

令和3年9月16日
豊岡市商工会

豊岡市商工会管内企業動向調査結果

(令和3年7月～9月期実績、令和3年10月～12月期見通し)

《1》 調査時点 令和3年9月3日

《2》 調査対象

調査依頼先
150企業

有効回答数
128企業 (回答率85%)

業種	企業数	城崎		竹野		日高		出石		但東		回答数
		対象	回答									
製造業	27	2	1	3	3	10	8	8	6	4	3	21
建設業	26	2	1	3	3	13	11	5	5	3	3	23
小売業	33	9	8	2	2	11	11	9	7	2	2	30
飲食業	22	7	6	2	2	6	5	6	6	1	0	19
宿泊業	20	8	7	5	4	7	5	0	0	0	0	16
サービス業	22	2	1	2	1	12	11	3	3	3	3	19
合計	150	30	24	17	15	59	51	31	27	13	11	128

《3》 調査項目

- ①売上高 ②仕入単価 ③採算性 ④資金繰り ⑤景況感
⑥従業員の数 ⑦直面している経営上の問題 ⑧今後取り組んでいきたいこと
⑨DXの取組 ⑩DXの取組で力を入れていること、取り組みたいこと

【令和3年7～9月期実績】

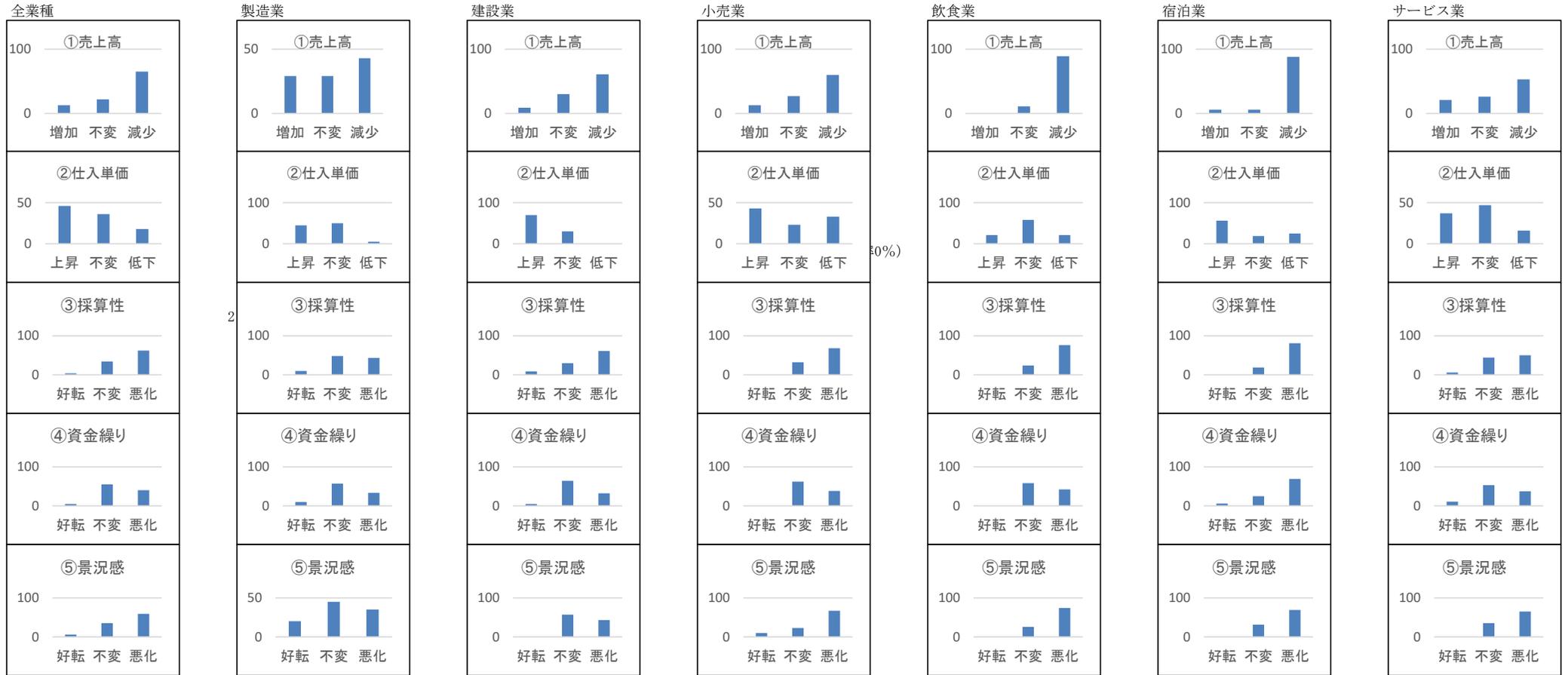
(1)	全業種の売上高DIは、(前期▲40→)▲43(前期差3ポイント減)となりマイナス幅が拡大した。
	業種別売上高DIは、製造業、建設業、小売業、サービス業が上昇し、飲食業、宿泊業が低下した。
(2)	全業種の仕入単価DIは、(前期6→)26(前期差20ポイント増)となりプラス幅が拡大した。
	業種別仕入単価DIは、製造業、建設業、飲食業、宿泊業、サービスが上昇し、小売業が低下した。
(3)	全業種の採算性DIは、(前期▲51→)▲51(前期差0ポイント)となり横ばいとなった。
	業種別採算性DIは、建設業、宿泊業が上昇し、小売業が横ばい、製造業、飲食業、サービス業が低下した。
(4)	全業種の資金繰りDIは、(前期▲37→)▲36となり(前期差1ポイント増)となりマイナス幅が縮小した。
	業種別資金繰りDIは、建設業、小売業、飲食業が上昇し、製造業、宿泊業、サービス業が低下した。
(5)	全業種の景況感DIは、(前期▲57→)▲55(前期差2ポイント増)となりマイナス幅が縮小した。
	業種別の景況感DIは、製造業、建設業、小売業、宿泊業が上昇し、飲食業、サービス業が低下した。

【令和3年10～12月期の見通し】

(1)	全業種の売上高DIは、▲29となり14ポイントマイナス幅が縮小する見通し。
	業種別売上高DIは、小売業、飲食業、宿泊業、サービス業が上昇し、製造業が横ばい、建設業が低下する見通し。
(2)	全業種の仕入単価DIは、40となり14ポイントプラス幅が拡大する見通し。
	業種別仕入単価DIは、建設業、小売業、飲食業、宿泊業が上昇し、製造業が横ばい、サービス業が低下する見通し。
(3)	全業種の採算性DIは、▲42となり9ポイントマイナス幅が縮小する見通し。
	業種別採算性DIは、小売業、飲食業、宿泊業が上昇し、製造業、建設業、サービス業が低下する見通し。
(4)	全業種の資金繰りDIは、▲38となり2ポイントマイナス幅が拡大する見通し。
	業種別の資金繰りDIは、飲食業、宿泊業、サービス業が上昇し、製造業、建設業、小売業が低下する見通し。
(5)	全業種の景況感DIは、▲46となり9ポイントマイナス幅が縮小する見通し。
	業種別の景況感DIは、小売業、飲食業、宿泊業、サービス業が上昇し、製造業、建設業が低下する見通し。

【1】前年同期比

前年同期（令和2年7月～9月）と比べた今期（令和3年7月～9月）の状況

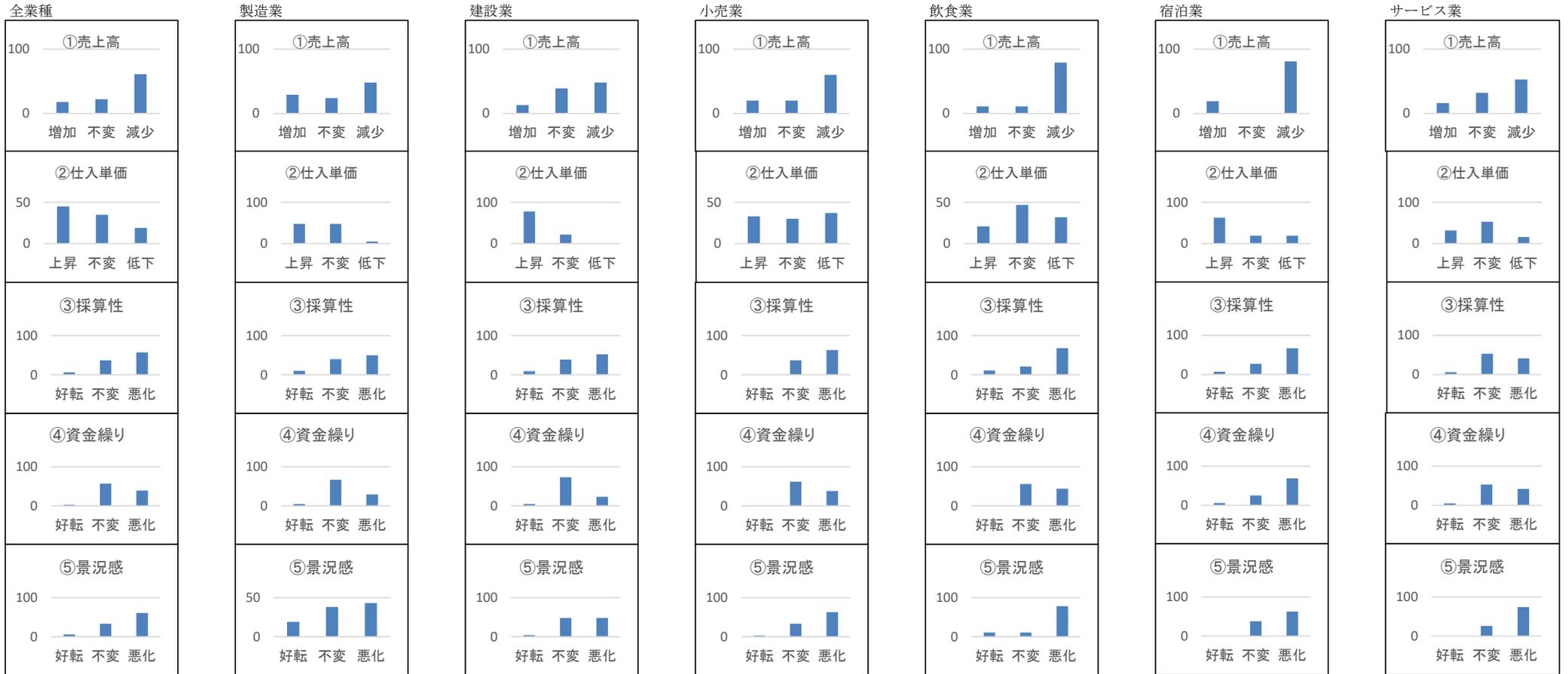


【全業種・業種別D I】

	全業種	製造業	建設業	小売業	飲食業	宿泊業	サービス業
売上高	▲ 52	▲ 14	▲ 52	▲ 47	▲ 89	▲ 82	▲ 32
仕入単価	28	40	70	10	0	31	21
採算性	▲ 58	▲ 33	▲ 52	▲ 68	▲ 76	▲ 81	▲ 44
資金繰り	▲ 35	▲ 23	▲ 27	▲ 38	▲ 42	▲ 63	▲ 26
景況感	▲ 53	▲ 15	▲ 43	▲ 57	▲ 74	▲ 69	▲ 65

(注) 売上D Iは「増加」企業割合－「減少」企業割合
 仕入単価D Iは「上昇」企業割合－「低下」企業割合
 採算性D Iは「好転」企業割合－「悪化」企業割合
 資金繰りD Iは「好転」企業割合－「悪化」企業割合
 景況感D Iは「好転」企業割合－「悪化」企業割合

【2】前期比
前期（令和3年4月～6月）と比べた今期（令和3年7月～9月）の状況



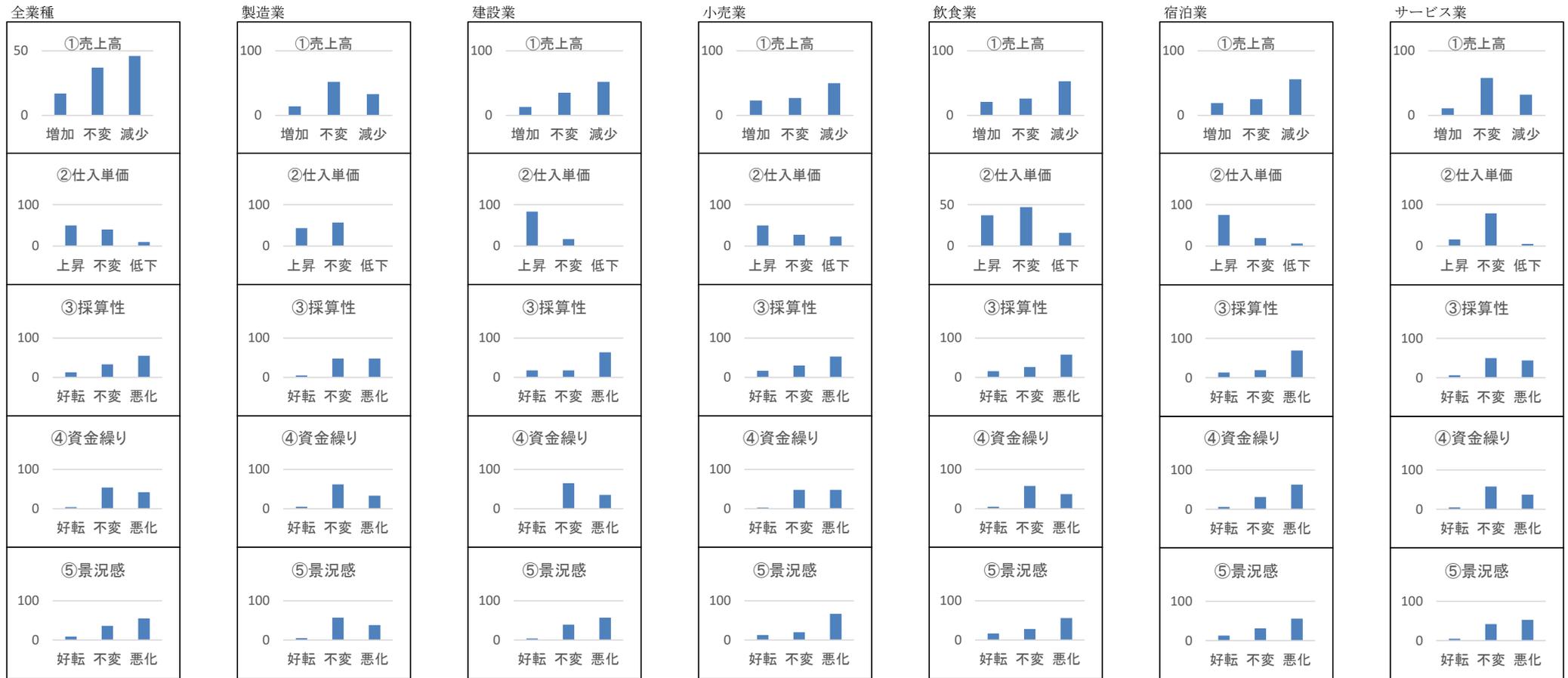
【全業種・業種別D I】

	全業種	製造業	建設業	小売業	飲食業	宿泊業	サービス業
売上高	▲ 43	▲ 19	▲ 35	▲ 40	▲ 68	▲ 62	▲ 37
仕入単価	26	43	78	▲ 4	▲ 11	44	16
採算性	▲ 51	▲ 40	▲ 43	▲ 63	▲ 57	▲ 60	▲ 35
資金繰り	▲ 36	▲ 24	▲ 18	▲ 38	▲ 44	▲ 63	▲ 37
景況感	▲ 55	▲ 24	▲ 44	▲ 60	▲ 67	▲ 63	▲ 74

(注) 売上D Iは「増加」企業割合－「減少」企業割合
仕入単価D Iは「上昇」企業割合－「低下」企業割合
採算性D Iは「好転」企業割合－「悪化」企業割合
資金繰りD Iは「好転」企業割合－「悪化」企業割合
景況感D Iは「好転」企業割合－「悪化」企業割合

【3】来期の見通し

今期（令和3年7月～9月）と比べた来期（令和3年10月～12月）の見通し

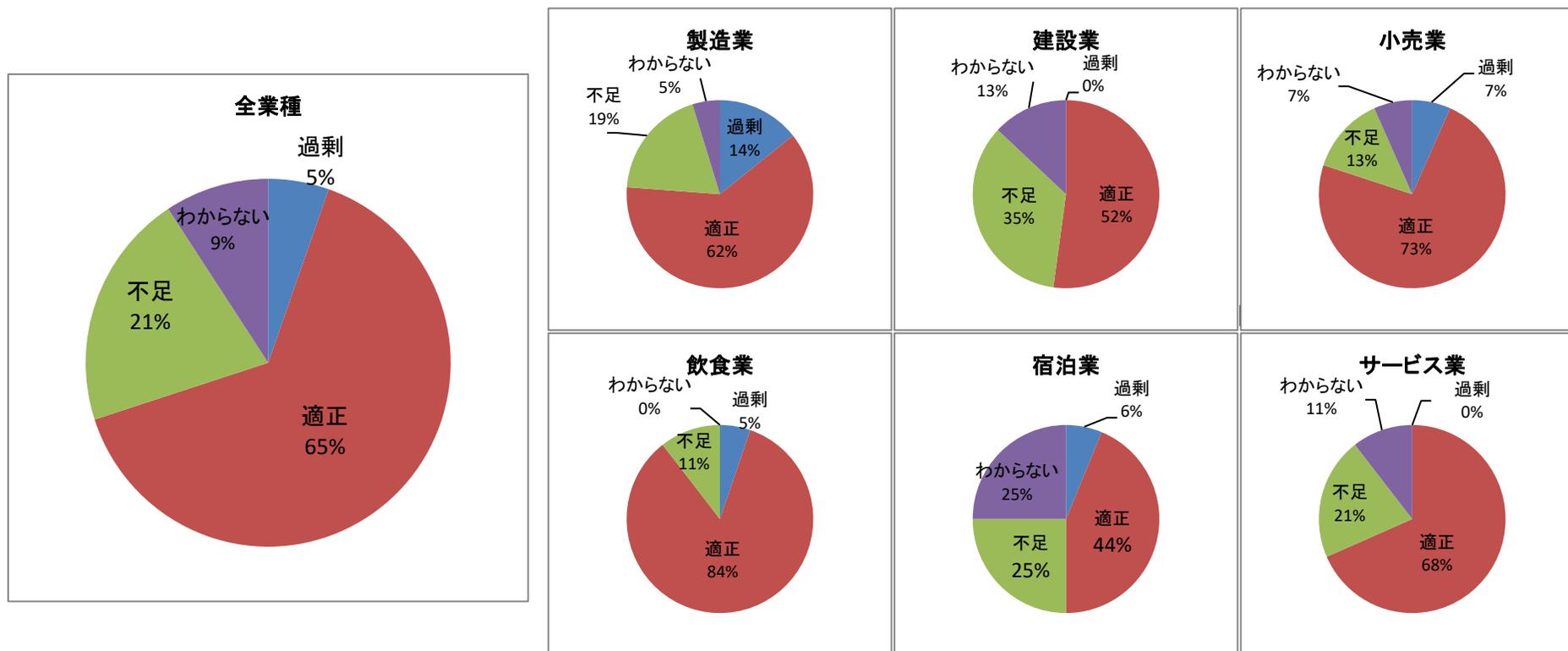


【全業種・業種別D I】

	全業種	製造業	建設業	小売業	飲食業	宿泊業	サービス業
売上高	▲ 29	▲ 19	▲ 39	▲ 27	▲ 32	▲ 37	▲ 21
仕入単価	40	43	83	27	21	69	11
採算性	▲ 42	▲ 43	▲ 46	▲ 36	▲ 42	▲ 56	▲ 38
資金繰り	▲ 38	▲ 28	▲ 35	▲ 45	▲ 32	▲ 57	▲ 32
景況感	▲ 46	▲ 33	▲ 53	▲ 54	▲ 39	▲ 43	▲ 48

(注) 売上D Iは「増加」企業割合－「減少」企業割合
 仕入単価D Iは「上昇」企業割合－「低下」企業割合
 採算性D Iは「好転」企業割合－「悪化」企業割合
 資金繰りD Iは「好転」企業割合－「悪化」企業割合
 景況感D Iは「好転」企業割合－「悪化」企業割合

【4】従業員（臨時・パート含む）の人数について



今期（R3.7～9）

⑥従業員の人数（件数）	全業種		製造業		建設業		小売業		飲食業		宿泊業		サービス業	
	件数	比率	件数	比率										
過剰	7	5.4%	3	14.3%	0	0.0%	2	6.7%	1	5.3%	1	6.3%	0	0.0%
適正	84	64.6%	13	61.9%	12	52.2%	22	73.3%	16	84.2%	7	43.8%	13	68.4%
不足	27	20.8%	4	19.0%	8	34.8%	4	13.3%	2	10.5%	4	25.0%	4	21.1%
わからない	12	9.2%	1	4.8%	3	13.0%	2	6.7%	0	0.0%	4	25.0%	2	10.5%
合計	130		21		23		30		19		16		19	

対前期比（R3.3～6）

⑥従業員の人数（件数）	全業種		製造業		建設業		小売業		飲食業		宿泊業		サービス業	
	前期比率	前期増減	前期比率	前期増減	前期比率	前期増減	前期比率	前期増減	前期比率	前期増減	前期比率	前期増減	前期比率	前期増減
過剰	10.8%	-5.4	15.4%	-1.1	0.0%	0.0	9.7%	-3.0	13.6%	-8.3	25.0%	-18.7	4.8%	-4.8
適正	57.4%	7.2	69.2%	-7.3	38.5%	13.7	67.7%	5.6	68.2%	16.0	40.0%	3.8	61.9%	6.5
不足	19.6%	1.2	11.5%	7.5	38.5%	-3.7	12.9%	0.4	13.6%	-3.1	20.0%	5.0	19.0%	2.1
わからない	12.2%	-3.0	3.8%	1.0	23.1%	-10.1	9.7%	-3.0	4.5%	-4.5	15.0%	10.0	14.3%	-3.8

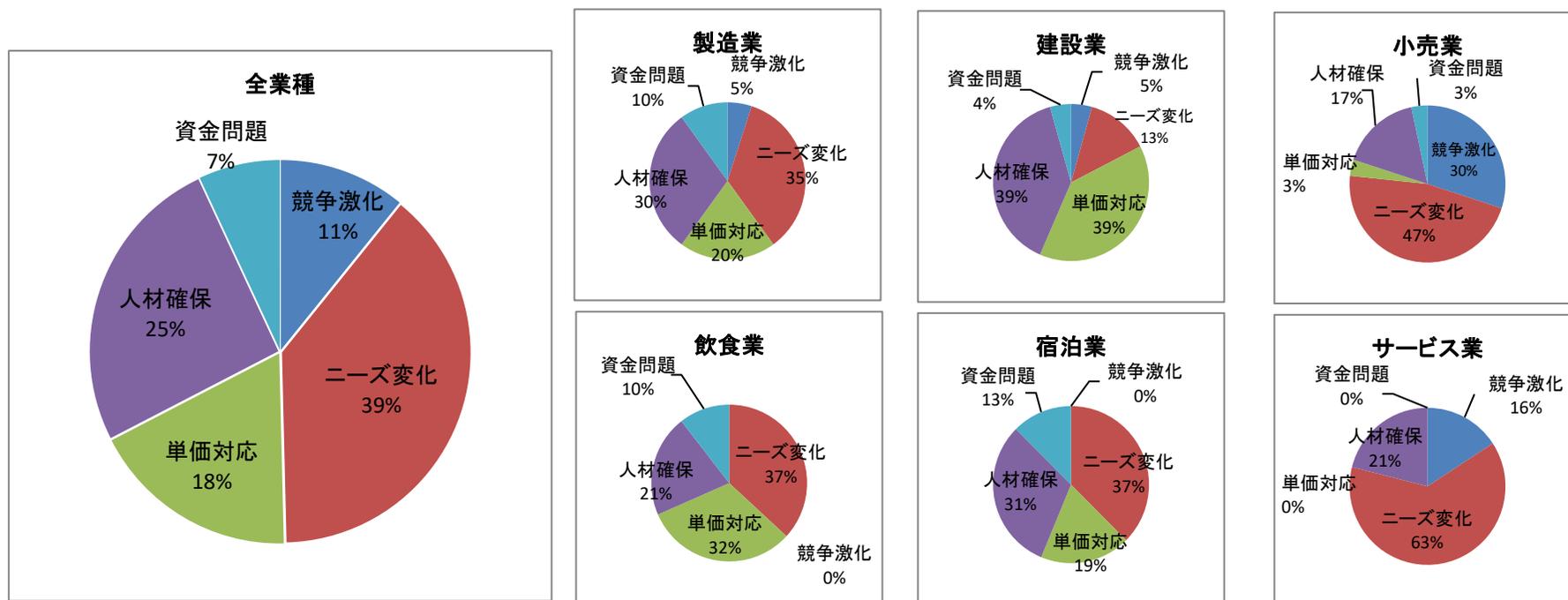
従業員の人数が「過剰」と認識している経営者は、「製造業」、「小売業」、「宿泊業」の順が多い。また、前期比較では「建設業」だけがポイントの増減がなく、「宿泊業」、「飲食業」、「サービス業」の順でポイント減少幅が大きい。

従業員の人数が「適正」と認識している経営者は、「飲食業」、「小売業」、「サービス業」の順が多い。また、前期比較では「飲食業」、「建設業」、「サービス業」の順でポイント増加幅が大きく、「製造業」だけがポイント減少している。

従業員の人数が「不足」と認識している経営者は、「建設業」、「宿泊業」、「サービス業」の順が多い。また、前期比較では「宿泊業」、「製造業」の順でポイント増加幅が大きく、「建設業」、「飲食業」の順でポイント減少幅が大きい。

○「過剰」の割合が減少し、「適正」の割合が増加し、「不足」の割合は横ばいであり、人数確保の面では改善している。

【5】直面している経営上の問題点について



今期 (R3.7~9)

⑦直面している経営上の問題点	全業種		製造業		建設業		小売業		飲食業		宿泊業		サービス業		
	件数	比率	件数	比率											
大手企業(大型店)進出、インターネット普及による販売競争の激化	14	10.9%	1	5.0%	1	4.3%	9	30.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	15.8%	競争激化
消費者(製品) ニーズ変化への対応	50	38.8%	7	35.0%	3	13.0%	14	46.7%	7	36.8%	6	37.5%	12	63.2%	ニーズ変化
仕入単価(原材料)の上昇、販売受注単価の低下	23	17.8%	4	20.0%	9	39.1%	1	3.3%	6	31.6%	3	18.8%	0	0.0%	単価対応
必要な人材の雇用確保	33	25.6%	6	30.0%	9	39.1%	5	16.7%	4	21.1%	5	31.3%	4	21.1%	人材確保
事業資金の借入難	9	7.0%	2	10.0%	1	4.3%	1	3.3%	2	10.5%	2	12.5%	0	0.0%	資金問題
合計	129		20		23		30		19		16		19		

対前期比（R3.3～6）

⑦直面している経営上の問題点	全業種		製造業		建設業		小売業		飲食業		宿泊業		サービス業		
	前期比率	前期増減	前期比率	前期増減											
大手企業（大型店）進出、インターネット普及による販売競争の激化	12.4%	-1.5	0.0%	5.0	12.0%	-7.7	28.6%	1.4	0.0%	0.0	7.7%	-7.7	16.7%	-0.9	競争激化
消費者（製品）ニーズ変化への対応	30.6%	8.2	33.3%	1.7	4.0%	9.0	32.1%	14.6	33.3%	3.5	53.8%	-16.3	38.9%	24.3	ニーズ変化
仕入単価（原材料）の上昇、販売受注単価の低下	24.0%	-6.2	29.2%	-9.2	44.0%	-4.9	10.7%	-7.4	33.3%	-1.7	15.4%	3.4	11.1%	-11.1	単価対応
必要な人材の雇用確保	27.3%	-1.7	33.3%	-3.3	36.0%	3.1	25.0%	-8.3	25.0%	-3.9	7.7%	23.6	27.8%	-6.7	人材確保
事業資金の借入難	5.8%	1.2	4.2%	5.8	4.0%	0.3	3.6%	-0.3	8.3%	2.2	15.4%	-2.9	5.6%	-5.6	資金問題

「大手企業（大型店）進出、インターネット普及による販売競争の激化」に直面している経営者の割合は、「小売業」が最も高く、「サービス業」、「製造業」が順で続く。また前期比較では「製造業」、「小売業」でポイント増加幅が大きく、「建設業」、「宿泊業」、「サービス業」の順でポイント減少幅が大きい。

「消費者（製品）ニーズ変化への対応」に直面している経営者の割合は、「サービス業」が特に高く、「小売業」、「宿泊業」、「飲食業」、「製造業」も高い状況である。また前期比較では、「サービス業」、「小売業」が2桁ポイント増加しているが、「宿泊業」はポイント減少している。

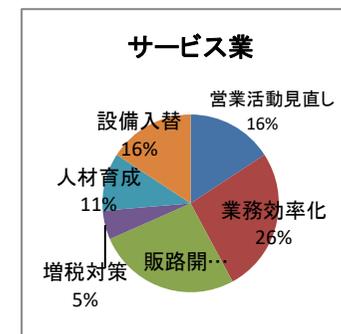
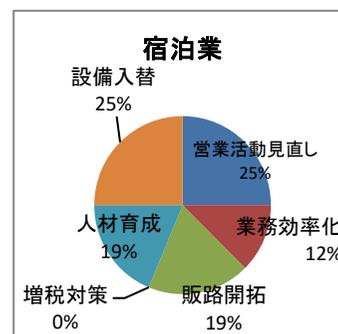
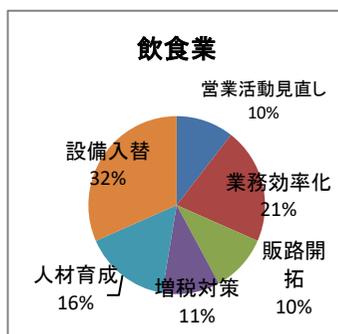
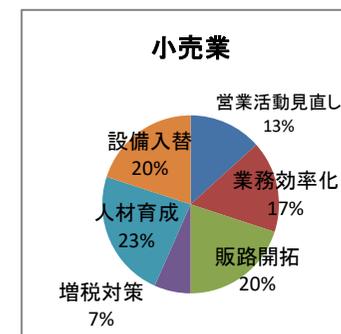
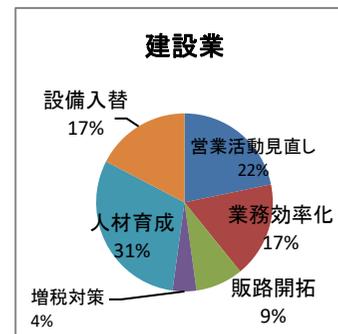
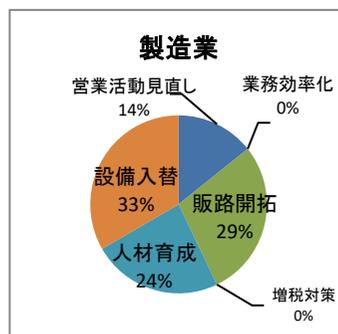
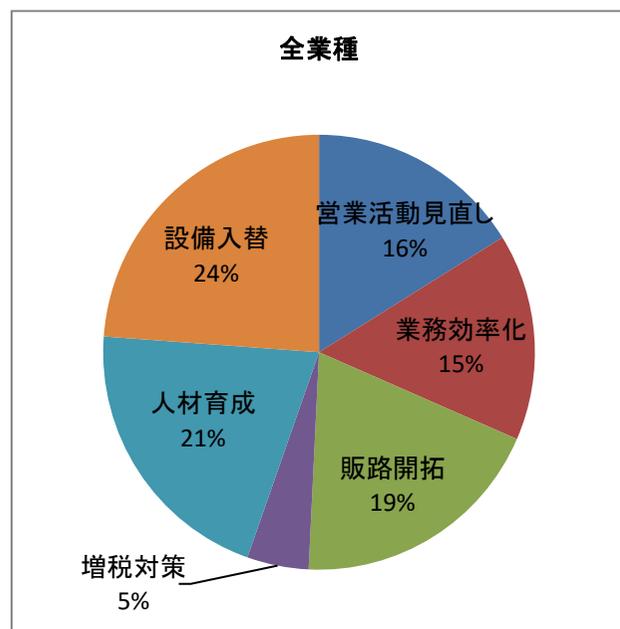
「仕入単価（原材料）の上昇、販売受注単価の低下」に直面している経営者の割合は、「建設業」、「飲食業」が特に高い。また前期比較では、「宿泊業」のみがポイント増加しているが、その他はポイント減少している。

「必要な人材の雇用確保」に直面している経営者の割合は、「建設業」が最も高く、「宿泊業」、「製造業」が順で続く。また前期比較では、「宿泊業」が2桁ポイント増加しているが、「小売業」、「サービス業」の順でポイント減少している。

「事業資金の借入難」に直面している経営者の割合は、「宿泊業」、「飲食業」、「製造業」の順で高い。また前期比較では、「製造業」、「飲食業」がポイント増加しているが、「サービス業」、「宿泊業」がポイント減少している。

○「消費者（製品）ニーズ変化への対応」が全体の1位（約40%）であり、前回からもポイントが増加していることから、ニーズの変化が激しさを増していることがうかがえる結果となった。

【6】 今後、取り組んでいきたいこと



今期 (R3.7~9)

⑧今後、取り組んでいきたいこと	全業種		製造業		建設業		小売業		飲食業		宿泊業		サービス業		
	件数	比率	件数	比率											
既存顧客のリスト化、営業活動の見直し	21	16.2%	3	14.3%	5	21.7%	4	13.3%	2	10.5%	4	25.0%	3	15.8%	営業活動見直し
業務の効率化、仕事の見える化	20	15.4%	0	0.0%	4	17.4%	5	16.7%	4	21.1%	2	12.5%	5	26.3%	業務効率化
販路開拓 (商談会・展示会・プレスリリース等)	25	19.2%	6	28.6%	2	8.7%	6	20.0%	2	10.5%	3	18.8%	5	26.3%	販路開拓
消費税増税対策、会計管理の見直し	6	4.6%	0	0.0%	1	4.3%	2	6.7%	2	10.5%	0	0.0%	1	5.3%	増税対策
人材育成、社員教育	27	20.8%	5	23.8%	7	30.4%	7	23.3%	3	15.8%	3	18.8%	2	10.5%	人材育成
設備の入替・更新	31	23.8%	7	33.3%	4	17.4%	6	20.0%	6	31.6%	4	25.0%	3	15.8%	設備入替
合計	130		21		23		30		19		16		19		

対前期比（R3.3～6）

⑧今後、取り組んでいきたいこと	全業種		製造業		建設業		小売業		飲食業		宿泊業		サービス業		
	前期比率	前期増減	前期比率	前期増減	前期比率	前期増減	前期比率	前期増減	前期比率	前期増減	前期比率	前期増減	前期比率	前期増減	
既存顧客のリスト化、営業活動の見直し	12.3%	3.9	3.8%	10.5	12.0%	9.7	17.2%	-3.9	15.0%	-4.5	16.7%	8.3	11.1%	4.7	営業活動見直し
業務の効率化、仕事の見える化	20.3%	-4.9	23.1%	-23.1	16.0%	1.4	20.7%	-4.0	30.0%	-8.9	0.0%	12.5	33.3%	-7.0	業務効率化
販路開拓（商談会・展示会・プレスリリース等）	18.8%	0.4	23.1%	5.5	12.0%	-3.3	27.6%	-7.6	20.0%	-9.5	5.6%	13.2	16.7%	9.6	販路開拓
消費税増税対策、会計管理の見直し	5.1%	-0.5	3.8%	-3.8	0.0%	4.3	0.0%	6.7	20.0%	-9.5	0.0%	0.0	11.1%	-5.8	増税対策
人材育成、社員教育	21.0%	-0.2	26.9%	-3.1	44.0%	-13.6	13.8%	9.5	5.0%	10.8	27.8%	-9.0	5.6%	4.9	人材育成
設備の入替・更新	22.5%	1.3	19.2%	14.1	16.0%	1.4	20.7%	-0.7	10.0%	21.6	50.0%	-25.0	22.2%	-6.4	設備入替

「既存顧客のリスト化、営業活動の見直し」を検討している経営者の割合は、「宿泊業」、「建設業」で高い。また前期比較では、「製造業」、「建設業」、「宿泊業」の順でポイント増加幅が大きく、「飲食業」、「小売業」でポイント減少幅が大きい。

「業務の効率化、仕事の見える化」を検討している経営者の割合は、「サービス業」、「飲食業」で高い。また前期比較では、「宿泊業」で2桁ポイント増加しているが、「製造業」、「飲食業」、「サービス業」の順でポイント減少幅が大きい。

「販路開拓（商談会・展示会・プレスリリース等）」を検討している経営者の割合は、「製造業」、「サービス業」、「小売業」の順で高い。また前期比較では、「宿泊業」、「サービス業」、「製造業」の順でポイント増加幅が大きく、「飲食業」、「小売業」、「建設業」の順でポイント減少幅が大きい。

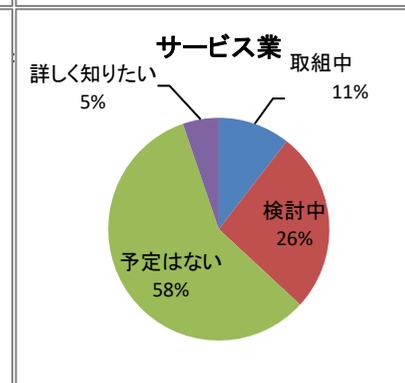
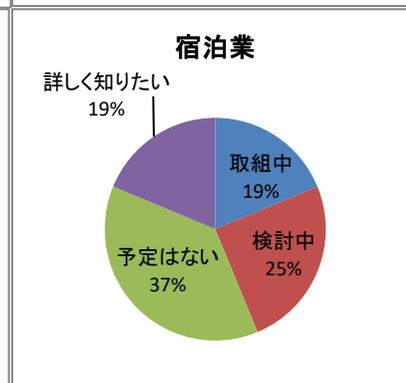
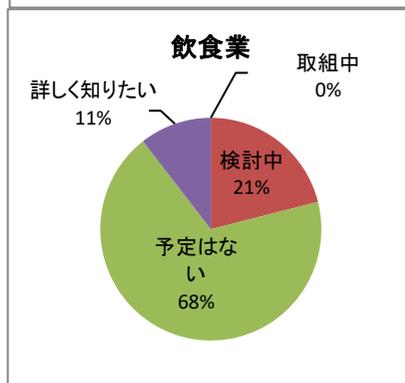
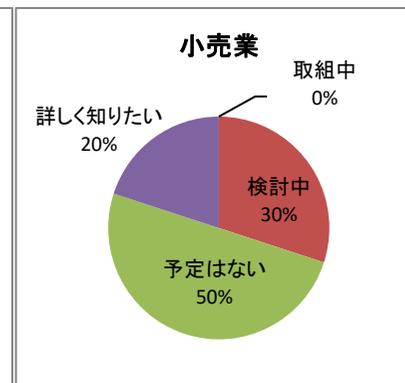
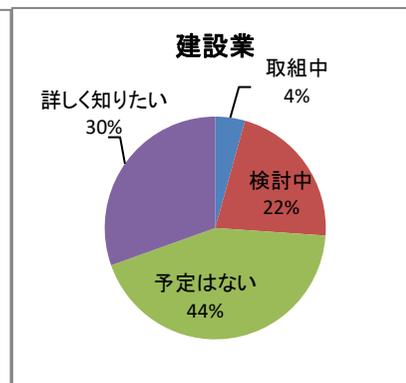
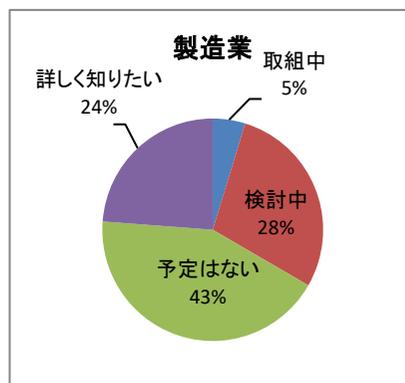
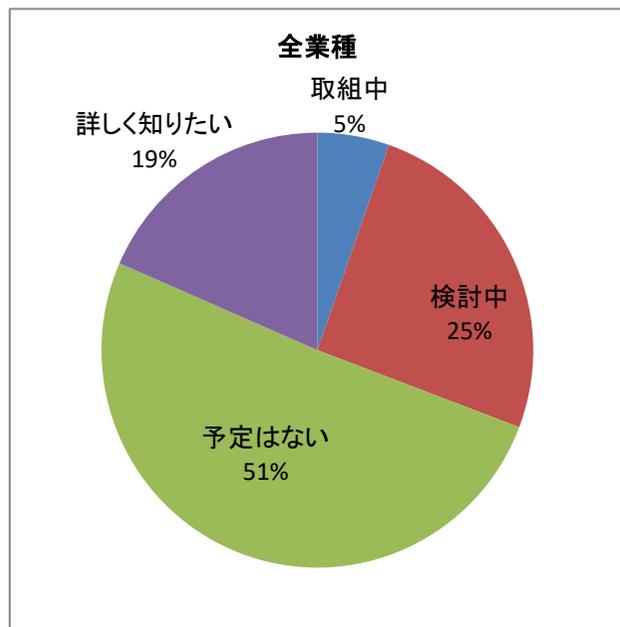
「消費税増税対策、会計管理の見直し」を検討している経営者の割合は、「飲食業」、「小売業」の順で高い。また前期比較では、「小売業」、「建設業」の順でポイント増加幅が大きく、「飲食業」、「サービス業」、「製造業」の順でポイント減少幅が大きい。

「人材育成、社員教育」を検討している経営者の割合は、「建設業」、「製造業」、「小売業」の順で高い。また前期比較では、「飲食業」、「小売業」の順でポイント増加幅が大きく、「建設業」、「宿泊業」、「製造業」の順でポイント減少幅が大きい。

「設備の入替・更新」を検討している経営者の割合は、「製造業」、「飲食業」、「宿泊業」の順で高い。また前期比較では、「飲食業」、「製造業」の順でポイント増加幅が大きく、「宿泊業」、「サービス業」の順でポイント減少幅が大きい。

○全業種で「人材育成・社員教育」が20.8%（全体2位）であったことから、人材確保から人材育成へシフトしつつあり、また「設備の入替・更新」が23.8%（全体1位）であったことから、顧客ニーズへの対応がうかがえる結果となった。

【7】DXの取組を実施していますか？



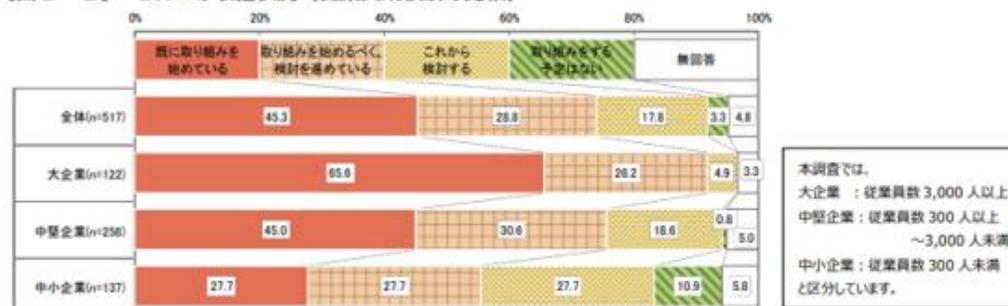
⑨DXの取組を実施していますか？	全業種		製造業		建設業		小売業		飲食業		宿泊業		サービス業	
	件数	比率	件数	比率										
取り組んでいる	7	5.4%	1	4.8%	1	4.3%	0	0.0%	0	0.0%	3	18.8%	2	10.5%
取組を検討中	33	25.4%	6	28.6%	5	21.7%	9	30.0%	4	21.1%	4	25.0%	5	26.3%
取組予定はない	66	50.8%	9	42.9%	10	43.5%	15	50.0%	13	68.4%	6	37.5%	11	57.9%
DXについて詳しく知りたい	24	18.5%	5	23.8%	7	30.4%	6	20.0%	2	10.5%	3	18.8%	1	5.3%
合計	130		21		23		30		19		16		19	

取組中
検討中
予定はない
詳しく知りたい

【図1-1】 DXへの取組状況（昨年との比較）



【図1-2】 DXへの取組状況（従業員規模別の比較）



出典：一般社団法人日本能率協会
 調査時期：令和3年7月～8月調査

「取り組んでいる」経営者の割合は、「宿泊業」、「サービス業」が10%以上である。「小売業」、「飲食業」はまだ取組んでいない。

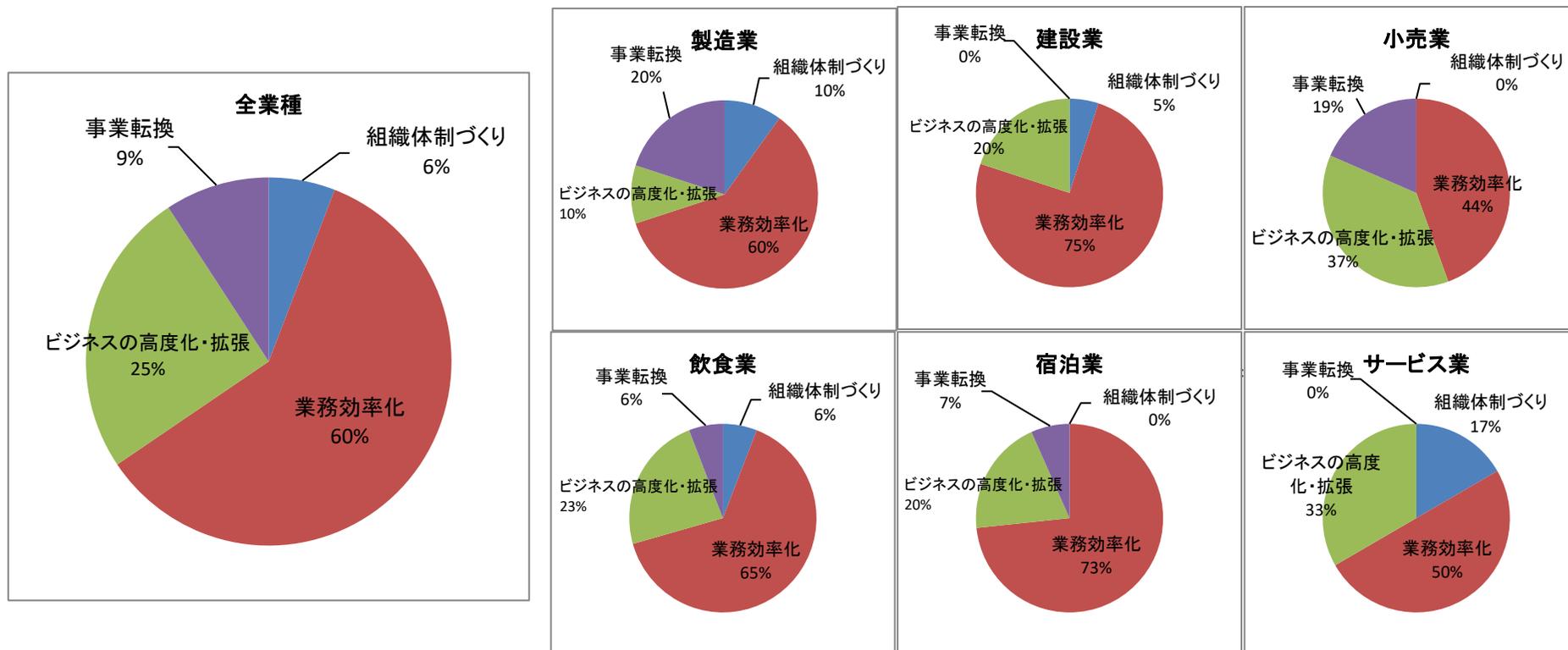
「取組を検討中」である経営者の割合は、「小売業」、「製造業」、「サービス業」の順で高い。全体では約25%で2番目に多い。

「取り組む予定はない」経営者の割合は、「飲食業」、「サービス業」、「小売業」の順で高い。全体では約50%で最も多い。

「DXについて詳しく知りたい」経営者の割合は、「建設業」、「製造業」、「小売業」の順で高い。

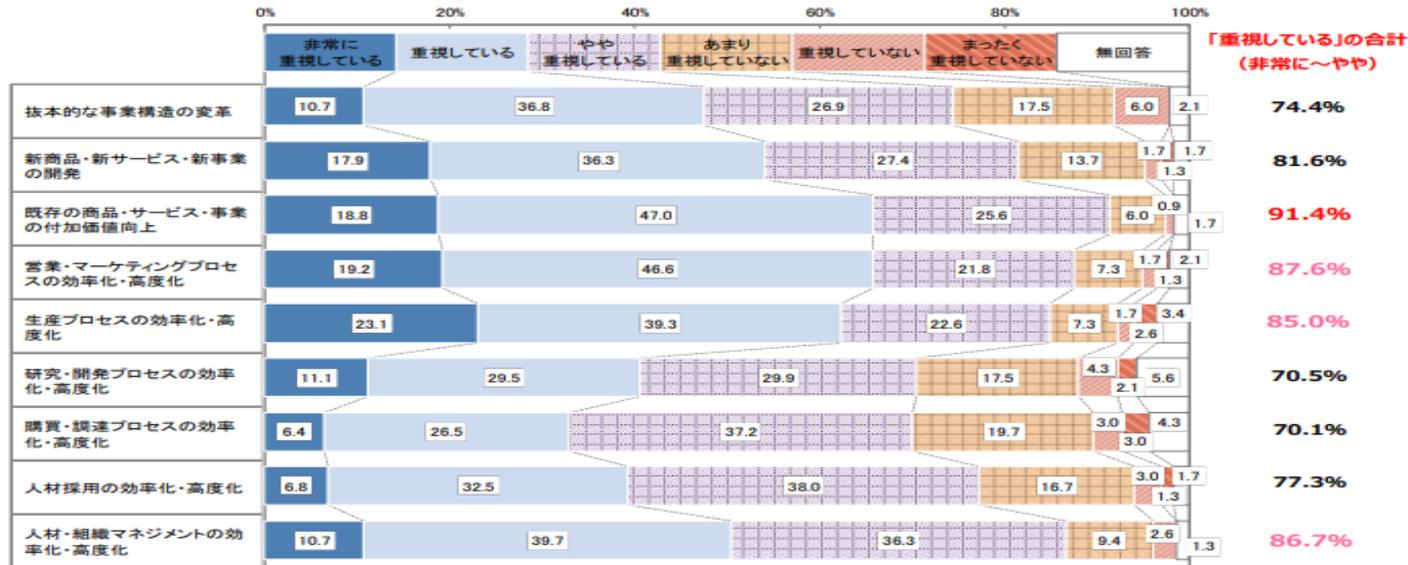
ODXに関して何かしら興味がある経営者は49.2%と関心度が高い。その一方で「取組予定はない」と答えた経営者が50.8%であった。全国の中小企業を対象した調査(「(社)日本能率協会」)では、10.9%(図1-2「中小企業」)となっており、管内での取り組みへの意欲と大きく乖離した結果となった。

【8】DXの取組内容で力を入れていること、取り組みたいことは何ですか？



⑨DXの取組内容で力を入れていること、取り組みたいこと	全業種		製造業		建設業		小売業		飲食業		宿泊業		サービス業		
	件数	比率	件数	比率											
DX推進のための組織体制づくり	7	5.9%	2	10.0%	1	5.0%	0	0.0%	1	5.9%	0	0.0%	3	16.7%	組織体制づくり
業務内容のデジタル化による業務効率化	71	59.7%	12	60.0%	15	75.0%	12	44.4%	11	64.7%	11	73.3%	9	50.0%	業務効率化
デジタルを活用した既存ビジネスの高度化や拡張	30	25.2%	2	10.0%	4	20.0%	10	37.0%	4	23.5%	3	20.0%	6	33.3%	ビジネスの高度化・拡張
デジタル化による事業転換	11	9.2%	4	20.0%	0	0.0%	5	18.5%	1	5.9%	1	6.7%	0	0.0%	事業転換
合計	119		20		20		27		17		15		18		

【図2】DXの取り組みで重視していること（N=234, SA）



出典：一般社団法人 日本能率協会
調査時期：令和3年7月～8月

「DX推進のための組織体制づくり」を重点にしている経営者の割合は、「サービス業」、「製造業」で高いが、全体では5%と低い項目。

「業務内容のデジタル化による業務効率化」を重点にしている経営者の割合は、「建設業」、「宿泊業」、「飲食業」で高く、全体では約60%と最も高い項目。

「デジタルを活用した既存ビジネスの高度化や拡張」を重点にしている経営者の割合は、「小売業」、「サービス業」、「飲食業」で高く、全体でも25%と2番目に高い項目。

「デジタル化による事業転換」を重点にしている経営者の割合は、「小売業」、「製造業」で高い。

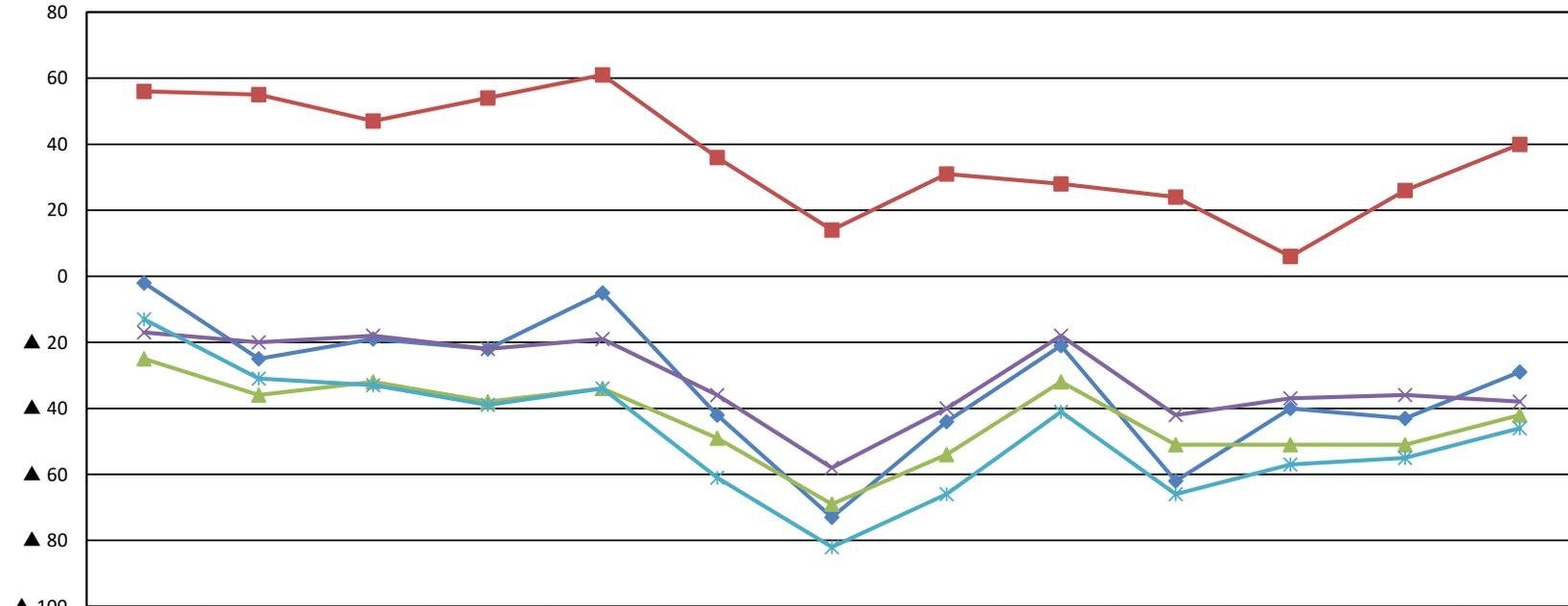
ODXの取組において、本調査、(社)日本能率協会の調査からも、業種や事業規模に限らず、「業務の効率化」が最重要点になる結果となった。

【9】自由コメント

1	DXは今の時流として、どの業種にも必要かも知れない。けれど反面、体感すると言うことに稀薄になるのでは？とも臨場でしか得られないものもある事を踏まえて、熟慮する事が望ましいと思います。（日高・建設業）
2	とにかくコロナによる閉塞感が強い。慶弔ごとが大きく変わったので業種的に考えねばいけない。（日高・小売業）
3	新型コロナによる緊急事態宣言で、観光地へのお客が大幅に減少している。国の支援は業種により大きな差がある。観光地の現状を県連、全国連、国へ強く訴えてほしい。（城崎・小売業）
4	コロナウイルス感染症の増加、緊急事態宣言による臨時休業。これに尽きる。昨年同様、今年もまた。コロナウイルスの終息を待つしかないのかな。1日でも早い終息を望むが、それまで経営がもつのか大変不安。来期は希望を持って売上高増加・好転にしたが、コロナウイルス次第なのかな。（城崎・飲食業）
5	緊急事態宣言で他店が休業しているため現在は売る上げが維持出来る状態であるが、今後バス旅行が早期に容易に出来る状態になることを願うばかりです。（出石・飲食業）
6	コロナ禍により冬の繁盛期がどう変わる（誘客）か不明。それ相応に対応し経営を進めたい。（城崎・飲食業）
7	豊岡市のおこなっている補助金制度(リフォーム豊岡)のおかげもあり、現状では仕事は詰まっているが、ただ単に今後の仕事が早出しになってしまっただけでもないウッドショックと呼ばれる木材の高騰以外にも全体的に資材の値上げが続いており、予算を圧迫して人件費や利益の減少となっている。（日高・建設業）
8	コロナはまだ終息していないにも関わらず、コロナ対策での借入れがしにくくなっている。（出石・食料品製造業）

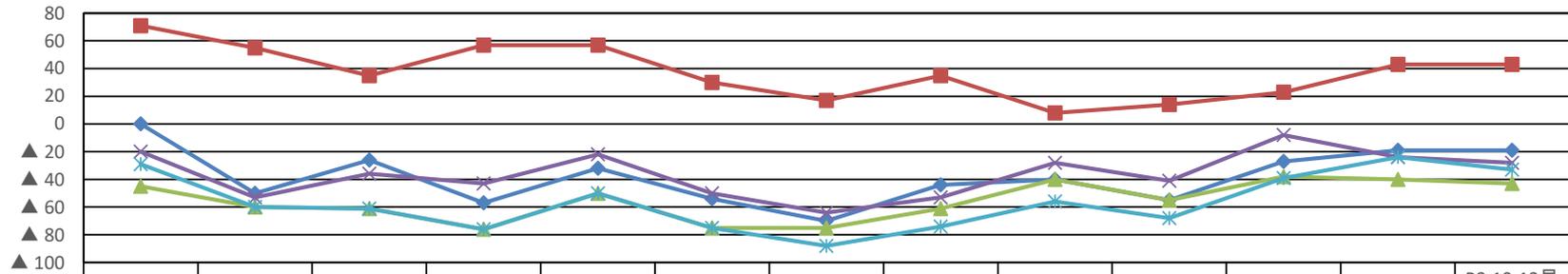
豊岡市商工会管内における3年間の景気動向調査結果

全業種DI推移



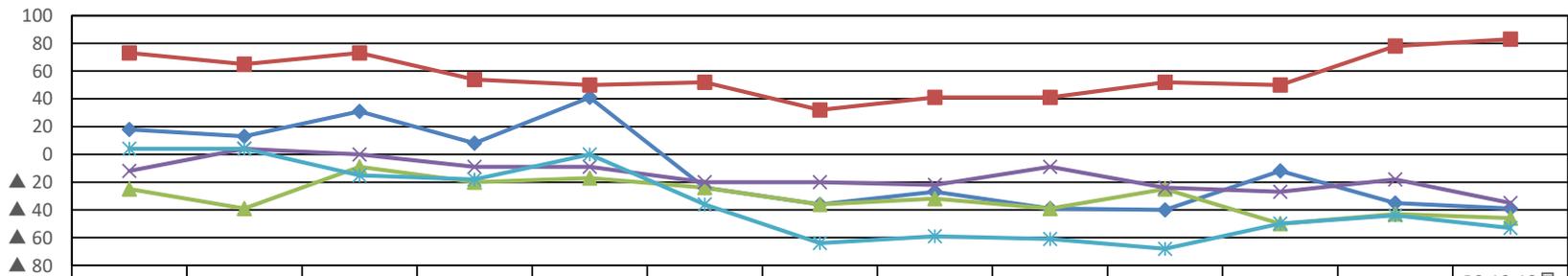
	H30.10-12	H31.1-3	R1.4-6	R1.7-9	R1.10-12	R2.1-3	R2.4-6	R2.7-9	R2.10-12	R3.1-3	R3.4-6	R3.7-9	R3.10-12 見込み
● 売上高	▲ 2	▲ 25	▲ 19	▲ 22	▲ 5	▲ 42	▲ 73	▲ 44	▲ 21	▲ 62	▲ 40	▲ 43	▲ 29
■ 仕入単価	56	55	47	54	61	36	14	31	28	24	6	26	40
▲ 採算性	▲ 25	▲ 36	▲ 32	▲ 38	▲ 34	▲ 49	▲ 69	▲ 54	▲ 32	▲ 51	▲ 51	▲ 51	▲ 42
× 資金繰り	▲ 17	▲ 20	▲ 18	▲ 22	▲ 19	▲ 36	▲ 58	▲ 40	▲ 18	▲ 42	▲ 37	▲ 36	▲ 38
✧ 景況感	▲ 13	▲ 31	▲ 33	▲ 39	▲ 34	▲ 61	▲ 82	▲ 66	▲ 41	▲ 66	▲ 57	▲ 55	▲ 46

製造業DI推移



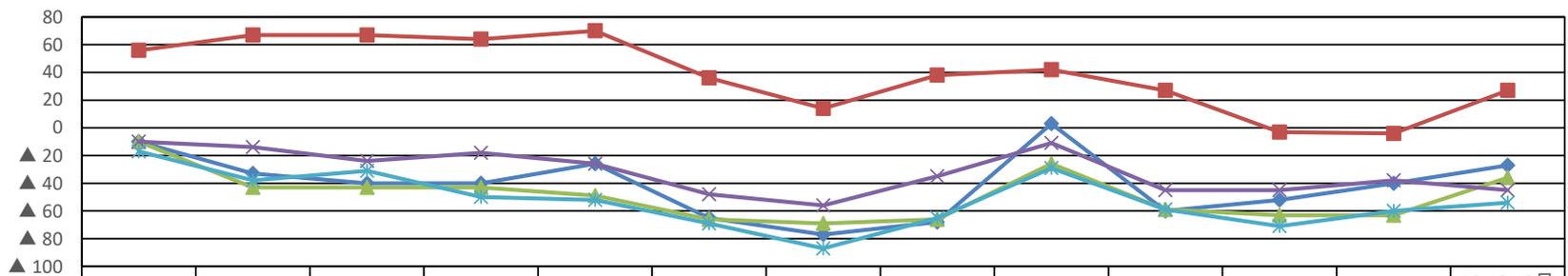
	H30.10-12	H31.1-3	R1.4-6	R1.7-9	R1.10-12	R2.1-3	R2.4-6	R2.7-9	R2.10-12	R3.1-3	R3.4-6	R3.7-9	R3.10-12見込み
● 売上高	0	▲ 50	▲ 26	▲ 57	▲ 32	-54	-70	▲ 44	▲ 40	▲ 55	▲ 27	▲ 19	▲ 19
■ 仕入単価	71	55	35	57	57	30	17	35	8	14	23	43	43
▲ 採算性	▲ 45	▲ 60	▲ 61	▲ 76	▲ 50	▲ 75	▲ 75	▲ 61	▲ 40	▲ 55	▲ 38	▲ 40	▲ 43
× 資金繰り	▲ 20	▲ 53	▲ 36	▲ 43	▲ 22	▲ 50	▲ 64	▲ 53	▲ 28	▲ 41	▲ 8	▲ 24	▲ 28
＊ 景況感	▲ 29	▲ 60	▲ 61	▲ 76	▲ 50	▲ 75	▲ 88	▲ 74	▲ 56	▲ 68	▲ 39	▲ 24	▲ 33

建設業DI推移



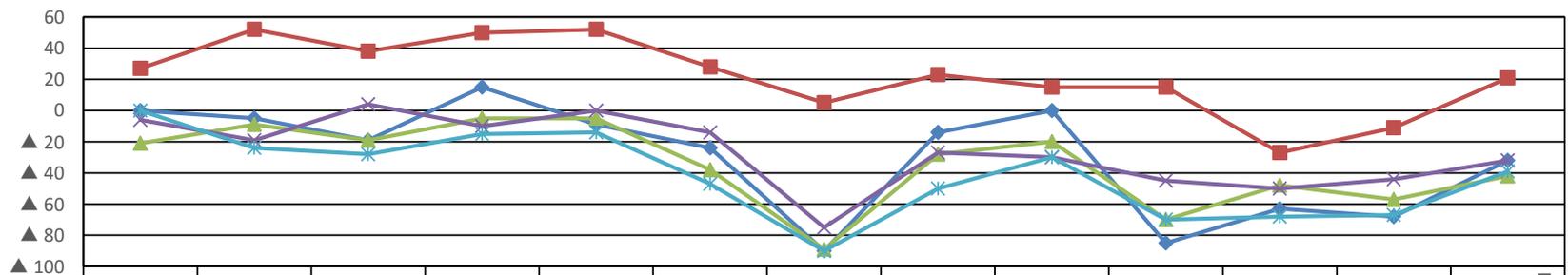
	H30.10-12	H31.1-3	R1.4-6	R1.7-9	R1.10-12	R2.1-3	R2.4-6	R2.7-9	R2.10-12	R3.1-3	R3.4-6	R3.7-9	R3.10-12見込み
● 売上高	18	13	31	8	41	▲ 24	▲ 36	▲ 27	▲ 39	▲ 40	▲ 12	▲ 35	▲ 39
■ 仕入単価	73	65	73	54	50	52	32	41	41	52	50	78	83
▲ 採算性	▲ 25	▲ 39	▲ 9	▲ 20	▲ 17	▲ 24	▲ 36	▲ 32	▲ 39	▲ 25	▲ 50	▲ 43	▲ 46
× 資金繰り	▲ 12	4	0	▲ 9	▲ 9	▲ 20	▲ 20	▲ 22	▲ 9	▲ 24	▲ 27	▲ 18	▲ 35
＊ 景況感	4	4	▲ 15	▲ 18	0	▲ 36	▲ 64	▲ 59	▲ 61	▲ 68	▲ 50	▲ 44	▲ 53

小売業DI推移



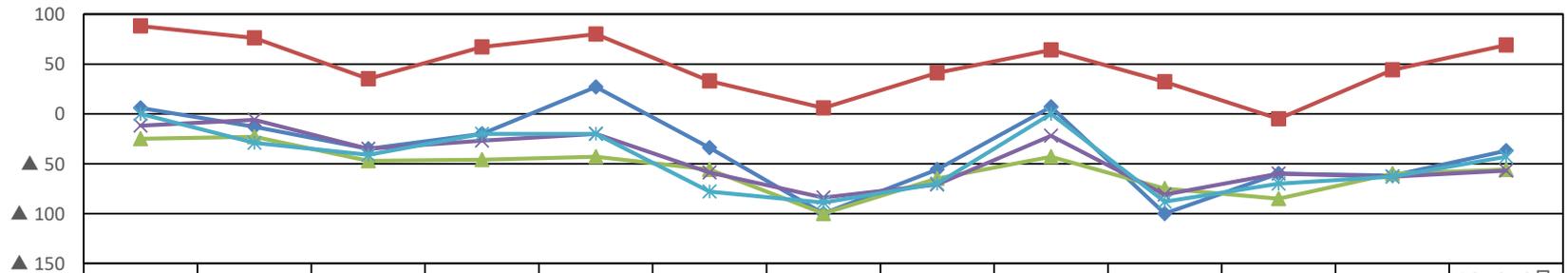
	H30.10-12	H31.1-3	R1.4-6	R1.7-9	R1.10-12	R2.1-3	R2.4-6	R2.7-9	R2.10-12	R3.1-3	R3.4-6	R3.7-9	R3.10-12見込み
● 売上高	▲ 10	▲ 33	▲ 40	▲ 40	▲ 26	▲ 65	▲ 77	▲ 68	3	▲ 60	▲ 52	▲ 40	▲ 27
■ 仕入単価	56	67	67	64	70	36	14	38	42	27	▲ 3	▲ 4	27
▲ 採算性	▲ 10	▲ 43	▲ 43	▲ 43	▲ 49	▲ 66	▲ 69	▲ 66	▲ 26	▲ 59	▲ 63	▲ 63	▲ 36
× 資金繰り	▲ 10	▲ 14	▲ 24	▲ 18	▲ 26	▲ 48	▲ 56	▲ 35	▲ 11	▲ 45	▲ 45	▲ 38	▲ 45
✧ 景況感	▲ 17	▲ 38	▲ 31	▲ 50	▲ 52	▲ 69	▲ 87	▲ 65	▲ 29	▲ 59	▲ 71	▲ 60	▲ 54

飲食業DI推移



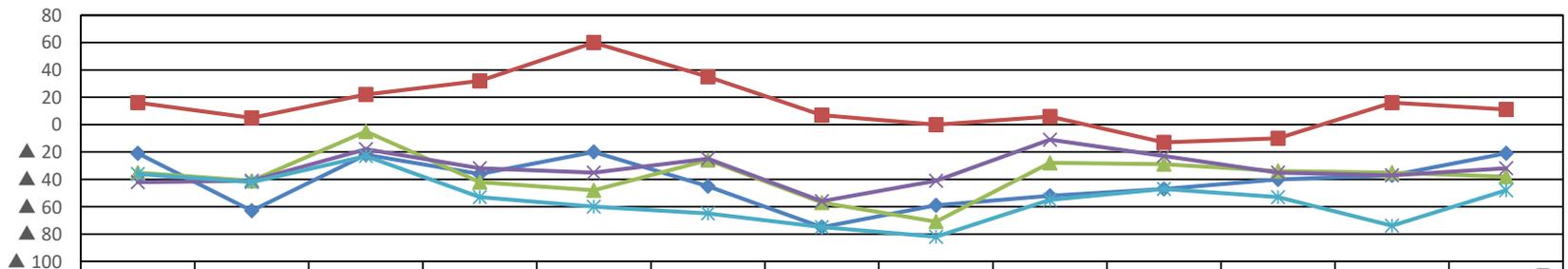
	H30.10-12	H31.1-3	R1.4-6	R1.7-9	R1.10-12	R2.1-3	R2.4-6	R2.7-9	R2.10-12	R3.1-3	R3.4-6	R3.7-9	R3.10-12見込み
● 売上高	0	▲ 5	▲ 19	15	▲ 9	▲ 24	▲ 90	▲ 14	0	▲ 85	▲ 63	▲ 68	▲ 32
■ 仕入単価	27	52	38	50	52	28	5	23	15	15	▲ 27	▲ 11	21
▲ 採算性	▲ 21	▲ 9	▲ 19	▲ 5	▲ 5	▲ 38	▲ 89	▲ 28	▲ 20	▲ 70	▲ 48	▲ 57	▲ 42
× 資金繰り	▲ 6	▲ 19	4	▲ 10	0	▲ 14	▲ 75	▲ 27	▲ 30	▲ 45	▲ 50	▲ 44	▲ 32
✧ 景況感	0	▲ 24	▲ 28	▲ 15	▲ 14	▲ 47	▲ 90	▲ 50	▲ 30	▲ 70	▲ 68	▲ 67	▲ 39

宿泊業DI推移



	H30.10-12	H31.1-3	R1.4-6	R1.7-9	R1.10-12	R2.1-3	R2.4-6	R2.7-9	R2.10-12	R3.1-3	R3.4-6	R3.7-9	R3.10-12見込み
● 売上高	6	▲ 13	▲ 35	▲ 20	27	▲ 34	▲ 100	-56	7	▲ 100	▲ 60	▲ 62	▲ 37
■ 仕入単価	88	76	35	67	80	33	6	41	64	32	▲ 5	44	69
▲ 採算性	▲ 25	▲ 23	▲ 47	▲ 46	▲ 43	▲ 56	▲ 100	▲ 65	▲ 43	▲ 75	▲ 85	▲ 60	▲ 56
× 資金繰り	▲ 12	▲ 6	▲ 35	▲ 27	▲ 20	▲ 59	▲ 84	▲ 71	▲ 22	▲ 81	▲ 60	▲ 63	▲ 57
※ 景況感	0	▲ 29	▲ 41	▲ 20	▲ 20	▲ 78	▲ 89	▲ 70	0	▲ 88	▲ 70	▲ 63	▲ 43

サービス業DI推移



	H30.10-12	H31.1-3	R1.4-6	R1.7-9	R1.10-12	R2.1-3	R2.4-6	R2.7-9	R2.10-12	R3.1-3	R3.4-6	R3.7-9	R3.10-12見込み
● 売上高	▲ 21	▲ 63	▲ 22	▲ 36	▲ 20	▲ 45	▲ 75	▲ 59	▲ 52	▲ 47	▲ 40	▲ 37	▲ 21
■ 仕入単価	16	5	22	32	60	35	7	0	6	▲ 13	▲ 10	16	11
▲ 採算性	▲ 35	▲ 41	▲ 5	▲ 42	▲ 48	▲ 26	▲ 57	▲ 71	▲ 28	▲ 29	▲ 34	▲ 35	▲ 38
× 資金繰り	▲ 42	▲ 41	▲ 18	▲ 32	▲ 35	▲ 25	▲ 56	▲ 41	▲ 11	▲ 23	▲ 35	▲ 37	▲ 32
※ 景況感	▲ 36	▲ 42	▲ 23	▲ 53	▲ 60	▲ 65	▲ 75	▲ 82	▲ 55	▲ 47	▲ 53	▲ 74	▲ 48