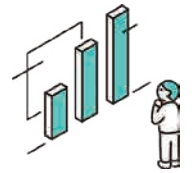


2025
7-9月期



第30回
美濃加茂市内企業 業況調査結果
調査項目 (自社業況・売上高・採算・仕入単価・従業員・資金繰り)

2025年9月に会員60事業所について業況調査を実施し、60事業所から回答を得ました。
(回答率100%)

ご協力いただきました皆様、誠にありがとうございました。今後も年4回実施していきますので、ご協力いただきますようお願いいたします。

〈調査概要〉

将来的な輸送力不足が懸念される中、政府は物流効率化やコスト転嫁を促進するため、物流関連法や下請法が改正され、一定規模以上の事業者に物流効率化計画の策定・報告を義務付けました。こうした動きを踏まえ、企業の物流効率化やコストの価格転嫁の実態を把握するために調査を実施しました。

1 2025年
7月～9月期の動向

※DI(景気判断指数)とは、業況・売上高・採算・仕入単価・従業員・資金繰りの項目についての判断の状況を表す。ゼロを基準としてプラスの値で景気の上向き傾向を表す回答の割合が多いことを示し、マイナスの値で景気の下向き傾向を表す回答の割合が多いことを示します。つまり、売上高などの実数値の上昇率を示すものではなく、強気・弱気などの景気感の相対的な広がり意味する。

【全体DI】

業況	今期 2025年7月～9月	先行き 2025年10月～12月
サービス	▲ 10.0	▲ 20.0
運輸・自動車	▲ 30.0	▲ 40.0
観光・飲食	▲ 20.0	▲ 10.0
建設	▲ 50.0	▲ 40.0
工業	▲ 10.0	0.0
商業	▲ 40.0	▲ 20.0
全業種平均	▲ 26.7	▲ 21.7

(※前回調査 ▲28.3)

(※前回調査 ▲8.3)

【販売単価DI】

販売単価	今期 2025年4月～6月	先行き 2025年7月～9月
サービス	20.0	20.0
運輸・自動車	20.0	30.0
観光・飲食	0.0	20.0
建設	0.0	0.0
工業	20.0	20.0
商業	0.0	0.0
全業種平均	10.0	15.0

(※前回調査 15.0)

(※前回調査 13.3)

【売上高DI】

売上高	今期 2025年4月～6月	先行き 2025年7月～9月
サービス	▲ 20.0	▲ 20.0
運輸・自動車	10.0	20.0
観光・飲食	▲ 10.0	▲ 20.0
建設	▲ 50.0	▲ 50.0
工業	10.0	0.0
商業	20.0	▲ 10.0
全業種平均	▲ 6.7	▲ 13.3

(※前回調査 ▲13.3)

(※前回調査 ▲10.0)

【採算DI】

採算	今期 2025年4月～6月	先行き 2025年7月～9月
サービス	▲ 30.0	▲ 50.0
運輸・自動車	▲ 20.0	▲ 40.0
観光・飲食	▲ 30.0	▲ 20.0
建設	▲ 60.0	▲ 60.0
工業	0.0	10.0
商業	▲ 50.0	▲ 50.0
全業種平均	▲ 31.7	▲ 35.0

(※前回調査 ▲41.7)

(※前回調査 ▲26.7)

【従業員DI】

従業員	今期 2025年4月～6月	先行き 2025年7月～9月
サービス	20.0	20.0
運輸・自動車	30.0	30.0
観光・飲食	40.0	30.0
建設	20.0	20.0
工業	20.0	20.0
商業	30.0	10.0
全業種平均	26.7	21.7

(※前回調査 20.0)

(※前回調査 25.0)

【仕入DI】

仕入	今期 2025年4月～6月	先行き 2025年7月～9月
サービス	▲ 50.0	▲ 40.0
運輸・自動車	▲ 80.0	▲ 80.0
観光・飲食	▲ 80.0	▲ 70.0
建設	▲ 60.0	▲ 60.0
工業	▲ 60.0	▲ 30.0
商業	▲ 50.0	▲ 60.0
全業種平均	▲ 63.3	▲ 56.7

(※前回調査 ▲70.0)

(※前回調査 ▲58.3)

【資金繰りDI】

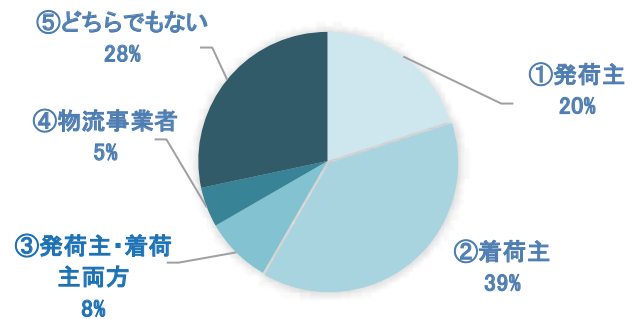
資金繰り	今期 2025年4月～6月	先行き 2025年7月～9月
サービス	▲ 10.0	▲ 10.0
運輸・自動車	▲ 30.0	▲ 20.0
観光・飲食	▲ 30.0	▲ 10.0
建設	▲ 30.0	▲ 40.0
工業	0.0	0.0
商業	▲ 10.0	0.0
全業種平均	▲ 18.3	▲ 13.3

(※前回調査 ▲16.7)

(※前回調査 ▲5.0)

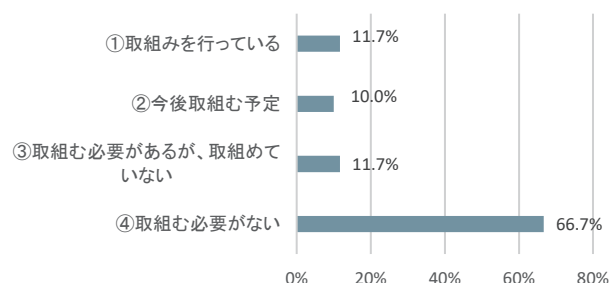
2 物流の属性について

今回の調査対象60社のうち、荷物を発送する企業（発荷主）が20%、荷物を受け取る企業（着荷主）が39%でした。両方の立場を持つ企業（発荷主・着荷主両方）は8%、物流サービスを提供する事業者は5%となっていま



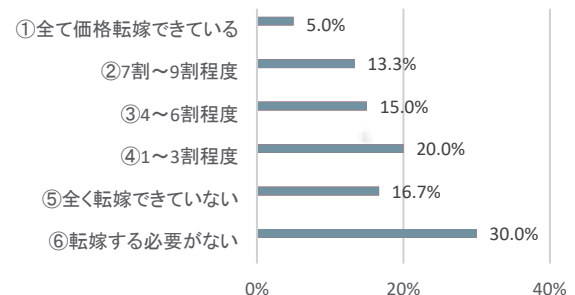
3 物流効率化の取り組み状況について

60社のうち3社は物流事業者で、いずれも効率化に取り組んでいます。一方、工業分野の企業のうち3社は、「物流効率化に取り組む必要は感じていないものの、まだ実施できていない」との回答がありました。



4 物流コスト増加分の価格転嫁状況について

物流コストの価格転嫁状況は、「すべて転嫁できている」企業が3社、「7～9割程度」が8社、「4～6割程度」が9社、「1～3割程度」が12社で、価格転嫁が1～3割程度にとどまる企業が最も多い結果となりました。



調査結果

【1】では、販売単価の上昇により一部業種で持ち直しの兆しがみられる一方、採算や資金繰りの面では依然として厳しさが残る結果となりました。運輸・自動車、観光・飲食業を中心にコスト高と人材不足が続き、全体として慎重な経営姿勢が続いています。全体の売上高は、前回との調査と比較してやや上向きましたが、建設業や商業の低迷が目立ちました。販売単価は上昇しているものの、依然として価格転嫁が難しい業種もあり、採算は前回調査と比較すると上昇しているものの、建設業・商業で収益性の低下が顕著でした。

人手不足は全業種で続いており、特に観光・飲食業で深刻です。仕入も高値安定が続き、コスト上昇が経営を圧迫しています。資金繰りは、やや悪化しており依然として厳しい水準にあり、全体として慎重な経営姿勢が続いています。原材料費や人件費、社会保険料などの負担増加に加え、販売価格への転嫁の難しさを指摘する声が多く寄せられました。

運輸業は若年層の人材不足に加え、社会保障費や税負担の高さが経営を圧迫しているとの意見がありました。製造業では、最低賃金の上昇に対して販売価格や取引価格の交渉が思うように進まず、収益確保が課題となっています。飲食業や菓子製造業からは、「食用油・卵・小豆・もち米・包材など、仕入れコストの上昇が止まらず、販売単価の値上げを検討しているものの、顧客離れを懸念して十分な価格転嫁ができていない」との声が多く聞かれました。建設業では、物価高が続く中で職人の負担感が強く、さらに米国の関税引き上げなど国際情勢による資材価格への影響を懸念する声が上がっています。「関税が上がれば工場や事務所建設の需要が減少し、来年度以降の受注に不安を感じる」との意見もありました。

商業分野では、「仕入価格やガソリンなどの消耗品費の上昇が利益を圧迫しており、販売価格への転嫁が進まない中で利益減少が生じている」「市外・県外企業や通販事業者との価格競争が激化し、顧客の奪い合いが起きている」といった声がありました。また、消費者の購買力低下を指摘する意見も多く、特に30～50代の消費者層に「生活の厳しさ」「減税の必要性」を求める声が聞かれました。

全体として、各業種において原材料・人件費・社会保険料などの上昇により経営環境が厳しさを増しており、価格転嫁や人材確保、消費需要の回復が今後の重要な課題であることがわかりました。