# 中信地域
# 産業経済動向

調査 No. 526
令和７年７月発行
昭和51年８月創刊

## 旬 経営ビジョン

桜田電気工業株式会社（松本市）
代表取締役社長　**丸山　幸作**

## ■ 個人アンケート

## 外食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７年１～３月 | 令和７年４～６月 | 令和７年７～９月（見通し） |
|---|---|---|---|---|
| 全業種 | | 曇 | 曇 | 曇 |
| 業種別 | 製造業 | 雨 | 雨 | 雨 |
| | 卸売業 | 曇 | 曇 | 雨 |
| | 小売業 | 雨 | 曇 | 曇 |
| | サービス業 | 晴曇 | 晴曇 | 晴曇 |
| | 建設業 | 曇 | 曇 | 雨 |
| | 不動産業 | 晴曇 | 晴 | 晴曇 |

◀◀◀好調　晴　晴曇　曇　曇　雨　傘　傘雨　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４～６月期の景気の現状と令和７年７～９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６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７年　１月 ～ ３月

今期 …… 令和７年　４月 ～ ６月

翌期 …… 令和７年　７月 ～ ９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　▲3.0→3.0
**製造業、非製造業ともに改善したものの、製造業はマイナス**

令和７年４月～令和７年６月期の業況判断 DI（「良い」－「悪い」）は、全業種では 6.0ﾎﾟｲﾝﾄ改善し、3.0 となった。

製造業は 12.1ﾎﾟｲﾝﾄ改善の▲ 15.2、非製造業は 3.9ﾎﾟｲﾝﾄ改善の 8.9 であった。

令和７年７月～令和７年９月期の業況判断 DI（予測）は 6.7ﾎﾟｲﾝﾄの悪化と見込んでいる。

### 中信地域の業況判断DI

| | 前期 | 今期 | 翌期（予測） |
|---|---|---|---|
| 全業種 | ▲ 3.0 → | 3.0（6.0 ポイント改善） | → ▲ 3.7 |
| 製造業 | ▲ 27.3 → | ▲ 15.2（12.1 ポイント改善） | → ▲ 27.3 |
| 非製造業 | 5.0 → | 8.9（3.9 ポイント改善） | → 4.0 |

### 非製造業（5業種）　5.0→8.9
**小売業、不動産業が大幅に改善し、全体として改善傾向**

非製造業の業種別業況判断 DI は、前期比卸売業が 7.7ﾎﾟｲﾝﾄ悪化、小売業は 21.7ﾎﾟｲﾝﾄ改善、サービス業は横ばい、建設業は 8.0ﾎﾟｲﾝﾄ悪化、不動産業は 13.3ﾎﾟ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 | 7.7 → | 0.0（7.7 ポイント悪化） | → ▲ 15.4 |
| 小売業 | ▲ 21.7 → | 0.0（21.7 ポイント改善） | → ▲ 4.3 |
| サービス業 | 16.0 → | 16.0（横ばい） | → 28.0 |
| 建設業 | 4.0 → | ▲ 4.0（8.0 ポイント悪化） | → ▲ 12.0 |
| 不動産業 | 26.7 → | 40.0（13.3 ポイント改善） | → 20.0 |

### 全業種　売上高:2.2→6.7　収益:▲6.0→6.0
**製造業は売上、収益ともに悪化するも、非製造業の改善により、全体としては改善**

製造業の売上高 DI は 15.2ﾎﾟｲﾝﾄ悪化の▲ 9.1、収益判断 DI は 6.0ﾎﾟｲﾝﾄ悪化の▲ 12.1 となった。

非製造業の売上高 DI は 10.9ﾎﾟｲﾝﾄ改善の 11.9、収益判断 DI は 17.8ﾎﾟｲﾝﾄ改善の 11.9 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 | 2.2 → | 6.7 | ▲ 6.0 → | 6.0 |
| 製造業 | 6.1 → | ▲ 9.1 | ▲ 6.1 → | ▲ 12.1 |
| 非製造業 | 1.0 → | 11.9 | ▲ 5.9 → | 11.9 |

# □ 製造業

回答企業　33 社

定例調査

## お客様の声・調査員コメント

- 原材料価格が高騰していることから収益は減少傾向。価格転嫁により、収益率確保していく方針。（食品製造）
- アメリカの関税により受注が非常に不安定。自社のみの資本では今後大きな不安があり M&A 等を視野に入れている。（半導体関連製品製造）
- 6 月から受注を見込んでいた大型案件が 8 月にずれ込んだ。その分製造ラインを空けていたため、全体的に受注量は減少。（プラスチック射出成型）
- 6 月以降原材料値上げになるため、一括仕入を行った。国際情勢も不安定であるため今後の資金繰りを懸念しており、対策融資制度などあれば利用したい。（漆器家具製造）
- 受注量は低調であり、単価交渉を行っているが、難航している。引き続き経費の見直しを行うことで利益の確保に努めたい。（電気機器製造）

## 今期の業況

今期の業況感は前期比 12.1ポイント改善したが、マイナス基調が続いている。売上額は前期比 15.2ポイント悪化し、収益は 2 期連続マイナス。資金繰りについては 27.3ポイント悪化とマイナス基調が続いており、厳しい状況がうかがえる。

## 翌期（予測）の見通し

翌期の業況感は 12.1ポイント悪化しマイナス 27.3ポイントとなり、受注残も 15.2ポイント悪化する見通し。収益は 6.1ポイント改善、資金繰りも 9.1ポイント改善する見通しであるが、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/4～6月 | 令和6年/7～9月 | 令和6年/10～12月 | 令和7年/1～3月 | 令和7年/4～6月 | 前期と今期の比較 | 令和7年/予測 7～9月 | 今期と翌期の比較 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 前期比 | 業況感 | ▲ 24.2 | ▲ 36.4 | ▲ 21.2 | ▲ 27.3 | ▲ 15.2 | 12.1 | ▲ 27.3 | ▲ 12.1 |
| | 売上額 | ▲ 21.2 | ▲ 30.3 | 6.1 | 6.1 | ▲ 9.1 | ▲ 15.2 | ▲ 3.0 | 6.1 |
| | 受注残 | ▲ 21.2 | ▲ 30.3 | ▲ 12.1 | 3.0 | 0.0 | ▲ 3.0 | ▲ 15.2 | ▲ 15.2 |
| | 収益 | ▲ 27.3 | ▲ 30.3 | 0.0 | ▲ 6.1 | ▲ 12.1 | ▲ 6.1 | ▲ 6.1 | 6.1 |
| | 販売価格 | 21.2 | 15.2 | 6.1 | 27.3 | 27.3 | 0.0 | 21.2 | ▲ 6.1 |
| | 原材料価格 | 33.3 | 33.3 | 42.4 | 48.5 | 48.5 | 0.0 | 42.4 | ▲ 6.1 |
| | 原材料在庫 | 3.0 | 6.1 | 9.1 | 0.0 | 6.1 | 6.1 | 0.0 | ▲ 6.1 |
| | 資金繰り | ▲ 6.1 | ▲ 18.2 | ▲ 21.2 | ▲ 3.0 | ▲ 30.3 | ▲ 27.3 | ▲ 21.2 | 9.1 |
| 前年同期比 | 売上額 | ▲ 30.3 | ▲ 18.2 | ▲ 9.1 | 21.2 | 6.1 | ▲ 15.2 | | |
| | 収益 | ▲ 15.2 | ▲ 30.3 | ▲ 12.1 | 12.1 | ▲ 9.1 | ▲ 21.2 | | |

# □ 卸売業

回答企業　13 社

## お客様の声・調査員コメント

- 売上は安定しているが、一部価格転嫁ができていない商品があり、今後の経営に不安がある。（食料・飲料卸売業）
- 受注先との取引状況は良好であり、売上は増加傾向。資材価格の高騰が続いており、販売価格への転嫁、利幅の確保が課題。（建築材料卸売業）
- 物価上昇傾向にあるが前期と同水準の売上、利益を確保している。今後も経費削減、値上げ交渉により利益確保していく意向。（建築材料卸売業）
- 昨年実施した一括仕入により食肉価格の高騰の影響を受けることなく、在庫の確保ができたことにより、利益の確保ができている。今後は設備導入を検討している。（食肉卸売業）
- 仕入価格の上昇により、利幅は減少傾向であり、加えて配送コストも上昇しているため、経営環境は厳しくなってきている。（その他の卸売業）

## 今期の業況

今期の業況感は 7.7ポイント悪化し、0.0ポイントとなっている。売上額は前期比 7.7ポイント改善し、収益も前期比 15.4ポイント改善した。資金繰りについては前期比変動ない。

## 翌期（予測）の見通し

翌期の業況感は 15.4ポイント悪化の見通し。売上額、収益共に 23.1ポイント悪化する見通しであるが、資金繰りは今期と比較し変動ない見込み。

## 主要指標・DI 推移（▲印：悪化・低下値）

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

# □ 小売業

回答企業　23 社

## お客様の声・調査員コメント

- SNS や HP 経由で取引先が増加しており、売上は増加傾向にある。販売価格相場は高止まりしており、収益面も増加見込み。一方で、設備の老朽化が課題。（飲食料品小売業）
- 価格転嫁により売上高は増加している。米価格も高騰しており、当面業況は好調に推移する。（飲食料品小売業）
- 積極的な営業により、取引先が大幅に増加している。病院や温泉施設の取引が開始するため、冷蔵庫を新たに導入することを検討している。（飲食料品小売業）
- 今期の新商品はこれから広告、宣伝を打つ予定であったが、ネット記事が拡散されたことで SNS で大きな反響があり、入荷が追いつかない程受注できている。（織物・衣服・身のまわり品小売業）
- 仕入価格の上昇、運搬コストの上昇等に対し、価格転嫁が追いつかない状況となっている。赤字テナントの撤収も含め、販売ルートや仕入ルートの見直しを行っていく必要がある。（生花、種苗）

## 今期の業況

業況感は前期比 21.7ポイント改善し、マイナス基調が続いていたが、0.0ポイントとなった。売上額は前期比 26.1ポイント、収益は前期比 34.8ポイント改善した。資金繰りも 4.3ポイント改善したが依然としてマイナス基調が続いている。

## 翌期（予測）の見通し

翌期の業況感は 4.3ポイント悪化し、マイナス 4.3ポイントとなる見通し。売上額は 8.7ポイント、収益は 4.3ポイントの改善が見込まれている。資金繰りは今期と比較し変動ない見込みであり、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/4～6月 | 令和6年/7～9月 | 令和6年/10～12月 | 令和7年/1～3月 | 令和7年/4～6月 | 前期と今期の比較 | 令和7年/予測 7～9月 | 今期と翌期の比較 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 前期比 | 業況感 | ▲ 4.3 | ▲ 8.7 | ▲ 8.7 | ▲ 21.7 | 0.0 | 21.7 | ▲ 4.3 | ▲ 4.3 |
| | 売上額 | 13.0 | 8.7 | 34.8 | ▲ 13.0 | 13.0 | 26.1 | 21.7 | 8.7 |
| | 収益 | 13.0 | ▲ 17.4 | 13.0 | ▲ 26.1 | 8.7 | 34.8 | 13.0 | 4.3 |
| | 販売価格 | 52.2 | 30.4 | 26.1 | 13.0 | 30.4 | 17.4 | 26.1 | ▲ 4.3 |
| | 仕入価格 | 73.9 | 60.9 | 47.8 | 56.5 | 26.1 | ▲ 30.4 | 30.4 | 4.3 |
| | 在庫 | 8.7 | 8.7 | 17.4 | 13.0 | 21.7 | 8.7 | 17.4 | ▲ 4.3 |
| | 資金繰り | ▲ 8.7 | ▲ 8.7 | ▲ 13.0 | ▲ 21.7 | ▲ 17.4 | 4.3 | ▲ 17.4 | 0.0 |
| 前年同期比 | 売上額 | ▲ 4.3 | 17.4 | 13.0 | 34.8 | 21.7 | ▲ 13.0 | | |
| | 収益 | ▲ 8.7 | ▲ 17.4 | ▲ 21.7 | ▲ 17.4 | 4.3 | 21.7 | | |
| | 販売価格 | 52.2 | 39.1 | 47.8 | 52.2 | 43.5 | ▲ 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

- 前年に比べ全体的に業況良好。観光客需要を取り込めており、設備投資に成功している。（旅館、その他の宿泊所）
- 人手不足で客室を稼働できない事もあるが、直近ではアルバイト等人材確保することができ、売上の安定確保ができている。（旅館、その他の宿泊業）
- 新設備の導入に伴い売上増加傾向。更なる売上増加に向けて看板の設置や広告宣伝及び SNS の活用を検討している。（美容業）
- インバウンド需要の増加に伴いリネンを中心に売上増加。安定した利益確保ができており、今後もこの状態が続いていく見通し。（クリーニング業）
- 人手不足により店を閉めざるを得ないことがあり、機会損失が発生している。（飲食業）

## 今期の業況

業況感は前期と比較し変化なく、16.0ポイントとなっている。売上額は前期比 16.0ポイント、収益は前期比 28.0ポイント改善し、プラス基調を維持している。一方で、資金繰りは前期比 8.0ポイント改善したものの、マイナス基調が続いている。

## 翌期（予測）の見通し

業況感は 12.0ポイント改善し 28.0ポイントとなる見通し。売上額・収益は共に 4.0ポイント改善の見通しとなり、プラス基調を維持。材料価格は 12.0ポイント低下する見通しであり、資金繰りは 8.0ポイント改善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）

| | 期別 / 項目 | 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 | 令和7年/4～6月 | 前期と今期の比較 | 令和7年/予測 7～9月 | 今期と翌期の比較 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 前期比 | 業況感 | 20.0 | 8.0 | 16.0 | 16.0 | 16.0 | 0.0 | 28.0 | 12.0 |
| | 売上額 | 24.0 | 20.0 | 32.0 | 16.0 | 32.0 | 16.0 | 36.0 | 4.0 |
| | 収益 | 8.0 | 12.0 | 28.0 | 4.0 | 32.0 | 28.0 | 36.0 | 4.0 |
| | 料金価格 | 40.0 | 28.0 | 32.0 | 24.0 | 40.0 | 16.0 | 40.0 | 0.0 |
| | 材料価格 | 76.0 | 72.0 | 68.0 | 60.0 | 64.0 | 4.0 | 52.0 | ▲ 12.0 |
| | 資金繰り | ▲ 24.0 | ▲ 36.0 | ▲ 4.0 | ▲ 24.0 | ▲ 16.0 | 8.0 | ▲ 8.0 | 8.0 |
| 前年同期比 | 売上額 | 24.0 | 28.0 | 28.0 | 40.0 | 36.0 | ▲ 4.0 | | |
| | 収益 | 8.0 | 28.0 | 16.0 | 28.0 | 24.0 | ▲ 4.0 | | |

# □ 建設業

回答企業　25 社

## お客様の声・調査員コメント

- 慢性的な人手不足を感じている。業種的にも若い人材が少なく、採用も難しい。現状資金繰りに問題ないが、先行きに不安はある。（総合工事業）
- 組織活性化のため若手社員の登用を進めている。全体的な受注は堅調に推移している。（総合工事業）
- 売上増加傾向にあるものの、７～９月は仕入価格の上昇が見込まれ、資金繰りに不安を感じている。（土木建設工事業）
- 大北、白馬地域を中心に宿泊施設や別荘の大口受注が増加しているが、人手不足が続いている。今後２年間は受注が決まっている。（土木建設工事業）
- 受注は安定しているが業界的に慢性的な人手不足。中堅の職員を増員させたいが、募集しても集まらず、若手の育成をしたくても現場中心となってしまい、人材育成が進まない。（設備工事業）

## 今期の業況

業況感は 8.0ポイント悪化し、マイナス基調に転じた。材料価格は前期比 24.0ポイント低下し、請負価格は 12.0ポイント上昇しており、収益は 8.0ポイント改善となっている。資金繰りも 8.0ポイント改善したが、マイナス基調が続いている。

## 翌期（予測）の見通し

業況感については 8.0ポイント悪化し、マイナス 12.0ポイントとなる見通し。受注残が 28.0ポイント、施工高が 16.0ポイントの改善が予想され、売上額も 20.0ポイント改善する見通しであるが、収益は変動ない見通し。

## 主要指標・DI 推移（▲印：悪化・低下値）

| | 期別 / 項目 | 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 | 令和7年/4～6月 | 前期と今期の比較 | 令和7年/予測 7～9月 | 今期と翌期の比較 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 前期比 | 業況感 | ▲ 12.0 | 4.0 | 12.0 | 4.0 | ▲ 4.0 | ▲ 8.0 | ▲ 12.0 | ▲ 8.0 |
| | 売上額 | ▲ 28.0 | 0.0 | 12.0 | 0.0 | ▲ 4.0 | ▲ 4.0 | 16.0 | 20.0 |
| | 受注残 | ▲ 32.0 | 4.0 | ▲ 4.0 | ▲ 20.0 | ▲ 12.0 | 8.0 | 16.0 | 28.0 |
| | 施工高 | ▲ 32.0 | ▲ 12.0 | 12.0 | ▲ 8.0 | ▲ 8.0 | 0.0 | 8.0 | 16.0 |
| | 収益 | ▲ 20.0 | ▲ 4.0 | 0.0 | ▲ 4.0 | 4.0 | 8.0 | 4.0 | 0.0 |
| | 材料価格 | 64.0 | 64.0 | 56.0 | 72.0 | 48.0 | ▲ 24.0 | 48.0 | 0.0 |
| | 請負価格 | 16.0 | 28.0 | 16.0 | 12.0 | 24.0 | 12.0 | 28.0 | 4.0 |
| | 在庫 | ▲ 8.0 | 4.0 | 0.0 | 0.0 | ▲ 8.0 | ▲ 8.0 | ▲ 4.0 | 4.0 |
| | 資金繰り | ▲ 4.0 | 4.0 | ▲ 4.0 | ▲ 20.0 | ▲ 12.0 | 8.0 | ▲ 16.0 | ▲ 4.0 |
| 前年同期比 | 売上額 | ▲ 28.0 | 16.0 | ▲ 16.0 | ▲ 8.0 | ▲ 8.0 | 0.0 | | |
| | 収益 | ▲ 40.0 | 8.0 | ▲ 20.0 | ▲ 4.0 | ▲ 4.0 | 0.0 | | |

# □ 不動産業

回答企業　15 社

## お客様の声・調査員コメント

- 造成費用が高くなっており、土地開発において利幅の縮小が予想される。（建売業・土地売買業）
- 建築資材の高騰等を原因とした不動産流通の鈍化が続いており、手持ち物件が少ない。立地や建築年数等条件のよい物件が出てこない。（建売業・土地売買業）
- 商品土地情報減少傾向にあり、在庫不足が課題。販売、仕入価格ともに上昇しているため、住宅建築価格上昇により顧客の購入意欲減少が懸念される。（土地売買業）
- 商品不動産が不足している。同業他社との競業も激しいため、情報収集力の強化が課題である。（不動産売買・仲介・賃貸）
- 市街地の商品用不動産が不足する中、郊外での土地需要は旺盛。分譲に伴う造成費用等が高騰しており、利幅は縮小している。（不動産売買・仲介）

## 今期の業況

業況感については 13.3ポイント改善し 40.0ポイントとなっている。販売価格・仕入価格は共に 13.3ポイント上昇している。在庫は前期比変動ないが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 20.0ポイント悪化し、20.0ポイントとなる見通し。収益は 13.3ポイント改善、資金繰りは 6.7ポイント改善となる見通し。在庫も今期と比較し変動なく、今後も在庫不足の状況が続く見込みである。

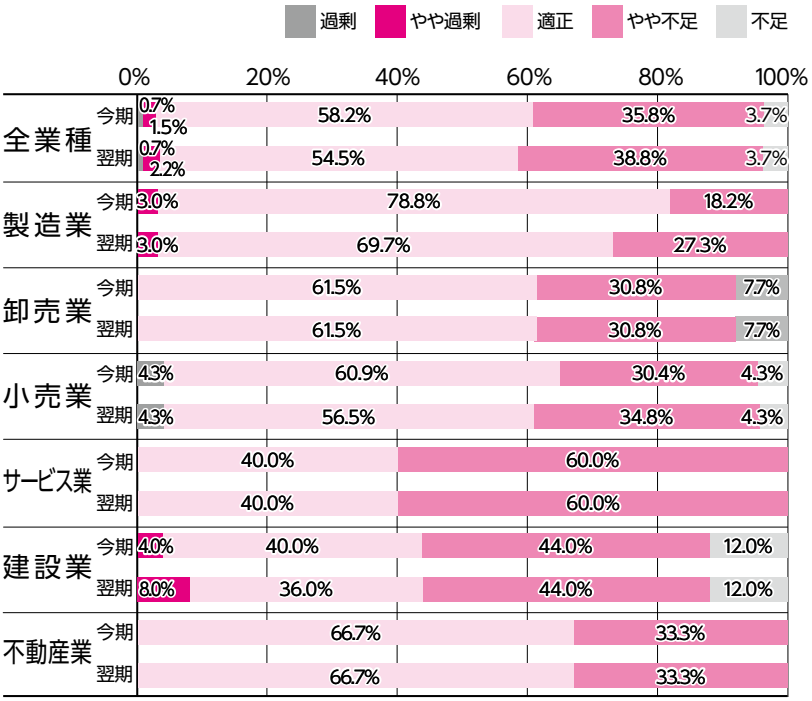
## 主要指標・DI 推移（▲印：悪化・低下値）

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

## 雇用面の動き　4～6月期

### 従業員の過不足感

| | | 過　剰 | やや過剰 | 適　正 | やや不足 | 不　足 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 全　業　種 | 今期 | 0.7% | 1.5% | 58.2% | 35.8% | 3.7% |
| | 翌期 | 0.7% | 2.2% | 54.5% | 38.8% | 3.7% |
| 製　造　業 | 今期 | 0.0% | 3.0% | 78.8% | 18.2% | 0.0% |
| | 翌期 | 0.0% | 3.0% | 69.7% | 27.3% | 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% | 60.9% | 30.4% | 4.3% |
| | 翌期 | 4.3% | 0.0% | 56.5% | 34.8% | 4.3% |
| サービス業 | 今期 | 0.0% | 0.0% | 40.0% | 60.0% | 0.0% |
| | 翌期 | 0.0% | 0.0% | 40.0% | 60.0% | 0.0% |
| 建　設　業 | 今期 | 0.0% | 4.0% | 40.0% | 44.0% | 12.0% |
| | 翌期 | 0.0% | 8.0% | 36.0% | 44.0% | 12.0% |
| 不動産業 | 今期 | 0.0% | 0.0% | 66.7% | 33.3% | 0.0% |
| | 翌期 | 0.0% | 0.0% | 66.7% | 33.3% | 0.0% |




全業種でみると「適正」が 58.2%であり、「不足」または「やや不足」と回答した企業が 39.5%となった。

業種別でみると特にサービス業と建設業が人手不足の状況であり、サービス業は「やや不足」と回答した企業が 60.0%、建設業は「不足」または「やや不足」と回答した企業が 56.0%であった。

翌期の見通しとして、製造業と小売業では「やや不足する」の割合が増加し、「適正」の割合が減少している。

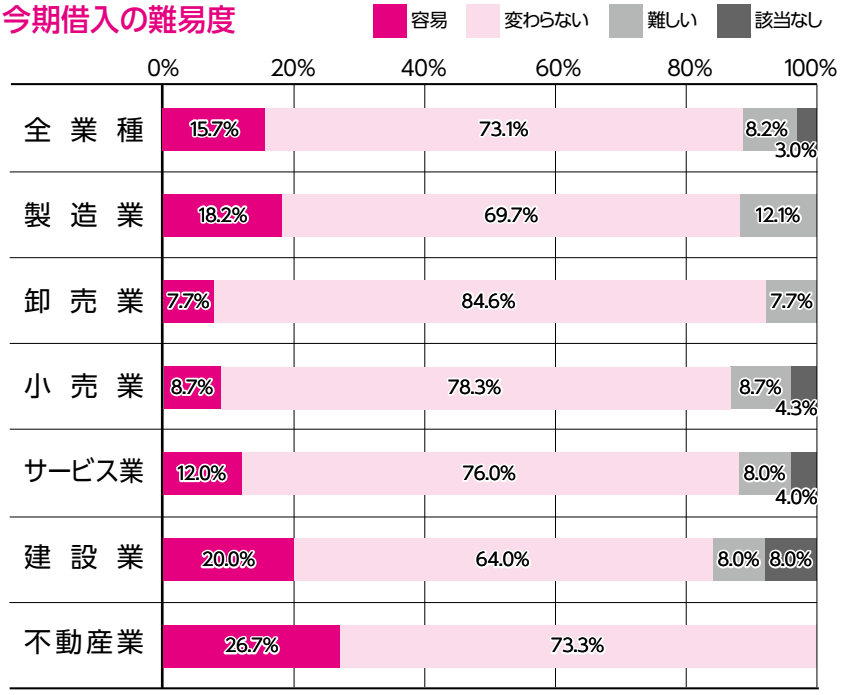
## 借入金の動き・難易度　4～6月期

### 借入金の動き

| | 前期 | 今期 |
|---|---|---|
| 全　業　種 | 22.4% | 27.6% |
| 製　造　業 | 12.1% | 30.3% |
| 卸　売　業 | 30.8% | 23.1% |
| 小　売　業 | 17.4% | 21.7% |
| サ　ー　ビ　ス　業 | 12.0% | 16.0% |
| 建　設　業 | 28.0% | 36.0% |
| 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

全業種でみると「借入した」と回答した企業の割合は 27.6%であり、前期比 5.2%増加した。業種別では不動産業が 40.0%と最も高く、サービス業が 16.0%と最も低かった。また、製造業が前期の 12.1%から今期は 30.3%となるなど、増加幅が大きい。

○借入の難易度

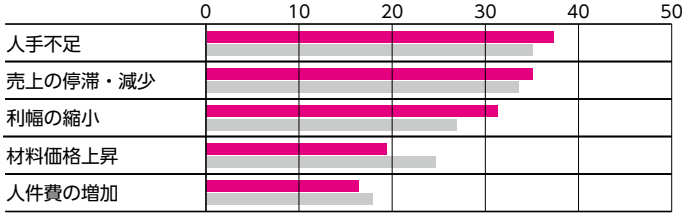
全業種では、借入の難易度は「変わらない」とする企業が 73.1%を占めている。

「難しい」と回答した企業は全業種では 8.2%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、製造業においては 12.1%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前期に引き続き「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。

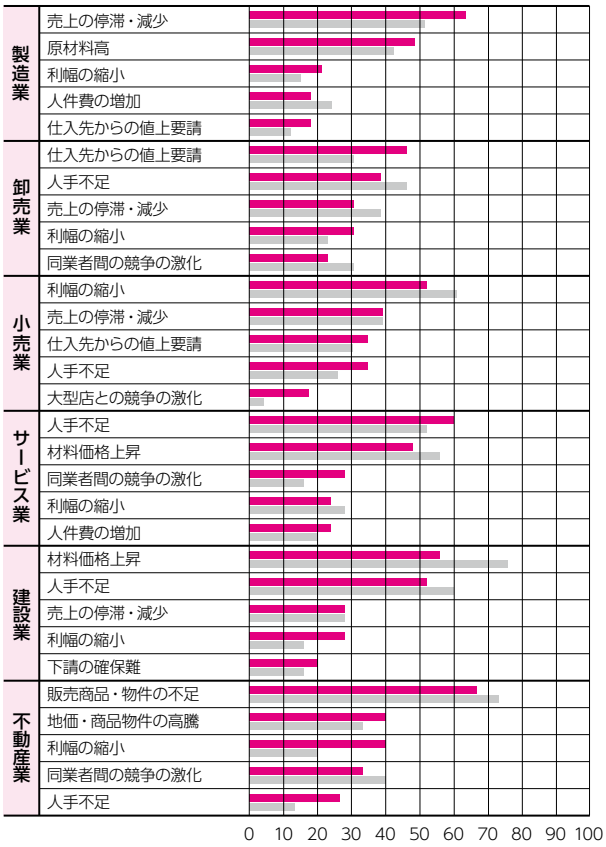
業種別でみると、製造業では、「売上の停滞・減少」を経営上の問題点として挙げている企業の比率が増加しており、深刻な状況であることがうかがえる。また、「原材料高」を問題点として挙げている企業の比率も高い状況が続いている。

卸売業においては、「仕入先からの値上要請」を問題点としている企業の比率が前期よりも15.4ポイント上昇し、最も高くなった。

小売業においては、「利幅の縮小」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。

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。

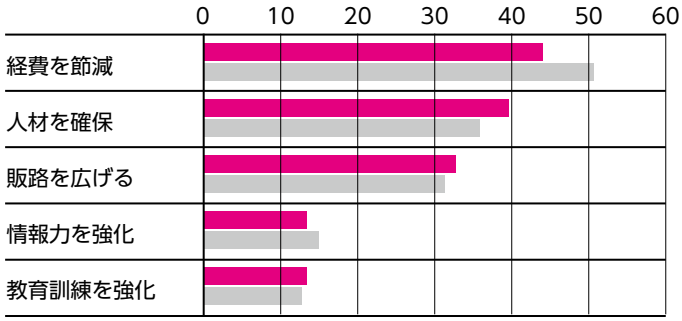
不動産業においては、「販売商品・物件の不足」を問題点として挙げる企業の比率が高い状況が続いている。




## 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、製造業と卸売業では「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最も高く、「経費を節減」の比率が２番目に高い状況となっている。

サービス業では前期に引き続き「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。

小売業、建設業においては「経費を節減」と「人材を確保」が高い比率となっている。

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。

特別調査

# 5年後(2030年)以降を見据えた中長期的な経営について

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「5 年後（2030 年）以降を見据えた中長期的な経営」についてお聞きしました。

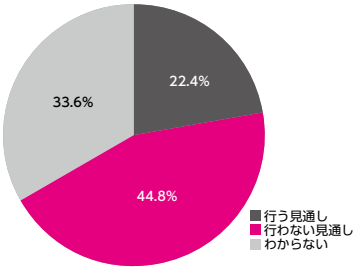
## □ 問 1

最低賃金について、現行の 1,055 円 ( 全国加重平均 ) が仮に 1,500 円となった場合、貴社では雇用や労働時間の削減を行う見通しですか。1 ～ 3 の中で 1 つ選んでお答えください。また、貴社における雇用や労働時間以外に考えられる対応策について、4 ～ 0 の中から、最も当てはまるものを 1 つ選んでお答えください。

%

| 雇用や労働時間の削減 | 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 行う見通し | 22.4 | 15.2 | 7.7 | 30.4 | 28.0 | 36.0 | 6.7 |
| 2 行わない見通し | 44.8 | 48.5 | 69.2 | 39.1 | 24.0 | 40.0 | 66.7 |
| 3 わからない | 33.6 | 36.4 | 23.1 | 30.4 | 48.0 | 28.0 | 26.7 |

雇用や労働時間の削減




最低賃金が仮に 1,500 円となった場合、雇用や労働時間の削減を行うかとの問いに対して、全業種では「行う見通し」と回答した企業が 22.4% であったのに対し、「行わない見通し」と回答した企業が 44.8% であった。「わからない」と回答した企業は 33.6% であった。業種別でみると、サービス業のみ「行う見通し」と回答した企業が「行わない見通し」と回答した企業を上回った。

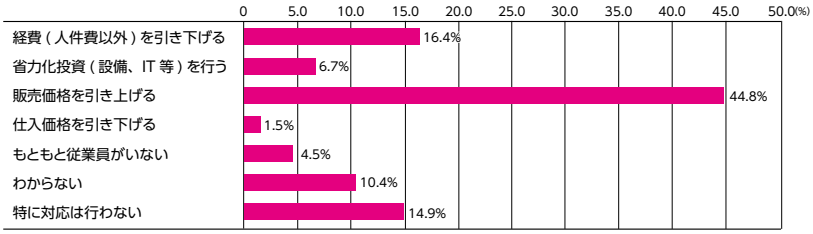
%

| 最低賃金の引上げへの対応 | 全業種 | 製造業 | 卸売業 | 小売業 | サービス業 | 建設業 | 不動産業 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 経費 ( 人件費以外 ) を引き下げる | 16.4 | 15.2 | 30.8 | 8.7 | 16.0 | 28.0 | 0.0 |
| 5 省力化投資 ( 設備、IT 等 ) を行う | 6.7 | 18.2 | 0.0 | 0.0 | 4.0 | 4.0 | 6.7 |
| 6 販売価格を引き上げる | 44.8 | 48.5 | 46.2 | 52.2 | 40.0 | 40.0 | 40.0 |
| 7 仕入価格を引き下げる | 1.5 | 0.0 | 0.0 | 4.3 | 0.0 | 0.0 | 6.7 |
| 8 もともと従業員がいない | 4.5 | 0.0 | 0.0 | 4.3 | 8.0 | 0.0 | 20.0 |
| 9 わからない | 10.4 | 12.1 | 7.7 | 4.3 | 12.0 | 8.0 | 20.0 |
| 0 特に対応は行わない | 14.9 | 6.1 | 15.4 | 26.1 | 20.0 | 16.0 | 6.7 |

全業種では、最低賃金引上げへの対応策として、「販売価格を引き上げる」が 44.8%と最も多く、次いで「経費 ( 人件費以外 ) を引き下げる」が 16.4%、「特に対応は行わない」と回答した企業が 14.9%で 3 番目に多かった。

一方で、「仕入価格を引き下げる」と回答した企業は 1.5%と最も少なかった。

最低賃金引上げへの対応



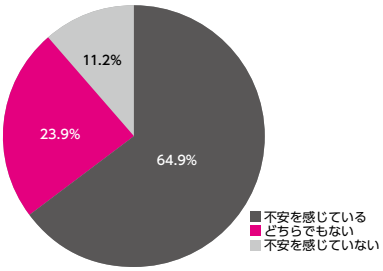

## □ 問 2

企業における社会保険負担 ( 適用範囲の納付額の上昇 ) の増加が今後も見込まれますが、この流れについて、経営面でどの程度の不安を感じていますか。次の 1 ～ 3 の中から当てはまるものを 1 つお選びください。また、経営面への影響について考えられることを 4 ～ 0 の中から 1 つお選びください。

%

| 社会保険負担の増加に対する不安感 | 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 不安を感じている | 64.9 | 63.6 | 76.9 | 65.2 | 52.0 | 88.0 | 40.0 |
| 2 どちらでもない | 23.9 | 24.2 | 15.4 | 30.4 | 24.0 | 12.0 | 40.0 |
| 3 不安を感じていない | 11.2 | 12.1 | 7.7 | 4.3 | 24.0 | 0.0 | 20.0 |

社会保険負担の増加に対する不安感




今後の企業における社会保険負担 ( 適用範囲の納付額の上昇 ) の増加に対し、全業種では「不安を感じている」と回答した企業が 64.9%と最も多く、「どちらでもない」と回答した企業が 23.9%、「不安を感じていない」と回答した企業が 11.2%であった。

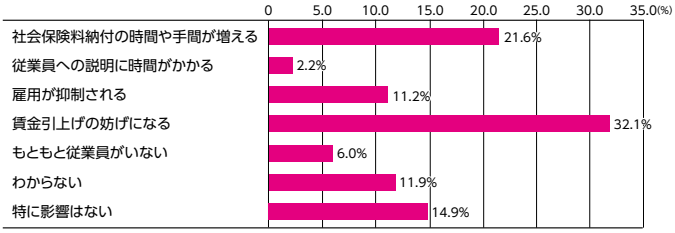
業種別に見ると、「不安を感じている」との回答の割合は建設業が 88.0%と最も多く、次いで卸売業が 76.9%であり、他の業種と比較して 10%以上高い結果となっている。

%

| 社会保険負担の増加による経営面への影響 | 全業種 | 製造業 | 卸売業 | 小売業 | サービス業 | 建設業 | 不動産業 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 社会保険料納付の時間や手間が増える | 21.6 | 18.2 | 38.5 | 13.0 | 28.0 | 32.0 | 0.0 |
| 5 従業員への説明に時間がかかる | 2.2 | 3.0 | 7.7 | 0.0 | 4.0 | 0.0 | 0.0 |
| 6 雇用が抑制される | 11.2 | 6.1 | 7.7 | 13.0 | 16.0 | 16.0 | 6.7 |
| 7 賃金引上げの妨げになる | 32.1 | 45.5 | 23.1 | 21.7 | 16.0 | 36.0 | 46.7 |
| 8 もともと従業員がいない | 6.0 | 0.0 | 7.7 | 4.3 | 8.0 | 4.0 | 20.0 |
| 9 わからない | 11.9 | 15.2 | 0.0 | 13.0 | 16.0 | 8.0 | 13.3 |
| 0 特に影響はない | 14.9 | 12.1 | 15.4 | 34.8 | 12.0 | 4.0 | 13.3 |

経営面の影響について全業種では、「賃金引上げの妨げになる」と回答した企業が 32.1％と最も多く、次いで「社会保険料納付の時間や手間が増える」との回答が 21.6％、「特に影響はない」が 14.9％、「わからない」が 11.9％、「雇用が抑制される」が 11.2％であった。

社会保険負担の増加による経営面への影響




## □ 問 3

わが国では、2030 年以降も人口の減少や高齢化の進展が見込まれていますが、これらに対して貴社ではどのように対応していきたいと考えていますか。生産面については 1 ～ 6 の中から、販売面については 7 ～ 0 の中から、当てはまるものを 1 つずつお選びください。

%

| 人口減少や高齢化の進展に対する生産面への対応 | 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 定年延長など高齢者の活動躍進 | 28.4 | 39.4 | 38.5 | 34.8 | 16.0 | 20.0 | 20.0 |
| 2 待遇改善を通じた現役世代の確保 | 19.4 | 9.1 | 38.5 | 13.0 | 16.0 | 36.0 | 13.3 |
| 3 外国人採用の強化 | 5.2 | 12.1 | 0.0 | 0.0 | 12.0 | 0.0 | 0.0 |
| 4 人材教育の強化 | 11.2 | 12.1 | 0.0 | 0.0 | 24.0 | 12.0 | 13.3 |
| 5 省力化投資 (IT、設備等 ) の増加 | 5.2 | 12.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 12.0 | 0.0 |
| 6 現時点では考えていない | 30.6 | 15.2 | 23.1 | 52.2 | 32.0 | 20.0 | 53.3 |

2030 年以降の人口減少や高齢化の進展に対する生産面への対応として、全業種では「現時点では考えていない」と回答した企業が 30.6％と最も多く、次いで「定年延長など高齢者の活動躍進」が 28.4％、「待遇改善を通じた現役世代の確保」が 19.4％、「人材教育の強化」が 11.2％となった。「外国人採用の強化」と「省力化投資 (IT、設備等 )」は同率で 5.2％と最も低い割合であった。

人口減少や高齢化の進展に対する生産面への対応

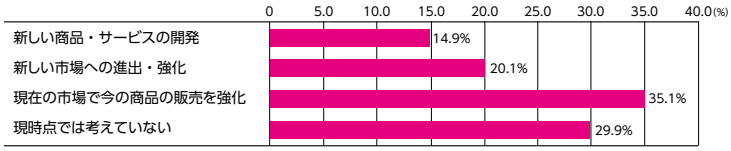
%

| 人口減少や高齢化の進展に対する販売面への対応 | 全業種 | 製造業 | 卸売業 | 小売業 | サービス業 | 建設業 | 不動産業 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 7 新しい商品・サービスの開発 | 14.9 | 27.3 | 15.4 | 8.7 | 4.0 | 16.0 | 13.3 |
| 8 新しい市場への進出・強化 | 20.1 | 30.3 | 23.1 | 13.0 | 20.0 | 12.0 | 20.0 |
| 9 現在の市場で今の商品の販売を強化 | 35.1 | 21.2 | 46.2 | 26.1 | 44.0 | 44.0 | 40.0 |
| 0 現時点では考えていない | 29.9 | 21.2 | 15.4 | 52.2 | 32.0 | 28.0 | 26.7 |

2030 年以降の人口減少や高齢化の進展に対する販売面への対応として、全業種では「現在の市場で今の商品の販売を強化」が 35.1％と最も多く、次いで「現時点では考えていない」が 29.9％、「新しい市場への進出・強化」が 20.1％、「新しい商品・サービスの開発」が 14.9％であった。

業種別に見ると、製造業は「新しい市場への進出・強化」（30.3％）と「新しい商品・サービスの開発」（27.3％）が他の業種と比べて高い。また、小売業は「現時点では考えていない」（52.2％）が最も高かった。

人口減少や高齢化の進展に対する販売面への対応



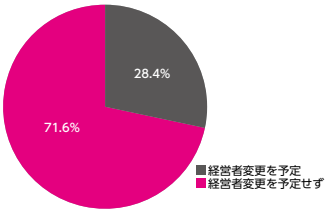
## □ 問 4

貴社における 5 年後の 2030 年を見据えた事業承継の状況について、2030 年までに経営者の変更を予定している人は変更先を 1 ～ 5 の中から、予定していない人は貴社の状況を 6 ～ 0 の中から、1 つ選んでお答えください。

%

| 2030 年までに経営者変更を予定 | 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 親族に承継 | 57.9 | 33.3 | 100.0 | 57.1 | 50.0 | 75.0 | 66.7 |
| 2 親族以外の役員、従業員に承継 | 21.1 | 22.2 | 0.0 | 28.6 | 33.3 | 25.0 | 0.0 |
| 3 親族以外の社外人材に承継 | 2.6 | 11.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| 4 他社への事業譲渡（M&A を含む）を予定 | 2.6 | 11.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| 5 承継先を選定中 | 15.8 | 22.2 | 0.0 | 14.3 | 16.7 | 0.0 | 33.3 |

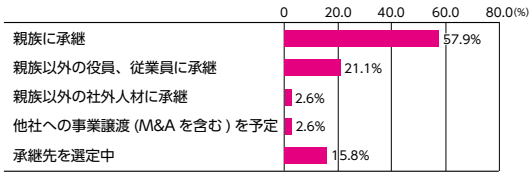
経営者変更予定の有無




2030 年までの経営者変更予定の有無について、全業種では「経営者変更を予定」が 28.4%、「経営者変更を予定せず」が 71.6%であった。

また、経営者変更を予定している企業の承継相手として、「親族に承継」が 57.9%と最も多く、次いで「親族以外の役員、従業員に承継」が 21.1%、「承継先を選定中」が 15.8%、「親族以外の社外人材に承継」、「他社へ事業譲渡 (M & A を含む ) を予定」と回答した企業の割合は 2.6%となっている。

承継相手（2030年までに経営者変更を予定している先）

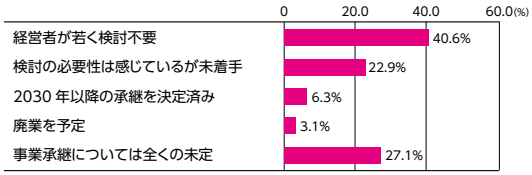



%

| 2030 年までに経営者変更を予定せず | 全業種 | 製造業 | 卸売業 | 小売業 | サービス業 | 建設業 | 不動産業 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 6 経営者が若く検討不要 | 40.6 | 50.0 | 36.4 | 37.5 | 36.8 | 35.3 | 44.4 |
| 7 検討の必要性は感じているが未着手 | 22.9 | 29.2 | 27.3 | 31.3 | 15.8 | 11.8 | 22.2 |
| 8 2030 年以降の承継を決定済み | 6.3 | 4.2 | 9.1 | 0.0 | 10.5 | 11.8 | 0.0 |
| 9 廃業を予定 | 3.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 5.3 | 11.8 | 0.0 |
| 0 事業承継については全くの未定 | 27.1 | 16.7 | 27.3 | 31.3 | 31.6 | 29.4 | 33.3 |

2030 年までに経営者変更を予定せずと回答した企業の状況として全業種では、「経営者が若く検討不要」が 40.6%と最も多く、次いで「事業承継については全くの未定」が 27.1%、「検討の必要性は感じているが未着手」が 22.9%、「2030 年以降の承継を決定済み」が 6.3%、「廃業を予定」が 3.1%となっている。

事業承継の状況（2030年までに経営者変更を予定していない先）




## □ 問 5

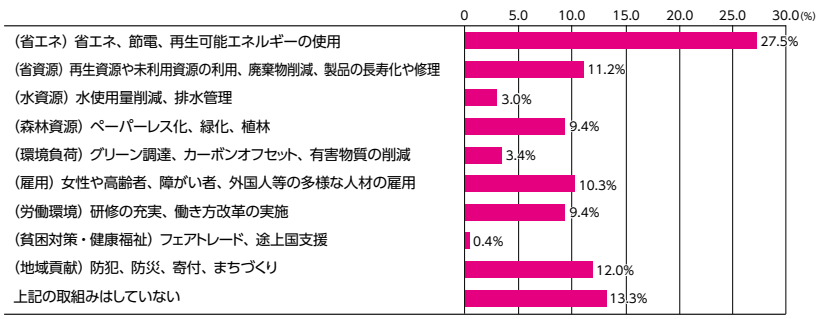
貴社では、SDGs(2030 年を目途とした持続可能な開発目標 ) にかかる以下の 1 ～ 9 の取組みを行っていますか。もっとも取組んでいるものを最大 3 つまで選んでお答えください。取り組んでいない方は 0 とお答えください。

%

| SDGs にかかる取組み | 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 （省エネ）省エネ、節電、再生可能エネルギーの使用 | 27.5 | 31.8 | 30.0 | 32.3 | 17.5 | 26.4 | 26.1 |
| 2 （省資源）再生資源や未利用資源の利用、廃棄物削減、製品の長寿化や修理 | 11.2 | 15.2 | 20.0 | 6.5 | 10.0 | 11.3 | 0.0 |
| 3 （水資源）水使用量削減、排水管理 | 3.0 | 3.0 | 0.0 | 6.5 | 7.5 | 0.0 | 0.0 |
| 4 （森林資源）ペーパーレス化、緑化、植林 | 9.4 | 9.1 | 10.0 | 6.5 | 7.5 | 5.7 | 26.1 |
| 5 （環境負荷）グリーン調達、カーボンオフセット、有害物質の削減 | 3.4 | 4.5 | 5.0 | 0.0 | 0.0 | 7.5 | 0.0 |
| 6 （雇用）女性や高齢者、障がい者、外国人等の多様な人材の雇用 | 10.3 | 13.6 | 0.0 | 9.7 | 15.0 | 9.4 | 4.3 |
| 7 （労働環境）研修の充実、働き方改革の実施 | 9.4 | 7.6 | 5.0 | 6.5 | 15.0 | 13.2 | 4.3 |
| 8 （貧困対策・健康福祉）フェアトレード、途上国支援 | 0.4 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 1.9 | 0.0 |
| 9 （地域貢献）防犯、防災、寄付、まちづくり | 12.0 | 7.6 | 15.0 | 6.5 | 10.0 | 17.0 | 21.7 |
| 0 上記の取組みはしていない | 13.3 | 7.6 | 15.0 | 25.8 | 17.5 | 7.5 | 17.4 |

SDGs(2030 年を目途とした持続可能な開発目標 ) にかかる取組みとして、全業種でみると、「( 省エネ ) 省エネ、節電、再生可能エネルギーの使用」が 27.5%で最も割合が高く、次いで高かったのが「上記の取組みはしていない」の 13.3%であった。回答割合が低いものとしては、「( 環境負荷 ) グリーン調達、カーボンオフセット、有害物質の削減」が 3.4%、「( 水資源 ) 水使用量削減、排水管理」が 3.0%、「( 貧困対策・健康福祉 ) フェアトレード、途上国支援」が 0.4%であった。

SDGsにかかる取組み



# 個人アンケート　外食に関するアンケート

〈当金庫・令和７年６月調査　調査実施 245 名〉

消費者の外食に対する動向は様々な外部環境に応じて変化すると考えられます。コロナ禍の生活習慣の変化や物価上昇が発生する昨今、皆様がお感じになられていることをお聞かせください。

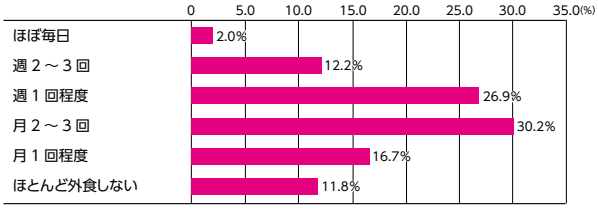
## □ 問 1　１ヵ月に外食する回数はどれくらいですか？

%

| | 全体 | 男性 | 女性 | 20代以下 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代以上 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ほぼ毎日 | 2.0 | 2.4 | 1.7 | 0.0 | 2.0 | 7.3 | 0.0 | 2.6 | 0.0 |
| 週２～３回 | 12.2 | 20.5 | 3.4 | 16.3 | 16.0 | 9.8 | 7.7 | 12.8 | 10.0 |
| 週１回程度 | 26.9 | 27.6 | 26.3 | 34.9 | 28.0 | 19.5 | 36.5 | 12.8 | 25.0 |
| 月２～３回 | 30.2 | 29.1 | 31.4 | 27.9 | 32.0 | 34.1 | 28.8 | 33.3 | 20.0 |
| 月１回程度 | 16.7 | 13.4 | 20.3 | 20.9 | 20.0 | 9.8 | 17.3 | 15.4 | 15.0 |
| ほとんど外食しない | 11.8 | 7.1 | 16.9 | 0.0 | 2.0 | 19.5 | 9.6 | 23.1 | 30.0 |

１ヵ月に外食する回数について、回答者全体では「月２～３回」が 30.2%と最も多く、次いで「週１回程度」が 26.9%、「月１回程度」が 16.7%、「週２～３回」が 12.2%、「ほとんど外食しない」が 11.8%、「ほぼ毎日」が 2.0%という結果となった。性別で見ると、「週２～３回」の割合が男性 20.5%に対し、女性が 3.4%と差があった。

**1ヶ月に外食する回数（回答者全体）**



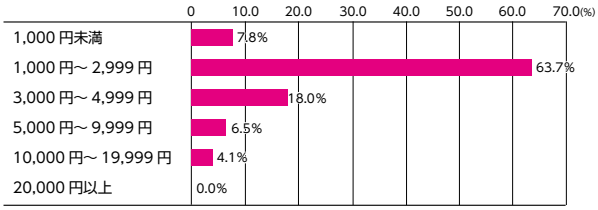

## □ 問 2　１回の外食にかける金額は平均でいくらですか？

%

| | 全体 | 男性 | 女性 | 20代以下 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代以上 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1,000 円未満 | 7.8 | 7.9 | 7.6 | 9.3 | 4.0 | 12.2 | 7.7 | 7.7 | 5.0 |
| 1,000 円～ 2,999 円 | 63.7 | 61.4 | 66.1 | 81.4 | 68.0 | 61.0 | 61.5 | 48.7 | 55.0 |
| 3,000 円～ 4,999 円 | 18.0 | 19.7 | 16.1 | 7.0 | 18.0 | 19.5 | 23.1 | 23.1 | 15.0 |
| 5,000 円～ 9,999 円 | 6.5 | 5.5 | 7.6 | 2.3 | 8.0 | 4.9 | 5.8 | 10.3 | 10.0 |
| 10,000 円～ 19,999 円 | 4.1 | 5.5 | 2.5 | 0.0 | 2.0 | 2.4 | 1.9 | 10.3 | 15.0 |
| 20,000 円以上 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |

１回の外食にかける金額について、回答者全体では「1,000 円～2,999 円」が 63.7%と過半数を占める割合となった。次に多かった回答は「3,000 円～ 4,999 円」で 18.0%、それ以外は多い順から「1,000 円未満」が 7.8%、「5,000 円～ 9,999 円」が 6.5%、「10,000 円～19,999 円」が 4.1%となっている。「20,000 円以上」と回答した人はいなかった。年代別に見ると、60 代および 70 代以上は「5,000 円～ 9,999 円」と「10,000 円～ 19,999 円」の比率が 10%に達し、他の年代よりも多い結果となった。

**1回の外食にかける金額（回答者全体）**




## □ 問 3　外食先を決定する際の要素として、最も重視するものは次のうちどれですか？

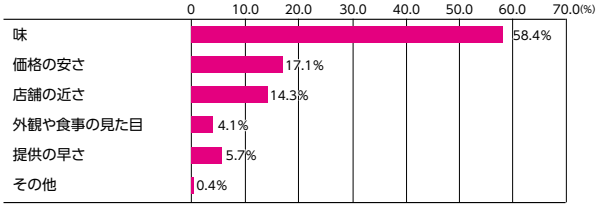
%

| | 全体 | 男性 | 女性 | 20代以下 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代以上 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 味 | 58.4 | 56.7 | 60.2 | 65.1 | 62.0 | 41.5 | 59.6 | 53.8 | 75.0 |
| 価格の安さ | 17.1 | 20.5 | 13.6 | 14.0 | 16.0 | 26.8 | 15.4 | 20.5 | 5.0 |
| 店舗の近さ | 14.3 | 15.0 | 13.6 | 7.0 | 8.0 | 19.5 | 19.2 | 17.9 | 15.0 |
| 外観や食事の見た目 | 4.1 | 1.6 | 6.8 | 9.3 | 6.0 | 7.3 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| 提供の早さ | 5.7 | 5.5 | 5.9 | 2.3 | 8.0 | 4.9 | 5.8 | 7.7 | 5.0 |
| その他 | 0.4 | 0.8 | 0.0 | 2.3 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |

外食先を決定する際に最も重視するものとして、回答者全体では「味」と回答した人の割合が 58.4%と最も多かった。次に回答が多かったのは「価格の安さ」であり 17.1%、「店舗の近さ」が 14.3%、「提供の早さ」が 5.7%、「外観や食事の見た目」が 4.1%となっている。

性別で見ると、女性は男性よりも「味」や「外観や食事の見た目」を重視する傾向があり、男性は女性よりも「価格の安さ」を重視する傾向があった。年代別に見ると、40 代は他の年代よりも「価格の安さ」を重視する割合が多かった。

**外食先を決定する際の要素として最も重視するもの（回答者全体）**

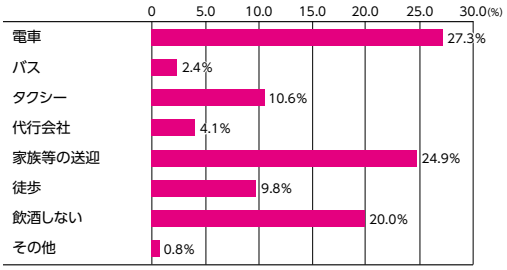


## □ 問 4　飲酒を伴う外食の場合、交通手段として最も頻繁に利用するものは次のうちどれですか？

%

| | 全体 | 男性 | 女性 | 20代以下 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代以上 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 電車 | 27.3 | 33.9 | 20.3 | 44.2 | 46.0 | 14.6 | 26.9 | 12.8 | 0.0 |
| バス | 2.4 | 3.1 | 1.7 | 2.3 | 4.0 | 2.4 | 0.0 | 5.1 | 0.0 |
| タクシー | 10.6 | 15.7 | 5.1 | 4.7 | 2.0 | 9.8 | 19.2 | 15.4 | 15.0 |
| 代行会社 | 4.1 | 6.3 | 1.7 | 0.0 | 8.0 | 4.9 | 5.8 | 2.6 | 0.0 |
| 家族等の送迎 | 24.9 | 23.6 | 26.3 | 16.3 | 24.0 | 36.6 | 21.2 | 23.1 | 35.0 |
| 徒歩 | 9.8 | 7.9 | 11.9 | 16.3 | 6.0 | 9.8 | 7.7 | 5.1 | 20.0 |
| 飲酒しない | 20.0 | 7.9 | 33.1 | 16.3 | 10.0 | 17.1 | 19.2 | 35.9 | 30.0 |
| その他 | 0.8 | 1.6 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 4.9 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |

飲酒を伴う外食の場合の交通手段（回答者全体）




年代別　交通手段「電車」の回答割合

飲酒を伴う外食の場合、交通手段として最も頻繁に利用するものとして、回答者全体では「電車」27.3%と「家族等の送迎」24.9%が他の回答に比べ高い割合となった。次に多かった回答は「飲酒しない」で 20.0%となっている。

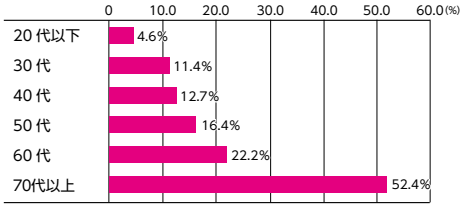
性別で見ると、男性は「電車」の 33.9%が最も多かったのに対し、女性は「飲酒しない」の 33.1%が最も多かった。年代別に見ると、20 代以下と 30 代の「電車」回答割合 40%台対し、40 代以上年代の「電車」と回答した割合は最大で 20%台であり、30 代以下と 40 代以上で明確な差が見られた。

## □ 問 5　外食先を選定する際の情報をどこから入手していますか？（複数回答可）

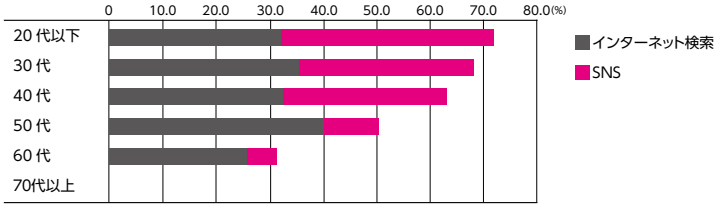
%

| | 全体 | 男性 | 女性 | 20代以下 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代以上 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| インターネット検索 | 31.6 | 35.1 | 27.8 | 32.3 | 35.7 | 32.7 | 40.3 | 25.9 | 0.0 |
| SNS | 22.9 | 21.3 | 24.7 | 40.0 | 32.9 | 30.9 | 10.4 | 5.6 | 0.0 |
| 情報誌 | 8.1 | 8.0 | 8.2 | 6.2 | 2.9 | 9.1 | 11.9 | 13.0 | 4.8 |
| 知人からの紹介 | 20.8 | 19.0 | 22.8 | 16.9 | 15.7 | 12.7 | 20.9 | 31.5 | 42.9 |
| 行ったことがあるお店しか行かない | 15.7 | 15.5 | 15.8 | 4.6 | 11.4 | 12.7 | 16.4 | 22.2 | 52.4 |
| その他 | 0.9 | 1.1 | 0.6 | 0.0 | 1.4 | 1.8 | 0.0 | 1.9 | 0.0 |

年代別「行ったことがあるお店しか行かない」の回答割合



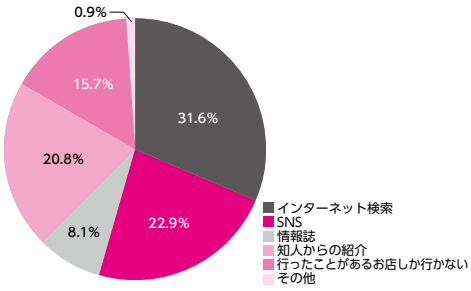

年代別「インターネット」「SNS」の回答割合




外食先を選定する際の情報入手先について、回答者全体では「インターネット検索」と回答した人の割合が最も多く 31.6%であり、次いで多かった「SNS」22.9%と合わせると、半数以上が電子媒体から情報を入手しているという結果となった。それ以外の回答で割合が多かった順に並べると「知人からの紹介」が 20.8%、「行ったことがあるお店しか行かない」が 15.7%、「情報誌」が 8.1%となっている。

年代別に見ると、「行ったことがあるお店しか行かない」の回答割合が 20 代以下では 4.6%なのに対し、70 代以上では 52.4%と大きな差が見られた。また「インターネット検索」、「SNS」の合計回答割合は 20 代以下では 7 割以上となるのに対し、年代の上昇によって回答割合は減少傾向となり、70 代以上では 0%であった。このことから選定方法、情報入手先は年代によって大きな違いがあることが見て取れる。

外食先を選定する際の情報入手先
（回答者全体）



# 経済日誌・主要動向

## 〈国　内〉

◎内閣府が発表した令和７年３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､2 月 4.3％増の後､3 月は 13.0％増となった。内訳をみると製造業が 8.0％増、非製造業（船舶・電力を除く）が 9.6％増であった。

◎経済産業省が発表した令和７年５月の鉱工業生産指数（2020 年＝ 100、季節調整済）は 101.8、前月比 0.5％の増となった。生産用機械工業や汎用・業務用機械工業などが上昇したことから、全体として前月比 0.5％と、２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５月の新設住宅着工戸数は、前年同月比 34.4％減の 43,237 戸であり、２か月連続の減少。利用関係別では、持家、貸家、分譲住宅のいずれも２か月連続の減少となった。

◎令和７年５月の国内新車販売台数（軽を除く）は、前年同月比 0.9％増加の 203,523 台となった。軽自動車は 8.8％増の 120,546 台となった。

◎日銀が発表した令和７年５月の国内企業物価指数（2020 年平均＝100、速報値）は、前月比 0.2％減、前年同月比 3.2％増加して 126.3 となった。円ベースでは、輸出物価指数は前年比 6.4％減、輸入物価指数は同 10.3％減少した。

◎財務省が発表した令和７年５月の貿易統計速報によると、輸出は自動車、鉄鋼等が減少し、対前年同月比 1.7％の減となった。また、輸入は原粗油、石炭等が減少し、7.7％の減少となった。その結果、差引額は ▲ 6,376 億円となった。

## 〈県　内〉

◎長野県が発表した令和７年４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 3.0％減の 105.5 と２か月連続の低下。業種別では、「電子部品・デバイス工業」、「輸送機械工業」、「非鉄金属工業」が上昇した。

◎長野県が発表した令和７年５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、113.4 となり、前月比は 0.2％上昇した。また、前年同月比は 3.1％上昇し、45 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 113.0 となり、前月比は 0.4％上昇。また、前年同月比は 3.3％上昇し、46 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 111.5 となり、前月比は 0.4％上昇。また、前年同月比は 3.1％上昇し、38 か月連続で前年同月を上回った。

◎県内令和７年５月の有効求人倍率（季節調整値）は 1.27 倍となり、前月を 0.02㌽下回った。中信地域の安定所別では､松本 1.26 倍､木曽福島 1.34 倍､大町 1.07 倍だった。また､県内５月の新規求人数（実数値）は 14,288 人となり、前年同月比で 6.2％減少した。

◎関東信越国税局が公表した路線価格によると、県内の標準宅地の平均変動率は 0.6％の上昇で、２年連続の上昇となった。松本税務署管内の主な６地点では、上昇が２地点、横ばいが４地点で下落はなかった。上昇は前年の４地点より２地点減ったが、横ばいに転じた２地点も「緩やかな上昇含みの横ばい」と言える状況で、松本地域の土地需要は全体として堅調に推移している。大町税務署管内のうち、白馬村北城では前年から 32.4％上がり、上昇率が２年連続で全国１位となった。インバウンド需要が高まっている影響で、高級ホテルの建設など国内外からの投資が地価を大幅に引き上げる要因となっている。一方で高齢化・人口減少が続く木曽管内では、引き続き下落傾向が続いており、地価の２極化が鮮明となる結果になった。

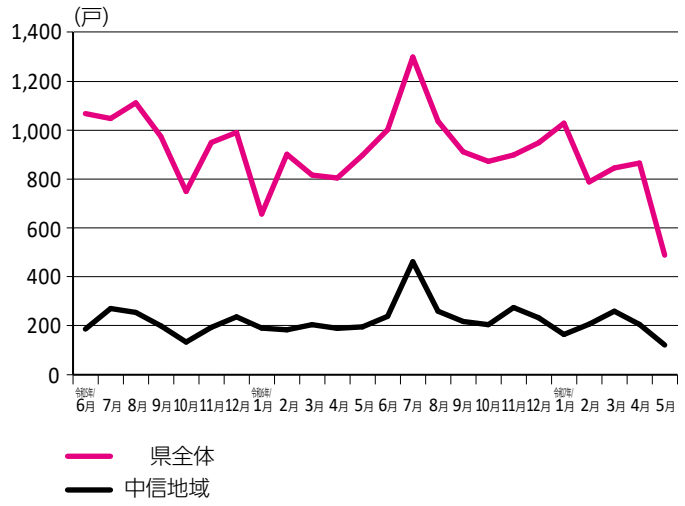
## 新設住宅着工戸数動向

県建築住宅課がまとめた令和７年５月の県内新設住宅着工戸数は前年同月比 45.8％減少の 483 戸となった。中信地区の新設住宅着工戸数は同 38.9％減の 116 戸となった。

市郡別の着工数は松本市 61 戸、塩尻市 13 戸、大町市２戸、安曇野市 31 戸、北安曇郡３戸、東筑摩郡１戸、木曽郡５戸だった。

令和７年５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・貸家・分譲の全てで減少となった。

**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》**

令和７年４月から６月までの３か月間の来場者数は前年比 12.6％の減少。特に４月は天候が悪い日が多かったこともあり 14.9％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 14.8％の増加。アジア系の来場者は減少したものの、円安の影響もあり欧米系の来場者が増加した。

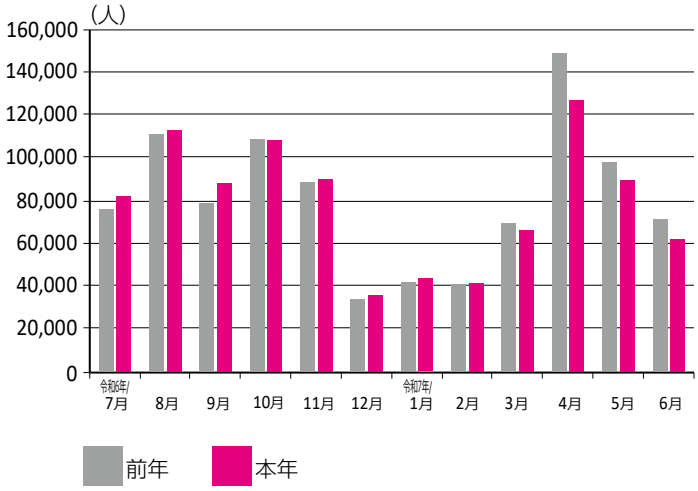
**《上高地方面》**

松本市アルプスリゾート整備本部がまとめた令和７年３月～５月期の上高地方面への入り込み者数（延数）は、上高地が 332,100 人で、前年同月比 10.7％増加、乗鞍高原が 17,100 人で前年同期比 39.6％減少、白骨温泉は 38,500 人で前年同期比 1.6％増加となった。

**《白馬》**

白馬村がまとめた令和７年３月～５月期の観光客の入り込みは、平地観光が 439,800 人で前年同期比 14.1％の増加、山岳観光は 1,020 人で前年同期比 31.5％の減少となった。

**松本城見学入込数推移表**



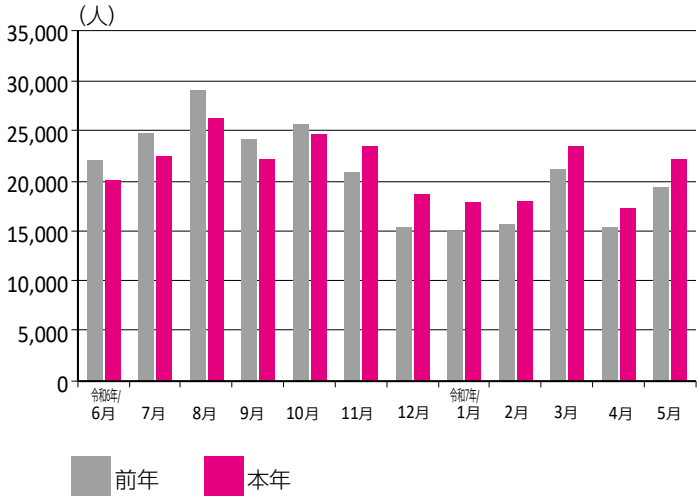

## 松本空港利用動向

長野県が発表した信州まつもと空港の令和７年５月の利用状況によると、定期便の合計利用者数は 22,096 人で前年の 19,396 人から 13.9％の増加となった。

札幌線が 4,167 人、福岡線が 7,771 人、神戸線が 7,296 人であった。前年と比較すると札幌線が 10.9％増、福岡線が 4.7％増、神戸線が 34.9％増となった。

**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



旬

□ 経営ビジョン

# 『誠意をもって迅速に奉仕し共に発展』、電気にこだわり、多様化するニーズに対応

桜田電気工業株式会社（松本市）
代表取締役社長 丸山　幸作

## 長年にわたり電設資材・電子制御部品を供給

当社は、電設資材・エレクトロニクス機器・産業用ロボットの総合商社として、今年創立74周年を迎えました。現在、「電設資材」「FAコンポーネント/システム」「住宅設備機器・太陽光発電・蓄電池」「空調設備・工事」「産業用人協調ロボット」などを柱として事業を展開しています。拠点は松本市（笹賀、松本流通団地内）のほか、東京都港区東麻布（東京本社）、岡谷市、伊那市、長野市、そして埼玉県吉川市と６カ所あり、埼玉県の拠点は今年３月に北関東営業所として開設したばかりです。

上伊那郡箕輪町出身の父が、弟（現丸山社長の叔父）と一緒に東京へ出て、1949年に個人創業した丸山電気商会が前身です。1951年６月に法人化し、当社を設立したのですが、社名に使われている「桜田」は、創業地である「東京都港区芝新桜田町」に由来しています。設立とともに出身地に近い松本に小さな拠点を構え、東京で仕入れた電気関連商材を松本で売る、そんなスタイルで法人としての営業をスタートさせました。

当時は、第二次世界大戦が終わってまだ間もない頃です。あらゆる物資が不足していたため、商材の確保にはとても苦労したと父から聞いています。

## 高まる省エネ・再エネニーズ

設立当初より、電気関連商材全般を幅広く取り扱っていましたが、1963年に家電部門を別会社に分離しています。以後、当社では電設資材の扱いが中心となる一方、電子制御部品をはじめ徐々に事業領域を広げてきました。

電設資材は主に電気工事に使われる部材で、大きなものは電柱から小さなものはヒューズに至るまで、細かく、小さなものが多いこともあり、“地味な商材を扱う地味な仕事”とみられがちです。しかし、長年脇目も振らずこの仕事にこだわり、お客さまのニーズに敏感であり続けたからこそ今日があるとも言えるのです。

ニーズは常に変化しています。近年、暮らしや産業にとって電気はますます欠かせなくなり、環境問題やコストの観点から省エネルギー・再生可能エネルギーへの関心も高まる中、それぞれのお客さまが必要とする商材を見極める力、的確な提案を行う力が求められています。社会全般にわたり「リニューアル」という考え方が浸透してきたため、それにさらに拍車がかかってきました。

また、2027年末までに蛍光灯の製造や輸出入が終了となる2027年問題についても、間際になって慌てることがないように早い段階からLED照明への切り

桜田電気工業（松本市笹賀）

替えをアナウンスしていくことが必要です。これについては現在、「製（製造）・販（販売）・工（工事）一体となって取り組んでいこう」が、関連する業界の合言葉となっていますが、こうした連携の必要性は2027年問題に限らず、多くのことにあてはまるのではないでしょうか。

## キーワードは4つの「S」

当社のモットーは『誠意をもって迅速に奉仕し共に発展』です。これは父の代から引き継がれてきたもので、週１回全社員で唱和しています。ここには「誠意」「迅速」「奉仕」「発展」という4つのキーワードが含まれており、それぞれ英語表記すると「誠意」は「Sincerity（シンセリティ）」、「迅速」は「Speedy（スピーディ）」、「奉仕」は「Service（サービス）」、「発展」は「Soar（ソアラ）」と、いずれも「S」から始まります。この4つの「S」の実践こそが当社の礎であり、これまで事業を持続することができ、そしてこれからも持続していくための基本だと位置づけています。

他方、人材に関しては「意識」と「知識」が大切だと考えます。お客さまの仕事の中身を理解し、先を見る「意識」と新しいものを伝えられる「知識」を兼ね備え、お客さまと積極的に関わって、直面する課題を一緒になって乗り越えていける人材であってほしいと願っています。これは4つの「S」とも重なります。電設資材だけで取り扱う品種が10万点を超えるなど覚えることが多く、それだけでも大変ですが、忍耐強くがんばってほしいですね。

社員は約80名です。毎日皆が明るく、前向きに仕事に取り組む姿を目にすることができ、とても頼もしく感じます。働き方改革にも力を入れています。

## 先行き不透明な時代でもやるべきことは同じ

父、叔父の後を継ぎ、私が3代目社長に就任したのは2002年ですから、もう20年以上前になります。この間、一番苦しかった時期はリーマン・ショック（2008年）後ですが、そのほかにも景気の動きに連動して何度も浮き沈みを経験してきました。

現在はアメリカのトランプ大統領による関税問題などを受け、世界的に経済は不透明感を強めており、これからも厳しく、予測が難しい時代が続きそうです。しかし、我々のやるべきことに変わりはありません。電気の需要はまだ伸びる余地があり、可能性を秘めていますから、自社の事業にこだわりを持ち、お客さまのニーズを満たせるような高機能商材の提案にもつなげていきます。

厳しいのは世界経済ばかりではありません。県外の同業他社や他業種が県内に進出するなど、以前のようなすみ分けが崩れ、競争が激しくなっています。こうした状況に対し、現在の事業を深く掘り進めるだけでなく、事業の幅を広げる横展開の必要性も感じています。エリア的には長野県内はもちろん、今年営業所を開設した北関東方面の営業を一層強化します。

営業拠点は県内外に6カ所（写真は岡谷営業所）

## 来年は大きな節目となる創立75周年

休日はウォーキングなどでなるべく体を動かして、リフレッシュと体力づくりに励んでいます。今年の夏も猛暑続きで外出することも大変ですが、商売柄多くの方々がエアコンを適切に利用して、健康を害することなく暑さを乗り越えることができているかが気になります。エアコンを適切に利用するためには、春先に試運転をしておくことが重要です。先に挙げた2027年問題も同じですが、何事においても早めの準備が欠かせません。

毎年創立記念日を設け、社員とともに祝ってきました。今年も先月行ったところです。毎年の創立記念日や2年に一度行う社員旅行の時期になると、長い社歴に思いを馳せ、感慨に浸ることが多いですね。それと同時に、将来への意欲を新たにします。来年は75周年と、大きな節目を迎えることになります。

# 松本しんきん
# まちづくりファンド

## リノベーションや新築で地域の街並みを元気に！

この度、国土交通省が（一財）民間都市開発推進機構（MINTO機構）を通じて支援をする「松本しんきんまちづくりファンド有限責任事業組合（松本しんきんまちづくりファンド）」が設立されました。

MINTO機構と地域金融機関である松本信用金庫との連携による同ファンド設立により、対象エリアの宿泊･飲食施設や空き家･空き店舗等のリノベーション等に取り組む事業に対して出資･融資等の支援を行います。

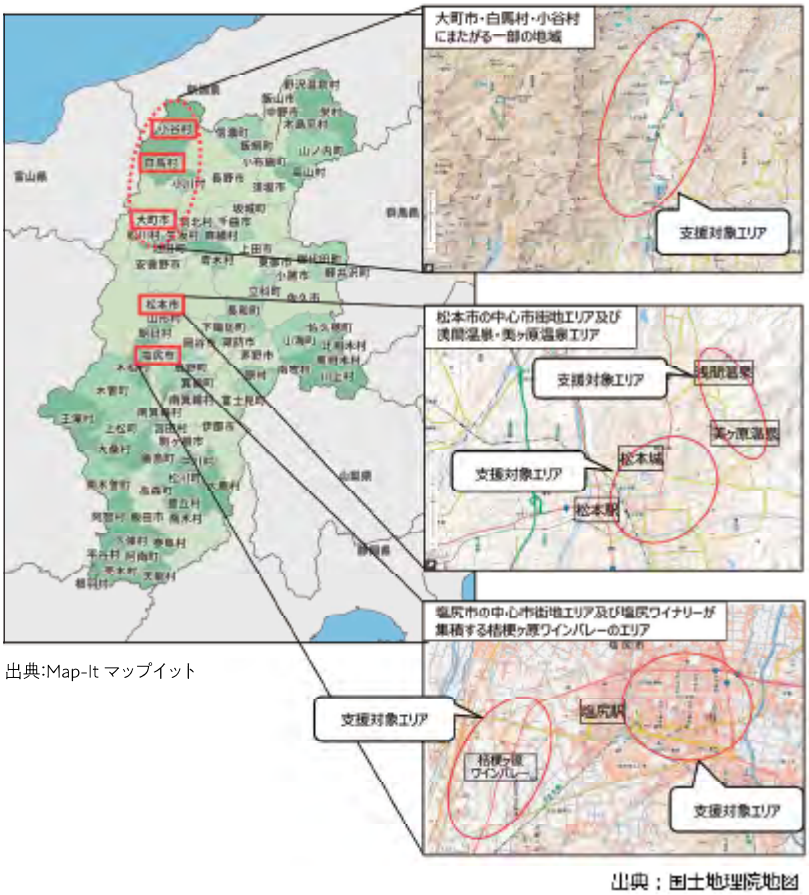
### 【ファンドのイメージ】

国 → 補助 → MINTO機構 → 出資 →
松本信用金庫 → 出資 →
松本しんきん まちづくりファンド

↓ 出資等支援

**対象エリアの宿泊・飲食施設や空き家・空き店舗等のリノベーション等に取り組む民間まちづくり事業**

### 【ファンドによる支援対象エリア】




出典:Map-It マップイット

出典：国土地理院地図

### 【主な要件】

支援対象者 :民間まちづくり事業者

支援対象事業:地域内の一定の区域の価値向上を図りつつ、当該地域の課題解決に資する民間まちづくり事業

支援限度額

- 出資の場合、当該出資を受けた直後の対象事業者の資本（純資産）の額の3分の2又は総事業費の3分の2のいずれか少ない額
- 融資の額は、総事業費の3分の2

### 【制度活用事例】

HAKUBA ZEKKEI SAUNA -ao-
【白馬絶景サウナ-アオ-】

白馬山麓の美しい自然環境を活かし､訪れる人々に特別なサウナ体験を提供します｡全面ガラス張りのサウナ室からは､青木湖の絶景を一望でき､フィンランドの最新技術を駆使した快適なサウナ環境が整えられています｡

ZUKUTOCHIE

松本信用金庫