

経営発達支援計画

令和7年度 地域経済動向調査

## 令和7年度 経営発達支援計画に係る 地域経済動向調査・物価高騰等影響調査

### 調査の目的

京北管内の中小事業者の発達を支援するため、当事者を取り巻く様々な事業環境情報の1つとして、京北商工会全会員の状況を収集把握し、取りまとめることを目的とする。

### <調査概要>

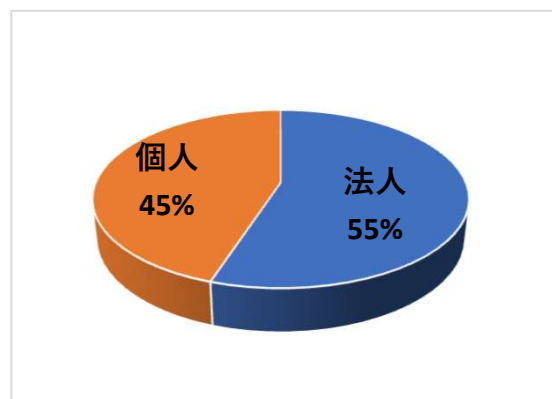
調査対象:京北商工会全会員 調査期間:令和7年12月26日～令和8年1月31日  
調査方法:郵送による調査票の配布・回収 89事業所(回収率42.0%)

京北商工会

## (1)回答事業所特性

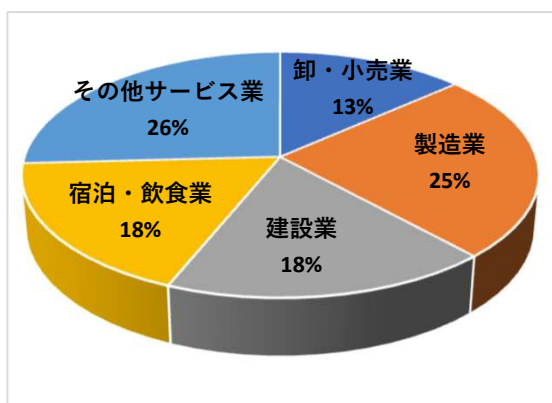
### ①企業形態

法人	49
個人	40
合計	89



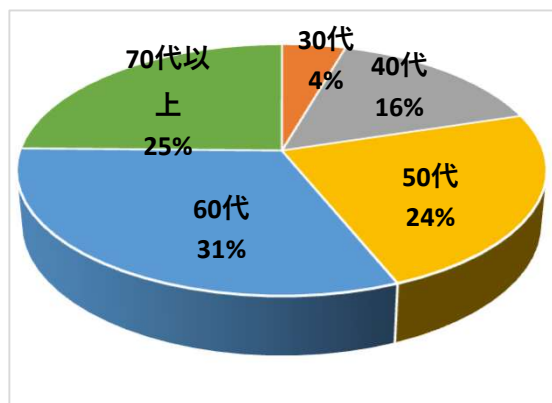
### ②業種

卸・小売業	12
製造業	22
建設業	16
宿泊・飲食業	16
その他サービス業	23
合計	89



### ③代表者の年齢

20代	0
30代	4
40代	14
50代	21
60代	28
70代以上	22
合計	89

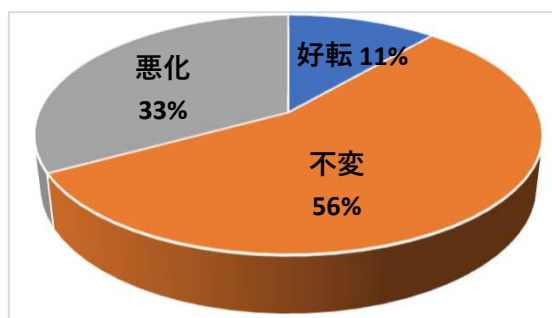


## (2)景況・業況の動向

### ①今年(今期)の状況

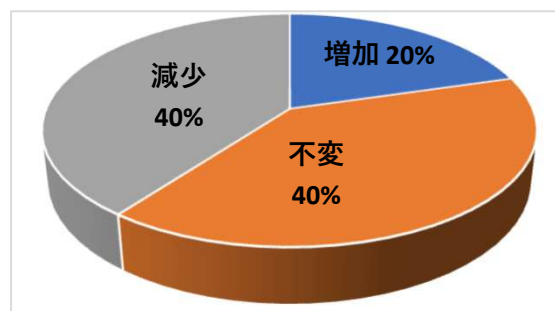
#### 1)景況感

好転	10
不変	49
悪化	29
※未回答	1
合計	89



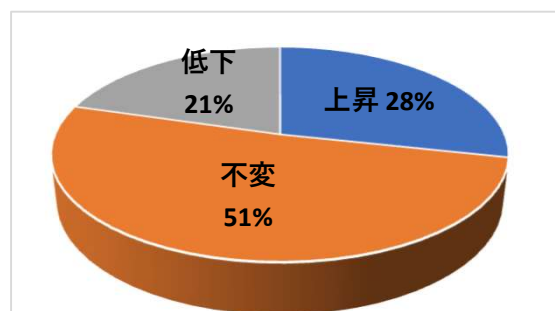
## 2) 売上

増加	18
不変	35
減少	35
※未回答	1
合計	89



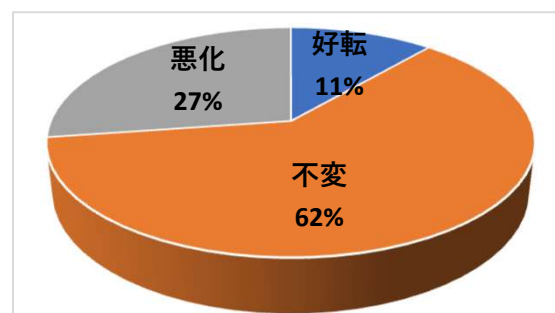
## 3) 売上単価

上昇	25
不変	45
低下	18
※未回答	1
合計	89



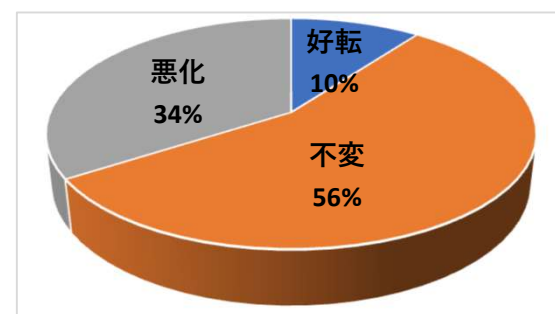
## 4) 資金繰り

好転	10
不変	54
悪化	24
※未回答	1
合計	89



## 5) 採算性

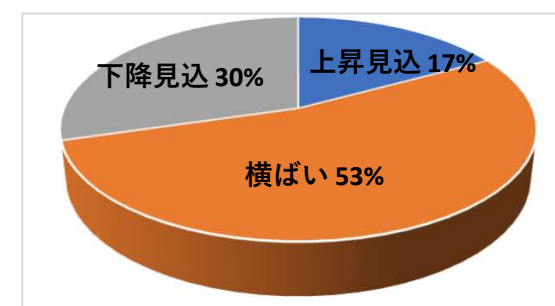
好転	9
不変	49
悪化	30
※未回答	1
合計	89



## ②業績予測(令和6年以降3年程度)

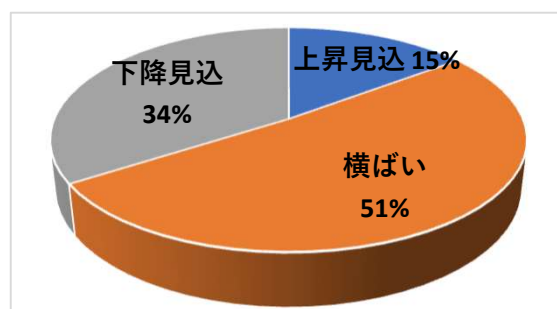
### 1) 売上見通し

上昇見込	15
横ばい	47
下降見込	26
※未回答	1
合計	89



## 2) 利益見通し

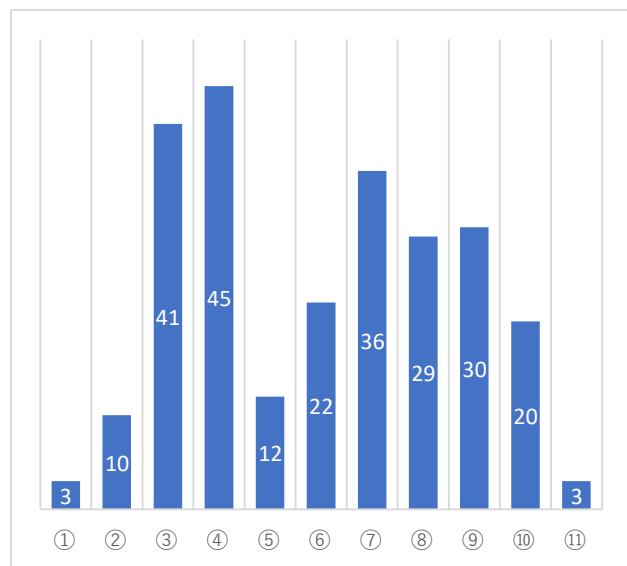
上昇見込	13
横ばい	45
下降見込	30
※未回答	1
合計	89



## 3) 今期直面している経営上の問題点

※複数回答可

新型コロナウイルスによる売上減少	①	3
大企業の進出や過当競争の激化	②	10
仕入単価の上昇	③	41
経費の増加	④	45
販売単価の低下・上昇難	⑤	12
エネルギーコストの増加	⑥	22
原材料の高騰	⑦	36
需要の停滞、売上の減少	⑧	29
従業員の確保難	⑨	30
後継者の育成・確保	⑩	20
その他	⑪	3

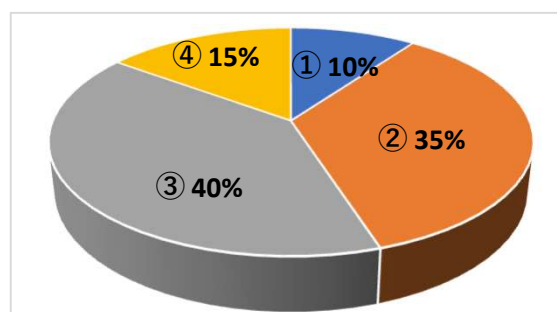


仕入単価、原材料、コストの増加等、物価高騰による影響が圧倒的に多い。  
その他の回答は商圏の人口減少、高齢化・立地問題・関税の影響。

## (3) 事業の将来性について

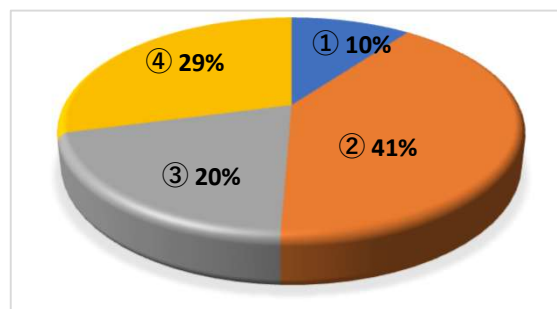
### ① 主要事業の現在の市場環境

拡大している	①	8
横ばい	②	28
縮小している	③	32
わからない	④	12
※未回答		9
合計		89



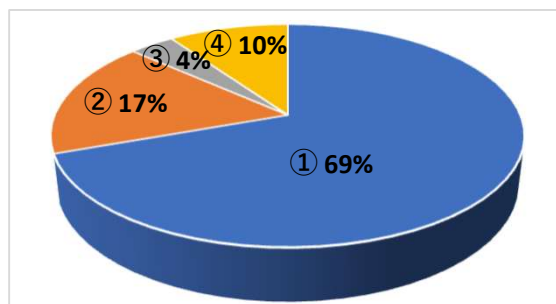
### ② 主要事業の将来性について

拡大が期待できる	①	8
維持・継続はできる	②	32
縮小が見込まれる	③	16
わからない	④	23
※未回答		10
合計		89



③今後の事業展開について

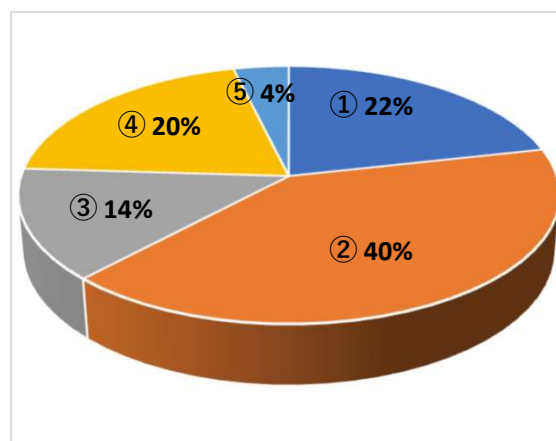
現在の事業を軸に継続	①	57
関連した新分野への転出	②	14
全く異なる分野への転出	③	3
わからない	④	8
※未回答		7
合計		89



(4)物価高騰等による影響について

①昨年と比較した今年の状況

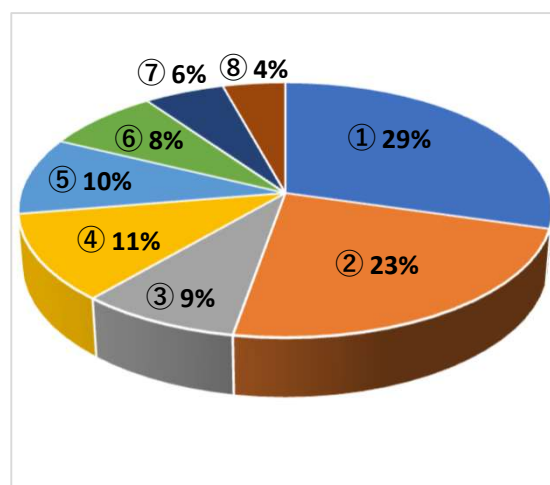
昨年よりも深刻な状況	①	17
昨年同様に深刻	②	32
一部では回復	③	11
影響は少ない状況	④	16
ほとんど影響なし	⑤	3
※未回答		10
合計		89



②影響の内容について

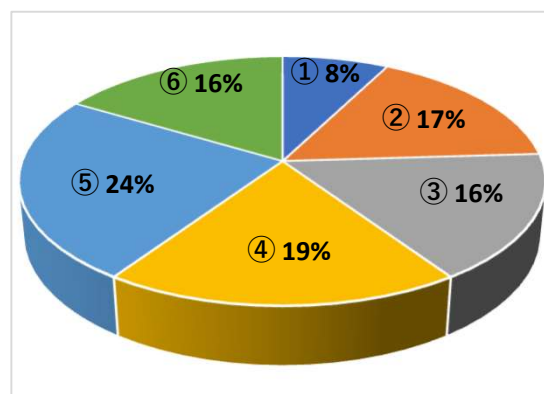
※複数回答可

仕入・コストの上昇	①	48
電気・ガス等エネルギーコストの上昇	②	38
販売価格の上昇	③	14
消費意欲の低下	④	18
物流コストの上昇	⑤	16
取引先からの価格見直し	⑥	13
部品や建材等の調達難	⑦	9
資金繰りの悪化	⑧	7
合計		163



③コスト上昇分に対する商品・サービス価格への  
転嫁具合について

80%以上	①	6
60%以上80%未満	②	13
40%以上60%未満	③	13
20%以上40%未満	④	15
20%未満	⑤	19
価格転嫁は不要	⑥	13
※未回答		10
合計		89



④価格転嫁ができない理由について(自由回答)

- ・低価格を求める客層が多い。
- ・卸売りが多いため決定権がない。
- ・定番商品の値上げは難しい。
- ・取引先からの値下げの要求。
- ・価格を上げれば人が離れると思うから。
- ・飲食物にはあまり価格転嫁するとお客様はシビア。
- ・昔からのお客様なので急に上げられない。
- ・市場での売上単価はコントロールできない
- ・既存の取引先には価格交渉は難しい。
- ・取引に影響が出るため。

⑤物価高騰対策として行っているものについて

※複数回答可

販売価格への転嫁	①	38
諸経費の削減	②	35
取引先との価格交渉	③	12
仕入・調達先の見直し	④	24
省エネ対策(節電・エコドライブ等)	⑤	14
商品構成の見直し	⑥	10
業務効率化	⑦	29
資金の確保	⑧	8
人件費の削減	⑨	4
省エネ設備の入替・導入	⑩	3
営業・販売等の縮小	⑪	4
生産・販売拠点の見直し	⑫	5
合計		186

