

2024
SUMMER

Vol. **35**

だいしん
ビジネス  てらす
//// 地域のビジネスに光を照らす ///

だいしん ビジネスてらす レポート

2024年4月～6月期・実績

2024年7月～9月期・見通し



第18回
トップインタビュー

東海牛乳 株式会社

■ ■ ■ 西濃地域のおすすめショップ紹介 ■ ■ ■

オーダーメイドスーツ order made suits ソルジャー SOLDIER



いっしょに あしたへ
大垣西濃信用金庫

<https://www.ogakiseino-shinkin.co.jp>



LINE公式アカウント開設!
友だち追加はこちらから!
@ogakiseino-shinkin



2024年4月稼働の「もとす工場」



開放感のあるオフィス



工場見学用のパネルも展示

第18回 トップインタビュー

東海牛乳 株式会社

〒503-2304 岐阜県安八郡神戸町丈六道66 <https://tokai-milk.jp/>

創業/明治16(1883)年4月 資本金/2,000万円 代表取締役/井尾 行宏 従業員数/165名(令和6年7月現在)
事業内容/牛乳、乳飲料、清涼飲料水、果汁飲料等の企画・製造・販売 新工場/もとす工場 岐阜県本巣市温井199



代表取締役 井尾 行宏 さん

美味しい!のその先に健やかな笑顔が広がる 製品づくりを目指します。

【若山】 創業141年、東海牛乳さんは、日本で最初に「瓶牛乳の課題」に挑んだメーカーと伺いました。

【井尾社長】 創業は明治16年です。牧場で牛を飼い、毎朝搾り立ての牛乳をガラス瓶に詰めて近隣へ届ける商いから始まりました。空き瓶を玄関先で回収し、洗浄・殺菌・再利用する2wayサービスは、長く多くの方に親しまれてきました。転機が訪れたのは昭和40年代、スーパーが続々と全国に誕生した頃です。各メーカーは1way(売りっぱなし)大容量の商品づくりに迫られました。

日本で最初に瓶牛乳を廃止したのは当社です。昭和49年、重くて割れやすい瓶の代わりに、軽くて丈夫で回収不要のポリエチレン容器(200ml)を開発しました。これにより製造工程と運送の負荷を半減させることができ、瓶の再利用に伴う衛生面のリスクも解消されました。おかげ様で当時の反響は大きく、東京～九州の大型スーパーに当社の製品が並ぶことになりました。その後当社もリサイクルできる紙パック(1ℓ)に移行しましたが、ポリ容器の試みは全国に社名を知っていただく機会となりました。

【若山】 お店に行くと目移りするほど多くの商品が並んでいます。賞味期限も昔と比べて長くなりました。

【井尾社長】 当社の企業理念は「美味しさと健康づくり」です。1杯の牛乳やジュースから健やかな暮らしが始まることを目指しています。毎日口にするものですから、美味しくなければ続きません。家族の好みや体調に合わせて選べるように、オーガニック、低脂肪、産地指定など、牛乳だけでも数十種類(PBを含む)の商品を製造しています。また、美味しさを長持ちさせることは大切な取り組みの一つです。当社では、添加物を使わず「技術の力で品質を保つ」製法を

採り入れており、高度な衛生管理技術を用いたESL^{※1}は最大14日の賞味期限を実現しています。

東海地方でいち早くパッケージの日付を「製造年月日から賞味期限に変更」したのは当社です。2週間先の日付が印された牛乳は、店頭でお客様の目を引く存在となりました。また、美味しさの持続(賞味期限)が一目で伝わる牛乳は、値引き対象となる前に売り切ることができるため、小売店の方からも好評をいただきました。

食品メーカーである以上、安心・安全の取り組みは欠かせません。HACCP(ハサップ)は令和3年の義務化に先駆け平成30年に取得しました。令和5年には食の安全と品質を保証する国際規格SQFを取得。これは、仕入れた原材料をどのような工程で製造し、どこに出荷されるのか、すべてを徹底的に管理するシステムです。メーカーが責任をもって信頼できる製品づくりをしていることを示しています。同じく令和5年に有機JASも取得。乳牛の餌から搾乳、輸送、製造、貯蔵、充填まで、農薬や化学肥料を一切使わず、自然界の力で生産された食品であることを表します。当社では専用の製造ラインを構築し、オーガニック牛乳を製造しています。

【若山】 自然が相手の製品づくり、安定的な経営のために工夫されていることはありますか。

【井尾社長】 牛乳は、産地が違えば味も香りも異なります。乳牛は寒さに強く、暑さに弱いので、季節によっても変動します。冬は夏より乳量が多く乳成分が高くなるため、コクと風味が増しますが、市場のニーズはその逆で、冬の販売量は2割低下します。美味しい牛乳をロスせぬように、コーヒー牛乳を作ったり特売を行ったりして冬場を凌いできましたが、近年は「業務用殺菌乳」の販売に力を入れています。

※1 原料乳から製品に至る全工程で殺菌を強化し、賞味期限を延ばす製法



スマートファクトリー

ます。プリンやヨーグルト、生クリーム、チーズ、スープなど食品の約2割は牛乳を原料としており、冬季に需要が高まります。そこで当社は10ℓ、1t、タンクローリー納品などの選択肢を設け、町のケーキ屋さんから大手食品メーカーまで、食材としての殺菌乳を届けています。成分調整はもちろん可能、専用施設も2工場に設けています。

フードロス対策でいうと、もう一つ取り組みがあります。「こども食堂」への食材提供です。当社には、新商品の試作や製造ラインの試運転など、良質にもかかわらず市場に出す前のサンプル品が大量にあります。それを運営団体にお届けし、メニューに加えていただくとともに、感想などもお聞きして次の商品開発に生かしています。

【若山】 本社工場に加え、今年4月に新工場も稼働しました。今後の事業展開はどのようにお考えですか。

【井尾社長】 新工場は最新鋭の自動化工場です。生乳の秤量・検査から清浄、均質化、殺菌、充填、検査、包装、出荷まで、ほとんどの工程をコンピュータ制御で行います。本社工場よりも生産量が多いのですが、社員数は1/3! 今後はマンパワーを生かして商品開発や購買、物流のシステム構築などに注力していきます。商品開発については今春、新たな部として独立させました。今まで

は、目利きのプロである取引先のバイヤーさんのご要望にお応えする形で開発を進めてきましたが、今後はそのプロジェクトに加え、10年20年先を見据えた当社独自の商品づくりを目指します。

購買については、より良い原料を安定的に入手するネットワークづくりに励んでいます。原乳については契約酪農家さんとの関係を深めるだけでなく、高品質の原料を求めて新規取引先を開拓。果汁原料は、オレンジ価格が5倍に跳ね上がるなど急騰中ですが、世界中の産地をまわって仕入れています。1ℓパックの製造を撤退するメーカーも増えていますが、当社は世界を舞台にバイヤーが駆け巡り、継続的な商品の提供を目指しています。

複雑化する物流についても改善が必要です。当社では1日約60台の出荷車が稼働しますが、自然災害などの不測の事態や人的ミスにも迅速に対応できるようなシステムの再構築を図る予定です。

おかげ様で生産量はこの5年で180%も増加*2しています。原料の不作や物価高など課題は多いのですが、これからも「美味しさで健康づくり」を軸として、より良い製品づくりに努めます。

【若山】 日常の幸せを支える食品づくり。本日は貴重なお話をありがとうございました。

語り手／東海牛乳株式会社 井尾 行宏 さん

聞き手／大垣西濃信用金庫 事業成長推進部 部長 若山 謙一

※2 2018～2022年の実績

西濃地域の
おすすめ
ショップ紹介

オーダーメイドスーツ

order made suits SOLDIER

心とからだにフィットする
世界に一着しかないスーツへ



体型の特徴を細かくチェック



当店オリジナルネクタイ



高品質のスーツを身近な予算で



2023年12月OPEN



既製品のスーツに満足できず、もっとかっこよく着こなしたいと思いませんか? ソルジャーは丁寧な採寸とヒヤリングを重ね、一人ひとりの身体に寄り添うスーツを仕立てます。1500種類の生地の中から好みと予算にあった一着をオーダー。生地にあわせてボタンや裏地も選べます。スーツを着こなす楽しさに出会えるお店です。

【日本オーダースーツ技能認定協会マイスター認定店】



岐阜県大垣市林町2丁目49カーサプリメール1F南
営業時間／10:00～18:00(予約制)
定休日／月・木曜日





- 調査期間 2024年4月～6月実績 2024年7月～9月見通し
- 調査時点 2024年6月
- 調査対象 西濃を中心とした地域の当金庫取引先事業所
- 調査方法 アンケート調査
前期(3ヶ月前)・前年同月(12ヶ月前)とを比較した質問を実施。
- 回答企業数 573 (回答率 95.5%)
- 調査結果

回答企業の内訳

製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業	合計
197	37	105	90	121	23	573

対象企業の地域

大垣市	瑞穂市	本巣市	海津市	養老郡	
237	17	76	17	41	
不破郡	安八郡	揖斐郡	本巣郡	その他	合計
26	50	93	12	4	573

景気の状態と今後の見通し

全産業総合	▶概況 全産業総合の3か月前との比較で見た業況判断D Iは、2.1となり前期3.7と比べ1.6悪化した。業種別の業況では、卸売業、建設業は前回調査より良化した。製造業、小売業、サービス業、不動産業については厳しい状況になった。全産業総合の個別項目については、生産・売上D I(前期3.3⇒7.0)、収益D I(前期▲3.1⇒▲2.6)、資金繰りD I(前期▲7.2⇒▲6.0)と、前期より良化傾向にあるが良化幅は小さい。全産業総合における今後3か月間の予想では、業況のみ良化傾向にあるが、生産・売上、収益、資金繰りについては悪化の見通しとなった。この結果から、企業は短期的な業況改善の期待を持ちながらも、業務の効率化やコスト削減、資金調達の強化など、抜本的な対策が必要であることが分かる。全産業総合の設備投資については、今期の実施割合が1.5%である一方、今後の実施予定は3.1%と増加を予定している。また、設備投資の目的については、「資力化」が最も多く「売上・受注の減少」「人手不足」に対する経営上の問題点に対し設備導入による生産性の向上に解決を検討していることが窺える。
製造業	▶概況 製造業全体の業況判断D Iは3.6と前期より4.5悪化した。今後の見通しについては6.6と良化傾向に推移している。一方で製造業内での今期業況判断D Iは、衣服その他の繊維製品(前期33.3⇒11.1)金属製品(前期11.8⇒▲18.8)は大幅な低下となった。一方、食料品製造では(前期0.0⇒5.9)と回復傾向にあり、製造業内においても業況について大きな差があることが窺えた。 ▶製造業コメント ・原材料価格の高騰についてのコメントが多く見受けられ、取引先との交渉により価格転嫁を進めるべく対策を行っていることが窺える。 ・受注については、安定してきたとのコメントも見受けられた一方、人手不足など人材不足に対するコメントも多く見受けられた。特に従業員の高齢化と若手職員の不足という経営上の問題に対して今後も若手の採用・育成が必要となることが窺える。また、デジタル化についてのコメントも見受けられた。デジタル技術の導入による、生産性の向上、コスト削減、品質管理の強化についてのコメントも多く見受けられた。 ・製造業が今後も競争力を維持し、成長を続けるためには、デジタル化の推進と新たな販路開拓が重要となり、今後は、受注減少の影響を最小限に抑え、持続可能な成長を実現することが求められている。
卸売業	▶概況 卸売業の業況判断D Iは▲2.7と前期▲10.5より良化。今後の見通しについては0.0と良化傾向にあると見込んでいる。項目別では生産・売上D Iが前期▲13.2、今期▲13.5と横ばい。収益D Iについては前期▲10.5、今期▲5.4と良化傾向にある一方、資金繰りD Iについては、前期▲5.6、今期▲11.4と大幅な悪化となった。売上、収益の回復の影響は資金繰りの回復までの影響には至っていないことが窺える。 ▶卸売業コメント ・インバウンド需要により、売り上げは増加している一方、仕入れ価格の高騰や運賃の値上げ等による利益率低下のコメントが見受けられた。 ・新たな取引先を探しているとのコメントも見受けられた。今後は、デジタルマーケティングやオンライン販売チャネルの活用による新規開拓が必要となることも窺えた。 ・金沢方面への販売減少のコメントも見受けられ、能登半島沖地震の影響が続いていることが窺える。 ・人材不足についてのコメントも多く見受けられた。人材確保と流出防止のために、働きやすい環境の整備や研修プログラムの強化、デジタル技術による業務効率の向上が求められていることが窺える。また販売先に戦略的なアプローチをとることによって競争力を高めることが必要になることも窺える。
小売業	▶概況 小売業の業況判断D Iは▲2.9と前期▲1.0より悪化している。今後の見通しについても▲8.6と悪化を見込んでいる。生産・売上D Iは前期1.9、今期3.8と良化しているが、今後の見通しは▲1.9と悪化傾向にある。収益D Iに於いても前期▲7.6、今期▲5.7と良化しているが、今後の見通しは▲8.6と悪化傾向にある。資金繰りD Iの今後の見通しについては、▲8.9から▲7.9と良化傾向にあるも回復幅は小さい結果となった。 ▶小売業コメント ・原材料費や物流コストの増加により、仕入価格上昇のコメントが見受けられた。またコスト上昇に対して価格転嫁が困難とのコメントもあり、今後は効率的なコスト管理と仕入先の多様化が求められることが窺える。 ・大手スーパーとの競合のコメントも見受けられた。一方、差別化された商品やサービスの提供を行っているとのコメントもあり、差別化による顧客ロイヤルティの向上を行っていることも窺える。 ・高齢者向けの商品やサービスの需要が増加しているコメントも見受けられた。高齢化社会に対応したマーケティング戦略やサービス提供が、今後は小売業の重要な要素になると考えられ、柔軟で革新的なアプローチを取ることで、競争力を維持し、持続可能な成長を実現することが求められる。
サービス業	▶概況 サービス業の業況判断D Iは▲1.1と前期より悪化。今後の見通しについては2.2と良化が予想される。項目別の今後の見通しについては、生産・売上D I、収益D I共に良化見込み資金繰りについては横ばい見込みであり、他の業種と比較し良化傾向が強い業種であることが窺える。 ▶サービス業コメント ・ドライバーの働き方改革の影響、配達員不足など運送の課題に関するコメントが見受けられた。 ・労働力の確保と育成が課題であるとのコメントも見受けられた。サービス業は人手に依存する部分が大きいため、優れた人材を確保し維持することが不可欠となる。今後は従業員のスキルアップやキャリア開発の支援、働きやすい環境の整備が求められる。 ・SDGs などの環境に配慮したサービスの提供や、地域社会との連携を検討しているコメントが見受けられた。持続可能なビジネスモデルを構築し、社会的責任を果たすことで、顧客からの信頼を得ることが求められている。 ・デジタル化やグローバル化についてのコメントも見受けられ、これらの課題に対して戦略的に取り組むことが必要になると窺える。
建設業	▶概況 建設業の業況判断D Iは9.9と前期5.0に対し良化。項目別の今後の見通しについては、生産・売上D I、収益D I、資金繰りD I共に悪化が見込まれる。コメントに於いても官公庁の入札減少など受注が減少するコメントが多数見受けられた。 ▶建設業コメント ・原材料費の高騰のコメントが見受けられ、今後は効率的な資材調達とコスト管理が必要であることが窺える。また、サプライチェーンの見直しや代替材料の検討、長期的な契約による価格の安定化などの戦略が必要になると考えられる。 ・人材不足に対応するためIoT 技術の導入を行ったコメントも見受けられた。IoT 技術の導入により、現場の状況をリアルタイムで監視し、作業の最適化を図っていることが窺える。 ・若手の人材が不足しているコメントや有資格者の不足に対するコメントも見受けられ、慢性的な人手不足が窺える。
不動産業	▶状況 不動産業の業況判断D Iは▲8.7と前期▲4.5より悪化。今後の見通しは▲8.7と横ばいを見込んでいる。項目別では生産・売上D Iが前期0.0、今期▲8.7と悪化。今後の見通しについては▲4.3と良化を見込んでいる。収益D Iについては、前期▲9.1、今期0.0と良化。今後の見通しは▲4.3と悪化を見込んでいる。資金繰りD Iは通して横ばいの状況となる。 ▶不動産業コメント ・高齢化社会の進展に伴い、高齢者向け住宅やケア施設の需要が増加しているとのコメントが見受けられた。また、若年層の住宅購入意欲の低下、賃貸市場が拡大しているとのコメントも多数見受けられた。これらの変化に対応するため、多様な顧客層に対応したサービスを提供する必要があることが窺える。また、今後は都市部と郊外の需要動向、商業不動産の変化、サステナビリティ、デジタル化、人口動態の変化に対応した戦略が重要となることが窺える。

図表1 景況DI値

業 種	業 況			生産・売上			収 益			資金繰り		
	前期 DI	今期 DI	今後の見通し	前期 DI	今期 DI	今後の見通し	前期 DI	今期 DI	今後の見通し	前期 DI	今期 DI	今後の見通し
全 産 業 総 合	3.7	2.1	3.0▲	3.3	7.0	4.9▲	▲ 3.1	▲ 2.6	▲ 2.9▲	▲ 7.2	▲ 6.0	▲ 6.6▲
製 造 業 総 合	8.1	3.6	6.6▲	8.6	13.7	9.6▲	2.6	2.1	0.0▲	▲ 5.7	▲ 2.6	▲ 4.1▲
食 料 品 製 造	0.0	5.9	0.0▲	0.0	5.9	5.9△	▲ 20.0	▲ 5.9	▲ 17.6▲	▲ 6.7	▲ 5.9	▲ 5.9△
衣服その他繊維製品	33.3	11.1	33.3▲	33.3	11.1	22.2▲	8.3	▲ 11.1	▲ 11.1△	0.0	▲ 11.1	0.0▲
窯 業 ・ 土 石	0.0	0.0	0.0△	0.0	33.3	0.0▲	0.0	0.0	▲ 33.3▲	0.0	▲ 33.3	▲ 33.3△
金 属 製 品	11.8	▲ 18.8	▲ 6.3▲	11.8	▲ 12.5	▲ 12.5△	5.9	▲ 6.3	▲ 18.8▲	▲ 11.8	▲ 18.8	▲ 18.8△
金属プレス・メッキ	7.7	0.0	0.0△	15.4	23.1	23.1△	7.7	▲ 15.4	▲ 15.4△	▲ 7.7	0.0	▲ 7.7▲
そ の 他 製 造 業	▲ 10.3	0.0	▲ 5.1▲	7.7	5.1	0.0▲	▲ 12.8	0.0	▲ 5.1▲	▲ 17.9	▲ 7.7	▲ 5.1▲
卸 売 業	▲ 10.5	▲ 2.7	0.0▲	▲ 13.2	▲ 13.5	▲ 8.1▲	▲ 10.5	▲ 5.4	2.7▲	▲ 5.6	▲ 11.4	▲ 14.3▲
小 売 業	▲ 1.0	▲ 2.9	▲ 8.6▲	1.9	3.8	▲ 1.9▲	▲ 7.6	▲ 5.7	▲ 8.6▲	▲ 12.7	▲ 8.9	▲ 7.9▲
サ ー ビ ス 業	5.5	▲ 1.1	2.2▲	6.6	0.0	4.4▲	▲ 4.4	▲ 3.3	0.0▲	▲ 7.7	▲ 6.7	▲ 6.7△
建 設 業	5.0	9.9	10.7▲	▲ 0.8	13.2	9.1▲	▲ 1.7	9.9	6.6▲	▲ 3.3	▲ 0.8	▲ 2.5▲
不 動 産 業	▲ 4.5	▲ 8.7	▲ 8.7△	0.0	▲ 8.7	▲ 4.3▲	▲ 9.1	0.0	▲ 4.3▲	0.0	0.0	0.0△

今後の見通しは今期 DI 値と比較して DI 値がプラスの場合は ▲ マイナスは ▼ 0 は △ で表記。

図表2 設備投資の状況

業 種	設備投資			
	今期実施割合	投資の内訳 (最も多いもの)	設備の目的 (最も多いもの)	今後の実施予定
全産業総合	1.5%	更改	合省力化	3.1%▲
製造業総合	2.0%	機械の新・増設	合省力化	5.6%▲
卸 売 業	0.0%	—	—	0.0%△
小 売 業	0.0%	—	—	1.0%▲
サービス業	3.3%	その他	合省力化	3.3%△
建設業	0.8%	土地	合省力化	1.7%▲
不動産業	—	—	—	—

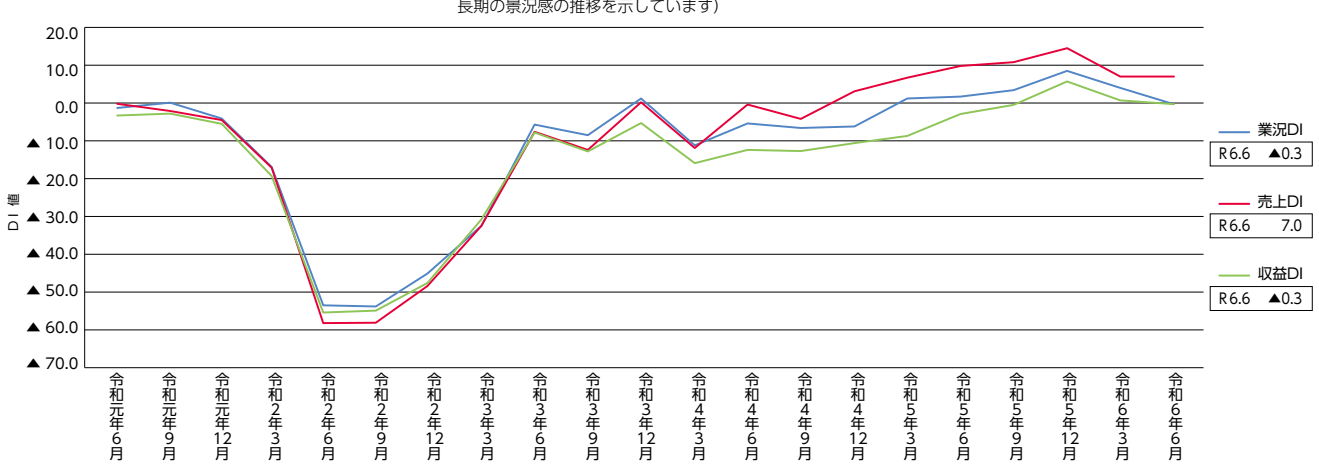
(今後の実施予定は今期実施割合と比較して増加する場合は ▲ 減少する場合は ▼ 変わらない場合は △ で表記)

図表3 経営上の問題点

経営上の問題点							
売上・受注の減少		人手不足		競争の激化		その他	
今期割合	前期との比較	今期割合	前期との比較	今期割合	前期との比較	今期割合	前期との比較
39.3%	▲	34.6%	▲	13.8%	▲	4.0%	▲
32.5%	▲	34.5%	▲	4.6%	▲	2.5%	△
54.1%	▲	40.5%	▲	18.9%	▲	5.4%	▲
48.6%	▲	22.9%	▲	29.5%	▲	7.6%	▲
44.4%	▲	37.8%	▲	14.4%	▲	1.1%	▲
33.1%	▲	43.8%	▲	11.6%	▲	3.3%	▲
43.5%	▲	17.4%	▲	21.7%	▲	13.0%	▲

(前期との比較は前回調査と比較して増加している場合は ▲ 減少している場合は ▼ 変わらない場合は △ で表記)

図表4 主要DI値の推移



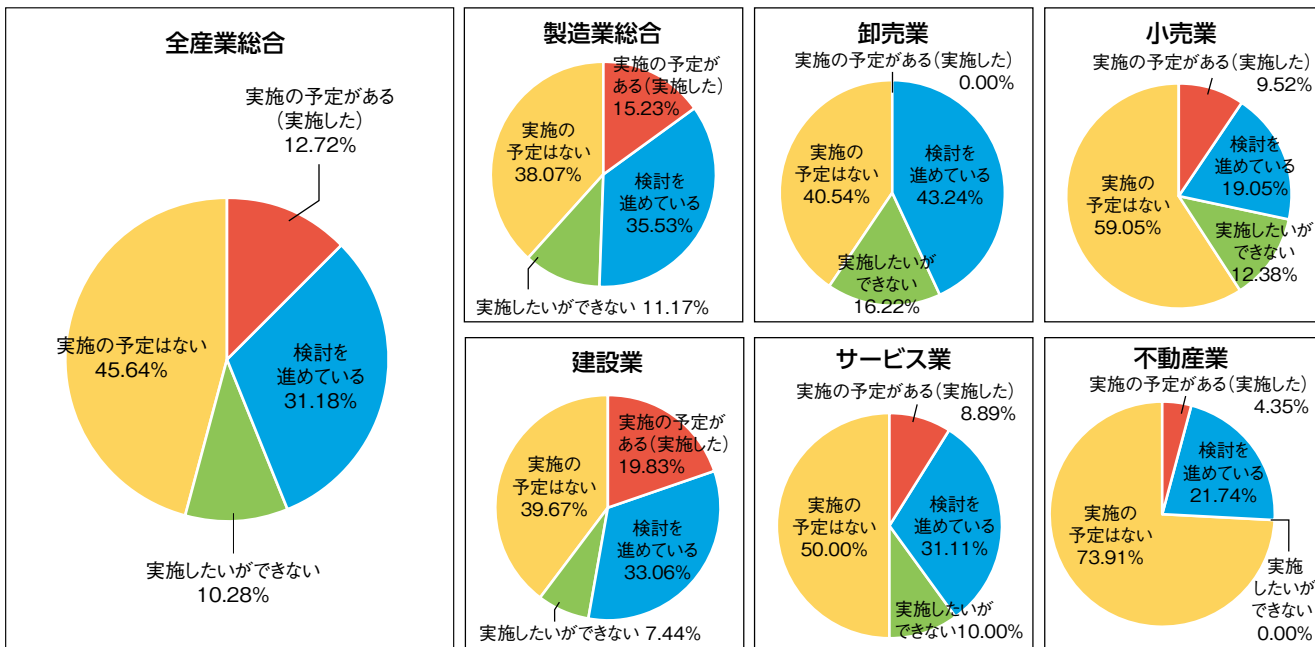


昨今の物価・光熱費の高騰から政府は、企業へ従業員に対する賃上げ協力を求めています。

このような状況下で、賃金の上昇コストと物価高騰が商品やサービスの価格にどのような影響を与えるかを賃上げと価格転嫁をテーマに特別調査を実施致しました。

1. 令和6年度において※賃上げを予定していますか

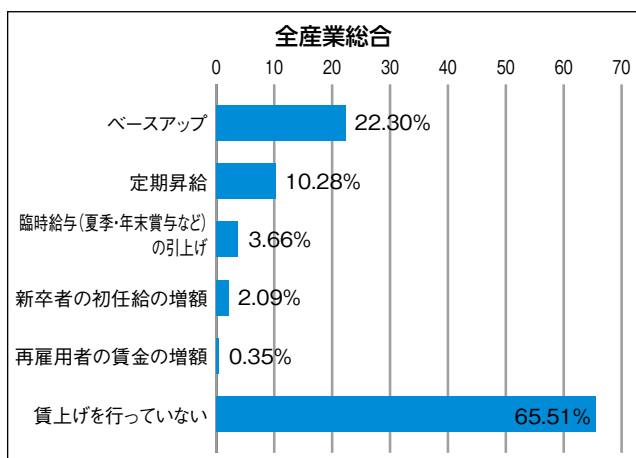
※賃上げとは定期昇給、ベースアップ、基本給の引き上げ、臨時給与（夏季・年末賞与など）の引き上げ、新卒者の初任給の増額、再雇用者の賃金の増額等が含まれます



調査した全産業において「実施の予定がある（実施した）」「検討を進めている」の賃上げに対して前向きな回答の合計が43.90%の結果となった。一方で「実施の予定はない」の回答が45.64%となり、賃上げの実施に対して対応が分かれる結果となった。

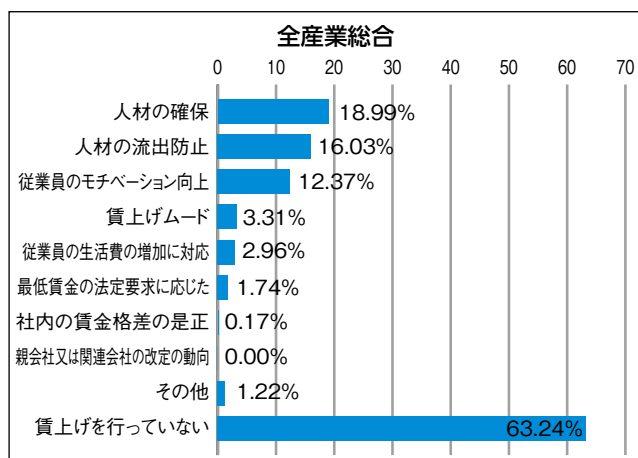
業種別にみると「実施の予定がある（実施した）」、「検討を進めている」の合計が50%を超えた業種は製造業総合と建設業の2業種となった。一方で小売業は「実施の予定がある（実施した）」、「検討を進めている」の合計が28.57%に留まり、業種によって温度差があることが窺える。

2. 賃上げを行った具体的な内容を教えてください (複数回答 該当する項目すべて)



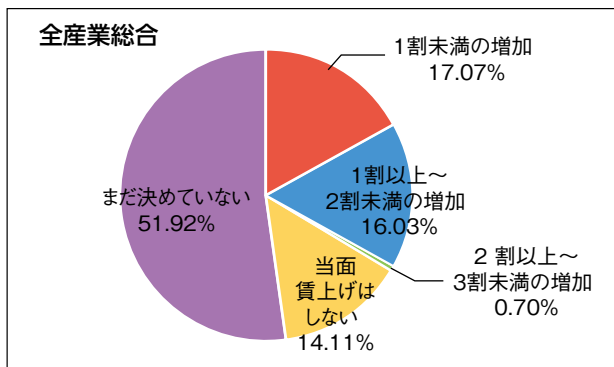
「ベースアップ」が22.30%と最も多い結果となった。ベースアップは従業員全体の基本給を一律に引き上げる手法であることから、企業が従業員の生活を重視し、長期的な人材確保とモチベーションの向上を図っていることが窺える。

3. 賃上げを行った主な理由は何ですか (複数回答 2つまで)



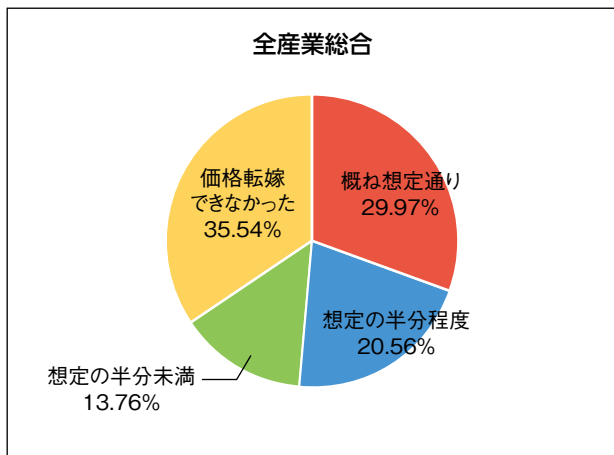
「人材の確保」と「人材の流出防止」が上位の結果となり、多くの企業が優秀な人材の確保と現有社員の流出防止に強い関心を寄せていることが窺える。人材戦略を重視し、適切な賃金体系の整備を続けることで、より強固な組織体制の構築を図る姿勢についても窺える。

4. 今後3年間でどの程度の賃上げを予定していますか



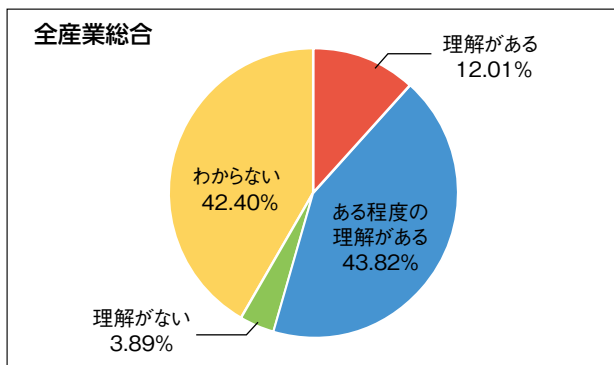
2割未満の増加の企業が全体の3分の1を占める結果となった。対して「まだ決めていない」の回答も51.92%となり、他社の動向を確認し賃上げ額を決める意向が窺える。

6. 価格交渉された方は、どの程度の価格転嫁が実現できましたか



「想定の中程度未満」、「価格転嫁できなかった」の合計が49.30%と約半数を占めており、価格改定に対する市場の抵抗や競争環境の厳しさが影響している可能性が窺える。

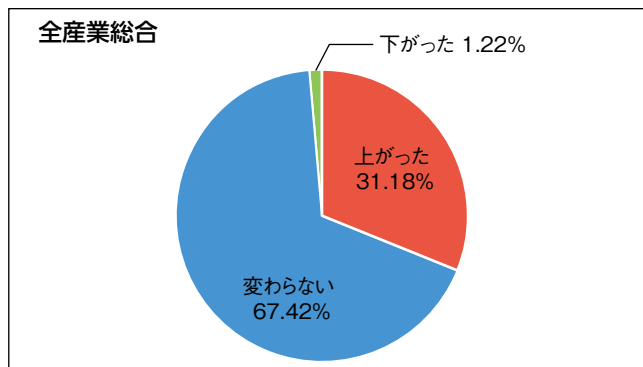
8. 価格転嫁に際して、取引相手からの反応はどうか（複数回答2つまで）



「理解がある」、「ある程度の理解がある」の合計が55.83%と半数を超える結果となった。この結果から、多くの企業が価格転嫁の必要性について一定の理解を示していることが窺える。企業が直面する原材料費や人件費の上昇といったコスト増加要因は、広く認識されており、その影響を価格に反映させることが不可避であることを理解している企業が多いことが窺える。

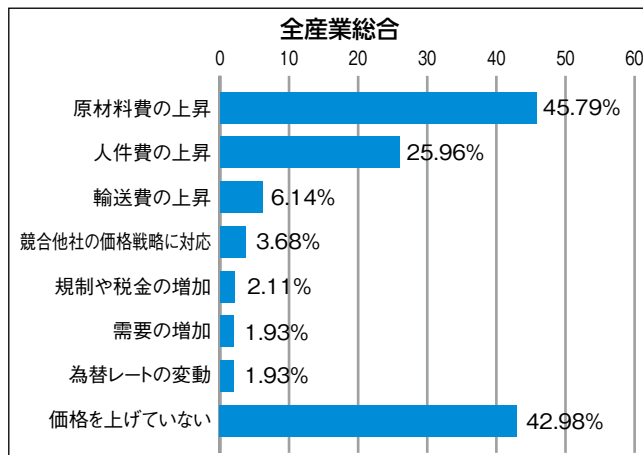
【価格転嫁についてお聞きします】

5. 過去1年で自社が提供する製品やサービスの価格はどのように変化しましたか



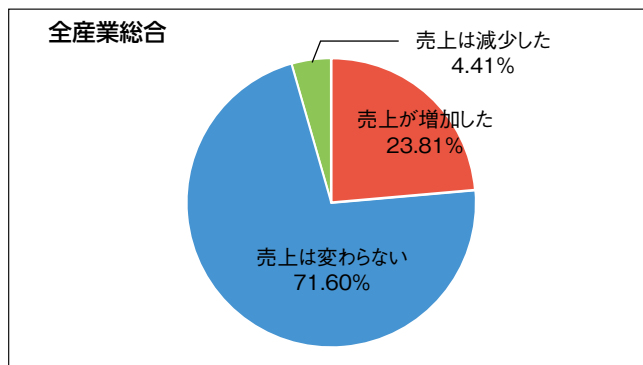
「上がった」の回答が31.18%であり、原材料費の高騰や人件費の増加などのコスト増加分を価格に転嫁していることが窺える。一方で、「変わらない」の回答が67.42%を占める結果となり、競争環境の厳しさや顧客維持のために価格維持を選択する企業が多いことが窺える。

7. 価格を上げた主な理由は何ですか（複数回答2つまで）



「原材料費の上昇」が最も多く45.79%の結果となった。次いで「人件費の上昇」が25.96%となり、原材料費と人件費の増加が主な理由となっていることが窺える。

9. 価格転嫁による売上の変動を教えてください



「売上は変わらない」の回答が7割以上を占める結果となった。通常、価格転嫁を行った場合の売上は上昇するが、今回の結果から、価格転嫁に伴い、販売量の低下に繋がったことが窺える。



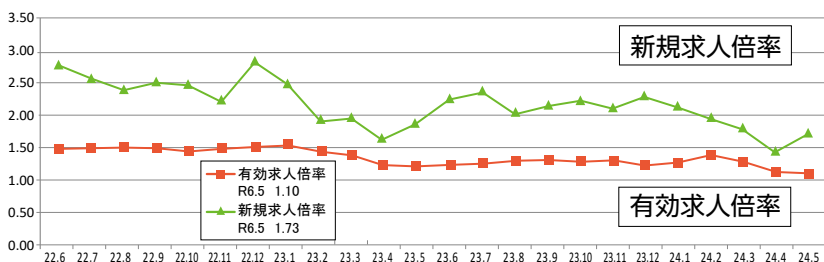
各種統計資料

西濃を中心とした地域の景況レポート

有効求人倍率・新規求人倍率の推移

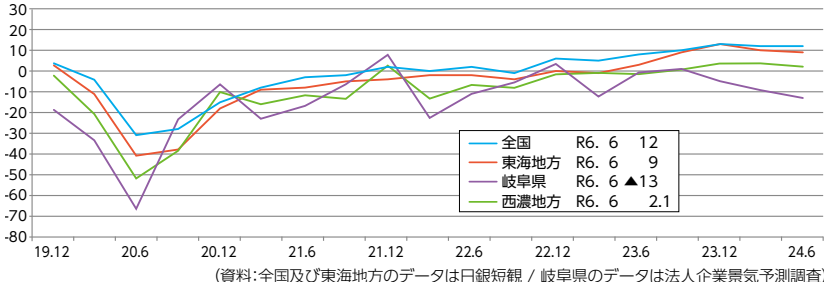
(対象地域：西濃地方=2市4郡=大垣市・海津市・不破郡・養老郡・安八郡・揖斐郡)

(単位：%)



各地域と当金庫地区内の景気動向比較

(単位：ポイント)



※直近調査データ対象企業数 回答率(%)

全国	9,076	99.2	岐阜県	169	91.1
東海地方	347	99.5	西濃地方	573	95.5

求人倍率

●新規求人倍率とは

新規求人数(当該月に新たに受け付けた求人数の合計)を新規求職者数(当該月に新たに受け付けた求職者数の合計)で割ったもの

●有効求人倍率とは

月間有効求人数(先月から繰り越した求人数に、当月新たに発生した求人数を合計したもの)を月間有効求職者数(先月から繰り越した求職者数に、当月新たに発生した求職者数を合計したもの)で割ったもの

景気動向比較

●日銀短観とは(DI調査)

正式名称を「全国企業短期経済観測調査」といいます。全国の企業動向を的確に把握し、金融政策の適切な運営に資することを目的に、全国の約1万社の企業を対象に四半期毎に実施されております。

全国のデータ 出典 / 「全国企業短期経済観測調査」(日本銀行) <https://www.boj.or.jp/statistics/tk/index.htm/> を加工して作成

東海地方のデータ 出典 / 「東海3県の短観」(日本銀行 名古屋支店) <https://www3.boj.or.jp/nagoya/toukei.html> を加工して作成

●法人企業景気予測調査とは(BSI調査)

法人企業景気予測調査は我が国経済活動の主要部分を占める企業活動を把握することにより、経済の現状及び今後の見通しに関する基礎資料を得ることを目的として、資本金1千万円以上の法人企業を対象に実施している調査です。

出典 / 「法人企業景気予測調査」(東海財務局) http://tokai.mof.go.jp/gifu/g_keizaiindex.htm を加工して作成



お客様とお客をつなげたい

「つながれ」は、だいしん経済クラブ・だいしん経営者懇話会を中心に、地元経営者の皆様のご縁を結ぶコーナーです。



有限会社スギノ自動車
杉野 聖文さん



高木測量登記事務所
高木 康樹さん



広瀬自動車
廣瀬 清和さん



株式会社三田自動車工業
大前 竜也さん



有限会社クッチーナ
田中 照道さん

株式会社三田自動車工業
代表取締役
大前 竜也さん
(高山市出身/44歳)

お客様がお客様を
紹介してくれるお店です

岐阜県大垣市十六町618-1
Tel.0584-91-7381



有限会社クッチーナ
代表取締役
田中 照道さん
(大垣市出身/52歳)
まちづくりにつながる、
レストランのブランドづくり
「CUCINA」ミシュラン一星獲得
大垣市郭町1丁目46-1
リーデンススクエア大垣1305
Tel.0584-83-1030

マラソンで広がる世界

4年ほど前より「いびがわマラソン」「ぎふ清流マラソン」「びわ湖マラソン」等に出場しています。目標はサブ3(スリー)!フルマラソンで3時間を切ることです。「東京マラソン」はなかなか抽選に当たりませんが…、最終目標は「ホノルルマラソン」夫婦出場です。最近ではマラソンつながりの友人も増えてきたので、新たな出会いと目標達成を求め、楽しみながらこれからも走り続けます。

世界の魅力を食べつくす満腹ツアーへ

イタリア・スペインをはじめとするヨーロッパやアジア各国を、趣味と実益を兼ねて旅しています。主な目的は、世界のレストランを「満腹になるまで」楽しむことです。特に、料理にサプライズがあるスペインは魅力的!おいしいだけでなく、驚き・発想のすごさを肌で感じています。五感はもちろん、第六感まで刺激する料理・サービス・デザインに出会える旅を今年も予定しています。

2024
SUMMER
Vol. 35

だいしん ビジネスでらす レポート

- 調査期 2024年4月～6月期
- 発行所 大垣西濃信用金庫 事業成長推進部
〒503-0828 大垣市恵比寿町1丁目1番地
TEL(0584)75-6148
- 発行日 2024年7月22日

■DI(Diffusion Index)について

DIとは、増加企業割合から減少企業割合を引いた数値で、どちらの力が強いかを比べて、景気がどの方向に向きつつあるかを見る方法である。
(例)前期に比べて売上が増加した企業割合30%、変わらなかった企業割合50%、減少した企業割合20%の場合、DIは30%-20%=10%となる。

■本レポートの分析について

本レポートの全業種総合及び各業種の分析は、前期(3ヶ月前)と比較した回答結果で実施しました。



だいしん
ケータイサイトは
こちらから

