

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 外国人・海外情勢と中小企業

2025年3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+12で前回調査から2ポイント悪化し、非製造業は+35で同2ポイント改善した。大企業の先行きは、製造業で変動なしの+12、非製造業で7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+2で前回調査から1ポイントの改善、非製造業は+16で前回調査と変動なし。中小企業の先行きは、製造業で3ポイント悪化の▲1、非製造業では7ポイント悪化の+9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12,817企業)では、2025年1～3月期(今期)の業況判断D.I.は▲9.1、前期比6.5ポイント低下と、4四半期ぶりの改善一服となった。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地域で、それぞれ低下した。2025年4～6月期(来期)の予想業況判断D.I.は▲6.4、今期実績比2.7ポイントの改善を見込んでいる。業種別には全6業種中、建設業と不動産業を除く4業種で、また、地域別には全11地域中、8地域で、それぞれ改善の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、2025年1～3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「下降」超幅が拡大している。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「下降」超幅が拡大している。また、業種別にみると、製造業は「下降」超幅が拡大し、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、中小企業は4～6月期に「上昇」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2025年3月の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)は製造業が▲9で前回調査から5ポイント改善、非製造業は+14で前回調査と変動なし。先行きは製造業で変動なしの▲9、非製造業で11ポイント悪化の+3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10.3ポイント悪化の▲21.8となった。業種別では全6業種中、製造業は横ばい、他の5業種は悪化となった。翌期の業況判断指数は、今期実績比から4.6ポイント改善となる▲17.2を予測している。業種別では建設業で横ばい、製造業は悪化、他の4業種は改善を見込んでいる。

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 10～12月	2025年 1～3月	2025年 4～6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
2025年1～3月期の景気の現状と2025年
4～6月期の見通しを調査したものです。

No.172

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



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 261 企業の回答(回答率 98.9%)によると、2025 年 1～3 月期(今期)の総合業況判断指数(DI)は▲21.8 となり、前期比 10.3 ポイントの悪化となった。また、前期における今期見通し(▲23.5)を 1.7 ポイント上回った。

製造業・非製造業別の DI は、製造業が▲19.3 で前期比変わらず、非製造業は▲23.0 で同 15.1 ポイント低下した。売上・収益面では、前年同期比売上額判断 DI が前期比 6.9 ポイント低下となる▲8.4、同収益判断 DI が 4.5 ポイント低下の▲15.3 となった。資金繰り判断 DI は前期比 1.6 ポイント上昇となる▲11.1 で推移している。雇用面では、人手過不足判断 DI は▲20.3(マイナスは人手「不足」超)とマイナス幅が 5.5 ポイント縮小し、人手不足感がやや弱まった。また、前期比残業時間判断 DI は減少に転じた。

業種別の業況判断 DI は、全 6 業種中、製造業は横ばい、他の 5 業種は悪化となった。

回答企業261社の業況調査(%)
現在の業況感と3ヶ月後の予測

	良い	変わらない	悪い
2024年 12月調査	20	49	31
2025年 3月調査	13	52	35
2025年 6月予測	13	56	31

翌期の予測

2025 年 4～6 月期(翌期)の予測業況判断 DI は▲17.2 となり、今期実績比 4.6 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▲21.7 で今期実績比 2.4 ポイントの悪化、非製造業は▲15.2 で同 7.8 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▲2.4、卸売業が同+11.8、小売業が同+10.1、サービス業が同+9.1、建設業が同±0、不動産業が同+12.5 となり、製造業で悪化するものの、横ばいの建設業を除く 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」が前期比 3.7 ポイント上昇し 38.3%で引き続きトップとなった。以下、「利幅の縮小(31.4%)」、「人手不足(22.2%)」、「同業者間の競争の激化(21.5%)」、「原材料高(18.8%)」が上位項目となった。その他「人件費の増加(前期 13.8%→15.3%)」、「商圈人口の減少(前期 3.5%→5.0%)」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(55.2%)」が引き続きトップとなった。以下、「販路を広げる(33.3%)」、「人材を確保する(25.3%)」、「情報力を強化する(18.8%)」が上位項目となった。その他「店舗・設備を改装する(前期 3.1%→4.6%)」、「提携先を見つける(前期 3.5%→4.2%)」が上昇した。

雇用情勢 (2025.4.1 長野労働局発表資料「最近の雇用情勢(令和7年2月分)」に基づく)

長野労働局が発表した 2025 年 2 月の県内有効求人倍率(季節調整値)は、1.29 倍で、前月を 0.01 ポイント上回った。地域別有効求人倍率(実数値)では中信地域で前年同月を上回り、安定所別では 12 安定所中、9 安定所で前年同月を下回った。

東信地区の 2025 年 2 月の有効求人倍率(実数値)は、前年同月を 0.13 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 0.12 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。

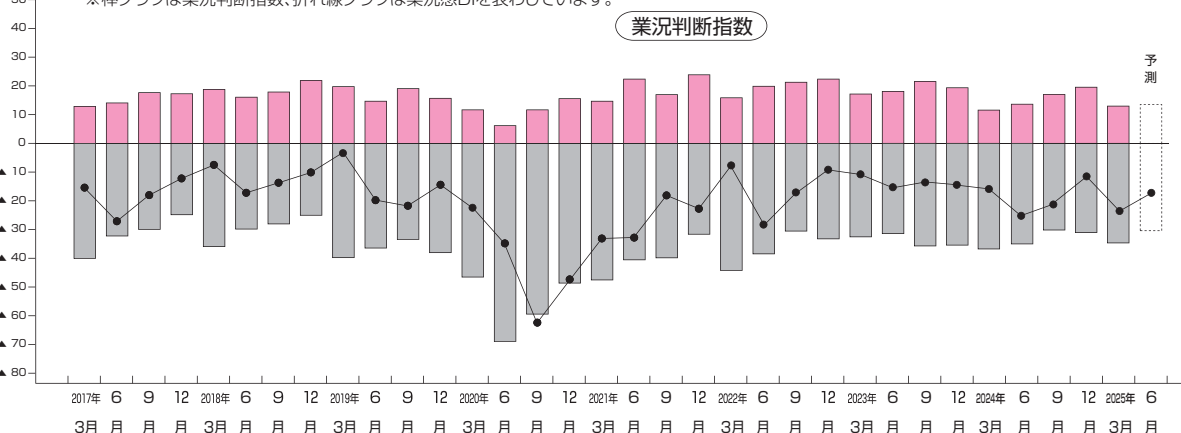
好
転
(
良
い
)

悪
化
(
悪
い
)

東信地区・業況判断指数推移(全産業業況感DI)(対前期比)

※棒グラフは業況判断指数、折れ線グラフは業況感DIを表わしています。

(DIとは、「良い」とする企業割合から「悪い」とする企業割合の差を求めた値)



製造業

回答企業 83 社

今期の業況

業況感は前期と同率となる▲19.3 となり、前年同月比では 15.2 ポイント上昇した。また、前期における今期見通し(▲24.1)を 4.8 ポイント上回った。業況感は横ばいとなっているが、売上額、受注残、収益ともに前期を下回っている。

概況

プラスチック成型部品製造業では、スマートフォン市場の鈍化や中国市場の影響により売上はピーク時に比べて低調に推移している。菓子製造業では、国内旅行が活発で業況は上向き、大阪万博も追い風となり製造が追いついていない先もある。自動化・省力化装置製造業では、昨年に比べて引き合いが増加しているが、納期が厳しい案件の問い合わせが増えており、人繰りに苦慮している。食品製造業については天候不順による原材料の確保に苦慮しており、季節ごとの産地に変化が生じている。電子部品製造業では受注先の在庫が過剰となり、物価高等の影響により、軒並み受注が減少している。全体としてアメリカの関税政策の影響を危惧する声が多数聞かれた。

翌期の予測

業況感は今期比 2.4 ポイント低下となる▲21.7 を予測している。売上額、受注残、収益はいずれも今期より改善する見通しとなっているが、業況感の改善には繋がっていない。

経営上の問題点

「原材料高(59.0%)」が前期と同率で引き続きトップとなる。以下、「売上の停滞・減少(45.8%)」、「利幅の縮小(30.1%)」、「工場・機械の狭小・老朽化(27.7%)」と続いた。「利幅の縮小」が6.0ポイント上昇した。

当面の重点経営施策

「販路を広げる(59.0%)」と「経費を節減(56.6%)」が前期比ともに7.2 ポイント上昇し関心の高さが示された。以下順位に変動はなく、「人材を確保(30.1%)」、「情報力を強化(25.3%)」、「機械化を推進(15.7%)」と続いた。

主要指標・DI推移

項目	期別	2024年		2024年		2024年		2025年	
		1~3月	4~6月	7~9月	10~12月	1~3月	4~6月	1~3月	4~6月
前期比	業況感	▲34.5	▲27.7	▲22.0	▲19.3	▲19.3	▲21.7		
	売上額	▲31.0	▲10.8	▲23.2	▲4.8	▲14.5	▲2.4		
	受注残	▲21.4	▲10.8	▲22.0	▲3.6	▲19.3	1.2		
	収益	▲33.3	▲13.3	▲23.2	▲12.0	▲15.7	▲3.6		
	販売価格	11.9	13.3	15.9	18.1	14.5	8.4		
	原材料価格	39.3	44.6	40.2	48.2	45.8	34.9		
	原材料在庫	7.1	6.0	4.9	4.8	9.6	8.4		
	資金繰り	▲11.9	▲18.1	▲12.2	▲10.8	▲7.2	▲2.4		
前年同期	売上額	▲25.0	▲19.3	▲30.5	▲22.9	▲12.0			
	収益	▲33.3	▲30.1	▲35.4	▲19.3	▲14.5			

(▲印:悪化・低下値・%)

経営上の問題点

①原材料高	59.0	(59.0) ①
②売上の停滞・減少	45.8	(47.0) ②
③利幅の縮小	30.1	(24.1) ③
④工場・機械の狭小・老朽化	27.7	(24.1) ③
⑤人件費の増加	22.9	(22.9) 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販路を広げる	59.0	(51.8) ①
②経費を節減	56.6	(49.4) ②
③人材を確保	30.1	(28.9) ③
④情報力を強化	25.3	(26.5) ④
⑤機械化を推進	15.7	(22.9) 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

業況感は前年同期比で 2.7 ポイント低下となる▲47.1 となり、前期比でも 5.9 ポイント低下した。仕入価格は減少に転じているが、販売価格も低下しており、在庫も増加している。売上額は前期比 29.4 ポイント大幅低下し、収益も悪化している。

概況

土産物卸売業では、天候に恵まれたことから観光客売上が増加し、特に軽井沢地区の伸び率が高かった。食品卸売業では、キムチ生産の原料となる白菜が生育不良であり一時出荷数が減少した。工具・工作機械卸売業では、地場製造業取引先の設備投資が低調であり、大型受注も乏しい様子。米穀類卸売業では、仕入価格が高止まりしており、昨年から米不足が続いている。塗料卸売業では、仕入価格が上昇しており利幅の減少が続いている。自動車ガラス卸売業では、ガラス自体の価格は自動車装備技術の高度化から上昇しているが売上利益とも増加している。包装資材卸売業では、仕入価格の上昇分を販売価格に転嫁できていない。

翌期の予測

業況感は今期実績から 11.8 ポイント上昇し▲35.3 を予測している。資金繰りは依然として厳しい見込であるが、売上額は 29.4 ポイント、収益は 41.2 ポイントの大幅な改善を予測している。

経営上の問題点

「売上の停滞・減少(52.9%)」が前期比 5.8 ポイント上昇し引き続きトップ。以下、「利幅の縮小(29.4%)」、「人手不足」・「仕入先からの値上要請」・「天候の不順」がそれぞれ 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 5.9 ポイント上昇し引き続きトップとなる。以下、「経費を節減(41.2%)」、「品揃えを充実(29.4%)」、「情報力を強化(23.5%)」、「人材を確保(17.6%)」と続いた。

主要指標・DI推移

項目	期別	2024年		2024年		2025年	
		1~3月	4~6月	7~9月	10~12月	1~3月	4~6月
前期比	業況感	▲44.4	▲29.4	▲29.4	▲41.2	▲47.1	▲35.3
	売上額	▲33.3	11.8	17.6	▲5.9	▲35.3	▲5.9
	収益	▲27.8	0.0	0.0	▲29.4	▲41.2	0.0
	販売価格	27.8	29.4	35.3	52.9	41.2	35.3
	仕入価格	33.3	52.9	47.1	58.8	41.2	29.4
	在庫	0.0	17.6	▲5.9	▲23.5	11.8	0.0
	資金繰り	▲22.2	▲23.5	▲35.3	▲17.6	▲17.6	▲23.5
	売上額	▲22.2	▲23.5	▲17.6	▲17.6	▲23.5	
前年同期	収益	▲27.8	▲11.8	▲23.5	▲41.2	▲29.4	
	販売価格	22.2	41.2	23.5	47.1	58.8	

(▲印:悪化・低下値・%)

経営上の問題点

①売上の停滞・減少	52.9	(47.1) ①
②利幅の縮小	29.4	(29.4) ③
③人手不足	23.5	(17.6) ⑤
③仕入先からの値上要請	23.5	(17.6) ⑤
③天候の不順	23.5	(17.6) 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販路を広げる	70.6	(64.7) ①
②経費を節減	41.2	(41.2) ②
③品揃えを充実	29.4	(29.4) ③
④情報力を強化	23.5	(17.6) ⑤
⑤人材を確保	17.6	(29.4) 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 79 社

今期の業況

前期における今期見通し(▲37.2)を 1.8 ポイント上回ったものの、業況感は▲35.4 となり、前年同期比で 7.6 ポイント低下、前期比でも 18.7 ポイント低下している。特に売上額は前期比で 34.2 ポイント大幅に低下した。

概況

医薬品小売業では、安定したニーズがあるものの、調剤報酬が厳しく改定され、薬価が下がり収益性が低下している。家電小売業では、高齢者向けの防犯カメラの需要が増加している。自動車販売店では、中古車価格が上昇し、販売価格の上昇から顧客の予算額を超過することが多くなり契約に結び付いていない。酒類販売店では、ウイスキーブームが一服しそうな状況。家具小売業では、輸送コストが大幅に増加しているが全額を価格転嫁はできず、廃棄代や送料に上乗せして補っている。コーヒー豆販売業では、新規開業者が多く、それぞれがインターネット、宿泊施設等の販売に独自性を活かしているが、コーヒー豆の高騰が続いており利益が薄くなってきている。

翌期の予測

業況感は今期実績から 10.1 ポイント上昇となる▲25.3 を予測している。売上額が 39.2 ポイント、収益が 41.7 ポイントと大きく改善する見通しとなった。

経営上の問題点

「売上の停滞・減少(44.3%)」が前期比 8.4 ポイント上昇し引き続きトップとなる。以下、「利幅の縮小(39.2%)」、「大型店との競争の激化(24.1%)」、「仕入先からの値上要請(21.5%)」、「同業者間の競争の激化(20.3%)」と続いた。

当面の重点経営施策

「経費を節減」が 62.0%で引き続きトップ。以下、「品揃えを充実(31.6%)」、「宣伝・広告を強化する(26.6%)」、「売れ筋商品を扱う(19.0%)」と続いた。「仕入先を開拓選別(15.2%)」が前回より順位を上げてランクインした。

主要指標・DI推移

項目	期別	2024年				2025年	
		1~3月	4~6月	7~9月	10~12月	1~3月	4~6月
前期比	業況感	▲27.8	▲26.6	▲15.4	▲16.7	▲35.4	▲25.3
	売上額	▲7.6	2.5	5.1	1.3	▲32.9	6.3
	収益	▲16.5	▲15.2	▲3.8	▲17.9	▲39.2	2.5
	販売価格	32.9	25.3	26.9	29.5	19.0	26.6
	仕入価格	44.3	46.8	44.9	46.2	43.0	44.3
前年同期	在庫	1.3	0.0	5.1	5.1	▲1.3	▲2.5
	資金繰り	▲19.0	▲10.1	▲19.2	▲16.7	▲22.8	▲8.9
	売上額	▲3.8	1.3	1.3	5.1	▲15.2	
	収益	▲19.0	▲22.8	▲11.5	▲14.1	▲29.1	
	販売価格	46.8	41.8	48.7	48.7	46.8	

(▲印:悪化・低下値・%)

経営上の問題点

①売上の停滞・減少	44.3	(35.9) ①
②利幅の縮小	39.2	(32.1) ②
③大型店との競争の激化	24.1	(26.9) ③
④仕入先からの値上要請	21.5	(20.5) ④
⑤同業者間の競争の激化	20.3	(20.5) 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経費を節減	62.0	(57.7) ①
	②品揃えを充実	31.6	(33.3) ②
	③宣伝・広告を強化する	26.6	(26.9) ③
	④売れ筋商品を扱う	19.0	(20.5) ④
	⑤仕入先を開拓選別	15.2	(12.8) ⑥

(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、前年同期比及び前期比から 9.1 ポイント低下となるが、前期における今期見通し(▲22.7)を 9.1 ポイント上回った。売上額が 18.2 ポイント低下し、収益も 13.7 ポイント悪化した。

概況

自動車整備業では、降雪による修理依頼は少なかったが、中古車価格の高騰により購入を諦めて修理にて対応する顧客が増加している。運送業ではドライバー不足が深刻となり、高齢化も進んでいる。待遇改善のため、年間休日を増やし、賃金についても引上げしている。業界では、競争力確保とドライバー確保のため、M&Aが増えている。歯科医では、銀歯の仕入れ価格が 2 割強値上がりし、歯科衛生器具等も値上がりしている。宿泊業では、他県に比べて 2 月のインバウンドによる売上増加が少なく、外国人向けの観光誘致が課題となっている。建設機材リース販売では、公共工事の減少から売上は減少傾向にある。特に降雪が少なく、除雪に関係する機材リースが打撃を受けた。

翌期の予測

業況感は今期実績値から 9.1 ポイント改善となる▲4.5 と予測している。材料価格の低下が見込まれ、売上額は 27.2 ポイント、収益も 22.8 ポイント上昇する見通しとなる。

経営上の問題点

「材料価格上昇(45.5%)」が引き続きトップとなる。以下、「同業者間の競争の激化(40.9%)」、「人手不足(36.4%)」、「利幅の縮小(22.7%)」と続いた。「人手不足」は前回調査から 9.1 ポイント上昇した。

当面の重点経営施策

「経費を節減(45.5%)」が前回から 9.0 ポイント低下するも引き続きトップとなる。以下、「人材を確保(40.9%)」、「販路を広げる(27.3%)」、「宣伝・広告を強化する(22.7%)」と続いた。「店舗・設備を改装する(18.2%)」が前回9位からランクインした。

主要指標・DI推移

項目	期別	2024年				2025年	
		1~3月	4~6月	7~9月	10~12月	1~3月	4~6月
前期比	業況感	▲4.5	▲18.2	▲13.6	▲4.5	▲13.6	▲4.5
	売上額	▲9.1	▲4.5	4.5	▲4.5	▲22.7	4.5
	収益	▲18.2	▲22.7	▲22.7	▲13.6	▲27.3	▲4.5
	料金価格	31.8	13.6	22.7	27.3	31.8	31.8
	材料価格	68.2	59.1	54.5	59.1	63.6	45.5
前年同期	資金繰り	0.0	▲9.1	▲9.1	▲18.2	▲9.1	▲13.6
	売上額	▲9.1	4.5	18.2	27.3	▲9.1	
	収益	▲27.3	▲13.6	▲9.1	18.2	▲13.6	

(▲印:悪化・低下値・%)

経営上の問題点

①材料価格上昇	45.5	(45.5) ①
②同業者間の競争の激化	40.9	(40.9) ②
③人手不足	36.4	(27.3) ③
④利幅の縮小	22.7	(18.2) ⑦
⑤売上の停滞・減少	18.2	(22.7) 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	45.5	(54.5) ①
	②人材を確保	40.9	(36.4) ②
	③販路を広げる	27.3	(22.7) ③
	④宣伝・広告を強化する	22.7	(18.2) ④
	⑤店舗・設備を改装する	18.2	(9.1) ⑨

(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▲11.4 となり、前年同期比で 2.3 ポイント、前期比で 15.9 ポイント悪化し、前期における今期見通し(▲4.5)と同率となった。資金繰りは若干改善するものの、売上額、受注残、施工高はいずれも低下している。

概況

公共工事は予算の関係から減少傾向にあり、入札は競争が一段と厳しくなることが予想される。設備工事業では、受注量は例年並みだが、受注単価が低く売上高は減少している。工務店では人材不足により受注が難しく、受注量を増加させるにはあと数名の従業員が必要とのこと。住宅部門では、資材高騰で着工数が減少しており、上田市内の分譲地販売の動きも鈍化している。2025 年 4 月の建築基準法改正を見越して「小さな平屋」住宅の人气が高まっている。外構工事では住宅建設時の外構工事は新築の最終段階であり、建築価格の高騰から最終的に外溝の予算を削るケースが増えている。土木工事業では、公共工事が大きく減少している。加えて降雪が少ない状況から除雪売上も減少している。

翌期の予測

業況感は今期実績と同率となる▲11.4 を予測している。売上額などは上昇を見込むが、材料価格の上昇により収益は横ばいとなり、資金繰りが悪化する見通しとなっている。

経営上の問題点

「材料価格上昇(75.0%)」が引き続きトップとなる。以下、「人手不足(50.0%)」、「利幅の縮小(31.8%)」、「売上の停滞・減少(29.5%)」と続いた。「売上の停滞・減少」は前回調査から 11.3 ポイント上昇した。

当面の重点経営施策

「経費を節減(61.4%)」が引き続きトップとなる。以下、「人材を確保(47.7%)」、「技術力を強化(38.6%)」、「販路を広げる(31.8%)」と続いた。「販路を広げる」は前回調査から 6.8 ポイント上昇した。

主要指標・DI推移

項目	期別	2024年				2025年	
		1~3月	4~6月	7~9月	10~12月	1~3月	4~6月
前期比	業況感	▲9.1	▲6.8	2.3	4.5	▲11.4	▲11.4
	売上額	▲9.1	0.0	▲2.3	6.8	▲15.9	▲6.8
	受注残	▲11.4	▲6.8	▲2.3	0.0	▲20.5	▲9.1
	施工高	▲11.4	9.1	4.5	0.0	▲15.9	▲9.1
	収益	▲27.3	▲11.4	▲4.5	▲15.9	▲18.2	▲18.2
	材料価格	52.3	65.9	61.4	50.0	47.7	54.5
	請負価格	18.2	27.3	22.7	20.5	20.5	18.2
	在庫	4.5	2.3	0.0	0.0	9.1	9.1
	資金繰り	▲4.5	▲2.3	▲2.3	▲9.1	▲6.8	▲13.6
	売上額	▲6.8	▲2.3	11.4	4.5	0.0	
翌期	収益	▲25.0	▲20.5	▲6.8	▲2.3	▲6.8	

(▲印:悪化・低下値:%)

経営上の問題点

①材料価格上昇	75.0	(75.0) ①
②人手不足	50.0	(50.0) ②
③利幅の縮小	31.8	(36.4) ③
④売上の停滞・減少	29.5	(18.2) ⑤
⑤同業者間の競争の激化	25.0	(20.5) 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経費を節減	61.4	(63.6) ①
	②人材を確保	47.7	(50.0) ②
	③技術力を強化	38.6	(45.5) ③
	④販路を広げる	31.8	(25.0) ④
	⑤情報力を強化	22.7	(25.0) ④

(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 32.1 ポイント上昇するも、前期比で 12.5 ポイント低下した。また、前期における今期見通し(12.5)を 6.3 ポイント上回った。依然として仕入価格は高騰し、在庫不足が深刻化している。

概況

不動産売買等の機会に外国人が立ち会うケースが増加している。また、中国から物件の問い合わせがあるが、意思疎通が難しく苦慮している。軽井沢、御代田地区の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アパート建設も増加している。首都圏の大手業者が首都圏在住の軽井沢地区に土地を所有する顧客に対し、直接アプローチし町内以外で取引が決まってしまうことも増えている。大手業者は各種業態の企業を傘下に持っており情報収集力も高い。以前は情報も含め町内業者に問い合わせが行われることも多かったが、様子が変わってきている。価格についても地元の相場感を無視した値決めが行われる傾向もあり、価格の高騰に拍車をかけている。

翌期の予測

業況感は今期から 12.5 ポイント上昇となる 31.3 を予想している。在庫は不足しており、仕入価格も高止まりしているが、販売価格も高値で推移しており、売上額、収益はいずれも改善される見通しとなった。

経営上の問題点

「販売商品・物件の不足(68.8%)」が 6.3 ポイント上昇しトップ。以下、「同業者間の競争の激化(56.3%)」、「地価・商品物件の高騰(43.8%)」と続いた。「地価・商品物件の高騰」が 12.5 ポイント上昇した。

当面の重点経営施策

「情報力を強化(87.5%)」が 6.2%上昇し引き続きトップとなった。以下、「宣伝・広告を強化する(56.3%)」、「販路を広げる(37.5%)」と続いた。1 年前には「特になし」とする回答が一定数いたが、今回は全くなかった。

主要指標・DI推移

項目	期別	2024年				2025年	
		1~3月	4~6月	7~9月	10~12月	1~3月	4~6月
前期比	業況感	▲13.3	0.0	18.8	31.3	18.8	31.3
	売上額	▲20.0	18.8	12.5	37.5	6.3	31.3
	収益	▲20.0	12.5	6.3	25.0	12.5	18.8
	販売価格	26.7	12.5	31.3	25.0	56.3	56.3
	仕入価格	33.3	43.8	43.8	43.8	75.0	50.0
	在庫	▲40.0	▲18.8	▲18.8	▲43.8	▲25.0	▲25.0
	資金繰り	6.7	0.0	0.0	0.0	18.8	12.5
	売上額	▲20.0	0.0	▲6.3	37.5	37.5	
	収益	▲13.3	0.0	0.0	18.8	37.5	
	売上額	▲20.0	0.0	▲6.3	37.5	37.5	
翌期	収益	▲13.3	0.0	0.0	18.8	37.5	

(▲印:悪化・低下値:%)

経営上の問題点

①販売商品・物件の不足	68.8	(62.5) ①
②同業者間の競争の激化	56.3	(50.0) ②
③地価・商品物件の高騰	43.8	(31.3) ③
④大手企業との競争の激化	18.8	(18.8) ⑤
⑤利幅の縮小	12.5	(25.0) 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情報力を強化	87.5	(81.3) ①
	②宣伝・広告を強化する	56.3	(56.3) ②
	③販路を広げる	37.5	(31.3) ③
	④経費を節減	25.0	(18.8) ④
	⑤人材を確保	12.5	(18.8) ④

(上位5項目・複数回答:%) ()内前期—① 前期順位

「外国人・海外情勢と中小企業」

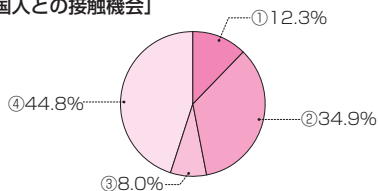
(特別設問 貴社では、人材定着などに向けて、2025年中に賃金の引上げを実施しますか。)

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「外国人・海外情勢と中小企業」についてお聞きしました。

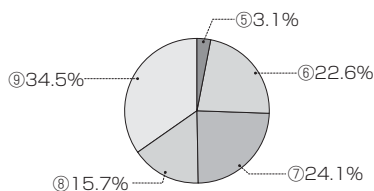
問1.

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

【外国人との接触機会】



【ビジネスチャンスを増やす意向】



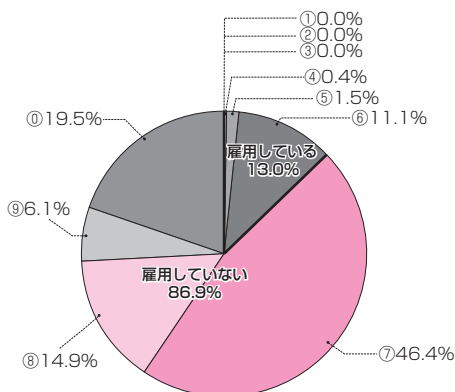
項目	全企業	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
外国人との接触機会							
①コロナ前を上回っている	12.3	9.6	17.6	12.7	9.1	13.6	18.8
②コロナ前とほぼ同水準	34.9	37.3	17.6	38.0	36.4	27.3	43.8
③コロナ前を下回っている	8.0	7.2	0.0	12.7	13.6	2.3	6.3
④わからない	44.8	45.8	64.7	36.7	40.9	56.8	31.3
ビジネスチャンスを増やす意向							
⑤大いにある	3.1	6.0	0.0	0.0	0.0	2.3	12.5
⑥どちらかというところ	22.6	19.3	17.6	29.1	36.4	13.6	18.8
⑦どちらかというところ	24.1	32.5	29.4	15.2	31.8	18.2	25.0
⑧まったくない	15.7	9.6	17.6	20.3	13.6	25.0	0.0
⑨わからない	34.5	32.5	35.3	35.4	18.2	40.9	43.8

コロナ前と比較した外国人との接触機会については、「上回っている（12.3%）」が「下回っている（8.0%）」を上回った。また、「同水準」が34.9%、「わからない」が44.8%と、それぞれ大きな割合を占めた。業種別では「コロナ前を上回っている」と回答したのは不動産業（18.8%）が最も多かった。

外国向けのビジネスチャンスを今後増やす意向があるかについては、「大いにある（3.1%）」と「どちらかというところ（22.6%）」の合計が3割未満となったのに対し、「どちらかというところ（24.1%）」と「まったくない（15.7%）」の合計が4割となった。業種別では不動産業・サービス業・小売業で前向きな回答が多かった。

問2.

貴社では、外国人労働者を雇用していますか。雇用している場合は、従業員全体に占める外国人労働者の割合を1から6の中から1つ選んでお答えください。また、雇用していない場合は、外国人労働者を雇用していない理由を7から9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
外国人労働者を雇用している							
①50%以上	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
②40%～50%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
③30%～40%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
④20%～30%	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	2.3	0.0
⑤10%～20%	1.5	3.6	0.0	0.0	4.5	0.0	0.0
⑥10%未満	11.1	15.7	23.5	6.3	9.1	9.1	6.3
外国人労働者を雇用していない							
⑦人手が充足しており必要ない	46.4	47.0	41.2	55.7	40.9	22.7	75.0
⑧受入負担(就労環境整備、育成コスト等)が重い	14.9	12.0	5.9	13.9	13.6	29.5	6.3
⑨雇用の方法が分からない、行政手続きの負担が重い	6.1	3.6	11.8	6.3	13.6	6.8	0.0
⑩コミュニケーションなどで心配がある	19.5	18.1	17.6	17.7	18.2	29.5	12.5

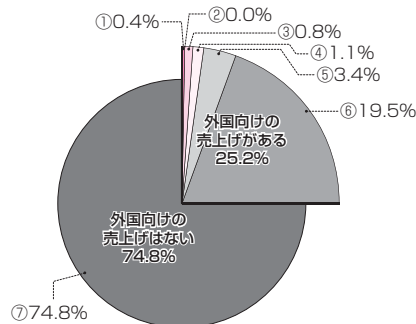
外国人の雇用の有無については、雇用している企業が13.0%となり、前回調査（2020年3月調査、10.2%）と比較して2.8ポイント上昇した。対して雇用していない企業は86.9%となった。

雇用している企業における、全体に占める外国人比率は「10%未満」が11.1%と全体の8割以上を占めた。対して、雇用していない企業における雇用していない理由については、「人手が充足しており必要ない（46.4%）」、「コミュニケーションなどで心配がある（19.5%）」、「受入負担（就労環境整備、育成コスト等）が重い（14.9%）」と続いた。

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.

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



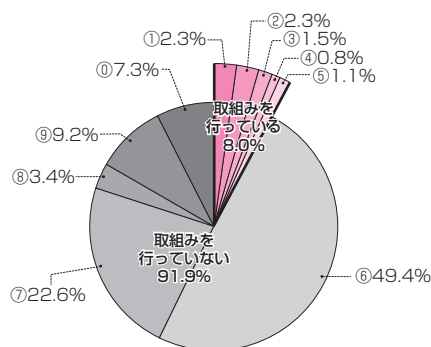
項 目	全企業	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
外国向けの売上げがある							
①50%以上	0.4	1.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
②40%～50%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
③30%～40%	0.8	2.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
④20%～30%	1.1	2.4	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0
⑤10%～20%	3.4	4.8	5.9	1.3	4.5	2.3	6.3
⑥10%未満	19.5	10.8	11.8	36.7	22.7	2.3	31.3
⑦外国向けの売上げはない	74.7	78.3	82.4	60.8	72.7	95.5	62.5

外国向けの売上（外国人旅行客を含む）の有無については、「売上有る」が25.2%と前回調査（2020年3月調査、20.7%）を4.5ポイント上回った。内訳では、「10%未満」が19.5%と売上有る企業のうち8割近くを占めた。対して、「外国向けの売上はない」が74.7%となった。

業種別にみると小売業で売上有る企業の比率が39.3%と高い一方で、建設業では4.6%にとどまった。また、製造業では、売上の半分以上を占める企業もあった。

問4.

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



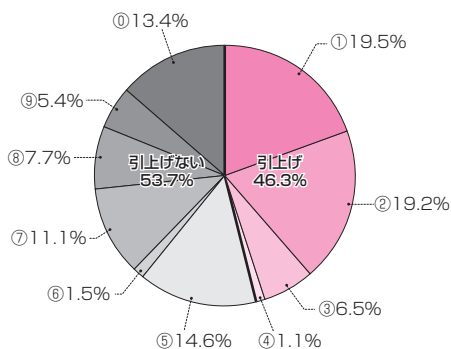
項 目	全企業	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
外国向けの取組みを行っている							
①製品・商品・サービス面の開発強化	2.3	2.4	5.9	3.8	0.0	0.0	0.0
②営業力の強化	2.3	4.8	0.0	1.3	4.5	0.0	0.0
③ネットや広告による情報発信	1.5	2.4	0.0	2.5	0.0	0.0	0.0
④海外拠点の設置・強化	0.8	2.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
⑤その他	1.1	1.2	5.9	1.3	0.0	0.0	0.0
外国向けの取組みを行っていない							
⑥国内だけで十分な売上げがある	49.4	47.0	52.9	39.2	50.0	65.9	62.5
⑦何をすればいいかわからない	22.6	15.7	35.3	30.4	22.7	15.9	25.0
⑧人材が不足している	3.4	3.6	0.0	2.5	9.1	4.5	0.0
⑨資金面で余裕がない	9.2	15.7	0.0	10.1	0.0	4.5	6.3
⑩その他	7.3	4.8	0.0	8.9	13.6	9.1	6.3

外国向けの売上を増加させるための取組みについては、「行っている」が8.0%（前回の2020年3月調査では6.3%）だったのに対し、「行っていない」が91.9%と大半を占めた。業種別では製造業の割合が最も高く、なかでも「営業力の強化」を推進している。

「行っている」の内訳が「製品・商品・サービス面の開発強化（2.3%）」、「営業力の強化（2.3%）」、「ネットや広告による情報発信（1.5%）」と続いたのに対し、「行っていない」の内訳は「国内だけで十分な売上げがある（49.4%）」、「何をすればいいかわからない（22.6%）」と続いた。

問5.

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



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
引上げ							
①0%以上2%未満	19.5	21.7	17.6	11.4	27.3	22.7	31.3
②2%以上4%未満	19.2	28.9	23.5	8.9	22.7	18.2	12.5
③4%以上6%未満	6.5	10.8	5.9	1.3	13.6	4.5	6.3
④6%以上	1.1	1.2	0.0	0.0	0.0	4.5	0.0
引上げない							
⑤賃上げに見合う価格転嫁ができていない	14.6	18.1	17.6	15.2	4.5	11.4	12.5
⑥同業や同地域内の他社が上げていない	1.5	0.0	0.0	2.5	0.0	4.5	0.0
⑦今後の業績見通しが不透明	11.1	3.6	5.9	16.5	13.6	15.9	12.5
⑧売上の低迷や伸び悩み	7.7	6.0	5.9	12.7	4.5	6.8	0.0
⑨これまでに賃金を引上げ済み	5.4	4.8	5.9	2.5	4.5	9.1	12.5
⑩自社に従業員はいない(家族経営など)	13.4	4.8	17.6	29.1	9.1	2.3	12.5

2025年中の賃金引上げ（定期昇給分除く、賞与や一時金除く、予定を含む）については、「引き上げた」が46.3%と、前年調査（2024年3月調査、46.6%）から0.3ポイント減少したのに対し、「引き上げなかった」は53.7%となった。

引き上げた企業の内訳をみると、「0%以上2%未満」の割合（19.5%）が前回調査（23.7%）から低下したのに対し、「2%以上」の階層は上昇した。引き上げなかった企業の内訳をみると、「賃上げに見合う価格転嫁ができていない（14.6%）」、「今後の見通しが不透明（11.1%）」と続いた。

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	259	260	261	
		2024.1~3	2024.4~6	2024.7~9	2024.10~12	2025.1~3	2025.4~6
総合業況判断指数		▲25.2 (▲25.3)	▲21.5 (▲16.8)	▲13.1 (▲18.4)	▲11.5 (▲11.2)	▲21.8 (▲23.5)	(▲17.2)
売上・収益・価格の動き ▲前期に比べて▼	売上額	▲17.9 (▲18.8)	▲ 1.1 (0.0)	▲ 3.9 (1.1)	1.5 (0.0)	▲21.1 (▲17.3)	(1.9)
	受注残	▲18.0 (▲19.5)	▲ 9.4 (▲ 3.9)	▲15.1 (▲ 4.7)	▲ 2.4 (▲ 3.2)	▲19.7 (▲21.3)	(▲ 2.4)
	施工高	▲11.4 (▲22.7)	9.1 (2.3)	4.5 (▲ 4.5)	0.0 (2.3)	▲15.9 (▲18.2)	(▲ 9.1)
	収益	▲24.8 (▲23.0)	▲11.9 (▲ 5.3)	▲10.8 (▲ 6.5)	▲13.5 (▲ 9.3)	▲24.1 (▲21.9)	(▲ 2.7)
	販売価格	23.0 (13.8)	19.5 (18.4)	23.3 (20.0)	26.3 (19.2)	22.1 (13.9)	(22.1)
	仕入価格	41.1 (31.5)	47.3 (31.3)	45.0 (41.1)	47.7 (37.8)	47.3 (37.8)	(42.9)
	原材料価格	39.3 (28.6)	44.6 (34.5)	40.2 (34.9)	48.2 (29.3)	45.8 (30.1)	(34.9)
	原材料在庫	7.1 (2.4)	6.0 (8.3)	4.9 (4.8)	4.8 (2.4)	9.6 (4.8)	(8.4)
	料金価格	31.8 (31.8)	13.6 (13.6)	22.7 (9.1)	27.3 (18.2)	31.8 (22.7)	(31.8)
	材料価格	57.6 (48.5)	63.6 (57.6)	59.1 (51.5)	53.0 (48.5)	53.0 (36.4)	(51.5)
	請負価格	18.2 (18.2)	27.3 (20.5)	22.7 (13.6)	20.5 (13.6)	20.5 (9.1)	(18.2)
	在庫	▲ 1.9 (▲ 5.8)	0.6 (▲ 4.5)	0.0 (▲ 3.2)	▲ 4.5 (2.6)	0.6 (▲ 7.1)	(▲ 1.3)
	資金繰り	▲11.5 (▲13.8)	▲11.5 (▲11.5)	▲13.1 (▲17.2)	▲12.7 (▲12.4)	▲11.1 (▲14.6)	(▲ 7.7)
前年同期比	売上額	▲13.7	▲ 7.3	▲ 7.3	▲ 1.5	▲ 8.4	
	収益	▲25.6	▲21.8	▲18.1	▲10.8	▲15.3	
	販売価格	42.3	41.7	44.2	48.4	49.0	

(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	259	260	261	
調査期間			2024.1~3	2024.4~6	2024.7~9	2024.10~12	2025.1~3	2025.4~6
雇用面(DI)	前期比残業時間		▲ 6.5 (▲ 2.3)	▲ 1.5 (0.0)	▲ 1.5 (0.0)	1.9 (▲ 2.7)	▲ 4.2 (▲ 3.1)	(▲ 2.3)
	人 手		▲21.8 (▲24.1)	▲18.8 (▲24.0)	▲21.2 (▲19.5)	▲25.8 (▲23.9)	▲20.3 (▲23.8)	(▲22.2)
借入金 の動き・ 難易度	借入の実施	(1)借入した	21.0	21.5	24.7	20.8	22.6	
		(2)借入しない	79.0	78.5	75.3	79.2	77.4	
	借入の予定	(1)借入予定	19.1	22.6	22.0	18.8	23.8	
		(2)借入予定なし	80.9	77.4	78.0	81.2	76.2	
	民間金融機関からの借入の難易度	(1)容 易	8.8	8.0	7.7	9.6	10.0	
		(2)変らない	60.7	62.8	66.0	59.6	64.4	
		(3)難しい	16.0	12.3	10.4	11.9	10.3	
		(4)該当なし	14.5	16.9	15.8	18.8	15.3	
設備投資の動き	設備状況(DI)		▲ 7.3 (▲10.6)	▲ 7.3 (▲ 9.7)	▲ 8.6 (▲ 6.5)	▲ 7.0 (▲ 7.8)	▲ 8.2 (▲ 8.2)	(▲ 8.6)
	設備投資の実施と予定	(1)事業用 土地・建物	8.0 (12.7)	8.3 (14.1)	9.9 (12.5)	12.5 (12.0)	9.5 (10.7)	(11.3)
		(2)機械・設備の 新・増設	20.0 (19.0)	23.6 (25.4)	19.7 (21.4)	19.4 (16.0)	20.6 (17.9)	(19.4)
		(3)機械・設備の 更改	18.0 (31.7)	30.6 (25.4)	26.8 (30.4)	31.9 (34.0)	25.4 (35.7)	(24.2)
		(4)事務機器	24.0 (14.3)	19.4 (15.5)	23.9 (17.9)	16.7 (16.0)	27.0 (16.1)	(17.7)
		(5)車 両	20.0 (14.3)	13.9 (15.5)	12.7 (14.3)	15.3 (20.0)	15.9 (16.1)	(22.6)
		(6)そ の 他	10.0 (7.9)	4.2 (4.2)	7.0 (3.6)	4.2 (2.0)	1.6 (3.6)	(4.8)
		(7)実施しない (予定なし)	79.8 (74.3)	74.3 (75.2)	74.1 (77.8)	73.8 (78.4)	75.5 (78.1)	(75.5)

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) (%)

	2024. 1~3	2024. 4~6	2024. 7~9	2024.10~12	2025. 1~3
11 売上の停滞・減少	①40.8	①40.2	①37.8	①34.6	①38.3
12 人手不足	④21.0	④21.8	④19.7	④21.2	③22.2
13 大手企業との競争の激化	6.1	4.2	2.7	5.4	3.4
14 同業者間の競争の激化	③24.4	②26.4	③22.4	③23.1	④21.5
15 親企業による選別の強化	0.8	0.8	1.9	1.2	0.8
16 輸入品との競争の激化	0.0	0.4	0.4	1.2	1.5
17 合理化の不足	2.7	3.8	3.1	2.7	3.1
18 利幅の縮小	②28.6	②26.4	②27.4	②28.5	②31.4
19 原材料高	⑤15.3	⑤16.5	15.8	⑤18.8	⑤18.8
20 販売納入先からの値下げ要請	2.3	2.7	1.9	0.8	1.1
21 料金の値下げ要請	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
22 仕入先からの値上げ要請	10.7	9.2	10.0	9.6	10.7
23 人件費の増加	11.8	10.0	13.9	13.8	15.3
24 人件費以外の経費の増加	4.6	4.2	4.6	3.1	4.2
25 技術力の不足	0.0	0.8	0.8	0.4	0.0
26 工場機械店舗狭小・老朽化	9.9	7.3	10.8	11.9	12.6
27 生産能力不足	1.5	1.9	1.5	1.9	0.4
28 材料価格上昇	14.9	15.7	⑤17.8	16.5	16.5
29 下請けの確保難	2.7	2.7	2.3	3.5	3.4
30 代金回収悪化	1.1	0.4	0.0	0.4	0.4
31 地価・商品物件の高騰	1.5	1.9	3.5	2.7	3.1
32 天候の不順	6.1	5.7	6.2	5.4	5.7
33 地場産業の衰退	1.1	0.8	3.1	1.5	0.8
34 大手企業・工場の縮小撤退	0.4	0.0	0.4	0.0	0.0
35 流通経路の変化による競争	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4
36 小口注文多頻度配送の増加	0.4	0.4	0.8	1.5	1.1
37 取り扱い業務・商品の陳腐化	0.8	0.8	0.0	0.4	0.8
38 販売商品・物件の不足	5.7	7.3	5.4	7.7	7.3
39 取引先の減少	4.6	4.2	5.0	4.2	3.8
40 駐車場・資材置場の確保難	0.8	1.5	0.8	1.2	0.4
41 商圏人口の減少	2.7	2.7	4.2	3.5	5.0
42 その他	1.5	1.1	1.2	0.8	1.1
43 問題なし	4.2	5.0	3.9	3.1	1.9
44 大型店との競争の激化	9.2	9.2	8.1	8.1	7.3
45 商店街の集客力の低下	2.3	3.8	1.9	2.7	3.1
46 為替レートの変動	1.1	0.8	1.2	1.2	1.1

(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) (%)

	2024. 1~3	2024. 4~6	2024. 7~9	2024.10~12	2025. 1~3
11 販路を広げる	②29.8	②29.5	②28.6	②28.8	②33.3
12 経費を節減する	①51.5	①55.2	①52.1	①52.3	①55.2
13 情報力を強化する	④13.7	④16.1	④15.8	④18.8	④18.8
14 新製品・技術を開発する	7.6	5.0	5.4	5.4	4.2
15 不採算部門を整理縮小する	1.1	0.4	0.8	1.2	1.1
16 提携先を見つめる	3.4	2.7	4.6	3.5	4.2
17 機械化を推進する	9.5	7.7	9.7	10.4	8.0
18 人材を確保する	②29.8	③29.1	③26.6	③26.2	③25.3
19 パート化を図る	1.9	1.5	1.5	1.9	1.9
20 教育訓練を強化する	7.3	7.7	7.7	5.4	4.6
21 労働条件を改善する	3.8	5.0	5.0	3.1	2.7
22 工場・機械を増設・移転する	1.5	1.5	1.2	1.2	1.9
23 不動産の有効活用を図る	2.7	4.6	3.9	3.5	3.8
24 品揃えを充実・改善する	8.4	⑤11.5	9.3	11.9	11.5
25 新しい事業を始める	3.8	3.4	3.9	3.1	3.1
26 宣伝・広告を強化する	6.9	⑤11.5	⑤10.0	⑤13.1	⑤13.4
27 店舗・設備を改装する	3.1	3.4	3.9	3.1	4.6
28 仕入先を開拓・選別する	4.6	5.0	5.4	3.8	4.6
29 営業時間を延長する	0.4	0.4	0.4	0.0	0.4
30 売れ筋商品を取り扱う	5.3	4.6	5.0	6.2	5.7
31 商店街事業を活性化させる	1.9	2.7	2.7	2.7	2.3
32 技術力を高める	8.0	7.3	8.9	9.2	8.0
33 流通経路の見直しをする	0.0	0.0	0.4	0.0	1.1
34 取引先を支援する	0.0	0.4	0.0	0.0	0.0
35 輸入品の取り扱いを増やす	0.0	0.4	0.0	0.4	0.0
36 新しい工法を導入する	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4
37 その他	1.1	0.4	0.4	0.4	0.8
38 特になし	⑤9.9	10.0	6.2	9.6	6.5

(数字は有効回答に占める割合)

小諸商業高等学校にて「出前授業(社会人の貯蓄、お金の使い方)」を開催しました



令和7年1月16日、小諸商業高等学校にて3学年の生徒120名を対象として、「社会人の貯蓄、お金の使い方」についての出前授業を開催いたしました。生徒の皆様は、ライフイベントに沿った形で必要となるお金について学ぶとともに、将来に向けた資産運用について「NISA や iDeCo」等についても学びました。質疑応答では「NISA や iDeCo のデメリットについてももっと知りたい。」「まだ難しくてよくわからないことが多いが、これからしっかり勉強していきたい。」等の質問や感想があり、生徒の皆様には金融商品に対する興味を持っていただくことができました。当金庫では、今後も金融の基礎知識や仕組み等に関する金融教育を実施してまいります。

上田千曲高等学校にて「出前授業(マナー研修)」を開催しました



令和7年2月4日、上田千曲高等学校にて商業科2学年の生徒36名を対象として、「マナー研修」についての出前授業を開催いたしました。生徒の皆様は、挨拶や電話対応、名刺交換、身だしなみなどについて説明を受ける(インプット)とともに、生徒同士による実践練習(アウトプット)も行い、社会に出て必要となるマナーについて学びました。当金庫では、今後もマナー研修のほか金融の基礎知識や仕組み等に関する金融教育を実施してまいります。

上田しんきん経営塾21の「第3回セミナー(価格転嫁・価格交渉のポイント)」 および「冬季交流会」を開催いたしました



令和7年2月14日に佐久市の佐久平プラザ21にて、上田しんきん経営塾21「令和6年度第3回セミナー」、および「冬季交流会」を開催いたしました。セミナーには、長野県よろず支援拠点 サブチーフコーディネーターの樋口武伸氏を講師として招き、『～労務費や原材料費等の適切な価格転嫁・取引適正化に向けて～価格転嫁・価格交渉のポイント』と題して、中小企業・小規模事業者、および下請業者が抱える課題の中でも、現在の経済状況においては最大の関心事、課題の一つである「価格転嫁と価格交渉」について、講演いただきました。多くの上田しんきん経営塾21会員の皆様は、自社が「価格転嫁と価格交渉」について、取り組めているのか、できているのか、できていないのか、改めて考えながら学びました。



上田しんきん経営塾21では、今回の価格転嫁・価格交渉のほか、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。また、長野県内外企業への視察旅行などを企画しております。上田しんきん経営塾21にご興味のある企業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。

しんきん SDGs 私募債「ちいきのミライ」発行企業のご紹介

しんきんSDGs私募債「ちいきのミライ」は、SDGsの17のゴールを達成するための寄付を通じて、持続可能な地域社会の実現に向けて取り組むことが可能な私募債となっております。



株式会社 堀内組 様

令和7年1月28日、佐久市臼田に本社を置く株式会社堀内組様(総合建設業)がしんきんSDGs私募債「ちいきのミライ」の発行に伴い、学校法人信学会佐久南幼稚園へ、2段式絵本棚4棹、2輪トロッコ2台、MKポーター1組を寄贈いたしました。

太陽リビング 株式会社 様

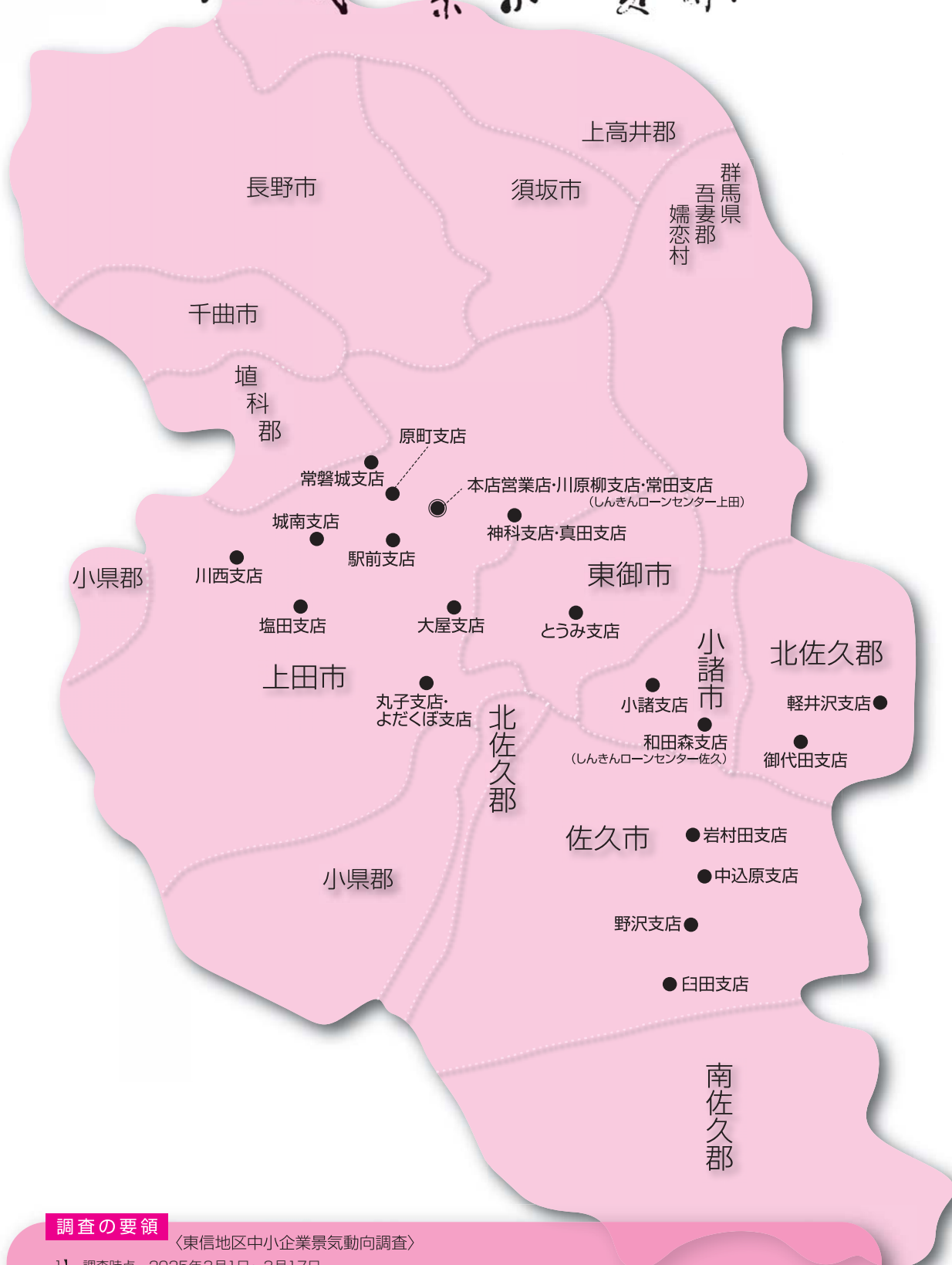
令和7年3月24日、東御市常田に本社を置く太陽リビング株式会社様(建築リフォーム工事業)がしんきんSDGs私募債「ちいきのミライ」の発行に伴い、東御市社会福祉協議会へデジタルビデオカメラ1台を寄贈いたしました。



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)

人とのふれあいを大切に 地域の繁栄に貢献する



調査の要領

〈東信地区中小企業景気動向調査〉

- 1) 調査時点 2025年3月1日～3月17日
- 2) 調査方法 当金庫職員による面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)を中心にして分析を行いました。

2025年4月28日

 上田信用金庫

総合企画部

TEL 0268—22—6260
FAX 0268—25—1814

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