

2025 年度の業績見通し、 「増収増益」企業の割合は 5社に 1 社にとどまる

人手不足などの構造的な課題に加え、
トランプ関税やインフレなどのリスクが急増

秋田県・2025 年度の業績見通しに関する企業の意識調査



本件照会先

森 晴朗(支店長)
帝国データバンク
秋田支店
018-833-4202(直通)

発表日

2025/06/16

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。
当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。

SUMMARY

2025 年度の企業業績見通しは、増収増益を見込む企業の割合が 19.0%と前年度より 5.4 ポイント上昇した。一方、減収減益は 30.0%と同 5.9 ポイント減少したが、依然として 3 割を占めている。デジタル化を追い風に成長が期待される業種がある一方で、世界経済の減速や資源価格の変動、人手不足が逆風となる業種も多い。今後は個人消費の回復が業績改善に不可欠であり、可処分所得の増加がカギとなる。企業はコスト見直しや新事業開拓など変化への対応力が重要となるほか、トランプ関税の動向も注視すべき点となる。

※株式会社帝国データバンク秋田支店は、193 社を対象に、「2025 年度の業績見通し」に関するアンケート調査を実施した。

調査期間:2025 年 3 月 17 日～3 月 31 日(インターネット調査)

調査対象:秋田県内 193 社、有効回答企業数は 101 社(回答率 52.3%)

2025 年度、「増収増益」を見込む企業は 19.0%にとどまる

2025 年度(2025 年 4 月決算～2026 年 3 月決算)の業績見通し(売上高および経常利益)について尋ねたところ、「増収増益」を見込んでいる秋田県内企業の割合は 19.0%となり、前回調査(2024 年度見通し)から 5.4 ポイント上昇した。他方、「減収減益」は同 5.9 ポイント減の 30.0%となった。また、「前年度並み」が 17.0%(同 1.5 ポイント増)だった。

エネルギーや原材料の価格上昇により、多くの中小企業がコスト増に直面した 2022 年度の業績見通しをみると、「増収増益」が 20.4%、「減収減益」が 30.1%、「前年度並み」が 15.1%と、今回の見通しとのあいだには類似した傾向がみられる。

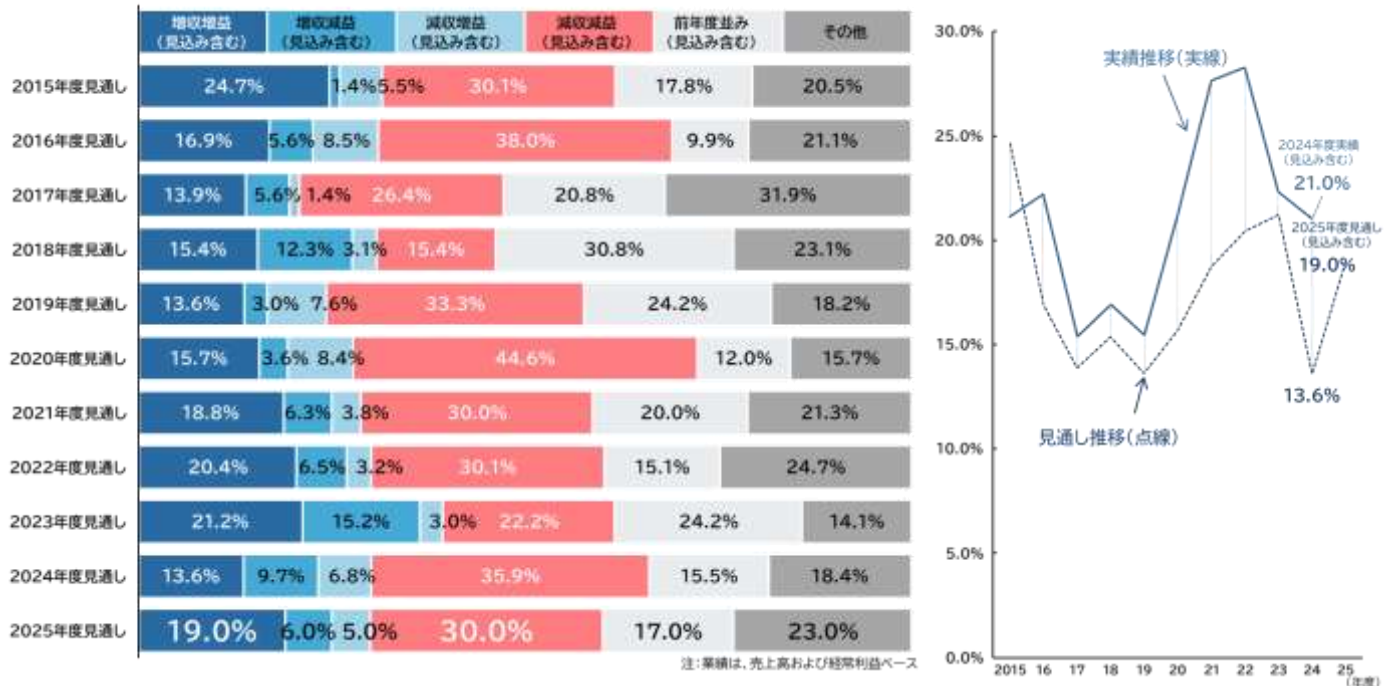
業績見通しを業種別にみると、「増収増益」では農産物価格の上昇が収益に最も寄与している「農・林・水産」(28.6%)が最も高く、「サービス」(26.7%)、「建設」(25.0%)、「製造」(21.1%)などが上位に並んだ。

他方、「減収減益」では、「運輸・倉庫」(100.0%)が最も高く、次いで「建設」(43.8%)、「サービス」(40.0%)が続いた。とりわけ注目されるのは、「減収減益」の圧倒的上位が「運輸・倉庫」となった点である。これは、人手不足と人件費の増加に加え、働き方改革に伴う時間外労働の上限規制、燃料費の高騰、車両価格の上昇が影響しているといえよう。

年度別の業績見通し

年度別の業績見通しの推移

(参考)各年度の業績実績と見通しの推移



2025 年度の業績見通し「増収増益」「減収減益」割合 - 業種別 -



上振れ材料は「個人消費の回復」、 下振れ材料は「物価の上昇(インフレ)」と「人手不足の深刻化」 がそれぞれトップに

2025 年度の業績見通しを上振れさせる材料を尋ねたところ、「個人消費の回復」が 32.7%と前年に引き続き最高となった(複数回答、以下同)。以下、「原油・素材価格の動向」(30.7%)、「公共事業の増加」(26.7%)、「人手不足の緩和」(22.8%)が続いた。とりわけ、消費を喚起する材料が目立ち、それらが今後の業績を左右するカギとなりそうだ。秋田県内企業からは、「同企業の経営者の高齢化の廃業や、差別化を図っていない会社が多くお客様に選ばれる機会が多くなった」(サービス)という声や、「円安からの脱却と戦争不安の解消で物価が落ち着き、中小企業の従業員が購買意欲を取り戻さないと改善しない。特に地方は」(小売)といった声も聞かれた。

2025 年度の業績見通しを下振れさせる材料では、「物価の上昇(インフレ)」と「人手不足の深刻化」(ともに 40.6%)がトップとなった(複数回答、以下同)。次いで、「原油・素材価格の動向」(39.6%)、「個人消費の一段の低迷」(38.6%)が 3 割台が続いた。とりわけ、「金利上昇や米トランプ政権の出方が及ぼす悪影響。農業・林業・緑化機材関係は横ばいの推移と考える。住宅関連は減少見通し」(卸売)という声もあった。

2025 年度業績見通しの「上振れ材料」「下振れ材料」

上振れ材料(上位 10 項目)

	2025年度 見通し	2024年度 見通し
個人消費の回復	32.7%	42.3%
原油・素材価格の動向	30.7%	26.0%
公共事業の増加	26.7%	27.9%
人手不足の緩和	22.8%	19.2%
所得の増加	19.8%	25.0%
減税	16.8%	15.4%
経済政策の拡大	15.8%	9.6%
物価の下落(デフレ)	12.9%	-
雇用の改善	11.9%	8.7%
インバウンド需要の拡大	10.9%	8.7%

注1:2025年3月調査の母数は有効回答企業101社、2024年3月調査は104社

注2:網掛けは、前年度見通しより5ポイント以上増加(減少)していることを示す

下振れ材料(上位 10 項目)

	2025年度 見通し	2024年度 見通し
物価の上昇(インフレ)	40.6%	24.0%
人手不足の深刻化	40.6%	40.4%
原油・素材価格の動向	39.6%	35.6%
個人消費の一段の低迷	38.6%	35.6%
公共事業の減少	26.7%	26.9%
増税	25.7%	18.3%
所得の減少	24.8%	24.0%
賃金相場の上昇	24.8%	18.3%
雇用の悪化	17.8%	24.0%
経済政策の停滞・遅延	16.8%	9.6%

注1:2025年3月調査の母数は有効回答企業101社、2024年3月調査は104社

注2:網掛けは、前年度見通しより5ポイント以上増加(減少)していることを示す

2025 年度の業績見通し、慎重な見方広がる

本調査の結果、「増収増益」を見込む企業の割合は 19.0%と、5 社に 1 社にとどまることが分かった。前年度見通しから 5.4 ポイント上昇したものの、まだ 2 割に達していない。他方、「減収減益」を見込む企業の割合は 30.0%と、前年度から 5.9 ポイント減少したが、3 社に 1 社となっている。

こうした慎重な見方の広がりには、コロナ禍前の 2022 年度の業績見通し(増収増益 20.4%、減収減益 30.1%)と類似した傾向を示しており、2022 年当時と同様に、日本経済を取り巻く不確実性の高まりを示唆しているといえよう。

2025 年度の企業業績は、情報サービス業や人材派遣・紹介業など、デジタル化や労働市場の構造変化を背景に成長が期待される業種が存在する一方で、世界経済の減速懸念や資源価格の変動、人手不足といった外部環境の逆風を受けやすい業種では厳しい見通しとなっている。

直近の日本経済は、実質賃金の伸び悩みや消費者の節約志向など、力強さに欠ける面がある。世界経済においても、地政学的なリスクの高まりをはじめ、不確実性が依然として高い状況にある。特に、再び保護主義的な政策を掲げるトランプ政権の動向に加え、米中による関税戦争の再燃は、グローバルなサプライチェーンや貿易に大きな影響を与える懸念材料となっている。

このような経済環境下において、企業の業績が上振れ傾向となるためには、国内の個人消費の回復が不可欠であり、可処分所得の増加がカギとなる。しかし、人手不足や物価上昇の圧力は依然として企業経営の重荷となっており、これらの課題への対応が下振れリスクを軽減するうえで重要となる。加えて、各企業は、不確実な外部環境に柔軟に対応するため、コスト構造の見直しや業務プロセスの効率化、人的資本の強化、新たな事業領域の開拓など、中長期的には持続的な成長に向けた戦略を策定する必要もあるだろう。

米中関係をはじめ今後の経済情勢と政策動向を注視し、変化に柔軟に対応できる企業が、厳しい経済環境下でも成長機会を掴むことができるであろう。

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万6,674社、有効回答企業1万716社、回答率40.2%)

(1) 地域

北海道	491	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,187
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	786	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,732
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	863	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	715
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,128	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	362
北陸(新潟 富山 石川 福井)	549	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	903
		合 計	10,716

(2) 業界(10業界51業種)

農・林・水産		124	小売	飲食料品小売業	160
金融		170		繊維・繊維製品・服飾品小売業	67
建設		1,593		医薬品・日用雑貨品小売業	60
不動産		440		家具類小売業	26
製造	飲食料品・飼料製造業	305	(860)	家電・情報機器小売業	67
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	110		自動車・同部品小売業	130
	建材・家具・窯業・土石製品製造業	180		専門商品小売業	293
	パルプ・紙・紙加工品製造業	81		各種商品小売業	43
	出版・印刷	167		その他の小売業	14
	化学品製造業	311		運輸・倉庫	430
(2,504)	鉄鋼・非鉄・鋳業	444	サービス	飲食店	112
	機械製造業	437		電気通信業	10
	電気機械製造業	261		電気・ガス・水道・熱供給業	13
	輸送用機械・器具製造業	85		リース・賃貸業	90
	精密機械・医療機械・器具製造業	64		旅館・ホテル	95
	その他製造業	59		娯楽サービス	100
卸売	飲食料品卸売業	299	(2,261)	放送業	20
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	141		メンテナンス・警備・検査業	298
	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	250		広告関連業	121
	紙類・文具・書籍卸売業	103		情報サービス業	496
(2,298)	化学品卸売業	215		人材派遣・紹介業	93
	再生資源卸売業	41		専門サービス業	399
	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	228		医療・福祉・保健衛生業	107
	機械・器具卸売業	743		教育サービス業	47
	その他の卸売業	278		その他サービス業	260
				その他	36
			合 計	10,716	

(3) 規模

大企業	1,607	15.0%
中小企業	9,109	85.0%
(うち小規模企業)	(3,627)	(33.8%)
合 計	10,716	100.0%
(うち上場企業)	(212)	(2.0%)

2. 企業規模区分

中小企業基本法に準拠するとともに、全国売上高ランキングデータを加え、下記のとおり区分。

業界	大企業	中小企業(小規模企業含む)	小規模企業
製造業その他の業界	「資本金 3 億円を超える」かつ 「従業員数 300 人を超える」	「資本金 3 億円以下」または 「従業員 300 人以下」	「従業員 20 人以下」
卸売業	「資本金 1 億円を超える」かつ 「従業員数 100 人を超える」	「資本金 1 億円以下」または 「従業員数 100 人以下」	「従業員 5 人以下」
小売業	「資本金 5 千万円を超える」かつ 「従業員 50 人を超える」	「資本金 5 千万円以下」または 「従業員 50 人以下」	「従業員 5 人以下」
サービス業	「資本金 5 千万円を超える」かつ 「従業員 100 人を超える」	「資本金 5 千万円以下」または 「従業員 100 人以下」	「従業員 5 人以下」

注 1: 中小企業基本法で小規模企業を除く中小企業に分類される企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが上位 3% の企業を大企業として区分

注 2: 中小企業基本法で中小企業に分類されない企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが下位 50% の企業を中小企業として区分

注 3: 上記の業種別の全国売上高ランキングは、TDB 産業分類(1,359 業種)によるランキング