

**令和 7 年度
常総市地域経済動向調査**

令和 8 年 1 月

常総市商工会

第1節 概要

(1) 目的

常総市内の小規模事業者の持続的な発展を推進するため、業種ごとの売上や利益といった業況を経済動向情報として整理し、経営分析や事業計画作成支援の基礎資料として活用する。

(2) 調査分析方法

確定申告で得られた事業者の財務データを対象に調査分析をおこなった。

(3) 調査対象事業者

市内で事業者数の多い5業種（建設業・製造業・飲食業・小売業・サービス業）について、各5者（サンプルA～E）を抽出して分析した。

なお、業績の推移から経済動向を把握する本調査の目的に照らして、各業種における対象事業者（サンプルA～E）については、各年ともに同一の事業者であることを前提とする。

(4) 用語の説明

- ・本文中及び図表中に示した業種毎の平均値は、各業種におけるサンプル事業者5者から算出した平均値を使用している。
- ・付加価値額は、各事業者が生み出した価値を示すものであり、営業利益に人件費と減価償却費を足した金額で表す。
- ・労働生産性は、付加価値額を従業員数で除した金額。従業員1人あたりの付加価値額とも換言でき、業務効率性を表す。

第2節 業種別平均でみた業況の推移

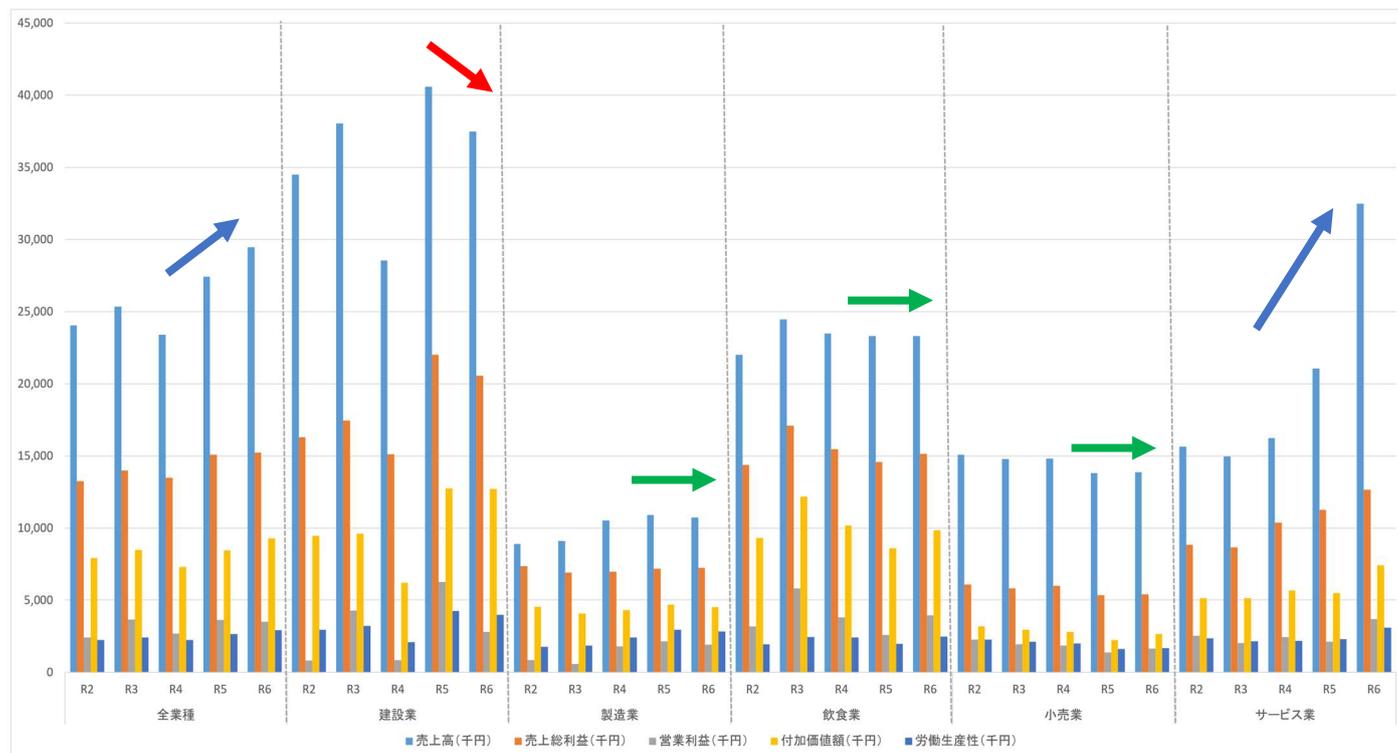
最初に、業種別平均による業況（売上高、売上総利益、営業利益、付加価値額、労働生産性）の推移について確認する。

(1) 金額ベース

まず、業況の推移について金額ベース（業種別平均額）で確認する（図表1）。金額の大小はサンプル事業者の事業規模に依存するため、ここでは金額そのものではなく、業種ごとの推移を俯瞰することで、各業種における景気動向の把握にとどめたい。

これによると、全業種では売上高、売上総利益、営業利益、付加価値額、労働生産性の各指標において増加傾向で推移している。業種ごとにみると、サービス業で全ての指標において増加傾向がみられた一方で、製造業、飲食業、小売業は概ね横ばい、建設業はすべての指標で減少傾向がみられており、業種間で業況に差が生じていることが伺える。

【図表1：業種別平均額による業況の推移（金額ベース）】



(2) 増減率ベース

次に、業種ごとの業況の推移を事業規模の影響を排除可能な増減率で確認する（図表2）。

売上高の推移では、サービス業で前年比54.3%と増加する一方で、飲食業で0.1%、小売業で0.4%とほぼ横ばい、建設業で同▲7.7%、製造業で同▲1.8%と減少した結果、全業種の平均値は前年比7.5%の増加となった。

売上総利益の推移では、サービス業で前年比12.5%、飲食業で同3.8%と増加する一方で、小売業で同1.0%、製造業で同0.8%とほぼ横ばい、建設業で同▲6.6%と減少した結果、全業種の平均値は前年比1.0%の微増にとどまった。

営業利益の推移では、サービス業で前年比74.5%、飲食業で同52.9%、小売業で同21.1%と増加した一方で、建設業で同▲55.4%、製造業で同▲10.8%と減少した結果、全業種の平均値では前年比▲3.2%の減少となった。

付加価値額の推移では、サービス業で前年比34.7%、小売業で同18.8%、飲食業で同14.5%と増加した一方で、製造業で同▲4.0%、建設業で同▲0.1%と減少した結果、全業種の平均値では前年比10.0%の増加となった。

最後に、労働生産性の推移では、サービス業で前年比34.7%、飲食業で同26.0%、小売業で同4.0%と増加した一方で、建設業で同▲6.4%、製造業で同▲4.0%と減少した結果、全業種の平均値は前年比10.0%の増加となっている。

【図表2：業種別平均による業況の推移（増減率）】

| | 全業種 | 建設業 | 製造業 | 飲食業 | 小売業 | サービス業 |
|-------------|------|-------|-------|------|------|-------|
| 売上高増加率(%) | 7.5 | -7.7 | -1.8 | 0.1 | 0.4 | 54.3 |
| 売上総利益増加率(%) | 1.0 | -6.6 | 0.8 | 3.8 | 1.0 | 12.5 |
| 営業利益増加率(%) | -3.2 | -55.4 | -10.8 | 52.9 | 21.1 | 74.5 |
| 付加価値額増加率(%) | 10.0 | -0.1 | -4.0 | 14.5 | 18.8 | 34.7 |
| 労働生産性増加率(%) | 10.0 | -6.4 | -4.0 | 26.0 | 4.0 | 34.7 |

第3節 各業種における業況の推移

次に、業種毎の業況について、サンプル事業者の動向から見ていく。

(1) 建設業の業況

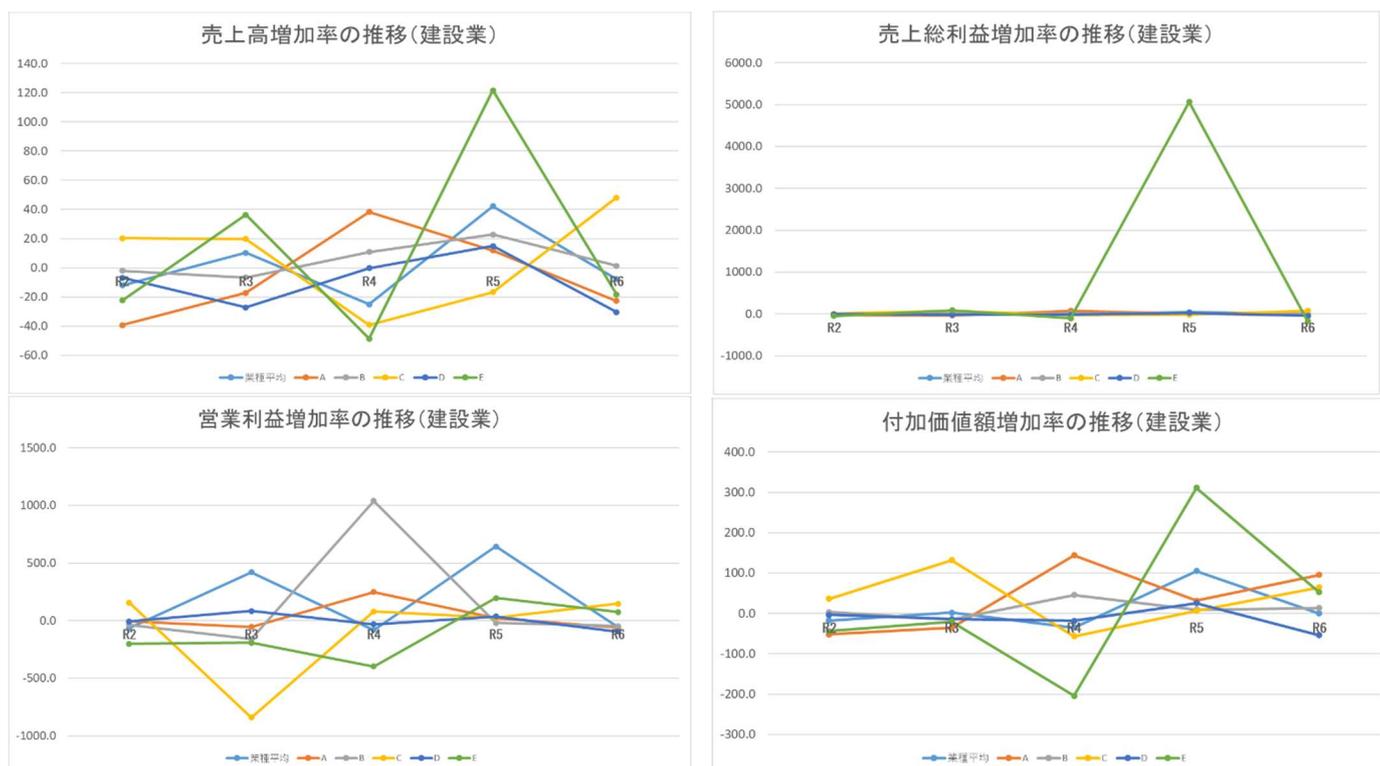
建設業における業種平均値は、全ての指標において前年から減少となった。全ての指標で全業種平均を下回っており、原油価格・物価高騰や人手不足等の影響が懸念されるなかで、全ての指標で全業種平均値を上回った前年調査から減速傾向がみられている。

サンプル事業者の内訳を見ると、売上高及び売上総利益が前年から増加したのは2者（B：造園業、C：工務店）のみで、他3者（A：基礎工事、D：屋根工事、E：工務店）は売上高、売上総利益ともに減少しており、原油価格・物価高騰や人手不足等による影響が収益環境に大きな影響を及ぼしていることが想定される。

【図表3：建設業の業況（増加率）】

| サンプルNo. | 売上高増加率 | 売上総利益増加率 | 営業利益増加率 | 付加価値額増加率 | 労働生産性増加率 |
|---------|--------|----------|---------|----------|----------|
| A | -22.8 | -34.7 | -60.6 | 95.6 | 95.6 |
| B | 1.3 | 0.7 | -46.5 | 13.3 | -5.6 |
| C | 48.2 | 79.1 | 146.3 | 64.9 | 64.9 |
| D | -30.4 | -40.1 | -95.6 | -54.3 | -54.3 |
| E | -18.2 | -175.2 | 74.8 | 52.2 | 52.2 |
| 業種平均値 | -7.7 | -6.6 | -55.4 | -0.1 | -6.4 |
| 全業種平均 | 7.5 | 1.0 | -3.2 | 10.0 | 10.0 |

【図表4：サンプル事業者における各指標の推移（建設業）】



(2) 製造業の業況

製造業における業種平均値では、売上高総利益を除く全ての指標（売上高、営業利益、付加価値額、労働生産性）で前年比マイナスとなった。売上高総利益を含む全ての指標で全業種平均を下回っており、建設業と同様に厳しい事業環境に置かれていることが伺える。

サンプル事業者の内訳を見ると、増収増益となったのはサンプル5者のうち1者（D：金型製造）のみで、他4者（A：スポーツ用品製造、B：染色業、C：精密機械、E：金属加工）は全ての指標で前年比マイナスとなっており、受注環境、収益環境ともに厳しい状況にあることが伺える。

【図表5：製造業の業況】

| サンプルNo. | 売上高増加率 | 売上総利益増加率 | 営業利益増加率 | 付加価値額増加率 | 労働生産性増加率 |
|---------|--------|----------|---------|----------|----------|
| A | -10.4 | -11.8 | -14.4 | -22.8 | -22.8 |
| B | -15.6 | -10.3 | -102.5 | -33.6 | -33.6 |
| C | -7.3 | -7.3 | -8.8 | -8.2 | -8.2 |
| D | 4.1 | 14.0 | 32.6 | 15.1 | 15.1 |
| E | -11.7 | -19.3 | -401.0 | -80.6 | -80.6 |
| 業種平均値 | -1.8 | 0.8 | -10.8 | -4.0 | -4.0 |
| 全業種平均 | 7.5 | 1.0 | -3.2 | 10.0 | 10.0 |

【図表6：サンプル事業者における各指標の推移（製造業）】



(3) 飲食業の業況

飲食業における業種平均値では、売上高、売上総利益、営業利益、付加価値額、労働生産性の各指標において前年比プラスとなり、売上高増加率を除く指標で全業種平均値を上回るなど、回復基調が見受けられる。

サンプル事業者の内訳を見ると、増収増益（売上高、営業利益ともに前年比プラス）となった事業者はサンプル5者のうち3者（A：ラーメン店、B：居酒屋、C：食堂）で、他2者は増収減益（D：ラーメン店）、減収増益（E：食堂）となった。原油価格・物価高騰に伴う家計負担の増加等を背景に外食需要に弱さがみられるなかでサンプル各社ともに売上高増加率が微増にとどまっているものの、付加価値額、労働生産性において高い伸び率が見られており、各事業者において経営努力が行われていることが伺える。

【図表7：飲食業の業況】

| サンプルNo. | 売上高増加率 | 売上総利益増加率 | 営業利益増加率 | 付加価値額増加率 | 労働生産性増加率 |
|---------|--------|----------|---------|----------|----------|
| A | 0.6 | 2.5 | 32.5 | 7.6 | 7.6 |
| B | 1.3 | 25.0 | -320.4 | 325.8 | 325.8 |
| C | 0.7 | 0.8 | -25.0 | 5.5 | 5.5 |
| D | 0.5 | -0.1 | 224.1 | 26.0 | 89.0 |
| E | -6.3 | 11.0 | 454.0 | 51.2 | 51.2 |
| 業種平均値 | 0.1 | 3.8 | 52.9 | 14.5 | 26.0 |
| 全業種平均 | 7.5 | 1.0 | -3.2 | 10.0 | 10.0 |

【図表8：サンプル事業者における各指標の推移（飲食業）】



(4) 小売業の業況

小売業における業種平均値では、売上高、売上総利益、営業利益、付加価値額、労働生産性の各指標において前年比プラスとなり、営業利益、付加価値額で全業種平均を上回るなど飲食業と同様に前年からの回復がみられる。

サンプル事業者の内訳を見ると、サンプル5社のうち前年から売上高が増加したのは3者（C：化粧品小売、D：洋菓子店、E：酒販店）で、他2者（A：食品小売、B：食品小売）で売上高が減少している。原油価格・物価高騰に起因して家計の節約志向が高まっていること等を背景に、日常的な需要に対応する食品小売において影響が顕著となっていることが伺える。

【図表9：小売業の業況】

| サンプルNo. | 売上高増加率 | 売上総利益増加率 | 営業利益増加率 | 付加価値額増加率 | 労働生産性増加率 |
|---------|--------|----------|---------|----------|----------|
| A | -1.9 | 2.6 | 2.9 | 2.8 | 2.8 |
| B | -20.6 | -32.1 | 22.6 | -43.6 | -43.6 |
| C | 2.2 | -7.6 | -12.2 | 29.0 | -35.5 |
| D | 7.3 | 7.2 | 28.9 | 14.6 | 14.6 |
| E | 7.0 | 196.9 | 33.7 | 34.7 | 34.7 |
| 業種平均値 | 0.4 | 1.0 | 21.1 | 18.8 | 4.0 |
| 全業種平均 | 7.5 | 1.0 | -3.2 | 10.0 | 10.0 |

【図表10：サンプル事業者における各指標の推移（小売業）】



(5) サービス業の業況

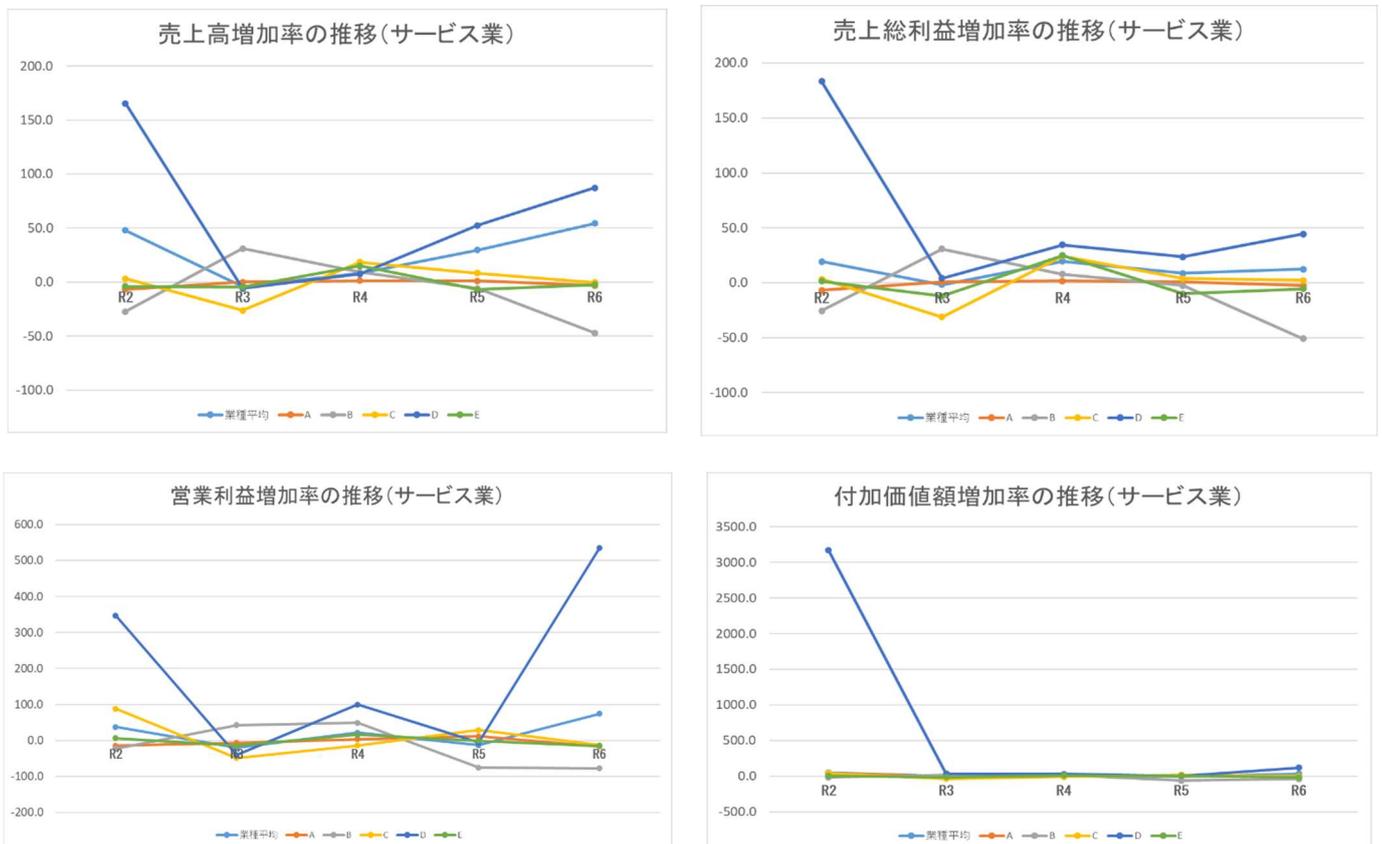
サービス業における業種平均値では、全ての指標（売上高及び売上総利益、営業利益、付加価値額、労働生産性）において前年比プラスとなった。

サンプル事業者の内訳を見ると、サンプル5者のうち増収増益（売上高、営業利益ともに前年比プラス）となったのは1者（D：自動車整備業）のみで、他4者（A：理容室、B：自動車整備業、C：美容室 E：美容室）は減収増益（売上高、営業利益ともに前年比マイナス）となっていることから、サービス業の各指標における業種平均値はサンプルDが引き上げているもので、業種全体の業況としてはむしろ厳しい環境に置かれていることが伺える。

【図表 11：サービス業の業況】

| サンプルNo. | 売上高増加率 | 売上総利益増加率 | 営業利益増加率 | 付加価値額増加率 | 労働生産性増加率 |
|---------|--------|----------|---------|----------|----------|
| A | -3.1 | -2.5 | -16.8 | -3.8 | -3.8 |
| B | -47.1 | -50.9 | -77.3 | -36.8 | -36.8 |
| C | -0.2 | 2.2 | -13.0 | -0.3 | -0.3 |
| D | 87.2 | 44.4 | 535.2 | 119.5 | 119.5 |
| E | -2.4 | -5.4 | -15.5 | -14.4 | -14.4 |
| 業種平均値 | 54.3 | 12.5 | 74.5 | 34.7 | 34.7 |
| 全業種平均 | 7.5 | 1.0 | -3.2 | 10.0 | 10.0 |

【図表 12：サンプル事業者における各指標の推移（サービス業）】



第4節 総括

ここまで、業種別平均での業況の推移（第2節）、各業種における業況の推移（第3節）について、確定申告データをもとに分析をおこなってきた。

以下、これらの分析から見えてきた地域の経済動向について総括する。

①物価高騰及び人件費の上昇の影響

本調査は、事業者へのヒアリング、アンケート調査などの定性的な情報は含んでいないことから、実際に物価高騰や人件費の上昇が経営にどの程度影響を及ぼしているのかを明確にすることは難しいが、決算データからは各業種ともに売上高、売上高総利益の伸びに弱さが見受けられ、原材料の仕入れや労務費等においてその影響が顕著に生じている現状が伺うことができた。

本調査は令和6年度の決算データを元に分析をおこなっているため、物価高騰や人件費上昇の影響について直近（令和7年以降）の状況を確認することはできないものの、国の景況感調査の動向からもその影響は深刻さを増していることが想定される（全国商工会連合会が行う「中小企業景況調査」から、全産業の原材料・商品仕入単価D I（「上昇」-「低下」、前年同期比）は2023年以降70%前後で推移している）。

次年度以降の調査においても、物価高騰や人件費上昇の影響が地域の小規模事業者の事業環境にどのような変化を及ぼしていくのか、引き続き注視が必要な状況と考える。

②事業環境が変化するなかで求められる支援

物価高騰や人件費上昇等に起因して厳しい事業環境に置かれている地域の小規模事業者であるが、各サンプル事業者の業況をみると業種内でもばらつきがみられており、建設業におけるサンプルC（工務店）や製造業におけるサンプルD（金型製造）など、業種全体として厳しさがみられるなかでも売上高や利益を確保している事業者も見受けられた。

これらのサンプル事業者は、単に売上高・利益が増加しているのみならず、付加価値額や労働生産性の伸びが他者よりも高いなどの特徴もみられており、地域の小規模事業者が事業の継続や持続的な成長を図っていくためには、生産性向上や商品・サービスの高付加価値化を図っていくことが不可欠であることが浮き彫りになったものと考えられる。

事業環境が変化するなかで地域の支援機関である商工会が果たすべき役割は一層重要性を増している。地域の小規模事業者の事業の継続や持続的な発展に向けて、単に解決策を提示するのみならず、事業者との対話と傾聴を踏まえ、経営者が腹落ちしながら生産性向上や商品・サービスの高付加価値化に取り組めるよう支援を提供していくことがより重要になっていくものと考えられる。