

飯伊 産業経済動向

No.448 2016/7
(28. 8. 25 発行)



http:// www. iidashinkin. co. jp
〒395-0044 飯田市本町1-2
TEL 0265-53-5811 FAX 0265-53-1132

飯伊地区主要経済指標

主要指標		実数		前月比		前年同月比	
手形交換高 (飯田手形交換所扱)	枚数	3,334	枚	△	15.3 %	△	25.6 %
	金額	3,496,772	千円	△	27.4 %	△	29.4 %
うち不渡発生状況	枚数	0	枚	(前月 0 枚)		(前年同月 1 枚)	
	金額	0	千円	(前月 0 千円)		(前年同月 1,000 千円)	
倒産件数 (負債額1千万円以上)	県内	9	件	(前月 6 件)		(前年同月 8 件)	
	飯伊	0	件	(前月 2 件)		(前年同月 0 件)	
住宅着工戸数 (飯田市、下伊那郡 総数)(6月)		64	戸		42.2 %		39.1 %
有効求人倍率(パートを含む実数) (ハローワーク飯田管内)(6月)		1.32	倍	(前月 1.27 倍)		(前年同月 1.15 倍)	
自動車新規登録台数 (松本事務所管内)	新車	2,080	台	△	16.3 %	△	19.7 %
	中古車	568	台	△	26.2 %	△	23.7 %
軽自動車新規登録台数 (長野県自動車協会)(6月)	新車	3,417	台		17.3 %	△	18.4 %
	中古車	1,045	台	△	0.9 %		6.0 %
中央道利用台数 (飯田インター分)	入	118,494	台		7.1 %		1.1 %
	出	118,822	台		8.2 %		0.5 %
中央道利用台数 (松川インター分)	入	79,221	台		8.6 %		3.7 %
	出	76,521	台		5.9 %		2.7 %
中央道利用台数 (園原インター分)	入	14,810	台		53.6 %	△	16.7 %
	出	14,131	台		43.8 %	△	21.0 %
中央道利用台数 (飯田山本インター分)	入	43,706	台		17.2 %	△	0.6 %
	出	43,795	台		18.7 %		0.9 %
信用保証協会 新規保証件数 (飯田支店管内)		182	件		15.2 %	△	5.2 %
信用保証協会 代位弁済件数 (飯田支店管内)		7	件	(前月 7 件)		(前年同月 5 件)	
高速バス乗車人数	飯田～新宿	26,517	人		17.4 %		4.2 %
	飯田～名古屋	17,613	人		18.6 %		9.2 %
	飯田～長野	9,975	人		0.8 %	△	0.2 %
市内循環バス乗車人数	左回り	3,481	人		0.5 %	△	3.2 %
	右回り	3,489	人		4.9 %	△	10.0 %

◆ 本誌内容は飯田信用金庫ホームページ (http://www. iidashinkin. co. jp) に全文掲載しています ◆

本誌は、当相談所が信頼できると考えるデータに基づき作成されておりますが、データ、記述の正確性、完全性を保証するものではありません。御利用に当たってはご自身の判断によってください。

しんきんは環境にやさしい取り組みを地元のみなさまとともに進めています。



再生紙を
使用しています

概 況

製造業

7月の製造業の業況判断指数(DI)は、マイナス21.4で、前月から28.1ポイント下降。翌月予測はマイナス12.9で、前月から0.4ポイント上昇している。

半導体関連部品、電子部品やモーター制御向け基盤など電気・精密機械部品の販売は、前月比横ばい～やや増加。景況感が悪化した業者は見受けられない。半導体、液晶製造装置向け部品の販売は、前月比やや減少。産業機器関連、医療機器等部品の販売の前月比は、一部にやや減少との声も聞かれたが、横ばいないしは増加とする業者が多い。しかし、「忙しいが売上が伸びないとの声は多い」など景況感はさほど好転しておらず、横ばいとの声が大半を占める。建築用金属製品の販売は、前月比、前年比とも減少、景況感も悪化との声。自動車向け部品の販売は、前月比概ね横ばい。一部、前年比が減少していることもあって景況感が悪化した業者も。小型電磁機器の販売は、前月比減少～概ね横ばい、景況感に動きは見られない。FA関連モーターでは、「産業機械向けはほぼ横ばい。車載向けは若干上向いた」との声が寄せられたが、景況感の好転には至っていない様子。レンズ、光学機器の生産は、前月比、前年比とも業者により増減分かれる。電気、電子製品の生産は、前月比増加との声が寄せられた。

地場産業

半生菓子、菓子原料等の売上は、前月比、前年比ともにやや減少との声が多い。「夏商戦の盛り上がりにかけている」などの声が寄せられ、景況感が好転した業者は見受けられない。水引製品の受注は、前月比減少～やや減少。前年比は、一部に「新規取扱店の増加」などでやや増加との声も聞かれた。漬物の販売は、前月比やや減少も、前年比やや増加、「特別大きな動きはない」との声が寄せられた。

建設業

7月の建設業の景況DIは、0.0で、前月から20.0ポイント上昇。翌月予測DIは、マイナス5.9で、前月より12.2ポイント下降している。

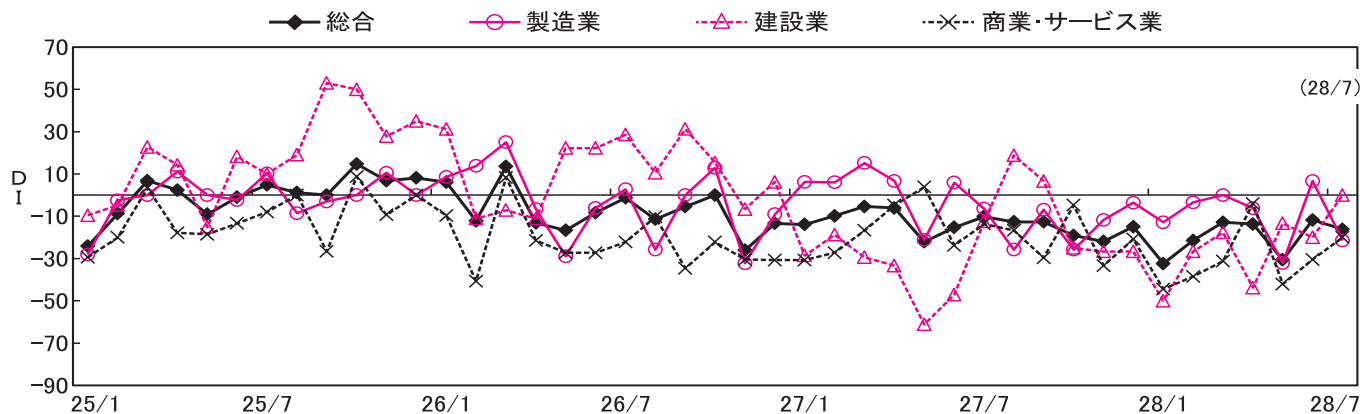
当地区における、当月の県、市町村発注工事の入札額合計は、約13.0億円で、前月比は37%減少、前年比も22%減少している。当月の調査先企業の受注残高の前月比は、「7月に入り市、県、国とも工事を発注し始めた」など、横ばい～やや増加との声が多い。しかし、「当社も受注できたが、まだまだ発注が少なく競争は激しいし、技術者も遊んでいる状態」などの声が多く、景況感の好転には至らない。

民需の住宅着工戸数(6月)の住宅着工戸数は64戸。前月比42%増加、前年比も39%増加している。当月の調査先業者の受注残高の前月比は、横ばい～やや増加。しかし、「民間の物件を受注できたが、内容は厳しい」など景況感が好転した業者は見られない。

商業・サービス業

7月の商業・サービス業の景況DIは、マイナス20.0と、前月より10.4ポイント上昇。翌月予測DIは、マイナス14.3で、前月より10.0ポイント下降している。食料品の売上は、前月比やや減少～横ばい。製菓、製菓用品卸の売上は、前月比やや増加、先行きは弱含みとの声。家事用品卸の売上は、前月比、前年比ともにやや増加。家電の売上は、前月比概ね横ばい、前年比はやや減少～概ね横ばい。OA機器の売上は、前年比減少との声。衣料品の売上は、前年比概ね横ばい。娯楽用品の売上は、前月比は増加、前年比はやや減少との声。土産物関連の売上は、前月比減少～やや減少。「個人消費の低下」など景況感が悪化した業者も見受けられた。松本自動車検査登録事務所管内の自動車新規登録台数は、新車は前月比16%減少、前年比も20%減少。6月の県全体の軽自動車新規登録台数は、新車は前月比17%増加、前年比は18%減少。自動車販売、整備の売上は、前月比増加も、景況感の好転には至らず、「7月も商談少なく、何となく停滞ムード」との声が寄せられた。市内料理店の売上は、前年比やや増加との声が多い。もっとも「年間の累積では前年比大幅にマイナス。かなり悪い印象」など景況感の好転には至っていない。市内ホテル、旅館の売上は、前月比横ばい、前年比は概ね横ばい～微増。屋神温泉の売上は、前月比、前年比ともに増加。「星空ナイトツアー開始」「星空ナイトツアーがテレビで取り上げられた」影響は大きい様子で、「問い合わせ殺到。週末、盆過ぎまで満室」などの声。旅行代理店の売上は、前月比横ばいとの声。天竜舟下りの売上は前月比、前年比ともにやや増加という。タクシーの売上は、前月比、前年比ともにやや増加も、「前年対比の落込みは落ち着きを見せているが、夜間のお客様が伸びてこない限り回復は見込めないのでは」との声。

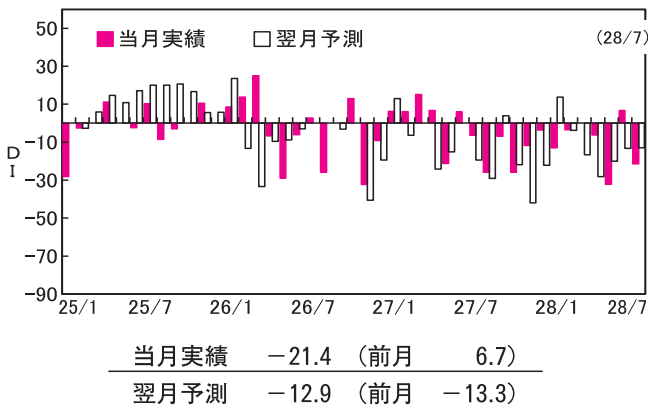
飯伊地区景況DI (本誌調査)



製造業

地区内製造業の景況判断指数

飯伊地区景況DI (製造業)



当月の製造業の業況判断指数(DI)は、マイナス21.4で、前月から28.1ポイント下降。翌月予測もマイナス12.9で、前月から0.4ポイント上昇している。

㈱日本能率産業協会総合研究所が、夫婦二人で生活している50~70代の男女各100人に対し、2014年に行った「シニアの買い物とメディア接触に関する調査」によると、買い物の意欲は60代がピークで、4年前の前回調査と比較しても今の60代は買い物意欲が高いという。

同調査において、商品を購入する際の行動や考えを聞いたところ、「周りの人がどんなに勧めても、自分が商品の品質に納得しなければ買わない」との回答が最も多い。年代別の傾向では、50歳代では「商品について知りたいことがあると自分で調べる」との回答が最も多い。表にはないが、60歳代では「良い商品がないか、日頃から探している」との回答が前回調査から最も増加しているほか、「これまで買ったことがない商品を買うときは慎重になる」との回答が前回調査より最も減少しているという(図1)。

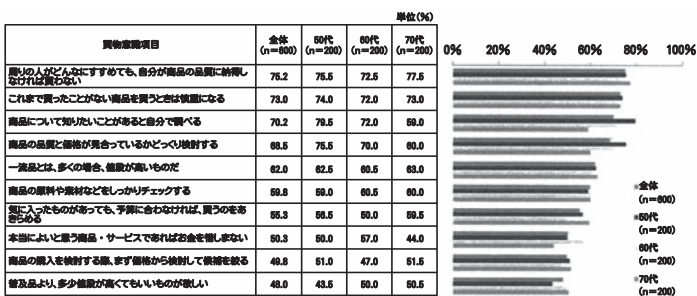


図1 商品を購入する際の自身の考えや行動 (2014年・年代別)

1日当たりの平均メディア接触時間を聞いたところ、「テレビ番組・テレビCMを見る」が最も長かったが、前回調査と比べると大きく減少しており、全体的にもメディア離れが進んでいる様子が見られたという。特に50代ではテレビの接触時間が短い。また携帯電話で

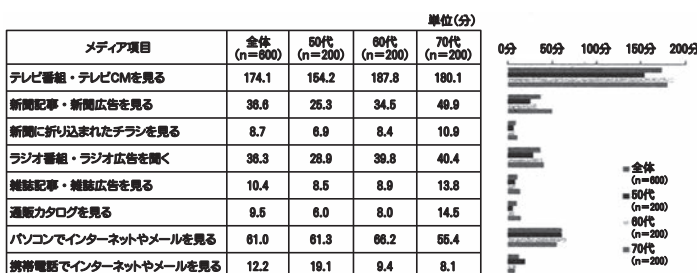


図2 1日あたりの平均メディア接触時間 (2014年・年代別)

のメールやインターネットは年代が上がるにつれ接触時間が短くなる傾向があるという(図2)。

「今後家庭において増えそうな(増やしたい)支出」を尋ねたところ、「旅行」との回答が最も多く、「医療サービス」「趣味(旅行以外)」が続いている。2010年と比較して増加した支出は、「医薬品」が65ポイント増加、続いて「医療サービス」が6.3ポイント増加しており、更に「光熱・水道」が4.0ポイント増加で続いている(図3)。

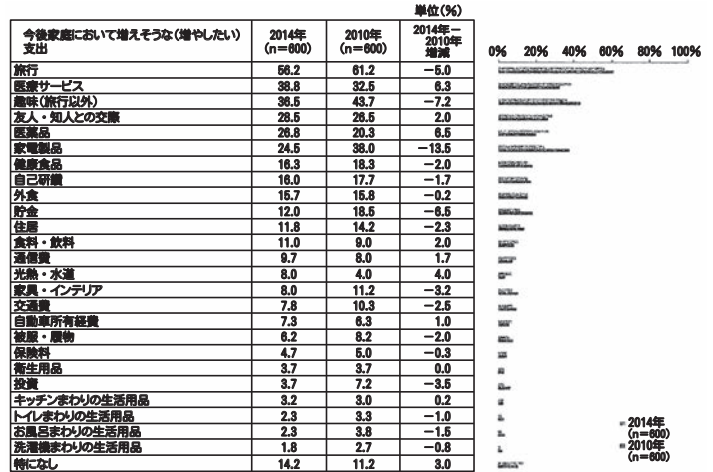


図3 今後家庭において増えそうな(増やしたい)支出 (時系列比較)

(すべての図表資料出所：㈱日本能率産業協会総合研究所「シニアの買い物とメディア接触に関する調査」)

機械加工製造業

半導体関連部品、電子部品やモーター制御向け基盤など電気・精密機械部品の販売は、前月比横ばい~やや増加。景況感が悪化した業者は見受けられない。「前年、前月より増加。しばらくは高止まり」「業務は忙しく、客先に休日を合わせて稼働することとした」「景気は良くないと聞かすが、それぞれに仕事はある様子」などの声。雇用面では不足感が強く、「派遣社員をお願いして対応」「不足。当分続く」「中途社員採用複数名予定」などの声。設備面でも、「予定あり」「機械導入」「設備導入」「工場増築」「社屋修繕予定」など積極的な声が多い。

半導体、液晶製造装置向け部品の販売は、前月比やや減少。「半導体向け」「FPD関連」などで「増産」「良好」といった声もあるが、「スマホ関連停滞」など景況感が好転した業者は見受けられず、一部に悪化した業者も見受けられた。先行きの見方は分かれ、「次月以降増産」との声の一方、弱含みとする業者も複数ある。雇用面では、「派遣にて対応」「当面現状維持。今後は状況による」「技術系の経験者は募集継続」などの声。設備面では、「実施済み。当面予定はない」「無し」などの声が寄せられた。

産業機器関連、医療機器等部品の販売の前月比は、一部にやや減少との声も聞かれたが、横ばい~増加とする業者が多い。しかし、景況感はさほど好転しておらず、横ばいとの声が大半を占める。「先行投資が育ってきた」「良くなったとの声はない」「忙しいが売上が伸びないとの声は多い」「各社バラツキがある」「少し受注が落ち着いてきた。増加傾向ではなくなってきた」「前月が谷間に入ってしまったため前月比は増加したが、前年比はやや減少」「数もの話はあるのだが、対応できない」「特急品が多い」「工作機械やや減少」などの声が寄せられた。先行きは、横ばい~増加との声が多い。

原材料、資材価格に関し、一部にやや下降との声があるものの、「下げ止まり」など大きな動きはなかった様子。「値引き多い」「コストダウン要請継続」などの声はあるものの、当月製品価格に大きな動きはなかったとの声が多い。雇用面では、概ね現状維持も、「生産効率の向上が不足、人員不足の感。効率化と多様な人材を活かしていきたい」「募集中。今後も継続」「やや増員」「即戦力があれば」などの声も聞かれた。設備面では積極的な声が多く、「導入予定」「大型1台導入」「発注中」「複数台導入。今後も導入予定」「一部増強」「ものづくり補助金を使って投資」などの声が寄せられた。

建築用金属製品の販売は、前月比、前年比とも減少、景況感も悪化との声が寄せられた。「全般に発注が遅れている。時期的に仕事が少ないが、更に悪化」との声。先行きも弱含みで「忙しくなるのは来年との声もある」との声が聞かれた。雇用面で積極的な声がある。設備面では「先送り」との声も。当月、原材料、資材価格がやや下降しており「商社も弱気」という。

自動車向け部品の販売は、前月比概ね横ばい。一部、前年比が減少していることもあって景況感が悪化した業者も見受けられた。「大きな動きはないが、ハイブリッド関連は昨年より増えている」「客先により増減がある」などの声。雇用面で「募集しても集まらない。約40%が職に就きながら条件の良いところを探しているとの報もある。派遣会社でも人が足りないという」「新卒者が定着しない」などの声も寄せられた。

小型電磁機器の販売は、前月比減少～概ね横ばい、景況感に動きは見られない。一部に前年比やや減少との声も。先行き増加を見込む声は聞かれない。雇用面、設備面ともに現状維持との声が多い。原材料、資材価格や製品価格に大きな動きはなかった様子。

FA関連モーターでは、「産業機械向けはほぼ横ばい。車載向けは若干上向いた」との声が寄せられたが、景況感の好転には至っていない様子。先行きも大きな動きは見込まれていないという。原材料、資材価格がやや上昇しており、この傾向は続く見込みという。

レンズ、光学機器の生産は、前月比、前年比とも業者により増減分かれる。「精密業では半分程度の会社は良いと聞いている」などの声が聞かれる中、「やや増加。先行きも好転を見込んでいる。若干の増員を検討中」「液晶の製造装置向けだけは順調に動いている。海外向けでは在庫調整が行われており、今後の動向を見たい」などの声。一部に、原材料、資材価格がやや上昇しているとの声。設備面では、「実施中。今後も予定」「年末までに完了」などの声も寄せられた。

電気、電子製品の生産は、前月比増加、「大手企業からも問い合わせが急増」など景況感も好転との声も寄せられた。こうした業者では先行きに関する景況感も好転している。

地場産業

半生菓子、菓子原料等の売上は、前月比、前年比ともにやや減少との声が多い。「前年より稼働日が1日少なかったためか」「円高で、海外向けの受注がない」「先行きの不透明感が晴れない」「夏商戦の盛り上がりには欠けている」「大きな変化はないが、二極化が進んでいくのでは」などの声も寄せられ、景況感が好転した業者は見受けられない。原材料、資材価格に大きな動きはなかった様子。雇用面は、現状維持との声が多い。設備面では、「計画中。次月以降着手予定」「今年中に実施」など積極的な声も複数聞かれた。

水引製品の受注は、前月比減少～やや減少。前年比は、一部に「新規取扱店の増加」などでやや増加との声も聞かれた。「夏場の閑散期。仏事関係で若干動きがある程度」「盆用品市場は特に大きな変化はない」「販売上昇の機運が見当たらない。当業界は昔のよう

な景気回復を期待できないので、顧客に合った新しい商品を見出す他ない」などの声も寄せられた。原材料、資材価格に関し「円高効果で海外製品が下降」という。設備面で、「冷暖房」「工場設備」など積極的な声も複数。「祝儀業界は祝い事に喜び、仏事に悲しむといった、人々の精神的な繋がりの手助けをしてきた。今後の方針もここを見つめ直すことから始まるように思う」「松本市で開催された『山の日』記念式典のコサージュに飯田水引の用命があった。県内の認知度も徐々に上がってきたということだろうか」などの声も聞かれた。

漬物の販売は、前月比やや減少も、前年比やや増加、「特別大きな動きはない」との声も寄せられた。先行きに関し、「例年なら少し需要が盛り上がる時期に向かうが、今年の傾向が見えにくい」との声。「ゲリラ豪雨の増加など天候の異変による原料動向が気になる」という。雇用面で積極的な声も聞かれた。

その他製造業

食品関連包材の生産は、前月比減少との声も寄せられた。先行きも弱含みの様子。当月、原材料、資材価格がやや下降したという。

印刷、出版関連の売上は、「この時期は仕事が比較的薄い時期」でもあり、前月比やや減少との声。前年比もやや減少しているという。雇用面では、「工務系中途採用。営業系は募集中」「定年退職者の補充が必要」など積極的な声も。設備面では「検討中」などの声も聞かれた。

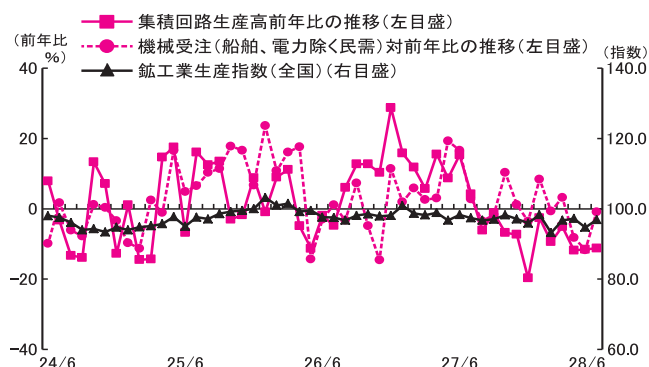
衣料品の売上は、前月比、前年比ともやや減少、景況感も悪化との声も寄せられた。「冬物の仕掛りが遅れ、売上は前年より大幅に落ち込んだ。大手アパレルのブランド戦略がうまくいかず、大量のリストラを行っているなど、全体的な雰囲気も悪い」という。海外生産に関し、「円高で仕入が安くなる傾向はあるものの、受注が足りない」との声。「素材の不良が多いが、人手不足で生産がうまくいっていないことも一因」との声も寄せられた。設備面では積極的な声も聞かれた。

住宅機器、オフィス家具や店舗用什器などの家具の販売は、前月比、前年比とも増加。「ここ3か月落ち込んでいたが、やっと動き始めた感。秋口から冬にかけて力強く伸びていってくれることを期待したい」など景況感も好転との声も寄せられた。製品在庫もやや増加しているという。

【企業からのコメント】

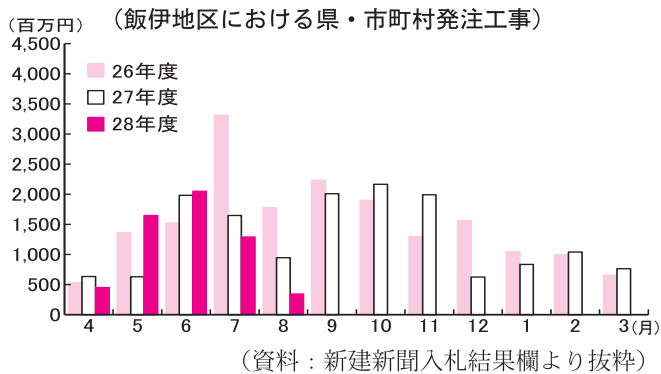
- ★大きな変化はないが、業界の二極化が進んでいくのではないかと。
- ★各種補助金を上手に利用するお手伝いをしていきたい。
- ★夏祭りや花火の寄付が多く、大変。
- ★特許技術の利用を考えたい。
- ★独自事業の深堀が必要。

集積回路、機械受注・鋳工業生産指数の推移



建設業

月別入札額



当月景況DI 0.0 (先月 -20.0)

翌月予測DI -5.9 (先月 6.3)

官公需

当地区における、当月の県、市町村発注工事の入札額合計は、約13.0億円で、前月比は37%減少、前年比も22%減少している。

当月の調査先企業の受注残高の前月比は、「7月に入り市、県、国とも工事を発注し始めた」など、横ばい～やや増加との声が多い。しかし、「当社も受注できたが、まだまだ発注が少なく競争は激しいし、技術者も遊んでいる状態」「公共工事の発注物件が少ない。受注競争になっている」「建築も土木もポツポツ動き出してきたが、手一杯という感じではない」「公共事業は依然かなり少ない。一物件に多数の業者が群れを成して入札している」「受注は低調。発注量が例年になく少なく、競争激化で中々受注できない」「公共工事増。新年度発注も見込めるが、県工事は落札の確率が低く、予定が立たない。通年で安定して受注というわけにいかない」などの声が多く、景況感の好転には至らない。

「早期の三遠南信自動車道や、トンネル工事が発注になったリニア中央新幹線関連工事に期待」「リニアの工事が動き出し、地元も大手を中心に忙しくなりそう。目先の人手や機材が足りないことは明らかで、他の工事に影響がありそう」「リニア工事向けに他地域のレンタル会社の支店が流入してくるとの報も。地元業者への影響も注視している」などの声。

資材価格に関し、「ガソリンは乱高下」も、多くの資材に大きな動きはなかったという。

雇用面では、現状維持との声が多いが、「仕事量が少ないので何とも言えないが、現状は少し足りない」「現状余裕がある。今後は、職人さんは不足するのは」「技術者募集中」「施工職員不足」などの声もある。

民需

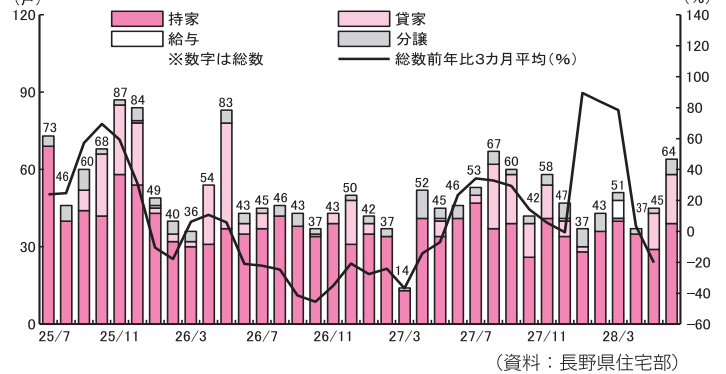
当地区の6月の住宅着工戸数は64戸。前月比42%増加、前年比も39%増加している。

当月の調査先業者の受注残高の前月比は、横ばい～やや増加。「新築の受注はない。屋根替え、リフォームが中心」「完成工事の見込みが少なくなってきた」「小規模民間工事増」「民間、少し受注」「民間の物件を受注できたが、内容は厳しい」などの声が寄せられ、景況感が好転した業者は見られない。

雇用面で、「人手不足気味。雇用が今後の検討課題」「職人さんが少なくなってきており、今後の受注には職人さんの確保がポイントになってくると思われる」などの声が寄せられた。

資材価格、工事単価ともに当月大きな動きはなかったとの声が多い。

飯田市・下伊那郡 住宅着工戸数の推移 (用途別)



建設資材

建材等の売上は、前年比やや減少。「景気は本当に良くなるのか、全くわからない」「地元の業者さんはそれなりに努力されていると思うが、景気感というものがあ。早く良い風が吹いてほしい」などの声が寄せられた。

鋼材の売上は、前月比業者により増減が分かれる。「7月に上がった途端荷動きが良くなり、最悪の状況から一変した。もっとも、月後半ペースダウン。営業日数の少ない次月が平年並みに止まるかどうか懸念」との声が寄せられた。鋼材価格は「全体に横ばい推移」という。

生コンの売上の前月比は、業者によって増減が分かれる。「当初予想していた工事が遅れたこともあり、思ったほど出荷量がなかった。各組合も受注工事はなく相変わらず厳しい」「大型の手持ち工事が少ない中、三遠南信自動車道関連、砂防堰堤、ごみ処理施設、民間建物の中規模の出荷が予想外にあった」などの声。「今後好転する案件も見当たらず先が見えない。今月の反動も予想される次月、何とか前年比は下回らないように願う」との声が寄せられた。

骨材等の売上は、前月比増加。「三遠南信自動車道向けなど生コン向けの出荷が多かった」「公共土木がやっと出てきた感。最悪期は脱したのでは」などの声が寄せられたが、「景気は変わらず悪い」など景況感の好転には至らないとの声も。「昨年から一年以上低迷していたが、ここ数か月の内には例年並みに戻すのでは。リニア関連工事と重なると製品不足や車両不足も懸念されるところだが、準備には慎重にならざるを得ない」との声が聞かれた。

【企業からのコメント】

- ★工事がすぐに行き渡るとは思えないが、最悪期は脱したのでは。
- ★小規模でも得意の分野で手堅く営業したい。
- ★総合評価入札の方式を改正した市町村もあるというが、結果はどう出るだろうか。
- ★アベノミクスでも良くなる感がない。

住宅建築確認申請受付状況 (※本誌調査による概数)

7月 ○下伊那地方事務所分

新築 14件 (前年 5件)

増築 5件 (前年 4件)

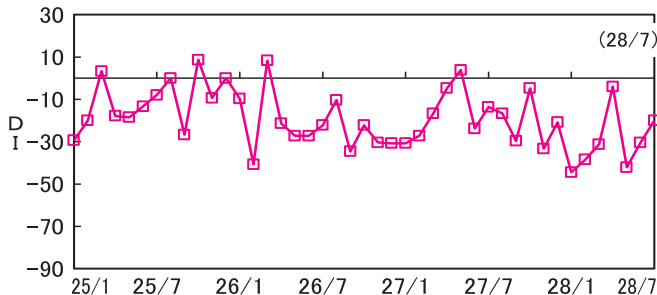
○飯田市役所分

新築 20件 (前年 21件)

増築 0件 (前年 1件)

※指定確認検査機関分を含む

商業・サービス業DI



当月景況DI	-20.0 (先月 -30.4)
翌月予測DI	-14.3 (先月 -4.3)

商業

食品の売上は、前月比やや減少～横ばい。前年比に関し「昨年のプレミアム商品券の影響が大きく、減少」との声も。仕入について「青果物の入荷が不安定、品不足により良質の商品を提供できない状況が多々ある」などの声が聞かれた。雇用面、設備面で一部に積極的な声も。

【青果卸売市場】

売上は前月比、前年比ともにやや減少という。「野菜は昨年は不作により高値が続いていたが、今年は生姜等一部を除きほぼ順調な入荷となり入荷量は6%増で価格は昨年を9%下回った。果実は、主力の桃、プラム類は昨年に続き前進入荷となり入荷量で1～3割増。一方、スイカ、メロンは品薄で2割の入荷減となり、全体では入荷量7%減で価格は9%高」との声。

製菓、製菓用品卸の売上は、前月比やや増加、先行きは弱含みとの声。

家事用品卸の売上は、前月比、前年比ともにやや増加。「リニューアルオープン等で売上はやや増加」「7月は天候が特によく、花火、殺虫剤の動きが良好。夏物は早めに出荷できた」などの声。仕入価格がやや上昇しているもの、商品によって「値上がりしてもなかなか販売価格に反映できず、多く出荷しても利益は薄い」との声も。「卸問屋の減少で仕入に困る商品もある」という。

家電の売上は、前月比概ね横ばい、前年比はやや減少～概ね横ばい。「季節商品の目玉ともいえるエアコンが順調。大型、小型とも前年同時期より大幅な伸び」「住宅設備で、エコキュートがハウスメーカーに押され低迷。地元建築店や、設備店は厳しい状況」「工場関係は精密部品、制御機器を中心に好調を維持」などの声が寄せられた。

OA機器の売上は、前年比減少との声。「軽減税率対策の商品、実販なし」「とにかく売れない」などの声。「技術職を増員したいが」との声も聞かれた。

衣料品の売上は、前年比概ね横ばい。「利益率は下がり気味」「1人あたりの売上高が減少傾向」などの声。雇用面で一部に積極的な声が聞かれた。

娯楽用品の売上は、前月比は増加、前年比はやや減少との声。

土産物関連の売上は、前月比減少～やや減少。「個人消費の低下」など景況感が悪化した業者も見受けられた。

松本自動車検査登録事務所管内の**自動車新規登録台数**は、新車は前月比16%減少、前年比も20%減少。中古車は、前月比26%減少、前年比も24%減少。6月の県全体の**軽自動車新規登録台数**は、新車は前月比17%増加、前年比は18%減少。中古車は前月比1%減少、前年比は6%増加。

自動車販売、整備の売上は、前月比増加も、景況感の好転には至らず、「7月も商談少なく、何となく停滞モード」との声が寄せられた。「販売に明るい見通しが立たない。戦略の見直しが必要」「整備はそこそこ忙しい」などの声も。「良い営業員を増やすことが課題」との声が聞かれた。

サービス業

市内料理店の売上は、前年比やや増加との声が多い。「夏場の売上が少ない時期だが、突発的に売上が増加」「法事等の宴会が多い」「暑いのでビールがよく売れる」等の声。もっとも「年間の累積では前年比大幅にマイナス。かなり悪い印象」「円高、株価下落など景気が良いとは思えない」「先行きの不透明感が強い。他店も良くないとの声が多い」「ファミリー客が減少。ファミリー客がアルコールを飲まなくなった」など景況感の好転には至っていない。お盆時期までの人員不足を心配する声が聞かれた。

市内ホテル、旅館の売上は、前月比横ばい、前年比は、概ね横ばい～微増。「お練り祭りの影響が残っている。しばらくは横ばいが続く見込み」「期待されるリニア関連の売上だが、目下のところ影響はない」等の声が寄せられた。

屋神温泉の売上は、前月比、前年比ともに増加。「星空ナイトツアー開始」「星空ナイトツアーがテレビで取り上げられた」影響は大きい様子で、「空室減少」「問い合わせ殺到。週末、盆過ぎまで満室」「週末は満室。客層は若いカップル、女性のグループが多い。どこの旅館も徐々に賑やかになってきた感」等の声。これに関し、「星空に関する問い合わせに対応できる人材が必要」「ナイトツアーが無いとき」や「曇りや雨の日も多く、星が見られない日」の対策が必要との声や、「今のうちに星空ツアープラスαを考えたい」などの声。「相変わらず人手不足で、毎日の人材確保に苦慮」など雇用の不足を指摘する声は多い。

旅行代理店の売上は、前月比横ばい。「夏休みの家族旅行などの相談が増加。北海道、沖縄、グアムなどに引き合い。また、近年客足が伸び悩む韓国も少しずつ増加」「国の九州観光支援給付金を利用した九州方面への旅行に問い合わせや予約があった」「バス事故等の安全対策となる旅行業法遵守状況の自主点検は欠かせない」などの声。

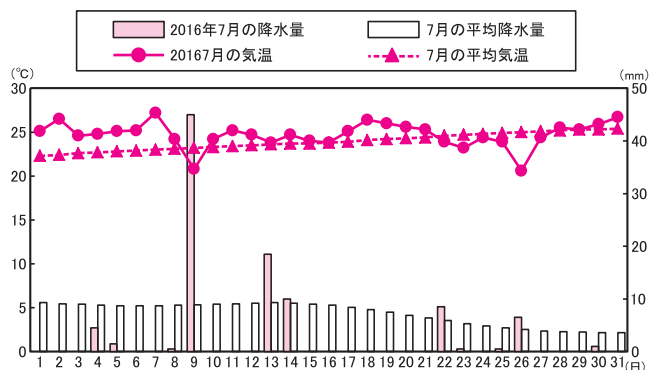
天竜舟下りの売上は前月比、前年ともにやや増加という。

タクシーの売上は、前月比、前年比ともにやや増加も、「前年対比の落込みは落ち着きを見せているが、夜間のお客様が伸びてこない限り回復は見込めないのでは」との声。「業界として、社員の平均年齢上昇の現実を考えなければ。数年後、サービス提供側の人材不足が現実味を帯びる前に業界として動くことが必要では」「認可料金について、継続的にサービス提供ができる環境づくりとともに考えることが重要と思う」などの声。

【企業からのコメント】

- ★明確には何とも言えないが8月以降降しくなる予感。
- ★土木はボチボチ、精密関係が何となく元気がない気がする。
- ★当社の場合、5～6月の売上は前年比減少だったが、屋神の花桃の終了やナイトツアーの休業期間の影響が大きいほか、全般的な不景気感もある。

飯田の気温と降水量



インバウンド観光客と温泉

観光庁の平成26年「観光に関する取組について」では、2013年の「観光交流人口増大の経済効果」について、定住人口一人の年間消費額は124万円であり、国内旅行者（宿泊）の消費額であれば26人分に相当し、外国人旅行者であれば10人分に相当するとしている。

観光消費額にはいわゆる「爆買い」も加味されることなどから、地域にとっての外国人旅行者の経済効果は必ずしもこの通りではないと思われるが、「日本の日常生活や体験を楽しみ、田舎で長期滞在をしたいと考える外国人の訪日は、リニア駅ができる南信州にとってチャンスとも成り得る」（本誌No.433「しんきんグローバル」P10 NPO法人 しんきん南信州地域研究所主席研究員 井上弘司）とも言われる中、今回はインバウンド観光客と温泉に関する統計をご紹介します。

● 外国人が希望する活動内容

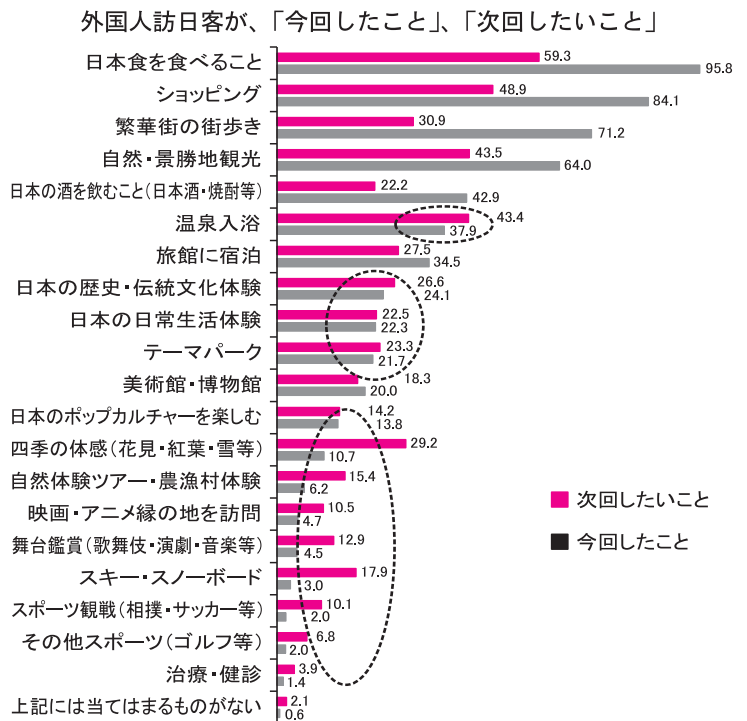
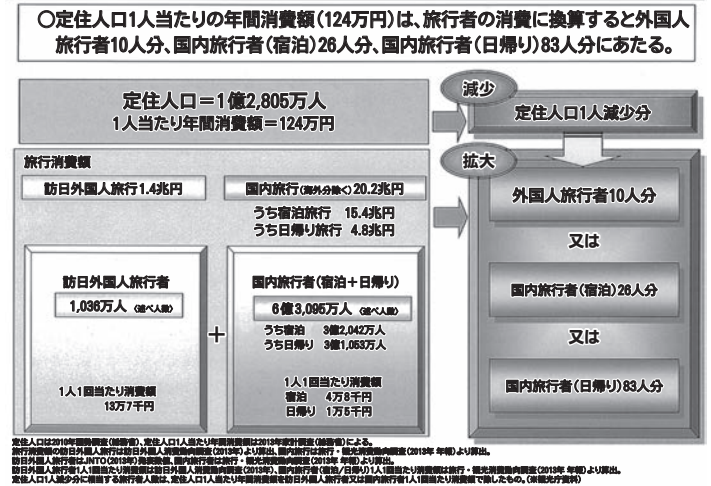
右のグラフは、訪日外国人旅行者（全国籍・地域）が「今回の日本滞在中にしたこと」と、「次回日本を訪れたときにしたいこと」を、複数回答で選択した結果で、「今回したこと」よりも、「次回したいこと」の選択率が高いものを破線で示した。

「温泉入浴」は、「今回した」よりも「次回したい」と考える外国人が多い活動内容であり、また、「次回したいこと」としての選択率も「日本食を食べること」「ショッピング」「自然・景勝地観光」に次いで高い。

「四季の体感（花見・紅葉・雪等）」「スキー・スノーボード」「自然体験ツアー・農漁村体験」などは、「今回したこと」としての選択率は低い

が、「次回したいこと」としての選択率が高くなる傾向が見られる。一方で、「日本食を食べること」「ショッピング」「繁華街の街歩き」「自然・景勝地観光」「日本の酒を飲むこと」といった行動は、「次回したいこと」としての選択率が他の行動に比べ比較的高いが、「今回したこと」としての選択率に比べれば低下する傾向が見られる。

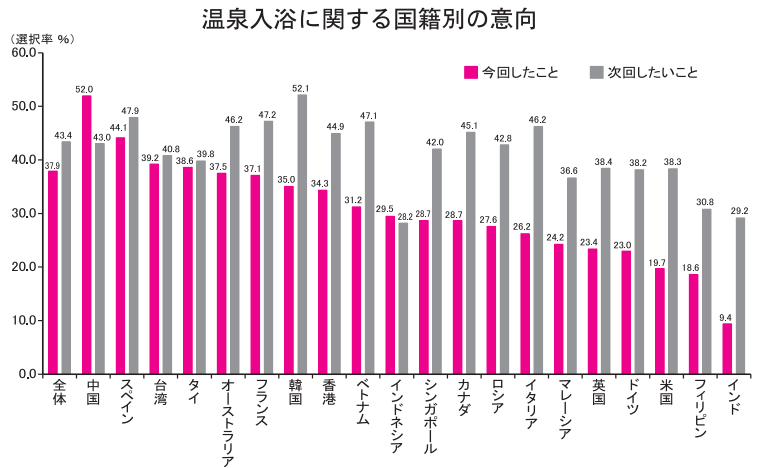
観光交流人口増大の経済効果(2013年)



● 国籍別の「温泉入浴」に関する意向

右のグラフは、訪日外国人旅行者の国籍別に「温泉入浴」の選択率を挙げたもので、今回温泉入浴を選択した外国人旅行者は、全体で4割弱、ここに挙げた20か国中、東南アジア諸国やロシアを含めたヨーロッパ諸国など約半数の国の旅行者の選択率が3割に満たない。

もっとも、こうした国々からの旅行者も、「次回したいこと」として「温泉入浴」を選択する割合は4割～5割程度まで上昇している。



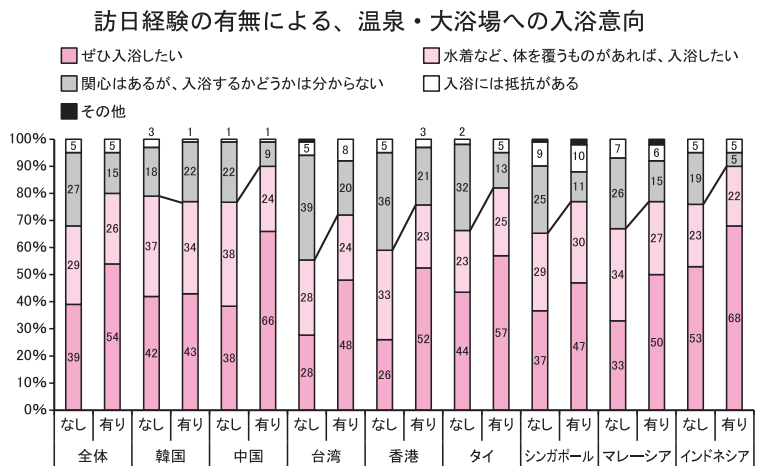
複数回答、選択率 (%) (資料出所: 観光庁「平成27年 訪日外国人の消費動向」)

● 訪日経験の有無による温泉・大浴場の入浴意向

右のグラフは、アジア8地域の海外旅行経験のある現地居住者のうち、日本への旅行希望者に対し温泉・大浴場の入浴意向を尋ねたものだが、訪日経験がない場合、入浴意向は4割に止まる。

もっとも「体を覆うものがあれば入浴したい」とする割合を含めると、訪日経験がない層であっても7割近くが入浴意向を示している。

また、訪日経験があると、「ぜひ入浴したい」とする回答が5割を超え、訪日旅行を通じて温泉への関心が高まることが窺える。



資料出所: ㈱日本政策投資銀行・(公財)日本交通公社「DBJ、JTBF アジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査(平成27年版)」

● 日本の温泉で関心があるもの

日本の温泉で関心のあるものでは、「眺めの良い風呂」「雪見風呂」が上位を占めており、風呂からの眺望に関心の高いことが分かる。

また、「神経痛、関節痛、慢性消化器病などの症状に効く湯」「お湯の泉質や成分」が続いており、泉質や効能への関心の高さが窺える。

日本の温泉で関心があるもの (複数回答)

回答者→	全体	韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア
サンプル数	2,251	147	326	364	330	283	289	256	256
眺めのよい風呂	45%	51%	25%	58%	32%	48%	54%	44%	57%
雪見風呂	43%	44%	40%	57%	37%	35%	48%	43%	39%
神経痛、関節痛、慢性消化器病などの症状に効く湯	41%	26%	32%	51%	33%	37%	45%	49%	45%
お湯の泉質や成分	38%	34%	40%	37%	33%	30%	45%	43%	45%
露天風呂	35%	50%	34%	41%	34%	29%	35%	29%	33%
美人の湯	33%	20%	30%	41%	25%	19%	40%	47%	40%
客室露天風呂	31%	44%	26%	46%	35%	31%	24%	23%	22%
温泉街の風情・雰囲気	31%	28%	32%	39%	22%	33%	23%	25%	43%
源泉かけ流しであること	28%	25%	22%	23%	16%	24%	44%	42%	31%
秘湯	26%	22%	32%	30%	22%	20%	26%	26%	27%
泥湯や砂湯などユニークな入浴法	23%	10%	22%	21%	15%	24%	27%	33%	26%
家族風呂	23%	27%	25%	17%	18%	23%	21%	26%	29%
湯めぐり	19%	16%	23%	15%	15%	16%	18%	23%	25%
日帰り入浴	15%	14%	14%	11%	11%	17%	19%	23%	13%
大浴場	12%	11%	12%	16%	12%	16%	8%	9%	12%
その他	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
特に関心のあるものはない	3%	4%	0%	2%	9%	4%	4%	3%	1%

(資料出所: ㈱日本政策投資銀行・(公財)日本交通公社「DBJ、JTBF アジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査(平成27年版)」)

伝わらない情報

飯田信用金庫 経営相談所
 中小企業支援アドバイザー 佐々木信高

各種補助金の公募申請がピークを終えたところです。

いつもこの時期になると思うことがあります。それは、国・県・市町村の中小企業に対する施策情報や補助金情報が末端まで伝わっているのかな？ということです。

「そんな補助金あったの?」「どこに情報が出ているの?」といった言葉がよく聞かれます。このように、知らなければ知らないで過ぎ去っていく現実があります。

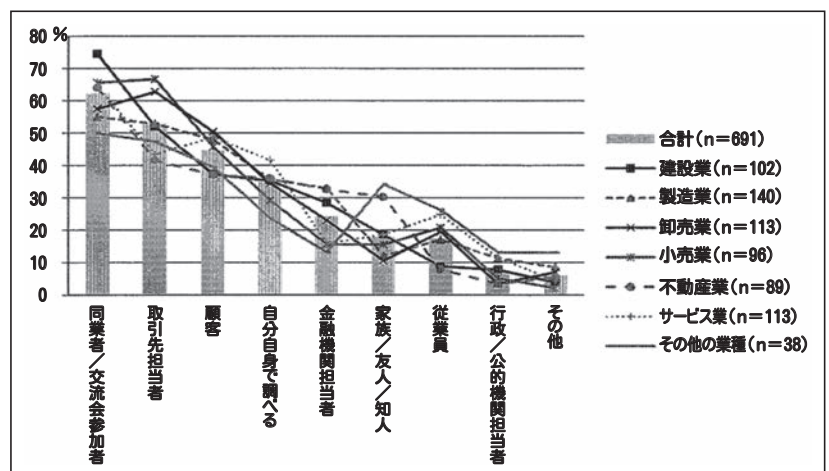
「『情報は伝わっているもの』と思う発信する側」と「『情報は伝わってくるもの』と思う受け取る側」の考え方の相違がこういったことにつながるのでしょうか?

下図は、中小企業の経営者が情報提供を誰から取得しているかアンケート調査をした結果です。

図表1 情報提供者(全体・業種別) (複数回答)

棒グラフの部分は、全業種合計、折れ線グラフで業種別の結果を表しています。

これを見ると、日頃から業務上の接点がある人達から情報収集しています。自社の取引先は業界情報を持っていることや、わざわざ業務を離れて情報取得に動く必要まで感じないことが背景にあると思われます。「行政・公的機関担当者」が下位にあるのは注目すべき点でしょう。

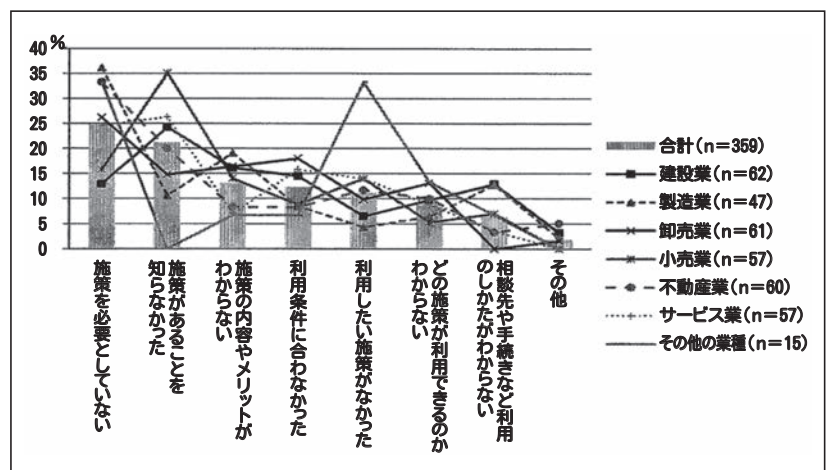


また、施策を利用しない理由のアンケート調査の結果が下図です。

「施策を必要としていない」という回答が最も多く、続いて「施策があることを知らなかった」「施の内容やメリットが分からない」となっています。

これを見ると、情報の伝え方に原因があるように思われます。周知する方法に検討の余地があるのでしょうか。

図表2 施策を利用しない理由(全体・業種別)



(図表出所はいずれも、独立行政法人中小企業基盤整備機構「2013年中小企業者の経営情報収集・活用に関する実態調査」)

話しは変わりますが、東日本大震災以降、台風や異常気象による豪雨災害等の自然災害において緊急避難情報を伝える情報手段の見直しが多く自治体で行われています。以前は、防災無線やホームページによる情報提供が中心でしたが、暴風雨や雷が鳴る中では防災無線は聞こえず、ホームページは電源が切れればアウト、アクセスできない住民には情報が伝わらない。そこで、携帯端末を使った防災情報や不審者情報の提供が考えられますが、携帯端末を持っていない住民もいますから、すべての住民が情報を受け取ることができるとは限りません。

自然災害は時や場所を選ばずやってきます。大雨が降り、雷が鳴りという状況の下では、発信側はあらゆる伝達手段を講じるべきでしょうし、受信側も、情報がないからと言ってただ待っているのではなく、隣近所から情報を得たり、自ら判断して避難することも必要でしょう。緊急時には情報を発信する側（行政）と、受ける側（住民）の認識の違いを少しでも無くすことが肝心と思います。

発信する側は、「情報が住民に伝わっている」と考えるのではなく、「情報が伝わっていない」と考える。そして、受ける側も、「情報は手元に来るものだ」と考えるのではなく、「情報を探しに行く」くらいの姿勢が必要ではないでしょうか。

補助金情報と災害情報を同じ組上で語れるものではありませんが、情報伝達の難しさを考えると、発信する側、受信する側の両者とも、お互いに情報収集に努力することが肝心ではないでしょうか。

「中小企業等経営強化法」が施行されました。

【概要】

「中小企業等経営強化法」が平成28年7月に施行され、中小企業・小規模事業者の生産性向上を支援することになりました。人材育成、コスト管理等のマネジメント向上や設備投資など自社の経営力を向上するための「経営力向上計画」を策定して認定された事業者は、税制や金融の支援等を受けることができます。

【ポイント1】

申請書類は実質2枚

①企業の概要、②現状認識、③経営力向上の目標及び経営力向上による経営の向上の程度を示す指標、④経営力向上の内容など簡単な計画等を策定することにより、認定を受けることができます。

【ポイント2】

計画策定をサポート

認定経営革新等支援機関（商工会議所・商工会・中央会や土業、地域金融機関等）から計画策定の支援を受けることができます。また、ローカルベンチマークなどの経営診断ツールにより計画策定ができるようにしています。

【ポイント3】

認定計画に基づき取得した一定の機械及び装置の固定資産税が半分に

計画認定を受けた場合、資本金1億円以下の会社、個人事業主などは、①160万円以上の機械及び装置であって、②生産性が年平均1%以上向上等の要件を満たせば、固定資産税の課税標準が3年間半額になります。

【ポイント4】

その他の金融支援もご用意

計画認定を受けた場合、政策金融機関の低利融資、民間金融機関の融資に対する信用保証、債務保証等の資金調達に関する支援を受けることができます。

お問い合わせは、飯田信用金庫経営相談所（電話 0265-53-5811）まで。