

# 浜松景気ウォッチャー調査の結果について

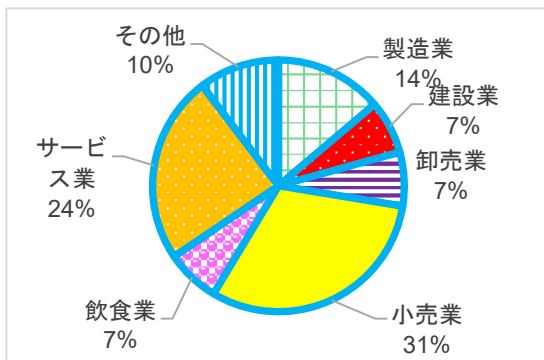
2025年11月期調査結果（2025年12月発表分）

浜松商工会議所

## 調査趣旨

浜松商工会議所では、浜松地域の業況と業界動向、地域における問題点を把握するため、2025年度景気ウォッチャー調査員（64名）を対象に、WEBアンケート調査を行いました。

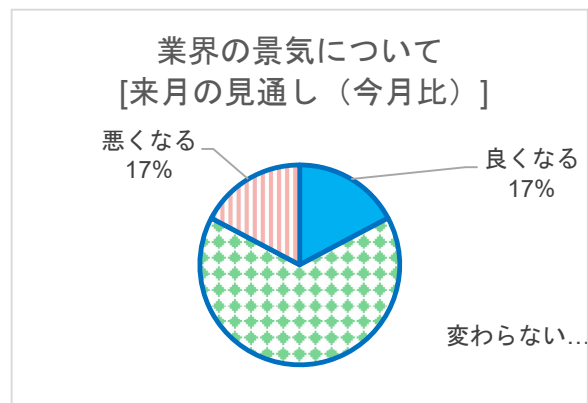
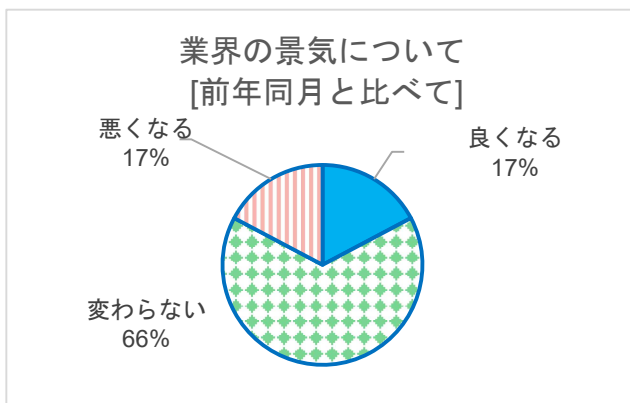
業種	回答者数	構成比
製造業	4	13.8%
建設業	2	6.9%
卸売業	2	6.9%
小売業	9	31.0%
飲食業	2	6.9%
サービス業	7	24.1%
その他	3	10.3%
計	29	100%



## 調査結果のポイント

### <景況>

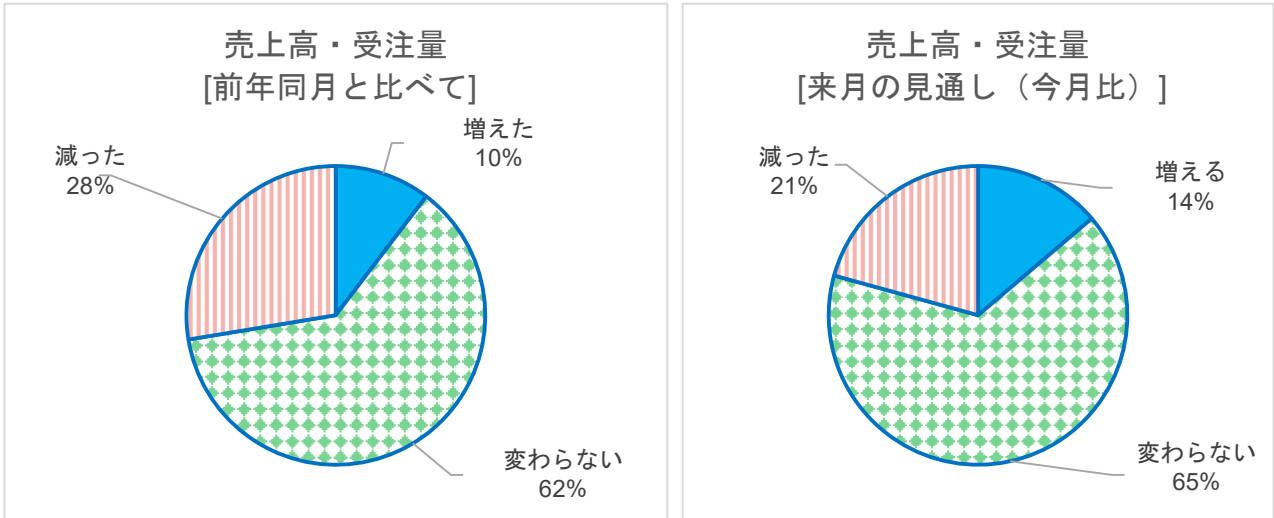
- ・2025年10月の業界の景況について、前年同期と比較して、「よくなった」が17.2%、「変わらない」が65.5%、「悪くなった」が17.2%となりました。
- ・2025年11月以降の見通しについて、前月と比較して、「よくなる」が17.2%、「変わらない」が65.5%、「悪くなる」が17.2%となりました。



<売上高・受注>

・2025年10月の売上高・受注に関して、前年同期と比較して「増えた」が10.3%、「変わらない」が62.1%、「減った」が27.6%となりました。

・2025年11月以降の見通しについて、前月と比較して、「増える」が13.8%、「変わらない」が62.1%、「減る」が27.6%となりました。



【景気動向DI (毎月版)】

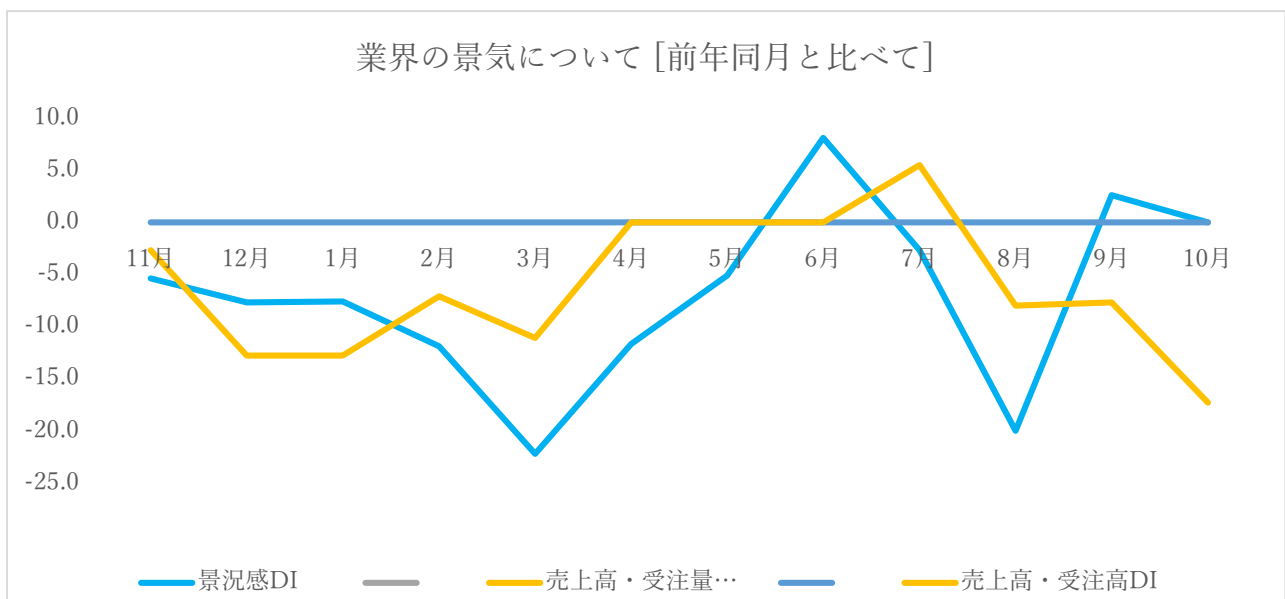
<概要>

景気ウォッチャー調査員64名を対象に、前年同月比・来月の見通しの業況判断、売上高・受注高のDI値※を、毎月ごとに算出する景気動向調査です。

※DI (ティフュージョン・インデックス) …前年同月比または前期比で「よくなった (よくなる)」と「悪くなった (悪くなる)」と回答した企業比率を引いた数値。

⇒0より上ならば「よくなった (よくなる)」と回答した人が「悪くなった (悪くなる)」と回答した人が多いことを意味します。

2024年11月からの景況感と売上高・受注高 (前年同月比) は下記の通りです。



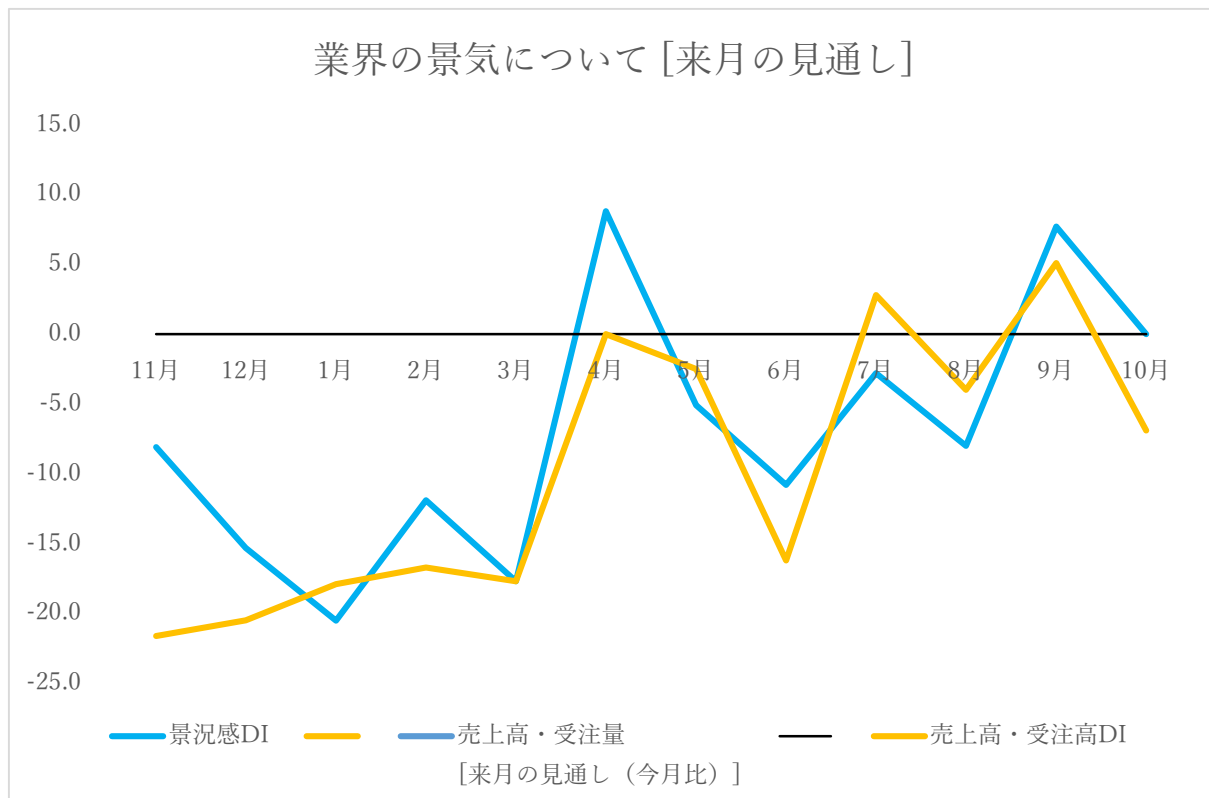
業界の景気について [前年同月と比べて]

	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
景況感DI	-5.4	-7.7	-7.6	-11.9	-22.2	-11.7	-5.1	8.1	-2.7	-20.0	2.6	0.0

売上高・受注量 [前年同月と比べて]

	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
売上高・受注高DI	-2.7	-12.8	-12.8	-7.1	-11.1	0.0	0.0	0.0	5.5	-8.0	-7.7	-17.3

2024年11月からの景況感と売上高・受注高（来月の見通し）は下記の通りです。



業界の景気について  
[来月の見通し(今月比)]

	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
景況感DI	-8.1	-15.3	-20.5	-11.9	-17.7	8.8	-5.1	-10.8	-2.8	-8.0	7.7	0.0

売上高・受注量  
[来月の見通し(今月比)]

	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
売上高・受注高DI	-21.6	-20.5	-17.9	-16.7	-17.7	0.0	-2.5	-16.2	2.8	-4.0	5.1	-6.9

【調査対象者のコメント】

業種区分	最近の経営環境で影響を感じたこと
	<p>①最近の仕入や原材料、光熱費の値上がりについて、どのような影響を感じていますか？また、どのような対応や工夫をされていますか？</p> <p>②この1か月の売上や客数など、商売の状況はいかがでしたか？</p> <p>③このところの商売や地域の動きで、「気になる」「変わってきた」と感じるものがあれば教えてください。</p>
鉄骨工事業	① 価格転嫁も難しいため、生産性を上げるための検討をしている。
鋳材(卸)	最近値上がりが落ち着いてきたので、影響は少なくなった。
鉄材料(販)	仕入れ価格は高止まり。少量販売なので、価格転嫁に大きな影響はない。
警備業	原材料・光熱費等の値上がりについての請負単価のアップの交渉については、一部ご理解いただけるものはありますが、十分とはいえない。
社会保険労務士	製造業で正規社員の求人を出しているが、60歳以上の応募者の割合が多く、若い世代の中途応募者は少ない。
社会保険労務士	経費削減については Windows10 の中古 PC を購入し 11 へアップしたため、1台3万円台に抑える事ができた。
ディスプレイ業	物価高はまだ上昇傾向なので、取引先にも理解頂けるよう通達している。
茶(加・小)	既存商品の値上げは難しく、新メニューとして単価が高い商品構成を増やす取組をしている。お客様も値上げによる生活費の圧迫から、外食の回数が減っているようにも感じるため、イベント性や独自性を増やした取組も強化中。

木製品(製)	価格に反映させることとする。そうしないと日本人の価格に対する意識が変わっていかないと思う。
サッシ・ドア(製)	相変わらず受注量は少ない。決まっても納期が短かく厳しい。
玩具(販)	最近の仕入れや原材料、そして光熱費の急激な値上がりについて、経営への影響を非常に強く感じる。
家庭電化製品(販)	工事部材が値上がりしているの、工事費の見直しを行ない、新しい料金で工事を行なっている。
事業協同組合(青果)	毎月のように原材料が値上がりしているため、販売価格を値上げした。
事業協同組合(機械)	自動車サプライチェーンにおけるネクスperia半導体の影響が数か月続く。
事業協同組合(鉄)	光熱費は新電力に切り替えた。毎年新しい新電力の会社にシフトするか検討している会社が増えている。
事業協同組合(ものづくり)	価格転嫁は比較的できている。
事業協同組合(鍍金)	価格転嫁の難しさを感じる。
梱包資材(卸)	円安がまた進んでおり更なる値上げを懸念している。都度価格を改定している。
鉄骨工事業	② 昨年と比較して、業界全体の仕事量が減っている。
鋳材(卸)	固定客があり販売をしているが、売り上げは落ちている。
鉄材料(販)	客数はかなり減った。
警備業	公共工事の繁忙が本格的になり、前月に比べ忙しくなった。
社会保険労務士	産後パパ育休の申請が急増して対応に追われた。
ディスプレイ業	今月は繁茂期の為、前年同月より売上増加となった。
茶(加・小)	飲食店としては、とても落ち着いている。
木製品(製)	他の月と変わらず、安定していた。
サッシ・ドア(製)	夏に受注が集中したため、一息感があった。先行きは相変わらず悪い。
玩具(販)	来店客数、通販の落ち込みが感じられた。
家庭電化製品(販)	この1ヵ月は、前年同月、先月、に比べて売上や客数は減少した。
事業協同組合(石油)	物価高に影響された買い控えにより、前年及び前月と比べ売上が減少した。
事業協同組合(機械)	米国関税が落ち着いたが半導体不足。
事業協同組合(鉄)	トランプ政権による関税の影響がどのように出てくるか様子見姿勢である。
事業協同組合(ものづくり)	横ばいが多い。
事業協同組合(鍍金)	変わらない。
塗料(卸)	落ち着いた時期。
梱包資材(卸)	個別のお客様の売上が突発で発生するも、全体としては落ち込み傾向。
鋳材(卸)	③ 工作機や木工機などの製造機械やプレス型の受注が減少している。
鉄材料(販)	お客様となる自動車修理工場や板金塗装屋、二輪販売店の来客がとても少ない。先方の客数も減っているのか？
税理士	土日祝日でもシャッターが閉まっているお店が多くなった。
警備業	警備業では、他県からの参入が多くなった。
社会保険労務士	来月で現行の健康保険証が終わるのは大きな変化だと感じている。
ディスプレイ業	コストを抑えることに重点を置かれている感じ。
茶(加・小)	お客様は値上げに対して反発はなくなり、当たり前と感じ取るようになったが、気軽に追加オーダーは減り、目的がはっきりした上でご来店されている。

木製品(製)	海外からの需要が増えている。
玩具(販)	業界最大手メーカーによる、昨年から6月までに順次実施された価格改定の影響が、ここの所顕在化してきている。
家庭電化製品(販)	お客様の高齢化による、商品購入マインドの低下を感じる。
事業協同組合(機械)	物価上昇の速度に追いつくほど賃金の上昇が行われない中小企業には、財源がない。
事業協同組合(鉄)	稼ぐ力、活性化とはいうものの様子見姿勢。
梱包資材(卸)	より安く購入できる方法や企業を探す傾向を強く感じる。
建築設計業	自社 HP のページアクセスを検索サイトでの順位を参考にしているが、最近では AI からの流入が増えており、自分自身も調べ物をする時に AI を使うことが多くなった。

以 上