中信地域
産業経済動向

調査 No. 527
令和７年10月発行
昭和51年８月創刊

旬 **経営ビジョン**

株式会社ソーシャル・ネットワーク（塩尻市）

代表取締役　**對馬（つしま）　純一**

■ 個人アンケート

働き方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４～６月	令和７年７～９月	令和７年10～12月（見通し）
全業種		☁	☁	🌧
業種別	製造業	🌂	🌥	🌂
	卸売業	☁	🌤	🌤
	小売業	☁	🌥	☁
	サービス業	🌤	☀	🌤
	建設業	🌥	🌤	🌥
	不動産業	☀	☁	🌥

◀◀◀好調　☀　🌤　☁　🌥　🌂　☂　🌧　低調▶▶▶

松本信用金庫

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

このレポートは、当金庫のお取引先134社に対し令和７年７～９月期の景気の現状と令和７年10～12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９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　４月 ～ ６月

今期 …… 令和7年　７月 ～ ９月

翌期 …… 令和7年　10月 ～12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→9.0
製造業、非製造業ともに改善したものの、製造業は依然としてマイナス

令和７年７月～令和７年９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、9.0 となった。

製造業は 9.1ﾎﾟｲﾝﾄ改善の▲ 6.1、非製造業は 5.0ﾎﾟｲﾝﾄ改善の 13.9 であった。

令和７年10月～令和７年12月期の業況判断 DI（予測）は 9.7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 →	9.0（6.0 ポイント改善）	→ ▲ 0.7
製 造 業	▲ 15.2 →	▲ 6.1（9.1 ポイント改善）	→▲ 18.2
非製造業	8.9 →	13.9（5.0 ポイント改善）	→ 5.0

非製造業（5業種）　8.9→13.9
全体として改善傾向にあるものの、小売業はマイナスに

非製造業の業種別業況判断 DI は、前期比卸売業が 15.4ﾎﾟｲﾝﾄ改善、小売業は 4.3ﾎﾟｲﾝﾄ悪化、サービス業は 16.0ﾎﾟｲﾝﾄ改善、建設業は 20.0ﾎﾟｲﾝﾄ改善、不動産業は 33.3ﾎﾟｲﾝﾄ悪化となった。

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	0.0 →	15.4（15.4 ポイント改善）	→ 23.1
小 売 業	0.0 →	▲ 4.3（4.3 ポイント悪化）	→ 4.3
サービス業	16.0 →	32.0（16.0 ポイント改善）	→ 16.0
建 設 業	▲ 4.0 →	16.0（20.0 ポイント改善）	→ ▲ 8.0
不動産業	40.0 →	6.7（33.3 ポイント悪化）	→ ▲ 6.7

全業種　売上高:6.7→22.4　収益:6.0→9.0
製造業の収益は依然としてマイナスであるものの、全体として売上、収益ともに改善

製造業の売上高 DI は 27.3ﾎﾟｲﾝﾄ改善の 18.2、収益判断 DI は 9.1ﾎﾟｲﾝﾄ改善の▲ 3.0 となった。

非製造業の売上高 DI は 11.9ﾎﾟｲﾝﾄ改善の 23.8、収益判断 DI は 1.0ﾎﾟｲﾝﾄ改善の 12.9 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	6.7 →	22.4	6.0 →	9.0
製 造 業	▲ 9.1 →	18.2	▲ 12.1 →	▲ 3.0
非製造業	11.9 →	23.8	11.9 →	12.9

□ 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

- 海外情報等、先行きが不透明な事が多く業況は依然厳しい。材料費高騰、人件費の増加が収益性悪化に繋がっている。（家具製造）
- 物価上昇の影響が大きく仕入費が大幅増加。価格転嫁は十分図られておらず、資金繰りに影響が出ている。（食品製造）
- 売上確保の見込みが不透明な中、経費の削減を進めており、役員報酬の大幅なカットを行った。今後、減少した売上の中で利益を出す体制に変えていく。（半導体関連製造）
- 生産ラインの人員確保について半年前から動いていたが成果はない。派遣や他社からの在籍型出向で数人は確保したものの、受注がいつまで続くかは不透明なため、正規雇用や長期での契約は考えていない。（プラスチック射出成型）
- 物価が上がる中で賃上げは必須となるが、ただ給与を上げるのではなく、優秀な人材の確保や従業員教育によるレベルアップを図り、費用対効果を意識した経営に着手したい。（建築鉄骨）

今期の業況

今期の業況感は前期比 9.1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 27.3ポイント改善し、収益も 9.1ポイント改善したが、収益は 3 期連続マイナス。資金繰りについては 12.1ポイント改善したが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 18.2ポイントとなり、売上額も 24.2ポイント悪化する見通し。収益、資金繰り共に 3.0ポイント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/7～9月	令和6年/10～12月	令和7年/1～3月	令和7年/4～6月	令和7年/7～9月	前期と今期の比較	令和7年/予測 10～12月	今期と翌期の比較
前期比	業況感	▲ 36.4	▲ 21.2	▲ 27.3	▲ 15.2	▲ 6.1	9.1	▲ 18.2	▲ 12.1
	売上額	▲ 30.3	6.1	6.1	▲ 9.1	18.2	27.3	▲ 6.1	▲ 24.2
	受注残	▲ 30.3	▲ 12.1	3.0	0.0	▲ 12.1	▲ 12.1	▲ 12.1	0.0
	収益	▲ 30.3	0.0	▲ 6.1	▲ 12.1	▲ 3.0	9.1	▲ 6.1	▲ 3.0
	販売価格	15.2	6.1	27.3	27.3	21.2	▲ 6.1	9.1	▲ 12.1
	原材料価格	33.3	42.4	48.5	48.5	33.3	▲ 15.2	24.2	▲ 9.1
	原材料在庫	6.1	9.1	0.0	6.1	3.0	▲ 3.0	6.1	3.0
	資金繰り	▲ 18.2	▲ 21.2	▲ 3.0	▲ 30.3	▲ 18.2	12.1	▲ 21.2	▲ 3.0
前年同期比	売上額	▲ 18.2	▲ 9.1	21.2	6.1	21.2	15.2		
	収益	▲ 30.3	▲ 12.1	12.1	▲ 9.1	▲ 9.1	0.0		

□ 卸売業

回答企業　13 社

お客様の声・調査員コメント

- 物価上昇に対して一定程度価格転嫁ができており、利益を確保している。今後の海外の動向も今のところ大きな問題はないと思慮される。(装飾品卸売業)
- 仕入価格は以前よりは落ち着いてきている。値上げ交渉が難しく、価格転嫁できていない。売上高は以前より安定している。(食料・飲料卸売業)
- 利益体質への転換を目指し、情報の収集や新事業に注力している。人材不足が当面の課題である。(建築材料卸売業)
- 仕入コスト上昇の価格転嫁を適切に実施できている。現店舗が手狭であることから移転を検討している。(食肉卸売業)
- 国内、海外共に売上は好調に推移している。今後も自社の展示会等を通じて、ブランド力向上を目指していく。(楽器卸売業)

今期の業況

今期の業況感は前期比 15.4ポイント改善したものの、売上額は前期比 7.7ポイント悪化し、収益も前期比 15.4ポイント悪化した。資金繰りについては前期比 7.7ポイント改善した。

翌期（予測）の見通し

翌期の業況感は 7.7ポイント改善し 23.1ポイントとなる見通し。売上額、収益共に 38.5ポイント改善する見通しであり、プラス基調に転じると予想される。資金繰りは今期と比較し 7.7ポイント悪化する見通し。

主要指標・DI 推移（▲印：悪化・低下値）

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

□ 小売業

回答企業　23 社

お客様の声・調査員コメント

- 今夏は天候不順による影響で夏野菜の仕入価格が高騰している。取引先が増加傾向にあり、安定した利益確保が見込まれる。（青果小売業）
- トランプ関税により、新車価格が高騰した影響で、中古車需要が増加している。仕入価格が上昇しているため、利益確保が難しい状況となっている。（自動車販売業）
- 夏場やイベントが多い月は売上と収益はアップしている。経済社会情勢に対してあまり影響はなく、1 年を通して安定的な売上があるが、人材不足が課題。（飲食料品小売業）
- 衣類はほとんど輸入品に頼っているため円安による仕入高の影響を受けている。今後も厳しい為替相場が予想されるため、経営の見直しを考えている。（織物・衣服・身のまわり品小売業）
- 人材不足、人件費高騰に売上、販売価格が追いつかない状況。小売業は価格転嫁がしにくく、仕入価格上昇が業況の悪化に追い打ちをかけている。（生花、種苗）

今期の業況

業況感は前期比 4.3ポイント悪化し、再びマイナス基調に転じた。売上額は前期比 21.7ポイント改善したが、収益は前期比 4.3ポイント悪化した。資金繰りは前期比変動なく、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 8.7ポイント改善し、4.3ポイントとなる見通し。売上額は 13.0ポイント悪化し、収益は変動ない見通し。資金繰りは 4.3ポイント悪化する見通しであり、依然としてマイナス基調が続くと見込まれている。

主要指標・DI 推移（▲印：悪化・低下値）

	期別 / 項目	令和6年/7～9月	令和6年/10～12月	令和7年/1～3月	令和7年/4～6月	令和7年/7～9月	前期と今期の比較	令和7年/予測 10～12月	今期と翌期の比較
前期比	業況感	▲ 8.7	▲ 8.7	▲ 21.7	0.0	▲ 4.3	▲ 4.3	4.3	8.7
	売上額	8.7	34.8	▲ 13.0	13.0	34.8	21.7	21.7	▲ 13.0
	収益	▲ 17.4	13.0	▲ 26.1	8.7	4.3	▲ 4.3	4.3	0.0
	販売価格	30.4	26.1	13.0	30.4	47.8	17.4	26.1	▲ 21.7
	仕入価格	60.9	47.8	56.5	26.1	56.5	30.4	34.8	▲ 21.7
	在庫	8.7	17.4	13.0	21.7	13.0	▲ 8.7	13.0	0.0
	資金繰り	▲ 8.7	▲ 13.0	▲ 21.7	▲ 17.4	▲ 17.4	0.0	▲ 21.7	▲ 4.3
前年同期比	売上額	17.4	13.0	34.8	21.7	34.8	13.0		
	収益	▲ 17.4	▲ 21.7	▲ 17.4	4.3	▲ 4.3	▲ 8.7		
	販売価格	39.1	47.8	52.2	43.5	56.5	13.0		

□ サービス業

回答企業　25 社

お客様の声・調査員コメント

- インバウンド増加により売上非常に好調。人材不足が課題であり外国人材の確保が必要。（ビジネスホテル）
- 前年に比べて全体的に売上は増加している。今後の物価高により観光客の動きが落ち着いてしまう事を懸念。（旅館、その他の宿泊業）
- 物価上昇の影響を大きく受けており、今後はコスト削減に力をいれつつ、質の高いサービス提供を心がけ販売促進したい。（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。仕事はあるが工場が手狭となっており、売上の大幅な増加は難しい。（クリーニング業）
- 売上は回復傾向にあるものの、原材料高騰、消費マインドの低下により、回復の足取りが重い状況が続いている。（飲食業）

今期の業況

業況感は前期比 16.0ポイント改善し 32.0ポイントとなっている。売上額は前期比 8.0ポイント改善、収益は前期比変動なくプラス基調を維持している。一方で、資金繰りは前期比 4.0ポイント悪化し、マイナス基調が続いている。

翌期（予測）の見通し

業況感は 16.0ポイント悪化し 16.0ポイントとなる見通し。売上額は 28.0ポイント悪化、収益は 24.0ポイント悪化の見通しとなるものの、プラス基調は維持。資金繰りは 8.0ポイント悪化する見通しであり、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/7～9月	令和6年/10～12月	令和7年/1～3月	令和7年/4～6月	令和7年/7～9月	前期と今期の比較	令和7年/予測 10～12月	今期と翌期の比較
前期比	業況感	8.0	16.0	16.0	16.0	32.0	16.0	16.0	▲ 16.0
	売上額	20.0	32.0	16.0	32.0	40.0	8.0	12.0	▲ 28.0
	収益	12.0	28.0	4.0	32.0	32.0	0.0	8.0	▲ 24.0
	料金価格	28.0	32.0	24.0	40.0	28.0	▲ 12.0	8.0	▲ 20.0
	材料価格	72.0	68.0	60.0	64.0	52.0	▲ 12.0	40.0	▲ 12.0
	資金繰り	▲ 36.0	▲ 4.0	▲ 24.0	▲ 16.0	▲ 20.0	▲ 4.0	▲ 28.0	▲ 8.0
前年同期比	売上額	28.0	28.0	40.0	36.0	44.0	8.0		
	収益	28.0	16.0	28.0	24.0	20.0	▲ 4.0		

□ 建設業

回答企業　25 社

お客様の声・調査員コメント

- 地場での基盤が盤石であり売上高安定推移している。人材課題解消に向け若手社員の役職登用を積極的に進めている。（総合工事業）
- 公共工事の受注は安定しているものの、人手不足が深刻。いつか失注するのではないかと不安を感じている。（総合工事業）
- 受注に波のある業界であり、今後３か月の受注予想は少し落ち着くものと見通している。給与水準見直しや労働環境を整備することで人材確保を図っていく方針。（土木建設工事業）
- 大北地域を主として受注安定、売上増加しているが材料費も上がっている。外注先も忙しくなってきており、人手の確保が課題。（土木建設工事業）
- 地元専門校から若手人材の確保ができ、慢性的な人手不足は解消した。しかし中堅従業員がいないため技術伝達がうまくいっていない。（設備工事業）

今期の業況

業況感は前期比 20.0ポイント改善し、16.0ポイントとなっている。売上額は前期比 28.0ポイント改善、収益も前期比 16.0ポイント改善しプラス基調を維持している。資金繰りは 4.0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 24.0ポイント悪化し、マイナス 8.0ポイントとなる見通し。売上額は 40.0ポイント悪化、収益も 28.0ポイント悪化する見通し。資金繰りも 8.0ポイント悪化が予想され、マイナス基調が続く見通し。

主要指標・DI 推移（▲印：悪化・低下値）

	項目＼期別	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	令和7年/7～9月	前期と今期の比較	令和7年/予測10～12月	今期と翌期の比較
前期比	業況感	4.0	12.0	4.0	▲ 4.0	16.0	20.0	▲ 8.0	▲ 24.0
	売上額	0.0	12.0	0.0	▲ 4.0	24.0	28.0	▲ 16.0	▲ 40.0
	受注残	4.0	▲ 4.0	▲ 20.0	▲ 12.0	28.0	40.0	▲ 16.0	▲ 44.0
	施工高	▲ 12.0	12.0	▲ 8.0	▲ 8.0	8.0	16.0	▲ 8.0	▲ 16.0
	収益	▲ 4.0	0.0	▲ 4.0	4.0	20.0	16.0	▲ 8.0	▲ 28.0
	材料価格	64.0	56.0	72.0	48.0	56.0	8.0	44.0	▲ 12.0
	請負価格	28.0	16.0	12.0	24.0	28.0	4.0	16.0	▲ 12.0
	在庫	4.0	0.0	0.0	▲ 8.0	8.0	16.0	4.0	▲ 4.0
	資金繰り	4.0	▲ 4.0	▲ 20.0	▲ 12.0	▲ 8.0	4.0	▲ 16.0	▲ 8.0
前年同期比	売上額	16.0	▲ 16.0	▲ 8.0	▲ 8.0	▲ 8.0	0.0		
	収益	8.0	▲ 20.0	▲ 4.0	▲ 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

- 土地開発における造成費用等増加が懸念され、販売価格の調整が難しい。（建売業・土地売買業）
- 建築コスト上昇により、郊外の割安な土地が好まれている。（建売業・土地売買業）
- 業況安定推移しているが、在庫不足が気になる。提携先を見つけ情報力の強化を図り、在庫不足を解消していきたい。（土地売買業）
- 住宅建築価格の大幅上昇に伴い新築需要も低下している。比較的手頃な価格で購入できる安曇野地域の商品用不動産の売買が活発である。（不動産売買・仲介・賃貸）
- 土地情報は減少傾向であり、在庫不足が課題である。依然として、販売、仕入価格は上昇傾向にあり顧客の購買意欲に影響している。（不動産売買・仲介）

今期の業況

業況感については前期比 33.3ポイント悪化し 6.7ポイントとなっている。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。資金繰りは前期比 6.7ポイント改善し、プラス基調を維持している。

翌期（予測）の見通し

業況感については 13.3ポイント悪化し、マイナス 6.7ポイントとなる見通し。収益も 20.0ポイント悪化し、マイナス基調に転じる見通し。在庫は今期と比較し 6.7ポイント改善の見通しであるがマイナス基調が続いており、今後も在庫不足の状況が続く見込みである。

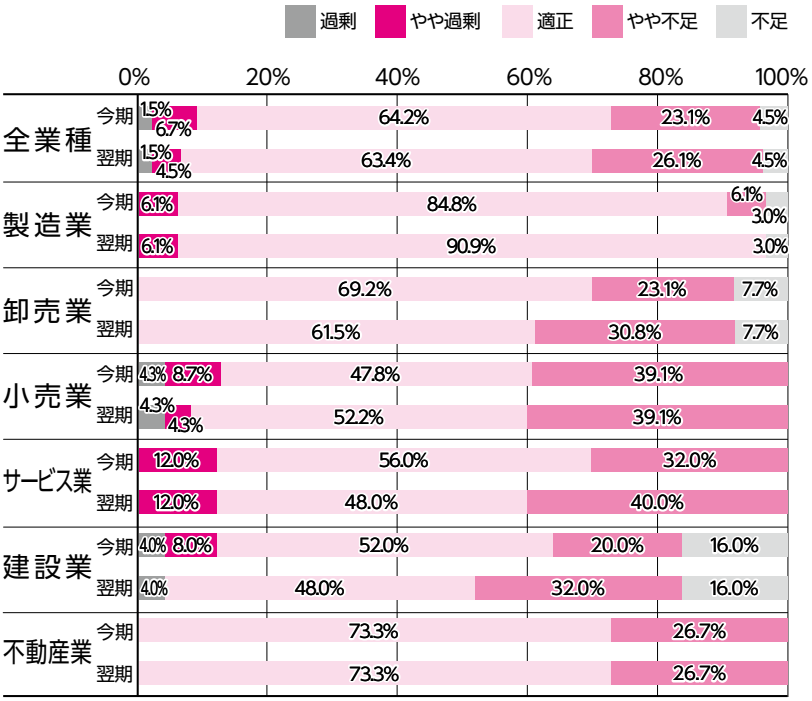
主要指標・DI 推移（▲印：悪化・低下値）

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

雇用面の動き　7～9月期

従業員の過不足感

		過　剰	やや過剰	適　正	やや不足	不　足
全　業　種	今期	1.5%	6.7%	64.2%	23.1%	4.5%
	翌期	1.5%	4.5%	63.4%	26.1%	4.5%
製　造　業	今期	0.0%	6.1%	84.8%	6.1%	3.0%
	翌期	0.0%	6.1%	90.9%	0.0%	3.0%
卸　売　業	今期	0.0%	0.0%	69.2%	23.1%	7.7%
	翌期	0.0%	0.0%	61.5%	30.8%	7.7%
小　売　業	今期	4.3%	8.7%	47.8%	39.1%	0.0%
	翌期	4.3%	4.3%	52.2%	39.1%	0.0%
サービス業	今期	0.0%	12.0%	56.0%	32.0%	0.0%
	翌期	0.0%	12.0%	48.0%	40.0%	0.0%
建　設　業	今期	4.0%	8.0%	52.0%	20.0%	16.0%
	翌期	4.0%	0.0%	48.0%	32.0%	16.0%
不動産業	今期	0.0%	0.0%	73.3%	26.7%	0.0%
	翌期	0.0%	0.0%	73.3%	26.7%	0.0%



全業種でみると「適正」が 64.2%であり、「不足」または「やや不足」と回答した企業が 27.6%となった。

業種別でみると特に建設業とサービス業が人手不足の状況であり、建設業は「不足」または「やや不足」と回答した企業が 36.0%、サービス業は「やや不足」と回答した企業が 32.0%であった。

翌期の見通しとして、卸売業とサービス業、建設業で「やや不足」の割合が増加し、「適正」の割合が減少している。

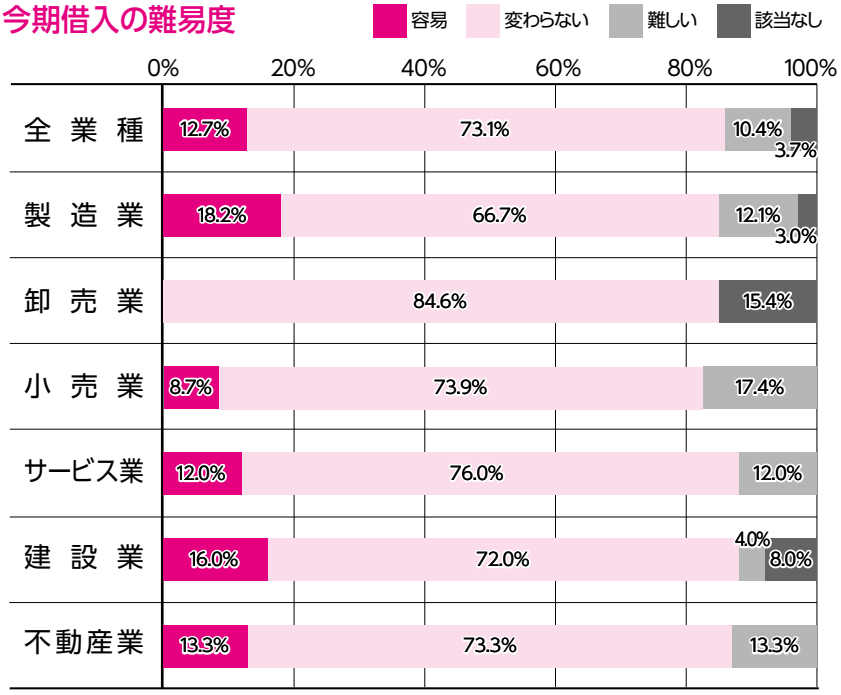
借入金の動き・難易度　7～9月期

借入金の動き

	前期	今期
全　業　種	27.6%	22.4%
製　造　業	30.3%	18.2%
卸　売　業	23.1%	7.7%
小　売　業	21.7%	21.7%
サ　ー　ビ　ス　業	16.0%	20.0%
建　設　業	36.0%	28.0%
不　動　産　業	40.0%	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 22.4%であり、前期比 5.2%減少した。業種別では不動産業が 40.0%と最も高く、卸売業が 7.7%と最も低かった。

○借入の難易度

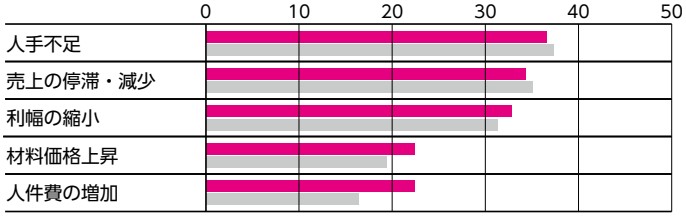
全業種では、借入の難易度は「変わらない」とする企業が 73.1%を占めている。

「難しい」と回答した企業は全業種では 10.4%であった。卸売業では「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



全業種では、経営上の問題点として「人手不足」の比率が最も高い状況が続いており、深刻であることがうかがえる。また、「売上の停滞・減少」を問題点としている企業の比率も高い状況が続いている。

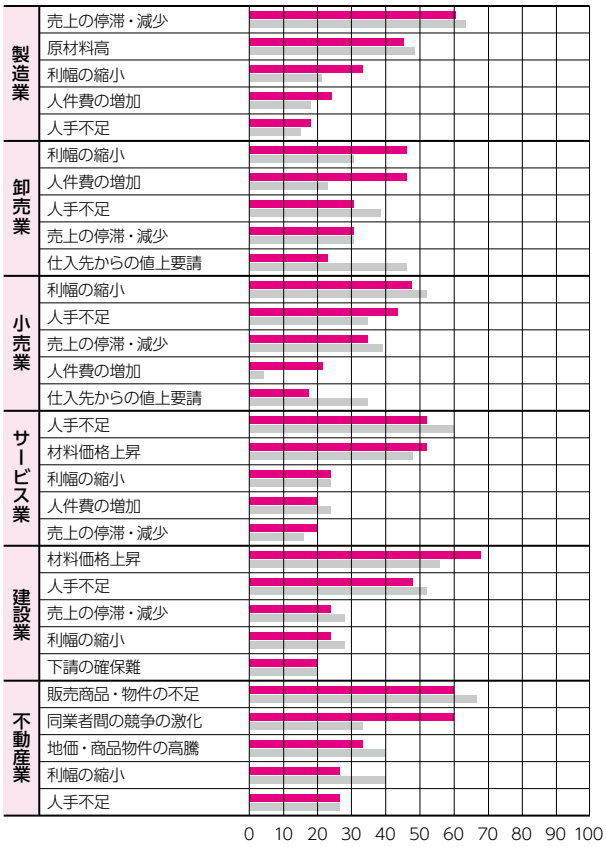
業種別でみると、製造業では、「売上の停滞・減少」を経営上の問題点として挙げている企業の比率が高い状況が続いている。また、「利幅の縮小」を問題点として挙げている企業の比率が前期よりも12.1ポイント上昇している。

卸売業においては、「利幅の縮小」および「人件費の増加」が前期よりも大幅に上昇し、最も高くなっている。

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。また、「人件費の増加」が前期よりも17.4ポイント上昇した。

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。

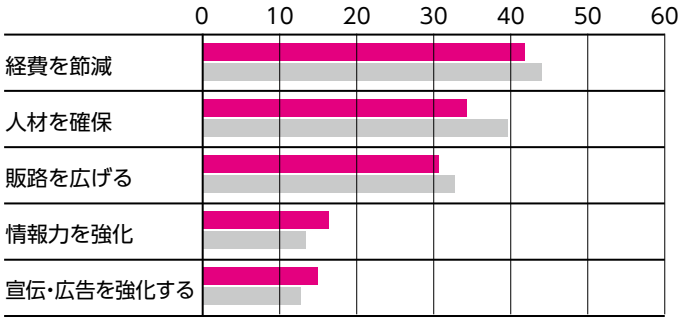
不動産業においては、「販売商品・物件の不足」を問題点として挙げる企業の比率が高い状況が続いているほか、「同業間の競争の激化」の比率が前期よりも26.7ポイント増と大きく上昇している。



当面の重点経営施策

（今期上位５項目・複数回答・％）

全業種



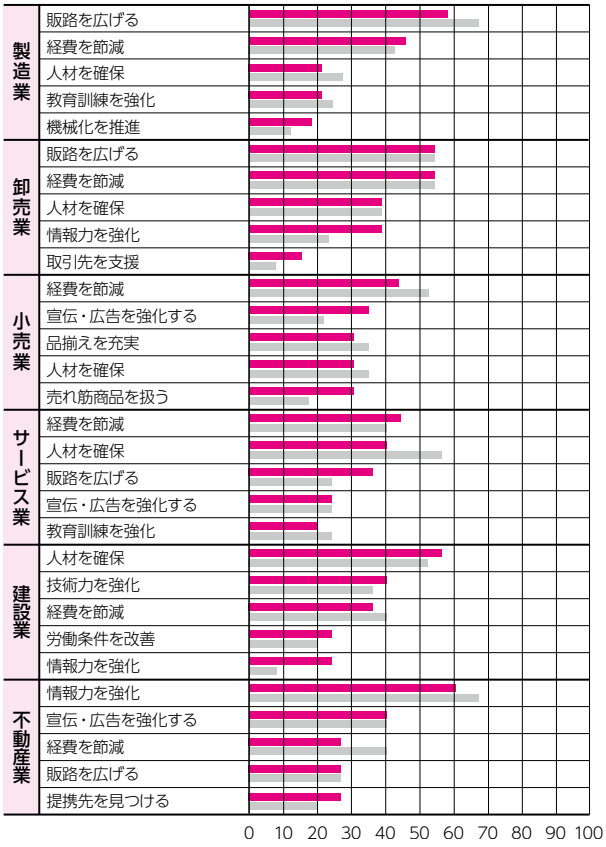
全業種では、当面の重点経営施策として「経費を節減」を挙げる企業の比率が最も高く、次いで「人材を確保」の比率が高い状況が続いている。

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。

小売業とサービス業では「経費を節減」の比率が最も高くなっている。

建設業においては「人材を確保」の比率が最も高く、次いで「技術力を強化」の比率が高い。

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

不透明感が増す経済社会情勢と中小企業経営

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「不透明感が増す経済社会情勢と中小企業経営」についてお聞きしました。

□ 問 1

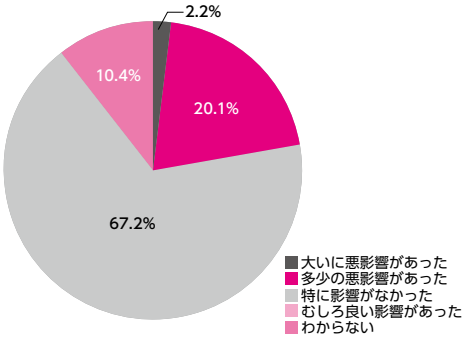
トランプ大統領就任後、米国の経済社会政策 (関税等) には不透明感が増しています。
こうした動きを受けて、貴社の売上にこれまで影響がありましたか。次の 1 ～ 5 の中から 1 つ選んでお答えください。また、今後の売上に影響があると予想しますか。次の 6 ～ 0 の中から 1 つ選んでお答えください。

%

米国の関税等によるこれまでの売上への影響	全業種	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
1 大いに悪影響があった	2.2	6.1	0.0	4.3	0.0	0.0	0.0
2 多少の悪影響があった	20.1	36.4	15.4	21.7	12.0	20.0	0.0
3 特に影響がなかった	67.2	51.5	69.2	56.5	84.0	64.0	93.3
4 むしろ良い影響があった	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
5 わからない	10.4	6.1	15.4	17.4	4.0	16.0	6.7

トランプ大統領就任後の売上への影響について、全業種では「特に影響がなかった」との回答が 67.2%と最も多く、次いで「多少の悪影響があった」が 20.1%、「わからない」が 10.4%、「大いに悪影響があった」が 2.2%となっており、「むしろ良い影響があった」と回答した企業は 0%であった。業種別に見ると、製造業は「多少の悪影響があった」が 36.4%、「大いに悪影響があった」が 6.1%と他の業種と比較して割合が高く、関税等の影響が製造業に強く現れていることがうかがえる。

米国の関税等による
これまでの売上への影響

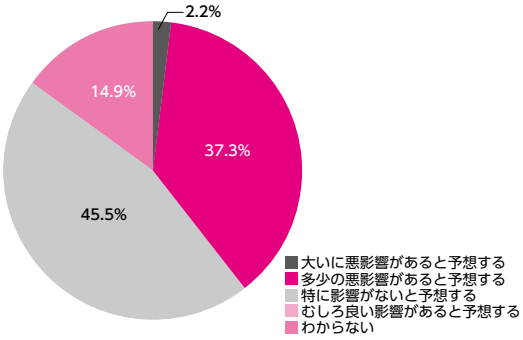


%

米国の関税等による今後の売上への影響	全業種	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
6 大いに悪影響があると予想する	2.2	6.1	0.0	4.3	0.0	0.0	0.0
7 多少の悪影響があると予想する	37.3	51.5	46.2	34.8	28.0	36.0	20.0
8 特に影響がないと予想する	45.5	30.3	38.5	52.2	64.0	40.0	53.3
9 むしろ良い影響があると予想する	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
0 わからない	14.9	12.1	15.4	8.7	8.0	24.0	26.7

今後の影響について、全業種では「特に影響がないと予想する」が 45.5%、「多少の悪影響があると予想する」が 37.3%、「わからない」が 14.9%、「大いに悪影響があると予想する」が 2.2%となっており、今後の売上についても「むしろ良い影響があると予想する」と回答した企業は 0%であった。全業種において、前問における「大いに悪影響があった」「多少の悪影響があった」の回答割合よりも本問における「大いに悪影響があると予想する」および「多少の悪影響があると予想する」の回答割合が高くなっており、今後の売上への影響に対して悲観的になっていることがうかがえる。

米国の関税等による
今後の売上への影響



□ 問 2

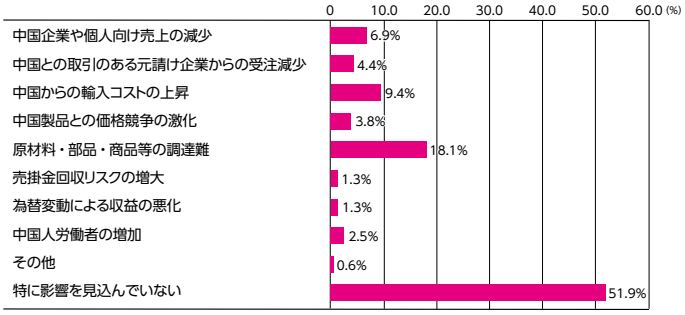
中国経済の減速が懸念されていますが、貴社に対して間接的な事象も含めてどのような影響が見込まれますか。あてはまるものを次の 1 ～ 0 の中から 3 つ以内で選んでお答えください。

%

中国経済減速による影響の見込み	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 中国企業や個人向け売上の減少	6.9	4.8	11.1	0.0	13.3	0.0	18.8
2 中国との取引のある元請け企業からの受注減少	4.4	11.9	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0
3 中国からの輸入コストの上昇	9.4	7.1	11.1	14.8	10.0	11.1	0.0
4 中国製品との価格競争の激化	3.8	9.5	5.6	3.7	0.0	0.0	0.0
5 原材料・部品・商品等の調達難	18.1	16.7	11.1	14.8	16.7	37.0	6.3
6 売掛金回収リスクの増大	1.3	2.4	0.0	0.0	0.0	3.7	0.0
7 為替変動による収益の悪化	1.3	2.4	0.0	0.0	0.0	3.7	0.0
8 中国人労働者の増加	2.5	0.0	5.6	0.0	10.0	0.0	0.0
9 その他	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.3
0 特に影響を見込んでいない	51.9	45.2	44.4	66.7	50.0	44.4	68.8

中国経済減速による影響の見込みについて、全業種では「特に影響を見込んでいない」が 51.9%と最も多く、次いで「原材料・部品・商品等の調達難」が 18.1%、「中国からの輸入コストの上昇」が 9.4%、「中国企業や個人向け売上の減少」が 6.9%となった。業種別に見ると、建設業で「原材料・部品・商品等の調達難」と回答した割合が 37.0% と他の業種に比べ 2 倍以上高く、また、不動産業では「中国企業や個人向け売上の減少」と回答した割合が 18.8% と他の業種と比較し高い割合という結果となった。

中国経済減速による影響の見込み



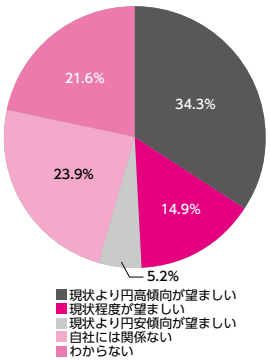
□ 問 3

今後の外国為替相場 (主に円ドル相場) の貴社にとって望ましい水準について、次の 1 ～ 5 の中から 1 つ選んでお答えください。また、コロナ禍以降の物価水準傾向が貴社の経営にもたらす影響について、次の 6 ～ 0 の中から 1 つ選んでお答えください。

%

今後の外国為替相場の望ましい水準	全業種	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
1 現状より円高傾向が望ましい	34.3	36.4	46.2	43.5	4.0	48.0	33.3
2 現状程度が望ましい	14.9	27.3	23.1	8.7	16.0	4.0	6.7
3 現状より円安傾向が望ましい	5.2	9.1	0.0	4.3	12.0	0.0	0.0
4 自社には関係ない	23.9	18.2	15.4	26.1	36.0	16.0	33.3
5 わからない	21.6	9.1	15.4	17.4	32.0	32.0	26.7

今後の外国為替相場の望ましい水準

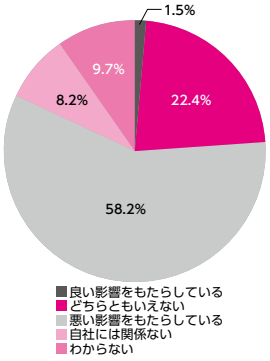


今後の外国為替相場の望ましい水準について、全業種では「現状より円高傾向が望ましい」が 34.3%、「自社には関係ない」が 23.9%、「わからない」が 21.6%、「現状程度が望ましい」が 14.9%、「現状より円安傾向が望ましい」が 5.2%となった。業種別に見ると、サービス業は「現状より円安傾向が望ましい」が 12.0%、「現状より円高傾向が望ましい」が 4.0%と、全業種の中で唯一、円高より円安を望む回答割合が高かった。

%

物価上昇が経営にもたらす影響	全業種	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
6 良い影響をもたらしている	1.5	0.0	0.0	4.3	0.0	0.0	6.7
7 どちらともいえない	22.4	24.2	46.2	30.4	20.0	8.0	13.3
8 悪い影響をもたらしている	58.2	63.6	30.8	47.8	64.0	72.0	53.3
9 自社には関係ない	8.2	3.0	7.7	13.0	8.0	8.0	13.3
0 わからない	9.7	9.1	15.4	4.3	8.0	12.0	13.3

物価上昇が経営にもたらす影響



物価上昇が経営にもたらす影響について、全業種では「悪い影響をもたらしている」と回答した割合が 58.2%と半数以上となった。次いで「どちらともいえない」が 22.4%、「わからない」が 9.7%、「自社には関係ない」が 8.2%となっており、「良い影響をもたらしている」と回答した企業は 1.5%とごく少数の割合であった。

□ 問 4

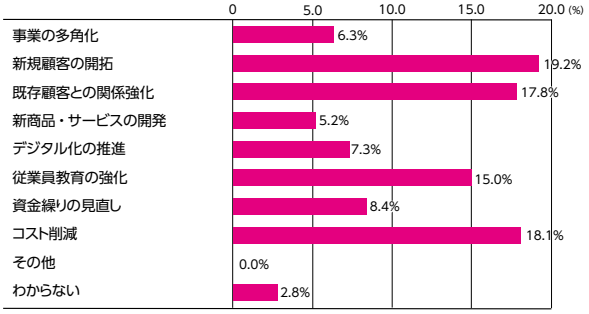
不透明感が増す経済社会情勢を受けて、経営面で今後見直したい取組みはありますか。
次の 1 ～ 0 の中から 3 つ以内で選んでお答えください。

%

経営面で見直したい取組み	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 事業の多角化	6.3	8.1	3.6	4.3	6.9	5.6	7.7
2 新規顧客の開拓	19.2	24.3	21.4	21.3	17.2	9.3	23.1
3 既存顧客との関係強化	17.8	17.6	17.9	12.8	13.8	20.4	30.8
4 新商品・サービスの開発	5.2	5.4	14.3	10.6	3.4	0.0	0.0
5 デジタル化の推進	7.3	5.4	7.1	4.3	8.6	11.1	7.7
6 従業員教育の強化	15.0	18.9	10.7	8.5	19.0	18.5	3.8
7 資金繰りの見直し	8.4	6.8	10.7	10.6	5.2	9.3	11.5
8 コスト削減	18.1	13.5	14.3	21.3	20.7	24.1	11.5
9 その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
0 わからない	2.8	0.0	0.0	6.4	5.2	1.9	3.8

経営面で見直したい取組みについて、全業種では「新規顧客の開拓」が 19.2%、「コスト削減」が 18.1%、「既存顧客との関係強化」が 17.8%と上位 3 項目が僅差の結果となった。業種別でみると、製造業と卸売業は「新規顧客の開拓」の割合が最も高く、サービス業と建設業は「コスト削減」の割合が最も高かった。小売業は「新規顧客の開拓」と「コスト削減」が同率で最も高かった。また、不動産業においては「既存顧客との関係強化」の割合が最も高い結果となった。

不透明感が増す経済社会情勢の中、経営面で見直したい取組み



□ 問 5

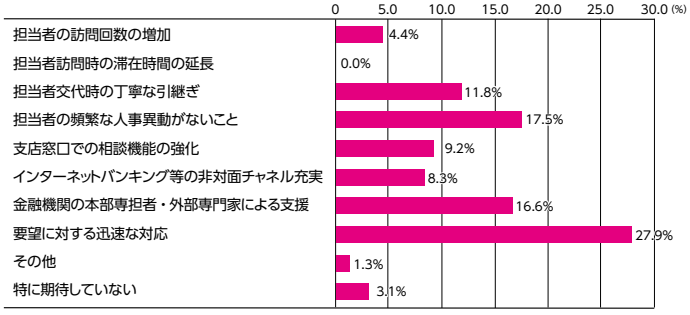
不透明感が増す経済社会情勢を受けて、地域金融機関の体制面で望むことについて、次の 1 ～ 0 の中から 3 つ以内で選んでお答えください。

%

地域金融機関の体制面で望むこと	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 担当者の訪問回数の増加	4.4	4.7	0.0	2.6	4.8	6.8	4.8
2 担当者訪問時の滞在時間の延長	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
3 担当者交代時の丁寧な引継ぎ	11.8	10.9	5.3	12.8	19.0	6.8	14.3
4 担当者の頻繁な人事異動がないこと	17.5	18.8	15.8	17.9	16.7	18.2	14.3
5 支店窓口での相談機能の強化	9.2	7.8	15.8	0.0	9.5	11.4	19.0
6 インターネットバンキング等の非対面チャネル充実	8.3	6.3	15.8	12.8	9.5	6.8	0.0
7 金融機関の本部専担者・外部専門家による支援	16.6	23.4	5.3	15.4	19.0	15.9	4.8
8 要望に対する迅速な対応	27.9	25.0	42.1	35.9	16.7	29.5	28.6
9 その他	1.3	0.0	0.0	2.6	0.0	2.3	4.8
0 特に期待していない	3.1	3.1	0.0	0.0	4.8	2.3	9.5

地域金融機関の体制面で望むことについて、全業種では「要望に対する迅速な対応」が 27.9%と最も多く、次いで「担当者の頻繁な人事異動がないこと」が 17.5%、「金融機関の本部専担者・外部専門家による支援」が 16.6%、「担当者交代時の丁寧な引継ぎ」が 11.8%、「支店窓口での相談機能の強化」が 9.2%、「インターネットバンキング等の非対面チャネル充実」8.3%、「担当者の訪問回数の増加」が 4.4%、「特に期待していない」が 3.1%、「その他」が 1.3%で、内容としてはすべて「情報提供」であった。また、「担当者訪問時の滞在時間の延長」の回答割合は 0%であった。

地域金融機関の体制面で望むこと



個人アンケート　働き方に関するアンケート

〈当金庫・令和７年９月調査　調査実施 246 名〉

「人手不足」「売り手市場」「人的資本経営」等の言葉を頻繁に耳にする昨今、企業における人材価値の重要性は年々高まっています。この様な状況下で、皆様の働き方に対するお考えをお聞かせください。経営者の方、退職された方、無職の方は、お考えに近い選択肢をお選びください。

□ 問 1　勤務先を選定する際に重視することはなんですか？（3 つまで）

%

	全体	男性	女性	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
事業内容	10.6	13.6	7.1	2.1	8.3	10.8	13.9	17.3	17.2
仕事内容	23.1	24.1	21.9	15.8	23.2	22.3	27.0	23.5	31.0
社風・社員の魅力	6.7	7.8	5.5	7.4	4.4	6.8	7.3	7.4	13.8
給与	21.8	23.3	20.0	23.2	22.7	24.3	19.7	18.5	17.2
休日・休暇・勤務時間	18.9	14.4	24.2	28.4	21.0	16.2	18.2	12.3	10.3
勤務地	11.5	10.8	12.3	13.7	12.7	12.2	7.3	13.6	6.9
福利厚生	7.3	6.1	8.7	9.5	7.7	6.8	6.6	7.4	3.4
その他	0.1	0.0	0.3	0.0	0.0	0.7	0.0	0.0	0.0

勤務先選定の際に重視する項目として、回答者全体では「仕事内容」が 23.1％で最も高く、次いで「給与」が 21.8％、「休日・休暇・勤務時間」18.9％という順に回答割合が高かった。男女別で見ると、男性は「仕事内容」の回答割合が最も高いのに対し、女性は「休日・休暇・勤務時間」の割合が最も高く、女性の方が休日や勤務時間などの働き方をより重視している傾向が見られた。年代別に見ると 30 代以上は「仕事内容」を重視する割合が高いのに対し、20 代以下は「休日・休暇・勤務時間」を重視する割合が最も高かった。

勤務先選定の際に重視すること(回答者全体)

□ 問 2　リスキリング（※）に対するあなたのお考えをお聞かせください。

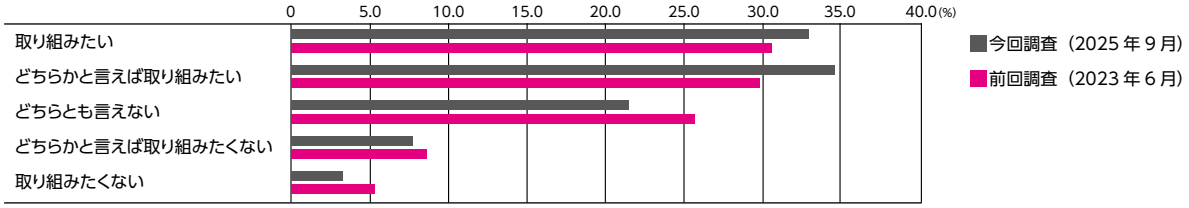
※時代の変化に対応するために、仕事を進める上で必要となる新たなスキルを習得すること

%

	全体	男性	女性	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
取り組みたい	32.9	42.5	21.4	36.4	43.3	33.3	38.8	6.5	8.3
どちらかと言えば取り組みたい	34.6	31.3	38.4	48.5	32.8	33.3	34.7	32.3	16.7
どちらとも言えない	21.5	18.7	25.0	15.2	17.9	18.5	18.4	35.5	50.0
どちらかと言えば取り組みたくない	7.7	5.2	10.7	0.0	6.0	13.0	6.1	12.9	8.3
取り組みたくない	3.3	2.2	4.5	0.0	0.0	1.9	2.0	12.9	16.7

リスキリングについて、回答者全体では「どちらかと言えば取り組みたい」が 34.6％、「取り組みたい」が 32.9％と、合算すると 67.5％が取り組みたい旨の回答割合であり、前回調査（2023 年 6 月）の結果である 60.4％と比較してリスキリングに対する意識は上昇傾向にある結果となった。男女別にみると、男性は「取り組みたい」の比率が最も高いのに対し、女性は「どちらかと言えば取り組みたい」の比率が最も高く、男性の方がリスキリングに対する意識が強いことがうかがえる。

リスキリングに対する考え(回答者全体)前回調査との比較



□ 問 3

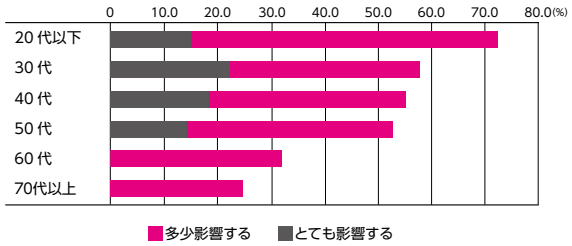
多様な働き方（テレワークや副業等）を認めているか否かは、勤務先の選定に影響を与えますか？現在のお考えに近い選択肢をお選びください。

%

	全体	男性	女性	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
とても影響する	15.0	14.9	15.2	15.2	22.4	18.5	14.3	0.0	0.0
多少影響する	38.6	42.5	33.9	57.6	35.8	37.0	38.8	32.3	25.0
どちらとも言えない	21.1	20.1	22.3	6.1	16.4	22.2	22.4	35.5	41.7
あまり影響しない	18.7	14.9	23.2	18.2	20.9	18.5	16.3	19.4	16.7
全く影響しない	6.5	7.5	5.4	3.0	4.5	3.7	8.2	12.9	16.7

多様な働き方が勤務先選定に与える影響（回答者全体）

多様な働き方が勤務先選定に影響すると答えた割合（年代別）



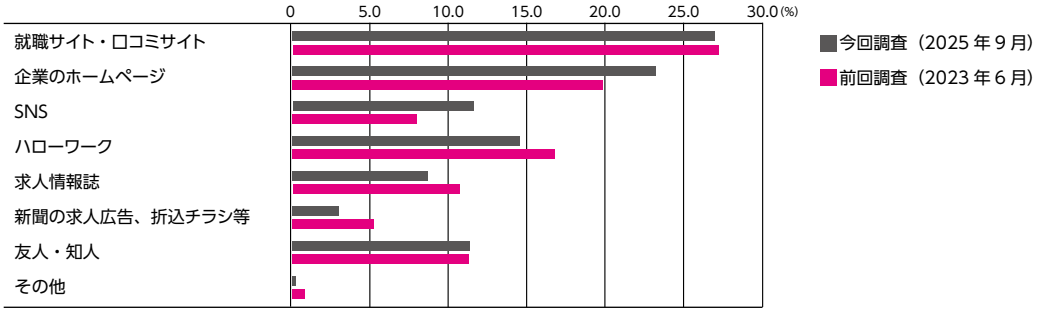
多様な働き方を認めているか否かが勤務先の選定に与える影響について、回答者全体では「多少影響する」が 38.6%、「とても影響する」が 15.0%となっており、半数以上が勤務先を選定する際に多様な働き方を意識しているという結果であった。年代別に見ると、「とても影響する」及び「多少影響する」の割合が、20 代以下が 72.8%で最も高く、年代が上がるにつれて割合が下がり、70 代以上は 25.0%と、世代が若いほど、多様な働き方を認めるか否かが勤務先の選定に与える影響が大きくなることがうかがえる。

□ 問 4

企業探しをする際に、ご自身が利用すると考えられるツールをお選びください（複数回答可）。

	全体	男性	女性	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
就職サイト・口コミサイト	27.1	29.4	24.5	33.3	33.8	32.7	22.5	9.8	0.0
企業のホームページ	23.3	28.0	18.0	29.5	24.1	23.9	22.5	19.7	5.3
SNS	11.6	12.1	11.0	17.9	17.2	13.3	5.4	1.6	0.0
ハローワーク	14.6	11.7	18.0	2.6	11.0	14.2	17.1	32.8	21.1
求人情報誌	8.7	8.9	8.6	6.4	4.1	5.3	14.4	13.1	26.3
新聞の求人広告、折込チラシ等	3.0	1.8	4.5	0.0	0.0	1.8	3.6	8.2	26.3
友人・知人	11.4	8.2	15.1	10.3	9.7	8.8	13.5	14.8	21.1
その他	0.2	0.0	0.4	0.0	0.0	0.0	0.9	0.0	0.0

企業探しの際に利用するツール(回答者全体)前回調査との比較



企業探しをする際に利用するツールとして、回答者全体では割合の高い順に「就職サイト・口コミサイト」が 27.1%、「企業のホームページ」が 23.3%、「ハローワーク」が 14.6%、「SNS」が 11.6%となっている。年代別に見ると、20 代以下から 50 代までが「就職サイト・口コミサイト」及び「企業ホームページ」により企業探しをしている人の割合が高い。一方で、60 代は「ハローワーク」が、そして 70 代以上は「求人情報誌」及び「新聞の求人広告、折込チラシ等」により企業探しをしている人の割合が高かった。前回調査（2023 年 6 月）の結果と比較すると、「企業のホームページ」「SNS」の利用割合が増加傾向にある一方、「求人情報誌」「新聞の求人広告、折込チラシ等」の利用割合は減少傾向にあるという結果となった。

経済日誌・主要動向

〈国　内〉

◎内閣府が発表した令和７年６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、５月 0.6％減の後、６月は 3.0％増となった。内訳をみると製造業が 8.1％減、非製造業（船舶・電力を除く）が 8.8％増であった。

◎経済産業省が発表した令和７年８月の鉱工業生産指数（2020 年＝ 100、季節調整済）は 100.9、前月比 1.2％の低下となった。電気・情報通信機械工業や金属製品工業などが低下したことから、全体として前月比マイナス 1.2％と、２か月連続の低下。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８月の新設住宅着工戸数は、前年同月比 9.8％減の 60,275 戸であり、５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５か月連続の減少となった。

◎令和７年８月の国内新車販売台数（軽を除く）は、前年同月比 10.6％減の 186,594 台となった。軽自動車は 4.3％減の 114,625 台となった。

◎日銀が発表した令和７年８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 2.7％増加して 126.5 となった。円ベースでは、輸出物価指数は前年比 0.3％減、輸入物価指数は同 3.9％減少した。

◎財務省が発表した令和７年８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 0.1％の減となった。また、輸入は原粗油、医薬品等が減少し、5.2％の減少となった。その結果、差引額は▲ 2,425 億円となった。

〈県　内〉

◎長野県が発表した令和７年７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 3.3％増の 112.9 と２か月ぶりの上昇。業種別では、「情報通信機械工業」、「汎用・生産用・業務用機械工業」、「電気機械工業」が上昇した。

◎長野県が発表した令和７年８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、114.0 となり、前月比は 0.3％上昇した。また、前年同月比は 2.5％上昇し、48 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 113.3 となり、前月と同水準。また、前年同月比は 2.4％上昇し、49 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 112.5 となり、前月比は 0.3％上昇。また、前年同月比は 3.0％上昇し、41 か月連続で前年同月を上回った。

◎県内令和７年８月の有効求人倍率（季節調整値）は 1.24 倍となり、前月を 0.04㌽下回った。中信地域の安定所別では、松本 1.27 倍、木曽福島 1.23 倍、大町 1.22 倍だった。また、県内８月の新規求人数（実数値）は 13,395 人となり、前年同月比で 4.2％減少した。

◎長野県が公表した基準地価によると、県内の住宅地は対前年比 0.2％増と 29 年ぶり、商業地は 0.4％増と 33 年ぶりに上昇に転じた。中信地域の住宅地では、松本市が 1.2％、塩尻市が 0.7％、安曇野市が 1.6％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。この他山形村、松川村でも上昇を記録し、松本市などのベッドタウン化が進むエリアにおいても地価の回復傾向が進んでいる。また白馬村では、インバウンド需要が増加し、リゾート開発企業や外国人投資家の取引が活発であり、地価は 14.7％増と大幅な上昇傾向をみせている。

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８月の県内新設住宅着工戸数は前年同月比 4.9％減少の 980 戸となった。中信地区の新設住宅着工戸数は同 4.3％増の 265 戸となった。

市郡別の着工数は松本 77 戸、塩尻市 83 戸、大町市 15 戸、安曇野市 63 戸、北安曇郡 16 戸、東筑摩郡９戸、木曽郡２戸だった。

令和７年８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・貸家が増加、分譲が減少となった。

中信地域観光客入込動向

《松本城》

令和７年７月から９月までの３か月間の来場者数は前年比 7.0％の減少。特に９月はビアフェスが開催されなかったこともあり 8.7％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 7.3％の増加となった。

《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７年６月～８月期の上高地方面への入り込み者数（延数）は、上高地が 701,300 人で、前年同月比 13.3％増加、乗鞍高原が 156,900 人で前年同期比 7.3％減少、白骨温泉は 61,700 人で前年同期比 5.1％増加となった。

《白馬》

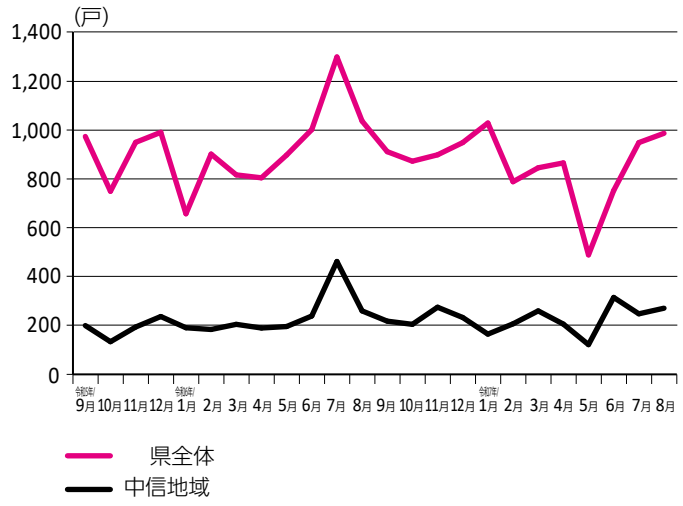
白馬村がまとめた令和７年６月～８月期の観光客の入り込みは、平地観光が 764,800 人で前年同期比 8.4％の増加、山岳観光は 32,800 人で前年同期比 52.9％の増加となった。

松本空港利用動向

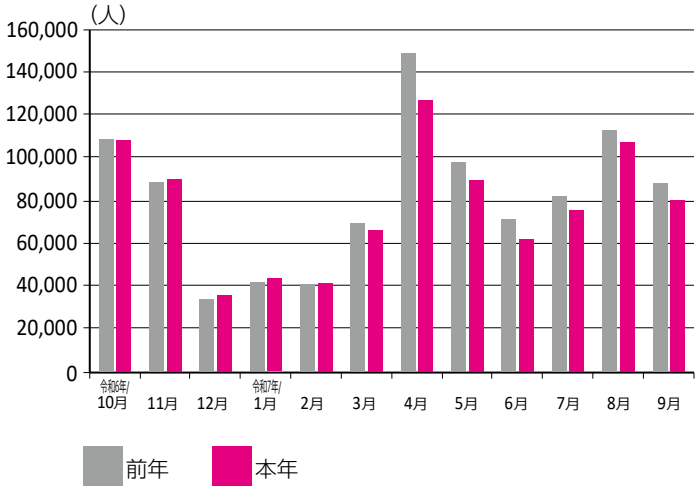
長野県が発表した信州まつもと空港の令和７年８月の利用状況によると、定期便の合計利用者数は 29,501 人で前年の 26,208 人から 12.6％の増加となった。

札幌線が 4,847 人、福岡線が 9,029 人、神戸線が 7,709 人であった。前年と比較すると札幌線が 3.0％増、福岡線が 13.0％増、神戸線が 30.9％増となった。

新設住宅着工戸数推移表

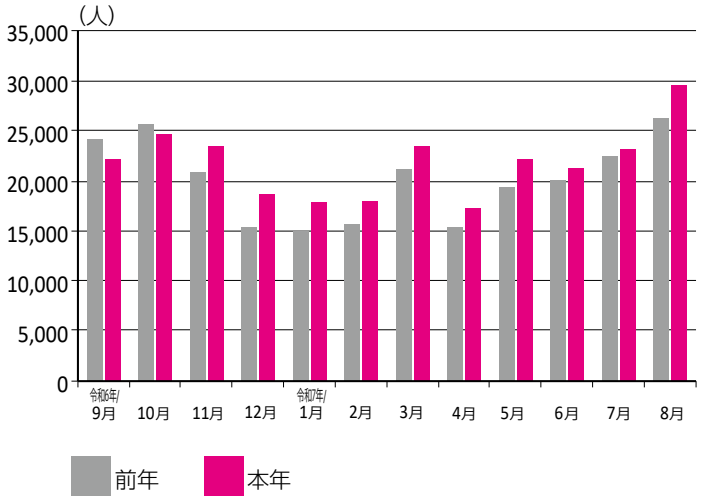


松本城見学入込数推移表



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



旬

□ 経営ビジョン

職員が自己実現できる職場づくり ～ 介護事業を中核に、新事業にも果敢に挑戦 ～

株式会社ソーシャル・ネットワーク（塩尻市）
代表取締役 對馬（つしま） 純一

設立20周年、今も変わらぬ創業の精神

当社は2005年12月に設立し、今年で20周年を迎えます。現在、中南信地区7カ所で有料老人ホーム（開設順にウィズ筑摩、ウィズ村井、ウィズ豊科、ウィズ塩尻、ウィズ諏訪、ウィズ茅野、ウィズ安曇野、総定員412名）を運営しています。設立直後の2006年に相次いで開設した3施設（筑摩、村井、豊科）の運営を軌道に乗せるまでは苦労の連続でしたが、これを乗り越えられたからこそ、その後規模の大きな塩尻、さらに南信地区への進出となる諏訪・茅野の開設へとつながりました。

創業者は中山禎二現会長です。業界経験豊富な中山会長が、私を含めた4人とともに立ち上げ、長年にわたり牽引してくれたのですが、利用者の利便性を高め、安心して暮らせる施設づくり、また職員一人ひとりが輝き、自己実現できる職場づくりを目指すという創業の精神は今も変わりません。

6月には取引先をお呼びして、20周年の記念式典を行いました。前期に年売上高23億円と初めて20億円を突破、創業時に掲げた「20年で売り上げ20億円」という目標を果たすことができ、達成感を持って式典に臨むことができました。来年には職員を対象としたイベントも計画しています。

職員も20周年記念式典に集合。彼らが会社を支えている

介護現場のリーダーは現場で決める

介護施設は、設備などのハード面の充実が必要ですが、それだけでは利用者の満足を得られません。職員の対応や言動といったソフト面がとても大切です。相手とどう接し、コミュニケーションを図っていくか。これは対利用者に限らず、対職員、働く仲間との関係でも同じです。

「ウィズ」というグループ名には、「共にあり共に協調する」という思いを込めています。社内で定める「美人の25か条」や「ソーシャル・ネットワークの心得」は、それを実現するために我々が目指す姿を具体的にまとめたものです。もちろん、「美人の25か条」は外見と全く関係がありません。「笑顔を絶やさない」から「周囲を明るくするように気配りできる」まで、人としての美しさ、精神的な美人の条件と言っていいかもしれません。一方、「ソーシャル・ネットワークの心得」は、「次の業務を行うスタッフのことを考えた気遣いができている」「指示待ちになるのではなく、自ら考え、行動している」など、どんな人と一緒に働きたいかを言葉で表したものです。これを職員で評価し合い、自分の弱い部分に気づくことで、改善し、伸ばしていくきっかけになればと願っています。

また、介護職のリーダーは年に一度、職員間の投票で決めています。上司の推薦や本人の立候補もなく、全員を対象として、その中から現場のリーダー

にふさわしい人を選出しています。現場のことはできるだけ現場で決めていく。これも私たちが目指す職場づくりの一環なのです。

省力化・効率化を進め、担い手不足に対応

介護の仕事はやるべきことがたくさんあり、職員は理想と現実の間でジレンマを抱えながら働いています。しかし、努力を重ね、工夫を凝らし、少しでも満足してもらえれば、大きな喜びとなって自分に返ってきます。そこにやりがいも見出せます。

業界は今、深刻な担い手不足に直面しています。それを緩和するためには、省力化・効率化の推進が避けられません。当社ではDX導入による省力化に加え、対話型ロボットや介護ロボットの導入も試験的に開始しています。ロボット活用に関しては、長野大学（上田市）との産学連携を通じ、AIによるロボット研究を進めています。外国人材の活用も行っています。現在、ミャンマーから技能実習生・特定技能生を約20名受け入れていますが、少子高齢化が一層進む今後、外国人材の活用の幅が拡大していくことを想定し、準備しています。

AIコミュニケーションロボット「すずちゃん」も活躍中

介護需要は高まる一方です。しかし、供給側が飽和状態となっている面もあり、これからは生き残ることを真剣に考えていかなくてはなりません。ニーズも変化しています。省力化・効率化に加え、サービスの高度化やブランドづくりに取り組み、選ばれる施設となる必要があるのです。環境面に配慮し、施設のLED化も順次進めています。

シャトレーゼのFCに参画、店舗網を拡大

新事業には積極的にチャレンジしてきました。例えば、太陽光発電事業は2013年3月に塩尻と諏訪において運転を開始して以来、今では県内8カ所に発電所を構えていますが、これは自家消費目的ではなく、当初から売電収入を得ることを目的としていました。また、グループ会社の(株)うぃずの森（塩尻市、2018年11月設立）ではブドウ栽培を行っており、クイーン・ルージュ、ナガノパープル、シャインマスカットの生産販売を手がけています。これら新事業は、介護施設の運営という中核事業を支え、安定経営に寄与し、職員の待遇改善を実現するためになくてはならないものと位置付けています。

2023年2月からは菓子販売「シャトレーゼ」のFCに参画し、現在塩尻店、駒ケ根店、上田しおだ野店と3店舗に拡大しています。シャトレーゼへの挑戦は難しい判断を迫られましたが、代表として腹を据えて決断しました。会社の将来を見据え、様々な場面で決断を下すのは時に苦しさも伴いますが、そこから逃げられないのが経営者なのでしょうね。

介護事業だけでなく、いろいろなことをやっている面白い会社だと職員に感じてもらえるだけでもいいと思っています。今後は、多くの人手を要せずに収益を生み出せる新事業も検討していかなくてはならないと考えています。

会社はみんなで育てていくもの

私は北海道函館の出身です。大学進学にあたり信州に来て、以来上田、長野、松本と移り住みました。当初、「信州の夏はこんなに暑いのか」と驚いたことを覚えています。当社設立後はずっと松本に住んでおり、今では故郷のようにすっかり馴染んでいます。休日のドライブやウォーキングが楽しみですが、新たなビジネスチャンスの発見が期待できるため、よく街中を歩いています。結局、経営者目線になってしまうので、ストレス解消になっているのかどうかよくわかりませんが（笑）。

会社は自由で開かれた場所です。そして、みんなで育てていくものです。介護職員を含めた現在の従業員数は306名ですが、私ひとりの300歩より、300人全員の一歩が必要なのです。従業員（職員）が利用者を守り、私は従業員を守る。これからもこんな気持ちを持ち続け、従業員、利用者、取引先すべてにとって良い形で発展していければと思っています。

アクセルジャパンは豊富なタレント素材が使い放題！

写真素材 **300** パターン　動画素材 **20** パターン

WEBサイト・チラシ・看板など幅広い媒体で利用可能！

様々な企業・自治体で広告改善、人材確保に大きく貢献

運送関連企業	サービス業	不動産関連企業	建築業
バナー広告に活用で	各種広告に活用で	折込チラシに活用で	採用広告に活用で
CVR **170** %	申込数 **144** %	来店率 **166** %	応募数 **300** %

まずはお気軽にお問い合わせください

Brangista Media

株式会社 ブランジスタメディア
〒150-0031
東京都渋谷区桜丘町20-4

連絡先 (03-6415-1183)

松本信用金庫

まずはご担当者にお気軽にお問合せ下さい！
他社事例など踏まえて、御社に合ったご提案を致します。

簡単お問い合わせ