

松本市の景気動向

— 中小企業景気動向基本調査 —

【令和元年9月】

■調査概要（データ対象期間：令和元年9月1日～9月30日）

- 調査期間：令和元年9月27日～10月23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25企業、製造業22企業、卸売業12企業、小売業30企業
飲食業16企業、サービス業47企業（運輸、不動産仲介業を含む）
<合計152企業>

- 調査項目：9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ヵ月の業況見通し（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ともにマイナス幅の縮小

1. 業況判断

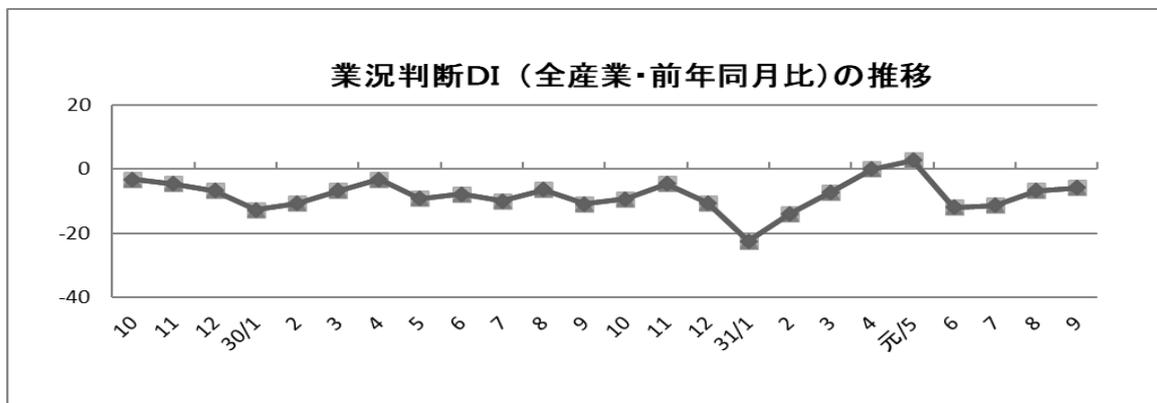
- 全産業合計の業況DI（前年同月比ベース）は、前月（▲6.7）よりマイナス幅が0.8ポイント縮小し、▲5.9となった。業種別では、小売業は0からプラスになり、建設業はプラス幅が縮小した。製造業はマイナスからプラスに転じ、サービス業はプラスからマイナスに転じた。卸売業はマイナス幅が縮小し、飲食業はマイナス幅が拡大した。
- 全産業合計の水準DIは、前月（▲11.3）よりマイナス幅が0.8ポイント縮小し、▲10.5となった。業種別では、小売業がマイナスからプラスに転じ、建設業はプラスから0になった。製造業はマイナスから0になり、サービス業は0からマイナスになった。卸売業はマイナス幅が縮小し、飲食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	17.1 (15.3)	59.9 (62.7)	23.0 (22.0)	▲ 5.9 (▲ 6.7) ↗	17.8 (14.0)	53.9 (60.7)	28.3 (25.3)	▲ 10.5 (▲ 11.3) ↗
建設業	12.0 (16.0)	80.0 (80.0)	8.0 (4.0)	4.0 (12.0) ↘	8.0 (16.0)	84.0 (72.0)	8.0 (12.0)	0.0 (4.0) ↘
製造業	27.3 (10.0)	50.0 (40.0)	22.7 (50.0)	4.6 (▲ 40.0) ↗	22.7 (25.0)	54.6 (30.0)	22.7 (45.0)	0.0 (▲ 20.0) ↗
卸売業	16.7 (0.0)	50.0 (50.0)	33.3 (50.0)	▲ 16.6 (▲ 50.0) ↗	16.7 (10.0)	41.6 (40.0)	41.7 (50.0)	▲ 25.0 (▲ 40.0) ↗
小売業	30.0 (20.0)	53.3 (60.0)	16.7 (20.0)	13.3 (0.0) ↗	36.7 (13.3)	30.0 (56.7)	33.3 (30.0)	3.4 (▲ 16.7) ↗
飲食業	6.3 (6.7)	56.2 (60.0)	37.5 (33.3)	▲ 31.2 (▲ 26.6) ↘	6.3 (6.7)	43.7 (53.3)	50.0 (40.0)	▲ 43.7 (▲ 33.3) ↘
サービス業	10.6 (20.0)	61.7 (68.0)	27.7 (12.0)	▲ 17.1 (8.0) ↘	12.8 (12.0)	59.5 (76.0)	27.7 (12.0)	▲ 14.9 (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

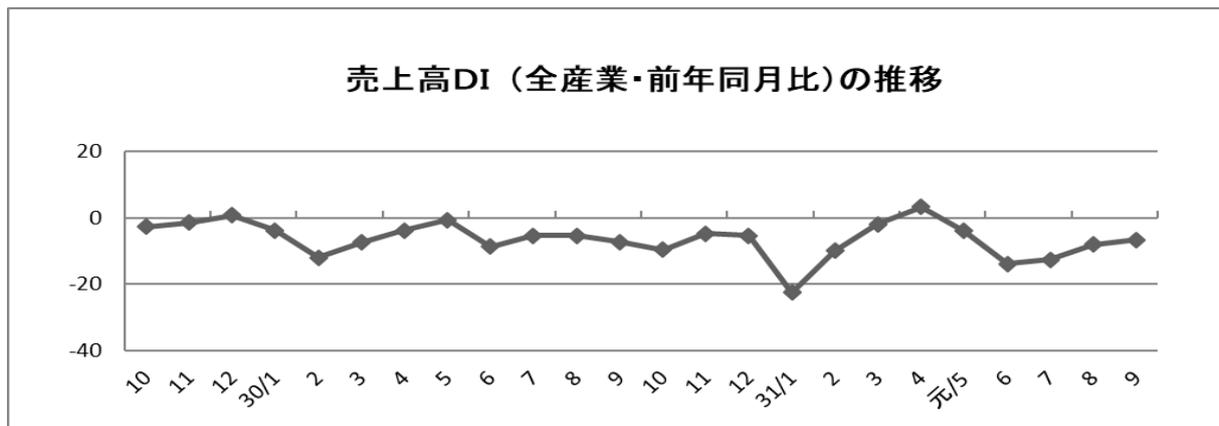


2. 売上高DI（前年同月比）

○全産業合計の売上高DIは、前月（▲8.0）からマイナス幅が1.4ポイント縮小し▲6.6となった。業種別に見ると、小売業はプラス幅が拡大し、製造業はマイナスからプラスに転じ、建設業は0からマイナスになった。サービス業は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、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】

	30年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	9月
全体	▲9.6	▲4.7	▲5.4	▲9.4	▲22.5	▲10.0	▲1.9	3.3	▲4.0	▲13.9	▲12.6	▲8.0	▲6.6
建設業	16.0	8.7	14.3	0.0	▲10.0	▲20.0	8.4	▲8.7	▲26.1	▲13.1	▲8.3	0.0	▲4.0
製造業	0.0	8.7	▲16.6	▲19.1	▲36.0	▲10.0	10.0	4.4	▲4.8	▲22.8	▲4.8	▲35.0	13.6
卸売業	▲54.5	▲7.2	▲38.5	▲21.4	▲40.0	▲26.7	▲15.4	0.0	▲25.0	▲15.4	▲40.0	▲50.0	▲41.7
小売業	▲10.0	▲26.7	▲13.4	▲6.0	▲29.6	▲12.0	▲12.9	▲3.6	▲14.3	▲20.7	▲25.8	6.7	13.3
飲食業	▲52.6	▲17.6	▲22.2	▲5.6	▲35.3	▲35.3	▲22.2	11.1	0.0	▲47.1	▲12.5	▲26.6	▲31.3
サービス業	0.0	2.3	10.0	▲9.5	▲6.4	10.5	6.6	10.8	16.7	6.4	▲4.2	4.0	▲12.8

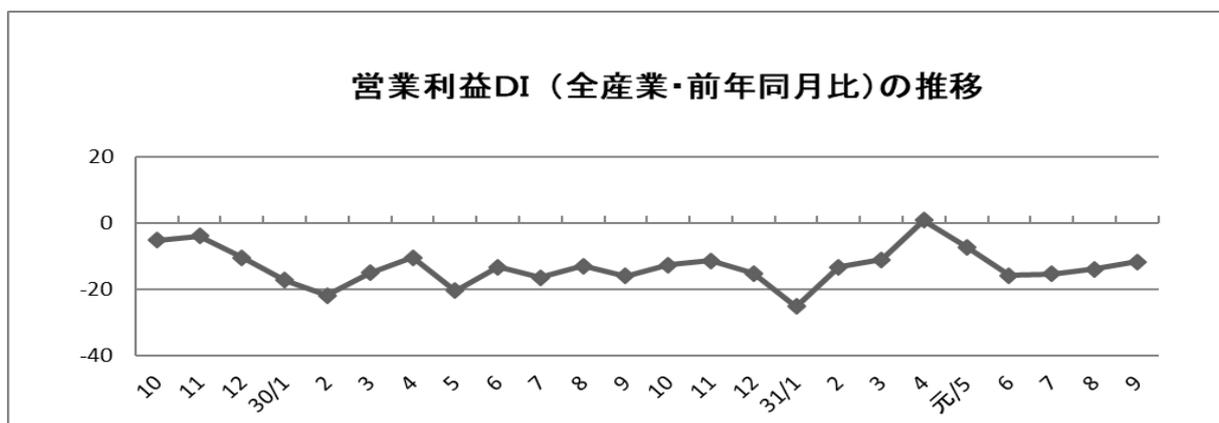


3. 営業利益DI（前年同月比）

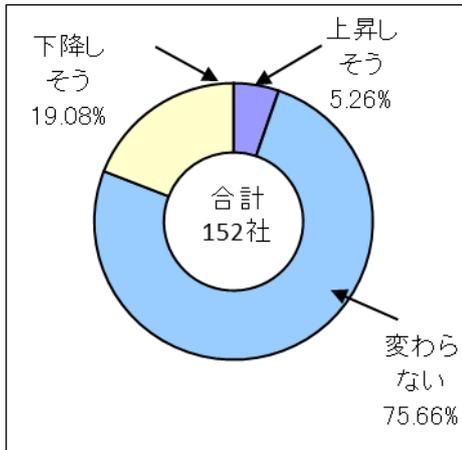
○全産業合計の営業利益DIは、前月（▲14.0）よりマイナス幅が2.2ポイント縮小して、▲11.8となった。業種別に見ると、小売業はマイナスからプラスに転じ、建設業は0からマイナスになった。製造業、卸売業はマイナス幅が縮小し、サービス業、飲食業はマイナス幅が拡大した。

【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	9月
全体	▲16.0	▲12.7	▲11.4	▲15.3	▲25.2	▲13.3	▲11.2	0.7	▲7.4	▲15.9	▲15.4	▲14.0	▲11.8
建設業	▲12.0	▲13.1	▲4.7	0.0	▲15.0	▲16.0	▲4.2	▲4.4	▲13.1	▲17.4	▲16.7	0.0	▲8.0
製造業	0.0	8.7	▲11.1	▲23.8	▲32.0	▲30.0	▲20.0	8.7	▲19.1	▲18.2	▲19.0	▲45.0	▲9.1
卸売業	▲36.3	▲7.2	▲30.8	▲7.1	▲40.0	▲6.7	▲7.7	25.0	8.3	▲15.4	▲10.0	▲40.0	▲16.6
小売業	▲20.0	▲36.6	▲20.0	▲24.2	▲44.4	▲12.0	▲25.8	▲14.2	▲10.7	▲27.6	▲22.6	▲10.0	10.0
飲食業	▲47.4	▲17.6	▲33.3	▲16.6	▲35.3	▲41.1	▲27.8	0.0	▲5.5	▲47.1	▲18.8	▲20.0	▲43.7
サービス業	▲6.4	▲7.0	4.0	▲14.3	▲6.4	2.1	4.4	2.1	▲2.1	4.3	▲8.3	▲4.0	▲17.1



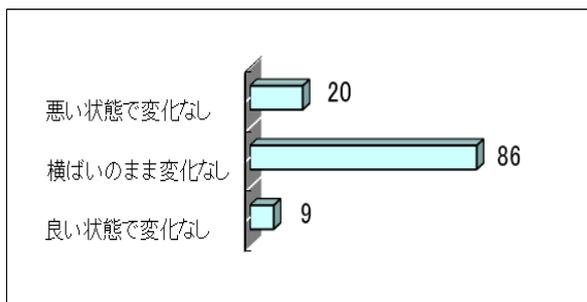
◇ 向こう3カ月の見通し ◇



○令和元年10月～12月の見通しDIは、「上昇しそう」が前月の調査に比べ2.07ポイント減少し5.26%、「下降しそう」が2.41ポイント増加し19.08%となった。業種別の見通しDIは建設業(▲4.0)、製造業(▲18.2)、卸売業(8.3)、小売業(▲26.6)、飲食業(▲12.5)、サービス業(▲14.8)であった。

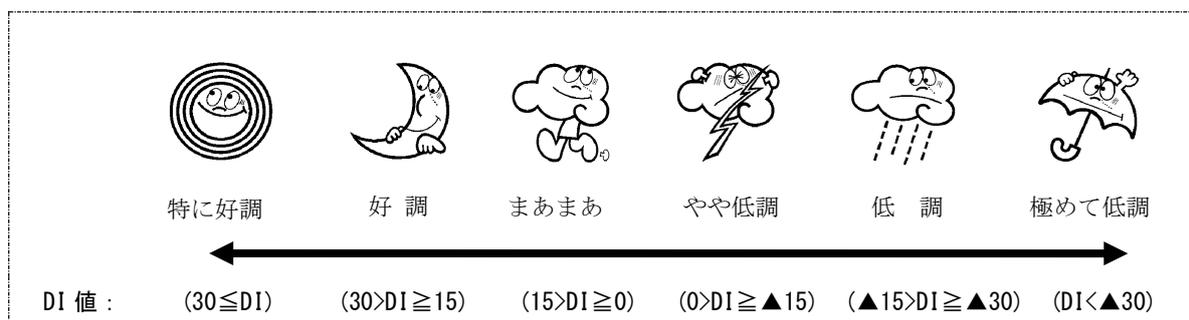
➡「上昇しそう」では「公共事業の発注が増える時期に入っているため」「昨年と比較すると現在の受注高が多いため」(建設業)「新規品の見込みがあるため」(製造業)「昨年、暖冬の影響で11、12月は最悪の単価安だった。その反動のため」(卸売業)「大口の予約や新規の仕事、雑誌の掲載やクリスマスも近づいてきたため」「9月が悪すぎたため」(小売業)「消費税増税で法定報酬が上がるため」「10月の予約が順調のため」(サービス業)といった声が寄せられた。

➡「下降しそう」では「今までの好調だったため」「公共工事の発注が終わっていくため」「消費税増税のため」(建設業)「9月が好調であったため」「台風19号の影響で、観光地の客数激減が消費マインドが下がっているため」「増税前の駆け込み需要の反動と材料費の上昇を両方ともに影響を受けるため」(製造業)「消費税増税に伴う影響があるため」「消費税増税前の買物でしばらくは買物をしていないと思うため」「消費税増税による値上りイメージで買い控えが進むため」「消費税の軽減税率制度が複雑で理解出来にくい」「人が動いていないため」「8、9月の駆け込み需要の反動のため」(小売業)「台風の影響と消費税増税が家庭に不安を残したため」「11月3日過ぎは例年通り暇になると思われるため」(飲食業)「台風19号の影響のため」「消費税増税による買い控え等のため」「天候によるキャンセルがあるため」「製造業の業績が落ちてきているので影響がありそうのため」「まだテーマが決まらないため」「受注減になるため」(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】

	30年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	9月
売上高	16.0	8.7	14.3	0.0	▲ 10.0	▲ 20.0	8.4	▲ 8.7	▲ 26.1	▲ 13.1	▲ 8.3	0.0	▲ 4.0
受注量	12.0	▲ 8.7	9.5	13.7	▲ 10.0	▲ 12.0	▲ 16.7	▲ 8.7	▲ 8.7	0.0	▲ 12.5	4.0	4.0
受注単価	8.0	▲ 4.4	4.8	4.6	5.0	4.0	0.0	0.0	▲ 4.3	▲ 8.7	0.0	4.0	▲ 4.0
営業利益	▲ 12.0	▲ 13.1	▲ 4.7	0.0	▲ 15.0	▲ 16.0	▲ 4.2	▲ 4.4	▲ 13.1	▲ 17.4	▲ 16.7	0.0	▲ 8.0
見通し	12.0	4.4	4.8	13.7	10.0	12.0	▲ 4.1	13.1	13.0	4.3	8.4	▲ 4.0	▲ 4.0

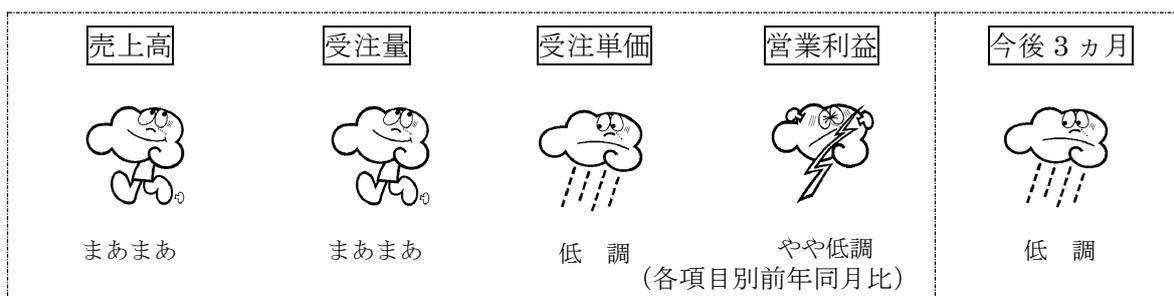
<経営者の目・見方・etc>

- 総合建設
 - ・松本市の9月補正はごくわずかだった。
- 建設業
 - ・官公庁の工事発注が徐々に増えてきた。受注を増やしていこうと思う。
- 建築工事
 - ・予定していた民間の大口受注が流れ、公共の工事もなく、小口受注で何とか乗り切りたい。今期決算は近年で一番悪い予想である。
- 管工事
 - ・公共工事等は経費が掛かりすぎ、一般工事は受注単価が安い、昨年よりは売上は良かった。しかし、実質営業利益率は上がらない。
- 土木工事
 - ・長野県と松本市の公共工事の最低制限価格が8月から2%アップになり受注業者にとっては大きな励みになると思う。
 - ・日本中でこれだけ災害の被害が発生しているのだから、消費税は減税すべきだと思う。
- 電気工事
 - ・昨年の夏が暑かったため、官庁関係の空調工事が夏から継続している。
 - ・今後は少しずつしか進んでいないLED化に伴う工事が多くなるのではないかと思う。

鉄工

- ・6ヶ月先まで物件は決まっています、比較的安定している。
- ・製造業関係の減速状況について、色々情報を聞くと心配になってくる。そんな中であるが、今やるべき事を考えて、人材、財務等の着実な強化を考えていきたい。

2. 製造業



【項目別DIの推移】

	30年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	9月
売上高	0.0	8.7	▲16.6	▲19.1	▲36.0	▲10.0	10.0	4.4	▲4.8	▲22.8	▲4.8	▲35.0	13.6
受注量	▲4.0	8.7	▲22.2	▲23.8	▲40.0	▲5.0	0.0	8.7	▲14.3	▲9.1	▲4.8	▲10.0	4.5
受注単価	▲16.7	▲8.7	▲16.7	▲9.5	▲16.0	▲20.0	▲10.0	0.0	▲19.0	▲9.1	▲4.8	▲10.0	▲18.2
営業利益	0.0	8.7	▲11.1	▲23.8	▲32.0	▲30.0	▲20.0	8.7	▲19.1	▲18.2	▲19.0	▲45.0	▲9.1
見通し	▲4.2	▲8.7	▲11.1	▲14.3	12.0	0.0	▲10.0	▲30.4	▲14.3	0.0	▲9.5	▲20.0	▲18.2

<経営者の目・見方・etc>

印刷

- ・消費税増税の駆け込み受注が、9月下旬になって急に増えた。毎年閑散期の9月の売上げが伸びたことは嬉しい限りだが、10月、11月にその反動が来るとすると辛いものがある。
- ・例年、8月末から9月にかけては極端に売上が落ちる時期であったが、消費税増税前の駆け込み需要で、月単位の売上としても年間で上位になるほどに至った。しかし、皮肉にも客単価と利益率の最も低い案件が最も駆け込み需要の恩恵を受けており、未だにデフレマインドが受発注双方に根強く残っていることが明らかとなってしまった。一方では10月以降の極端な需要低下が懸念される。9月末には前工程に落ち着きがすでに出ていた。
- ・今年はじめ辺りからの印刷用紙不足により、クライアントからの注文が直前で変更となった場合の手配に不都合が生じている。増えた場合は同じ用紙が確保出来ずにメーカーや銘柄等の変更、減った場合は最初に予約した分の買い取りなど、印刷会社にとっては不利な条件が付きまとう。印刷用紙の「仮押さえ」に不安要素が多くなっているが、クライアント側への理解はなかなか進まない。

機械

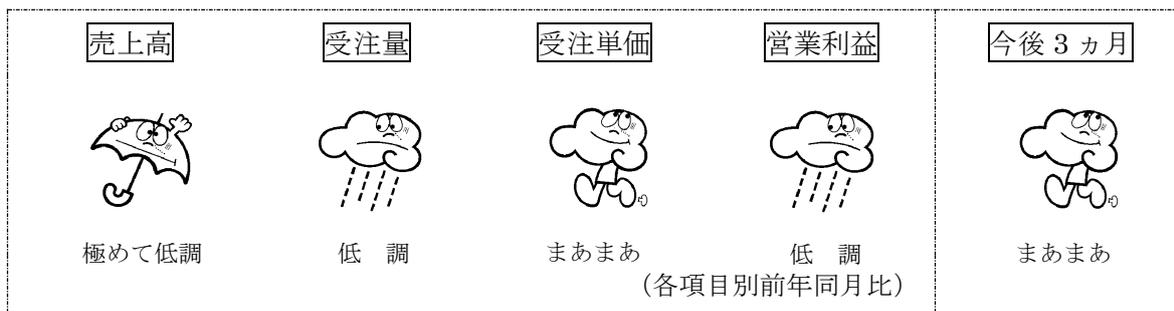
金属塗装

- ・消費税増税による駆け込み需要はほとんどなかった。
- ・米中貿易摩擦の影響なのか、受注が10%位少なく利益が出せない状況が今後も続きそうで心配である。

酒類

- ・9月はまあまあの好天で、観光客の入込もよくインバウンドの外国人客は相変わらず順調に伸びている。
- ・酒造業界では、9月9日にひやおろし解禁日を迎えて、秋向きの清酒需要の掘り起こしをし、残暑がなくなった頃から需要が伸びた。

3. 卸売業



【項目別DIの推移】

	30年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	9月
売上高	▲ 54.5	▲ 7.2	▲ 38.5	▲ 21.4	▲ 40.0	▲ 26.7	▲ 15.4	0.0	▲ 25.0	▲ 15.4	▲ 40.0	▲ 50.0	▲ 41.7
販売客数	▲ 27.3	▲ 14.3	▲ 15.4	▲ 14.3	▲ 13.3	▲ 6.7	▲ 7.7	0.0	▲ 16.7	▲ 15.4	▲ 30.0	▲ 20.0	▲ 16.7
販売客単価	0.0	14.3	▲ 7.7	0.0	▲ 20.0	▲ 20.0	▲ 15.4	0.0	0.0	▲ 7.7	▲ 20.0	▲ 20.0	0.0
営業利益	▲ 36.3	▲ 7.2	▲ 30.8	▲ 7.1	▲ 40.0	▲ 6.7	▲ 7.7	25.0	8.3	▲ 15.4	▲ 10.0	▲ 40.0	▲ 16.6
見通し	0.0	0.0	▲ 7.7	▲ 14.3	▲ 6.7	6.7	0.0	0.0	0.0	7.7	▲ 10.0	▲ 10.0	8.3

<経営者の目・見方・etc>

土産品

・当社を含め取引先の売り上げが低迷している状況である。モノ消費からコト消費へ移行しているように感じる。

金属製品

・原材料の値上げを唱える高炉とスクラップ相場は低調で影響が出る電炉とは価格交渉に温度差が見られる。
 ・ものづくりは相変わらず復調の兆しがなく、先々への不安感があり設備投資は低調である。

機械工具

・顧客で生産減少に伴った人員の異動があった。
 ・海外メーカーへの転注があった。
 ・前回もそうだったが、消費税増税前の納入指定が売上に入り込んだ。

精肉卸

・政府がやっている景気動向調査と松本地域とはだいぶ異なると思う。

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	まあまあ	低調
(各項目別前年同月比)				

【項目別DIの推移】

	30年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	9月
売上高	▲ 10.0	▲ 26.7	▲ 13.4	▲ 6.0	▲ 29.6	▲ 12.0	▲ 12.9	▲ 3.6	▲ 14.3	▲ 20.7	▲ 25.8	6.7	13.3
販売客数	▲ 23.3	▲ 26.6	▲ 20.0	▲ 24.2	▲ 37.0	▲ 16.0	▲ 12.9	3.6	▲ 3.6	▲ 31.1	▲ 35.5	0.0	0.0
販売客単価	▲ 3.3	▲ 13.4	▲ 3.4	0.0	▲ 14.8	4.0	▲ 16.1	▲ 7.2	▲ 7.2	▲ 20.7	▲ 6.5	3.4	3.3
営業利益	▲ 20.0	▲ 36.6	▲ 20.0	▲ 24.2	▲ 44.4	▲ 12.0	▲ 25.8	▲ 14.2	▲ 10.7	▲ 27.6	▲ 22.6	▲ 10.0	10.0
見通し	0.0	0.0	0.0	▲ 9.1	0.0	4.0	6.4	3.5	▲ 10.7	▲ 17.3	▲ 16.1	0.0	▲ 26.6

<経営者の目・見方・etc>

印章

・「大型ショッピングモールが出来ると、子供たちはショッピングモールしか知らずに育つから商店街に足を運ばなくなる」という現実が日本中に展開されている中で、商店街や松本城公園でイベントが連続して開催されていて、そこに親子連れが足を運んでくれるというのは、本当に有り難い事だと思う。

・中心市街地で老舗物販店の移転、閉店が相次いでいる。

印章・刃物研ぎ

・10月からの消費税増税の関係か客足が弱いように感じる。但し、外国人の来客が増えている。

住宅機器

・ギリギリの駆け込み需要もあり9月はとても忙しかった。消費税増税後が多少心配である。

生鮮食品

・前半は静かであったが、後半は祭日、秋祭り等で忙しかった。

・10月から消費税8%、10%は解るがどうなっていくのか心配でもある。

洋菓子店

・気温が早く下がり、去年より秋が来るのが早く感じる。秋の商品(モンブランなど)が良く売れる。

・これからしばらく忙しくなるので(12~3月)、今のうちにそれぞれ準備をしていくことが大事だと思う。

和菓子

・後半の連休は天候によって人の動きが少ないと思う。

パン

・数字には表れないが、なんとなく業界的に景気が良くないように感じる。

ショッピングセンター

・増税を控え、駆け込み需要が見られた。特に宝飾、楽器などの高額品、化粧品、食品などの必需品が大きく伸ばした。今後その反動が懸念されるため改めて顧客サービスを見直すことで消費マインドの冷え込みを防ぎたいと考えている。

陶磁器

・雨の日が無く集客には良かったが、いつまでも気温が下がらず土鍋の売れ行きが悪く、きのこが不作で土瓶蒸しの器が売れず、秋刀魚の記録的な不漁で秋刀魚皿が売れなかったが、思いがけずラグビーW杯の関係と思われる客が目立った。

・目立った駆け込み需要は感じられなかったが、業界の9月実績は対前年比25%増であった。

婦人服

・百貨店のポイント等販促に繋がる企画があり、商材も多めに仕入れたので、売上増になった。10月はお客様への感謝と還元の月としてプレゼント企画をして、今まで出来なかったおもてなしをする予定である。

薬局	・増税前で買い溜め傾向である。
化粧品	・消費税増税前の駆け込み購入が少し見られたが、思いのほか単価は上がらなかった。
燃料販売	・中東情勢が気になる。
スポーツ用品	・ネット販売が大変良かった。
人形	・小規模店が廃業に追い込まれると思う。

5. 飲食業



【項目別DIの推移】

	30年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	9月
売上高	▲ 52.6	▲ 17.6	▲ 22.2	▲ 5.6	▲ 35.3	▲ 35.3	▲ 22.2	11.1	0.0	▲ 47.1	▲ 12.5	▲ 26.6	▲ 31.3
販売客数	▲ 52.6	▲ 11.7	▲ 22.2	▲ 11.1	▲ 23.6	▲ 41.1	▲ 16.7	11.1	5.5	▲ 47.1	▲ 12.5	▲ 26.6	▲ 37.5
販売客単価	▲ 36.8	▲ 5.9	▲ 27.8	▲ 16.6	▲ 29.4	▲ 23.5	▲ 27.7	0.0	▲ 5.5	▲ 23.5	0.0	▲ 20.0	▲ 18.7
営業利益	▲ 47.4	▲ 17.6	▲ 33.3	▲ 16.6	▲ 35.3	▲ 41.1	▲ 27.8	0.0	▲ 5.5	▲ 47.1	▲ 18.8	▲ 20.0	▲ 43.7
見通し	▲ 10.5	17.6	11.1	▲ 11.1	0.0	11.7	▲ 11.1	0.0	▲ 5.5	11.7	0.0	▲ 13.3	▲ 12.5

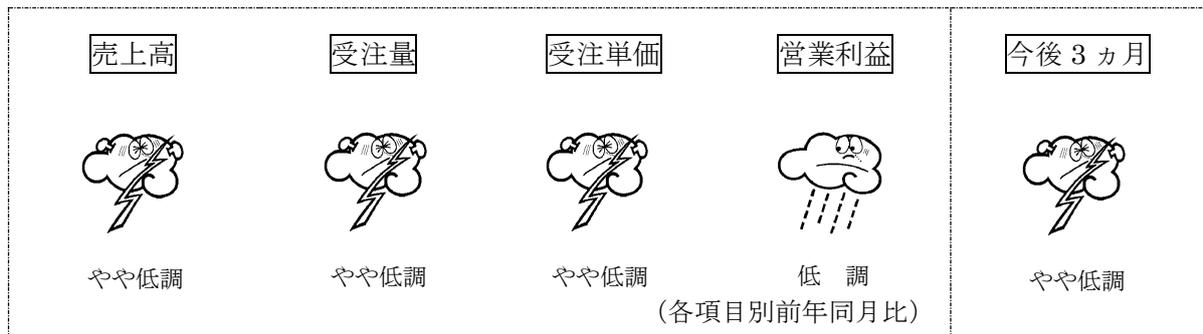
<経営者の目・見方・etc>

料理	・この季節ならではの、松茸、雑きのこの不作で献立に悩んだ月であった。
郷土料理	・夏休み後のほっと一息の流れは例年通りであったが、月末2日間の法事等の受注があり業況が良くなった。
創作料理	・9月の商売は営業開始10年の中で最悪であった。お客動きは悪く、消費税10%、連休の増加なども挙げられるが、企業努力も真剣に考えなければならぬと思う。
中華料理	・ずっと続く人手不足が解消されず、覚悟を決めて、今いる人数でやっていく事にしたのだが、そうなるとお客様を断ったり、待たせたりしてご迷惑をかけることになるが、気合で乗り切るしかないと考えている。
居酒屋	・酒とたばこはつながりが大きいので、店内禁煙では厳しいので、喫煙ができるスペースを考えなければという各店のオーナーの声がある。
寿司	・2週にわたって三連休が続くなど日並びも良く、単月でみればいい月となった。ストックができない飲食業においては、消費増税に伴う駆け込み需要は特にみられなかった反面、気になるのは増税後のお客様動向。今のところキャッシュレス対応含めて大きなトラブルなどもないが、今後のお客様動向については注視したいと思う。 ・今年は松茸の不作の年だそうで、とても高値でお客様にすすめられなかった。10月に期待したいと思う。

食堂
そば

- ・9月は3連休が2回あり売上増になった。
- ・先行き不透明な時代になり、無駄な投資、出費をせず節約志向になった感じがする。

6. サービス業



【項目別DIの推移】

	30年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	9月
売上高	0.0	2.3	10.0	▲9.5	▲6.4	10.5	6.6	10.8	16.7	6.4	▲4.2	4.0	▲12.8
販売客数	▲4.2	▲7.0	0.0	▲9.5	17.0	2.1	4.4	4.3	0.0	4.3	▲8.3	2.0	▲14.9
販売客単価	4.2	7.0	4.0	0.0	▲2.1	6.2	6.7	▲4.4	2.1	2.1	▲6.2	6.0	▲6.3
営業利益	▲6.4	▲7.0	4.0	▲14.3	▲6.4	2.1	4.4	2.1	▲2.1	4.3	▲8.3	▲4.0	▲17.1
見通し	4.2	▲7.0	▲4.0	▲2.3	10.6	16.7	8.9	4.3	8.4	6.4	▲2.1	▲12.0	▲14.8

<経営者の目・見方・etc>

自動車整備、
板金塗装
システムサポート

観光旅館

温泉旅館

旅館

宿泊

ホテル
タクシー

リラクゼーション

教育業

ビル・住宅総合メン
テナンス

- ・消費税増税で駆け込み需要に期待したが、全くなかった。例年9月は下半期への切り替え時で、忙しい時期であるが、いつもの9月より暇であった。
- ・9月度は消費税増税、軽減税率導入前のシステム改変特需最終月となり、当然ながら単月業績は向上したが増税後の反動余波が不安要素である。
- ・天候と天気予報に翻弄されたひと月だった。最初の連休は、お天気に恵まれ、順調な入込だったが後半の連休は、台風の影響がほとんどなかったにも関わらず、天気予報が悪かったため、登山者のキャンセルが続出した。また、季節外れの暖かさのせいで、山の紅葉が遅れていて、登山者の入込も遅れ気味であった。
- ・観光客もビジネス客も変化がなかった。10月からの繁忙期に向かい観光客への対策が必要と考える。
- ・消費税増税後が不透明である。
- ・二回の連休があり、最初は忙しすぎる程であったが、後半の連休は台風予報により例年に比べ静かになってしまい、平均すると昨年並みであった。
- ・雨も少なく観光客も順調に増え、宿泊・宴会とも好調であった。
- ・客数は少なかったが、客単価が上がったので売上高はほぼ前年並みであった。
- ・消費税増税後の影響が心配である。
- ・10月にはハロウィンを中心に、少しPRが出来たらと考えている。
- ・仕事量は良い方向に向いているが、人手不足で人材確保に苦慮している。

機械設計	<ul style="list-style-type: none"> ・新しい製造方式の装置を製作しているので、それに期待したいと思う。 ・決まる予定のものがまだ決まらないためこの先が心配である。
測量・建設コンサルタント業	<ul style="list-style-type: none"> ・8月までは売上が好調だったが、9月に入り発注が落ち着いてきたように思う。 ・業界内では、働き方改革により社員が残業をしないので、経営者が一人残業をして仕事をこなすという話があった。
ホームクリーニング・リネンサプライ	<ul style="list-style-type: none"> ・ほぼ例年通りの売上が確保できたが、今後台風19号の影響が懸念される。