

2025 年 11 月 27 日

各 位

株式会社北國銀行

「景気動向調査 No. 209（県内企業の経営見通し）」の発行および 調査終了のお知らせ

株式会社北國銀行（代表取締役社長：米谷 治彦）および株式会社 CC イノベーション（代表取締役社長：菊澤 智彦）は、今般石川県内主要企業への調査結果をとりまとめ、別添のとおり「景気動向調査 No. 209」として発行しますのでご報告いたします。

なお、「景気動向調査」につきましては、今号（No. 209）をもちまして調査を終了させていただくことを、併せてご報告いたします。

記

<調査概要>

- （１）報告書名 ： 景気動向調査 No. 209 －石川県内企業の経営見通し－
- （２）調査時点 ： 2025 年 10 月 1 日
- （３）対 象 ： 石川県内企業 182 社
 （有効回答 113 社、有効回答率 62.1%）
- （４）目 的 ： 県内主要企業の過去 6 か月の景況及び業況の実績と、今後 6 か月間の景況及び業況の見通しを調査した結果により、県内の景気動向をとりまとめ、把握する。
- （５）調査項目 ： ①国内景気の見通し
 ②所属業界の景況見通し
 ③自己企業の経営見通し
 ④10 年後の長期ビジョンに関する特別調査

<調査終了について>

景気動向調査は今号をもって、終了といたします。209 号もの長きにわたり、本調査にご協力いただき、地域経済の動向を皆さまと共に見つめ続けることができました。心より感謝申し上げます。今後も、皆さまがさらなる発展を遂げられますことを心よりお祈り申し上げますとともに、これまでと変わらぬご愛顧をお願い申し上げます。

以 上

2025 年 10 月 1 日より「株式会社北國フィナンシャルホールディングス」から
「株式会社 CCI グループ」へ社名変更いたしました

景気動向調査

No.209
2025.11

—石川県内企業の経営見通し—

2025年10月実施



北國銀行



第209回

景気動向調査（石川県内企業の経営見通し）

目 次

1. 国内景気の見通し	3
2. 所属業界の景況見通し	3
3. 自己企業の経営見通し	
(1) 売上高（または生産高）	4
(2) 受 注 状 況	4
(3) 製品在庫（または商品在庫）	4
(4) 経 常 利 益	4
(5) 設 備 投 資	5
(6) 資 金 繰 り	5
4. 【特別調査】	
「貴社の10年後の長期ビジョン」に関するアンケート」	6

B.S.I（ビジネス・サーベイ・インデックス）

B.S.Iとは、Business Survey Indexの略。企業の経営者に景気の見通しや状況判断などについてアンケートし、そのトータルを数値化して傾向を把握する方法である。

B.S.Iは次の算式で求める。

A＝上昇・増加・好転

B＝変わらず

C＝下降・減少・悪化 とすると

$A+B+C=100$

$B.S.I=A+1/2B-50=1/2(A-C)$

この結果、B.S.Iがプラスなら強気・楽観であり、マイナスなら弱気ということになる。

例えば、売上高で「増加」企業が40%、「変わらない」企業が50%、「減少」企業が10%の場合、 $B.S.I=1/2(40-10)=15$ となり、業界全体（または全産業）の見通しが強気であることを示す。

第209回 景気動向調査（石川県内企業の経営見通し）

調査要領

調査時点	2025年10月1日
方法	記名式アンケート調査（B.S.I方式）
対象	石川県内主要企業 182社
有効回答	113社
有効回答率	62.1%
回答業種内訳	

〈製造業〉 55社

1. 繊維工業	8社	燃糸、紡績、仮より、織布、精練、染色整理、漁網、ロープ、ニット、サポーター、紳士服、制服縫製、雨衣、製綿ふとん
2. 鉄鋼・金属製品	8社	鉄鋼、作業工具、引抜鋼管、ボルト、ナット、ネジ、金属プレス製品、鋳鉄铸件、建築用金属製品、金庫、製缶板金
3. 一般機械等		
①一般・精密機械	5社	金属工作機械、農業用機械、繊維機械、木工機械、動力伝導装置、油圧・空圧機器、分析機器、その他一般産業用機械、医療用機械器具
②建設・輸送機械	7社	建設機械、自動車車体・部分品・付属品
4. 電気機械	4社	民生用・産業用電子部品、半導体、プリント基板、コンピュータ周辺機器、制御機器、通信機器
5. 食料品製造業	4社	清酒、清涼飲酒、製粉、穀物加工、醤油、味噌、豆腐、和菓子、あめ、かまぼこ、惣菜、寿司
6. 木材・木製品製造業	1社	製材・木製品
7. 印刷・紙・紙加工品製造業	5社	洋・和紙、パルプ、製函、ダンボール、印刷、製本、写真製版
8. その他製造業	13社	医薬品、化学、プラスチック、セラミック、洋食器、九谷焼、粘土瓦、生コン、アスファルト、漆器、家具、金箔

〈非製造業〉 58社

9. 卸売業		
①食料・飲料卸売業	2社	米穀、雑穀、食肉、水産物、青果物、茶、塩
②繊維品卸売業	2社	産元商社、原糸、毛織物、衣料品、呉服
③機械・器具・鉱物・金属卸売業	3社	鋼材、石油、電機、家電品、農機、半導体、金属、铸件資材
④建築材料卸売業	5社	合板、アルミサッシ、鋼製建具、板硝子、セメント、内外装資材
⑤その他卸売業	12社	総合商社、化粧品、家具、漆器、玩具、紙、事務用品、タイヤ、飼料、酸素
10. 小売業	8社	百貨店、スーパーマーケット、自動車ディーラー、ガソリンスタンド
11. 建設業	12社	総合建設、舗装、土木、碎石、左官、防水
12. 運輸・通信業	1社	鉄道、観光バス、タクシー、トラック、貨物運送、港湾運送、倉庫、通信
13. ホテル・温泉旅館業	2社	都市型ホテル、ビジネスホテル、温泉旅館
14. サービス業その他	11社	電力、情報処理、包装梱包、料亭、貸ビル、不動産、ゴルフ場、リース、民放、新聞、病院、警備保障

概要

2025年10月に実施した景気動向調査（対象：石川県内企業 182社、回答率 62.1%）の概要は次の通りです。

- 「国内景気の見通し」のB.S.Iは▲3.5となり、前回調査(2025年4月実施)より、22.7ポイント上昇したが、3期連続で下降予想となった。
 - 日本経済は堅調な消費や設備投資に支えられ緩やかに推移する一方、製造業の減速や人手不足が課題。長引く物価高への対策の動向、米国の通商政策への警戒感も相まって、景気回復の持続性には依然不透明感が残る。
 - 北陸経済は観光需要や北陸新幹線延伸効果によりサービス業を中心に堅調に推移している。一方で、製造業は世界経済の減速や関税措置の影響を受け、先行きの不透明感が続く。人口減少や人手不足といった構造的課題が中長期的な成長の制約要因となっている。
 - 製造業のB.S.Iは▲4.5（前回調査比+19.6ポイント）。海外情勢の不透明感や円安進行に伴う原材料や燃料コストの上昇が引き続き景況感回復の重石に。
 - 非製造業のB.S.Iは▲2.7（前回調査比+21.4ポイント）。復興需要、観光需要喚起策への期待感が大きい一方、構造的な人手不足が続く。
- 「所属業界の見通し」のB.S.Iは、▲5.3となり、前回調査から12.9ポイント上昇し、8期連続で下降予想となった。
 - 製造業では「一般・精密機械製造業」で上昇予想。一方で「電気機械製造業」「鉄鋼・金属製品製造業」「繊維工業」「食料品製造業」で下降予想となっている。
 - 非製造業では「食料・飲料卸売業」「サービス業その他」「建設業」「その他卸売業」で上昇予想。一方で「ホテル・温泉旅館業」「建築材料卸売業」「機械・器具・鉱物・金属卸売業」で悪化予想。
 - アンケートでは「コスト上昇と人手不足が相変わらず収益を圧迫（製造業）」「需要動向の二極化と業界内格差が拡大（製造業）」「担い手不足や資材高騰が進行し、供給制約が深刻化（非製造業）」「業界や取扱商品によって、明暗がはっきり分かれている（非製造業）」といった声が聞かれた。

【特別調査】「貴社の10年後の長期ビジョン」に関するアンケート

- 市場・顧客はどうなっていると思うか？
 - ニーズ多様化・デジタル化が進むが、人口減少による需要縮小や環境対応など構造変化への適応が求められるのではないかと。
- 貴社はどんな存在でありたいか？
 - 企業の多くは地域に根差した安定経営と社会・環境への貢献を重視し、持続的な存在を目指している。一方で、新規事業や海外展開への志向は弱く、安定・地域密着型の方向性が主流となっている。
- 貴社の強みを生かせる領域はどこか？
 - 多くは既存事業の深化や特定分野への特化による堅実な成長を重視。新市場や海外展開への挑戦は限定的で、環境対応と技術高度化を含む持続的進化が主要テーマとなっている。
- 人口減の中で、持続的に提供できる価値は？
 - 企業は高品質・信頼性と顧客関係を軸に継続的な価値提供を重視している。地域社会への貢献や専門性の深化を通じ、安定と持続可能な経営を志向する傾向が強い。
- 将来リスクとなり得る弱みや外部要因は？
 - コスト上昇や人材不足を最大のリスクと捉え、収益性と事業継続への懸念が強い。人口減少や技術革新への対応遅れも課題となり、環境変化への適応力が競争力の鍵を握る。
- 今後取り組むべき収益源、事業機会とは？
 - DX・AIや環境・エネルギー分野に収益源として着目。地域課題解決型ビジネスへの関心も高いが、県外・海外展開は限定的。地域密着型の技術活用や産業高度化に軸足を置く傾向が強い。
- 石川県や北陸地域での連携について、期待することは？
 - 行政の補助金・支援制度の充実や、産学官連携による技術開発・人材育成に強い期待。一方で、地域ブランディングよりも実利的な経営支援や新事業創出など基盤強化を重視する傾向が見られる。

所属業界の景況見通し天気図

	全 産 業	製 造 業	織 維	鉄 鋼 ・ 金 属 製 品	一 般 機 械 等	電 気 機 械	食 料 品	木 材 製 品	印 刷 ・ 紙 ・ 工 品	非 製 造 業	卸 売 業	小 売 業	建 設 業	運 通 輸 信 業	ホ テ ル ・ 温 泉 旅 館 業	サ ー ビ ス の 他	(注)
																	快晴
																	50.0~25.1
2022.4 9																	晴
																	25.0~10.1
2023.3 4 9																	うす曇
																	10.0~0.0
2024.3 4 9																	くもり
																	▲0.1~▲10.0
2025.3 4 9																	小雨
																	▲10.1~▲25.0
2026.3 10																	雨
																	▲25.1~▲50.0
B.S.I	▲5.3	▲9.1	▲12.5	▲12.5	0.0	▲25.0	▲12.5	0.0	▲10.0	▲1.7	▲2.1	▲12.5	4.2	0.0	▲25.0	4.5	

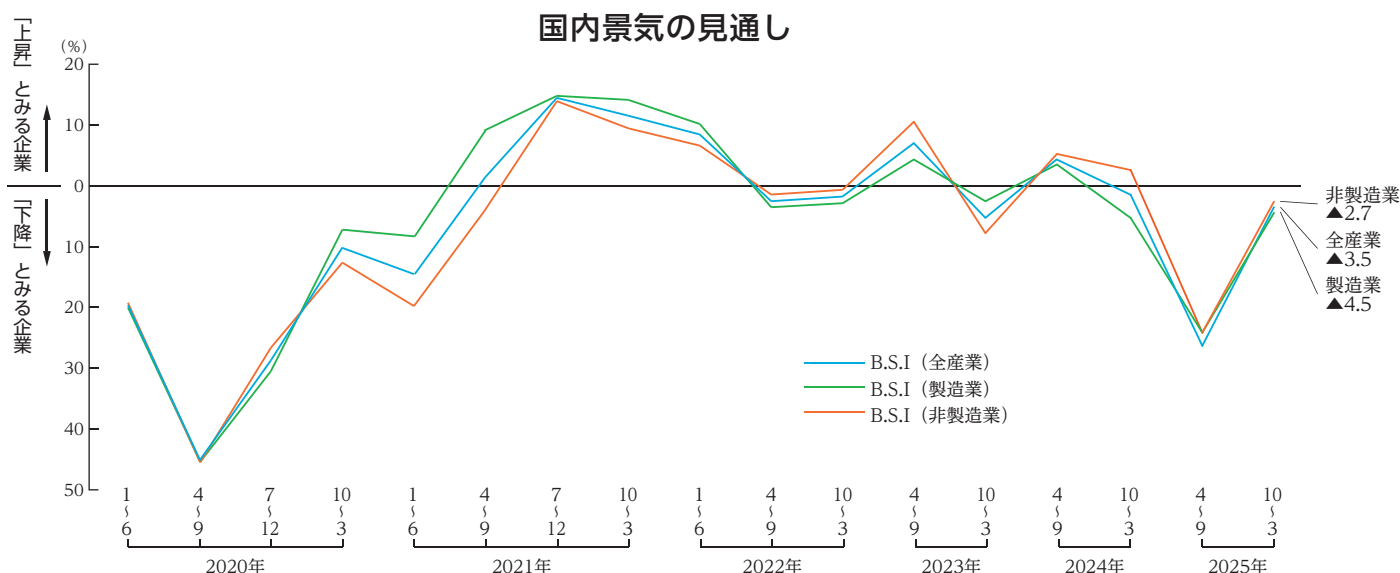
1. 国内景気の見通し

2025年10月～2026年3月期の見通し（2025年4月～9月期に比べ）

3期連続で下降予想 …………… 上昇：12社 不変：81社 下降：20社（計113社）

全産業B.S.I= ▲3.5（前回：2025/4…▲26.2）

…うち 製造業 ▲4.5（前回 ▲24.1）
非製造業 ▲2.7（前回 ▲24.1）



2. 所属業界の景況見通し

2025年10月～2026年3月期の見通し（2025年4月～9月期に比べ）

8期連続で下降予想 …………… 上昇：14社 不変：73社 下降：26社（計113社）

全産業B.S.I= ▲5.3（前回：2025/4…▲18.2）

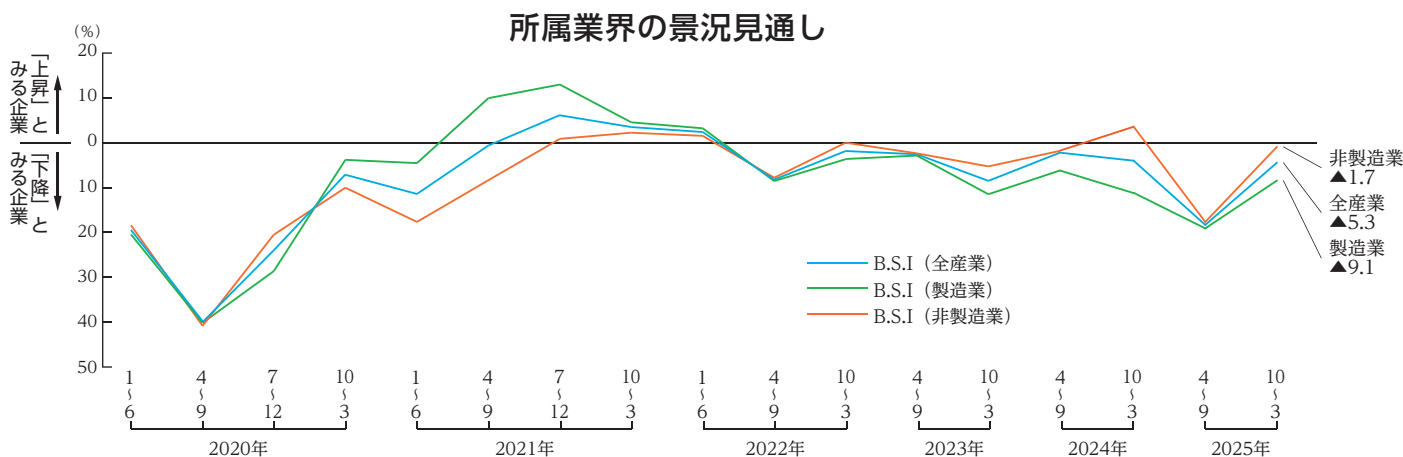
…うち 製造業 ▲9.1（前回 ▲19.0）
非製造業 ▲1.7（前回 ▲17.3）

〈製造業〉

主な上昇予想業種	主な下降予想業種
一般・精密機械製造業 (10.0)	電気機械製造業 (▲25.0)
	鉄鋼・金属製品製造業 (▲12.5)
	繊維工業 (▲12.5)
	食料品製造業 (▲12.5)

〈非製造業〉

主な上昇予想業種	主な下降予想業種
食料・飲料卸売業 (25.0)	ホテル・温泉旅館業 (▲25.0)
サービス業その他 (4.5)	建築材料卸売業 (▲20.0)
建設業 (4.2)	機械・器具・鉱物・金属卸売業 (▲16.7)
その他卸売業 (4.2)	



3. 自己企業の経営見通し

2025年10月～2026年3月期の見通し
(2025年4月～9月期に比べ)

(1) 売上高(または生産高)について

2期ぶり増加予想

増加:37社 不変:48社 減少:28社 (計113社)

全産業B.S.I= 4.0 (前回 ▲11.2)

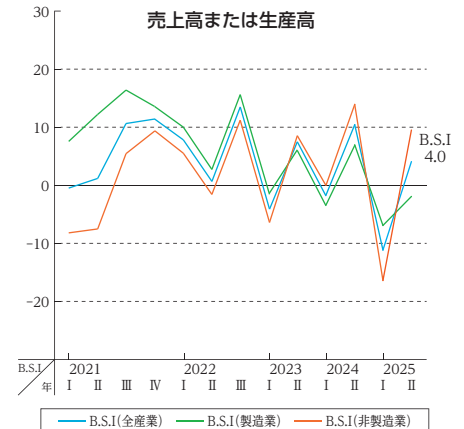
…うち 製造業 ▲1.8 (前回 ▲6.9)
非製造業 9.5 (前回 ▲16.3)

〈製造業〉

主な増加予想業種	主な減少予想業種
一般・精密機械製造業 (10.0)	鉄鋼・金属製品製造業 (▲12.5)
その他製造業 (7.7)	電気機械製造業 (▲12.5)
	印刷・紙・紙加工品製造業 (▲10.0)

〈非製造業〉

主な増加予想業種	主な減少予想業種
食料・飲料卸売業 (25.0)	ホテル・温泉旅館業 (▲25.0)
繊維品卸売業 (25.0)	機械・器具・鉱物・金属卸売業 (▲16.7)
サービス業その他 (18.2)	



(2) 受注状況について (非製造業は建設業のみ)

2期連続で減少予想

増加:14社 不変:35社 減少:18社 (計67社)

全産業B.S.I= ▲3.0 (前回 ▲5.3)

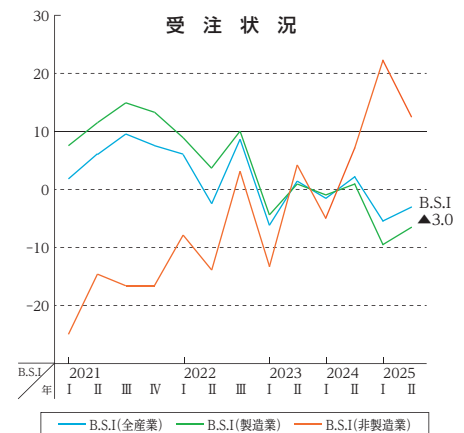
…うち 製造業 ▲6.4 (前回 ▲9.6)
非製造業 12.5 (前回 22.2)

〈製造業〉

主な増加予想業種	主な減少予想業種
一般・精密機械製造業 (30.0)	建設・輸送機械製造業 (▲28.6)
	鉄鋼・金属製品製造業 (▲18.8)
	印刷・紙・紙加工品製造業 (▲10.0)

〈非製造業〉

主な増加予想業種	主な減少予想業種
建設業 (12.5)	なし



(3) 製品在庫(または商品在庫)について

2期ぶり増加予想

増加:17社 不変:81社 減少:15社 (計113社)

全産業B.S.I= 0.9 (前回 ▲6.5)

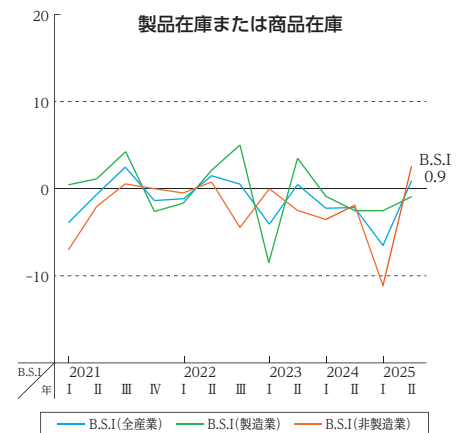
…うち 製造業 ▲0.9 (前回 ▲2.6)
非製造業 2.6 (前回 ▲11.2)

〈製造業〉

主な増加予想業種	主な減少予想業種
食料品製造業 (12.5)	一般・精密機械製造業 (▲20.0)
建設・輸送機械製造業 (7.1)	印刷・紙・紙加工品製造業 (▲10.0)
繊維工業 (6.3)	その他製造業 (▲3.8)

〈非製造業〉

主な増加予想業種	主な減少予想業種
運輸・通信業 (50.0)	繊維品卸売業 (▲25.0)
小売業 (12.5)	建設業 (▲4.2)
建築材料卸売業 (10.0)	



(4) 経常利益について

2期ぶり増加予想

増加:38社 不変:42社 減少:33社 (計113社)

全産業B.S.I= 2.2 (前回 ▲16.8)

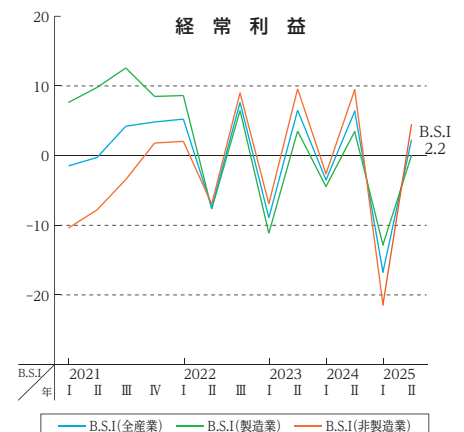
…うち 製造業 0.0 (前回 ▲12.9)
非製造業 4.3 (前回 ▲21.4)

〈製造業〉

主な増加予想業種	主な減少予想業種
一般・精密機械製造業 (40.0)	印刷・紙・紙加工品製造業 (▲20.0)
その他製造業 (7.7)	電気機械製造業 (▲12.5)
	鉄鋼・金属製品製造業 (▲12.5)

〈非製造業〉

主な増加予想業種	主な減少予想業種
建設業 (12.5)	運輸・通信業 (▲50.0)
その他卸売業 (12.5)	ホテル・温泉旅館業 (▲25.0)
小売業 (6.3)	機械・器具・鉱物・金属卸売業 (▲16.7)



3. 自己企業の経営見通し

(5) 設備投資について

8期連続で増加予想

増加:27社 不変:76社 減少:10社 (計113社)

全産業B.S.I= 7.5 (前回 0.9)

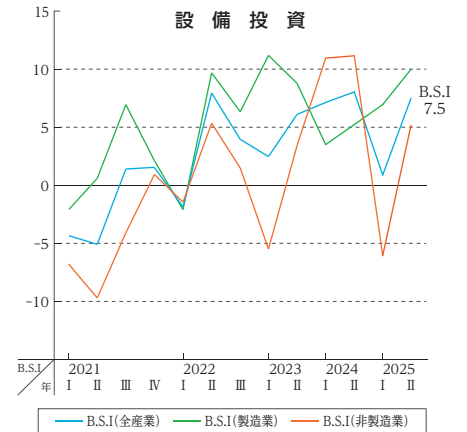
…うち 製造業 10.0 (前回 6.9)
非製造業 5.2 (前回 ▲6.1)

〈製造業〉

主な増加予想業種	主な減少予想業種
印刷・紙・紙加工品製造業 (30.0)	食料品製造業 (▲12.5)
建設・輸送機械製造業 (21.4)	
その他製造業 (19.2)	

〈非製造業〉

主な増加予想業種	主な減少予想業種
運輸・通信業 (50.0)	ホテル・温泉旅館業 (▲25.0)
その他卸売業 (12.5)	機械・器具・鉱物・金属卸売業 (▲16.7)
建築材料卸売業 (10.0)	



(6) 資金繰りについて

3期連続で悪化予想

好転:6社 不変:85社 悪化:22社 (計113社)

全産業B.S.I= ▲7.1 (前回 ▲7.9)

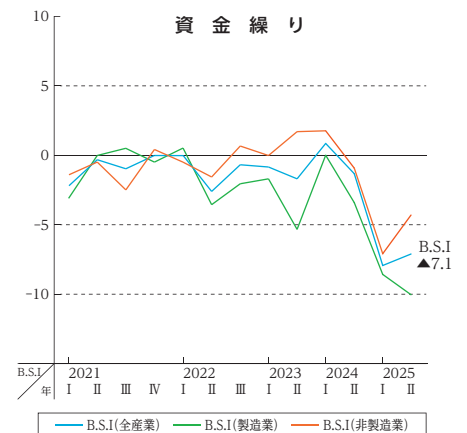
…うち 製造業 ▲10.0 (前回 ▲8.6)
非製造業 ▲4.3 (前回 ▲7.1)

〈製造業〉

主な増加予想業種	主な減少予想業種
なし	一般・精密機械製造業 (▲20.0)
	その他製造業 (▲15.4)
	食料品製造業 (▲12.5)

〈非製造業〉

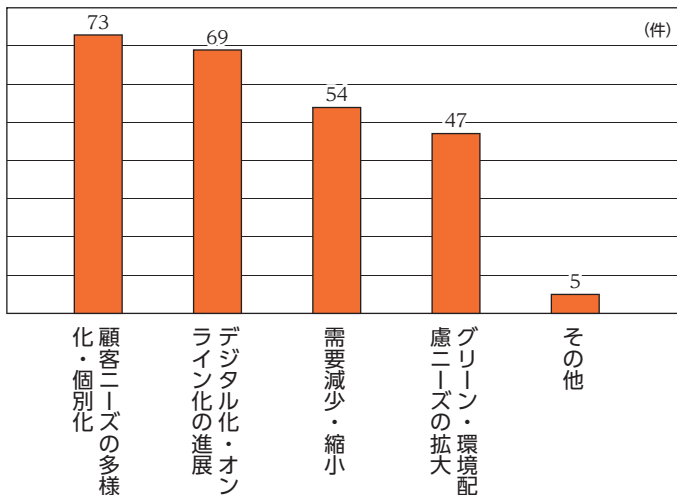
主な増加予想業種	主な減少予想業種
建設業 (4.2)	ホテル・温泉旅館業 (▲50.0)
	小売業 (▲12.5)
	建築材料卸売業 (▲10.0)



4. 特別調査「貴社の10年後の長期ビジョン」に関するアンケート

日本、石川県では人口減少や少子高齢化により、市場環境や人材状況が大きく変化すると予想されています。こうした変化の中で、従来型の成長戦略だけではなく、新しい発想や取り組みが求められる時代になってきています。そこで、皆さまが描く10年後（2035年）の未来像や、人口減少・市場変化の中で取り組むべき課題・新たな機会について、ぜひお聞かせください。

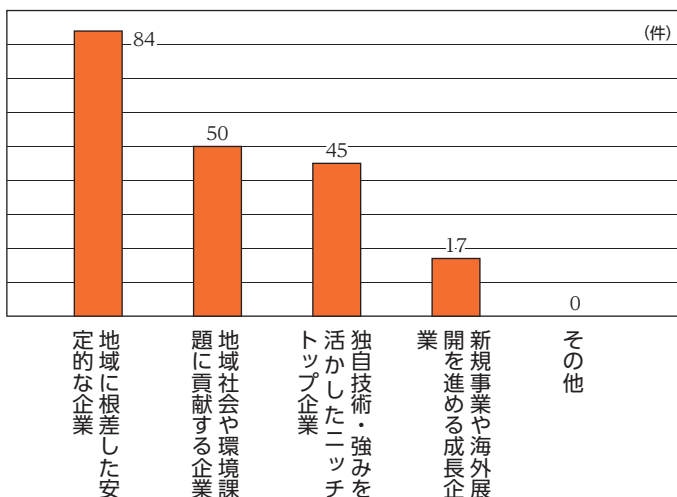
1. 今後10年で、顧客・市場はどのように変化と思いますか。（複数回答可）



顧客・市場の変化としては、「ニーズの多様化・個別化」や「デジタル化の進展」が最も多く挙げられ、顧客対応の柔軟性やDX対応力の重要性が高まっている。

一方で、「需要減少・縮小」への懸念も強く、人口減少や高齢化による市場縮小リスクが意識されている。また、「グリーン・環境配慮」への対応も不可欠な潮流として認識されつつある。自由記述からは、国の政策との乖離や構造的課題への危機感、国内市場の限界を見据えた海外展開の必要性など、個社の努力を超えた構造転換の必要性が示唆されている。

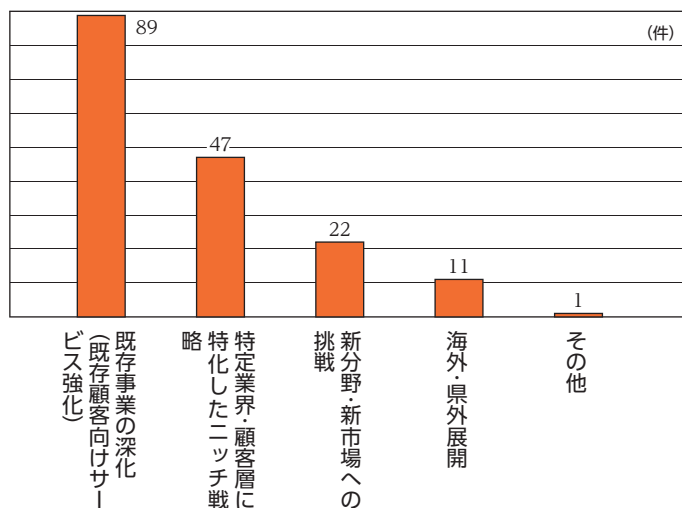
2. 10年後、貴社はどのような存在でありたいと考えていますか。（複数回答可）



多くの企業が「地域に根差した安定的な企業」を志向しており、長期的な持続性と地域経済への貢献を重視する姿勢が明確に示された。

一方で、「地域社会・環境課題への貢献」も半数近くが選択しており、社会的価値の創出を自社の存在意義と捉える傾向が強い。「独自技術を活かしたニッチトップ」志向も一定数あり、差別化による競争優位の追求がうかがえる。これに対し、「新規事業・海外展開」を掲げる企業は少なく、成長志向よりも安定・地域密着型の方向性が優勢である。

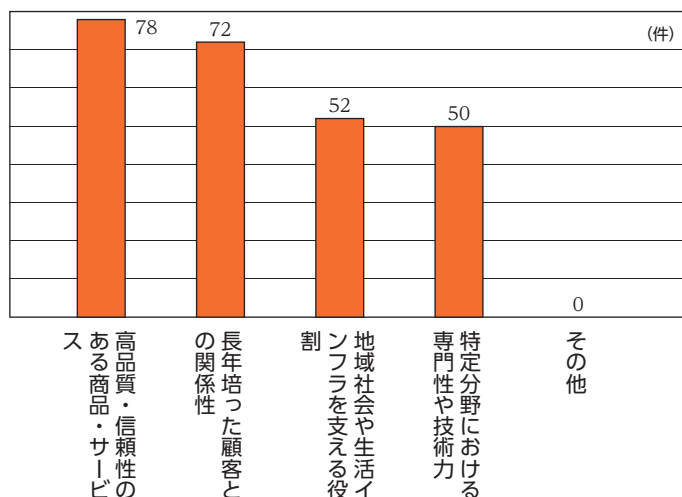
3. 貴社の強みを活かせる領域はどこだと考えていますか。(複数回答可)



回答の多くは「既存事業の深化」に集中しており、企業の多くが現行顧客との関係強化やサービス付加による堅実な成長を重視している。次いで「特定業界・顧客層への特化」が挙げられ、限られた領域での専門性追求による競争力向上を志向する傾向が見られる。

一方で、「新分野・新市場」「海外・県外展開」を挙げる企業は少なく、挑戦志向よりも安定・深化型の戦略が主流である。自由記述からは、環境対応と高度化の両立といった技術的課題への意識も見られ、既存領域の進化を通じた持続的成長が鍵となっている。

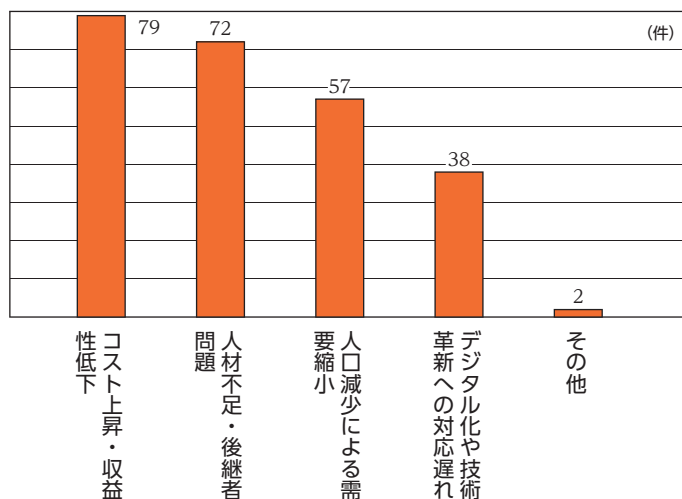
4. 人口減少が進む中で、貴社が持続的に提供できる価値は何でしょうか。(複数回答可)



企業が人口減少下でも重視するのは、「高品質・信頼性のある商品・サービス」と「長年の顧客関係」であり、安定した品質と信頼に基づく継続的な価値提供が中核にある。

また、「地域社会や生活インフラを支える役割」も重視され、地域密着型の社会的存在意義を再確認する傾向が強い。さらに、「特定分野での専門性・技術力」を挙げる企業も多く、強みの深化による生き残りを志向している。総じて、企業は成長よりも信頼・品質・地域貢献を軸とした持続可能な経営を志向している。

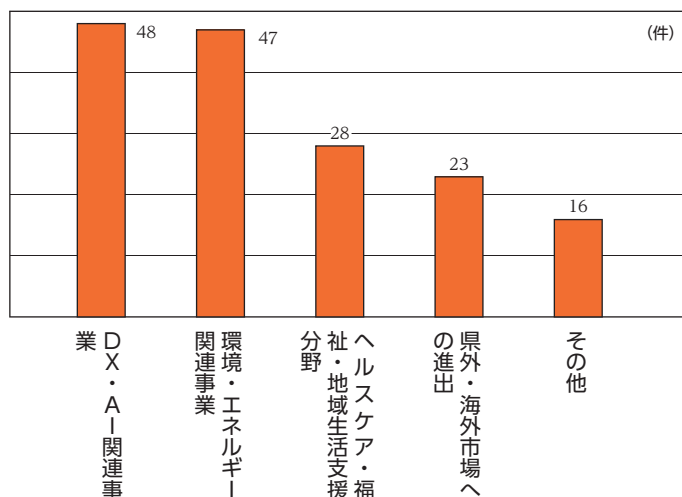
5. 将来、貴社にとってリスクとなり得る弱み・外部要因には、どのようなものが考えられますか。(複数回答可)



最大のリスク要因として「コスト上昇・収益性低下」が挙げられ、多くの企業が原材料費や人件費の高騰による採算悪化を懸念している。次いで「人材不足・後継者問題」が深刻な課題として浮上し、組織の持続性や技術伝承への不安が強い。「人口減少による需要縮小」も構造的リスクとして認識されており、地域経済全体の縮小圧力が意識されている。

一方で、「デジタル化対応の遅れ」も一定の割合を占め、変化への適応力が今後の競争力を左右する要因とみられる。自由記述からは、業界固有の制度変更や流通構造の変化への対応力も課題として示唆されている。

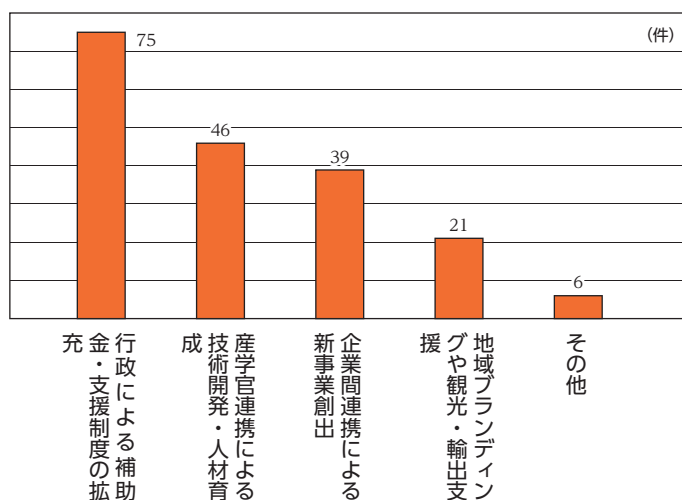
6. 今後取り組むべき新しい収益源・事業機会は何でしょうか。(複数回答可)



今後の新たな収益源としては、「DX・AI関連」と「環境・エネルギー関連」が拮抗して最上位に挙げられ、デジタル化と脱炭素の両潮流を成長機会と捉える企業が多い。「ヘルスケア・福祉・地域生活支援」も一定の関心を集めており、人口減少・高齢化を背景とした地域課題の解決型ビジネスへの期待が見られる。

一方、「県外・海外展開」は限定的で、事業基盤は依然として地域密着型に留まっている。自由記述では、自動車産業の高度化、FA分野での省力化、能登復興など、既存技術や地域課題に根差した具体的なテーマも挙がっている。

7. 石川県や北陸地域での連携について、貴社が期待することは何ですか。(複数回答可)



地域連携において最も多く期待されているのは「行政による補助金・支援制度の拡充」であり、企業の多くが資金面での後押しを求めている。次いで「産学官連携による技術開発・人材育成」が挙げられ、地域全体でのイノベーション基盤づくりへの関心が高い。「企業間連携による新事業創出」も一定の支持を得ており、協働による地域産業の新陳代謝への期待がうかがえる。

一方で、「地域ブランディング・観光・輸出支援」への関心は限定的で、まずは経営基盤強化や実利的支援を重視する傾向が強い。

■最後に

景気動向調査は今号をもって、最終回とさせていただき運びとなりました。
209号もの長きにわたり、本調査にご協力を賜りました皆様に心より御礼申し上げます。
皆様の温かいご支援に支えられ、地域経済の動向を共に見つけ続けることができました。
今後も、皆様がさらなる発展を遂げられますことを心よりお祈り申し上げます。
2025年10月より、当社は「CCIグループ」として新たなスタートを切りました。
これまでと変わらぬご愛顧を賜りますようお願い申し上げますとともに、引き続き皆様のお役に立てるよう全力を尽くしてまいります。
ありがとうございました。

執筆者一同

国内景気の見通し	上昇する	不 変	下降する	上昇する	不 変	下降する	BSI	計
全 産 業	12	81	20	11%	72%	18%	▲ 3.5	113
製 造 業	5	40	10	9%	73%	18%	▲ 4.5	55
非 製 造 業	7	41	10	13%	75%	18%	▲ 2.7	58

貴業界の見通し	上昇する	不 変	下降する	上昇する	不 変	下降する	BSI	計
全 体	14	73	26	12%	65%	23%	▲ 5.3	113
製 造 業	7	31	17	13%	56%	31%	▲ 9.1	55
繊維工業	1	4	3	13%	50%	38%	▲ 12.5	8
鉄鋼・金属製品製造業	2	2	4	25%	25%	50%	▲ 12.5	8
一般機械等	2	8	2	17%	67%	17%	0.0	12
一般・精密機械製造業	1	4	0	20%	80%	0%	10.0	5
建設・輸送機械製造業	1	4	2	14%	57%	29%	▲ 7.1	7
電気機械製造業	0	2	2	0%	50%	50%	▲ 25.0	4
食料品製造業	0	3	1	0%	75%	25%	▲ 12.5	4
木材・木製品製造業	0	1	0	0%	100%	0%	0.0	1
印刷・紙・紙加工品製造業	0	4	1	0%	80%	20%	▲ 10.0	5
その他製造業	2	7	4	15%	54%	31%	▲ 7.7	13
非製造業	7	42	9	12%	72%	16%	▲ 1.7	58
卸 売 業	3	17	4	13%	71%	17%	▲ 2.1	24
食料・飲料卸売業	1	1	0	50%	50%	0%	25.0	2
繊維品卸売業	0	2	0	0%	100%	0%	0.0	2
機械・器具・鉱物・金属卸売業	0	2	1	0%	67%	33%	▲ 16.7	3
建築材料卸売業	0	3	2	0%	60%	40%	▲ 20.0	5
その他卸売業	2	9	1	17%	75%	8%	4.2	12
小 売 業	0	6	2	0%	75%	25%	▲ 12.5	8
建 設 業	2	9	1	17%	75%	8%	4.2	12
運輸・通信業	0	1	0	0%	100%	0%	0.0	1
ホテル・温泉旅館業	0	1	1	0%	50%	50%	▲ 25.0	2
サービス業その他	2	8	1	18%	73%	9%	4.5	11

売上高の見通し	増加する	不 変	減少する	増加する	不 変	減少する	BSI	計
全 体	37	48	28	33%	42%	25%	4.0	113
製 造 業	15	23	17	27%	42%	31%	1.8	55
繊維工業	2	4	2	25%	50%	25%	0.0	8
鉄鋼・金属製品製造業	1	4	3	13%	50%	38%	12.5	8
一般機械等	4	4	4	33%	33%	33%	0.0	12
一般・精密機械製造業	2	2	1	40%	40%	20%	10.0	5
建設・輸送機械製造業	2	2	3	29%	29%	43%	7.1	7
電気機械製造業	0	3	1	0%	75%	25%	12.5	4
食料品製造業	2	0	2	50%	0%	50%	0.0	4
木材・木製品製造業	0	1	0	0%	100%	0%	0.0	1
印刷・紙・紙加工品製造業	1	2	2	20%	40%	40%	10.0	5
その他製造業	5	5	3	38%	38%	23%	7.7	13
非製造業	22	25	11	38%	43%	19%	9.5	58
卸 売 業	8	12	4	33%	50%	17%	8.3	24
食料・飲料卸売業	1	1	0	50%	50%	0%	25.0	2
繊維品卸売業	1	1	0	50%	50%	0%	25.0	2
機械・器具・鉱物・金属卸売業	0	2	1	0%	67%	33%	16.7	3
建築材料卸売業	1	3	1	20%	60%	20%	0.0	5
その他卸売業	5	5	2	42%	42%	17%	12.5	12
小 売 業	2	5	1	25%	63%	13%	6.3	8
建 設 業	5	5	2	42%	42%	17%	12.5	12
運輸・通信業	0	1	0	0%	100%	0%	0.0	1
ホテル・温泉旅館業	0	1	1	0%	50%	50%	25.0	2
サービス業その他	7	1	3	64%	9%	27%	18.2	11

受注状況の見通し	増加する	不 変	減少する	増加する	不 変	減少する	BSI	計
全 体	14	35	18	21%	52%	27%	▲ 3.0	67
製 造 業	10	28	17	18%	51%	31%	▲ 6.4	55
繊維工業	2	3	3	25%	38%	38%	▲ 6.3	8
鉄鋼・金属製品製造業	0	5	3	0%	63%	38%	▲ 18.8	8
一般機械等	3	5	4	25%	42%	33%	▲ 4.2	12
一般・精密機械製造業	3	2	0	60%	40%	0%	30.0	5
建設・輸送機械製造業	0	3	4	0%	43%	57%	▲ 28.6	7
電気機械製造業	0	4	0	0%	100%	0%	0.0	4
食料品製造業	1	2	1	25%	50%	25%	0.0	4
木材・木製品製造業	0	1	0	0%	100%	0%	0.0	1
印刷・紙・紙加工品製造業	1	2	2	20%	40%	40%	▲ 10.0	5
その他製造業	3	6	4	23%	46%	31%	▲ 3.8	13
非製造業	4	7	1	33%	58%	8%	12.5	12
卸 売 業								0
食料・飲料卸売業								0
繊維品卸売業								0
機械・器具・鉱物・金属卸売業								0
建築材料卸売業								0
その他卸売業								0
小 売 業								0
建 設 業	4	7	1	33%	58%	8%	12.5	12
運輸・通信業								0
ホテル・温泉旅館業								0
サービス業その他								0

製品在庫(商品在庫の見通し)	増加する	不 変	減少する	増加する	不 変	減少する	BSI	計
全 体	17	81	15	15%	72%	13%	0.9	113
製 造 業	6	42	7	11%	76%	13%	▲ 0.9	55
繊維工業	2	5	1	25%	63%	13%	6.3	8
鉄鋼・金属製品製造業	1	6	1	13%	75%	13%	0.0	8
一般機械等	2	7	3	17%	58%	25%	▲ 4.2	12
一般・精密機械製造業	0	3	2	0%	60%	40%	▲ 20.0	5
建設・輸送機械製造業	2	4	1	29%	57%	14%	7.1	7
電気機械製造業	0	4	0	0%	100%	0%	0.0	4
食料品製造業	1	3	0	25%	75%	0%	12.5	4
木材・木製品製造業	0	1	0	0%	100%	0%	0.0	1
印刷・紙・紙加工品製造業	0	4	1	0%	80%	20%	▲ 10.0	5
その他製造業	0	12	1	0%	92%	8%	▲ 3.8	13
非製造業	11	39	8	19%	67%	14%	2.6	58
卸 売 業	4	16	4	17%	67%	17%	0.0	24
食料・飲料卸売業	1	0	1	50%	0%	50%	0.0	2
繊維品卸売業	0	1	1	0%	50%	50%	▲ 25.0	2
機械・器具・鉱物・金属卸売業	0	3	0	0%	100%	0%	0.0	3
建築材料卸売業	1	4	0	20%	80%	0%	10.0	5
その他卸売業	2	8	2	17%	67%	17%	0.0	12
小 売 業	3	4	1	38%	50%	13%	12.5	8
建 設 業	0	11	1	0%	92%	8%	▲ 4.2	12
運輸・通信業	1	0	0	100%	0%	0%	50.0	1
ホテル・温泉旅館業	0	2	0	0%	100%	0%	0.0	2
サービス業その他	3	6	2	27%	55%	18%	4.5	11

経常利益の見通し	増加する	不 変	減少する	増加する	不 変	減少する	BSI	計
全 体	38	42	33	34%	37%	29%	2.2	113
製 造 業	17	21	17	31%	38%	31%	0.0	55
繊維工業	2	4	2	25%	50%	25%	0.0	8
鉄鋼・金属製品製造業	1	4	3	13%	50%	38%	▲ 12.5	8
一般機械等	7	1	4	58%	8%	33%	12.5	12
一般・精密機械製造業	4	1	0	80%	20%	0%	40.0	5
建設・輸送機械製造業	3	0	4	43%	0%	57%	▲ 7.1	7
電気機械製造業	1	1	2	25%	25%	50%	▲ 12.5	4
食料品製造業	1	2	1	25%	50%	25%	0.0	4
木材・木製品製造業	0	1	0	0%	100%	0%	0.0	1
印刷・紙・紙加工品製造業	1	1	3	20%	20%	60%	▲ 20.0	5
その他製造業	4	7	2	31%	54%	15%	7.7	13
非製造業	21	21	16	36%	36%	28%	4.3	58
卸 売 業	8	10	6	33%	42%	25%	4.2	24
食料・飲料卸売業	1	0	1	50%	0%	50%	0.0	2
繊維品卸売業	1	0	1	50%	0%	50%	0.0	2
機械・器具・鉱物・金属卸売業	0	2	1	0%	67%	33%	▲ 16.7	3
建築材料卸売業	1	3	1	20%	60%	20%	0.0	5
その他卸売業	5	5	2	42%	42%	17%	12.5	12
小 売 業	3	3	2	38%	38%	25%	6.3	8
建 設 業	5	5	2	42%	42%	17%	12.5	12
運輸・通信業	0	0	1	0%	0%	100%	▲ 50.0	1
ホテル・温泉旅館業	0	1	1	0%	50%	50%	▲ 25.0	2
サービス業その他	5	2	4	45%	18%	36%	4.5	11

設備投資の見通し	増加する	不 変	減少する	増加する	不 変	減少する	BSI	計
全 体	27	76	10	24%	67%	9%	7.5	113
製 造 業	15	36	4	27%	65%	7%	10.0	55
繊維工業	1	6	1	13%	75%	13%	0.0	8
鉄鋼・金属製品製造業	1	7	0	13%	88%	0%	6.3	8
一般機械等	4	7	1	33%	58%	8%	12.5	12
一般・精密機械製造業	1	3	1	20%	60%	20%	0.0	5
建設・輸送機械製造業	3	4	0	43%	57%	0%	21.4	7
電気機械製造業	0	4	0	0%	100%	0%	0.0	4
食料品製造業	0	3	1	0%	75%	25%	▲ 12.5	4
木材・木製品製造業	0	1	0	0%	100%	0%	0.0	1
印刷・紙・紙加工品製造業	3	2	0	60%	40%	0%	30.0	5
その他製造業	6	6	1	46%	46%	8%	19.2	13
非製造業	12	40	6	21%	69%	10%	5.2	58
卸 売 業	5	17	2	21%	71%	8%	6.3	24
食料・飲料卸売業	0	2	0	0%	100%	0%	0.0	2
繊維品卸売業	0	2	0	0%	100%	0%	0.0	2
機械・器具・鉱物・金属卸売業	0	2	1	0%	67%	33%	▲ 16.7	3
建築材料卸売業	1	4	0	20%	80%	0%	10.0	5
その他卸売業	4	7	1	33%	58%	8%	12.5	12
小 売 業	1	7	0	13%	88%	0%	6.3	8
建 設 業	1	10	1	8%	83%	8%	0.0	12
運輸・通信業	1	0	0	100%	0%	0%	50.0	1
ホテル・温泉旅館業	0	1	1	0%	50%	50%	▲ 25.0	2
サービス業その他	4	5	2	36%	45%	18%	9.1	11

資金繰りの見通し	好転する	不 変	悪化する	好転する	不 変	悪化する	BSI	計
全 体	6	85	22	5%	75%	19%	▲ 7.1	113
製 造 業	3	38	14	5%	69%	25%	▲ 10.0	55
繊維工業	1	5	2	13%	63%	25%	▲ 6.3	8
鉄鋼・金属製品製造業	1	5	2	13%	63%	25%	▲ 6.3	8
一般機械等	0	9	3	0%	75%	25%	▲ 12.5	12
一般・精密機械製造業	0	3	2	0%	60%	40%	▲ 20.0	5
建設・輸送機械製造業	0	6	1	0%	86%	14%	▲ 7.1	7
電気機械製造業	0	4	0	0%	100%	0%	0.0	4
食料品製造業	0	3	1	0%	75%	25%	▲ 12.5	4
木材・木製品製造業	0	1	0	0%	100%	0%	0.0	1
印刷・紙・紙加工品製造業	1	2	2	20%	40%	40%	▲ 10.0	5
その他製造業	0	9	4	0%	69%	31%	▲ 15.4	13
非製造業	3	47	8	5%	81%	14%	▲ 4.3	58
卸 売 業	0	22	2	0%	92%	8%	▲ 4.2	24
食料・飲料卸売業	0	2	0	0%	100%	0%	0.0	2
繊維品卸売業	0	2	0	0%	100%	0%	0.0	2
機械・器具・鉱物・金属卸売業	0	3	0	0%	100%	0%	0.0	3
建築材料卸売業	0	4	1	0%	80%	20%	▲ 10.0	5
その他卸売業	0	11	1	0%	92%	8%	▲ 4.2	12
小 売 業	0	6	2	0%	75%	25%	▲ 12.5	8
建 設 業	2	9	1	17%	75%	8%	4.2	12
運輸・通信業	0	1	0	0%	100%	0%	0.0	1
ホテル・温泉旅館業	0	0	2	0%	0%	100%	▲ 50.0	2
サービス業その他	1	9	1	9%	82%	9%	0.0	11

北國銀行 法人部



株式会社
CCイノベーション

〒920-8670 金沢市広岡2丁目12番6号 TEL076-223-9860



この印刷物は、グリーン基準に適合した印刷資材を使用して、グリーンプリンティング認定工場が印刷した環境配慮製品です。