

三十三総研 第 60 回経営者アンケート
～2025 年度下期景況実績と 2026 年度上期見通し～

株式会社 三十三総研

目次

調査の概要.....	1
調査結果	
調査結果の要約	2
1. 県内景気	3
2. 業界景気	4
<製造業>	4
<建設業、非製造業>	6
3. 自社の業況(売上高・利益状況)	8
<製造業>	8
<建設業、非製造業>	10
4. 自社の業況(資金繰り)	12
<製造業>	12
<建設業、非製造業>	14
5. 経営判断	16
6. 2026年度上期の展望	18
7. 特別調査	
～生成AIの導入、活用状況について～	20
8. 経営者の声	23

第 60 回経営者アンケート ～2025 年度下期景況実績と 2026 年度上期見通し～

調査の概要

三十三総研では、三十三ビジネスクラブ会員を対象とした「第 60 回経営者アンケート」を実施しました。このほど調査結果を取りまとめましたので、ご報告します。

1. 調査対象

三十三ビジネスクラブ会員で、資本金1億円以下の三重県下法人企業1,748先

2. 調査方法

郵送およびインターネットによるアンケート調査

3. 調査時期

2026年2月下旬～3月中旬

4. 回収状況

配布数 1,748票

回収数 556票（回収率 31.8%）

<地域別>

北勢地域	337社	60.6%
中勢地域	121	21.8
伊賀地域	28	5.0
南勢地域	62	11.2
東紀州地域	8	1.4
合計	556	100.0

(注)構成比は四捨五入のため、合計が100%にならない場合がある(次頁以降の図表についても同様)。

<業種別>

製造業	126社	22.7%
基礎素材型製造業	35	6.3
パルプ・紙・木材	7	1.3
石油・化学	2	0.4
窯業・土石製品	4	0.7
鉄・非鉄	5	0.9
金属製品	17	3.1
加工組立型製造業	70	12.6
一般・精密機械	15	2.7
電気機械	5	0.9
自動車関連	14	2.5
その他製造	36	6.5
生活関連型製造業	21	3.8
食料品	14	2.5
繊維品	5	0.9
出版・印刷	2	0.4
建設業	129	23.2
非製造業	301	54.1
運輸・通信業	38	6.8
小売業	49	8.8
卸売業	55	9.9
不動産業	17	3.1
電気・ガス・水道	30	5.4
その他サービス業	109	19.6
その他	3	0.5
合計	556	100.0

第 60 回経営者アンケート ～2025 年度下期景況実績と 2026 年度上期見通し～

調査結果の要約

【 県内景気 】

・県内景気判断 D.I.値(注)は 14 半期連続のマイナスとなり、マイナス幅が縮小(▲26.5→▲11.1)したことで2半期ぶりに改善した。先行きについては、2026 年度上期の D.I.値はマイナス幅が縮小(▲11.1→▲6.6)し、経営者の景況感は改善する見通し。

(注)D.I.(ディフュージョン・インデックス)値…「良い」(増加など)の割合-「悪い」(減少など)の割合。

【 業界景気 】

・業界景気判断 D.I.値は、製造業が 14 半期連続でマイナスとなったものの、3半期ぶりに改善(▲31.2→▲13.5)、建設業も 14 半期連続でマイナスとなったものの、2半期ぶりに改善(▲30.3→▲21.7)、非製造業も 16 半期連続でマイナスとなったものの、2半期ぶりに改善(▲19.5→▲9.6)した。先行きについて、製造業と非製造業はマイナス幅が拡大(製造業:▲13.5→▲15.2、非製造業:▲9.6→▲10.4)した一方、建設業はマイナス幅が縮小(▲21.7→▲15.5)する見通し。

【 自社の業況 】

・売上高の D.I.値は、製造業が2半期連続で改善(+2.8→+12.7)した一方、建設業は2半期連続、非製造業は4半期ぶりに悪化(建設業:▲5.8→▲9.3、非製造業+17.6→+15.6)した。先行きについては、製造業、非製造業はプラス幅が縮小(製造業:+12.7→+0.8、非製造業:+15.6→+7.9)する一方、建設業は横ばい(▲9.3→▲9.3)となる見通し。

・利益状況の D.I.値は、製造業が2半期連続、非製造業が2半期ぶりに改善(製造業:▲6.2→+6.4、非製造業:▲3.2→+2.0)となった一方、建設業が3半期ぶりに悪化(▲0.7→▲7.8)した。先行きについて、利益状況 D.I.値は、製造業、非製造業はマイナスに転じ(製造業:+6.4→▲4.0、非製造業:+2.0→▲3.0)、建設業はマイナス幅が拡大(建設業:▲7.8→▲14.7)する見通し。

【 経営判断 】

・設備投資の実施状況は、「実施した」企業の割合が2半期ぶりに増加(38.6%→39.0%)。在庫状況は、「過剰」とみる企業の割合が2半期ぶりに増加(5.2%→5.8%)。雇用状況は、「不足」とみる企業の割合が2半期連続で減少(43.3%→43.0%)した。

【 2026 年度上期の展望 】

・「プラス要因が強い」とみる企業の割合が2半期ぶりに増加(15.1%→16.2%)、「マイナス要因が強い」とみる企業の割合が3半期ぶりに減少(45.3%→44.6%)、「どちらとも言えない」とみる企業の割合が2半期ぶりに減少(39.6%→39.2%)した。

【 特別調査 ～生成AIの導入・活用状況について～】

・生成AIの利用状況について、「関心はあるが未使用」と回答した企業の割合が 43.8%と最も高くなった。

・生成AIを活用している、または今後使いたい領域について、「事務・バックオフィス(議事録・メール、社内文書の作成など)」と回答した企業の割合が 58.1%と最も高くなった。

・生成AIの導入・利用による効果について、「効果はこれから(試行中/定着していない)」が 52.3%と最も高くなった。

・さらに生成AIを活用していく上での課題について、「社員の活用スキル・利用頻度にばらつきがある」と回答した企業の割合が 63.4%と最も高くなった。

・生成AIを使用していない/活用していない理由について、「活用できる業務・使いどころが分からない」と回答した企業の割合が 63.9%と最も高くなった。

1. 県内景気

【ポイント】

2025 年度下期の県内景気判断 D.I.値はマイナス幅が縮小して、2半期ぶりに改善したものの、14 半期連続のマイナスとなった。先行きについては、2026 年度上期の D.I.値はマイナス幅が縮小し、経営者の景況感は改善する見通し。

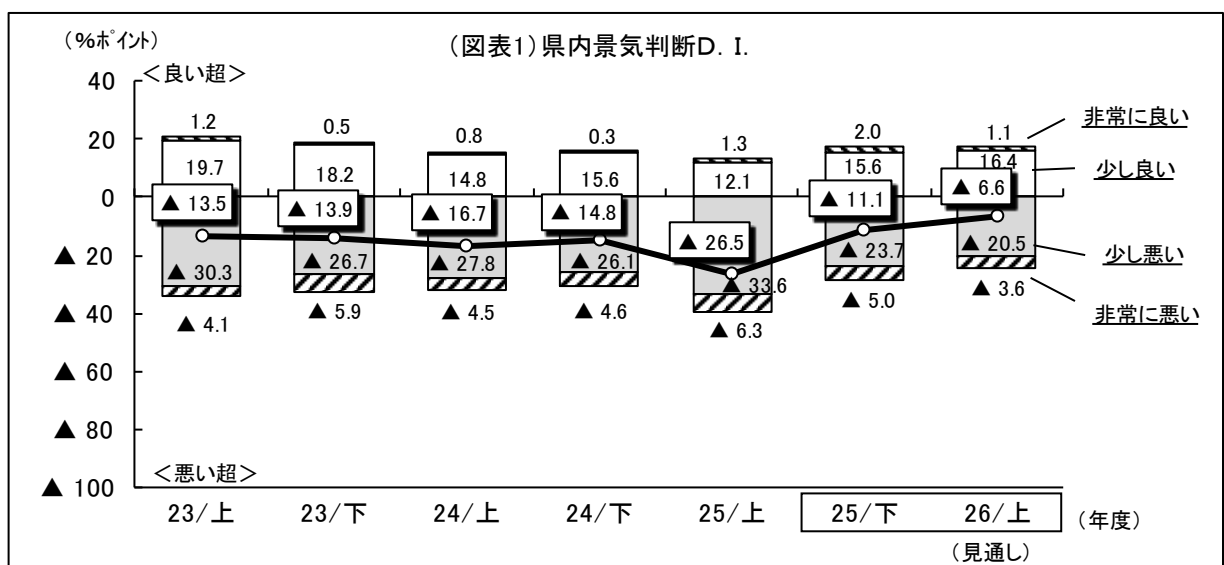
【 2025 年度下期(当期)実績 】

2025 年度下期(以下、当期と称す)の県内景気をみると、「良い」「非常に良い」と「少し良い」の合計とみる企業の割合は 17.6%、「悪い」「非常に悪い」と「少し悪い」の合計とみる企業の割合は 28.7%で、D.I.値は▲11.1 と 14 半期連続のマイナスとなった。

2025 年度上期(以下、前期と称す)に比べ、「悪い」とみる企業の割合が 11.2 ポイント減少(39.9%→28.7%)し、「良い」とみる企業の割合が 4.2 ポイント増加(13.4%→17.6%)したため、D.I.値はマイナス幅が縮小し、2半期ぶりに改善(▲26.5→▲11.1)した。

【 2026 年度上期(来期)見通し 】

2026 年度上期(以下、来期と称す)の県内景気見通しをみると、当期に比べ、「良くなる」「非常に良くなる」と「少し良くなる」の合計とみる企業の割合が 0.1 ポイント減少(17.6%→17.5%)した一方、「悪くなる」「非常に悪くなる」と「少し悪くなる」の合計とみる企業の割合が 4.6 ポイント減少(28.7%→24.1%)するため、D.I.値は 4.5 ポイント改善(▲11.1→▲6.6)して、経営者の景況感は改善する見通し。



2. 業界景気

<製造業>

【ポイント】

製造業の景気判断 D.I.値はマイナス幅が縮小して3半期ぶりに改善したものの、14 半期連続のマイナスとなった。先行きについては、来期はマイナス幅が拡大する見通し。

【 2025 年度下期(当期)実績 】

当期の製造業の業界景気をみると、「良い」とみる企業の割合は 21.4%、「悪い」とみる企業の割合は 34.9%で、D.I.値は▲13.5 と 14 半期連続のマイナスとなった。

前期に比べ、「良い」とみる企業の割合が 6.1 ポイント拡大(15.3%→21.4%)し、「悪い」とみる企業の割合が 11.6 ポイント減少(46.5%→34.9%)したため、D.I.値はマイナス幅が縮小し、3半期ぶりに改善(▲31.2→▲13.5)した。

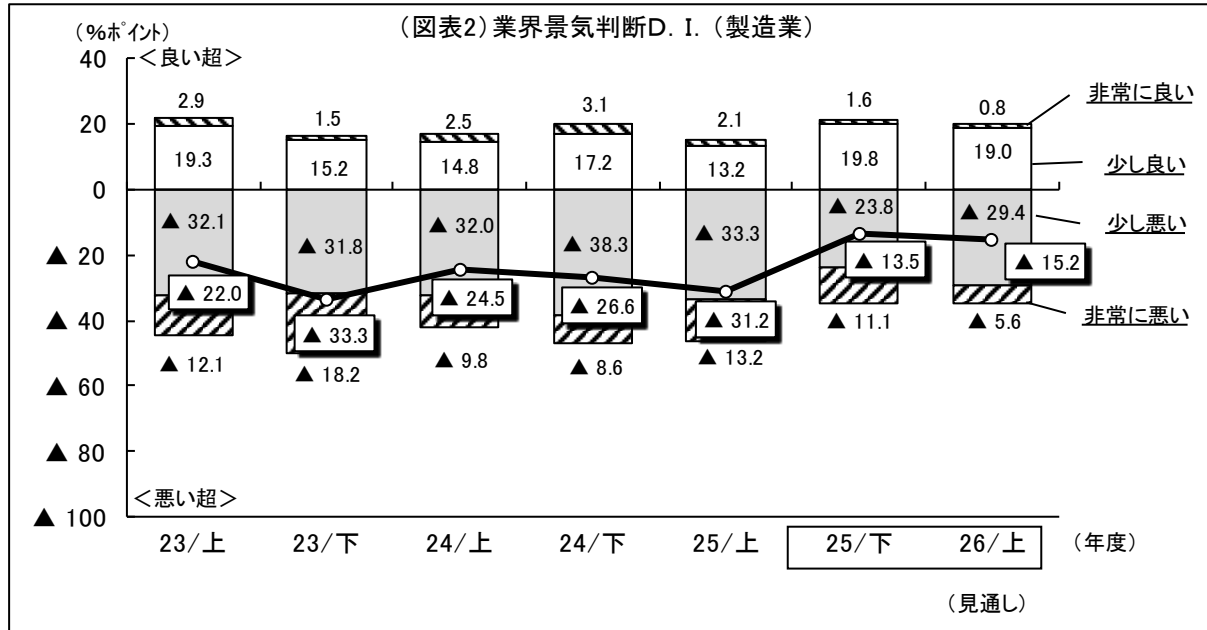
業種別にみると、基礎素材型(D.I.値▲20.0)が前期に比べ 16.1 ポイント、加工組立型(D.I.値▲12.9)が同 17.4 ポイント、生活関連型(D.I.値▲4.7)が同 22.9 ポイント改善した。

【 2026 年度上期(来期)見通し 】

来期の製造業の業界景気見通しをみると、当期に比べ、「良くなる」とみる企業の割合が 1.6 ポイント縮小(21.4%→19.8%)、「悪くなる」とみる企業の割合が 0.1 ポイント拡大(34.9%→35.0%)するため、D.I.値は 1.7 ポイント悪化(▲13.5→▲15.2)する見通し。

業種別にみると、加工組立型(D.I.値▲12.9)が当期から横ばいとなる一方、基礎素材型(D.I.値▲22.9)が同 2.9 ポイント、生活関連型(D.I.値▲9.5)が同 4.8 ポイント悪化する見通し。

さらにその内訳をみると、基礎素材型では金属製品(D.I.値▲17.6)が当期に比べて 17.6 ポイント悪化する一方、窯業・土石製品(D.I.値±0.0)が同 25.0 ポイント、パルプ・紙・木材(D.I.値▲85.7)が同 14.3 ポイントそれぞれ改善する見通し。加工組立型では自動車関連(D.I.値+14.3)が同 64.4 ポイント改善する一方、一般・精密機械(D.I.値▲20.0)が同 40.0 ポイント、その他製造(D.I.値▲22.2)が同 8.3 ポイントそれぞれ悪化する見通し。生活関連型では食料品(D.I.値▲14.3)が同 7.1 ポイント悪化する見通し。



(図表3) 製造業の業界景気判断D.I.

(%ポイント)

業種	24-9	25-3	25-9(A)	26-3(B)	A→B 変化幅	予測来期 見通し(C)	B→C 変化幅
全産業	▲ 21.9	▲ 16.3	▲ 24.8	▲ 13.2 (▲ 15.1)	+ 11.6	▲ 12.5	+ 0.7
製造業	▲ 24.5	▲ 26.6	▲ 31.2	▲ 13.5 (▲ 20.1)	+ 17.7	▲ 15.2	▲ 1.7
基礎素材型製造業	▲ 39.1	▲ 40.5	▲ 36.1	▲ 20.0 (▲ 30.6)	+ 16.1	▲ 22.9	▲ 2.9
ハルブ・紙・木材	▲ 75.0	▲ 40.0	▲ 71.5	▲ 100.0 (▲ 85.7)	▲ 28.5	▲ 85.7	+ 14.3
石油・化学	50.0	0.0	0.0	0.0 (▲ 66.7)	0.0	0.0	0.0
窯業・土石製品	▲ 100.0	▲ 100.0	▲ 25.0	▲ 25.0 (▲ 75.0)	0.0	0.0	+ 25.0
鉄・非鉄	▲ 50.0	▲ 20.0	▲ 60.0	20.0 (0.0)	+ 80.0	20.0	0.0
金属製品	▲ 21.8	▲ 35.0	▲ 23.5	0.0 (0.0)	+ 23.5	▲ 17.6	▲ 17.6
加工組立型製造業	▲ 23.7	▲ 19.7	▲ 30.3	▲ 12.9 (▲ 19.0)	+ 17.4	▲ 12.9	+ 0.0
一般・精密機械	▲ 50.0	▲ 43.8	▲ 43.8	20.0 (▲ 37.5)	+ 63.8	▲ 20.0	▲ 40.0
電気機械	▲ 75.0	▲ 20.0	▲ 60.0	0.0 (0.0)	+ 60.0	0.0	0.0
自動車関連	23.1	▲ 7.1	▲ 38.9	▲ 50.1 (▲ 27.8)	▲ 11.2	14.3	+ 64.4
その他製造	▲ 25.1	▲ 14.0	▲ 17.5	▲ 13.9 (▲ 10.0)	+ 3.6	▲ 22.2	▲ 8.3
生活関連型製造業	5.6	▲ 25.0	▲ 27.6	▲ 4.7 (▲ 10.3)	+ 22.9	▲ 9.5	▲ 4.8
食料品	45.5	0.0	▲ 11.1	▲ 7.2 (▲ 5.6)	+ 3.9	▲ 14.3	▲ 7.1
繊維品	0.0	▲ 66.7	▲ 42.9	0.0 (▲ 42.9)	+ 42.9	0.0	0.0
出版・印刷	▲ 80.0	▲ 100.0	▲ 75.0	0.0 (25.0)	+ 75.0	0.0	0.0

(注1) 表中の()内は前回調査における当期見通し。

＜建設業、非製造業＞

【ポイント】

建設業の景気判断 D.I.値は2半期ぶりに改善したものの、14 半期連続のマイナスとなった。また、非製造業の景気判断 D.I.値も2半期ぶりに改善したものの、16 半期連続のマイナスとなった。先行きについて、来期は建設業はマイナス幅が縮小して改善する一方、非製造業の D.I.値はマイナス幅が拡大して悪化する見通し。

【 2025 年度下期(当期)実績 】

当期の建設業の業界景気をみると、「良い」とみる企業の割合は 15.5%、「悪い」とみる企業の割合は 37.2%で、D.I.値は▲21.7 と 14 半期連続のマイナスとなった。

前期に比べ、「良い」とみる企業の割合が 1.2 ポイント増加(14.3%→15.5%)し、「悪い」とみる企業の割合が 7.4 ポイント減少(44.6%→37.2%)したため、D.I.値はマイナス幅が縮小し、2半期ぶりに改善(▲30.3→▲21.7)した。

当期の非製造業の業界景気をみると、「良い」とみる企業の割合は 21.6%、「悪い」とみる企業の割合は 31.2%で、D.I.値は▲9.6 と 16 半期連続のマイナスとなった。

前期に比べ、「良い」とみる企業の割合 4.0 ポイント増加(17.6%→21.6%)し、「悪い」とみる企業の割合が 5.9 ポイント減少(37.1%→31.2%)したため、D.I.値はマイナス幅が縮小し、2半期ぶりに改善(▲19.5→▲9.6)した。

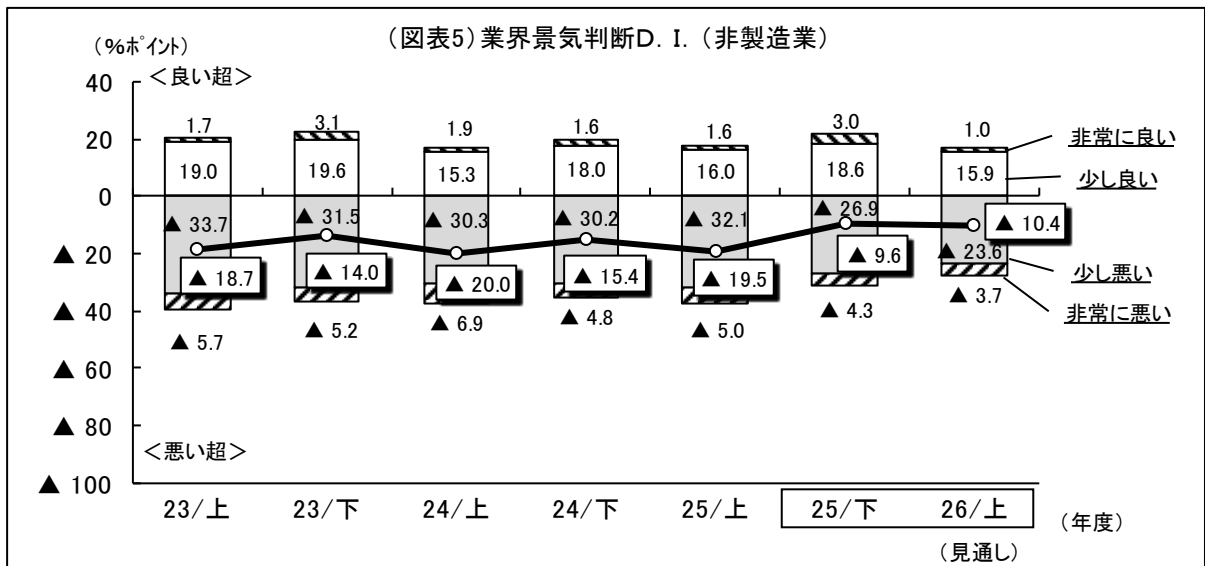
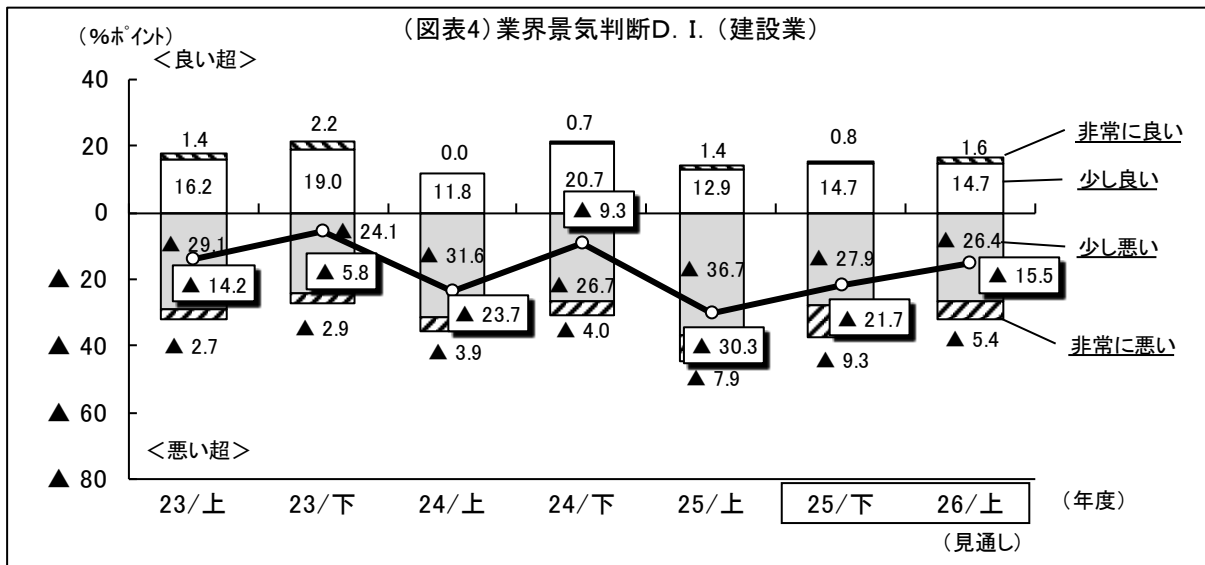
非製造業を業種別にみると、運輸・通信業(D.I.値±0.0)が前期に比べ同 15.9 ポイント、小売業(D.I.値▲4.1)が同 19.1 ポイント、卸売業(D.I.値▲36.3)が 7.8 ポイント、不動産業(D.I.値▲11.7)が 0.1 ポイント、その他サービス業(D.I.値▲4.6)が 8.8 ポイント、それぞれ改善した。

【 2026 年度上期(来期)見通し 】

来期の建設業の業界景気見通しをみると、当期に比べ、「良くなる」とみる企業の割合が 0.8 ポイント増加(15.5%→16.3%)し、「悪くなる」とみる企業の割合が 5.4 ポイント減少(37.2%→31.8%)するため、D.I.値は 6.2 ポイント改善(▲21.7→▲15.5)する見通し。

来期の非製造業の業界景気見通しをみると、当期に比べ、「良くなる」とみる企業の割合が 4.7 ポイント減少(21.6%→16.9%)し、「悪くなる」とみる企業の割合が 3.9 ポイント減少(31.2%→27.3%)するため、D.I.値は 0.8 ポイント悪化(▲9.6→▲10.4)する見通し。

非製造業を業種別にみると、運輸・通信業(D.I.値▲5.2)が当期に比べ 5.2 ポイント、小売業(D.I.値▲16.4)が同 12.3 ポイント悪化する一方、卸売業(D.I.値▲27.2)が同 9.1 ポイント、不動産業(D.I.値+5.9)が同 17.6 ポイント、その他サービス業(D.I.値▲2.9)が同 1.7 ポイントそれぞれ改善する見通し。



(図表6) 建設業、非製造業の業界景気判断D.I.

業種	(%ポイント)							
	24-9	25-3	25-9(A)	26-3(B)	A→B 変化幅	予測来期 見通し(C)	B→C 変化幅	
全産業	▲ 21.9	▲ 16.3	▲ 24.8	▲ 13.2 (▲ 15.1)	+ 11.6	▲ 12.5	+ 0.7	
建設業	▲ 23.7	▲ 9.3	▲ 30.3	▲ 21.7 (▲ 15.9)	+ 8.6	▲ 15.5	+ 6.2	
非製造業	▲ 20.0	▲ 15.4	▲ 19.5	▲ 9.6 (▲ 12.5)	+ 9.9	▲ 10.4	▲ 0.8	
運輸・通信業	▲ 8.9	▲ 5.1	▲ 15.9	0.0 (0.1)	+ 15.9	▲ 5.2	▲ 5.2	
小売業	▲ 19.5	▲ 32.5	▲ 23.2	▲ 4.1 (▲ 16.3)	+ 19.1	▲ 16.4	▲ 12.3	
卸売業	▲ 53.0	▲ 20.4	▲ 44.1	▲ 36.3 (▲ 23.7)	+ 7.8	▲ 27.2	+ 9.1	
不動産業	▲ 8.4	▲ 4.3	▲ 11.8	▲ 11.7 (▲ 17.7)	+ 0.1	5.9	+ 17.6	
その他サービス業	▲ 13.5	▲ 16.1	▲ 13.4	▲ 4.6 (▲ 10.3)	+ 8.8	▲ 2.9	+ 1.7	
その他	0.0	0.0	33.3	33.3 (66.7)	0.0	▲ 66.7	▲ 100.0	

(注1) 表中の()内は前回調査における当期見通し。

3. 自社の業況(売上高・利益状況)

<製造業>

【ポイント】

製造業は、売上高 D.I.値が2半期連続で改善し、2半期連続のプラスとなった。また、利益状況 D.I.値も2半期連続で改善し、14 半期ぶりのプラスとなった。先行きについて、売上高 D.I.値は悪化しプラス幅が縮小、利益状況 D.I.値も悪化し、マイナスに転じる見通し。

【2025 年度下期(当期)実績】

当期の製造業の売上高をみると、「増加した」とみる企業の割合は 38.1%、「減少した」とみる企業の割合は 25.4%で、D.I.値は+12.7 と2半期連続でプラスとなった。前期に比べ、「増加した」とみる企業の割合が 2.0 ポイント増加(36.1%→38.1%)し、「減少した」とみる企業の割合が 7.9 ポイント減少(33.3%→25.4%)したため、D.I.値は2半期連続で改善(+2.8→+12.7)した。

同利益状況をみると、「良くなった」とみる企業の割合は 31.0%、「悪くなった」とみる企業の割合は 24.6%で、D.I.値は+6.4 と 14 半期ぶりのプラスとなった。前期に比べ、「良くなった」とみる企業の割合が 3.2 ポイント増加(27.8%→31.0%)し、「悪くなった」とみる企業の割合が 9.4 ポイント減少(34.0%→24.6%)したため、D.I.値は改善(▲6.2→+6.4)となった。

業種別の売上高をみると、生活関連型(D.I.値+33.4)が前期に比べ 1.1 ポイント悪化した一方、基礎素材型(D.I.値+2.8)が同 27.8 ポイント、加工組立型(D.I.値+11.4)が同 7.6 ポイント改善した。

同利益状況をみると、基礎素材型(D.I.値+8.6)は前期に比べ 33.6 ポイント、加工組立型(D.I.値+11.4)が同 6.5 ポイント、生活関連型(D.I.値+19.1)が同 5.3 ポイント、それぞれ改善した。

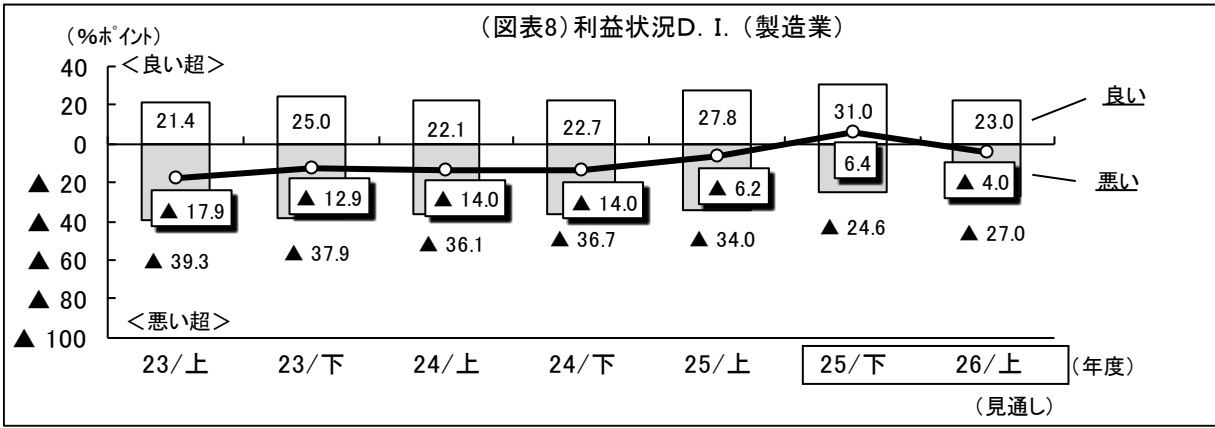
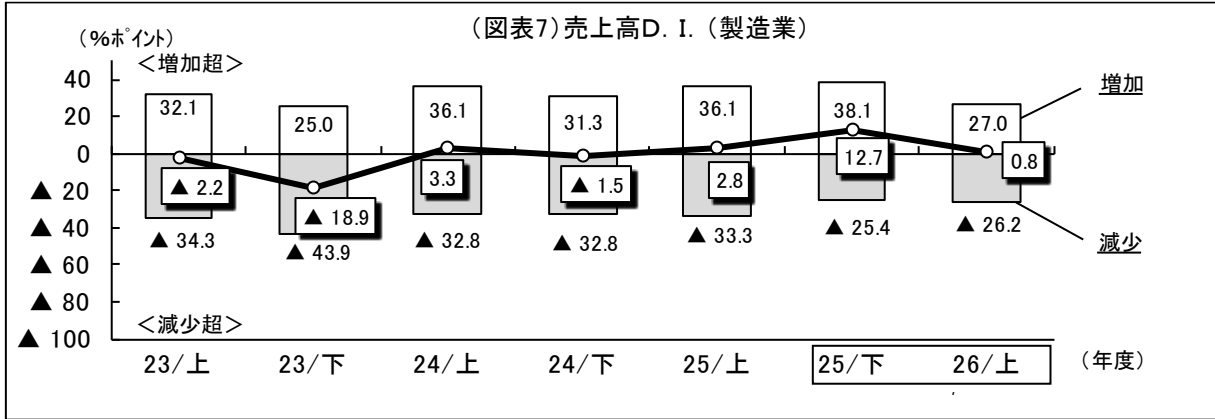
【2026 年度上期(来期)見通し】

来期の製造業の売上高見通しをみると、「増加する」とみる企業の割合は 27.0%、「減少する」とみる企業の割合は 26.2%で、D.I.値は+0.8 とプラス幅が縮小(+12.7→+0.8)する見通し。

同利益状況見通しをみると、「良くなる」とみる企業の割合は 23.0%、「悪くなる」とみる企業の割合は 27.0%で、D.I.値は▲4.0 とマイナスに転じる(+6.4→▲4.0)見通し。

業種別の売上高見通しをみると、生活関連型(D.I.値+38.1)が当期と比べて 4.7 ポイント改善する一方、基礎素材型(D.I.値▲11.5)は同 14.3 ポイント、加工組立型(D.I.値▲4.3)が同 15.7 ポイント悪化する見通し。

同利益状況見通しをみると、生活関連型(D.I.値+23.9)が同 4.8 ポイント改善する一方、基礎素材型(D.I.値▲11.5)は同 20.1 ポイント、加工組立型(D.I.値▲8.6)は同 10.0 ポイント悪化する見通し。



(図表9) 製造業の業況判断D.I.(売上高・利益状況)

業種	<売上高> (%ポイント)					<利益状況> (%ポイント)						
	25-9(A)	26-3(B)	A→B 変化幅	予測来期 見通し(C)	B→C 変化幅	25-9(A)	26-3(B)	A→B 変化幅	予測来期 見通し(C)	B→C 変化幅		
全産業	8.6	9.2	(2.6)	+ 0.6	2.4	▲ 6.8	▲ 3.4	0.8	(▲ 5.2)	+ 4.2	▲ 6.0	▲ 6.8
製造業	2.8	12.7	(2.1)	+ 9.9	0.8	▲ 11.9	▲ 6.2	6.4	(▲ 1.4)	+ 12.6	▲ 4.0	▲ 10.4
基礎素材型製造業	▲ 25.0	2.8	(▲ 11.1)	+ 27.8	▲ 11.5	▲ 14.3	▲ 25.0	8.6	(0.0)	+ 33.6	▲ 11.5	▲ 20.1
ハルブ・紙・木材	▲ 42.8	▲ 42.9	(▲ 28.6)	▲ 0.1	▲ 57.1	▲ 14.2	▲ 28.5	▲ 28.6	(▲ 28.6)	▲ 0.1	▲ 42.8	▲ 14.2
石油・化学	100.0	0.0	(0.0)	▲ 100.0	0.0	0.0	66.7	0.0	(0.0)	▲ 66.7	0.0	0.0
窯業・土石製品	▲ 50.0	50.0	(▲ 25.0)	+ 100.0	25.0	▲ 25.0	▲ 75.0	25.0	(25.0)	+ 100.0	25.0	0.0
鉄・非鉄	▲ 40.0	20.0	(40.0)	+ 60.0	20.0	0.0	▲ 20.0	20.0	(0.0)	+ 40.0	▲ 20.0	▲ 40.0
金属製品	▲ 29.4	5.9	(▲ 17.6)	+ 35.3	▲ 11.8	▲ 17.7	▲ 29.5	17.7	(5.9)	+ 47.2	▲ 5.9	▲ 23.6
加工組立型製造業	3.8	11.4	(▲ 5.0)	+ 7.6	▲ 4.3	▲ 15.7	▲ 5.1	1.4	(▲ 7.5)	+ 6.5	▲ 8.6	▲ 10.0
一般・精密機械	0.0	0.0	(▲ 25.0)	0.0	▲ 26.6	▲ 26.6	0.0	0.0	(▲ 25.0)	0.0	▲ 13.4	▲ 13.4
電気機械	▲ 40.0	60.0	(0.0)	+ 100.0	▲ 40.0	▲ 100.0	▲ 20.0	60.0	(▲ 20.0)	+ 80.0	▲ 60.0	▲ 120.0
自動車関連	5.5	▲ 42.9	(▲ 5.5)	▲ 48.4	28.6	+ 71.5	▲ 22.2	▲ 35.7	(▲ 11.1)	▲ 13.5	7.1	+ 42.8
その他製造	10.0	30.6	(2.5)	+ 20.6	▲ 2.8	▲ 33.4	2.5	8.4	(2.5)	+ 5.9	▲ 5.6	▲ 14.0
生活関連型製造業	34.5	33.4	(37.9)	▲ 1.1	38.1	+ 4.7	13.8	19.1	(13.8)	+ 5.3	23.9	+ 4.8
食料品	61.1	42.8	(50.0)	▲ 18.3	35.7	▲ 7.1	11.1	7.2	(5.6)	▲ 3.9	14.3	+ 7.1
繊維品	0.0	0.0	(14.3)	0.0	40.0	+ 40.0	28.6	40.0	(28.6)	+ 11.4	40.0	0.0
出版・印刷	▲ 25.0	50.0	(25.0)	+ 75.0	50.0	0.0	0.0	50.0	(25.0)	+ 50.0	50.0	0.0

(注1) 表中の()内は前回調査における当期見通し。

<建設業、非製造業>

【ポイント】

建設業は、売上高 D.I.値が2半期連続で悪化し、2半期連続のマイナスとなった。利益状況 D.I.値は3半期ぶりに悪化し、14 半期連続のマイナスとなった。先行きについて、売上高は横ばい、利益状況はマイナス幅が拡大する見通し。
非製造業は、売上高 D.I.値が4半期ぶりに悪化したものの、7半期連続のプラスとなった。利益状況 D.I.値は2半期ぶりに改善し、2半期ぶりにプラスに転じた。先行きについて、売上高はプラス幅が縮小、利益状況はマイナスに転じる見通し。

【 2025 年度下期(当期)実績 】

当期の建設業の売上高をみると、「増加した」とみる企業の割合は 26.4%、「減少した」とみる企業の割合は 35.7%で、D.I.値は▲9.3 と2半期連続で悪化(▲5.8→▲9.3)し、2半期連続でマイナスとなった。同利益状況をみると、「良くなった」とみる企業の割合は 24.0%、「悪くなった」とみる企業の割合は 31.8%で、D.I.値は▲7.8 と3半期ぶりに悪化(▲0.7→▲7.8)し、14 半期連続のマイナスとなった。

当期の非製造業の売上高をみると、「増加した」とみる企業の割合は 37.2%、「減少した」とみる企業の割合は 21.6%で、D.I.値は+15.6 と4半期ぶりに悪化(+17.6→+15.6)したものの、7半期連続のプラスとなった。同利益状況をみると、「良くなった」とみる企業の割合は 26.9%、「悪くなった」とみる企業の割合は 24.9%で、D.I.値は+2.0 と2半期ぶりに改善(▲3.2→+2.0)し、2半期ぶりにプラスに転じた。

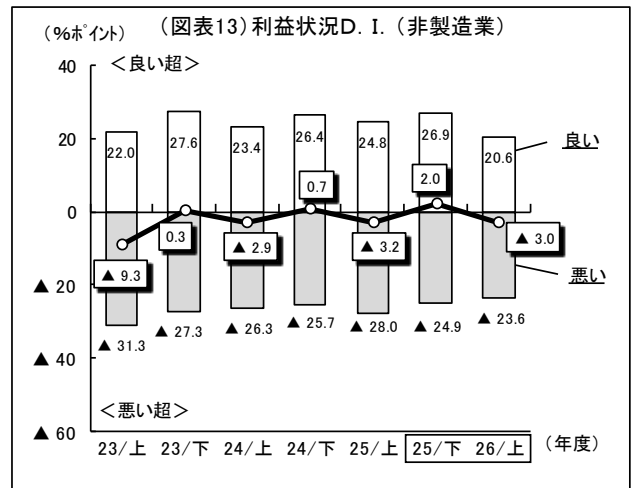
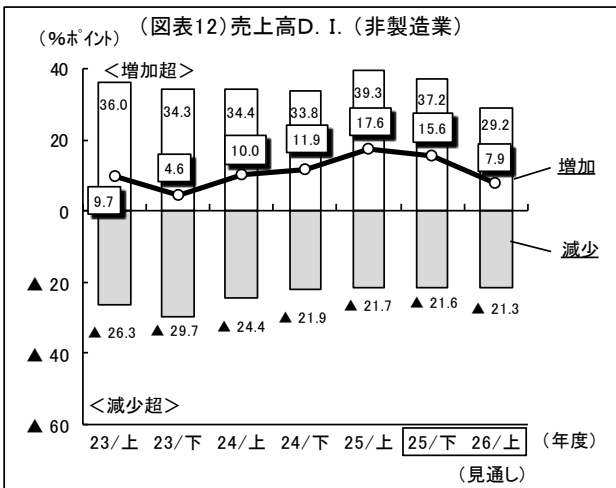
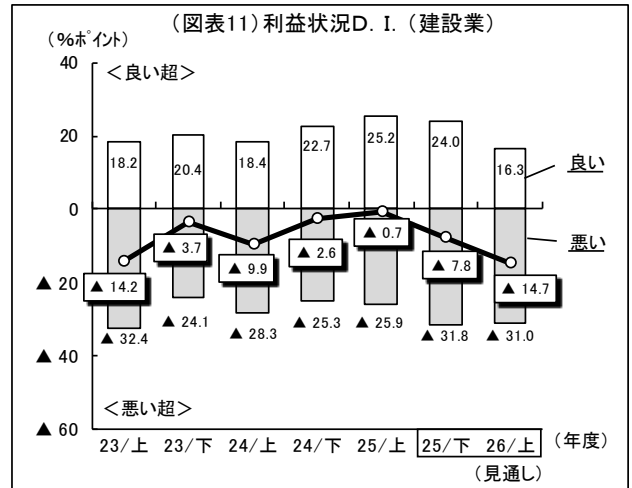
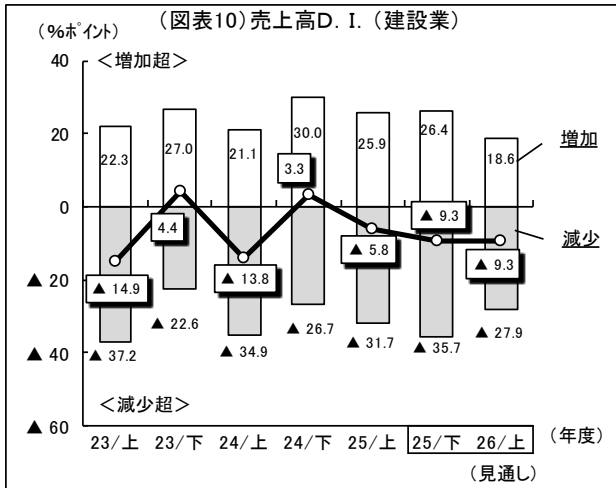
非製造業の業種別の売上高をみると、卸売業(D.I.値±0.0)が前期と比べ 15.3 ポイント改善したものの、運輸・通信業(D.I.値+26.3)が同 23.7 ポイント、小売業(D.I.値+14.3)が同 13.6 ポイント、不動産業(D.I.値+0.0)が同 35.3 ポイント、その他サービス業(D.I.値+19.2)が同 0.5 ポイント悪化した。同利益状況をみると、不動産業(D.I.値±0.0)は同 11.7 ポイント、その他サービス業(D.I.値▲6.4)が同 6.4 ポイント悪化したものの、運輸・通信業(D.I.値+13.2)は同 15.8 ポイント、小売業(D.I.値+18.4)は同 18.4 ポイント、卸売業(D.I.値▲1.8)は同 18.5 ポイント改善した。

【 2026 年度上期(来期)見通し 】

来期の建設業の売上高見通しをみると、「増加する」とみる企業の割合は 18.6%、「減少する」とみる企業の割合は 27.9%で、D.I.値は▲9.3 と横ばいとなる(▲9.3→▲9.3)見通し。同利益状況見通しについては、「良くなる」とみる企業の割合は 16.3%、「悪くなる」とみる企業の割合は 31.0%で、D.I.値は▲14.7 とマイナス幅が拡大(▲7.8→▲14.7)する見通し。

来期の非製造業の売上高見通しをみると、「増加する」とみる企業の割合は 29.2%、「減少する」とみる企業の割合は 21.3%で、D.I.値は+7.9 と、プラス幅が縮小(+15.6→+7.9)する見通し。同利益状況見通しをみると、「良くなる」とみる企業の割合は 20.6%、「悪くなる」とみる企業の割合は 23.6%で、D.I.値は▲3.0 とマイナスに転じる(+2.0→▲3.0)見通し。

非製造業の業種別の売上高見通しをみると、運輸・通信業(D.I.値+15.8)が当期と比べ 10.5 ポイント、卸売業(D.I.値▲9.1)が同 9.1 ポイントそれぞれ悪化する見通し。同利益状況をみると、運輸・通信業(D.I.値▲21.0)が同 34.2 ポイント、小売業(D.I.値+2.1)が同 16.3 ポイントそれぞれ悪化する見通し。



(図表14) 建設業、非製造業の業況判断D.I.(売上高・利益状況)

業種	<売上高> (ポイント)					<利益状況> (ポイント)				
	25-9(A)	26-3(B)	A→B 変化幅	予測来期 見通し(C)	B→C 変化幅	25-9(A)	26-3(B)	A→B 変化幅	予測来期 見通し(C)	B→C 変化幅
全産業	8.6	9.2 (2.6)	+ 0.6	2.4	▲ 6.8	▲ 3.4	0.8 (▲ 5.2)	+ 4.2	▲ 6.0	▲ 6.8
建設業	▲ 5.8	▲ 9.3 (▲ 6.4)	▲ 3.5	▲ 9.3	+ 0.0	▲ 0.7	▲ 7.8 (▲ 11.5)	▲ 7.1	▲ 14.7	▲ 6.9
非製造業	17.6	15.6 (6.9)	▲ 2.0	7.9	▲ 7.7	▲ 3.2	2.0 (▲ 4.1)	+ 5.2	▲ 3.0	▲ 5.0
運輸・通信業	50.0	26.3 (28.9)	▲ 23.7	15.8	▲ 10.5	▲ 2.6	13.2 (▲ 2.7)	+ 15.8	▲ 21.0	▲ 34.2
小売業	27.9	14.3 (9.3)	▲ 13.6	8.2	▲ 6.1	0.0	18.4 (▲ 6.9)	+ 18.4	2.1	▲ 16.3
卸売業	▲ 15.3	0.0 (▲ 10.2)	+ 15.3	▲ 9.1	▲ 9.1	▲ 20.3	▲ 1.8 (▲ 10.1)	+ 18.5	▲ 7.3	▲ 5.5
不動産業	35.3	0.0 (29.5)	▲ 35.3	35.3	+ 35.3	11.7	0.0 (▲ 11.8)	▲ 11.7	35.3	+ 35.3
その他サービス業	19.7	19.2 (13.4)	▲ 0.5	20.2	+ 1.0	0.0	▲ 6.4 (7.0)	▲ 6.4	5.5	+ 11.9
その他	33.3	33.3 (33.3)	0.0	0.0	▲ 33.3	33.3	33.3 (33.3)	0.0	▲ 33.3	▲ 66.6

(注1) 表中の()内は前回調査における当期見通し。

4. 自社の業況(資金繰り)

<製造業>

【ポイント】

製造業の資金繰り D.I.値は2半期連続で改善したものの、15 半期連続のマイナスとなった。先行きについて、来期はマイナス幅が拡大する見通し。

【 2025 年度下期(当期)実績 】

当期の製造業の資金繰りをみると、「楽になった」とみる企業の割合は 14.3%、「苦しくなった」とみる企業の割合は 20.6%で、D.I.値は▲6.3 と 15 半期連続のマイナスとなった。

前期に比べ、「楽になった」とみる企業の割合が 2.5 ポイント増加(11.8%→14.3%)し、「苦しくなった」とみる企業の割合が 1.6 ポイント減少(22.2%→20.6%)したため、D.I.値は2半期連続で改善(▲10.4→▲6.3)した。

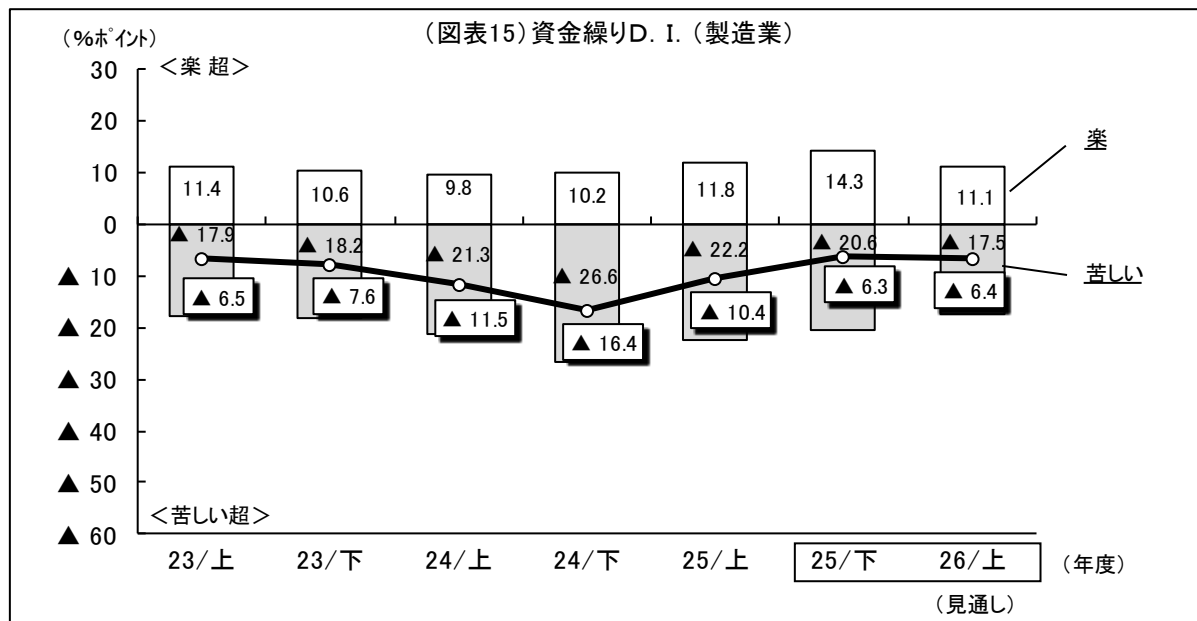
業種別にみると、生活関連型(D.I.値±0.0)が前期に比べ 6.9 ポイント悪化した一方、基礎素材型(D.I.値▲5.8)が同 19.2 ポイント、加工組立型(D.I.値▲8.5)が同 1.6 ポイントそれぞれ改善した。

【 2026 年度上期(来期)見通し 】

来期の製造業の資金繰り見通しをみると、当期に比べ、「楽になる」とみる企業の割合が 3.2 ポイント減少(14.3%→11.1%)し、「苦しくなる」とみる企業の割合が 3.1 ポイント減少(20.6%→17.5%)となるため、D.I.値は 0.1 ポイント悪化(▲6.3→▲6.4)する見通し。

業種別にみると、加工組立型(D.I.値▲2.8)が当期に比べ 5.7 ポイント、生活関連型(D.I.値+4.7)が同 4.7 ポイント改善する一方、基礎素材型(D.I.値▲20.0)が同 14.2 ポイント悪化する見通し。

さらにその内訳をみると、自動車関連(D.I.値±0.0)が当期に比べ 21.4 ポイント、食料品(D.I.値+14.3)同 14.3 ポイント改善するものの、石油・化学(D.I.値±0.0)が同 50.0 ポイント悪化する見通し。



(図表16) 製造業の業況判断D.I.(資金繰り)

業種	(%ポイント)						
	24-9	25-3	25-9(A)	26-3(B)	A→B 変化幅	予測来期 見通し(C)	B→C 変化幅
全産業	▲ 5.6	▲ 4.7	▲ 4.5	▲ 3.6 (▲ 5.3)	+ 0.9	▲ 4.0	▲ 0.4
製造業	▲ 11.5	▲ 16.4	▲ 10.4	▲ 6.3 (▲ 11.8)	+ 4.1	▲ 6.4	▲ 0.1
基礎素材型製造業	▲ 14.6	▲ 18.9	▲ 25.0	▲ 5.8 (▲ 19.5)	+ 19.2	▲ 20.0	▲ 14.2
ハルフ・紙・木材	▲ 12.5	▲ 20.0	▲ 42.9	0.0 (▲ 42.9)	+ 42.9	▲ 42.9	▲ 42.9
石油・化学	▲ 50.0	0.0	▲ 33.3	50.0 (▲ 66.7)	+ 83.3	0.0	▲ 50.0
窯業・土石製品	▲ 25.0	▲ 60.0	▲ 25.0	▲ 25.0 (▲ 25.0)	0.0	▲ 25.0	0.0
鉄・非鉄	▲ 25.0	▲ 20.0	▲ 40.0	20.0 (0.0)	+ 60.0	▲ 20.0	▲ 40.0
金属製品	▲ 8.7	▲ 10.0	▲ 11.7	▲ 17.6 (▲ 5.9)	▲ 5.9	▲ 11.7	+ 5.9
加工組立型製造業	▲ 12.7	▲ 18.3	▲ 10.1	▲ 8.5 (▲ 14.0)	+ 1.6	▲ 2.8	+ 5.7
一般・精密機械	▲ 21.5	▲ 37.5	▲ 12.5	▲ 6.6 (▲ 25.0)	+ 5.9	0.0	+ 6.6
電気機械	▲ 25.0	▲ 20.0	0.0	0.0 (▲ 20.0)	0.0	▲ 20.0	▲ 20.0
自動車関連	▲ 7.7	▲ 14.3	▲ 5.5	▲ 21.4 (▲ 11.1)	▲ 15.9	0.0	+ 21.4
その他製造	▲ 9.4	▲ 11.1	▲ 12.5	▲ 5.5 (▲ 10.0)	+ 7.0	▲ 2.8	+ 2.7
生活関連型製造業	0.0	▲ 5.0	6.9	0.0 (3.5)	▲ 6.9	4.7	+ 4.7
食料品	9.1	14.3	16.7	0.0 (5.6)	▲ 16.7	14.3	+ 14.3
繊維品	50.0	0.0	0.0	0.0 (0.0)	0.0	▲ 20.0	▲ 20.0
出版・印刷	▲ 40.0	▲ 100.0	▲ 25.0	0.0 (0.0)	+ 25.0	0.0	0.0

(注1) 表中の()内は前回調査における当期見通し。

<建設業、非製造業>

【ポイント】

建設業の資金繰り D.I.値は3半期ぶりに悪化し、2半期ぶりのマイナスとなった。
非製造業の資金繰り D.I.値は2半期ぶりに改善したものの、15 半期連続のマイナスとなった。
先行きについて、来期は建設業は悪化し、マイナス幅が拡大する一方、非製造業は横ばいとなる見通し。

【 2025 年度下期(当期)実績 】

当期の建設業の資金繰りをみると、「楽になった」とみる企業の割合は 9.3%、「苦しくなった」とみる企業の割合は 13.2%で、D.I.値は▲3.9 と2半期ぶりのマイナスとなった。前期に比べ、「楽になった」とみる企業の割合が 4.4 ポイント減少(13.7%→9.3%)し、「苦しくなった」とみる企業の割合が 1.0 ポイント増加(12.2%→13.2%)したため、D.I.値は3半期ぶりに悪化し、2半期ぶりのマイナス(+1.5→▲3.9)となった。

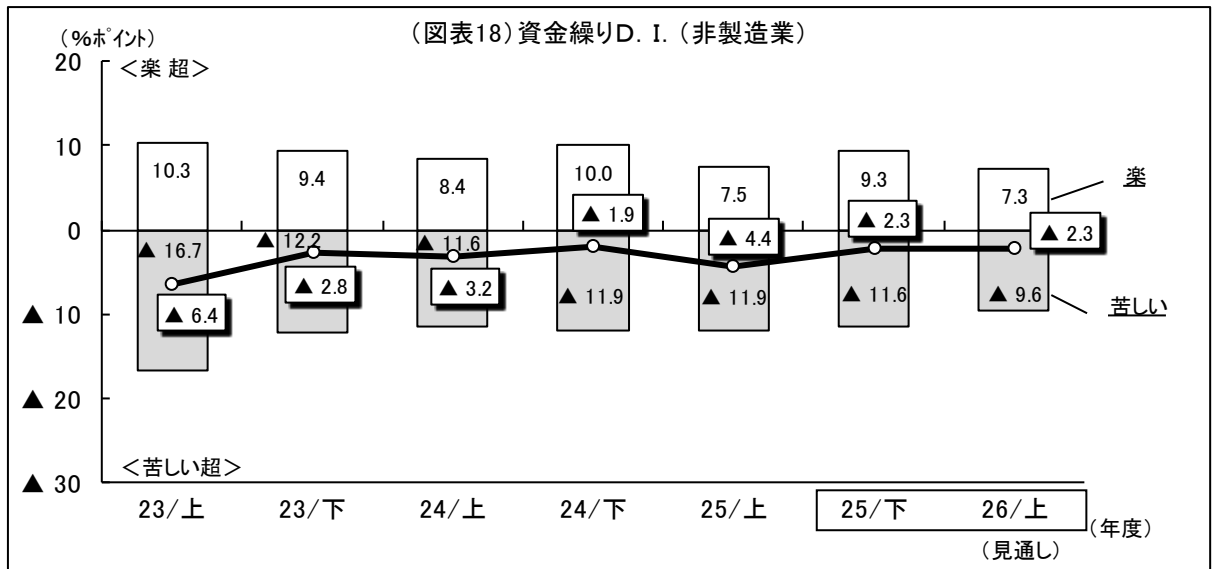
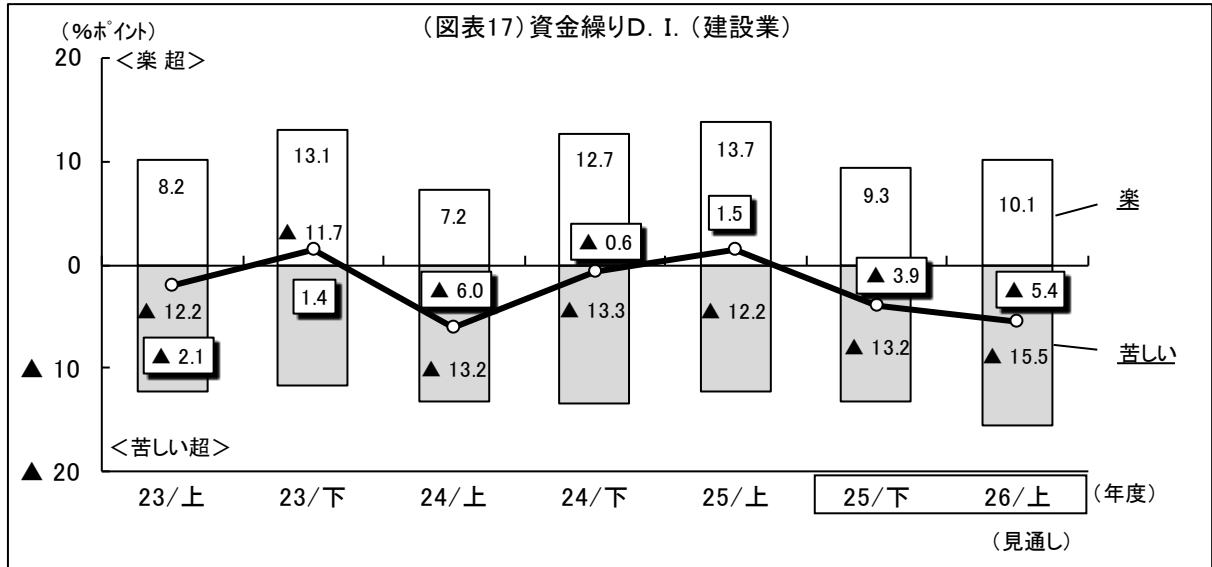
当期の非製造業の資金繰りをみると、「楽になった」とみる企業の割合は 9.3%、「苦しくなった」とみる企業の割合は 11.6%で、D.I.値は▲2.3 と 15 半期連続のマイナスとなった。前期に比べ、「楽になった」とみる企業の割合が 1.8 ポイント増加(7.5%→9.3%)し、「苦しくなった」とみる企業の割合が 0.3 ポイント減少(11.9%→11.6%)となったため、D.I.値は2半期ぶりに改善(▲4.4→▲2.3)した。

非製造業を業種別にみると、運輸・通信業(D.I.値▲10.6)が前期と比べて 5.4 ポイント、不動産業(D.I.値▲5.9)が同 5.9 ポイント悪化した一方、小売業(D.I.値+4.1)が 4.1 ポイント、卸売業(D.I.値▲7.3)は 2.9 ポイント、その他サービス業(D.I.値▲0.9)が同 3.0 ポイント、それぞれ改善した。

【 2026 年度上期(来期)見通し 】

来期の建設業の資金繰り見通しをみると、当期に比べ、「楽になる」とみる企業の割合が 0.8 ポイント増加(9.3%→10.1%)する一方、「苦しくなる」とみる企業の割合が 2.3 ポイント増加(13.2%→15.5%)するため、D.I.値は 1.5 ポイント悪化(▲3.9→▲5.4)する見通し。来期の非製造業の資金繰り見通しをみると、当期に比べ「楽になる」とみる企業の割合が 2.0 ポイント減少(9.3%→7.3%)する一方、「苦しくなる」とみる企業の割合も 2.0 ポイント減少(11.6%→9.6%)し、D.I.値は横ばいとなる(▲2.3→▲2.3)する見通し。

非製造業を業種別にみると、当期に比べ、運輸・通信業(D.I.値▲15.8)が当期と比較して 5.2 ポイント、小売業(D.I.値▲2.0)が同 6.1 ポイント、それぞれ悪化する一方、卸売業(D.I.値+1.8)が同 9.1 ポイント、不動産業(D.I.値+0.0)が同 5.9 ポイント、その他サービス業(D.I.値+1.8)が同 2.7 ポイント、それぞれ改善する見通し。



(図表19) 建設業、非製造業の業況判断D.I.(資金繰り)

業種	(%ポイント)						
	24-9	25-3	25-9(A)	26-3(B)	A→B 変化幅	予測来期 見通し(C)	B→C 変化幅
全産業	▲ 5.6	▲ 4.7	▲ 4.5	▲ 3.6 (▲ 5.3)	+ 0.9	▲ 4.0	▲ 0.4
建設業	▲ 6.0	▲ 0.6	1.5	▲ 3.9 (▲ 3.6)	▲ 5.4	▲ 5.4	▲ 1.5
非製造業	▲ 3.2	▲ 1.9	▲ 4.4	▲ 2.3 (▲ 3.1)	+ 2.1	▲ 2.3	▲ 0.0
運輸・通信業	▲ 3.0	12.8	▲ 5.2	▲ 10.6 (7.9)	▲ 5.4	▲ 15.8	▲ 5.2
小売業	14.7	2.5	0.0	4.1 (▲ 7.0)	+ 4.1	▲ 2.0	▲ 6.1
卸売業	▲ 10.2	▲ 8.1	▲ 10.2	▲ 7.3 (▲ 15.2)	+ 2.9	1.8	+ 9.1
不動産業	0.0	4.3	0.0	▲ 5.9 (▲ 5.8)	▲ 5.9	0.0	+ 5.9
その他サービス業	▲ 3.7	▲ 6.4	▲ 3.9	▲ 0.9 (2.3)	+ 3.0	1.8	+ 2.7
その他	▲ 42.9	0.0	0.0	0.0 (33.3)	0.0	0.0	0.0

(注1) 表中の()内は前回調査における当期見通し。

5. 経営判断

【ポイント】

設備投資の実施状況をみると、「実施した」企業の割合は2半期ぶりに増加した。在庫状況は、「過剰」とみる企業の割合が2半期ぶりに増加した。雇用状況は、「不足」とみる企業の割合が2半期連続で減少した。

【 2025 年度下期(当期)実績 】

(1)設備投資

当期の設備投資の実施状況をみると、「実施した」企業の割合は 39.0%と前期に比べ 0.4 ポイント増加(38.6%→39.0%)し、「実施しない」企業の割合は 59.4%と横ばい(59.4%→59.4%)となった。

(2)在庫状況

当期の在庫状況をみると、「過剰」とみる企業の割合は 5.8%と前期に比べ 0.6 ポイント増加(5.2%→5.8%)し、「不足」とみる企業の割合は 5.2%と同 0.2 ポイント増加(5.0%→5.2%)した。「適正」とみる企業の割合は 84.7%で同 1.2 ポイント増加(83.5%→84.7%)した。

(3)雇用状況

当期の雇用状況をみると、「過剰」とみる企業の割合は 2.9%と前期に比べ 1.4 ポイント減少(4.3%→2.9%)し、「不足」とみる企業の割合は 43.0%と同 0.3 ポイント減少(43.3%→43.0%)した。「適正」とみる企業の割合は 52.0%と同 2.9 ポイント増加(49.1%→52.0%)した。

【 2026 年度上期(来期)見通し 】

(1)設備投資

来期の設備投資見通しをみると、「実施する」企業の割合は 36.0%と、前回見通し(32.6%)に比べ 3.4 ポイント増加し、「実施しない」企業の割合は 38.7%と、同(38.9%)に比べ 0.2 ポイント減少する見通し。

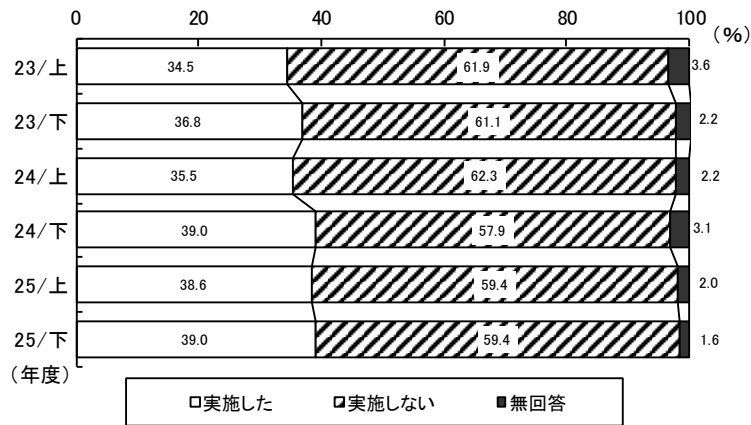
(2)在庫状況

来期の在庫状況見通しをみると、「増やす」企業の割合が 5.6%と、前回見通し(4.7%)に比べ 0.9 ポイント増加し、「減らす」企業の割合は 10.1%と、同(9.7%)に比べ 0.4 ポイント増加する見通し。

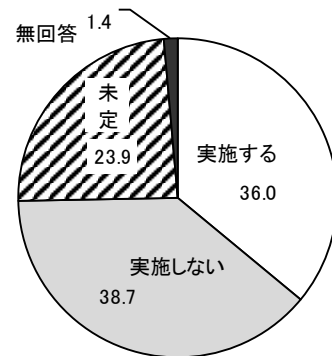
(3)雇用状況

来期の雇用状況見通しをみると、「増やす」企業の割合が 42.8%と、前回見通し(39.1%)に比べ 3.7 ポイント増加し、「減らす」企業の割合は 2.3%と、同(3.0%)に比べ 0.7 ポイント減少する見通し。

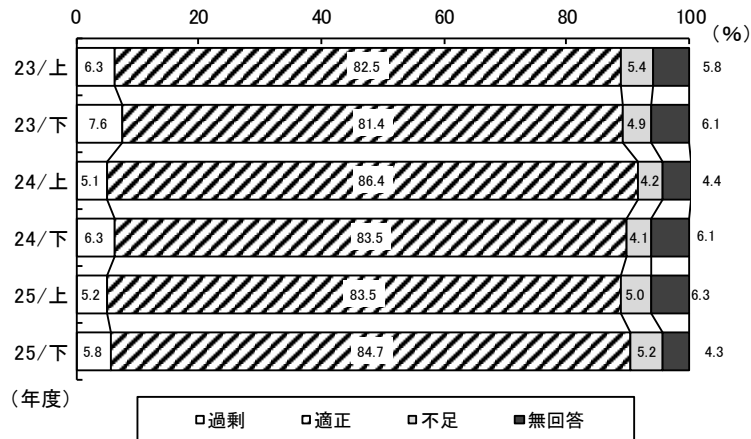
(図表20-1)設備投資の実施状況の推移



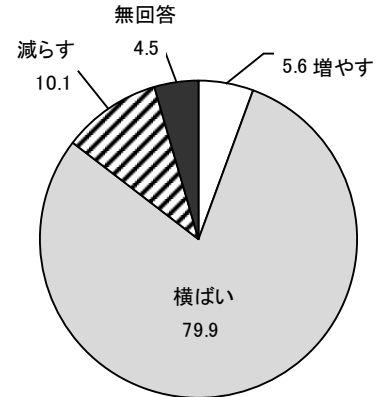
(図表20-2)2026年度上期の設備投資見通し



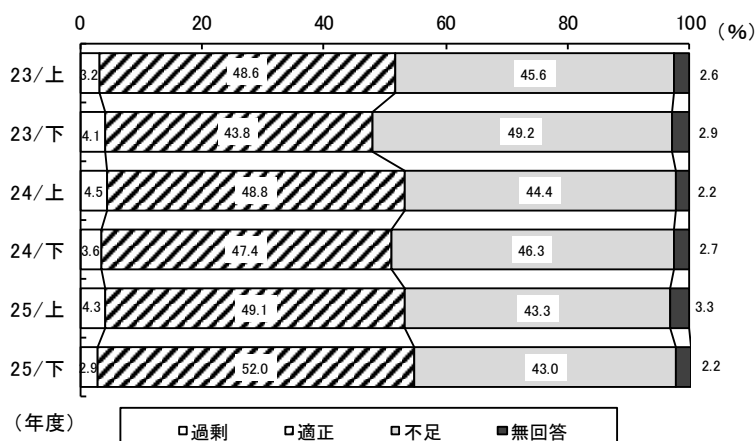
(図表21-1)在庫状況の推移



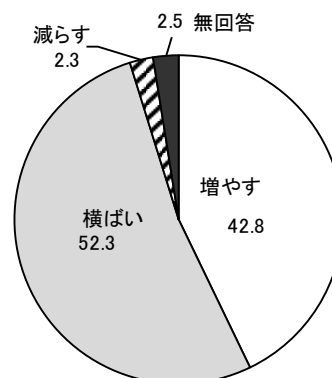
(図表21-2)2026年度上期の在庫見通し



(図表22-1)雇用状況の推移



(図表22-2)2026年度上期の雇用見通し



6. 2026 年度上期の展望

【ポイント】

来期のプラス要因として「売上増加」などを挙げる企業の割合が増加し、マイナス要因として「人件費増」「金利負担増」などを挙げる企業の割合が増加した。
来期について、「プラス要因が強い」とみる企業の割合が2半期ぶりに増加した一方、「マイナス要因が強い」とみる企業が3半期ぶりに、「どちらとも言えない」とみる企業の割合が2半期ぶりに減少した。

【業績伸長(回復)のためのプラス要因】(3項目以内の複数回答)

2026 年度上期のプラス要因として、「売上増加」(80.9%)を挙げる企業の割合が最も高く、次いで、「販売価格の上昇」(51.1%)、「自社の技術力・個性の発揮」(35.6%)となった。

前回調査と比べ、「売上増加」が 1.7 ポイント、「自社の技術力・個性の発揮」が 0.8 ポイントそれぞれ増加した一方、「販売価格の上昇」は 1.3 ポイント、「仕入価格の低下」は 0.7 ポイント低下した。

【業績伸長(回復)のためのマイナス要因】(3項目以内の複数回答)

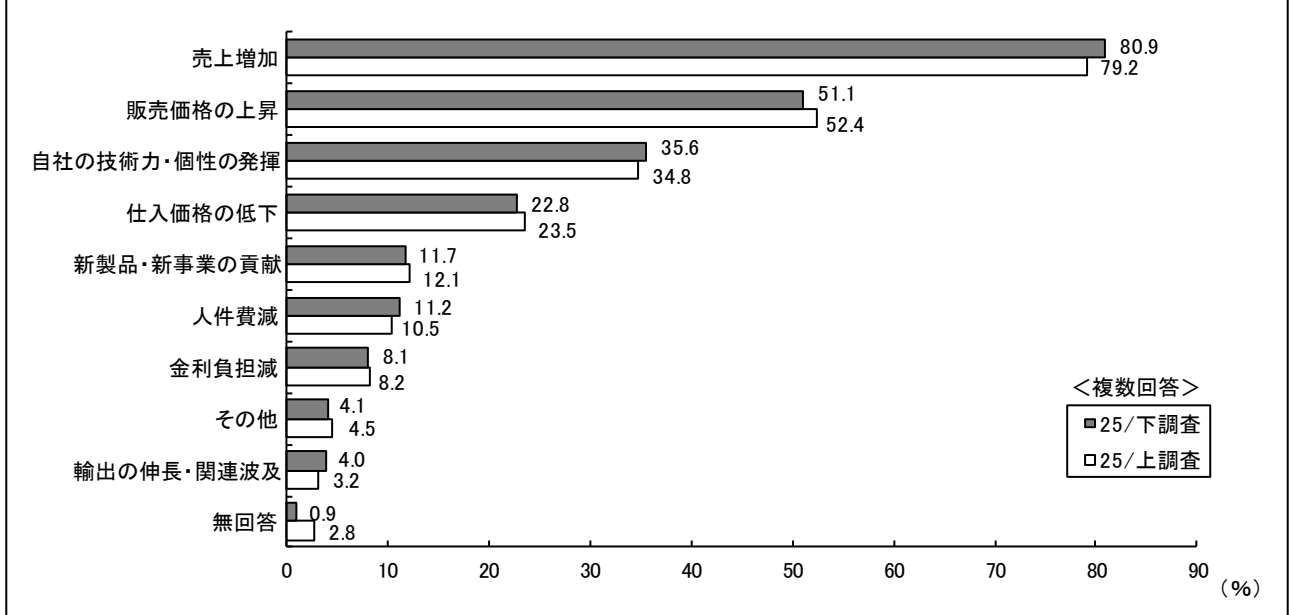
2026 年度上期のマイナス要因として、「仕入価格の上昇」(51.8%)を挙げる企業の割合が最も高く、次いで、「売上減少」(46.9%)、「人件費増」(46.9%)となった。

前回調査と比べ、「売上減少」が 3.3 ポイント減少した一方、「人件費増」が 1.8 ポイント、「金利負担増」が 7.4 ポイント増加した。

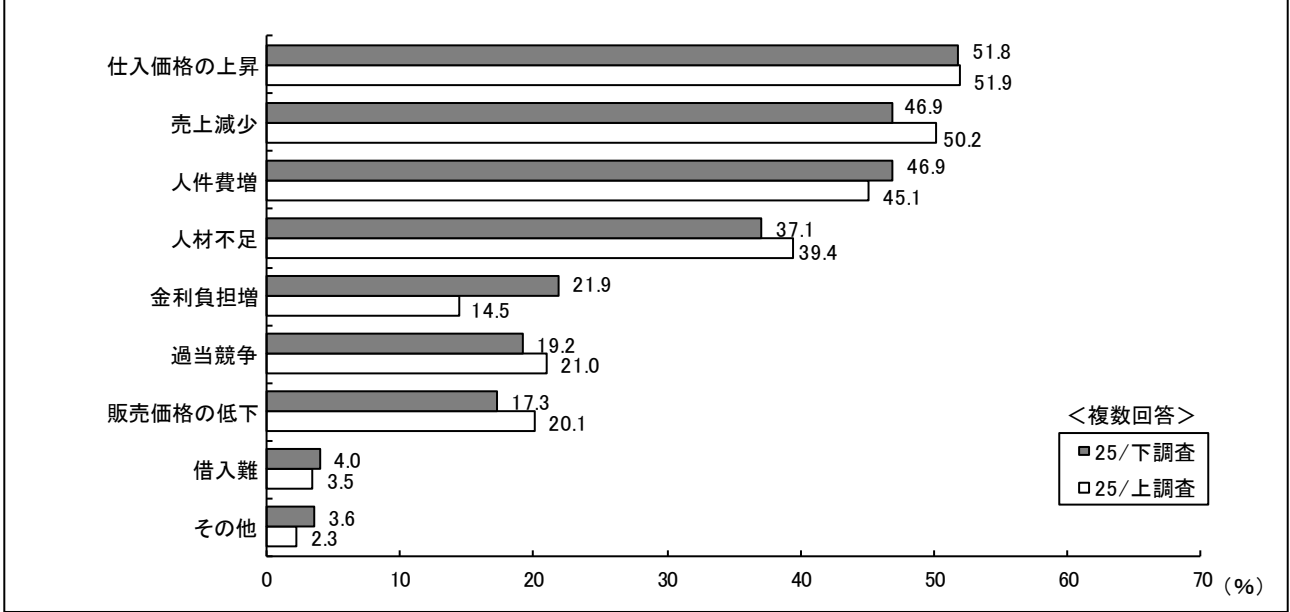
【プラス要因・マイナス要因判断】

「プラス要因が強い」とみる企業の割合は 16.2%と前回調査に比べ 1.1 ポイント増加した一方、「マイナス要因が強い」とみる企業の割合は 44.6%と同 0.7 ポイント、「どちらとも言えない」とみる企業の割合が 39.2%と同 0.4 ポイント減少した。

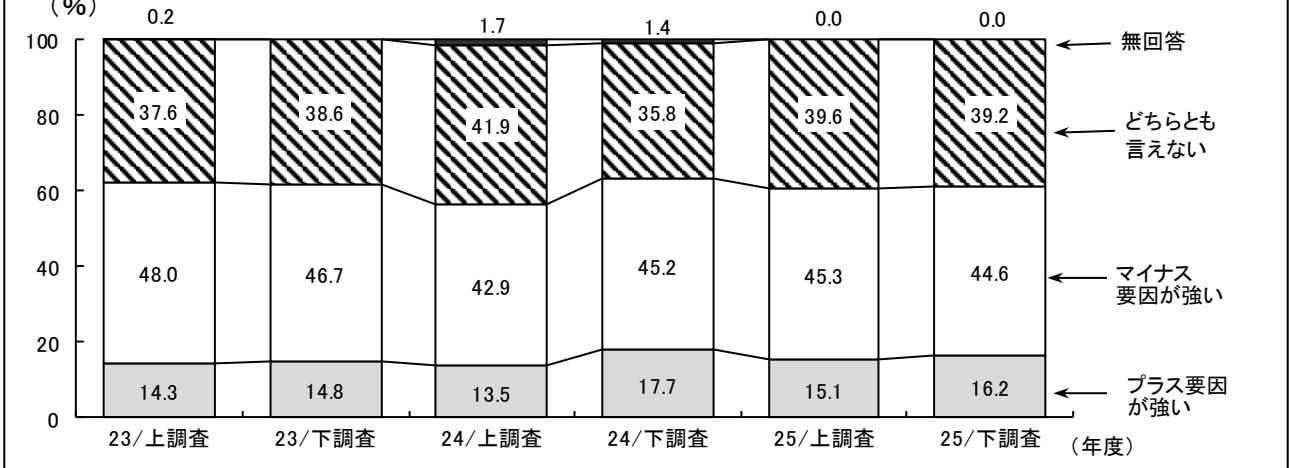
(図表23) 来期の業績伸長(回復)のためのプラス要因



(図表24) 来期の業績伸長(回復)のためのマイナス要因



(図表25) 来期のプラス要因・マイナス要因判断



7. 特別調査 ～生成AIの導入・活用状況について～

○調査の目的

生成AIの能力向上やユーザーの拡大が続いており、業務効率化や人手不足解消への効果が期待されている。そこで今回は、生成AIの導入・活用状況について聴取した。

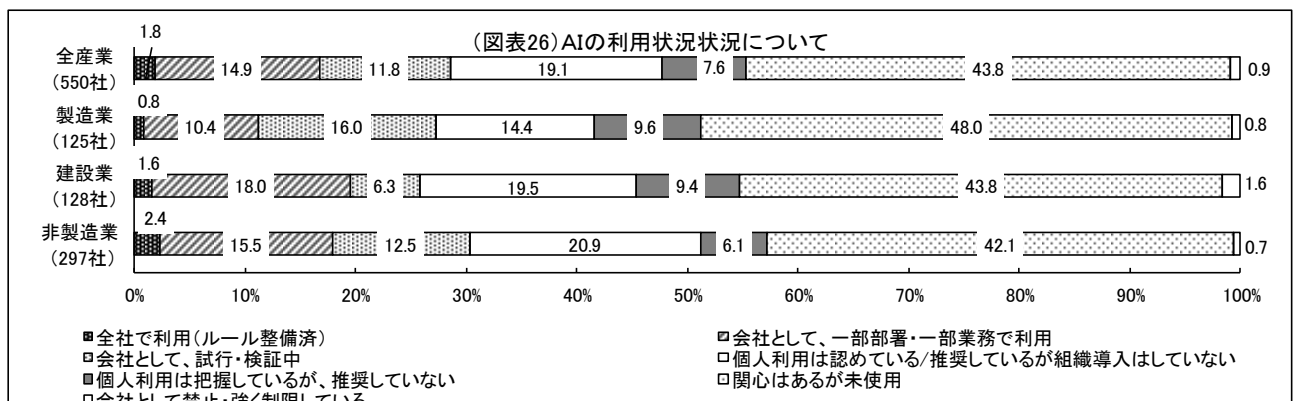
【ポイント】

- ①生成AIの利用状況について、「関心はあるが未使用」と回答した企業の割合が 43.8%と最も高く、次いで「個人利用は認めている/推奨しているが組織導入はしていない」と回答した企業の割合が 19.1%となった。
- ②生成AIを活用している、または今後使いたい領域について、「事務・バックオフィス（議事録・メール、社内文書の作成など）」と回答した企業の割合が 58.1%と最も高く、次いで「情報収集・要約（ニュース、競合調査など）」と回答した企業の割合が 36.2%となった。
- ③生成AIの導入・利用による効果について、「効果はこれから（試行中/定着していない）」が 52.3%と最も高く、次いで「ある程度効果が出ている（体感あり）」と回答した企業の割合が 28.4%となった。
- ④さらに生成AIを活用していく上での課題について、「社員の活用スキル・利用頻度にばらつきがある」と回答した企業の割合が 63.4%と最も高く、次いで「業務プロセスに組み込めていない」と回答した企業の割合が 43.5%となった。
- ⑤生成AIを使用していない/活用していない理由について、「活用できる業務・使いどころがわからない」と回答した企業の割合が 63.9%と最も高く、次いで「推進・活用できる人材がいない」と回答した企業の割合が 48.3%となった。

【生成AIの利用状況について】

生成AIの利用状況について、「関心はあるが未使用」と回答した企業の割合が最も高く、43.8%となった。次いで「個人利用は認めている/推奨しているが組織導入はしていない」と回答した企業の割合が 19.1%、「会社として、一部部署・一部業務で利用」が 14.9%となった。

業種別にみると、すべての業種で「関心はあるが未使用」と回答した企業の割合が最も高く4割を超え、特に製造業では 48.0%と5割近い結果となった。建設業では、「会社として、一部部署・一部業務で利用」と回答した企業の割合が 18.0%と他の業種よりも高く、非製造業では「個人利用は認めている/推奨しているが組織導入はしていない」と回答した企業の割合が 20.9%と他の業種よりも高い結果となった。



【AIを活用している、または今後使いたい領域】

AIを活用している、または今後使いたい領域について、「事務・バックオフィス(議事録、メール、社内文書の作成など)」と回答した企業の割合が 58.1%と最も高く、次いで「情報収集・要約(ニュース、競合調査など)」が 36.2%、「営業・顧客対応(提案書文案、問い合わせ文案作成など)」が 34.9%となった。

業種別にみると、製造業では「専門業務の補助(翻訳、画像生成、プログラム作成補助)」の割合が 34.1%と他の業種より高く、非製造業では「事務・バックオフィス(議事録、メール、社内文書の作成など)」の割合が 60.8%と他の業種より高くなった。建設業では、ほかの業種より回答した企業の割合が高い領域は存在しなかった。

(図表27) AIを活用している、または今後使いたい領域
 <業種別・当てはまるもの全て回答>

	全産業 (556社)			
	製造業 (126社)	建設業 (129社)	非製造業 (301社)	(%)
事務・バックオフィス(議事録、メール、社内文書の作成など)	58.1	57.4	60.8	
情報収集・要約(ニュース、競合調査など)	36.2	34.1	39.5	
営業・顧客対応(提案書文案、問い合わせ文案作成など)	34.9	30.2	36.5	
企画・マーケティング(アイデア出し、企画書の構成補助など)	28.6	18.6	34.2	
専門業務の補助(翻訳、画像生成、プログラム作成補助)	27.7	34.1	24.3	
社内情報検索(規定・マニュアルなど)	23.4	15.5	28.6	
その他	2.7	1.6	2.3	

(注)シャド一部分は、各項目について最も大きい業種の数値。

【生成AIの導入・利用による効果】

生成AIの導入・利用による効果について、「効果はこれから(試行中/定着していない)」と回答した企業の割合が 52.3%と最も高く、次いで「ある程度効果が出ている(体感あり)」が 28.4%、「明確な効果が出ている(時間削減・品質向上などが確認できる)」が 14.0%となった。

業種別にみると、すべての業種において「効果はこれから(試行中/定着していない)」と回答した企業の割合が5割超と最も高くなった。また、製造業では「効果はこれから(試行中/定着していない)」と回答した企業の割合が 58.9%と他の業種よりも高く、建設業では「明確な効果が出ている(時間削減・品質向上などが確認できる)」の割合が 14.5%、非製造業では「ある程度効果が出ている(体感あり)」の割合が 31.1%と他の業種よりも高い結果となった。

(図表28) 生成AIの導入・利用による効果について
 <業種別・当てはまるもの1つ回答>

	全産業 (262社)			
	製造業 (52社)	建設業 (58社)	非製造業 (152社)	(%)
明確な効果が出ている(時間削減・品質向上などが確認できる)	14.0	14.5	13.8	
ある程度効果が出ている(体感あり)	28.4	25.8	31.1	
効果はこれから(試行中/定着していない)	52.3	58.9	50.3	
期待したほど効果が出ていない	4.9	8.1	4.2	
業務効率が悪化した	0.4	0.0	0.6	

(注)シャド一部分は、各項目について最も大きい業種の数値。

【さらに生成AIを活用していく活用していく上での課題】

さらに生成AIを活用していく上での課題について、「社員の活用スキル・利用頻度にばらつきがある」と回答した企業の割合が 63.4%と最も高く、次いで「業務プロセスに組み込めていない」が43.5%、「セキュリティ・情報漏洩への不安がある」が 40.5%、「社内ルール・ガイドラインの運用が徹底できない」が30.5%と続いた。

業種別に他の業種と比較して高くなった項目をみると、製造業は「業務プロセスに組み込めていない」(48.1%)、「社内ルール・ガイドラインの運用が徹底できない」(36.5%)、「社内データ連携・システム対応が難しい」(21.2%)が、建設業は「社員の活用スキル・利用頻度にばらつきがある」(65.5%)、「回答の正確性・品質確認に手間がかかる」(24.1%)、「著作権・個人情報など法的リスク対応が難しい」(24.1%)が、非製造業では「セキュリティ・情報漏洩への不安がある」(41.4%)、「費用対効果が十分に見えていない」(18.4%)となった。

(図表29) さらに生成AIを活用していく上での課題について
 <業種別・当てはまるもの3つまで回答>

	全産業 (262社)			
	製造業 (52社)	建設業 (58社)	非製造業 (152社)	
社員の活用スキル・利用頻度にばらつきがある	63.4	63.5	65.5	62.5
業務プロセスに組み込めていない	43.5	48.1	37.9	44.1
セキュリティ・情報漏洩への不安がある	40.5	38.5	39.7	41.4
社内ルール・ガイドラインの運用が徹底できない	30.5	36.5	36.2	26.3
回答の正確性・品質確認に手間がかかる	22.1	17.3	24.1	23.0
社内データ連携・システム対応が難しい	19.5	21.2	15.5	20.4
著作権・個人情報など法的リスク対応が難しい	17.6	9.6	24.1	17.8
費用対効果が十分に見えていない	17.2	15.4	15.5	18.4
その他	0.0	0.0	0.0	0.0

(注)シャドー部分は、各項目について最も大きい業種の数値。

【生成AIを使用していない/活用していない理由】

生成AIを使用していない/活用していない理由について、「活用できる業務・使いどころが分からない」と回答した企業の割合が 63.9%と最も高く、次いで「推進・活用できる人材がいない」が 48.3%、「セキュリティ・情報漏洩への不安がある」が 26.4%、「費用対効果が十分に見えていない」が 25.0%となった。

業種別に他の業種と比較して高くなった項目をみると、製造業では「著作権・個人情報など法的リスク対応が難しい」(11.0%)が、建設業では「活用できる業務・使いどころが分からない」(67.1%)、「推進・活用できる人材がいない」(52.9%)、「費用対効果が十分に見えていない」(28.6%)、「回答の正確性に不安がある」(20.0%)が、非製造業では「セキュリティ・情報漏洩への不安がある」(28.3%)、「社内ルール・ガイドラインの整備が難しい」(17.9%)となった。

(図表30) 生成AIを使用しない/活用していない理由について
 <業種別・当てはまるもの3つまで回答>

	全産業 (288社)			
	製造業 (73社)	建設業 (70社)	非製造業 (145社)	
活用できる業務・使いどころが分からない	63.9	63.0	67.1	62.8
推進・活用できる人材がいない	48.3	41.1	52.9	49.7
セキュリティ・情報漏洩への不安がある	26.4	26.0	22.9	28.3
費用対効果が十分に見えていない	25.0	16.4	28.6	27.6
回答の正確性に不安がある	18.8	16.4	20.0	19.3
社内ルール・ガイドラインの整備が難しい	17.0	15.1	17.1	17.9
著作権・個人情報など法的リスク対応が難しい	6.3	11.0	7.1	3.4
社内データ連携・システム対応が難しい	0.0	0.0	0.0	0.0
経営としての優先度が低い	0.0	0.0	0.0	0.0
その他	0.0	0.0	0.0	0.0

(注)シャドー部分は、各項目について最も大きい業種の数値。

8. 経営者の声

経営者の皆様より、自社および業界で「最近変化した」あるいは「目立った」動きについて、多数のコメントをいただきましたので、その一部を紹介させていただきます（なお、趣旨が変わることのないように、一部当方で編集した部分があります）。

【 製造業 】

- ・ 高速道路2車線化の工事に伴い、来年度より売り上げが見込めると予想している。（窯業・土石製品製造業）
- ・ 建築基準法改正により、建築コストの増加、後期の延長、物価高騰などによって、今後の住宅着工数に影響が出ている。（木材・木製品製造業）
- ・ 大企業の賃上げの影響から、商品価格の値上げが各メーカーからあり建築コストが高騰している。（木材・木製品製造業）
- ・ 仕入れ価格が上昇傾向であるところ、製品への価格転嫁が追いつかない。（電気機械器具製造業）
- ・ 半導体関連が動き出してきた感がある。（電気機械器具製造業）
- ・ 学生服製造業界では、有効な人材確保が難しい。賃金高騰や社会保険等の負担増が経営を苦しめている。（繊維品製造業）
- ・ 人材不足等による廃業の話を書くことが増えた気がする。物価高騰による価格決定が認可されにくい。（精密機械器具製造業）
- ・ 原料相場が軟調となり、市場からの値下げ圧力があることを懸念している。（食料品製造業）
- ・ 気候変動、自然破壊により原料が減っている。（食料品製造業）
- ・ アメリカのイラン攻撃により、原油をはじめとする資源が高騰してくると、色んなものが想定を超えて値上がりすると思う。想定内なら良いが、想定を超えるとその対策が大変。（食料品製造業）
- ・ 仕入れ価格がどんどん上昇している。元々単価が安い商品のため、値上げも限界がある。諸々経費や仕入価格、人件費の高騰を価格転嫁しきれない部分がある。（食料品製造業）
- ・ 労務費の価格転嫁はこの2年間で仕組化できた。特に中小企業の賃金アップを積極的に実施していきたい。（自動車・同付属品製造業）
- ・ 加工業だが、親会社は下請けに出さない方向に向いている。そのため、打ち切りの機会を利用して仕事を引き上げる傾向がみられる。（自動車・同付属品製造業）
- ・ 原材料の高騰が、中東問題によりさらに懸念される。（自動車・同付属品製造業）
- ・ 物価高騰の影響で仕入れ購入品の価格が上がっている。（金属製品製造業）
- ・ 育成就労制度の受入れ対象業務区分に、家具製造が入った。すぐの活用は考えていないが、今後の人材不足の際に検討することもあるかと思う。（金属製品製造業）
- ・ 今期においては、価格適正化に対する理解が深まった。来期については、生産性の向上をもとめられる。付帯作業も要求されそうと予感している。（金属製品製造業）
- ・ 人材不足倒産の増加。環境問題によるサプライヤーの変更など。（金属製品製造業）
- ・ 働くことに対する価値観が、ここ数年にかけて、自己中心的になったと感じる。（一般機械器具製造業）
- ・ 廃業、倒産、吸収合併、M&A が増え、淘汰が進んでいる。人材不足の問題、他の業界に比べて賃上げが遅れているようにも感じるため、ここが勝負どころと踏んでいる。（パルプ・紙・紙加工品製造業）
- ・ 資材高騰の影響で利益が減少している。（その他の製造業）
- ・ 原料価格の上昇により製品価格を上昇せざるを得ないが今まで通りの販売は厳しくなる。その為、海外など新たなマーケットで販売する必要がある。（その他の製造業）
- ・ 紙ベースでの小切手・手形の廃止を受け、支払い・回収も含め振込決済が増えた。でんさいが主流になるという考えでいたが一気に振込・現金決済がスタンダードに成る事で資金繰りが楽になった。（その他の製造業）

- ・ 自社の人材確保にこだわらず外部委託を進めたこと。(その他の製造業)

【 建設業 】


- ・ IT・DX 化や AI の活用を推進している。それぞれ活用できる人材次第であろう。
- ・ 当社の強みを営業に生かす方法を開発中。
- ・ 人材が不足している。
- ・ 業績不振による破産・倒産が身近な会社で起こっている。
- ・ 住宅の坪単価が高騰している。
- ・ 物価高や過当競争、公共工事が少ないことが問題。
- ・ 材料費の高騰や、技術者の育成が課題。
- ・ 同業者の間では受注が厳しそうで、請負金額も低下しているとのこと。自社も今後の業界の先行きは不安である。
- ・ 大手製造業の発注予定案件の見送りや設計変更により発注時期が遅れ、先が見えない状況。仕事が全国的に少なく、同業者間の競争激化しつつある。
- ・ 土木施工に関しては人材が不足している。
- ・ 親会社からの受注が増加する見込み。
- ・ 人材不足が深刻となっている。
- ・ 公共土木工事の発注量が減少し続けている。
- ・ 勤怠管理システムを導入し、効率化した。
- ・ 今年4月より完全週休2日制の導入したほか、今年4月より生コン価格の値上げを実施した。
- ・ 競合過多、原材料費の高騰、働き方の多様化が問題となっている。
- ・ 物価高騰が進行している。賃上げは毎年最低限は実施している。人材は、資格をもった技術者が高齢化しつつあるため、人材確保したい。IT・DX は毎年更新して導入している。AI は有料版を購入して書類作成、議事録作成、積算資料作成に使用している。
- ・ 地域的条件が経営を大きく左右している。財政難ゆえ公共投資も少なく、新規投資も凍結されている。また民間投資意欲は感じるものの、同じく地域的に用地が不足している。建築業としては厳しさが増しているように感じる。
- ・ 建築価格の上昇で注文を見送るお客様が増えてきている。
- ・ 仕事が減少している。
- ・ 建築業界は変わらず厳しい状況にあると思う。物価高騰、賃上げ等対応しながら、生き残りのための試行錯誤中。価格転嫁に対する抵抗は無くなってきていると思います。
- ・ インボイス未登録の個人事業主や一人親方の人件費高騰化が課題。
- ・ 優秀な人の人材不足。

【 非製造業 】

- ・ ネット販売の手数料がアップしてきている。(旅館業)
- ・ 当地では式年遷宮を控え、売上は拡大方向と捉えている。宿泊予約を増強させるため集客チャネルとしての IT・DX 化の推進は必須であり、段階的に導入を検討している。反面、慢性的な人材不足は否めず、適切な人材確保、スキルアップなど人員にかかる費用も増長傾向である。(旅館業)
- ・ 当該業界(不動産業)は国交省より報酬規定があり、「価格転嫁」売買および賃貸料の値上げが「法定手数料」として決定されており売上高のアップが認められない面もある。(不動産業)
- ・ ホテル業に関しては、40 年を経過した設備等の老朽化が更新時期に来ていることから、今後の設備投資問題が大きな問題点である。(不動産業)
- ・ 物価高騰により、住宅等を建設する方がかなり減少し、土地の販売が苦戦しており、中古住宅の再販、販売量を昨年から増やしている。その中で人件費をあげていく必要があり、今まで以上の工夫、アイデア、仕事の効率化が必要となってきている様に思う。(不動産業)
- ・ 中部エリアの管理会社 M&A の話をたまに聞く。(不動産業)
- ・ 荷待ち時間、手作業の発生などの取り締まりが厳しくなった。(道路運送業)

- ・ 人材不足の深刻化により、業務が目標通り進まない。(道路運送業)
- ・ 請求書など紙ベースからの変更が進んでいる。(道路運送業)
- ・ 軽油高騰による利益減が予想される。(道路運送業)
- ・ 人材不足による売り上げ低下。物価高(軽油価格)が上昇している。(道路運送業)
- ・ 仕入れ材料等の高騰や不足が非常に多い。(電気・電気工事業)
- ・ 依然として材料費の高騰が続いている。引き続き販売価格への適切に転嫁をしていくと共に、業務の生産性向上に努める。(電気・電気工事業)
- ・ 2027年蛍光灯の生産が終了に加え、LED照明の生産が追い付いていない現状があり、受注はできても施工ができない、納期が3か月から半年以上かかる場合もある。(今までは最短で翌日)2030年までの省エネ目標を達成するための行政発注も重なり、業界として大きな問題となっている。(電気・電気工事業)
- ・ 船価、修繕費がいちじるしく高騰している。(水運)
- ・ 今年度はトランプ関税や中国経済の減速等を背景に、特にコンテナ船の入港隻数は減少しており、来年度も不透明な状況が続くと思われる。(水運)
- ・ 景気、賃上げともに中央や大都市中心でその利益を地方中小が受けれるまで今しばらく時間が必要と感じている。(情報サービス・広告・放送業)
- ・ 当社におけるDX化として、紙やアナログ作業のデジタル化を進めている。(情報サービス・広告・放送業)
- ・ 従業員を募集するが、応募がない。(鉱物・金属材料卸売業)
- ・ 建築業界の仕事が減少している。(鉱物・金属材料卸売業)
- ・ 仕入れ先の大企業からの決済条件の見直しなど、取適法の盲点について締め付けがある。(鉱物・金属材料卸売業)
- ・ インバウンド増加による海外支払手数料が増加している。(金融業)
- ・ 賃上げを優先しないと人員確保につながらないが、それでも人材不足が続いている。(教育産業)
- ・ いくつかの事業を行っているが、そのどの事業でもM&Aが進んでいる。感覚的には高齢化による承継難と言うよりも、そうでない方々の売り抜けやリタイヤが増加しているのではと感じる。(教育産業)
- ・ 物価高・燃油高騰が深刻化する中、アメリカのイラン攻撃により、さらに悪化しそうと感じる。(漁業)
- ・ 半導体が不足している。(機械器具卸売業)
- ・ 物価高騰も踏まえ業界の景況はまだまだ良くない中、賃上げの全体的圧力が大きく、厳しく感じる。一方で人手不足感は否めず、八方ふさがりと感じる。(機械器具卸売業)
- ・ 当社の技術力、個性を大手葬祭業に認知されて、売り上げ増につながっているが、人材不足。設備老朽化が限度に達している。(飲食店)
- ・ デイナーのお客様が少なくなった。(飲食店)
- ・ 人材不足で日本人を募集しても集まらず、外国人の雇用で営業できている。(飲食店)
- ・ 旅行会社からの予約業務は未だFAX利用が主流となり業界を挙げてのDX化が課題となっている。物価高の影響は、飲食部門の仕入において特に水産物に見られる。伊勢志摩の特産である伊勢エビや貝類は価格だけではなく漁獲量が激減しており食材仕入れに苦心している。遷宮に向けてお客は増加する傾向にあるが、食材供給がついていけるか不安でもある。(飲食店)
- ・ 円安による輸入食材の仕入高騰が恒常化してしまっている。販売価格への転換も常態化して、外食離れが進むのではないかと不安。(飲食店)
- ・ 繁殖農家の減少により、子牛の仕入れ価格が高騰してるほか、経費(人件費、ガソリン代等)も上昇している。配送に関しても、スタッフの高齢化によりスピードが下がり、事故率も多少増え、能率が上がらない。(飲食店)
- ・ 物価高騰の影響があり、生き残るためには、取引先との価格転嫁で決まると考えている。(医療・保健衛生業)
- ・ 人材不足が深刻で、人が採用できない。(医療・保健衛生業)

- ・ 日本人の人材不足。外国人に頼らざるを得ない。(医療・保健衛生業)
- ・ 診療報酬改定による売り上げ増が見込まれているが、どこまで影響が出るか見極めたい。(医療・保健衛生業)
- ・ 気がつけば介護業界にも特定技能の外国人材が多くなっている。今後も年々倍増するような勢いだ。(医療・保健衛生業)
- ・ 気候変動・熊・価格上昇が問題となっている。(その他の小売業)
- ・ 世界的動きの中で世界の養殖魚生産量が、牛の生産量を抜き、豚の生産量に追いつくと日経記事一面に昨秋出た。円安含め飼料価格の高騰が 50%前後まできている。肉(身)1kg作り上げるのに魚は、牛・豚に比べ優位性がある。業界に大手企業が参入し始めるのではないか。(その他の小売業)
- ・ 人件費を徐々には上げているが、まだまだ追いついていない。(その他の小売業)
- ・ 休日の増加や、企業間の純廃合が増加している。(その他の小売業)
- ・ 業界全体が後継者不足で減少が止まらない。国内家電メーカーの弱体化で脱家電を目指している。(その他の小売業)
- ・ 薬品関係の加工単価が上がらない一方、人件費が上がり、バランスが取れない。(その他の小売業)
- ・ お金をかけて求人募集をしてもなかなか難しい。問い合わせで終わることも多いほか、畑違いの募集人が多いと感じる。(その他の小売業)
- ・ 運賃の値上げが止まらない。(その他の小売業)
- ・ 店舗の IT 化 や生成 AI を活用した BI ツールを順次導入する。(その他の小売業)
- ・ 食料品全般で大型スーパー及びドラッグストアの値下げ競争は年々激しくなっている。消費者から価格重視の声が年々増えている。(その他の小売業)
- ・ ガソリン・軽油の暫定税率の廃止。(その他の小売業)
- ・ 材料費高騰および枯渇により、仕入れ価格の上昇気配に不安がある。(その他の小売業)
- ・ 物価高騰は仕入れや経費を見ても顕著。現在適正人数だが、もし不足した場合困ることは目に見えている。ハローワークに募集を年始より出しているが、問い合わせは現在なし。都心の店舗(日本製に拘ったブランド)はインバウンド効果があるが、私たちのような地方店舗には全く期待できない。ネガティブな要素は幾つもあるものの、ポジティブな要素は何一つ無い状況。(その他の小売業)
- ・ 自動車の電動化シフトが鈍化している。(その他の小売業)
- ・ 仕入れ商品の価格高騰から市場の販売価格高騰(反映)までのタイムラグがあり痛手。(その他の小売業)
- ・ 防災剤の高騰によりテント生地が値上がり傾向にあることが課題。(その他の卸売業)
- ・ 物価高騰、賃上げ、人材不足等が問題となっている。(その他の卸売業)
- ・ 物価高騰、金利上昇による影響が懸念される。(その他の卸売業)
- ・ 物価高、人件費、人手不足を考えると、社内 DX の推進、制度の見直し等、一層の変革が求められる。(その他の卸売業)
- ・ 取扱商品が値上げ基調にある。(その他の卸売業)
- ・ 業務用砂糖の価格改定状況の変化。(その他の卸売業)
- ・ 中国市場が減速している。(その他の卸売業)
- ・ 昇給と価格転嫁の双方を検討している。(その他のサービス業)
- ・ 物価高騰に伴い、価格転嫁が必要だが、業界として厳しい面がある。(その他のサービス業)
- ・ この先の燃料の高騰が気になる。(その他のサービス業)
- ・ 仕入れ価格の上昇と人材不足が深刻。(その他のサービス業)
- ・ 業界が高齢化して来て、このままでは同業者全体が減っていく。(その他のサービス業)
- ・ 大手と呼ばれる多店舗展開企業と1人治療院が増えその間が減少。M&A が盛んに。(その他のサービス業)
- ・ 中古車価格の高騰、流通量の低下。(その他のサービス業)
- ・ 求人において、60 代の前半の方が一番多く来る。(その他のサービス業)
- ・ イランとアメリカの関係がどうなるか。(ガス・熱供給・水道業)

 三十三総研