

**第188回  
取引先企業景気動向調査**

**2025年 1 - 3月 実績**

**2025年 4 - 6月 見通し**

## ＜ 調査の概要 ＞

- 調査期間 2025年1～3月を対象に3月上旬に実施
- 調査対象先 296社
- 調査対象地域 瀬戸・尾張旭地区および名古屋地区
- 分析方法 「増加したとする企業割合」と「減少したとする企業割合」の差(DI)を中心に分析した  
※DIとは、業況を判断するための指数で、＜良い(やや良い)と答えた割合＞から＜悪い(やや悪い)と答えた割合＞を引いた数値で、どちらの割合が多いかを比べて業況がどの方向に向きつつあるかの判断を指数化したもの

### ● 調査企業の業種構成

《瀬戸・尾張旭地区》

企業数 (社)	陶磁器製造業						珪砂 製造業	建築・土木・ 生コン製造業	螺子 製造業	和飲食器 卸売業	電設資材 卸売業	合計
	ノベルティ	洋飲食器	タイル	電磁器	ファインセラミックス	和飲食器						
	15	7	7	23	12	18	10	19	17	20	16	164

《名古屋地区》

企業数 (社)	製造業			卸売業			建設業	合計
	繊維製品	機械・部品	紙加工品	鋼材・伸銅品	建築材料	家具・文具		
	11	36	15	19	14	7	30	132

### ● 天気図の見方

好調 ←  → 低調

景気動向は、1971年(昭和46年)から調査を開始し、現在の調査方法は2006年(第112回 1～3月期)より開始しております。

瀬戸・尾張旭地区 【業種別の業況天気図】

業種		2023年 3月	6月	9月	12月	2024年 3月	6月	9月	12月	2025年 3月	見通し 6月
陶磁器製造業	ノベルティ	 ▲5.9		 18.8		 13.3		 20.0		 13.3	
	洋飲食器	 ▲28.6		 ▲14.3		 ▲14.3		 ▲14.3		 ▲14.3	
	タイル	 0.0		 ▲14.3		 0.0		 ▲28.6		 ▲42.9	
	電磁器	 ▲40.9		 ▲27.3		 ▲9.1		 ▲40.9		 ▲17.4	
	ファインセラミックス	 ▲7.7		 ▲15.4		 ▲15.4		 ▲23.1		 25.0	
	和飲食器	 ▲9.5		 ▲23.8		 ▲14.3		 ▲9.5		 ▲11.1	
陶磁器製造業合計		 ▲17.2	 ▲12.5	 ▲14.0	 ▲8.2	 ▲7.1	 ▲14.1	 ▲16.5	 ▲14.5	 ▲6.1	 ▲11.0
珪砂製造業		 ▲10.0		 10.0		 ▲20.0		 ▲20.0		 0.0	
建築・土木・生コン製造業		 ▲16.7		 5.6		 ▲5.6	 ▲15.8		 15.8	 15.8	
螺子製造業		 ▲5.9		 5.9		 0.0	 ▲5.9		 11.8		
和飲食器卸売業		 ▲5.0		 14.3		 4.8	 ▲5.0		 ▲5.0	 ▲5.0	
電設資材卸売業		 5.6		 0.0		 0.0	 5.9		 0.0	 0.0	

■名古屋地区 【業種別の業況天気図】

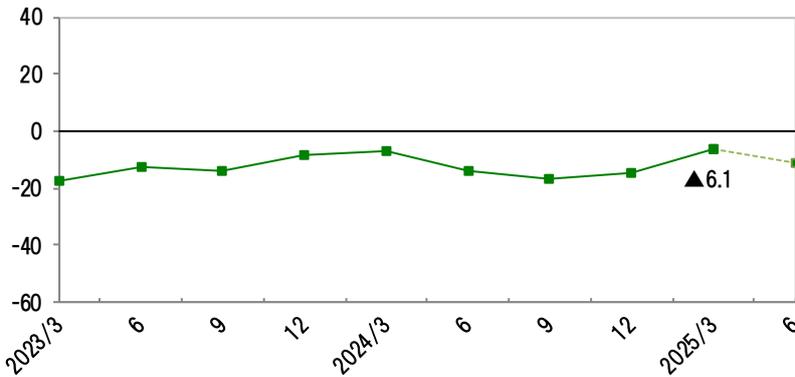
業種	2023年 3月	6月	9月	12月	2024年 3月	6月	9月	12月	2025年 3月	見通し 6月
繊維製品製造業	 ▲18.2		 ▲16.7		 ▲9.1		 ▲18.2		 0.0	
機械部品製造業	 8.1		 10.8		 ▲13.5		 ▲5.6		 0.0	
紙加工品製造業	 ▲14.3		 ▲15.4		 ▲33.3		 ▲13.3		 ▲20.0	
鋼材・伸銅品卸売業	 10.0		 ▲10.0		 ▲5.0		 ▲10.5		 ▲15.8	
建築材料卸売業	 ▲14.3		 ▲7.1		 14.3	 ▲14.3	 ▲14.3		 ▲28.6	
家具・文具卸売業	 ▲12.5		 ▲12.5		 0.0	 ▲14.3	 ▲14.3		 ▲14.3	
建設業	 ▲17.2		 0.0		 0.0		 6.7		 3.3	

■ 瀬戸・尾張旭地区

< 陶磁器製造業 >

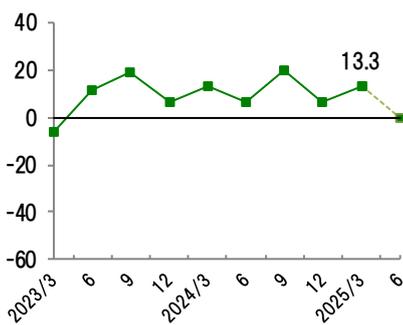
業種	2025年1-3月（今回）業況	2025年4-6月の見通し
陶磁器製造業全体	4業種において業況の低迷が続いているものの、「ノベルティ、ファインセラミックス」の業況が回復したことから、全体の業況感は改善した。	悪化見通し
ノベルティ	回復基調、前回調査に続きプラス圏で推移	後退見通し
洋飲食器	マイナス圏で横ばい推移	同水準の見通し
タイル	前回調査に続き低水準で横ばい推移	同水準の見通し
電磁器	改善傾向ながら、前回調査に続きマイナス圏で推移	悪化見通し
ファインセラミックス	回復基調、前回調査に続きプラス圏で推移	後退見通し
和飲食器	マイナス圏で横ばい推移	同水準の見通し

業況DIの推移 [陶磁器製造業]

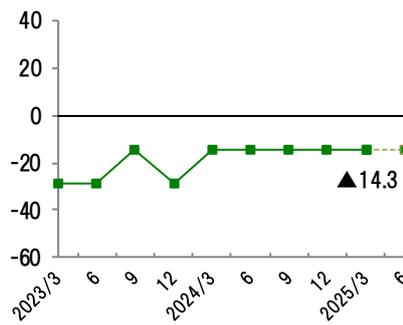


< 陶磁器製造業の業種別DI >

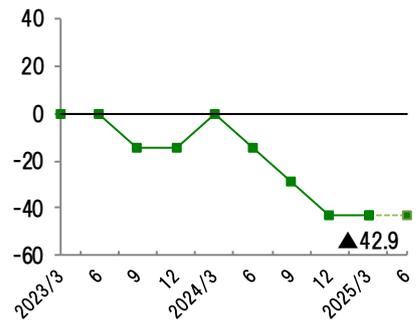
業況DIの推移 [ノベルティ]



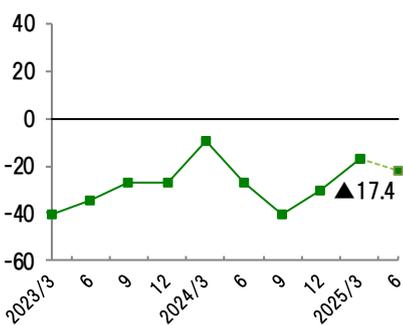
業況DIの推移 [洋飲食器]



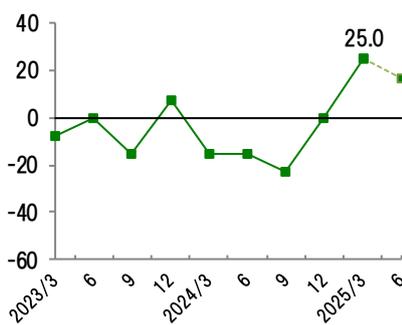
業況DIの推移 [タイル]



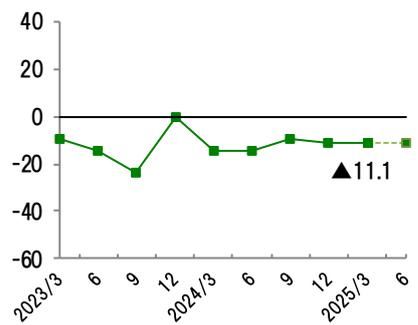
業況DIの推移 [電磁器]



業況DIの推移 [ファインセラミックス]



業況DIの推移 [和飲食器]

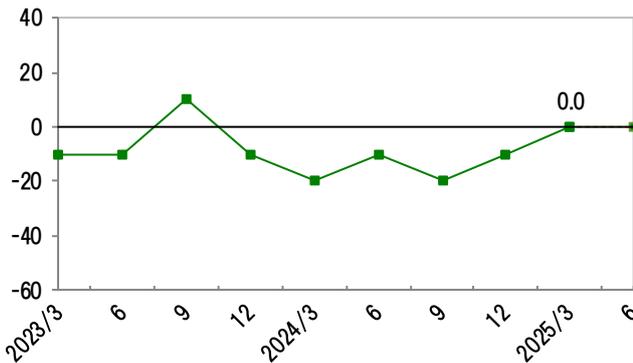


< その他製造業 >

業種	2025年1-3月（今回）業況	2025年4-6月の見通し
珪砂	☁️ 改善傾向、プラス圏に回復	☁️ 同水準の見通し
建築・土木・生コン	☀️ 回復基調、前回調査に続きプラス圏で推移	☀️ 同水準の見通し
螺子	☁️ 回復基調、プラス圏に回復	☁️ 同水準の見通し

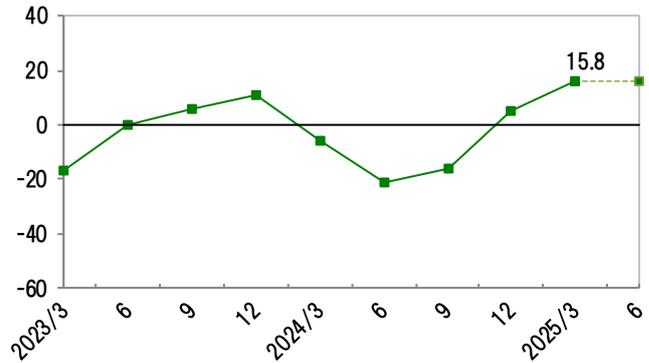
業況DIの推移

[珪砂製造業]



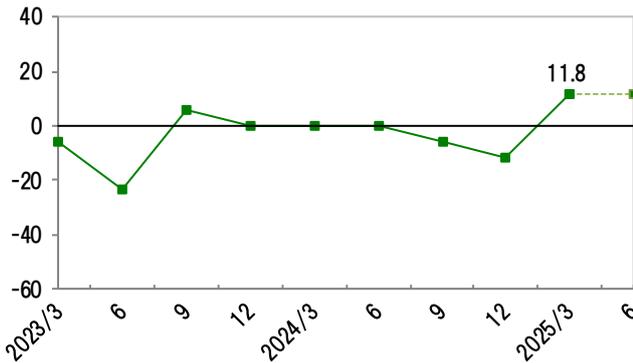
業況DIの推移

[建築・土木・生コン製造業]



業況DIの推移

[螺子製造業]

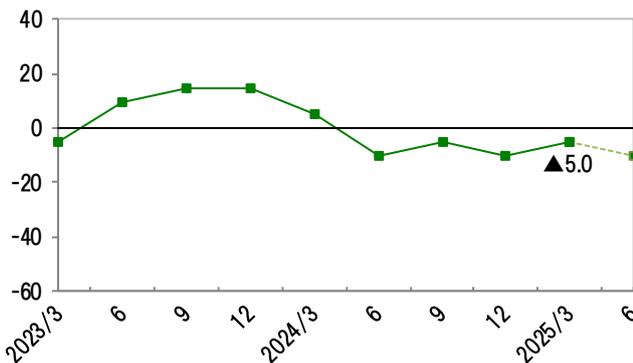


< その他卸売業 >

業種	2025年1-3月（今回）業況	2025年4-6月の見通し
和飲食器	☁️ 改善傾向、前回調査に続きマイナス圏で推移	☁️ 悪化見通し
電設資材	☁️ 後退傾向、前回調査に続きプラス圏で推移	☁️ 悪化見通し

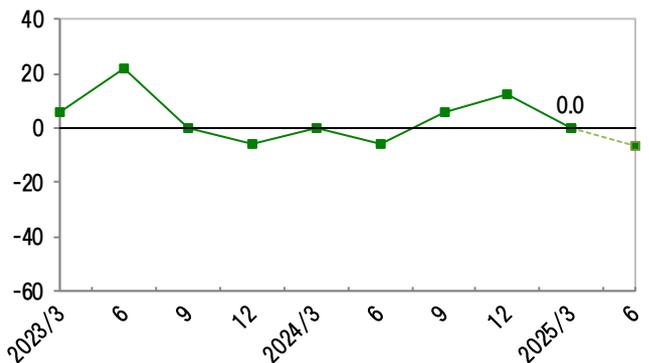
業況DIの推移

[和飲食器卸売業]



業況DIの推移

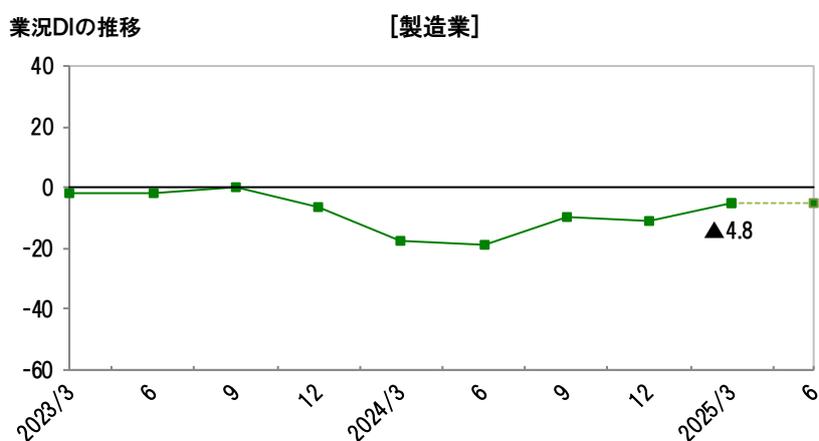
[電設資材卸売業]



名古屋地区

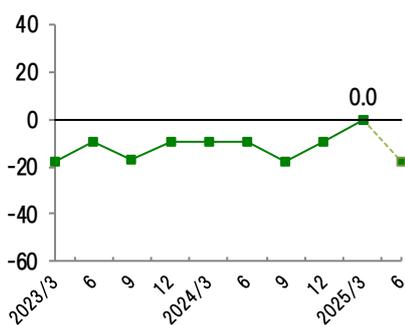
< 製造業 >

業種	2025年1-3月（今回）業況	2025年4-6月の見通し
製造業全体	☁️ 「紙加工品」に業況悪化の動きがあったものの、2業種において改善傾向が見られたことから、全体の業況感はわずかに改善した。	☁️ 同水準の見通し
繊維製品	☁️ 改善傾向、プラス圏に回復	☔️ 悪化見通し
機械部品	☁️ 改善傾向、プラス圏に回復	☁️ 改善見通し
紙加工品	☔️ 悪化傾向、前回調査に続きマイナス圏で推移	☁️ 改善見通し

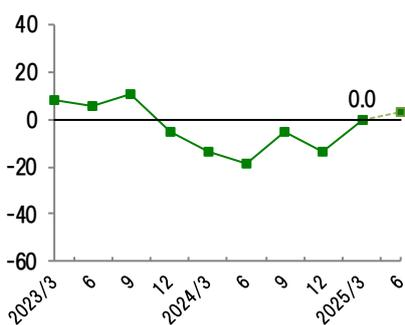


< 製造業の業種別DI >

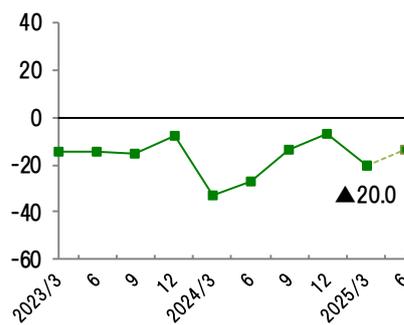
業況DIの推移 [繊維製品]



業況DIの推移 [機械部品]

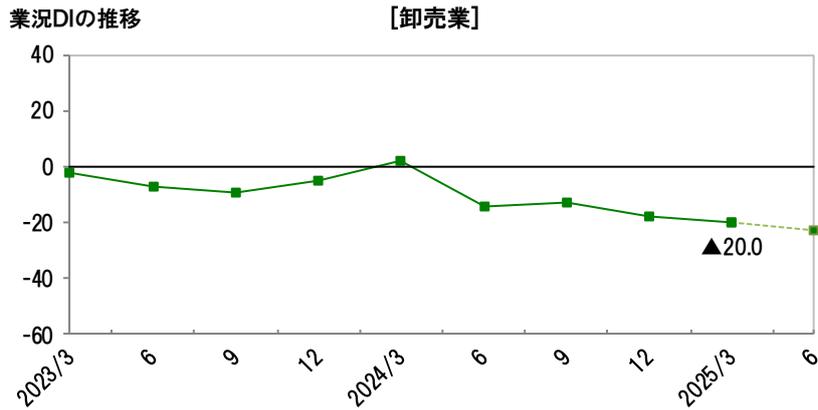


業況DIの推移 [紙加工品]



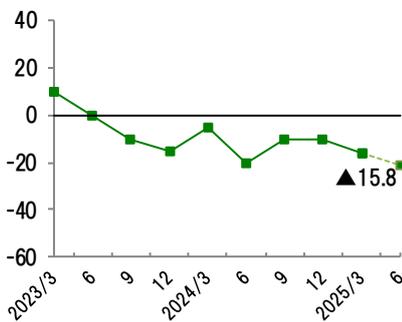
< 卸売業 >

業種	2025年1-3月（今回）業況	2025年4-6月の見通し
卸売業全体	☔ 「鋼材・伸銅品」において業況の悪化が見られたことから、全体の業況感も悪化し前回調査に続きマイナス圏で推移した。	☔ 悪化見通し
鋼材・伸銅品	☔ 悪化傾向、前回調査に続きマイナス圏で推移	☔ 悪化見通し
建築材料	☔ 前回調査に続き低水準で横ばい推移	☔ 同水準の見通し
家具・文具	☁ マイナス圏で横ばい推移	☁ 同水準の見通し

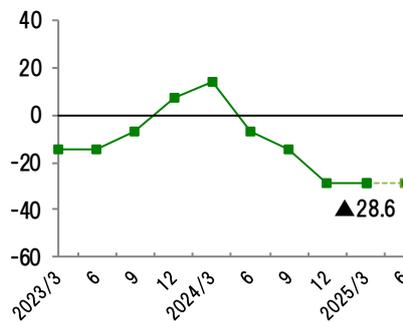


< 卸売業の業種別DI >

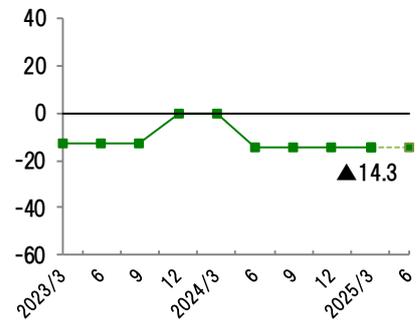
業況DIの推移 [鋼材・伸銅品]



業況DIの推移 [建築材料]

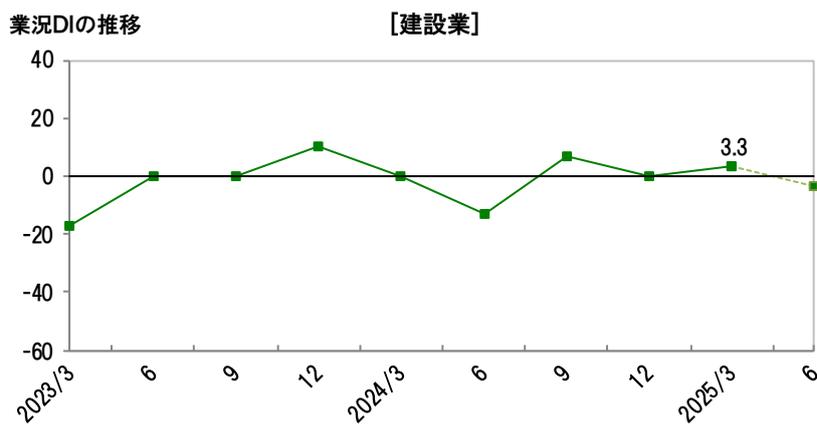


業況DIの推移 [家具・文具]



< 建設業 >

業種	2025年1-3月（今回）業況	2025年4-6月の見通し
建設業	☁ 改善傾向、前回調査に続きプラス圏で推移	☁ 悪化見通し



■ 瀬戸・尾張旭地区

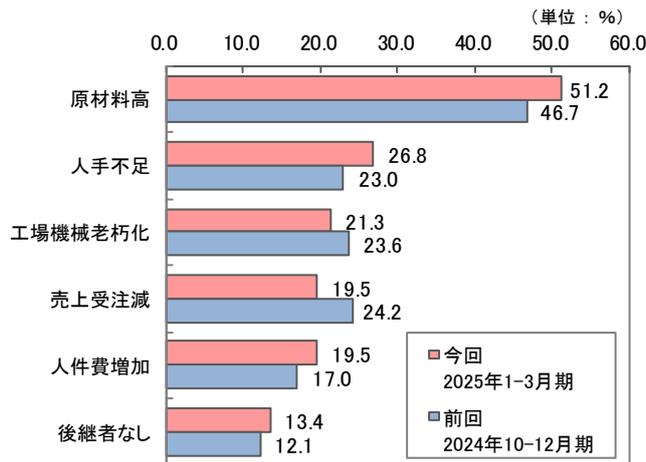
<経営上の問題点>

回答割合は「原材料高」が51.2%と最も高く、「人手不足(26.8%)」「工場機械老朽化(21.3%)」と続いた。前回調査と比較すると、「原材料高」が4.5ポイント、「人手不足」が3.8ポイント上昇した。

<設備投資の動き>

「実施あり」は6.1%（前回比▲1.8ポイント）と前回の実績を下回った。今後3か月間の見通しについて、「実施予定あり」は9.1%（今回比+3.0ポイント）の予想となった。

<経営上の問題点>



<設備投資の動き>

	前回 2024年 10-12月期	今回 2025年 1-3月期	見通し 2025年 4-6月期
実施あり	7.9	6.1	9.1
土地	38.5	20.0	20.0
建物	30.8	20.0	20.0
機械の新設	30.8	20.0	40.0
機械の更改	23.1	40.0	33.3
その他	0.0	10.0	6.7
実施なし	92.1	93.9	90.9

※数字は有効回答数に占める割合で1企業が3項目まで回答

※内訳の数字は「実施あり」に占める割合で1企業が複数回答あり

■ 名古屋地区

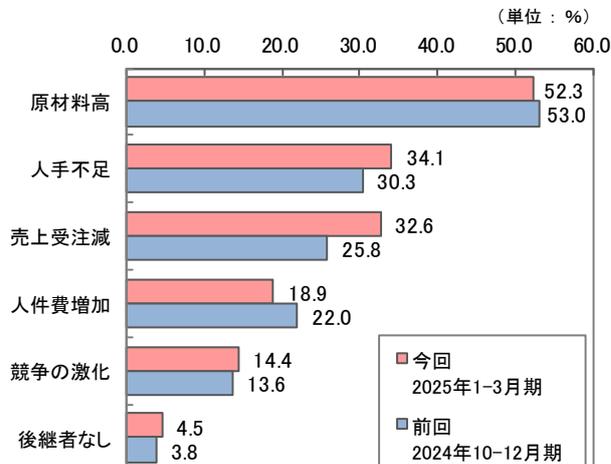
<経営上の問題点>

回答割合は「原材料高」が52.3%と最も高く、「人手不足(34.1%)」「売上受注減(32.6%)」と続いた。前回調査と比較すると、「人手不足」が3.8ポイント、「売上受注減」が6.8ポイント上昇した。

<設備投資の動き>

「実施あり」は6.1%（前回比+3.1ポイント）と前回の実績を上回った。今後3か月間の見通しについて、「実施予定あり」は6.8%（今回比+0.7ポイント）の予想となった。

<経営上の問題点>



<設備投資の動き>

	前回 2024年 10-12月期	今回 2025年 1-3月期	見通し 2025年 4-6月期
実施あり	3.0	6.1	6.8
土地	25.0	12.5	22.2
建物	0.0	12.5	11.1
機械の新設	0.0	50.0	44.4
機械の更改	50.0	37.5	11.1
その他	25.0	12.5	22.2
実施なし	97.0	93.9	93.2

※数字は有効回答数に占める割合で1企業が3項目まで回答

※内訳の数字は「実施あり」に占める割合で1企業が複数回答あり

【特別調査】  
外国人・海外情勢と中小企業について

中小企業において、人手不足が深刻化するなか、労働力や人手不足解消として外国人雇用の重要性が高まると考えられる。そこで今回は、中小企業における外国人雇用や海外向け売上の状況について調査するとともに、2025年中の賃金引上げ(定期昇給分・賞与一時金除く、予定含む)についてもアンケートを行った。

＜調査対象先＞ 当金庫取引先 296社  
愛知県 722社 全国 12,817社(愛知県、全国は信金中央金庫の調査によるもの)

1. 外国人との接触機会と外国向けのビジネスチャンスを増やす意向

■当金庫全体

・コロナ前と比較した外国人との接触機会について、「コロナ前とほぼ同水準」との回答割合が 39.2%と最も高く、「コロナ前を上回っている」が 14.2%と続いた。一方、「コロナ前を下回っている」との回答割合は 3.0%とわずかであった。なお、「わからない」は 43.6%となった。

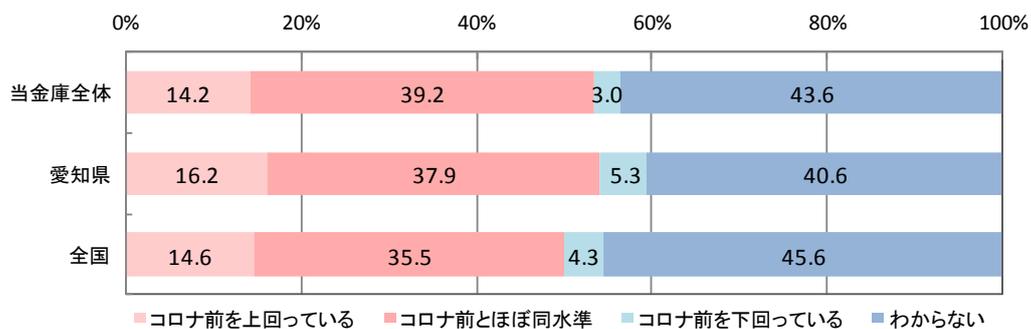
・外国向けのビジネスチャンス在今后増やす意向があるかについては、「大いにある」、「どちらかというところ」との回答割合は 25.4%と、3割弱にとどまる結果となった。一方、「まったくない」「どちらかというところ」との回答割合は 49.7%と、約半数は外国向けのビジネスチャンスに対して消極的な回答となった。

■愛知県・全国

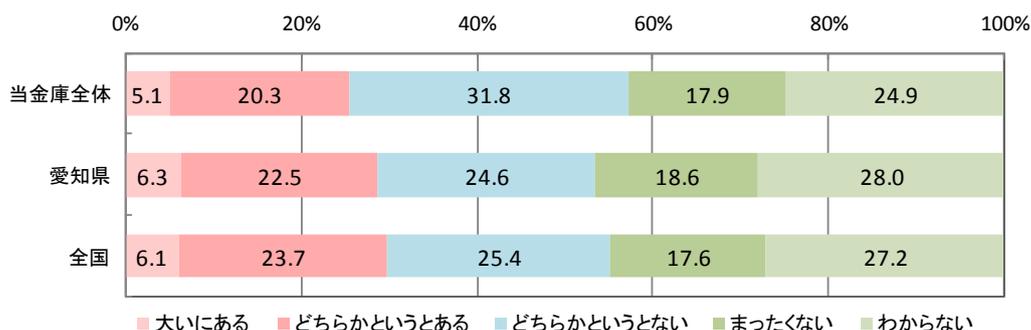
・コロナ前と比較した外国人との接触機会について、「コロナ前とほぼ同水準(愛知県 37.9%、全国 35.5%)」との回答割合が最も高い結果となった。また、「コロナ前を上回っている」との回答割合は愛知県 16.2%、全国 14.6%と、当金庫全体とほぼ同水準の結果となった。

・外国向けのビジネスチャンス在今后増やす意向があるかについては、「大いにある」「どちらかというところ」との回答割合は愛知県 28.8%、全国 29.8%と、当金庫全体と比較すると、外国向けのビジネスチャンスに対して積極的な回答が多い結果となった。

■外国人との接触機会



■ビジネスチャンスを増やす意向



## 2. 外国人労働者の割合と未雇用の理由

### ■当金庫全体

- 外国人の雇用の有無について、外国人労働者を「雇用している」との回答割合は 18.3%と、前回調査（2020 年 3 月調査、13.6%）と比較して 4.7 ポイント増加した。従業員全体に占める外国人労働者の割合は「10%未満」が 11.1%と、半数以上は1割未満となった。
- 一方、「雇用していない」との回答割合は 81.7%となった。雇用していない理由については、「人手が充足しており必要ない」との回答割合が 32.1%と最も高く、「コミュニケーションなどで心配がある」が 25.3%、「受入負担（就労環境整備、育成コスト等）が重い」が 18.2%と続く結果となった。

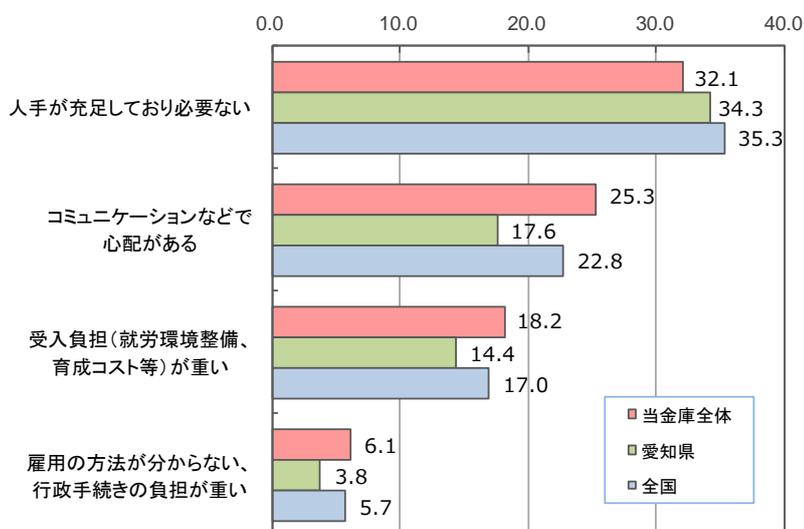
### ■愛知県・全国

- 外国人の雇用の有無について、外国人労働者を「雇用している」との回答割合は愛知県 29.9%、全国 19.1%と、当金庫全体・全国と比較すると、愛知県が最も高い結果となった。従業員全体に占める外国人労働者の割合は、当金庫全体同様「10%未満」が愛知県 14.2%、全国 11.6%と最も高い回答割合となった。
- 一方、「雇用していない」との回答割合は愛知県 70.1%、全国 80.9%となった。雇用していない理由については、当金庫全体同様「人手が充足しており必要ない（愛知県 34.3%、全国 35.3%）」との回答割合が最も高く、「コミュニケーションなどで心配がある（愛知県 17.6%、全国 22.8%）」、「受入負担（就労環境整備、育成コスト等）が重い（愛知県 14.4%、全国 17.0%）」と続いた。

〈外国人労働者の割合〉 2020年3月調査との比較

	雇用している (%)							雇用していない (%)
	50%以上	40%～50%	30%～40%	20%～30%	10%～20%	10%未満		
<b>■当金庫全体</b>								
今回調査	18.3	0.0	0.7	0.7	1.4	4.4	11.1	81.7
2020年3月調査	13.6	0.7	0.0	0.3	1.0	4.3	7.3	86.4
<b>■愛知県</b>								
今回調査	29.9	2.2	1.5	1.3	3.8	6.9	14.2	70.1
2020年3月調査	26.4	1.3	0.8	1.3	3.5	5.6	14.0	73.6
<b>■全国</b>								
今回調査	19.1	0.6	0.7	1.0	1.7	3.6	11.6	80.9
2020年3月調査	12.9	0.4	0.4	0.5	1.5	2.7	7.4	87.1

■外国人を雇用していない理由（単位%）



※2020年3月調査では雇用していない理由については調査していない

### 3. 外国人(旅行者を含む)もしくは外国向けの売上比率

#### ■当金庫全体

- ・外国人(旅行者を含む)もしくは外国向けの売上の有無について、「売上がある」との回答割合は 17.2%と、前回調査(2020年3月調査、21.1%)を3.9ポイント下回る結果となった。売上比率は「10%未満」が8.1%と、半数弱は1割未満となった。
- ・一方、「外国向けの売上はない」との回答割合は82.8%と8割を超える結果となった。

#### ■愛知県・全国

- ・外国人(旅行者を含む)もしくは外国向けの売上の有無について、「売上がある」との回答割合は愛知県26.3%、全国23.3%と、当金庫全体と比較すると愛知県・全国ともに高い回答割合となった。売上比率は「10%未満」が愛知県19.1%、全国15.7%と、半数以上が1割未満となった。
- ・一方、「外国向けの売上はない」との回答割合は愛知県73.7%、全国76.7%となった。

〈外国人(旅行者を含む)もしくは外国向けの売上比率〉 2020年3月調査との比較

	売上がある(%)							売上はない (%)
	50%以上	40%~50%	30%~40%	20%~30%	10%~20%	10%未満		
<b>■当金庫全体</b>								
今回調査	17.2	0.7	1.0	1.0	1.7	4.7	8.1	82.8
2020年3月調査	21.1	0.3	0.3	1.0	5.0	4.3	10.2	78.9
<b>■愛知県</b>								
今回調査	26.3	0.6	0.6	0.6	1.8	3.6	19.1	73.7
2020年3月調査	27.6	0.4	1.3	0.8	2.5	3.5	19.0	72.4
<b>■全国</b>								
今回調査	23.3	0.7	0.7	1.0	1.6	3.6	15.7	76.7
2020年3月調査	21.5	0.6	0.6	0.7	1.7	3.5	14.4	78.5

#### 4. 外国向け売上増加のための取組み内容もしくは取組み未実施理由

##### ■当金庫全体

- ・外国向けの売上を増加させるための取組みについて、「行っている」との回答割合は 12.9%と、前回調査(2020年3月調査、12.8%)とほぼ同水準の結果となった。具体的な取組み内容については、「製品・商品・サービス面の開発強化(5.7%)」の回答割合が最も高く、「営業力の強化(2.4%)」、「ネットや広告による情報発信(2.4%)」と続いた。
- ・一方、「行っていない」との回答割合は 87.1%となった。理由としては、「国内だけで十分な売上がある」が 52.7%と最も回答割合が高く、「何をすればいいのかわからない(17.9%)」、「資金面で余裕がない(9.5%)」、「人材が不足している(3.4%)」と続いた。

##### ■愛知県・全国

- ・外国向けの売上を増加させるための取組みについて、「行っている」との回答割合は愛知県 12.0%、全国 11.3%と、当金庫全体と比較すると低い水準となった。具体的な取組み内容については、「営業力の強化(愛知県 4.5%、全国 3.5%)」との回答割合が最も高く、「製品・商品・サービス面の開発強化(愛知県 2.9%、全国 3.4%)」、「ネットや広告による情報発信(愛知県 2.1%、全国 2.8%)」と続いた。
- ・一方、「行っていない」との回答割合は愛知県 88.0%、全国 88.7%となった。理由としては、当金庫全体同様「国内だけで十分な売上がある(愛知県 50.1%、全国 46.2%)」が最も高い回答割合となった。なお、「人材が不足している(愛知県 4.6%、全国 6.0%)」との回答は、当金庫全体を上回る割合となった。

〈外国向け売上増加のための取組み〉 2020年3月調査との比較

	取組みを行っている (%)					
	製品・商品・サービス面の開発強化	営業力の強化	ネットや広告による情報発信	海外拠点の設置・強化	その他	
<b>■当金庫全体</b>						
今回調査	12.9	5.7	2.4	2.4	1.7	0.7
2020年3月調査	12.8	5.3	3.6	2.0	1.0	1.0
<b>■愛知県</b>						
今回調査	12.0	2.9	4.5	2.1	1.8	0.7
2020年3月調査	14.3	2.0	4.7	2.6	3.6	1.3
<b>■全国</b>						
今回調査	11.3	3.4	3.5	2.8	1.0	0.6
2020年3月調査	11.0	3.4	3.2	2.5	1.2	0.7

〈取組み未実施理由〉 2020年3月調査との比較

	取組みを行っていない (%)					
	国内だけで十分な売上げがある	何をすればいいのかわからない	資金面で余裕がない	人材が不足している	その他	
<b>■当金庫全体</b>						
今回調査	87.1	52.7	17.9	9.5	3.4	3.6
2020年3月調査	87.2	57.8	13.9	6.6	5.0	4.0
<b>■愛知県</b>						
今回調査	88.0	50.1	17.6	8.1	4.6	7.6
2020年3月調査	85.7	45.1	15.6	5.7	5.8	13.5
<b>■全国</b>						
今回調査	88.7	46.2	19.4	8.7	6.0	8.4
2020年3月調査	89.0	46.8	18.2	7.5	6.1	10.5

## 5. 2025年中の賃金引上げ(定期昇給分・賞与や一時金は除く、予定を含む)

### もしくは引上げ未実施理由

#### ■当金庫全体

- ・2025 年中の賃金引上げ(定期昇給分・賞与や一時金は除く、予定を含む)について、「引上げた」との回答割合は 58.2%と、前年調査(2024 年 3 月調査、48.3%)と比較して 9.9 ポイント増加した。引上げ率は、「2%以上 4%未満」との回答割合が 25.3%と最も高い結果となった。前年と比較すると、「0%以上 2%未満」の階層の回答割合が減少した一方、「2%以上」の階層における回答割合はすべて増加しており、引上げ率も前年と比較すると高い水準であったことが窺える結果となった。
- ・一方、「引上げなかった」との回答割合は 41.8%となった。引上げなかった理由については、「賃上げに見合う価格転嫁ができていない(11.1%)」が最も回答割合が高く、「今後の業績見通しが不透明(10.5%)」と続いた。

#### ■愛知県・全国

- ・2025 年中の賃金引上げ(定期昇給分・賞与や一時金は除く、予定を含む)について、「引上げた」との回答割合は愛知県 61.9%、全国 51.2%と、当金庫全体・全国と比較すると、愛知県の回答割合が最も高く、6割を超える水準となった。引上げ率について、愛知県は当金庫全体同様「2%以上 4%未満」が最も高い回答割合であった一方、全国は「0%以上 2%未満」が最も高い結果となった。また、前年と比較すると、愛知県・全国ともに「0%以上 2%未満」の階層の回答割合が減少した一方、「2%以上」の階層における回答割合はすべて増加する結果となった。
- ・一方、「引上げなかった」との回答割合は愛知県 38.1%、全国 48.8%となった。引上げなかった理由については、愛知県では「今後の業績見通しが不透明(9.1%)」、「これまでに賃金を引上げ済み(8.8%)」が上位に、全国では「今後の業績見通しが不透明(12.5%)」、「賃上げに見合う価格転嫁ができていない(11.0%)」が上位となり、当金庫全体と比較すると、愛知県・全国ともに順位に違いが見られる結果となった。

〈賃金引上げ率〉 2024年3月調査との比較

	賃金を引上げた (%)				
	0%以上2%未満	2%以上4%未満	4%以上6%未満	6%以上	
<b>■当金庫全体</b>					
今回調査	58.2	24.1	25.3	6.8	2.0
2024年3月調査	48.3	24.8	18.5	3.6	1.3
<b>■愛知県</b>					
今回調査	61.9	21.8	26.6	10.7	2.8
2024年3月調査	58.1	27.1	23.2	5.7	2.1
<b>■全 国</b>					
今回調査	51.2	21.4	19.7	7.9	2.1
2024年3月調査	49.0	24.7	17.7	5.2	1.4

〈引上げ未実施理由〉 2024年3月調査との比較

	賃金を引上げなかった (%)						
	賃上げに見合う価格転嫁ができていない	今後の業績見通しが不透明	自社に従業員はいない(家族経営など)	売上の低迷や伸び悩み	これまでに賃金を引上げ済み	同業や同地域内の他社が上げていない	
<b>■当金庫全体</b>							
今回調査	41.8	11.1	10.5	8.1	5.4	4.7	2.0
2024年3月調査	51.7	16.2	13.2	12.6	3.3	3.3	3.0
<b>■愛知県</b>							
今回調査	38.1	7.9	9.1	6.1	4.3	8.8	1.9
2024年3月調査	41.9	11.0	11.6	6.6	4.5	6.4	1.8
<b>■全 国</b>							
今回調査	48.8	11.0	12.5	9.9	5.8	7.5	2.0
2024年3月調査	51.0	12.6	13.4	11.0	5.8	6.1	2.2

企業景気動向調査 No.188

愛知県瀬戸市東横山町 119 番地の 1

<https://www.setoshin.co.jp>

 **瀬戸信用金庫**

総合企画部

2025 年 4 月発行