

2026年7月10日（金）
 愛知県経済産業局産業部産業政策課
 広報・企画調整グループ
 担当 藤井、武市、神前
 内線 3321、3318
 ダイヤルイン 052-954-6330

2026年4月～6月期中小企業景況調査結果について

～中小企業の景況感、低下～

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。

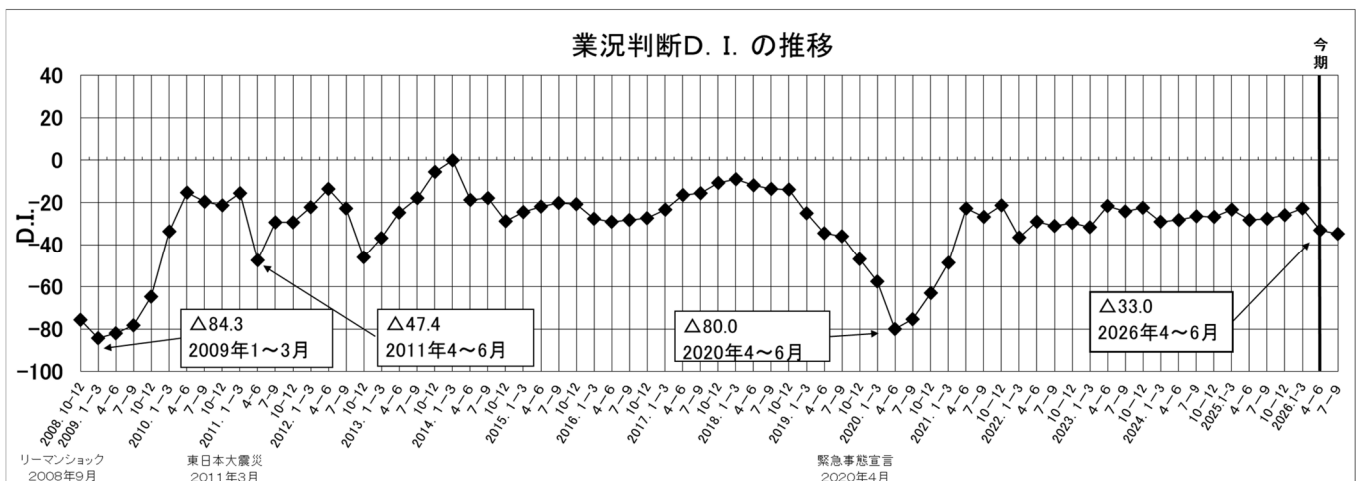
この度、2026年4月～6月期の調査結果を別添のとおり取りまとめましたので、お知らせします。

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

- ・調査期間 2026年6月1日から6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 1,031社（51.6%）

○業況判断D.I.（別添 p. 3）

- ・業況判断D.I.は△33.0ポイントで、前期（2026年1月～3月期）に比べ10.2ポイント減少しました。
- ・産業別で見ると、サービス業が2.4ポイント上昇し、製造業は14.9ポイント、卸・小売業は2.0ポイント、建設業は18.3ポイント低下しました。
- ・来期（2026年7月～9月期）では、全産業で△34.8ポイントとなり1.8ポイント低下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 83.9 ポイントと、前期実績から 16.1 ポイント上昇超幅が拡大しました。卸・小売業の仕入価格D. I. は 76.2 ポイントと、前期実績から 1.1 ポイント上昇超幅が拡大しました。建設業の主要資材価格D. I. は 92.8 ポイントと、前期実績から 9.7 ポイント上昇超幅が拡大しました。

仕入価格等D. I. 「上昇」-「低下」	業種	2025年4-6月期	2025年7-9月期	2025年10-12月 期	2026年1-3月期	2026年4-6月期 (今期)
主要原材料 価格D. I.	製造業	69.8	66.0	65.8	67.8	83.9
仕入価格 D. I.	卸・小売業	75.1	81.9	76.2	75.1	76.2
主要資材 価格D. I.	建設業	81.3	75.0	84.4	83.1	92.8

<中東情勢の影響>

○影響の有無について (別添 p. 12)

- ・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 65.1%と最も高い結果となり、中でも製造業は 72.6%と最も高い結果となりました。

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 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	分からない/ 判断できない
全産業	65.1%	24.1%	4.9%	5.9%
製造業	72.6%	20.6%	2.2%	4.6%
卸・小売業	57.6%	29.6%	5.8%	7.0%
建設業	68.1%	24.6%	2.9%	4.4%
サービス業	34.7%	31.6%	21.1%	12.6%

○想定される影響について

- ・全産業では、「原材料価格の上昇」と回答した企業の割合が 75.0%と最も高い結果となりました。中でも製造業は 78.2%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サプライ チェーンの混 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	75.0%	37.3%	33.7%	53.9%	20.7%	5.3%	7.9%	3.0%	4.9%	0.4%	2.0%
製造業	78.2%	40.5%	31.1%	54.9%	23.4%	4.0%	9.2%	2.7%	4.9%	0.4%	0.7%
卸・小売業	71.7%	30.7%	47.2%	50.5%	12.3%	9.9%	6.6%	3.8%	4.2%	0.5%	3.3%
建設業	78.1%	35.9%	21.9%	65.6%	14.1%	3.1%	3.1%	3.1%	4.7%	0.0%	7.8%
サービス業	54.0%	33.3%	23.8%	44.4%	31.7%	3.2%	6.3%	3.2%	7.9%	1.6%	3.2%

○中東情勢に伴う影響への対応策について

- ・全産業では、「販売価格への転嫁」と回答した企業の割合が 54.4%と最も高い結果となり、中でも製造業は 57.7%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	54.4%	23.4%	23.8%	16.8%	9.8%	7.8%	11.4%	13.8%	1.6%
製造業	57.7%	24.9%	26.5%	16.6%	10.3%	6.8%	10.5%	12.4%	0.7%
卸・小売業	54.6%	20.3%	19.3%	20.3%	8.7%	9.2%	8.7%	13.5%	0.5%
建設業	39.1%	12.5%	25.0%	9.4%	6.3%	9.4%	15.6%	23.4%	12.5%
サービス業	41.3%	31.7%	14.3%	14.3%	12.7%	9.5%	23.8%	17.5%	1.6%

<価格転嫁について>

○価格転嫁の状況（別添 p.11）

- ・全産業では、「全くできていない（2割未満）」と回答した企業の割合が 24.6%と最も高い結果となり、中でもサービス業は 29.8%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	24.6% (16.9%)	23.8% (23.5%)	20.9% (24.8%)	17.0% (22.5%)	9.9% (9.7%)	3.8% (5.6%)
製造業	24.3% (17.0%)	25.2% (21.6%)	23.5% (29.5%)	18.0% (21.4%)	6.8% (6.2%)	2.2% (4.3%)
卸・小売業	23.5% (11.5%)	23.1% (17.3%)	20.2% (21.0%)	16.8% (29.2%)	11.8% (14.8%)	4.6% (6.2%)
建設業	23.1% (20.3%)	18.5% (16.9%)	18.5% (13.6%)	20.0% (30.5%)	18.4% (18.7%)	1.5% (0.0%)
サービス業	29.8% (27.7%)	20.2% (24.5%)	8.5% (11.7%)	9.6% (7.4%)	18.1% (12.8%)	13.8% (15.9%)

※カッコ内は前回調査実施時点（2026年1月～3月期）

○価格転嫁が進まない理由について（別添 p. 11）

- ・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 31.6%と最も高い結果となりましたが、前期（2026年1～3月期）の 42.5%から 10.9ポイント減少しました。
- ・また産業別で見ると、製造業は 36.6%と最も高い結果となり、前期（2026年1～3月期）の 47.0%から 10.4ポイント減少しました。

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、交渉自体に届いてもらえなかった	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にくい	その他
全産業	30.3% (30.2%)	7.4% (5.7%)	31.6% (42.5%)	2.8% (3.0%)	15.6% (15.3%)	12.3% (3.3%)
製造業	31.7% (29.7%)	7.7% (6.5%)	36.6% (47.0%)	3.2% (4.3%)	6.0% (7.8%)	14.8% (4.7%)
卸・小売業	24.8% (18.6%)	5.7% (7.1%)	20.0% (34.3%)	1.0% (0.0%)	39.0% (40.0%)	9.5% (0.0%)
建設業	34.6% (36.8%)	3.8% (0.0%)	34.6% (42.1%)	3.8% (5.3%)	11.5% (15.8%)	11.7% (0.0%)
サービス業	31.9% (47.8%)	10.6% (2.2%)	25.5% (32.6%)	4.3% (0.0%)	23.4% (15.2%)	4.3% (2.2%)

※カッコ内は前回調査実施時点（2026年1月～3月期）

○回答者の主なコメント

- ・景気は良くなく、材料費など上がり続けていて大変。（製造業）
- ・中東情勢によるナフサの不足で樹脂材料の値上げが大きく、また材料調達が困難になっている。（卸・小売業）
- ・原材料の高騰が毎月毎月行われて、先が見えない。（建設業）
- ・物価の急激な上昇懸念。（サービス業）