

# 松本市の景気動向

## — 中小企業景気動向基本調査 —

【平成 22 年 1 月】

### ■調査概要

○調査期間：平成22年2月1日～2月19日

○調査対象：市内中小企業200企業に対して郵送によるアンケート調査

○回収状況：建設業19企業、製造業24企業、卸売業17企業、小売業23企業、  
飲食業18企業、サービス業（運輸、不動産仲介業を含む）40企業  
合計企業141企業

○調査項目：1月の売上・仕入・営業利益・受注量・受注単価・販売(客)数・販売(客)単価状況  
向こう3ヶ月の業況見通し（DI値を集計）

(注)DI (Diffusion Index) 値は、売上などの各項目についての判断の状況を示す。ゼロを基準として、プラスの値で景気の上向き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す。従って、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。

※DI=(増加・好転などの回答割合)-(減少・悪化などの回答割合)

松本市・松本商工会議所

# 概況

## 業況DI、水準DIはともにマイナス幅拡大

### 1. 業況判断

○全産業合計の業況DI(前年同月比ベース)は、前月(▲45.5)よりマイナス幅が4.1ポイント拡大して▲49.6となった。建設業、小売業でマイナス幅が拡大した。逆に製造業、卸売業、飲食業でマイナス幅が縮小した。サービス業は前月と同水準であった。

○全産業合計の水準DIは、前月(▲48.9)よりマイナス幅が6.4ポイント拡大して▲55.3となった。建設業、製造業、小売業、飲食業、サービス業でマイナス幅が拡大した。逆に卸売業でマイナス幅が縮小した。

業況判断DI

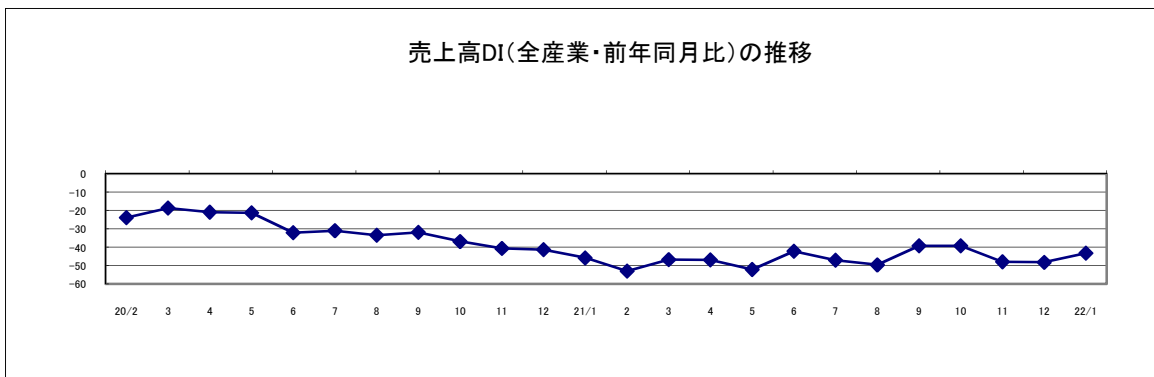
	業況(前年同月比)				今月の水準			
	好転%	不変%	悪化%	DI	良い%	普通%	悪い%	DI
合計	7.1 (3.5)	36.2 (47.6)	56.7 (49.0)	▲49.6 (▲45.5)	6.4 (4.9)	31.9 (41.3)	61.7 (53.8)	▲55.3 (▲48.9)
建設業	5.3 (11.1)	26.3 (55.6)	68.4 (33.3)	▲63.1 (▲22.2)	5.3 (11.1)	42.1 (66.7)	52.6 (22.2)	▲47.3 (▲11.1)
製造業	8.3 (4.2)	33.3 (37.5)	58.3 (58.3)	▲50.0 (▲54.1)	12.5 (8.3)	20.8 (33.3)	66.7 (58.3)	▲54.2 (▲50.0)
卸売業	23.5 (12.5)	35.3 (18.8)	41.2 (68.8)	▲17.7 (▲56.3)	5.9 (6.3)	52.9 (12.5)	41.2 (81.3)	▲35.3 (▲75.0)
小売業	4.3 (0.0)	34.8 (67.9)	60.9 (32.1)	▲56.6 (▲32.1)	4.3 (3.6)	21.7 (39.3)	73.9 (57.1)	▲69.6 (▲53.5)
飲食業	5.6 (0.0)	33.3 (41.2)	61.1 (58.8)	▲55.5 (▲58.8)	5.6 (5.9)	27.8 (35.3)	66.7 (58.8)	▲61.1 (▲52.9)
サービス業	2.5 (0.0)	45.0 (50.0)	52.5 (50.0)	▲50.0 (▲50.0)	5.0 (0.0)	32.5 (50.0)	62.5 (50.0)	▲57.5 (▲50.0)

( )内は前月データ

### 2. 売上高DI(前年同月比)

○全産業合計の売上高DIは、前月(▲48.2)よりマイナス幅が4.2ポイント縮小し▲43.3となった。

○業種別に見ると、**製造業、卸売業、飲食業、サービス業でマイナス幅が縮小し、逆に建設業、小売業でマイナス幅が拡大した。**



### 【対前年同月比売上高業種別DIの推移】

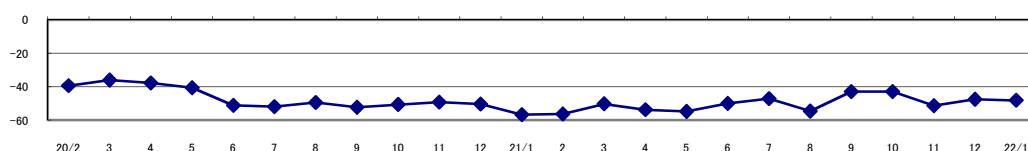
	21年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	22年1月
全 体	▲ 41.5	▲ 46.8	▲ 46.9	▲ 52.1	▲ 42.2	▲ 47.1	▲ 49.6	▲ 39.3	▲ 41.2	▲ 47.9	▲ 48.2	▲ 43.3
建 設 業	▲ 36.8	▲ 47.4	▲ 50.0	▲ 29.4	▲ 27.8	▲ 26.3	▲ 46.7	▲ 40.0	▲ 17.7	▲ 16.7	▲ 33.3	▲ 52.6
製 造 業	▲ 52.2	▲ 54.6	▲ 40.9	▲ 70.8	▲ 58.3	▲ 55.0	▲ 61.9	▲ 36.3	▲ 54.6	▲ 45.5	▲ 54.1	▲ 50.0
卸 売 業	▲ 73.7	▲ 68.4	▲ 57.9	▲ 70.0	▲ 64.7	▲ 61.1	▲ 52.6	▲ 75.0	▲ 58.8	▲ 63.2	▲ 50.0	▲ 5.9
小 売 業	▲ 32.0	▲ 34.6	▲ 42.3	▲ 57.7	▲ 19.3	▲ 34.6	▲ 37.0	▲ 48.0	▲ 22.2	▲ 50.0	▲ 46.4	▲ 60.9
飲 食 業	▲ 35.3	▲ 53.3	▲ 43.8	▲ 47.0	▲ 68.8	▲ 47.1	▲ 50.0	▲ 22.2	▲ 50.0	▲ 60.0	▲ 58.8	▲ 55.5
サービ 業	▲ 31.8	▲ 37.5	▲ 47.7	▲ 40.5	▲ 34.1	▲ 55.0	▲ 51.2	▲ 29.5	▲ 45.5	▲ 50.0	▲ 47.5	▲ 35.0

### 3. 営業利益DI(前年同月比)

○全産業合計の営業利益DIは、前月(▲47.5)よりマイナス幅が0.7ポイント縮小し▲48.2ポイントとなった。

○業種別に見ると、建設業、小売業でマイナス幅が拡大し、逆に卸売業、飲食業でマイナス幅が縮小した。製造業、サービス業は前月と同水準であった。

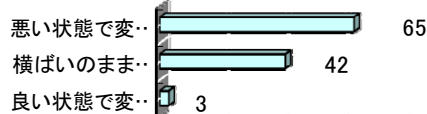
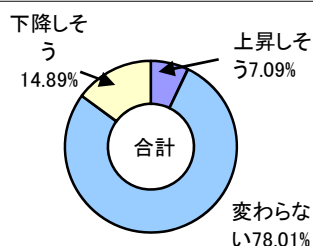
営業利益DI(全産業・前年同月比)の推移



### 【対前年同月比営業利益業種別DIの推移】

	21年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	22年1月
全 体	▲ 56.4	▲ 50.3	▲ 53.8	▲ 54.8	▲ 50.0	▲ 47.1	▲ 54.6	▲ 42.9	▲ 48.9	▲ 51.4	▲ 47.5	▲ 48.2
建 設 業	▲ 52.7	▲ 57.9	▲ 77.8	▲ 58.8	▲ 44.4	▲ 31.5	▲ 53.3	▲ 53.3	▲ 64.7	▲ 33.3	▲ 44.4	▲ 68.4
製 造 業	▲ 65.2	▲ 59.1	▲ 54.6	▲ 58.3	▲ 70.8	▲ 60.0	▲ 66.7	▲ 40.9	▲ 54.5	▲ 40.9	▲ 50.0	▲ 50.0
卸 売 業	▲ 73.6	▲ 57.9	▲ 68.4	▲ 75.0	▲ 70.6	▲ 50.0	▲ 68.4	▲ 56.2	▲ 41.2	▲ 57.9	▲ 43.8	▲ 5.9
小 売 業	▲ 36.0	▲ 34.6	▲ 42.3	▲ 61.5	▲ 26.9	▲ 34.6	▲ 40.8	▲ 40.0	▲ 40.7	▲ 63.7	▲ 39.3	▲ 52.2
飲 食 業	▲ 70.6	▲ 66.7	▲ 43.8	▲ 47.0	▲ 68.8	▲ 52.9	▲ 43.8	▲ 33.4	▲ 50.0	▲ 66.7	▲ 58.8	▲ 55.5
サービ 業	▲ 52.3	▲ 42.5	▲ 47.8	▲ 40.5	▲ 39.0	▲ 52.5	▲ 55.8	▲ 40.9	▲ 47.7	▲ 50.0	▲ 50.0	▲ 50.0

### 向こう3ヶ月の見通し



平成22年2月～平成22年4月の見通しDIは「上昇しそう」が前月調査に比べ3.5ポイント拡大して7.09%。「下降しそう」が0.21ポイント拡大して14.89%となった。業種別の見通しDIは建設業(▲10.5)、製造業(▲16.6)、卸売業(▲11.8)、小売業(▲13.0)、飲食業(▲22.2)、サービス業(▲5.0)であった。

➡上昇しそうでは、「新築の予定が少し出てくる」(室内装)、「住宅版エコポイントやプレミアム商品券に期待」(ガラスサッシ)、「来期に設備投資を見込んでいる」(機械設計)、「年度替わりで新規生徒獲得に全力で営業体制を取る」(学習教室)

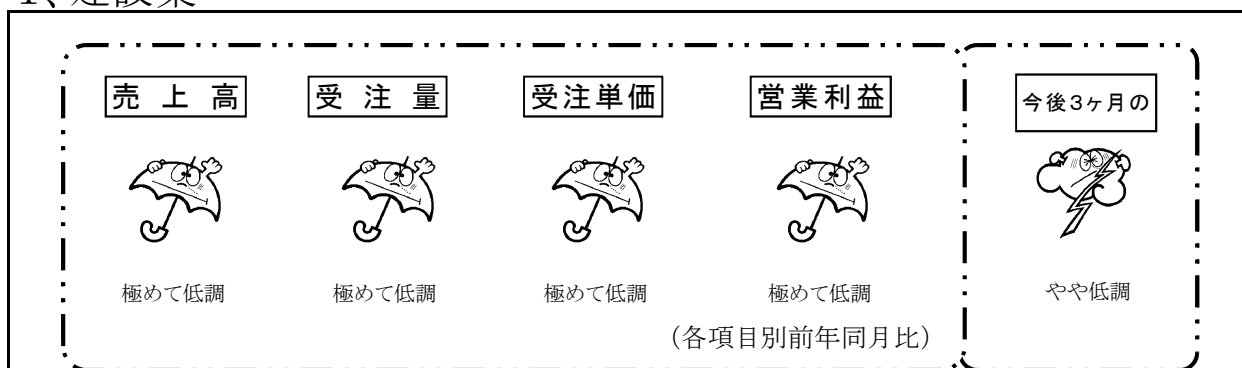
➡下降しそうでは、「受注価格の下落が続いている」(鉄工)、「建築・設備・上下水道工事関係の物件がない」(管工機材)、「受注案件激減」(木材・建材)、「不況の長期化予想」(旅行斡旋)、「節約傾向でレジャーや行楽は控えるため」(温泉旅館)といった声が寄せられた。

# 業種別景況

## DI君の景況判断



## 1、建設業



【項目別DIの推移】

	21年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	22年1月
売上高	▲61.1	▲42.1	▲47.4	▲50.0	▲29.4	▲27.8	▲26.3	▲46.7	▲40.0	▲17.7	▲16.7	▲33.3	▲52.6
受注量	▲61.1	▲42.1	▲52.6	▲55.5	▲47.0	▲38.9	▲33.3	▲60.0	▲42.9	▲35.3	▲27.8	▲33.3	▲68.4
受注単価	▲61.1	▲73.7	▲57.9	▲77.8	▲29.4	▲55.6	▲44.4	▲46.7	▲42.9	▲41.2	▲44.4	▲38.9	▲42.1
営業利益	▲83.3	▲52.7	▲57.9	▲77.8	▲58.8	▲44.4	▲31.5	▲53.3	▲53.3	▲64.7	▲33.3	▲44.4	▲68.4
見通し	▲27.8	▲5.2	▲21.0	▲5.5	▲17.6	11.1	▲10.5	▲13.3	▲13.3	▲23.5	▲5.6	▲5.5	▲10.5

経営者の目・見方・etc

電気工事

・行政関連の年度末向けの受注が若干あるのみ。民間工事の新規受注が全く無い。業界全体に寒風が吹きつけている感じだ。

管工事

・幸いにして1月分の受注はあったが、今後は天候次第で吉と出るか凶と出るか結果待ちになりそう。2月分の手持ち受注は12週間分のみだが忙しそうだ。

土木工事

・新年度はほとんど受注が無い。3月までの工事完成に集中している。  
・県、市の補正予算が成立し、公共事業向け予算の前倒し工事や繋ぎ工事が若干出てきそうな予想。

建築工事

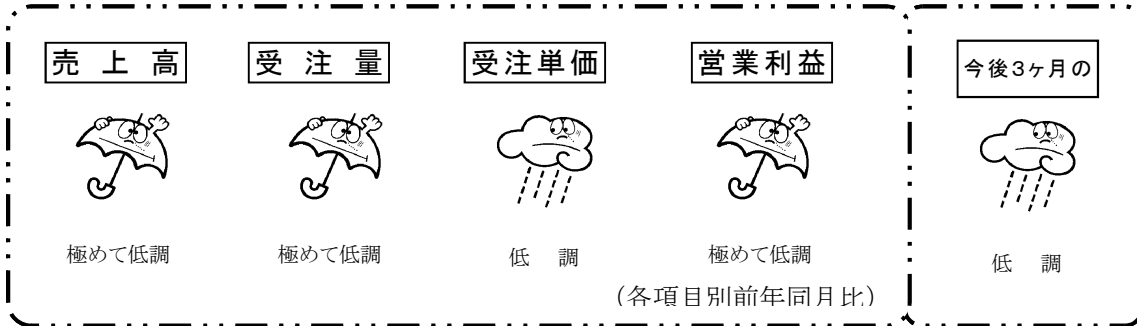
・他の企業を見れば仕事に動きがあるように見えるが、仲間内では忙しそうなお社は無い。勝ち組といわれる企業だけが良い状態なのかと思う。負け組にならないためにも自分の会社は何に的を絞るべきか考えなければならない。

鉄工

・建設業全般に仕事が少ない上に、受注価格が急激に下落してきている。半年程度先の仕事を確保している会社もあると聞くと、価格面ではやはり厳し

い。今年は建設業にとって淘汰の年になりそうだ。  
 ・需要の大幅な減少と受注単価の下落。依然として景気の回復の兆しが見えず先行きが不透明。

## 2、製造業



【項目別DIの推移】

	21年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	22年1月
売上高	▲ 56.0	▲ 56.6	▲ 54.6	▲ 40.9	▲ 70.8	▲ 58.3	▲ 55.0	▲ 64.9	▲ 36.3	▲ 54.6	▲ 45.5	▲ 54.1	▲ 50.0
受注量	▲ 60.0	▲ 52.2	▲ 54.6	▲ 31.9	▲ 58.3	▲ 75.0	▲ 57.9	▲ 66.6	▲ 31.8	▲ 63.7	▲ 40.9	▲ 50.0	▲ 54.2
受注単価	▲ 28.0	▲ 39.2	▲ 27.3	▲ 40.9	▲ 45.8	▲ 37.5	▲ 36.9	▲ 23.8	▲ 36.4	▲ 41.0	▲ 31.8	▲ 37.5	▲ 29.2
営業利益	▲ 72.0	▲ 65.2	▲ 59.1	▲ 54.6	▲ 58.3	▲ 70.8	▲ 60.0	▲ 66.7	▲ 40.9	▲ 54.5	▲ 40.9	▲ 50.0	▲ 50.0
見通し	▲ 16.0	▲ 34.8	▲ 31.9	▲ 27.3	▲ 16.7	▲ 25.0	▲ 10.0	4.8	▲ 4.5	▲ 9.1	▲ 22.7	0.0	▲ 16.6

経営者の目・見方・etc

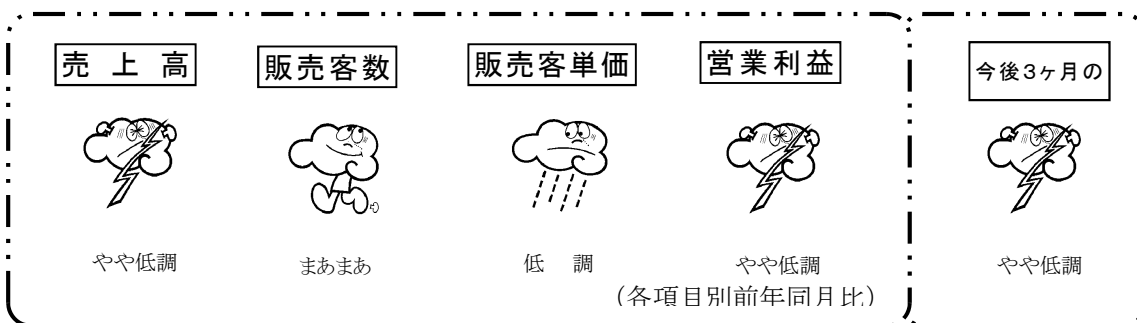
金属塗装

菓子

印刷

- ・景気の底は打った感があるが、売上、受注共に上昇はしてこない。
- ・売上の的には何とか前年比で上回ったが、後半から少し動きが鈍くなってきた感じがする。春先はより良くなる事を願うだけ。
- ・クライアントである出版業界に対してマスコミは電子書籍に関するニュースを盛んに取り上げているが、欧米に煽られず日本の書籍文化を大切に守りたい。

## 3、卸売業



【項目別DIの推移】

	21年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	22年1月
売上高	▲ 55.5	▲ 84.2	▲ 68.4	▲ 57.9	▲ 70.0	▲ 64.7	▲ 61.1	▲ 52.6	▲ 75.0	▲ 58.8	▲ 63.2	▲ 50.0	▲ 5.9
販売客数	▲ 38.9	▲ 36.8	▲ 31.6	▲ 31.6	▲ 40.0	▲ 23.5	▲ 11.8	▲ 10.6	▲ 25.0	0.0	▲ 5.3	▲ 12.5	0.0
販売客単価	▲ 44.4	▲ 42.1	▲ 31.6	▲ 36.8	▲ 45.0	▲ 35.3	▲ 23.5	▲ 26.3	▲ 50.0	▲ 35.3	▲ 36.8	▲ 31.2	▲ 29.4
営業利益	▲ 61.1	▲ 73.6	▲ 57.9	▲ 68.4	▲ 75.0	▲ 70.6	▲ 50.0	▲ 68.4	▲ 56.2	▲ 41.2	▲ 57.9	▲ 43.8	▲ 5.9
見通し	▲ 33.3	▲ 31.6	▲ 15.8	▲ 10.5	▲ 15.0	▲ 17.6	▲ 11.1	▲ 15.8	▲ 18.8	▲ 17.6	▲ 10.5	▲ 6.3	▲ 11.8

経営者の目・見方・etc

電設資材

・建設業界の不況や設備または公共投資の減少、新築住宅着工も減少に転じている。

鋼材

・稼働日数が少ない月を差し引いても極端な落ち込みであった。

機械工具

・一時的なのか、本格的なのか判らないが単月度としては良い月であった。  
・景気が悪い状況の中で1月は良い方であった。通常の状態にはほど遠いが、主力商品の売上げが戻ってきており、景気回復の目安にはなっている。全体では明るいムードになりつつあると感じる。

金属製品

・大手メーカーが海外生産を拡大している影響を受け、国内の金属製品全般の物量が低下している。また、金属相場が不安定な状況から、未だ需要が低調な状態で先行きの不透明感が強まっている。

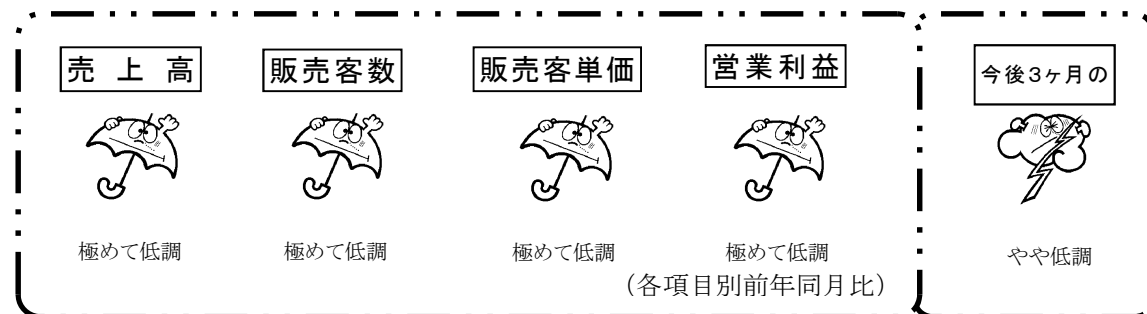
土産品

・全般的に客入りは好調であったが、スキー客や観光客、また、帰省客は少なかった。

青果

・近年、年明けはスーパーや量販店の販売が伸び悩む状況であり、現在の消費低迷から販売数量や単価の下落が気になっている。また全国的に安い物が売れる傾向からスーパーも一部、低価格販売となっている。業界全体からみても新しい戦略を考え、対応をとっていきたいと感じる。

4、小売業



【項目別DIの推移】

	21年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	22年1月
売上高	▲ 31.0	▲ 36.0	▲ 34.6	▲ 42.3	▲ 57.7	▲ 19.3	▲ 34.6	▲ 37.0	▲ 48.0	▲ 22.2	▲ 50.0	▲ 46.4	▲ 60.9
販売客数	▲ 34.5	▲ 48.0	▲ 34.6	▲ 38.5	▲ 61.5	▲ 34.7	▲ 28.0	▲ 33.3	▲ 36.0	▲ 40.7	▲ 63.7	▲ 42.9	▲ 47.8
販売客単価	▲ 24.1	▲ 40.0	▲ 27.0	▲ 30.8	▲ 42.3	▲ 23.1	▲ 24.0	▲ 22.2	▲ 24.0	▲ 18.5	▲ 50.0	▲ 28.6	▲ 52.2
営業利益	▲ 38.0	▲ 36.0	▲ 34.6	▲ 42.3	▲ 61.5	▲ 26.9	▲ 34.6	▲ 40.8	▲ 40.0	▲ 40.7	▲ 63.7	▲ 39.3	▲ 52.2
見通し	▲ 10.4	4.0	▲ 3.9	▲ 15.4	▲ 26.9	▲ 3.9	▲ 7.7	▲ 14.8	▲ 16.0	▲ 25.9	▲ 13.7	▲ 21.4	▲ 13.0

経営者の目・見方・etc

住宅機器

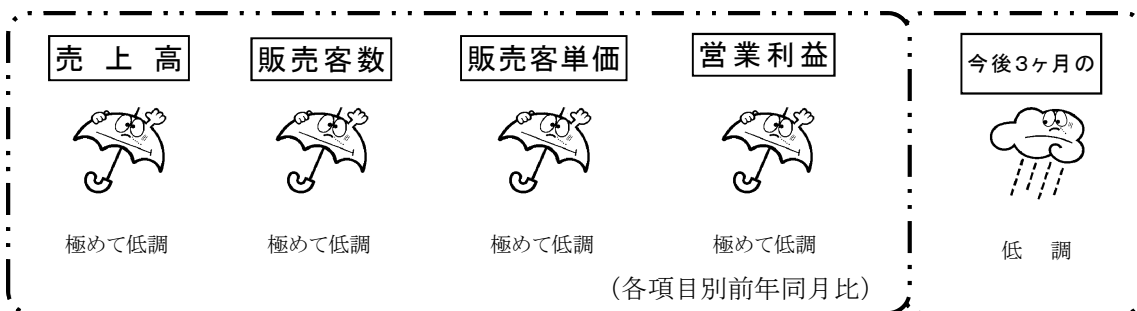
・住宅版エコポイントの制度が決まり、上手く客のニーズを捉えられれば追い風になると思う。景気の悪い話ばかりだったので非常にありがたい。

印章

・「あめ市」「氷彫フェスティバル」ともに、人出があった。最近、外国人観光客

書籍	<p>の姿が増えているように見受ける。松本へ来る方が増えているのであれば、そういった方々を積極的に取り込むことが街の活性化に繋げられるのではないか。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>書店業界は大幅に売上を落としており、危機的な状況と感じる。個人消費を刺激し販売効率をアップできるような取り組みを考えたい。</li> <li>街に人出がない。人が動いていない気がする。まるでゴースタウンのようだ。</li> <li>寒い日が続いたせいか、歩いている人がとても少なく感じた。街中が寂しかった。</li> <li>街に人の流れがない。人の動きが感じられない静かな街のイメージがある。人が動けば経済が潤う。暮らしも営業も大変な時期がまだまだ続く。</li> </ul>
自転車	
手芸材料	
布団	

## 5、飲食業



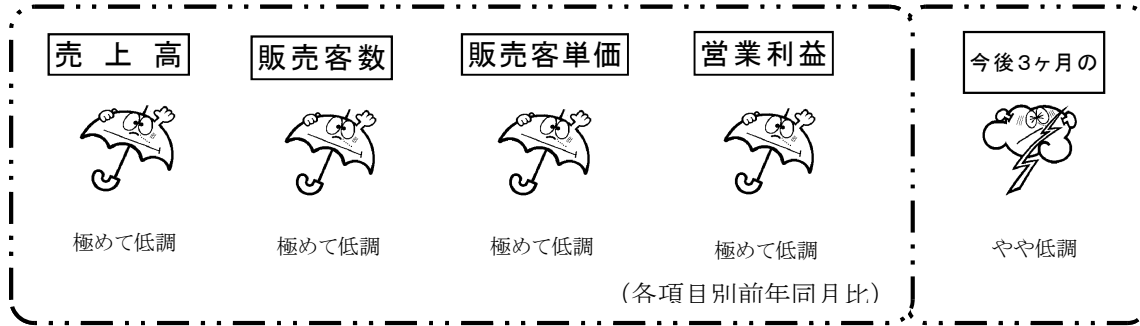
【項目別D1の推移】

	21年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	22年1月
売上高	▲57.9	▲70.6	▲53.3	▲43.8	▲47.0	▲68.8	▲47.1	▲50.0	▲22.2	▲50.0	▲60.0	▲58.8	▲55.5
販売客数	▲63.1	▲70.6	▲60.0	▲31.2	▲29.5	▲68.8	▲50.0	▲37.5	▲22.2	▲50.0	▲60.0	▲52.9	▲55.5
販売客単価	▲52.6	▲58.8	▲53.3	▲56.3	▲29.4	▲50.0	▲50.0	▲31.3	▲11.1	▲31.2	▲46.7	▲47.1	▲38.8
営業利益	▲63.1	▲70.6	▲66.7	▲43.8	▲47.0	▲68.8	▲52.9	▲43.8	▲33.4	▲50.0	▲66.7	▲58.8	▲55.5
見通し	▲26.3	▲5.9	6.7	▲6.2	▲5.9	0.0	0.0	▲12.5	▲22.2	▲18.7	▲33.3	▲29.4	▲22.2

経営者の目・見方・etc

レストラン	<ul style="list-style-type: none"> <li>景気が悪いといわれているが、過去最高の売り上げとなった。しかし、油断はできないので良い仕事を心がけたい。</li> <li>月初めは正月もあり、人出はあったが、例年よりやや少なく感じた。しかし「あめ市」などのイベントがあると人が動き活気があった。</li> <li>前半は良かったが、後半の平日は例が無いほどの落ち込みとなった。</li> <li>新年会などの集まりが減って客などの動きが全く読めない。夜の人通りの無さは異常さを感じる。</li> <li>年末年始を終えてさらに客の動向がハッキリとしてきていると感じる。それは、同じ店舗内であっても良い商品は多くの注文を頂けるが、注文の少ないものは極端に少ない状態だ。今後は今まで以上に客に受け入れられる特徴のある商品を提供できるかどうか店舗全体の成否を握る鍵となる。</li> <li>その昔は、「寿司屋は12月、1月で1年中の稼ぎをってしまう」などと言われていた時代があったと聞いた事がある。現在は正月の4日、5日が忙しくなるが後が続かない。毎月の決まった寄り合いが唯一の望みである。ひと月にいくつ決まった宴会を取れるかが勝負である。</li> <li>新年会等は例年並みにあった。ETC割引の影響で土、日、祝日の観光客の動きもそこそこあった。しかし、平日は閑散としていて開店休業の状態であった。</li> </ul>
カレー	
郷土料理	
料理	
寿司	
そば	

## 6、サービス業



【項目別D1の推移】

	21年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	22年1月
売上高	▲ 34.8	▲ 45.4	▲ 37.5	▲ 47.7	▲ 40.5	▲ 34.1	▲ 55.0	▲ 54.2	▲ 29.5	▲ 45.5	▲ 50.0	▲ 47.5	▲ 35.0
販売客数	▲ 26.1	▲ 47.7	▲ 35.0	▲ 38.6	▲ 47.7	▲ 41.4	▲ 45.0	▲ 44.2	▲ 27.3	▲ 50.0	▲ 52.2	▲ 42.5	▲ 35.0
販売客単価	▲ 28.3	▲ 31.9	▲ 35.0	▲ 43.2	▲ 31.0	▲ 24.4	▲ 35.0	▲ 30.2	▲ 27.2	▲ 29.6	▲ 34.1	▲ 32.5	▲ 32.5
営業利益	▲ 45.6	▲ 52.3	▲ 42.5	▲ 47.8	▲ 40.5	▲ 39.0	▲ 52.5	▲ 55.8	▲ 40.9	▲ 47.7	▲ 50.0	▲ 50.0	▲ 50.0
見通し	▲ 23.9	▲ 18.2	▲ 10.0	▲ 9.1	▲ 9.5	▲ 4.9	▲ 5.0	▲ 2.4	▲ 13.6	▲ 6.8	▲ 15.9	▲ 7.5	▲ 5.0

経営者の目・見方・etc

機械設計

・一部のユーザーで2008年度の生産量のレベルまで戻ってきている。また増産の部門もある。2月～6月までは受注が決まった。

自動車整備

・天候に左右されるところもあるが、業種的にいえば雪が少なく、タイヤ需要の低迷など不況は続くと思われる。

ホテル

・信州まつもと空港へのFDA乗り入れが決定し期待が高まる。

旅館

・年末より強い冬型の気圧配置が続いたが、平地では消雪、山岳地帯は大荒れになり、天候に左右される山岳観光の悪い特徴が出た。

温泉旅館

・新年会で利用される客が減少している。松本プレミアム商品券で消費が活発になることに期待する。

ペンション

・正月休みや成人の日などの連休が少なく宿泊数は増えなかった。冬のスキーシーズンに入っても平日は宿泊しない状況で暖房費等の経費だけがかかる状況。

タクシー

・客数、売上高共に前年比約1割減少となった。オート燃料のLPガスの値動きはなかったがガソリンは月の後半から値上げとなった。  
・1月は輸送客数・売上ともに低調であった。待望の松本プレミアム商品券第2弾が発売される。前回一定の効果が見られたので、今回も輸送客数増加に繋がればと期待している。

旅行斡旋

・安・近・短の日帰りツアーまでも集客が悪くなってきている。「春よ来い」「早く来い」そんな気分である。

情報関連サービス

・平成22年度以降の介護施設建設の県予算が発表され、増額されている様であるが、施設の運営自体が厳しく、そこに関わる施設への納入業者は価格競争となり、利益ダウンとなる状況が続いている。

税理士

・個人事業の決算期に入ったが、建築関係の下請業者の客は受注に特に波はなく、むしろ前年対比では伸びている傾向にある。大手のハウスメーカーの代理店になっている法人は、売上、経常利益共に良い。いずれも堅実経営の賜物だろう。

写真

・成人式の記念写真などで客単価は上がった。

美容

・成人式があったため、若い子のカットやヘアカラーが多かった。それ以外の客の来店は前月とそれほど変わらなかった。

理容

・不況だからといって、回復を待っていてもどうにもならない。プレミアム商品券についても景気の起爆剤となるか、その結果を検証することも大切である。

・政権が交代し、経済に力点を置いた政策を期待していたが、明確な政策が見えてこない。益々、不安が募るばかりである。