



地域を見つめる経済情報誌

長野しんきん 北信地区経済動向

2017
平成29年
10-20
No.542

「すかい」(sky: 空)は、北信地区経済の空模様を展望しながら、経済面からとらえた身近な情報をおとどけます。

景況調査レポート



飯山市
奈良沢神社
例大祭

実りの秋を祝う祭りが、北信濃飯山でも各地で開催されました。奈良沢集落の祭礼は、猿田彦(大天狗)が2m余の大松明(たいまつ)を振り回し、周囲の邪気を払いながら、迫力ある舞を披露するもの。

漆黒の闇夜を照らす松明の炎に、人々は神と自然への畏敬の念を感じながら、大天狗の間近に座り、良いことが有るとされる火の粉を浴びていました。

- 長野しんきん 景況調査レポート 2
- 企業アンケート「IT(情報技術)活用」① 6
- 生活者アンケート「ネットショッピング」① 9
- 北信濃 江戸時代の風景 (40) 善光寺門前の旅籠屋 10

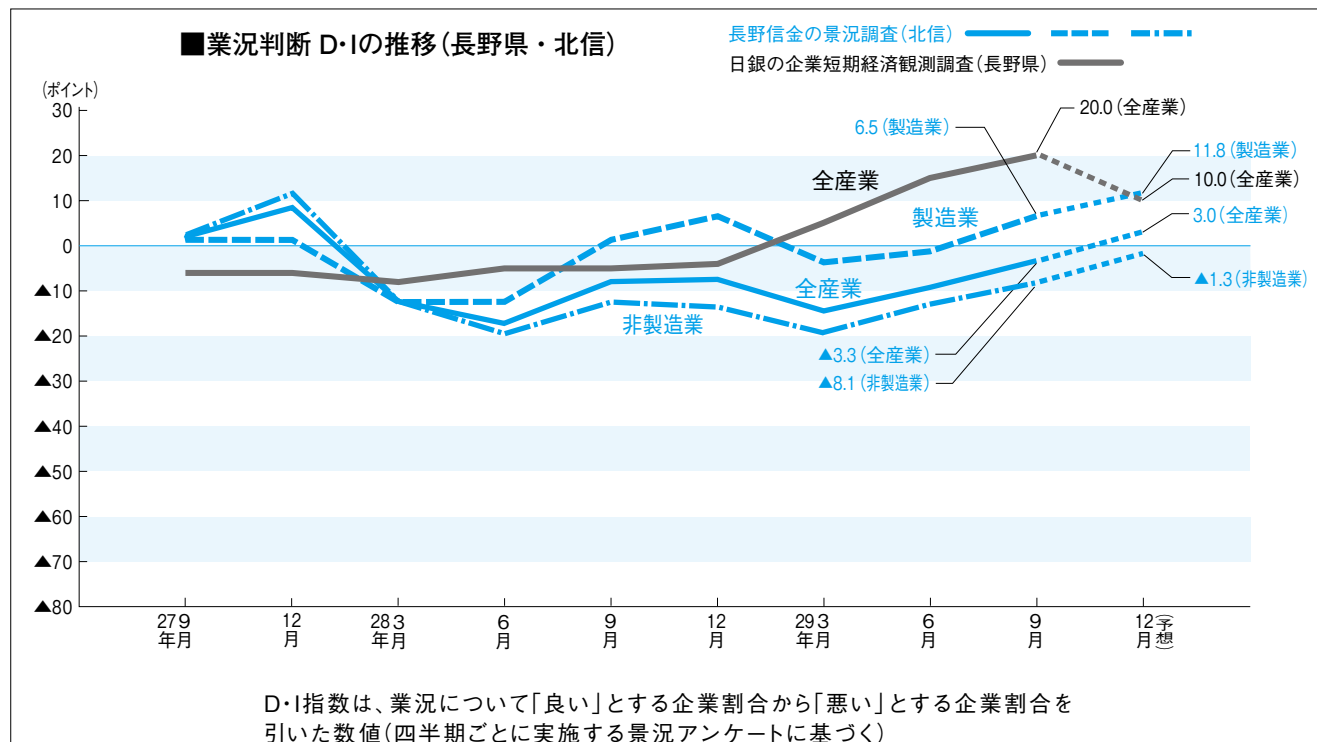
あなたに元気、まちに活気。



長野信用金庫

景況調査レポート 概況 (第169回景況アンケート調査)

◆長野県北信地区◆平成29年7～9月期…景況の現状 ◇29年10～12月期…景況の見通し



全産業▲9 → ▲3 製造業・非製造業ともに改善

平成29年7～9月期の業況判断D・Iは、全産業で6割改善して▲3となりました。製造業は8割改善の+7、非製造業は5割改善の▲8です。

10～12月期の全産業の業況判断D・I(予想)は、6割改善の+3となりました。

◆北信地区の7月～9月期の業況判断D・I

	前期	今期	来期(予想)
全産業	▲9	▲3 (6割改善)	+3
製造業	▲1	+7 (8割改善)	+12
非製造業	▲13	▲8 (5割改善)	▲1

非製造業 ▲13 → ▲8 建設業は悪化

非製造業の業種別業況判断D・Iは、建設業が▲11(前期比▲8割)、卸小売業が▲14(同+8割)、

◆非製造業の業種別業況判断D・I

	前期	今期	来期(予想)
非製造業	▲13	▲8 (5割改善)	▲1
建設業	▲3	▲11 (8割悪化)	+2
卸小売業	▲22	▲14 (8割改善)	▲2
サービス業	▲18	±0 (18割改善)	▲4

サービス業が±0(同+18割)となり、卸小売業・サービス業が改善しています。

◆売上高D・Iと収益判断D・I

	売上高D・I(「増加」-「減少」)		収益判断D・I(「増益」-「減益」)	
	前期	今期	前期	今期
全産業	▲3	+4 (改善)	▲9	▲1 (改善)
製造業	+6	+11 (改善)	▲4	▲3 (改善)
非製造業	▲8	+1 (改善)	▲12	▲1 (改善)

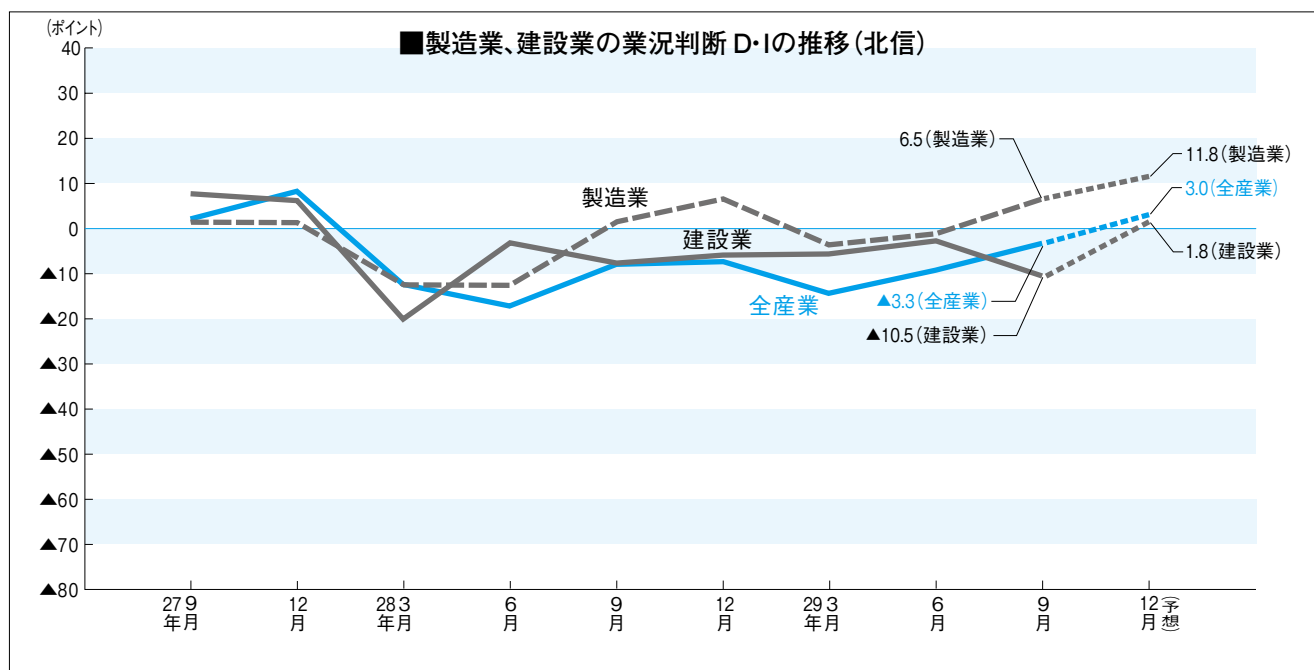
●北信地区の業況判断D・Iの推移

	28年12月	29年3月	6月	9月	12月(予想)
全産業	▲7.4	▲14.4	▲9.3	▲3.3	+3.0
製造業	+6.6	▲3.8	▲1.3	+6.5	+11.8
非製造業	▲13.7	▲19.3	▲13.0	▲8.1	▲1.3

[調査要領]

●調査実施……平成29年9月
●調査対象企業(回収)
製造業……………77社
建設業……………57社
卸小売業…………50社
サービス業…………52社

合計……………236社
●回収率……………87.5%
●従業員規模
30人未満…………70.8%
●分析………D・I判断指数
を中心に分析



製造業の景況

8割改善して+7に、来期も改善の予想

製造業の7～9月期の業況判断D・Iは+7で、前期(▲1)に比べ8割改善となりました。10～12月期は今期より5割改善の+12の予想です。

	(前期)	4～6月期	▲1
◆業況判断D・I	(今期)	7～9月期	+7
	(来期)	10～12月期	+12(予想)

◇業種別業況判断

改善	食料品・金属加工・一般機械・精密機械
横ばい	自動車部品
悪化	電気機械

◆収益判断D・I(「増益」-「減益」)…▲3(1割改善)

「増益」割合	前期 20% → 19%(1割減少)
「減益」割合	前期 24% → 22%(2割減少)

◆現在の採算状況…改善

「利益確保」	前期 49% → 55%(6割増加)
「収支トントン」	前期 39% → 31%(8割減少)
「赤字」	前期 13% → 15%(2割増加)

企業からのコメント

- ☆★産地やこだわりの強い商品は順調に伸びている。
その分“消費者の目”は厳しい。(そば・そば粉)
- ★8月から原紙価格が上昇、仕入先の主要メーカーも値上げに動いている。(段ボール・紙製容器)
- ★ベテランの従業員が減少している。若手従業員の育成が課題。(金属加工)
- ☆畜産クラスター事業(地域畜産関係者が結集し収益性を高める取組)による物件が増加。(農業設備)

建設業の景況

8割悪化して▲11に、来期は改善の予想

建設業の7～9月期の業況判断D・Iは▲11で、前回(▲3)に比べ8割悪化しています。10～12月期は今期より13割改善の+2の予想です。

	(前期)	4～6月期	▲3
◆業況判断D・I	(今期)	7～9月期	▲11
	(来期)	10～12月期	+2(予想)

◇業種別

総合建設	前期 +27 → ±0(27割悪化)
土木工事	前期 ▲57 → ▲55(2割改善)
建築	前期 ▲8 → ▲10(2割悪化)
各種設備	前期 +40 → +25(15割悪化)

◆収益判断D・I(「増益」-「減益」)…▲7(1割改善)

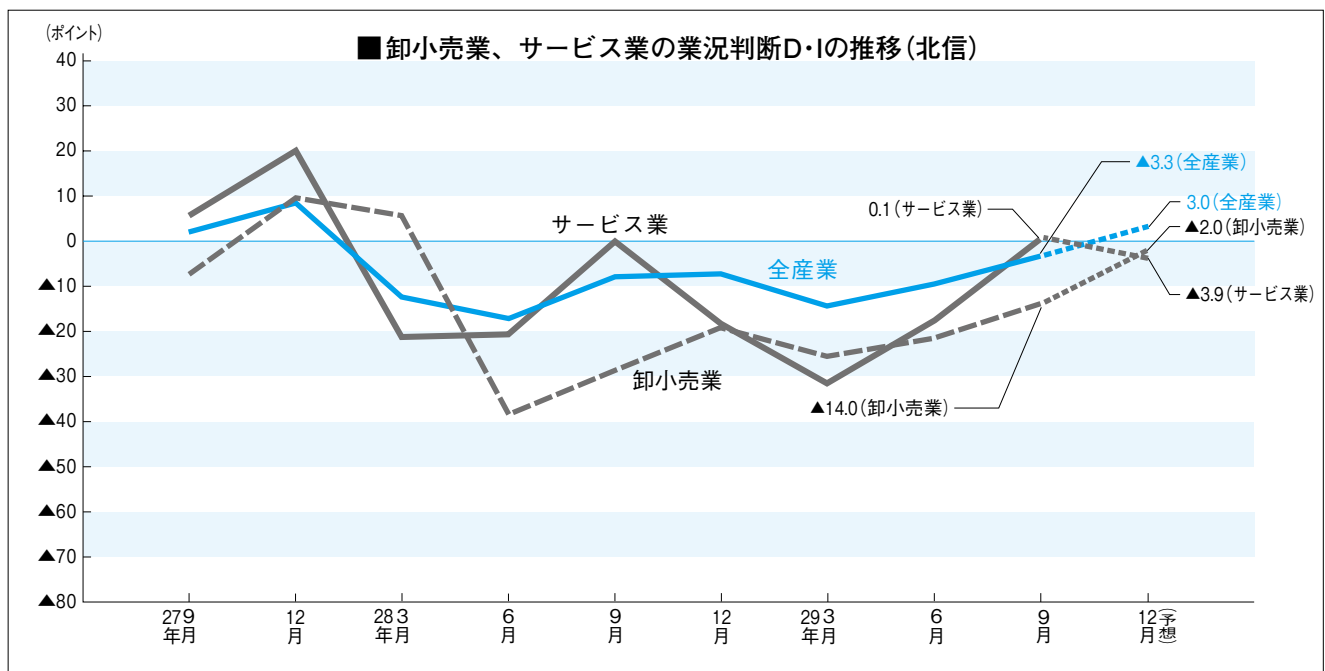
「増益」割合	前期 21% → 16%(5割減少)
「減益」割合	前期 29% → 23%(6割減少)

◆現在の採算状況…悪化

「利益確保」	前期 43% → 42%(1割減少)
「収支トントン」	前期 52% → 53%(1割増加)
「赤字」	前期 5% → 5%(横ばい)

企業からのコメント

- ☆★公共土木工事の発注件数は増加。受注競争もよりいっそう激化。(総合建設)
- ★☆エリアを拡大し、受注増を目指した営業活動を展開する。(内装仕上)
- ★☆北信地域の物件が減少のため中信・東信地域にシフト。軽井沢地区で2件受注。(給排水・空調設備)



卸小売業の景況

業況は8割改善の▲14、来期は改善の予想

卸小売業の7～9月期の業況判断D・Iは▲14で、前回(▲22)に比べ8割改善しました。10～12月期の業況判断D・Iは12割改善の▲2の予想です。

◆業況判断D・I	(前期)	4～6月期	▲22
	(今期)	7～9月期	▲14
	(来期)	10～12月期	▲2(予想)

◇業種別	卸売業	前期	▲35 → ▲14(21割改善)
	小売業	前期	▲11 → ▲14(3割悪化)

◆収益判断D・I(「増益」-「減益」)…▲8(10割改善)

「増益」割合	前期18% → 16%(2割減少)
「減益」割合	前期35% → 24%(11割減少)

◆現在の採算状況…改善

「利益確保」	前期33% → 30%(3割減少)
「収支トントン」	前期49% → 64%(15割増加)
「赤字」	前期18% → 6%(12割減少)

企業からのコメント

- ★どこも人材確保と人材育成が課題。作業者はいるが、営業はなかなか集まらない状況。(青果物卸売)
- ☆酒税法による値上げも落ち着き、社内での価格が安定してきた。(酒類卸売)
- ★バスの規制強化による団体客の減少、SAや道の駅の整備拡大による売上減少。(土産品小売・飲食)
- ★異常気象によって8月の夏物家電の動きが悪く、メーカーともども想定外の結果。(家電小売)

サービス業の景況

業況は18割改善の±0、来期は悪化の予想

サービス業全体の7～9月期の業況判断D・Iは±0で、前回(▲18)と比べ18割改善しました。業種別では、輸送・外食・観光が改善しています。

10～12月期の業況判断D・I(予想)は4割悪化の▲4です。

◆業況判断D・I	(前期)	4～6月期	▲18
	(今期)	7～9月期	±0
	(来期)	10～12月期	▲4(予想)

◇業種別業況判断D・I

サービス	前期	+29 → ±0(29割悪化)
輸送	前期	▲36 → ▲18(18割改善)
タクシー	前期	▲100 → ▲50(50割改善)
運輸	前期	±0 → ±0(横ばい)
外食	前期	▲8 → +9(17割改善)
観光	前期	▲78 → +10(88割改善)
不動産	前期	+8 → ±0(8割悪化)

企業からのコメント

- ★まだまだ廃業や合併もあり得る状況。1万人規模の催物があれば売上は伸びる。(タクシー・バス)
- ☆4月から特定地域における各種営業制限が開始されたが、特に問題なく進んでいる。(タクシー)
- ★人員不足と高齢化で一人当たりの負担が増加、長時間労働の規制強化の二律背反の状況に苦慮。(運送)
- ☆★大手旅行代理店を中心に顧客の囲い込みがあり、固定客の確保は、今後より重要になる。(旅館)

雇用情勢 7～9月期

サービス・輸送・外食は▲50超

従業員の過不足感（「過剰」-「不足」）は、全産業で▲38となり、前回（▲28）より10ポイント悪化しています。

雇用情勢（「過剰」-「不足」）

業種	前期（4～6月）	今期（7～9月）
全産業	▲28.4	▲37.7
製造業	▲27.3	▲33.3
建設業	▲27.2	▲42.9
卸小売業	▲23.6	▲19.6
外食業	▲33.3	▲54.6
サービス業	▲42.9	▲75.0
輸送業	▲63.7	▲70.0
不動産業	▲16.6	▲33.3
観光業	▲30.0	▲50.0

資金繰り 7～9月期

改善したのは卸小売・輸送

資金繰り状況判断（「楽である」-「苦しい」）は、全産業で▲25となり、前回（▲23）より2ポイント悪化しています。

資金繰り（「楽である」-「苦しい」）

業種	前期（4～6月）	今期（7～9月）	来期（10～12月）
全産業	▲22.6	▲24.8	▲30.5
製造業	▲21.2	▲24.9	▲26.3
建設業	▲12.0	▲24.6	▲33.3
卸小売業	▲34.8	▲24.5	▲32.7
外食業	▲25.0	▲36.4	▲45.5
サービス業	±0	±0	▲14.3
輸送業	▲45.5	▲27.3	▲36.4
不動産業	▲16.7	▲16.7	▲16.7
観光業	▲40.0	▲40.0	▲40.0

販売価格動向 7～9月期

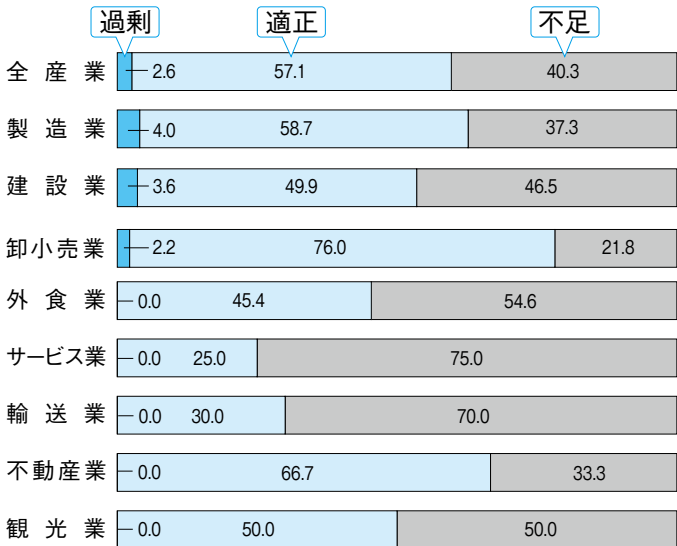
建設・不動産は下降

販売価格動向（「上昇」-「下降」）は、全産業で+1となり、前回（+1）と同様です。

販売価格動向（「上昇」-「下降」）

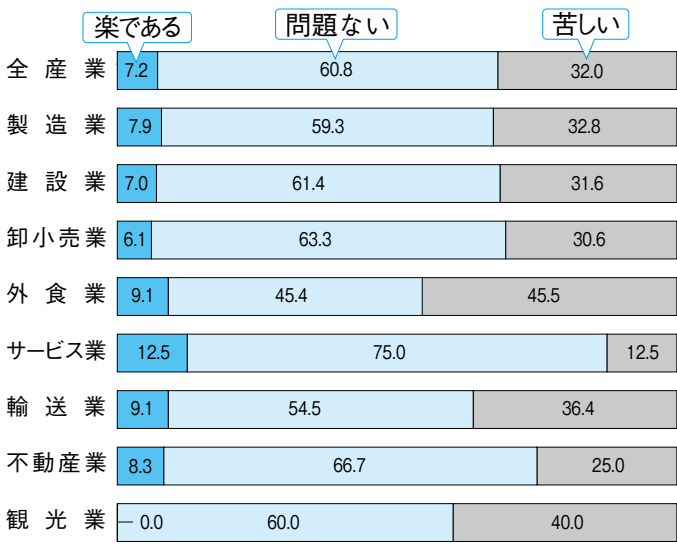
業種	前期（4～6月）	今期（7～9月）	来期（10～12月）
全産業	+1.3	+1.2	+4.4
製造業	±0	+5.3	+1.3
建設業	±0	▲10.7	±0
卸小売業	±0	+4.0	+16.0
外食業	+8.3	+9.1	±0
サービス業	+28.6	+12.5	+14.3
輸送業	▲9.1	±0	±0
不動産業	+8.4	▲8.3	±0
観光業	±0	+20.0	±0

従業員の過不足感（％）



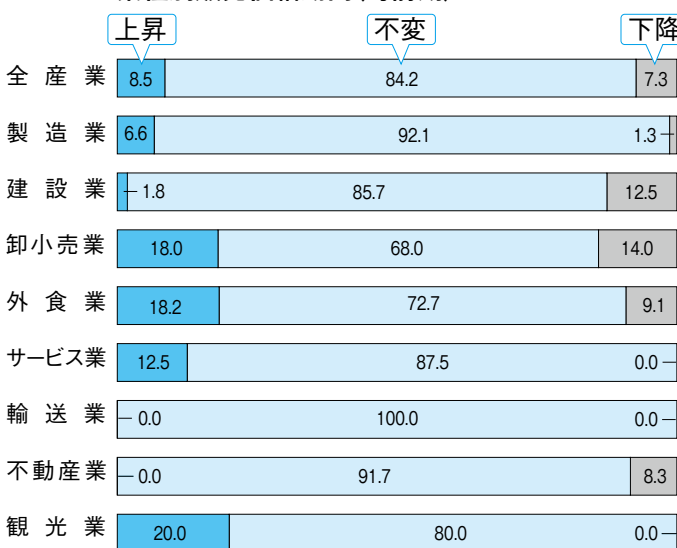
(資料:当金庫)

資金繰り状況感（％）



(資料:当金庫)

業種別販売価格動向(対前期)（％）



(資料:当金庫)

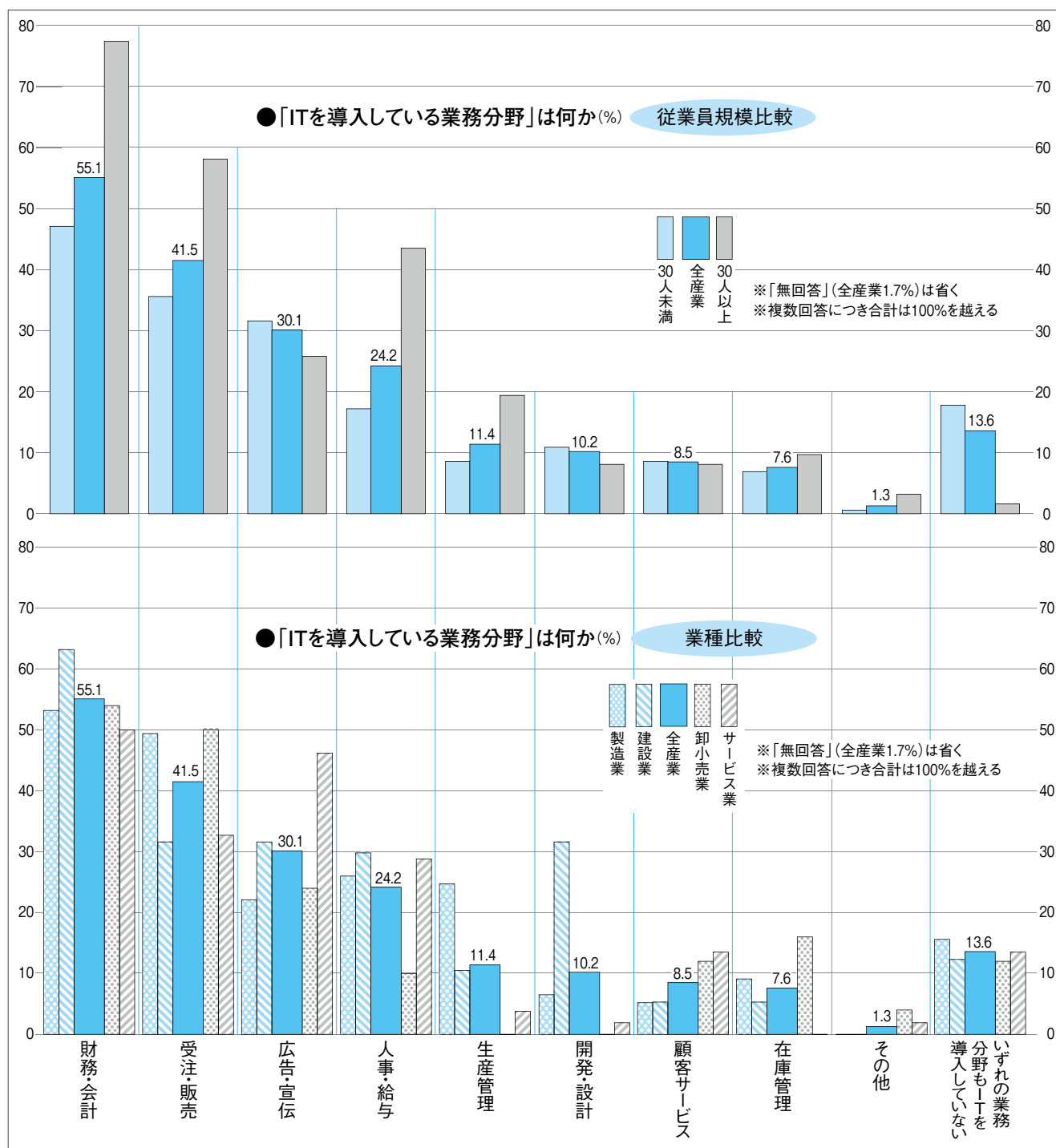
IT導入の業務分野 「財務・会計」55% 「受注・販売」42%

ITの活用状況 「電子メール」71% 「ネットバンキング」61% 「ホームページ」59%

企業アンケート IT(情報技術)活用 ① 29年9月調査

IT導入の業務分野 「財務・会計」「受注・販売」「広告・宣伝」「人事・給与」の4項目が他を引き離して上位になるとともに、従業員規模による差も大きくなりました。

ITの活用状況 「電子メール」「インターネットバンキング」「自社ホームページ」が5割を超えて他を大きく引き離すとともに、従業員規模による差も開いています。



IT導入の業務分野

▽30人未満 30人以上▽

47%「財務・会計」77%

36%「受注・販売」58%

32%「広告・宣伝」26%

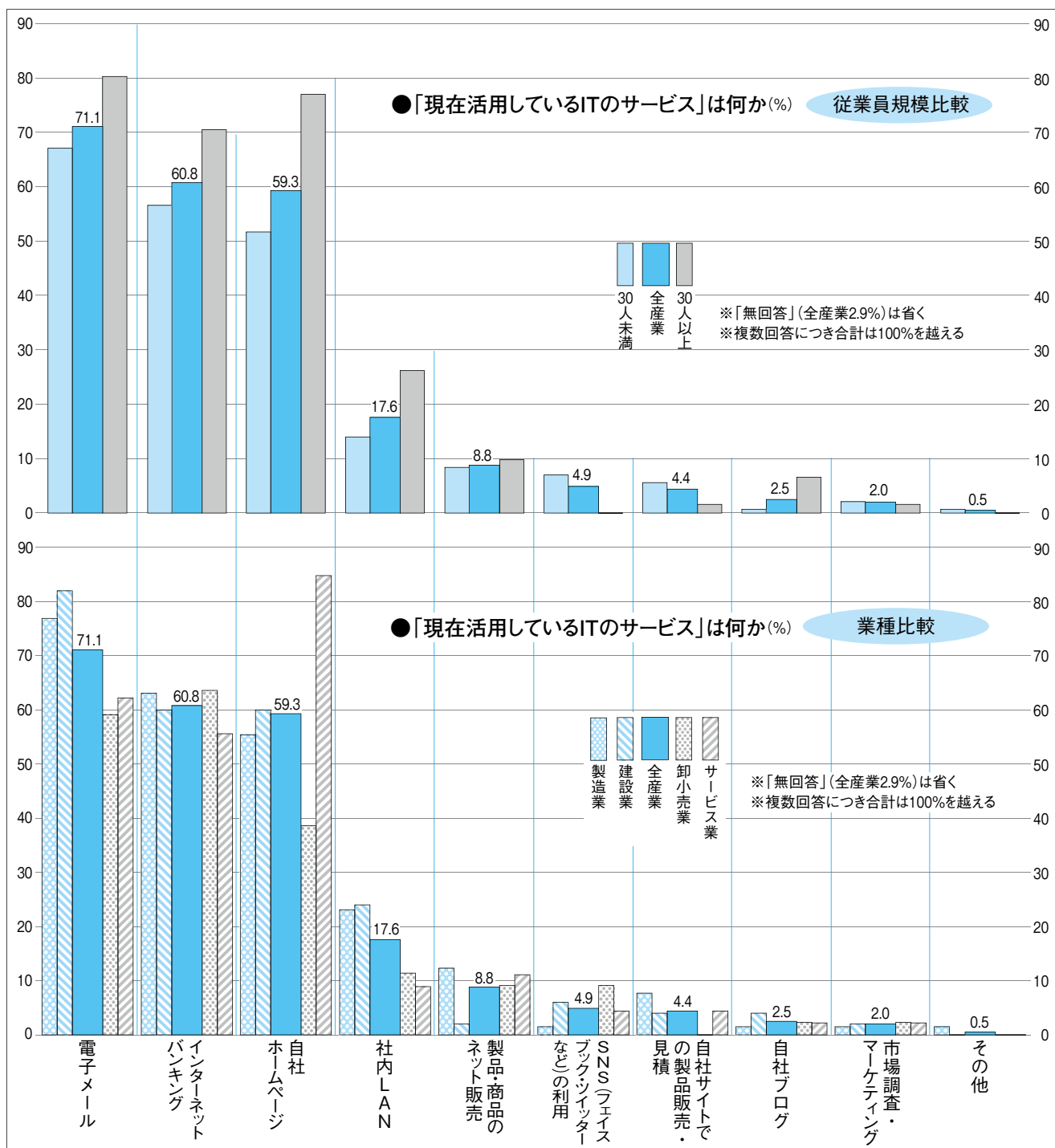
17%「人事・給与」44%

「ITを導入している業務分野は何か(主なもの3つ以内)」を聞きました。

上位には「財務・会計」(55%)、「受注・販売」(42%)、「広告・宣伝」(30%)、「人事・給与」(24%)の4項目が全体の7割強を占め、ほかに「生産管理」「開発・設計」「顧客サービス」「在庫管理」の4項目はそれぞれ10%前後となりました。

従業員規模で比べると、30人以上は「財務・会計」(77%)、「受注・販売」(58%)、「人事・給与」(44%)に「生産管理」(19%)を加えた4項目が30人未満より11~26%高くなりました。

30人未満は「広告・宣伝」(32%)、「いずれの分野もITを導入していない」(18%)が30人以上より



6～16歳高くなっています。

業種別

建設業「財務・会計」63%

卸小売業「受注・販売」50%

サービス業「広告・宣伝」46%

◇4業種

製造業 「生産管理」(25%)は他業種に比べ最も高く、「受注・販売」(49%)は卸小売業に次いで高くなりました。他方、「広告・宣伝」(22%)、「顧客サービス」(5%)は他業種に比べ最も低くなっています。

建設業 「財務・会計」(63%)、「開発・設計」(32%)、「人事・給与」(30%)は他業種に比べ最も高くなりました。他方、「受注・販売」(32%)は他業種に比べ最も低く、「顧客サービス」(5%)は製造業に次いで低くなっています。

卸小売業 「受注・販売」(50%)、「在庫管理」(16%)は他業種に比べ最も高く、「顧客サービス」(12%)はサービス業に次いで高くなりました。他方、「人事・給与」(10%)、「生産管理」(0%)、「開発・設計」(0%)は他業種に比べ最も低くなっています。

サービス業 「広告・宣伝」(46%)、「顧客サービス」(14%)は他業種に比べ最も高く、「人事・給与」(29%)は建設業に次いで高くなりました。他方、「財務・会計」(50%)、「在庫管理」(0%)は他業種に比べ最も低く、「開発・設計」(2%)は卸小売業に次いで低くなっています。

ITの活用状況

▽30人未満 30人以上▽

67% 「電子メール」 80%

57% 「ネットバンキング」 71%

52% 「自社ホームページ」 77%

7% 「SNSの利用」 0%

「現在活用しているITのサービスは何か(主なもの3つ以内)」を聞きました。

「電子メール」(71%)、「インターネットバンキング」(61%)、「自社ホームページ」(59%)の3項目が優に5割を超えています。「社内LAN」(18%)のほかは「製品・商品のネット販売」「SNSの利用」「自社サイトでの製品販売・見積」「自社ブログ」「市

場調査・マーケティング」の5項目が1ケタとなりました。

従業員規模で比べると、30人以上は「電子メール」(80%)、「自社ホームページ」(77%)、「インターネットバンキング」(71%)、「社内LAN」(26%)の4項目が30人未満より12～25歳高くなっています。30人未満は「SNSの利用」(7%)が7歳、30人以上より高くなりました。

業種別

サービス業「自社ホームページ」84%

建設業「電子メール」82%

卸小売業「インターネットバンキング」64%

◇4業種

製造業 「製品・商品のネット販売」(12%)、「自社サイトでの製品販売・見積」(8%)は他業種に比べ最も高くなりました。「インターネットバンキング」(63%)は卸小売業に次いで、「社内LAN」(23%)は建設業に次いで高くなっています。他方、「自社ブログ」(2%)、「SNSの利用」(2%)は他業種に比べ最も低くなりました。

建設業 「電子メール」(82%)、「社内LAN」(24%)、「自社ブログ」(4%)は他業種に比べ最も高くなりました。

卸小売業 「インターネットバンキング」(64%)、「SNSの利用」(9%)は他業種に比べ最も高くなりました。他方、「電子メール」(59%)、「自社ホームページ」(39%)、「自社サイトでの製品販売・見積」(0%)は他業種に比べ最も低くなっています。

サービス業 「自社ホームページ」(84%)は他業種に比べ最も高く、「製品・商品のネット販売」(11%)は製造業に次いで高くなりました。他方、「インターネットバンキング」(56%)、「社内LAN」(9%)は他業種に比べ最も低くなっています。

[調査要領]

実施期日：2017(平成29)年9月上旬～中旬

実施方法：第169回景況アンケート調査に併記

調査企業：回収236社(製造業77社、建設業57社、

卸小売業50社、サービス業52社)

うち従業員30人未満174社(73.7%)

◇次号は「ホームページの開設目的」と「IT活用の効果」を予定

ネットショッピングの経験

全体 85% 10～20代 97% 50代以上 61%

生活者アンケート
ネットショッピング
29年9月調査

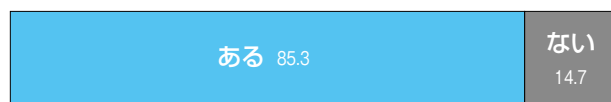
ネットショッピングの経験

男女差よりも世代差が大きい

「ネットショッピングをしたことがあるか」を聞きました。

「ある」と答えた人は85%にのぼります。男女差はほとんどありませんが、世代差は大きく、最も高い10～20代(97%)と30～40代の差は5割ですが、50代以上(61%)との差は36割になります。

●ネットショッピングをしたことがあるか(全体・%)

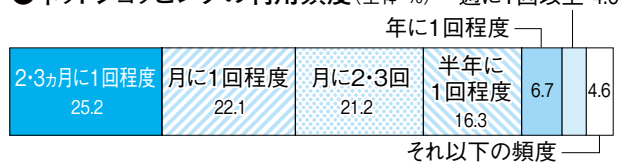


利用の頻度

「2・3カ月に1回程度」25%

「ネットショッピングの利用頻度」を聞きました。

●ネットショッピングの利用頻度(全体・%)



最も多いのは「2・3カ月に1回程度」(25%)で、「月に1回程度」(22%)と「月に2・3回」(21%)を合わせて7割近くになります。あと「半年に1回程度」(16%)、「年に1回程度」(7%)、「それ以下の頻度」(5%)、「週に1回以上」(4%)となりました。

目立つのは、10～20代の「2・3カ月に1回程度」(30%)、50代以上の「半年に1回程度」(30%)に、

女性の「2・3カ月に1回程度」(30%)です。

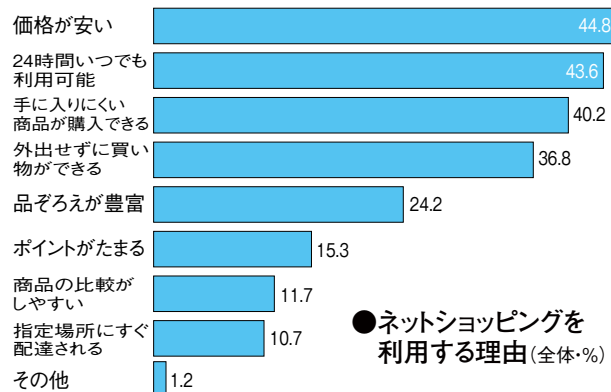
利用する理由 「価格が安い」45%

「24時間利用可能」44%

「ネットショッピングを利用する理由」を聞きました。

「価格が安い」が最も多く(45%)、「24時間いつでも利用可能」(44%)、「手に入りにくい商品が購入できる」(40%)が4割台で並びました。そのあと「外出せずに買い物ができる」(37%)、「品ぞろえが豊富」(24%)、「ポイントがたまる」(15%)、「商品の比較がしやすい」(12%)と続いています。

10～20代は「価格が安い」(50%)、30～40代は「24時間いつでも利用可能」(49%)、男性は「価格が安い」(49%)が高くなりました。



●ネットショッピングを利用する理由(全体・%)

【調査要領】

実施期日：2017(平成29)年9月上旬～中旬

実施場所：長野信用金庫本店窓口

対象者：来店客382人(男性220人・女性162人)

調査方法：アンケート用紙に記述(無記名)

「ネットショッピング利用」に関する生活者からのコメント

- ◇子どもが小さく外出は難しいので、自由な時間に買い物ができるネットは大助かり。(20代女性)
- ◇近くの書店に置いていない本も、送料なしで自宅に届けられるので便利。(20代男性)
- ◇注文時に商品レビューを見て、便利そうで見えたが、いざ届いたら使えないものもあった。
- ◇ネットは、比較して接客を受けずに買えるが、ビビッとくる商品との出会いはない。(以上30代男性)
- ◇購入手続きが簡単すぎて、ついつい買いすぎてしまう。(40代女性)

- ◇電化製品は、優劣をネットで調べ、実物を量販店で見て、ネットで買うことが多い。(40代男性)
- ◇ネット通販による運送会社の負担を考え、配達にスピードを求めているいけないと思う。(50代女性)
- ◇売り手の顔が見えず、現物を確かめられないネット通販は、怖くて利用できない。(50代男性)
- ◇便利な反面、実物を確かめずに購入した失敗や、送料が高くて諦めることも多い。(60代以上女性)
- ◇サイトの良し悪しはレベル差が大きい。注意して利用しないと、痛い目に遭う。(60代以上男性)

北信濃 江戸時代の風景

(40) 善光寺門前の旅籠屋

長野郷土史研究会会長

小林 一郎



藤屋平左衛門を描いた謎

長谷川雪旦(1778～1843)が描いた、善光寺大門町の旅籠屋藤屋平左衛門の図です。善光寺門前の藤屋といえば、現在は本陣の藤屋平五郎が有名ですが、雪旦も北国一覽の旅で実際には藤屋平五郎方に宿泊しています。それにも関わらず、藤屋平五郎ではなく藤屋平左衛門の内部を詳細に描いているのは不思議です。

ことによると雪旦は、藤屋平五郎が大名の宿泊する本陣であることに遠慮して、あえて藤屋平左衛門として描いたのかもしれませんが。そう考えると、外見は藤屋平左衛門ですが、内部は藤屋平五郎である可能性があります。

何軒もあった藤屋

善光寺の門前には、藤屋が何軒もありました。藤屋平左衛門は『諸国道中商人鑑』という広告集に

「藤屋は何軒もございますので、京都や江戸からは左側、越後からは右側、菱の目印とお尋ねください」(現代語訳)という広告を載せています。また花街権堂にも、藤屋祐三郎という有名な水茶屋(遊女屋)がありました。

北国街道の善光寺宿でもあった大門町では、藤屋平五郎と藤屋平左衛門が二大旅籠屋でした。研究者によれば、この2軒で善光寺町の宿泊者の4割を占めていたということです。幕末の志士清河八郎は、「藤屋両家はたいそう繁盛していて、2・3月の参詣者の多いところは1晩で3・4百人も宿泊させるとか」(現代語訳)と書いています。

藤屋平左衛門は大門町の西側、扇屋(五明館)の北隣にありましたが、明治以後は廃業しました。

絵を読む

上段中央に「善光寺門前町大門町、藤屋平左衛門、藤屋平五郎、大旅籠屋也。座敷之内一間々大



善光寺大門町藤屋平左衛門の図(「北国一覽」より)

炬有、寒き節用ゆる」
と書いてあります。その左に膳にのった菓子
の絵があり、「茶菓子、
落雁打モノ、まめ入、
かや」と書いてありま
す。茶菓子は落雁など
の打菓子で、豆や榎^{かや}
の実が入っているとい
うのです。

下段は藤屋平左衛門
の店先です。「藤屋平
左衛門」「ふじや平左
衛門」といった看板が
見えます。目印は、松
皮菱と呼ばれる菱を3
つ重ねた紋です。腰を
おろして足を洗う客が
います。その右は侍ら
しく、女中が刀を預かって運んで行きます。

中段は藤屋平左衛門の屋内で、吹抜屋台^{ふきぬき}と呼ば
れる屋根と天井を取り除いた形式で描かれています。
ただし『源氏物語絵巻』などと違うのは、屋内
と屋外が小さな弧を連ねた線で区画されているこ
とです。長谷川雪旦は『北国一覽写』で、新潟の料
亭も同じように吹抜屋台で描いていますが、上段
の文字のある部分を弧を連ねた線で区切ったのみ
で、屋内と屋外の間にはこうした線がありません。
これは前に述べたように、この絵は外部が藤屋平
左衛門でも、内部は雪旦が宿泊した藤屋平五郎で
あることを示唆しているのかもしれませんが。

中段左上には、並んで食事をしている人々が
います。こちら側には屏風があって、その陰にも食
事をする人々の頭が見えます。女中らしい女も座
っています。

その下には2つの扉があって、2人の男が立っ
ています。これはトイレでしょう。

中段の中央はどういう部屋か不明ですが、箱の
ようなものが2つ置いてあります。この部屋から
「中庭」に降りられるようになっています。

右は浴場で、大きな五右衛門風呂が3つ並んで
います。2人ずつ入っていて、もう1人が入ろう
としていますから、1つに同時に3人は入れるの



善光寺宿だった大門町。両側に旅籠屋が建ち並んでいた

でしょう。脱衣場があって、脱いだものは棚の上
に置くようになっています。柱に取り付けた行灯^{あんどん}
には、「第一火用心」と書いてあります。

右上の部屋では客たちがくつろいでいます。床
の間のある、立派な部屋の様です。

伊能忠敬の宿泊

藤屋平左衛門に宿泊した有名人といえば、全国
を測量して回った伊能忠敬がいます。越後から信
濃に入った測量隊は柏原(信濃町)に宿泊し、善光
寺門前の藤屋平左衛門方に到着したのは、享和2
年(1802)10月8日の夕刻でした。

その夜は雲間に星を観測し、この地の緯度を北
緯36度40分としました。現在この付近の緯度は北
緯36度39分とされていますから、伊能忠敬の測量
がいかに正確であったかが分かります。

翌日は雨天で犀川の丹波島の渡しが渡れません。
結局一行は藤屋平左衛門に3泊し、11日になって
ようやく犀川を渡し、北国街道を江戸方面に向か
いました。

伊能忠敬が次にこの地を訪れたのは文化11年(1814)
で、今度は藤屋平五郎に宿泊しています。

11月号は「花街権堂」の予定です。

ネットショッピングの不安要素

「クレジットカードや個人情報の漏えい」57%

「直接見たりさわったりできない」57%

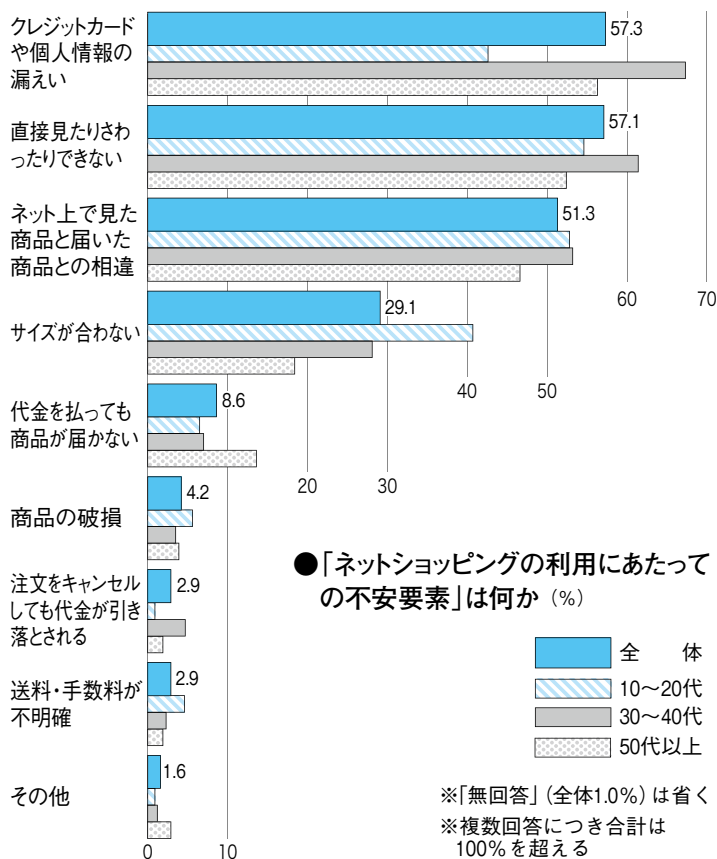
「ネット上で見た商品と届いた商品との相違」51%

「ネットショッピングの利用にあたっての不安要素は何か」を聞きました。

上位の「クレジットカードや個人情報の漏えい」(57%)、「直接見たりさわったりできない」(57%)、「ネット上で見た商品と届いた商品との相違」(51%)、「サイズが合わない」(29%)が他を大きく引き離しています。ほかに「代金を払っても商品が届かない」「商品の破損」「注文をキャンセルしても代金が引き落とされる」「送料・手数料が不明確」のトラブルは1ケタでした。

これらはいずれも、男女差よりも世代差が大きくなり、平均して30～40代が高く、利用頻度の少ない50代以上がかなり低くなっています。

〈当金庫・29年9月調査〉



●みなさまの経営相談のご案内 [11月]

(注)上の店名は開催場所、下の()内店名はその相談日に含まれる対象店です。

開催日	午前	午後	開催日	午前	午後
11月 6日 月	城北支店 (若槻支店)	柳原支店 (東長野支店)	11月16日 木	墨坂支店 (須坂支店・太子町支店)	飯山支店 (山ノ内支店)
7日 火	大豆島支店 (長池支店)		17日 金	小布施支店 (中野支店)	若穂支店
8日 水	屋代支店 (稲荷山支店・埴生支店)	戸倉支店 (上山田支店・坂城支店)	21日 火	大門町支店 (桜枝町支店)	
9日 木	南支店 (七瀬支店)	吉田支店 (古里支店)	22日 水	本店営業部	善光寺下支店 (権堂支店)
13日 月	篠ノ井支店 (川柳支店)	川中島駅前支店 (川中島支店)	27日 月	本部	
14日 火	更北支店 (松代支店)	伊勢宮支店 (石堂支店)	29日 水	本部	

●11月の「しんきん事業相談会」は11月1日(水)です

長野信用金庫 総合企画部

本店 〒380-8686 長野市居町 133-1 TEL 026-228-0221(代)

長野信用金庫 URL <http://www.nagano-shinkin.jp/>

●「すかい」は長野信用金庫のホームページでもご覧いただけます●

