

# 松本市の景気動向

— 中小企業景気動向基本調査 —

【令和2年9月】

■調査概要（データ対象期間：令和2年9月1日～9月30日）

○調査期間：令和2年10月1日～令和2年10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23企業、製造業25企業、卸売業13企業、小売業22企業

飲食業17企業、サービス業43企業（運輸、不動産仲介業を含む）

<合計143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。

※ $DI = (\text{増加・好転などの回答割合}) - (\text{減少・悪化などの回答割合})$

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（▲53.6）よりマイナス幅が3.3ポイント縮小し、▲50.3となった。業種別では、建設業、飲食業、製造業、サービス業ではマイナス幅が縮小した。小売業、卸売業はマイナス幅が拡大した。

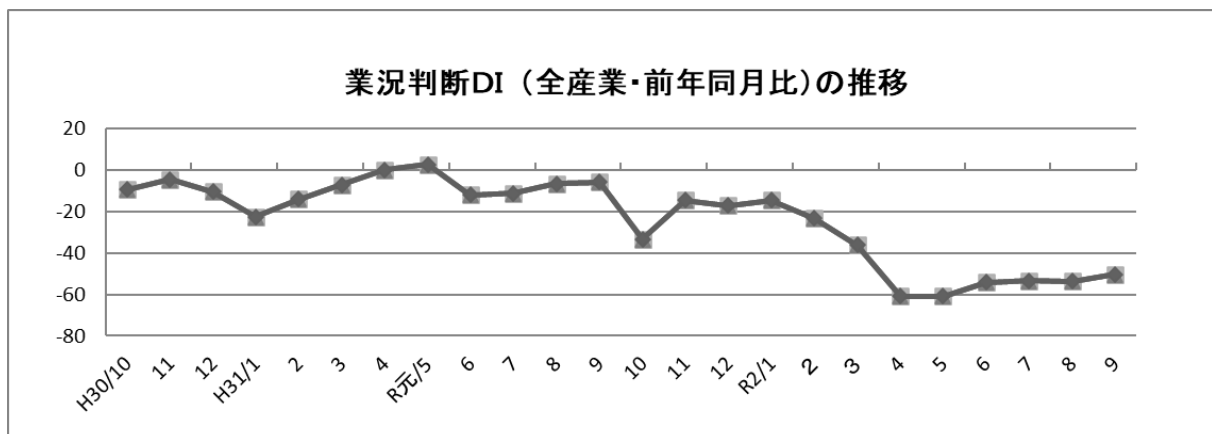
○全産業合計の水準DIは、前月（▲52.9）よりマイナス幅が3.3ポイント縮小し、▲49.6となった。業種別では、飲食業、小売業、サービス業はマイナス幅が縮小した。卸売業、建設業、製造業はマイナス幅が拡大した。

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	5.6 (7.0)	38.5 (32.4)	55.9 (60.6)	▲ 50.3 (▲ 53.6) ↗	6.3 (7.0)	37.8 (33.1)	55.9 (59.9)	▲ 49.6 (▲ 52.9) ↗
建設業	0.0 (0.0)	69.6 (60.0)	30.4 (40.0)	▲ 30.4 (▲ 40.0) ↗	0.0 (5.0)	73.9 (65.0)	26.1 (30.0)	▲ 26.1 (▲ 25.0) ↘
製造業	8.0 (9.1)	28.0 (22.7)	64.0 (68.2)	▲ 56.0 (▲ 59.1) ↗	8.0 (9.1)	20.0 (18.2)	72.0 (72.7)	▲ 64.0 (▲ 63.6) ↘
卸売業	7.7 (13.3)	23.1 (13.4)	69.2 (73.3)	▲ 61.5 (▲ 60.0) ↘	7.7 (13.3)	15.4 (13.4)	76.9 (73.3)	▲ 69.2 (▲ 60.0) ↘
小売業	18.2 (21.7)	22.7 (17.4)	59.1 (60.9)	▲ 40.9 (▲ 39.2) ↘	18.2 (17.4)	22.7 (17.4)	59.1 (65.2)	▲ 40.9 (▲ 47.8) ↗
飲食業	0.0 (0.0)	11.8 (5.9)	88.2 (94.1)	▲ 88.2 (▲ 94.1) ↗	5.9 (0.0)	17.6 (11.8)	76.5 (88.2)	▲ 70.6 (▲ 88.2) ↗
サービス業	2.3 (2.2)	51.2 (48.9)	46.5 (48.9)	▲ 44.2 (▲ 46.7) ↗	2.3 (2.2)	51.2 (48.9)	46.5 (48.9)	▲ 44.2 (▲ 46.7) ↗

( )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

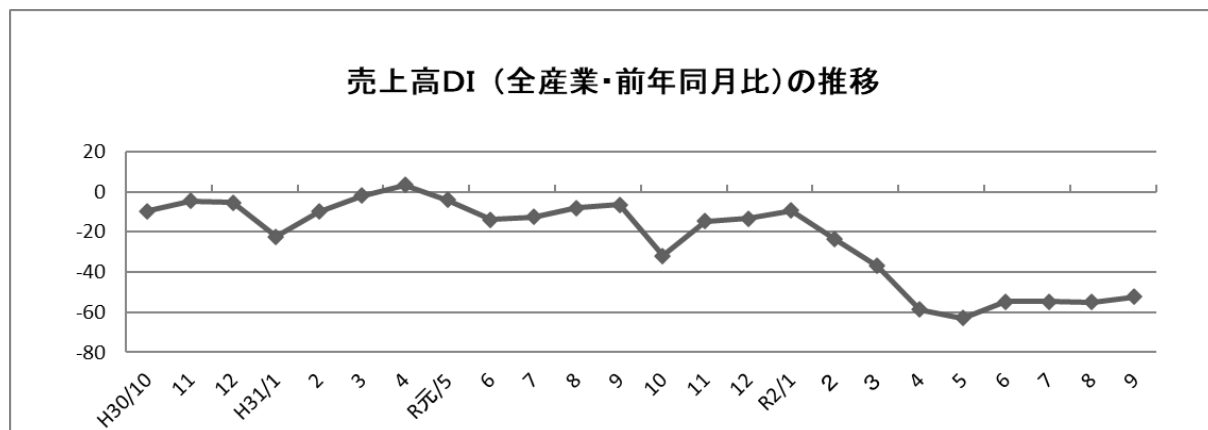


## 2. 売上高D I（前年同月比）

○全産業合計の売上高D Iは、前月（▲54.9）よりマイナス幅が2.5ポイント縮小して、▲52.4となった。業種別に見ると、小売業、飲食業、製造業、サービス業はマイナス幅が縮小し、建設業、卸売業はマイナス幅が拡大した。

【対前年同月売上高業種別DIの推移】

	元年9月	10月	11月	12月	2年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
全体	▲ 6.6	▲ 32.0	▲ 14.6	▲ 13.3	▲ 9.3	▲ 23.4	▲ 37.0	▲ 58.6	▲ 63.0	▲ 54.8	▲ 54.8	▲ 54.9	▲ 52.4
建設業	▲ 4.0	4.0	0.0	▲ 4.0	16.6	▲ 12.5	▲ 5.0	▲ 35.0	▲ 18.2	▲ 29.2	▲ 31.8	▲ 35.0	▲ 39.1
製造業	13.6	0.0	▲ 18.2	▲ 40.9	▲ 14.3	▲ 41.0	▲ 19.1	▲ 75.0	▲ 70.0	▲ 70.6	▲ 76.2	▲ 68.2	▲ 64.0
卸売業	▲ 41.7	▲ 64.3	▲ 50.0	▲ 38.5	▲ 30.8	▲ 28.6	▲ 81.8	▲ 63.6	▲ 72.7	▲ 53.8	▲ 41.7	▲ 60.0	▲ 61.5
小売業	13.3	▲ 39.3	▲ 21.9	▲ 6.7	▲ 23.4	▲ 25.0	▲ 46.1	▲ 50.0	▲ 72.0	▲ 32.0	▲ 66.7	▲ 43.5	▲ 36.4
飲食業	▲ 31.3	▲ 76.5	▲ 43.8	▲ 20.0	▲ 31.2	▲ 47.0	▲ 92.9	▲ 92.3	▲ 100.0	▲ 86.7	▲ 84.6	▲ 94.1	▲ 88.2
サービス業	▲ 12.8	▲ 34.1	4.6	0.0	2.2	▲ 8.9	▲ 25.5	▲ 56.8	▲ 61.4	▲ 65.9	▲ 44.2	▲ 46.7	▲ 44.1

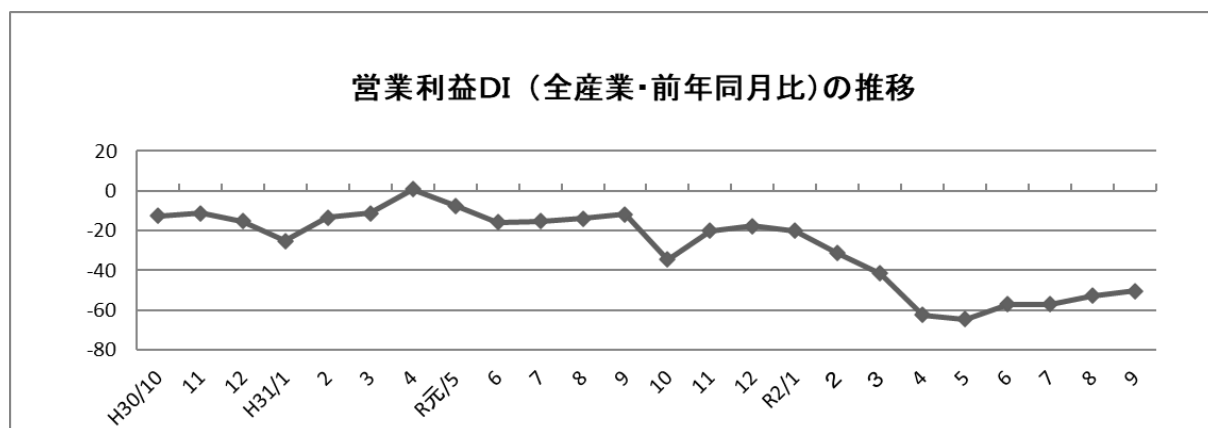


## 3. 営業利益D I（前年同月比）

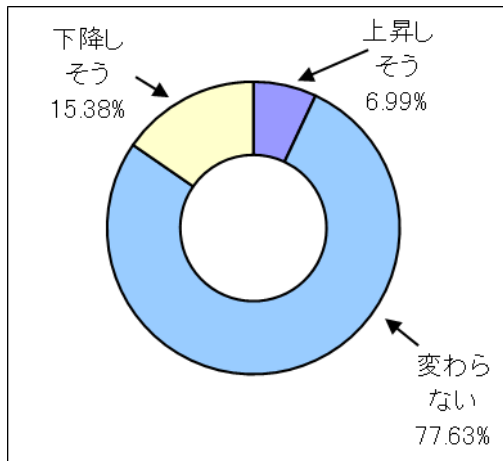
○全産業合計の営業利益D Iは、前月（▲52.8）よりマイナス幅が2.5ポイント縮小して、▲50.3となった。業種別に見ると、建設業、小売業、卸売業、サービス業はマイナス幅が縮小した。飲食業は変化がなかった。製造業はマイナス幅が拡大した。

【対前年同月営業利益業種別DIの推移】

	元年9月	10月	11月	12月	2年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
全体	▲ 11.8	▲ 34.7	▲ 20.0	▲ 17.8	▲ 20.0	▲ 31.3	▲ 41.5	▲ 62.5	▲ 64.5	▲ 57.0	▲ 57.1	▲ 52.8	▲ 50.3
建設業	▲ 8.0	▲ 4.0	▲ 4.0	0.0	▲ 4.2	▲ 29.1	▲ 30.0	▲ 40.0	▲ 31.8	▲ 37.5	▲ 36.4	▲ 40.0	▲ 30.4
製造業	▲ 9.1	▲ 10.5	▲ 31.8	▲ 50.0	▲ 38.1	▲ 50.0	▲ 38.1	▲ 81.2	▲ 65.0	▲ 82.3	▲ 90.5	▲ 59.1	▲ 60.0
卸売業	▲ 16.6	▲ 50.0	▲ 25.0	▲ 23.1	▲ 30.8	▲ 42.9	▲ 54.5	▲ 72.7	▲ 90.9	▲ 53.8	▲ 50.0	▲ 46.7	▲ 46.1
小売業	10.0	▲ 46.4	▲ 28.1	▲ 16.7	▲ 36.7	▲ 35.7	▲ 46.2	▲ 54.2	▲ 68.0	▲ 32.0	▲ 62.5	▲ 43.5	▲ 36.3
飲食業	▲ 43.7	▲ 82.4	▲ 50.0	▲ 40.0	▲ 37.5	▲ 52.9	▲ 85.7	▲ 92.3	▲ 100.0	▲ 86.7	▲ 84.6	▲ 94.1	▲ 94.1
サービス業	▲ 17.1	▲ 31.9	▲ 4.6	▲ 4.4	0.0	▲ 8.9	▲ 27.9	▲ 59.1	▲ 59.1	▲ 63.5	▲ 41.9	▲ 46.7	▲ 46.5



◇ 向こう3カ月の見通し ◇

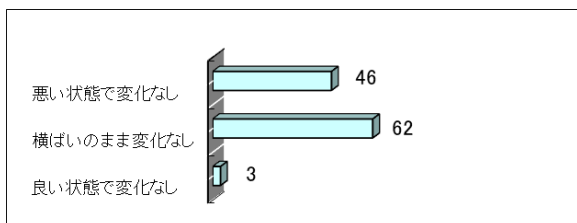


○令和2年10月～令和2年12月の見通しDIは、「上昇しそう」が前月の調査に比べ2.73ポイント増加し6.99%、「下降しそう」が4.48ポイント減少し15.38%となった。業種別の見通しDIは建設業(▲8.7)、製造業(▲20.0)、卸売業(7.7)、小売業(0.0)、飲食業(▲23.5)、サービス業(▲4.6)であった。

➡「上昇しそう」では「8、9月の挽回を10、11、12月で実行するため」(建設業)「7月～9月に比べて10月以降受注が増えてきているため」(製造業)「一時的な先行投資があるため」(卸売業)「今年の冬は雪が多いかもしれないため」(改装後、新しい顧客が増えているため)「菓子屋にとっての繁忙期に入っていくため」(小売業)「Go Toトラベルキャンペーンの効果が大きそうなため」(Go Toトラベルキャンペーンが東京も適応になったため)「コロナ禍による失業者の増加で職業訓練受講者数の増加が見込まれるため」(サービス業)といった声が寄せられた。

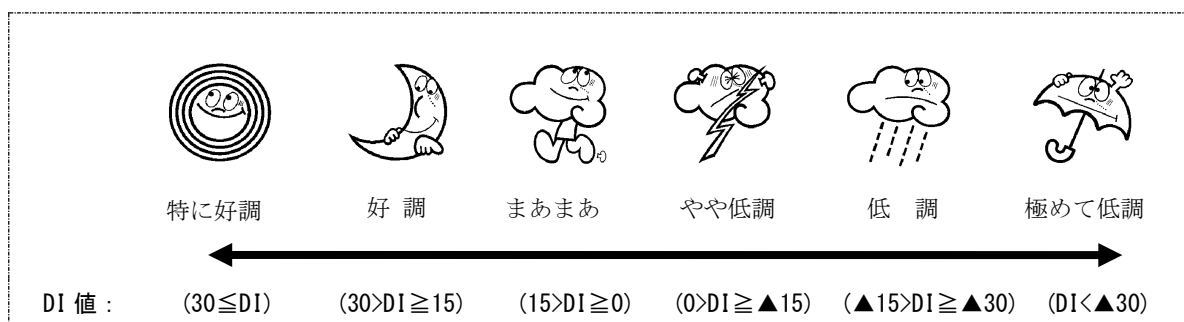
➡「変わらない」では「規模の大きいプロジェクトがなく、回収が見込めないため」(サービス業)といった声が寄せられた。

➡「下降しそう」では「物件数が少なく、加工単価の下降傾向が続いているため」(新型コロナウイルス感染症の影響で民間設備投資中止のため)「工事量の減少及び単価の下落が予想されるため」(建設業)「受注減と単価デフレ下落、仕入れ額上昇の3つの影響のため」(受注量が増えてきていないため)「当月業績が好調であったため」(前年8月の出荷が今年9月にズレただけで、伸びる要素はないため)「受注が減っているため」(製造業)「10月にあった大型のイベントが今年はないため」(小売業)「Go Toトラベルキャンペーンにより新型コロナウイルス感染症が拡散されると予測するため」(コロナ禍で宴会等の予約がないため)「飲食業」(収容を3割程度に抑えているため)「Go Toトラベルキャンペーンの効果よりもスキー場運営縮小の影響が大きくなりそうなため」(閑散期と、新型コロナウイルス感染症の影響) (サービス業)「新型コロナウイルス感染症の影響(同意見3件)」といった声が寄せられた。

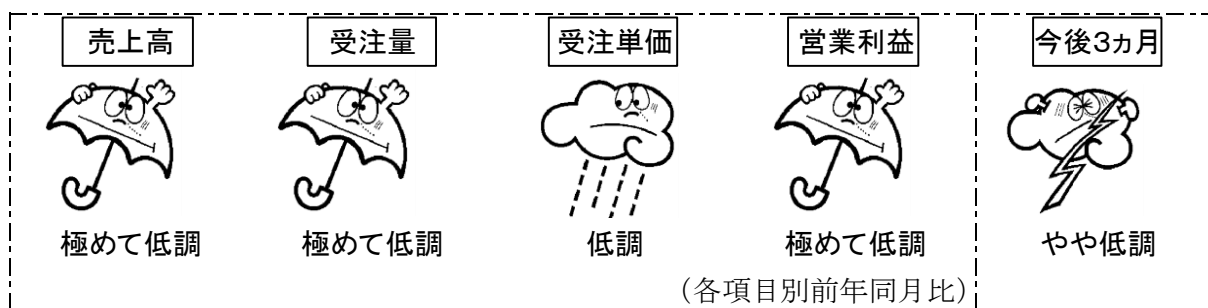


# 業種別景況

## <DI | 君の景況判断>



## 1. 建設業



【項目別DIの推移】

	元年9月	10月	11月	12月	2年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
売上高	▲ 4.0	4.0	0.0	▲ 4.0	16.6	▲ 12.5	▲ 5.0	▲ 35.0	▲ 18.2	▲ 29.2	▲ 31.8	▲ 35.0	▲ 39.1
受注量	4.0	20.0	4.0	▲ 4.0	0.0	▲ 16.7	▲ 25.0	▲ 55.0	▲ 36.4	▲ 29.2	▲ 27.3	▲ 25.0	▲ 34.8
受注単価	▲ 4.0	0.0	▲ 4.0	▲ 4.0	0.0	▲ 8.3	▲ 5.0	▲ 15.0	▲ 18.2	▲ 20.8	▲ 18.2	▲ 25.0	▲ 21.7
営業利益	▲ 8.0	▲ 4.0	▲ 4.0	0.0	▲ 4.2	▲ 29.1	▲ 30.0	▲ 40.0	▲ 31.8	▲ 37.5	▲ 36.4	▲ 40.0	▲ 30.4
見通し	▲ 4.0	4.0	0.0	▲ 8.0	4.2	▲ 12.5	▲ 5.0	▲ 25.0	▲ 13.7	▲ 4.2	▲ 4.6	0.0	▲ 8.7

## <経営者の目・見方・etc>

総合建設

建設業

建築工事

土木工事

- ・公共工事は90%くらい発注済みで、各社それなりに仕事を確保している状況。
- ・今のところ新型コロナウイルス感染症の影響を直接は受けていないが、社会全体の経済活動の落ち込みが長期化しているため今後影響は避けられないと思われる。先行きが不安である。
- ・コロナ禍を境に、世の中の状況・環境・価値観等が変わった。以前に戻すのではなく、新たに展開していかなければならないと感じている。
- ・元請各社は相当量の受注量を確保している（特に土木業者）。技術者を新たに確保できれば受注量の増大につながる。建築の公共、民間は設備投資不調で受注環境はかなり悪いようである。
- ・天候が不順で、台風シーズンが心配である。

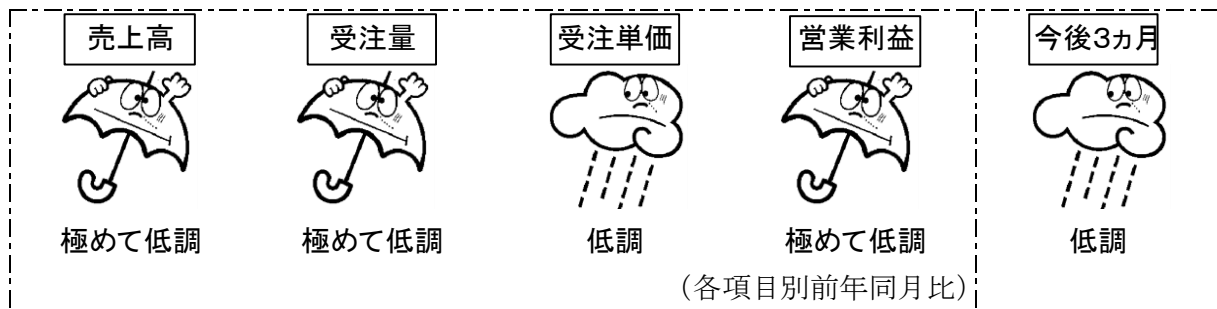
鉄工

- ・客先のメインは関東だが、来年のこれからの受注物件の加工単価が急落している。
- ・自社の受注状況は昨年までとそう変わらないが、同業他社の様子等を聞いていると、だいぶ受注状況が下降気味のように、今後の心配である。
- ・今後、新型コロナウイルス感染症等で動きがどうなるか、心配している。

電気工事

- ・新型コロナウイルス感染症の影響がどこまで足を引っ張っている。ただ、電気という職種柄、必要不可欠なので、目立ってこれぞという事はなく、横ばいかと思われる。

## 2. 製造業



【項目別DIの推移】

	元年9月	10月	11月	12月	2年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
売上高	13.6	0.0	▲ 18.2	▲ 40.9	▲ 14.3	▲ 41.0	▲ 19.1	▲ 75.0	▲ 70.0	▲ 70.6	▲ 76.2	▲ 68.2	▲ 64.0
受注量	4.5	▲ 10.5	▲ 22.8	▲ 27.3	▲ 19.0	▲ 41.0	▲ 33.3	▲ 75.0	▲ 75.0	▲ 70.6	▲ 81.0	▲ 59.1	▲ 52.0
受注単価	▲ 18.2	▲ 15.8	▲ 22.7	▲ 13.6	▲ 14.2	▲ 9.1	▲ 4.7	▲ 25.0	▲ 25.0	▲ 35.3	▲ 42.9	▲ 27.3	▲ 20.0
営業利益	▲ 9.1	▲ 10.5	▲ 31.8	▲ 50.0	▲ 38.1	▲ 50.0	▲ 38.1	▲ 81.2	▲ 65.0	▲ 82.3	▲ 90.5	▲ 59.1	▲ 60.0
見通し	▲ 18.2	▲ 15.8	▲ 27.3	▲ 4.5	4.8	▲ 22.8	▲ 38.1	▲ 31.3	▲ 30.0	▲ 35.3	▲ 23.8	▲ 22.7	▲ 20.0

### <経営者の目・見方・etc>

印刷

- ・夏から秋にかけての大きなイベント、祭り等が中止となり、その影響が大きくなってきている。業界団体の市場調査、アンケートによると、同業からの下請けや受注、地元経済との関わりが希薄な学校との取引が多いという結果となった。いずれもデフレ圧力がかかりやすいところの取引となり、コロナ禍においては難しい舵取りを迫られる。文字や言葉を多く使う仕事なのに、採用においてもそれに見合う人材を採用するのに非常に困難な状況となっている。

精密機器

- ・8月に比べるとやや上昇してきており、底は打った様子。だが力強さはない。急激な回復も見込めないため、しばらくは厳しい状況が続くと思われる。

精密機器組立

- ・雇用調整助成金が1月以降どうなるのか非常に気になる。雇用を維持するためにはこの制度がないと、今の状況では苦しい。週休3日(金、土、日)+αでなんとかやっている。

紙器

- ・先が見えない状況である。

プラスチック製造

- ・当社を含めて周りの企業では時短、休業の状況が続いており、先が見えない不安な状況である。

金属塗装	・8月よりは多少上向いたが、まだかなり低い受注・売上で昨年比では15%低い。早く新型コロナウイルス感染症が終息しないと厳しい状況。
菓子	・9月は菓子業界の新商品が発売される時期になるが、同業他社についてもあまり好況の話は聞こえてこない。
清酒製造業	・少しずつではあるが、観光のお客様が戻ってきているように感じる。Go Toトラベルキャンペーンの影響も受け、良い方向に向かっているが、昨年通りにいくかは読めない。

### 3. 卸売業

売上高	受注量	受注単価	営業利益	今後3ヵ月
				
極めて低調	極めて低調	極めて低調	極めて低調	まあまあ

(各項目別前年同月比)

#### 【項目別DIの推移】

	元年9月	10月	11月	12月	2年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
売上高	▲41.7	▲64.3	▲50.0	▲38.5	▲30.8	▲28.6	▲81.8	▲63.6	▲72.7	▲53.8	▲41.7	▲60.0	▲61.5
販売客数	▲16.7	▲28.6	▲16.7	▲15.4	▲15.4	▲28.6	▲54.5	▲45.5	▲54.5	▲30.8	▲25.0	▲33.3	▲30.8
販売客単価	0.0	▲35.7	▲8.4	7.7	▲23.1	▲7.1	▲54.5	▲45.5	▲27.3	▲15.4	▲33.4	13.3	▲30.8
営業利益	▲16.6	▲50.0	▲25.0	▲23.1	▲30.8	▲42.9	▲54.5	▲72.7	▲90.9	▲53.8	▲50.0	▲46.7	▲46.1
見通し	8.3	0.0	▲16.7	7.7	▲23.1	▲35.7	▲45.5	▲36.4	▲45.5	▲7.7	▲8.3	0.0	7.7

#### <経営者の目・見方・e t c>

土産品	・少しずつではあるが回復しているように思える。観光客も増えており、各種キャンペーンが利用され、消費が活発になることを期待したい。
魚介類	・観光需要が少し回復してきた感じがする。
青果	・量販店の動きは先月同様で良い。しかし、行事やイベント等が自粛ムードは変わらない。シルバーウィークにおけるGo Toトラベルキャンペーンで多少動きはあったが、各週末の人の動きは今一つである。
金属製品	・物量は依然低調に推移している中ではあるが、原材料、スクラップ高であったり、メーカー修炉等の要因で、高炉・電炉メーカーともに値上げ傾向へ動いている。
機械工具	・昨年があまりにもよかったため、今年の落ち込みが大きい。 ・相見積が激増した。顧客が地域を広げて相見積を取るようになった。大手の仕入先(全国規模)が値下げした。ここ数ヶ月、値下げしていた銅、真鍮の材料が値上げに転じた。

## 4. 小売業

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

### 【項目別DIの推移】

	元年9月	10月	11月	12月	2年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
売上高	13.3	▲ 39.3	▲ 21.9	▲ 6.7	▲ 23.4	▲ 25.0	▲ 46.1	▲ 50.0	▲ 72.0	▲ 32.0	▲ 66.7	▲ 43.5	▲ 36.4
販売客数	0.0	▲ 42.9	▲ 25.0	▲ 13.3	▲ 6.7	▲ 35.7	▲ 61.5	▲ 62.5	▲ 68.0	▲ 44.0	▲ 54.1	▲ 30.4	▲ 36.4
販売客単価	3.3	▲ 35.8	▲ 15.6	10.0	▲ 16.7	3.6	▲ 26.9	▲ 25.0	▲ 28.0	▲ 12.0	▲ 37.5	▲ 21.7	▲ 31.9
営業利益	10.0	▲ 46.4	▲ 28.1	▲ 16.7	▲ 36.7	▲ 35.7	▲ 46.2	▲ 54.2	▲ 68.0	▲ 32.0	▲ 62.5	▲ 43.5	▲ 36.3
見通し	▲ 26.6	▲ 10.7	▲ 9.4	▲ 3.3	▲ 26.6	▲ 53.6	▲ 61.6	▲ 45.8	▲ 32.0	▲ 20.0	▲ 25.0	▲ 17.4	0.0





### <経営者の目・見方・etc>

印章	・行政改革担当の「ハンコ不要」発言で、押印機会と認め印の需要が激減していくとみられ、印章店の経営は相当厳しくなると思われる。4連休中は観光客で街中が賑わった。このあと集団感染が見られなければ、屋外イベントを少しずつ開催してもいいのではないかな。
印章・刃物研ぎ	・県外、海外の観光客が皆無。政府の進めるデジタル化は、この業界にとって死活問題であり、転職を検討せざるを得ないのか。
洋菓子店	・様々なキャンペーンなどもあり、新型コロナウイルス感染症の影響はだいぶ少なくなってきたような気はする。新型コロナウイルス感染症の影響で様々な企業が働き方や経営方針を変更している。その流れで、仕事をもらえるようになることもある。自店も含め、変化がどんどん大きくなってきているので、臨機応変に対応していかないと生き残れないと感じる。
和菓子	・Go Toトラベルキャンペーンで、どの位お客様のニーズに応えられ、どの程度売上が上がるかどうか。
パン	・9月の連休は、観光で遠方かららしきお客様もそれなりに増えていたように感じる。売上もいつもに比べてプラスになった。
生鮮食品	・お祭りが中止、地域の集まりもなく寂しい。家族そろって家での食事が増え、笑顔が見える。
婦人服	・暑さやセール商材がなくなったこともあって、昨年の増税前の3分の1だった。クーポンで値引きをしたが、売上につながらなかった。メールでの対応が多くなり、変化を感じる。
化粧品	・昨年の9月は増税前の駆け込み需要が異常に高かっただけに、本年の9月は昨年比としては厳しい。今後は観光客の入り込みも増え、街も賑わってくると思われる。
宝石	・来客数が依然として少ない。
燃料	・Go Toトラベルキャンペーンの県外客の動き、新型コロナウイルス感染症の今後の気になる。
住宅機器	・全体的に回復傾向であるが、気が抜けない。



・予報ほどの残暑もなく、行楽に最適なシーズンを迎えた。松本城の周辺では観光バスを見かけるようにもなったが、大抵乗客は生徒、児童で、経済的には焼け石に水だが、枯れ木も山の賑わいである。シルバーウィークや週末には観光客の姿も増えてきた。紅葉シーズンに向けて、感染が拡大しない程度に賑わってほしい。

## 5. 飲食業

売上高	受注量	受注単価	営業利益	今後3カ月
				
極めて低調	極めて低調	極めて低調	極めて低調	低調
(各項目別前年同月比)				

### 【項目別DIの推移】

	元年9月	10月	11月	12月	2年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
売上高	▲ 31.3	▲ 76.5	▲ 43.8	▲ 20.0	▲ 31.2	▲ 47.0	▲ 92.9	▲ 92.3	▲ 100.0	▲ 86.7	▲ 84.6	▲ 94.1	▲ 88.2
販売客数	▲ 37.5	▲ 70.6	▲ 43.8	▲ 13.4	▲ 25.0	▲ 47.0	▲ 92.9	▲ 92.3	▲ 100.0	▲ 86.7	▲ 84.6	▲ 94.1	▲ 94.1
販売客単価	▲ 18.7	▲ 17.6	▲ 18.7	▲ 20.0	▲ 18.7	▲ 23.5	▲ 57.1	▲ 69.2	▲ 81.3	▲ 66.7	▲ 61.5	▲ 64.7	▲ 47.0
営業利益	▲ 43.7	▲ 82.4	▲ 50.0	▲ 40.0	▲ 37.5	▲ 52.9	▲ 85.7	▲ 92.3	▲ 100.0	▲ 86.7	▲ 84.6	▲ 94.1	▲ 94.1
見通し	▲ 12.5	▲ 5.9	▲ 6.2	▲ 13.3	▲ 6.3	▲ 47.1	▲ 71.4	▲ 46.2	▲ 18.7	▲ 26.6	▲ 23.1	▲ 41.2	▲ 23.5

### <経営者の目・見方・e t c >

料理

・地道な努力はしているが変わらない。お客様の足は遠い。

食堂

・大人数の食事会、宴会がないので、売上が上がらない。  
 ・4連休中のイオンモールから中町にかけての人出は多く、久しぶりに活気に満ちて、売上也昨年並みに戻ってきた感がある。  
 ・4連休のおかげで少し人の動きがあったと思われる。山雅のお客様が少ない。

創作料理

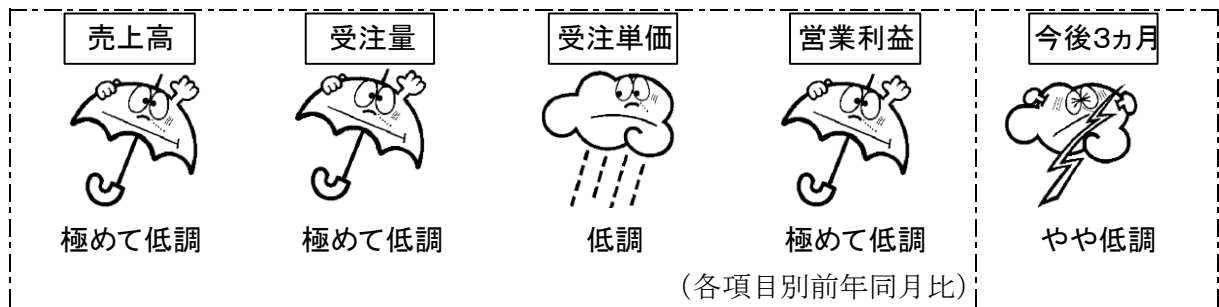
・9月には本来秋まつりなどが開催され、お客の動きもあり、仕出料理の注文も入る。しかしコロナ禍で祭りは中止を余儀なくされ、打撃である。来店は僅か4組。それでも、まるっきり来なかった月を考えれば動きととれるが、いずれにしてもこれではどうしようもなく、つらい日々がまだまだ続きそうである。周りの飲食店も同様である。

寿司

・シルバーウィークを中心にお客様の流れがだいぶ戻ってきた感はあるが、急に伸び悩む週末があったりとまだまだ安定感はない。また、団体・観光需要は、少なくとも今年の忘年会シーズンには回復しないことを前提として慎重に事業を進める予定である。  
 ・新型コロナウイルス感染症の終息はまだまだ見込みがつかない。それなりの対策はとってお客を迎えているが、それでも新型コロナウイルス感染症は怖い。年末前までにある程度治まらなると先行きが非常に不安になる。

居酒屋	・連休中に多くの他県者が松本に来たが、経営者側としては、売上も欲しいが、新型コロナウイルス感染症も怖い状況であった。
そば	・連休は忙しかった。17:00以降の宴会の予約は少ないまま。昼の客単価が昨年より上がり、弁当等の持ち帰り商品も昨年より増えている。サービスしすぎで利益が少ない。 ・連休中日2日間は例年並みの集客があり大変有難く感じた2日間だった。これから冬を迎え、さらなる厳しさを自覚している。努力と感謝の気持ちで乗り越えていきたい。
中華料理	・人が少ない。駅前には新型コロナウイルス感染症が出ていないので、感染者を出したくない。信州 Go To Eat キャンペーンの申し込みにも迷うところ。早急にワクチンが開発されることを祈る。

## 6. サービス業



【項目別DIの推移】

	元年9月	10月	11月	12月	2年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
売上高	▲12.8	▲34.1	4.6	0.0	2.2	▲8.9	▲25.5	▲56.8	▲61.4	▲65.9	▲44.2	▲46.7	▲44.1
販売客数	▲14.9	▲40.4	0.0	▲10.9	▲10.9	▲8.9	▲32.5	▲59.1	▲54.5	▲63.4	▲46.5	▲44.5	▲41.9
販売客単価	▲6.3	▲25.5	2.3	▲2.2	4.3	▲2.2	▲16.2	▲31.8	▲36.4	▲39.1	▲25.6	▲20.0	▲20.9
営業利益	▲17.1	▲31.9	▲4.6	▲4.4	0.0	▲8.9	▲27.9	▲59.1	▲59.1	▲63.5	▲41.9	▲46.7	▲46.5
見通し	▲14.8	▲2.1	▲7.0	▲10.8	▲4.4	▲40.0	▲44.2	▲34.1	▲20.5	▲9.7	▲11.6	▲13.4	▲4.6

### <経営者の目・見方・etc>

自動車整備・ 板金塗装	・自動車関連では大きな影響は出ていないと思われる。しかし、遠出がなく、ガソリンスタンドなどは需要が少なく、苦しい状況になっていると思われる。使用頻度が少なくなると整備業界も苦しくなると思われる。
機械設計 ソフトウェア	・今月は昨年並みの仕事量があった。来年のテーマはまだ出てこない。 ・大規模な案件は、新型コロナウイルス感染症の影響もあり十分なヒアリング、作業場所の確保が困難になり減少。しかし、クラウドのツールやリモートワーク可能な業務支援に関連する引き合いはある。豊富な経験と多様な環境への対応・学習は欠かせない。
システムサポート	・業績の厳しい状況は暫く続きそうだが、市場の景気は若干持ち直している印象はある。

タクシー	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光庁のGo Toトラベルキャンペーン事業で、旅行先で使える地域共通クーポンが10月1日から出てくるので、そのクーポン取扱店となる登録申請を行った。これを利用して観光客が増えることを期待したい。</li> </ul>
温泉旅館	<ul style="list-style-type: none"> <li>・前年同月比で5%ダウンまで盛り返してきた。9月後半からの売上が大きい。10、11月もGo Toトラベルキャンペーンのおかげで、かなり業績が回復しそうである。</li> <li>・目に見えない新型コロナウイルス感染症に国民が怯え、行動が抑制されている。宿泊業も大打撃を受け、一日も早い終息を願うのみ。</li> </ul>
観光旅館	<ul style="list-style-type: none"> <li>・9月に入って、Go Toトラベルキャンペーンのお客様ばかりとなったが、65%の値段で、残りの35%は事務局に請求するものの、いつ入金されるか分からず、資金繰りが大変となった。また、手続きが大変で、10月から始まる、地域共通クーポンの参加にも苦労した。</li> </ul>
宿泊	<ul style="list-style-type: none"> <li>・連休は例年の活気が見られた。例年よりスタッフの人数を抑えていたので、連休以降回復するのに多少苦労した。</li> </ul>
ホテル	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ビジネス客の利用は回復していない。Go Toトラベルキャンペーンの利用はあるが、あるから使う、ということが多いような気がする。宴会の利用の回復はほとんどない。</li> <li>・Go Toトラベルキャンペーンに東京が追加されたことが気になる。</li> </ul>
美容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・髪は伸びるから、というお客様の声もあり、新型コロナウイルス感染症の影響は少なかった。しかし今後は、外出もできるようになってきたので、感染対策をさらに強化していかないとならない。</li> </ul>
リラクゼーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>・可もなく不可もなく、であった。</li> </ul>
ビル・住宅総合メンテナンス	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今回のコロナショックは大変長引くと思っている。レベル2の状態を常とし、コロナウイルスと共存しながら、全てを継続させる仕組み作りを新たに構築しなおさなければ、生き残りできないような気がする。</li> </ul>
測量・設計	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県外者等の確認作業ができず、作業延長等の影響があった。</li> </ul>
測量・建設コンサルタント業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・7月の災害業務に追われたが、落ち着いてきた。</li> </ul>
ホームクリーニング・リネンサプライ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・9月のシルバーウィーク後、ホテル稼働が上昇し、リネンの売上が伸びたが、まだまだ昨年同月には及ばない。しかしながら、10月にGo toトラベルキャンペーンに東京都が加わったので、関東圏のお客様からの売上に期待したい。</li> </ul>
介護サービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新型コロナウイルス感染症予防対策に関する出費はもとより、職員の精神的な負担は計り知れないものがある。</li> </ul>
ペットサービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>・9月は何とか前年並みに戻った。コロナ禍の中、何を求められているのか、しっかりリサーチして新商品へとつなげていきたい。</li> </ul>