令和８年度
市内企業を取り巻く経営環境に関する
アンケート

集計報告書

刈谷市商工業振興課

令和８年１１月

1. 調査概要・回答企業属性

本調査は、刈谷市内の企業を対象に、業況・売上・賃上げ・コスト上昇分の価格転嫁状況・中東情勢の影響・新たな取り組み等について実施したアンケートの回答結果（有効回答134社）を集計したものである。

調査概要

（1）調査目的

市内企業における人手不足、賃上げ、価格転嫁及び販路拡大等の課題のほか中東情勢、物価高騰及び事業改善等により企業が感じている変化を把握し、市内企業への影響をまとめ、今後の支援策検討に活かすため。

（2）調査方法

調査対象	刈谷市内に本社・本店機能を有する中小企業
抽出方法	総務省統計局・事業所母集団データベース「令和６年度フレーム」より、所在地が刈谷市にあり、以下ⅰ）又はⅱ）に該当する中小企業を抽出 ⅰ）事業所業種が「建設業（D）」、「製造業（E）」、「情報通信業（G）」、「運輸業、郵便業（H）」、「学術研究、専門・技術サービス業（L）」、「サービス業（他に分類されないもの）（R）」（個人事業主及び売上が０円の企業を除く） ⅱ）これまでに刈谷市商工業振興課と交流（イベント参加・補助金利用）のある企業
調査方法	調査票を郵送と電子メールにて配布し、オンラインにより回収
実施期間	令和８年７月６日（月）（発送日）から７月１７日（金）まで
発送数	７２１社（うち移転、廃業等無効１６社）　有効到達数：７０５社
回収数	１３４社
回収率	１９．０％（小数点第２位四捨五入）　（令和７年度：２２．９％）
調査方式	オンラインアンケート　記名式　全７１問
調査項目	・回答内容送信用のメールアドレス（１問） ・会社の基本情報（１５問） ・経営環境定点調査　業況（９問） 賃上げ状況（６問） コスト状況（７問） 価格転嫁（６問） さらなる価格転嫁、取引条件の改善に向けて（５問） 経営課題（１０問） ・トピックス調査　中東情勢の影響（６問） 物価高騰対策（３問） 事業改善・事業拡大の挑戦（３問）

回答企業の基本属性

	製造業	運送業	建設業	卸売業	小売業	サービス業	合計
小規模	20	1	22	5	2	16	66
中小企業	39	4	8	6	0	10	67
大企業	1	0	0	0	0	0	1
合計	60	5	30	11	2	26	134

従業員規模	20 人以下	21～50 人	51～100 人	101～300 人	301 人以上
企業数	66	22	16	22	8

従業員 20 人以下の企業が全体の約半数を占め、小規模事業者が主要な回答層となっている。

（3）集計結果

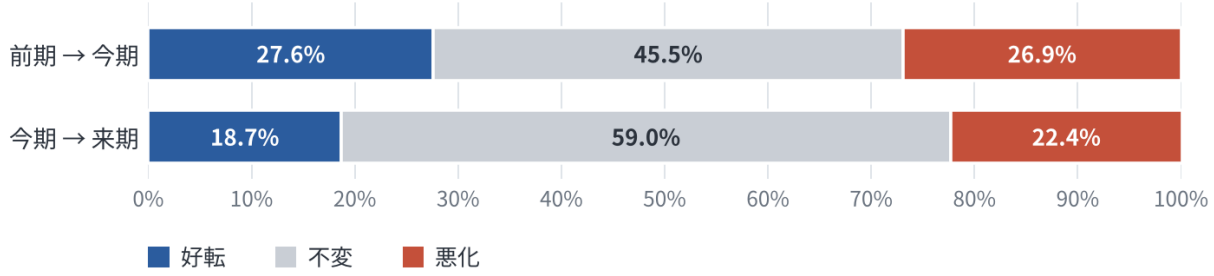
回答結果の集計は百分率を採用した。小数点第 2 位を四捨五入しているため、各選択肢の割合の合計が 100%にならない場合がある。

・不明（無回答）については、基本的にコメントの対象外とした。

2. 業況・収益の動向

業況 DI（「好転」－「悪化」の回答割合）は、前期→今期が 0.7 と小幅なプラスであったのに対し、今期→来期（予想）は-3.7 とマイナスに転じており、先行きへの慎重な見方が広がっていることがうかがえる。

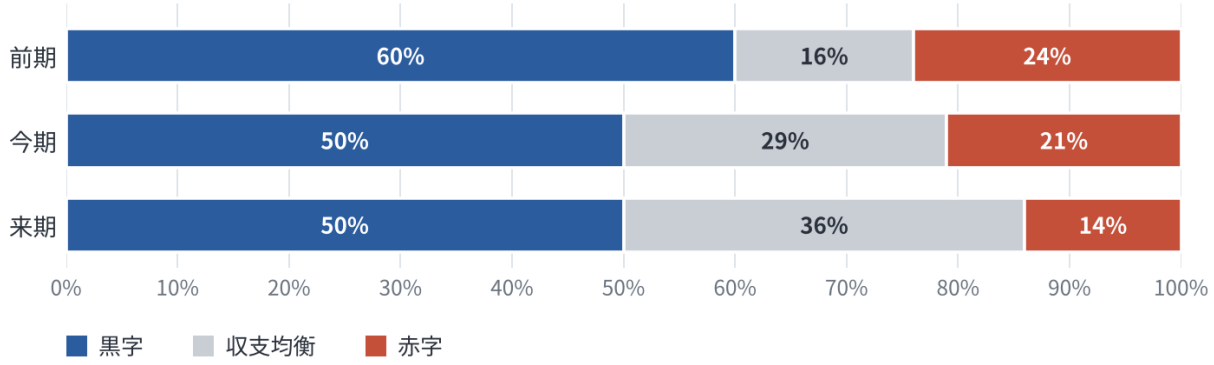
景況感（134 社）



収益状況の推移

収益面では、黒字企業の割合が前期の 60%から今期 50%、来期予想 50%と一定水準を保つ一方、赤字企業は前期 24%から来期予想では 14%へと減少が見込まれている。

収益（134 社）



今後の事業方針に関する意見（自由記述）

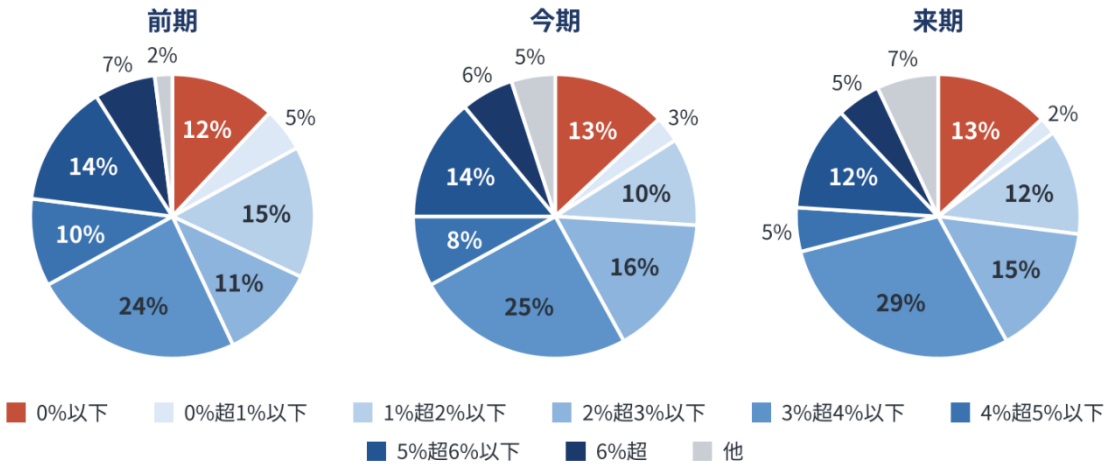
中期的な事業方針としては、以下のような意見が挙げられた。

- 既存ビジネスに留まらず、新規事業、新たな製品群の拡販、異業種への販路拡大を目指したい。
- 先端設備の導入、省人化、自動化の推進で生産能力増強・生産性向上を図りたい。
- 若手定着の取組み、人材確保の為の教育＆取組みで、事業基盤の維持拡大を目指したい。
- 事業継承のサポート・支援、M&A を見据えた検討を進めている。

3. 賃上げの状況

賃上げ率の加重平均（中小企業）は、前期 3.84%、今期（見込み）3.89%、来期（予想）3.59%と、前期及び今期は同水準で推移するものの、来期は若干低下する傾向がみられる。

賃上げ率の分布（134 社）



全体賃上げ率：加重平均(%)

企業規模	前期	今期	来期
小規模	2.56	2.55	2.39
中小企業	3.84	3.89	3.59
大企業	6.13	5.50	6.00

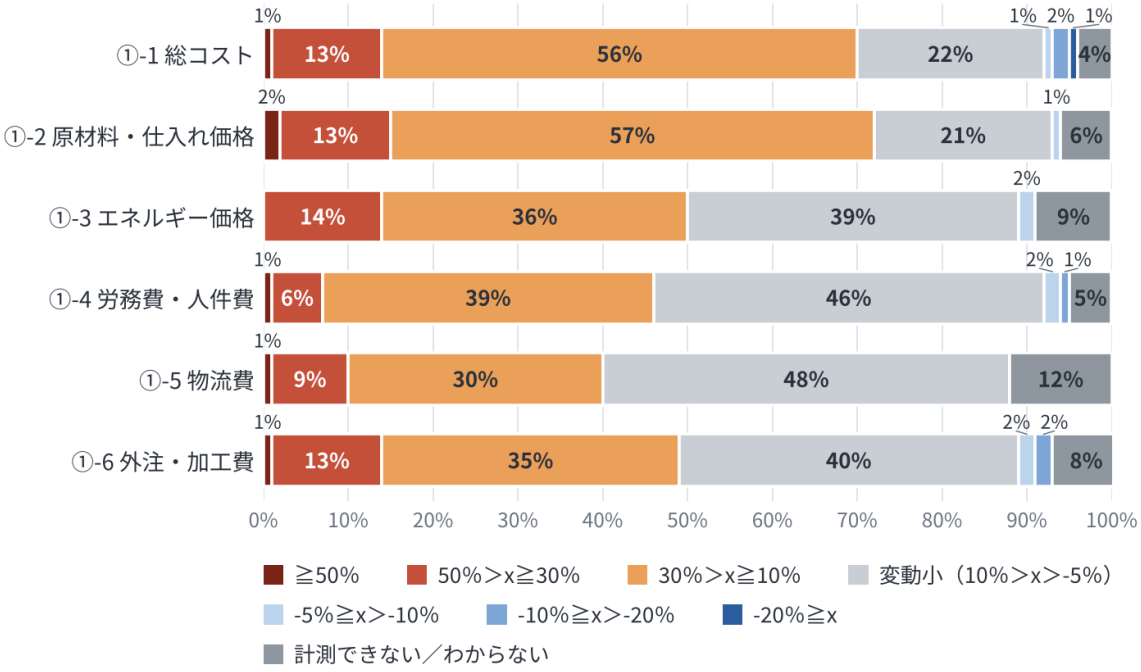
賃上げ対象

賃上げ対象	前期	今期	来期
総合的賃上げ	46	48	44
定期昇給	74	78	76
ベースアップ	51	47	45
賞与	35	34	35
初任給	14	12	7
一時金	3	5	5
その他	12	12	16

4. コスト上昇と価格転嫁の状況

コスト項目別に「10%以上上昇した」と回答した企業の割合をみると、原材料・仕入れ価格や総コストで上昇を実感する企業の割合が高く、エネルギー価格、外注・加工費、労務費・人件費や外注・加工費も５割前後となっている。一方、物流費は「変動小」と回答する企業が最も多い。

コスト状況（総コスト：134 社）



コスト状況に関する意見（自由記述）

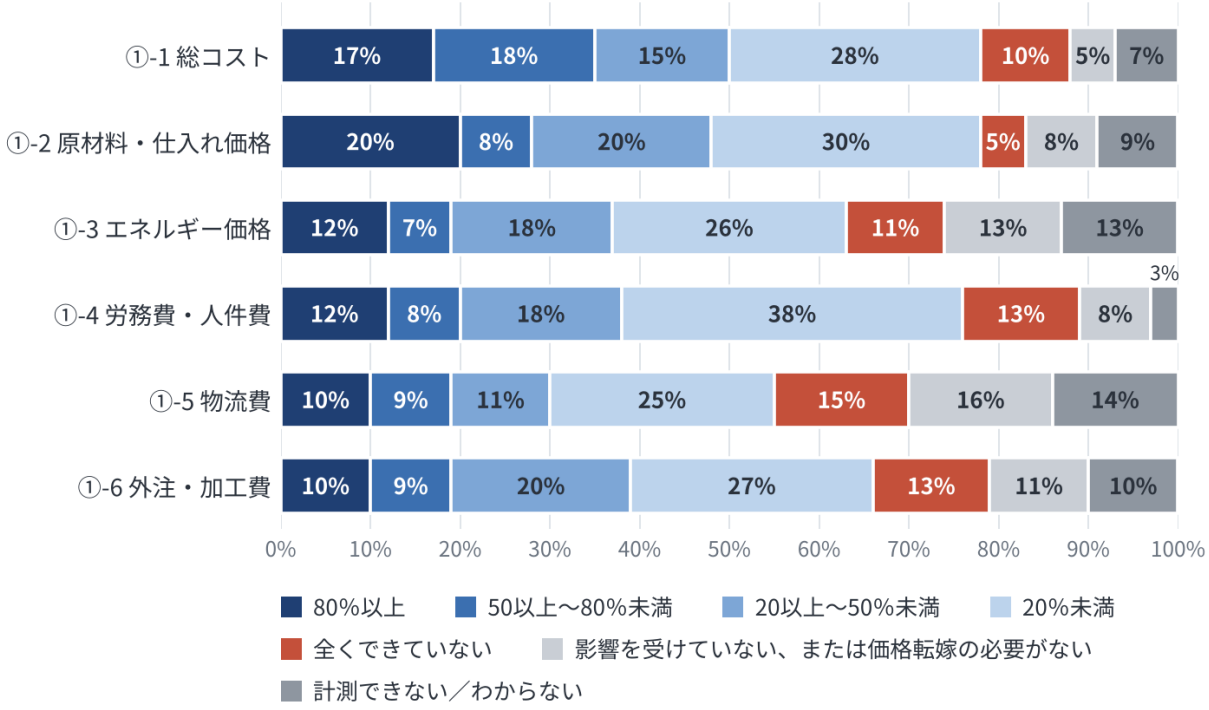
コストの状況や今後の見込みについては、以下のような意見が挙げられた。

- 今期はアルミの高騰で大変だが戦争が終われば落ち着くと思う。
- 原材料・副資材の高騰や調達難、生産性が向上しない中での最低賃金・労務費の上昇は中小零細の経営を圧迫している。
- 原材料以外にも、保険料やソフトウェア利用料などの間接的な費用の値上りも負担になっている。
- 原材料高騰に伴うコスト増加分は適正に価格転嫁出来るよう得意先との交渉を進める。
- 原材料・仕入れ価格は毎月のように値上げ予告を受けている。

価格転嫁の状況

増加した総コストに対して「価格転嫁できた比率」については、「20%未満」と回答した企業が最も多く、「全くできていない」もいる一方、「80%以上」転嫁できたとする企業も存在し、企業間で価格転嫁の進捗に大きな差がみられる。

価格転嫁比率：項目別（総コスト:134 社）



価格転嫁が難しい分野・取引条件の課題（複数回答）

コスト上昇分の転嫁が難しいと感じる分野としては、以下の順に多く挙げられた。

- 労務費・人件費（62 社）
- 原材料・仕入れ価格（48 社）
- 外注・加工費（45 社）
- エネルギー価格（33 社）
- 物流費（28 社）

また、取引条件の改善・価格転嫁に向けた課題としては、次の項目が多く挙げられている。

- 価格転嫁実現までに時間がかかる（77 社）
- 販売量の減少（43 社）
- コスト転嫁を理由とする値上げが認められない（20 社）
- 膨大な資料を求められる（19 社）
- 取引先が価格協議に応じてくれない（14 社）

取引価格の適正化に関する意見（自由記述）

取引価格の適正化については、以下のような意見が寄せられた。

- 大手メーカーは一定の理解があり価格転嫁に応じてもらえる。中規模、特に商社との交渉は厳しくテーブルについてもらえないことがある。
- 価格転嫁すると販売量が落ち、在庫増、段取り費用増の悪循環に陥る。
- 価格転嫁できないし、公共工事における材料の特定メーカー指定（縛り）があり改善が必要。
- 中小企業の立場も踏まえた政策的な後押しが欲しい。

取適法（中小受託取引適正化法）の効果

令和８年１月に施行された「取適法」による価格交渉上の効果については、「効果を感じる」とする企業が 52 社、「効果を感じない」が 56 社と拮抗しており、法改正の実効性については、なお評価が分かれている状況である。

取適法による効果の内容（自由記述）

取適法（改正下請法）の効果については、肯定・否定の両方の声が寄せられた。

＜肯定的な意見＞

- 交渉の場が以前より設けられやすくなり、価格転嫁の相談がしやすくなった。
- 取引先側の対応が柔軟になり、コスト増加分への理解が得られるようになった。

＜否定的な意見＞

- 制度上は交渉の形式が整っても実質的な対価への反映が乏しく、実効性を感じない。
- 取引先の規模・体質によって効果に差があり、小規模な取引先との関係では効果を感じにくい。

5. 経営上の課題

各社が回答した「1 番目に大きな課題」から「5 番目に大きな課題」までの全 5 項目を対象に、課題ごとの選択順位別の件数を集計した。「人材確保・定着」は 1 番目に挙げた企業が最も多いだけでなく、2 番目以下でも継続して上位に挙げられており、優先度・裾野の広さの両面で最大の経営課題となっている。「賃上げ」「業務効率化・DX 化」「価格転嫁」は、突出した 1 番目ではないものの 2 番目、3 番目に幅広く挙げられており、複合的な課題として認識されている様子がうかがえる。

課題	1 番目	2 番目	3 番目	4 番目	5 番目	合計
①人材確保・定着	44	19	8	4	7	82
②採用	23	11	4	5	3	46
③賃上げ	11	14	8	11	6	50
④価格転嫁	7	13	10	8	1	39
⑤コスト削減	3	5	7	11	8	34
⑥生産性向上	2	11	13	2	7	35
⑦業務効率化・DX 化	2	12	14	10	3	41
⑧働き方改革・職場改革	4	2	8	7	12	33
⑨事業承継	2	2	6	4	9	23
⑩販路拡大・商圏拡大	13	7	2	6	4	32
⑪新事業展開、事業再構築	4	4	2	7	5	22
⑫製品差別化･付加価値創出	1	2	2	1	5	11
⑬資金繰り、資金調達	2	8	3	3	2	18
⑭脱炭素等環境問題	0	0	0	1	1	2
⑮BCP（災害時対応）	0	0	1	3	2	6
⑯経営戦略再検討、立案	2	0	0	0	0	2
⑰価格上昇等の物価高対応	6	8	10	3	3	30
⑱サプライチェーン整備	0	1	3	0	0	4
⑲その他	3	2	1	0	2	8

経営課題への取り組み状況・困り事（自由記述）

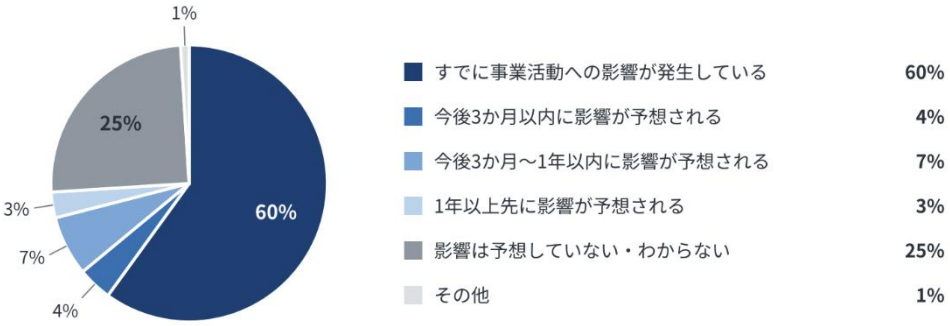
1 番目から 5 番目までの課題に対する具体的な取組状況や困り事として、以下のような意見が寄せられた。

- 人材確保・定着では、求人媒体の多様化・紹介会社の活用・外国人材の受け入れなど様々な手段を試みているものの、応募が集まらない、採用しても定着しない。
- 賃上げについては、実施はしているものの、受注や業績が伴わない中での引き上げに限界を感じる。あるいはパート・アルバイト中心の職場では賃上げの効果が出にくい。
- 価格転嫁に関しては、必要な根拠資料の整備に手間がかかる。大口取引先への価格転嫁を切り出しにくい。
- 業務効率化・DX 化については、必要性は認識しているものの、専門知識やノウハウの不足、社内の抵抗感などから思うように進んでいない。
- 事業承継は、後継者が定まっていない。株式・資産の承継に伴う対応が負担になっている。
- 特定の大口取引先・業界（自動車関連等）への依存度の高さが、受注動向や価格交渉力に大きく影響している。

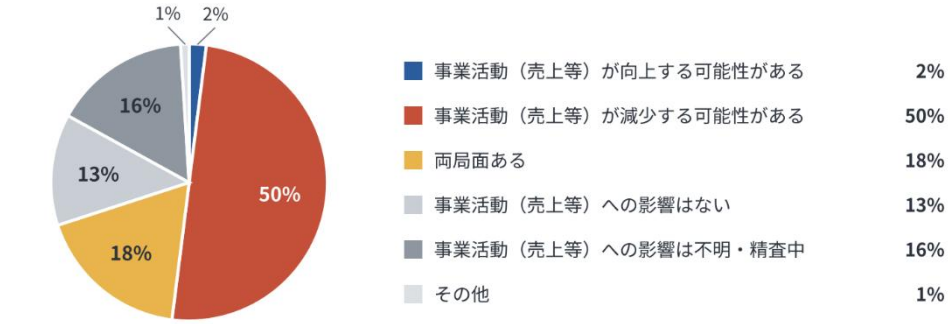
6. 中東情勢の不安定化による影響

中東情勢の不安定な状況による事業への影響については、「すでに影響が発生している」とする企業が 60%と最も多く、回答企業の過半数に達している。一方、「影響は予想していない・わからない」も 25%みられ、影響の有無・大きさについて企業間で認識に差がある。

影響の発生時期（134 社）



影響の方向性（134 社）



影響の方向性としては、「売上等が減少する可能性がある」が 50%と最多で、原油由来の燃料・素材価格の高騰やサプライチェーンの混乱を懸念する声が多い。対応としては「価格改定（値上げ）」（44 社）が最も多く挙げられ、次いで「まだ判断できない」（31 社）となっている。

情勢変化があった際の相談先としては、「金融機関」（54 社）が最も多く、「商工会議所」（21 社）が続く一方、「特になし」（30 社）とする企業も一定数存在する。

中東情勢に関する意見（自由記述）

中東情勢の影響については、以下のような意見が寄せられた。

- 情勢の早期収束を望む。
- 燃料・原材料の調達難や価格高騰への懸念。
- 輸入依存度の高い品目への影響が心配。
- 一部業者による便乗値上げや過剰な調達（買い占め）により、実需に基づく調達がかえって難しくなっている。
- 情勢の帰趨が見通せず不安。

7. 物価高騰対策・新たな取り組みの状況

価格転嫁以外に実施している、または予定している物価高騰対策としては、以下の順に多く挙げられた。

- 経費節減（全般）（59 社）
- 生産性向上・省力化・業務効率化の推進（51 社）
- 価格転嫁（値上げ）のみ（特に価格転嫁以外は実施していない）（38 社）
- 原材料・部材費の調達先の見直し（36 社）
- 原材料・部材の代替品含む見直し（33 社）
- 国・県・自治体の各種支援策・補助金・助成金などの利用（23 社）

価格転嫁以外の取り組み内容（自由記述）

価格転嫁以外の物価高騰対策としては、以下のような具体的取り組みが挙げられた。

- 経費節減や業務効率化・省力化投資により、コスト吸収を図る。
- 調達先や使用部材・代替品の見直しにより、コスト上昇の影響を抑える。
- 新規顧客の開拓や販路拡大を通じて収益の底上げを図る。
- 脱炭素・省エネ設備への切り替えなど、中長期的な視点での対応を進める。
- コスト上昇への対応が追いつかず、人員削減や事業縮小の検討にまで至っている。

国の物価高騰対策に関する意見（自由記述）

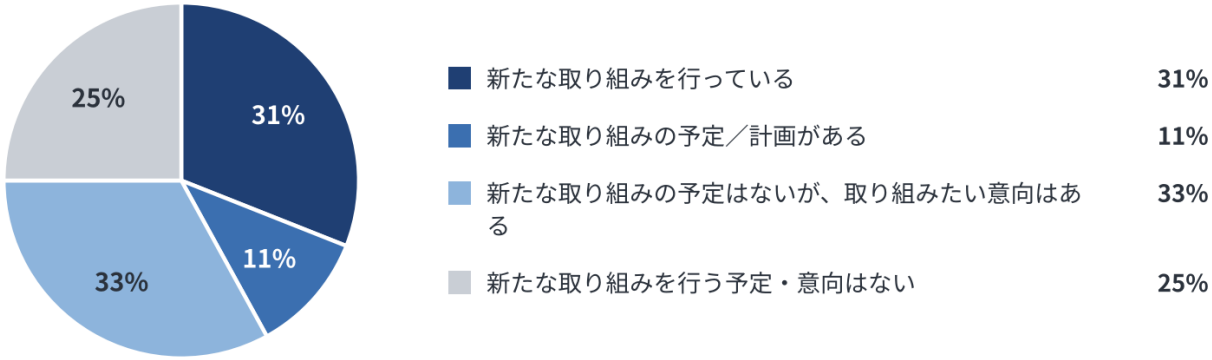
国の物価高騰対策については、以下のような意見・要望が寄せられた。

- 中小企業の実情を踏まえた、より実効性のある補助・支援策を求める。
- 円安是正や為替の安定を求める。
- 減税や消費税の仕組みの見直しを求める。
- 現行の対策の効果を実感できていない。
- 政策の周知・実効性に課題を感じている。

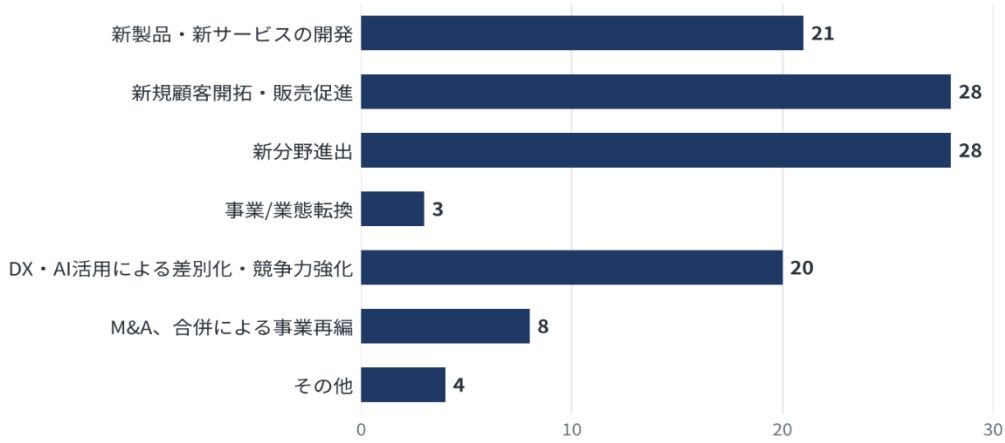
新たな取り組みの状況

直近 1、2 年間の新たな取り組みについては、「取り組みを行っている」が 31%、「予定はないが取り組みたい意向はある」が 33%と多く、「予定・意向はない」とする企業も 25%みられる。取り組みの内容としては「新分野進出」「新規顧客開拓・販売促進」「新製品・新サービスの開発」「DX・AI 活用」が上位を占める。

新たな取り組みの状況（134 社）



新たな取り組みの内容（112 社）



スタートアップ企業との連携

スタートアップ企業との連携については、「興味はあるが実情がわからない」とする企業が 23%と最も多く、連携の意向はあるものの、情報に触れていない企業が多い様子がうかがえる。

スタートアップ企業との連携（57 社）

