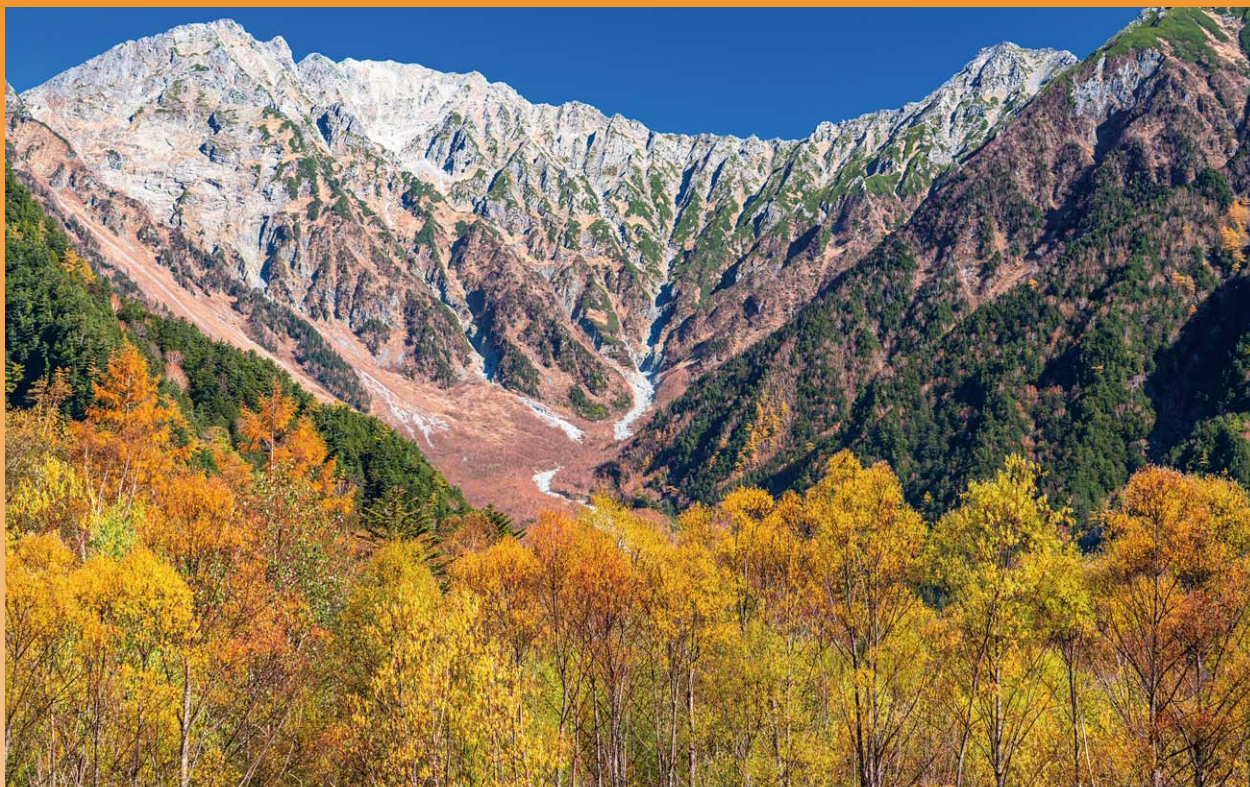


中信地域 産業経済動向

調査
No. **503**

令和元年11月発行
昭和51年8月創刊



旬 経営ビジョン Interview
有限会社 山のたこ平
代表取締役 **辻谷 洋一**

■ 個人アンケート
～働き方改革～
有給休暇取得について

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4～6月	2019年7～9月	2019年10～12月 (見通し)
全	業 種			
業 種 別	製 造 業			
	卸 売 業			
	小 売 業			
	サ ー ビ ス 業			
	建 設 業			
	不 動 産 業			

◀◀好調 日 日 日 日 日 日 日 雨 雨 雨 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

このレポートは、当金庫のお取引先135社に対し2019年7～9月期の景気の現状と2019年10～12月期の見通しを調査したものです。

中信地域の概況

全業種 8.9→9.6 非製造業は改善

2019年7月～9月期の業況判断DI（「良い」－「悪い」）は、全業種では0.7ポイント改善して9.6となった。

製造業は9.1ポイント悪化の3.0、改善非製造業は4.0ポイント改善の11.8であった。

2019年10月～12月期の業況判断DI（予測）は10.3ポイントの悪化と見込んでいる。

中信地域の2019年7月～9月期の業況判断DI

	前期	今期	翌期（予測）
全業種	8.9 →	9.6 (0.7ポイント改善)	→ ▲0.7
製造業	12.1 →	3.0 (9.1ポイント悪化)	→ 6.1
非製造業	7.8 →	11.8 (4.0ポイント改善)	→ ▲2.9

非製造業（5業種） 7.8→11.8 サービス業を除く業種は改善

非製造業の業種別業況判断DIは、卸売業が前期比7.1ポイント改善、小売業は同4.4ポイント改善、サービス業は同8.0ポイント悪化、建設業は同4.0ポイント改善、不動産業は同20.0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	▲21.4 →	▲14.3 (7.1ポイント改善)	→ ▲14.3
小売業	4.3 →	8.7 (4.4ポイント改善)	→ ▲4.3
サービス業	20.0 →	12.0 (8.0ポイント悪化)	→ ▲8.0
建設業	20.0 →	24.0 (4.0ポイント改善)	→ 8.0
不動産業	0.0 →	20.0 (20.0ポイント改善)	→ 0.0

全業種 売上高:3.7→10.4 収益:0.7→3.7 製造業は売上高・収益悪化、非製造業は売上高・収益改善

製造業の売上高DIは6.1ポイント悪化の▲18.2、収益判断DIは12.1ポイント悪化の▲24.2となった。

非製造業の売上高DIは10.8ポイント改善の19.6、収益判断DIは7.8ポイント改善の12.7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	3.7 →	10.4	0.7 →	3.7
製造業	▲12.1 →	▲18.2	▲12.1 →	▲24.2
非製造業	8.8 →	19.6	4.9 →	12.7

[調査要領]

●調査実施 …… 2019年9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 4月～6月

今期 …… 2019年 7月～9月

翌期 …… 2019年 10月～12月

製造業

回答企業 33 社

お客様の声・調査員コメント

- 小口であるが、新規の受注が増加しており、今後の取引拡大が期待できる。問題であった人員不足は同業他社からの派遣で解決した。(電気機械器具製造)
- 増税前の特需も一部では見られるものの、売上は堅調に推移。人手不足も抱えているが、ハローワークを通じて1名確保。売上と残業時間のバランスをどうとっていくかが課題となっている。(建具・家具製造販売)
- 売上・利益ともに例年並に推移。業界内は特に大きな要因もなく、受注の見通しも安定している。(薬包紙製造)
- 受注は当面確保されているが、鉄骨結束部のボルトが不足している。東京オリンピックまでは現状の業況推移が見込まれる。(鉄筋加工)
- 秋、冬にかけ売上の減少が予想され、合わせて原材料の価格高騰も予想されるため、資金余剰に不安がある。(生コン製造販売)
- 受注は減少傾向にあり、回復の兆候も分からない。小規模な設備の更新を検討していたが、この状態が続くようであれば先延ばしせざるを得ない。(金属製品製造)



今期の業況

今期の業況感は9.1[㊦]悪化の3.0。全体的に対前期比悪化となった。人手不足が解消された企業も多かったが、米中貿易摩擦の影響がいまだに響いている企業もあった。また、鉄骨結束部のボルトが不足しており、新規設備を断念する企業もあった。

翌期（予測）の見通し

翌期の業況感・売上・収益は今期に比べ改善予測となったが、受注数は6.1[㊦]悪化の▲18.2、販売価格も6.0[㊦]悪化の▲3.0と引き続き厳しい見通しとなった。特に金属製品製造業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/ 7～9月	2018/ 10～12月	2019/ 1～3月	2019/ 4～6月	2019/ 7～9月	前期と今期 の比較	2019/ 予測 10～12月	今期と翌期 の比較
前期比	業 況 感	15.2	24.2	3.0	12.1	3.0	▲ 9.1	6.1	3.1
	売 上 額	12.1	33.3	▲ 24.2	▲ 12.1	▲ 18.2	▲ 6.1	▲ 3.0	15.2
	受 注 残	21.2	27.3	▲ 6.1	3.0	▲ 12.1	▲ 15.1	▲ 18.2	▲ 6.1
	収 益	3.0	24.2	▲ 39.4	▲ 12.1	▲ 24.2	▲ 12.1	▲ 6.1	18.1
	販 売 価 格	3.0	9.1	6.1	6.1	3.0	▲ 3.1	▲ 3.0	▲ 6.0
	原材料価格	30.3	45.5	45.5	21.1	12.1	▲ 9.0	15.2	3.1
	原材料在庫	6.1	3.0	0.0	6.1	9.1	3.0	3.0	▲ 6.1
	資 金 繰 り	▲ 3.0	3.0	▲ 6.1	▲ 9.1	3.0	12.1	9.1	6.1
前年同期比	売 上 額	▲ 6.1	12.1	▲ 9.1	▲ 9.1	▲ 21.2	▲ 12.1		
	収 益	▲ 12.1	▲ 3.0	▲ 21.2	▲ 30.3	▲ 30.3	0.0		

卸売業

回答企業 14 社

お客様の声・調査員コメント

- 売上は増加傾向にあり、業況は良い。今後、消費税率の引き上げや、働き方改革による人件費の増加など、懸念材料はあるが、継続して営業活動に活力し、売上を伸ばしていきたい。(食肉)
- 賃金引上げが従業員のモチベーションアップとなり業績向上に繋がるという良い循環となることを期待して実施した。(検査機器卸売)
- 受注状況は安定的に確保されている。増税後の住宅にかかる補助金や減税施策もあり、駆け込み需要は特段目立たない。(建築資材卸・小売)
- 駆け込み需要等の影響は直接的にはない。利益率の改善を図る為、経費削減に注力していかなくてはならない。(非鉄金属・アルミ)
- 仕入量の減少に伴い、売上も減少している。仕入量の減少が課題であり、安定した供給の為、対策が必要である。(産業用機械)
- 売上減少が続いており、資金繰りが厳しい。(内装材料卸売)



今期の業況

今期の業況感は7.1㊦改善の▲14.3㊦となった。他の項目についても特に売上額が28.6㊦、収益が14.3㊦、販売価格が21.4と大きく改善。消費税増税の駆け込み需要の影響もあまり受けず、受注も安定的に確保していると答えた企業が多かった。

翌期（予測）の見通し

翌期の売上額は28.6㊦悪化の▲14.3、収益は14.3㊦悪化の▲14.3と全体的に悪化すると予測した企業が多く、厳しい見通しとなった。

主要指標・DI 推移 (▲印：悪化・低下値)

	期別 項目	2018/ 7～9月	2018/ 10～12月	2019/ 1～3月	2019/ 4～6月	2019/ 7～9月	前期と今期 の比較	2019/ 予測 10～12月	今期と翌期 の比較
前 期 比	業 況 感	▲ 21.4	7.7	▲ 42.9	▲ 21.4	▲ 14.3	7.1	▲ 14.3	0.0
	売 上 額	▲ 7.1	30.8	▲ 50.0	▲ 14.3	14.3	28.6	▲ 14.3	▲ 28.6
	収 益	▲ 14.3	15.4	▲ 57.1	▲ 14.3	0.0	14.3	▲ 14.3	▲ 14.3
	販 売 価 格	▲ 7.1	15.4	7.1	▲ 7.1	14.3	21.4	0.0	▲ 14.3
	仕 入 価 格	28.6	46.2	50.0	50.0	42.9	▲ 7.1	28.6	▲ 14.3
	在 庫	14.3	15.4	7.1	28.6	35.7	7.1	35.7	0.0
	資 金 繰 り	▲ 28.6	7.7	▲ 28.6	▲ 14.3	▲ 14.3	0.0	▲ 21.4	▲ 7.1
前 年 同 期 比	売 上 額	7.1	15.4	▲ 14.3	▲ 35.7	7.1	42.8		
	収 益	▲ 14.3	7.7	▲ 21.4	▲ 35.7	0.0	35.7		
	販 売 価 格	▲ 7.1	7.7	7.1	14.3	7.1	▲ 7.2		

□ 小売業

回答企業 23 社

お客様の声・調査員コメント

- 消費増税前に、冷蔵庫の販売が好調であった。10月からのセールにおいても、展示品を増やし、販売増加を推進する予定。(電化製品販売・修理)
- 店舗のリニューアル工事実施後、商品拡充により売上増加。季節商品に頼っている現状であり、売上の平準化を図りたい。(林業用機械)
- POSシステムは元売先でシステム更改をおこなった。今後電子マネー等の対策も必要と思われる。(燃料小売)
- 10月～12月は冬季家電製品の時期となるが、性能向上により石油系暖房器具からエアコンへのシフトがここ数年みられる。(家電販売・修理)
- 現在、人手が過剰の為、従業員の勤務時間を調整しながら、適正な状態にしていきたい。(中古自動車小売)
- 業況は悪化している。地域的な要因もあるが、受注は徐々に減少傾向にある。(建築材料小売)



今期の業況

今期は、業況感 4.4[㊦]、売上額 13.0[㊦]、収益 21.7[㊦]改善。消費増税を前に冷蔵庫やエアコンなどの大物家電の販売が好調であった。

翌期（予測）の見通し

翌期は、全体的に悪化予測する企業が多く、消費増税前の駆け込み重要な反動で、今後の見通しが不透明であると回答した企業が多かった。

主要指標・DI 推移 (▲印：悪化・低下値)

	期別 項目	2018/ 7～9月	2018/ 10～12月	2019/ 1～3月	2019/ 4～6月	2019/ 7～9月	前期と今期 の比較	2019/ 予測 10～12月	今期と翌期 の比較
前期比	業 況 感	▲ 20.8	▲ 8.3	▲ 4.3	4.3	8.7	4.4	▲ 4.3	▲ 13.0
	売 上 額	20.8	12.5	▲ 26.1	8.7	21.7	13.0	▲ 26.1	▲ 47.8
	収 益	8.3	▲ 8.3	▲ 26.1	▲ 4.3	17.4	21.7	▲ 17.4	▲ 34.8
	販 売 価 格	16.7	12.5	4.3	13.0	8.7	▲ 4.3	0.0	▲ 8.7
	仕 入 価 格	20.8	25.0	8.7	17.4	13.0	▲ 4.4	▲ 4.3	▲ 17.3
	在 庫	4.2	0.0	8.7	17.4	4.3	▲ 13.1	4.3	0.0
	資 金 繰 り	▲ 20.8	▲ 16.7	▲ 13.0	▲ 21.7	▲ 21.7	0.0	▲ 26.1	▲ 4.4
前年同期比	売 上 額	4.2	0.0	▲ 17.4	17.4	▲ 13.0	▲ 30.4		
	収 益	▲ 4.2	▲ 8.3	▲ 13.0	21.7	0.0	▲ 21.7		
	販 売 価 格	0.0	25.0	4.3	8.7	0.0	▲ 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

- 経費の見直しを実施。その結果大幅な財務改善が見られ、設備投資に関して前向きに検討している。(一般廃棄物収集・産業廃棄物収集)
- 受注安定しており、経費削減・人材育成に注力していくよう取り組んでいる。(管路清掃業)
- 消費税増税後、一層消費の落ち込みが予想される中、広告宣伝に対し、増税前より経費をかけて対応していく予定である。(宿泊業)
- 働き方改革による有給休暇取得や人件費の増加を受けて人事・労務管理の見直しが必要である。(クリーニング)
- 業況はあまり変化ないが、ガソリン価格の上昇等により、経費が増加傾向にある。また、人材の確保についても今後の課題となっている。(バス・運送業)
- 売上が増加しない中、遊技設備の負担が増え、経営を圧迫している。今後も規制強化となる傾向にあるので、対策が必要であると思われる。(娯楽業)



今期の業況

今期の業況として、業況感は 12.0ポイントと前期比 8.0ポイント悪化したが、他の項目は対前期比 0.0ポイント～12.0ポイント改善した。夏休みやお盆休み期間を中心に売上が増加した企業が多かった。

翌期（予測）の見通し

白馬地域以外は旅行客が減少する傾向にあり、宿泊業は厳しい見通しである。依然「人手不足」と感じている企業もある中、働き方改革による労務管理の見直しを急進する企業もある。

主要指標・DI 推移 (▲印：悪化・低下値)

	期別 項目	2018/ 7～9月	2018/ 10～12月	2019/ 1～3月	2019/ 4～6月	2019/ 7～9月	前期と今期 の比較	2019/ 予測 10～12月	今期と翌期 の比較
前期比	業 況 感	16.0	8.0	▲ 20.0	20.0	12.0	▲ 8.0	▲ 8.0	▲ 20.0
	売 上 額	36.0	8.0	▲ 4.0	32.0	32.0	0.0	▲ 20.0	▲ 52.0
	収 益	32.0	8.0	▲ 12.0	20.0	24.0	4.0	▲ 16.0	▲ 40.0
	料 金 価 格	8.0	0.0	▲ 8.0	12.0	20.0	8.0	12.0	▲ 8.0
	材 料 価 格	36.0	32.0	16.0	32.0	44.0	12.0	36.0	▲ 8.0
	資 金 繰 り	▲ 4.0	▲ 4.0	▲ 16.0	▲ 16.0	▲ 8.0	8.0	▲ 12.0	▲ 4.0
前年同期比	売 上 額	12.0	16.0	4.0	20.0	12.0	▲ 8.0		
	収 益	4.0	16.0	0.0	16.0	0.0	▲ 16.0		

建設業

回答企業 25 社

お客様の声・調査員コメント

- 官公庁からの受注が堅調に推移していることもあり、売上・利益ともに好調である。(総合建設)
- 繰越工事が前期よりも増加しており、今後も公共工事発注が予定されていることから、受注量増加は堅調に推移していく見通し。(土木工事)
- 首都圏における再開発が進んでおり、オリンピック関連需要終了後も受注はそれほど落ちないと思われる。消費税増税後の見通しは全く分からない。(鉄工業)
- 消費税増税よりも資材単価上昇の方が、収益に与える影響が大きいのではと見込んでいる。(鉄骨工事)
- 公共工事の入札での競争が激化傾向にあり、原価管理の徹底が課題。若年労働力の確保も課題となっている。(土木・水道工事)
- 職人の高齢化が進んでおり、将来が心配である。(看板・内装工事)



今期の業況

今期は、受注数 20.0%改善の 24.0%をはじめ全体的に改善した。建設業全般として「人手不足」と「労働者の高齢化」を課題とする意見が多く、人材確保に苦慮している。

翌期（予測）の見通し

翌期は、全体的に悪化を予測しており、特に業況感 ▲16.0%の悪化、施工高▲20.0%、収益▲20.0%の悪化と厳しい見通しが続く。今後材料価格の上昇と人件費増加により収益性が悪化する懸念が生じている。

主要指標・DI 推移 (▲印：悪化・低下値)

	期別 項目	2018/ 7～9月	2018/ 10～12月	2019/ 1～3月	2019/ 4～6月	2019/ 7～9月	前期と今期 の比較	2019/ 予測 10～12月	今期と翌期 の比較
前期比	業 況 感	4.0	12.0	12.0	20.0	24.0	4.0	8.0	▲ 16.0
	売 上 額	▲ 8.0	24.0	▲ 16.0	4.0	16.0	12.0	20.0	4.0
	受 注 残	20.0	16.0	0.0	4.0	24.0	20.0	12.0	▲ 12.0
	施 工 高	▲ 4.0	28.0	▲ 4.0	8.0	12.0	4.0	▲ 8.0	▲ 20.0
	収 益	4.0	0.0	▲ 24.0	4.0	8.0	4.0	▲ 12.0	▲ 20.0
	材 料 価 格	48.0	36.0	48.0	44.0	32.0	▲ 12.0	44.0	12.0
	請 負 価 格	12.0	8.0	0.0	8.0	4.0	▲ 4.0	▲ 8.0	▲ 12.0
	在 庫	▲ 4.0	▲ 12.0	0.0	0.0	4.0	4.0	0.0	▲ 4.0
	資 金 繰 り	▲ 16.0	▲ 8.0	▲ 12.0	▲ 8.0	▲ 12.0	▲ 4.0	▲ 16.0	▲ 4.0
前年同期比	売 上 額	4.0	▲ 20.0	▲ 8.0	▲ 16.0	0.0	16.0		
	収 益	▲ 4.0	▲ 12.0	▲ 20.0	▲ 16.0	▲ 12.0	4.0		

□ 不動産業

回答企業 15 社

お客様の声・調査員コメント

- 分譲用土地の仕入が順調であり、業況は好調に推移。(不動産売買)
- 大規模改修をおこない、入居者受入れの体制ができたことで売上回復の見通し。(不動産賃貸業)
- 地元地価が上昇傾向であり、大型の案件の他に小型の案件も価格が上昇してきている。引き続きこの状況が続いていくものと思われる。(不動産業)
- 5%→8%への消費増税時より駆け込みは平準化している。仕入物件も少なく業者間で競争が激化している。(不動産業)
- 顧客のニーズに応じられる物件の確保が厳しく、品薄状態が続いている。(不動産売買)
- 業界全体として売手市場の状態であり、仕入価格は高騰している。加えて大手ハウスメーカーも宅地分譲に参入してきており、競合は激化している。(不動産売買)



今期の業況

今期は、業況感 20.0㊦、売上額 6.7㊦改善となった。「住宅ローン減税の控除期間が3年延長される」等、消費税率引上げ後の支援策もあるため、前回の消費増税時のような駆け込み需要もみられなかった。

翌期(予測)の見通し

翌期は、消費増税の影響はないとの見解であるものの業況感、売上額、収益ともに悪化見込である。また同業他社との価格競争も激化しており見通しは不透明である。

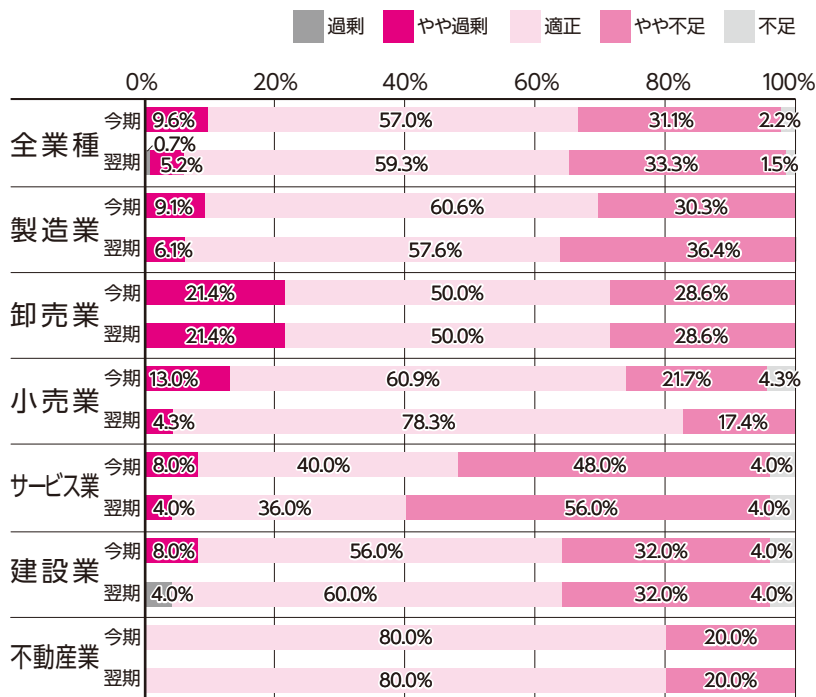
主要指標・DI推移 (▲印：悪化・低下値)

	期別 項目	2018/ 7～9月	2018/ 10～12月	2019/ 1～3月	2019/ 4～6月	2019/ 7～9月	前期と今期 の比較	2019/ 予測 10～12月	今期と翌期 の比較
前期比	業 況 感	37.5	40.0	6.7	0.0	20.0	20.0	0.0	▲ 20.0
	売 上 額	12.5	60.0	20.0	0.0	6.7	6.7	0.0	▲ 6.7
	収 益	12.5	46.7	26.7	13.3	6.7	▲ 6.6	0.0	▲ 6.7
	販 売 価 格	▲ 6.3	6.7	0.0	0.0	▲ 6.7	▲ 6.7	13.3	20.0
	仕 入 価 格	37.5	20.0	6.7	13.3	20.0	6.7	13.3	▲ 6.7
	在 庫	▲ 37.5	▲ 33.3	▲ 20.0	▲ 13.3	▲ 26.7	▲ 13.4	▲ 20.0	6.7
	資 金 繰 り	31.3	26.7	26.7	13.3	13.3	0.0	13.3	0.0
前年同期比	売 上 額	31.3	33.3	46.7	13.3	▲ 6.7	▲ 20.0		
	収 益	31.3	33.3	53.3	20.0	▲ 6.7	▲ 26.7		

雇用面の動き 7～9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%	9.6%	57.0%	31.1%	2.2%
	翌期	0.7%	5.2%	59.3%	33.3%	1.5%
製 造 業	今期	0.0%	9.1%	60.6%	30.3%	0.0%
	翌期	0.0%	6.1%	57.6%	36.4%	0.0%
卸 売 業	今期	0.0%	21.4%	50.0%	28.6%	0.0%
	翌期	0.0%	21.4%	50.0%	28.6%	0.0%
小 売 業	今期	0.0%	13.0%	60.9%	21.7%	4.3%
	翌期	0.0%	4.3%	78.3%	17.4%	0.0%
サービス業	今期	0.0%	8.0%	40.0%	48.0%	4.0%
	翌期	0.0%	4.0%	36.0%	56.0%	4.0%
建 設 業	今期	0.0%	8.0%	56.0%	32.0%	4.0%
	翌期	4.0%	0.0%	60.0%	32.0%	4.0%
不 動 産 業	今期	0.0%	0.0%	80.0%	20.0%	0.0%
	翌期	0.0%	0.0%	80.0%	20.0%	0.0%



全業種でみると「適正」が57.0%であるものの「やや不足」が31.1%。依然一部の企業が従業員不足を感じている。業種別でみるとサービス業以外の業種では「適正」が50パーセント以上を上回っている。一方サービス業は今期「適正」が40.0%であるが翌期は36.0%へ悪化見込となっている。

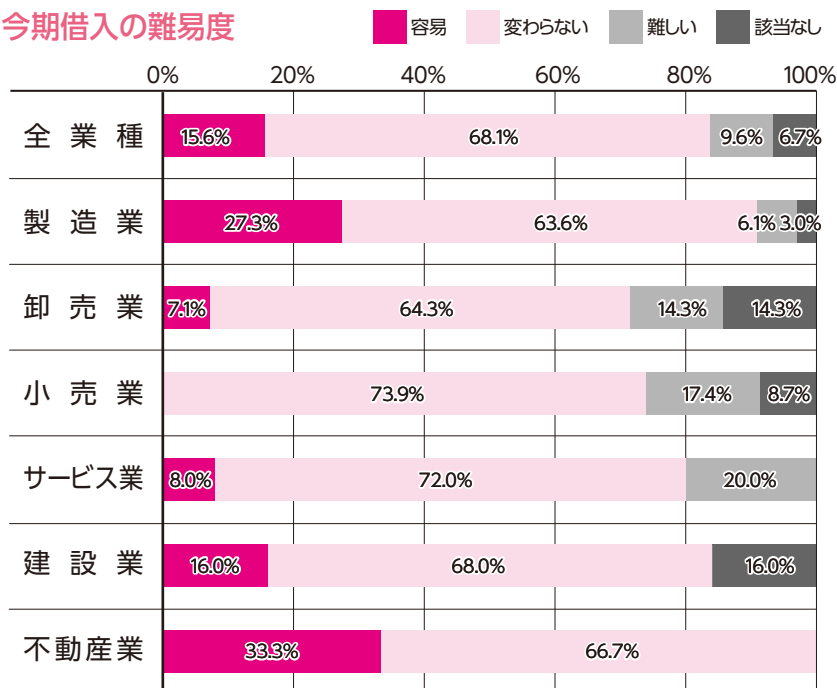
借入金の動き・難易度 7～9月期

借入金の動き

	前期	今期
全 業 種	35.6%	37.0%
製 造 業	36.4%	39.4%
卸 売 業	14.3%	21.4%
小 売 業	52.2%	39.1%
サ ー ビ ス 業	24.0%	28.0%
建 設 業	44.0%	40.0%
不 動 産 業	33.3%	53.3%

(借入をした割合)

今期借入の難易度



○借入金の動き

全業種でみると、「借入した」と回答した企業の割合は前期比増加した。業種別でみると、製造業、卸売業、サービス業、不動産業が前回調査時を上回ったのに対し、小売業、建設業は前回を下回った。特に小売業は「借入した」と回答した企業が前期52.2%→39.2%と13.0%減少した。

○借入の難易度

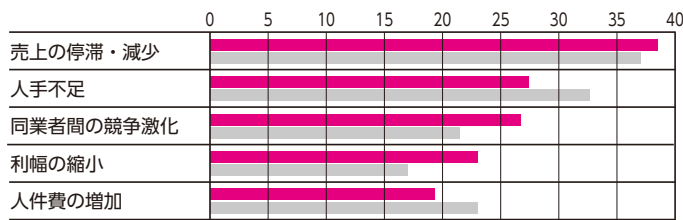
全業種では、借入の難易度は前期に比べてほぼ変化はなく、引き続き、「容易」あるいは「変わらない」とする企業が7割以上を占めている。しかし、業種別にみると「難しい」とする企業が建設業、不動産業は0.0%であるのに対し、卸売業14.3%小売業17.4%、サービス業に関しては20.0%であり、業種間での借入の難易度に差がみられる。

経営上の問題点

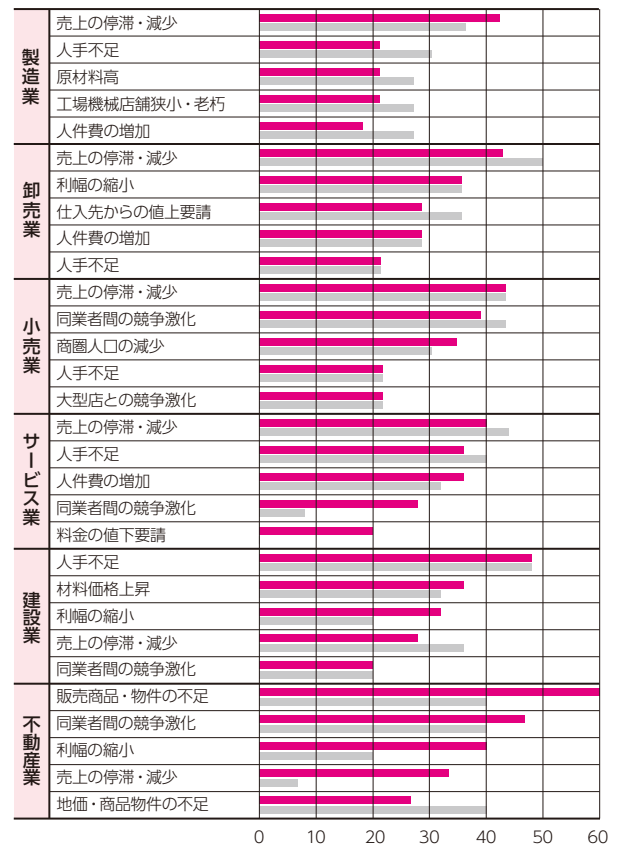
(今期上位5項目・複数回答・%)

全業種

■ 今期 ■ 前期



全業種では、前期同様「売上の停滞・減少」が経営上の問題となった。業種別でみると、製造業、小売業、サービス業で1番の課題として「売上の停滞・減少」となっている。しかしながら、卸売業とサービス業で「売上の停滞・減少」が問題であるとあげた企業は減少してきており、米中貿易摩擦の影響も薄れてきている模様である。その他を業種別でみると依然、建設業は「人手不足」が1番の問題となっており、労働力の確保が課題となっている。不動産業は「販売商品・物件の不足」が1番の課題となっており同業他社との価格競争、顧客ニーズに合った物件の確保が問題となっている。

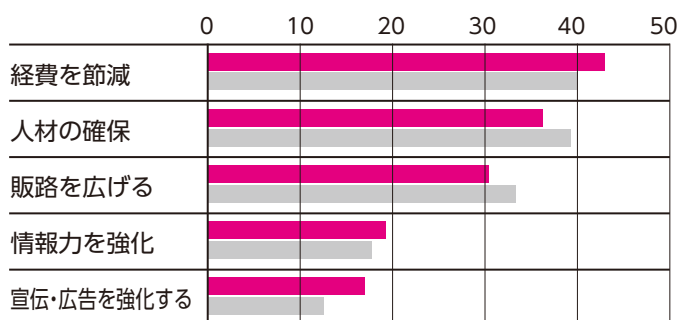


当面の重点経営施策

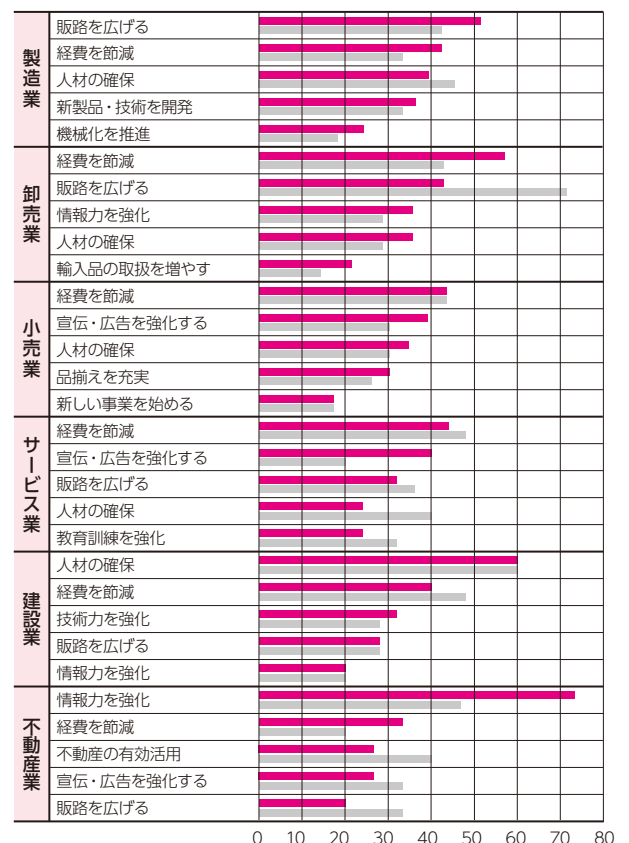
(今期上位5項目・複数回答・%)

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8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」、「情報力を強化」、「宣伝・広告を強化する」と続いた。業種別でみると、製造業は前期トップ項目であった「人材の確保」より今期は「販路を広げる」がトップ項目となり、人手不足が解消されつつあることが伺える。卸売業、小売業、サービス業は「経費の節減」がトップ項目となっている。一方、建設業は経営上の問題点と同じく人手が不足している実態のようである。不動産業は「情報力の強化」がトップ項目であり、良質な顧客のニーズにあった物件の確保を重点経営施策としている。



特別調査

『消費税率引上げの影響と対応について』

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『消費税率引上げの影響と対応について』をお聞きました。

回答企業 135 社による調査結果です。

調査実施時期：2019 年 9 月上旬、調査対象企業 135 社（回答率 100.0%）

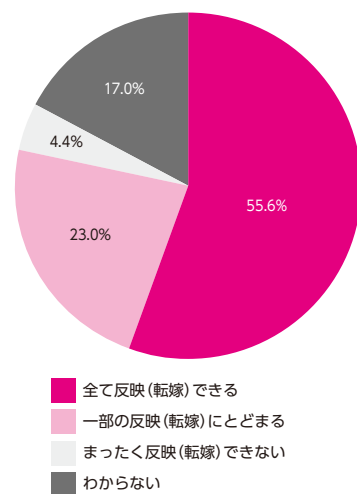
問 1

今年（2019 年）10 月からの消費税率引上げ（8%→10%）について、貴社では、販売価格にどの程度反映（転嫁）できると考えていますか。あてはまるものを、次の 1～4 の中から 1 つお答えください。

	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 全て反映（転嫁）できる	55.6	54.5	64.3	43.5	48.0	68.0	60.0
2 一部の反映（転嫁）にとどまる	23.0	27.3	14.3	30.5	24.0	12.0	26.6
3 まったく反映（転嫁）できない	4.4	3.0	0.0	13.0	4.0	0.0	6.7
4 わからない	17.0	15.2	21.4	13.0	24.0	20.0	6.7

全業種で「1. 全て反映（転嫁）できる」と回答した企業は 135 社中 75 社、一方「まったく反映（転嫁）できない」と回答した企業は 6 社となった。業種別でみても、全業種において「1. 全て反映（転嫁）できる」がトップ項目となった。

販売価格への反映程度（全業種）



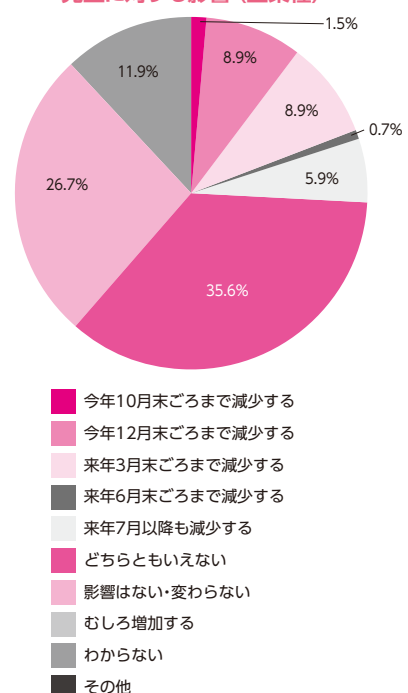
問 2

今年（2019 年）10 月からの消費税率引上げ（8%→10%）は、当面の貴社の売上げに対し、どのような影響を与えると見込まれますか。最もあてはまるものを次の 1～0 の中から 1 つお答えください。

	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 今年 10 月末ごろまで減少する	1.5	3.0	0.0	4.4	0.0	0.0	0.0
2 今年 12 月末ごろまで減少する	8.9	6.1	0.0	17.4	8.0	12.0	6.7
3 来年 3 月末ごろまで減少する	8.9	3.0	7.2	8.7	12.0	8.0	20.0
4 来年 6 月末ごろまで減少する	0.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7
5 来年 7 月以降も減少する	5.9	0.0	0.0	17.4	4.0	12.0	0.0
6 どちらともいえない	35.6	54.6	50.0	30.4	24.0	24.0	26.6
7 影響はない・変わらない	26.7	24.2	21.4	17.4	32.0	32.0	33.3
8 むしろ増加する	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
9 わからない	11.9	9.1	21.4	4.3	20.0	12.0	6.7
0 その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

全業種の中で「6. どちらともいえない」と回答した企業が 135 社中 48 社、「7. 影響はない・変わらない」と回答した企業が 36 社であった。業種別でみても製造業、卸売業、小売業に関しては「6. どちらともいえない」との回答が最も多かった。サービス業、建設業、不動産業に関しては「7. 影響はない・変わらない」との回答が多かった。

売上に対する影響（全業種）



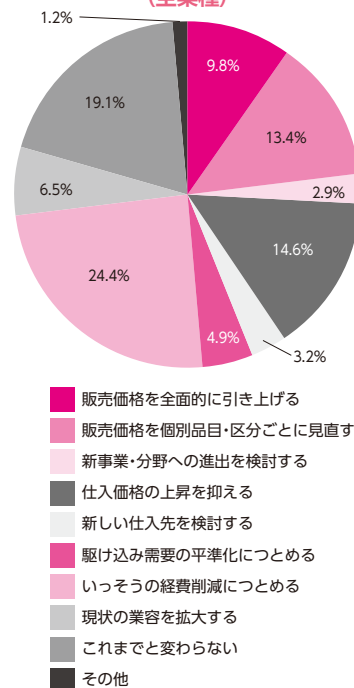
□ 問 3

今年（2019 年）10 月からの消費税率引上げ（8%→10%）後の収益を確保するために、貴社ではどのような対策を考えていますか。あてはまるものを次の 1～0 の中から最大 3 つお答えください。

	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 販売価格を全面的に引き上げる	9.8	13.1	0.0	11.6	12.8	9.3	4.4
2 販売価格を個別品目・区分ごとに見直す	13.4	13.1	17.2	13.9	14.8	7.0	17.4
3 新事業・分野への進出を検討する	2.9	1.6	6.9	4.7	2.1	2.3	0.0
4 仕入価格の上昇を抑える	14.6	14.8	20.7	18.6	12.8	9.3	13.0
5 新しい仕入先を検討する	3.2	4.9	3.5	7.0	0.0	2.3	0.0
6 駆け込み需要の平準化につとめる	4.9	4.9	0.0	7.0	4.3	7.0	4.4
7 いっそうの経費削減につとめる	24.4	23.0	24.1	23.3	21.3	30.3	26.1
8 現状の業容を拡大する	6.5	1.6	10.4	4.6	8.5	11.6	4.3
9 これまでと変わらない	19.1	23.0	17.2	7.0	19.1	20.9	30.4
0 その他	1.2	0.0	0.0	2.3	4.3	0.0	0.0

全業種の中で、「7. いっそうの経費削減につとめる」と回答した企業が最も多かった。業種別でも、製造業、卸売業、小売業、サービス業、建設業が「7. いっそうの経費削減につとめる」と回答した企業が多く、不動産業は「9. これまでと変わらない」と回答した企業が最も多かった。

消費税率引上げ後の収益を確保するための対策（全業種）



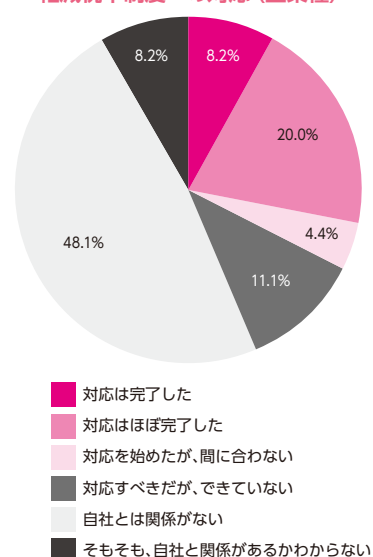
□ 問 4

貴社は、今回導入される予定の軽減税率制度について、レジの改修や帳簿、請求書、価格表示変更などの何らかの対応をとっていますか。最もあてはまるものを次の 1～6 の中から 1 つお答えください。

	%						
	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 対応は完了した	8.2	6.1	0.0	8.7	20.0	8.0	0.0
2 対応はほぼ完了した	20.0	33.3	0.0	30.4	20.0	12.0	6.7
3 対応を始めたが、間に合わない	4.4	0.0	14.3	4.3	12.0	0.0	0
4 対応すべきだが、できていない	11.1	12.1	21.4	13.1	8.0	4.0	13.3
5 自社とは関係がない	48.1	45.5	50.0	30.4	32.0	64.0	80.0
6 そもそも、自社と関係があるかわからない	8.2	3.0	14.3	13.1	8.0	12.0	0.0

全業種の中では「5. 自社とは関係がない」と回答した企業が最も多く、「3. 対応を始めたが、間に合わない」と回答した企業が最も少なかった。業種別でみると、全業種について「5. 自社とは関係がない」と回答した企業が最も多く、特に不動産業は 80.0%となった。

軽減税率制度への対応（全業種）



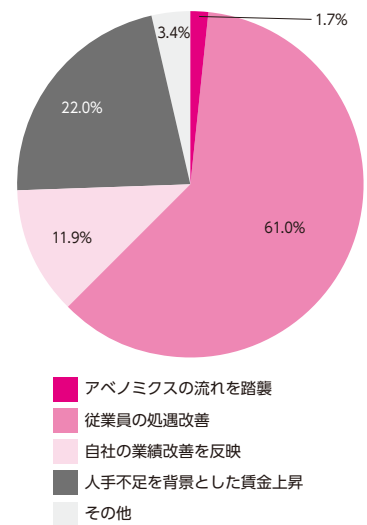
□ 問 5

消費税など経済環境が大きく変化しているなかで、貴社では、今春、賃金を引き上げましたか。引き上げた場合は、その理由について、最もあてはまるものを次の1～5の中から1つお答えください。引き上げていない場合は、その理由について、最もあてはまるものを次の6～0の中から1つお答えください。

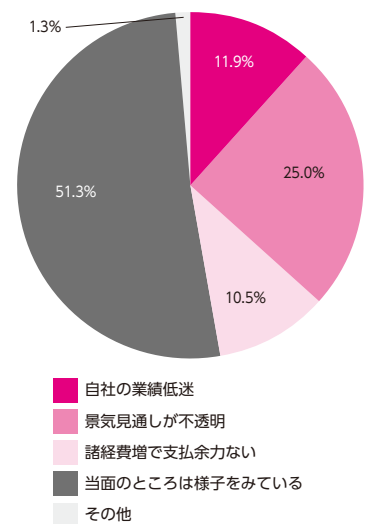
	%						
	全業種	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
賃金を上げた理由 (135社中59社)	59社	20社	9社	5社	10社	12社	3社
1 アベノミクスの流れを踏襲	1.7	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0
2 従業員の処遇改善	61.0	55.0	77.8	60.0	40.0	83.4	33.3
3 自社の業績改善を反映	11.9	15.0	11.1	0.0	10.0	8.3	33.3
4 人手不足を背景とした賃金上昇	22.0	25.0	0.0	40.0	40.0	8.3	33.3
5 その他	3.4	5.0	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0
賃金を上げていない理由 (135社中76社)	76社	13社	5社	18社	15社	13社	12社
6 自社の業績低迷	11.9	7.7	60.0	5.6	13.4	15.4	0.0
7 景気見通しが不透明	25.0	15.4	0.0	27.7	33.3	30.8	25.0
8 諸経費増で支払余力ない	10.5	15.4	20.0	5.6	20.0	7.7	0.0
9 当面のところは様子をみている	51.3	53.8	20.0	61.1	33.3	46.1	75.0
0 その他	1.3	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

賃金を引き上げた理由として回答した企業が135社中59社、賃金を引き上げていない理由として回答した企業が135社中76社となった。全業種のなかで賃金を引き上げた理由として「2. 従業員の処遇改善」と回答した企業が最も多かった。また、賃金を引き上げていない理由としては「9. 当面のところは様子をみている」と回答した企業が最も多かった。

賃金を引き上げた理由 (全業種)



賃金を引き上げていない理由 (全業種)



個人アンケート

～働き方改革～ 有給休暇取得について〈当金庫・2019年9月調査 調査実施 200名〉

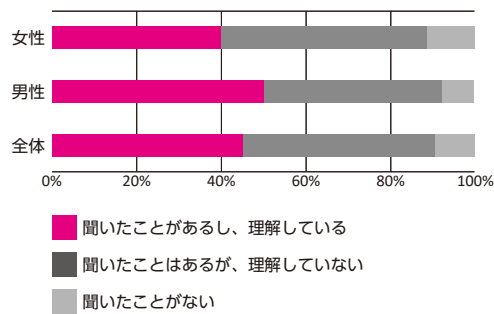
有給休暇に関する労働基準法が改正され、「年次有給休暇の日数のうち年5日については、使用者が時季を指定して取得させる」ことが必要となりました。そこで皆様の「有給休暇」についてお聞きしたく、アンケートを実施しました。

□ 問 1

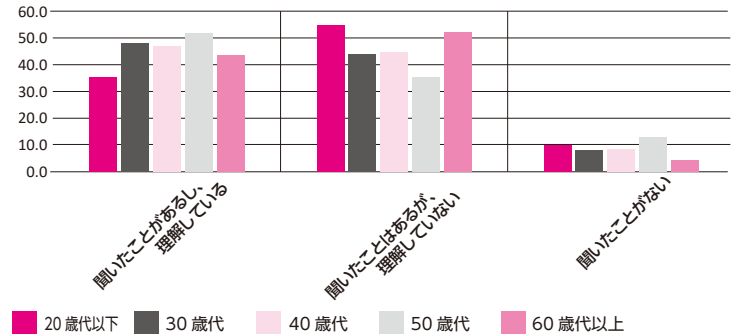
平成 31 年 4 月に改正された有給休暇に関する労働基準法の内容を理解していますか

	全体	男性	女性	20歳以下	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上
聞いたことがあるし、理解している	45.0	50.0	39.8	35.3	48.0	46.8	51.9	43.5
聞いたことはあるが、理解していない	45.5	42.2	49.0	54.9	44.0	44.7	35.2	52.2
聞いたことがない	9.5	7.8	11.2	9.8	8.0	8.5	13.0	4.3

改正後の有給休暇に関する労働基準法の内容理解



改正後の有給休暇に関する労働基準法の内容理解 (年齢別)

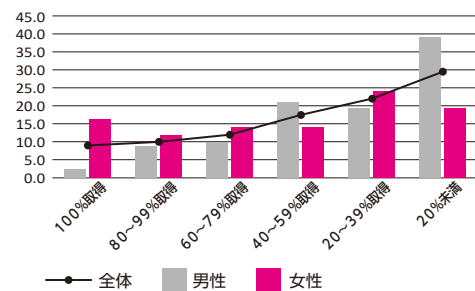


□ 問 2

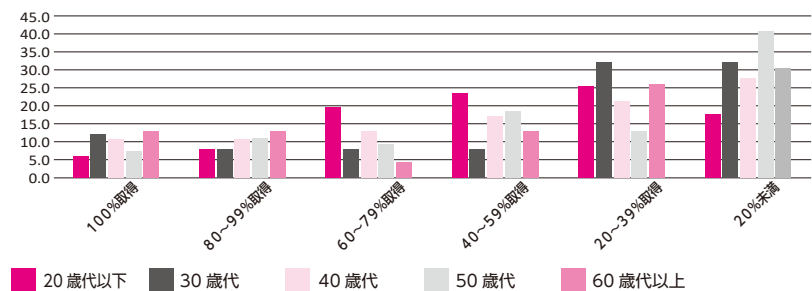
どのくらい有給休暇を取得できていますか

	全体	男性	女性	20歳以下	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上
100%取得	9.0	2.0	16.3	5.9	12.0	10.6	7.4	13.0
80～99%取得	10.0	8.8	11.2	7.8	8.0	10.6	11.1	13.0
60～79%取得	12.0	9.8	14.3	19.6	8.0	12.8	9.3	4.3
40～59%取得	17.5	20.6	14.3	23.5	8.0	17.0	18.5	13.0
20～39%取得	22.0	19.6	24.5	25.5	32.0	21.3	13.0	26.1
20%未満	29.5	39.2	19.4	17.6	32.0	27.7	40.7	30.4

有給休暇の取得状況



有給休暇の取得状況 (年齢別)

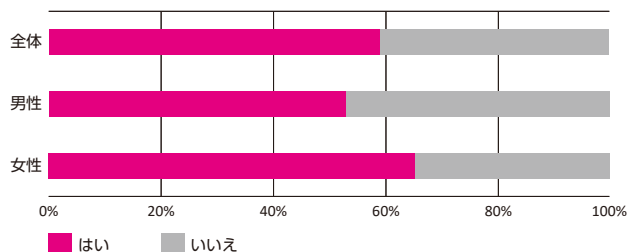


問 3

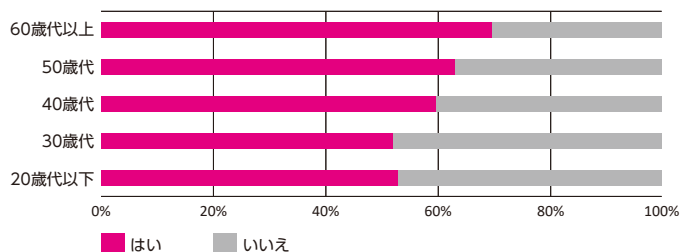
有給休暇は申請しやすい環境となっていますか

	全体	男性	女性	20歳以下	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上
はい	59.0	52.9	65.3	52.9	52.0	59.6	63.0	69.6
いいえ	41.0	47.1	34.7	47.1	48.0	40.4	37.0	30.4

申請しやすい環境とを感じるか



申請しやすい環境とを感じるか (年齢別)

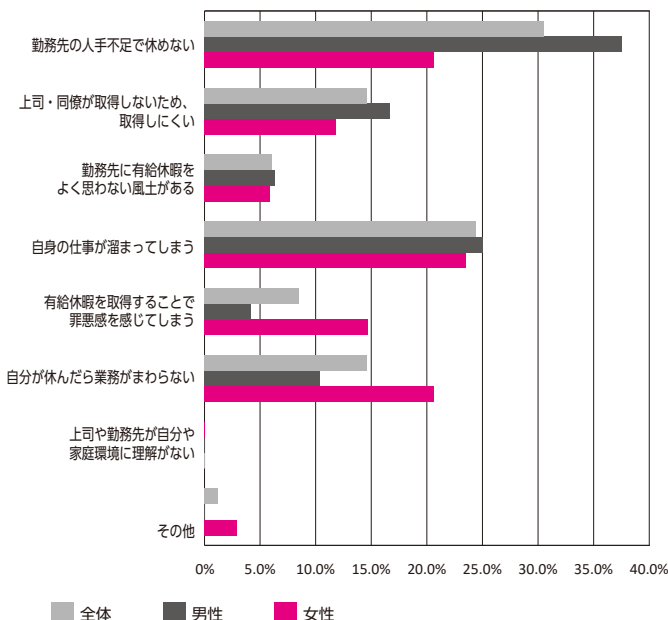


問 4

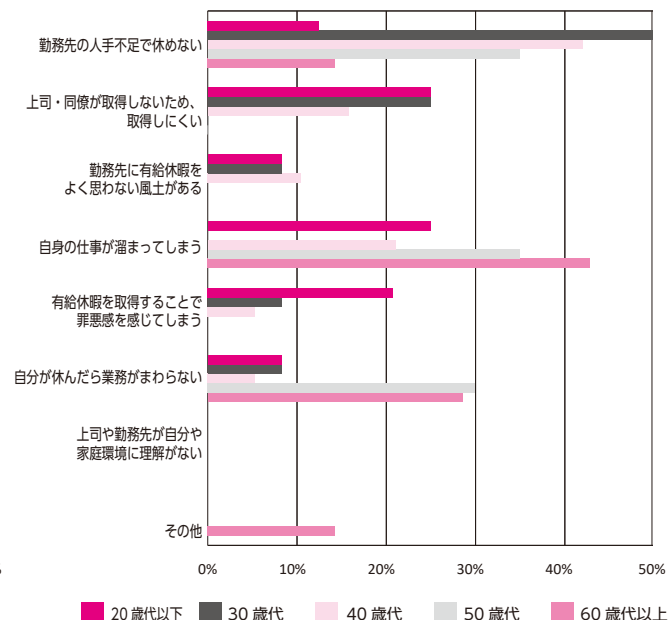
取得しにくいと答えた理由は何でしょうか

	全体	男性	女性	20歳以下	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上
勤務先の人手不足で休めない	30.5	37.5	20.6	12.5	50.0	42.1	35.0	14.3
上司・同僚が取得しないため、取得しにくい	14.6	16.7	11.8	25.0	25.0	15.8	0.0	0.0
勤務先に有給休暇をよく思わない風土がある	6.1	6.3	5.9	8.3	8.3	10.5	0.0	0.0
自身の仕事が溜まってしまう	24.4	25.0	23.5	25.0	0.0	21.1	35.0	42.9
有給休暇を取得することで罪悪感を感じてしまう	8.5	4.2	14.7	20.8	8.3	5.3	0.0	0.0
自分が休んだら業務がまわらない	14.6	10.4	20.6	8.3	8.3	5.3	30.0	28.6
上司や勤務先が自分や家庭環境に理解がない	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他	1.2	0.0	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3

取得しにくい理由



取得しにくい理由 (年齢別)



有給休暇に関する労働基準法については全体として「聞いたことがあるし、理解している」、「聞いたことはあるが、理解していない」と回答した方が合計して90.5%と9割以上であった。

また、有給休暇の取得率については、全体的に低く、「全体」の「取得率20%未満」が29.5%となった。年齢別でも30歳代から60歳代以上の取得率20%未満が目立った。一方、有給休暇の申請については全体として取得しやすいとの回答が多くみられた。

取得しにくいと回答した82名に理由を伺ったところ、全体としては「勤務先の人手不足で休めない」がもっとも多く、次いで「自身の仕事が溜まってしまう」が多くみられた。「上司や勤務先が自分や家庭環境に理解がない」と回答した方はいなかった。男女別でみると男性は「勤務先の人手不足」、女性は「自身の仕事が溜まってしまう」が最も多くみられた。

経済日誌・主要動向

〈国 内〉

- ◎内閣府が発表した7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6.6%減の8,969億円となった。うち製造業は同5.4%の増加、非製造業は同15.6%の減少だった。
- ◎経済産業省が発表した7月の鉱工業生産指数（速報、10年=100、季節調整済み）は、前月比1.3%上昇の102.7となった。上昇業種は、自動車工業、化学工業（除・無機・有機化学工業・医薬品）、パルプ・紙・紙加工品工業など。基調判断は「一進一退」の据え置きとなった。
- ◎国土交通省が発表した8月の新設住宅着工戸数は、前年同月比7.1%減の7万6,034戸となった。利用関係別では、分譲住宅は増加、持家及び貸家は減少した。
- ◎8月の国内新車販売台数（軽を除く）は、前年同月比4.0%増の24万2,718台となった。軽自動車は同11.5%増の14万5,882台で、3カ月ぶりのプラスとなった。
- ◎日銀が発表した8月の国内企業物価指数（15年平均=100、速報値）は、前月比0.3%低下、前年同月比0.9%低下して100.9となった。円ベースでは、輸出物価指数は前年比5.7%低下、輸入物価指数は同8.3%低下した。
- ◎財務省が発表した8月の貿易統計速報（通関ベース）によると、輸出は自動車、半導体等製造装置、自動車の部分品などが減少し、対前年同月比8.2%の減少、輸入は原油、液化天然ガスなどが同12.0%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▲1,363億円で2カ月連続の赤字となった。

〈県 内〉

- ◎長野県が発表した7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1.8%増の111.6で2カ月ぶりの上昇。業種別では、化学工業、電子部品・デバイス工業などが上昇した。
- ◎長野県が発表した8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102.6となり、前月比0.3%上昇した。また、前年同月比も0.5%上昇し、32カ月連続のプラスとなった。一方、全国8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101.7だった。
- ◎県内8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0.03%減少の1.57倍となった。一方、全国は1.59倍だった。中信地域の安定所別では、松本1.48倍、木曽福島2.40倍、大町1.40倍だった。また、県内8月の新規求人数は1万6,573人となり、前年同月比で9.9%減少した。
- ◎長野県が公表した（2019年7月1日現在）地価調査によると、県内の平均変動率は用途別では住宅地が前年比マイナス0.8%、商業地が同1.0%で下落幅は縮小した。中信地域の市町村別の住宅地平均変動率をみると、松本市がプラス0.4%、塩尻市が同0.8%、安曇野市が同0.3%と昨年に引き続き上昇継続となり、白馬村では23年ぶり、山形村では21年ぶりに地価上昇に転じた。

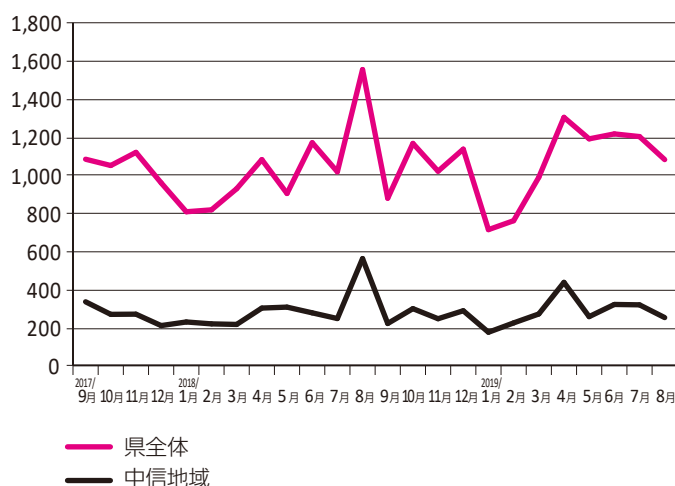
新設住宅着工戸数動向

県建築住宅課がまとめた 2019 年 8 月の県内新設住宅着工戸数は前年同月比 30.4% 減少の 1,081 戸となった。中信地区の新設住宅着工戸数は同 55.3% 減少の 251 戸となった。

市郡別の着工数は松本市 100 戸、塩尻市 59 戸、大町市 12 戸、安曇野市 44 戸、北安曇郡 18 戸、東筑摩郡 4 戸、木曽郡 14 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 11 カ月ぶりの同 1.6% の減少、貸家は 12 カ月連続の同 17.5% の減少、分譲は同 5.6% の増加だった。

新設住宅着工戸数推移表



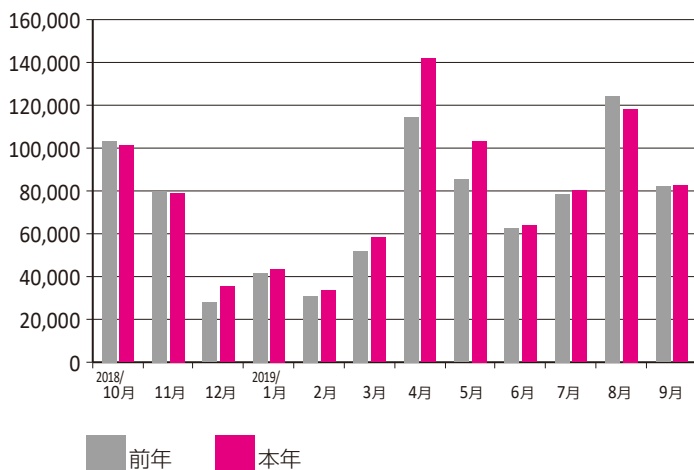
中信地域観光客入込動向

松本城管理事務所がまとめた 2019 年 7 月～9 月期の国宝松本城への見学入場者数は前年同期比 1.3% 減の 28 万 1,084 人だった。外国人入場者数は 2 万 7,763 人で同 13.3% の増加となった。7 月は「国宝松本城太鼓まつり」が 2 日間開催(昨年度は台風の影響で 1 日中止)されたため、入場者数が増加した。8 月は「新能」の開催が二の丸へ移動したこと(昨年度までは本丸庭園で開催)や OMF (セイジ・オザワ松本フェスティバル) の合同演奏会での入場者数が減少したことで観覧者数が減少した。9 月の入場者数は台風の影響もあまりなく、天候も大きく崩れず、昨年度とほぼ変わらなかった。

松本市山岳観光課がまとめた 2019 年 6 月～8 月期の上高地方面への入り込み者数は白骨が同 17.2% 増加の 7 万 6,200 人、乗鞍高原は同 2.7% 減少の 19 万 7,500 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 9 月の利用者数は、前年同月比 12.8% 減少し 110,798 人だった。4 月 15 日開通後、6 カ月連続で前年同月比を下回った。

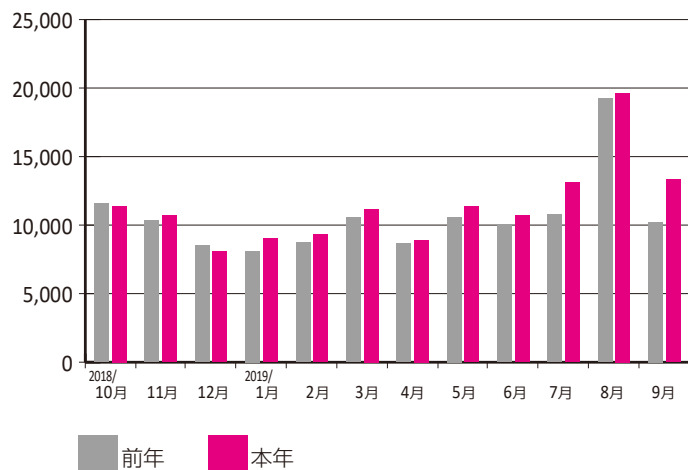
松本城見学入込数推移表



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 9 月の利用実績によると、定期便の合計搭乗者数は 13,327 人で前年同月比 3,086 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 8.7% 高い 82.0%、福岡線が同 0.5% 低い 74.0% だった。

松本空港利用状況(福岡・札幌線合計) 推移表



『3652 日』

有限会社山のたこ平

代表取締役 辻谷 洋一



当社について

安曇野市穂高有明にある創業 47 年を迎える旅館です。北アルプスの麓、中房溪谷より引湯した弱アルカリ性単純温泉源泉 100% の大浴場と露天風呂、日帰り入浴も受付けています。

当館は旅館ですが決して高級旅館ではありません、まだまだ若い温泉旅館です。日々、勉強進化しお客様にご満足いただけますよう従業員一同「お客様側」から考え接客しております。

代表就任 10 年について

就任当時、当初は決算書すら読めず、貸借対照表？損益計算書？って何？

もはや、ちんぷんかんぷんでのスタートでした。ですので、現状を把握するのに精一杯でした。メインバンクから「資金繰り表を作ってみましょう」といわれ、無論、どう数字を作っていいかわからず、困っていると、総勘定元帳というものに出会いました。

そこから数字を全て拾って作成した事は今でも忘れませんね。

それが就任後 3 ヶ月目の事でした。そしたら、翌年の 7 月には、資金がショートすることが判明しました。会社もう癌の末期みたいな状態でしたので、これは「やるしかない」と一念発起しました。「絶対に 10 年で借入返す！」と当時は果てしなく遠い目標を立てました。

途中マジで、ノイローゼになって 1 週間寝れずに飯もろくに食えなかったです。

「若い時の苦労は買ってでもせよ」って言葉がありますが、これは本当だと今では思います。当時の苦労を、今から 10 年しろって言われたら絶対嫌ですが（笑）

色んな意味で、31 歳という若さで、就任したかがあるのかと。

就任時は手持ちの現金も全くないので、まず考えることはやはり、経費削減を考えました。でも、

そんな状態なので、ほぼ無いんですよ。削るもの。

ですので、当時の役員報酬を 2 人分その月から全額カットしました。少額しか取っていないので、カットしたところで知れてるわけですが延命にはなりません。

あと、やる事は、当然、売り上げを増やすことです。まず、直近の実績から売り上げの分解をしました。売り上げを 100 とするとその 100 がどんな構成でできているのかを把握しました。そこから、伸ばせそうな部分を探しました。

「じゃ、どうやって伸ばすか？」

考えました。「本当にその商品に価値があるのか？」という事を。

当然ですが、人間は無意識に日常の中で「選ぶ」って作業をしています。ですので、お客様から選ばれた施設で、選ばれたプランでないといけなわけです。

さらに帰る時の満足度がないと、お客様には喜んでいただけませんし、次回がありません。

そこで、本当に選んで良かったと思われるプランを 0 から作成しました。

前段通り、資金がないので、ハードはいじれません。ですので、サービスに力をいれました。

うちの金額では絶対やっていないサービスをはじめました。

それが、お出迎えとお見送りの強化です。1 泊 2 食 9,000 円台で、駐車場までスタッフが荷物を持ちに行くサービスをはじめました。もちろん館内も運びますが。これには、お客様もびっくりして、喜んでいただけました。

食事に関しては、当たり前ですが、温かいものは温かいまま出します。あとは、きちんと地の物の素材を活かしたまま、あまり加工せずにお出ししました。

お品書きもはじめました。

まあ、当たり前を当たり前にやりだしたというのが、正しいでしょうが。

夏の繁忙期のある日、安い部屋をご家族で予約されたお客様が遅めに到着されました。スタッフの手もなく、駐車場へのお迎えは出来なかったことがありました。ちょうどチェックイン時に1泊2食(お1人当時13,000円位)のお客様と重なり、そちらにスタッフを取られ私が部屋のご案内に。この時、荷物は持ちませんでした。はっきり言ってお客様を区別していました。激安で泊まるのだから、持たなくても大丈夫だろうと。そしたら、翌日笑顔で「ありがとう」って帰って行くのですが、数日後にネットの口コミに、「私たちの荷物は持ってくれなかった。」と辛口の1点を付けられました。

当時は、「この金額で荷物を運ばないのは当たり前だろ？」と思っていました。

半面、お客様は値段関係なくサービスは求めるものなのだって事に気が付きました。そこからは、値段関係なくサービスは同等になっていきます。

そんな事で、プランを一新したこともあり、稼働率は過去にないくらいに上がります。

1年目で売り上げ118%となります。

これで何とか、ぎりぎり自転車操業ができます。でも、それでは10年で借入返済もできませんし、設備投資もできません。2年目はNHKのおひさま効果もあり、目標を初年度の145%と設定しました。値段も1,000円上げました。そうすると売り上げ対比156%の数字をたたき出しました。

この頃からやっと、若い従業員も増えて来て、やる気になってくれて、衝突もしますが、前向きの衝突なので会社は良くなって評判も上がっていききました。

以降リピーター確保のためDMやポイントカードの導入をするなど常に考え経営していきました。

そして、10年経過した現在は就任当時の売上高200%以上をキープしながら推移しています。

とにかく激動の10年でしたね。

ご自身で経営していくうえで大切にしている事は

弊社には若干のマニュアルはありますが、基本は現場なので、全て現場のスタッフ任せです。正しい答えなんて、現場の担当者にしかないのですから。当時から良く言っていました「考えろ」って。物置とか、バックヤードに今でも書いてあります。

また、私の見習う「トッププロ」ってのが居まして、その職業が水商売の売れているお姉さんなんです。男って馬鹿なので、大抵女性にもてようと思うと、その女性に投資しますよね。プレゼント買ったりだとか。売れてるお水の女の子って、売れよ

うと思うと自分に投資するんですね。美しくなろうと。必ず毎日美容院行ったりとか、とにかく自分に投資して綺麗になろうとしますよね。ですので、儲かった時は会社に投資するようにしています。設備投資含め、従業員福利厚生の実施などへ投資しています。そうすることによりお客様から選ばれる旅館に成長しくと考えています。

あと、大事なものは、自身が今まで知らなかった事を知るって事です。

例えば、私の場合だと自身の会社以上の単価の宿に泊まって、「体験する事」ですね。そこではどんなサービスが行われているのか体験することでのうちの単価で、何がマネできて、どうしたら、単価UPにつなげられるかのヒントを掴むことが出来ます。

あのビルゲイツが、飛行機はファーストクラスに乘らないそうですが、(もちろん乗ったことはあるでしょうが)理由が、「だって早く着かないでしょ」だそうです。

知るって事はとっても大事ですね。

最後に

今回、松本信用金庫さんにお話をいただいた時にお断りしようかと思いましたが、就任後ちょうど満10年、この号が出る時には11年目に突入となりますので、これも良い機会かと思い受けさせて頂きました。

昨今、事業承継とか、後継者不足、人手不足の世の中ですが、引き継いで会社経営をされる方は、特に儲かってる会社を承継する方は、一時で良いので眠れない位、ひたすら苦労した方が良いですよ。年取ってからでは大変なので。

中小零細は、同族経営になってしまいがちです。上手く承継するに越したことはないですが、喧嘩してでも、自身の信念を貫いて経営する事が大切だと思います。もちろんすべて根拠あつての事です。

最後に、会社経営もそうですが、日常でも関わる全ての方への感謝を忘れないでください。とっても忘れがちなので。

今後、皆様方の更なる、ご多幸と世の中の平和をご祈念申し上げます。

ご拝読ありがとうございました。

文武両宝

この街と生きていく。



国宝 旧開智学校



国宝 松本城



松本信用金庫

協力：一般社団法人松本観光コンベンション協会

