

# 松本市の景気動向

— 中小企業景気動向基本調査 —

【平成30年2月】

■調査概要（データ対象期間：平成30年2月1日～2月28日）

- 調査期間：平成30年3月1日～平成30年3月22日
- 調査対象：市内中小企業200企業に対して郵送等によるアンケート調査
- 回収状況：建設業21企業、製造業21企業、卸売業16企業、小売業33企業  
飲食業20企業、サービス業39企業（運輸、不動産仲介業を含む）  
<合計150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

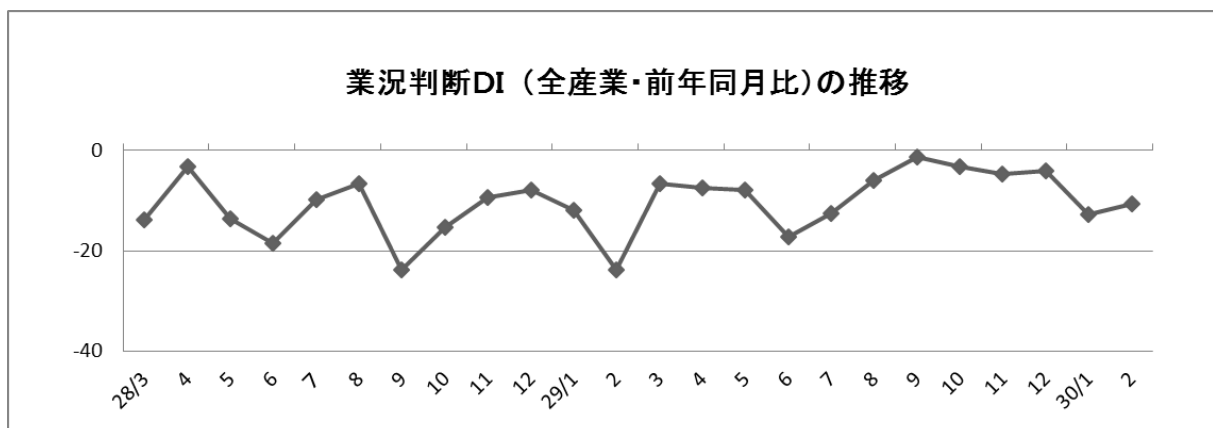
- 全産業合計の業況DI（前年同月比ベース）は、前月（▲12.7）よりマイナス幅が2.0ポイント縮小し、▲10.7となった。業種別では、建設業が0からプラスに転じ、サービス業はマイナスから0になり、小売業はマイナス幅が縮小した。卸売業はマイナス幅が拡大し、飲食業は前月と同様だった。製造業は0からマイナスに転じた。
- 全産業合計の水準DIは、前月（▲23.3）よりマイナス幅が3.3ポイント縮小し、▲20.0となった。業種別では、建設業はマイナスから0になり、小売業、サービス業はマイナス幅が縮小した。飲食業、卸売業、製造業はマイナス幅が拡大した。

#### 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	16.0 (14.0)	57.3 (59.3)	26.7 (26.7)	↗ ▲ 10.7 (▲ 12.7)	11.3 (8.0)	57.4 (60.7)	31.3 (31.3)	↗ ▲ 20.0 (▲ 23.3)
建設業	9.5 (17.4)	85.7 (65.2)	4.8 (17.4)	↗ 4.7 (0.0)	4.8 (8.7)	90.4 (65.2)	4.8 (26.1)	↗ 0.0 (▲ 17.4)
製造業	19.0 (26.1)	42.9 (47.8)	38.1 (26.1)	↘ ▲ 19.1 (0.0)	14.3 (8.7)	42.8 (65.2)	42.9 (26.1)	↘ ▲ 28.6 (▲ 17.4)
卸売業	12.5 (33.3)	62.5 (46.7)	25.0 (20.0)	↘ ▲ 12.5 (13.3)	6.3 (13.3)	74.9 (66.7)	18.8 (20.0)	↘ ▲ 12.5 (▲ 6.7)
小売業	18.2 (7.4)	48.5 (55.6)	33.3 (37.0)	↗ ▲ 15.1 (▲ 29.6)	18.2 (0.0)	33.3 (55.6)	48.5 (44.4)	↗ ▲ 30.3 (▲ 44.4)
飲食業	10.0 (5.0)	50.0 (60.0)	40.0 (35.0)	→ ▲ 30.0 (▲ 30.0)	5.0 (5.0)	50.0 (55.0)	45.0 (40.0)	↘ ▲ 40.0 (▲ 35.0)
サービス業	20.5 (7.1)	59.0 (69.1)	20.5 (23.8)	↗ 0.0 (▲ 16.7)	12.8 (11.9)	64.1 (59.5)	23.1 (28.6)	↗ ▲ 10.3 (▲ 16.7)

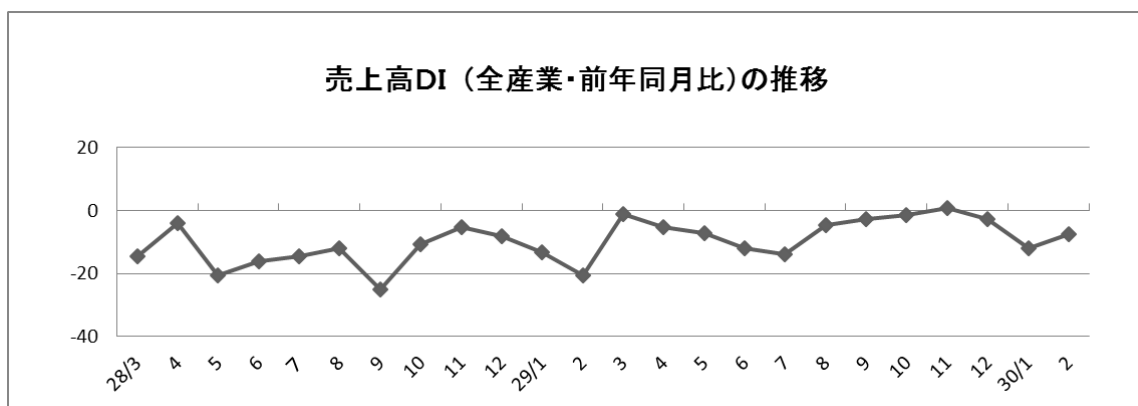
( )内は前月データ

※「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（▲12.0）よりマイナス幅が4.6ポイント縮小し、▲7.4となった。業種別に見ると、卸売業はプラス幅が拡大し、建設業は0からプラスに転じた。サービス業はマイナスから0になり、小売業はマイナス幅が縮小した。製造業と飲食業はマイナス幅が拡大した。

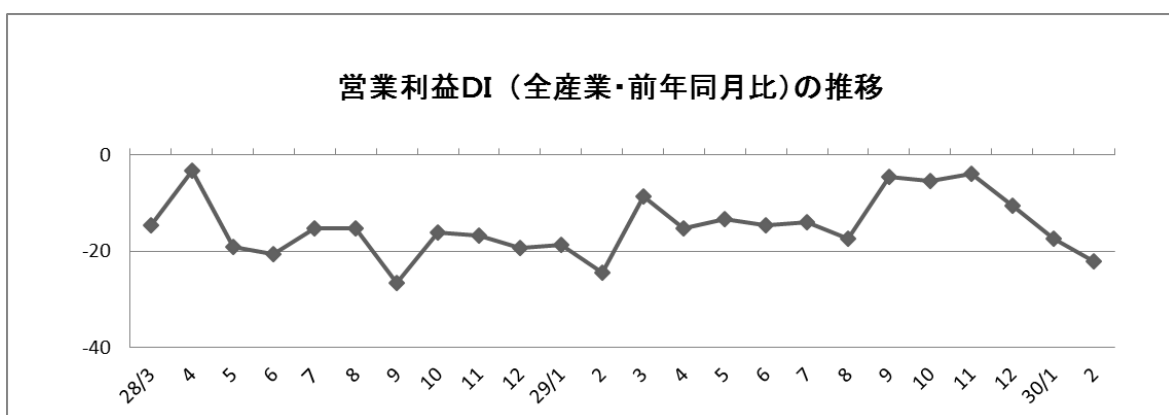


**【対前年同月比売上高業種別DIの推移】**

	28年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	30年1月	2月
全 体	▲ 20.6	▲ 1.3	▲ 5.4	▲ 7.3	▲ 12.0	▲ 13.9	▲ 4.6	▲ 2.7	▲ 1.4	0.7	▲ 2.6	▲ 12.0	▲ 7.4
建 設 業	▲ 22.7	▲ 5.2	▲ 19.1	▲ 28.0	▲ 14.3	0.0	8.7	23.8	13.7	20.0	20.9	0.0	14.2
製 造 業	4.5	5.0	16.7	▲ 9.1	0.0	▲ 31.8	8.7	5.2	▲ 4.5	0.0	▲ 13.7	▲ 4.3	▲ 14.3
卸 売 業	▲ 15.4	▲ 16.6	▲ 28.6	16.6	▲ 33.4	0.0	20.0	0.0	13.4	13.4	25.0	6.7	12.5
小 売 業	▲ 41.2	▲ 2.8	0.0	0.0	▲ 17.6	▲ 20.6	▲ 15.2	▲ 16.1	▲ 12.9	▲ 20.7	▲ 16.7	▲ 33.3	▲ 18.2
飲 食 業	▲ 35.3	▲ 16.7	▲ 14.3	▲ 11.8	▲ 26.6	▲ 44.4	0.0	▲ 15.0	▲ 20.0	0.0	▲ 23.5	▲ 25.0	▲ 35.0
サービス業	▲ 11.6	8.9	▲ 4.6	▲ 5.0	0.0	2.4	▲ 22.5	▲ 4.2	4.9	0.0	▲ 2.5	▲ 9.5	0.0

## 3. 営業利益DI（前年同月比）

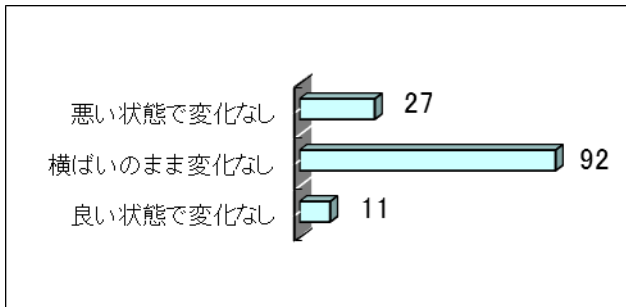
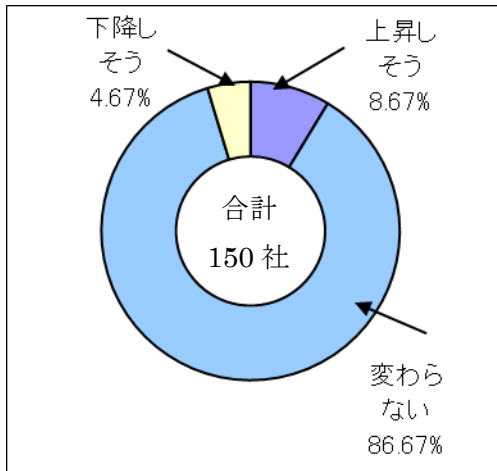
○全産業合計の営業利益DIは、前月（▲17.3）よりマイナス幅が4.7ポイント拡大し、▲22.0となった。業種別に見ると、小売業、サービス業はマイナス幅が縮小した。卸売業は0からマイナスとなり、建設業、飲食業、製造業はマイナス幅が拡大した。



**【対前年同月比営業利益業種別DIの推移】**

	28年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	30年1月	2月
全 体	▲ 24.5	▲ 8.6	▲ 15.3	▲ 13.3	▲ 14.7	▲ 13.9	▲ 17.3	▲ 4.6	▲ 5.3	▲ 4.0	▲ 10.6	▲ 17.3	▲ 22.0
建 設 業	▲ 27.3	▲ 21.0	▲ 33.3	▲ 32.0	▲ 28.6	▲ 4.7	▲ 21.8	4.7	13.6	8.0	▲ 4.2	▲ 13.1	▲ 14.3
製 造 業	▲ 9.1	▲ 10.0	▲ 4.1	▲ 9.1	▲ 4.7	▲ 36.4	▲ 8.7	5.2	▲ 9.1	5.0	▲ 4.6	▲ 4.4	▲ 47.6
卸 売 業	▲ 30.8	▲ 8.3	▲ 14.3	8.3	▲ 20.0	▲ 6.6	13.4	▲ 16.7	6.7	▲ 13.3	0.0	0.0	▲ 37.5
小 売 業	▲ 35.3	▲ 2.8	▲ 11.7	▲ 17.6	▲ 20.6	▲ 17.6	▲ 21.2	▲ 9.7	▲ 9.7	▲ 20.7	▲ 20.0	▲ 33.3	▲ 15.1
飲 食 業	▲ 41.2	▲ 22.2	▲ 21.4	▲ 11.8	▲ 26.6	▲ 38.9	▲ 25.0	▲ 10.0	▲ 25.0	0.0	▲ 23.5	▲ 30.0	▲ 35.0
サービス業	▲ 14.0	▲ 2.2	▲ 14.0	▲ 7.5	▲ 2.3	4.9	▲ 25.0	▲ 4.3	▲ 4.9	▲ 2.3	▲ 9.8	▲ 16.7	▲ 5.1

◇ 向こう3ヶ月の見通し ◇



○平成30年2月～平成30年4月の見通しDIは、「上昇しそう」が前月の調査に比べ2.00ポイント減少し8.67%、「下降しそう」が1.33ポイント減少し4.67%となった。業種別の見通しDIは建設業(14.3)、製造業(9.5)、卸売業(▲6.3)、小売業(0.0)、飲食業(5.0)、サービス業(2.6)であった。

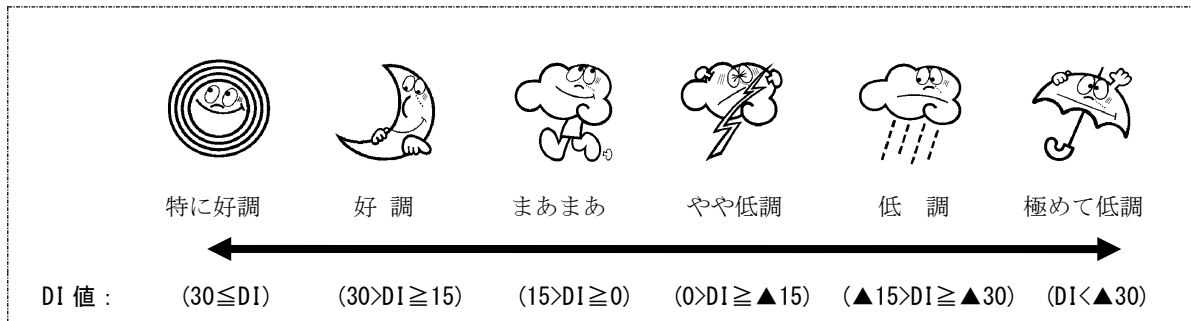
➡「上昇しそう」では、「3月の年度末を迎え駆けこみ受注が期待されるため」「新年度工事が発注されるため」(建設業)、「季節的な要因のため」「新規品立ち上げによる微増が予測されるため」「受注増が見込まれるため」(製造業)、「例年にない厳しい冬の寒さから春になり気温も暖くなるため」「外国人の来客が多いため」(小売業)、「歓送迎会や花見シーズンのため」「春休み、GWの影響で売上の増加が見込めるため」「気温が暖かくなっていくため」(飲食業)、「春になり観光シーズンが訪れ、客数の増加が見込めるため」「仕掛中の案件があるため」「新年度に向けての依頼講座が増えることが予測されるため」(サービス業)といった声が寄せられた。

➡「変わらない」では、「年度末需要はあるものの、例年並みだと思われるため」(小売業)といった声が寄せられた。

➡「下降しそう」では、「受注が少ないため」(建設業)、「薬価改定の影響のため」(卸売業)、「来店客数、売上共に減少が続いているため」(小売業)、「官公庁の発注が望めないため」(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



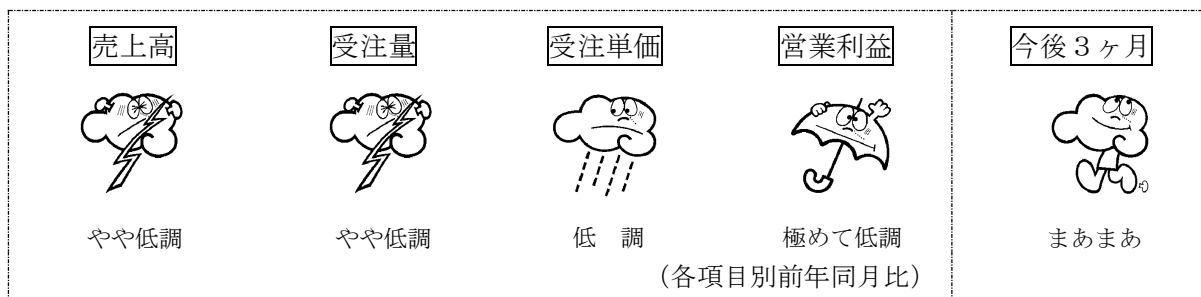
【項目別DIの推移】

	29年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	30年1月	2月
売上高	▲ 22.7	▲ 5.2	▲ 19.1	▲ 28.0	▲ 14.3	0.0	8.7	23.8	13.7	20.0	20.9	0.0	14.2
受注量	▲ 18.2	▲ 5.2	▲ 38.1	▲ 40.0	▲ 33.4	0.0	▲ 8.7	9.6	18.2	4.0	12.5	▲ 8.7	19.1
受注単価	▲ 9.1	▲ 5.3	▲ 4.8	▲ 12.0	▲ 4.8	4.8	0.0	4.7	▲ 4.6	0.0	▲ 12.5	▲ 8.7	▲ 9.5
営業利益	▲ 27.3	▲ 21.0	▲ 33.3	▲ 32.0	▲ 28.6	▲ 4.7	▲ 21.8	4.7	13.6	8.0	▲ 4.2	▲ 13.1	▲ 14.3
見 通 し	4.6	10.5	0.0	16.0	9.5	14.2	4.4	0.0	▲ 4.5	4.0	0.0	8.7	14.3

## <経営者の目・見方・e t c >

- 電気工事
  - ・業界全体に特に変わった動きはなく、静かな年度末となりそうである。
- 管工事
  - ・売上率と利益率が反比例になっている。建設業の受注方式に原因があり、努力をしていくしかない状況である。
- 建築工事
  - ・この時期は年度末で公共工事は期待できないが、民間の案件も想像以上に少ない。新年度に期待したい。
- 鉄工
  - ・高い稼働率を維持しているが、工程の遅れ、ズレ等が経営の大きな負担となっている。大手ゼネコンの改善を求めたい。

## 2. 製造業



【項目別DIの推移】

	29年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	30年1月	2月
売上高	4.5	5.0	16.7	▲9.1	0.0	▲31.8	8.7	5.2	▲4.5	0.0	▲13.7	▲4.3	▲14.3
受注量	▲4.5	▲15.0	4.2	▲18.2	0.0	▲27.3	4.3	15.8	▲9.1	0.0	▲13.6	▲8.7	▲14.3
受注単価	0.0	▲5.0	▲16.6	▲9.1	▲33.3	▲27.3	▲4.4	▲10.5	▲18.2	▲15.0	▲13.6	▲8.7	▲23.8
営業利益	▲9.1	▲10.0	▲4.1	▲9.1	▲4.7	▲36.4	▲8.7	5.2	▲9.1	5.0	▲4.6	▲4.4	▲47.6
見通し	9.1	▲20.0	▲4.2	▲4.5	▲4.7	▲4.5	0.0	▲5.3	0.0	▲5.0	▲9.1	8.7	9.5

### <経営者の目・見方・etc>

印刷

- ・デフレ傾向に下げ止まり感があるのか、県の業務委託入札が不調に終わる案件が見られる。一方で地元には本社機能のない印刷業界がデフレ価格で落札している案件もある。参入実績を作るために安価で落札しても、地元業界の現状にとってメリットがないことも無視している。デフレマインドは消費者側にも、それを受けて見積もりを出す側の営業にもまだ根強く残っている。
- ・書籍業界は昨年同様繁忙期に入っている状況。しかし先行きは不透明である。
- ・松本市役所の印刷は各社入札を行っているが、ほとんど地元で行われず県外のネット印刷へ外注している。地元の仕事を市内の企業が外へ出すようになってはいけない。若手社員、これから入社する人達が安心して仕事を進められるような印刷業界でありたい。ただ現状印刷業界は非常に厳しい状況である。

菓子

- ・野菜の高騰が続き、嗜好品の菓子にしわ寄せがきている状態が続いている。

金属塗装

- ・売上高は前年比と同等だったが、内容が大きく変わり利益率の低い案件が多くでたことで赤字になった。前月より銘板の受注が大幅に減少している。

紙器

- ・例年の2月の売上よりも増加している。景気が良くなっているということか。

## 3. 卸売業



【項目別DIの推移】

	29年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	30年1月	2月
売上高	▲15.4	▲16.6	▲28.6	16.6	▲33.4	0.0	20.0	0.0	13.4	13.4	25.0	6.7	12.5
販売客数	▲7.7	▲16.7	▲7.2	0.0	▲20.0	6.6	6.7	0.0	▲6.7	6.6	0.0	0.0	0.0
販売客単価	▲15.4	▲8.3	▲14.3	0.0	▲26.6	0.0	6.7	▲8.4	6.6	13.3	18.8	6.7	18.7
営業利益	▲30.8	▲8.3	▲14.3	8.3	▲20.0	▲6.6	13.4	▲16.7	6.7	▲13.3	0.0	0.0	▲37.5
見通し	0.0	8.3	7.1	8.3	▲6.7	▲13.3	6.7	▲8.3	▲6.7	▲6.7	▲6.2	▲13.3	▲6.3

<経営者の目・見方・e t c>

金属製品

・地元は関東とは異なり、大型案件がなく年度末に向けた例年のような駆け込みはない。鉄相場は強含みだが、不安定な値動きが続きそう。

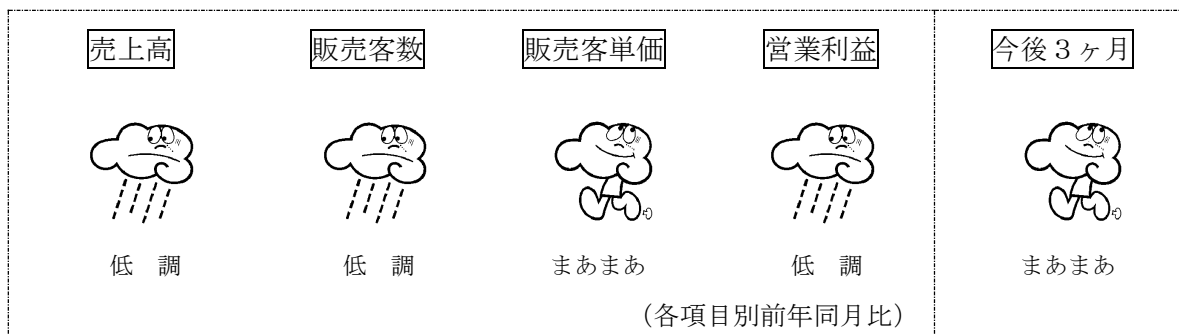
機械工具

・曜日の関係で稼働日が少なく、雪で動きにくい日もあったが、受注済みの納品も多く、まずまずで推移した。

精肉卸売

・浅間温泉など客数が減少している気がする。松枯れが進んでいる山々は桜の木を植えるなど市の協力が必要であると感じる。

## 4. 小売業



### 【項目別DIの推移】

	29年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	30年1月	2月
売上高	▲41.2	▲2.8	0.0	0.0	▲17.6	▲20.6	▲15.2	▲16.1	▲12.9	▲20.7	▲16.7	▲33.3	▲18.2
販売客数	▲41.2	▲8.3	▲3.0	▲8.8	▲14.7	▲17.6	▲9.1	▲16.1	▲22.5	3.5	▲30.0	▲25.9	▲18.1
販売客単価	▲32.3	0.0	▲11.7	▲5.9	▲20.6	▲23.5	▲24.3	▲19.3	0.0	▲10.4	0.0	▲3.7	3.0
営業利益	▲35.3	▲2.8	▲11.7	▲17.6	▲20.6	▲17.6	▲21.2	▲9.7	▲9.7	▲20.7	▲20.0	▲33.3	▲15.1
見通し	2.9	▲8.3	2.9	0.0	▲8.8	▲5.9	▲9.1	▲3.2	3.3	3.4	▲13.3	7.4	0.0

<経営者の目・見方・e t c>

印章

・結婚による銀行印需要の多い月だった。本格的な結婚シーズンに向けて販売促進を強化していきたい。

・デジタル・ガバメント計画に対し、全国印章関係団体は全国内で国会議員に働き掛けをしている。

化粧品

・寒い時期と冬季オリンピックが重なったためか街中の人通りが少ないような印象を受けた。

書籍・木のおもちゃ

・DMの発送をするなど努力はしているもののなかなか成果が上がらない。お客様に足を運んでいただく方法を考えていきたい。

住宅機器

・受注があまりよくなく、今年はこれが続いてしまうのかと不安を感じている。

ショッピングセンター

・2月は駅前の「アルピコプラザ」の食品フロアオープンまた今後「草間彌生展」の長期開催、「信毎メディアガーデン」の開業など中心市街地への顧客流入機会が増えるので客入りに期待したい。イオンモール松本店オープンによって中心市街地の駐車場問題は顕在化、行政・商店街・地域が一体となつての対策が必要となってくる。

陶磁器

・冬季オリンピックが盛り上がったせいなのか、あるいは寒い日が多かったせいなのかはわからないが来店客数が伸びなかった。松本駅前のアルピコプラザが本格オープンし、中心市街地の集客が多少は回復するだろう。

生鮮食品	・冷蔵庫に入ったような寒さの毎日だったが、大雪にならなかったのは幸いであつた。例年2月は天候に左右されるが、客足もよく売上に結びついた。
おやき	・商品の納品先を含め、例年になく厳しい冬の影響を受けて売上は悪かった。消費者の儉約志向があると思うが、春に向けて挽回していきたい。
菓子	・中心市街地を歩く人が、例年に比べ少ないように感じる。イオンモール松本店だけの影響とは思わないが冬の観光客も含め、市街地活性化を真剣に考えなければならない。
薬局	・外国人の来客がとても多い。言葉は分からなくてもスマートフォンで案内ができるため助かっている。

## 5. 飲食業



### 【項目別DIの推移】

	29年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	30年1月	2月
売上高	▲ 35.3	▲ 16.7	▲ 14.3	▲ 11.8	▲ 26.6	▲ 44.4	0.0	▲ 15.0	▲ 20.0	0.0	▲ 23.5	▲ 25.0	▲ 35.0
販売客数	▲ 35.3	▲ 11.1	▲ 14.3	▲ 5.9	▲ 33.3	▲ 38.9	▲ 12.5	▲ 10.0	▲ 20.0	5.9	▲ 23.5	▲ 30.0	▲ 30.0
販売客単価	▲ 35.3	5.6	▲ 14.3	▲ 11.7	▲ 26.7	▲ 33.3	6.3	▲ 15.0	▲ 25.0	0.0	▲ 23.5	▲ 25.0	▲ 10.0
営業利益	▲ 41.2	▲ 22.2	▲ 21.4	▲ 11.8	▲ 26.6	▲ 38.9	▲ 25.0	▲ 10.0	▲ 25.0	0.0	▲ 23.5	▲ 30.0	▲ 35.0
見通し	▲ 11.7	16.7	14.3	0.0	6.7	▲ 5.6	▲ 6.2	0.0	▲ 5.0	5.9	▲ 17.6	25.0	5.0

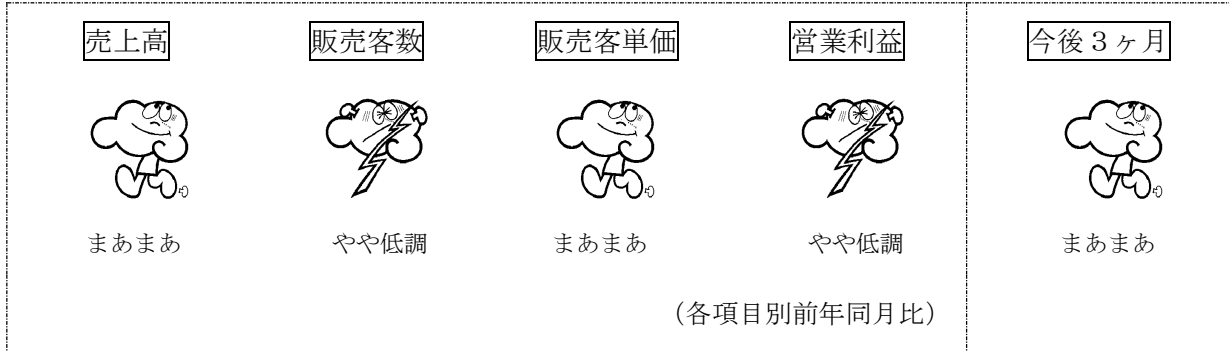
### <経営者の目・見方・etc>

そば	・例年通り暇な月であった。春にむけて気を引き締めて取り組みたい。
郷土料理	・非常に厳しい寒波だったため2月は客足が悪いと予想していたが、横ばいであった。そのまま少しでも状況が上向いてほしい。
仕出し料理	・昨年末からの野菜の高騰、魚介類の値上げの影響で経営は大変厳しい。早く暖かくなってほしい。
料理	・営業日が少なく所得税の申告など寒さと共に悪い条件の多い月だった。
中華料理	・毎年のことながら2月は厳しい月である。予約のない夜の営業中はお客様が来てくれるのを手を合わせて神頼みして過ごすしかない。深刻なアルバイト不足である。今いる人数でやりくりするしかないが、これからの歓送迎会、花見シーズンを考えると不安である。 ・事業主がインフルエンザにかかり、営業日数が減ったため、売上が減少した。
喫茶	・春を感じる気配と共に、事業の方もさらなる精進をしていきたい。
食堂	・2月は営業日数が少ないうえに、近年になく寒さが厳しく大雪が降ったためか客足が遠のき売上が伸びなかった。その上野菜の高騰が続いて収益が上がらない状態。イオンモール松本店も土日は混雑しているが平日は落ち着いている。



・仕入業者から前年比を下回ったという話があり、全体的に悪い印象を受けた。当  
店では暖かくなった月末は人の動きが良く、来店数、売上の増加に直結した。

## 6. サービス業



【項目別DIの推移】

	29年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	30年1月	2月
売上高	▲ 11.6	8.9	▲ 4.6	▲ 5.0	0.0	2.4	▲ 22.0	▲ 4.2	4.9	0.0	▲ 2.5	▲ 9.5	0.0
販売客数	▲ 14.0	4.4	0.0	▲ 7.5	▲ 2.3	▲ 2.5	▲ 24.4	0.0	0.0	▲ 2.3	▲ 9.8	▲ 23.9	▲ 12.8
販売客単価	▲ 7.0	0.0	2.3	0.0	9.1	0.0	7.4	▲ 4.2	9.8	▲ 4.6	▲ 2.4	▲ 4.8	0.0
営業利益	▲ 14.0	▲ 2.2	▲ 14.0	▲ 7.5	▲ 2.3	4.9	▲ 24.4	▲ 4.3	▲ 4.9	▲ 2.3	▲ 9.8	▲ 16.7	▲ 5.1
見通し	0.0	6.6	7.0	▲ 5.0	4.5	0.0	▲ 4.9	8.5	▲ 4.9	0.0	0.0	▲ 4.7	2.6

### <経営者の目・見方・etc>

- 自動車整備・板金塗装
  - ・天候不順で特に寒い日が多かったため、必要経費の負担が多く利益がでなかった。冬は灯油代、電気代の節約が必須の状況であり、早く春が来てほしいものである。
- 写真
  - ・例年の2月より同級会、同窓会の記念集合写真が多かった。
- 温泉旅館
  - ・前月同様に宿泊者は少ない。厳寒の松本は敬遠されているのか。
- リラクゼーション
  - ・毎年冬は客足が鈍る。
- タクシー
  - ・売上高、客数は僅かではあるが前年を上回った。
- 機械設計
  - ・製造業は良い状態で推移している。やっと来年度のテーマが決まったが先が長い。3月、4月は厳しい状況である。
- ソフトウェア
  - ・引き続き引き合いは多いが、管理上の問題で常駐案件が多く、一般的な要件定義・設計フェーズでも複数の案件を重複して受注することは難しい。また、省力化・リアルタイム経営を解決するための技術的な選択肢が多様化し、それに応えるための技術者も不足している。
- ペットサービス
  - ・客単価及び売上高は前年を上回った。クーポンなどの集客プランが数字に繋がったため、3月も引き続き集客UPのプランを行う予定である。
- マナー講師
  - ・昨年にはない職種からの接遇研修の依頼があり忙しくなった。理由は分からないが様々な職種が接遇の大切さを感じ始め、研修を依頼していただいているように感じる。
- 獣医
  - ・今年の2月は気温が寒かったせいか、来店数が減少し、売上が少なかった。暖かくなる3月から期待したい。