

# 企業景況調査報告書

(令和7年10～12月期)

## < 目次 >

質問1	調査の概要・結果概要	1
質問2	直面している経営上の問題点	2
質問3	業務効率化の状況について	3
質問4	鳥取県立美術館開館について	4
質問5	意見等自由記載欄	5
DI	集計結果・分布	6
調査票	様式	7,8

倉吉商工会議所

倉吉市明治町 1037-11

TEL 0858-22-2191

FAX 0858-22-2193

Email [cci3103@kurayoshi-cci.or.jp](mailto:cci3103@kurayoshi-cci.or.jp)

# 倉吉商工会議所企業景況調査報告書（2025年10～12月）

調査対象企業	倉吉市内の商工会議所会員企業 100 社 (建設業 21 社、製造業 19 社、卸売業 11 社、小売業 21 社、サービス業・その他 28 社)
調査方法	各事業所に FAX とメールで送付し、FAX かメールにて返信依頼。
調査時期	令和 8 年 1 月上旬～令和 8 年 1 月中旬
回収状況	84 社 (回収率 84%) ※前回 (7～9 月) 84 社 (建設業 20 社、製造業 18 社、卸売業 8 社、小売業 14 社、サービス業・その他 24 社)

## 業種別の業況 DI は、今期は 3 業種で上昇、来期は 2 業種で上昇する見通し

### <今期の状況> (5 ページ表参照)

今期の全業種の業況 DI は、前年同期比で前期の▲7.3 から 2.5 ポイント上昇し、▲4.8 となった。業種別に見ると、それぞれ建設業は 0 (前期 19.0)、製造業は▲5.5 (前期▲11.7)、卸売業は 14.3 (前期▲33.3)、小売業は▲7.2 (前期▲30.8)、サービス業・その他は▲12.5 (前期▲4.3) と、3 業種で上昇、2 業種で下降となった。

### <来期の見通し> (5 ページ表参照)

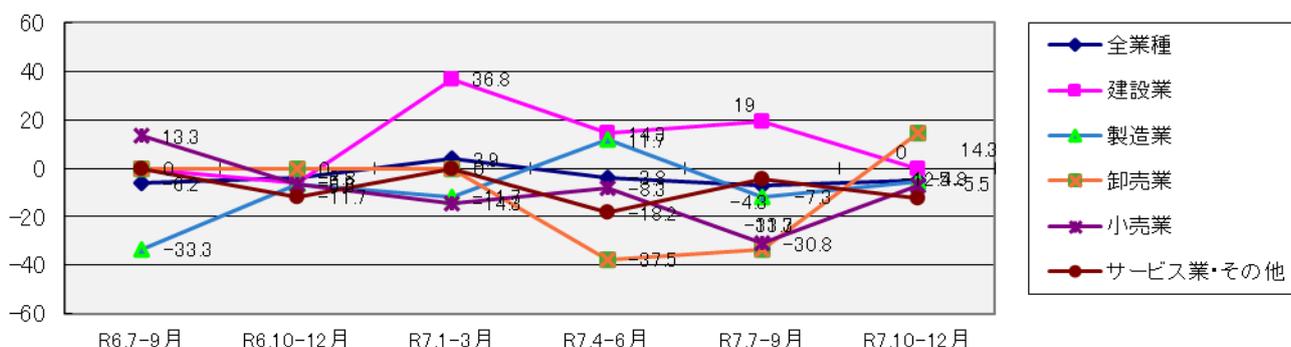
来期の見通しでは、DI 値は前期の▲9.9 から 3.8 ポイント上昇し、▲6.1 となった。業種別に見ると製造業は 5.6 (前期 0)、小売業は▲14.3 (前期▲53.8) と上昇する見通しであるが、建設業は▲5.0 (前期▲4.8)、卸売業は 0 (前期 22.2)、サービス業・その他は▲12.5 (前期▲9.1) と 3 業種で下降する見通しとなった。

経営上の課題としては、全業種において、「原材料・仕入価格の上昇」が引き続き最大の経営課題となっており、「人手不足」、「売上・受注の減少」や「経費の増加」がこれに続いている。

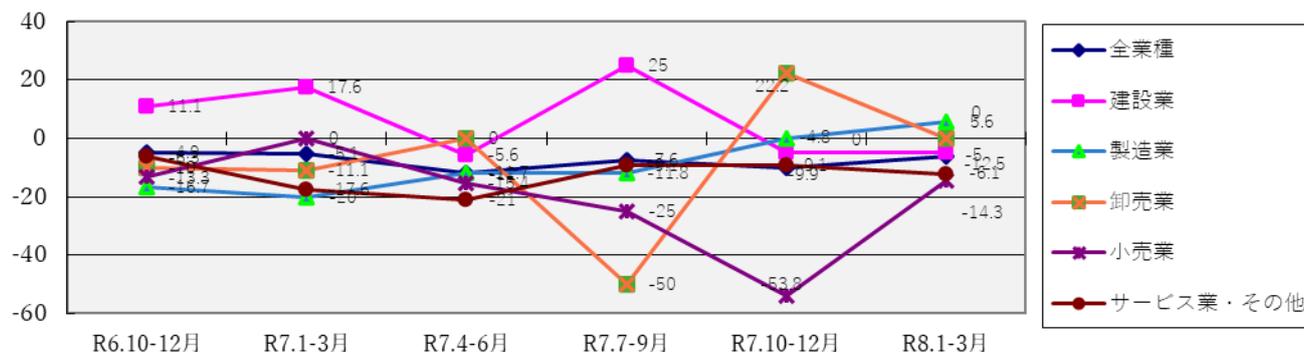
業種別では、建設業・製造業でコスト上昇の影響が強く、卸売業・小売業では「消費・需要の停滞」や「競争激化」が目立つ。サービス業では「人手不足」が最も深刻であり、全体としてコスト増と需要低迷が同時進行する厳しい経営環境が続いている。

<業況判断 DI の推移> ※今期の DI 値集計結果については P5 をご参照下さい。

### (1) 今期の状況 <業種別>



### (2) 来期の見通し <業種別>



質問2 直面している経営上の問題点（上位3点を回答）

01 競争激化 02 消費・需要の停滞 03 売上・受注減少 04 売上・受注単価低下  
 05 原材料・仕入価格上昇 06 原材料・在庫不足 07 原材料・在庫過剰  
 08 店舗・生産設備不足・老朽化 09 店舗・生産設備過剰 10 経費の増加 11 人手不足  
 12 人手過剰 13 利益率低下 14 代金回収難 15 資金繰り難 16 新分野進出  
 17 その他:具体的に( )

〔上位項目〕

※（ ）内は件数

分類		1位	2位	3位
全業種	当期	原材料・仕入価格上昇 (45)	人手不足 (36)	売上・受注減少 (30) 経費の増加 (30)
	前期	原材料・仕入価格上昇 (46)	売上・受注減少 (35)	人手不足 (34)
建設業	当期	原材料・仕入価格上昇 (12)	人手不足 (11)	経費の増加 (9)
	前期	原材料・仕入価格上昇 (15)	人手不足 (12)	経費の増加 (9)
製造業	当期	原材料・仕入価格上昇 (13)	売上・受注減少 (6) 経費の増加 (6) 利益率低下 (6)	人手不足 (5)
	前期	原材料・仕入価格上昇 (10)	売上・受注減少 (9)	経費の増加 (7)
卸売業	当期	消費・需要の停滞 (5) 売上・受注減少 (5)	競争激化 (4)	原材料・仕入価格上昇 (3)
	前期	売上・受注減少 (5) 原材料・仕入価格上昇 (5) 人手不足 (5)	競争激化 (3) 消費・需要の停滞 (3)	経費の増加 (2) 利益率低下 (2)
小売業	当期	原材料・仕入価格上昇 (8)	消費・需要の停滞 (6)	売上・受注減少 (5) 人手不足 (5)
	前期	原材料・仕入価格上昇 (7)	売上・受注減少 (5) 経費の増加 (5)	消費・需要の停滞 (3)
サービス業・ その他の業種	当期	人手不足 (13)	経費の増加 (10)	原材料・仕入価格上昇 (9)
	前期	人手不足 (11)	原材料・仕入価格上昇 (9) 経費の増加 (9)	売上・受注減少 (8) 利益率低下 (8)

17 その他

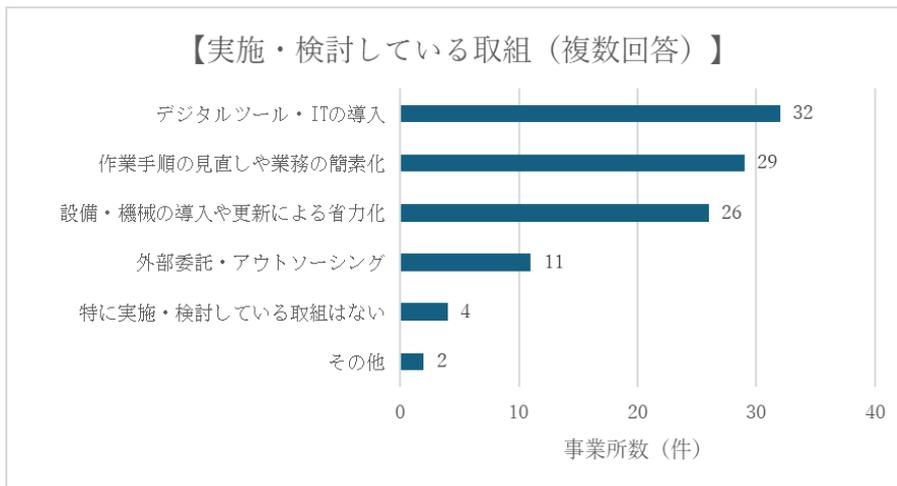
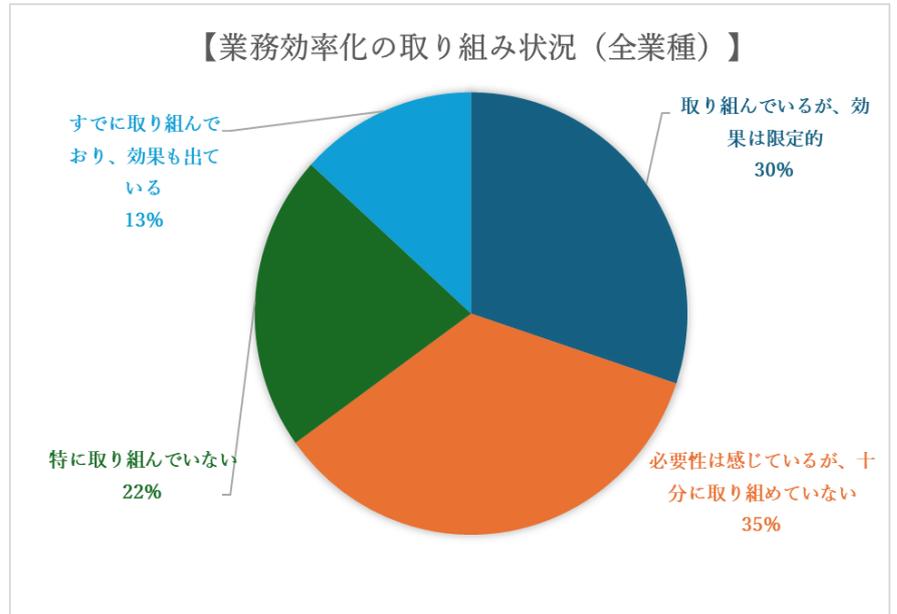
- ・営業職不足
- ・人口減少
- ・熟練技術者の不足

### 質問3 業務効率化や省力化の取組状況について

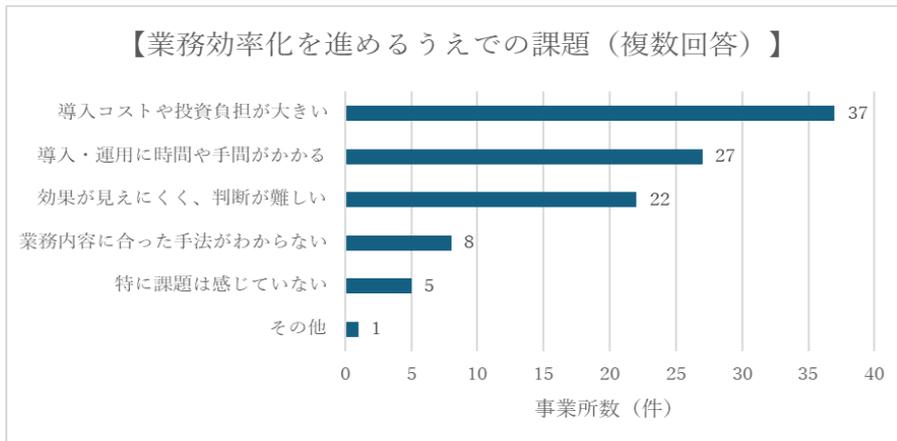
#### 業務効率化に取り組む企業は増加、効果は限定的

近年、少子高齢化による人手不足や働き方改革の進展、DXの加速などを背景に、企業には従来以上に生産性向上が求められている。こうした環境下において、業務効率化は多くの企業にとって重要な経営課題となっている。

取組状況に関するグラフ（右図）を見ると、業務効率化に取り組んでいる企業は「すでに効果が出ている」（13%）と「取り組んでいるが効果は限定的」（30%）を合わせた43%にとどまる。一方で、「必要性は感じているが十分に取組めていない」企業が35%と最も多く、未着手の企業も22%存在する。全体として、関心はあるものの、実行段階や成果創出に課題を抱える企業が多い状況がうかがえる。



実施・検討している業務効率化の取組を見ると、「デジタルツール・ITの導入」が最も多く、次いで「作業手順の見直しや業務の簡素化」、「設備・機械の導入や改修による省力化」が続いており、多くの事業所がデジタル化や業務プロセスの改善を中心に効率化を進めていることが分かる。これらは比較的取り組みやすく、既存業務の延長線上で効果が期待できる施策である。一方で、「外部委託・アウトソーシング」の活用は限定的であり、業務改善を自社内で完結させようとする傾向がうかがえる。

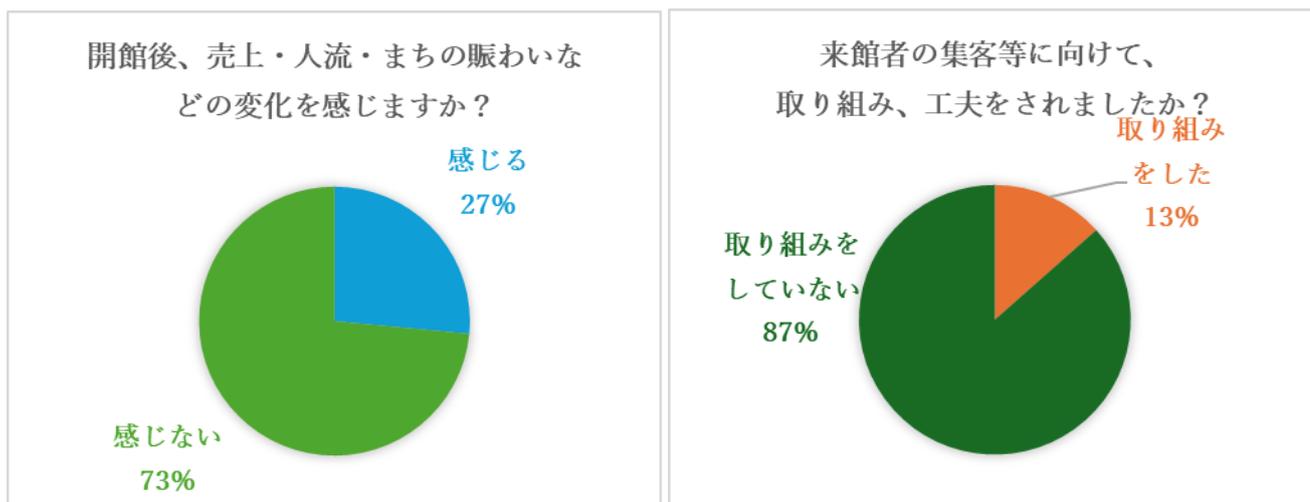


一方、業務効率化を進めるうえでの課題としては、「導入コストや投資負担が大きい」が最も多く、次いで「導入・運用に時間や手間がかかる」、「効果が見えにくく判断が難しい」といった点が挙げられている。業務効率化に対する関心や意欲は高いものの、費用対効果の不透明さや実行に伴う負担が、取組の拡大を妨げる要因となっていることが読み取れる。また、「業務内容に合った手法がわからない」とする声も一定数あり、具体的

な進め方に悩む事業所の存在も確認できる。

以上を踏まえると、今後は初期投資の負担が比較的小さい取組や、効果を定量的に把握しやすい手法を活用しつつ、各事業所が自社の業務内容や経営状況に応じた業務効率化を、段階的かつ計画的に進めていくことが重要である。

#### 質問4 鳥取県立美術館の開館について



令和7年3月にオープンした鳥取県立美術館の開館後の売上や人流、まちのにぎわいなどの変化については、「感じる」と回答した事業所は27%にとどまり、「感じない」が73%を占めている。このことから、施設の開館効果が地域全体や個々の事業所にまで十分に波及しているとは言い難い状況がうかがえる。

また、来館者の集客等に向けた取組や工夫については、「取り組みをした」と回答した事業所は13%にとどまり、大多数の87%は特段の取組を行っていない。

開館による効果は一部で認識されているものの、多くの事業所では具体的な変化として実感されておらず、来館者の動きを自社の売上や集客につなげる段階には至っていないと考えられる。今後は、来館者の動向を意識した情報発信や商品・サービスの工夫など、各事業所が状況に応じた取組を検討していくことが、にぎわいの波及や効果の定着につながると考えられる。

##### <1. 開館後、売上・人流・まちの賑わいなどの変化を感じますか？※自由記述>

- ・当社は直接影響はないが、美術館の周辺に人が増えた感じがある。
- ・駐車場の車の台数
- ・開館当初にぎわっていた。
- ・イベントが増えたように感じる。
- ・祝日・土日は来館者が多数
- ・車が多くなったが、売上には関係ない。
- ・街中にアートのにおいがするようになった。
- ・日によるが、県外車が多い。
- ・繁忙期以外の月で県外の観光のお客様が来られる。
- ・バスの受注、宿泊者の観光目的

##### <2. 来館者の集客等に向けて、取り組み・工夫をされましたか？※自由記述>

- ・イベントの協力
- ・企画展はとても良かった。
- ・青年団体での活動
- ・赤瓦地区へ直営店オープン
- ・もっと敷居を下げて、フリースペースをもっとたくさんの人々に解放してほしい。
- ・セール・イベントの回数を増やした。
- ・ネットショップでお知らせした。
- ・ホテル宿泊者への観光案内
- ・県立美術館で開催されたイベントに出店しPR、ガラポンでポイントカードのポイントプレゼント券配布

## 質問5 現在の景況感、経営上の問題点についての意見又、行政等への要望について

### 【建設業】

- ・息子が帰ってきました。もう少し頑張ってください。
- ・人手不足が一番の問題です。
- ・資材価格の高騰、賃上げにより適切に工事価格に反映させることが難しく（特に民間企業）、利益圧迫が懸念される。公共工事においては、資材高騰等を踏まえた適切な価格を期待する。

### 【製造業】

- ・木材以外の建設用材の高騰、品不足→需要の減少→建築不況といった状況です。
- ・高市政権になり変化、改善の速さに驚き、日本の安全治安改善に期待をしています。

### 【卸売業】

- ・量販店の価格高騰のため、売上に影響あり。

### 【小売業】

- ・販管費増、売上減。

### 【サービス業】

- ・特に景気が良いように感じられず、街に活気が出ている感じもしないので、弊社のような零細は増収できていないにもかかわらず、給与の増額を行政から求められるばかりで辛い。
- ・県外からの人口増をしたが、その方達に地元の産業を積極的に利用するように働きかけてほしい。
- ・ルートイン倉吉駅前開業による競争激化
- ・人手不足
- ・現在最悪であります。しかし、内閣が変わって積極財政の考え方で財政運営をされるそうですので、最悪の状況を脱出できると期待しております。当社は、土木技術関連のサービス業ですが、中部地区の高校に土木（建設）専門の学科が無くなっていますが、復活させていただきたいと思います。やはり、不景気になれば需要を生み出すためにも、公共事業が必要になると思いますし、災害復旧事業にも地域のためにも必要な人材を確保してもらいたいと思います。
- ・最低賃金上昇に対する中小企業への補填が不十分にて、地域経済の実態に即していない上辺だけの政策であり、将来的に労働環境の縮小になりかねないと危惧している。

D I 集 計(前年同期比=2024年10~12月期、来期の見通し=2026年1~3月期)

【製造業・非製造業別】

	1. 売上高		2. 売上単価		3. 収益状況	
	前年同期比	来期の見通し	前年同期比	来期の見通し	前年同期比	来期の見通し
全業種	-21.4	-9.5	30.5	23.8	-9.5	-14.3
製造業	-16.6	0.0	29.4	16.6	0.0	5.6
非製造業	-22.7	-12.1	30.8	25.7	-12.1	-19.7

	4. 資金繰り		5. 借入難度		6. 雇用人員	
	前年同期比	来期の見通し	前年同期比	来期の見通し	前年同期比	来期の見通し
全業種	-1.2	-2.4	0.0	0.0	-2.4	2.4
製造業	-5.5	-11.1	-11.1	-11.1	-5.5	0.0
非製造業	0.0	0.0	3.1	3.1	-1.6	3.1

	7. 業況判断	
	前年同期比	来期の見通し
全業種	-4.8	-6.1
製造業	-5.5	5.6
非製造業	-4.6	-9.2

【業種別】

	1. 売上高		2. 売上単価		3. 収益状況	
	前年同期比	来期の見通し	前年同期比	来期の見通し	前年同期比	来期の見通し
全業種	-21.4	-9.5	30.5	23.8	-9.5	-14.3
建設業	-25.0	5.0	20.0	25.0	-10.0	-5.0
製造業	-16.6	0.0	29.4	16.6	0.0	5.6
卸売業	-12.5	-12.5	62.5	62.5	12.5	-12.5
小売業	-50.0	-35.8	15.4	0.0	-14.3	-35.8
サービス業・その他	-8.3	-12.5	37.5	29.2	-20.8	-25.0
非製造業	-22.7	-12.1	30.8	25.7	-12.1	-19.7

	4. 資金繰り		5. 借入難度		6. 雇用人員	
	前年同期比	来期の見通し	前年同期比	来期の見通し	前年同期比	来期の見通し
全業種	-1.2	-2.4	0.0	0.0	-2.4	2.4
建設業	-5.0	0.0	15.0	15.0	5.0	5.0
製造業	-5.5	-11.1	-11.1	-11.1	-5.5	0.0
卸売業	12.5	12.5	0.0	0.0	-14.3	0.0
小売業	0.0	0.0	0.0	-7.7	-7.1	14.3
サービス業・その他	0.0	-4.1	-4.2	0.0	0.0	-4.2
非製造業	0.0	0.0	3.1	3.1	-1.6	3.1

	7. 業況判断	
	前年同期比	来期の見通し
全業種	-4.8	-6.1
建設業	0.0	-5.0
製造業	-5.5	5.6
卸売業	14.3	0.0
小売業	-7.2	-14.3
サービス業・その他	-12.5	-12.5
非製造業	-4.6	-9.2

※DI値

売上・採算・業況などの各項目についての、判断の状況を表します。ゼロを基準として、プラスの値で景気の上向き傾向を表す回答の割合が多いことを示し、マイナスの値で景気の下向き傾向を表す回答の割合が多いことを示します。

したがって、売上高などの実数値の上昇率を示すものではなく、強気・弱気などの景気感の相対的な広がり意味するものです。DI=(増加・好転などの回答割合)-(減少・悪化などの回答割合)