

# 企業景況調査報告書

(2024年4月～6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 (コスト上昇分の価格や料金への転嫁の状況)	.....	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

# 別府商工会議所景況調査報告書( 2024 年 4 月～ 6 月)

## 調査対象企業

別府市内の商工会議所会員企業		75 社	
建設業	11 社	製造業	11 社
卸小売業	20 社	飲食業	13 社
		宿泊・サービス業	20 社

## 調査方法

商工会議所会員事業所 75 社に調査票を発送。

## 調査時期

2024 年 7 月 1 日から約4週間(回答期限・2024年7月26日)

## 回収状況

75 社(回収率 100 %)

### 【内訳】

業種	建設業	11 社	製造業	11 社	卸小売業	20 社
	飲食業	13 社	宿泊・サービス業	20 社		
形態(1)	個人企業	40 社	株式会社	9 社	有限会社	22 社
(全社)	他の会社	4 社	他の法人	0 社	無回答	0 社
形態(2)		建設業	製造業	卸小売業	宿泊・サービス業	飲食業
(業種別)	個人企業	2 社	5 社	9 社	14 社	10 社
	株式会社	5 社	1 社	1 社	1 社	1 社
	有限会社	4 社	4 社	9 社	4 社	1 社
	その他	0 社	1 社	1 社	1 社	1 社
	合計	11 社	11 社	20 社	20 社	13 社
従業員数(1)	1～4人	39 社	5～9人	11 社	10～29人	7 社
	30～49人	0 社	50～99人	0 社	100人以上	0 社
	無回答	18 社				
従業員数(2)	建設業	38%	25%	製造業	57%	43%
(※)	飲食業	100%	0%	宿泊・サービス業	73%	13%
				合計	68%	19%

※従業員数が「1～4人」(左欄)と「5～9人」(右欄)の回答割合を示す(小数点1位以下は四捨五入)

## 調査結果概要

前回( 2024 年 1 月～ 3 月期)の調査に続き、 2024 年 4 月～ 6 月期の別府市の景況について、各事業所のご協力を得て調査を行った。今回で43回目の調査である。

今回の調査では調査件数と対象業種を見直した。調査件数を100社から75社へ削減した。対象業種は卸売業と小売業を統合し卸小売業に、またサービス業関連業種を飲食業と宿泊・サービス業とに再編成した。その結果7業種から5業種へ調査業種が絞り込まれた。なお、もの造り関連、卸小売業関連、サービス業関連の大部類区分に変更はない。

今回調査では質問4で[コスト上昇分の価格転嫁の状況]について訊ねた。価格転嫁できた割合を「一割程度」から「その他」を加えて選択肢が8つあった。全体では「一割程度の転嫁」の回答率が32%と最も高かった。なお「わからない」(19%)と「その他」(27%)は「転嫁割合はゼロに等しい」という見方もできることから、「コスト上昇分を価格転嫁できた割合が一割以下」と考えられるのは78%にも達している。大分類でみると「転嫁割合一割以下」の割合はもの造り関連で68%、卸小売業関連で70%、サービス業関連で87%となっている。サービス業関連での価格転嫁割合が極めて低くなっている。総じてコスト上昇分の販売価格への転嫁が中々進んでいない実態が浮かび上がってくる。

売上高等諸指標のDI値を確認してみよう。なお調査件数が11社や13社となっている業種もあり百分率で四捨五入処理をしていることに留意が必要である。売上高DI値はここ数回の調査では全体で20以上の値を示していたが今回は8.0と大きく低下し来期見通しも4.0と更に低下する予想である。売上単価や資金繰り等のDI値でも過去の推移とは異なる動きが見られ始めた。経営者の景気回復への期待値が急速に萎んできたのではないかと推察する。

※DI値＝売上・採算・業況などの各項目についての、判断の状況を表します。ゼロを基準として、プラスの値で景気の上向き傾向を表す回答の割合が多いことを示し、マイナスの値で景気の下向き傾向を表す回答の割合が多いことを示します。したがって、売上高などの実数値の上昇率を示すものではなく、強気・弱気などの景気感の相対的な広がりの意味するものです。

DI＝(増加・好転などの回答割合)－(減少・悪化などの回答割合)  
 ・業況・採算:(好転)－(悪化)                      ・売上:(増加)－(減少)

質問1 前年同期と今期( 4 月～ 6 月)の経営上の状況比較、及び来期( 7 月～ 9 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

総合のDI値は8.0であった。前回は24.0であったので16ポイントも悪化した。来期見通しは4.0を予想しており、今期実績より更に悪化すると予想している。前回での来期見通しは25.0と調査結果(24.0)とほぼ同値であった。このようなDI値の動きをみる限り、会員企業の経営者は売上高に関し悲観的な見通しを持ち始めたと言えそうだ。

大分類で今回調査と前回調査とを比較してみよう。もの造り関連は今回△4.5に対し前回は△5.0、卸小売業関連では10.0に対し10.0と同値であった。一方、サービス業関連では18.2に対し52.5と今回調査では34.3ポイントも悪化している。飲食業や宿泊・サービス業の業種では売上高UPに対する期待値が急速に萎んできたようだ。

ロ. 売上単価

売上高DI値まではいかないまでも、本指標でも前回より後退傾向にあることが伺いしれる。総合の今回は21.3で前回の36.0より14.7ポイント悪化した。来期見通しは13.3と更に8ポイント悪くなると予想している。救いとしては二桁の水準を維持しているということになるであろうか。

大分類ではもの造りが前回(15.0)から12.3ポイントUPの27.3と大きく好転した。来期見通しも今期と同値であり売上単価引上げの努力が実を結んでいるようだ。ここでもサービス業関連の窮境が浮かび上がる。今回は45.5で前回(57.5)より12.0ポイントの悪化となった。売上単価UPの地道な努力の積み重ねが必要と指摘しておきたい。

ハ. 資金繰り

総合では前回(△1.0)から5.7ポイント悪化の△6.7の実績となった。前回では7.5とプラスであったサービス業関連が今回は△6.1とマイナスに転じてしまった。業種別では前回の7業種中3業種でプラスであったところ、今回は5業種の全てがマイナスとなっている。最も良いのが飲食業の△5.0、最も悪いのが卸小売業の△10.0と業種間で大きな差異はないものの、全業種でマイナスになったことは看過できない事実であろう。

ニ. 借入難度

本指標には明るい兆しがある。総合はプラス値の1.3と前回(△4.0)より5.3ポイント改善した。大分類でももの造り関連が4.5と前回(0.0)より4.5ポイント改善、卸小売業関連は0.0と前回(△2.5)より2.5ポイント改善した。一方でサービス業関連は△9.1とマイナスであると同時に前回(△7.5)より僅かではあるものの1.6ポイント悪化したことが気がかりである。

ホ. 収益状況(経常利益)

もの造り関連が前回(△35.0)から△13.6に、サービス業関連が前回(27.5)から30.3へと改善されている一方で卸小売業関連が前回(△5.0)から10ポイント悪化し△15.0となった。その結果、総合では前回の2.0から4.7ポイント悪化の△2.7とマイナスとなってしまった。来期見通しでは3つの大分類全てで悪化を予想しており、総合では△9.3と今期より6.6ポイント悪化すると経営者は考えている。

ヘ. 雇用人員

プラス要因を探すことが困難なほど本指標のDI値は最悪の状況が継続している。改善点を探すとなればもの造り関連が今回△36.4と前回(△55.0)より18.6ポイント良くなったことしか上げることができない。

ト. 自社の業況判断

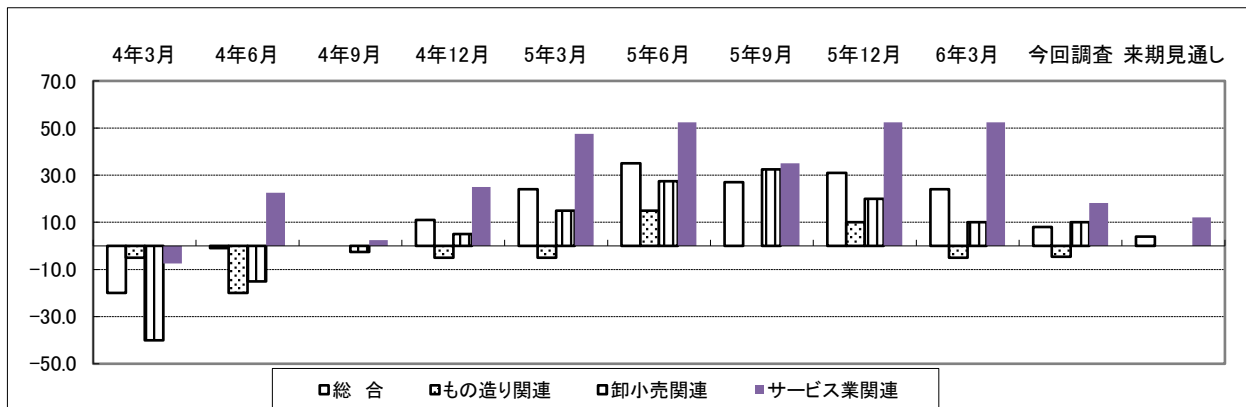
サービス業関連が18.2とプラスであった。構成する2つの業種、飲食業(20.0)と宿泊・サービス業(15.4)は共にプラスである。しかし前回(40.0)と比較すると21.8ポイントも悪化しており、手放しに喜べる状況ではない。総合と3つの大分類全てで来期見通しが今期よりも悪くなると予想していることも指摘しておきたい。

【ワンポイント・レビュー：DI値の推移】

注1. 令和6年4月～6月の調査から対象業種が7業種(100社)から5業種(75社)へ減少している。以下に同じ。  
 注2. 調査対象社数が11社や13社の業種もある。四捨五入処理の為に合計が各欄の計と一致しないことがある。

イ. 売上高

令和4年12月の調査以降、総合のDI値は二桁のプラスを示してきたが今回調査では8.0と一桁へ転落し、来期見通しも4.0と更に悪化すると予想しており油断ならない状況になりつつある。

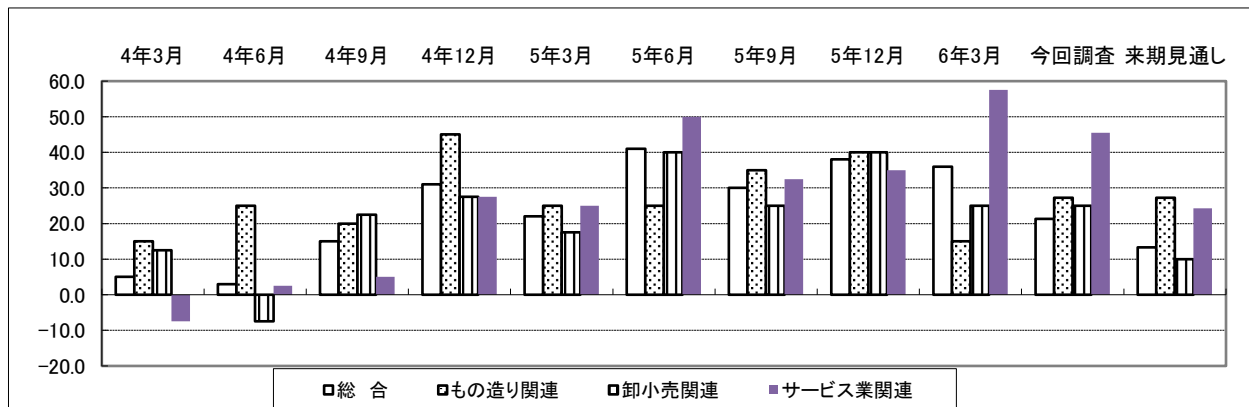


《時系列実績・見通し》

	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	6年3月	今回調査	来期見通し	今回調査比
総合	△ 20.0	△ 1.0	0.0	11.0	24.0	35.0	27.0	31.0	24.0	8.0	4.0	△ 4.0
もの造り	△ 5.0	△ 20.0	0.0	△ 5.0	△ 5.0	15.0	0.0	10.0	△ 5.0	△ 4.5	0.0	4.5
卸小売業	△ 40.0	△ 15.0	△ 2.5	5.0	15.0	27.5	32.5	20.0	10.0	10.0	0.0	△ 10.0
サービス業	△ 7.5	22.5	2.5	25.0	47.5	52.5	35.0	52.5	52.5	18.2	12.1	△ 6.1

ロ. 売上単価

大きなプラス値を維持できているものの、今期実績や来期見通しのDI値予想から緩やかではあるがやや悪化していく可能性が高まっているのではないかと危惧される。

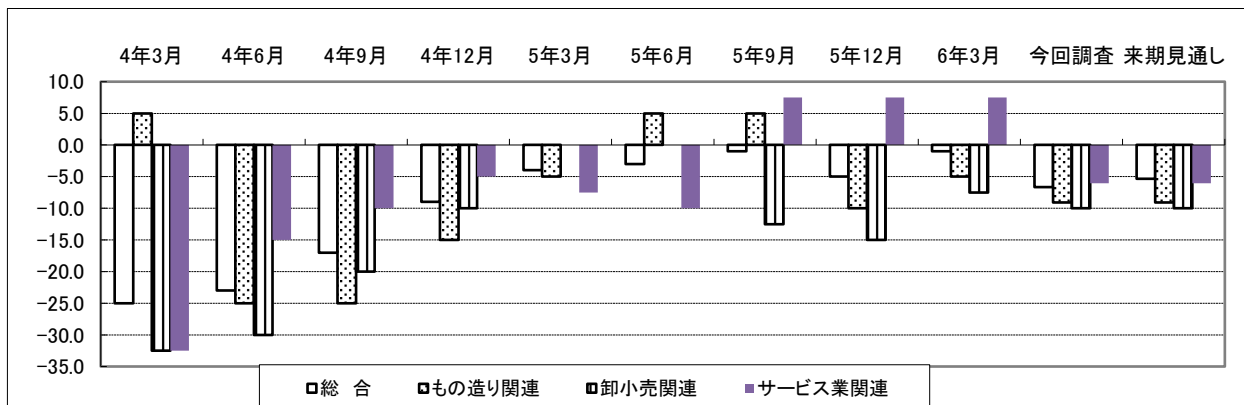


《時系列実績・見通し》

	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	6年3月	今回調査	来期見通し	今回調査比
総合	5.0	3.0	15.0	31.0	22.0	41.0	30.0	38.0	36.0	21.3	13.3	△ 8.0
もの造り	15.0	25.0	20.0	45.0	25.0	25.0	35.0	40.0	15.0	27.3	27.3	0.0
卸小売業	12.5	△ 7.5	22.5	27.5	17.5	40.0	25.0	40.0	25.0	25.0	10.0	△ 15.0
サービス業	△ 7.5	2.5	5.0	27.5	25.0	50.0	32.5	35.0	57.5	45.5	24.2	△ 21.2

## ハ. 資金繰り

過去3回の調査でプラスであったサービス業関連が今回調査ではマイナスに転じてしまった。来期は今期実績とほぼ同じ水準を予想している。

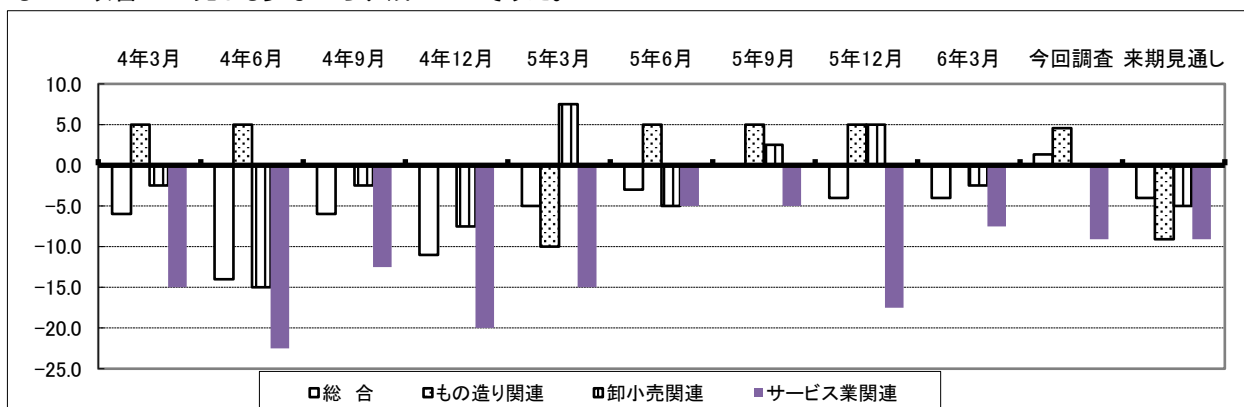


《時系列実績・見通し》

	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	6年3月	今回調査	来期見通し	今回調査比
総合	△ 25.0	△ 23.0	△ 17.0	△ 9.0	△ 4.0	△ 3.0	△ 1.0	△ 5.0	△ 1.0	△ 6.7	△ 5.3	1.3
もの造り	5.0	△ 25.0	△ 25.0	△ 15.0	△ 5.0	5.0	5.0	△ 10.0	△ 5.0	△ 9.1	△ 9.1	0.0
卸小売業	△ 32.5	△ 30.0	△ 20.0	△ 10.0	0.0	0.0	△ 12.5	△ 15.0	△ 7.5	△ 10.0	△ 10.0	0.0
サービス業	△ 32.5	△ 15.0	△ 10.0	△ 5.0	△ 7.5	△ 10.0	7.5	7.5	7.5	△ 6.1	△ 6.1	0.0

## 二. 借入難度

業種別では大きなマイナスDI値を示してきたサービス業関連が、悪いながらもDI値0に向けて停滞気味ではあるものの改善への兆しも少なからず残っていそうだ。

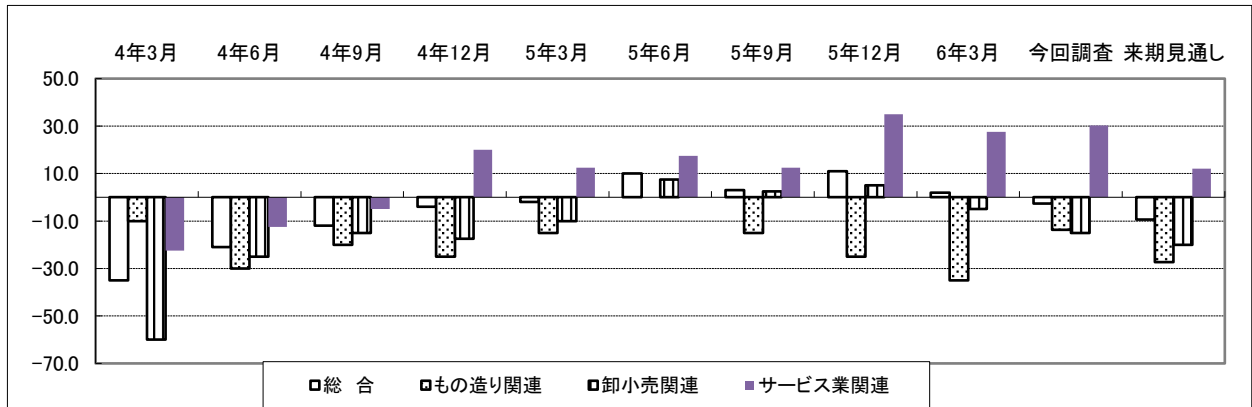


《時系列実績・見通し》

	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	6年3月	今回調査	来期見通し	今回調査比
総合	△ 6.0	△ 14.0	△ 6.0	△ 11.0	△ 5.0	△ 3.0	0.0	△ 4.0	△ 4.0	1.3	△ 4.0	△ 5.3
もの造り	5.0	5.0	0.0	0.0	△ 10.0	5.0	5.0	5.0	0.0	4.5	△ 9.1	△ 13.6
卸小売業	△ 2.5	△ 15.0	△ 2.5	△ 7.5	7.5	△ 5.0	2.5	5.0	△ 2.5	0.0	△ 5.0	△ 5.0
サービス業	△ 15.0	△ 22.5	△ 12.5	△ 20.0	△ 15.0	△ 5.0	△ 5.0	△ 17.5	△ 7.5	△ 9.1	△ 9.1	0.0

ホ. 収益状況

総合が4回連続で僅かであったプラス値から今回はマイナスに転じてしまった。その主たる要因を卸小売業関連の悪化に見出すことができそうだ。

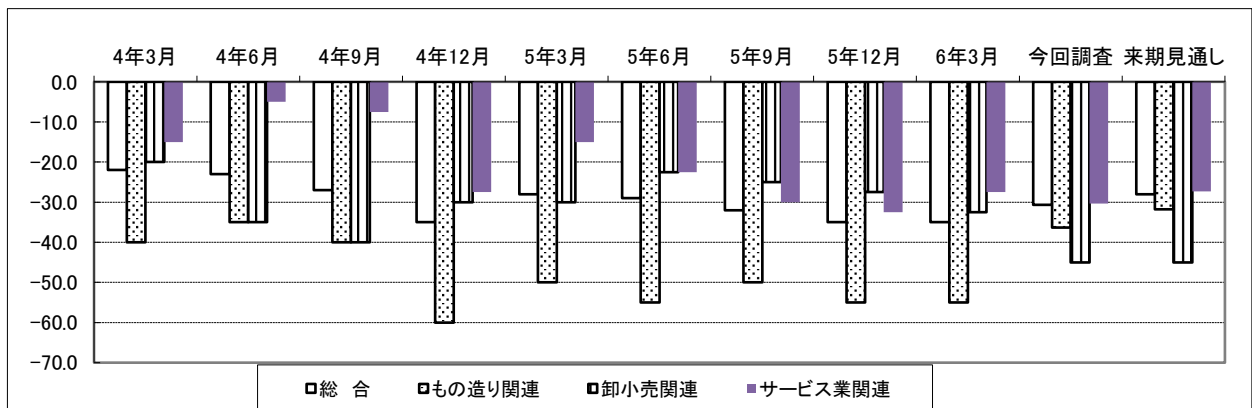


《時系列実績・見通し》

	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	6年3月	今回調査	来期見通し	今回調査比
総合	△ 35.0	△ 21.0	△ 12.0	△ 4.0	△ 2.0	10.0	3.0	11.0	2.0	△ 2.7	△ 9.3	△ 6.7
もの造り	△ 10.0	△ 30.0	△ 20.0	△ 25.0	△ 15.0	0.0	△ 15.0	△ 25.0	△ 35.0	△ 13.6	△ 27.3	△ 13.6
卸小売業	△ 60.0	△ 25.0	△ 15.0	△ 17.5	△ 10.0	7.5	2.5	5.0	△ 5.0	△ 15.0	△ 20.0	△ 5.0
サービス業	△ 22.5	△ 12.5	△ 5.0	20.0	12.5	17.5	12.5	35.0	27.5	30.3	12.1	△ 18.2

ヘ. 雇用人員

令和4年6月と9月の調査では一桁のマイナスであったサービス業関連もここ数回の調査では△30を中心とした値に終始しており、雇用人員がタイトである状況から緩和へ反転する要素を見出すことはとても困難である。

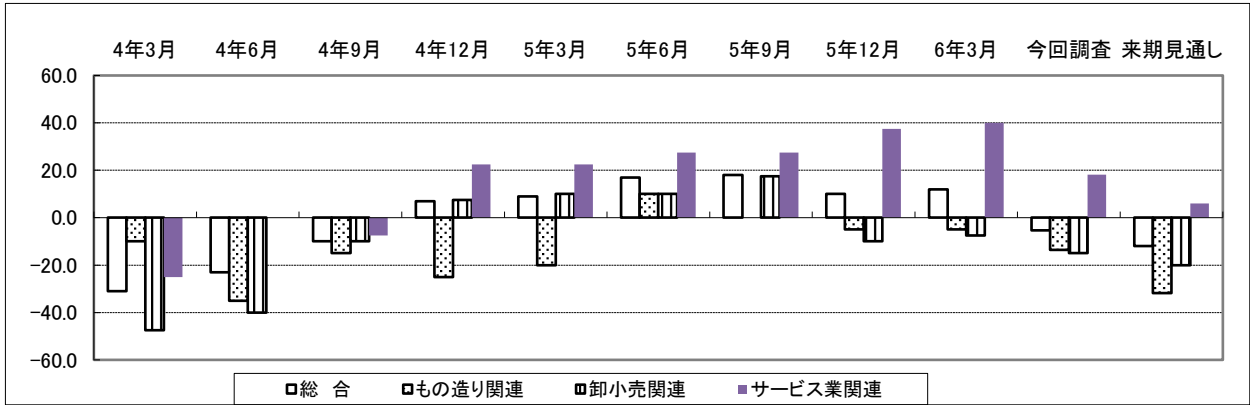


《時系列実績・見通し》

	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	6年3月	今回調査	来期見通し	今回調査比
総合	△ 22.0	△ 23.0	△ 27.0	△ 35.0	△ 28.0	△ 29.0	△ 32.0	△ 35.0	△ 35.0	△ 30.7	△ 28.0	2.7
もの造り	△ 40.0	△ 35.0	△ 40.0	△ 60.0	△ 50.0	△ 55.0	△ 50.0	△ 55.0	△ 55.0	△ 36.4	△ 31.8	4.5
卸小売業	△ 20.0	△ 35.0	△ 40.0	△ 30.0	△ 30.0	△ 22.5	△ 25.0	△ 27.5	△ 32.5	△ 45.0	△ 45.0	0.0
サービス業	△ 15.0	△ 5.0	△ 7.5	△ 27.5	△ 15.0	△ 22.5	△ 30.0	△ 32.5	△ 27.5	△ 30.3	△ 27.3	3.0

ト. 自社の業況判断

令和4年12月以降プラスを維持してきた総合も今回調査では大きく悪化しマイナスになってしまった。またサービス関連も大きく値を落としておりこの傾向は来期も続く可能性が高いと予想している。



《時系列実績・見通し》

	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	6年3月	今回調査	来期見通し	今回調査比
総合	△ 31.0	△ 23.0	△ 10.0	7.0	9.0	17.0	18.0	10.0	12.0	△ 5.3	△ 12.0	△ 6.7
もの造り	△ 10.0	△ 35.0	△ 15.0	△ 25.0	△ 20.0	10.0	0.0	△ 5.0	△ 5.0	△ 13.6	△ 31.8	△ 18.2
卸小売業	△ 47.5	△ 40.0	△ 10.0	7.5	10.0	10.0	17.5	△ 10.0	△ 7.5	△ 15.0	△ 20.0	△ 5.0
サービス業	△ 25.0	0.0	△ 7.5	22.5	22.5	27.5	27.5	37.5	40.0	18.2	6.1	△ 12.1

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)※( )内は回答企業の割合

今回調査から調査社数が100社から75社となった。過去実績と比較する為に下表の括弧内の数字を回答社数から回答率に変更した。総合第1位は前回と同様に「仕入価格の上昇」で回答率は59%であった。前回(62%)より3%のダウンとなった。「仕入価格の上昇」は業種別で建設業を除く4業種で第1位となった。飲食業85%、卸小売業70%、製造業64%といずれも高率となっていることに注目したい。なお建設業では第2位で36%であった。

総合第2位は前回と同じく「売上が増えない」(28%)で前回(30%)より2%低下した。この「売上が増えない」が第3位以上になっている業種は、製造業で第2位(36%)、卸小売業で第3位(25%)、飲食業の第2位(31%)、宿泊・サービス業の第2位(30%)の4業種ある。建設業は第3位以内にはなく、回答率も18%と他の4業種より問題度は低いと経営者は判断しているようだ。

総合第3位は「従業員の不足・確保難」で回答率は25%であった。前回調査では「人件費等の経費の増加」が第3位で25%の回答率であった。なお「人件費等・・」とあることから、従業員に関連する事項が経営問題として認識されていることに相違はないと考えてよさそうだ。5業種のうち製造業では上位3位までに従業員に係る問題点が上がっておらず、第3位には「生産整備の不足・老朽化」(27%)がランクインしていることに注目したい。

[上位項目]※( )は回答率(%)で小数点以下は四捨五入

分類	1位	2位	3位
総合 回答 75 社	仕入価格の上昇 (59)	売上が増えない (28)	従業員の不足・確保難 (25)
建設業 回答 11 社	従業員の不足・確保難 (45)	仕入価格の上昇 (36) 下請け単価の上昇 (36)	人件費等の経費の増加 (27)
製造業 回答 11 社	仕入価格の上昇 (64)	売上が増えない (36)	生産設備の不足・老朽化 (27)
卸小売業 回答 20 社	仕入価格の上昇 (70)	従業員の不足・確保難 (30)	人件費等の経費の増加 (25) 消費・需要の停滞 (25) 売上が増えない (25)
飲食業 回答 13 社	仕入価格の上昇 (85)	消費・需要の停滞 (31) 従業員の不足・確保難 (31) 売上が増えない (31)	人件費等の経費の増加 (23)
宿泊・サービス業 回答 20 社	仕入価格の上昇 (40)	売上が増えない (30)	従業員の不足・確保難 (20)

[参考:回答欄29番「その他:具体的に」の自由意見]

<飲食業>

- ・ タクシー不足

<宿泊・サービス業>

- ・ なし
- ・ 整体養生校の事業難



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)※( )内は回答企業の割合

前回調査から風向きが転向しつつあるというのが今回の調査結果に表れている。総合の上位3位に上がった対策を列記してみよう。今回調査の第1位は「販売単価上昇策」と「経費削減策」の2つあり回答率は32%であった。第2位は「適正人員確保策」で回答率27%、第3位は「売上高増加策」で同23%となった。

次に前回調査の結果をリストアップしてみよう。第1位は「利益向上策」で44%、第2位は「販売単価上昇策」で40%、第3位は「売上高増加策」で34%であった。第1位の回答率は今回は32%で前回の44%と12%もの乖離が発生している。これは「改善対策に該当する策が回答の選択肢にない」可能性もありそうだが、「改善対策を打つ必要性が低下してきた」と考えたのであれば経営環境は良い方向に向かっていると見えよう。しかし「改善対策を打っても効果が期待できない」という思いもあるとすれば、経営者は暗中模索の中で経営に苦悩している姿が浮かんでくる。今回と前回の回答率差異は第2位では13%、第3位では11%であり、いずれも今回調査の方が低い。このような回答率差異から経営改善対策に関する経営者の考え方が変わりつつあると理解しても良さそうだ。

製造業の第1位は「販売単価上昇策」で回答率は73%であった。この選択肢は総合でも第1位であったが回答率は32%であり、製造業では「販売単価上昇策」が喫緊の最重要課題として認識されているようだ。同じもの造り関連の建設業の第1位は「適正人員確保策」(55%)であった。この対策は総合では第2位の回答率27%であったことから、建設業では人員不足が他業種以上に深刻であることが理解できる。このように業種の別によって改善対策の優先順位が異なることを理解した上で、経営支援機関は適切な助言・支援を行なうべきであろう。

[上位項目]※( )は回答率(%)で小数点以下は四捨五入

分類	1位	2位	3位
総合 回答 75 社	販売単価上昇策 (32) 経費削減策 (32)	適正人員確保策 (27)	売上高増加策 (23)
建設業 回答 11 社	適正人員確保策 (55)	売上高増加策 (36)	販売単価上昇策 (27) 市場競争力強化策 (27)
製造業 回答 11 社	販売単価上昇策 (73)	経費削減策 (36)	広告宣伝強化策 (27) 新商品、新製品開発 (27)
卸小売業 回答 20 社	利益率向上策 (45)	経費削減策 (35)	新商品、新製品開発 (30)
飲食業 回答 13 社	経費削減策 (38)	仕入単価圧縮策 (31)	売上高増加策 (23) 販売単価上昇策 (23) 適正人員確保策 (23)
宿泊・サービス業 回答 20 社	広告宣伝強化策 (35)	売上高増加策 (30) 経費削減策 (30)	販売単価上昇策 (25) 適正人員確保策 (25)

[参考:回答欄15番「その他:具体的に」の自由意見]

<卸小売業>

- ・ 新規事業展開

<宿泊・サービス業>

- ・ 設備の充実化
- ・ 生徒募集難

質問4 コストの上昇分の販売価格やサービス料金への転嫁の状況

1. 総括

全業種75社の回答比率をみてみよう。最も多かったのは回答率32%の「一割程度は転嫁できた」で、次に回答率19%の「わからない」が続いている。「その他」の回答率は27%だが、記述式回答をみると「転嫁できていない」のが実態なようでもある。具体的な転嫁割合が示されていない「分からない」と「その他」を選択した理由を「転嫁割合はゼロである(に近い)から」と解釈することもできそう。この様に解釈すると「転嫁割合0割」が46%となり「転嫁割合一割程度」の32%を14%も上回る。会員企業では「コストの上昇分の販売価格やサービス料金への転嫁」は厳しい状況下にあることが理解できる。転嫁率が三割は7%、同五割が3%、同八割が7%とであり、「ほぼすべて転嫁できた」は75社中5社の7%であった。

選択肢には「コストは増加したが価格を引き下げた」もあったが、全業種75社のうちこの選択肢を選んだ回答者はいなかった。ここ数年諸物価は上昇傾向が強まり消費者の買い物性向に負の影響を与えている。企業は他社との競争を強いられており、販売価格を引き下げる戦略も考慮したかもしれない。しかしコストUPに加えて販売価格を引下げるでは一時的に増収になっても大幅な減益若しくは赤字転落になる可能性が膨らむ。この選択肢の回答数ゼロには理由があるのだ。

「分からない」と「その他」の「転嫁割合0割」の回答を業種別にみてみよう。建設業27%、製造業36%、卸小売業35%、飲食業61%、宿泊・サービス業60%となっている。同様に「転嫁割合一割」は建設業36%、製造業36%、卸小売業35%、飲食業31%、宿泊・サービス業25%となっている。これらの回答率からサービス業関連では価格転嫁は極めて厳しい状況下にあるという実態を理解することができよう。

製品は大きく生産財と消費財とに分けることができる。生産財は企業間取引に係る製品であり、「もの造り関連」の2業種が該当する。「もの造り関連」でも転嫁割合1割以下が68%となっている。同様に消費財を取り扱う「卸小売業」は70%、「サービス業関連」は87%である。中小企業の価格転嫁の困難度は業種の別なく極めて高いと理解すべきであろう。

2. 回答集計表

① 業種別の回答

a. 回答数(社)

選択肢(転嫁割合等)	全業種	建設業	製造業	卸小売	飲食業	宿・サ業
1) 一割程度	24	4	4	7	4	5
2) 三割程度	5	1	1	2	0	1
3) 五割程度	2	0	0	1	0	1
4) 八割程度	5	2	1	1	1	0
5) ほぼすべて	5	1	1	2	0	1
6) わからない	14	2	1	4	5	2
7) コスト増加+価格引下げ	0	0	0	0	0	0
8) その他	20	1	3	3	3	10
合計	75	11	11	20	13	20

注1. 短縮した業種表示は次のとおり

卸小売	卸小売業
宿・サ業	宿泊・サービス業

b. 構成比

選択肢(転嫁割合等)	全業種		建設業		製造業		卸小売		飲食業		宿・サ業	
	比率1	比率2	比率1	比率2	比率1	比率2	比率1	比率2	比率1	比率2	比率1	比率2
1) 一割程度	100%	32%	17%	36%	17%	36%	29%	35%	17%	31%	21%	25%
2) 三割程度	100%	7%	20%	9%	20%	9%	40%	10%			20%	5%
3) 五割程度	100%	3%					50%	5%			50%	5%
4) 八割程度	100%	7%	40%	18%	20%	9%	20%	5%	20%	8%		
5) ほぼすべて	100%	7%	20%	9%	20%	9%	40%	10%			20%	5%
6) わからない	100%	19%	14%	18%	7%	9%	29%	20%	36%	38%	14%	10%
7) コスト増加+価格引下げ												
8) その他	100%	27%	5%	9%	15%	27%	15%	15%	15%	23%	50%	50%
合計	100%	100%	15%	100%	15%	100%	27%	100%	17%	100%	27%	100%

注2. 比率の意味は次のとおり

- ・ 比率1  
全業種を100とした時の各業種の割合
- ・ 比率2  
業種の合計を100とした時の回答割合
- ※ 小数点は四捨五入。合計は単純に100とはならない

② 大分類別の回答

選択肢(転嫁割合等)	全業種			ものづくり			卸小売			サービス業		
	回答	比率1	比率2	回答	比率1	比率2	回答	比率1	比率2	回答	比率1	比率2
1) 一割程度	24	100%	32%	8	33%	36%	7	29%	35%	9	38%	27%
2) 三割程度	5	100%	7%	2	40%	9%	2	40%	10%	1	20%	3%
3) 五割程度	2	100%	3%				1	50%	5%	1	50%	3%
4) 八割程度	5	100%	7%	3	60%	14%	1	20%	5%	1	20%	3%
5) ほぼすべて	5	100%	7%	2	40%	9%	2	40%	10%	1	20%	3%
6) わからない	14	100%	19%	3	21%	14%	4	29%	20%	7	50%	21%
7) コスト増加+価格引下げ												
8) その他	20	100%	27%	4	20%	18%	3	15%	15%	13	65%	39%
合計	75	100%	100%	22	29%	100%	20	27%	100%	33	44%	100%

注3.比率1と比率2の意味は前表と同じ

③ 選択肢8の「その他」の記述式回答

▶ 同じ文言での回答もそのまま記載した

製造業	できていない	
建設業	できていない	
	転嫁0です 商品のレベルを上げる事を注文されても価格はもう数十年も変えられず困ります	
卸小売業	していない	ほとんどできていない
	転嫁できていない	イベント出店で認知を広める
飲食業	転嫁できていない	転嫁できていない
	できていない	
宿泊・サービス業	ほぼできていない	転嫁なし
	変わりなし	保険料、医療費は国がきめるので不変
	できていない	当院は仕入がない
	コストは増加したが価格はまだ値上げしていない	できていない
	転嫁できていない	コスト不変

## 【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	8.0	4.0	21.3	13.3	△ 6.7	△ 5.3
もの造り関連	△ 4.5	0.0	27.3	27.3	△ 9.1	△ 9.1
卸・小売業関連	10.0	0.0	25.0	10.0	△ 10.0	△ 10.0
サービス業関連	18.2	12.1	45.5	24.2	△ 6.1	△ 6.1
	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	1.3	△ 4.0	△ 2.7	△ 9.3	△ 30.7	△ 28.0
もの造り関連	4.5	△ 9.1	△ 13.6	△ 27.3	△ 36.4	△ 31.8
卸・小売業関連	0.0	△ 5.0	△ 15.0	△ 20.0	△ 45.0	△ 45.0
サービス業関連	△ 9.1	△ 9.1	30.3	12.1	△ 30.3	△ 27.3
	ト. 自社の業況判断		(分類)			
	前年同期比	来期見通し				
総合	△ 5.3	△ 12.0				
もの造り関連	△ 13.6	△ 31.8				
卸・小売業関連	△ 15.0	△ 20.0				
サービス業関連	18.2	6.1				

もの造り関連	建設業、製造業
卸・小売業関連	卸小売業
サービス業関連	宿泊・サービス業、飲食業

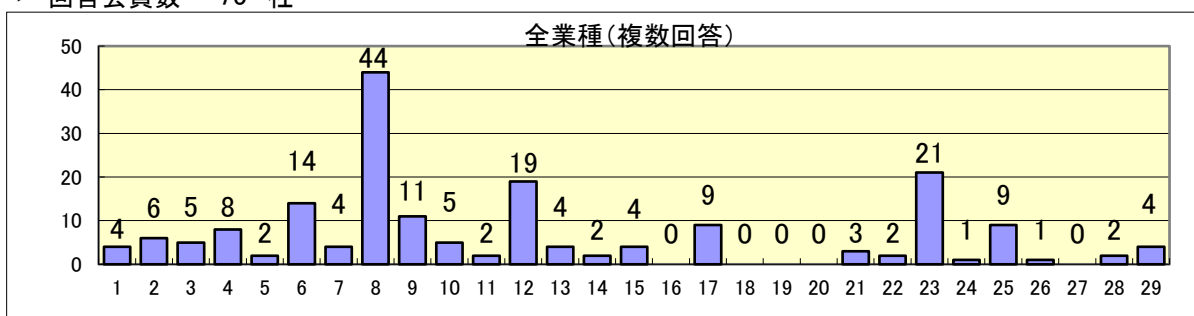
## 【業種別】

	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	8.0	4.0	21.3	13.3	△ 6.7	△ 5.3
製造業	△ 18.2	△ 18.2	36.4	27.3	△ 9.1	△ 18.2
建設業	9.1	18.2	18.2	27.3	△ 9.1	0.0
卸小売業	10.0	0.0	25.0	10.0	△ 10.0	△ 10.0
飲食業	5.0	5.0	50.0	30.0	△ 5.0	△ 10.0
宿泊・サービス業	38.5	23.1	38.5	15.4	△ 7.7	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	1.3	△ 4.0	△ 2.7	△ 9.3	△ 30.7	△ 28.0
製造業	9.1	△ 9.1	△ 18.2	△ 27.3	△ 45.5	△ 36.4
建設業	0.0	△ 9.1	△ 9.1	△ 27.3	△ 27.3	△ 27.3
卸小売業	0.0	△ 5.0	△ 15.0	△ 20.0	△ 45.0	△ 45.0
飲食業	△ 15.0	△ 15.0	30.0	5.0	△ 20.0	△ 20.0
宿泊・サービス業	0.0	0.0	30.8	23.1	△ 46.2	△ 38.5
	ト. 自社の業況判断					
	前年同期比	来期見通し				
総合	△ 5.3	△ 12.0				
製造業	△ 36.4	△ 45.5				
建設業	9.1	△ 18.2				
卸小売業	△ 15.0	△ 20.0				
飲食業	20.0	0.0				
宿泊・サービス業	15.4	15.4				

質問2 今期直面している経営上の問題点

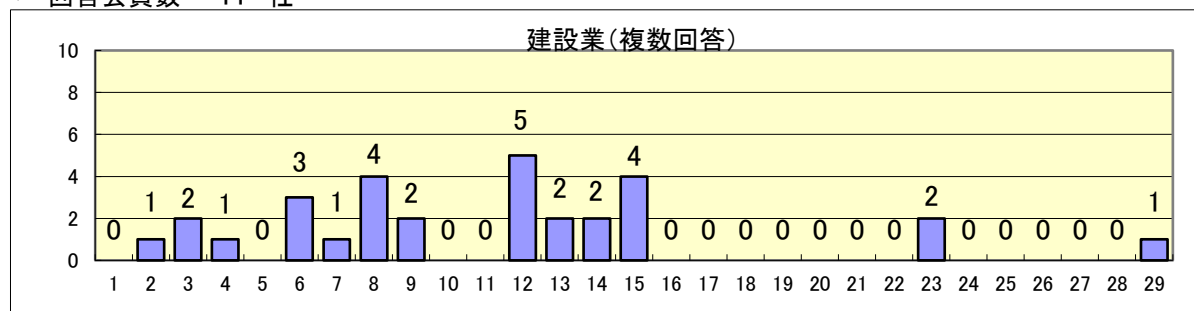
- |                             |                   |
|-----------------------------|-------------------|
| 01 大企業・大型店の進出による競争の激化       | 16 下請け業者の確保難      |
| 02 同業者の進出・新規参入業者の増加         | 17 生産設備の不足・老朽化    |
| 03 同業者間による競争の激化             | 18 生産設備の過剰        |
| 04 店舗・倉庫の狭隘・老朽化             | 19 取引条件の悪化(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 資金繰り難          |
| 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 75 社

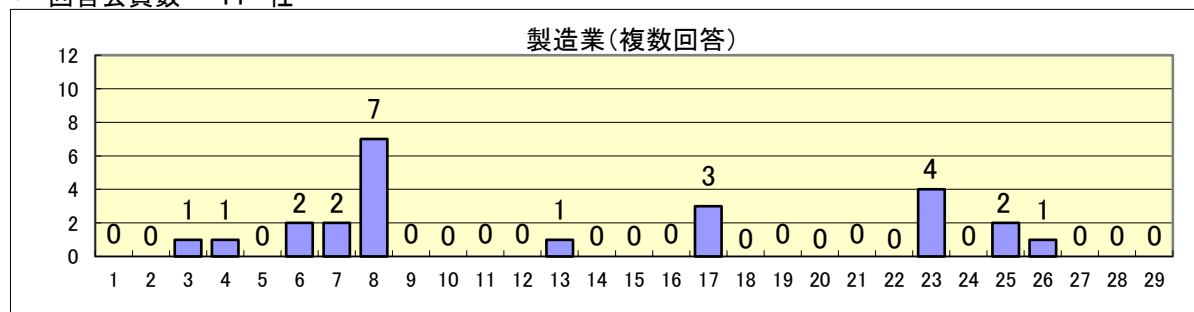


11~17

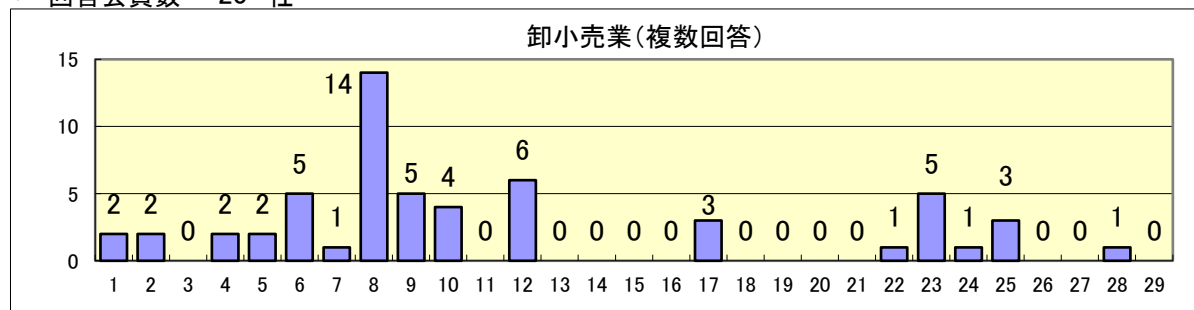
▶ 回答会員数 11 社



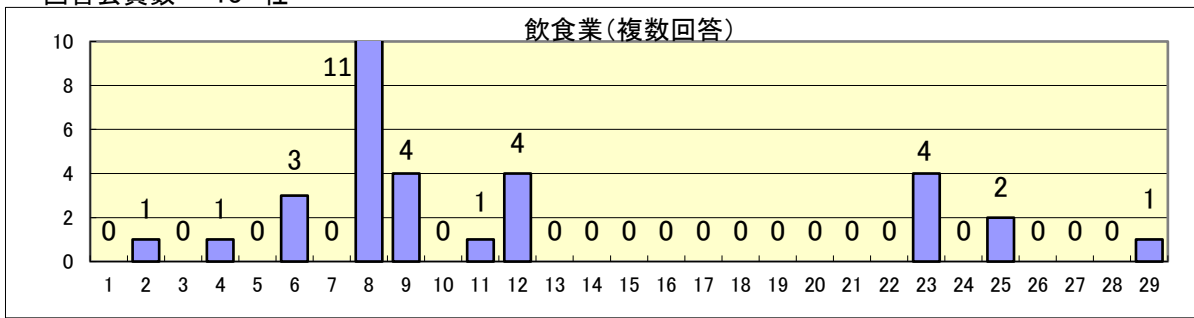
▶ 回答会員数 11 社



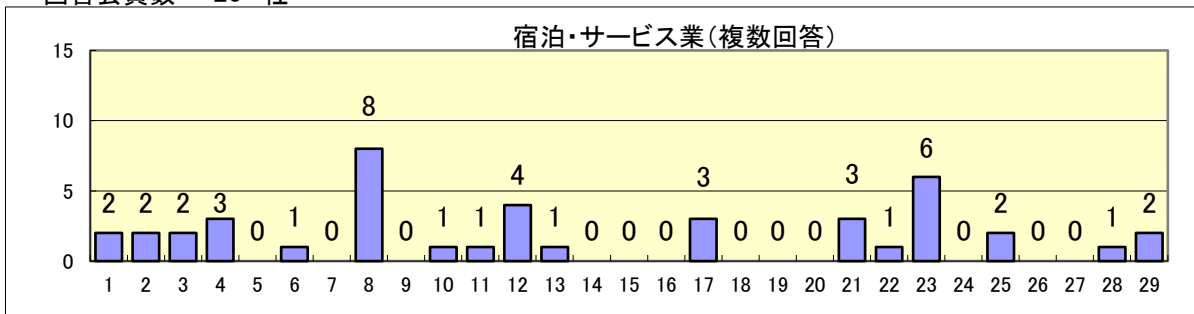
▶ 回答会員数 20 社



▶ 回答会員数 13 社



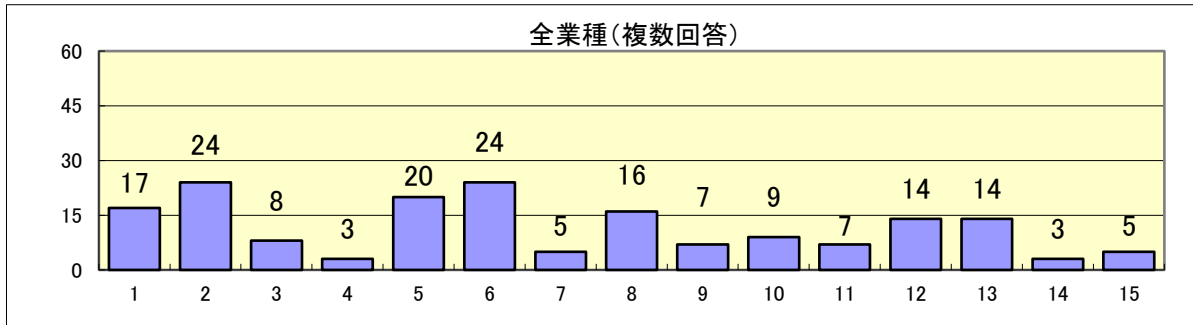
▶ 回答会員数 20 社



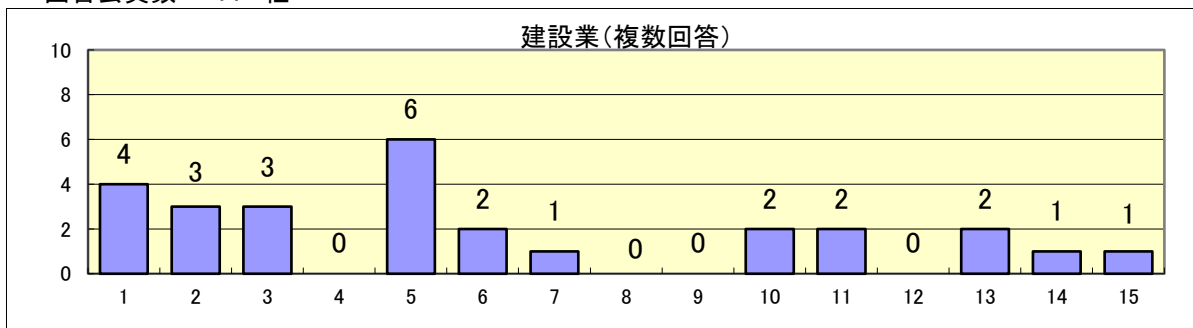
質問3 現在(今後)進めている(いく)経営改善対策

- |                                   |              |
|-----------------------------------|--------------|
| 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  |

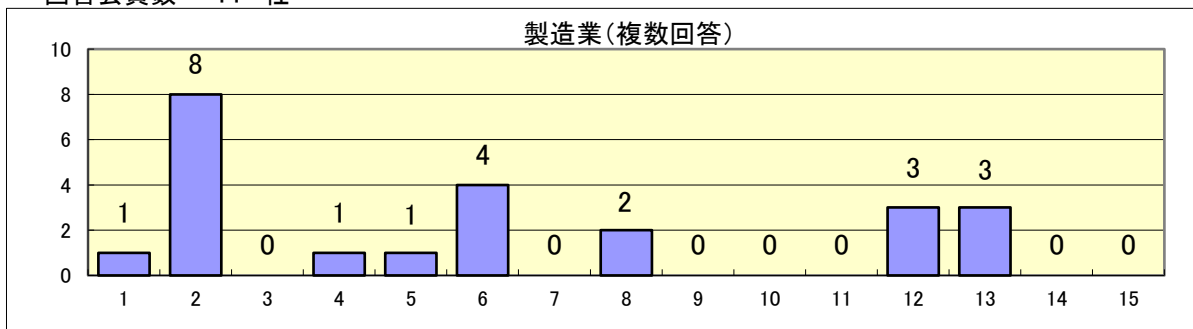
▶ 回答会員数 75 社



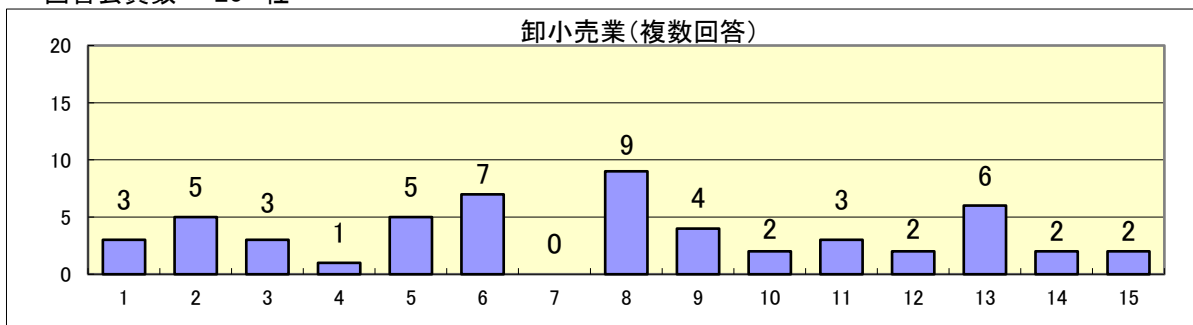
▶ 回答会員数 11 社



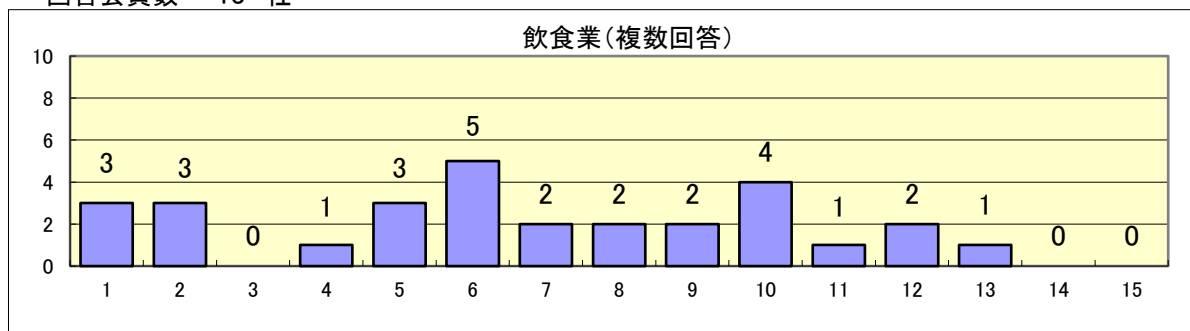
▶ 回答会員数 11 社



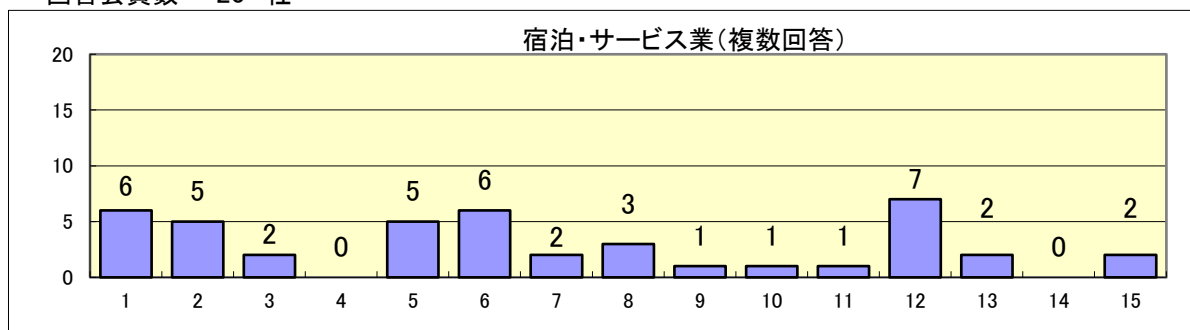
▶ 回答会員数 20 社



▶ 回答会員数 13 社



▶ 回答会員数 20 社

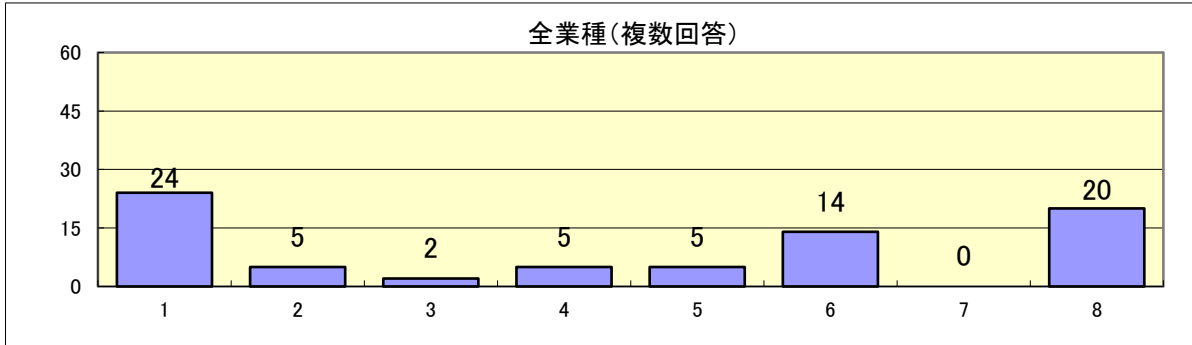




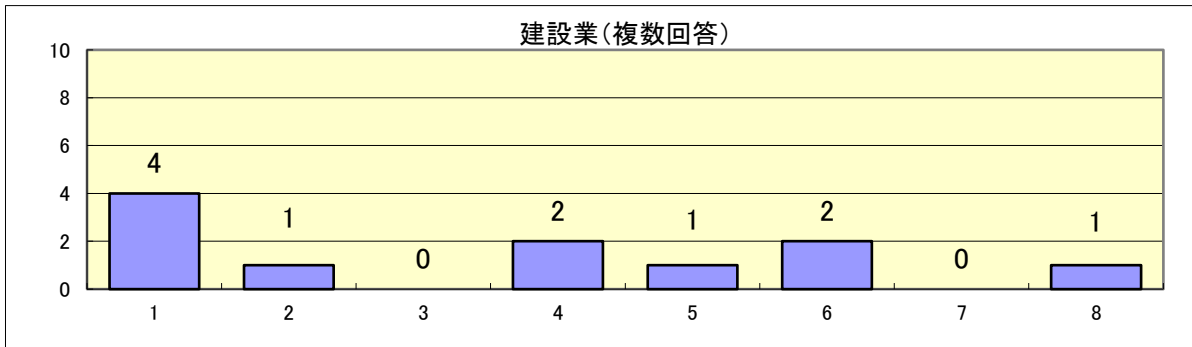
質問4 コストの上昇分の販売価格やサービス料金への転嫁の状況

- |               |                      |
|---------------|----------------------|
| 01 一割程度は転嫁できた | 05 ほぼすべてを転嫁できた       |
| 02 三割程度は転嫁できた | 06 わからない             |
| 03 五割程度は転嫁できた | 07 コストは増加したが価格を引き下げた |
| 04 八割程度は転嫁できた | 08 その他               |

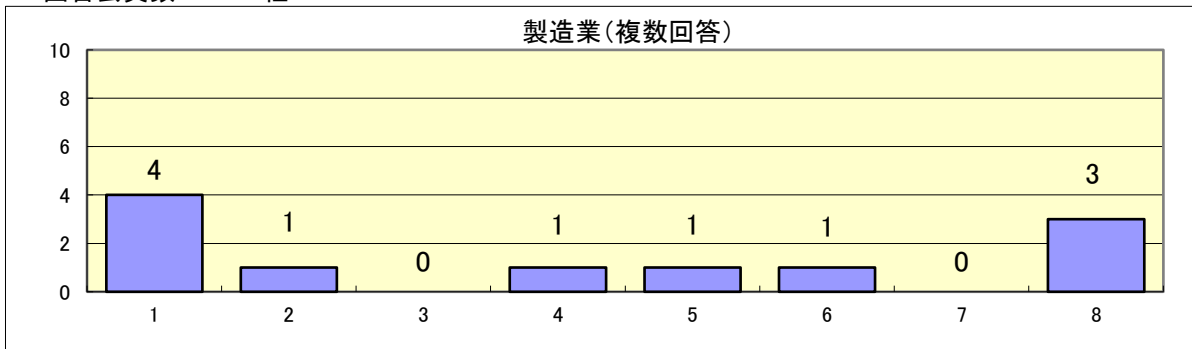
▶ 回答会員数 75 社



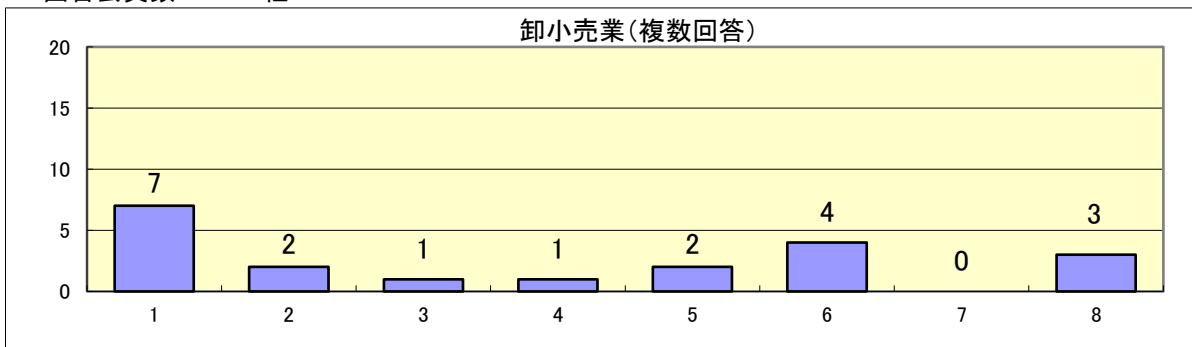
▶ 回答会員数 11 社



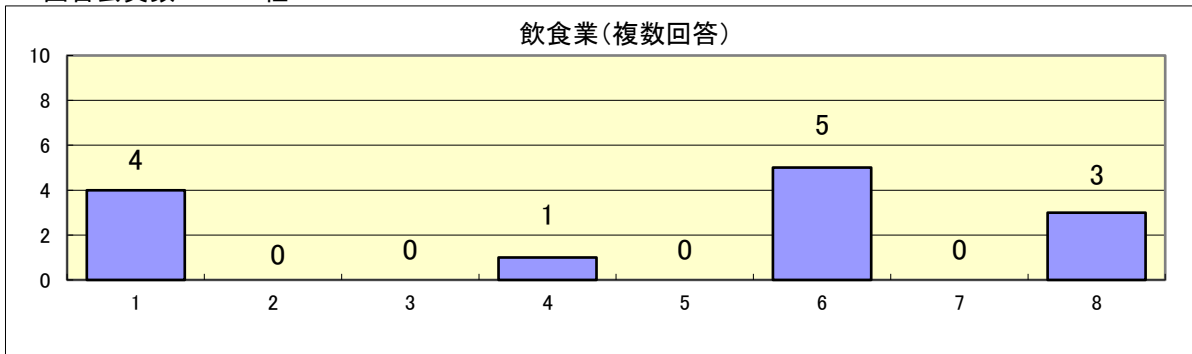
▶ 回答会員数 11 社



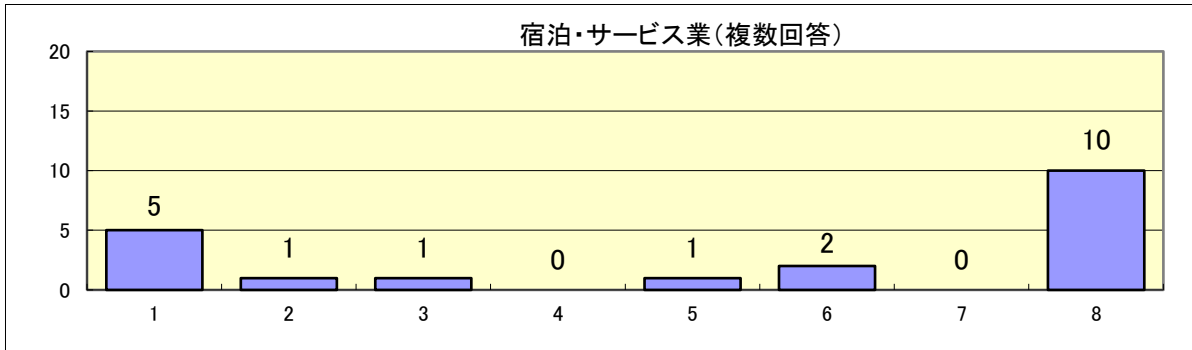
▶ 回答会員数 20 社



▶ 回答会員数 13 社



▶ 回答会員数 20 社





# 別府商工会議所 企業景況調査票

(2024年4月～6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4月～6月期の状況				2024年7月～9月期の見通し			
	①前年同期(2023年4月～6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	16 下請け業者の確保難	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">回答欄</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1位</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2位</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3位</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	回答欄		1位		2位		3位	
回答欄										
1位										
2位										
3位										
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 資金繰り困難									
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	( )									

＜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	09 在庫調整策	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">回答欄</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1位</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2位</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3位</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	回答欄		1位		2位		3位	
回答欄										
1位										
2位										
3位										
02 販売単価上昇策	10 仕入単価圧縮策									
03 市場競争力強化策	11 人材育成策									
04 適正な生産(販売)設備配置策	12 広告宣伝強化策									
05 適正人員確保策(雇用、整理)	13 新商品、新製品開発									
06 経費削減策	14 新分野事業展開									
07 資金繰り円滑化策(金融)	15 その他:具体的に									
08 利益率向上策	( )									

＜質問4＞ 自社の主な商品・サービスにおいて、コストの上昇分を販売価格やサービス料金にどの程度転嫁できていますか(複数回答可)

1. 一割程度は転嫁できた	5. ほぼすべてを転嫁できた
2. 三割程度は転嫁できた	6. わからない
3. 五割程度は転嫁できた	7. コストは増加したが価格を引き下げた
4. 八割程度は転嫁できた	8. その他
( )	

ご協力ありがとうございました。