

PRESS RELEASE

2025. 7. 10

一般社団法人静岡県信用金庫協会

第75回県内信用金庫連携による合同景況調査結果

一般社団法人静岡県信用金庫協会（会長 田形 和幸）は、平成17年(2005年)10月以降、県内信用金庫連携による合同景況調査を実施しています。

各信用金庫が協力して取引先企業1,188社にアンケート調査を実施し、1,186社から得た回答（有効回答99.8%）をもとに、県内経済を支える地元企業を広く網羅して分析したものです。

静岡県信用金庫協会では、地域に密着した信用金庫ならではの情報提供を通じて地域に貢献し、信用金庫の存在意義を高めていきたいと考えております。

「県内中小企業等の景況感DI はやや悪化」

【概 況】

2025年4～6月の県内中小企業等の業況DI（企業の景況感を示す、「良い」とする企業割合から「悪い」とする企業割合を引いた数値）は、前回調査時（2025年1月～3月「以下同じ」）の▲14.5から▲16.2と▲1.7ポイントのやや悪化となった。

業種別にみると、小売業（前回調査▲24.0→今回調査▲21.5）はやや改善、不動産業（8.5→5.8）はプラス水準を維持したものの、サービス業（▲5.3→▲11.3）、卸売業（▲18.8→▲20.4）、製造業（▲23.1→▲24.0）は悪化、建設業（4.3→▲0.6）は悪化しマイナス化となった。

これを地区別の業況DIでみると、中部地区は悪化しマイナス化、東部地区、西部地区はやや改善（地区別の詳細は次頁のとおり）。なお、各地区とも、仕入価格や原材料価格の高騰が続いていることや、人手不足を経営課題として掲げている。

県内合計及び地区別DIの推移（全産業）

	2023年			2024年				2025年		
	4～6	7～9	10～12	1～3	4～6	7～9	10～12	1～3	4～6	7～9 (見通し)
東部地区	▲17.6	▲16.0	▲11.4	▲21.1	▲19.3	▲16.0	▲11.1	▲23.2	▲22.6	▲19.0
中部地区	▲9.8	▲7.3	▲7.7	▲15.5	▲11.1	▲7.8	▲6.7	5.6	▲12.3	▲15.1
西部地区	▲11.8	▲9.0	▲5.3	▲16.6	▲19.8	▲15.1	▲14.4	▲15.1	▲13.6	▲19.2
県内計	▲13.2	▲10.9	▲7.5	▲17.8	▲18.4	▲14.3	▲12.2	▲14.5	▲16.2	▲18.5

2025年7～9月の業況見通しは、中部、西部は悪化、東部は改善する予想となっていることから、県全体ではやや悪化となっている。

■東部

東部では、製造業が▲9.7ポイント(▲28.8⇒▲38.5)、建設業が▲6.8ポイント(0.0⇒▲6.8)、サービス業が▲4.1ポイント(▲14.3⇒▲18.4)と悪化したものの、卸売業は18.4ポイント(▲36.8⇒▲18.4)、小売業が9.5ポイント(▲36.9⇒▲27.4)、不動産業が9.1ポイント(▲9.1⇒0.0)と改善したことから、全産業ベースの業況DIは、前回調査時の▲23.2から▲22.6とほぼ横ばいであった。

製造業

業況は、原材料価格や人件費の高騰の影響が大きく収益の確保が難しいことから、悪化している。

今後の見通し(2025年7～9月期・以下同じ)としては、慢性的な人手不足や原材料費の高騰などは当面継続することから、業況は改善するものの引き続き高いマイナス水準を見込んでいる。

(事業者の声)

- ・原材料価格の高騰に伴う価格転嫁ができず、継続して値上げ交渉を行っている状況。自動車関連業を中心に米国関税の状況に着目している。(電気部品製造業)
- ・人材不足、賃金や原価の高騰の影響が大きい。価格転嫁の対応が重要。(機械部品製造)
- ・人手不足が否めず、今後も継続して人材募集を継続していく方針。業況に関しては前年と変化はないが、原材料価格が上昇傾向にあり、収益面への影響が懸念される。(加工紙、紙器印刷業)
- ・ティッシュペーパーは生活必需品のため景気の影響を受けにくいと考えられるが、人件費やパルプ紙の高騰などは収益面に直結する。これまで徐々に値上げを行い、価格転嫁には成功している。(ティッシュペーパー製造)

卸売業

業況は、仕入価格は上昇しているものの、価格転嫁ができていることによる売上の増加から、改善している。

今後の見通しとしては、人件費や燃料費等の上昇に伴う値上げ交渉が徐々に理解を得られていることから、業況はやや改善を見込んでいる。

(事業者の声)

- ・EC市場の成長やフラワーギフト需要は拡大傾向にあり、特に個人消費者向けのギフト市場、法人向けのギフト市場や開店祝い、オフィス装花の需要が伸びている。(生花卸売業)
- ・販路拡大の努力により売上は増加傾向。輸入関連事業であり、円高の影響もあることから比較的好調。(靴・衣料品・バッグ)
- ・最低賃金を上昇させた場合、社会保険料も増加し人件費の負担増が懸念されることから、雇用の調整が必要であり、不安がある。(文具販売・卸)
- ・学校給食の予算により、業況が悪化する可能性がある。(学校給食用食品卸売業)

小売業

業況は、仕入価格の上昇はあるものの収益の増加から、改善している。

今後の見通しとしては、引き続き売上、収益の増加が予想されることから、業況は改善を見込んでいる。

(事業者の声)

- ・お米不足により在庫が足りていない状況であるものの売上は上昇しており、業況は回復傾向である。(米穀類)
- ・地元根付いた営業で固定客はいるが、インターネット販売による新規顧客の獲得を推進している。(醤油・味噌等小売業)
- ・商店街から客足が遠のいていることや大手小売店の安売りの影響を受けて売上は低迷。高齢の固定客を増やすことが課題。(衣料品販売)
- ・原材料価格、輸送コスト、人件費等の上昇により販売価格も高騰し、さらには若者の漬物離れ等、今後も厳しい状況が続く為、ECサイトの導入やインバウンド対応等、販路を拡大する予定。(食料品小売業)

サービス業

業況は、材料価格の上昇や人件費の増加により売上、収益ともマイナス基調が続いていることから、悪化している。

今後の見通しとしては、材料価格の高止まりが懸念される中、売上、収益ともに厳しい状況が続くものと想定されることから、業況は悪化を見込んでいる。

(事業者の声)

- ・売上、収益ともに前期および昨年同期に比べ減少。タクシーの台数など設備は整っているが、人材が定着しないという課題を抱えている。(タクシー)
- ・業界全体で人手不足が課題となっており、労働環境の見直しが必要。(宿泊業)
- ・人手不足に対応するため社員一人一人のスキルアップを図っているが、一人当たりの負担増、残業時間の増加につながっている。(遊技業)
- ・ゴールデンウィークの予約状況は低調であった。(旅館)

建設業

業況は、公共事業が年度末で落ち着いたことによる売上、収益の減少から、悪化している。

今後の見通しは、人手不足や材料価格の上昇などはあるものの、業況は改善を見込んでいる。

(事業者の声)

- ・秋口まで公共工事の受注はない状況であり、現在は民間の下請工事を主に行っている。受注高の減少及び原材料の高騰により収益状況は厳しい。(土木工事)
- ・業界内で他社から管理者の引抜きが増えている。対策として働き方改革に着手し年間の休日カレンダーを作成するようになった。(公共工事主体)
- ・材料価格の上昇や売上の停滞、同業者間との競争の激化などの課題に対して、情報力の強化、技術力の向上、経費の削減により収益を増やそうと努力している。(総合建設業)
- ・建材の価格高騰に歯止めがきかない状況で、価格転嫁が追いついていない。業界全般として職人不足であり、課題は多く、負担が大きくなるばかりである。(建築工事)

不動産業

業況は、全体的に安定して推移し、売上や収益が増加傾向にあることから、改善している。

今後の見通しとしては、物価高騰などにより消費者の購買意欲が上がらないことから、業況は悪化を見込んでいる。

(事業者の声)

- ・業況は、堅調に推移しているが、建築資材高騰により住宅用地の取引は減少しており、危惧している。(不動産代理・仲介)
- ・建売住宅が増え続けており、相変わらず供給過多の状況になっている。(不動産売買・仲介業)
- ・新築一戸建て建築を控えている影響もあり、土地の売買は少ない。仕入価格が上昇していることを懸念している(土地の分譲・仲介)
- ・電子化が進み来客は減少し、メールでのやり取りなど非対面におけるアクセス方法が必須となる。(不動産仕入、販売)

■中部地区

中部では、建設業が(14.8⇒11.5)プラス水準を維持しているものの、不動産業が▲28.1ポイント(19.0⇒▲9.1)、小売業が▲27.8ポイント(3.7⇒▲24.1)、卸売業が▲21.8ポイント(10.7⇒▲11.1)、サービス業が▲13.4ポイント(9.1⇒▲4.3)と悪化しマイナス化、製造業が▲15.4ポイント(▲7.7⇒▲23.1)と悪化したことから、全産業ベースの業況DIは、前回調査時の5.6から▲12.3へと▲17.9ポイント悪化しマイナス化となった。

製造業

業況は、原材料価格の高騰や人件費の増加、人手不足といった慢性的な課題に加えて、米国関税措置と為替変動に伴う影響があることから、悪化している。

今後の見通しとしては、売上、収益共に減少傾向にあることから、業況はやや悪化を見込んでいる。

(事業者の声)

- ・労務費、人件費等が増加する一方値上げもなかなか難しい状況にある。コロナ禍で特需のあったECサイトの売上も最近は伸び悩んでいる。(削り節・鯉節製造)
- ・人材確保が難しく、対策として省人化の為の設備投資を進めている。(自動車部品製造)
- ・米国関税の影響を受け、受注が大幅に減少している。現状経営に問題はないが、今後の先行きが見通せず不安である。(産業用機械部品製造)
- ・海外からの人材を雇用して人手不足は改善できたものの、人件費や原材料の高騰に対して悩みを抱えている。今後は管理職の研修等を実施して内部体制を整えていきたい。(制御盤製造)
- ・近時の抹茶ブームにより外国人観光客をターゲットにした施設への新規の販路拡大が決まる等、積極的な営業活動が実っている。(茶菓子製造)

卸売業

業況は、仕入価格の上昇に伴う利幅の縮小や物価高騰による消費者の節約志向の強まりの影響を受けていることから、悪化しマイナス化となった。

今後の見通しとしては、一連の物価高騰による影響は容易に打開できる様なものではなく、このままでは更なる悪化も懸念されると悲観する見方が多いことなどから、業況は悪化を見込んでいる。

(事業者の声)

- ・価格転嫁は徐々に浸透しつつあるが、利益率は以前の水準に戻ることはないと考える。(食料品卸売)
- ・近年、災害や気候変動により青果の単価が上昇しているため、売上は増加している。一方、売上原価も上がり、収益は前年より減少している。(青果卸売)
- ・現状、水産物の水揚げ量が芳しくなく業況はあまり良くないものの、今後は漁獲量も回復すると見込んでいる。(魚類卸)
- ・インドネシアから輸入している鯉節の仕入価格は依然為替の影響もあり不安定であるが、業況自体は安定している。(節類卸)

小売業

業況は、価格転嫁の一服により利益が減少傾向にあり、物価高騰に伴う消費者の節約志向への強まりを受け苦戦を強いられていることから、悪化してマイナス化となった。

今後の見通しとしては、価格情勢が落ち着いてくるのではないかと希望の観測がある一方、消費者の節約志向は依然として根強いことから、業況は横ばいを見込んでいる

(事業者の声)

- ・物価高騰の影響により価格転嫁を強いられているが、お客様とのつながりを大切に商売しているため、安易な値上げに踏み切れない部分もあり苦しい。(茶小売)
- ・消費者の購買意欲の低下による売上の減少を懸念。(自動車販売・整備)
- ・近隣に大型スーパーが出店した影響で、競争が激化している。また当社においては、建物の老朽化に対応した取り組みが必要となっている。(食料品販売)
- ・仕入や販売価格が1~3月と比較してやや下降している中で、売上、収益共に増加傾向にある。今後も同様の傾向が予想されるが、人手不足や他店との競争激化が目下の課題となっている。(燃料油販売)
- ・家電の仕入価格は高騰しているが、販売のみならず、修理、点検も行っている為、利益は確保できている。(家電小売)

サービス業

業況は、慢性的な人材不足、材料や経費等の高騰が著しい中で価格転嫁が追いつかず、又、消費者の節約志向の高まりを受けたことなどから、悪化してマイナス化となった。

今後の見通しとしては、物価高騰の影響により消費者の節約志向が当面続くとの予想から、業況は悪化を見込んでいる。

(事業者の声)

- ・年明け以降ドライバーを増員しているものの、依然として人手不足の状況は解消されておらず、厳しい状況が続いている。(タクシー業)
- ・同業者間の競争が厳しく特色ある取組みが必要であり、現在食育に力を入れるべく自園での給食提供のため給食棟を建設している。(幼稚園)
- ・仕入価格の高騰や従業員の確保など、経営課題が山積しており、抜本的な経営改善計画についても見通しが立っていない。飲食店の抱える問題が長期的且つ慢性化しており、非常に厳しい業況となっている。(飲食業)
- ・当社では挨拶を中心とした従業員教育に注力している。活発な印象が会社のイメージを良化させ、取引先との良好な関係性を構築できるものと取組みを強化している。(茶製品運搬・保管業務)
- ・コロナ禍が明け、ホテルの客室修繕工事も完了したことから売上、収益はやや回復傾向にある。(ホテル宿泊)

建設業

業況は、年度末の公共工事等による需要が一巡して売上や受注残はやや減少傾向にあるものの、請負価格への転嫁が進んでいることから、プラス水準を維持している。

今後の見通しとしては、人手不足や原材料価格の上昇により売上や収益の減少が予想されることから、業況はプラス幅が縮小するものの、引き続きプラス水準を見込んでいる

(事業者の声)

- ・大型工事受注に伴い売上は増加の見込み。原価高騰により利益の確保が厳しくなっている。(総合工事)
- ・材料価格が上昇して収益が伸び悩んでいる。人材についても慢性的に不足しており、なかなか採用までには結びつかないため、今後は省人化へと舵を切る予定である。(土木工事)
- ・材料価格は、ほぼ毎月上昇している。また、相見積もりを取られる案件が増えてきている。(塗装工事)
- ・住宅ローン金利が上昇しており、消費者の購買意欲が低下している。(一般住宅建設)
- ・住宅ローンの申請金額が高額化しており与信審査の否決が増え受注の機会を失っている。(一般住宅)

不動産業

業況は、住宅価格の高騰や在庫不足等による影響から、悪化しマイナス化となった。

今後の見通しとしては、中古物件やリフォーム工事へと活路を見出そうとするものの、住宅価格や金利の上昇を受け売上、収益共に減少傾向にあることから、業況は悪化を見込んでいる。

(事業者の声)

- ・不動産価格が高騰しており、購入に二の足を踏んでいる顧客が多い。(不動産売買)
- ・目下、人材確保にはかなり苦戦しており、経営上の懸念材料となっている。(不動産業)
- ・古民家物件の問い合わせが増えてきている。(不動産管理・仲介)
- ・代表取締役が高齢になってきたため、事業継承について考え始めた。(売買仲介)
- ・大手住宅メーカーとの繋がりができたため、売上は増加傾向にある。(不動産仲介)

■西部地区

西部では、サービス業が▲4.6ポイント(▲2.4⇒▲7.0)、卸売業が▲4.2ポイント(▲20.5⇒▲24.7)、建設業が▲3.9ポイント(3.9⇒0.0)と悪化したものの、小売業が6.6ポイント(▲19.1⇒▲12.5)、製造業が4.1ポイント(▲23.7⇒▲19.6)、不動産業が1.6ポイント(15.4⇒17.0)と改善したことから、全産業ベースの業況DIは前回調査時の▲15.1から▲13.6へと1.5ポイントのやや改善となった。

製造業

業況は、米国の関税政策による影響が懸念されるものの、受注は堅調に推移しており、価格転嫁も進展していることから改善している。

今後の見通しとしては、先行き不透明感が強く、売上や受注残の減少が予想されることから、業況は悪化を見込んでいる。

(事業者の声)

- ・価格高騰分を販売価格に転嫁している。(楽器)
- ・海外向け商品の強化により、輸出の売上高が大幅に増加した。(茶製造)
- ・主要取引先からの受注状況は安定しているが、今後は新たな販路を拡大していきたい。(住宅用建材製造)
- ・米国関税の影響による大手メーカーの減産を危惧している。(二輪車)
- ・人手不足感はあるものの、まずは社内の教育体制を見直すことが先決であると考えている。米国関税の影響は目下の懸念事項である。(エンジン部品製造)
- ・中国のレアアースの輸出制限による影響を不安視している。(輸送機器部品)

卸売業

業況は、物価高騰による消費者の購買意欲の減退や同業他社との競争激化による売上、収益の減少から、悪化している。

今後の見通しとしては、価格転嫁や経費削減による収益の増加から、業況は改善を見込んでいる。

(事業者の声)

- ・同業他社との競争激化により売上、収益は減少傾向にある。(寝具品ほか、同意見複数)
- ・米国関税の影響により市場が停滞している。(機械工具ほか、同意見複数)
- ・物価高により仕入価格が高騰し、販売価格へ転嫁しているものの、消費者の購買意欲低下が売上に影響を及ぼしている。(珍味・菓子卸売)
- ・小売店と提携したプライベート商品により売上が増加している。(食品)
- ・仕入価格や経費の上昇分を価格に転嫁し、利益確保ができています。(日用品)

小売業

業況は、物価の高騰に対する価格転嫁が進展したことによる売上、収益の増加から、改善している。

今後の見通しとしては、猛暑による外出控えなどによる購買意欲の低下から、業況は悪化を見込んでいる。

(事業者の声)

- ・海外進出店が堅調に推移し、国内販売も順調なことから増収ペースで推移している。(食料品小売)
- ・仕入価格の上昇を価格転嫁し、適正価格にて販売している。(楽器ほか同意見複数)
- ・新車の納期が長期化しており、中古車の需要が増加している。(自動車)
- ・ガソリン価格が高騰している中、他社との差別化を図ることで顧客の維持・獲得を図っている。(燃料小売)
- ・猛暑に加え、若年層のお客離れで売上の減少が見込まれる。(衣料品)

サービス業

業況は、インバウンドの増加はみられるものの、全体的には物価上昇に伴う値上げによる来店客数の減少や売上の減少から、悪化している。

今後の見通しとしては、消費者の物価上昇に対する理解が進み、イベントなどでの消費行動が増えることから、業況は改善を見込んでいる。

(事業者の声)

- ・メニューの一斉値上げを行った結果、来店客数は減少している。(飲食、同意見複数)
- ・材料費の高騰、特に米の価格が上昇し、利益率は悪化している。(飲食、同意見複数)
- ・個人客であるビジネス客や観光客は伸び悩んでいる状況である。(宿泊)
- ・団体客は、インバウンドが前年より増加している。(宿泊)
- ・地域性を活かした営業展開を行い、小規模ながら固定客を確保できている。(理容)
- ・夏のイベントに向けて警備の仕事が増加する見込みだが、人材不足や人件費の増加が懸念材料となっている。(霊柩運送・警備業)

建設業

業況は、年度末工事が終了したことによる売上の減少から、悪化した。

今後の見通しとしては、新たな公共工事を期待しているものの人材確保に不安があることから、業況は悪化を見込んでいる。

(事業者の声)

- ・以前よりも大手の参入が増え、工事受注の競争が激しくなっている。(総合建設業)
- ・現場の人員が不足しており、失注が発生している。(土木・建築一式)
- ・昨年度に賃上げを実施したが、依然として人手不足が最大の経営課題である。(土木・建築一式)
- ・業況に大きな変化は無く、堅調に推移している。作業場の使い勝手が悪い為、新たな工場取得を考えている。(鉄筋工事)
- ・資材値上がり後の住宅価格が浸透しており、前年度よりも受注が好調である。(建設業)
- ・外国人技能実習生の受け入れにより、人材を確保した。(建設業ほか、同意見複数)

不動産業

業況は、建築資材の高騰などによる住宅関連費用が増加傾向であるものの、コロナ禍後の人流の活発化が後押しとなったことから、やや改善している。

今後の見通しとしては、物価高騰や金利上昇の影響を受けているものの、プラス水準を維持すると見込みでいる。

(事業者の声)

- ・最近、賃貸物件の空室期間が非常に短く、早期に埋まることが多い。(不動産賃貸業)
- ・中古物件への問い合わせが増加しており、リフォーム等の提案により収益拡大を目指している。(不動産仲介業)
- ・相続に関連した案件が増えている。(不動産賃貸業、同意見複数)
- ・建築資材の高騰により、より安価な土地を求める顧客が増加して利幅を圧迫している。(不動産仲介業・売買)
- ・家賃を上げるのが難しいので、物価上昇による経費の増加に対処できない懸念がある。(不動産賃貸業)

[お問い合わせ先]

(一社)静岡県信用金庫協会

電話：054-255-5530

1. 業況(全業種)

	今回調査(2025年4～6月期)						前回調査(2025年1～3月期)					
	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	DI	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	DI
東部地区	3.5%	12.8%	44.8%	32.1%	6.8%	▲ 22.6	3.5%	12.8%	44.1%	29.2%	10.4%	▲ 23.2
中部地区	2.2%	16.2%	50.8%	26.3%	4.5%	▲ 12.3	6.8%	20.3%	51.4%	17.5%	4.0%	5.6
西部地区	2.0%	16.0%	50.3%	25.7%	6.0%	▲ 13.6	1.2%	14.5%	53.5%	25.6%	5.2%	▲ 15.1
県内合計	2.5%	15.0%	48.7%	27.8%	6.0%	▲ 16.2	2.8%	14.8%	50.3%	25.5%	6.6%	▲ 14.5

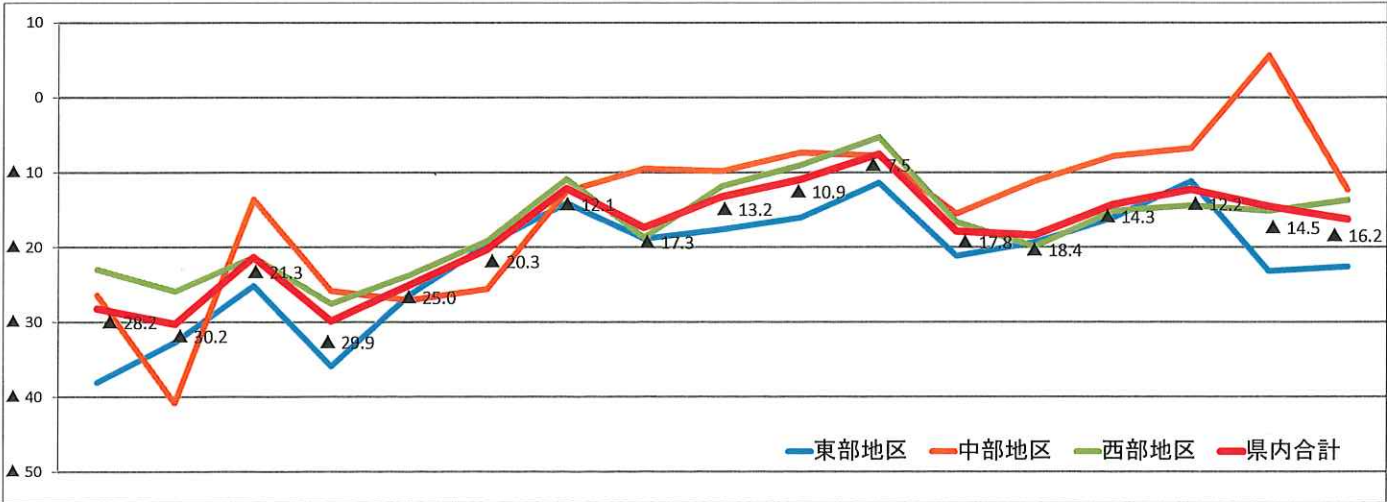
2. 業況予想(全業種)

	2025年7月～9月の業況予想					
	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	DI
東部地区	3.8%	12.5%	48.4%	28.5%	6.8%	▲ 19.0
中部地区	2.8%	10.6%	58.1%	25.1%	3.4%	▲ 15.1
西部地区	1.6%	10.4%	57.0%	26.2%	4.9%	▲ 19.2
県内合計	2.4%	11.1%	54.5%	26.8%	5.2%	▲ 18.5

3. 業況(DI)の推移(全業種)

	2021年 4～6月期	2021年 7～9月期	2021年 10～12月期	2022年 1～3月期	2022年 4～6月期	2022年 7～9月期	2022年 10～12月期	2023年 1～3月期	2023年 4～6月期	2023年 7～9月期	2023年 10～12月期	2024年 1～3月期	2024年 4～6月期	2024年 7～9月期	2024年 10～12月期	2025年 1～3月期	2025年 4～6月期
東部地区	▲ 38.0	▲ 32.7	▲ 25.1	▲ 35.9	▲ 26.4	▲ 19.6	▲ 14.1	▲ 18.9	▲ 17.6	▲ 16.0	▲ 11.4	▲ 21.1	▲ 19.3	▲ 16.0	▲ 11.1	▲ 23.2	▲ 22.6
中部地区	▲ 26.4	▲ 40.8	▲ 13.6	▲ 25.8	▲ 27.0	▲ 25.6	▲ 12.5	▲ 9.4	▲ 9.8	▲ 7.3	▲ 7.7	▲ 15.5	▲ 11.1	▲ 7.8	▲ 6.7	5.6	▲ 12.3
西部地区	▲ 23.0	▲ 25.9	▲ 21.3	▲ 27.5	▲ 23.7	▲ 19.1	▲ 10.9	▲ 18.7	▲ 11.8	▲ 9.0	▲ 5.3	▲ 16.6	▲ 19.8	▲ 15.1	▲ 14.4	▲ 15.1	▲ 13.6
県内合計	▲ 28.2	▲ 30.2	▲ 21.3	▲ 29.9	▲ 25.0	▲ 20.3	▲ 12.1	▲ 17.3	▲ 13.2	▲ 10.9	▲ 7.5	▲ 17.8	▲ 18.4	▲ 14.3	▲ 12.2	▲ 14.5	▲ 16.2

県内合計及び地区別DIの推移(全産業)



資料 2

・業種別業況

1. 東部地区

	今回調査(2025年4～6月期)						前回調査(2025年1～3月期)					
	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	DI	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	DI
製造業	1.9%	11.5%	34.6%	44.2%	7.7%	▲ 38.5	3.8%	13.5%	36.5%	30.8%	15.4%	▲ 28.8
卸売業	0.0%	18.4%	44.7%	34.2%	2.6%	▲ 18.4	2.6%	13.2%	31.6%	34.2%	18.4%	▲ 36.8
小売業	4.8%	11.9%	39.3%	33.3%	10.7%	▲ 27.4	4.8%	7.1%	39.3%	34.5%	14.3%	▲ 36.9
サービス業	2.0%	12.2%	53.1%	28.6%	4.1%	▲ 18.4	0.0%	14.3%	57.1%	26.5%	2.0%	▲ 14.3
建設業	6.8%	13.6%	52.5%	22.0%	5.1%	▲ 6.8	5.1%	18.6%	52.5%	20.3%	3.4%	0.0
不動産業	5.9%	11.8%	64.7%	11.8%	5.9%	0.0	3.0%	12.1%	60.6%	24.2%	0.0%	▲ 9.1
全業種	3.5%	12.8%	44.8%	32.1%	6.8%	▲ 22.6	3.5%	12.8%	44.1%	29.2%	10.4%	▲ 23.2

2. 中部地区

	今回調査(2025年4～6月期)						前回調査(2025年1～3月期)					
	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	DI	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	DI
製造業	0.0%	15.4%	46.2%	32.7%	5.8%	▲ 23.1	7.7%	13.5%	50.0%	25.0%	3.8%	▲ 7.7
卸売業	0.0%	18.5%	51.9%	25.9%	3.7%	▲ 11.1	7.1%	21.4%	53.6%	14.3%	3.6%	10.7
小売業	3.4%	13.8%	41.4%	34.5%	6.9%	▲ 24.1	0.0%	25.9%	51.9%	18.5%	3.7%	3.7
サービス業	4.3%	13.0%	60.9%	17.4%	4.3%	▲ 4.3	4.5%	22.7%	54.5%	13.6%	4.5%	9.1
建設業	7.7%	19.2%	57.7%	15.4%	0.0%	11.5	7.4%	25.9%	48.1%	14.8%	3.7%	14.8
不動産業	0.0%	18.2%	54.5%	22.7%	4.5%	▲ 9.1	14.3%	19.0%	52.4%	9.5%	4.8%	19.0
全業種	2.2%	16.2%	50.8%	26.3%	4.5%	▲ 12.3	6.8%	20.3%	51.4%	17.5%	4.0%	5.6

3. 西部地区

	今回調査(2025年4～6月期)						前回調査(2025年1～3月期)					
	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	DI	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	DI
製造業	1.8%	16.6%	43.7%	30.4%	7.5%	▲ 19.6	1.5%	13.8%	45.6%	31.5%	7.5%	▲ 23.7
卸売業	0.0%	11.7%	51.9%	31.2%	5.2%	▲ 24.7	0.0%	11.5%	56.4%	28.2%	3.8%	▲ 20.5
小売業	3.1%	10.9%	59.4%	20.3%	6.3%	▲ 12.5	0.0%	16.2%	48.5%	32.4%	2.9%	▲ 19.1
サービス業	0.0%	14.0%	65.1%	16.3%	4.7%	▲ 7.0	2.4%	9.5%	73.8%	11.9%	2.4%	▲ 2.4
建設業	4.0%	17.3%	57.3%	17.3%	4.0%	0.0	1.3%	18.4%	64.5%	11.8%	3.9%	3.9
不動産業	4.3%	25.5%	57.4%	12.8%	0.0%	17.0	1.9%	19.2%	73.1%	5.8%	0.0%	15.4
全業種	2.0%	16.0%	50.3%	25.7%	6.0%	▲ 13.6	1.2%	14.5%	53.5%	25.6%	5.2%	▲ 15.1

4. 県内合計

	今回調査(2025年4～6月期)						前回調査(2025年1～3月期)					
	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	DI	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	DI
製造業	1.6%	15.4%	42.0%	33.6%	7.4%	▲ 24.0	2.7%	13.7%	44.2%	30.7%	8.8%	▲ 23.1
卸売業	0.0%	14.8%	50.0%	31.0%	4.2%	▲ 20.4	2.1%	13.9%	49.3%	27.1%	7.6%	▲ 18.8
小売業	4.0%	11.9%	46.9%	28.8%	8.5%	▲ 21.5	2.2%	13.4%	44.7%	31.3%	8.4%	▲ 24.0
サービス業	1.7%	13.0%	59.1%	21.7%	4.3%	▲ 11.3	1.8%	14.2%	62.8%	18.6%	2.7%	▲ 5.3
建設業	5.6%	16.3%	55.6%	18.8%	3.8%	▲ 0.6	3.7%	19.8%	57.4%	15.4%	3.7%	4.3
不動産業	3.9%	19.4%	59.2%	14.6%	2.9%	5.8	4.7%	17.0%	65.1%	12.3%	0.9%	8.5
全業種	2.5%	15.0%	48.7%	27.8%	6.0%	▲ 16.2	2.8%	14.8%	50.3%	25.5%	6.6%	▲ 14.5

資料 3
・業種別予想

1. 東部地区

	2025年7月～9月の業況予想					
	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	DI
製造業	1.9%	11.5%	40.4%	36.5%	9.6%	▲ 32.7
卸売業	2.6%	15.8%	47.4%	31.6%	2.6%	▲ 15.8
小売業	6.0%	13.1%	41.7%	28.6%	10.7%	▲ 20.2
サービス業	2.0%	8.2%	57.1%	30.6%	2.0%	▲ 22.4
建設業	5.1%	18.6%	52.5%	20.3%	3.4%	0.0
不動産業	5.9%	5.9%	70.6%	11.8%	5.9%	▲ 5.9
全業種	3.8%	12.5%	48.4%	28.5%	6.8%	▲ 19.0

2. 中部地区

	2025年7月～9月の業況予想					
	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	DI
製造業	1.9%	7.7%	55.8%	28.8%	5.8%	▲ 25.0
卸売業	0.0%	11.1%	63.0%	25.9%	0.0%	▲ 14.8
小売業	3.4%	6.9%	55.2%	31.0%	3.4%	▲ 24.1
サービス業	8.7%	4.3%	65.2%	17.4%	4.3%	▲ 8.7
建設業	3.8%	23.1%	53.8%	19.2%	0.0%	7.7
不動産業	0.0%	13.6%	59.1%	22.7%	4.5%	▲ 13.6
全業種	2.8%	10.6%	58.1%	25.1%	3.4%	▲ 15.1

3. 西部地区

	2025年7月～9月の業況予想					
	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	DI
製造業	1.5%	10.3%	49.2%	32.6%	6.3%	▲ 27.2
卸売業	0.0%	10.4%	59.7%	26.0%	3.9%	▲ 19.5
小売業	3.1%	9.4%	54.7%	28.1%	4.7%	▲ 20.3
サービス業	0.0%	11.6%	74.4%	11.6%	2.3%	▲ 2.3
建設業	2.7%	6.7%	72.0%	14.7%	4.0%	▲ 9.3
不動産業	2.1%	17.0%	70.2%	10.6%	0.0%	8.5
全業種	1.6%	10.4%	57.0%	26.2%	4.9%	▲ 19.2

4. 県内合計

	2025年7月～9月の業況予想					
	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	DI
製造業	1.6%	10.3%	48.0%	33.1%	7.0%	▲ 28.1
卸売業	0.7%	12.0%	57.0%	27.5%	2.8%	▲ 17.6
小売業	4.5%	10.7%	48.6%	28.8%	7.3%	▲ 20.9
サービス業	2.6%	8.7%	65.2%	20.9%	2.6%	▲ 12.2
建設業	3.8%	13.8%	61.9%	17.5%	3.1%	▲ 3.1
不動産業	2.9%	12.6%	68.0%	13.6%	2.9%	▲ 1.0
全業種	2.4%	11.1%	54.5%	26.8%	5.2%	▲ 18.5