

松本市の景気動向

— 中小企業景気動向基本調査 —

【令和元年 8 月】

■ 調 査 概 要 (データ対象期間：令和元年 8 月 1 日～8 月 3 1 日)

○調査期間：令和元年 8 月 2 8 日～9 月 2 0 日

○調査対象：市内中小企業 2 0 0 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 2 5 企業、製造業 2 0 企業、卸売業 1 0 企業、小売業 3 0 企業

飲食業 1 5 企業、サービス業 5 0 企業 (運輸、不動産仲介業を含む)

<合計 1 5 0 企業>

○調査項目：8 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はマイナス幅の縮小・水準DIはマイナス幅の拡大

1. 業況判断

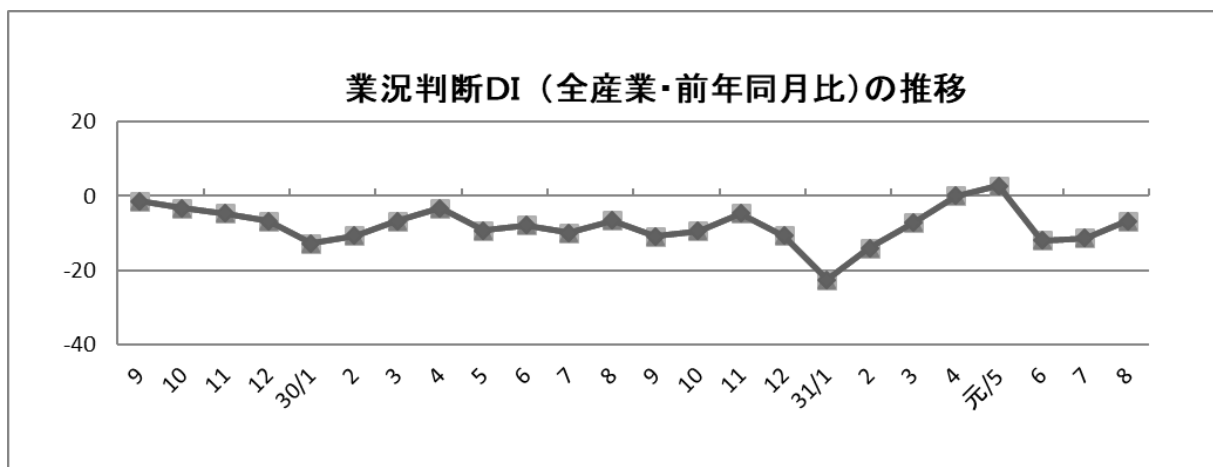
- 全産業合計の業況DI（前年同月比ベース）は、前月（▲11.3）よりマイナス幅が4.6ポイント縮小し、▲6.7となった。業種別では、サービス業、建設業はマイナスからプラスに転じ、小売業はマイナスから0になった。飲食業、製造業、卸売業、はマイナス幅が拡大した。
- 全産業合計の水準DIは、前月（▲9.3）よりマイナス幅が2.0ポイント拡大し、▲11.3となった。業種別では、建設業は0からプラスになり、サービス業は0から変わらず、製造業はプラスからマイナスに転じた。小売業はマイナス幅が縮小し、飲食業、卸売業はマイナス幅が拡大した。

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	15.3 (12.7)	62.7 (63.3)	22.0 (24.0)	▲ 6.7 ↑ (▲ 11.3)	14.0 (18.0)	60.7 (54.7)	25.3 (27.3)	▲ 11.3 ↓ (▲ 9.3)
建設業	16.0 (12.5)	80.0 (70.8)	4.0 (16.7)	12.0 ↑ (▲ 4.2)	16.0 (20.8)	72.0 (58.4)	12.0 (20.8)	4.0 ↑ (0.0)
製造業	10.0 (23.8)	40.0 (47.6)	50.0 (28.6)	▲ 40.0 ↓ (▲ 4.8)	25.0 (33.3)	30.0 (42.9)	45.0 (23.8)	▲ 20.0 ↓ (9.5)
卸売業	0.0 (10.0)	50.0 (70.0)	50.0 (20.0)	▲ 50.0 ↓ (▲ 10.0)	10.0 (20.0)	40.0 (40.0)	50.0 (40.0)	▲ 40.0 ↓ (▲ 20.0)
小売業	20.0 (6.5)	60.0 (61.2)	20.0 (32.3)	0.0 ↑ (▲ 25.8)	13.3 (6.5)	56.7 (51.6)	30.0 (41.9)	▲ 16.7 ↑ (▲ 35.4)
飲食業	6.7 (12.5)	60.0 (62.5)	33.3 (25.0)	▲ 26.6 ↓ (▲ 12.5)	6.7 (12.5)	53.3 (56.2)	40.0 (31.3)	▲ 33.3 ↓ (▲ 18.8)
サービス業	20.0 (12.5)	68.0 (66.7)	12.0 (20.8)	8.0 ↑ (▲ 8.3)	12.0 (18.8)	76.0 (62.4)	12.0 (18.8)	0.0 → (0.0)

()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



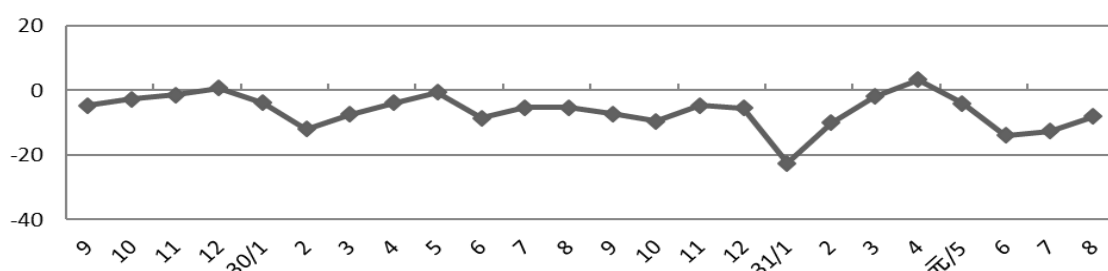
2. 売上高DI（前年同月比）

○全産業合計の売上高DIは、前月（▲12.6）からマイナス幅が4.6ポイント縮小し▲8.0となった。業種別に見ると、小売業、サービス業はマイナスからプラスに転じ、建設業はマイナスから0になった。卸売業、飲食業、製造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】

	30年8月	9月	10月	11月	12月	31年1月	2月	3月	4月	元年5月	6月	7月	8月
全 体	▲7.2	▲9.6	▲4.7	▲5.4	▲9.4	▲22.5	▲10.0	▲1.9	3.3	▲4.0	▲13.9	▲12.6	▲8.0
建 設 業	0.0	16.0	8.7	14.3	0.0	▲10.0	▲20.0	8.4	▲8.7	▲26.1	▲13.1	▲8.3	0.0
製 造 業	13.0	0.0	8.7	▲16.6	▲19.1	▲36.0	▲10.0	10.0	4.4	▲4.8	▲22.8	▲4.8	▲35.0
卸 売 業	▲30.0	▲54.5	▲7.2	▲38.5	▲21.4	▲40.0	▲26.7	▲15.4	0.0	▲25.0	▲15.4	▲40.0	▲50.0
小 売 業	▲29.0	▲10.0	▲26.7	▲13.4	▲6.0	▲29.6	▲12.0	▲12.9	▲3.6	▲14.3	▲20.7	▲25.8	6.7
飲 食 業	▲15.8	▲52.6	▲17.6	▲22.2	▲5.6	▲35.3	▲35.3	▲22.2	11.1	0.0	▲47.1	▲12.5	▲26.6
サービス業	2.1	0.0	2.3	10.0	▲9.5	▲6.4	10.5	6.6	10.8	16.7	6.4	▲4.2	4.0

売上高DI（全産業・前年同月比）の推移



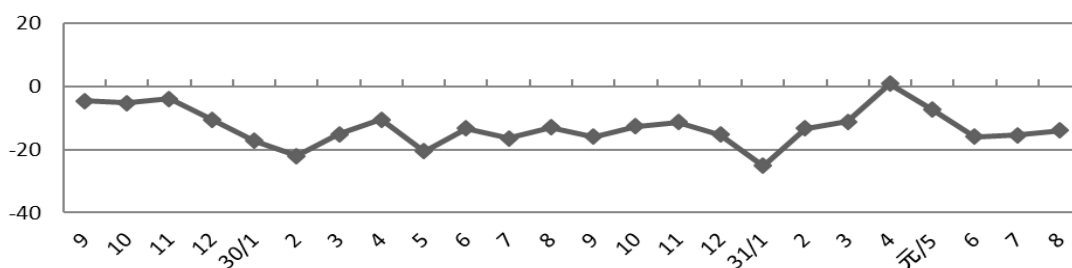
3. 営業利益DI（前年同月比）

○全産業合計の営業利益DIは、前月（▲15.4）よりマイナス幅が1.4ポイント縮小して、▲14.0となった。業種別に見ると、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、製造業、卸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】

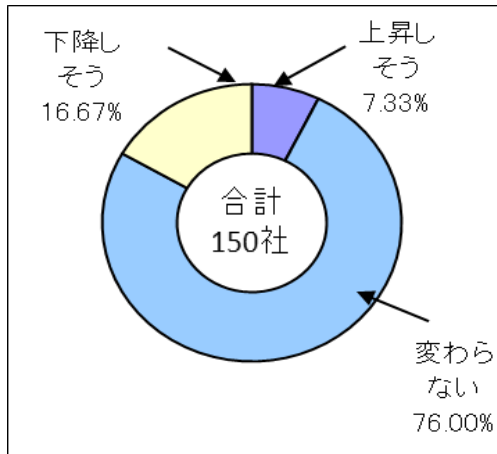
	30年8月	9月	10月	11月	12月	31年1月	2月	3月	4月	元年5月	6月	7月	8月
全 体	▲13.1	▲16.0	▲12.7	▲11.4	▲15.3	▲25.2	▲13.3	▲11.2	0.7	▲7.4	▲15.9	▲15.4	▲14.0
建 設 業	▲22.7	▲12.0	▲13.1	▲4.7	0.0	▲15.0	▲16.0	▲4.2	▲4.4	▲13.1	▲17.4	▲16.7	0.0
製 造 業	13.0	0.0	8.7	▲11.1	▲23.8	▲32.0	▲30.0	▲20.0	8.7	▲19.1	▲18.2	▲19.0	▲45.0
卸 売 業	▲10.0	▲36.3	▲7.2	▲30.8	▲7.1	▲40.0	▲6.7	▲7.7	25.0	8.3	▲15.4	▲10.0	▲40.0
小 売 業	▲35.4	▲20.0	▲36.6	▲20.0	▲24.2	▲44.4	▲12.0	▲25.8	▲14.2	▲10.7	▲27.6	▲22.6	▲10.0
飲 食 業	▲26.3	▲47.4	▲17.6	▲33.3	▲16.6	▲35.3	▲41.1	▲27.8	0.0	▲5.5	▲47.1	▲18.8	▲20.0
サービス業	▲2.1	▲6.4	▲7.0	4.0	▲14.3	▲6.4	2.1	4.4	2.1	▲2.1	4.3	▲8.3	▲4.0

営業利益DI（全産業・前年同月比）の推移



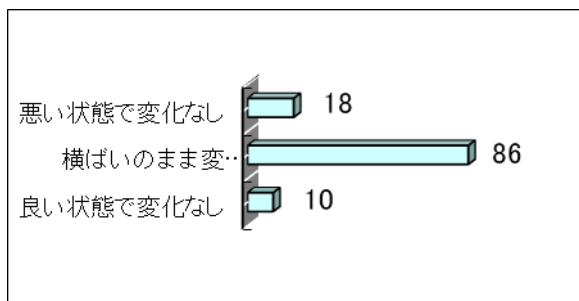
◇ 向こう3カ月の見通し ◇

合計



○令和元年9月～11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7.33%、「下降しそう」が2.67ポイント増加し16.67%となった。業種別の見通しDIは建設業(▲4.0)、製造業(▲20.0)、卸売業(▲10.0)、小売業(0.0)、飲食業(▲13.3)、サービス業(▲12.0)であった。

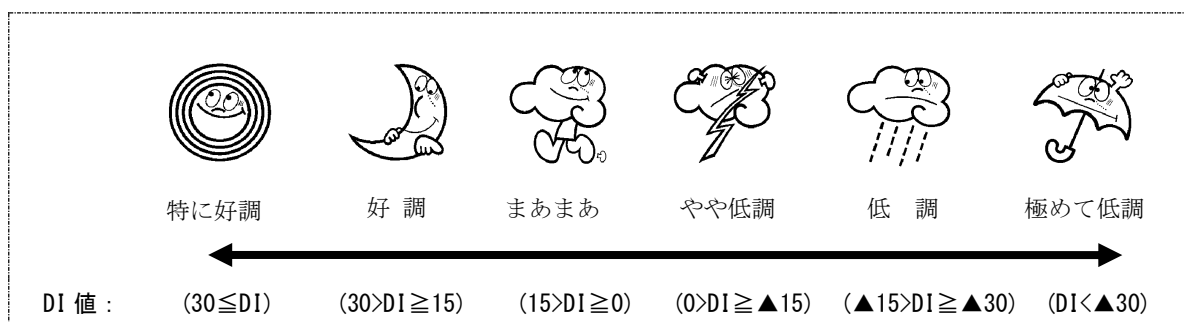
➡「上昇しそう」では「受注額の増加が見込まれるため」(建設業)「10月～12月が多忙期になるため」(製造業)「催事等イベントがあるため」(消費増税前に商材も秋冬中心に豊富に揃えたため)「暑さが落ち着いて少しずつ秋商品が売れてきているため」(消費増税前の駆け込み需要と増税後の施策があるため)「前年度が悪すぎたため」(小売業)「3ヶ月以内に仕掛中案件が終息し、回収が期待できるため」(観光シーズンのため)「せめて、秋は好天に恵まれ、紅葉もきれいになって欲しいという希望的観測のため」(サービス業)といった声が寄せられた。



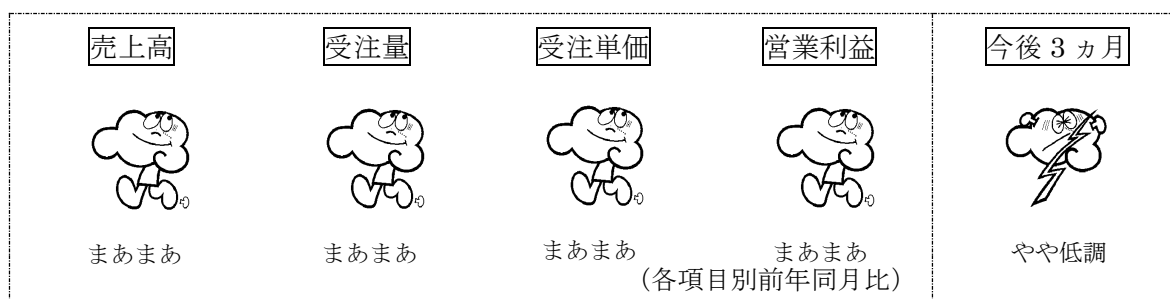
➡「下降しそう」では「ここ2ヵ月ほどが好調過ぎたので、少し減速しそうなため」(建設業)「大きな工事が少ないため」(消費増税のため)「消費増税のため、需要が控えめになりそうなため」(そろそろ米中貿易摩擦の影響が出るのではと思うため)「新しい受注が少ないため」(製造業)「前年の9、10月が好調であった反動を見込むため」(卸売業)「消費増税があるため」(10月からの消費増税は8%の時よりイメージが悪いため) (小売業)「一番忙しい月を越したので例年通りのため」(飲食業)「消費増税があるため」(消費増税による買い控え等のため)「受注が減ってきたため」(天候不順により紅葉が良くない可能性があるため)「需要の低下のため」(消費増税、補助金終了による受注減のため) (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】

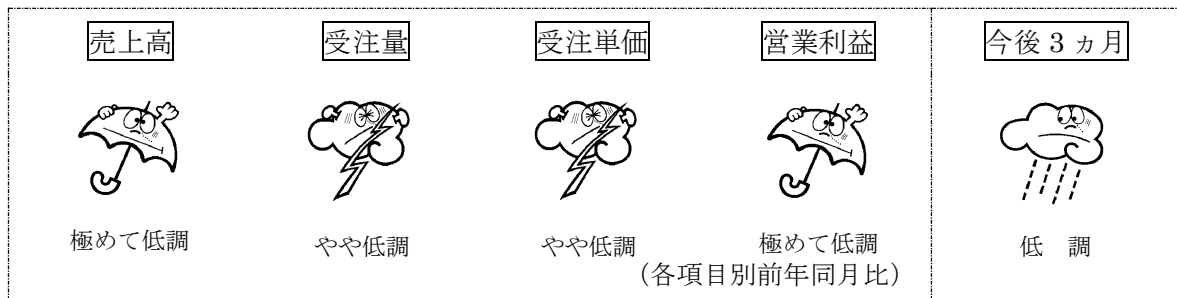
	30年8月	9月	10月	11月	12月	31年1月	2月	3月	4月	元年5月	6月	7月	8月
売上高	0.0	16.0	8.7	14.3	0.0	▲10.0	▲20.0	8.4	▲8.7	▲26.1	▲13.1	▲8.3	0.0
受注量	9.1	12.0	▲8.7	9.5	13.7	▲10.0	▲12.0	▲16.7	▲8.7	▲8.7	0.0	▲12.5	4.0
受注単価	4.6	8.0	▲4.4	4.8	4.6	5.0	4.0	0.0	0.0	▲4.3	▲8.7	0.0	4.0
営業利益	▲22.7	▲12.0	▲13.1	▲4.7	0.0	▲15.0	▲16.0	▲4.2	▲4.4	▲13.1	▲17.4	▲16.7	0.0
見通し	9.1	12.0	4.4	4.8	13.7	10.0	12.0	▲4.1	13.1	13.0	4.3	8.4	▲4.0

<経営者の目・見方・etc>

- 総合建設
 - ・9月1日より松本市の入札における失格基準が県と同様2%上がる。各社の経営環境は少しずつ改善されていくと思われる。
- 建設業
 - ・気温が高い中の作業が増えたため、熱中症対策として小まめな休憩が必要となり、施工の進みが悪かった。
- 建築・土木工事
 - ・ガードマン(交通誘導警備員)の絶対数がかなり不足しており、着工ができない例が多発している。ガードマンは過酷な職種であるのに公共工事の建設労務単価は非常に安く、若い人が集まらない。発注側は何とかするだろうと認識が甘いと思う。
- 土木工事
 - ・国の来年度予算の概算要求で国交省は前年比18%増を提示した。自然災害対策(国土強靱化等)、国民の安心、安全が主たるもののようで期待は高まるが、地方自治体(県、市町村)も歩調を合わせて欲しいものだと思う。
 - ・千葉の大災害を始めとして全国いたるところにある被災地の状況を考え、消費税の増税は止めるべきだと思う。
- 管工事
 - ・受注単価が上がらないので受注量が増えても実質利益が上がらない。その点を含めての改善をしてほしいと感じる。

- ・あまり先は見えないが、受注が多少のびてきている。
- ・受注に変化はないが、来年の受注量が気になるところである。
- ・当社の業況は、ここ2ヵ月ほど非常に好調であった。それは各工事終了後の契約外工事の清算が上手くいったためで、交渉先にこちらの主張が認められたことになる。今までは契約外で施工した内容について、結構一方的に値引きされていた感じであるが、ここ数か月の交渉先には感謝している。今後もこのような状況が続けば我々専門業者も”働き方改革”に伴う労務環境の改善が進められると思う。

2. 製造業



【項目別DIの推移】

	30年8月	9月	10月	11月	12月	31年1月	2月	3月	4月	元年5月	6月	7月	8月
売上高	13.0	0.0	8.7	▲16.6	▲19.1	▲36.0	▲10.0	10.0	4.4	▲4.8	▲22.8	▲4.8	▲35.0
受注量	13.0	▲4.0	8.7	▲22.2	▲23.8	▲40.0	▲5.0	0.0	8.7	▲14.3	▲9.1	▲4.8	▲10.0
受注単価	▲13.1	▲16.7	▲8.7	▲16.7	▲9.5	▲16.0	▲20.0	▲10.0	0.0	▲19.0	▲9.1	▲4.8	▲10.0
営業利益	13.0	0.0	8.7	▲11.1	▲23.8	▲32.0	▲30.0	▲20.0	8.7	▲19.1	▲18.2	▲19.0	▲45.0
見通し	8.7	▲4.2	▲8.7	▲11.1	▲14.3	12.0	0.0	▲10.0	▲30.4	▲14.3	0.0	▲9.5	▲20.0

<経営者の目・見方・etc>

- ・GWの10連休に続き、カレンダーの関係で夏季休暇も9連休で、年末年始も9連休になると思われるが、こんなに休日ばかりで売り上げが伸びないだろうと思う。
- ・パソコン、SNSの普及による安易な出稿や、安易な電話口での口頭修正指示が増えている。制作側が視覚的にイメージを掴みにくく、双方で一致出来ずに再修正などの作業負担が増えている。「後で直せば良い」とか、「直しは簡単でしょ」、とは言うものの、客単価は一層下落しており、制作側の作業に対する疲弊感が増すことになっている。
- ・国の出先機関では3万円を下回る印刷物にも見積り合せがあり、価格競争によるデフレが止まらない。物価上昇率2%を政府で謳っているにもかかわらず、その直下の機関ですら、デフレを助長するような仕組みになってしまっている。結局受注してもお金は地域に環流せず、県外へ流れてしまう。
- ・今の印刷価格環境は制作費を見積もればその分印刷費はタダ同然、その逆に印刷費を見積もればその分制作費はタダ同然となる。従って、機械も制作部門も持って人もしっかり雇用している印刷会社が、皮肉にも最も割に合わない「バカを見る」状況になってしまっている。

金属塗装

・米中貿易摩擦の影響は大きいと感じる。

紙器

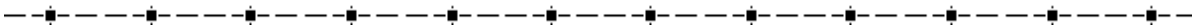
・サウジアラビアの火災で原油の高騰が心配である。

酒類

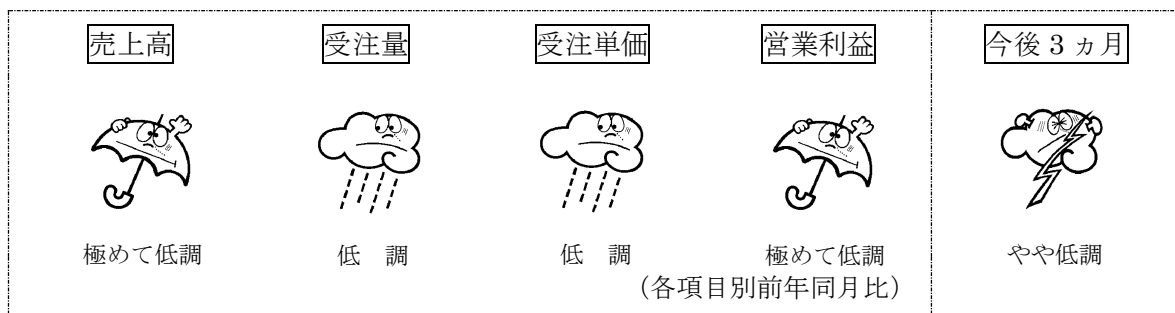
・休みが多かったためか、動きが悪かった。先行きも不透明感がある。
・暑さもあり、観光客の動きは例年並みであった。お盆の長期休業があったため、盆明けの動きが鈍く、全体としては例年並みの結果となった。特別な動きがあったとは、業界内でも声が聞こえない。涼しくなる9月以降に期待をしたい。消費増税前の駆け込み需要が、どれほどあるか。増税後の冷え込みがどれほどあるかは、未知数である。2%なので結果的に大きな動きはないのではないかと、静観する向きもある。

小型情報機器組立

・9月の受注が増すと連絡があり先を見たいと思う。



3. 卸売業



【項目別DIの推移】

	30年8月	9月	10月	11月	12月	31年1月	2月	3月	4月	元年5月	6月	7月	8月
売上高	▲ 30.0	▲ 54.5	▲ 7.2	▲ 38.5	▲ 21.4	▲ 40.0	▲ 26.7	▲ 15.4	0.0	▲ 25.0	▲ 15.4	▲ 40.0	▲ 50.0
販売客数	▲ 10.0	▲ 27.3	▲ 14.3	▲ 15.4	▲ 14.3	▲ 13.3	▲ 6.7	▲ 7.7	0.0	▲ 16.7	▲ 15.4	▲ 30.0	▲ 20.0
販売客単価	10.0	0.0	14.3	▲ 7.7	0.0	▲ 20.0	▲ 20.0	▲ 15.4	0.0	0.0	▲ 7.7	▲ 20.0	▲ 20.0
営業利益	▲ 10.0	▲ 36.3	▲ 7.2	▲ 30.8	▲ 7.1	▲ 40.0	▲ 6.7	▲ 7.7	25.0	8.3	▲ 15.4	▲ 10.0	▲ 40.0
見通し	10.0	0.0	0.0	▲ 7.7	▲ 14.3	▲ 6.7	6.7	0.0	0.0	0.0	7.7	▲ 10.0	▲ 10.0

<経営者の目・見方・etc>

土産品

・土産業界のトップシーズンだが、消費が低迷しているのか売り上げの落ち込みが目立っている。県内外とも厳しい状況である。

金属製品





・先々、不透明感がある中で、秋需に向けて、自動車、建設機械、産業機械と、どの業界も活気が見られない状況である。

機械工具

・お盆休みも長かったが、受注も少なかった。



4. 小売業

売上高	受注量	受注単価	営業利益	今後3ヵ月
				
まあまあ	まあまあ	まあまあ	やや低調 (各項目別前年同月比)	まあまあ

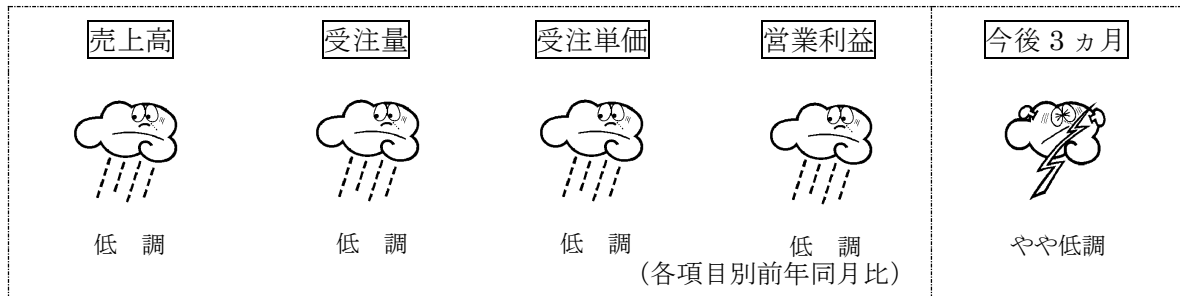
【項目別DIの推移】

	30年8月	9月	10月	11月	12月	31年1月	2月	3月	4月	元年5月	6月	7月	8月
売上高	▲ 29.0	▲ 10.0	▲ 26.7	▲ 13.4	▲ 6.0	▲ 29.6	▲ 12.0	▲ 12.9	▲ 3.6	▲ 14.3	▲ 20.7	▲ 25.8	6.7
販売客数	▲ 38.7	▲ 23.3	▲ 26.6	▲ 20.0	▲ 24.2	▲ 37.0	▲ 16.0	▲ 12.9	3.6	▲ 3.6	▲ 31.1	▲ 35.5	0.0
販売客単価	▲ 12.9	▲ 3.3	▲ 13.4	▲ 3.4	0.0	▲ 14.8	4.0	▲ 16.1	▲ 7.2	▲ 7.2	▲ 20.7	▲ 6.5	3.4
営業利益	▲ 35.4	▲ 20.0	▲ 36.6	▲ 20.0	▲ 24.2	▲ 44.4	▲ 12.0	▲ 25.8	▲ 14.2	▲ 10.7	▲ 27.6	▲ 22.6	▲ 10.0
見通し	0.0	0.0	0.0	0.0	▲ 9.1	0.0	4.0	6.4	3.5	▲ 10.7	▲ 17.3	▲ 16.1	0.0

<経営者の目・見方・etc>

印章	<ul style="list-style-type: none"> お盆休みを9連休にした企業も多く、お盆集中が分散され、月初めから月末まで観光客が多かった。新規のお客様のほとんどがインターネット検索でお店を決めて来たと言っている。
印章・刃物研ぎ	<ul style="list-style-type: none"> 例年より長期盆休みのせいか、消費税が10%になるせいか買物意欲の高まりは見られない。
住宅機器	<ul style="list-style-type: none"> 9月はもっと忙しくなる予定である。
生鮮食品	<ul style="list-style-type: none"> 7月があまり良くなかった反動と、お盆はどこもお客様が多いので盛り返して、売上、仕入共にここ数年で一番良かった。10月から消費税が増税されてどうなるのか心配である。
洋菓子店	<ul style="list-style-type: none"> 関わる業者の話としてどこも「働き方改革」を進めてきている。人材育成もそうだが、設備投資も大きな要素になると思う。今まで以上に将来に向けて明確なビジョンが必要な時代になってきていると感じる。
パン	<ul style="list-style-type: none"> お盆の期間が長かったため前年と比べると売上が分散された。地道にコツコツと結果を積上げていきたい。
ショッピングセンター	<ul style="list-style-type: none"> 8月は街場動員に支えられ順調な売上であった。ただ観光、帰省、イベントのお客様は増えているものの、地元のお客様については減少傾向が見られる。今後そういった層をいかにして市街地に来てもらうかが大きな課題となる。
陶磁器	<ul style="list-style-type: none"> 梅雨明け前の冷夏から一転、昨年並みの猛暑となり、路面店の集客は大変苦戦した。 同じ商店街の中で閉店が続いた。大型スポーツ店、ブティック、靴店といずれも路面1階の店舗で、月末には1674年創業の最古級の老舗文具店も営業を終了した。中心市街地で非常事態の発生である。
婦人服	<ul style="list-style-type: none"> 昨年はレザージャケットが動いたが、今年は暑さで最後までセールを引き上げられなかったのが反省点である。 業界では雇用を少なくする傾向がある。専門職であるが、人を育てる環境が少ない。
薬局	<ul style="list-style-type: none"> 配送が多かった。
化粧品	<ul style="list-style-type: none"> お客様の年齢が高くなったからなのか、天気よっての来店数の変動を感じる。

5. 飲食業



【項目別DIの推移】

	30年8月	9月	10月	11月	12月	31年1月	2月	3月	4月	元年5月	6月	7月	8月
売上高	▲ 15.8	▲ 52.6	▲ 17.6	▲ 22.2	▲ 5.6	▲ 35.3	▲ 35.3	▲ 22.2	11.1	0.0	▲ 47.1	▲ 12.5	▲ 26.6
販売客数	▲ 15.8	▲ 52.6	▲ 11.7	▲ 22.2	▲ 11.1	▲ 23.6	▲ 41.1	▲ 16.7	11.1	5.5	▲ 47.1	▲ 12.5	▲ 26.6
販売客単価	▲ 5.3	▲ 36.8	▲ 5.9	▲ 27.8	▲ 16.6	▲ 29.4	▲ 23.5	▲ 27.7	0.0	▲ 5.5	▲ 23.5	0.0	▲ 20.0
営業利益	▲ 26.3	▲ 47.4	▲ 17.6	▲ 33.3	▲ 16.6	▲ 35.3	▲ 41.1	▲ 27.8	0.0	▲ 5.5	▲ 47.1	▲ 18.8	▲ 20.0
見通し	▲ 15.8	▲ 10.5	17.6	11.1	▲ 11.1	0.0	11.7	▲ 11.1	0.0	▲ 5.5	11.7	0.0	▲ 13.3

＜経営者の目・見方・etc＞

料理

・暑さと長い休みのためお客様が動かない月であった。

郷土料理

・お盆休みは期間に集中して良好であったが、月の前半、後半の客数が減少したため、業況は前年に及ばなかった。

創作料理

・8月はお盆があり、お盆期間中には「仕出し」の注文があるのだが、台風の影響か、長期化する連休か、帰省する数の減少もあり例年の5割程度と低調であった。

・仕入の中心であった業者が閉店したため、材料の確保、仕入額の高騰には苦慮している。通信販売、ネット販売等駆使しているが、落ち着かない。

寿司

・いよいよ10月より軽減税率、キャッシュレス消費者還元事業などが開始される。生産性の向上とは相反する部分も多いが、漏れなく準備してお客様をお迎えしたい。

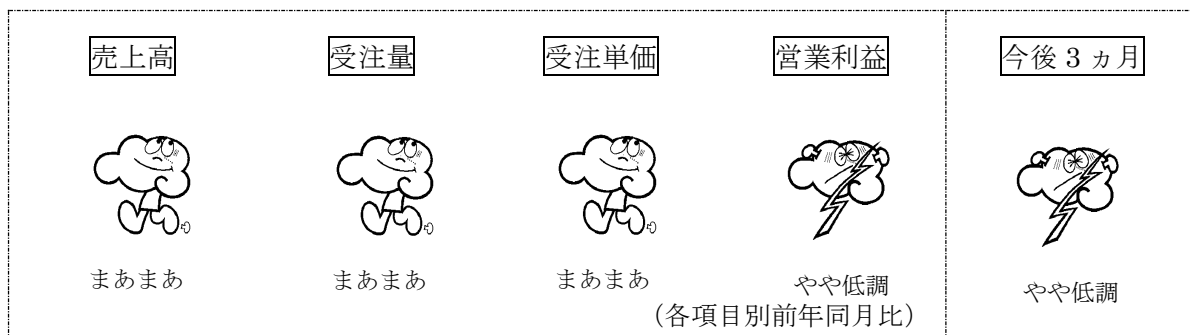
・例年になく暑さだったが、夏祭り、お盆、その他イベント等で人の出は良かった。ただ、イオンモールにつながる南側の国道道路は連日1~2kmの車の渋滞で大変であった。

そば

・お盆中含めて前後10日間位は昨年並みで、8月前半、後半は人出が少なく、一人単価が低く、節約思考なのか、消費税増税後が心配である。

・連休中家族連れによく利用していただいた。

6. サービス業



【項目別DIの推移】

	30年8月	9月	10月	11月	12月	31年1月	2月	3月	4月	元年5月	6月	7月	8月
売上高	2.1	0.0	2.3	10.0	▲9.5	▲6.4	10.5	6.6	10.8	16.7	6.4	▲4.2	4.0
販売客数	▲8.4	▲4.2	▲7.0	0.0	▲9.5	17.0	2.1	4.4	4.3	0.0	4.3	▲8.3	2.0
販売客単価	4.2	4.2	7.0	4.0	0.0	▲2.1	6.2	6.7	▲4.4	2.1	2.1	▲6.2	6.0
営業利益	▲2.1	▲6.4	▲7.0	4.0	▲14.3	▲6.4	2.1	4.4	2.1	▲2.1	4.3	▲8.3	▲4.0
見通し	6.2	4.2	▲7.0	▲4.0	▲2.3	10.6	16.7	8.9	4.3	8.4	6.4	▲2.1	▲12.0

<経営者の目・見方・etc>

自動車整備、
板金塗装
ソフトウェア

システムサポート

観光旅館

温泉旅館

旅館

宿泊

ホテル

居酒屋

タクシー

- ・天候も悪く、農作物等の生育にも影響が出たり、国際的にも国と国との対立で世界的にも景気は悪くなっていく様な気がする。先行きは不安である。
- ・現在も市販ソフトウェア(ERPなど)至上主義のユーザーは多いが、運用や商流の見直しが前提になることを理解されていない。そうした製品を使用することによって、「今の業務が立ち居かなくなるとするとそれはどこなのか」に、トップが答えられないと必ず失敗する。
- ・増税前の軽減税率対策補助金により、受注は引き続き好調ではあるが、導入予定機器の逼迫による設置、搬入の遅れ、前倒し受注による10月以降の受注減の懸念などの反動もある。
- ・前半は、好天に恵まれ、入込は順調で、後半が良ければ、昨年を上回る予定であったが、お盆過ぎから、毎日不安定な天気が続き、特に今年はスコールの様な雨が多く、山に入るお客様のキャンセルが相次いだ。山の木の実の実りが悪いかからか、熊が近くに来るようになり、対策に苦慮した。
- ・夏季期間中はイベントが最多で宿泊数も多くイベント様様である。冬季に向かって心配だ。
- ・今年は8月も休館日を設けたため数%減になった。
- ・後半天候が悪く失速したが、GWに次ぐ8月11日からの今年2回目の長期連休の入込は多かった。シーズン営業では入込のギャップが大きく対応に苦慮する。
- ・11月に駅近に300室超のホテルがよいよオープンする。12月から3月までの閑散期の客室販売が不安である
- ・サマーフェスタのため8月後半の客数が落ち込んだ。消費税増税のため、駆け込み注文等で各企業が忙しいためか、8月中旬からサラリーマンの出足が悪くなってきている。
- ・観光地(上高地方面)の天候が安定せず、客数は少なく、売上高は前年を割った。

リラクゼーション 教育業	<ul style="list-style-type: none"> ・売上は上がったが、人件費も上がっているため利益は横ばいである。 ・夏休み中に集中して講座を受ける子供達がいるようで、英語教室についても問い合わせがあった。
ネイル	<ul style="list-style-type: none"> ・2019年秋冬のトレンドデザインが発表された。「蜜柑～ほとぼしるジャパニーズパワー～」鮮やかなオレンジカラー、人を引き付ける優しく強さのある色である。2019年秋冬のデザインが日本から世界へ素敵なデザインが発表された。
美容 機械設計	<ul style="list-style-type: none"> ・例年に比べ連休が長かった割に、客足が集中せず分散した8月であった。 ・来年納期のテーマも出てきている。良い状態ではないがそのまま今期は行けそうである。
測量・建設コン サルタント業	<ul style="list-style-type: none"> ・8月までは売上が良かったが、公共事業の発注が落ち着いてきた。現在、手一杯ではあるが、先が読めないので入札の手を抜かずに入れていきたい。
ホームクリーニング・ リネンサプライ	<ul style="list-style-type: none"> ・売上は、ホームクリーニング、リネンサプライとも、ほぼ前年並みに推移した。