

令和7年7月8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4月～6月期実績、令和7年7月～9月期見通し)

《2》 調査対象

調査依頼先
150企業

有効回答数
109企業 (回答率72%)

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	2	10	7	9	5	4	2	18
建設業	26	2	1	3	0	13	11	5	5	3	3	20
小売業	33	9	9	2	2	11	9	7	6	2	2	28
飲食業	22	7	6	2	1	6	3	6	5	1	1	16
宿泊業	20	8	6	5	3	7	4	0	0	0	0	13
サービス業	22	2	1	2	0	12	10	4	2	3	1	14
合計	150	30	25	17	8	59	44	31	23	13	9	109

《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

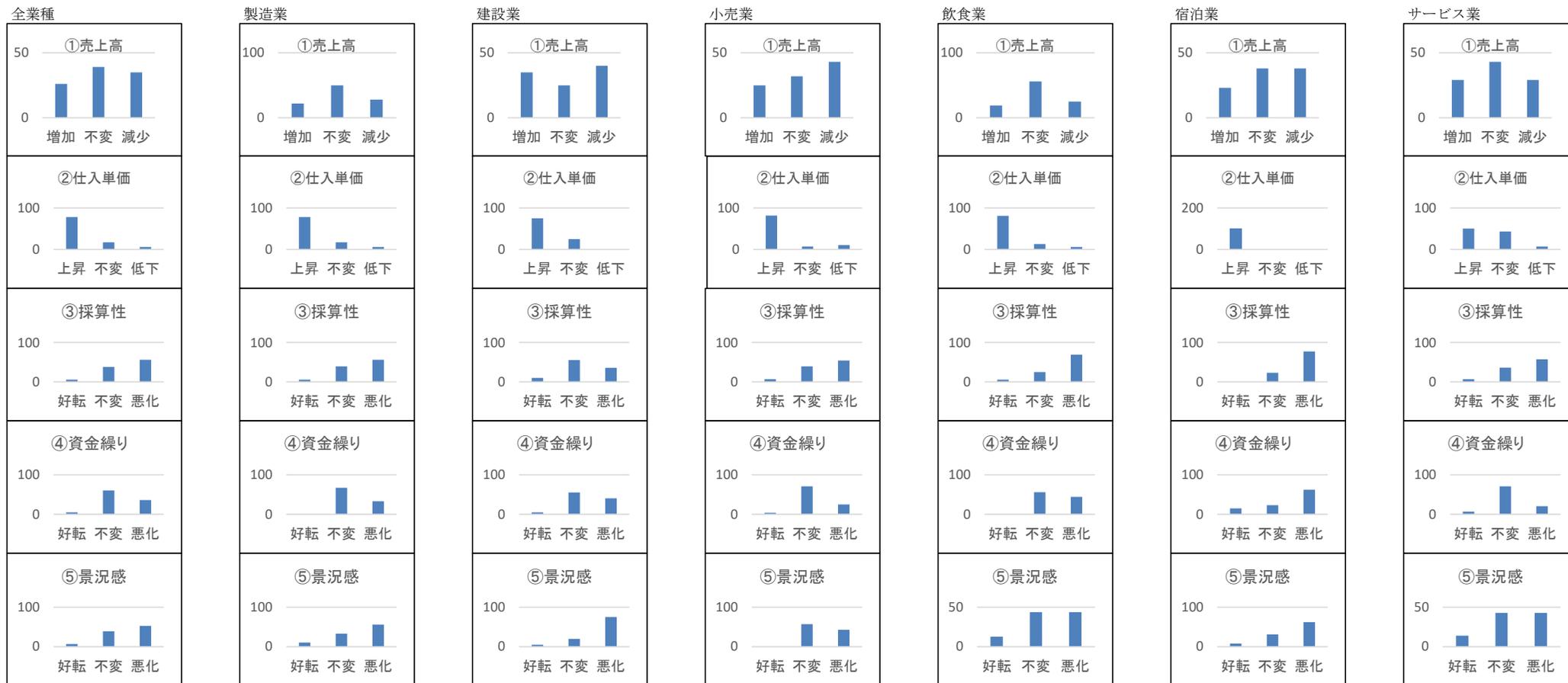
【令和7年4～6月期実績】

(1)	全業種の売上高DIは、▲9（前期▲40）となり、マイナス域が大幅に縮小した。（好転） 業種別売上高DIは、宿泊業以外で前回よりも増加しており、サービス業だけプラス域となった。
(2)	全業種の仕入単価DIは、67（前期56）と拡大した。 業種別仕入単価DIは、サービス業以外で前回よりも上昇している。
(3)	全業種の採算性DIは、▲47（前期▲54）となり、マイナス域が縮小した。（やや好転） 業種別採算性DIは、製造業、建設業、小売業では好転し、その他の業種では悪化した。
(4)	全業種の資金繰りDIは、▲31（前期▲34）となりマイナス域が縮小した。（横ばい） 業種別資金繰りDIは、建設業、小売業、サービス業では好転し、その他の業種では悪化した。
(5)	全業種の景況感DIは、▲42（前期▲46）となり、マイナス域が縮小した。（横ばい） 業種別の景況感DIは、製造業、建設業、サービス業では好転し、その他の業種では横ばいまたは悪化した。

【令和7年7～9月期の見通し】

(1)	全業種の売上高DIは、▲23となりマイナス幅が拡大する見通し。（悪化） 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、69となりやや上昇した。 業種別仕入単価DIは、小売業、サービス業以外において上昇する見通し。
(3)	全業種の採算単価DIは、▲43となる見通し。（横ばい） 業種別採算性DIは、宿泊業、サービス業では好転。それ以外の業種では横ばいまたは悪化する見通し。
(4)	全業種の資金繰りDIは、▲29となる見通し。（横ばい） 業種別の資金繰りDIは、飲食業、宿泊業では好転。それ以外の業種では横ばいまたは悪化する見通し。
(5)	全業種の景況感DIは、▲43となる見通し。（横ばい） 業種別の景況感DIは、飲食業、宿泊業では好転。それ以外の業種では横ばいまたは悪化少する見通し。

【1】前年同期比
前年同期（令和6年4月～6月）と比べた今期（令和7年4月～6月）の状況

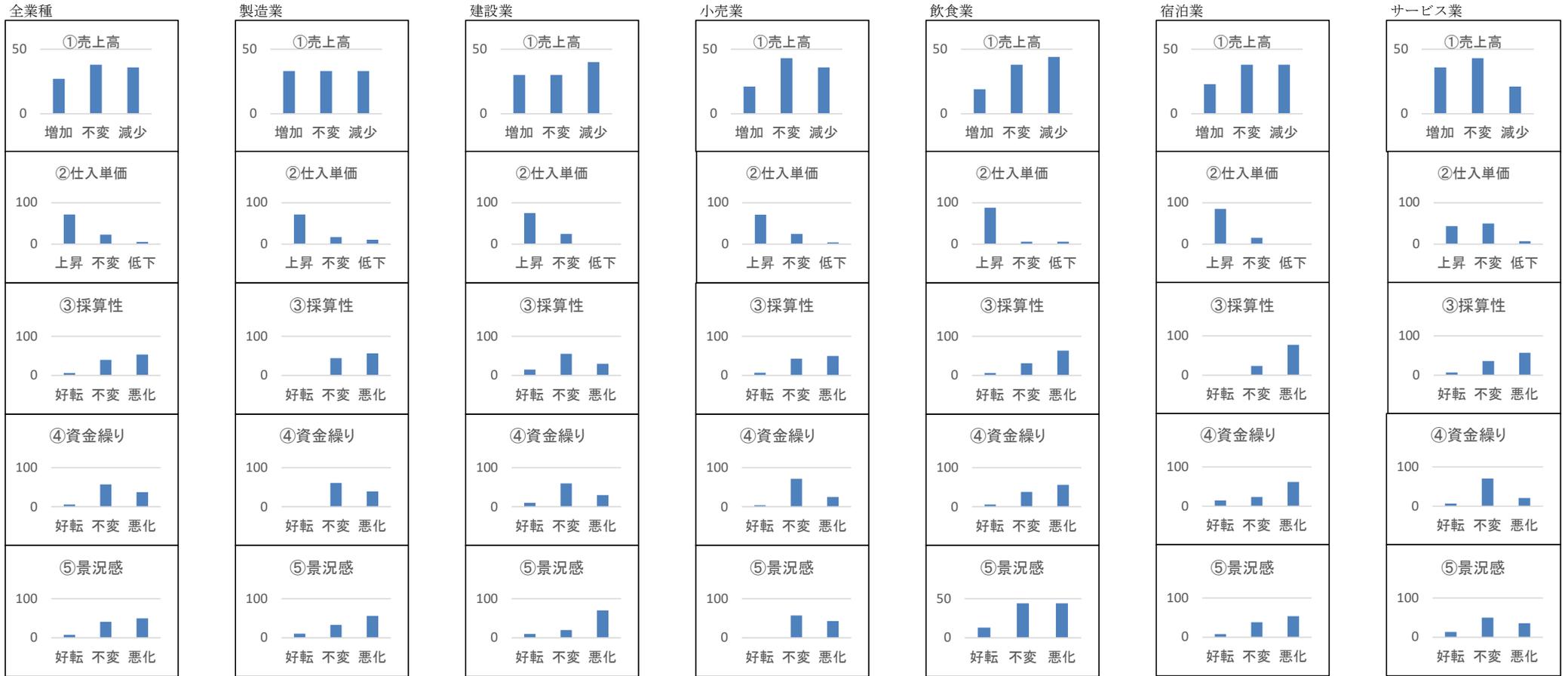


【全業種・業種別D I】

	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	▲ 9	▲ 6	▲ 5	▲ 18	▲ 6	▲ 15	0
仕入単価	72	72	75	71	75	100	43
採算性	▲ 50	▲ 50	▲ 25	▲ 47	▲ 63	▲ 77	▲ 50
資金繰り	▲ 31	▲ 33	▲ 35	▲ 21	▲ 44	▲ 47	▲ 14
景況感	▲ 46	▲ 45	▲ 70	▲ 43	▲ 31	▲ 54	▲ 29

(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7年1月～3月）と比べた今期（令和7年4月～6月）の状況



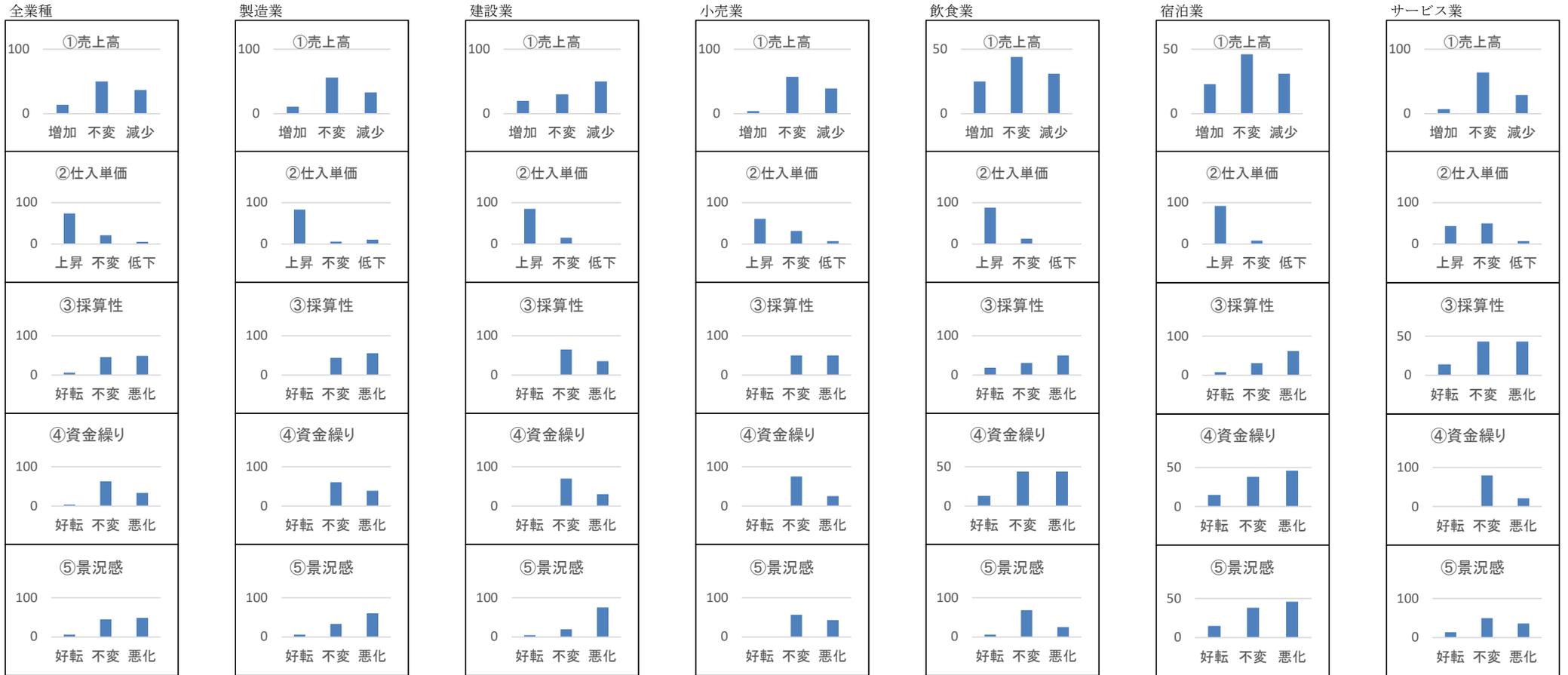
【全業種・業種別D I】

	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	▲ 9	0	▲ 10	▲ 15	▲ 25	▲ 15	15
仕入単価	67	61	75	67	82	85	36
採算性	▲ 47	▲ 56	▲ 15	▲ 43	▲ 57	▲ 77	▲ 50
資金繰り	▲ 31	▲ 39	▲ 20	▲ 21	▲ 50	▲ 47	▲ 14
景況感	▲ 42	▲ 45	▲ 60	▲ 43	▲ 31	▲ 46	▲ 22

(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4月～6月）と比べた来期（令和7年7月～9月）の見通し

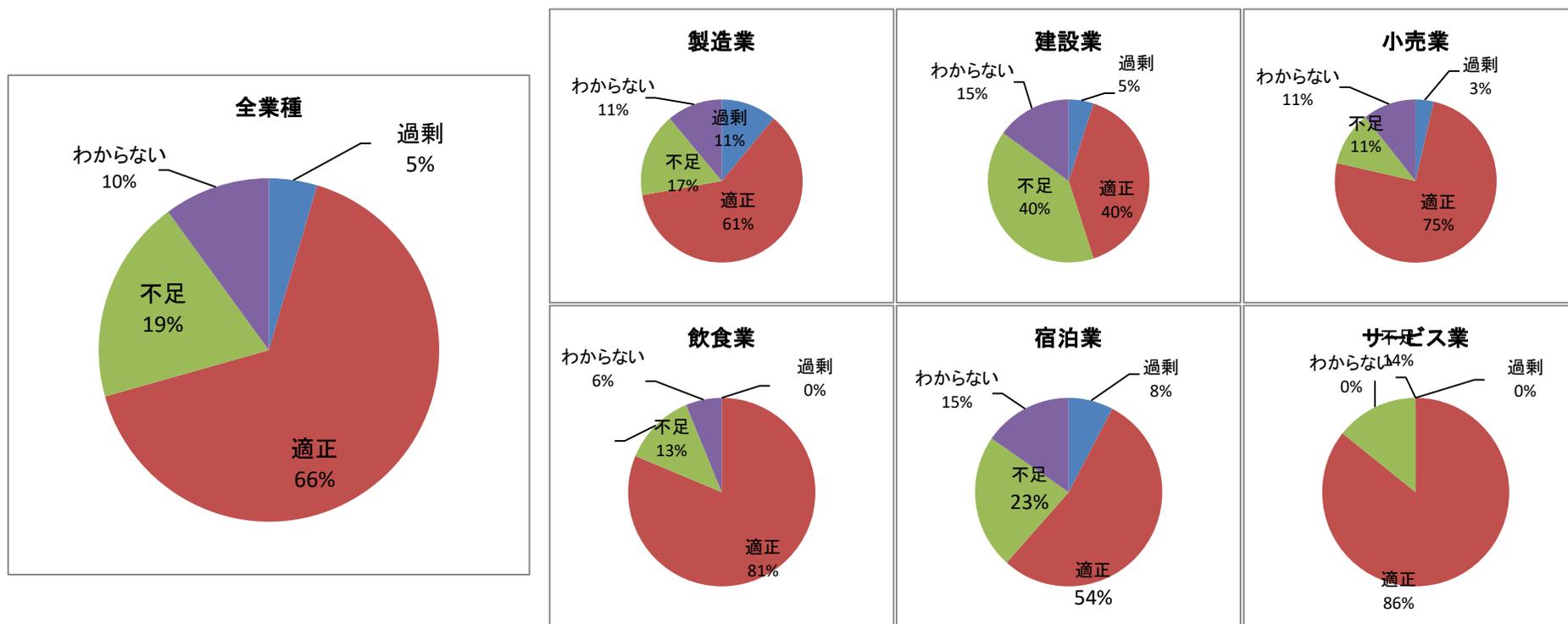


【全業種・業種別D I】

	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	▲ 23	▲ 22	▲ 30	▲ 35	▲ 6	▲ 8	▲ 22
仕入単価	69	72	85	54	88	92	36
採算性	▲ 43	▲ 56	▲ 35	▲ 50	▲ 31	▲ 54	▲ 29
資金繰り	▲ 29	▲ 39	▲ 30	▲ 25	▲ 31	▲ 31	▲ 21
景況感	▲ 43	▲ 55	▲ 70	▲ 43	▲ 19	▲ 31	▲ 22

(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（R7.4～6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	
	件数	比率	件数	比率										
過剰	5	4.6%	2	11.1%	1	5.0%	1	3.6%	0	0.0%	1	7.7%	0	0.0%
適正	72	66.1%	11	61.1%	8	40.0%	21	75.0%	13	81.3%	7	53.8%	12	85.7%
不足	21	19.3%	3	16.7%	8	40.0%	3	10.7%	2	12.5%	3	23.1%	2	14.3%
わからない	11	10.1%	2	11.1%	3	15.0%	3	10.7%	1	6.3%	2	15.4%	0	0.0%
合計	109		18		20		28		16		13		14	

対前期比（R7.1～3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	
	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	3.0%	1.6	12.0%	-0.9	0.0%	5.0	3.4%	0.2	0.0%	0.0	0.0%	7.7	0.0%	0.0
適正	56.3%	9.8	60.0%	1.1	40.0%	0.0	65.5%	9.5	68.4%	12.9	43.8%	10.0	57.1%	28.6
不足	31.1%	-11.8	24.0%	-7.3	40.0%	0.0	24.1%	-13.4	26.3%	-13.8	50.0%	-26.9	28.6%	-14.3
わからない	9.6%	0.5	4.0%	7.1	20.0%	-5.0	6.9%	3.8	5.3%	1.0	6.3%	14.3	9.5%	-9.5

【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66.1%を占める。次いで「不足」と回答した経営者は、19.3%である。対前期比では、「適正」が9.8ポイント増、「不足」は11.8ポイント減、という結果となった。

（製造業）「適正」と回答した経営者が61.1%（対前期比1.1ポイント増）、「不足」が16.7%（対前期比7.3ポイント減）となった。

（建設業）「適正」と回答した経営者が40.0%（対前期比ポイント増減なし）、「不足」は40.0%（対前期比ポイント増減なし）と全業種において最も多い結果となった。

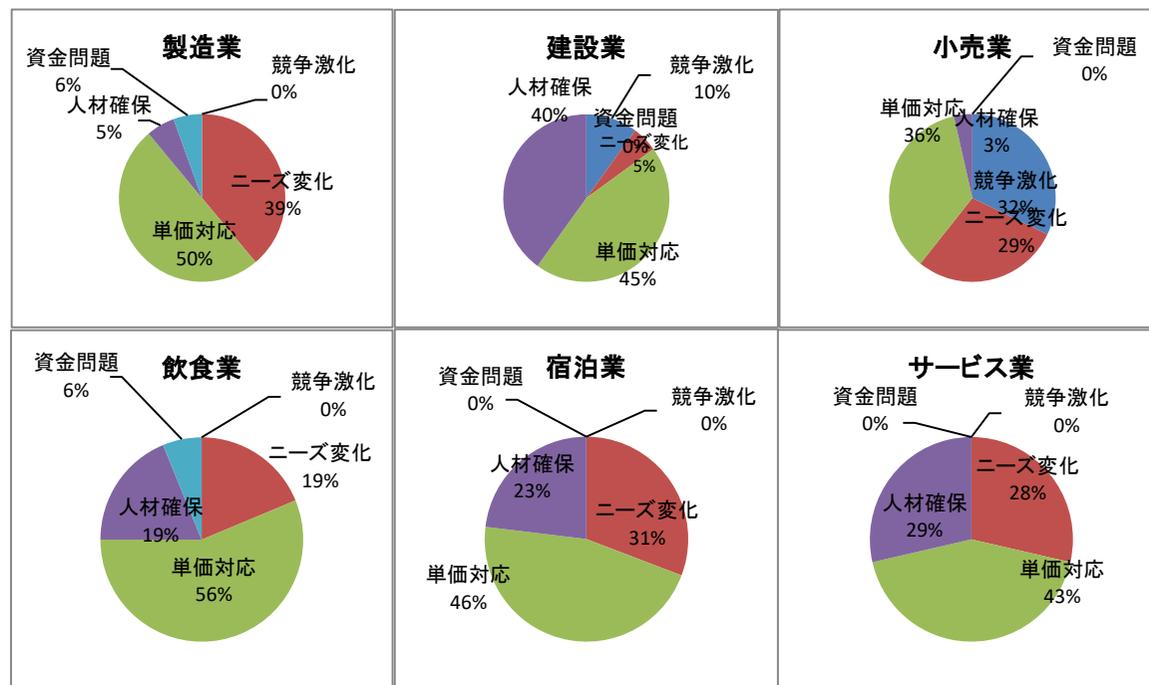
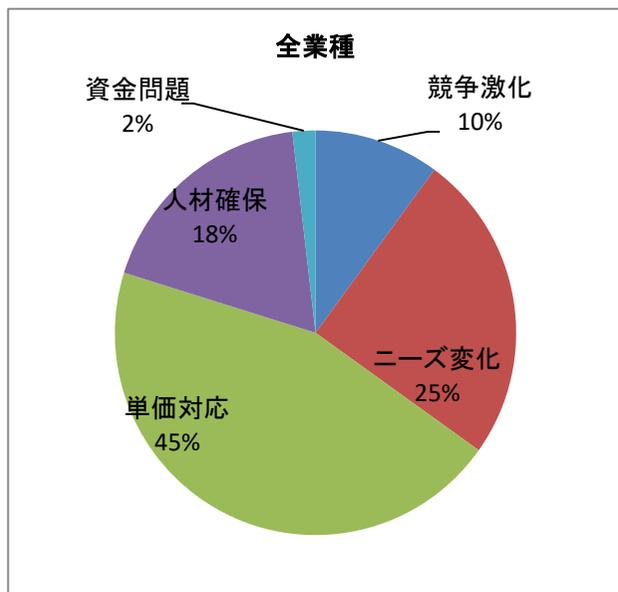
（小売業）「適正」と回答した経営者が75.0%（対前期比9.5ポイント増）、「不足」は10.7%（対前期比13.4ポイント減）となった。

（飲食業）「適正」と回答した経営者が81.3%（対前期比12.9ポイント増）、「不足」が12.5%（対前期比13.8ポイント減）となった。

（宿泊業）「適正」と回答した経営者が53.8%（対前期比10.0ポイント増）、「不足」は23.1%（対前期比26.9ポイント減）となった。

（サービス業）「適正」と回答した経営者が85.7%（対前期比28.6ポイント増）と全業種において最も多く、「不足」は14.3%（対前期比14.3ポイント減）となった。

【5】直面している経営上の問題点について



今期（R7.4～6月）

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	11	10.1%	0	0.0%	2	10.0%	9	32.1%	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	27	24.8%	7	38.9%	1	5.0%	8	28.6%	3	18.8%	4	30.8%	4	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	49	45.0%	9	50.0%	9	45.0%	10	35.7%	9	56.3%	6	46.2%	6	42.9%	単価対応
必要な人材の雇用確保	20	18.3%	1	5.6%	8	40.0%	1	3.6%	3	18.8%	3	23.1%	4	28.6%	人材確保
事業資金の借入難	2	1.8%	1	5.6%	0	0.0%	0	0.0%	1	6.3%	0	0.0%	0	0.0%	資金問題
合計	109		18		20		28		16		13		14		

対前期比（R7.1～3月）

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	5.2%	4.9	0.0%	0.0	4.0%	6.0	20.7%	11.4	0.0%	0.0	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	23.7%	1.1	36.0%	2.9	12.0%	-7.0	24.1%	4.5	10.5%	8.3	18.8%	12.0	38.1%	-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	44.4%	0.6	44.0%	6.0	28.0%	17.0	41.4%	-5.7	73.7%	-17.4	50.0%	-3.8	38.1%	4.8	単価対応
必要な人材の雇用確保	22.2%	-3.9	12.0%	-6.4	44.0%	-4.0	13.8%	-10.2	15.8%	3.0	25.0%	-1.9	23.8%	4.8	人材確保
事業資金の借入難	4.4%	-2.6	8.0%	-2.4	12.0%	-12.0	0.0%	0.0	0.0%	6.3	6.3%	-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45.0%（対前期比0.6ポイント増）の割合となった。次いで、「消費者（製品）ニーズ変化への対応」、「必要な人材の雇用確保」の順で多かった。

（製造業）「仕入単価（原材料）の上昇、販売受注単価の低下」が50.0%で最も高く、対前期比では6.0ポイント増加した。次いで「消費者（製品）ニーズ変化への対応」が38.9%、対前期比2.9ポイント増加した。

（建設業）「仕入単価（原材料）の上昇、販売受注単価の低下」が45.0%で最も高く、対前期比では17.0ポイント増加した。次いで「必要な人材の雇用確保」が40.0%、対前期比4.0ポイント減少した。

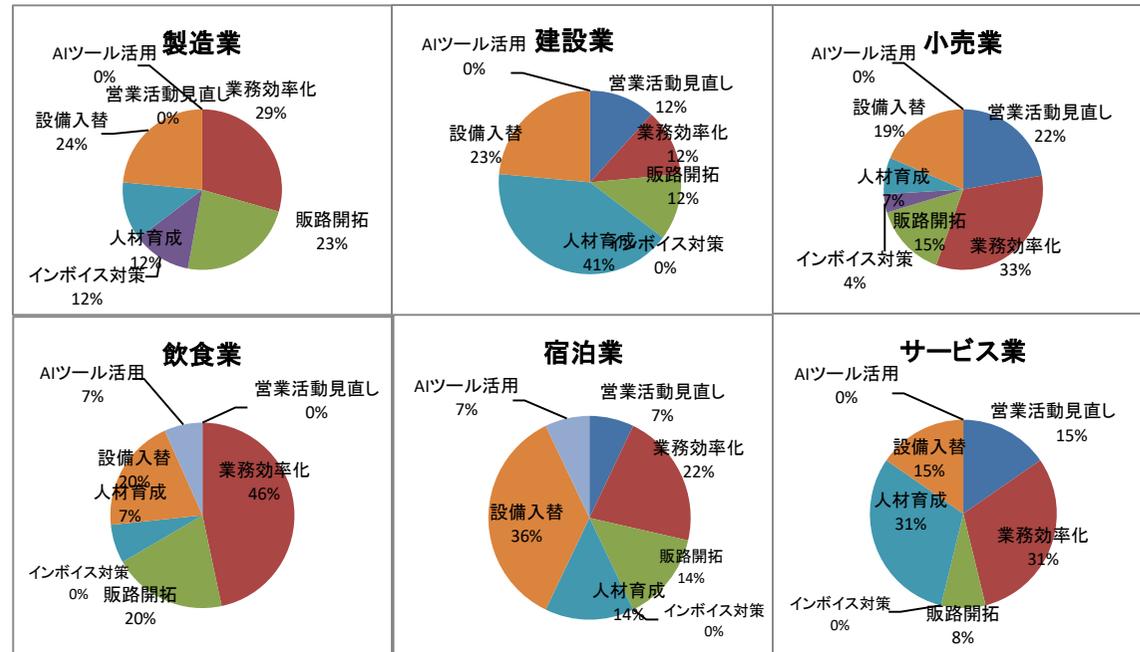
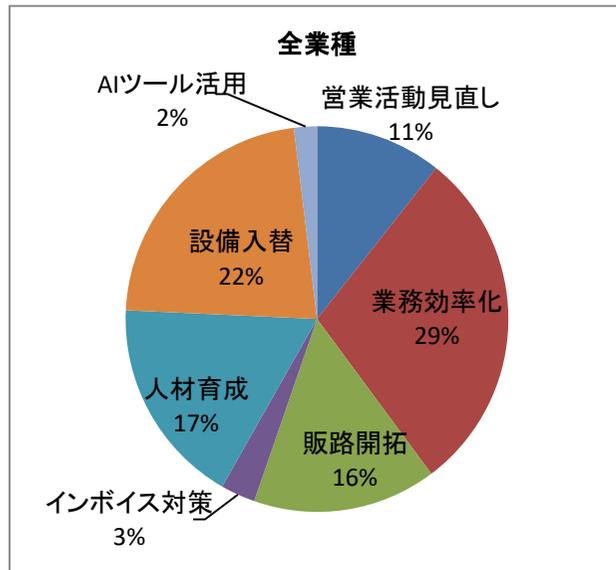
（小売業）「仕入単価（原材料）の上昇、販売受注単価の低下」が35.7%で最も高く、対前期比では5.7ポイント減少した。次いで「大手企業（大型店）進出、インターネット普及による販売競争の激化」が32.1%、対前期比で11.4ポイント増加した。

（飲食業）「仕入単価（原材料）の上昇、販売受注単価の低下」が56.3%で最も高く、対前期比では17.4ポイント減少した。次いで「消費者（製品）ニーズ変化への対応」と「必要な人材の雇用確保」が18.8%であった。

（宿泊業）「仕入単価（原材料）の上昇、販売受注単価の低下」が46.2%で最も高く、対前期比では3.8ポイント減少した。次いで「消費者（製品）ニーズ変化への対応」が30.8%、対前期比12.0ポイント増加した。

（サービス業）「仕入単価（原材料）の上昇、販売受注単価の低下」が42.9%で最も高く、対前期比では4.8ポイント増加した。

【6】 今後、取り組んでいきたいこと



今期 (R7.4~6月)

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	11	10.7%	0	0.0%	2	11.8%	6	22.2%	0	0.0%	1	7.7%	2	15.4%	営業活動見直し
業務の効率化、仕事の見える化	30	29.1%	5	29.4%	2	11.8%	9	33.3%	7	50.0%	3	23.1%	4	30.8%	業務効率化
販路開拓 (商談会・展示会・プレスリリース等)	16	15.5%	4	23.5%	2	11.8%	4	14.8%	3	21.4%	2	15.4%	1	7.7%	販路開拓
インボイス制度対策、会計管理の見直し	3	2.9%	2	11.8%	0	0.0%	1	3.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	インボイス対策
人材育成、社員教育	18	17.5%	2	11.8%	7	41.2%	2	7.4%	1	7.1%	2	15.4%	4	30.8%	人材育成
設備の入替・更新	23	22.3%	4	23.5%	4	23.5%	5	18.5%	3	21.4%	5	38.5%	2	15.4%	設備入替
Chat GPTなどのAIツールの活用	2	1.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	7.1%	1	7.7%	0	0.0%	AIツール活用
合計	103		17		17		27		14		13		13		

対前期比（R7.1～3月）

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	12.0%	-1.3	12.0%	-12.0	12.5%	-0.7	14.3%	7.9	0.0%	0.0	18.8%	-11.1	15.8%	-0.4	営業活動見直し
業務の効率化、仕事の見える化	27.8%	1.3	28.0%	1.4	16.7%	-4.9	32.1%	1.2	52.6%	-2.6	12.5%	10.6	26.3%	4.5	業務効率化
販路開拓（商談会・展示会・プレスリリース等）	15.8%	-0.3	28.0%	-4.5	8.3%	3.5	25.0%	-10.2	5.3%	16.1	12.5%	2.9	10.5%	-2.8	販路開拓
インボイス制度対策、会計管理の見直し	3.0%	-0.1	4.0%	7.8	8.3%	-8.3	0.0%	3.7	0.0%	0.0	6.3%	-6.3	0.0%	0.0	インボイス対策
人材育成、社員教育	21.8%	-4.3	20.0%	-8.2	50.0%	-8.8	14.3%	-6.9	10.5%	-3.4	12.5%	2.9	21.1%	9.7	人材育成
設備の入替・更新	18.0%	4.3	8.0%	15.5	4.2%	19.3	14.3%	4.2	31.6%	-10.2	37.5%	1.0	26.3%	-10.9	設備入替
Chat GPTなどのAIツールの活用	1.5%	0.4	0.0%	0.0	0.0%	0.0	0.0%	0.0	5.3%	1.8	6.3%	1.4	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」が最も高く29.1%（対前期比1.3ポイント増）の割合となった。次いで、「設備の入替・更新」、「販路開拓（商談会・展示会・プレスリリース等）」の順で高かった。

（製造業）「業務の効率化、仕事の見える化」が29.4%で最も高く、対前期比では1.4ポイント増加した。
次いで「販路開拓（商談会・展示会・プレスリリース等）」と「設備の入替・更新」が23.5%であった。

（建設業）「人材育成、社員教育」が41.2%で最も高く、対前期比では8.8ポイント減少した。
次いで「設備の入替・更新」が23.5%、対前期比19.3ポイント増加した。

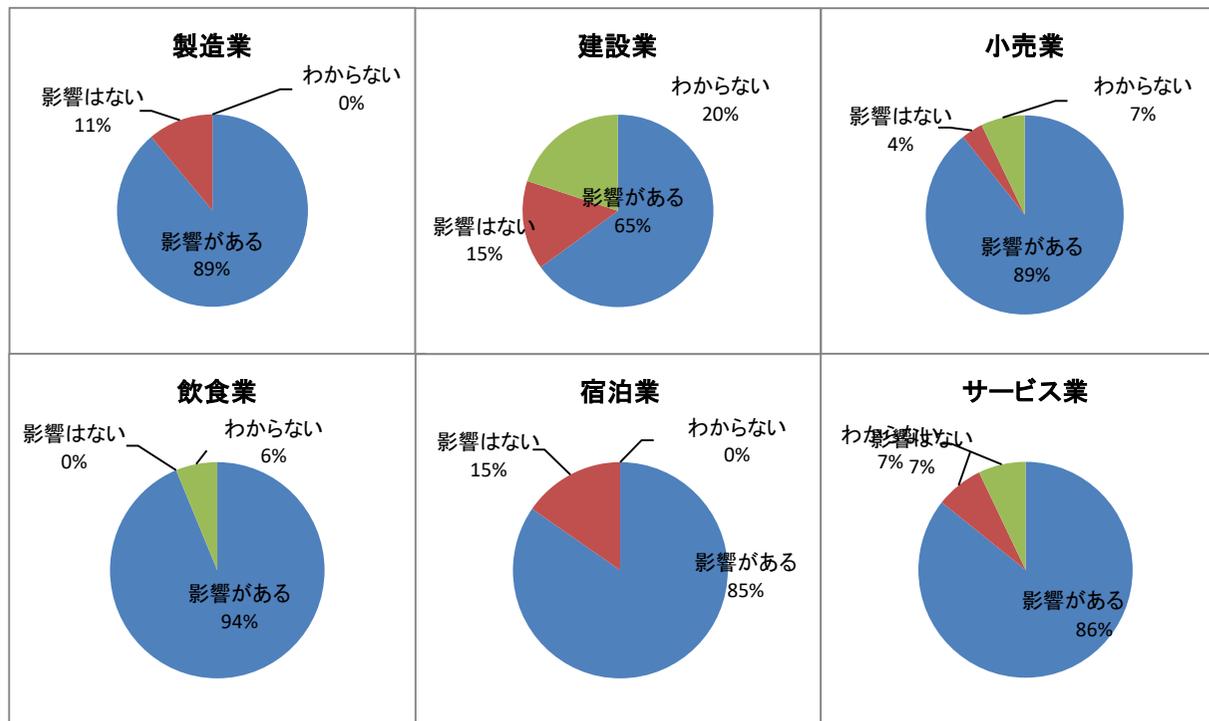
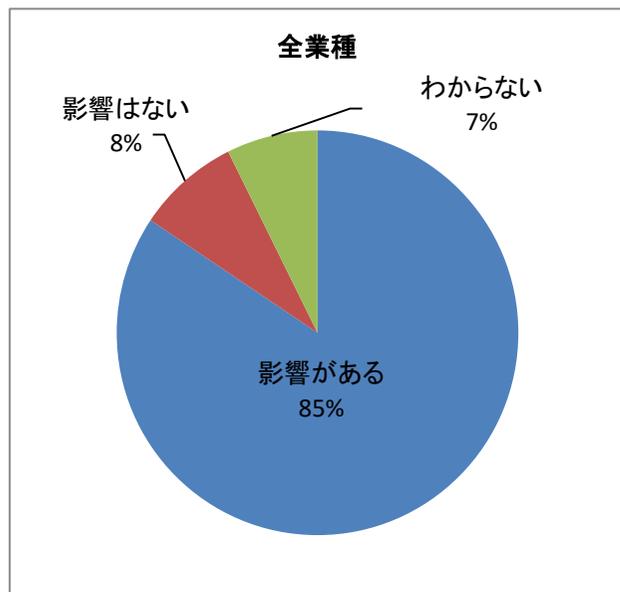
（小売業）「業務の効率化、仕事の見える化」が33.3%で最も高く、対前期比では1.2ポイント増加した。
次いで「既存顧客のリスト化、営業活動の見直し」が22.2%、対前期比7.9ポイント増加した。

（飲食業）「業務の効率化、仕事の見える化」が50.0%で最も高く、対前期比では2.6ポイント減少した。
次いで「販路開拓（商談会・展示会・プレスリリース等）」と「設備の入替・更新」が21.4%であった。

（宿泊業）「設備の入替・更新」が38.5%で最も高く、対前期比では1.0ポイント増加した。
次いで「業務の効率化、仕事の見える化」が23.1%、対前期比10.6ポイント増加した。

（サービス業）「業務の効率化、仕事の見える化」と「人材育成、社員教育」が30.8%で最も高かった。
対前期比では「業務の効率化、仕事の見える化」は4.5ポイント増加し、「人材育成、社員教育」は9.7ポイント増加した。

【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（R7.4～6月）

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	92	84.4%	16	88.9%	13	65.0%	25	89.3%	15	93.8%	11	84.6%	12	85.7%	影響がある
影響はない	9	8.3%	2	11.1%	3	15.0%	1	3.6%	0	0.0%	2	15.4%	1	7.1%	影響はない
わからない	8	7.3%	0	0.0%	4	20.0%	2	7.1%	1	6.3%	0	0.0%	1	7.1%	わからない
合計	109		18		20		28		16		13		14		

対前期比（R 7. 1～3月）

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								
影響がある	84.4%	0.0	92.0%	-3.1	72.0%	-7.0	82.8%	6.5	94.7%	-0.9	100.0%	-15.4	71.4%	14.3
影響はない	9.6%	-1.3	8.0%	3.1	12.0%	3.0	10.3%	-6.7	5.3%	-5.3	0.0%	15.4	19.0%	-11.9
わからない	5.9%	1.4	0.0%	0.0	16.0%	4.0	6.9%	0.2	0.0%	6.3	0.0%	0.0	9.5%	-2.4

【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。（対前期比ポイント増減なし）

（製造業）「影響がある」と回答した経営者は、88.9%であった。（対前期比3.1ポイント減少）

（建設業）「影響がある」と回答した経営者は、65.0%であった。（対前期比7.0ポイント減少）

（小売業）「影響がある」と回答した経営者は、89.3%であった。（対前期比6.5ポイント増加）

（飲食業）「影響がある」と回答した経営者は、93.8%であった。（対前期比0.9ポイント減少）

（宿泊業）「影響がある」と回答した経営者は、84.6%であった。（対前期比15.4ポイント減少）

（サービス業）「影響がある」と回答した経営者は、85.7%であった。（対前期比14.3ポイント増加）

【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	原材料費、特にコメの顕著な値上がりにより原価率が上がった。(飲食業・城崎)
2	仕入れ単価の高騰(飲食業・城崎)
3	物価高騰(飲食業・城崎)
4	毎月の仕入れ品の値上げ。すぐに商品に転換できるわけでもなく、なかなか厳しい。そんな中物価高により給与の増加の要請。飲食店には本当に厳しい時代。(小売業・城崎)
5	予約状況が悪い為、パート社員の仕事が減少してしまうが、お米不足よりもお米の値上げは元より、原材料はすべて上がっている。単価を上げなければ前年には到底追いつかない。(宿泊業・城崎)
6	物価高騰(飲食業・竹野)
7	物価高騰(小売業・竹野)
8	<ul style="list-style-type: none"> ・直近2 3ヶ月のインバウンドは、円安を追い風に訪日客数が過去最高を更新するなど極めて好調。一方で、海外旅行社との情報交換の中では、トランプ関税による観光業への影響がじわじわ出始めているとのこと、高関税政策がこの先も続けば、世界経済の減速や貿易相手国の景気後退を招く可能性があり、訪日客の旅行意欲や消費が減退し、好調なインバウンドの伸びを鈍化させる将来的なリスク要因になる。 ・物価高騰による電気代やリネン代、さらに品薄・高騰が続く国産米をはじめとした食材費の上昇が、ホテル・旅館の運営コストを継続的に圧迫している。これを受けて多くの施設でコストを宿泊料金へ転嫁する動きが進んでおり、業界全体で見ると、堅調な国内の旅行需要にも支えられ、客室単価は上昇傾向にある。一方で、物価高による消費者の節約志向も根強く、急激なコスト増を補うほどの価格転嫁は容易ではない。結果として売上は伸びても利益が圧迫され、特に中小施設では収益確保がより一層厳しい状況となっている(特に弊社を含む地方の施設においては、価格転嫁による顧客離れも少なくなく、価格調整(レベニューマネジメント)の技術が問われている。) ・日銀の金融政策正常化を受け、直近も借入金利は上昇基調にあり、設備投資などで借入金の多いホテル・旅館では、変動金利の利払い負担が増え、収益を圧迫、また、設備改修や修繕にかかる資金調達コストも上昇し、将来への設備投資を躊躇させる要因となっている。深刻な人手不足に対応するための賃上げ、ゼロゼロ融資の返済本格化でコストが増大する中、金利上昇はさらなる追い打ち、資金繰りを悪化させ、経営体力の弱い施設は益々倒産リスクが高まっている深刻な場面であると捉えており、アフターコロナも気が抜けない状況である。(宿泊業・竹野)

9	燃料費、資材高等を価格に転嫁できていない。（製造業・日高）
10	資材コスト、電気代高騰分を工賃の値上げでカバーしきれていない。（製造業・日高）
11	人件費や原材料費など、売上原価に直接繋がる要因のものの上昇が著しいです。（製造業・日高）
12	買い控えが原因か分かりませんが、受注の減少があります。材料も安価なメーカーを探したりして努力はしています。（製造業・日高）
13	使用する資材の値上げが毎月のように続いており、それに付随して建築費用も上昇してしまいます。また一般消費者に対する物価高騰の影響も大きく、新築住宅の建築棟数が激減しているのが現状です。（建設業・日高）
14	建設資材の高騰、ヨーロッパ系の輸入商品の高騰（建設業・日高）
15	ポストコロナ 物価高騰（飲食業・日高）
16	影響が無い事業所は無いと思いますが…（飲食業・日高）
17	物価が安定しない。卵、牛乳、乳製品。（小売業・日高）
18	夏季冬季は特に光熱費が嵩み、また設備の老朽により修繕取り換え等をしていかねばならず、費用が掛かる。その分を捻出しながらの、他賃金、賞与をだすことはより、一層の売り上げをしていかねばならず、質・量を変えずの商品単価をアップしていかねばならないのと、無駄を省くことがより効果的かと考えます。（宿泊業・日高）
19	物価高騰、米不足（宿泊業・日高）
20	原油価格高騰、物価高騰（宿泊業・日高）
21	仕入れ品のこまめな値上げの度に、販売価格をいちいち上げる分けにはいかないジレンマ。（宿泊業・日高）
22	国土交通省の取決めによるバス料金の値上げがこの秋頃に行われるとの噂がある中で、数年前に遂行されてしばらく時間が過ぎやっとお客様に浸透してきたところでの値上げは、かなりの労力と時間が取られてしまうことが今から懸念される。原油価格の高騰もかなりの影響がある。（サービス業・日高）
23	全てにおいて、値段の高騰。特に材料費の仕入れに大きく影響している。（サービス業・日高）

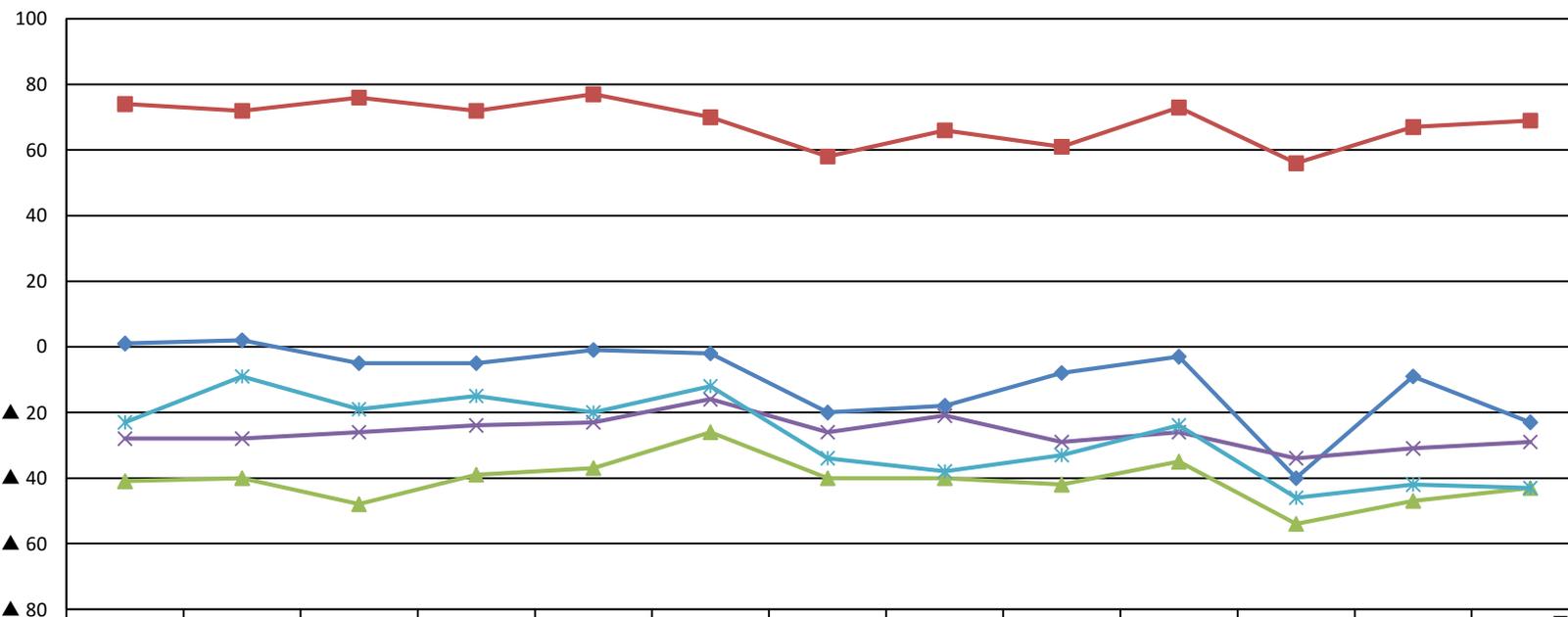
24	原油価格の高騰、トラックの値段上昇、賃金上昇（サービス業・日高）
25	酒の原料である米の価格上昇がもはや予想をたて判断できるレベルにはない。（製造業・出石）
26	一時期ほどではないが仕入先からの値上げ要請がある。（製造業・出石）
27	円安など（製造業・出石）
28	原油価格高騰、円安進行、インボイス制度、材料費高騰、消費税、等々費用、仕組みの複雑化等（建設業・出石）
29	仕入れ値が上がり続けているので、価格をあげています。（飲食業・出石）
30	仕入価格の上昇、特に米や玉子、鶏肉等の価格の上昇の影響で原価率が上昇している。価格に転換したいが、なかなかすべてのメニュー改定がすぐにはできない状況である。（飲食業・出石）
31	毎月値上げで販売数が伸びない（小売業・出石）
32	仕入商品が少しずつ高騰している。（サービス業・出石）
33	酒販店を営営していますが、米の高騰が酒米にも当然影響してきて、今後秋に向けて地酒の値上がりが相次ぎ消費者の地酒離れが心配されます。（小売業・但東）
34	前回同様、灯油やガソリン、水道光熱費など影響大（サービス業・但東）

【9】自由コメント

1	大阪関西万博開催によるインバウンド効果を期待したが、全くなかった（飲食業・城崎）
2	外国人観光客の利用があることにより、どうにかなっていると思う。万博の所為もあるのか、日本人観光客は少ない。いつもこの時期は何かの所為にしてしまう。（飲食業・城崎）
3	万博の影響もあり、観光客が明らかに減少している。インバウンドが増えるのも良いが、宿泊単価の高騰により日本人客の入り落ち込むことは物産など業種によっては既に大きなマイナスとなっている。（小売業・城崎）
4	現在は、お土産品をインバウンドのお客が買ってくれる。日本人観光客は、ほとんど購入しない。（小売業・城崎）
5	大阪万博が500万人以上の来場者が有るようだが、地方の温泉地への観光客の出足は鈍い。この夏の予約入込に不安がつる。（宿泊業・城崎）
6	原油価格の高騰は材料費、リネン、などすべての物価高騰にかかわる。また、日本の景気は悪く価格を上げるのがむずかしい。インバウンド頼りになっているのが現状。部屋などをプチリニューアルして少し価格をあげて販売する予定（宿泊業・城崎）
7	キャッシュフローやポジションの改善、AIなどを駆使した労働生産性の向上について、プロフェッショナルの支援メニューがあればぜひ活用したい。（宿泊業・竹野）
8	売上は上がってますが、経営環境は厳しいです。（製造業・日高）
9	但馬地域内の企業間で需要と供給をマッチングさせるような取り組みをお願いします（飲食業・日高）
10	同業の連携というか仲良く切磋琢磨していく関係を築かねばならないかと、お互いで高めあっていけるようにせねば。やる気もですが、向上心、飲食でいえばより旨いものを提供、サービスの向上を考えていかねばならない。そしてボッタくる、これしか生き残りはないと（宿泊業・日高）
11	宿泊業にとって大阪万博は少なからず影響があるかとみている。聞くところによると当初の予定よりもはるかに人が行ってる様子。会場近くの人が行きやすいようで、商圈が被っている。（宿泊業・日高）
12	こういう時こそ、消費税、社会保険料の減税。景気回復までくらは国として徹底的にしてほしい。（サービス業・日高）
13	景気が停滞しておりモノが売れない。モノが売れないので値上げ要請に応じた価格転嫁ができない。（製造業・出石）
14	豊岡市PREMIUM商品券の換金作業がわずらわしのと入金までのスパンが長いので資金繰りに往生しました。それをして売上や利益が上がるという訳でもないの、はばたんぺいみたいなシステムでやっていただいたら全てが楽にできたと思います。（小売業・出石）

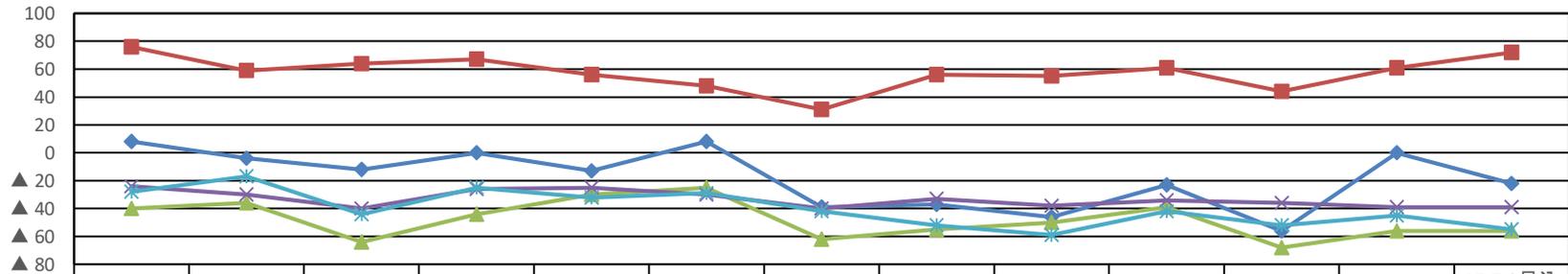
豊岡市商工会管内における3年間の景気動向調査結果

全業種DI推移



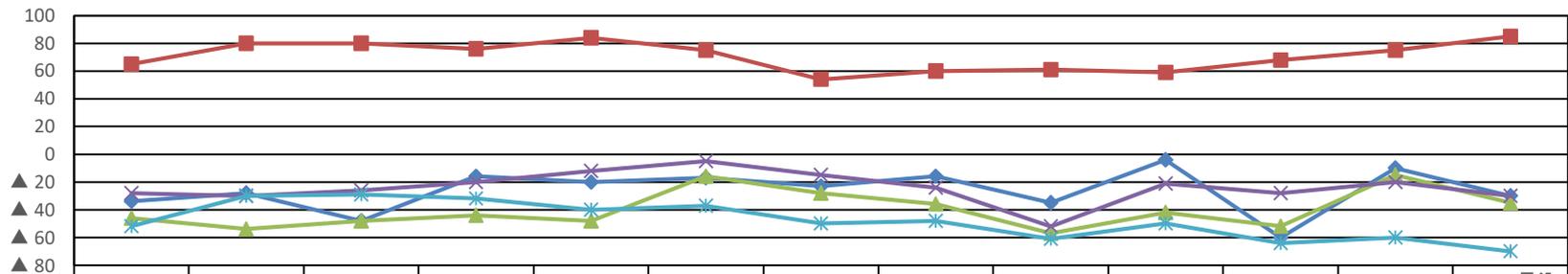
	R4.7-9	R4.10-12	R5.1-3	R5.4-6	R5.7-9	R5.10-12	R6.1-3	R6.4-6	R6.7-9	R6.10-12	R7.1-3	R7.4-6	R7.7-9見込み
売上高	1	2	▲ 5	▲ 5	▲ 1	▲ 2	▲ 20	▲ 18	▲ 8	▲ 3	▲ 40	▲ 9	▲ 23
仕入単価	74	72	76	72	77	70	58	66	61	73	56	67	69
採算性	▲ 41	▲ 40	▲ 48	▲ 39	▲ 37	▲ 26	▲ 40	▲ 40	▲ 42	▲ 35	▲ 54	▲ 47	▲ 43
資金繰り	▲ 28	▲ 28	▲ 26	▲ 24	▲ 23	▲ 16	▲ 26	▲ 21	▲ 29	▲ 26	▲ 34	▲ 31	▲ 29
景況感	▲ 23	▲ 9	▲ 19	▲ 15	▲ 20	▲ 12	▲ 34	▲ 38	▲ 33	▲ 24	▲ 46	▲ 42	▲ 43

製造業DI推移



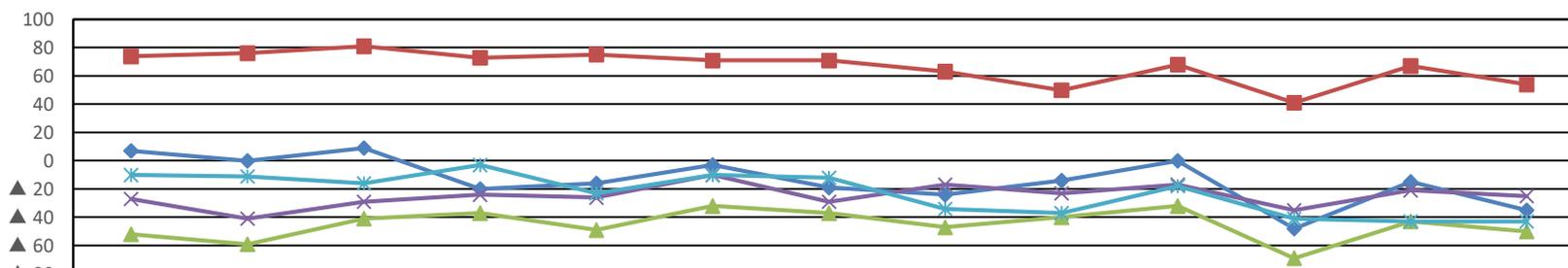
	R4.7-9	R4.10-12	R5.1-3	R5.4-6	R5.7-9	R5.10-12	R6.1-3	R6.4-6	R6.7-9	R6.10-12	R7.1-3	R7.4-6	R7.7-9見込み
● 売上高	8	▲ 4	▲ 12	0	▲ 13	8	-39	▲ 37	▲ 46	▲ 23	▲ 56	0	▲ 22
■ 仕入単価	76	59	64	67	56	48	31	56	55	61	44	61	72
▲ 採算性	▲ 40	▲ 36	▲ 64	▲ 44	▲ 30	▲ 25	▲ 62	▲ 55	▲ 50	▲ 39	▲ 68	▲ 56	▲ 56
× 資金繰り	▲ 24	▲ 30	▲ 40	▲ 26	▲ 25	▲ 30	▲ 40	▲ 33	▲ 38	▲ 34	▲ 36	▲ 39	▲ 39
✧ 景況感	▲ 28	▲ 17	▲ 44	▲ 25	▲ 32	▲ 29	▲ 42	▲ 52	▲ 59	▲ 42	▲ 52	▲ 45	▲ 55

建設業DI推移



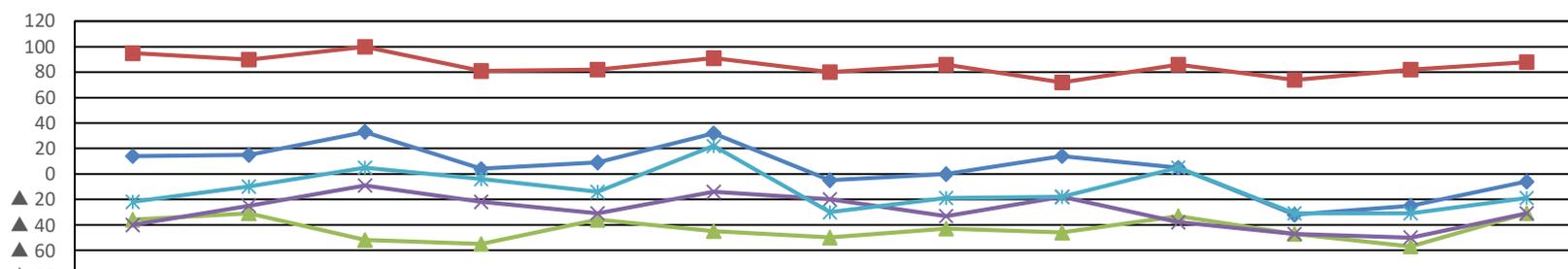
	R4.7-9	R4.10-12	R5.1-3	R5.4-6	R5.7-9	R5.10-12	R6.1-3	R6.4-6	R6.7-9	R6.10-12	R7.1-3	R7.4-6	R7.7-9見込み
● 売上高	▲ 34	▲ 28	▲ 48	▲ 16	▲ 20	▲ 17	▲ 23	▲ 16	▲ 35	▲ 4	▲ 60	▲ 10	▲ 30
■ 仕入単価	65	80	80	76	84	75	54	60	61	59	68	75	85
▲ 採算性	▲ 46	▲ 54	▲ 48	▲ 44	▲ 48	▲ 16	▲ 28	▲ 36	▲ 57	▲ 42	▲ 52	▲ 15	▲ 35
× 資金繰り	▲ 28	▲ 30	▲ 26	▲ 20	▲ 12	▲ 5	▲ 15	▲ 24	▲ 52	▲ 21	▲ 28	▲ 20	▲ 30
✧ 景況感	▲ 52	▲ 30	▲ 29	▲ 32	▲ 40	▲ 37	▲ 50	▲ 48	▲ 61	▲ 50	▲ 64	▲ 60	▲ 70

小売業DI推移



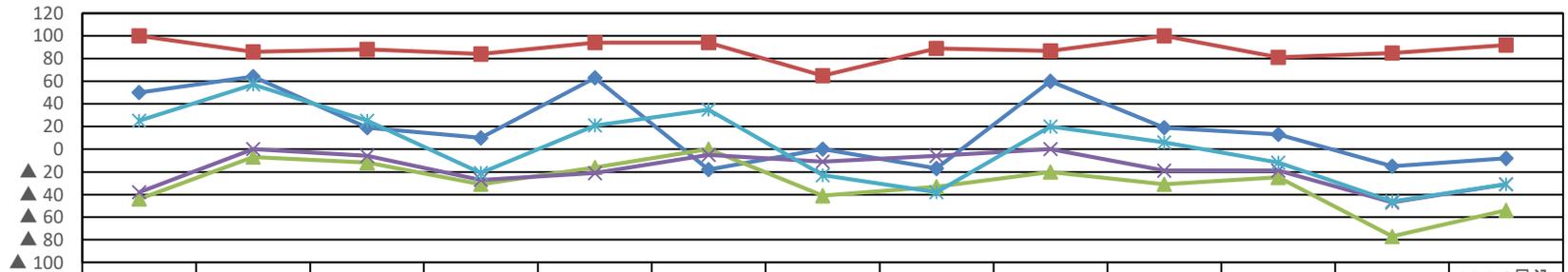
	R4.7-9	R4.10-12	R5.1-3	R5.4-6	R5.7-9	R5.10-12	R6.1-3	R6.4-6	R6.7-9	R6.10-12	R7.1-3	R7.4-6	R7.7-9見込み
● 売上高	7	0	9	▲ 20	▲ 16	▲ 3	▲ 19	▲ 24	▲ 14	0	▲ 48	▲ 15	▲ 35
■ 仕入単価	74	76	81	73	75	71	71	63	50	68	41	67	54
▲ 採算性	▲ 52	▲ 59	▲ 41	▲ 37	▲ 49	▲ 32	▲ 37	▲ 47	▲ 40	▲ 32	▲ 69	▲ 43	▲ 50
× 資金繰り	▲ 27	▲ 41	▲ 29	▲ 24	▲ 26	▲ 10	▲ 29	▲ 17	▲ 23	▲ 17	▲ 35	▲ 21	▲ 25
* 景況感	▲ 10	▲ 11	▲ 16	▲ 3	▲ 23	▲ 10	▲ 12	▲ 34	▲ 37	▲ 18	▲ 41	▲ 43	▲ 43

飲食業DI推移



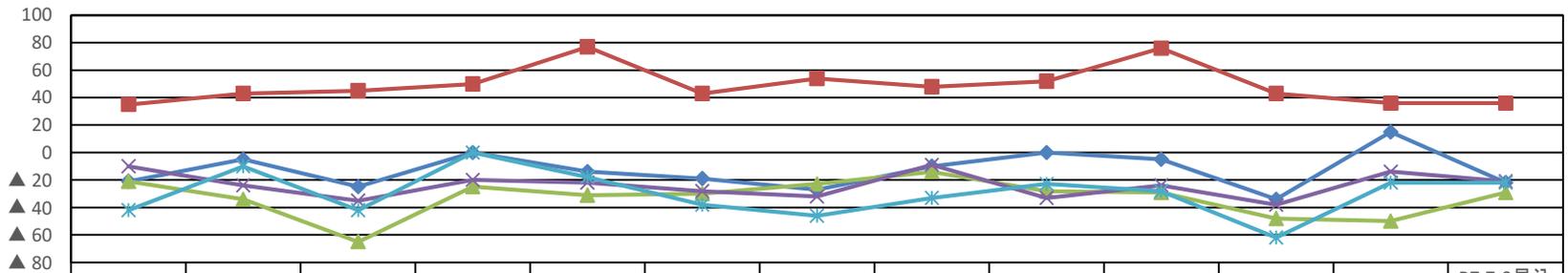
	R4.7-9	R4.10-12	R5.1-3	R5.4-6	R5.7-9	R5.10-12	R6.1-3	R6.4-6	R6.7-9	R6.10-12	R7.1-3	R7.4-6	R7.7-9見込み
● 売上高	14	15	33	4	9	32	▲ 5	0	14	5	▲ 32	▲ 25	▲ 6
■ 仕入単価	95	90	100	81	82	91	80	86	72	86	74	82	88
▲ 採算性	▲ 36	▲ 31	▲ 52	▲ 55	▲ 36	▲ 45	▲ 50	▲ 43	▲ 46	▲ 33	▲ 47	▲ 57	▲ 31
× 資金繰り	▲ 40	▲ 25	▲ 9	▲ 22	▲ 31	▲ 14	▲ 20	▲ 33	▲ 18	▲ 38	▲ 47	▲ 50	▲ 31
* 景況感	▲ 22	▲ 10	5	▲ 4	▲ 14	22	▲ 30	▲ 19	▲ 18	5	▲ 31	▲ 31	▲ 19

宿泊業DI推移



	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	R7.7-9見込み
● 売上高	50	64	19	10	63	▲ 18	0	-17	60	19	13	▲ 15	▲ 8
■ 仕入単価	100	86	88	84	94	94	65	89	87	100	81	85	92
▲ 採算性	▲ 44	▲ 7	▲ 12	▲ 31	▲ 16	0	▲ 41	▲ 33	▲ 20	▲ 31	▲ 25	▲ 77	▲ 54
× 資金繰り	▲ 38	0	▲ 6	▲ 27	▲ 21	▲ 5	▲ 11	▲ 6	0	▲ 19	▲ 19	▲ 47	▲ 31
＊ 景況感	25	57	25	▲ 21	21	35	▲ 23	▲ 38	20	6	▲ 12	▲ 46	▲ 31

サービス業DI推移



	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	R7.7-9見込み
● 売上高	▲ 21	▲ 5	▲ 25	0	▲ 14	▲ 19	▲ 27	▲ 10	0	▲ 5	▲ 34	15	▲ 22
■ 仕入単価	35	43	45	50	77	43	54	48	52	76	43	36	36
▲ 採算性	▲ 21	▲ 34	▲ 65	▲ 25	▲ 31	▲ 30	▲ 23	▲ 14	▲ 28	▲ 29	▲ 48	▲ 50	▲ 29
× 資金繰り	▲ 10	▲ 24	▲ 35	▲ 20	▲ 22	▲ 28	▲ 32	▲ 9	▲ 33	▲ 24	▲ 38	▲ 14	▲ 21
＊ 景況感	▲ 42	▲ 10	▲ 42	0	▲ 18	▲ 38	▲ 46	▲ 33	▲ 23	▲ 28	▲ 62	▲ 22	▲ 22