

中信地域

産業経済動向

調査
No.

507

令和2年10月発行
昭和51年8月創刊



旬

経営ビジョン Interview

■ 個人アンケート

株式会社小林創建

代表取締役社長 **小林 稔政**

「暮らしがどのように変わったか
～with コロナ～」に関するアンケート

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		令和2年4～6月	令和2年7～9月	令和2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 ☀️ ☀️ ☀️ ☁️ ☁️ ☁️ 🌧️ 🌧️ 🌧️ 低調▶▶

松本信用金庫

企業成長支援課 松本市中央3丁目11番3号 TEL:0263(35)0007 FAX:0263(50)7475

このレポートは、当金庫のお取引先133社に対し令和2年7～9月期の景気の現状と令和2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 ▲59.7→▲47.4 製造業、非製造業ともに改善

令和2年7月～9月期の業況判断DI(「良い」-「悪い」)は、全業種では12.3%改善し、▲47.4となった。

製造業は12.2%改善の▲63.6、非製造業は12.5%改善の▲42.0であった。

令和2年10月～12月期の業況判断DI(予測)は5.2%の悪化と見込んでいる。

中信地域の令和2年7月～9月期の業況判断DI

	前期	今期	翌期(予測)
全業種	▲59.7	→ ▲47.4 (12.3ポイント改善)	→ ▲52.6
製造業	▲75.8	→ ▲63.6 (12.2ポイント改善)	→ ▲60.6
非製造業	▲54.5	→ ▲42.0 (12.5ポイント改善)	→ ▲50.0

非製造業(5業種) ▲54.5→▲42.0 卸売業、小売業、不動産業は改善

非製造業の業種別業況判断DIは、卸売業が前期比30.8%改善、小売業は同30.4%改善、サービス業は同12.0%悪化、建設業は同4.3%悪化、不動産業は同40.0%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	▲84.6	→ ▲53.8 (30.8ポイント改善)	→ ▲46.2
小売業	▲73.9	→ ▲43.5 (30.4ポイント改善)	→ ▲60.9
サービス業	▲68.0	→ ▲80.0 (12.0ポイント悪化)	→ ▲76.0
建設業	▲4.0	→ ▲8.3 (4.3ポイント悪化)	→ ▲29.2
不動産業	▲60.0	→ ▲20.0 (40.0ポイント改善)	→ ▲26.7

全業種 売上高:▲60.4→▲12.0 収益:▲59.0→▲18.8 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57.6%改善の▲12.1、収益判断DIは48.5%改善の▲24.2となった。

非製造業の売上高DIは45.4%改善の▲12.0、収益判断DIは37.5%改善の▲17.0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	▲60.4	→ ▲12.0	▲59.0	→ ▲18.8
製造業	▲69.7	→ ▲12.1	▲72.7	→ ▲24.2
非製造業	▲57.4	→ ▲12.0	▲54.5	→ ▲17.0

[調査要領]

●調査実施 …… 令和2年9月上旬 ○調査実施企業 …… 合計133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

※注 記

卸売業 …… 13社

建設業 …… 24社

前期 …… 令和2年 4月～6月

小売業 …… 23社

不動産業 …… 15社

今期 …… 令和2年 7月～9月

翌期 …… 令和2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

- 取引先による海外生産から国内生産へシフトし、需要が高まっており、売上・収益ともに好調に推移している。(ダンボール紙器製造)
- 新商品を開発し、PR活動に注力している。(漆器家具製造)
- コロナウイルスの影響から落ち込んだ受注も7月～9月期にかけ回復してきており、今後は例年並みの受注で推移していくものと予想される。(農業用作業機)
- コロナの影響は多少受けており、昨年同期比売上高は減少傾向。今後も継続的に経費削減をおこない、利益率向上が課題である。(生コン製造販売)
- 自動車関連部品の受注はやや戻りつつあるが、工作機械部品の受注は厳しい状況が続いている。(金属部品加工)



今期の業況

今期の業況感は12.2%改善の▲63.6%。徐々に新型コロナウイルスの影響も回復傾向にある企業が増え、全体として改善した企業が多かった。

翌期(予測)の見通し

翌期の売上額は12.1%悪化の▲24.2%予測、資金繰りは3.0%悪化の▲12.1%となり、先行きが不透明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	令和元年/ 7～9月	令和元年/ 10～12月	令和2年/ 1～3月	令和2年/ 4～6月	令和2年/ 7～9月	前期と今期 の比較	令和2年/予測 10～12月	今期と翌期 の比較
前期比	業況感	3.0	▲27.3	▲45.5	▲75.8	▲63.6	12.2	▲60.6	3.0
	売上額	▲18.2	▲21.2	▲36.4	▲69.7	▲12.1	57.6	▲24.2	▲12.1
	受注残	▲12.1	3.0	▲24.2	▲66.7	▲33.3	33.4	▲24.2	9.1
	収益	▲24.2	▲9.1	▲33.3	▲72.7	▲24.2	48.5	▲24.2	0.0
	販売価格	3.0	0.0	0.0	▲18.2	▲9.1	9.1	▲9.1	0.0
	原材料価格	12.1	27.3	9.1	▲9.1	0.0	9.1	9.1	9.1
	原材料在庫	9.1	▲6.1	0.0	9.1	12.1	3.0	6.1	▲6.0
	資金繰り	3.0	▲12.1	▲12.1	▲33.3	▲9.1	24.2	▲12.1	▲3.0
前年同期比	売上額	▲21.2	▲27.3	▲33.3	▲84.8	▲66.7	18.1		
	収益	▲30.3	▲21.2	▲30.3	▲81.8	▲51.5	30.3		

卸売業

回答企業 13社

お客様の声・調査員コメント

- コロナ禍による影響は回復しつつあり、9月～10月の売上に期待がもてる。(建築資材卸)
- 4月～6月に比べれば売上は上昇しているものの、順調な推移まで回復できていない。コロナが続けば回復に時間を要すると見込んでいる。(機械器具卸)
- 新型コロナウイルスの影響はあるが、現在大きく売上の減少につながっていない。今後影響を受ける可能性は高く、勤務方法の変更等の見直しをおこなう。(梱包資材加工販売)
- 今後いつまで新型コロナウイルスの影響が続くのか見通しがたたないため、今以上に影響が出ないか不安視している。(アルミ建材)
- 新型コロナウイルスの影響により工事の延長・中止があり売上減少となっている。(内装材料卸)



今期の業況

今期の業況感は30.8%改善の▲53.8%となった。他の項目についても売上額が30.7%、収益が46.1%の改善となった。

翌期(予測)の見通し

翌期の売上額は38.5%改善の0.0%、収益についても15.4%改善の▲7.7%の見通しとなった。

主要指標・DI推移 (▲印：悪化・低下値)

期別 項目	令和元年/ 7～9月	令和元年/ 10～12月	令和2年/ 1～3月	令和2年/ 4～6月	令和2年/ 7～9月	前期と今期 の比較	令和2年/予測 10～12月	今期と翌期 の比較	
	業況感	▲21.4	▲14.3	▲53.8	▲84.6	▲53.8	30.8	▲46.2	7.6
売上額	▲14.3	14.3	▲69.2	▲69.2	▲38.5	30.7	0.0	38.5	
収益	▲14.3	0.0	▲53.8	▲69.2	▲23.1	46.1	▲7.7	15.4	
販売価格	▲7.1	14.3	▲15.4	0.0	▲15.4	▲15.4	0.0	15.4	
仕入価格	50.0	42.9	23.1	0.0	0.0	0.0	7.7	7.7	
在庫	28.6	35.7	23.1	▲7.7	0.0	7.7	7.7	7.7	
資金繰り	▲14.3	▲14.3	▲23.1	▲69.2	▲30.8	38.4	▲23.1	7.7	
前年同期比	売上額	▲35.7	7.1	▲23.1	▲76.9	▲53.8	23.1		
	収益	▲35.7	0.0	▲38.5	▲76.9	▲53.8	23.1		
	販売価格	14.3	7.1	▲46.2	▲7.7	▲7.7	0.0		

□ 小売業

回答企業 23社

お客様の声・調査員コメント

- コロナの影響によりカップ麺等の即席商品が売れた。マスク等の感染防止関連の医療品は、一時在庫が無くなっていたが、現在は落ち着いている。(医療品・化粧品小売業)
- コロナの影響を考え、取引先からの米穀仕入を減少させた。売上減少見込みであるが、在庫を抱えるリスク軽減を優先した。(農業肥料販売・精米)
- 飲食店への販売については売上低下しているが、その分個人への販売が好調に推移し、大幅な売上減少にはなっていない。(飲食料品小売)
- 例年冬場に外国人観光客が増加するが、新型コロナウイルスの長期化が予想されるため今年の冬の業況は厳しい見込み。(飲食料品小売)
- 仕入価格の上昇、販売価格の低下により適正な利幅の確保が難しい状況。(燃料小売業)



今期の業況

今期は、業況感 30.4%、売上額 69.6%、収益 60.9%が改善。新型コロナウイルスの影響が回復傾向にあり、業況が改善した企業が多かった。

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、依然先行きが不透明であり、今後の動向に注視していく必要がある。

主要指標・DI推移 (▲印：悪化・低下値)

	期別 項目	令和元年/ 7~9月	令和元年/ 10~12月	令和2年/ 1~3月	令和2年/ 4~6月	令和2年/ 7~9月	前期と今期 の比較	令和2年/予測 10~12月	今期と翌期 の比較
前期比	業況感	4.3	8.7	▲ 56.5	▲ 73.9	▲ 43.5	30.4	▲ 60.9	▲ 17.4
	売上額	8.7	21.7	▲ 34.8	▲ 73.9	▲ 4.3	69.6	▲ 30.4	▲ 26.1
	収益	▲ 4.3	17.4	▲ 52.2	▲ 65.2	▲ 4.3	60.9	▲ 30.4	▲ 26.1
	販売価格	13.0	8.7	▲ 4.3	▲ 26.1	4.3	30.4	▲ 8.7	▲ 13.0
	仕入価格	17.4	13.0	0.0	▲ 17.4	26.1	43.5	8.7	▲ 17.4
	在庫	17.4	4.3	4.3	8.0	8.7	0.7	▲ 4.3	▲ 13.0
	資金繰り	▲ 21.7	▲ 21.7	▲ 13.0	▲ 34.8	▲ 17.4	17.4	▲ 17.4	0.0
前年同期比	売上額	17.4	▲ 13.0	▲ 21.7	▲ 65.2	▲ 47.8	17.4		
	収益	21.7	0.0	▲ 26.1	▲ 56.5	▲ 47.8	8.7		
	販売価格	8.7	0.0	4.3	▲ 30.4	▲ 13.0	17.4		

サービス業

回答企業 25社

お客様の声・調査員コメント

- Go Toトラベルキャンペーンにより休日や連休は満室になる。従業員を含め新型コロナウイルス感染防止に努めている。(旅館業)
- 既存顧客を多く抱えており、売上回復に時間はそれほどかからなかった。(美容業)
- 売上は当初のコロナの影響からすれば、戻ってきているが、以前の状態にまで戻っていない。今後宣伝広告にも力を入れ、集客を図っていききたい。(自動車修理)
- コロナの影響で店内の消毒や間隔調整等への配慮が必要で負担がかかる。今後、国の補助金等を利用してコロナに対応できる店舗作りをおこなっていききたい。(飲食業)
- コロナの影響で売上減少している。雇用についてはできる限り現状維持し、経費節減に注力する。(クリーニング業)



今期の業況

今期の業況として、業況感は▲80.0㊦と前期比12.0㊦悪化した。他の項目については対前期比改善。

新型コロナウイルスの影響で新しい取組み（補助金活用、クラウドファンディング等）を実施している企業もあった。

翌期（予測）の見通し

Go ToトラベルキャンペーンやGo Toイートなど日本政府による経済政策が開始され、景気・経済を再興する動きがでてきているが、先行きが不透明だ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)

項目	期別	令和元年/7~9月	令和元年/10~12月	令和2年/1~3月	令和2年/4~6月	令和2年/7~9月	前期と今期の比較	令和2年/予測10~12月	今期と翌期の比較
前期比	業況感	20.0	12.0	▲28.0	▲68.0	▲80.0	▲12.0	▲76.0	4.0
	売上額	32.0	32.0	▲12.0	▲76.0	▲12.0	64.0	▲36.0	▲24.0
	収益	20.0	24.0	▲12.0	▲72.0	▲20.0	52.0	▲32.0	▲12.0
	料金価格	12.0	20.0	8.0	▲12.0	8.0	20.0	4.0	▲4.0
	材料価格	32.0	44.0	28.0	4.0	32.0	28.0	28.0	▲4.0
	資金繰り	▲16.0	▲8.0	▲12.0	▲56.0	▲36.0	20.0	▲48.0	▲12.0
前年同期比	売上額	20.0	12.0	▲16.0	▲72.0	▲84.0	▲12.0		
	収益	16.0	0.0	▲20.0	▲72.0	▲80.0	▲8.0		

建設業

回答企業 24社

お客様の声・調査員コメント

- 中小企業、官公庁からの受注が堅調に推移しており、今後も安定受注が期待される。(総合建設業)
- コロナの影響は少なく、受注工事は安定して確保されている。人手不足は相変わらずである。(電気設備工事業)
- 飲食店の改装工事が減少。今後影響は出てくると思われるが、資金繰りに問題はない。(空調工事業)
- 法人取引先中心に5月～7月はコロナの影響により売上が減少した。8月以降、受注は例年並みに入ってきているが、今後の見通しについては不透明感が強い。(鉄骨工事業)
- 新築、リフォーム共に受注・相談が減っている。テレビCM等を利用し宣伝にはこれまで以上に力を注いでいるが、コロナによる今後の見通しの暗さが影響していると考えている。(住宅建設業)



今期の業況

今期の業況感は前期比 4.3が悪化の▲ 8.3であった。受注工事は安定的に確保できているが、材料価格の高騰による収益確保と人材確保が課題と答えた企業が多かった。

翌期(予測)の見通し

アフターコロナを見据えて、業務効率化や働き方改革を進めていく必要がある。また、慢性的になっている人材確保についても早急に対応が必要である。

主要指標・DI推移 (▲印：悪化・低下値)

	期別 項目	令和元年/ 7～9月	令和元年/ 10～12月	令和2年/ 1～3月	令和2年/ 4～6月	令和2年/ 7～9月	前期と今期 の比較	令和2年/予測 10～12月	今期と翌期 の比較
前期比	業況感	20.0	24.0	0.0	▲ 4.0	▲ 8.3	▲ 4.3	▲ 29.2	▲ 20.9
	売上額	4.0	16.0	▲ 16.0	▲ 16.0	4.2	20.2	▲ 16.7	▲ 20.9
	受注残	4.0	24.0	▲ 8.0	▲ 16.0	▲ 8.3	7.7	▲ 20.8	▲ 12.5
	施工高	8.0	12.0	4.0	▲ 24.0	▲ 12.5	11.5	▲ 12.5	0.0
	収益	4.0	8.0	0.0	▲ 16.0	▲ 20.8	▲ 4.8	▲ 25.0	▲ 4.2
	材料価格	44.0	32.0	36.0	28.0	12.5	▲ 15.5	8.3	▲ 4.2
	請負価格	8.0	4.0	20.0	▲ 4.0	▲ 4.2	▲ 0.2	▲ 25.0	▲ 20.8
	在庫	0.0	4.0	▲ 8.0	▲ 8.0	▲ 4.2	3.8	▲ 4.2	0.0
	資金繰り	▲ 8.0	▲ 12.0	▲ 4.0	▲ 4.0	4.2	8.2	▲ 4.2	▲ 8.4
前年同期比	売上額	▲ 16.0	0.0	4.0	▲ 8.0	▲ 12.5	▲ 4.5		
	収益	▲ 16.0	▲ 12.0	▲ 8.0	▲ 16.0	▲ 29.2	▲ 13.2		

不動産業

回答企業 15社

お客様の声・調査員コメント

- コロナウイルスの影響はなく、今後も変わらず推移していく見通しである。(土地売買業)
- 土地購入の需要はあるが、仕入の競合が激化してきている。安定的な仕入が最重要課題である。(住宅土地分譲)
- 商品物件の価格は変わらず高値で推移。コロナウイルスによる影響もまだ不透明である。(不動産販売業)
- コロナウイルス感染拡大の影響により、引き続き個人の購買意欲が低下している。(不動産売買業)
- コロナウイルス感染拡大により、貸物件の大多数から家賃の値下げ交渉があり、収益は減少している。(不動産仲介業)



今期の業況

今期は、業況感 40.0%、売上額 33.3%、収益 40.0% 改善となったものの、消費者マインドが低下傾向にあり、売り案件、買付案件ともに動きが鈍化している。

翌期(予測)の見通し

翌期は、売上額 6.7% の悪化を見込む。新型コロナウイルス感染拡大の影響も不透明であり、消費者マインドの低下についても落ち込んでいくと予想する企業もあった。

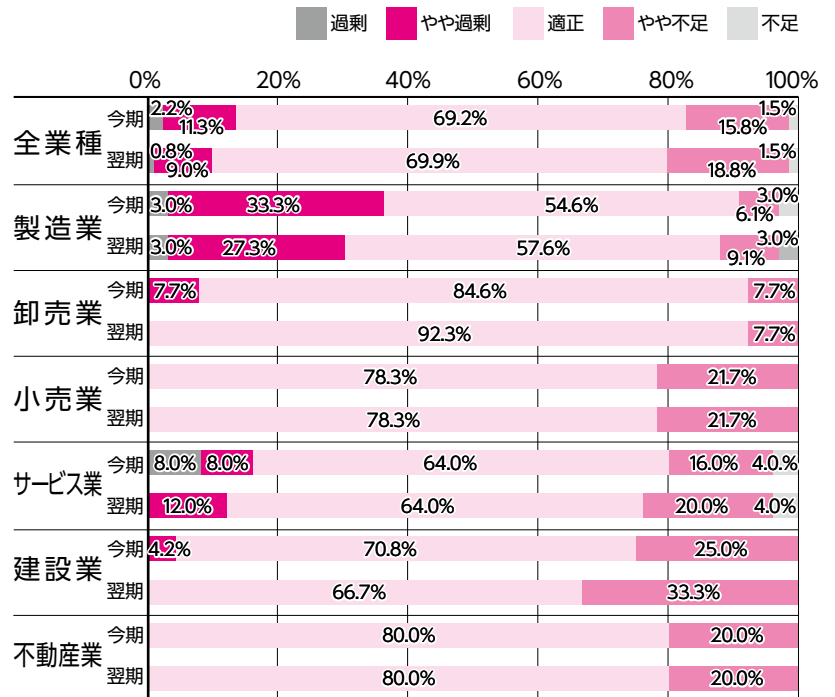
主要指標・DI 推移 (▲印：悪化・低下値)

項目	期別	令和元年/ 7~9月	令和元年/ 10~12月	令和2年/ 1~3月	令和2年/ 4~6月	令和2年/ 7~9月	前期と今期 の比較	令和2年/予測 10~12月	今期と翌期 の比較
前期比	業況感	0.0	20.0	6.7	▲ 60.0	▲ 20.0	40.0	▲ 26.7	▲ 6.7
	売上額	0.0	6.7	0.0	▲ 60.0	▲ 26.7	33.3	▲ 20.0	6.7
	収益	13.3	6.7	0.0	▲ 60.0	▲ 20.0	40.0	▲ 20.0	0.0
	販売価格	0.0	▲ 6.7	▲ 13.3	▲ 33.0	▲ 6.7	26.3	▲ 13.3	▲ 6.6
	仕入価格	13.3	20.0	13.3	▲ 20.0	0.0	20.0	▲ 6.7	▲ 6.7
	在庫	▲ 13.3	▲ 26.7	▲ 20.0	▲ 26.7	▲ 20.0	6.7	▲ 33.3	▲ 13.3
	資金繰り	13.3	13.3	13.3	0.0	0.0	0.0	▲ 13.3	▲ 13.3
前年同期比	売上額	13.3	▲ 6.7	▲ 20.0	▲ 53.3	▲ 60.0	▲ 6.7		
	収益	20.0	▲ 6.7	▲ 20.0	▲ 53.3	▲ 73.3	▲ 20.0		

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	2.2%	11.3%	69.2%	15.8%	1.5%
	翌期	0.8%	9.0%	69.9%	18.8%	1.5%
製造業	今期	3.0%	33.3%	54.6%	6.1%	3.0%
	翌期	3.0%	27.3%	57.6%	9.1%	3.0%
卸売業	今期	0.0%	7.7%	84.6%	7.7%	0.0%
	翌期	0.0%	0.0%	92.3%	7.7%	0.0%
小売業	今期	0.0%	0.0%	78.3%	21.7%	0.0%
	翌期	0.0%	0.0%	78.3%	21.7%	0.0%
サービス業	今期	8.0%	8.0%	64.0%	16.0%	4.0%
	翌期	0.0%	12.0%	64.0%	20.0%	4.0%
建設業	今期	0.0%	4.2%	70.8%	25.0%	0.0%
	翌期	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%	0.0%
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%



全業種で見ると「適正」が69.2%、「やや不足」が15.8%となった。業種別で見るとすべての業種（製造業、卸売業、小売業、サービス業、建設業、不動産業）に関して「適正」が50%以上を上回っている。

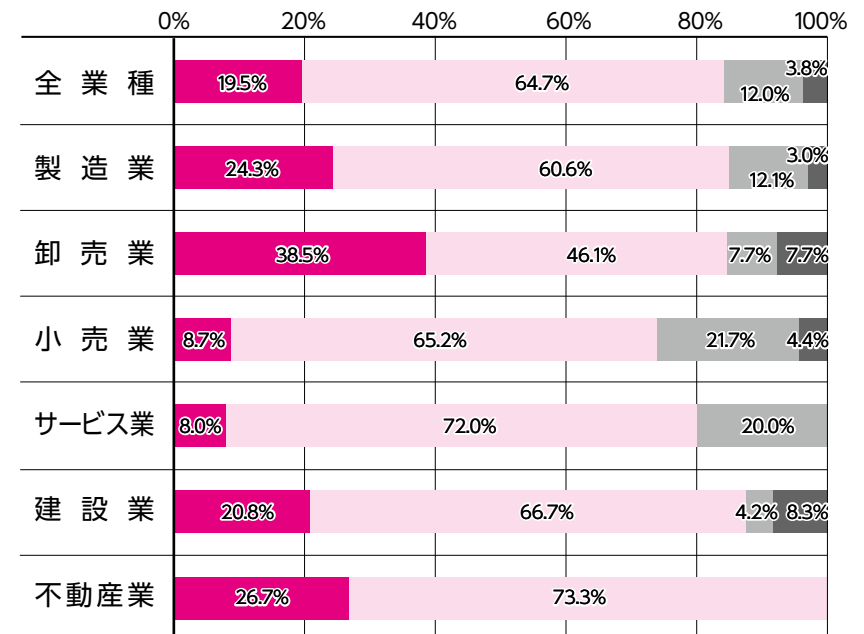
借入金の動き・難易度 7～9月期

借入金の動き

	前期	今期
全業種	56.0%	48.9%
製造業	60.6%	45.5%
卸売業	61.5%	69.2%
小売業	43.5%	43.5%
サービス業	68.0%	60.0%
建設業	48.0%	41.7%
不動産業	53.3%	40.0%

(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、製造業、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、卸売業は前回は上回った。

○借入の難易度

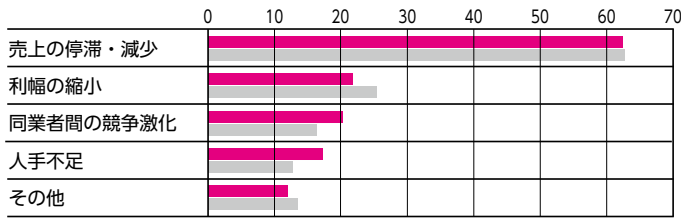
全業種では、借入の難易度は「容易」あるいは「変わらない」とする企業が84.2%を占めている。しかし、「難しい」とする企業が全業種の12.0%を占めており、特に小売業に関しては21.7%、サービス業は20.0%となった。

経営上の問題点

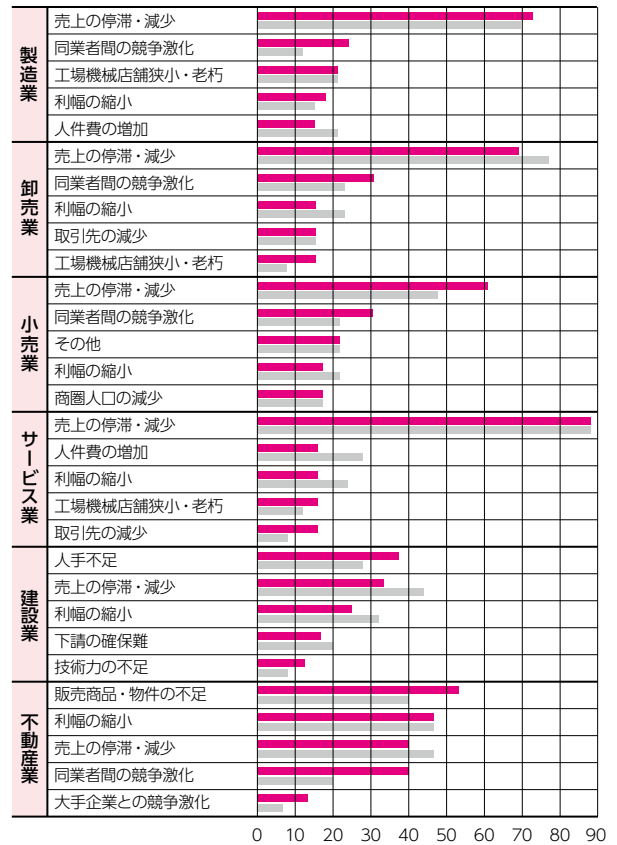
(今期上位5項目・複数回答・%)

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。業種別で見ると、製造業、卸売業、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。建設業は「人手不足」が1番の課題となり、慢性的に人手不足となっている。不動産業は「販売商品・物件の不足」が最も多かった。また「その他」項目として新型コロナウイルスの影響が経営上の問題点と回答した企業が多かった。

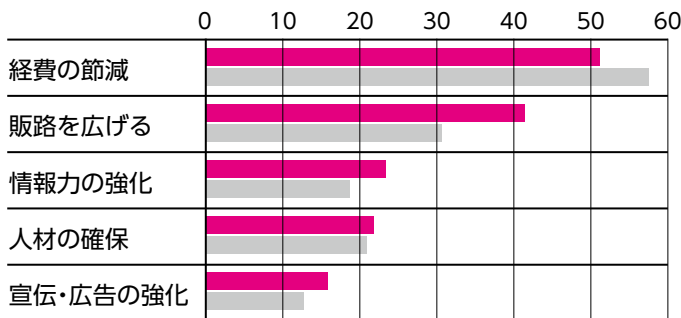


当面の重点経営施策

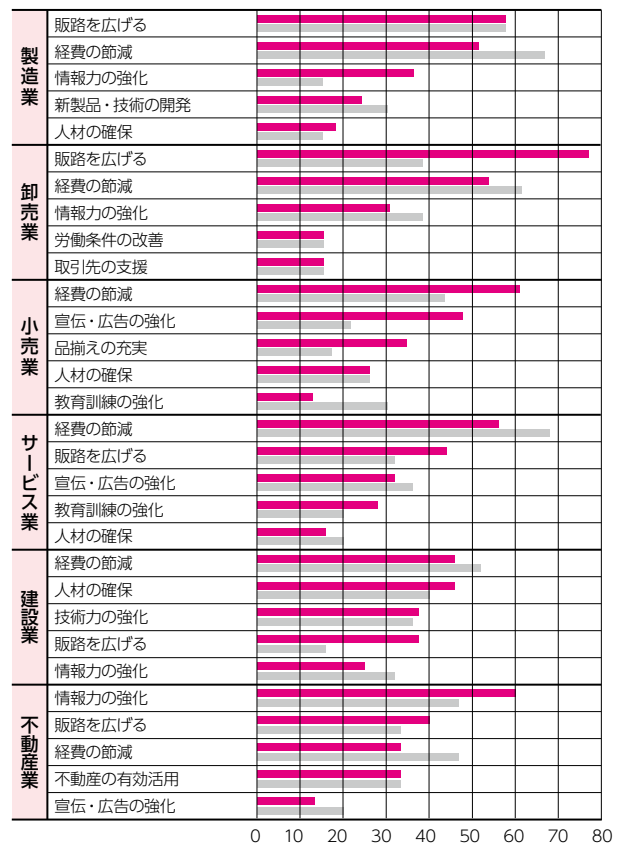
(今期上位5項目・複数回答・%)

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12回連続の重点経営施策のトップ項目となった。続いて「販路を広げる」、「情報力の強化」、「人材の確保」、「宣伝・広告の強化」と続いた。業種別で見ると、小売業、サービス業、建設業は「経費の節減」がトップ項目となった。製造業、卸売業は「販路を広げる」がトップ項目となり、不動産業は「情報力の強化」となった。



特別調査

『新型コロナウイルスの感染拡大を受けた中小企業の対応について』

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『新型コロナウイルスの感染拡大を受けた中小企業の対応について』をお聞きました。

回答企業 133 社による調査結果です。
調査実施時期：令和 2 年 9 月上旬、調査対象企業 133 社（回答率 100.0%）

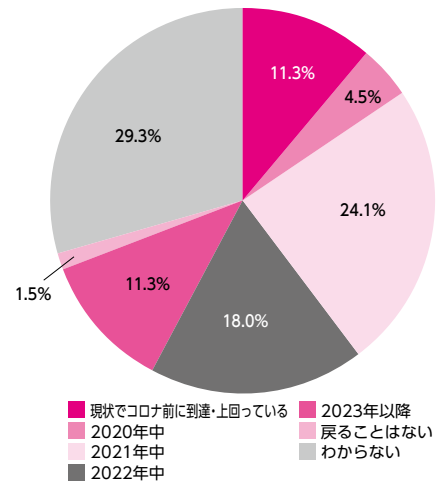
問 1

貴社では、売上がコロナ前の水準に回復する時期を、いつごろと見込んでいますか。1～7の中からお答えください。

	%						
	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 現状でコロナ前に到達・上回っている	11.3	15.2	7.7	8.7	8.0	20.8	0.0
2 2020 年中	4.5	3.0	7.7	4.3	4.0	8.3	0.0
3 2021 年中	24.1	24.2	30.8	13.1	24.0	16.7	46.7
4 2022 年中	18.0	18.2	15.3	4.3	24.0	16.7	33.3
5 2023 年以降	11.3	12.1	7.7	8.7	16.0	16.7	0.0
6 戻ることはない	1.5	0.0	0.0	4.3	4.0	0.0	0.0
7 わからない	29.3	27.3	30.8	56.6	20.0	20.8	20.0

全業種で「7. わからない」がトップ項目となり、次いで「3. 2021 年中」、「4. 2022 年中」となった。業種別で見ると、「7. わからない」や「3. 2021 年中」、「4. 2022 年中」がトップ項目になる中、建設業では「1. 現状でコロナ前に到達・上回っている」がトップ項目となった。

売上がコロナ前の水準に回復する時期の見込みについて



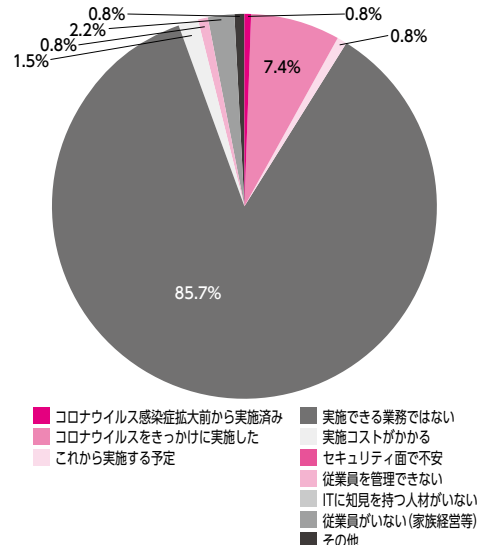
問 2

貴社では、テレワークや在宅勤務、リモートワークといった、出社を必要としない就労形態を実施（予定を含む）していますか。実施している方は 1～3 の中からお答えください。実施していない方はその理由について、最も当てはまるものを 4～0 の中からお答えください。

	%						
	全業種	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
実施した(予定を含む)							
1 コロナウイルス感染症拡大前から実施済み	0.8	0.0	0.0	0.0	4.0	0.0	0.0
2 コロナウイルスをきっかけに実施した	7.4	9.1	0.0	4.3	8.0	12.5	6.7
3 これから実施する予定	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	4.2	0.0
実施していない							
4 実施できる業務ではない	85.7	84.9	84.6	91.4	88.0	83.3	80.0
5 実施コストがかかる	1.5	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	6.7
6 セキュリティ面で不安	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
7 従業員を管理できない	0.8	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0
8 IT に知見を持つ人材がいない	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
9 従業員がいない(家族経営等)	2.2	3.0	0.0	4.3	0.0	0.0	6.7
0 その他	0.8	3.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

全業種では「4. 実施できる業務ではない」がトップ項目となり、次いで「2. コロナウイルスをきっかけに実施した」となった。業種別で見ると全ての業種で「4. 実施できる業務ではない」がトップ項目となった。ほとんどの企業でテレワークや在宅勤務、リモートワーク等出社を必要としない就労形態の実施が難しい状況である。

出社を必要としない就労形態の実施について



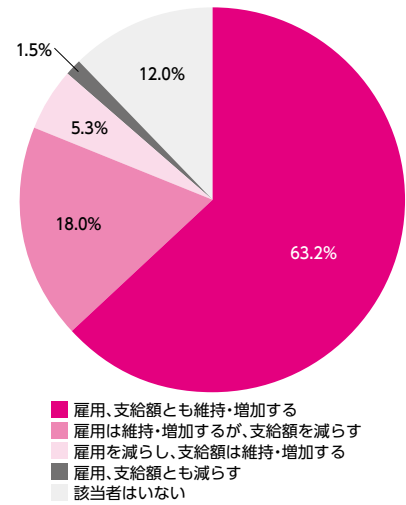
□ 問 3

貴社では、今現在、雇用ならびに1人当たり支給額（給与、手当、賞与等）に関する方針について、どのようにお考え（予定を含む）ですか。正規社員は1～5の中から、非正規社員（パート、アルバイト、派遣社員等）は6～0の中から、それぞれお答えください。

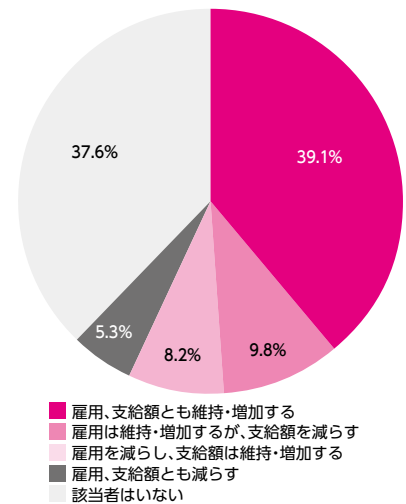
	%						
	全業種	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
正規社員							
1 雇用、支給額とも維持・増加する	63.2	45.5	69.2	73.9	64.0	70.8	66.7
2 雇用は維持・増加するが、支給額を減らす	18.0	33.3	15.4	21.7	12.0	4.2	13.3
3 雇用を減らし、支給額は維持・増加する	5.3	12.1	0.0	0.0	8.0	4.2	0.0
4 雇用、支給額とも減らす	1.5	6.1	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0
5 該当者はいない	12.0	3.0	15.4	4.4	16.0	20.8	0.0
非正規社員							
1 雇用、支給額とも維持・増加する	39.1	36.3	46.1	60.9	52.0	12.5	26.6
2 雇用は維持・増加するが、支給額を減らす	9.8	15.2	7.7	17.4	4.0	4.2	6.7
3 雇用を減らし、支給額は維持・増加する	8.2	9.1	0.0	0.0	24.0	8.3	0.0
4 雇用、支給額とも減らす	5.3	15.2	7.7	0.0	4.0	0.0	0.0
5 該当者はいない	37.6	24.2	38.5	21.7	16.0	75.0	66.7

全業種の中で正規社員、非正規社員ともに「1. 雇用、支給額とも維持・増加する」と回答した企業が最も多かった。業種別では、全ての業種（製造業、卸売業、小売業、サービス業、建設業、不動産業）の正規社員に関する方針については「1. 雇用、支給額とも維持・増加する」がトップ項目となった。非正規社員については製造業、卸売業、小売業、サービス業については「1. 雇用、支給額とも維持・増加する」が最も多かったが、建設業と不動産業については「5. 該当者はいない」がトップ項目となった。

雇用並びに1人当たり支給額に関する方針について（正規社員）



雇用並びに1人当たり支給額に関する方針について（非正規社員）



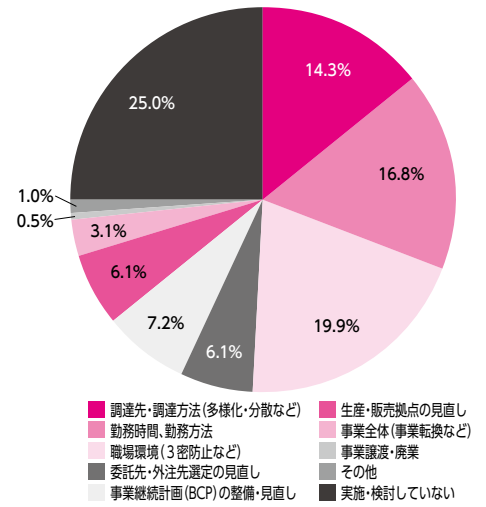
問 4

貴社では、今現在、今後の事業の見直しについて、実施・検討していることはありますか。実施・検討している方は、1～9の中から最大3つまで選んでお答えください。

	%						
	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 調達先・調達方法(多様化・分散など)	14.3	12.5	17.4	13.8	16.7	6.1	23.8
2 勤務時間、勤務方法	16.8	18.8	17.4	6.9	21.4	18.2	14.2
3 職場環境(3密防止など)	19.9	22.9	21.7	20.7	16.7	24.2	9.5
4 委託先・外注先選定の見直し	6.1	6.2	8.7	0.0	7.1	6.1	9.5
5 事業継続計画(BCP)の整備・見直し	7.2	6.2	8.7	3.4	9.5	9.1	4.8
6 生産・販売拠点の見直し	6.1	2.1	8.7	17.3	7.1	0.0	4.8
7 事業全体(事業転換など)	3.1	4.2	0.0	6.9	2.4	0.0	4.8
8 事業譲渡・廃業	0.5	0.0	0.0	0.0	2.4	0.0	0.0
9 その他	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0	4.8
0 実施・検討していない	25.0	27.1	17.4	31.0	16.7	33.3	23.8

今後の事業の見直しについては、全業種として「0. 実施検討していない」がトップ項目となった。業種別では、製造業、建設業、不動産業が「0. 実施・検討していない」が最も多かった。卸売業、小売業は「3. 職場環境(3密防止など)」が、サービス業は「2. 勤務時間、勤務方法」が最も多かった。業種毎、それぞれの事業の見直しを検討しているように伺える。

今後の事業の見直しについて、実施・検討していること



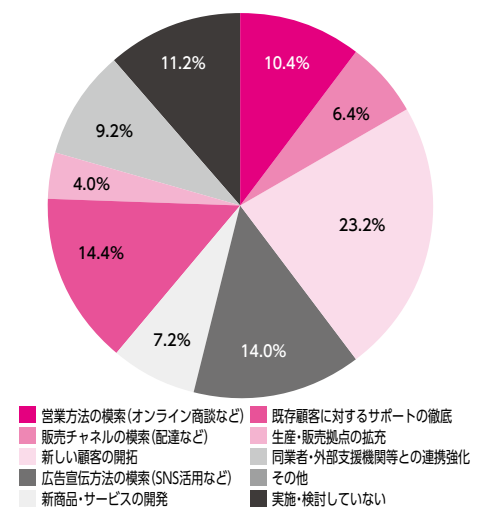
問 5

貴社では、今現在、営業拡大の観点で実施・検討していることはありますか。実施・検討している方は、1～9の中から最大3つまで選んでお答えください。

	%						
	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 営業方法の模索(オンライン商談など)	10.4	13.4	3.6	9.3	6.0	7.7	26.0
2 販売チャネルの模索(配達など)	6.4	6.0	10.7	13.9	4.0	0.0	4.4
3 新しい顧客の開拓	23.2	26.9	32.1	23.3	26.0	15.4	8.7
4 広告宣伝方法の模索(SNS活用など)	14.0	8.9	17.9	11.6	24.0	10.2	13.0
5 新商品・サービスの開発	7.2	11.9	0.0	7.0	8.0	5.1	4.4
6 既存顧客に対するサポートの徹底	14.4	14.9	14.3	14.0	16.0	18.0	4.4
7 生産・販売拠点の拡充	4.0	4.5	3.6	4.7	4.0	5.1	0.0
8 同業者・外部支援機関等との連携強化	9.2	7.5	10.7	2.3	6.0	18.0	17.4
9 その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
0 実施・検討していない	11.2	6.0	7.1	13.9	6.0	20.5	21.7

営業拡大の観点については、全業種として「3. 新しい顧客の開拓」がトップ項目となった。業種別にみると、製造業、卸売業、小売業、サービス業は「3. 新しい顧客の開拓」がトップ項目となり、建設業は「0. 実施・検討していない」が、不動産業は「1. 営業方法の模索(オンライン商談など)」がトップ項目となった。

営業拡大の観点で実施・検討していること



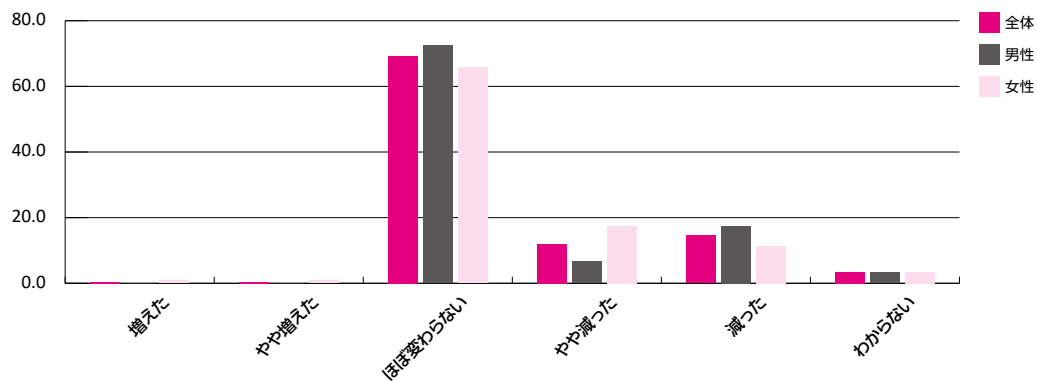
今般、新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、感染を予防しながら日常生活を送る「with コロナ」の時代となりました。自粛要請の緩和や都道府県間の移動など、徐々に経済活動を戻していく動きが始まる一方で、新規感染者数は日々増加傾向にあります。これまで抑えられていたエリアでも新規感染者の発生が多く見受けられます。そこで新型コロナウイルス感染症拡大によって皆様の暮らしがどのように変わったか、またどのように感じているか、お聞かせ願います。

□ 問 1

新型コロナウイルス感染症拡大前と比較した現在の世帯収入についてご回答ください。

	全体	男性	女性	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
増えた	0.4	0.0	0.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7
やや増えた	0.4	0.0	0.9	0.0	2.1	0.0	0.0	0.0	0.0
ほぼ変わらない	69.2	72.5	65.8	73.8	76.1	69.2	63.2	65.6	61.5
やや減った	12.0	6.7	17.5	4.8	10.9	19.2	18.4	3.1	7.7
減った	14.6	17.5	11.4	9.5	10.9	11.6	18.4	25.0	15.4
わからない	3.4	3.3	3.5	11.9	0.0	0.0	0.0	6.3	7.7

新型コロナウイルス感染症拡大前と比較した現在の世帯収入

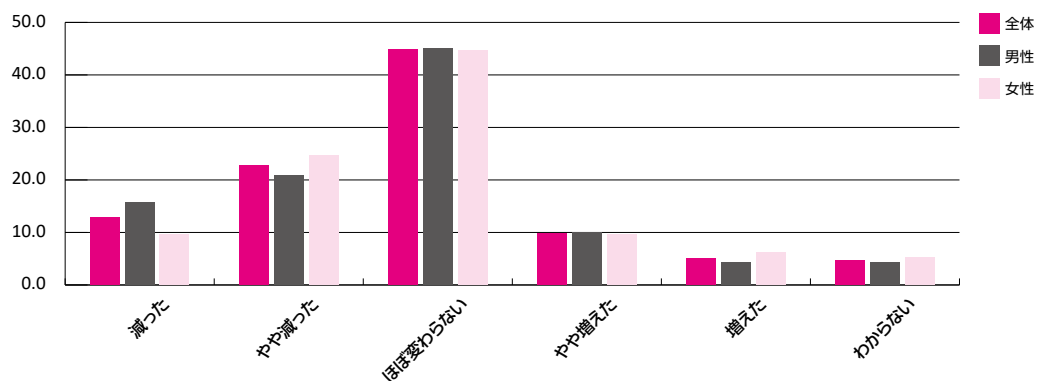


□ 問 2

新型コロナウイルス感染症拡大前と比較した現在の世帯支出についてご回答ください。

	全体	男性	女性	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
減った	12.8	15.8	9.6	9.5	17.4	9.6	6.1	21.9	23.1
やや減った	22.7	20.8	24.6	28.6	23.9	15.4	22.5	18.8	38.4
ほぼ変わらない	44.9	45.0	44.7	38.1	43.5	50.0	57.1	37.5	23.1
やや増えた	9.8	10.0	9.6	9.5	8.7	19.2	4.1	6.2	7.7
増えた	5.1	4.2	6.2	0.0	6.5	3.9	8.2	9.4	0.0
わからない	4.7	4.2	5.3	14.3	0.0	1.9	2.0	6.2	7.7

新型コロナウイルス感染症拡大前と比較した現在の世帯支出

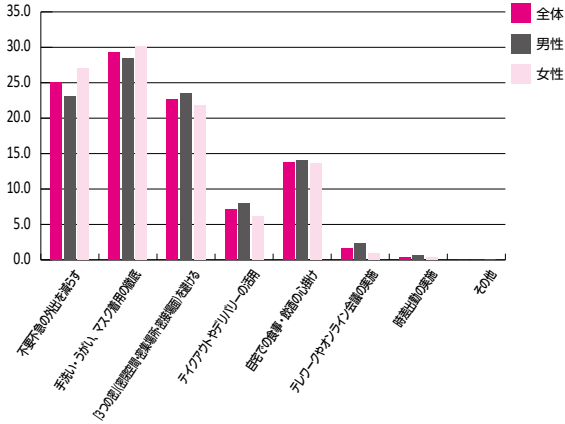


□ 問 3

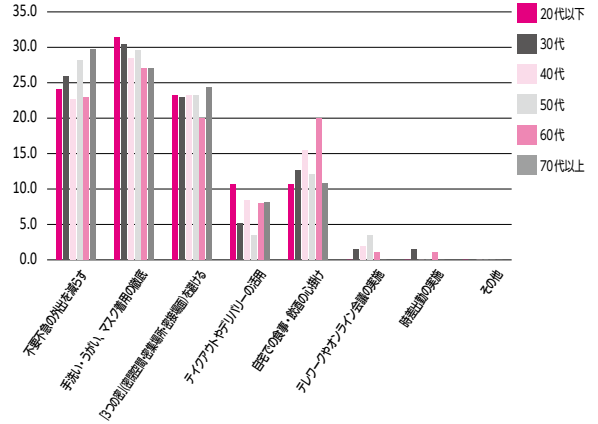
新型コロナウイルス感染拡大に伴い、ご自身が積極的に取り組んでいることをお選びください。(複数回答可)

	%									
	全体	男性	女性	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上	
不要不急の外出を減らす	25.1	23.1	27.1	24.0	25.9	22.6	28.2	23.0	29.7	
手洗い・うがい、マスク着用の徹底	29.3	28.5	30.1	31.4	30.4	28.4	29.6	27.0	27.1	
「3つの密」(密閉空間・密集場所・密接場面)を避ける	22.7	23.5	21.8	23.2	22.9	23.2	23.2	20.0	24.3	
テイクアウトやデリバリーの活用	7.1	8.0	6.2	10.7	5.2	8.4	3.5	8.0	8.1	
自宅での食事・飲酒の心掛け	13.8	14.0	13.6	10.7	12.6	15.5	12.0	20.0	10.8	
テレワークやオンライン会議の実施	1.6	2.3	0.9	0.0	1.5	1.9	3.5	1.0	0.0	
時差出勤の実施	0.4	0.6	0.3	0.0	1.5	0.0	0.0	1.0	0.0	
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	

新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、積極的に取り組んでいること



新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、積極的に取り組んでいること (年齢別)

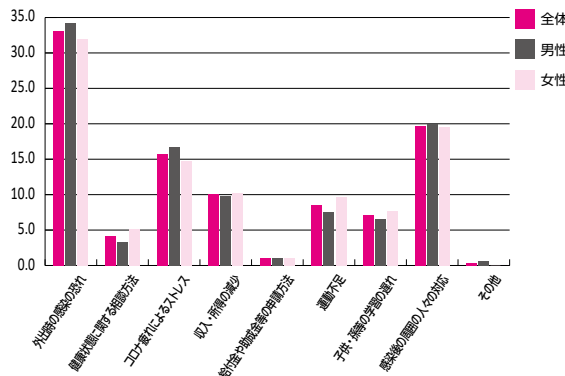


□ 問 4

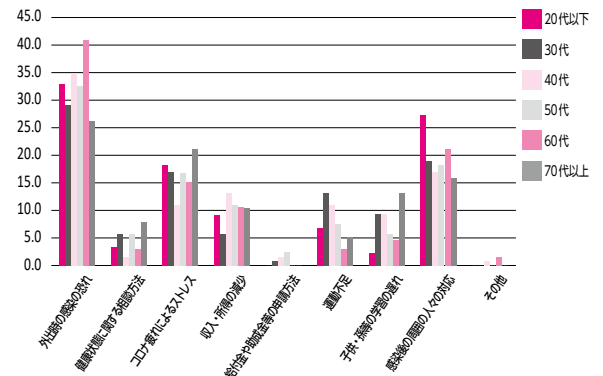
新型コロナウイルス感染症について困っていること、心配なことについてご回答ください。(複数回答可)

	%									
	全体	男性	女性	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上	
外出時の感染の恐れ	33.1	34.2	32.0	32.9	29.2	34.9	32.5	40.9	26.3	
健康状態に関する相談方法	4.2	3.3	5.1	3.4	5.7	1.5	5.8	3.0	7.9	
コロナ疲れによるストレス	15.7	16.7	14.7	18.2	17.0	10.9	16.7	15.2	21.1	
収入・所得の減少	10.1	9.8	10.3	9.1	5.7	13.2	10.9	10.6	10.5	
給付金や助成金等の申請方法	1.1	1.1	1.1	0.0	0.9	1.5	2.5	0.0	0.0	
運動不足	8.6	7.6	9.6	6.8	13.2	10.9	7.5	3.0	5.2	
子供・孫等の学習の遅れ	7.1	6.6	7.7	2.3	9.4	9.3	5.8	4.6	13.2	
感染後の周囲の人々の対応	19.7	20.0	19.5	27.3	18.9	17.0	18.3	21.2	15.8	
その他	0.4	0.7	0.0	0.0	0.0	0.8	0.0	1.5	0.0	

困っていること、心配なこと



困っていること、心配なこと (年齢別)



問 1 の新型コロナウイルス感染症拡大前と比較した現在の世帯収入については、全体として「ほぼ変わらない」がトップ項目となり、次いで「減った」、「やや減った」となった。また、問 2 の世帯支出については、全体として「ほぼ変わらない」がトップ項目となり、次いで「やや減った」、「減った」となった。問 3 の積極的に取り組んでいることについては、全体として「手洗い・うがい・マスクの着用の徹底」が 29.3%とトップ項目となり、次いで「不要不急の外出を減らす」が 25.1%、「3つの密（密閉空間・密集場所・密接場面）を避ける」が 22.7%となった。問 4 の困っていること、心配なことについては、全体として「外出時の感染の恐れ」がトップ項目となり、次いで「感染後の周囲の人々の対応」、「コロナ疲れによるストレス」、「収入・所得の減少」が 10%を超えた。60代は「外出時の感染の恐れ」が 40%を超え、20代以下は「感染後の周囲の人々の対応」が 27%を超えた。

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6.3%増の7,513億円となった。うち製造業は同5.0%の増加、非製造業は同3.4%の増加だった。
- ◎経済産業省が発表した8月の鉱工業生産指数（速報、10年=100、季節調整済み）は、前月比1.7%増加の88.7となった。上昇業種は、自動車工業、鉄鋼・非鉄金属工業、電子部品・デバイス工業など。基調判断は「生産は持ち直している」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9.1%減の6万9,101戸となった。利用関係別では、持家、貸家及び分譲住宅ともに減少した。
- ◎8月の国内新車販売台数（軽を除く）は、前年同月比18.5%減の19万7,832台となった。軽自動車は同11.8%減の12万8,604台で、11カ月連続のマイナスとなった。
- ◎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0.2%増加、前年同月比0.5%減少して100.4となった。円ベースでは、輸出物価指数は前年比1.5%低下、輸入物価指数は同10.9%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、鉱物性燃料などが減少し、対前年同月比14.8%の減少、輸入は原油、液化天然ガスなどが減少し同20.8%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2,483億円で2カ月連続の黒字となった。

〈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1.4%増の91.2で6カ月ぶりの上昇。業種別では、食料品工業、輸送機械工業、金属製品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%下落した。また、前年同月比と同水準となった。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101.3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0.01%下回り、0.98倍となった。また、全国は1.04倍だった。中信地域の安定所別では、松本0.98倍、木曾福島1.42倍、大町0.82倍だった。また、県内8月の新規求人数は1万1,688人となり、前年同月比で29.5%減少した。
- ◎長野県が公表した（2020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1.1%、商業地が同1.1%で下落幅が拡大した。中信地域の市町村別の住宅地平均変動率をみると、松本市が同水準、塩尻市が0.2%の増加、安曇野市が0.1%の減少となっている。なお、白馬村エコーランドでは外国資本の流入から上昇率が30.3%の増加と全国4番目の高さとなった。

新設住宅着工戸数動向

県建築住宅課がまとめた令和2年8月の県内新設住宅着工戸数は前年同月比2.5%増加の1,108戸となった。中信地区の新設住宅着工戸数は同4.8%減少の239戸となった。

市郡別の着工数は松本市145戸、塩尻市47戸、大町市5戸、安曇野市32戸、北安曇郡9戸、東筑摩郡1戸、木曽郡0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カ月連続の減少、貸家は2カ月連続減少、そして分譲は6カ月ぶりの増加となった。

中信地域観光客入込動向

松本城管理事務所がまとめた令和2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63.1%減の10万3,749人だった。外国人入場者数は1,991人で同92.8%の減少となった。7月は国宝松本城太鼓まつりが中止となったため、無料入場者が大幅な減少となった。月を通して天候に恵まれず特に平日の入場者数が減少した。4連休は2,000人を超える日もあり、コロナ禍の入場者数としては多かった。8月は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により外国人観光客や団体客が去年より大幅に減少した。イベント行事（セイジ・オザワ松本フェスティバル等）の中止により無料入場者が大幅に減少した。9月は修学旅行が多くみられ、小中学校の入場者数が去年より増加した。国宝松本城月見の宴が中止となったため、無料人数が減少した。

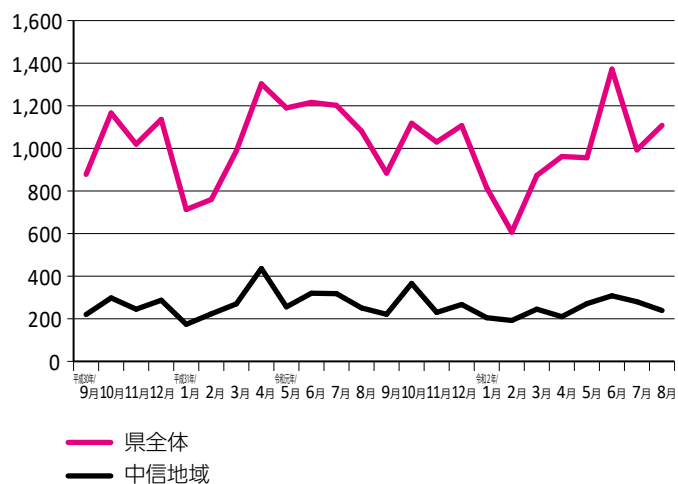
松本市山岳観光課がまとめた令和2年6月～令和2年8月期の上高地方面への入り込み者数は白骨が同57.2%減少の3万2,600人、乗鞍高原は同49.4%減少の9万9,900人だった。

立山・黒部アルペンルートのダム見学トロリーバスの9月の利用者数は、対前年同月比53.3%減少し、51,745人だった。

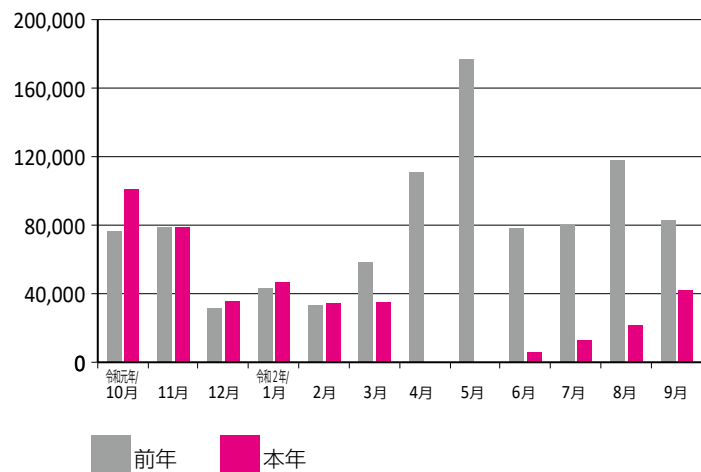
松本空港利用動向

フジドリームエアラインズ（FDA）がまとめた8月の利用実績によると、定期便の合計搭乗者数は6,970人（前期比較のため神戸線は除く）で前年同月比5,239人の減少となった。利用率（提供座席数に占める搭乗者数の割合）は札幌線が前年同月比39.0%低い42.1%、福岡線が同43.3%低い41.3%だった。また令和元年10月27日に新設された神戸線の利用率は28.9%であった。（参考：神戸線利用者数同年6月470人、7月1,578人、8月1,263人）なお、令和2年4月28日～令和2年5月31日まで新型コロナウイルス感染症の影響によりFDA定期便全便が運休となった。

新設住宅着工戸数推移表

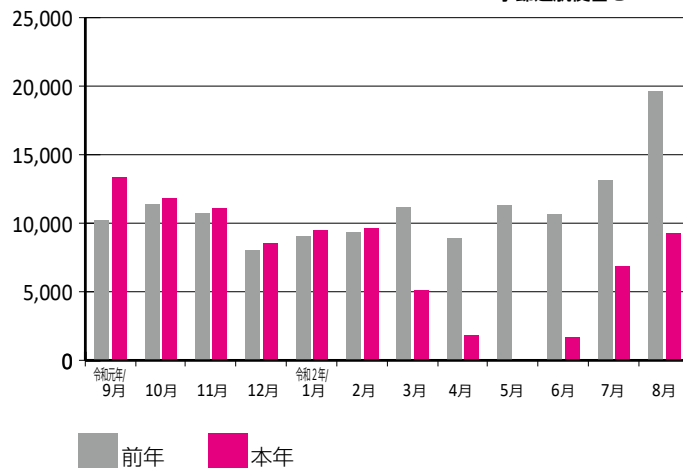


松本城見学入込数推移表



松本空港利用状況（福岡・札幌・神戸線合計）推移表

※季節運航便含む



顧客の「暮らしのパートナー」となることで100年企業を目指す

株式会社小林創建

代表取締役社長 **小林 稔政**

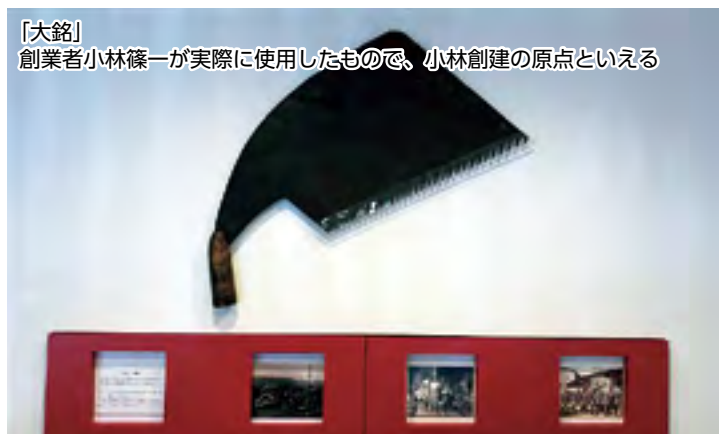


会社の沿革

昭和3年（1928年）東筑摩郡山形村の小さな製材所として私の曾祖父・小林篠一が創業しました。村の小学校の建設工事が終わり、移動製材工場を買い受けるという大きな投資でした。2代目幸登が事業を拡大させる最中、昭和33年（1958年）幸登が急逝。3代目となる父・政幸が20歳の時でした。折しも高度成長期、材料を供給するだけではなくお客様の顔が見える仕事をしたいという思いで1964年（昭和39年）に小林製材工業㈱に社名変更。翌年には建設業登録を取得して本格的に住宅事業に乗り出しました。1988年（昭和63年）には松本市高宮に本社ビルを建設。2003年（平成15年）に私、稔政が社長に就任し、中信地域を中心に約3,000件の顧客の住まいづくりのお手伝いをさせていただいています。

経営理念・経営方針

経営理念は「木材を基幹として正しく生き、



【大銘】
創業者小林篠一が実際に使用したもので、小林創建の原点といえる

顧客と社会の発展に貢献しその実践を通じ会社を繁栄させ、社員及び創建グループの幸福で豊かな人生の実現を目指します」です。出自から木造建築に強いこだわりを持ち、「社員」「取引先」「顧客と社会」といったステイクホルダーが満足するために事業を行っています。

また、住まいは建てて終わりではなく、そこが家族の生活のスタートであると考えています。ですからそこで暮らす家族が育ち、家も育っていく。その成長はよりよい環境や関係を創造していくことであり、それを支えるのが小林創建の家づくりであると考えています。そんな家づくりを実現するために住宅購入希望者に対し「住まいづくり勉強会」を開催しています。住宅という商品は、多くの顧客にとって一世代の「最も高額な買い物」です。しかし住宅の買い方は誰も教えてくれません。弊社では住宅購入のポイントを「土地」「ライフプラン」「品質」の3点に絞って、自社以外の専門家から出来るだけ客観的に情報をお伝えしてもらおう勉強会を開催し、顧客の住まいづくりの応援をしています。

建築業界の人材不足についてなど

会社の未来を創る優秀な人材の確保と既存の社員の定着が大きな課題です。

人材確保のために3年前から新卒採用を始めました。採用を始めて感じたことは新人が組織の中でどのようなプロセスを経て一人前になるかというキャリアパスの必要性です。そして既存の社員の定着のためには、業績と意欲と能力が評価され、自分の賃金が納得できる仕組みが必要です。来期より新しい賃金制度を導入し、評価の公平性・透明性を高め、社員が安心して働ける環境をつくっていきます。

建設業として今後どのようなことが求められるか

人口の少子高齢化と減少に伴い、新築住宅着工戸数は今後減り続けると予測されます。

他方でリフォームの市場規模は、今後も横ばいから微減で推移すると予測されおり、空き家が社会問題になりつつあります。また、顧客も経済の停滞による所得の伸び悩みやライフスタイルの多様化により、住宅に対するニーズが多様化・高度化していると実感しています。

住宅に対する新たなニーズに対応するために、弊社では新築だけでなく、リフォーム、不動産



仲介・不動産買取を事業化し、強化していきます。そして何より重視していくのは既存顧客との信頼関係です。私はお客様との引渡し式の中で一生のお付き合いをお約束しています。しかしながら我々の力不足でご縁が切れてしまったお客様も存在します。我々にとっての真の顧客とは家を建てていただいたお客様です。お客様からどんな事でも相談いただける体制をつくり、弊社のファンになってもらい、良い口コミを広げていただけることが生き残りの条件だと捉えています。

地域金融機関に求めるものは何

しんきんさんは地域を一緒に盛り上げるパートナーだと思っています。お互いに何でも相談し、顧客のため、地域のためになるならまずはやってみようという気持ちを共有し、実践していきましょう。



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