

- 景気動向情報等の整理
(平成29年7～9月)
- 消費・需要動向情報等の整理





平成29年11月

山ノ内町商工会
中小企業診断士 原祐治事務所



I 景気動向情報等の整理

1. 各データの概要

(1) 景気動向

<p><北信地域の景況></p>  <p>製造・非製造ともに改善傾向</p>	<p><全国の中小企業の景況></p>  <p>一服感見られるが改善基調</p>
<p><長野県内の景況></p>  <p>非製造業でも改善の兆し</p>	<p><全国の小規模企業の景況></p>  <p>改善基調続くも、やや悪化</p>

(2) 山ノ内町の関連データ

<p><人口></p>  <p>人口前年同月比（9月）</p> <p>280名減少（▲2%）</p>	<p><世帯数></p>  <p>世帯数前年同月比（9月）</p> <p>21世帯減少（▲0%）</p>
---	---

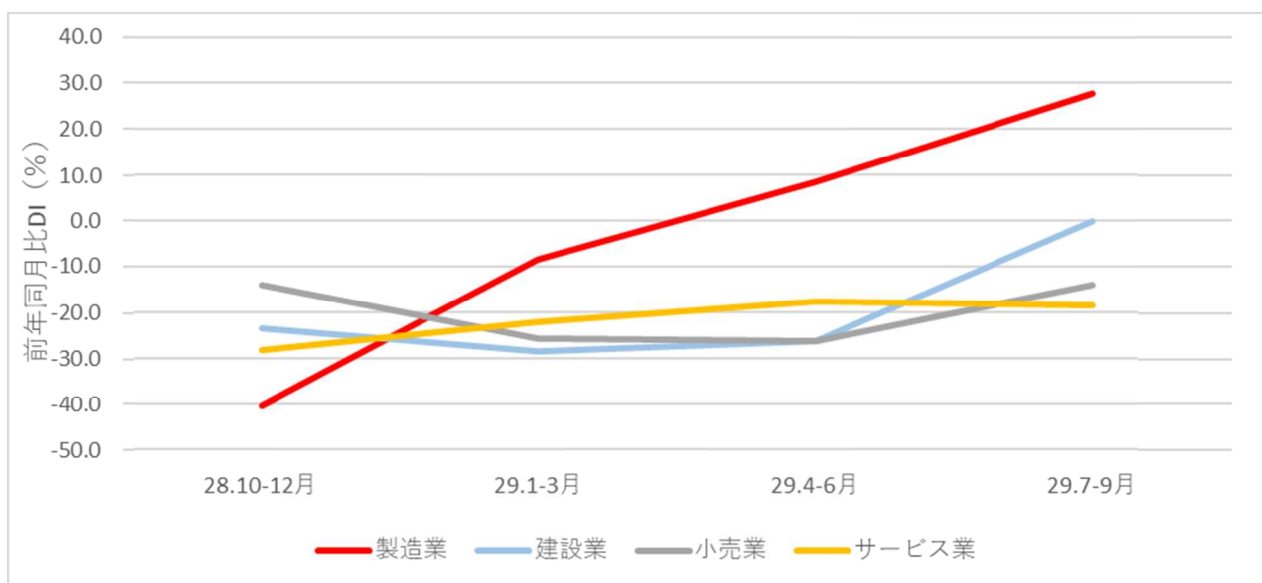
（3）雇用情勢

<飯山管轄>	<長野県内>
<p>・ 求人は前年以上に人材確保が 厳しい状況</p> <p>（9月の求人倍率 本年 1.82 前年 1.64）</p>	<p>・ 9月の求人倍率の高さは、全国 10位（6月は17位）</p> <p>・ 求人倍率は、県内4ブロック で北信が最も高い状況（9月）</p>

2. このデータに注目

(1) 景気動向＝「長野県商工会連合会 中小企業景況調査報告書
県下の産業の景況 (DI)」

・・・建設業、小売業にも改善の兆しが見られます。製造業は引き続き
力強い改善が見られます。サービス業は、横ばいの状況です。



（製造業）

経営上の問題点では、「従業員の確保難」「熟練技術者の確保難」の増加が顕著になってきました。

（建設業）

経営上の問題点では引き続き、「官公需要の停滞」「民間需要の停滞」が大きな割合で上位を占めています。「従業員の確保難」もやや増加傾向にあります。

（小売業）

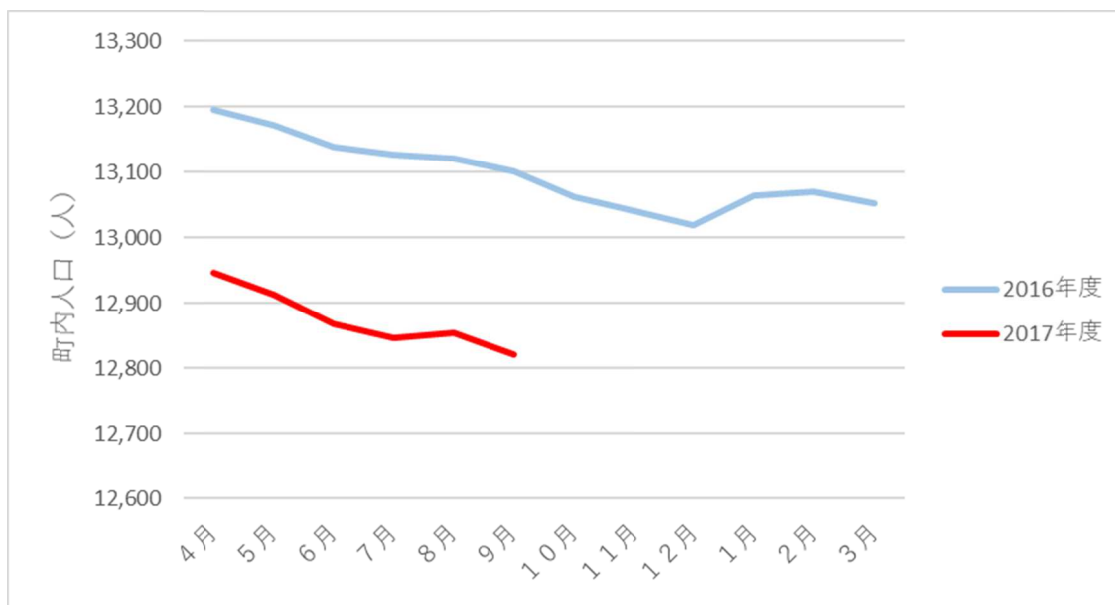
経営上の問題点では、「消費者ニーズの変化」「購買力の他地域への流出」が大きな割合で上位を占めています。

（サービス業）

経営上の問題点では、「利用者ニーズの変化」が相変わらず大きな割合で上位を占めています。「需要の停滞」もやや増加傾向にあります。

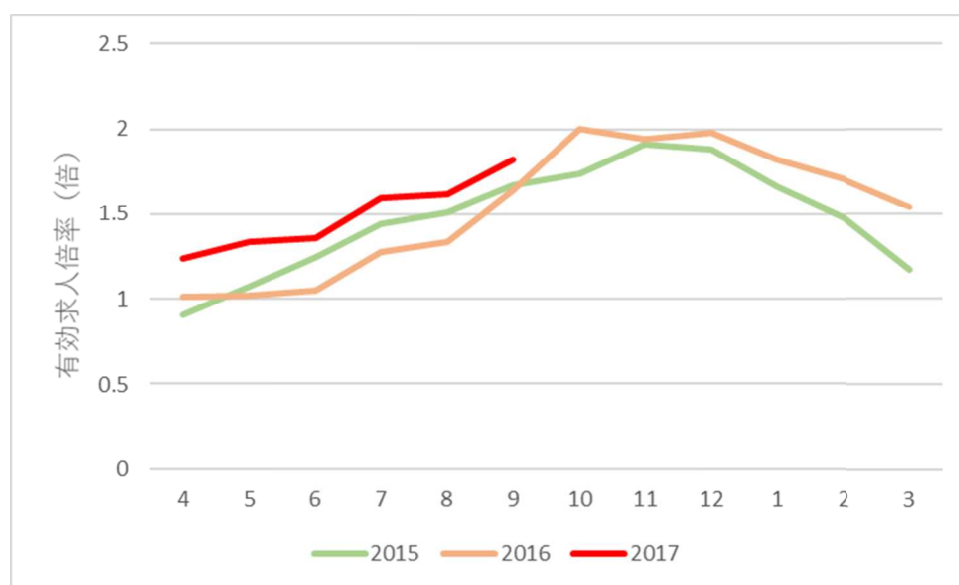
(2) 山ノ内町の関連データ＝「広報やまのうち 住民基本台帳」

前回同様、山ノ内町の人口は徐々にですが、縮小傾向にあります。



(3) 雇用情勢＝「飯山公共職業安定所 業務日報 有効求人倍率

の推移」・・・当期も有効求人倍率は過去2期に比べて高く、人材確保が厳しい状況でした。



Ⅱ．消費・需要動向情報等の整理

1．全般

<長野経済研究所の消費動向調査より>

家計の現状と見通しについて、消費支出が増加した理由で、「新商品など欲しいと感じる物やサービスが出てきたから」が前回調査から増加しています。

一方、全体の支出動向を示す「消費支出DI」が低下するなか、「趣味・レジャー支出DI」は上昇しています。趣味やレジャーに向けた消費には改善の動きが見られます。

<内閣府の消費動向調査より>

9月は、家計の消費意欲を示す「消費者態度指数（※）」が、8月の43.3から0.6ポイント上昇して43.9となり、2か月ぶりに前月を上回りました。

※消費態度指数・・・指数50が判断の分かれ目で、50を超えれば消費意欲が旺盛（おうせい）で、下回れば意欲が減退していることを示します。

<観光庁の旅行・観光消費動向調査より>

H29.7-9期の「日本人国内旅行消費額」のうち、「宿泊旅行消費額」は4兆8,609億円で前年同期比0.5%減、「日帰り旅行消費額」は1兆3,389億円で前年同期比5.0%増となりました。

参考1 日本人国内旅行消費額の推移(平成29年7-9月期を除き確報値)



<観光庁の訪日外国人消費動向調査より>

平成29年7-9月期の訪日外国人旅行消費額は1兆2,305億円。前年同期(9,716億円)に比べ26.7%増加しました。

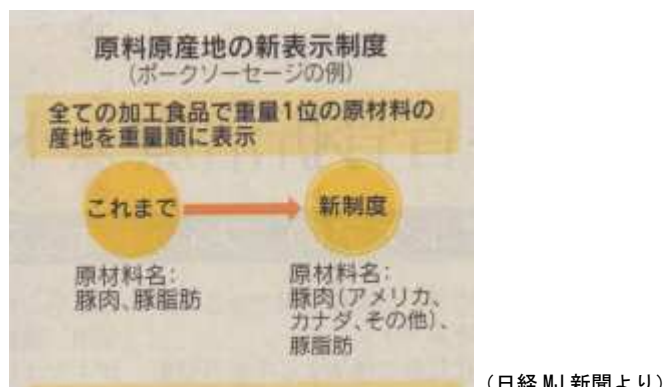
【図表1】訪日外国人旅行消費額と訪日外国人旅行者数の推移



2. 製造業

<9/6の日経MJ新聞より>

国内で製造した全ての加工食品に原産地表示を義務付ける制度が、10/1から施行されました。経過措置期間が、2022年3月末までであるものの、コスト高に直結するだけに、切り替えの時期を決めあぐねている企業が多いことを紹介しています。



<10/12の日経産業新聞より>

「機能性表示食品制度」の導入で、既存制度に比べて食品の効果や機能を表示するための要件が緩和され、地方や中小規模の企業も保健機能食品を開発・販売できるようになった一方で、受理手続きの遅れや消費者への認知が低いといった課題があることを、みずほ総合研究所の研究員が指摘しています。

<10/4の信濃毎日新聞より>

県内の農協が大手ホテルチェーン店と協力して、同社のホテルのレストランでキノコを使った朝食の提供を始めたことを紹介。農協の担当者は、これまでの市場を通じた販売に加えて、外食産業への直接的な販売活動を強める意向であることを回答していました。

<10/11の日経新聞より>

大手キノコメーカーが、シイタケの量産に取り組むことを紹介。シイタケ生産者は小規模農家が多く、品質や仕入れ値のブレが大きく、安定供給を求める声が同社に寄せられたのがきっかけとしています。

3. 建設業

<8/29の日経産業新聞より>

戸建て住宅のシェアについて、住宅メーカー上位10社は前年とほぼ横ばいで推移している状況を紹介。一方、地方工務店などもわずかなから販売を伸ばしており、地元産材へのこだわりなどが支持されていると分析しています。

<9/5の日経産業新聞より>

政府は、2020年までに新築注文戸建て住宅の半分を「ゼロエネルギー住宅（ZEH）」にする目標を掲げるが、進捗が悪い状況を紹介。目標達成のためには、①ZEHの費用対効果の見える化②リースの活用③中小工務店の支援、が必要なことを指摘しています。

<10/17の日経産業新聞より>

大手ゼネコンで、建設部材で使う3Dプリンター技術を発表したことを紹介。プリンターで建設部材が作れるようになれば将来、工事現場でコンクリートを固めるための型枠が不要になるかもしれないと予測しています。

4. 卸売・小売業

<9/29の日経産業新聞より>

消費者が店頭で商品を見てからネット通販で買う「ショールーミング」の特集を連載。そのなかで、「店頭で気になった商品があった場合の行動」についてのアンケート掲載。「その場でスマホなどからウェブで調べる」「後でウェブで調べる」の両方で、6割を占めていました。

<11/17の日経新聞より>

市場縮小で需要の掘り起こしに励む宝飾店の取組みを紹介。ダイヤモンドの鑑定教室や自分でペアリングや婚約指輪を作るサービスを取り上げています。国内宝飾市場は、1991年と比べると7割縮小しています。各社は「コト消費」なども取り入れ、需要喚起に知恵を絞っているようです。

5. 飲食・宿泊業

<8/25 の日経 MJ 新聞より>

泊まって体験できる「コト」の中身で選ばれているホテルが増えていることを紹介。運営するのは宿泊施設の運営に新たに参入した異業種組が多い模様。本業はカフェの運営、雑貨の製造・卸、自然食品の販売、自然派化粧品メーカーと多彩。一例として、ホテルで体験する「オーガニック生活」という触れ込みが注目を集めていると取り上げています。

<8/30 の日経 MJ 新聞より>

忍者やサムライに対する外国人の関心が高いことを紹介。記事の中で、外国人へのアンケート調査を取り上げています。「サムライは今も存在している」と回答した外国人が7割、「忍者になりたい」と回答した外国人が約半数にのぼっています。

<9/27 の日経 MJ 新聞より>

「グローサラント」という造語を紹介。食品販売店を意味する「グロッサリーストア」と「レストラン」の組み合わせ。小売りと外食

が組み合わさった業態。外食・中食・内食とすべてのニーズにこたえられる店舗として、アメリカで展開しているようです。

<11/14の信濃毎日新聞より>

県は、一般住宅に有料で客を泊める「民泊」の営業ルールを定めた住宅宿泊事業法（民泊新法）の来年6月施行に備え、民泊営業日数を制限する条例案を県会2月定例会に提出する方針を明らかにしたことを取り上げています。

参考資料

- ・ 中小企業庁「中小企業景況調査報告書」
- ・ 全国商工会連合会「中小企業景況調査報告書」
- ・ 長野県商工会連合会「中小企業景況調査報告書」
- ・ 長野信用金庫 経済情報誌「すかい」
- ・ 全国商工会連合会「小規模企業景気動向調査」
- ・ 長野労働局「最近の雇用情勢」
- ・ 飯山公共職業安定所「業務日報」
- ・ 山ノ内町「広報やまのうち」
- ・ 日本経済新聞
- ・ 日経産業新聞
- ・ 日経 MJ 新聞
- ・ 長野経済研究所「消費動向調査」
- ・ 内閣府「消費者動向調査」
- ・ 観光庁「旅行・観光消費動向調査」
- ・ 観光庁「訪日外国人消費動向調査」