

松本市の景気動向

— 中小企業景気動向基本調査 —

【平成 22 年 2 月】

■調査概要

○調査期間：平成22年3月1日～3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16企業、製造業23企業、卸売業16企業、小売業28企業、
飲食業18企業、サービス業（運輸、不動産仲介業を含む）39企業
合計企業140企業

○調査項目：2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が縮小

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(▲49.6)よりマイナス幅が11.8ポイント縮小して▲37.8となった。建設業、製造業、卸売業、小売業、サービス業でマイナス幅が縮小した。逆に飲食業でマイナス幅が拡大した。

○全産業合計の水準DIは、前月(▲55.3)よりマイナス幅が10.3ポイント縮小して▲45.0となった。建設業、製造業、小売業、サービス業でマイナス幅が縮小した。逆に卸売業、飲食業でマイナス幅が拡大した。

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	8.6 (7.1)	45.0 (36.2)	46.4 (56.7)	▲37.8 (▲49.6)	6.4 (6.4)	42.1 (31.9)	51.4 (61.7)	▲45.0 (▲55.3)
建設業	6.3 (5.3)	50.0 (26.3)	43.8 (68.4)	▲37.5 (▲63.1)	0.0 (5.3)	56.3 (42.1)	43.8 (52.6)	▲43.8 (▲47.3)
製造業	13.0 (8.3)	30.4 (33.3)	56.5 (58.3)	▲43.5 (▲50.0)	8.7 (12.5)	34.8 (20.8)	56.5 (66.7)	▲47.8 (▲54.2)
卸売業	25.0 (23.5)	37.5 (35.3)	37.5 (41.2)	▲12.5 (▲17.7)	6.3 (5.9)	50.0 (52.9)	43.8 (41.2)	▲37.5 (▲35.3)
小売業	3.6 (4.3)	57.1 (34.8)	39.3 (60.9)	▲35.7 (▲56.6)	3.6 (4.3)	46.4 (21.7)	50.0 (73.9)	▲46.4 (▲69.6)
飲食業	0.0 (5.6)	27.8 (33.3)	72.2 (61.1)	▲72.2 (▲55.5)	0.0 (5.6)	27.8 (27.8)	72.2 (66.7)	▲72.2 (▲61.1)
サービス業	7.7 (2.5)	53.8 (45.0)	38.5 (52.5)	▲30.8 (▲50.0)	12.8 (5.0)	41.0 (32.5)	46.2 (62.5)	▲33.4 (▲57.5)

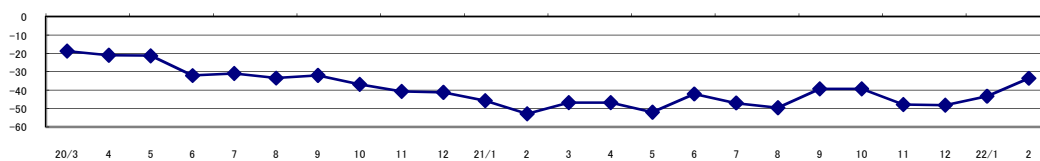
()内は前月データ

2. 売上高DI(前年同月比)

○全産業合計の売上高DIは、前月(▲43.3)よりマイナス幅が9.7ポイント縮小し▲33.6と

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

売上高DI(全産業・前年同月比)の推移



【対前年同月売上高業種別DIの推移】

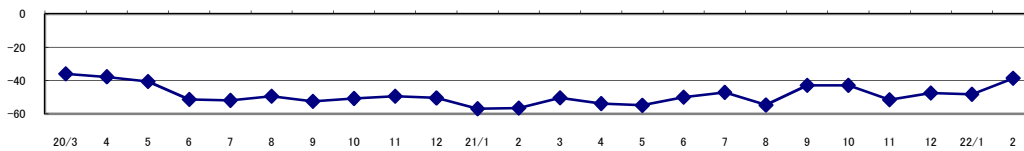
	21年3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	22年1月	2月
全 体	▲ 46.8	▲ 46.9	▲ 52.1	▲ 42.2	▲ 47.1	▲ 49.6	▲ 39.3	▲ 41.2	▲ 47.9	▲ 48.2	▲ 43.3	▲ 33.6
建 設 業	▲ 47.4	▲ 50.0	▲ 29.4	▲ 27.8	▲ 26.3	▲ 46.7	▲ 40.0	▲ 17.7	▲ 16.7	▲ 33.3	▲ 52.6	▲ 37.5
製 造 業	▲ 54.6	▲ 40.9	▲ 70.8	▲ 58.3	▲ 55.0	▲ 61.9	▲ 36.3	▲ 54.6	▲ 45.5	▲ 54.1	▲ 50.0	▲ 39.1
卸 売 業	▲ 68.4	▲ 57.9	▲ 70.0	▲ 64.7	▲ 61.1	▲ 52.6	▲ 75.0	▲ 58.8	▲ 63.2	▲ 50.0	▲ 5.9	▲ 6.2
小 売 業	▲ 34.6	▲ 42.3	▲ 57.7	▲ 19.3	▲ 34.6	▲ 37.0	▲ 48.0	▲ 22.2	▲ 50.0	▲ 46.4	▲ 60.9	▲ 42.8
飲 食 業	▲ 53.3	▲ 43.8	▲ 47.0	▲ 68.8	▲ 47.1	▲ 50.0	▲ 22.2	▲ 50.0	▲ 60.0	▲ 58.8	▲ 55.5	▲ 72.2
サービス業	▲ 37.5	▲ 47.7	▲ 40.5	▲ 34.1	▲ 55.0	▲ 51.2	▲ 29.5	▲ 45.5	▲ 50.0	▲ 47.5	▲ 35.0	▲ 15.4

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(▲48.2)よりマイナス幅が9.6ポイント縮小し▲38.6となった。

○業種別に見ると、建設業、製造業、小売業、サービス業でマイナス幅が縮小し、逆に卸

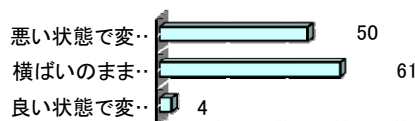
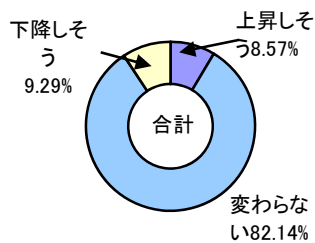
営業利益DI(全産業・前年同月比)の推移



【対前年同月営業利益業種別DIの推移】

	21年3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	22年1月	2月
全 体	▲ 50.3	▲ 53.8	▲ 54.8	▲ 50.0	▲ 47.1	▲ 54.6	▲ 42.9	▲ 48.9	▲ 51.4	▲ 47.5	▲ 48.2	▲ 38.6
建 設 業	▲ 57.9	▲ 77.8	▲ 58.8	▲ 44.4	▲ 31.5	▲ 53.3	▲ 53.3	▲ 64.7	▲ 33.3	▲ 44.4	▲ 68.4	▲ 37.5
製 造 業	▲ 59.1	▲ 54.6	▲ 58.3	▲ 70.8	▲ 60.0	▲ 66.7	▲ 40.9	▲ 54.5	▲ 40.9	▲ 50.0	▲ 50.0	▲ 43.5
卸 売 業	▲ 57.9	▲ 68.4	▲ 75.0	▲ 70.6	▲ 50.0	▲ 68.4	▲ 56.2	▲ 41.2	▲ 57.9	▲ 43.8	▲ 5.9	▲ 6.2
小 売 業	▲ 34.6	▲ 42.3	▲ 61.5	▲ 26.9	▲ 34.6	▲ 40.8	▲ 40.0	▲ 40.7	▲ 63.7	▲ 39.3	▲ 52.2	▲ 35.7
飲 食 業	▲ 66.7	▲ 43.8	▲ 47.0	▲ 68.8	▲ 52.9	▲ 43.8	▲ 33.4	▲ 50.0	▲ 66.7	▲ 58.8	▲ 55.5	▲ 72.2
サービス業	▲ 42.5	▲ 47.8	▲ 40.5	▲ 39.0	▲ 52.5	▲ 55.8	▲ 40.9	▲ 47.7	▲ 50.0	▲ 50.0	▲ 50.0	▲ 35.9

向こう3ヶ月の見通し



平成22年3月～平成22年5月の見通しDIは「上昇しそう」が前月調査に比べ1.48ポイント拡大して8.57%。「下降しそう」が5.61ポイント縮小して9.29%となった。業種別の見通しDIは建設業(6.3)、製造業(▲17.4)、卸売業(0)、小売業(3.5)、飲食業(11.1)、サービス業(▲2.5)であった。

⇒ 上昇しそうでは、「半導体や液晶製造関係が回復の兆し」(精密基盤)、「住宅版エコポイントの影響」(建築工事)、「季節的需要のため」(製畳)、「歓送迎会や花見の季節」(そば)

⇒ 下降しそうでは、「年度変わりで公共発注が減るため」(造園工事)、「海外調達が進む」(プレス加工)、「契約内容の変更や見直しが出てきている」(ビル・住宅総合メンテ

業種別景況

DI君の景況判断



1、建設業

売上高

極めて低調

受注量

極めて低調

受注単価

極めて低調

営業利益

極めて低調

今後3ヶ月の

やや低調

(各項目別前年同月比)

【項目別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	2月
売上高	▲ 42.1	▲ 47.4	▲ 50.0	▲ 29.4	▲ 27.8	▲ 26.3	▲ 46.7	▲ 40.0	▲ 17.7	▲ 16.7	▲ 33.3	▲ 52.6	▲ 37.5
受注量	▲ 42.1	▲ 52.6	▲ 55.5	▲ 47.0	▲ 38.9	▲ 33.3	▲ 60.0	▲ 42.9	▲ 35.3	▲ 27.8	▲ 33.3	▲ 68.4	▲ 50.0
受注単価	▲ 73.7	▲ 57.9	▲ 77.8	▲ 29.4	▲ 55.6	▲ 44.4	▲ 46.7	▲ 42.9	▲ 41.2	▲ 44.4	▲ 38.9	▲ 42.1	▲ 43.8
営業利益	▲ 52.7	▲ 57.9	▲ 77.8	▲ 58.8	▲ 44.4	▲ 31.5	▲ 53.3	▲ 53.3	▲ 64.7	▲ 33.3	▲ 44.4	▲ 68.4	▲ 37.5
見通し	▲ 5.2	▲ 21.0	▲ 5.5	▲ 17.6	11.1	▲ 10.5	▲ 13.3	▲ 13.3	▲ 23.5	▲ 5.6	▲ 5.5	▲ 10.5	6.3

経営者の目・見方・etc

建築工事

- ・住宅版エコポイントに期待する。
- ・松本プレミアム商品券はあっという間に完売したようだが、少しでも消費活動が活発になればありがたい。住宅版エコポイントにも期待したいところ。

電気工事

- ・期末にあたっての公共工事の発注が若干出てきた。しかし新年度がどうなるか心配である。

土木工事

- ・建設市場は景気対策の補正が発表されたが、その効果はあまり浸透していない。受注単価はかなり安く、上向きは当分期待できない。

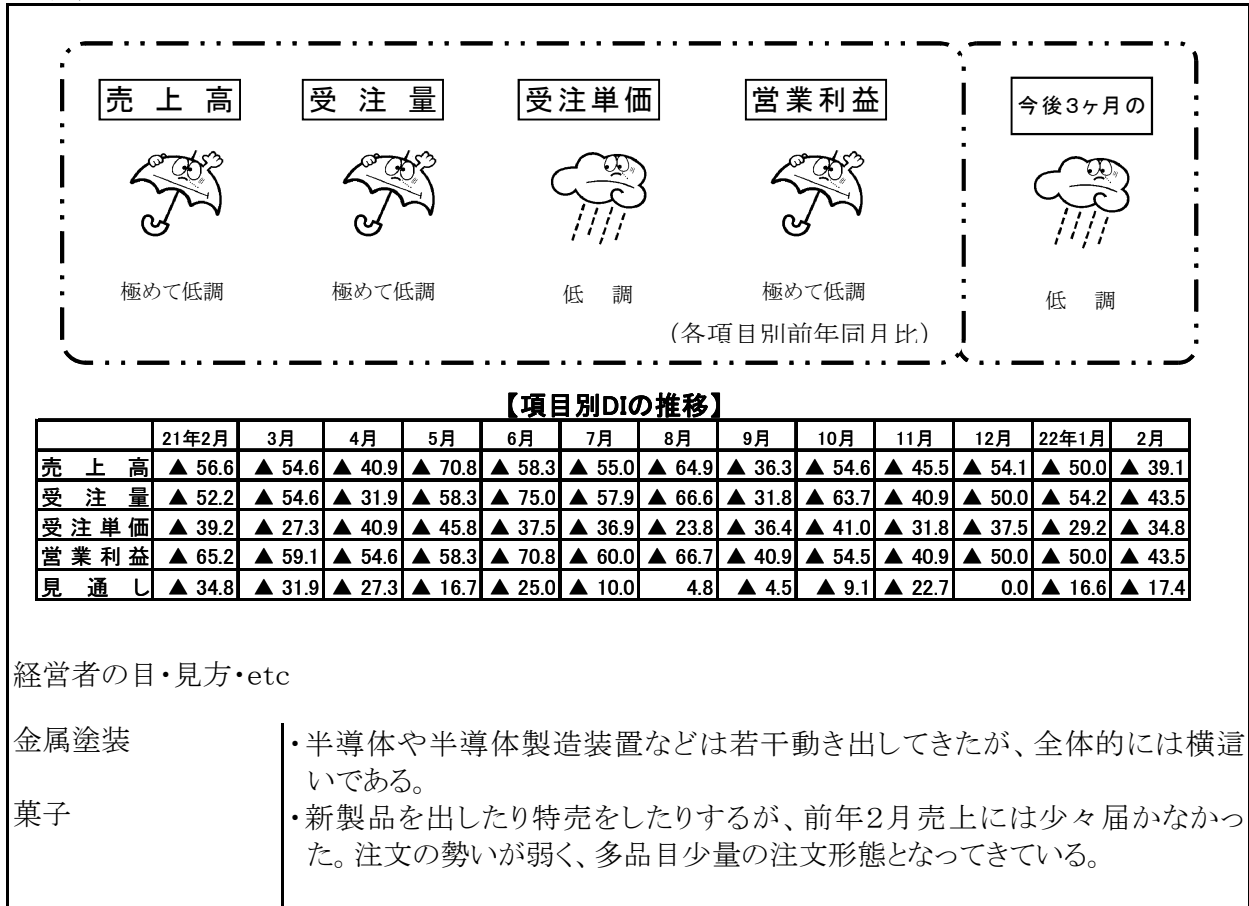
管工事

- ・3月中に完成する工事があるため、売上は多いが、4月以降の受注は少ない。

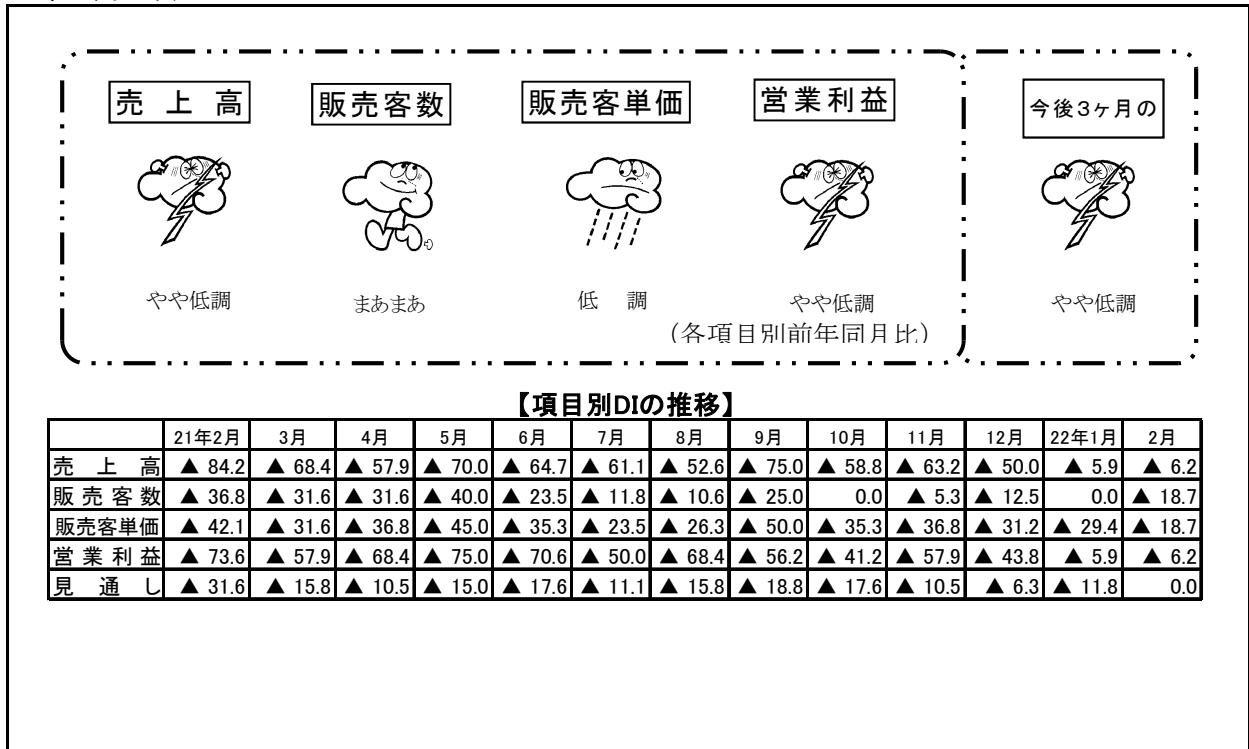
鉄工

- ・仕事量、工事価格共に極端に落ち込んだ状態が続いている。その上、原材料が値上がりしそうのため、非常に厳しい局面になっている。さすがにこうなってくると政策上の有効な手立てを講じてもらいたいものだ。
- ・需要の大幅な減少と受注単価の下落という厳しい経済環境の中、依然として景気回復の兆しが見えない。先行きが不安でもある。

2、製造業



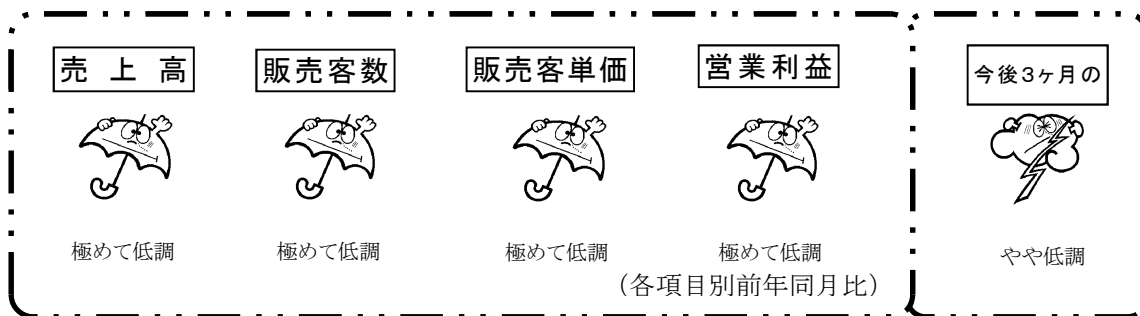
3、卸売業



経営者の目・見方・etc

- 電設資材
 - 鋼材
 - 機械工具
 - 金属製品
 - 木材・建材
 - 土産品
 - 青果
- ・年度末による公共工事が一部ある中、特に太陽光発電設備などを公共施設に設置するといった動きが出てきた。
- ・地場の案件が異常に少ない。鋼材市場はスクラップ高騰、鉄鉱石の減少等により価格の変動が激しい。3月、4月が心配である。
- ・1月はスポット的な受注があり僅かだが上昇に転じたが、2月は逆戻りの状況で悪かった。
- ・大手メーカーがアジアの新興国の生産拠点を拡大しており、海外における金属価格が値上がりしている。
- ・リフォーム等の受注は出てきたが利益には結びつかない状況。
- ・高速道路のサービスエリアや宿泊施設などの商品の動きは低調であった。
- ・野菜関係は天候不順から入荷減の単価高で推移し、特にレタス、キャベツが厳しかった。また、果物は逆にミカンが入荷増の単価安で販売され、イチゴ関係も入荷減でありながら単価安であったため、市場全体からみると販売が予想以上に良く前年対比108%で2月を終了した。

4、小売業



【項目別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	2月
売上高	▲ 36.0	▲ 34.6	▲ 42.3	▲ 57.7	▲ 19.3	▲ 34.6	▲ 37.0	▲ 48.0	▲ 22.2	▲ 50.0	▲ 46.4	▲ 60.9	▲ 42.8
販売客数	▲ 48.0	▲ 34.6	▲ 38.5	▲ 61.5	▲ 34.7	▲ 28.0	▲ 33.3	▲ 36.0	▲ 40.7	▲ 63.7	▲ 42.9	▲ 47.8	▲ 35.7
販売客単価	▲ 40.0	▲ 27.0	▲ 30.8	▲ 42.3	▲ 23.1	▲ 24.0	▲ 22.2	▲ 24.0	▲ 18.5	▲ 50.0	▲ 28.6	▲ 52.2	▲ 17.9
営業利益	▲ 36.0	▲ 34.6	▲ 42.3	▲ 61.5	▲ 26.9	▲ 34.6	▲ 40.8	▲ 40.0	▲ 40.7	▲ 63.7	▲ 39.3	▲ 52.2	▲ 35.7
見通し	4.0	▲ 3.9	▲ 15.4	▲ 26.9	▲ 3.9	▲ 7.7	▲ 14.8	▲ 16.0	▲ 25.9	▲ 13.7	▲ 21.4	▲ 13.0	3.5

経営者の目・見方・etc

- ガラスサッシ
 - 布団
- ・2月は年度末で多少公共事業が出てきて忙しかったが、先行きは不透明である。しかし住宅版エコポイント制度で需要が伸びることを期待する。
- ・組合の年中行事に定着した針供養神事が行われ、道具への感謝と景気上向きを一緒に祈願した。

5、飲食業



【項目別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	2月
売上高	▲ 70.6	▲ 53.3	▲ 43.8	▲ 47.0	▲ 68.8	▲ 47.1	▲ 50.0	▲ 22.2	▲ 50.0	▲ 60.0	▲ 58.8	▲ 55.5	▲ 72.2
販売客数	▲ 70.6	▲ 60.0	▲ 31.2	▲ 29.5	▲ 68.8	▲ 50.0	▲ 37.5	▲ 22.2	▲ 50.0	▲ 60.0	▲ 52.9	▲ 55.5	▲ 72.2
販売客単価	▲ 58.8	▲ 53.3	▲ 56.3	▲ 29.4	▲ 50.0	▲ 50.0	▲ 31.3	▲ 11.1	▲ 31.2	▲ 46.7	▲ 47.1	▲ 38.8	▲ 55.6
営業利益	▲ 70.6	▲ 66.7	▲ 43.8	▲ 47.0	▲ 68.8	▲ 52.9	▲ 43.8	▲ 33.4	▲ 50.0	▲ 66.7	▲ 58.8	▲ 55.5	▲ 72.2
見通し	▲ 5.9	6.7	▲ 6.2	▲ 5.9	0.0	0.0	▲ 12.5	▲ 22.2	▲ 18.7	▲ 33.3	▲ 29.4	▲ 22.2	11.1

経営者の目・見方・etc

カレー

・本当に静かな月であった。今までは週末の人出があり、少しは活気があったが、この2月は全然であった。3月に少しは期待をしたいものだ。

郷土料理

・「閉店しようか、どうしようか」という話を耳にする昨今だが、暖かい日は客の流れも出てきているので、もうしばらく我慢すれば良くなるのではないかと思う。

料理

・本調査を見ていると「売上上昇」などのコメントがあるが、どんなやり方をしているのか教えて欲しいものだ。明るいニュースは今のところ皆無である。

寿司

・プレミアム商品券の第2弾が販売され、今回は初日に完売するなど、販売状況、販売数、販売時期など、初回と単純に比較はできない部分もあるが、前回より2月末までで前回の約2.6倍の利用があった。(売上に占める割合も対比ほぼ2.6倍)飲食業にとっては閑散期となる2月に多くの客に来店頂けてありがたく感じた。

・プレミアム商品券の発売と同時に利用も始った。前回に比べると発売数が倍になったため、発売当日は長蛇の列となったため、購入できない人も多かったようだ。プレミアム商品券を使う客を如何に呼び込むことができるのか、勝負どころである。

そば

・例年2月は1年で最も悪い月であるが、今年は今までにない程の悪さであった。早く暖かくなるのを待ち望む。

ラーメン

・2月、8月の商売は良くないなどと言われているが、今年は特に悪く感じる。中心市街地の人出は悪いがプレミアム商品券の効果に期待したい。

仕出し料理

・景気の悪化の中で2月は特に売上、利益が悪い。個人消費、企業の営業不振などで、仕出し弁当等の利用が減り、同時に同業他社との価格競争や顧客の取り合いになってくる。

6、サービス業



【項目別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	2月
売上高	▲45.4	▲37.5	▲47.7	▲40.5	▲34.1	▲55.0	▲54.2	▲29.5	▲45.5	▲50.0	▲47.5	▲35.0	▲15.4
販売客数	▲47.7	▲35.0	▲38.6	▲47.7	▲41.4	▲45.0	▲44.2	▲27.3	▲50.0	▲52.2	▲42.5	▲35.0	▲25.7
販売客単価	▲31.9	▲35.0	▲43.2	▲31.0	▲24.4	▲35.0	▲30.2	▲27.2	▲29.6	▲34.1	▲32.5	▲32.5	▲20.5
営業利益	▲52.3	▲42.5	▲47.8	▲40.5	▲39.0	▲52.5	▲55.8	▲40.9	▲47.7	▲50.0	▲50.0	▲50.0	▲35.9
見通し	▲18.2	▲10.0	▲9.1	▲9.5	▲4.9	▲5.0	▲2.4	▲13.6	▲6.8	▲15.9	▲7.5	▲5.0	▲2.5

経営者の目・見方・etc

機械設計

自動車整備

タクシー

旅行斡旋

情報関連サービス

温泉旅館

倉庫
理容

- ・今期末は忙しいので、来期も期待できそう。
- ・補助金を受けられる間は新車も売れているように見えるが、一時的なもののように感じる。車検整備が忙しいのはその現われではないだろうか。
- ・第2弾の松本プレミアム商品券が発売され、どこの販売場所も券を求める人が並び短時間で売り切れた。これが松本地域経済の活性化につながることを願う。
- ・2月も売上低迷、燃料価格の上昇と業界では依然として厳しい状況である。
- ・政府が休日を分散化し、観光需要の平準化を検討しているようだが、早急を実施して観光トップシーズンの交通渋滞解消やホテルの空き状況、観光施設の混雑回避など様々なメリットを生み、また、業界的にも需要の平準化で、より生産性を向上でき良質なサービスの提供にも結びつけることができる。
- ・期末需要と新規納入のシステムがあり、良い状況であった。業務用パソコンは個人向け用ウィンドウズ7の販売の影響からか入荷待ちがが続いている。また、業務用ソフトを快適に使用するためのパソコン性能アップなど、しばらくは切り換え需要が高まりそうだ。
- ・今年は暖冬気味であったが、業績は厳寒で全般的に動きは悪い。大学受験のための宿泊や観光客も下降ぎみ。春先に期待する。
- ・新しい企画を打ち出しても、今までのような客からの反応がないように感じる。諦めずに結果が出るまで粘り強く努力する。
- ・異業種から営業倉庫業への参入の動きが出てきた。
- ・政府の動向が見えてこないためなのか、景気が上向かない。