

松本市の景気動向

— 中小企業景気動向基本調査 —

【令和5年2月】

■調査概要（データ対象期間：令和5年2月1日～2月28日）

○調査期間：令和5年3月1日～令和5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18企業、製造業17企業、卸売業13企業、小売業22企業

飲食業13企業、サービス業36企業（運輸、不動産仲介業を含む）

<合計119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を意味する。

※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

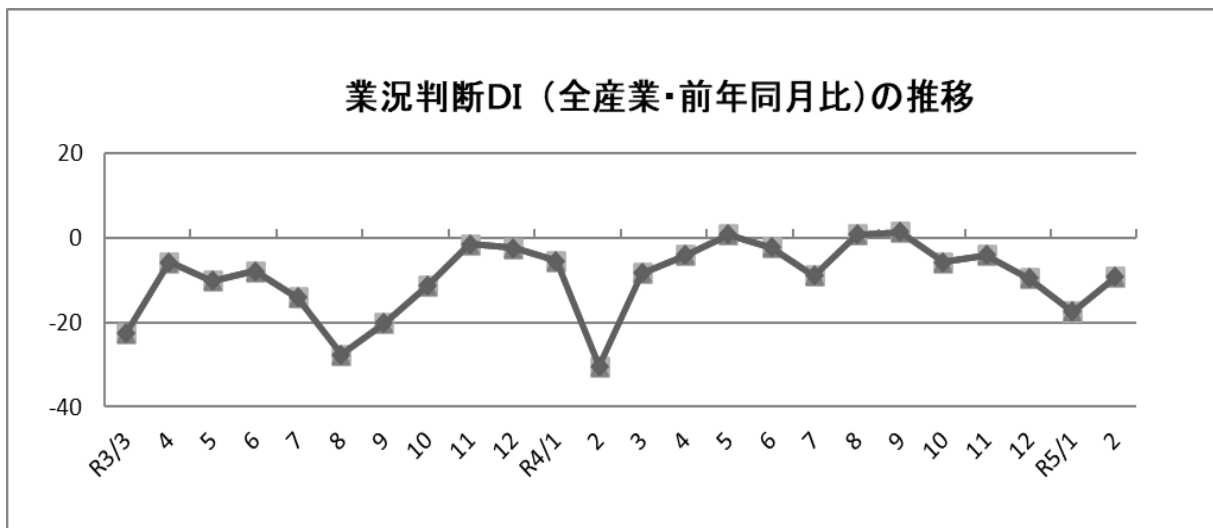
- 全産業合計の業況DI(前年同月比ベース)は、前月(▲17.5)よりマイナス幅が8.3ポイント縮小し、▲9.2となった。業種別では、飲食業はプラスからマイナスに転じた。卸売業が0のまま横ばいであった。小売業、製造業、建設業、サービス業はマイナス幅が縮小した。
- 全産業合計の水準DIは、前月(▲34.2)よりマイナス幅が9.8ポイント縮小し、▲24.4となった。業種別では、小売業、製造業、建設業、サービス業はマイナス幅が縮小し、卸売業、飲食業はマイナス幅が拡大した。

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	11.8 (11.7)	67.2 (59.1)	21.0 (29.2)	▲9.2 (▲17.5) ↗	9.2 (5.8)	57.2 (54.2)	33.6 (40.0)	▲24.4 (▲34.2) ↗
建設業	0.0 (5.3)	77.8 (63.1)	22.2 (31.6)	▲22.2 (▲26.3) ↗	0.0 (0.0)	77.8 (63.2)	22.2 (36.8)	▲22.2 (▲36.8) ↗
製造業	11.8 (16.7)	70.6 (38.9)	17.6 (44.4)	▲5.8 (▲27.7) ↗	11.8 (5.6)	41.1 (38.8)	47.1 (55.6)	▲35.3 (▲50.0) ↗
卸売業	23.1 (11.1)	53.8 (77.8)	23.1 (11.1)	0.0 (0.0) →	15.4 (11.1)	46.1 (55.6)	38.5 (33.3)	▲23.1 (▲22.2) ↘
小売業	9.1 (0.0)	72.7 (56.5)	18.2 (43.5)	▲9.1 (▲43.5) ↗	13.6 (0.0)	54.6 (47.8)	31.8 (52.2)	▲18.2 (▲52.2) ↗
飲食業	23.1 (23.1)	30.7 (61.5)	46.2 (15.4)	▲23.1 (7.7) ↘	7.7 (15.4)	46.1 (46.1)	46.2 (38.5)	▲38.5 (▲23.1) ↘
サービス業	11.1 (15.8)	75.0 (63.1)	13.9 (21.1)	▲2.8 (▲5.3) ↗	8.3 (7.9)	63.9 (63.2)	27.8 (28.9)	▲19.5 (▲21.0) ↗

()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



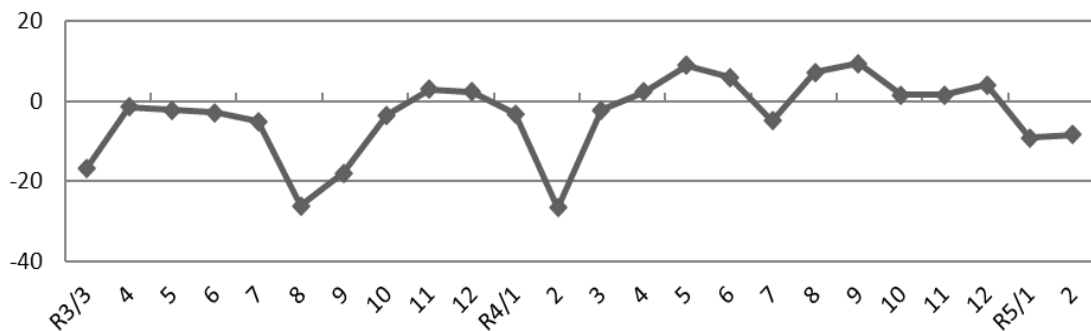
2. 売上高DI（前年同月比）

○全産業合計の売上高DIは、前月（▲9.2）よりマイナス幅が0.8ポイント縮小して、▲8.4となった。業種別に見ると、卸売業はプラスから0になった。飲食業はプラスからマイナスに転じ、サービス業はマイナスからプラスに転じた。小売業はマイナス幅が縮小し、製造業、建設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】

	R4年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	R5年1月	2月
全 体	▲ 26.5	▲ 2.3	2.4	9.0	6.0	▲ 4.9	7.2	9.4	1.6	1.6	4.0	▲ 9.2	▲ 8.4
建 設 業	▲ 23.8	▲ 25.0	▲ 15.8	▲ 19.1	▲ 21.0	▲ 36.8	▲ 10.5	▲ 10.5	▲ 20.0	5.0	▲ 25.0	▲ 15.8	▲ 27.7
製 造 業	▲ 52.7	0.0	▲ 16.6	▲ 10.0	5.5	▲ 12.5	5.9	15.8	0.0	▲ 5.0	11.1	▲ 5.5	▲ 11.7
卸 売 業	40.0	23.1	54.5	23.1	25.0	0.0	33.4	58.3	9.1	27.3	16.7	22.2	0.0
小 売 業	▲ 28.0	4.2	4.5	26.1	▲ 3.9	0.0	▲ 9.5	4.2	4.8	4.8	4.2	▲ 39.2	▲ 13.6
飲 食 業	▲ 80.0	▲ 35.3	0.0	7.2	11.8	5.9	33.4	20.0	30.8	▲ 6.6	7.2	23.1	▲ 23.1
サービス業	▲ 12.0	9.8	5.0	19.0	17.0	4.8	7.5	0.0	0.0	▲ 2.7	10.5	▲ 7.9	8.3

売上高DI（全産業・前年同月比）の推移



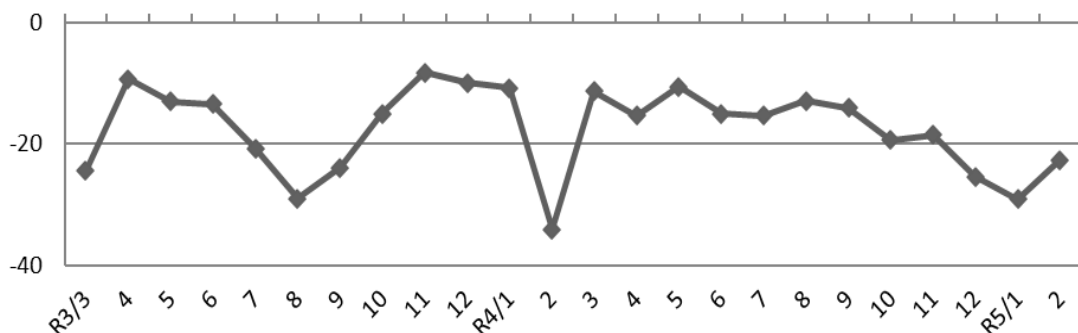
3. 営業利益DI（前年同月比）

○全産業合計の営業利益DIは、前月（▲29.1）よりマイナス幅が6.4ポイント縮小して、▲22.7となった。業種別に見ると、小売業、製造業、サービス業はマイナス幅が縮小し、飲食業、卸売業、建設業はマイナス幅が拡大した。

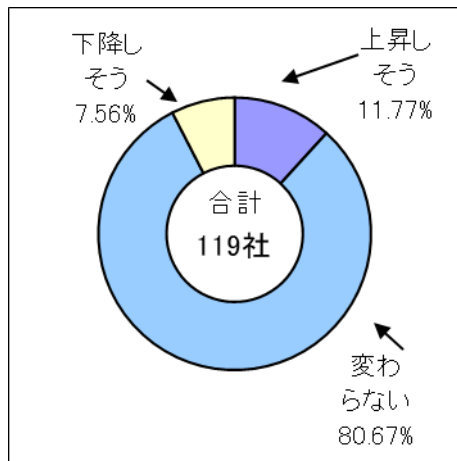
【対前年同月比営業利益業種別DIの推移】

	R4年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	R5年1月	2月
全 体	▲ 34.1	▲ 11.3	▲ 15.4	▲ 10.6	▲ 15.0	▲ 15.4	▲ 12.9	▲ 14.1	▲ 19.4	▲ 18.5	▲ 25.4	▲ 29.1	▲ 22.7
建 設 業	▲ 23.8	▲ 30.0	▲ 31.6	▲ 38.1	▲ 36.8	▲ 31.6	▲ 21.0	▲ 26.3	▲ 15.0	▲ 10.0	▲ 45.0	▲ 21.1	▲ 33.3
製 造 業	▲ 57.9	▲ 11.1	▲ 44.5	▲ 50.0	▲ 27.8	▲ 25.0	▲ 23.6	▲ 36.8	▲ 36.9	▲ 35.0	▲ 61.1	▲ 50.0	▲ 35.3
卸 売 業	0.0	▲ 7.7	27.3	15.4	▲ 8.3	▲ 9.1	25.0	25.0	▲ 18.2	▲ 18.2	▲ 25.0	▲ 11.1	▲ 23.1
小 売 業	▲ 16.0	4.1	0.0	8.7	▲ 23.1	▲ 27.8	▲ 42.9	▲ 4.2	▲ 28.6	▲ 9.6	▲ 12.5	▲ 52.2	▲ 13.7
飲 食 業	▲ 80.0	▲ 47.0	▲ 21.5	▲ 21.5	▲ 11.8	▲ 11.8	▲ 13.3	▲ 33.3	▲ 30.8	▲ 26.7	▲ 28.6	▲ 30.8	▲ 38.4
サービス業	▲ 31.0	2.4	▲ 12.5	7.1	2.4	▲ 2.4	0.0	▲ 7.7	▲ 5.0	▲ 16.2	▲ 5.2	▲ 13.2	▲ 11.1

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 ◇

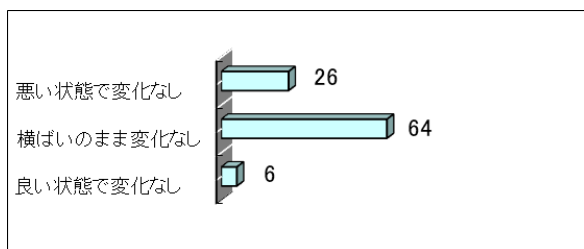


○令和5年3月～令和5年5月の見通しDIは、「上昇しそう」が前月の調査に比べ1.77ポイント上昇し11.77%、「下降しそう」が3.27ポイント下降し7.56%となった。業種別の見通しDIは建設業(▲5.5)、製造業(0.0)、卸売業(▲7.7)、小売業(0.0)、飲食業(30.8)、サービス業(8.3)であった。

➡「上昇しそう」では「2月の補正予算と4月以降の新年度の事業が発注になるため」(建設業)「5月以降は不明だが年度末の3月は仕事が動いているため」「3月の受注増、及び値上げの効果が期待できるため」(製造業)「花見シーズンや観光シーズンの到来で出歩く人が増えそうなため」(小売業)「会合などが増えそうなため」「暖かくなってくると外に出る機会が多くなってくるため」(飲食業)「職業訓練受講者数が増加傾向を維持しているため」(サービス業)といった声が寄せられた。また、「新型コロナウイルス感染症の対策が緩和されたため」、「インバウンドが増えそうなため」といった声が多く寄せられた。

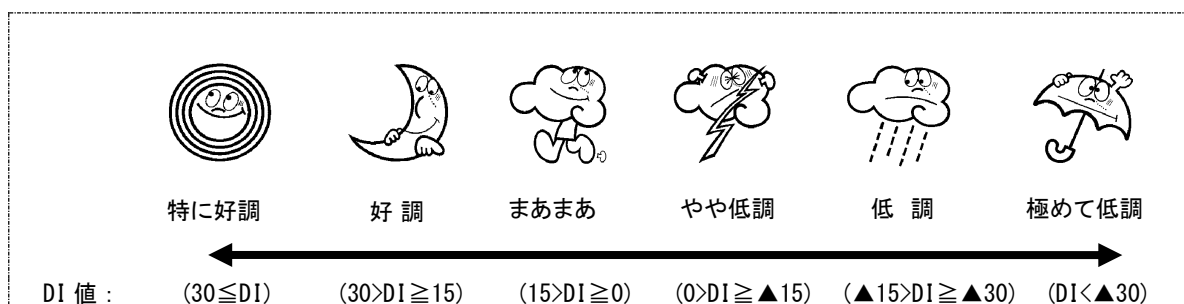
➡「変わらない」では「街中の工事が多い一方で、印刷業界には予算が回ってこない実感があるため」(製造業)といった声が寄せられた。

➡「下降しそう」では「新型コロナウイルス感染症の影響は軽減されてきているが、まだ完全回復には至らず不安なため」(建設業)「大口の取引先からの受注量が減っているため」(製造業)「仕入値上がりを販売価格に転嫁できていないことに加えて購買意欲が落ちているため」「新型コロナウイルス感染症に対する扱いが変わり関連用品の出る量が減りそうなため」(卸売業)「受注を期待できる案件がないため」「施設改修のため集客を控えざるを得ないため」(サービス業)といった声が寄せられた。

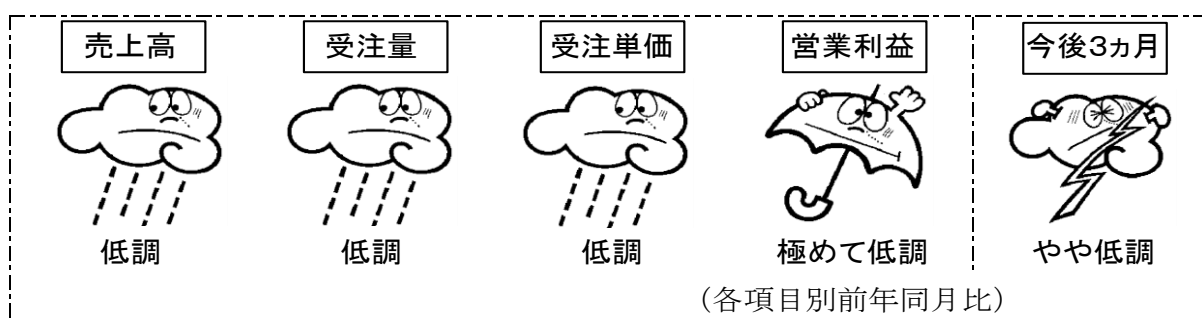


業種別景況

<DI | 君の景況判断>



1. 建設業



【項目別DIの推移】

	R4年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	R5年1月	2月
売上高	▲ 23.8	▲ 25.0	▲ 15.8	▲ 19.1	▲ 21.0	▲ 36.8	▲ 10.5	▲ 10.5	▲ 20.0	5.0	▲ 25.0	▲ 15.8	▲ 27.7
受注量	▲ 42.9	▲ 30.0	▲ 21.0	▲ 23.8	▲ 15.8	▲ 31.6	▲ 5.3	▲ 15.8	10.0	0.0	▲ 30.0	▲ 21.0	▲ 27.8
受注単価	▲ 19.0	▲ 10.0	10.5	▲ 4.7	5.3	▲ 10.5	▲ 5.3	▲ 5.2	▲ 15.0	0.0	▲ 5.0	▲ 5.3	▲ 16.7
営業利益	▲ 23.8	▲ 30.0	▲ 31.6	▲ 38.1	▲ 36.8	▲ 31.6	▲ 21.0	▲ 26.3	▲ 15.0	▲ 10.0	▲ 45.0	▲ 21.1	▲ 33.3
見通し	▲ 19.0	▲ 5.0	0.0	▲ 4.7	10.5	0.0	0.0	0.0	0.0	▲ 10.0	▲ 5.0	▲ 5.2	▲ 5.5

<経営者の目・見方・e t c >

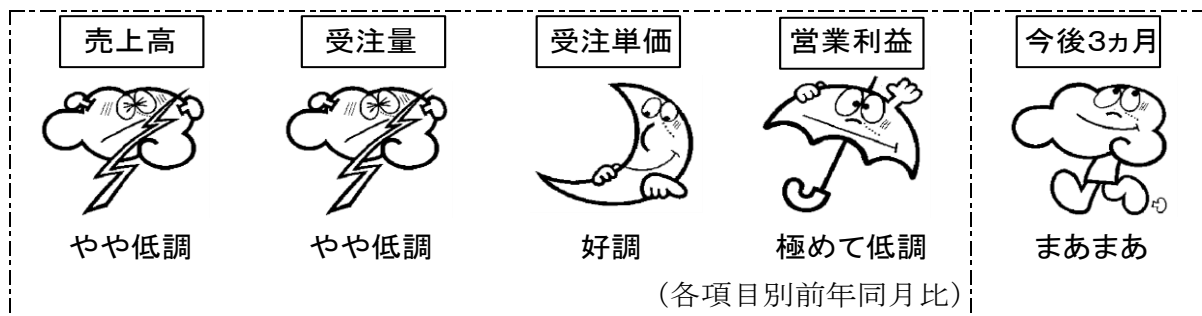
電気工事

・中小企業エネルギーコスト削減助成金の申請が金額は少ないが、数が多くあった。

鉄工

・前月同様で大きな変化はなかった。

2. 製造業



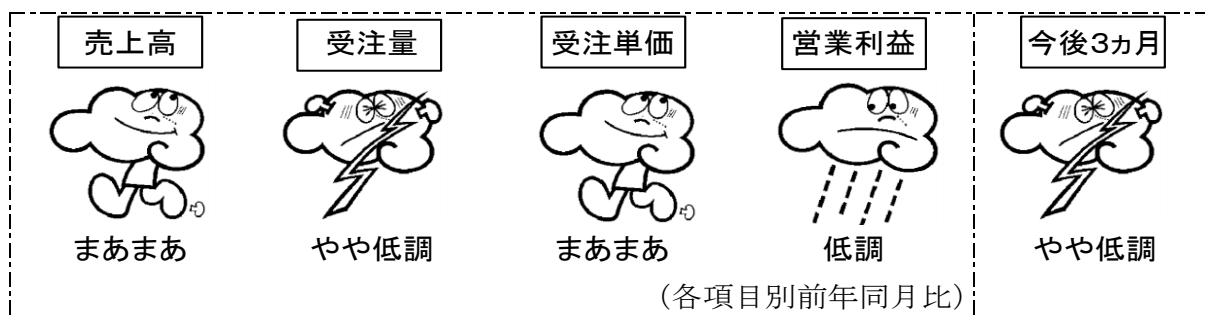
【項目別DIの推移】

	R4年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	R5年1月	2月
売上高	▲ 52.7	0.0	▲ 16.6	▲ 10.0	5.5	▲ 12.5	5.9	15.8	0.0	▲ 5.0	11.1	▲ 5.5	▲ 11.7
受注量	▲ 47.4	5.5	▲ 22.2	10.0	11.1	▲ 25.0	▲ 11.7	15.8	▲ 15.8	▲ 5.0	▲ 16.6	▲ 27.8	▲ 11.7
受注単価	▲ 21.0	▲ 5.5	11.1	5.0	16.7	6.2	11.7	15.8	21.1	20.0	11.1	16.6	23.5
営業利益	▲ 57.9	▲ 11.1	▲ 44.5	▲ 50.0	▲ 27.8	▲ 25.0	▲ 23.6	▲ 36.8	▲ 36.9	▲ 35.0	▲ 61.1	▲ 50.0	▲ 35.3
見通し	5.3	▲ 22.2	▲ 16.7	▲ 5.0	5.5	▲ 12.5	5.8	0.0	0.0	▲ 5.0	▲ 27.7	22.2	0.0

<経営者の目・見方・e t c>

- | | |
|--|--|
| <p>小型情報機器組立</p> <p>精密機器組立</p> <p>紙器</p> <p>印刷</p> <p>清酒製造業</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・電気代の高騰が非常に頭を悩ませる問題となっている。 ・回復の兆しはあるのだが、足踏み状態である。 ・現状、あまり動きはないが来月に期待したい。主な得意先の受注単価の変更は4月になりそうである。 ・印刷業界と取引のある公立の学校や官公庁などは予算に基づいて業務委託をしているが、この印刷用紙や印刷資材などの物価高騰に対する反応と理解がなかなか難しい。 ・イベント等へ誘われることが多くなってきている。 |
|--|--|

3. 卸売業



【項目別DIの推移】

	R4年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	R5年1月	2月
売上高	40.0	23.1	54.5	23.1	25.0	0.0	33.4	58.3	9.1	27.3	16.7	22.2	0.0
販売客数	▲10.0	7.7	18.2	7.7	16.7	▲27.3	16.7	25.0	9.1	▲9.1	0.0	0.0	▲7.7
販売客単価	20.0	30.8	36.4	38.5	41.7	9.1	41.7	50.0	36.4	18.2	8.4	22.2	0.0
営業利益	0.0	▲7.7	27.3	15.4	▲8.3	▲9.1	25.0	25.0	▲18.2	▲18.2	▲25.0	▲11.1	▲23.1
見通し	10.0	0.0	▲9.1	0.0	8.4	▲18.2	▲16.7	0.0	▲18.2	▲18.2	▲16.7	0.0	▲7.7

<経営者の目・見方・e t c>

青果

・前年の単価から比べると玉ねぎやジャガイモが半値近くになっている。主力の野菜の単価が今後3月以降も下がる予想となっており非常に厳しい状況下である。物価高の影響もあり果実の売上も厳しい数値となっている。

業務用食品

・仕入価格の値上げが続き、販売価格案内の実施が遅れて後追いになり粗利率低下の傾向になっている。

土産品

・観光客も増え消費も活発化されているが思ったほど良くなっていないように感じる。

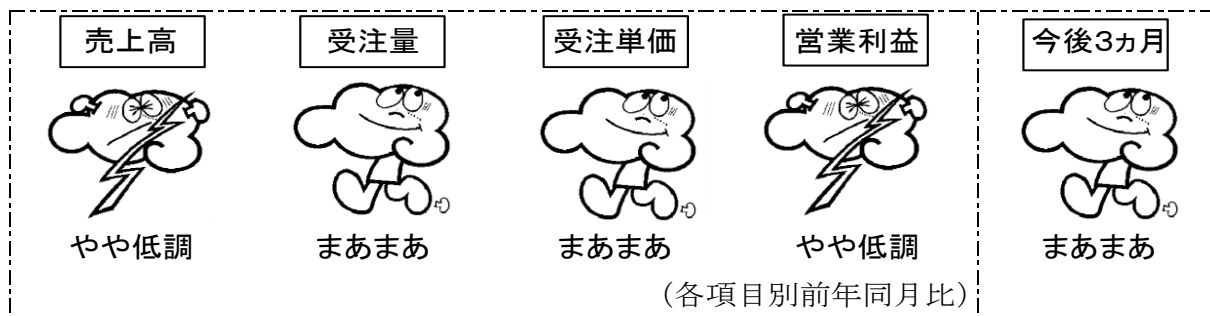
金属製品

・自動車や半導体関連はここへきて回復の兆しが見えてきた。建築関連も大型物件をはじめ動き出している。新型コロナウイルス感染症の対策緩和により物量は戻ってきてはいるが、すべてのものが値上げ状態となり、原価値上がり分を価格転嫁できるかが今後の課題である。

自転車

・3月、4月と仕入価格の改定があるが駆け込み需要は少なかった。価格転嫁ができない状態にある。

4. 小売業



【項目別DIの推移】

	R4年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	R5年1月	2月
売上高	▲ 28.0	4.2	4.5	26.1	▲ 3.9	0.0	▲ 9.5	4.2	4.8	4.8	4.2	▲ 39.2	▲ 13.6
販売客数	▲ 32.0	▲ 4.2	4.6	17.4	▲ 15.4	▲ 33.3	▲ 9.6	4.1	0.0	▲ 4.8	▲ 4.1	▲ 39.1	0.0
販売客単価	4.0	16.7	0.0	8.7	▲ 11.5	▲ 11.1	4.8	0.0	▲ 4.8	0.0	12.5	▲ 26.1	13.6
営業利益	▲ 16.0	4.1	0.0	8.7	▲ 23.1	▲ 27.8	▲ 42.9	▲ 4.2	▲ 28.6	▲ 9.6	▲ 12.5	▲ 52.2	▲ 13.7
見通し	▲ 12.0	0.0	4.6	8.7	▲ 11.5	▲ 27.7	▲ 9.5	▲ 4.2	▲ 4.7	9.5	▲ 16.6	▲ 8.7	0.0

<経営者の目・見方・e t c>

洋菓子店

- ・業界全体が悪いように感じる。バレンタインも横ばいか例年よりも悪い位であった。消費者の動きが悪く、今後の見通しが立たない状態である。
- ・人の動きが活発になってきたように感じる。そのためかギフト商品が多く出ている。4月から様々な材料の値上げが決定しており自社の価値をしっかりと発信していかなければならない。

和菓子

- ・寒い時期なので人出が少なかった。

生鮮食品

- ・今月の松本の積雪量が多い時で30cm近くなる事があり、その際にはお昼ごろにお店を閉めた。本店では去年より売上が多かった。それだけ人々が出かけ、また観光客も多かったのではないかと思う。

化粧品

- ・バレンタインや卒業の時期となり、例年になくギフトの売上が増えた。

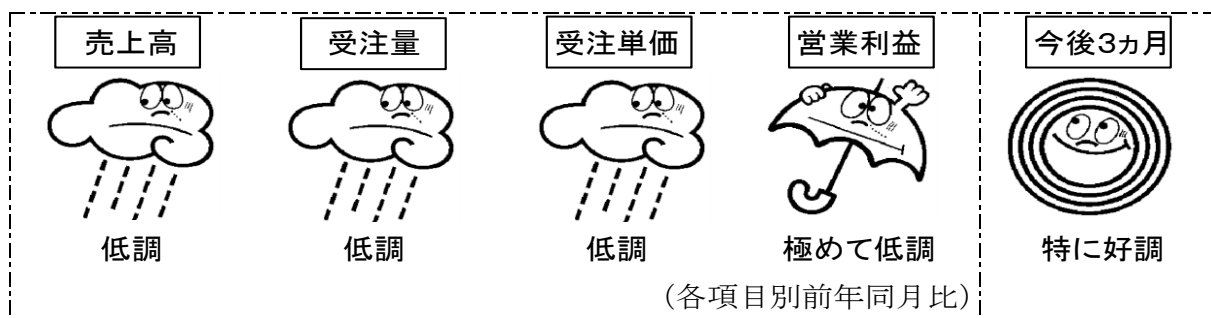
印章

- ・マツモト建築芸術祭により、少しずつ人の動きが出てきているのでコロナ禍以前の景気に戻ってくれることを願う。インボイス登録番号表示用のスタンプの注文が入りだしているのが好機と捉えたい。松本パルコが2年後に閉店すると報じられた。長野銀行と八十二銀行の合併も2年後と松本がこの先どうなっていくのか不安である。

印章・刃物研ぎ

- ・松本まちなかゼミナールが例年通り始まり申込2日目でいっぱいになりキャンセル待ちになった。早く元の年2回開催に戻してほしい。

5. 飲食業



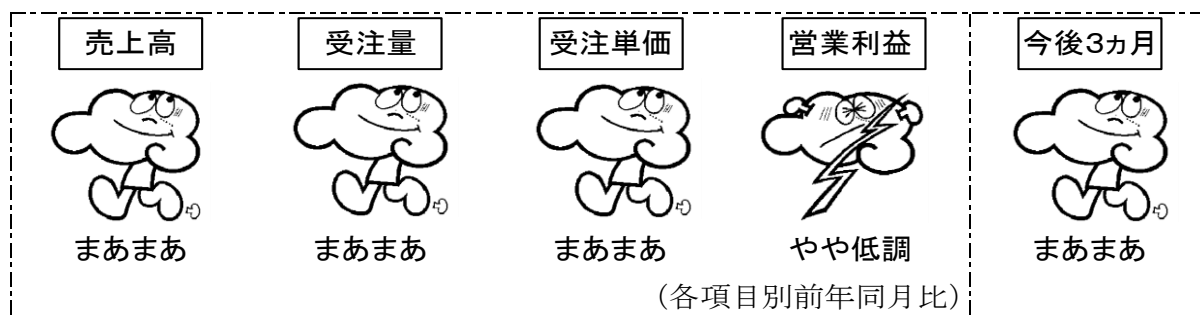
【項目別DIの推移】

	R4年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	R5年1月	2月
売上高	▲ 80.0	▲ 35.3	0.0	7.2	11.8	5.9	33.4	20.0	30.8	▲ 6.6	7.2	23.1	▲ 23.1
販売客数	▲ 86.7	▲ 35.3	7.2	0.0	11.8	11.8	20.0	13.3	23.1	0.0	▲ 7.1	23.1	▲ 23.1
販売客単価	▲ 53.3	▲ 35.3	▲ 7.2	0.0	▲ 5.9	▲ 11.7	6.7	▲ 6.7	7.7	13.3	▲ 28.6	7.7	▲ 15.4
営業利益	▲ 80.0	▲ 47.0	▲ 21.5	▲ 21.5	▲ 11.8	▲ 11.8	▲ 13.3	▲ 33.3	▲ 30.8	▲ 26.7	▲ 28.6	▲ 30.8	▲ 38.4
見通し	13.3	11.8	7.2	7.1	11.8	▲ 11.8	▲ 20.0	6.7	▲ 7.7	13.3	0.0	0.0	30.8

<経営者の目・見方・etc>

- | | |
|------|--|
| 料理 | ・物価の高騰により値上げをしたいのだがなかなかできずすぐに1ヵ月がたってしまった。 |
| 寿司 | ・久しぶりに大雪が降った日があった。前回の教訓が活かされ大きな交通障害もなく、物資の流通も通常時より少し遅れてくる位であった。大雪の当日は予約もキャンセルになり早々に店を閉めて雪かきに汗を流した。 |
| 食堂 | ・1月に続き、寒波や大雪等で振り回されている。2月に入ったら材料費や原料費などが異様に値上がりしており、なかなか営業利益が上がってこない。
・人出が多くにぎやかになり、来店客数も増え売上増になった。土日のイオンモール周辺は混雑するようになった。 |
| 郷土料理 | ・全国旅行支援のクーポンの利用が多い。地域の会合などの予約も少しずつ入って来ているが、寒さのせいかな平日のお客様の入りは少ない。 |
| 創作料理 | ・コロナ禍以前は2月～4月が1年間の売上の大半を占めていたのだが今年の2月は客の動きがほとんどなかった。新型コロナウイルス感染症に関する規制が緩和されていく中、今後どのようにしていくのかはわからない。地域性もあると思うが、すぐには動き出さないと思う。材料の値上げがどこまでいくのか懸念材料であると同時に、値上げ分を客単価に反映し難い。地域内のスポーツ団体等が動き出さなければ、今後の見通しがたってこない。 |

6. サービス業



【項目別DIの推移】

	R4年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	R5年1月	2月
売上高	▲ 12.0	9.8	5.0	19.0	17.0	4.8	7.5	0.0	0.0	▲ 2.7	10.5	▲ 7.9	8.3
販売客数	▲ 23.8	▲ 4.8	▲ 2.5	11.9	7.4	2.4	7.5	▲ 2.6	7.5	5.4	▲ 5.2	▲ 7.9	8.3
販売客単価	▲ 14.3	0.0	0.0	0.0	7.3	▲ 2.4	2.5	5.1	7.5	10.8	5.2	13.2	11.1
営業利益	▲ 31.0	2.4	▲ 12.5	7.1	2.4	▲ 2.4	0.0	▲ 7.7	▲ 5.0	▲ 16.2	▲ 5.2	▲ 13.2	▲ 11.1
見通し	2.3	2.5	15.0	9.6	4.9	7.1	15.0	5.1	2.5	▲ 5.4	▲ 5.2	▲ 5.3	8.3

<経営者の目・見方・etc>

旅館	・人手不足が慢性的なものとなっている。
温泉旅館	・2月は風呂等の改修工事のため休業していた。
ホテル	・売上高は概ね良い。全国旅行支援やまつもと冬割キャンペーンの影響が多大にある。しかし電気代の値上がりが尋常ではなく、収益に影響が出ている。
ホームクリーニング・リネンサプライ業	・マツモト建築芸術祭が今年も行われ、段々と以前の生活様式に戻ってきている感じがある。
リラクゼーション	・ホームクリーニング事業の売上はコロナ禍以前には戻ってこないが、リネンサプライ事業の売上はコロナ禍以前に戻ってきている。
美容	・物価の上昇による経費UPが非常に厳しい。
ペットサービス	・イベントが開催されるようになり、人出が多くなってきているので美容にかけるお金や時間が増えてくることを期待したい。
機械設計	・人員不足が深刻な問題である。また、光熱費などの高騰も経営を圧迫している。
タクシー	・来期の仕事が入ってきているがまだモノの入りが悪い。様々な物の価格上昇が続いており、ユーザーに対して出す見積もりが厳しい状況である。
ソフトウェア	・諸物価の値上がり品目が増える中でオートガスも3月からは大幅に値上げとなるようである。
	・一部のメーカー、流通、不動産関係のシステム投資は堅調だが、中小規模の企業では抑制気味である。相変わらず、地方には下請構造の最下層レベルの仕事しかない。疑似派遣のSESながら、人材教育の面でも悪影響があるので、多重請負が悪という認識、また零細下請は技術があっても仕事がないという状況はおかしいのではないかと考えている。

