

当金庫の窓口から見た 東信地区の

いつも、あなたのとなりです

しんきん

中小企業 景気動向 レポート

特別調査 中小企業におけるデジタル化と キャッシュレスへの対応について

2024年9月の日銀全国企業短期経済観測調査（短観）によると、企業の景況感を示す業況判断指数（DI）は、大企業・製造業は+13で前回調査と変動なし、非製造業は+34で同1ポイント改善した。大企業の先行きは、製造業で1ポイント改善の+14、非製造業で6ポイント悪化の+28を予測している。中小企業・製造業のDIは±0で前回調査から1ポイントの改善、非製造業は+14で同2ポイント改善した。中小企業の先行きは、製造業で変化なしとなる±0、非製造業では3ポイント悪化の+11と予測している。

信金中央金庫による全国の景況調査（有効回答数 13,129 企業）では、2024年7～9月期（今期）の業況判断D.I.は▲5.6、前期比2.2ポイント改善と、2四半期続けたの小幅改善となった。業種別の業況判断D.I.は全6業種中、不動産業を除く5業種で、地域別には全11地域中8地域で、それぞれ改善となった。2024年10～12月期（来期）の予想業況判断D.I.は▲1.9、今期実績比3.7ポイントの改善を見込んでいる。業種別には全6業種中、横ばい見通しの不動産業を除く5業種で、また、地域別には全11地域中、北海道を除く10地域で、それぞれ改善する見通しとなっている。

長野財務事務所による法人企業景気予測調査では、2024年7～9月期の企業の景況判断BSIをみると、全規模・全産業ベースで「上昇」超に転じている。これを規模別にみると、大企業は「上昇」超幅が縮小し、中堅企業は「下降」超に転じ、中小企業は「上昇」超に転じている。また、業種別にみると、製造業は「下降」超幅が縮小し、非製造業は「上昇」超に転じている。先行きについては、大企業は「上昇」超で推移する見通し、中堅企業は10～12月期に「上昇」超に転じるものの、1～3月期に均衡となる見通し、中小企業は10～12月期に「下降」超に転じる見通しとなっている。

日銀松本支店による県内2024年9月の短観によると、業況判断指数は製造業が▲15で前回調査から2ポイント悪化、非製造業は+14で同1ポイント改善した。先行きは製造業で7ポイント改善となる▲8、非製造業で8ポイント悪化の+6を予測している。

当金庫の調査による東信地区内企業の総合業況判断指数（DI）は、前期比8.4ポイント改善の▲13.1となった。業種別では全6業種中、卸売業が横ばい、他の5業種で改善した。翌期の業況判断指数は、今期実績比から1.9ポイント改善となる▲11.2を予測している。業種別では製造業・卸売業・小売業・建設業で改善を見込んでいる。

本誌内容は上田信用金庫ホームページに掲載しています。

上田しんきんビジネスサポート



業種別業況天気図

※天気図は、当金庫窓口からみた景気動向指標等を参考にして、総合的に判断のうえ作成しました。

業種名	時期		
	2024年 4～6月	2024年 7～9月	2024年 10～12月 (見通し)
総 合			
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▶▶

このレポートは、当金庫のお取引先264社に対し
2024年7～9月期の景気の現状と2024年10～
12月期の見通しを調査したものです。

No.170



Face to Face

上田信用金庫

今期の概況

当金庫が実施した東信地区内 259 企業の回答（回答率 98.1%）によると、2024 年 7～9 月期（今期）の総合業況判断指数（DI）は▲13.1 となり、前期比 8.4 ポイントの改善となった。また、前期における今期見通し（▲18.4）を 5.3 ポイント上回った。

製造業・非製造業別の DI は、製造業が▲22.0 で前期比 5.7 ポイント改善し、非製造業は▲9.0 で同 9.5 ポイント改善した。売上・収益面では、前年同期比売上額判断 DI が前期比同率となる▲7.3、同収益判断 DI が 3.7 ポイント上昇の▲18.1 となった。資金繰り判断 DI は前期比 1.6 ポイント低下となる▲13.1 で推移している。雇用面では、人手過不足判断 DI は▲21.2 となり、マイナス（人手不足超）幅が前期比 2.4 ポイント拡大し人手不足感が高まった。また、前期比残業時間判断 DI は前期と同率で推移している。

業種別の業況判断 DI は、全 6 業種中、卸売業が横ばい、他の 5 業種で改善した。

回答企業259社の業況調査(%)
現在の業況感と3ヶ月後の予測

2024年 6月調査	良い 13	変わらない 52	悪い 35
2024年 9月調査	良い 17	変わらない 53	悪い 30
2024年 12月予測	良い 15	変わらない 59	悪い 26

翌期の予測

2024 年 10～12 月期（翌期）の予測業況判断 DI は▲11.2 となり、今期実績比 1.9 ポイントの改善を見込んでいる。製造業・非製造業別においては、製造業が▲20.7 で今期実績比 1.3 ポイントの改善を見込み、非製造業は▲6.8 で同 2.2 ポイント改善を見込んでいる。業種別では製造業が今期実績値 +1.3、卸売業が同 +11.8、小売業が同 +1.3、サービス業が同▲4.6、建設業が同 +4.5、不動産業が同 ±0 となり、サービス業と不動産業を除く 4 業種で改善の見通しが示された。

経営上の問題点

地区内企業が抱える経営上の問題点では、「売上の停滞・減少」が 37.8% で引き続きトップとなった。以下、「利幅の縮小（27.4%）」、「同業者間の競争の激化（22.4%）」、「人手不足（19.7%）」、「材料価格上昇（17.8%）」が上位項目となった。その他「人件費の増加（前期 10.0%→13.9%）」、「工場機械店舗狭小・老朽化（前期 7.3%→10.8%）」に対する問題意識が高まっている。

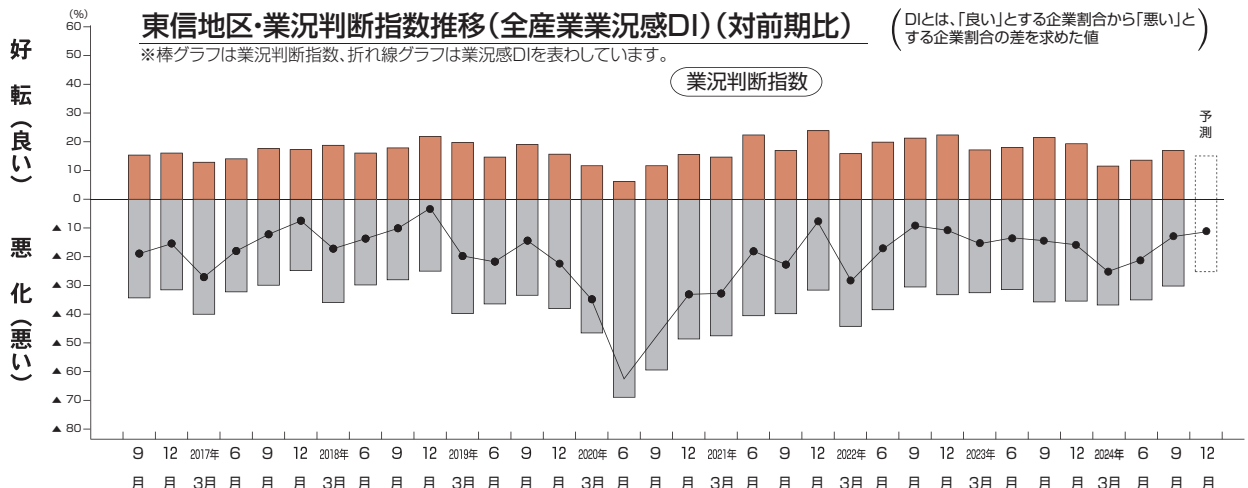
当面の重点経営施策

当面の重点経営施策では、「経費を節減する（52.1%）」が前期比 3.1 ポイント低下するも引き続きトップとなった。以下「販路を広げる（28.6%）」、「人材を確保する（26.6%）」、「情報力を強化する（15.8%）」が上位項目となった。その他「機械化を推進する（前期 7.7%→9.7%）」、「技術力を高める（前期 7.3%→8.9%）」に対するポイントが上昇した。

雇用情勢（2024.10.1 長野労働局発表資料「最近の雇用情勢（令和 6 年 8 月分）」に基づく）

長野労働局が発表した 2024 年 8 月の県内有効求人倍率（季節調整値）は、1.30 倍で、前月を 0.01 ポイント下回り、2 か月ぶりの低下となった。地域別有効求人倍率（実数値）では全ブロックで前年同月を下回り、安定所別では 12 安定所中、11 安定所で前年同月を下回った。

東信地区の 2024 年 8 月の有効求人倍率（実数値）は、前年同月を 0.14 ポイント下回る 1.29 倍となり、安定所別では上田地域が前年同月比 0.14 ポイント下回る 1.26 倍、小諸・佐久地域が同 0.13 ポイント下回る 1.32 倍となった。



製造業

回答企業 82 社

今期の業況

業況感は▲22.0 となり、前年同月比で 6.7 ポイント低下するも、前期比では 5.7 ポイント改善しており、前期における今期見通し(▲28.9)を 6.9 ポイント上回った。業況感は改善しているが、売上額、受注残、収益ともに前期を下回っており、回復途上であることが伺える。

概況

今回も中国経済が不安定であり、影響を受けているとのコメントが多数寄せられた。一方で、工作機械関連の受注については中国経済の減速により低調な状況が続くと思われたが、最近では受注増加の傾向もみられるとのこと。在庫調整もひと段落し、生産増加の方向へ転じている模様。自動車部品関連では、認証試験問題に端を発し受注が低迷している。漬物製造業では、葉物野菜の価格が徐々に安定する夏場において、消費低下による受注量の減少が特に顕著であった。また、猛暑による原材料不足もあり材料価格が高騰し、何度も値上げはできず材料価格の上昇に納入価格の値上げが追いついていない。

翌期の予測

業況感は今期比 1.3 ポイント改善となる▲20.7 を予測している。原材料価格が低下し、売上額、受注残、収益はいずれも改善する見通しとなっている。

経営上の問題点

「原材料高(50.0%)」が前期比 1.8 ポイント低下するも、「売上の停滞・減少(46.3%)」を抑えてトップとなる。以下「利幅の縮小(28.0%)」が前回から 3.9 ポイント上昇、「工場機械店舗狭小・老朽化(22.0%)」が同 8.7 ポイント上昇した。

当面の重点経営施策

「販路を広げる(51.2%)」が「経費を節減(45.1%)」を抑えて引き続きトップとなった。以下、「人材を確保(32.9%)」、「情報力を強化(24.4%)」、「機械化を推進(20.7%)」と続いた。

主要指標・DI推移

項目	期別	2023年		2024年		2024年		2024年/予測
		7~9月	10~12月	1~3月	4~6月	7~9月	10~12月	
前期比	業況感	▲15.3	▲14.3	▲34.5	▲27.7	▲22.0	▲20.7	
	売上額	1.2	2.4	▲31.0	▲10.8	▲23.2	▲7.3	
	受注残	2.4	▲6.0	▲21.4	▲10.8	▲22.0	▲6.1	
	収益	▲11.8	▲13.1	▲33.3	▲13.3	▲23.2	▲11.0	
	販売価格	22.4	23.8	11.9	13.3	15.9	8.5	
前年同期	原材料価格	49.4	42.9	39.3	44.6	40.2	29.3	
	原材料在庫	9.4	2.4	7.1	6.0	4.9	2.4	
前年同期	資金繰り	▲18.8	▲9.5	▲11.9	▲18.1	▲12.2	▲9.8	
	売上額	▲1.2	▲10.7	▲25.0	▲19.3	▲30.5		
前年同期	収益	▲11.8	▲21.4	▲33.3	▲30.1	▲35.4		

(▲印:悪化・低下値・%)

経営上の問題点

①原材料高	50.0	(51.8) ①
②売上の停滞・減少	46.3	(48.2) ②
③利幅の縮小	28.0	(24.1) ③
④工場機械店舗狭小・老朽化	22.0	(13.3) ⑦
⑤同業者間の競争の激化	18.3	(21.7) ④

(上位5項目・複数回答・%) ()内前期—① 前期順位

当面の重点経営施策

①販路を広げる	51.2	(54.2) ①
②経費を節減	45.1	(51.8) ②
③人材を確保	32.9	(34.9) ③
④情報力を強化	24.4	(25.3) ④
⑤機械化を推進	20.7	(15.7) ⑤

(上位5項目・複数回答・%) ()内前期—① 前期順位

卸売業

回答企業 17 社

今期の業況

業況感は前期比と同ポイントとなる▲29.4 となり、前年同期比では 15.0 ポイント改善した。仕入価格は 5.8 ポイント低下し、売上額は改善しているが、収益は横ばいである。また、在庫の不足から資金繰りが悪化している。

概況

米穀卸類では、米騒動から米購入の問い合わせが多く、等級が低い古米でも値段が大幅に上がった。スーパーや他の卸売業者より購入の問い合わせも頻繁し、高額な価格提示もあった模様。工作機械卸では、地場中小企業製造業からの工作機械の受注の落込みが大きくなっている。中国景気の低迷による地場製造業の景気低迷、ものづくり補助金も一段落し、工作機械の設備投資意欲が後退している。食料品卸売業では、各種仕入価格の高騰は止まらず、何とか販売価格に転嫁できているものの、収益は厳しいとのこと。

翌期の予測

業況感は今期実績から 11.8 ポイント改善となる▲17.6 を予測している。売上額は 11.7 ポイントの低下を予測しているが、収益は横ばいを維持し、資金繰りは改善する見通しとなっている。

経営上の問題点

「売上の停滞・減少(47.1%)」が前回調査より 11.7 ポイント低下するも引き続きトップ。2位の「取引先の減少(29.4%)」が前回調査より 5.9 ポイント増加した。以下、「同業者間の競争の激化」、「仕入先からの値上要請」、「天候の不順」が 23.5%で続いた。

当面の重点経営施策

「販路を広げる(70.6%)」が前回調査より 11.8 ポイント上昇し、トップとなる。以下、「経費を節減(47.1%)」、「品揃えを充実(35.3%)」、「人材を確保(17.6%)」、「情報力を強化(11.8%)」と続いた。「品揃えを充実」は前期比 17.7 ポイント上昇し関心の高さが示された。

主要指標・DI推移

項目	期別	2023年		2024年		2024年		2024年/予測
		7~9月	10~12月	1~3月	4~6月	7~9月	10~12月	
前期比	業況感	▲44.4	▲33.3	▲44.4	▲29.4	▲29.4	▲17.6	
	売上額	5.6	0.0	▲33.3	11.8	17.6	5.9	
	収益	5.6	5.6	▲27.8	0.0	0.0	0.0	
	販売価格	38.9	33.3	27.8	29.4	35.3	52.9	
	仕入価格	55.6	33.3	33.3	52.9	47.1	47.1	
前年同期	在庫	16.7	5.6	0.0	17.6	▲5.9	▲5.9	
	資金繰り	▲27.8	▲22.2	▲22.2	▲23.5	▲35.3	▲29.4	
前年同期	売上額	▲16.7	▲27.8	▲22.2	▲23.5	▲17.6		
	収益	▲22.2	▲5.6	▲27.8	▲11.8	▲23.5		
前年同期	販売価格	38.9	50.0	22.2	41.2	23.5		

(▲印:悪化・低下値・%)

経営上の問題点

①売上の停滞・減少	47.1	(58.8) ①
②取引先の減少	29.4	(23.5) ③
③同業者間の競争の激化	23.5	(29.4) ②
③仕入先からの値上要請	23.5	(17.6) ⑥
③天候の不順	23.5	(17.6) ⑥

(上位5項目・複数回答・%) ()内前期—① 前期順位

当面の重点経営施策

①販路を広げる	70.6	(58.8) ①
②経費を節減	47.1	(58.8) ①
③品揃えを充実	35.3	(17.6) ④
④人材を確保	17.6	(17.6) ④
⑤情報力を強化	11.8	(28.4) ③

(上位5項目・複数回答・%) ()内前期—① 前期順位

小売業

回答企業 78 社

今期の業況

業況感は▲15.4 となり、前年同期比で 5.1 ポイント改善、前期比でも 11.2 ポイント改善となる。また、前期における今期見通し(▲17.7)を 2.3 ポイント上回った。前期比で売上額は 2.6 ポイント、収益は 11.4 ポイント改善した。

概況

飲食店では、そば店の経節仕入価格が高止まっている、新米価格が例年の 1.5 倍となっている、小麦粉の値段が高止まっている、イワシの流通量が少なく商品提供できない状況が続いている等、円安による物価高や温暖化による漁獲量減少の影響を大きく受けている。自動車販売店では、大手メーカーの認証不正の影響による新車の販売減から、中古車が市場に出回らなくなっており、中古車相場が高騰している。薬局では、診療報酬が改定され、地域の「かかりつけ」としての機能が求められている。調剤薬局も大手による M&A が盛んとなっており、ドラッグストアでも調剤室を併設しており競争が激しい。

翌期の予測

業況感は今期実績から 1.3 ポイント改善となる▲14.1 を予測している。売上額は小幅低下を見込むが、仕入価格の低下により、収益は横ばいとなり、資金繰りは若干改善する見通しとなっている。

経営上の問題点

「売上の停滞・減少」が 39.7 でトップ。以下、「利幅の縮小(28.2%)」、「大型店との競争の激化(26.9%)」、「同業者間の競争の激化(17.9%)」、「仕入先からの値上要請(17.9%)」と続いた。前回調査から大きな変化はなかった。

当面の重点経営施策

「経費を節減」が 64.1%で引き続きトップ。以下、「品揃えを充実(23.1%)」、「宣伝・広告を強化する(23.1%)」、「仕入先を開拓選別(17.9%)」、「売れ筋商品を扱う(16.7%)」と続いた。

主要指標・DI推移

項目	期別	2023年	2023年	2024年	2024年	2024年	2024年/予測
		7~9月	10~12月	1~3月	4~6月	7~9月	10~12月
前期比	業況感	▲20.5	▲23.1	▲27.8	▲26.6	▲15.4	▲14.1
	売上額	11.5	▲5.1	▲7.6	2.5	5.1	3.8
	収益	▲7.7	▲15.4	▲16.5	▲15.2	▲3.8	▲3.8
	販売価格	42.3	33.3	32.9	25.3	26.9	21.8
	仕入価格	59.0	52.6	44.3	46.8	44.9	34.6
前年同期	在庫	0.0	▲2.6	1.3	0.0	5.1	5.1
	資金繰り	▲20.5	▲20.5	▲19.0	▲10.1	▲19.2	▲16.7
	売上額	17.9	▲6.4	▲3.8	1.3	1.3	
前年同期	収益	▲5.1	▲19.2	▲19.0	▲22.8	▲11.5	
	販売価格	51.3	46.2	46.8	41.8	48.7	

(▲印:悪化・低下値・%)

経営上の問題点

①売上の停滞・減少	39.7	(40.5) ①
②利幅の縮小	28.2	(25.3) ③
③大型店との競争の激化	26.9	(30.4) ②
④同業者間の競争の激化	17.9	(19.0) ④
④仕入先からの値上要請	17.9	(17.7) ⑤

(上位5項目・複数回答・%) ()内前期—① 前期順位

当面の重点経営施策	①経費を節減	64.1	(60.8) ①
	②品揃えを充実	23.1	(34.2) ②
	②宣伝・広告を強化する	23.1	(25.3) ③
	④仕入先を開拓選別	17.9	(16.5) ④
	⑤売れ筋商品を扱う	16.7	(15.2) ⑤

(上位5項目・複数回答・%) ()内前期—① 前期順位

サービス業

回答企業 22 社

今期の業況

業況感は▲13.6 となり、前年同期比から 13.6 ポイント低下するも、前期比でも 4.6 ポイント改善となる。また前期における今期見通し(▲18.2)より 4.6 ポイント上回った。売上額は 9.0 ポイント改善したが、収益は横ばいとなっている。

概況

宿泊業では、夏場は学生が合宿として利用することから、多忙であるが、競争もあることから値上げが難しい。件数は多くないが、台風襲来の懸念から宿泊のキャンセルもあった。観光業では、旅行者の増加があるものの、人手不足の影響もあり稼働率は昨年に比べ低下している。運送業では、猛暑により高原野菜の生育が良くなく運送収入の減少が懸念される。建設機材リース業では、公共工事の減少により、売上もやや減少している。利幅を重視した受注・機械の品揃え確保により売上増加に注力している。

翌期の予測

業況感は今期実績値から 4.6 ポイント低下となる▲18.2 と予測している。材料価格は変わらないが、同業者間の競争による料金価格の低下により売上額は 13.6 ポイント、収益も 18.2 ポイントの低下により、資金繰りは厳しい見通しとなる。

経営上の問題点

「材料価格上昇(50.0%)」が前回調査から 18.2%上昇し、トップとなる。以下、「売上の停滞・減少」、「同業者間の競争の激化」、「人手不足」が 31.8%で続いた。「売上の停滞・減少」、「利幅の縮小」は前回調査から 13.7 ポイント低下した。

当面の重点経営施策

「経費を節減(45.5%)」が前回から 18.1 ポイント低下するも引き続きトップとなる。「人材を確保(40.9%)」、「教育訓練を強化(18.2%)」が共に前回調査より 9.1 ポイント上昇した。「労働条件を改善(13.6%)」を含めて人材に関する施策が上位を占めた。

主要指標・DI推移

項目	期別	2023年	2023年	2024年	2024年	2024年	2024年/予測
		7~9月	10~12月	1~3月	4~6月	7~9月	10~12月
前期比	業況感	0.0	▲18.2	▲4.5	▲18.2	▲13.6	▲18.2
	売上額	22.7	▲9.1	▲9.1	▲4.5	4.5	▲9.1
	収益	4.5	▲31.8	▲18.2	▲22.7	▲22.7	▲40.9
	料金価格	59.1	54.5	31.8	13.6	22.7	18.2
	材料価格	81.8	68.2	68.2	59.1	54.5	54.5
前年同期	資金繰り	▲9.1	▲4.5	0.0	▲9.1	▲9.1	▲18.2
	売上額	13.6	▲4.5	▲9.1	4.5	18.2	
	収益	▲9.1	▲22.7	▲27.3	▲13.6	▲9.1	

(▲印:悪化・低下値・%)

経営上の問題点

①材料価格上昇	50.0	(31.8) ④
②売上の停滞・減少	31.8	(45.5) ①
②同業者間の競争の激化	31.8	(40.9) ②
②人手不足	31.8	(31.8) ④
⑤利幅の縮小	22.7	(36.4) ③

(上位5項目・複数回答・%) ()内前期—① 前期順位

当面の重点経営施策	①経費を節減	45.5	(63.6) ①
	②人材を確保	40.9	(31.8) ②
	③販路を広げる	18.2	(31.8) ②
	③教育訓練を強化	18.2	(9.1) ⑨
	⑤労働条件を改善	13.6	(13.6) ⑥

(上位5項目・複数回答・%) ()内前期—① 前期順位

建設業

回答企業 44 社

今期の業況

業況感は前期比 9.1 ポイント上昇となる 2.3 となり、2022 年 12 月期 (4.5) 以来のプラス圏となった。内訳は「良い」と回答した企業は 0%(前回 4.5%)であったが、「やや良い」が 18.2%(前回 11.4%)、「普通」が 65.9%(前回 61.4%)、「やや悪い」が 11.4%(前回 22.7%)、「悪い」が 4.5%(前回 0%)であった。

概況

賃上げ、2024 年問題による労務費上昇、現場の職人不足、人手不足による工期延長により民間工事の収益性が下がっている。適正価格の受注となると工事単価はもっと上げる必要があるとのこと。公共工事については、材料高により材料仕入れを伴う工事については利幅が大きく縮小しているが、材料仕入れを伴わない、いわゆる手間賃が中心の職別工事業(水道工事、電気工事、内装工事等)については下請け不足や人手不足を背景に売上、利益ともに増加傾向にある。住宅建設においては、中小建設業だけでなく、ゼネコンを含め、人手不足、資材高騰の影響で着工数が減少している。

翌期の予測

業況感は今期実績から 4.5 ポイント上昇となる 6.8 を予測している。内訳をみると、「良い」、「やや良い」とする回答は今期と同数であるが、「やや悪い」、「悪い」と予想する企業が減少する見通しとなった。

経営上の問題点

「材料価格上昇(79.5%)」が前回より 2.2 ポイント上昇し引き続きトップとなる。次点となる「人手不足(34.1%)」は前回から 11.4 ポイント低下した。以下、「利幅の縮小(29.5%)」、「同業者間の競争の激化(25.0%)」、「売上の停滞・減少(25.0%)」と続いた。

当面の重点経営施策

「経費を節減(56.8%)」が引き続きトップとなる。以下、「技術力を強化(47.7%)」が前回から 9.1 ポイント上昇、「人材を確保(45.5%)」が同 11.3 ポイント低下した。

主要指標・DI推移

項目	期別	2023年	2023年	2024年	2024年	2024年	2024年/予測
		7~9月	10~12月	1~3月	4~6月	7~9月	10~12月
前期比	業況感	▲6.8	▲18.2	▲9.1	▲6.8	2.3	6.8
	売上額	2.3	▲4.5	▲9.1	0.0	▲2.3	6.8
	受注残	4.5	▲11.4	▲11.4	▲6.8	▲2.3	2.3
	施工高	6.8	9.1	▲11.4	9.1	4.5	2.3
	収益	▲6.8	▲11.4	▲27.3	▲11.4	▲4.5	▲11.4
	材料価格	68.2	70.5	52.3	65.9	61.4	45.5
	請負価格	15.9	34.1	18.2	27.3	22.7	13.6
	在庫	▲2.3	▲2.3	4.5	2.3	0.0	0.0
	資金繰り	4.5	▲6.8	▲4.5	▲2.3	▲2.3	▲4.5
	売上額	0.0	2.3	▲6.8	▲2.3	11.4	
翌期	収益	▲11.4	▲11.4	▲25.0	▲20.5	▲6.8	

(▲印:悪化・低下値:%)

経営上の問題点

①材料価格上昇	79.5	(77.3) ①
②人手不足	34.1	(45.5) ②
③利幅の縮小	29.5	(27.3) ④
④同業者間の競争の激化	25.0	(29.5) ③
⑤売上の停滞・減少	25.0	(25.0) ⑤

(上位5項目・複数回答:%) ()内前期—① 前期順位

当面の重点経営施策	①経費を節減	56.8	(56.8) ①
	②技術力を強化	47.7	(38.6) ③
	③人材を確保	45.5	(56.8) ②
	④販路を広げる	25.0	(22.7) ④
	⑤情報力を強化	18.2	(13.6) ⑤

(上位5項目・複数回答:%) ()内前期—① 前期順位

不動産業

回答企業 16 社

今期の業況

業況感は 18.8 となり、前年同期比で 5.5 ポイント、前期比で 18.8 ポイント改善した。また、前期における今期見通し (6.3) を 12.5 ポイント上回った。依然として仕入価格は高止まり、在庫は不足しているが、販売価格は上昇している。

概況

仕入に苦慮する事業所が増えており、中古物件を購入し、建て直して建売で販売する業者が増えている状況。軽井沢、御代田地区では、移住者の増加に伴う物件不足により不動産価格は引き続き上昇傾向であり、アパート建設も増加している。また、土地価格が上昇しており、土地のみの販売は割高感が出るため建売住宅にて土地・建物の総額表示にて販売を行う事例も増えている。中古住宅ニーズが増えているものの、古い空き家や家主と連絡が取れない物件が多く、需要と供給バランスが悪い状況であり、自治体と連携して空き家を有効に活かせるビジネスを構築したいとの声があった。

翌期の予測

業況感は今期と同じ 18.8 を予想している。内訳は「良い」と回答する企業が減少し、「やや良い」、「普通」が大多数となった。また、在庫については、常に不足にて推移してきたが、翌期は適正水準となる見通しが示された。

経営上の問題点

「同業者間の競争の激化(43.8%)」がトップを維持するも、前回調査より 12.5 ポイント低下した。「販売商品・物件の不足(37.5%)」も前回より 18.8 ポイント低下した一方、「地価・商品物件の高騰(37.5%)」が同 12.5 ポイント上昇し順位を上げた。

当面の重点経営施策

「情報力を強化(68.8%)」が引き続きトップとなった。以下、「宣伝・広告を強化する」、「販路を広げる」、「経費を節減」が 31.3% で続いた。尚、「特になし」と回答する企業も 1 割程度あった。

主要指標・DI推移

項目	期別	2023年	2023年	2024年	2024年	2024年	2024年/予測
		7~9月	10~12月	1~3月	4~6月	7~9月	10~12月
前期比	業況感	13.3	40.0	▲13.3	0.0	18.8	18.8
	売上額	0.0	20.0	▲20.0	18.8	12.5	6.3
	収益	13.3	20.0	▲20.0	12.5	6.3	12.5
	販売価格	26.7	13.3	26.7	12.5	31.3	25.0
	仕入価格	40.0	26.7	33.3	43.8	43.8	43.8
	在庫	▲33.3	▲26.7	▲40.0	▲18.8	▲18.8	6.3
	資金繰り	0.0	6.7	6.7	0.0	0.0	0.0
	売上額	0.0	26.7	▲20.0	0.0	▲6.3	
	収益	0.0	26.7	▲13.3	0.0	0.0	

(▲印:悪化・低下値:%)

経営上の問題点

①同業者間の競争の激化	43.8	(56.3) ①
②販売商品・物件の不足	37.5	(56.3) ①
③地価・商品物件の高騰	37.5	(25.0) ④
④利幅の縮小	31.3	(31.3) ③
⑤売上の停滞・減少	18.8	(18.8) ⑤

(上位5項目・複数回答:%) ()内前期—① 前期順位

当面の重点経営施策	①情報力を強化	68.8	(62.5) ①
	②宣伝・広告を強化する	31.3	(43.8) ②
	③販路を広げる	31.3	(31.3) ③
	④経費を節減	31.3	(25.0) ④
	⑤人材を確保	12.5	(18.8) ⑤

(上位5項目・複数回答:%) ()内前期—① 前期順位

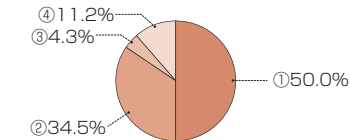
「中小企業におけるデジタル化とキャッシュレスへの対応について」

今回は当金庫営業区域内（東信地区）中小企業経営者の皆さまに「中小企業におけるデジタル化とキャッシュレスへの対応について」お聞きしました。

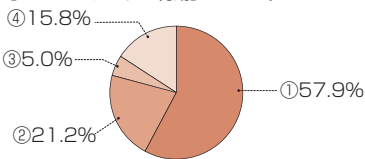
問1.

貴社では、事業上の情報収集・情報発信等において、パソコンやスマートフォン等インターネットを利用していますか。以下の①～④の中から1つ選んでお答えください。また、同様に事業上で電子メールを利用していますか。あてはまるものを以下の⑤～⑦の中から1つ選んでお答えください。

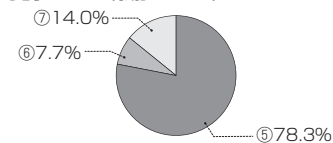
【インターネットの利用】2019年



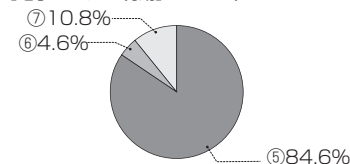
【インターネットの利用】2024年



【電子メールの利用】2019年



【電子メールの利用】2024年



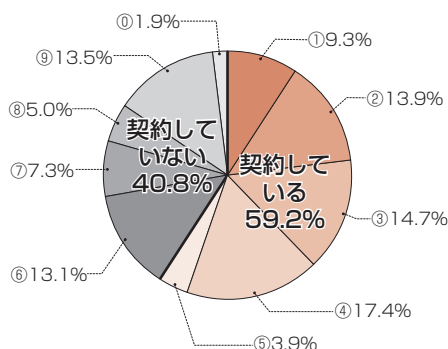
項 目	全企業	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
インターネットの利用							
①利用しており、自社ホームページも開設	57.9	62.2	35.3	44.9	81.8	61.4	81.3
②利用しているが、自社ホームページは未開設	21.2	25.6	29.4	21.8	9.1	22.7	0.0
③利用していないが、今後利用したい	5.0	2.4	5.9	9.0	0.0	4.5	6.3
④利用することは考えていない	15.8	9.8	29.4	24.4	9.1	11.4	12.5
電子メールの利用							
⑤利用している	84.6	96.3	70.6	66.7	90.9	90.9	100.0
⑥利用していないが、今後利用したい	4.6	0.0	11.8	9.0	4.5	4.5	0.0
⑦利用することは考えていない	10.8	3.7	17.6	24.4	4.5	4.5	0.0

インターネットの利用状況については、2019年3月調査（以下「前回」という。）と同様の調査を行った。結果、「利用しており、自社HPも開設」が57.9%と、前回の50.0%から7.9ポイント上昇した。対して、「利用しているが、自社HPは未開設」は21.2%と前回の34.5%から13.3ポイント低下、「利用していないが、今後利用したい」は5.0%と前回の4.3%から上昇、「利用することは考えていない」は15.8%と前回の11.2%から上昇した。業種別では、サービス業と不動産業で「利用しており、自社ホームページを開設」している企業が8割を超えていた。

電子メールについては、「利用している」が84.6%と、前回の78.3%から6.3ポイント上昇した。対して、「利用していないが、今後利用したい」が4.6%と前回の7.7%から低下、「利用することは考えていない」が10.8%と前回の14.0%から低下した。

問2.

貴社では、インターネットバンキングを契約していますか。契約している方は、契約している主な理由または状況を①～⑤の中から1つ選んでお答えください。契約していない方は、契約していない主な理由を⑥～⑩の中から1つ選んでお答えください。



項 目	全企業	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
契約している							
①夜間や休日でも利用できる	9.3	8.5	11.8	9.0	13.6	4.5	18.8
②社内全体のIT化・事務負担軽減	13.9	22.0	11.8	7.7	4.5	20.5	0.0
③残高管理が容易である	14.7	15.9	5.9	11.5	22.7	18.2	12.5
④金融機関の店舗に行く必要がない	17.4	22.0	17.6	10.3	22.7	22.7	6.3
⑤契約しているがほぼ使っていない	3.9	4.9	0.0	3.8	0.0	4.5	6.3
契約していない							
⑥金融機関職員が訪問するから不要	13.1	4.9	23.5	23.1	18.2	9.1	0.0
⑦パスワード管理等操作が面倒	7.3	2.4	5.9	11.5	4.5	6.8	18.8
⑧セキュリティに不安がある	5.0	7.3	5.9	5.1	0.0	4.5	0.0
⑨利用する機会がない	13.5	12.2	11.8	12.8	13.6	9.1	37.5
⑩インターネット利用環境がない	1.9	0.0	5.9	5.1	0.0	0.0	0.0

インターネットバンキングの契約状況については、59.2%が「契約している」と回答した。対して、「契約していない」は40.8%となった。

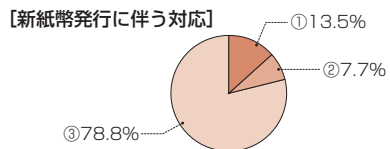
契約している企業の理由や状況については、「金融機関の店舗に行く必要がない（17.4%）」が最も多く、以下「残高管理が容易である（14.7%）」が続いた。一方、契約していない企業の理由については、「利用する機会がない（13.5%）」が最も多く、「金融機関職員が訪問するから不要（13.1%）」が続いた。業種別では、製造業と建設業が7割を超える契約率となった。

構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても100とならない場合があります。

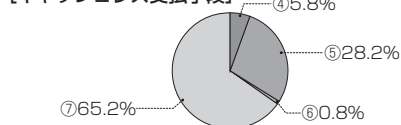
問3.

7月に実施された新紙幣の発行に伴い、貴社では何らかの対応(設備投資など)を実施しましたか。以下の①～③からお答えください。また、新紙幣導入を機にキャッシュレス支払手段の導入または強化をしましたか。以下の④～⑦からお答えください。

[新紙幣発行に伴う対応]



[キャッシュレス支払手段]



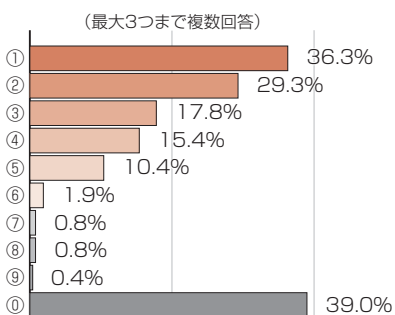
項目	全企業	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
新紙幣発行に伴う対応							
①対応した	13.5	8.5	35.3	20.5	22.7	2.3	0.0
②対応の必要性を感じているが、まだ対応していない	7.7	8.5	0.0	14.1	0.0	4.5	0.0
③対応の必要性を感じていない	78.8	82.9	64.7	65.4	77.3	93.2	100.0
キャッシュレス支払手段							
④既に導入済みでさらに強化した	5.8	8.5	17.6	6.4	0.0	0.0	0.0
⑤既に導入済みで強化はしていない	28.2	24.4	5.9	46.2	50.0	9.1	6.3
⑥新たに導入した	0.8	2.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
⑦導入していない	65.3	64.6	76.5	47.4	50.0	90.9	93.8

新紙幣発行に伴う対応状況については、「対応の必要性を感じていない（78.8%）」が大多数を占めた。「対応した」が13.5%（うち卸売業で35.3%、サービス業で22.7%）に対し、「対応の必要性を感じているが、まだ対応していない」が7.7%（うち小売業で14.1%、製造業で8.5%）となり、必要性があるものの対応していない企業も一定数いることがうかがえる。

また、新紙幣発行を機としたキャッシュレス支払手段の状況については、「導入していない」が65.3%、「既に導入済みでさらに強化した」は5.8%（うち卸売業で17.6%、製造業で8.5%）、「新たに導入した」は0.8%にとどまった。

問4.

貴社では、取引先や顧客との決済にあたって、現在、どのようなキャッシュレス支払手段を活用していますか。主に活用しているキャッシュレス支払手段を以下の①～⑨の中から3つ以内で選んでお答えください。活用していない方は⑩とお答えください。



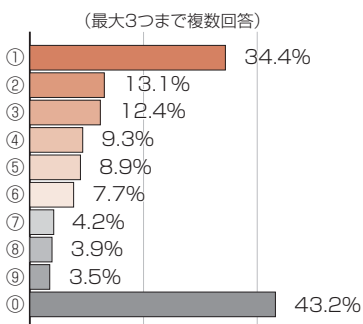
項目	全企業	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
①クレジットカード	36.3	25.6	23.5	53.8	63.6	18.2	31.3
②口座振替(自動引落)サービス	29.3	37.3	35.3	19.2	18.2	36.4	25.0
③電子記録債権(でんさい等)	17.8	43.9	11.8	0.0	13.6	11.4	0.0
④QRコード決済	15.4	6.1	5.9	35.9	27.3	0.0	0.0
⑤電子マネー(交通系・流通系)	10.4	1.2	17.6	19.2	27.3	2.3	6.3
⑥デビットカード	1.9	0.0	0.0	5.1	0.0	2.3	0.0
⑦プリペイドカード	0.8	0.0	0.0	1.3	4.5	0.0	0.0
⑧その他	0.8	0.0	0.0	1.3	0.0	2.3	0.0
⑨デジタル通貨(地域電子通貨・暗号資産)	0.4	1.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
⑩活用していない・関係ない	39.0	35.4	41.2	33.3	31.8	50.0	62.5

活用しているキャッシュレス支払手段については、「クレジットカード」が36.3%と最も多く、以下「口座振替（自動引落）サービス（29.3%）」、「電子記録債権（でんさい等）（17.8%）」、「QRコード決済（15.4%）」が続いた。

一方で「活用していない・関係ない」は39.0%となり、残りの61.0%では、何らかのキャッシュレス手段を利用しているとの結果になった。業種別では、サービス業で導入割合が多い一方、不動産業では「活用していない・関係ない」とする割合が多かった。

問5.

問4の①～⑨で挙げたキャッシュレス支払手段について、導入している方は感じている不満を、導入していない方は導入していない理由を以下の①～⑩の中から3つ以内で選んでお答えください。



項目	全企業	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
①手数料が高い	34.4	23.2	29.4	56.4	31.8	18.2	37.5
②現金化までに時間がかかる	13.1	11.0	5.9	24.4	13.6	2.3	6.3
③セキュリティが不安	12.4	17.1	0.0	9.0	9.1	13.6	18.8
④災害や障害時に利用不能になる	9.3	8.5	11.8	11.5	22.7	2.3	0.0
⑤キャッシュレスに対応していない取引先がある	8.9	9.8	17.6	6.4	13.6	6.8	6.3
⑥初期費用が高い	7.7	6.1	5.9	10.3	0.0	4.5	25.0
⑦決済手段が多すぎて何をすべきかわからない	4.2	2.4	11.8	3.8	4.5	2.3	12.5
⑧個人情報などのデータ管理が煩雑	3.9	2.4	5.9	3.8	9.1	2.3	6.3
⑨わかる人がいない	3.5	2.4	11.8	2.6	4.5	4.5	0.0
⑩不満などはない	43.2	52.4	35.3	28.2	36.4	61.4	37.5

キャッシュレスに対する不満、未導入の理由については、「手数料が高い」が34.4%と最も多く、以下「現金化までに時間がかかる（13.1%）」、「セキュリティが不安（12.4%）」、「災害や障害時に利用不能になる（9.3%）」が続いた。

一方、「不満などはない」の回答割合が43.2%となった。業種別では、小売業で「手数料が高い（56.4%）」や「現金化までに時間がかかる（24.4%）」などの不満が多い傾向があった。

構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても100とならない場合があります。

東信地区中小企業景気動向調査DI推移(総合)

() 内は前期における見通し (%)

有効回答 調査期間		262	261	262	261	259	
		2023.7~9	2023.10~12	2024.1~3	2024.4~6	2024.7~9	2024.10~12
総合業況判断指数		▲14.5 (▲16.1)	▲16.1 (▲17.2)	▲25.2 (▲25.3)	▲21.5 (▲16.8)	▲13.1 (▲18.4)	(▲11.2)
売上・収益・価格の動き ▲前期に比べて▼	売上額	6.5 (2.7)	▲1.1 (▲4.6)	▲17.9 (▲18.8)	▲1.1 (0.0)	▲3.9 (1.1)	(0.0)
	受注残	3.1 (▲6.2)	▲7.8 (▲11.6)	▲18.0 (▲19.5)	▲9.4 (▲3.9)	▲15.1 (▲4.7)	(▲3.2)
	施工高	6.8 (▲2.3)	9.1 (▲11.4)	▲11.4 (▲22.7)	9.1 (2.3)	4.5 (▲4.5)	(2.3)
	収益	▲5.7 (▲6.5)	▲11.9 (▲14.9)	▲24.8 (▲23.0)	▲11.9 (▲5.3)	▲10.8 (▲6.5)	(▲9.3)
	販売価格	32.1 (21.5)	27.7 (16.3)	23.0 (13.8)	19.5 (18.4)	23.3 (20.0)	(19.2)
	仕入価格	55.9 (41.8)	45.9 (35.1)	41.1 (31.5)	47.3 (31.3)	45.0 (41.1)	(37.8)
	原材料価格	49.4 (35.3)	42.9 (31.8)	39.3 (28.6)	44.6 (34.5)	40.2 (34.9)	(29.3)
	原材料在庫	9.4 (7.1)	2.4 (3.5)	7.1 (2.4)	6.0 (8.3)	4.9 (4.8)	(2.4)
	料金価格	59.1 (27.3)	54.5 (45.5)	31.8 (31.8)	13.6 (13.6)	22.7 (9.1)	(18.2)
	材料価格	72.7 (71.2)	69.7 (59.1)	57.6 (48.5)	63.6 (57.6)	59.1 (51.5)	(48.5)
	請負価格	15.9 (13.6)	34.1 (15.9)	18.2 (18.2)	27.3 (20.5)	22.7 (13.6)	(13.6)
	在庫	▲1.9 (▲5.2)	▲3.9 (▲6.5)	▲1.9 (▲5.8)	0.6 (▲4.5)	0.0 (▲3.2)	(2.6)
	資金繰り	▲14.1 (▲10.7)	▲11.9 (▲12.2)	▲11.5 (▲13.8)	▲11.5 (▲11.5)	▲13.1 (▲17.2)	(▲12.4)
前年同期比	売上額	5.0	▲5.7	▲13.7	▲7.3	▲7.3	
	収益	▲9.5	▲15.3	▲25.6	▲21.8	▲18.1	
	販売価格	49.0	46.9	42.3	41.7	44.2	

(DI「増加—減少」の企業割合)

DI以外は有効回答に占める割合 (%)

有効回答			262	261	262	261	259	
調査期間			2023.7~9	2023.10~12	2024.1~3	2024.4~6	2024.7~9	2024.10~12
雇用面(DI)	前期比残業時間		▲1.5 (0.0)	0.4 (2.3)	▲6.5 (▲2.3)	▲1.5 (0.0)	▲1.5 (0.0)	(▲2.7)
	人 手		▲24.8 (▲25.7)	▲26.4 (▲25.2)	▲21.8 (▲24.1)	▲18.8 (▲24.0)	▲21.2 (▲19.5)	(▲23.9)
借入金 の動き・ 難易度	借入の実施	(1)借入した	24.8	23.8	21.0	21.5	24.7	
		(2)借入しない	75.2	76.2	79.0	78.5	75.3	
	借入の予定	(1)借入予定	21.4	19.9	19.1	22.6	22.0	
		(2)借入予定なし	78.6	80.1	80.9	77.4	78.0	
	民間金融機関からの借入の難易度	(1)容易	8.0	9.6	8.8	8.0	7.7	
		(2)変らない	61.8	58.6	60.7	62.8	66.0	
		(3)難しい	12.6	13.8	16.0	12.3	10.4	
		(4)該当なし	17.6	18.0	14.5	16.9	15.8	
設備投資の動き	設備状況(DI)		▲7.7 (▲5.3)	▲8.9 (▲9.7)	▲7.3 (▲10.6)	▲7.3 (▲9.7)	▲8.6 (▲6.5)	(▲7.8)
	設備投資の実施と予定	(1)事業用 土地・建物	10.3 (15.5)	10.6 (14.3)	8.0 (12.7)	8.3 (14.1)	9.9 (12.5)	(12.0)
		(2)機械・設備の 新・増設	29.4 (23.9)	21.2 (25.4)	20.0 (19.0)	23.6 (25.4)	19.7 (21.4)	(16.0)
		(3)機械・設備の 更改	23.5 (29.6)	24.2 (28.6)	18.0 (31.7)	30.6 (25.4)	26.8 (30.4)	(34.0)
		(4)事務機器	14.7 (8.5)	24.2 (14.3)	24.0 (14.3)	19.4 (15.5)	23.9 (17.9)	(16.0)
		(5)車 両	14.7 (21.1)	12.1 (12.7)	20.0 (14.3)	13.9 (15.5)	12.7 (14.3)	(20.0)
		(6)そ の 他	7.4 (1.4)	7.6 (4.8)	10.0 (7.9)	4.2 (4.2)	7.0 (3.6)	(2.0)
		(7)実施しない (予定なし)	75.6 (71.6)	73.9 (75.6)	79.8 (74.3)	74.3 (75.2)	74.1 (77.8)	(78.4)

DI内容 ○前期比残業時間 (1)増加 (2)やや増加 (3)変らず (4)やや減少 (5)減少
○人 手 (1)過剰 (2)やや過剰 (3)適 正 (4)やや不足 (5)不足
○設 備 の 状 況 (1)過剰 (2)やや過剰 (3)適 正 (4)やや不足 (5)不足

東信地区中小企業景気動向調査集計表(総合)

■経営上の問題点

(回答3項目以内) (%)

	2023. 7~9	2023.10~12	2024. 1~3	2024. 4~6	2024. 7~9
11 売上の停滞・減少	①38.5	①39.1	①40.8	①40.2	①37.8
12 人手不足	③22.9	③26.1	④21.0	④21.8	④19.7
13 大手企業との競争の激化	3.1	3.1	6.1	4.2	2.7
14 同業者間の競争の激化	④22.1	④21.1	③24.4	②26.4	③22.4
15 親企業による選別の強化	0.0	0.8	0.8	0.8	1.9
16 輸入品との競争の激化	0.4	0.4	0.0	0.4	0.4
17 合理化の不足	2.7	3.4	2.7	3.8	3.1
18 利幅の縮小	②25.2	②27.2	②28.6	②26.4	②27.4
19 原材料高	⑤16.4	13.0	⑤15.3	⑤16.5	15.8
20 販売納入先からの値下げ要請	3.1	1.5	2.3	2.7	1.9
21 料金の値下げ要請	0.4	0.4	0.0	0.0	0.0
22 仕入先からの値上げ要請	11.5	11.1	10.7	9.2	10.0
23 人件費の増加	9.5	10.0	11.8	10.0	13.9
24 人件費以外の経費の増加	5.3	3.4	4.6	4.2	4.6
25 技術力の不足	0.4	0.8	0.0	0.8	0.8
26 工場機械店舗狭小・老朽化	8.8	8.4	9.9	7.3	10.8
27 生産能力不足	1.5	1.5	1.5	1.9	1.5
28 材料価格上昇	⑤16.4	⑤14.9	14.9	15.7	⑤17.8
29 下請けの確保難	4.2	3.8	2.7	2.7	2.3
30 代金回収悪化	0.8	0.8	1.1	0.4	0.0
31 地価・商品物件の高騰	1.9	2.3	1.5	1.9	3.5
32 天候の不順	7.3	7.7	6.1	5.7	6.2
33 地場産業の衰退	2.3	1.1	1.1	0.8	3.1
34 大手企業・工場の縮小撤退	0.0	0.0	0.4	0.0	0.4
35 流通経路の変化による競争	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
36 小口注文多頻度配送の増加	0.0	0.0	0.4	0.4	0.8
37 取り扱い業務・商品の陳腐化	1.5	1.9	0.8	0.8	0.0
38 販売商品・物件の不足	5.3	5.4	5.7	7.3	5.4
39 取引先の減少	5.7	6.1	4.6	4.2	5.0
40 駐車場・資材置場の確保難	1.1	0.4	0.8	1.5	0.8
41 商圏人口の減少	3.4	2.7	2.7	2.7	4.2
42 その他	1.9	1.9	1.5	1.1	1.2
43 問題なし	3.8	3.4	4.2	5.0	3.9
44 大型店との競争の激化	7.6	8.0	9.2	9.2	8.1
45 商店街の集客力の低下	1.9	3.1	2.3	3.8	1.9
46 為替レートの変動	1.1	1.1	1.1	0.8	1.2

(数字は有効回答に占める割合)

■当面の重点経営施策

(回答3項目以内) (%)

	2023. 7~9	2023.10~12	2024. 1~3	2024. 4~6	2024. 7~9
11 販路を広げる	②29.8	③31.4	②29.8	②29.5	②28.6
12 経費を節減する	①50.4	①52.1	①51.5	①55.2	①52.1
13 情報力を強化する	④13.0	④14.2	④13.7	④16.1	④15.8
14 新製品・技術を開発する	6.1	6.1	7.6	5.0	5.4
15 不採算部門を整理縮小する	1.5	1.5	1.1	0.4	0.8
16 提携先を見つける	1.9	4.2	3.4	2.7	4.6
17 機械化を推進する	7.6	⑤9.6	9.5	7.7	9.7
18 人材を確保する	②29.8	②31.8	②29.8	③29.1	③26.6
19 パート化を図る	0.8	1.9	1.9	1.5	1.5
20 教育訓練を強化する	8.8	6.9	7.3	7.7	7.7
21 労働条件を改善する	2.3	2.7	3.8	5.0	5.0
22 工場・機械を増設・移転する	1.5	1.1	1.5	1.5	1.2
23 不動産の有効活用を図る	4.6	2.7	2.7	4.6	3.9
24 品揃えを充実・改善する	8.0	6.9	8.4	⑤11.5	9.3
25 新しい事業を始める	5.3	3.8	3.8	3.4	3.9
26 宣伝・広告を強化する	⑤9.2	8.8	6.9	⑤11.5	⑤10.0
27 店舗・設備を改装する	3.4	3.1	3.1	3.4	3.9
28 仕入先を開拓・選別する	4.2	3.4	4.6	5.0	5.4
29 営業時間を延長する	0.0	0.0	0.4	0.4	0.4
30 売れ筋商品を取り扱う	5.7	5.7	5.3	4.6	5.0
31 商店街事業を活性化させる	3.1	2.7	1.9	2.7	2.7
32 技術力を高める	8.8	9.2	8.0	7.3	8.9
33 流通経路の見直しをする	0.4	0.4	0.0	0.0	0.4
34 取引先を支援する	0.4	0.4	0.0	0.4	0.0
35 輸入品の取り扱いを増やす	0.0	0.0	0.0	0.4	0.0
36 新しい工法を導入する	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0
37 その他	0.8	0.0	1.1	0.4	0.4
38 特になし	8.0	9.2	⑤9.9	10.0	6.2

(数字は有効回答に占める割合)

一般財団法人民間都市開発推進機構と 小諸まちづくりファンドを設立しました



上田信用金庫は、令和6年8月9日に「一般財団法人民間都市開発推進機構」(略称：民都機構)と共同で出資し「小諸まちづくりファンド」を設立いたしました。設立に伴い、令和6年8月26日に、小諸市役所(第4会議室)にて、設立記念セミナーを開催いたしました。民都機構は「民間都市開発の推進に関する特別措置法」(昭和62年法律第62号)に基づく、民間の都市開発を推進するための主体として、国土交通大臣の指定を受けた法人です。上田信用金庫と小諸市は、令和3年3月9日に「地方創生に向けた連携に関する協定」を締結し、地域の産業振興、地方創生に連携して取り組んでおります。また、民都機構は長野県と相互に連携してまちづくりを支援する包括的な連携協定を締結しており、本ファンドは第1号の連携案件となります。「小諸まちづくりファンド」設立を機に、小諸市、小諸商工会議所、長野県、民都機構、上田信用金庫が連携を更に強化し、小諸市のまちづくりを推進してまいります。

上田市地域エネルギー会社『株式会社サントエナジー うえだ』の臨時株主総会へ出席しました



令和6年9月5日に上田市役所内にて行われました、上田市地域エネルギー会社『株式会社サントエナジーうえだ』の臨時株主総会へ出席いたしました。株式会社サントエナジーうえだの設立目的は、1.【事業活動を通じて、地域の脱炭素、日本及び世界のカーボンニュートラル達成に貢献すること】、2.【地域で生み出された電力を地域に供給することで、「エネルギーの地産地消」及び「地域内経済循環」を推進すること】、3.【地域の課題解決、地域裨益型事業に積極的に取り組み、持続可能なまちづくりの推進を加速すること】であります。今回の株式会社サントエナジーうえだの設立は、地域で生み出された電力を地域に供給することで、「エネルギーの地産地消」及び「地域内経済循環」を推進する「ローカル鉄道と市民がともに支え合うゼロカーボン×交通まちづくり」の計画の達成に向けた取組のひとつであると考えております。本活動の実現が、未来の上田地域の環境を左右するものと考え、上田信用金庫も株主の皆様、および上田市の皆様と計画の達成に向けて尽力してまいります。

上田しんきん経営塾21の「第2回セミナー (環境激変に挑む 中小企業の危機対応とその事例)」 および「夏季交流会」を開催いたしました



令和6年9月20日に上田市の上田東急REIホテルにて、上田しんきん経営塾21「令和6年度第2回セミナー」、および「夏季交流会」を開催いたしました。セミナーには、信金中央金庫 地域・中小企業研究所 上席研究員 鉢嶺 実氏を講師として招き、『環境激変に挑む 中小企業の危機対応とその事例』と題して、引き続き中小企業を取り巻く厳しい環境をどう乗り越えていったらいいのかという課題に対して、具体的な対応策や事例、その効果を含め、講演いただきました。多くの上田しんきん経営塾21会員の皆様が、自社ですでにどんな取り組みから始めていったらいいか、どんなことができるかについて学びました。

上田しんきん経営塾21では、IT・DX、事業承継(後継者育成)、販路拡大、人材確保、景気動向、環境関連など経営者が抱えるさまざまな問題をテーマとしたセミナーを定期的実施しております。上田しんきん経営塾21にご興味のある事業者様がおられましたら、お気軽に当金庫地域事業部、またはお近くの営業店までご連絡をお願いいたします。

補助金のご相談や申請支援をご希望の事業者様はぜひご相談ください

上田信用金庫/地域事業部 0268-22-6260 (担当:矢嶋・小澤・大塚)

調査の要領

〈東信地区中小企業景気動向調査〉

11 調査対象 2024年9月1日～9月17日

〈東信地区中小企業景気動向調査〉

- 1) 調査時点 2024年9月1日～9月17日
- 2) 調査方法 当金庫職員による直接聴取を中心に調査しました。
- 3) 分析方法 各質問項目で「増加」(上昇)したとする企業が全体に占める構成比、「減少」(下降)したとする企業の構成比との差(DI:判断指数)を中心に分析を行いました。

<https://www.shinkin.co.jp/ueda/>