

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。

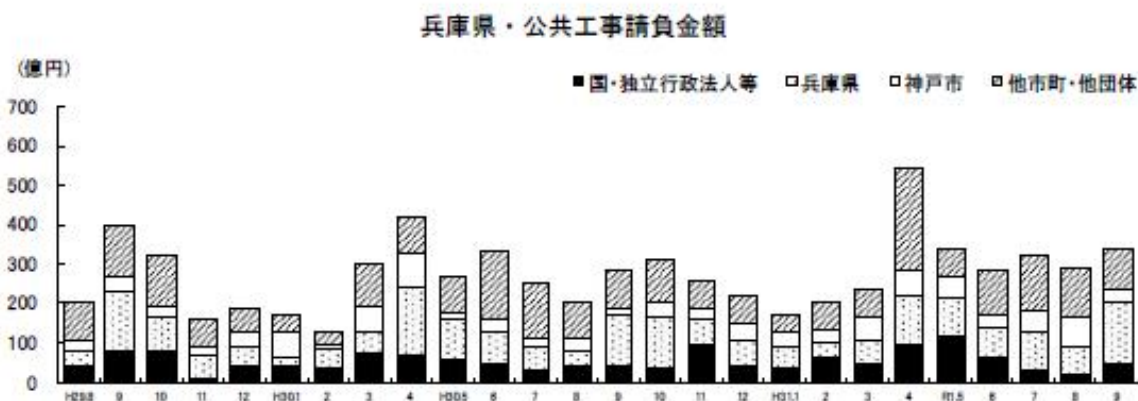
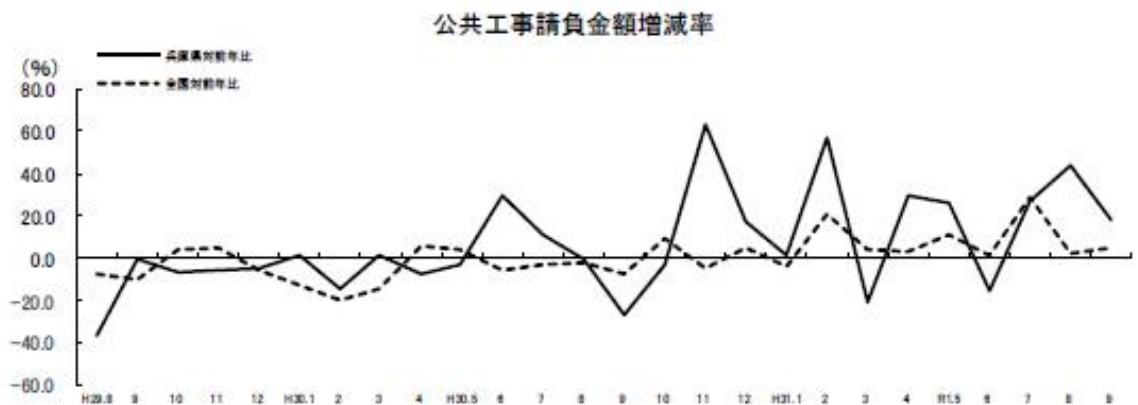
○本調査書作成の方法

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

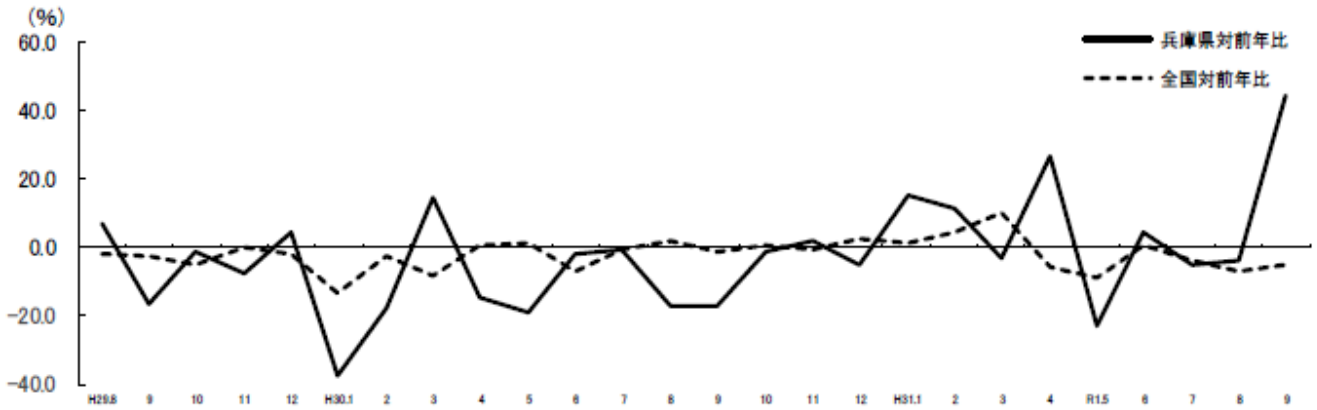
【公共工事】



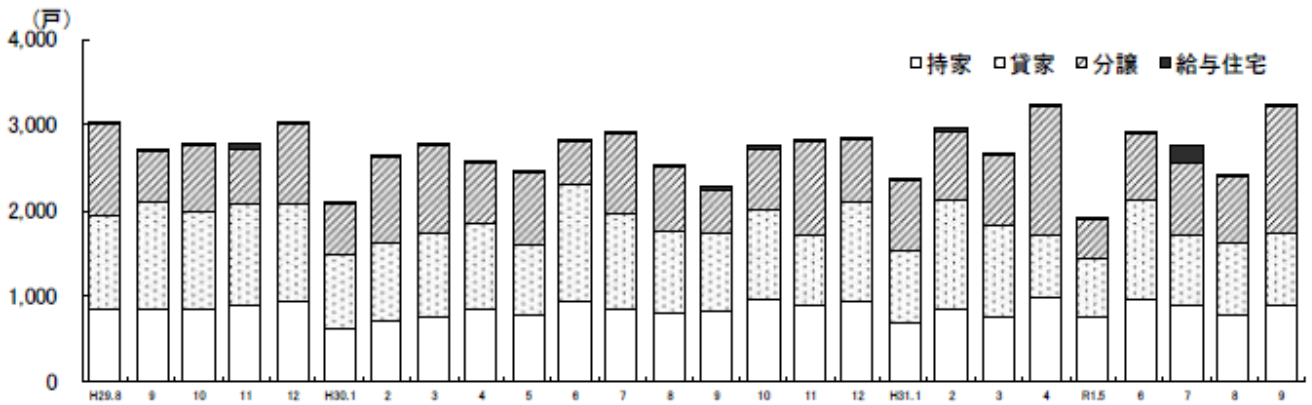
公共工事請負金額は、7月、8月と前年比で20%以上増加しており、9月においても17.6%増加している。4月以降については、6月のみ前年比マイナスとなっております。

【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



新設住宅着工戸数の近年の推移を見ると、消費税増税の関係もあり、4月以降から9月にかけて、分譲住宅の着工戸数が大幅に増えておりますが、持家に関しては、横這いとなっております。

(以上、兵庫県「兵庫県の経済・雇用情勢」R1.11.22)

②製造業

【食料品製造業①】

食料品は消費増税後の買い控えの影響を受けることから、現在の景況感はやや悪い。先行きは回復に向かうとみている。

雇用については、新製品の出荷が好調なことに加え、働き方改革の推進により勤務時間の短縮を進めていることから人手不足傾向にあり、新卒、中途を問わず積極的な採用活動に努めていく。

【食料品製造業②】

暑さが続き主力商品の売れ行きが低調で景況感はさほど良くないが、これから繁忙期に入るため、先行きの景況感が良い。繁忙期は従業員の残業・休日出勤、増設製造ラインのフル活用により、量産や新製品の製造に対応する。

来週卒業予定の高校生5名の採用が内定しており、当初計画どおりの人材が確保できた。

【電気機械器具製造業】

電機制御機器を主力商品とし、工場プラント関係等の設備投資の動向に大きく依存しているが、国内の機械受注が減少する中、今期の売上は前期比で減少しており、景気の先行きも不透明で不安を感じている。

電気関係の設計技術者が不足し、受注機会を逃すケースが生じている。また、来春の新卒採用を計画しているが、まだ内定者を得る事ができず苦慮している。

【金属製品製造業】

11月に期末セールが始まるため、10月-12月の売上高・利益の見通しは7-9月対比30%程度増加の見通しである。

主材料の在庫は約3か月保有しているが、材料の加工工場が千葉県台風被災地にあることから、今後納品への影響を懸念している。

働き方改革の推進に向け、健康経営の実践、非喫煙手当の支給、有給休暇の取得促進に積極的に取り組んでいる。

【宿泊業】

ゴールデンウィーク以降、昨年比で客数が伸びず景況感は悪い。予約の状況を見る限り、カニシーズンの客数も伸び悩みが続くと思われることから、地域の観光協会と連携してシーズン中の誘客を促す取り組みを行っていく。

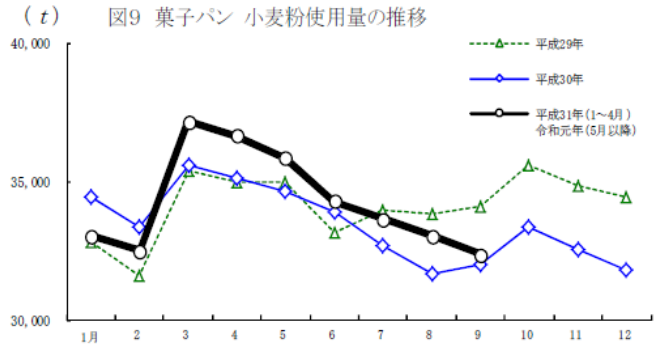
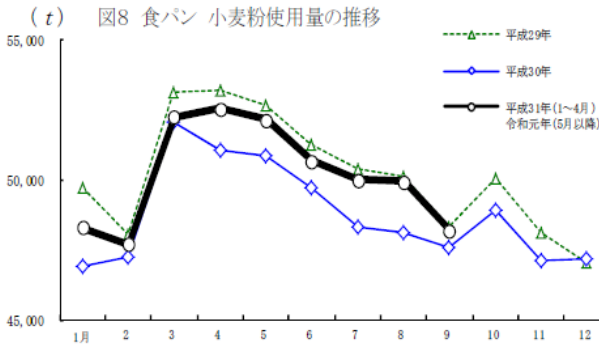
特に客室スタッフが不足しており、ピーク時以外の休館日を設けるなど、現状の人員で対応できる営業を行っている。

(以上、兵庫県「兵庫県の経済・雇用情勢」R1.11.12)

【食パン、菓子パン 小麦粉使用量の推移】

食パンの9月の小麦粉使用量は、対前年同月比1.3%とわずかに増加した。

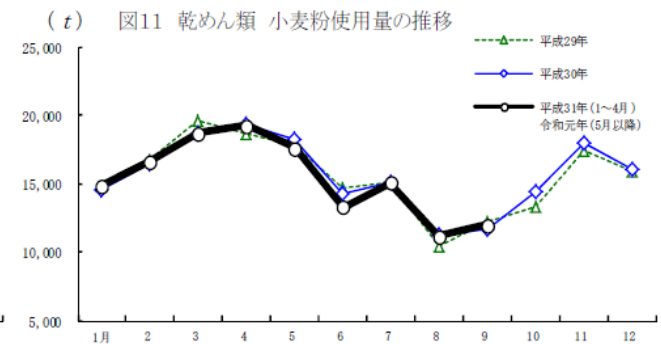
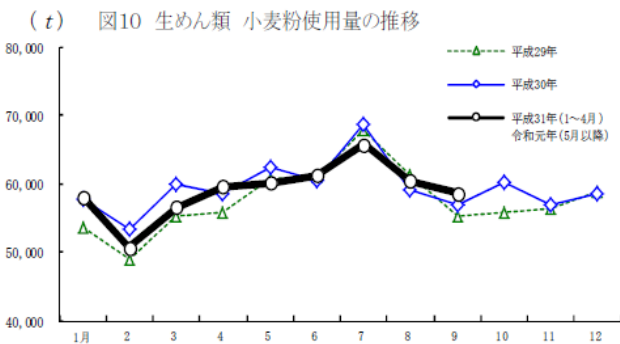
菓子パンの9月の小麦粉使用量も、対前年同月比1.1%とわずかに増加した。



【生めん類、乾めん類 小麦粉使用量の推移】

生めん類の9月の小麦粉使用量は、対前年同月比2.8%とわずかに増加した。これは、うどん(生めん)及び中華めん(ゆでめん、蒸しめん、餃子等皮類)及び日本そば(生めん、ゆでめん)が増加したことによる。

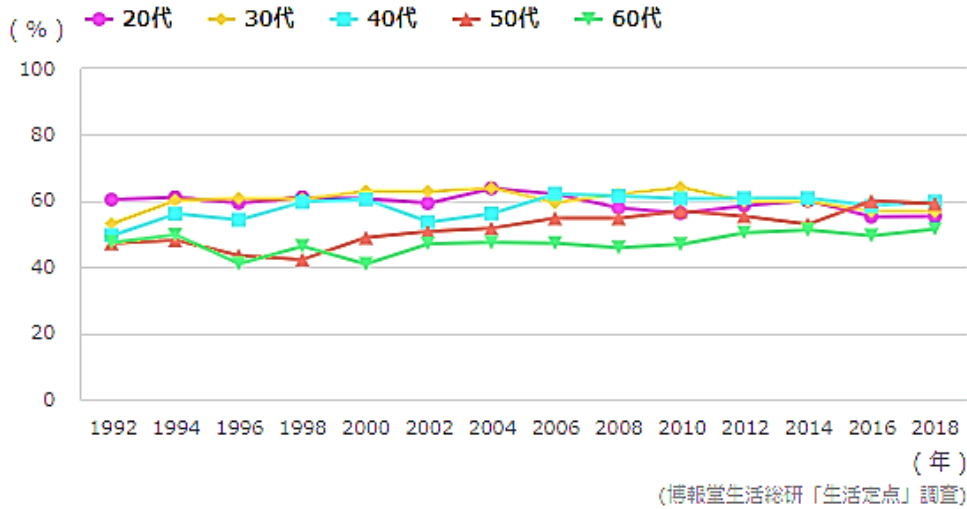
乾めん類の9月の小麦粉使用量は、対前年同月比1.9%とわずかに増加した。これは、うどん、ひらめん及び手延素麺類(うどん、ひやむぎ、そうめん)は減少したものの、ひやむぎ、そうめん、干し中華及び日本そばが増加したことによる。



(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」R1. 11. 11)

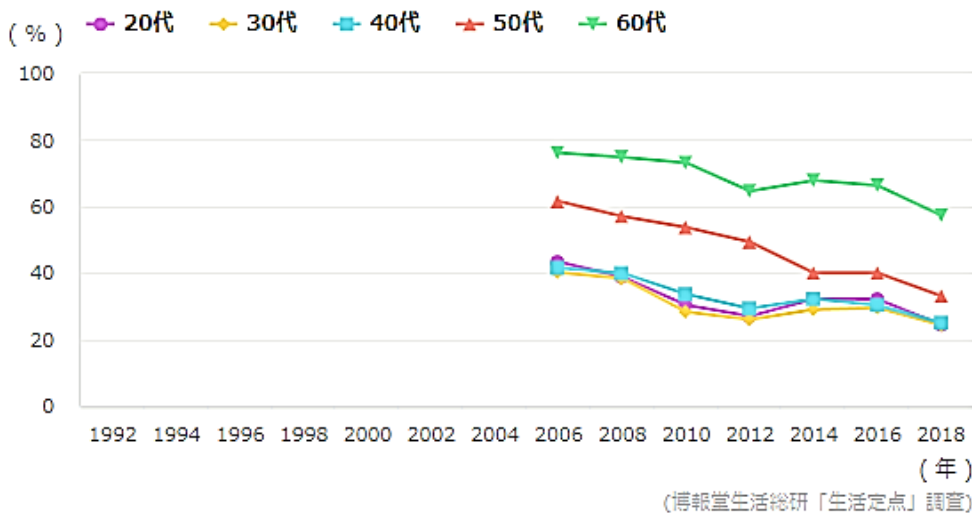
③小売業

【買う前に値段を比較する】



「消費について、あなたにあてはまるものを教えてください。」という質問に「買う前に値段をよく比較する」と答えた人の割合は前回からほぼ変化がなく、2018年は56.8%となりました。年代別に見ると、60代が51.5%で全体より約5ポイント低く、逆に40代は、全体より約3ポイント高い59.8%となりました。

【ネットショッピングを利用したいと思わない】

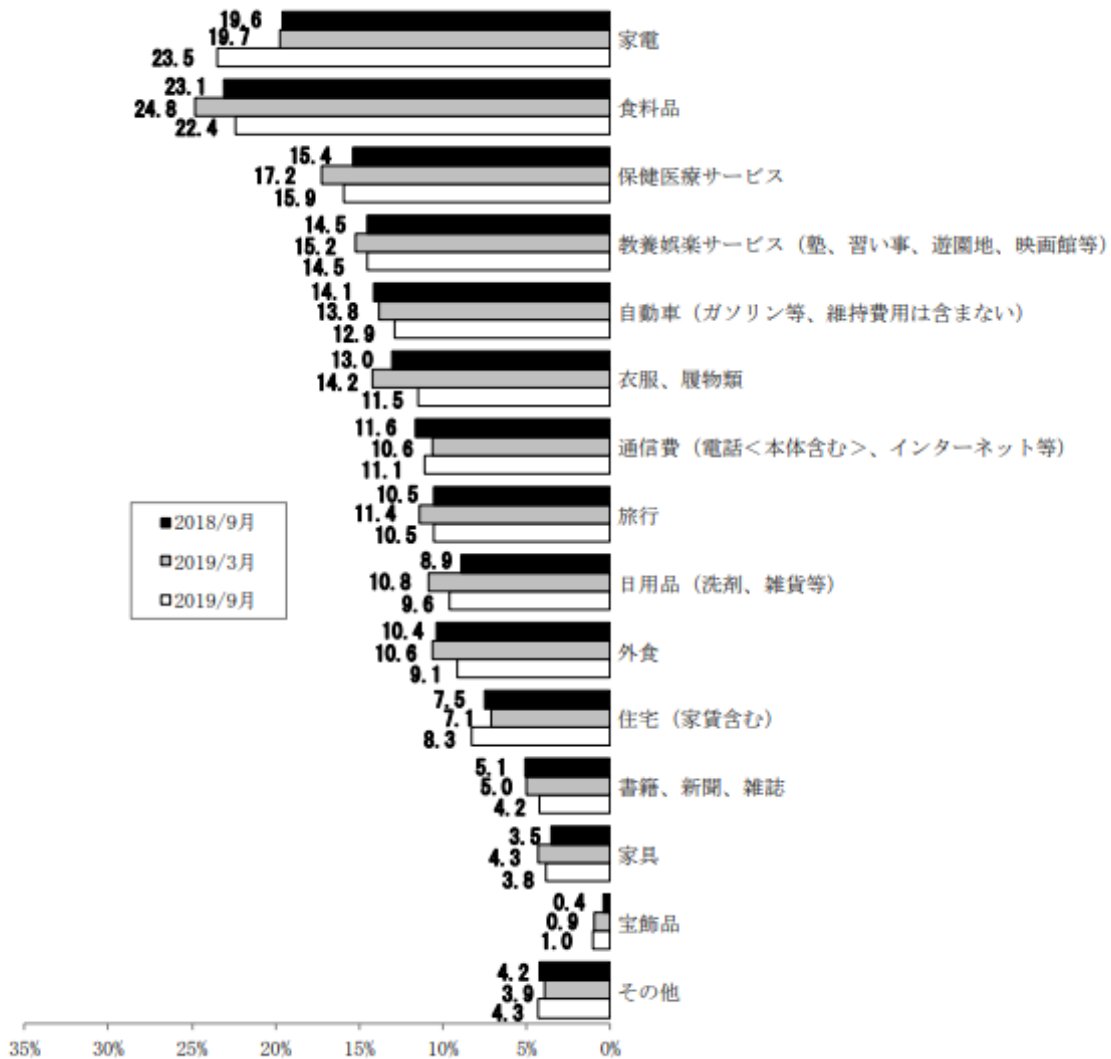


「今後、ネットショッピングを利用したいと思いませんか？」という質問に「利用したいと思わない」と答えた人の割合は前回より約7ポイント下降し、2018年は32.7%となりました。年代別に見ると、60代が57.5%で全体より約25ポイント高く、逆に30代は、全体より約8ポイント低い24.5%となりました。

(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、「家電」という回答が一番多く、続いて「食料品」、「保健医療サービス」の回答が多かった。「家電」が多かったのは、消費増税前による駆け込み需要が要因であったと考えられる。また、「衣類」、「外食」については減少傾向となっている。また、「自動車」については、3回連続減少となっている。



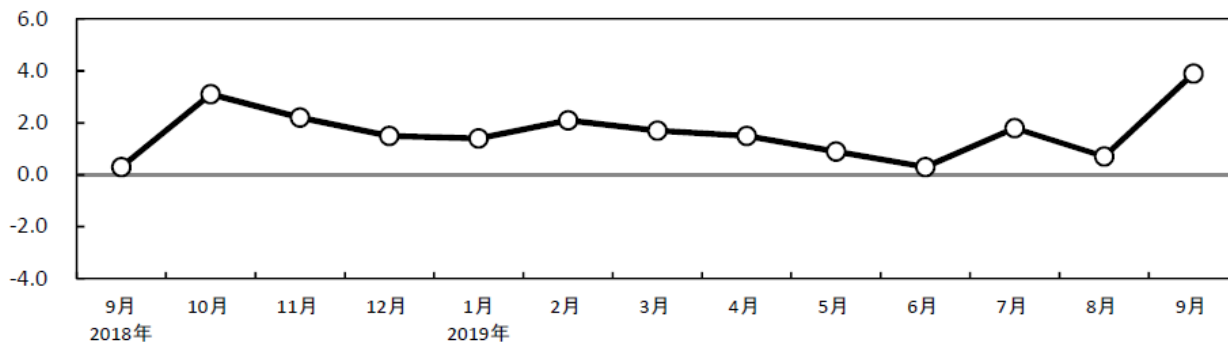
(日本銀行「生活意識に関するアンケート調査」R1.10.11)

④サービス業

【サービス産業の売上高】

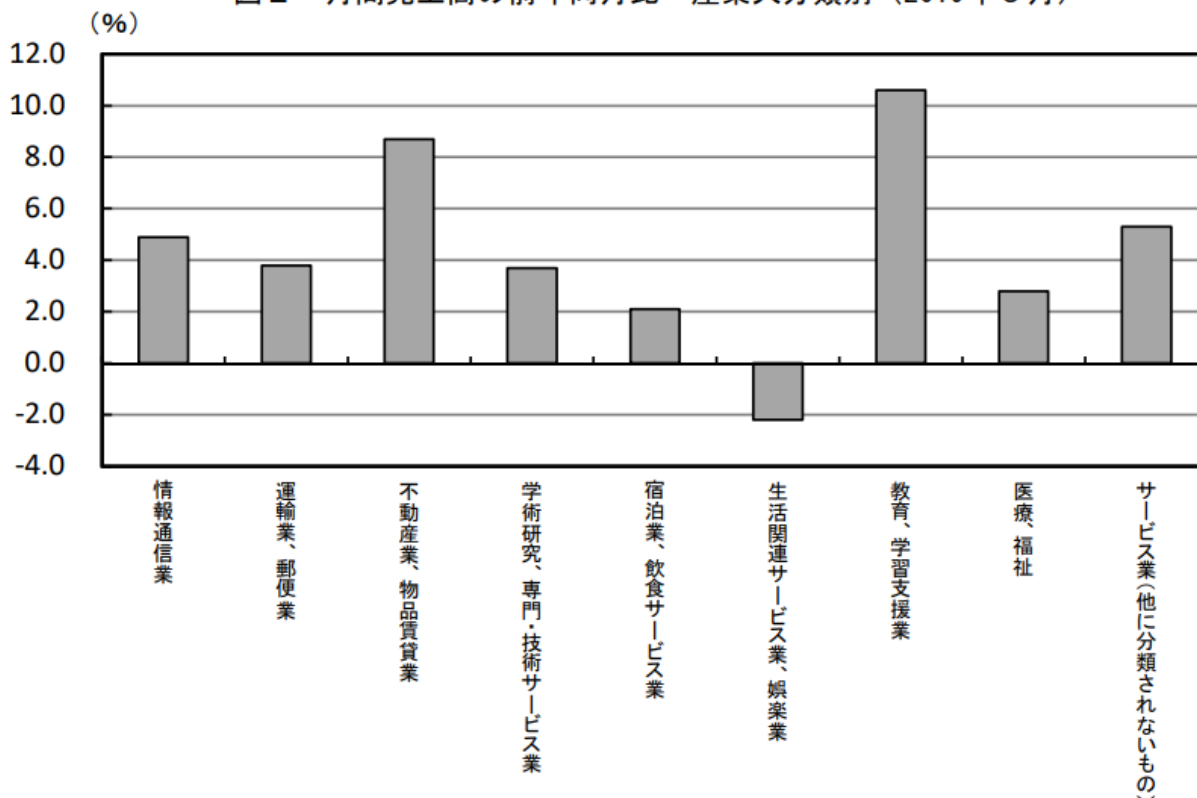
2019年9月のサービス産業全体の売上は33.3兆円、前年同月比3.9%の増加となりました。以下のグラフで見ると、伸び率としては横ばいから若干の増加傾向と読み取れます。

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「不動産業、物品賃貸業」、「教育、学習支援業」がサービス産業の成長をけん引する状況にあります。

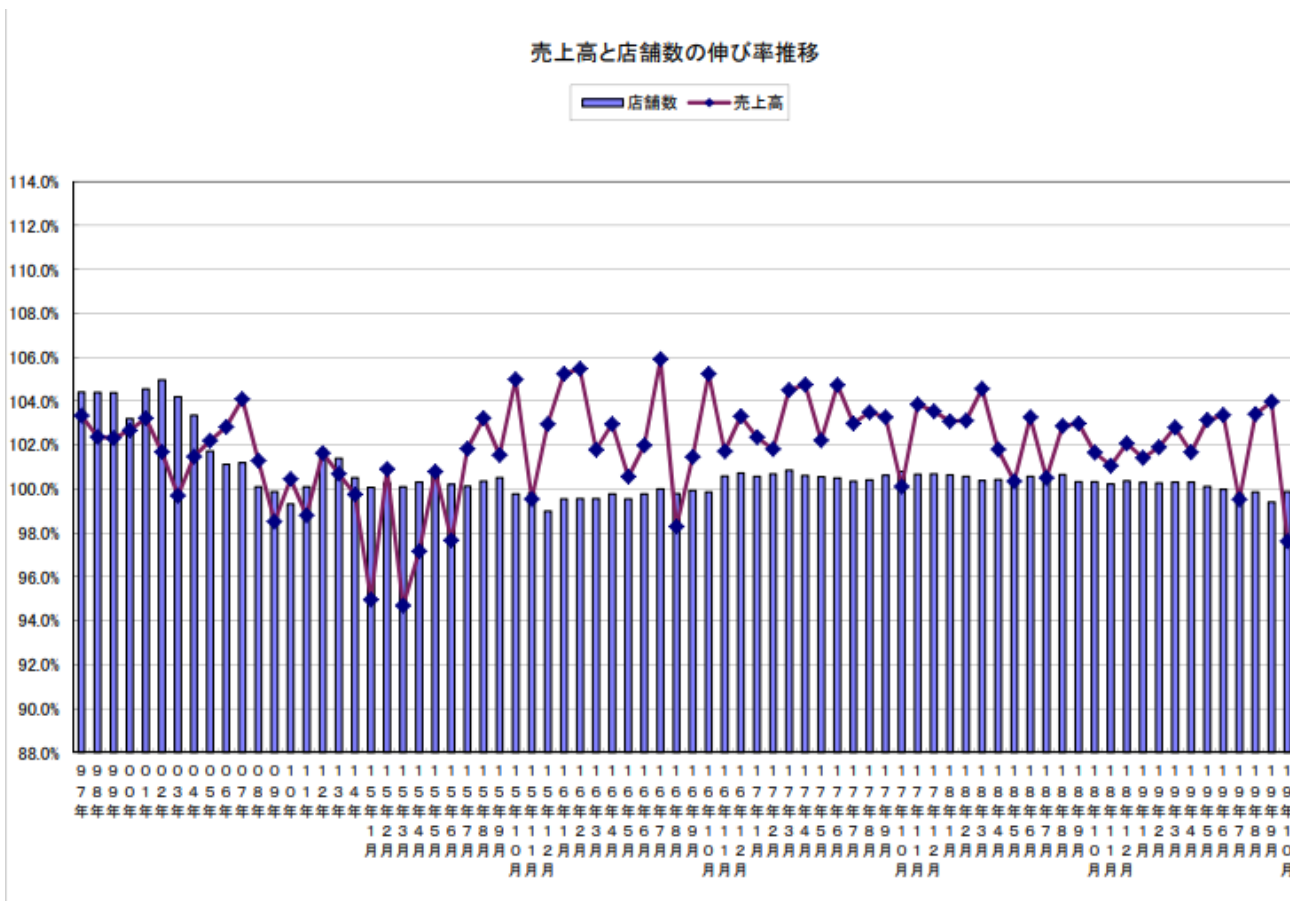
図2 月間売上高の前年同月比—産業大分類別（2019年9月）



(以上、総務省「サービス産業動向調査」R1.11.29)

■外食市場 令和元年 10月の動向【台風が連休を直撃、売上は前年を下回る】

10月は、東日本に大きな被害をもたらした台風19号が連休を直撃し、関東地方の多くの店が休業・営業時間短縮を余儀なくされ、すべての業態で客数が前年を下回った。10月は消費増税が始まり、一部では店内飲食と持ち帰りの税込価格を統一するなど各社対応に追われた。レストランや居酒屋など店内飲食中心の業態では、月前半を中心に、客足にマイナスの影響がみられたところもあった。売り上げはFF以外の業態で前年を下回り、全体の売上は97.6%となった。



○ファミリーレストラン業態

台風の影響はあっても「洋風」「和風」は堅調に推移したとこで、全体売上は100.6%と前年を上回った。軽減税率導入の影響でテイクアウト比率が上がる場所もあった。

「洋風」は、期間限定商品の好評もあり、売上は102.2%。「麺類」は、増税対策のクーポン配布が奏功したところもあったが、台風で被災しての店舗の長期休業を余儀なくされたところもあり、売上95.7%。「持ち帰り米飯・回転寿司」は、コンビニとの競合が強まった持ち帰り米飯もあり、売上97.5%。「その他」は、「アイスクリーム」が昨年の携帯会社とのコラボレーションの反動で客数が大幅に減少し、売上は85.4%となった。

○喫茶業態

月前半は比較的堅調だったものの、台風以降に客足が鈍り、売上は97.7%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」R1.11.25)