

2025

4

商工会議所 LOBO (早期景気観測)

2025年 4 月調査結果

コスト増加分の価格転嫁の動向①

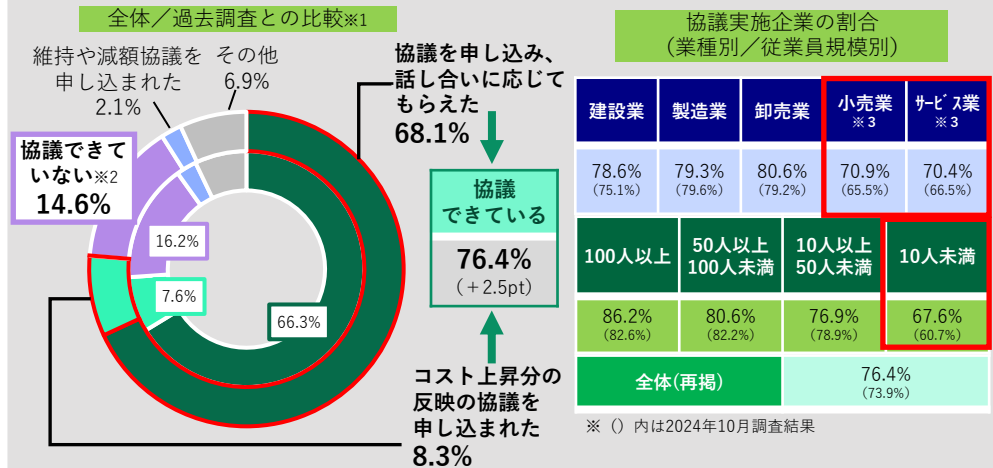
価格協議の実施割合は増加するも、 価格転嫁は進まず、まだ道半ばの状況

- 発注側企業との「価格協議の動向」について、「協議を申し込み、話し合いに応じてもらえた」は68.1%、「コスト上昇分の反映の協議を申し込まれた」は8.3%、合計で「協議できている」企業は76.4%と高水準となった。2024年10月調査から2.5ポイント増加し、価格協議が浸透している。
- 業種別にみると、建設業、製造業、卸売業は約8割と高水準だが、小売業とサービス業は約7割と前回調査より増加しているものの全体を下回る結果となった。また、従業員規模別にみると、10人未満の小規模企業でも増加傾向にあるものの約7割にとどまった。
- コスト増加分の「価格転嫁の動向」について、「4割以上の価格転嫁」を実施できた企業は52.7%と、2024年10月調査から+0.5ポイントとほぼ横ばいとなった。価格協議に比べて増加率は低調となり、価格転嫁はまだ道半ばであることがうかがえる。
- 業種別にみると、建設業、卸売業は「4割以上の価格転嫁」を実施できた企業が約65%と高水準だが、サービス業は3割強と低水準。また、従業員規模別にみると、10人未満の小規模企業で全体を下回った。

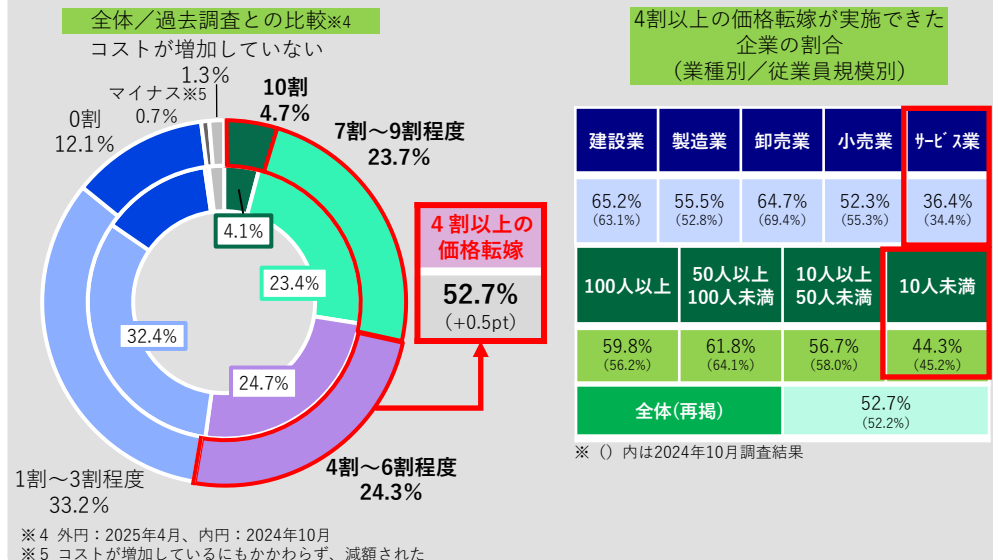
中小企業の声

- 価格協議には応じてもらえるものの、単価引き上げに係る詳細な資料の提出を求められ、実質的な価格交渉を行うことは難しい。
(日立 民生用電気機械製造業)
- 原材料価格の上昇に加え、ガソリン代の高騰等、コスト増要因しかない。一方、消費者の所得は増えていないため、売上減少を危惧し、価格転嫁はできない。
(荒尾 衣服・日用品卸売業)
- 原材料高騰により値上げを実施したものの、コメの価格が上昇し、再度値上げを実施。その結果、客離れが起きてしまっている。
(新南陽 すし店)
- コメの価格上昇が連日報道されている影響もあり、飲食店には値上げに応じてもらいやすい状況にある。(多摩 米穀類小売業)

価格協議の動向



価格転嫁の動向 (コスト全体)



コスト増加分の価格転嫁の動向②

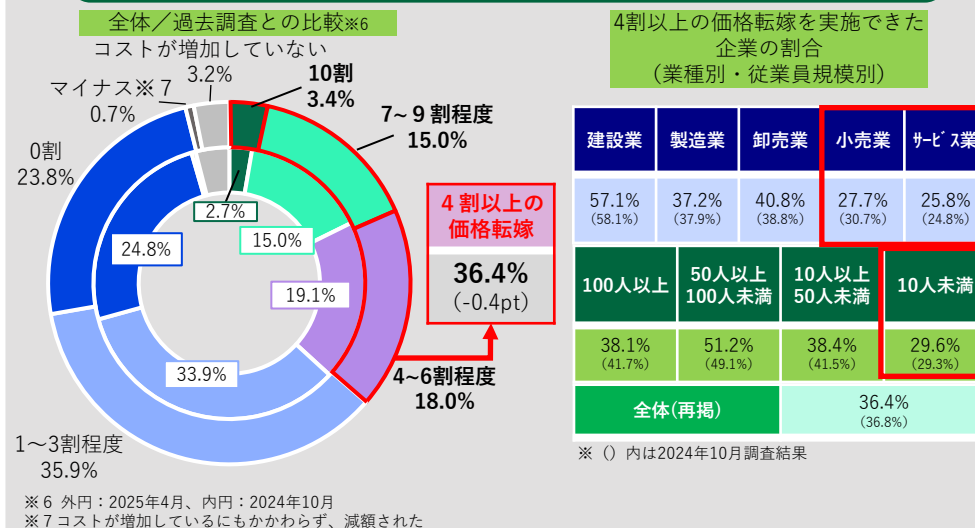
労務費増加分を「4割以上価格転嫁」できた企業は36.4%と、依然として低水準

- コスト増加分のうち、労務費増加分の「価格転嫁の動向」について、「4割以上の価格転嫁」を実施できた企業は36.4%と、「労務費転嫁指針」の周知等が行われているものの、2024年10月調査から▲0.4ポイントとほぼ横ばいとなり、依然として低水準となった。
- 労務費増加分の「価格転嫁の動向」を業種別にみると、建設業は「4割以上の価格転嫁」を実施できた企業が6割に迫るなど他業種と比較して高水準だが、小売業、サービス業は全体を下回った。また、従業員規模別にみると、10人未満の小規模企業が最も低水準となった。
- 「価格協議を行うにあたり希望する支援策」は、「自社にて対応可能なため支援策は必要ない」が34.6%と最も多くなった。次に、「価格協議の必要性の取引担当者への周知・啓発」が24.3%、「価格協議の必要性の経営者への周知・啓発」が22.8%となった。価格協議の必要性を経営者、取引現場の双方に浸透させていくことが必要であると考えられる。
- 価格協議の実施有無で「価格転嫁の動向」に大きな格差があり、「協議実施」企業では「4割以上の価格転嫁」を実施できた企業が6割を超えるが、「協議未実施」企業では3割程度となった。

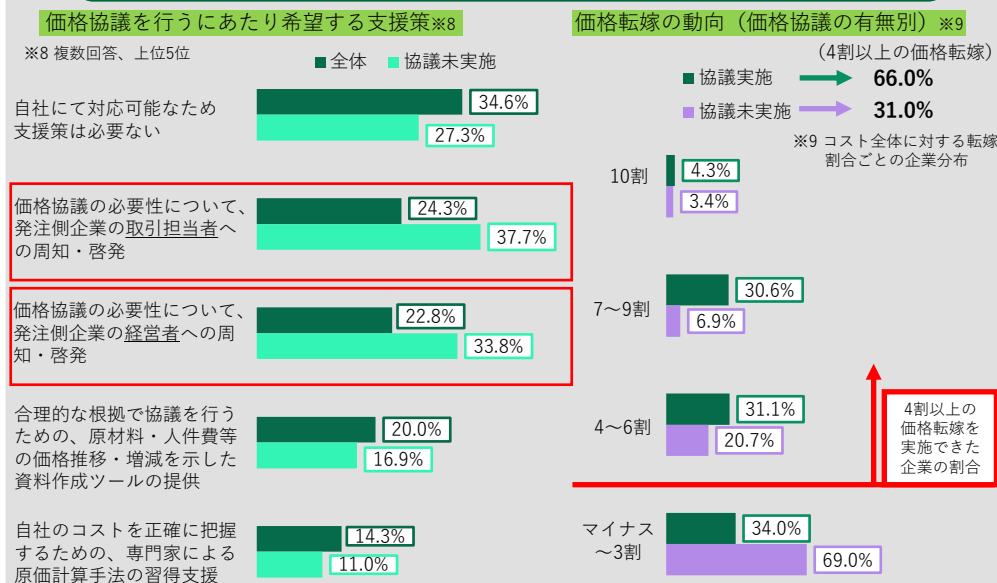
中小企業の声

- 労務費は上がる一方であるが、取引先との交渉の難しさ、販売数量が減少することへの懸念から、価格転嫁はなかなか進めることができない。
(三原 パン・菓子製造業)
- ガソリン価格高騰に伴う輸送費の上昇、人件費の高騰により、コストが増加する一方、商品の特性上、容易に値上げを実施できず、生産性向上によるコスト圧縮に取り組んでいる。
(大阪 筆記・事務用品卸売業)
- 原材料費、労務費の上昇ペースに対して、数か月に一度の価格転嫁を行っても追い付いていない状況。コストを吸収するための新商品開発を行っている。
(今治 織物外衣製造業)

価格転嫁の動向（労務費）



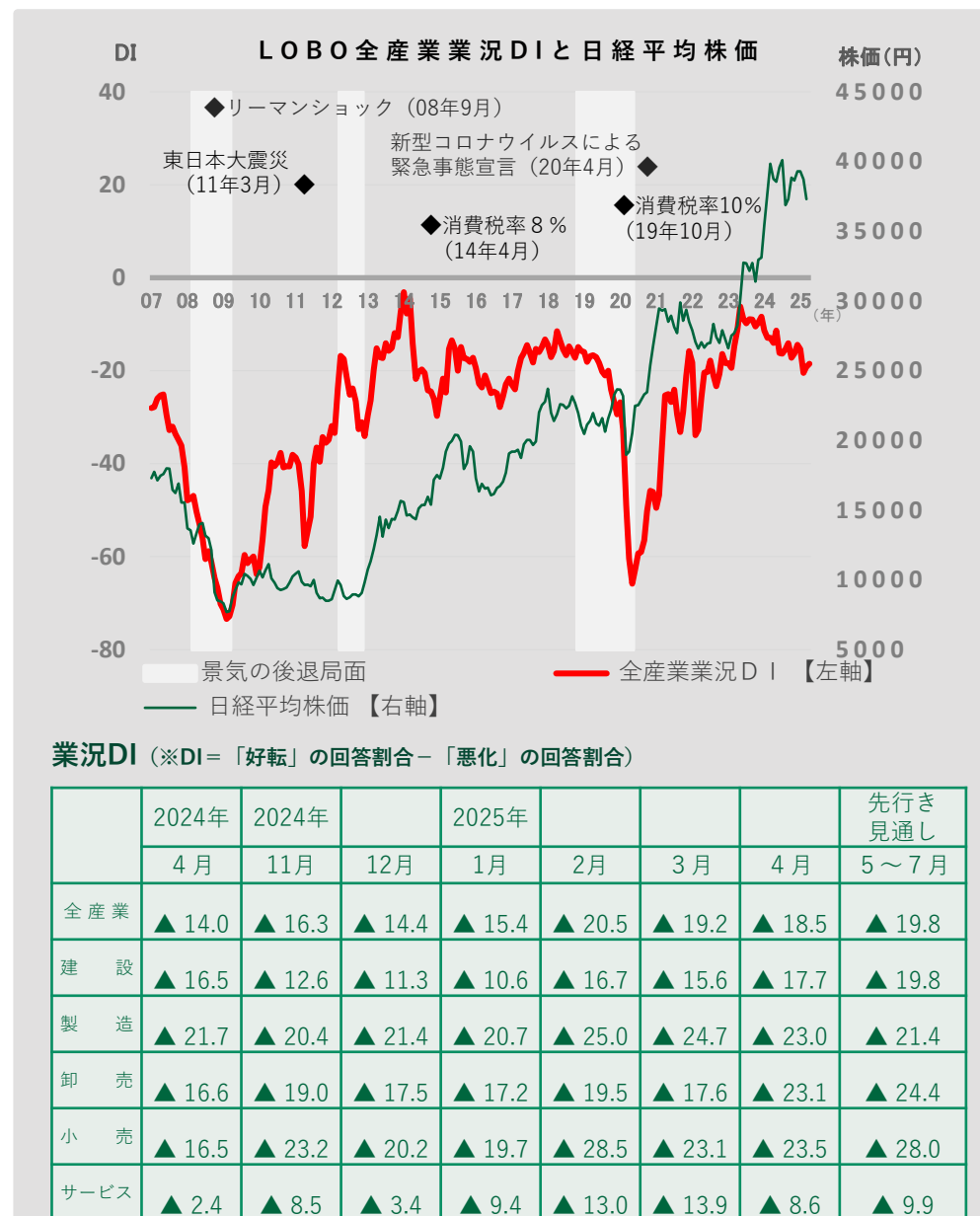
価格協議と価格転嫁の関係



2025年4月の動向

**業況DIは、消費マインド低迷等が足かせでほぼ横ばい
先行きは、トランプ関税への懸念から慎重な見方**

- **全産業合計の業況DIは、▲18.5（前月比+0.7ポイント）**
- サービス業は歓送迎会需要や観光需要により、ハレの日関係の利用が増えた飲食店が押し上げ、改善した。製造業は、サービス業からの引き合い増加で、飲食料品関係を中心に改善した。小売業では新年度需要はあるものの、消費マインドの低迷が足かせとなり、ほぼ横ばいとなった。建設業は資材価格や労務費の高騰で悪化し、卸売業は建設業からの引き合い減少やガソリン価格の高騰で悪化した。
- 新年度需要や観光需要は好調なもの、人手不足が継続しているほか、ガソリン価格やコメ価格をはじめとしたコストが増加している。今後への不安感から消費マインドが低迷しており、中小企業の業況はほぼ横ばいにとどまった。
- **先行き見通しDIは、▲19.8（今月比▲1.3ポイント）**
- 好調に推移するインバウンド需要のほか、大型連休への期待もある一方、今年は連休の日並びが悪いことから例年ほどの恩恵は受けられないのではないかという声も聞かれた。コスト増や人手不足といった経営課題も山積している。
- また、トランプ関税が今後の日本経済に与える影響を懸念する声が多数聞かれ、今後の動向の不透明さから先行きは慎重な見方となっている。

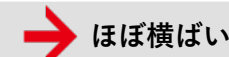


業種別の動向

前月と比べたDI値の動き



改善



ほぼ横ばい



悪化



資材価格や労務費の高騰によるコスト増が継続する中、価格転嫁が追いついておらず、悪化。トランプ関税による今後の設備投資需要の減少を懸念する声も聞かれた。

- 「国や地方自治体の予算が資材価格や労務費の高騰に追いついておらず、公共工事において適正な価格での受注ができない。また、人手不足で受注機会を逃してしまうケースもある」（一般工事業）
- 「トランプ関税で先行きが不透明になっており、設備投資需要が減少しないか不安である」（土木工事業）



歓送迎会需要や国内外からの観光需要の引き合いを受けた飲食料品関係が押し上げ、改善。一方、トランプ関税による今後の影響を懸念する声が多数聞かれた。

- 「市内に観光客が多く、ここ最近はお土産となる製品の売れ行きがかつてないほど好調である」（野菜漬物製造業）
- 「当社は直接の輸出は行っていないが、取引先の自動車メーカーがトランプ関税の影響を受けた場合には、関税引き上げ分の負担を求められることが懸念される」（自動車・附属品製造業）



幅広い業態でガソリン価格高騰の影響を受けているほか、建設業からの引き合い減少を受けた建築材料関係、ならびにコメの価格高騰の影響を受けた飲食料品関係が押し下げ、悪化。

- 「資材価格の高騰が続いていることで引き合いが少なく、売上が悪化している。当面の間は状況が変わることはないと考えられ、厳しい経営環境に置かれると思う」（建築材料卸売業）
- 「コメ価格の大幅な上昇で買い控えが起こり、売上が減少し続けている」（食料・飲料卸売業）



新年度需要はあるものの、コスト増や人手不足の継続、ならびに消費マインドの低迷による日用品の買い控えが足かせとなり、ほぼ横ばい。

- 「新年度の挨拶の際に渡すことを目的とした贈答品の購入が多い」（商店街）
- 「4月から多くの品目で値上げがされたという連日の報道に加え、トランプ関税による今後への不安感から、消費マインドが低迷しているように感じる」（総合スーパー）



コメの価格高騰の影響はあるものの、歓送迎会需要や国内外からの観光需要により、ハレの日関係の利用が増えた飲食店が押し上げ、改善。

- 「コスト増が継続しているため価格協議を行いたいが、2024年問題に対応するための運賃引き上げを依頼してからまだ日が浅く、価格協議の実施を躊躇してしまっている」（運送業）
- 「足元ではインパウンドの来店が増加しているほか、歓送迎会をはじめとした大人数での宴会の開催も多い」（飲食店）

ブロック別の動向

前月と比べたDI値の動き



改善



ほぼ横ばい



悪化



北海道

北海道は、悪化。建設業では、公共工事の受注減少に、資材価格・ガソリンの高騰や人手不足への対応が重なり、採算が悪化した。卸売業では、建設業からの引き合い減少により、建築金属材料関係などで売上・採算が悪化した。事業者からは、今月より札幌エリアなどの路線バスが大幅な減便となったことで、地域住民の外出機会が減少し、売上も減少している、という声が聞かれた。



東北

東北は、悪化。小売業では、コメなどをはじめとする物価の高騰により、消費者の買い控えが生じており、幅広い業態で業況が悪化した。事業者からは、日用品や食料品に対する節約志向は依然として高いが、最近は土産品などに対しても買い控えの傾向がみられる、という声が聞かれた。卸売業では、小売業からの引き合い減少により、日用品や飲食料品関係で売上が悪化した。



北陸信越

北陸信越は、ほぼ横ばい。サービス業では、新年度需要の恩恵を受け、不動産関係や洗濯・理容関係などで売上・採算が改善した。飲食店からは、輸入品の仕入れは為替の影響を受け、コスト管理が難しいため、今後は地元食材を使用したメニューの開発により経営の安定を図っていく、という声が聞かれた。一方、卸売業では、消費者の買い控えの影響で小売業からの引き合いが減少し、日用品や飲食料品関係で売上・採算が悪化した。



関東

関東は、悪化。建設業では、資材価格の高騰により、民間住宅の受注が低迷しており、売上・採算が悪化した。事業者からは、公共工事において、当初の見積額からコストが増加した場合も請求額を変更できず、利益率が低くなるため、計画的に入札をしない案件が増えている、という声が聞かれた。製造業では、建設業からの引き合い減少の影響を受け、鉄鋼関係や金属製品関係で売上・採算が悪化した。



東海

東海は、ほぼ横ばい。サービス業では、新年度需要により、生活関連サービスで売上・採算が改善した。一方、製造業では、公共工事が伸び悩む建設業からの需要が減少し、機械器具関係や鉄鋼関係などで売上・採算が悪化した。事業者からは、価格転嫁には取り組んでいるものの、カタログの改訂や取引先との商談には半年以上の期間を要し、その間は収益が圧迫されるため厳しい、という声が聞かれた。



関西

関西は、改善（前月比+10.3ポイントの大幅な改善）。サービス業では、今月13日に開幕した大阪・関西万博の影響で、インバウンド・国内観光需要が増加し、飲食・宿泊関係で売上が改善した。小売業でも、観光客による消費拡大の恩恵を受け、幅広い業態で売上・採算が改善した。事業者からは、万博による人流増加で足元の景気は良い一方、最近の円高によってインバウンド消費が減少する懸念もある、という声が聞かれた。

ブロック別の動向

前月と比べたDI値の動き



中国

中国は、ほぼ横ばい。小売業では、新年度需要の影響を受け、専門小売店や百貨店などで売上・採算が改善した。一方、卸売業では、資材価格の高騰で受注が伸び悩んでいる建設業からの引き合い減少により、建築金属材料関係や機械器具関係などで売上・採算が悪化した。事業者からは、後継者不足により廃業を検討しているという理由から設備投資を見送る取引先が多く、受注が減少している、という声が聞かれた。



四国

四国は、改善。製造業では、インバウンド・国内観光需要の恩恵を受けた飲食店や、春物衣料の売れ行きが好調な小売店からの引き合い増加を受け、飲食料品関係や繊維関係などで売上が改善した。建設業では、民間工事の受注が堅調に推移し、売上・採算が改善した。一方、事業者からは、時間外労働の上限規制に加えて、高齢従業員の退職増加により、労働力不足が深刻化している、という声が聞かれた。



九州

九州は、改善。サービス業では、歓送迎会需要や観光需要が堅調に推移し、飲食・宿泊関係で売上・採算が改善した。事業者からは、人手不足に対してはスポットワーカーの派遣サービスで対応しているが、手数料などが高いため、他のコスト削減により原資確保に努める、という声が聞かれた。製造業では、半導体関連の設備投資需要や、サービス業の需要増加により、機械器具関係や飲食料品関係で売上・採算が改善した。

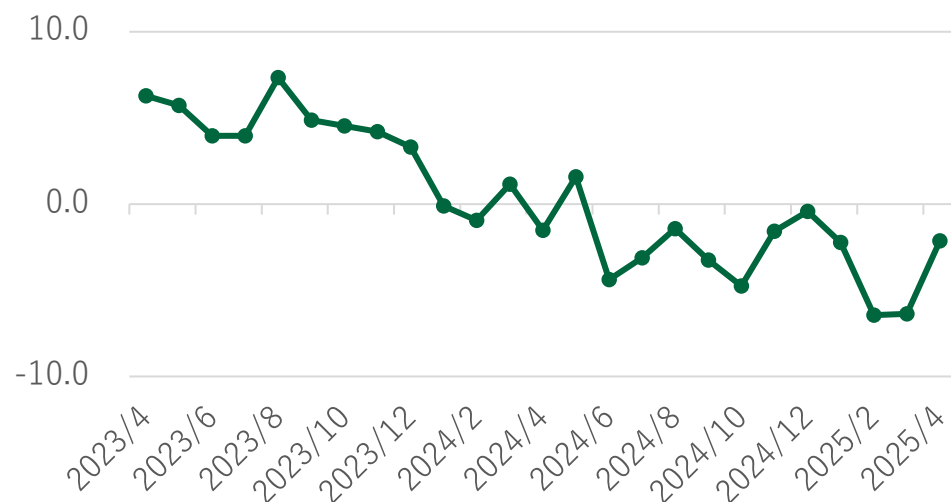
	2024年	2024年		2025年				先行き 見通し
	4月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5～7月
全 国	▲ 14.0	▲ 16.3	▲ 14.4	▲ 15.4	▲ 20.5	▲ 19.2	▲ 18.5	▲ 19.8
北 海 道	▲ 7.0	▲ 10.5	▲ 8.2	▲ 14.3	▲ 15.4	▲ 13.5	▲ 15.2	▲ 15.6
東 北	▲ 18.1	▲ 21.7	▲ 20.7	▲ 20.8	▲ 31.3	▲ 29.1	▲ 31.8	▲ 31.8
北陸信越	▲ 21.8	▲ 22.0	▲ 24.2	▲ 23.0	▲ 34.1	▲ 30.9	▲ 31.6	▲ 32.2
関 東	▲ 13.5	▲ 13.8	▲ 12.0	▲ 11.9	▲ 17.0	▲ 13.4	▲ 14.7	▲ 19.9
東 海	▲ 7.4	▲ 15.7	▲ 14.6	▲ 14.6	▲ 20.7	▲ 13.5	▲ 14.1	▲ 17.0
関 西	▲ 15.8	▲ 20.6	▲ 10.7	▲ 16.0	▲ 18.0	▲ 21.5	▲ 11.2	▲ 15.0
中 国	▲ 14.9	▲ 8.0	▲ 7.0	▲ 9.4	▲ 13.6	▲ 19.0	▲ 18.5	▲ 16.2
四 国	▲ 13.5	▲ 18.9	▲ 20.3	▲ 18.5	▲ 23.2	▲ 20.7	▲ 18.0	▲ 15.6
九 州	▲ 19.9	▲ 19.7	▲ 14.9	▲ 14.3	▲ 15.4	▲ 23.2	▲ 19.9	▲ 16.2

参考：DI時系列表

売上DI

(※DI=「増加」の回答割合－「減少」の回答割合)

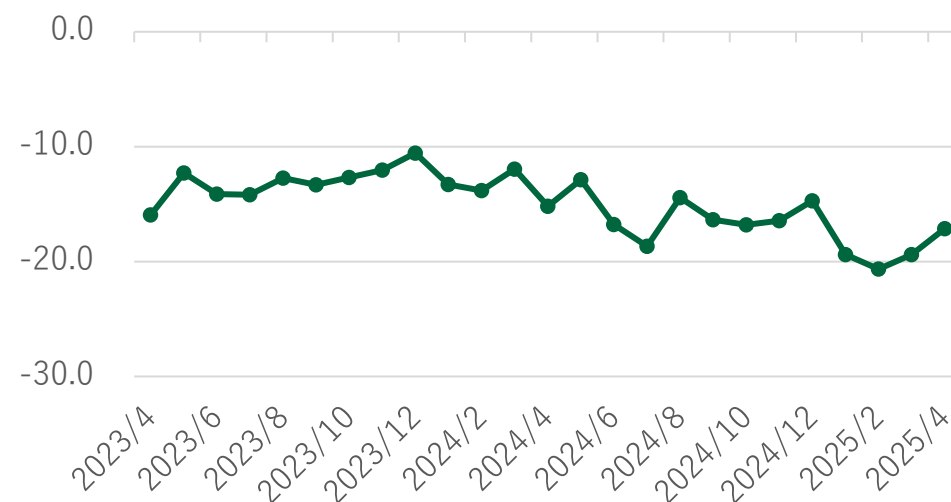
	2024年	2024年		2025年				先行き 見通し
	4月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5～7月
全産業	▲ 1.5	▲ 1.6	▲ 0.4	▲ 2.2	▲ 6.4	▲ 6.4	▲ 2.1	▲ 8.5
建設	▲ 10.1	▲ 3.6	▲ 9.4	▲ 7.3	▲ 10.4	▲ 4.7	▲ 10.1	▲ 14.9
製造	▲ 10.9	▲ 6.7	▲ 6.6	▲ 7.2	▲ 11.4	▲ 10.6	▲ 9.4	▲ 8.4
卸売	▲ 0.9	▲ 4.7	4.4	▲ 0.4	▲ 3.5	0.0	▲ 5.0	▲ 16.1
小売	▲ 0.5	▲ 7.5	▲ 3.4	▲ 5.4	▲ 7.6	▲ 10.9	▲ 0.5	▲ 13.1
サービス	11.3	10.6	11.6	7.4	0.4	▲ 2.7	9.9	2.5



採算DI

(※DI=「好転」の回答割合－「悪化」の回答割合)

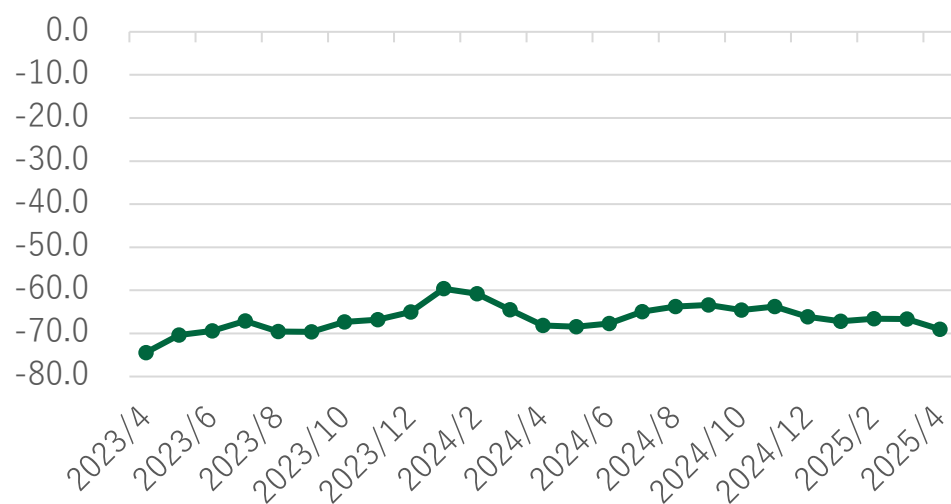
	2024年	2024年		2025年				先行き 見通し
	4月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5～7月
全産業	▲ 15.2	▲ 16.4	▲ 14.7	▲ 19.4	▲ 20.7	▲ 19.4	▲ 17.1	▲ 18.4
建設	▲ 20.2	▲ 15.0	▲ 12.9	▲ 16.1	▲ 17.9	▲ 13.8	▲ 16.8	▲ 18.0
製造	▲ 18.9	▲ 20.0	▲ 19.6	▲ 19.7	▲ 22.8	▲ 19.8	▲ 21.4	▲ 19.8
卸売	▲ 14.5	▲ 14.2	▲ 8.8	▲ 23.2	▲ 18.6	▲ 14.9	▲ 18.6	▲ 19.8
小売	▲ 16.8	▲ 23.2	▲ 20.5	▲ 23.6	▲ 25.6	▲ 26.3	▲ 18.2	▲ 23.7
サービス	▲ 7.8	▲ 9.8	▲ 9.2	▲ 16.4	▲ 17.4	▲ 19.4	▲ 11.9	▲ 12.6



参考：DI時系列表

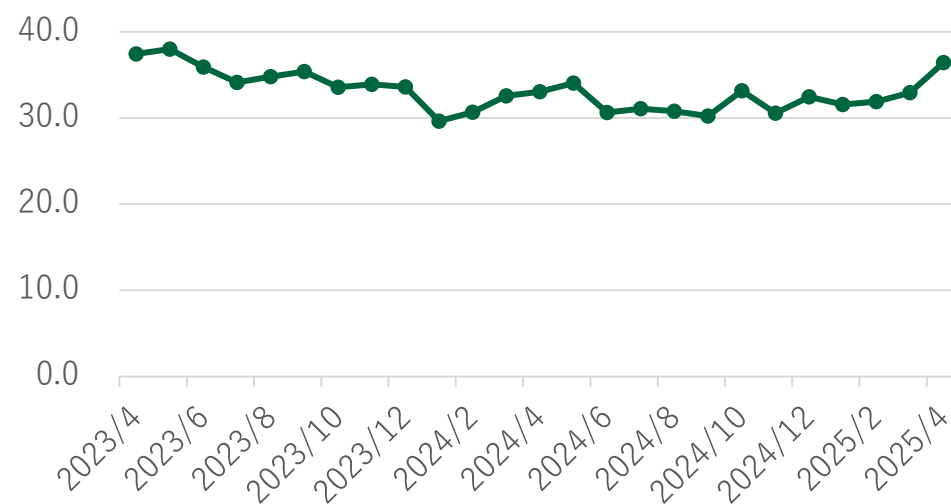
仕入単価DI (※DI=「下落」の回答割合-「上昇」の回答割合)

	2024年	2024年		2025年				先行き 見通し
	4月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5～7月
全産業	▲ 68.1	▲ 63.7	▲ 66.1	▲ 67.2	▲ 66.6	▲ 66.6	▲ 69.1	▲ 57.4
建設	▲ 73.4	▲ 68.8	▲ 68.7	▲ 70.1	▲ 67.6	▲ 70.3	▲ 72.0	▲ 62.8
製造	▲ 61.5	▲ 58.3	▲ 61.9	▲ 59.8	▲ 63.2	▲ 65.2	▲ 67.0	▲ 52.1
卸売	▲ 66.4	▲ 61.6	▲ 69.3	▲ 68.7	▲ 68.0	▲ 67.1	▲ 69.0	▲ 56.2
小売	▲ 73.5	▲ 69.3	▲ 71.8	▲ 72.8	▲ 71.0	▲ 67.9	▲ 69.7	▲ 60.9
サービス	▲ 67.9	▲ 62.5	▲ 63.0	▲ 67.4	▲ 65.3	▲ 64.5	▲ 68.7	▲ 57.0



販売単価DI (※DI=「上昇」の回答割合-「下落」の回答割合)

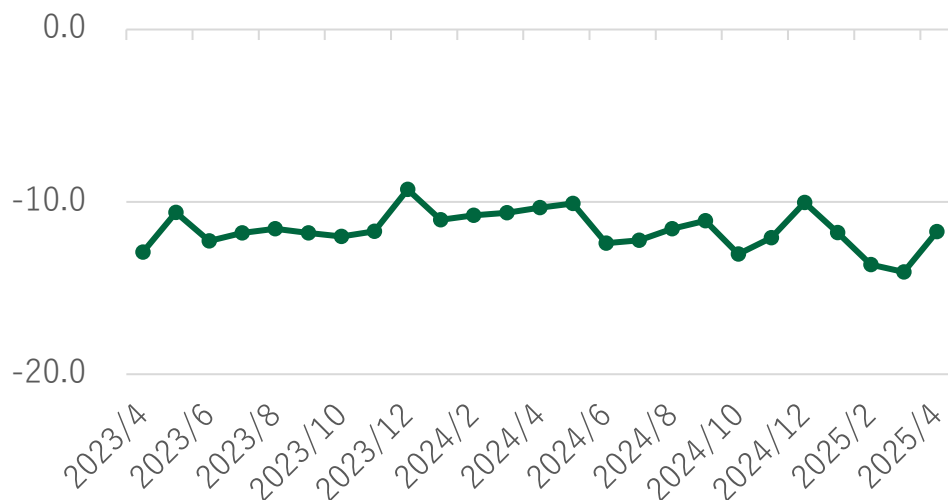
	2024年	2024年		2025年				先行き 見通し
	4月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5～7月
全産業	33.1	30.6	32.5	31.6	31.9	32.9	36.4	25.9
建設	33.0	29.7	31.7	29.6	31.4	33.4	39.9	25.6
製造	26.6	23.5	26.3	25.9	26.0	27.6	29.5	17.7
卸売	40.4	38.8	49.1	44.2	45.9	51.4	49.2	38.8
小売	43.8	44.8	45.9	44.9	43.3	42.4	46.5	36.6
サービス	27.9	23.6	21.2	22.7	23.3	22.2	27.0	19.5



参考：DI時系列表

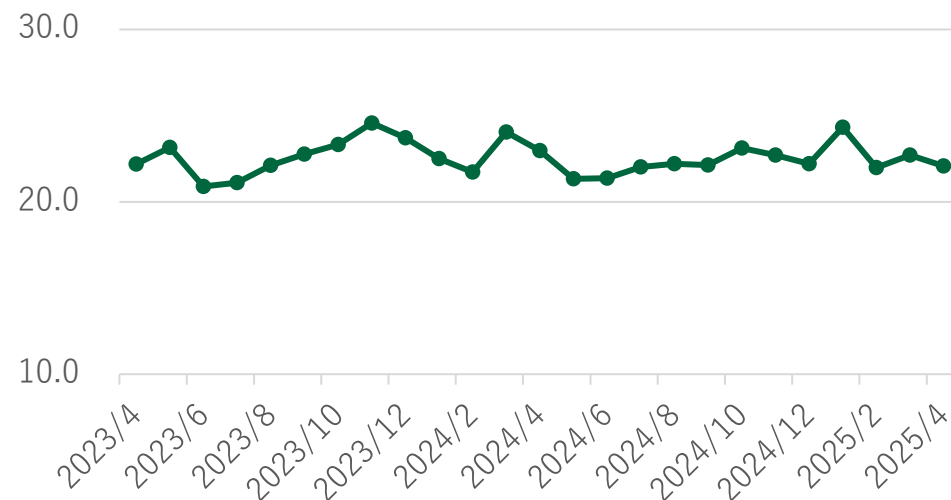
資金繰りDI (※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

	2024年	2024年		2025年				先行き 見通し
	4月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5～7月
全産業	▲ 10.3	▲ 12.1	▲ 10.0	▲ 11.8	▲ 13.7	▲ 14.1	▲ 11.7	▲ 13.2
建設	▲ 6.7	▲ 7.5	▲ 6.9	▲ 5.3	▲ 6.9	▲ 6.9	▲ 7.0	▲ 8.5
製造	▲ 12.7	▲ 15.4	▲ 12.4	▲ 13.7	▲ 16.1	▲ 19.6	▲ 17.1	▲ 16.5
卸売	▲ 8.5	▲ 4.7	▲ 7.5	▲ 9.4	▲ 10.8	▲ 7.2	▲ 11.2	▲ 12.4
小売	▲ 13.6	▲ 17.5	▲ 15.3	▲ 15.4	▲ 20.4	▲ 18.0	▲ 13.6	▲ 18.2
サービス	▲ 8.6	▲ 11.0	▲ 6.8	▲ 12.6	▲ 11.6	▲ 13.3	▲ 8.4	▲ 9.5



従業員DI (※DI=「不足」の回答割合-「過剰」の回答割合)

	2024年	2024年		2025年				先行き 見通し
	4月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5～7月
全産業	23.0	22.7	22.2	24.3	22.0	22.7	22.1	21.2
建設	32.4	39.3	38.9	38.7	37.1	37.5	34.5	36.3
製造	13.1	10.1	9.6	13.3	12.6	11.5	12.2	9.6
卸売	14.9	15.5	15.4	20.2	15.2	19.8	14.0	14.0
小売	22.1	20.4	19.7	23.1	18.5	17.0	17.7	16.9
サービス	30.7	29.3	29.2	28.2	27.5	30.0	30.7	29.2



調査要領

LOBOとは

「CCI（CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY）－QUICK SURVEY SYSTEM OF **LOCAL BUSINESS OUTLOOK**」（商工会議所早期景気観測）からとった略称

目的

商工会議所のネットワークのもと、地域や中小企業が「肌で感じる足元の景気感」を全国ベースで毎月調査するとともに、月毎にテーマを設定して調査（例：設備投資や採用・賃金の動向等）を実施・公表することにより、企業を取り巻く経営環境や直面する課題等の現状を示すデータとして、経済対策に関する政策提言・要望活動などに活用することを目的に1989年4月より調査開始。

調査方法

調査対象商工会議所職員（含む経営指導員）による調査票配布・回収

調査項目

業況・売上・採算・資金繰り・仕入単価・販売単価・従業員の前年同月比（前年同月と比較した今月の水準）と向こう3か月の先行き見通し（今月水準と比較した向こう3か月（当月を除く）の先行き見通し）、自社が直面している経営上の問題など

※DI値（景況判断指数）について

DI値は、業況・売上・採算などの各項目についての、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す。したがって、売上高などの実数値の上昇率を示すものではなく、強気・弱気などの景況感の相対的な広がりの意味する。

$DI = (\text{増加・好転などの回答割合}) - (\text{減少・悪化などの回答割合})$

※数値処理の方法について

構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない。

調査対象数

配布先：全国321商工会議所の会員 2,453企業

（有効回答数1,971企業[回答率80.4%]）

（内訳）

建設業：400（有効回答数328企業[回答率82.0%]）

製造業：603（有効回答数491企業[回答率81.4%]）

卸売業：285（有効回答数242企業[回答率84.9%]）

小売業：491（有効回答数396企業[回答率80.7%]）

サービス業：674（有効回答数514企業[回答率76.3%]）

調査期間

2025年4月14日～18日

公表日

2025年4月30日