

調査レポート

RESEARCH
REPORT

令和7年12月期 景気見通し調査

業界の景況は全体として3期連続改善となりましたが改善幅は縮小し、飲食業では前回から大幅にポイントを下げました。また、労働力不足への懸念も強まっています。

なお、価格転嫁の状況については、小規模事業所の価格転嫁の難しさが改めて示される結果となりました。

調査概要

○調査時期

令和7年11月25日(火)～12月2日(火)

○調査方法 FAX・Google

フォームからの回答受付

○調査対象 会員小規模事業所

1975件

○回答数 415件 (回答率21.0%)

(D-I値とは…)

ディフュージョン・インデックス

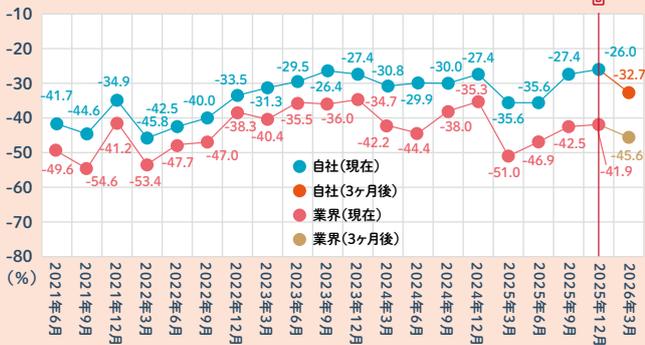
(Diffusion Index)の略で景気動向を示す指標。「良い」「上昇した」とする割合から「悪い」「下落した」とする割合を差し引いたもの。

業界・自社の景況

業界の景況について、現在D-I値は▲41.9と3期連続で改善したが、改善幅は縮小した。一方、先行D-I値は▲45.6と悪化の予測となった。(グラフ1) 業種別みると、飲食業では現在D-I値で▲57.7(ー16.5ポイント)と前回調査から大幅に下げ、物価高騰による消費抑制を懸念する声も聞かれた。

自社の景況は、現在D-I値が▲26.0とわずかな改善に留まった。また、先行D-I値は▲32.7と悪化の見通しとなった。

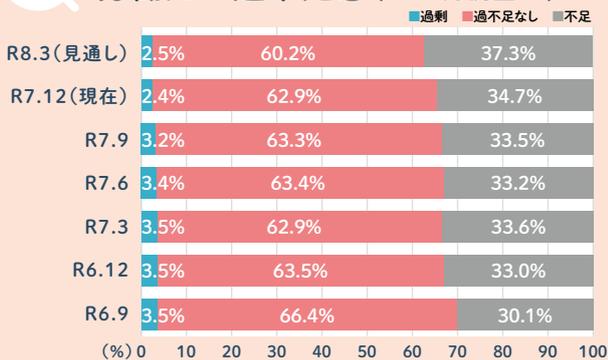
グラフ1 業界・自社の景況



業種	前回との調査比較					
	業界の景況	自社の景況	売上高	販売価格	仕入価格	採算
全業種	↑	↑	↑	↓	↑	↑
製造業	↑	↑	↑	↓	↑	↑
建設業	↓	↑	↑	↓	↑	↑
小売業	↑	↓	↓	↑	↓	↓
卸売業	↓	↓	↑	↓	↑	↓
サービス業	↓	↓	↓	↑	↓	↑

※青の矢印は改善、赤の矢印は悪化を表しています

グラフ2 労働力の過不足感(R6.9月調査～)



労働力

労働力については、「不足」が34.7%と2期連続で増加となった。また、3ヶ月後も37.3%と不足感が強まる見通しとなった。(グラフ2)

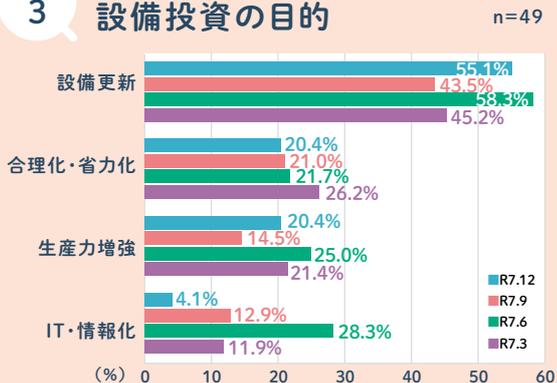
業種別みると、建設業で「不足」が50.5%(ー1.2%)、サービス業で「不足」が41.6%(ー1.3%)と不足感は若干弱まったが、依然として人手不足の状況は継続している結果となった。清掃サービス業の事業所からは「人手を確保できていないため、受注を断念せざるを得ない状況だ」と、人手不足が機会損失を招いていることもわかった。

設備投資

今後3か月以内の設備投資計画は、「投資計画あり」が11・8%（1・2・1ポイント）、「投資計画なし」は88・2%（12・1ポイント）となり、前回調査と比較し設備投資の動きがわずかに弱まる見通しとなった。

なお、「投資計画あり」と回答した事業所の投資内容では、「設備更新」が55・1%と最も多く、次に「合理化・省力化」、「生産力増強」が20・4%で並び、「IT・情報化」は4・1%となった。また、「合理化・省力化」「生産力増強」「IT・情報化」の合計は44・9%（13・5ポイント）と、成長投資の割合は減少した。（グラフ3）

グラフ3 設備投資の目的

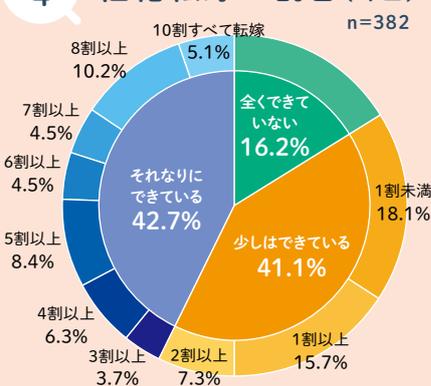


特別調査

「コスト上昇に対する価格転嫁などの現状」

物価高の状況が続く中、自社の商品やサービスにおいて、コスト上昇分を販売価格にどの程度価格転嫁できているかを尋ねたところ、「それなりにできている（転嫁の割合が3割以上）」が42・7%（前年同期比+0・3ポイント）と最多となった。一方、「全くできていない」も16・2%と前年同期比から3・3ポイント増え、小規模事業所の価格転嫁の難しさが改めて示される結果となった。（グラフ4）

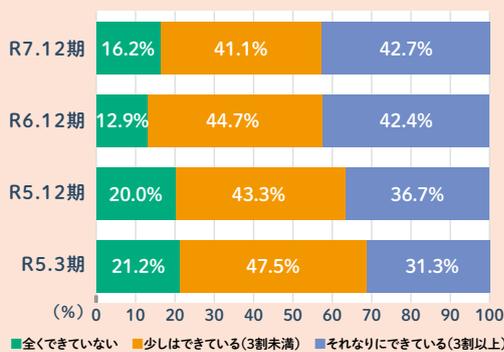
グラフ4 価格転嫁の割合（今回）



また、コスト上昇分に対する販売価格への転嫁度合いを示す価格転嫁率は34・0%となった。これはコストが100円上昇した場合に34円しか販売価格に転嫁できていないことを示しており、コスト上昇分の6割以上を事業

所が負担している現状が明らかとなった。なお、前年同期の調査で36・4%だったことから、転嫁度合いはわずかに縮小した。

グラフ5 価格転嫁の割合（過去比較）



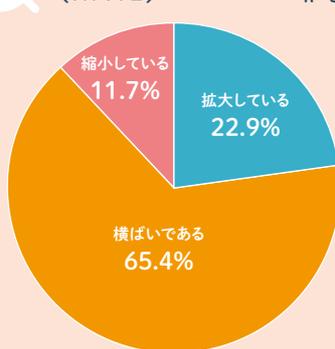
※価格転嫁率：各選択肢の中央値に各回答者数を乗じ、加算したものを全回答者数で除したものを「全くできていない」は除く

そして、昨年の同時期と比較した価格転嫁率を尋ねたところ、「拡大」は22・9%にとどまり、「縮小」は11・7%だった。なお、変化がなかった「横ばい」は65・4%と半数以上を占めた。（グラフ6）

価格転嫁を行うにあたって支障となることについて尋ねたところ、「他社との価格競争や値上げによる買い控え

に関する懸念」が51・8%と最多となった。同業他社の動向、消費者の節約志向などを考慮し、思い切った転嫁に踏み込めない事業所が多いことが推察される。

グラフ6 価格転嫁状況の変化 (R7.12)



また、価格転嫁ができた要因を尋ねたところ、「業界全体における理解の進展」が57・1%と最多で、次いで「取引先（顧客）への価格改定のお知らせ」が51・0%、「日頃から取引先（顧客）へコストに影響しそうな情報を共有」が42・5%と続いた。

お問い合わせ

福井商工会議所
金融・会計相談課

TEL
0776-33-8284

詳しくはこちら

