

令和7年3月25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7年1月～3月期実績、令和7年4月～6月期見通し)

《2》 調査対象

調査依頼先
150企業

有効回答数
135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									
製造業	27	2	2	3	3	10	8	9	9	4	3	25
建設業	26	2	2	3	3	13	12	5	5	3	3	25
小売業	33	9	9	2	2	11	9	7	7	2	2	29
飲食業	22	7	7	2	2	6	3	6	6	1	1	19
宿泊業	20	8	6	5	5	7	5	0	0	0	0	16
サービス業	22	2	2	2	2	12	11	4	3	3	3	21
合計	150	30	28	17	17	59	48	31	30	13	12	135

《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7年1～3月期実績】

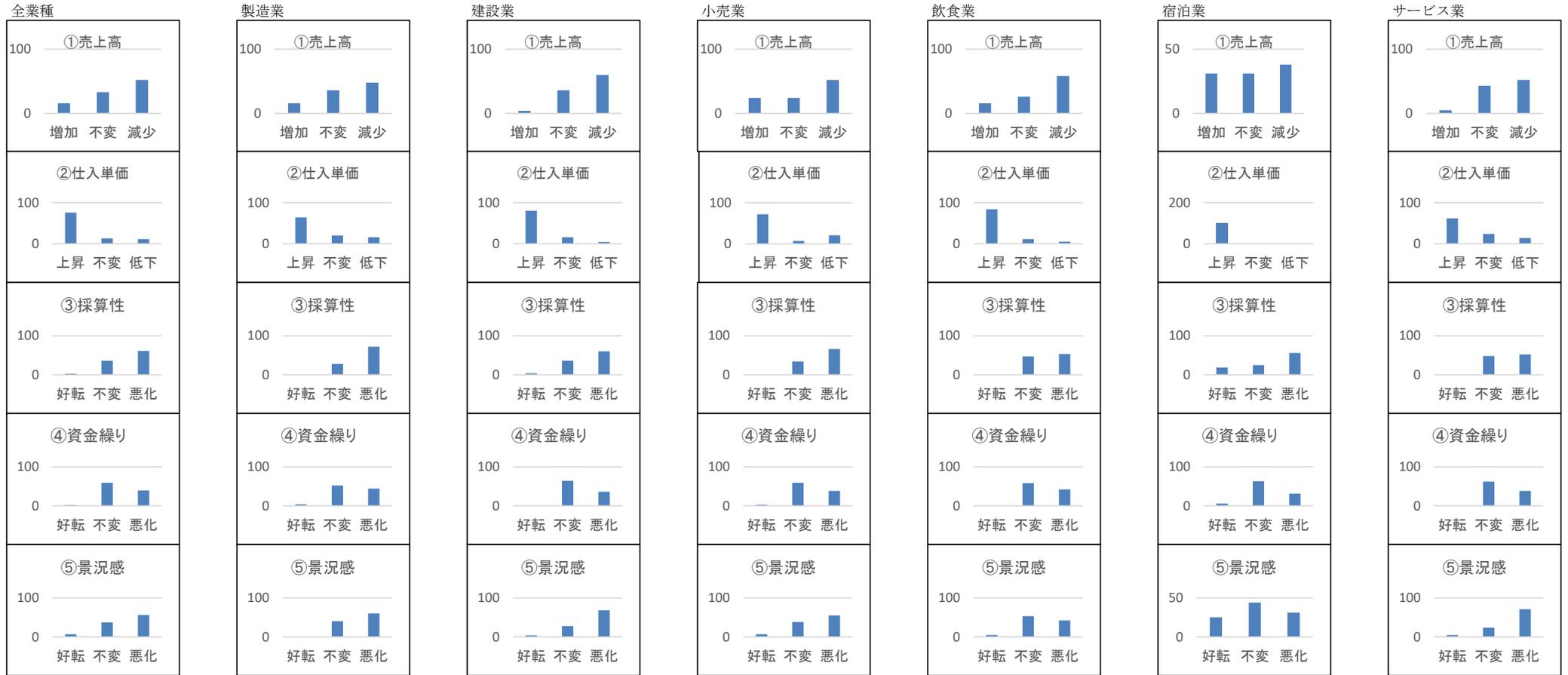
(1)	全業種の売上高DIは、▲40（前期▲3）となり、マイナス幅が大幅に拡大した。
	業種別売上高DIは、全業種において大幅に低下した。
(2)	全業種の仕入単価DIは、56（前期73）と大幅に低下した。
	業種別仕入単価DIは、全業種において大幅に低下した。
(3)	全業種の採算性DIは、▲54（前期▲35）となり、マイナス幅が拡大した。
	業種別採算性DIは、宿泊業では上昇、その他の業種では大幅に低下した。
(4)	全業種の資金繰りDIは、▲34（前期▲26）となりマイナス幅が拡大した。
	業種別資金繰りDIは、宿泊業では横ばい、その他の業種では低下した。
(5)	全業種の景況感DIは、▲46（前期▲24）となり、マイナス幅が拡大した。
	業種別の景況感DIは、全業種において大幅に低下した。

【令和7年4～6月期の見通し】

(1)	全業種の売上高DIは、▲28となりマイナス幅が減少する見通し。（好転）
	業種別売上高DIは、宿泊業では低下。その他の業種では上昇する見通し。
(2)	全業種の仕入単価DIは、68となりやや上昇した。
	業種別仕入単価DIは、全業種において上昇する見通し。
(3)	全業種の採算単価DIは、▲51となり、マイナス幅がやや減少する見通し。（やや好転）
	業種別採算性DIは、宿泊業では低下。その他の業種では上昇する見通し。
(4)	全業種の資金繰りDIは、▲35となりマイナス幅がやや拡大する見通し。（変化なし）
	業種別の資金繰りDIは、製造業、宿泊業で低下。サービス業では横ばい、その他の業種では上昇する見通し。
(5)	全業種の景況感DIは、▲46となり横ばいとなる見通し。（変化なし）
	業種別の景況感DIは、建設業、サービス業で上昇。製造業では横ばい、その他の業種では減少する見通し。

【1】前年同期比

前年同期（令和6年1月～3月）と比べた今期（令和7年1月～3月）の状況



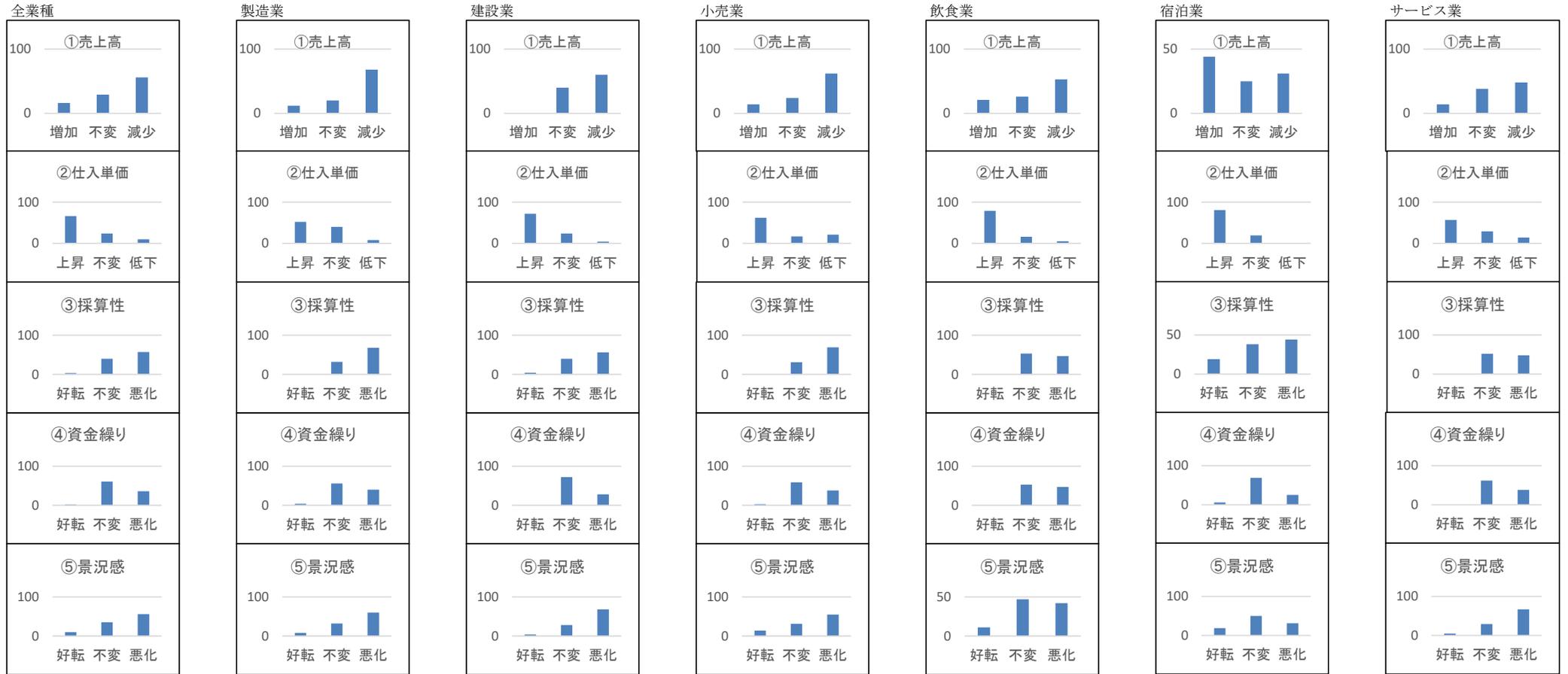
【企業種・業種別D I】

	企業種	製造業	建設業	小売業	飲食業	宿泊業	サービス業
売上高	▲ 36	▲ 32	▲ 56	▲ 28	▲ 42	▲ 7	▲ 47
仕入単価	65	48	76	51	79	100	48
採算性	▲ 58	▲ 72	▲ 56	▲ 66	▲ 53	▲ 37	▲ 52
資金繰り	▲ 37	▲ 40	▲ 36	▲ 35	▲ 42	▲ 25	▲ 38
景況感	▲ 49	▲ 60	▲ 64	▲ 48	▲ 37	▲ 6	▲ 66

(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10月～12月）と比べた今期（令和7年1月～3月）の状況



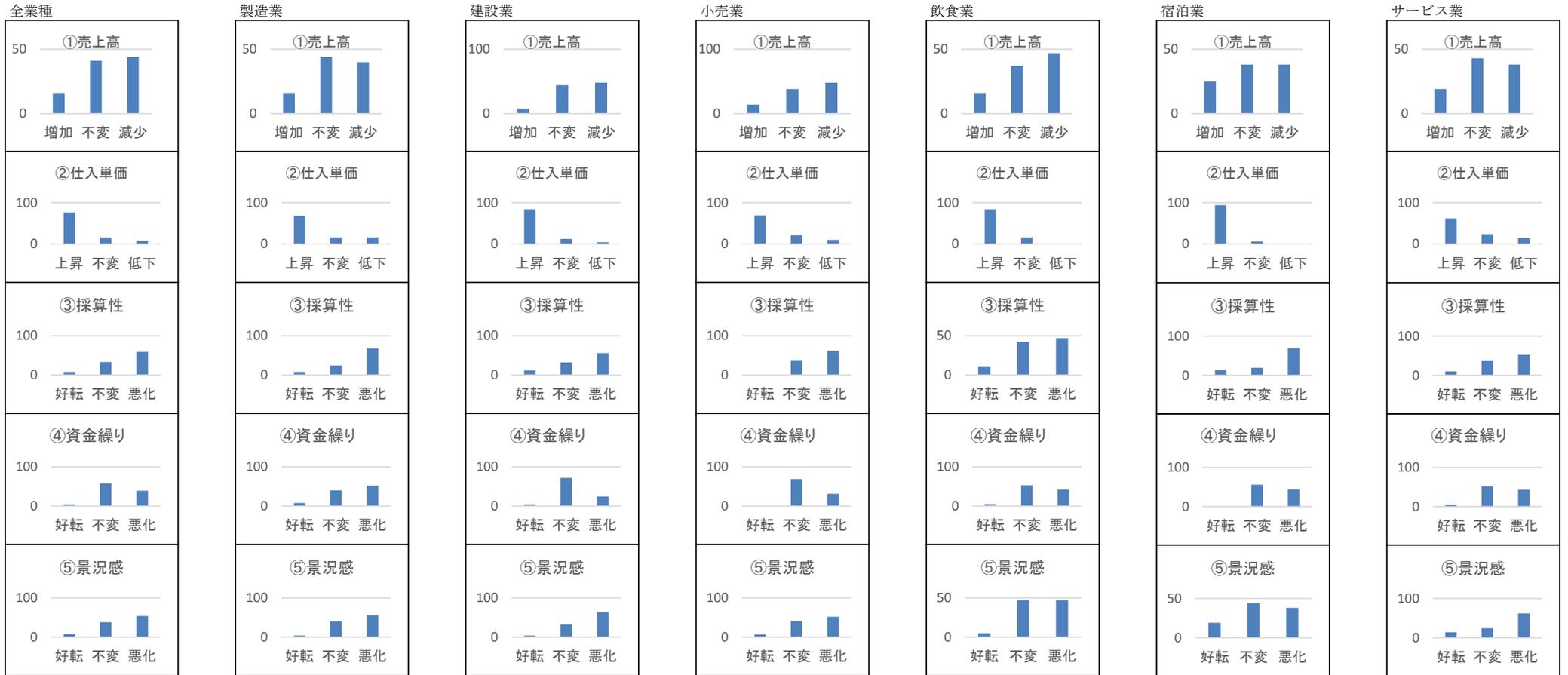
【全業種・業種別D I】

	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	▲ 40	▲ 56	▲ 60	▲ 48	▲ 32	13	▲ 34
仕入単価	56	44	68	41	74	81	43
採算性	▲ 54	▲ 68	▲ 52	▲ 69	▲ 47	▲ 25	▲ 48
資金繰り	▲ 34	▲ 36	▲ 28	▲ 35	▲ 47	▲ 19	▲ 38
景況感	▲ 46	▲ 52	▲ 64	▲ 41	▲ 31	▲ 12	▲ 62

(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7年1月～3月）と比べた来期（令和7年4月～6月）の見通し

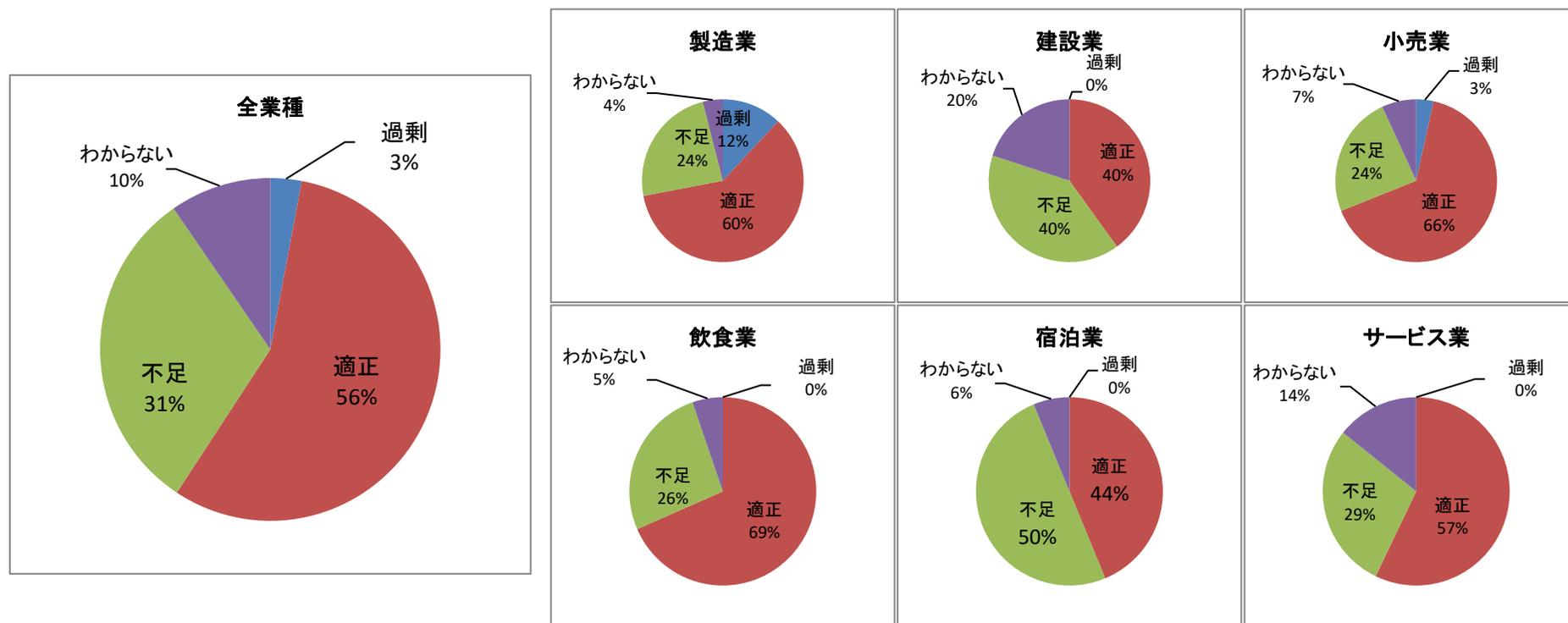


【全業種・業種別D I】

	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	▲ 28	▲ 24	▲ 40	▲ 34	▲ 31	▲ 13	▲ 19
仕入単価	68	52	80	59	84	94	48
採算性	▲ 51	▲ 60	▲ 44	▲ 62	▲ 36	▲ 56	▲ 42
資金繰り	▲ 35	▲ 44	▲ 20	▲ 31	▲ 37	▲ 44	▲ 38
景況感	▲ 46	▲ 52	▲ 60	▲ 45	▲ 42	▲ 19	▲ 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 (R 7. 1 ~ 3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										
過剰	4	3.0%	3	12.0%	0	0.0%	1	3.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
適正	76	56.3%	15	60.0%	10	40.0%	19	65.5%	13	68.4%	7	43.8%	12	57.1%
不足	42	31.1%	6	24.0%	10	40.0%	7	24.1%	5	26.3%	8	50.0%	6	28.6%
わからない	13	9.6%	1	4.0%	5	20.0%	2	6.9%	1	5.3%	1	6.3%	3	14.3%
合計	135		25		25		29		19		16		21	

対前期比（R6.10～12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	
	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	4.4%	-1.4	19.2%	-7.2	4.2%	-4.2	0.0%	3.4	0.0%	0.0	0.0%	0.0	0.0%	0.0
適正	52.9%	3.4	38.5%	21.5	45.8%	-5.8	64.3%	1.2	61.9%	6.5	56.3%	-12.5	52.4%	4.7
不足	37.5%	-6.4	42.3%	-18.3	41.7%	-1.7	28.6%	-4.5	38.1%	-11.8	37.5%	12.5	38.1%	-9.5
わからない	5.1%	4.5	0.0%	4.0	8.3%	11.7	7.1%	-0.2	0.0%	5.3	6.3%	0.0	9.5%	4.8

【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56.3%を占める。次いで「不足」と回答した経営者は、31.1%である。対前期比では、「適正」が3.4%増、「不足」は6.4%減、という結果となった。

（製造業）「適正」と回答した経営者が60.0%（対前期比21.5%増）、「不足」が対前期比18.3%減の24.0%となった。

（建設業）「適正」と回答した経営者が40.0%（対前期比5.8%減）、「不足」は対前期比1.7%減の40.0%となった。

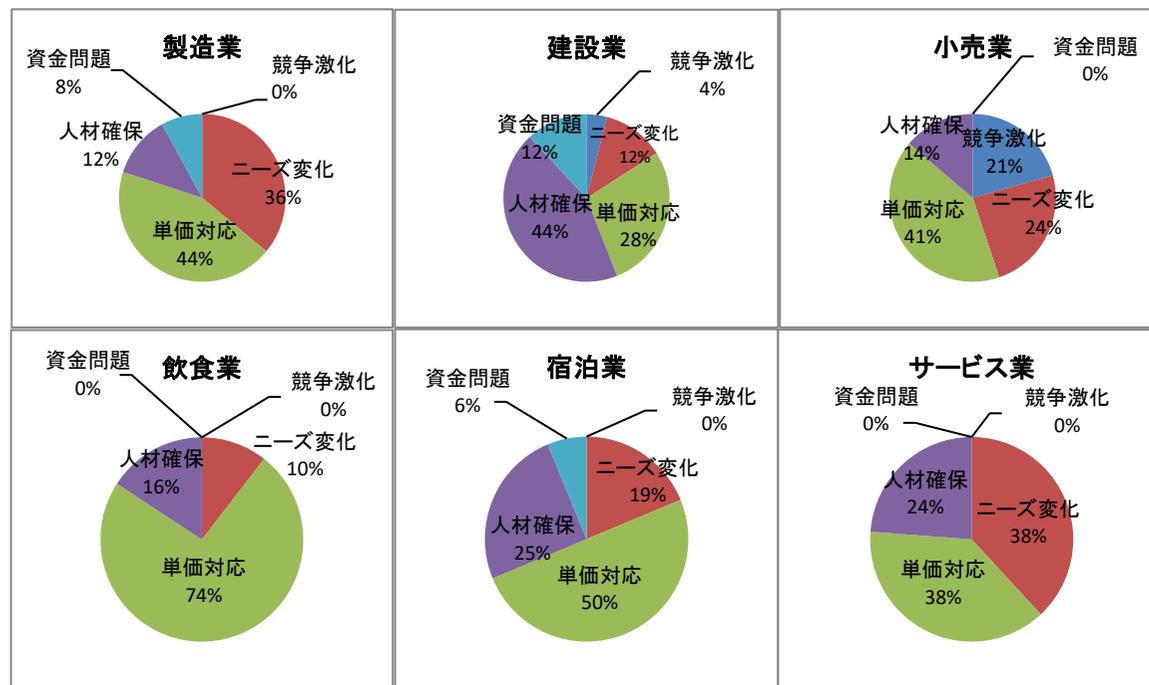
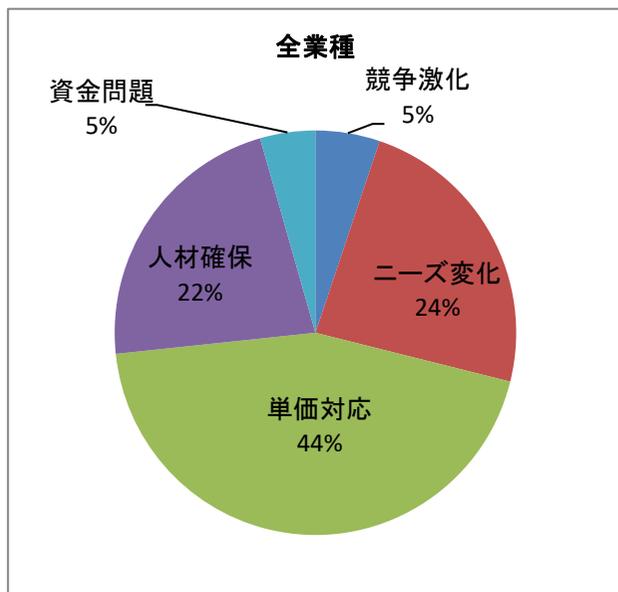
（小売業）「適正」と回答した経営者が65.5%（対前期比1.2%増）、「不足」は対前期比4.5%減の24.1%となった。

（飲食業）「適正」と回答した経営者が68.4%（対前期比6.5%増）と全業種において最も多く、「不足」が対前期比11.8%減の26.3%となった。

（宿泊業）「適正」と回答した経営者が43.8%（対前期比12.5%減）、「不足」は対前期比12.5%増の50.0%と全業種において最も多い結果となった。

（サービス業）「適正」と回答した経営者が57.1%（対前期比4.7%増）、「不足」は対前期比9.5%減の28.6%となった。

【5】直面している経営上の問題点について



今期 (R7.1~3)

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	7	5.2%	0	0.0%	1	4.0%	6	20.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	競争激化
消費者(製品)ニーズ変化への対応	32	23.7%	9	36.0%	3	12.0%	7	24.1%	2	10.5%	3	18.8%	8	38.1%	ニーズ変化
仕入単価(原材料)の上昇、販売受注単価の低下	60	44.4%	11	44.0%	7	28.0%	12	41.4%	14	73.7%	8	50.0%	8	38.1%	単価対応
必要な人材の雇用確保	30	22.2%	3	12.0%	11	44.0%	4	13.8%	3	15.8%	4	25.0%	5	23.8%	人材確保
事業資金の借入難	6	4.4%	2	8.0%	3	12.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	6.3%	0	0.0%	資金問題
合計	135		25		25		29		19		16		21		

対前期比（R6.10～12）

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	6.6%	-1.4	0.0%	0.0	0.0%	4.0	21.4%	-0.7	0.0%	0.0	0.0%	0.0	14.3%	-14.3	競争激化
消費者（製品）ニーズ変化への対応	19.1%	4.6	30.8%	5.2	0.0%	12.0	25.0%	-0.9	14.3%	-3.8	12.5%	6.3	28.6%	9.5	ニーズ変化
仕入単価（原材料）の上昇、販売受注単価の低下	38.2%	6.2	42.3%	1.7	33.3%	-5.3	32.1%	9.3	52.4%	21.3	56.3%	-6.3	19.0%	19.1	単価対応
必要な人材の雇用確保	32.4%	-10.2	23.1%	-11.1	58.3%	-14.3	21.4%	-7.6	23.8%	-8.0	31.3%	-6.3	38.1%	-14.3	人材確保
事業資金の借入難	3.7%	0.7	3.8%	4.2	8.3%	3.7	0.0%	0.0	9.5%	-9.5	0.0%	6.3	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44.4%の割合となった。次いで、「消費者（製品）ニーズ変化への対応」となり、「必要な人材の雇用確保」は対前期比10.2%減の22.2%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44.0%となり、14期連続で最も多く、対前期比では1.7%増。
次いで「消費者（製品）ニーズ変化への対応」が5.2%増の36.0%、「必要な人材の雇用確保」が11.1%減の12.0%となった。

（建設業）「必要な人材の雇用確保」が44.0%と最も多く、全業種においても最も高い割合となった。（対前期比14.3%）
次いで「仕入単価（原材料）の上昇、販売受注単価の低下」が28.0%（対前期比5.3%減）となった。

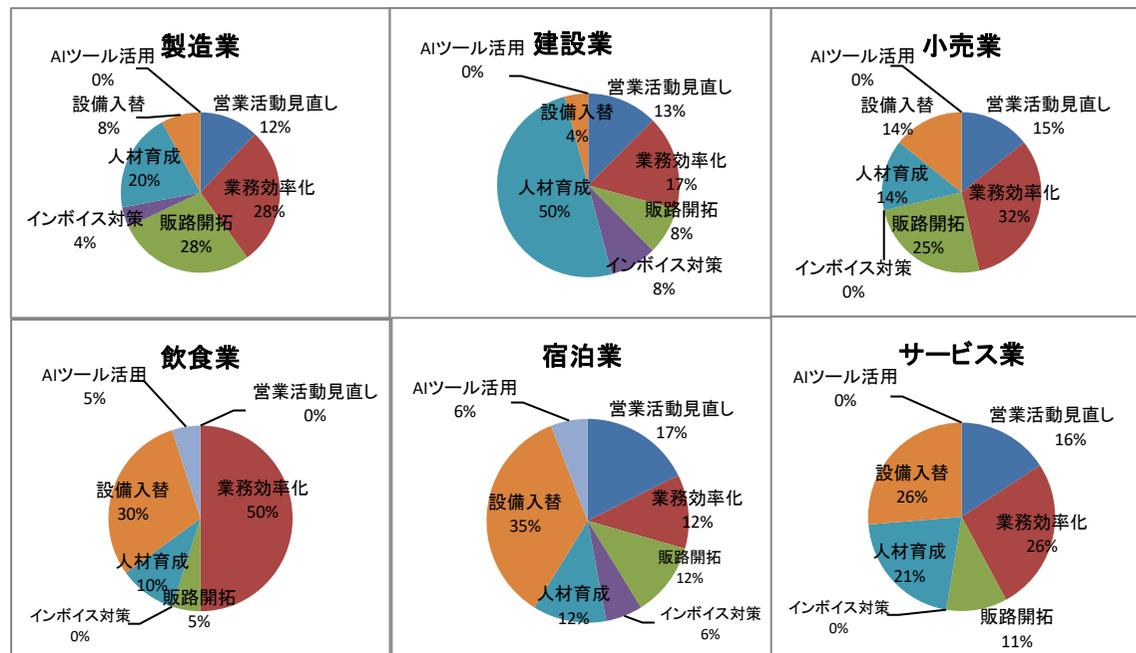
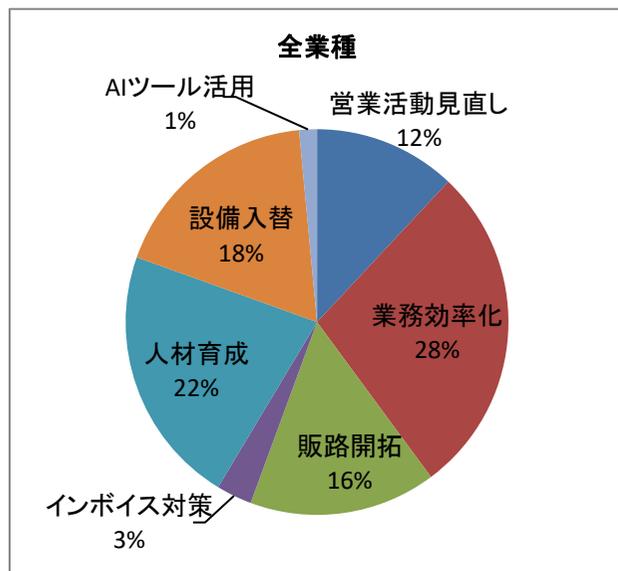
（小売業）「仕入単価（原材料）の上昇、販売受注単価の低下」が41.4%と、12期連続で最も多い。（対前期比9.3%増）
次いで「消費者（製品）ニーズの変化への対応」が24.1%（対前期比0.9%減）となった。

（飲食業）「仕入単価（原材料）の上昇、販売受注単価の低下」が73.7%となり、14期連続で最も多く、対前期比では21.3%増となった。

（宿泊業）「仕入単価（原材料）の上昇、販売受注単価の低下」が50.0%（対前期比6.3%減）と最も多い割合となった。

（サービス業）「消費者（製品）ニーズ変化への対応」（対前期比9.5%増）、「仕入単価（原材料）の上昇、販売受注単価の低下」（対前期比19.1%増）
がともに最も多い割合となった。

【6】今後、取り組んでいきたいこと



今期 (R7.1~3)

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	16	12.0%	3	12.0%	3	12.5%	4	14.3%	0	0.0%	3	18.8%	3	15.8%	営業活動見直し
業務の効率化、仕事の見える化	37	27.8%	7	28.0%	4	16.7%	9	32.1%	10	52.6%	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)	21	15.8%	7	28.0%	2	8.3%	7	25.0%	1	5.3%	2	12.5%	2	10.5%	販路開拓
インボイス制度対策、会計管理の見直し	4	3.0%	1	4.0%	2	8.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	6.3%	0	0.0%	インボイス対策
人材育成、社員教育	29	21.8%	5	20.0%	12	50.0%	4	14.3%	2	10.5%	2	12.5%	4	21.1%	人材育成
設備の入替・更新	24	18.0%	2	8.0%	1	4.2%	4	14.3%	6	31.6%	6	37.5%	5	26.3%	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	5.3%	1	6.3%	0	0.0%	AIツール活用
合計	133		25		24		28		19		16		19		

対前期比（R6.10～12）

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	13.7%	-1.7	8.3%	3.7	17.4%	-4.9	25.0%	-10.7	5.6%	-5.6	13.3%	5.5	9.5%	6.3	営業活動見直し
業務の効率化、仕事の見える化	31.3%	-3.5	33.3%	-5.3	21.7%	-5.0	35.7%	-3.6	50.0%	2.6	20.0%	-7.5	28.6%	-2.3	業務効率化
販路開拓（商談会・展示会・プレスリリース等）	9.9%	5.9	12.5%	15.5	8.7%	-0.4	10.7%	14.3	16.7%	-11.4	13.3%	-0.8	0.0%	10.5	販路開拓
インボイス制度対策、会計管理の見直し	3.8%	-0.8	4.2%	-0.2	0.0%	8.3	0.0%	0.0	5.6%	-5.6	6.7%	-0.4	9.5%	-9.5	インボイス対策
人材育成、社員教育	22.1%	-0.3	20.8%	-0.8	39.1%	10.9	14.3%	0.0	5.6%	4.9	20.0%	-7.5	33.3%	-12.2	人材育成
設備の入替・更新	17.6%	0.4	20.8%	-12.8	13.0%	-8.8	14.3%	0.0	16.7%	14.9	26.7%	10.8	19.0%	7.3	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	5.6%	-0.3	6.7%	-0.4	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27.8%（対前期比3.5%減）で最も多い割合となった。次いで「人材育成、社員教育」が21.8%（対前期比0.3%減）となった。

（製造業）「業務の効率化、仕事の見える化」（対前期比5.3%減）、「販路開拓（商談会・展示会・プレスリリース等）」（対前期比15.5%増）がともに28.0%と最も多い割合となった。次いで「人材育成、社員教育」が20.0%（対前期比0.8%減）となった。

（建設業）「人材育成、社員教育」が50.0%と前期に引き続き最も多く、全業種においても最も多い割合となった。（対前期比10.9%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）

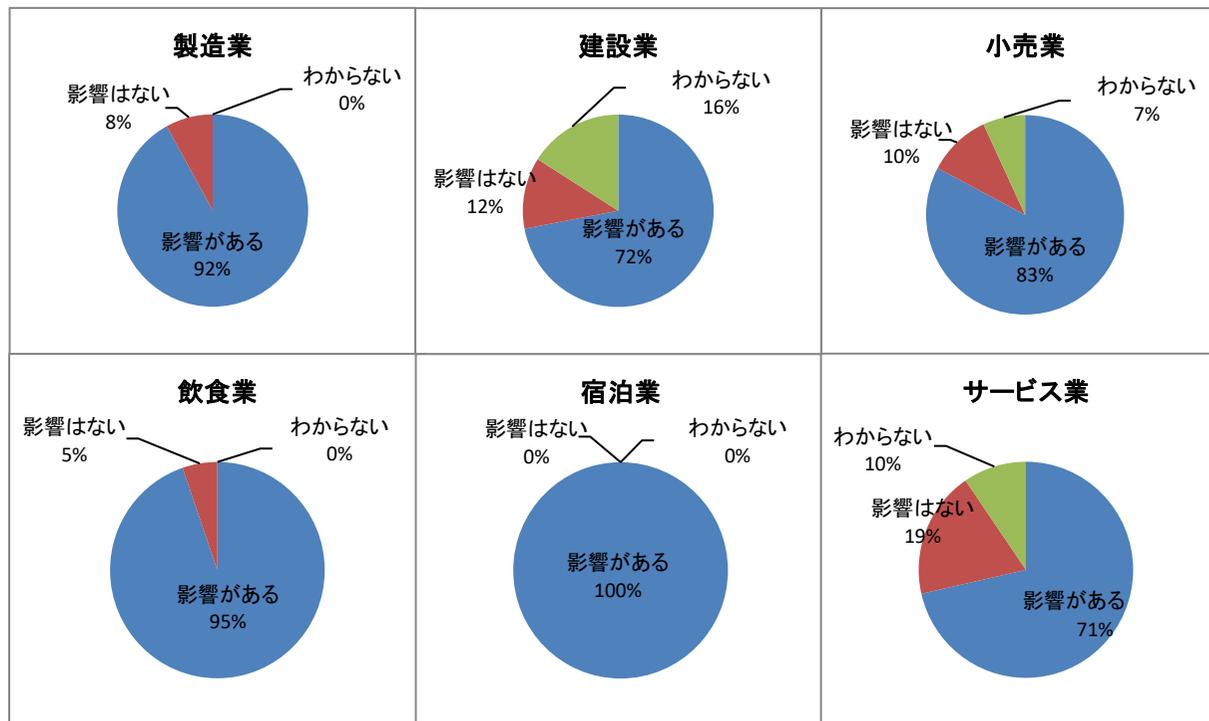
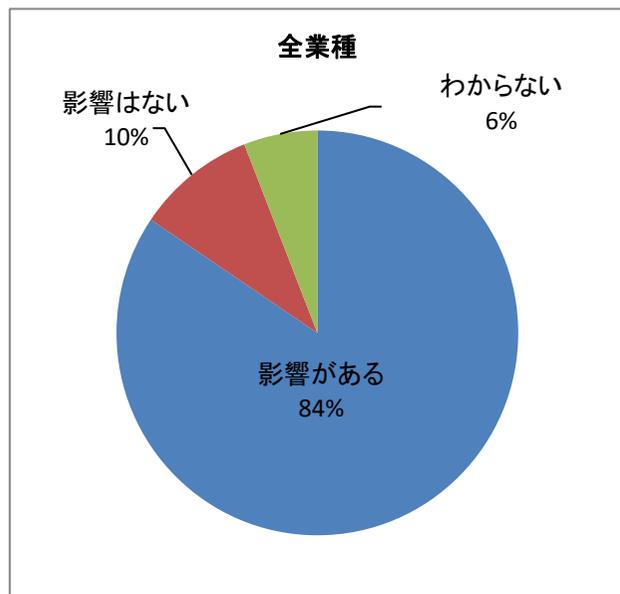
（小売業）「業務の効率化、仕事の見える化」が32.1%と前期に引き続き最も多い割合になった。（対前期比3.6%減）次いで「販路開拓（商談会・展示会・プレスリリース等）」が25.0%となった。（対前期比14.3%増）

（飲食業）「業務の効率化、仕事の見える化」が52.6%と前期に続き最も多く、全業種において最も多い割合となった。（対前期比は2.6%増）次いで「設備の入替・更新」が31.6%となった。（対前期比14.9%増）

（宿泊業）「設備の入替・更新」が37.5%と最も多い割合となった。（対前期比10.8%増）次いで「既存顧客のリスト化、営業活動の見直し」が18.8%となった。（5.5%増）

（サービス業）「業務の効率化、仕事の見える化」（2.3%減）、「設備の入替・更新」（7.3%増）がともに26.3%と最も多い割合となった。次いで、「人材育成、社員教育」が21.1%の割合となった。（対前期比12.2%減）

【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 7. 1 ~ 3)

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											
影響がある	114	84.4%	23	92.0%	18	72.0%	24	82.8%	18	94.7%	16	100.0%	15	71.4%	影響がある
影響はない	13	9.6%	2	8.0%	3	12.0%	3	10.3%	1	5.3%	0	0.0%	4	19.0%	影響はない
わからない	8	5.9%	0	0.0%	4	16.0%	2	6.9%	0	0.0%	0	0.0%	2	9.5%	わからない
合計	135		25		25		29		19		16		21		

対前期比（R6.10～12）

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												
影響がある	80.9%	3.5	80.8%	11.2	79.2%	-7.2	78.6%	4.2	95.2%	-0.5	93.8%	6.2	61.9%	9.5
影響はない	11.0%	-1.4	15.4%	-7.4	12.5%	-0.5	7.1%	3.2	4.8%	0.5	6.3%	-6.3	19.0%	0.0
わからない	8.1%	-2.2	3.8%	-3.8	8.3%	7.7	14.3%	-7.4	0.0%	0.0	0.0%	0.0	19.0%	-9.5

【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、84.4%と大半を占めている。（対前期比3.5%増）

（製造業）「影響がある」と回答した経営者は、92.0%であった。（対前期比11.2%増）

（建設業）「影響がある」と回答した経営者は、72.0%であった。（対前期比7.2%減）

（小売業）「影響がある」と回答した経営者は、82.8%であった。（対前期比4.2%増）

（飲食業）「影響がある」と回答した経営者は、94.7%であった。（対前期比0.5%減）

（宿泊業）「影響がある」と回答した経営者は、100.0%であった。（対前期比6.2%増）

（サービス業）「影響がある」と回答した経営者は、71.4%であった。（対前期比9.5%増）

【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	ありとあらゆる物が高騰しているが、販売価格になかなか反映できない。(飲食業・城崎)
2	物価高騰により経営状況は良好とはいえない。(飲食業・城崎)
3	城崎温泉のお客様は増えているが、旅館は人不足により休館日、満室を取っていないようで、ここが今後の課題。飲食店は週末価格など変動できず、仕入れ価格が上がってもすぐには価格転換が難しい。人件費も上がる一方で経営は厳しい状態が続く。(小売業・城崎)
4	仕入価格、販売価格の上昇が止まらない。商品高額化のため売上数・額とも減少。(小売業・城崎)
5	物価高騰による原価の上昇(宿泊業・城崎)
6	食品を中心にあらゆる商品・サービスの価格上昇で、買い控えの雰囲気を感じる。(製造業・竹野)
7	物価高騰により価格転嫁を行っているが、消費控えの影響が懸念される。(宿泊業・竹野)
8	物価高騰や最低賃金引上げが続くなかで、日銀の政策金利上昇に伴い借入金利が昨年末ごろから2回もの引き上げがあった。コロナ融資の返済も始まり、財務のコントロールはますます難しくなっている。少しでも生産性を上げようと会計を中心としたシステムの入替えなどを行っているが、インボイスや軽減税率などの政策が余計な仕事を増やしていることを実感している。そのような中で、人材確保のためにも給与の見直しのほかに、働く環境整備(ツールの見直しや研修制度の拡充)、福利厚生の実施、人事評価制度の構築(見直し)などへも、よりいっそう力を入れていく必要があると感じる。また、AIツールは「使う」ことが当たり前となってきているので、それぞれの業務に落とし込んで「使いこなす」ことが非常に重要な局面であると感じている。(宿泊業・竹野)
9	資材がなんでも値上がりしていますが価格転嫁しづらい業界です。(製造業・日高)
10	前売りの不調により在庫過多の為受注先より生産調整の依頼があり売上高の減少。(製造業・日高)
11	為替(円安)と資源価格の高騰(製造業・日高)

12	昨年一部業務を終了したためその売上の減少が今期からあります。代替の商品は用意していますが、まだ売上としては定着出来ていない状況です。（製造業・日高）
13	ポストコロナ 原油価格 物価高（飲食業・日高）（サービス業・日高）
14	物品販売業では、店頭小売だけなら人口減少が一番の影響によりオールシーズン良い事は全くありません。外商売りや入札物件を入れた売上が調査対象にされているのか。これとて落札する時や出来ない時により大きく異なりますので経済情勢調査対象にならないのでは？（小売業・日高）
15	仕入単価の上昇に加えて、人不足、原材料不足など前回アンケート時より悪化している。（小売業・日高）
16	原材料の値上げが止まらない。毎年値段を変えるなんて今までなかったのでスタッフ共に値段を覚え直さねばならず大変。原価表も変更しすぎて適正がわからなくなっている。（宿泊業・日高）
17	物価高騰、原油高騰（宿泊業・日高）（サービス業・出石）
18	食料品の高騰（宿泊業・日高）
19	物価高騰全般（宿泊業・日高）（小売業・出石）
20	宿泊業ゆえに、野菜など的高騰や燃料の高騰が直接影響します。夫婦での営業ですが、年齢も重ねて業務が続くと辛い。かといって人材を入れるほどではないので、宿泊される客数を制限しながらの営業です。（宿泊業・日高）
21	大手バス会社の圧力によりこの秋よりまたバス料金が上がる方向で検討されてると、国土交通省より通達がありました。物価・燃料の高騰により理解も出来ますが、少人数で運営している我々の様な小規模の企業はなかなか手放しでは喜べないのが現状です。バス料金の値上げによるお客様のバス離れの方が心配です。地域制の問題もありますし、都会に比べて絶対数が少ない地域には別の策を講じて頂けないものかと危惧しております。（サービス業・日高）
22	原材料の枯渇、使用規制等により製造中止になった医薬品があり、代わりになるものが今のところ無い。（サービス業・日高）
23	コロナ以降、日本人観光客向けツアーの減少によりお土産物が売れない。（製造業・出石）

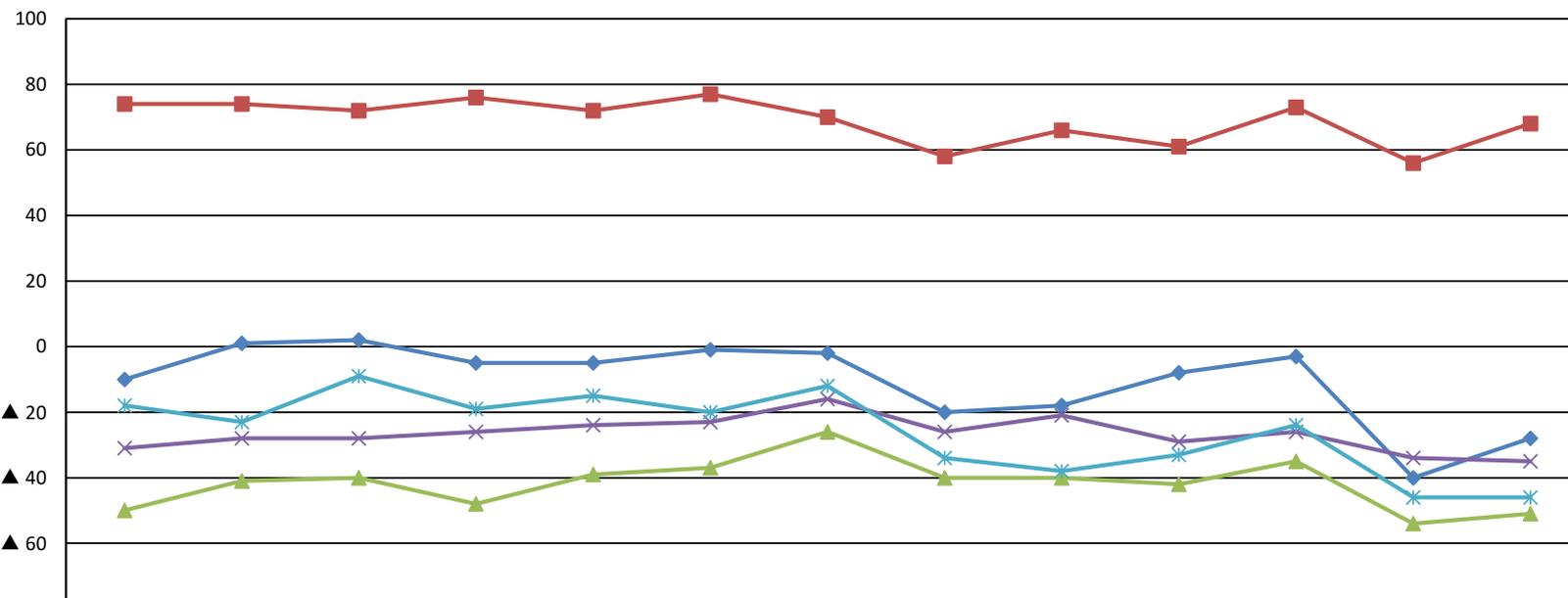
24	原材料価格のますますの高騰に加え、輸送費も高くなりました。（製造業・出石）
25	仕入価格のみ価格上昇で燃料代金や輸送費も上り非常に困ります。（建設業・出石）
26	物価高騰、光熱費（水道代）など飲食店にとっては大きな痛手。価格もこれ以上は値上げできない。（飲食業・出石）
27	原材料の仕入価格が上昇している。また、値上げの話ばかりである。玉子の価格の上昇、野菜の価格の上昇、高止まりのままである。（飲食業・出石）
28	原油価格の高騰が止まらない。（製造業・但東）
29	天候不順による不作（小売業・出石）
30	4月からまた多くの商品が値上がりする。経費も当然多くかかるようになるが、消費者の動向は、少しでも安い処で買う傾向がより強くなるので、当店のような個人商店は、より経営が苦しくなる。（小売業・但東）
31	機材等以上な値上がりですが客単価に転嫁できていません。（サービス業・但東）
32	物価高騰による仕入れ価格、灯油やガソリン、電気代など影響が大きい。（サービス業・但東）

【9】自由コメント

1	海外からのお客様や、若い世代のお客様も増えているが、シーズンオフなく1年を通してお客様が増えることを望む。（飲食業・城崎）
2	光熱費、社会保険料値上げ、最低賃金値上げ、インフレによる物の価格高騰といくら利益を上げても残らない状況です。中小企業にとっては賃金を上げることは簡単ではなく、格差が大きくなっていると感じます。その辺を考えてちゃんと向き合った改革をしていただきたいものです。（小売業・城崎）
3	長引く今の不況感がどこまで続くのか分からない。ただし要るものは要るという観点から生活必需品においては動いている。しかしながら、ぜいたく品、余分なこと、ものまでは家計が回らなくなっている現状と、市場が縮小傾向にあることも相まって小売業界はどこも厳しいと考える。（小売業・日高）
4	公共事業の低迷。安定した事業発注（サービス業・日高）
5	コロナ以降の売上確保が厳しい。結局のところ一部大手企業だけではなく国内全体の景気が良くなしないと人はお金を使わない。昭和30年代ごろとは言わないがお金を使っても稼げばいい的な、何とかなるさ的雰囲気があればお金を使うが現状の政治を見ても負担ばかりで重苦しい雰囲気が漂っているようでは難しい。（製造業・出石）
6	原材料価格、エネルギー価格、輸送費等の高騰分を商品価格に転嫁できないところが経営上たいへん難しいところです。（製造業・出石）
7	大雪の影響で観光の方が激減した。公共交通機関がバスしかない出石にとっては非常に厳しい時期。（飲食業・出石）
8	2月期は雪の影響で旅行のキャンセルが相次ぎ、売上の減少につながった。高速の事前通行止めや過大報道の影響が大きい。（飲食業・出石）

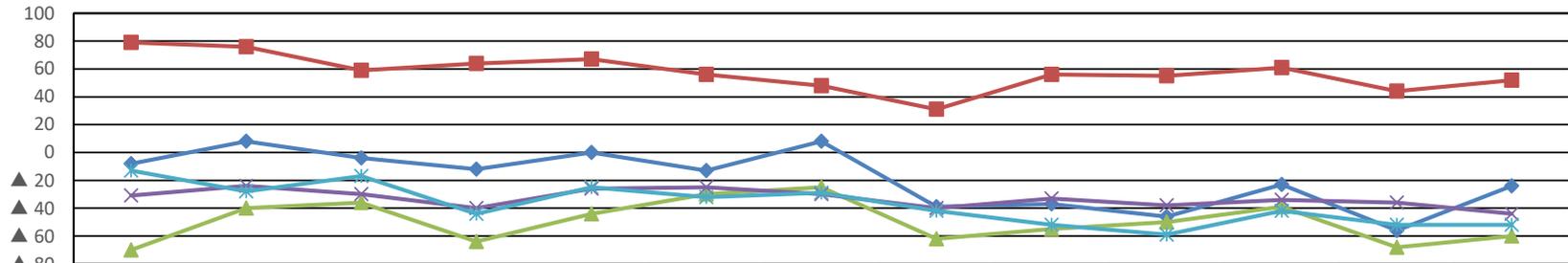
豊岡市商工会管内における3年間の景気動向調査結果

全業種DI推移



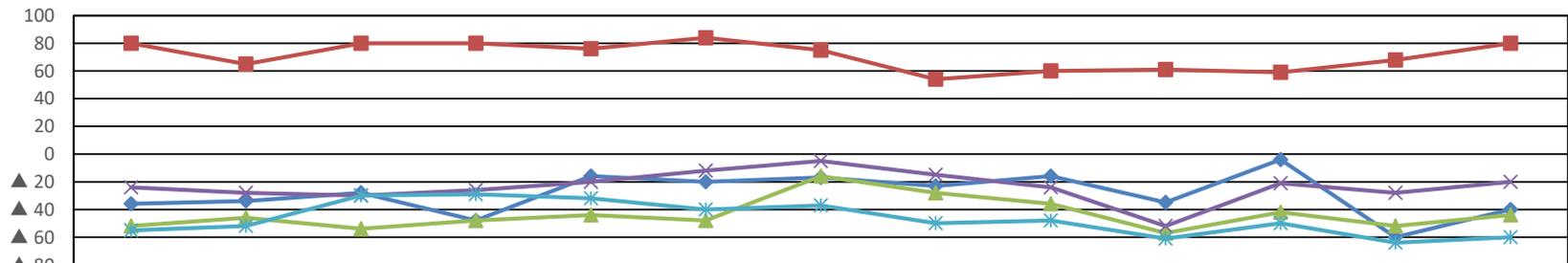
	R4.4-6	R4.7-9	R4.10-12	R5.1-3	R5.4-6	R5.7-9	R5.10-12	R6.1-3	R6.4-6	R6.7-9	R6.10-12	R7.1-3	R7.4-6見込み
● 売上高	▲ 10	1	2	▲ 5	▲ 5	▲ 1	▲ 2	▲ 20	▲ 18	▲ 8	▲ 3	▲ 40	▲ 28
■ 仕入単価	74	74	72	76	72	77	70	58	66	61	73	56	68
▲ 採算性	▲ 50	▲ 41	▲ 40	▲ 48	▲ 39	▲ 37	▲ 26	▲ 40	▲ 40	▲ 42	▲ 35	▲ 54	▲ 51
× 資金繰り	▲ 31	▲ 28	▲ 28	▲ 26	▲ 24	▲ 23	▲ 16	▲ 26	▲ 21	▲ 29	▲ 26	▲ 34	▲ 35
* 景況感	▲ 18	▲ 23	▲ 9	▲ 19	▲ 15	▲ 20	▲ 12	▲ 34	▲ 38	▲ 33	▲ 24	▲ 46	▲ 46

製造業DI推移



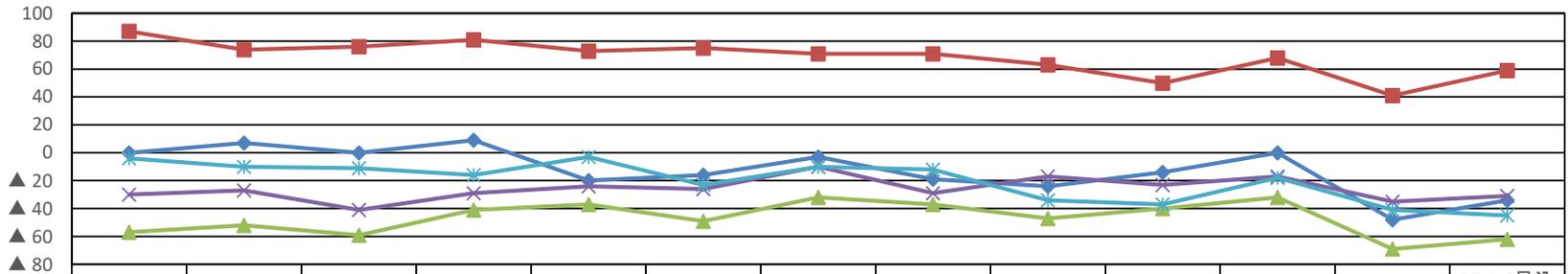
	R4.4-6	R4.7-9	R4.10-12	R5.1-3	R5.4-6	R5.7-9	R5.10-12	R6.1-3	R6.4-6	R6.7-9	R6.10-12	R7.1-3	R7.4-6見込み
● 売上高	▲ 8	8	▲ 4	▲ 12	0	-13	8	▲ 39	▲ 37	▲ 46	▲ 23	▲ 56	▲ 24
■ 仕入単価	79	76	59	64	67	56	48	31	56	55	61	44	52
▲ 採算性	▲ 70	▲ 40	▲ 36	▲ 64	▲ 44	▲ 30	▲ 25	▲ 62	▲ 55	▲ 50	▲ 39	▲ 68	▲ 60
× 資金繰り	▲ 31	▲ 24	▲ 30	▲ 40	▲ 26	▲ 25	▲ 30	▲ 40	▲ 33	▲ 38	▲ 34	▲ 36	▲ 44
✧ 景況感	▲ 13	▲ 28	▲ 17	▲ 44	▲ 25	▲ 32	▲ 29	▲ 42	▲ 52	▲ 59	▲ 42	▲ 52	▲ 52

建設業DI推移



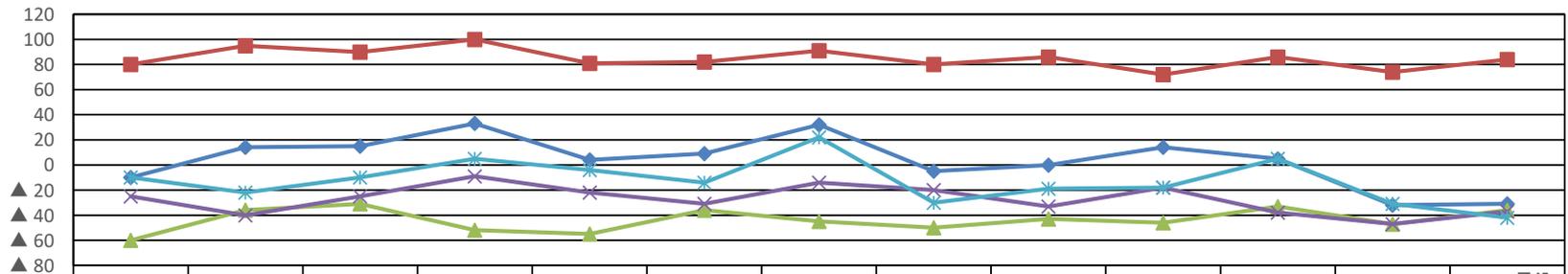
	R4.4-6	R4.7-9	R4.10-12	R5.1-3	R5.4-6	R5.7-9	R5.10-12	R6.1-3	R6.4-6	R6.7-9	R6.10-12	R7.1-3	R7.4-6見込み
● 売上高	▲ 36	▲ 34	▲ 28	▲ 48	▲ 16	▲ 20	▲ 17	▲ 23	▲ 16	▲ 35	▲ 4	▲ 60	▲ 40
■ 仕入単価	80	65	80	80	76	84	75	54	60	61	59	68	80
▲ 採算性	▲ 52	▲ 46	▲ 54	▲ 48	▲ 44	▲ 48	▲ 16	▲ 28	▲ 36	▲ 57	▲ 42	▲ 52	▲ 44
× 資金繰り	▲ 24	▲ 28	▲ 30	▲ 26	▲ 20	▲ 12	▲ 5	▲ 15	▲ 24	▲ 52	▲ 21	▲ 28	▲ 20
✧ 景況感	▲ 55	▲ 52	▲ 30	▲ 29	▲ 32	▲ 40	▲ 37	▲ 50	▲ 48	▲ 61	▲ 50	▲ 64	▲ 60

小売業DI推移



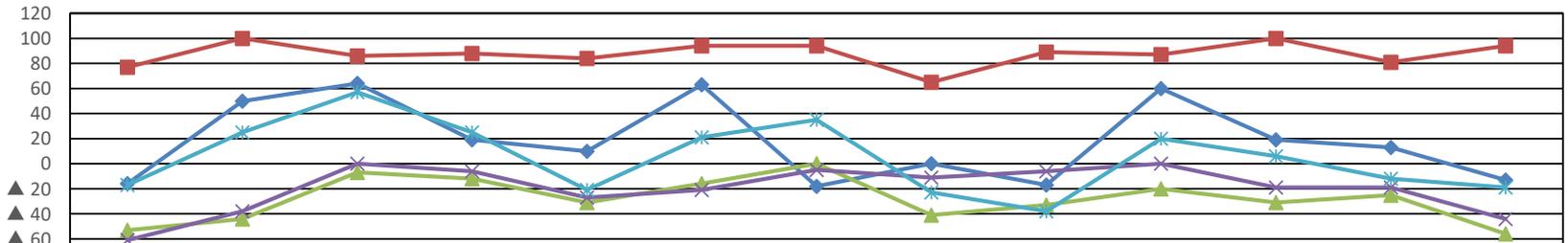
	R4.4-6	R4.7-9	R4.10-12	R5.1-3	R5.4-6	R5.7-9	R5.10-12	R6.1-3	R6.4-6	R6.7-9	R6.10-12	R7.1-3	R7.4-6見込み
● 売上高	0	7	0	9	▲ 20	▲ 16	▲ 3	▲ 19	▲ 24	▲ 14	0	▲ 48	▲ 34
■ 仕入単価	87	74	76	81	73	75	71	71	63	50	68	41	59
▲ 採算性	▲ 57	▲ 52	▲ 59	▲ 41	▲ 37	▲ 49	▲ 32	▲ 37	▲ 47	▲ 40	▲ 32	▲ 69	▲ 62
× 資金繰り	▲ 30	▲ 27	▲ 41	▲ 29	▲ 24	▲ 26	▲ 10	▲ 29	▲ 17	▲ 23	▲ 17	▲ 35	▲ 31
✧ 景況感	▲ 4	▲ 10	▲ 11	▲ 16	▲ 3	▲ 23	▲ 10	▲ 12	▲ 34	▲ 37	▲ 18	▲ 41	▲ 45

飲食業DI推移



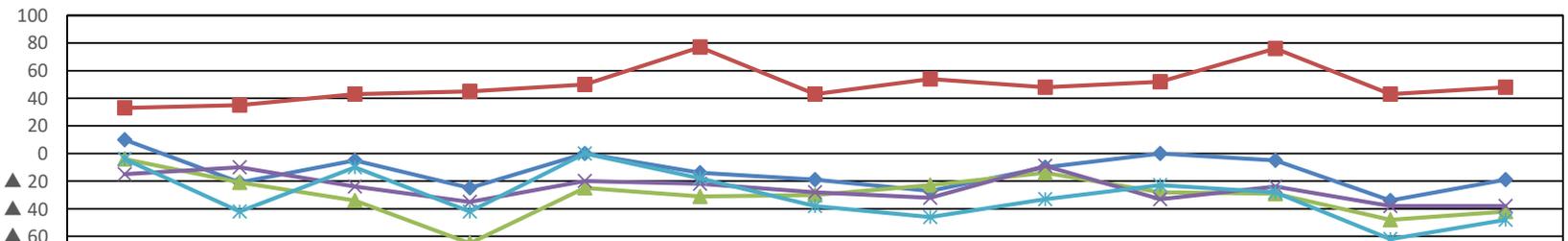
	R4.4-6	R4.7-9	R4.10-12	R5.1-3	R5.4-6	R5.7-9	R5.10-12	R6.1-3	R6.4-6	R6.7-9	R6.10-12	R7.1-3	R7.4-6見込み
● 売上高	▲ 10	14	15	33	4	9	32	▲ 5	0	14	5	▲ 32	▲ 31
■ 仕入単価	80	95	90	100	81	82	91	80	86	72	86	74	84
▲ 採算性	▲ 60	▲ 36	▲ 31	▲ 52	▲ 55	▲ 36	▲ 45	▲ 50	▲ 43	▲ 46	▲ 33	▲ 47	▲ 36
× 資金繰り	▲ 25	▲ 40	▲ 25	▲ 9	▲ 22	▲ 31	▲ 14	▲ 20	▲ 33	▲ 18	▲ 38	▲ 47	▲ 37
✧ 景況感	▲ 10	▲ 22	▲ 10	5	▲ 4	▲ 14	22	▲ 30	▲ 19	▲ 18	5	▲ 31	▲ 42

宿泊業DI推移



	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	R7.4-6見込み
● 売上高	▲ 16	50	64	19	10	63	▲ 18	0	▲ 17	60	19	13	▲ 13
■ 仕入単価	77	100	86	88	84	94	94	65	89	87	100	81	94
▲ 採算性	▲ 53	▲ 44	▲ 7	▲ 12	▲ 31	▲ 16	0	▲ 41	▲ 33	▲ 20	▲ 31	▲ 25	▲ 56
× 資金繰り	▲ 61	▲ 38	0	▲ 6	▲ 27	▲ 21	▲ 5	▲ 11	▲ 6	0	▲ 19	▲ 19	▲ 44
* 景況感	▲ 17	25	57	25	▲ 21	21	35	▲ 23	▲ 38	20	6	▲ 12	▲ 19

サービス業DI推移



	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	R7.4-6見込み
● 売上高	10	▲ 21	▲ 5	▲ 25	0	▲ 14	▲ 19	▲ 27	▲ 10	0	▲ 5	▲ 34	▲ 19
■ 仕入単価	33	35	43	45	50	77	43	54	48	52	76	43	48
▲ 採算性	▲ 4	▲ 21	▲ 34	▲ 65	▲ 25	▲ 31	▲ 30	▲ 23	▲ 14	▲ 28	▲ 29	▲ 48	▲ 42
× 資金繰り	▲ 15	▲ 10	▲ 24	▲ 35	▲ 20	▲ 22	▲ 28	▲ 32	▲ 9	▲ 33	▲ 24	▲ 38	▲ 38
* 景況感	▲ 4	▲ 42	▲ 10	▲ 42	0	▲ 18	▲ 38	▲ 46	▲ 33	▲ 23	▲ 28	▲ 62	▲ 48