

2026 年 10 月 20 日

企画部 企画広報課
(担当：中村)

電話 043-227-4103

業況は中東情勢の緊迫化に伴う

仕入価格の上昇等が落ち着きを見せ、2期振りの改善

コスト上昇分の7割以上を転嫁できている企業は半分以上に

健康経営の実践に前向きな企業は7割以上

～千葉商工会議所 景気動向調査（2026 年 8 月）～

千葉商工会議所では、会員情報ネットワークを活用して、地域の景気動向を四半期毎に調査しております。この度、2026 年 8 月調査の結果がまとまりましたので、ご案内申し上げます。

景況感を表す業況 DI（全産業）は 2 期振りに改善しました。前回 5 月調査と比べると、中東情勢の緊迫化に伴う仕入価格の上昇等が落ち着きを見せる中、価格転嫁に進展がみられ、建設業と小売業を除くすべての業種で改善しました。先行きについては、製造業と卸売業が資材価格の上昇等の見方から悪化を見込んでます。

コスト上昇分の価格転嫁については、価格交渉が「できている」企業の割合は、幾分増加し 56.8% となり、また、コスト上昇分の 7 割以上を転嫁できている企業が半分以上となりました。価格転嫁が十分にできていない主な理由については、「競合他社が販売価格を上げない」が「消費者の節約志向・低価格志向」を上回りました。

健康経営について、「現在実施している」「現在実施していないが、近い将来具体的な実践の予定がある」「いずれ実践したい」と回答した、健康経営の実践に前向きな企業の割合は 73.2%と、前年と比べて増加しています。

健康経営の主な課題として「どのようなことをしたらよいかわからない」「ノウハウがない」と回答した企業の割合は、2025 年と比較して減少しました。

【調査概要】

- | | |
|------------|--|
| 1. 調査期間 | 2026 年 8 月 4 日(火) ～ 9 月 2 日(水) |
| 2. 調査対象 | 千葉商工会議所法人会員事業所 500 社 |
| 3. 回答数・回答率 | 335 社 67.0% |
| 4. 付帯調査テーマ | 「コスト上昇分の価格交渉(相談)、価格転嫁について」
「健康経営について」 |

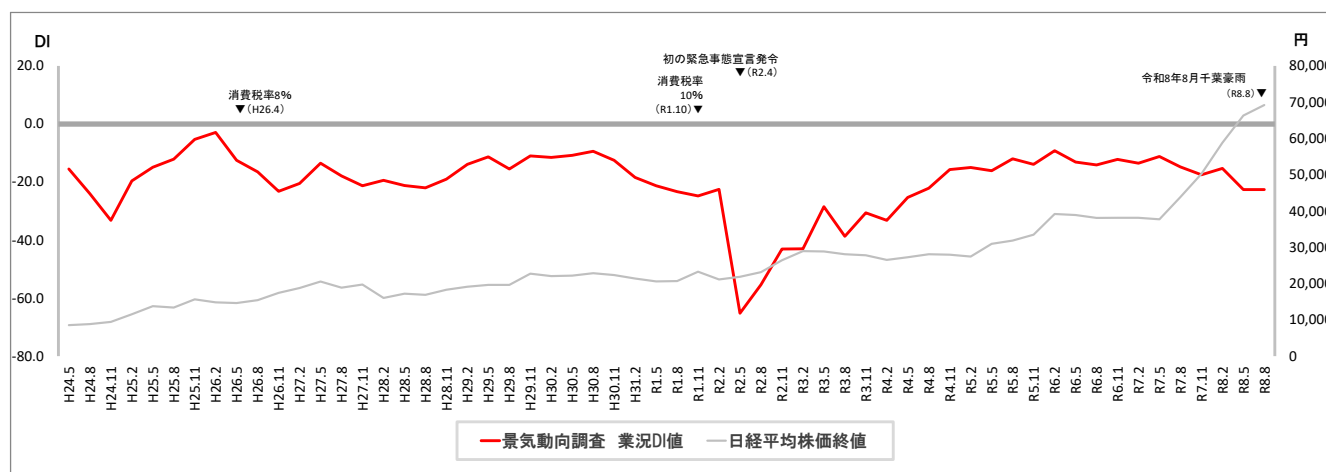
千葉商工会議所景気動向調査 (2026年8月)

- 調査期間 2026年8月4日(火)～9月2日(水)
- 調査対象 千葉商工会議所法人会員事業所 500社
(建設・製造・卸売・小売・サービスの5業種、各100社)
- 回答数・回答率 335社 67.0%(建設70 製造78 卸売62 小売58 サービス67)
- 付帯調査 「コスト上昇分の価格交渉(相談)、価格転嫁について」
「健康経営について」
- 調査結果のポイント

- ・業況DI(全産業)は2期ぶりの改善。前回5月調査と比べると、中東情勢の緊迫化に伴う仕入価格の上昇等が落ち着きを見せる中、価格転嫁に進展がみられ、建設業と小売業を除く業種で改善した。先行きについては、製造業と卸売業が資材価格の上昇等の見方から悪化した。
- ・価格交渉が「できている」企業の割合は、前回5月調査から幾分増加し56.8%。また、コスト上昇分の7割以上を転嫁できている企業が半分以上と、価格転嫁に進展がみられる。価格転嫁が十分にできていない主な理由については、「競合他社が販売価格を上げない」が「消費者の節約志向・低価格志向」を上回った。
- ・健康経営について、「現在実施している」「現在実施していないが、近い将来具体的な実践の予定がある」「いずれ実践したい」と回答した、健康経営の実践に前向きな企業の割合は73.2%と、前年と比べて増加している。
- ・健康経営の主な課題として「どのようなことをしたらよいかわからない」「ノウハウがない」と回答した企業は減少した。

6. 全産業業況DI

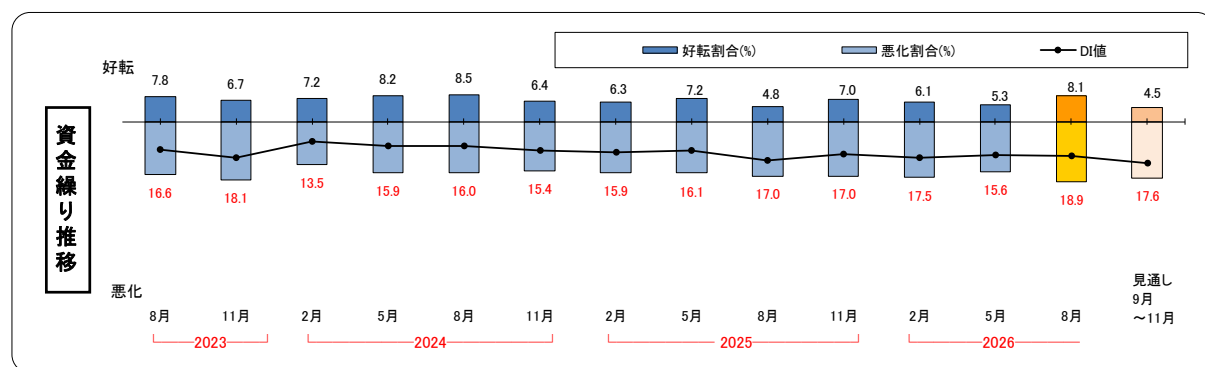
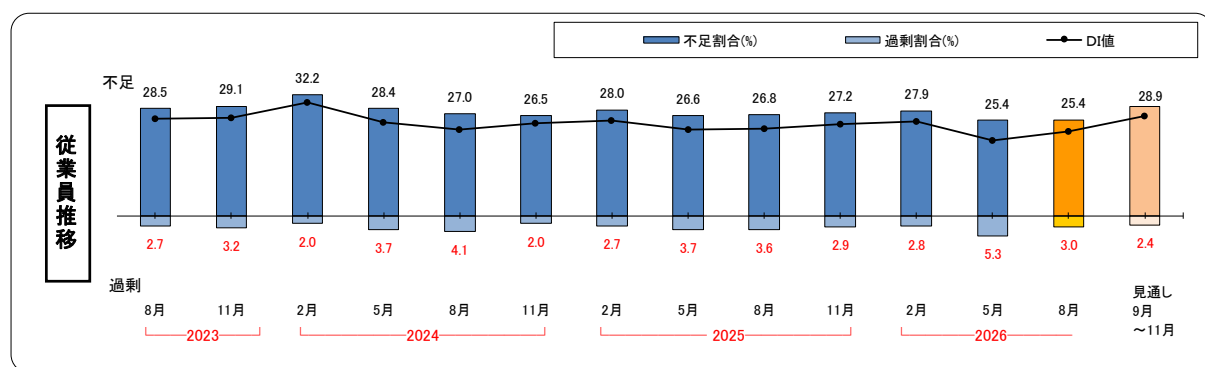
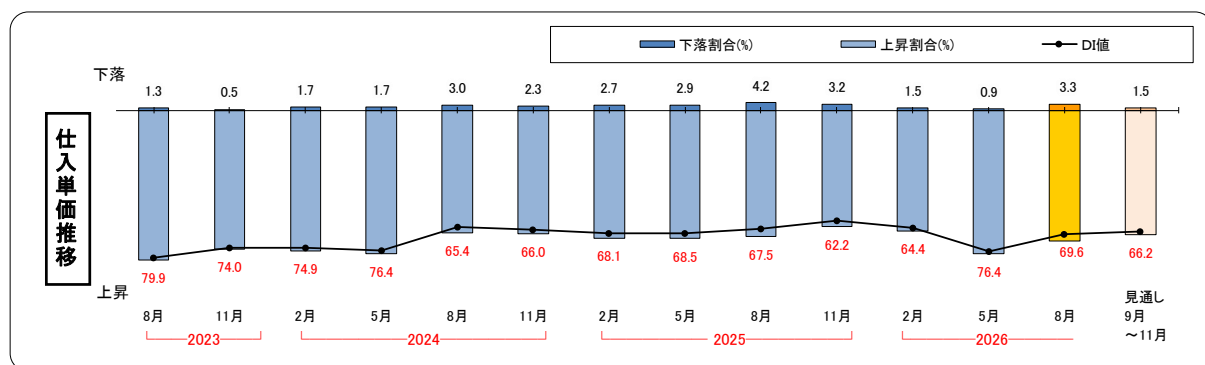
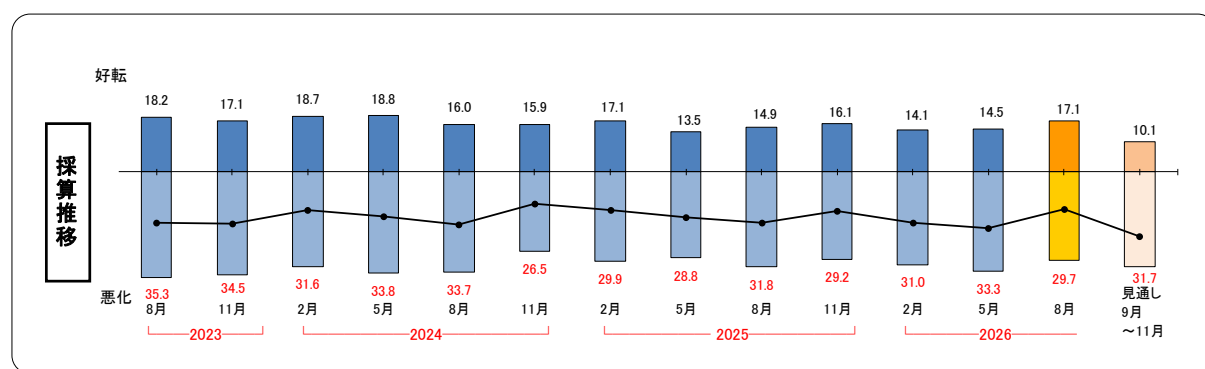
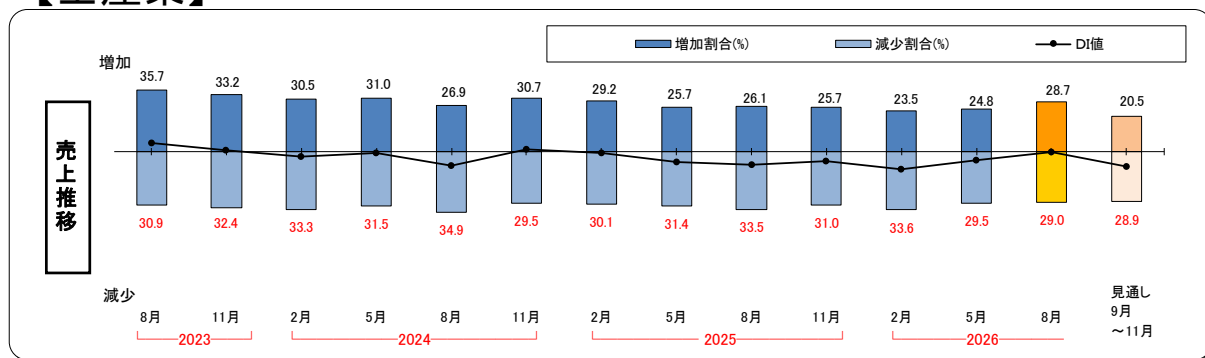
(1) 全産業業況DI値および日経平均株価推移



(2) 全産業業況DI値

	全産業	建設業	製造業	卸売業	小売業	サービス業
8月 (前回比較)	▲15.3 (+7.3)	▲21.5 (-6.2)	▲11.7 (+18.0)	▲1.6 (+27.0)	▲24.1 (-7.2)	▲18.0 (+4.5)
9～11月 (先行き見通し)	▲20.5 (-5.2)	▲14.3 (+7.2)	▲27.3 (-15.6)	▲20.9 (-19.3)	▲17.2 (+6.9)	▲20.9 (-2.9)

7. 各DI値の推移 【全産業】



8. 業種別の企業の声

建設業

- ・ 防水材（アスファルト、ウレタン、コーキング、シンナーなど）はすべて原油由来のもので中東情勢の打撃は甚大で、材料が入ってこない。そのため、工期が延び、足場や高所作業車等のリース料や人件費の増大により、現段階での粗利率が去年の半分ほどになっている。（防水工事業）
- ・ 国が実際にナフサを十分確保できているというのであれば、原因はどこかで目詰まりしていると思う。大手ゼネコンだけで材料を買い占めたり、転売ヤーが不当に価格をつりあげて本当に必要な人が買えないという状況をなんとかしてほしい。（防水工事業）
- ・ 千葉県では新規案件数が乏しく不安定。保守、更新は堅調。（管工事業（さく井工事業を除く））

製造業

- ・ 業況の好転が3月頃まで続きそう。（理化学機会器具製造業）
- ・ 価格転嫁は8割程度出来ているが、一部取引先からはこれ以上価格が上がるのであれば中国での調達も視野に入れなければならない、すでに検討に入っているとの返答もあり今後の価格転嫁は警戒しなければいけない状態に入っている。（各種機械・同部分品製造修理業（注文製造・修理））
- ・ 中東情勢や中国経済の落ち込みにより良くはない。国内経済も物価高や増税により国内消費動向は低くスタグフレーションの様な感じがする。日本経済もいよいよ大きな分岐点にさしかかったような気がする。（看板・標識機製造業）
- ・ 現状の市場価格調査を行い、適正な価格で入札案件を落札するようにしていただきたい。あまりに原価割れのものが多く、現況でそんな価格でできる業者がいるのか疑問に思うことが多々ある。また、県や市は地元企業優先の発注を希望する。（オフセット印刷業）
- ・ 中小企業への支援をお願いしたい。（他に分類されない化学工業製品製造業）

卸売業

- ・ 資材の高騰が続いている。（建築材料小売業）
- ・ 主要商品が今回の大雨で大きな被害を受けたと報告されている。今後被害が拡大しないことを願う。（雑穀・豆類卸売業）
- ・ 金利の継続的な上昇。（自動車部分品・付属品卸売業）
- ・ 資材・原料の高騰、価格の値上げに終わりが見えない。有効な景気対策はなかなか見つけることが難しいと思うが、国や県で対策を実施してほしい。（雑穀・豆類卸売業）

小売業

- ・ インテリア業界は贅沢品になる為本当に必要となるまで物価の上昇により買い控えが進んでいる。金額も安くない。(その他の各種商品小売業)
- ・ 人件費の上昇、電気代の高騰で経営は圧迫している。(百貨店、総合スーパー)
- ・ 円安対策を頑張っ欲しい。(各種食料品小売業)
- ・ 電気料金の補助を希望する。(百貨店、総合スーパー)

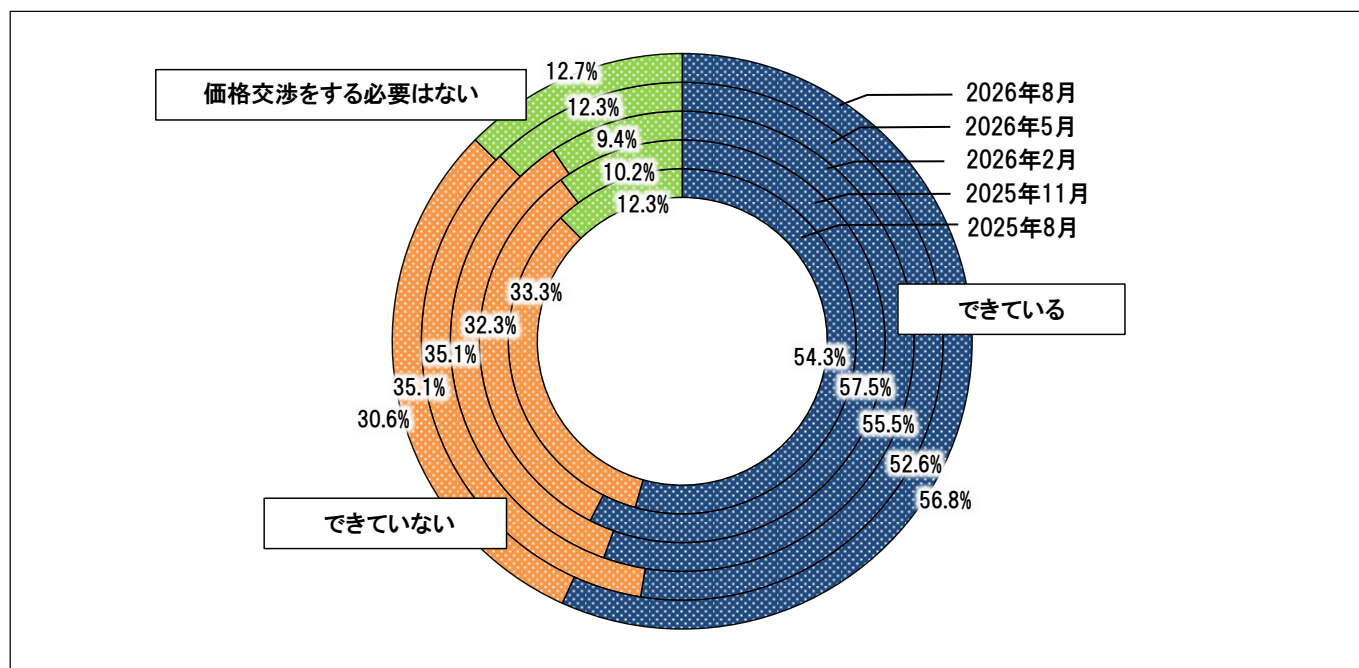
サービス業

- ・ 仕入価格の上昇に歯止めがかからない。半面販売価格にすべて上乗せ出来ない為収益が悪化している。(旅館・ホテル)
- ・ 電気代の上昇が経営に影響を及ぼしつつある。今夏も暑い日が続き、この後も台風や酷暑日が来ることが予想され、営業に対して危惧する部分もある。中東情勢も未だに解決しておらず、先行きは明るいとは言えない。(旅館・ホテル)
- ・ ナフサ関連原材料不足・薬品・製品の段階的な値上げを起因とした原価高騰による利益率低下対策に向け契約料金改定を実施予定。(浄化槽清掃業)
- ・ 大手企業の1人勝ちで、中小企業がおいてけぼりになる政策ばかりの今日は、わが社も手探りの状態での経営をしており、生き残りをかけて戦う昨今は異常である。(建物サービス業)

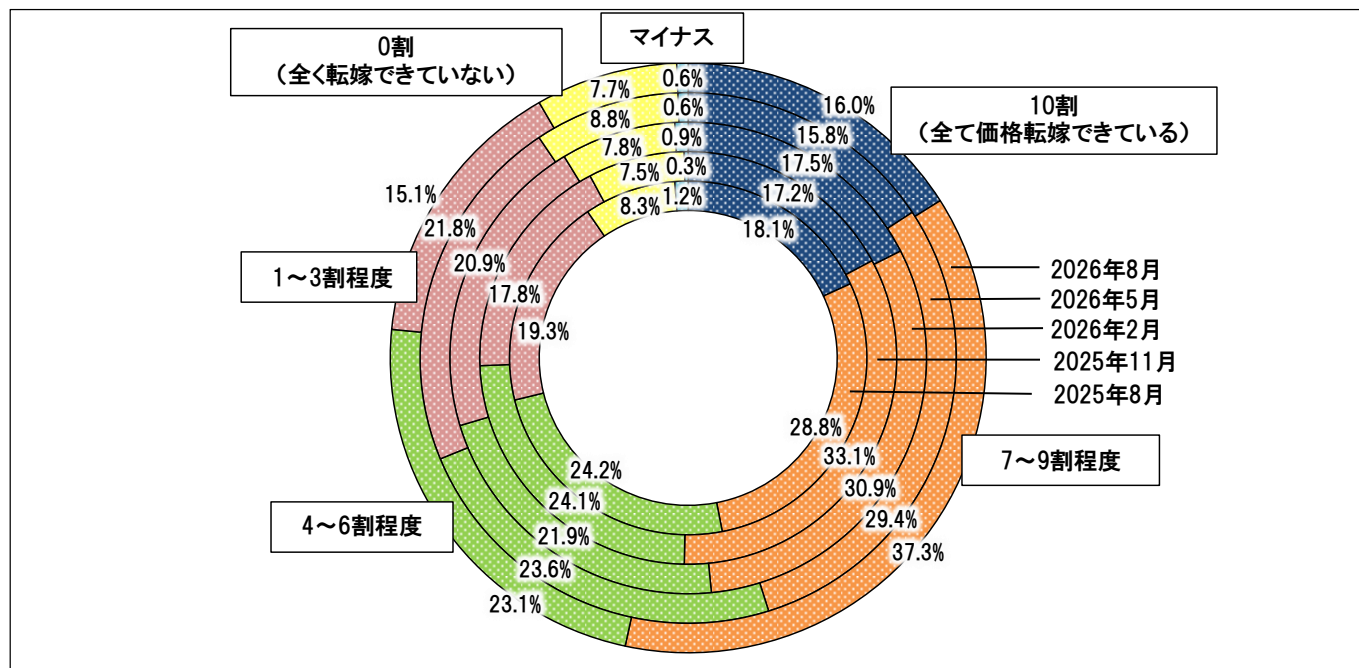
9. 付帯調査

1. コスト上昇分の価格交渉(相談)、価格転嫁について

(1)発注側企業と十分に価格交渉(相談)ができているかについて【択一】

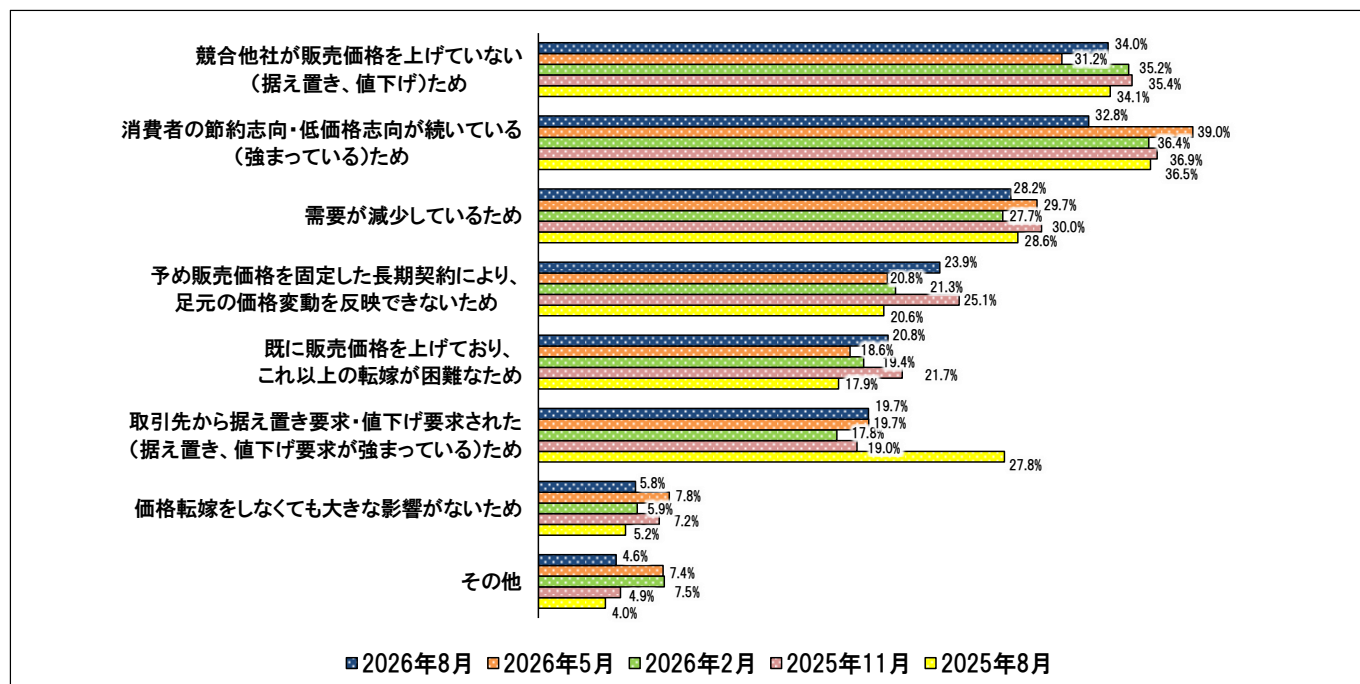


(2)コスト高騰に対してどのくらい価格転嫁ができているかについて【択一】



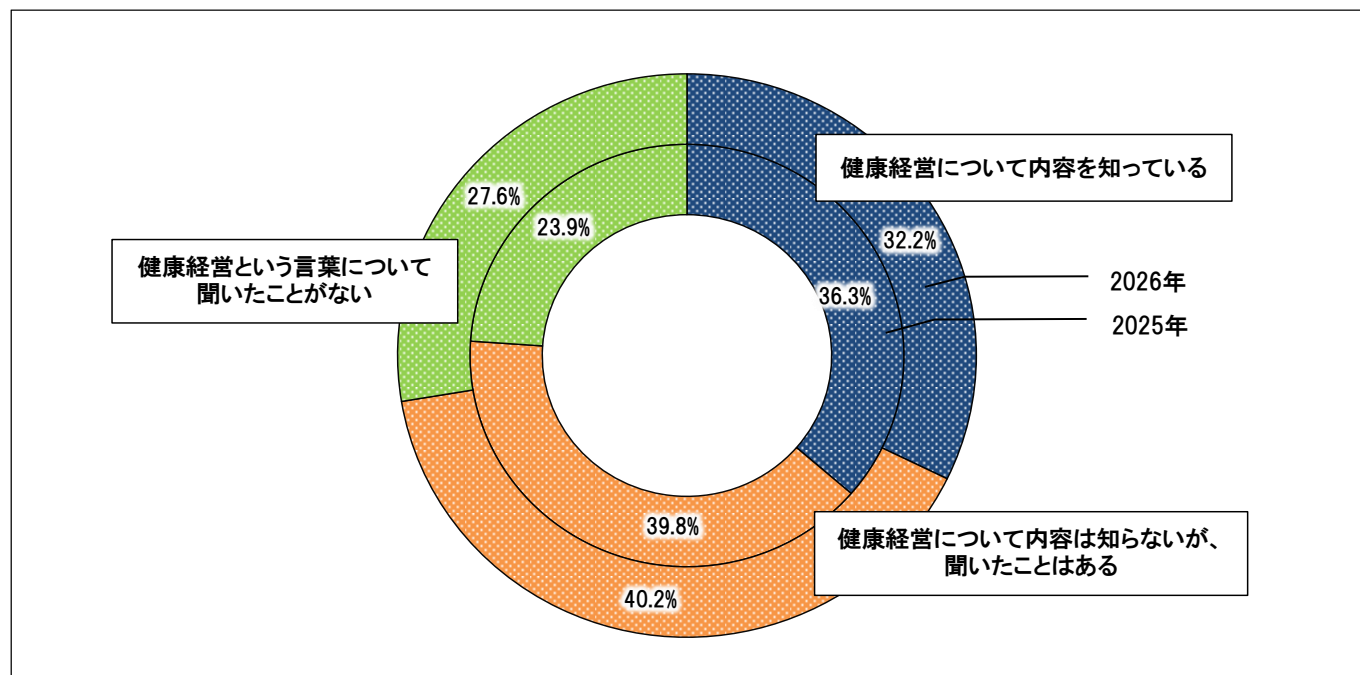
(3)「設問(2)」で「10割(全て価格転嫁できている)」以外の回答をした企業に伺った。

価格転嫁が十分にできていない理由について【複数回答】

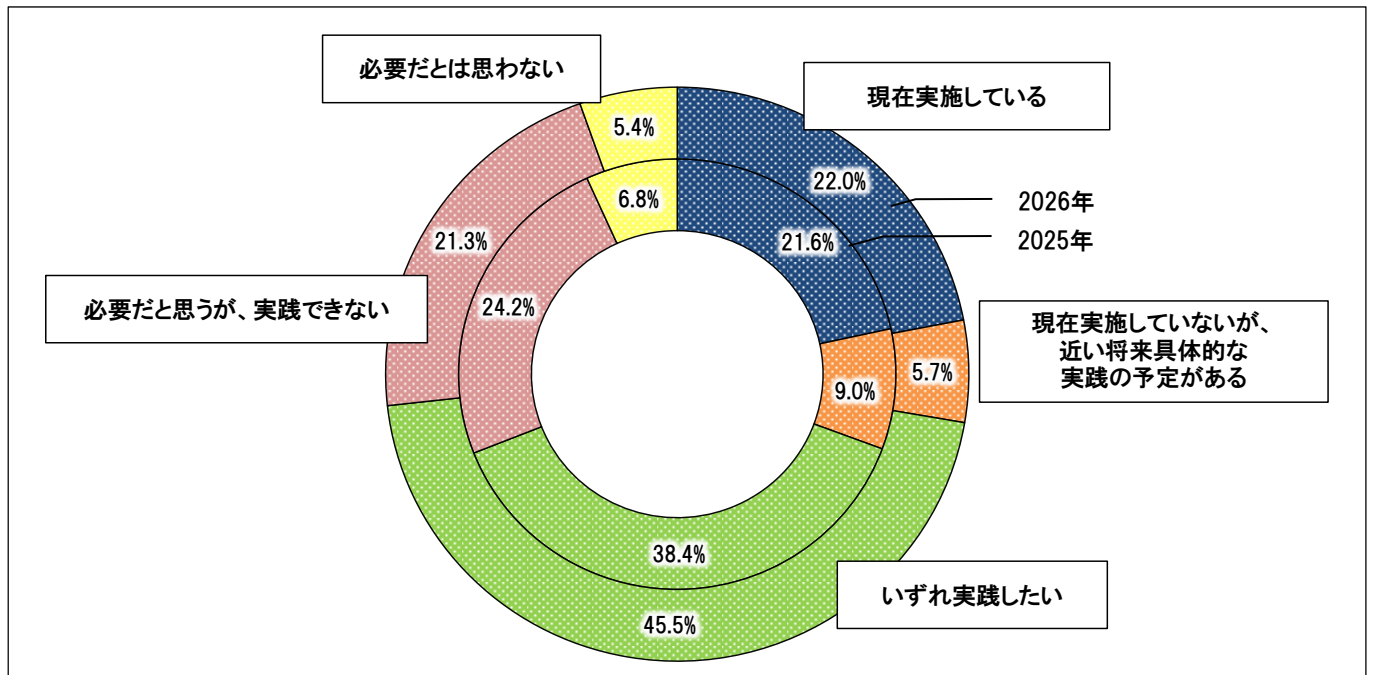


2. 健康経営について

(1)「健康経営」という言葉の認知度について【択一】



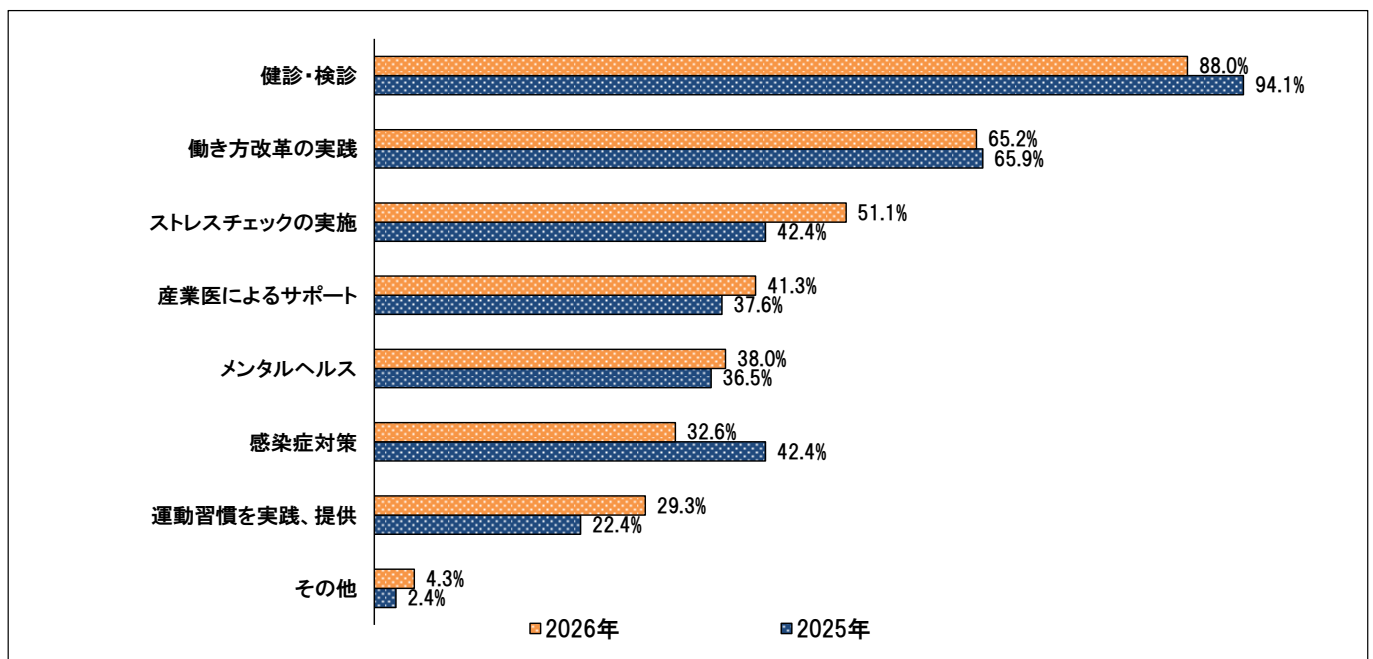
(2)「健康経営」を実践してみたいかどうかについて【択一】



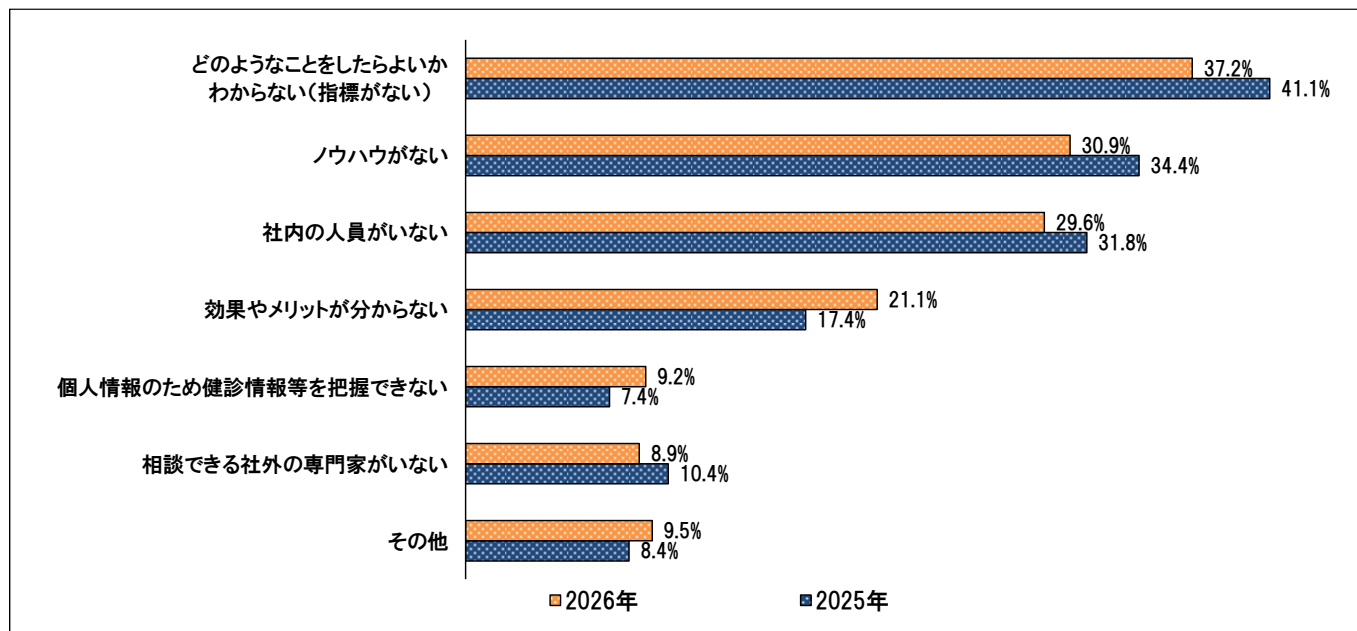
(3)「設問(2)」で「現在実践している」、

「現在実践していないが、近い将来具体的な実践の予定がある」と回答した企業に伺った。

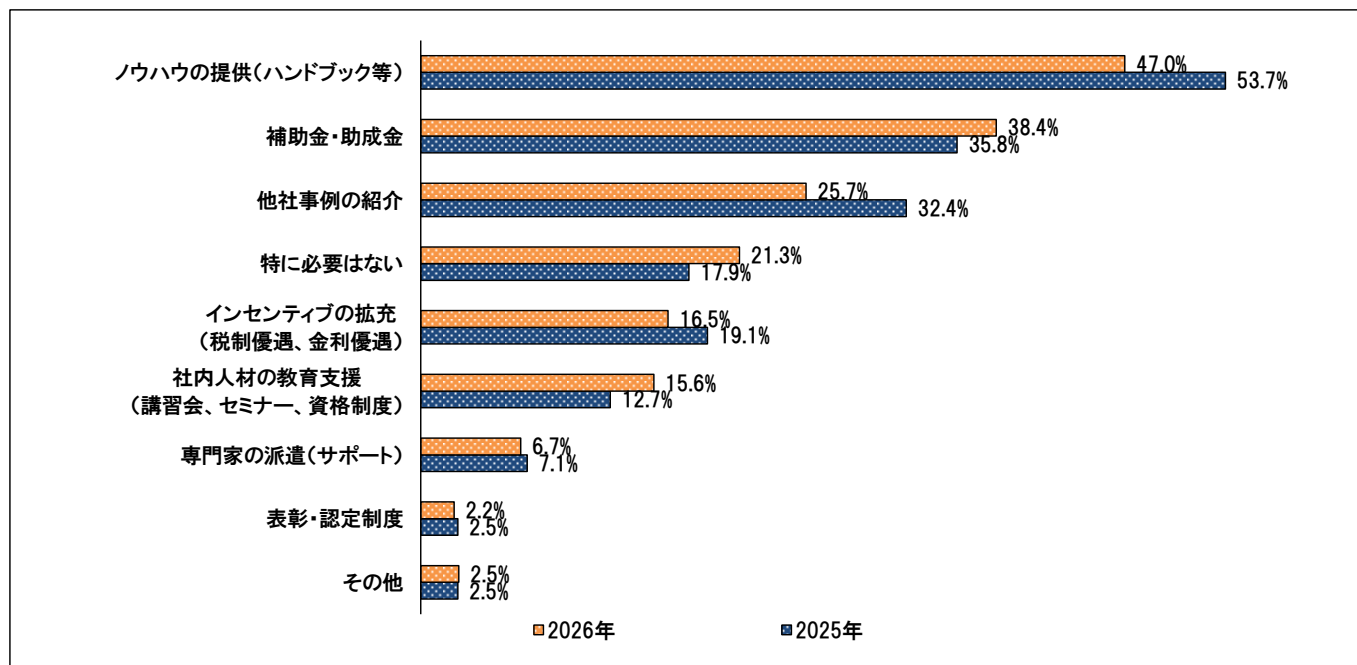
「健康経営」で実践している(実践の予定がある)具体的な取組みについて【複数回答】



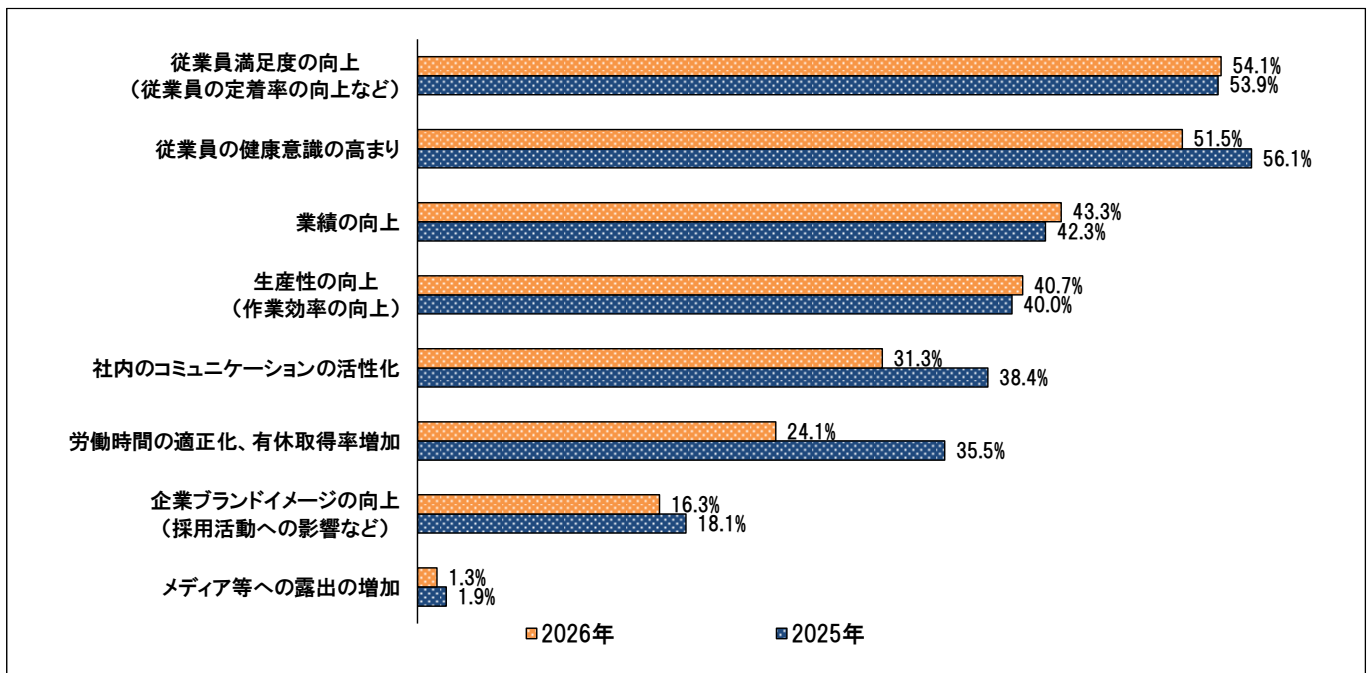
(4)健康経営を実践するにあたり、課題になる(なっている)ものについて【複数回答】



(5)健康経営を実践するにあたり、必要だと思う支援について【複数回答】



(6) 自社が健康経営に取り組むにあたり、その効果として魅力に感じるものについて【複数回答】



(7)健康経営(実践状況や、取組の効果、必要性等)について

建設業

- ・ 生活習慣を見直すきっかけとなり良いと思う。(管工事業)
- ・ 今月から福利厚生アプリと同時にストレスチェック機能を導入。(防水工事業)
- ・ 実践しているので継続していく。(管工事業 (さく井工事業を除く))

製造業

- ・ 月に2回事業所全体オンラインミーティングを開催している。(集積回路製造業)
- ・ 従業員の健康意識の向上のためにも必要。(めん類製造業)
- ・ 労働時間の短縮、定期的健康診断の実施。社長自ら体重管理し減量に成功した事で社員への意識が高まり、体重管理や歩数について管理するスタッフが増えている。(医療用機械器具製造業)
- ・ 既に週4日制を導入しており、社員も3日の休みを充実させ余裕をもっているように感じる。又、業績も週5日制に比べてさほど落ち込むことも無く、金銭面でも多少なりとも賃金アップが出来ているのでやってみる価値はあったと思う。(看板・標識機製造業)

卸売業

- ・ 詳しい内容を知らないのでまずは知ることから始める。(乾物卸売業)
- ・ なかなか難しい。(建築材料小売業)
- ・ 基本的に社員全員の体調等は気にかけ話をするようにしている。社員の健康は会社にとって大切に重要なことと考え取り組んでいる。(雑穀・豆類卸売業)

小売業

- ・ 有給は全員全部とるようにしている。(調剤薬局)
- ・ 従業員の健康維持・増進と会社の生産性の向上は表裏一体。(建築材料小売業)

サービス業

- ・ 健康経営という意味合いについて理解が曖昧である。健康な私生活に依るところそれに基づいた健康な労働生活の実践と健康管理等々。(運輸附帯サービス業)
- ・ 脳ドック・胃カメラ受診を実施しているが癌検査の追加を検討中。(浄化槽製造業)