

令和7年
金物卸景況調査集計結果報告書

三木商工会議所

調査要項

1. 調査対象	調査事業所数	69事業所
	回答事業所数	42事業所
	回答率	60.9%
2. 調査対象期間	令和7年 1月～12月	
3. 調査実施時期	令和8年 3月	

(備考)

- 表中の(MA)の表示は複数回答の為、合計は100%となりません。
MA: Multiple Answer (複数回答)の略
- 表の上段は回答事業所数、下段がその構成比を表します。
- 構成比は小数点以下第1位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはなりません。

回答事業所数の内訳

家族従業員・役員のみ	5事業所	11.9%
従業員 5人以下	13事業所	31.0%
従業員 6～10人	6事業所	14.3%
従業員 11～20人	10事業所	23.8%
従業員 21人以上	8事業所	19.0%
合計	42事業所	100.0%

概 況

令和7年における日本経済は、個人消費や設備投資等の内需を中心としながら緩やかな回復基調を維持した。雇用・所得環境の改善がみられたものの、物価上昇の影響により実質賃金の伸びは限定的であり、景気回復に向けた力強さを欠く状況が続いた。

また、企業においては人手不足の深刻化や人件費・原材料費の上昇が継続し、収益環境は依然として厳しい状況にある。加えて、為替動向や海外経済の減速懸念など不透明要因も残る中、生産性向上への取組が引き続き求められる一年となった。

当業界と関連のある新設住宅着工戸数は740,667戸で、前年に比べ6.5%減となり、3年連続の減少となった。

このような状況の中、令和7年の三木金物卸業界の景況は前回と比較し、販売価格の値上げを理由に、約4割の事業所で売上が増加した。

令和8年の見通しについては、約4割の事業所が「減少」または「やや減少」であるとの見方をしている。また、今後の経営方針としては「新規得意先や新しい流通ルートの開拓」「産地内外メーカーとの協調を図る」「自社ブランド製品のPR」「新商品取扱い拡大・新用途向け製品開発に取組む」等を挙げている。

1. 売上について

令和7年に対して売上が増加したとする事業所は45.3%（前回41.7%）、売上が減少したとする事業所は42.8%（前回45.9%）となった。その増加要因としては、「販売数量はほとんど変わらないが、販売価格の値上げによる」が36.8%、「販売価格はほとんど変わらないが、販売数量の増加による」が31.6%となっている。

一方、売上が減少したと答えた事業所では、「販売数量の減少を、販売価格の値上げでカバーできなかった」が66.7%、次いで「販売価格はほとんど変わらないが、販売数量の減少による」が27.8%となっており、販売数量の減少をあげる事業所が多い。

また市内特産金物の取り扱いについては、76.2%の事業所が総売上の内の10%以上を占めている。

次に売上先ウエイトでは、金物小売店と取引している事業所が78.6%（前回75.0%）、ホームセンターが35.7%（前回33.3%）、地方問屋が50.0%（前回52.9%）、インターネット販売が35.7%（前回35.4%）、通信販売が16.7%（前回12.5%）、その他が40.5%（前回41.7%）となっている。取引先別に売上ウエイトを見ると、金物小売店が81%以上と答えた事業所が全体の30.9%（前回31.3%）を占め、ホームセンター、地方問屋、インターネット販売、通信販売、その他の取引先の売上ウエイトは、10%以下と答えた事業所が多い。

令和8年の売上見通しでは、「横ばい」と答えた事業所が45.2%、「減少」または「やや減少」と答えた事業所が40.5%となっている。

2. 取扱品目について

取扱品目別に見ると、農園芸用具と作業・先端工具が71.4%と最も多く、次いで大工（手）道具が69.0%、電動工具が64.3%、左官道具が59.5%、家庭刃物が50.0%、建築金物が28.6%、その他が38.1%となっている。

取り扱い比率では、各品目とも3割以下とする事業所が多い。

3. 販売価格について

販売価格が上昇したとする事業所が69.0%（前回64.6%）、反面下落したとする事業所が14.2%（前回10.5%）となり、約7割の事業所が上昇したと回答している。

4. 運賃について

運賃が減少したとする事業所は4.8%（前回2.1%）、増加したとする事業所は64.3%（前回72.9%）となっている。

5. 在庫について

商品在庫については、年末現在の在庫量は昨年末に比べて45.2%の事業所で「横ばい」にあり、現在の在庫量については40.5%の事業所が「適正」と答えている。

6. 収益について

収益が増加したとする事業所は31.0%（前回25.0%）、収益が減少したとする事業所は38.1%（前回37.5%）となっている。その増加要因としては「売上額の増加」が76.9%と最も多い。一方収益が減少したとする要因は「売上額の減少」を挙げる事業所が81.3%と最も多い。

7. 取引条件について

回収条件等については、ほぼ現行水準を維持している。

8. 従業員数について

従業員数が増加した事業所は9.5%（前回2.1%）、従業員数が減少した事業所は7.1%（前回14.6%）となっている。

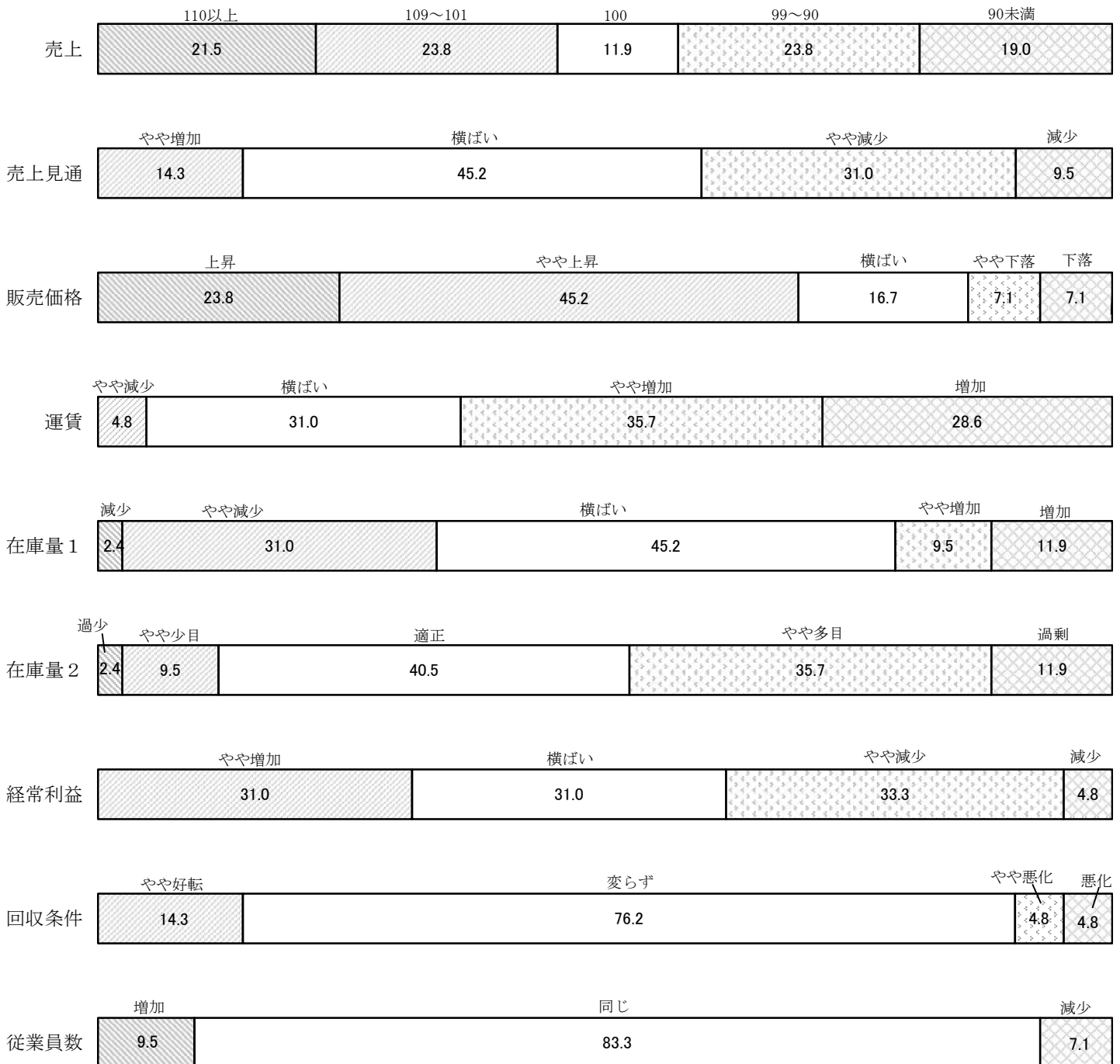
9. 現在の経営上の問題点について

現在の経営上の問題点については、「売上・受注の停滞、減少」及び「販売先の廃業」が57.5%、続いて「同業者間の競争激化」が45.0%、「仕入先の廃業」が37.5%、「人件費等の経費の増加」が27.5%となっている。

10. 今後の経営方針について

今後の経営方針については、「新規得意先や新しい流通ルートの開拓」をあげる事業所が 57.5%と最も多く、続いて「産地内外メーカーとの協調を図る」が 35.0%、「自社ブランド製品のPR」が 17.5%、「新商品の取扱い拡大または新用途向け製品開発に取り組む」が 15.0%となっている。

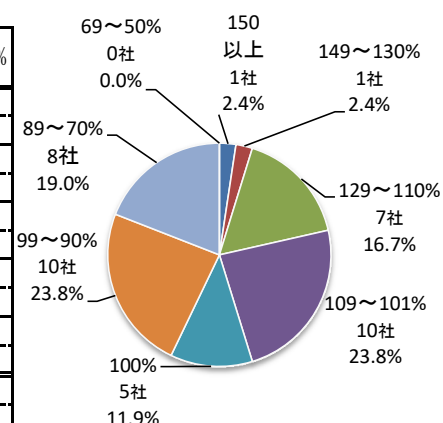
令和7年 金物卸景況調査集計結果



1. 売上について

(1) 令和6年の総売上を100とした令和7年の総売上

区分 規模	150 以上	149～ 130%	129～ 110%	109～ 101%	100%	99～90%	89～70%	69～50%
家族従業員 役員のみ (5社)		1 20.0%		2 40.0%		2 40.0%		
5人以下 (13社)			2 15.4%	1 7.7%	1 7.7%	3 23.1%	6 46.2%	
6～10人 (6社)	1 16.7%		1 16.7%	1 16.7%	1 16.7%	1 16.7%	1 16.7%	
11～20人 (10社)			4 40.0%		2 20.0%	3 30.0%	1 10.0%	
21人以上 (8社)				6 75.0%	1 12.5%	1 12.5%		
合計 (42社)	1 2.4%	1 2.4%	7 16.7%	10 23.8%	5 11.9%	10 23.8%	8 19.0%	



(2) 令和7年の売上が令和6年より増加している場合の要因 (MA)

区分 規模	ア	イ	ウ	エ	オ	カ
家族従業員 役員のみ (3社)	2 66.7%					1 33.3%
5人以下 (3社)	2 66.7%	1 33.3%				
6～10人 (3社)	1 33.3%	1 33.3%	1 33.3%			1 33.3%
11～20人 (4社)		2 50.0%		1 25.0%		1 25.0%
21人以上 (6社)	2 33.3%	2 33.3%		2 33.3%		
合計 (19社)	7 36.8%	6 31.6%	1 5.3%	3 15.8%		3 15.8%

(b)
(b) ÷ (a)

令和7年の総売上が101%以上と回答された事業所数 19社 (a)

- (ア) 販売数量はほとんど変わらないが、販売価格の値上げによる。 (7社)
- (イ) 販売価格はほとんど変わらないが、販売数量の増加による。 (6社)
- (ウ) 販売数量の増加と、販売価格の値上げによる。 (1社)
- (エ) 販売数量はむしろ減少したが、販売価格の値上げによる。 (3社)
- (オ) 販売価格はむしろ値下がりしたが、販売数量の増加による。 (0社)
- (カ) 商品構成の変化による。 (3社)

(3) 令和7年の売上が令和6年より減少している場合の要因

区分 規模	ア	イ	ウ	エ	オ
家族従業員 役員のみ (2社)		1 50.0%	1 50.0%		
5人以下 (9社)		2 22.2%		7 77.8%	
6～10人 (2社)		1 50.0%		1 50.0%	
11～20人 (4社)		1 25.0%		3 75.0%	
21人以上 (1社)				1 100.0%	
合計 (18社)		5 27.8%	1 5.6%	12 66.7%	

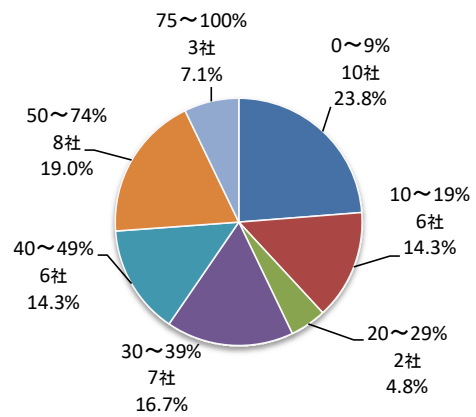
(b)
(b) ÷ (a)

令和7年の総売上が99%以下と回答された事業所数 18社 (a)

- (ア) 販売数量はほとんど変わらないが、販売価格の値下がりによる。 (0社)
- (イ) 販売価格はほとんど変わらないが、販売数量の減少による。 (5社)
- (ウ) 販売数量の減少と、販売価格の値下がりによる。 (1社)
- (エ) 販売数量の減少を、販売価格の値上げでカバーできなかった。 (12社)
- (オ) 販売価格の値下がりや、販売数量の増加でカバーできなかった。 (0社)

(4) 市内特産の売上ウェイト

区分 規模	0~9%	10~19%	20~29%	30~39%	40~49%	50~74%	75~100%
家族従業員 役員のみ (5社)		2 40.0%			2 40.0%	1 20.0%	
5人以下 (13社)	2 15.4%		1 7.7%	2 15.4%	3 23.1%	5 38.5%	
6~10人 (6社)	2 33.3%	1 16.7%	1 16.7%	1 16.7%			1 16.7%
11~20人 (10社)	1 10.0%	2 20.0%		2 20.0%	1 10.0%	2 20.0%	2 20.0%
21人以上 (8社)	5 62.5%	1 12.5%		2 25.0%			
合計 (42社)	10 23.8%	6 14.3%	2 4.8%	7 16.7%	6 14.3%	8 19.0%	3 7.1%

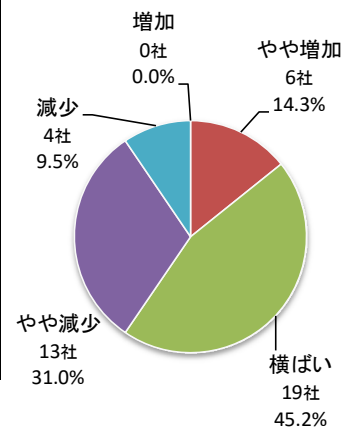


(5) 売上先ウェイト

区分	割合	0%	1~10%	11~20%	21~30%	31~40%	41~50%	51~60%	61~70%	71~80%	81~90%	91~99%	100%
金物小売店		9 21.4%	7 16.7%	2 4.8%	5 11.9%	2 4.8%	1 2.4%	1 2.4%		2 4.8%	5 11.9%	4 9.5%	4 9.5%
ホームセンター (含、大型店)		27 64.3%	7 16.7%			1 2.4%	2 4.8%	1 2.4%	1 2.4%	2 4.8%	1 2.4%		
地方問屋		21 50.0%	10 23.8%	3 7.1%	2 4.8%	1 2.4%	1 2.4%	1 2.4%	1 2.4%	1 2.4%			1 2.4%
インターネット 販売		27 64.3%	5 11.9%	4 9.5%	3 7.1%	1 2.4%	1 2.4%				1 2.4%		
通信販売		35 83.3%	6 14.3%	1 2.4%									
その他		25 59.5%	4 9.5%	2 4.8%	2 4.8%		2 4.8%	2 4.8%	2 4.8%	1 2.4%	1 2.4%		1 2.4%

(6) 令和8年の売上見通し

区分 規模	増加	やや増加	横ばい	やや減少	減少
家族従業員 役員のみ (5社)			1 20.0%	3 60.0%	1 20.0%
5人以下 (13社)				5 38.5%	6 46.2%
6~10人 (6社)			1 16.7%	3 50.0%	2 33.3%
11~20人 (10社)			2 20.0%	4 40.0%	3 30.0%
21人以上 (8社)			2 25.0%	4 50.0%	1 12.5%
合計 (42社)			6 14.3%	19 45.2%	13 31.0%

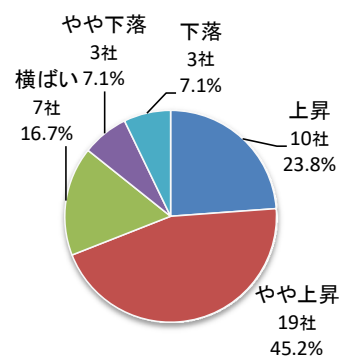


2. 取扱品目について

区分	割合	0%	1~10%	11~20%	21~30%	31~40%	41~50%	51~60%	61~70%	71~80%	81~90%	91~99%	100%
大工(手)道具		13 31.0%	16 38.1%	1 2.4%	8 19.0%	3 7.1%	1 2.4%						
左官道具		17 40.5%	18 42.9%	3 7.1%	2 4.8%		1 2.4%	1 2.4%		1 2.4%			
農園芸用具		12 28.6%	11 26.2%	5 11.9%	4 9.5%	2 4.8%	2 4.8%	2 4.8%	1 2.4%	2 4.8%	3 7.1%	2 4.8%	
作業・先端工具		12 28.6%	14 33.3%	8 19.0%	4 9.5%	2 4.8%				1 2.4%			1 2.4%
電動工具		15 35.7%	11 26.2%	6 14.3%	4 9.5%	1 2.4%	1 2.4%	2 4.8%		1 2.4%	1 2.4%		
家庭刃物		21 50.0%	14 33.3%	3 7.1%	2 4.8%	1 2.4%				1 2.4%			
建築金物		30 71.4%	10 23.8%	1 2.4%							1 2.4%		
その他		26 61.9%	5 11.9%	4 9.5%	2 4.8%	1 2.4%	1 2.4%			1 2.4%	1 2.4%		1 2.4%

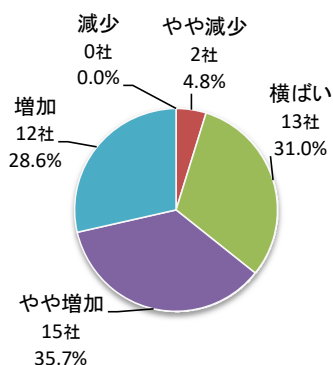
3. 令和6年に対する令和7年の販売価格について

規模	区分	上昇	やや上昇	横ばい	やや下落	下落
家族従業員 役員のみ (5社)		2 40.0%	2 40.0%	1 20.0%		
5人以下 (13社)		2 15.4%	6 46.2%	3 23.1%		2 15.4%
6~10人 (6社)		1 16.7%	1 16.7%	2 33.3%	2 33.3%	
11~20人 (10社)		4 40.0%	5 50.0%		1 10.0%	
21人以上 (8社)		1 12.5%	5 62.5%	1 12.5%		1 12.5%
合計 (42社)		10 23.8%	19 45.2%	7 16.7%	3 7.1%	3 7.1%



4. 運賃について

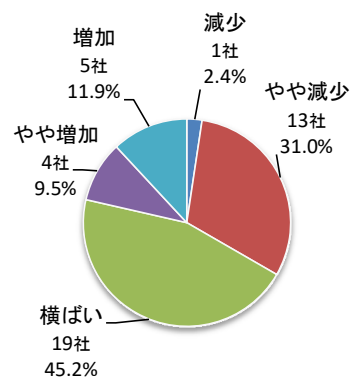
規模	区分	減少	やや減少	横ばい	やや増加	増加
家族従業員 役員のみ (5社)				1 20.0%	3 60.0%	1 20.0%
5人以下 (13社)			2 15.4%	6 46.2%	3 23.1%	2 15.4%
6~10人 (6社)				1 16.7%	3 50.0%	2 33.3%
11~20人 (10社)				3 30.0%	4 40.0%	3 30.0%
21人以上 (8社)				2 25.0%	2 25.0%	4 50.0%
合計 (42社)			2 4.8%	13 31.0%	15 35.7%	12 28.6%



5. 在庫について

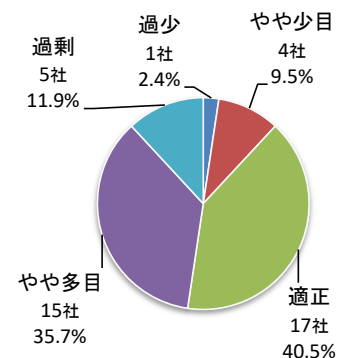
(1) 令和6年末に対する令和7年末の在庫量

規模	区分	減少	やや減少	横ばい	やや増加	増加
家族従業員 役員のみ (5社)			2 40.0%	2 40.0%	1 20.0%	
5人以下 (13社)		1 7.7%	3 23.1%	7 53.8%	1 7.7%	1 7.7%
6~10人 (6社)			3 50.0%	2 33.3%		1 16.7%
11~20人 (10社)			3 30.0%	5 50.0%	1 10.0%	1 10.0%
21人以上 (8社)			2 25.0%	3 37.5%	1 12.5%	2 25.0%
合計 (42社)		1 2.4%	13 31.0%	19 45.2%	4 9.5%	5 11.9%



(2) 現在の在庫量

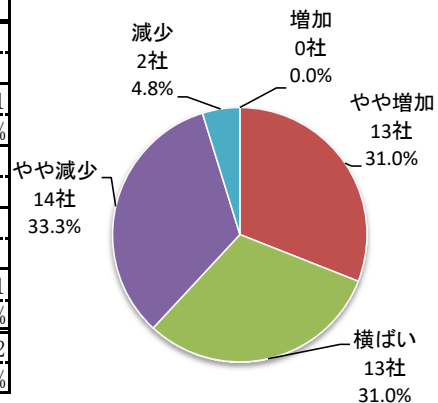
規模	区分	過少	やや少目	適正	やや多目	過剰
家族従業員 役員のみ (5社)				1 20.0%	3 60.0%	1 20.0%
5人以下 (13社)		1 7.7%	2 15.4%	5 38.5%	3 23.1%	2 15.4%
6~10人 (6社)			1 16.7%	2 33.3%	3 50.0%	
11~20人 (10社)				5 50.0%	5 50.0%	
21人以上 (8社)			1 12.5%	4 50.0%	1 12.5%	2 25.0%
合計 (42社)		1 2.4%	4 9.5%	17 40.5%	15 35.7%	5 11.9%



6. 収益（経常利益）について

(1) 令和6年に対する令和7年の収益

規模	区分	増加	やや増加	横ばい	やや減少	減少
家族従業員 役員のみ (5社)			2 40.0%	2 40.0%	1 20.0%	
5人以下 (13社)			1 7.7%	5 38.5%	6 46.2%	1 7.7%
6～10人 (6社)			2 33.3%	2 33.3%	2 33.3%	
11～20人 (10社)			4 40.0%	2 20.0%	4 40.0%	
21人以上 (8社)			4 50.0%	2 25.0%	1 12.5%	1 12.5%
合計 (42社)			13 31.0%	13 31.0%	14 33.3%	2 4.8%



(2) 増加の要因

(MA)

規模	区分	ア	イ	ウ	エ	オ
家族従業員 役員のみ (2社)		1 50.0%		1 50.0%		
5人以下 (1社)		1 100.0%				
6～10人 (2社)		2 100.0%				
11～20人 (4社)		3 75.0%	2 50.0%	1 25.0%		1 25.0%
21人以上 (4社)		3 75.0%				1 25.0%
合計 (13社)		10 76.9%	2 15.4%	2 15.4%		2 15.4%

- (ア) 売上額の増加 (10社)
 (イ) 人件費負担の低下 (2社)
 (ウ) 仕入価格の低下 (2社)
 (エ) 金利負担の低下 (0社)
 (オ) その他 (2社)

(b)
 (b) ÷ (a)

令和7年の収益が令和6年よりも増加したと回答された事業所数 13社 (a)

(3) 減少の要因

(MA)

規模	区分	ア	イ	ウ	エ	オ
家族従業員 役員のみ (1社)		1 100.0%		1 100.0%		
5人以下 (7社)		6 85.7%	1 14.3%	3 42.9%		1 14.3%
6～10人 (2社)		1 50.0%	2 100.0%		1 50.0%	
11～20人 (4社)		3 75.0%	1 25.0%	2 50.0%		
21人以上 (2社)		2 100.0%	1 50.0%	2 100.0%	1 50.0%	
合計 (16社)		13 81.3%	5 31.3%	8 50.0%	2 12.5%	1 6.3%

- (ア) 売上額の減少 (13社)
 (イ) 人件費負担の上昇 (5社)
 (ウ) 仕入価格の上昇 (8社)
 (エ) 金利負担の上昇 (2社)
 (オ) その他 (1社)

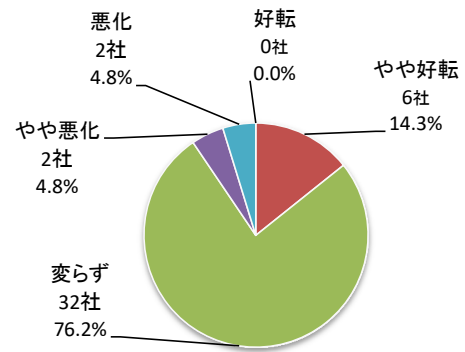
(b)
 (b) ÷ (a)

令和7年の収益が令和6年よりも減少したと回答された事業所数 16社 (a)

7. 取引条件について

(1) 令和6年に対する令和7年の回収条件

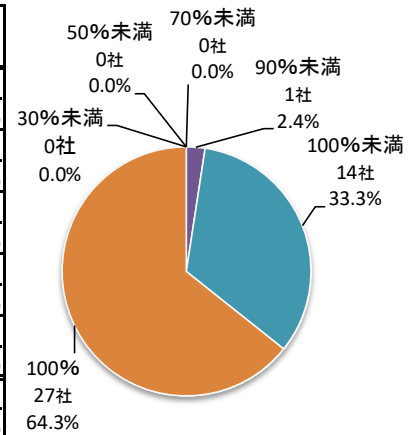
規模	区分	好転	やや好転	変らず	やや悪化	悪化
家族従業員 役員のみ (5社)				5 100.0%		
5人以下 (13社)			2 15.4%	9 69.2%	1 7.7%	1 7.7%
6～10人 (6社)			1 16.7%	4 66.7%	1 16.7%	
11～20人 (10社)			2 20.0%	8 80.0%		
21人以上 (8社)			1 12.5%	6 75.0%		1 12.5%
合 計 (42社)			6 14.3%	32 76.2%	2 4.8%	2 4.8%



(2) 最近の回収条件

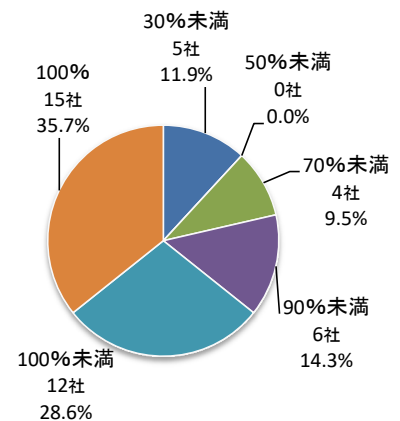
(a) 売掛金請求額に対する回収率

規模	区分	30%未満	50%未満	70%未満	90%未満	100%未満	100%
家族従業員 役員のみ (5社)						1 20.0%	4 80.0%
5人以下 (13社)					1 7.7%	3 23.1%	9 69.2%
6～10人 (6社)						2 33.3%	4 66.7%
11～20人 (10社)						3 30.0%	7 70.0%
21人以上 (8社)						5 62.5%	3 37.5%
合 計 (42社)					1 2.4%	14 33.3%	27 64.3%



(b) 現金（小切手を含む）回収率

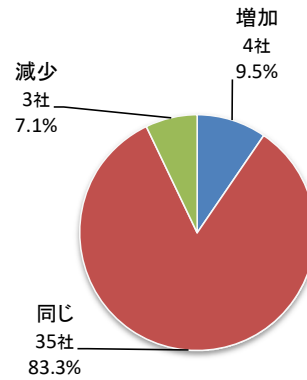
規模	区分	30%未満	50%未満	70%未満	90%未満	100%未満	100%
家族従業員 役員のみ (5社)					1 20.0%	1 20.0%	3 60.0%
5人以下 (13社)		1 7.7%		1 7.7%	1 7.7%	3 23.1%	7 53.8%
6～10人 (6社)		1 16.7%			1 16.7%	2 33.3%	2 33.3%
11～20人 (10社)		3 30.0%		2 20.0%	2 20.0%	2 20.0%	1 10.0%
21人以上 (8社)				1 12.5%	1 12.5%	4 50.0%	2 25.0%
合 計 (42社)		5 11.9%		4 9.5%	6 14.3%	12 28.6%	15 35.7%



8. 従業員数の増減について

(1) 令和6年末に比べて令和7年末の従業員数

規模	区分	増加	同じ	減少
家族従業員 役員のみ (5社)			4 80.0%	1 20.0%
5人以下 (13社)		1 7.7%	11 84.6%	1 7.7%
6～10人 (6社)			6 100.0%	
11～20人 (10社)		1 10.0%	8 80.0%	1 10.0%
21人以上 (8社)		2 25.0%	6 75.0%	
合計 (42社)		4 9.5%	35 83.3%	3 7.1%



9. 経営上の問題 (MA)

※無回答 5件

(ア) 売上・受注の停滞、減少	(23件 57.5%)
(イ) 値引き販売又は取引先からの値下げ要請	(3件 7.5%)
(ウ) 同業者間の競争激化	(18件 45.0%)
(エ) 異業種の参入	(1件 2.5%)
(オ) 求人難	(9件 22.5%)
(カ) 後継者難	(5件 12.5%)
(キ) 事務所・倉庫の狭少、老朽化	(5件 12.5%)
(ク) 借入難	(3件 7.5%)
(ケ) 代金回収の悪化	(1件 2.5%)
(コ) 労務管理	(3件 7.5%)
(サ) 人件費等の経費の増加	(11件 27.5%)
(シ) 販売先の廃業	(23件 57.5%)
(ス) 仕入先の廃業	(15件 37.5%)
(セ) その他	(1件 2.5%)

10. 今後の経営方針 (MA)

※無回答 5件

(ア) 産地内外メーカーとの協調を図る	(14件 35.0%)
(イ) 新規得意先や新しい流通ルートの開拓	(23件 57.5%)
(ウ) 営業規模を縮小し、経営の健全化を図る	(2件 5.0%)
(エ) 新しい事業分野に進出	(4件 10.0%)
(オ) 輸出の拡大又は新しく輸出に取り組む	(2件 5.0%)
(カ) 輸入の拡大又は新しく輸入に取り組む	(1件 2.5%)
(キ) 関連業者(メカ、卸、小売店等)との合併等	(1件 2.5%)
(ク) 新商品の取扱い拡大または 新用途向け製品開発に取り組む	(6件 15.0%)
(ケ) 人材教育に努める	(3件 7.5%)
(コ) 財務体質の強化	(4件 10.0%)
(サ) ユーザーニーズの情報収集	(3件 7.5%)
(シ) 自社ブランド製品のPR	(7件 17.5%)
(ス) その他	(0件 0.0%)