

# 企業景況調査報告書

(2022年7月～9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 (経営改善策関連での具体的な取組み)	.....	9～10
質問5 (当所への意見・要望など)	.....	11
集計結果	.....	12～16
調査票様式	.....	17

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( 2022 年 7 月～ 9 月)

調査対象企業

別府市内の商工会議所会員企業		100 社	
建設業	10 社	製造業	10 社
卸売業	20 社	小売業	20 社
飲食・サービス業	20 社	医療・福祉業	10 社
		宿泊業	10 社

調査方法

商工会議所会員事業所 100 社に調査票を発送。

調査時期

2022 年 10 月 1 日から約3週間(回答期限・2022年10月21日)

回収状況

100 社(回収率 100 %)

【内訳】

業種	建設業	10 社	製造業	10 社				
	卸売業	20 社	小売業	20 社				
	飲食・サービス業	20 社	医療・福祉業	10 社	宿泊業	10 社		
形態(1) (全社)	個人企業	47 社	株式会社	14 社	有限会社	38 社		
	他の会社	1 社	他の法人	0 社	無回答	0 社		
形態(2) (業種別)		建設業	製造業	卸売業	小売業	飲サ業	医福業	宿泊業
	個人企業	2 社	4 社	4 社	8 社	17 社	5 社	7 社
	株式会社	4 社	1 社	4 社	2 社	0 社	2 社	1 社
	有限会社	4 社	5 社	12 社	10 社	3 社	2 社	2 社
	その他	0 社	0 社	0 社	0 社	0 社	1 社	0 社
	合計	10 社	10 社	20 社	20 社	20 社	10 社	10 社
従業員数(1)	1～4人	55 社	5～9人	16 社	10～29人	10 社		
	30～49人	2 社	50～99人	0 社	100人以上	1 社		
	無回答	16 社						
従業員数(2) (※)	建設業	56%	11%	製造業	43%	43%		
	卸売業	44%	31%	小売業	82%	18%	飲食・サービス業	83%
	医療・福祉業	50%	25%	宿泊業	78%	0%	合計	65%
								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( 2022 年 4 月～ 6 月期)の調査に続き、 2022 年 7 月～ 9 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 36 回目の調査である。

全体的には会員企業の経営状況は改善の方向に向かっていると判断できよう。売上が期待通りに伸びないという現実を直視しながらも、[自社の景況判断]DI値は前回の△23.0から今回は△10.0へ改善し、また来期見通しでは1.0とプラス値となった。[売上単価]DI値は医療・福祉業で△10.0とマイナスであったものの、他の6業種はプラス値であり、販売価格の引上げ努力が実りつつあるようだ。[資金繰り]DI値(△17.0)は前回比で6ポイント改善、[借入難度]DI値(△6.0)は同8ポイント改善となっており、全体として資金面での不安は解消されつつあるようだ。

質問2の「経営上の問題点」では前回に引き続き、[仕入価格の上昇]が1位となった。注目すべきはその回答率である。今回は61%、前回は57%、前々回は51%と調査を重ねるごとに上昇している。円安や資源高等を起因とする仕入価格他の原価・費用の上昇圧力に苦慮している経営者の姿が浮かび上がる。質問3の「経営改善対策」の回答内容は業種や個々の企業によって対策にバラツキがある。この事実は総合1位の[販売単価向上策]の回答率38%と、質問2の1位の回答率61%とでは23ポイントの差異があることでも裏付けられよう。質問4にて「経営改善対策」に関し各社が取り組んでいる(みたい)具体的な対策を尋ねたところ、30社から回答があった。最も多かったのは[WEB等(販売)チャンネル対策]で36.8%の企業が取り組んでいた。具体的な内容は別項にて確認して戴きたい。

行政や各支援機関は回復基調がみえてきた各社の経営をしっかりとサポートする施策の立案と支援を期待したい。

※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(7月～9月)の経営上の状況比較、及び来期(10月～12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0.0と前回の△1.0とほぼ同値となった。大分類別では、もの造り関連が0.0(前回△20.0)、卸・小売業関連が△2.5(同△15.0)と前回より大幅に改善した。一方、サービス業関連は2.5(同22.5)と20ポイントも悪化した。今期はサービス業関連に逆風が吹いたようだ。

業種別でマイナスとなったのは、建設業(△10.0)、小売業(△20.0)、医療・福祉業(△40.0)であった。前回比では建設業で20P、小売業で35Pの改善をみた一方で、医療・福祉業は30Pも悪化した。プラス値が最も高かったのは宿泊業の40.0であったが、前回比では10P悪化している。

#### ロ. 売上単価

総合が15.0、もの造り関連が20.0、卸・小売業関連が22.5、サービス業関連が5.0となった。総合の前回が3.0であったので、全体的には改善傾向が強まったと言える。

業種別では医療・福祉業(△10.0)が唯一のマイナスDI値となった。前回は20.0であったので30Pも悪化した。前回では△35.0であった小売業は15.0と50Pと大きく改善した。卸売業も10P改善(今回30.0、前回20.0)していることから卸・小売業関連は比較的好調であったようだ。もの造り関連では両業種ともプラスであったが、建設業が前回比10P改善だったのに対し、製造業は20P悪化と明暗を分けた結果となった。

#### ハ. 資金繰り

総合は△17.0と前回の△23.0と比較して僅かながら改善している。大分類でも悪化したところはない。業種別では、改善5業種(建設業、卸売業、小売業、医療・福祉業、宿泊業)に対し、悪化は2業種(製造業、飲食・サービス業)であり改善傾向にあることが理解できよう。改善率が最も高かったのは宿泊業の40P改善で、今回調査では唯一のプラス値(40.0)であり、また、来期見通しも今期と同値を予想しており良好な状態を維持できそうだ。

#### ニ. 借入難度

総合は前回△14.0から今回△6.0と8P改善した。来期見通しは△3.0とマイナスではあるものの、改善傾向が継続すると経営者はみている。借入難度が厳しいのは飲食・サービス業(△25.0)で、次は卸売業(△15.0)であった。プラス値であったのは小売業(10.0)のみであった。残り4業種は0.0となっているが、総じて前回調査はマイナス業種が5業種あったことを考慮すると、借入難度は緩和される方向にあると言ってよさそうだ。

#### ホ. 収益状況(経常利益)

総合は前回の△21.0から今回は△12.0となった。3つの大分類も全て前回より改善されている。業種別にみても、プラスは前回同様に宿泊業しかない(今回40.0、前回10.0)。飲食・サービス業は前回△10.0から今回△20.0と10P悪化したものの、他の5業種は同値か又は改善となっている。来期見通しは総合で2.0のプラスを、業種別ではプラスを予想するのが3業種と増加していることに注目したい。

#### ヘ. 雇用人員

相変わらずの低空飛行である。総合は前回△23.0から今回△27.0と僅かではあるが悪化した。プラスの業種はなく、最も良いのは医療・福祉業の0.0である。もの造り関連と卸・小売業関連が共に△40.0と前回の△35.0から5P悪化している。来期の総合は△30.0と今期より更に悪化するとしており、雇用環境が緩和される兆しはない。

#### ト. 自社の業況判断

総合では前回△23.0、今回△10.0、来期見通し1.0と急速に改善してきていることが分る。大分類では来期見通しで大きく改善するとみているのはサービス業関連で25.0と今期の△7.5より32.5Pの改善を期待している。一方、小売業の来期は△45.0と今期△35.0より更に悪化するとみていることに注意しなければならないだろう。

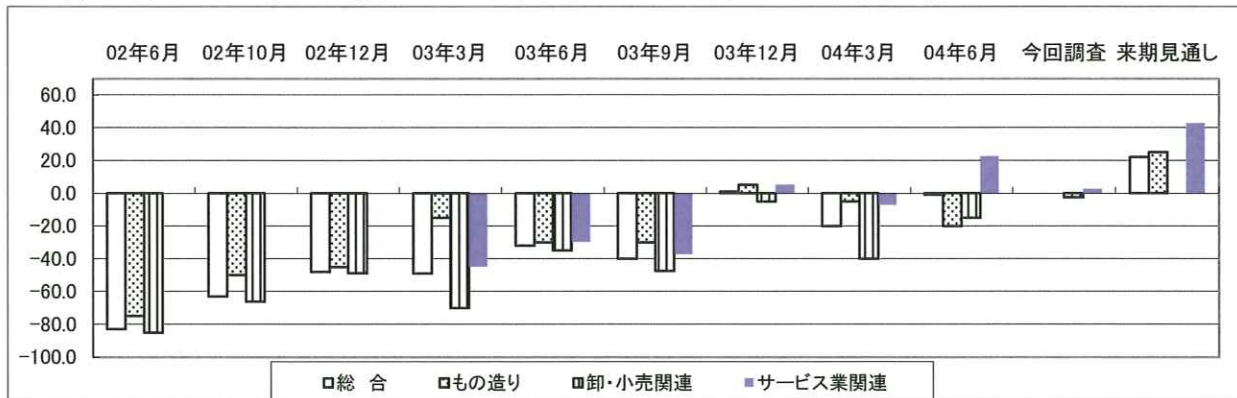
【ワンポイント・レビュー：DI値の推移】

注1. 「今期調査」と「来期見通し」は3か月単位。以下に同じ

注2. 02年12月までの調査では、「卸小売関連」には「もの造り」以外の全5業種の数値となっている事に留意。以下に同じ

イ. 売上高

ここ数回の調査では小康状態を保っていたが、来期にかけて上昇するという期待が膨らんできている。

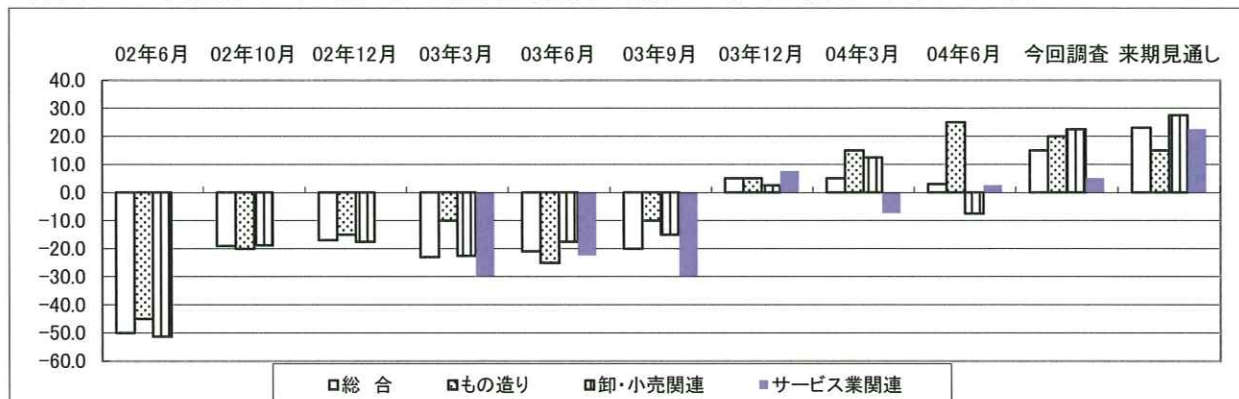


《時系列実績・見通し》

	02年6月	02年10月	02年12月	03年3月	03年6月	03年9月	03年12月	04年3月	04年6月	今回調査	来期見通し	今回調査比
総合	△ 83.0	△ 63.0	△ 48.0	△ 49.0	△ 32.0	△ 40.0	1.0	△ 20.0	△ 1.0	0.0	22.0	22.0
もの造り	△ 75.0	△ 50.0	△ 45.0	△ 15.0	△ 30.0	△ 30.0	5.0	△ 5.0	△ 20.0	0.0	25.0	25.0
卸小売業	△ 85.0	△ 66.3	△ 48.8	△ 70.0	△ 35.0	△ 47.5	△ 5.0	△ 40.0	△ 15.0	△ 2.5	0.0	2.5
サービス業	-	-	-	-	△ 30.0	△ 37.5	5.0	△ 7.5	22.5	2.5	42.5	40.0

ロ. 売上単価

今回は3つの大分類でプラス値となった。来期も確実に改善への歩みが進むと予想している。

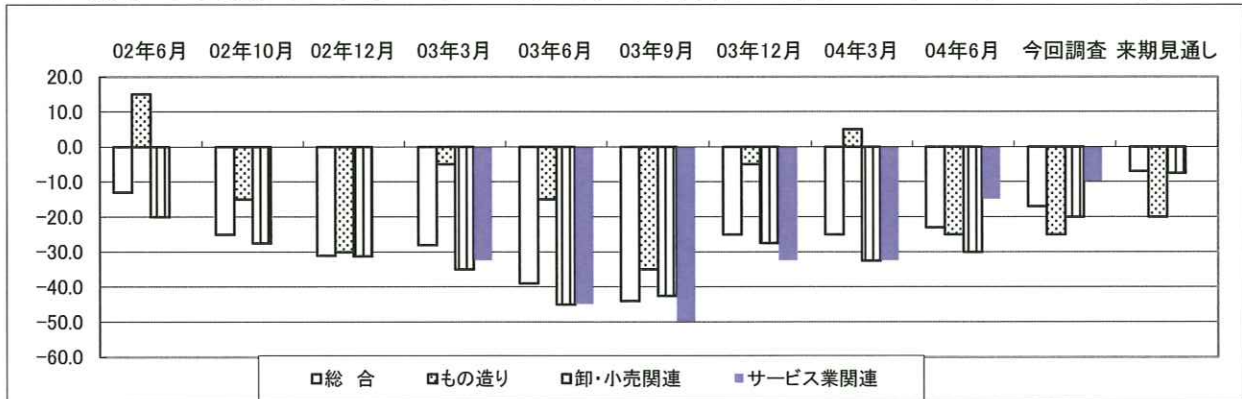


《時系列実績・見通し》

	02年6月	02年10月	02年12月	03年3月	03年6月	03年9月	03年12月	04年3月	04年6月	今回調査	来期見通し	今回調査比
総合	△ 50.0	△ 19.0	△ 17.0	△ 23.0	△ 21.0	△ 20.0	5.0	5.0	3.0	15.0	23.0	8.0
もの造り	△ 45.0	△ 20.0	△ 15.0	△ 10.0	△ 25.0	△ 10.0	5.0	15.0	25.0	20.0	15.0	△ 5.0
卸小売業	△ 51.3	△ 18.8	△ 17.5	△ 22.5	△ 17.5	△ 15.0	2.5	12.5	△ 7.5	22.5	27.5	5.0
サービス業	-	-	-	-	△ 22.5	△ 30.0	7.5	△ 7.5	2.5	5.0	22.5	17.5

## ハ. 資金繰り

一時の厳冬のような厳しさはなくなったきたが、まだ安心する圏域まで到達していないと言ってよいだろう。

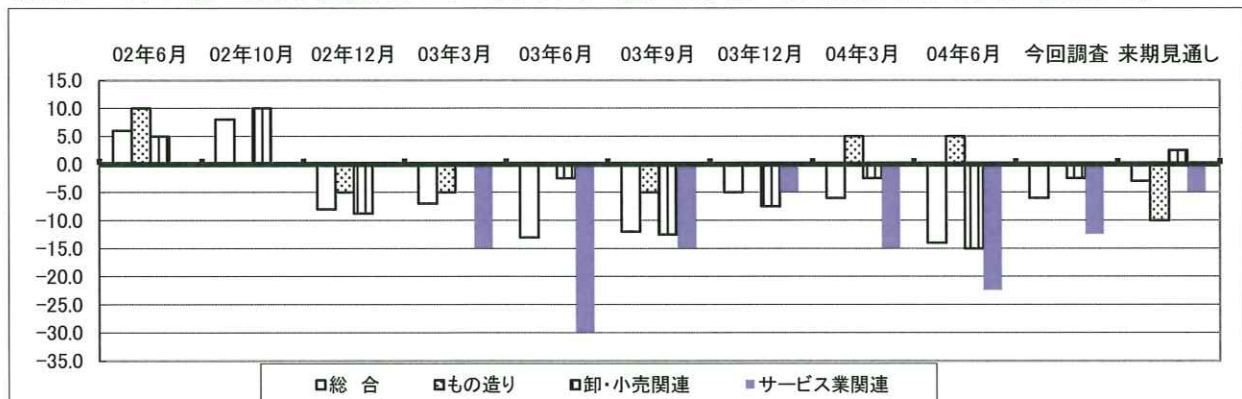


《時系列実績・見通し》

	02年6月	02年10月	02年12月	03年3月	03年6月	03年9月	03年12月	04年3月	04年6月	今回調査	来期見通し	今回調査比
総合	△ 13.0	△ 25.0	△ 31.0	△ 28.0	△ 39.0	△ 44.0	△ 25.0	△ 25.0	△ 23.0	△ 17.0	△ 7.0	10.0
もの造り	15.0	△ 15.0	△ 30.0	△ 5.0	△ 15.0	△ 35.0	△ 5.0	5.0	△ 25.0	△ 25.0	△ 20.0	5.0
卸小売業	△ 20.0	△ 27.5	△ 31.3	△ 35.0	△ 45.0	△ 42.5	△ 27.5	△ 32.5	△ 30.0	△ 20.0	△ 7.5	12.5
サービス業	-	-	-	-	△ 45.0	△ 50.0	△ 32.5	△ 32.5	△ 15.0	△ 10.0	0.0	10.0

## 二. 借入難度

総合はマイナス値一桁台が基調となっているが、プラス値に転じるまでは数期はかかるように推察する。



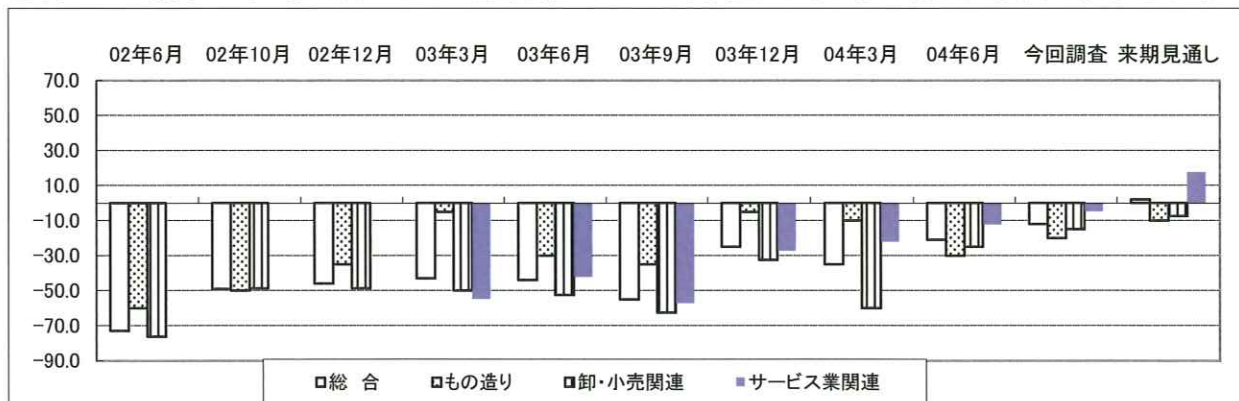
《時系列実績・見通し》

	02年6月	02年10月	02年12月	03年3月	03年6月	03年9月	03年12月	04年3月	04年6月	今回調査	来期見通し	今回調査比
総合	6.0	8.0	△ 8.0	△ 7.0	△ 13.0	△ 12.0	△ 5.0	△ 6.0	△ 14.0	△ 6.0	△ 3.0	3.0
もの造り	10.0	0.0	△ 5.0	△ 5.0	0.0	△ 5.0	0.0	5.0	5.0	0.0	△ 10.0	△ 10.0
卸小売業	5.0	10.0	△ 8.8	0.0	△ 2.5	△ 12.5	△ 7.5	△ 2.5	△ 15.0	△ 2.5	2.5	5.0
サービス業	-	-	-	-	△ 30.0	△ 15.0	△ 5.0	△ 15.0	△ 22.5	△ 12.5	△ 5.0	7.5



## ホ. 収益状況

確実にかつ着実にプラス値に向かっている。来期はサービス業関連がプラス値に転じると強気の予想も出た。

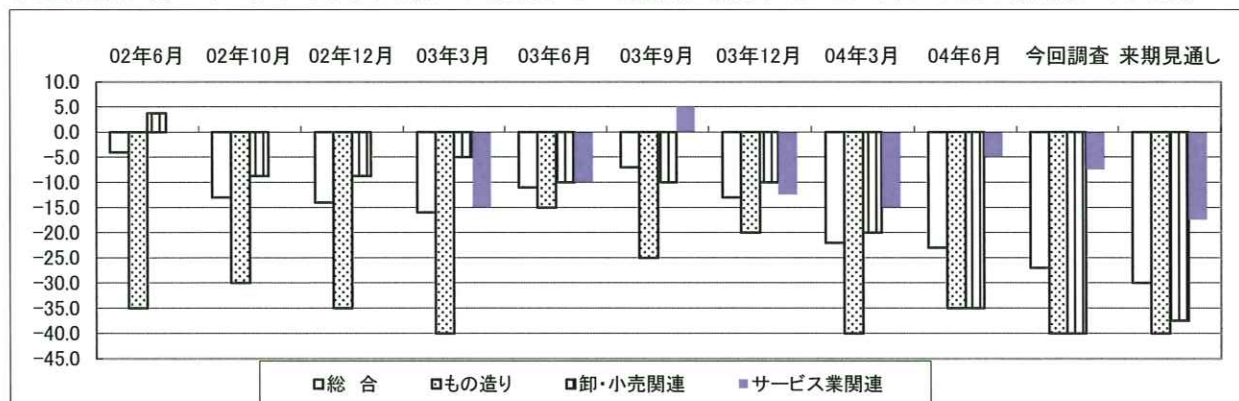


《時系列実績・見通し》

	02年6月	02年10月	02年12月	03年3月	03年6月	03年9月	03年12月	04年3月	04年6月	今回調査	来期見通し	今回調査比
総合	△ 73.0	△ 49.0	△ 46.0	△ 43.0	△ 44.0	△ 55.0	△ 25.0	△ 35.0	△ 21.0	△ 12.0	2.0	14.0
もの造り	△ 60.0	△ 50.0	△ 35.0	△ 5.0	△ 30.0	△ 35.0	△ 5.0	△ 10.0	△ 30.0	△ 20.0	△ 10.0	10.0
卸小売業	△ 76.3	△ 48.8	△ 48.8	△ 50.0	△ 52.5	△ 62.5	△ 32.5	△ 60.0	△ 25.0	△ 15.0	△ 7.5	7.5
サービス業	-	-	-	-	△ 42.5	△ 57.5	△ 27.5	△ 22.5	△ 12.5	△ 5.0	17.5	22.5

## ヘ. 雇用人員

低空飛行が続いているのみならず、徐々に悪化している傾向が見られることに人手不足の深刻さが伺える。

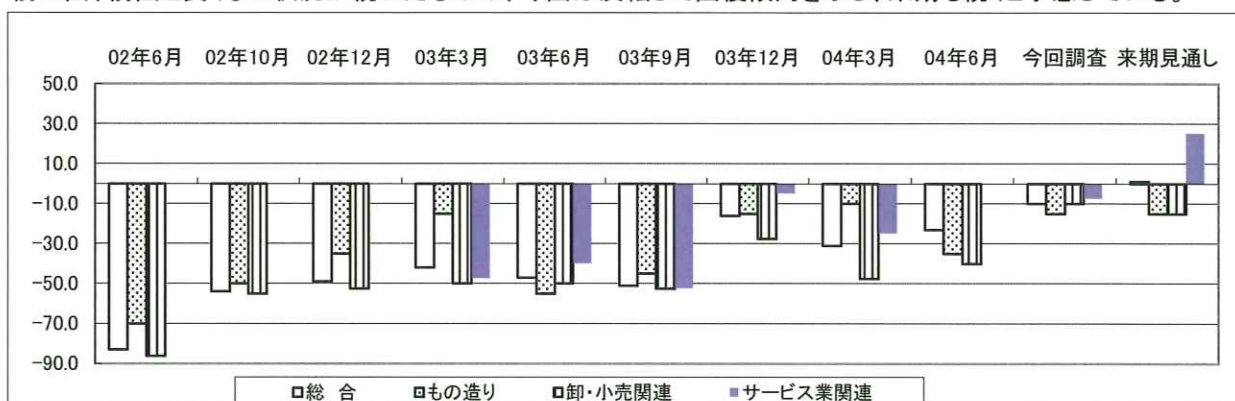


《時系列実績・見通し》

	02年6月	02年10月	02年12月	03年3月	03年6月	03年9月	03年12月	04年3月	04年6月	今回調査	来期見通し	今回調査比
総合	△ 4.0	△ 13.0	△ 14.0	△ 16.0	△ 11.0	△ 7.0	△ 13.0	△ 22.0	△ 23.0	△ 27.0	△ 30.0	△ 3.0
もの造り	△ 35.0	△ 30.0	△ 35.0	△ 40.0	△ 15.0	△ 25.0	△ 20.0	△ 40.0	△ 35.0	△ 40.0	△ 40.0	0.0
卸小売業	3.8	△ 8.8	△ 8.8	△ 5.0	△ 10.0	△ 10.0	△ 10.0	△ 20.0	△ 35.0	△ 40.0	△ 37.5	2.5
サービス業	-	-	-	-	△ 10.0	5.0	△ 12.5	△ 15.0	△ 5.0	△ 7.5	△ 17.5	△ 10.0

ト. 自社の業況判断

前々回、前回と良くない状況が続いたものの、今回は反転して回復傾向を示し、来期も続くと予想している。



《時系列実績・見通し》

	02年6月	02年10月	02年12月	03年3月	03年6月	03年9月	03年12月	04年3月	04年6月	今回調査	来期見通し	今回調査比
総合	△ 83.0	△ 54.0	△ 49.0	△ 42.0	△ 47.0	△ 51.0	△ 16.0	△ 31.0	△ 23.0	△ 10.0	1.0	11.0
もの造り	△ 70.0	△ 50.0	△ 35.0	△ 15.0	△ 55.0	△ 45.0	△ 15.0	△ 10.0	△ 35.0	△ 15.0	△ 15.0	0.0
卸小売業	△ 86.3	△ 55.0	△ 52.5	△ 50.0	△ 50.0	△ 52.5	△ 27.5	△ 47.5	△ 40.0	△ 10.0	△ 15.0	△ 5.0
サービス業	-	-	-	-	△ 40.0	△ 52.5	△ 5.0	△ 25.0	0.0	△ 7.5	25.0	32.5

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

全業種の上位3項目は前回調査と同じであった。しかしその回答率を前回と比較するとある特徴がみえてくる。1位の「仕入価格の上昇」は61%の回答であった。前回は57%の回答率で4%のアップであり、前々回の51%とは10%アップと、「仕入価格の上昇」が経営に与える影響度が深刻化していると推察する。2位は「売上が増えない」であったが、前々回52%、前回49%、今回42%と回を重ねる度に回答率は低下している。1位の「仕入価格の上昇」と正反対の動きを示している。3位は「利益率は上がらない」で27%となった。前々回15%、前回22%と上昇しているのは、1位の「仕入価格の上昇」との関連性が高いことを示していると言えよう。

全業種で1位の「仕入価格の上昇」は、5業種でかつ前回と全く同じ業種で1位となった。回答率は前回調査とほぼ同じか若干アップした。医療・福祉業と宿泊業の1位は「売上が増えない」となったが、これも前回と全く同じ項目で回答率もほぼ同じであった。2回連続の結果から業種別にある一定の傾向があるのが鮮明となった。

〔上位項目〕※( )は回答数

分類	1位	2位	3位
全業種 回答 100 社	仕入価格の上昇 (61)	売上が増えない (42)	利益率が上がらない (27)
建設業 回答 10 社	仕入価格の上昇 (5)	従業員の不足・確保難 (3) 熟練技術者の確保 (3) 下請け単価の上昇 (3)	人件費等の経費の増加 (2) 事業資金の借入難 (2) 利益率が上がらない (2)
製造業 回答 10 社	仕入価格の上昇 (7)	利益率が上がらない (5)	人件費等の経費の増加 (3) 新規事業の開業について (3)
卸売業 回答 20 社	仕入価格の上昇 (17)	売上が増えない (10)	消費・需要の停滞 (5)
小売業 回答 20 社	仕入価格の上昇 (13)	売上が増えない (11)	利益率が上がらない (6)
飲食・サービス業 回答 20 社	仕入価格の上昇 (15)	売上が増えない (7)	利益率が上がらない (6)
医療・福祉業 回答 10 社	売上が増えない (6)	同業者間による競争激化 (4)	人件費等の経費の増加 (3) (3)
宿泊業 回答 10 社	売上が増えない (5)	店舗・倉庫の狭隘・老朽化 (3) 仕入価格の上昇 (3)	同業者進出・新規参入業者増加 (2) 販売・受注単価低下・上昇難 (2) 消費・需要の停滞 (2) 従業員の不足・確保難 (2) 新規事業の開業について (2) 利益率が上がらない (2)

[参考:回答欄29番「その他:具体的に」の自由意見]

<建設業>

- ・ 営業力の向上

<製造業>

- ・ ECサイトの運営

<卸売業>

- ・ 個人企業の弱体化⇒伝票1枚当たり金額の減少

<小売業>

- ・ インターネットの価額にはかなわない。  
当店はECに対応していない

<飲食・サービス業>

- ・ 観光客の増加
- ・ 認知度不足
- ・ 光熱費の上昇

<医療・福祉業>

- ・ コロナ



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

全産業の上位3項目は前回調査と同じであったが、順位に移動がみられた。今回の1位である「販売単価上昇策」は38%の回答率であったが、前回は3位の28%から一挙に10%も回答率を伸ばした。しかし質問2の「経営上の問題点」の1位の回答率61%と比較すると、課題・問題点が同じであったとしても、個々の企業が考える効果的な対策は一樣でないことが分る。2位は「売上増加策」で34%(前回は38%の1位)、3位は「利益率向上策」の32%(前回は36%の2位)となった。

業種別の1位をみると、全業種で3位以内に入った項目以外が1位になってる業種が意外と多い。建設業の「適正人員確保策」他2項目、飲食・サービス業の「仕入単価圧縮策」、医療・福祉業の「市場競争力強化策」他1項目など7業種中3業種で、全業種3位以外が1位となっている。また質問2では、全業種で1位は50%以上の回答率を得ているものの、質問3では製造業(「販売単価上昇策」が60%)と小売業(「販売単価上昇策」が50%)となっただけであり、建設業では1位は30%と低回答率であった。業種や個々の企業によって、採用する経営改善対策が異なることが、これらの事実からも理解できそうだ。

〔上位項目〕※( )は回答数

分類	1位	2位	3位
全業種 回答 100 社	販売単価上昇策 (38)	売上高増加策 (34)	利益率向上策 (32)
建設業 回答 10 社	販売単価上昇策 (3) 適正人員確保策 (3) 経費削減策 (3) 人材育成策 (3)	売上高増加策 (2) 利益率向上策 (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) 資金繰り滑化策(金融) (1) 仕入単価圧縮策 (1)
製造業 回答 10 社	販売単価上昇策 (6)	売上高増加策 (5)	利益率向上策 (4)
卸売業 回答 20 社	売上高増加策 (9)	利益率向上策 (6) 仕入単価圧縮策 (6)	販売単価上昇策 (5) 適正人員確保策 (5) 新商品、新製品開発 (5)
小売業 回答 20 社	販売単価上昇策 (10)	利益率向上策 (9)	売上高増加策 (7)
飲食・サービス業 回答 20 社	仕入単価圧縮策 (8)	販売単価上昇策 (7)	売上高増加策 (6) (6)
医療・福祉業 回答 10 社	市場競争力強化策 (4) 経費削減策 (4)	販売単価上昇策 (3) 利益率向上策 (3)	売上高増加策 (2) 適正人員確保策 (2) 広告宣伝強化策 (2)
宿泊業 回答 10 社	販売単価上昇策 (4) 利益率向上策 (4)	売上高増加策 (3) 仕入単価圧縮策 (3) 広告宣伝強化策 (3)	適正な販売設備配置策 (2) 適正人員確保策 (2) 経費削減策 (2) 新分野事業展開 (2)

[参考:回答欄15番「その他:具体的に」の自由意見]

<建設業>

- ・ 営業力強化

<飲食・サービス業>

- ・ 値上げ

<医療・福祉業>

- ・ 新店舗への移転
- ・ 副業(アルバイト)を短期で始めた

質問4 経営改善対策に関連する内容で具体的に取り組んでいる(みたい)こと

1. 総括

今回の調査では質問3の「経営改善対策」を深掘りする観点から、経営者が具体的に取り組んでいる(みたい)対策を訊いた。回答率は30%(表1参照)となったが、自由記入であることを踏まえると比較的高い回答率であったと判断して良いだろう。なお宿泊業は1社も回答していない。宿泊業では経営改善に取り組もうとする意欲が減衰しているのではないかと懸念される。取り組み内容を大雑把に分類すると「WEB等(販売)チャネル対策」が36%の回答率を示していることが注目される(表2参照)。また実行に当っては「資金」が大きな課題と感じているようだ(表3参照)。

2. 回答内容等

① 業種別回答数等

卸・小売業関連の回答件数が多い。新たな取り組みをしなければ生き残りができないと経営者は考えているだろう。もの造り関連は20%の回答率となった一方で、サービス業関連では業種により差異が大きく表れた。医療・福祉業は40%、飲食・サービス業は35%と卸・小売業関連とほぼ同一水準であったもの、宿泊業では0%となっている。

宿泊業は他業界以上にコロナ禍の影響を強く受けており、自助努力の範疇を超えて業績が左右する現実に直面していることを裏付けているとも言えるだろう。

<表1>

	調査件数	回答内容			
		社数	回答率	点数	点/社
建設業	10	2	20%	3	1.5
製造業	10	2	20%	2	1.0
卸売業	20	8	40%	12	1.5
小売業	20	7	35%	9	1.3
飲食・サービス業	20	7	35%	7	1.0
医療・福祉業	10	4	40%	4	1.0
宿泊業	10	0	0%	0	-
合計	100	30	30%	37	1.2

② 業種別に取り組んでいる内容

「取り組んでいる内容」は回答した各社で多様であった。そこで試みとして回答内容を幾つかの分類(グループ)にまとめた。「WEB等(販売)チャネル対策」が全回答数のうち36.8%を占めている。ネット・WEBが社会生活の隅々まで浸透してきている現在、この仕組みを上手に活用しようという意欲の表れであろう。新規事業等の「設備投資・多角化」は13.2%、「入るを量りて出ざるを制す」の格言が示す「費用削減」と「営業強化」、販売価格の引上げ等を含む「価格対応」の3つの対策が10.5%となった。

<表2>

(注. 回答数から「なし」等と回答したものは削除した)

	取り組んでいる(みたい)内容	WEB等 チャネル対策	設備投資・多角化	費用削減	営業強化	価格対応	商品開発等	取引形態変更	人材採用・教育	IT・デジタル対応
建設業	ホームページの充実	○								
	WEB広告	○								
	HPリニューアル	○								
製造業	ホームページの更新	○								
	デジタル化									○
卸売業	ホームページ作成	○								
	年明け頃に新商品予定						○			
	商品の値上げのお得意様へのお願い					○				
	飲食店出店(居酒屋)		○							
	適正価格にての商品提供増進					○				
	早め早めの受注をはかる				○					
	新規事業		○							
	相見積もりを依頼し代替品などの提案					○				
	イベント出店・催事情報収集				○					
	取引先の変更(都心企業→地元にて)				○			○		
	他社にまかせていた事を自社でする				○			○		
通販の強化	○									
小売業	商品アイテムを売れすじにしぼる						○			
	専門学校の新卒の生徒を毎年1人雇用して3年間で3人								○	
	大型冷蔵庫の購入(古い型は光熱費がかかる)		○							
	ネット販売	○								

小売業	SNS、インスタなどの宣伝	○							
	役員手当削減			○					
	DM				○				
	宣伝・広告、SNSを多用する	○			○				
サービス・飲食・ス業	地獄釜設置による商品提供						○		
	ネット広告のプランアップ	○							
	うちエコ診断センターを県より受託		○						
	仕入先の変更						○		
	インスタグラム	○							
	インスタグラムなどによる発信策	○							
医療・福祉	ムダな経費見直し			○					
	新規事業を軌道に乗せる		○						
	SNSによる強化(HPの作成)	○							
	ネットでの紹介(店舗の)	○							
合計(該当個数)	14	5	4	4	4	3	2	1	1
全回答数に占める構成比	36.8%	13.2%	10.5%	10.5%	10.5%	7.9%	5.3%	2.6%	2.6%

③ (取り組んでいる内容に関し) 課題と感ずること

回答内容を見ると、当然かもしれないが「資金(お金)」に関するものが多くなっている。次はお客様の獲得等「営業」に関するものが多い結果となった。

<表3>

(注. 回答数から「課題と感ずること」に記載のなかったものは削除した)

	取り組んでいる(みたい)内容	課題と感ずること				
		回答内容	資金	営業	時間	その他
建設業	WEB広告	費用が毎回発生	○			
	HPリニューアル	費用発生	○			
製造業	デジタル化	資金、勉強	○			○
卸売業	ホームページ作成	クレジット化		○		
	年明け頃に新商品予定	販売先とアピールをどうするべきか		○		
	商品の値上げのお得意様へのお願い	どこまで値上げするか		○		
	適正価格にての商品提供増進	同業者の販売価格の調査		○		
	早め早めの受注をはかる	お客様の動きがどうなるか?		○		
	相見積もりを依頼し代替品などの提案	時間がかかる。管理が大変			○	
	イベント出店・催事情報収集	イベントの人員不足				○
	取引先の変更(都心企業⇒地元にて)	単価が高い	○			
小売業	他社にまかせていた事を自社でする	情報収集				○
	通販の強化	チラシ、DM代等の高騰	○			
	大型冷蔵庫の購入(古い型は光熱費がかかる)	大きいので高い	○			
	ネット販売	専用包材などの確保				○
サービス・飲食・ス業	DM	送料の値上り.	○			
	宣伝・広告、SNSを多用する	継続すること、発信するネタ			○	○
	地獄釜設置による商品提供	やや時間を要すること			○	
	ネット広告のプランアップ	掲載費増額	○			
	うちエコ診断センターを県より受託	受診者確保		○		
	仕入先の変更	長年の付き合いを止める苦しさ		○		
医療・福祉	Instagramなどによる発信策	時間を作ること			○	
	新規事業を軌道に乗せる	新規利用者の獲得		○		
	SNSによる強化(HPの作成)	作成費が発生	○			
合計	ネットでの紹介(店舗の)	費用がかかる	○			
			10	8	4	5

質問5 商工会議所への意見・要望など

① 建設業

( な し )

---

② 製造業

・ いろいろわからない事などまた教えて戴きたいです。よろしく願いいたします。

---

③ 卸売業

・ 経営革新の利用

・ ネットでできるようにして下さい

・ お世話になりありがとうございます。別府商工会議所様を頼りにしています。心の励みにしています。

---

④ 小売業

・ いつもお世話になります

---

⑤ 飲食・サービス業

・ うちエコ診断のチラシ配布に協力をお願いしたい。うちエコ診断は温暖化対策の二酸化炭素削減の有効ツール

・ いつもお世話になり有りがたく思っています

---

⑥ 医療・福祉業

( な し )

---

⑦ 宿泊業

( な し )

---

【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	0.0	22.0	15.0	23.0	△ 17.0	△ 7.0
もの造り関連	0.0	25.0	20.0	15.0	△ 25.0	△ 20.0
卸・小売業関連	△ 2.5	0.0	22.5	27.5	△ 20.0	△ 7.5
サービス業関連	2.5	42.5	5.0	22.5	△ 10.0	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	△ 6.0	△ 3.0	△ 12.0	2.0	△ 27.0	△ 30.0
もの造り関連	0.0	△ 10.0	△ 20.0	△ 10.0	△ 40.0	△ 40.0
卸・小売業関連	△ 2.5	2.5	△ 15.0	△ 7.5	△ 40.0	△ 37.5
サービス業関連	△ 12.5	△ 5.0	△ 5.0	17.5	△ 7.5	△ 17.5
	ト. 自社の業況判断		(分類)			
	前年同期比	来期見通し				
総合	△ 10.0	1.0				
もの造り関連	△ 15.0	△ 15.0				
卸・小売業関連	△ 10.0	△ 15.0				
サービス業関連	△ 7.5	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】

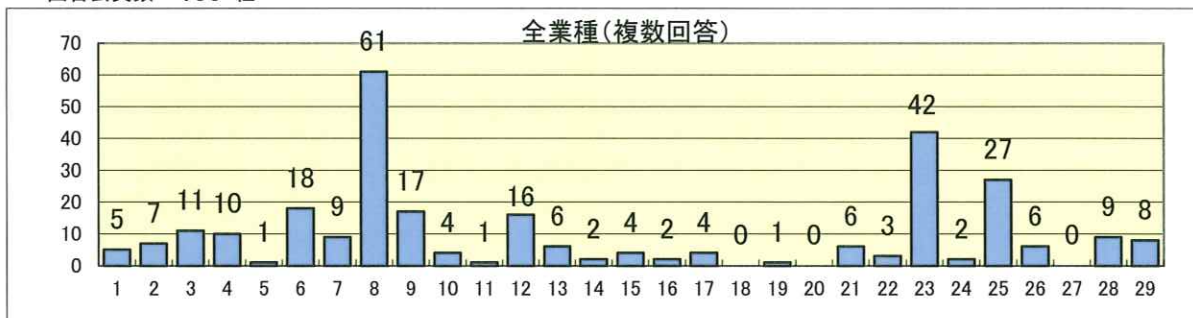
	ニ. 借入難度(含手形割引)		ホ. 収益状況(経常利益)		ヘ. 雇用人員(過剰・適正・不足)	
	前年同期比	来期見通し	前年同期比	来期見通し	前年同期比	来期見通し
総合	△ 6.0	△ 3.0	△ 12.0	2.0	△ 27.0	△ 30.0
建設業	0.0	△ 20.0	△ 30.0	△ 10.0	△ 50.0	△ 50.0
製造業	0.0	0.0	△ 10.0	△ 10.0	△ 30.0	△ 30.0
卸売業	△ 15.0	0.0	△ 5.0	10.0	△ 35.0	△ 35.0
小売業	10.0	5.0	△ 25.0	△ 25.0	△ 45.0	△ 40.0
飲食・サービス業	△ 25.0	△ 20.0	△ 20.0	△ 5.0	△ 5.0	△ 15.0
医療・福祉業	0.0	10.0	△ 20.0	40.0	0.0	△ 20.0
宿泊業	0.0	10.0	40.0	40.0	△ 20.0	△ 20.0
	ト. 自社の業況判断					
	前年同期比	来期見通し				
総合	△ 10.0	1.0				
建設業	△ 20.0	△ 10.0				
製造業	△ 10.0	△ 20.0				
卸売業	15.0	15.0				
小売業	△ 35.0	△ 45.0				
飲食・サービス業	△ 5.0	25.0				
医療・福祉業	△ 40.0	30.0				
宿泊業	20.0	20.0				



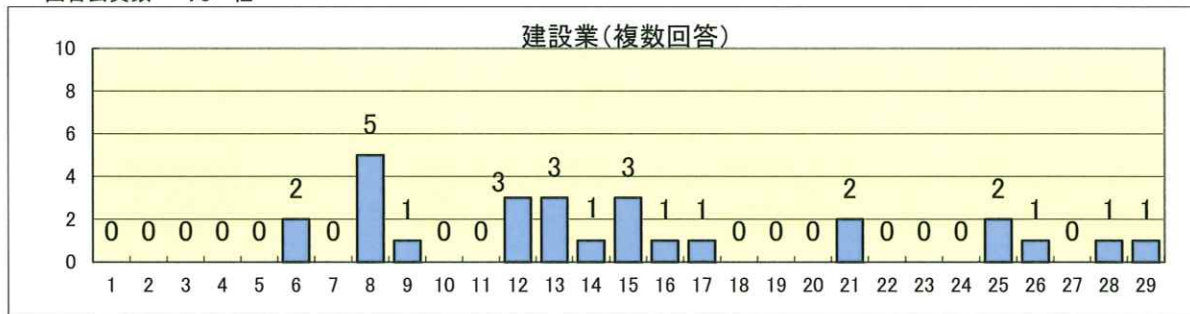
質問2 今期直面している経営上の問題点

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

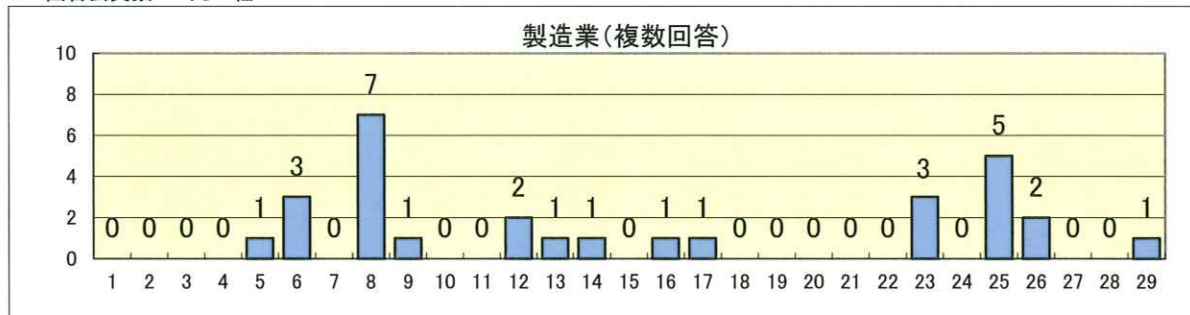
▶ 回答会員数 100 社



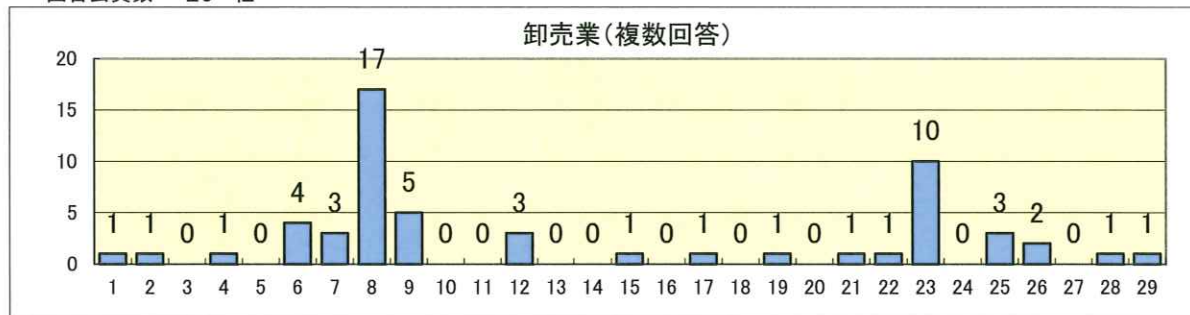
▶ 回答会員数 10 社



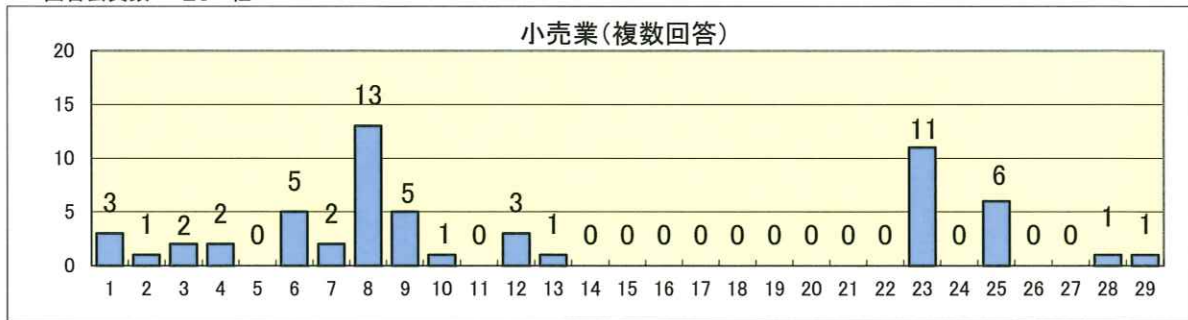
▶ 回答会員数 10 社



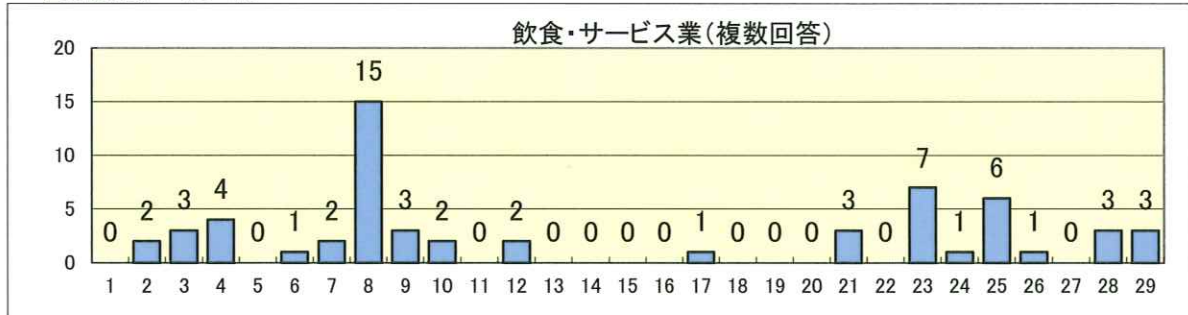
▶ 回答会員数 20 社



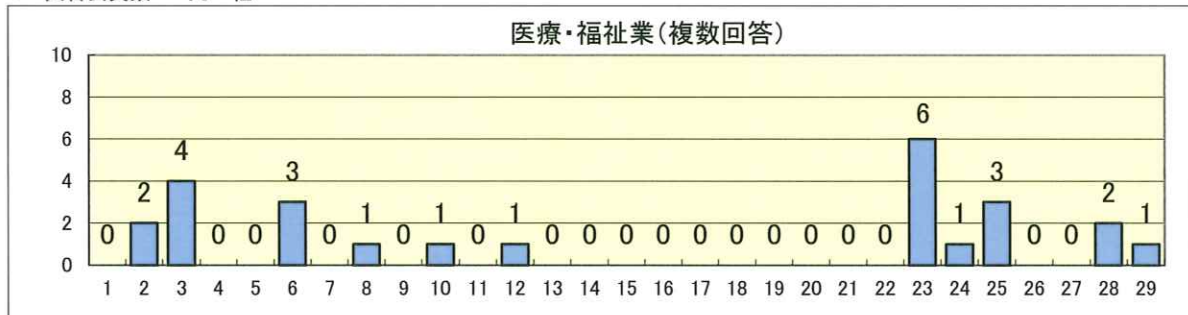
▶ 回答会員数 20 社



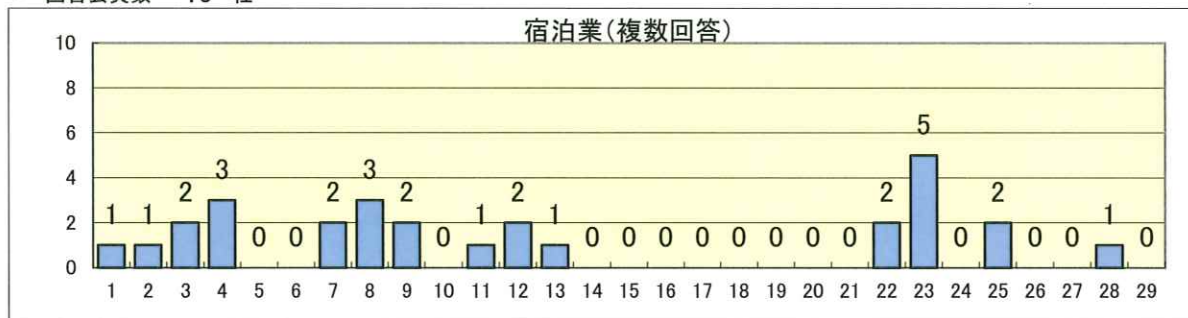
▶ 回答会員数 20 社



▶ 回答会員数 10 社



▶ 回答会員数 10 社



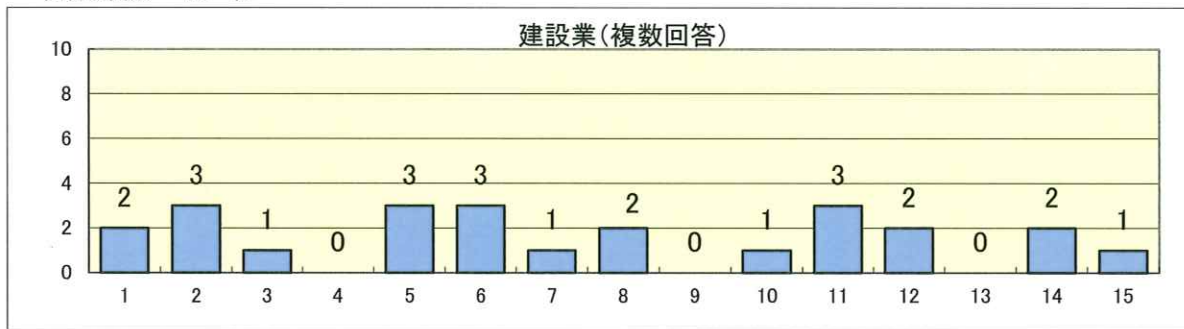
質問3 現在(今後)進めている(いく)経営改善対策

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

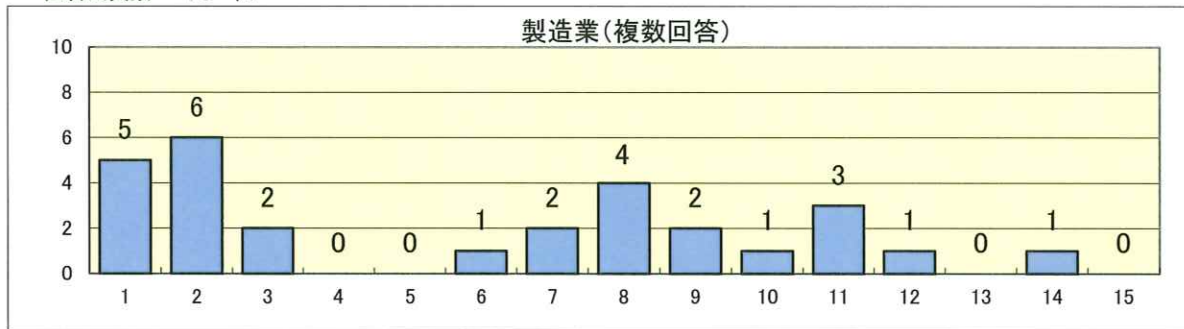
▶ 回答会員数 100 社



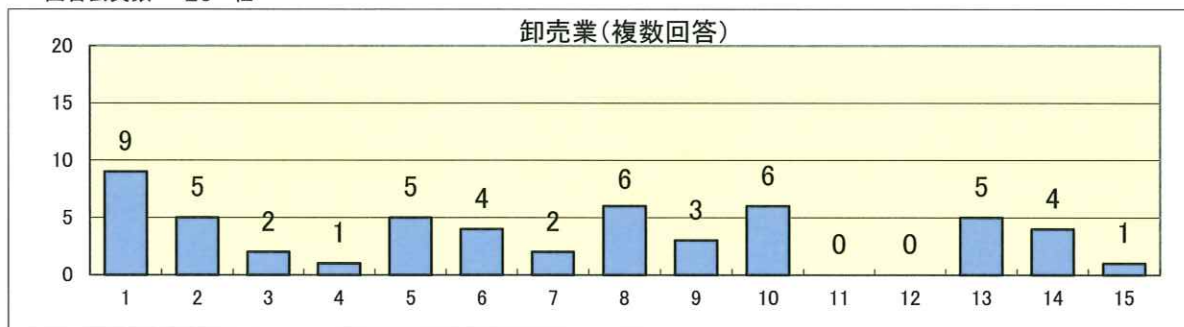
▶ 回答会員数 10 社



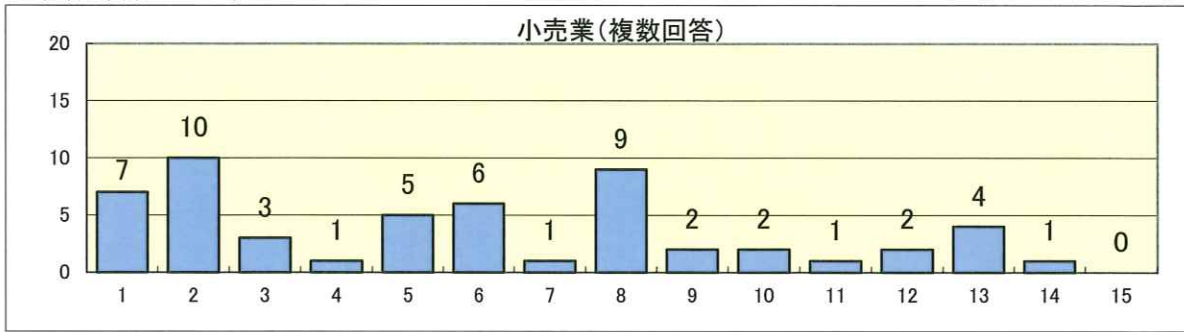
▶ 回答会員数 10 社



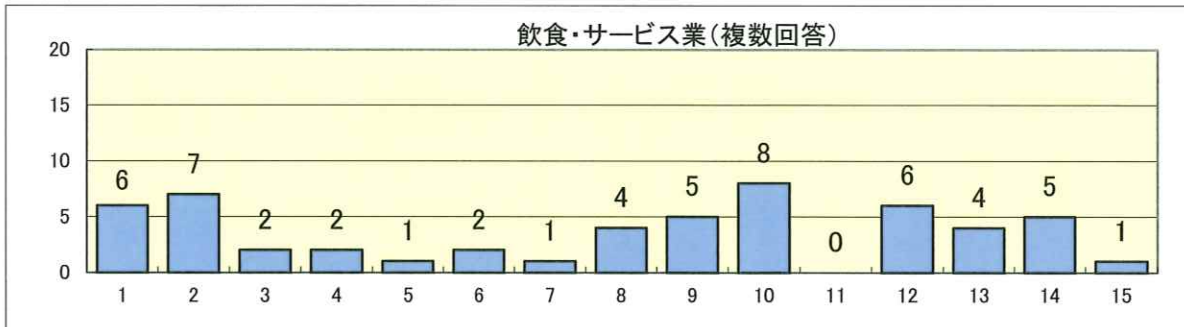
▶ 回答会員数 20 社



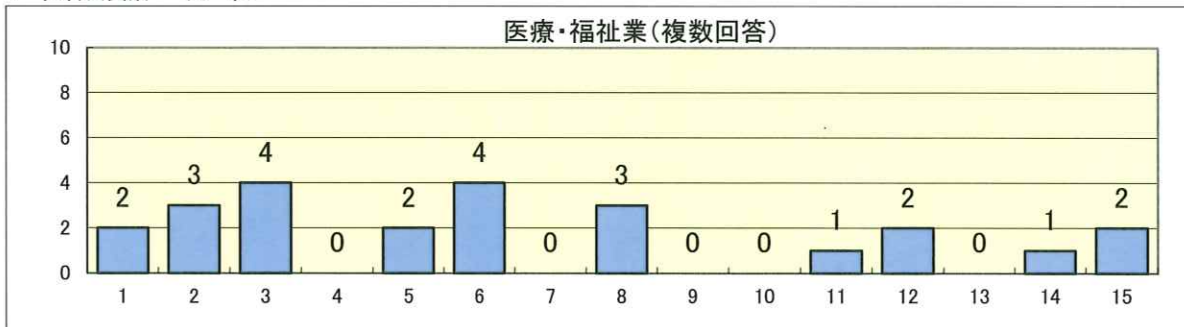
▶ 回答会員数 20 社



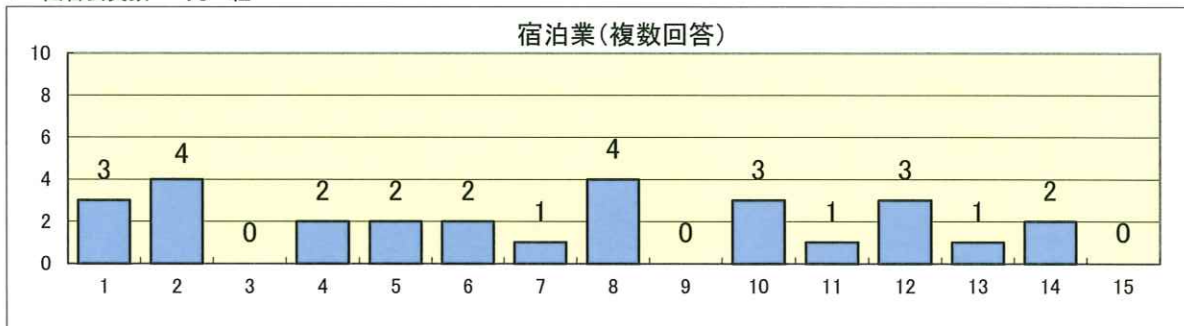
▶ 回答会員数 20 社



▶ 回答会員数 10 社



▶ 回答会員数 10 社





## 別府商工会議所 企業景況調査票

(2022年7月～9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		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	2022年7月～9月期の状況				2022年10月～12月期の見通し			
	① 前年同期(2021年7月～9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＞ 質問3で回答した項目に関連する内容で具体的に取り組んでいる(みたい)ことがありますか。

取り組んでいる内容	状況	課題だと感じる点
チラシ作成	作成済み	配付費用が発生

＜質問5＞ 当所への意見・要望などございましたらご記入下さい