

景気動向調査結果

(平成25年10月分)

長野県商工労働部

この調査は、県内企業 900 社（製造業 300 社（うち面接 65 社）、建設業、情報サービス業、小売業・卸売業、飲食業・宿泊業 600 社）を対象に、平成 25 年 10 月末の状況（前年同期、3 か月前と比較した状況、3 か月後の状況予想）について、平成 25 年 11 月に面接又は書面により行ったものです。

なお、平成 23 年度の調査からは、従来の「製造業」に、「建設業」、「情報サービス業」、「小売業・卸売業」、「飲食業・宿泊業」も加えて実施しております。

回答企業数は、568 社（製造業 250 社（うち面接 65 社）、建設業、情報サービス業、小売業・卸売業、飲食業・宿泊業 318 社）で、回答率は 63.1 パーセントでした。

※調査結果の概要は、インターネットで御覧になれます。

<http://www.pref.nagano.lg.jp/sansei/sangyo/shokogyo/toukei/kekka/index.html>

お問い合わせ先：製造業について

長野県商工労働部産業政策課（TEL 026-232-0111 内線 2919）

建設業、情報サービス業、小売業・卸売業、飲食業・宿泊業について

長野県商工労働部経営支援課（TEL 026-232-0111 内線 2964）

平成25年10月の景気動向

1 総論

長野県経済は、一部に弱さが残るものの、回復に向けた動きがみられます。

製造業では、自動車販売や海外需要の増加などにより、電機・電子、一般機械、自動車部品を中心に、受注、生産の回復がみられます。

非製造業では、建設業、情報サービス業を中心に小売業等でも消費増税前の駆け込み需要などにより業況が改善した企業がみられるものの、小売業・卸売業の業況は依然として低調に推移しています。

2 製造業

(1) 業界の業況

前年同期（24年10月）と比較したD I（業況が「好転」とする企業の割合から「悪化」とする企業の割合を引いた差、%）は10.0となり、前回調査時（25年7月）の△14.1より24.1ポイント改善し、11期（2年9か月）ぶりにプラスとなりました。

3か月前（25年7月）と比較したD Iは2.4となり、前回調査時の5.0より2.6ポイント悪化しましたが、3期連続のプラスとなりました。

なお、3か月後（26年1月）の予想では、円安傾向に伴う輸出環境の改善などへの期待感はあるものの、原材料価格上昇や景気の先行き不安などを背景に、D Iは△11.6となりました。

〔主な業種の動き〕

ア 電機・電子では、パソコン関連は、タブレット型端末の需要増加に伴い、受注、生産の減少がみられます。プリンターは、北米や新興国での需要の増加により、受注、生産の持ち直しがみられます。半導体関連、抵抗器・コンデンサ、モーター等は、デジタル家電向けで受注、生産が減少しているものの、自動車関連向けを中心に、受注、生産の回復がみられるなど、持ち直しの動きが広がっています。

イ 一般機械では、工作機械は、自動車関連向けや半導体関連向けなどで、設備投資の回復傾向に伴い、受注、生産が持ち直しています。建設機械は、国内向けで、復興需要の継続により、受注、生産が増加しているほか、海外向けで、北米を中心とした需要の増加により、受注、生産の増加がみられます。

ウ 精密では、時計は、高価格帯製品の需要の増加により、受注、生産が持ち直しています。レンズは、自動車関連向けで、受注、生産の持ち直しがみられるものの、プロジェクター向けでは、製品価格低下による収益率の低下がみられます。計器は、産業機械関連向けの圧力計で、受注、生産の持ち直しがみられます。

エ 自動車部品では、新車投入に伴う需要の増加や、北米やアジア地域を中心とした海外需要の持ち直しにより、受注、生産の回復がみられます。

オ 食料品では、味そは、需要期を控え、3か月前と比べ受注、生産の増加がみられます。酒類は、一部に受注、生産の増加がみられるものの、消費の低迷により引き続き低調に推移しています。飲料は、季節的要因により、ペットボトル飲料の受注、生産の減少がみられます。

(2)受注引合

前年同期比では、「増加」とする企業が39.0%と前回(28.1%)より増加し、「減少」とする企業が26.4%と前回(37.2%)より減少した結果、D Iは12.6と前回(△9.1)より大幅に改善し、11期(2年9か月)ぶりにプラスとなりました。

3か月前との比較では、「増加」とする企業が27.1%と前回(24.4%)より増加し、「減少」とする企業も23.1%と前回(20.7%)より増加した結果、D Iは前回(3.7)とほぼ同じ、4.0となりました。

3か月後の予想については、「増加」とする企業が14.2%、「減少」とする企業が28.0%となった結果、D Iは前回予想(2.5)より大幅に悪化し、△13.8となりました。

(3)生産量

前年同期比では、「増加」とする企業が41.1%と前回(27.1%)より増加し、「減少」とする企業が26.2%と前回(37.5%)より減少した結果、D Iは14.9と前回(△10.4)より大幅に改善し、11期(2年9か月)ぶりにプラスとなりました。

3か月前との比較では、「増加」とする企業が27.0%と前回(28.3%)より減少し、「減少」とする企業も20.2%と前回(22.1%)より減少した結果、D Iは前回(6.2)よりやや改善し、6.8となりました。

3か月後の予想については、「増加」とする企業が15.3%、「減少」とする企業が28.6%となった結果、D Iは前回予想(5.1)より大幅に悪化し、△13.3となりました。

(4)製品販売価格

前年同期比では、「高い」とする企業が7.8%と前回(8.8%)よりやや減少し、「安い」とする企業も28.6%と前回(30.7%)より減少した結果、D Iは前回(△21.9)より改善し、△20.8となりました。

3か月前との比較では、「高い」とする企業が3.3%と前回(2.5%)よりやや増加し、「安い」とする企業が12.2%と前回(17.1%)より減少した結果、D Iは前回(△14.6)より改善し、△8.9となりました。

3か月後の予想については、「高い」とする企業が3.3%、「安い」とする企業が16.4%となった結果、D Iは前回予想(△11.9)より悪化し、△13.1となりました。

(5)資金繰り

前年同期比では、「らく」とする企業が10.7%と前回(8.2%)より増加し、「苦しい」とする企業が18.6%と前回(21.5%)より減少した結果、D Iは前回(△13.3)より改善し、△7.9となりました。

3か月前との比較では、「らく」とする企業が5.8%と前回(6.4%)よりやや減少し、「苦しい」とする企業も12.8%と前回(14.5%)より減少した結果、D Iは前回(△8.1)より改善し、△7.0となりました。

3か月後の予想については、「らく」とする企業が3.7%、「苦しい」とする企業が18.2%となった結果、D Iは前回予想(△9.1)より悪化し、△14.5となりました。

(6)収益率

前年同期比では、「上昇」とする企業が22.7%と前回(19.3%)より増加し、「低下」とする企業が38.5%と前回(41.2%)より減少した結果、D Iは前回(△21.9)より改善し、△15.8となりました。

3か月前との比較では、「上昇」とする企業が9.8%と前回(19.7%)より減少し、「低下」とする企業が27.3%と前回(26.8%)よりやや増加した結果、D Iは前回(△7.1)より悪化し、△17.5となりました。

3か月後の予想については、「上昇」とする企業が8.2%、「低下」とする企業が32.2%となった結果、D Iは前回予想(△17.0)より悪化し、△24.0となりました。

(7) 製造業の業種別動向

電機・電子

- (コンピュータ・情報機器) パソコン関連は、タブレット型端末の需要増加に伴い、受注、生産の減少がみられます。プリンターは、北米や新興国での需要の増加により、受注、生産の持ち直しがみられます。
- (半導体関連) デジタル家電向けで、需要の減少により、受注、生産が減少しているものの、自動車関連向けや産業用途では、受注、生産の回復がみられます。
- (プリント基板) 産業用途で、受注、生産が弱含んでいるものの、情報機器では、スマートフォン向けで、海外需要の増加により、受注、生産が増加しています。
- (抵抗器・コンデンサ等) デジタル家電向けで、需要の減少により、受注、生産が減少しています。自動車関連向けでは、受注、生産が持ち直しているほか、エネルギー関連向けで、太陽光発電の普及拡大に伴い、受注、生産が増加しています。
- (モーター等) 家電向けの一部で、アジアを中心とした新興国での需要増加や省エネ家電製品の販売増加に伴い、受注、生産の持ち直しがみられるほか、産業用途や自動車関連向けで、受注、生産の回復がみられます。
- (その他) カーナビゲーションは、円安傾向に伴う輸出環境の改善や、北米での需要の増加により、受注、生産が増加しています。電源関連は、一部に需要の増加がみられるものの、低調に推移しています。

一般機械

- (工作機械) 自動車関連向けや半導体関連向けなどで、設備投資の回復傾向に伴い、受注、生産が持ち直しています。
- (金 型) 自動車関連向けは、受注、生産が低調に推移しているほか、価格競争激化による収益率の低下もみられます。
- (建設機械) 国内向けで、復興需要の継続により、受注、生産が増加しているほか、海外向けで、北米を中心とした需要の増加により、受注、生産の増加がみられます。
- (農業用機械等) 国内向けの一部で、需要の増加により、受注、生産が増加しているほか、海外向けで、北米での需要の増加により、受注、生産の持ち直しがみられます。

精 密

(時 計)

腕時計は、高価格帯製品の需要の増加により、受注、生産が持ち直しています。

(レ ン ズ)

自動車関連向けで、受注、生産の持ち直しがみられるものの、プロジェクター向けでは、製品価格低下による収益率の低下がみられます。

(計 器)

圧力計は、産業機械関連向けで、受注、生産の持ち直しがみられます。LP ガスメーターは、季節的要因により、受注、生産の減少がみられます。

自 動 車 部 品

新車投入に伴う需要の増加や、北米やアジア地域を中心とした海外需要の持ち直しにより、受注、生産の回復がみられます。

食 料 品

(味 そ)

需要期を控え、3か月前と比べ受注、生産の増加がみられます。

(酒 類)

清酒、ワインは、一部に受注、生産の増加がみられるものの、消費の低迷により引き続き低調に推移しています。

(飲 料)

季節的要因により、ペットボトル飲料の受注、生産の減少がみられます。

織 維 ・ 衣 服

ワイシャツは、季節的要因により、受注、生産の増加がみられます。

紙 ・ パルプ

ダンボールは、農産物向けや食品製造業向けで、季節的要因により、受注、生産の増加がみられます。

印 刷

印刷・製本の需要の低迷により、引き続き低調に推移しています。

そ の 他

プラスチック成型部品は、スマートフォン向けで、受注、生産の増加がみられます。

3 非製造業

(1) 業界の業況

非製造業のD Iは、小売業・卸売業を除くすべての業種で改善しました。

前年同期（24年10月）と比較したD Iは $\Delta 22.0$ となり、前回調査時（25年7月）の $\Delta 23.8$ から1.8ポイント改善しました。

3か月前（25年7月）と比較したD Iは $\Delta 21.7$ となり、前回調査時の $\Delta 8.3$ と比較すると13.4ポイント悪化しました。

なお、3か月後（26年1月）の予想は、D Iは $\Delta 18.7$ と前回の予測値から横ばいで推移しています。

(2) 各業界の動き

ア 建設業

建設業の業況感は、D Iが26.8と前回（22.6）より改善しました。

公共工事の受注増加や消費増税前の駆け込み需要で住宅関連の受注が好調であることから、業況感は前年同期を上回る企業の割合が増加しました。一方で、3か月後は競争激化や建設資材の高騰等から、業況の悪化を見込む企業の割合が増加しています。

イ 情報サービス業

情報サービス業の業況感は、D Iが20.0と前回（12.5）より改善しました。

法人の設備投資に対する姿勢が慎重であることなどから売上高は前年同期を下回る企業の割合が増加したものの、一部で消費増税に伴うシステム改修等の受注があることなどから、業況感は前年同期を上回る企業の割合が増加しました。

ウ 小売業・卸売業

小売業・卸売業の業況感は、D Iが $\Delta 36.3$ と前回（ $\Delta 31.5$ ）より悪化しました。

小売業では、消費増税前の駆け込み需要により自動車販売店等で客数（取引先数）が好調である一方で、価格競争等から中小衣料品店や食料品店を中心に売上高が前年同期を下回る企業の割合が増加しました。

卸売業では、住宅関連の商材を扱う企業で売上高が前年同期を上回る企業がみられるものの、仕入れ価格の上昇や価格競争等により収益率は低調に推移しています。

エ 飲食業・宿泊業

飲食業・宿泊業の業況感は、D Iが0.0と前回（ $\Delta 23.7$ ）より大幅に改善しました。

飲食業では、食材の仕入れ価格が上昇しているものの、連休の客足が好調であったことなどから売上高は前年同期を上回る企業の割合が増加しました。

宿泊業では、ビジネス客の利用が好調であったことなどから、業況感は前年同期を上回る企業の割合が増加しました。

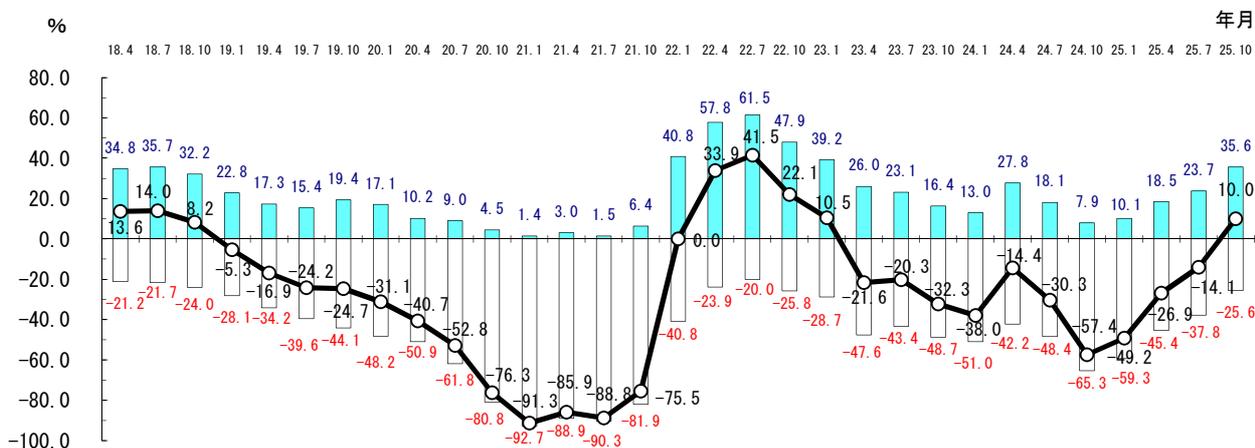
景気動向調査集計結果

(注)棒グラフのプラス側は好転(増加、上昇)の企業の割合、マイナス側は悪化(減少、低下)の企業の割合です。
折れ線グラフ(DI)は好転(増加、上昇)の企業の割合から悪化(減少、低下)の企業の割合を引いた差です。

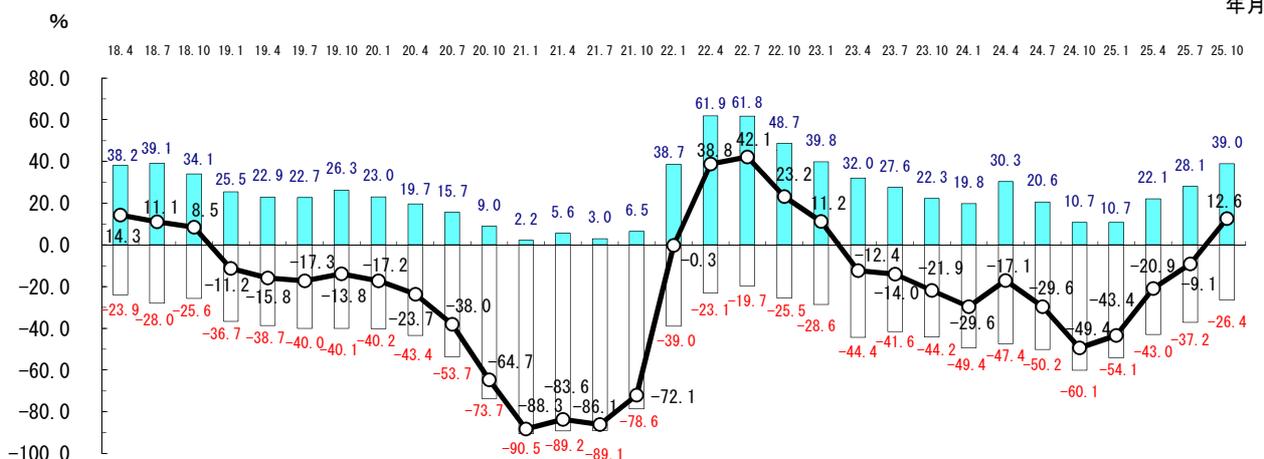
1 製造業

(1) 全業種 前年同期に比べて

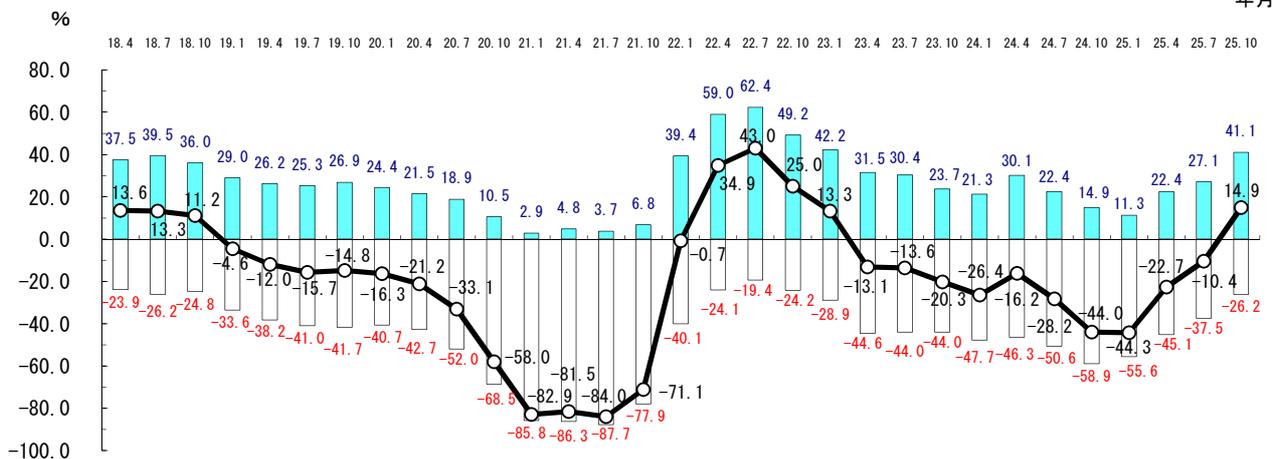
業界の業況



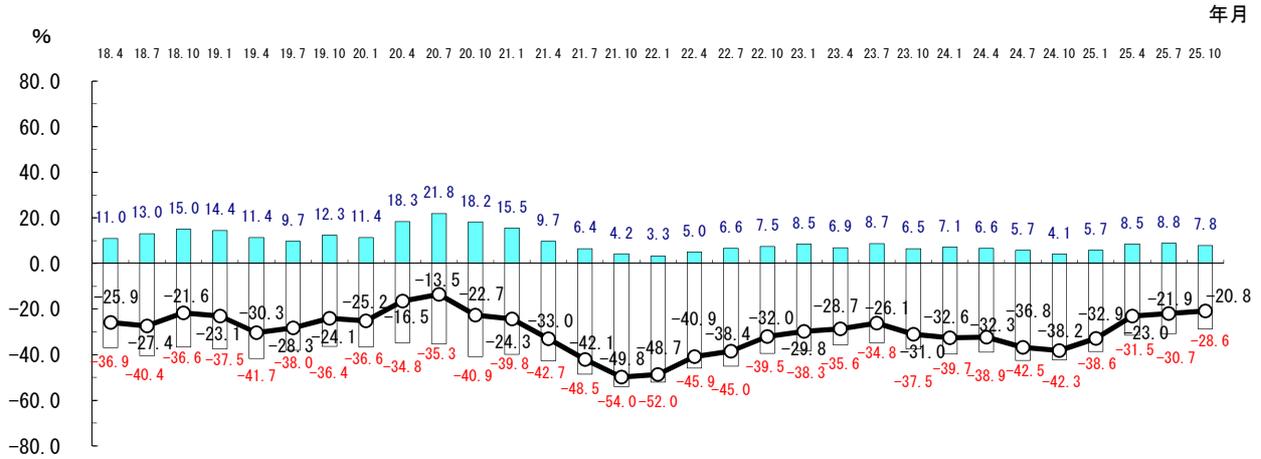
受注引合



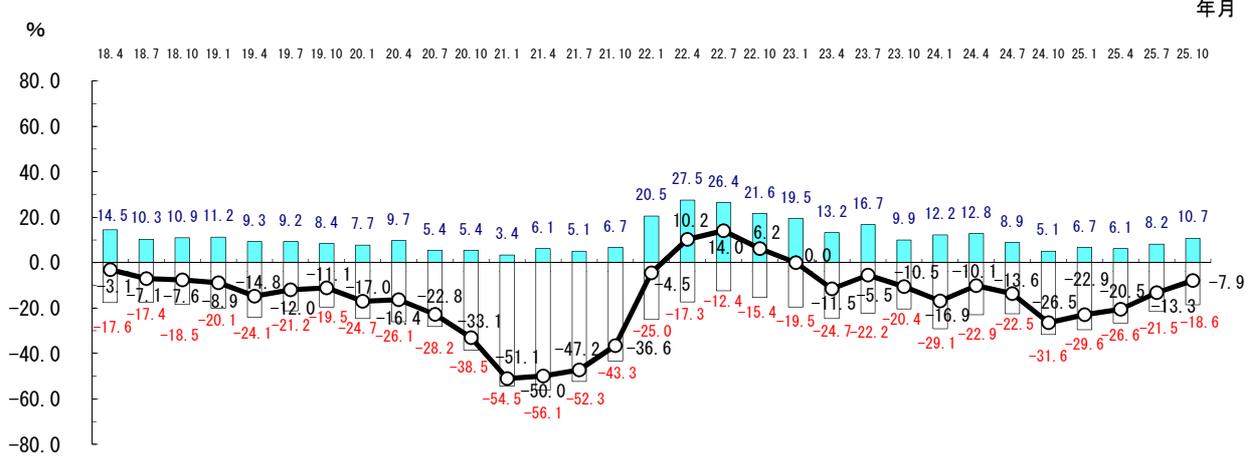
生産量



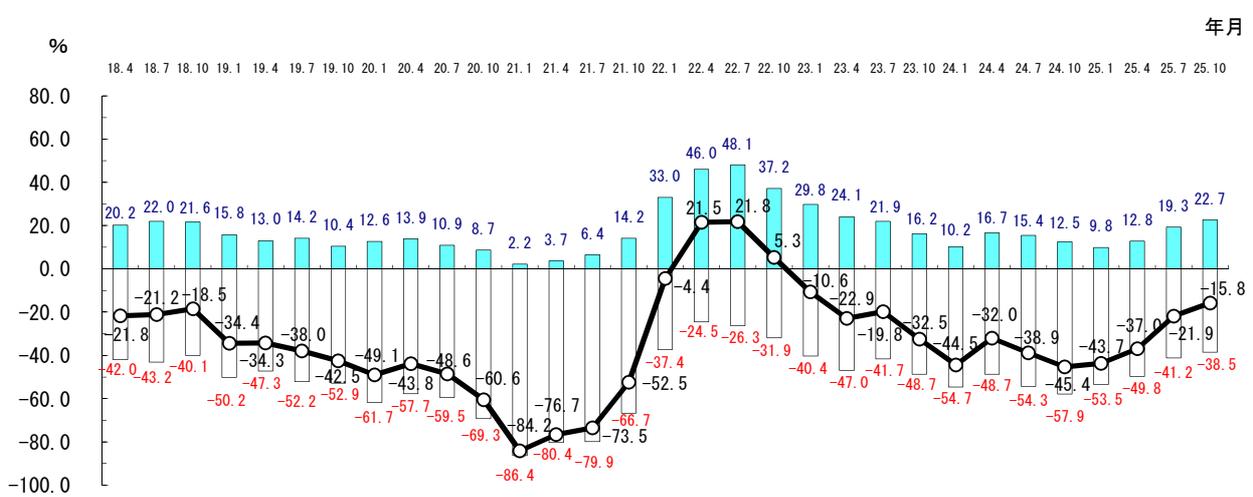
製品販売価格



資金繰り

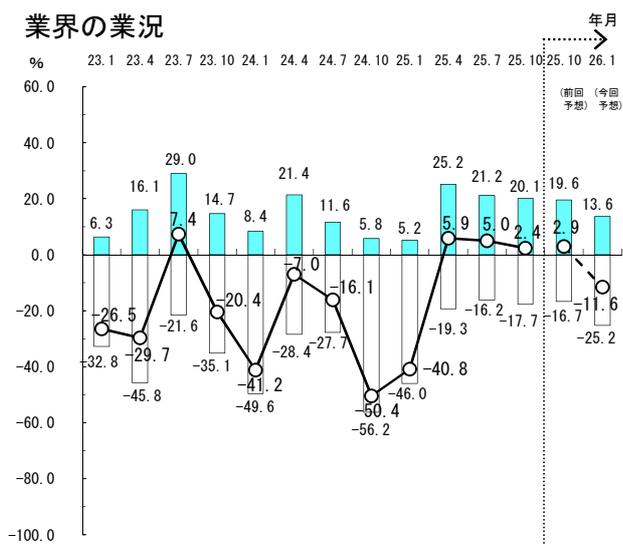


収益率

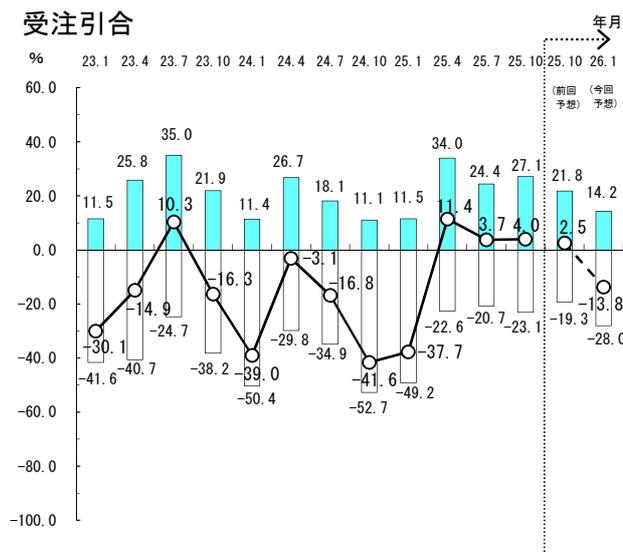


(2) 全業種 3か月前に比べて及び3か月後の予想

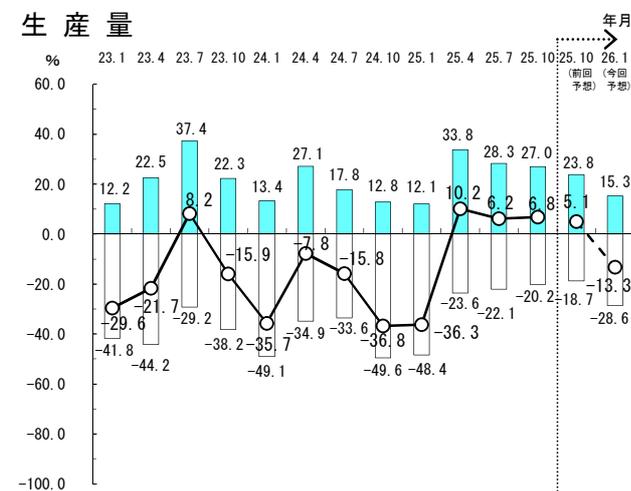
業界の業況



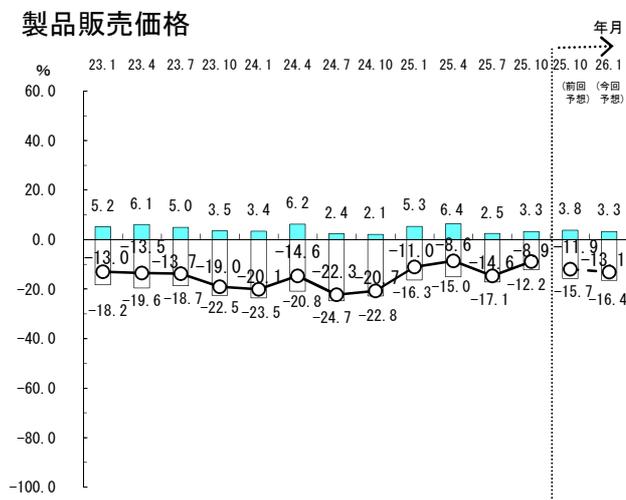
受注引合



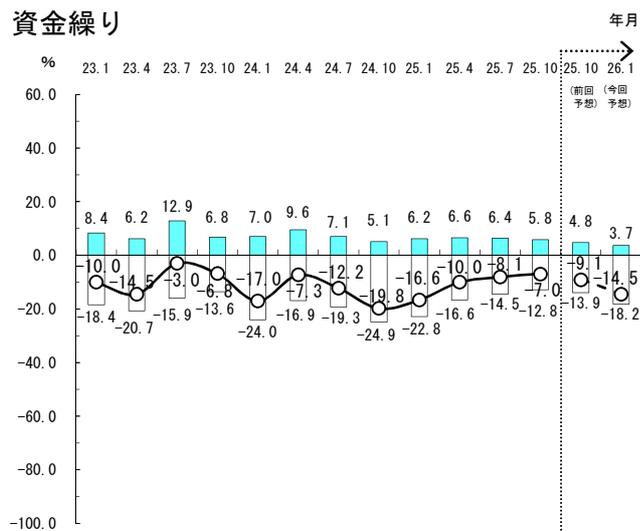
生産量



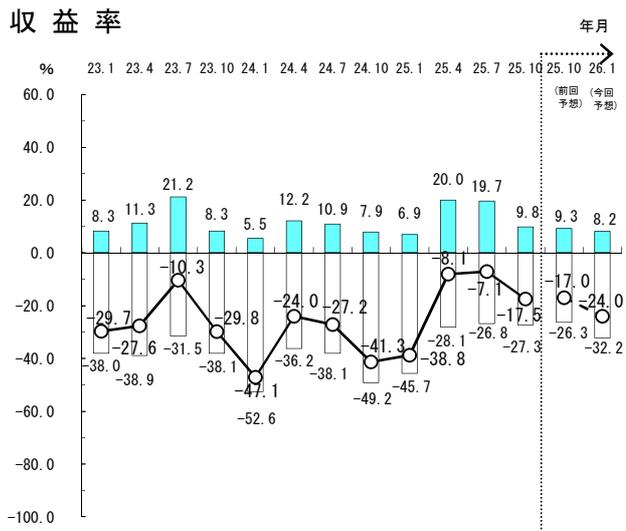
製品販売価格



資金繰り



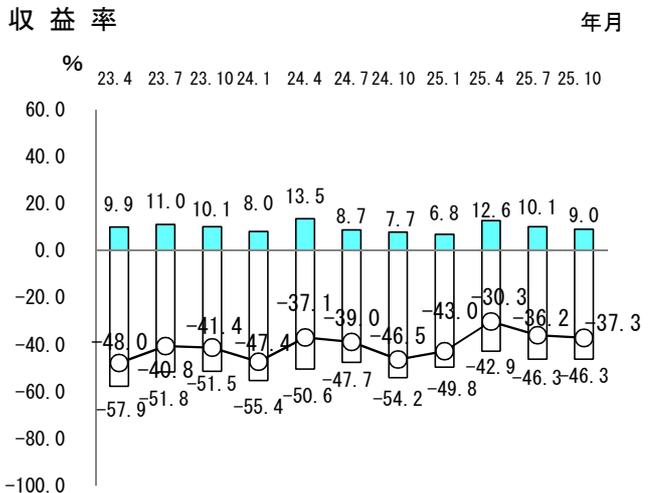
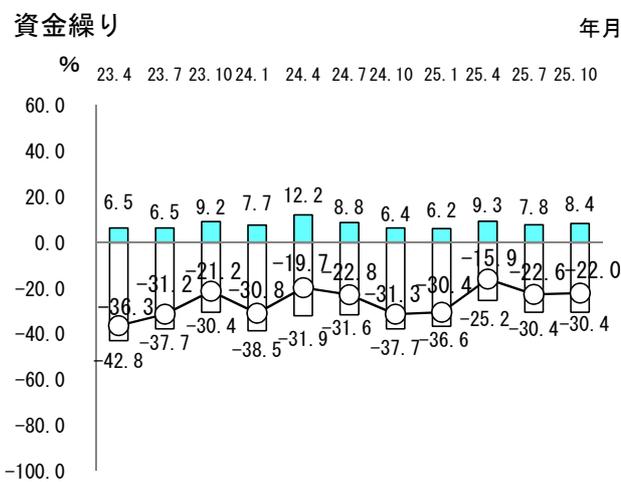
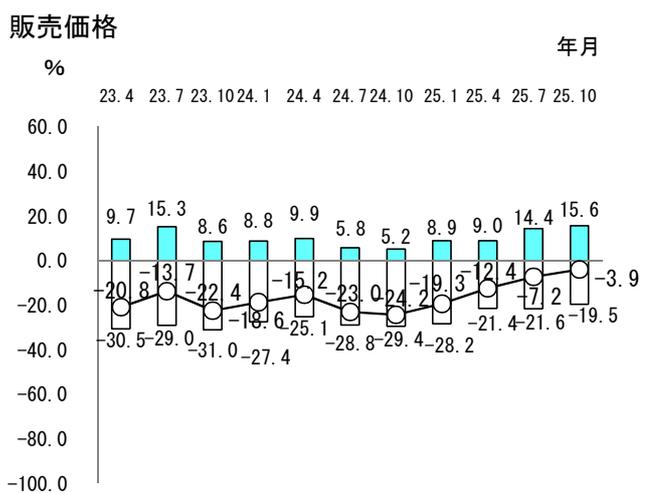
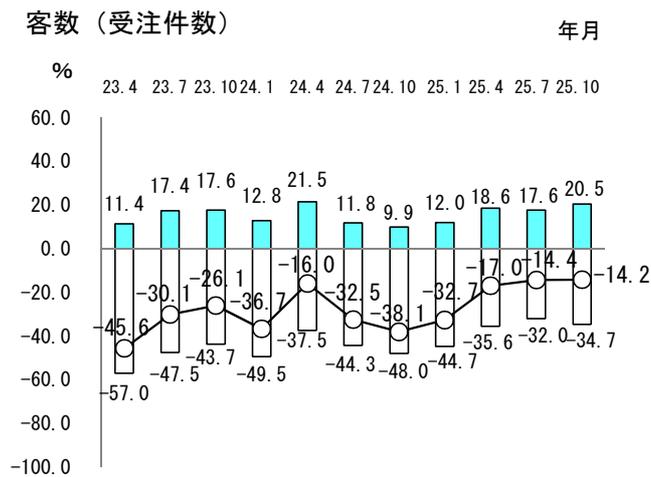
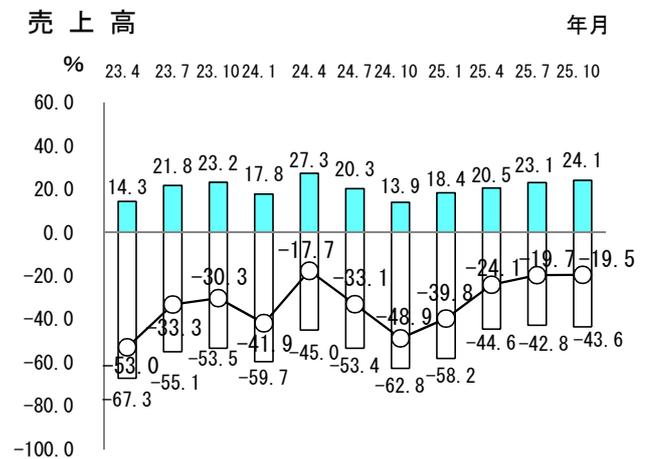
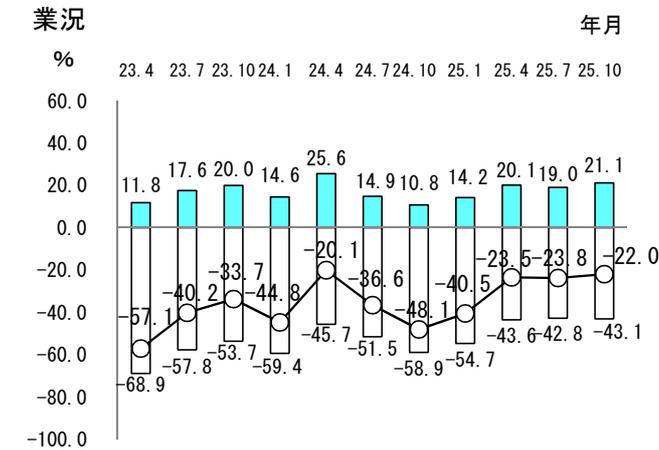
収益率



2 非製造業

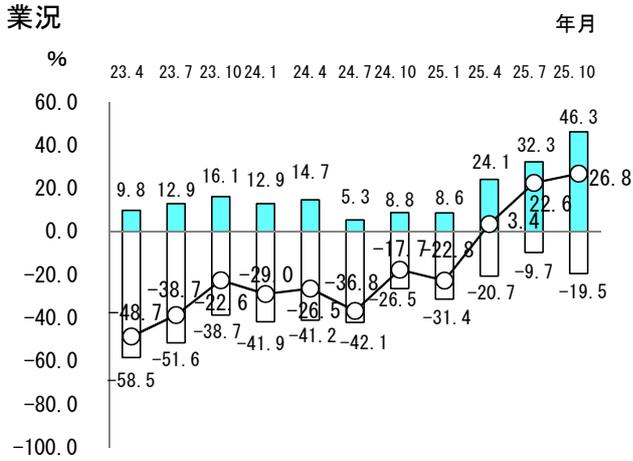
(1) 前年同期に比べて

ア 非製造業全体

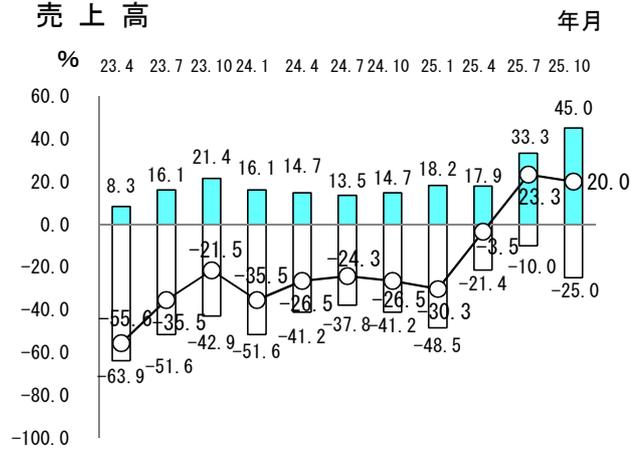


イ 建設業

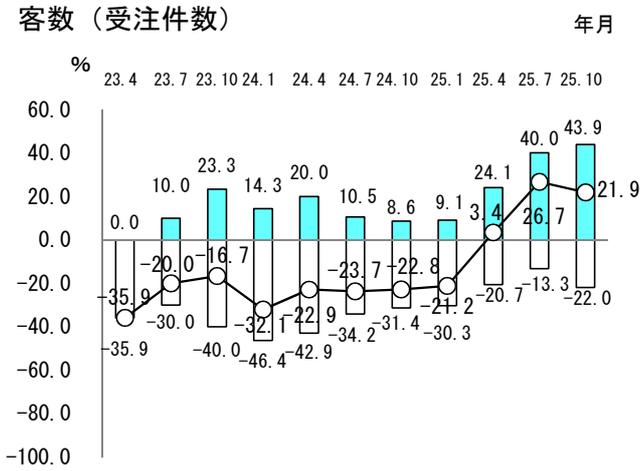
業況



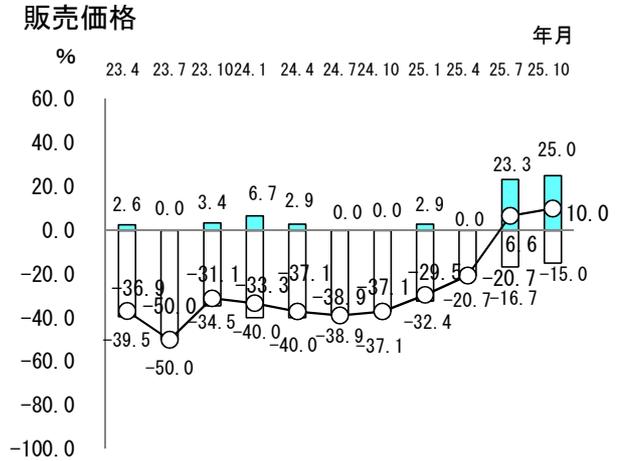
売上高



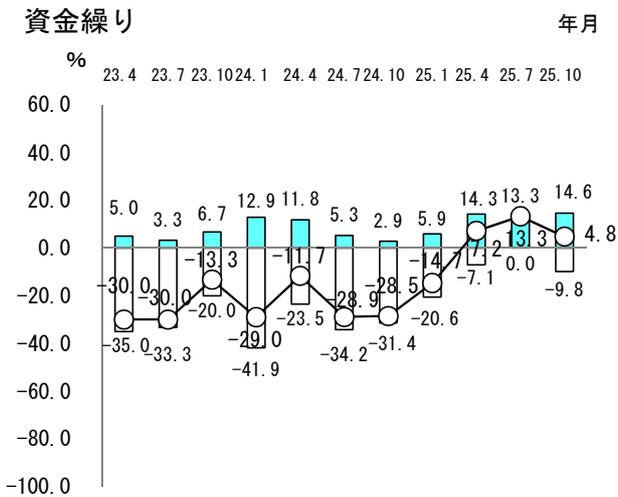
客数 (受注件数)



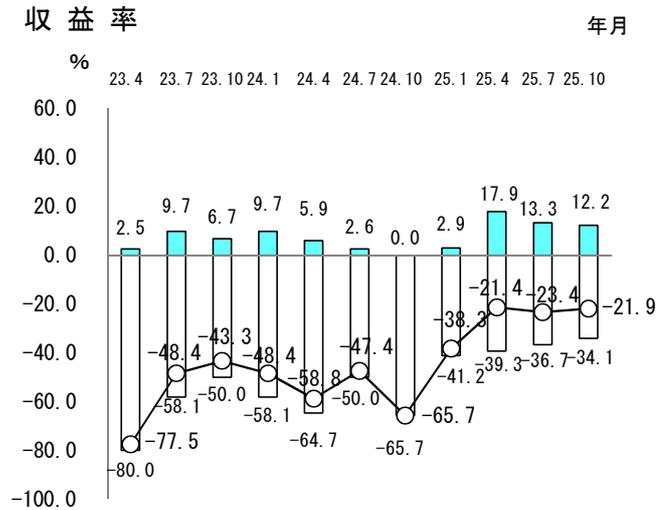
販売価格



資金繰り

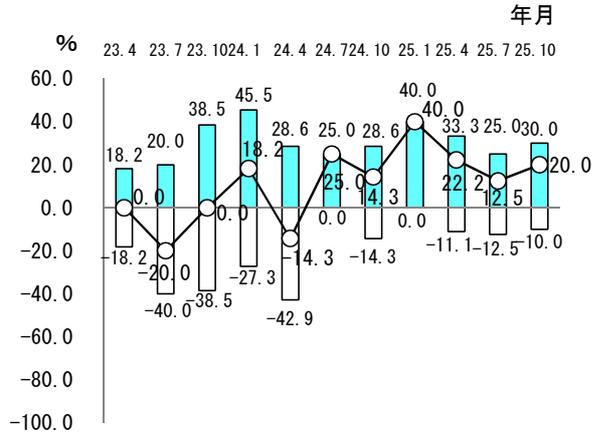


収益率

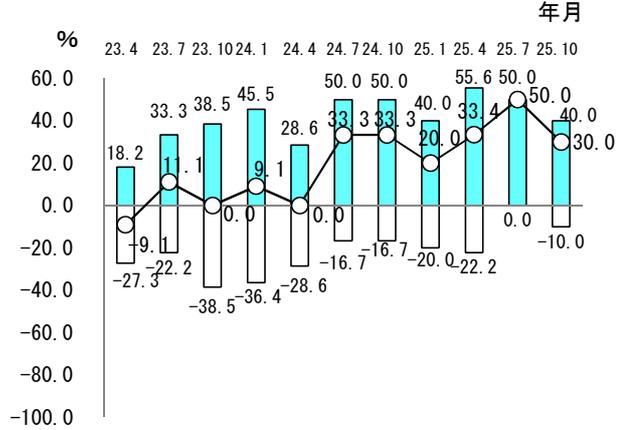


ウ 情報サービス業

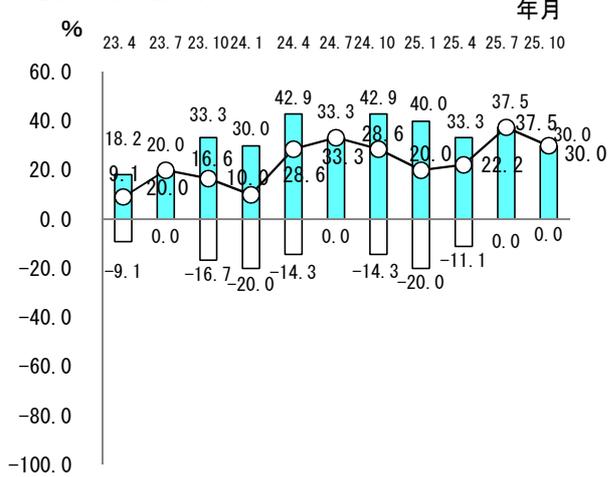
業況



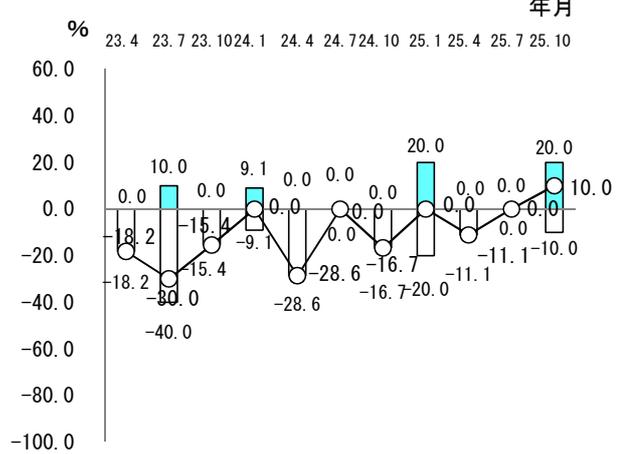
売上高



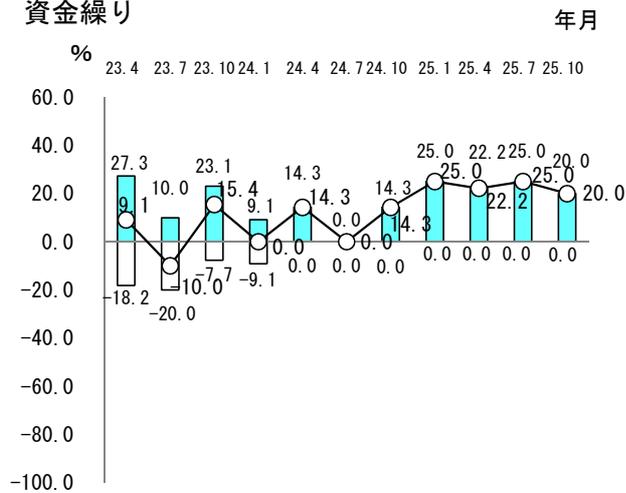
客数 (受案件数)



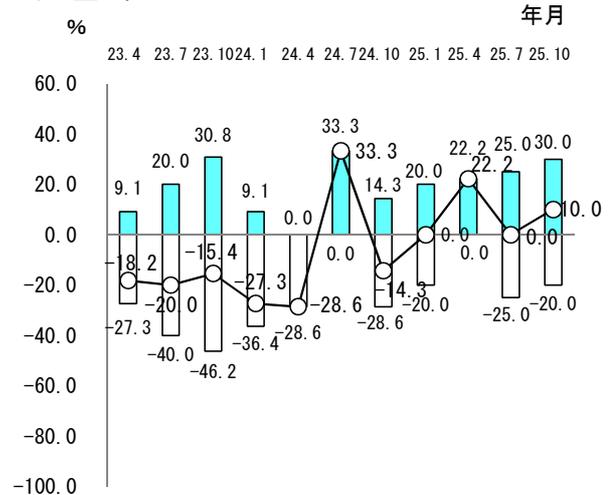
販売価格



資金繰り

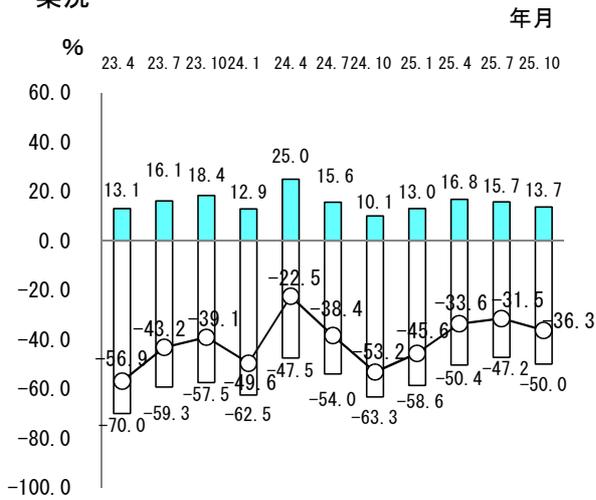


収益率

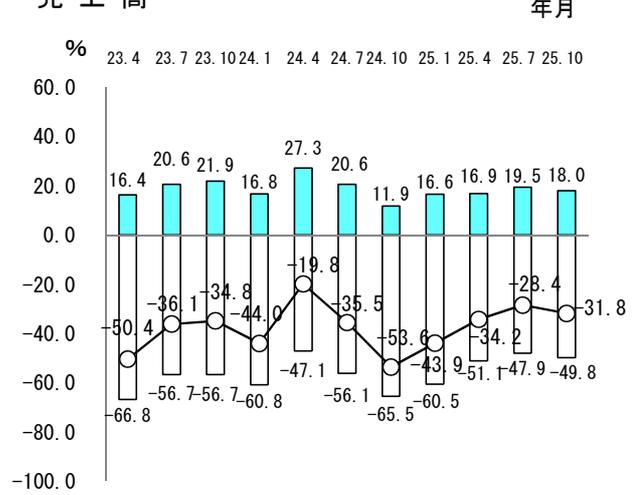


工 小売業・卸売業

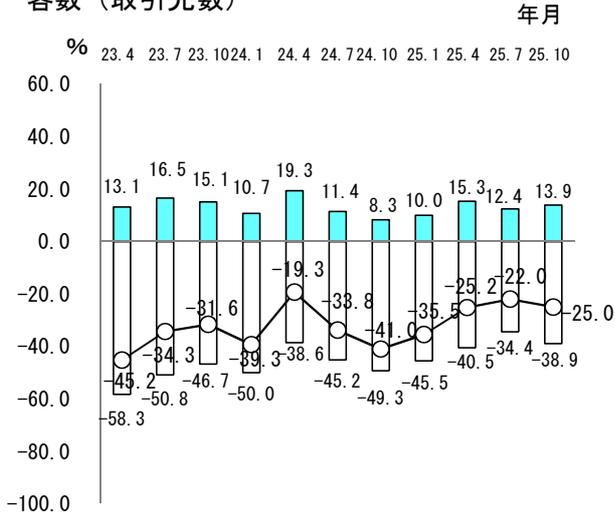
業況



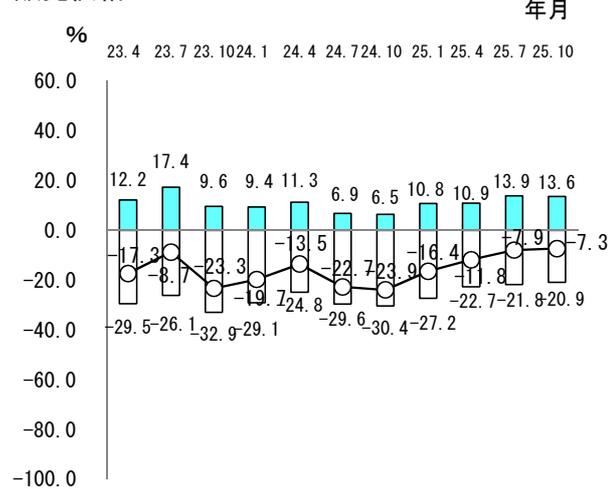
売上高



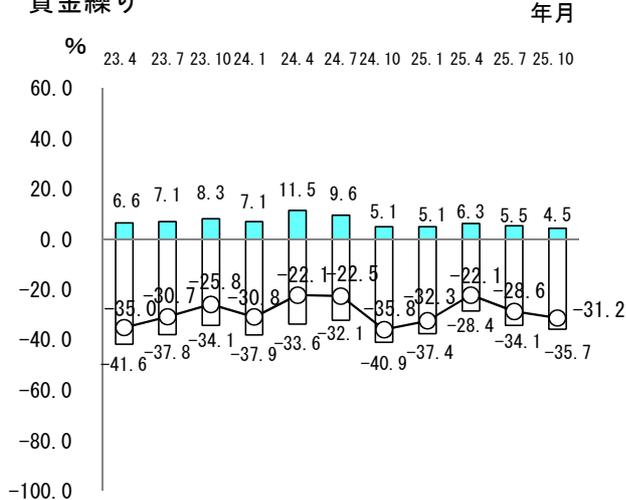
客数 (取引先数)



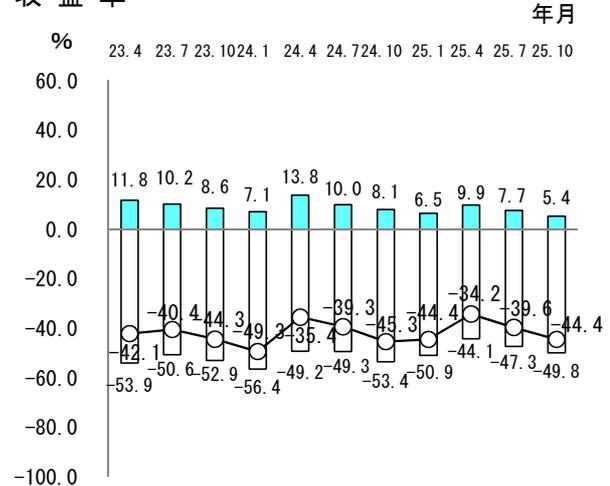
販売価格



資金繰り

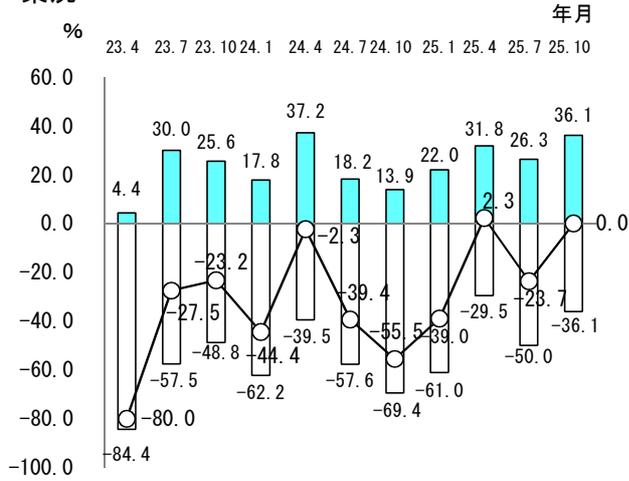


収益率

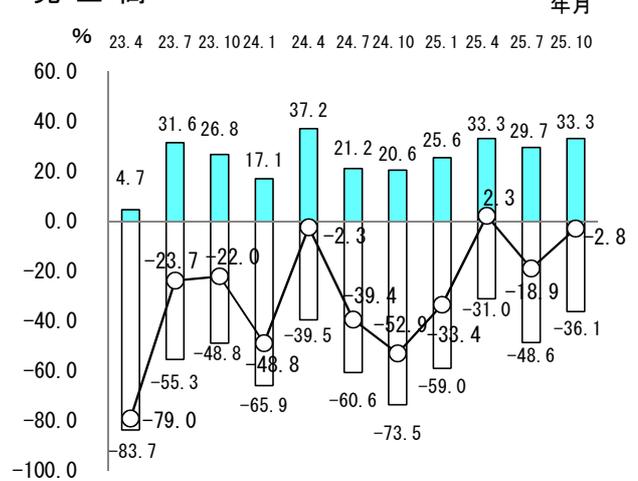


才 飲食業・宿泊業

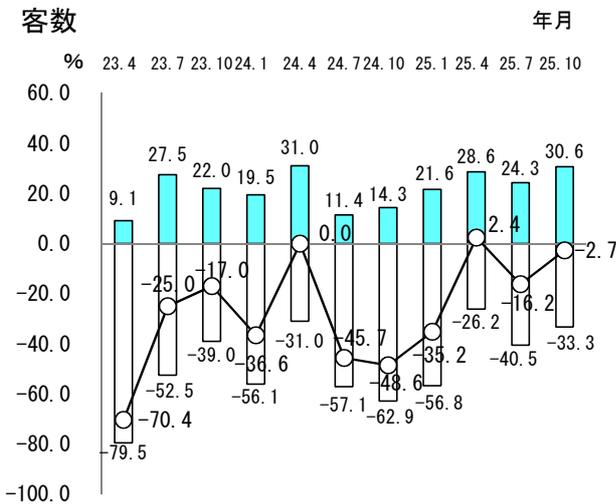
業況



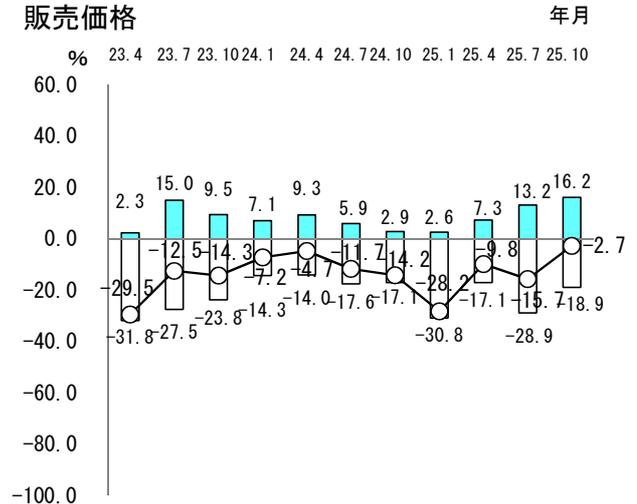
売上高



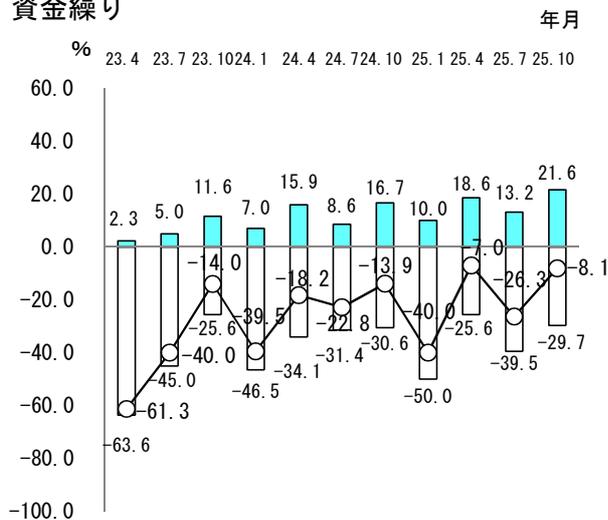
客数



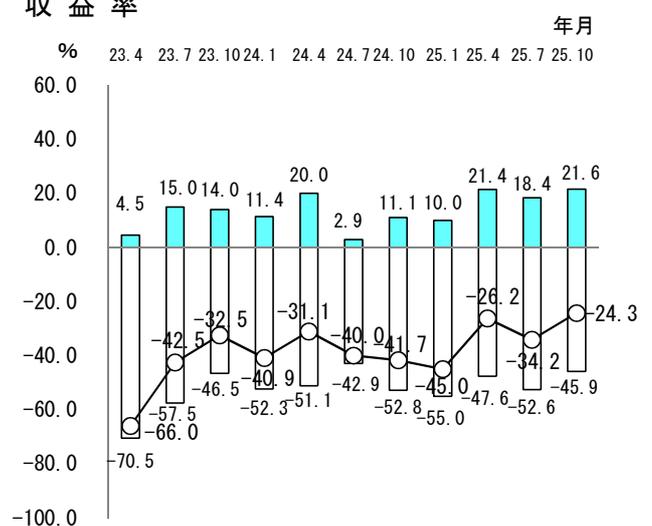
販売価格



資金繰り



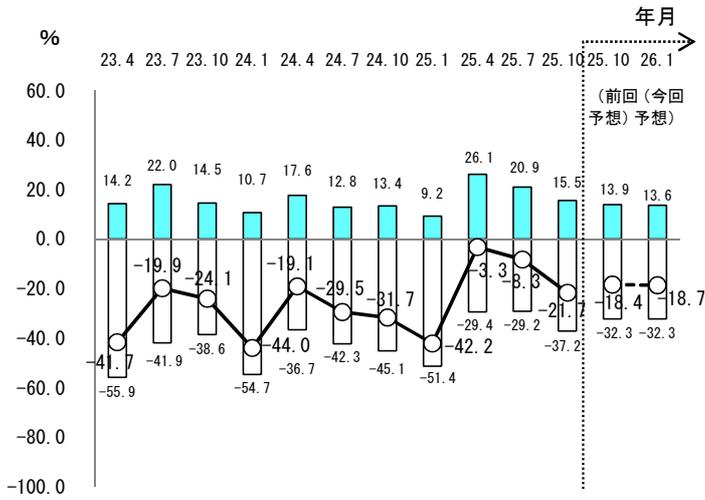
収益率



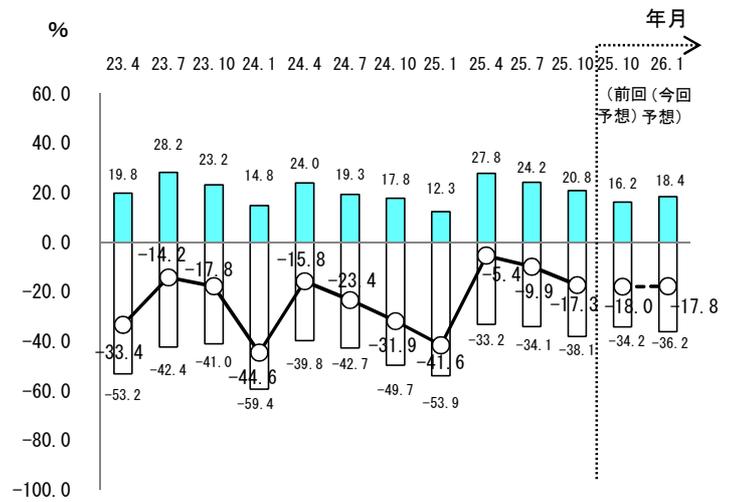
(2) 3か月前に比べて及び3か月後の予想

ア 非製造業全体

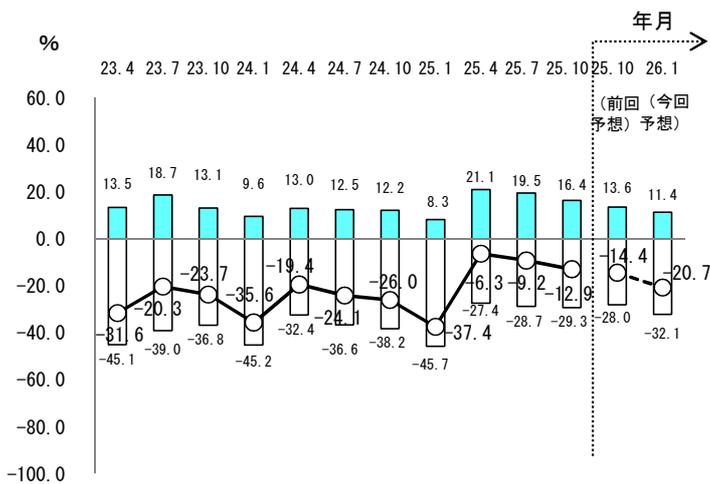
業況



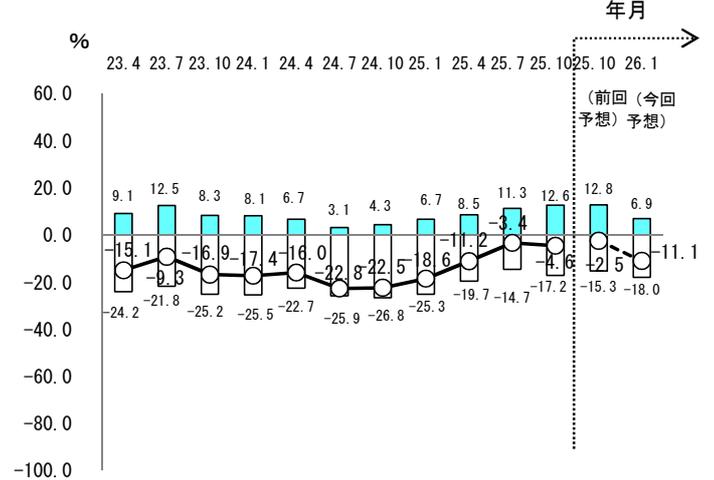
売上高



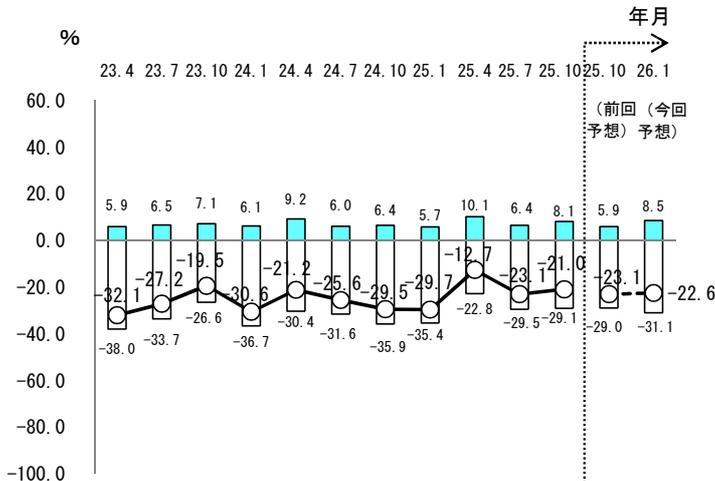
客数 (受注件数)



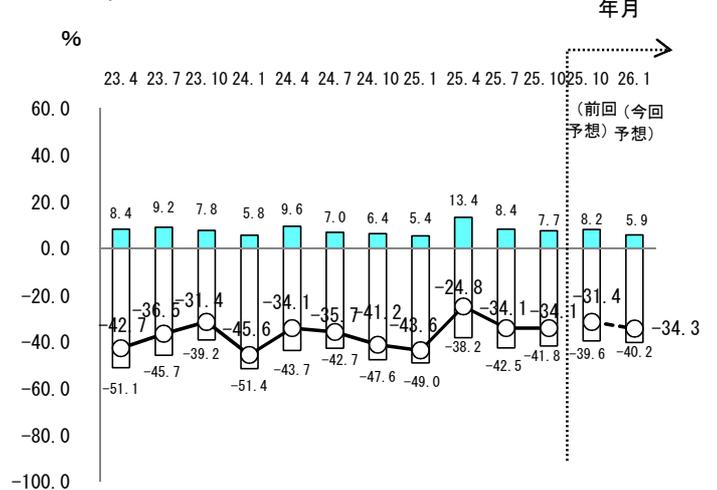
販売価格



資金繰り

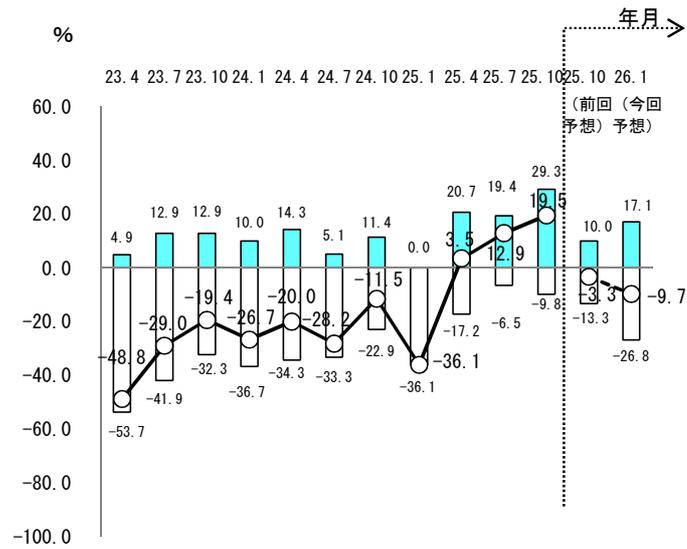


収益率

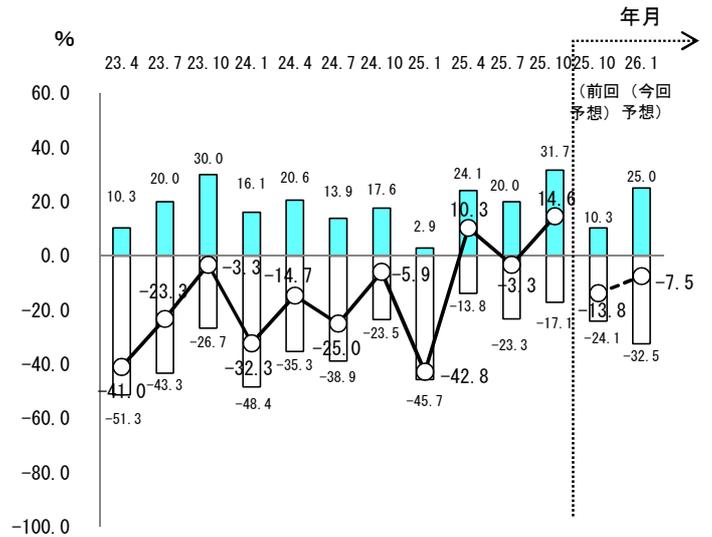


イ 建設業

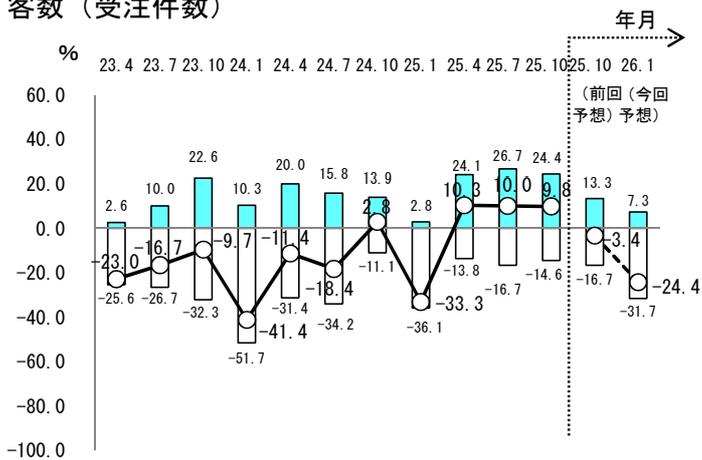
業況



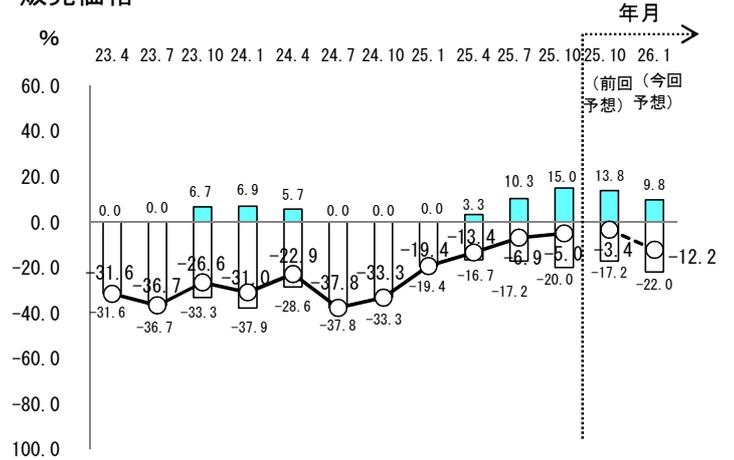
売上高



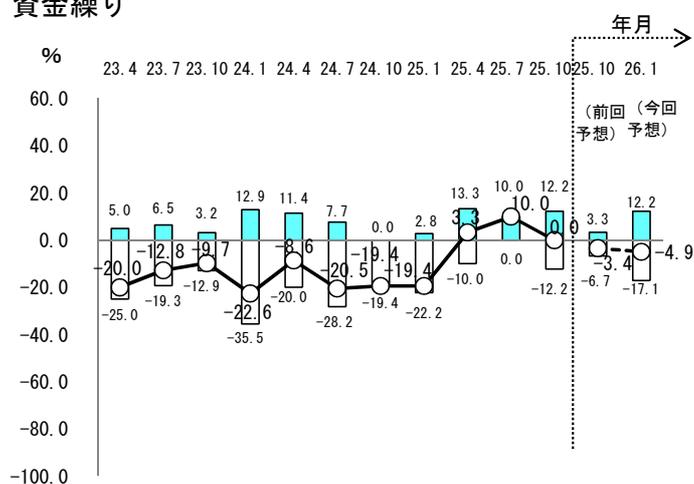
客数 (受注件数)



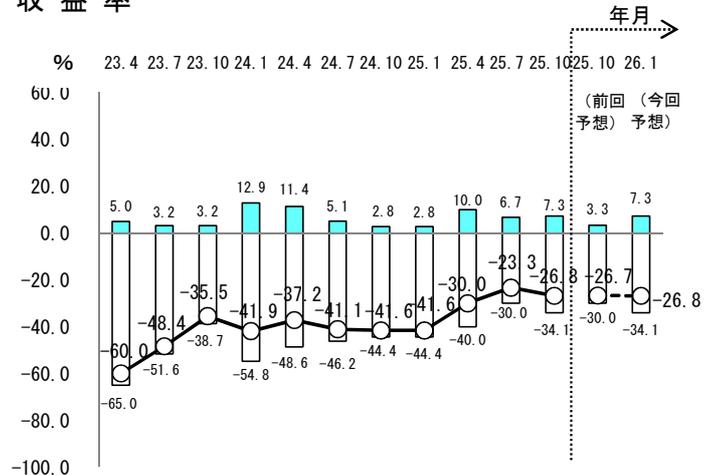
販売価格



資金繰り

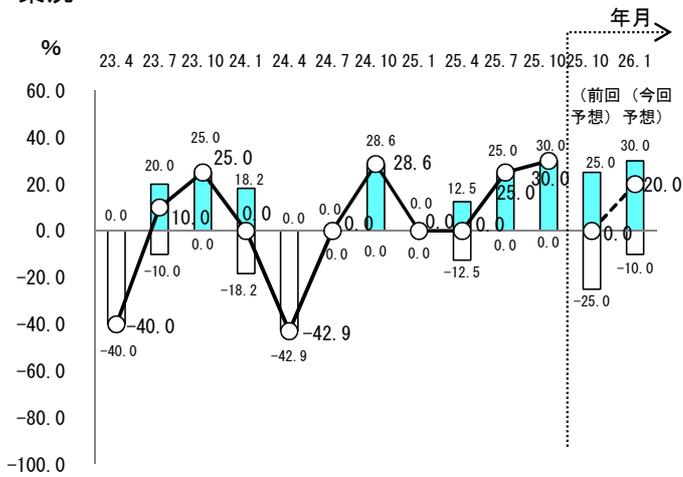


収益率

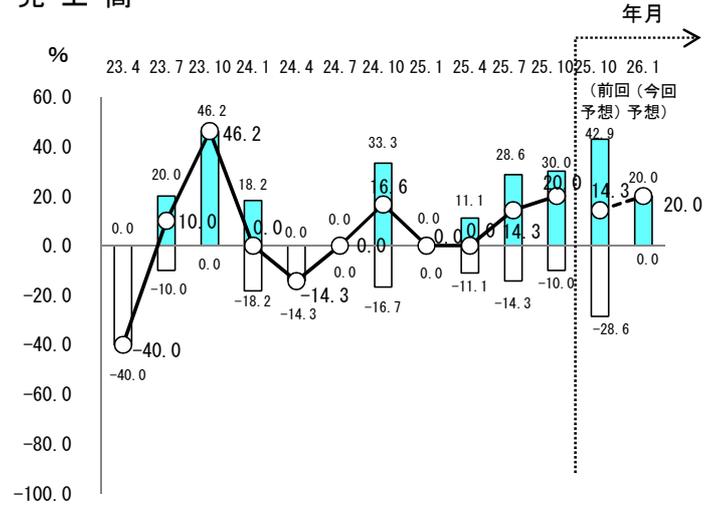


ウ 情報サービス業

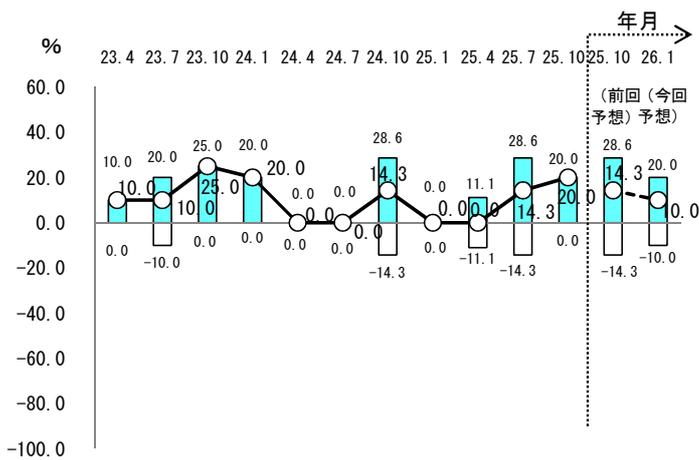
業況



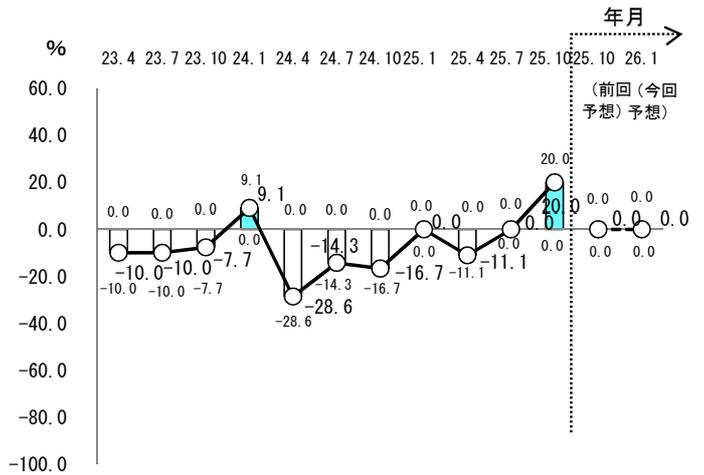
売上高



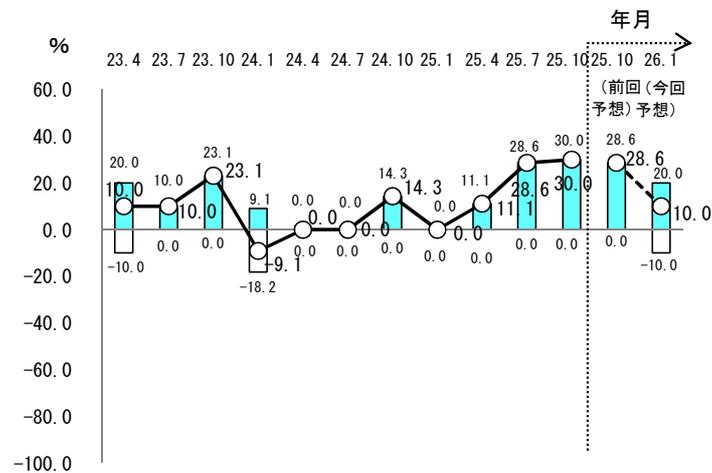
客数 (受注件数)



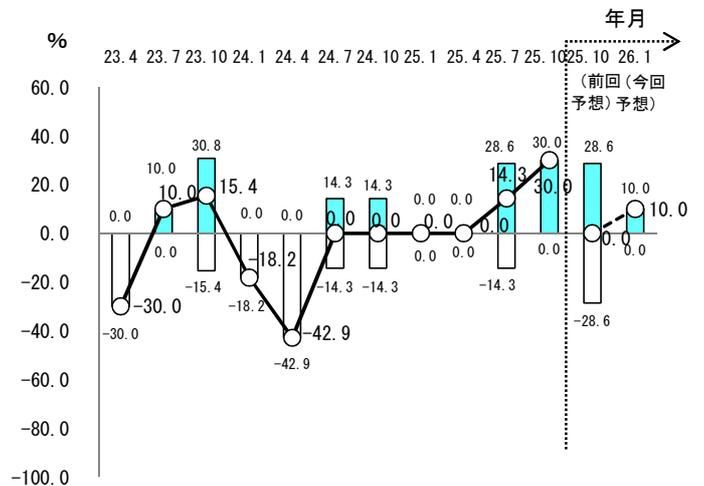
販売価格



資金繰り

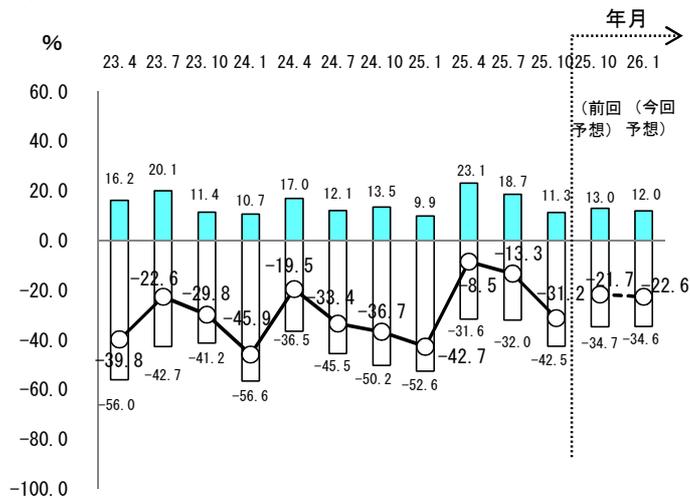


収益率

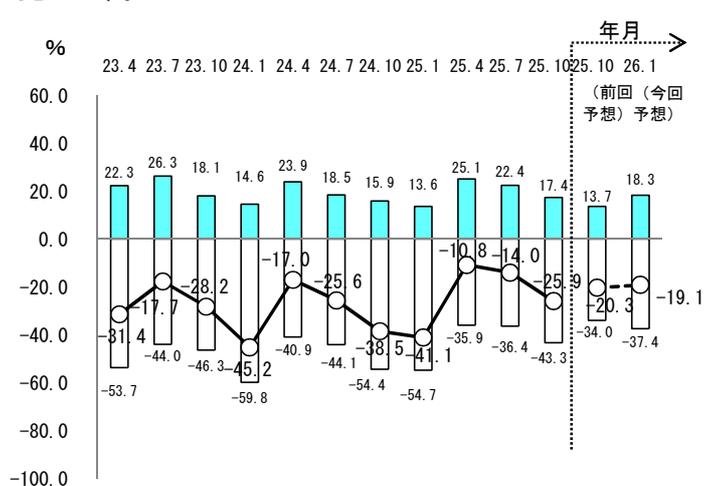


工 小売業・卸売業

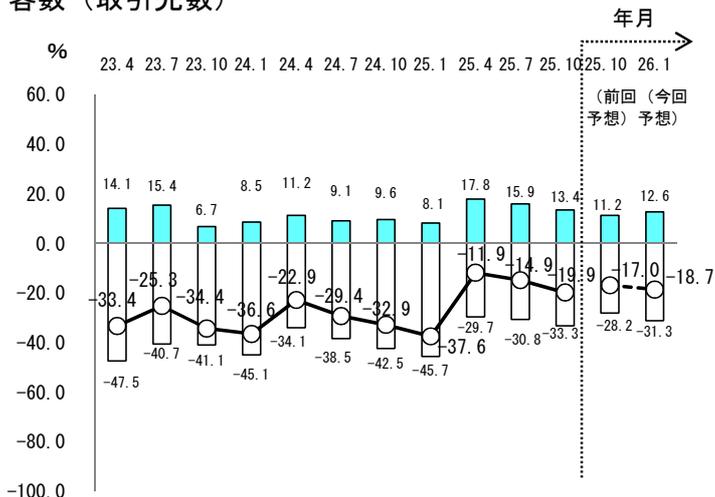
業況



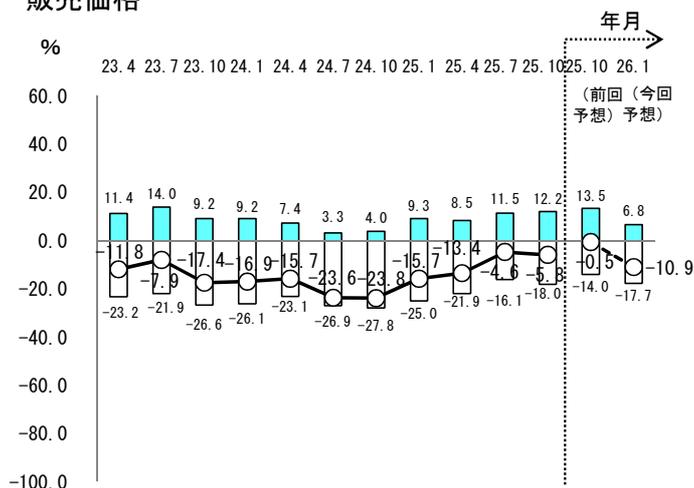
売上高



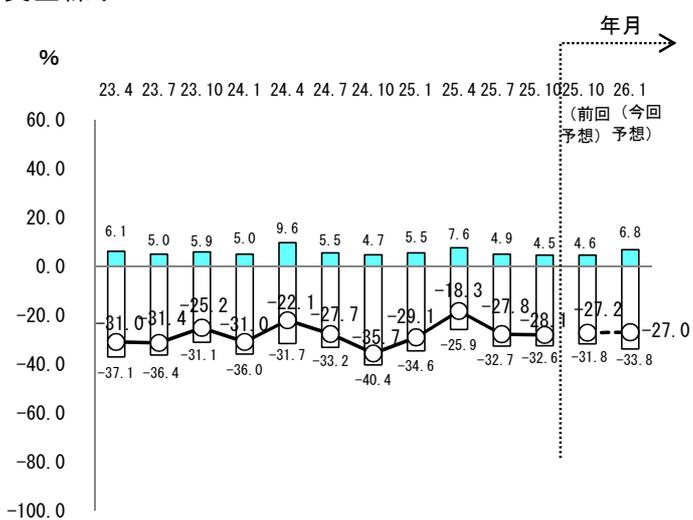
客数 (取引先数)



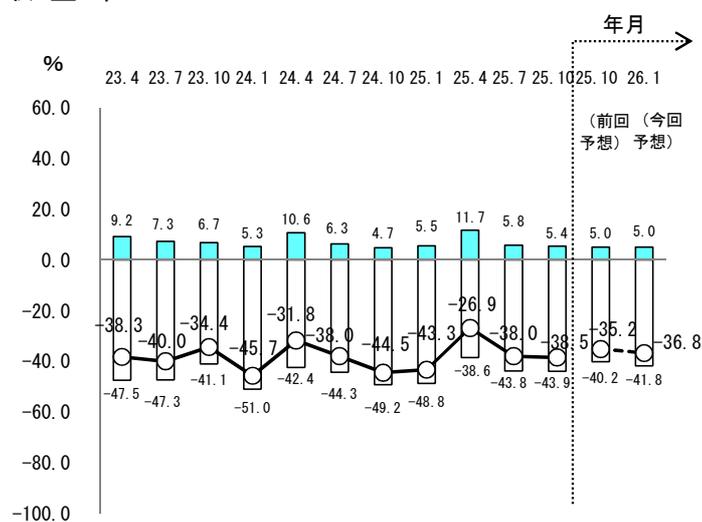
販売価格



資金繰り

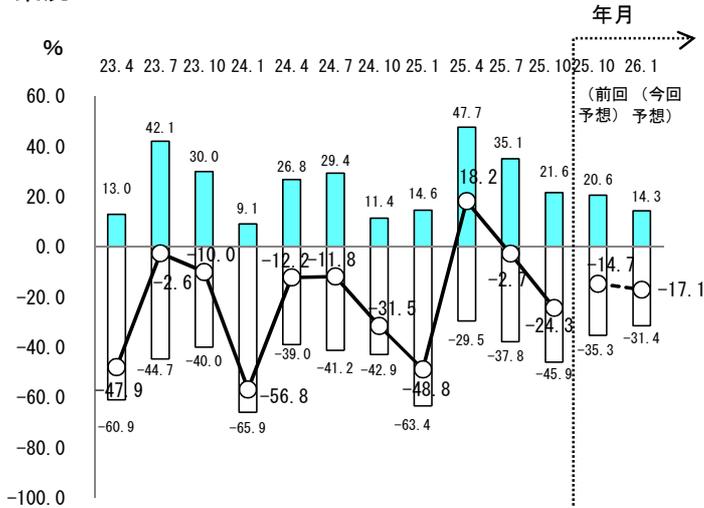


収益率

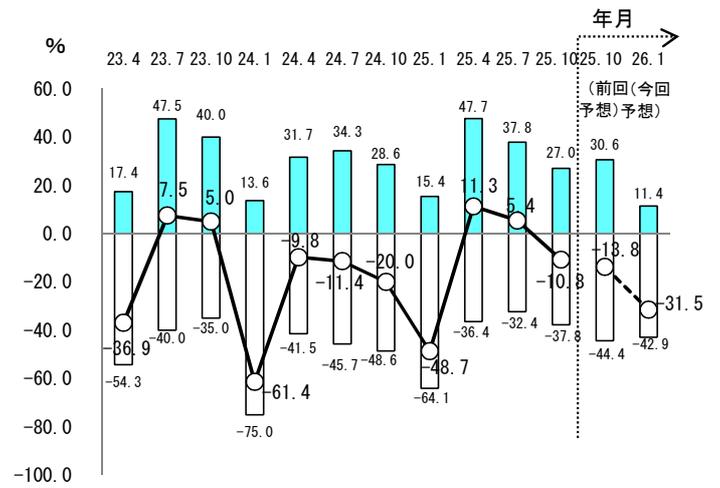


才 飲食業・宿泊業

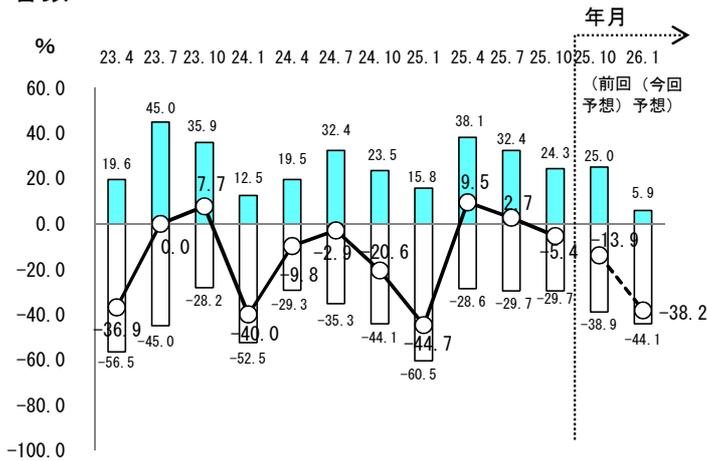
業況



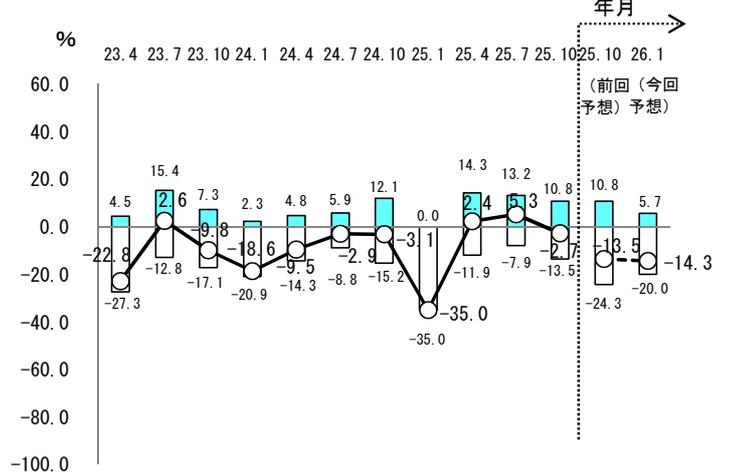
売上高



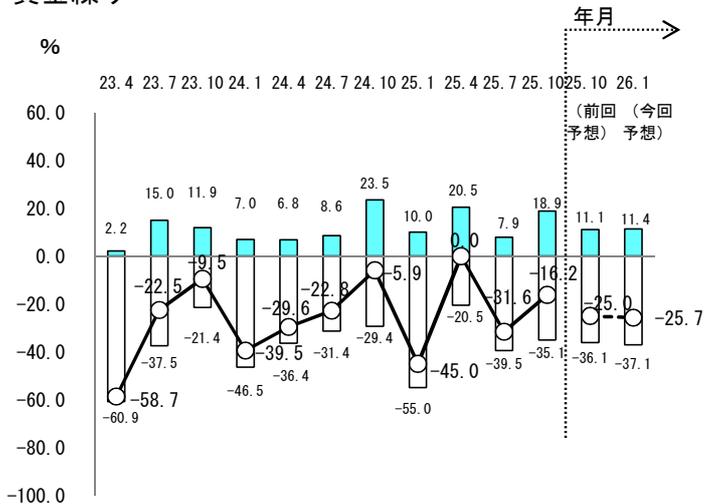
客数



販売価格



資金繰り



収益率

