

# 松本市の景気動向

— 中小企業景気動向基本調査 —

【平成27年6月】

■調査概要（データ対象期間：平成27年6月1日～6月30日）

○調査期間：平成27年7月3日～7月24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24企業、製造業22企業、卸売業16企業、小売業37企業  
飲食業14企業、サービス47企業（運輸、不動産仲介業を含む）  
<合計160企業>

○調査項目：6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ともにマイナス幅が拡大

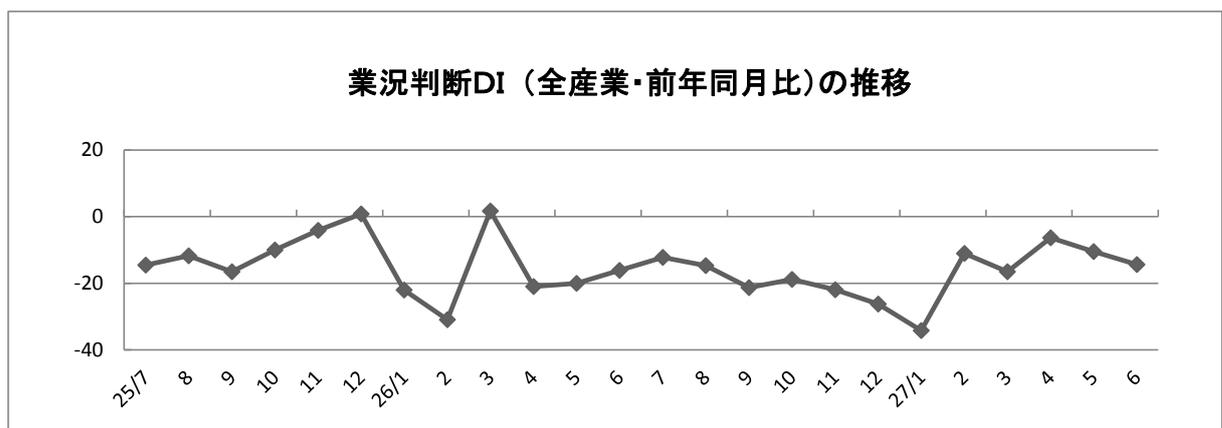
### 1. 業況判断

- 全産業合計の業況DI（前年同月比ベース）は、前月（▲10.5）よりマイナス幅が3.9ポイント拡大し、▲14.4となった。業種別では、飲食業がプラスからマイナスに転じた。卸売業はマイナス幅が縮小し、サービス業、建設業、製造業、小売業はマイナス幅が拡大した。
- 全産業合計の水準DIは、前月（▲18.4）よりマイナス幅が11.6ポイント拡大し、▲30.0となった。業種別では、飲食業がプラスからマイナスに転じた。卸売業はマイナス幅が縮小し、製造業、小売業、建設業、サービス業はマイナス幅が拡大した。

	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	10.0 (14.7)	65.6 (60.1)	24.4 (25.2)	▲ 14.4 (▲ 10.5) ↓	6.9 (12.3)	56.2 (57.0)	36.9 (30.7)	▲ 30.0 (▲ 18.4) ↓
建設業	4.2 (8.0)	79.1 (80.0)	16.7 (12.0)	▲ 12.5 (▲ 4.0) ↓	4.2 (8.0)	66.6 (68.0)	29.2 (24.0)	▲ 25.0 (▲ 16.0) ↓
製造業	13.6 (13.0)	50.0 (60.9)	36.4 (26.1)	▲ 22.8 (▲ 13.1) ↓	13.6 (4.3)	40.9 (65.3)	45.5 (30.4)	▲ 31.9 (▲ 26.1) ↓
卸売業	18.8 (6.3)	56.2 (49.9)	25.0 (43.8)	▲ 6.2 (▲ 37.5) ↑	0.0 (0.0)	62.5 (50.0)	37.5 (50.0)	▲ 37.5 (▲ 50.0) ↑
小売業	8.1 (14.3)	54.1 (51.4)	37.8 (34.3)	▲ 29.7 (▲ 20.0) ↓	5.4 (14.3)	48.7 (37.1)	45.9 (48.6)	▲ 40.5 (▲ 34.3) ↓
飲食業	14.3 (20.0)	64.3 (66.7)	21.4 (13.3)	▲ 7.1 (6.7) ↓	14.3 (33.3)	42.8 (53.4)	42.9 (13.3)	▲ 28.6 (20.0) ↓
サービス業	8.5 (20.4)	78.7 (57.2)	12.8 (22.4)	▲ 4.3 (▲ 2.0) ↓	6.4 (14.3)	65.9 (65.3)	27.7 (20.4)	▲ 21.3 (▲ 6.1) ↓

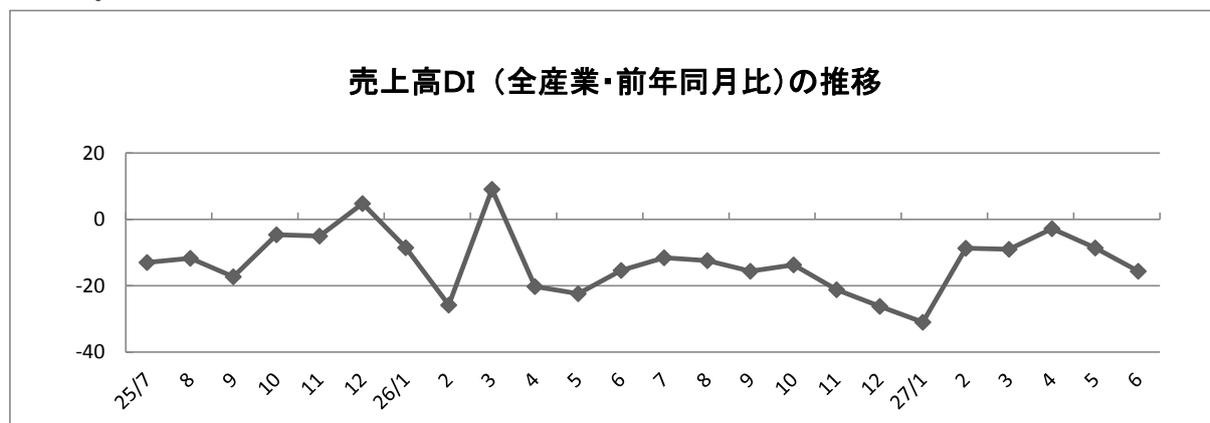
( )内は前月データ

※「業況[前年同月比]」・・・前年同月の業況との比較による回答の集計  
「今月の水準」・・・事業主の方の主観による回答の集計



## 2. 売上高DI（前年同月比）

○全産業合計の売上高DIは、前月（▲8.6）よりマイナス幅が7.0ポイント拡大し、▲15.6となった。業種別に見ると、飲食業がプラスからマイナスに転じ、サービス業、製造業が0からマイナスとなった。建設業、卸売業はマイナス幅が縮小し、小売業はマイナス幅が拡大した。

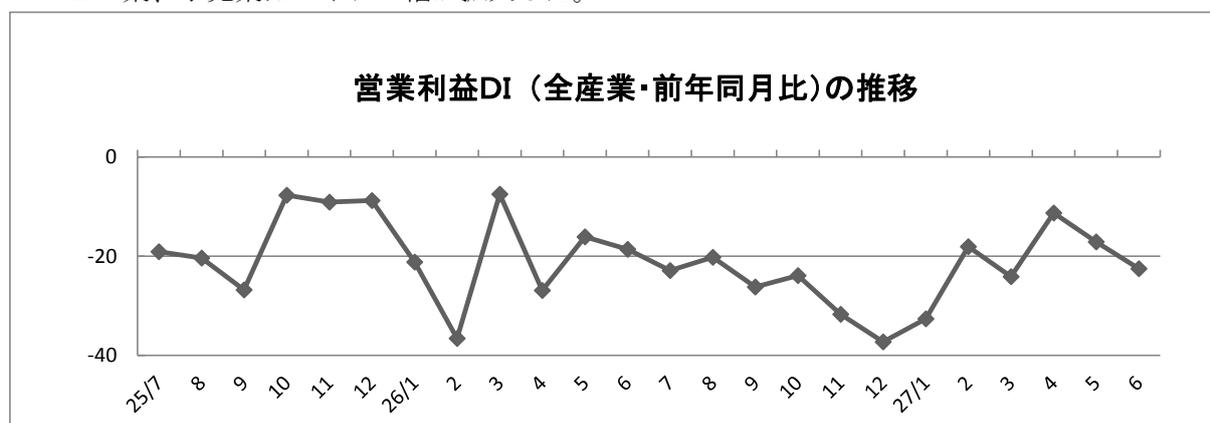


**【対前年同月比売上高業種別DIの推移】**

	26年6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	27年1月	2月	3月	4月	5月	6月
全 体	▲15.4	▲11.5	▲12.4	▲15.6	▲13.7	▲21.2	▲26.2	▲31.0	▲8.7	▲9.0	▲2.8	▲8.6	▲15.6
建設業	0.0	12.5	5.9	▲14.3	▲13.4	▲6.7	▲17.7	▲37.5	▲31.3	▲6.2	▲15.0	▲16.0	▲12.5
製造業	▲30.0	▲19.0	▲28.6	▲10.5	▲23.5	▲33.3	▲19.1	▲30.0	▲13.0	▲25.0	5.0	0.0	▲13.7
卸売業	5.9	▲12.5	▲5.9	0.0	▲12.5	▲43.8	▲31.3	▲25.0	▲6.3	▲26.7	0.0	▲25.0	▲18.8
小売業	▲24.0	▲29.2	▲7.7	▲37.0	▲27.0	▲29.2	▲50.0	▲48.3	▲11.5	▲16.6	▲21.2	▲20.0	▲27.0
飲食業	▲50.0	▲10.0	▲44.4	▲50.0	▲20.0	▲30.0	0.0	▲22.2	27.3	8.3	▲8.4	6.7	▲7.1
サービス業	▲5.7	▲5.8	▲10.2	0.0	3.1	▲5.0	▲24.3	▲19.5	▲5.7	5.0	14.7	0.0	▲10.6

## 3. 営業利益DI（前年同月比）

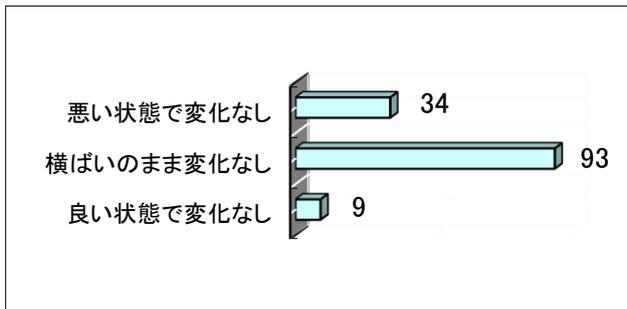
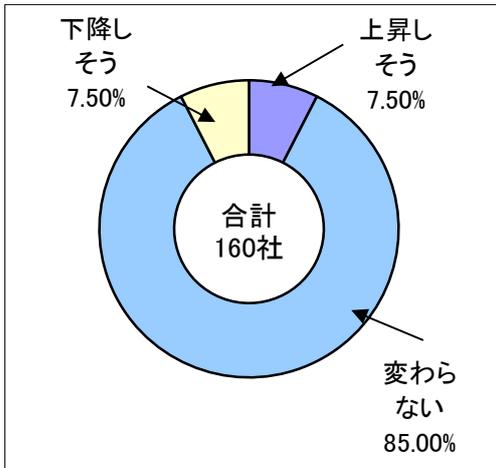
○全産業合計の営業利益DIは、前月（▲17.1）よりマイナス幅が5.4ポイント拡大し、▲22.5となった。業種別に見ると、卸売業はマイナス幅が縮小し、飲食業、建設業、製造業、サービス業、小売業はマイナス幅が拡大した。



**【対前年同月比営業利益業種別DIの推移】**

	26年6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	27年1月	2月	3月	4月	5月	6月
全 体	▲18.6	▲22.9	▲20.2	▲26.2	▲23.9	▲31.7	▲37.3	▲32.6	▲18.1	▲24.1	▲11.3	▲17.1	▲22.5
建設業	▲13.4	▲12.5	▲17.6	▲42.9	▲33.3	▲13.4	▲35.3	▲37.5	▲31.3	▲25.0	▲20.0	▲32.0	▲33.3
製造業	▲30.0	▲33.3	▲38.1	▲26.3	▲23.5	▲50.0	▲28.6	▲35.0	▲26.1	▲45.0	▲10.0	▲30.4	▲31.9
卸売業	▲11.7	▲18.7	0.0	▲20.0	▲25.0	▲56.3	▲62.5	▲37.5	▲31.2	▲40.0	▲6.2	▲18.7	▲6.3
小売業	▲20.0	▲33.3	▲15.4	▲40.7	▲27.0	▲29.2	▲41.7	▲34.5	▲19.3	▲30.0	▲39.4	▲17.1	▲29.7
飲食業	▲50.0	▲20.0	▲44.4	▲60.0	▲30.0	▲40.0	▲36.4	▲33.3	27.3	0.0	▲16.7	▲6.7	▲7.1
サービス業	▲5.7	▲17.1	▲17.9	▲2.7	▲15.1	▲20.0	▲29.7	▲25.0	▲14.3	▲10.0	14.6	▲6.1	▲17.1

◇ 向こう3ヶ月の見通し ◇



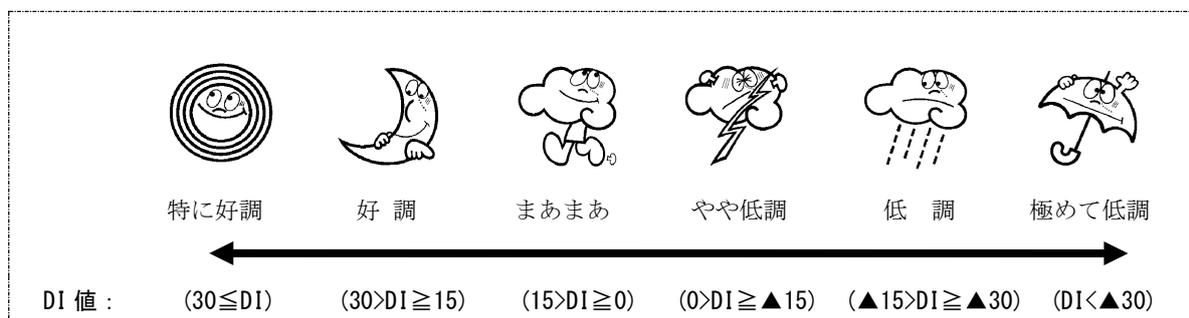
○平成27年7月～平成27年9月の見通しDIは、「上昇しそう」が前月の調査に比べ0.14ポイント増加し7.50%、「下降しそう」が1.37ポイント増加し7.50%となった。業種別の見通しDIは建設業(▲8.3)、製造業(0)、卸売業(▲6.3)、小売業(2.7)、飲食業(14.3)、サービス業(0)であった。

➡「上昇しそう」では、「公共工事の発注が7月から始まるため」(建設業)、「新規受注がとれたため」(需要の増加) (製造業)、「繁忙期となるため」(小売業)、「夏休み、シルバーウィークがあるため」(観光客が増加するため)「6月は売上の悪い月であるため、今後の回復に期待」(飲食業)、「これから繁盛期となるため」(現在検収中の案件含め、回収が見込まれるため) (サービス業)といった声が寄せられた。

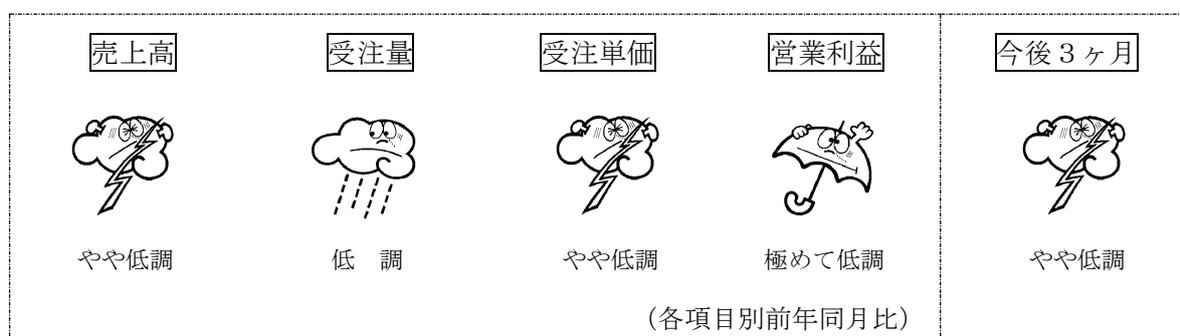
➡「下降しそう」では、「見積りが少ない」(新築物件が決まっていない) (建設業)、「景気の先行きに不安材料あり」(土産品が売れない) (製造業)、「受注残が少ないため」(卸売業)、「夏場が盛況であった年は皆無であるため」(小売業)、「例年7～9月は来客数が落ちるため」(飲食業)、「梅雨明けが遅くなりそうのため」(依頼が一段落し、大口依頼が不確定な時期となるため)「大口顧客が1社撤退するため」(サービス業)といった声が寄せられた。

# 業種別景況

## <DI君の景況判断>



## 1. 建設業



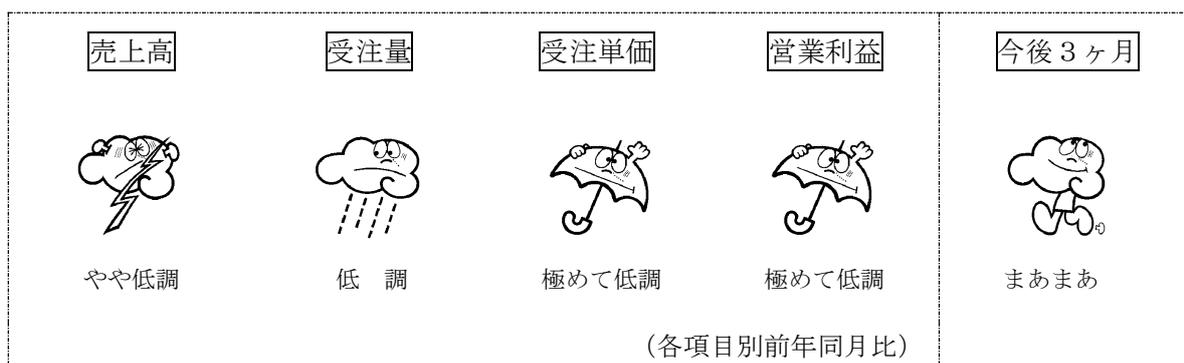
【項目別DIの推移】

	26年6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	27年1月	2月	3月	4月	5月	6月
売上高	0.0	12.5	5.9	▲14.3	▲13.4	▲6.7	▲17.7	▲37.5	▲31.3	▲6.2	▲15.0	▲16.0	▲12.5
受注量	▲13.4	6.3	▲11.7	▲21.5	▲33.4	▲13.3	▲47.0	▲43.8	▲31.2	▲18.8	▲15.0	▲12.0	▲20.8
受注単価	▲6.6	▲12.5	▲11.7	▲14.3	▲26.6	0.0	▲17.6	▲18.7	▲6.3	▲6.2	0.0	8.0	▲12.5
営業利益	▲13.4	▲12.5	▲17.6	▲42.9	▲33.3	▲13.4	▲35.3	▲37.5	▲31.3	▲25.0	▲20.0	▲32.0	▲33.3
見通し	0.0	▲18.8	▲11.8	0.0	▲6.6	0.0	▲5.9	▲6.3	6.2	6.3	▲5.0	4.0	▲8.3

## <経営者の目・見方・etc>

- 管工事
  - ・一時的に個人受注が重なっただけで長期的には続かない。全体経済が良くならなければ全産業は良くならない。
- 建築工事
  - ・まだまだ雰囲気が悪い状態である。
  - ・公共の仕事がなかなか入札できない。公共の仕事自体も少なく感じる。
- 石材
  - ・全国的にかなり厳しいと聞いている。消費税増税の悪影響には減税しかないだろう。
- 総合建設
  - ・長野県は発注予定の7割を9月までに発注するとの事。これから3ヶ月に発注が集中しそうである。
- 鉄工
  - ・現状維持。
  - ・中小企業の工場は、まだまだ動きが悪い。見通しも変わらないか、下降である。
- 電気工事
  - ・市より各町会防犯灯のLED化に今年も補助金が出された。この工事で若干売上が上がったが大勢に影響はない。
- 土木・水道施設
- 土木工事
  - ・公共工事の発注が出はじめてきた。
  - ・学校改修関係の国の予算がつかず、大幅な発注減。2600億円の国立競技場の影響だと専らの評判である。

## 2. 製造業



【項目別DIの推移】

	26年6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	27年1月	2月	3月	4月	5月	6月
売上高	▲ 30.0	▲ 19.0	▲ 28.6	▲ 10.5	▲ 23.5	▲ 33.3	▲ 19.1	▲ 30.0	▲ 13.0	▲ 25.0	5.0	0.0	▲ 13.7
受注量	▲ 25.0	▲ 19.1	▲ 23.8	▲ 10.5	▲ 23.5	▲ 44.5	▲ 19.0	▲ 35.0	▲ 17.4	▲ 30.0	▲ 5.0	▲ 4.4	▲ 27.3
受注単価	▲ 25.0	▲ 23.8	▲ 23.8	▲ 31.6	▲ 23.5	▲ 22.2	▲ 23.8	▲ 20.0	▲ 21.7	▲ 30.0	▲ 25.0	▲ 17.4	▲ 31.8
営業利益	▲ 30.0	▲ 33.3	▲ 38.1	▲ 26.3	▲ 23.5	▲ 50.0	▲ 28.6	▲ 35.0	▲ 26.1	▲ 45.0	▲ 10.0	▲ 30.4	▲ 31.9
見 通 し	▲ 5.0	▲ 9.5	▲ 23.8	▲ 10.5	▲ 11.7	0.0	0.0	▲ 5.0	▲ 4.4	▲ 20.0	5.0	8.7	0.0

### <経営者の目・見方・e t c>

菓子

・売れ行きは良くない中ではあるが、9月からの製品値上げを決心した。

金属塗装

・4、5月よりは多少上向いているが、昨年比はまだマイナスである。受注減や原材料価格の高騰で採算が悪い状態である。

酒類

・アルコール飲料全体として、明るさが見えてこない。清酒の需要としては、全体として減少幅は少なくなってきたが、まだ増加には至っていない。ただし純米酒、純米吟醸の需要は増えている。本来の伝統酒に目が向いてきていると思われる。日本人の団体観光客がかなり減っている。

漬物・味噌

・原材料の大豆、野菜等の高値が続いている。

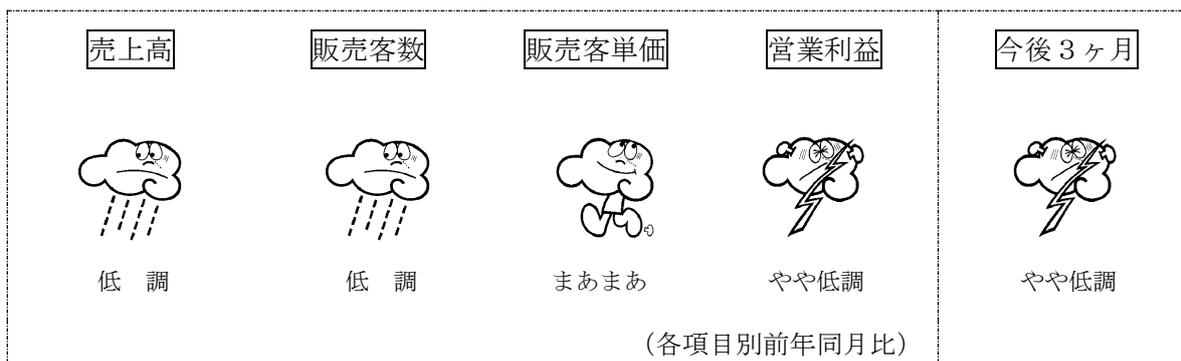
豆腐

・原料価格の高騰もやや落ち着いてきた。

木製品加工

・大手企業は仕事があるようだが、下請けにまわす程はない。

### 3. 卸売業



【項目別DIの推移】

	26年6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	27年1月	2月	3月	4月	5月	6月
売上高	5.9	▲ 12.5	▲ 5.9	0.0	▲ 12.5	▲ 43.8	▲ 31.3	▲ 25.0	▲ 6.3	▲ 26.7	0.0	▲ 25.0	▲ 18.8
販売客数	▲ 11.7	▲ 12.5	▲ 23.5	▲ 13.3	▲ 12.5	▲ 18.7	▲ 12.5	▲ 18.7	▲ 6.2	▲ 13.3	▲ 18.7	▲ 12.5	▲ 18.8
販売客単価	▲ 17.6	▲ 25.0	▲ 17.6	▲ 20.0	▲ 25.0	▲ 12.5	▲ 18.8	▲ 18.7	▲ 12.5	0.0	18.7	0.0	0.0
営業利益	▲ 11.7	▲ 18.7	0.0	▲ 20.0	▲ 25.0	▲ 56.3	▲ 62.5	▲ 37.5	▲ 31.2	▲ 40.0	▲ 6.2	▲ 18.7	▲ 6.3
見通し	5.9	▲ 6.2	▲ 11.8	0.0	0.0	▲ 6.3	▲ 12.5	0.0	0.0	▲ 20.0	6.3	0.0	▲ 6.3

#### <経営者の目・見方・etc>

機械工具

- ・まだアベノミクス効果が出ない。自力で回復、活性化しないといけない状況である。
- ・決算申告が終わった。消費税率8%は重かった。

金属製品

- ・市況は弱含みで、メーカー生産量は多くはない。夏場に向け、在庫管理に注意が必要。大口物件が決まり始め、材料の仕込みに入っており、7月以降動き出す。

青果

- ・野菜、果物、共に単価高のまま推移した月となった。特に曇天、降雨等の影響もあり、地場産の野菜の出荷が安定せず、高値であった。果実は輸入品が少なかったものの、国産は比較的安定しており、高値であった。価格の乱高下が激しい月であった。

土産品

- ・近隣の観光地、上高地も観光客が減っており、先月からの売上減は改善されていない。梅雨明け以降に期待したい。

## 4. 小売業

売上高	販売客数	販売客単価	営業利益	今後3ヶ月
				
低調	低調	低調	低調	まあまあ
(各項目別前年同月比)				

### 【項目別DIの推移】

	26年6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	27年1月	2月	3月	4月	5月	6月
売上高	▲24.0	▲29.2	▲7.7	▲37.0	▲27.0	▲29.2	▲50.0	▲48.3	▲11.5	▲16.6	▲21.2	▲20.0	▲27.0
販売客数	▲24.0	▲25.0	▲15.4	▲44.5	▲42.4	▲25.0	▲37.5	▲41.4	▲30.8	▲40.0	▲12.1	▲5.7	▲24.3
販売客単価	▲4.0	▲8.4	▲11.5	▲33.3	▲11.5	▲20.8	▲20.8	▲31.1	3.8	▲13.3	▲6.0	▲2.9	▲16.2
営業利益	▲20.0	▲33.3	▲15.4	▲40.7	▲27.0	▲29.2	▲41.7	▲34.5	▲19.3	▲30.0	▲39.4	▲17.1	▲29.7
見通し	▲8.0	4.1	▲3.8	▲3.7	▲7.7	0.0	▲8.3	6.9	3.9	6.7	6.1	2.9	2.7

### <経営者の目・見方・etc>

ガラスサッシ

・住宅エコポイント効果とプレミアム商品券の効果が多少ではあるがあったように思われる。行政の需要喚起に今後も期待したい。

ショッピングセンター

・6月の上旬～中旬は前年を上回る客数であったが、なかなか売り上げにつながらない状況であった。プレミアム商品券発売の6月21日以降は徐々に売上につながり始めた。7月のセール時期には更にプレミアム商品券の効果が上がる事を期待したい。

パン

・5年、10年先を見すえた経営のために、出来る事から少しずつ始めようと考えさせられる月であった。できない理由をあげるのではなく、出来るようにする工夫を考えていきたい。

印章

・相も変わらず、原材料価格の上昇が続く。同じ構造では続けられないと感じる。  
 ・梅雨入りと各種会合が集中する月で思う様な商売が出来なかった。近頃の印章文字はあまりにも模様化されていて文字とは言い難い印が氾濫している。又、海外で作って持ち帰る印は目を覆いたくなる。  
 ・善光寺の御開帳の時期が過ぎ、市街地を散策する観光客が減った。県外の方々にとって、松本と長野は観光コースとして同一線上に有ると認識すべきだと感じた。

化粧品

・プレミアム商品券の利用者も思ったより多く来店され、その他のお客様の購買意欲もやや上がり気味のように感じる。

菓子

・6月は売上の少ない月だが、6月半ばから観光客が増えた。小麦等原材料価格の再値上げで利益減である。

観光物産

・梅雨時期に入りお客様が激減している。又、日本人は元々少ないが外国人の来店数が減少している。海の日以降に期待している。

住宅機器

・5月よりは良かったが、前年の90%程の売上である。

書籍

・業界3位の問屋が自己破産するなど、業界全体の状況がよくない。商売の形態がバブル期前のような小規模店を中心にした形に戻るのではないだろうか。

書籍・木のおもちゃ

・外回りで売上を上げているが、来店数が極端に少なく厳しい状態が続いている。プレミアム商品券の効果はあるのか。

生鮮食品

・プレミアム商品券の発売日と父の日が重なり、例年より売上が多かった。仕

陶磁器

入れ値は落ち着いていたが、品不足との事で上昇し始め困っている。  
・6月は売り上げの少ない月だが、プレミアム商品券発売前の買い控えが、日を追うごとに目立つようになった気がする。しかし発売後に売上が伸びる訳ではない。

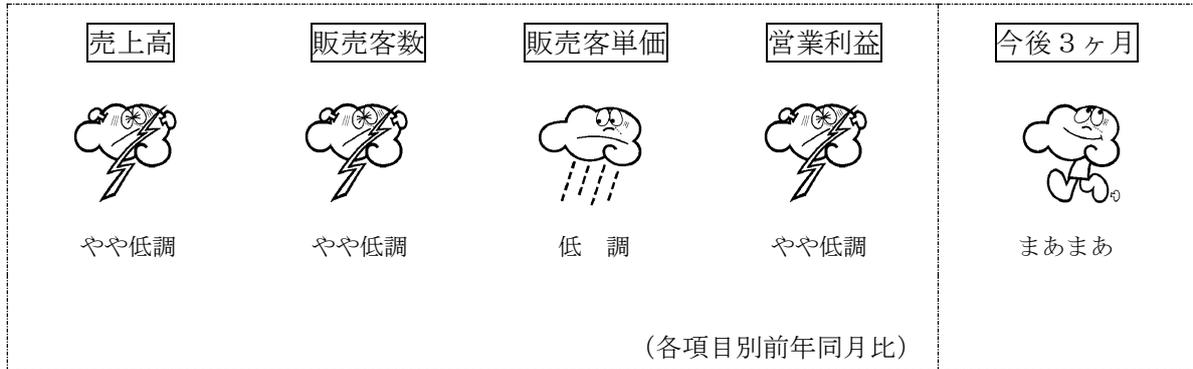
文具

・夏は文具、事務用品の需要が少ない。

薬局

・消費税率が上がってから、売上は下がったまま回復してこない。

## 5. 飲食業



### 【項目別DIの推移】

	26年6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	27年1月	2月	3月	4月	5月	6月
売上高	▲ 50.0	▲ 10.0	▲ 44.4	▲ 50.0	▲ 20.0	▲ 30.0	0.0	▲ 22.2	27.3	8.3	▲ 8.4	6.7	▲ 7.1
販売客数	▲ 50.0	▲ 10.0	▲ 33.3	▲ 50.0	▲ 20.0	▲ 30.0	0.0	▲ 11.1	36.4	8.3	0.0	6.7	▲ 7.1
販売客単価	▲ 25.0	▲ 10.0	▲ 22.2	▲ 40.0	▲ 30.0	▲ 50.0	▲ 18.2	▲ 11.1	▲ 9.1	▲ 8.4	▲ 16.7	▲ 13.3	▲ 21.4
営業利益	▲ 50.0	▲ 20.0	▲ 44.4	▲ 60.0	▲ 30.0	▲ 40.0	▲ 36.4	▲ 33.3	27.3	0.0	▲ 16.7	▲ 6.7	▲ 7.1
見通し	8.3	0.0	▲ 22.2	▲ 50.0	▲ 40.0	▲ 30.0	▲ 27.3	0.0	36.4	16.7	16.7	▲ 6.6	14.3

### <経営者の目・見方・etc>

カレー

・暑い日もあり、人出が多くなかった。近くにイベントをやっている所もないので週末もまあまあであった。梅雨に入り、昨年と同じような1ヶ月となった。

そば

・御開帳も終り、静かで人通りも少ない月であった。ガソリン価格も上昇し、原材料価格の値上げ等厳しい環境になってきたと実感する。常に美味しい食を提供する事を心掛けていきたい。

ラーメン

・仕入単価が高くなってきているが、販売商品に計上できず困惑している。

レストラン

・プレミアム商品券は集客効果があまりない。

郷土料理

・イベントもあり活気のあった前月の反動もあつてか、観光客は極端に減少した。その差は例年に類似しているのので地元の宴会等で何とかカバーした。「暇だ」という声が多い月であった。

仕出し料理

・前年と同じ企業からの注文があり、また新企業からのイベント注文が1週間続き、売上が好調であった。プレミアム商品券の経済効果に期待したい。

寿司

・多少、宴会が増したが客単価は上がりず、横ばい状態である。  
・6月21日に待望のプレミアム商品券が発売された。前回の発行額よりかなり増額され、15億円分が販売となった。にもかかわらず、商品券を買えなかった人も多かったようだ。販売場所では早朝より長蛇の列ができ、その人気ぶりがうかがえた。

創作料理

・前年同月と比べると来客数は増えたが、顧客単価は下がってしまった。料理代金、飲み物代が別徴収であったが、最近は飲み物代込みの予約来客が7割となくなってしまった。

## 6. サービス業

売上高	販売客数	販売客単価	営業利益	今後3ヶ月
				
やや低調	やや低調	やや低調	低調	まあまあ
(各項目別前年同月比)				

### 【項目別DIの推移】

	26年6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	27年1月	2月	3月	4月	5月	6月
売上高	▲ 5.7	▲ 5.8	▲ 10.2	0.0	3.1	▲ 5.0	▲ 24.3	▲ 19.5	▲ 5.7	5.0	14.7	0.0	▲ 10.6
販売客数	▲ 8.6	▲ 11.4	▲ 7.7	0.0	▲ 21.2	▲ 15.0	▲ 21.6	▲ 25.0	▲ 11.4	▲ 2.5	12.2	2.1	▲ 14.9
販売客単価	▲ 8.6	▲ 2.8	▲ 5.1	▲ 5.4	▲ 6.1	▲ 10.0	▲ 5.4	▲ 11.1	▲ 11.4	▲ 2.5	4.9	0.0	▲ 4.2
営業利益	▲ 5.7	▲ 17.1	▲ 17.9	▲ 2.7	▲ 15.1	▲ 20.0	▲ 29.7	▲ 25.0	▲ 14.3	▲ 10.0	14.6	▲ 6.1	▲ 17.1
見通し	0.0	2.9	0.0	0.0	▲ 6.1	▲ 2.5	0.0	2.7	14.2	0.0	2.5	▲ 2.0	0.0

### <経営者の目・見方・etc>

クリーニング・リネン

・夏季アルバイトは時給を上げることで何とか確保できそうであるが、その分、利益は薄くなりそうである。

ソフトウェア

・ここ数年の動きのなさに比べれば、引き合いは多い。但し、システム化予算そのものが上がったわけではないため、人月単価は横ばい、地方のエンジニアが不足しているマイナス要因は相変わらずである。WEBやクラウド技術に偏向したままでは企業の要求は満たせない。

タクシー

・上高地方面の観光地は天候が定まらないこともあって客足はまだ少ない。市街地の客数は前年より多少増えたが、売上高はほぼ前年並みであった。

ペットサービス

・美容売上は前年を下回ったが、ホテル利用が前年を上回った。これから夏に向けてサマーカットが増え繁忙期に入るため、社員全員の健康管理に注意したい。

ホテル

・トータルとしては横ばいであるが、部門によって大きな開きがあった。宿泊部門は4、5月に続き、稼働率は前年に比べ10%以上の続伸となった。単価も上昇し、売上は20%以上の伸びとなった。レストランも割引キャンペーンの結果、売上が増加したが、宴会は1月からの売上減少が止まらない。

・御開帳が終わり、天候の影響もあったため、客足は思っていたより少なかった。

・大型連休などもなく、特徴のない6月。宴会については小規模宴席の動きはよかったが、大型宴席の動きが良くなかった。4、5月は御開帳もあり、長野方面のツアーが多かったが、6月に入り中信への戻りもあった。

温泉旅館

・6月はこれといった祭りやイベントがないため例年並みの客数と売上だった。トップシーズンも近いので、その準備に追われる毎日である。

旅館

・好天にも恵まれ、宿泊客も増大。サッカーサポーターの宿泊も増大した。

・天候が良かった5月に比べると、大雨はなかったものの、好天とは言えない日々が多く、予約も伸び悩んだ。一方、個人の外国人客は昨年よりさらに増加傾向になった。

	ている。
	・善光寺御開帳の影響か、4、5月は前年より数パーセント伸びたが、その反動なのか、6月は数パーセント落ちた。
宿泊	・宿泊者数は昨年並みだが、観光バス等の利用者は落ち込んでいると聞く。
マッサージ	・高価格帯のサービスを受けるお客様が増えてきた。
マナー講師	・4、5月は毎年少しずつ新入社員研修が増えているが、6月は定期的に行っているもののみとなる。
介護サービス	・介護労働力不足が深刻になってきた。とりわけ、小規模事業所は不安を募らせているのではないかと。
管理・運営	・路線価が発表されたが、現実とのギャップを感じた。若者の行動に元気がないため、社会全体が盛り上がってこない。
機械設計	・仕事の数は多くないが、まあまあというところ。同シリーズのものが動いているので何とかなっている。新しいユーザーと繋がりができた。
自動車整備	・上半期も終りに近づき、一年の中で最も売上、利益ともに悪い月でもある。世の中の景気の回復とは裏腹の状態である。梅雨も重なりますます売上が落ちている。
美容	・プレミアム商品券の問い合わせがあると思いきや、全くなかったのが意外であった。
理容	・6月は業界全般的に低迷していた。

