

# 企業景況調査報告書

(2024年10月～12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 (商工会議所に望むこと)	.....	9～10
集計結果	.....	11～15
調査票様式	.....	16

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 10 月～ 12 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 2025 年 1 月 6 日から約4週間(回答期限・2025年1月31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) (全社)	個人企業 41 社	株式会社 8 社	有限会社 22 社		
	他の会社 4 社	他の法人 0 社	無回答 0 社		
形態(2) (業種別)	建設業 2 社	製造業 5 社	卸小売業 9 社	宿泊・サービス業 15 社	飲食業 10 社
	個人企業 2 社	5 社	9 社	15 社	10 社
	株式会社 5 社	1 社	1 社	0 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 48 社	5～9人 10 社	10～29人 8 社		
	30～49人 0 社	50～99人 0 社	100人以上 0 社		
	無回答 9 社				
従業員数(2) (※)	建設業 60% 10%	製造業 63% 25%	卸小売業 67% 17%		
	飲食業 82% 18%	宿泊・サービス業 84% 11%	合計 73% 15%		

※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 7 月～ 9 月期)の調査に続き、 2024 年 10 月～ 12 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45回目の調査である。

今回の調査結果からは、全般的に上昇(改善)傾向というよりは下降(悪化)傾向を示し始めていと言えそうだ。下降(悪化)という表現が好ましくないとすれば、上昇(改善)への足踏み又は踊り場で予測が困難な状況にあると表現しても良さそうだ。例えば売上高DIはコロナ終息後の令和5年6月に総合で35.0と高い正の値を示していたものの、今回は4.0へ落込み、更に次期見込みも△2.7とマイナスに転落すると経営者は予想する。業績が落ち込むと資金繰りにも影響し、資金繰りDIは令和6年6月以降マイナス傾向が強まり、予断の許さない状況になりつつある。今回調査でプラス値(5.0)を示した卸小売業も来期見通しは△5.0と再びマイナスになると予想する。上昇(改善)傾向がみられるときはこの順風に上手く乗れば良いのだが、下降(悪化)時は素直に現状の問題点を徹底的に精査し、短期集中的に改善策を講じないと傷口は拡大する。経営支援機関はこの状況をしっかりと理解し早々の支援強化が必要であろう。

今回調査では質問4で【商工会議所に望むこと】を訊いた。回答は用意した選択肢から選ぶのではなく自由に記載してもらった。【望むこと】とは異なると判断できる回答を除いた有効回答数は17社(回答率23%)で、うち個人企業の回答率は37%(15社/41社)と高く、法人企業の回答率は6%であった。経営資源に乏しい個人企業に対する経営支援の充実が望まれる。試みに回答内容を分類したところ「会員交流会開催」の要望が4社と最も多く、次は「補助金申請等支援」他3項目が2社回答と続いた。別紙の資料を参照の上、会員支援サービスの充実・拡充に活用して頂きたい。

※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。

$$DI = (\text{増加・好転などの回答割合}) - (\text{減少・悪化などの回答割合})$$

・業況・採算:(好転) - (悪化)                      ・売上:(増加) - (減少)

質問1 前年同期と今期(10月～12月)の経営上の状況比較、及び来期(1月～3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4.0とわずかのプラスとなった。前回は1.3であり弱含みでも改善に向かっていることは確かではあろう。大分類ではもの造り関連が△4.5(前回△31.8)、卸小売業関連が10.0(同0.0)、サービス業関連が6.1(同24.2)となった。もの造り関連はマイナスDIであるものの前回比で大きく改善しているが、サービス業関連は前回比で18.1ポイントも悪化していることが懸念される。

業種別では建設業(△9.1)と飲食業(△5.0)の2業種がマイナスである。宿泊・サービス業は23.1とプラスではあるものの、前回の53.8から大きく30.7ポイントも悪化しており、経営者の警戒感が広がりつつあると推察する。

ロ. 売上単価

総合で24.0(前回26.7)であり、業種別でも5業種全てで二桁のプラスとなった。最も低い業種は卸小売業で10.0次に飲食業の15.0が続いている。この2業種では販売単価のアップがしばらく傾向がありそうだ。

今期は順調に単価上昇ができたようだが、来期予想では総合で8.0(前回は17.3)と大きなブレーキが掛かる可能性がある。業種別でも今期53.8と高い数値を示した宿泊・サービス業が△7.7(前回は38.5)を予想していることに注目したい。宿泊・サービス業では順調に単価アップができた為に一息ついた状況となったのか、又は競争環境が悪化することを予想して更なる単価上昇を控えようとしているのか、経営者の判断基準を尋ねてみたいものだ。

ハ. 資金繰り

総合では前回(△17.3)から6.6ポイント改善の△10.7となった。大分類では卸小売業関連が前回の△25.0から5.0とプラスへ転じた。なお来期見通しは△5.0とマイナスに戻る予想となっていることが懸念材料である。業種別で建設業が今期△18.2だったところ、来期見通しでは△36.4と18.4ポイントの悪化を予想している。全5業種の来期見通しはマイナスではあるものの、建設業の状況は更に芳しくないことが伺えそうだ。

ニ. 借入難度

毎回の調査でもそうだが、今回も資金繰りDIよりも借入難度DIの方が良好だといえる。ただし前回比や来期予想比からみると僅かではあるがDI値は悪くなる傾向がみられる。総合でみてみよう。前回実績は0.0であったところ、今回は△5.3となり、来期見込みも△8.0と少しではあるが悪化すると考える経営者が多くなっている。資金繰りが苦しかったときに頼りになるのは金融機関である。金融機関は経営者により沿った融資姿勢を持ち続けてほしいものだ。

ホ. 収益状況(経常利益)

今回は総合で1.3とプラスとなった(前回は△12.0)。もの造り関連が△13.6とマイナスではあるものの、前回の△40.9から27.3ポイントの改善をみたことが特筆される。しかし来期見通しは総合で△13.3と再びマイナスを示しており油断のできない状況が続いている。全5業種の中で飲食業が前回15.0、今回10.0、来期見通し5.0といずれもプラスとなっていることを指摘しておきたい。

ヘ. 雇用人員

不足の状態がいつまで続くのか全く見通せない状況が続いている。マイナスDI値が最も小さいのは宿泊・サービス業で△23.1であった。逆に最も大きいのは製造業の△45.5であった。経営者は雇用人員の不足が超長期的に続くという前提でビジネスを展開できる事業モデルを創ることが求められていると思料する。

ト. 自社の業況判断

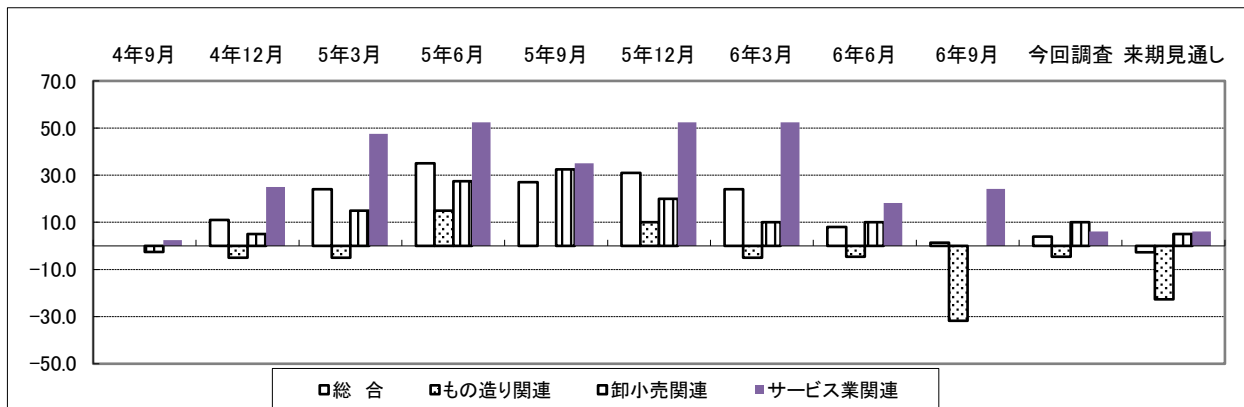
5業種でプラスだったのは宿泊・サービス業でDI値は15.4であった。なお前回は30.8だったので15.4ポイント悪化したことになる。更に来期見通しでは△23.1と大きなマイナスを予想している。全5業種で来期見通しはマイナスを予想しているなど、事業経営に係る環境は悪化すると予想する経営者が多いようである。

【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

もの造り関連では前回のDI値は△31.8で前々回比で27.3ポイントも悪化していた。今回は△4.5で改善されてはいるが、全10回の調査ではDI値がマイナスの回数が6回あり、もの造り関係では本指標は厳しい状況が続いている。

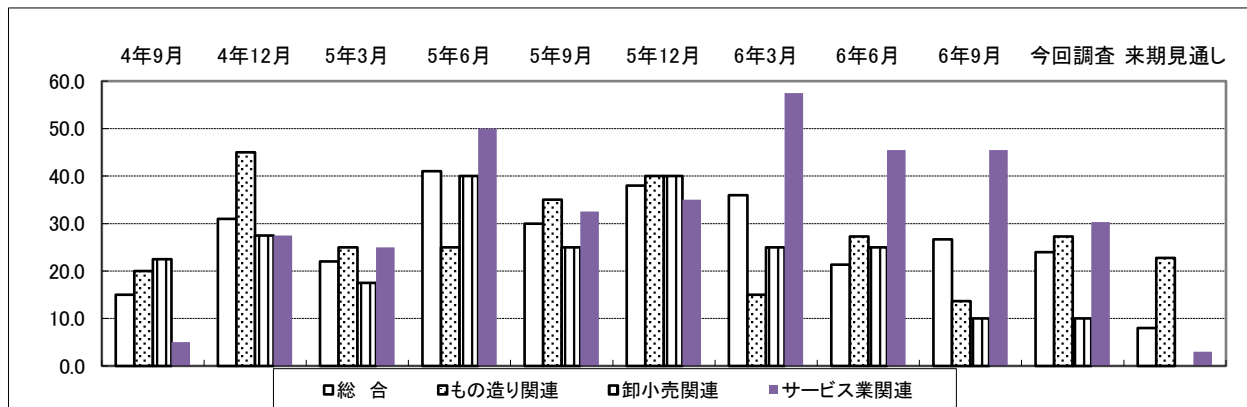


《時系列実績・見通し》

	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	6年6月	6年9月	今回調査	来期見通し	今回調査比
総合	0.0	11.0	24.0	35.0	27.0	31.0	24.0	8.0	1.3	4.0	△ 2.7	△ 6.7
もの造り	0.0	△ 5.0	△ 5.0	15.0	0.0	10.0	△ 5.0	△ 4.5	△ 31.8	△ 4.5	△ 22.7	△ 18.2
卸小売業	△ 2.5	5.0	15.0	27.5	32.5	20.0	10.0	10.0	0.0	10.0	5.0	△ 5.0
サービス業	2.5	25.0	47.5	52.5	35.0	52.5	52.5	18.2	24.2	6.1	6.1	0.0

ロ. 売上単価

サービス業関連では令和5年6月調査で前回比で大きく伸長した以来、DI値は高い正の値が続いていた。今回調査では前回比で15.2ポイントダウンし、また来期見通しが3.0ととなっていることから一服感が出てきたようだ。

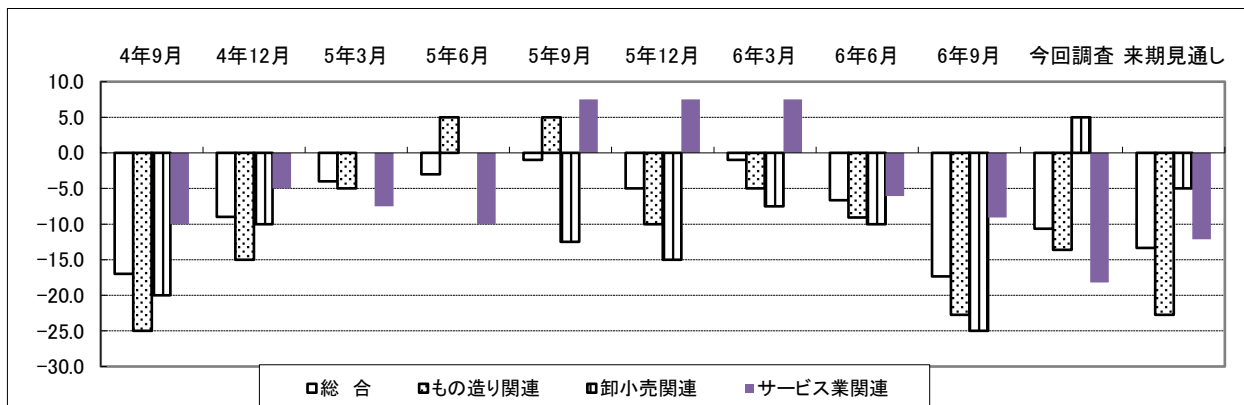


《時系列実績・見通し》

	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	6年6月	6年9月	今回調査	来期見通し	今回調査比
総合	15.0	31.0	22.0	41.0	30.0	38.0	36.0	21.3	26.7	24.0	8.0	△ 16.0
もの造り	20.0	45.0	25.0	25.0	35.0	40.0	15.0	27.3	13.6	27.3	22.7	△ 4.5
卸小売業	22.5	27.5	17.5	40.0	25.0	40.0	25.0	25.0	10.0	10.0	0.0	△ 10.0
サービス業	5.0	27.5	25.0	50.0	32.5	35.0	57.5	45.5	45.5	30.3	3.0	△ 27.3

## ハ. 資金繰り

卸小売業が前回の△25.0から5.0へと大きく改善したものの、次期予想では一転して△5.0と悪化を予想している。全体的に本指標では業種の別を問わず悪化を予想する経営者が多いように思料する。

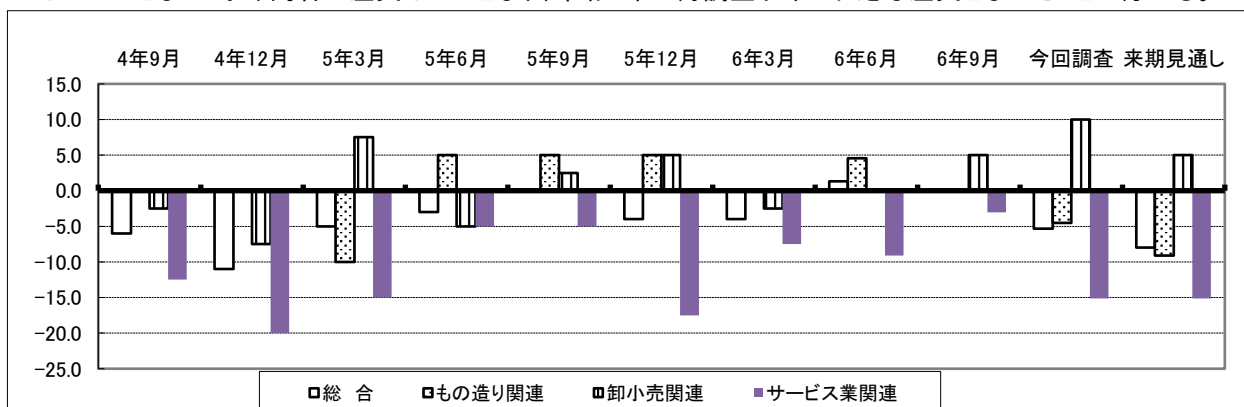


《時系列実績・見通し》

	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	6年6月	6年9月	今回調査	来期見通し	今回調査比
総合	△ 17.0	△ 9.0	△ 4.0	△ 3.0	△ 1.0	△ 5.0	△ 1.0	△ 6.7	△ 17.3	△ 10.7	△ 13.3	△ 2.7
もの造り	△ 25.0	△ 15.0	△ 5.0	5.0	5.0	△ 10.0	△ 5.0	△ 9.1	△ 22.7	△ 13.6	△ 22.7	△ 9.1
卸小売業	△ 20.0	△ 10.0	0.0	0.0	△ 12.5	△ 15.0	△ 7.5	△ 10.0	△ 25.0	5.0	△ 5.0	△ 10.0
サービス業	△ 10.0	△ 5.0	△ 7.5	△ 10.0	7.5	7.5	7.5	△ 6.1	△ 9.1	△ 18.2	△ 12.1	6.1

## 二. 借入難度

今回調査では大分類で差異がみられる結果となった。卸小売業のDI値は10.0のプラスであったが、サービス業では△15.2となっており両者の差異は25.2となり、令和5年12月調査以来の大きな差異となったことが分かる。

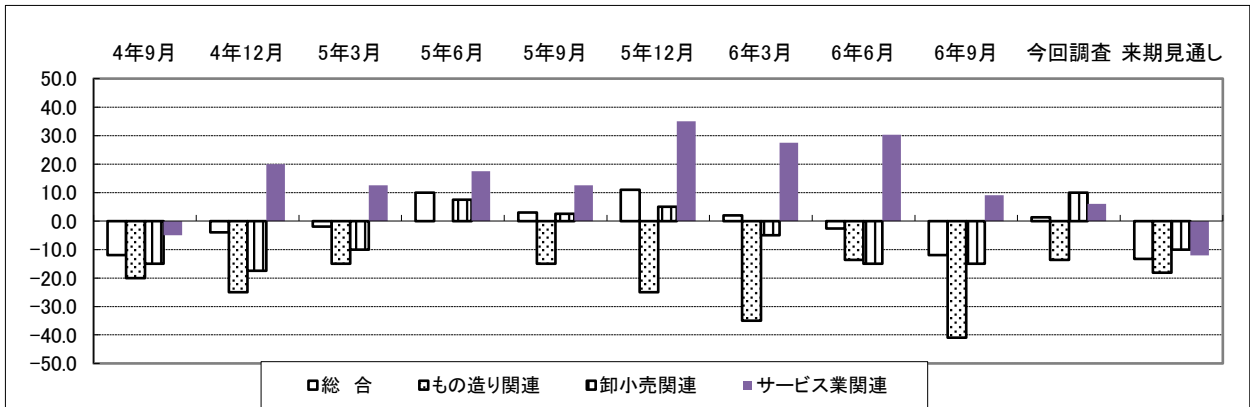


《時系列実績・見通し》

	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	6年6月	6年9月	今回調査	来期見通し	今回調査比
総合	△ 6.0	△ 11.0	△ 5.0	△ 3.0	0.0	△ 4.0	△ 4.0	1.3	0.0	△ 5.3	△ 8.0	△ 2.7
もの造り	0.0	0.0	△ 10.0	5.0	5.0	5.0	0.0	4.5	0.0	△ 4.5	△ 9.1	△ 4.5
卸小売業	△ 2.5	△ 7.5	7.5	△ 5.0	2.5	5.0	△ 2.5	0.0	5.0	10.0	5.0	△ 5.0
サービス業	△ 12.5	△ 20.0	△ 15.0	△ 5.0	△ 5.0	△ 17.5	△ 7.5	△ 9.1	△ 3.0	△ 15.2	△ 15.2	0.0

## ホ. 収益状況

好転又は悪化と答えた企業が拮抗しているようだ。過去の調査では大分類により好転又は悪化の判断に大きな差異が見られていたが、今回調査ではこの格差は縮小していることに注目したい。

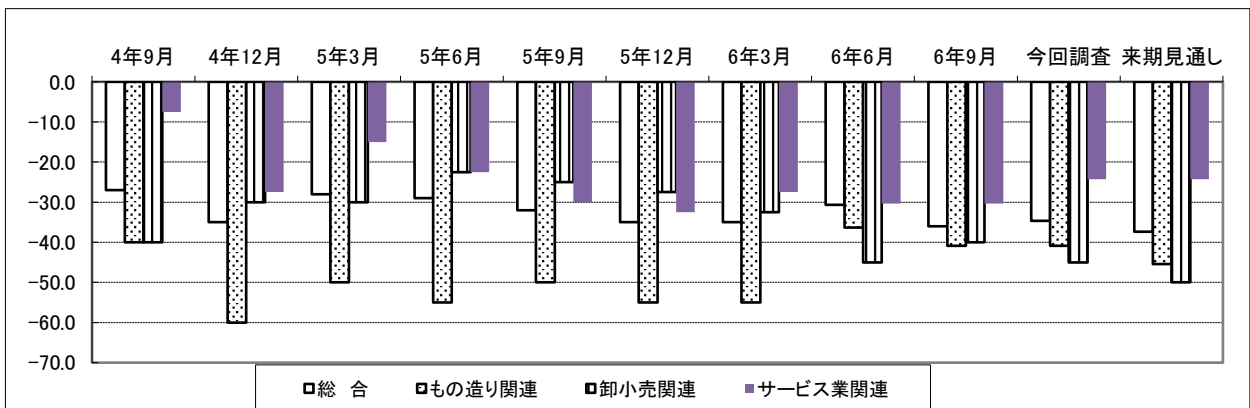


《時系列実績・見通し》

	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	6年6月	6年9月	今回調査	来期見通し	今回調査比
総合	△ 12.0	△ 4.0	△ 2.0	10.0	3.0	11.0	2.0	△ 2.7	△ 12.0	1.3	△ 13.3	△ 14.7
もの造り	△ 20.0	△ 25.0	△ 15.0	0.0	△ 15.0	△ 25.0	△ 35.0	△ 13.6	△ 40.9	△ 13.6	△ 18.2	△ 4.5
卸小売業	△ 15.0	△ 17.5	△ 10.0	7.5	2.5	5.0	△ 5.0	△ 15.0	△ 15.0	10.0	△ 10.0	△ 20.0
サービス業	△ 5.0	20.0	12.5	17.5	12.5	35.0	27.5	30.3	9.1	6.1	△ 12.1	△ 18.2

## ヘ. 雇用人員

特別にコメントすることなく従業員の雇用環境は厳しさが継続している。また業種間での大きな差異はなく、雇用環境の改善に関しては個々の企業の問題ではないことが理解できそうだ。

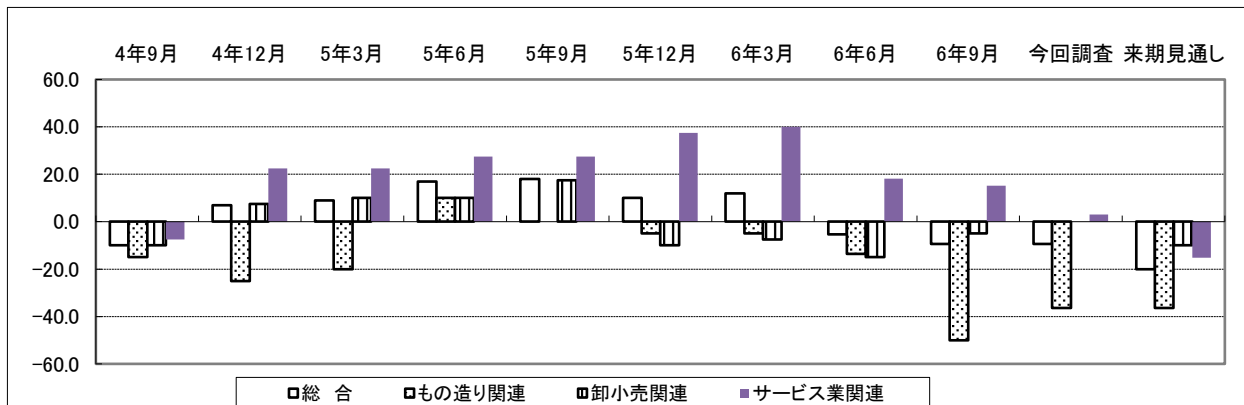


《時系列実績・見通し》

	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	6年6月	6年9月	今回調査	来期見通し	今回調査比
総合	△ 27.0	△ 35.0	△ 28.0	△ 29.0	△ 32.0	△ 35.0	△ 35.0	△ 30.7	△ 36.0	△ 34.7	△ 37.3	△ 2.7
もの造り	△ 40.0	△ 60.0	△ 50.0	△ 55.0	△ 50.0	△ 55.0	△ 55.0	△ 36.4	△ 40.9	△ 40.9	△ 45.5	△ 4.5
卸小売業	△ 40.0	△ 30.0	△ 30.0	△ 22.5	△ 25.0	△ 27.5	△ 32.5	△ 45.0	△ 40.0	△ 45.0	△ 50.0	△ 5.0
サービス業	△ 7.5	△ 27.5	△ 15.0	△ 22.5	△ 30.0	△ 32.5	△ 27.5	△ 30.3	△ 30.3	△ 24.2	△ 24.2	0.0

ト. 自社の業況判断

もの造り関連は前回調査(△50.0)に引き続き△36.4と大きなマイナス値を計上した。過去の調査ではプラス値であったときもあり、もの造り関連の経営環境は厳しさを増していることが推察できる今回調査の結果であった。



《時系列実績・見通し》

	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	6年6月	6年9月	今回調査	来期見通し	今回調査比
総合	△ 10.0	7.0	9.0	17.0	18.0	10.0	12.0	△ 5.3	△ 9.3	△ 9.3	△ 20.0	△ 10.7
もの造り	△ 15.0	△ 25.0	△ 20.0	10.0	0.0	△ 5.0	△ 5.0	△ 13.6	△ 50.0	△ 36.4	△ 36.4	0.0
卸小売業	△ 10.0	7.5	10.0	10.0	17.5	△ 10.0	△ 7.5	△ 15.0	△ 5.0	0.0	△ 10.0	△ 10.0
サービス業	△ 7.5	22.5	22.5	27.5	27.5	37.5	40.0	18.2	15.2	3.0	△ 15.2	△ 18.2

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

総合の1位は「仕入価格の上昇」(回答率56%)で前回と同様であった。前回の回答率が53%であったことから、「仕入価格の上昇」の影響は僅かではあるものの拡大しているようだ。総合の2位は前回(28%)と同じく「売上が増えない」(36%)で回答率は8%も伸長した。売上確保に苦悩する経営者が多くなっているのだろう。総合の3位は前回から変動があった。前は「従業員の不足・確保難」(23%)だったが、今回は「人件費等の経費の増加」(21%)となった。今回も人件費という文字があることから、雇用確保や労働環境改善が重要課題であることに変わりはない。ちなみに「従業員の不足・確保難」は総合で16%の回答率だったが、建設業(36%)と宿泊・サービス業(25%)とで2位につけていることを指摘しておきたい。

総合1位の「仕入価格の上昇」は全5業種でも1位となっている。回答率が最も高いのは飲食業(77%)で製造業(64%)、卸小売業(60%)と60%以上の回答率が続いている。最も低い宿泊・サービス業でも40%であり、2位の回答率(25%)より15%も高い。経営の神様松下幸之助翁はかつて「利は元にある」と言った。利益を出すには上手な仕入が鍵を握っているという示唆である。仕入は売上原価を構成するが、他の構成費目である外注費、労務費製造等直接経費を含めて、如何に売上原価を統制できるかが経営課題として認識されていると指摘しておきたい。

[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 (56)	売上が増えない (36)	人件費等の経費の増加 (21)
建設業 回答 11 社	仕入価格の上昇 (45)	従業員の不足・確保難 (36)	売上が増えない (27)
製造業 回答 11 社	仕入価格の上昇 (64)	売上が増えない (36)	販売・受注単価の上昇難等 (27)
卸小売業 回答 20 社	仕入価格の上昇 (60)	人件費等の経費の増加 (30)	売上が増えない (25)
飲食業 回答 13 社	仕入価格の上昇 (77)	売上が増えない (46)	人件費等の経費の増加 (31)
宿泊・サービス業 回答 20 社	仕入価格の上昇 (40)	店舗・倉庫の狭隘・老朽化 (25) 従業員の不足・確保難 (25)	売上が増えない (20)

[参考:回答欄29番「その他:具体的に」の自由意見]

	個人企業	法人企業
製造業		事業承継
飲食業	手術による営業日数減少	固定客が獲得できていない
	ガス電気代の上昇	
宿泊・サービス業	代表の体力低下	
	事業承継	
	事業承継手続き	
	新規参入	
	孫がうまれて営業時間短縮	
卸小売業	やる気のない従業員(若い人は働く意欲がない)	



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

質問2の【経営上の問題点】では「仕入価格の上昇」が回答率56%で1位を占めた。とすれば【経営改善策】として「仕入単価圧縮策」が総合で1位にランクインされても良さそうだ。しかし3位以内にはなく回答率11%で6位となっている。この落差をどう解釈すれば良いのだろうか。仕入先から商品や原材料を仕入れるのだが、仕入先の方が自社より強い交渉力を持っている場合、仕入価格改定交渉へのハードルは高くなる。そこで経営者は交渉をあきらめ、売上高の増加を目論むことで利益獲得を図ろうとしていると解釈できそうだ。

総合1位は「売上高増加策」(回答率43%)で、業種別でも建設業(64%)、飲食業(46%)、宿泊・サービス業(40%)で1位となった。また製造業(36%)と卸小売業(35%)でも2位となっており、総じて「売上高増加策」は経営者が考える経営改善策として最上位にある対策であることに間違いがない。なお総合2位の「販売単価上昇策」(36%)も売上増加と直結する対策であり、売上高は経営者の不安を緩和する良薬であると言えそうだ。

宿泊・サービス業の2位に「広告宣伝強化策」(30%)があがっていることに注目したい。経営規模の大小を問わず宿泊希望者に自宿を選択してもらわないといけな。ネット環境が進化・深化している中で、自社から積極的に広報していかないと、同業他社に宿泊者を奪われるという危機感が「広告宣伝強化策」を促しているのだろう。

[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	売上高増加策 (43)	販売単価上昇策 (36)	利益率向上策 (25)
建設業 回答 11 社	売上高増加策 (64)	販売単価上昇策 (55)	適正人員確保策 (27)
製造業 回答 11 社	販売単価上昇策 (45) 利益率向上策 (45)	売上高増加策 (36)	仕入単価圧縮策 (27)
卸小売業 回答 20 社	経費削減策 (40) 利益率向上策 (40)	売上高増加策 (35) 販売単価上昇策 (35)	人材育成策 (30)
飲食業 回答 13 社	売上高増加策 (46)	販売単価上昇策 (38)	利益率向上策 (31)
宿泊・サービス業 回答 20 社	売上高増加策 (40)	広告宣伝強化策 (30)	販売単価上昇策 (20)

[参考:回答欄15番「その他:具体的に」の自由意見]

	個人企業	法人企業
建設業		該当なし
		該当なし
飲食業	特になし	固定客確保のために経営者の集まりに参加。
	特に無し	顧客満足度向上
宿泊・サービス業	特になし	IT導入、週休3日
	特になし	

## 質問4 商工会議所に望むこと(セミナー、地域活性化、経済対策等)

### 1. 総括

今回の調査では商工会議所に望むことについて質問した。選択肢は用意せずに回答者が思うところを自由に書いてもらった。その為に「なし」等の【商工会議所に望むこと】ではない記載も多くみられた。回答数を単純に計算すると全業種で36社であり、調査対象75社の48%が回答したことになる。「なし」等を除いた真水の【商工会議所に望むこと】を抽出したところ有効回答数は17社となり、回答率は23%になることが分かった。5社に1社の割合で【望むこと】を語ってくれたのである。この回答率を商工会議所がどのように解析し、今後の支援活動等に活かしていくのかに注目したい。

回答を個人企業と法人企業とで比較してみよう。個人企業の有効回答数は15社であり、調査対象41社の37%が回答した。一方で法人企業の回答数は2社で6%でしかない。個人企業が商工会議所に強い期待感を示す一方で、法人企業は特段の要望も持っていないと理解して良いのだろうか。多少の疑問が残る。商工会議所が企業の現場へ訪問等をする中で、表に出てこない【商工会議所に望むこと】の声を拾っていくことが重要なのではないかと思う。

本質問の回答は自由回答となっていた為に、記載した内容を読み解いて【商工会議所に望むこと】を分類してみた。1つの回答に2つのカテゴリーが含まれていた為、回答数は18個となっている。回答数が最も多かったのは【会員交流会の開催】で回答数は4であった。俗に「経営者は孤独だ」と言われる。経営不安に陥ったとき良き支援者、メンターがあるとの心の安らぎが得られる可能性がある。同業者又は異業者のみならず、経営者が抱える悩みを語り合い、そして暖かい助言等をもらえる機会を商工会議所が用意することは会員支援サービスの1つとして有効だと思料する。

次は回答数2で4つの【望むこと】があった。【経営全般サポート】【補助金申請等支援】【研修会開催】【積極的な情報発信】の4つである。回答数は1つであるが6項目の【望むこと】もあった。全11項目のうち既に実施しているものもあると思う。商工会議所は全会員に事業概要を詳細に告知する共に、不足する事項については開発や充実を図って頂きたい。

### 2. 回答集計表

#### ① 業種別及び個人又は法人の別の回答数

- ▶ “有効回答”欄は、「なし」や「お世話になりありがとうございます」等を除いた【商工会議所に望むこと】だと思料される回答を抽出した
- ▶ “単純回答”欄は、「なし」や「お世話になりありがとうございます」等も含んだ回答となっている

(単位:社)

	有効回答						単純回答						
	計		個人		法人		計		個人		法人		
	実数	構成比1	実数	構成比1	実数	構成比1	実数	構成比1	実数	構成比1	実数	構成比1	
製造業	2	12%	2	13%			5	14%	3	11%	2	25%	
建設業	1	6%	1	7%			1	3%			1	13%	
卸小売業	6	35%	5	33%	1	50%	9	25%	7	25%	2	25%	
飲食業	4	24%	4	27%			8	22%	8	29%			
宿泊・サービス業	4	24%	3	20%	1	50%	13	36%	10	36%	3	38%	
合計	構成比1	17	100%	15	100%	2	100%	36	100%	28	100%	8	100%
	構成比2	-	100%	-	88%	-	12%	-	100%	-	78%	-	22%

注.構成比1は全回答数を100としたときの各業種の割合を示し、構成比2は個人又は法人の割合を示す

#### ② 望むカテゴリー別の回答

- ▶ “カテゴリー”には、有効回答の中からどのような【商工会議所に望むこと】を書いているのかを推察し分類した

(単位:個)

カテゴリー	実数	構成比3	積極的な情報発信	2	11%	専門家派遣	1	6%
会員交流会開催	4	22%	事務処理等の支援	1	6%	高度IT社会への対応	1	6%
経営全般サポート	2	11%	販路拡大支援	1	6%	合計	18	100%
補助金申請等支援	2	11%	物価高騰対策	1	6%			
研修会開催	2	11%	需要喚起策	1	6%			

3. 回答内容(原文のまま、全回答)

▶ 前項の[2. 回答集計表]の①にある”有効回答”に該当すると判断した回答には色塗りをしている

製造業	個人	1) 記帳代行をしてほしい
		2) 県外に販路拡大できるようなイベントの開催、支援いただけると有難い(物産展、商談会など)
		3) 特になし
	法人	4) なし
		5) なし
建設業	個人	1) 小規模事業者対策の強化をより一層よろしくお願いします
	法人	2) 特にないです
卸小売業	個人	1) 補助金といった事業者にとってのよい情報は、一部の人がしか認知できていないことがフェアでないと感じている。なるべく全員が情報を得られるよう情報周知に力を入れてほしい
		2) 10年前くらい、高島屋のコンシェルジュによるおもてなしセミナーに参加したが、その時のような質の良い講師によるセミナーを受けてみたい
		3) 特になし
		4) インスタで会員事業所について情報発信をしてほしい。会議所ニュースの裏面に載っている事業所紹介の記事をインスタで発信してもいいのではないかな
		5) お世話になり、ありがとうございます
		6) 異業種交流会
		7) 全国的にガソリン価格が高騰している中、他業種と同様に適正な競争を促し、価格を引き下げる取り組みが求められる。こうした課題に対して商工会議所が積極的に取り組むことこそ、その存在意義を示すものではないだろうか。
		8) 会議所ニュースで補助金のチラシが掲載される際に会議所でどういったサポートが受けられるのかも同時に載せてほしい
	法人	9) 明けましておめでとうございます。本年もよろしくお願いいたします
	飲食業	個人
2) 地域が活性化するように頑張りたい。エール券のようなお得なチケットが出てこないかな		
3) 補助金情報の提供をお願いしたい		
4) 異業種交流のような経営者同士での交流の場を設けてほしい		
5) 無し		
6) 無し		
7) なし		
8) 商工会議所の方が1月1人でも来てくれたら嬉しいです		
宿泊・サービス業	個人	1) 特になし
		2) 特になし
		3) 不明
		4) SNSのセミナーや専門家派遣があれば活用したいです
		5) 特になし
		6) いつもありがとうございます
		7) 事業者間交流会があれば、他事業所のことを詳しく知る事ができ、世間話に織り交ぜながらご紹介が可能となる。少しでも活性化のお役に立てるのでは…と思う
		8) ありません
		9) 商工会議所主催の民泊事業者のつどい等が必要と思われる
		10) 特にありません
	法人	11) ありません
	12) 別府市にタクシーの配送アプリの導入を進めて欲しい	
	13) 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	4.0	△ 2.7	24.0	8.0	△ 10.7	△ 13.3						
もの造り関連	△ 4.5	△ 22.7	27.3	22.7	△ 13.6	△ 22.7						
卸・小売業関連	10.0	5.0	10.0	0.0	5.0	△ 5.0						
サービス業関連	6.1	6.1	30.3	3.0	△ 18.2	△ 12.1						
	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	△ 5.3	△ 8.0	1.3	△ 13.3	△ 34.7	△ 37.3						
もの造り関連	△ 4.5	△ 9.1	△ 13.6	△ 18.2	△ 40.9	△ 45.5						
卸・小売業関連	10.0	5.0	10.0	△ 10.0	△ 45.0	△ 50.0						
サービス業関連	△ 15.2	△ 15.2	6.1	△ 12.1	△ 24.2	△ 24.2						
	ト. 自社の業況判断		(分類) <table border="1" style="margin-left: 20px;"> <tr> <td>もの造り関連</td> <td>建設業、製造業</td> </tr> <tr> <td>卸・小売業関連</td> <td>卸小売業</td> </tr> <tr> <td>サービス業関連</td> <td>宿泊・サービス業、飲食業</td> </tr> </table>				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
	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											
前年同期比	来期見通し											
総合	△ 9.3      △ 20.0											
もの造り関連	△ 36.4      △ 36.4											
卸・小売業関連	0.0          △ 10.0											
サービス業関連	3.0          △ 15.2											

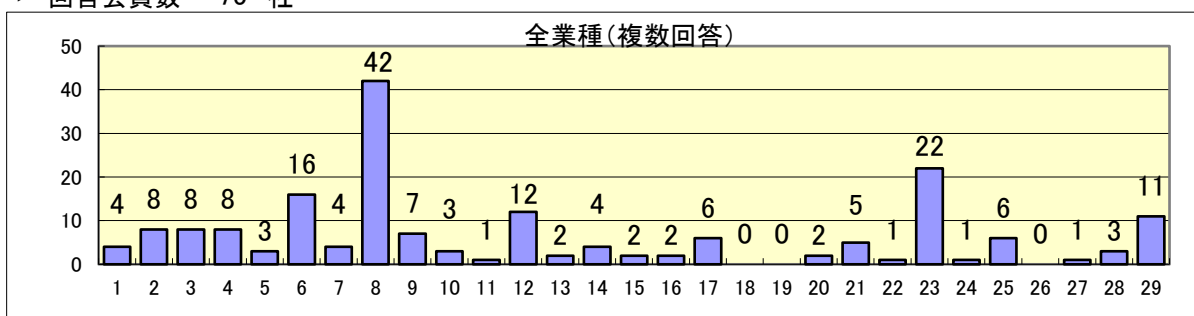
【業種別】

	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	4.0	△ 2.7	24.0	8.0	△ 10.7	△ 13.3
製造業	0.0	△ 9.1	27.3	27.3	△ 9.1	△ 9.1
建設業	△ 9.1	△ 36.4	27.3	18.2	△ 18.2	△ 36.4
卸小売業	10.0	5.0	10.0	0.0	5.0	△ 5.0
飲食業	△ 5.0	10.0	15.0	10.0	△ 20.0	△ 5.0
宿泊・サービス業	23.1	0.0	53.8	△ 7.7	△ 15.4	△ 23.1
	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	△ 5.3	△ 8.0	1.3	△ 13.3	△ 34.7	△ 37.3
製造業	0.0	0.0	△ 18.2	△ 18.2	△ 45.5	△ 54.5
建設業	△ 9.1	△ 18.2	△ 9.1	△ 18.2	△ 36.4	△ 36.4
卸小売業	10.0	5.0	10.0	△ 10.0	△ 45.0	△ 50.0
飲食業	△ 15.0	△ 15.0	10.0	5.0	△ 25.0	△ 25.0
宿泊・サービス業	△ 15.4	△ 15.4	0.0	△ 38.5	△ 23.1	△ 23.1
	ト. 自社の業況判断					
	前年同期比	来期見通し				
総合	△ 9.3      △ 20.0					
製造業	△ 36.4      △ 45.5					
建設業	△ 36.4      △ 27.3					
卸小売業	0.0          △ 10.0					
飲食業	△ 5.0          △ 10.0					
宿泊・サービス業	15.4          △ 23.1					

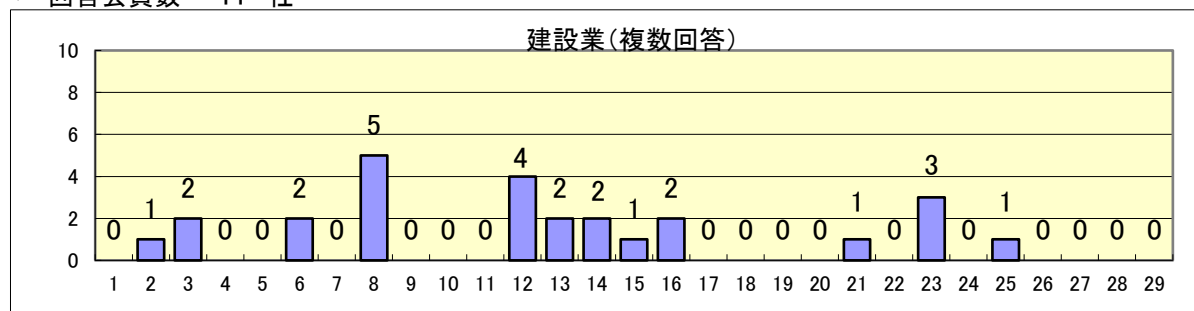
質問2 今期直面している経営上の問題点

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

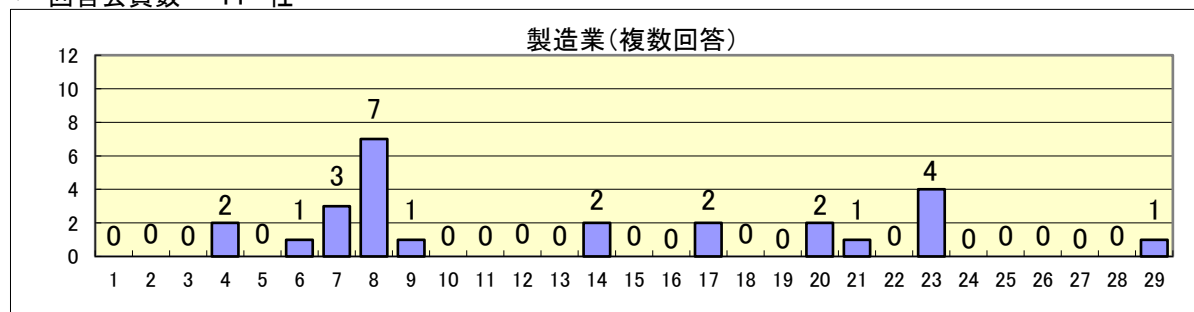
▶ 回答会員数 75 社



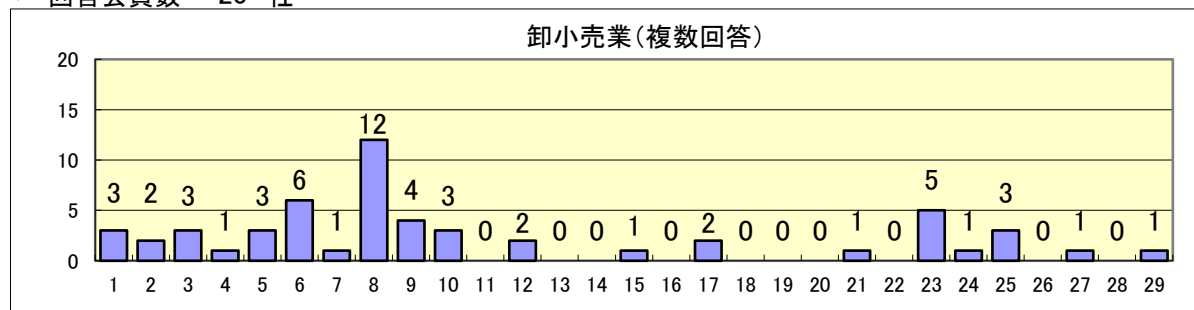
▶ 回答会員数 11 社



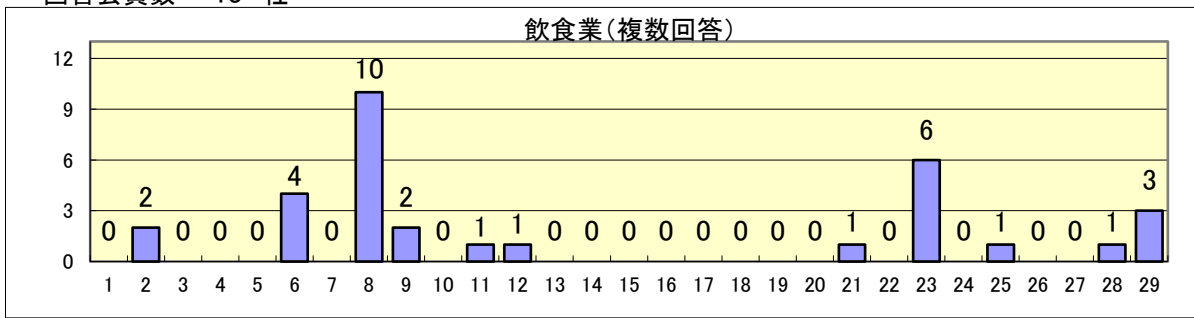
▶ 回答会員数 11 社



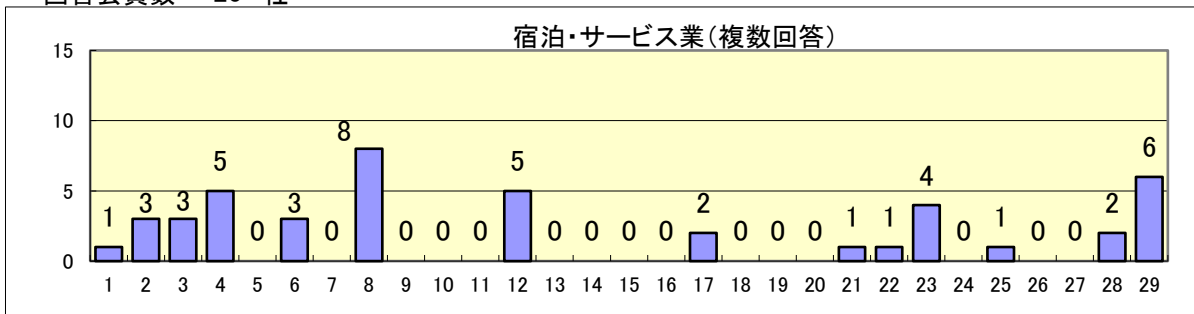
▶ 回答会員数 20 社



▶ 回答会員数 13 社



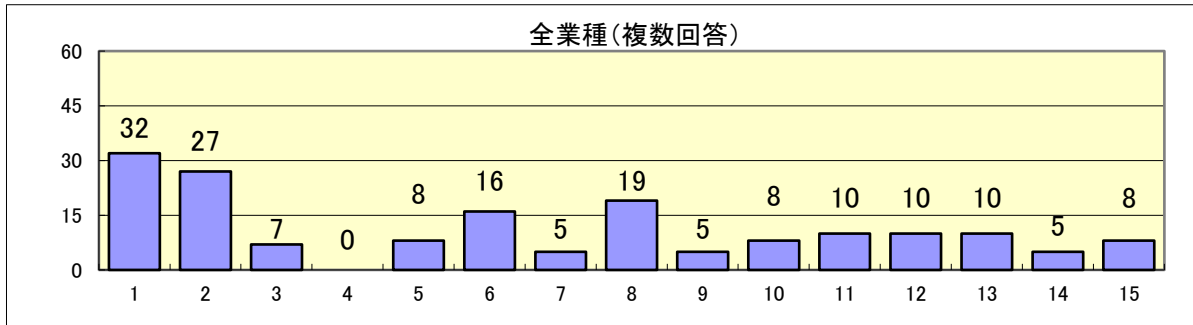
▶ 回答会員数 20 社



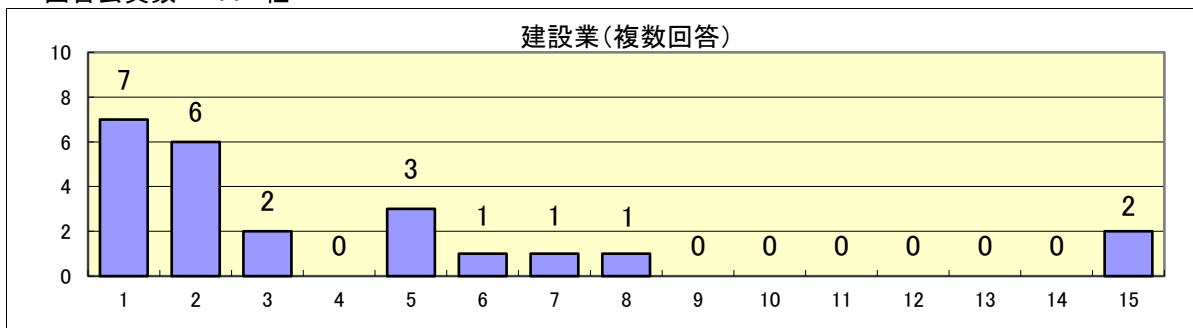
質問3 現在(今後)進めている(いく)経営改善対策

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

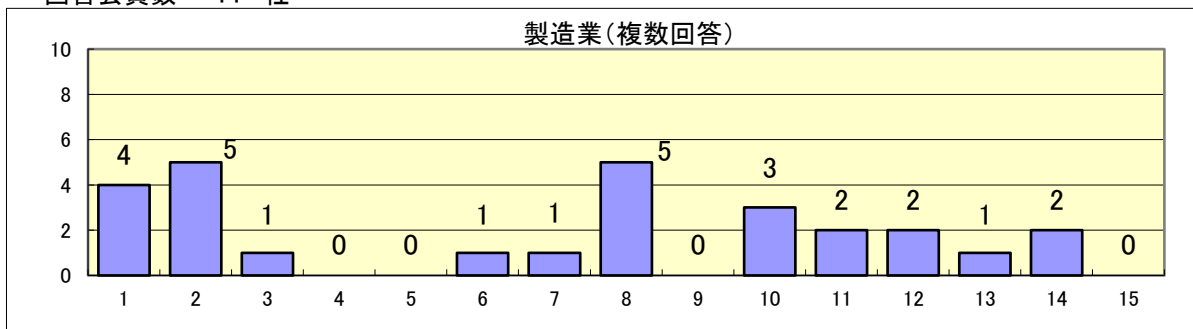
▶ 回答会員数 75 社



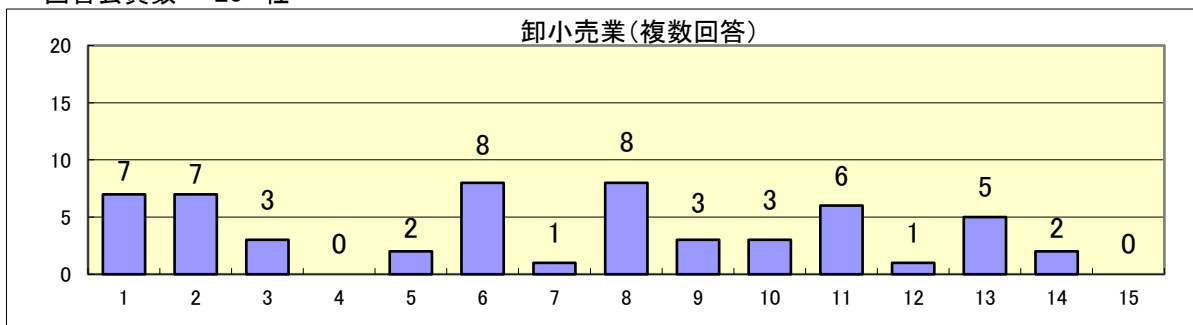
▶ 回答会員数 11 社



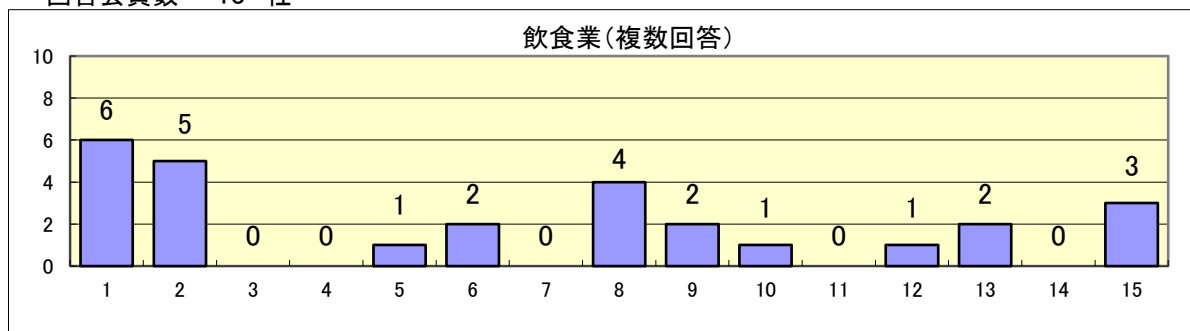
▶ 回答会員数 11 社



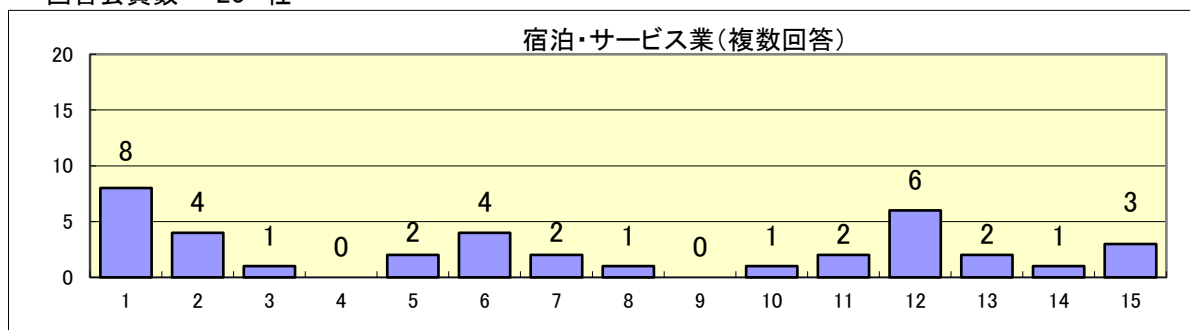
▶ 回答会員数 20 社



▶ 回答会員数 13 社



▶ 回答会員数 20 社







# 別府商工会議所 企業景況調査票

(2024年10月～12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10月～12月期の状況				2025年1月～3月期の見通し			
	①前年同期(2023年10月～12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"> <tr><th colspan="2">回答欄</th></tr> <tr><td>1位</td><td></td></tr> <tr><td>2位</td><td></td></tr> <tr><td>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										
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"> <tr><th colspan="2">回答欄</th></tr> <tr><td>1位</td><td></td></tr> <tr><td>2位</td><td></td></tr> <tr><td>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										
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> 商工会議所に望むこと(セミナー、地域活性化、経済対策等)がありましたら、ご記入下さい。

ご協力ありがとうございました > ●本調査票は <※ご返送は返信用封筒またはFAX(0977-26-2232)> あるいは ●WEB回答からの、いずれかの方法にてご回答をお願いします。