

第193回 取引先企業景気動向調査

2026年 4 - 6 月 実 績

2026年 7 - 9 月 見通し

 瀬戸信用金庫

総合企画部

< 調査の概要 >

- 調査期間 2026年4～6月を対象に6月上旬に実施
- 調査対象先 295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	13	18	10	20	15	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	14	19	14	7	30	131

●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	2024年 6月	9月	12月	2025年 3月	6月	9月	12月	2026年 3月	6月	見通し 9月
陶磁器製造業	ノベルティ 6.7		 6.7		 13.3		 20.0		 13.3	
	洋飲食器 ▲14.3		 ▲14.3		 ▲14.3		 ▲14.3		 ▲14.3	
	タイル ▲14.3		 ▲42.9		 ▲28.6		 ▲42.9		 ▲28.6	
	電磁器 ▲27.3		 ▲30.4		 ▲17.4		 4.2		 ▲21.7	
	ファイン セラミックス ▲15.4		 0.0		 25.0		 7.7		 ▲7.7	
	和飲食器 ▲14.3		 ▲11.1		 ▲22.2		 ▲11.1		 0.0	
陶磁器製造業合計	▲14.1	▲16.5	▲14.5	▲6.1	▲7.3	▲6.1	▲1.2	▲8.4	▲8.4	▲12.0
珪砂製造業	▲10.0		▲10.0		10.0		10.0		0.0	
建築・土木・ 生コン製造業	▲21.1		5.3		▲5.3		15.0		▲15.0	
螺子製造業	0.0		▲11.8		0.0		6.3		▲6.7	
和飲食器卸売業	▲10.0		▲10.0		5.0		10.0		0.0	
電設資材卸売業	▲5.9		12.5		▲6.3		25.0		6.3	

■名古屋地区 【業種別の業況天気図】

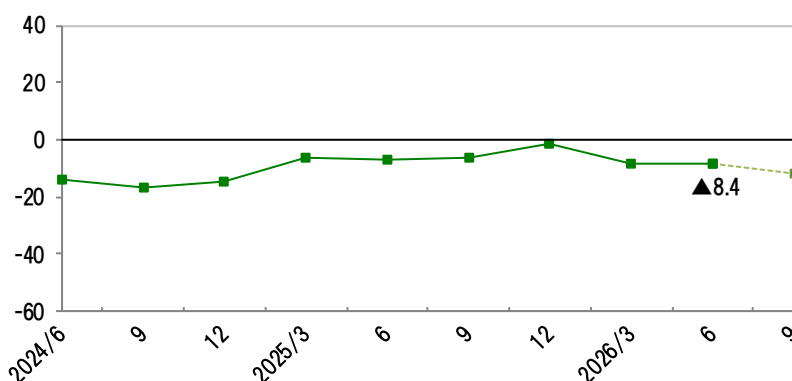
業 種	2024年 6月	9月	12月	2025年 3月	6月	9月	12月	2026年 3月	6月	見通し 9月
繊維製品製造業	▲9.1		▲9.1		0.0		9.1		▲18.2	
機械部品製造業	▲18.9		▲13.9		▲2.8		5.6		▲5.6	
紙加工品製造業	▲26.7		▲6.7		▲13.3		▲33.3		▲21.4	
鋼材・伸銅品卸売業	▲20.0		▲10.5		▲5.3		10.5		▲10.5	
建築材料卸売業	▲7.1		▲28.6		▲14.3		▲7.1		▲42.9	
家具・文具卸売業	▲14.3		▲14.3		0.0		14.3		0.0	
建設業	▲13.3		0.0		3.3		20.0		3.3	

■ 瀬戸・尾張旭地区

< 陶磁器製造業 >

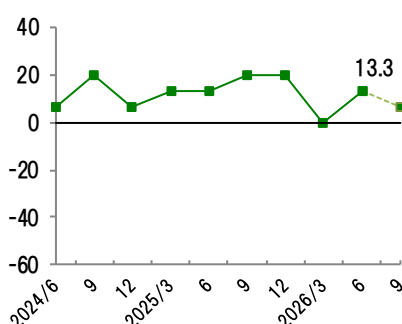
業種	2026 年 4-6 月（今回）業況	2026 年 7-9 月の見通し
陶磁器製造業全体	「電磁器」「ファインセラミックス」において業況の悪化が見られたものの、「ノベルティ」「洋飲食器」において持ち直しの動きがあったことから、全体の業況感は前回調査に続きマイナス圏で横ばい推移となった。	悪化見通し
ノベルティ	改善傾向、前回調査に続きプラス圏で推移	後退の見通し
洋飲食器	改善傾向ながら、前回調査に続きマイナス圏で推移	悪化見通し
タイル	前回調査に続きマイナス圏で横ばい推移	改善見通し
電磁器	悪化傾向、前回調査に続きマイナス圏で推移	悪化見通し
ファインセラミックス	悪化傾向、マイナス圏に落ち込み	同水準の見通し
和飲食器	前回調査に続きプラス圏で横ばい推移	同水準の見通し

業況DIの推移 [陶磁器製造業]

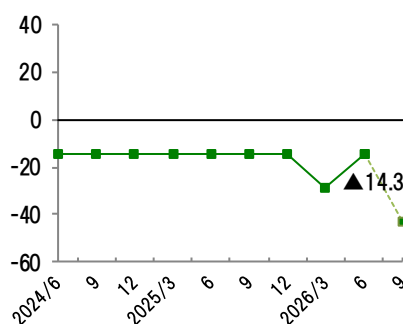


< 陶磁器製造業の業種別DI >

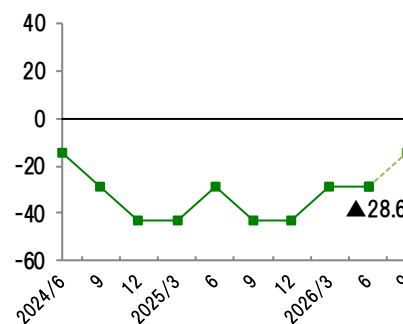
業況DIの推移 [ノベルティ]



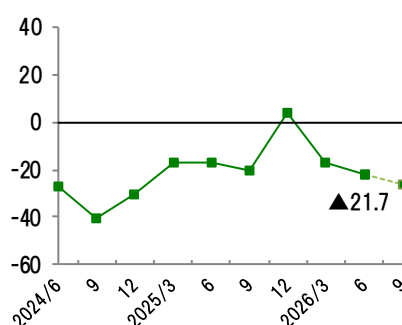
業況DIの推移 [洋飲食器]



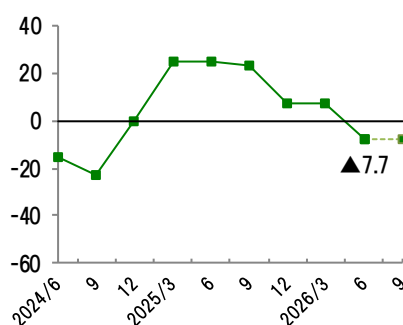
業況DIの推移 [タイル]



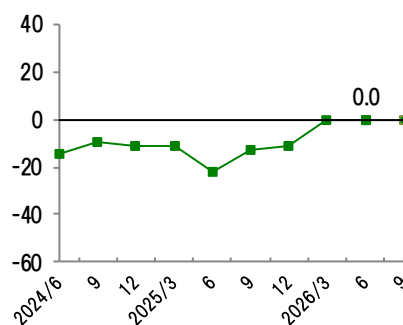
業況DIの推移 [電磁器]



業況DIの推移 [ファインセラミックス]



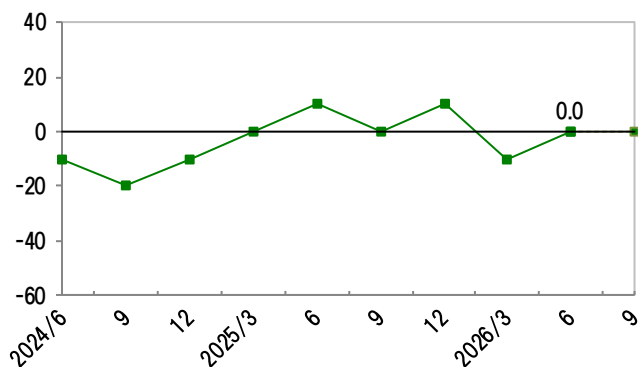
業況DIの推移 [和飲食器]



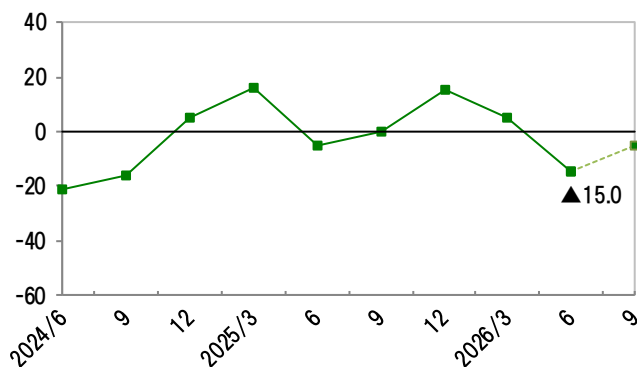
< その他製造業 >

業種	2026 年 4-6 月（今回）業況		2026 年 7-9 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		悪化傾向、マイナス圏に落ち込み		改善見通し
螺子		悪化傾向、マイナス圏に落ち込み		同水準の見通し

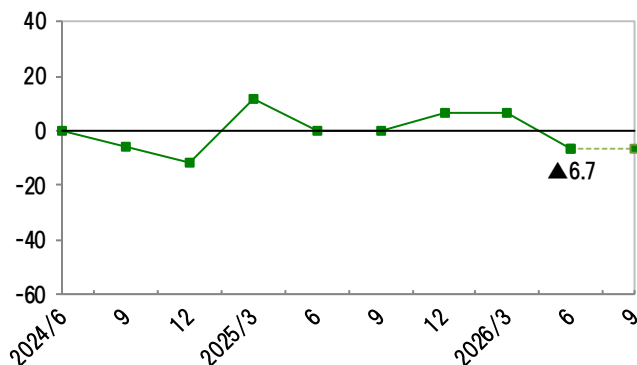
業況DIの推移 [珪砂製造業]



業況DIの推移 [建築・土木・生コン製造業]



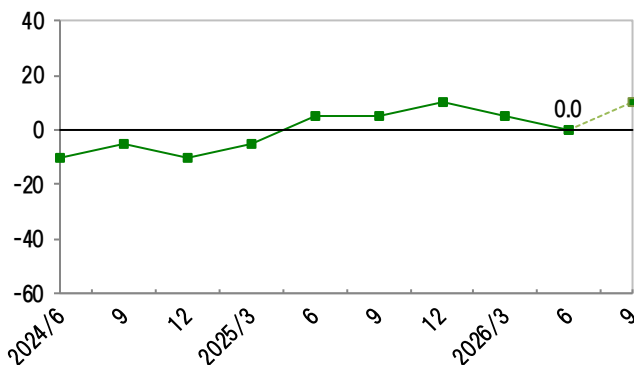
業況DIの推移 [螺子製造業]



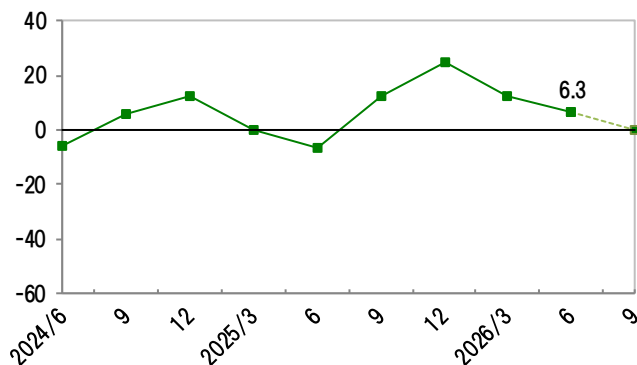
< その他卸売業 >

業種	2026 年 4-6 月（今回）業況		2026 年 7-9 月の見通し	
和飲食器		後退傾向ながら、前回調査に続きプラス圏で推移		改善見通し
電設資材		後退傾向ながら、前回調査に続きプラス圏で推移		後退見通し

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]

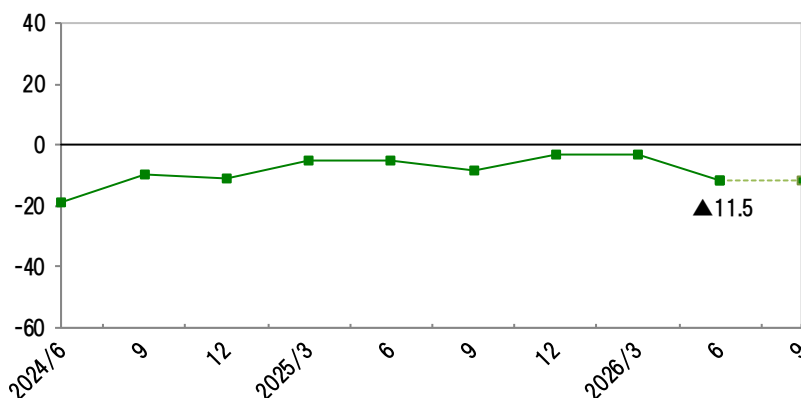


■ 名古屋地区

< 製造業 >

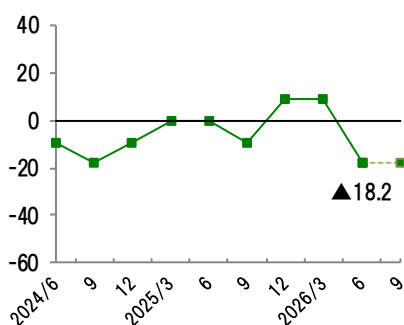
業種	2026 年 4-6 月（今回）業況		2026 年 7-9 月の見通し	
製造業全体	☁	「繊維製品」「機械部品」において業況に悪化が見られたことから、全体の業況感は後退した。	☁	同水準の見通し
繊維製品	☔	悪化傾向、マイナス圏に落ち込み	☔	同水準の見通し
機械部品	☁	悪化傾向、マイナス圏に落ち込み	☁	悪化見通し
紙加工品	☔	改善傾向ながら、前回調査に続きマイナス圏で推移	☁	改善見通し

業況DIの推移 [製造業]

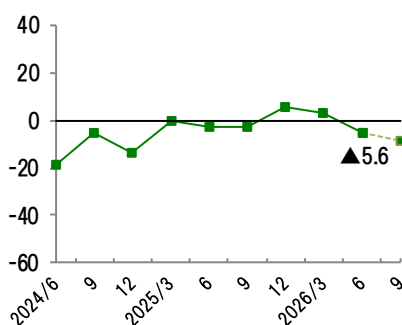


< 製造業の業種別 DI >

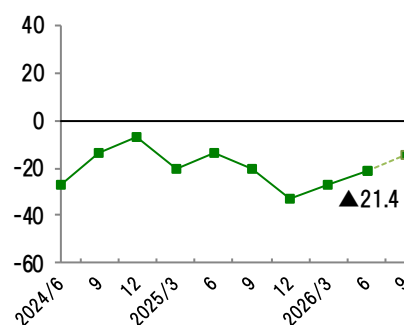
業況DIの推移 [繊維製品]



業況DIの推移 [機械部品]



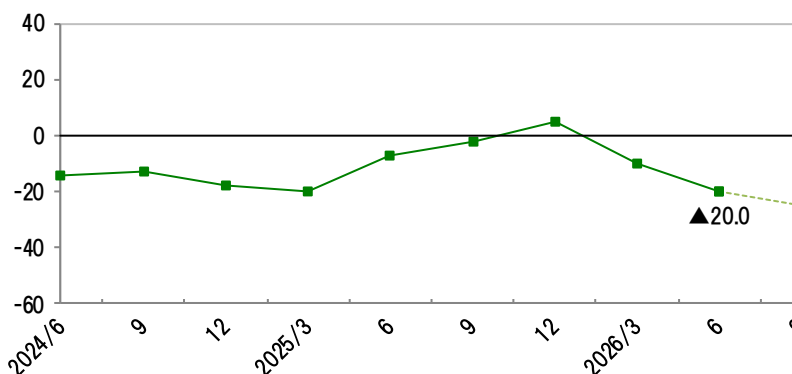
業況DIの推移 [紙加工品]



< 卸 売 業 >

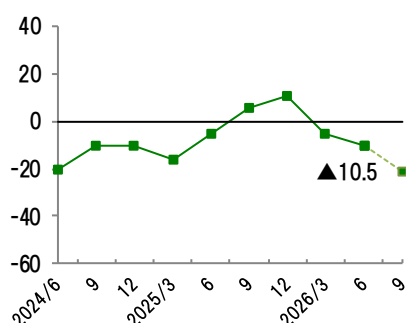
業種	2026 年 4-6 月（今回）業況		2026 年 7-9 月の見通し	
卸売業全体		「鋼材・伸銅品」「建築材料」において業況の悪化が見られたことから、全体の業況感は後退した。		悪化見通し
鋼材・伸銅品		悪化傾向、前回調査に続きマイナス圏で推移		悪化見通し
建築材料		悪化傾向、前回調査に続きマイナス圏で推移		同水準の見通し
家具・文具		前回調査に続きプラス圏で横ばい推移		同水準の見通し

業況DIの推移 [卸売業]

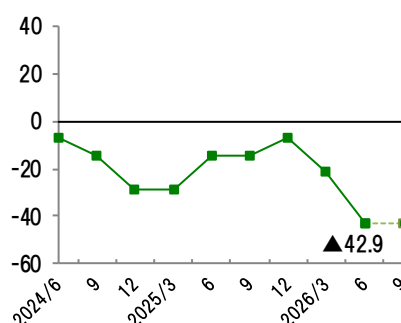


< 卸売業の業種別DI >

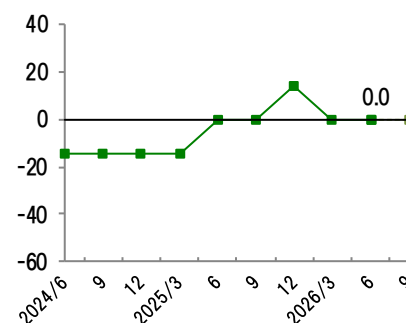
業況DIの推移 [鋼材・伸銅品]



業況DIの推移 [建築材料]



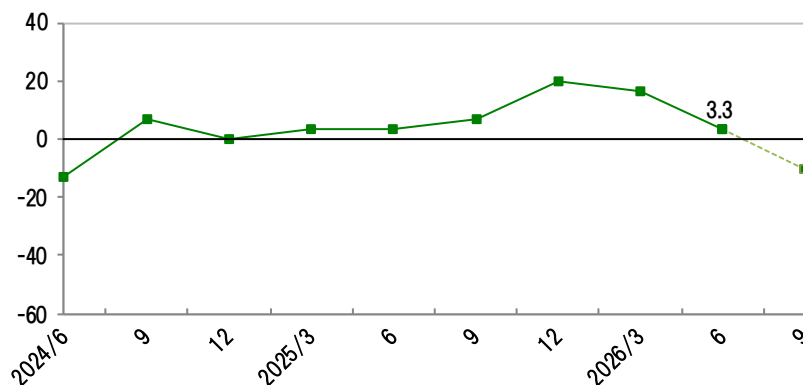
業況DIの推移 [家具・文具]



< 建 設 業 >

業種	2026 年 4-6 月（今回）業況		2026 年 7-9 月の見通し	
建設業		後退傾向ながら、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 [建設業]



■ 瀬戸・尾張旭地区

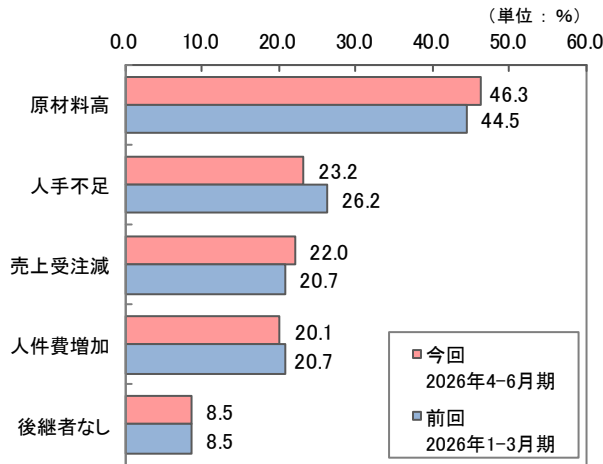
<経営上の問題点>

回答割合は「原材料高」が46.3%と最も高く、「人手不足(23.2%)」「売上受注減(22.0%)」と続いた。前回調査と比較すると、「原材料高」が1.8ポイント上昇した一方「人手不足」が3.0ポイント低下した。

<設備投資の動き>

「実施あり」は4.9%(前回比-0.6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4.9%(今回比±0)と今回同様の予想となった。

<経営上の問題点>



※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

<設備投資の動き>

(単位: %)

	前回 2026年 1-3月期	今回 2026年 4-6月期	見通し 2026年 7-9月期
実施あり	5.5	4.9	4.9
土地	33.3	12.5	0.0
建物	33.3	62.5	12.5
機械の新設	22.2	25.0	62.5
機械の更改	44.4	25.0	37.5
その他	0.0	0.0	25.0
実施なし	94.5	95.1	95.1

※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

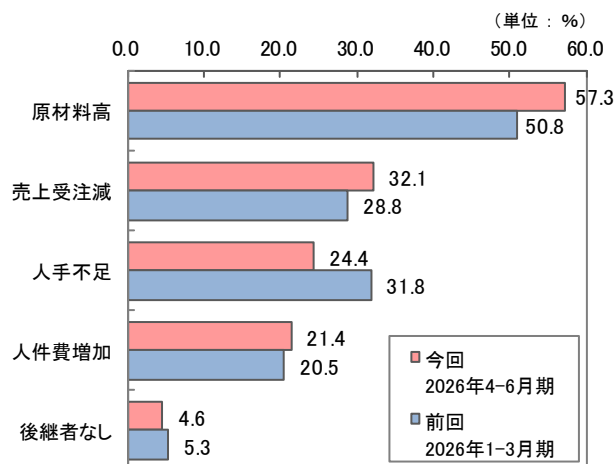
<経営上の問題点>

回答割合は「原材料高」が57.3%と最も高く、「売上受注減(32.1%)」「人手不足(24.4%)」と続いた。前回調査と比較すると、「原材料高」が6.5ポイント、「売上受注減」が3.3ポイントそれぞれ上昇した一方、「人手不足」が7.4ポイント低下した。

<設備投資の動き>

「実施あり」は5.3%(前回比+0.8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3.1%(今回比-2.2ポイント)と今回を下回る予想となった。

<経営上の問題点>



※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

<設備投資の動き>

(単位: %)

	前回 2026年 1-3月期	今回 2026年 4-6月期	見通し 2026年 7-9月期
実施あり	4.5	5.3	3.1
土地	0.0	14.3	0.0
建物	0.0	14.3	75.0
機械の新設	33.3	28.6	0.0
機械の更改	50.0	42.9	25.0
その他	16.7	14.3	25.0
実施なし	95.5	94.7	96.9

※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】
中小企業における価格転嫁について

原材料費や人件費の上昇が続くなか、収益確保等に向けた価格転嫁が重要となっている。そこで今回は中小企業を対象に、円滑な価格交渉・価格転嫁、直面する課題等についてアンケートを行った。

＜調査対象先＞ 当金庫取引先 295 社

愛知県 720 社 全国 12,927 社（愛知県、全国は信金中央金庫の調査によるもの）

1. 原材料・仕入価格上昇分の販売価格への転嫁度合い

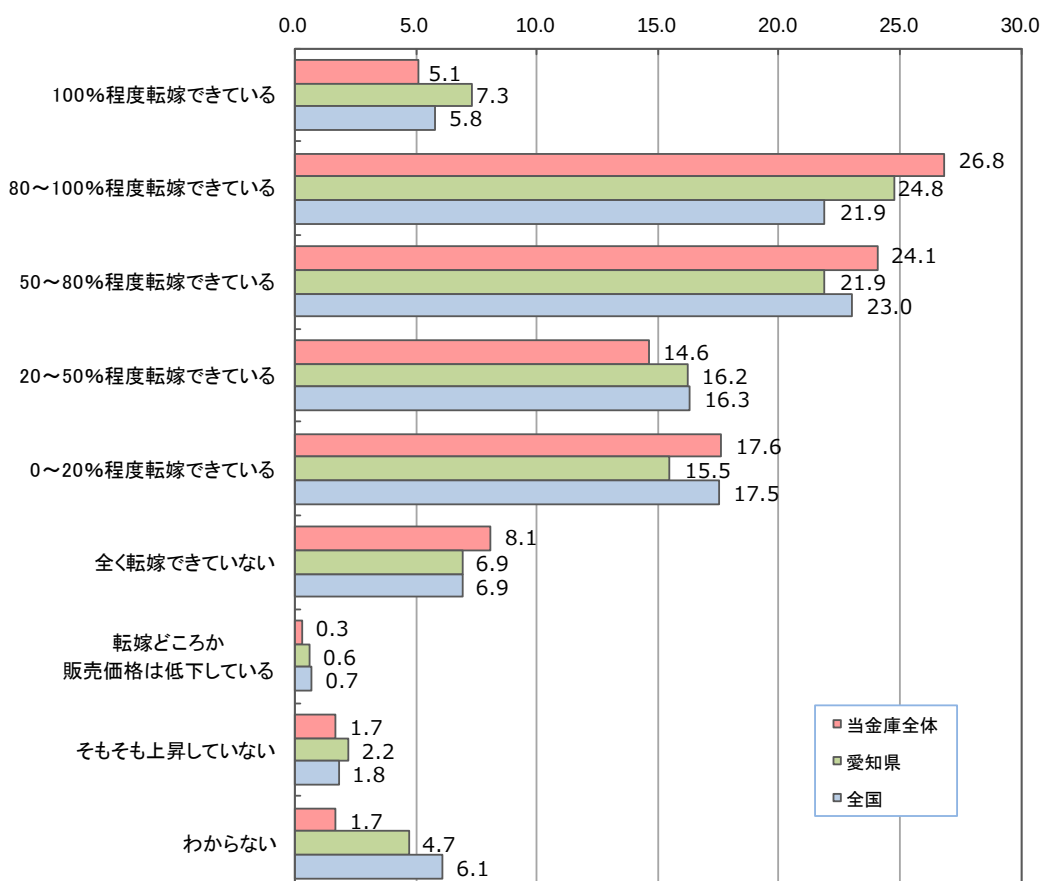
■当金庫全体

- ・ここ数年（2020 年ごろから）の原材料・仕入価格の上昇分について、「100%程度転嫁できている」との回答割合は 5.1%にとどまった。
- ・「80～100%程度転嫁できている」との回答割合が 26.8%と最も高く、続いて「50～80%程度転嫁できている」が 24.1%と、5割超の企業が何らかの価格転嫁を実施している結果となった。
- ・一方、「全く転嫁できていない」の回答割合が 8.1%と、転嫁の進捗度合いには差が見られる結果となった。

■愛知県・全国

- ・ここ数年（2020 年ごろから）の原材料・仕入価格の上昇分について、「100%程度転嫁できている」との回答割合が愛知県 7.3%、全国 5.8%となった。
- ・愛知県は当金庫全体同様、「80～100%程度転嫁できている（24.8%）」との回答割合が最も高かった一方、全国は「50～80%程度転嫁できている（23.0%）」との回答割合が最も高かった。
- ・一方、「全く転嫁できていない」との回答割合は、愛知県・全国（ともに 6.9%）が当金庫全体（8.1%）を下回った。

■原材料・仕入価格上昇分の販売価格への転嫁度合い（単位%）



2. 労務費・人件費上昇分の販売価格への転嫁度合い

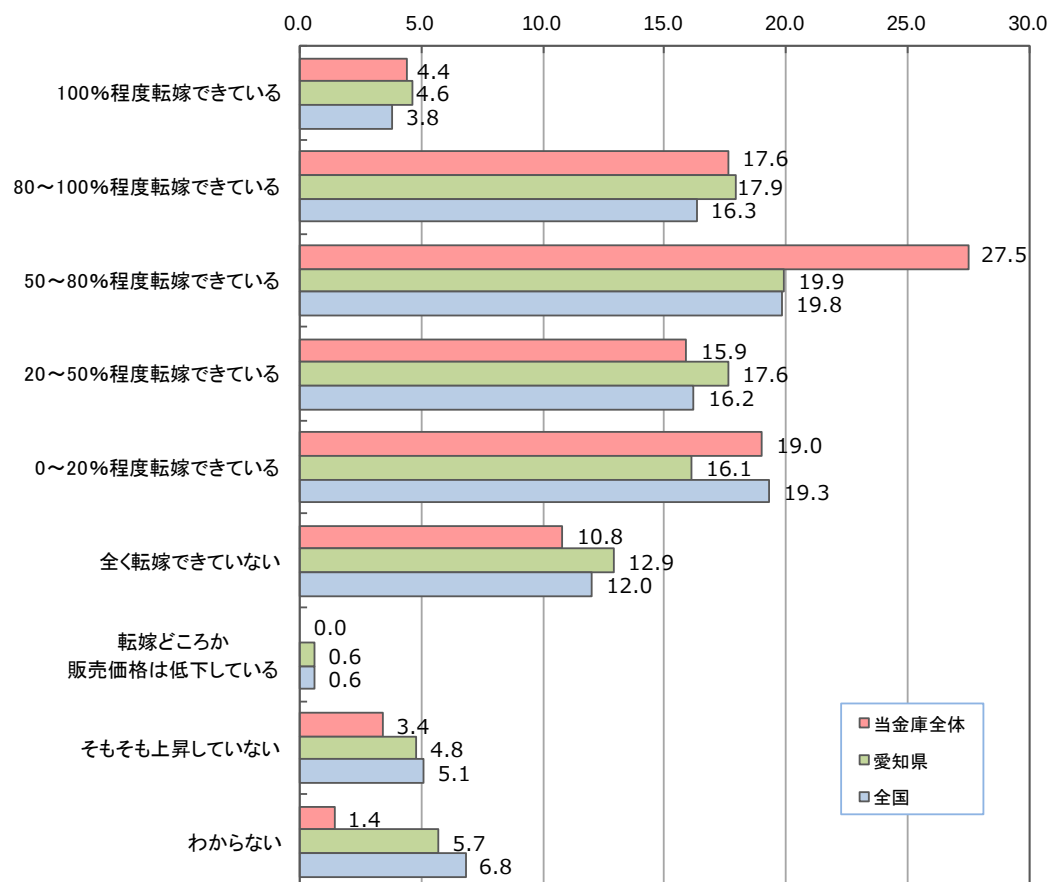
■当金庫全体

- ・ここ数年(2020 年ごろから)の労務費・人件費の上昇分について、「100%程度転嫁できている」との回答割合は4.4%にとどまった。
- ・「50～80%程度転嫁できている」との回答割合が27.5%と最も高く、「0～20%程度転嫁できている」が19.0%、「80～100%程度転嫁できている」が17.6%と僅差で続く結果となった。
- ・一方、「全く転嫁できていない」の回答割合が10.8%と、原材料等上昇分と同様に転嫁の進捗度合いには差が見られる結果となった。

■愛知県・全国

- ・ここ数年(2020 年ごろから)の労務費・人件費の上昇分について、「100%程度転嫁できている」との回答割合は愛知県4.6%、全国3.8%となった。
- ・愛知県・全国ともに「50～80%程度転嫁できている(愛知県19.9%、全国19.8%)」との回答割合が最も高かったものの、当金庫全体と比較すると低い水準にとどまった。
- ・次に、愛知県は「80～100%程度転嫁できている(17.9%)」、「20～50%程度転嫁できている(17.6%)」、全国は「0～20%程度転嫁できている(19.3%)」、「80～100%程度転嫁できている(16.3%)」と続き、それぞれ順位に違いが見られる結果となった。
- ・一方、「全く転嫁できていない」の回答割合は愛知県12.9%、全国12.0%となった。

■労務費・人件費上昇分の販売価格への転嫁度合い (単位%)



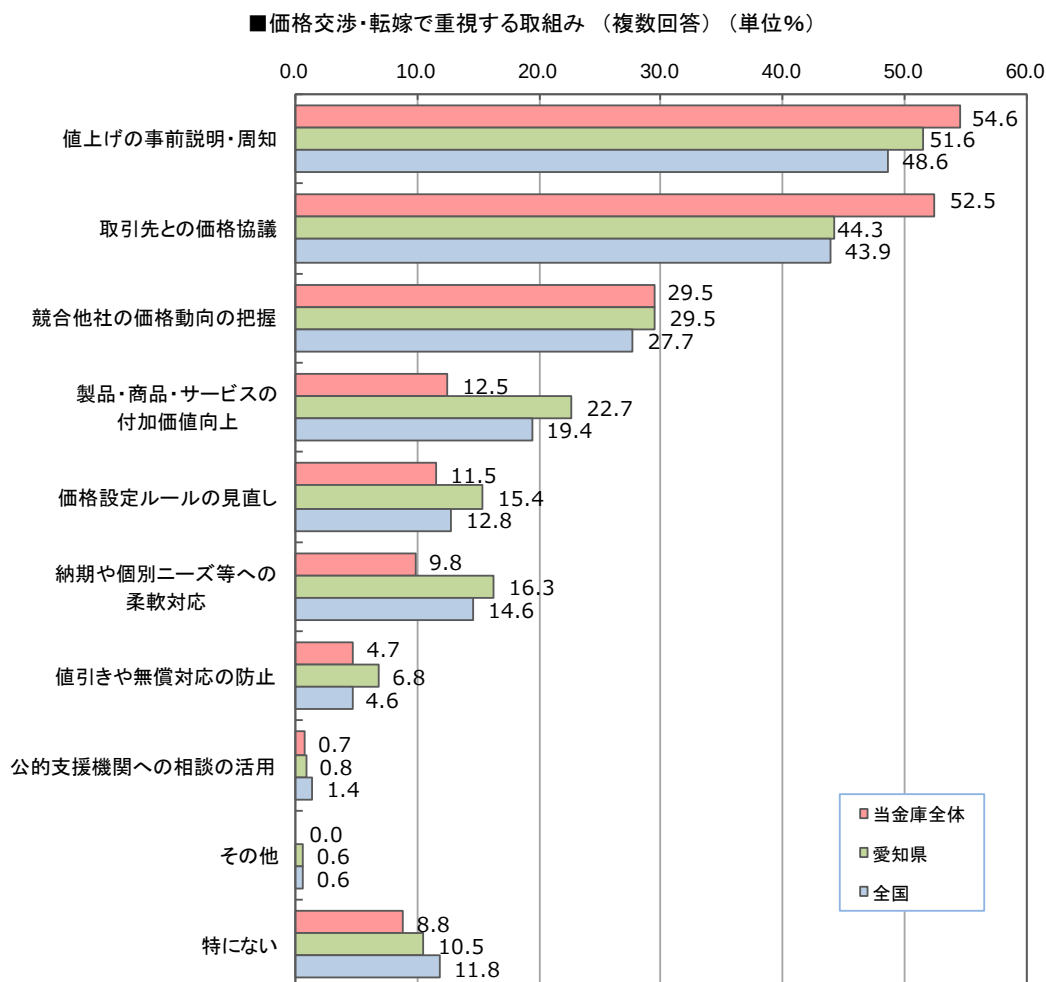
3. 価格交渉・転嫁で重視する取組み(複数回答)

■当金庫全体

- ・価格交渉・転嫁で重視する取組みについて、「値上げの事前説明・周知」との回答割合が 54.6%、「取引先との価格協議」が 52.5%と、取引先等への対応を重視する企業が多いことが窺える結果となった。
- ・次に、「競合他社の価格動向の把握」との回答割合が 29.5%、「製品・商品・サービスの付加価値向上」が 12.5%、「価格設定ルールの見直し」が 11.5%と続いた。
- ・一方、「特にない」との回答割合は 8.8%となった。

■愛知県・全国

- ・価格交渉・転嫁で重視する取組みについて、「値上げの事前説明・周知」との回答割合が愛知県 51.6%、全国 48.6%、「取引先との価格協議」が愛知県 44.3%、全国 43.9%と、ともに当金庫全体を下回る水準となった。
- ・愛知県は当金庫全体・全国と比較すると、「製品・商品・サービスの付加価値向上」、「価格設定ルールの見直し」、「納期や個別ニーズ等への柔軟対応」の割合が高い結果となった。
- ・一方、「特にない」との回答割合は愛知県 10.5%、全国 11.8%となった。



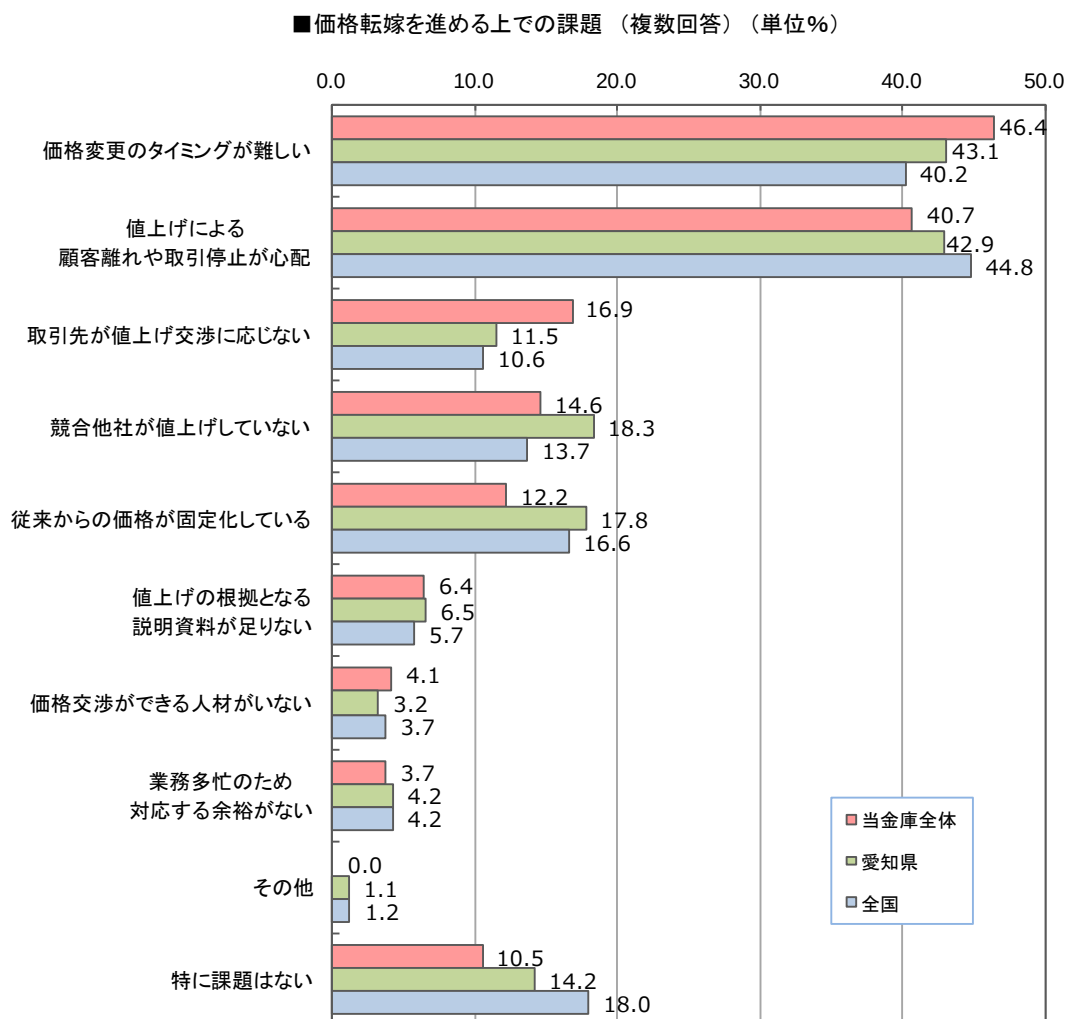
4. 価格転嫁を進める上での課題(複数回答)

■当金庫全体

- ・価格転嫁を進める上での課題について、「価格変更のタイミングが難しい(46.4%)」、「値上げによる顧客離れや取引停止が心配(40.7%)」との回答割合が高い結果となった。
- ・次に、「取引先が値上げ交渉に応じない(16.9%)」、「競合他社が値上げしていない(14.6%)」、「従来からの価格が固定化している(12.2%)」と、企業における課題は多様化していることが窺える結果となった。
- ・一方、「特に課題はない」との回答割合は 10.5%となった。

■愛知県・全国

- ・価格転嫁を進める上での課題について、「価格変更のタイミングが難しい」との回答割合が愛知県 43.1%、全国 40.2%と、当金庫全体と比較すると低い水準にとどまった。
- ・次に、愛知県は「値上げによる顧客離れや取引停止が心配(42.9%)」、「競合他社が値上げしていない(18.3%)」と続いた。
- ・全国は「値上げによる顧客離れや取引停止が心配(44.8%)」との回答割合が最も高く、次に「価格変更のタイミングが難しい(40.2%)」、「従来からの価格が固定化している(16.6%)」と続いた。
- ・一方、「特に課題はない」との回答割合は、愛知県 14.2%、全国 18.0%と、ともに当金庫全体を上回る結果となった。



5. 行政に重視してほしい価格転嫁支援策（複数回答）

■当金庫全体

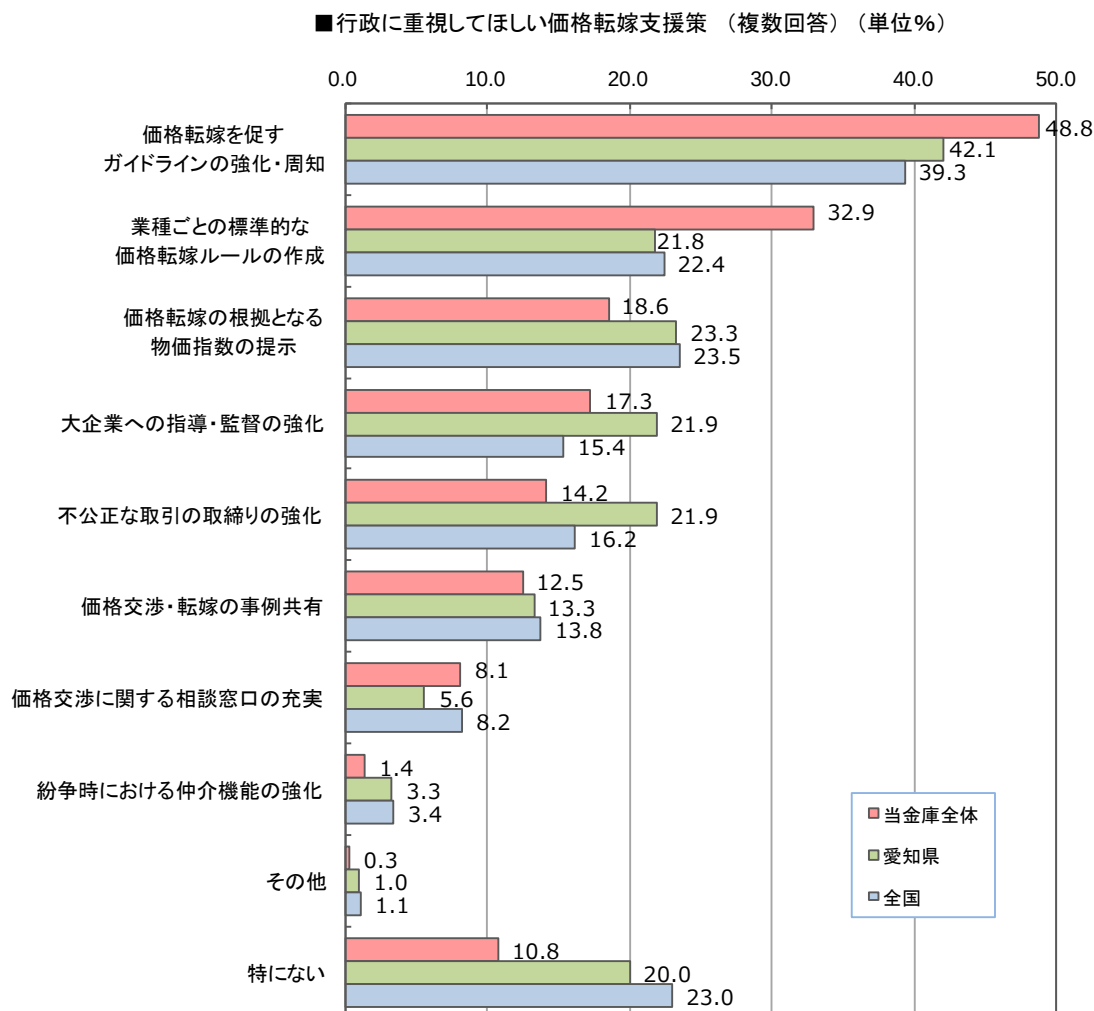
・円滑な価格交渉・価格転嫁を進める上で行政に重視してほしい取組みについて、「価格転嫁を促すガイドラインの強化・周知」との回答割合が 48.8%と最も高く、「業種ごとの標準的な価格転嫁ルールの作成（32.9%）」、「価格転嫁の根拠となる物価指数の提示（18.6%）」、「大企業への指導・監督の強化（17.3%）」、「不公正な取引の取締りの強化（14.2%）」、「価格交渉・転嫁の事例共有（12.5%）」と続いた。

■愛知県・全国

・円滑な価格交渉・価格転嫁を進める上で行政に重視してほしい取組みについて、「価格転嫁を促すガイドラインの強化・周知」との回答割合が愛知県 42.1%、全国 39.3%と最も高く、当金庫全体と比較すると低い水準にとどまった。

・次に、愛知県・全国ともに「価格転嫁の根拠となる物価指数の提示（愛知県 23.3%、全国 23.5%）」が続いた。

・愛知県は当金庫全体・全国と比較すると、「大企業への指導・監督の強化」、「不公正な取引の取締りの強化」の割合が高い結果となった。



企業景気動向調査 No.193

愛知県瀬戸市東横山町 119 番地の 1



総合企画部

2026 年 7 月発行