

## ～令和3年1月 データから見た業界の動き～

### 1 月報告のポイント

**製造業の一部で改善の兆しがあるが、今年の景況感の予測はダウン**

**中小企業者は経営戦略策定・経営改善に腐心、今年はどうな年に？**

#### ■ 概 況

1月の県内景況のD.I値は、業種全体で売上高▲46ポイント（前年に比べ▲14）、収益状況▲46ポイント（前年に比べ▲18）、景況感▲48ポイント（前年に比べ▲22）で、全ての項目で前年同月を下回っている。

製造業では売上高▲40（前年に比べ▲15）、収益状況▲50（前年に比べ▲30）、景況感▲55（前年に比べ▲25）となった。

年明けからの緊急事態宣言発令によりテレワークや在宅勤務が再び増加、東京銀座の大型商業施設からアパレルショップ撤退や大手紳士服販売店の事業縮小などがあり、繊維製品業界にとっての大きなマイナスイメージとなるニュースなどがある報告がされた。

一方、半導体や自動車関連、食料品製造機械の製造業では復調の兆しがあるとの報告もあり、昨年4月と比べ事業活動は活発になっていると良い報告もあった。

非製造業は、売上高▲50（前年に比べ▲13）、収益状況は▲43（前年に比べ▲10）、景況感▲43（前年に比べ▲20）となった。

緊急事態宣言の影響は製造業よりも大きく、宿泊業は営業を休止する事業者が増加、観光運輸・タクシーも50%の売り上げ減少との報告があった。本県では緊急事態宣言の発令は無かったが、外出や外食の自粛心理が消費を抑制し生鮮食料の動きも良くない。

県・各市町村の新年度予算が発表され、新型コロナウイルス感染症対策が優先されているため公共工事の縮小が予測され、建設業界の景気に左右されやすい地方経済の先行きに不安を抱える事業者が多い。

今年の景況見通しについて意見を求めたところ、取引先や取引量の減少で景況は悪くなるとの回答が53%、コロナウイルス収束後も景気回復には時間がかかり悪い状況が維持されるとの報告が41%を占めた。事業継続計画（経営戦略・経営改善計画含む）の策定を進めていく必要があるとの意見もあり、同時に事業承継の準備を進めるとの報告もあった。

中央会では、3月に事業者のニーズを反映して、コロナ禍でも創意工夫を欠かさず業績をあげる老舗旅館の経営戦略を学ぶ講習会、同業種間の連携による新たな事業継続・事業承継のスタイルを提案するセミナーを現地開催・Zoomオンライン配信により開催を予定している。

■ 業界からのコメント (業界ごとの詳細は、以下のコメントを参照)

● 製造業

<p>食料品 (水産物加工業)</p>	<p>水産物加工業では、ギフト関係の規模は小さいながらも増加、業務用は緊急事態宣言発令による宿泊施設及び飲食店等での時短営業から大幅減となり、全体の売り上げは前年同月比43.3%であった。</p>
<p>食料品 (洋菓子製造業)</p>	<p>菓子製造業では、一部組合員の新規店舗出店効果、コロナウイルス感染症拡大防止のための外出自粛による巣ごもり需要もあり、和洋菓子とも好調で全体の売り上げは前年同月比121%であった。</p>
<p>食料品 (パン・菓子製造業)</p>	<p>菓子の流通は、一般流通（スーパーマーケット、ドラッグストア等）が、売上全体の85%、お土産・専門店が15%である。コロナ禍での外出や旅行の自粛が大きく影響し、お土産の売上げが減少、対前年同月比90%の売上であった。</p>
<p>食料品 (酒類製造業)</p>	<p>長引くコロナ禍により、販促イベントが出来ない。感染リスクを考慮したイベントも、感染拡大による自粛や移動制限が発令されることが危惧されるため計画も出来ない。オンライン（特に海外）を活用した販路開拓は、限られた時間内に商品をPRをするため、成果に繋がりにくい。割引などクーポン付きECサイト販売は好調であった。</p>
<p>繊維・同製品 (織物)</p>	<p>テレワークや在宅勤務が増え、外出機会も減少していることから、ビジネスウェアに加え、カジュアル製品の需要も減少している。また、銀座シックスから大量にアパレルショップが撤退する報道や洋服の青山の事業縮小も当業界としてはマイナスイメージである。</p>
<p>印刷・同関連業</p>	<p>組合の資金が脆弱な状態であり、組合員の廃業・倒産などが増加すると組合自体の継続・維持が厳しくなる。</p>
<p>窯業・土石 (山砕石)</p>	<p>構造物用コンクリート製品向け資材や基礎地盤材となる再生砕石の出荷量が減少、舗装向け資材が20%程伸びたので微増（+1%）した。リニア関連工事が発注されたが、資材が必要となる工程に至るにはまだ時間がかかると考えられ、年度末に向けてはコロナ対策による予算の振り替えにより公共工事が減少するとの情報もあるため先行きは暗い。</p>
<p>鉄鋼・金属 (金属製品製造業)</p>	<p>昨年コロナウイルスの感染拡大前までとはいかないが、回復しつつある。</p>

<p>一般機器 (業務用機械器具製造業)</p>	<p>業界全体では半導体関連を含め設備関連は、少しずつ好調の兆しが見えてきた。先行きはまだ不透明感があり、今後の動向が不安視される。</p>
<p>一般機器 (生産用機械器具製造業)</p>	<p>1月の売り上げは前年同月比で20%ダウンと厳しい状況が続いている。2月の売り上げも1月と同等か少し下回る見込みである。今後の見通しも予測できない状況である。</p>
<p>電気機器 (電気機械部品加工業)</p>	<p>年度末の需要期に入っているが、今後の受注は、コロナウイルスの感染状況に影響されそう。</p>
<p>電気機器 (電気機械部品加工業)</p>	<p>製造業は忙しい業種（半導体製造・車関係）がある一方、航空機製造関係は、サプライヤー契約を切られ、仕事自体がなくなっている。これからの見通しなど考えられない状況。</p>

● 非製造業

<p>卸売 (塗料)</p>	<p>2月はコロナウイルス感染症による非常事態宣言の継続がされた状態のままだと落ち込みが予想される。</p>
<p>卸売 (紙製品)</p>	<p>需要の底辺まで落ち込んだ状況が続いている。中国が2月から古紙の輸入を全面的に廃止する予定。東南アジアへの古紙の輸出が増加すれば在庫も減ることになるが、経済活動が停滞しており古紙が排出されない状況も続いている。先行きに不安を感じている。</p>
<p>卸売 (ジュエリー)</p>	<p>コロナ禍で国内外の催事が中止となり、売り上げが減少。徐々に催事は再開してきたが、売り上げ・収益面は相変わらず厳しい。非常事態宣言から都市部への移動が制限されており、営業活動が制限され先行きも極めて不透明。</p>
<p>小売 (青果)</p>	<p>天候不順による生育不足で野菜等入荷量が少なく、高値で取り引きされたが、売り上げは前年同月よりも減少した。今後、春野菜は天候次第である。一日も早く自粛解禁となり宿泊施設や飲食店等との普通の取引が出来ることを願う。</p>

<p>商店街</p>	<p>1月の組合プレミアム商品券販売にあたり売れ行きを心配したが、いつもより早々に売り切れた。大月商店街もまだまだ多くのお客様に愛されていることを再認識できた。その反面、多くのお客様が高齢者であることから、若年層から支持されるイベント・商店街となるよう、今後の取り組みに活かしていく。</p>
<p>宿泊業</p>	<p>首都圏などに発令されている緊急事態宣言により、来県者数の減少が顕著である。駅前ビル工事の関係から一部組合員は利用者が多いが、組合員間の格差が大きくなっている。</p>
<p>美容業</p>	<p>今月に入り、コロナウイルス感染症拡大による営業不振と経済の先行きが不透明なため組合を退会する人が出てきた。</p>
<p>一般廃棄物処理</p>	<p>組合員企業では、求人をするが応募がない状況。コロナウイルス感染症拡大の影響で失業者が増加している点を考えると、当業界はよほど人気のない職種なのかと落胆している。</p>
<p>警備業</p>	<p>年末年始のイベントの中止、初詣・初売り等の縮小、夜間工事、24時間規制現場の減少により、売上高は大幅に減少。一方、土木建築工事は年末から引き続き順調で、警備員の派遣数が昨年実績を上回り、イベント警備への派遣減をカバーする形となった。また、コロナ禍による景気悪化によって、受注価格の上昇や取引条件の好転は難しく、現状の売上高の落ち込みが回復できるか不透明。今後事業者間の競争による業界内での価格破壊が懸念される。</p>
<p>建設業 (総合)</p>	<p>前年同月に比べ、件数▲28%、請負金額では▲10%とそれぞれ減少した。1月末累計では、件数は2%増加しているものの、請負金額では▲4%の減少となっている。</p>
<p>建設業 (型枠)</p>	<p>今年に入り、大幅に工事が減少している。大型の公共工事が終わり、コロナ対策のための支援策優先の影響から、公共工事の大幅減少や、景気後退による民間設備投資も進まず、この先の景気は見通せない。</p>
<p>建設業 (鉄構)</p>	<p>鋼材価格の上昇傾向が続き、利益を圧迫しつつある。</p>
<p>設備工事 (電気工事)</p>	<p>新設、設備投資、改修などの工事等が堅調に推移している。コロナ禍の収束が見えない状況だが、仕事量が大きく変化することはないと予測している。景気の低迷が長期化すると仕事量が減少するため、注視して行くことが重要と考えている。</p>

運 輸  
(タクシー)

飲食店等の営業時間短縮により、夜のお客様の減少が目立ってきている。前年同月の50%程の売り上げとなっている。不況のトンネルの出口が見えない。

■ 対前年同月比及び前月比景気動向D I 値（好転又は増加の割合から、悪化又は減少の割合を引いた値）

対前年・前月・当月	製 造 業			非 製 造 業			合 計		
	2020/1	2020/12	2021/1	2020/1	2020/12	2021/1	2020/1	2020/12	2021/1
売 上 高	-25	-60	-40	-37	-40	-50	-32	-48	-46
収 益 状 況	-20	-60	-50	-33	-33	-43	-28	-44	-46
景 況 感	-30	-65	-55	-23	-37	-43	-26	-48	-48

※（（良数値÷対象数）×100）－（（悪数値÷対象数）×100）＝D.I値

