

中信地域

産業経済動向

調査
No.

508

令和3年1月発行
昭和51年8月創刊



旬 経営ビジョン Interview

木曾土建工業株式会社

代表取締役社長 **青木 孝尚**

■ 個人アンケート

「GoTo トラベルキャンペーン」 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7～9月	令和2年10～12月	令和3年1～3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134社に対し令和2年10～12月期の景気の現状と令和3年1～3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 ▲47.4→▲36.3 製造業、非製造業ともに改善

令和2年10月～令和2年12月期の業況判断DI（「良い」-「悪い」）は、全業種では11.1ポイント改善し、▲36.3となった。

製造業は30.3ポイント改善の▲33.3、非製造業は16.3ポイント改善の▲25.7であった。

令和3年1月～令和3年3月期の業況判断DI（予測）は10.5ポイント悪化と見込んでいる。

中信地域の令和2年10月～12月期の業況判断DI

	前期	今期	翌期（予測）
全業種	▲47.4	→ ▲36.3 (11.1ポイント改善)	→ ▲46.8
製造業	▲63.6	→ ▲33.3 (30.3ポイント改善)	→ ▲30.3
非製造業	▲42.0	→ ▲25.7 (16.3ポイント改善)	→ ▲48.5

非製造業(5業種) ▲42.0→▲25.7 5業種ともに改善

非製造業の業種別業況判断DIは、前期比卸売業が前期比23.0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28.0ポイント改善、建設業は同24.3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	▲53.8	→ ▲30.8 (23.0ポイント改善)	→ ▲53.8
小売業	▲43.5	→ ▲39.1 (4.4ポイント改善)	→ ▲47.8
サービス業	▲80.0	→ ▲52.0 (28.0ポイント改善)	→ ▲68.0
建設業	▲8.3	→ 16.0 (24.3ポイント改善)	→ ▲16.0
不動産業	▲20.0	→ ▲13.3 (6.7ポイント改善)	→ ▲33.3

全業種 売上高:▲12.0→▲3.4 収益:▲18.8→▲9.4 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24.2ポイント改善の12.1、収益判断DIは33.3ポイント改善の9.1となった。

非製造業の売上高DIは11.0ポイント改善の▲1.0、収益判断DIは11.1ポイント改善の▲5.9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	▲12.0	→ ▲3.4	▲18.8	→ ▲9.4
製造業	▲12.1	→ 12.1	▲24.2	→ 9.1
非製造業	▲12.0	→ ▲1.0	▲17.0	→ ▲5.9

[調査要領]

●調査実施 …… 令和2年12月上旬 ○調査実施企業 …… 合計134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 …… 13社 建設業 …… 25社

小売業 …… 23社 不動産業 …… 15社

※注 記

前期 …… 令和2年 7月～9月

今期 …… 令和2年 10月～12月

翌期 …… 令和3年 1月～3月

□ 製造業

回答企業 33社

お客様の声・調査員コメント

- コロナ禍で一時は受注が大きく落ち込んだが、現在の受注は前期以上となっている。(電気機械器具製造業)
- 取引先が海外生産から国内生産に移行している影響を受け、受注は好調。また、新規事業にかかる受注も始まる予定であり、先行き見通しも良好である。(ダンボール紙器製造業)
- コロナの影響は比較的少なく売上は安定している。人材の不足は恒常的であり、若く技術のある人材の確保が課題である。(電気機械器具製造業)
- コロナの影響により営業活動が思うようにいかず売上減少傾向。(木材・木製品製造業)
- コロナの影響大。飲食店消費の落ち込みが大きく、12月以降感染拡大の影響により、さらに落ち込む可能性あり。(食料品製造業)



今期の業況

今期の業況感は 30.3%改善の▲ 33.3%。新型コロナウイルス (以下、コロナ) の影響で受注が落ち込んだ企業の多くは回復基調にある。

翌期 (予測) の見通し

翌期の売上額は 33.3%悪化の▲ 21.2%予測、収益は 33.3%悪化の▲ 24.2%となった。12月以降感染拡大の影響により、さらに落ち込む可能性を懸念している企業もあった。

主要指標・DI 推移 (▲印：悪化・低下値)

	期別 項目	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	令和2年/ 10～12月	前期と今期 の比較	令和3年/予測 1～3月	今期と翌期 の比較
前期比	業況感	▲ 27.3	▲ 45.5	▲ 75.8	▲ 63.6	▲ 33.3	30.3	▲ 30.3	3.0
	売上額	▲ 21.2	▲ 36.4	▲ 69.7	▲ 12.1	12.1	24.2	▲ 21.2	▲ 33.3
	受注残	3.0	▲ 24.2	▲ 66.7	▲ 33.3	▲ 3.0	30.3	▲ 21.2	▲ 18.2
	収益	▲ 9.1	▲ 33.3	▲ 72.7	▲ 24.2	9.1	33.3	▲ 24.2	▲ 33.3
	販売価格	0.0	0.0	▲ 18.2	▲ 9.1	▲ 3.0	6.1	▲ 9.1	▲ 6.1
	原材料価格	27.3	9.1	▲ 9.1	0.0	18.2	18.2	12.1	▲ 6.1
	原材料在庫	▲ 6.1	0.0	9.1	12.1	15.2	3.0	6.1	▲ 9.1
	資金繰り	▲ 12.1	▲ 12.1	▲ 33.3	▲ 9.1	6.1	15.2	3.0	▲ 3.0
前年同期比	売上額	▲ 27.3	▲ 33.3	▲ 84.8	▲ 66.7	▲ 45.5	21.2		
	収益	▲ 21.2	▲ 30.3	▲ 81.8	▲ 51.5	▲ 30.3	21.2		

卸売業

回答企業 13社

お客様の声・調査員コメント

- 予約制のイベント（展示・販売会）を実施したが好調であった。コロナ禍であるが巣ごもり期間があったこともあり顧客の需要は旺盛、売上も例年並みに回復傾向。（各種ギター卸売）
- Go Toトラベルキャンペーンの恩恵を受け売上回復傾向にあり。しかし、冬場の流行次第で業況が悪化してしまうか不安である。（食品卸売）
- 流通に関しては問題なく正常化している。（建築材料卸売業）
- コロナの影響は小さくなく、売上・収益ともに例年並み。在庫がやや過剰であり、営業職を雇用する時期ではないと考えているため、処分方法を悩んでいる。（梱包資材加工販売）
- 大口案件減少により売上が減少している。また、販売価格低下による利幅の縮小が懸念される。（内装材料卸）



今期の業況

今期の業況感は 23.1%改善の▲ 30.8%となった。他の項目についても売上額が 46.2%、収益が 38.5%の改善となった。

翌期（予測）の見通し

翌期の売上額は 38.5%悪化の 30.8%、収益についても 53.8%悪化の▲ 38.5%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/ 10～12月	令和2年/ 1～3月	令和2年/ 4～6月	令和2年/ 7～9月	令和2年/ 10～12月	前期と今期 の比較	令和3年/予測 1～3月	今期と翌期 の比較
前 期 比	業 況 感	▲ 14.3	▲ 53.8	▲ 84.6	▲ 53.8	▲ 30.8	23.1	▲ 53.8	▲ 23.1
	売 上 額	14.3	▲ 69.2	▲ 69.2	▲ 38.5	7.7	46.2	▲ 30.8	▲ 38.5
	収 益	0.0	▲ 53.8	▲ 69.2	▲ 23.1	15.4	38.5	▲ 38.5	▲ 53.8
	販 売 価 格	14.3	▲ 15.4	0.0	▲ 15.4	15.4	30.8	▲ 7.7	▲ 23.1
	仕 入 価 格	42.9	23.1	0.0	0.0	38.5	38.5	30.8	▲ 7.7
	在 庫	35.7	23.1	▲ 7.7	0.0	0.0	0.0	30.8	30.8
	資 金 繰 り	▲ 14.3	▲ 23.1	▲ 69.2	▲ 30.8	0.0	30.8	0.0	0.0
前 年 同 期 比	売 上 額	7.1	▲ 23.1	▲ 76.9	▲ 53.8	▲ 46.2	7.7		
	収 益	0.0	▲ 38.5	▲ 76.9	▲ 53.8	▲ 23.1	30.8		
	販 売 価 格	7.1	▲ 46.2	▲ 7.7	▲ 7.7	7.7	15.4		

□ 小売業

回答企業 23社

お客様の声・調査員コメント

- 整備部門の単価見直しを行ったことで徐々に利益率が良くなっており、コロナ禍においても売上を伸ばすことができている。(自動車小売業)
- コロナ発生後、初となる展示会を開催。町独自の商品券等の利用により売上前年比増加。(林業用機械小売)
- コロナの第3波による影響が飲食店、洋菓子店等に及んでおり大変不安である。販路拡大に向け営業活動に尽力している。(飲食料品小売業)
- コロナの影響が大きく、この先の事業方針もどのようにしていけば良いのか不透明である。売上の確保に力を入れているが思い通りに進まず先行き不安である。(婦人服小売)
- 修学旅行の延期・キャンセルにより売上は大幅に減少。冬場もインバウンド需要が見込めないため厳しい状況が予想される。(飲食料品小売業)



今期の業況

今期は、業況感 4.3㊦、売上額 17.4㊦、販売価格 17.4㊦改善。新型コロナウイルスの影響が回復傾向にあり、売上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、コロナの影響による景気悪化に不安を抱いている企業が多かった。

主要指標・DI推移 (▲印：悪化・低下値)

	期別 項目	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	令和2年/ 10～12月	前期と今期 の比較	令和3年/予測 1～3月	今期と翌期 の比較
前期比	業況感	8.7	▲ 56.5	▲ 73.9	▲ 43.5	▲ 39.1	4.3	▲ 47.8	▲ 8.7
	売上額	21.7	▲ 34.8	▲ 73.9	▲ 4.3	13.0	17.4	▲ 39.1	▲ 52.2
	収益	17.4	▲ 52.2	▲ 65.2	▲ 4.3	▲ 4.3	0.0	▲ 43.5	▲ 39.1
	販売価格	8.7	▲ 4.3	▲ 26.1	4.3	21.7	17.4	8.7	▲ 13.0
	仕入価格	13.0	0.0	▲ 17.4	26.1	26.1	0.0	13.0	▲ 13.0
	在庫	4.3	4.3	8.0	8.7	8.7	0.0	13.0	4.3
	資金繰り	▲ 21.7	▲ 13.0	▲ 34.8	▲ 17.4	▲ 4.3	13.0	▲ 8.7	▲ 4.3
前年同期比	売上額	▲ 13.0	▲ 21.7	▲ 65.2	▲ 47.8	▲ 43.5	4.3		
	収益	0.0	▲ 26.1	▲ 56.5	▲ 47.8	▲ 52.2	▲ 4.3		
	販売価格	0.0	4.3	▲ 30.4	▲ 13.0	▲ 13.0	0.0		

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客室が満室になることが多く、売上も伸びている。キャンペーン終了後の売上確保や経費の節減等に努めていきたい。(旅館業)
- 10月、11月はGo To キャンペーンの影響で例年と比較すると売上増加となった。これから冬場にかけて感染症対策にも力を入れながら、サービス提供をおこなっていく必要がある。(飲食業)
- 忘年会、新年会需要がほぼなくなり、厳しい状況が予想される。地域発行クーポンや各事業の取組みにより、外食する人が戻りつつあるが、クーポンの現金化までの資金繰りが課題となっている。(飲食業)
- Go To トラベルキャンペーン等が実施されているが、売上の回復は見込めない。今後、コロナの感染拡大が懸念されるため業況は厳しい見通しである。(バス・運送業)
- テレワークの拡大により、クリーニング量減少。売上回復の見通しがたたない状況である。(クリーニング業)



今期の業況

今期の業況として、業況感は▲52.0㊦と前期比28.0㊦改善、収益は▲16.0㊦と前期比4.0㊦改善した。

Go To トラベルキャンペーン開始以降売上は回復基調にある。

翌期（予測）の見通し

コロナ感染拡大によりGo To トラベルキャンペーン等の経済政策が中止となってしまうのではと懸念する企業もあった。

主要指標・DI推移 (▲印：悪化・低下値)

項目	期別	令和元年/ 10～12月	令和2年/ 1～3月	令和2年/ 4～6月	令和2年/ 7～9月	令和2年/ 10～12月	前期と今期 の比較	令和3年/予測 1～3月	今期と翌期 の比較
前期比	業況感	12.0	▲28.0	▲68.0	▲80.0	▲52.0	28.0	▲68.0	▲16.0
	売上額	32.0	▲12.0	▲76.0	▲12.0	▲16.0	▲4.0	▲56.0	▲40.0
	収益	24.0	▲12.0	▲72.0	▲20.0	▲16.0	4.0	▲44.0	▲28.0
	料金価格	20.0	8.0	▲12.0	8.0	0.0	▲8.0	0.0	0.0
	材料価格	44.0	28.0	4.0	32.0	▲4.0	▲36.0	8.0	12.0
	資金繰り	▲8.0	▲12.0	▲56.0	▲36.0	▲20.0	16.0	▲40.0	▲20.0
前年同期比	売上額	12.0	▲16.0	▲72.0	▲84.0	▲60.0	24.0		
	収益	0.0	▲20.0	▲72.0	▲80.0	▲56.0	24.0		

建設業

回答企業 25社

お客様の声・調査員コメント

- 大型受注工事を抱えている。加えて公共工事の受注も見込まれることから、売上安定する見通し。(管工事業)
- 公共工事の受注は安定しており、売上に大きな波はない。コロナ禍においても一定の受注は確保できている。(建設業)
- コロナ第3波により引き続き相談会等の開催は難しいため、今後の受注確保が課題である。(住宅建設)
- 今期以降の受注見込みにかなり不安がある。一般工事の入札がかなり激化しているため、公共工事に頼らざるを得ない。(土木工事業)
- コロナの影響により工事の遅延や集客策である展示会の中止が相次ぎ、資金繰りは逼迫している。(建設業)



今期の業況

今期の業況感は前期比 24.3%改善の 16.0%であった。

受注工事は安定的に確保できているが、コロナの影響で工事の遅延や展示会の中止があり、資金繰りを懸念する企業もあった。

翌期（予測）の見通し

コロナの影響で公共工事の減少、景気悪化を懸念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	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	令和2年/ 10～12月	前期と今期 の比較	令和3年/予測 1～3月	今期と翌期 の比較
前期比	業況感	24.0	0.0	▲ 4.0	▲ 8.3	16.0	24.3	▲ 16.0	▲ 32.0
	売上額	16.0	▲ 16.0	▲ 16.0	4.2	8.0	3.8	▲ 24.0	▲ 32.0
	受注残	24.0	▲ 8.0	▲ 16.0	▲ 8.3	8.0	16.3	▲ 12.0	▲ 20.0
	施工高	12.0	4.0	▲ 24.0	▲ 12.5	16.0	28.5	▲ 16.0	▲ 32.0
	収益	8.0	0.0	▲ 16.0	▲ 20.8	▲ 8.0	12.8	▲ 20.0	▲ 12.0
	材料価格	32.0	36.0	28.0	12.5	12.0	▲ 0.5	4.0	▲ 8.0
	請負価格	4.0	20.0	▲ 4.0	▲ 4.2	0.0	4.2	▲ 12.0	▲ 12.0
	在庫	4.0	▲ 8.0	▲ 8.0	▲ 4.2	▲ 4.0	0.2	▲ 4.0	0.0
	資金繰り	▲ 12.0	▲ 4.0	▲ 4.0	4.2	4.0	▲ 0.2	▲ 12.0	▲ 16.0
前年同期比	売上額	0.0	4.0	▲ 8.0	▲ 12.5	▲ 8.0	4.5		
	収益	▲ 12.0	▲ 8.0	▲ 16.0	▲ 29.2	▲ 12.0	17.2		

不動産業

回答企業 15社

お客様の声・調査員コメント

- コロナの影響はほとんどなく、今後も変わらず推移していく見通しである。(土地売買業)
- コロナ禍ではあるが、分譲土地の販売は好調に推移している。一方、仕入は苦戦しており、在庫の確保が課題である。(住宅土地分譲)
- コロナが長引くと家賃回収等の懸念が今後出てくる。(貸家業)
- 売却希望の話が少なく動きの鈍さを感じる。住宅取得の意欲も低価傾向である。(不動産売買業)
- コロナ禍で先行き不透明。同業間での競争も激化する。(不動産売買業)



今期の業況

今期は、業況感 6.7ポイント、売上額 16.7ポイント、収益 16.7ポイント改善となった。消費者マインドの低下が続くと思われていたが、商品土地が不足する懸念があり、ある程度回復傾向にあると回答した企業もあった。

翌期（予測）の見通し

翌期は、業況感 20.0ポイント、売上額 13.3ポイント、収益 23.3ポイントの悪化を見込む。

売却希望の話も少なく、不動産の動きが鈍く、同業間での競争も厳しくなると予想する企業が多かった。

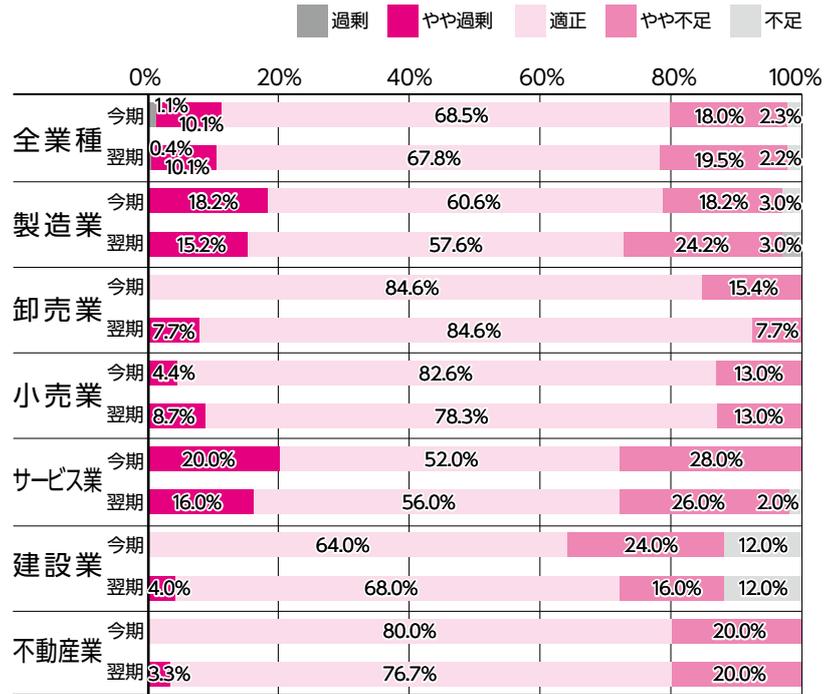
主要指標・DI推移 (▲印：悪化・低下値)

項目	期別	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	令和2年/ 10～12月	前期と今期 の比較	令和3年/予測 1～3月	今期と翌期 の比較
前期比	業況感	20.0	6.7	▲ 60.0	▲ 20.0	▲ 13.3	6.7	▲ 33.3	▲ 20.0
	売上額	6.7	0.0	▲ 60.0	▲ 26.7	▲ 10.0	16.7	▲ 23.3	▲ 13.3
	収益	6.7	0.0	▲ 60.0	▲ 20.0	▲ 3.3	16.7	▲ 26.7	▲ 23.3
	販売価格	▲ 6.7	▲ 13.3	▲ 33.0	▲ 6.7	3.3	10.0	▲ 16.7	▲ 20.0
	仕入価格	20.0	13.3	▲ 20.0	0.0	0.0	0.0	▲ 3.3	▲ 3.3
	在庫	▲ 26.7	▲ 20.0	▲ 26.7	▲ 20.0	▲ 33.3	▲ 13.3	▲ 40.0	▲ 6.7
	資金繰り	13.3	13.3	0.0	0.0	3.3	3.3	▲ 10.0	▲ 13.3
前年同期比	売上額	▲ 6.7	▲ 20.0	▲ 53.3	▲ 60.0	▲ 36.7	23.3		
	収益	▲ 6.7	▲ 20.0	▲ 53.3	▲ 73.3	▲ 43.3	30.0		

雇用面の動き 10～12月期

従業員の過不足感

業種	時期	過剰	やや過剰	適正	やや不足	不足
全業種	今期	1.1%	10.1%	68.5%	18.0%	2.3%
	翌期	0.4%	10.1%	67.8%	19.5%	2.2%
製造業	今期	0.0%	18.2%	60.6%	18.2%	3.0%
	翌期	0.0%	15.2%	57.6%	24.2%	3.0%
卸売業	今期	0.0%	0.0%	84.6%	15.4%	0.0%
	翌期	0.0%	7.7%	84.6%	7.7%	0.0%
小売業	今期	0.0%	4.4%	82.6%	13.0%	0.0%
	翌期	0.0%	8.7%	78.3%	13.0%	0.0%
サービス業	今期	0.0%	20.0%	52.0%	28.0%	0.0%
	翌期	0.0%	16.0%	56.0%	26.0%	2.0%
建設業	今期	0.0%	0.0%	64.0%	24.0%	12.0%
	翌期	0.0%	4.0%	68.0%	16.0%	12.0%
不動産業	今期	0.0%	0.0%	80.0%	20.0%	0.0%
	翌期	0.0%	3.3%	76.7%	20.0%	0.0%



全業種で見ると「適正」が68.5%、「やや不足」が18.0%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。

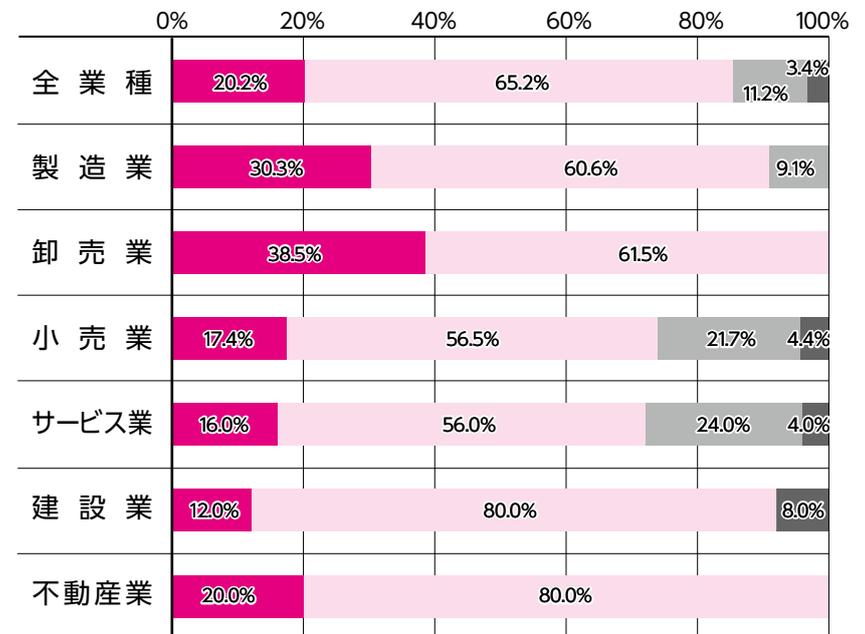
借入金の動き・難易度 10～12月期

借入金の動き

業種	前期	今期
全業種	48.9%	48.3%
製造業	45.5%	42.4%
卸売業	69.2%	38.5%
小売業	43.5%	52.2%
サービス業	60.0%	60.0%
建設業	41.7%	36.0%
不動産業	40.0%	50.0%

(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、卸売業、建設業が前回調査時を下回ったのに対し、小売業、不動産業は前回を上回った。

○借入の難易度

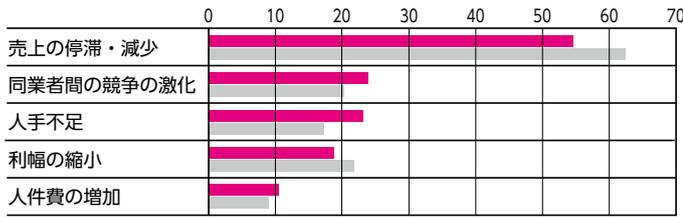
全業種では、借入の難易度は「容易」あるいは「変わらない」とする企業が85.4%を占めている。しかし、「難しい」とする企業が全業種の11.2%を占めており、特に小売業に関しては21.7%、サービス業は24.0%となった。

経営上の問題点

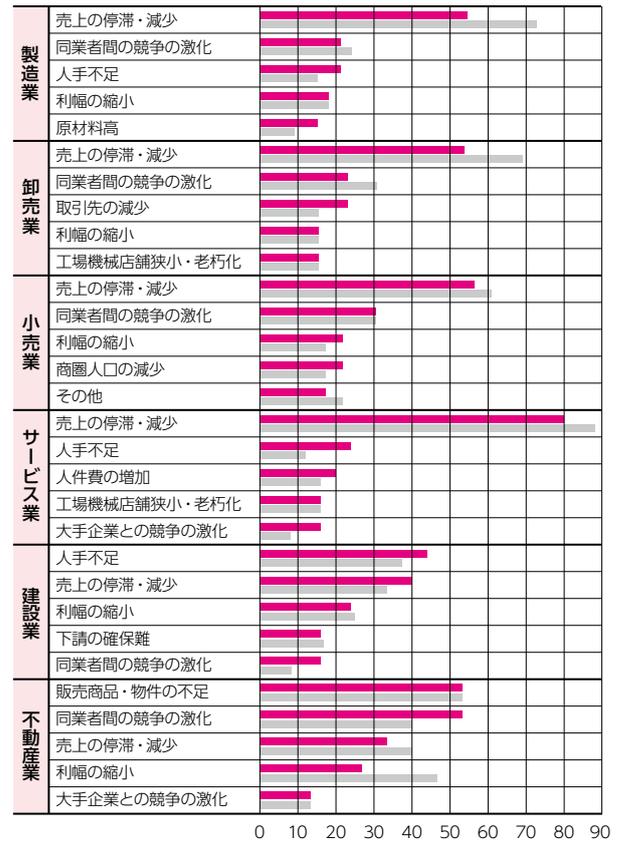
(今期上位5項目・複数回答・%)

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。業種別でみると、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」が一番の課題となっている。不動産業は「販売商品・物件の不足」、「同業者間の競争激化」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。

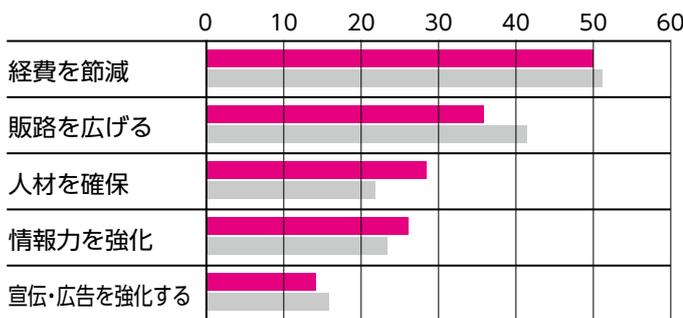


当面の重点経営施策

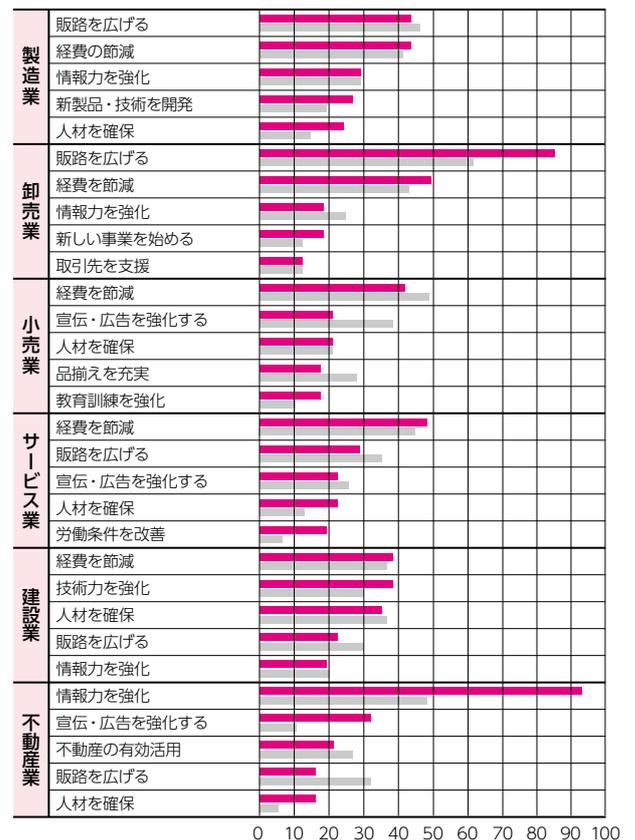
(今期上位5項目・複数回答・%)

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13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」、「人材の確保」、「情報力の強化」、「宣伝・広告の強化」と続いた。業種別でみると、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

「2021年(令和3年)の経営見通し」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「2021年（令和3年）の経営見通し」をお聞きしました。

回答企業 134 社による調査結果です。

調査実施時期：令和2年12月上旬、調査対象企業 134 社（回答率 100.0%）

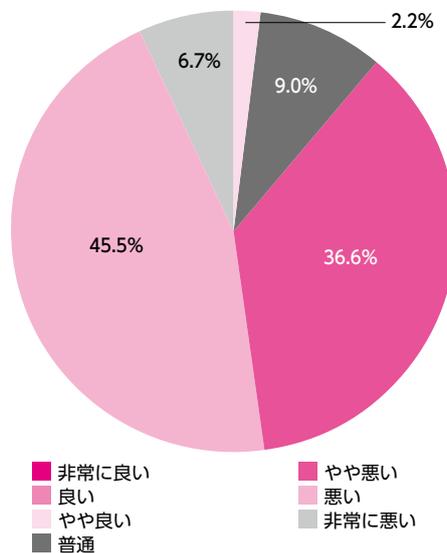
問 1

貴社では、2021年の日本の景気をどのように見通していますか。次の中から1つ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 非常に良い	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
2 良い	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
3 やや良い	2.2	3.0	0.0	0.0	4.0	4.0	0.0	
4 普通	9.0	3.0	15.4	21.7	4.0	8.0	6.7	
5 やや悪い	36.6	45.5	38.5	21.7	12.0	48.0	60.0	
6 悪い	45.5	48.5	38.5	39.1	76.0	28.0	33.3	
7 非常に悪い	6.7	0.0	7.6	17.5	4.0	12.0	0.0	

全業種で「6. 悪い」がトップ項目となり、次いで「5. やや悪い」、「4. 普通」となった。業種別で見ると、全ての業種において「5. やや悪い」と「6. 悪い」のどちらかがトップ項目となった。多くの企業が2021年の日本の景気は良くはならないと見通している。

2021年の日本の
景気の見通しについて



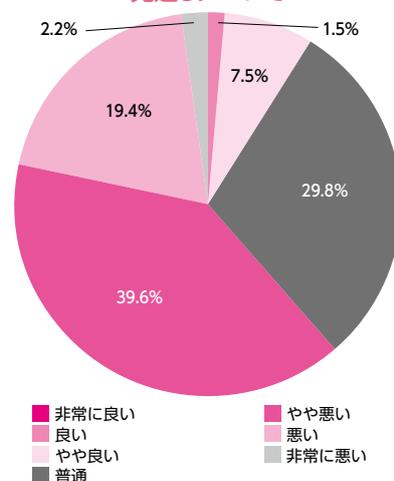
□ 問 2

貴社では、2021年の自社の業況（景気）をどのように見通していますか。次の中から1つ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 非常に良い	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
2 良い	1.5	6.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
3 やや良い	7.5	6.1	15.4	4.3	8.0	12.0	0.0
4 普通	29.8	21.2	23.1	39.2	24.0	32.0	46.7
5 やや悪い	39.6	51.5	38.4	34.8	24.0	40.0	46.7
6 悪い	19.4	15.1	23.1	17.4	36.0	16.0	6.6
7 非常に悪い	2.2	0.0	0.0	4.3	8.0	0.0	0.0

全業種では「5. やや悪い」がトップ項目となり、次いで「4. 普通」となった。業種別でみると製造業、卸売業、建設業、不動産業は「5. やや悪い」がトップ項目となった。小売業、不動産業は「4. 普通」（不動産業は「5. やや悪い」とトップタイ）、サービス業は「6. 悪い」がトップ項目となった。

2021年の自社の業況（景気）の見通しについて



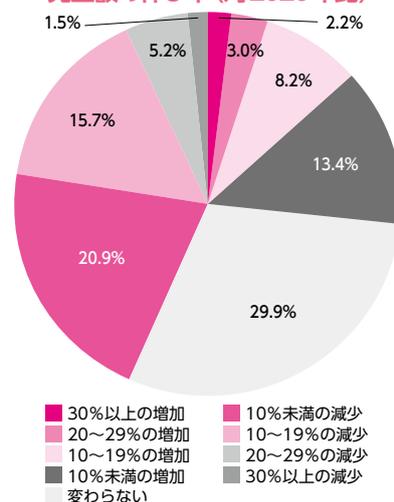
□ 問 3

2021年において貴社の売上額の伸び率は、2020年に比べておおよそどのくらいになると見通していますか。次の中から1つ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 30%以上の増加	2.2	3.0	0.0	8.7	0.0	0.0	0.0
2 20~29%の増加	3.0	0.0	7.7	13.1	0.0	0.0	0.0
3 10~19%の増加	8.2	9.1	7.7	21.7	4.0	0.0	6.7
4 10%未満の増加	13.4	6.1	15.4	13.0	16.0	12.0	26.7
5 変わらない	29.9	30.3	46.1	4.4	32.0	40.0	33.3
6 10%未満の減少	20.9	24.2	0.0	8.7	32.0	32.0	13.3
7 10~19%の減少	15.7	15.2	23.1	30.4	8.0	16.0	0.0
8 20~29%の減少	5.2	12.1	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0
9 30%以上の減少	1.5	0.0	0.0	0.0	8.0	0.0	0.0

全業種の中で「5. 変わらない」と回答した企業が最も多かった。業種別では、製造業、卸売業、サービス業（「6. 10%未満の減少」とトップタイ）、建設業、不動産業については「5. 変わらない」、小売業は「7. 10~19%の減少」がトップ項目となった。

2021年における貴社の売上額の伸び率（対2020年比）



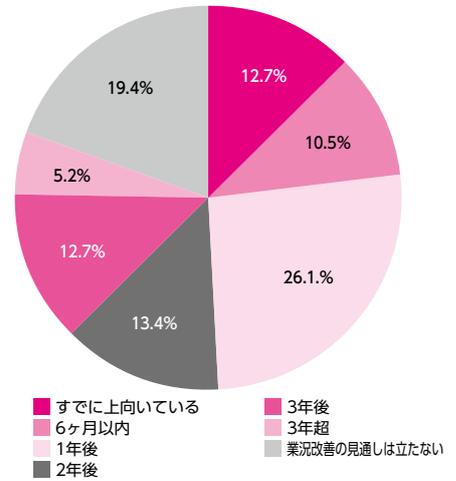
問 4

貴社では、自社の業況が上向き転換点をいつ頃になると見通していますか。次の中から1つ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 すでに上向いている	12.7	15.2	23.1	8.7	12.0	16.0	0.0
2 6ヶ月以内	10.5	9.1	15.4	13.0	8.0	8.0	13.3
3 1年後	26.1	24.2	38.4	21.8	32.0	16.0	33.3
4 2年後	13.4	18.2	15.4	13.0	12.0	8.0	13.3
5 3年後	12.7	9.1	0.0	4.4	4.0	32.0	26.8
6 3年超	5.2	3.0	0.0	8.7	8.0	8.0	0
7 業況改善の見通しは立たない	19.4	21.2	7.7	30.4	24.0	12.0	13.3

自社の業況が上向き転換点については、全業種として「3. 1年後」がトップ項目となった。業種別では製造業、卸売業、サービス業、不動産業が「3. 1年後」が最も多かった。小売業が「7. 業況改善の見通しは立たない」が、建設業は「5. 3年後」が最も多かった。

自社の業況が上向き転換点の時期



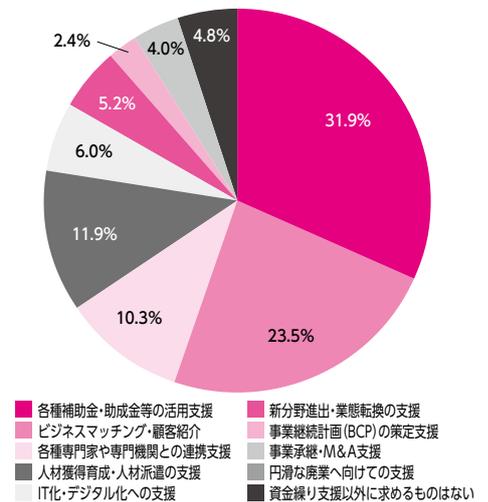
問 5

現下のコロナ禍において、貴社では、資金繰り以外の事業計画・戦略等の策定・実行支援として、地域金融機関に求めることはありますか。求めることがある方は、1～9の中から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 各種補助金・助成金等の活用支援	31.9	29.2	25.9	42.9	40.4	25.5	21.7
2 ビジネスマッチング・顧客紹介	23.5	24.6	22.3	21.4	12.8	25.5	43.4
3 各種専門家や専門機関との連携支援	10.3	20.0	3.7	9.5	8.5	4.3	8.7
4 人材獲得育成・人材派遣の支援	11.9	7.7	7.4	11.9	12.8	23.4	4.4
5 IT化・デジタル化への支援	6.0	1.5	14.8	7.1	6.4	6.3	4.4
6 新分野進出・業態転換の支援	5.2	6.2	11.1	0.0	8.5	4.3	0.0
7 事業継続計画(BCP)の策定支援	2.4	1.5	3.7	2.4	4.2	2.1	0.0
8 事業承継・M&A支援	4.0	3.1	3.7	2.4	6.4	4.3	4.4
9 円滑な廃業へ向けての支援	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
0 資金繰り支援以外に求めるものはない	4.8	6.2	7.4	2.4	0.0	4.3	13.0

地域金融機関に求めることは、全業種として「1. 各種補助金・助成金の活用支援」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、建設業（「2. ビジネスマッチング・顧客紹介」とトップタイ）がトップ項目となり、不動産業は「2. ビジネスマッチング・顧客紹介」が最も多かった。

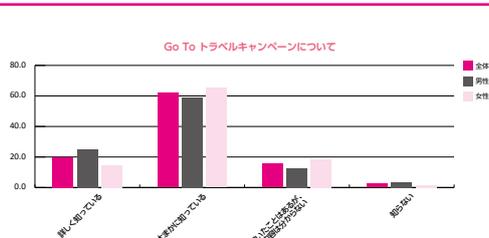
地域金融機関に求めること



新型コロナウイルス感染症の拡大により、落ち込んだ消費や需要を活性化させるために行われている「Go To キャンペーン」の中でも目玉キャンペーンが「Go To トラベルキャンペーン」です。旅行代金の50%相当分が還元されるということで、観光業界の活性化として期待される一方、まだまだ予断を許さない新型コロナウイルス感染状況もあり、キャンペーンに対して様々な意見がでていいる中、皆様がどのように感じているか、お聞かせ願います。

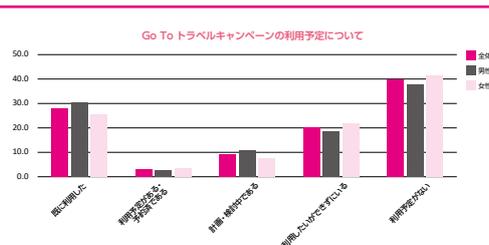
問1 Go To トラベルキャンペーンを知っていますか？

	全体	男性	女性	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
詳しく知っている	19.9	25.2	14.4	12.8	25.8	19.6	23.4	23.7	11.5
大まかに知っている	62.0	58.8	65.3	66.7	58.1	62.5	63.8	60.5	57.7
聞いたことはあるが、内容は分からない	15.6	12.6	18.6	12.8	16.1	16.1	12.8	13.2	26.9
知らない	2.5	3.4	1.7	7.7	0.0	1.8	0.0	2.6	3.9



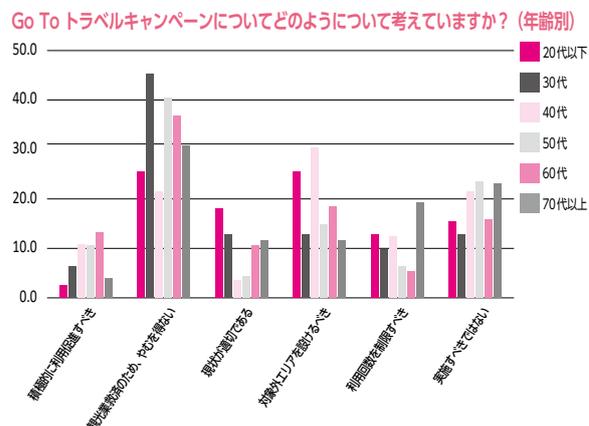
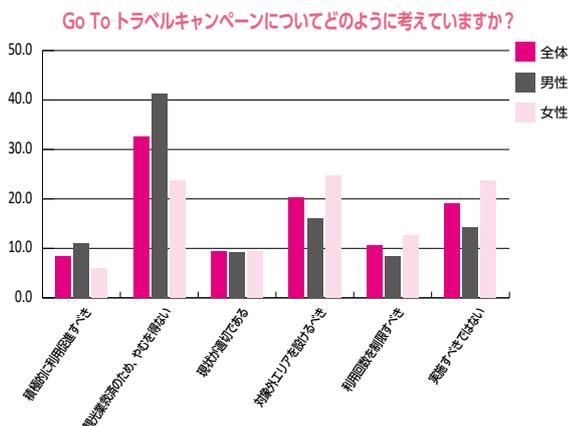
問2 Go To トラベルキャンペーンの利用予定はありますか？

	全体	男性	女性	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
既に利用した	27.8	30.3	25.4	33.3	35.5	21.4	27.6	26.3	26.9
利用予定がある・予約済である	3.0	2.5	3.4	5.1	3.2	1.8	4.3	2.6	0.0
計画・検討中である	9.3	10.9	7.7	2.6	19.4	14.3	4.3	10.5	3.9
利用したいができていない	20.2	18.5	22.0	23.1	16.1	23.2	29.8	15.8	3.9
利用予定がない	39.7	37.8	41.5	35.9	25.8	39.3	34.0	44.8	65.3



問3 Go To トラベルキャンペーン自体についてどのようにお考えですか？

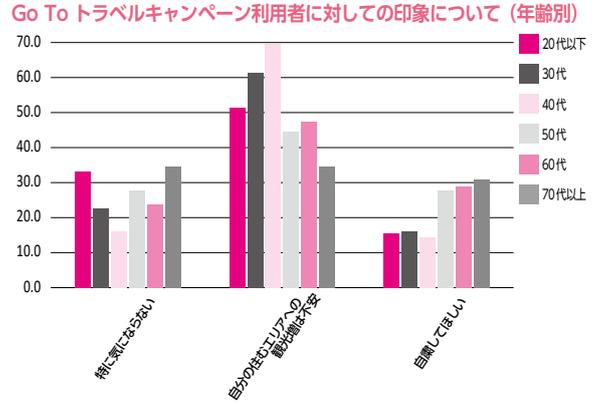
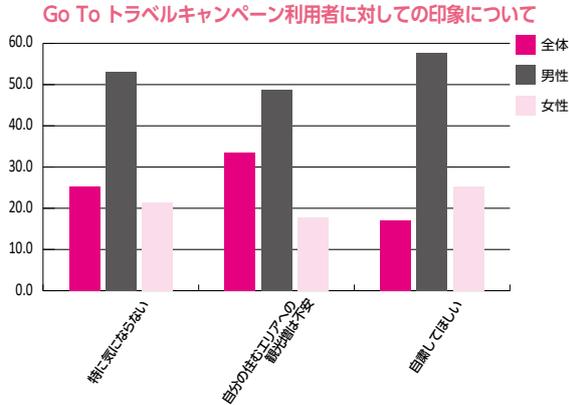
	全体	男性	女性	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
積極的に利用促進すべき	8.4	10.9	6.0	2.6	6.4	10.7	10.6	13.2	3.9
観光業救済のため、やむを得ない	32.5	41.2	23.7	25.6	45.2	21.4	40.4	36.8	30.8
現状が適切である	9.3	9.2	9.3	18.0	12.9	3.6	4.3	10.5	11.5
対象外エリアを設けるべき	20.2	16.0	24.6	25.6	12.9	30.4	14.9	18.4	11.5
利用回数を制限すべき	10.6	8.4	12.7	12.8	9.7	12.5	6.4	5.3	19.2
実施すべきではない	19.0	14.3	23.7	15.4	12.9	21.4	23.4	15.8	23.1



問 4

Go To トラベルキャンペーン利用者に対してどのような印象をお持ちですか？

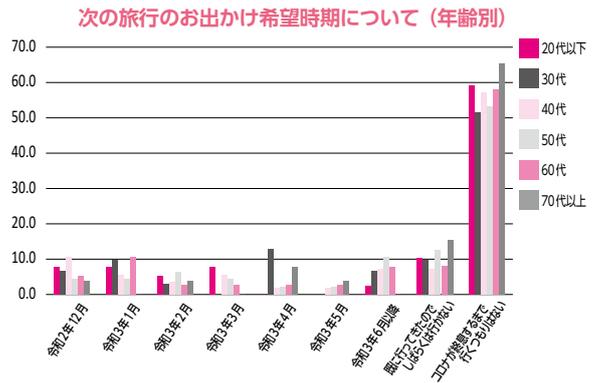
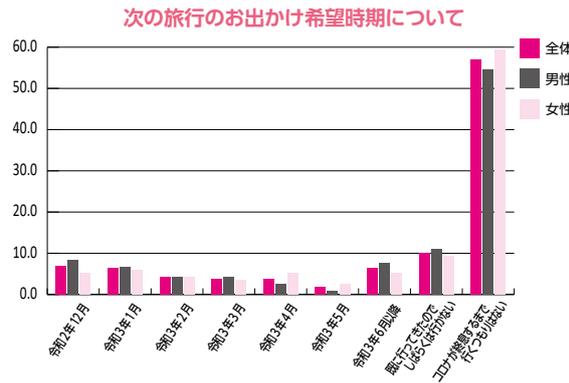
	%								
	全体	男性	女性	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
特に気にならない	25.3	33.6	17.0	33.3	22.6	16.1	27.7	23.7	34.6
自分の住むエリアへの観光増は不安	53.2	48.7	57.6	51.3	61.3	69.6	44.6	47.3	34.6
自粛してほしい	21.5	17.7	25.4	15.4	16.1	14.3	27.7	29.0	30.8



問 5

次の旅行へのお出かけ希望時期はいつですか？

	%								
	全体	男性	女性	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
令和 2 年 12 月	6.8	8.4	5.1	7.7	6.5	10.7	4.3	5.3	3.8
令和 3 年 1 月	6.3	6.7	5.9	7.7	9.7	5.4	4.3	10.5	0.0
令和 3 年 2 月	4.2	4.2	4.3	5.1	3.1	3.6	6.4	2.6	3.8
令和 3 年 3 月	3.8	4.2	3.4	7.7	0.0	5.4	4.3	2.6	0.0
令和 3 年 4 月	3.8	2.5	5.1	0.0	12.9	1.8	2.1	2.6	7.7
令和 3 年 5 月	1.7	0.9	2.5	0.0	0.0	1.8	2.1	2.6	3.9
令和 3 年 6 月以降	6.3	7.6	5.1	2.5	6.5	7.1	10.6	7.9	0.0
既に行ってきたのでしばらくは行かない	10.1	10.9	9.3	10.3	9.7	7.1	12.7	8.0	15.4
コロナが終息するまで行くつもりはない	57.0	54.6	59.3	59.0	51.6	57.1	53.2	57.9	65.4



問 1 の Go To トラベルキャンペーンについては、全体として「大まかに知っている」がトップ項目となり、次いで「詳しく知っている」、「聞いたことはあるが、内容はわからない」となった。また、問 2 の Go To トラベルキャンペーンの利用予定については、全体として「利用予定がない」がトップ項目となり、次いで「既にご利用した」、「利用したいができていない」となった。問 3 の Go To トラベルキャンペーン自体についてのお考えは、全体として「観光業救済のため、やむを得ない」が 32.5% とトップ項目となり、次いで「対象外エリアを設けるべき」が 20.2%、「実施すべきではない」が 19.0% となった。問 4 の Go To トラベルキャンペーン利用者に対しての印象については、全体として「自分の住むエリアへの観光増は不安」がトップ項目となり、次いで「特に気にならない」、「自粛してほしい」となった。問 5 の次の旅行へのお出かけ希望時期については、「コロナが終息するまで行くつもりはない」がトップ項目となり、次いで「既に行ってきたのでしばらくは行かない」となった。

経済日誌・主要動向

〈国内〉

- ◎内閣府が発表した10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17.1%増の8,425億円となった。うち製造業は同11.4%の増加、非製造業は同13.8%の増加だった。
- ◎経済産業省が発表した11月の鉱工業生産指数（速報、2010年=100、季節調整済み）は、前月比0.0%横ばいの95.2となった。上昇業種は、生産用機械工業、汎用・業務用機械工業、鉄鋼・非鉄金属工業など。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11月の新設住宅着工戸数は、前年同月比3.7%減の7万798戸となった。利用関係別では、持家は増加、貸家及び分譲住宅は減少した。
- ◎11月の国内新車販売台数（軽を除く）は、前年同月比6.0%増の25万3,069台となった。軽自動車は同7.8%増の15万8,532台で、2カ月連続のプラスとなった。
- ◎日銀が発表した11月の国内企業物価指数（2015年平均=100、速報値）は、前月比変わらず、前年同月比2.2%減少して99.9となった。円ベースでは、輸出物価指数は前年比2.1%低下、輸入物価指数は同10.6%低下した。
- ◎財務省が発表した11月の貿易統計速報（通関ベース）によると、輸出は鉱物性燃料、鉄鋼などが減少し、対前年同月比4.2%の減少、輸入は原油、液化天然ガスなどが減少し同11.1%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3,668億円で5カ月連続の黒字となった。

〈県内〉

- ◎長野県が発表した10月の県内鉱工業生産指数（季節調整値、2015年=100、速報）は、前月比3.0%増の101.5で4カ月連続の上昇。業種別では、汎用・生産用・業務用機械工業、電子部品・デバイス工業、情報通信機械工業などが上昇した。
- ◎長野県が発表した11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102.3となり、前月比0.1%下落した。また、前年同月比は0.9%下落し、2カ月連続で前年同月を下回った。一方、全国11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101.2だった。
- ◎県内11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0.06%↑回り、1.09倍となった。また、全国は1.06倍だった。中信地域の安定所別では、松本1.07倍、木曾福島1.45倍、大町1.47倍だった。また、県内11月の新規求人数は1万3,434人となり、前年同月比で16.7%減少した。
- ◎長野県宅地建物取引業協会が発表した（令和2年10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▲19P（前回調査▲22P）とマイナス圏で概ね横ばいの傾向を示し、県内の不動産市況が引き続き冷え込んでいる状況が読み取れる。なお中信地区の住宅地市況DIは▲27Pであり、前回（▲9P）に比べてマイナス幅が拡大し市況が更に悪化している傾向を示した。

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11月の県内新設住宅着工戸数は前年同月比1.4%増加の1,044戸となった。中信地区の新設住宅着工戸数は同65.2%増加の380戸となった。

市郡別の着工数は松本市168戸、塩尻市97戸、大町市30戸、安曇野市35戸、北安曇郡35戸、東筑摩郡8戸、木曾郡7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3カ月ぶりの減少、貸家は2カ月連続の減少、そして分譲は4カ月連続の増加となった。

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10月～令和2年12月期の国宝松本城への見学入場者数は前年同期比30.8%減の12万9,450人だった。外国人入場者数は2,379人で同93.5%の減少となった。10月は小中学校の修学旅行が多くみられ、小中学生の有料入場者数が倍以上に増加した。11月は「お城まつり」が中止となり大幅に減少したが、コロナ禍における今年度の中では最も入場者数が増えた月となった。12月はコロナの影響だけではなく、寒さもあり、例年同様入場者数が減少した。

松本市山岳観光課がまとめた令和2年9月～令和2年11月期の上高地方面への入り込み者数は白骨が同20.6%減少の5万6,400人、乗鞍高原は同9.2%減少の10万0,200人だった。

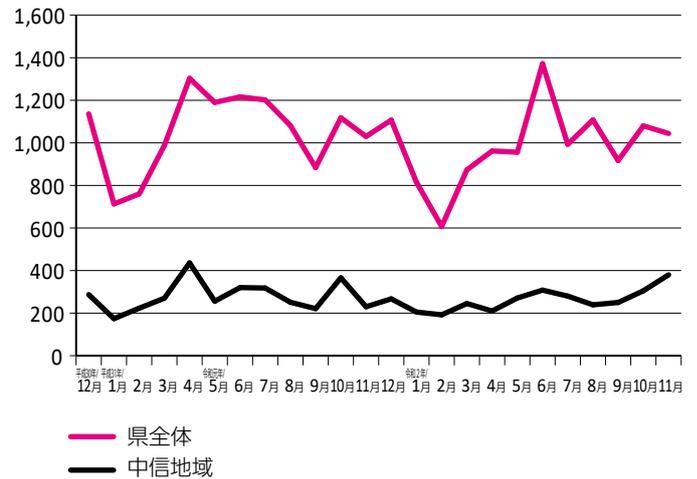
立山・黒部アルペンルートのダム見学トロリーバスの11月の利用者数は、対前年同月比18.2%減少し、33,068人となった。また、年間乗車人数が249,504人で昭和39年の開業以来最低となった。

白馬村がまとめた令和2年9月～令和2年11月期の観光客の入り込みは、平地観光が31万6,500人で同10.8%の増加、山岳観光は6,100人で同48.3%の減少となった。

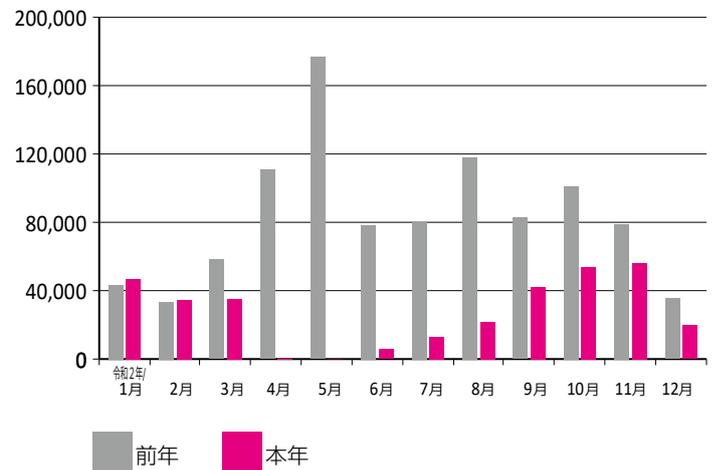
松本空港利用動向

フジドリームエアラインズ (FDA) がまとめた10月の利用実績によると、定期便の合計搭乗者数は11,256人で前年同月比1,222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17.7%低い68.7%、福岡線が同16.2%低い60.6%、神戸線が同37.2%低い43.6%だった。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

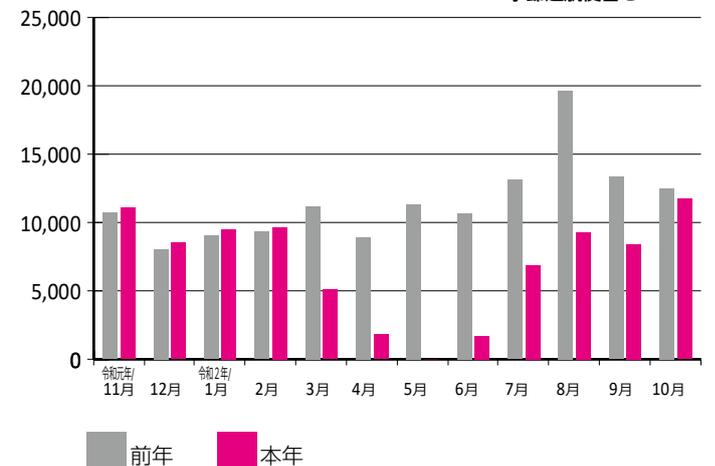


松本城見学入込数推移表



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



山づくり、河づくり、道づくり、 家づくりで地域に貢献する

木曾土建工業株式会社

代表取締役社長 **青木 孝尚**



① 会社の歴史について教えてください

弊社は1947年（昭和22年）小木曾木工協同組合として事業を開始、当初は木材事業が中心でしたが、幾度かの名称変更を経て、1962年（昭和37年）に現在の木曾土建工業株式会社となりました。2021年で創立74年、現在の社名となつてからは59年となります。木祖村で木材の伐出から始まった企業ですが、現在は主に木曾郡内において、土木事業・建築事業・木材事業を手掛け、2008年（平成20年）には温泉事業を新たに始め、木曾町に日帰り温泉施設「せせらぎの四季（とき）」をオープン、多岐に渡って事業展開を行っています。

② 経営理念を教えてください

「地域との共存共栄」を理念として、地域に貢献すること、地域に根ざした企業であることを主眼に活動しています。弊社は協同組合の業態から始まっており、地域の皆さんから多くの出資をいただいて、事業を開始することができました。まずは地域での雇用を確保し、地域で仕事をいただいて、地域のお客様に満足と信頼をいただける仕事をして、利益を出す。それを社員に還元し、納税をして社会に貢献する、そのような循環をつくるのが使命であると考えています。

③ 木曾土建工業さんの強みはなんですか？

先ほどもお話しした通り、当初は木材事業が中心

でしたが、時代の流れもあり現在では土木事業が主体となってきています。弊社の土木事業は直営班の体制をとっていることが特徴です。10～20人で構成される班が5つあり、特殊な工事を除いて、例えば砂防ダムの工事であれば、掘削工事・型枠工事・コンクリート工事等、下請けに頼らずに一貫して自社で工事を完成させることができるのが強みの一つです。

また国や県などの公共工事を数多く請負い、様々な表彰をいただいております。現場技術者はもちろん、現場技能者にも1級土木施工管理技士をはじめとする資格を所持する社員が多く、他社と比較しても引けを取らない技術力も弊社の強みであると思います。

④ 7月の豪雨による災害復旧にも尽力されたと聞いております

昨年の7月豪雨で、弊社のある木祖村では村内の至る所で土砂が流出し、木曾郡内の各地でも被害が多数発生、復旧作業には全社を挙げて対応しました。弊社では、村内在住者を中心に木曾郡内の人材を多く雇用しています。自らが生まれ育ち、そして暮らすこの地域を守るという使命感を持つ

て仕事をしてくれました。社員には本当に感謝しています。

⑤ 9月に社長に就任されましたが、今後の目標を教えてください

私は、先輩方が築かれてきた「木曾土建工業」の看板を今後も継続し、地域の雇用と地域を守る企業として存続させていくことが一番の使命だと考えています。その為に3つのキーワード「安全」「コミュニケーション」「変化」を大切にしています。

「安全」は、どんなに良い会社を目指しても安全の確保なくして、その実現には至りません。会社は人で成り立っており、そこで働く社員一人一人が安全に1日を終え、健やかに、そして職場へ送り出してくれる家族の元に帰ってこそ組織、会社が健全に成長できるのだと信じています。安全活動に終わりはありません。ゼロ災を常に目標に掲げ、従業員が安心できる職場環境を整えていきたいです。

「コミュニケーション」は、人はそれぞれ異なる考え方や価値観を持っていますが、会社においては、チームワークを発揮し同じ目標に向かって進んでいくために相互理解、対話をすることが重要です。自分の考えを言葉で発信し、相手の言い分にも耳を傾けて、意思の疎通を図る。これは社内でもお客様に対しても同じで、相互に理解しあう関係づくりをすることが、信頼を得ることに繋がると考えています。相手の立場を尊重し、相手を理解しようという気持ちを持って業務に臨んでいきたいです。

最後に「変化」ですが、一昨年台風19号が県内に大きな爪跡を残していきました。台風や豪雨等の自然災害も、以前とは異なり毎年のように発生しています。建設業は3Kといわれていた時期もありましたが、今では頻発する災害の対応等により、以前に増して地域に必要とされる業種に変わってきていると感じています。

また、人口が減少に転じ、生産性の効率化を図るICTの進歩や働き方改革の推進等、世の中の変化も非常に速く、そして大きくなっています。我々の業界では「同じ現場は2度とない」とよくいわれますが、現場だけでなくあらゆる部分で臨機応変にどう対応していくか、これから重要になっていくと思いますし、その判断をしていくのが社長の仕事です。私自身も臨機応変に対応が出来るよう、そして社員共々「変わる」という気持ちを持ち続ける事が大切だと考えています。

歴史ある会社をこれからも存続、また発展させていくために、この3つのキーワードを大切に社業に邁進する所存です。創業者の言葉を借りれば「なせば成る」の精神で何事にも取り組み、社業発展のために尽力していきます。

⑥ 地域金融機関に求めるものはなんですか？

会社を経営していく上で、時代の変化に対応していくために、課題や問題を解決しなければなりません。そういった中で、ある時は融資、ある時はコンサルティング、どのような形かはわかりませんが、様々な形で相談し合える関係を作っていただければありがたいと思います。



馬沢砂防堰堤

1 January

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

2 February

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28						

3 March

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

4 April

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

5 May

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

6 June

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

7 July

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

8 August

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

9 September

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

10 October

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

11 November

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

12 December

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
		1	2	3	4	
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

2021 calendar

令和 3年カレンダー

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