

# 中信地域 産業経済動向

調査  
No.

# 502

令和元年8月発行  
昭和51年8月創刊



## 旬 経営ビジョン Interview

株式会社 王滝

代表取締役 **永瀬 完治**

## ■ 個人アンケート

### 病気やケガに対する備えについて

**業種別業況天気図** 天気図は、当金庫からみた景気動向指標等を参考にして、総合的な判断に基づいて表しました。

業種名		2019年1～3月	2019年4～6月	2019年7～9月 (見通し)
業 種 別	全業種			
	製造業			
	卸売業			
	小売業			
	サービス業			
	建設業			
	不動産業			

◀◀好調 ☀️ ☀️ ☀️ ☁️ ☁️ ☁️ ☔️ ☔️ ☔️ 低調▶▶▶

## 松本信用金庫

企業成長支援課 松本市丸の内1番1号 TEL:0263(35)0001 FAX:0263(36)7436

## 中信地域の概況

### 全業種 ▲5.2→8.9 製造業、非製造業ともに改善

2019年4月～6月期の業況判断DI（「良い」-「悪い」）は、全業種では14.1ポイント改善して8.9となった。

製造業は9.1ポイント改善の12.1、改善非製造業は15.6ポイント改善の7.8であった。

2019年7月～9月期の業況判断DI（予測）は今期と変化なしと見込んでいる。

### 中信地域の2019年4月～6月期の業況判断DI

	前期	今期	翌期（予測）
全業種	▲5.2 →	8.9 (14.1ポイント改善)	→ 8.9
製造業	3.0 →	12.1 (9.1ポイント改善)	→ 3.0
非製造業	▲7.8 →	7.8 (15.6ポイント改善)	→ 10.8

### 非製造業(5業種) ▲7.8→7.8 5業種ともに改善

非製造業の業種別業況判断DIは、卸売業が前期比21.5ポイント改善、小売業は同8.6ポイント改善、サービス業は同40.0ポイント改善、建設業は同32.0ポイント改善、不動産業は同6.7ポイント改善となった。

### 非製造業(5業種)の業種別業況判断DI

	前期	今期	翌期（予測）
卸売業	▲42.9 →	▲21.4 (21.5ポイント改善)	→ 7.1
小売業	▲4.3 →	4.3 (8.6ポイント改善)	→ 8.7
サービス業	▲20.0 →	20.0 (40.0ポイント改善)	→ 4.0
建設業	▲12.0 →	20.0 (32.0ポイント改善)	→ 16.0
不動産業	▲6.7 →	0.0 (6.7ポイント改善)	→ 20.0

### 全業種 売上高:▲17.0→3.7 収益:▲23.7→0.7 製造業・非製造業ともに売上高・収益改善

製造業の売上高DIは12.1ポイント改善の▲12.1、収益判断DIは27.3ポイント改善の▲12.1となった。

非製造業の売上高DIは23.5ポイント改善の8.8、収益判断DIは23.5ポイント改善の4.9となった。

### 売上高DIおよび収益判断DI

	売上高DI（「増加」-「減少」）		収益判断DI（「増加」-「減少」）	
	前期	今期	前期	今期
全業種	▲17.0 →	3.7	▲23.7 →	0.7
製造業	▲24.2 →	▲12.1	▲39.4 →	▲12.1
非製造業	▲14.7 →	8.8	▲18.6 →	4.9

#### [調査要領]

●調査実施 …… 2019年6月上旬 ○調査実施企業 …… 合計135社

○回収率 …… 100%

○分析 …… 判断指数DIを中心に分析

製造業 …… 33社 サービス業 …… 25社

卸売業 …… 14社 建設業 …… 25社

小売業 …… 23社 不動産業 …… 15社

#### ※注記

前期 …… 2019年 1月～3月

今期 …… 2019年 4月～6月

翌期 …… 2019年 7月～9月

□ 製造業

回答企業 33社

お客様の声・調査員コメント

- 4～6月期は観光バスでの来店が盛んで、特にGWは天候にも恵まれ売上は増加となった。(ワイン・発酵飲料)
- インドネシアから従業員を採用し、人材の確保をおこなっている。(自動機・検査機部品)
- 1～3月期と比較し、4月以降売上高増加。しかし原材料価格の高騰があり、利益に直結していないのが現状。(生コン)
- 売上は悪くないものの、大型案件偏重の体制は変わっていない。地元工務店から利益率の高い仕事を受注できるようになり、利益率改善に着手。(建具・家具製造販売)
- 現況はまだ大事に至っていないが、今後の人員不足をどう改善するか課題としている。(圧縮機カバー及び部品)
- 米中貿易戦争の影響もあり、受注が減少している。(金属プレス)



今期の業況

今期は、業況感は9.1%改善の12.1。全体的に受注は安定的であり、特に食料品製造は好調であった。一方人手不足の企業が増加。特に建設用金属製品製造業内での人手が足りていない状況となった。

翌期(予測)の見通し

翌期は、売上額・受注数・収益は今期に比べ改善予測となったが、業況感は9.1%悪化の3.0、資金繰りも12.1%悪化の▲21.2と引き続き厳しい見通しとなった。特に電気機械・プラスチック製品製造では、翌期も業況の改善は難しいと予測する企業が多くあった。

主要指標・DI推移 (▲印：悪化・低下値)

	期別 項目	2018/ 4～6月	2018/ 7～9月	2018/ 10～12月	2019/ 1～3月	2019/ 4～6月	前期と今期 の比較	2019/ 予測 7～9月	今期と翌期 の比較
前期比	業況感	18.2	15.2	24.2	3.0	12.1	9.1	3.0	▲ 9.1
	売上額	15.2	12.1	33.3	▲ 24.2	▲ 12.1	12.1	12.1	24.2
	受注残	15.2	21.2	27.3	▲ 6.1	3.0	9.1	9.1	6.1
	収益	9.1	3.0	24.2	▲ 39.4	▲ 12.1	27.3	6.1	18.2
	販売価格	0.0	3.0	9.1	6.1	6.1	0.0	9.1	3.0
	原材料価格	42.4	30.3	45.5	45.5	21.1	▲ 24.4	9.1	▲ 12.0
	原材料在庫	9.1	6.1	3.0	0.0	6.1	6.1	3.0	▲ 3.1
	資金繰り	15.2	▲ 3.0	3.0	▲ 6.1	▲ 9.1	▲ 3.0	▲ 21.2	▲ 12.1
前年同期比	売上額	12.1	▲ 6.1	12.1	▲ 9.1	▲ 9.1	0.0		9.1
	収益	0.0	▲ 12.1	▲ 3.0	▲ 21.2	▲ 30.3	▲ 9.1		30.3

# 卸売業

回答企業 14社

## お客様の声・調査員コメント

- エクステリアブームを背景に売上は20～30%増加で推移している。建材の価格も値上がりしており、価格に転嫁することを意識している。当面は好調を維持する見込み。(エクステリア関連資材)
- 受注は安定的に確保されている。マンパワーによるところが大きく、人員によるところが多分にあることから、人出の確保は必須である。(建築材料販売)
- 売上等に関しては前期とほぼ変わらない見込み。人材に関しては現状は懸念ないが、働き方改革もあり今後どうするか検討していく。(プラスチック梱包資材加工販売)
- 連休明けの消費停滞が重なり、販売がやや落ち込んでいる。しかし例年4月以降飼料・肥料販売は増加傾向にあるため、業況は堅調に推移。(飼料・肥料卸小売)
- 金属回収コストが高く、人件費の割合が大きい。今後は効率化を図り、経費削減を通じて利益を確保する必要がある。(非鉄金属・アルミ)
- 売上が伸び悩んでおり、資金繰りがやや苦しい状況が続いている。(味噌・醤油)



## 今期の業況

今期は、卸売業は全体的に改善となった。特に業況感が21.5ポイント、売上額が35.7ポイント、収益が42.8ポイントと大きく改善。エクステリアブームを背景に建築材料卸は好調である。しかし米中の関税問題の影響が残っており、機械器具卸は落ち込みが回復していない。

## 翌期(予測)の見通し

翌期は、業況感、売上額、収益、販売価格など改善予測した企業が多かった。アンケート先で仕入価格が値上がり傾向の企業もあり、今後収益に影響がでてくる懸念される。

## 主要指標・DI推移 (▲印：悪化・低下値)

項目	期別		2018/		2019/		前期と今期の比較	2019/ 予測 7～9月	今期と翌期の比較
	2018/ 4～6月	2018/ 7～9月	2018/ 10～12月	2019/ 1～3月	2019/ 4～6月				
前期比	業況感	0.0	▲ 21.4	7.7	▲ 42.9	▲ 21.4	21.5	7.1	28.5
	売上額	28.6	▲ 7.1	30.8	▲ 50.0	▲ 14.3	35.7	▲ 7.1	7.2
	収益	7.1	▲ 14.3	15.4	▲ 57.1	▲ 14.3	42.8	0.0	14.3
	販売価格	14.3	▲ 7.1	15.4	7.1	▲ 7.1	▲ 14.2	0.0	7.1
	仕入価格	42.9	28.6	46.2	50.0	50.0	0.0	35.7	▲ 14.3
	在庫	7.1	14.3	15.4	7.1	28.6	21.5	14.3	▲ 14.3
	資金繰り	▲ 14.3	▲ 28.6	7.7	▲ 28.6	▲ 14.3	14.3	▲ 14.3	0.0
前年同期比	売上額	28.6	7.1	15.4	▲ 14.3	▲ 35.7	▲ 21.4		35.7
	収益	0.0	▲ 14.3	7.7	▲ 21.4	▲ 35.7	▲ 14.3		35.7
	販売価格	7.1	▲ 7.1	7.7	7.1	14.3	7.2		▲ 14.3

# □ 小売業

回答企業 23社

## お客様の声・調査員コメント

- 消費増税を前にエアコン等の高額商品の販売が引き続き好調に推移している。(家電販売・修理)
- 商圏人口が高齢化して今後は顧客の総数が漸減していくことを見越し、当面は品揃えや広告宣伝を改善強化していく。(新車中古車販売・修理)
- 良くも悪くも大きな変動はない。キャッシュレス決済は顧客が高齢顧客が多いためどうすればよいか検討中。(婦人服小売)
- 4～6月の売上は1～3月に比べて増加傾向にあるものの、収益が減少しているため、業況は厳しい。(中古自動車販売)
- 近年の不安定な気候により酒類の販売も不安定感が増している。季節に応じた売上推移は過去と全く違うものとなっている。(酒類販売)
- 従業員とアルバイトでのスキルが大幅に異なるため、従業員に対する「有給休暇取得の義務化」への対応ができていない状況。(婦人服小売)



## 今期の業況

今期は、売上額 34.8%、収益 21.8%改善。消費増税の掛け込み需要で大型テレビやエアコンなどの大物家電の販売は引き続き増加している。

## 翌期（予測）の見通し

翌期は、全体的に改善予測する企業が多かった。引き続き電化製品を中心に、個人消費は堅調に推移する見通しであると予測する企業が多かった。

## 主要指標・DI 推移 (▲印：悪化・低下値)

	期別 項目	2018/ 4～6月	2018/ 7～9月	2018/ 10～12月	2019/ 1～3月	2019/ 4～6月	前期と今期 の比較	2019/ 予測 7～9月	今期と翌期 の比較
前期比	業況感	▲ 20.8	▲ 20.8	▲ 8.3	▲ 4.3	4.3	8.6	8.7	4.4
	売上額	▲ 4.2	20.8	12.5	▲ 26.1	8.7	34.8	0.0	▲ 8.7
	収益	▲ 20.8	8.3	▲ 8.3	▲ 26.1	▲ 4.3	21.8	▲ 4.3	0.0
	販売価格	16.7	16.7	12.5	4.3	13.0	8.7	0.0	▲ 13.0
	仕入価格	25.0	20.8	25.0	8.7	17.4	8.7	0.0	▲ 17.4
	在庫	0.0	4.2	0.0	8.7	17.4	8.7	8.7	▲ 8.7
	資金繰り	▲ 25.0	▲ 20.8	▲ 16.7	▲ 13.0	▲ 21.7	▲ 8.7	▲ 30.4	▲ 8.7
前年同期比	売上額	12.5	4.2	0.0	▲ 17.4	17.4	34.8		▲ 17.4
	収益	▲ 16.7	▲ 4.2	▲ 8.3	▲ 13.0	21.7	34.7		▲ 21.7
	販売価格	4.2	0.0	25.0	4.3	8.7	4.4		▲ 8.7

# サービス業

回答企業 25社

## お客様の声・調査員コメント

- 公共工事の受注は好調に推移しており、売上は前期比増加。今後しばらくは安定推移見込み。(建設コンサルタント)
- GWは日本人のみだと安定的な宿泊客が確保できないため、台湾を中心に外国人を受け入れ、安定的に確保できた。(宿泊業)
- 有給休暇取得義務化への対応に向けて、労働条件の改善が必要。(クリーニング業)
- 車輻販売に力を入れていきたいが、人手不足である。(自動車修理・整備)
- 顧客の新型バスへの志向が高まっており、年式の古いバスでは受注競争に太刀打ちできない状況。(貸切バス運送業)
- ここ数年売上減少が止まらない。商圏内のターゲット人口が減少。若年層のレジャーホテル離れが続いており大きく影響している。(宿泊業)



## 今期の業況

今期はサービス業全般としてゴールデンウィークの10連休もあり、主に業況感、売上額、収益など全体的に改善。また、宿泊客は依然インバウンド客の集客ができています。

## 翌期(予測)の見通し

翌期は、業況感 16.0㊦、売上額 20.0㊦それぞれ悪化を見込んでいます。宿泊、クリーニング関係の業種はゴールデンウィークでの季節的要因で増加したもののニーズが落ち込むため、悪化を予測した企業が多く見られました。

## 主要指標・DI推移 (▲印：悪化・低下値)

項目	期別	2018/4~6月	2018/7~9月	2018/10~12月	2019/1~3月	2019/4~6月	前期と今期の比較	2019/予測7~9月	今期と翌期の比較
前期比	業況感	8.0	16.0	8.0	▲ 20.0	20.0	40.0	4.0	▲ 16.0
	売上額	24.0	36.0	8.0	▲ 4.0	32.0	36.0	12.0	▲ 20.0
	収益	12.0	32.0	8.0	▲ 12.0	20.0	32.0	24.0	4.0
	料金価格	4.0	8.0	0.0	▲ 8.0	12.0	20.0	16.0	4.0
	材料価格	32.0	36.0	32.0	16.0	32.0	16.0	32.0	0.0
	資金繰り	▲ 8.0	▲ 4.0	▲ 4.0	▲ 16.0	▲ 16.0	0.0	▲ 20.0	▲ 4.0
前年同期比	売上額	▲ 8.0	12.0	16.0	4.0	20.0	16.0		▲ 20.0
	収益	▲ 4.0	4.0	16.0	0.0	16.0	16.0		▲ 16.0

# 建設業

回答企業 25社

## お客様の声・調査員コメント

- 受注は安定している。5月の大型連休の影響により売上減少したが、一時的な要因であるため、特に問題なく推移している。(建設工事業)
- 外国人顧客より受注増加傾向にあることから、外国人へのコミュニケーションの対応を支障ないよう対策を講じている。(建築・土木)
- 従業員の高齢化が進みどうすればよいか悩んでいる。仕事自体はないわけではないが、受注しすぎても対応ができない。(看板・店舗内装工事)
- 大手との差別化を図っているが、競争が激しく業況はやや厳しい。消費税増税の掛け込み需要はほぼなかった。(建設業)
- 競争が激化しており、請負価格が変わらない中、材料価格は上昇傾向であり、収益性が低下している。(土木・水道工事)



## 今期の業況

今期は、売上額 20.0%改善の 4.0、施工高 12.0%改善の 8.0、収益 28.0%改善の 4.0 となったものの、消費税増税前の駆け込み需要は特になく、人手不足と回答した企業が多くみられた。

## 翌期(予測)の見通し

翌期は、全体的に悪化を予測しており、特に売上額 12.0%、施工高 12.0%、収益 16.0%の悪化と厳しい見通しが続く。例年公共工事があまりない時期に加え、消費税増税前の駆け込み需要も引き続きあまり見込めないとする企業が多く見られた。

## 主要指標・DI推移 (▲印：悪化・低下値)

	期別 項目	2018/	2018/	2018/	2019/	2019/	前期と今期 の比較	2019/ 予測	今期と翌期 の比較
		4~6月	7~9月	10~12月	1~3月	4~6月		7~9月	
前期比	業況感	▲ 4.0	4.0	12.0	12.0	20.0	8.0	16.0	▲ 4.0
	売上額	20.0	▲ 8.0	24.0	▲ 16.0	4.0	20.0	▲ 8.0	▲ 12.0
	受注残	▲ 8.0	20.0	16.0	0.0	4.0	4.0	0.0	▲ 4.0
	施工高	12.0	▲ 4.0	28.0	▲ 4.0	8.0	12.0	▲ 4.0	▲ 12.0
	収益	16.0	4.0	0.0	▲ 24.0	4.0	28.0	▲ 12.0	▲ 16.0
	材料価格	52.0	48.0	36.0	48.0	44.0	▲ 4.0	44.0	0.0
	請負価格	4.0	12.0	8.0	0.0	8.0	8.0	▲ 8.0	▲ 16.0
	在庫	0.0	▲ 4.0	▲ 12.0	0.0	0.0	0.0	▲ 8.0	▲ 8.0
	資金繰り	12.0	▲ 16.0	▲ 8.0	▲ 12.0	▲ 8.0	4.0	▲ 24.0	▲ 16.0
前年同期比	売上額	0.0	4.0	▲ 20.0	▲ 8.0	▲ 16.0	▲ 8.0		16.0
	収益	▲ 4.0	▲ 4.0	▲ 12.0	▲ 20.0	▲ 16.0	4.0		16.0

# □ 不動産業

回答企業 15社

## お客様の声・調査員コメント

- この時期は契約者の入替もなく安定的に推移している。(アパート経営及び管理)
- 比較的資金調達は良好であるため、安心して業務に集中できている。消費税増税の影響もほとんどなさそうである。(不動産売買)
- 消費税増税前の掛け込み需要は今のところ見られない。(不動産仲介)
- 同業他社との競合が激しく商品物件の仕入値が上昇している。(不動産販売)
- ハウスメーカーの宅造業界への参入激化により案件は大きく減少している。(宅地開発)



## 今期の業況

今期は、業況感 6.7㊦、売上額 20.0㊦、収益 13.4㊦それぞれ悪化となった。同業他社との競争激化や商品物件の仕入値の上昇により、全体的に落ち込んだ。

## 翌期(予測)の見通し

翌期は、業況感、売上額は改善見込みであるが、同業他社との価格競争が激化し、仕入値が上昇傾向にある。また、消費増税の駆け込みはそれほど影響ないと予想する企業が多かった。

## 主要指標・DI推移 (▲印：悪化・低下値)

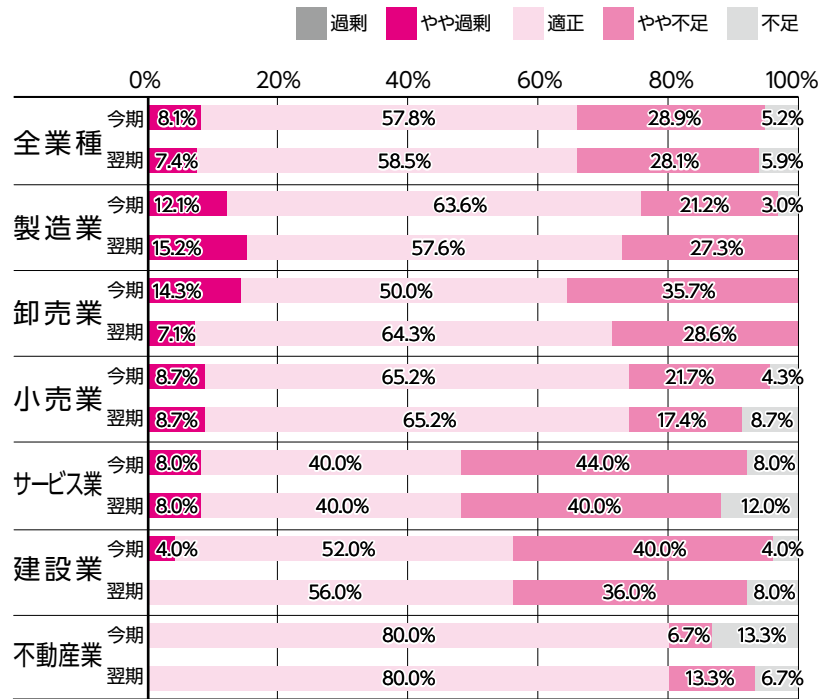
項目	期別			2019/		前期と今期の比較	2019/ 予測 7~9月	今期と翌期の比較	
	2018/ 4~6月	2018/ 7~9月	2018/ 10~12月	1~3月	4~6月				
前期比	業況感	25.0	37.5	40.0	6.7	0.0	▲ 6.7	20.0	20.0
	売上額	12.5	12.5	60.0	20.0	0.0	▲ 20.0	13.3	13.3
	収益	12.5	12.5	46.7	26.7	13.3	▲ 13.4	13.3	0.0
	販売価格	12.5	▲ 6.3	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	仕入価格	12.5	37.5	20.0	6.7	13.3	6.6	13.3	0.0
	在庫	▲ 18.8	▲ 37.5	▲ 33.3	▲ 20.0	▲ 13.3	6.7	▲ 13.3	0.0
	資金繰り	18.8	31.3	26.7	26.7	13.3	▲ 13.4	26.7	13.4
前年同期比	売上額	18.8	31.3	33.3	46.7	13.3	▲ 33.4		▲ 13.3
	収益	25.0	31.3	33.3	53.3	20.0	▲ 33.3		▲ 20.0



## 雇用面の動き 4～6月期

### 従業員の過不足感

		過剰	やや過剰	適正	やや不足	不足
全業種	今期	0.0%	8.1%	57.8%	28.9%	5.2%
	翌期	0.0%	7.4%	58.5%	28.1%	5.9%
製造業	今期	0.0%	12.1%	63.6%	21.2%	3.0%
	翌期	0.0%	15.2%	57.6%	27.3%	0.0%
卸売業	今期	0.0%	14.3%	50.0%	35.7%	0.0%
	翌期	0.0%	7.1%	64.3%	28.6%	0.0%
小売業	今期	0.0%	8.7%	65.2%	21.7%	4.3%
	翌期	0.0%	8.7%	65.2%	17.4%	8.7%
サービス業	今期	0.0%	8.0%	40.0%	44.0%	8.0%
	翌期	0.0%	8.0%	40.0%	40.0%	12.0%
建設業	今期	0.0%	4.0%	52.0%	40.0%	4.0%
	翌期	0.0%	0.0%	56.0%	36.0%	8.0%
不動産業	今期	0.0%	0.0%	80.0%	6.7%	13.3%
	翌期	0.0%	0.0%	80.0%	13.3%	6.7%



全業種で見ると「適正」が前期 64.4%→57.8%と悪化。業種別で見ると、特にサービス業の「適正」が前期 64.0%→40.0%へと悪化し従業員の過不足感は前回調査時を下回った。人手不足を懸念する企業が増加し、早急に取り掛かるべき施策として掲げていることが伺える。

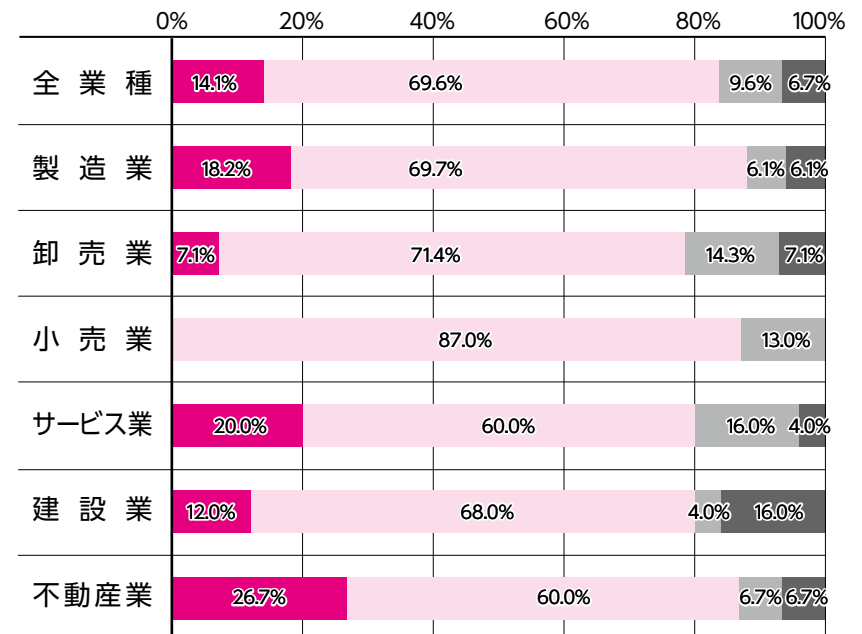
## 借入金の動き・難易度 4～6月期

### 借入金の動き

	前期	今期
全業種	44.4%	35.6%
製造業	33.0%	36.4%
卸売業	35.7%	14.3%
小売業	26.1%	52.2%
サービス業	36.0%	24.0%
建設業	60.0%	44.0%
不動産業	53.3%	33.3%

(借入をした割合)

### 今期借入の難易度



#### ○借入金の動き

全業種で見ると、「借入した」と回答した企業の割合は前期比減少した。業種別で見ると、卸売業、サービス業、建設業、不動産業が前回調査時を下回ったのに対し、製造業、小売業は前回を上回った。特に小売業は「借入した」と答えた企業が前期 26.1%→52.2%と大きく増加した。

#### ○借入の難易度

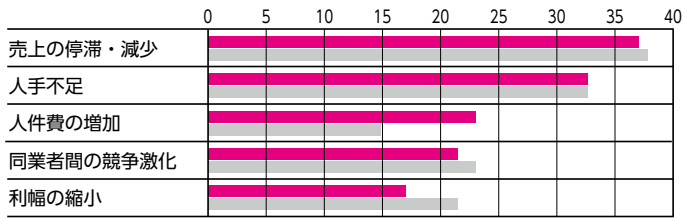
全業種では、借入の難易度は前期に比べてほぼ変化はなく、引き続き、「容易」あるいは「変わらない」とする企業が7割以上を占めている。

## 経営上の問題点

(今期上位5項目・複数回答・%)

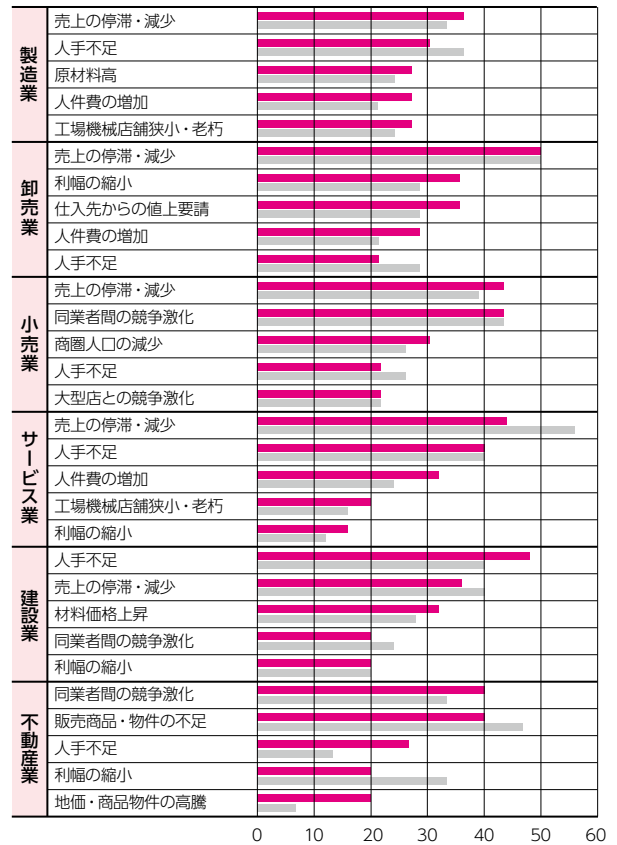
### 全業種

■ 今期 ■ 前期



全業種では、前期同様「売上の停滞・減少」が経営上の一  
番の問題となった。業種別でみると、製造業、卸売業、小売  
業、サービス業で一番の問題として「売上の停滞・減少」が  
一番の問題となっている。特に製造業と小売業で「売上の停滞・  
減少」が問題であるとあげた企業が増加しており、引き続き  
米中貿易摩擦の影響を受けている模様である。

その他を業種別でみると、建設業では「人手不足」が前期  
と比べ 40.0%→48.0%と増加しており、雇用面において改  
善していかなければならないとかがえる。不動産業では「同  
社間の競争激化」と「販売商品・物件の不足」が一番の問題  
となっている。

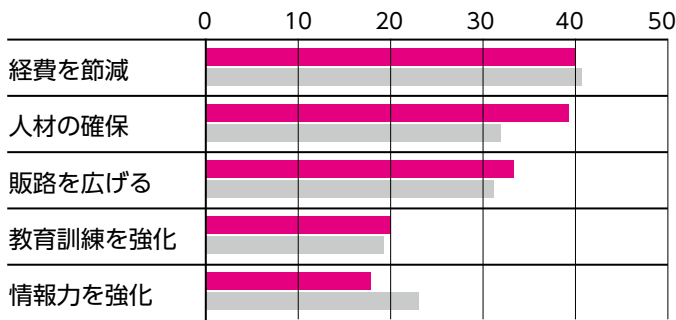


## 当面の重点経営施策

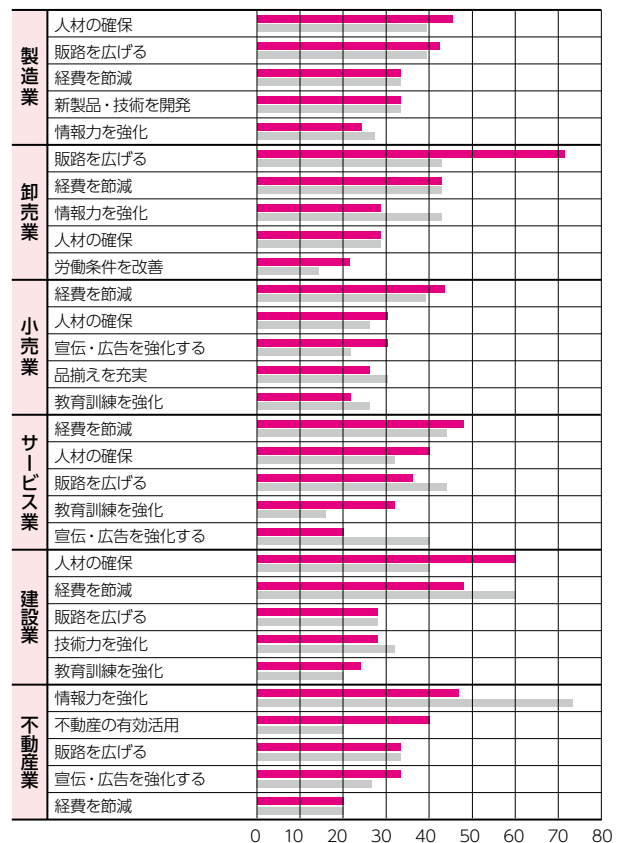
(今期上位5項目・複数回答・%)

### 全業種

■ 今期 ■ 前期



全業種では、「経費の節減」が本調査を開始してから7回  
連続の、重点経営施策のトップ項目となった。続いて「人材  
の確保」、「販路を広げる」、「教育訓練を強化」、「情報力を強化」  
と続いた。「人材の確保」が前期と比べ、31.9%→39.3%と  
増加しており、人手不足の企業が増えてきたことがうかがえ  
る。業種別でみると、卸売業の「販路を広げる」が42.9%  
→71.4%と増加し、販路拡大を課題としている企業が多くな  
ってきた。また建設業では人手不足の影響で「人材の確保」が  
40.0%→60.0%と増加した。





# 『中小企業における人手不足の状況と働き方改革への対応について』

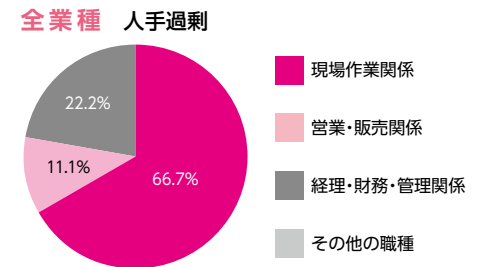
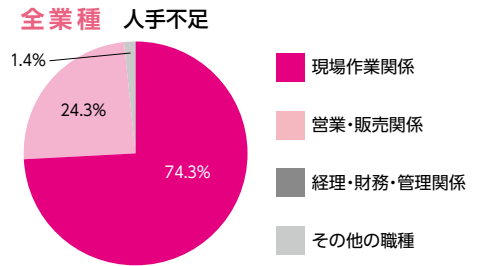
今回は当金庫営業区域内（中信地域）中小企業経営者の皆様に『中小企業における人手不足の状況と働き方改革への対応について』をお聞きしました。

回答企業 135 社による調査結果です。  
調査実施時期：2019 年 6 月上旬、調査対象企業 135 社（回答率 100.0%）

## 問 1

貴社では、最近顕在化しつつある人手不足の状況をどのように認識していますか。人手が不足している場合は 1～4 より、人手が過剰な場合は 6～9 よりそれぞれ過不足のある職種をお答えください。なお、適正な場合は 5 を選択してください。

	全業種 (%)						
人手不足	全業種	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
1 現場作業関係	74.3	82.3	66.7	63.6	70.6	94.4	20.0
2 営業・販売関係	24.3	11.8	33.3	36.4	29.4	5.6	80.0
3 経理・財務・管理関係	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
4 その他の職種	1.4	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
適正							
5 適正	38.5	39.4	42.9	43.5	28.0	24.0	66.7
人手過剰							
6 現場作業関係	66.7	100.0	50.0	0.0	100.0	100.0	0.0
7 営業・販売関係	11.1	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
8 経理・財務・管理関係	22.2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
9 その他の職種	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0



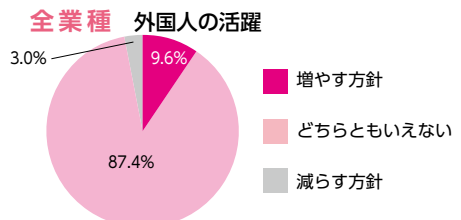
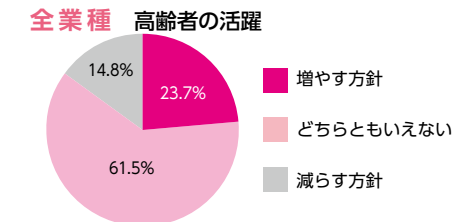
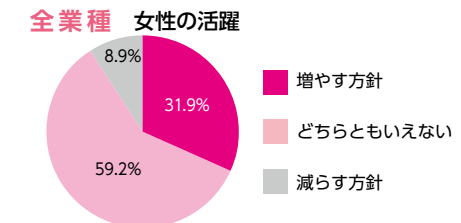
全業種で「人手不足」と回答した企業は 135 社中 74 社、一方「人手過剰」と回答した企業は 9 社となった。また、「適正」と回答した企業は 52 社であった。「人手不足」と回答した企業のうち、業種別でも、製造業、卸売業、小売業、サービス業、建設業は「1. 現場作業関係」での不足が多数あり、不動産業の多くは「2. 営業販売関係」が不足と回答した。

※ 「人手不足」、「人手過剰」については各項目内においての総回答数を 100 とし算出。「適正」については全回答数を 100 とし算出。

## 問 2

貴社では、人手不足で採用が困難になりつつあるなか、女性、高齢者、外国人の活躍推進について、今後、どのようにお考えですか。それぞれ 1 つずつ選んでお答えください。

	全業種 (%)						
女性の活躍	全業種	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
1 増やす方針	31.9	45.5	21.4	30.4	40.0	32.0	0.0
2 どちらともいえない	59.2	54.5	78.6	69.6	60.0	68.0	20.0
3 減らす方針	8.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	80.0
高齢者の活躍	全業種	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
4 増やす方針	23.7	33.3	14.3	13.0	40.0	36.0	0.0
5 どちらともいえない	61.5	63.6	78.6	82.6	60.0	64.0	0.0
6 減らす方針	14.8	3.0	7.1	4.4	0.0	0.0	100.0
外国人の活躍	全業種	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
7 増やす方針	9.6	15.2	0.0	4.3	20.0	8.0	0.0
8 どちらともいえない	87.4	81.8	92.9	95.7	76.0	88.0	100.0
9 減らす方針	3.0	3.0	7.1	0.0	4.0	4.0	0.0



女性の活躍、高齢者の活躍に関して、不動産業を除く 5 業種では「どちらともいえない」と答えた割合が多かった。製造業の女性の活躍推進について「増やす方針」と回答した企業が 45.5% であり他業種より積極的な女性活躍推進に取り組んでいるようにうかがえる。高齢者の活躍推進に関して「増やす方針」と回答した企業が最も多かったのはサービス業（40.0%）となった。

外国人の活躍について全業種で「どちらともいえない」と答えた割合が高かった。

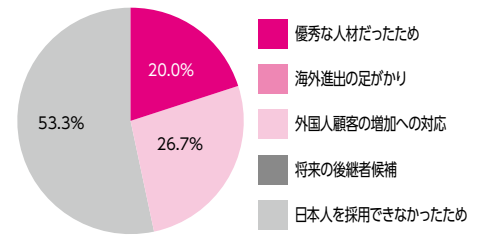
□ 問 3

2019年4月より施行された改正入国管理法を受けて、外国人労働者の受け入れ拡大が見込まれています。こうしたなか、貴社では外国人労働者を採用（予定を含む。）していますか。採用している場合は、採用の理由について1～5の中から1つ選んでお答えください。採用しておらず、予定もない場合は、その理由を6～0の中から1つ選択してください。

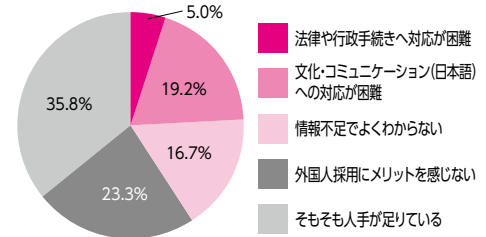
	全業種 (%)						
採用(予定を含む)の理由	全業種	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
1 優秀な人材だったため	20.0	33.3	0.0	0.0	14.2	0.0	0.0
2 海外進出の足がかり	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
3 外国人顧客の増加への対応	26.7	0.0	0.0	0.0	42.9	50.0	0.0
4 将来の後継者候補	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
5 日本人を採用できなかったため	53.3	66.7	0.0	0.0	42.9	50.0	0.0
採用していない理由	全業種	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
6 法律や行政手続きへ対応が困難	5.0	3.7	0.0	4.3	5.6	8.7	6.7
7 文化・コミュニケーション(日本語)への対応が困難	19.2	33.4	28.6	0.0	22.2	13.0	20.0
8 情報不足でよくわからない	16.7	14.8	21.4	26.1	11.1	17.4	6.7
9 外国人採用にメリットを感じない	23.3	11.1	7.1	17.4	33.3	52.2	13.3
0 そもそも人手が足りている	35.8	37.0	42.9	52.2	27.8	8.7	53.3

全業種の中で、「採用（予定を含む）」と回答した企業は135社中15社に留まり、「採用していない」と回答した企業は120社に及んだ。業種別でみると、卸売業、小売業、不動産業は「採用（予定を含む）」と答えた企業は0社であった。また、製造業、サービス業、建設業に関しては「5.日本人を採用できなかった」ため、外国人労働者を受け入れと答えた企業が最も多かった。採用していない理由をみると、製造業、卸売業、小売業、不動産業に関しては「0.そもそも人手が足りている」と答えた企業が最も多く、またサービス業、建設業に関しては「9.外国人採用にメリットを感じない」と答えた企業が最も多かった。

全業種 採用(予定を含む)の理由



全業種 採用していない理由



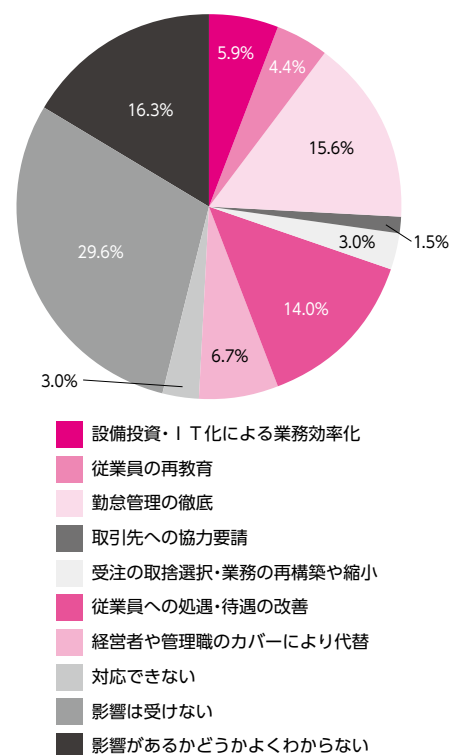
□ 問 4

貴社では、働き方改革が求めている「時間外労働の上限規制」や「有給休暇取得の義務化」による影響を受けますか。影響を受ける方は、それに対して現時点で取り組んでいる、もしくは今後最も重点的に取り組もうとしている対応を1～8の中から1つ選んでお答えください。影響を受けない方は9、よくわからない方は0とお答えください。

	全業種 (%)						
	全業種	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
1 設備投資・IT化による業務効率化	5.9	12.1	14.4	0.0	4.0	4.0	0.0
2 従業員の再教育	4.4	0.0	7.1	0.0	4.0	12.0	6.7
3 勤怠管理の徹底	15.6	18.2	0.0	8.7	20.0	28.0	6.7
4 取引先への協力要請	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0	8.0	0.0
5 受注の取捨選択・業務の再構築や縮小	3.0	9.1	0.0	0.0	4.0	0.0	0.0
6 従業員への処遇・待遇の改善	14.0	12.1	21.4	8.7	28.0	12.0	0.0
7 経営者や管理職のカバーにより代替	6.7	3.0	7.1	13.0	12.0	0.0	6.7
8 対応できない	3.0	3.0	0.0	4.3	0.0	8.0	0.0
9 影響を受けない	29.6	24.3	21.4	47.8	16.0	16.0	66.7
0 影響があるかどうかよくわからない	16.3	18.2	28.6	17.5	12.0	12.0	13.2

全業種の中では「9.影響を受けない」と回答した企業が最も多く、「4.取引先への協力要請」と回答した企業が最も少なかった。業種別でみると、各業種ごとに現時点で取り組んでいる、もしくは今後最も重点的に取り組もうとしている対応項目はそれぞれ差があった。

全業種



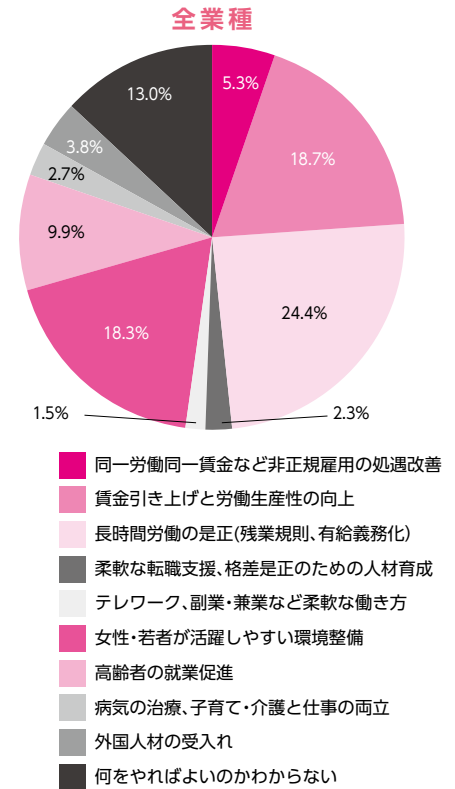
□ 問 5

働き方改革に何らかの対応をしていかなければならないなか、現在既に取り組んでいる事項あるいは今後優先的に取り組みたい事項は何ですか。以下の1～9の中から3つ以内で選んでお答えください。なお、わからない場合は0とお答えください。

(複数回答・%)

	全業種	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
1 同一労働同一賃金など非正規雇用の処遇改善	5.3	6.8	0.0	3.0	9.6	3.6	4.3
2 賃金引き上げと労働生産性の向上	18.7	16.2	28.0	12.1	23.1	21.8	8.7
3 長時間労働の是正(残業規制、有給義務化)	24.4	25.7	28.0	21.2	25.0	29.1	8.7
4 柔軟な転職支援、格差是正のための人材育成	2.3	4.1	0.0	3.0	0.0	1.8	4.3
5 テレワーク、副業・兼業など柔軟な働き方	1.5	1.4	0.0	6.1	0.0	1.8	0.0
6 女性・若者が活躍しやすい環境整備	18.3	18.9	16.0	15.2	17.3	20.0	21.7
7 高齢者の就業促進	9.9	12.2	8.0	9.1	5.8	12.7	8.7
8 病気の治療、子育て・介護と仕事の両立	2.7	1.4	0.0	9.1	0.0	1.8	8.7
9 外国人材の受入れ	3.8	5.4	0.0	0.0	7.7	3.6	0.0
0 何をやればよいのかわからない	13.0	8.1	20.0	21.2	11.5	3.6	34.8

全業種のなかでは、「3. 長期労働時間の是正(残業規制、有給義務化)」を選んだ企業が最も多かった。次いで「6. 女性・若者が活躍しやすい環境整備」となった。一方、「5. テレワーク、副業・兼業など柔軟な働き方」は全体の1.5%にとどまった。業種別でも「3. 長期労働時間の是正(残業規制、有給義務化)」が最も多く回答するなか、不動産業に関しては「9. 何をやればよいのかわからない」と回答した企業が最も多かった。



# 個人アンケート

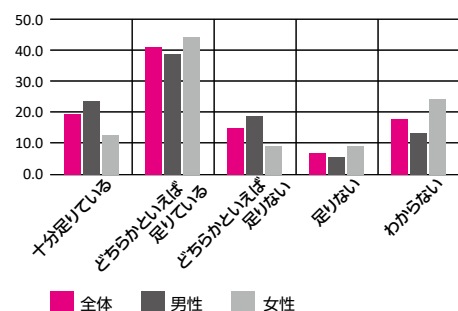
病気やケガに対する備えについて 〈当金庫・2019年6月調査 調査実施 213名〉

「人生100年時代」の到来につき、当金庫としましてもお客様が「病気やケガ」についてどのように考えているか、またどのような備えをしているかをお聞きしたく、アンケートを実施しました。

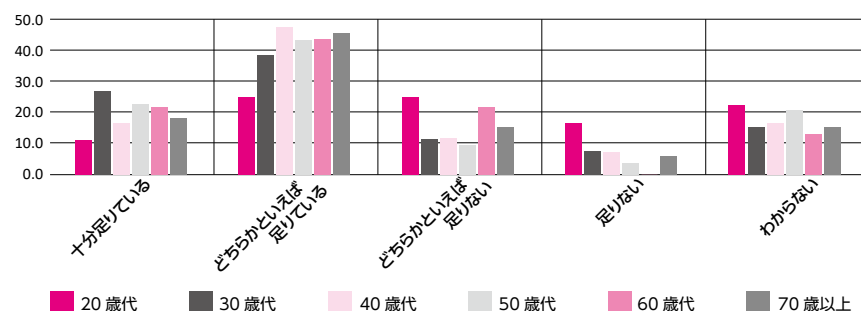
## 問1 現在ご自身の病気やケガに対する備えは十分だと思いますか。

	全体	男性	女性	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
十分足りている	19.3	23.6	12.8	11.1	26.9	16.7	22.6	21.7	18.1
どちらかといえば足りている	40.9	38.6	44.2	25.0	38.5	47.6	43.4	43.6	45.4
どちらかといえば足りない	15.0	18.9	9.3	25.0	11.5	11.9	9.4	21.7	15.2
足りない	7.0	5.5	9.3	16.7	7.7	7.1	3.8	0.0	6.1
わからない	17.8	13.4	24.4	22.2	15.4	16.7	20.8	13.0	15.2

病気やケガに対する備え



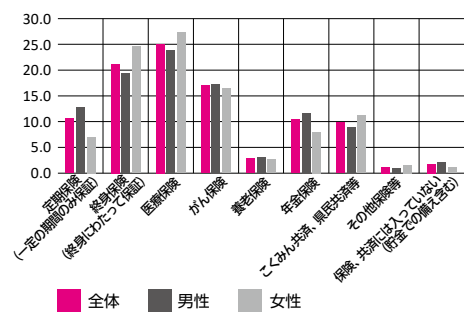
病気やケガに対する備え (年齢別)



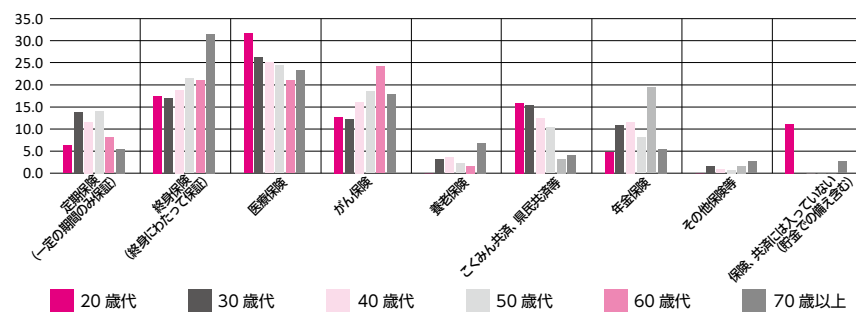
## 問2 生命保険や共済で病気やケガへの備えはしていますか (複数回答可)

	全体	男性	女性	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
定期保険(一定の期間のみ保証)	10.6	12.7	7.0	6.3	13.8	11.6	14.1	8.1	5.5
終身保険(終身にわたって保証)	21.2	19.3	24.6	17.5	16.9	18.8	21.5	21.0	31.5
医療保険	25.1	23.8	27.3	31.7	26.2	25.0	24.4	21.0	23.3
がん保険	17.0	17.3	16.5	12.7	12.3	16.1	18.5	24.2	17.8
養老保険	2.9	3.1	2.7	0.0	3.1	3.6	2.2	1.6	6.8
年金保険	10.4	11.7	8.0	15.9	15.4	12.5	10.4	3.2	4.1
こくみん共済、県民共済等	9.8	9.0	11.2	4.8	10.8	11.6	8.1	19.4	5.5
その他保険等	1.2	0.9	1.6	0.0	1.5	0.9	0.7	1.6	2.7
保険、共済には入っていない(貯金での備え含む)	1.8	2.2	1.1	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	2.7

生命保険や共済の加入状況



生命保険や共済の加入状況 (年齢別)

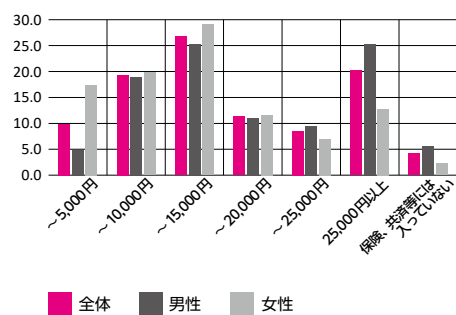


□ 問 3

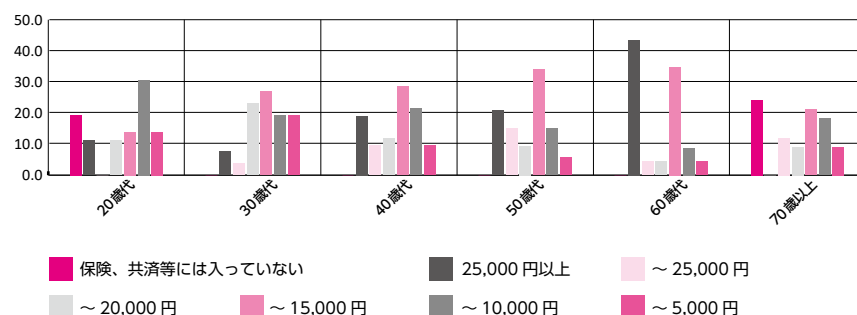
現在ご自身1人のひと月にかかっている保険料はおいくらでしょうか。

	%								
	全体	男性	女性	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
～5,000円	9.9	4.7	17.4	13.9	19.2	9.5	5.7	4.3	9.1
～10,000円	19.3	18.9	19.8	30.6	19.2	21.4	15.1	8.7	18.2
～15,000円	26.8	25.2	29.1	13.9	26.9	28.6	34.0	34.8	21.2
～20,000円	11.3	11.0	11.6	11.1	23.1	11.9	9.4	4.3	9.1
～25,000円	8.5	9.4	7.0	0.0	3.8	9.5	15.1	4.3	12.0
25,000円以上	20.2	25.2	12.8	11.1	7.7	19.0	20.8	43.5	0.1
保険、共済等には入っていない	4.2	5.5	2.3	19.4	0.0	0.0	0.0	0.0	24.2

ひと月にかかる保険料額



ひと月にかかる保険料額 (年齢別)



病気やケガに対する備えについては全体として「十分足りている」、「どちらかといえば足りている」と回答した方が合計して60.2%と半数以上であった。年齢別でみると、「30歳代」から「70歳代以上」の方は「どちらかといえば足りている」という方が多かったが、「20歳代」では「どちらかといえば足りない」と回答した方も多くみられた。

また、『生命保険や共済で病気やケガへの備えはしているか』という問いには全体を通し「医療保険」、「終身保険」に加入していると回答した方が多くみられた。

『ひと月にかかる保険料（1人当たり）』に関して全体としては「～15,000円」と回答した方が多く26.8%、次いで「25,000円以上」が20.2%となった。男女別でみると、男性は「～15,000円」、「25,000円以上」がそれぞれ20.2%となり最も多かった。一方女性は「～15,000円」が29.1%、次いで「～10,000円」が19.8%となり、男性のほうが保険料を多く支払っている傾向となった。年齢別でみると保険料支払が少額の方が多いのは若年層であり、年齢層が上がるにつれ、保険料も増加している傾向となった

## 経済日誌・主要動向

### 〈国内〉

- ◎内閣府が発表した4月の機械受注統計（季節調整済み）によると、民間設備投資の先行指標となる「船舶・電力を除く民需」の受注額は、前月比5.2%増の9,137億円となった。うち製造業は同16.3%の増加、非製造業は同1.2%の増加だった。
- ◎経済産業省が発表した4月の鉱工業生産指数（速報、10年=100、季節調整済み）は、前月比0.6%上昇の102.8となった。上昇業種は、自動車工業、生産用機械工業、輸送機械工業（除く自動車工業）など。基調判断は「生産は一進一退」と上方修正となった。
- ◎国土交通省が発表した5月の新設住宅着工戸数は、前年同月比8.7%減の7万2,581戸で2カ月連続の減少となった。利用関係別では、持家は増加、貸家・分譲住宅は減少した。
- ◎5月の国内新車販売台数（軽を除く）は、前年同月比4.8%増の24万7,338台となった。軽自動車は同9.5%増の14万8,782台で、2カ月連続の増加。
- ◎日銀が発表した5月の国内企業物価指数（15年平均=100、速報値）は、前月比0.1%低下、前年同月比では0.7%上昇して101.8となった。円ベースでは、輸出物価指数は前年比2.7%低下、輸入物価指数は同1.4%低下した。
- ◎財務省が発表した5月の貿易統計速報（通関ベース）によると、輸出は半導体等製造装置、自動車の部品などが減少し、対前年同月比7.8%の減少、輸入は液化天然ガス、有機化合物などが同1.5%の減少となった。その結果、輸出額から輸入額を差引いた貿易収支額は▲9,671億円で4カ月ぶりの赤字となった。
- ◎関東信越国税局が7月1日に公表した路線価によれば、長野県内標準宅地の平均変動率はマイナス0.3%（前年平均変動率マイナス0.6%）であり下落幅は縮小した。県内の10税務署別最高路線価では佐久税務署管内の軽井沢町旧軽井沢銀座通りで11年ぶりに上昇に転じた。他の税務署の最高路線価は長野、松本、上田、諏訪、信濃中野、大町の6税務署管内で前年比0.0%と横ばい、飯田、伊那、木曾の3税務署管内が前年に引き続き下落継続となった。

### 〈県内〉

- ◎長野県が発表した4月の県内鉱工業生産指数（季節調整値、10年=100、速報）は、前月比2.5%増の114.7で2カ月ぶりの上昇。業種別では、情報通信機械工業、食料品工業などが上昇した。
- ◎長野県が発表した5月の長野市の消費者物価指数（2015年=100、確報値）は、生鮮食品を除く総合指数は102.8となり、前月比0.2%上昇した。また、前年同月比も1.5%上昇し、29カ月連続のプラスとなった。一方、全国5月の消費者物価指数（2015年=100、確報値）は生鮮食品を除く総合指数が101.8だった。
- ◎県内5月の有効求人倍率（パートタイムを含む、季節調整値、速報）は、前月比0.01%増加の1.69倍となった。一方、全国は1.62倍だった。中信地域の安定所別では、松本1.50倍、木曾福島2.09倍、大町1.24倍だった。また、県内5月の新規求人数は1万7,304人となり、前年同月比で5.4%減少した。
- ◎長野県宅地建物取引業協会が発表した（2019年4月1日現在）長野県不動産市況DI調査によると、県内住宅地市況DIはマイナス6P（前回調査マイナス11P）であり、県内の不動産市況は未だマイナス圏にあるものの概ね横ばいの状況で推移している。  
なお中信地区の住宅地市況DIはマイナス12P（前回調査マイナス8P）であり、県内市況と同様マイナス圏にあり、同地区の不動産市況はやや後退の傾向がみられた。



### 新設住宅着工戸数動向

県建築住宅課がまとめた2019年5月の県内新設住宅着工戸数は前年同月比31.8%増加の1,190戸で、4カ月連続でプラスとなった。中信地区の新設住宅着工戸数は同16.3%減少の256戸となった。

市郡別の着工数は松本市120戸、塩尻市63戸、大町市10戸、安曇野市38戸、北安曇郡14戸、東筑摩郡8戸、木曾郡3戸だった。

県内新設住宅着工の利用関係別の内訳を見ると、持家は同17.0%の増加、貸家は同11.4%の増加、分譲は15カ月連続のプラスとなる同95.1%の増加だった。

### 中信地域観光客入込動向

松本城管理事務所がまとめた2019年4月～6月期の国宝松本城への見学入場者数は前年同期比17.7%増の30万8,985人だった。外国人入場者数は4万8,925人で同13.9%の増加となった。4月は桜の見ごろが例年より長かったことが、松本城への入場者数の増加にもつながったものと思料される。5月はGWの10連休があったことが入場者増加へ繋がった。4～6月は、それぞれ外国人観光客の入場者数が前年同期に比べ各月ともに増加した。

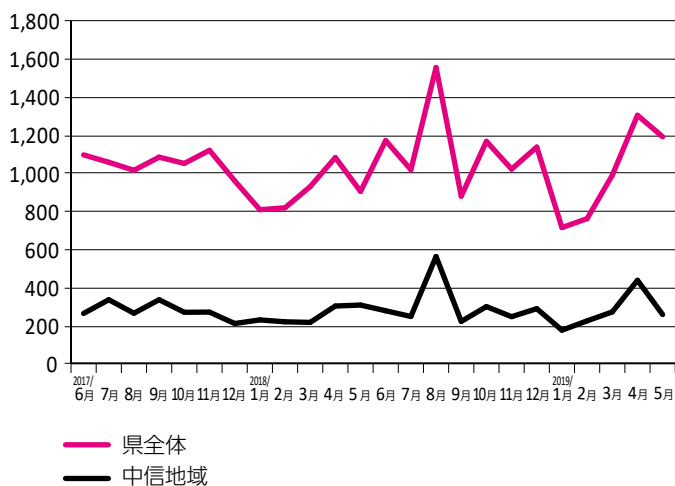
松本市山岳観光課がまとめた2019年3月～5月期の上高地方面への入り込み者数は白骨が同14.0%増加の5万6,900人、乗鞍高原は同3.6%減少の4万2,900人だった。

立山・黒部アルペンルートのダム見学トrolleyバスの6月の利用者数は、前年同月比3.1%減少し78,515人だった。4月15日開通後、3カ月連続で前年同月比を下回った。

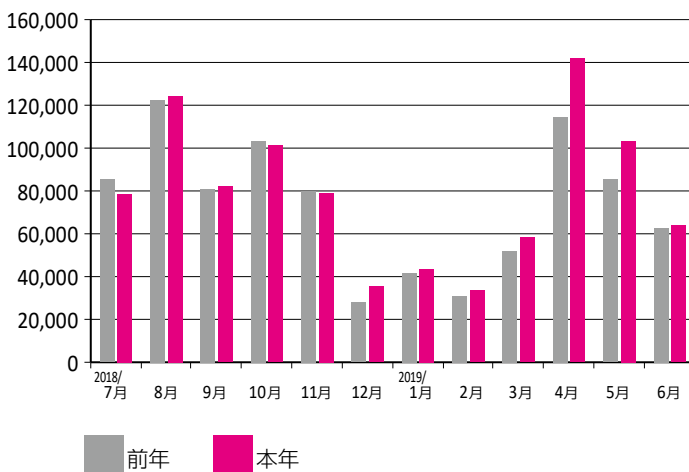
### 松本空港利用動向

フジドリームエアラインズ (FDA) がまとめた6月の利用実績によると、定期便の合計搭乗者数は10,692人で前年同月比637人の増加となった。利用率(提供座席数に占める搭乗者数の割合)は札幌線が同4.9%高い88.6%、福岡線が同4.2%高い65.0%だった。

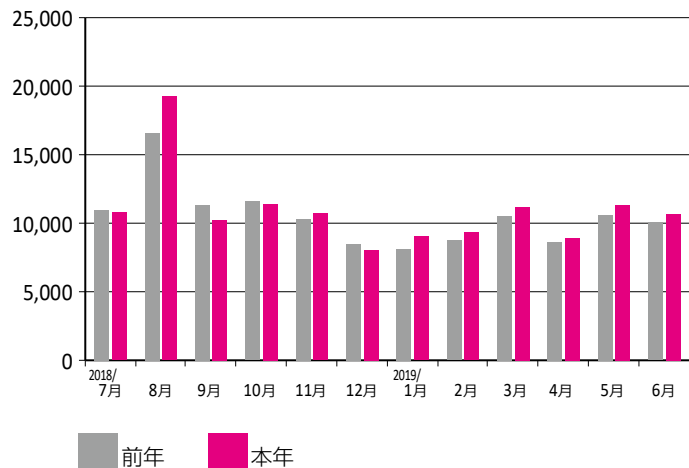
### 新設住宅着工戸数推移表



### 松本城見学入込数推移表



### 松本空港利用状況(福岡・札幌線合計)推移表





## 三世代の絆 「創業 46 年 海なし県に鮮度を求めて、 上質なそばを信州から全国へ」

株式会社 王滝

代表取締役 永瀬 完治



### 会社概要

弊社は長野県を中心にグループ全体で 54 の事業所（内 6 店舗は FC 加盟店舗）を運営しております事業会社です。主要の飲食店以外にはスキー場の運営、旅館の運営、高速道路のパーキング運営などがございますが、いずれも「食」に関わる事業であり、「食」を通じた「出会い」に何よりの喜びを感じ、事業展開をしてまいりました。

弊社創業のきっかけは、私が就職を機に居を構えた静岡での“ある”出来事がきっかけです。すし店で食べた静岡近海の新鮮な魚を使ったお寿司に今までにない感動を覚えたのです。目の前で調理し、それをすぐ目の前のお客様に食べて頂ける、そんな「飲食業」に魅力を感じ、寿司職人の道に飛び込みました。

その後は、日々修行を重ねる生活でしたが、ひょんなことから兄弟子が開店する予定だったお店を代わりに出店できる機会に恵まれました。それも私の出身地の木曾に近い松本市裏町の 7 坪の寿司



小木曾製粉所 甲府アルプス通り店

店です。私が昭和 48 年に創業したその寿司店が弊社の前身であり、のちに法人化し今に至ります。

創業後は、「鮮魚」を中心に店舗展開をしました。一つの転機となったのが平成元年「東京ー松本間の中央自動車道開通」です。その開通を機に「築地」の仲買権利を取得し、自社便で直送する事で「朝、市場で競った魚をその日の夕方に松本でお召し上がり頂きたい」という長年の夢が実現できたのです。その後も「海なし県に鮮度」をお届けしたいとの一心で寿司店、海鮮居酒屋に加えて、創作居酒屋、ケータリング事業など長野県内を中心に店舗展開をしてまいりました。最近では、新たに「そば事業の FC 化」にも取り組んでおり、改めて振り返りますとおかげさまで創業 46 年を迎えます。

### 店舗・商品開発等への思い

創業時より「美味しい物をより安く、お客様にお届けしたい」という想いを基本に店舗・商品の開発をしております。

5 年前に立ち上げましたそば事業部では「美味しいそばをお腹いっぱい食べてほしい」をコンセプトに、挽き立て、打ち立てのそばをお客様の目の前で茹で上げるセルフスタイルの「小木曾製粉所」の展開を進めております。

「小木曾製粉所」では自社にて玄そばの仕入れから製粉・製麺を行うことで、ざるそば 1 杯並から大盛まで全て 500 円（税別）というリーズナブルな価格での提供を実現しました。当然ですが美味

しいそばをお腹いっぱい食べて頂く為には、沢山の良質な玄そばが必要となります。今後も生産者の方々のご理解とご協力をいただきながら、共に歩んでいけたらと思っております。

その他の寿司店・居酒屋などにおきましては美味しい料理だけでなく、その「場」を楽しんでいただけるような企画に取り組んでおります。おじいちゃん、おばあちゃんも一緒に家族一同が集える「三世代デー」、シニアの方を対象とした「年金デー」、郷土の誇り御嶽海を応援する「星取り企画」、地元山雅FCを応援する「山雅企画」など、今後も特別な非日常空間を愉しんでいただける店舗運営を進めたいと思います。

### 人材確保・育成

新入社員を毎年積極的に採用しております。新しい感性や発想は、既存スタッフの刺激にもなります。新入社員には、弊社の企業理念にある「自己実現の場」で「その資質を最大限に発揮」してもらえるようなジョブローテーションを行い、一人一人が自分の適性に合ったキャリアアッププランを描けるよう「のれん分け」などの社内制度も設けております。

また、中途採用については「FC事業の展開」など特定分野に特化した人材の採用に力を入れております。当初は、うまく馴染めるかななどの心配もありましたが、社外経験のある人材と既存スタッフの協業により、新たな価値観や提案が生まれ社内研修制度の見直しが行われるなど、社全体の人材の厚みも増してきており、大変嬉しく思っております。

### 今後の事業展開

創業当時と比べますと飲食店を取り巻く経営環境も大きく変化しました。大型チェーン店の進出、少子高齢化と人手不足、IT化、インバウンドの増加など「変革」を求められる時代となっています。創業よりその時々々の時流に合った経営を行っ

てまいりましたが、今後は更なる「変革」を求められる事が予測されます。

弊社におきましては2023年7月に迎える創業50周年の幸せに向け「組織再編・評価制度の見直し」「仕入・物流・商品開発の一元化」「FCエリア本部体制の強化」などを計画しており、その取り組みを通じて、従業員満足度と生産性の向上を図るとともに次世代の後継者を育成し、更なる成長を追求していきたいと考えております。

また、中長期的な成長戦略として来春には「みよ田」業態の東京出店を計画するとともに、「小木曾製粉所」では最終目標である全国100店舗体制（FC店含む）の実現を計画しております。

### 終わりに

昨年は一年間で長野県の人口を超える約220万人のお客様にご利用いただき、令和元年を迎える本年は更に30万人多い250万人ものお客様にご利用いただく見込みです。

改めまして、日頃の皆様のご愛顧に感謝いたしますとともに、今後は地元の皆様のお力添えのもと「信州のすばらしさ」を「食」と共に全国へ発信し、50、60、70……100周年を迎えた際にも地域の皆様が必要とされ、ご愛顧いただける企業を目指してまいりますので、今後とも変わらぬご支援のほどお願いいたします。



おおたき総本店 宴会料理

スマホアプリで、お支払い。



Origami Payはスマホを使った新しいお支払いのかたち。スマホ決済を受け付けることができればお客様へのアプローチの幅がぐんと広がります。無料で簡単に始められて、決済手数料は、業界最低水準。今すぐOrigami Payをスタートしましょう。



Origami Payなら

導入費用	年間利用料	決済手数料
¥0	¥0	3.25%

導入メリット スマホ決済には様々なメリットがあります。

1 無料で始められる

導入費用 年間利用料

¥0

初期費用・月額費用は無料。固定費用はかかりません。決済手数料は、業界最低水準で始められます。

2 お手持ちの端末が使える



インターネットにつながっていれば、お手持ちのスマートフォン、PC、タブレットで決済可能です。

3 簡単に決済



お客様がスマホアプリでQRコードを読み込むと、決済が完了します。お釣りを渡す手間も省けます。

4 あなたの店舗をアプリに表示



アプリ内マップに、登録いただいたあなたのお店を掲載します。

※MAP未掲載も可能です。

5 割引・クーポン発行



弊社負担により、店頭決済時2% OFF、プレミアムフライデー 10% OFFなどの自動割引※を行なっています。購入顧客分析をして、クーポンを配布するなど、再来店を促すことも可能です。

※割引内容・サービスは変更・終了になる場合もあります。

6 インバウンド決済



iPad上でAlipayの決済を受け付けることができるプランもございます。ご利用にはiPadをご用意いただく必要があります。

※Origami Payを使用するにはインターネット接続が必要です。Wi-Fi/3G/4G/LTEマークのいずれかに接続してください。

※割引内容・サービスは変更・終了になる場合もあります。

お問い合わせ・お申し込みは



松本信用金庫

本店・各店窓口