

七尾商工会議所『景況・業況動向調査結果報告』 (2025年第3四半期：10月～12月)

当所では、会員事業所131社のご協力を得て景況調査を実施しました。結果の概要は次のとおりです。

実施期間：令和8年1月10日～
1月30日
有効回答数：131件（オンライン60件、
書面71件）
回答形式：選択回答（複数回答可）
および自由回答



とにか好調 (+50以上) 好調 (+5～+50) まあまあ (-5～+5) 不振 (-50～-5) きわめて不振 (-50以下)

【今期】

DI	景況感	売上高	売上単価	仕入原価	資金繰り	採算性
全産業	18.1	27.1	50.4	-42.2	15.6	4.7
製造業	25.0	35.0	57.5	-32.5	12.5	-25.0
建設業	42.9	23.8	50.0	-42.9	31.0	14.3
小売業	10.3	29.3	53.6	-62.1	27.8	8.9
卸売業	-5.0	30.0	65.0	-20.0	10.0	30.0
サービス業	14.0	23.5	42.7	-38.8	5.0	5.0

【来期】

DI	景況感	売上高	売上単価	仕入原価	資金繰り	採算性
全産業	14.6	9.1	42.9	-22.6	19.6	2.8
製造業	0.0	2.5	42.5	-32.5	7.5	-12.5
建設業	30.0	27.5	37.5	-37.5	30.0	15.0
小売業	24.1	8.6	56.9	-17.2	31.5	12.5
卸売業	40.0	-20.0	40.0	-20.0	10.0	35.0
サービス業	3.1	10.6	37.2	-16.0	15.6	-8.3

DI（ディフュージョン・インデックスとは『増加・上昇・好転』の割合（%）から『減少・低下・悪化』の割合（%）を差し引いた指数です。

◆景況感の動向

今期は、売上高や販売単価の上昇により、景況感は全体として回復傾向がみられました。一方で、資材や原材料、人件費などのコスト上昇が依然として大きく、利益面では十分な改善に至らない状況となっています。特に、冬季要因や人口減少の影響により、小売・サービス業を中心に先行きへの慎重な見方が多くみられました。

来期については、売上の伸びが鈍化するとの見通しがある一方、仕入価格の上昇は緩やかになると予想され、収益環境は安定に向かうことが期待されています。ただし、需要の力強さには欠け、引き続き先行きに不透明感が残る状況です。

◆業種別の特徴

製造業：受注の回復と単価上昇が進み、景況感は改善しました。仕入コストは高止まりしているものの、価格転嫁の進展により採算性は概ね安定しています。

建設業：復旧関連需要により受注は堅調に推移しましたが、足元では落ち着きもみられます。資材価格はやや下向している一方、人手不足が引き続き課題となっています。

小売業：物価高による節約志向の強まりから、売上や販売単価は伸び悩みました。仕入価格は安定しつつあるものの、利益確保には厳しい状況が続いています。

卸売業：売上や採算は一部で改善がみられたものの、取引先の動向に左右されやすく、景況感は横ばいで推移しました。需要の先行きに対する慎重な見方が広がっています。

サービス業：観光や外食を中心に売上は回復傾向となり、単価も上昇しました。一方で、人件費の増加が収益を圧迫しており、利益面では伸び悩みがみられます。

◆経営課題

今期の調査では、「仕入単価の上昇」（23%）と「経費の増加」（20%）が上位を占め、燃料費や資材費、物流費、人件費など幅広いコストの上昇が経営を圧迫しています。特に小売・サービス業では価格転嫁が難しく、利益確保が大きな課題となっています。また、「需要の伸び悩み」や「販売単価の低下」といった回答もみられ、売上は回復傾向にあるものの、収益改善には至っていない状況です。

人材面では、「従業員の確保難」（19%）が依然として高い割合を占めており、採用に加え人材の定着や育成、技能継承への対応が求められています。さらに、「後継者不在」（11%）も課題として挙げられ、中長期的な事業承継への備えが重要となっています。

加えて、震災からの復旧・復興の進展には事業者間で差がみられ、設備更新や修繕、資金繰りへの負担などが経営に影響を及ぼしています。人口減少や消費の縮小といった構造的な課題も背景にあり、安定した受注・売上の確保に向けた取組の必要性が高まっています。

◆今後のポイント

地域経済の回復に向けて、今期の結果から特に次の3点が重要と考えられます。

①コスト管理と価格転嫁の推進

仕入や経費の上昇が続く中、業務の効率化や原価管理の徹底を進めるとともに、適切な価格設定や付加価値の向上による価格転嫁が重要となります。

②人材確保・省力化の取り組み

人手不足への対応として、採用や人材育成の強化に加え、デジタル化や設備導入による省力化を進め、生産性向上につなげることが求められます。

③地域消費・観光需要の回復と販路拡大

地元消費の喚起や観光客の回復に向けた取組を進めるとともに、ネット販売や新たな取引先の開拓など販路の多様化が、売上確保の鍵となります。

当所では、補助金活用や専門家相談などを通じ、引き続き事業者の皆様へ寄り添い、経営課題の解決に向けた伴走支援を行ってまいります。

景況・業況動向調査 ▶
結果報告レポート

