

中信地域 産業経済動向

調査
No. **496**
平成30年1月発行



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		平成 29 年 7 ～ 9 月	平成 29 年 10 ～ 12 月	平成 30 年 1 ～ 3 月 (見通し)
総	合			
業 種 別	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▶▶▶

中信地域の概況

全業種 16.1→17.5

製造業はやや悪化、非製造業は改善

平成 29 年 10 月～12 月期の業況判断 DI(「良い」-「悪い」)は、全業種では 1.4 ㊦改善して 17.5 となった。製造業は 3.1 ㊦悪化の 33.3、非製造業は 2.9 ㊦改善の 12.5 であった。平成 30 年 1 月～3 月期の総合の業況判断 DI (予測) は 13.9 ㊦悪化の 3.6 となった。

中信地域の平成 29 年 10 月～12 月期の業況判断 DI

	前期	今期	来期 (予測)
全 業 種	16.1	→ 17.5 (1.4 ポイント改善)	→ 3.6
製 造 業	36.4	→ 33.3 (3.1 ポイント悪化)	→ 21.2
非 製 造 業	9.6	→ 12.5 (2.9 ポイント改善)	→ ▲1.9

非製造業(5 業種) 9.6→12.5

小売業・建設業が悪化

非製造業の業種別業況判断 DI は、卸売業が前期比 42.9、小売業は同▲4.2、サービス業は同 12.0、建設業は同▲20.0、不動産業は同 0.0 となり、卸売業・サービス業が改善した。

非製造業(5 業種)の業種別業況判断 DI

	前期	今期	来期 (予測)
卸 売 業	0.0	→ 42.9 (42.9 ポイント改善)	→ 28.6
小 売 業	0.0	→ ▲4.2 (4.2 ポイント悪化)	→ ▲8.3
サービ	0.0	→ 12.0 (12.0 ポイント改善)	→ ▲12.0
建設業	28.0	→ 8.0 (20.0 ポイント悪化)	→ ▲20.0
不動産業	18.8	→ 18.8 (変わらず)	→ 25.0

全業種

売上高は改善、収益環境はやや悪化

製造業の売上高 DI は 15.2 ㊦減少の 9.1、収益判断 DI は 9.1 ㊦悪化の 12.1 となった。

非製造業の売上高 DI は 10.6 ㊦増加の 26.0、収益判断 DI は 1.0 ㊦改善の 5.8 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	17.5	→ 21.9	8.8	→ 7.3
製 造 業	24.2	→ 9.1	21.2	→ 12.1
非 製 造 業	15.4	→ 26.0	4.8	→ 5.8

[調査要領]

●調査実施……平成 29 年 12 月上旬 ○調査実施企業……合計 137 社

○回収率…………… 100%

○分析

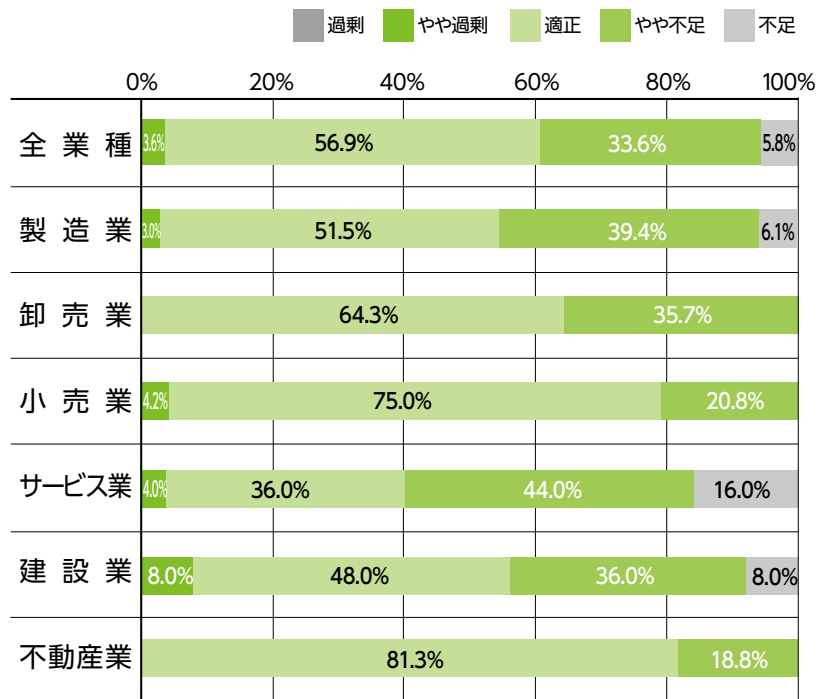
判断指数 DI を中心に分析

製 造 業 …………… 33 社 サービス業 …………… 25 社
卸 売 業 …………… 14 社 建 設 業 …………… 25 社
小 売 業 …………… 24 社 不 動 産 業 …………… 16 社

雇用面の動き 10～12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	0.0%	3.6%	56.9%	33.6%	5.8%
製 造 業	0.0%	3.0%	51.5%	39.4%	6.1%
卸 売 業	0.0%	0.0%	64.3%	35.7%	0.0%
小 売 業	0.0%	4.2%	75.0%	20.8%	0.0%
サービス業	0.0%	4.0%	36.0%	44.0%	16.0%
建 設 業	0.0%	8.0%	48.0%	36.0%	8.0%
不 動 産 業	0.0%	0.0%	81.3%	18.8%	0.0%



全業種でみると「やや不足」が徐々に増加しており、一部の企業や職種によっては「やや過剰」「過剰」となっている。

業種別では、サービス業の人手不足感が顕著で、増加する傾向にある。製造業・建設業は今期に比べ来期はやや不足感が解消すると見込んでいる一方で、小売業・卸売業は不足感が増加するとみている。

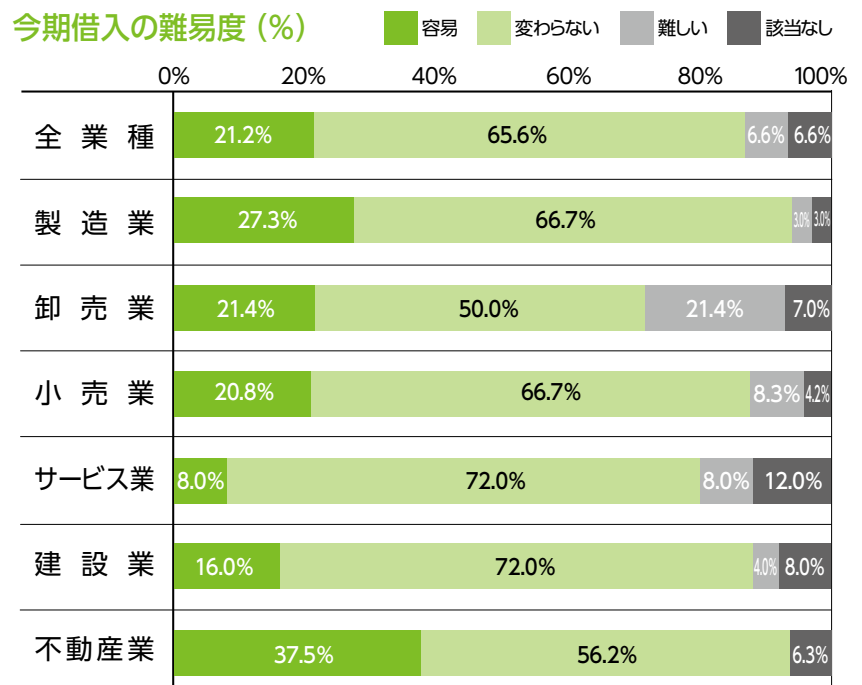
借入金の動き・難易度 10～12月期

借入金の動き (%)

	前期	今期
全 業 種	35.8%	42.3%
製 造 業	27.3%	30.3%
卸 売 業	23.1%	50.0%
小 売 業	27.3%	30.3%
サ ー ビ ス 業	28.0%	36.0%
建 設 業	52.0%	44.0%
不 動 産 業	50.0%	43.8%

(借入をした割合)

今期借入の難易度 (%)



全業種でみると、「借入した」と回答した企業の割合は前期 35.8%→今期 42.3%と 6.5 ㊦増加しているが、来期予測は 8 ㊦減少し 34.3%となっている。特に、卸売業・サービス業で同様な動きがあり、年末資金への対応がうかがわれる。製造業や小売業は年度末に向け資金需要を見込んでいる。一方で、建設業は公共工事などの納期との関連で資金需要が減少する時期となるため借入を見込んでいない。総体的には 3 分の 2 内外の企業は借入ニーズがない。

全業種では、借入の難易度は前期に比べてほぼ変化はなく、概ね「容易」あるいは「変わらない」とする企業が 8 割以上を占めている。しかし、卸売業についてみると前期に比べ今期は「難しい」が 13.7 ㊦増加となっている。

□ 製造業

回答企業 33社

お客様の声・調査員コメント

- 原材料の仕入れ値が上がってきており、収益を圧迫している。
- 受注増加傾向にある一方、人手不足の状況で人件費も増加している。
- 東京五輪前までは当面安定的に推移していくと予想される。
- 人手不足で募集をかけてもなかなか集まらない。
- 新規受注先が増加しているにもかかわらず人員が不足している（即戦力の人材（技術者）が欲しい）
- 受注状況は良好で売上の見通しも期待できている一方、人手不足感があり、人材確保に苦慮している。
- 販売先からの値下げ要請が今後の課題になると思われる。



今期の業況

今期は、売上額 15.2 ㊦、収益 9.1 ㊦悪化している。要因として原材料価格が前期比 30.3 ㊦上昇となったものの販売価格に転嫁しにくい状況がうかがわれる。また、業況感是他業種と比べよい水準にあるものの、前年同期比では収益状況は 12.1 ㊦悪化している。

来期（予測）の見通し

翌期は、原材料価格の上昇は 54.5→45.5 に低下しているものの、上昇を予想している企業は多い。しかし販売価格への転嫁は厳しく、収益環境は 12.1 ㊦悪化すると予想している。業況感についても 12.1 ㊦悪化とし徐々に低下傾向を予測している。

主要指標・DI推移（▲印：悪化・低下値）

	期別 項目	29/ 7～9月	29/ 10～12月	前期と今期 の比較	30/ 予測 1～3月	今期と来期 の比較
前期比	業 況 感	36.4	33.3	▲ 3.0	21.2	▲ 12.1
	売 上 額	24.2	9.1	▲ 15.2	3.0	▲ 6.1
	受 注 残	27.3	24.2	▲ 3.0	21.2	▲ 3.0
	収 益	21.2	12.1	▲ 9.1	0.0	▲ 12.1
	販 売 価 格	9.1	3.0	▲ 6.1	▲ 3.0	▲ 6.1
	原材料価格	24.2	54.5	30.3	45.5	▲ 9.1
	原材料在庫	18.2	18.2	0.0	9.1	▲ 9.1
	資 金 繰 り	18.2	12.1	▲ 6.1	6.1	▲ 6.1
同 前 年 比	売 上 額	3.0	▲ 6.1			
	収 益	6.1	▲ 12.1			

卸売業

回答企業 14社

お客様の声・調査員コメント

- 人件費の増加により収益は減少したものの、売上高は好調に推移。
- 輸入食肉の仕入値が上昇しており販売価格への転嫁が課題。
- 賃金が増加していないため消費も鈍く、地方の零細企業ではまだまだ景気回復を実感できていない。
- 製造メーカーの生産能力不足により在庫不足が生じ、取引先への供給に支障が起きている。
- 売上は順調に推移しているが、競争激化により収益性が低下している。
- 東京五輪の影響により需要は増しているものの、同業他社との価格競争が激しい。
- 大型機械の設備等の受注が増加したことから売上は上伸、来期以降も仮受注がはいっている。



今期の業況

今期は、前期比で業況感は42.9ポイントと高い改善度を示している。売上額は41.2ポイント、収益も35.2ポイント上昇した結果、資金繰り状況も45.6ポイント改善された。非製造業としては好調な業種である。また、前年同期比では売上額は57.1ポイント（増加企業－減少企業の割合）と全体として増加の状況である。

来期（予測）の見通し

来期は、業況感は14.3ポイント低下するが売上額はほぼ横ばいで推移するものの、販売価格の価格見直しや値下げ要請が懸念されることから21.4ポイント低下を予測し、収益環境に影響すると予想する。

主要指標・DI推移（▲印：悪化・低下値）

	期別 項目	29/ 7～9月	29/ 10～12月	前期と今期 の比較	30/ 予測 1～3月	今期と来期 の比較
前期比	業 況 感	0.0	42.9	42.9	28.6	▲ 14.3
	売 上 額	23.1	64.3	41.2	0.0	▲ 64.3
	収 益	7.7	42.9	35.2	▲ 14.3	▲ 57.1
	販 売 価 格	0.0	7.1	7.1	▲ 21.4	▲ 28.6
	仕 入 価 格	15.4	14.3	▲ 1.1	▲ 7.1	▲ 21.4
	在 庫	7.7	7.1	▲ 0.5	0.0	▲ 7.1
	資 金 繰 り	▲ 38.5	7.1	45.6	7.1	0.0
前年同期比	売 上 額	46.2	57.1			
	収 益	15.4	0.0			
	販 売 価 格	0.0	7.1			

□ 小 売 業

回答企業 24 社

お客様の声・調査員コメント

- 大型スーパーや大手企業などとの価格競争に悩んでいる。
- 食に対して消費者が安いから買うのではなく、高くても安全でおいしいから買う商品を作っていきたい。
- 大型商業施設開店により売り上げがやや低迷、業種などが違うため一時的な影響と思われるが、今後の動向を注視。
- 家電品などの耐久年数が長くなっているため買換え需要も以前ほどではない。
- 原油価格が上昇傾向にあり、燃料価格の上昇により今後の業況に影響がでる可能性がある。
- 燃料売上以外での収益確保が当面の課題であるが、それに伴う人材確保の難しさを感じている。
- インバウンドがアジア系、欧・米系により買う品物の傾向が全く違うため、商品構成・品揃えに苦慮する。



今期の業況

今期は、在庫は 24.3 ㊦改善され、仕入価格は上昇してはいるものの、販売価格への転嫁が進みつつあるという状況下、収益環境や資金繰り状況はまだまだ厳しい状況である。また、前年同期比では売上額・収益は変わらず推移しているが、販売価格は 12.5 ㊦と改善傾向にある。

来期（予測）の見通し

来期は、今期と比較し業況感はさらに 4.2 ㊦、売上額は 33.3 ㊦悪化すると予測している企業が増えた一方で、在庫はほぼ適正となり、仕入価格は 4.2 ㊦改善し安定推移に移行、販売価格への転嫁も進むことから収益環境も改善するとした企業が 4.2 ㊦増えた。

主要指標・DI 推移 (▲印：悪化・低下値)

	期別 項目	29/ 7～9月	29/ 10～12月	前期と今期 の比較	30/ 予測 1～3月	今期と来期 の比較
前期比	業 況 感	0.0	▲ 4.2	▲ 4.2	▲ 8.3	▲ 4.2
	売 上 額	16.0	12.5	▲ 3.5	▲ 20.8	▲ 33.3
	収 益	8.0	▲ 16.7	▲ 24.7	▲ 12.5	4.2
	販 売 価 格	▲ 4.0	12.5	16.5	12.5	0.0
	仕 入 価 格	16.0	25.0	9.0	20.8	▲ 4.2
	在 庫	16.0	▲ 8.3	▲ 24.3	▲ 8.3	0.0
	資 金 繰 り	▲ 12.0	▲ 16.7	▲ 4.7	▲ 8.3	8.3
前年同期比	売 上 額	28.0	0.0			
	収 益	20.0	0.0			
	販 売 価 格	4.0	12.5			

□ サービス業

回答企業 25社

お客様の声・調査員コメント

- 大手の求人誌に募集をかけてもアルバイト・パートが集まらず人手不足の状況にある。
- 少子高齢化が進み格安な同業者が増加している中、同業者との差別化が重要と考えている。
- 材料価格の上昇と長年の取引先からの単価引き下げが今後の懸念材料。
- 自動車整備士を雇用したいが確保するのが難しい。
- インバウンドの団体客が増加する一方で、人手不足のため受け入れを断ることもあり、従業員確保が喫緊の課題。
- 大手企業の価格設定が常識を大きく下回る場合があり、中小企業の収益環境は益々厳しくなっている。



今期の業況

今期は、前期比で業況感は 12.0 ㊦改善した。売上額が増加したとする企業は 24.0 ㊦上昇し、収益状況も 24.0 ㊦改善した。一方、材料価格は上げ基調、料金価格は値下げ傾向である。前年同期比では、売上額は堅調、収益はほぼ横ばいとなった。

来期（予測）の見通し

来期は、今期の堅調さから一転して業況感は 24.0 ㊦の悪化を予測している。要因としては材料価格の上昇や料金価格のさらなる見直しが懸念材料となり、売上額 52.0 ㊦の悪化、結果として収益状況は落ち込むと予測している企業が多い。

主要指標・DI推移（▲印：悪化・低下値）

	期別 項目	29/ 7～9月	29/ 10～12月	前期と今期 の比較	30/ 予測 1～3月	今期と来期 の比較
前期比	業 況 感	0.0	12.0	12.0	▲ 12.0	▲ 24.0
	売 上 額	16.0	40.0	24.0	▲ 12.0	▲ 52.0
	収 益	4.0	28.0	24.0	▲ 20.0	▲ 48.0
	料 金 価 格	▲ 4.0	▲ 12.0	▲ 8.0	▲ 20.0	▲ 8.0
	材 料 価 格	32.0	60.0	28.0	36.0	▲ 24.0
	資 金 繰 り	▲ 28.0	▲ 8.0	20.0	▲ 24.0	▲ 16.0
同期前 年比	売 上 額	20.0	16.0			
	収 益	8.0	0.0			

建設業

回答企業 25社

お客様の声・調査員コメント

- 人手不足により受注機会を失うことが多い。
- 安定した人材の確保ができる見込みがなく、職人の高齢化がより一層進むと考える。
- 同業者間の競争が激化していることや材料等の価格が上昇傾向にあるため、収益性が悪化している。
- 地域の工事等を大手ゼネコンが受注するため、地方のゼネコンに受注がはいってこない。
- 雇用面では若手社員の確保が困難で技術力向上に至らない状況。



今期の業況

今期は、業況感は8.0と前期比20.0ポイント悪化となった。材料価格は値上げ基調、請負価格は同業他社との競争から下げ基調であるために売上額は堅調であるが収益環境は悪化傾向となっている。前年同期比では売上額・収益とも増加とする企業が増えた。

来期（予測）の見通し

来期は、材料価格はさらに上昇、請負価格は低下を見込んでおり、売上額は36.0ポイント低下の▲12.0であることから収益環境は悪化を予想している。その結果、業況感は▲20.0で厳しくなると予想する企業が増えた。

主要指標・DI推移（▲印：悪化・低下値）

	項目	期別	29/ 7～9月	29/ 10～12月	前期と今期 の比較	30/ 予測 1～3月	今期と来期 の比較
前期比	業 況 感		28.0	8.0	▲ 20.0	▲ 20.0	▲ 28.0
	売 上 額		12.0	24.0	12.0	▲ 12.0	▲ 36.0
	受 注 残		12.0	12.0	0.0	▲ 36.0	▲ 48.0
	施 工 高		0.0	20.0	20.0	4.0	▲ 16.0
	収 益		4.0	▲ 4.0	▲ 8.0	▲ 8.0	▲ 4.0
	材 料 価 格		32.0	32.0	0.0	40.0	8.0
	請 負 価 格		16.0	8.0	▲ 8.0	4.0	▲ 4.0
	在 庫		8.0	▲ 8.0	▲ 16.0	▲ 8.0	0.0
	資 金 繰 り		8.0	▲ 12.0	▲ 20.0	▲ 16.0	▲ 4.0
同 前 年 比	売 上 額		4.0	24.0			
	収 益		4.0	20.0			

□ 不動産業

回答企業 16 社

お客様の声・調査員コメント

- 適当な収益物件となる物件が見当たらない。
- 中信地区近郊の住宅用地需要はあるものの、販売する分譲用地（特に大型物件）が不足している。
- 人材が不足していることと人材の質の向上が課題。
- 立地条件、交通条件の良い物件は問い合わせが多く、売行きも良い状況。



今期の業況

今期は、在庫の不足感はやや和らぎ仕入価格も安定傾向であることから資金繰り状況は良好となっている一方、売上額・収益は悪化となった。業況感は前期、今期ともに18.8となっており堅調に推移している。

来期（予測）の見通し

来期は、在庫は▲37.5 と不足感が強まるものの手持商品不動産の処分が促進され、売上額・収益の改善を見込む。業況感も今期比 6.3 点上回り堅調な動きを見込んでいる。

主要指標・DI推移（▲印：悪化・低下値）

	期別 項目	29/ 7～9月	29/ 10～12月	前期と今期 の比較	30/ 予測 1～3月	今期と来期 の比較
前期比	業 況 感	18.8	18.8	0.0	25.0	6.3
	売 上 額	12.5	▲ 6.3	▲ 18.8	37.5	43.8
	収 益	0.0	▲ 12.5	▲ 12.5	31.3	43.8
	販 売 価 格	6.3	0.0	▲ 6.3	6.3	6.3
	仕 入 価 格	18.8	6.3	▲ 12.5	6.3	0.0
	在 庫	▲ 31.3	▲ 18.8	12.5	▲ 37.5	▲ 18.8
	資 金 繰 り	12.5	25.0	12.5	12.5	▲ 12.5
同期前 年比	売 上 額	12.5	6.3			
	収 益	12.5	6.3			

□ 2018年（平成30年）の経営見通し

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『2018年（平成30年）の経営見通し』についてお聞きしました。

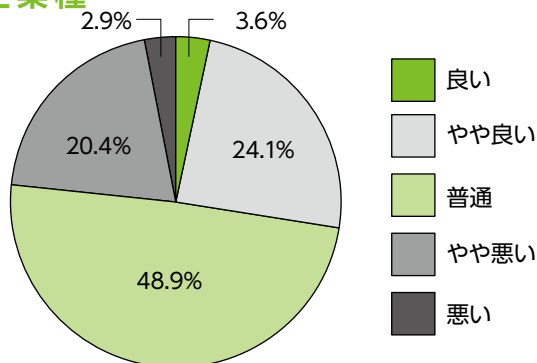
回答企業 137 社による調査結果です。

調査実施時期：平成 29 年 12 月上旬、調査対象企業 137 社（回答率 100.0%）

□ 問 1

貴社では、2018 年の日本の景気をどのように見通していますか。
次の中から 1 つ選んでお答えください。

全業種



2018 年の日本の景気見通しについては、「良い」（「非常に良い」・「良い」・「やや良い」の合計）と回答した企業の割合は 27.7%、「悪い」（「やや悪い」・「悪い」・「非常に悪い」の合計）と回答した企業の割合は 23.3%となった。この結果、「良い」から「悪い」を差引いた景気見通し DI は 4.4 となった。

業種別では、製造業が 24.2 と景気の牽引役として堅調さがうかがわれる。それ以外の業種は「普通」とする割合近辺での回答が集中している。ただ、建設業の「悪い」とする回答が高めであることが懸念される。

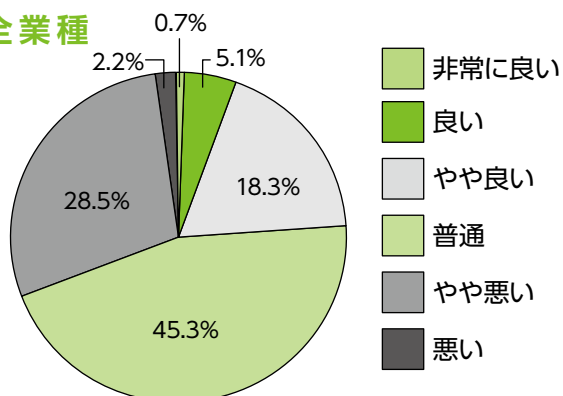
(%)

項 目	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.非常に良い	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
2.良い	3.6	9.1	0.0	0.0	4.0	0.0	6.3
3.やや良い	24.1	30.3	21.4	16.7	28.0	28.0	12.5
4.普通	48.9	45.5	57.1	62.5	40.0	36.0	62.5
5.やや悪い	20.4	15.2	14.3	20.8	24.0	28.0	18.8
6.悪い	2.9	0.0	7.1	0.0	4.0	8.0	0.0
7.非常に悪い	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

□ 問 2

貴社では、2018 年の自社の業況（景気）をどのように見通していますか。
次の中から 1 つ選んでお答えください。

全業種



2018 年の自社の業況（景気）については、「良い」（「非常に良い」・「良い」・「やや良い」の合計）と回答した企業の割合は 24.1%、「悪い」（「やや悪い」・「悪い」・「非常に悪い」の合計）と回答した企業の割合は 30.7%となった。この結果、「良い」から「悪い」を差引いた業況見通し DI は▲6.6 となった。

業種別では、卸売業が 28.6 と「良い」とする割合が高く、続いて製造業 15.2、不動産業 12.5 となっている。一方で、「悪い」とする割合では小売業が 37.5、続いて建設業 24.0、サービス業 20.0 となっている。

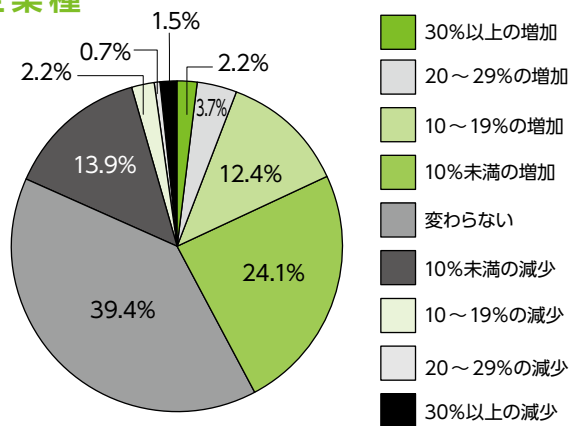
(%)

項 目	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.非常に良い	0.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.3
2.良い	5.1	9.1	14.3	0.0	4.0	0.0	6.3
3.やや良い	18.3	27.3	21.4	4.2	20.0	16.0	18.8
4.普通	45.3	42.4	57.1	54.2	32.0	44.0	50.0
5.やや悪い	28.5	21.2	7.1	41.7	40.0	32.0	18.8
6.悪い	2.2	0.0	0.0	0.0	4.0	8.0	0.0
7.非常に悪い	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

問 3

2018 年において貴社の売上額の伸び率は、2017 年に比べておおよそどのくらいになると見通していますか。次の中から 1 つ選んでお答えください。

全業種



2018 年の貴社の売上額の伸び率については、「増加と見通す」と回答した企業の割合は 42.4%、「減少と見通す」と回答した企業の割合は 18.3%となった。この結果、「増加」から「減少」を差引いた割合は 24.1 となった。

業種別では、卸売業の 71.4%が増加を見込んでいる。続いてサービス業の 36.0、製造業の 30.3、不動産業の 18.8 となっている。建設業は 4.0 となっているが同業社間での格差が特に大きい。

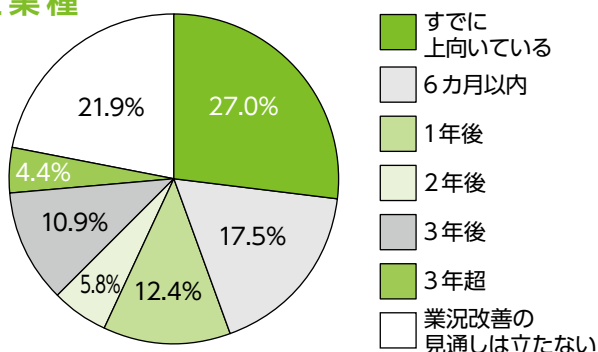
(%)

項 目	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. 30%以上の増加	2.2	3.0	0.0	0.0	0.0	4.0	6.3
2. 20～29%の増加	3.7	0.0	7.1	0.0	0.0	8.0	12.5
3. 10～19%の増加	12.4	18.2	21.4	4.2	20.0	4.0	6.3
4. 10%未満の増加	24.1	24.2	42.9	20.8	28.0	16.0	18.8
5. 変わらない	39.4	39.4	28.6	50.0	40.0	40.0	31.3
6. 10%未満の減少	13.9	15.2	0.0	20.8	8.0	16.0	18.8
7. 10～19%の減少	2.2	0.0	0.0	0.0	4.0	8.0	0.0
8. 20～29%の減少	0.7	0.0	0.0	4.2	0.0	0.0	0.0
9. 30%以上の減少	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0	4.0	6.3

問 4

貴社では、自社の業況が上向く転換点をいつ頃になると見通していますか。次の中から 1 つ選んでお答えください。

全業種



自社の業況が上向く転換点の時期については、全業種では「すでに上向いている」と回答した企業が 27.0%で一番多く、「6 カ月以内」・「1 年後」を合算すると 56.9%の企業が 1 年内には上向くと見込んでいる。一方で、「見通しが立たない」とする企業が 2 割強ある。

業種別では、製造業の 42.4%が「すでに上向いている」とし好調さがみられる。また、1 年以内に好感度が出ると思われる企業は、卸売業 64.3、小売業 50.0、サービス業 48.0、建設業 44.0、不動産業 75.1 となっている。

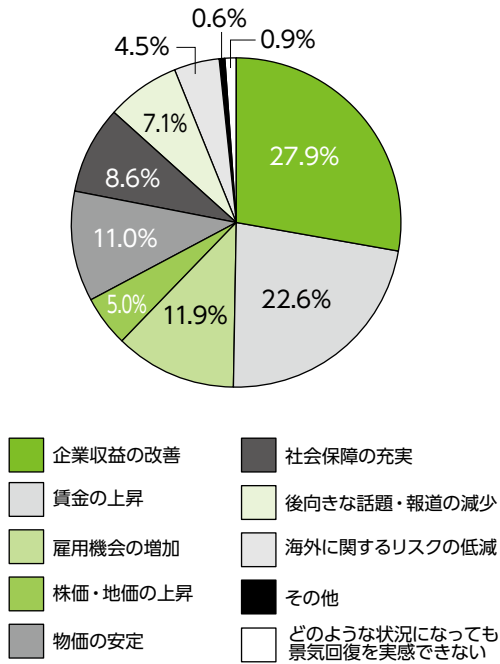
(%)

項 目	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. すでに上向いている	27.0	42.4	28.6	16.7	28.0	16.0	25.0
2. 6 カ月以内	17.5	12.1	35.7	25.0	4.0	12.0	31.3
3. 1 年後	12.4	12.1	0.0	8.3	16.0	16.0	18.8
4. 2 年後	5.8	3.0	7.1	8.3	0.0	8.0	12.5
5. 3 年後	10.9	9.1	7.1	4.2	20.0	12.0	12.5
6. 3 年超	4.4	3.0	0.0	8.3	0.0	12.0	0.0
7. 業況改善の見通しは立たない	21.9	18.2	21.4	29.2	32.0	24.0	0.0

問 5

世間一般では、「景気回復を実感できない」という意見が広くみられるようですが、貴社では、どのような状況になれば、世の中が景気回復をより実感できるようになると思いますか。次の中から最大3つまで選んでお答えください。

全業種



世の中が景気回復をより実感できる状況について回答を求めた結果、全業種では、「企業収益の改善」が27.9%と一番高く、次いで「賃金の上昇」が22.6%、「雇用機会の増加」11.9%となった。

「企業収益の改善」では、不動産業を除く全業種がトップに挙げており、収益環境が良化することで賃金や雇用面の充実などが図られ、経営者としては景気の回復を社内的に実感できると認識していると考えられる。また、非製造業では「賃金の上昇」・「物価の安定」を上位に捉えているが、やはり賃金の上昇により消費の好循環がもたらされ、その結果として売上や収益に結びつくことで実感が得られると考えている。

製造業や建設業では、現状の人材不足からくる受注能力や生産能力の限界を考慮すると、「雇用機会の増加」と「社会保障の充実」が景気回復の実感につながるとの回答が多かった。

(複数回答%)

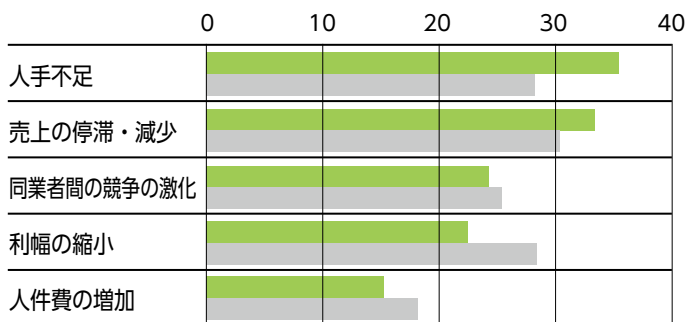
項 目	全業種	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
1. 企業収益の改善	27.9	30.9	28.6	32.2	32.2	30.2	17.1
2. 賃金の上昇	22.6	18.5	25.7	20.3	20.3	25.4	20.0
3. 雇用機会の増加	11.9	11.1	8.6	6.8	6.8	12.7	8.6
4. 株価・地価の上昇	5.0	7.4	2.9	1.7	1.7	1.6	17.1
5. 物価の安定	11.0	9.9	14.3	13.6	13.6	9.5	14.3
6. 社会保障の充実	8.6	11.1	0.0	8.5	8.5	12.7	8.6
7. 後向きな話題・報道の減少	7.1	4.9	5.7	8.5	8.5	6.3	11.4
8. 海外に関するリスクの低減	4.5	4.9	8.6	6.8	6.8	1.6	2.9
9. その他	0.6	1.2	0.0	1.7	1.7	0.0	0.0
10. どのような状況になっても景気回復を実感できない	0.9	0.0	5.7	0.0	0.0	0.0	0.0

□ 経営上の問題点

(上位5項目・複数回答・%)

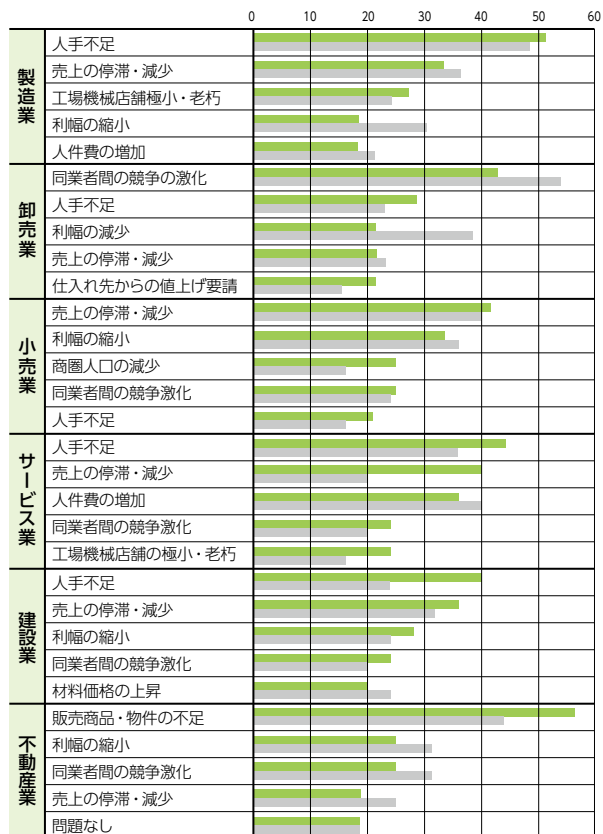
全業種

■ 今期 ■ 前期



全業種では、「人手不足」を経営上の一番の問題として捉えており、前期 28.5→今期 35.8 と 7.3 ㊦増加している。続いて「売り上げの停滞・縮小」(30.7→33.6) となり、この2項目が増加、「同業者間の競争の激化」・「利幅の縮小」・「人件費の増加」の3項目は上位項目であるが、前期より減少している。

業種別でみると、製造業・サービス業・建設業が「人手不足」を問題点とするトップ項目で企業も増加傾向である。特に建設業は前期 24.0→今期 40.0 と 16 ㊦の急激な増加を示している。卸売業では「同業者間の競争の激化」がやや減少したもののトップとなっており、小売業は「売り上げの停滞・縮小」が微増でトップ、不動産業は「販売商品・物件の不足」となっている。

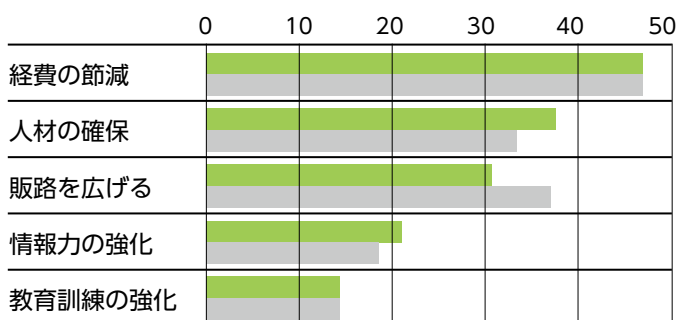


□ 当面の重点経営施策

(上位5項目・複数回答・%)

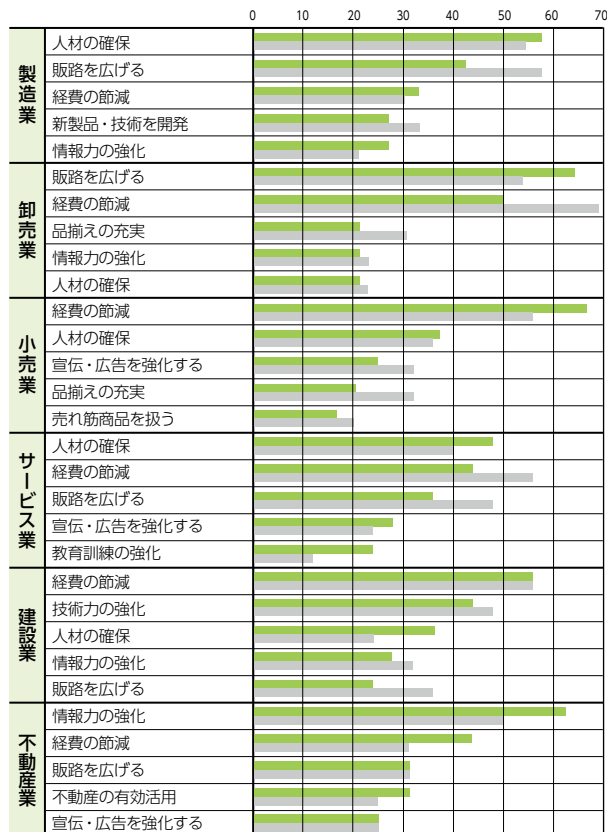
全業種

■ 今期 ■ 前期



全業種では、「経費の節減」を重点経営施策の第1位項目となっており前期と変わらず 48.2% となっている。続いて「人材の確保」、「販路を広げる」、「情報力の強化」・「教育訓練の強化」となっている。「人手不足」が喫緊の課題であるため人材の確保と教育訓練による人材の活用が早急に求められている経営施策であると捉えている。また、「情報力の強化」が上位にあることから当金庫としても情報の提供をより一層重視する必要がある。

業種別でも、製造業・サービス業・建設業が「人材の確保」・「教育訓練の強化」・「技術力の強化」を重点施策の上位にあげており、増加傾向である。卸売業では「販路を広げる」が前期 53.8%→今期 64.3%とトップになっている。小売業は「経費の節減」、不動産業は「情報力の強化」がトップとなっており前期より増加している。





「信州とともに歩む」

扉温泉 明神館

代表取締役社長 齊藤忠政



現在、携わっている事業について教えてください

私は現在、八ヶ岳中信高原国定指定公園の中に建つ日本旅館である「扉温泉 明神館」、そして2007年に立ち上げたシックスセンス株式会社代表取締役として、「レストランヒカリヤ」「ヒカリヤニシ」、国宝・松本城の近くにある「松本丸の内ホテル」の経営に取り組んでいます。また、地元信州の魅力を広く伝えるため東京丸の内・JPタワーKITTE内に「信州松本ヒカリヤ」、今年オープンし大きな話題を呼んだ松本市イオンモールに「BistroHikariya」を出店させていただいております。

国際的な活動にも取り組まれているとお聞きしました

フランスを拠点にホテル・レストラン組合組織であるルレ・エ・シャトーグループの日韩支部長を2013年より務めております。2016年には同グループの世界大会を私が陣頭指揮を取り日本で開催いたしました。その時に強く感じたのが、まだまだ日本の魅力が世界に浸透していないということ。東京や大阪といった大都市圏、そして京都といった一部の観光都市しか世界的には知られていない現状があります。もちろん、それは仕方ない面もありますが、そこを踏まえての戦略を今年は進めたいと考えています。

具体的にどのような内容か教えていただけますか？

例えば私たちがフランスに旅行するとなった時、最初に訪れる都市としてパリを思い浮かべるのは当然ではないでしょうか？同じように、海外の方が日本旅行の際、東京や京都を訪ねるのは当たり前。そこは割り切って考え、私は『日本に3回目に来た際に訪れる場所』を意識し、その際に信州を選んでいただけるための戦略を練る必要性があると感じています。それは決して消極的な意味合いではなく、

実情に即した現実的なアプローチをしなければならないと考えるからです。この「3回目の訪日時に来てもらう」という部分にフォーカスした地域マネジメントを行うことで他エリアとの差別化も図れますし、いたずらに大都市圏や有名観光地との誘致競争による消耗も避けることができます。併せて信州松本ならではのオリジナリティを打ち出すことも可能になるかと思います。

信州の観光シーンにはまだまだ「のびしろ」があると？

その通りだと思います。信州の豊かな自然、そしてそれぞれの土地が産み出す美味しい食材、それらがもたらす多彩な食文化と、ここ信州には世界に伝えたい魅力が山のようにあります。それを世界の皆さんに知っていただくことで地域の再興にもつながると考えています。

そのためには何が必要でしょうか？

世界の観光業界をよく知る立場からすると、日本のそれはまだまだ閉じた世界。そういった部分を如何にグローバルスタンダードに近づけていくか、がこれからの課題でしょう。加えてこれからはDMO (Destination Marketing / Management Organization) やDMC (Destination Management Company) を活用した地域マネジメントの重要性も感じています。

エリアに観光協会はありますがDMOやDMCはまだなく、その部分でのリレーションができていないのは残念に思います。

現在、日本ではインバウンドが好調と聞きます

はい。2020年の東京オリンピックを控え、海外からのインバウンドは今後も引き続き好調が続くでしょう。ただ、今後の流れとして団体客からFIT (外国人個人旅行者)

へとシフトしていくことは間違いありません。今後、そういった FIT を受け入れていく中で、地域の体制作りは急務の課題であると考えています。

最近では民泊という新しいサービスも出てきましたがどうお考えですか？

世界 191 ヶ国でサービスを展開している『Airbnb(エアビーアンドビー)』の活況に代表されるように、民泊という宿泊業態は今後ますます盛んになっていくことが予想されます。実際、私の周りにも、民泊サービスを主に海外で利用している友人も多く見受けられます。特に年齢が若く旅慣れている人ほどこの新しい宿泊サービスを上手に活用しているようです。これからはワールドワイドに地球全体がつながっていく様になっていく時代、民泊はこの流れに乗り利用者はどんどん拡大していくのではないのでしょうか。

サービスの拡大に法の整備が間に合わないなど問題は山積していますが、これが世界的趨勢であることは間違いありません。宿泊業を営む立場からすると強力な競合相手が生まれたということであり脅威ではありますが、私たちの旗艦宿泊施設である『明神館』は周囲に何も無い、信州の大自然が広がる中に建つ一軒宿。そんな場所にわざわざ来ていただく必然性、ストーリー作りを私たちスタッフは創業以来いつも考え、ブラッシュアップしてきました。そうすることで宿に付加価値を与え商品価値を高めてきた自負があります。この部分を突き詰め、更なる磨きをかけることで民泊サービスとの競合は避けられると思っています。

「何のために」「どんな目的で」この日本の文化である旅館をお客様は利用されているのか？そこにフォーカスしたサービスの提供を更に徹底する。そこを突き詰めることで民泊を含めた他の宿泊施設との競合はなくなるのではないのでしょうか。

信州で観光業に取り組む意気込みをお聞かせください

皆さんもご存知の通り、信州松本には世界的にも高い注目を集める国宝である松本城があります。私が経営する宿泊施設『丸の内ホテル』と飲食店『ヒカリヤ』はその近くにあり、どちらも歴史ある建造物(有形指定文化財)という強みを活かし、おかげさまで幅広い層の皆さまにご利用いただいております。ただ、これに満足することなく更なるアプローチの拡大を図り今以上にマネジメントを強化していくつもりです。国宝・松本城に依存するだけでなく、これからは個人客が求めるものを意識した観光地作りへとシフトしていく。そうしないと団体客の誘致に踊らされたバブル期の二の舞になるのではないかと、この危惧が私の中にはあります。この国宝近くの城下町でどんな体験ができるか？そんなワクワクするようなこの土地ならではのブラ

ンディング作りに一層励みたいという考えを常に思い描いております。

また私は 2013 年より長野県公認「おいしい信州ふーど(風土)公使」という任に就いた関係もあり、県内の料理や食材をよく知る立場にありますが本当に伝えたい地域の力といったものを感じています。これをどのように国内はもとより世界に向けて発信していくか、そして長野県への誘客へとつなげるかいろいろな道を模索しています。そういった意味でも前出の DMO・DMC 作りの必要性は強く感じています。

今後の取り組みについて教えてくださいませんか？

長野県内の観光シーンを盛り上げていくために必要なのは、やはり地域の連携や異業種のコラボといった様々な人たちの力だと思います。「自分たちの力だけで何とかしよう」ではなく「この動きを盛り上げるためには誰の力を借りるか？誰と一緒に取り組むか？」を考えることで地域を巻き込む大きなうねりとなり発信力も高まるのではないのでしょうか。そのような考えのもと、積極的に取り組んでいきたいと考えています。

例えば先ほども話の出た民泊ですが、現在、農村地域に増えている空き家を活用し農家体験ができる民泊施設を始めようと思っています。国内的にも大きな問題となっている空き家の増加ですが、昔ながらの家屋に泊まり農村体験ができれば自然と触れ合いたい都会の方と人不足に悩む地方をつなぐマッチングの場を提供できることにつながります。これは早ければ今年のゴールデンウィークまでには始める予定です。

また、養命酒製造株式会社様とコラボし、健康をテーマにしたショップの出店も予定しております。

今後も地域を盛り上げるため、積極的に様々な取り組みをしていきたいと考えています。



明神館

経済日誌・主要動向

<国 内>

- ◎ 内閣府が発表した11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」の受注額は、前月比5.7%増の8,992億円で2カ月連続の増加。うち製造業は同0.2%の減少、非製造業は同9.8%の増加だった。
- ◎ 経済産業省が発表した11月の鉱工業生産指数(速報、10年=100、季節調整済み)は、前月比0.6%上昇の103.6となり2カ月連続の前月比上昇。上昇業種は、はん用・生産用・業務用機械工業、電子部品・デバイス工業など。基調判断は「生産は持ち直している」に上方修正した。
- ◎ 国土交通省が発表した11月の新設住宅着工戸数は、前年同月比0.4%減の8万4,703戸、5カ月連続で前年を下回った。利用関係別では、持家・貸家は減少、分譲住宅は増加した。
- ◎ 12月の国内新車販売台数(軽を除く)は、前年同月比0.1%減の26万2,345台となり、3カ月連続で前年を下回った。軽自動車は同0.5%減の13万1,909台で、9カ月ぶりに前年を下回った。
- ◎ 日銀が発表した12月の国内企業物価指数(15年平均=100、速報値)は、前月比0.2%上昇、前年同月比では3.1%上昇して100.1となった。円ベースでは、輸出物価指数は前年比2.3%上昇、輸入物価指数は同7.1%上昇した。
- ◎ 財務省が発表した12月の貿易統計速報(通関ベース)によると、輸出は自動車、鉄鋼などが前年同月比9.3%の増加、輸入は原油、通信機などが同14.9%の増加となった。その結果、輸出額から輸入額を差引いた貿易収支額は3,590億円で7カ月連続の黒字となった。

<県 内>

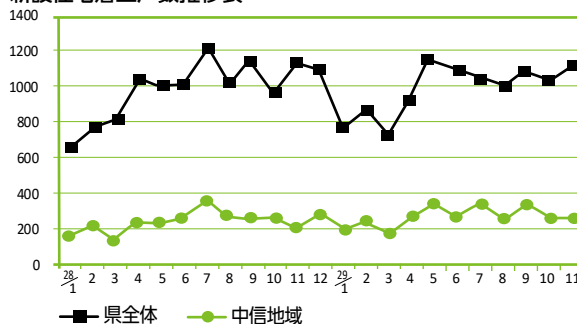
- ◎ 長野県が発表した11月の県内鉱工業生産指数(季節調整値、10年=100、速報)は、前月比2.0%減の101.3で4カ月ぶりの低下。業種別では、はん用・生産用・業務用機械工業、電気機械工業、木材・木製品工業などが低下。
- ◎ 長野県が発表した12月の長野市の消費者物価指数(2015年=100、確報値)は、生鮮食品を除く総合指数は100.7となり、前月比0.2%下落した。また、前年同月比では0.9%上昇し、12カ月連続のプラスとなった。一方、全国12月の消費者物価指数(2015年=100、確報値)は生鮮食品を除く総合指数が100.7だった。
- ◎ 県内12月の有効求人倍率(パートタイムを含む、季節調整値、速報)は、前月を0.02ポイント上回り1.74倍となった。一方、全国は1.59倍だった。中信地域の安定所別では、松本1.68倍、木曽福島1.65倍、大町1.52倍だった。また、県内12月の新規求人数は1万8,973人となり、前年同月比で14.2%増加した。

<中 信>

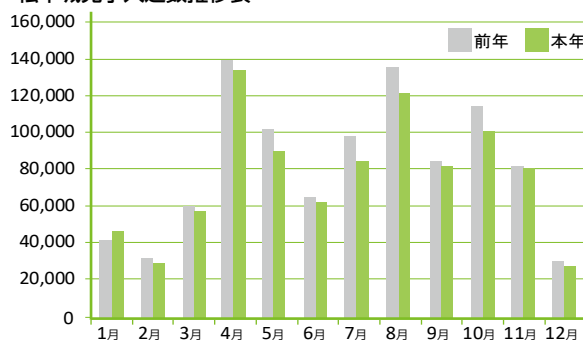
新設住宅着工戸数動向

- ◎ 県建築住宅課がまとめた平成29年11月の県内新設住宅着工戸数は前年同月比1.3%減少の1,119戸で、2カ月ぶりに前年水準を下回った。また、中信地区の新設住宅着工戸数は同26.3%増加の269戸で、2カ月ぶりに前年水準を上回った。
- 市郡別の着工数は松本市165戸、塩尻市22戸、大町市38戸、安曇野市27戸、北安曇郡10戸、東筑摩郡3戸、木曽郡4戸だった。県内新設住宅着工の利用関係別の内訳を見ると、持家は同16.5%の減少、貸家は同43.8%の増加、分譲は同9.1%の減少だった。

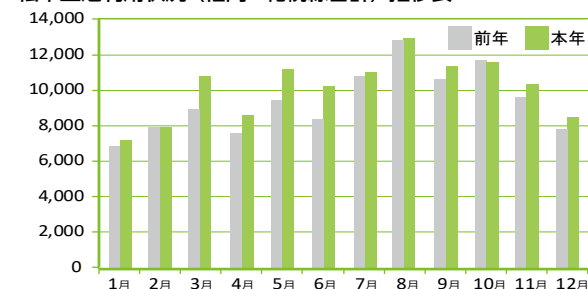
新設住宅着工戸数推移表



松本城見学入込数推移表



松本空港利用状況(福岡・札幌線合計) 推移表



観光客入込動向

- ◎ 松本城管理事務所がまとめた12月の国宝松本城への見学入場者数は天候に恵まれたものの前年のお城ブームの反動などから前年同月比8.3%減の2万7,828人だった。外国人入場者数は6,176人で同1.4%の減少となった。また、松本市山岳観光課がまとめた上高地方面への入り込み者数は白骨が同6.1%増加の1万2,200人、乗鞍高原は同1.8%増加の2万2,300人だった。
- 白馬村がまとめた12月の村内4スキー場の利用者数は天候や降雪に恵まれたことなどから合計で14万9,829人と前年同月比17.4%増加となった。また、観光客の入り込みは平地観光が21万8,000人で同13.8%の増加、山岳観光は1,200人で前年と同じだった。

松本空港利用状況

- ◎ フジドリームエアラインズ(FDA)がまとめた12月の利用実績によると、定期便の合計搭乗者数は8,497人で前年同月比693人増加した。利用率は札幌線が同8.3%高い65.0%、福岡線が同0.4%低い50.9%だった。



松本信用金庫 業務企画課

松本市丸の内1番1号 TEL:0263(35)0001 FAX:0263(36)7436

このレポートは、当金庫のお取引先137社に対し平成29年10～12月期の景気の現状と平成30年1～3月期の見通しを調査したものです。