

# 第113回県内企業動向調査 (2025年3月調査)

## 【概要】

### 1 業況判断

○業績全般BSI「2024年度下期（2024年10月～2025年3月）実績見込」  
～2024年度上期（2024年4月～9月）から、2ポイント上昇の△3

原材料、燃料価格の高止まりや、賃上げによる人件費の増加の影響などを受けつつも、需要増加やコスト増加分の価格転嫁の進展などにより幾分持ち直したが、依然マイナス圏内となった。

○業績全般BSI「2025年度上期（2025年4月～9月）見通し」

～2024年度下期（2024年10月～2025年3月）から、3ポイント低下の△6

需要増加やコスト増加分の価格転嫁が進展するとの期待感の一方で、さらなるコスト増加や消費低迷を懸念し、業況を厳しく判断していることなどから悪化する見通し。

2 2025年度の設備投資計画額～前年度比22.8%減少の見通し

3 経営上の問題点 ～「原材料・仕入価格の高止まり・上昇」が最多

4 2025年4月入社の新卒採用～採用予定企業の割合は全産業で42.7%

5 2025年度の賃上げ予定 ～「実施予定」企業は全産業で74.4%

6 価格転嫁の状況 ～「希望の『5割以上』転嫁できている」が最多

価格転嫁できた要因 ～「取引先（顧客）や業界全体で価格転嫁への理解が進んだ」が最多

### 〈調査要領〉

- 1 調査方法 郵送およびWebによるアンケート方式
- 2 調査時期 2025年1月下旬～3月上旬  
調査は年2回実施
- 3 調査対象 県内に事業所のある企業295社
- 4 回答企業数 227社（回答率76.9%）  
※回答企業の内訳は右記のとおり
- 5 調査項目
  - (1) 業況判断 ～2024年度下期(2024年10月～2025年3月)実績見込  
2025年度上期(2025年4月～2025年9月)見通し  
※業況判断の項目については右記のとおり
  - (2) 設備投資 ～2024年度実績見込および2025年度計画  
設備投資の目的  
設備投資の対象
  - (3) 経営上の問題点
  - (4) 2024年4月、2025年4月入社の新卒採用
  - (5) 賃上げ
  - (6) コスト上昇、価格転嫁の状況

### 回答企業の内訳

業種	回答企業数	構成比(%)	業種	回答企業数	構成比(%)
製造業	102	44.9	非製造業	125	55.1
電子部品	16	7.0	建設	32	14.1
機械金属	24	10.6	卸売・小売	42	18.5
衣服縫製	9	4.0	運輸	15	6.6
木材・木製品	11	4.8	観光	8	3.5
酒造	10	4.4	サービス	28	12.3
その他製造	32	14.1	全産業	227	100.0

(注)業種の内訳

卸売・小売：卸売業 13社、小売業 29社  
観光：ホテル・旅館 6社、旅行代理 2社

### 業況判断の項目

項目	比較の基準	BSI
業績全般	前期	「上昇」－「下降」
売上高	前年同期	「増加」－「減少」
経常利益	前年同期	「増加」－「減少」
在庫水準	適正水準	「過剰」－「不足」
資金繰り	前期	「好転」－「悪化」
雇用	適正水準	「過剰」－「不足」

(注) BSI（ビジネス・サーベイ・インデックス）とは企業の業況判断を指数化したもの。

「上昇」、「増加」等と回答した企業の割合から「下降」、「減少」等と回答した企業の割合を差し引いた値である。数値がプラスであれば前期と比較して「景況が改善」、マイナスであれば前期と比較して「景況が悪化」と判断する企業が多いことを示す。

$$BSI = \frac{（「上昇」等と回答した企業数） - （「下降」等と回答した企業数）}{回答企業数} \times 100$$

# 1 業況判断

## (1) 業績全般BSI

### 【2024/下 実績見込】

**製造業は悪化、非製造業は改善、全体は△3**

全産業の業績全般BSIをみると、2024年度下期(以下、「2024/下」)の実績見込は、2024年度上期(以下、「2024/上」)に比べ2ポイント上昇の△3と幾分持ち直したが、依然マイナス圏内にある(図表1、2)。

業種別にみると、製造業では、「その他製造」で資材価格高騰分の価格転嫁などにより改善したが、「衣服縫製」で人件費の増加や受注の小ロット多品種化による生産性低下などで悪化したほか、「木材・木製品」で住宅着工の低迷などにより悪化したことから、全体としては前期比6ポイント低下の△7とマイナス幅は拡大した。

非製造業では、「観光」で入込客数が少なかったことや、人件費の増加などにより悪化したほか、「サービス」で売上増加やコスト削減などにより改善したほか、「建設」で災害復旧等工事の受注増加などで改善したことから、全体としては同8ポイント上昇の0となった。

### 【2025/上 見通し】

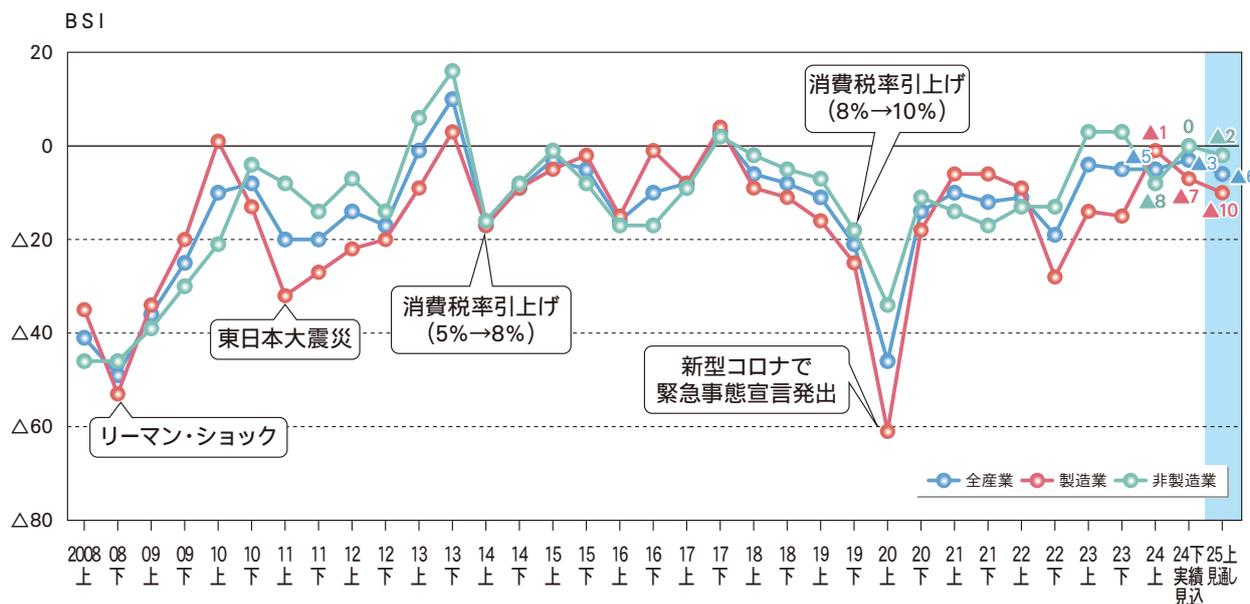
**製造業、非製造業ともに悪化、全体は△6**

2025年度上期(以下、「2025/上」)の全般的な業績BSIは、全産業で2024/下に比べ3ポイント低下の△6と悪化する見通し(図表1、3)。

業種別にみると、製造業では、「その他製造」で受注増加や価格転嫁交渉の進展などにより改善見通しであるが、「機械金属」「酒造」で原材料価格の高止まりや、価格転嫁の鈍化、消費低迷など先行きを懸念して悪化見通しであることから、全体としては前期比3ポイント低下の△10と悪化する見通し。

非製造業では、「観光」で季節要因による需要増加や客室増加などにより改善見通しであるほか、「運輸」でコスト増加分に対する価格転嫁の進展が見込まれるなど改善見通しであるが、「卸売・小売」「サービス」でさらなる物価高騰から消費低迷が続くとの懸念が強いことなどにより悪化見通しであることから、全体としては同2ポイント低下の△2と悪化する見通し。

図表1 全般的な業績BSIの推移





図表2 業況判断の主な理由 ～ 2024年度下期

	業種	2024年度 上期	方向	2024年度 下期	主な理由 (2024 / 下 実績見込)
製造業	電子部品	11	↘	6	・自動車メーカー全体の生産台数が減少し下降 ・在庫調整など市況の影響から下降 ・円安による輸出増にともない売上増加 ・受注回復により上昇
	機械金属	23	↘	0	・人材不足等の影響で生産能力が低下しており売上減、さらに原材料価格の高騰が続き減益で下降 ・資材、物価高騰による工事延期や工期見直しなどで収益低下し下降 ・価格改定により収益は上昇するものの、原材料費、燃料費、人件費の上昇で相殺され横這い ・受注回復により上昇
	衣服縫製	△13	↘	△33	・人件費増加分の価格転嫁が進まず低下 ・受注が小ロット多品種化により生産性低下 ・売上は増加したが、製造原価も上昇し利益を大きく落とし横這い
	木材・木製品	△25	↘	△27	・住宅着工数の減少、原材料高騰で下降 ・値上げはしているものの、主力製品の売上数量減少により、コスト増をカバーしきれず下降 ・販売価格の引上げの一方で、製造コストも上昇し横這い
	酒造	0	↘	△10	・原材料の高騰と各種経費増加のため下降 ・燃料費などコスト増加分を売上増加で吸収し、全体では横這い ・国内需要減少するも、海外需要の持ち直しで横這い
	その他製造	△19	↗	△3	・資材価格高騰分の価格転嫁により上昇（印刷業） ・価格改定で単価が上昇、営業利益は大きく改善（食品製造業） ・仕入価格の上昇と人件費・設備投資による経費増加で下降（燃料製造業）
	計	△1	↘	△7	—
非製造業	建設	△23	↗	△3	・災害復旧工事の受注増加し上昇 ・売上減少するも、原価率の改善、販管費の削減により利益増加し上昇 ・国の発注工事は減少したが、県や市の災害復旧工事の受注増加し横這い ・人件費、材料費、外注費の増加により下降
	卸売・小売	△16	↗	△12	・商品、サービス価格の値上げにより上昇 ・値上げや受注回復などによって利益は上昇したが、燃料費、人件費の増加により大幅な増減はなく横這い ・値上げにより売上増加するも、コスト高の影響大きく経常利益は減少
	運輸	△6	↗	0	・荷動きの回復と価格転嫁が進み上昇 ・荷主へ値上げ要請を行い売上は微増。燃料費、人件費は増加しているが、補助金等を活用し上昇 ・価格交渉による売上増加もある一方で、人手不足で失注による売上減少もあり業績全般は横這い ・ドライバー不足と人件費、燃料費、部品などすべて値上がりし下降
	観光	33	↘	0	・観光入込客数が少なかったほか、人件費等のコストが増加し下降 ・インバウンドや国内旅行客の流動が感じられず、仕入価格高騰分の価格転嫁ができず下降 ・宿泊単価の上昇や、各予約経路からの宿泊増加し上昇
	サービス	8	↗	21	・売上増加に加え、仕入価格の高騰分の価格転嫁や経費削減を実施したため上昇 ・仕入高騰分を価格転嫁しきれておらず横這い ・前期より受注が減少し下降
計	△8	↗	0	—	
全産業	△5	↗	△3	—	

図表3 業況判断の主な理由 ～ 2025年度上期

	業 種	2024年度 下期	方向	2025年度 上期	主な理由 (2025 / 上 見通し)
製 造 業	電 子 部 品	6	↘	0	・受注減による売上減少見込みから下降 ・前期の受注レベルと同様につき横這い ・主要取引先からの新規受注増加見込みにより上昇
	機 械 金 属	0	↘	△ 21	・原材料価格は引き続き高値で推移するものと予想され、価格転嫁が想定通り進まなければ下降 ・単価の値下げ圧力が強まるため下降 ・新規顧客の受注増加を見込んでいるため上昇 ・価格転嫁が進み上昇
	衣 服 縫 製	△ 33	↗	△ 11	・価格改定し、製造原価の適正化をはかり上昇 ・さらなる人件費上昇が見込まれ、価格転嫁難しく下降
	木 材 ・ 木 製 品	△ 27	↗	△ 18	・住宅案件は減少するが、地域材指定の公共案件が増える見通しで横這い ・住宅環境が非常に悪化しており、特に建築単価の上昇により収益悪化し下降 ・業況の先行き不透明感強く下降
	酒 造	△ 10	↘	△ 30	・原材料の高騰と各種経費増加のため下降 ・さらなる物価高の影響で消費回復の見通しが不透明につき下降 ・燃料費などのコスト増加分を、売上増加分でのカバーが厳しい状況で横這い
	そ の 他 製 造	△ 3	↗	3	・受託加工の増大が見込まれ上昇 (食品製造業) ・取引先との価格交渉が進み、利益率改善され上昇 (食品製造業) ・需要減少に加え、コスト増加分の価格転嫁時期のずれ込みから下降 (生コン) ・運賃、包装資材、人件費の増加で利益減少し下降 (食品製造業)
	計	△ 7	↘	△ 10	—
非 製 造 業	建 設	△ 3	↗	0	・県や市の災害復旧工事が多数発注される見通しで上昇 ・土木部門は苦戦が続くものの、建築部門で大型の民間工事を確保しており横這い ・大型工事の採算性が低く、受注見込みも低調で下降
	卸 売 ・ 小 売	△ 12	↘	△ 19	・仕入価格の上昇が止まらず価格に転嫁しきれないほか、消費者の購買意欲が高まらず下降 ・売上は堅調推移を見込むが、買上点数、来店客数の減少は免れず下降 ・価格転嫁による業況回復を見込む
	運 輸	0	↗	20	・燃料価格や原材料価格の高騰、人件費の引上げなどコスト増加は続くが、荷主から値上げの了承を得る予定で上昇 ・新規受注獲得による売上増加が見込まれるが、人件費や燃料費などのコスト高が影響し横這い ・燃料費や人件費などのコスト増加が続けば下降
	観 光	0	↗	38	・季節要因で上期に売上が増加するほか、客室の増加などにより上昇 ・コロナ禍後の需要回復が進み上昇
	サ ー ビ ス	21	↘	△ 4	・幅広い分野での物価上昇、実質賃金の低下、金利上昇などから個人消費は低迷が予想され下降 ・仕入価格高騰分や人件費増加の影響から下降 ・4月からの値上げに期待し上昇
	計	0	↘	△ 2	—
全 産 業	△ 3	↘	△ 6	—	

(2) 売上高BSI

2025/上、製造業、非製造業ともにほぼ横這いの見通し

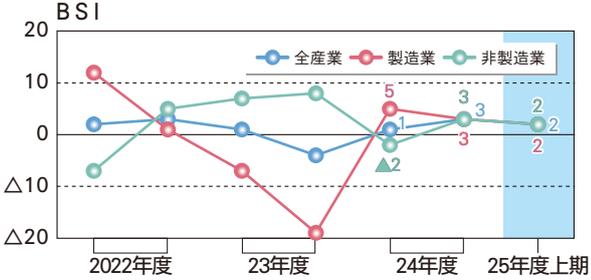
【2024/下 実績見込】

2024/下の売上高BSIは、全産業で2024/上に比べて2ポイント上昇の3と改善した(図表4)。製造業は前期比2ポイント低下の3と悪化したものの、非製造業は同5ポイント上昇の3と改善した。業種別では、「酒造」「卸売・小売」などで改善した。

【2025/上 見通し】

2025/上の売上高BSIは、全産業で2024/下に比べて1ポイント低下の2とほぼ横這いの見通し。製造業、非製造業とも前期比1ポイント低下の2とほぼ横這いの見通し。業種別では、「機械金属」「サービス」で悪化するが、「木材・木製品」「運輸」などで改善する見通し。

図表4 売上高BSIの推移



業種別売上高BSIの推移

	24上実績	24下実績見込		25上見通し	
		前期比	前期比	前期比	前期比
全産業	1	3	2	2	△1
製造業	5	3	△2	2	△1
電子部品	17	25	8	13	△12
機械金属	27	21	△6	△13	△34
衣服縫製	0	△11	△11	0	11
木材・木製品	△25	△55	△30	△18	37
酒造	△14	10	24	20	10
その他製造	△4	0	4	9	9
非製造業	△2	3	5	2	△1
建設	10	0	△10	△6	△6
卸売・小売	△26	△5	21	△5	0
運輸	0	△7	△7	20	27
観光	33	13	△20	38	25
サービス	12	21	9	4	△17

(3) 経常利益BSI

2025/上、製造業は悪化、非製造業は改善の見通し

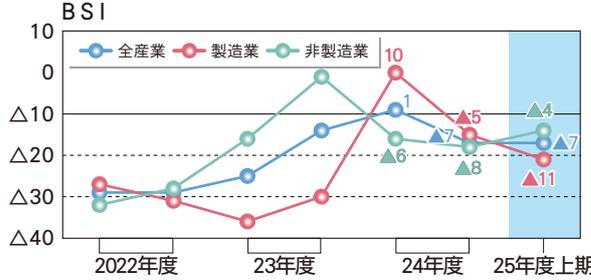
【2024/下 実績見込】

2024/下の経常利益BSIは、全産業で2024/上に比べて8ポイント低下の△7と悪化した(図表5)。製造業は前期比15ポイント低下の△5と悪化したほか、非製造業も同2ポイント低下の△8と悪化した。業種別では、「酒造」「機械金属」などで悪化した。

【2025/上 見通し】

2025/上の経常利益BSIは、全産業で2024/下に比べて横這いの△7の見通し。製造業は前期比6ポイント低下の△11と悪化するが、非製造業は同4ポイント上昇の△4と改善する。業種別では、「機械金属」「電子部品」で悪化するが、「木材・木製品」「観光」などで改善する見通し。

図表5 経常利益BSIの推移



業種別経常利益BSIの推移

	24上実績	24下実績見込		25上見通し	
		前期比	前期比	前期比	前期比
全産業	1	△7	△8	△7	0
製造業	10	△5	△15	△11	△6
電子部品	6	6	0	△13	△19
機械金属	35	8	△27	△25	△33
衣服縫製	△25	△11	14	△22	△11
木材・木製品	△33	△36	△3	△18	18
酒造	43	△10	△53	△10	0
その他製造	11	△6	△17	6	12
非製造業	△6	△8	△2	△4	4
建設	△20	△16	4	△16	0
卸売・小売	△14	△26	△12	△14	12
運輸	25	27	2	27	0
観光	11	0	△11	13	13
サービス	△4	7	11	4	△3

**(4) 在庫水準BSI**

2025/上、製造業は不足、非製造業は過剰の見通し

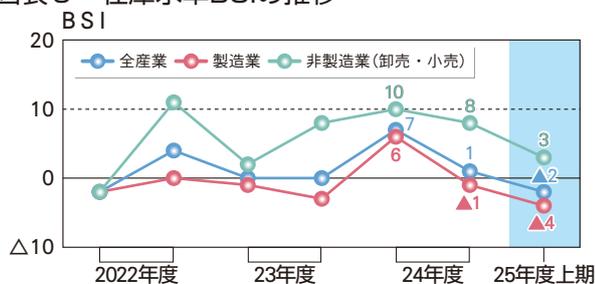
**【2024/下 実績見込】**

2024/下の在庫BSIは、全産業で2024/上にくらべて6ポイント低下の1とほぼ適正水準だった(図表6)。製造業は前期比7ポイント低下の△1とほぼ適正水準で、非製造業は同2ポイント低下の8と過剰感は弱まった。業種別では、「酒造」の不足感が強い一方で、「木材・木製品」の過剰感が強い。

**【2025/上 見通し】**

2025/上の在庫BSIは、全産業で2024/下にくらべて3ポイント低下の△2とやや不足となる見通し。製造業は前期比3ポイント低下の△4、非製造業は同5ポイント低下の3と過剰感はやや弱まる。業種別では、「衣服縫製」「酒造」「その他製造」で不足となる見通し。

図表6 在庫水準BSIの推移



業種別在庫水準BSIの推移

	24上実績	24下実績見込		25上見通し	
		前期比	前期比	前期比	前期比
全産業	7	1	△6	△2	△3
製造業	6	△1	△7	△4	△3
電子部品	11	0	△11	0	0
機械金属	8	△4	△12	0	4
衣服縫製	13	0	△13	△22	△22
木材・木製品	17	27	10	18	△9
酒造	△14	△30	△16	△10	20
その他製造	0	0	0	△10	△10
非製造業	10	8	△2	3	△5
建設	-	-	-	-	-
卸売・小売	10	8	△2	3	△5
運輸	-	-	-	-	-
観光	-	-	-	-	-
サービス	-	-	-	-	-

在庫水準は製造業と卸売・小売業のみ回答

**(5) 資金繰りBSI**

2025/上、製造業、非製造業ともに悪化の見通し

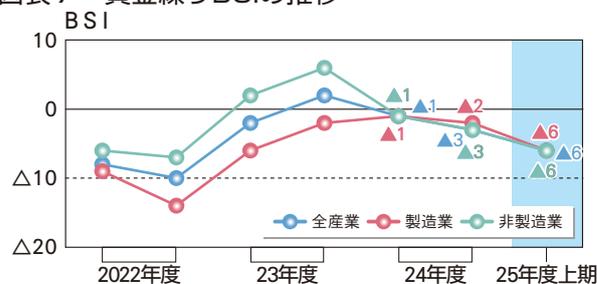
**【2024/下 実績見込】**

2024/下の資金繰りBSIは、全産業で2024/上にくらべて2ポイント低下の△3と悪化した(図表7)。製造業は前期比1ポイント低下の△2とわずかに悪化し、非製造業も同2ポイント低下の△3と悪化した。業種別では、「衣服縫製」「酒造」などで悪化した。

**【2025/上 見通し】**

2025/上の資金繰りBSIは、全産業で2024/下にくらべて3ポイント低下の△6と悪化する見通し。製造業は前期比4ポイント低下の△6、非製造業も同3ポイント低下の△6といずれも悪化する。業種別では、「電子部品」「建設」などで悪化する見通し。

図表7 資金繰りBSIの推移



業種別資金繰りBSIの推移

	24上実績	24下実績見込		25上見通し	
		前期比	前期比	前期比	前期比
全産業	△1	△3	△2	△6	△3
製造業	△1	△2	△1	△6	△4
電子部品	17	25	8	6	△19
機械金属	8	4	△4	4	0
衣服縫製	△13	△33	△20	△22	11
木材・木製品	△17	△9	8	△18	△9
酒造	14	0	△14	0	0
その他製造	△15	△9	6	△13	△4
非製造業	△1	△3	△2	△6	△3
建設	0	3	3	△9	△12
卸売・小売	△12	△10	2	△12	△2
運輸	0	△7	△7	7	14
観光	11	0	△11	0	0
サービス	12	0	△12	△4	△4



(6) 雇用BSI

2025/上、非製造業を中心に不足感強い見通し

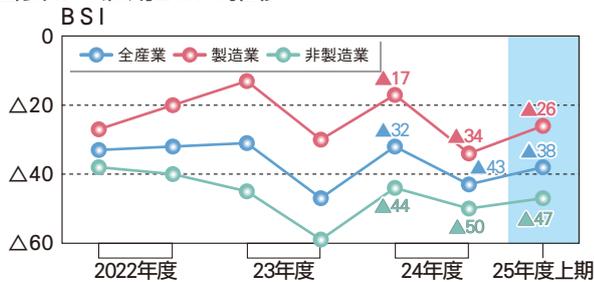
【2024/下 実績見込】

2024/下の雇用BSIは、全産業で2024/上に比べて11ポイント低下の△43と不足感は強まった(図表8)。製造業は前期比17ポイント低下の△34と大幅に悪化し、非製造業も同6ポイント低下の△50と悪化した。業種別では、「運輸」「卸売・小売」などで不足感が強い。

【2025/上 見通し】

2025/上の雇用BSIは、全産業で2024/下に比べて5ポイント上昇の△38と改善するが不足感は依然強い見通し。製造業は前期比8ポイント上昇の△26と改善するほか、非製造業も同3ポイント上昇の△47と改善するが、非製造業を中心に依然不足感が強い。業種別では、「運輸」「サービス」などで不足感が強い見通し。

図表8 雇用BSIの推移



業種別雇用BSIの推移

業種	24上実績	24下実績見込	25上見通し		
		前期比	前期比	前期比	
全産業	△32	△43	△11	△38	5
製造業	△17	△34	△17	△26	8
電子部品	△28	△19	9	△19	0
機械金属	△19	△42	△23	△29	13
衣服縫製	△38	△44	△6	△44	0
木材・木製品	8	0	△8	0	0
酒造	0	△20	△20	0	20
その他製造	△19	△50	△31	△41	9
非製造業	△44	△50	△6	△47	3
建設	△30	△44	△14	△38	6
卸売・小売	△47	△55	△8	△50	5
運輸	△63	△73	△10	△60	13
観光	△56	△25	31	△25	0
サービス	△38	△46	△8	△54	△8

(7) 地域別業績BSI

2025/上、県北で改善、県央で悪化、県南は横這い見通し

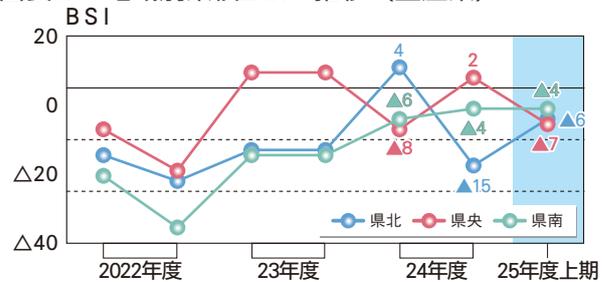
【2024/下 実績見込】

2024/下の地域別業績BSI(全産業)は、2024/上に比べて県北は悪化したものの、県央、県南では改善した(図表9)。製造業は前期に比べて県北は大幅に悪化、県央は横這い、県南は改善した。非製造業は県央で改善、県北と県南で悪化した。

【2025/上 見通し】

2025/上の地域別業績BSI(全産業)は、2024/下に比べて県北で改善、県央で悪化、県南は横這いの見通し。製造業は前期に比べて県北で大幅に改善、県央と県南は悪化する見通し。非製造業は前期に比べて県北と県央で悪化、県南は改善する見通し。

図表9 地域別業績BSIの推移(全産業)



地域別業績BSIの推移

業種	地域	24上実績	24下実績見込	25上見通し		
			前期比	前期比	前期比	
全産業		-	-	-	-	
製造業	県北	4	△15	△19	△6	9
	県央	△8	2	10	△7	△9
	県南	△6	△4	2	△4	0
非製造業	県北	13	△24	△37	4	28
	県央	△2	△2	0	△14	△12
	県南	△10	0	10	△14	△14

## 2 設備投資の動向

**2025年度の実施企業割合75.8%、投資額は前年度比22.8%減少見通し**

回答企業227社のうち、2025年度に設備投資を計画している企業の割合は、全産業で前年度比2.6ポイント低下の75.8%の見通しである(図表10)。製造業は、前年度比3.0ポイント低下の79.4%、非製造業は、同2.4ポイント低下の72.8%の見通し。

設備投資計画額は、前年度比22.8%減の514億円の見通し。製造業では同25.9%減の370億円、非製造業は同13.4%減の144億円の見通し。

業種別にみると、全産業の42.6%を占める「電子部品」で219億円(同15.1%減)、「その他製造」で91億円(同31.0%減)、「卸売・小売」で82億円(同14.2%減)、「機械金属」で34億円(同23.1%減)の見通し。

設備投資の主な目的(3項目複数回答)をみると、全産業では、「既存設備の維持・更新」(84.3%)が最も多かった(図表11)。以下、「合理化・省力化・効率化」(38.4%)、「情報化・IT化」(24.4%)、「生産能力の増強」(20.9%)と続いた。また、製造業、非製造業別では、いずれも「既存設備の維持・更新」(77.8%、90.1%)が最も多く、次いで「合理化・省力化・効率化」(45.7%、31.9%)、以下、製造業では「生産能力の増強」(34.6%)、非製造業では「情報化・IT化」(30.8%)と続いた。

設備投資の主な対象(3項目複数回答)をみると、全産業では、「生産機械・工作機械」(40.7%)が最も多く、以下、「車両」(28.5%)、「その他の機械・装置」(27.3%)が上位を占めた(図表12)。

図表10 県内設備投資の動向

(単位：社、%、ポイント、百万円)

区分	回答数	実施企業数					投資額					前年度比増減率推移(注)	
		2024年度実績見込		2025年度計画		実施割合増減	2024年度実績見込	構成比	2025年度計画	構成比	前年度比増減率	年度	増減率
		企業数	実施割合	企業数	実施割合								
全産業	227	178	78.4	172	75.8	△ 2.6	66,529	100.0	51,393	100.0	△ 22.8	2011	35.9
製造業計	102	84	82.4	81	79.4	△ 3.0	49,860	74.9	36,959	71.9	△ 25.9	2012	△ 3.1
電子部品	16	14	87.5	13	81.3	△ 6.2	25,813	38.8	21,908	42.6	△ 15.1	2013	△ 5.6
機械金属	24	21	87.5	22	91.7	4.2	4,395	6.6	3,378	6.6	△ 23.1	2014	15.7
衣服縫製	9	5	55.6	5	55.6	0.0	924	1.4	1,088	2.1	17.7	2015	13.8
木材・木製品	11	8	72.7	6	54.5	△ 18.2	5,358	8.1	1,285	2.5	△ 76.0	2016	61.5
酒造	10	8	80.0	7	70.0	△ 10.0	207	0.3	213	0.4	2.9	2017	△ 44.0
その他製造	32	28	87.5	28	87.5	0.0	13,163	19.8	9,087	17.7	△ 31.0	2018	0.8
非製造業計	125	94	75.2	91	72.8	△ 2.4	16,669	25.1	14,434	28.1	△ 13.4	2019	△ 4.9
建設	32	26	81.3	25	78.1	△ 3.2	4,088	6.1	2,875	5.6	△ 29.7	2020	△ 8.6
卸売・小売	42	30	71.4	30	71.4	0.0	9,584	14.4	8,225	16.0	△ 14.2	2021	48.6
運輸	15	15	100.0	15	100.0	0.0	1,205	1.8	1,549	3.0	28.5	2022	19.1
観光	8	4	50.0	4	50.0	0.0	278	0.4	129	0.3	△ 53.6	2023	46.6
サービス	28	19	67.9	17	60.7	△ 7.2	1,514	2.3	1,656	3.2	9.4	2024	△ 2.7

(注) 各年3月調査における増減率(次年度計画額/今年度実績見込額)の推移

図表11 設備投資の主な目的(3項目複数回答)

(単位：%)

項目	全産業	製造業	非製造業
既存設備の維持・更新	84.3	77.8	90.1
合理化・省力化・効率化	38.4	45.7	31.9
情報化・IT化	24.4	17.3	30.8
生産能力の増強	20.9	34.6	8.8
環境対策・省エネ対応	13.4	17.3	9.9
販売力の増強	12.2	8.6	15.4
新製品の製造・新サービスに対応	9.9	16.0	4.4
福利厚生・労働環境の改善	8.1	6.2	9.9
新規事業・新分野への進出	4.1	3.7	4.4
研究開発	2.3	2.5	2.2
その他	1.7	1.2	2.2

回答企業数：172社(製造業81社、非製造業91社)

図表12 設備投資の主な対象(3項目複数回答)

(単位：%)

項目	全産業	製造業	非製造業
生産機械・工作機械	40.7	77.8	7.7
車両	28.5	8.6	46.2
その他の機械・装置	27.3	25.9	28.6
事務機器・情報通信関連機器	24.4	22.2	26.4
ソフトウェア	24.4	16.0	31.9
販売・サービス関連機器	11.6	6.2	16.5
その他の建物・構築物	10.5	11.1	9.9
事務所(建物)	9.9	2.5	16.5
土木・建設機械	9.3	3.7	14.3
店舗(建物)	9.3	2.5	15.4
工場(建物)	8.7	14.8	3.3
倉庫	5.8	7.4	4.4
土地	2.9	1.2	4.4
その他	2.3	1.2	3.3

回答企業数：172社(製造業81社、非製造業91社)

### 3 経営上の問題点

#### 「原材料・仕入価格の高止まり・上昇」が最多

2025年3月の経営上の問題点（2項目複数回答）は、全産業で「原材料・仕入価格の高止まり・上昇」（19.5%）が最も多く、次いで「販売量（受注量）の減少」（14.9%）、「人材不足（質の不足）」（13.3%）、「労働力不足（量の不足）」（13.0%）、「従業員の高齢化」（11.4%）の順であった（図表13、14）

産業別にみると、製造業では「原材料・仕入価格の高止まり・上昇」（25.0%）が最も多かったが、非製造業では「労働力不足（量の不足）」（16.6%）が最多となった。

業種別にみると、「原材料・仕入価格の高止まり・上昇」では「酒造」（35.0%）、「その他製造」（26.7%）が多く、「販売量（受注量）の減少」では「木材・木製品」（33.3%）、「電子部品」「その他製造」（いずれも25.0%）が多かった。

2024年3月との比較では、「従業員の高齢化」が前年比1.5ポイント低下し、「設備の老朽化」は同1.3ポイント低下、「人材不足（質の不足）」「競争激化」はともに同0.8ポイント低下した。

一方、「原材料・仕入価格の高止まり・上昇」は前年比2.7ポイント上昇し、「労働力不足（量の不足）」は同1.2ポイント上昇、「販売量（受注量）の減少」は同0.5ポイント上昇した。

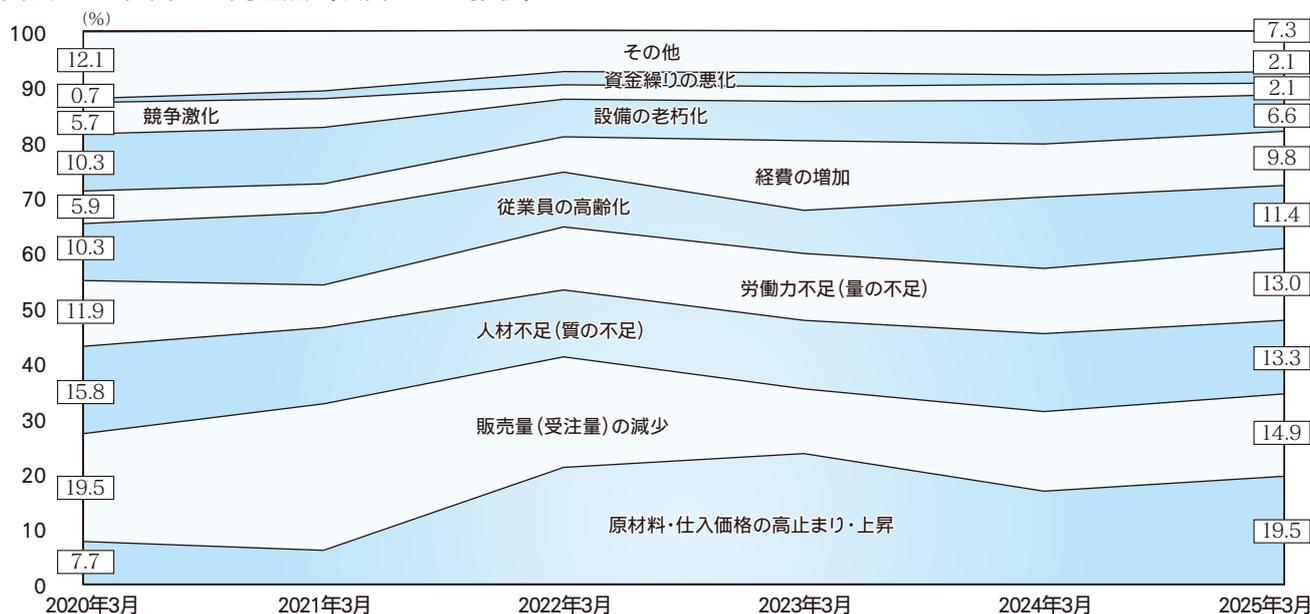
図表13 経営上の問題点（2項目複数回答）

（単位：%、ポイント）

全産業	2024年3月	2025年3月	製造業	非製造業	25年/24年増減
原材料・仕入価格の高止まり・上昇	16.8	19.5	25.0	14.9	2.7
販売量（受注量）の減少	14.4	14.9	15.8	14.1	0.5
人材不足（質の不足）	14.1	13.3	10.7	15.4	△ 0.8
労働力不足（量の不足）	11.8	13.0	8.7	16.6	1.2
従業員の高齢化	12.9	11.4	6.1	15.8	△ 1.5
経費の増加	9.6	9.8	5.6	13.3	0.2
設備の老朽化	7.9	6.6	10.2	3.7	△ 1.3
競争激化	2.9	2.1	2.6	1.7	△ 0.8
資金繰りの悪化	1.7	2.1	3.1	1.2	0.4
その他	7.9	7.3	12.2	3.3	△ 0.6

（注）図表中の数値は回答数合計を分母として算出した

図表14 経営上の問題点（項目ごとの推移）



（注）図表中の数値は回答数合計を分母として算出した

## 4 新卒採用の有無

### (1) 2024年4月入社の新卒採用

採用企業割合は全産業で44.5%

2024年4月入社の新卒採用について、「採用があった」と回答した企業割合は、全産業で44.5% (101社) となった(図表15)。一方、「採用はなかった」は55.5%となり、「採用があった」と回答した企業割合を上回る結果となった。

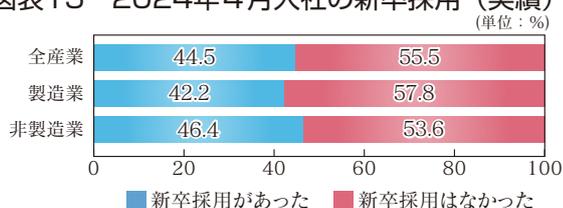
業種別にみると、新卒採用をした企業割合は、「電子部品」(75.0%) が最も高く、次いで「機械金属」(66.7%)、「卸売・小売」「観光」(いずれも50.0%) の順となった。

次に採用予定人数の確保について、「予定どおり確保できた」または「一部確保できた」と回答した企業が全産業で83.2% (84社) であった(図表16)。製造業では83.7% (36社)、非製造業では82.7% (48社) となった。

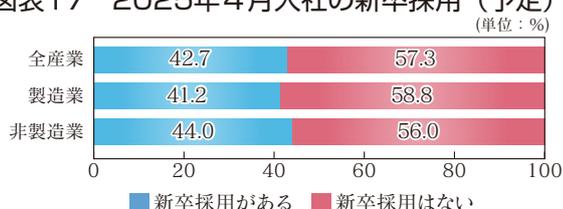
また、「確保できなかった」は、全産業で16.8% (17社) であった。製造業では16.3% (7社)、非製造業では17.2% (10社) となった。

業種別にみると、「衣服縫製」が100.0%となり、新卒採用に苦戦している状況がうかがえる。

図表15 2024年4月入社の新卒採用 (実績)



図表17 2025年4月入社の新卒採用 (予定)



図表19 新卒採用者数増加の理由 (単位: %)

	全産業	製造業	非製造業
応募者数の増加	50.0	40.0	56.5
退職者増加への対応	15.8	26.7	8.7
採用基準に見合う学生の増加	7.9	6.7	8.7
業績の向上	2.6	0.0	4.3

回答企業数: 全産業38社 (製造業15社、非製造業23社)

### (2) 2025年4月入社の新卒採用

採用予定企業の割合は全産業で42.7%

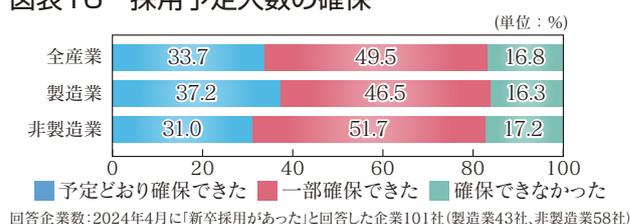
2025年4月入社の新卒採用については、「新卒採用がある」と回答した企業割合は全産業で42.7% (97社)、一方、「新卒採用はない」は57.3% (130社) となり、「新卒採用がある」と回答した企業割合を上回った(図表17)。

業種別にみると、新卒採用がある企業割合は、「電子部品」(81.3%) が最も高く、次いで「観光」(75.0%)、「機械金属」(70.8%)、「サービス」(46.4%) の順となった。

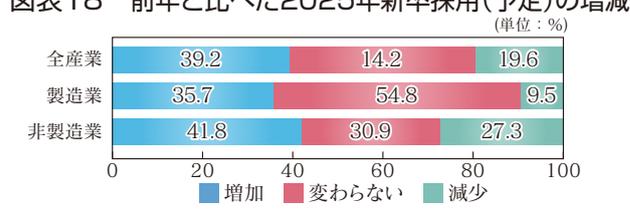
前年と比較した新卒採用者数の増減は、「増加」と回答した企業は全産業で39.2% (38社) となる一方、「減少」は19.6% (19社) であった(図表18)。

新卒採用者数増加の理由については、「応募者数の増加」(50.0%) が最も多く、次いで「退職者増加への対応」(15.8%) となった(図表19)。一方、減少の理由については、「応募者数の減少」(89.5%) が最も多く、次いで「採用基準に見合う学生の減少」(10.5%) だった(図表20)。

図表16 採用予定人数の確保



図表18 前年と比べた2025年新卒採用 (予定) の増減



回答企業数: 2025年4月に新卒採用があると回答した企業97社 (製造業42社、非製造業55社)

図表20 新卒採用者数減少の理由 (単位: %)

	全産業	製造業	非製造業
応募者数の減少	89.5	100.0	86.7
採用基準に見合う学生の減少	10.5	0.0	13.3

回答企業数: 全産業19社 (製造4社、非製造業15社)

## 5 賃上げ

### (1) 2024年度の賃上げ

**「実施した」企業は全産業で93.8%**

2024年度に賃上げ(定期昇給やベースアップなど、一部実施も含む)を実施した企業は、全産業で93.8%(製造業95.1%、非製造業92.8%)となった(図表21)。「実施していない」と回答した企業は、全産業で6.2%(製造業4.9%、非製造業7.2%)だった。

### (2) 2024年度の賃上げした割合

**「3%以上5%未満」が最多の39.4%**

2024年度の賃上げした割合について、「3%以上5%未満」と回答した企業は全産業で39.4%と最も多く、次いで「1%以上3%未満」(36.6%)、「5%以上」(19.2%)の順となった(図表22)。

産業別でみると、製造業、非製造業ともに「3%以上5%未満」(38.1%、40.5%)が最も多く、以下も同様に「1%以上3%未満」(33.0%、39.7%)、「5%以上」(23.7%、15.5%)の順であった。

業種別でみると、「3%以上5%未満」では、「卸売・小売」(51.3%)が最多で、「1%以上3%未満」では、「観光」(85.7%)が最も多かった。

### (3) 2025年度の賃上げ実施(予定)

**2025年度「実施予定」企業は全産業で74.4%**

2025年度の賃上げ(定期昇給やベースアップなど、一部実施も含む)について、「実施予定(一部も含む)」と回答した企業は、全産業で74.4%(製造業76.5%、非製造業72.8%)となった(図表23)。一方、「実施予定はない」と回答した企業は、全産業で4.0%(製造業3.9%、非製造業4.0%)、同「未定」は21.6%(製造業19.6%、非製造業23.2%)となった。

図表21 2024年度の賃上げの実施

(単位: %)

	実施した (一部も含む)	実施していない
全産業	93.8	6.2
製造業	95.1	4.9
電子部品	93.8	6.3
機械金属	100.0	0.0
衣服縫製	88.9	11.1
木材・木製品	90.9	9.1
酒造	100.0	0.0
その他製造	93.8	6.3
非製造業	92.8	7.2
建設	93.8	6.3
卸売・小売	92.9	7.1
運輸	93.3	6.7
観光	87.5	12.5
サービス	92.9	7.1

図表22 賃上げした割合

(単位: %)

	1%未満	1%以上 3%未満	3%以上 5%未満	5%以上	その他
全産業	2.3	36.6	39.4	19.2	2.3
製造業	3.1	33.0	38.1	23.7	2.1
電子部品	0.0	33.3	33.3	26.7	6.7
機械金属	0.0	29.2	45.8	20.8	4.2
衣服縫製	0.0	25.0	37.5	37.5	0.0
木材・木製品	0.0	40.0	30.0	30.0	0.0
酒造	0.0	40.0	50.0	10.0	0.0
その他製造	10.0	33.3	33.3	23.3	0.0
非製造業	1.7	39.7	40.5	15.5	2.6
建設	0.0	56.7	30.0	13.3	0.0
卸売・小売	2.6	20.5	51.3	23.1	2.6
運輸	0.0	35.7	35.7	21.4	7.1
観光	0.0	85.7	14.3	0.0	0.0
サービス	3.8	38.5	46.2	7.7	3.8

回答企業数: 2024年度に賃上げを「実施した」と回答した計213社  
(製造業97社、非製造業116社)

図表23 2025年度の賃上げの実施予定

(単位: %)

	実施予定 (一部も含む)	実施予定はない	未定
全産業	74.4	4.0	21.6
製造業	76.5	3.9	19.6
電子部品	87.5	0.0	12.5
機械金属	87.5	0.0	12.5
衣服縫製	66.7	0.0	33.3
木材・木製品	36.4	18.2	45.5
酒造	60.0	0.0	40.0
その他製造	84.4	6.3	9.4
非製造業	72.8	4.0	23.2
建設	87.5	0.0	12.5
卸売・小売	73.8	4.8	21.4
運輸	60.0	6.7	33.3
観光	37.5	12.5	50.0
サービス	71.4	3.6	25.0

#### (4) 2025年度の賃上げ予定の割合

##### 「3%以上5%未満」が最多の41.4%

2025年度の賃上げ予定の割合について、「3%以上5%未満」と回答した企業は全産業で41.4%と最も多く、次いで「1%以上3%未満」(36.1%)、「5%以上」(9.5%)の順となった(図表24)。

産業別で見ると、製造業では「3%以上5%未満」(43.6%)が最多となったが、非製造業では「1%以上3%未満」(41.8%)が最も多かった。

業種別で見ると、「3%以上5%未満」では、「機械金属」「衣服縫製」(いずれも66.7%)が最も多く、次いで「酒造」「サービス」(いずれも50.0%)となった。

「1%以上3%未満」では、「建設」(60.7%)が最も多く、次いで「木材・木製品」(50.0%)となった。

#### (5) 賃上げ実施(予定)の前年比較

##### 「賃上げ実施(予定)」企業は前年比増加

2025年度の賃上げ実施(予定)を2024年度と比較すると、「実施予定(一部も含む)」と回答した企業は、73.3%から74.4%と1.1ポイント上昇した(図表25)。また、「実施予定はない」と回答した企業は、4.1%から4.0%とわずかに低下した。人手不足や長引く物価高騰などを反映して、各企業の賃上げ姿勢は前年度よりさらに強まっていることがうかがえる。

2024年度の秋田市消費者物価指数(生鮮食品除く)は、依然高い水準で推移している(図表26)。一方で、物価の変動を考慮した秋田県の実質賃金指数(現金給与総額)は2024年6月以來ほぼマイナス圏内を推移している。物価上昇を上回る持続的な賃上げの実現に向けて、県内企業の賃上げの動向が注目される。

図表24 賃上げ予定の割合(2024年度比の増加率)

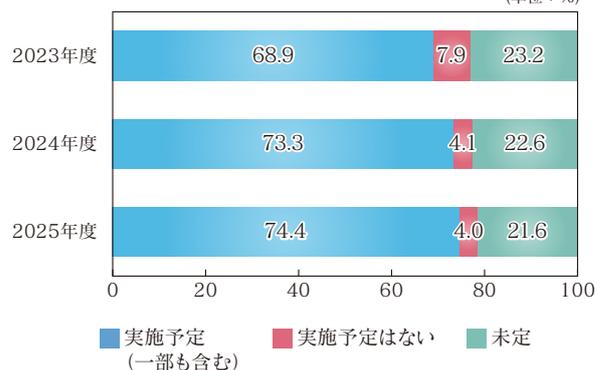
(単位: %)

	1%未満	1%以上3%未満	3%以上5%未満	5%以上	未定	その他
全産業	0.6	36.1	41.4	9.5	11.8	0.6
製造業	1.3	29.5	43.6	9.0	16.7	0.0
電子部品	0.0	28.6	21.4	21.4	28.6	0.0
機械金属	0.0	19.0	66.7	4.8	9.5	0.0
衣服縫製	0.0	16.7	66.7	0.0	16.7	0.0
木材・木製品	0.0	50.0	0.0	25.0	25.0	0.0
酒造	0.0	33.3	50.0	0.0	16.7	0.0
その他製造	3.7	37.0	37.0	7.4	14.8	0.0
非製造業	0.0	41.8	39.6	9.9	7.7	1.1
建設	0.0	60.7	35.7	3.6	0.0	0.0
卸売・小売	0.0	35.5	45.2	12.9	6.5	0.0
運輸	0.0	44.4	11.1	22.2	11.1	11.1
観光	0.0	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0
サービス	0.0	25.0	50.0	10.0	15.0	0.0

回答企業数: 2025年度に賃上げを「実施予定」と回答した計169社  
(製造業78社、非製造業91社)

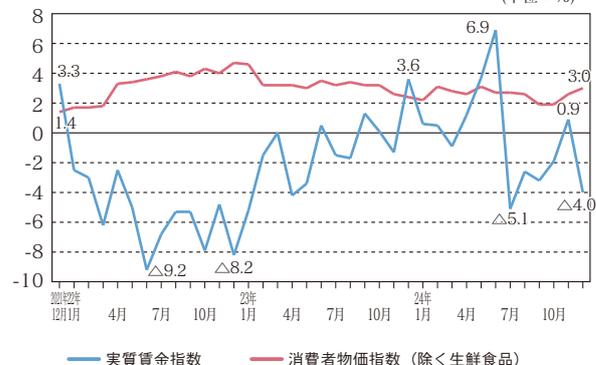
図表25 賃上げ実施(予定)の前年比較

(単位: %)



図表26 消費者物価指数(秋田市、除く生鮮食品)、実質賃金指数(秋田県現金給与総額)(前年同月比増減率)

(単位: %)



資料: 秋田市消費者物価指数(2020年基準)  
毎月勤労統計調査地方調査結果速報

## 6 コスト上昇、価格転嫁の状況

資源高や円安、賃上げなどを背景に、県内企業は各種コストの上昇を余儀なくされている。本項では、コスト上昇分の販売価格への転嫁に向けた各企業の対応状況についてアンケート調査した内容をまとめた。

### (1) コスト上昇した項目

#### 原材料費・商品仕入高など4項目で60%超

過去1年間でコストが上昇した項目について、「原材料費、商品仕入高」と回答した企業は全産業で88.1%と最も多く、次いで「人件費」(87.7%)、「燃料費」(80.6%)、「水道光熱費」(61.7%)の順となった(図表27、28)。

製造業、非製造業ともに多くの企業が複数のコスト上昇に直面している状況がうかがえる。

### (2) コスト上昇分の価格転嫁の状況

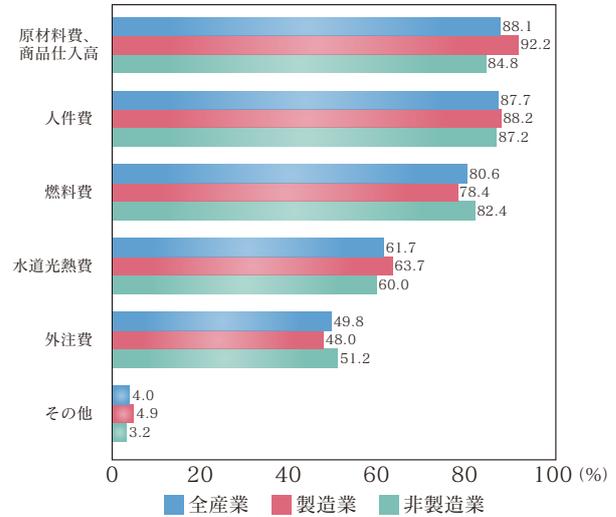
#### 「5割以上転嫁」が最多の43.2%

コスト上昇分の販売・サービス価格への転嫁状況について、「希望の『5割以上』転嫁できている」(以下、「5割以上転嫁」と回答した企業は全産業で43.2%と最も多く、次いで「希望の『5割未満』の転嫁にとどまっている」(以下、「5割未満転嫁」)(35.2%)、「全く転嫁できていない」(9.7%)、「十分転嫁できている」(7.5%)の順となった(図表29)。

産業別でみると、製造業では「5割未満転嫁」(41.2%)が最多となったが、非製造業では「5割以上転嫁」(47.2%)が最多となり、製造業、非製造業で異なる結果となった。

業種別でみると、「5割以上転嫁」は、「運輸」(66.7%)が最も多く、次いで「電子部品」(62.5%)となった。「5割未満転嫁」では、「木材・木製品」(54.5%)が最も多く、次いで「観光」(50.0%)となった。

図表27 過去1年間でコストが上昇した項目(複数回答)



図表28 過去1年間でコストが上昇した項目(業種別、複数回答)

(単位: %)

	原材料費、商品仕入高	人件費	燃料費	水道光熱費	外注費	その他
全産業	88.1	87.7	80.6	61.7	49.8	4.0
製造業	92.2	88.2	78.4	63.7	48.0	4.9
電子部品	93.8	93.8	68.8	62.5	31.3	0.0
機械金属	91.7	100.0	83.3	75.0	83.3	8.3
衣服縫製	88.9	88.9	66.7	55.6	44.4	0.0
木材・木製品	81.8	63.6	72.7	54.5	27.3	9.1
酒造	100.0	70.0	90.0	60.0	20.0	10.0
その他製造	93.8	90.6	81.3	62.5	46.9	3.1
非製造業	84.8	87.2	82.4	60.0	51.2	3.2
建設	90.6	81.3	84.4	50.0	71.9	0.0
卸売・小売	92.9	88.1	76.2	66.7	33.3	2.4
運輸	66.7	80.0	100.0	33.3	40.0	6.7
観光	87.5	100.0	100.0	87.5	75.0	0.0
サービス	75.0	92.9	75.0	67.9	53.6	7.1

図表29 コスト上昇分の販売・サービス価格への転嫁状況(業種別)

(単位: %)

	十分転嫁できている	希望の「5割以上」転嫁できている	希望の「5割未満」の転嫁にとどまっている	全く転嫁できていない	転嫁する必要はない	その他
全産業	7.5	43.2	35.2	9.7	1.8	2.6
製造業	8.8	38.2	41.2	8.8	0.0	2.9
電子部品	12.5	62.5	25.0	0.0	0.0	0.0
機械金属	12.5	45.8	41.7	0.0	0.0	0.0
衣服縫製	11.1	22.2	44.4	11.1	0.0	11.1
木材・木製品	0.0	0.0	54.5	36.4	0.0	9.1
酒造	0.0	20.0	40.0	40.0	0.0	0.0
その他製造	9.4	43.8	43.8	0.0	0.0	3.1
非製造業	6.4	47.2	30.4	10.4	3.2	2.4
建設	3.1	59.4	25.0	3.1	6.3	3.1
卸売・小売	11.9	40.5	33.3	9.5	2.4	2.4
運輸	0.0	66.7	26.7	6.7	0.0	0.0
観光	0.0	25.0	50.0	25.0	0.0	0.0
サービス	7.1	39.3	28.6	17.9	3.6	3.6

### (3) 希望の5割以上価格転嫁できた要因

「取引先（顧客）や業界全体の理解が進んだ」が最多

「十分転嫁できている」または「5割以上転嫁」と回答した115社のうち、コスト上昇分に対して、希望の5割以上価格転嫁できた要因について、「取引先（顧客）や業界全体で価格転嫁への理解が進んだ」が全産業で79.1%と最も多く、次いで「取引先（顧客）に上昇したコストのエビデンス（原価）を示して価格交渉を実施した」（47.0%）の順となった（図表30、31）。

取引先（顧客）や業界全体の理解が進んだとする回答が約8割を占めるなど、官民で適正な価格転嫁に向けた取引環境構築に取り組んできた成果が着実に表れていることがうかがえる。

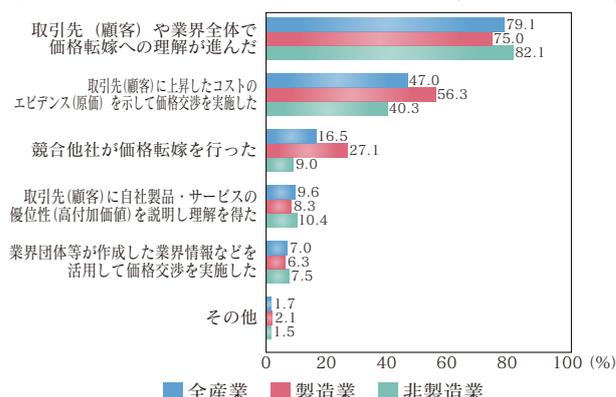
### (4) 希望の5割未満の価格転嫁にとどまっている要因

「受注・販売量の減少が懸念される」が最多

「5割未満転嫁」または「全く転嫁できていない」と回答した102社のうち、コスト上昇分に対して価格交渉・転嫁が希望どおり進まない要因について、「受注・販売量の減少が懸念される」が全産業で52.0%と最も多く、次いで「相次ぐコストの上昇に転嫁が追い付かない」（46.1%）、「競合他社が価格転嫁を行わない」（27.5%）の順となった（図表32、33）。

業種別にみると、「受注・販売量の減少が懸念される」では、「酒造」（87.5%）が最も多く、次いで「観光」（83.3%）となった。「相次ぐコストの上昇に転嫁が追い付かない」では、「衣服縫製」（100.0%）が最も多く、次いで「電子部品」（75.0%）となった。「競合他社が価格転嫁を行わない」では、「木材・木製品」（60.0%）が最多で、次いで「運輸」（40.0%）となった。

図表30 希望の5割以上価格転嫁できた要因（産業別、複数回答）

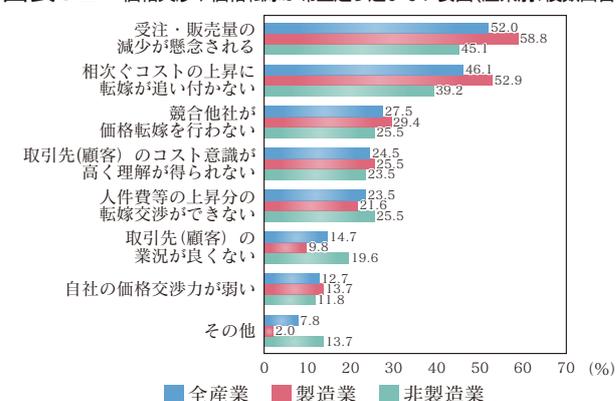


（注）「十分転嫁できている」または「希望の5割以上転嫁できている」と回答した企業115社（製造業48社、非製造業67社）（以下、図表31同じ）

図表31 希望の5割以上価格転嫁できた要因（業種別、複数回答）  
（単位：%）

	取引先（顧客）や業界全体で価格転嫁への理解が進んだ	取引先（顧客）に上昇したコストのエビデンス（原価）を示して価格交渉を実施した	競合他社が価格転嫁を行った	取引先（顧客）に自社製品・サービスの優位性（高付加価値）を説明し理解を得た	業界団体等が作成した業界情報などを活用して価格交渉を実施した	その他
全産業	79.1	47.0	16.5	9.6	7.0	1.7
製造業	75.0	56.3	27.1	8.3	6.3	2.1
電子部品	58.3	58.3	8.3	0.0	0.0	8.3
機械金属	71.4	57.1	14.3	21.4	7.1	0.0
衣服縫製	100.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
木材・木製品	-	-	-	-	-	-
酒造	100.0	50.0	100.0	0.0	50.0	0.0
その他製造	82.4	58.8	47.1	5.9	5.9	0.0
非製造業	82.1	40.3	9.0	10.4	7.5	1.5
建設	80.0	25.0	5.0	5.0	10.0	0.0
卸売・小売	86.4	36.4	18.2	13.6	4.5	4.5
運輸	70.0	70.0	0.0	10.0	0.0	0.0
観光	50.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0
サービス	92.3	46.2	7.7	7.7	15.4	0.0

図表32 価格交渉や価格転嫁が希望通り進まない要因（産業別、複数回答）



（注）「希望の5割未満の転嫁にとどまっている」または「全く転嫁できていない」と回答した企業102社（製造業51社、非製造業51社）（以下、図表33同じ）

図表33 価格交渉や価格転嫁が希望通り進まない要因（業種別、複数回答）  
（単位：%）

	受注・販売量の減少が懸念される	相次ぐコストの上昇に転嫁が追い付かない	競合他社が価格転嫁を行わない	取引先（顧客）のコスト意識が高く理解が得られない	人件費等の上昇分の転嫁交渉ができない	取引先（顧客）の業況が良くない	自社の価格交渉力が弱い	その他
全産業	52.0	46.1	27.5	24.5	23.5	14.7	12.7	7.8
製造業	58.8	52.9	29.4	25.5	21.6	9.8	13.7	2.0
電子部品	75.0	75.0	0.0	50.0	0.0	0.0	25.0	0.0
機械金属	40.0	40.0	20.0	40.0	60.0	20.0	10.0	0.0
衣服縫製	80.0	100.0	20.0	40.0	40.0	20.0	0.0	0.0
木材・木製品	70.0	40.0	60.0	10.0	0.0	10.0	20.0	0.0
酒造	87.5	25.0	12.5	0.0	0.0	0.0	12.5	12.5
その他製造	35.7	64.3	35.7	28.6	21.4	7.1	14.3	0.0
非製造業	45.1	39.2	25.5	23.5	25.5	19.6	11.8	13.7
建設	44.4	44.4	11.1	22.2	33.3	0.0	11.1	11.1
卸売・小売	38.9	27.8	27.8	11.1	22.2	16.7	16.7	16.7
運輸	40.0	60.0	40.0	80.0	40.0	80.0	0.0	0.0
観光	83.3	66.7	16.7	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0
サービス	38.5	30.8	30.8	15.4	15.4	7.7	15.4	23.1

### (5) 価格交渉・転嫁への取組状況

価格交渉・転嫁への取組状況では、「価格交渉・転嫁は取引先の理解を得ており今後も継続していく」（サービス業）など、取引先と円滑に価格交渉・転嫁ができているとの回答がみられた一方で、「受注量の減少に繋がる恐れがあり、十分な交渉ができない」「仕入や燃料コスト増加分の転嫁には応じてもらえないが、人件費増加分の転嫁は難航している」「取引先の業況も厳しく、満額の転嫁は難しい」などの回答がみられた(図表34)。

### (6) まとめ

今後も物価高や人手不足が見込まれる中で、県内企業が賃上げを継続的に実現するためには、価格転嫁による原資の確保が必要不可欠である。

「2024年版中小企業白書」によると、高い水準で価格転嫁を実現するためには、取引先と「価格転嫁に関する協議の場を設けること」「商品・製品別の原価構成(材料費、加工費、管理費、粗利等)の把握や、理想的な価格(提示価格)と譲歩できる価格(留保価格)の設定など、交渉に向けた事前準備に取り組むこと」等が重要としている。

前述のとおり、県内でも取引先や業界の価格転嫁への理解は進んでいることから、受注(販売量)の減少を懸念して交渉を躊躇している企業も、取引先と価格転嫁に関する協議の場を設け、上昇したコストのエビデンス(原価)を揃えた上で交渉に臨む姿勢が重要と考える。

なお、中小企業基盤整備機構では、企業が原材料費や人件費の上昇分を製品の取引価格にどの程度転嫁するのが妥当か検証できるシミュレーションツールをHPで無料公開しているので活用いただきたい(図表35)。

適正な価格転嫁が円滑に行われ、県内企業の収益改善、賃上げが進み、経済の好循環に繋がることを期待したい。(鈴木 浩之)

図表34 価格交渉・転嫁への取組状況(自由意見)

○価格転嫁できている
・ 価格交渉・転嫁は取引先の理解を得ており今後も継続していく(サービス)
・ 社内のコスト削減、効率化の活動に加え、取引先にメリットのある価格交渉に取り組んでいる(機械金属)
○価格転嫁が進まない
・ 下請企業は弱い立場で、価格を引き上げると受注量の減少に繋がる恐れがあるため、中々できない状況にある(衣服繊維)
・ これまで企業努力以上に身を削って価格を抑えてきたが、取引先との値上げ交渉時には仕入コスト分しか値上げできない状況(その他製造業)
・ 取引先との価格交渉は、原則年1回であり価格転嫁に相応の時間がかかっている。また、エネルギーコスト上昇分は概ね反映しているが、人件費増加分の転嫁は交渉が難航している(その他製造業)
・ 今後も取引先との価格交渉は必要であるが、取引先も業況が厳しい状況にあり、要求通りの転嫁は難しい(運輸業)
・ 原材料高騰により、商品価格の値上げを1月に実施したが、消費者離れが懸念されるためフルスライドはできない。販路を拡大して補う予定(その他製造業、小売業)
・ 消費者向けの販売では、仕入分の値上げは競合他社も同様であり、消費者の理解はある程度得られるが、人件費などの経費増加を価格転嫁できるかは、交渉すらできない(小売業)
・ 公共工事の発注において、コスト上昇を十分加味した価格設定をお願いしたい(建設業)

図表35 価格転嫁検討ツール

(<https://kakakutenka.smrj.go.jp>)

資料：中小企業基盤整備機構HPより