中信地域
産業経済動向

調査 No. 531
令和８年10月発行
昭和51年８月創刊

旬 経営ビジョン

株式会社LynX（リンクス）（大町市）
代表取締役社長　**宮脇　昇**

■ 個人アンケート

『食料品消費税』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８年４～６月	令和８年７～９月	令和８年10～12月（見通し）
全業種		曇	曇	薄曇
業種別	製造業	雨	雨	曇
	卸売業	雨	雨	薄曇
	小売業	曇	薄曇	薄曇
	サービス業	晴	晴	晴薄曇
	建設業	雨	薄曇	薄曇
	不動産業	薄曇	雨	雨

◀◀◀好調　晴　晴薄曇　薄曇　曇　雨　雨雨　雨雨雨　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８年７～９月期の景気の現状と令和８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８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8年　4 月 ～ 6 月

今期 …… 令和8年　7 月 ～ 9 月

翌期 …… 令和8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　▲4.5→▲0.7
非製造業において改善するも、製造業はさらに悪化

令和８年７月～令和８年９月期の業況判断 DI（「良い」－「悪い」）は、全業種では 3.7ﾎﾟｲﾝﾄ改善し、▲ 0.7 となった。

製造業は 9.1ﾎﾟｲﾝﾄ悪化の▲ 30.3、非製造業は 7.9ﾎﾟｲﾝﾄ改善の 8.9 であった。

令和８年10月～令和８年12月期の業況判断 DI（予測）は 0.7ﾎﾟｲﾝﾄの改善と見込んでいる。

中信地域の業況判断DI

	前期	今期	翌期（予測）
全業種	▲ 4.5 →	▲ 0.7（3.7 ポイント改善） →	0.0
製造業	▲ 21.2 →	▲ 30.3（9.1 ポイント悪化） →	▲ 9.1
非製造業	1.0 →	8.9（7.9 ポイント改善） →	3.0

非製造業（5業種）　1.0→8.9
小売業、サービス業、建設業において改善するも、卸売業はマイナスが続く

非製造業の業種別業況判断 DI は、前期比卸売業が横ばい、小売業は 17.4ﾎﾟｲﾝﾄ改善、サービス業は 4.0ﾎﾟｲﾝﾄ改善、建設業は 24.0ﾎﾟｲﾝﾄ改善、不動産業は 20.0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	▲ 23.1 →	▲ 23.1（横ばい） →	0.0
小売業	▲ 8.7 →	8.7（17.4 ポイント改善） →	4.3
サービス業	36.0 →	40.0（4.0 ポイント改善） →	16.0
建設業	▲ 16.0 →	8.0（24.0 ポイント改善） →	0.0
不動産業	6.7 →	▲ 13.3（20.0 ポイント悪化） →	▲13.3

全業種　売上高:10.4→7.5　収益:▲5.2→▲4.5
全業種において収益判断DIのマイナスが続く

製造業の売上高 DI は 15.2ﾎﾟｲﾝﾄ悪化の▲ 6.1、収益判断 DI は 6.1ﾎﾟｲﾝﾄ悪化の▲ 15.2 となった。

非製造業の売上高 DI は 1.0ﾎﾟｲﾝﾄ改善の 11.9、収益判断 DI は 3.0ﾎﾟｲﾝﾄ改善の▲ 1.0 となった。

売上高DIおよび収益判断DI

	売上高 DI（「増加」-「減少」）		収益判断 DI（「増加」-「減少」）	
	前期	今期	前期	今期
全業種	10.4 →	7.5	▲ 5.2 →	▲ 4.5
製造業	9.1 →	▲ 6.1	▲ 9.1 →	▲ 15.2
非製造業	10.9 →	11.9	▲ 4.0 →	▲ 1.0

定例調査

□ 製造業

回答企業　33 社

お客様の声・調査員コメント

- 中東情勢の影響で材料調達が不安定で受注停止の部門もある。新規取引先が増加し、10 月以降の売上、受注は増加する見込み。（家電製品製造）
- 原材料価格が継続的に上昇する中、販売価格への転嫁が十分に進んでおらず、収益面への影響が続いている。（建具・家具製造）
- 受注量は横ばい推移。単価交渉も粘り強く取り組んでいる。引き続き経費削減に努め、収益確保につなげていく。（電気機器製造）
- 受注は安定的に確保できており、今後も一定水準の売上が見込まれる。最低賃金の引上げに伴い人件費の増加が予想され、収益面への影響が懸念される。（変圧器製造）
- 値上げ交渉を継続して行い定着している。売上、利益共に最低限の基準は確保している。（金属金型製造）

今期の業況

今期の業況感は前期比 9.1ポイント悪化し、マイナス基調が続いている。売上額は前期比 15.2ポイント悪化し再びマイナス基調。収益も前期比 6.1ポイント悪化し、マイナス 15.2ポイント。原材料価格は 57.6ポイントと高水準で推移しており、コスト高の影響が続いている。

翌期（予測）の見通し

翌期の業況感はマイナス 9.1ポイントと今期より 21.2ポイント改善する見通し。売上額、収益共に 18.2ポイント改善しプラスに転じる見通しであるほか、受注残も 9.1ポイント改善が見込まれる。原材料価格は 18.2ポイント低下するものの、39.4ポイントと依然高水準となる見通し。

主要指標・DI 推移（▲印：悪化・低下値）

	期別 / 項目	令和7年/ 7～9月	令和7年/ 10～12月	令和8年/ 1～3月	令和8年/ 4～6月	令和8年/ 7～9月	前期と今期の比較	令和8年/予測 10～12月	今期と翌期の比較
前期比	業況感	▲ 6.1	▲ 12.1	▲ 18.2	▲ 21.2	▲ 30.3	▲ 9.1	▲ 9.1	21.2
	売上額	18.2	9.1	▲ 27.3	9.1	▲ 6.1	▲ 15.2	12.1	18.2
	受注残	▲ 12.1	▲ 3.0	▲ 6.1	▲ 12.1	▲ 12.1	0.0	▲ 3.0	9.1
	収益	▲ 3.0	0.0	▲ 30.3	▲ 9.1	▲ 15.2	▲ 6.1	3.0	18.2
	販売価格	21.2	15.2	3.0	6.1	18.2	12.1	12.1	▲ 6.1
	原材料価格	33.3	27.3	24.2	57.6	57.6	0.0	39.4	▲ 18.2
	原材料在庫	3.0	▲ 6.1	▲ 3.0	▲ 12.1	▲ 3.0	9.1	▲ 6.1	▲ 3.0
	資金繰り	▲ 18.2	▲ 12.1	▲ 24.2	▲ 9.1	▲ 15.2	▲ 6.1	▲ 21.2	▲ 6.1
前年同期比	売上額	21.2	▲ 9.1	▲ 9.1	▲ 12.1	3.0	15.2		
	収益	▲ 9.1	▲ 12.1	▲ 12.1	▲ 27.3	▲ 9.1	18.2		

定 例 調 査

□ 卸売業

回答企業　13 社

お客様の声・調査員コメント

- 仕入価格の上昇により、苦しい販売状況は続いている。AI による作業効率改善の検討もしていきたい。（内装材料卸売業）
- 販売価格の調整や設備導入により省力化を図り、適正利益を確保していきたい。（食品卸売業）
- 原材料仕入価格の上昇に対して、価格転嫁が遅れている。（食品卸売業）
- 中東情勢の影響により、仕入値の上昇が資金繰りにも影響を及ぼしている。業況の回復には時間がかかると思われる。（ポリ袋卸売業）
- 直近の売上は大きく変わらないが、人手不足が大きな課題。今後も業況は横ばいで推移すると予想している。（金属部品卸売業）

今期の業況

今期の業況感はマイナス 23.1ポイントと前期から横ばい。売上額はマイナス 30.8ポイント、収益はマイナス 23.1ポイントと低調に推移している。販売価格は 46.2ポイント、仕入価格は 69.2ポイントと依然高水準で推移しており、価格転嫁を進める中でもコスト負担の大きい状況が続いている。

翌期（予測）の見通し

翌期の業況感は 0.0ポイントと今期から 23.1ポイント改善する見通し。売上額は 38.5ポイント、収益は 15.4ポイントとプラスに転じることが見込まれる。販売価格は 53.8ポイント、仕入価格は 76.9ポイントと引き続き高水準で推移する見込み。

主要指標・DI 推移（▲印：悪化・低下値）

	期別 / 項目	令和7年/ 7～9月	令和7年/ 10～12月	令和8年/ 1～3月	令和8年/ 4～6月	令和8年/ 7～9月	前期と今期の比較	令和8年/予測 10～12月	今期と翌期の比較
前期比	業況感	15.4	15.4	▲ 7.7	▲ 23.1	▲ 23.1	0.0	0.0	23.1
	売上額	▲ 7.7	23.1	▲ 7.7	▲ 7.7	▲ 30.8	▲ 23.1	38.5	69.2
	収益	▲ 15.4	23.1	▲ 7.7	▲ 7.7	▲ 23.1	▲ 15.4	15.4	38.5
	販売価格	38.5	38.5	38.5	76.9	46.2	▲ 30.8	53.8	7.7
	仕入価格	69.2	53.8	61.5	92.3	69.2	▲ 23.1	76.9	7.7
	在庫	0.0	0.0	7.7	7.7	0.0	▲ 7.7	7.7	7.7
	資金繰り	0.0	7.7	0.0	▲ 7.7	▲ 23.1	▲ 15.4	▲ 23.1	0.0
前年同期比	売上額	0.0	38.5	7.7	▲ 15.4	▲ 7.7	7.7		
	収益	0.0	30.8	0.0	▲ 15.4	▲ 23.1	▲ 7.7		
	販売価格	61.5	61.5	38.5	76.9	69.2	▲ 7.7		

□ 小売業

回答企業　23 社

お客様の声・調査員コメント

- 取引先が増加しており、売上、収益ともに安定推移している。事務所が手狭になってきており、移転先を検討している。（青果小売）
- 例年より夏休み期間の売上が大きく、それ以外の営業日も安定している。工場の人材不足が課題。（食肉小売）
- 人件費削減のため営業時間や定休日を見直したことにより、前期より収益性が改善された。（燃料油販売業）
- インバウンドの影響により来店客は変わらず多い。仕入価格の上昇分も価格転嫁できており、売上は安定している。（土産品小売）
- 仕入価格は依然として上昇傾向にあり、販売価格の値上げを行うものの、消費者は敏感であり値上げした商品だけ売れ残るような状況。（生花、種苗）

今期の業況

今期の業況感は 8.7ポイントと前期比 17.4ポイント改善した。売上額は 34.8ポイント、収益は 8.7ポイントとプラスで推移し、販売価格も 34.8ポイントと上昇している。一方、仕入価格は 56.5ポイントと高水準が続いており、依然としてコスト上昇の影響がみられる。

翌期（予測）の見通し

翌期の業況感は 4.3ポイントと今期から 4.3ポイント悪化する見通し。売上額は 17.4ポイントと低下する一方、収益は 21.7ポイントと改善が見込まれている。販売価格は 30.4ポイント、仕入価格は 47.8ポイントと依然高水準で推移する見通しであり、収益環境は引き続き厳しい状況が予想される。

主要指標・DI 推移（▲印：悪化・低下値）

	期別 / 項目	令和7年/ 7～9月	令和7年/ 10～12月	令和8年/ 1～3月	令和8年/ 4～6月	令和8年/ 7～9月	前期と今期の比較	令和8年/予測 10～12月	今期と翌期の比較
前期比	業況感	▲ 4.3	4.3	▲ 13.0	▲ 8.7	8.7	17.4	4.3	▲ 4.3
	売上額	34.8	17.4	▲ 13.0	8.7	34.8	26.1	17.4	▲ 17.4
	収益	4.3	0.0	▲ 13.0	▲ 13.0	8.7	21.7	21.7	13.0
	販売価格	47.8	30.4	34.8	21.7	34.8	13.0	30.4	▲ 4.3
	仕入価格	56.5	39.1	39.1	65.2	56.5	▲ 8.7	47.8	▲ 8.7
	在庫	13.0	13.0	4.3	▲ 4.3	8.7	13.0	4.3	▲ 4.3
	資金繰り	▲ 17.4	▲ 21.7	▲ 13.0	▲ 13.0	▲ 8.7	4.3	0.0	8.7
前年同期比	売上額	34.8	30.4	4.3	21.7	30.4	8.7		
	収益	▲ 4.3	0.0	▲ 8.7	▲ 17.4	13.0	30.4		
	販売価格	56.5	43.5	43.5	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

- インバウンド需要を中心に堅調に推移しており空室も少ない。近隣宿泊施設の相場を見ながら値段設定を行っており、宿泊価格は高騰傾向にある。(宿泊業)
- インバウンド増加により売上堅調推移。人手不足を一番の課題としており、タイミーを活用している。(飲食業)
- 観光シーズンにおいては安定した集客数を確保することができた。今後は原材料価格の更なる上昇が予想され、販売価格へ転嫁していくことが課題。(飲食業)
- 設備、人員共に不足している。売上、収益ともに増加しており、一人当たりの業務量が増えている。(クリーニング)
- 受注は堅調に推移しており、今後も安定した需要が見込まれる。価格転嫁もできており、増収増益となっている。(貸切バス運送)

今期の業況

今期の業況感は 40.0ポイントと前期比 4.0ポイント改善し、売上額は 44.0ポイント、収益は 28.0ポイントと好調に推移している。材料価格は前期比 4.0ポイント低下するものの 48.0ポイントと高水準にあり、コスト負担が続いている。資金繰りは 4.0ポイント改善した。

翌期（予測）の見通し

翌期の業況感は 16.0ポイントと今期より 24.0ポイント悪化する見通し。売上額は 20.0ポイント、収益は 12.0ポイントと低下が見込まれる。一方、料金価格は 4.0ポイント上昇し、24.0ポイントとなり、材料価格は 8.0ポイント低下するものの、40.0ポイントと依然高水準で推移する見込み。

主要指標・DI 推移（▲印：悪化・低下値）

	期別 / 項目	令和7年/ 7～9月	令和7年/ 10～12月	令和8年/ 1～3月	令和8年/ 4～6月	令和8年/ 7～9月	前期と今期の比較	令和8年/予測 10～12月	今期と翌期の比較
前期比	業況感	32.0	8.3	▲ 4.0	36.0	40.0	4.0	16.0	▲ 24.0
	売上額	40.0	16.7	▲ 12.0	28.0	44.0	16.0	20.0	▲ 24.0
	収益	32.0	16.7	▲ 24.0	8.0	28.0	20.0	12.0	▲ 16.0
	料金価格	28.0	25.0	8.0	28.0	20.0	▲ 8.0	24.0	4.0
	材料価格	52.0	41.7	32.0	52.0	48.0	▲ 4.0	40.0	▲ 8.0
	資金繰り	▲ 20.0	▲ 20.8	0.0	▲ 4.0	0.0	4.0	8.0	8.0
前年同期比	売上額	44.0	25.0	16.0	52.0	56.0	4.0		
	収益	20.0	16.7	0.0	24.0	44.0	20.0		

□ 建設業

回答企業　25 社

お客様の声・調査員コメント

- 原材料の高騰は続いており、資金繰りは変わらず厳しい。夏場の現場は暑さもあり、時間制約があり、予定通りに稼働しないことが多い。(総合工事業)
- 民間の大型案件は減少しつつある。アフターサービスの充実を求める施主が多い。(土木建設工事業)
- 人材不足、技術力向上が課題。物価高騰の影響はあるものの少しずつ価格転嫁し対応している。(土木建設工事)
- 白馬地域での建設需要は健在。今後も一定期間続く見通しであり、人材確保が大きな課題。(管工事)
- 9、10 月と鉄は更なる値上げ予定。今後の値上げを見込んで今から現価格での発注をかける業者も多く仕事を取りに行くタイミングの見極めが難しい。(鉄工業)

今期の業況

今期の業況感は 8.0ポイントと前期比 24.0ポイント改善。売上額、収益共に 4.0ポイント悪化し、収益はマイナス基調が続く。材料価格は前期比 4.0ポイント低下したものの 76.0ポイントと依然高水準で推移しており、収益悪化や資金繰り悪化が重荷となるものの、請負価格 20.0ポイント上昇しており、全体の業況感には持ち直しの動きが見られる。

翌期（予測）の見通し

翌期の業況感は 8.0ポイント悪化し、0.0ポイントとなる見通し。受注残は横ばいで推移する一方、売上額はマイナス 20.0ポイント、施工高もマイナス 20.0ポイントへ大幅低下を見込む。材料価格は 24.0ポイント低下するものの高水準で推移し、収益、資金繰りも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）

	期別 / 項目	令和7年/ 7～9月	令和7年/ 10～12月	令和8年/ 1～3月	令和8年/ 4～6月	令和8年/ 7～9月	前期と今期の比較	令和8年/予測 10～12月	今期と翌期の比較
前期比	業況感	16.0	4.0	4.0	▲ 16.0	8.0	24.0	0.0	▲ 8.0
	売上額	24.0	▲ 12.0	▲ 12.0	4.0	0.0	▲ 4.0	▲ 20.0	▲ 20.0
	受注残	28.0	▲ 16.0	▲ 4.0	▲ 12.0	▲ 12.0	0.0	▲ 12.0	0.0
	施工高	8.0	▲ 12.0	▲ 8.0	▲ 4.0	0.0	4.0	▲ 20.0	▲ 20.0
	収益	20.0	▲ 4.0	▲ 32.0	▲ 16.0	▲ 20.0	▲ 4.0	▲ 28.0	▲ 8.0
	材料価格	56.0	60.0	48.0	80.0	76.0	▲ 4.0	52.0	▲ 24.0
	請負価格	28.0	16.0	16.0	12.0	32.0	20.0	20.0	▲ 12.0
	在庫	8.0	8.0	4.0	▲ 12.0	▲ 4.0	8.0	▲ 8.0	▲ 4.0
	資金繰り	▲ 8.0	16.0	8.0	▲ 12.0	▲ 20.0	▲ 8.0	▲ 16.0	4.0
前年同期比	売上額	▲ 8.0	12.0	▲ 12.0	8.0	16.0	8.0		
	収益	▲ 4.0	0.0	▲ 8.0	▲ 8.0	▲ 4.0	4.0		

□ 不動産業

回答企業　15 社

お客様の声・調査員コメント

- 松本市内の物件が少なくなっており、引き続き物件の情報収集を行っていく。工業団地開発に着手するため来年の売上は期待できそう。(不動産売買・仲介)
- 不動産の金額は依然として高止まりとなっており、昨年より動きが鈍い。海外の方の相談の割合が増えている。(不動産売買・仲介)
- 建築価格上昇で土地から購入して新築するハードルが上がっている。業者への販売が中心となってきている。(土地売買業)
- 不動産の商品が少なく案件が少ないため売上が減少傾向にある。今後他エリアへの進出も視野に入れている。(不動産売買・仲介・賃貸)
- リフォーム費用高騰により修繕費がかさんだため、減収減益となった。(不動産賃貸業)

今期の業況

業況感は 20.0ポイント悪化したほか、売上額が 33.3ポイント、収益が 26.7ポイント悪化しマイナスに転じた。在庫も 6.7ポイント悪化し、マイナス基調が続いており、不足感が否めない。資金繰りは前期比横ばいの 6.7ポイントで推移している。

翌期（予測）の見通し

業況感についてはマイナス 13.3ポイントで横ばいとなる見通し。売上額は 20.0ポイント、収益は 13.3ポイント改善し、共に 0.0ポイントとなる見通し。仕入価格は 13.3ポイント上昇の 40.0ポイントと高い状況が続く。

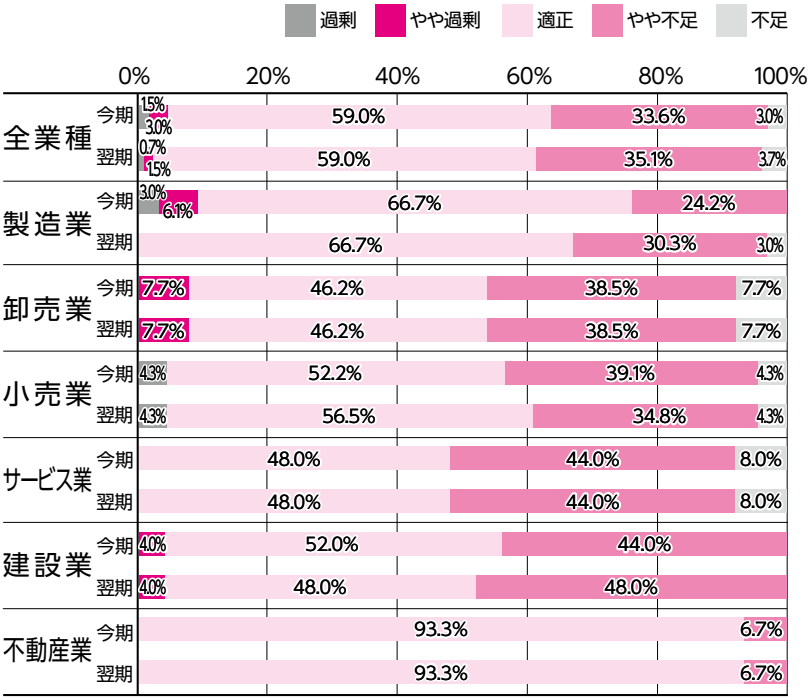
主要指標・DI 推移（▲印：悪化・低下値）

	期別 / 項目	令和7年/7～9月	令和7年/10～12月	令和8年/1～3月	令和8年/4～6月	令和8年/7～9月	前期と今期の比較	令和8年/予測 10～12月	今期と翌期の比較
前期比	業況感	6.7	13.3	20.0	6.7	▲ 13.3	▲ 20.0	▲ 13.3	0.0
	売上額	6.7	13.3	6.7	13.3	▲ 20.0	▲ 33.3	0.0	20.0
	収益	6.7	20.0	6.7	13.3	▲ 13.3	▲ 26.7	0.0	13.3
	販売価格	40.0	20.0	13.3	6.7	20.0	13.3	20.0	0.0
	仕入価格	46.7	33.3	20.0	26.7	26.7	0.0	40.0	13.3
	在庫	▲ 40.0	▲ 33.3	▲ 26.7	▲ 13.3	▲ 20.0	▲ 6.7	▲ 13.3	6.7
	資金繰り	6.7	6.7	6.7	6.7	6.7	0.0	6.7	0.0
前年同期比	売上額	▲ 6.7	▲ 13.3	6.7	20.0	6.7	▲ 13.3		
	収益	▲ 6.7	▲ 6.7	▲ 6.7	6.7	6.7	0.0		

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%	3.0%	59.0%	33.6%	3.0%
	翌期	0.7%	1.5%	59.0%	35.1%	3.7%
製　造　業	今期	3.0%	6.1%	66.7%	24.2%	0.0%
	翌期	0.0%	0.0%	66.7%	30.3%	3.0%
卸　売　業	今期	0.0%	7.7%	46.2%	38.5%	7.7%
	翌期	0.0%	7.7%	46.2%	38.5%	7.7%
小　売　業	今期	4.3%	0.0%	52.2%	39.1%	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%	48.0%	44.0%	8.0%
	翌期	0.0%	0.0%	48.0%	44.0%	8.0%
建　設　業	今期	0.0%	4.0%	52.0%	44.0%	0.0%
	翌期	0.0%	4.0%	48.0%	48.0%	0.0%
不動産業	今期	0.0%	0.0%	93.3%	6.7%	0.0%
	翌期	0.0%	0.0%	93.3%	6.7%	0.0%



全業種でみると、「適正」が 59.0%であり、「不足」または「やや不足」と回答した企業が 36.6%となった。

業種別でみると、特にサービス業と卸売業が人手不足の状況であり、「不足」または「やや不足」と回答した企業がサービス業では 52.0%、卸売業は 46.2%であった。

翌期の見通しとして、全体的に大きな変化はない。

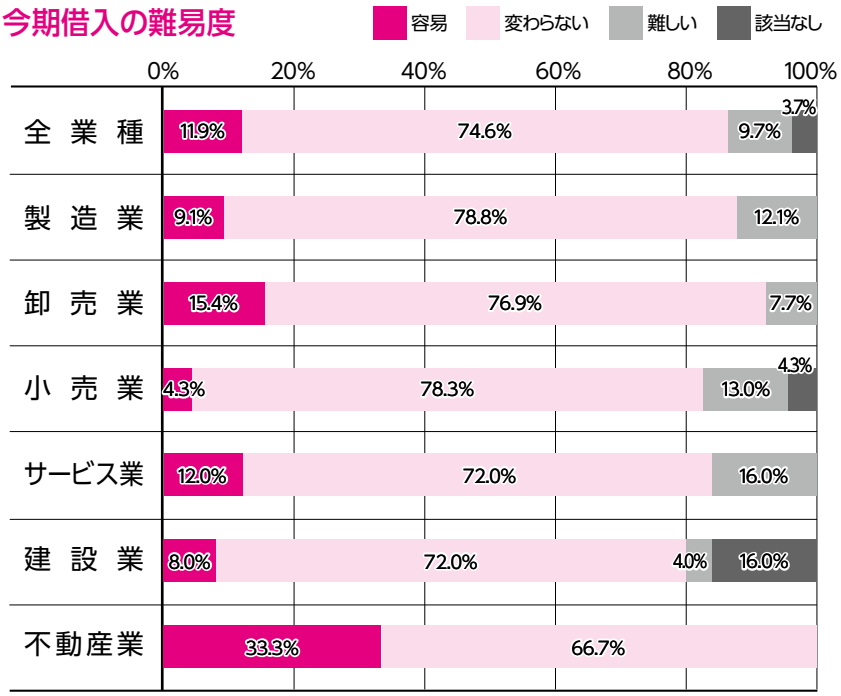
借入金の動き・難易度　7～9月期

借入金の動き

	前期	今期
全　業　種	24.6%	31.3%
製　造　業	24.2%	24.2%
卸　売　業	30.8%	38.5%
小　売　業	8.7%	34.8%
サービス業	24.0%	20.0%
建　設　業	28.0%	36.0%
不　動　産　業	40.0%	46.7%

（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 31.3%であり、前期比 6.7%増加した。業種別では不動産業が 46.7%と最も高く、サービス業が 20.0%と最も低かった。

○借入の難易度

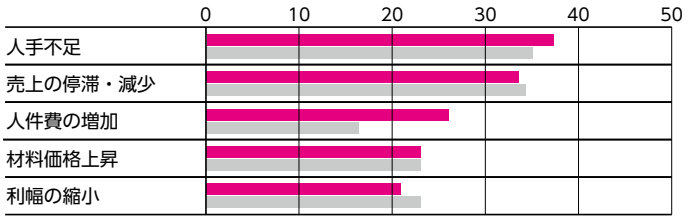
全業種では、借入の難易度は「変わらない」とする企業が 74.6%を占めている。

「難しい」と回答した企業は全業種では 9.7%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、サービス業においては 16.0%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」を挙げる企業の比率が最も高く、次いで「売上の停滞・減少」が高い状況となっている。

業種別でみると、製造業では、「原材料高」が最も高い比率となっており、次いで「売上の停滞・減少」となっている。

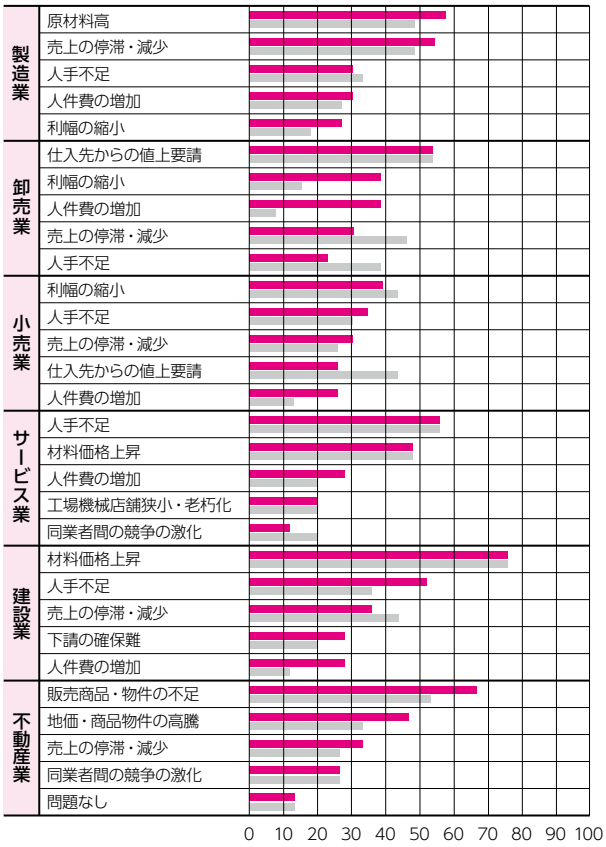
卸売業においては、「仕入先からの値上要請」を挙げる企業の比率が最も高く、次いで「利幅の縮小」および「人件費の増加」となっている。なお、「人件費の増加」は前期から30.8ポイント増加と大きく上昇した。

小売業では、「利幅の縮小」の比率が最も高い状況が続いており、次いで「人手不足」となっている。

サービス業においては、「人手不足」の比率が最も高い状況が続いており、次いで「材料価格上昇」となっている。

建設業では、「材料価格上昇」の比率が最も高い状況が続いており、次いで「人材不足」となっている。なお、「人手不足」は前期から16.0ポイント増加と大きく上昇した。

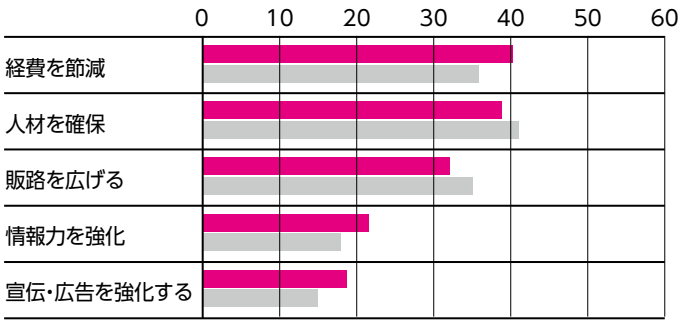
不動産業においては、「販売商品・物件の不足」を挙げる比率が最も高い状況が続いており、次いで「地価・商品物件の高騰」となっている。



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」となっている。

業種別でみると、製造業では、「販路を広げる」を挙げる企業の比率が最も高い状況が続いており、次いで「人材を確保」および「経費を節減」となっている。

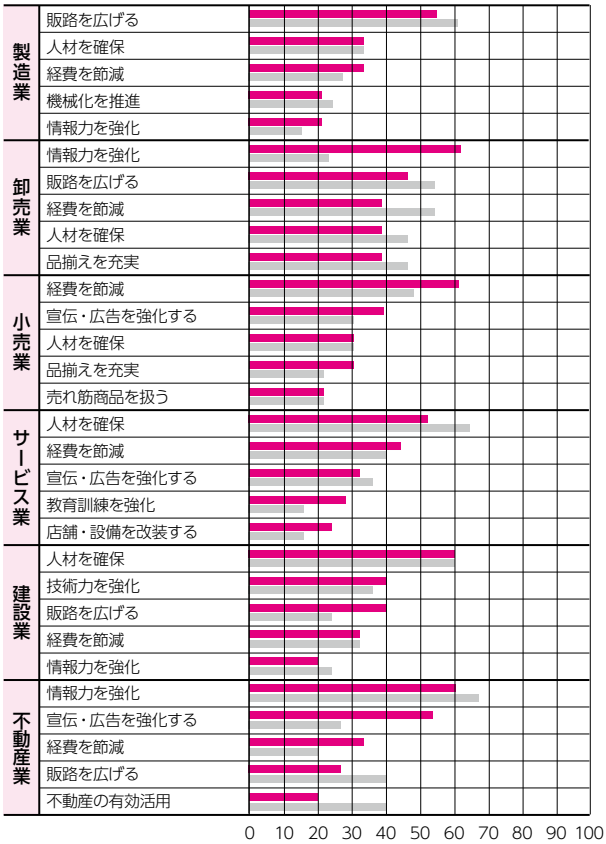
卸売業においては、「情報力を強化」を挙げる企業の比率が最も高い状況となっており、次いで「販路を広げる」となっている。なお、「情報力を強化」は前期から38.4ポイント増加と大幅に上昇した。

小売業では、「経費を節減」を挙げる比率が最も高い状況が続いており、次いで「宣伝・広告を強化する」となっている。

サービス業においては、「人材を確保」を挙げる比率が最も高い状況が続いており、次いで「経費を節減」となっている。

建設業においては、「人材を確保」を挙げる比率が最も高い状況が続いており、次いで「技術力を強化」および「販路を広げる」となっている。

不動産業では、「情報力を強化」を挙げる企業の比率が最も高い状況が続いており、次いで「宣伝・広告を強化する」となっている。なお、「宣伝・広告を強化する」は前期から26.6ポイント増加と大幅に上昇した。



特別調査

中小企業における生成AIの利活用について

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「生成 AI の利活用」についてお聞きしました。

□ 問 1

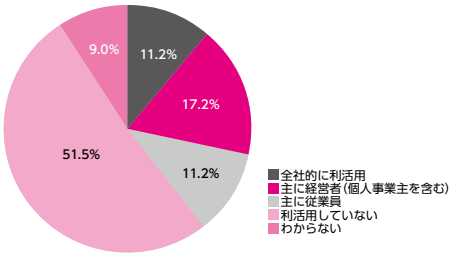
貴社では、業務上で生成 AI（ChatGPT、Gemini、Claude、DeepSeek 等）を利活用していますか。利活用している場合はどのような方が使っていますか。1 ～ 5 の中から 1 つ選んでお答えください。

%

どのような方が生成 AI を利活用しているか	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 全社的に利活用	11.2	15.2	7.7	0.0	16.0	8.0	20.0
2 主に経営者（個人事業主を含む）	17.2	18.2	15.4	30.4	16.0	8.0	13.3
3 主に従業員	11.2	12.1	15.4	4.3	12.0	16.0	6.7
4 利活用していない	51.5	48.5	53.8	56.5	48.0	48.0	60.0
5 わからない	9.0	6.1	7.7	8.7	8.0	20.0	0.0

業務上での生成 AI の利活用について、全業種では「利活用していない」の回答割合が 51.5%と約半数を占める結果となった。利活用している旨の回答を見ると、「主に経営者」が利活用している割合は 17.2%、「主に従業員」が利活用している割合が 11.2%、「全社的に利活用」している割合は 11.2%となっている。業種別に見ても生成 AI の利活用の状況に大きな違いはない結果となった。

生成AIを活用していない企業が50%超を占めている



□ 問 2

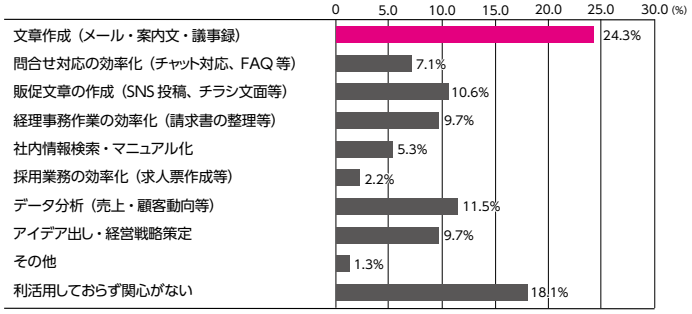
貴社では、業務上で生成 AI をどのような用途で利活用していますか。また、現時点で利活用していない場合は、どのような用途での利活用に関心がありますか。下記の 1 ～ 0 の中から当てはまるものについて 3 つ以内で選んでお答えください。

%

生成 AI 利活用の用途、関心のある用途	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 文章作成（メール・案内文・議事録）	24.3	21.4	18.2	34.3	16.3	28.6	28.6
2 問合せ対応の効率化（チャット対応、FAQ 等）	7.1	7.1	0.0	5.7	4.7	9.5	14.3
3 販促文章の作成（SNS 投稿、チラシ文面等）	10.6	7.1	22.7	14.3	7.0	7.1	14.3
4 経理事務作業の効率化（請求書の整理等）	9.7	14.3	9.1	2.9	14.0	9.5	3.6
5 社内情報検索・マニュアル化	5.3	7.1	4.5	2.9	4.7	7.1	3.6
6 採用業務の効率化（求人票作成等）	2.2	0.0	0.0	2.9	7.0	2.4	0.0
7 データ分析（売上・顧客動向等）	11.5	21.4	4.5	11.4	9.3	7.1	7.1
8 アイデア出し・経営戦略策定	9.7	5.4	18.2	8.6	11.6	11.9	7.1
9 その他	1.3	3.6	0.0	0.0	2.3	0.0	0.0
0 利活用しておらず関心がない	18.1	12.5	22.7	17.1	23.3	16.7	21.4

業務上での生成 AI 利活用の用途または関心のある用途について、全業種では「文章作成（メール・案内文・議事録）」の回答が 24.3%と最も高い一方、次いで高かったのは「利活用しておらず関心がない」で 18.1%となった。業種別に見ると、小売業、サービス業、建設業、不動産業は「文書作成（メール・案内文・議事録）」の比率が高い一方で、製造業は「データ分析（売上・顧客動向等）」の回答が 21.4%で最も高く、また、卸売業は「販促文章の作成（SNS 投稿、チラシ文面等）」が最も高い結果となった。

文書作成で生成AIを利活用する企業が多い



□ 問 3

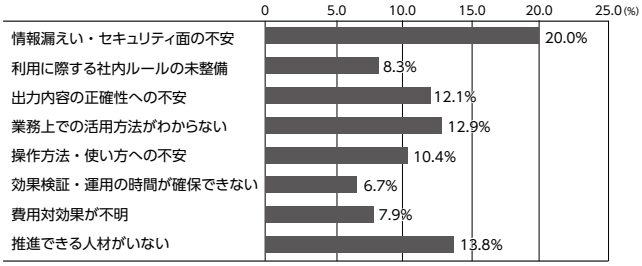
貴社が生成 AI を業務で利活用する上で、課題となる点は何ですか。もし現時点で利活用していない場合は、その理由は何ですか。以下の 1 ～ 0 の中から当てはまるものについて 3 つ以内で選んでお答えください。

%

生成 AI を利活用する上での課題、利用していない理由	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 情報漏えい・セキュリティ面の不安	20.0	18.6	15.4	19.4	28.3	19.1	15.4
2 利用に際する社内ルールの未整備	8.3	11.9	7.7	8.3	2.2	12.8	3.8
3 出力内容の正確性への不安	12.1	8.5	15.4	8.3	10.9	17.0	15.4
4 業務上での活用方法がわからない	12.9	15.3	15.4	11.1	8.7	12.8	15.4
5 操作方法・使い方への不安	10.4	5.1	0.0	13.9	15.2	12.8	15.4
6 効果検証・運用の時間が確保できない	6.7	5.1	11.5	8.3	6.5	2.1	11.5
7 費用対効果が不明	7.9	10.2	11.5	5.6	15.2	0.0	3.8
8 推進できる人材がいない	13.8	20.3	19.2	5.6	10.9	17.0	3.8
9 その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
0 特にない	7.9	5.1	3.8	19.4	2.2	6.4	15.4

生成 AI を利活用する上での課題または利用していない理由について、全業種では「情報漏えい・セキュリティ面の不安」の回答割合が 20.0％と最も高く、次いで「推進できる人材がいない」が 13.8％、「業務上での活用方法がわからない」が 12.9％、「出力内容の正確性への不安」が 12.1％、「操作方法・使い方への不安」が 10.4％という結果となった。回答が分散しており、業務において生成 AI を利活用することに対して様々な不安を感じていることがうかがえる。

業務における生成AIの利用に対して様々な不安を感じている



【特別設問】 中東情勢による影響

□ 問 4

2026 年春以降の中東情勢の混迷等により、貴社では原材料や商品等の調達（仕入れ）に際して、欠品や納期遅れ等、価格面以外での支障が生じていますか。直近（6 か月程度）の状況について 1 ～ 5 の中から、今後（6 か月程度）の見通しについて 6 ～ 0 の中から最も当てはまるものをそれぞれ 1 つずつ選んでお答えください。

%

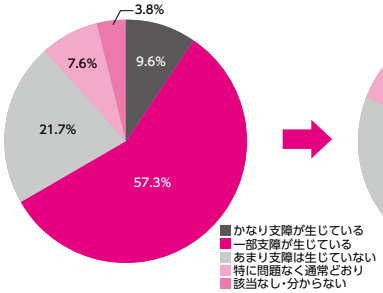
【直近】原材料・商品等の調達に際する支障	全業種	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
1 かなり支障が生じている	9.6	13.2	18.8	11.1	0.0	10.7	6.3
2 一部支障が生じている	57.3	44.7	56.3	48.1	78.1	67.9	43.8
3 あまり支障は生じていない	21.7	36.8	25.0	22.2	3.1	14.3	31.3
4 特に問題なく通常どおり	7.6	5.3	0.0	11.1	15.6	7.1	0.0
5 該当なし・分からない	3.8	0.0	0.0	7.4	3.1	0.0	18.8

【今後】原材料・商品等の調達に際する支障	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 かなり支障が生じる見込み	9.0	3.6	20.0	10.5	5.6	13.6	7.1
7 一部支障が生じる見込み	45.0	46.4	60.0	36.8	38.9	50.0	42.9
8 あまり支障は生じない見込み	27.0	35.7	20.0	21.1	33.3	18.2	28.6
9 特に問題なく通常どおりの見込み	10.8	10.7	0.0	21.1	16.7	0.0	14.3
0 該当なし・分からない	8.1	3.6	0.0	10.5	5.6	18.2	7.1

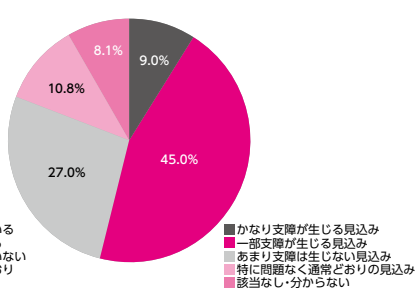
直近の原材料・商品等調達に際する価格面以外での支障について、全業種では「一部支障が生じている」の回答が 57.3％となっており、「かなり支障が生じている」の 9.6％と合計すると、事業者の 7 割弱に少なからず支障が生じていることがわかった。

また、今後の原材料・商品等調達に際する支障について、全業種では「かなり支障が生じる見込み」および「一部支障が生じる見込み」と回答した割合が合計 5 割を超えており、今後も悲観的な見方をしている事業者が多い結果となった。

【直近】原材料・商品等調達に際する支障



【今後】原材料・商品等調達に際する支障



□ 問 5

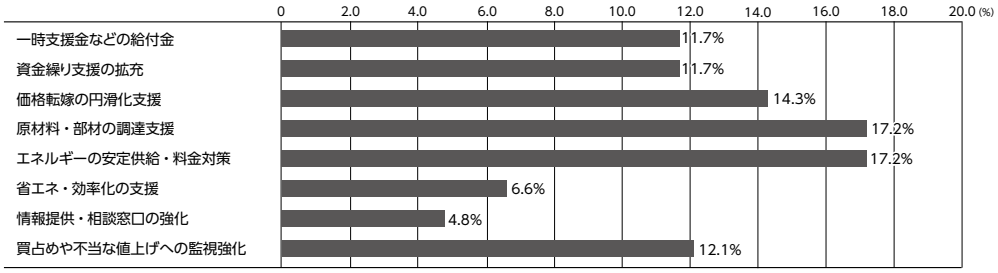
中東情勢の混迷等により、原油価格等の高騰や、原材料・商品等の調達が困難な状況が生じています。これを受けて、今後、行政に求める支援策は何ですか。以下の 1 ～ 0 の中から当てはまるものについて 3 つ以内で選んでお答えください。

%

行政に求める支援策	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 一時支援金などの給付金	11.7	14.9	0.0	6.3	**18.4**	10.7	14.3
2 資金繰り支援の拡充	11.7	**17.9**	8.0	8.3	8.2	14.3	7.1
3 価格転嫁の円滑化支援	14.3	16.4	12.0	**16.7**	14.3	12.5	10.7
4 原材料・部材の調達支援	17.2	13.4	20.0	14.6	16.3	**25.0**	14.3
5 エネルギーの安定供給・料金対策	17.2	16.4	20.0	**16.7**	**18.4**	14.3	**21.4**
6 省エネ・効率化の支援	6.6	1.5	4.0	10.4	12.2	5.4	7.1
7 情報提供・相談窓口の強化	4.8	6.0	0.0	12.5	2.0	1.8	3.6
8 買占めや不当な値上げへの監視強化	12.1	10.4	**28.0**	6.3	8.2	12.5	17.9
9 その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
0 特になし	4.4	3.0	8.0	8.3	2.0	3.6	3.6

行政に求める支援策について、最も回答割合が高かった支援策をみると、製造業では「資金繰り支援の拡充」が 17.9%、卸売業では「買占めや不当な値上げへの監視強化」が 28.0%、小売業では「価格転嫁の円滑化支援」と「エネルギーの安定供給・料金対策」が共に 16.7%、サービス業では「一時支援金などの給付金」と「エネルギーの安定供給・料金対策」が共に 18.4%、建設業では「原材料・部材の調達支援」が 25.0%、不動産業では「エネルギーの安定供給・料金対策」が 21.4%と最も多かった。業種によって直面している課題が異なることから、行政に求める支援策についても、それぞれの経営環境を反映した違いがみられる結果となった。

行政に求める支援策は企業それぞれとなっている



個人アンケート

『食料品消費税』に関するアンケート

〈当金庫・令和８年９月調査　調査実施 233 名〉

政府は 2027 年４月１日より２年間限定で、酒類と外食を除く食料品の消費税率を、現在の 8%から 1%に引き下げる方針を閣議決定しました。この様な方針が示された中、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

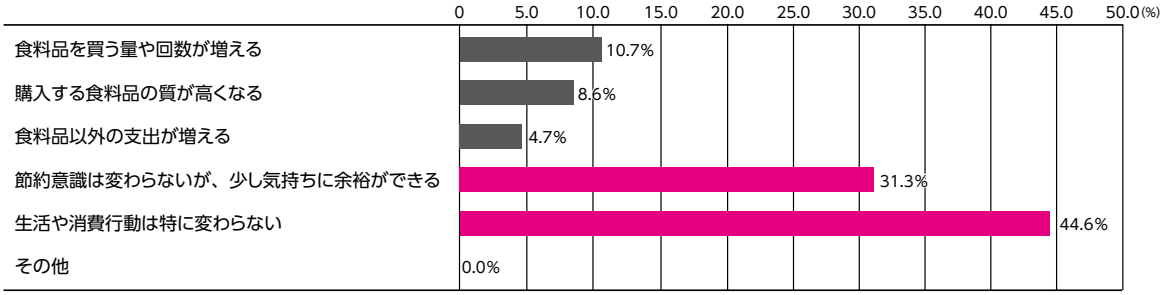
食料品消費税率引き下げによって支出の負担が減った場合、普段の買い物や生活はどう変わると思いますか？

%

	全体	男性	女性	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
食料品を買う量や回数が増える	10.7	7.4	14.4	6.5	12.2	10.0	15.7	11.1	3.8
購入する食料品の質が高くなる	8.6	7.4	9.9	6.5	18.4	7.5	2.0	11.1	3.8
食料品以外の支出が増える	4.7	4.1	5.4	6.5	10.2	7.5	0.0	2.8	0.0
節約意識は変わらないが、少し気持ちに余裕ができる	31.3	28.7	34.2	45.2	32.7	37.5	21.6	25.0	30.8
生活や消費行動は特に変わらない	44.6	52.5	36.0	35.5	26.5	37.5	60.8	50.0	61.5
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

食料品消費税引き下げによる普段の買い物や生活の変化について、回答者全体では「生活や消費行動は特に変わらない」が 44.6%と最も回答割合が高く、次いで「節約意識は変わらないが、少し気持ちに余裕ができる」が 31.3%、「食料品を買う量や回数が増える」が 10.7%、「購入する食料品の質が高くなる」が 8.6%、「食料品以外の支出が増える」が 4.7%という結果となり、食料品の消費税が引き下げられても７割以上が生活や消費行動、節約意識に変化がないことがわかった。

消費税率引き下げ後も生活や消費行動、節約意識が変わらないと答えた割合が7割以上を占めた



□ 問 2

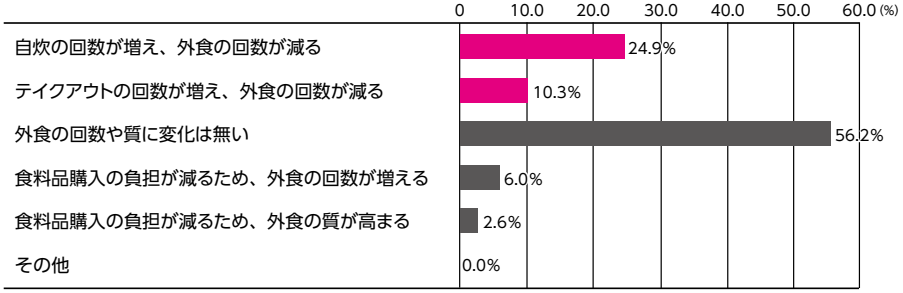
外食にかかる消費税率は依然 10%のままとなりますが、これによって外食への意識はどう変わりますか？

%

	全体	男性	女性	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
自炊の回数が増え、外食の回数が減る	24.9	26.2	23.4	19.4	38.8	17.5	25.5	19.4	23.1
テイクアウトの回数が増え、外食の回数が減る	10.3	10.7	9.9	6.5	16.3	20.0	5.9	5.6	3.8
外食の回数や質に変化は無い	56.2	56.6	55.9	64.5	40.8	47.5	62.7	63.9	65.4
食料品購入の負担が減るため、外食の回数が増える	6.0	4.1	8.1	9.7	4.1	10.0	3.9	5.6	3.8
食料品購入の負担が減るため、外食の質が高まる	2.6	2.5	2.7	0.0	0.0	5.0	2.0	5.6	3.8
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

食料品の消費税率が引き下げとなる一方、外食にかかる消費税率は依然 10%のままとなることによる外食への意識について、回答者全体では「外食の回数や質に変化が無い」の回答割合が 56.2%と半数以上を占めている。一方で、「自炊の回数が増え、外食の回数が減る」および「テイクアウトの回数が増えて、外食の回数が減る」の回答割合が合計で 35.2%となっており、外食にかかる消費税率が 10%に維持されることで、一定割合の消費者において外食の回数が減るという結果となった。

食料品消費税率の引き下げは外食の回数減少に影響を与えている



□ 問 3

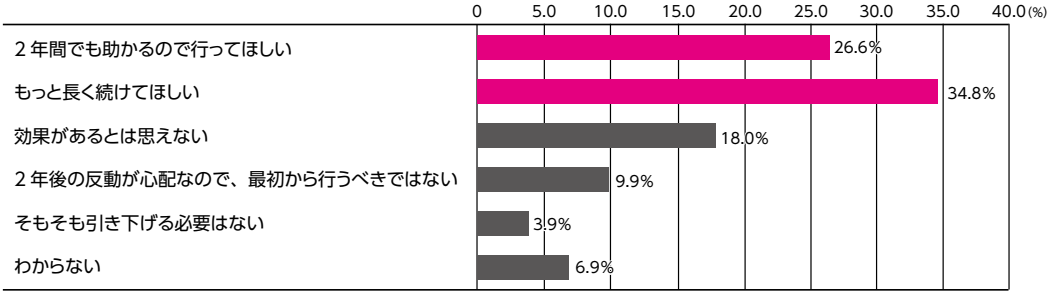
食料品消費税の引き下げは 2 年間限定となっていますが、これについてどう思いますか？

%

	全体	男性	女性	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
2 年間でも助かるので行ってほしい	26.6	23.0	30.6	12.9	28.6	27.5	29.4	30.6	26.9
もっと長く続けてほしい	34.8	31.1	38.7	41.9	44.9	40.0	23.5	38.9	15.4
効果があるとは思えない	18.0	24.6	10.8	12.9	14.3	20.0	23.5	13.9	23.1
2 年後の反動が心配なので、最初から行うべきではない	9.9	9.8	9.9	9.7	10.2	5.0	11.8	5.6	19.2
そもそも引き下げる必要はない	3.9	5.7	1.8	6.5	0.0	5.0	3.9	2.8	7.7
わからない	6.9	5.7	8.1	16.1	2.0	2.5	7.8	8.3	7.7

食料品消費税引き下げが 2 年間限定であることについて、回答者全体では「もっと長く続けてほしい」との回答が 34.8%と最も多く、次いで「2 年間でも助かるので行って欲しい」が 26.6%、「効果があるとは思えない」が 18.0%、「2 年後の反動が心配なので、最初から行うべきではない」が 9.9%、「わからない」が 6.9%、「そもそも引き下げる必要はない」が 3.9%という結果になった。回答者全体の 6 割超が食料品消費税の引き下げに肯定的な考えであることがうかがえる。

食料品消費税率の引き下げについて6割以上が肯定的



□ 問 4

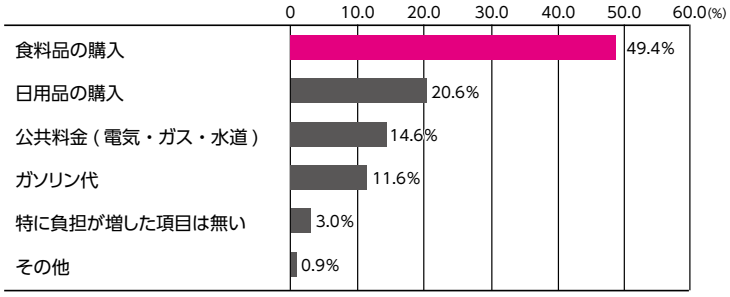
最近、生活の中で最も負担感が増していると感じる支出項目は次のうちどれですか？

%

	全体	男性	女性	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
食料品の購入	49.4	40.2	59.5	41.9	49.0	42.5	56.9	55.6	46.2
日用品の購入	20.6	19.7	21.6	35.5	26.5	17.5	13.7	19.4	11.5
公共料金（電気・ガス・水道）	14.6	19.7	9.0	6.5	14.3	22.5	9.8	13.9	23.1
ガソリン代	11.6	17.2	5.4	12.9	10.2	15.0	13.7	8.3	7.7
特に負担が増した項目は無い	3.0	2.5	3.6	3.2	0.0	2.5	3.9	2.8	7.7
その他	0.9	0.8	0.9	0.0	0.0	0.0	2.0	0.0	3.8

最近生活の中で最も負担感が増したと感じる支出項目について、全体では「食料品の購入」が 49.4%となっており、約半数が最も負担感の増えた支出項目として回答している。次いで多かった項目は「日用品の購入」で 20.6%、「公共料金（電気・ガス・水道）」が 14.6%、「ガソリン代」が 11.6%となっており、9 割以上の回答者が何らかの支出項目において負担が増したと感じている結果となった。

食料品の負担感が最も増したと感じている割合が約半数を占める



経済日誌・主要動向

〈国　内〉

◎内閣府が発表した令和８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 12.4%減の後、６月は 9.7%増となった。内訳をみると製造業が 19.9%増、非製造業（船舶・電力を除く）が 4.5%増であった。

◎経済産業省が発表した令和８年８月の鉱工業生産指数（2020 年＝ 100、季節調整済）は 102.6、前月比 1.7%の低下となった。自動車工業や汎用・業務用機械工業などが低下したことから、全体として前月比 1.7%の低下と、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８年８月の新設住宅着工戸数は、前年同月比 6.1％増の 63,974 戸であり、５か月連続の増加。利用関係別では、持家は５か月連続の増加、貸家は５か月連続の増加、分譲住宅は５か月連続の増加。

◎令和８年８月の国内新車販売台数（軽を除く）は、前年同月比 9.1％増の 203,664 台となった。軽自動車は 9.5%減の 103,711 台となった。

◎日銀が発表した令和８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 7.6%増加して 136.1 となった。円ベースでは、輸出物価指数は前年比 17.9%増、輸入物価指数は 24.8%増加した。

◎財務省が発表した令和８年８月の貿易統計速報によると、輸出は半導体等電子部品、自動車等が増加し、対前年同月比 19.3%増となった。また、輸入は原粗油、半導体等電子部品等が増加し、28.0%増となった。その結果、差引額は▲１兆 1,056 億円となった。

〈県　内〉

◎長野県が発表した令和８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 1.3%減と２か月ぶりの低下。業種別では、「汎用・生産用・業務用機械工業」、「輸送機械工業」、「鉄鋼業」が上昇した。

◎長野県が発表した令和８年８月の長野市の消費者物価指数（2025 年 =100、確報値）は、総合指数は、102.4 となり、前月比は 0.2%上昇。また、前年同月比は 2.0%上昇し、60 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 102.3 となり、前月比 0.1%上昇。また、前年同月比は 1.9%上昇し、61 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 102.6 となり、前月比は 0.5%上昇。また、前年同月比は 2.0%上昇し、53 か月連続で前年同月を上回った。

◎県内令和８年８月の有効求人倍率（季節調整値）は 1.30 倍となり、前月に比べ 0.01 ポイント上回った。中信地域の安定所別では、松本 1.33 倍、木曽福島 1.51 倍、大町 1.24 倍だった。また、県内８月の新規求人数（原数値）は 13,467 人となり、前年同月比で 0.5%増加した。

◎長野県が公表した（令和８年７月１日現在）基準地価によると、県内の住宅地は対前年比 +0.7%と２年連続のプラスとなり上昇幅は昨年より拡大した。中信地域では、松本市が +1.4%、塩尻市が＋ 1.4%、安曇野市が +2.2%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。この他住宅地では山形村、松川村で上昇を記録し、松本市などのベット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。また白馬村の商業地では、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、地価は大幅な上昇傾向（＋ 30.8%）をみせている。

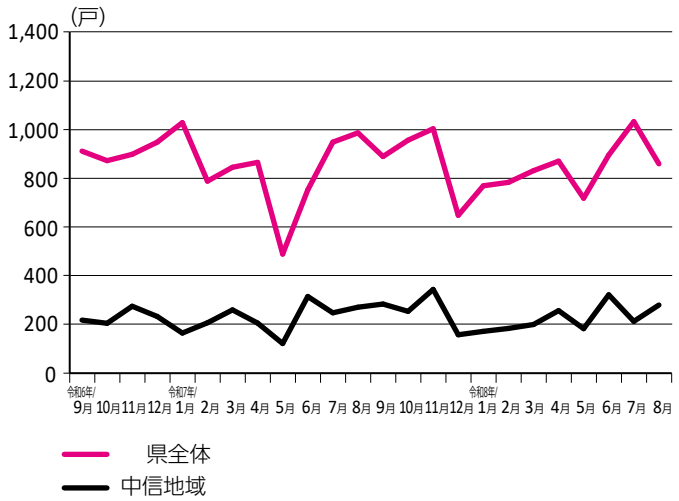
新設住宅着工戸数動向

県建築住宅課がまとめた令和８年８月の県内新設住宅着工戸数は前年同月比 13.0%減の 853 戸となった。中信地区の新設住宅着工戸数は同 3.4%増の 274 戸となった。

市郡別の着工数は松本市 155 戸、塩尻市 32 戸、大町市 14 戸、安曇野市 36 戸、北安曇郡 31 戸、東筑摩郡６戸だった。

令和８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、貸家・持家・分譲が減少となった。

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８年７月から９月までの３か月の来場者数は気温が低かったことが要因となり、前年度より微増にとどまった。９月のシルバーウィークはビアフェスも開催され、お城に入るまでの待ち時間が最大 200 分となった。３か月の外国人来場者数は前年度より増加している。欧米系は円安の影響で増加し、アジア系ではこれまで減少していたが、増加となった。

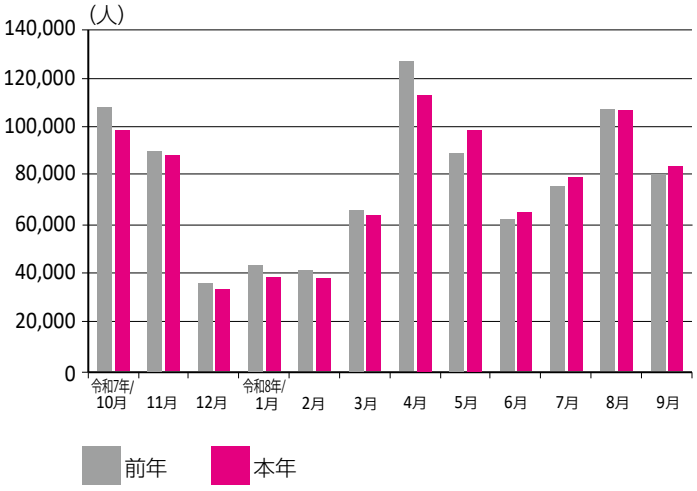
《上高地方面》

松本市アルプスリゾート整備本部がまとめた令和８年６月～令和８年８月期の上高地方面への入り込み者数（延数）は、上高地が 652,300 人で、前年同月比 7.0％減少、乗鞍高原が 147,600 人で前年同期比 5.9%減少、白骨温泉は 58,800 人で前年同期比 4.7%減少となった。

《白馬》

白馬村がまとめた令和８年６月～令和８年８月期の観光客の入り込みは、平地観光が 730,400 人で前年同期比 4.5%の減少、山岳観光は 46,200 人で前年同期比 40.9％の増加となった。

松本城見学入込数推移表



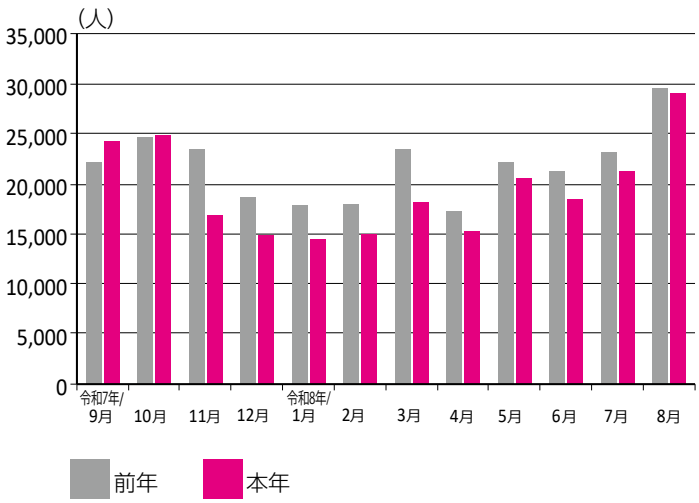
松本空港利用動向

長野県が発表した信州まつもと空港の令和８年８月の利用状況によると、定期便の合計利用者数は 29,076 人で前年の 29,501 人から 1.4%の減少となった。

札幌線が 4,818 人、福岡線が 9,036 人、神戸線が 7,024 人であった。前年と比較すると札幌線が 0.6%減、福岡線が 0.1%増、神戸線が 8.9%減少となった。

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

「わくわくできる生き方の体現」を通じ、新しい企業のあり方を追求

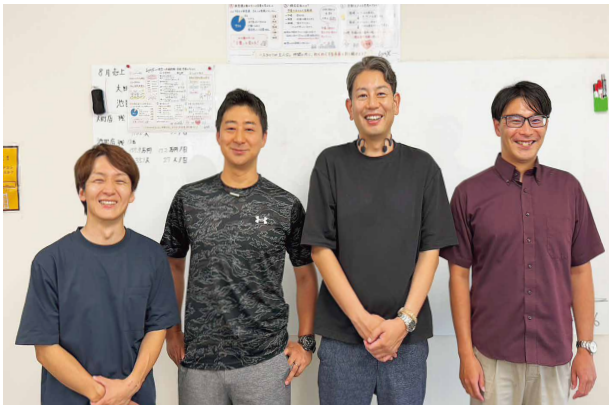
株式会社 LynX（リンクス）（大町市）

代表取締役社長 宮脇　昇

「理想のチームをつくりたい」と昨年起業

私は1985年生まれで、41歳になったところです。大学進学を機に生まれ育った大町を離れ愛知県で就職、8年間の商社勤務を経て、地元に戻りました。昨年4月に当社を設立するまで、親族が経営する自動車販売会社に勤務する一方、様々なことを経験してきましたが、今振り返ると、起業し経営するうえでとても大切なことをこの時期に学んだと感じています。

設立の具体的なきっかけは、幼なじみで長年の友人である本間利也現副社長の帰郷です。埼玉県で子どもに対する基礎運動教育を手がけてきた彼が、地元に戻ってくると聞き、しばらく前から自分のチーム、理想のチームをつくってみたいという希望を持つようになっていた私は、「彼となら実現できるのではないか」と考え、話し合いを重ね、設立に向けた準備をスタートさせたのです。



左から村山専務、本間副社長、宮脇社長、社員の塚本さん

設立直後はなかなか思うようにいかないことも多く、経営の難しさを実感する日々が続きましたが、1年半が経過し、ようやく離陸することができた気がします。

人生の可能性や幸せの価値を創造する会社に

「LynXはどんな業種の会社なんですか」と聞かれると、一瞬答えに詰まってしまいます。現在の事業の柱としては、ロボット関連事業（ロボットSI・FA導入支援、中小製造業DX・自動化支援など）、建設関連事業（リフォーム、リノベーションなど）、教育関連事業（からだ教育「りんくすこどもアカデミー」、大人向けコンディショニング教室など）をあげることができますが、複数の事業を多角的に経営しているというよりも、経営理念を実現するための手段、ツールがたまたまこれらの事業だったといった方が適当かもしれません。

当社の理念は、「わくわくできる生き方を体現し、人生の可能性や幸せの価値を創造する」です。我々が考える「わくわく」とは、「笑顔」「楽しい」「期待」「活発」といった言葉で表されるイメージ、さらに「よくしゃべる」「声がワントーン上がる」状態、「あれもやりたい」「これもやりたい」気持ちとも重なります。この理念に共感し、一緒に走ってくれる者が集まり、それぞれの事業を責任もって進めていく。一般の企業は事業が起点となり、必要な人を集めていくのに対し、我々は人が起点となって事業をつくりあげていくというスタイルが基本です。

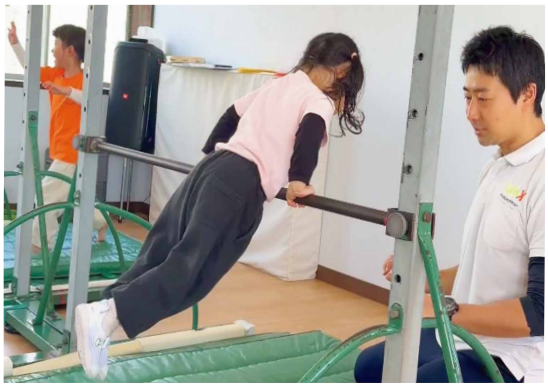
ロボット関連事業は、商社時代の経験を活かし私が責任者となっています。建設関連事業は専務の村山が、教育関連事業は副社長の本間が責任者の役割を果たしています。各事業はそれぞれ3人が起点となり、形づくられています。組織形態は縦型ではなく円型で、社長の立ち位置はトップではなく円の中心です。そこで各事業をつなげ、組織としてひとつにまとめていくことが社長である私の役割なのです。

社名のLynXは、人と事業をリンクさせ、可能性や未来を指す「X」を生み出すという造語で、経営理念をストレートに表したものです。また、英語ではオオヤマネコを意味しており、子どもたちがしなやかに、俊敏に育ってほしいとの願いから、ヤマネコを「りんくすこどもアカデミー」のロゴとして使っています。

子どもたちの可能性・選択肢を広げるため

教育関連事業は、副社長の本間が自らの経験に基づき、「幼児期から運動の基礎や体の使い方を学べる環境を地元につくりたい」と始めたものです。昨年オープンした「りんくすこどもアカデミー」は、運動の土台づくり、どんなスポーツにもつながるベースづくりを行う教室です。首都圏では経験できても地方で接することがないこうした機会を提供し、文化として根付かせたいとの思いも込められています。わくわくした気持ちを持ってもらいながら、子どもの可能性や選択肢を広げていく同事業は、当社の理念の遂行そのものといっていいでしょう。

体の使い方を学ぶのは、大人にとっても大事なことです。中高年になると、体の不調を感じることが増えてきますが、呼吸や姿勢を整え、体を楽に使える状態に戻すことを目的としているのが「大人のためのコンディショニング教室」です。体と心は密接に関係しています。精神的な健康を維持し、思考をクリアに保つために、皆さんもぜひ自分の体を見直してみてください。猛暑続きの夏をはじめ、生活環境は年々厳しさを増していますからね。



「りんくすこどもアカデミー」で子どもたちを指導

やらないことを見極め、やることを絞り込む

設立5期目の締めとなる2030年3月末日までに年売上高10億円を目標にしています。それを達成することで、次の展開がみえてきます。

そのためには各事業の強化とLynX全体の強化がともに必要ですが、単に拡大路線をとるのではなく、「やらないこと」を見極め、「やること」を絞り込むことがポイントになると考えています。もちろん、その判断の基準は経営理念に見合っているかどうかです。当社は人を起点としていますから、今後の成長も人次第です。私は人の変化に関心があり、変わるのに必要なエネルギーの大きさ、変わった時のインパクトの大きさにはいつも驚かされます。

「田舎（地方）だからできない」ではなく

副社長の本間とは子どもの頃、一緒にバスケットボールをやっていましたが、最近彼に教えてもらいながら釣りを始めました。釣りは経営に通じる部分がいろいろとあるように感じます。ただ、まだ釣果は乏しく（笑）、趣味の域にまで到達していません。今の私にとって、趣味はLynXなのです。ようやく離陸したところですから、経営理念の体現を目指し、新しい思考で、新しい企業のあり方を追求していくつもりです。

まったくかけ離れた異業種が集まっている強みを活かし、我々の「わくわく」を周囲に広げながら、地域の活性化や課題解決に少しでも貢献できる企業へと成長していきたいですね。「田舎（地方）だからできない」のではなく、「田舎（地方）だからこそできる」ことはたくさんあるはずです。

優遇金利でさらに大きく!

しんきんの 年金優遇金利 定期預金

当金庫で年金をお受け取りのお客様は、金利を上乗せしてお預かりいたします。

スーパーふれあい定期

お預け入れ金額：10万円～100万円
預入形態：原則として総合口座定期預金

1年 店頭表示金利より **+0.20%**

（税引き後+0.15937%）

ふれあい定期

お預け入れ金額：10万円～1,000万円／預入形態：原則として総合口座定期預金（1,000万円を1口座としてのお取扱いはできません）

1年～5年 店頭表示金利より **+0.10%**

（税引き後+0.079685%）

お取り扱い期間　2026年10月1日～2027年3月31日

- ●新しくお預けいただくスーパー定期預金を、満期日まで優遇金利でお預かりいたします。
- ●すでにお預け入れいただいている〈スーパーふれあい〉・〈ふれあい〉が上記のお取り扱い期間中に満期を迎えた場合は、自動的に金利を上乗せして元金継続いたします。
- ●上乗せ金利は金利情勢により変わることがあります。
- ●満期日前に解約された場合は、お預け入れ期間に応じた当金庫所定の中途解約利率により計算した利息とともに払い戻しいたします。
- ●この預金は預金保険制度の対象であり、同保険の範囲内で保護されます。

詳しくは当金庫窓口へお問い合わせください

当庫HPはこちら

松本信用金庫