

## Ⅱ. 需要動向調査

### 1. 需要動向調査について

#### ○本調査の目的

市内事業者が販売する商品や、提供する役務・サービスについての需要動向に関する情報、並びに地域経済動向に関する情報を整理・提供することで、事業計画の策定や商品開発、新たな情報を得るためのきっかけづくりとすることを目的とします。

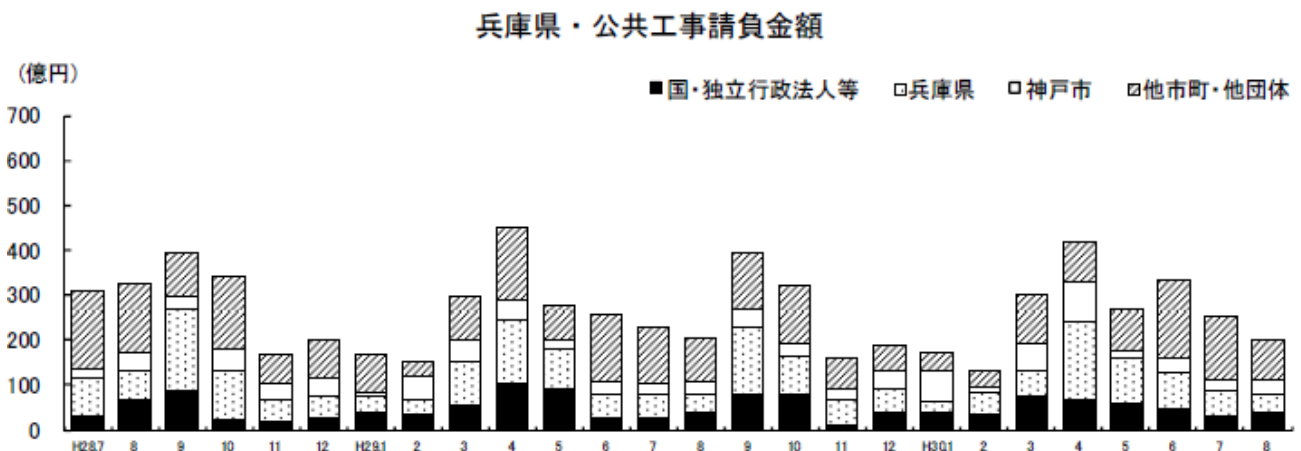
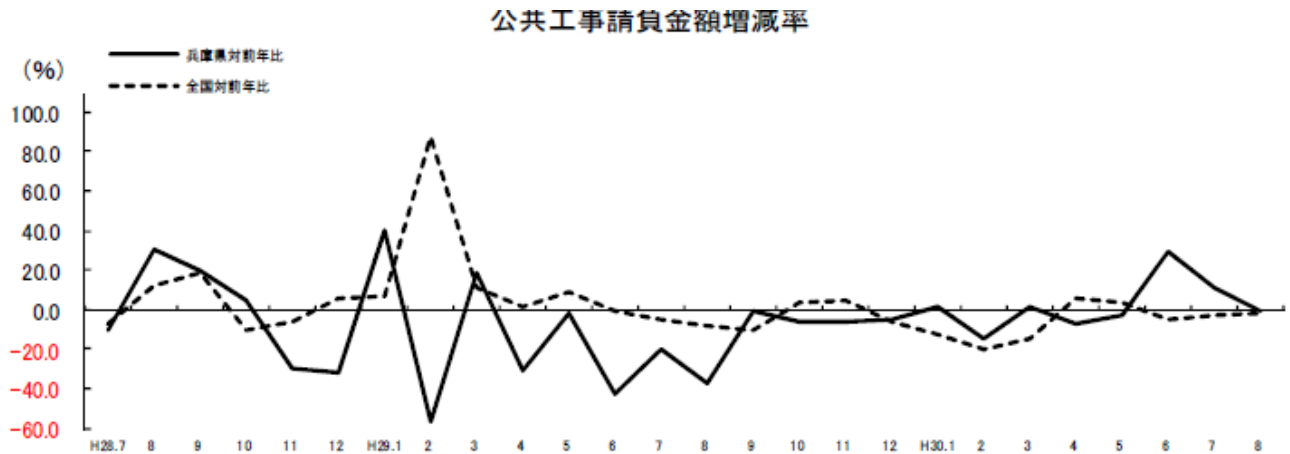
#### ○本調査書作成の方法

需要動向の情報となる国や県の調査結果等をもとに、近隣から全国的な範囲まで含めた動向を収集します。

### 1. 業種ごとの動向

#### ①建設業

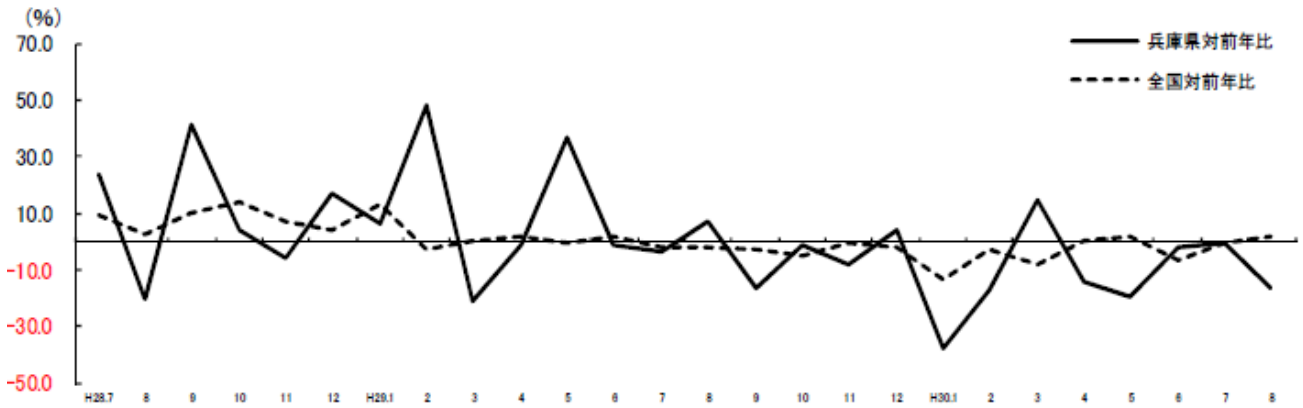
##### 【公共工事】



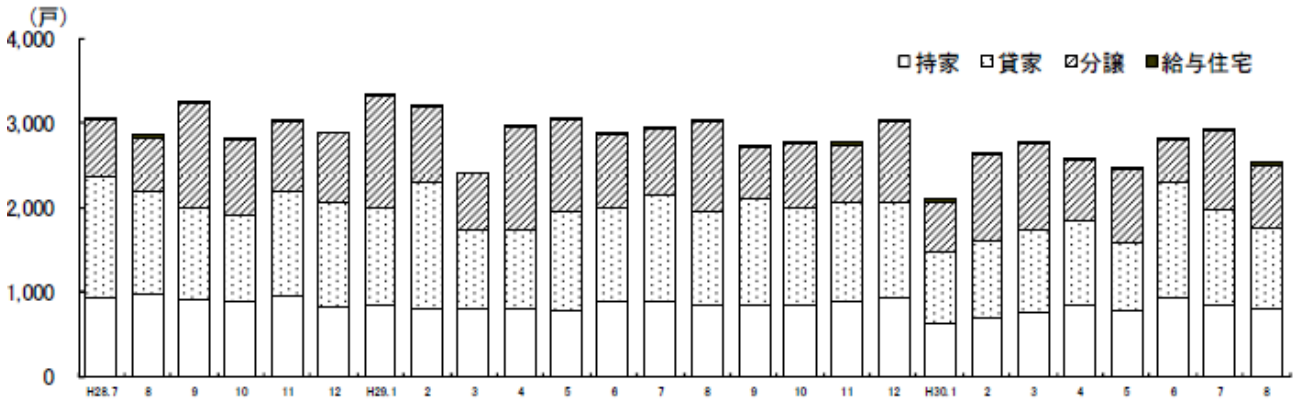
平成30年は前年度と比較して横ばいから若干の増加で推移しています。一方で8月には、3ヶ月ぶりに前年同月を下回りました。

【住宅着工】

新設住宅着工戸数増減率



兵庫県・新設住宅着工戸数



住宅着工戸数を見ると、平成 30 年は総じて減少傾向にあり、8 月には 5 ヶ月連続で前年同月を下回っている状況です。

(以上、兵庫県「兵庫県の経済・雇用情勢」H30.10.5)

## ②製造業

### 【電気機械製造業】

(一社) 日本電気工業会によると、7月の重電機器の生産額は3,287億円で、前年同月比24.5%増となった。県内大手重電メーカーによると、景況感に大きな変化はなく、良くも悪くもない。ただ、再生可能エネルギー等が売れ始めていることで、長期的に見ると悪くはない見通しである。雇用については過剰気味であり、部門間で人員の調整を試みている。AI・IoTなどを工場の生産ラインに取り入れ、生産状況の進捗状況管理、部品の在庫管理を行うことで生産効率化の工夫をしているとのことである。

### 【食品（酒類）製造業】

県内酒造メーカーによると、今年上半期の全国の清酒出荷量は前年を下回り、厳しい状況が続いている。高濃度アルコール飲料や、猛暑の夏場はビールやハイボールへ消費が流れたのかもしれない。同社では、台風21号により製品在庫が被害を受け、数千万円レベルの損害となる見込みであるが、工場に被害はなく、今後の生産・出荷には影響しない。現在、国内販売比率が9割以上であるが、今後は輸出が伸びている海外へ積極的に打って出たいとのことである。

### 【鉄鋼業】

県内鉄鋼メーカーによると、近年減少傾向にあった出荷額が昨年度は増加したが、本年度は前年度より微減の状況にある。設備投資は大型案件が一段落したため、本年度は前年度より減少する。また、石炭価格の上昇が業況等にマイナスの影響となっている。雇用については、当事業所採用の技能職の本年度新規採用は計画人員をほぼ確保できたが、人材確保が難しくなっており、新たな採用活動先の開拓にも努めているとのことである。

### 【はん用機械製造業】

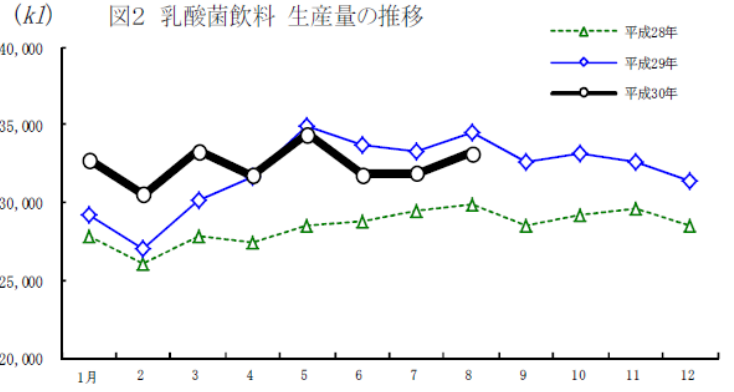
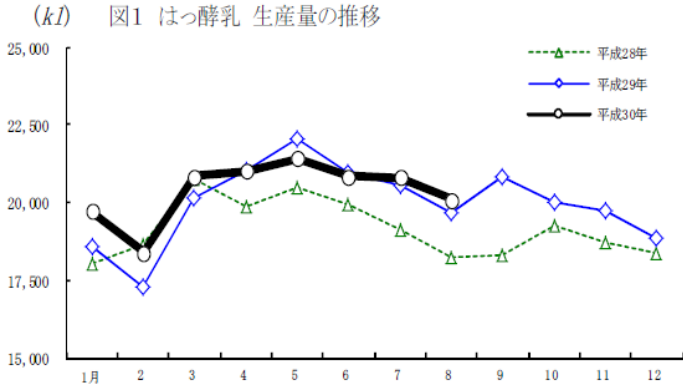
(一社) 日本建設機械工業会によると、7月の建設機械出荷額は1,413億円で前年同月比1.4%増となった。県内油圧機器メーカーによると、景況感の良い状態である。中国市場での建設機械需要が好調なことが主な要因である。現在は部品の製造が間に合わず、当社も大量の注文を抱えている状態である。設備投資は昨年度に引き続き増加する見込みである。雇用に関しては適正である。AI、IoTについては、生産ライン等で既に導入実績はあり、データ確認等に役立てている。一方、原油・資材の価格上昇によりマイナスの影響を受けているとのことである。

(以上、兵庫県「兵庫県の経済・雇用情勢」H30.10.5)

### 【畜産食料品】

はっ酵乳（非乳業）の8月の生産量は、対前年同月比2.2%とわずかに増加した。

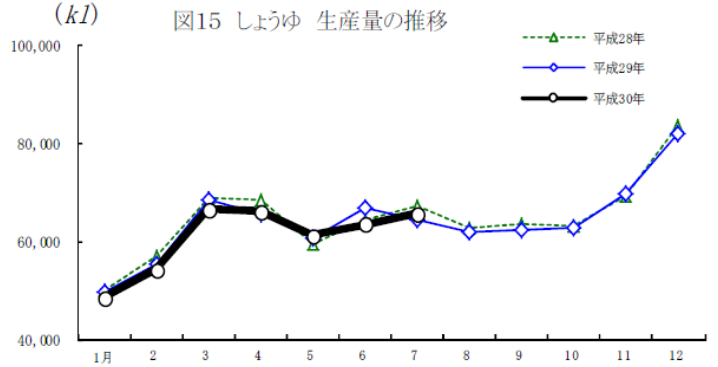
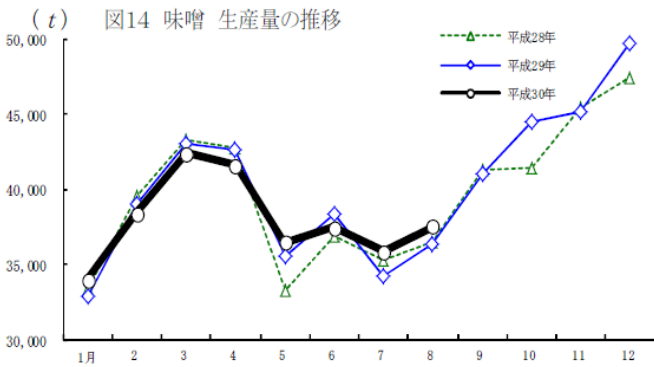
乳酸菌飲料類（非乳業）の8月の生産量は、対前年同月比▲3.7%とやや減少した。これは、乳酸菌飲料はかなり大きく減少し、乳製品乳酸菌飲料がわずかに減少したことによる。



【調味料】

味噌の8月の生産量は、対前年同月比3.0%とやや増加した。これは、豆みそは減少したものの、米みそ、麦みそ及び調合みそが増加したことによる。

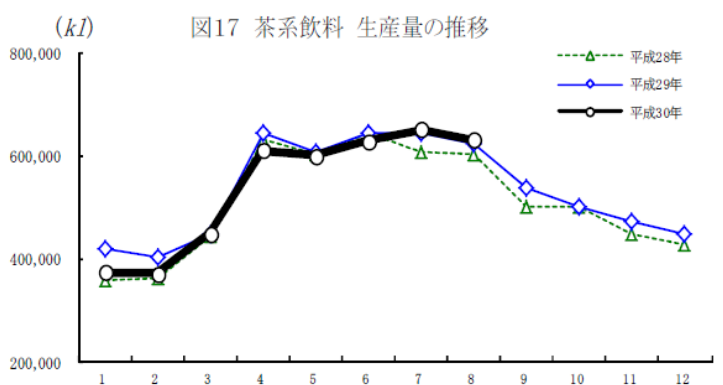
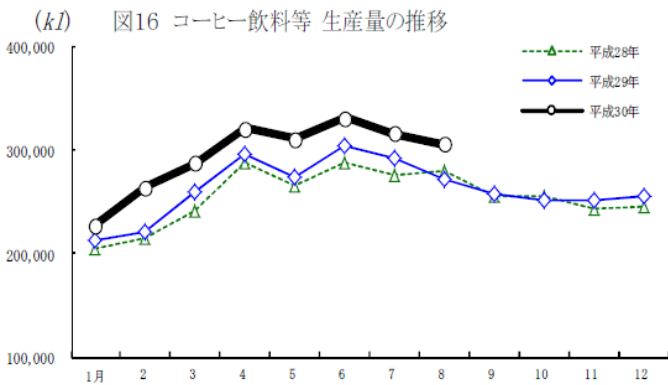
しょうゆの7月の生産量は、対前年同月比2.0%とわずかに増加した。



【コーヒー・茶系飲料】

コーヒー飲料等の8月の生産量は、対前年同月比12.6%とかなり大きく増加した。

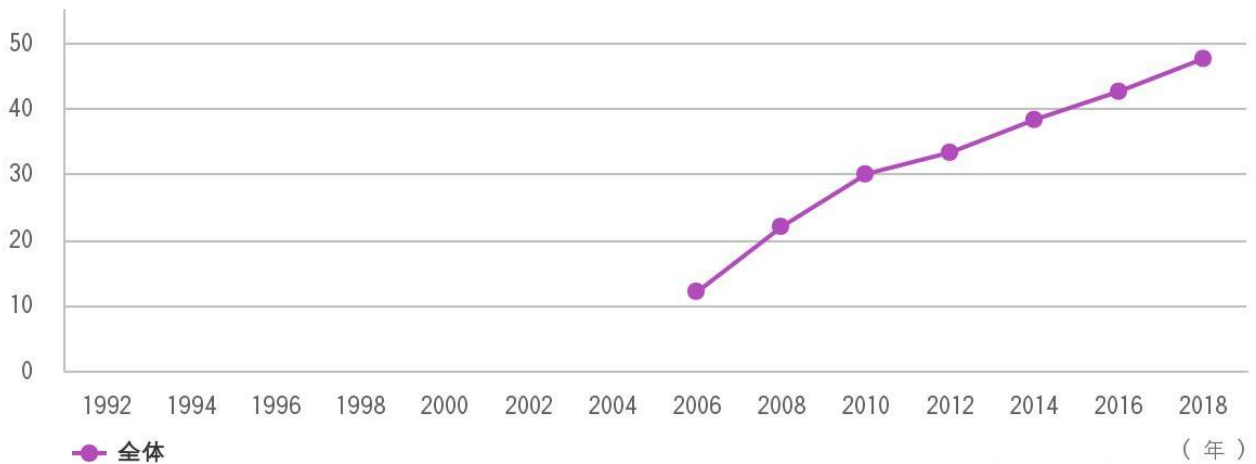
茶系飲料の8月の生産量も、対前年同月比1.4%とわずかに増加した。これは、紅茶飲料、ウーロン茶飲料及びその他茶系飲料は減少したものの、緑茶飲料及び麦茶飲料が増加したことによる。



(以上、一般社団法人食品需給研究センター「食品製造業の生産動向」H30.10.10)

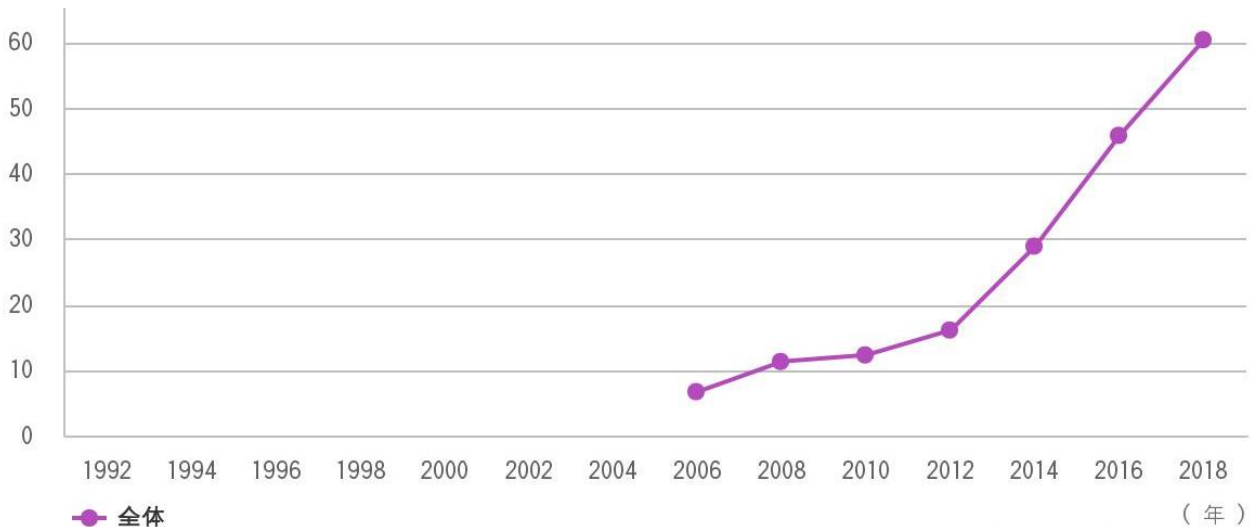
### ③小売業

#### 【電子マネーの利用率】



「日常的に電子マネーを使っている」と答えた人の割合は前回より約 5 ポイント上昇し、2018 年は 47.6%となりました。年代別に見ると、20 代が 57.1%で全体より約 10 ポイント高く、逆に 60 代は、全体より約 14 ポイント低い 33.8%となりました。

#### 【ネット通販のスマホ使用率】

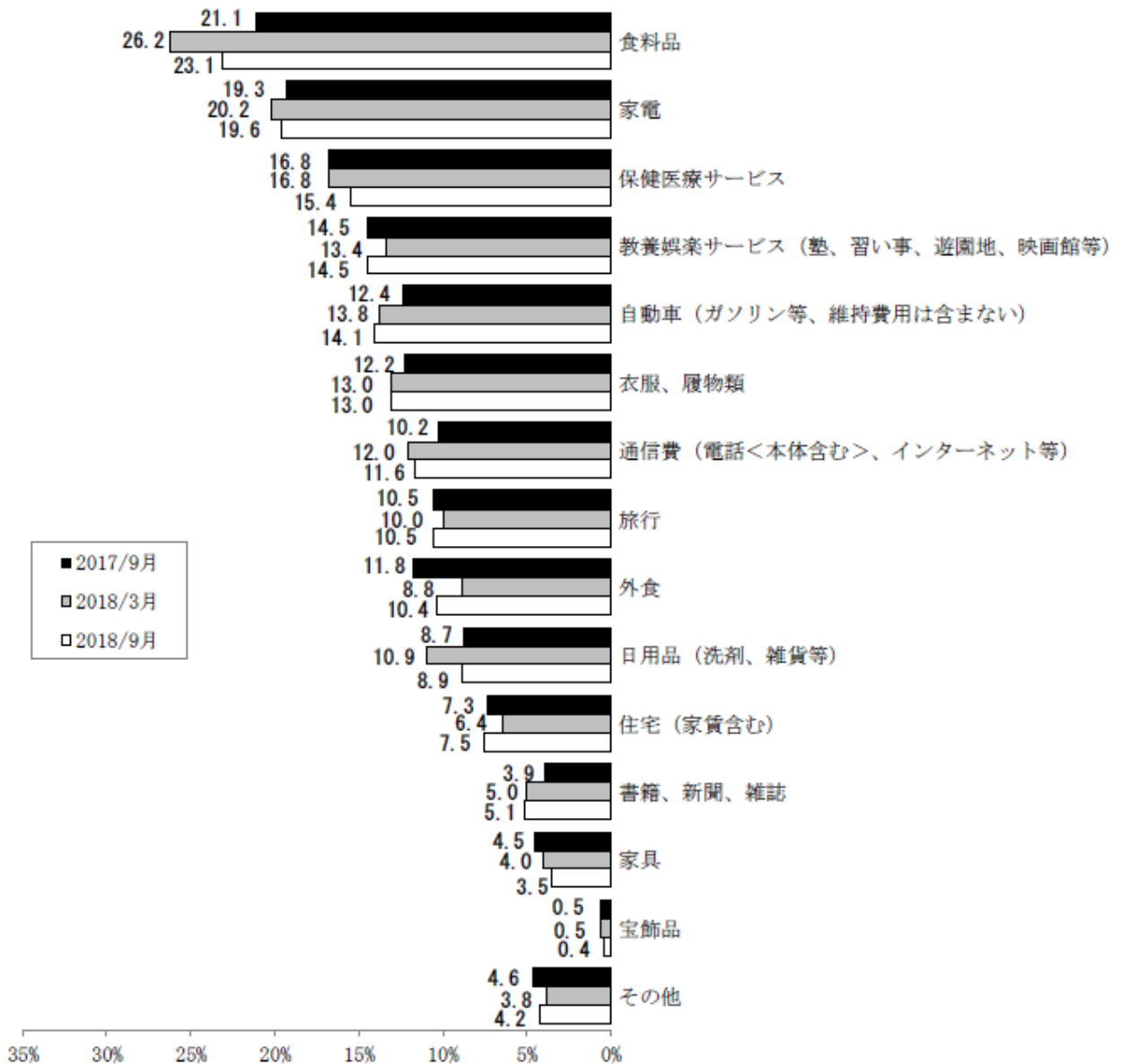


「ネットショッピングを主にどの機器で利用していますか？ [利用者のみ]」という質問に「携帯電話・スマホ」と答えた人の割合は前回より 14 ポイント以上の大幅上昇となり、2018 年は 60.4%となりました。男女差については、女性の方が約 17 ポイント高い結果となりました。地域差については、阪神圏の方が約 3 ポイント高い結果となりました。年代別に見ると、20 代が 76.9%で全体より約 17 ポイント高く、逆に 60 代は、全体より約 38 ポイント低い 22.8%となりました。

(以上、株式会社博報堂「生活定点 1992-2018」)

【消費者の動き】

「1年前と比べて支出金額を増やしたもの」という設問に対して、「食料品」、「家電」、「保健医療サービス」が上位にあがりました。「衣類」や「日用品」は減少傾向にあり、小売業にとって厳しい回答が続く一方で、上位項目と比べて回答率が高くは無いものの、「教養娯楽サービス」、「外出」は回答率が上昇傾向にあり、サービス業の景況感の回復と比例する結果として読み取ることができます。



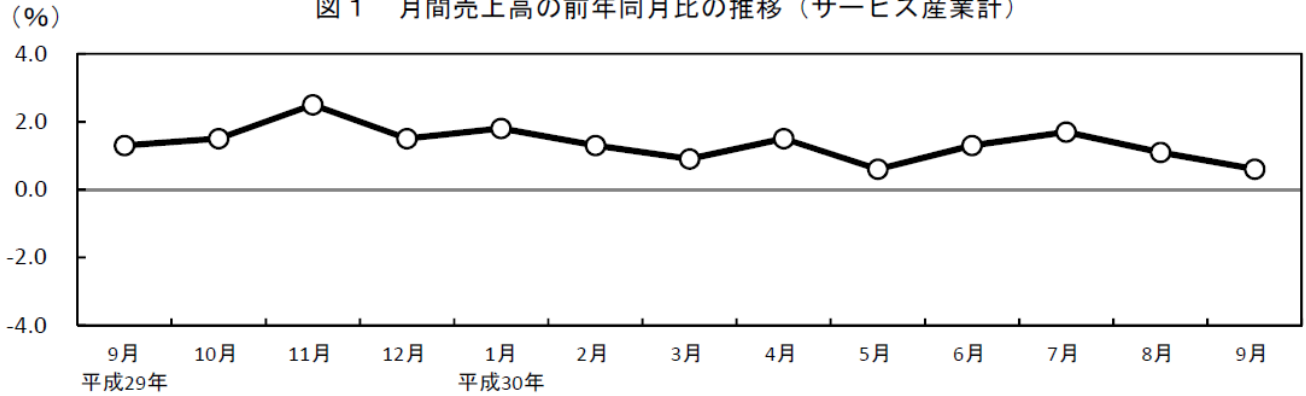
(日本銀行「生活意識に関するアンケート調査」H30.10.5)

#### ④サービス業

##### 【サービス産業の売上高】

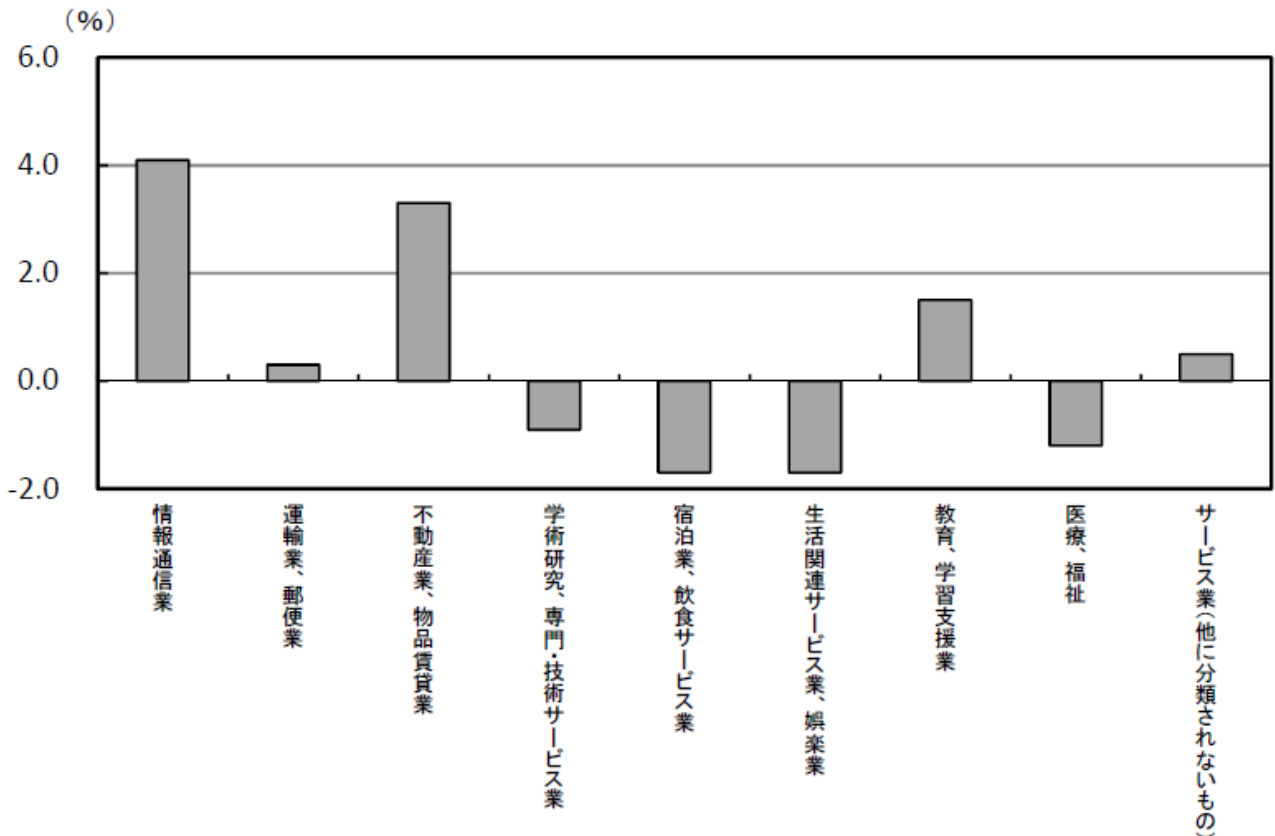
平成30年9月のサービス産業全体の売上は32.4兆円、前年同月比0.6%の増加となりました。以下のグラフで見ると、伸び率としては横ばいから若干の減少傾向と読み取れますが、安定して前年同月比から伸びていることがわかります。

図1 月間売上高の前年同月比の推移（サービス産業計）



以下は産業大分類別の売上状況の推移を表しています。サービス産業全体として成長を続けてはいますが、主として「情報通信業」「不動産業、物品賃貸業」がサービス産業の成長をけん引する状況にあります。

図2 月間売上高の前年同月比—産業大分類別（平成30年9月）

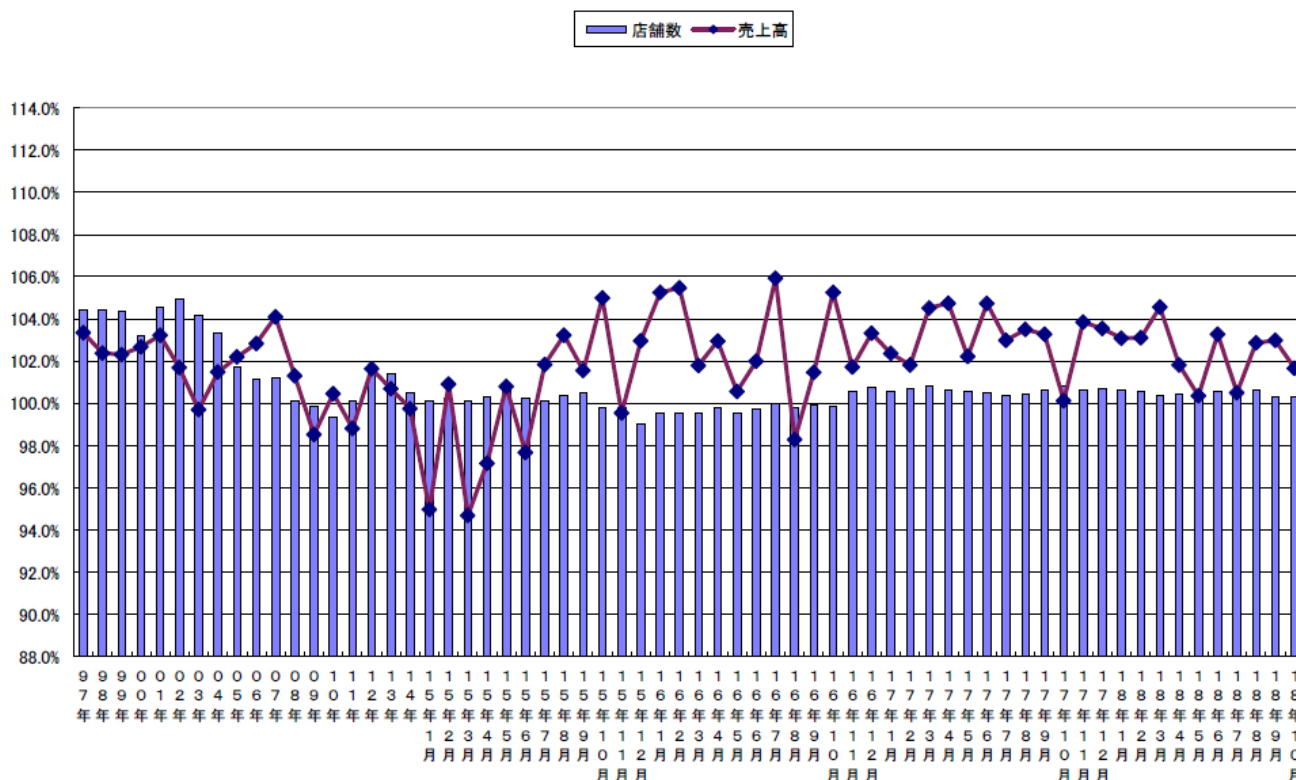


(以上、総務省「サービス産業動向調査」H30.11.30)

## ■外食市場 平成 30 年 10 月の動向【概ね安定した天候で、で売上は前年を上回る】

10 月は、日曜日が 1 日少ない曜日回りであったが、比較的天候に恵まれたことや、2 週続けて週末に台風の上陸・接近があった前年と比べ、客数は堅調に推移し、売上は 101.7%と 26 ヶ月連続して前年を上回った。

売上高と店舗数の伸び率推移



### ○ファミリーレストラン業態

全体売上は 100.7%と前年を上回った。業種別では、「洋風」「和風」とともに、期間限定メニューなどの支持で客単価の上昇傾向は続いているものの、客数の減少も続いており、売上はそれぞれ 100.3%、99.8%となった。「中華」は、引き続きキャンペーン効果や価格据え置きなどで客数堅調、売上は 102.7%。「焼き肉」の売上は 23 ヶ月連続して売上増加だが、休日が少ない曜日回りの影響もあり、伸び幅は縮小した。

### ○喫茶業態

比較的安定した天候により冷たいドリンクも売れ行き好調のほか、お得な会員制プリペイドカードの発行数増大などで、売上は 104.4%となった。

(以上、一般社団法人日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査」H30.11.26)