

令和8年1月9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10月～12月期実績、令和8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
137企業 (回答率91%)

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	4	26
建設業	26	2	2	3	1	13	12	5	5	3	3	23
小売業	33	9	9	2	2	11	9	7	7	2	2	29
飲食業	22	7	7	2	2	6	5	6	5	1	1	20
宿泊業	20	8	8	5	4	7	5	0	0	0	0	17
サービス業	22	2	2	2	2	12	11	4	4	3	3	22
合計	150	30	30	17	14	59	50	31	30	13	13	137

《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従業員の人数
- 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9～12月期実績】

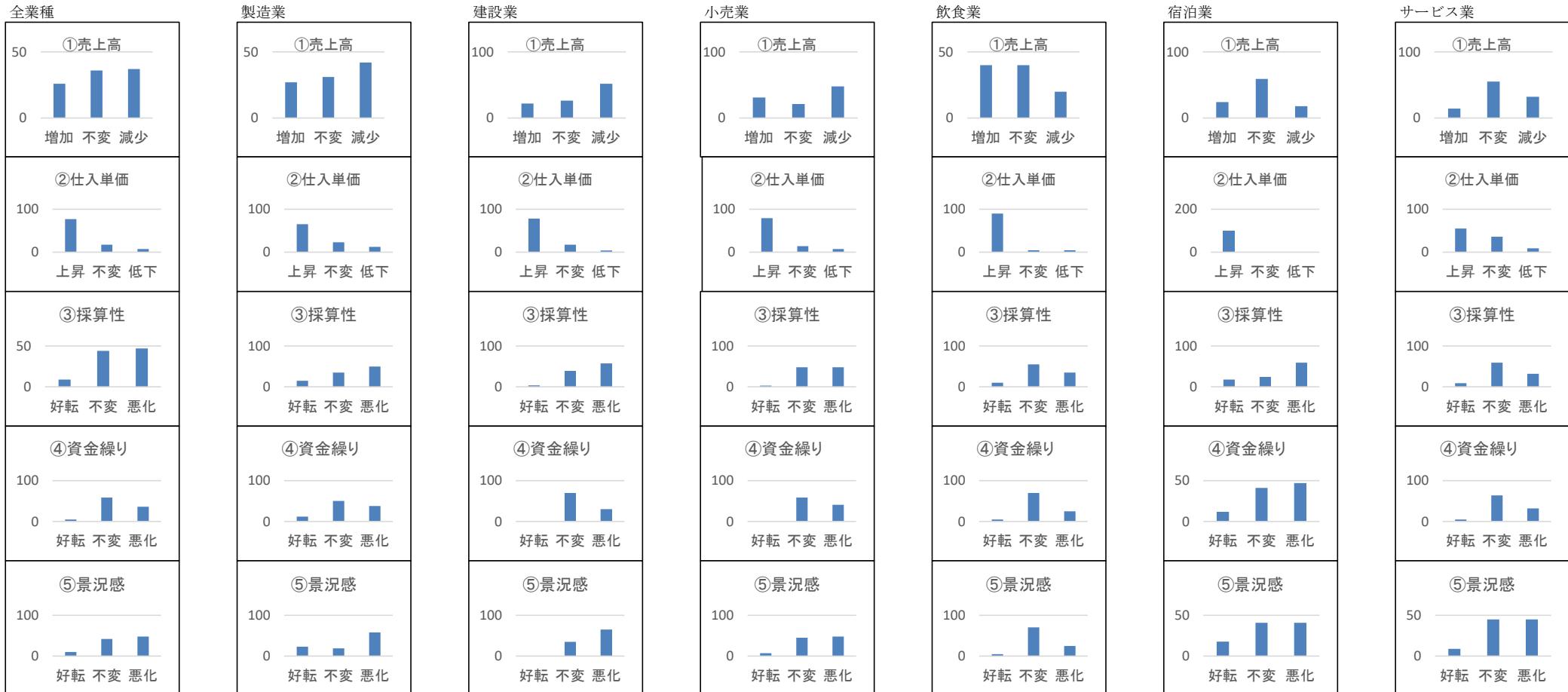
(1)	全業種の売上高DIは、▲1（前期▲28）となり、マイナス域が大幅に縮小した。（好転） 業種別売上高DIは、サービス業以外の業種は上昇した。
(2)	全業種の仕入単価DIは、66（前期65）と横ばいであったが、「上昇」企業割合は高い。 業種別仕入単価DIは、製造業、小売業、飲食業で上昇した。特に飲食業・宿泊業は高い水準にある。
(3)	全業種の採算性DIは、▲32（前期▲45）となり、マイナス域が縮小した。（やや好転） 業種別採算性DIは、サービス業以外の業種は上昇した。
(4)	全業種の資金繰りDIは、▲27（前期▲30）となりマイナス域が縮小した。（やや好転） 業種別資金繰りDIは、製造業、小売業、飲食業ではやや好転し、その他の業種では悪化した。
(5)	全業種の景況感DIは、▲32（前期▲55）となり、マイナス域が縮小した。（好転） 業種別の景況感DIは、全業種マイナス幅が縮小した。特に製造業、小売業、飲食業ではマイナス域が大幅に縮小した。

【令和8年1～3月期の見通し】

(1)	全業種の売上高DIは、▲19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、宿泊業は増加、その他の業種では横ばいまたは減少する見通し。
(2)	全業種の仕入単価DIは、68となりやや上昇する見通し。（やや悪化） 業種別仕入単価DIは、建設業、小売業、宿泊業は上昇し、それ以外の業種は低下または横ばいの見通し。
(3)	全業種の採算単価DIは、▲38となる見通し。（やや悪化） 業種別採算性DIは、サービス業は好転。それ以外の業種では悪化または横ばいの見通し。
(4)	全業種の資金繰りDIは、▲29となる見通し。（やや悪化） 業種別の資金繰りDIは、宿泊業、サービス業では好転。それ以外の業種では悪化または横ばいの見通し。
(5)	全業種の景況感DIは、▲33となる見通し。（やや悪化） 業種別の景況感DIは、宿泊業、サービス業では好転。それ以外の業種では悪化または横ばいの見通し。

【1】前年同期比

前年同期（令和6年10月～12月）と比べた今期（令和7年10月～12月）の状況



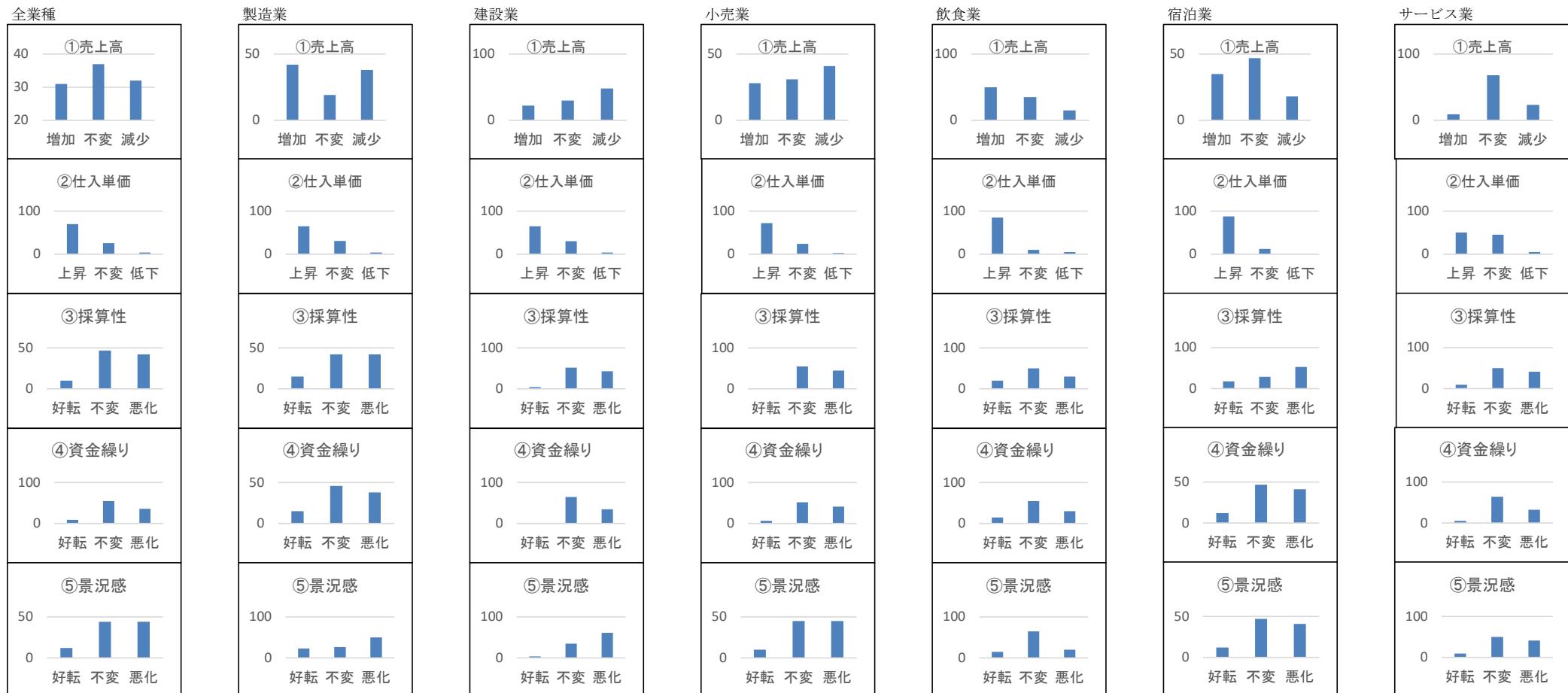
【全業種・業種別D I】

	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	▲ 11	▲ 15	▲ 30	▲ 17	20	6	▲ 18
仕入単価	70	53	74	72	85	100	46
採算性	▲ 38	▲ 35	▲ 53	▲ 45	▲ 25	▲ 41	▲ 23
資金繰り	▲ 31	▲ 26	▲ 30	▲ 41	▲ 20	▲ 35	▲ 27
景況感	▲ 38	▲ 35	▲ 65	▲ 41	▲ 20	▲ 23	▲ 36

(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7月～9月）と比べた今期（令和7年10月～12月）の状況



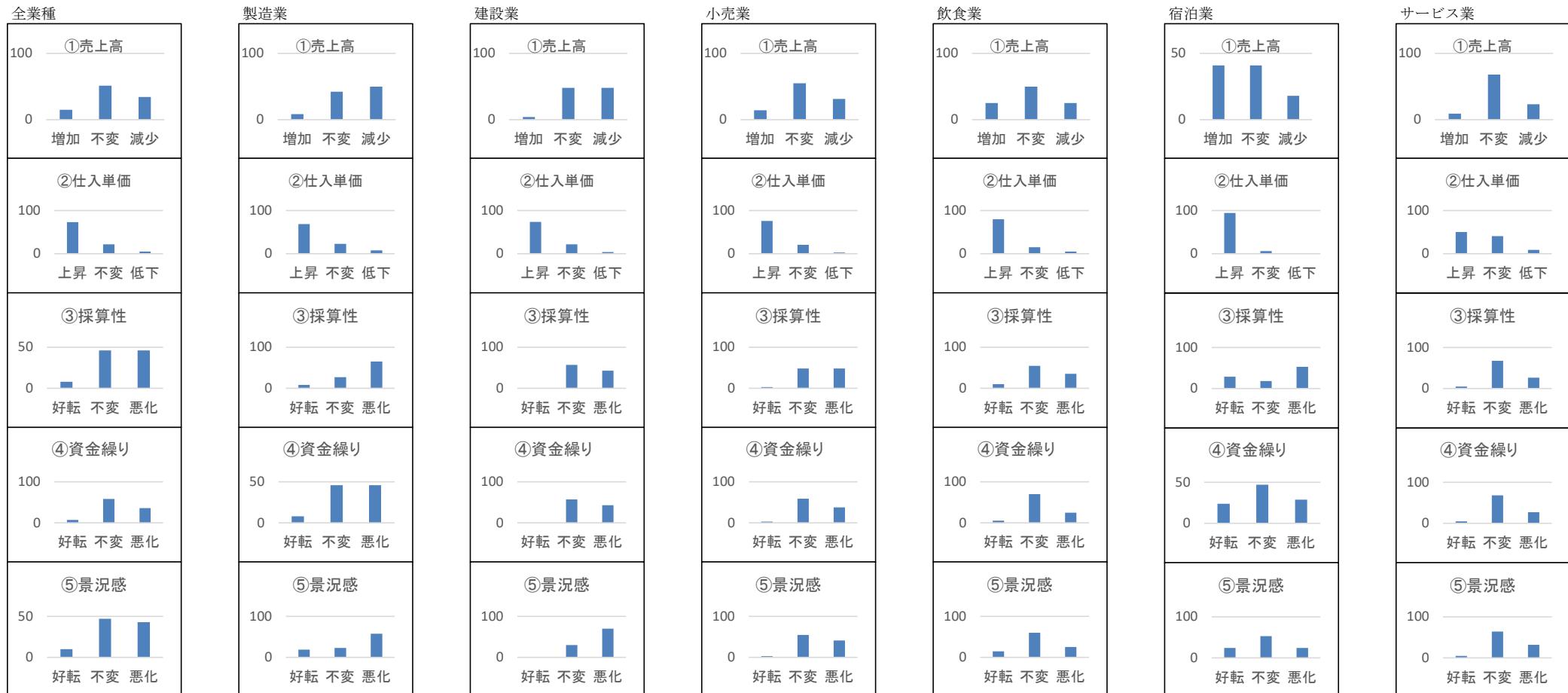
【全業種・業種別D I】

	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	▲ 1	4	▲ 26	▲ 13	35	17	▲ 14
仕入単価	66	61	61	69	80	88	45
採算性	▲ 32	▲ 27	▲ 39	▲ 45	▲ 10	▲ 35	▲ 32
資金繰り	▲ 27	▲ 23	▲ 35	▲ 34	▲ 15	▲ 29	▲ 27
景況感	▲ 32	▲ 27	▲ 57	▲ 35	▲ 5	▲ 29	▲ 32

(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10月～12月）と比べた来期（令和8年1月～3月）の見通し

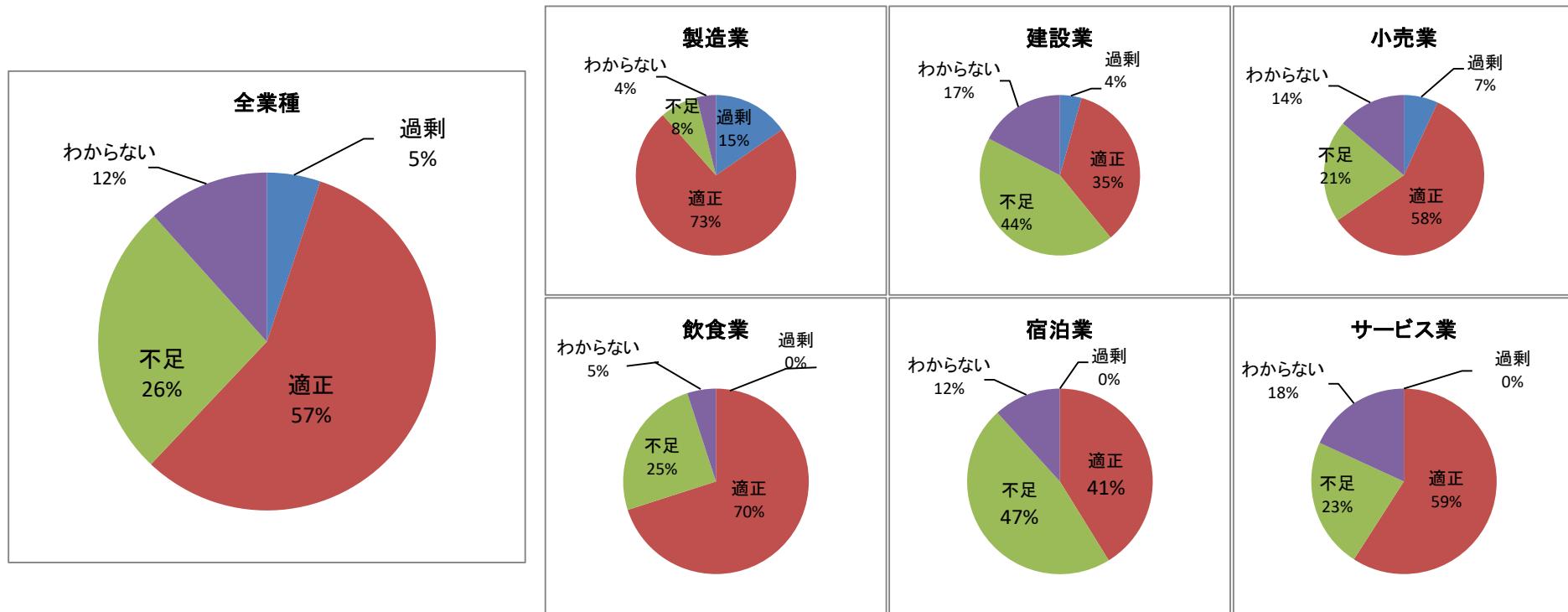


【全業種・業種別D I】

	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	▲ 19	▲ 42	▲ 44	▲ 17	0	23	▲ 14
仕入単価	68	61	70	73	75	94	41
採算性	▲ 38	▲ 57	▲ 43	▲ 45	▲ 25	▲ 24	▲ 22
資金繰り	▲ 29	▲ 38	▲ 43	▲ 35	▲ 20	▲ 5	▲ 22
景況感	▲ 33	▲ 39	▲ 70	▲ 38	▲ 10	0	▲ 27

(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 7.10～12月）

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	5.1%	4	15.4%	1	4.3%	2	6.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
適正	78	56.9%	19	73.1%	8	34.8%	17	58.6%	14	70.0%	7	41.2%	13	59.1%
不足	36	26.3%	2	7.7%	10	43.5%	6	20.7%	5	25.0%	8	47.1%	5	22.7%
わからない	16	11.7%	1	3.8%	4	17.4%	4	13.8%	1	5.0%	2	11.8%	4	18.2%
合計	137		26		23		29		20		17		22	

対前期比（R 7. 7～9月）

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	5.2%	-0.1	16.7%	-1.3	0.0%	4.3	3.4%	3.5	5.3%	-5.3	5.3%	-5.3	0.0%	0.0
適正	57.5%	-0.6	58.3%	14.8	26.1%	8.7	75.9%	-17.3	63.2%	6.8	52.6%	-11.4	65.0%	-5.9
不足	27.6%	-1.3	16.7%	-9.0	56.5%	-13.0	10.3%	10.4	26.3%	-1.3	31.6%	15.5	30.0%	-7.3
わからない	9.7%	2.0	8.3%	-4.5	17.4%	0.0	10.3%	3.5	5.3%	-0.3	10.5%	14.3	5.0%	13.2

【実績】

全業種でみると、従業員の人数は「適正」と回答した経営者が最も多く全体の56.9%を占める。次いで「不足」と回答した経営者は、26.3%である。対前期比では、「適正」が0.6ポイント減、「不足」は1.3ポイント減、という結果となった。

(製造業) 最も多く回答された「適正」は73.1%(対前期比14.8ポイント増)。

次いで「過剰」が15.4%(対前期比1.3ポイント減)、「不足」が7.7%(対前期比9.0ポイント減)となった。

(建設業) 最も多く回答された「不足」は43.5%(対前期比13.0ポイント減)。

次いで「適正」は34.8%(対前期比8.7ポイント増)、「過剰」は4.3%(対前期比4.3ポイント増)となった。

(小売業) 最も多く回答された「適正」は58.6%(対前期比17.3ポイント減)。

次いで「不足」は20.7%(対前期比10.4ポイント増)、「過剰」は6.9%(対前期比3.5ポイント増)となった。

(飲食業) 最も多く回答された「適正」は70.0%(対前期比6.8ポイント増)。

次いで「不足」は25.0%(対前期比1.3ポイント減)、「過剰」と回答した経営者はいなかった。

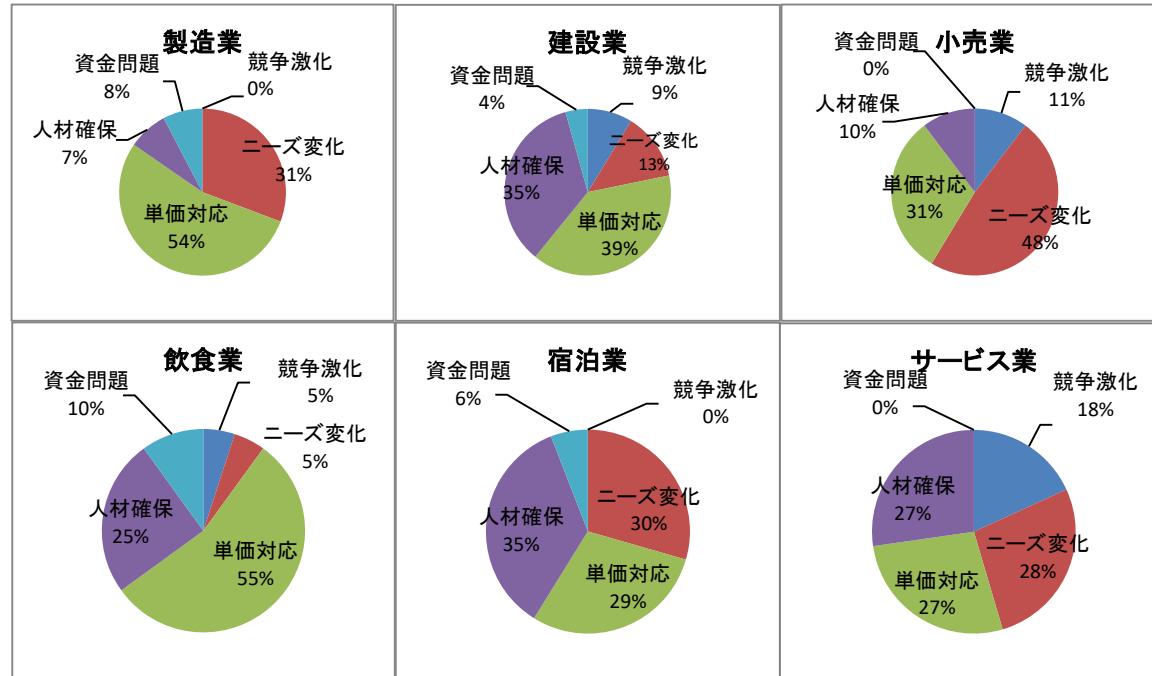
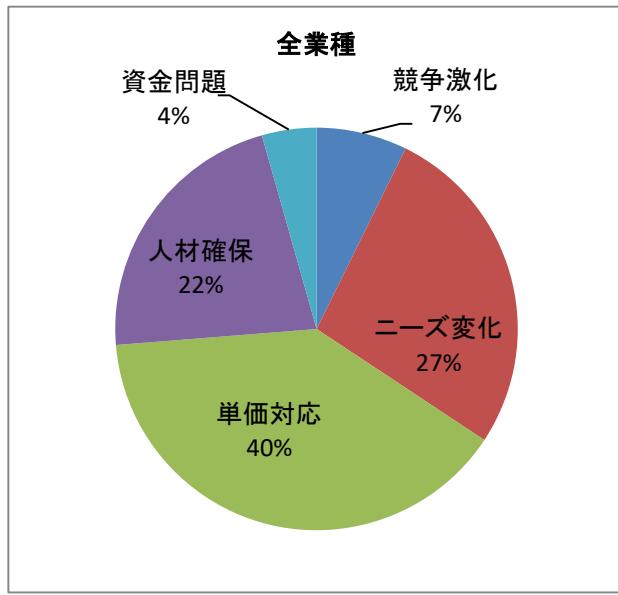
(宿泊業) 最も多く回答された「不足」は47.1%(対前期比15.5ポイント増)。

次いで「適正」は41.2%(対前期比11.4ポイント減)、「過剰」と回答した経営者はいなかった。

(サービス業) 最も多く回答された「適正」は59.1%(対前期比5.9ポイント減)。

次いで「不足」は22.7%(対前期比7.3ポイント減)、「過剰」と回答した経営者はいなかった。

【5】直面している経営上の問題点について



今期（R 7.10～12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	10	7.3%	0	0.0%	2	8.7%	3	10.3%	1	5.0%	0	0.0%	4	18.2%
消費者（製品）ニーズ変化への対応	37	27.0%	8	30.8%	3	13.0%	14	48.3%	1	5.0%	5	29.4%	6	27.3%
仕入単価(原材料) の上昇、販売受注単価の低下	54	39.4%	14	53.8%	9	39.1%	9	31.0%	11	55.0%	5	29.4%	6	27.3%
必要な人材の雇用確保	30	21.9%	2	7.7%	8	34.8%	3	10.3%	5	25.0%	6	35.3%	6	27.3%
事業資金の借入難	6	4.4%	2	7.7%	1	4.3%	0	0.0%	2	10.0%	1	5.9%	0	0.0%
合計	137		26		23		29		20		17		22	

競争激化

ニーズ変化

単価対応

人材確保

資金問題

対前期比（R 7. 7～9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	8.2%	-0.9	4.2%	-4.2	8.7%	0.0	24.1%	-13.8	0.0%	5.0	0.0%	0.0	5.0%	13.2
消費者(製品)ニーズ変化への対応	21.6%	5.4	29.2%	1.6	13.0%	0.0	27.6%	20.7	0.0%	5.0	31.6%	-2.2	25.0%	2.3
仕入単価(原材料)の上昇、販売受注単価の低下	46.3%	-6.9	62.5%	-8.7	21.7%	17.4	41.4%	-10.4	84.2%	-29.2	42.1%	-12.7	30.0%	-2.7
必要な人材の雇用確保	23.1%	-1.2	4.2%	3.5	56.5%	-21.7	6.9%	3.4	10.5%	14.5	26.3%	9.0	40.0%	-12.7
事業資金の借入難	0.7%	3.7	0.0%	7.7	0.0%	4.3	0.0%	0.0	5.3%	4.7	0.0%	5.9	0.0%	0.0

【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39.4%(対前期比6.9ポイント減)であった。次いで、「消費者(製品)ニーズ変化への対応」27.0%、「必要な人材の雇用確保」21.9%であった。

(製造業) 「仕入単価(原材料)の上昇、販売受注単価の低下」が53.8%で最も高かったが、対前期比では8.7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1.6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39.1%で最も高く、対前期比では17.4ポイント増加した。

次いで「必要な人材の雇用確保」が34.8%、対前期比21.7ポイント減少した。

(小売業) 「消費者(製品)ニーズ変化への対応」が48.3%で最も高く、対前期比では20.7ポイント増加した。

次いで「仕入単価(原材料)の上昇、販売受注単価の低下」が31.0%、対前期比10.4ポイント減少した。

(飲食業) 「仕入単価(原材料)の上昇、販売受注単価の低下」が55.0%で最も高く、対前期比では29.2ポイント減少した。

次いで「必要な人材の雇用確保」が25.0 %、対前期比14.5ポイント増加した。

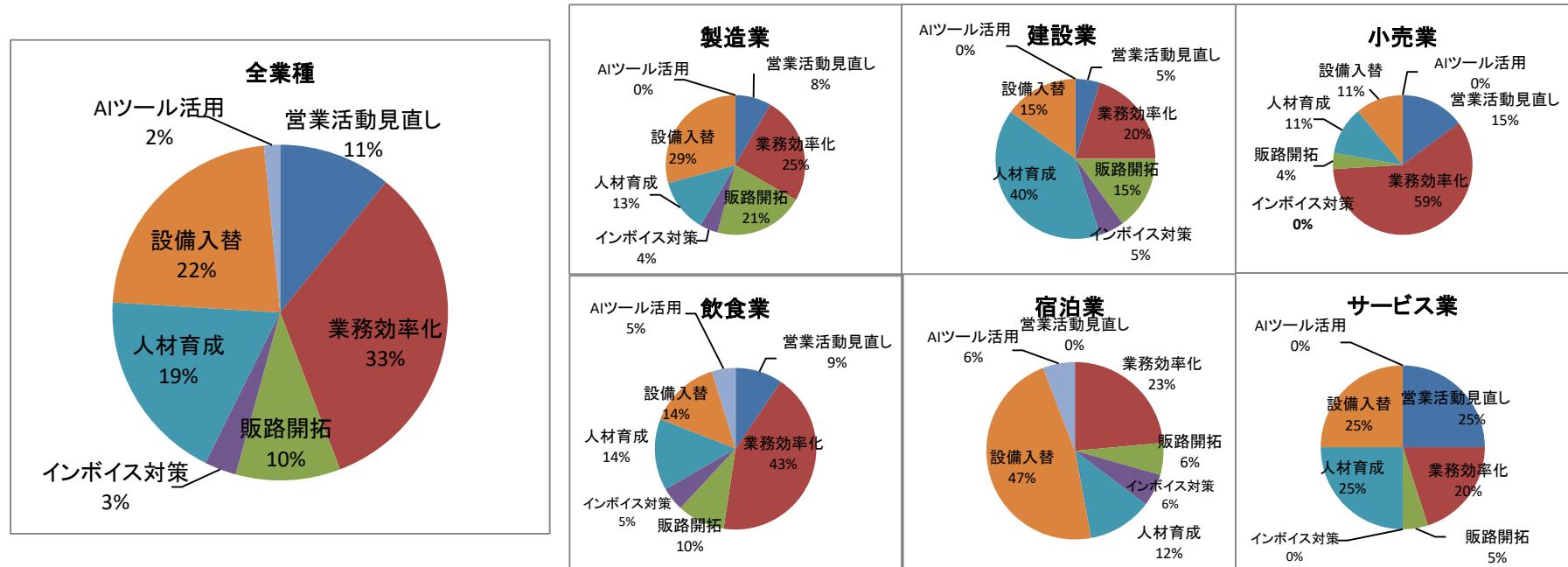
(宿泊業) 「必要な人材の雇用確保」が35.3%で最も高く、対前期比では9.0ポイント増加した。

次いで「消費者(製品)ニーズ変化への対応」、「仕入単価(原材料)の上昇、販売受注単価の低下」が25.0%であった。

(サービス業) 「消費者(製品)ニーズ変化への対応」、「仕入単価(原材料)の上昇、販売受注単価の低下」、「必要な人材の雇用確保」が27.3%で最も高かった。

対前期比はそれぞれ、2.3ポイント増、2.7ポイント減、12.7ポイント減であった。

【6】今後、取り組んでいきたいこと



今期（R 7.10～12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	14	10.9%	2	8.3%	1	5.0%	4	14.8%	2	10.0%	0	0.0%	5	25.0%
業務の効率化、仕事の見える化	43	33.3%	6	25.0%	4	20.0%	16	59.3%	9	45.0%	4	25.0%	4	20.0%
販路開拓（商談会・展示会・プレスリリース等）	13	10.1%	5	20.8%	3	15.0%	1	3.7%	2	10.0%	1	6.3%	1	5.0%
インボイス制度対策、会計管理の見直し	4	3.1%	1	4.2%	1	5.0%	0	0.0%	1	5.0%	1	6.3%	0	0.0%
人材育成、社員教育	24	18.6%	3	12.5%	8	40.0%	3	11.1%	3	15.0%	2	12.5%	5	25.0%
設備の入替・更新	29	22.5%	7	29.2%	3	15.0%	3	11.1%	3	15.0%	8	50.0%	5	25.0%
Chat GPTなどのAIツールの活用	2	1.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.0%	1	6.3%	0	0.0%
合計	129		24		20		27		20		16		20	

営業活動見直し
 業務効率化
 販路開拓
 インボイス対策
 人材育成
 設備入替
 AIツール活用

対前期比（R 7. 7～9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	10.7%	0.2	13.0%	-4.7	9.5%	-4.5	3.6%	11.2	10.5%	-0.5	10.5%	-10.5	21.1%	3.9
業務の効率化、仕事の見える化	33.6%	-0.3	17.4%	7.6	23.8%	-3.8	50.0%	9.3	47.4%	-2.4	36.8%	-11.8	26.3%	-6.3
販路開拓（商談会・展示会・プレスリリース等）	12.2%	-2.1	21.7%	-0.9	14.3%	0.7	14.3%	-10.6	10.5%	-0.5	10.5%	-4.2	0.0%	5.0
インボイス制度対策、会計管理の見直し	0.8%	2.3	4.3%	-0.1	0.0%	5.0	0.0%	0.0	0.0%	5.0	0.0%	6.3	0.0%	0.0
人材育成、社員教育	21.4%	-2.8	17.4%	-4.9	47.6%	-7.6	17.9%	-6.8	10.5%	4.5	10.5%	2.0	26.3%	-1.3
設備の入替・更新	19.8%	2.7	26.1%	3.1	4.8%	10.2	14.3%	-3.2	21.1%	-6.1	31.6%	18.4	26.3%	-1.3
Chat GPTなどのAIツールの活用	1.5%	0.1	0.0%	0.0	0.0%	0.0	0.0%	0.0	5.3%	-0.3	5.3%	1.0	0.0%	0.0

【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」が引き続き最も高く33.6%（対前期比0.3ポイント減）であった。

次いで、「人材育成、社員教育」、「設備の入替・更新」の順で高かった。

（製造業）「設備の入替・更新」が29.2%で最も高く、対前期比では3.1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）」が21.7%、対前期比1.8ポイント減少した。

（建設業）「人材育成、社員教育」が40.0%で最も高く、対前期比では7.6ポイント減少した。

次いで「業務の効率化、仕事の見える化」が20.0%、対前期比3.8ポイント減少した。

（小売業）「業務の効率化、仕事の見える化」が59.3%で最も高く、対前期比では9.3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14.8%、対前期比11.2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45.0%で最も高く、対前期比では2.4ポイント減少した。

次いで「人材育成、社員教育」、「設備の入替・更新」が15.0%、対前期比はそれぞれ4.5ポイント増加、6.1ポイント減少した。

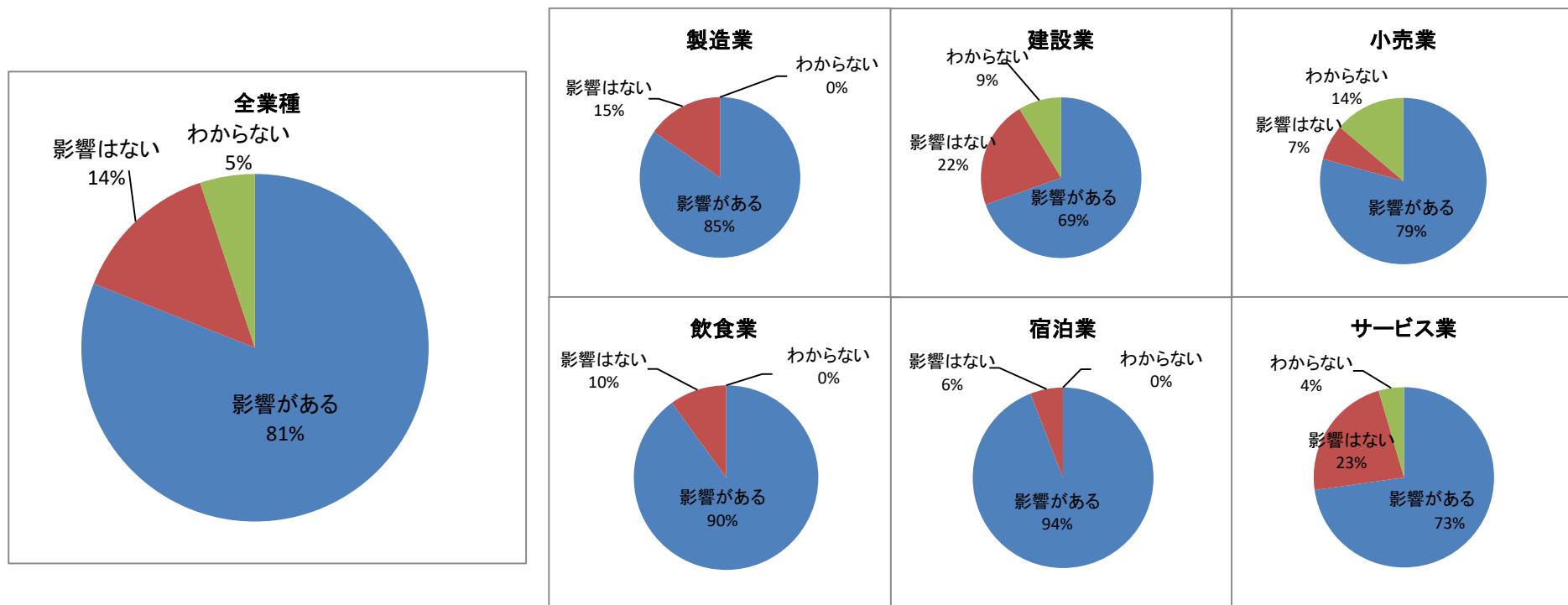
（宿泊業）「設備の入替・更新」が50.0%で最も高く、対前期比では18.4ポイント増加した。

次いで「業務の効率化、仕事の見える化」が25.0%、対前期比11.8ポイント減少した。

（サービス業）「既存顧客のリスト化、営業活動の見直し」、「人材育成、社員教育」、「設備の入替・更新」が25.0%で最も高かった。

対前期比ではそれぞれ3.9ポイント増加、1.3ポイント減少、1.3ポイント減少した。

【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（R 7.10～12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	111	81.0%	22	84.6%	16	69.6%	23	79.3%	18	90.0%	16	94.1%	16	72.7%
影響はない	19	13.9%	4	15.4%	5	21.7%	2	6.9%	2	10.0%	1	5.9%	5	22.7%
わからない	7	5.1%	0	0.0%	2	8.7%	4	13.8%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.5%
合計	137		26		23		29		20		17		22	

対前期比（R 7. 7～9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												
影響がある	82.8%	-1.8	91.7%	-7.1	69.6%	0.0	86.2%	-6.9	89.5%	0.5	89.5%	4.6	70.0%	2.7
影響はない	11.2%	2.7	4.2%	11.2	17.4%	4.3	6.9%	0.0	5.3%	4.7	10.5%	-4.6	25.0%	-2.3
わからない	6.0%	-0.9	4.2%	-4.2	13.0%	-4.3	6.9%	6.9	5.3%	-5.3	0.0%	0.0	5.0%	-0.5

【実績】

全業種でみると、「影響がある」と回答した経営者の割合は、81.0%と大半を占めている。(対前期比1.8ポイント減少)

(製造業) 「影響がある」と回答した経営者は、84.6%であった。(対前期比7.1ポイント減少)

(建設業) 「影響がある」と回答した経営者は、69.6%であった。(対前期比増減なし)

(小売業) 「影響がある」と回答した経営者は、79.3%であった。(対前期比6.9ポイント減少)

(飲食業) 「影響がある」と回答した経営者は、90.0%であった。(対前期比0.5ポイント増加)

(宿泊業) 「影響がある」と回答した経営者は、94.1%であった。(対前期比4.6ポイント増加)

(サービス業) 「影響がある」と回答した経営者は、72.7%であった。(対前期比2.7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	物価高騰により純利益の減少（飲食業・城崎）
2	主流の仕入れ価格が高騰した為、販売価格を上げたが、他の色々な物までまだ上がっている。物価高騰がいつまで続くのかすごく不安。（飲食業・城崎）
3	仕入れる材料が全て値上がりし、それでも価格据え置きで頑張ってきたが耐えきれず少しづつ商品の値上げをした。なので売り上げは上がっているが来客数は減少している（飲食業・城崎）
4	喫茶店からお好み焼きを中心とした鉄板料理店に変更しました。実際に物価高騰は感じるものの現在では事業変更の初期であり不透明なところがある。次期から見えてくるであろうと考えている。（飲食業・城崎）
5	全ての価格の上昇。旅館の休館日の増加でお客様の数の減少により色々厳しい。（小売業・城崎）
6	物価高により販売価格が上昇しお客様の購買意欲が低下している。（小売業・城崎）
7	物価高騰（小売業・城崎）
8	原材料の高騰は採算性を鑑みても厳しい。単価を上げると顧客満足と集客に影響するが、満足度を上げるための研修等をすすめていきたい。（宿泊業・城崎）
9	物価高騰（宿泊業・城崎）
10	物価高騰で料金を上げたいが そうすると顧客の来店数が減ってくる。 何か他の売上げにつながるものはないかと 模索中です（サービス業・城崎）
11	原料仕入価格高騰、人件費増加に加え、消費者の価格高騰による買い控えなど消費マインドが下がっている様に感じる。（製造業・竹野）
12	仕入先の後継者問題や人手不足・業績などの問題が当社の生産活動にも影響を及ぼしています。自社のことは自分達で問題解決できますが、取引先のことは関与できないので解決できずに悩ましい問題です。（製造業・日高）
13	メイン取引先からの受注減、設備更新による借入増、新規製品の品質確立が急務。（製造業・日高）
14	世界的な銅相場の高騰と為替相場の円安化により原材料の価格が急伸中。（製造業・日高）

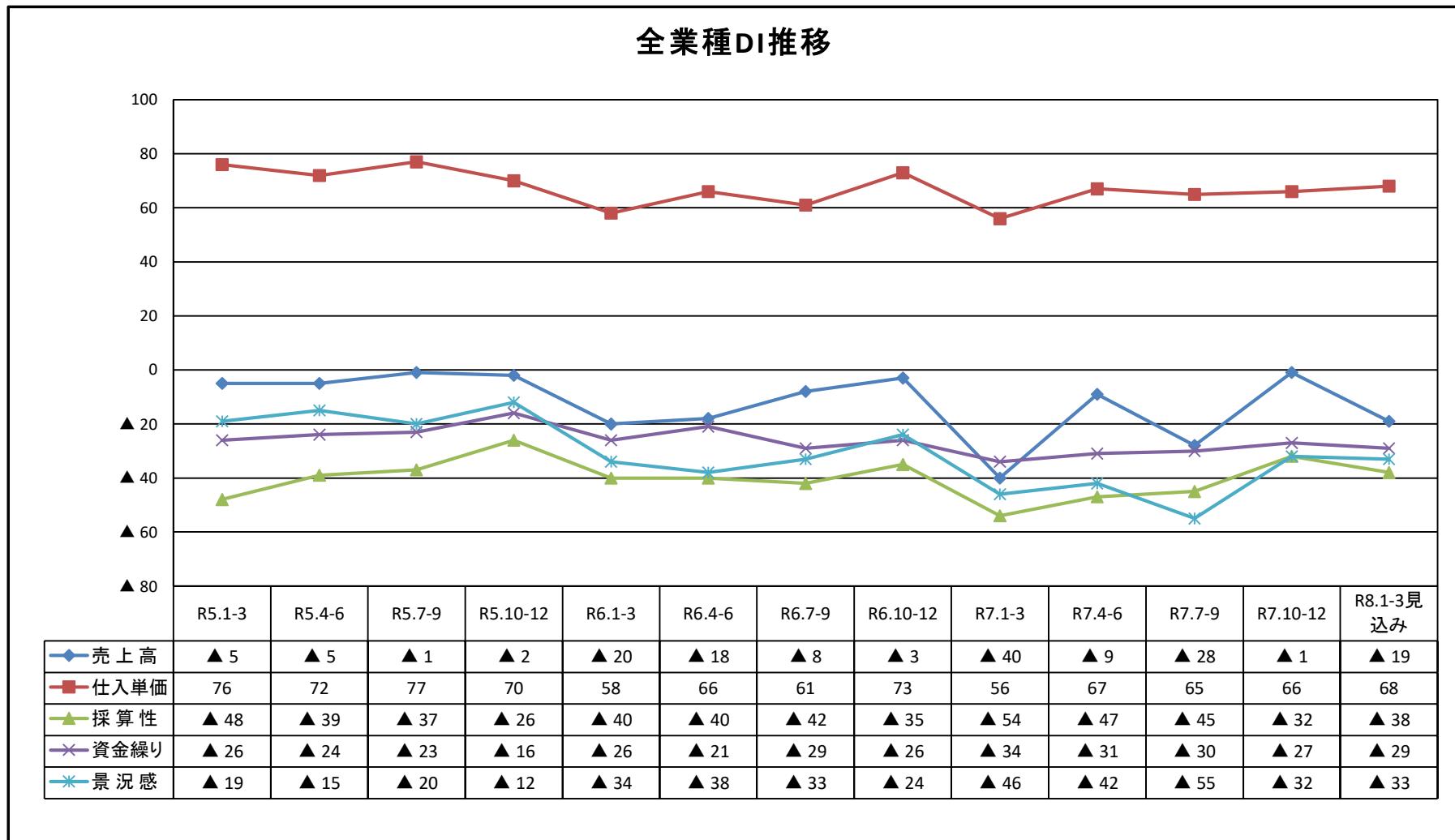
15	生地の仕入れの高騰（製造業・日高）
16	仕入金額、人件費の上昇により今年の5月に販売金額を値上げしたが、上昇が続いているので来年も値上げが必要かもしれない。現在、巻寿司1本600円だが、700円に値上げしたらお客様が買うだろうか、疑問に思います。（飲食業・日高）
17	原油価格 物価高騰 ポストコロナ（飲食業・日高）
18	人口減により当社が対象としている購買層客が激減してきた。働き方改革により中学校先生のクラブ指導を民間委託し移行が具現化。購買客対象の運動クラブ減少が現れ出した。（小売業・日高）
19	原油高だけにとどまらず、ここ2～3年の物価高騰は目に余ることも。原価高騰に合わせ一般的に財布のひもが固く、いろんな意味で動きが鈍い。寝具にしても安価な品物は動くが、高価格帯は動きが少ない。あわせてコロナ以降いろいろな贈答品が簡素化されてきた中で、少しこれ改善されそうではあったが、未だ以前の3割に満たない状況である。（小売業・日高）
20	仕入れ業者の減少、仕入れ価格高騰。いつまで値上がるのか先が見えません、（小売業・日高）
21	原材料費、高熱費、人件費等々の高騰により商品価格の値上げでの対応では限界を感じる、顧客のお金を使う意識の低さ、まだまだ収入が伸びてないのでしょうがなのか。良いものを提供することが難しく、顧客の求めるものを提供するだけの詰まらないものづくりになるよう（宿泊業・日高）
22	必ず使うお米を含む食材原価の高騰が大きな打撃となっている。（宿泊業・日高）
23	仕入れ高の高騰。魚の仕入れが今までと同じ金額で厚さが薄くなるというケースあり。（宿泊業・日高）
24	仕入価格が上昇しても販売価格にそのまま上乗せしにくい。（サービス業・日高）
25	ガソリン、材料、機械備品等の高騰（サービス業・日高）
26	自社の値上げより原油価格、物価高が大きすぎて追いつかない。（サービス業・日高）
27	変化なく、原材料の高騰です。（製造業・出石）
28	円安の影響大（製造業・出石）
29	仕入価格、人件費の上昇分が販売価格に100%転嫁するのが難しい。政府が最低賃金を決めるのはよいが、上昇分を100%販売価格に転嫁できればよいのですが現状そうは甘くないです。厳しいですね。（製造業・出石）
30	材料は値上がりしているのに、商品も値上げしたらなかなか売れない。（製造業・出石）

31	インボイス制度、原油価格高騰、物価高騰、資材高騰、で利益が還元できていない状況（建設業・出石）
32	値上げをしました（飲食業・出石）
33	物価高騰、円安（飲食業・出石）
34	原材料の仕入単価が上昇し、また、上昇したままで、販売価格改定をしたが、何回も改定するわけにはいかない。また、最低賃金も上がり、価格転嫁することがなかなかできなく、採算が合わなくなってきた（飲食業・出石）
35	原材料、資材、その他あらゆるものが値上げとなり商品に転嫁せざるを得なくなった。（小売業・出石）
36	光熱費、仕入れの高騰（サービス業・出石）
37	固定費は上がる一方だが取引先は「ウチの厳しいから！」と単価交渉に応じてくれない。（製造業・但東）
38	売上コストの価格転嫁により改善すると思われる（製造業・但東）
39	前回と同様に調達資材及び下請け発注工事費の上昇があります。（建設業・但東）
40	仕入価格が、度々上がるので、販売価格の設定が大変（小売業・但東）
41	仕入れ価格、灯油やガソリン、水道光熱費などは影響大（サービス業・但東）

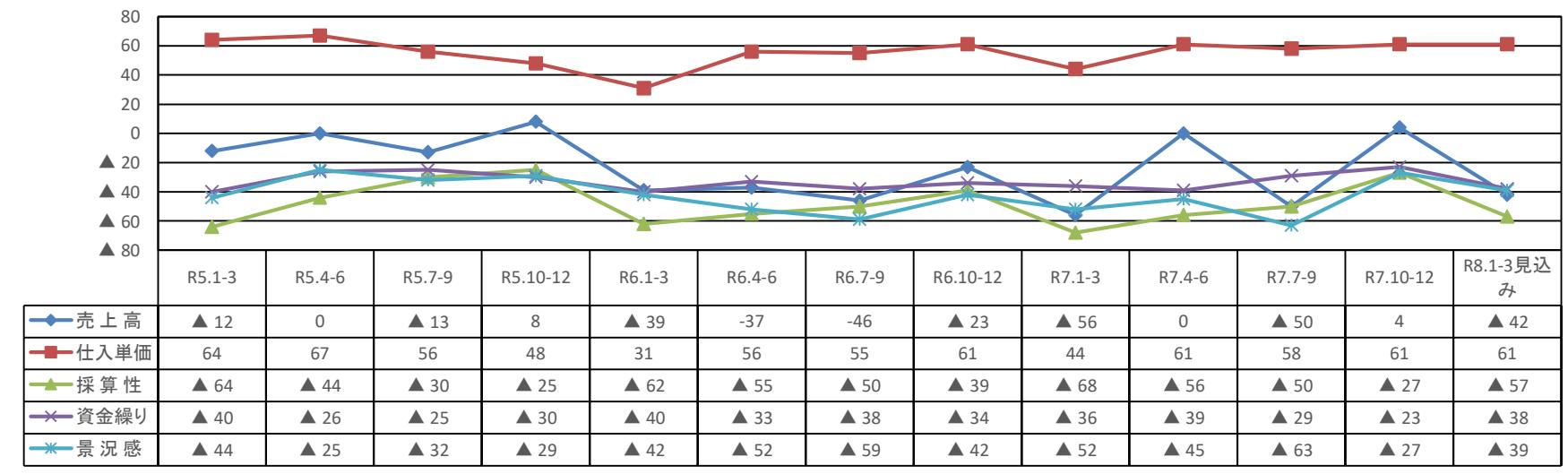
【9】自由コメント

1	7～9月は、猛暑の影響か大阪万博の影響かわからないが、お客様が少なかったようだ。城崎温泉の入湯客数を見ても、日帰り、宿泊とも6月以降、前年割れをしている (-10%)。外国人観光客は、増えている感じだ。（小売業・城崎）
2	公共事業の発注が少なくなった。（建設業・日高）
3	最低賃金が上がり人件費が上昇しています。従業員の整理を考えています。（小売業・日高）
4	昨年同時期よりも予約・売り上げが少ない理由が明確にわからない。万博が開催されたことも、但馬方面に出かける頻度が少なくなったのか。（宿泊業・日高）
5	税金、社会保険料が高すぎる。賃上げしても、結局その分で持って行かれる。（サービス業・日高）
6	分野によるが、製品の安定した供給ができるかが今後危惧される。（小売業・日高）
7	観光客の高齢化が進み、テーブル席指定が多くなり、座敷のテーブル席化も検討するが、座敷がいいというお客様もいて、悩むところである。掘りごたつ式も検討するが、宴会等の対応も考慮しなければならないので難しいところである。（飲食業・出石）

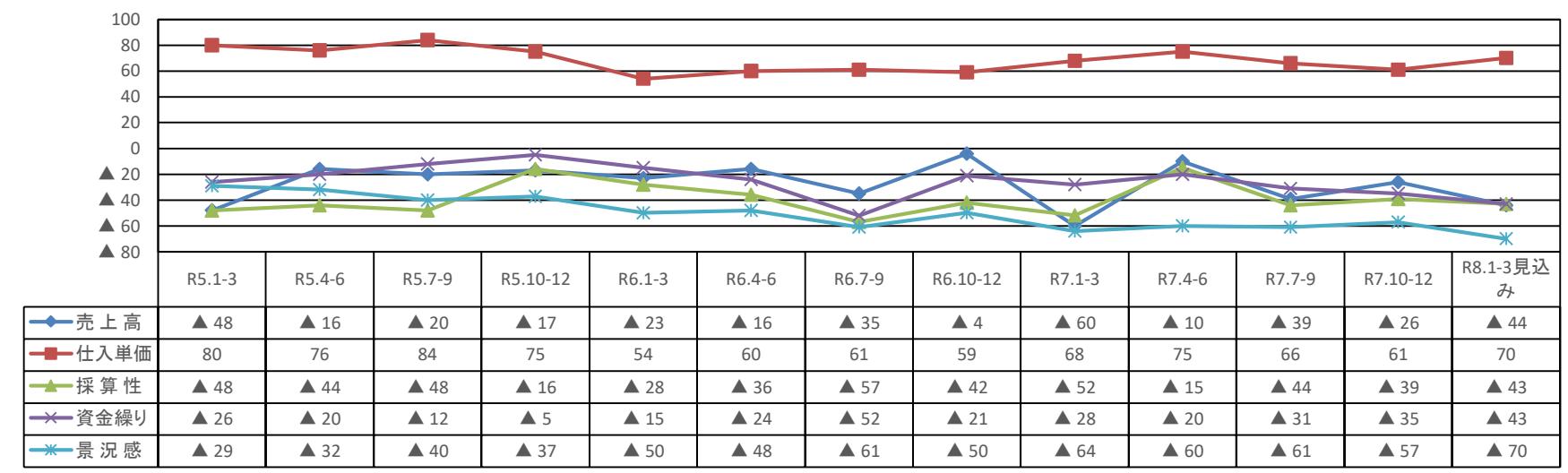
豊岡市商工会管内における3年間の景気動向調査結果



製造業DI推移



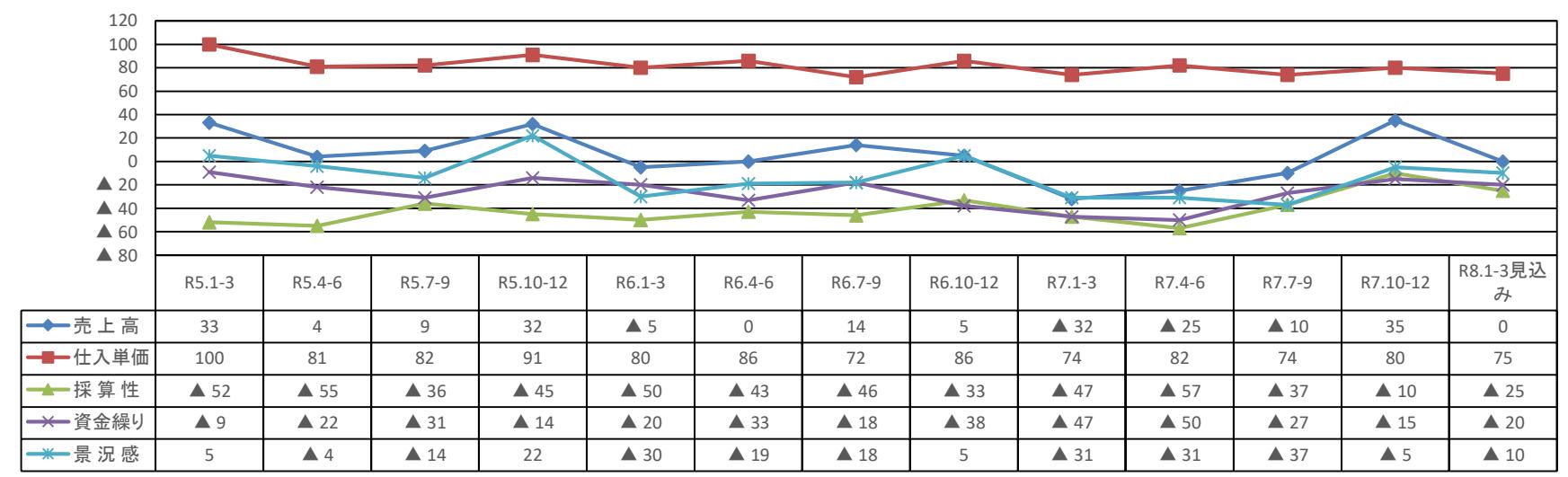
建設業DI推移



小売業DI推移



飲食業DI推移



宿泊業DI推移



サービス業DI推移

