



# 地域経済動向調査 平成30年2月

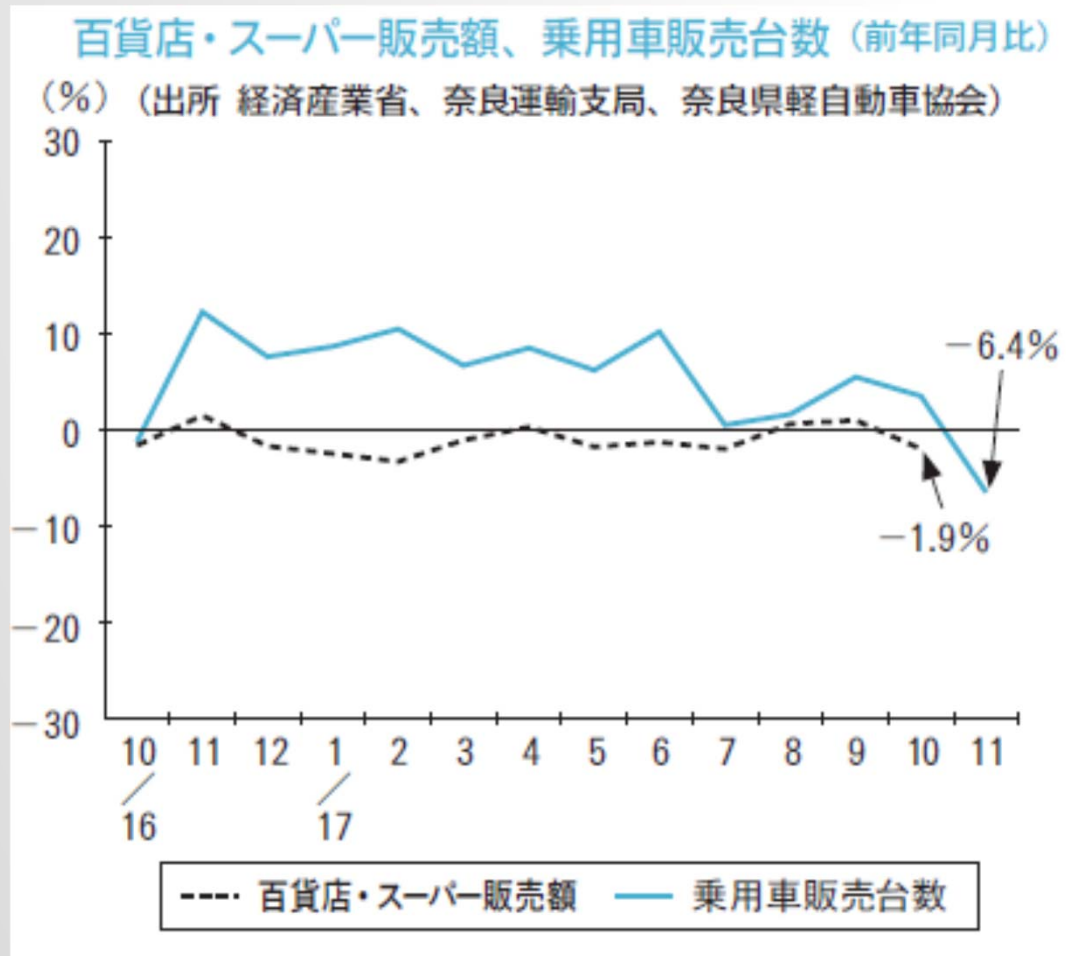
黒滝村商工会  
下市町商工会  
天川村商工会

# 目次

1. 奈良県のCI、一致指数	3
2. 個人消費：百貨店・スーパー販売額・乗用車販売台数	4
3. 生産：住宅着工	5
3. 生産：生産	6
3. 生産：設備投資	7
4. 雇用：雇用情勢	8－9
5. 景気：倒産	10
6. 景気：観光	11
7. 2月の特集：2017年暮らし向き調査	12－18



## 2. 個人消費：百貨店・スーパー販売額・乗用車販売台数（南都 経済研究所、経済産業省等）

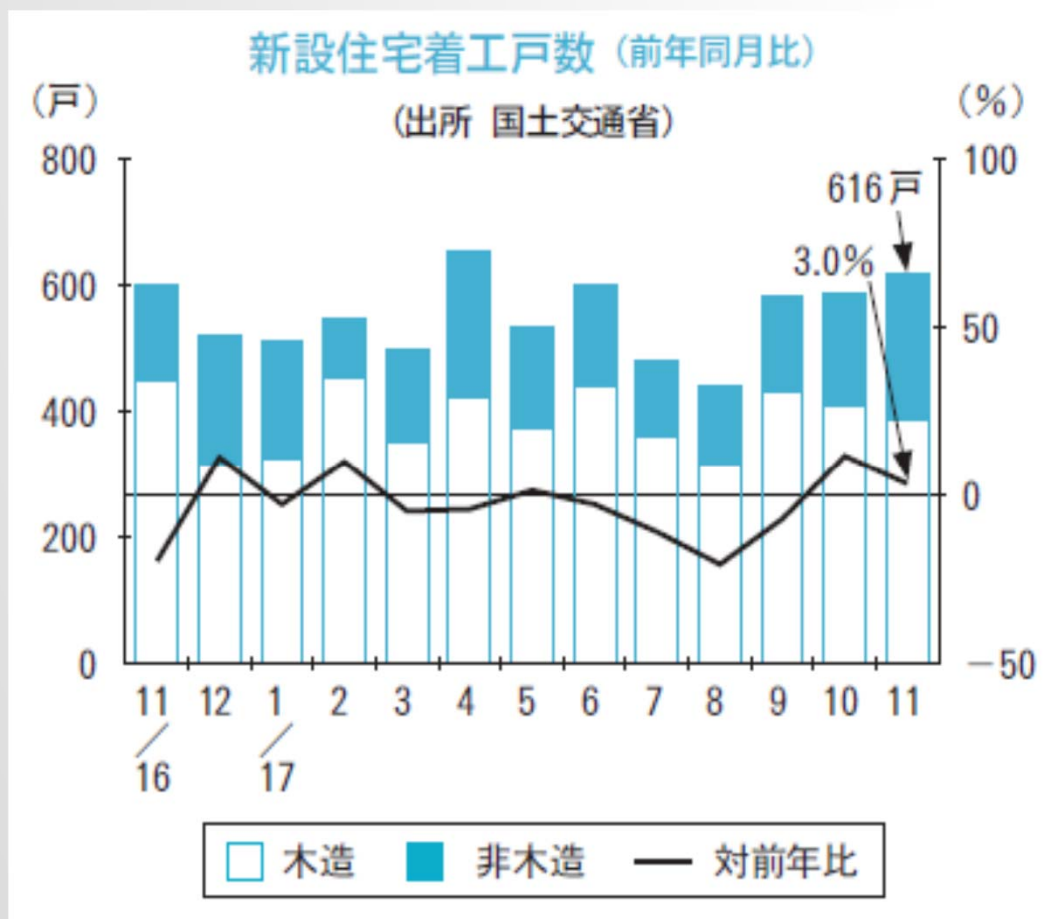


①11月の百貨店・スーパー販売額は、0.1%減の186億円で、2カ月連続の減少。但し、既存店ベースでは1.5%増と2カ月ぶりに増加した。

②内容的には衣料品は5.1%減と大幅に減少した一方で、飲食料品が0.4%増となった。

③12月の乗用車販売台数は、1.2%増の3,450台で2カ月ぶりに増加した。軽乗用車も、0.8%増の1,187台と4カ月連続の増加となった。

### 3. 生産：住宅着工 (南都経済研究所)

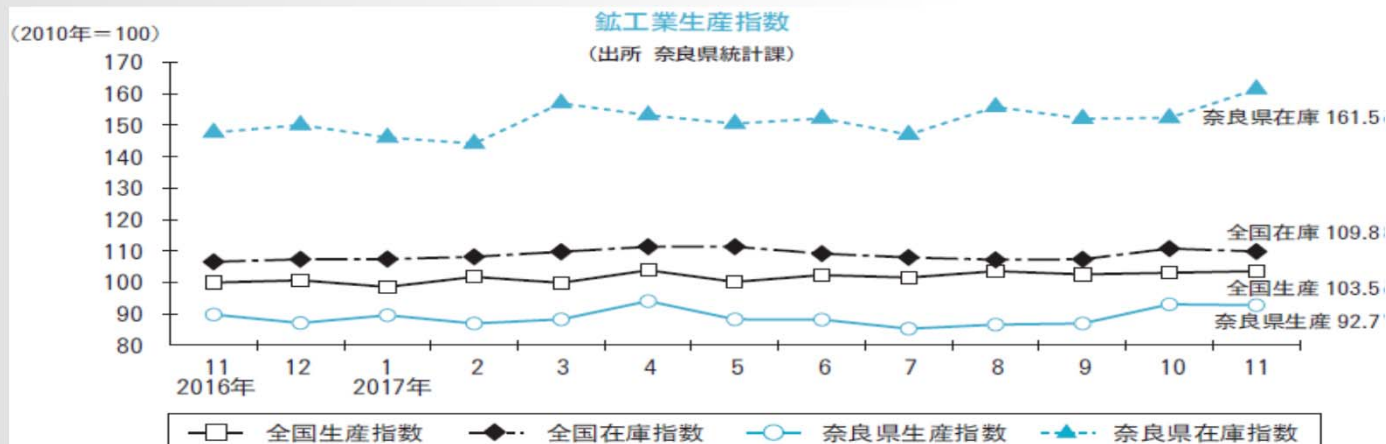


11月の新設住宅着工数は、616戸と3.0%増加し、全体として2カ月連続の増加となっている。

具体的には持家は2.8%増の256戸と2カ月連続の増加、貸家は35.7%減の135戸と3カ月ぶりの減少、分譲住宅は60.4%増の223戸と2カ月連続の増加なった。

分譲住宅が大幅に増加したことが、全体の増加につながったと言える。

### 3. 生産：生産 (南都経済研究所、奈良県知事公室統計課)



奈良県鉱工業生産指数、在庫指数の業種別の動き（11月）

(注) 生産系列の総合指数（季節調整済指数）で上昇・低下に寄与した業種の順番で掲載している。前月比、前年同月比は（%）

業種名	生産		在庫	
	季節調整済指数		季節調整済指数	
	前月比	指数	前月比	指数
その他製品	30.2	117.8	x	x
金属製品	7.7	107.3	▲4.5	104.6
印刷業	4.8	147.5	—	—
食料品・たばこ	1.1	98.0	3.9	117.9
パルプ・紙・紙加工品	3.9	123.9	4.4	231.9
ゴム製品	5.5	77.0	0.3	108.2
輸送機械	1.1	113.3	—	—
木材・木製品	4.9	95.7	▲1.7	123.5
窯業・土石製品	3.8	80.2	▲1.7	29.5
鉄鋼業	3.2	94.7	2.5	139.6
皮革製品	8.9	57.3	▲0.7	106.8
非鉄金属	1.3	79.8	0.8	91.8
化学工業	▲11.7	129.2	8.0	136.5
一般機械	▲1.7	138.2	15.7	208.6
電気機械	▲52.0	2.4	▲32.4	4.8
プラスチック製品	▲4.4	82.2	9.8	96.1
繊維工業	▲1.7	77.1	▲11.8	119.9

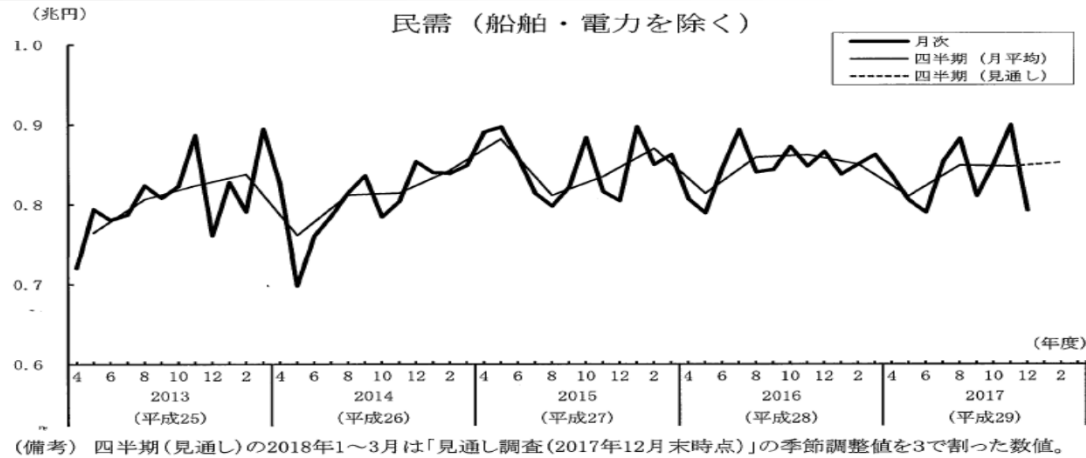
(注) x：対象企業が少ないため公表されていない。

①11月の鉱工業生産指数は、92.7と前月比0.3%減少し、4カ月ぶりの低下となった。なお、2010年を100としている。

②在庫指数は、161.5と前月比6.0%増加し、2カ月連続の上昇となった。在庫は減少したほうが、売れていることを示す。

③業種別に見てみると、木材・木製品は前月比4.9%増加している。その他上昇した業種は金属製品、印刷業等12業種に上り、減少は電気機械、化学工業等4業種であった。

### 3. 生産：設備投資 (内閣府)



対前月(期)比 (単位:%)

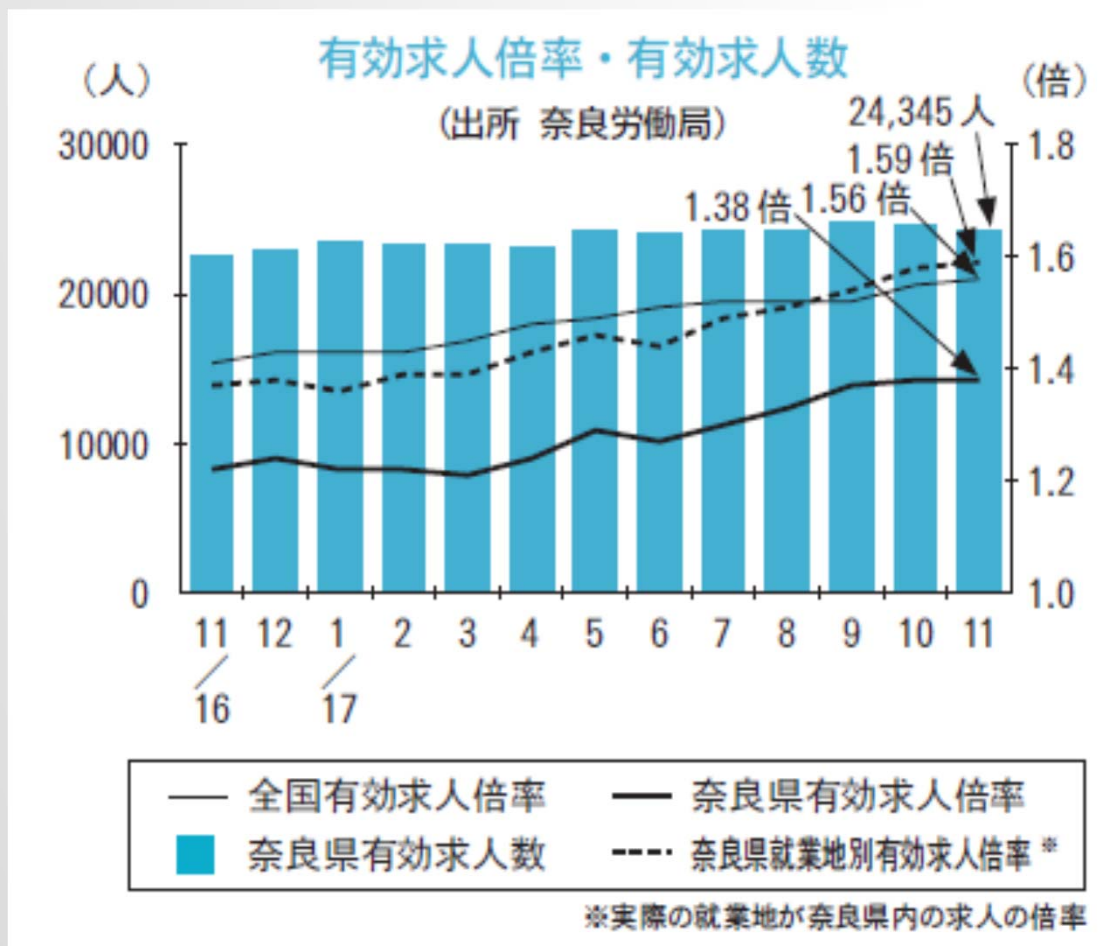
需要者	期・月	2017暦年	2017年			2018年	2017年			
		(平成29 暦年) (実績)	(平成29年) 4-6月 (実績)	7-9月 (実績)	10-12月 (実績)	(平成30年) 1-3月 (見通し)	(平成29年) 9月 (実績)	10月 (実績)	11月 (実績)	12月 (実績)
受注総額		3.4	1.7	7.3	3.3	△6.0	△10.2	5.6	11.8	△14.9
民需		△5.0	△0.9	7.9	4.0	△7.3	△2.9	3.3	10.4	△16.8
// (船舶・電力を除く)		△1.1	△4.7	4.7	△0.1	0.6	△8.1	5.0	5.7	△11.9
製造業		4.2	3.7	8.2	4.0	△5.7	△5.1	7.4	△0.2	△13.3
非製造業(除船・電)		△5.1	△9.9	1.6	△2.0	7.4	△11.1	1.1	9.8	△7.3
官公需		△6.7	△17.6	14.8	△6.3	4.8	△30.9	13.2	1.5	1.1
外需		17.1	9.6	9.2	0.1	△5.5	△9.8	4.9	4.9	△13.2
代理店		5.8	4.2	△1.0	△2.6	12.1	△4.9	△0.2	4.7	△5.9

(備考) 1. 季節調整値による。季節調整系列は個別に季節調整を行っているため、需要者別内訳の合計は全体の季節調整値とは一致しない。  
2. △印は減少を示す。  
3. 見通しは2017年12月末時点の調査。

- 機械受注総額の動向をみると、2017 (平成29) 年11月前月比11.8%増の後、12月は同14.9%減の2兆3,323億円となった。
- 需要者別にみると、民需は前月比16.8%減の9,750億円、官公需は同1.1%増の2,535億円、外需は同13.2%減の9,572億円、代理店は同5.9%減の1,179億円となった。
- 民間設備投資の先行指標である「船舶・電力を除く民需」の動向をみると、2017 (平成29) 年11月前月比5.7%増の後、12月は同11.9%減の7,926億円となった。このうち、製造業は同13.3%減の3,648億円、非製造業(除く船舶・電力)は同7.3%減の4,457億円となった。



## 4. 雇用：雇用情勢 (南都経済研究所、奈良労働局)



- ①11月の新規求人数は8,915人で、前年同月比3.7%増と2カ月ぶりに増加した。
- ②有効求人数は24,345人で前年同月比の4.7%増と、31カ月連続で増加している。
- ③一方で、新規求職者数は4,189人で前年同月比8.4%減となり、2カ月連続の減少となった。
- ④有効求職者数も17,673人で前年同月比7.1%減で、23カ月連続で減少となっている。

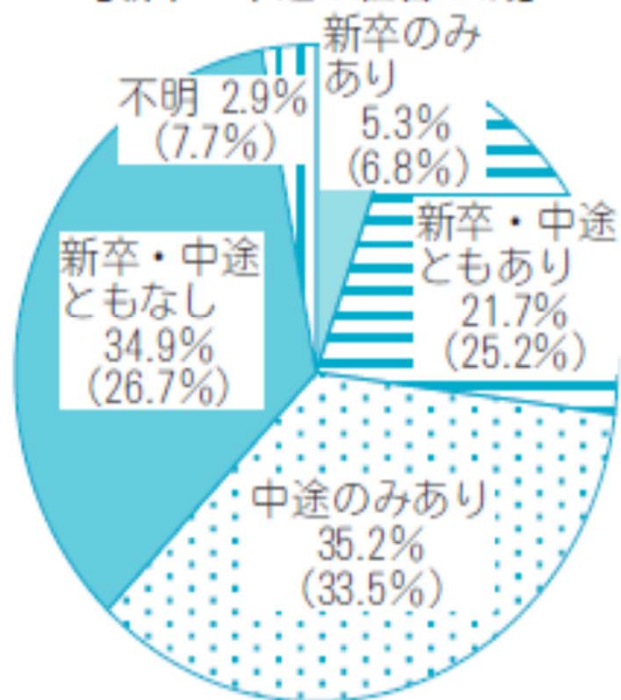
この結果奈良県の有効求人倍率は1.38倍となり、引き続き、採用環境は厳しく、採用は難しくなっている。



## 4. 雇用：雇用情勢 (南都経済研究所)

図表 2 2017年度・採用実績の有無

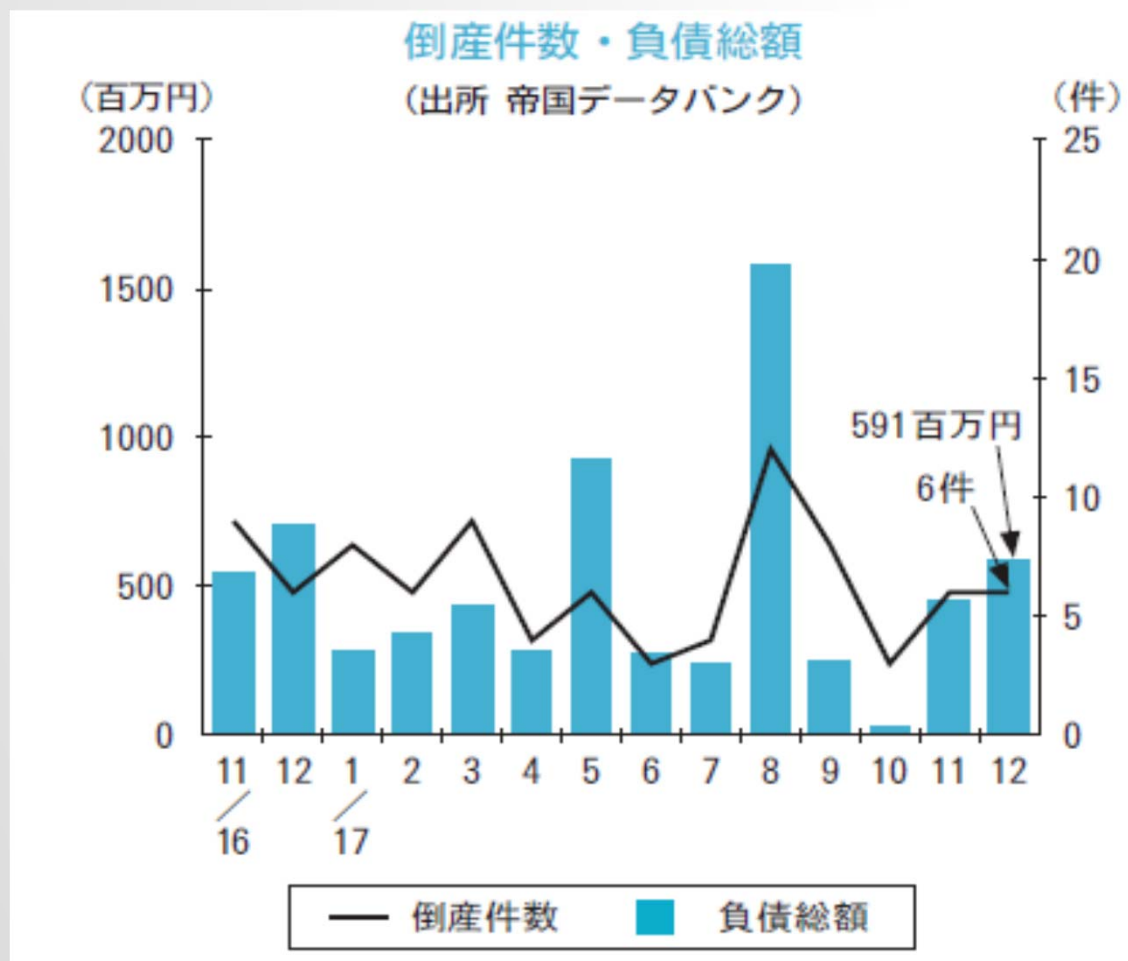
【新卒・中途の組合せ別】



カッコ内は前年度調査の値 (以下、同じ)

- ①奈良県で2017年の新卒採用を行った企業は27%で、2016年32%に比べて5%減少した。
- ②業種別では、製造業26.8%、非製造業27.1%でほぼ同じである。
- ③従業員数別では、50～99人で35.1%、100人以上で71.4%であり、やはり従業員が多い企業ほど採用する企業が多い。
- ④中途採用を実施した企業は56.9%で前年よりも1.9%低下した。
- ⑤新卒・中途ともなしの企業が34.9%と前年より8.2%も増えた。

## 5. 景気：倒産 (南都経済研究所、帝国データバンク)



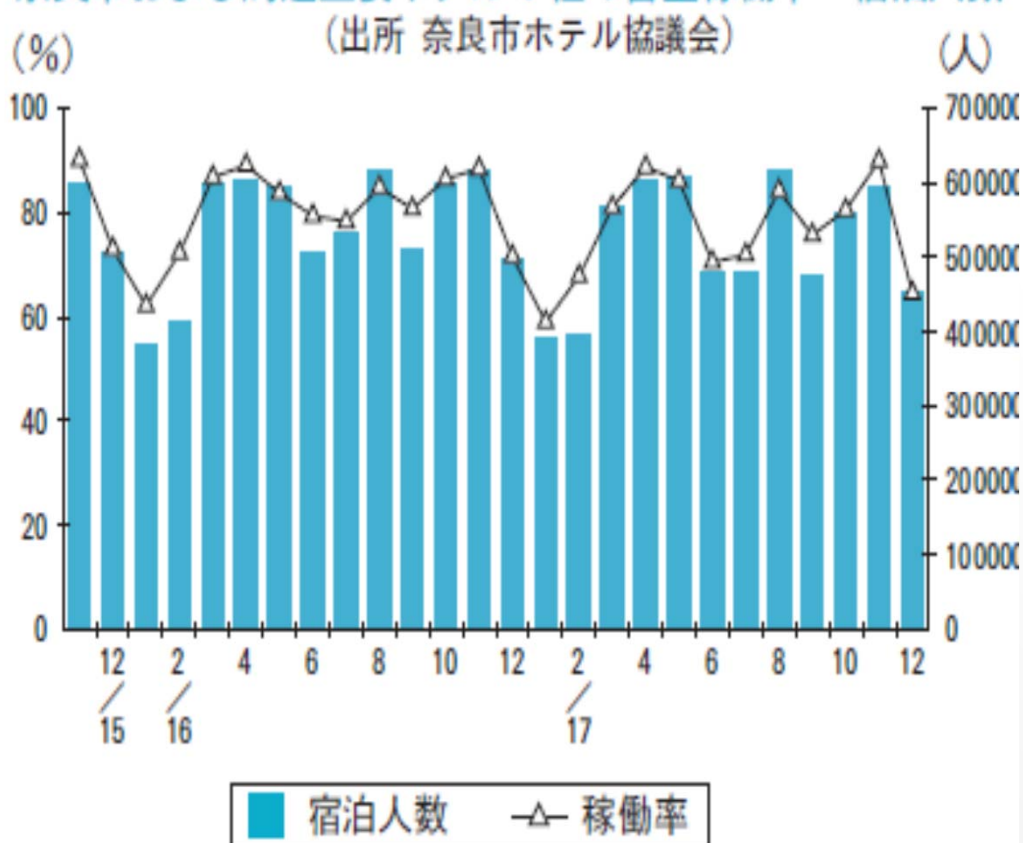
①12月の倒産件数は、前年同月比横ばいの6件で4カ月連続の一桁台となった。

②負債総額も591百万円と16.5%減と4カ月連続で減となっている。負債額別では、1千万円～5千万円未満が4件、5千万円～1億円未満が1件、5億円～10億円未満が1件であった。従業員別は、0～4人が4件、5人～19人が2件であった。倒産原因は、全ての倒産が、競争激化や消費動向の停滞などを背景とした販売不振であった。

③業種別では小売業が3件、サービス業が2件、その他の業種が1件であった。倒産形態は、自己破産が5件、特別清算が1件であった。

## 6. 景気：観光(南都経済研究所、奈良市ホテル協議会)

奈良市および周辺主要ホテル9社の客室稼働率・宿泊人数



### 【奈良市及び周辺主要ホテル】

- 奈良市および周辺主要ホテル9社の客室稼働率（単純平均）は、11月が前年同月比1.5ポイント上昇の89.9%、12月は同7.0ポイント低下の64.6%であった。
- 宿泊人数は11月が同1.4%増の59,443人、12月は同9.4%減の45,137人となった。
- 9社の2017年4～12月期の宿泊人数は486,818人となり、2016年同期（505,102人）と比較して3.6%の減少となった。2017年は訪日外国人宿泊客の小グループ化や観光シーズンの予期せぬ台風の影響により前年同期と比べ宿泊人数は減少した。
- 奈良県は冬の奥大和（県南・東部地域）の観光振興に力を入れている。昨年の12月から3月4日まで同地域での宿泊者を対象に、16路線でバス運賃のキャッシュバックキャンペーン（今年度で4回目）を実施している。路線バスを無料で利用してもらい同地域への誘客促進を図っている。奈良県による同キャンペーンの成果は着実に上がっているようで、昨年度は延べ10,000人以上が利用している。
- また奈良県が地元地域の自治体や民間事業者等と組んで、観光客の誘客促進を図っている。奈良県による同キャンペーンの成果は着実に上がっているようで、昨年度は延べ10,000人以上が利用している。

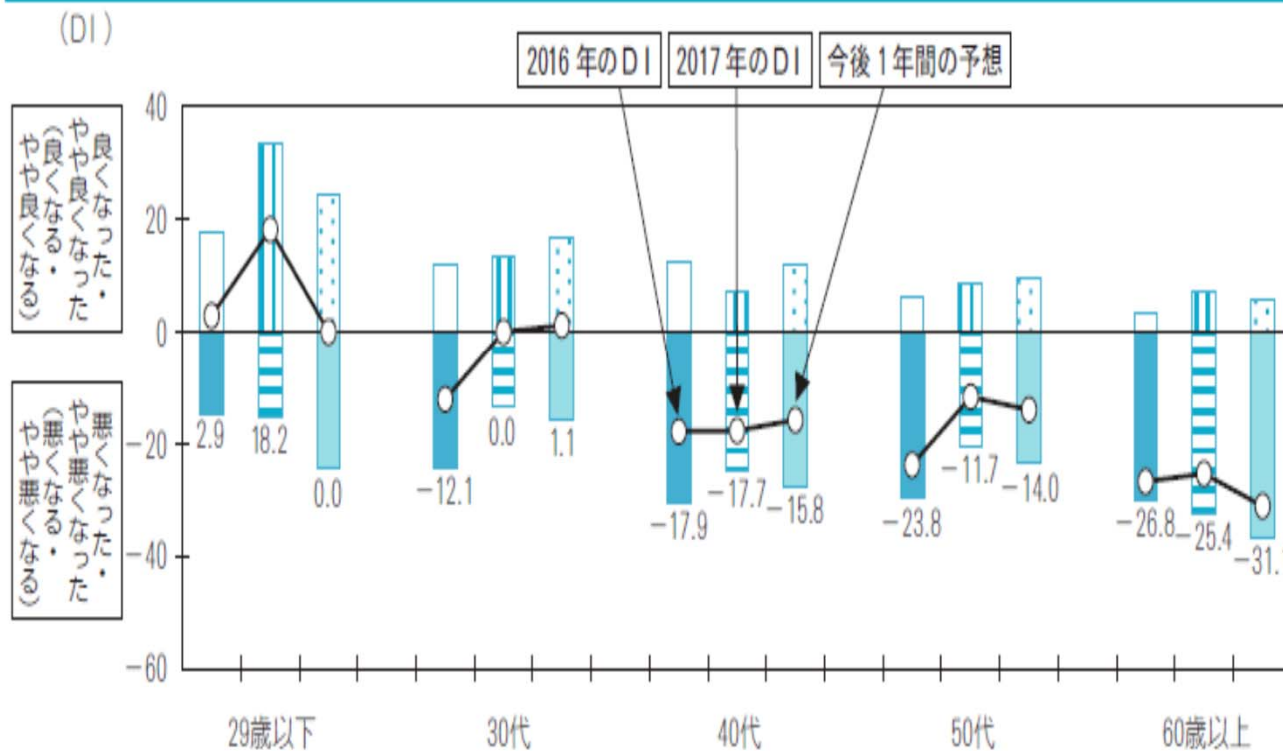
## 7. 2月の特集：2017年暮らし向き調査結果（南都経済研究所）

### （1）全ての年代でDIは上昇

暮らし向きDIは、全体で▲14.4ポイントで、前年比6.9ポイント改善した。全ての年代でも1年前の2016年に比べて、改善している。特に29歳以下は、前年2.9ポイントから15.2ポイント改善し、18.2ポイントになった。他の年代は改善はしているもののDI自体はプラスにはなっていない。

また、今後1年の予想では、全体で▲16.8ポイントで現在よりも2.4ポイント低下しており、ほとんどの年代が暮らし向きは悪くなると感じている。

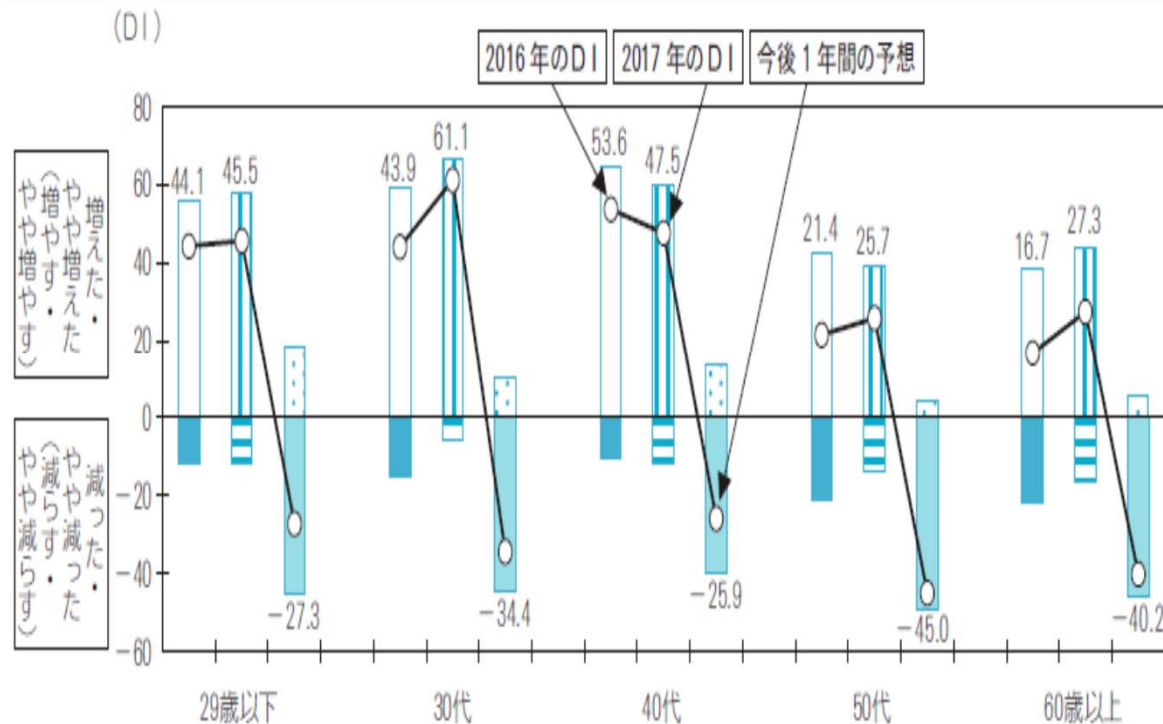
年代別暮らし向きDI (n=701)



## 7. 2月の特集：2017年暮らし向き調査結果（南都経済研究所）

### （2）40代だけ消費支出DI低下

年代別消費支出DI（1年前に比べ）(n=701)



消費支出DIは、全体で36.2ポイントで、2016年よりも4.9ポイント改善した。年代別では、30代が61.1ポイントと前年よりも17.2ポイントも改善している。一方で、40代は47.5ポイントと6.1ポイント低下している。

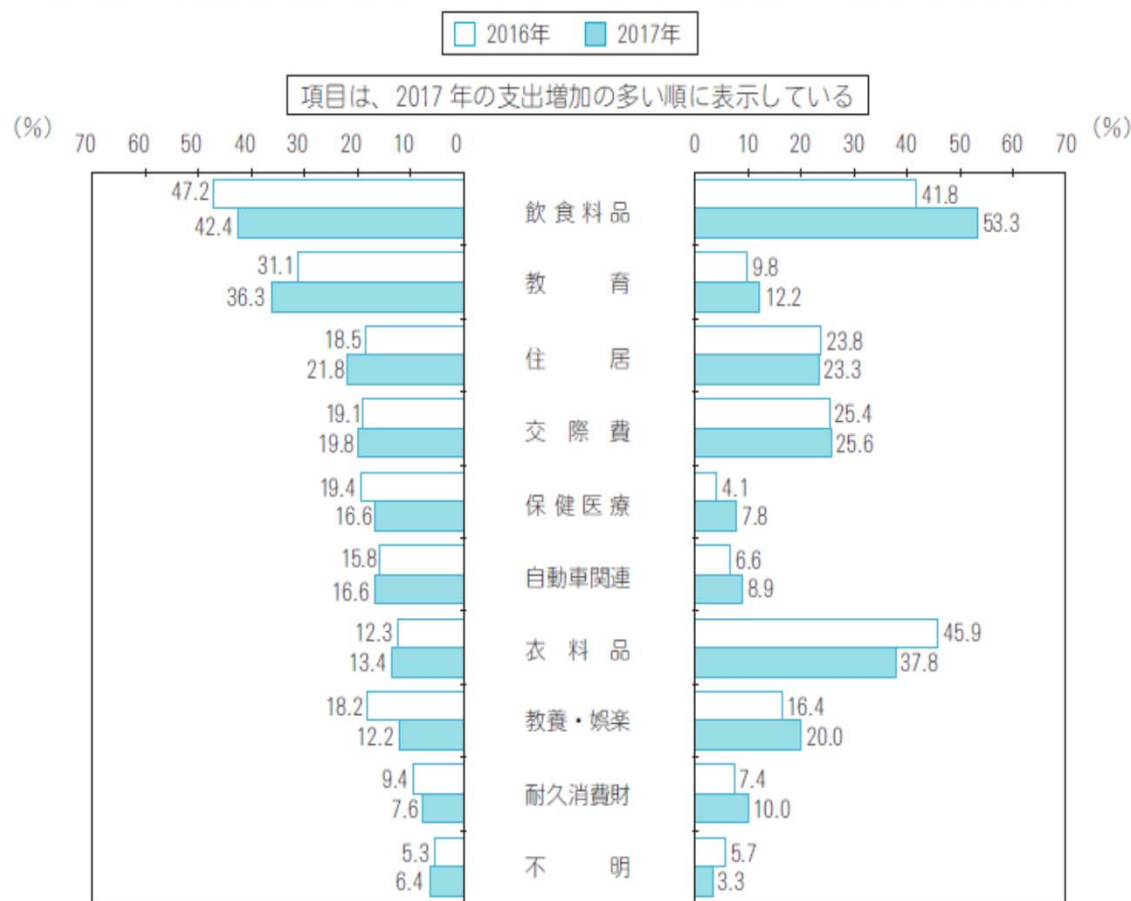
また、今後1年間の予想では、▲35.9ポイントで現在よりも72.1ポイントも大幅に低下している。今後どの年代も消費を減らす厳しい状況と感じていると言える。



## 7. 2月の特集：2017年暮らし向き調査結果（南都経済研究所）

支出が増加した項目（複数回答）（n=344）

支出が減少した項目（複数回答）（n=90）



### （3）飲食料品の消費が増えた

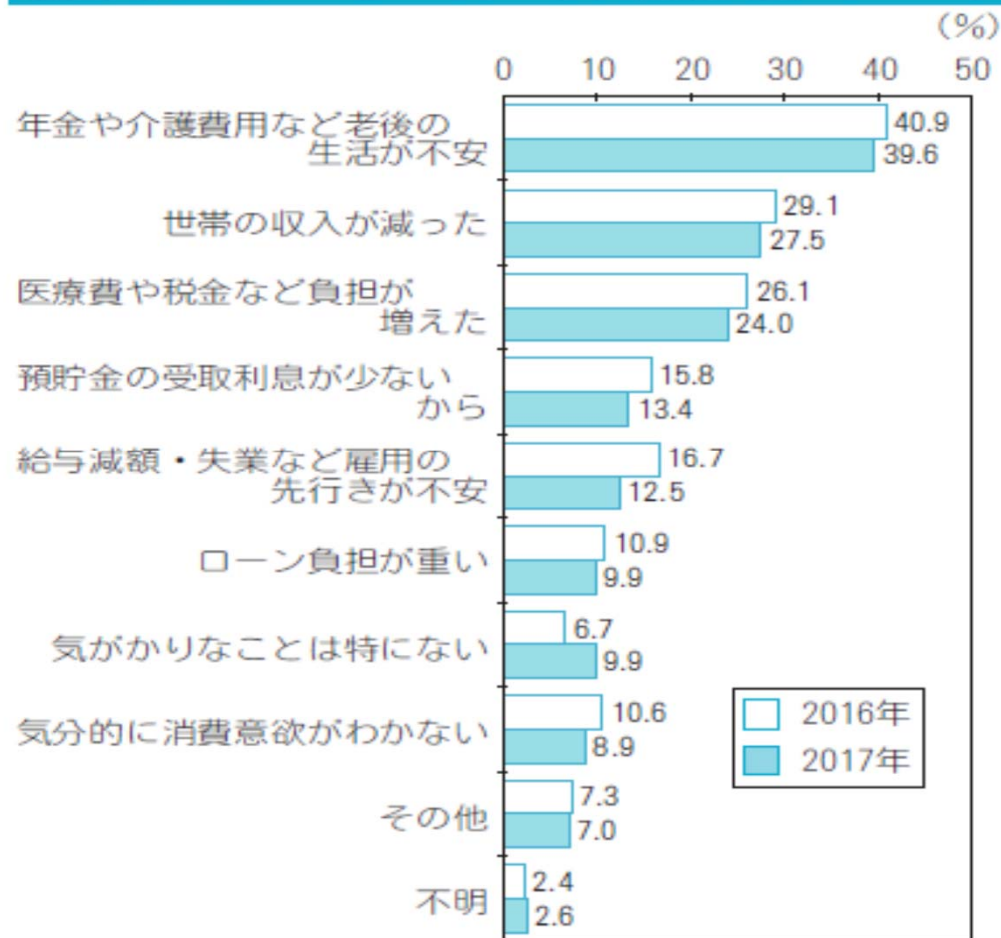
消費が増えた理由のベスト3は、①飲食料品（42.4%）②教育（36.3%）③住居（家賃・光熱費21.8%）である。

消費支出が減った理由は、「節約した」が42.2%と最も多く、次いで、「世帯の収入が減少した」が32.2%であった。

特に、飲食料品を除くと、衣料品や交際費を減少させている割合が高く、節約できるところはしていることがわかる。

## 7. 2月の特集：2017年暮らし向き調査結果（南都経済研究所）

消費支出を減らそうと思う理由（複数回答）（n=313）



### （4）老後の不安が大きい

今後消費支出を減らそうと思う理由のベスト3は、①年金や介護費用などの老後の生活が不安（39.6%）②世帯の収入が減った（27.5%）③医療費や税金など負担が増えた（24.0%）となっている。何れも前年と同じ順位で、わずかではあるが全て減っている。

年代別に見てみると、29歳未満で減らそうと思う理由で最も多いのは「気がかりなことは特にない」で40.0%、60歳代は「年金や介護費用などの老後の生活が不安」（62.5%）となっており、年代別で減らす理由が大きく異なっている。



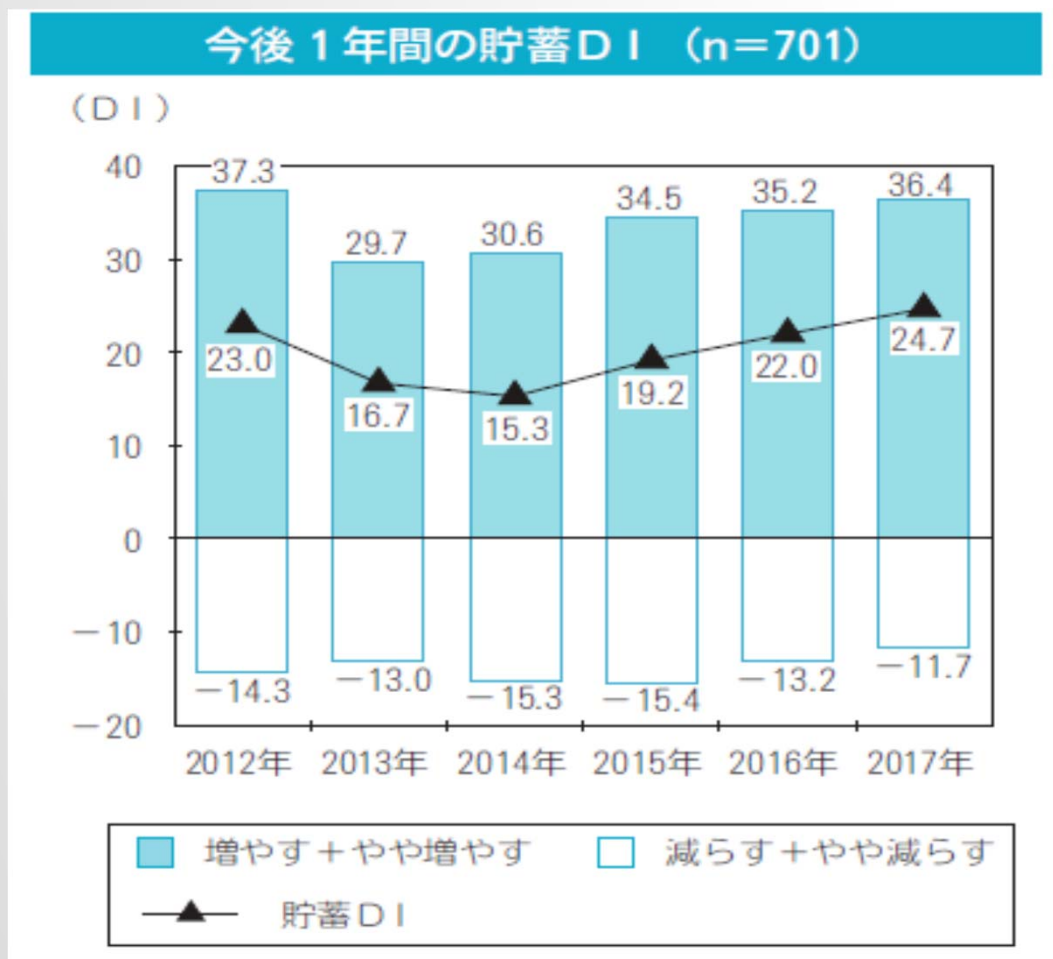
## 7. 2月の特集：2017年暮らし向き調査結果（南都経済研究所）

### （5）貯蓄志向が増加

今後1年間の貯蓄DIは、24.7ポイントで前年比2.7ポイント増加した。これは、「増やす、やや増やす」が36.4%で前年比1.2%増加した一方で、「減らす、やや減らす」が11.7%で前年比1.5%減少した結果である。

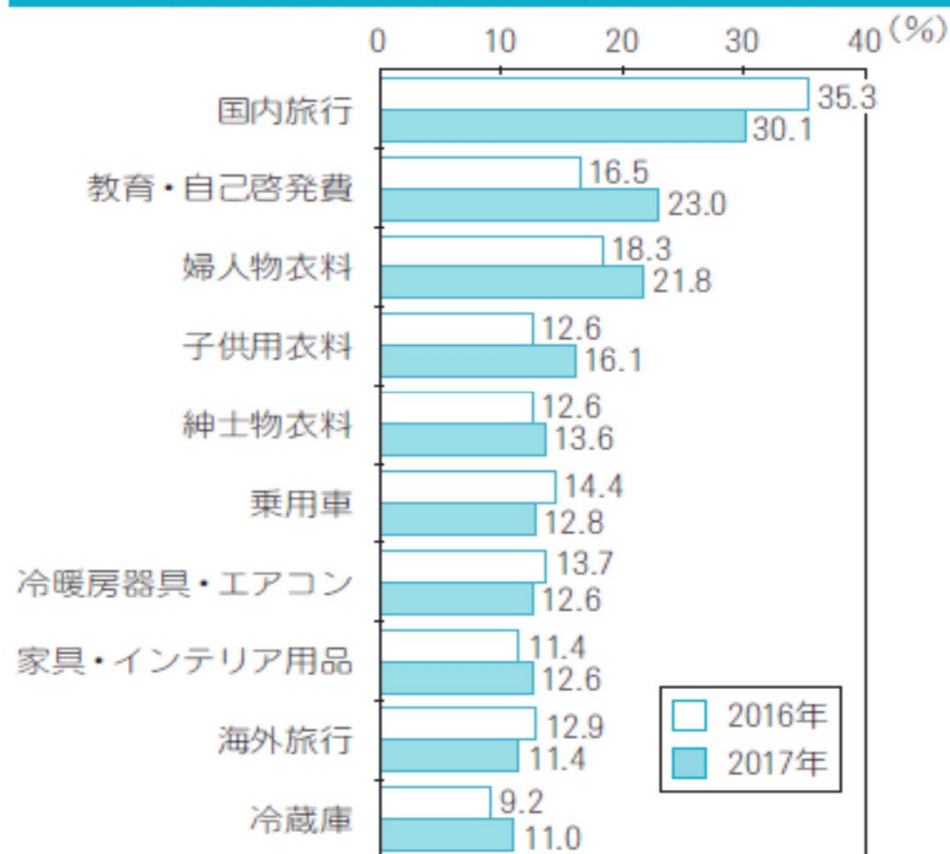
貯蓄の目的は、「老後の備え」が55.2%で最も多く、次いで「病気や不時の災害の備え」が33.7%と続いている。

また、年代別では29歳以下、30代、40代は「教育資金」という回答が最も多かった。



## 7. 2月の特集：2017年暮らし向き調査結果（南都経済研究所）

今後1年間に購入・支出予定の品目  
（複数回答）（上位10品目）（n=701）



### （6）国内旅行がトップ

今後1年間の購入・支出予定ベスト3は、①国内旅行（30.1%）②教育・自己啓発費（23.0%）③婦人物衣料（21.8%）となっている。国内旅行が依然トップではあるが、前年に比べて5.2ポイントも減少している。また、乗用車も1.6ポイント減少している。

年代別に見ると、40代は教育・自己啓発費がトップで、50代、60代では国内旅行がトップであり、高齢者は国内旅行志向が強いと言える。

## 7. 2月の特集：2017年暮らし向き調査結果（南都経済研究所）

### （7）最も高いのは外食費

2016年に比べて外食費が唯一1.1ポイントとプラスになった。一方で2泊以上の宿泊は▲24.8ポイント、1泊旅行も▲19.0ポイントと大幅にマイナスになっている。

今後1年間に支出を増やそうと考えているベスト3は、①一泊旅行（31.0%）②日帰り旅行（28.5%）③教育娯楽費（19.7%）となっており、1泊旅行の増加が期待できる。

