

令和6年12月27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6年10月～12月期実績、令和7年1月～3月期見通し)

### 《2》 調査対象

調査依頼先  
150企業

有効回答数  
136企業 (回答率90%)

業種	企業数	城崎		竹野		日高		出石		但東		回答数
		対象	回答	対象	回答	対象	回答	対象	回答	対象	回答	
製造業	27	2	2	3	3	10	9	9	9	4	3	26
建設業	26	2	2	3	2	13	13	5	4	3	3	24
小売業	33	9	9	2	2	11	9	7	6	2	2	28
飲食業	22	7	7	2	2	6	5	6	6	1	1	21
宿泊業	20	8	8	5	3	7	5	0	0	0	0	16
サービス業	22	2	1	2	2	12	11	4	4	3	3	21
合計	150	30	29	17	14	59	52	31	29	13	12	136

### 《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  
⑨原材料の不足や高騰の影響      ⑩その具体的な内容

【令和6年10～12月期実績】

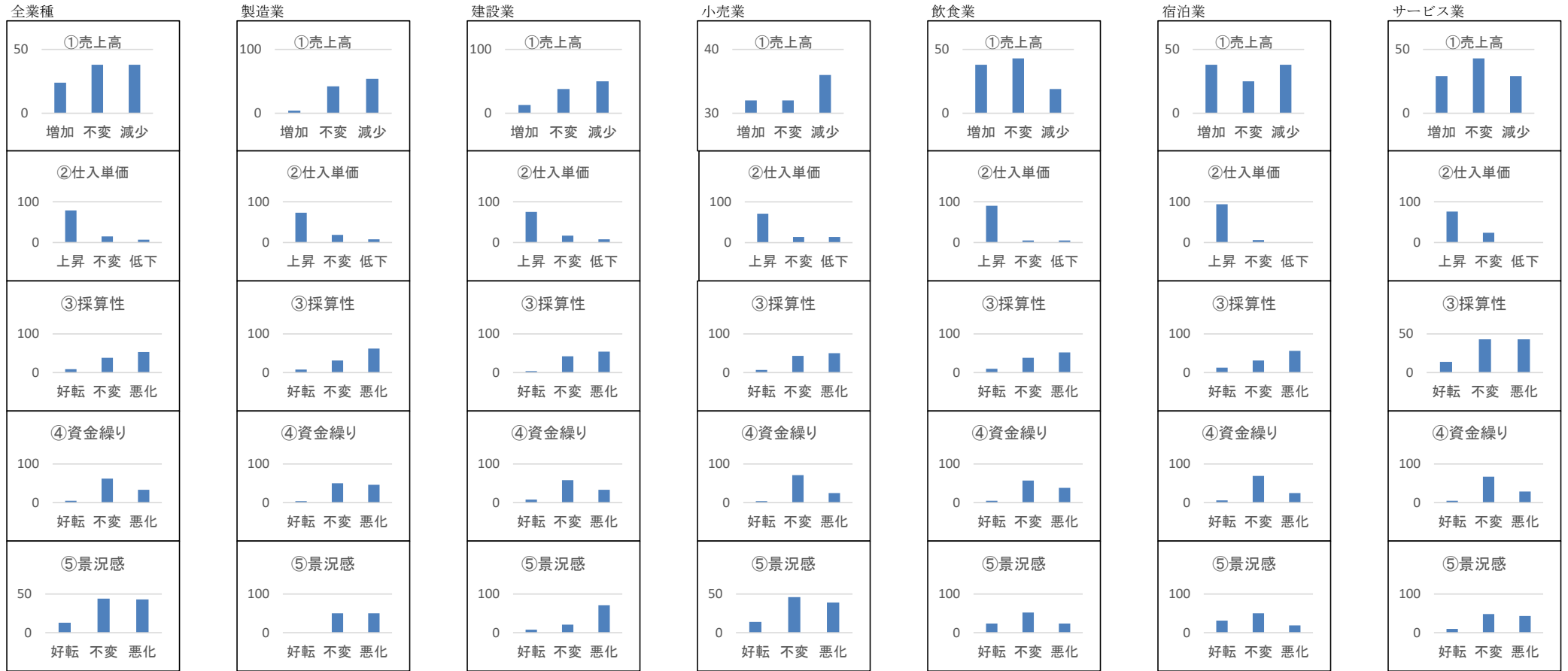
(1)	全業種の売上高DIは、▲3（前期比5ポイント増）となり、マイナス幅がやや減少した。
	業種別売上高DIは、製造業、建設業、小売業で上昇、その他の業種では低下した。
(2)	全業種の仕入単価DIは、73（前期61）と上昇した。
	業種別仕入単価DIは、建設業で低下、その他の業種では上昇した。とくにサービス業では大幅に上昇した。
(3)	全業種の採算性DIは、▲35（前期▲42）となり、マイナス幅がやや減少した。
	業種別採算性DIは、宿泊業、サービス業では低下、その他の業種では上昇した。
(4)	全業種の資金繰りDIは、▲26（前期▲29）となりマイナス幅がやや減少した。
	業種別資金繰りDIは、飲食業、宿泊業では低下、その他の業種では上昇。とくに建設業では大幅に上昇した。
(5)	全業種の景況感DIは、▲24（前期▲33）となり、マイナス幅がやや減少した。
	業種別の景況感DIは、宿泊業、サービス業では低下、その他の業種では上昇。とくに飲食業では大幅に上昇した。

【令和7年1～3月期の見通し】

(1)	全業種の売上高DIは、▲21となりマイナス幅が大幅に拡大する見通し。（悪化）
	業種別売上高DIは、サービス業では横ばい。その他の業種では低下。とくに建設業では大幅に低下する見通し。
(2)	全業種の仕入単価DIは、74となり、ほぼ横ばいとなる見通し。（変化なし）
	業種別仕入単価DIは、建設業、小売業、飲食業で上昇、宿泊業では横ばい。その他の業種ではで低下する見通し。
(3)	全業種の採算単価DIは、▲43となり、マイナス幅が拡大する見通し。（悪化）
	業種別採算性DIは、宿泊業では上昇。サービス業では横ばい。その他の業種では低下する見通し。
(4)	全業種の資金繰りDIは、▲31となりマイナス幅がやや拡大する見通し。（悪化）
	業種別の資金繰りDIは、飲食業、サービス業で上昇。その他の業種では低下する見通し。
(5)	全業種の景況感DIは、▲42となりマイナス幅が拡大する見通し。（悪化）
	業種別の景況感DIは、全業種で低下。とくに小売業では大幅に低下する見通し。

【1】前年同期比

前年同期（令和5年10月～12月）と比べた今期（令和6年10月～12月）の状況

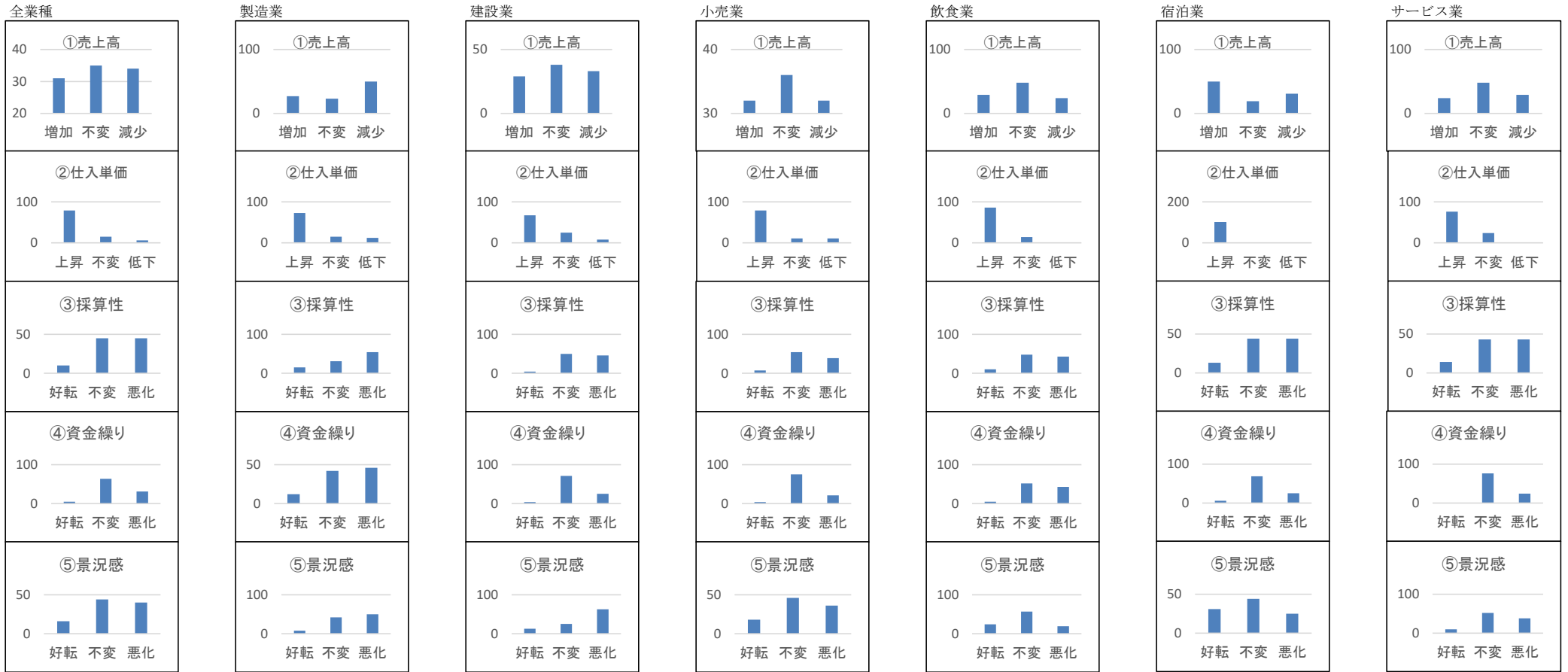


【企業種・業種別D I】

	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	▲ 14	▲ 50	▲ 37	▲ 4	19	0	0
仕入単価	72	65	67	57	85	94	76
採算性	▲ 44	▲ 54	▲ 50	▲ 43	▲ 42	▲ 43	▲ 29
資金繰り	▲ 28	▲ 42	▲ 25	▲ 21	▲ 33	▲ 19	▲ 24
景況感	▲ 30	▲ 50	▲ 63	▲ 25	0	12	▲ 33

(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6年7月～9月）と比べた今期（令和6年10月～12月）の状況



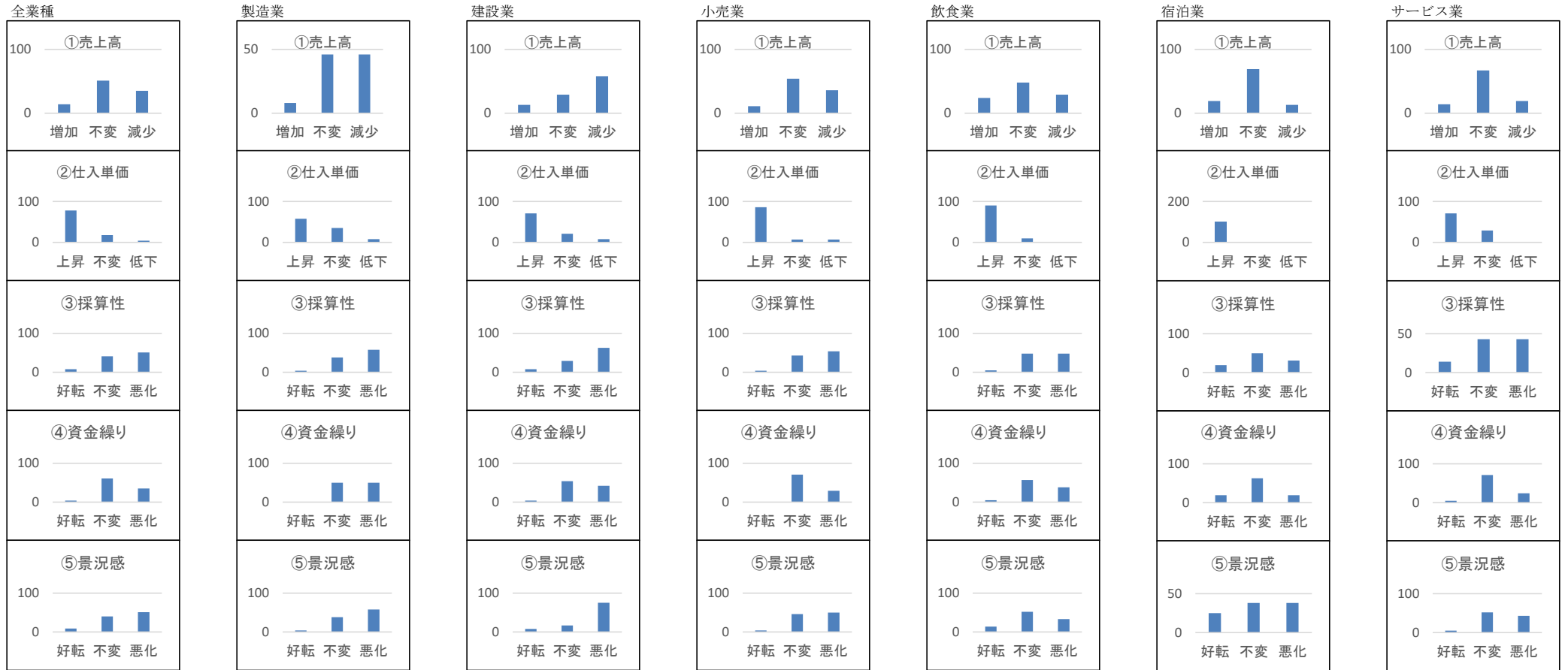
【全業種・業種別D I】

	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	▲ 3	▲ 23	▲ 4	0	5	19	▲ 5
仕入単価	73	61	59	68	86	100	76
採算性	▲ 35	▲ 39	▲ 42	▲ 32	▲ 33	▲ 31	▲ 29
資金繰り	▲ 26	▲ 34	▲ 21	▲ 17	▲ 38	▲ 19	▲ 24
景況感	▲ 24	▲ 42	▲ 50	▲ 18	5	6	▲ 28

(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6年10月～12月）と比べた来期（令和7年1月～3月）の見通し

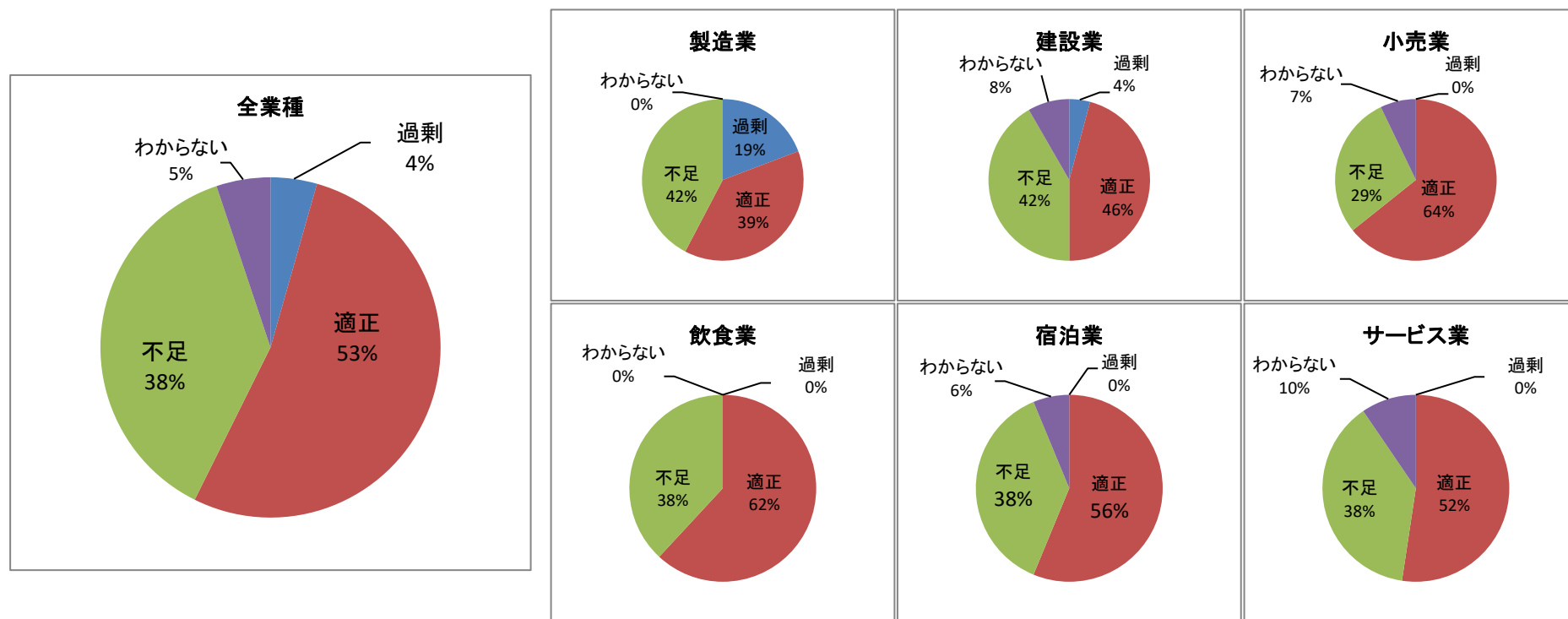


【全業種・業種別D I】

	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	▲21	▲38	▲45	▲25	▲5	6	▲5
仕入単価	74	50	63	79	90	100	71
採算性	▲43	▲54	▲55	▲50	▲43	▲12	▲29
資金繰り	▲31	▲50	▲38	▲29	▲33	0	▲19
景況感	▲42	▲54	▲67	▲46	▲19	▲13	▲38

(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 (R 6.10～12月)

⑥従業員の数 (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	件数	比率	件数	比率	件数	比率	件数	比率	件数	比率
過剰	6	4.4%	5	19.2%	1	4.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
適正	72	52.9%	10	38.5%	11	45.8%	18	64.3%	13	61.9%	9	56.3%	11	52.4%
不足	51	37.5%	11	42.3%	10	41.7%	8	28.6%	8	38.1%	6	37.5%	8	38.1%
わからない	7	5.1%	0	0.0%	2	8.3%	2	7.1%	0	0.0%	1	6.3%	2	9.5%
合計	136		26		24		28		21		16		21	

対前期比（R 6. 4～6月）

⑥従業員の数（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	6.7%	-2.3	25.0%	-5.8	0.0%	4.2	3.3%	-3.3	9.1%	-9.1	0.0%	0.0	0.0%	0.0
適正	57.0%	-4.1	50.0%	-11.5	43.5%	2.3	66.7%	-2.4	59.1%	2.8	60.0%	-3.7	61.9%	-9.5
不足	28.1%	9.4	20.8%	21.5	39.1%	2.6	20.0%	8.6	31.8%	6.3	33.3%	4.2	28.6%	9.5
わからない	8.1%	-3.0	4.2%	-4.2	17.4%	-9.1	10.0%	-2.9	0.0%	0.0	6.7%	-0.4	9.5%	0.0

【実績】

全業種で見ると、従業員の数に「適正」と回答した経営者が最も多く全体の52.9%を占める。次いで「不足」と回答した経営者は、37.5%である。対前期比では、「適正」が4.1%減、「不足」は9.4%増、という結果となった。

（製造業）「適正」と回答した経営者が38.5%、「不足」が対前期比21.5%増の42.3%となり全業種において最も高い割合で「不足」と回答された業種となった。

（建設業）「適正」と回答した経営者が45.8%（対前期比2.3%増）、「不足」は対前期比2.6%増の41.7%となった。

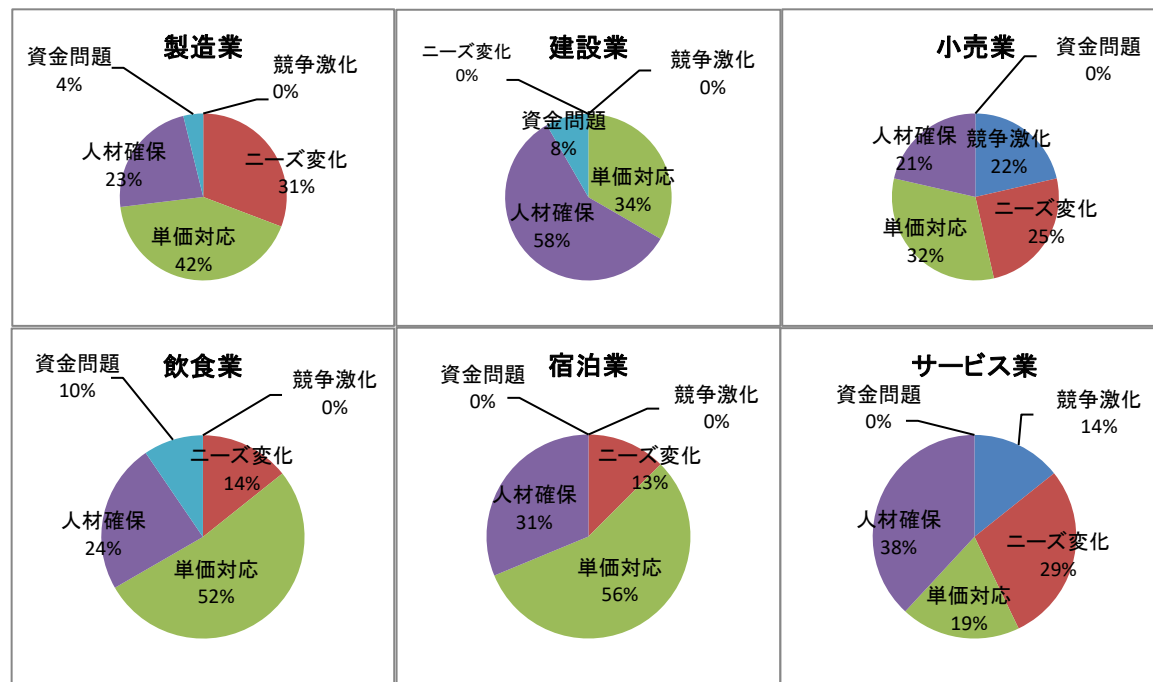
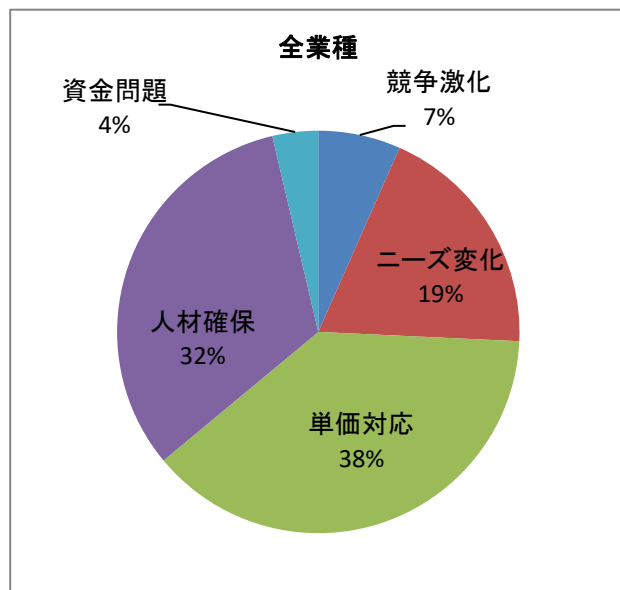
（小売業）「適正」と回答した経営者が64.3%と全業種においても最も多く、「不足」は対前期比8.6%増の28.6%となった。

（飲食業）「適正」と回答した経営者が61.9%（対前期比2.8%増）、「不足」が対前期比6.3%増の38.1%となった。

（宿泊業）「適正」と回答した経営者が56.3%（対前期比3.7%減）、「不足」は対前期比4.2%増の37.5%となった。

（サービス業）「適正」と回答した経営者が52.4%（対前期比9.5%減）、「不足」は対前期比9.5%増の38.1%となった。

【5】直面している経営上の問題点について



今期（R6.7～9）

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	件数	比率	件数	比率	件数	比率	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	9	6.6%	0	0.0%	0	0.0%	6	21.4%	0	0.0%	0	0.0%	3	14.3%	競争激化
消費者（製品）ニーズ変化への対応	26	19.1%	8	30.8%	0	0.0%	7	25.0%	3	14.3%	2	12.5%	6	28.6%	ニーズ変化
仕入単価（原材料）の上昇、販売受注単価の低下	52	38.2%	11	42.3%	8	33.3%	9	32.1%	11	52.4%	9	56.3%	4	19.0%	単価対応
必要な人材の雇用確保	44	32.4%	6	23.1%	14	58.3%	6	21.4%	5	23.8%	5	31.3%	8	38.1%	人材確保
事業資金の借入難	5	3.7%	1	3.8%	2	8.3%	0	0.0%	2	9.5%	0	0.0%	0	0.0%	資金問題
合計	136		26		24		28		21		16		21		



対前期比（R 6. 4～6）

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	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	
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	6.7%	-0.1	0.0%	0.0	4.3%	-4.3	23.3%	-1.9	0.0%	0.0	0.0%	0.0	4.8%	9.5	競争激化
消費者（製品）ニーズ変化への対応	25.9%	-6.8	20.8%	10.0	8.7%	-8.7	26.7%	-1.7	22.7%	-8.4	40.0%	-27.5	42.9%	-14.3	ニーズ変化
仕入単価（原材料）の上昇、販売受注単価の低下	40.7%	-2.5	50.0%	-7.7	39.1%	-5.8	36.7%	-4.6	63.6%	-11.2	26.7%	29.6	23.8%	-4.8	単価対応
必要な人材の雇用確保	24.4%	8.0	29.2%	-6.1	39.1%	19.2	10.0%	11.4	13.6%	10.2	33.3%	-2.0	28.6%	9.5	人材確保
事業資金の借入難	2.2%	1.5	0.0%	3.8	8.7%	-0.4	3.3%	-3.3	0.0%	9.5	0.0%	0.0	0.0%	0.0	資金問題

### 【実績】

全業種でみると「仕入単価（原材料）の上昇、販売受注単価の低下」を認識する経営者が引き続き最も多く38.2%の割合となった。次いで、「必要な人材の雇用確保」となった。

（製造業）「仕入単価（原材料）の上昇、販売受注単価の低下」が42.3%となり、13期連続で最も多く、対前期比では7.7%減。  
次いで「消費者（製品）ニーズ変化への対応」が10.0%増の30.8%であった。

（建設業）「必要な人材の雇用確保」が58.3%と最も多く、全業種においても最も高い割合となった。  
次いで「仕入単価（原材料）の上昇、販売受注単価の低下」が33.3%（対前期比5.8%減）となった。

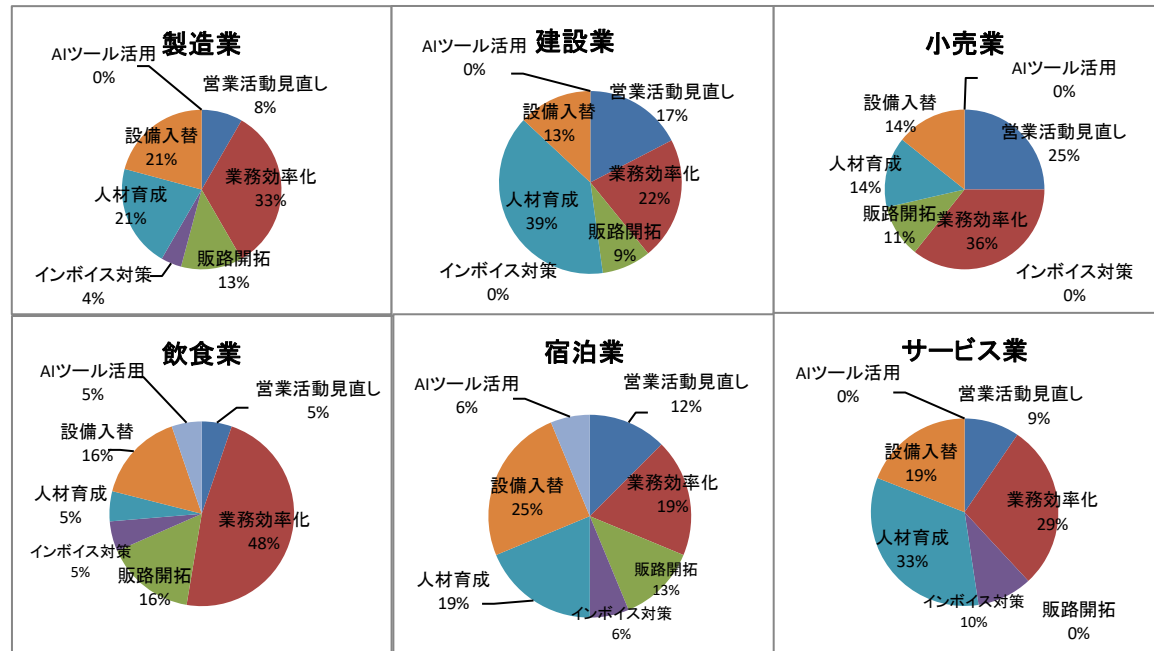
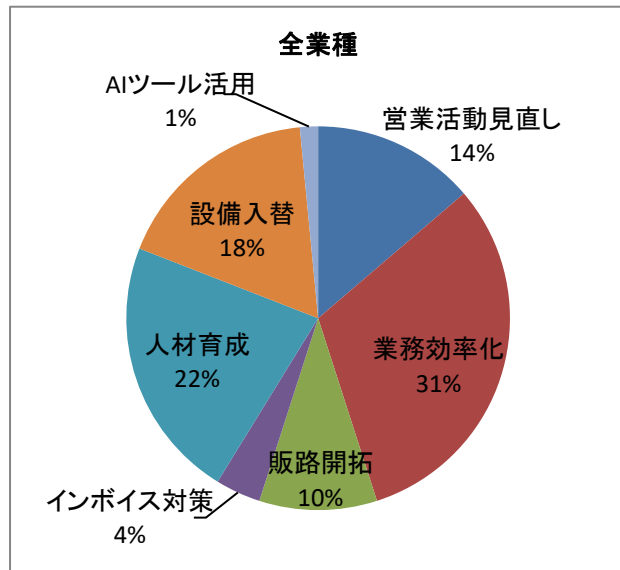
（小売業）「仕入単価（原材料）の上昇、販売受注単価の低下」が32.1%と、11期連続で最も多い。  
次いで「消費者（製品）ニーズの変化への対応」が25.0%（対前期比1.7%減）となった。

（飲食業）「仕入単価（原材料）の上昇、販売受注単価の低下」が52.4%となり、13期連続で最も多く、対前期比では8.4%減となった。

（宿泊業）「仕入単価（原材料）の上昇、販売受注単価の低下」が56.3%（対前期比29.6%増）と最も多く、全業種においては最も高い割合となった

（サービス業）「必要な人材の雇用確保」が最も多く、38.1%（対前期比9.5%減）となった。  
次いで「消費者（製品）ニーズ変化への対応」が28.6%（対前期比14.3%減）となった。

【6】 今後、取り組んでいきたいこと



今期 (R 6. 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	件数	比率	件数	比率	件数	比率	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	18	13.7%	2	8.3%	4	17.4%	7	25.0%	1	5.6%	2	13.3%	2	9.5%	営業活動見直し
業務の効率化、仕事の見える化	41	31.3%	8	33.3%	5	21.7%	10	35.7%	9	50.0%	3	20.0%	6	28.6%	業務効率化
販路開拓 (商談会・展示会・プレスリリース等)	13	9.9%	3	12.5%	2	8.7%	3	10.7%	3	16.7%	2	13.3%	0	0.0%	販路開拓
インボイス制度対策、会計管理の見直し	5	3.8%	1	4.2%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.6%	1	6.7%	2	9.5%	インボイス対策
人材育成、社員教育	29	22.1%	5	20.8%	9	39.1%	4	14.3%	1	5.6%	3	20.0%	7	33.3%	人材育成
設備の入替・更新	23	17.6%	5	20.8%	3	13.0%	4	14.3%	3	16.7%	4	26.7%	4	19.0%	設備入替
Chat GPTなどのAIツールの活用	2	1.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.6%	1	6.7%	0	0.0%	AIツール活用
合計	131		24		23		28		18		15		21		

対前期比（R6.4～6）

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	13.4%	0.3	13.0%	-4.7	18.2%	-0.8	10.3%	14.7	4.5%	1.1	13.3%	0.0	23.8%	-14.3	営業活動見直し
業務の効率化、仕事の見える化	29.1%	2.2	17.4%	15.9	27.3%	-5.6	37.9%	-2.2	45.5%	4.5	20.0%	0.0	23.8%	4.8	業務効率化
販路開拓（商談会・展示会・プレスリリース等）	10.4%	-0.5	26.1%	-13.6	9.1%	-0.4	6.9%	3.8	13.6%	3.1	6.7%	6.6	0.0%	0.0	販路開拓
インボイス制度対策、会計管理の見直し	3.0%	0.8	8.7%	-4.5	0.0%	0.0	0.0%	0.0	4.5%	1.1	0.0%	6.7	4.8%	4.7	インボイス対策
人材育成、社員教育	18.7%	3.4	21.7%	-0.9	36.4%	2.7	17.2%	-2.9	9.1%	-3.5	13.3%	6.7	14.3%	19.0	人材育成
設備の入替・更新	23.9%	-6.3	13.0%	7.8	9.1%	3.9	27.6%	-13.3	22.7%	-6.0	46.7%	-20.0	33.3%	-14.3	設備入替
Chat GPTなどのAIツールの活用□	1.5%	0.0	0.0%	0.0	0.0%	0.0	0.0%	0.0	4.5%	1.1	6.7%	0.0	0.0%	0.0	AIツール活用

### 【実績】

経営者が「今後、取り組んでいきたいこと」として全業種では、「業務の効率化、仕事の見える化」が31.3%（対前期比2.2%増）で最も多い割合となった。次いで「人材育成、社員教育」が22.1%（対前期比3.4%増）となった。

（製造業）「業務の効率化、仕事の見える化」が33.3%と最も多い割合となった。（対前期比15.9%増）  
次いで「人材育成、社員教育」「設備の入替・更新」が共に20.8%となった。

（建設業）「人材育成、社員教育」が39.1%と前期に引き続き最も多い割合となった。（対前期比2.7%増）  
次いで「業務の効率化、見える化」は21.7%となった。（対前期比5.6%減）

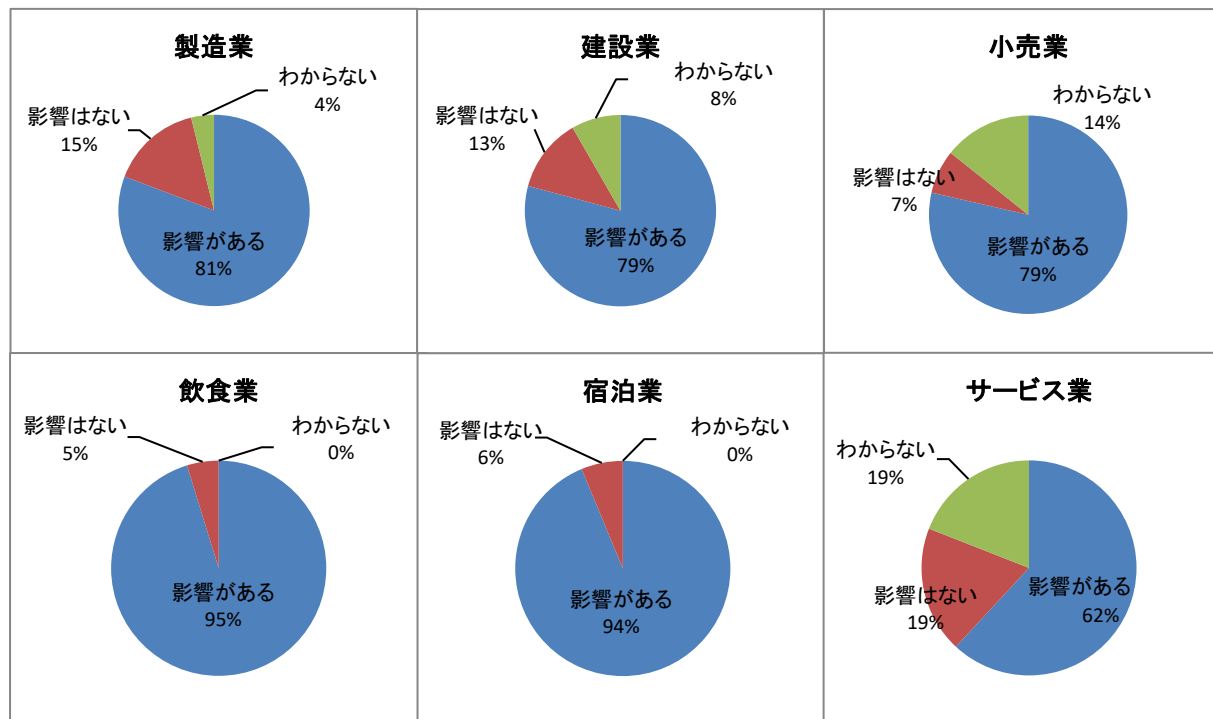
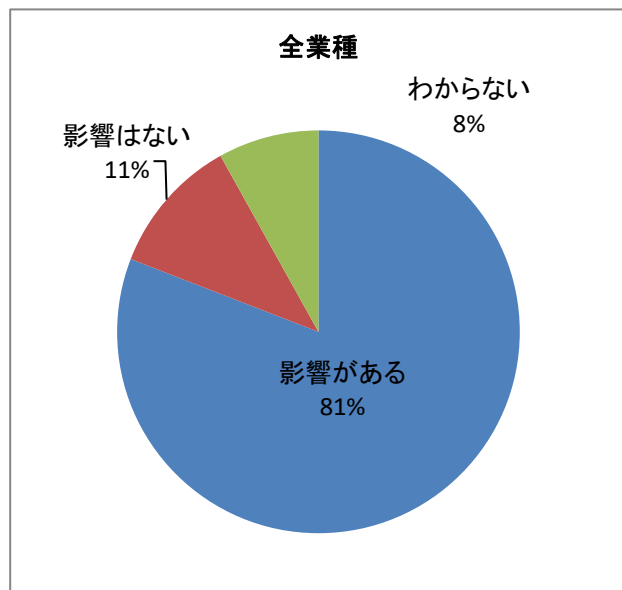
（小売業）「業務の効率化、仕事の見える化」が35.7%と前期に引き続き最も多い割合になった。（対前期比2.2%減）  
次いで「既存顧客のリスト化、営業活動の見直し」が25.0%となった。（対前期比14.7%増）

（飲食業）「業務の効率化、仕事の見える化」が50.0%と前期に続き最も多い割合となった。（対前期比は4.5%増）  
次いで「販路開拓（商談会・展示会・プレスリリース等）」「設備の入替・更新」が共に16.7%となった。

（宿泊業）「設備の入替・更新」が26.7%と最も多い割合となったが、対前期比20.0%減と大幅に減少した。  
次いで「業務の効率化、仕事の見える化」「人材育成、社員教育」が共に20.0%となった。

（サービス業）「人材育成、社員教育」が33.3%と最も多い割合となった。（対前期比19.0%増）  
次いで、「業務の効率化、仕事の見える化」が28.6%の割合となった。（対前期比4.8%増）

【7】 自社の主な商品・サービスにおいて原材料の不足や高騰の影響はありますか？



今期 (R 6. 7 ~ 9)

⑨原材料の不足や高騰の影響はありますか？	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	件数	比率	件数	比率	件数	比率	件数	比率	件数	比率	
影響がある	110	80.9%	21	80.8%	19	79.2%	22	78.6%	20	95.2%	15	93.8%	13	61.9%	影響がある
影響はない	15	11.0%	4	15.4%	3	12.5%	2	7.1%	1	4.8%	1	6.3%	4	19.0%	影響はない
わからない	11	8.1%	1	3.8%	2	8.3%	4	14.3%	0	0.0%	0	0.0%	4	19.0%	わからない
合計	136		26		24		28		21		16		21		

対前期比（R 6. 4～6）

⑨原材料の不足や高騰の影響はありますか？	全業種		製造業		建設業		小売業		飲食業		宿泊業		サービス業	
	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
影響がある	84.4%	-3.5	75.0%	5.8	87.0%	-7.8	90.0%	-11.4	100.0%	-4.8	86.7%	7.1	66.7%	-4.8
影響はない	9.6%	1.4	25.0%	-9.6	4.3%	8.2	3.3%	3.8	0.0%	4.8	6.7%	-0.4	19.0%	0.0
わからない	5.9%	2.2	0.0%	3.8	8.7%	-0.4	6.7%	7.6	0.0%	0.0	6.7%	-6.7	14.3%	4.7

【実績】

全業種で見ると、「影響がある」と回答した経営者の割合は、80.9%と大半を占めている。（対前期比3.5%減）

（製造業）「影響がある」と回答した経営者は、80.8%であった。（対前期比5.8%増）

（建設業）「影響がある」と回答した経営者は、79.2%であった。（対前期比7.8%減）

（小売業）「影響がある」と回答した経営者は、78.6%であった。（対前期比11.4%減）

（飲食業）「影響がある」と回答した経営者は、95.2%であった。（対前期比4.8%減）

（宿泊業）「影響がある」と回答した経営者は、93.8%であった。（対前期比7.1%増）

（サービス業）「影響がある」と回答した経営者は、61.9%であった。（対前期比4.8%減）

【8】 自社の主な商品・サービスにおいて原材料の不足や高騰について、影響の有無に関わらず、前回調査時と比較したときの状況の変化。  
 (参考：ポストコロナ、原油価格・物価高騰、円安、ゼロゼロ融資の状況、インボイスの状況等)

1	穀物製品の品質が悪化気味。(製造業・城崎)
2	前回同様に原材料費の高騰により、純利益が伸びない。(飲食業・城崎)
3	原材料の不足等により仕入れ価格が高騰しているが、販売価格を簡単に上げることが難しく利益率の低下を心配している。(飲食業・城崎)
4	すべてのものが値上がりする中、商品の値上げが難しい結果、利益率が下がってしまう。(飲食業・城崎)
5	物価高騰(飲食業・城崎) (宿泊業・城崎) (飲食業・日高) (宿泊業・日高)
6	全ての物の価格高騰。光熱費も人件費、税負担も増えて大変です。(小売業・城崎)
7	仕入れ額の上昇に伴い販売価格も上昇した。そのためお客様の買い控えが増え売上額が減少している。(小売業・城崎)
8	やはり仕入高の高騰が大きい。販売額を上げると顧客離れに繋がりがねないので、加減を慎重に行いたい。(宿泊業・城崎)
9	資材価格、人件費の上昇等(建設業・竹野)
10	単価を上げざる得ない。(宿泊業・竹野)
11	光熱費・物価高騰の影響は少なからずあると思います。(サービス業・竹野)
12	材料・資材・人件費の高騰。円安の進行。(製造業・日高)
13	ガソリン代、円安による資材高騰。(製造業・日高)
14	最低賃金UPに伴う人件費の高騰。(製造業・日高)

15	光熱費の高騰、発送運賃の上昇、原材料価格の上昇。（製造業・日高）
16	原材料は高騰していますが値上げもして現在まだ大きく変動はありません。限られた人数で出来る事・出来ない事を精査してやらない事を決めて進めています。それによって売上は下がりましたが当社の得意な技術を伸ばして進めていきます。（製造業・日高）
17	ロシアとウクライナの戦争でユーロ高が影響している。（建設業・日高）
18	物価高騰・光熱費・原油価格・円安（飲食業・日高）
19	運送費の高騰が続くのが地味にこたえる。（小売業・日高）
20	ゼロゼロ融資返済が始まると金利上昇に伴いたちまち資金繰り悪化が容易に予想できる。ネット購入社会、人口減の急速な進行で日本経済の仕組み転換期にあるように思い、物品販売業は地方過疎地域では成り立たなくなっているように思われます。（小売業・日高）
21	寝具に関してだが、わたの原綿はもとより、羽毛は特に政情不安な北欧産が中心となっていることもあり、不足も相まって高騰が止まらない。また人手不足もありいろいろな商品において納期が遅れがちである。ギフトに関しては同じく原材料の高騰で、商品内容（中身）の見直しを每期メーカーが行っている。コーヒー、食用油などがその最たる商品である。（小売業・日高）
22	原材料は上がりっぱなしで絶対下がらない。（小売業・日高）
23	仕入れの高騰は販売価格に影響し、販売価格を上げると集客に影響するという悪循環。（宿泊業・日高）
24	コロナ渦で自粛ムードだった旅行・部活動の運行も一段落し、それに伴う様に国土交通省の取り決めによるバス料金の算出方法が法律で決まり、以前に比べてかなり運賃もアップしているにも関わらず、これまでの自粛していた反動かコロナ前に比べても稼働率はアップしている状況です。（サービス業・日高）
25	原油価格上昇、物価高騰が直接影響し、値上げを承知してくれる企業が少なく厳しい。（サービス業・日高）
26	水光熱費はもちろんですが、燃料費高騰によってクリーニング料金の値上げなど、直接関係のないようなものにもさまざまに物価高騰の影響が出ていると思います。人材センターの人件費増量など。お客様をみても、お土産物の売上げが昨年より落ちているので、1家庭がレジャーに使う予算というのもシビアになってきているのではないのでしょうか。（サービス業・日高）
27	前回と変わらず、原材料や光熱費の高騰分を受注単価に上乘せすることが困難です。（製造業・出石）

28	建設業の資材において、同じ品物が年に2回値上がりする事が有り、価格に転換出来ず、利益が圧縮されている状況です。 (建設業・出石)
29	物価高騰、最低賃金の引き上げによって価格を何度も引き上げている状況です。何か企業へ向けての補助が欲しい。 (飲食業・出石)
30	原材料の仕入単価の上昇が止まらない。一部下がった物もあるが上がったままの状態、なかなかすぐには価格変更が出来ない。 玉子の価格も上昇している。商品価格をあまり上げすぎると顧客離れも心配される。(飲食業・出石)
31	気候の影響 (小売業・出石)
32	取引先の売上減少による納品在庫の大量返品 (製造業・但東)
32	原材料価格、人件費などのコストの上昇著しいが、価格転嫁できない現状がある。(製造業・但東)
32	前回同様、物価高騰による仕入価格、灯油やガソリン、電気代など。(サービス業・但東)

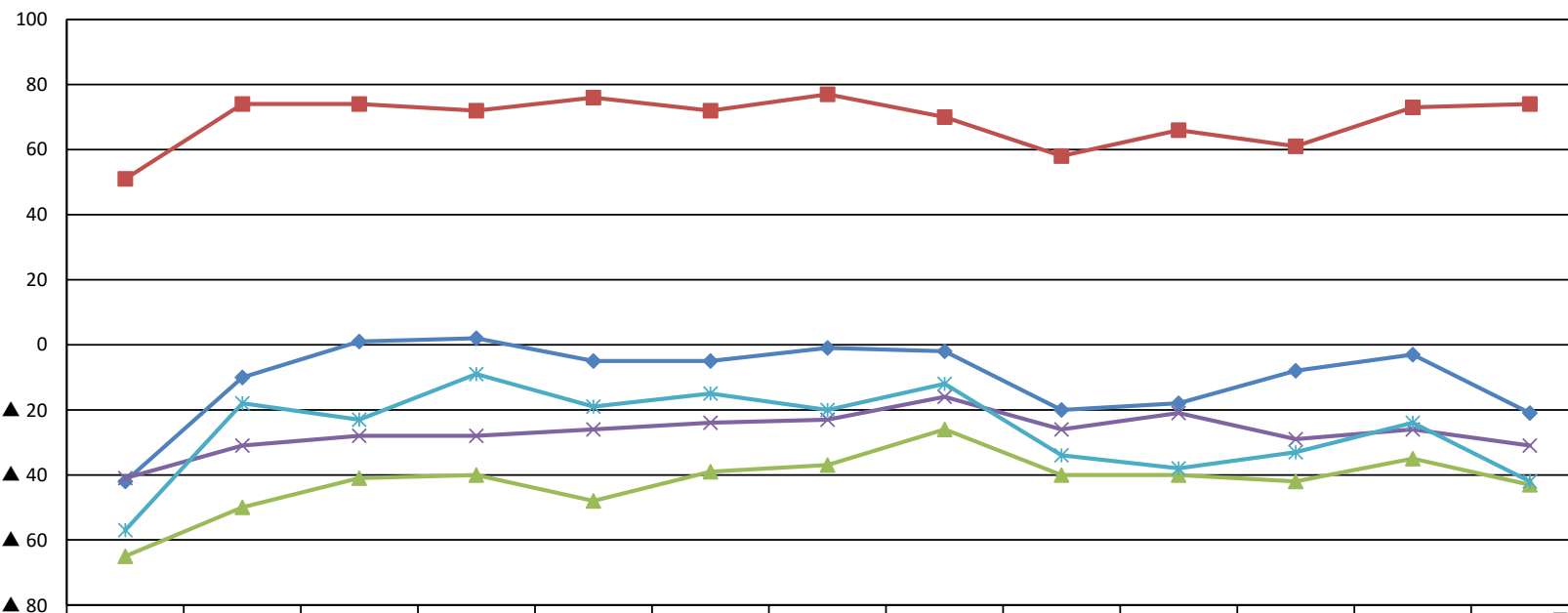


【9】自由コメント

1	来年の大阪万博、30年のIR大阪開業まで景気が良くなることを願い、インバウンド対策を含めた業務の効率化を進めたい。 (宿泊業・城崎)
2	給料は会社の状況に合わせて着実に上げたり従業員の働く環境の改善を図っているが、判断・実行するのは各企業の経営者であり、政府・行政が主導して行うのは違うのではないか。従業員の待遇も大切だが、彼・彼女たちが働いている企業側の事情や視点に合わせた政策もないとお互い持続的にならないです。特に地方は経済が維持できなくなると思います。(製造業・日高)
3	物価高騰に加え、買い控えなど今冬はなかなか厳しい景況感。来年、少しは落ち着くように期待したい。(小売業・日高)
4	税金が高すぎる。公共事業の低迷。(サービス業・日高)
5	キャンプブームは過ぎましたが、自然の中で体験することの魅力というのは変わらないので、今後も自然豊かな場所、人の温かさなど地域特性の良さというのも提供していきたいと思います。(サービス業・日高)
6	とにかく景気が悪い、毎年人件費(社会保険料含む)が増えている。大手、都会の企業等は良いかもしれないが、田舎の中小企業は維持するだけでいっぱい。国会でも現実を知らない机上の空論で審議され結局は労働者にしわ寄せがくることをわかっていない、現状の厳しさではそうせざるを得ない。ますます田舎の若い労働者は都会の労働環境を求め、過疎化が進み市町が消滅してしまうと思う。(製造業・出石)

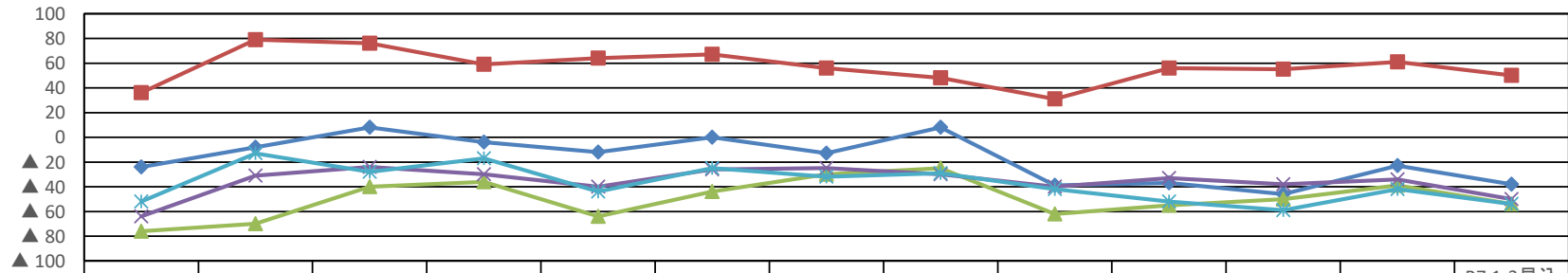
豊岡市商工会管内における3年間の景気動向調査結果

全業種DI推移



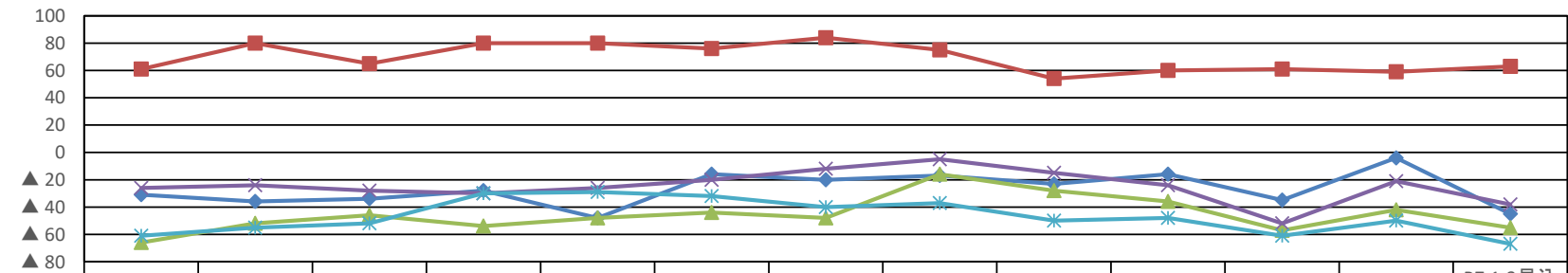
	R4.1-3	R4.4-6	R4.7-9	R4.10-12	R5.1-3	R5.4-6	R5.7-9	R5.10-12	R6.1-3	R6.4-6	R6.7-9	R6.10-12	R7.1-3見込み
売上高	▲ 42	▲ 10	1	2	▲ 5	▲ 5	▲ 1	▲ 2	▲ 20	▲ 18	▲ 8	▲ 3	▲ 21
仕入単価	51	74	74	72	76	72	77	70	58	66	61	73	74
採算性	▲ 65	▲ 50	▲ 41	▲ 40	▲ 48	▲ 39	▲ 37	▲ 26	▲ 40	▲ 40	▲ 42	▲ 35	▲ 43
資金繰り	▲ 41	▲ 31	▲ 28	▲ 28	▲ 26	▲ 24	▲ 23	▲ 16	▲ 26	▲ 21	▲ 29	▲ 26	▲ 31
景況感	▲ 57	▲ 18	▲ 23	▲ 9	▲ 19	▲ 15	▲ 20	▲ 12	▲ 34	▲ 38	▲ 33	▲ 24	▲ 42

### 製造業DI推移



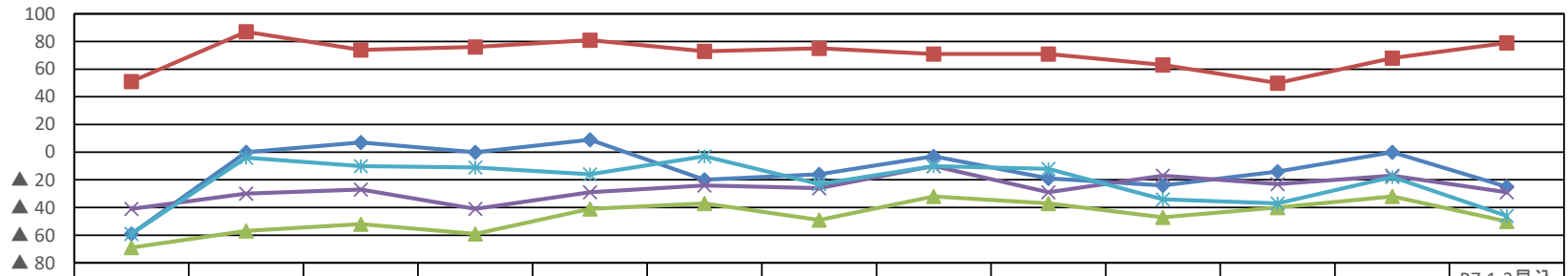
	R4.1-3	R4.4-6	R4.7-9	R4.10-12	R5.1-3	R5.4-6	R5.7-9	R5.10-12	R6.1-3	R6.4-6	R6.7-9	R6.10-12	R7.1-3見込み
● 売上高	▲ 24	▲ 8	8	▲ 4	▲ 12	0	-13	8	▲ 39	▲ 37	▲ 46	▲ 23	▲ 38
■ 仕入単価	36	79	76	59	64	67	56	48	31	56	55	61	50
▲ 採算性	▲ 76	▲ 70	▲ 40	▲ 36	▲ 64	▲ 44	▲ 30	▲ 25	▲ 62	▲ 55	▲ 50	▲ 39	▲ 54
✕ 資金繰り	▲ 64	▲ 31	▲ 24	▲ 30	▲ 40	▲ 26	▲ 25	▲ 30	▲ 40	▲ 33	▲ 38	▲ 34	▲ 50
✧ 景況感	▲ 52	▲ 13	▲ 28	▲ 17	▲ 44	▲ 25	▲ 32	▲ 29	▲ 42	▲ 52	▲ 59	▲ 42	▲ 54

### 建設業DI推移



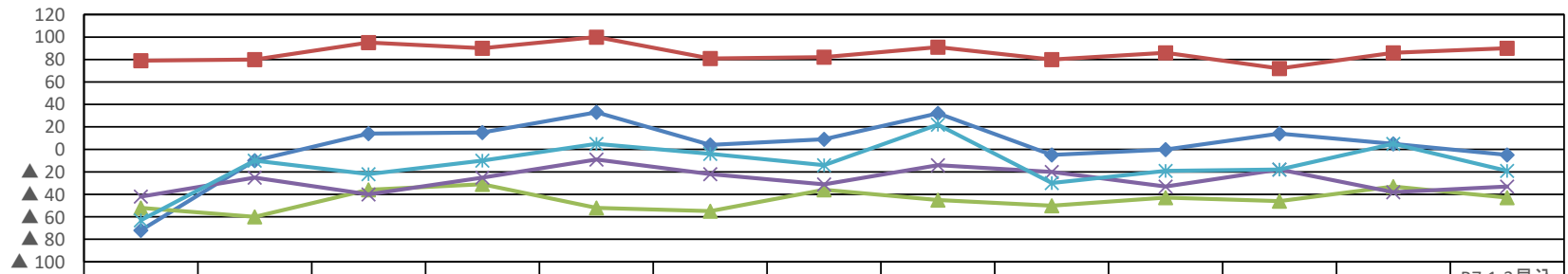
	R4.1-3	R4.4-6	R4.7-9	R4.10-12	R5.1-3	R5.4-6	R5.7-9	R5.10-12	R6.1-3	R6.4-6	R6.7-9	R6.10-12	R7.1-3見込み
● 売上高	▲ 31	▲ 36	▲ 34	▲ 28	▲ 48	▲ 16	▲ 20	▲ 17	▲ 23	▲ 16	▲ 35	▲ 4	▲ 45
■ 仕入単価	61	80	65	80	80	76	84	75	54	60	61	59	63
▲ 採算性	▲ 66	▲ 52	▲ 46	▲ 54	▲ 48	▲ 44	▲ 48	▲ 16	▲ 28	▲ 36	▲ 57	▲ 42	▲ 55
✕ 資金繰り	▲ 26	▲ 24	▲ 28	▲ 30	▲ 26	▲ 20	▲ 12	▲ 5	▲ 15	▲ 24	▲ 52	▲ 21	▲ 38
✧ 景況感	▲ 61	▲ 55	▲ 52	▲ 30	▲ 29	▲ 32	▲ 40	▲ 37	▲ 50	▲ 48	▲ 61	▲ 50	▲ 67

### 小売業DI推移



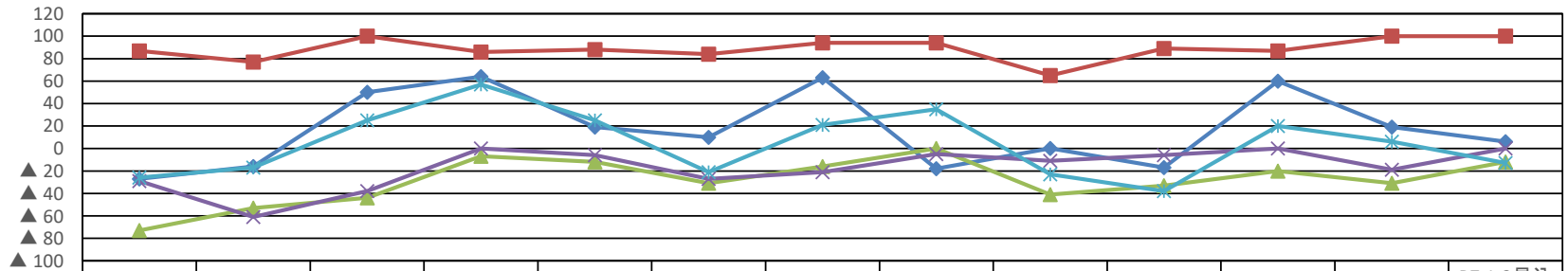
	R4.1-3	R4.4-6	R4.7-9	R4.10-12	R5.1-3	R5.4-6	R5.7-9	R5.10-12	R6.1-3	R6.4-6	R6.7-9	R6.10-12	R7.1-3見込み
● 売上高	▲ 59	0	7	0	9	▲ 20	▲ 16	▲ 3	▲ 19	▲ 24	▲ 14	0	▲ 25
■ 仕入単価	51	87	74	76	81	73	75	71	71	63	50	68	79
▲ 採算性	▲ 69	▲ 57	▲ 52	▲ 59	▲ 41	▲ 37	▲ 49	▲ 32	▲ 37	▲ 47	▲ 40	▲ 32	▲ 50
✕ 資金繰り	▲ 41	▲ 30	▲ 27	▲ 41	▲ 29	▲ 24	▲ 26	▲ 10	▲ 29	▲ 17	▲ 23	▲ 17	▲ 29
✧ 景況感	▲ 59	▲ 4	▲ 10	▲ 11	▲ 16	▲ 3	▲ 23	▲ 10	▲ 12	▲ 34	▲ 37	▲ 18	▲ 46

### 飲食業DI推移



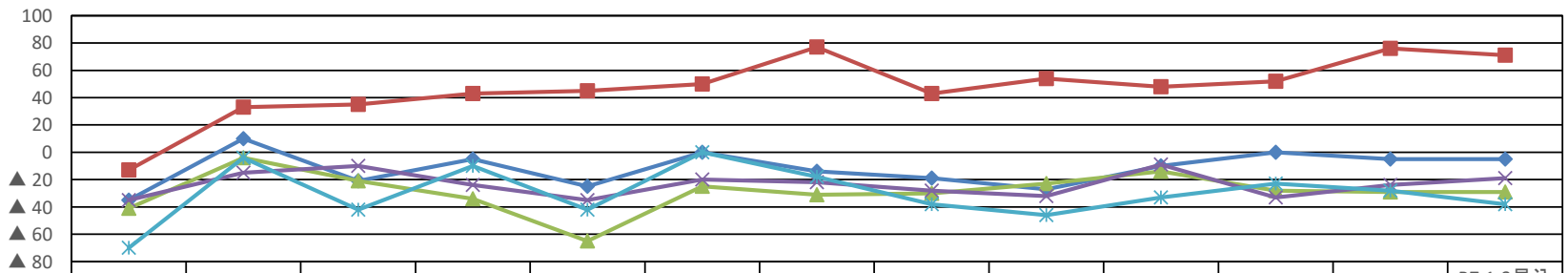
	R4.1-3	R4.4-6	R4.7-9	R4.10-12	R5.1-3	R5.4-6	R5.7-9	R5.10-12	R6.1-3	R6.4-6	R6.7-9	R6.10-12	R7.1-3見込み
● 売上高	▲ 72	▲ 10	14	15	33	4	9	32	▲ 5	0	14	5	▲ 5
■ 仕入単価	79	80	95	90	100	81	82	91	80	86	72	86	90
▲ 採算性	▲ 52	▲ 60	▲ 36	▲ 31	▲ 52	▲ 55	▲ 36	▲ 45	▲ 50	▲ 43	▲ 46	▲ 33	▲ 43
✕ 資金繰り	▲ 42	▲ 25	▲ 40	▲ 25	▲ 9	▲ 22	▲ 31	▲ 14	▲ 20	▲ 33	▲ 18	▲ 38	▲ 33
✧ 景況感	▲ 63	▲ 10	▲ 22	▲ 10	5	▲ 4	▲ 14	22	▲ 30	▲ 19	▲ 18	5	▲ 19

### 宿泊業DI推移



	R4.1-3	R4.4-6	R4.7-9	R4.10-12	R5.1-3	R5.4-6	R5.7-9	R5.10-12	R6.1-3	R6.4-6	R6.7-9	R6.10-12	R7.1-3見込み
● 売上高	▲ 27	▲ 16	50	64	19	10	63	-18	0	▲ 17	60	19	6
■ 仕入単価	87	77	100	86	88	84	94	94	65	89	87	100	100
▲ 採算性	▲ 73	▲ 53	▲ 44	▲ 7	▲ 12	▲ 31	▲ 16	0	▲ 41	▲ 33	▲ 20	▲ 31	▲ 12
× 資金繰り	▲ 29	▲ 61	▲ 38	0	▲ 6	▲ 27	▲ 21	▲ 5	▲ 11	▲ 6	0	▲ 19	0
* 景況感	▲ 26	▲ 17	25	57	25	▲ 21	21	35	▲ 23	▲ 38	20	6	▲ 13

### サービス業DI推移



	R4.1-3	R4.4-6	R4.7-9	R4.10-12	R5.1-3	R5.4-6	R5.7-9	R5.10-12	R6.1-3	R6.4-6	R6.7-9	R6.10-12	R7.1-3見込み
● 売上高	▲ 35	10	▲ 21	▲ 5	▲ 25	0	▲ 14	▲ 19	▲ 27	▲ 10	0	▲ 5	▲ 5
■ 仕入単価	▲ 13	33	35	43	45	50	77	43	54	48	52	76	71
▲ 採算性	▲ 41	▲ 4	▲ 21	▲ 34	▲ 65	▲ 25	▲ 31	▲ 30	▲ 23	▲ 14	▲ 28	▲ 29	▲ 29
× 資金繰り	▲ 35	▲ 15	▲ 10	▲ 24	▲ 35	▲ 20	▲ 22	▲ 28	▲ 32	▲ 9	▲ 33	▲ 24	▲ 19
* 景況感	▲ 70	▲ 4	▲ 42	▲ 10	▲ 42	0	▲ 18	▲ 38	▲ 46	▲ 33	▲ 23	▲ 28	▲ 38