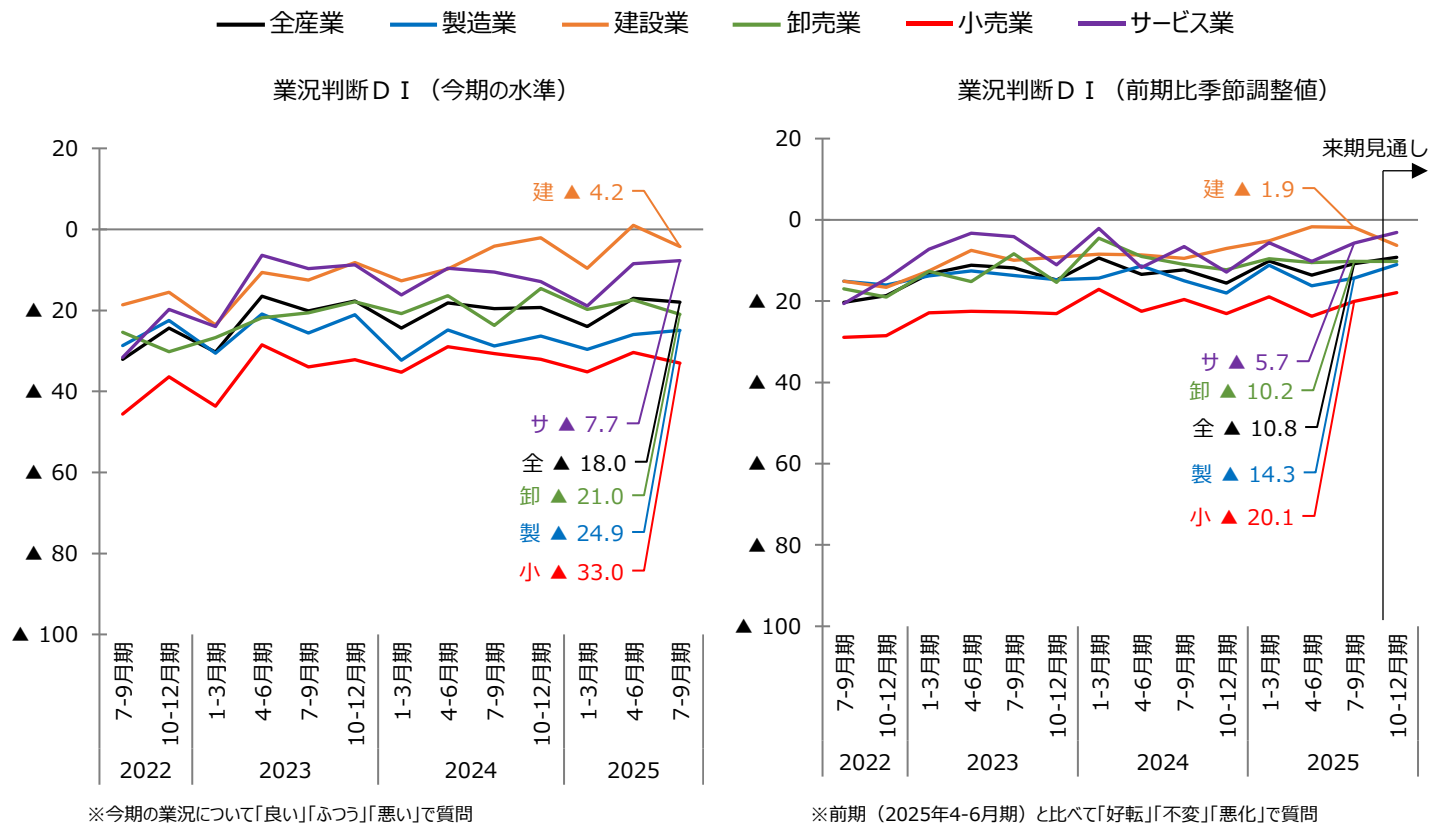


第181回 中小企業景況調査（2025年7-9月期） 関東



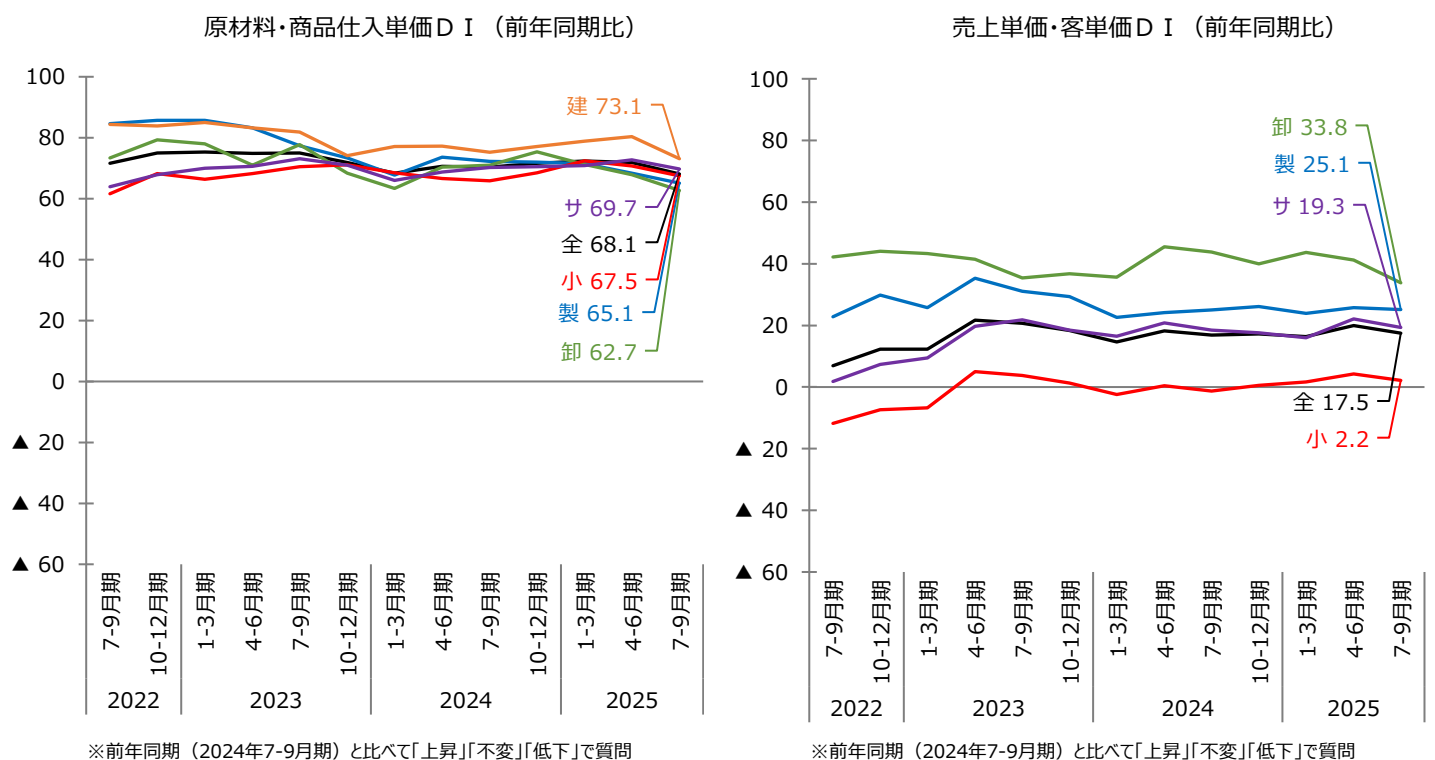
1. 業況感

関東地域の中小企業の業況判断DI（今期の水準）は、全産業で前期（2025年4-6月期）より1.0ポイント減の▲18.0と2期ぶりに低下した。産業別にみると、製造業、サービス業で上昇し、建設業、卸売業、小売業で低下した。



2. 仕入単価・販売単価

原材料・商品仕入単価DIは、全産業で前期より3.8ポイント減の68.1で2期連続して低下した。産業別にみると、5産業すべてで低下した。また、売上単価・客単価DIは、全産業で前期より2.4ポイント減の17.5と2期ぶりに低下した。産業別にみると、4産業すべてで低下した。



<調査概要> 調査時点は2025年9月1日、調査対象は中小企業基本法に定義する全国の中小企業

今期の調査対象企業数：18,826 有効回答企業数：17,956 有効回答率：95.4% うち、関東：4,843企業

※本資料の集計対象の都道府県は、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、新潟県、山梨県、長野県、静岡県です。

第181回 中小企業景況調査（2025年7-9月期） 関東

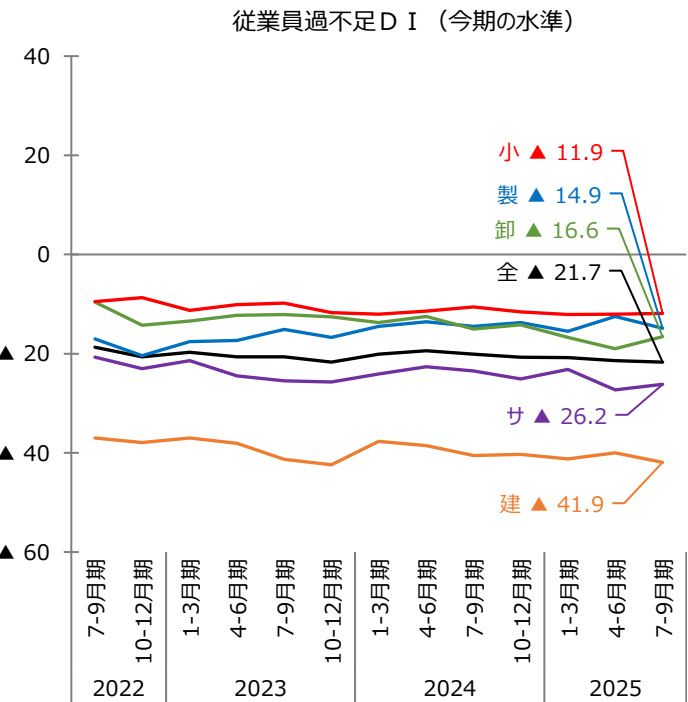
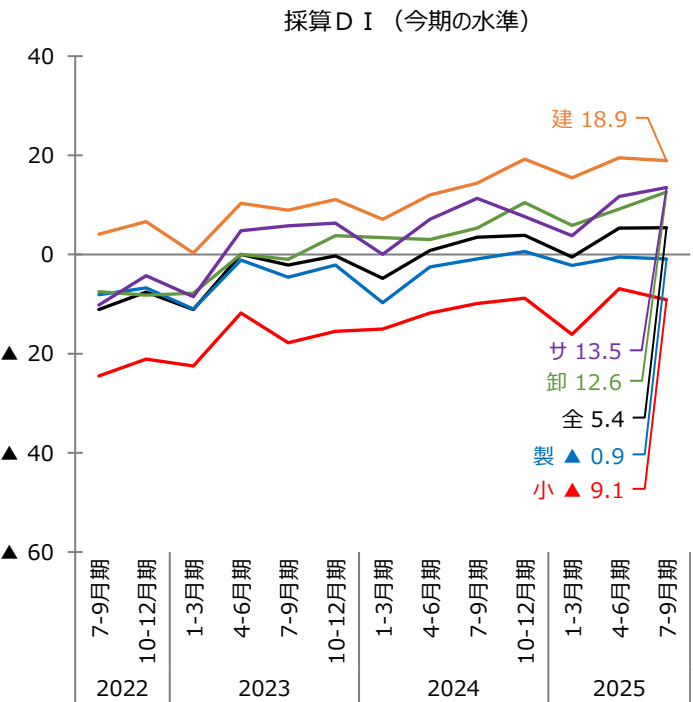


3. 採算

採算DIは、全産業で前期より0.1ポイント増の5.4と2期連続してやや上昇した。産業別にみると、卸売業、サービス業で上昇し、小売業、建設業、製造業で低下した。

4. 従業員過不足

従業員過不足DIは、全産業で前期より0.3ポイント減の▲21.7とやや低下し、5期連続して低下となった。産業別にみると、卸売業、サービス業、小売業で上昇し、製造業、建設業で低下した。



※今期の採算について「黒字」「収支トントン」「赤字」で質問 ※今期の従業員について「過剰」「適正」「不足」で質問

5. 関東の中小企業の声

業況判断の背景		業種	
現 状	価格転嫁の安定、新規顧客の開拓で売上増。利益を生まない固定費の見直しを実行。社内人材の活用と求人アプローチの改善。	製造業	段ボール製造業
	外仕事の為、従業員への暑さ対策が大変である。引き合いは活発だが、異常な気温上昇の為、仕事を控えめに請け負っている。	建設業	塗装工事業（道路標示・区画線工事業を除く）
	野菜の産地で夜の気温が下がらず、昼間との寒暖差が少ないため、野菜の生育に大きな影響が出ている。また、猛暑にて野菜の種類によっては成長過程で腐る事態に陥っている。	卸売業	野菜卸売業
	夏休みシーズンとなり、ホテルや飲食店などの販売数は伸びているが、仕入れ価格や電気、水道、ガスなどの燃料費の高騰から、あまり利益に結びついていない。単価を引き上げることができず、皺寄せを受けている。	小売業	食料品スーパーマーケット
	夏場は意外と揚げ物需要が多く、前回調査時点のみならず昨年同時期よりも売り上げを上げることができた。一方で、卵や野菜、そして米の価格高騰が現在の懸念材料である。	サービス業	食堂、レストラン（専門料理店を除く）
見 通 し	加工技術を持った高齢の方が、後継ぎがいらないなどで機能しなくならないように、事前に対策を取っておかないと継続受注が出来ない案件が増えてくる可能性が出てくる。	製造業	他に分類されないその他の製造業
	材料費や人件費の高騰、人材不足により業務が停滞し、安定した受注確保と収益改善が大きな課題となっている。	建設業	一般電気工事業
	円安の影響が続いているため利益率の改善には繋がっておらず、更に美容消費の低迷も感じている。A Iを活用し営業戦略を再構築している。	卸売業	医療用品卸売業
	地域の夏祭りや自治会の納涼祭・ゴルフ大会と声が多くこの期は例年良くなる。規模は小さいながらも新しいお祭りの開催が複数あり地域にとってもこれからも続いて行けばと思う。	小売業	他に分類されない飲食料点小売業
	物販用ヘアケア商品の仕入れ価格上昇に伴いどんどん値上げせざるを得ないため、お客様の購入頻度が下がっていると感じている。値上げ後の値段に慣れて購入頻度が戻るといい。	サービス業	美容業

※中小企業景況調査の自由回答(フリーコメント)