

松本市の景気動向

— 中小企業景気動向基本調査 —

【令和7年2月】

■調査概要（データ対象期間：令和7年2月1日～2月28日）

○調査期間：令和7年2月28日～令和7年3月19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及び全会員対象のWeb景気動向調査アンケート

○回収状況：建設業16企業、製造業22企業、卸売業16企業、小売業19企業
飲食業15企業、サービス業49企業（運輸、不動産仲介業を含む）
<合計137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

○判断の基準

	好調	やや好調	横ばい	やや低調	低調
DI値	DI ≥ 20	20 > DI > 5	5 ≥ DI ≥ ▲5	▲5 > DI > ▲20	▲20 ≥ DI

1. 業況判断

- 全産業合計の業況DI(前年同月比ベース)は低調
前月(やや低調)から悪化(▲13.2→▲22.6)
- 全産業合計の水準DIは低調
前月(低調)から悪化(▲23.9→▲30.7)

	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業	サービス業
業況DI	低調	低調	横ばい	低調	低調	やや低調
水準DI	低調	低調	やや低調	低調	低調	低調

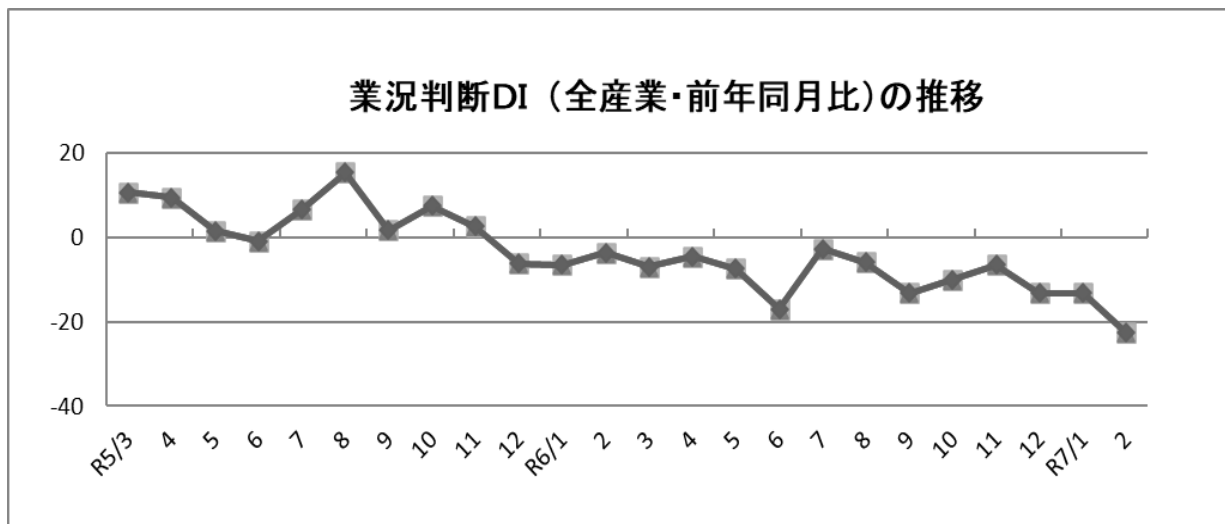
	業況[前年同月比]					今月の水準				
	好転%	不変%	悪化%	DI	前月との差	良い%	普通%	悪い%	DI	前月との差
合計	8.8 (17.6)	59.8 (51.6)	31.4 (30.8)	▲22.6 (▲13.2)	▲9.4	8.0 (13.2)	53.3 (49.7)	38.7 (37.1)	▲30.7 (▲23.9)	▲6.8
建設業	0.0 (0.0)	56.2 (58.8)	43.8 (41.2)	▲43.8 (▲41.2)	▲2.6	0.0 (0.0)	56.2 (64.7)	43.8 (35.3)	▲43.8 (▲35.3)	▲8.5
製造業	9.1 (28.6)	59.1 (33.3)	31.8 (38.1)	▲22.7 (▲9.5)	▲13.2	4.5 (19.0)	54.6 (38.1)	40.9 (42.9)	▲36.4 (▲23.9)	▲12.5
卸売業	12.5 (30.0)	75.0 (45.0)	12.5 (25.0)	0.0 (5.0)	▲5.0	18.8 (20.0)	56.2 (45.0)	25.0 (35.0)	▲6.2 (▲15.0)	8.8
小売業	10.5 (19.4)	52.7 (51.6)	36.8 (29.0)	▲26.3 (▲9.6)	▲16.7	10.5 (22.6)	52.7 (51.6)	36.8 (25.8)	▲26.3 (▲3.2)	▲23.1
飲食業	13.3 (16.7)	33.4 (27.7)	53.3 (55.6)	▲40.0 (▲38.9)	▲1.1	20.0 (11.1)	20.0 (16.7)	60.0 (72.2)	▲40.0 (▲61.1)	21.1
サービス業	8.2 (13.5)	67.3 (67.3)	24.5 (19.2)	▲16.3 (▲5.7)	▲10.6	4.1 (7.7)	61.2 (61.5)	34.7 (30.8)	▲30.6 (▲23.1)	▲7.5

※緑色の部分が前年同月と比較し増加した業種となります。

()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



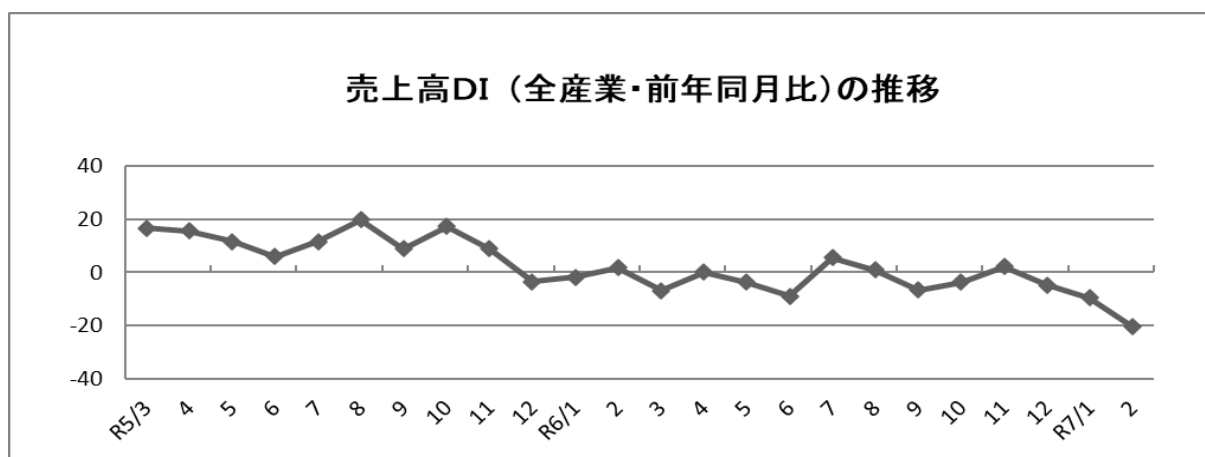
2. 売上高

- 全産業合計の売上高DIは、低調。
前月(やや低調)から悪化(▲9.5→▲20.4)

業種ごとの売上高DI(前年同月比ベース)					
建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業	サービス業
低調	やや低調	やや低調	やや低調	低調	やや低調

【対前年同月比全産業合計売上高DIの推移】

R6年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	R7年1月	2月
1.8	▲6.9	0.0	▲3.7	▲8.9	5.5	1.0	▲6.5	▲3.7	2.1	▲4.7	▲9.5	▲20.4



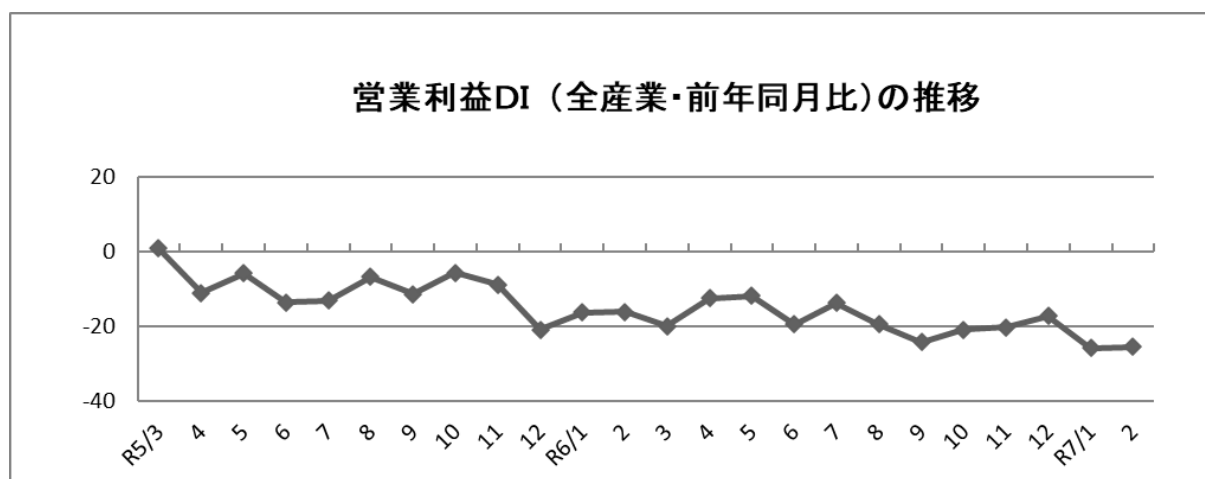
3. 営業利益

- 全産業合計の営業利益DIは低調。
前月(低調)から好転(▲25.8→▲25.6)

業種ごとの営業利益DI(前年同月比ベース)					
建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業	サービス業
低調	やや低調	やや低調	低調	低調	やや低調

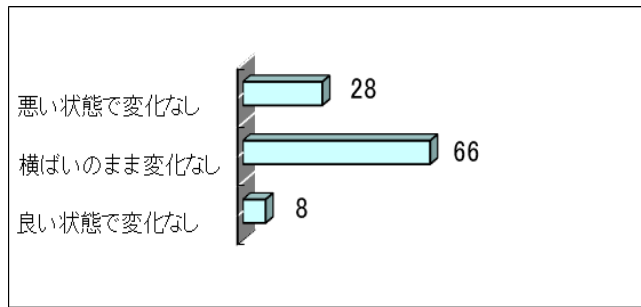
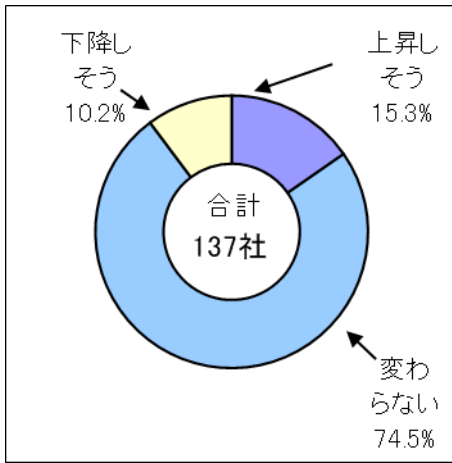
【対前年同月比全産業営業利益DIの推移】

R6年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	R7年1月	2月
▲16.2	▲20.0	▲12.6	▲11.9	▲19.6	▲13.9	▲19.6	▲24.3	▲21.0	▲20.3	▲17.3	▲25.8	▲25.6



◆ 『変わらない』の内訳 ◆

◇ 向こう3ヵ月の見通し ◇



令和7年3月～5月の見通しDIは、

「上昇しそう」が増え(12.6%→15.3%)、「下降しそう」は減った(13.2%→10.2%)

業種ごとの見通しDI					
建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業	サービス業
やや低調	やや好調	やや好調	低調	やや好調	やや好調

今後3ヶ月の見通しに対する各業種のコメント

【建設業】

「上昇しそう」 新年度工事が発注されるため

「下降しそう」 資材単価高騰と受注量が下がるため

【製造業】

「上昇しそう」 年度末からゴールデンウィーク前の繁忙期に期待しているため

航空宇宙、防衛、モビリティ関連等の受注増が見込まれるため

受注増加の見込みと繁忙期による売上増が見込めるため

受注の増加のため

在庫調整が落ち着いてきたため

「変わらない」 売上改善の見込みがたたないのに資材高騰で業績も圧迫しているため

【卸売業】

「上昇しそう」 会食の機会が増えるため

春休みもあり観光客が増加するため

年度末需要へ期待しているため

2025年4月からの4号特例縮小等の建築基準法改正を受けた駆け込み需要による発注増を見込むため

販売価格改定が実施されるため

「変わらない」 暖かい日が続き外出が多くなるため

「下降しそう」 5月までの受注が減少しているため

【小売業】

「変わらない」 売上が伸びる要素が見当たらないため

「下降しそう」 物価高で消費が低迷しているため

折込みチラシの減少、購読者数の減少、取り扱い新聞の廃止のため

他メーカーとの競合激化のため

中信地区に建設現場が少ないため

【飲食業】

「上昇しそう」 歓送迎会等宴会需要増加のため
3月以降暖かくなれば客足も良くなるため
歓送迎会や桜の開花のため

「下降しそう」 打つ手がないため

【サービス業】

「上昇しそう」 現在のプロジェクトの他保留中の引き合いが数件あるため
暖かくなり観光客が動き出すため
来期のテーマが決まるため
季節的要因のため
ビジネス需要が堅調なため
3月より観光シーズンが始まり売上が上昇する傾向にあるため

「下降しそう」 仕入など値上がりのため
中心商店街から大型店が撤退したため

業種別景況

1. 建設業

売上高	受注量	受注単価	営業利益	今後3ヵ月の見通し
低調	低調	やや低調	低調	やや低調
前月比 8.5減少	前月比 3.3増加	前月比 5.1増加	前月比 2.6減少	前月比 0.3減少

【項目別DIの推移】

	R6年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	R7年1月	2月
売上高	▲13.3	▲22.2	▲21.0	▲25.0	▲38.8	▲25.0	▲29.4	▲27.7	▲28.6	▲10.5	▲9.1	▲35.3	▲43.8
受注量	▲26.6	▲16.6	▲21.1	▲30.0	▲27.7	▲25.0	▲41.2	▲27.7	▲42.9	▲36.8	▲36.4	▲47.1	▲43.8
受注単価	0.0	0.0	0.0	5.0	▲5.6	▲6.2	▲17.6	▲5.5	▲14.3	▲31.5	0.0	▲17.6	▲12.5
営業利益	▲13.3	▲22.2	▲21.0	▲30.0	▲50.0	▲43.8	▲41.2	▲33.3	▲35.8	▲31.5	▲27.3	▲41.2	▲43.8
見通し	▲13.3	▲11.1	0.0	15.0	5.5	▲12.5	▲11.8	0.0	▲14.3	▲26.3	▲4.6	▲5.9	▲6.2

<経営者の目・見方・etc>

鉄工

・建設業全般であるが、コスト高、製造単価減といった相反する傾向が見受けられる。需要減が主たる原因と考えられるが、働き方改革のベースがすべての指標で右肩上がりの想定での話だと思われる。これから中小企業には逆風が待ち受けている気がしてならない。

土木工事

・持続可能な観光において、松本市のインバウンドに対する維持、管理が大切である。

(コメント)

地域特性と状況

松本市の建設業は、公共工事への依存度が高い構造となっている。補正予算による発注の増加に一定の期待はあるものの、民間建築需要の低下が著しく、工場の稼働率低下に直結している。受注単価の下落が続いており、資材の納期遅延や価格高騰による工期の長期化・コスト増加が経営を圧迫している。

総括コメント

全国的な建築不況の影響を受け、松本市内の建設業も受注量減少とコスト上昇という二重の課題に直面している。公共工事への期待はあるが、民間需要の不振を補うには不十分であり、新規市場の開拓や業態転換の必要性が高まっている。

2. 製造業

売上高	受注量	受注単価	営業利益	今後3ヵ月の見通し
やや低調	やや低調	やや好調	やや低調	やや好調
前月比 8.6減少	前月比 8.6減少	前月比 4.3増加	前月比 0.9増加	前月比 13.6増加

【項目別DIの推移】

	R6年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	R7年1月	2月
売上高	6.2	▲ 31.5	▲ 5.9	5.0	▲ 22.2	38.9	▲ 18.7	▲ 13.4	10.5	0.0	3.6	▲ 9.6	▲ 18.2
受注量	0.0	▲ 31.6	▲ 23.5	▲ 5.0	▲ 11.1	27.8	▲ 25.0	0.0	▲ 15.7	▲ 8.7	0.0	▲ 9.6	▲ 18.2
受注単価	12.5	▲ 10.5	11.7	15.0	11.1	33.3	6.3	13.3	31.5	4.3	21.4	4.8	9.1
営業利益	▲ 25.0	▲ 57.9	▲ 35.3	0.0	▲ 16.6	5.5	▲ 18.7	▲ 13.4	▲ 15.7	▲ 30.5	0.0	▲ 19.1	▲ 18.2
見通し	6.3	0.0	0.0	0.0	11.1	▲ 16.7	0.0	13.3	▲ 21.1	▲ 4.4	0.0	0.0	13.6

<経営者の目・見方・etc>

印刷

・年度末に向けての動きとしては、残業もない程ボリューム感に乏しい印象である。印刷業界は取引のある企業とのカード払いが全く概念として存在していない。ポイントバックや、引き落としまで支払いサイト日数を調整可能なことがメリットだが、業界全体として法人カードを積極的に活用している様子はあまり見られない。個人だとPayPayや楽天経済圏などもすでにメジャーとなっているだけに、紙卸は、ディーラー側などの支払い方法の多様化への対応も大幅に遅れているものと思われる。

小型情報機器組立

・先の見通しがわからない中でもなぜか注文が増えている。小ロットの注文が多い。

金属塗装

・受注、売上の減少が心配である。

(コメント)

地域特性と状況

大口取引先の業績悪化や設備投資の停滞により、受注量が減少している企業が多い。仕入コストの上昇を販売価格に転嫁することが困難なため、利益率が圧迫されている。設備投資には慎重な姿勢が見られる一方で、新たな販路の開拓や高付加価値製品の開発に取り組む企業も増えている。

総括コメント

従来市場だけでは成長が見込めず、技術革新やデジタル化、販路拡大が不可欠となっている。地域内での企業間連携や生産性向上を図るためのデジタル技術の導入が、持続的な発展のカギを握る。

3. 卸売業

売上高	販売客数	販売客単価	営業利益	今後3ヵ月の見通し
やや低調	横ばい	横ばい	やや低調	やや好調
前月比 11.3減少	前月比 15.0増加	前月比 30.0減少	前月比 2.5増加	前月比 13.8増加

【項目別DIの推移】

	R6年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	R7年1月	2月
売上高	0.0	▲ 7.7	▲ 15.4	▲ 6.7	▲ 38.5	23.1	0.0	▲ 7.7	9.1	21.4	▲ 13.7	5.0	▲ 6.3
販売客数	▲ 7.7	0.0	▲ 15.4	6.6	▲ 30.8	15.4	0.0	▲ 15.4	0.0	▲ 7.2	▲ 13.6	▲ 15.0	0.0
販売客単価	0.0	0.0	0.0	20.0	▲ 7.7	15.4	▲ 10.0	▲ 15.4	▲ 9.1	21.4	▲ 9.1	30.0	0.0
営業利益	▲ 23.1	▲ 7.7	▲ 7.7	0.0	▲ 46.2	▲ 15.4	▲ 40.0	▲ 46.1	9.1	0.0	▲ 18.2	▲ 15.0	▲ 12.5
見通し	0.0	▲ 7.7	15.4	0.0	▲ 30.8	▲ 23.1	0.0	0.0	0.0	0.0	▲ 22.8	5.0	18.8

<経営者の目・見方・etc>

魚介類	・天候不順で寒暖差があり仕入に苦労した。
自転車	・松本市で子ども乗せ自転車の購入時の補助が継続されることになった。
土産品	・観光業界はインバウンド増もあり賑わいが継続している。
金属製品	・年度末での決算も多く、また生産調整も相まって物量は低調に推移している。 しかし、板関連の流通は中部鋼鉄の爆発事故の影響もあり、先々の品薄に不安を抱えている。総体的に荷動きが悪く、メーカー及び流通も弱気であるが、経費アップ分をいかに転嫁していくかが課題である。
製菓材料卸売	・原材料値上げが止まらない。
木材・建材	・2月は降雪が少なかった影響により、建築現場の進捗状況は順調で、例年の2月に比べると荷動きは順調である。また、物流面の停滞もなかった。
建設資材	・物価の上昇に伴う賃金の適正な上昇率の算定方法及び個人への課税について知りたい。

(コメント)

地域特性と状況

原材料価格や物流費の高騰により、仕入価格が上昇する一方で販売価格への転嫁が進まず、利益率の低下が課題となっている。観光需要に支えられる商品群と、生活必需品の需要鈍化という二極化が進行している。特に建築資材の流通においては、建設需要の停滞に伴う販売減少が目立っている。

総括コメント

松本市の卸売業は、観光向け商品と一般消費財との需要の乖離が拡大しており、収益の安定性を確保するためには、コスト構造の見直しと価格戦略の再構築が必要である。為替変動リスクにも十分な備えが求められる。

4. 小売業

売上高	販売客数	販売客単価	営業利益	今後3ヵ月の見通し
やや低調	低調	やや低調	低調	低調
前月比 12.5減少	前月比 28.3減少	前月比 11.8減少	前月比 1.6増加	前月比 23.1減少

【項目別DIの推移】

	R6年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	R7年1月	2月
売上高	9.1	19.1	6.6	▲ 16.0	18.8	▲ 6.2	6.6	5.0	▲ 21.0	18.2	20.0	▲ 3.2	▲ 15.7
販売客数	9.1	0.0	0.0	▲ 16.0	6.2	▲ 18.7	▲ 6.6	▲ 15.0	▲ 42.1	0.0	▲ 16.0	▲ 3.3	▲ 31.6
販売客単価	9.1	19.1	20.0	▲ 12.0	12.5	▲ 6.2	▲ 6.6	10.0	▲ 10.5	4.6	0.0	6.5	▲ 5.3
営業利益	▲ 18.2	▲ 19.0	6.7	▲ 24.0	0.0	▲ 31.2	0.0	▲ 25.0	▲ 36.8	▲ 18.2	▲ 8.0	▲ 22.6	▲ 21.0
見通し	18.2	0.0	0.0	0.0	0.0	▲ 12.5	▲ 13.3	▲ 10.0	▲ 26.3	▲ 13.7	▲ 12.0	▲ 3.2	▲ 26.3

<経営者の目・見方・etc>

パン

・今までのモノを売るかたちから、さらに変わってきているように感じる。コスト消費から、それぞれに合ったストーリーまでを汲んでいく思いが大切である。

印章

・イトーヨーカドー、PARCO、井上の閉店が中心市街地にどんな影響をもたらすのか注視したい。松本城のプロジェクトマップの集客力は素晴らしかったので、人々を夜の街へ向かわせる仕掛けがあるともっと良いと思う。業績がコロナ禍前に戻りつつあるのはありがたい。

ガラスサッシ

・メーカー送料の大幅アップで、商品に乗せることができず苦労している。また、問屋もしくはメーカーでも一様ではなくまちまちなのでアンケートを取って調べてほしい。

洋菓子店

・業界としては材料費の値上がりが止まらず、菓子も値上げをしているので消費が低迷している。

印章・刃物研ぎ

・井上、PARCOと松本の目玉がなくなり、中心商店街に活気が欠けてしまうだろう。商店街の知恵の結束が必要だ。

宝石

・PARCOの閉店に伴い今後の人の流れが気になるところだ。

生鮮食品

・昨年より雪の日がなく良かった。PARCOの閉店でこんなに騒ぎになると思わなかった。売上も半分になっていたと言う。地元の店舗を大事にしないといけない。

(コメント)

地域特性と状況

松本市中心部に位置する大型商業施設の相次ぐ撤退により、商圈の縮小が懸念されている。物価上昇により消費者の購買意欲は減退し、高価格帯商品が売れにくくなっている。観光客向け商品には一定の需要があるが、地元住民の消費は低調である。電子商取引(EC)の導入を模索する動きが見られる。

総括コメント

実店舗依存の営業形態から脱却し、オンライン販売や地域密着型のマーケティング戦略への転換が求められる。消費行動の変化に柔軟に対応することで、持続的な成長の道筋を描く必要がある。

5. 飲食業

売上高	販売客数	販売客単価	営業利益	今後3ヵ月の見通し
低調	低調	やや低調	低調	やや好調
前月比 17.8減少	前月比 17.8減少	前月比 13.4減少	前月比 1.1増加	前月比 7.8増加

【項目別DIの推移】

	R6年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	R7年1月	2月
売上高	0.0	▲ 33.3	0.0	0.0	33.3	16.7	45.4	0.0	7.7	26.7	▲ 5.9	▲ 22.2	▲ 40.0
販売客数	8.4	▲ 25.0	0.0	▲ 6.2	16.7	25.0	45.4	▲ 11.1	7.7	13.3	▲ 23.5	▲ 22.2	▲ 40.0
販売客単価	0.0	25.0	7.7	6.3	16.6	16.7	18.2	22.2	7.7	6.7	0.0	0.0	▲ 13.4
営業利益	▲ 16.7	▲ 41.6	▲ 15.4	▲ 37.5	▲ 8.3	▲ 8.4	0.0	▲ 22.2	▲ 53.8	▲ 13.3	▲ 23.5	▲ 61.1	▲ 60.0
見通し	33.3	16.7	7.7	25.0	25.0	16.7	9.1	11.1	0.0	33.3	▲ 17.6	5.5	13.3

<経営者の目・見方・etc>

寿司	<ul style="list-style-type: none"> 一部地域を除き降雪も少なく、例年に比べてお客様の動向も2月としては良かったように感じる一カ月であった。 静かな2月であった。しかし雪も降らずに2月としてはそれなりの営業ができたように感じる。これから先3月4月と暖かくなることで客足も良くなり、各種イベントも増えてくる。期待大である。
郷土料理	<ul style="list-style-type: none"> 雪など天候の悪い日は客入りも少なく売上が減少した。宴会も少なく客数も少ない。仕入は値上がりの品目が多く、値上げをしなければならなくなった。
食堂	<ul style="list-style-type: none"> 年度末のためかお弁当の注文は多かった。店は不景気である。
中華料理	<ul style="list-style-type: none"> 毎年のごとだが2月は予約以外の来客が少ないため、予約がない日は休むようにした。

(コメント)

地域特性と状況

観光需要と地元住民の来店が主な売上構成となっており、季節や天候、イベントの影響を受けやすい構造である。最近では原材料費や光熱費の高騰が続いており、価格転嫁が難しい中で利益率の低下が深刻化している。コスト削減や営業時間の見直しに取り組む事業者が増えている。

総括コメント

価格設定とサービスの付加価値向上が経営安定の鍵となる。宴会需要など季節的なニーズを的確に捉えた商品・サービス展開が今後の成否を左右するであろう。

6. サービス業

売上高	販売客数	販売客単価	営業利益	今後3ヵ月の見通し
やや低調	やや低調	横ばい	やや低調	やや好調
前月比 8.4減少	前月比 0.7減少	前月比 5.8増加	前月比 1.1減少	前月比 12.1増加

【項目別DIの推移】

	R6年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	R7年1月	2月
売上高	3.0	9.4	17.7	10.5	▲ 2.9	▲ 3.0	9.1	0.0	▲ 13.3	▲ 15.1	▲ 5.8	▲ 14.2	
販売客数	9.1	12.5	14.7	10.5	0.0	▲ 6.0	▲ 3.0	▲ 6.3	▲ 2.9	▲ 13.3	▲ 17.0	▲ 13.5	▲ 14.2
販売客単価	6.0	18.8	17.6	23.6	5.7	24.3	21.2	3.1	14.7	2.3	0.0	▲ 5.8	0.0
営業利益	▲ 9.1	6.3	▲ 5.9	5.3	▲ 8.6	▲ 3.0	▲ 18.2	▲ 15.6	▲ 5.9	▲ 20.0	▲ 24.6	▲ 17.3	▲ 18.4
見通し	9.1	9.3	3.0	13.2	8.5	9.1	0.0	6.3	▲ 8.9	▲ 4.5	▲ 15.1	▲ 1.9	10.2

<経営者の目・見方・etc>

ホテル	<ul style="list-style-type: none"> ・宿泊はインバウンドを含めコロナ禍前より好調である。会議、宴会の数は戻ったが、一つ一つの参加人数は減少している。 ・中心市街地における大型小売店舗の撤退が今後の市街地の状況に及ぼす影響はどうなのか。
ソフトウェア	<ul style="list-style-type: none"> ・生成AIの活用は顧客業務の利用だけでなく、システム開発の現場でも広く使われており、生産性、信頼性の向上に寄与している。近々の問題としては、やはり技術者不足である。特に中小規模の顧客企業でのIT投資には依然として消極的なものを感じる。
温泉旅館	<ul style="list-style-type: none"> ・2月が他の月に比べ売上が落ちるのは例年通りである。3月からの予約は尻上がりに良くなっているので心配はない。問題は人手不足である。
ホームクリーニング・ リネンサプライ業	<ul style="list-style-type: none"> ・インバウンドを受け入れる体制づくりが急務と感じる。
機械設計	<ul style="list-style-type: none"> ・新年度に向けてテーマが決まり何とかかなりそうだ。新しい設備投資に期待したい。
教育	<ul style="list-style-type: none"> ・教育業界は少子化の影響を避けて通れない。習い事も多様化しており、これからも子どもの習い事の時間の取り合いが続くと思われる。
広告業	<ul style="list-style-type: none"> ・中心商店街から撤退した大型店なき現状。

(コメント)

地域特性と状況

ホテル・旅館など観光関連業は回復基調にあるが、人手不足や光熱費の上昇が利益確保を困難にしている。業績の二極化が進んでおり、人材確保と設備投資への対応が経営の焦点となっている。IT関連サービスでは、生成AIやDX技術の活用が進む一方、中小企業のIT投資は依然として消極的である。

総括コメント

サービス業の競争力を高めるためには、インバウンド対応や人材育成、業務効率化を含めた経営基盤の強化が不可欠である。業種横断的な連携や行政支援の活用も効果的といえる。

(全業種に対する総括コメント)

松本市内の中小企業は、業種によって景況の差があるものの、共通の経営課題として物価の高騰および人手不足に直面している。これらの外部要因は企業の収益性に直接的な影響を与えており、従来のビジネスモデルだけでは経営の持続可能性が危ぶまれる状況である。一方で、観光業を中心とした需要の回復が一部業種を支えており、この流れを他業種にも波及させることが地域全体の活性化につながる。経済環境の変化に柔軟に対応し、以下のような取り組みを進めることが求められる。

- 地域資源を活かした商品・サービスの開発による差別化戦略の構築
- デジタル技術(DX)導入による業務効率化と販路拡大
- 働き方改革を含めた人材確保と育成への投資
- インバウンド需要と地元需要を融合させた複合的な集客施策の展開

これらの対応を通じて、環境変化に強い経営体質を確立し、持続可能な地域経済の構築を目指すべきである。

7. 任意調査

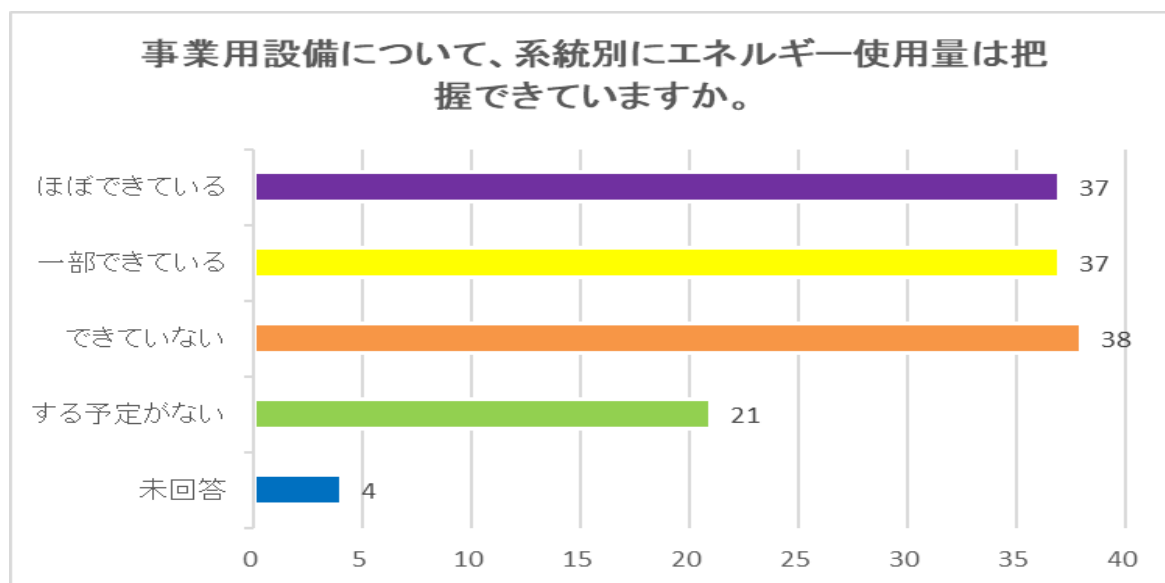
(調査目的)

脱炭素の流れが世界的に加速する中、松本地域の事業者においても脱炭素化が求められています。そのような状況の中、事業者の現状や取組み、意見を把握し、今後の支援策の参考とするため調査するものです。

Q1. 事業用設備について、系統別にエネルギー使用量は把握できていますか。

①ほぼできている ②一部できている ③できていない ④する予定がない

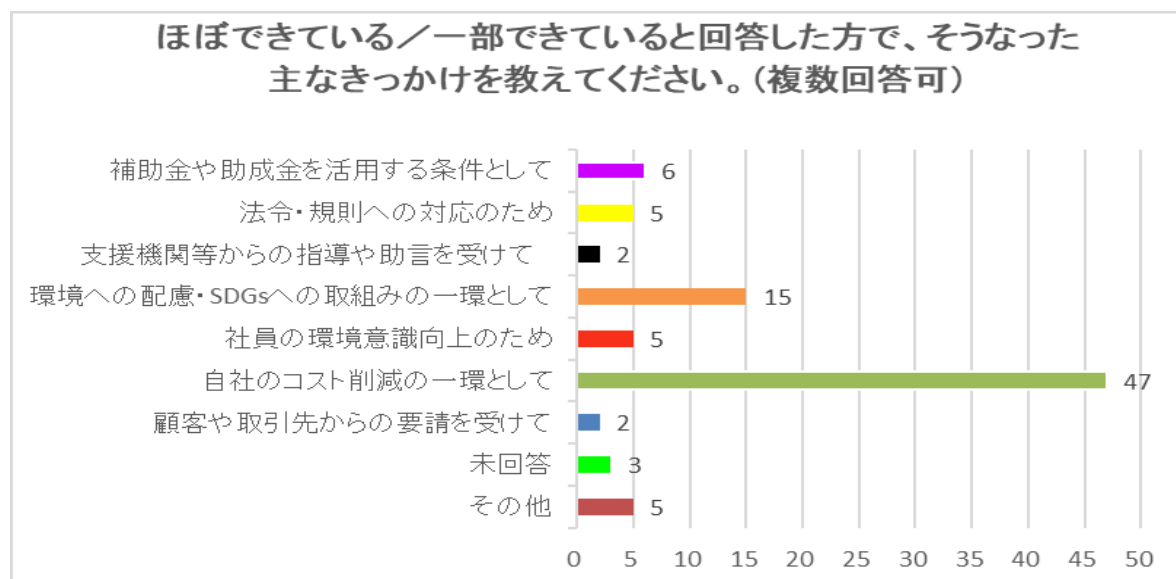
(回答数 137 社)



(Q1で、ほぼできている／一部できていると回答した方におたずねします)

Q2-1 そうなった主なきっかけを教えてください。(複数回答可)

- ①顧客や取引先からの要請を受けて ②自社のコスト削減の一環として
③社員の環境意識向上のため ④環境への配慮・SDGs への取組みの一環として
⑤ 支援機関等からの指導や助言を受けて ⑥法令・規則への対応のため
⑦補助金や助成金を活用する条件として ⑧その他



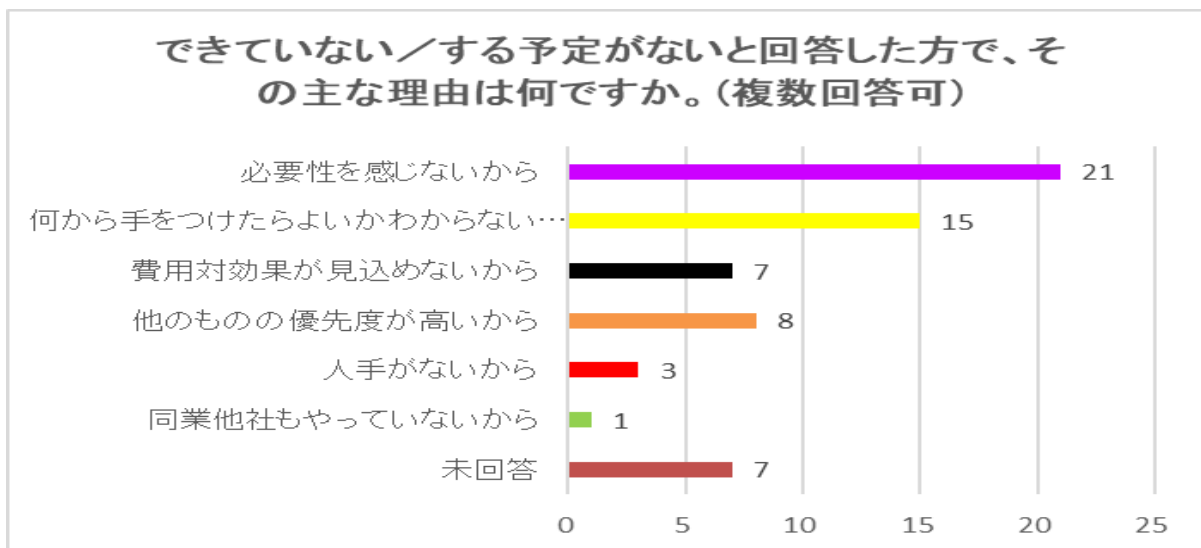
(その他理由)

- ・電気を使用している以上本当の脱炭素はあり得ないとみんなに自覚させるべき。
- ・脱炭素は地球規模では必要ない。工業技術総合センターによる支援。

(Q1で、できていない／する予定がないと回答した方におたずねします)

Q2-2 その主な理由は何ですか。(複数回答可)

- ①必要性を感じないから
- ②何から手をつけたらよいかわからないから
- ③費用対効果が見込めないから
- ④他のものの優先度が高いから
- ⑤人手がないから
- ⑥同業他社もやっていないから
- ⑦その他



(その他理由)

- ・脱炭素自体に疑いあり
- ・脱炭素化自体が疑問

Q3. 今後脱炭素化を進めていく上で、エネルギー使用量の把握も含め、どのような対策が最も必要だと考えますか。(複数回答可)

- ①脱炭素に係る情報普及(セミナー等)
- ②専門家による個社支援
- ③専門家派遣等に対する財政支援
- ④設備導入等に対する財政支援
- ⑤税制優遇措置
- ⑥実施しない事業者の公表
- ⑦実施しない事業者へのペナルティの負荷
- ⑧ESG投資の強化
- ⑨その他

