

当金庫の窓口から見た 東信地区の

いつも、あなたのとなりです

しんきん

中小企業 景気動向 レポート

特別調査 「中小企業における価格転嫁について」

業種別業況天気図

※天気図は、当金庫窓口からみた景気動向指標等を参考にして、総合的に判断のうえ作成しました。

2026年6月の日銀全国企業短期経済観測調査(短観)によると、企業の景況感を示す業況判断指数(DI)は、大企業・製造業が+22で前回調査から5ポイント改善し、非製造業は+37で同1ポイント改善した。大企業の先行きは、製造業で5ポイント悪化の+17、非製造業で9ポイント悪化の+28を見込んでいる。中小企業・製造業のDIは+9で前回調査から2ポイント改善し、非製造業は+15で同1ポイント悪化した。中小企業の先行きは、製造業で7ポイント悪化の+2、非製造業で7ポイント悪化の+8を見込んでいる。

信金中央金庫による全国の景況調査(有効回答数12,927企業)では、2026年4～6月期(今期)の業況判断DIは▲7.0となり、前期比1.2ポイント低下したものの、小幅な低下にとどまった。業種別では、全6業種のうち、製造業、小売業、サービス業の3業種で改善し、卸売業、建設業、不動産業の3業種で低下した。地域別では、全11地域のうち、7地域で低下した。2026年7～9月期(来期)の予想業況判断DIは▲12.0となり、今期実績比5.0ポイントの低下を見込んでいる。業種別では全6業種、地域別では全11地域のすべてで低下する見通しとなっている。

長野財務事務所による法人企業景気予測調査では、2026年4～6月期の企業の景況判断BSIは、全規模・全産業ベースで「下降」超幅が拡大した。規模別では、大企業と中堅企業が「下降」超に転じ、中小企業は「下降」超幅が縮小した。業種別では、製造業が「上昇」超に転じた一方、非製造業は「下降」超幅が拡大した。先行きについては、大企業は10～12月期に「上昇」超へ転じ、中堅企業は7～9月期に「上昇」超へ転じる見通しである。一方、中小企業は「下降」超で推移する見通しとなっている。

日銀松本支店による2026年6月の県内企業短期経済観測調査(短観)では、企業の景況感を示す業況判断指数(DI)は、製造業が+8で前回調査から7ポイント改善し、非製造業は+12で同8ポイント低下した。先行きは、製造業が+8で横ばいとなる一方、非製造業は10ポイント悪化して+2となる見込みである。

当金庫の調査による東信地区内企業の総合業況判断指数(DI)は、前期比1.1ポイント改善して▲16.5となった。業種別では、小売業、サービス業、不動産業で改善がみられた。翌期の業況判断指数は、今期実績比6.1ポイント低下の▲22.6を見込んでいる。業種別では、卸売業を除く5業種で低下する見通しとなっている。

業種名	時期		
	2026年 1～3月	2026年 4～6月	2026年 7～9月 (見通し)
総 合			
製 造 業			
卸 売 業			
小 売 業			
サービス業			
建 設 業			
不 動 産 業			

◀◀好調 ☀️ ☀️ ☁️ ☁️ ☁️ ☁️ ☁️ ☁️ 低調▶▶

このレポートは、当金庫のお取引先264社に対し
2026年4～6月期の景気の現状と2026年
7～9月期の見通しを調査したものです。

No.177

本誌内容は上田信用金庫ホームページに掲載しています。

上田しんきんビジネスサポート



Face to Face

上田信用金庫

今期の概況

当金庫が実施した東信地区内261企業からの回答（回答率98.9%）によると、2026年4～6月期（今期）の総合業況判断指数(DI)は▲16.5となり、前期比1.1ポイント改善した。また、前期における今期見通し(▲13.8)を2.7ポイント下回った。

製造業・非製造業別のDIは、製造業が▲14.5で前期と変わらず、非製造業は▲17.4で前期比1.7ポイント低下した。売上・収益面では、前年同期比売上額判断DIは前期比9.9ポイント上昇して▲0.4、同収益判断DIは3.5ポイント上昇して▲11.1となった。資金繰り判断DIは4.2ポイント上昇して▲9.6で推移している。雇用面では、人手過不足判断DIは▲24.9(マイナスは人手「不足」超)とマイナス幅が0.4ポイント縮小し、人手不足感はやや弱まった。また、残業時間判断DIは前期比4.2ポイント上昇した。

業種別の業況判断DIは、小売業、サービス業、不動産業で改善し、製造業と建設業は横ばい、卸売業で低下した。全体として小幅な変動にとどまった。

回答企業261社の業況調査(%)
現在の業況感と3ヶ月後の予測

	良い	変わらない	悪い
2026年 3月調査	14	55	31
2026年 6月調査	16	52	32
2026年 9月予測	12	54	34

翌期の予測

2026年7～9月期（翌期）の予測業況判断DIは▲22.6となり、今期実績比6.1ポイントの低下を見込んでいる。製造業・非製造業別では、製造業が▲19.3で今期実績比4.8ポイント低下し、非製造業は▲24.2で同6.8ポイント低下する見込みである。業種別では、卸売業が今期実績比11.8ポイント上昇する一方、製造業は4.8ポイント、小売業は5.1ポイント、サービス業は8.7ポイント、建設業は11.4ポイント、不動産業は18.7ポイント、それぞれ低下する見通しとなっており、卸売業を除く5業種で悪化が見込まれている。

経営上の問題点

地区内企業が抱える経営上の問題点では、「売上の停滞・減少」が前期比5.7ポイント低下したものの、34.9%で引き続き最も多く挙げられた。以下、「利幅の縮小(25.7%)」、「同業者間の競争の激化(24.9%)」、「人手不足(20.7%)」、「材料価格上昇(18.8%)」が続いた。このほか、「原材料高(17.6%)」、「仕入先からの値上り要請(10.3%)」、「販売商品・物件の不足(8.4%)」など、中東情勢の影響を背景とした懸念も浮かがる。

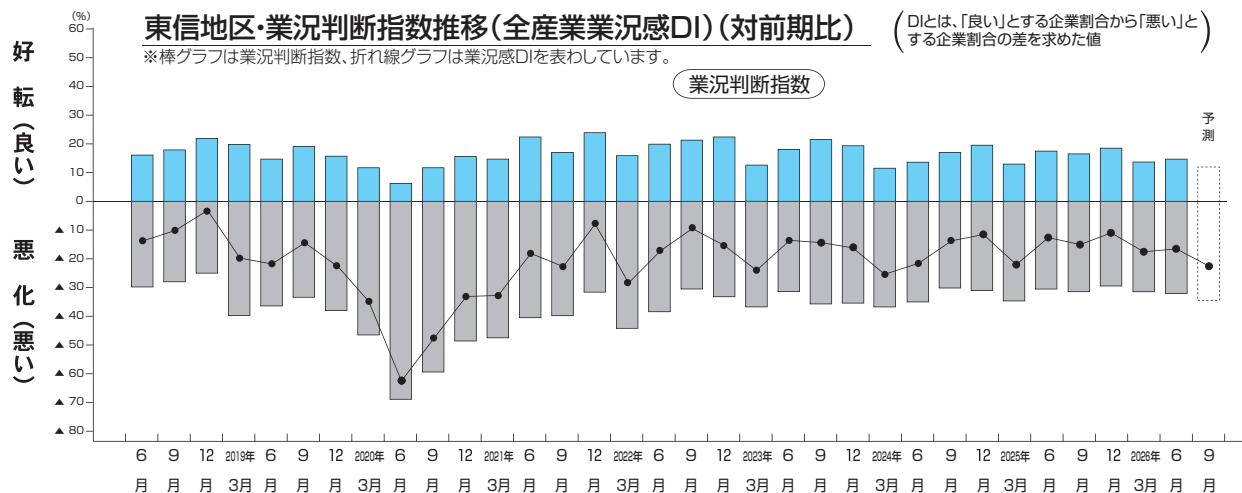
当面の重点経営施策

当面の重点経営施策では、「経費を節減する(52.5%)」が前期比1.9ポイント上昇し、引き続き最も多く挙げられた。以下、「販路を広げる(29.5%)」、「人材を確保する(26.4%)」、「情報力を強化する(14.2%)」、「品揃えを充実・改善する(11.9%)」、「宣伝・広告を強化する(10.7%)」が上位項目となった。

雇用情勢（2026.6.30 長野労働局発表資料「最近の雇用情勢(令和8年5月分)」に基づく）

長野労働局が発表した2026年5月の県内有効求人倍率(季節調整値)は1.25倍で、前月と同水準となった。地域別有効求人倍率(原数値)では、東信地域および南信地域で前年同月を上回り、安定所別では12安定所のうち、長野所、上田所、佐久所、大町所、伊那所および諏訪所で前年同月を上回った。

東信地区の2026年5月の有効求人倍率(原数値)は、前年同月比0.02ポイント上回る1.21倍となった。安定所別では、上田地域が前年同月比0.05ポイント上回る1.19倍、小諸・佐久地域が同0.01ポイント上回る1.24倍となった。



製造業

回答企業 83 社

今期の業況

業況感DIは前期と同率の▲14.5となった。一方、売上額DIは前期比2.4ポイント低下して▲7.2、収益DIは前期比3.6ポイント低下して▲9.6となり、いずれも悪化した。また、原材料価格DIは前期比19.3ポイント上昇の63.9となり、中東情勢の影響を大きく受けていることがうかがえる。

概況

製造業全般で、中東情勢の悪化により機械用油が不足しており、既存の取引先からの仕入れが困難となっている。このため、新規取引先からの調達を行うなど工夫しているものの、品質が異なることから仕上げにひと手間を要するなど、作業負担が増加している。マシンオイルの供給が途絶えた場合には、旋盤による金属加工などが困難になることが懸念されている。半導体製造装置部品では、半導体需要の回復に伴い受注が増加している。プラスチック製品製造では、中東情勢の悪化により原材料価格が急騰しており、価格改定を通知したところ駆け込み注文が殺到した。エアコン関連部品製造では、猛暑が予想されることから需要の拡大が見込まれ、受注が増加している。工業塗装業では、塗料やシンナーの不足を背景に、従来の液体塗料を用いる溶剤塗装から、粉体を吹き付けて専用炉で焼き付ける粉体塗装へと需要が急速に移行している。

翌期の予測

業況感DIは今期比4.8ポイント低下し、▲19.3となる見込みである。一方、売上額DIは7.2ポイント上昇して0.0となり、改善が予想されている。しかし、原材料価格DIは引き続き高水準で推移しており、資金繰りは厳しい状況が続くとの見通しが示された。

経営上の問題点

「原材料高(55.4%)」が前期比7.2ポイント上昇し、引き続き最も多く挙げられた。以下、「売上の停滞・減少(38.6%)」「利幅の縮小(27.7%)」「人件費の増加(27.7%)」「人手不足(16.9%)」と続いた。

当面の重点経営施策

「経費を節減(50.6%)」が前期比3.6ポイント上昇し、前回2位から順位を上げて最も多く挙げられた。以下、「販路を広げる(48.2%)」「人材を確保(34.9%)」「機械化を推進(21.7%)」「情報力を強化(15.7%)」と続いた。

主要指標・DI推移

項目	期別	2025年		2025年		2026年		2026年	
		4~6月	7~9月	10~12月	1~3月	4~6月	7~9月	2026年/予測	7~9月
前期比	業況感	▲21.7	▲27.7	▲13.4	▲14.5	▲14.5	▲19.3		▲19.3
	売上額	▲1.2	1.2	11.0	▲4.8	▲7.2	0.0		0.0
	受注残	▲10.8	▲6.0	4.9	▲9.6	1.2	▲6.0		▲6.0
	収益	▲9.6	▲12.0	8.5	▲6.0	▲9.6	▲4.8		▲4.8
	販売価格	22.9	15.7	13.4	12.0	36.1	30.1		30.1
	原材料価格	42.2	38.6	36.6	44.6	63.9	60.2		60.2
前年同期	原材料在庫	14.5	4.8	4.9	2.4	0.0	▲12.0		▲12.0
	資金繰り	▲4.8	▲12.0	▲7.3	▲10.8	▲13.3	▲15.7		▲15.7
	売上額	▲6.0	▲12.0	1.2	▲4.8	10.8			10.8
前年同期	収益	▲12.0	▲18.1	▲15.9	▲9.6	1.2			1.2

(▲印:悪化・低下値・%)

経営上の問題点

①原材料高	55.4	(48.2) ①
②売上の停滞・減少	38.6	(45.8) ②
③利幅の縮小	27.7	(31.3) ③
③人件費の増加	27.7	(28.9) ④
⑤人手不足	16.9	(20.5) ⑥

(上位5項目:複数回答・%) ()内前期—① 前期順位

①経費を節減	50.6	(47.0) ②
②販路を広げる	48.2	(51.8) ①
③人材を確保	34.9	(30.1) ③
④機械化を推進	21.7	(25.3) ④
⑤情報力を強化	15.7	(16.9) ⑤

(上位5項目:複数回答・%) ()内前期—① 前期順位

卸売業

回答企業 17 社

今期の業況

業況感DIは前期比5.9ポイント低下し、▲41.2となった。一方、売上額DIは前期比11.8ポイント上昇して▲17.6、収益DIは前期比17.6ポイント上昇して▲11.8となり、いずれも改善した。仕入価格DIは前期比11.7ポイント低下して41.2となったものの、資金繰りDIは前期比5.9ポイント悪化した。

概況

食料品卸では、仕入先から値上げ要請が相次いでおり、価格転嫁への対応に苦慮している。土産物卸では、円安を背景としたインバウンド需要により売上が好調に推移している。包装資材卸では、中東情勢の影響を受けて仕入先から値上げ要請があり、販売先との価格交渉を進めている。また、菓子用の包装資材については、業界全体で在庫不足が続いている。米穀類卸では、米の買付価格は昨年より落ち着きを見せており、新米の仕入れ時期であった昨年から価格のピークとなった。在庫過剰との報道を受けて取引が減少しており、「さらに価格が下がるのではないかと」の見方から仕入れを控える動きもみられる。生花卸では、暖かい日が続いたことで生花の生育が良好となり、販売単価は下落基調となっている。工作機械卸では、製造業の設備投資回復を背景に需要は持ち直しつつあるものの、中国経済の減速や価格競争の影響から、業況は横ばいで推移する見通しである。

翌期の予測

業況感DIは今期比11.8ポイント上昇し、▲29.4となる見込みである。売上額DIは17.6ポイント上昇して0.0、収益DIは23.6ポイント上昇して11.8となる見通しであり、仕入価格DIも11.8ポイント低下すると予測している。

経営上の問題点

「売上の停滞・減少(52.9%)」が前期と同率で、引き続き最も多く挙げられた。以下、「同業者間の競争の激化(35.3%)」「利幅の縮小(23.5%)」「人手不足(17.6%)」「仕入先からの値上げ要請(17.6%)」と続いた。

当面の重点経営施策

「販路を広げる(82.4%)」が前期比11.8ポイント上昇し、引き続き最も多く挙げられた。以下、「経費を節減(52.9%)」「品揃えを充実(35.3%)」「人材を確保(11.8%)」「情報力を強化(11.8%)」と続いた。その他、「輸入品の取扱いを増やす」が前期比5.9ポイント上昇した。

主要指標・DI推移

項目	期別	2025年		2025年		2026年		2026年	
		4~6月	7~9月	10~12月	1~3月	4~6月	7~9月	2026年/予測	7~9月
前期比	業況感	▲47.1	▲47.1	▲31.3	▲35.3	▲41.2	▲29.4		▲29.4
	売上額	11.8	▲5.9	▲6.3	▲29.4	▲17.6	0.0		0.0
	収益	▲5.9	5.9	▲12.5	▲29.4	▲11.8	11.8		11.8
	販売価格	41.2	52.9	31.3	47.1	29.4	23.5		23.5
	仕入価格	52.9	64.7	62.5	52.9	41.2	29.4		29.4
	在庫	17.6	0.0	6.3	17.6	5.9	▲17.6		▲17.6
前年同期	資金繰り	▲35.3	▲17.6	▲6.3	▲5.9	▲11.8	▲17.6		▲17.6
	売上額	▲29.4	▲35.3	▲6.3	▲11.8	▲11.8			▲11.8
	収益	▲35.3	▲47.1	▲12.5	▲17.6	▲17.6			▲17.6
前年同期	販売価格	52.9	52.9	68.8	52.9	52.9			

(▲印:悪化・低下値・%)

経営上の問題点

①売上の停滞・減少	52.9	(52.9) ①
②同業者間の競争の激化	35.3	(35.3) ②
③利幅の縮小	23.5	(35.3) ②
④人手不足	17.6	(23.5) ④
④仕入先からの値上げ要請	17.6	(11.8) ⑤

(上位5項目:複数回答・%) ()内前期—① 前期順位

①販路を広げる	82.4	(70.6) ①
②経費を節減	52.9	(35.3) ②
③品揃えを充実	35.3	(35.3) ②
④人材を確保	11.8	(29.4) ④
④情報力を強化	11.8	(11.8) ⑤

(上位5項目:複数回答・%) ()内前期—① 前期順位

小売業

回答企業 78 社

今期の業況

業況感DIは前期比2.5ポイント上昇して▲32.1となった。売上額DIは前期比39.7ポイント上昇して▲2.6、収益DIは前期比26.9ポイント上昇して▲7.7となり、3指数そろって改善した。仕入価格DIは前期比15.4ポイント上昇して56.4となったものの、資金繰りDIは前期比18.0ポイント改善した。

概況

飲食店では、業務用ラップや食品トレーなどの包装資材が高騰している。比較的小売店でもトレーへ切り替えても頻繁に値上げ要請があり、経費削減にはつながらず、負担は増加の一途をたどっている。家電販売店では、省エネ家電等購入応援キャンペーンによる需要増が見込まれており、特にエアコンの販売が好調である。燃料小売店では、中東情勢の影響により仕入価格が高騰しているものの、価格改定は他社の動向を見ながら実施するため、対応が後手に回っている。土産品販売店では、多くの商品がパッケージ商品であることから、包装資材や塗料の不足による在庫不足を懸念している。薬局では、医薬品の供給不足により、発注しても入荷まで時間を要する状況が続いている。また、ナフサ不足の影響による包装材の供給についても懸念している。

翌期の予測

業況感DIは今期比5.1ポイント低下して▲37.2、売上額DIは3.8ポイント低下して▲6.4、収益DIは2.6ポイント低下して▲10.3となる見通しである。仕入価格DIは小幅な上昇が見込まれる一方、資金繰りDIは横ばいで推移すると予測している。

経営上の問題点

「売上の停滞・減少(41.0%)」は前期比9.0ポイント低下したものの、引き続き最も多く挙げられた。以下、「同業者間の競争の激化(26.9%)」「利幅の縮小(26.9%)」「大型店との競争の激化(20.5%)」「仕入先からの値上げ要請(20.5%)」が続いた。その他、「商圏人口の減少(前回9.0%→今期14.1%)」が順位を上げた。

当面の重点経営施策

「経費を節減(55.1%)」は前期比7.7ポイント低下したものの、引き続き最も多く挙げられた。以下、「品揃えを充実(32.1%)」「宣伝・広告を強化する(24.4%)」「売れ筋商品を扱う(17.9%)」「人材を確保(12.8%)」が続いた。

主要指標・DI推移

項目	期別	2025年		2025年		2026年		2026年	
		4~6月	7~9月	10~12月	1~3月	4~6月	7~9月	4~6月	7~9月
前期比	業況感	▲16.5	▲17.7	▲24.4	▲34.6	▲32.1	▲37.2		
	売上額	0.0	▲2.5	▲10.3	▲42.3	▲2.6	▲6.4		
	収益	▲11.4	▲12.7	▲14.1	▲34.6	▲7.7	▲10.3		
	販売価格	39.2	11.4	23.1	23.1	26.9	32.1		
	仕入価格	48.1	32.9	34.6	41.0	56.4	59.0		
前年同期	在庫	5.1	1.3	2.6	0.0	0.0	1.3		
	資金繰り	▲21.5	▲20.3	▲17.9	▲29.5	▲11.5	▲11.5		
	売上額	▲2.5	5.1	▲9.0	▲23.1	▲11.5			
	収益	▲8.9	▲12.7	▲19.2	▲28.2	▲21.8			
	販売価格	45.6	39.2	39.7	39.7	50.0			

(▲印:悪化・低下値・%)

経営上の問題点

①売上の停滞・減少	41.0	(50.0) ①
②同業者間の競争の激化	26.9	(25.6) ②
②利幅の縮小	26.9	(25.6) ②
④大型店との競争の激化	20.5	(24.4) ④
④仕入先からの値上げ要請	20.5	(19.2) ⑤

(上位5項目・複数回答・%) ()内前期—① 前期順位

当面の重点経営施策	①経費を節減	55.1	(62.8) ①
	②品揃えを充実	32.1	(37.2) ②
	③宣伝・広告を強化する	24.4	(24.4) ③
	④売れ筋商品を扱う	17.9	(16.7) ④
	⑤人材を確保	12.8	(11.5) ⑤

(上位5項目・複数回答・%) ()内前期—① 前期順位

サービス業

回答企業 23 社

今期の業況

業況感DIは前期比4.4ポイント上昇して▲4.3となった。売上額DIは前期と変わらず▲17.4で推移した一方、収益DIは前期比4.3ポイント低下して▲13.0となった。また、材料価格DIは前期比13.1ポイント上昇して69.6となったものの、資金繰りDIは前期比8.7ポイント改善して▲8.7となった。

概況

自動車修理業では、中東情勢の影響によりエンジンオイルの入手が困難となっており、特にディーゼル用オイルが不足していることから、一見客のオイル交換を断るケースもみられた。自動車板金塗装業では、シンナーの調達が難しくなっており、塗料を水性塗料へ切り替えることも検討している。旅館では、ゴールデンウィーク期間中は満室となり宿泊料金も引き上げたものの、光熱費や食材費の高騰により収益はやや減少している。運送業では、高原野菜の輸送について、温暖化の影響で野菜の生育が早まり、出荷時期が例年より前倒しとなったことから好調に推移している。旅行業では、中学校の修学旅行は従来5~6月がピークであったが、近年は繁忙期を避けたコスト抑制や、観光地・交通機関の混雑回避を目的として2~3月に実施する学校が増加している。このため、従来の繁忙期である5~6月の売上は減少している。

翌期の予測

業況感DIは今期比8.7ポイント低下して▲13.0となる見通しであり、プラス圏への回復は難しいと予想している。依然として材料価格DIは高水準で推移し、収益DIおよび資金繰りDIもやや低下する見通しである。

経営上の問題点

「材料価格上昇(56.5%)」が前期比26.1ポイント上昇し、最も多く挙げられた。2位の「人手不足(39.1%)」は前期比17.4ポイント低下した。以下、「人件費の増加(30.4%)」「同業者間の競争の激化(30.4%)」「店舗・設備の狭小・老朽化(21.7%)」が続いた。

当面の重点経営施策

「経費を節減(47.8%)」が前期比4.3ポイント上昇し、引き続き最も多く挙げられた。以下、「人材を確保(39.1%)」「技術力を強化(30.4%)」「販路を広げる(21.7%)」「教育訓練を強化(17.4%)」が続いた。

主要指標・DI推移

項目	期別	2025年		2025年		2026年		2026年	
		4~6月	7~9月	10~12月	1~3月	4~6月	7~9月	4~6月	7~9月
前期比	業況感	18.2	13.6	13.6	▲8.7	▲4.3	▲13.0		
	売上額	4.5	4.5	22.7	▲17.4	▲17.4	▲4.3		
	収益	0.0	▲18.2	18.2	▲8.7	▲13.0	▲17.4		
	料金価格	27.3	22.7	27.3	21.7	30.4	30.4		
	材料価格	68.2	40.9	59.1	56.5	69.6	69.6		
前年同期	資金繰り	▲9.1	0.0	▲4.5	▲17.4	▲8.7	▲13.0		
	売上額	9.1	4.5	18.2	▲21.7	0.0			
前年同期	収益	9.1	0.0	9.1	▲13.0	▲13.0			

(▲印:悪化・低下値・%)

経営上の問題点

①材料価格上昇	56.5	(30.4) ②
②人手不足	39.1	(56.5) ①
③人件費の増加	30.4	(30.4) ②
③同業者間の競争の激化	30.4	(21.7) ⑤
⑤店舗・設備の狭小・老朽化	21.7	(17.4) ⑥

(上位5項目・複数回答・%) ()内前期—① 前期順位

当面の重点経営施策	①経費を節減	47.8	(43.5) ①
	②人材を確保	39.1	(34.8) ②
	③技術力を強化	30.4	(21.7) ④
	④販路を広げる	21.7	(17.4) ⑤
	⑤教育訓練を強化	17.4	(13.0) ⑦

(上位5項目・複数回答・%) ()内前期—① 前期順位

建設業

回答企業 44 社

今期の業況

業況感DIは前期と同率の▲4.5となったが、前期における今期見通し(▲13.6)を9.1ポイント上回った。一方、売上額DI、受注残DI、施工高DIはいずれも低下した。また、材料価格DIは前期比29.6ポイント上昇して高水準となったことから、収益DIは大きく悪化した。

概況

地元工務店では、断熱材の入荷が滞っており、個人住宅の新築工事が先延ばしとなるケースもみられる。内装工事業では、壁紙施工に使用する接着剤の不足に加え、シンナーや塗料の供給不足により、施工できない工事が増加している。設備工事業では、配管資材の入手が困難となっているほか、トイレやユニットバス、キッチンなどの住宅設備機器の納入遅延も発生しており、工事工程を計画どおりに進められない状況となっている。電気工事業では、電線価格の値上げ通知が頻繁に届いており、今後どの程度まで価格が上昇するのか見通せず、不安が広がっている。また、建材は発注しても納入予定直前になって入荷できないケースがあり、工期の変更を余儀なくされている。このため、過剰在庫となることを承知の上で、できる限り資材を確保する体制を取っている。土木工事業では、アスファルト価格が高騰しており、見積りを慎重に行わざるを得ない状況となっている。

翌期の予測

業況感DIは今期比11.4ポイント低下して▲15.9、売上額DIは6.8ポイント低下して▲9.1、収益DIは15.9ポイント低下して▲34.1となる見通しである。引き続き材料価格DIも高い水準で推移すると見込まれ、厳しい経営環境が続くと予想されている。

経営上の問題点

「材料価格上昇(81.8%)」が前期比11.3ポイント上昇し、引き続き最も多く挙げられた。以下、「人手不足(43.2%)」「利幅の縮小(31.8%)」「同業者間の競争の激化(31.8%)」「売上の停滞・減少(25.0%)」と続いた。

当面の重点経営施策

「経費を節減(63.6%)」が前期比6.8ポイント上昇し、引き続き最も多く挙げられた。以下、「人材を確保(43.2%)」「技術力を強化(31.8%)」「販路を広げる(25.0%)」「情報力を強化(22.7%)」と続き、順位に変動はなかった。

主要指標・DI推移

項目	期別	2025年	2025年	2025年	2026年	2026年	2026年/予測
		4~6月	7~9月	10~12月	1~3月	4~6月	7~9月
前期比	業況感	0.0	▲2.3	▲2.3	▲4.5	▲4.5	▲15.9
	売上額	▲2.3	▲2.3	13.6	11.4	▲2.3	▲9.1
	受注残	▲6.8	▲13.6	▲2.3	▲2.3	▲11.4	▲9.1
	施工高	▲4.5	▲9.1	4.5	4.5	2.3	▲4.5
	収益	▲6.8	▲6.8	0.0	11.4	▲18.2	▲34.1
	材料価格	52.3	52.3	43.2	40.9	70.5	61.4
	請負価格	18.2	25.0	13.6	18.2	22.7	22.7
	在庫	6.8	4.5	0.0	0.0	▲6.8	▲13.6
	資金繰り	4.5	2.3	▲4.5	▲4.5	▲6.8	▲13.6
	売上額	6.8	▲13.6	▲4.5	▲9.1	▲9.1	
翌期	収益	▲2.3	▲15.9	▲20.5	▲13.6	▲29.5	

(▲印:悪化・低下値:%)

経営上の問題点

①材料価格上昇	81.8	(70.5) ①
②人手不足	43.2	(43.2) ②
③利幅の縮小	31.8	(31.8) ③
③同業者間の競争の激化	31.8	(25.0) ⑤
⑤売上の停滞・減少	25.0	(27.3) ④

(上位5項目・複数回答:%) ()内前期—① 前期順位

当面の重点経営施策	①経費を節減	63.6	(56.8) ①
	②人材を確保	43.2	(47.7) ②
	③技術力を強化	31.8	(38.6) ③
	④販路を広げる	25.0	(34.1) ④
	⑤情報力を強化	22.7	(27.3) ⑤

(上位5項目・複数回答:%) ()内前期—① 前期順位

不動産業

回答企業 16 社

今期の業況

業況感DIは前期比6.2ポイント上昇して25.0となった。売上額DIは前期比18.8ポイント上昇して31.3、収益DIは前期比37.5ポイント上昇して50.0となり、3指数そろって改善した。一方、仕入価格DIは前期比18.8ポイント上昇し、在庫DIも依然として不足傾向が続いている。

概況

住宅市場では、建築費の高騰や工期の長期化、住宅ローン金利負担の増加などのマイナス要因が重なり、購入を見合わせる動きが多くみられる。分譲地造成工事については、人手不足により工事の進捗が遅れ気味との声が聞かれる。また、分譲地の取扱いについては事業者によって対応が分かれている。販売が好調に推移している事業者がある一方で、分譲地案件そのものが少なく、工事費も高騰していることから利益率が低下しており、各種リスクや在庫負担を考慮して取扱いに慎重な事業者もみられる。また、不動産業者が造成した分譲地を建設業者が一括購入し、建売住宅として販売するケースも増えており、土地・建物を合わせた販売価格は上昇傾向にある。このため、分譲事業には積極的に参入せず、仲介業務を収益の柱とする方針を採る事業者もみられる。軽井沢地区では物件不足が続いていることから、御代田町内で分譲地の購入を希望する顧客が増えている。こうした需要を背景に、比較的大きな区画の分譲地が好まれる傾向にあり、一区画当たりの面積は大型化している。

翌期の予測

業況感DIは今期比18.7ポイント低下して6.3、売上額DIは31.3ポイント低下して0.0、収益DIは50.0ポイント低下して0.0となる見通しである。仕入価格DIは引き続き高水準で推移し、在庫不足が続くと予測している。

経営上の問題点

「地価・商品物件の高騰(62.5%)」が最も多く挙げられ、以下、「販売商品・物件の不足(56.3%)」「同業者間の競争の激化(50.0%)」「大手企業との競争の激化(31.3%)」「売上の停滞・減少(18.8%)」と続いた。

当面の重点経営施策

「情報力を強化(75.0%)」が前期比12.5ポイント低下したものの、引き続き最も多く挙げられた。以下、「販路を広げる(43.8%)」「宣伝・広告を強化する(37.5%)」「経費を節減(25.0%)」「提携先を見つける(12.5%)」と続いた。

主要指標・DI推移

項目	期別	2025年	2025年	2025年	2026年	2026年	2026年/予測
		4~6月	7~9月	10~12月	1~3月	4~6月	7~9月
前期比	業況感	12.5	25.0	31.3	18.8	25.0	6.3
	売上額	31.3	31.3	37.5	12.5	31.3	0.0
	収益	18.8	31.3	31.3	12.5	50.0	0.0
	販売価格	62.5	56.3	50.0	50.0	50.0	31.3
	仕入価格	75.0	81.3	43.8	50.0	68.8	50.0
	在庫	▲18.8	▲18.8	▲37.5	▲37.5	▲43.8	▲43.8
	資金繰り	0.0	6.3	18.8	18.8	12.5	0.0
	売上額	0.0	31.3	43.8	37.5	31.3	
	収益	0.0	37.5	37.5	25.0	37.5	

(▲印:悪化・低下値:%)

経営上の問題点

①地価・商品物件の高騰	62.5	(56.3) ①
②販売商品・物件の不足	56.3	(50.0) ③
③同業者間の競争の激化	50.0	(56.3) ③
④大手企業との競争の激化	31.3	(18.8) ⑤
⑤売上の停滞・減少	18.8	(6.3) ⑦

(上位5項目・複数回答:%) ()内前期—① 前期順位

当面の重点経営施策	①情報力を強化	75.0	(87.5) ①
	②販路を広げる	43.8	(43.8) ③
	③宣伝・広告を強化する	37.5	(62.5) ②
	④経費を節減	25.0	(18.8) ④
	⑤提携先を見つける	12.5	(18.8) ④

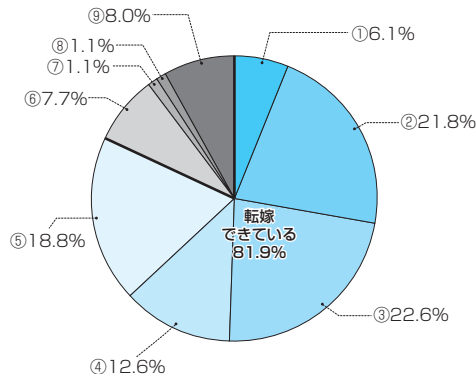
(上位5項目・複数回答:%) ()内前期—① 前期順位

「中小企業における価格転嫁について」

今回は当金庫営業区域内（東信地区）中小企業経営者の皆さまに「中小企業における価格転嫁」についてお聞きしました。

問1.

近年、取引条件の適正化を促進する政策的な動きが活発化しています。貴社では、ここ数年(2020年ごろから)の原材料・仕入価格の上昇分を、どの程度販売価格に転嫁できていますか。下記の①～⑨の中から1つ選んでお答えください。

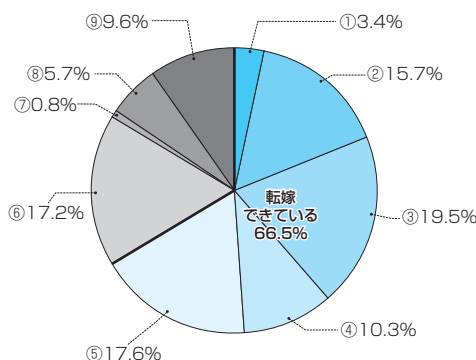


項 目	全企業	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
①100%転嫁できている	6.1	4.8	11.8	7.7	8.7	2.3	6.3
②80%～100%程度転嫁できている	21.8	24.1	23.5	19.2	26.1	20.5	18.8
③50%～80%程度転嫁できている	22.6	25.3	11.8	21.8	13.0	29.5	18.8
④20%～50%程度転嫁できている	12.6	18.1	5.9	6.4	8.7	18.2	12.5
⑤0%～20%程度転嫁できている	18.8	16.9	29.4	23.1	17.4	15.9	6.3
⑥全く転嫁できていない	7.7	4.8	11.8	9.0	8.7	9.1	6.3
⑦転嫁どころか販売価格は低下している	1.1	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0	6.3
⑧そもそも上昇していない	1.1	1.2	0.0	1.3	0.0	0.0	6.3
⑨わからない	8.0	4.8	5.9	9.0	17.4	4.5	18.8

ここ数年(2020年ごろから)の原材料・仕入価格の上昇分については、「50～80%程度転嫁できている(22.6%)」との回答が最も多く、以下、「80～100%程度転嫁できている(21.8%)」、「0～20%程度転嫁できている(18.8%)」と続いた。なお、「100%転嫁できている」は6.1%にとどまった。8割超の企業が何らかの価格転嫁を実施している一方、転嫁の進捗度合いには差がみられた。業種別では、製造業、卸売業および建設業で価格転嫁が進んでいる一方、サービス業や不動産業では「わからない」との回答が比較的多くみられた。

問2.

貴社では、ここ数年(2020年ごろから)の労務費・人件費の上昇分を、どの程度販売価格に転嫁できていますか。下記の①～⑨の中から1つ選んでお答えください。



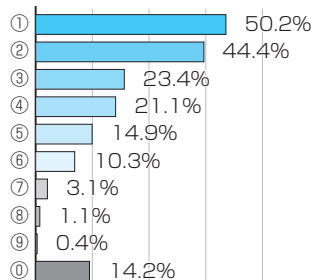
項 目	全企業	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
①100%転嫁できている	3.4	2.4	0.0	3.8	8.7	2.3	6.3
②80%～100%程度転嫁できている	15.7	19.3	29.4	9.0	8.7	18.2	18.8
③50%～80%程度転嫁できている	19.5	25.3	0.0	12.8	17.4	29.5	18.8
④20%～50%程度転嫁できている	10.3	14.5	5.9	9.0	4.3	11.4	6.3
⑤0%～20%程度転嫁できている	17.6	16.9	23.5	14.1	26.1	18.2	18.8
⑥全く転嫁できていない	17.2	9.6	35.3	25.6	17.4	11.4	12.5
⑦転嫁どころか販売価格は低下している	0.8	0.0	0.0	1.3	0.0	0.0	6.3
⑧そもそも上昇していない	5.7	6.0	0.0	10.3	0.0	2.3	6.3
⑨わからない	9.6	6.0	5.9	14.1	17.4	6.8	6.3

ここ数年(2020年ごろから)の労務費・人件費の上昇分については、「50～80%程度転嫁できている(19.5%)」との回答が最も多く、以下、「0～20%程度転嫁できている(17.6%)」、「全く転嫁できていない(17.2%)」と続いた。なお、「100%転嫁できている」は3.4%にとどまった。6割超の企業が何らかの価格転嫁を実施している一方、原材料・仕入価格の上昇分と同様に、転嫁の進捗度合いには差がみられた。業種別では、建設業および製造業で価格転嫁が進んでいる一方、卸売業や小売業では相対的に転嫁が進んでいない傾向がみられた。

構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても100とならない場合があります。

問3.

貴社が取引先(販売先)との円滑な価格交渉・価格転嫁を進めるために、重視している取組みは何ですか。以下の①～⑩の中から当てはまるものについて3つ以内で選んでお答えください。

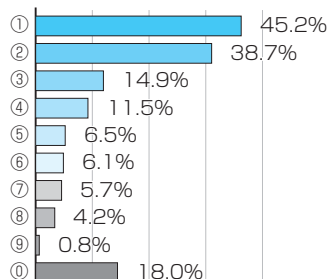


項目	全企業	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
①値上げの事前説明・周知	50.2	53.0	76.5	41.0	47.8	63.6	18.8
②取引先との価格協議	44.4	71.1	35.3	17.9	34.8	59.1	18.8
③競合他社の価格動向の把握	23.4	22.9	11.8	24.4	26.1	15.9	50.0
④製品・商品・サービスの付加価値向上	21.1	28.9	11.8	20.5	39.1	9.1	0.0
⑤納期や個別ニーズ等への柔軟対応	14.9	16.9	23.5	10.3	13.0	18.2	12.5
⑥価格設定ルールの見直し	10.3	9.6	11.8	5.1	26.1	13.6	6.3
⑦値引きや無償対応の防止	3.1	3.6	0.0	3.8	0.0	4.5	0.0
⑧公的支援機関への相談の活用	1.1	0.0	0.0	2.6	0.0	2.3	0.0
⑨その他()	0.4	0.0	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0
⑩特にない	14.2	8.4	0.0	24.4	8.7	4.5	43.8

価格交渉・価格転嫁で重視する取組みについては、「値上げの事前説明・周知(50.2%)」と「取引先との価格協議(44.4%)」が他の選択肢を大きく上回った。以下、「競合他社の価格動向の把握(23.4%)」、「製品・商品・サービスの付加価値向上(21.1%)」と続いた。また、「特にない」は14.2%となった。「値上げの事前説明・周知」と「取引先との価格協議」は、業種別では製造業、卸売業および建設業で回答割合が高い傾向がみられた。

問4.

貴社が価格転嫁を進めるうえでの課題は何ですか。以下の①～⑩の中から当てはまるものについて3つ以内で選んでお答えください。

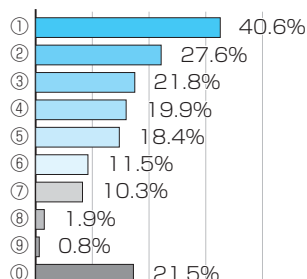


項目	全企業	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
①値上げによる顧客離れや取引停止が心配	45.2	47.0	47.1	44.9	56.5	43.2	25.0
②価格変更のタイミングが難しい	38.7	44.6	64.7	33.3	26.1	36.4	31.3
③従来からの価格が固定化している	14.9	21.7	5.9	10.3	30.4	9.1	6.3
④競合他社が値上げしていない	11.5	16.9	23.5	7.7	17.4	4.5	0.0
⑤業務多忙のため対応する余裕がない	6.5	4.8	11.8	5.1	4.3	9.1	12.5
⑥値上げの根拠となる説明資料が足りない	6.1	12.0	0.0	5.1	0.0	2.3	6.3
⑦取引先が値上げ交渉に応じない	5.7	12.0	0.0	1.3	4.3	6.8	0.0
⑧価格交渉ができる人材がいない	4.2	2.4	5.9	3.8	4.3	6.8	6.3
⑨その他()	0.8	0.0	0.0	1.3	0.0	2.3	0.0
⑩特に課題はない	18.0	10.8	11.8	24.4	17.4	13.6	43.8

価格転嫁を進めるうえでの課題としては、「値上げによる顧客離れや取引停止が心配(45.2%)」と「価格変更のタイミングが難しい(38.7%)」に回答が集中した。これら2項目は業種を問わず回答割合が高く、価格転嫁における共通の課題であることがうかがえる。また、「従来からの価格が固定化している」も上位に挙げられており、長年の取引慣行などを課題として認識する企業も相応にみられた。一方、「特に課題はない」は18.0%となった。

問5.

今後、貴社が円滑な価格交渉・価格転嫁を進める上で、行政に重視してほしいと感じる取組みはありますか。以下の①～⑩の中から当てはまるものについて3つ以内で選んでお答えください。



項目	全企業	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
①価格転嫁を促すガイドラインの強化・周知	40.6	54.2	29.4	28.2	39.1	45.5	31.3
②業種ごとの標準的な価格転嫁ルールの作成	27.6	28.9	17.6	23.1	34.8	40.9	6.3
③不公正な取引の取締りの強化	21.8	30.1	23.5	14.1	13.0	25.0	18.8
④大企業への指導・監督の強化	19.9	27.7	23.5	14.1	13.0	20.5	12.5
⑤価格転嫁の根拠となる物価指数の提示	18.4	26.5	17.6	14.1	8.7	15.9	18.8
⑥価格交渉・転嫁の事例共有	11.5	10.8	5.9	10.3	21.7	13.6	6.3
⑦価格交渉に関する相談窓口の充実	10.3	13.3	11.8	6.4	8.7	9.1	18.8
⑧紛争時における仲介機能の強化	1.9	2.4	0.0	1.3	0.0	2.3	6.3
⑨その他()	0.8	0.0	0.0	0.0	4.3	2.3	0.0
⑩特にない	21.5	10.8	17.6	34.6	26.1	11.4	37.5

今後、円滑な価格交渉・価格転嫁を進めるうえで、行政に重視してほしい取組みとしては、「価格転嫁を促すガイドラインの強化・周知(40.6%)」が最も多く挙げられた。以下、「業種ごとの標準的な価格転嫁ルールの作成(27.6%)」、「不公正な取引の取締りの強化(21.8%)」、「大企業への指導・監督の強化(19.9%)」、「価格転嫁の根拠となる物価指数の提示(18.4%)」と続いた。「価格転嫁を促すガイドラインの強化・周知」は、業種別では製造業および建設業で回答割合が高い傾向がみられた。

構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても100とならない場合があります。

東信地区中小企業景気動向調査DI推移(総合)

() 内は前期における見通し (%)

有効回答 調査期間		261	261	258	261	261	
		2025.4~6	2025.7~9	2025.10~12	2026.1~3	2026.4~6	2026.7~9
総合業況判断指数		▲12.6 (▲17.2)	▲14.9 (▲16.5)	▲10.9 (▲15.3)	▲17.6 (▲24.8)	▲16.5 (▲13.8)	▲22.6
売上・収益・価格の動き ▲前期に比べて▼	売上額	2.3 (1.9)	1.1 (▲2.7)	6.6 (▲8.8)	▲14.9 (▲21.3)	▲4.2 (▲0.8)	▲3.8
	受注残	▲9.4 (▲2.4)	▲8.7 (▲7.1)	2.4 (▲7.9)	▲7.1 (▲22.2)	▲3.1 (▲5.5)	▲7.1
	施工高	▲4.5 (▲9.1)	▲9.1 (2.3)	4.5 (4.5)	4.5 (▲20.5)	2.3 (▲4.5)	▲4.5
	収益	▲6.9 (▲2.7)	▲8.0 (▲6.5)	1.2 (▲14.9)	▲12.3 (▲26.4)	▲7.3 (▲8.4)	▲11.1
	販売価格	34.4 (22.1)	20.5 (20.0)	21.9 (12.8)	22.7 (8.9)	33.0 (25.3)	30.4
	仕入価格	52.7 (42.9)	44.6 (34.8)	40.0 (37.5)	44.1 (27.3)	55.9 (45.9)	53.2
	原材料価格	42.2 (34.9)	38.6 (25.3)	36.6 (32.5)	44.6 (30.5)	63.9 (44.6)	60.2
	原材料在庫	14.5 (8.4)	4.8 (6.0)	4.9 (1.2)	2.4 (2.4)	0.0 (1.2)	▲12.0
	料金価格	27.3 (31.8)	22.7 (13.6)	27.3 (18.2)	21.7 (13.6)	30.4 (30.4)	30.4
	材料価格	57.6 (51.5)	48.5 (43.9)	48.5 (39.4)	46.3 (47.0)	70.1 (52.2)	64.2
	請負価格	18.2 (18.2)	25.0 (11.4)	13.6 (15.9)	18.2 (15.9)	22.7 (18.2)	22.7
	在庫	4.5 (▲1.3)	0.0 (0.6)	▲1.9 (▲1.3)	▲1.9 (▲5.2)	▲5.8 (▲6.5)	▲9.7
	資金繰り	▲10.3 (▲7.7)	▲10.3 (▲11.9)	▲8.1 (▲13.0)	▲13.8 (▲14.7)	▲9.6 (▲11.9)	▲13.0
前年同期比	売上額	▲2.7	▲4.6	0.8	▲10.3	▲0.4	
	収益	▲8.4	▲13.0	▲12.0	▲14.6	▲11.1	
	販売価格	46.9	41.7	44.7	42.1	50.5	

(DI「増加—減少」の企業割合)

DI以外は有効回答に占める割合 (%)

有効回答			261	261	258	261	261	
調査期間			2025.4~6	2025.7~9	2025.10~12	2026.1~3	2026.4~6	2026.7~9
雇用面(DI)	前期比残業時間		▲ 2.7 (▲ 2.3)	▲ 5.4 (▲ 3.1)	▲ 1.2 (▲ 4.2)	▲ 4.6 (▲ 5.4)	▲ 0.4 (1.5)	(1.9)
	人 手		▲19.5 (▲22.2)	▲21.1 (▲23.4)	▲26.0 (▲24.1)	▲25.3 (▲22.5)	▲24.9 (▲28.7)	(▲24.5)
借入金 の動き・ 難易度	借入の実施	(1)借入した	21.5	20.7	23.6	20.3	23.8	
		(2)借入しない	78.5	79.3	76.4	79.7	76.2	
	借入の予定	(1)借入予定	20.3	20.3	20.2	20.3	20.3	
		(2)借入予定なし	79.7	79.7	79.8	79.7	79.7	
	民間金融機関からの借入の難易度	(1)容 易	9.2	8.4	5.8	6.9	7.7	
		(2)変らない	63.2	66.3	72.5	66.7	62.1	
		(3)難しい	11.9	11.5	10.5	10.3	11.1	
		(4)該当なし	15.7	13.8	11.2	16.1	19.2	
設備投資の動き	設備状況(DI)		▲ 6.1 (▲ 8.6)	▲ 6.9 (▲ 8.6)	▲ 8.7 (▲10.2)	▲ 9.8 (▲ 8.3)	▲ 9.4 (▲ 9.0)	(▲ 8.6)
	設備投資の実施と予定	(1)事業用 土地・建物	12.3 (11.3)	7.1 (8.9)	8.2 (11.9)	6.3 (6.5)	11.0 (16.7)	(9.5)
		(2)機械・設備の 新・増設	20.0 (19.4)	14.3 (21.4)	14.3 (11.9)	21.9 (21.0)	13.7 (18.2)	(22.2)
		(3)機械・設備の 更改	26.2 (24.2)	25.7 (28.6)	24.5 (28.8)	32.8 (29.0)	21.9 (25.8)	(36.5)
		(4)事務機器	20.0 (17.7)	21.4 (16.1)	26.5 (13.6)	14.1 (21.0)	15.1 (13.6)	(11.1)
		(5)車 両	18.5 (22.6)	24.3 (21.4)	24.5 (23.7)	20.3 (16.1)	32.9 (22.7)	(12.7)
		(6)そ の 他	3.1 (4.8)	7.1 (3.6)	2.0 (10.2)	4.7 (6.5)	5.5 (3.0)	(7.9)
		(7)実施しない (予定なし)	77.0 (75.5)	74.3 (77.4)	80.2 (76.6)	75.9 (76.4)	74.7 (75.9)	(75.5)

DI内容 ○前期比残業時間 (1)増加 (2)やや増加 (3)変らず (4)やや減少 (5)減少
○人 手 (1)過剰 (2)やや過剰 (3)適 正 (4)やや不足 (5)不足
○設 備 の 状 況 (1)過剰 (2)やや過剰 (3)適 正 (4)やや不足 (5)不足

東信地区中小企業景気動向調査集計表(総合)

■経営上の問題点

(回答3項目以内) (%)

	2025. 4~6	2025. 7~9	2025.10~12	2026. 1~3	2026. 4~6
11 売上の停滞・減少	①35.6	①39.5	①42.6	①40.6	①34.9
12 人手不足	④22.2	④18.0	④19.8	④23.4	④20.7
13 大手企業との競争の激化	5.0	5.4	3.1	4.2	5.4
14 同業者間の競争の激化	③24.1	③24.9	③26.4	③24.1	③24.9
15 親企業による選別の強化	0.0	0.0	0.0	0.4	1.1
16 輸入品との競争の激化	0.8	0.8	1.2	0.4	0.8
17 合理化の不足	5.0	5.4	4.7	3.8	4.6
18 利幅の縮小	②27.2	②31.0	②29.1	②28.4	②25.7
19 原材料高	14.6	14.6	16.7	15.3	17.6
20 販売納入先からの値下げ要請	1.1	0.4	1.2	0.4	0.0
21 料金の値下げ要請	0.4	0.4	0.0	0.4	0.4
22 仕入先からの値上げ要請	8.8	10.3	6.2	8.4	10.3
23 人件費の増加	⑤15.7	⑤16.5	⑤17.4	⑤16.9	17.6
24 人件費以外の経費の増加	5.7	6.1	5.0	6.5	4.2
25 技術力の不足	0.0	0.8	0.8	0.4	0.8
26 工場機械店舗狭小・老朽化	9.6	6.5	10.1	9.6	8.0
27 生産能力不足	1.1	1.1	1.2	0.4	1.5
28 材料価格上昇	15.3	13.8	14.7	14.6	⑤18.8
29 下請けの確保難	5.0	5.7	4.7	5.7	3.8
30 代金回収悪化	1.1	0.4	1.2	1.5	0.8
31 地価・商品物件の高騰	3.4	4.2	5.0	4.2	3.8
32 天候の不順	4.2	3.8	3.5	3.1	2.3
33 地場産業の衰退	1.1	1.9	1.6	0.0	1.1
34 大手企業・工場の縮小撤退	0.0	0.8	0.4	0.8	0.0
35 流通経路の変化による競争	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
36 小口注文多頻度配送の増加	0.8	0.4	0.4	0.0	0.4
37 取り扱い業務・商品の陳腐化	0.8	1.5	1.2	1.1	1.1
38 販売商品・物件の不足	5.0	5.7	7.4	5.4	8.4
39 取引先の減少	3.4	5.4	4.7	4.2	4.2
40 駐車場・資材置場の確保難	1.5	1.9	0.8	0.4	0.8
41 商圏人口の減少	4.6	3.1	4.3	2.7	4.2
42 その他	1.1	1.5	1.6	1.5	3.8
43 問題なし	3.1	3.1	3.1	3.1	3.8
44 大型店との競争の激化	8.4	9.6	7.4	7.3	6.1
45 商店街の集客力の低下	3.4	2.7	1.6	3.4	1.5
46 為替レートの変動	0.4	0.4	0.8	0.8	1.1

(数字は有効回答に占める割合)

■当面の重点経営施策

(回答3項目以内) (%)

	2025. 4~6	2025. 7~9	2025.10~12	2026. 1~3	2026. 4~6
11 販路を広げる	②32.2	②30.7	②29.1	②31.0	②29.5
12 経費を節減する	①54.4	①59.4	①51.6	①50.6	①52.5
13 情報力を強化する	④16.1	④17.2	④17.1	④16.1	④14.2
14 新製品・技術を開発する	3.8	3.1	5.0	4.2	4.6
15 不採算部門を整理縮小する	1.1	2.3	2.3	1.9	1.9
16 提携先を見つける	2.7	2.7	3.1	3.4	3.1
17 機械化を推進する	10.0	10.0	8.5	10.7	10.0
18 人材を確保する	③24.5	③23.8	③27.9	③26.4	③26.4
19 パート化を図る	1.5	1.5	1.9	2.7	2.7
20 教育訓練を強化する	7.3	6.1	8.1	6.9	6.5
21 労働条件を改善する	3.1	2.7	3.9	3.4	3.1
22 工場・機械を増設・移転する	1.9	2.3	1.9	2.3	3.4
23 不動産の有効活用を図る	3.8	5.4	4.3	3.4	3.4
24 品揃えを充実・改善する	10.3	9.2	12.0	⑤13.4	⑤11.9
25 新しい事業を始める	3.1	2.7	2.7	2.7	2.7
26 宣伝・広告を強化する	⑤12.3	⑤11.1	⑤14.0	12.3	10.7
27 店舗・設備を改装する	3.1	2.7	5.0	3.4	2.7
28 仕入先を開拓・選別する	5.4	4.6	4.3	2.7	2.7
29 営業時間を延長する	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
30 売れ筋商品を取り扱う	5.7	4.6	6.2	5.0	5.4
31 商店街事業を活性化させる	2.7	2.7	3.5	2.7	0.8
32 技術力を高める	7.7	8.0	8.1	8.4	8.0
33 流通経路の見直しをする	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
34 取引先を支援する	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4
35 輸入品の取り扱いを増やす	0.0	0.0	0.4	0.4	0.4
36 新しい工法を導入する	0.4	1.1	0.4	0.4	0.0
37 その他	1.5	1.5	0.8	0.4	0.8
38 特になし	8.4	7.7	7.0	5.7	7.3

(数字は有効回答に占める割合)

長野の街道を巡る新たな旅の形「御宿場印めぐり」が県内4信金連携で始動！ ～中山道・北國街道の宿場町活性化に向けて長野県開通記念セレモニーを開催～



令和8年4月23日、当金庫の本店(2F)イベントホールにて、「御宿場印めぐり～中山道・北國街道 長野県開通記念セレモニー～」を開催致しました。足立成和信用金庫(東京都足立区)が発案した「御宿場印プロジェクト」が全国の信用金庫のネットワークを通じて広がりを見せ、今回ついに長野県を開通したものであり、長野県内の4信用金庫(上田・長野・松本・諏訪)が連携して取り組みをスタートしました。

「御宿場印」は神社仏閣の「御朱印」に着想を得て、地域の歴史資源である「宿場町」をテーマに作られた記念印です。各エリアで「御宿場印」を販売することで、訪れた観光客が宿場町を回遊するきっかけを作り、地域経済の活性化を促すことを目的としております。

長野県内48宿場(中山道25宿場・北國街道23宿場)において「御宿場印」「御宿場印帳」の販売を行い、徐々に販売先も広げながら各地で地域性も活かしながら展開して頂いております。セレモニー当日は各宿場の関係者や行政関係者、信用金庫職員、メディア関係者などを含めて総勢85名参加の大規模なイベントとなりました。



上田しんきん経営塾21「令和8年度総会および第1回セミナー」を開催しました



令和8年6月17日に当金庫の本店(2F)イベントホールにて、「上田しんきん経営塾21 令和8年度総会及び第1回セミナー」を開催致しました。セミナー講師として、TV・ラジオ・各メディアでも活躍されている「上田情報ビジネス専門学校」の比田井和孝氏が登壇され「何を遺し、どう生きるか。経営者・リーダーのための「ココロの授業」」を講演テーマとして、経営者のみならず参加者全員の心に響く貴重なお話を頂きました。巧みな話術で会場を比田井氏の世界に引き込み、人としての「あり方」を考えさせられる90分となりました。



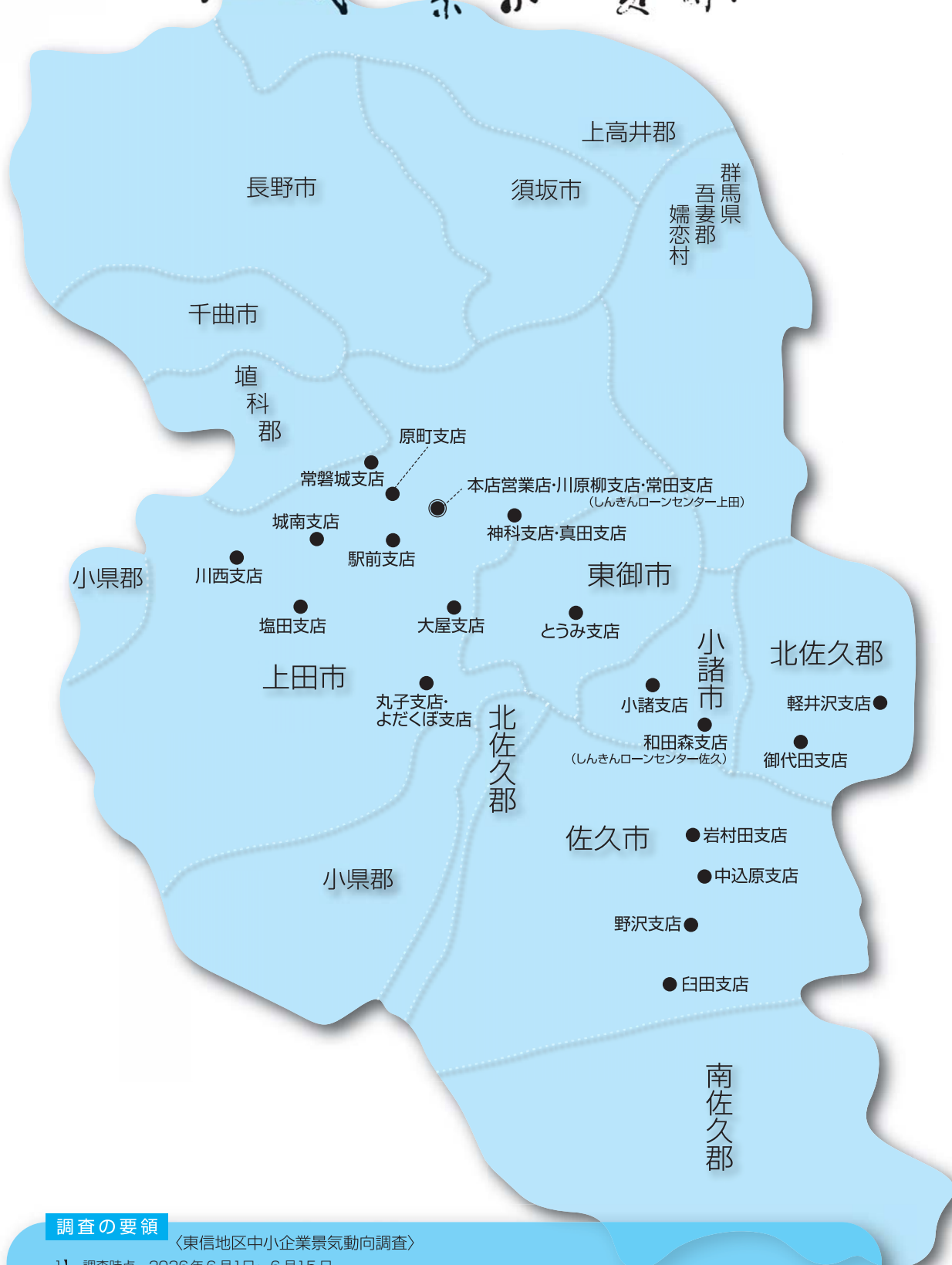
上田しんきん経営塾21では今回のような講演の他、専門家によるIT・DX、事業承継、販路拡大、人材確保、景気動向、環境関連、価格交渉など経営者が抱える様々な問題をテーマとしたセミナーを定期的実施しております。また、県外のビジネスマッチングイベントを含めた視察旅行などを企画しております。

上田しんきん経営塾21にご興味のある企業様がおられましたら、お気軽に地域創生戦略室、またはお近くの営業店までご連絡をお願いいたします。

補助金のご相談や申請支援をご希望の事業者様はぜひご相談ください

上田信用金庫/地域創生戦略室 0268-22-6260 (担当:関・矢嶋)

人とのふれあいを大切に 地域の繁栄に貢献する



調査の要領

〈東信地区中小企業景気動向調査〉

- 1) 調査時点 2026年6月1日～6月15日
- 2) 調査方法 当金庫職員による面接聴取を中心に調査しました。
- 3) 分析方法 各質問項目で「増加」(上昇)したとする企業が全体に占める構成比、「減少」(下降)したとする企業の構成比との差(DI:判断指数)を中心にして分析を行いました。

2026年7月30日

 上田信用金庫

総合企画部

TEL 0268-22-6260
FAX 0268-25-1814

<https://www.shinkin.co.jp/ueda/>