

# 企業景況調査報告書

(2024年1月～3月期)

## < 目次 >

調査の概要・調査結果概要	.....	1
質問1 (前年同期比、来期見通し)	.....	2～6
質問2 (直面している経営上の問題点)	.....	7
質問3 (講じている経営改善対策)	.....	8
質問4 (旅行者を取り込む為に実施されていること)	.....	9～10
集計結果	.....	11～17
調査票様式	.....	18

別府商工会議所

別府市中央町7-8

TEL 0977-25-3311

FAX 0977-26-2232



質問1 前年同期と今期( 1 月～ 3 月)の経営上の状況比較、及び来期( 4 月～ 6 月)の見通しについて5択で回答(DI値は3択に読替)

イ. 売上高

総合は24.0と前回(31.0)より7ポイント悪化した。来期見通しは25.0であり今回調査とほぼ同値を予想している。大分類で見ると前回では10.0とプラスであった[もの造り関連]が15ポイント悪化の△5.0となった。「もの造り関連」2業種のうち、建設業が前回の△10.0から今回は20.0と大きく改善した一方で、製造業は30.0から△30.0と60ポイントも悪化した。7業種でマイナスDI値は他に[小売業]が△30.0となっており、両業種は来期見通しもマイナスを予想している。[飲食・サービス業]は70.0、[宿泊業]は50.0と大きなプラスであった。コロナ禍終焉による正の効果・恩恵を受けていると言えそうだ。

ロ. 売上単価

総合は前回の38.0から今回は36.0とほとんど変化のない結果となった。大分類では[サービス業関連]が35.0から57.5と躍進した一方で、[もの造り関連]は40.0から15.0へ25.0ダウン、[卸・小売業関連]は40.0から25.0と15.0ダウンしている。2つの大分類ともにプラス値は確保できているものの、大きな減少となっていることが懸念される。業種別ではマイナス業種はなく、0.0の業種が[製造業]と[小売業]の2業種あった。最も高いDI値は[宿泊業]の70.0であった。また[飲食・サービス業]も65.0であり、この2業種の好調さがうかがえる。来期見通しは総合で24.0と慎重になっている傾向はあるものの、全7業種で0.0以上であり売上単価の改善への動きは堅調だと推察する。

ハ. 資金繰り

総合は△1.0とプラスまでもう一步の水準まで近づいた。大分類では[もの造り関連]が△5.0(前回△10.0)、[卸・小売業関連]が△7.5(同△15.0)とマイナスであるものの、前回より改善されていることに注目したい。[サービス業関連]は7.5(同7.5)とプラスを確保できているものの、[飲食・サービス業]と[宿泊業]とが売上高や売上単価のDI値で高い水準を示したことを考えると改善幅がもう少し高くても良かったのではないかと思料する。

ニ. 借入難度

総合の値は前回と同じく△4.0となった。業種別では[製造業]が前回比で10.0ポイント悪化の0.0、[小売業]が同25.0ポイント悪化の△10.0とこの2業種が悪化している。[卸・小売業関連]の[卸売業]が5.0と前期比で10ポイント改善したのと比較して[小売業]の借入困難度悪化が際立っている。総合の来期見通しは△4.0と今回実績と同じである。来期見通しでマイナス予想は[飲食・サービス業]と[医療・福祉業]で共に△20.0を予想している。

ホ. 収益状況(経常利益)

他のDI指標と比較して本指標は悪化方向へ大きく動いている。総合の前回は11.0であったが今回は2.0と9ポイント下降した。他の指標で良好であった[サービス業関連]も7.5ポイント悪化するなど、3つの大分類全てで悪化した。業種では[宿泊業]が40.0と前回比で10.0ポイント改善、[卸売業]が20.0と同20.0ポイント改善したことに注目したい。総合の来期見通しは8.0と改善されると予想しており経営者の期待値が表れているのであろう。

ヘ. 雇用人員

総合は前回と同じく△35.0であった。前回は全7業種がマイナスDI値であったが、今回調査では[医療・福祉業]がプラスではないものの0.0となっていることに注目したい。[医療・福祉業]は個人事業主が多いことまた雇用者がいない又は少ないことも反映していると思料するものの、マイナス値から脱却する兆しがある事を指摘しておく。

ト. 自社の業況判断

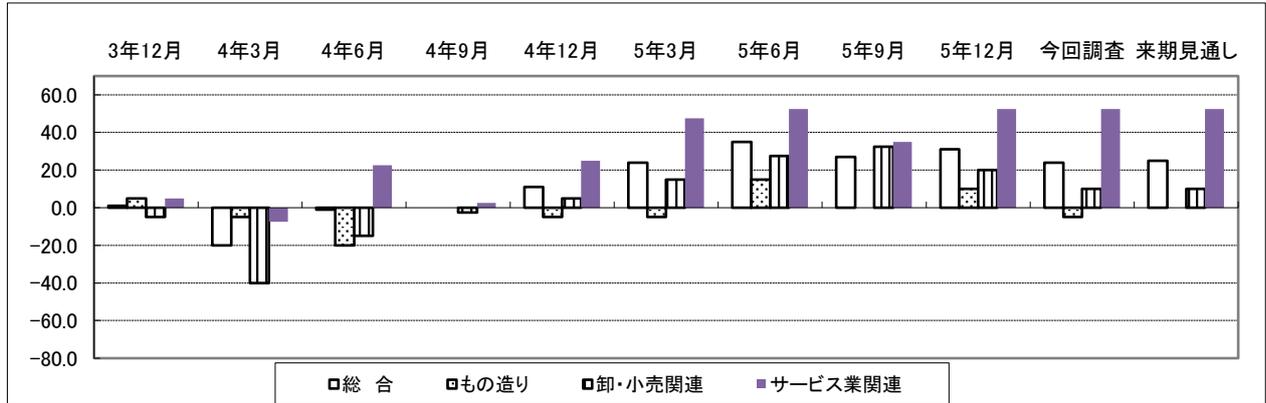
総合は12.0で前回の10.0とほぼ同じであった。業種別では[飲食・サービス業]が55.0、[宿泊業]が50.0と大きなプラス値を示している。この2業種も来期見通しは35.0又は10.0へと落ち込みを予想していることが気がかりである。総合でも来期見通しは4.0と慎重な姿勢を経営者は持っているようだ。

【ワンポイント・レビュー：DI値の推移】

注. 対象の調査期間は3カ月単位。以下に同じ

イ. 売上高

5年6月以降の調査では総合と3つの大分類の値はプラスとなっていたが、今回は[もの造り関連]が△5.0と久しぶりにマイナスに転落した。

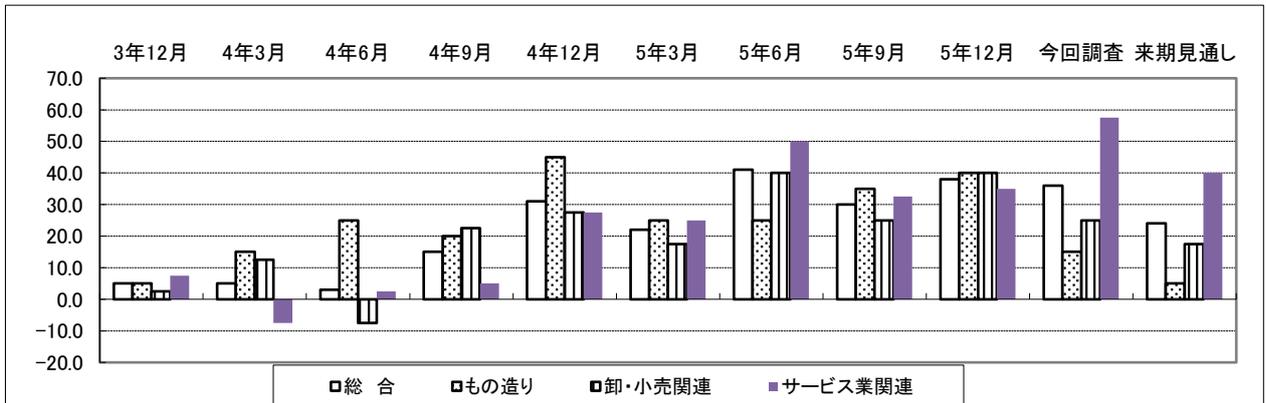


《時系列実績・見通し》

	3年12月	4年3月	4年6月	4年9月	4年12月	5年3月	5年6月	5年9月	5年12月	今回調査	来期見通し	今回調査比
総合	1.0	△ 20.0	△ 1.0	0.0	11.0	24.0	35.0	27.0	31.0	24.0	25.0	1.0
もの造り	5.0	△ 5.0	△ 20.0	0.0	△ 5.0	△ 5.0	15.0	0.0	10.0	△ 5.0	0.0	5.0
卸小売業	△ 5.0	△ 40.0	△ 15.0	△ 2.5	5.0	15.0	27.5	32.5	20.0	10.0	10.0	0.0
サービス業	5.0	△ 7.5	22.5	2.5	25.0	47.5	52.5	35.0	52.5	52.5	52.5	0.0

ロ. 売上単価

[サービス業関連]が57.5と5年6月の50.0以来の高いプラス値を獲得した。来期見通しは40.0と今回調査から10ポイント悪化すると予想するも、過去10回の調査結果では上位3番目に該当し上向きにあることを証明している。

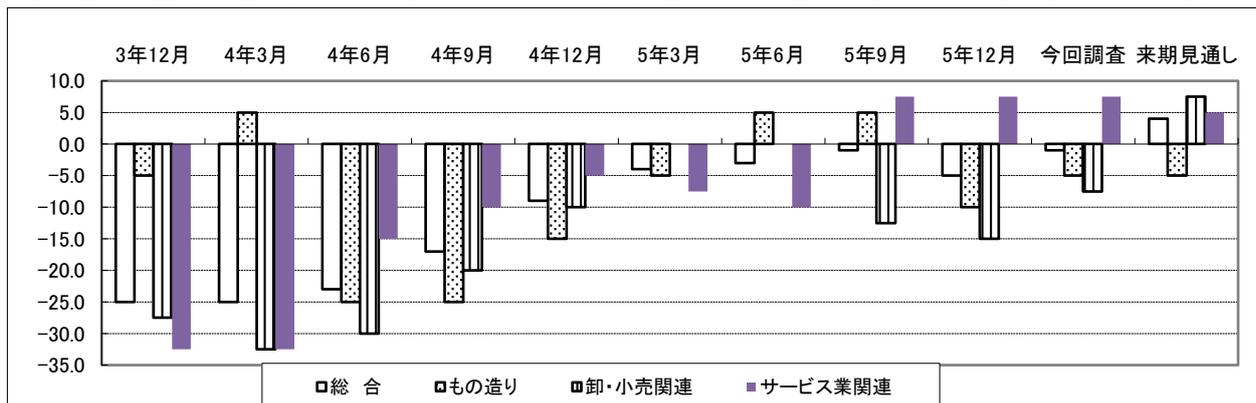


《時系列実績・見通し》

	3年12月	4年3月	4年6月	4年9月	4年12月	5年3月	5年6月	5年9月	5年12月	今回調査	来期見通し	今回調査比
総合	5.0	5.0	3.0	15.0	31.0	22.0	41.0	30.0	38.0	36.0	24.0	△ 12.0
もの造り	5.0	15.0	25.0	20.0	45.0	25.0	25.0	35.0	40.0	15.0	5.0	△ 10.0
卸小売業	2.5	12.5	△ 7.5	22.5	27.5	17.5	40.0	25.0	40.0	25.0	17.5	△ 7.5
サービス業	7.5	△ 7.5	2.5	5.0	27.5	25.0	50.0	32.5	35.0	57.5	40.0	△ 17.5

## ハ、資金繰り

総合では5年3月調査以降、緩慢ながらも改善傾向にある基調は今回も維持された結果となった。来期見通しは[もの造り関連]を除きプラスに転じると予想されており、資金繰りの改善が大きいと期待される場所である。

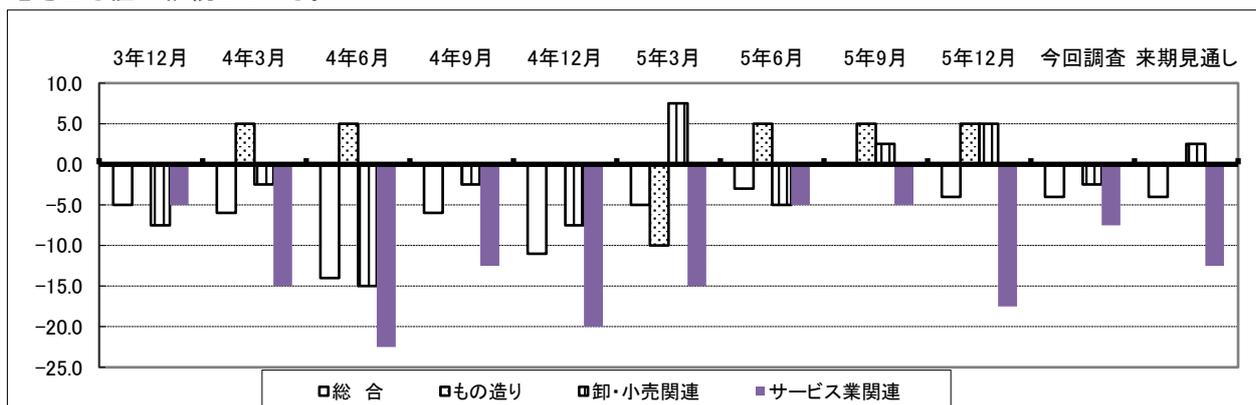


《時系列実績・見通し》

	3年12月	4年3月	4年6月	4年9月	4年12月	5年3月	5年6月	5年9月	5年12月	今回調査	来期見通し	今回調査比
総合	△ 25.0	△ 25.0	△ 23.0	△ 17.0	△ 9.0	△ 4.0	△ 3.0	△ 1.0	△ 5.0	△ 1.0	4.0	5.0
もの造り	△ 5.0	5.0	△ 25.0	△ 25.0	△ 15.0	△ 5.0	5.0	5.0	△ 10.0	△ 5.0	△ 5.0	0.0
卸小売業	△ 27.5	△ 32.5	△ 30.0	△ 20.0	△ 10.0	0.0	0.0	△ 12.5	△ 15.0	△ 7.5	7.5	15.0
サービス業	△ 32.5	△ 32.5	△ 15.0	△ 10.0	△ 5.0	△ 7.5	△ 10.0	7.5	7.5	7.5	5.0	△ 2.5

## 二、借入難度

[資金繰り]が改善が基調となっている一方で、本指標は0.0ラインを超えるにはまだ時間が必要ではないかと連想させる値が継続している。

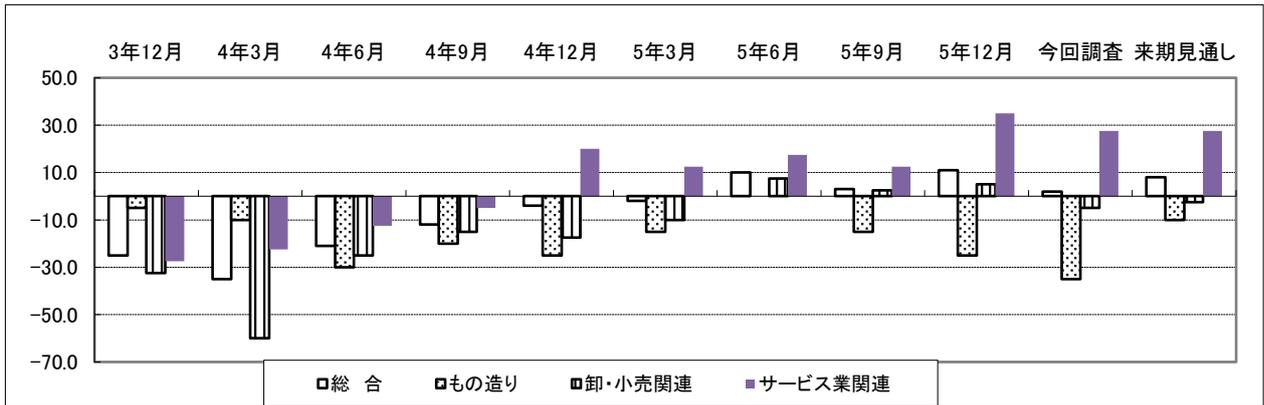


《時系列実績・見通し》

	3年12月	4年3月	4年6月	4年9月	4年12月	5年3月	5年6月	5年9月	5年12月	今回調査	来期見通し	今回調査比
総合	△ 5.0	△ 6.0	△ 14.0	△ 6.0	△ 11.0	△ 5.0	△ 3.0	0.0	△ 4.0	△ 4.0	△ 4.0	0.0
もの造り	0.0	5.0	5.0	0.0	0.0	△ 10.0	5.0	5.0	5.0	0.0	0.0	0.0
卸小売業	△ 7.5	△ 2.5	△ 15.0	△ 2.5	△ 7.5	7.5	△ 5.0	2.5	5.0	△ 2.5	2.5	5.0
サービス業	△ 5.0	△ 15.0	△ 22.5	△ 12.5	△ 20.0	△ 15.0	△ 5.0	△ 5.0	△ 17.5	△ 7.5	△ 12.5	△ 5.0

ホ. 収益状況

[もの造り関連]はマイナスDI値が大きくなる傾向にあるようだ。[卸・小売業関連]は今回調査ではマイナスに転じてしまった。[サービス業関連]は過去実績と比較してプラス値が大きい状態を維持できている。

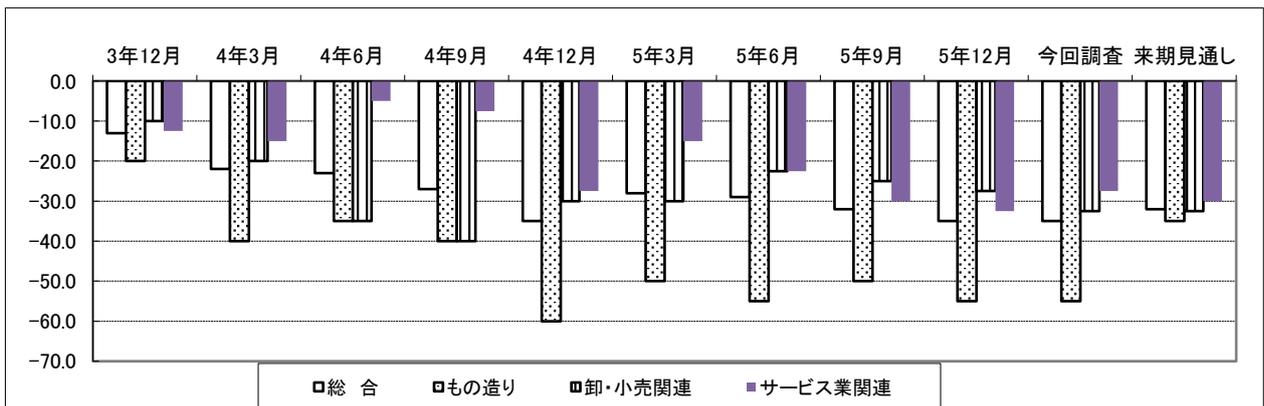


《時系列実績・見通し》

	3年12月	4年3月	4年6月	4年9月	4年12月	5年3月	5年6月	5年9月	5年12月	今回調査	来期見通し	今回調査比
総合	△ 25.0	△ 35.0	△ 21.0	△ 12.0	△ 4.0	△ 2.0	10.0	3.0	11.0	2.0	8.0	6.0
もの造り	△ 5.0	△ 10.0	△ 30.0	△ 20.0	△ 25.0	△ 15.0	0.0	△ 15.0	△ 25.0	△ 35.0	△ 10.0	25.0
卸小売業	△ 32.5	△ 60.0	△ 25.0	△ 15.0	△ 17.5	△ 10.0	7.5	2.5	5.0	△ 5.0	△ 2.5	2.5
サービス業	△ 27.5	△ 22.5	△ 12.5	△ 5.0	20.0	12.5	17.5	12.5	35.0	27.5	27.5	0.0

ヘ. 雇用人員

本指標の深刻度は際立っている。マイナス30をめぐる攻防が続いている。改善した点を探そうとすると[もの造り関連]の来期見通しが△50ラインから△35へと上昇する可能性を示唆していることだけであろう。

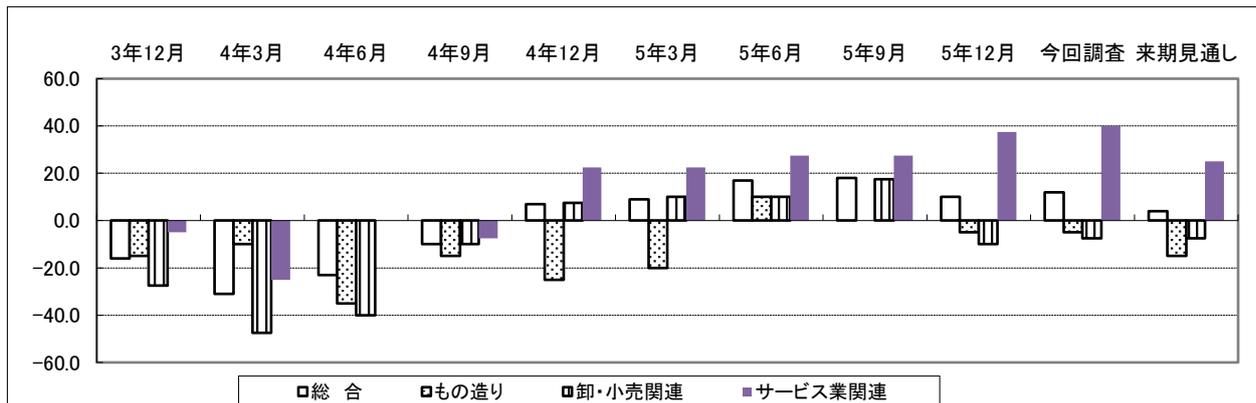


《時系列実績・見通し》

	3年12月	4年3月	4年6月	4年9月	4年12月	5年3月	5年6月	5年9月	5年12月	今回調査	来期見通し	今回調査比
総合	△ 13.0	△ 22.0	△ 23.0	△ 27.0	△ 35.0	△ 28.0	△ 29.0	△ 32.0	△ 35.0	△ 35.0	△ 32.0	3.0
もの造り	△ 20.0	△ 40.0	△ 35.0	△ 40.0	△ 60.0	△ 50.0	△ 55.0	△ 50.0	△ 55.0	△ 55.0	△ 35.0	20.0
卸小売業	△ 10.0	△ 20.0	△ 35.0	△ 40.0	△ 30.0	△ 30.0	△ 22.5	△ 25.0	△ 27.5	△ 32.5	△ 32.5	0.0
サービス業	△ 12.5	△ 15.0	△ 5.0	△ 7.5	△ 27.5	△ 15.0	△ 22.5	△ 30.0	△ 32.5	△ 27.5	△ 30.0	△ 2.5

ト. 自社の業況判断

[サービス業関連]は4年12月の調査以降プラス値を維持しており、今回は最高値を記録した。[もの造り関連]と[卸・小売業関連]が2回連続でマイナスとなっていることが懸念材料である。



《時系列実績・見通し》

	3年12月	4年3月	4年6月	4年9月	4年12月	5年3月	5年6月	5年9月	5年12月	今回調査	来期見通し	今回調査比
総合	△ 16.0	△ 31.0	△ 23.0	△ 10.0	7.0	9.0	17.0	18.0	10.0	12.0	4.0	△ 8.0
もの造り	△ 15.0	△ 10.0	△ 35.0	△ 15.0	△ 25.0	△ 20.0	10.0	0.0	△ 5.0	△ 5.0	△ 15.0	△ 10.0
卸小売業	△ 27.5	△ 47.5	△ 40.0	△ 10.0	7.5	10.0	10.0	17.5	△ 10.0	△ 7.5	△ 7.5	0.0
サービス業	△ 5.0	△ 25.0	0.0	△ 7.5	22.5	22.5	27.5	27.5	37.5	40.0	25.0	△ 15.0

質問2 今期直面している経営上の問題点(上位3点を回答)※( )内は回答企業数

総合の1位は前回と同じく「仕入価格の上昇」である。回答率は62%と前回の60%から2%UPしており、業種別では[飲食・サービス業]と[宿泊業]を除く5業種で1位となっている。「仕入価格の上昇」は業種の別を問わず、事業経営の大きなリスクとなっていることが伺える。物価上昇は一企業では対応が不可能である。国政を預かる行政庁の関与度が極めて高い領域と推察する。地方自治体を含め所轄行政庁には早急のアクションを求めたい。

総合の2位は「売上が増えない」であり回答率は30%と前回調査と同値となった。[「売上が増えない」が上位3以内にならないのは[飲食・サービス業]と[宿泊業]の2業種であった。この2業種では「利益率が上がらない」が2位と1位になっていることから、この2業種の経営者は売上重視よりも利益重視の志向が強いのかもしれない。

総合3位は前回の「利益率が上がらない」(回答率23%)から今回は「人件費等の経費の増加」(同25%)へ交替した。「利益率が上がらない」は総合では23%の回答率と前回と同じであった。よって「人件費等の経費の増加」が伸長したという捉えの方が良いだろう。人件費等とあるが人件費は人手不足等の諸要因から、将来的にも増加傾向を強めることが予想される。「売上が増えず」かつ「仕入価格の上昇」が継続していくことが予想される中、人件費も増加していくとなれば、利益確保は益々困難となると経営者は頭を悩ませているのではないだろうか。

〔上位項目〕※( )は回答数

分類	1位	2位	3位
総合 回答 100 社	仕入価格の上昇 (62)	売上が増えない (30)	人件費等の経費の増加 (25)
建設業 回答 10 社	仕入価格の上昇 (5)	人件費等の経費の増加 (3) 従業員の不足・確保難 (3) 下請け単価の上昇 (3) 下請け業者の確保難 (3)	熟練技術者の確保 (2) 請負単価の低下・上昇難 (2) 売上が増えない (2)
製造業 回答 10 社	仕入価格の上昇 (9)	売上が増えない (4)	販売・受注単価低下、上昇難 (3) (3)
卸売業 回答 20 社	仕入価格の上昇 (16)	従業員の不足・確保難 (6) 売上が増えない (6)	人件費等の経費の増加 (5) 生産設備の不足・老朽化 (5)
小売業 回答 20 社	仕入価格の上昇 (12)	売上が増えない (9)	消費・需要の停滞 (5)
飲食・サービス業 回答 20 社	仕入価格の上昇 (16)	人件費等の経費の増加 (7) 利益率が上がらない (7)	同業者間による競争激化 (5)
医療・福祉業 回答 10 社	同業者間による競争激化 (5) 売上が増えない (5)	同業者進出・新規参入者増加 (3)	人件費等の経費の増加 (2) 利益率が上がらない (2)
宿泊業 回答 10 社	利益率が上がらない (5)	仕入価格の上昇 (4) 従業員の不足・確保難 (4)	人件費等の経費の増加 (3)

[参考:回答欄29番「その他:具体的に」の自由意見]

<卸売業>

- ・ キャッシュレスで現金が遅れる・手数料がかかる

<飲食・サービス業>

- ・ 従業員の健康維持

質問3 現在(今後)進めている(いく)経営改善対策(上位3点を回答)※( )内は回答企業数

総合の1位は「利益率向上策」(回答率44%)で前回と同様であった(前回の回答率43%)。2位は「販売単価上昇策」(40%)と前回の3位(32%)より1ランクUPした。質問2で「仕入価格の上昇」が回答率62%の断トツ1位であったが、「販売単価上昇策」は上昇した仕入価格を販売単価に転嫁しようという試みであると考えられる。中小零細企業の仕入先は自社より経営規模が大きいと推察される。行政庁や経営支援機関は中小零細企業が進める価格転嫁を支援する施策の策定と支援を行ってほしいものである。

総合の3位は「売上増加策」(34%)であり前回調査の2位(36%)から1ランク低下した。回答率の低下はわずか2%であることから、前回調査とほぼ変化なしと解釈することができる。「売上増加」という結果よりも、その前提となる「販売単価の上昇」に経営者の関心度が移行しつつあると受け取る方が好ましいだろう。

建設業の1位は5策あるが回答率は30%と高くない。2位以内と範囲を広げると回答項目は9策まで増える。質問2の回答内容は3位以内にあげた問題点が8項目もあった。この特徴は同じもの造り関連の製造業と異なる特徴を示している。建設業各社の置かれている経営環境が一律ではないことを裏付ける回答結果ではないだろうか。

質問2の3位「人件費等の経費の増加」に係る対応策をみてみよう。総合では「適正人員確保策」が21%の回答率となっており、3位「売上増加策」(34%)の6割強の回答率である。「経費削減策」は30%と「売上増加策」との差異は4%と僅かである。この事実から人件費に焦点を絞った経費削減は困難だと考え、他の科目を含めた経費を削減していこうという意思が表れていると思料する。

〔上位項目〕※( )は回答数

分類	1位	2位	3位
総合 回答 100 社	利益率向上策 (44)	販売単価上昇策 (40)	売上高増加策 (34)
建設業 回答 10 社	売上高増加策 (3) 適正人員確保策 (3) 経費削減策 (3) 利益率向上策 (3) 新商品、新製品開発 (3)	販売単価上昇策 (2) 資金繰円滑化策(金融) (2) 広告宣伝強化策 (2) 新分野事業展開 (2)	市場競争力強化策 (1) 仕入単価圧縮策 (1) 人材育成策 (1)
製造業 回答 10 社	販売単価上昇策 (6) 利益率向上策 (6)	売上高増加策 (5)	仕入単価圧縮策 (3)
卸売業 回答 20 社	利益率向上策 (7)	売上高増加策 (6)	販売単価上昇策 (5) 市場競争力強化策 (5) 新分野事業展開 (5)
小売業 回答 20 社	利益率向上策 (9)	販売単価上昇策 (8)	売上高増加策 (7)
飲食・サービス業 回答 20 社	販売単価上昇策 (10) 利益率向上策 (10)	経費削減策 (9)	仕入単価圧縮策 (6)
医療・福祉業 回答 10 社	売上高増加策 (6)	販売単価上昇策 (5)	経費削減策 (4)
宿泊業 回答 10 社	適正人員確保策 (6) 利益率向上策 (6)	販売単価上昇策 (4)	売上高増加策 (3) 経費削減策 (3)

適正人員確保策

[参考:回答欄15番「その他:具体的に」の自由意見]

<卸売業>

- ・ 取引先を増やす
- ・ 省力化

<小売業>

- ・ M&Aによる効率UP

<飲食・サービス業>

- ・ 現状がベストです

## 質問4 旅行客を取り込むにあたって実施されていること

### 1. 総括

コロナ禍で市民は外出がままならぬ時期を過ごしてきた。飲食や旅行というサービスを受益する機会も失っていた。令和5年5月に移動制限が解除されて以来、これらの潜在的な需要が表出化してきている。また円安という追い風を受けてインバウンド客が全国的に増加している。

そこで今回の調査では、今後も増加すると期待される旅行客を取り込むための営業政策等について質問を行った。旅行客は国内客と海外客(インバウンド客)とに区分されるが、選択肢2に「外国語」、選択肢7に「外国人向け」と表記していることから、回答者がインバウンド客重視と受け取った可能性も否定できない。この前提をもとに回答内容を読み解く必要があるようだ。

業種別の回答数を見てみよう。建設業と製造業では選択肢9を除いた回答数が2社又は3社と極めて少ない。同様に医療・福祉業も回答数は3社であり、これら3業種では旅行客をターゲットにした事業ではないことが極めて少ない回答数となっていると思料する。選択肢9を除いた回答数では宿泊業が18社と最も多く、1社当たりでは1.8の対策を講じていることが分かった。回答総数で宿泊業に次いで多い卸売業(回答数21)の1社当たりでは1.1策であり、宿泊業の多さが際立つ結果となっている。

8つの対策別の回答数を考察してみる。この考察でも「その他」の選択肢9を除いた回答数で解析を行ってみた。最も多かった回答は「SNSによる情報発信」であり、全体で回答数25社で回答数71社に対する割合は35.2%であった。次に多かったのは「決済環境の整備」であり構成比は23.9%を占めている。日本でもキャッシュレス化が進んでおり、国内旅行客に絞り込んでもカードやスマホ等による非現金決済手段の整備は旅行客獲得の上で重要な施策となっているようだ。

第3位は「自社ウェブサイトの作成」で回答数14社、構成比19.7%であった。その他の選択肢で多かったのは「パンフレット、POP等の外国語化」で回答率9.9%とであったが、過半の選択肢は回答率が10%を大きく下回っている。SNSやWEBサイト等バーチャル空間の活用が60%弱となっていることに注目したい。活用率をもっと上げるべきなのか、また現状の水準で是とするべきなのか、各社の旅行客獲得に係る戦略的な思考と判断が必要となっていると言えよう。

### 2. 回答集計表

#### ① 業種別の回答

(単位:社)

回答項目	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲サ業	医福業	宿泊業	計	比率(1)	比率(2)	
1) 自社ウェブサイトの作成	1	1	4	1	2		5	14	10.9%	19.7%	
2) ウェブサイトの外国語化			1		1		1	3	2.3%	4.2%	
3) パンフレット、POP等の外国語化			5		1		1	7	5.5%	9.9%	
4) SNSによる情報発信	1	2	6	6	5	2	3	25	19.5%	35.2%	
5) 国内の旅行会社への営業							1	1	0.8%	1.4%	
6) 海外の旅行会社への営業							2	2	1.6%	2.8%	
7) 外国人向けウェブサイト広告掲載							2	2	1.6%	2.8%	
8) 決済環境の整備(カード・スマホ決済)			5	4	4	1	3	17	13.3%	23.9%	
9) その他	9	7	10	11	11	7	2	57	44.5%	-	
合計A	選択肢1から選択肢9まで	11	10	31	22	24	10	20	128	100%	100%
	比率(3)	8.6%	7.8%	24.2%	17.2%	18.8%	7.8%	15.6%	100%	-	-
	選択肢1から選択肢8まで	2	3	21	11	13	3	18	71	-	-
	比率(4)	2.8%	4.2%	29.6%	15.5%	18.3%	4.2%	25.4%	100%	-	-
	回答選択肢数/社	0.2	0.3	1.1	0.6	0.7	0.3	1.8	0.7	-	-

※ 比率(1): 選択肢毎の「業種別回答数÷選択肢9を含む100社合計」

比率(2): 選択肢毎の「業種別回答数÷選択肢9を除いた100社合計」

比率(3): 各業種計/100社全合計

比率(4): 選択肢9を除く「回答数/100社全合計」

② 大分類別の回答

(単位:社)

回答項目	もの造り関連		卸・小売業関連		サービス業関連		計	飲食業+宿泊業		
	回答数	比率(5)	回答数	比率(5)	回答数	比率(5)		回答数	比率(2)	
1) 自社ウェブサイトの作成	2	14.3%	5	35.7%	7	50.0%	14	7	22.6%	
2) ウェブサイトの外国語化			1	33.3%	2	66.7%	3	2	6.5%	
3) パンフレット、POP等の外国語化			5	71.4%	2	28.6%	7	2	6.5%	
4) SNSによる情報発信	3	12.0%	12	48.0%	10	40.0%	25	8	25.8%	
5) 国内の旅行会社への営業					1	100.0%	1	1	3.2%	
6) 海外の旅行会社への営業					2	100.0%	2	2	6.5%	
7) 外国人向けウェブサイト広告掲載					2	100.0%	2	2	6.5%	
8) 決済環境の整備(カード・スマホ決済)			9	52.9%	8	47.1%	17	7	22.6%	
9) その他	16	28.1%	21	36.8%	20	35.1%	57	13	-	
合計 A	選択肢1から選択肢9まで	21	16.4%	53	41.4%	54	42.2%	128	44	-
	比率(3)	16.4%	-	41.4%	-	42.2%	-	100%	34.4%	-
	選択肢1から選択肢8まで	5	-	32	-	34	-	71	31	-
	比率(4)	7.0%	-	45.1%	-	47.9%	-	100%	43.7%	-
	回答数/社	0.3	-	0.8	-	0.9	-	0.7	1.0	-

※比率(5):各選択肢毎の「グループ回答数/100社計」

③ 選択肢9の「その他」の記述式回答

▶ 同じ内容の回答があるが、集計せずにそのまま転記した

建設業	・ 実施していない	・ なし	・ 業種として関係ない
	・ なし	・ 特にしていない	・ 業種に関係なし
	・ なし	・ 業種的に関係ない	・ していない
	・ 該当しない	・ なし	
製造業	・ 取り込めない	・ ありません	
	・ 特になし		
	・ していません		
	・ なし		
卸売業	・ 取り組んでいない	・ なし	・ 時間がなく取り組めない
	・ 特に行っていません	・ 取り込まない	・ 地獄蒸しの海鮮セットの販売
	・ していない	・ 該当しない	
	・ なし	・ ほぼ旅行者には関係していません	
小売業	・ 特になし	・ なし	・ していない
	・ していない	・ 特に何もしていない	・ していない
	・ なし	・ なし	
	・ 該当しない	・ していない	
飲食・サービス業	・ 特になし	・ 旅行者をターゲットにしていない	・ 特になし
	・ なし	・ 特になし	・ ありません
	・ なし	・ 該当なし	
	・ していない	・ 実施はなし	
医療・福祉	・ なし	・ なし	
	・ マーケティングが範囲外	・ していない	
	・ していない		
	・ していない		
宿泊業	・ していない		
	・ TV番組への出演		

【大分類別】

	イ. 売上高		ロ. 売上単価		ハ. 資金繰り	
	前年同期比	来期見通し	前年同期比	来期見通し	前年同期比	来期見通し
総合	24.0	25.0	36.0	24.0	△ 1.0	4.0
もの造り関連	△ 5.0	0.0	15.0	5.0	△ 5.0	△ 5.0
卸・小売業関連	10.0	10.0	25.0	17.5	△ 7.5	7.5
サービス業関連	52.5	52.5	57.5	40.0	7.5	5.0
	ニ. 借入難度(含手形割引)		ホ. 収益状況(経常利益)		ヘ. 雇用人員(過剰・適正・不足)	
	前年同期比	来期見通し	前年同期比	来期見通し	前年同期比	来期見通し
総合	△ 4.0	△ 4.0	2.0	8.0	△ 35.0	△ 32.0
もの造り関連	0.0	0.0	△ 35.0	△ 10.0	△ 55.0	△ 35.0
卸・小売業関連	△ 2.5	2.5	△ 5.0	△ 2.5	△ 32.5	△ 32.5
サービス業関連	△ 7.5	△ 12.5	27.5	27.5	△ 27.5	△ 30.0
	ト. 自社の業況判断		(分類)			
	前年同期比	来期見通し				
総合	12.0	4.0				
もの造り関連	△ 5.0	△ 15.0				
卸・小売業関連	△ 7.5	△ 7.5				
サービス業関連	40.0	25.0				
もの造り関連			建設業、製造業			
卸・小売業関連			卸売業、小売業			
サービス業関連			飲食・サービス業、医療・福祉業、宿泊業			

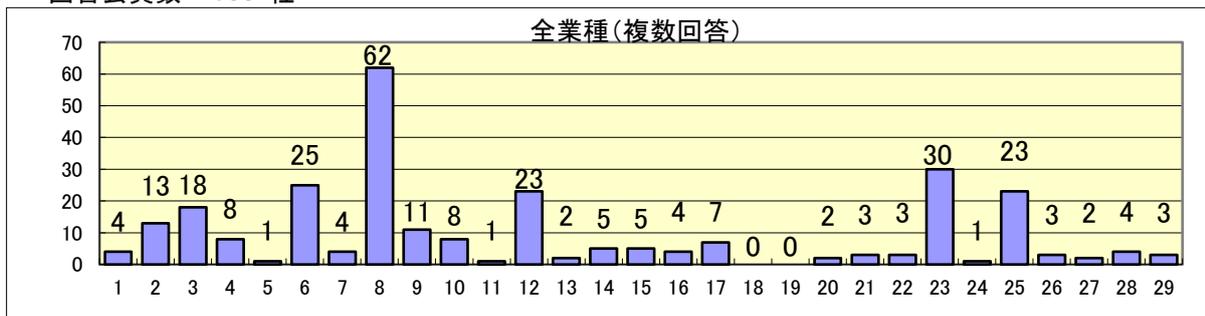
【業種別】

	イ. 売上高		ロ. 売上単価		ハ. 資金繰り	
	前年同期比	来期見通し	前年同期比	来期見通し	前年同期比	来期見通し
総合	24.0	25.0	36.0	24.0	△ 1.0	4.0
建設業	20.0	10.0	30.0	10.0	0.0	△ 10.0
製造業	△ 30.0	△ 10.0	0.0	0.0	△ 10.0	0.0
卸売業	50.0	30.0	50.0	30.0	10.0	20.0
小売業	△ 30.0	△ 10.0	0.0	5.0	△ 25.0	△ 5.0
飲食・サービス業	70.0	60.0	65.0	50.0	15.0	15.0
医療・福祉業	20.0	50.0	30.0	10.0	△ 20.0	△ 10.0
宿泊業	50.0	40.0	70.0	50.0	20.0	0.0
	ニ. 借入難度(含手形割引)		ホ. 収益状況(経常利益)		ヘ. 雇用人員(過剰・適正・不足)	
	前年同期比	来期見通し	前年同期比	来期見通し	前年同期比	来期見通し
総合	△ 4.0	△ 4.0	2.0	8.0	△ 35.0	△ 32.0
建設業	0.0	0.0	△ 40.0	△ 30.0	△ 60.0	△ 40.0
製造業	0.0	0.0	△ 30.0	10.0	△ 50.0	△ 30.0
卸売業	5.0	5.0	20.0	20.0	△ 40.0	△ 40.0
小売業	△ 10.0	0.0	△ 30.0	△ 25.0	△ 25.0	△ 25.0
飲食・サービス業	△ 10.0	△ 20.0	30.0	35.0	△ 25.0	△ 30.0
医療・福祉業	△ 20.0	△ 20.0	10.0	30.0	0.0	0.0
宿泊業	10.0	10.0	40.0	10.0	△ 60.0	△ 60.0
	ト. 自社の業況判断					
	前年同期比	来期見通し				
総合	12.0	4.0				
建設業	0.0	△ 20.0				
製造業	△ 10.0	△ 10.0				
卸売業	20.0	15.0				
小売業	△ 35.0	△ 30.0				
飲食・サービス業	55.0	35.0				
医療・福祉業	0.0	20.0				
宿泊業	50.0	10.0				

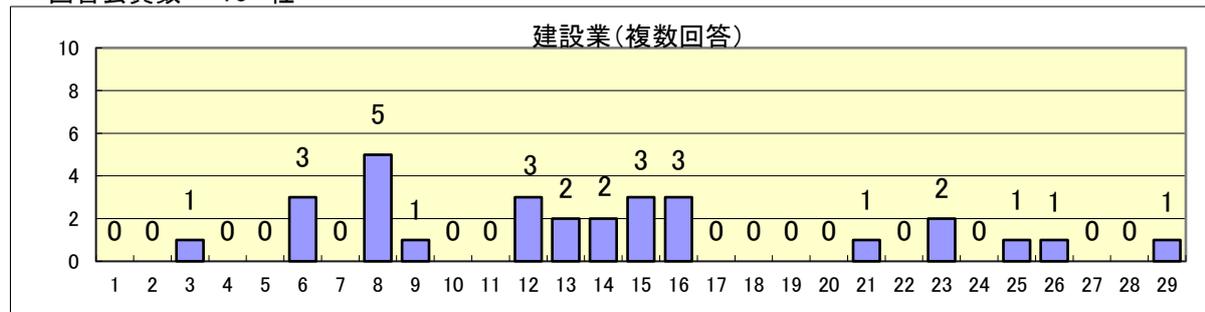
質問2 今期直面している経営上の問題点

- |                             |                   |
|-----------------------------|-------------------|
| 01 大企業・大型店の進出による競争の激化       | 16 下請け業者の確保難      |
| 02 同業者の進出・新規参入業者の増加         | 17 生産設備の不足・老朽化    |
| 03 同業者間による競争の激化             | 18 生産設備の過剰        |
| 04 店舗・倉庫の狭隘・老朽化             | 19 取引条件の悪化(代金回収等) |
| 05 在庫(商品・製品等)の過剰            | 20 金利負担の増加        |
| 06 人件費等の経費の増加               | 21 事業資金の借入難       |
| 07 販売単価(商品・製品等)、受注単価の低下・上昇難 | 22 新規事業の開業について    |
| 08 仕入価格の上昇(商品・原材料等)         | 23 売上が増えない        |
| 09 消費・需要の停滞(民間・官公)          | 24 合理化が進まない       |
| 10 消費者(製品)ニーズの変化への対応        | 25 利益率が上がらない      |
| 11 過剰労働力                    | 26 原材料不足          |
| 12 従業員の不足・確保難               | 27 代金回収条件悪化       |
| 13 熟練技術者の確保                 | 28 資金繰困難          |
| 14 請負単価の低下・上昇難              | 29 その他:具体的に       |
| 15 下請け単価の上昇                 |                   |

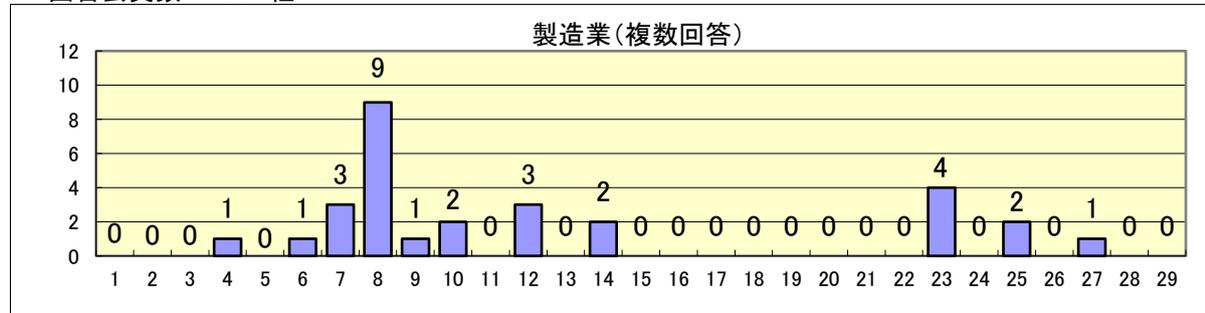
▶ 回答会員数 100 社



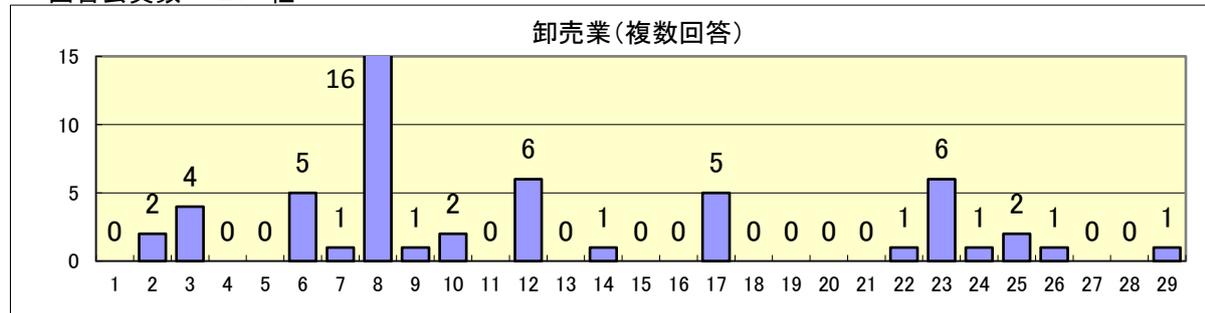
▶ 回答会員数 10 社



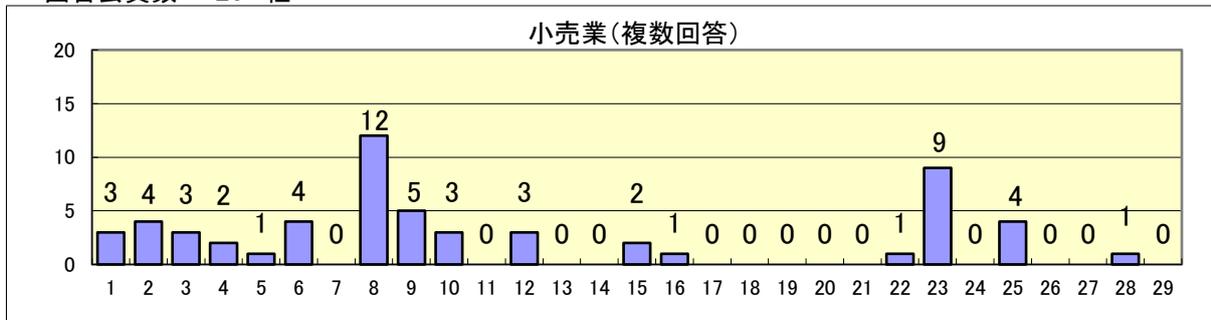
▶ 回答会員数 10 社



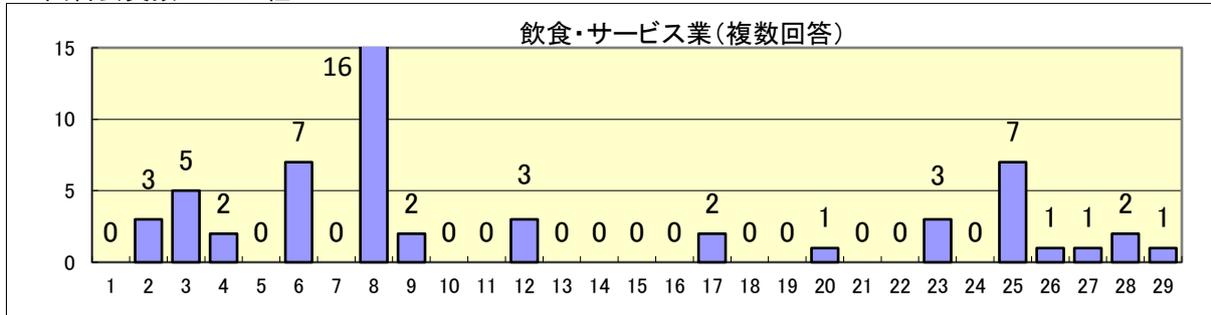
▶ 回答会員数 20 社



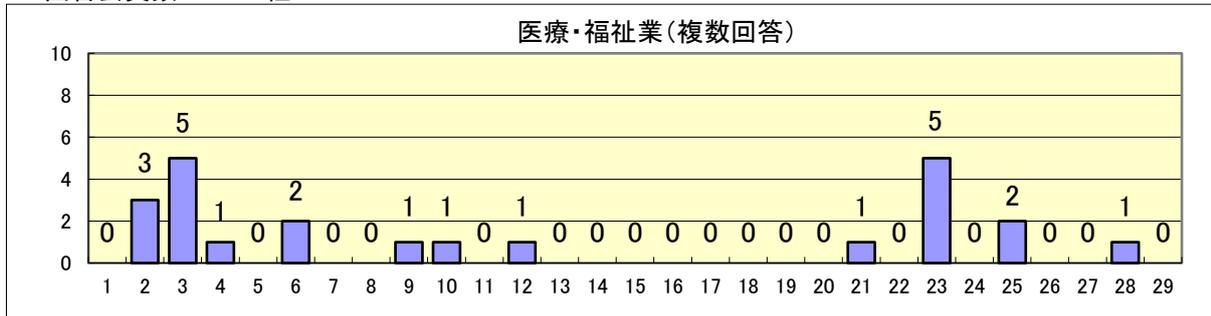
▶ 回答会員数 20 社



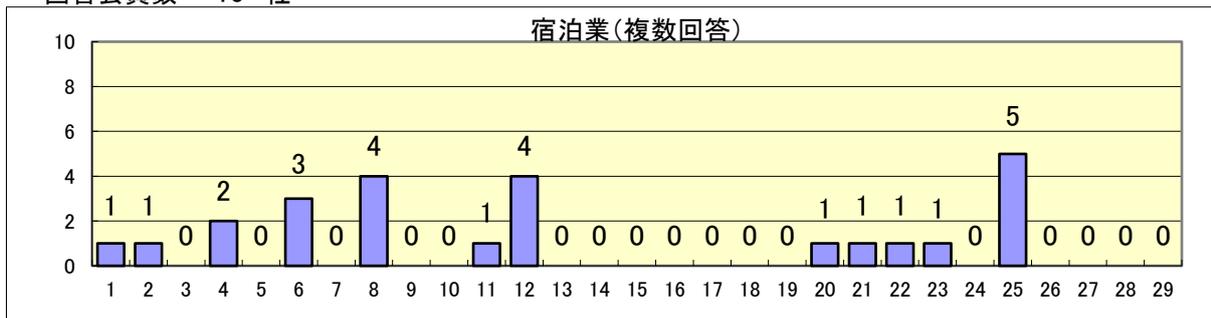
▶ 回答会員数 20 社



▶ 回答会員数 10 社



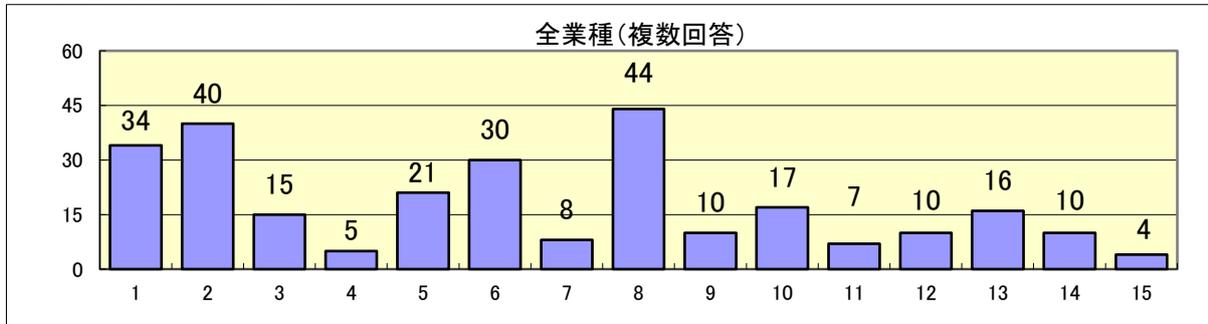
▶ 回答会員数 10 社



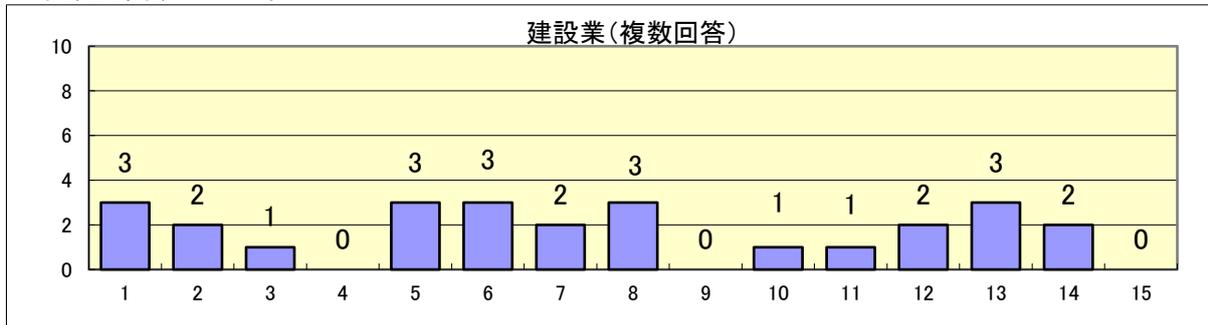
質問3 現在(今後)進めている(いく)経営改善対策

- |                                   |              |
|-----------------------------------|--------------|
| 01 売上高増加(販売高、製品出荷高、完成工事高、請負工事高等)策 | 08 利益率向上策    |
| 02 販売単価上昇策                        | 09 在庫調整策     |
| 03 市場競争力強化策                       | 10 仕入単価圧縮策   |
| 04 適正な生産(販売)設備配置策                 | 11 人材育成策     |
| 05 適正人員確保策(雇用、整理)                 | 12 広告宣伝強化策   |
| 06 経費削減策                          | 13 新商品、新製品開発 |
| 07 資金繰円滑化策(金融)                    | 14 新分野事業展開   |
|                                   | 15 その他:具体的に  |

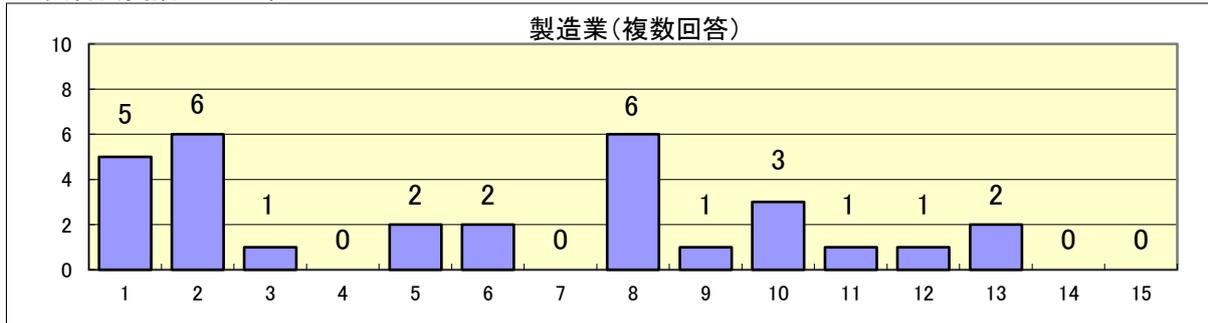
▶ 回答会員数 100 社



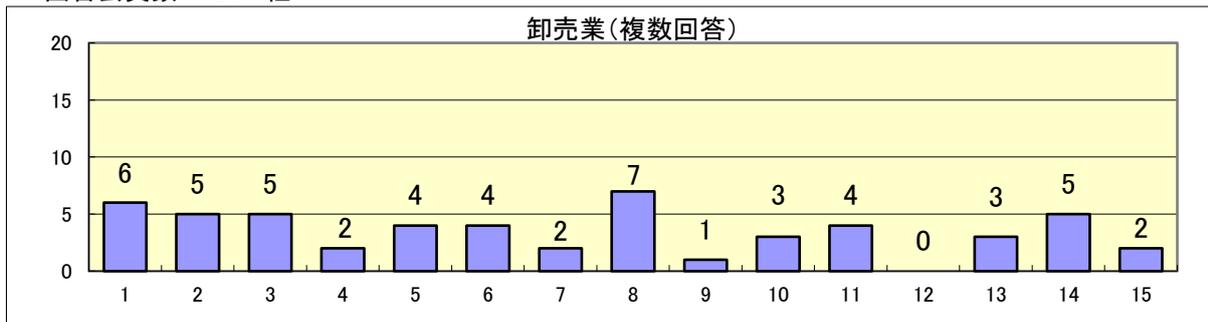
▶ 回答会員数 10 社



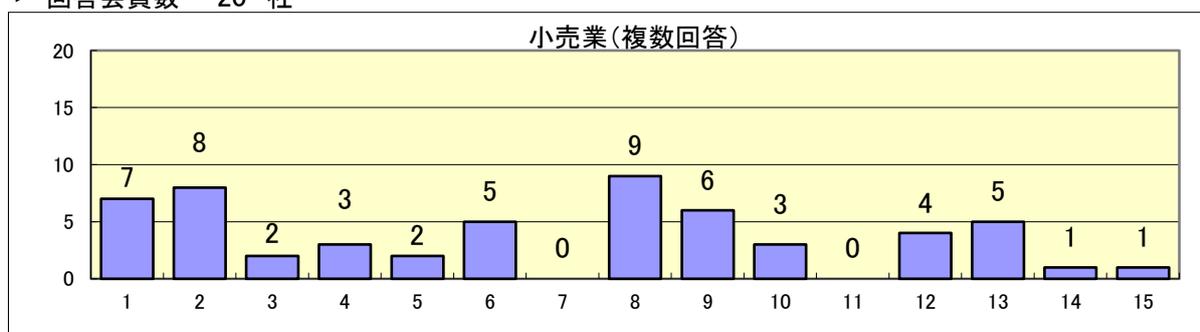
▶ 回答会員数 10 社



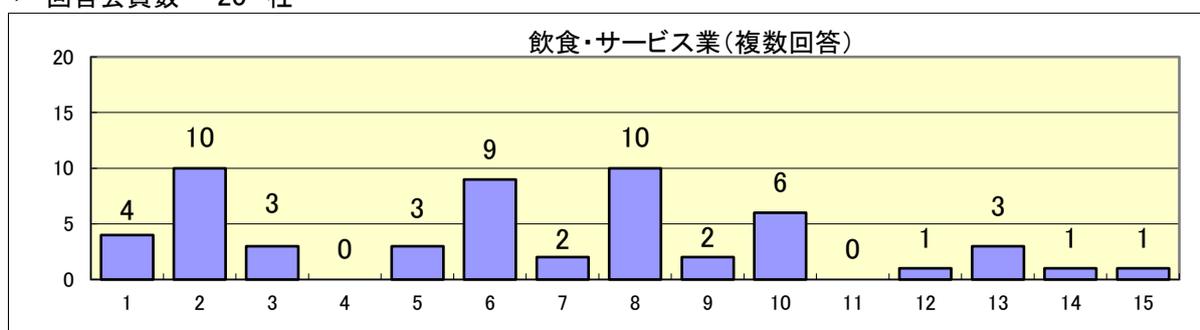
▶ 回答会員数 20 社



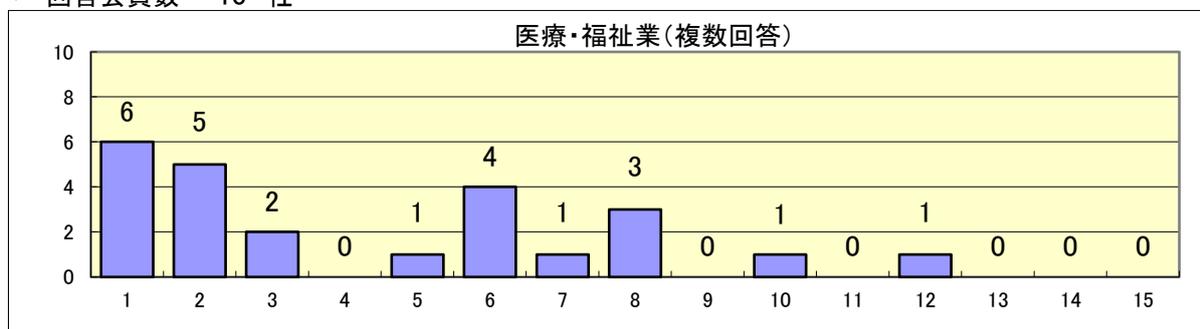
▶ 回答会員数 20 社



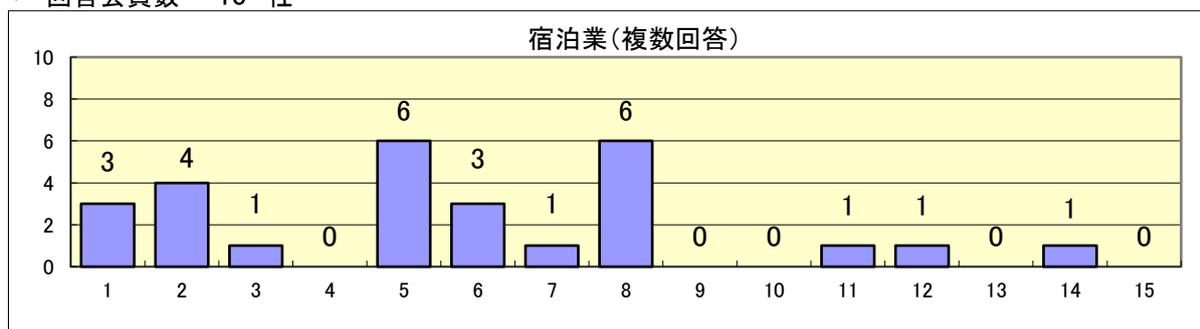
▶ 回答会員数 20 社



▶ 回答会員数 10 社



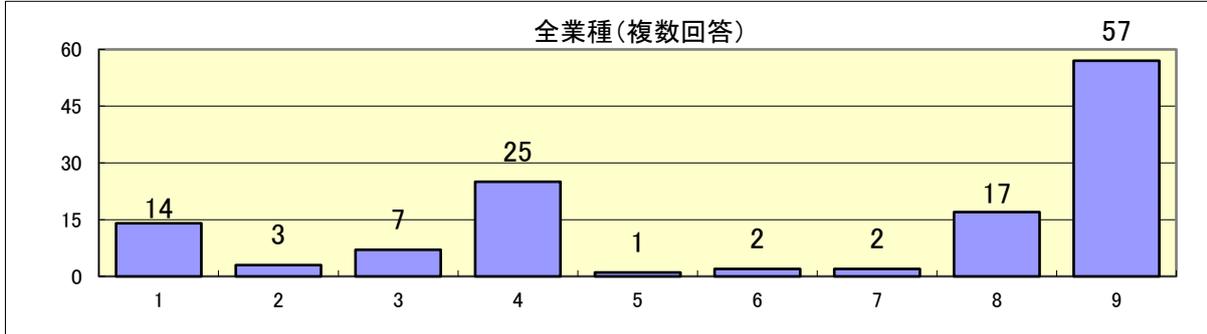
▶ 回答会員数 10 社



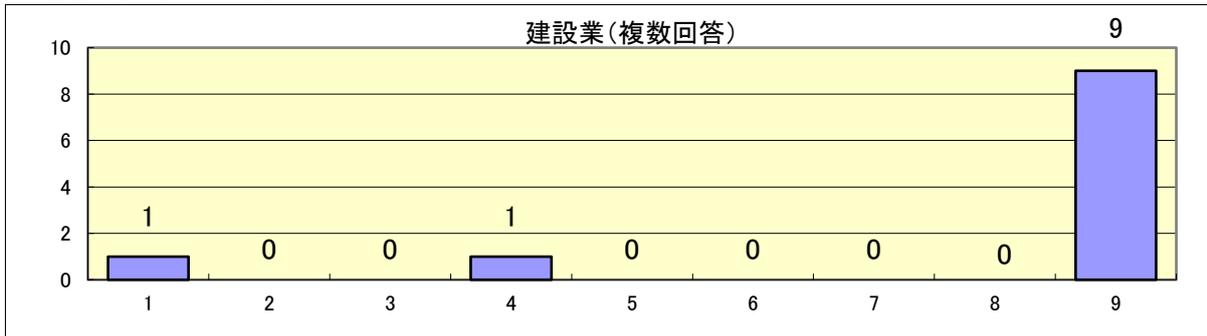
質問4 旅行者を取り込むにあたって実施されていること

- |                     |                         |
|---------------------|-------------------------|
| 01 自社ウェブサイトの作成      | 06 海外の旅行会社への営業          |
| 02 ウェブサイトの外国語化      | 07 外国人向けのウェブサイトへの広告掲載   |
| 03 パンフレット、POP等の外国語化 | 08 決済環境の整備(カード決済・スマホ決済) |
| 04 SNSによる情報発信       | 09 その他                  |
| 05 国内の旅行会社への営業      |                         |

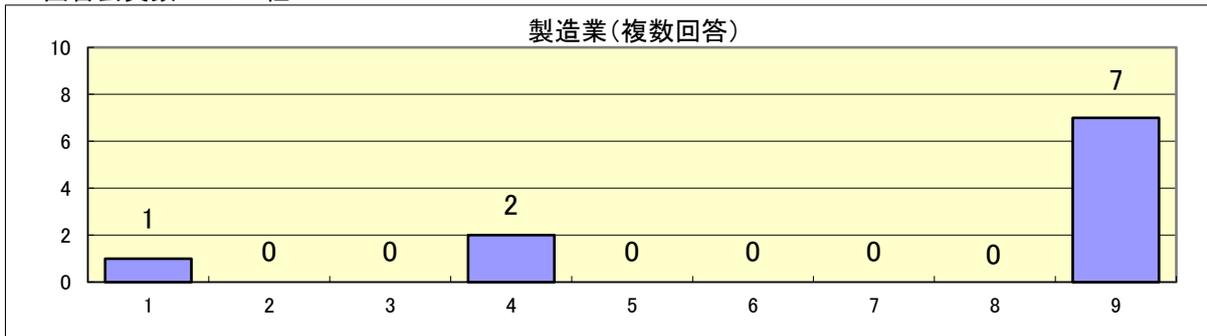
▶ 回答会員数 100 社



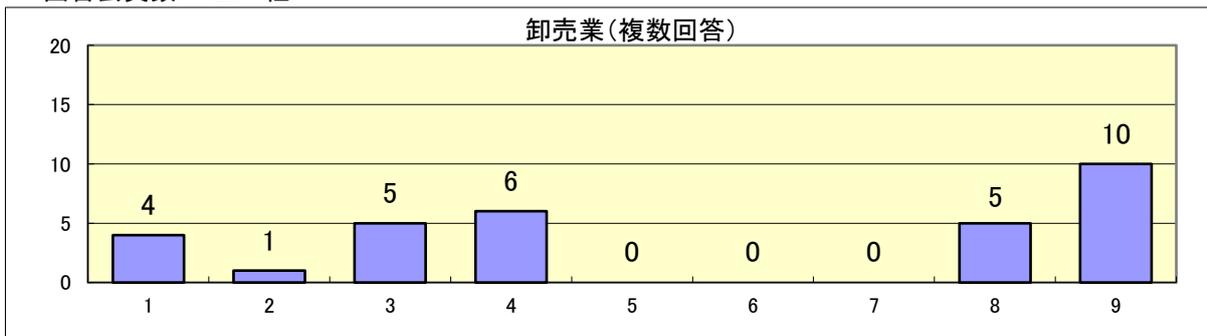
▶ 回答会員数 10 社



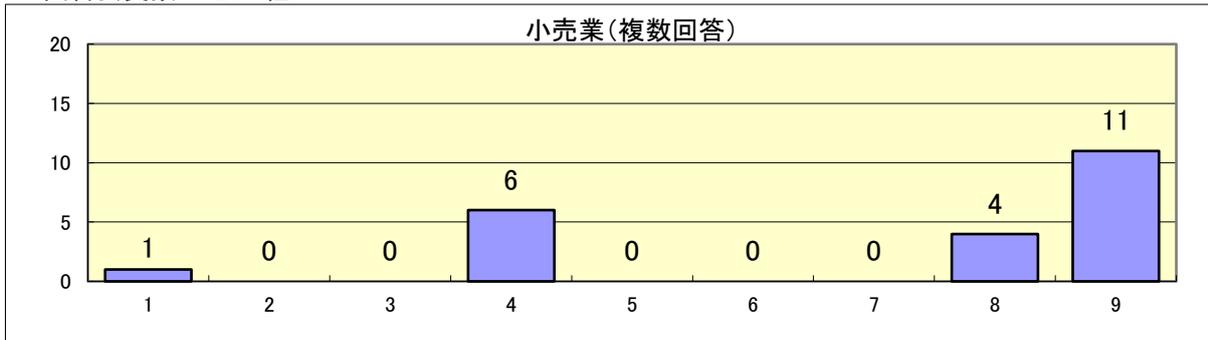
▶ 回答会員数 10 社



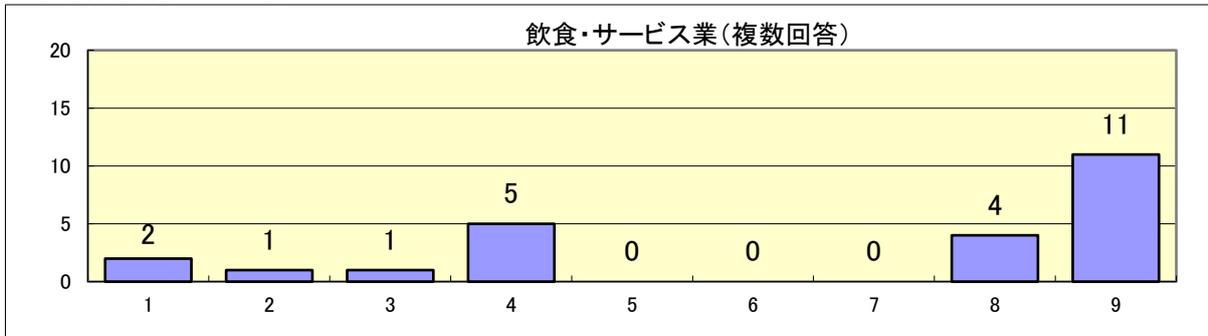
▶ 回答会員数 20 社



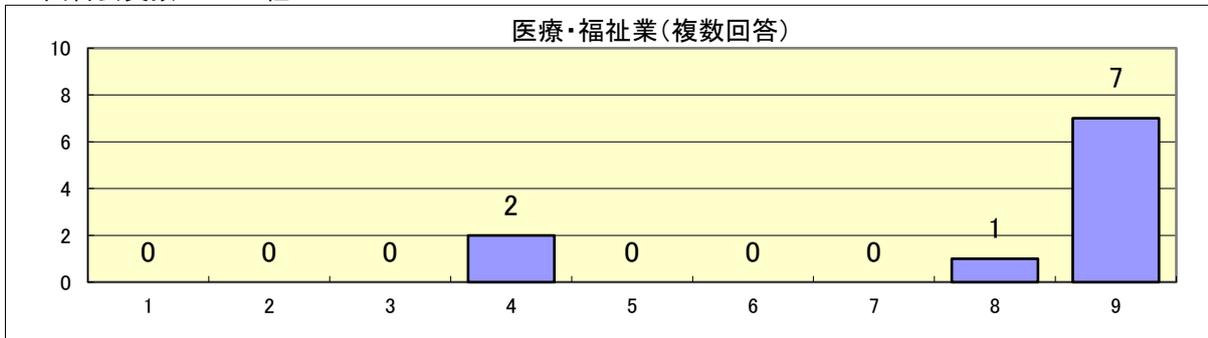
▶ 回答会員数 20 社



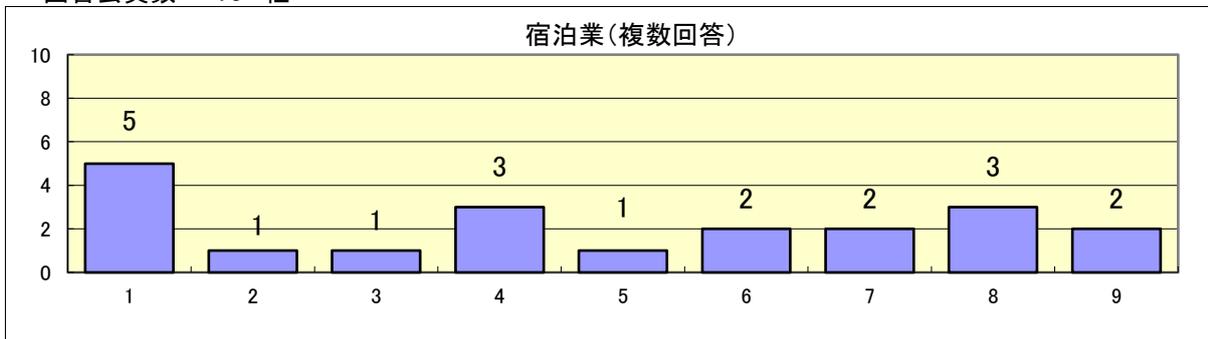
▶ 回答会員数 20 社



▶ 回答会員数 10 社



▶ 回答会員数 10 社





# 別府商工会議所 企業景況調査票

(2024年1月～3月期)

事業所名	<input type="checkbox"/> 法人 <input type="checkbox"/> 個人	住 所		ご担当者名	
業 種	業	従業員数	( )名、内週20h未満( )名	記入日	月 日

＜質問1＞ 前年同期と比較した今期の状況と、今期と比較した来期の見通しについてお尋ねします。該当する番号に○印をお付け下さい。

項 目	2024年1月～3月期の状況					2024年4月～6月期の見通し				
	①前年同期(2023年1月～3月)と比べて					②今期と比べた来期の見通し				
イ. 売上高 (建設業は完成・請負工事高)	1.増加	2.やや増加	3.不変	4.やや減少	5.減少	1.好転	2.やや好転	3.不変	4.やや悪化	5.悪化
ロ. 売上単価 (商品・加工・受注単価等)	1.上昇	2.やや上昇	3.不変	4.やや低下	5.低下	1.上昇	2.やや上昇	3.不変	4.やや低下	5.低下
ハ. 資金繰り	1.好転	2.やや好転	3.不変	4.やや悪化	5.悪化	1.好転	2.やや好転	3.不変	4.やや悪化	5.悪化
ニ. 借入難度(手形割引含む)	1.容易	2.やや容易	3.不変	4.やや困難	5.困難	1.容易	2.やや容易	3.不変	4.やや困難	5.困難
ホ. 収益状況(経常利益)	1.好転	2.やや好転	3.不変	4.やや悪化	5.悪化	1.好転	2.やや好転	3.不変	4.やや悪化	5.悪化
ヘ. 雇用人員(人手)	1.過剰	2.やや過剰	3.適正	4.やや不足	5.不足	1.過剰	2.やや過剰	3.適正	4.やや不足	5.不足
ト. 貴社の業況判断	1.上昇	2.やや上昇	3.不変	4.やや低下	5.低下	1.上昇	2.やや上昇	3.不変	4.やや低下	5.低下

＜質問2＞ 今期直面している経営上の問題点について、重要度の高い順に該当する番号を回答欄へご記入下さい。

01 大企業・大型店の進出による競争の激化 02 同業者の進出・新規参入業者の増加 03 同業者間による競争の激化 04 店舗・倉庫の狭隘・老朽化 05 在庫(商品・製品等)の過剰 06 人件費等の経費の増加 07 販売単価(商品・製品等)、受注単価の低下・上昇難 08 仕入価格の上昇(商品・原材料等) 09 消費・需要の停滞(民間・官公) 10 消費者(製品)ニーズの変化への対応 11 過剰労働力 12 従業員の不足・確保難 13 熟練技術者の確保 14 請負単価の低下・上昇難 15 下請け単価の上昇	16 下請け業者の確保難 17 生産設備の不足・老朽化 18 生産設備の過剰 19 取引条件の悪化(代金回収等) 20 金利負担の増加 21 事業資金の借入難 22 新規事業の開業について 23 売上が増えない 24 合理化が進まない 25 利益率が上がらない 26 原材料不足 27 代金回収条件悪化 28 資金繰り困難 29 その他:具体的に ( )	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><th colspan="2">回答欄</th></tr> <tr><td style="text-align: center;">1位</td><td style="width: 50px;"></td></tr> <tr><td style="text-align: center;">2位</td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: center;">3位</td><td></td></tr> </table>	回答欄		1位		2位		3位	
回答欄										
1位										
2位										
3位										

＜質問3＞ 貴社が現在(今後)進めている(いく)経営改善対策について、重要なものから順に該当する番号を回答欄にご記入下さい。

01 売上高増加(販売高、製品出荷高、完成工事高、請負工事高等)策 02 販売単価上昇策 03 市場競争力強化策 04 適正な生産(販売)設備配置策 05 適正人員確保策(雇用、整理) 06 経費削減策 07 資金繰り円滑化策(金融) 08 利益率向上策	09 在庫調整策 10 仕入単価圧縮策 11 人材育成策 12 広告宣伝強化策 13 新商品、新製品開発 14 新分野事業展開 15 その他:具体的に ( )	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><th colspan="2">回答欄</th></tr> <tr><td style="text-align: center;">1位</td><td style="width: 50px;"></td></tr> <tr><td style="text-align: center;">2位</td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: center;">3位</td><td></td></tr> </table>	回答欄		1位		2位		3位	
回答欄										
1位										
2位										
3位										

＜質問4＞ 旅行者を取り込むにあたって、実施されていることはどのようなものですか(複数回答可)

1. 自社ウェブサイトの作成 2. ウェブサイトの外国語化 3. パンフレット、POP等の外国語化 4. SNSによる情報発信 5. 国内の旅行会社への営業	6. 海外の旅行会社への営業 7. 外国人向けのウェブサイトへの広告掲載 8. 決済環境の整備(カード決済・スマホ決済) 9. その他 ( )
--	---

ご協力ありがとうございました。