

中信地域

産業経済動向

調査
No.

525

令和7年4月発行
昭和51年8月創刊



旬

経営ビジョン

富士乃湯（松本市）

代表社員

二木 伸次

■ 個人アンケート

『物価上昇の影響』に関する
アンケート 第5弾

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6年10～12月	令和7年1～3月	令和7年4～6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7年1～3月期の景気の現状と令和7年4～6月の見通しを調査したものです。

[調査要領]

●調査実施 …… 令和7年3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6年 10月～12月

今期 …… 令和7年 1月～3月

翌期 …… 令和7年 4月～6月

DI値および構成比は小数点以下第2位を四捨五入して表示しています。そのため、比較値および合計値において若干の誤差が生じることがあります。

中信地域の概況

全業種 4.5→▲3.0

製造業、非製造業ともに悪化し、全体としてマイナス

中信地域の業況判断DI

令和7年1月～令和7年3月期の業況判断DI(「良い」-「悪い」)は、全業種では7.5ポイント悪化し、▲3.0となった。

製造業は6.1ポイント悪化の▲27.3、非製造業は7.9ポイント悪化の5.0であった。

令和7年4月～令和7年6月期の業況判断DI(予測)は2.2ポイントの改善と見込んでいる。

	前期	今期	翌期(予測)
全業種	4.5	→ ▲3.0 (7.5ポイント悪化)	→ ▲0.7
製造業	▲21.2	→ ▲27.3 (6.1ポイント悪化)	→ ▲24.2
非製造業	12.9	→ 5.0 (7.9ポイント悪化)	→ 6.9

非製造業(5業種) 12.9→5.0

サービス業以外の業種で悪化し、全体として悪化傾向

非製造業(5業種)の業種別業況判断DI

非製造業の業種別業況判断DIは、前期比卸売業が7.7ポイント悪化、小売業は13.0ポイント悪化、サービス業は横ばい、建設業は8.0ポイント悪化、不動産業は13.3ポイント悪化であった。

	前期	今期	翌期(予測)
卸売業	15.4	→ 7.7 (7.7ポイント悪化)	→ 0.0
小売業	▲8.7	→ ▲21.7 (13.0ポイント悪化)	→ ▲17.4
サービス業	16.0	→ 16.0 (横ばい)	→ 20.0
建設業	12.0	→ 4.0 (8.0ポイント悪化)	→ 12.0
不動産業	40.0	→ 26.7 (13.3ポイント悪化)	→ 20.0

全業種 売上高:21.6→2.2 収益6.7→▲6.0

全体としては売上高はプラスを維持するも、収益はマイナス

売上高DIおよび収益判断DI

製造業の売上高DIは横ばいの6.1、収益判断DIは6.1ポイント悪化の▲6.1となった。

非製造業の売上高DIは25.7ポイント悪化の1.0、収益判断DIは14.8ポイント悪化の▲5.9となった。

	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	21.6	→ 2.2	6.7	→ ▲6.0
製造業	6.1	→ 6.1	0.0	→ ▲6.1
非製造業	26.7	→ 1.0	8.9	→ ▲5.9

□ 製造業

回答企業 33社

お客様の声・調査員コメント

- 業況は依然として厳しく、賃上げ余力もない。(家具製造)
- 中国、アメリカの動向が不透明であることからメーカー自体も全く製造の予定が分からない。今後も不透明な中、赤字補填をしていかなければならない。(半導体関連製品製造)
- 限りある人材で効率化を図ることを重点に置いている。DX化も推進していく予定である。(建築鉄骨)
- 取引先との価格交渉は日頃から行っており、応じてくれている。仕入価格も上昇が見込まれるため、一括で仕入れをした。(漆器家具製造)
- 今後も原材料の価格高騰が懸念されるため、引き続き取引先との価格交渉に注力する必要がある。技術者の人材確保も今後の課題。(医療用部品)



今期の業況

今期の業況感は前期比 6.1%悪化し、マイナス基調が続いている。受注残は前期比 15.2%改善したものの、収益はマイナス。資金繰りについては 18.2%改善したもののマイナス基調が続いており、厳しい状況が窺える。

翌期(予測)の見通し

翌期の業況感は 3.0%改善しマイナス 24.2%となる見通し。売上額は 12.1%改善する見通しであるが、受注残・収益は悪化する見通し。資金繰りは 6.1%悪化する見通しであり、依然としてマイナス基調が続く。

主要指標・DI推移 (▲印：悪化・低下値)

	期別 項目	令和6年/ 1~3月	令和6年/ 4~6月	令和6年/ 7~9月	令和6年/ 10~12月	令和7年/ 1~3月	前期と今期 の比較	令和7年/予測 4~6月	今期と翌期 の比較
前期比	業況感	▲ 36.4	▲ 24.2	▲ 36.4	▲ 21.2	▲ 27.3	▲ 6.1	▲ 24.2	3.0
	売上額	▲ 30.3	▲ 21.2	▲ 30.3	6.1	6.1	0.0	18.2	12.1
	受注残	▲ 21.2	▲ 21.2	▲ 30.3	▲ 12.1	3.0	15.2	▲ 3.0	▲ 6.1
	収益	▲ 30.3	▲ 27.3	▲ 30.3	0.0	▲ 6.1	▲ 6.1	▲ 9.1	▲ 3.0
	販売価格	18.2	21.2	15.2	6.1	27.3	21.2	9.1	▲ 18.2
	原材料価格	27.3	33.3	33.3	42.4	48.5	6.1	39.4	▲ 9.1
	原材料在庫	3.0	3.0	6.1	9.1	0.0	▲ 9.1	0.0	0.0
	資金繰り	▲ 18.2	▲ 6.1	▲ 18.2	▲ 21.2	▲ 3.0	18.2	▲ 9.1	▲ 6.1
前年同期比	売上額	▲ 24.2	▲ 30.3	▲ 18.2	▲ 9.1	21.2	30.3		
	収益	▲ 30.3	▲ 15.2	▲ 30.3	▲ 12.1	12.1	24.2		

卸売業

回答企業 13社

お客様の声・調査員コメント

- 仕入価格が上昇傾向にある。価格転嫁を考えているが難しく、今後経営に不安がある。(食料・飲料卸売業)
- 仕入価格の上昇や光熱費の高騰により、資金繰りが厳しい。借入返済も負担となっている。(建築材料卸売業)
- 昨年に引き続き、原価率の上昇による利益減少も課題ではあるが、今年は人手不足を課題として挙げており厳しい状況が続いている。(建築材料卸売業)
- ワクチン販売は時期的に今が売上のピークであり、今年はインフルエンザの流行により前年同期比売上増加している。大手競合先との価格競争により、利益幅が低下している。(医薬品・化粧品卸売業)
- 前期と比較し売上減少しており、その背景には仕入価格の上昇や、諸経費の増加がある。販売価格の値上げや経費削減を行い、収益の安定化を計っている。(その他の卸売業)



今期の業況

今期の業況感は7.7%悪化し、7.7%となっている。売上額は前期比53.8%悪化し、収益も前期比15.4%悪化と再びマイナス基調に転じた。販売価格は前期比変動なく、仕入価格は前期比7.7%の低下となったものの依然として高止まり。

翌期(予測)の見通し

翌期の業況感は7.7%悪化の見通しであるが、売上額は15.4%、収益は30.8%の改善が見込まれており、資金繰りも7.7%の改善が見込まれている。

主要指標・DI推移 (▲印：悪化・低下値)

項目	期別	令和6年/1~3月	令和6年/4~6月	令和6年/7~9月	令和6年/10~12月	令和7年/1~3月	前期と今期の比較	令和7年/予測4~6月	今期と翌期の比較
前期比	業況感	▲ 23.1	▲ 15.4	▲ 30.8	15.4	7.7	▲ 7.7	0.0	▲ 7.7
	売上額	▲ 38.5	15.4	▲ 7.7	46.2	▲ 7.7	▲ 53.8	7.7	15.4
	収益	▲ 38.5	▲ 7.7	▲ 38.5	0.0	▲ 15.4	▲ 15.4	15.4	30.8
	販売価格	46.2	53.8	53.8	38.5	38.5	0.0	38.5	0.0
	仕入価格	61.5	76.9	69.2	61.5	53.8	▲ 7.7	69.2	15.4
	在庫	15.4	7.7	7.7	7.7	15.4	7.7	7.7	▲ 7.7
	資金繰り	▲ 7.7	▲ 23.1	▲ 7.7	▲ 7.7	▲ 7.7	▲ 7.7	0.0	0.0
前年同期比	売上額	▲ 15.4	23.1	15.4	23.1	30.8	7.7		
	収益	▲ 46.2	0.0	▲ 38.5	15.4	23.1	7.7		
	販売価格	69.2	69.2	61.5	53.8	38.5	▲ 15.4		

□ 小売業

回答企業 23社

お客様の声・調査員コメント

- 売上状況は変わらず厳しく、新年度に向けて若者を対象としたキャンペーンを計画している。(医薬品・化粧品小売業)
- ガソリン価格は業界全体で高止まりとなっており、利益につながりにくくなっている。(燃料小売業)
- 昨期と比較し大幅な利益減少となっており、収益性が低下している。依然として中古車の仕入価格が高止まりとなっている事が原因であり、今後も高止まりが予想される。(自動車・自転車小売業)
- 売上高は安定推移しているが、物価高騰の影響や一部人気商品の仕入価格上昇(輸入品)で収益確保に苦慮している。(飲食料品小売業)
- 仕入価格が大幅に上昇しており、価格転嫁が追いつかない状況である。昨今の燃料代等上昇の影響を受け仕入れ価格は約2~3倍となっている。(生花、種苗)



今期の業況

業況感は前期比 13.0%悪化し、長らくマイナス基調が続いている。売上額は前期比 47.8%、収益は前期比 39.1%悪化しており、収益確保が難しい状況が窺える。

翌期(予測)の見通し

翌期の業況感は 4.3%改善し、マイナス 17.4%となる見通し。売上額は 8.7%、収益は 17.4%の改善が見込まれている。販売価格は 4.3%、仕入価格は 17.4%低下の見通し。

主要指標・DI 推移 (▲印：悪化・低下値)

	期別 項目	令和6年/ 1~3月	令和6年/ 4~6月	令和6年/ 7~9月	令和6年/ 10~12月	令和7年/ 1~3月	前期と今期 の比較	令和7年/予測 4~6月	今期と翌期 の比較
前期比	業況感	▲ 21.7	▲ 4.3	▲ 8.7	▲ 8.7	▲ 21.7	▲ 13.0	▲ 17.4	4.3
	売上額	▲ 26.1	13.0	8.7	34.8	▲ 13.0	▲ 47.8	▲ 4.3	8.7
	収益	▲ 26.1	13.0	▲ 17.4	13.0	▲ 26.1	▲ 39.1	▲ 8.7	17.4
	販売価格	26.1	52.2	30.4	26.1	13.0	▲ 13.0	8.7	▲ 4.3
	仕入価格	34.8	73.9	60.9	47.8	56.5	8.7	39.1	▲ 17.4
	在庫	13.0	8.7	8.7	17.4	13.0	▲ 4.3	4.3	▲ 8.7
	資金繰り	8.7	▲ 8.7	▲ 8.7	▲ 13.0	▲ 21.7	▲ 8.7	▲ 21.7	0.0
前年同期比	売上額	▲ 4.3	▲ 4.3	17.4	13.0	34.8	21.7		
	収益	▲ 4.3	▲ 8.7	▲ 17.4	▲ 21.7	▲ 17.4	4.3		
	販売価格	47.8	52.2	39.1	47.8	52.2	4.3		

サービス業

回答企業 25社

お客様の声・調査員コメント

- 例年1～2月は閑散期となるが、前年に比べ売上は伸びている。時期に応じて宿泊単価を上げている。(旅館、その他の宿泊所)
- 冬場は観光客が少なく、売上減少傾向にあり、期間限定のイベント等の施策により集客を図った。4月以降の予約は、外国人を中心に埋まってきている。(旅館、その他の宿泊業)
- 人件費の上昇、部品仕入価格の高騰により、利益率が徐々に低下している。板金や塗装作業員を確保することが現状の課題。(自動車修理)
- 材料費の高騰が続いており、痛手である。従業員を雇う資金はないため、メニューを減らすことで人材不足に対応している。(飲食業)
- 立地上インバウンド需要の取り込みが難しいが、現状地元固定客で売上は賄えている。固定客の高齢化、人口減少による既存顧客の減少が将来的な不安要素である。(飲食業)



今期の業況

業況感は前期と比較し変化なく、16.0%となっている。売上額は前期比16.0%、収益は前期比24.0%悪化し、資金繰りも前期比20.0%悪化しているが、業況感はプラス基調を維持している。

翌期(予測)の見通し

業況感は4.0%改善し20.0%となる見通し。売上額・収益は共に12.0%改善の見通しとなり、プラス基調を維持。材料価格は8.0%上昇する見通しであり、それに伴い料金価格も8.0%上昇することが予想されている。

主要指標・DI推移 (▲印：悪化・低下値)

項目	期別	令和6年/1～3月	令和6年/4～6月	令和6年/7～9月	令和6年/10～12月	令和7年/1～3月	前期と今期の比較	令和7年/予測4～6月	今期と翌期の比較
前期比	業況感	28.0	20.0	8.0	16.0	16.0	0.0	20.0	4.0
	売上額	24.0	24.0	20.0	32.0	16.0	▲16.0	28.0	12.0
	収益	16.0	8.0	12.0	28.0	4.0	▲24.0	16.0	12.0
	料金価格	16.0	40.0	28.0	32.0	24.0	▲8.0	32.0	8.0
	材料価格	64.0	76.0	72.0	68.0	60.0	▲8.0	68.0	8.0
	資金繰り	▲12.0	▲24.0	▲36.0	▲4.0	▲24.0	▲20.0	▲8.0	16.0
前年同期比	売上額	48.0	24.0	28.0	28.0	40.0	12.0		
	収益	32.0	8.0	28.0	16.0	28.0	12.0		

建設業

回答企業 25社

お客様の声・調査員コメント

- 建設業の慢性的な人材不足が課題。賃金引き上げも実施する予定であり、固定費増加に伴い資金繰りも厳しくなることが予想される。(総合工事業)
- 新規着工件数が昨今の物価高騰の影響により減少。売上の軸が新築住宅がメインであったため、新たな軸を作ることが必要になる。(総合工事業)
- サッシ類の値上げがあり、建築資材は値上がり止まらない。住宅を建築する人(建築ができる年収を確保出来ている人)が少なくなっている。(職別工事業)
- 安定した公共工事の受注量を確保出来ているが、人手不足により、機会損失が発生している。(職別工事業)
- 人材不足が常に深刻なため、外国人採用も視野に入れはじめた。現状外国人は一人のみであり、増やしていきたい。(設備工事業)



今期の業況

業況感は8.0%悪化し、4.0%となっている。受注残は前期比16.0%、施工高は20.0%悪化しており、売上額・収益共に悪化している。材料価格は16.0%上昇し依然として高止まりとなっている。

翌期(予測)の見通し

業況感については8.0%改善し、12.0%となる見通し。受注残・施工高共にマイナス基調が続く、売上額・収益共に12.0%の悪化が見込まれている。

主要指標・DI推移 (▲印：悪化・低下値)

	期別 項目	令和6年/ 1~3月	令和6年/ 4~6月	令和6年/ 7~9月	令和6年/ 10~12月	令和7年/ 1~3月	前期と今期 の比較	令和7年/予測 4~6月	今期と翌期 の比較
前期比	業況感	▲20.0	▲12.0	4.0	12.0	4.0	▲8.0	12.0	8.0
	売上額	▲20.0	▲28.0	0.0	12.0	0.0	▲12.0	▲12.0	▲12.0
	受注残	▲16.0	▲32.0	4.0	▲4.0	▲20.0	▲16.0	▲20.0	0.0
	施工高	▲12.0	▲32.0	▲12.0	12.0	▲8.0	▲20.0	▲4.0	4.0
	収益	▲12.0	▲20.0	▲4.0	0.0	▲4.0	▲4.0	▲16.0	▲12.0
	材料価格	64.0	64.0	64.0	56.0	72.0	16.0	76.0	4.0
	請負価格	16.0	16.0	28.0	16.0	12.0	▲4.0	0.0	▲12.0
	在庫	4.0	▲8.0	4.0	0.0	0.0	0.0	▲4.0	▲4.0
	資金繰り	▲20.0	▲4.0	4.0	▲4.0	▲20.0	▲16.0	▲16.0	4.0
前年同期比	売上額	▲20.0	▲28.0	16.0	▲16.0	▲8.0	8.0		
	収益	▲20.0	▲40.0	8.0	▲20.0	▲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

- 商品土地情報は増えてきているが、具体化するものはまだ少ない。住宅建築価格の上昇で販売ニーズも低調な推移となっている。(建売業・土地売買業)
- 商品不動産が不足しており、売上確保の苦戦が続いている。情報収集力の強化が課題である。(不動産代理業・仲介業)
- インバウンドによる不動産価格の高騰により、周辺地域の需要が高まっており、ビジネスチャンスと捉えている。在庫物件が不足気味であることから、積極的に仕入を行っていく方針。(不動産代理業・仲介業)
- 賃貸料を上げる交渉を行い、退却時の回転率を上げてきたことで、安定した売上収益を確保している。(不動産賃貸業)
- 外資企業による不動産投資が増加している。大型の案件が多くなり、売上、収益共に増加を期待している。(その他の不動産業)



今期の業況

業況感については13.3%悪化し26.7%となっている。仕入価格・販売価格は共に低下しており売上額は6.7%悪化している。在庫については13.3%悪化とマイナス基調が続いており、不足感が否めない。

翌期(予測)の見通し

業況感については6.7%悪化し、20.0%となる見通し。収益は13.3%悪化となり資金繰りも13.3%悪化となる見通し。在庫も20.0%低下の見通しであり、今後も在庫不足の状況が続く見込みである。

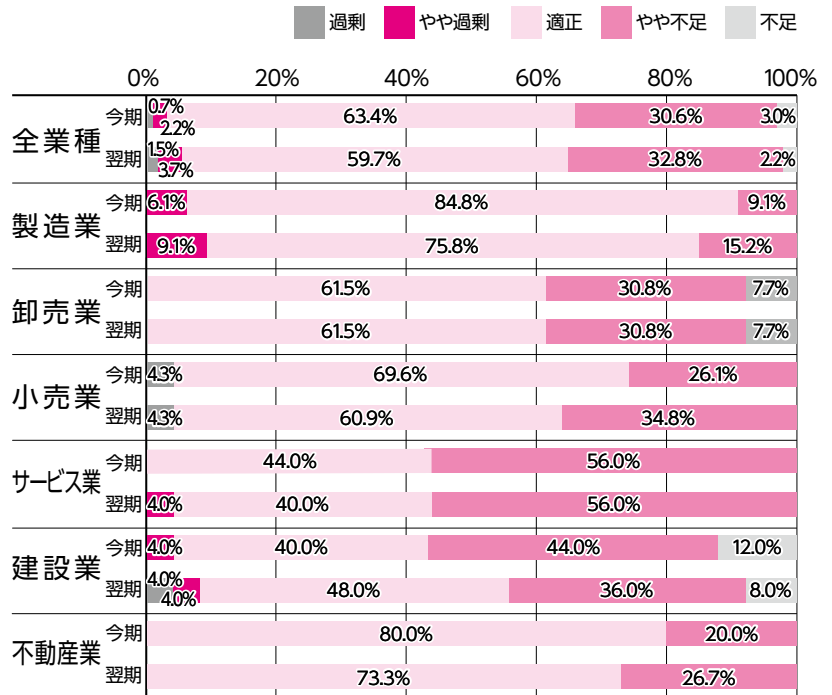
主要指標・DI推移 (▲印：悪化・低下値)

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

雇用面の動き 1～3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	0.7%	2.2%	63.4%	30.6%	3.0%
	翌期	1.5%	3.7%	59.7%	32.8%	2.2%
製造業	今期	0.0%	6.1%	84.8%	9.1%	0.0%
	翌期	0.0%	9.1%	75.8%	15.2%	0.0%
卸売業	今期	0.0%	0.0%	61.5%	30.8%	7.7%
	翌期	0.0%	0.0%	61.5%	30.8%	7.7%
小売業	今期	4.3%	0.0%	69.6%	26.1%	0.0%
	翌期	4.3%	0.0%	60.9%	34.8%	0.0%
サービス業	今期	0.0%	0.0%	44.0%	56.0%	0.0%
	翌期	0.0%	4.0%	40.0%	56.0%	0.0%
建設業	今期	0.0%	4.0%	40.0%	44.0%	12.0%
	翌期	4.0%	4.0%	48.0%	36.0%	8.0%
不動産業	今期	0.0%	0.0%	80.0%	20.0%	0.0%
	翌期	0.0%	0.0%	73.3%	26.7%	0.0%



全業種で見ると「適正」が63.4%であり、「不足」または「やや不足」と回答した企業が33.6%となった。業種別で見ると特にサービス業と建設業が人手不足の状況であり、両業種とも「不足」または「やや不足」と回答した企業が56.0%であった。

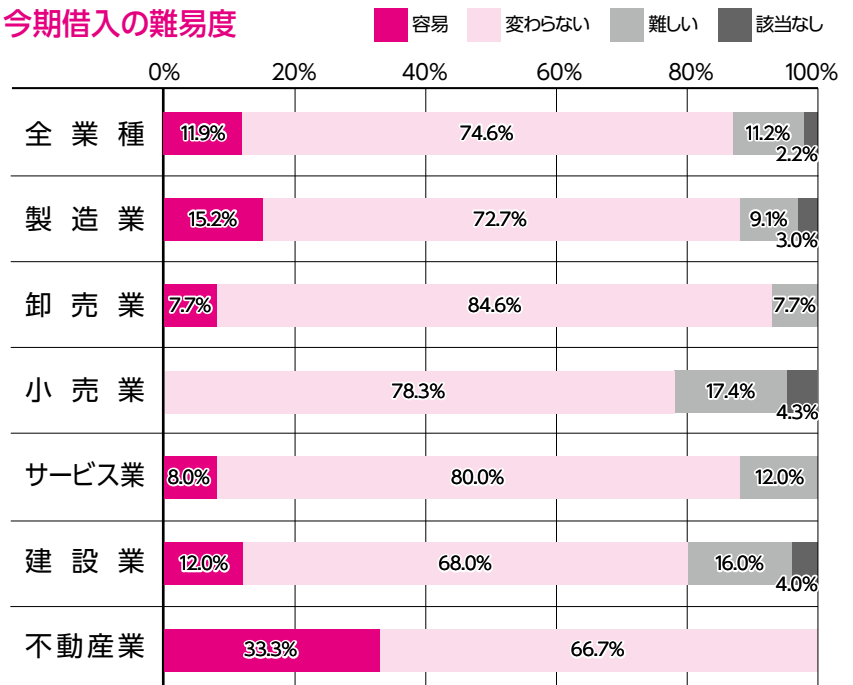
借入金の動き・難易度 1～3月期

借入金の動き

	前期	今期
全業種	26.1%	22.4%
製造業	15.2%	12.1%
卸売業	23.1%	30.8%
小売業	13.0%	17.4%
サービス業	28.0%	12.0%
建設業	44.0%	28.0%
不動産業	40.0%	53.3%

(借入をした割合)

今期借入の難易度



○借入金の動き

全業種で見ると「借入した」と回答した企業の割合は22.4%であり、前期に続き減少となっている。業種別ではサービス業が12.0%と最も低く、不動産業が53.3%と最も高い。

○借入の難易度

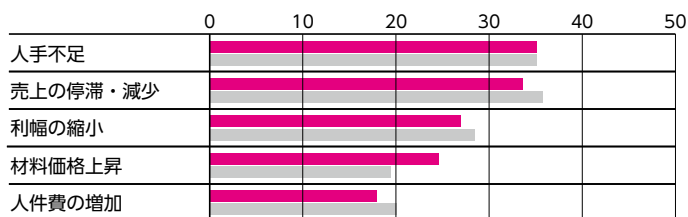
全業種では、借入の難易度は「変わらない」とする企業が74.6%を占めている。「難しい」と回答した企業は全業種では11.2%であった。不動産業では「難しい」と回答した企業が0.0%であったのに対し、小売業においては17.4%の企業が「難しい」と回答している。

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、経営上の問題点として「人手不足」の比率が最も高くなっている。また、「売上の停滞・減少」を問題点としている企業の比率が高い状況が続いている。

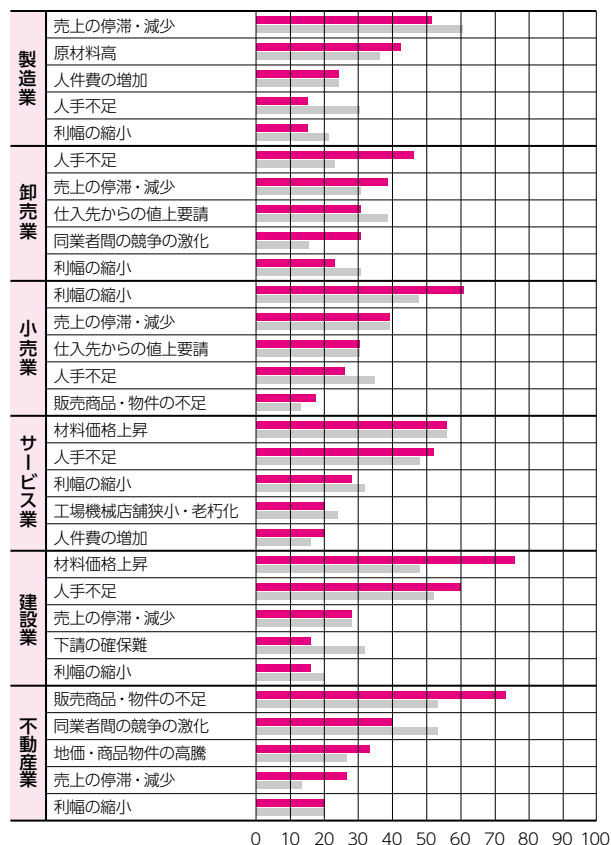
業種別でみると、製造業では、前期に引き続き「売上の停滞・減少」を経営上の問題点として挙げている企業の比率が高い。また、「原材料高」を問題点として挙げている企業の比率も高い状況が続いている。

卸売業においては、「人手不足」を問題としている企業の比率が前期よりも23.1%上昇し、最も高くなった。

小売業においては、前期に引き続き「利幅の縮小」を問題点として挙げる企業の比率が最も高くなっている。

サービス業と建設業は、「材料価格上昇」と「人手不足」を問題点として挙げる企業の比率が高い状況が続いている。

不動産業においては、「販売商品・物件の不足」を問題点として挙げる企業の比率が高い状況が続いている。この比率が前期比20.0%増の73.3%となっており、問題が深刻化しているのがうかがえる。



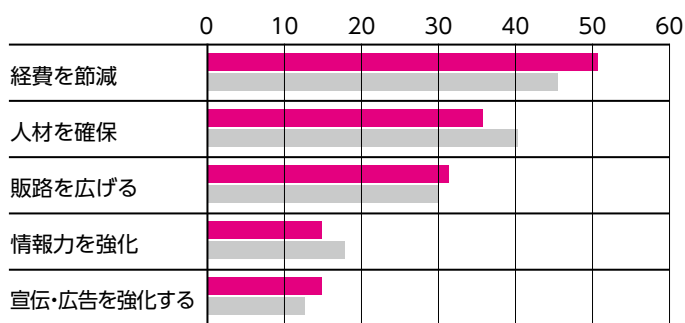
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

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



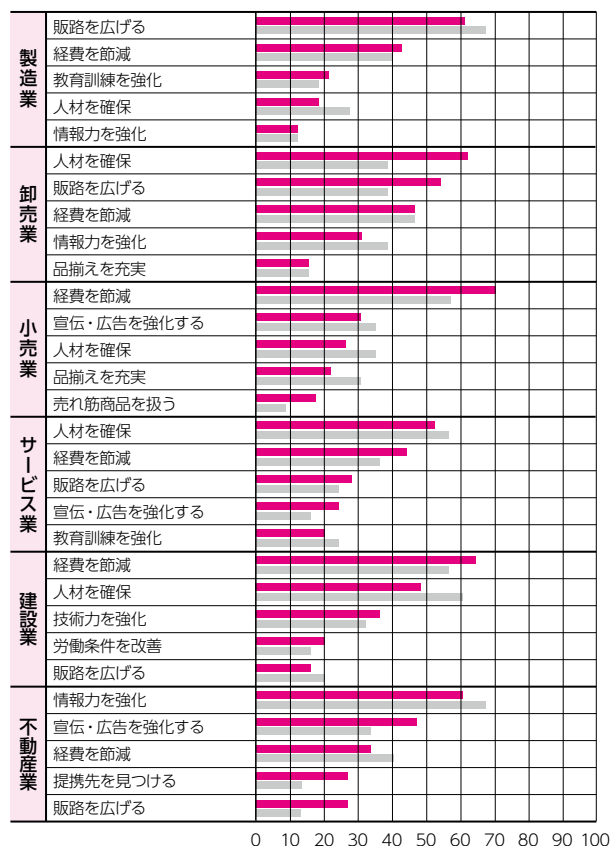
全業種では、当面の重点経営施策として「経費を節減」を挙げる企業の比率が最も高く、次いで「人材を確保」の比率が高い状況が続いている。

業種別でみると、製造業では「販路を広げる」を重点経営施策として挙げる企業の比率が前期に引き続き最も高くなっているほか、「経費を節減」の比率も高い状況が続いている。

卸売業、サービス業では「人材を確保」を重点経営施策として挙げる企業の比率が最も高くなっている。特に卸売業においては、この比率が前期比23.0%増と急増している。

小売業、建設業においては「経費を節減」が最も高い比率となっており、両業種ともこの比率が前期より上昇している。

不動産業では「情報力を強化」が最も高い比率である状況が続いている。



0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

特別調査

「外国人・海外情勢と中小企業について」

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、外国人・海外情勢と中小企業についてお聞きしました。

問 1

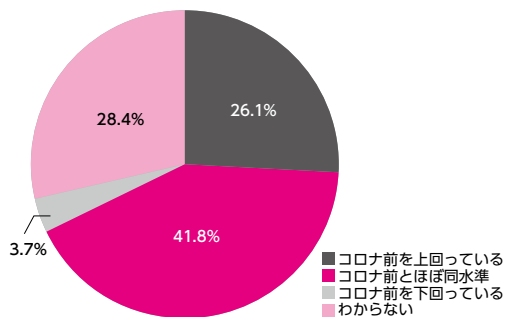
昨今貴社を取り巻く事業環境や地域社会の中で、外国の方と接触する機会がコロナ前の水準に戻っているという実感はありますか。あてはまるものを1から4の中から1つ選んでお答えください。また、外国とのかかわりの中で今後ビジネスチャンスを増やしたいという意向はありますか。5から9の中から1つ選んでお答えください。

		全業種	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
外国人との接触機会	1 コロナ前を上回っている	26.1	18.2	0.0	34.8	40.0	24.0	33.3
	2 コロナ前とほぼ同水準	41.8	60.6	69.2	34.8	28.0	20.0	46.7
	3 コロナ前を下回っている	3.7	3.0	0.0	0.0	4.0	8.0	6.7
	4 わからない	28.4	18.2	30.8	30.4	28.0	48.0	13.3
ビジネスチャンスを増やす意向	5 大いにある	11.2	6.1	7.7	4.3	28.0	4.0	20.0
	6 どちらかというところ	23.1	27.3	23.1	26.1	20.0	16.0	26.7
	7 どちらかというところない	26.1	27.3	15.4	39.1	12.0	28.0	33.3
	8 まったくない	23.9	27.3	30.8	21.7	28.0	24.0	6.7
	9 わからない	15.7	12.1	23.1	8.7	12.0	28.0	13.3

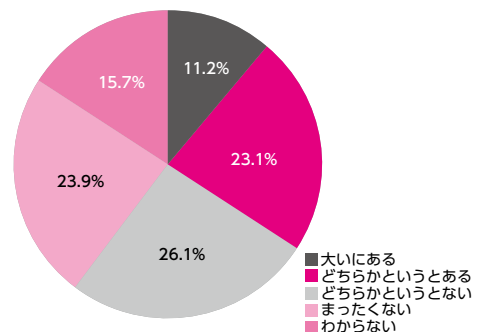
外国の方と接触する機会がコロナ前の水準に戻っているかとの問いに対して、全業種では「コロナ前とほぼ同水準」と回答した企業が41.8%で最も高い回答割合であった。業種別でみると、小売業とサービス業では「コロナ前を上回っている」の回答が最も高くなっている。

今後、外国とのかかわりの中でビジネスチャンスを増やしたいかとの問いに対して、全業種では「ない」と回答した企業が50.0%であった。業種別でみると、サービス業と不動産業では「ある」と回答した企業割合が、他業種に比べて高い傾向になっている。

外国人との接触機会について



今後、ビジネスチャンスを増やしたいという意向について



問 2

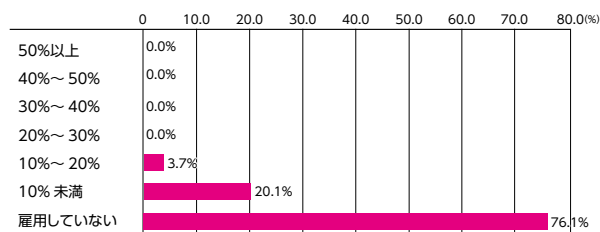
貴社では、外国人労働者を雇用していますか。雇用している場合は、従業員全体に占める外国人労働者の割合を1から6の中から1つ選んでお答えください。また、雇用していない場合は、外国人労働者を雇用していない理由を7から0の中から1つ選んでお答えください。

		全業種	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
外国人労働者を雇用しているか	1 50%以上	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	2 40%~50%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	3 30%~40%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	4 20%~30%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	5 10%~20%	3.7	6.1	0.0	4.3	8.0	0.0	0.0
	6 10%未満	20.1	36.4	7.7	8.7	20.0	20.0	13.3
	雇用していない	76.1	57.6	92.3	87.0	72.0	80.0	86.7
外国人労働者を雇用していない理由	7 人手が充足しており必要ない	32.1	33.3	30.8	34.8	24.0	16.0	66.7
	8 受入負担（就労環境整備、育成コスト等）が重い	22.4	6.1	30.8	39.1	24.0	28.0	13.3
	9 雇用の方法が分からない、行政手続きの負担が重い	3.7	3.0	23.1	0.0	0.0	4.0	0.0
	0 コミュニケーションなどで心配がある	17.9	15.2	7.7	13.0	24.0	32.0	6.7

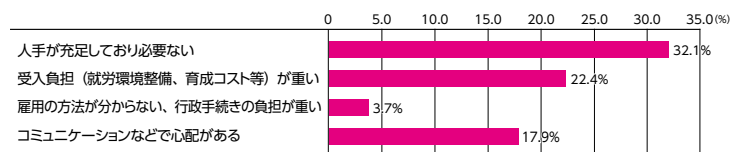
外国人労働者を雇用している企業は23.9%であった。その中で従業員全体に占める外国人労働者の割合は、全業種で「10%未満」（20.1%）が最も高い回答結果となっている。

一方で、外国人労働者を雇用していない企業は76.1%であった。雇用していない理由としては、全業種で「人手が充足しており必要ない」（32.1%）が最も高くなっている。業種別でみると、小売業では「受入負担が重い」、建設業では「コミュニケーションなどで心配がある」が最も高くなっている。

従業員全体に占める外国人労働者の割合



外国人労働者を雇用していない理由



問 3

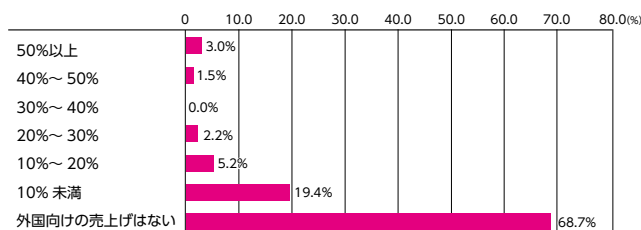
貴社では、売上全体に占める外国人（旅行客を含む）、もしくは外国企業向けの売上げ（輸出を含む）はどれくらいですか。あてはまるものを1から6の中から1つ選んでお答えください。売上がない場合は7を選択ください。

		全業種	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
外国人、もしくは外国企業向けの売上げがある企業	1 50%以上	3.0	3.0	0.0	0.0	8.0	0.0	6.7
	2 40%~50%	1.5	0.0	0.0	0.0	8.0	0.0	0.0
	3 30%~40%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	4 20%~30%	2.2	0.0	0.0	0.0	4.0	4.0	6.7
	5 10%~20%	5.2	3.0	7.7	17.4	4.0	0.0	0.0
	6 10%未満	19.4	36.4	0.0	26.1	20.0	8.0	6.7
7 外国向けの売上げはない	68.7	57.6	92.3	56.5	56.0	88.0	80.0	

売上全体に占める外国人、もしくは外国企業向けの売上げがある企業は、全業種で31.3%であった。業種別で見ると、製造業・小売業・サービス業では割合が40%以上となっており、他業種より高くなっている。

売上全体に占める割合は、全業種では「10%未満」と回答した企業が19.4%で最も高かった。業種別で見ると、製造業・サービス業・不動産業では「50%以上」と回答した企業もあった。

売上全体に占める外国人、もしくは外国企業向けの売上割合



問4

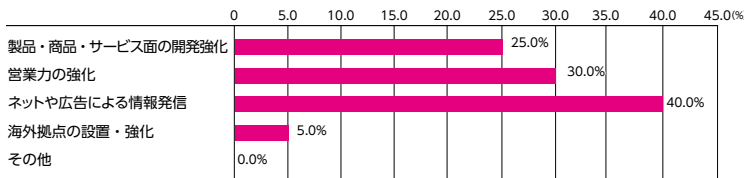
貴社では、外国向けの売上げを増加させるための取組みを行っていますか。行っている企業は、特に行っている取組みについて1から5の中から1つ選んでお答えください。行っていない企業は、行っていない理由について6から0の中から1つ選んでお答えください。

		全業種	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
行っている	1 製品・商品・サービス面の開発強化	25.0	33.3	100.0	0.0	14.3	100.0	0.0
	2 営業力の強化	30.0	50.0	0.0	50.0	14.3	0.0	33.3
	3 ネットや広告による情報発信	40.0	16.7	0.0	0.0	71.4	0.0	66.7
	4 海外拠点の設置・強化	5.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	5 その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
行っていない	6 国内だけで十分な売上げがある	57.9	40.7	58.3	57.1	61.1	75.0	58.3
	7 何をすればいいのかわからない	18.4	22.2	0.0	28.6	22.2	4.2	33.3
	8 人材が不足している	4.4	7.4	0.0	4.8	0.0	8.3	0.0
	9 資金面で余裕がない	7.9	22.2	8.3	4.8	0.0	0.0	8.3
	0 その他	11.4	7.4	33.3	4.8	16.7	12.5	0.0

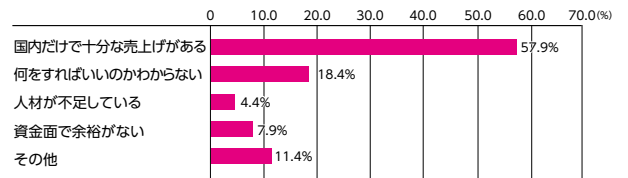
外国向けの売上げを増加させるための取組みとして、全業種では「ネットや広告による情報発信」と回答した企業が40.0%で最も高く、次いで「営業力の強化」(30.0%)であった。業種別で見ると、卸売業、建設業では「製品・商品・サービス面の開発強化」と回答した企業が100.0%であった。

一方で、外国向けの取組みを行っていない企業の理由としては、「国内だけで十分な売上げがある」が57.9%で最も高い回答であった。業種別でも同様の回答結果であった。

外国向けの売上を増加させるための取組みについて



取組みを行っていない理由



特別設問

問5

貴社では、人材定着などに向けて、2025年中に賃金(定期昇給分除く、賞与や一時金除く)の引上げを実施(実施予定を含む)しますか。引上げる場合はその賃金引上げ率について1から4の中から1つ選んでお答えください。また、引上げない場合は引上げなかった理由について5から0の中から1つ選んでお答えください。

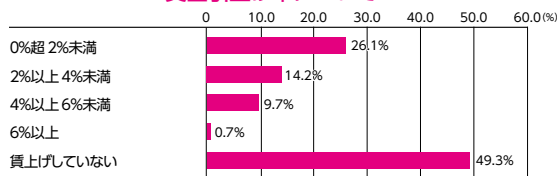
		全業種	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
引上げる	1 0%超 2%未満	26.1	36.4	15.4	21.7	16.0	32.0	26.7
	2 2%以上 4%未満	14.2	12.1	23.1	4.3	24.0	12.0	13.3
	3 4%以上 6%未満	9.7	6.1	30.8	13.0	8.0	8.0	0.0
	4 6%以上	0.7	3.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	賃上げしていない	49.3	42.4	30.8	60.9	52.0	48.0	60.0
引上げない	5 賃上げに見合う価格転嫁ができていない	19.7	35.7	0.0	21.4	7.7	16.7	22.2
	6 同業や同地域内の他社が上げていない	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0	8.3	0.0
	7 今後の業績見通しが不透明	21.2	7.1	50.0	21.4	38.5	16.7	11.1
	8 売上の低迷や伸び悩み	15.2	28.6	25.0	21.4	0.0	8.3	11.1
	9 これまでに賃金を引上げ済み	24.2	21.4	25.0	28.6	23.1	33.3	11.1
	0 自社に従業員はいない(家族経営など)	18.2	7.1	0.0	7.1	30.8	16.7	44.4

2025年中に賃金の引上げを実施する企業は50.7%であった。

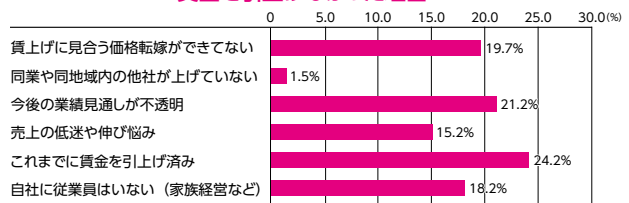
賃金の引上げ率については、全業種で「0%超 2%未満」が26.1%で最も高い回答であった。業種別で見ると、卸売業では「4%以上 6%未満」(30.8%)が最も高くなっている。

賃金を引上げない企業の理由としては、「これまでに賃金を引上げ済み」が24.2%で最も高い回答であった。業種別で見ると、卸売業、サービス業では「今後の業績見通しが不透明」が、製造業では「賃上げに見合う価格転嫁ができていない」が最も高い回答結果であった。

賃金引上げ率について



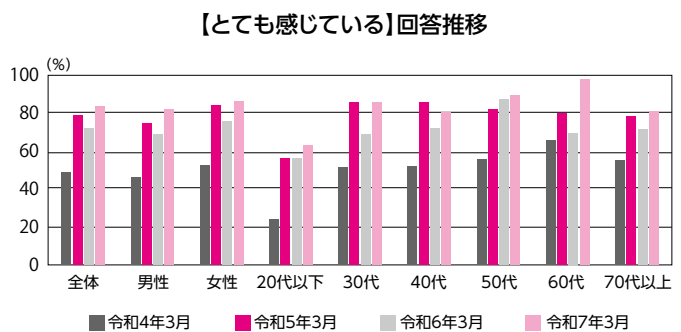
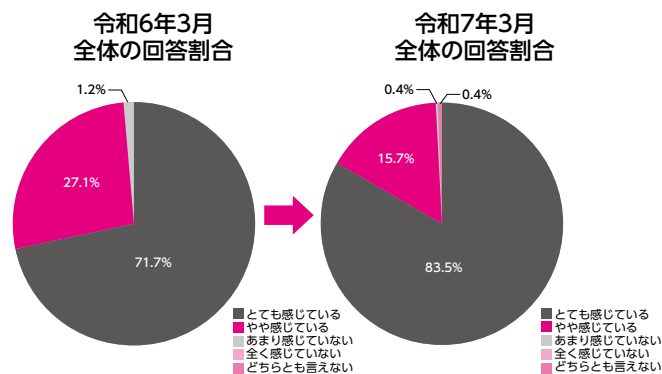
賃金を引上げなかった理由



資源高や円安の影響により、私たちにとって身近な商品の値上げが相次いでいます。このような状況下で、皆様がお感じになられていることをお聞かせください。

問1 1年前と比べて「モノの値段が上がった」と感じていますか？

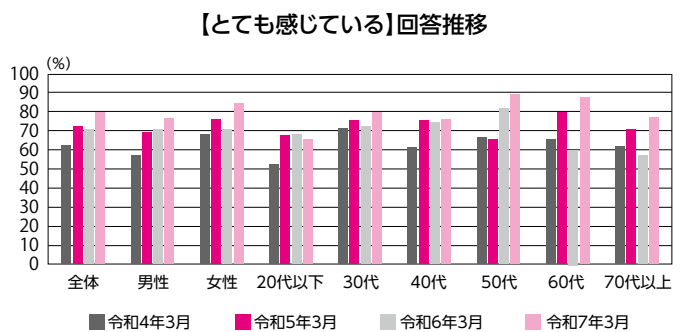
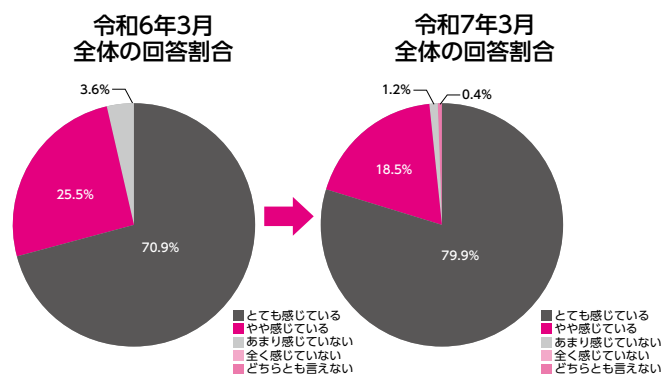
	全体	男性	女性	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
とても感じている	83.5	81.6	86.1	62.9	85.5	80.4	89.1	97.6	80.8
やや感じている	15.7	17.0	13.9	34.3	14.5	19.6	10.9	2.4	15.4
あまり感じていない	0.4	0.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.8
全く感じていない	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
どちらとも言えない	0.4	0.7	0.0	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0



回答者全体の「とても感じている」の回答割合は83.5%であり、令和4年より毎年3月に調査を行っているが、過去最高の割合となった。年代別でみると、上昇幅は30代16.9ポイント増の85.5%、60代27.9ポイント増の97.6%と、他の年代別よりも大きくなっている。

問2 ガソリンや食料品等、生活必需品の値上げを負担に感じていますか？

	全体	男性	女性	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
とても感じている	79.9	76.6	84.3	65.7	80.0	76.1	89.1	87.8	76.9
やや感じている	18.5	21.3	14.8	31.4	20.0	23.9	8.7	7.3	23.1
あまり感じていない	1.2	1.4	0.9	0.0	0.0	0.0	2.2	4.9	0.0
全く感じていない	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
どちらとも言えない	0.4	0.7	0.0	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0



回答者全体の「とても感じている」の回答割合は79.9%で、前回調査と比較すると9.0ポイント上昇した。性別でみると、男性より女性の方が負担感を「とても感じている」割合が高いことが分かる。年代別でみると、60代では27.2ポイント増の87.8%と、問1の回答結果と同様に他の年代別よりも上昇幅が大きくなっている。一方で、20代以下では2.6ポイント下落し65.7%となっている。

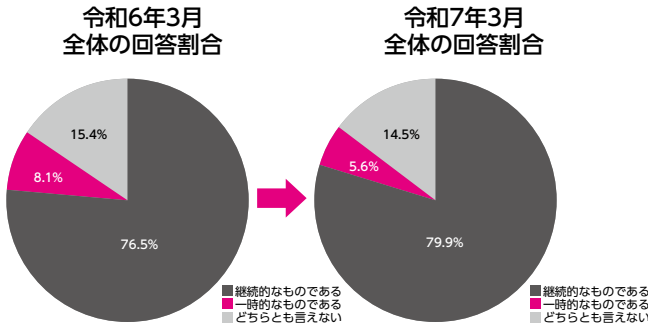
「全く感じていない」の回答は前回調査と同様に0件となっている。

問3

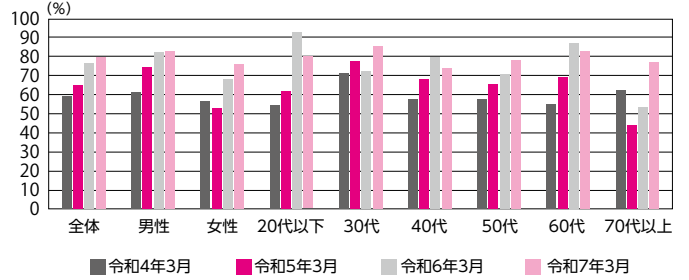
現在の物価の上昇は継続的なものだと思いますか？

%

	全体	男性	女性	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
継続的なものである	79.9	83.0	75.9	80.0	85.5	73.9	78.3	82.9	76.9
一時的なものである	5.6	7.8	2.8	8.6	1.8	8.7	4.3	4.9	7.7
どちらとも言えない	14.5	9.2	21.3	11.4	12.7	17.4	17.4	12.2	15.4



【継続的なものである】回答推移



全体では「継続的なものである」の回答割合が3.4ポイント上昇し、8割近くとなっている。性別で見ると、男性のほうが物価上昇は「継続的なものである」と捉えている割合が高いことが分かる。年代別で前回調査と比較すると、30代、50代、70代で上昇しており、70代では上昇幅が23.3ポイントと他の年代別よりも大きくなっている。一方で、20代以下では12.7ポイント下落する結果となっている。

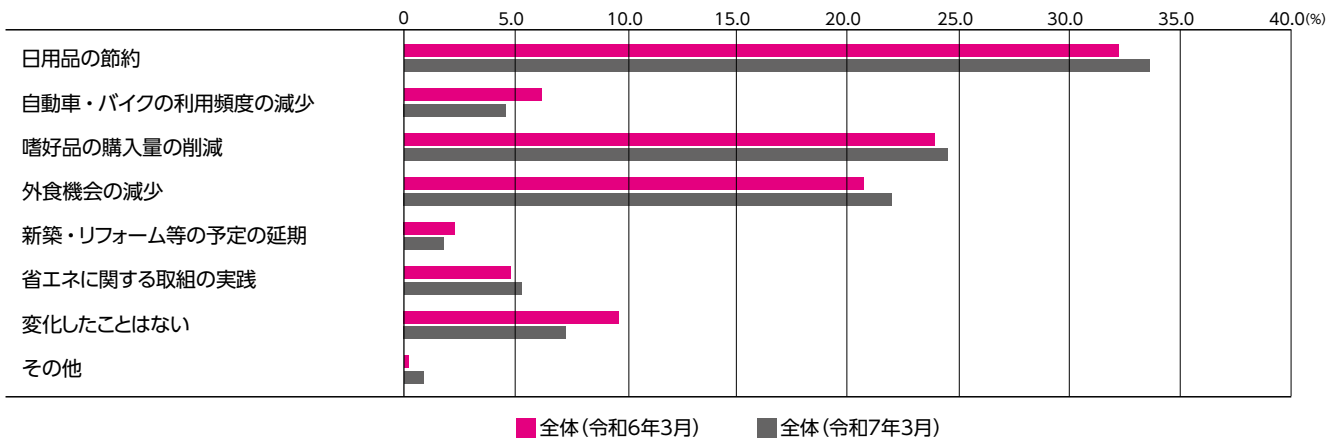
問4

物価の上昇が影響し、買い控え等、消費行動に変化があった場合はお聞かせください。(複数回答可)

%

	全体(R6.3)	全体(R7.3)	男性	女性	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
日用品の節約	32.2	33.6	31.8	35.8	31.3	31.9	37.8	31.0	33.8	37.8
自動車・バイクの利用頻度の減少	6.2	4.6	6.4	2.5	4.2	3.2	3.7	7.0	4.4	4.4
嗜好品の購入量の削減	23.9	24.5	26.2	22.5	27.1	24.5	24.4	25.0	22.1	24.4
外食機会の減少	20.7	22.0	19.3	25.0	20.8	26.6	22.0	21.0	20.6	17.8
新築・リフォーム等の予定の延期	2.3	1.8	1.7	2.0	0.0	0.0	2.4	4.0	0.0	4.4
省エネに関する取組の実践	4.8	5.3	4.7	5.9	4.2	4.3	3.7	9.0	4.4	4.4
変化したことはない	9.7	7.3	9.0	5.4	12.5	9.6	4.9	2.0	13.2	4.4
その他	0.2	0.9	0.9	1.0	0.0	0.0	1.2	1.0	1.5	2.2

全体 回答推移



全体では9割以上が、消費行動を変化させていることが分かる。消費行動の変化内容としては、前回に引き続き、全体、性別、年代別の全てにおいて「日用品の節約」との回答が最も多かった。前回調査と比較すると、減少した項目は「自動車・バイクの利用頻度の減少」、「新築・リフォーム等の予定の延期」、「変化したことはない」、それ以外の項目は増加した。

経済日誌・主要動向

〈国内〉

- ◎内閣府が発表した令和6年12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」は、11月3.4%増の後、12月は1.2%減となった。内訳をみると製造業が10.4%減、非製造業（船舶・電力を除く）が4.7%増であった。
- ◎経済産業省が発表した令和7年2月の鉱工業生産指数（2020年＝100、季節調整済）は102.4、前月比2.5%の増となった。生産用機械工業や電子部品・デバイス工業などが上昇したことから、全体として前月比2.5%と、4か月ぶりの上昇。基調判断は「一進一退」に据え置き。
- ◎国土交通省が発表した令和7年2月の新設住宅着工戸数は、前年同月比2.4%増の60,583戸であり、10か月ぶりの増加。利用関係別では、持家は2か月連続の減少、貸家は先月の減少から再びの増加、分譲住宅は10か月ぶりの増加となった。
- ◎令和7年2月の国内新車販売台数（軽を除く）は、前年同月比15.9%増加の262,755台となった。軽自動車は24.2%増の146,593台となった。
- ◎日銀が発表した令和7年2月の国内企業物価指数（2020年平均＝100、速報値）は、前月比変動なし、前年同月比4.0%増加して125.3となった。円ベースでは、輸出物価指数は前年比1.7%上昇、輸入物価指数は同0.7%減少した。
- ◎財務省が発表した令和7年2月の貿易統計速報によると、輸出は自動車、半導体等製造装置等が増加し、対前年同月比11.4%の増加となった。また、輸入は原粗油、石炭等が減少し、0.7%の減少となった。その結果、差引額は5,845億円となった。

〈県内〉

- ◎長野県が発表した令和7年1月の県内鉱工業生産指数（季節調整値、2020年＝100、速報）は、前月比では生産は3.1%増の110.2と2か月ぶりの増加。業種別では、「情報通信機械工業」、「輸送機械工業」、「化学工業」が上昇した。
- ◎長野県が発表した令和7年2月の長野市の消費者物価指数（2020年＝100、確報値）は、総合指数は、112.4となり、前月比は0.7%下落した。また、前年同月比は3.6%上昇し、42か月連続で前年同月を上回った。生鮮食品を除く総合指数は111.4となり、前月比は0.3%下落。また、前年同月比は3.0%上昇し、43か月連続で前年同月を上回った。生鮮食品及びエネルギーを除く総合指数は110.1となり、前月比は0.1%上昇。また、前年同月比は2.7%上昇し、35か月連続で前年同月を上回った。
- ◎県内令和7年2月の有効求人倍率（季節調整値）は1.29倍となり、前月を0.01ポイント上回った。中信地域の安定所別では、松本1.43倍、木曽福島1.33倍、大町1.26倍だった。また、県内2月の新規求人数（実数値）は15,724人となり、前年同月比で4.8%減少した。
- ◎国土交通省が公表した（2025年1月1日現在）地価公示によると、県内の平均変動率は、住宅地が3年連続で上昇し、工業地は4年連続で上昇となった。また長らく低迷を続けていた商業地は33年ぶりの上昇に転じた。中信地域の住宅地変動率は、松本市が+0.9%、塩尻市が+0.6%、安曇野市が+0.9%の上昇を示し、同地域の不動産市況は堅調に推移している。なおインバウンド（訪日外国人）需要が旺盛な白馬村では、地価が30%以上も上昇した地点がみられた。

新設住宅着工戸数動向

県建築住宅課がまとめた令和7年2月の県内新設住宅着工戸数は前年同月比12.6%減少の782戸となった。中信地区の新設住宅着工戸数は同12.9%増加の201戸となった。

市郡別の着工数は松本87戸、塩尻市58戸、大町市2戸、安曇野市39戸、北安曇郡9戸、東筑摩郡1戸、木曽郡5戸だった。

令和7年2月の県内新設住宅着工の利用関係別の内訳を見ると、持家については増加したものの、貸家・分譲については減少となった。

中信地域観光客入込動向

《松本城》

令和7年1月から3月までの3か月間の来場者数は前年比0.9%の減少、特に3月の来場者数は積雪や気温が低かった影響から前年比5.2%の減少となった。一方で、同3か月間の外国人来場者数は前年比10.4%の増加。1月と2月については春節の影響からアジア系の来場者が欧米系の来場を上回った。

《上高地方面》

松本市アルプスリゾート整備本部がまとめた令和6年12月～令和7年2月期の上高地方面への入り込み者数（延数）は、上高地が1,000人で、前年同月比25.0%増加、乗鞍高原が62,600人で前年同期比5.3%減少、白骨温泉は28,200人で前年同期比2.2%増加となった。

※上高地についてはR6.12月期の実績

《白馬》

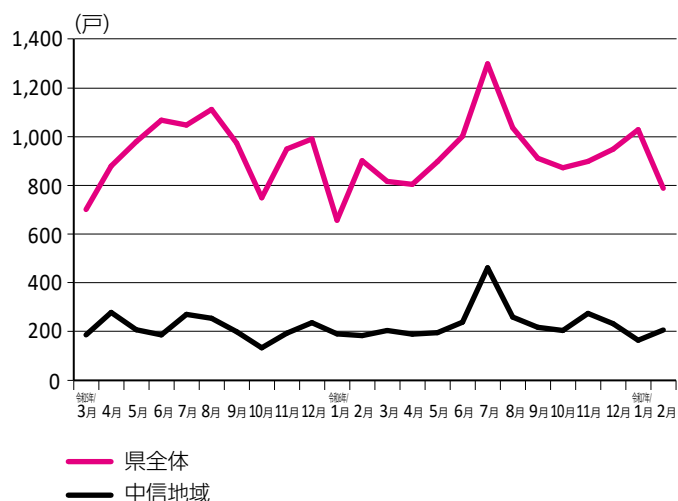
白馬村がまとめた令和6年12月～令和7年2月期の観光客の入り込みは、平地観光が1,215,900人で前年同期比12.7%の増加、山岳観光は500人で前年同期比47.9%の減少となった。

松本空港利用動向

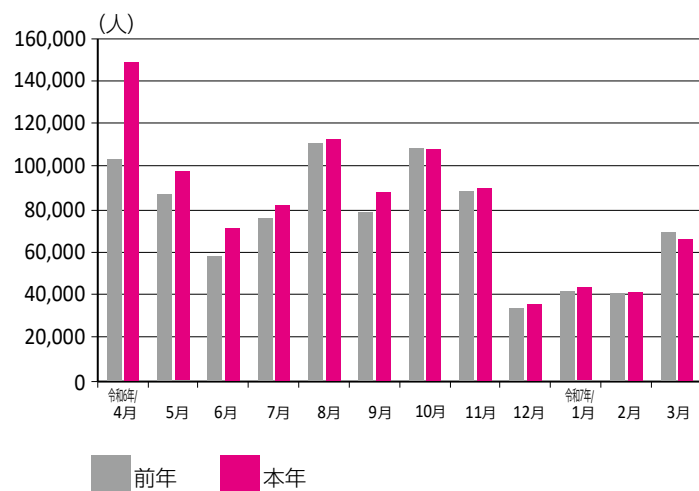
長野県が発表した信州まつもと空港の令和7年2月の利用状況によると、定期便の合計利用者は17,923人で前年の15,655人から14.5%の増加となった。

札幌線が4,257人、福岡線が6,686人、神戸線が6,980人であった。前年と比較すると札幌線が2.6%増、福岡線が4.4%増、神戸線が36.9%増となった。

新設住宅着工戸数推移表

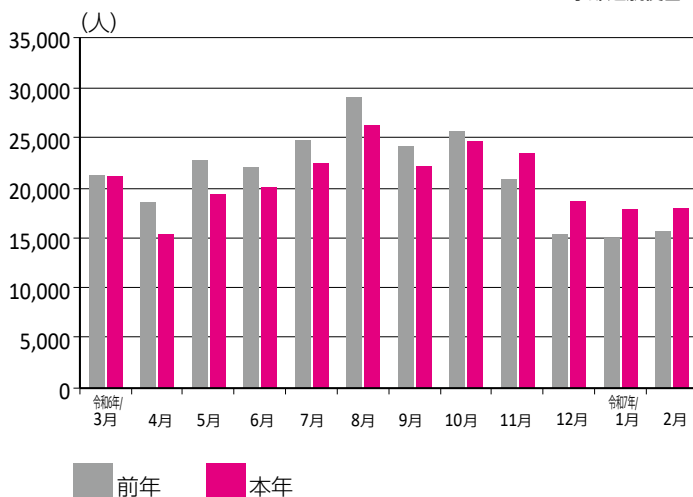


松本城見学入込数推移表



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



ふ えき
**「不易流行」、残すべきものと
 変えるべきものを見極め、
 老舗旅館の付加価値を向上**

富士乃湯（松本市）

代表社員 **二木 伸次**



証券会社から老舗旅館に転職

東京の証券会社に勤務していた私が、妻（範子さん）の実家である浅間温泉の旅館「富士乃湯」で働きはじめたのは1993年、26歳のときでした。先代の体調が悪化し、何代も続く老舗旅館を閉めるわけにはいかないと決断したのですが、私自身実家が自営業で、家族経営とは身近だったため、それほど悩むことはなかったと記憶しています。

そうは言っても、老舗旅館で働くのは大変でした。最初は電話に出ることもできません。当時は客単価が一律ではなく、その時々状況によって変わるため、経験が乏しいとお客さま対応すら難しいのです。まずは一泊二食の料金をわかりやすく設定しよう、そんなところからはじめました。

1997年に代表に就任、その後は旅行スタイルや客層・ニーズの変化、東日本大震災など大災害の発生、新型コロナウイルスの蔓延と逆風が吹き荒れる中を駆け足で通り抜けてきたような気がします。当初、旅行会社との提携が思うように進まず、比較的早い段階でインターネットエージェントの活用を見出したこと、参加したセミナーで講師から厳しい指摘を受け、与えられた課題を克服しようと真剣に対応したこともありました。それだけ旅館経営というものに対し、強い危機感を抱いていたと言っていいかもかもしれません。

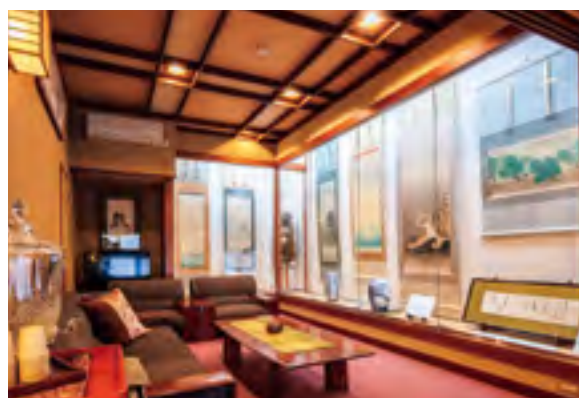
『開運！なんでも鑑定団』に出演

「富士乃湯」は1832年（天保年間）の創業で、業歴は今年193年目、私で20代目となります。浅間温泉においても宿泊施設としては相当古く、館

内には松本城をはじめ地元の歴史を感じることでできる収蔵品を多数展示しています。

現存する松本城の古絵図では最古とされる松本城図、松本藩主より拝領した袴、また古美術・古文書など様々な展示物があります。掛け軸だけで100幅以上は収蔵しているでしょうか。今から10年ほど前、テレビ東京系の人気番組『開運！なんでも鑑定団』に出演し、明治期の日本画家で、松本出身の西郷孤月（こげつ）の作品を鑑定してもらったことがあります。出品した6幅すべてが真筆とされ、鑑定額は2,000万円と予想を大きく超えました。

放送後にはそれ以上の驚きが待っていました。本放送だけでなく、全国の地方局で再放送されるたびに反響があり、それが集客につながっていったのです。出演のきっかけは、たまたまホームページにアップした収蔵品を番組関係者が目にして声をかけてくれたことだったのですが、業績が厳しい時期にただけにありがたかったですね。その後もいろいろなテーマでメディアに取り上げられ、その影響の大きさにはいつも驚愕するばかりです。



地元ゆかりの展示物が並ぶ古美術ギャラリー

代表と板前を兼務する決断

こうしたテレビ出演も転機となったのでしょうか、2011年の東日本大震災後はもっと大きな転機だったと思います。旅行自粛のムードが拡大し、当館も利用客が急減、長年勤務してきた板前が退職したのです。後任をどうするか。最終的に出した結論は「私が板前をやる」でした。

調理師の免許は持っており、料理すること自体好きだったとはいえ、板前としての経験はまったくありません。でも、自分で決めたことですから必死に研究と学びを繰り返して、今日に至ります。板前を兼務することは働く時間も増え大変ですが、常に原価意識を持ちながらメニューを考えることで、原価率や食材ロスの低減効果も実感できています。

料理を提供するにあたっては、地元の食材を使う、季節感を出す、盛り付けを工夫する、温かいものは温かい状態で食べていただくといったことに気を遣っています。さらに、食事の部屋出しにもこだわっており、それぞれの部屋でゆっくり食事を楽しんでいただけるよう心がけています。

小さな旅館だからこそできるおもてなし

当館は8部屋と小規模です。近年も部屋数を減らし、その付加価値を向上させ、客単価を引き上げる方向で取り組んでいます。付加価値向上のためのリニューアル投資も積み重ねており、半露天風呂付客室、2部屋を2間続きの1部屋に改修した特別室、ReFaルームの整備、また大浴場の混雑を客室でリアルタイムに把握できる人数カウントセンサーの設置などを進めてきました。半露天風呂付客室や特別室の整備、そして食事の部屋出しは、隔離された空間を実現することとなり、コロナ禍では業績を確保するうえで支えとなりました。

どんなやり方で付加価値を向上させるか。ポイントはそこにあります。古いものには「大切に残すべきもの」と「新しく変えるべきもの」があり、それをどう見極め、判断するかによって付加価値向上の方向が自ずと浮かび上がってきます。「不易流行」（変わらないものの中に新しい変化を取り入れるとの意味）という言葉がありますが、私はこれを大切にしています。

もちろん、「富士乃湯」の根底にあるのは伝統的な日本旅館です。それは日本の生活と文化の縮図です。お湯と昔ながらの旅館を楽しんでいただく、小さな旅館だからこそできるおもてなしを提供することによって変わらず軸足を置き、そこに必要とされる新しいものを融合することで、少しでも持続可能な施設に近づけていけたらと考えています。



伝統と新しさの融合を図る（富士乃湯外観）

楽しみは妻との旅行や食べ歩き

1970年代半ば、浅間温泉には宿泊施設が70軒ありましたが、現在は21軒に減少、数だけでなく取り巻く環境も大きく変化しています。私は浅間温泉観光協会会長、松本観光コンベンション協会副会長、長野県旅館ホテル組合会常務理事などの役職に就いており、浅間温泉全体、また松本市や長野県全体の観光産業の底上げに少しでもつなげたいと願いながら活動しています。

若女将である妻とは長年、激動の時代をともに歩んできました。2カ月に1回程度、一緒に各地の温泉旅館や飲食店を巡ることが楽しみですが、そんなときもつい経営者目線で見たり、考えたりしてしまうので、単に楽しみ・趣味というより実益を兼ねていると言った方が良さそうですね。温泉関係者の方々に私の身元がばれてしまっているため“お忍び”とならず（笑）、最後には意気投合し、貴重な情報交換の場になることもあります。

ふだんから、気がつく“選ばれる宿”となるにはどうしたらいいかを思案しています。また、持続可能な施設づくりに加え、事業を具体的にどう次代に承継していくのかも真剣に検討していかなくてはならないと思っています。

MATSUMOTO
Yamaga F.C.



One Soul
熱情



※プレゼント商品はイメージです。実物と異なる場合がございます。
期間中、応援定期預金をご契約のお客さま、**先着1,500名様**に当金庫オリジナル松本山雅FCの全選手のサイン入りポスター（B2版）をプレゼント！
※ポスターは、お1人さま1枚とさせていただきます。

第17回 **がんばれ!**

松本山雅FC定期預金

© 松本山雅FC

松本山雅FCとサポーターを応援する定期預金です。

取扱期間: 2025年 **3/3月** ▶ **8/29** **金**

※ただし、募集総額(30億円)に達した時点で終了させていただきます。

1.松本山雅FCオリジナル証書で作成!

ファン必見! 松本山雅FCオリジナルの証書をご用意しました。

2.預金総額の0.01%相当額を松本山雅FCに贈呈!

募集期間中に、ご契約いただいた『松本山雅FC定期預金』の預金総額の0.01%相当額をチーム強化資金として松本信用金庫が松本山雅FCに贈呈いたしますので、お客さまのご負担はございません。尚、チーム強化資金の上限は、100万円とさせていただきます。

3.抽選で!! 超レアな松本山雅FCグッズプレゼント! (選手サイン入り)

どちらか 2025松本山雅FC選手サイン入りJリーグ公式球<コネクト25>..... 10名様
2025松本山雅FC選手サイン入り 松本山雅FCプラクティスシャツ公式戦FP..... 10名様

◆プレゼント応募方法: 募集期間中に、ご契約いただいた(10万円の契約で1口応募)お客さまの中から抽選で合計20名様(ご希望の賞品は選べません)にプレゼントいたします。◆当選発表他: 当選者の発表は、12月に実施する抽選会で決定し、ホームページで発表します。詳しくはホームページをご覧ください。各営業店までお問い合わせください。※賞品は、当金庫職員がご自宅までお届けいたします。

HPIはこちら▼



松本信用金庫は、松本山雅FCを応援しています。



松本信用金庫



松本信用金庫
キャラクター「ジョン君」