっている。

《需要の停滞》

製造業以外の業種で前期と比較して順位が下がっているが依然として上位課題に挙げられている。

※上位3位までを記載

業種	2025年度 第Ⅰ期 (2025年4-6月)	2024年度 第Ⅳ期 (2025年1-3月)
製造業	→ 1位 原材料価格の上昇	1位 原材料価格の上昇
	↑ 2位 従業員の確保難	2位 人件費の増加
	↘ 3位 人件費の増加	3位 生産設備の不足・老朽化
建設業	↑ 1位 従業員の確保難	1位 官公需要の停滞
	↘ 2位 官公需要の停滞	2位 民間需要の停滞
	↘ 3位 民間需要の停滞	3位 従業員の確保難
卸売業	→ 1位 仕入単価の上昇	1位 仕入単価の上昇
	↗ 1位 需要の停滞	2位 需要の停滞
	↑ 3位 人件費以外の増加	3位 人件費の増加
小売業	↗ 1位 仕入単価の上昇	1位 需要の停滞
	↑ 2位 消費者ニーズの変化の対応	2位 仕入単価の上昇
	↓ 3位 需要の停滞	3位 人件費の増加
サービス業	→ 1位 従業員の確保難	1位 従業員の確保難
	↑ 2位 材料等仕入単価の上昇	2位 需要の停滞
	↘ 3位 需要の停滞	3位 人件費の増加

凡例・・・前期と比べて ↑: 上昇 ↓: 下降 →: 変動無 ↗: やや上昇 ↘: やや下降

3-4. 業界の動向に関する各社コメント

【製造業】

- ① 消費税の減税（撤廃）が必要です。
- ② トランプ関税問題のせいか様子見の状態です。積極性にかける。
- ③ 需要の減少傾向が続いている。
- ④ トラック市場では海外販売の台数が減少している。生産減少による売上高の減少により業況は悪い。
- ⑤ プレDC キャンペーンがらみの案件が増加。
- ⑥ 印刷業界は変化が急なのでついて行くために、より先を見なければいけないのが大変です。
- ⑦ 弊社での生産部品は、親会社へ100%供給しております。現在、親会社工場設備リノベーション中であり、弊社も追従して生産を落としております。

【建設業】

- ① 高卒社員1名は確保できているが、中間層の社員がいない。
- ② 物価上昇による公共事業の減少。
- ③ 引き合い物件の減少、技術者技能者の高齢化。若年者・資格保有者の確保難。
- ④ 当社は、地域のインフラ整備と自然災害に対応することで安心・安全、そして雇用を維持することで地域経済の安定に寄与すべく努めてきました。しかし、規制強化への対応による経費増といふ工事受注できるかわからない為、経営計画が立たない状態です。

【卸売業】

- ① 農業関係卸売業なので米の価格が上がれば農家の手取りが増えれば、関連する商品が活発な動きをする気がしています。農家の設備投資に期待しています。
- ② 営業スタッフの育成・教育やデジタル化の導入に関しての問題を抱えている。
- ③ お土産品に関しては、ホテル・旅館の売上減少が続く、回復の見通しは暗いです。売上が上昇している道の駅・駅売店等は参入が難しい。
- ④ 夏場は閑散期。
- ⑤ 需要の停滞により販売価格が上がらない。
- ⑥ 当社の日用品・雑貨品卸売部門については、メーカーと小売業者の間での価格競争や利益率の低下に直面している状況です。また石油部門については、ガソリン価格が高騰しており、主な原因としては円安の進行・産油国の減産・税制の構造・補助金の縮小等が上げられます。今後、トリガー条項の凍結解除や補助金の見直しなど、政策的な対応が求められます。また、地域によって価格差があるため、地元の価格動向を注視することも重要です。
- ⑦ 令和7年4月1日にビール会社4社を含む価格改定（値上げ）があり、3月に仮需要が発生し、その反動で4・5月の売上は大変厳しくなっています。
- ⑧ 物価高による消費者の購買意欲の低下。
- ⑨ 業績は順調に進捗しているものの、新規事業への投資コスト負担から採算は悪化しております。

【小売業】

- ① 顧客の年齢が高齢になり、客数が年々減少している状況です。「地域密着を大切に」をモットーにしてきましたが、店主や従業員も高齢ですので若い年齢層の人たちに受け入れてもらうには大変です。
- ② 大型店、中型店の進出による競争の激化と人件費の増加に対応。

【サービス業】

- ① 顧客の高齢化（顧客が亡くなる、遠方から来店できなくなる等）により来客者の減少が著しい。
- ② 人手不足、人件費高騰、物価高騰と経営環境は依然として厳しいとしか言えない。
- ③ 地元企業の動きが鈍い。お客様は首都圏からの団体が多い。県内は個人客中心で団体客は少ない。
- ④ 食材費などの物価高。接客スタッフの確保。