

2026春の500社企業訪問 実施結果について

2026年4月1日から6月30日にかけて、商工観光労働部職員による企業訪問調査を実施した結果をまとめたもの。

訪問企業 505社

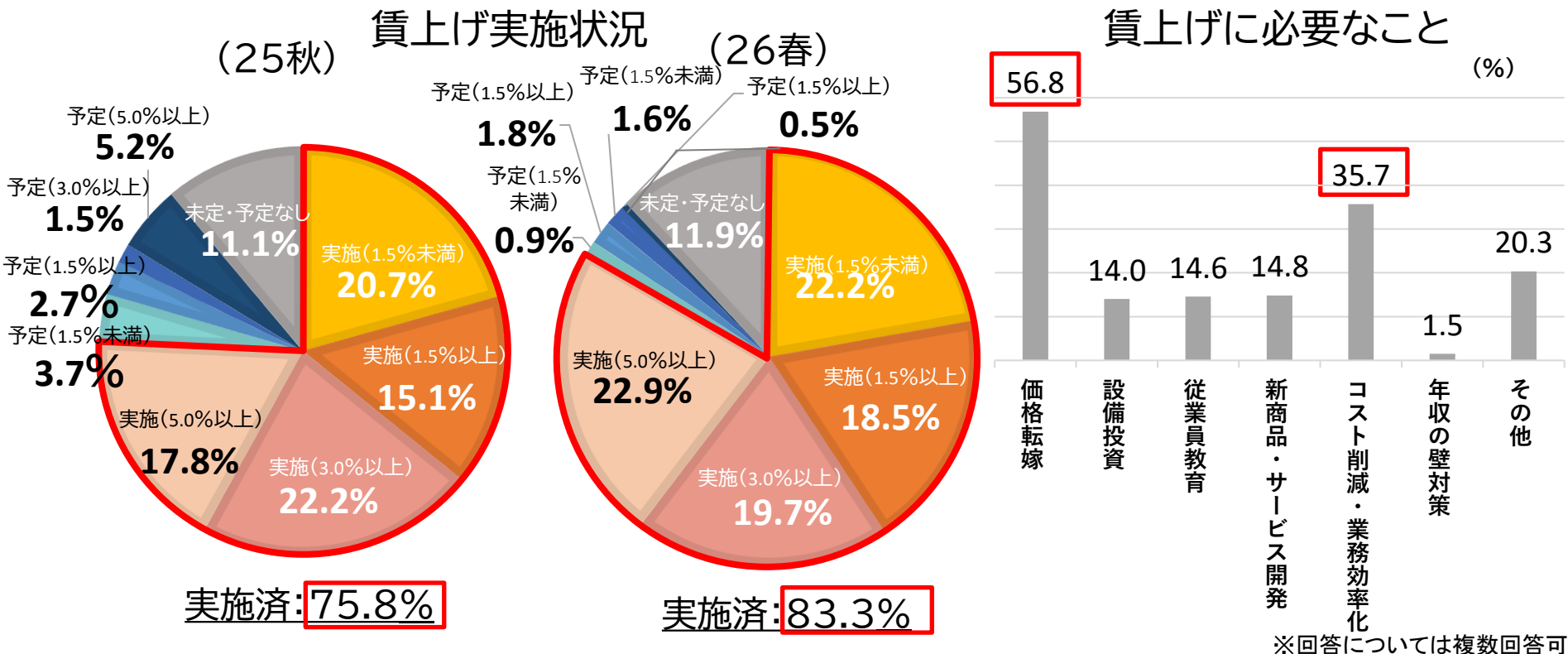
製造業204社		非製造業275社		その他26件	
(内訳)		(内訳)		(内訳)	
輸送機械(自動車)	42	土木・建設	56	各種団体・大学	8
食品加工	43	卸・小売	47	商店街	7
電気機械	17	対個人サービス	46	金融機関	5
化学・石油	16	通信・情報	30	労働組合	4
金属製品	13	飲食	21	商工団体	2
一般機械	18	運輸	15		
木材・木製品	10	対事業所サービス	16		
造船	9	宿泊	14		
医療医薬品	11	電気・ガス	11		
窯業・土石	10	その他	14		
鋼鉄・非鉄金属	8	飲食・宿泊	3		
紙・パルプ	5	リサイクル	2		
繊維	2				

従業員数	社(件)数
5人以下	99
6～20人	125
21～50人	94
51～100人	72
101～200人	50
201～300人	15
301人以上	50

2026年8月
商工観光労働部

1 賃上げの実施状況、賃上げに必要なこと

- ・賃上げを「実施済」と回答した割合は83.3%と前回調査に比べ、7.5ポイント増加した。
- ・「実施済」に加え、「今後実施予定」まで合わせた場合は、割合は88.1%となる。
- ・賃上げに必要なことでは、「価格転嫁」56.8%、「コスト削減・業務効率化」35.7%の順となる。

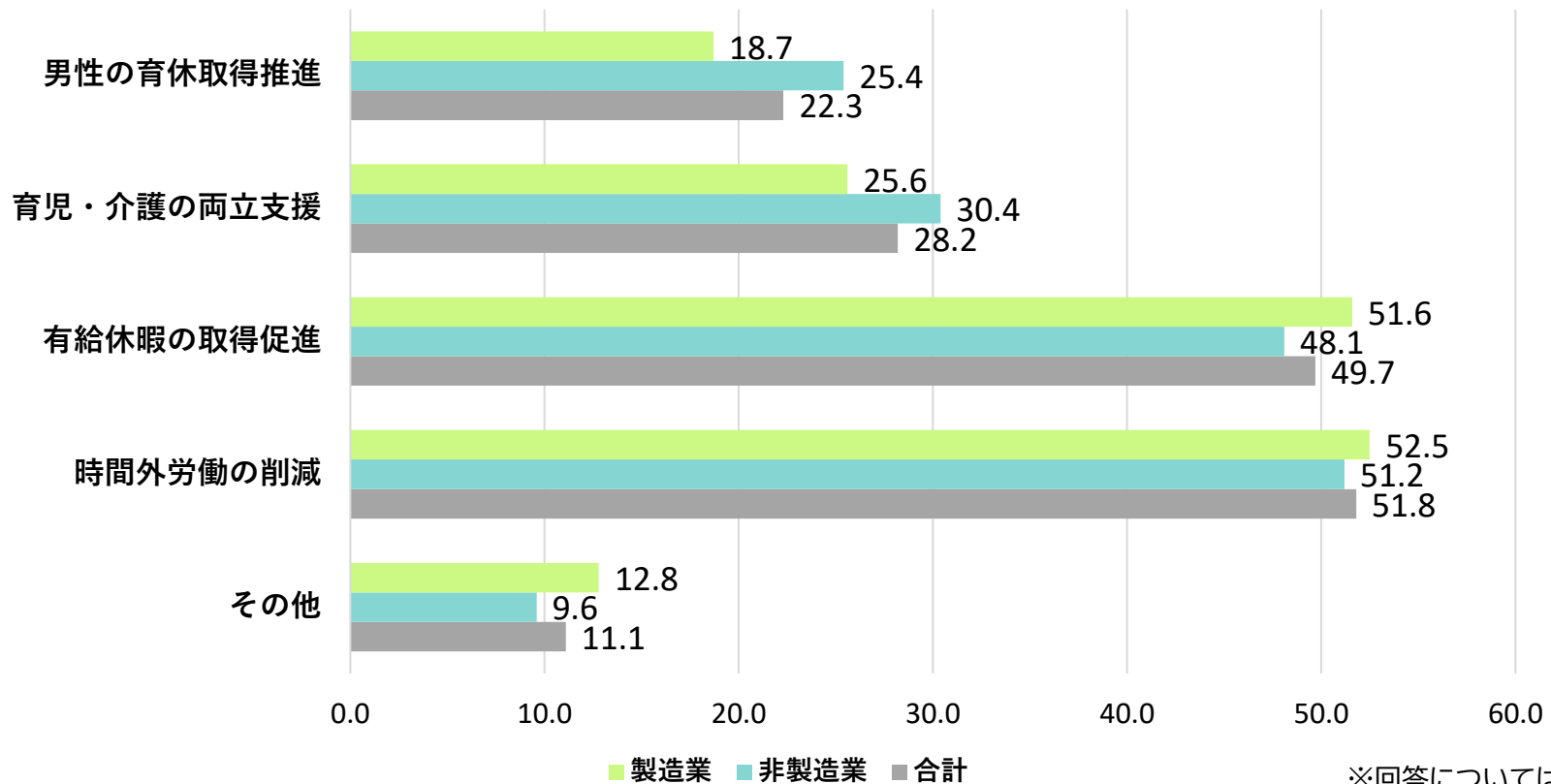


(企業の声)

- ・1人1人の能力を上げようとしている。賃上げを先に行い、やる気を上げることで成長を促している。(卸・小売)
- ・一定水準以上の賃上げが、入札総合評価の加点になっており、賃上げを積極的に推進できている。(土木・建設)
- ・価格転嫁見合いで、顧客に対してお返し(設備投資、サービス向上)を実施している。(宿泊)
- ・他社と比較して応じてくれない取引先には毅然とした態度をとる。(電気機械)

2 働き方・労務関係の取組について

(%)

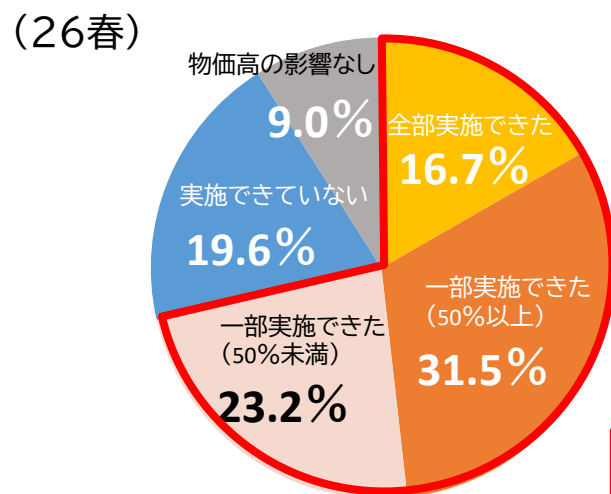
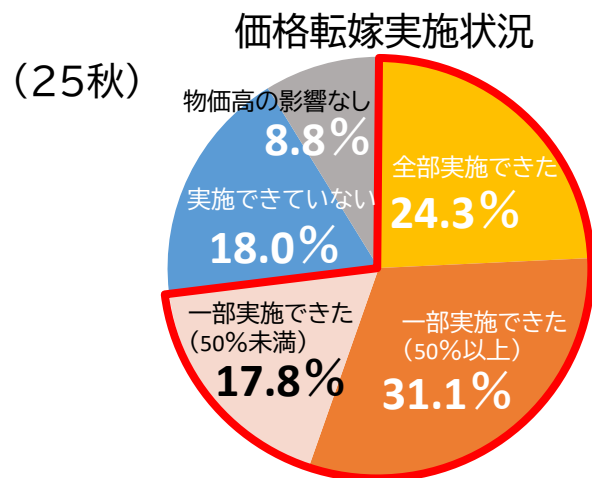


(企業の声)

- ・年休を時間単位で取得可能としたことで取得率の向上につながった。育児休暇は男性も普通に取得するようになった。(土木・建設)
- ・昨年度は男性職員の育児休暇の取得もあったほか、試験的に一部で在宅勤務の導入も行った。(輸送機械(自動車))
- ・従業員のマルチタスク化による従業員同士のカバー体制を構築して、希望する休みに対応できる環境を整備。(運輸)
- ・有給休暇の取得促進に、奨励金制度(5日取得するごとに奨励金が出る制度)を制定。(情報・通信)
- ・フレックスタイム制度対象者の拡大、連続5日間の年次有給休暇取得の奨励、兼業許可等を実施。(化学・石油)

3 物価高・賃上げに伴う価格転嫁実施状況

- ・価格転嫁を「全部実施できた」が16.7%、「一部実施できた」が54.7%(うち、50%以上が31.5%、50%未満が23.2%)であり、全体で71.4%の企業で価格転嫁が実施されている。
- ・前回(25秋)と比較すると、全体で価格転嫁ができた企業の割合が減少している。
- ・「実施できていない」と回答した企業の割合が多い業種は、宿泊が50.1%、次いで通信・情報が30.0%であった。



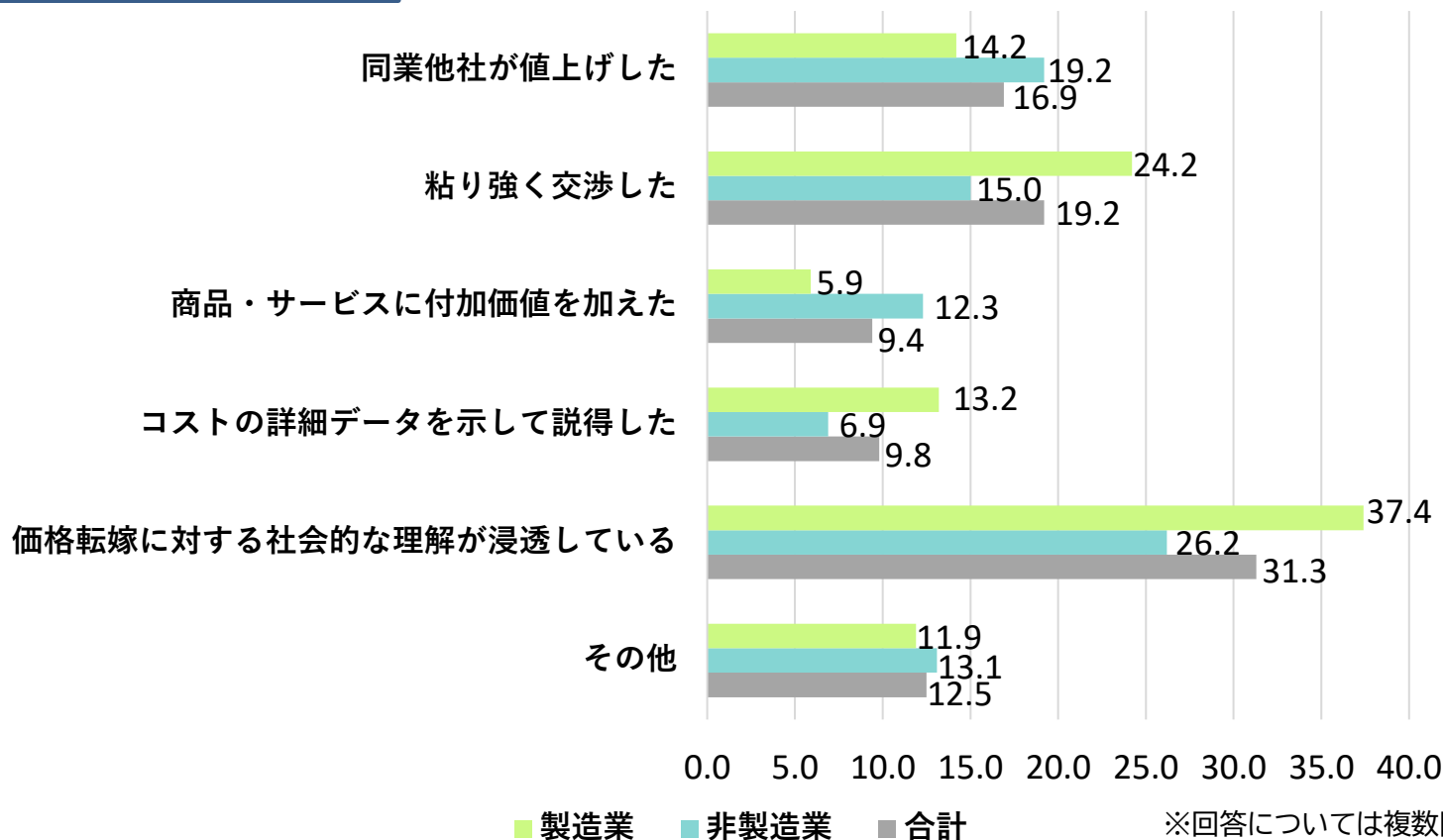
主な業種別の内訳

(%)

	全部 実施できた	一部 実施できた (50%以上)	一部 実施できた (50%以下)	実施できてい ない	そもそも物価 高の影響は受 けていない
食品加工	21.9	26.8	29.3	22.0	0.0
電気機械	18.8	37.4	25.0	12.5	6.3
輸送機械 (自動車)	9.5	40.5	26.2	21.4	2.4
卸・小売	14.9	40.5	25.5	17.0	2.1
土木・建設	20.4	38.8	20.4	10.2	10.2
運輸	20.0	40.0	26.7	6.7	6.7
通信・情報	13.3	26.7	13.3	30.0	16.7
飲食	22.7	27.3	31.8	18.2	0.0
宿泊	12.5	18.8	18.9	50.1	0.0

①価格転嫁できた理由

(%)



※回答については複数回答可
 ※回答対象外の企業も母数に含まれるため、
 合計が100%を超えていない。

(企業の声)

- ・粘り強く交渉した、コスト等の詳細データを示して説得した。(一般機械)
- ・同業他社が値上げしていることに加え、顧客も経済情勢を考えてくれるので、交渉がしやすい。仕入れに見合う価格設定をしている。(卸・小売)
- ・一次メーカーとの取引では比較的交渉しやすいが、孫請け段階での受注になると説明が求められ、満額回答を得られない。(金属製品)
- ・インバウンド向けのメニュー価格について、原価の上昇を踏まえて価格転嫁を実施した。(飲食)

②価格転嫁できない理由

(%)

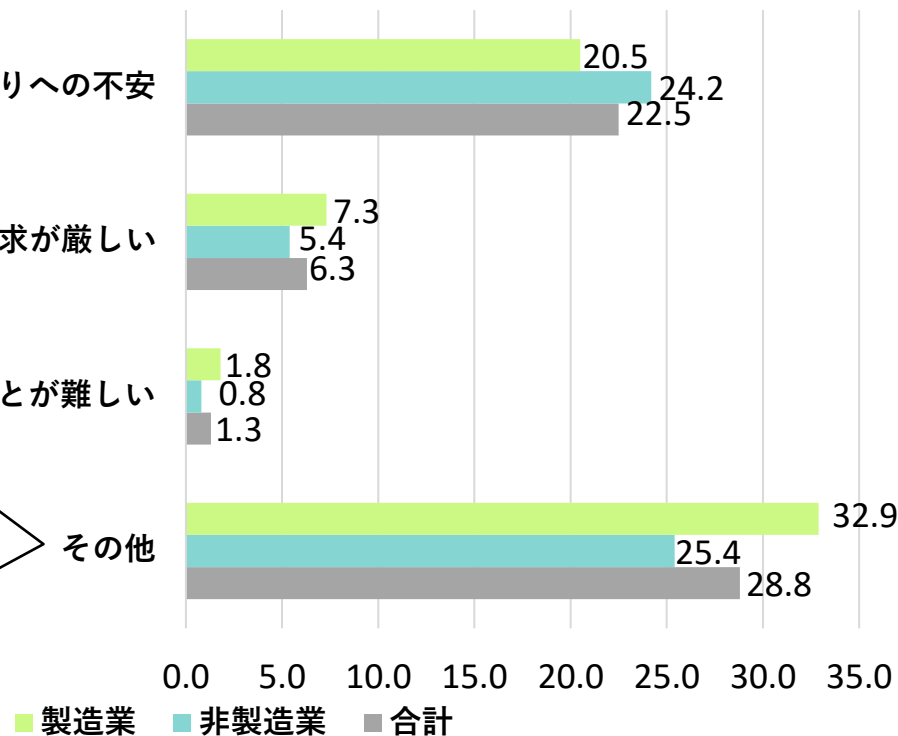
顧客離れや売上減少、取引打ち切りへの不安

取引先からのコストダウン要求が厳しい

取引先が求めるデータを示すことが難しい

その他

- ・市場価格に左右される。(木材・木製品)
- ・診療報酬が決まっている。(医療医薬品)
- ・会社の方針。低価格であることがブランドとなっている。(食品加工)



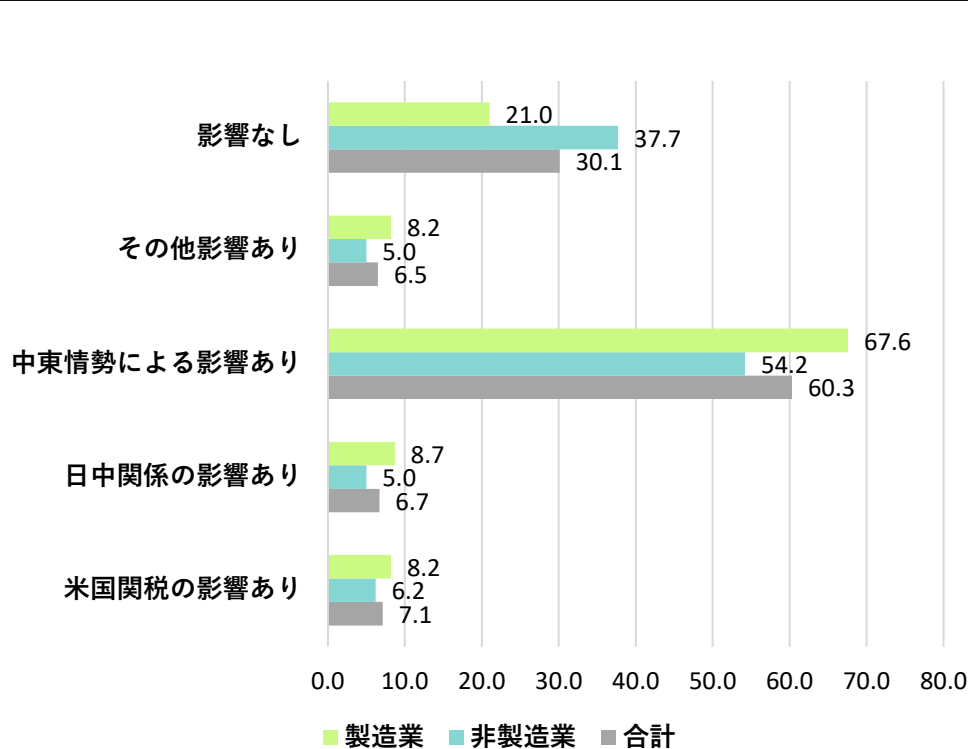
※回答については複数回答可
 ※回答対象外の企業も母数に含まれるため、
 合計が100%を超えていない。

(企業の声)

- ・値上げが消費動向に直接影響する。定番商品は価格競争に乗らないようにするが、新商品など売り込みたいものは、どうしても卸・小売店側からのコストダウン要求が強い。(食品加工)
- ・海外で生産可能な商材については、価格競争にさらされ、価格転嫁のハードルが高い。(輸送機械(自動車))
- ・国内観光客は価格の上昇に敏感でなかなか価格を上げづらい。(宿泊)
- ・同業他社が値上げをしないと一人負けするため。(土木・建設)
- ・保守契約などは複数年契約であることから、価格を上げることが難しい。(通信・情報)

4 国際情勢の影響

- ・製造業において67.6%、非製造業において54.2%の企業から「中東情勢による影響あり」と回答があった。
- ・影響があった企業のうち、運輸業が80.0%と最も高く、次いで輸送機械(自動車)が69.6%であった。



主な業種別の内訳 (%)					
	米国関税の影響あり	日中関係の影響あり	中東情勢による影響あり	その他影響あり	影響なし
食品加工	14.0	14.0	54.0	12.0	6.0
電気機械	0.0	5.9	64.7	5.9	23.5
輸送機械(自動車)	6.5	4.3	69.6	2.2	17.4
卸・小売	9.4	5.7	67.9	1.9	15.1
土木・建設	5.7	1.9	62.3	7.5	22.6
運輸	0.0	0.0	80.0	0.0	20.0
通信・情報	9.7	0.0	32.3	3.2	54.8
飲食	11.1	14.8	44.4	11.1	18.5
宿泊	0.0	6.3	31.2	0.0	62.5

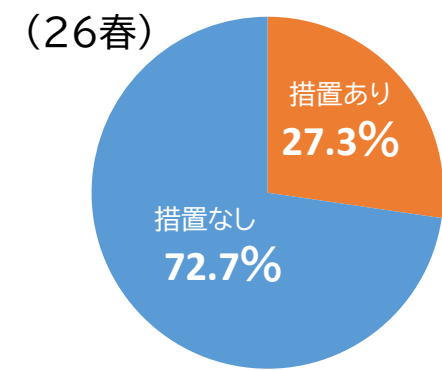
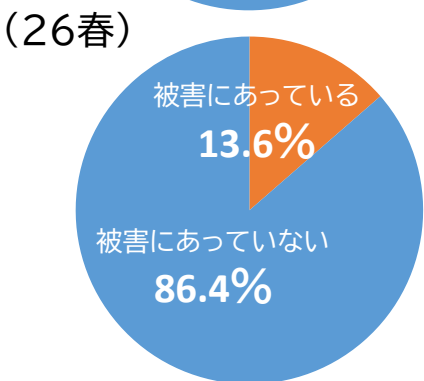
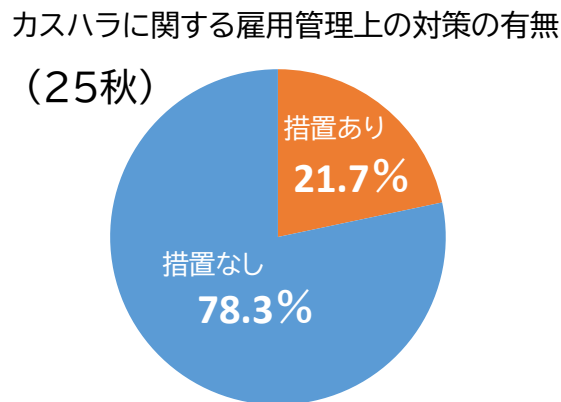
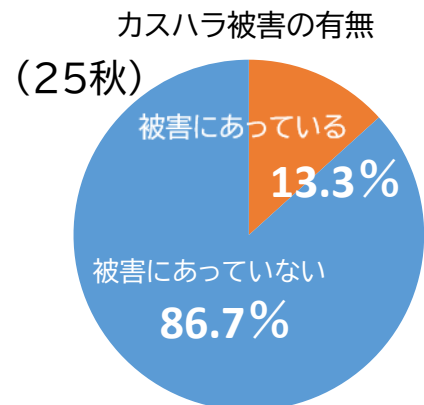
※回答については複数回答可

(企業の声)

- ・高圧ケーブルについては、ナフサ由来の原材料不足が懸念されていたが、供給状況は徐々に改善しており、現時点では大きな問題は生じていない。(電気・ガス)
- ・塗装に使うシンナーが一部入手しづらい。従来から取引のある品目は年内分は確保の見通しが立ったが、新規で取引を行おうとすると発注を断られてしまう。(一般機械)
- ・輸出に関して中東諸国の売上ウエイトが高いため、滞っている状況。(食品加工)。
- ・日中関係が冷え込み、原料となるレアメタルの調達が困難。価格が10倍程度に上がっている。(鋼鉄・非鉄金属)

5 カスハラ対策、被害の状況

- ・カスハラ被害の有無は、「被害にあっている」が13.6%となっている。業種別では、宿泊が31.3%、運輸が26.7%、飲食が22.7%となっており、BtoCが主な業種を中心に高い状況。
- ・カスタマーハラスメントに関する雇用管理上の対策を「取っている」と回答したのは全体の27.3%。



主な業種別の内訳

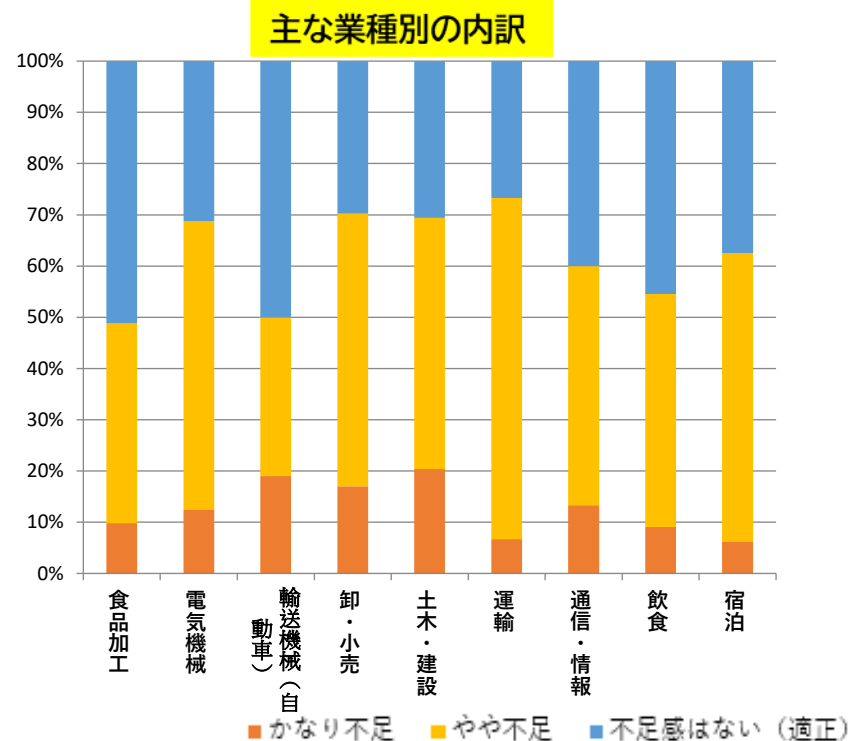
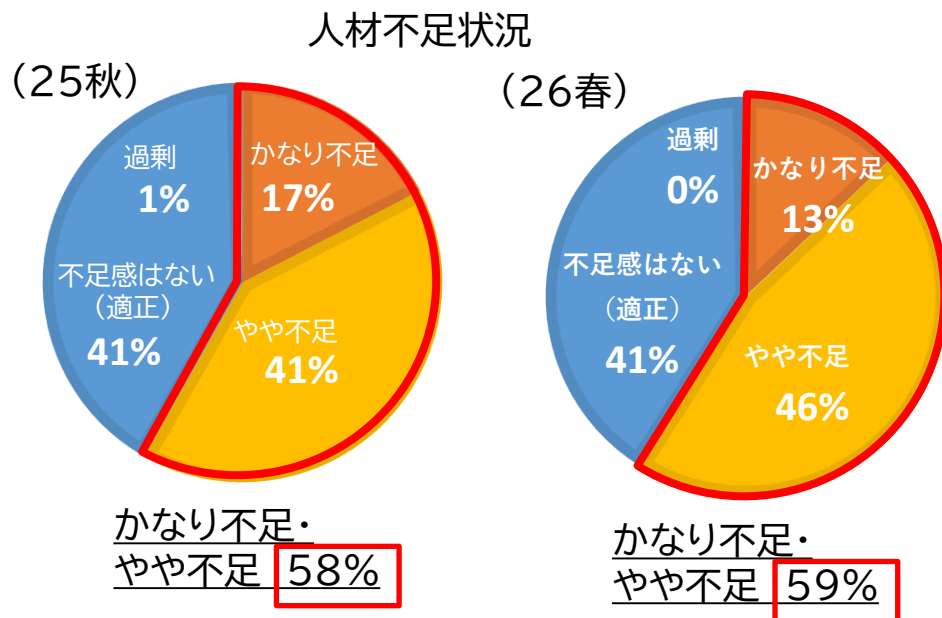
	被害にあっている	被害にあっていない	措置あり	措置なし
食品加工	9.8	90.2	19.5	80.5
電気機械	12.5	87.5	31.3	68.7
輸送機械 (自動車)	7.1	92.9	28.6	71.4
卸・小売	21.3	78.7	25.5	74.5
土木・建設	10.2	89.8	16.3	83.7
運輸	26.7	73.3	53.3	46.7
通信・情報	13.3	86.7	30.0	70.0
飲食	22.7	77.3	22.7	77.3
宿泊	31.3	68.7	43.8	56.2

(企業の声)

- ・インターネットの口コミで低評価を書き込まれたが、明らかな不当要求のため、従業員に注意喚起をした。(卸・小売)
- ・電話番号を分けて対策、録音しているというアナウンスを入れた。(食品加工)
- ・昔はカスハラもあったが、今はない。そういう顧客を選んでいない。長い付き合いになるので評判を見て断ることもある。(輸送機械(自動車))
- ・BtoBのため基本はないが、何かあれば上席に電話を代わる。(食品加工)

6-1 人材不足の状況

- ・59%の企業が「かなり不足」「やや不足」と回答し、前回(25秋)の58%から1ポイント増加した。
- ・人材不足と答えた割合が多い業種をみると、「運輸」「卸・小売」で7割を超えている。



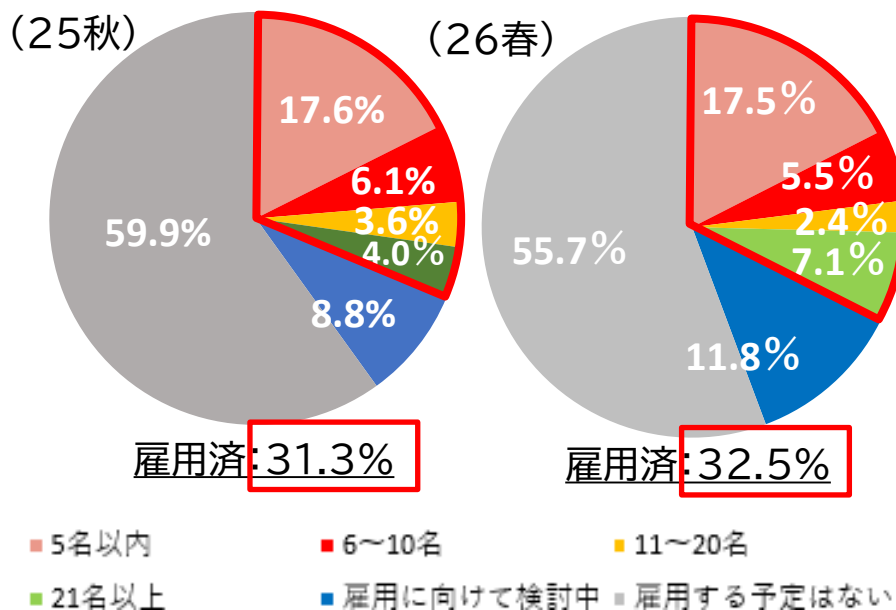
(企業の声)

- ・工場の稼働には問題がないが、60代の比率が高まっており、若返りが必須。(食品加工)
- ・若手、中堅層にやや不足感。新規採用には力を入れている。特に三交代の職については人員が不足している。(運輸)
- ・今年度は大卒3名、高卒1名が入社。中途は14名程度採用。新卒は県外へ離職するケースがあるが、中途採用は定着率が高い。(造船)
- ・採用募集をかけても応募がないので、人がいなくても業務が回る仕組みの構築へシフトしている。(卸・小売)

6-2 外国人材の雇用状況

- ・外国人材を雇用している企業は32.5%、雇用に向けて検討中は11.8%。
- ・既に外国人を採用している企業の多い業種は「宿泊」「輸送機械(自動車)」「電気機械」であった。

外国人材の雇用状況



主な業種別の内訳

(%)

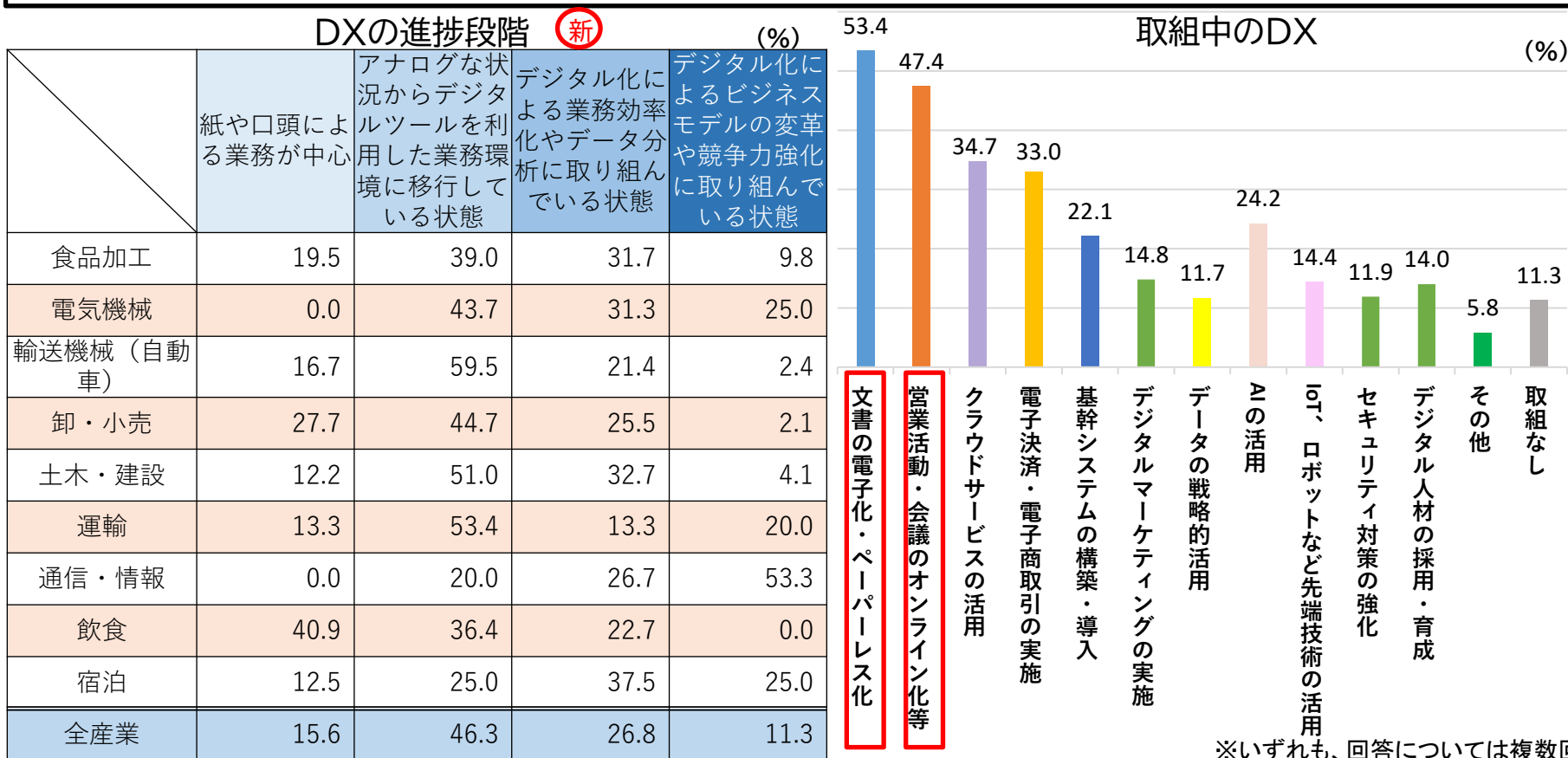
	5名以内	6~10名	11~20名	21名以上	雇用済の計	雇用に向けて検討中
食品加工	2.6	7.7	2.6	15.4	28.3	71.7
電気機械	38.5	7.7	0.0	0.0	46.2	53.8
輸送機械(自動車)	12.5	10.0	5.0	27.5	55.0	45.0
卸・小売	16.3	2.3	4.7	4.7	28.0	72.0
土木・建設	29.2	10.4	0.0	2.1	41.7	58.3
運輸	25.0	0.0	0.0	8.3	33.3	66.7
通信・情報	25.9	0.0	0.0	7.4	33.3	66.7
飲食	9.1	13.6	0.0	0.0	22.7	77.3
宿泊	41.1	11.8	5.9	5.9	64.7	35.3

(企業の声)

- ・コミュニケーションに問題がなければ国籍は特に気にしない。(運輸)
- ・外国人へ社内で独自に研修を行っている。ゴミの出し方等生活に関わることも手厚く教えている。研修等で使用できるような様々な言語に対応したパンフレットを作成してほしい。(輸送機械(自動車))
- ・施工管理の国家資格を取る必要があり、外国人を雇用をする建設業者は少ないと思う。(土木・建設)
- ・協力会社で150名程度雇用。外国人向けの基礎訓練の場が不足している。(造船)
- ・日本旅館としてのマナーや接客対応の研修を年間3回程度実施している。(宿泊)

7-1 DXの進捗段階・取組内容

- ・「通信・情報」分野ではDXが進んでいる一方で、「飲食」分野では40.9%が紙や口頭による業務が中心であった。
- ・「文書の電子化・ペーパーレス化」は53.4%以上が取り組んでおり、「営業活動・会議のオンライン化等」は47.4%が取り組んでいる。



（企業の声）

- ・接客業であることから、コミュニケーションが重要だと考えている。SNSは利用しているが、特段DXを進める必要性は感じない。（飲食）
- ・従業員の年齢層が高いことからDXが進みにくい。（対個人サービス）
- ・本社ではサイバー攻撃に対抗するためにデジタル人材の採用を行っている。（対個人サービス）

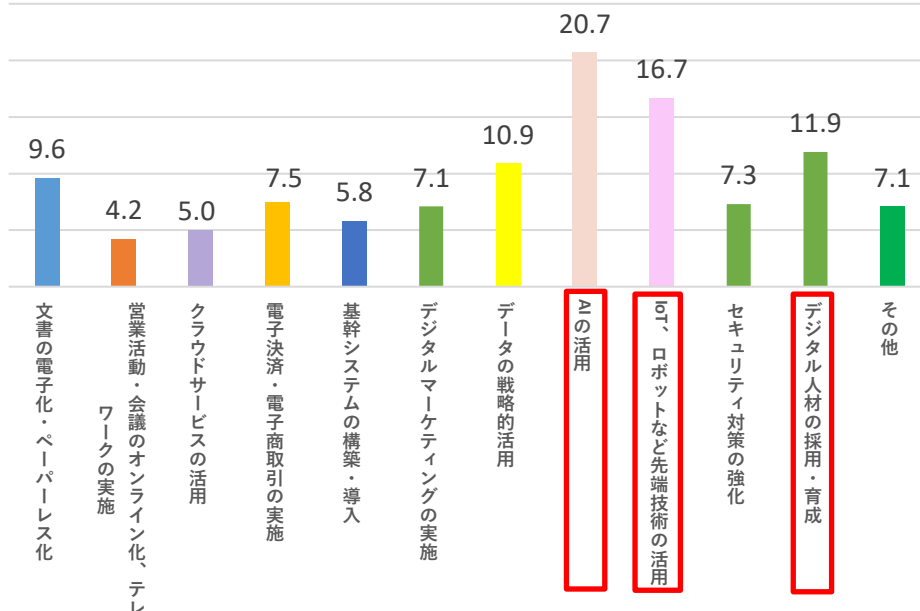
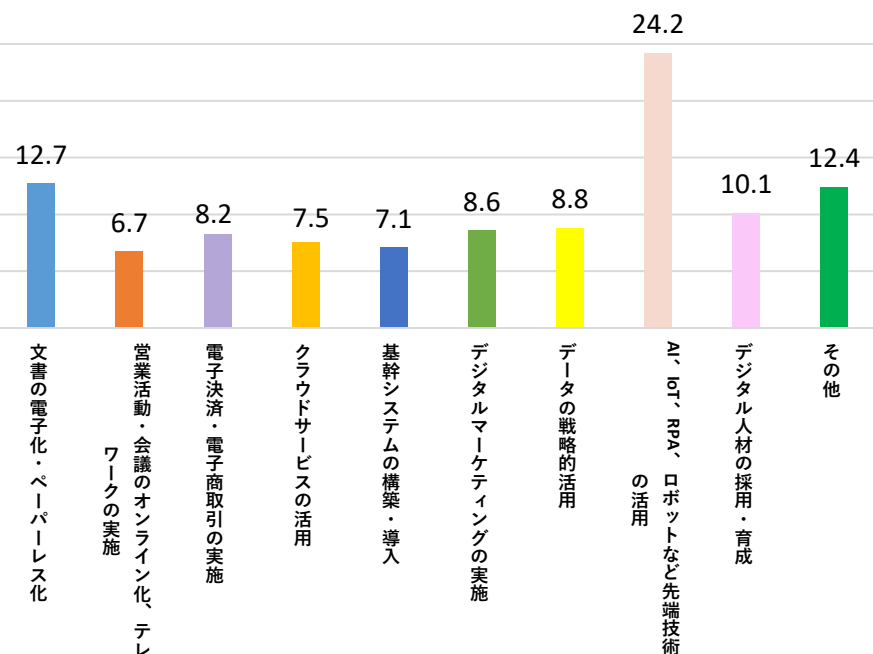
7-2 今後取り組みたいDXに関する内容

- ・「AIの活用」「IoT、ロボットなど先端技術の活用」に取り組みたいと回答する企業の割合が前回調査よりも高くなっており、それぞれ1番目と2番目に高く、合計で37.4%を占めた。
- ・7-1において、取り組んでいる企業が14.0%であった「デジタル人材の採用・育成」は取り組みたい内容として3番目に高かった。

(25秋)

(%) (26春)

(%)

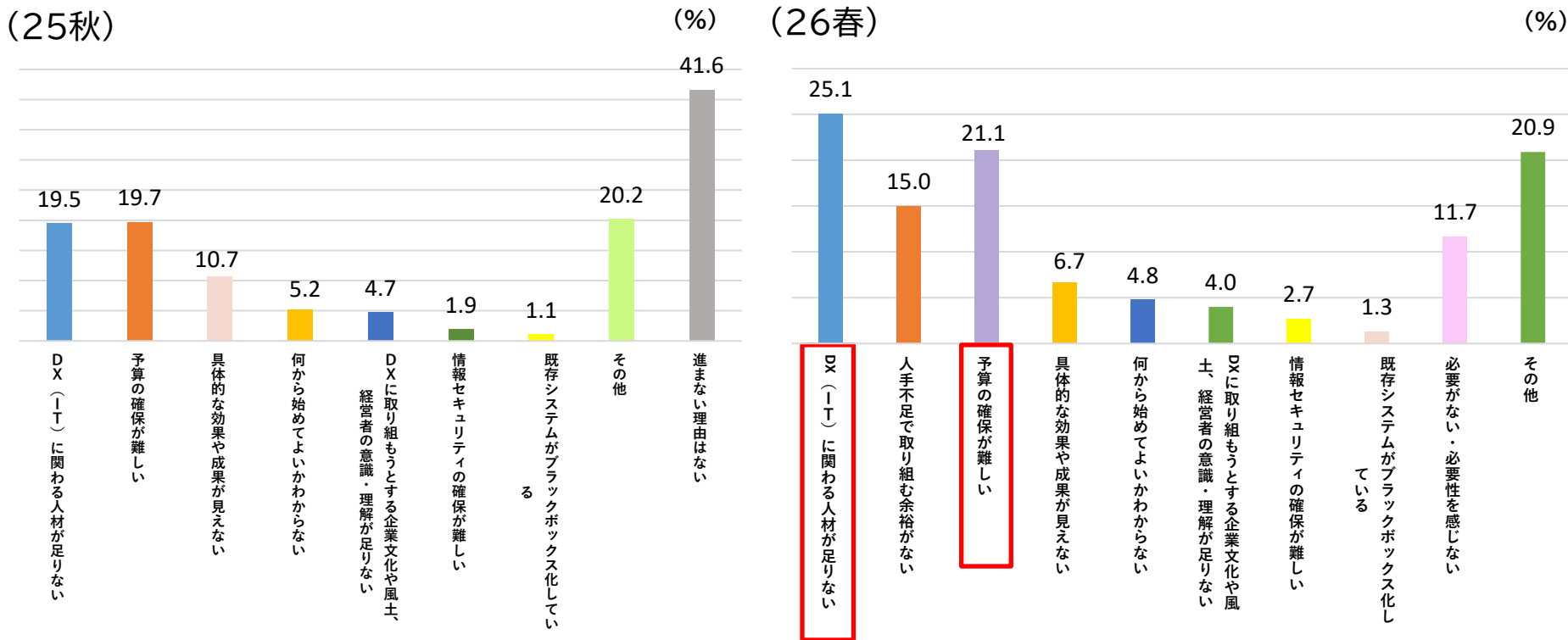


(企業の声)

- ・無人化で自動チェックイン、チェックアウトができる施設を検討中。(宿泊)
- ・現場で採取した画像等のデータをリアルタイムで社内に飛ばし、分析するようなシステムを導入したい。(土木・建設)
- ・中国工場で製造している製品を大分へ移す予定。日本では中国と同等の人材確保はできないため、自動ロボットを導入し省人化をしたい。(輸送機械(自動車))

7-3 DXの取組が進まない理由

- ・DXの取組が進まない理由としては、「DX(IT)に関わる人材が足りない」「予算の確保が難しい」との理由が多かった。
- ・また、「人手不足で取り組む余裕がない」という声も多かった。



(企業の声)

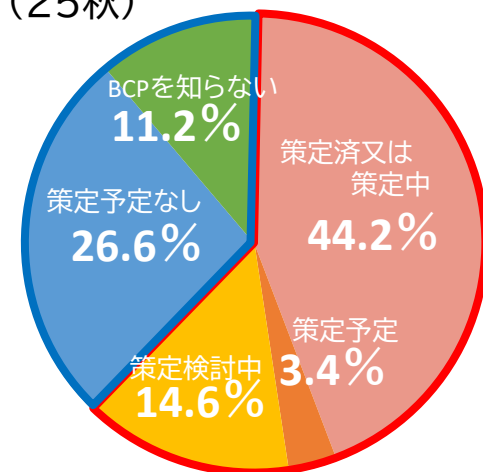
- ・DXの知識を持った人材の不足。(対個人サービス)
- ・進んでいないわけではないが、DX可能な領域の洗い出しが必要。(輸送機械(自動車))
- ・アナログからデジタルに転換する時期のランニングコストの上昇が厳しい。完全にデジタルで実装できても、すぐに人を解雇するわけにはいかない。(卸・小売)
- ・補助金が活用できないか検討中。(土木・建設)

8 BCP(事業継続計画)の策定状況

- ・63.7%の企業が「策定済み又は策定中」「策定予定」「策定検討中」であり、特に「電気機械」「運輸」「通信・情報」「輸送機械(自動車)」が多い。
- ・BCPについて「知らない・策定予定なし」の回答が36.3%で、特に「飲食」「卸・小売」等が多い。
- ・「必要性を感じない」等の意見も見られたため、引き続き、策定の重要性について周知が必要。

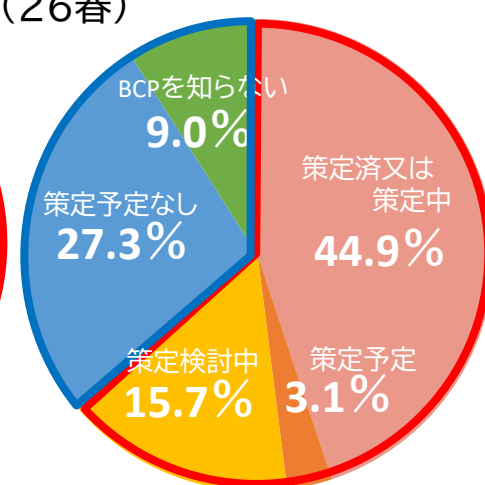
BCP策定状況

(25秋)



策定済/策定中、策定予定、
検討中: **62.2%**

(26春)



策定済/策定中、策定予定、
検討中: **63.7%**

主な業種別の内訳

(%)

	策定済み又は 策定中	策定予定	策定検討中	策定予定なし	BCPを知らない
食品加工	51.2	2.4	17.1	22.0	7.3
電気機械	87.4	0.0	6.3	6.3	0.0
輸送機械 (自動車)	66.7	2.4	7.1	14.3	9.5
卸・小売	23.5	2.1	8.5	48.9	17.0
土木・建設	24.5	6.1	26.5	32.7	10.2
運輸	66.6	0.0	20.0	6.7	6.7
通信・情報	50.0	3.3	30.0	16.7	0.0
飲食	4.6	0.0	4.5	68.2	22.7
宿泊	37.4	0.0	6.3	31.3	25.0

(企業の声)

- ・宿泊業では24時間365日事業を行っており、策定を講じる必要性はないと考えている。(宿泊)
- ・必要性は理解していて、信用金庫から話があり、策定のサポートをしてもらっているところ。(飲食)
- ・従業員が少なく、BCPを作成しても、いざという時に対応できる人間がいるか不明。作成する予定はない。(卸・小売)
- ・年度ごとに見直している。東日本大震災を契機に車載関係の取引先からの要求で策定した。(輸送機械(自動車))