

飯伊地区 産業経済動向

No.498 2020/9
(2.10.25 発行)



IIDA SHINKIN BANK
飯田信用金庫
しんきん南信州地域研究所

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	2,440	枚	△	3.3 %	△	25.6 %
	金額	4,100,814	千円		5.9 %	△	15.2 %
うち不渡発生状況	枚数	0	枚	(前月 1 枚)		(前年同月 0 枚)	
	金額	0	千円	(前月 5 千円)		(前年同月 0 千円)	
倒産件数 (負債額1千万円以上) (8月)	県内	8	件	(前月 9 件)		(前年同月 6 件)	
	飯伊	1	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)(8月)		100	戸		127.3 %		104.1 %
有効求人倍率(パートを含む実数) (ハローワーク飯田管内)(8月)		1.00	倍	(前月 0.90 倍)		(前年同月 1.47 倍)	
自動車新規登録台数 (松本事務所管内)	新車	2,743	台		55.4 %	△	17.9 %
	中古車	767	台		15.5 %	△	4.6 %
軽自動車新規登録台数 (軽自動車協会連合会長野事務所) (8月)	新車	3,377	台	△	21.8 %	△	7.1 %
	中古車	881	台	△	25.0 %		10.0 %
中央道利用台数 (飯田インター分)	入	97,121	台		6.4 %	△	17.1 %
	出	98,033	台		7.4 %	△	17.1 %
中央道利用台数 (松川インター分)	入	71,604	台		9.1 %	△	14.2 %
	出	69,971	台		10.0 %	△	12.8 %
中央道利用台数 (園原インター分)	入	15,636	台	△	14.3 %	△	3.0 %
	出	15,558	台	△	11.5 %	△	0.9 %
中央道利用台数 (飯田山本インター分)	入	40,202	台	△	1.7 %	△	8.6 %
	出	40,175	台	△	2.5 %	△	10.8 %
信用保証協会 新規保証件数 (飯田支店管内)		235	件	△	31.5 %		32.0 %
信用保証協会 代位弁済件数 (飯田支店管内)		1	件	(前月 12 件)		(前年同月 6 件)	
高速バス乗車人数	飯田～新宿	5,949	人		35.2 %	△	78.6 %
	飯田～名古屋	5,901	人		42.2 %	△	68.7 %
	飯田～長野	3,560	人		17.1 %	△	59.0 %
	伊那・駒ヶ根～新宿	3,586	人		11.2 %	△	84.2 %
市内循環バス乗車人数	左回り	2,833	人	△	2.2 %	△	23.2 %
	右回り	2,806	人		6.7 %	△	22.0 %

◆ 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、当金庫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らずともに行っています。



100%植物性油墨インキ
[フチユラリス100] を使用しました。

再生紙を
使用しています

概況

製造業

9月の製造業の業況判断指数(DI)は、マイナス35.7で、前月から5.7ポイント上昇。翌月予測はマイナス22.2で、前月から変動はなかった。

電気、精密機械器具の売上は、業者により増減分かれた。受注残高は前月比で減少～横ばい。半導体、液晶製造装置向け部品の販売は、前月比減少～横ばい、前年比はやや増加との声も。景況感は悪化しているとの声が多い。産業機器や医療機器向け部品の販売の前月比は、減少～やや増加と業者によって増減分かれるも、やや増加との声が多い。ただ、先行きに関しては、「コロナによる先の見えない状態、その影がヒシヒシと迫っている」など、足元が改善傾向でも先行きの不安感が拭えない様子が窺える。建築用金属製品の販売は、前月比やや増加、前年比はやや減少との声。自動車向け部品の販売は、前月比、前年比ともに増加、景況感は横ばいとの声。小型電磁機器の生産は、前月比やや増加との声。先行きはやや増加を見込むという。FA関連モーターの販売は、前月比やや増加、前年比ではやや減少。景況感は横ばい。光学機器部品の販売は、前月比、前年比とも減少、景況感も悪化との声。電気、電子製品の生産は、前月比やや減少という。

地場産業

半生菓子、菓子原料等の売上は、前月比では業者により増減分かれ、景況感がやや悪化した業者も。水引製品の売上の前月比は、横ばい～増加。先行きに関し、「正月飾りも良い結果になる予感あり」といった声の一方、「新規の引合いが低調な状況は続いている。例年ならこれから繁忙期であるが、休日を増やすことを検討している」などの声もあり、見方が分かれた。漬物の販売は、前月比やや増加、前年比はやや減少との声。「コロナの感染状況によって、業務用の受注が左右されていると感じる」という。

建設業

9月の建設業の景況DIは15.4で、前月から1.3ポイント低下。翌月予測DIはマイナス13.3で、前月から横ばい。当月の受注残高の前月比は、業者により増減分かれるが、横ばい～増加との声は引き続き多い。当月も「災害対応等による業務が増加」など、令和2年7月豪雨に伴う声が多く聞かれた。

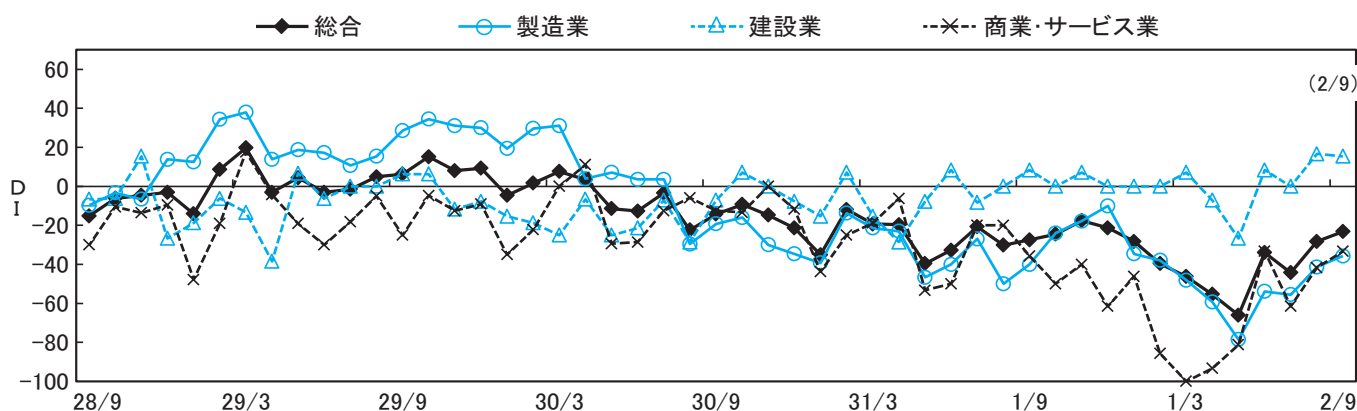
当地区の8月の住宅着工戸数は100戸。前月比127%増加、前年比では104%増加。当月の調査先企業の受注残高の前月比は、やや減少～横ばい。民需ではコロナの影響もあって、「民間建築工事は厳しい状況であるため、競争が激化している」などの声が寄せられた。

商業・サービス業

9月の商業、サービス業の景況DIはマイナス33.3で、前月から8.4ポイント上昇。翌月予測DIもマイナス40.0で、前月から23.6ポイント上昇している。

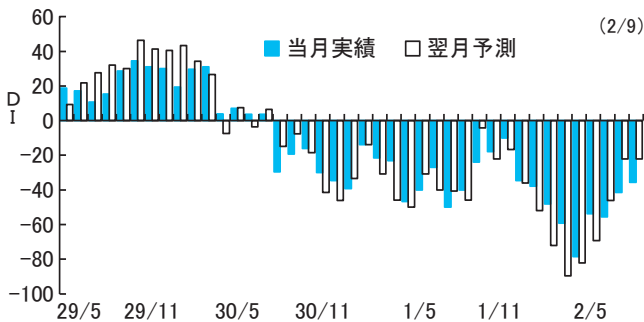
食品の売上は前月比、前年比ともに、業者により増減分かれる。製菓、製菓用品卸の売上は、前月比やや増加、景況感は横ばいとの声。電化製品の売上は、前月比、前年比とも減少という。OA機器の売上は、前月比やや増加も、前年比では減少との声。衣料品の売上は、前月比、前年比ともやや減少との声。「コロナ対策商品券の需要も一服し、来店客数が減少」などの声が寄せられた。市内料理店からは、「9月になって静かになった」「7月に回復傾向にあったものが、8月、9月とまた悪くなっている」などの声。市内宿泊施設の売上は、前月比はやや減少、前年比は減少～やや減少。昼神温泉の売上は、前年比減少～横ばい。「今はGoToキャンペーンなどの支援事業もあって、売上は前年並まで回復した」などの声が寄せられた。タクシーの売上は、前月比やや増加、前年比は減少との声。

飯伊地区景況DI (本誌調査)



地区内製造業の景況判断指数

飯伊地区景況DI（製造業）



当月実績DI -35.7 (前月 -41.4)

翌月予測DI -22.2 (前月 -22.2)

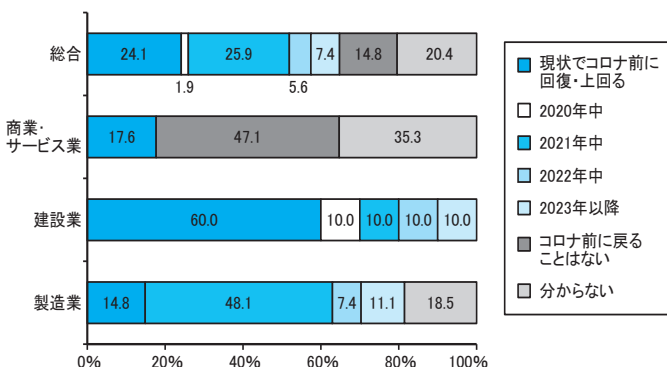
当月の製造業の業況判断指数（DI）は、マイナス35.7で、前月から5.7ポイント上昇。翌月予測はマイナス22.2で、前月から前月から変動はなかった。

9月調査では、通常調査に合わせ、コロナ感染拡大の影響を受けた対応に関する調査を実施しました。ご協力いただいた事業者の皆様にはこの場を借りて御礼申し上げます。（調査概要：・本誌調査先に対し、調査票を配布して回収。・回答総数55（製造業27、建設業11、商業サービス業17）。調査期間令和2年10月1日～10月16日）

【売上高がコロナ前に回復する時期について】

売上高がコロナ前の水準に回復する時期について、全業種では「2021年中」が4分の1を占めて最も多く、次いで「現状でコロナ前に回復・上回っている」、「分からない」の順となった。業種別では回答に差が見られ、建設業では「現状でコロナ前に回復・上回っている」が最も多く6割を占めているのに対し、製造業では「2021年中」が約半数、商業・サービス業では「コロナ前に戻ることはない」が約半数で最も多くなった。特に商業・サービス業では、「コロナ前に戻ることはない」「分からない」の合計で8割を超えており、他業種に比べ先行きの売上見込みについて厳しさを感じていることが窺える。

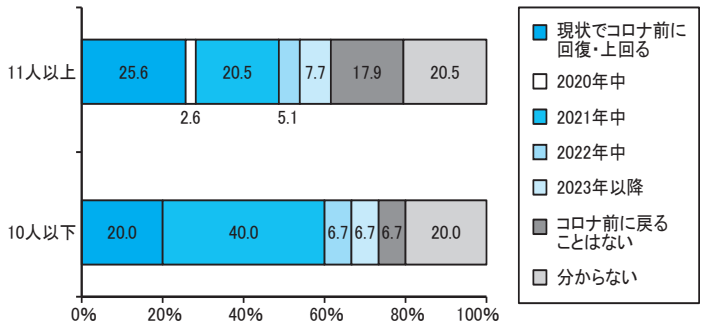
売上高がコロナ前に回復する時期



また、全業種による従業員数別の比較では、11人以上の事業者で「現状でコロナ前に回復・上回っている」と回答した割合が最も多く、次いで「2021年中」、「分からない」が同率2位、続いて「コロナ前に戻ることはない」の順となった。対して、10人以下の事業者で

は「2021年中」が最も多く、次いで「現状でコロナ前に回復・上回っている」、「分からない」が同率2位、「コロナ前に戻ることはない」は6.7%となった。従業員数別の比較では、従業員規模が小さい事業者の方が2021年までに売上が回復すると考える割合が高く、従業員規模が大きい事業者の方が先行きの売上見込みについて厳しいと感じていることがわかる。

売上高がコロナ前に回復する時期（従業員数別）



コロナ禍による新しい生活様式が浸透していく中、大手居酒屋チェーンが「居酒屋需要は今後コロナ前の7割程度までしか回復しない」との見通しを示したが、当地域の商業・サービス業においても、多くの事業者が今後の売上について厳しい見通しを持っていることが明らかとなった。

また従業員数別の調査では、従業員規模が大きい事業者の方が、売上が「コロナ前に戻ることはない」と回答する割合が高く、コロナ禍で減少した売上の回復に対して悲観的に捉えている状況も判明した。先月の雇用調整助成金の利用調査でも、従業員規模の大きい事業者ほど利用が進んでいる状況が明らかとなったが、雇調金特例措置の延長期限となる今年末までに売上が回復する（または既に回復）と回答した事業者は3割に満たない状況であり、雇用の維持には更なる支援策を必要としている、と言える状況ではないだろうか。

機械加工製造業

電気、精密機械器具の売上は、業者により増減分かれた。受注残高は前月比で減少～横ばいとのこと。先行きはやや弱含みとの声も。雇用面、設備面は現状維持。原材料、資材価格や販売価格に大きな動きはなかった様子。

半導体、液晶製造装置向け部品の販売は、前月比減少～横ばい、前年比はやや増加との声も。景況感は悪化しているとの声が多い。「米中の貿易摩擦、フェーウェイ問題が深刻」「コロナ禍の影響で設備投資が停滞」「装置関連が減産」「受注残は横ばいも、計画が後ろ倒しになっている」「FPDは減少」などの声が聞かれた。先行き景況感は業者により見方が分かれ、10月に若干の回復を見込む業者も。当月、原材料、資材価格に大きな動きはなかった様子も、先行きはやや上昇を見込む声も聞かれた。販売面では「コストダウン要請が厳しく、数か月後に製品単価が下がる見通し」との声があった。雇用面では当面現状維持との声が多いが、今後については新卒数名の採用を検討している業者も。設備面では、「設備のレイアウト変更」との声が聞かれたが、当面現状維持の業者が多い。

産業機器や医療機器向け部品の販売の前月比は、減少～やや増加と業者によって増減分かれるも、やや増

加との声が多い。ただ、翌月以降は売上減少を見込む声が強くなり、「コロナ禍、米中貿易摩擦により今後は減少局面に入る」「景気低迷で先の見えない不安がある」「数か月先の計画が読めない」「コロナによる先の見えない状態、その影がヒシヒシと迫っている」など、足元が改善傾向でも先行きの不安感が拭えない様子が窺える。その他、「ロボット関連が厳しい。全体的に計画が後ろ倒しになっている」「医療機器部品は年度末に向けて増産との情報も、未確定」「産業用機械関連は以前より厳しい」「表面実装機は調整」「海外からの回帰と思われる引き合いが増えている」「次世代開発品の引き合いは活発」などの声。

原材料単価は概ね横ばいの業者が多いが、今後上昇を見込むとの声も複数寄せられた。製品単価は横ばいとの声が多いが、「コストダウン要求は厳しい」との声は引き続きある。雇用面では、当面現状維持との声が多い。設備面では今後「リース終了で順次新鋭機へ更新」との声も聞かれたが、当面予定なしとの声が多数を占める。

建築用金属製品の販売は、前月比やや増加、前年比はやや減少との声。景況感はやや改善というが、「例年活況を呈する時期ではあるが、多くは期待できない」との声が寄せられた。当月の原材料単価に大きな変化はないものの、「今後は上昇傾向となる」という。雇用面では「今後、増員を予定」との声が聞かれた。

自動車向け部品の販売は、前月比、前年比ともに増加との声。景況感を引き続き横ばいで、先行きも大きな動きは見込まれていない様子。

小型電磁機器の生産は、前月比やや増加との声。景況感横ばいも、今後の販売高はやや増加を見込むという。雇用面は変わらず、設備面では今後計画ありとの声も。

FA関連モーターの販売は、前月比やや増加、前年比ではやや減少。景況感横ばいも、「コロナによる世界経済への影響が長期的に懸念される」とのことで、先行きの販売高は横ばいを見込む。

光学機器部品の販売は、前月比、前年比とも減少、景況感悪化との声。先行きも弱含みという。当月、原材料価格がやや上昇しており、前年比でも上昇傾向にあるという。雇用面では、現状で余剰感があるとの声。

電気、電子製品の生産は、前月比やや減少。景況感現状、先行きとも弱含みという。研究、開発人員の不足感を指摘する声は依然聞かれる。

地場産業

半生菓子、菓子原料等の売上は、前月比では業者により増減分かれた。景況感はやや悪化との声も聞かれた。「コロナで先行きが不明」「スーパー、ドラッグストア向けの定番商品は好調だが、特売、輸出、土産は不調」「良くない状況が続いており、今後をどう捉えるのか不安」などの声。当月、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。

水引製品の売上の前月比は、横ばい～増加。「4～6月頃はお盆用品の売上は1割減を覚悟していたが、9月末に委託品の戻りも集計してみたところ、前年比で若干の売上増加となった」と、足元の状況については前向きな声も聞かれた。一方、先行きについては「正月飾りも良い結果になる予感あり」との声と、「新規の引合いが低調な状況は続いている。例年ならこれから繁忙期であるが、休日を増やすことを検討している」「中国の仕入先から、来年の商売について心配する声が届いている」との声があり、見方が分かれた。景況

感についても業者により見方が分かれたが、改善を見込む業者がやや多かった。コロナによる生活習慣の変化を指摘する声は依然多く、「コロナのため冠婚葬祭が軽んじられ、元に戻るのは大変。一度失った習慣はまた復活するのは難しい」「簡素化が当たり前の時代になって、冠婚葬祭は全て自粛。特にデパートの販売が落ち込み、今後コロナが消滅しても以前のような販売は不可能」などの声も寄せられた。こうした状況の中、「新しい取組に挑戦するしかないが、いまだ見つかず試行錯誤している」との声も。

漬物の販売は、前月比やや増加、前年比はやや減少との声。「コロナの感染状況によって、業務用の受注が左右されていることを感じる」という。雇用面では現状維持、設備面は「更新にとどめる」との声が聞かれた。

その他製造業

食品包材の生産は、前月比概ね横ばいとの声。当月原材料、資材価格に大きな動きはなく、先行きも現状が続く見込みという。

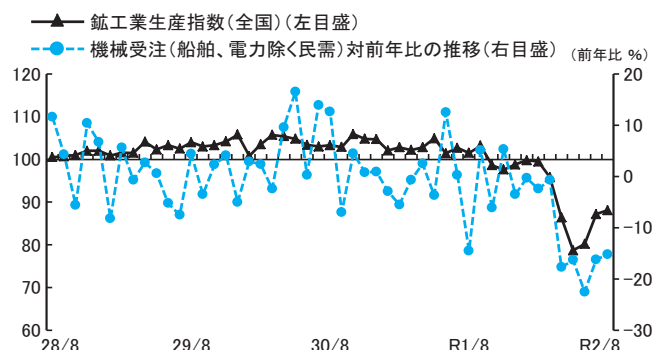
印刷、出版関連の売上は、前月比やや増加、前年比は減少との声。年間で最も売上が少ないという8月からは増加となったが、「昨年9月は消費増税に伴う駆け込み需要があって売上が例年より伸びていた。今年はコロナの影響で大幅なダウン」との声が寄せられた。コロナの影響が長期化していることを受けて、「同業他社においても仕事量が少なく、見積もり競争も激化。安値での落札が目立ち始め、お互いに首を絞め合ってしまう」など、業界全体に影響が広がっていることを窺わせる声も。

衣料品の販売は、前月比、前年比ともに減少、受注残高も前月比、前年比ともに減少。先行きも弱含みとの声。服飾については、「今期の秋冬物については受注が前年比10～20%にとどまっている。来年の春夏物も生産はゼロに等しく、来年の7～8月までの生産数は全く望みがない状況」という。コロナ関連需要については、「医療用ガウンが大幅に減少し、各工場とも従来受注の20%程度で四苦八苦しており、今後の工場運営が危ぶまれる」との声が聞かれた。当月の原材料単価、製品単価に大きな動きはなかった様子。

【企業からのコメント】

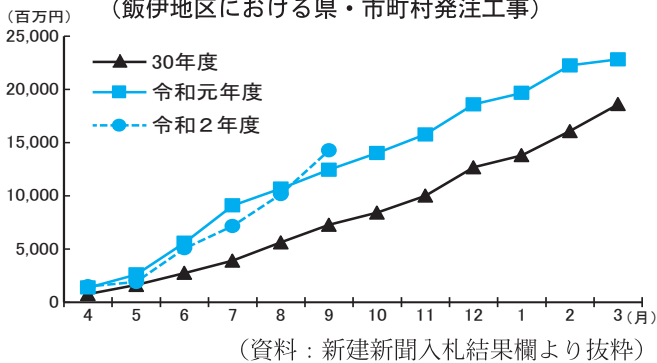
- ★コロナ禍時代の変化を早く見極めたい。
- ★スーパー向け商材は堅調なもの、業務用、外食向けがなかなか上向かないと聞く。
- ★本業以外で防災用品のラインアップを増強、今後この分野を伸ばしたい。
- ★中国でも、雇用の維持が課題になっている。
- ★不景気脱出の処方箋が求められている。

機械受注・鋳工業生産指数の推移



入札額累計の推移

(飯伊地区における県・市町村発注工事)



当月景況DI	15.4	(前月 16.7)
翌月予測DI	-13.3	(前月 -13.3)

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41.4億円、前月比39%増加、前年比も134%増加している(10月19日調査時点)。

当月の受注残高の前月比は、業者により増減分かれるが、横ばい～増加との声は引き続き多い。

当月も7月の豪雨災害に関連して、「今後の発注が待たれるが、災害が激増しており年度後半には発注が増えるのではないかと期待」「当地区の公共工事は国土強靱化、三遠南信自動車道工事、リニア関連工事に加え、7月の豪雨災害等で忙しい」「災害対応等による業務が増加」「災害関連工事に加え、農業関連工事も増加。来年の3月まで仕事は十分確保できている」「専門的な工種については順番待ちの状況」「これから仕事は何年も安定すると思う」などの声が聞かれた他、「被災資機材の購入で、経費が多くなった」との声も寄せられた。ただ、先行きの景況感については弱含みとの声も多く、「全体的な経済状況は良いとはいえない状況」との声が聞かれた。

こうした中、雇用面の不足を指摘する声は依然多く、「土木建築技術者を募集中」「工事量が多く、労務の確保が困難」「施工社員不足」「慢性的に人手不足」「業務量はあるが、技術者が不足。求人活動は続ける」などの声が聞かれた。

民需

当地区の8月の住宅着工戸数は100戸。前月比127%増加、前年比では104%増加している。

当月の調査先企業の受注残高の前月比は、やや減少～横ばい。「民間工事や一般住宅、リフォーム工事も見送りや延期で厳しい」「新築住宅は受注残もあるのでまずまずだが、公共建築、一般の建築工事はほとんど新規獲得できない」「新築工事の受注はなく、リフォーム、修繕工事のみ」などの声。

民需ではコロナの影響を指摘する声は依然多く、「コロナの影響で民間工事の冷え込みもあり、影響がある」「民間建築工事は厳しい状況であるため、競争が激化している」などの声が寄せられた。

こうした中でも、雇用面では不足感があるとの声は多く、「Iターンの大工を採用」「不足感がある」「住宅展示場の営業が必要」などの声が聞かれた。

建設資材

建設資材、塗料等の売上は、前月比、前年比ともやや減少。景況感は横ばいとの声が寄せられた。「市場全体としては、大型物件等がなく低調に推移」という。

当月の生コンの売上は、前月比増加、前年比は調査先により増減分かれる。当月の主な出荷は、「三遠南信自動車道工事、発電所工事、砂防工事、治山工事、築堤護岸工事、ホテル・工場・店舗工事に関わるもの」で、「リニア関連工事の出荷量は、当月出荷量全体の5%弱」だったという。先行きに関し、「9月以降は生コンの出荷は多くなってきており、仕事は順調。それに伴い生コン車の確保が問題となり、今後希望通りの時間台数での出荷が困難になる恐れも」との声。雇用面でも「生コン車の運転手が不足」という。

骨材の売上は、前月比、前年比とも増加。「ようやく生コン向けが動き始めてきた」「業界全体としても良くなってくると感じる」などの声。

【企業からのコメント】

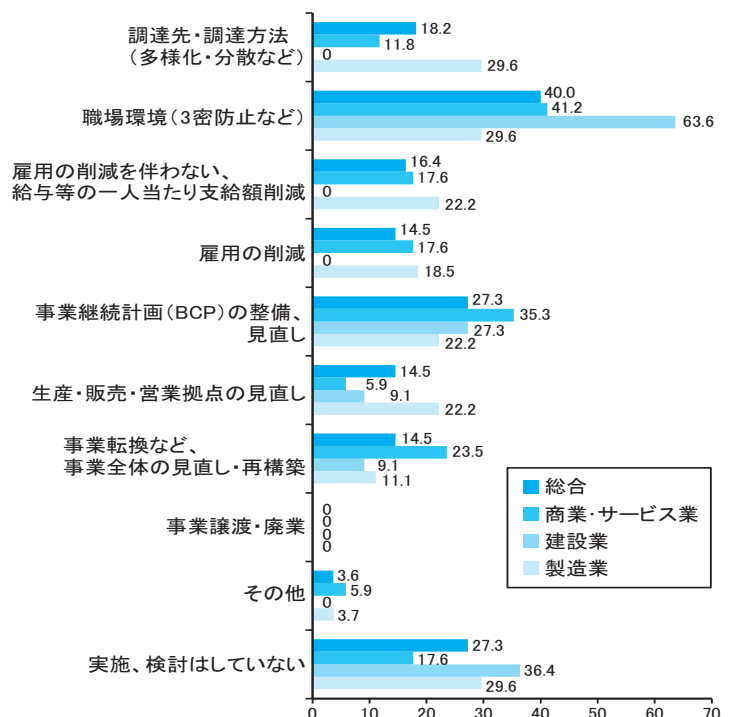
- ★ 外食や小売の出店意欲が減退している。
- ★ 景気そのものが冷え込み始めており、設備投資や個人消費の鈍化は、今後更に影響が拡大すると思われる。

【今後の事業の見直しについて】

9月調査では、コロナ感染拡大の影響を受けた今後の事業の見直しについて、9項目から最大3つ選択してもらった(「実施・検討していない」は1つのみ選択)。

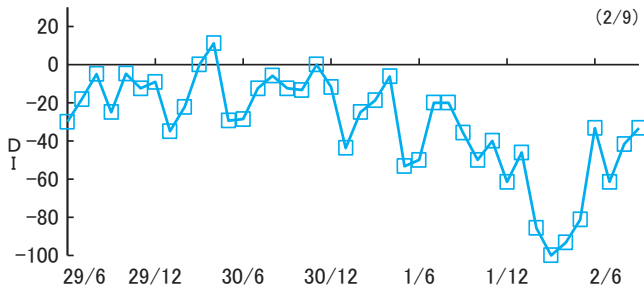
総合では「職場環境(3密防止など)」が最も多く、次いで「事業継続計画(BCP)の整備、見直し」、「実施、検討はしていない」が同率で続いた。業種別では、商業・サービス業と建設業では「職場環境(3密防止など)」が最も多く、製造業では「職場環境(3密防止など)」と「調達先・調達方法(多様化・分散など)」の回答が同率1位となった。

今後の事業の見直しについての実施・検討状況



商業・サービス業

商業・サービス業DI



当月景況DI	-33.3 (先月 -41.7)
翌月予測DI	-40.0 (先月 -63.6)

商業

食料品の売上は前月比、前年比ともに、業者により増減分かれる。「コロナの影響で外出自粛が続き、スーパーの売上は増加傾向」との声がある一方、「9月もイベント等の中止が続き、売上減」との声も聞かれた。当月、仕入価格がやや上昇。こうした中、「10月に入っても運動会等、地区のイベント中止が決定しており、厳しい状況がしばらく続くと思われる」など、先行き景況感が弱含みの事業者が複数見られる。

【青果卸売市場】

販売は、前月比やや増加、前年比は概ね横ばい。野菜は、「今年は7月の大雨と8月の高温干ばつの影響から出荷量が少なく、前年比で入荷量12%の減少となった。特に大根、人参、キャベツ等は品薄で3割の価格高となり、野菜全体では前年比で8%の価格高となった」という。果実は、「りんごと梨は、8月から天候が回復し前年並の入荷量を確保でき、価格もりんごで1割高、梨は3割高となり好調な販売となった。ぶどうは長雨の影響か、17%の入荷減となり、果実全体では前年比で入荷量12%減、価格15%高となった」という。

製菓、製菓用品卸の売上は、前月比やや増加、景況感は横ばいとの声。先行きは、売上はやや減少を見込んでおり、景況感は弱含みという。

電化製品の売上は、前月比、前年比とも減少。前年は消費税増税による駆け込み需要があり、その反動から減少しているとのこと。「前月同様、冷蔵庫、テレビ、洗濯機、エアコンなど家庭向け白物家電が好調」「工場関連は生9月から本格的に生産を開始したケースもあり、やや上向きだが基本的には良くない」「電設資材関連は、公共施設の物件が開始しており、先はやや明るい」「市場全般として、設備投資が進まないこともあり、今後も厳しい状況」などの声が聞かれた。

OA機器の売上は、前月比やや増加も、前年比では減少との声。「仕入先のキャンペーン等で一時的に売上増」といい、翌月は売上減少が見込まれるとのこと。

衣料品の売上は、前月比、前年比ともやや減少との声。「コロナ対策商品券の需要も一服し、来店客数が減少」などの声が寄せられた。

サービス業

市内料理店からは、「9月になって静かになった」「7月に回復傾向にあったものが、8月、9月とまた悪くなっている」「全体的に景気が悪い気がする」など、景況感の悪化を指摘する声が複数聞かれた。仕入に関しては、「猛暑で魚、野菜が高い」との声も。

市内宿泊施設の売上は、前月比はやや減少、前年比は減少へやや減少との声。「9月の4連休の間、お盆の期間と同じように動いた」「GoToキャンペーンの利用により、春先からの販売単価の回復ができた」など、コロナの影響は残るものの明るい声も聞かれた。withコロナを意識して、「コロナ対策を継続して、引き続きユーザーから選ばれるよ

う努力していきたい」との声も。

昼神温泉の売上は、前年比減少～横ばい。「今はGoToキャンペーンなどの支援事業もあって、売上は前年並まで回復した」との声の一方、「団体客の比率が高かったため、個人客の微増でも売上減少が止まらない」との声も聞かれた。その他、「ナイトツアー、星空さんぼも人数は少ないなりに人気があるが、天候が悪く残念」「今後、GoToキャンペーンによる客数増加を期待する」などの声。また依然としてコロナに対する警戒感は強く、「宿泊施設はとにかく感染防止を徹底した上で営業していかないといけない。万が一感染者が出たとなれば命取りとなるため、気が抜けない」「宿泊客にコロナ慣れで気の緩みが見られる。マスク着用なし、手持ちもない方がちらほら。3密防止を着実に実施していく」などの声が寄せられた。

タクシーの売上は、前月比やや増加、前年比は減少との声。「消費動向はまったく変わらない。昼間7割、夜間5割の仕事量」「中信地方の老舗事業者が大手事業者に吸収合併され、大きなショックであると共に当地区でも例外ではない気がする。同業者間で継続可能なサービスを提供して方策を検討したい」などの声が寄せられた。

【調査先企業の声】

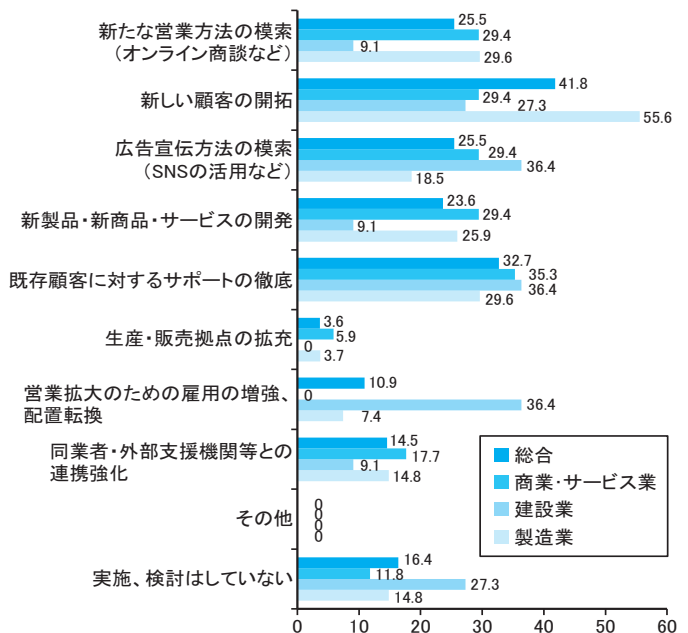
- 今後は冬物季節商品の時期に入るため、力を入れていきたい。
- 用件を伝えてアポイントを取って営業訪問しないと、面談してもらえないケースが増えている。
- 雑文具メーカーや中堅の筆記具メーカー等、統合の動きが見られる。
- 9月の終わりに出たコロナの影響は、7月の時と比べるとあまりないような気がする。
- マイクロバス等による、送迎の宴会はかなり少ない。
- 宴会の形式の変化に対応する投資をする。
- 雇用調整助成金のおかげで助かっている。
- GoToキャンペーンが10月から東京が加わったことにより、全国的にマーケットが動き始めた。

【営業拡大の観点での取組について】

9月調査では、コロナ感染拡大の影響を受けた営業拡大の観点での実施について、9項目から最大3つ選択してもらった（「実施・検討していない」は1つのみ選択）。

総合では「新しい顧客の獲得」が最も多く、次いで「既存顧客に対するサポートの徹底」となった。業種別で最も回答が多かったのは、商業・サービス業で「既存顧客に対するサポートの徹底」、建設業では「広告宣伝方法の模索（SNS活用など）」、「既存顧客に対するサポートの徹底」、製造業では「新しい顧客の獲得」となった。

営業拡大の観点での実施・検討状況



コロナ下で、顧客ニーズを探る！

飯田信用金庫 地域サポート部

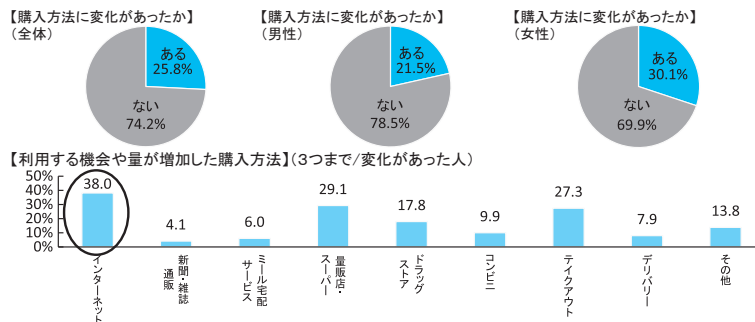
中小企業支援アドバイザー 佐々木信高

緊急事態宣言発令によって、多くの人が家で過ごすようになり、消費者の行動にも変化が起きました。いわゆる「巣ごもり」、「STAY HOME」、「おうち時間」といわれる状況の中、外出する代わりに、家からデジタルサービスを利用して、食事の宅配サービスや映像、ゲーム、本、学習等、家での生活スタイルがデジタル化していったことです。さらにテレワークによって、家で仕事をする男性の家事や育児への参加意識も高まり、子供相手用のホワイトボード、砂場用の砂、庭プール、DIY製品、ガーデニング用品、入浴剤等が、売れ筋商品ということで話題にもなりました。企業側も、お弁当のテイクアウトが進み、食品トレー製造の会社が、テープを使わずに蓋が出来る容器や余分な油が下に落ちる容器の開発をして販売量増加、マスクで女性用化粧品が売れなくなり肌を保湿するクリームの開発で売上げ増加、ハンズフリーのドアノブを開発して売れた等、企業も商機と捉えて変革の時代に立ち向かう姿も紹介されています。

そんな中、日本政策金融公庫が、コロナ下での食品購入方法の変化に関する消費者動向を調査しています(令和2年7月)。その結果を見ると、消費者の食品購入方法や調理時間・回数に大きな影響が表れています。まずは、その結果を抜粋して紹介します。

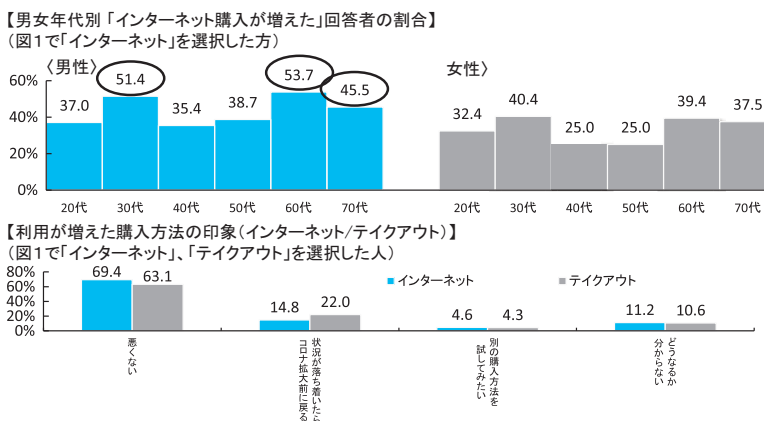
1 新型コロナウイルスの影響による農林水産物・食品の購入方法の変化

- ・新型コロナウイルス感染症の拡大を受けて、25.8%の消費者が食品の購入方法に変化が生じたと回答。
- ・利用が増えた購入方法は、「インターネット購入」(38.0%)が最も多く、次いで「量販店・スーパー」(29.1%)、「テイクアウト」(27.3%)となった。



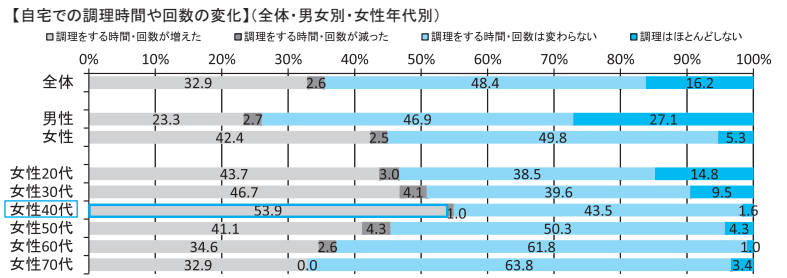
2 農林水産物・食品のインターネット購入について

- ・1の設定で「インターネット購入」の利用が増加したと回答した方を男女別・年代別にみると、各年代で男性の割合が女性より高く、特に男性の30代、60代、70代で高い割合となった。
- ・また、「インターネット購入」または「テイクアウトでの購入」の利用が増加したと回答した方に、その購入方法の印象を聞いたところ、いずれも6~7割の方が「悪くない」と回答した。



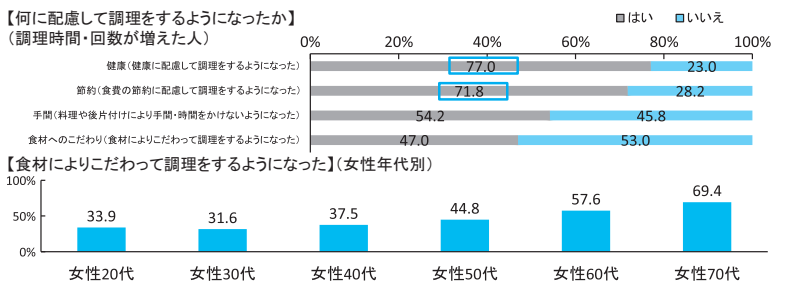
3 新型コロナウイルスの影響による、自宅での調理時間や回数の変化

・コロナ下での調理時間、回数の変化を聞いたところ、全体の32.9%、女性の42.4%が「調理をする時間・回数が増えた」と回答した。
 ・中でも、40代女性は「増えた」が53.9%と、半数以上が「増えた」と回答した。



4 「健康」「節約」「手間」「食材へのこだわり」への配慮について

・3で自宅での調理時間や回数が「増えた」と回答した方を対象に、「健康」、「節約」、「手間」、「食材へのこだわり」を聞いたところ、7割以上が「健康(77.0%)」と「食費の節約(71.8%)」に配慮して調理するようになったとの回答となった。



以上の結果を要約すると、4人に1人の消費者が「食品の購入方法に変化が生じた」と回答し、その38%が「インターネット購入」が増加したと回答しており、その内の60%を超える男女が、インターネット購入を「悪くない」と回答していました。また、調理時間が「増えた」と回答した人の7割以上が「健康(77.0%)」「食費の節約(71.8%)」に配慮して調理するようになったと回答しています。

この調査は、コロナ下での「食の志向」について調査されたものですが、消費者の購買に対する意識の変化が読み取れます。緊急事態宣言が解除された今後は、巣ごもり型の消費行動は徐々に減っていくとは思われますが、テレワークなどが定着していけば、ネット通販やデジタル購買は需要が拡大していくでしょう。そもそもテレワーク環境の整備は、かねてから「働き方改革」で進められてきましたが、コロナショックで更に弾みがつき、国でも「デジタル庁」の設置が決まるなど、さらにデジタル環境が整備されていくと考えられます。

経営者は、その時代の流れや情報を的確に捉えて自社の経営に役立てて欲しいと思います。時代が変われば働き方も変わる、働き方が変われば暮らしも変わり、消費行動も変わります。コロナの影響で「売れた」、「売れなくなった」だけで終わることなく、先を見据えた経営が大切であると思います。

※資料出所はすべて、日本政策金融公庫「消費者動向調査(令和2年7月調査)」

三遠南信地域の港 三河港の現状 (3)

～ 飯伊地域や長野県の輸出と港 ～

本誌No.496、497で「三遠南信地域の港」とも言える三河港について紹介してきた。今回は、港を利用する地域の側から、長野県や当地域の輸出を見る。

1. 長野県の輸出出荷額と輸出生産事業所数の推移

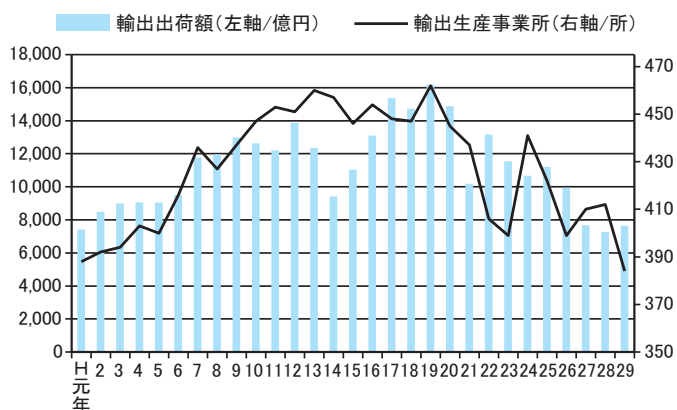
長野県は毎年、「輸出生産実態調査結果報告書」を公表している。

これは、日本標準産業分類による大分類E－製造業を主業とする事業所（国及び公共企業体に属するものを除く）のうち、従業員10人以上を有する3,200事業所で、輸出生産品を製造又は加工している事業所を調査の対象としており、各年末日現在の事業所数や従業員数、直接輸出額、間接輸出額及び輸出生産加工賃や、それらの合計である輸出出荷額などを集計したものである。

最新の結果である平成29年の同調査によると、平成29年の県全体の輸出出荷額は、7,642億6,747万円で、前年に比べ5.1%増加している。とはいうものの、リーマンショック後の平成21年に比べても少なく、ここ3年ほど平成元年度程度の水準で推移している。

また、輸出生産事業所数は384所で、平成28年の412所から28所減少している。

長野県の輸出出荷額と輸出生産事業所数の推移



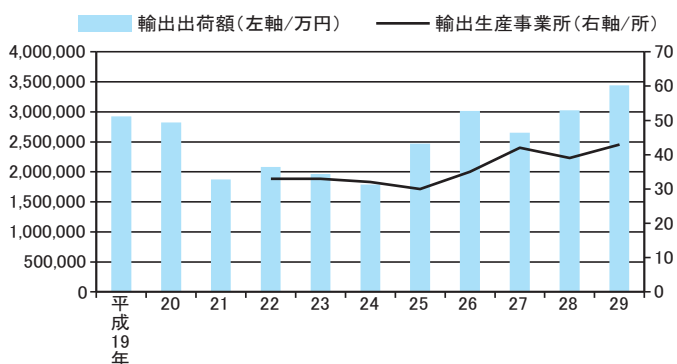
2. 飯伊地区の輸出出荷額と輸出生産事業所数の推移

同調査により、飯伊地区の輸出出荷額と輸出生産事業所数の推移を見ると、平成29年の輸出出荷額は、344億0,876万円で、前年に比べ13.8%増加している。

また、当地域の輸出生産事業所数は43所で、平成28年の39所から4所増加している。

同調査によれば、当地域では、県全体の趨勢と異なり、リーマンショック以後も輸出出荷額、輸出事業者数とも増加傾向にある。

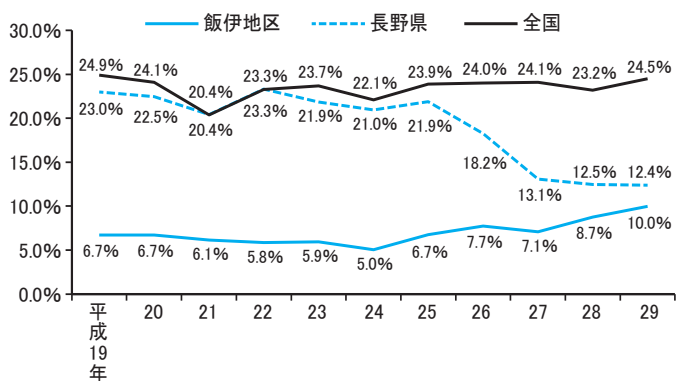
飯伊地区の輸出出荷額と輸出生産事業所数の推移



3. 製造品出荷額等に対する輸出出荷額の割合

右のグラフは、平成19年以降の製造品出荷額等に対する輸出出荷額の割合を、全国、長野県、飯伊地区で見たものだが、当地域では平成25年以降、水準はさほどではないものの上昇基調にあり、当地域の製造業事業者にとって輸出も重要な柱になりつつある様子が窺える。

製造品出荷額に対する輸出出荷額の割合の推移



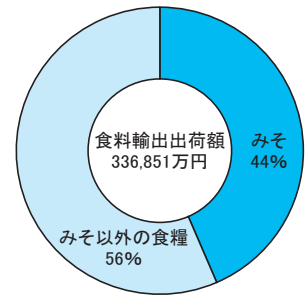
※ 製造品出荷額等は、すべて従業員4人以上の事業所

6. 長野県の「みそ」の輸出

平成29年の同調査によると、長野県では、電子、電気、情報を合わせた電気3種の輸出入出荷額が全体の41.4%を占め、次いで生産用機械器具が33.2%、輸送用機械器具が6.2%などとなっているが、食品など「他の業種」の輸出入出荷額も、平成元年に全体の輸出入出荷額の6.0%を占めるに過ぎなかったものが、平成29年には10.8%を占めるまでになっている。今回は長野県の生産額が全国の49.0%（経済産業省「工業統計」2018年）を占める「みそ」の輸出を見てみる。

平成29年の同調査によると、長野県の「みそ」の輸出入出荷額は146,577万円で、食料全体（飲料除く）の輸出入出荷額の44%を占める。

長野県の食糧の輸出入出荷額
（みそ・みそ以外の食糧・平成29年）

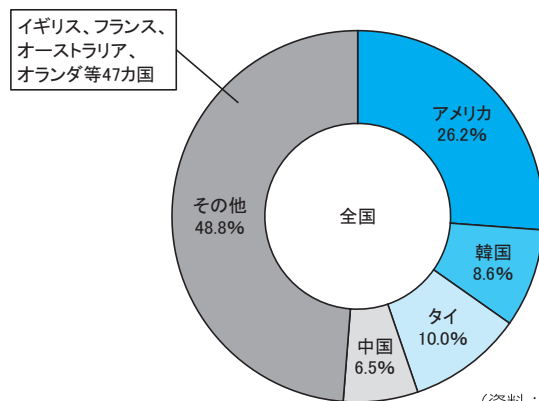
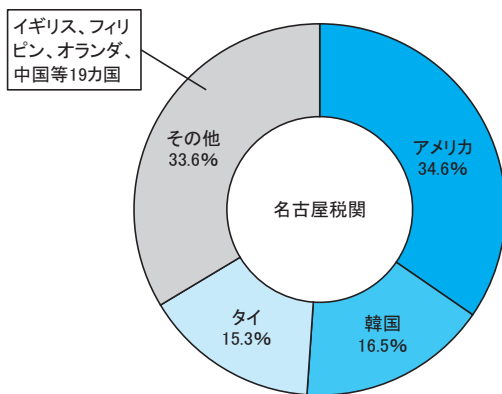


7. 貿易統計に見る「みそ」の輸出相手国

ご案内の通り、政府が平成19年に策定した「わが国農林水産物・食品の総合的な輸出戦略」において、「みそ」も加工食品輸出の重点個別品目となっている。こうした中、財務省の貿易統計によれば、「みそ」の輸出は、2013年に日本食がユネスコ無形文化遺産に登録されたことや、世界的な健康ブームもあり、増加傾向にある。また、同統計によれば、長野県や愛知県など「みそ」生産で名高い地域を管轄する名古屋税関が、輸出数量・輸出金額とも全国シェアトップとなっている。

下記グラフは、同統計によって「みそ」の輸出相手国を見たものだが、全国、名古屋税関管内ともにアメリカがトップとなっている。アメリカでは和食レストランや日系スーパーがチェーン展開をしていることの影響が大きいという。次いで、古くから在留邦人が多く「みそ」に馴染みのあるといわれる韓国、現地に加工工場があるタイなどが続く。2019年上半期において、名古屋税関管内では中国向け輸出が少ないが、これは東日本大震災に伴う諸外国、地域の輸出規制措置により、中国が長野県を含む9都県のすべての食品、飼料輸入を停止していることの影響が考えられるという。

「みそ」輸出相手国（2019年上半期）



（資料：名古屋税関）

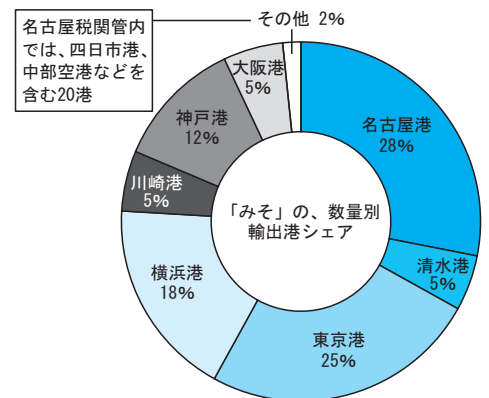
8. 「みそ」の輸出港

「みそ」は長期保存が可能のため、海港からコンテナ輸送により輸出されることが多いが、港別に2019年の輸出数量を見ると、名古屋港のシェアが高い。

2018年まで東京港の輸出数量が最も多かったものが、2019年に名古屋港の輸出数量が最も多くなったのだが、これには輸送コストの面から長野県の輸出が名古屋港に集約された等の事情があるという。

目下のところ三河港は「みそ」の輸出に利用されていないようだが、三遠南信自動車道の開通があったとき、それがどのように変化するか注目される。

（※ 図表出所は、特に表記のない限り長野県輸出生産実態調査結果報告書）



（資料：名古屋税関）

（飯田信用金庫 しんきん南信州地域研究所 中村 達）

主要経済統計

項目 年月	住宅着工戸数		高速バス乗車人数							
	飯伊地区		飯田～新宿		飯田～名古屋		飯田～長野		伊那・駒ヶ根～新宿	
	実数	前年比	実数	前年比	実数	前年比	実数	前年比	実数	前年比
	戸	%	人	%	人	%	人	%	人	%
平成26年	569	△ 22.8	322,878	△ 0.9	195,359	2.7	112,889	△ 0.8	—	—
27	563	△ 1.1	329,654	2.1	203,315	4.1	124,261	10.1	—	—
28	634	12.6	326,157	△ 1.1	208,771	2.7	115,843	△ 6.8	—	—
29	705	11.2	327,875	0.5	218,764	4.8	115,698	△ 0.1	—	—
30	637	△ 9.6	327,033	△ 0.3	219,979	0.6	112,882	△ 2.4	—	—
令和元	710	11.5	326,056	△ 0.3	226,581	3.0	108,454	△ 3.9	263,821	—
令和元. 7	64	146.2	26,294	0.5	18,357	7.3	9,422	△ 1.5	21,589	—
8	49	6.5	36,863	0.4	22,870	0.4	9,253	△ 8.7	29,454	—
9	70	70.7	27,864	1.9	18,823	2.0	8,673	△ 4.6	22,699	—
10	52	10.6	18,730	△ 31.5	19,223	3.7	8,848	△ 10.7	15,972	—
11	98	3.2	27,708	5.0	18,445	3.3	8,873	△ 7.6	21,979	4.5
12	66	50.0	28,628	0.7	18,558	2.1	7,906	△ 6.2	22,589	△ 2.4
令和2. 1	107	91.1	26,833	0.4	17,895	0.2	7,957	△ 5.7	21,153	0.5
2	38	△ 5.0	20,827	△ 11.2	15,077	△ 13.4	7,455	△ 11.4	16,952	△ 9.5
3	44	△ 6.4	11,287	△ 63.2	8,674	△ 57.2	4,472	△ 54.6	9,406	△ 62.7
4	72	41.2	1,373	△ 94.8	2,087	△ 88.8	2,122	△ 77.3	1,472	△ 93.2
5	43	△ 28.3	1,893	△ 93.2	1,439	△ 92.4	1,805	△ 81.8	0	△ 100.0
6	65	14.0	4,971	△ 79.8	4,194	△ 75.5	3,466	△ 63.5	936	△ 95.3
7	44	△ 31.3	4,617	△ 82.4	5,736	△ 68.8	4,049	△ 57.0	2,507	△ 88.4
8	100	104.1	4,400	△ 88.1	4,150	△ 81.9	3,040	△ 67.1	3,226	△ 89.0
9	—	—	5,949	△ 78.6	5,901	△ 68.7	3,560	△ 59.0	3,586	△ 84.2
資料出所	長野県建設部住宅課		信南交通株式会社							

項目 年月	自動車新規登録台数 (松本自動車検査登録事務所管内)				有効求人倍率		
	新車		中古車		長野県	飯田管内	
	実数	前年比	実数	前年比	季節調整値 (但、年平均は実数)	パート含む実数	パート除く実数
	台	%	台	%	倍	倍	倍
平成26年	30,089	△ 1.5	7,058	△ 7.9	1.09	—	—
27	30,124	0.1	7,819	10.8	1.25	—	—
28	27,751	△ 7.9	7,433	△ 4.9	1.41	—	—
29	27,349	△ 1.4	7,274	△ 2.1	1.60	—	—
30	27,525	0.6	7,352	1.1	1.69	—	—
令和元	29,312	6.5	8,548	16.3	1.60	—	—
令和元. 7	2,733	22.6	800	29.7	1.60	1.48	1.54
8	2,234	5.9	622	△ 3.1	1.57	1.47	1.49
9	3,342	27.4	804	36.5	1.56	1.45	1.50
10	1,796	△ 18.8	761	22.2	1.53	1.38	1.40
11	2,100	△ 8.4	652	14.0	1.51	1.41	1.44
12	2,010	2.5	660	13.0	1.51	1.49	1.55
令和2. 1	2,006	6.3	504	10.3	1.48	1.43	1.53
2	2,226	△ 6.1	692	25.1	1.45	1.39	1.43
3	3,633	△ 1.0	914	2.5	1.39	1.29	1.31
4	1,587	△ 30.7	806	△ 8.5	1.29	1.07	1.18
5	1,368	△ 38.8	512	△ 26.5	1.12	0.85	0.99
6	1,955	△ 26.0	766	△ 0.4	1.03	0.88	0.98
7	2,204	△ 19.4	881	10.1	0.99	0.90	1.03
8	1,765	△ 21.0	664	6.8	0.98	1.00	1.03
9	2,743	△ 17.9	767	△ 4.6	—	—	—
資料出所	長野運輸支局松本自動車検査登録事務所				長野労働局・ハローワーク飯田		

※数値は発表者によって予告なく改定されることがあります。

項目 年月	手形交換高		倒産件数 (負債額1千万円以上)		信用保証承諾 (飯田支所管内)	
	枚数	金額	長野県内	飯伊地区	新規保証	前年比
	枚	千円	件	件	件	%
平成26年	55,798	58,747,886	97	6	2,057	1.9
27	51,892	58,937,709	86	12	2,120	3.1
28	47,284	53,411,735	88	8	2,004	△ 5.5
29	44,601	56,085,863	81	10	1,914	△ 4.5
30	40,929	54,405,406	93	20	1,815	△ 5.2
令和元	37,047	51,833,945	79	8	1,842	1.5
令和元.7	3,633	4,789,801	5	0	163	12.4
8	2,600	3,662,131	6	0	145	△ 1.4
9	3,281	4,833,989	7	3	178	20.3
10	3,061	3,297,989	6	0	148	10.4
11	2,453	2,859,532	8	2	146	5.8
12	3,356	4,487,104	10	0	207	38.0
令和2.1	3,114	4,044,572	8	3	130	3.2
2	2,486	3,377,156	6	0	148	△ 1.3
3	3,306	6,007,961	3	0	229	31.6
4	2,714	4,053,982	9	1	259	100.8
5	2,248	3,844,624	6	0	546	279.2
6	3,021	4,846,708	10	1	631	378.0
7	2,707	3,487,706	9	2	520	219.0
8	2,523	3,871,691	8	1	343	136.6
9	2,440	4,100,814	—	—	235	32.0
資料出所	飯田手形交換所		南信州地域振興局商工観光課		長野県信用保証協会飯田支店	

項目 年月	中央道利用台数 (インターチェンジ出入合計)							
	飯田 I C		松川 I C		園原 I C		山本 I C	
	実数	前年比	実数	前年比	実数	前年比	実数	前年比
台	%	台	%	台	%	台	%	
平成26年	2,782,563	△ 6.3	1,835,138	△ 5.4	364,566	△ 12.6	979,398	△ 8.5
27	2,780,683	△ 0.1	1,821,617	△ 0.7	435,939	19.6	1,047,675	7.0
28	2,755,469	△ 0.9	1,819,412	△ 0.1	375,892	△ 13.8	1,022,578	△ 2.4
29	2,759,316	0.1	1,865,085	2.5	368,243	△ 2.0	1,018,661	△ 0.4
30	2,765,376	0.2	1,871,062	0.3	423,828	15.1	1,017,497	△ 0.1
令和元	2,741,865	△ 0.9	1,836,395	△ 1.9	405,661	△ 4.3	1,015,783	△ 0.2
令和元.7	233,275	0.4	154,940	△ 3.0	26,090	△ 23.4	80,857	△ 10.0
8	258,453	△ 0.7	170,028	△ 1.8	40,786	△ 3.2	109,486	△ 2.9
9	235,384	2.2	163,738	2.1	31,818	15.7	89,027	5.2
10	227,683	△ 8.6	158,983	△ 9.0	34,620	△ 24.6	88,618	△ 8.4
11	243,323	△ 1.1	180,205	△ 2.3	41,391	8.2	105,597	10.4
12	222,632	△ 1.9	151,913	△ 0.5	27,495	8.9	78,440	6.8
令和2.1	206,156	△ 1.6	134,916	1.2	24,069	△ 4.0	70,972	6.0
2	191,563	△ 2.6	128,400	2.6	24,986	3.5	68,108	8.0
3	196,325	△ 17.0	129,241	△ 13.7	24,557	△ 9.0	71,121	△ 8.3
4	136,178	△ 39.8	94,164	△ 35.8	19,617	△ 56.6	51,451	△ 42.3
5	125,865	△ 46.7	89,328	△ 42.3	21,090	△ 59.9	44,530	△ 52.5
6	171,397	△ 20.6	118,462	△ 19.3	27,869	△ 5.2	61,434	△ 16.1
7	180,904	△ 22.5	120,200	△ 22.4	21,529	△ 17.5	65,582	△ 18.9
8	182,549	△ 29.4	129,197	△ 24.0	35,815	△ 12.2	82,106	△ 25.0
9	195,154	△ 17.1	141,575	△ 13.5	31,194	△ 2.0	80,377	△ 9.7
資料出所	中日本高速道路(株)名古屋支社飯田保全サービスセンター							