

神戸商工会議所 経営経済四半期動向調査（2026年7～9月期）調査結果

●調査対象 神戸商工会議所会員81事業所／対象104事業所
●調査時期 2026年9月1日～14日

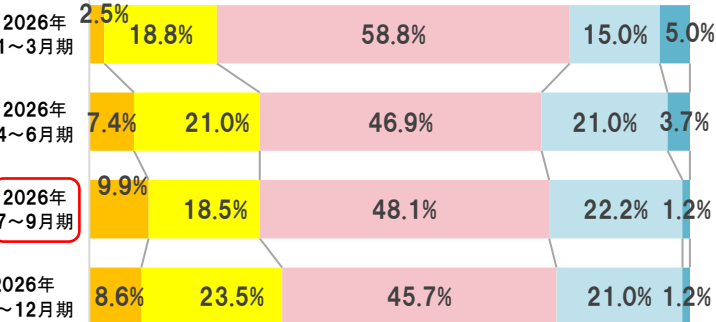
●調査内容 1～2：定期調査 / 3～4：付帯調査

1. 各社の業況について

◆今期(7～9月)は、「良い」・「どちらかと言えば良い」が前期と同様で、「変わらない」が48.1%と1.2ポイント増加した。前期(4～6月期)で一部に持ち直しの動きが見られたものの、二極化の傾向が続き、今期においても全体として特に大きな変化は見られない。
◆来期(10～12月)の予測は、「良い」・「どちらかと言えば良い」が3.7ポイント増加し、先行きへの不透明感がやや後退する見通しである。

(前期に比べて)

■良い ■どちらかと言えば良い ■変わらない ■どちらかと言えば悪い ■悪い



前期との比較 4～6月 →7～9月	良い / どちらかと言えば良い		どちらかと言えば悪い / 悪い	
	28.4%→28.4%	±0	24.7%→23.4%	▲1.3
主な業種	設備工事、総合建設、電気工事、電気機械器具卸売、医療機器卸売など		菓子製造・販売、食堂・レストラン、スーパー、観光サービス、婦人靴製造、ファッション小売など	

(参考) 前回調査時 2026年7～9月期 予測



2. 各社・業界での特徴的な動きなど

(1) 原材料・エネルギー・人件費等のコスト

- 足元では、ナフサ原料の調達状況が落ち着きを見せはじめている。【化成品等製造】
- 資材の納入は遅れ気味であるが、遅い中でも安定している。但し、単価は常に上がっており、予算価格が合わない事例もある。【電気工事】
- ナフサ高騰による仕入れ価格上昇が、下半期に大きく影響する見込み。【菓子製造・販売】
- 建設工事費の高騰により、設計内容の見直し等が生じている。【設計】
- ウレタン系の製品(断熱材や防水材)の材料費値上げ(約40%)と発注制限等の影響が大きい。また、他塗料や接着剤等も影響を受けている。【総合建設】
- 土地・人件費・建材の高騰や金利上昇による住宅ローン・融資金利の影響が大きい。【不動産】
- 塗料、塗装関連の備品の価格高騰が業界全体で高止まりしている。【油脂加工製品・石けん】

(2) 人手不足・人材確保・採用

- 取引先の人手不足が深刻で、スムーズに仕事を発注できない問題が起きている。【運輸】
- 新卒・中途採用の双方で人材獲得に苦戦しており、人材不足が顕在化。【貨物運送取扱業】
- 新卒・中途採用ともに多くの労力をかけているが、採用計画を達成できない状況。【総合建設】
- アルバイト・パートを含めた人員確保が難しく、固定費の上昇が負担となっている。【観光サービス】

(3) 価格転嫁・個人消費の動向

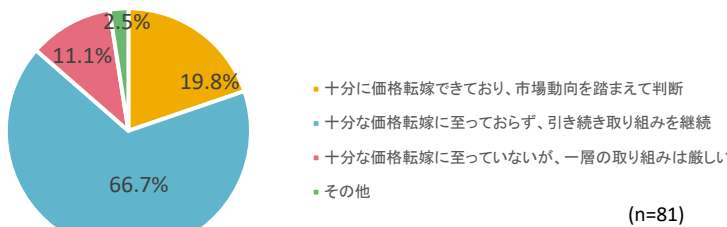
- 円安基調と原料高が継続して価格転嫁が追いつかず、収益が悪化している。【食品加工】
- 中東情勢による資材価格の高騰分を価格転嫁しずらく、利益確保が難しい。【催会場装飾】
- 物価・賃金・金利上昇分を継続的に販売価格に転嫁するのは容易ではない。【ホテル】
- 靴・衣料等の準耐久品では消費者の買い控えがあり、適切に売価へ転嫁できない。【靴小売】
- 中東情勢に伴うエネルギー・主原料等の諸コストの高騰を受け、当該コスト上昇分の価格転嫁を交渉協議中。【鉄鋼】
- 原材料、資材の高騰が続き、値上げを実施している。【菓子製造・販売】

(4) その他(海外情勢・生成AI・インバウンドなど)

- 世界の半導体市場と国内メーカーのエネルギー分野が活性化している。【金属被覆・彫刻業】
- 円安の影響もあり、輸出案件が増加する見込み。【原動機製造】
- 海事業界では省エネ・脱炭素化等環境対応の需要が高まっている。【その他の機械器具卸売業】
- 中東情勢の様子見が続いていて、設備投資が抑えられている。【機械器具卸売】
- 来年4月からの食料品消費税率の2年間限定的引き下げが気がかりである。【食堂・レストラン】
- 金利上昇による支払利息の増加への懸念。【総合商社】
- 熊本地震や各地の豪雨による観光への影響【旅行】
- 中国との摩擦で訪日客が減少傾向にある。【真珠製造・販売】
- サイバー攻撃リスクが深刻化している。【情報サービス】
- 海洋資源の枯渇・減少により、主力商品である海産物の調達が困難。【食料品小売】

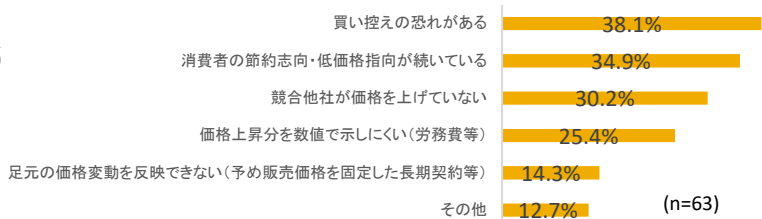
3. 価格転嫁について

今後の価格転嫁の方針について尋ねたところ、「十分な価格転嫁に至っておらず、引き続き取り組みを継続」が66.7%と最も多かった。また、「十分な価格転嫁に至っていないが、一層の取り組みは厳しい」も11.1%あり、全体の約8割が十分な価格転嫁に至っていない。



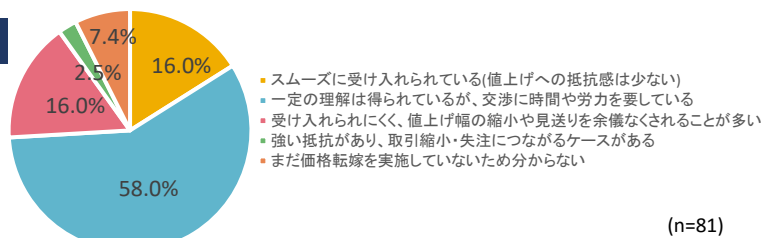
(n=81)

価格転嫁が困難な理由について尋ねたところ、「買い控えの恐れがある」が38.1%と最も高く、次いで「消費者の節約志向・低価格指向が続いている」が34.9%、「競合他社が価格を上げていない」が30.2%と続いた。各社とも市場の動向を気にしている。(複数回答)



(n=63)

価格転嫁に対する市場の反応について尋ねたところ、「一定の理解は得られているが、交渉に時間や労力を要している」が58.0%と最も多かった。また、「受け入れられにくく、値上げ幅の縮小や見送りを余儀なくされることが多い」も16.0%と、一定の理解は進んでいるものの、価格転嫁を円滑に進めるには、依然として交渉面での負担が大きい状況。



(n=81)

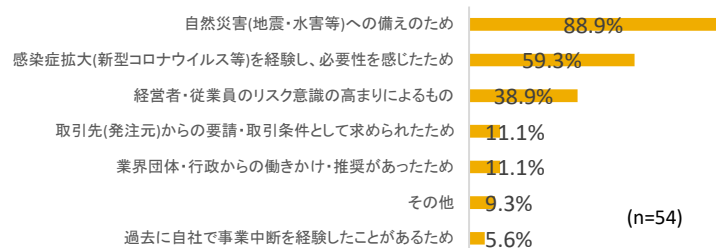
4. BCPの策定・更新状況について

BCPの策定・更新状況について尋ねたところ、「BCPを策定しており、定期的に見直し・更新を行っている」が35.8%と最も多かった。また、「BCPを策定しているが、更新は行っていない(策定時のまま)」が23.5%と約6割が既に策定済みだった。一方、約4割は未策定であるが、大半が「策定中」・「今後策定を検討している」状況。



(n=81)

BCPを策定した理由について尋ねたところ、「自然災害(地震・水害等)への備えのため」が88.9%と突出して最も高く、次いで「感染症拡大(新型コロナウイルス等)を経験し、必要性を感じたため」が59.3%と続いた。外部からの要請よりも、自社の防災・リスク対策を主な理由として策定している状況。(複数回答)



(n=54)