筑波経済月報

No.160
2026.11

企業探訪

顧客のニーズに応えることで独自の進化を続ける100年企業

株式会社伊藤鐵工所

支店長のわがまち紹介

「選ばれるまち・古河」を目指して

古河市

研究員レポート

第92回「茨城県内企業経営動向調査」（2026年9月調査）

コスト上昇と価格転嫁、デジタル化に関するアンケート調査

筑波総研　株式会社



古河のまつり ～春夏秋冬～

（写真提供/古河市）



古河桃まつり



古河花火大会



古河三大秋祭り



「関東の奇祭」古河提灯竿もみまつり

歴史と文化が息づく関東の小京都茨城県古河市には、季節ごとに魅力的なお祭りがあります。

春　：　古河桃まつり

江戸時代初期、初代古河藩主 土井利勝が領地に桃を植えさせたことに由来する歴史的にも意義のあるまつりです。会場となる「古河公方公園」は、日本で初めて「メリナ・メルクーリ国際賞」を受賞した公園で、満開時には5品種の花桃が桃源郷のごとく辺り一面をピンク色に染めあげることから、「日本一の花桃の里」と呼ばれています。

夏　：　古河花火大会

2万発という全国トップクラスの数の花火が打ち上げられる関東屈指の花火大会です。河川敷という会場の立地を活かし、広範囲からメロディー付きで打ち上げられるスターマインや、高度約600m、直径650mという壮大なスケールで花開く三尺玉は、見る人を圧倒します。

秋　：　古河三大秋祭り

秋には、「古河関東ド・マンナカ祭り」「さんさんまつり」「古河よかんべまつり」の三大秋祭りが開催されます。ステージイベントや模擬店をはじめ、神輿や山車、お囃子など、地域の伝統と賑わいを楽しめる祭りです。各地域の特色を生かした催しが行われ、多くの人で古河の秋を盛り上げます。

冬　：　「関東の奇祭」古河提灯竿もみまつり

野木神社の神事の終着を待つ村人たちが、暖を取るために提灯を持って身体を揉み合ったのが原型です。その後、提灯の存在感を示すために竿が伸び、さらに互いの提灯の火を消そうと競い合い、20m近い竹竿の先につけた提灯を激しく揉み合いながら相手の提灯の火を消し合う現在の形になりました。竿が折れる音が響き、提灯がぶつかって火の粉が飛び散る中で揉み合う様子は勇壮で、迫力があります。



◆**会場**:
・古河公方公園：茨城県古河市鴻巣399-1
・JR古河駅西口：茨城県古河市本町2丁目
◆**お問合せ**：古河市観光協会　電話0280-23-1266

2 企業探訪
顧客のニーズに応えることで独自の進化を続ける100年企業
株式会社伊藤鐵工所　代表取締役社長　伊藤　龍司　氏

8 支店長のわがまち紹介
「選ばれるまち・古河」を目指して
ー 産業・都市・子育てをつなぐ新たなまちづくり ー
古河市　市長　針谷　力　氏

12 筑波ふれあい倶楽部　会員ひろば
企業の概要や一押し商品などのご紹介

14 研究員レポート１
第92回「茨城県内企業経営動向調査」（2026年9月調査）
筑波総研株式会社　上席研究員　山田　浩司

20 研究員レポート2
コスト上昇と価格転嫁、デジタル化に関するアンケート調査
筑波総研株式会社　上席研究員　山田　浩司

24 5分で学ぶ経営法律知識
税務：従業員等への貸付利率の税務について
鶴巻博行公認会計士・税理士事務所
労務：国民年金保険料の育児免除制度について
特定社会保険労務士（土浦支部）　小林　基伸　氏

26 経済トピックス（茨城県内、国内・国外）
27 経済情報ピックアップ（世界経済フォーラム「ジェンダー・ギャップ指数」2026年結果について）
28 茨城県の経済現況
29 茨城県の主要経済指標
32 まちを歩こう！（地域のイベント情報）
33 オンライン講演会のご案内（株式会社クロスリバー 代表取締役社長 越川 慎司 氏）

本誌面で使用している「QRコード」は株式会社デンソーウェーブの登録商標です。

企業探訪 TOP INTERVIEW

株式会社伊藤鐵工所

株式会社伊藤鐵工所 代表取締役社長 **伊藤 龍司**氏

本　　社	茨城県古河市大堤1814
創　　業	1928年1月
職 員 数	50名（2026年9月現在）
事業概要	機械装置・部品及び製缶品の設計、製造、加工、組立及び据付け



顧客のニーズに応えることで 独自の進化を続ける100年企業

昭和初期に創業し 4代にわたり事業を受け継ぐ

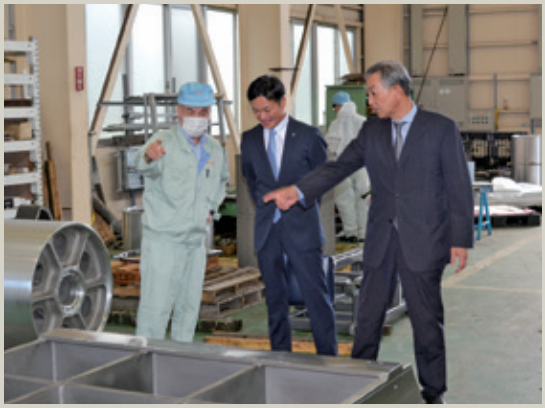
1928年、初代伊藤龍平氏が伊藤鐵工所（個人事業）を創業された当時の業務についてお聞かせください。また、創業者との思い出や、事業を受け継いだ経緯をお聞かせください。

私の祖父である伊藤龍平が修行を経て古河市台町で創業し、地域の工場などの修理や改造を手掛ける事業をスタートしました。1928年は「昭和金融恐慌」と呼ばれる経済恐慌が発生した直後であり、事業を立ち上げるのには非常に厳しい時期だったと思います。後に軍需工場の協力工場として、軍需関係の部品製作に当たったと聞いています。

私が物心ついた頃にはすでに祖父は引退していたため、仕事をする姿を見た記憶はありませんが、とても家族思いだったことが懐かしく思い出されます。夏休みなどには祖父母が私たち孫を温泉旅行に連れて行ってくれました。古河市は古くから鉄道網が発達しており、約140年前には県内最古の古河駅（東北本線）が開業していました。その古河駅から鈍行列車に乗って北関東や東北の温泉へ行き、1週間から10日くらいのんびり滞在したことをよく覚えています。

2代目の父 伊藤長十郎は、産業の振興に貢献したとして県の表彰や国の褒章を授与されています。3代目の叔父 伊藤輝夫は根っからの技術屋でありアイデアマンでした。ものづくりの事をいつも考えていて、技術的課題をどうしたら解決できるかを常に思案している姿が思い出されます。私は4代目となります。私は高校・大学時代から、春夏休みに時々アルバイトで家業を手伝っていました。一方で歴史にも興味があったため、友達と一緒に栃木県の遺跡発掘現場に通っていた時期もありました。とはいえ祖父が始めた家業を継ぎたいという気持ちが強く、理工系の大学に進み、卒業後神奈川の会社を経て入社しました。

私が入社したとき、創業時から祖父と一緒に働いていた社員1名が、70代になっても仕事を続けてくれていました。その方はすでに現場作業からは離れ、工場内の保全や道具の管理などに携わっていましたが、溶接の際に「火花の出方を見れば鉄の材質が分かる」というくらい熟練の職人で、溶接機械加工や組立などでも活躍された実績がある方です。また、昭和30年代に入社した叔父伊藤和男が、常務として最近まで総務の業務を担っていました。このように祖父の代からの古参社員が、長年にわたり会社を支えてきてくれました。



工場を案内する伊藤社長

着実に業務の幅を広げ 鉄道分野で高評価を得る

事業の変遷についてお聞かせください。

終戦の翌年の1946年、製糸用ボイラー、精麦米機などの農業用機械の製造を始めました。また、下駄を製作する機械を独自に設計・製作し、数十台の販売実績があったようです。事業が拡大し、1948年に法人化して有限会社伊藤鐵工所を設立し、1955年には株式会社伊藤鐵工所に改めました。

1961年に工場を現在の本社（古河市大堤）に移設し、家庭電気部品の製作に力を注ぎ、プラスチック成型機部品の製缶・機械加工に乗り出しました。1969年には株式会社三和工業所を系列会社として茨城県猿島郡三和町に新設し、プラスチック成型機の製缶・機械加工・組立の一貫生産を開始しています。

1971年には製鉄所の保全部品製作分野にも進出しました。翌1972年に坂間企業団地内に古河工場（現坂間工場）を新設し、1981年には同工場内に組立専門工場を増設するなど、順調に事業を拡大してきました。

1992年には、ゴンドラ製造許可（茨城県労働基準局許可第9号）を取得しました。ゴンドラとは、人や物を高所まで引き上げたり下ろしたりするための工事用吊りかごのことで、使用目的や設置場所によって様々な構造、



本社社屋





形状のものがあります。

当社が古くから取組んでいる鉄道分野では、東武鉄道のSL復活推進プロジェクトで、鬼怒川温泉駅と下今市駅における転車台の補修・部品の新規製作・組立・設置を実施し、蒸気機関車の補修を行いました。鉄道車両搬送装置の開発では、設計から溶接、機械加工、組立、試運転、設置まですべて当社で行いました。1999年には「円弧状ピストン機関」の開発で茨城県教育委員会教育長賞を受賞、2001年には「輪重測定装置」の開発で茨城県知事賞を受賞するなど、当社の技術力・開発力は高く評価されています。

多様な素材・製品の一貫生産体制を構築

現在の生産体制についてお聞かせください。また、どのようにして技術を蓄積されてきたのでしょうか。

現在は、手のひらサイズの小型部品から、10mを超える大型・重量製品まで、製缶・溶接・肉盛り・機械加工・組立までの一貫生産体制を構築しています。鉄だけでなくステンレス鋼(SUS)やアルミニウムなど多様な素材の機械加工・溶接品の製作も得意としており、材料の手配から製品の組立、試運転まで一括管理しています。



工場には、立型・横型大型NC旋盤、5面加工門型マシニングセンター、立型マニシングセンター、CNC横中グリ盤などの各種工作機械をはじめ製缶設備を揃え、新規導入や更新によりさらなる充実を図っています。これらの設備を駆使し、機械加工の業務では、切削加工、研削加工、穴あけ加工、旋盤加工、フライス加工などにより、精密金属加工や一般産業機械装置部品の製造を行っています。製缶・溶接の業務では、鉄やステンレスなどの切断や多様な溶接技術により、仮づけ、本溶接、歪み取りなどを行っています。組立・仕上げ工程では、図面に基づきベース、フレーム、コラムなどの骨格部品をボルトや溶接で組み立て、グラインダーなどを用いて仕上げ作業を行います。

当社が高度で幅広い技術を蓄積することができた背景には、長年にわたり多様な顧客ニーズに応える姿勢を貫いてきたことが挙げられます。機械の修理や部品調達といった細かな相談は大手企業からも寄せられます。例えば、「ヨーロッパから輸入した機械の部品が壊れたので、同じ部品を作れないだろうか」というような事例がありました。特殊で数少ない機械のため同様の依頼が続くとは限らず、当社に求められる部品もほんの数個だったりしますが、手間をかけて部品を海外から取り寄せるより、当社で製造可能であればお客様に喜んでいただけます。

ただし、図面も材質の指定もなく現物だけを見て全く同じ部品を作るというのは、単に新しい部品を作るよりも難易度が高くなります。なぜなら、材質に何か特殊な加工や処理が施されていても、見た目では分からないことが多く、もし材質が違えば、耐久性などを保証できなくなるからです。一口に鉄、ステンレス鋼、アルミニウムといってもそれぞれ種類は数多くあり、本来であれば鋼材の材料記号(JIS)や処理方法などを知らせていただくことが必須です。それがない場合、素材の材質が違うことによって強度や耐久性にどのような影響が生じる可能性があるか、事前にお客様と細かく打ち合わせをして理解を得てから着手をする必要があります。もちろん一番重要なのは技術力ですが、それだけ時間





と手間をかけて少数の部品を作ろうとする会社は、実際のところ少ないと思います。当社には優れた技術者がいて、手間を惜しまず要望に応えてきたことにより、技術の蓄積に繋がったといえます。

フレキシブルな対応力で信頼を得て取引を拡大

取引先の業種も多様ですが、どのようにして取引を拡大されてきたのでしょうか。

当社は、約100年にわたり事業を続ける中で製品の幅を広げてきました。現在、扱っている製品としては、各種産業機械、試験装置、鉄道保安設備、半導体・液晶装置部品、電力インフラ関連品、建設機械用部品、工作機械部品など、多岐にわたり、それに伴い取引先も多様な分野に及んでいます。

取引を拡大してこられた理由としては、特殊なオーダーに応えられる技術力と、フレキシブルな対応力を兼ね備えていること、また、世の中にまだ無いもの、試作品量産品、少量生産品、異形状品、大物加工品など、対応の難しいニーズにも応えられることが挙げられます。

遠方の企業であっても、「伊藤鐵工所さんなら色々なことができそうなので、ぜひお願いしたい」とご依頼をいただき、その後長くお取引が続いているところもあります。また、ご担当者が別の会社に移った後も引き続きご依頼をいただくケースや、お取引先からのご紹介でご依頼をいただくケースも多く、長年の信頼の積み重ねが実を結んでいるものと思っています。

さらに最近では、インターネット経由で日本全国はもとより海外からの引き合いも届くようになりました。現時点では、インターネットによる海外との新規取引には慎重な姿勢をとっていますが、近年、経済のグローバル化によりビジネスのボーダレス化が進んでいるのは事実であり、当社にも世界を意識したアクションが求められていると認識しています。

橋、新幹線、SL、球場など全国各地に多数の実績

これまでの事業実績で、特徴的なものについてお聞かせください。

本州と四国を結ぶ3本の本州四国連絡橋のうち、日本最長の吊り橋として知られる明石海峡大橋の架橋工事が昭和の終わりから平成にかけて行われましたが、その際、当社で大型治具製作を担当しました。また、東北新幹線の建設工事の際には、一部区間の防音壁設置工事を請け負いました。その工事は私が高校生のときで、アルバイトに駆り出された記憶があります。

最近は、SL(蒸気機関車)のオーバーホールの受注が増えています。以前、転車台の製作を手掛けたことがきっかけとなり、ここ数年SL関係の仕事の幅が広がっています。オーバーホールといっても部品を全て新品に交換するわけではありません。まず、劣化して補修や交換が必要な部品をお客様が選別し、その中で研磨で済むか、溶接・機械加工が必要か、修理が難しいから新しく作り変えるかなど、打ち合わせが必要な箇所に関して作業方針をしっかり話し合います。オーバーホー

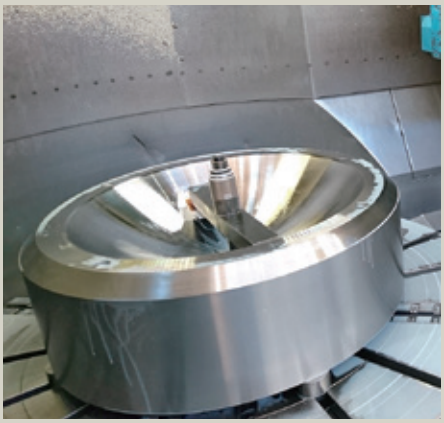






ルの度に部品の状態はまるで異なりますし、オーバーホールによって見た目が変わりすぎないようにする配慮も求められます。そのため、毎回お客様と時間をかけて詳細に打ち合わせをしています。

もう一つ、最近の事例として、北海道日本ハムファイターズの新球場「エスコンフィールドHOKKAIDO」で、可動式屋根の開閉部の機械加工を当社が行いました。この可動式屋根は、約1万トンの屋根を支える24台の台車が、約250mのレールに沿って走行し、片道約25分で屋根を開閉する仕組みとなっています。当社が担当したのは球場全体の工事からするとほんの一部分にすぎませんが、開閉部に必要な大型パーツ（大きさ2m以上、重さ7～8t）の機械加工に携わることができたことを誇りに思っています。





成長できる職場環境で替えのきかない技術者を育てる

技術の継承など人材育成の取り組みについてお聞かせください。

製造業の人材育成については、どの会社さんも特に最近は難しさを感じているという話をよく耳にします。昔と同じような厳しい指導ができず、先輩社員も気を遣う場面が多いようです。しかし遠慮ばかりしていると、本人が技術を身につけて成長する機会を逃してしまうことになります。「馬を水辺に連れて行くことはできても、水を飲ませることはできない」という諺があります。私自身、人材育成を頼んだ社員から「本人がその気にならなければ、こちらから与えようとしても技術が身につかない」と言われたことがありますが、まさに正論です。私が一番重要だと考えているのは、まず本人が「仕事を覚えたい」という意欲を持つことです。同じスタートラインに立っても、本人の心がけ次第で5年後10年後には大きな差がついてしまうことを、しっかり自覚することが重要です。

製造業の中には、“誰がやってもできる”システムを構築することで、安定した量産を可能にすることを目指す会社もあります。しかし当社の方針はまるで違い、一人ひとりが技術を磨き、“替えのきかない技術者”へと成長させていくことを重視しています。

例えば溶接技術について、鉄道関係の製品では、ほんのわずかな歪みや溶接不足が重大な事故につながる恐れがありますので、誰にでも任せられるというわけではありません。他社で何十年もの経験があっても、薄板の溶接だけをしていて、当社が扱う30mm、40mm以上の厚板は未経験という人は多くいますから、必要な技術を十分に身に着けてもらう必要があります。なお、重要な部分に使用される品物については、非破壊検査を実施します。非破壊検査には、超音波探傷試験、磁気探傷試験、放射線透過試験など様々な検査方法が





あり、自社で実施する場合と、外部機関に依頼する場合があります。それにより仕様通りの品質を満たしていることを客観的なデータとして証明し、責任を持って納品しています。

製造業といっても、一律に同じわけではありません。当社は、「ものづくりが好きで、本当のものづくりがしたい」という方にぜひ来ていただきたいと考えています。一つひとつの製品を、どのように加工するか考えながら製造することが求められますが、そうした経験を積んでいくことでできることが増えていき、仕事が面白くなっていくのだと思います。幸いにも当社の場合は入社後の離職率が低く、10代や20代の若手社員もいて、技術者として成長しています。今のところ女性の技術者はいませんが、機械をプログラミングして操作したり、重い物はクレーンで吊り上げたりと、力仕事は必要としませんので女性も活躍できる可能性のある職場です。また当社は、従業員の健康増進に積極的に取り組む企業として、2025年・2026年と2年連続で「健康経営優良法人（中小規模法人部門）」の認定を受けており、安心して働ける職場環境や福利厚生を整えています。

創業100周年の先を見据え これからも進化し続ける

間もなく100周年を迎える中で、御社の展望についてお聞かせください。

製造業で100年続く企業は国内でも数少なく、初めて会った方に驚かれることも珍しくありません。これも、創業期から熟練の技術で支えてくれた社員の皆さんがいて、当社独自の強みを持ち、時代に応じて変化を恐れず業務を拡大してくることができたためだと思っています。

近年はロボットやIT、AI技術がめざましく進歩していますが、いくら便利になっても社員が身につけた高度な技術に取って代わることはできません。当社の場合は現状量産品の比重が多くはありませんが、AIに覚えこませる時間が逆に非効率となる場合もあるでしょう。またAIに頼りすぎると、何でもボタン一つでできると思い込んでしまい、実際の仕事とのギャップに戸惑ったり、自分の頭で考えることを軽視したりして、AIに使われることになってしまうので注意が必要です。しかしながら、ロボットやIT、AI技術、DXなどに背を向けるということではなく、本当に必要な技術を上手に活用していこうと考えています。

当社はこれまで、時代の流れとともに様々な製品を世の中に送り出してきました。社会状況が大きく変化する中で、長年培ってきた総合力に最新の技術を取り入れながら、今後も常に進化し続ける会社であることを目指していきます。





インタビュー日：2026年9月14日
〔聞き手：筑波総研株式会社 代表取締役社長　瀬尾 達朗〕
取引支店：株式会社筑波銀行　古河支店

第159回 筑波銀行支店長の

わがまち紹介

古河市

「選ばれるまち・古河」を目指して

―産業・都市・子育てをつなぐ新たなまちづくり―

株式会社筑波銀行 古河支店長
染谷 洋紀



古河市長
針谷 力 氏

筑波銀行は地域金融機関として、地域の皆さまとのつながりを深めるべく取り組んでいます。
「支店長のわがまち紹介」は、筑波銀行の支店長が所在エリアの市町村をご紹介させていただくコーナーです。
今回は茨城県古河市です。古河支店長 染谷　洋紀が古河市長 針谷 力氏にお話を伺いました。

地域と一体となった市政運営

2016年12月に市長に就任し、間もなく10年となります。本市は“何もないまち”と言われることもありますが、それは農業・工業・商業がバランス良く発展し特色を一つに絞れないためであって、私は“何でもあるまち”だと自信を持っています。立地の面では都心にアクセスしやすく、圏央道や国道、JR宇都宮線などの交通インフラに恵まれています。一方で、人口減少や少子高齢化、地域産業を取り巻く環境の変化など、地方都市が抱える課題は本市も例外ではありません。

私はこの10年間、本市の可能性をどのように引き出し、持続可能なまちをつくっていくかを考えて市政運営に取り組んできました。また、行政がすべてを担うのではなく、民間企業や地域の皆さんの力を最大限に生かしながら、本市の強みを伸ばしていくことを大切にしてきました。

特に、産業振興については、「企業を誘致する」という考え方から一歩進めて、「仕事を生み、企業が成長し、人が集まり、さらに地域経済が活性化する」という好循環を生むことを意識しています。また、都市基盤についても、道路や土地区画整理などのハード整備を単独で進めるのではなく、そこに人が集まる理由と一体的に考えることを重視しています。

こうした取り組みを進める中で、近年の都心部における住宅価格高騰は、本市にとって一つのチャンスだと捉えています。都心への通勤・通学圏にあって、住宅価格の安さや快適な生活環境は大きな魅力となります。今後も、産業、都市、子育て・教育、文化をつなぎ、「古河で暮らしたい」「古河で働きたい」「古河で事業をしたい」と思ってもらえるまちづくりに力を入れていきます。

地域産業の振興に向けて創業や事業承継を支援

地域経済を持続させるためには、本市で事業を営んでいる企業や、これから事業を始めようとする方をしっかりと支えていくことが重要です。そこで2024年度、創業や事業承継を支援する「古河サークル」を立ち上げ、商工団体や金融機関などと連携して取り組ん

でいます。また同年度、三桜工業株式会社との官民連携により、地域の起業、教育、交流などを支える「COKOGA OFFICE」を開設しました。

今年度は、スタッフが常駐する施設としては県内3例目となる「茨城県よろず支援拠点」のサテライトオフィスが開設されました。さらに事業承継相談会、「COKOGA PROJECT〜はじまりのタネ〜」による起業支援、「アトツギ甲子園」のPRなど、相談窓口の充実や新たな担い手の発掘に取り組んでいます。今後も商工会議所、商工会、金融機関、専門家など地域の関係機関と市が連携し、支援体制を強化していきます。



県西初の県よろず支援拠点サテライトを開設

これらの取り組みを発展させるため、「古河市産業ビジョン」の策定を進めています。これは、地域特性を生かした「強い経済」を構築するための方向性を示すものです。策定に当たっては、国の協力のもと、「地域経済分析システム（RESAS：リーサス）」を活用した政策立案ワークショップを実施し、商工業、農業、観光業などの関係者と、地域の課題や政策の方向性について議論しています。その中で、製造業の集積と交通の利便性が大きな強みであること、製造業に加え農業、自然環境、歴史・文化・観光など多様な地域資源を有していること、今後は本市の強みを連携させて「稼ぐ力」につなげていくことなどが示されました。

さらに、アンケートや事業者を交えたワークショップを通して、「古河らしさ」を生かした産業の育成と地域産業の成長を目指します。

私は、産業政策は行政だけでつくるのではなく、みんなが情報やノウハウを持ち寄って地域全体で考えるものだと思っています。何より重要なのは、地域の事業者の皆さんが新たな一歩を踏み出すことであり、具体的なアクションにつながる環境をつくりたいと考えています。

民間事業者のアイデアを生かして交流拠点をつくり、育てる

本市の地域資源を組み合わせて、文化、産業、商業などの交流拠点をつくり、地域経済の好循環につなげることを目指すものとして、「未来産業用地（大堤地区）開発事業」に取り組んでいます。地域未来投資促進法に基づく基本計画については2023年9月に国の同意を得ています。

その中核となるのが「（仮称）古河市新公会堂」です。市民が文化芸術をする、見る、育てることのできる拠点とするとともに、人が集まり、交流し、新たな活動や価値が生まれる場所にしたいと考えています。もう一つの柱が「民間提案施設」です。行政があらかじめ施設の形を決めるのではなく、民間事業者のアイデアやノウハウを活用して、地域に新しい価値を生み出していきます。

2026年6月には、新公会堂整備・運営事業と民間提案施設整備・運営事業を一体的に推進するため、全体事業概要書とそれぞれの実施方針を公表しました。現在、事業者公募に向けた準備を進めており、行政の想像を超える民間事業者の提案を期待しているところです。「施設をつくって終わり」ではなく、そこに人が集まり、交流が生まれ、周辺の商業や観光、産業へと波及させていけるよう、新公会堂と民間施設を核とした広域交流拠点を育てていきます。

地域の付加価値を高め雇用を創出する企業誘致

圏央道境古河インターチェンジから約3kmに位置し、企業の立地ニーズが高い東山田・谷貝地区では、「未来産業用地（東山田・谷貝地区）開発事業」に取り組んでおり、すでに、立地企業4社による造成・建築工事が進められています。

北側拡張エリアについては、2024年12月に国から地域未来投資促進法に基づく基本計画への追加同意を得て、地権者協議会を設立し、企業誘致の準備を進めてきました。約9.5haのエリアに新たな雇用の場を創出し、若い世代の移住・定住を促進するとともに、市外への転出抑制も図っていきます。2025年10月に募集を開始し、現在も企業誘致を進めていますが、大切なのは単に企業数を増やすことではありません。本市の産業構造や地域資源と相性がよく、地域の付加価値を高め、質の高い雇用を生み出す企業に来ていただくことが重要です。また、農地を活用するため、地権者の理解と協力も欠かせません。企業誘致と農業の調和を図りながら、地域の皆さんにとってもメリットのある開発にしていきます。さらに、既存企業の流出抑制も重要であり、例えば市内で長年操業している工場が老朽化したり手狭になったりしたときに、東山田・谷貝地区を移転先として検討していただきたいと考えています。今後は、立地企業と既存企業との取引や人材交流を促進し、地域内で新たなビジネスが生まれる産業集積を目指していきます。

古河駅東部地区で進行中の新しいまちづくり

古河駅東部地区は、古河駅の東側約1.5kmに位置し、既成市街地に挟まれた地域です。公共施設などの基盤整備が遅れていたため、土地区画整理に

よって道路や宅地などの整備を進めてきました。1997年に都市計画が決定し、1998年に事業認可を受け、2025年度末時点の進捗率は65.1%、計画人口は約6,000人を見込んでいます。

単に新しい住宅地をつくるのではなく、古河駅周辺と東側の市街地をつなぎ、暮らしやすく、移動しやすい都市空間を形成していくため、近年は道路や雨水排水など都市基盤整備を進めています。地区内には、国が整備した古河労働総合庁舎が開庁し、ハローワーク古河や古河労働基準監督署が移転しました。また、古河警察署も移転工事を進めるなど、新たな都市機能も加わります。

今後は、周辺地域との道路ネットワークを強化し、本市の新しい生活・交流拠点として機能するよう取り組んでいきます。まちづくりでは「何をつくるか」だけではなく、「その場所でどのような暮らしができるか」が重要です。「安心して暮らせる、自然と生活が調和した新しいまちづくり」に向けて、住宅、商業、公共施設、交通などを総合的に考え、若い世代を含めて多くの人から選ばれる地域にしていきます。



古河駅東部土地区画整理事業地内

地域をあげて取り組む こどもの居場所支援事業

昔は身近なところに、駄菓子屋などこどもたちが集まる場所がありました。しかし、徐々に自宅や学校以外の居場所が減り、本市の調査でも、多くのこどもたちにとって安心して過ごせる場所が自宅に限られているといった状況が浮き彫りとなりました。そこで、第三の場所を地域の中につくるため、「古河市こどもの居場所支援事業」に取り組んでいます。地域にこどもの居場所を増やすことを目指しますが、市がすべて直接運営するのではなく、地域ですでに活動している団体や、これからこどもの居場所づくりに取り組みたい団体と連携しながら、地域全体で居場所づくりをしていくのが特徴です。

2025年度に「とまりぎプロジェクト」をスタートし、こどもの居場所をネットワーク化することで、自分に合った場所を見つけられる環境づくりをしています。“こどもの居場所”というと、食事提供や学習支援の場を思い浮かべる方も多いと思いますが、必ずしもそれだけではありません。スポーツ、文化、遊び、地域交流など、こども自身が「ここにいていい」と思える場所であることが大切です。



こどもの居場所ネットワーク・とまりぎの活動

居場所を必要としているこどもを支援につなげる仕組みも重要なため、居場所運営者向けにセミナー等を開催し情報共有や啓発に努めるほか、行政などの相談機関を一覧にまとめたチラシの配布も行っています。最終的には、市内のどこに住んでいても、こどもが複数の居場所を選択できるようにしていきます。この取り組みは子育て支援にとどまらず、地域全体でこどもを育てるまちづくりにつながるものです。

筑波銀行に期待すること

地域の産業を育て、地域経済を持続させていく上で、地域金融機関の役割は非常に大きいと言えます。特に、地域に根差した金融機関として長年歩まれてきた筑波銀行さんには、従来の金融業務だけではなく、企業と企業、人と企業、行政と民間をつなぐ「地域のコーディネーター」としての役割を期待しています。筑波銀行さんがもつ企業情報やネットワーク、経営支援のノウハウを生かし、創業希望者への伴走支援、事業承継、企業同士のマッチング、さらには産業政策の策定や未来産業用地の開発についても力を貸していただきたいと思っています。

本市は、行政だけで地域課題を解決するのではなく、企業、金融機関、地域団体、市民の皆さんと一緒になって取り組んでいきたいと考えています。筑波銀行さんには、企業や市民を最も身近なところで支え、地域のプレーヤーをつなぐ存在として、ぜひ一緒に本市の未来をつくっていければと思っています。

（取材日:2026年9月14日）

Community Office

わがまちの
オフィス

古河市



COKOGA OFFICE ●ココガオフィス

つながってひろがる、新しいワークスタイル

COKOGA OFFICEは、JR古河駅西口から徒歩約2分に位置するシェアオフィスです。2024年5月にオープンし、「多様な働き方」や「人とのつながり」の場と機会を提供することをコンセプトに、地域の起業、教育、交流などを支援しています。

仕事をするだけではなく、人と人がつながり、新しいアイデアやビジネス、コミュニティが生まれる「共創」の場を目指しています。

また、女性活躍や子育てと仕事の両立を支える場として、ファミリーワーキングスペースやキッズスペース、図書スペースなども備え、多様なライフスタイルに対応しています。

多様な用途に対応する5つのフロア

1F ここがとしょ
・カフェスペース

本を通じたつながりや、交流会などが生まれるスペース。



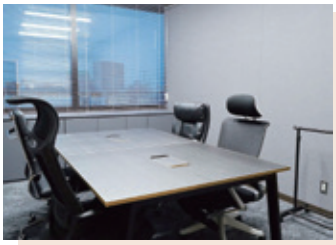
2F ファミリーワーキングスペース
・多目的ルーム

本を通じたつながりや、交流会などが生まれるスペース。



4F シェアオフィス

企業のサテライトオフィスや、創業時の事務所として利用できるオフィス。



3F 大会議室

セミナー、研修、試験会場、イベント、講習会、講演会などに利用可能。

5F コワーキングスペース
・個人ブース

個人で仕事ができるフリースペースと、登記にも対応した鍵付き半個室ブース。

COKOGA OFFICEでは、セミナーやイベントなどを通じた交流も行われています。

働く人、企業、起業家、学生、子育て世代、地域の方など、さまざまな人が集まり、つながることで、古河市から新たな仕事やビジネスが生まれることが期待されています。



<利用料金（一例）>

○コワーキングスペース：ドロップイン利用1時間 500円／1日 1,500円、月額利用13,000円／月
○ここがとしょ：月額利用1,500円／月
○ファミリースペース：ドロップイン利用1時間 500円／1日 1,500円
○多目的ルーム：1時間1,500円
○大会議室：1時間7,500円／1日70,000円
○シェアオフィス：65,000円～／月
※料金・利用条件等の詳細は公式ホームページをご確認ください。

所在地 茨城県古河市本町4丁目2-27
アクセス JR古河駅西口より徒歩約2分
営業時間 月～金 9:00～22:00
土・日 9:00～20:00
※受付対応：平日9:00～17:00

Company introduction corner

筑波ふれあい倶楽部　会員ひろば

良いモノづくり・良い街づくりを良い人財で

藤井建設株式会社

土木・建築事業



弊社は1973年の創業以来、総合建設業として道路・橋梁・防波堤などのインフラ整備からマンションまで、幅広い建設事業を展開してまいりました。最大の強みは「自在R型枠」や「エコプリフォーム」といった独自の工法・部材の開発力。型枠・鉄筋・足場を含めた躯体の一式施工により、高い品質の確保と工期短縮を両立させています。昨年10月には新社長が就任。経営理念「出来た製品会社の命」を堅持しながら、「日本一ユニークな技術で日本全国に感動を届ける」という新ビジョンのもと、社員一丸で力強い一歩を踏み出しております。今後は、首都圏のプロジェクトやリニア新幹線関連工事をはじめとする大型案件への挑戦を本格化させてまいります。これからも全社員が知恵を出し合って技術力を磨き、実物大の橋脚等のモックアップを備えた研修施設「モノづくり創造センター」を活用して人材を育成し、次の百年へと続く強固な企業基盤を築いてまいります。

■代表者　代表取締役社長　藤井 尚之
■所在地　〒311-1517　茨城県鉾田市鉾田1068-2 藤井ビル1F
■ＴＥＬ　0291-33-4046(代表)　■ＦＡＸ　0291-33-4049
■Ｈ　Ｐ　https://fujiigroup.co.jp/

精密板金、製缶部品の総合トップメーカーへ

株式会社倉川製作所

板金部品製造



当社は板金部品供給メーカーとして新たなものづくりへのチャレンジを続け、取扱品種や事業規模を拡大してきました。現在は３つの製造拠点で多様な製品（部品）を製造しています。

武田工場（板金部）では、板厚0.4mm～25mmまでの板金加工・製缶に対応し、建設機械、農業機械、空調設備、IT機器、重機、金庫などの様々な部品を製造しています。

山王工場（物流機材部）では、物流業界向けスチールパレット、ラック製品を製造しており、関東一円の物流センターや倉庫、工場など、エリア内で圧倒的なシェアを誇っています。

山田工場（生産技術部）では、ロボットシステム一式や治工具関連など、お客様の製品や工場のレイアウト等に合わせた特注品を製造しています。

幅広いニーズにお応えできます。お気軽にお問い合わせ下さい。

■代表者　代表取締役社長　倉川 尚志
■所在地　〒311-1705　茨城県行方市内宿976
■ＴＥＬ　0291-35-2307　■ＦＡＸ　0291-35-2328
■Ｈ　Ｐ　https://www.kurakawa-ss.jp/

掲載企業との商談をご希望の方

企業探訪、会員ひろば掲載企業との商談をご希望の会員様は、筑波銀行ビジネスソリューション部経由にてお取次ぎ致します（過去掲載号の企業も可）。巻末の商談はがきにご記入の上、投函いただくか営業店にお持ち込みください。または下記メールにてご連絡ください。
㈱筑波銀行ビジネスソリューション部　business.b@tsukubabank.co.jp

会員ひろばでは、「筑波ふれあい倶楽部」会員の皆様をご紹介させていただいております。
このコーナーを通して、約2,800名の会員様に、ご紹介企業の概要や一押し商品などの情報をお届けすることで、会員様同士の交流やご商談にお役立ていただけましたら幸いでございます。

健康とおいしさにこだわる「まごころ豚」

有限会社石上ファーム

養豚事業



当社では、育種から繁殖、肥育までを手掛ける独自の一貫生産システムを作り上げ、豚の疾病リスクを軽減する「オールイン・オールアウト方式」を採用して、徹底した衛生管理を行っています。また、豚の健康、飼育方法にこだわり、ゆとりある豚舎で密飼せず、バイオベットで走り回る豚本来の飼育管理を心掛け、アニマルウェルフェアを重視しております。

種豚は大ヨークシャー・ランドレース・デュロックの3品種を掛け合わせた「三元豚」です。厳選した質の高い飼料に加え、関連企業である(有)グリーン興産で製造されている混合飼料(ライフパワー)を添加して肥育しています。生産性よりおいしさを優先して育て上げたオリジナルブランド「まごころ豚」は、甘みのある肉質と脂肪こうざつ(さし)が程よく入り、やわらかくジューシーな食感です。

「豚肉を通じて、家庭を明るく幸せにする。」まごころ込めて生産しております。石上ファームは日本産豚肉を応援しております！
PIG UP!! JAPAN PORK!!

■代表者　代表取締役　石川　貴泰
■所在地　〒311-1517　茨城県鉾田市鉾田618-1
■ＴＥＬ　0291-33-5279　■e-mail　soumu@ishigami-farm.co.jp
■Ｈ　Ｐ　https://ishigami-farm.co.jp/

個人も会社も スマホは修理して長く使う時代です

スマホ修理工房 鉾田店

スマートフォン・タブレット端末の修理



当店はiPhone・Android・iPad・ゲーム機の修理専門店です。総務省登録修理業者として、国の定める部品の安全性や情報管理などの基準を満たした技術を提供します。

画面割れ、バッテリー交換、水没復旧、充電不良など幅広いトラブルに対応。データはそのままで最短30分で修理が完了します。修理後も最大3か月保証※します。※保証期間は症状や交換箇所によります。

「保証やサポートが切れていて正規の修理代が高いからどうしよう」「バッテリーの減りが早くなったので買換えたいけれど機種代が値上がりしていてどうしよう」などとお悩みの方、ぜひ一度ご相談ください。修理が十分選択肢に入るはずです。

法人様との契約も行っています。「営業用のスマホやタブレットの調子が悪い、お客様との連絡が出来ない」などのトラブルが無いよう、定期的なメンテナンスで安心を提供します。

■運　営　株式会社すけさん　代表取締役　助川 大悟
■所在地　〒311-1504　茨城県鉾田市安房1407-10(セイミヤ鉾田安房店敷地内)
■ＴＥＬ　0291-32-7722
■Ｈ　Ｐ　https://u-phone.net/shops/kanto/hokota

会員ひろばへの掲載をご希望の方

本コーナーへの掲載をご希望の会員様は、筑波銀行の営業店または筑波総研までご連絡ください。無料で掲載させていただきます（内容によりご希望に沿えない場合があります）。
筑波総研㈱筑波経済月報担当　TEL:029-846-3390

研究員レポート Researcher Report

第92回「茨城県内企業経営動向調査」（2026年9月調査）

筑波総研株式会社　上席研究員　山 田 浩 司

―調査の概要―

対 象 期 間	2026年7～9月実績、2026年10～12月見通し
調査企業数	茨城県内主要企業724先
回答企業数	318先　（製造業：124先、非製造業：194先）
調 査 方 法	郵送による記名式アンケート
DIについて	DI（Diffusion Index）は、前年同期と比較して「好転」・「増加」・「上昇」・「過剰」と回答する企業の割合から「悪化」・「減少」・「低下」・「不足」と回答する企業の割合を差し引いて算出している。単位は％ポイントであるが、本文中では単位を省いて表記している。

1. 自社業況判断DI

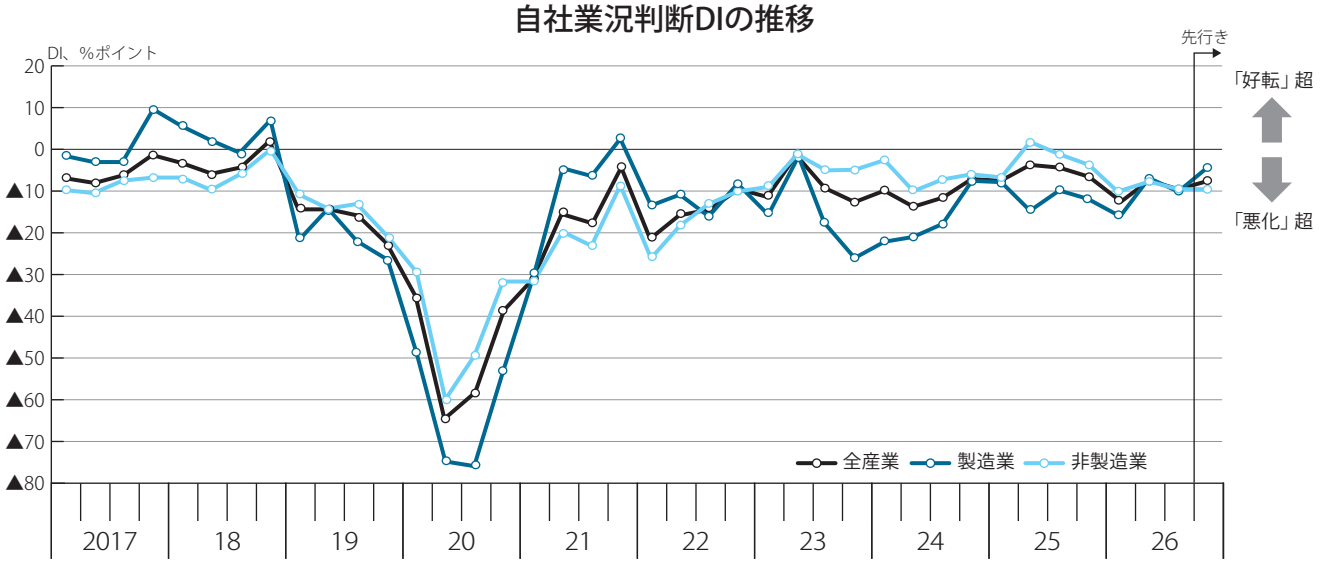
2026年7～9月の自社業況判断DI（「好転」回答割合－「悪化」回答割合）は、全産業で▲9.4と、前回調査実績から2.2ポイント悪化した。

業種別にみると、製造業は▲9.7と、同2.7ポイント悪化した。電気機械、輸送用機械等が改善したものの、鉄鋼・非鉄金属、その他の製造業、食料品等が悪化した。非製造業は▲9.3と、同2.0ポイント悪化した。卸売業、建設業等が改善したものの、サービス業他、運輸業、飲食・宿泊業等が悪化した。

製造業は2四半期振りに業況が悪化した。自動車や半導体向け部品の受注が増加しているものの、原材料費や人件費の増加を背景にこれまで好調だった設備投資計画の延期・見直しをする企業が一部で見られたことで関連製品の受注が減少している。

非製造業は2四半期振りに業況が悪化した。企業の高水準の賃上げに伴う所得環境の改善による個人消費の回復を通じて卸・小売業などで業況が改善したものの、燃料費高騰で運輸業の採算が悪化したほか、物価高による節約志向の強まり、9月の台風と長雨が個人向けサービス業全体に影響したとみられる。

自社業況判断DIの推移



企業からは、「半導体、自動車部品の受注が急増」（その他の製造業）との声があがった一方、「中東情勢の影響で取引先の設備計画が延期」（金属製品）、「資材価格が上がり過ぎたため、建築投資欲が低下」（鉄鋼）といった原材料費や人件費の上昇を背景とした設備投資の減少を指摘する声があがっている。

2月に発生した米国とイランの軍事衝突によるホルムズ海峡封鎖を巡る事業への影響については、原油やナフサなどの代替調達が進んだことで供給不足は解消している。ただし、仕入価格判断DI（「上昇」回答割合－「低下」回答割合）は、全産業で72.7と、前回調査から1.9ポイント上昇し高止まりしている。企業からは「石油関連製品の品不足はなくなったが、値段が大きく上昇している」（建設業）との声があがっている。

また、販売価格DI（「上昇」回答割合－「低下」回答割合）は、全産業で33.1と、同横ばいながら調査開始以来最高水準となっている。ただし、企業からは、「売上は増加したが、客数が大幅に減少」（小売業）といった節約志向を指摘する声があがっている。

先行き2026年10～12月の自社業況判断DIは、製造業で今回調査実績から改善、非製造業で横ばいの見通しである。企業の賃上げが続く中で、個人消費の回復に伴い、景気は緩やかな回復が続くことが期待されるものの、米国・イラン情勢の不確実性による原油価格の高騰や、円安進行によるインフレ圧力の高まり、政策金利引き上げの影響など、企業を取り巻く環境の先行き不透明感が強い中で慎重姿勢を崩していない。

業種別の自社業況判断 DI

単位：%ポイント、ポイント

	2026年			
	4～6月	7～9月	前回差	10～12月（見通し）
全産業	▲ 7.2	▲ 9.4	-2. 2	▲ 7.3
製造業	▲ 7.0	▲ 9.7	-2. 7	▲ 4.1
食料品	▲ 12.5	▲ 23.5	-11. 0	▲ 11.8
化学・プラスチック	▲ 15.0	▲ 10.5	4.5	▲ 10.5
窯業・土石製品	▲ 50.0	0.0	50. 0	0.0
鉄鋼・非鉄金属	42.9	▲ 50.0	-92.9	0.0
金属製品	▲ 40.9	▲ 36.8	4. 1	▲ 10.5
一般・精密機械	9.1	15.4	6. 3	15.4
電気機械	20.0	33.3	13. 3	▲ 16.7
輸送用機械	▲ 28.6	0.0	28. 6	0.0
その他の製造業	6.3	▲ 6.5	-12. 8	3.3

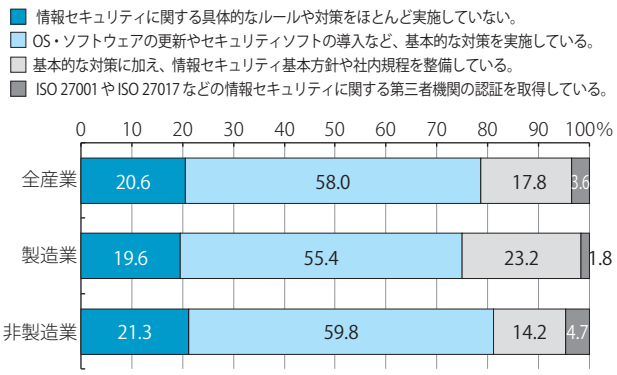
	2026年			
	4～6月	7～9月	前回差	10～12月（見通し）
非製造業	▲ 7.3	▲ 9.3	-2. 0	▲ 9.3
建設業	▲ 12.9	▲ 9.1	3. 8	▲ 10.9
不動産業	30.0	27.3	-2. 7	9.1
卸売業	▲ 7.1	8.0	15. 1	0.0
小売業	▲ 28.1	▲ 20.8	7. 3	▲ 25.0
運輸業	▲ 5.0	▲ 18.8	-13. 8	▲ 6.3
情報通信業	0.0	0.0	0. 0	0.0
飲食・宿泊業	14.3	0.0	-14. 3	0.0
サービス業他	▲ 3.3	▲ 20.8	-17. 5	▲ 12.5

（追加調査）情報セキュリティ対策が課題に

このところ不正アクセスやランサムウェアによる企業への攻撃で顧客情報流出などの被害が増加している。

情報セキュリティの取り組み状況は、全産業で「対策をほとんど実施していない」が20.6%、「OS・ソフトウェアの更新やセキュリティソフトの導入など、基本的な対策」が58.0%、「情報セキュリティ基本方針や社内規程を整備」が17.8%、「ISO などの情報セキュリティに関する第三者機関の認証取得」が3.6%だった。

情報セキュリティへの取り組み状況



注:四捨五入のため、合計が100にならないことがある。

2. 設備投資

設備投資の実績・計画

2026年7～9月に設備投資を実施した企業の割合は、全産業で29.6％と、前回調査実績（26.9％）に比べ2.7ポイント上昇した。業種別にみると、製造業は同3.4ポイント上昇（31.3％→34.7％）、非製造業は同2.2ポイント上昇（24.1％→26.3％）した。

なお、前年同期（2025年7～9月）と比べると、全産業は0.1ポイント低下（29.7％→29.6％）した。製造業は同1.1ポイント低下（35.8％→34.7％）、非製造業は同0.1ポイント上昇（26.2％→26.3％）した。

先行き、2026年10～12月に設備投資を計画している企業の割合は、全産業で24.2％と、今回調査実績に比べ5.4ポイント低下する見通しである。

設備投資の実施企業割合

単位：％

	2025年			2026年				2027年
	4～6月	7～9月	10～12月	1～3月	4～6月	7～9月	10～12月（計画）	1～3月（計画）
全産業	26.7	29.7	27.9	28.5	26.9	29.6	24.2	24.5
製造業	32.2	35.8	33.9	36.4	31.3	34.7	29.0	33.9
非製造業	23.8	26.2	24.5	24.3	24.1	26.3	21.1	18.6

設備投資の目的

設備投資の目的は、全産業で「現有設備の維持・更新」（59.6％）と回答する企業の割合が最も多く、次いで「売上の増加・能力の拡充」（30.9％）、「合理化・省力化」（22.3％）が続いた。

業種別にみると、製造業は「現有設備の維持・更新」（60.5％）が最も多く、「売上の増加・能力の拡充」（30.2％）、「合理化・省力化」（25.6％）が続いた。非製造業も「現有設備の維持・更新」（58.8％）が最も多く、「売上の増加・能力の拡充」（31.4％）、「合理化・省力化」（19.6％）が続いた。

また、前回調査実績に比べ回答割合が最も上昇した項目は、製造業で「環境対策」、非製造業で「福利厚生」であった。一方、前回に比べ最も低下した項目は、製造業で「合理化・省力化」、非製造業で「売上の増加・能力の拡充」であった。

設備投資の目的

単位：％、％ポイント

	売上の増加・能力の拡充	合理化・省力化	品質の向上	現有設備の維持・更新	新製品生産・新分野進出	福利厚生	環境対策	研究開発	その他
全産業	30.9	22.3	9.6	59.6	6.4	10.6	10.6	0.0	3.2
（前回差）	（▲ 13.7）	（▲ 9.4）	（▲ 7.2）	（＋ 5.1）	（▲ 2.5）	（＋ 2.7）	（＋ 3.7）	（▲ 2.0）	（＋ 2.2）
製造業	30.2	25.6	18.6	60.5	9.3	9.3	16.3	0.0	2.3
（前回差）	（▲ 16.5）	（▲ 18.8）	（▲ 8.1）	（＋ 9.4）	（▲ 1.8）	（＋ 2.6）	（＋ 11.9）	（± 0.0）	（＋ 2.3）
非製造業	31.4	19.6	2.0	58.8	3.9	11.8	5.9	0.0	3.9
（前回差）	（▲ 11.5）	（▲ 1.8）	（▲ 6.9）	（＋ 1.7）	（▲ 3.2）	（＋ 2.9）	（▲ 3.0）	（▲ 3.6）	（＋ 2.1）

※網かけは上位3項目。複数回答のため、合計は100％を超える

3. 経営上の問題点

企業における経営上の問題点は、全産業で「原材料・仕入高」（53.7％）と回答する企業の割合が最も多く、次いで「人件費等の経費増加」（44.7％）、「人手不足・求人難」（36.7％）が続いた。

業種別にみると、製造業は「原材料・仕入高」（64.5％）が最も多く、「人件費等の経費増加」（47.6％）、「人手不足・求人難」（35.5％）が続いた。非製造業も「原材料・仕入高」（46.6％）が最も多く、「人件費等の経費増加」（42.9％）、「人手不足・求人難」（37.6％）が続いた。

また、前回調査実績に比べ回答割合が最も上昇した項目は、製造業で「人件費等の経費増加」、非製造業で「売上・生産の停滞、減少」であった。

一方、前回に比べ最も低下した項目は、製造業と非製造業ともに「原材料・仕入高」であった。

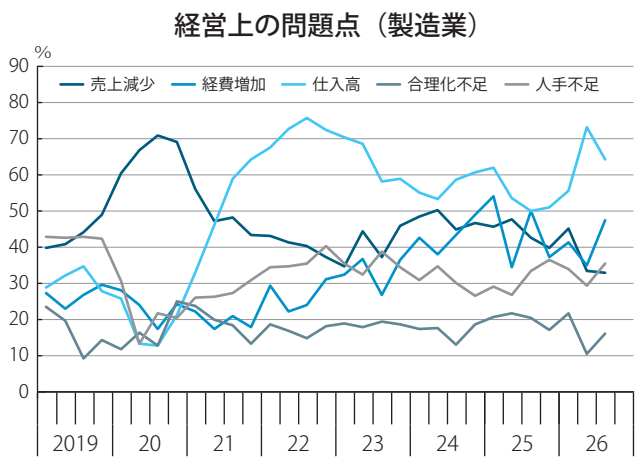
経営上の問題点

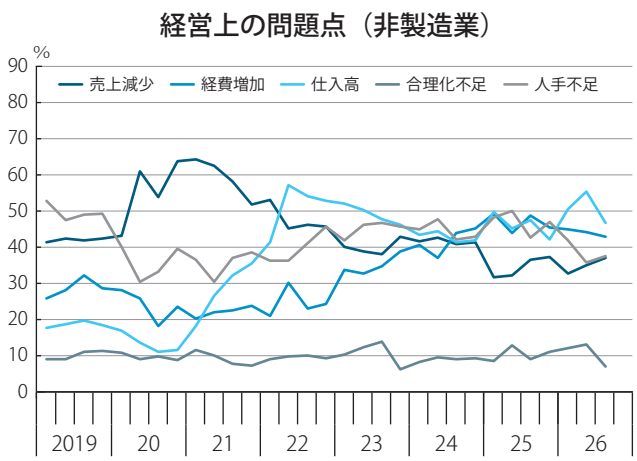
単位：%、%ポイント

	売上・生産の停滞、減少	人件費等の経費増加	原材料・仕入高	製品安・商品安	資金不足・調達困難	資金繰り悪化	生産能力・設備不足	合理化・省力化不足	人手不足・求人難	その他
全産業	35.5	44.7	53.7	2.9	2.9	4.8	5.1	10.5	36.7	3.8
（前回差）	（＋ 1.1）	（＋ 4.1）	（▲ 8.7）	（▲ 1.9）	（▲ 0.6）	（▲ 0.3）	（＋ 0.5）	（▲ 1.6）	（＋ 3.4）	（± 0.0）
製造業	33.1	47.6	64.5	2.4	3.2	6.5	11.3	16.1	35.5	4.8
（前回差）	（▲ 0.5）	（＋ 12.6）	（▲ 8.9）	（▲ 2.5）	（▲ 1.7）	（＋ 0.9）	（＋ 5.0）	（＋ 5.6）	（＋ 6.1）	（＋ 1.3）
素材業種	31.0	48.3	62.1	3.4	3.4	6.9	6.9	10.3	20.7	3.4
加工業種	30.6	42.9	69.4	2.0	2.0	6.1	12.2	20.4	42.9	6.1
その他業種	37.0	52.2	60.9	2.2	4.3	6.5	13.0	15.2	37.0	4.3
非製造業	37.0	42.9	46.6	3.2	2.6	3.7	1.1	6.9	37.6	3.2
（前回差）	（＋ 2.1）	（▲ 1.2）	（▲ 8.9）	（▲ 1.6）	（± 0.0）	（▲ 1.1）	（▲ 2.4）	（▲ 6.2）	（＋ 1.8）	（▲ 0.7）
建設業	27.8	29.6	61.1	0.0	3.7	5.6	0.0	0.0	48.1	1.9
不動産業	44.4	44.4	44.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	11.1
卸売業	37.5	29.2	50.0	12.5	0.0	0.0	0.0	16.7	29.2	0.0
小売業	50.0	37.5	33.3	4.2	4.2	4.2	4.2	8.3	8.3	0.0
運輸業	31.3	50.0	56.3	0.0	6.3	6.3	0.0	12.5	68.8	0.0
情報通信業	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7	0.0
飲食・宿泊業	33.3	66.7	44.4	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	55.6	22.2
サービス業他	40.4	59.6	31.9	4.3	0.0	4.3	2.1	10.6	31.9	4.3

※網かけは上位3項目。複数回答のため、合計は100%を超える

※素 材 業 種：繊維、パルプ・紙、化学、プラスチック、鉄鋼、非鉄金属
加 工 業 種：金属製品、一般機械、電気機械、輸送用機械、精密機械
その他業種：食料品、木材・木製品、窯業・土石製品、その他





【付表1】 各種DI一覧

国内景気判断DI 「好転」－「悪化」　　単位：%ポイント

	2025年				2026年			
	1～3月	4～6月	7～9月	10～12月	1～3月	4～6月	7～9月	10～12月（見通し）
全産業	▲ 23.2	▲ 25.4	▲ 17.3	▲ 19.5	▲ 17.3	▲ 26.7	▲ 18.4	▲ 18.2
製造業	▲ 19.8	▲ 32.5	▲ 22.3	▲ 27.6	▲ 21.7	▲ 20.7	▲ 14.8	▲ 14.9
非製造業	▲ 25.0	▲ 21.5	▲ 14.4	▲ 14.9	▲ 14.9	▲ 30.3	▲ 20.7	▲ 20.2

売上・生産DI 「増加」－「減少」

全産業	▲ 2.1	▲ 1.7	▲ 2.7	▲ 3.9	▲ 9.2	▲ 6.5	▲ 7.7	▲ 2.5
製造業	▲ 7.7	▲ 13.2	▲ 4.9	▲ 6.5	▲ 10.3	▲ 7.7	▲ 2.4	5.7
非製造業	1.0	4.5	▲ 1.4	▲ 2.4	▲ 8.5	▲ 5.7	▲ 11.2	▲ 7.9

受注DI 「増加」－「減少」

製造業	▲ 10.3	▲ 8.5	▲ 11.1	▲ 8.5	▲ 9.7	▲ 8.0	▲ 2.6	6.0
建設業	1.7	14.1	10.7	▲ 1.6	▲ 3.4	▲ 21.3	▲ 7.3	▲ 12.7

※製造業、建設業のみ回答

経常利益DI 「増加」－「減少」

全産業	▲ 17.0	▲ 16.5	▲ 14.6	▲ 11.2	▲ 16.5	▲ 18.7	▲ 19.2	▲ 13.6
製造業	▲ 22.4	▲ 23.1	▲ 17.9	▲ 9.8	▲ 16.8	▲ 15.4	▲ 20.2	▲ 13.8
非製造業	▲ 14.1	▲ 12.9	▲ 12.7	▲ 12.0	▲ 16.3	▲ 20.8	▲ 18.6	▲ 13.4

販売価格DI 「上昇」－「低下」

全産業	26.9	23.7	28.7	23.4	22.3	33.1	33.1	31.4
製造業	23.0	7.5	24.8	15.6	16.3	36.9	31.4	28.3
非製造業	28.9	32.4	31.0	27.8	25.4	30.7	34.2	33.3
うち卸・小売業	62.7	53.1	52.5	44.1	41.8	35.0	57.1	51.0

仕入価格DI 「上昇」－「低下」

全産業	69.3	59.5	61.7	55.5	57.3	70.8	72.7	66.2
製造業	67.0	55.0	61.2	59.8	57.1	76.8	77.0	65.3
非製造業	70.5	61.9	62.1	53.1	57.4	67.1	69.8	66.8
うち卸・小売業	84.7	70.3	72.1	59.3	52.7	56.7	75.5	63.3

採算性 「販売価格DI」－「仕入価格DI」

全産業	▲ 42.4	▲ 35.8	▲ 33.0	▲ 32.1	▲ 35.0	▲ 37.7	▲ 39.6	▲ 34.8
製造業	▲ 44.0	▲ 47.5	▲ 36.4	▲ 44.2	▲ 40.8	▲ 39.9	▲ 45.6	▲ 37.0
非製造業	▲ 41.6	▲ 29.5	▲ 31.1	▲ 25.3	▲ 32.0	▲ 36.4	▲ 35.6	▲ 33.5
うち卸・小売業	▲ 22.0	▲ 17.2	▲ 19.6	▲ 15.2	▲ 10.9	▲ 21.7	▲ 18.4	▲ 12.3

在庫DI　「過剰」－「不足」　単位：%ポイント

	2025年				2026年			
	1～3月	4～6月	7～9月	10～12月	1～3月	4～6月	7～9月	10～12月（見通し）
製造業	3.7	8.8	5.3	3.5	14.0	1.4	1.7	▲ 1.7
卸・小売業	3.5	11.5	5.5	8.8	7.4	▲ 10.3	2.2	2.2

※製造業、卸売・小売業のみ回答

雇用DI　「過剰」－「不足」

全産業	▲ 32.7	▲ 31.3	▲ 28.6	▲ 32.9	▲ 30.2	▲ 27.5	▲ 29.2	▲ 29.3
製造業	▲ 12.0	▲ 11.6	▲ 22.8	▲ 28.2	▲ 19.8	▲ 16.1	▲ 29.0	▲ 32.5
非製造業	▲ 44.1	▲ 41.9	▲ 31.9	▲ 35.6	▲ 35.6	▲ 34.6	▲ 29.4	▲ 27.3

資金繰りDI　「好転」－「悪化」

全産業	0.3	▲ 2.3	▲ 2.4	▲ 0.9	▲ 3.6	▲ 3.8	▲ 2.5	▲ 4.1
製造業	▲ 6.0	▲ 11.7	▲ 11.5	▲ 4.9	▲ 11.3	▲ 8.5	▲ 3.3	▲ 4.1
非製造業	3.8	2.6	2.8	1.4	0.5	▲ 0.9	▲ 2.1	▲ 4.1

受取（回収）条件DI　「長期化」－「短期化」

全産業	▲ 3.7	▲ 1.5	▲ 1.5	▲ 4.8	▲ 4.0	▲ 1.6	▲ 3.9	▲ 3.5
製造業	▲ 6.0	▲ 5.0	▲ 1.6	▲ 8.1	▲ 10.4	▲ 4.3	▲ 7.4	▲ 7.4
非製造業	▲ 2.4	0.5	▲ 1.4	▲ 2.8	▲ 0.5	0.0	▲ 1.6	▲ 1.1

支払条件DI　「長期化」－「短期化」

全産業	▲ 2.7	▲ 2.9	▲ 3.0	▲ 3.8	▲ 3.3	▲ 2.9	▲ 3.5	▲ 2.9
製造業	▲ 0.9	▲ 3.3	▲ 4.1	▲ 3.2	▲ 4.7	▲ 3.5	▲ 4.8	▲ 4.1
非製造業	▲ 3.8	▲ 2.7	▲ 2.4	▲ 4.2	▲ 2.5	▲ 2.6	▲ 2.6	▲ 2.1

【付表2】　業種別・従業員規模別回答数

	30人未満	30～99人	100人以上	全規模
製造業	65	43	16	124
非製造業	135	40	19	194
全産業	200	83	35	318

コスト上昇と価格転嫁、デジタル化に関するアンケート調査

筑波総研株式会社 上席研究員 山田浩司

要旨

✓この1年間のコスト（原材料価格、経費等）の状況について、「上昇した」と回答した企業の割合は全産業で86.0%。上昇した品目については、「原材料費、商品仕入高」（87.5%）が全産業で最も多く、次いで、「人件費」（66.9%）、「燃料費」（37.1%）、「水道光熱費」（34.2%）

✓この1年間でコストが「上昇した」と回答した企業のうち、コスト上昇分の販売・サービス価格への転嫁状況については、「1割～2割転嫁できた」（32.8%）が全産業で最も多く、次いで、「5割～6割転嫁できた」（16.2%）「まったく転嫁できていない」（14.7%）

✓企業のデジタル化の取り組み状況については、「アナログからデジタル化に移行している状態」（50.5%）が全産業で最も多く、次いで、「紙や口頭によるアナログ業務が中心の状態」（26.0%）、「デジタル化で業務効率化やデータ分析を行っている状態」（20.3%）、「デジタル化でビジネスモデルを変革している状態」（3.2%）

✓導入しているツールについて、最も回答割合が多いのは「インターネットバンキング」（81.1%）が全産業で最も多く、次いで、「給与・経理管理ソフト」（61.5%）、「紙書類の電子化・ペーパーレス化」（46.6%）

現在、国内企業のコストは、資源価格上昇や円安による原材料費や仕入高、燃料費などの上昇に加え、賃上げ実施や最低賃金引上げなどによって人件費も上昇している。一方で、これまで難しかった販売価格への転嫁が進んできている。ただし、コスト上昇分の価格転嫁には限度があり、人手不足も加速する中で、企業はデジタル化などの生産性向上に取り組む必要がある。

こうした中、本稿では、昨年9月の調査（以下、前回調査）に続き、当社が実施したアンケート調査の結果をもとに、茨城県内の企業におけるコスト上昇と価格転嫁に関する動向、デジタル化の取り組み状況について記載する[1]。

この1年間でコストが上昇した企業の割合は86.0%

この1年間のコスト（原材料価格、経費等）の状況について、「上昇した」と回答した企業の割合は全産業で86.0%だった（図表1）。また、「変わらない」は13.4%、「低下した」は0.6%だった。2025年に実施した調査（以下、前回調査）では87.7%が「上昇した」と回答しており、引き続き9割弱の企業でコストが上昇している。

業種別にみると、「上昇した」と回答した企業の割合は、製造業で90.3%、非製造業で83.2%であった。

従業員規模別にみると、30人未満の企業で81.6%、30～99人の企業で96.4%、100人以上の企業で85.7%であった。

1 本調査は、2026年9月上旬～下旬にかけて、郵送による記名式アンケートで実施した「第92回 茨城県内企業経営動向調査」の中で、特別調査と位置付けて設問を設け、314社（うち製造業124社、非製造業190社）より回答を得たものを集計した。

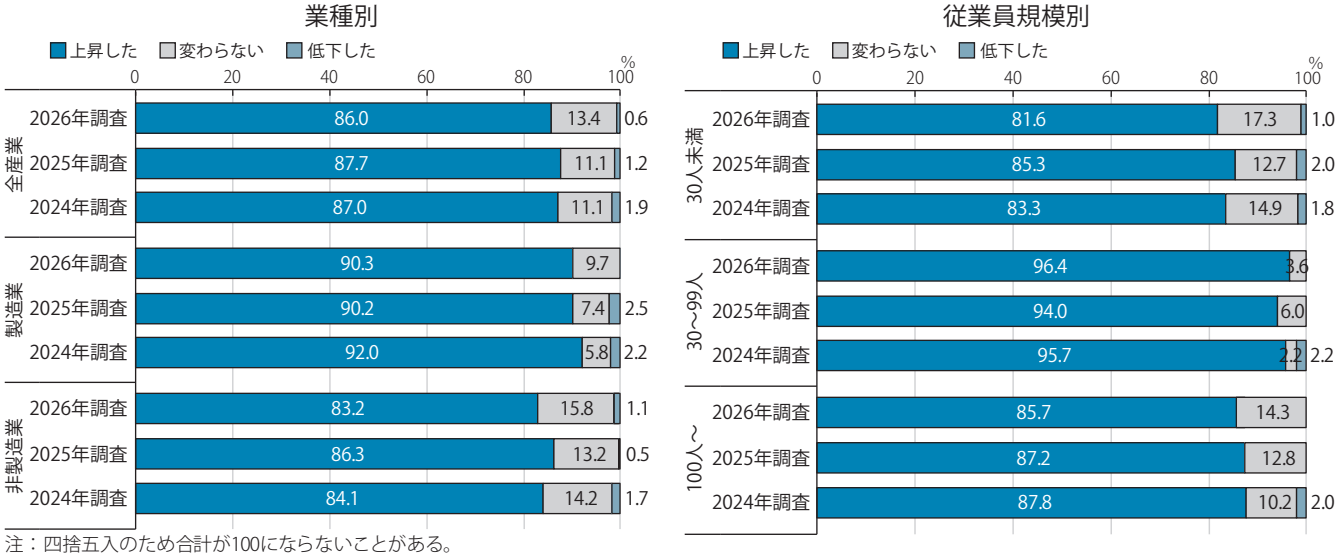
また、この１年間でコストが「上昇した」と回答した企業のうち、コストが上昇した品目については、「原材料費、商品仕入高」が全産業で87.5％と最も多く、次いで、「人件費」（66.9％）、「燃料費」（37.1％）、「水道光熱費」（34.2％）と続いた（図表２）。

前回調査と比べると、「原材料費、商品仕入高」は5.6％ポイント上昇した。「人件費」は6.5％ポイント低下、「外注費」は2.7％ポイント低下、「燃料費」は0.8％ポイント低下、「水道光熱費」が1.3％ポイント低下した。

業種別にみると、製造業では「原材料費、商品仕入高」（93.8％）が最も多く、次いで、「人件費」（75.9％）、「水道光熱費」（44.6％）と続いた。製造業では、依然として９割の企業で「原材料費、商品仕入高」が上昇していると回答している。非製造業では、「原材料費、商品仕入高」（83.1％）が最も多く、次いで、「人件費」（60.6％）、「燃料費」（33.8％）と続いた。

中東情勢悪化や円安進行の影響で企業の原材料価格が上昇しており、また、賃上げや最低賃金引き上げが続いたことで人件費や外注費なども高止まりしていることが窺える。企業からは「複雑な業務が増えているため人件費削減ができず、経費の増加に売上がついていかない」といったコスト上昇による採算悪化を指摘する声があがっている。

図表１　この１年間のコストの状況



注：四捨五入のため合計が100にならないことがある。

図表２　コストが上昇した項目

複数回答、％

		原材料費、商品仕入高	外注費	人件費	燃料費	水道光熱費	その他
全産業	2026年調査	87.5	33.5	66.9	37.1	34.2	2.6
	2025年調査	81.9	36.2	73.4	37.9	35.5	1.4
	2024年調査	81.3	33.3	66.7	50.5	45.5	1.2
製造業	2026年調査	93.8	34.8	75.9	42.0	44.6	2.7
	2025年調査	91.8	34.5	75.5	38.2	41.8	0.9
	2024年調査	90.6	30.7	70.1	47.2	51.2	1.6
非製造業	2026年調査	83.1	32.5	60.6	33.8	26.9	2.5
	2025年調査	76.0	37.2	72.1	37.7	31.7	1.6
	2024年調査	75.3	35.1	64.4	52.6	41.8	1.0

注：コストが「上昇した」と回答した企業のみ回答。

コスト上昇分の価格転嫁は進捗しているものの、転嫁の度合いは依然として企業によって差

この1年間でコストが「上昇した」と回答した企業のうち、コスト上昇分の販売・サービス価格への転嫁状況については、「1割～2割転嫁できた」（32.8％）が全産業で最も多く、次いで、「5割～6割転嫁できた」（16.2％）「まったく転嫁できていない」（14.7％）と続いた（図表3）。

前回調査に比べて回答割合が最も上昇したのが「5～6割転嫁できた」（12.5％→16.2％）、最も低下したのが「まったく転嫁できていない」（17.7％→14.7％）だった。

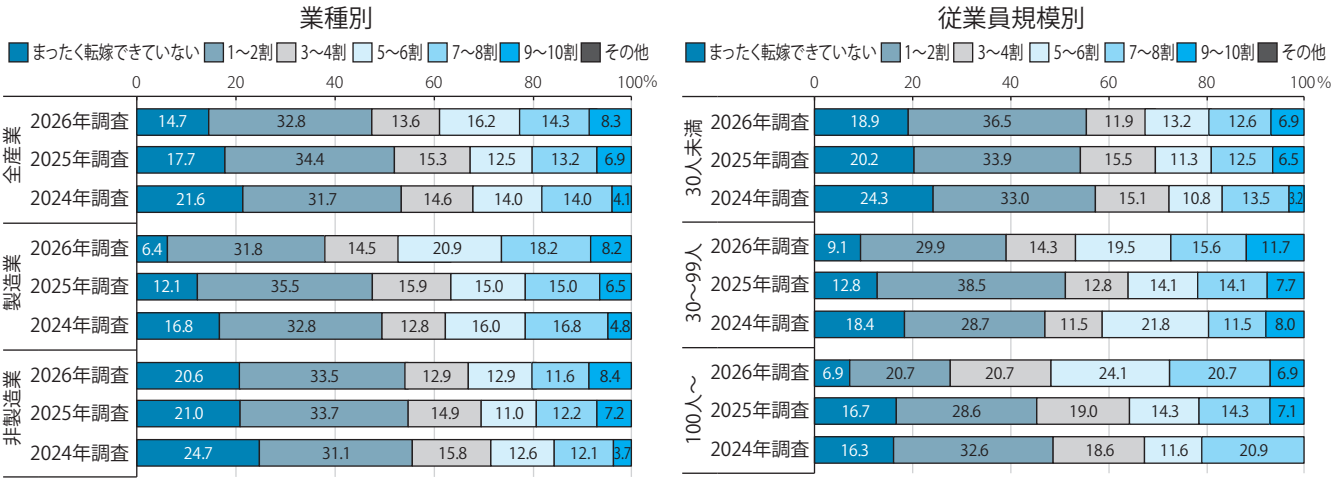
なお、「7割～8割転嫁できた」と「9～10割転嫁できた」の合計は22.6％と、調査を実施した5年間で上昇（11.1％→15.6％→18.1％→20.1％→22.6％）が続いており、企業の価格転嫁は進んでいるとみられる。ただし、「まったく価格転嫁ができない」と「1割～2割転嫁できた」の合計は47.5％と、5年間で低下（71.0％→56.4％→53.3％→52.1％→47.5％）が続いているものの、企業によって価格転嫁の進捗状況に依然として差が生じている。

業種別にみると、「7割～8割転嫁できた」と「9～10割転嫁できた」の合計は、製造業で26.4％、非製造業で20.0％だった。また、「まったく価格転嫁ができない」と「1割～2割転嫁できた」の合計は、製造業で38.2％、非製造業で54.1％だった。

従業員規模別にみると、「7割～8割転嫁できた」と「9～10割転嫁できた」の合計は、30人未満の企業で19.5％、30～99人の企業で27.3％、100人以上の企業で27.6％だった。また、「まったく価格転嫁ができない」と「1割～2割転嫁できた」の合計は、30人未満の企業で55.4％、30～99人の企業で39.0％、100人以上の企業で27.6％だった。

企業からは販売価格に転嫁できているといった声があがっている一方、「売上は増加しているが、客数は大幅に減少」（小売）、「不急の生活用品の売上が大幅に減少」（サービス）、「（値上げで）受注ダウンになる可能性があるため、思い切りの値上げができない状況」（サービス）もあり、価格転嫁で節約志向が強まったことによる客数や購入点数の減少が生じているため、価格転嫁に慎重な様子が窺える。

図表3　価格転嫁の状況



注1：コストが「上昇した」と回答した企業のみ回答。
注2：四捨五入のため合計が100にならないことがある。

「アナログからデジタル化に移行している状態」と回答した企業の割合は50.5%

企業のデジタル化の取り組み状況については、「アナログからデジタル化に移行している状態」（50.5%）が全産業で最も多く、次いで、「紙や口頭によるアナログ業務が中心の状態」（26.0%）、「デジタル化で業務効率化やデータ分析を行っている状態」（20.3%）、「デジタル化でビジネスモデルを変革している状態」（3.2%）と続いた（図表4）。デジタル化を進めている企業は合計で7割強とデジタル化が徐々に進んでいるものの、依然としてアナログな業務が多いと回答した企業も3割弱と企業によって差がみられる。また、前年同時期に実施した調査からも大きな変化はみられなかった。

企業においては、業務日誌や勤務表、経費精算などが紙への記入であったり、管理や集計、検査などが手作業中心であったり、アナログな作業が中心となっていることが多い。こうした業務をデジタル化することで効率化を図ることができる。

回答した企業からは、「デジタル化による納期の見える化」（輸送用機械）「出張が多い社員へのタブレットPC貸与による現場管理」（建設）といったデジタル化を進める声があがる一方、「高齢者への対応が大変」（金属製品）といった課題を指摘する声もあがっている。

図表4　デジタル化の取り組み状況

%

		紙や口頭によるアナログ業務が中心の状態	アナログからデジタル化に移行している状態	デジタル化で業務効率化やデータ分析を行っている状態	デジタル化でビジネスモデルを変革している状態
全産業	2026年調査	26.0	50.5	20.3	3.2
	2025年調査	27.4	50.0	18.5	4.2
製造業	2026年調査	24.0	54.4	18.4	3.2
	2025年調査	23.2	51.2	20.0	5.6
非製造業	2026年調査	27.4	47.9	21.6	3.2
	2025年調査	29.9	49.3	17.5	3.3
30人未満	2026年調査	31.8	50.8	14.9	2.6
	2025年調査	35.1	46.8	14.6	3.4
30～99人	2026年調査	16.9	47.0	30.1	6.0
	2025年調査	18.1	53.0	24.1	4.8
100人～	2026年調査	16.2	56.8	27.0	0.0
	2025年調査	10.4	58.3	25.0	6.3

導入しているデジタルツールは労務管理やペーパーレス関連が多い

デジタル化の取り組みとして導入しているツールについて、最も回答割合が多いのは「インターネットバンキング」が全産業で81.1%と最も多く、次いで、「給与・経理管理ソフト」（61.5%）、「紙書類の電子化・ペーパーレス化」（46.6%）と続いた（図表5）。

「生成AI、IoT」は9.8%で1割に止まるものの、前回調査から6.2%ポイント上昇しており、中小企業でも活用が進んでいる。企業からは「AIに頼ったシステム導入による差別化」（不動産業）といった声があがっており、業務効率化だけではなく、高付加価値化にもつなげる動きがみられる。

図表5　導入しているデジタルツール

複数回答、%

		紙書類の電子化・ペーパーレス化	インターネットバンキング	給与・経理管理ソフト	勤怠管理システム	グループウェア（スケジュール共有など）	顧客管理システム（CRM）、営業管理システム（SFA）	生産・販売・在庫管理システム（ERP）	省人化ロボット	生成AI、IoT	その他
全産業	2026年調査	46.6	81.1	61.5	36.5	20.3	9.5	26.0	4.4	9.8	0.7
	2025年調査	44.2	79.5	65.3	36.0	16.5	9.9	23.8	4.0	3.6	1.3
製造業	2026年調査	49.2	78.0	63.6	42.4	17.8	6.8	33.9	7.6	9.3	0.8
	2025年調査	45.2	78.3	63.5	41.7	15.7	7.8	34.8	7.8	3.5	0.0
非製造業	2026年調査	44.9	83.1	60.1	32.6	21.9	11.2	20.8	2.2	10.1	0.6
	2025年調査	43.6	80.3	66.5	32.4	17.0	11.2	17.0	1.6	3.7	2.1
30人未満	2026年調査	37.4	84.9	50.3	21.2	11.2	7.8	16.8	2.8	8.9	0.0
	2025年調査	38.5	81.0	55.3	20.1	9.5	7.8	19.0	1.7	4.5	2.2
30～99人	2026年調査	62.2	74.4	80.5	56.1	31.7	9.8	40.2	4.9	8.5	2.4
	2025年調査	51.3	78.2	79.5	51.3	25.6	9.0	32.1	3.8	1.3	0.0
100人～	2026年調査	57.1	77.1	74.3	68.6	40.0	17.1	40.0	11.4	17.1	0.0
	2025年調査	54.3	76.1	80.4	71.7	28.3	19.6	28.3	13.0	4.3	0.0

経済トピックス 2026年9月

茨城県内

4日　茨城県によれば、2025年度県内フィルムコミッション（FC）のロケ支援作品数は582作品（前年度比＋13.5%）、経済波及効果推計額は約9.5億円（同＋72.7%、過去最高）。県にFC推進室を設置しロケ誘致・支援活動を本格的に開始した2002年10月からの支援作品数は累計10,225作品、経済波及効果推計額は累計115.2億円

4日　茨城県によれば、2026年の県内16の公設海水浴場の入込客数（開設期間：7月17日～8月23日）は339,332人と、前年に比べ▲12.5%の減少

15日　茨城県によれば、2025年度一般会計決算見込みは歳入が1兆3,519億円と、前年度に比べ＋0.2%の増加、歳出が1兆3,233億円と、同＋0.2%の増加。翌年度に繰り越すべき財源を差し引いた実質収支は190億円と、同＋40億円黒字幅が拡大

15日　国土交通省「都道府県地価調査」（2026年7月1日時点）によれば、茨城県住宅地の平均変動率は前年に比べ＋1.3%（4年連続上昇）、商業地は同＋1.9%（5年連続上昇）、工業地は同＋2.2%（11年連続上昇）。（全国は住宅地：＋1.0%、商業地：＋2.9%、工業地：＋3.3%）

18日　茨城県によれば、県内の高齢者人口（65歳以上、2026年9月21日現在推計）は84万7,532人、総人口に占める割合は31.2%と、いずれも過去最高

29日　茨城県によれば、県内44市町村の2025年度普通会計決算額は歳入が1兆4,906億円と、前年度に比べ＋3.3%の増加、歳出が1兆4,269億円と、同＋3.2%の増加

30日　茨城県は、国の「地域未来戦略」（7月21日閣議決定）に基づき、「茨城県地域産業成長プラン」を公表。宇宙関連分野では国内有数の宇宙機器製造拠点の形成、カーボンニュートラル産業拠点創出分野では日本をリードするGX産業拠点の創出を目指す

30日　国土交通省関東地方整備局常総国道事務所は、2026年度の全線開通を目指していた東関東自動車道水戸線潮来IC－鉾田IC間について、地盤対策などに慎重な施工管理が必要となるため、潮来IC－行方IC間（23.0キロ）の完成が2027年度にずれ込むと公表

国内・国外

1日　財務省「法人企業統計調査」によれば、2026年4～6月期の全産業（除く金融、保険業）売上高は前年同期に比べ＋5.9%の増加、経常利益は同＋24.6%の増加（過去最高水準）、設備投資は同＋1.6%の増加

4日　財務省によれば、2027年度一般会計予算概算要求総額は143兆656億円と、26年度概算要求総額に比べ＋16.8%の増加

10日　欧州中央銀行（ECB）理事会は、中央銀行預金金利を0.25%ポイント引上げ、2.50%とすることを決定

11日　厚生労働省によれば、2026年の民間主要企業の夏季一時金妥結額は加重平均で97万6,043円、前年に比べ＋3.12%と、5年連続の増加（3年連続で過去最高）

16日　米連邦公開市場委員会（FOMC）は、フェデラルファンド（FF）金利の誘導目標を0.25%ポイント引上げ、3.75～4.00%とすることを決定

17日　日本銀行「資金循環統計」（速報）によれば、家計保有の金融資産残高（2026年6月末）は2,519兆円と、前年同期に比べ＋11.0%の増加。株式等が同＋47.0%、投資信託が同＋36.8%、債務証券が同＋15.5%の増加

18日　日本銀行は、金融政策決定会合で、政策金利である無担保コールレート（オーバーナイト物）を1.25%に引上げること等を決定

29日　国税庁によれば、2025年の民間企業給与所得者の平均給与は487万円と、前年に比べ＋1.9%の増加、うち正規社員は559万円（同＋2.6%）、非正規社員は210万円（同＋1.6%）

29日　内閣府は、9月の月例経済報告で、わが国の景気は、「緩やかに回復しているが、中東情勢や自然災害の影響を注視する必要がある」と判断を据え置き

29日　総務省によれば、都道府県の2025年度普通会計決算額は歳入が60.7兆円と、前年に比べ＋1.5%の増加、歳出が58.9円と、同＋1.7%の増加

30日　厚生労働省によれば、2025年の出生数は67万1,270人と、前年に比べ▲1万4,903人の減少、出生数と死亡数の差である自然増減数は▲91万8,263人と同942人マイナス幅が縮小

経済情報ピックアップ

世界経済フォーラム「ジェンダー・ギャップ指数」2026年結果について

9月16日、世界経済フォーラム（WEF）は、2026年版「ジェンダー・ギャップ指数」を公表しました。以下では、日本の男女格差の現状と格差解消に向けた取り組み状況を説明します。

ジェンダー・ギャップ指数は、男女格差の解消を目的に、男女平等の実現度を数値で示したもので、1が男女の完全平等を、0が完全不平等を表しています。

2026年の日本のジェンダー・ギャップ指数は、0.670で前年調査から＋0.004ポイント上昇し、調査対象145か国中で117位で前年から順位を1つ上げたものの、ほぼ横ばいとなっています。G7では6番目のイタリア（83位）からも大きく順位を離され、同じアジア地域の韓国（101位）や中国（96位）よりも低い順位となっています。

同指数は、「経済」「政治」「教育」「健康」の4つの指標で評価されています。指標別にみると、日本は、経済で119位、政治で121位と低位になっています。経済・政治ともに政府高官や管理職といった意思決定層における女性の少なさが順位を押し下げる要因となっています。WEFも、日本はこの20年間で、女性労働者や女性議員が増えたことで「政治や経済の指数が改善した」と評価しているものの、世界が人口減少への備えやイノベーション創出のために「多様性推進と女性活躍」を急ピッチに進める中、日本はその改善スピードに追いつけず、国際的な遅れをとっています。

政治の項目別では、「過去50年間の女性首相・大統領の在任期間」は、昨年までゼロが続いていましたが、昨年10月に高市早苗氏が日本で女性初の内閣総理大臣に任命されたことで上昇しました。ただし、順位は71位と、在任期間がまだ短いことで指数自体は低位なものに止まっています。

「国会の女性議員比率」は118位です。現在（2026年9月28日時点）の衆議院議員に占める女性の割合は14.6%で、政治における男女格差は依然として大きいものとなっています。

経済の項目別では、「賃金格差」が109位、「管理職比率」が125位となっています。日本の女性の就業率は、結婚や出産・育児のタイミングでの離職が少なくなったことで高まっていますが、正社員比率や管理職比率で男女には差があり、これが賃金格差の要因となっています。

今年3月に、「第6次男女共同参画基本計画」が閣議決定されました。同計画では、「2020年代の可能な限り早期に指導的地位に占める女性の割合が30%程度となること」を引き続き目指して取り組みを強化するとともに、「2030年代には指導的地位にある人々の性別に偏りがないような社会となること」を目指すとしています。

また、近年のデジタルの進展に伴い、理・工学部大学生やIT技術者の女性比率を高めることで、女性デジタル人材の育成も推進していくとしています。在宅ワークなどで時間的・場所的制約があっても活躍が期待できます。

（筑波総研　上席研究員　山田　浩司）

日本のジェンダーギャップ指数（評価項目別）

指標	項目	スコア	順位
経済 0.609 119位	労働参加率	0.787	78位
	賃金格差	0.583	109位
	所得	0.602	101位
	管理職比率	0.168	125位
	専門・技術職比率	0.938	77位
政治 0.105 121位	国会の女性議員比率	0.171	118位
	女性閣僚比率	0.188	97位
	過去50年間の女性首相・大統領の在任期間	0.013	71位
教育 0.994 68位	識字率	1.000	1位
	初等教育就学率の男女比	–	–位
	中等教育就学率の男女比	1.000	1位
	高等教育就学率の男女比	0.974	113位
健康 0.973 49位	男女の出生数	0.944	1位
	健康寿命	1.040	57位
	全体	**0.670**	**117位**

出所：世界経済フォーラム「Global Gendar Gap Report 2026」

過去20年間の順位の推移

単位：位

	2006	2016	2025	2026
日本	79	111	118	117
米国	23	45	42	47
カナダ	14	35	32	24
英国	9	20	4	5
イタリア	77	50	85	83
フランス	70	17	35	22
ドイツ	5	13	9	9
韓国	92	116	101	101
中国	63	99	103	96
対象国	115	144	148	145

茨城県の経済現況（2026年10月）

※2026年10月9日時点で利用可能なデータから作成

茨城県全体

景気は、一部に弱さがみられるものの、緩やかに回復している。
先行きは、緩やかな回復が続くことが期待される。
ただし、中東情勢の緊迫化が企業や家計に与える影響に注意。
企業等の景況感は、製造業、非製造業で「悪化」超幅が拡大している。

前月からの変化 →

個人消費
緩やかに増加している。 →

公共投資
持ち直している。 →

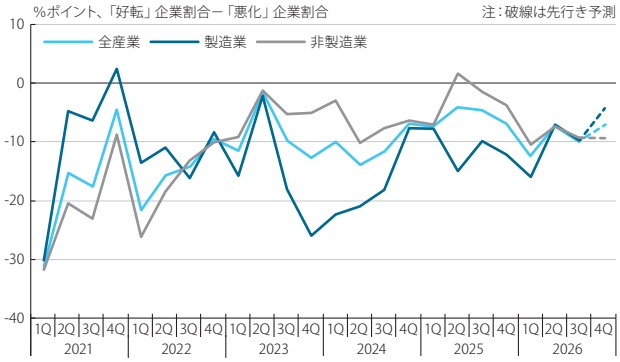
住宅投資
下げ止まっている。 →

雇用・所得情勢
改善している。 →

設備投資
前年を上回っている。 →

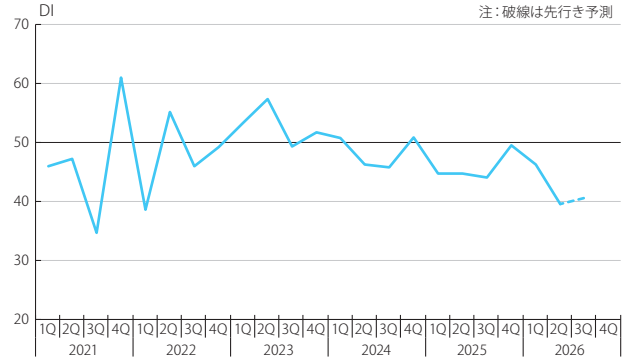
企業の生産活動
横ばい圏内で推移している。 →

自社業況判断DI



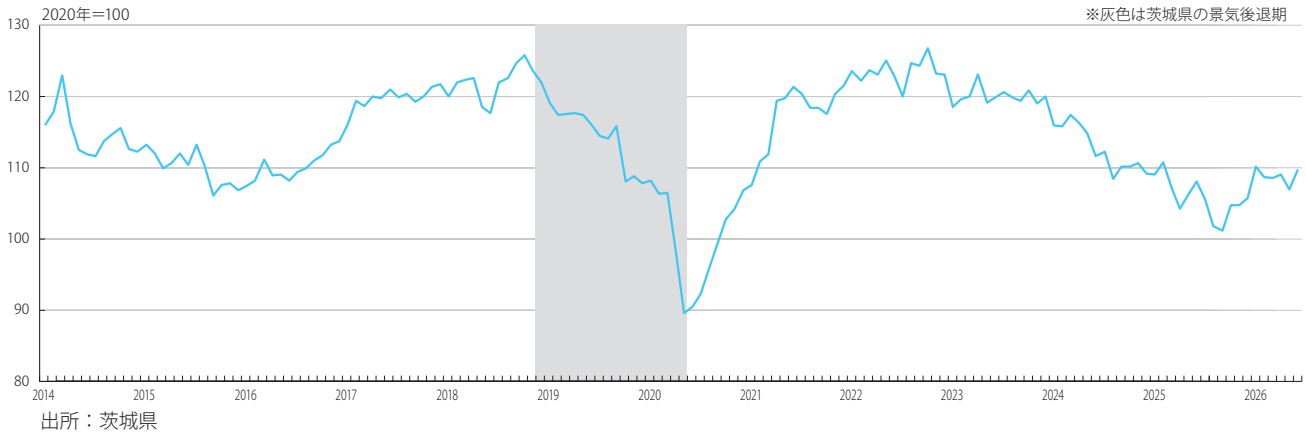
出所：筑波総研㈱「茨城県内企業経営動向調査」

茨城県景気ウォッチャー調査



出所：茨城県

景気動向指数（CI、一致指数）



出所：茨城県

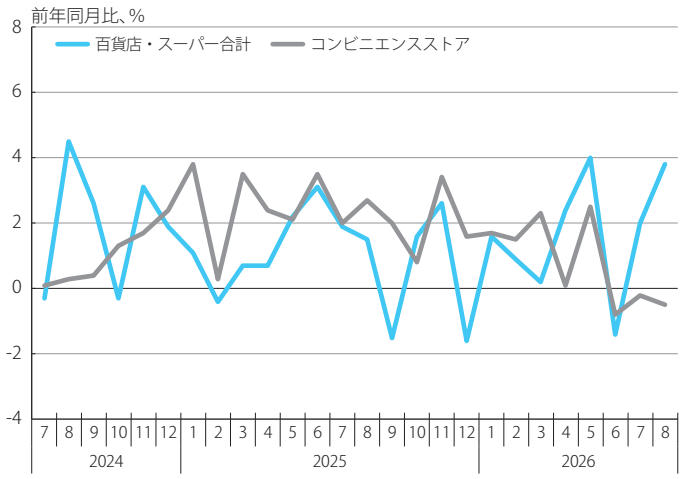
茨城県の主要経済指標

百貨店・スーパー販売額、コンビニエンスストア販売額

8月の百貨店・スーパー販売額（全店ベース、速報）は36,140百万円、前年同月比＋3.8％と、2か月連続で増加した。

なお、既存店ベースでは同＋1.5％と、3か月振りに増加した。

8月のコンビニエンスストア販売額（同）は28,928百万円、同▲0.5％と、3か月連続で減少した。店舗数は1,408、同▲0.6％減少した。



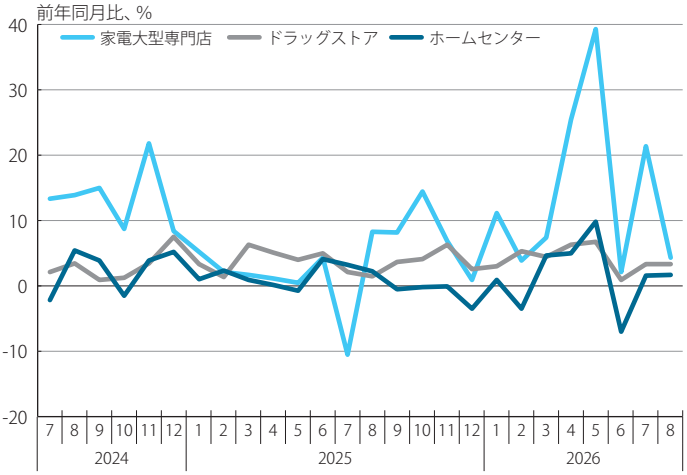
出所：経済産業省

専門量販店販売額

8月の家電大型専門店販売額（全店ベース、速報）は8,342百万円、前年同月比＋4.3％と、13か月連続で増加した。店舗数は55、同横ばいだった。

8月のドラッグストア販売額（同）は22,674百万円、同＋3.4％と、64か月連続で増加した。店舗数は520、同＋4.2％増加した。

8月のホームセンター販売額（同）は11,770百万円、同＋1.7％と、2か月連続で増加した。店舗数は131、同横ばいだった。



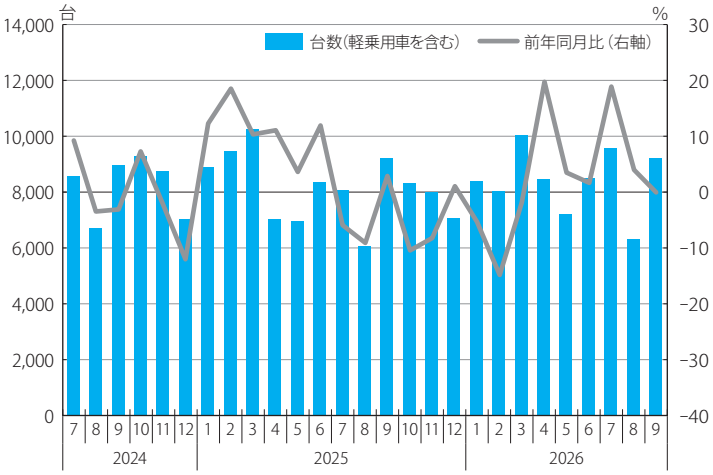
出所：経済産業省

乗用車新車登録台数

9月の乗用車新車登録台数（軽乗用車を含む）は9,207台、前年同月比▲0.1％と、6か月振りに減少した。

内訳をみると、普通乗用車（同＋7.4％）は増加したものの、小型乗用車（同▲4.6％）、軽乗用車（同▲6.5％）は減少した。

なお、26年4月～26年9月累計の乗用車新車登録台数（軽乗用車を含む）は前年同期比＋7.7％増加している。



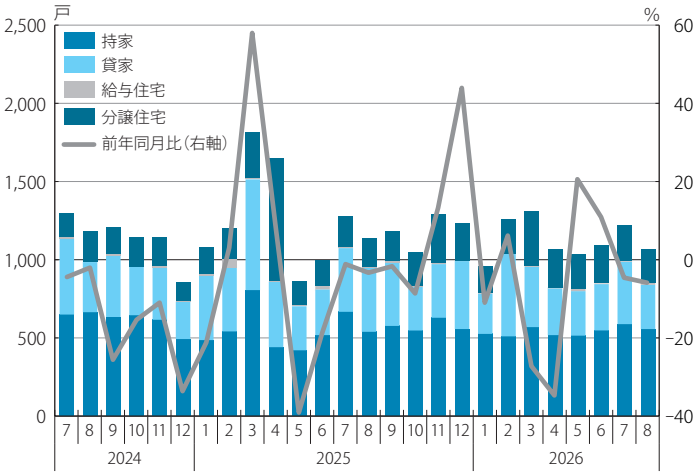
出所：茨城県自動車販売店協会

新設住宅着工戸数

8月の新設住宅着工戸数は1,065戸、前年同月比▲6.0%と、2か月連続で減少した。

利用関係別にみると、持家（同＋3.6%）、分譲住宅（同＋14.0%）は増加したものの、貸家（同▲30.4%）は減少した。

なお、26年4月～26年8月累計の新設住宅着工戸数は前年同期比▲7.0%減少している。



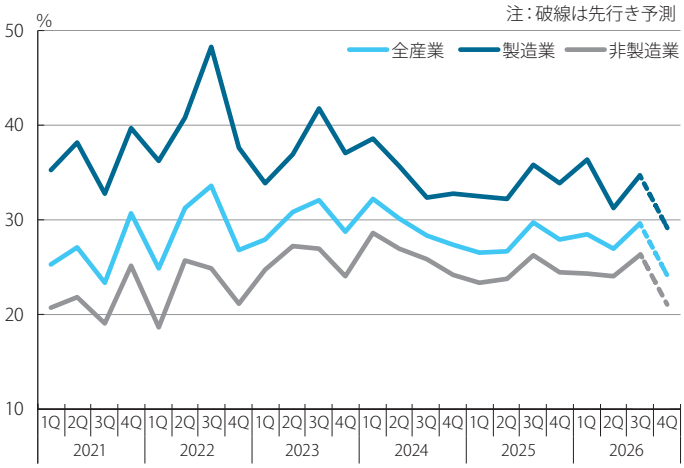
出所：国土交通省

設備投資動向

9月に実施した「茨城県内企業経営動向調査」（26年7～9月実績、回答企業数318先）において、設備投資を実施した企業の割合は全産業で29.6%と、26年4～6月比2.7%ポイント上昇した（前年同期比では0.1%ポイント低下）。

内訳をみると、製造業は34.7%と、26年4～6月比3.4%ポイント上昇、非製造業は26.3%と、同2.2%ポイント上昇した。

先行き、26年10～12月における全産業の設備投資実施割合は今回調査実績に比べ低下する見通しである。



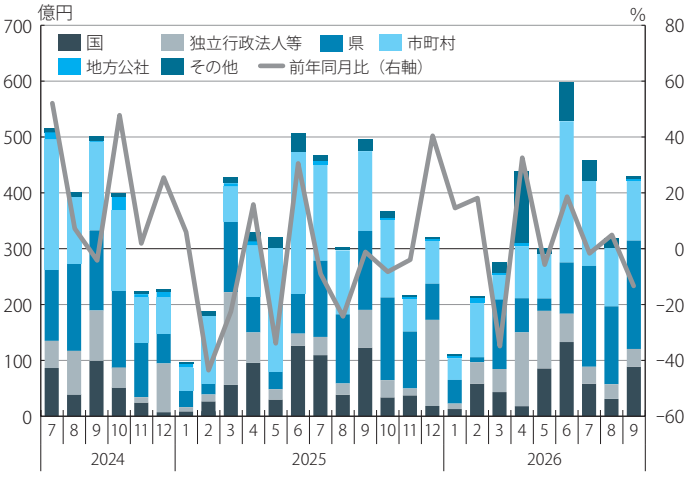
出所：筑波総研㈱「茨城県内企業経営動向調査」

公共工事請負金額

9月の公共工事請負金額は43,033百万円、前年同月比▲13.3%と、2か月振りに減少した。

発注者別にみると、県（同＋35.8%）は増加したものの、国（同▲27.1%）、独立行政法人等（同▲53.6%）、市町村（同▲24.9%）は減少した。

なお、26年4月～26年9月累計の公共工事請負金額は前年同期比＋5.1%増加している。



出所：東日本建設業保証㈱茨城支店

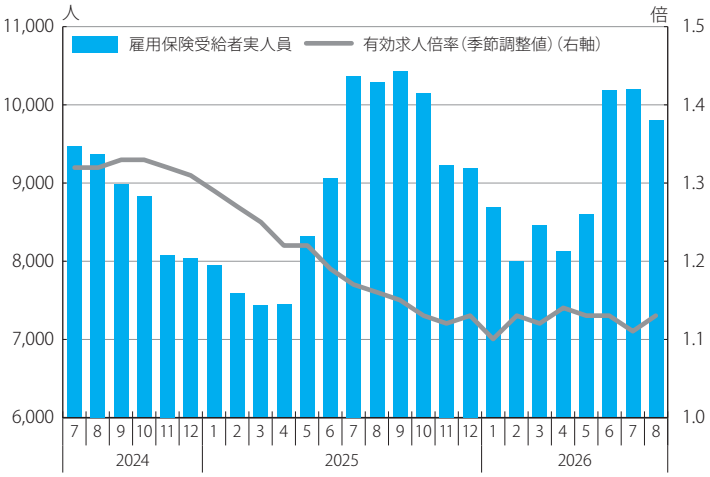
雇用情勢

8月の有効求人倍率（季節調整値）は1.13倍と、前月比＋0.02ポイント上昇した。なお、原数値は1.10倍と、前年同月比▲0.04ポイント低下した。

実際に就業する地域で集計した就業地別の有効求人倍率（季節調整値）は1.34倍と、前月比＋0.02ポイント上昇した。

新規求人数（原数値）は、前年同月比＋0.1％と、2か月振りに増加、新規求職申込件数（同）は同▲0.5％と、3か月振りに減少した。

雇用保険受給者実人員は9,798人、同▲4.8％と、2か月連続で減少した。



出所：茨城労働局

所得情勢

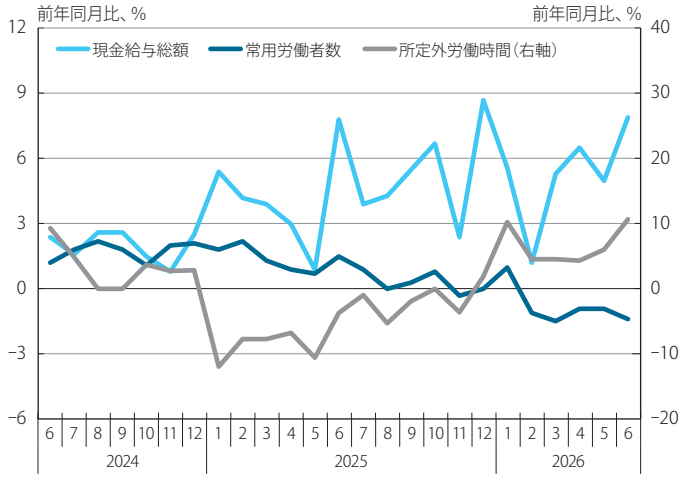
6月の現金給与総額は561,667円、前年同月比＋7.9％と、25か月連続で増加した。

きまって支給する給与は296,784円、同＋4.5％と、24か月連続で増加した。

所定外労働時間は11.4時間、同＋10.7％と、7か月連続で増加した。

常用労働者数は1,044,191人、同▲1.4％と、5か月連続で減少した。

物価の影響を除いた実質賃金指数（2020年＝100）は151.9、同＋8.7ポイントと、4か月連続で上昇した。



出所：茨城県

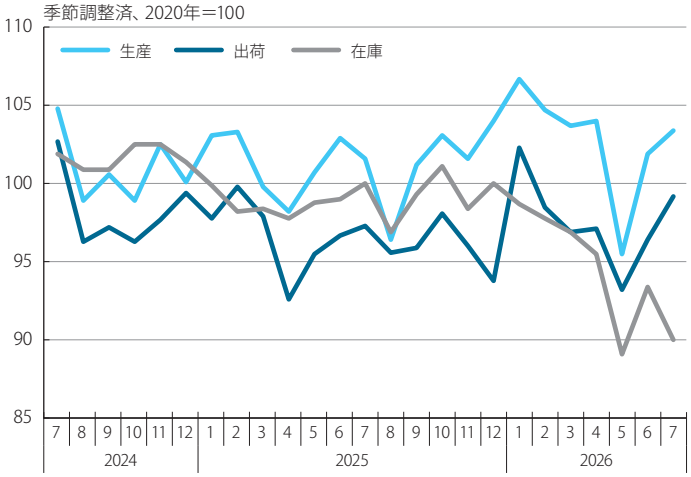
鉱工業指数

7月の鉱工業生産指数（2020年=100、季節調整済）は103.4、前月比＋1.5％と、2か月連続で上昇した。

業種別にみると、電気機械工業、生産用機械工業などが上昇し、輸送機械工業、鉄鋼業などが低下した。

出荷指数は99.2、同＋2.9％と、2か月連続で上昇した。

在庫指数は90.0、同▲3.6％と、2か月振りに低下した。



出所：茨城県

経済指標の詳細データは、筑波総研ホームページ（経済レポート）をご参照ください。
https://www.tsukubair.co.jp/report/economicarticle/

休日はのんびりと

まちを歩こう！

11月

このコーナーでは、筑波銀行エリアの季節のイベントや
おすすめスポットなどを紹介します。

令和８年度　大子町花火大会　大子町

令和元年東日本台風による被災からの復興を象徴する新たな「松沼橋」の開通と、旧役場跡地エリアに整備された「道の駅奥久慈だいごWEST」の完成を記念し、7年ぶりに開催される花火大会です。
打上げ場所は、大子町を流れる久慈川と押川の合流付近。当日は、大子地蔵尊の出開帳と、同日開催の常陸国YOSAKOI踊りの演舞が会場を盛り上げます。

開催日：2026年11月21日（土）18:00～18:30※雨天の場合11月22日（日）
会　場：久慈川・押川合流付近

大洗秋まつり　商工感謝祭&大洗あんこう祭　大洗町

大洗の秋を代表する一大イベントです。冬の味覚の王様あんこうの本格シーズン到来を告げる名物の「あんこう吊るし切り」の実演や「あんこう汁」のチャリティー販売は必見です。友好都市の物産展や地元商店街の出店もあり、特産品やグルメも楽しめます。
また、大洗を舞台にした人気アニメ「ガールズ&パンツァー」の特別企画など見どころ満載です。

開催日：11月14日（土）～15日（日）9:30～15:00
会　場：大洗マリンタワー前芝生広場

うまかっぺフェスタ2026　鉾田市

農業産出額「野菜部門」全国1位を誇る鉾田市の魅力を発信するイベントです。豊富な特産品を使用した「食」や鉾田市ならではの「体験」をお楽しみください。
会場では、特産品を使った食の企画に加え、ダンスや演奏、大道芸などのステージパフォーマンスが予定されています。また、「ほこた歌うまかっぺ選手権」も行われ、さまざまな出演者がイベントを盛り上げます。

開催日：2026年11月7日（土）※荒天の場合11月8日（日）
会　場：鹿島灘海浜公園

Moonlight Rose Garden2026　石岡市

「いばらきフラワーパーク」で開催されるバラと光のイルミネーションイベントです。季節の移り変わりに合わせて演出が変わる2部構成でお届けします。広大な自然と光が織りなす、ここでしか味わえない幻想的な夜のフラワーパークをお楽しみください。
・11月23日まで／秋のバラと幻想的なライトアップ
・11月28日から／夜の園内を彩る冬ならではの光の演出

期　間：開催中～2027年1月24日（日）
会　場：いばらきフラワーパーク

第119回　笠間の菊まつり　笠間市

日本最古の歴史を持つ、菊の祭典です。笠間稲荷神社の境内を中心に、多種多様で色鮮やかな菊の花を楽しむことができます。高さ10メートルの大鳥居を抜けた先には、和傘が上空に広がる「アンブレラスカイ」、絵馬殿では「絵馬殿和傘アート」があり人気となっています。また、期間中には、菊花品評会や流鏑馬などの催しが行われます。

期　間：開催中～2026年11月23日（月・祝）
会　場：笠間稲荷神社 他

第1回みらい平　秋祭り　つくばみらい市

つくばみらい市市制施行20周年を記念して「第1回みらい平 秋祭り」が開催されます。「子どもたちに、お祭りの記憶を。」そんな想いから企画され、縁日やトレジャーストーン、よさこい、和太鼓など、子どもから大人まで楽しめるイベントが盛りだくさんです！ キッチンカーや飲食店なども多数出店し、最後には花火も打ちあがる、地域のみんなが集まれるお祭りです。

開催日：2026年11月22日（日）12:00～18:30※花火は18:25から
会　場：みらいの森公園

第53回　坂東市将門まつり　坂東市

郷土（下総岩井（現・坂東市））の英雄・平将門公の勇姿を現代に再現する、坂東市最大の秋の風物詩です。國王神社での戦勝祈願から始まり、鎧兜に身を包んだ勇壮な武者行列が岩井商店街の歩行者天国を練り歩きます。祭りの最後には、神田ばやしの山車が競演し、岩井将門太鼓、神田明神将門太鼓が加わりクライマックスを迎えます。

開催日：2026年11月8日（日）10:00～16:00頃
会　場：國王神社、岩井商店街歩行者天国区域

龍ケ崎産業祭いがっぺ市&ご当地コロッケ横丁　龍ケ崎市

「龍ケ崎産業祭いがっぺ市」では、市内の飲食店、商工業者が出店し事業者の魅力をご紹介します。また、ステージでは、こどもから大人まで楽しく盛り上がる、さまざまなパフォーマンスが繰り広げられます。
今年も「ご当地コロッケ横丁」を同時開催。人気の龍ケ崎コロッケをはじめ、市内外県外のご当地コロッケが集結します。

開催日：2026年11月21日（土）10:00～15:00※雨天決行・荒天中止
会　場：龍ケ崎市役所北側駐車場・南側駐車場

筑波ふれあい倶楽部会員様限定 無料オンライン講演会

令和流 経営力向上 オンラインセミナー

17万人のAI行動分析で解明!

各業界のトップ5%リーダーに共通する5アクション

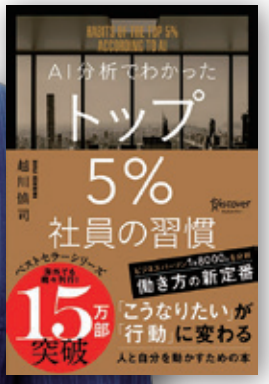
「圧倒的な成果を出すチーム」のマネジメント術

(Zoom) オンライン参加無料!
筑波ふれあい倶楽部会員様限定

11/25(水)
15:00〜16:30
(開場14:40〜)



株式会社クロスリバー
代表取締役社長
越川 慎司氏



日系通信会社や外資系ベンチャー企業での経験を経て、2005年にマイクロソフト米国本社に入社し、日本マイクロソフトで Excel・PowerPoint など主要プロダクトの事業責任者を歴任。2017年に週休3日制・複業を掲げる企業を創業。DX推進や働き方改革などを通じ、800社超の中堅・中小企業の業務改善、人材育成、組織変革を支援してきた。年300 回超の企業向けオンライン講座を提供し、その明快で実践的な語り口は受講者満足度96%・行動実践率95%以上と高く評価されている。著書は33冊 (累計約130万部)に上り、NHK・TBS・テレビ東京・NewsPicks などメディア出演も多数。

変化の激しい現代において、チームを牽引し、確実に成果を出し続けるリーダーには何が求められているのでしょうか。
実は、圧倒的な成果を上げる「トップ5% のリーダー」には、業界や職種を問わず共通する**“ある行動習慣”**が存在します。
本講演では、17万人以上のビジネスパーソンの行動履歴をAIで分析してきた株式会社クロスリバー代表の越川慎司氏をお招きし、データに裏打ちされた「トップ5 %リーダーに共通する5つのアクション」を徹底解説。
精神論ではなく、明日からすぐに実践できる「チームの生産性を劇的に変えるヒント」をお届けします。

申込方法

右下のQRコードを読み取っていただくか、以下のURLにアクセスいただき、必要事項入力の上、お申込ください。(お申込URL:https://incgrow.seminarone.com/20261125/event/)

❶ 1台の端末で複数人が視聴する場合は、代表者1名のみでお申込をお願いします。
❷ お申込後、当日の視聴用URLはメールでお知らせします。そのため、お申込時に入力するE-mailアドレスは正確にご入力ください。
❸ ご視聴にはZoomのアプリが必要です。本講演会当日までに、ご視聴用の端末にアプリをダウンロードしてください。
❹ お申込情報は、インクグロウ(株)および筑波ふれあい倶楽部事務局に共有されます。本講演会の参加受付や連絡、サービス提供・案内に利用させていただきます。ご了承の上、お申込ください。

【お問い合わせ】インクグロウ株式会社(筑波銀行 筑波ふれあい倶楽部運営支援会社)
TEL:03-6264-9526/FAX:03-3668-0012　Mail:bso-service@incgrow.co.jp

Veiled

本澤 すみれ



《Veiled》は、瓶やランプ、本などの静物の中に、牛骨の頭部やカラスの剥製を配置した油彩画である。顔は本来、個体を識別し、その存在に固有性を与える重要な要素であり、我々はそこに強い関心を向ける。しかし本作では、牛骨の頭部は布に覆われ、カラスの顔はグラスと重なり不可視な状態に置かれている。鑑賞者が顔に向ける潜在的な興味や、見たいという欲求は、画面の中で意図的に阻害される。なお、タイトルには、物理的な遮蔽に加え、何かが包み隠されている状態を示唆する含意を込めた。本作は、個体の同一性を見出そうとする視線が妨げられることで、見るという行為そのものへの意識を喚起する。

洋画
H162cm×W261cm 1点

令和８年 筑波大学芸術専門学群 卒業研究・作品集より

このコーナーでは、筑波大学芸術系ならびに同大学の芸術専門学群を卒業された方々のご協力のもと、芸術作品を掲載しています。

筑波経済月報 No.160 2026.11
2026年11月１日発刊
発刊元：筑波総研 株式会社　〒300-0043 茨城県土浦市中央二丁目11番７号
連絡先：029-846-3390（TEL）029-846-3391（FAX）ri@tsukubair.co.jp