

2026 年 7 月～9 月期中小企業景況調査結果について

～中小企業の景況感、2 期ぶりに改善～

愛知県では、県内の中小企業の景況を把握するため、製造業、卸・小売業、建設業及びサービス業を営む県内の中小企業 2,000 社を対象とし、四半期ごとにアンケート方式により経営の動向などを調査しています。

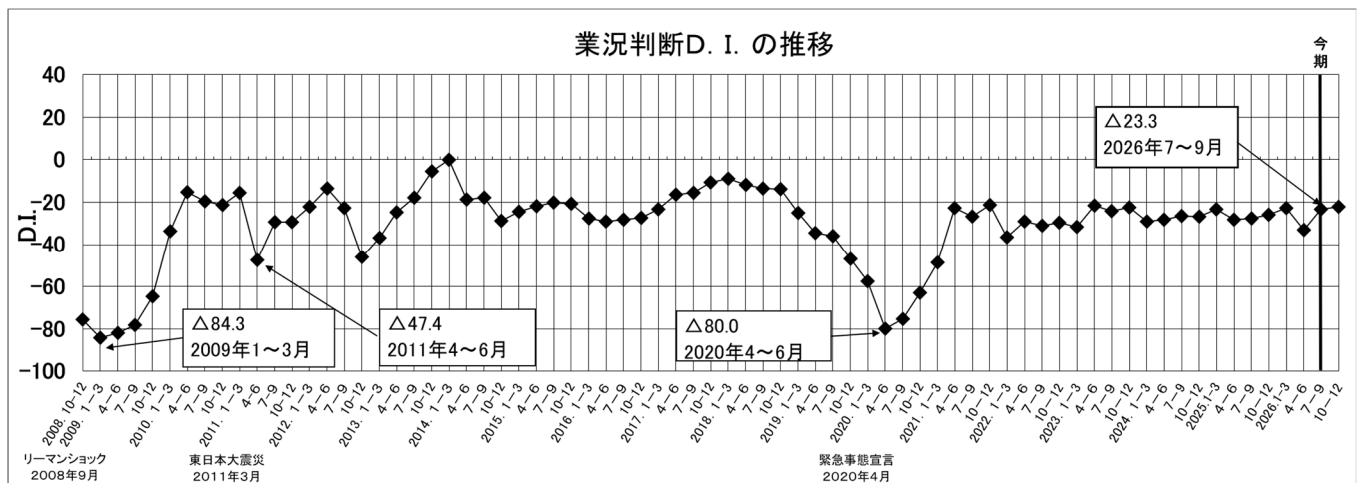
この度、2026 年 7 月～9 月期の調査結果を別添のとおり取りまとめましたので、お知らせします。

調査結果では、今期は、業況判断、売上及び採算の各 D.I.（業況判断指数）で前期実績を上回りました。来期も、業況判断、売上及び採算の各 D.I. で前期実績を上回る見通しです。

- ・調査期間 2026 年 9 月 1 日から 9 月 10 日まで
- ・調査対象 愛知県に本社を置く中小企業から 2,000 社を無作為抽出
- ・調査業種 製造業、卸・小売業、建設業、サービス業（物品賃貸業、情報サービス業、広告業の 3 業種。宿泊業、飲食サービス業は調査対象外）
- ・調査回答数 1,016 社（50.8%）

○業況判断 D.I.

- ・業況判断 D.I. は $\Delta 23.3$ ポイントで、前期（2026 年 4 月～6 月期）に比べ 9.7 ポイント上昇しました。
- ・産業別で見ると、製造業は 14.4 ポイント、卸・小売業は 3.1 ポイント、建設業は 13.0 ポイント上昇し、サービス業が 4.3 ポイント低下しました。
- ・来期（2026 年 10 月～12 月期）では、全産業で $\Delta 22.2$ ポイントとなり 1.1 ポイント上昇する見通しとなりました。



<エネルギー・原材料価格の高騰の影響>

○仕入価格等D.I.（別添 p. 8）

- ・製造業の主要原材料価格D.I.は80.5ポイントと、前期実績から3.4ポイント低下しました。一方、建設業の主要資材価格D.I.は77.4ポイントと、前期実績から15.4ポイント低下しました。

仕入価格等 「上昇」－「低下」	業種	2025年7-9月期	2025年10-12月期	2026年1-3月期	2026年4-6月期	2026年7-9月期 (今期)
主要原材料 価格D.I.	製造業	66.0	65.8	67.8	83.9	80.5
仕入価格 D.I.	卸・小売業	81.9	76.2	75.1	76.2	78.7
主要資材 価格D.I.	建設業	75.0	84.4	83.1	92.8	77.4

<中東情勢の影響>

○影響の有無について（別添 p. 11）

- ・全産業では、「すでに影響が出ている」と回答した企業の割合が65.0%と最も高い結果となり、前期実績と変化はありませんでした。
- ・中でも製造業は72.1%と最も高い結果となりました。
- ・また、「今後影響が出る可能性がある」と回答した企業の割合は13.6%で、前期より低くなりました。

業種	中東情勢の影響について			
	すでに影響が 出ている	現時点では影響は 出していないが、 今後影響が出る 可能性がある	特に影響はない	分らない/ 判断できない
全産業	65.0% (65.1%)	13.6% (24.1%)	10.4% (4.9%)	11.0% (5.9%)
製造業	72.1% (72.6%)	11.3% (20.6%)	7.4% (2.2%)	9.2% (4.6%)
卸・小売業	56.8% (57.6%)	18.5% (29.6%)	12.6% (5.8%)	12.1% (7.0%)
建設業	62.3% (68.1%)	17.0% (24.6%)	7.5% (2.9%)	13.2% (4.4%)
サービス業	37.9% (34.7%)	14.9% (31.6%)	27.6% (21.1%)	19.6% (12.6%)

※（ ）内は前回調査（4～6月期）の結果

○想定される影響について（別添 p. 11）

- ・全産業では、「原材料価格の上昇」と回答した企業の割合が78.8%と最も高い結果となり、中でも建設業は88.1%と最も高い結果となりました。

業種	どのような影響がありますか（想定されますか）										
	①原材料 価格の 上昇	②エネル ギー価格 の上昇	③物流 コストの 上昇	④仕入・ 調達の 困難や 遅延	⑤受注 減少・ 需要減退	⑥為替 市場の 不安定化	⑦サブラ イチェン の混乱	⑧販路 の途絶	⑨資金 繰りの ひっ迫	⑩分か らない	⑪その他
全産業	78.8% (75.0%)	48.4% (37.3%)	37.9% (33.7%)	38.9% (53.9%)	18.2% (20.7%)	10.1% (5.3%)	4.6% (7.9%)	1.4% (3.0%)	3.0% (4.9%)	0.8% (0.4%)	0.9% (2.0%)
製造業	80.2% (78.2%)	51.9% (40.5%)	33.5% (31.1%)	39.3% (54.9%)	19.8% (23.4%)	8.2% (4.0%)	4.7% (9.2%)	1.2% (2.7%)	3.1% (4.9%)	0.8% (0.4%)	1.0% (0.7%)
卸・小売業	76.2% (71.7%)	40.2% (30.7%)	54.3% (47.2%)	34.8% (50.5%)	14.6% (12.3%)	17.1% (9.9%)	3.0% (6.6%)	2.4% (3.8%)	3.0% (4.2%)	1.2% (0.5%)	1.2% (3.3%)
建設業	88.1% (78.1%)	38.1% (35.9%)	26.2% (21.9%)	47.6% (65.6%)	16.7% (14.1%)	4.8% (3.1%)	4.8% (3.1%)	0.0% (3.1%)	4.8% (4.7%)	0.0% (0.0%)	0.0% (7.8%)
サービス業	63.0% (54.0%)	47.8% (33.3%)	39.1% (23.8%)	41.3% (44.4%)	15.2% (31.7%)	10.9% (3.2%)	8.7% (6.3%)	2.2% (3.2%)	0.0% (7.9%)	0.0% (1.6%)	0.0% (3.2%)

※（ ）内は前回調査（4～6月期）の結果

※本調査は複数回答可能のため、調査結果の合計は100%にはならない

○中東情勢に伴う影響への対応策について（別添 p.11）

- ・全産業では、「販売価格への転嫁」と回答した企業の割合が 63.1%と最も高い結果となり、中でも製造業は 65.8%と最も高い結果となりました。

業種	現在行っている（今後行う予定の）対策について								
	①販売価格への転嫁	②省エネルギー・コスト削減の徹底	③調達先の見直し・多様化	④在庫の積み増し	⑤設備投資や事業計画の延期・縮小	⑥人件費の抑制や採用計画の見直し	⑦運転資金の確保	⑧特に対応を検討していない	⑨その他
全産業	63.1% (54.4%)	23.1% (23.4%)	23.1% (23.8%)	14.3% (16.8%)	9.9% (9.8%)	7.8% (7.8%)	12.4% (11.4%)	11.1% (13.8%)	1.3% (1.6%)
製造業	65.8% (57.7%)	24.4% (24.9%)	22.8% (26.5%)	14.0% (16.6%)	9.6% (10.3%)	7.8% (6.8%)	10.6% (10.5%)	10.8% (12.4%)	1.2% (0.7%)
卸・小売業	62.5% (54.6%)	21.9% (20.3%)	22.5% (19.3%)	16.9% (20.3%)	8.1% (8.7%)	6.9% (9.2%)	17.5% (8.7%)	11.9% (13.5%)	2.5% (0.5%)
建設業	59.5% (39.1%)	9.5% (12.5%)	26.2% (25.0%)	7.1% (9.4%)	11.9% (6.3%)	9.5% (9.4%)	11.9% (15.6%)	14.3% (23.4%)	0.0% (12.5%)
サービス業	39.1% (41.3%)	26.1% (31.7%)	26.1% (14.3%)	15.2% (14.3%)	17.4% (12.7%)	8.7% (9.5%)	15.2% (23.8%)	8.7% (17.5%)	0.0% (1.6%)

※（ ）内は前回調査（４～６月期）の結果

※本調査は複数回答可能のため、調査結果の合計は 100%にはならない

<価格転嫁について>

○価格転嫁の状況（別添 p.12）

- ・全産業では、「５割以上８割未満」と回答した企業の割合が 26.5%と最も高い結果となり、中でも製造業は 30.3%と最も高い結果となりました。

業種	価格転嫁の状況					
	全くできていない (2割未満)	2割以上 5割未満	5割以上 8割未満	8割以上	分からない	価格転嫁の 必要がない
全産業	16.8% (24.6%)	25.4% (23.8%)	26.5% (20.9%)	19.2% (17.0%)	8.2% (9.9%)	3.9% (3.8%)
製造業	16.6% (24.3%)	25.9% (25.2%)	30.3% (23.5%)	19.2% (18.0%)	6.2% (6.8%)	1.8% (2.2%)
卸・小売業	14.1% (23.5%)	25.5% (23.1%)	23.6% (20.2%)	21.8% (16.8%)	9.5% (11.8%)	5.5% (4.6%)
建設業	21.2% (23.1%)	25.0% (18.5%)	17.3% (18.5%)	19.2% (20.0%)	15.4% (18.4%)	1.9% (1.5%)
サービス業	22.9% (29.8%)	21.7% (20.2%)	12.0% (8.5%)	12.0% (9.6%)	14.5% (18.1%)	16.9% (13.8%)

※（ ）内は前回調査（４～６月期）の結果

○価格転嫁が進まない理由について（別添 p.12）

- ・全産業では、「取引先と価格交渉を行ったが、満足のいく結果にならなかった」と回答した企業の割合が 32.0%と最も高い結果となり、中でも製造業は 40.1%と最も高い結果となりました。

業種	価格転嫁が進まない理由					
	取引への悪影響を恐れて価格交渉の申し出ができなかった	取引先へ価格交渉を申し出たが、交渉自体に応じてもらえなかった	取引先と価格交渉を行ったが、満足のいく結果にならなかった	取引先との交渉方法がわからない	消費者から理解が得られ難い	その他
全産業	26.4% (30.3%)	10.8% (7.4%)	32.0% (31.6%)	1.0% (2.8%)	22.4% (15.6%)	7.4% (12.3%)
製造業	28.6% (31.7%)	11.5% (7.7%)	40.1% (36.6%)	1.2% (3.2%)	9.9% (6.0%)	8.7% (14.8%)
卸・小売業	12.0% (24.8%)	8.4% (5.7%)	15.7% (20.0%)	1.2% (1.0%)	57.8% (39.0%)	4.9% (9.5%)
建設業	29.2% (34.6%)	12.5% (3.8%)	25.0% (34.6%)	0.0% (3.8%)	29.2% (11.5%)	4.1% (11.7%)
サービス業	42.1% (31.9%)	10.5% (10.6%)	18.4% (25.5%)	0.0% (4.3%)	23.7% (23.4%)	5.3% (4.3%)

※（ ）内は前回調査（４～６月期）の結果

※本調査は複数回答可能のため、調査結果の合計は 100%にはならない

<回答者の主なコメント>

- ・中東情勢による材料価格高騰が続いており、頭を抱えている。（製造業）
- ・包装資材等の価格の上昇が原因で、物流コストが上昇している。（卸・小売業）
- ・建設物資価格の高騰により、コストが上昇している。（建設業）
- ・物価高による経費増大。（サービス業）