

令和8年2月25日 発表

中小企業月次景況調査結果

令和8年1月分

～令和8年1月 データから見た業界の動き～

令和8年2月25日 発表

製造業では売上高D.Iが大きく上昇
物価高を背景とした消費低迷と収益悪化が経営を圧迫



山梨県中小企業団体中央会

〒400-0035 山梨県甲府市飯田2-2-1

TEL 055-237-3215

FAX 055-237-3216

<http://www.chuokai-yamanashi.or.jp/>

令和8年2月25日 発表

製造業では売上高D.Iが大きく上昇 物価高を背景とした消費低迷と収益悪化が経営を圧迫

■概況

1月の県内景況のD.I値は、製造業・非製造業をあわせた全体で

売上高 ▲4 ポイント (前年同月比 18 ポイント ↗)

収益状況 ▲24 ポイント (前年同月比 8 ポイント ↘)

景況感 ▲12 ポイント (前年同月比 10 ポイント ↗)

となり、売上高・景況感D.I値が前年同月を上回った。

業種別で、製造業では…

売上高 +5 ポイント (前年同月比 45 ポイント ↗)

収益状況 ▲25 ポイント (前年同月比 10 ポイント ↘)

景況感 ▲10 ポイント (前年同月比 10 ポイント ↗)

「半導体関連では1月後半からリポート品の注文が増加。医療、防衛分野も動きがみられる（電気機械器具製造業）」と、成長産業分野は堅調に推移している。また、「確認申請が遅れていた物件が徐々に出始めたほか、公共物件が好調（木材・木製品製造業）」のほか、骨材・石工品等製造業からも売上増加の報告があり、幅広い業種で受注・需要の改善がみられ売上高・景況感D.I値はともに上昇した。

一方で、「一部地域で10%～30%程度の値上げを実施（砂利）」と価格転嫁の動きは一部で見られるものの、「コスト増加分が販売価格に十分反映できていない（酒類製造業）」を例に業種間でばらつきがみられ、なお十分とはいえない。原材料価格や各種コストの上昇が続く中、収益確保に加え人材確保のための賃上げも求められていることから、「行政に対し積算単価見直しの要望活動を展開している（山砕石）」のように、今後も継続的な価格転嫁に向けた取組が重要となる。

一方、非製造業では…

売上高 ▲10 ポイント (前年同月比 ±0 ポイント →)

収益状況 ▲23 ポイント (前年同月比 6 ポイント ↘)

景況感 ▲13 ポイント (前年同月比 10 ポイント ↗)

「物価高の影響で耐久消費財の買い替えが進んでいない（電気機械器具小売業）」「余暇の出費控えが見られる（宿泊業）」など、小売業や観光業を中心に物価高を背景とした消費マインドの低迷による売上減少が続いている。また、「スキー関連の利用が前年の3分の1まで減少（道路旅客運送業）」「成人式後は来店客数が大幅に減少（美容業）」との報告もあり、季節要因による需要の押し上げ効果も限定的であった。一方で、「金の価格上昇により地金需要が高まり、地金製品の売れ行きが好調（ジュエリー製品卸売業）」と投資を目的とした需要は堅調であり、非製造業全体として売上高D.I値は前年同月と同水準で推移した。

収益面では、「ガソリン暫定税率廃止に伴い税率を上回る小売価格の引き下げが進み各SSの収益を圧迫（ガソリンスタンド）」と、国の施策が思わぬ価格競争を生んだ影響もあり収益状況D.I値は低下した。

建設業では、「人件費や材料費など建築コストの上昇を背景に不調となる物件も目立つ（型枠大工工事業）」など、受注環境の厳しさが続いている。

国内で消費低迷が続く中、「冬の閑散期は新たな宿泊プランの提案などにより集客につなげていきたい（宿泊業）」を例に、事業者は需要喚起に向けた対策を模索している。宝飾業界では1月に幕張メッセで行われた国際宝飾展に参加したほか、酒類製造業では「2月はロンドンプロモーション、3月末にはマスター・オブ・ワイン30名の来県と、世界を舞台に山梨ワインを売り込むためのイベントが予定されている」として、県産品の海外需要拡大に向けた動きもみられる。

中央会では、厳しい経営環境を乗り越えるため、専門家派遣や講習会等を活用した支援を強化しています。お気軽にご相談ください。

業界からのコメント

● 製造業

食料品 (洋菓子製造業)	前年同月と比べ売上は1.9%増加したものの、チョコレートや卵など主要原材料の価格上昇が続き、収益状況は悪化している。一方で、メディアでの放映をきっかけに消費者からの反響も見られ、宣伝効果による今後の売上への貢献を期待している。
食料品 (パン・菓子製造業)	昨年11月頃から売上が低迷しており、1月の売上は前年同月と比べ85%と減少した。今後は売上・利益の増加を目指し、新商品の企画製造や積極的な営業活動に取り組む。
食料品 (酒類製造業)	酒類離れが進む中、長期的には販売数量の増加は見通せず、在庫が増えているワイナリーもある。一方で、今年是天候に恵まれ品質の良いブドウが収穫できたことから、上質なワインの生産が想定され、販売数量の一定の改善が期待される。県との協働により、2月はKOJ（甲州ワインEU輸出プロジェクト）によるロンドンプロモーション、3月末にはマスター・オブ・ワイン30名の来県と、世界を舞台に山梨ワインを売り込むためのイベントが予定されている。これらを契機として、今後の需要拡大に繋がることが期待される。
繊維・同製品 (織物)	食料品の値上げは一服感がみられるものの物価は高止まりしており、消費者の節約志向は依然として根強い。
繊維・同製品 (織物)	ガソリン税の暫定税率廃止に伴い家計の負担が僅かに和らいだ一方、物価高による消費マインドの縮小を感じる。
木材・木製品製造	住宅は低調であるものの確認申請が遅れていた物件が徐々に始まったほか、公共物件が好調に推移したことで、売上・景況感ともに好転した。
窯業・土石 (砂利)	早川地区を中心に10%～30%程度の値上げが行われたことにより、前年同月と比べ売上は10%増加、収益状況は5%好転した。足元では収益の改善がみられるものの、今後も賃金アップや人材確保への対応が求められることから、全域的に値上げが続くと予想される。
窯業・土石 (山砕石)	前年同月と比べ売上が12%増加した。人件費や燃料費等の高騰に見合ったさらなる値上げのために、地道な折衝を継続するとともに、関係業界の先頭に立って状況の説明を行うなど、行政に対し積算単価見直しの要望活動を展開している。
鉄鋼・金属 (金属製品製造業)	昨年より休日が多かったことから、前年同月と比べ売上は▲3%となった。
一般機器 (業務用機械器具製造業)	12月は業界全体の受注量は僅かに改善傾向であったが、1月は休日が多かったこともあり減少し、前年同月と比べ売上は▲20%、景況感は▲15%となった。2月以降も厳しい状況が続く見通し。
電気機器 (電気機械部品加工業)	変圧器の規格変更に伴う長納期化や高額化が受注に影響を及ぼしており、前年同月と比べ売上は▲40%、収益状況は▲15%となった。
電気機器 (電気機械部品加工業)	半導体業界では1月後半から停滞していたレポート品の注文が増加し、組合全体では前年同月と比べ売上・景況感ともに15%好転した。一方で、業界内では企業間でばらつきがみられ、本格的な回復にはなお時間を要するとの見方が多い。医療、防衛関連分野では動きがみられるものの、同分野に参入している企業は限られていることから、組合全体への影響は小さい。
宝飾 (研磨)	1月は幕張メッセで国際宝飾展（IJT）が開催されたものの、売上は前年同月と同水準で推移した。
宝飾 (貴金属)	地金高騰の影響で、前年同月と比べ売上・収益状況ともに▲50%となった。先行きについても不透明な状況が続いている。

● 非製造業

卸売 (塗料)	前年同月と比べ売上は▲20%、収益状況は▲10%となった。物価高に所得の伸びが追い付かず、全体的に消費活動の低迷がみられる。
卸売 (ジュエリー)	金、プラチナの価格が過去最高を記録している。通貨価値の低下を背景に、世界通貨とされる金の価格上昇が報じられたことで、消費者間では現金資産を金に換える動きが強まり地金需要が高まっている。宝飾業界では地金製品の売れ行きが好調で、前年同月と比べ売上は10%増加した。1月の国際宝飾展（IJT）では、国内業者が金価格の安い時期に製造した在庫商品を買求める動きが目立ち、在庫量は減少した。一方で、今後製造する製品は価格が高騰し、販売の先行きは不透明な状況である。
小売 (青果)	降雨が少ない影響で、ほうれん草や小松菜等の地場野菜は生育が進まず市場への出荷が落ち込んだことから、前年同月と比べ売上は▲16.8%、収益状況は▲8%となった。キャベツも生育不良で、春野菜の播種も先行きが懸念される。
小売 (電気機械器具小売業)	前年同月と比べ売上は▲9%、収益状況は▲12%となった。一般家電製品の需要は数か月前から低調に推移しており、物価高の影響により耐久消費財の買い替えが進んでいないように感じる。
小売 (ガソリン)	昨年12月31日にガソリン暫定税率（25.1円）が廃止されたが、税率を上回る小売価格の引き下げが進んだことで各SSのマーゲインが圧迫されている。また、売上減少により資金繰りへの懸念も生じている。一方で、1月下旬から寒さが本格化したことから、灯油需要の増加が期待される。
商店街	前年同月と比べ売上は▲2%となり、全体的には小幅な減少にとどまったものの、仕入価格の上昇により利益確保が困難な状況にある。経費削減を含め、経営全般の見直しが求められている。
商店街	1月の商店街は例年同様、来街者数が少なく閑散とした状況が続いた。物価高騰の影響で来街者数は減少傾向にあり、個店の売上も落ち込んでいる。加えて、大月駅周辺に有料駐車場が乱立している影響で組合が運営する駐車場の利用者が減少、駐車場収益も低下している。
宿泊業	1月はビジネス・旅行需要ともに減少し、稼働率が大きく低下した。このため、閑散期を活用して館内メンテナンスを行う施設も見られた。例年2月まで続く冬の閑散期の集客は大きな課題であり、新たな宿泊プランの提案などにより集客につなげていきたい。
宿泊業	中国からの訪日観光客が減少していることに加え、物価上昇に対し消費者の所得が伸び悩んでいることから、余暇の出費控えが見られ、前年同月と比べ売上は▲0.3%となった。
美容業	成人式で一時的な需要増加は見られたものの、その後は来店客数が大幅に減少した事業所も多く、1月の売上は年間を通して最も厳しい水準となった。
一般廃棄物処理	近年、外国人が経営する金属類買い取りを主とする古物商が増加している。国は再生資源の国内利用を進めているものの、こうした事業者の多くは中国など海外へ輸出しており、海外ルートの高いマーゲインを背景に高値買取を行うため、当該事業を行う組合員の経営を圧迫している。 また、買い取られる物品には廃棄物の混入や複合製品が含まれる場合もあるが、組合員事業者は廃棄物処理業の許可を有しているため適正処理が可能である一方、当該古物商の多くは廃棄物処理の許可を持たず、適正処理が行われているが懸念される。さらに、再生金属価格の高騰を背景に盗難品取引が社会問題となっていることから、今後は関係機関や市町村と連携し、廃棄物の持続可能な適正処理の推進に取り組む必要がある。
警備業	天候に恵まれ、工事現場等の警備が順調に進んだことから、前年同月と比べ売上が8%増加した。また、契約単価の上昇により、販売価格も若干の改善がみられる。 人手不足が依然として深刻であり、高齢者の退職に採用が追い付かない状況が続いている。今後は、就労希望者への訴求を強化するとともに、大学・高校の新卒者を次世代の中核人材として育てるなど、今後は業界全体で人材確保・育成に取り組む必要がある。

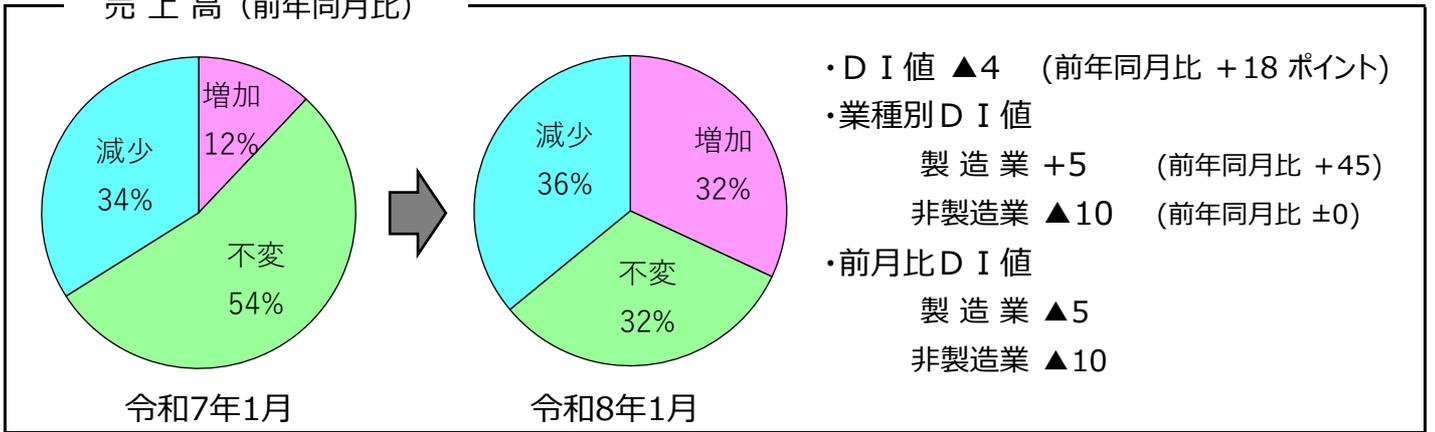
建設業 (総合)	1月の県内公共工事は前年同月比で件数は▲2.1%となったが、請負金額は33.9%増加した。1月末累計では、件数は▲5.3%となったが、請負金額は1.9%増加した。
建設業 (型枠)	<p>新年に入っても工事量は低調で、人件費や材料費の高騰を背景とした建築コストの上昇で不調となる物件も目立ち、前年同月と比べ売上は▲15%、景況感は▲20%となった。</p> <p>建築コスト削減のためRC造からS造や木造に変更されるケースも増えており、業界にとっては厳しい環境が続いている。加えて型枠工の就業者数は現在約4万人と、10年前と比べて2割減少しており、高齢化による離職も進んでいる。一方で技能習得には10年程度を要するため、今後工事量が回復した場合でも職人不足を補うことは難しいことが見込まれる。</p>
建設業 (鉄構)	有力取引先を持つ工場では手持ち工事量が多い一方、有力取引先を持たない工場は仕事量の低迷が続いており、前年同月と比べ売上は▲10%、景況感は▲12%となった。こうした偏りを背景に、工場間で仕事の融通を行い調整を図るケースも散見される。
設備工事 (管設備)	国土交通省発表による最新の山梨県内の住宅着工件数は、前年同月比で若干の増加となった。一方、着工床面積は前年同月を下回っており、工場や倉庫などの投資は低調である。
運輸 (バス)	日中関係の悪化を背景にインバウンド需要は減少傾向にあり、スキー関連の利用も前年の3分の1まで落ち込んでいる。この影響により前年同月と比べ売上・収益状況ともに▲10%となった。
運輸 (トラック)	燃料価格は落ち着きつつあるが、物価高は依然として続き、物量は低迷している。運賃は僅かに上昇傾向にあるが、ドライバーの賃金への転嫁は進んでいない。年度末に向けても収益状況の改善は見込めない。

■ 対前年同月比及び前月比景気動向D I 値 (好転又は増加の割合から、悪化又は減少の割合を引いた値)

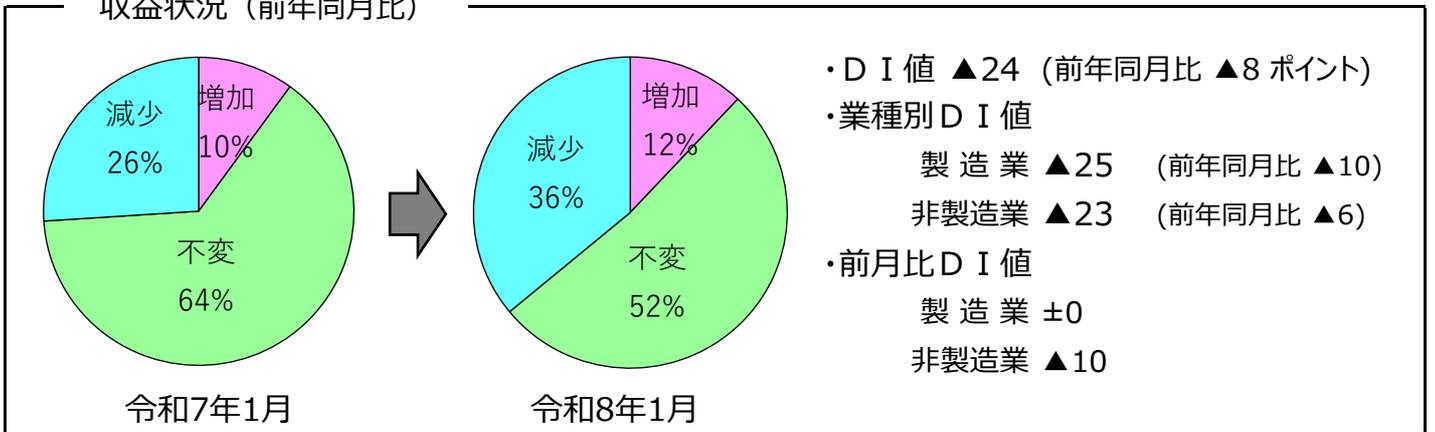
対前年・前月・当月	製造業			非製造業			合計		
	2025年1月	2025年12月	2026年1月	2025年1月	2025年12月	2026年1月	2025年1月	2025年12月	2026年1月
売上高	▲ 40	10	5	▲ 10	0	▲ 10	▲ 22	4	▲ 4
収益状況	▲ 15	▲ 25	▲ 25	▲ 17	▲ 13	▲ 23	▲ 16	▲ 18	▲ 24
景況感	▲ 20	▲ 20	▲ 10	▲ 23	▲ 13	▲ 13	▲ 22	▲ 16	▲ 12

※((良数値÷対象数) ×100) - ((悪数値÷対象数)×100) = D.I値

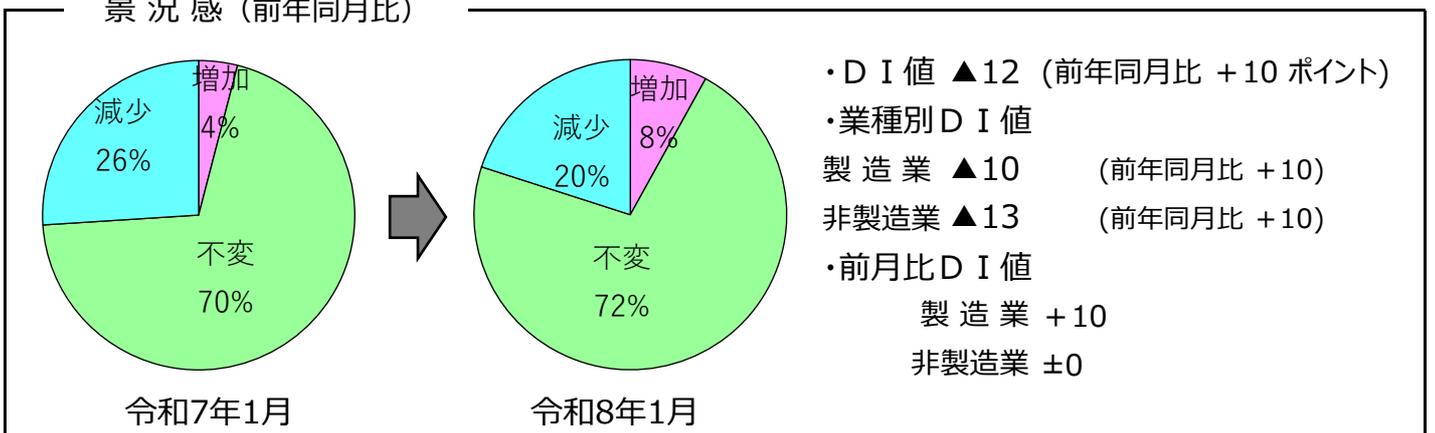
売上高 (前年同月比)



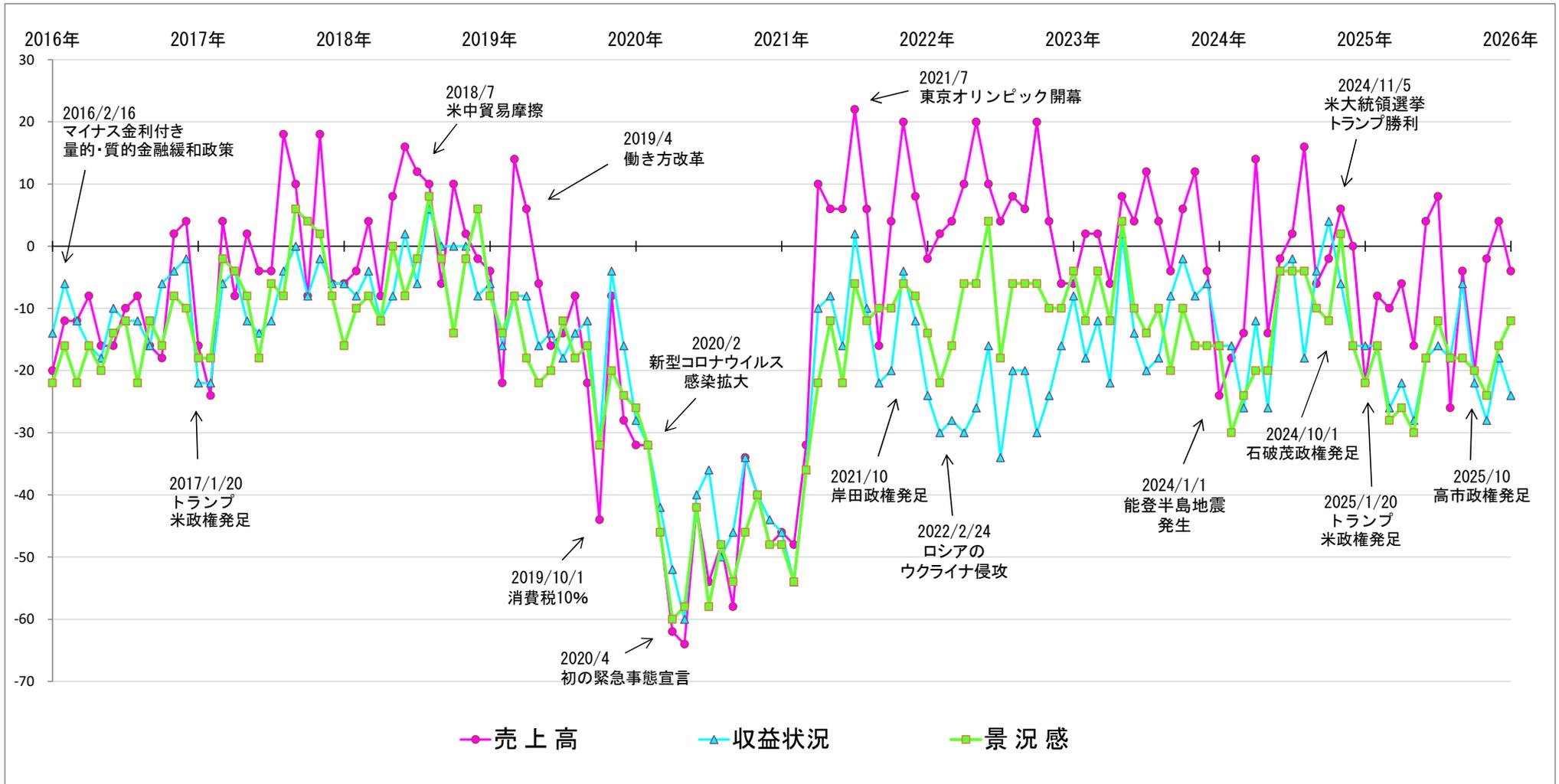
収益状況 (前年同月比)



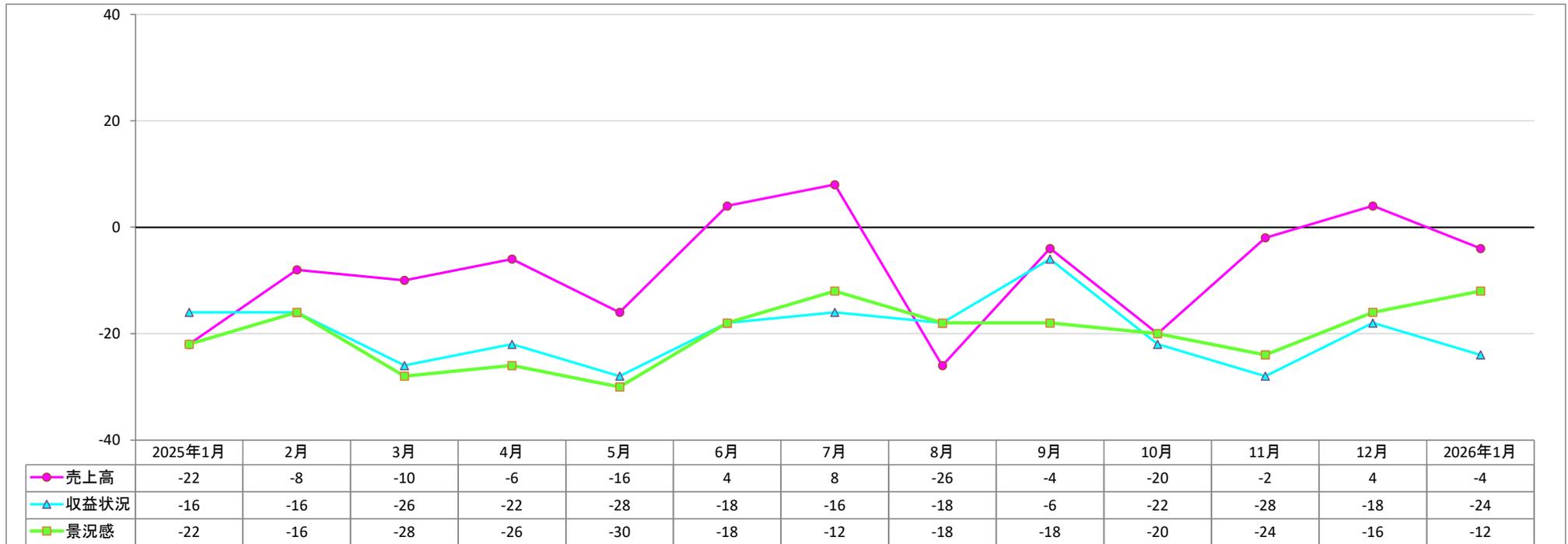
景況感 (前年同月比)



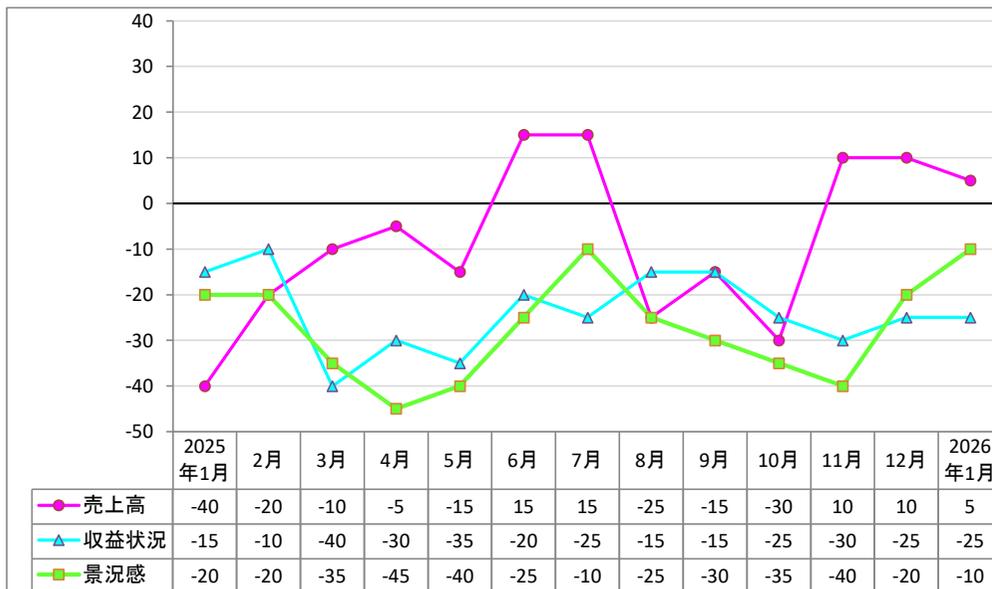
D.I値の推移①(過去10年間) 2016年1月～2026年1月



D.I値の推移②(過去1年間) 2025年1月～2026年1月



【製造業】



【非製造業】

