

平成 25 年県内企業の景況を振り返って -情報連絡員年間報告-

平成 25 年 1 月～平成 25 年 12 月

平成 26 年 3 月

島根県中小企業団体中央会

ま え が き

当会では、県内中小企業の動向、問題点、要望を迅速かつ的確に把握すべく、中小企業団体情報連絡員制度を昭和49年に発足させ、地域別、業種別に勘案して30名の委員を委嘱し、毎月、情報の提供をお願いいたしているところです。

この制度を活用して、四半期景況調査やデフレ・金融円滑化などの緊急調査にも対応するなど、ここで集められた業界の動向、要望などについては、適宜関係機関に報告し、また当会としてもそれらを基に組織化支援をはじめとする関連事業に活用させていただきます。

情報連絡員制度は、当会が中小企業及び業界との接点になり、多方面との円滑な交流を図る役割を担っており、今後益々その必要性が高くなっていくものと存じます。

皆様方におかれましても、この趣旨について十分にご理解を賜り、一層のご協力をお願い申し上げます。

平成26年 3月

島根県中小企業団体中央会
会長 杉 谷 雅 祥

目 次

平成25年情報連絡員報告総括	1
I 業種別平成25年の状況	5
1. 食料品製造業	6
2. 繊維・同製品製造業	7
3. 木材・木製品製造業	8
4. 紙・紙加工品製造業	11
5. 出版・印刷業	11
6. 窯業・土石製品製造業	12
7. 鉄鋼・金属製造業	14
8. 非鉄金属製造業	16
9. 自動車・同附属品製造業	17
10. 畳製造業	18
11. 卸売業	18
12. 小売業	20
13. サービス業	24
14. 建設業	27
15. 運輸業	29
II 業種別平成26年の景況予測	
1. 食料品製造業	35
2. 繊維・同製品製造業	35
3. 木材・木製品製造業	35
4. 紙・紙加工品製造業	36
5. 出版・印刷業	36
6. 窯業・土石製品製造業	36
7. 鉄鋼・金属製造業	36
8. 非鉄金属製造業	37
9. 自動車・同附属品製造業	37
10. 畳製造業	37
11. 卸売業	37
12. 小売業	37
13. サービス業	38
14. 建設業	38
15. 運輸業	39

Ⅲ 中央会・行政庁への要望事項

1. 金融・税制支援、施策関係、その他・・・・・・・・・・・・・・・・・・40

Ⅳ その他資料・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・43

平成 25 年情報連絡員報告総括

国内経済をみると、大手シンクタンクによれば、年後半より日本経済は回復基調となった。国内企業においては、内需の増加を受けて生産活動は緩やかに改善した。個人消費については、消費税引き上げを前にした駆け込みの需要もあって、増加しており、住宅着工は高い水準を維持している。

山陰の景気は、緩やかに回復している。個人消費は底堅く推移し、設備投資は、企業収益が改善するもとで緩やかに増加している。公共投資は増加を続けており、住宅投資も増加している。こうした需要動向を反映して、生産は緩やかに増加している。

島根県の経済をみると、「過去 5 年間の倒産件数・負債総額」は、平成 25 年負債総額 35.3 億円・倒産件数 22 件となっており、負債総額が平成 24 年（58.2 億円）と比べ減少となった。「発注者別公共工事請負金額推移」をみると、総額で平成 25 年（請負金額：144,355 百万円）は平成 24 年（請負金額：149,658 百万円）に比べ約 3%減になった。発注者別の平成 24 年請負金額の昨年対比内訳割合では、独立行政法人等が大幅削減（△約 46.65%）となっている。国も同じく削減（△約 20.7%）となっている。「新設住宅着工数」は、平成元年以降、平成 8 年（島根県：7,070 戸、全国 1,643,266 戸）をピークに大幅減少傾向にあり、平成 22 年の島根県の着工数は過去最低の水準となったが（島根県：2,463 戸、全国：813,126 戸）、平成 23 年から 3 年連続で増加となっている。（平成 25 年島根県：3,411 戸、全国：980,025 戸）島根県の着工数（注文住宅等の一戸建て住宅）の「持ち家」は 34.8%増の 1,863 戸であった。

「労働需給状況（求人倍率）」では、平成 25 年島根県新規 1.69、有効 1.06（全国新規：1.50・有効：0.93）で、平成 24 年（島根県新規：1.51・有効：0.95、全国新規：1.30・有効 0.80）と比べ改善傾向にある。「大型小売店販売額（百貨店+スーパー）」は、前年と比較し島根は減少、全国は増加となっている。「勤労者世帯家計消費支出」をみると、平成 25 年は対前年に比べ大幅に増加となっている。（平成 24 年：松江 303,398 円、平成 25 年：松江 343,120 円・13.1%増：平成 17 年以来の 340,000 円超え）「消費者物価指数」をみると、平成 22 年を 100 とした場合、平成 24 年（松江）は平成 21 年と同水準となっている。（平成 25 年：松江 100.5、全国 100.0）

情報連絡員報告の業界全体の「売上高・収益状況・景況」の推移をみると、製造業は（売上高／平成 24 年 1 月 DI 値：△5.9ポイント、平成 25 年 12 月 DI 値 47.1ポイント）と好転した。「収益状況」についても改善している。（収益／平成 24 年 1 月 DI 値：△35.3ポイント、平成 25 年 12 月 DI 値△17.6ポイント）非製造業においては、改善となった。（売上高／平成 24 年 1 月 DI 値：△38.5ポイント、平成 25 年 12 月 DI 値 23.1ポイント）、「収益状況」についても改善している。（収益状況／平成 24 年 1 月 DI 値：△53.8ポイント、平成 25 年 12 月△7.7ポイント）

情報連絡員報告の年間業種別報告をみると、食料品製造業において、菓子業界効果は限定的であるが、出雲大社の平成の大遷宮の影響で観光客が増え、観光土産品を扱う菓子店は大きく売上高が上がったように思われる。人手不足の事態も

あったが、一時的なものと判断され、新規雇用の動きはなかった。出荷量が下げ止まらず前年比 3%の減少見込みで、売上高の減少傾向は変わらない。市場店頭価格の低下傾向と原料価格が高騰したため、収益は減少する一方である。水産練り製品業界では、主原料のすり身の価格は安定していたが、副原料、副資材及び電気代、ガス代、運送費が上昇し、収益が非常に厳しい状況となった。製品の販売価格も安売りの状況にあり、各メーカーとも苦しい状況となっている。

繊維・同製品製造業において、売上高の面では、前年度と比較して変化がない。価格の面では、前年度と変わりがない。各社とも工賃の交渉をしており、上昇は見込めないが、交渉によっては上げてもらえる商品も出てきている。外国人実習生については、中国からベトナムにシフトする企業が多くなるのではないかと予想される。

木材・木製品製造業において、合板業界では、建築着工数の伸びによる需要の拡大と販売価格の持ち直しにより、売上高は前年に比べ 15%増加した。製品価格は上昇傾向で推移した。雇用の面では、就業者数は山陰両県で昨年より 3%あまり伸びた。木材業界では、消費税率引き上げに伴う駆け込み需要により 4 月以降住宅着工戸数が前年を大きく上回り、それに伴い木材・木製品の売上量も前年より増加した。特に、地域材や県産木材が助成の対象とされたことから、持家の木造住宅は対前年比 34%増と大きく伸びている。家具業界において、平成 25 年 7 月からスタートした「木材利用ポイント交換」は、半期で約 1,000 千円。まだ、この制度が認知されていない。小売では大型チェーン店、またボランティアチェーンの共同開発商品は、スケールメリットを活かし、値段据え置きとなっているが、その他については、店頭価格が上がっている。4 月からは消費税も上がるので販売に影響があると思われる。

紙・紙加工品製造業において、平成 25 年 8 月以降業種を問わず需要が増えはじめ、9 月から 11 月にかけては遷宮効果によるサービス業種での需要が拡大し、売り上げは前年比 8%増となった。

出版・印刷業界では、売上高が増加したと回答した事業体の割合が増えた。販売価格は、低くなった価格が上昇しないまま据え置かれている。雇用の面では、就業人員は不変としているところが多い。

窯業・土石製品製造業では、瓦の出荷枚数は平成 24 年度累計比 0.5%減少した。県内出荷枚数は前年比で 5.3%増加した。2013 しまね県民住宅祭では、モデル住宅 17 社 18 棟が出展し、石州瓦は 6 棟に使用された。生コンクリート製造業では、価格の面では、販売価格は横ばいであった。地区別の出荷量をみると、松江で 16%、隠岐で 9%、石東で 9%、隠岐で 9%、浜田で 8%、益田で 5%増となった一方、出雲で 7%、雲南で 23%の減となった。収益の面では、一部増加した地区があるものの、全体としては横ばいまたはやや減少であった。

鉄鋼・金属製造業をみると、売上高は回復傾向にある。業界全体でみると 5%ほど増加したものと思われる。コストダウン等により受注環境に厳しい業種もあったが、収益面では全般的に横ばいもしくはやや回復している状況である。安来地区でみると、産業機械、特に自動車分野では、円安を機に国内メーカーは業績が回復し、受注もその恩恵を受けることができた。日立金属株式会社安来工場の受注が回復したことにより、関連会社を取り巻く事業環境も月を追うごとに好転

した。鋳物業界では、平成24年後半より続いた売上高の減少傾向は平成25年8月まで続き、9月以降は回復基調となったが、原材料費、副資材の高騰や電気料金の値上がり等を販売価格に転嫁することが難しい状況が続いている。

非鉄金属製造業をみると、売上高は1月大幅に低迷し、2月以降は徐々に回復した。自動車関係の好調が続いているおかげで秋以降は前年同期で30%程度増加した。

自動車・同附属品製造業をみると、円安・株高が進み、取引先メーカーの収益が好転した。また、中国の輸出も徐々に回復し元々の生産活動に近づいてきている。雇用面では、現状では新規雇用までに至っていない。希望としては、熟練工が高齢化してきているので、若年労働者との切り替えが必要となっている。

畳製造業をみると、売上高の面では、前年比5~10%の減少が続いている。秋口から増税前の建築ラッシュの影響もあり、上向き加減ではあるが一般家庭においての消費動向はまだまだ冷え込んだままである。

卸売業をみると、県東部では、増加とした企業数が14%増加し、売り上げは回復基調にある。収益の面では、この3~4年「好転」とする企業数は全体の2割であったが、今年度は3割に迫る勢いである。「不変」が増加、「悪化」が半減している。県西部では、売り上げが軒並み減少した。建設関連の企業は、消費税増税前の駆け込み需要が見られた。収益の面では、商品の流通量が減り、コストを吸収できず収益を圧迫し悪化している。

小売業をみると、共同店舗では、近隣にドラッグストアが出店し、関連売り場への影響が大きく、店舗全体の売上高は対前年で2%減少した。価格の面では、上記競合店の出店に伴い、一部の部門の売価を引き下げた。仕入れ価格はほとんど横ばいであった。

石油業界をみると、燃料油全体の販売数量は1%程度減少した。燃料転換、低燃費車の普及等構造的な需要縮小が挙げられる。売上金額は主に円安による原油コスト上昇により増加したもので、収益には結びついていない。特に県東部の小売価格は全国平均以下となるなど価格競争激化により収益は大きく縮小している。

商店街をみると、松江地区の商店街では、出雲大社の大遷宮の観光客の入り込み増が大きく、関連する飲食店、観光関連商品取り扱い店舗の売り上げは増加した。出雲地区の商店街では、売上高は前年比50%増と好調であった。価格の面では、販売価格は年々下がっている。収益の面では、販売価格に低下に伴い粗利も減少している。

サービス業をみると、旅館業界では、出雲大社の平成の大遷宮により、県内外より島根県、出雲市への観光客が増加し、旅館・ホテル業としては予想を上回る誘客効果があった。自動車整備業では、価格の面では、安価基調が継続しており、昨年と比べても特段の変化はないと考えられる。収益の面では、全体的に去年並みの厳しい状況の組合員が多いと考えられる。雇用の面では、新卒採用で業界に入ってくる人数も減少し、定着率も高くない。全体として若年労働者は不足しており、人的余裕のある組合員は少ないと考えられる。情報サービス業では、前半は低調であったが、後半からWindowsXPのサポート終了や消費税増税に関連して、受注が増えた。

価格の面では、コストダウンの要求は強くある。製品の価値より、価格で選択されるケースが増加してきている。収益面では、オープンソースソフトウェアとクラウドにより、コストダウンが図れており、予定の収益が確保できている。ビルメンテナンス業では、業界において「平成25年度から平成28年度までの期間とする長期継続契約」を締結した。また、同じく島根県が行った、平成25年4月1日を業務開始日とする清掃業務委託契約について、その一般競争入札（単年度契約）に参加し、県下8地区のうち5地区について契約を獲得した。価格の面では、清掃業務等役務提供契約における価格は、業界を取り巻く過度の低価格競争により低いままでの現状維持若しくは低落の傾向にある。

建設業をみると、総合工事業において、売上高の面では、平成25年度国の公共事業予算は、平成24年度と比較すると実質的にほぼ横ばいであるが、平成24年度補正を含めた「15ヶ月予算」で考えると、7.7兆円となり前年より増加している。島根県の公共事業予算は、平成25年度予算は前年より5.3%減少しているが、平成24・25年の2月補正を含めた比較をすると、16.7%増加している。電気工事業界では、官庁工事の売上高は確実に減少しているが、電気設備においては、非常用発電機、太陽光発電、省エネ関連等の時代を反映した発注があり、業界特有の業態が功を奏したと考える。民間工事においても下請けでなく直接受注ができる業者が安定した売り上げを確保できている。

運輸業をみると、年央あたりから消費関連貨物及び建設関連貨物を中心には荷動きは回復基調で推移し、燃料価格の高止まりや依然低運賃の改善は見られぬも、売り上げは小幅ながら増加に転じた。価格面では、運賃・料金（売り上げ）は、恒常的な車両不足の状況下では、一部スポット的に上がったところもあるようだが、全体的には改善されていない。

雇用の面では、労働集約型産業であるトラック運送事業では、人口の減少、少子高齢化の進展により、トラックドライバー確保問題は喫緊の課題となっている。

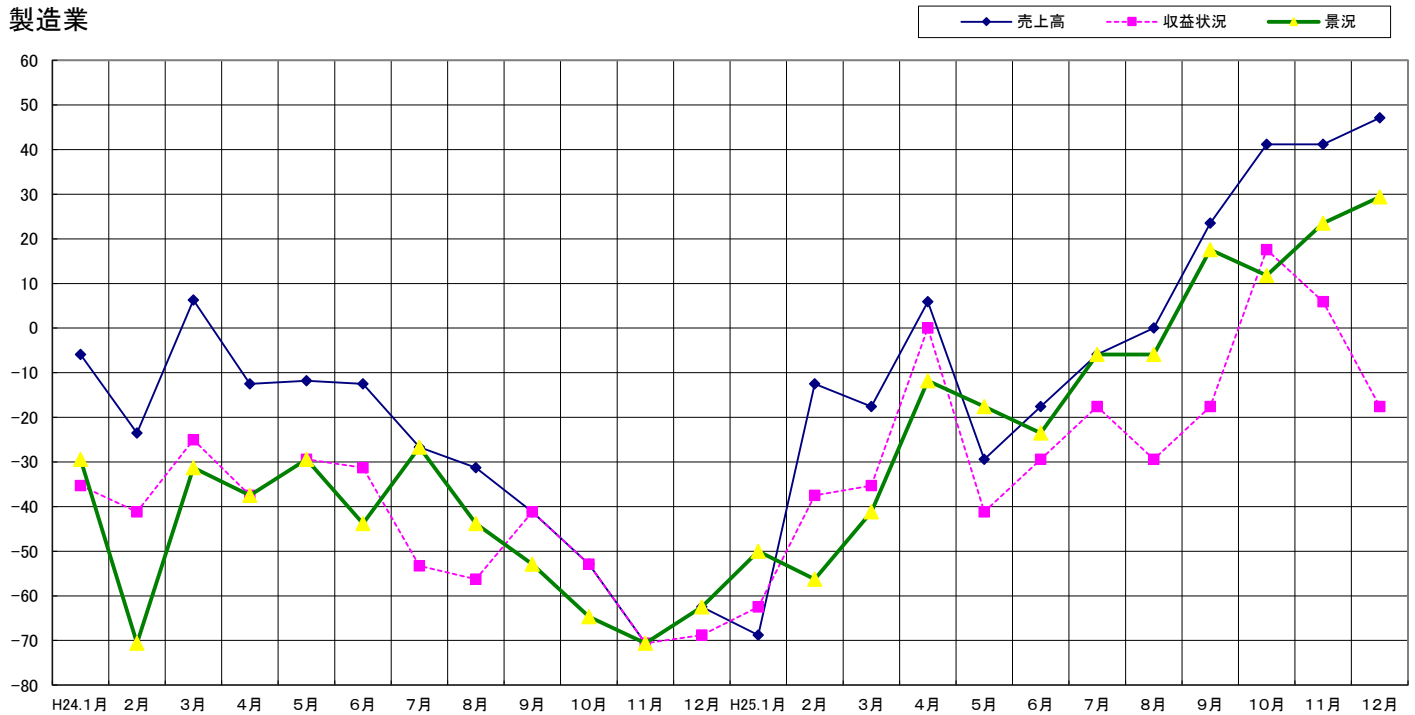
アベノミクスの影響で荷物需要回復の兆しが見えてきても、車両が不足して対応できない、車両があってもドライバーが不足している問題が深刻化してきている。

、、、平成 25 年中小企業団体情報連絡員年間報告

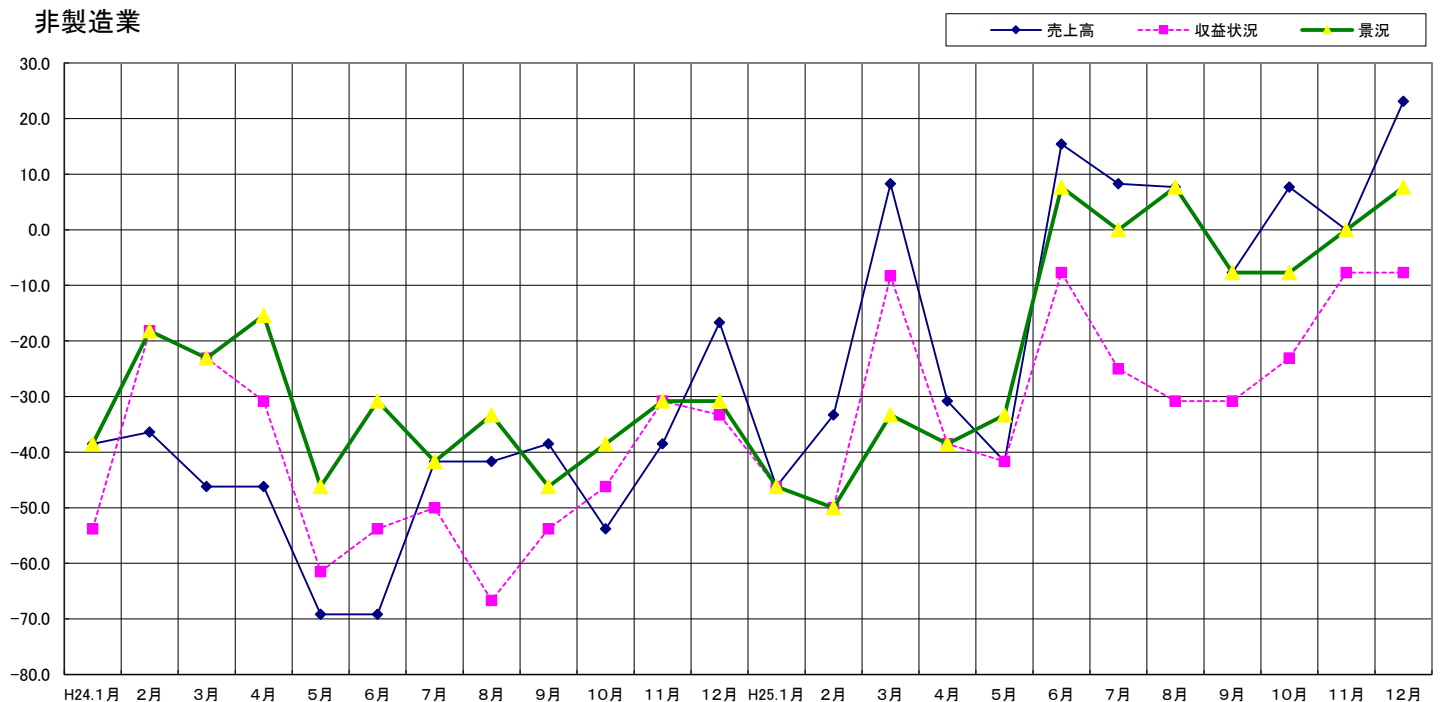
I 業界別平成 25 年の状況

平成 24・25 年関係業界全体の売上高・収益状況・景況の推移（前年同月比 DI 値）

製造業



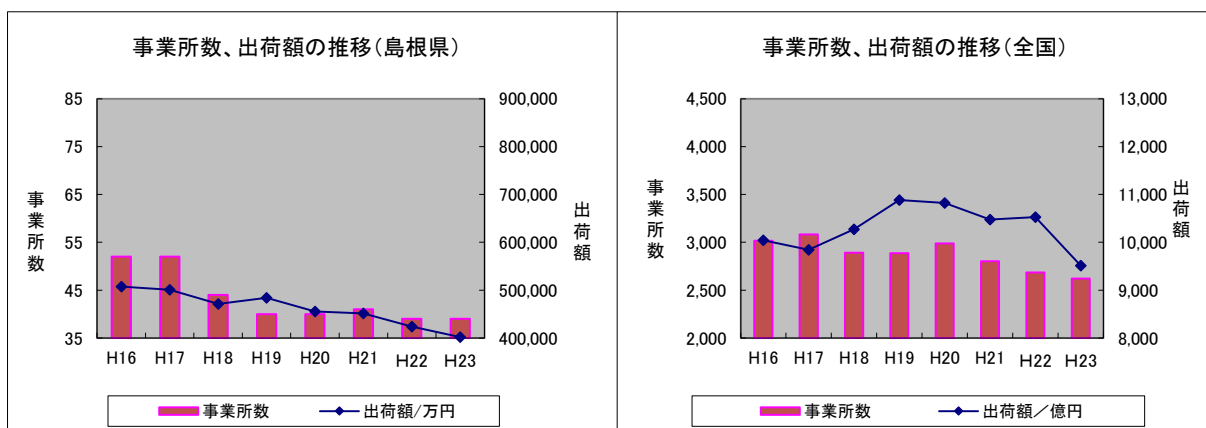
非製造業



—業種別平成 25 年の状況—

1. 食料品製造業

(1) 菓子製造業



菓子業界は、出雲大社の平成の大遷宮の影響で観光客が増え、観光土産品を扱う菓子店は大きく売上が上がったように思われる。しかし、その効果も限定的であり、デパート、スーパーといった地元客だけの店は売り上げが微減している。

価格の面では、原材料や石油製品等の値上がり傾向にあり、製品も値上げしたいところだが、いまだデフレから脱却していない状態で価格は据え置きのお店が多い。問屋、スーパーへの卸が多い菓子店は、平成 26 年 4 月からの消費税増税で、増税分が転嫁できるか気にかけている。

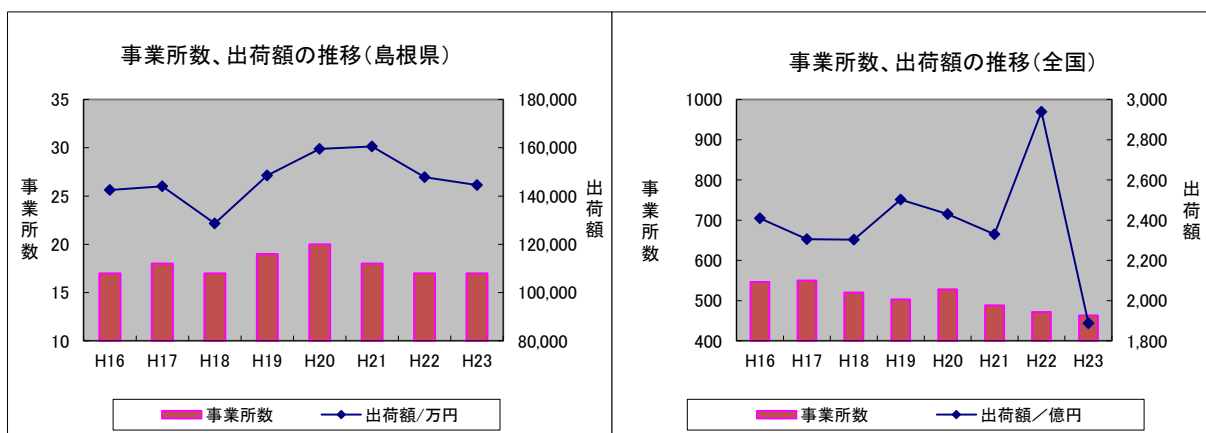
収益の面では、遷宮の影響で売り上げが伸びた店(会社)では、冬季賞与も大幅にアップしている。

操業度へも影響しており、休日も返上して製造した店(会社)もあった。

そのような状況から人手不足の事態もあったが、一時的なものと判断され、新規雇用の動きはなかった。

その他、4 月・5 月のゴールデンウィーク期間を中心に広島で「第 26 回全国菓子大博覧会」が開催されたが、残念ながら島根県の菓子はあまり動きがなかった。

(2) 醤油製造業



醤油業界では、食生活の多様化により調味料も多様化し、出荷量が下げ止まらず前年比 3% の減少見込みで、売上の減少傾向は変わらない。

原料価格は高騰し、特に脱脂大豆、小麦、アルコール等の高騰が著しい。(脱脂大豆について)

ては 20%上昇) この傾向は今後も続く見込みである。

店頭価格は横ばいか、時には特売のため低価格化している。一方で、醤油加工品（つゆ、たれ）は徐々に出荷量が増加している。

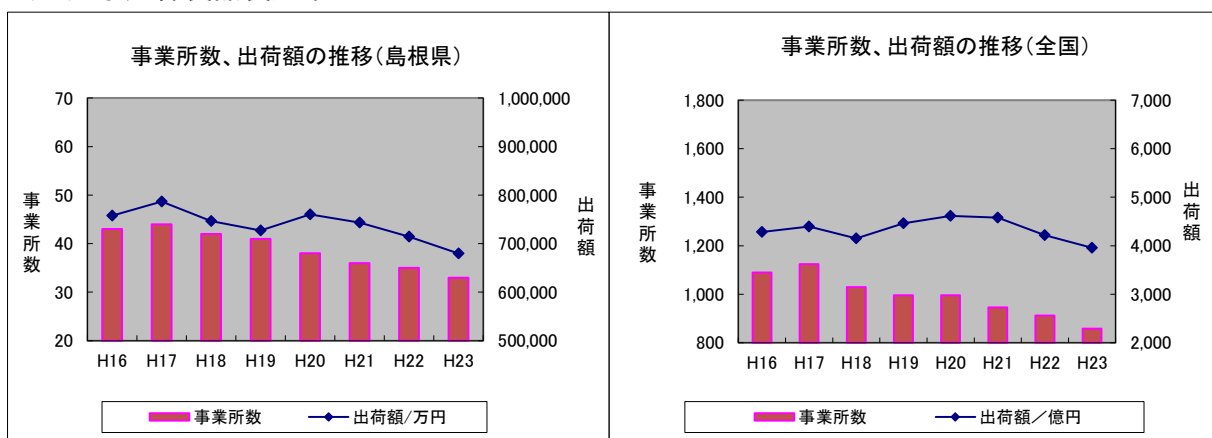
収益の面では、市場店頭価格の低下傾向と原料価格が高騰したため、減少する一方である。

雇用の面では、退職者を補充できない工場がほとんどである。

こうした中、業界では「生醤油」の普及のための容器の見直しを行っている。

また、12 月にユネスコ（国連教育科学文化機関）は「和食 日本人の伝統的な食文化」を無形文化遺産に登録することを決定した。このことにより、和食に欠かせない調味料である醤油が見直されることに期待している。

（３）水産練製品製造業



水産練製品業界では、県外大手メーカーの安価な商品が出回っているため、売上高は低下傾向である。ただ、製品にこだわって生産しているメーカーは固定客がついている。夏場の高温で落ちた売り上げを冬場でどう取り返すかが売り上げ増減のカギとなりそうである。

価格の面では、主原料のすり身価格が円安の中、安定した価格で生産され続けたため、価格よりも売り場の確保に重点を置いた県外大手メーカーが多かった。そのため、特売回数が増え、価格的には安売りの状況となった。お土産としては、安定した価格で販売したが、数量的には日配品に比較すると少ない結果となった。

収益の面では、主原料のすり身の価格は安定していたが、副原料、副資材及び電気代、ガス代、運送費が上昇し、収益が非常に厳しい状況となった。製品の販売価格も安売りの状況にあり、各メーカーとも苦しい状況となっている。

操業度の面では、夏場に落ち込んだ様に思われるが、あご野焼は安定した生産であった。

こうした中、健康食品としての練物製品をアピールするため、関連の資料冊子を購入し、消費者に配布することに取り組んだ。

2. 繊維・同製品製造業

売り上げについては、全体的には、前年度と比較して変化がない。

価格の面では、前年度と変わりが無い。各社とも工賃の交渉をしており、交渉によっては上げてもらえる商品も出てきているが、全体的な上昇は見込めない。国内の縫製工場の減少、

縫製人員の減少により採算が合わない商品については断るような状況になりつつある。

操業度の面では、各社まちまちだが、学生服関係、年間の投入が決まっている会社以外は 11 月～1 月が比較的操業度が低い。

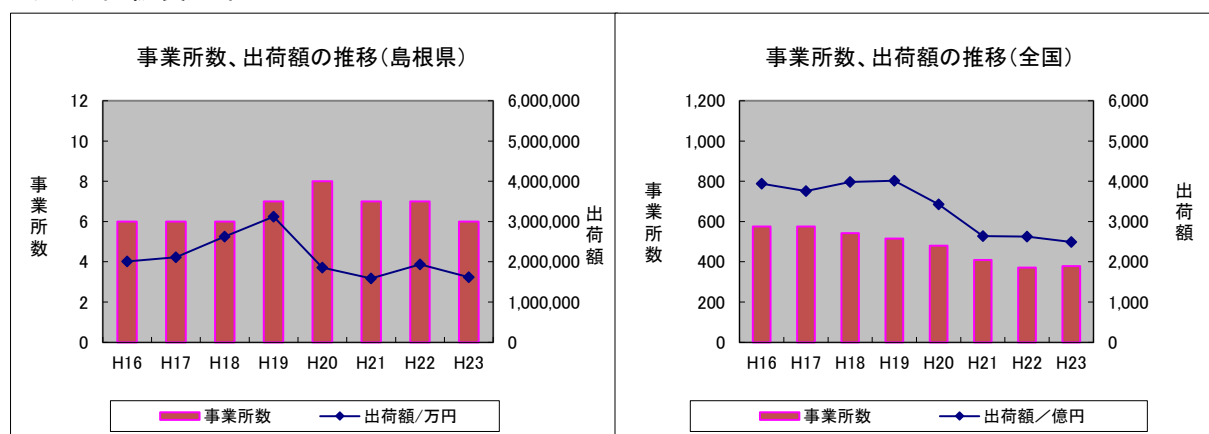
雇用の面では、縫製業は外国人技能実習生に依存している企業が非常に多い。当組合では、前年度と同じ様な技能実習生の応募者があり平成 26 年 3 月中旬には入国する予定になっている。ただ、中国の送り出し機関からは年々応募者を集めるのに苦労するという話がある。

このような状況の中、「外国人技能実習生に関わる労働関係の概要」「外国人技能実習生労働関係研修会」「労働関係法研修会」等島根県外国人受入協議会による研修会を実施した。

島根県の縫製をしている組合では、中国の対日感情の悪化、中国での賃金の上昇、中国国内の縫製人口の減少、円安などの影響により、中国での募集に対し応募者がいないため、ベトナムからの実習生が 25 人程度入国している。今後ベトナムに技能実習生の受け入れをシフトする会社が多くなるのではないかと予想される。

3. 木材・木製品製造業

(1) 合板製造業



合板業界では、建築着工数の伸びによる需要の拡大と販売価格の持ち直しにより、売上高は前年に比べ 15%増加した。

価格の面では、経済回復基調の中、平成 26 年 4 月からの消費税増税による駆け込み需要があり、合板の製品価格は上昇傾向で推移した。年間平均で、4～5%程度上昇した。

収益は良く、確かな利益を確保している。

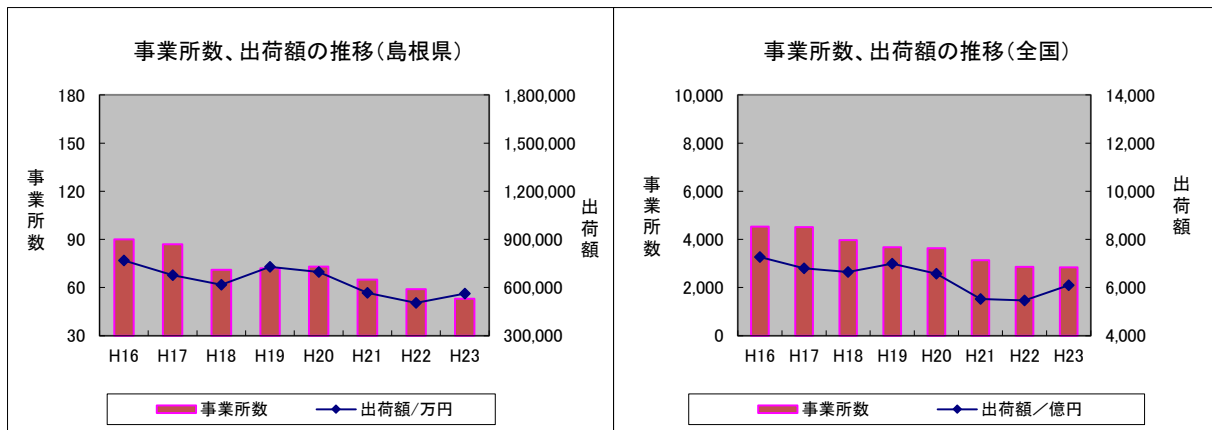
操業面では、各工場とも通常操業を行っている。

雇用の面では、就業者数は山陰両県で昨年より 3%あまり伸びた。

このような状況の中、昨年に引き続き、国産材（地域材）利用の拡大対策、林業再生事業の継続、高付加価値の研究、開発を行った。また、国産材の供給安定化を省庁に要望した。

その他、販路開拓・PR として東京、広島での展示会に参加出展した。

(2) 製材業



木材業界では、消費税増税に伴う駆け込み需要により 4 月以降住宅着工戸数が前年を大きく上回り、それに伴い木材・木製品の売上量も前年より増加した。地域型住宅ブランド化事業や木材利用ポイント事業等の国による木造住宅建築促進施策や、県、市町村による木造住宅建築支援策等により県内における平成 25 年の住宅着工戸数は、総数では対前年比 12%増、木造住宅は 4%増となっている。特に、地域材や県産木材が助成の対象とされたことから、持家の木造住宅は対前年比 34%増と大きく伸びている。また、公共建築物の木造化や内装の木質化が積極的に進められたこともあり、県産木材需要は前年より増えたものと思われる。景況調査においても、夏以降売上額、売上数量が前年より増えたとするところが多かった。また原木価格が大きく上昇したが製品単価が追従しなかったため、採算性は悪化したとするところが多かった。

価格の面では、平成 24 年は全国的に原木が供給過剰となったため、木材価格が原木及び製品価格ともに大きく低下したが、平成 25 年は回復した。特に、夏以降は台風被害等によって出材が減少したこともあり、ヒノキを中心に原木価格が大きく上昇し製品価格も上昇した。また、外材価格も円安により輸入価格が上昇した。景況調査においても、年間を通じて、仕入れ単価が上昇したとするところが多く、特に、後半は大きく上昇した。

収益の面では、原木価格が上昇したが製品価格の上昇が遅れたため、概して採算性は低下した。特に、後半は原木価格が高騰したため、住宅用資材の納入において価格上昇のリスクを納材業者が被ることになり採算性が大きく低下したものと考えられる。景況調査においても、業況が良いとするところは少ない。

操業度では、1～3 月期は操業度が前年より低下したとするところがあったが、その後は前年並みとするところが多く、10 月～12 月期は前年より上昇したとするところが多い。好調な住宅需要に支えられて、概して前年より上がっているものと思われる。また、プレカット工場もフル操業状態で順番待ちとなり、建築現場においては人員不足や資材不足で住宅建築の遅延も発生した。

雇用の面では、好調な住宅需要に支えられて従業員を増やした事業体と、逆に減らした事業体があったが多くでは雇用を維持し、需要に対応したものと思われる。

その他、「県外出荷しまね事業体連合」(19 事業体)として、県外(大阪、名古屋、東京、広島)で開催された各種イベントに参加し、県産木材製品の展示・商談を行い、県産木材製

品の PR と新規需要の開拓に努めた。個別事業体では、国の補助事業等を活用して木材加工体制の整備を図った。木材の加工流通対策及び需要拡大対策の充実・強化について、林野庁、県、県議会、市町村等に対し陳情を行った。特に、県に対しては「県産木材を生かした木造住宅づくり支援事業」等各種の住宅建築支援策を次年度以降も継続実施してもらうよう要望した。公共建築物の木造化・木質化の設計において、参考にしてもらえるよう県産木材単価表を作成し、公表した。

（３）家具製造業

家具業界において、売上高の面では、前年比で 10%減少した。直販部門では、上半期は前年比 6%減ったが、下半期は持ち直し、前年と同等となった。下半期は、消費増税前の影響か、新築またはリフォームのお客が増え、1 件あたりの伝票単価がアップしたことが前年比アップの要因と考えられる。一方卸売り部門では、前年比 38%減少、自社製品売り上げが前年比 62%増加、輸入商品売り上げは前年比 30%の減少、特販（別注、物件）が前年比 74%の減少となった。売り上げダウンの要因は、大きな物件が今年度は無かったため。そして、輸入商品（中国製品）の販売がますます難しくなってきたためと考えられる。輸入商品は、品質が変わらずますます価格が上昇し、国内商品との差別化が難しくなった。自社製品では、県産材と出雲産の炭を使った「炭入り健康ベッド」が好調で売り上げアップとなった。平成 25 年 7 月からスタートした「木材利用ポイント交換」は、半期で約 1,000 千円。アンケートや一般消費者の声、小売店の声から、まだこの制度が認知されていない。

価格面では、国内商品は、平成 25 年度は前年に比べ変わらなかった。円高の影響で輸入資材の価格が上がっても販売価格は据え置き。しかし平成 26 年度は、円安が進み輸入資材の高騰を吸収できず、早速各メーカーとも 5%～15%値上げが始まった。輸入商品は、円高でもなかなか吸収できず 5%～10%の値上げとなった。さらに円安が追い討ちをかけるので、ますます価格が上がっていく。小売では大型チェーン店、またボランティアチェーンの共同開発商品は、スケールメリットを活かし、値段据え置きまたは、販売商品を変えることにより、販売価格据え置きするなど手を打っているが、その他については、店頭価格が上がっている。4 月からは消費税も上がるので販売に影響があると思われる。

現在、新築の消費者需要が増えているが、工期の遅れが目立ち、契約して納品は 4 月以降になる消費者も多く、その場合、増税分は値引きせざるを得ないと考えている。

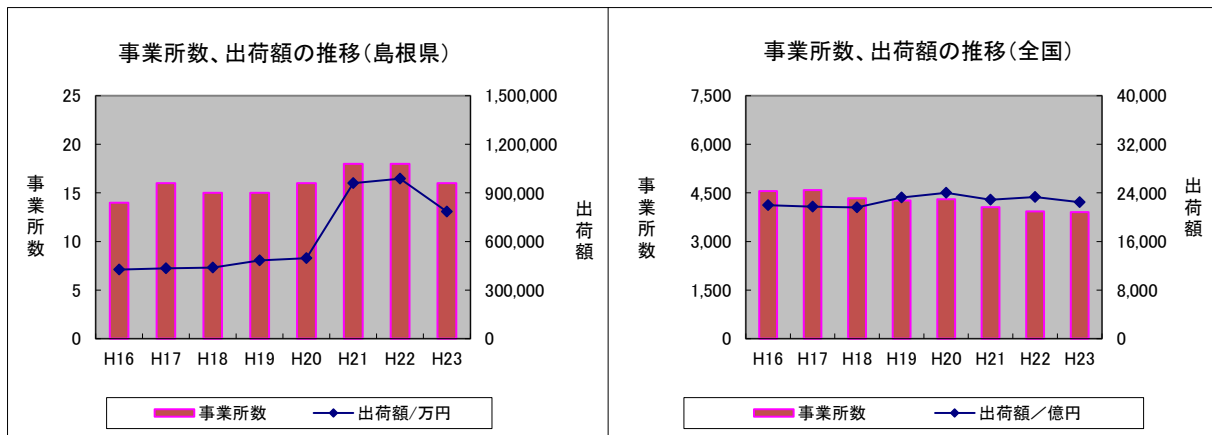
収益の面では、自社製品売り上げアップにより、輸入商品売り上げダウンを補おうと進めているが、販売の柱であった中国輸入商品の売り上げ減少のスピードがあまりにも速く、収益悪化に歯止めはかかっているものの、現在も収益面の改善ができずにいる。

操業面では、パート社員を増やすなどしてフル稼働している。しかし、職人が減っているため、なかなか増産できない。

雇用の面では、工場では職人が必要だが、見通しが立っておらず、新規、正社員の採用はない。

その他トピックスとして、家具産地展示会やハウスメーカーとタイアップした展示会を開催。また、日本家具産業振興会認定の「国産家具認定」を表示準備した。

4. 紙・紙加工品製造業



紙・紙加工品業界では、平成 25 年 8 月以降業種を問わず需要が増えはじめ、9 月から 11 月にかけては遷宮効果によるサービス業種での需要が拡大。売り上げは前年比 8% 増となった。

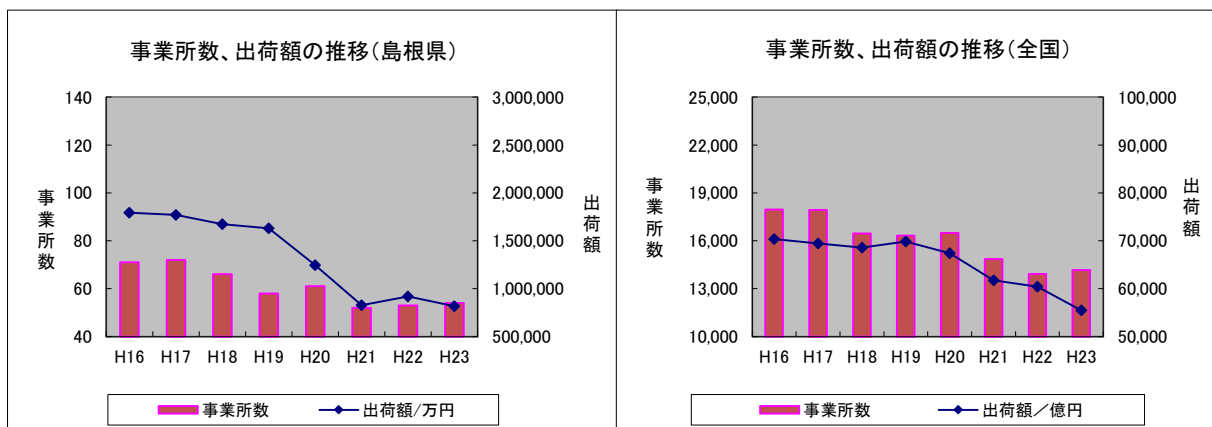
価格の面では、平成 26 年 4 月からの消費税増税を吸収できる対応を検討する業種もあるが、特に大きな変動はない。

収益の面では、売り上げ増が収益増に結びついてはいるが、業種としては今後の推移を注視しなければならない。

操業度は、平成 25 年 8 月以降で 10% 上昇した。

平成 25 年は、より短納期での納品に努めるとともに小ロットの対応も実施した。

5. 出版・印刷業



出版・印刷業界において、売上高が増加したと答えた組合員が 40%（前年 23%）で、不変 40%（34%）と同じ割合となり、増加の割合が増えた。

価格の面では、販売価格が上昇した組合員が 4%（前年 0%）、不変が 64%（前年 60%）、低下が 32%（前年 40%）であり、不変の割合が多い。

一方、販売価格は、低くなった価格が上昇しないまま据え置かれている。

収益の面では、好転が 17%（前年 13%）、不変が 50%（前年 47%）、悪化が 33%（前年 40%）であり、不変の割合が多いと言える。

操業度の面では、不変が 72%（前年 63%）、低下が 12%（前年 30%）であり、低下の割合が減っている。

雇用の面では、就業人員（常勤役員+従業員+パート等）は、増加が 4%（前年 6%）、不変が 80%（前年 77%）、減少が 16%（前年 17%）で、不変の割合が多い。

なお、平成 27 年春の採用計画は、計画ありが 4 事業所の 17%（前年 7%）で、計画なしが 20 事業所の 83%（前年 93%）と、採用計画の増加には至っていない。

このような状況の中、「第 4 回官公需問題懇談会」を開催。「官公需における県内中小企業者への優先発注」を主要テーマとし、その具体策について意見交換を行った。今回の要望事項の一つとして、平成 25 年 1 月から適用となった、入札参加資格審査申請書の「印刷設備保有状況」について、「DTP 設備」「印刷設備・カラー印刷機、モノクロ印刷機、プリントオンデマンド機」「製本設備」の各項目の記載状況の情報公開を要望したところ、しかるべき手続きを指示してもらい、要望が実現した。また、「官公需における県内中小企業者への優先発注について（依頼）」を商工労働部長名で、年内に本庁各課・室長、各地方機関の長及び県の外郭団体の並びに各市町村長（官公需担当課）に通知していただいた。なお、平成 25 年 2 月に県中小企業課では、「官公需における県内中小企業者への優先発注のための入札参加資格者名簿の確認方法」について、分かりやすく説明した通知文を配布していただいた。官公需問題対策については年々進展が図られている。

また、平成 26 年 4 月からの消費税増税に対応するため、一般社団法人日本印刷産業連合会（加盟 10 団体）は、平成 25 年 6 月に成立した「消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法」に基づき、12 月、公正取引委員会に消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為（カルテル）の実施届出書を提出し、受理された。今後は、このことをユーザー及び官公庁並びに関連諸団体に周知徹底を図る必要がある。

このほか、全日本印刷工業組合連合会は、印刷産業成長戦略ビジョン 2013『印刷道』～ソリューション・プロバイダーへの深化～を発行した。また、中小印刷産業の振興を目的として、「中小印刷産業振興議員連盟」が平成 25 年 12 月に設立された。

6. 窯業・土石製品製造業

（1）瓦製造業

瓦業界では、瓦の出荷枚数をみると平成 24 年累計比で 0.5%減少し、61,841 千枚となった。

県内出荷枚数は前年比で 5.3%増加の 8,625 千枚（上期 5.2%減、下期 15%増）となった。

県内出荷の全体に占める割合は 13.9%前後（参考：福岡県 15.4%、広島県 14.3%）だった。

平成 25 年（1-12 月累計）の新設住宅着工戸数は、平成 24 年比 11%増の 979,683 戸、うち持家は 13.9%の 354,772 戸と増加傾向に転じた。

県内の新設住宅着工戸数全体（1-12 月累計）が平成 24 年比 12.3%増の 3,411 戸、うち持家に関しては 34.8%増の 1,863 戸であった。

価格の面では、平成 24 年に価格の見直しがあったが、平成 25 年は横ばいであった。

収益の面では、出荷枚数減・在庫削減策による操業度低下、燃料・釉薬原材料価格の上昇など製造原価がアップした。

操業度の面では、生産枚数が平成 24 年累計比 9.9%減の 56,563 千枚となった。設備生産能

力に対し操業度 70%前後と推定される。年間を通しての生産調整（休炉）期は、中小企業緊急雇用安定助成金制度（西部高等技術校・ポリテクカレッジの教育訓練）などを積極的に活用した。

雇用の面では、平成 22 年 419 名から平成 25 年は 415 名となった。

業界で実施した対策として、建築士や工務店・瓦施工業者との関係強化のための情報発信・収集を行った。石州瓦ツーリズムとして、北海道建設会社、仙台市瓦工事業者、群馬県建築設計事務所、金沢工業大学教授、京都大学大学院工学研究科助教が来県し、交流を図った。また、全国建築士会全国大会しまね大会に参加しブースを出展した。

このほか、島根県内市場創出支援助成金事業として関連業界と連携し「石州瓦利用促進」、「県産木材を生かした木造住宅づくり促進（木材協会が窓口）」両支援事業の広報、工事完了の確認と証明業務を行った。結果、「石州瓦利用促進事業」447 件（工事終了 376 件）の申し込みがあった。長期優良住宅認定物件の石州瓦利用促進助成制度への申請については、平成 24 年 4～12 月の申し込みは 35 件→平成 25 年 4～12 月は 38 件に止まっており、県内の長期優良住宅普及率は沖縄県に次いで低い現況にある。

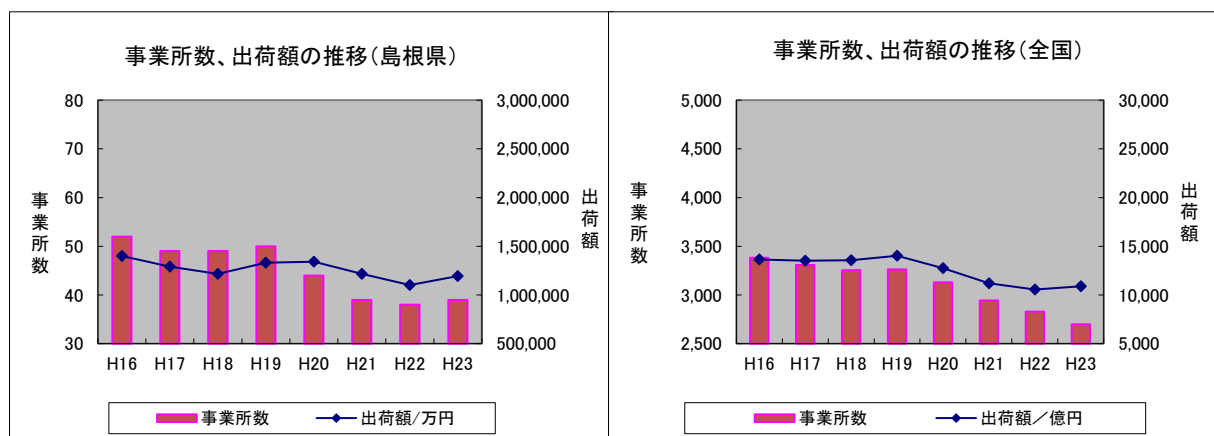
「東日本情報収集事業」として、平成 23 年 8 月に開設した千葉県野田市・関東事務所を拠点として関東圏をはじめとする東日本市場における販路開拓事業の強化や、瓦離れ対策として東日本大震災後の屋根復旧に対応するための情報収集と支援活動を行った。また平成 23 年 9 月に開始した運送会社との連携による月 2 便の定期便運行を行った。

研修会、展示会等へ参加し、NPO 法人新木造住宅技術研究協議会-平成 25 年全国研修大会 in 室蘭工業大学に参加、第 56 回建築士会全国大会しまね大会、地域交流見学会に参加した。

2013 しまね県民住宅祭「松江市東奥谷」では、モデル住宅 17 社 18 棟中石州瓦 6 棟が使用された。また、一般社団法人 JBN・工務店サポートセンター全国大会 in 広島に参加した。

その他、海外への輸出として中国瀋陽市、シンガポールへの初出荷を実現。景観に係るイベントへの参加を積極的に行った。マスコミ取材として、瓦食器、粉碎規格瓦の活用、ロシアでの屋根瓦の利用等取り上げられた。

（２）生コンクリート製造業



生コンクリート業界では、平成 25 年の大型工事物件としては、安来第一中改築工事、斐伊

川放水路工事、朝山大田道路、仁摩温泉津道路、防波堤の製作物、長沢 2 号トンネル、松江医療センター、島根原発関連工事等があった。

地域別に出荷量をみると、松江で 16%、石東で 9%、隠岐で 9%、浜田で 8%、益田で 5%増となった一方、出雲で 7%、雲南で 23%の減となった。県下全域の合計出荷実績は前年比 0.8%増となり、概ね横ばいとなった。大幅な出荷量減となった地区での売上高の落ち込みが大きい。

価格の面では、販売価格は横ばいであった。

収益の面では、一部増加した地区があるものの、全体としては横ばいからやや減少であった。

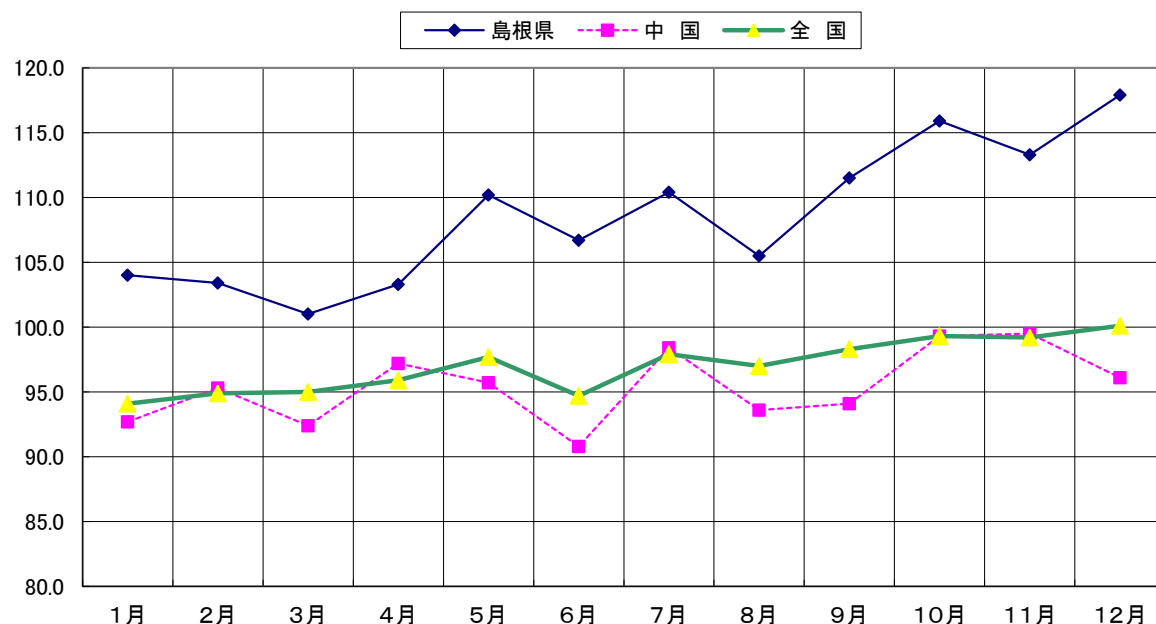
操業度の面では、出荷増となった地区ではやや上昇したが、全体として横ばいであった。

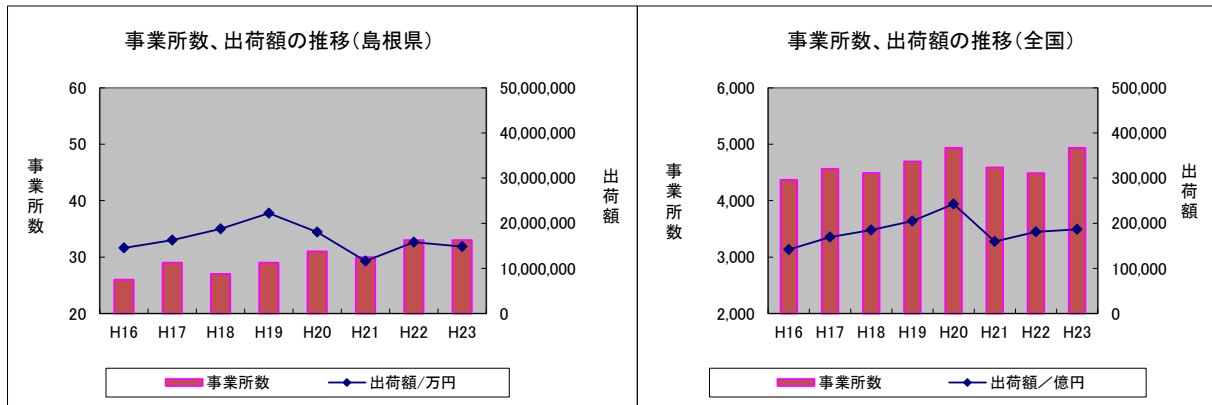
雇用の面では、一部地域ではアルバイト要員を増員してはいるが、定年退職者の雇用を延長し新規雇用を抑制しており、大きな変化はない。

こうした中、国土交通省、県に対し、コンクリート舗装の要望を行った。協同組合では共同販売事業を実施した。教育研修では、経営者研修、社員研修、技術関係有資格者の養成に努めた。産官学体制による全国統一品質管理監査を実施して、生コンの品質確保向上に努めた。夏季における生コン品質向上のため、継続して生コン車のドラムに遮熱塗装をした。また、国土交通省で規格外瓦を粉砕し細骨材として活用したコンクリートにより、ボックスカルバートを施工した。また、組合では規格外瓦を粗骨材として活用したコンクリートにより、道路の試験舗装を行った。

7. 鉄鋼・金属製造業

平成25年鉱工業生産指数(平成22年=100)





(1) 鉄鋼・金属業界では、売り上げについて、景気は持ち直しの様相を見せてきた中で中小企業は景気回復を未だ実感するには至らないが、生産活動は後半から盛り返しつつあった。企業間、業種間にもよるが、売上高は回復傾向にある。業界全体でみると 5%ほど増加したもののと思われる。

価格の面では、円安になってきたものの、生産は海外シフト傾向にあり、機械加工分野では発注先からのコストダウン要求が強い。一方、鋼構造物分野にあっては若干受注価格が上昇傾向であった。

収益の面では、前半は低調だったが、後半は回復傾向であった。コストダウン等により受注環境に厳しい業種もあったが、収益面では全般的に横ばいもしくはやや回復している状況である。

操業度の面では、前半は低調だったが、後半は好転が見られた。

雇用については、各企業とも現状の雇用維持に努めている。

このような状況の中で、組合関連団体との共催による各種講習会、研修会、見学会を実施し、製造面、技術面でのレベルアップや資格取得に繋がる教育、メーカー・商社とのつながりによる会員企業の受注の確保を図った。

この他、特殊鋼関連産業の 6 社により、各社が持つ加工技術などの強みを活かして航空機部品の一貫生産による共同受注体制の確立を目指した中小企業グループ「スサノオ」が発足された。鋳鉄鋳物関連の業界が 3D プリンタを利用した技術活用事業に取り組まれることになった。

(2) 安来地区でみると、一昨年は受注も極めて厳しく、年当初は先行き不安な中での立ち上がりとなったが、為替が円安になったことを背景に需要が好転した。産業機械、特に自動車分野では、円安を機に国内メーカーは業績が回復し、受注もその恩恵を受けることができた。安来地区においても、日立金属株式会社安来工場の受注が回復したことにより、関連会社を取り巻く事業環境も月を追うごとに好転した。

そうしたことから、多くの事業所で、売り上げ・収益ともに大幅に増加した。この状態で推移すれば、3 月の年度末には黒字決算になる見込みである。

価格の面では、昨年同様、絶えず値下げ交渉は発生しており、各社ともコスト改革に腐心した。

—業種別平成 25 年の状況—

操業度の面では、自動車業界の好調に支えられ、受注量は大幅に増加したことから、順調に推移した。急激な受注増に伴い、休日出勤、時間外労働等に対応した事業所もある。

雇用においては、昨年と比較し、雇用者数は、約 30 名増加したものの、リーマンショック前に比べると 200 名以上少ないことから、雇用の面では将来を見通せる景気回復が望まれる。

このような状況の中、グローバル成長戦略の強化・加速、技術力の強化、固定費の削減を目標として、製品精選、内外製見直し、工程合理化及び品質・生産向上等を実施し、コスト構造改革に努めた。また、厳しい経営環境の中、他事業所への出向、転身支援等を実施した事業所もある。

(3) 鋳物製造業

鋳物業界をみると、平成 24 年後半より続いた売上高の減少傾向は平成 25 年 8 月まで続き、9 月以降は回復基調となった。結果、組合員全社の売上高は、前年比 5%減の 219 億円に止まった。

売上高減少の主な原因は中国を中心に海外向けの輸出の減少が大きく影響しているものと考えられる。後半の回復基調は、政府の景気浮揚策の効果が徐々に現れてきていると思われるが、実情はリーマンショック前を 100 とした場合、85%であった。

価格の面では、生産の海外シフトとコストダウンの要求は引き続き強く、受注価格は総じて横ばいないし下降傾向となっている。

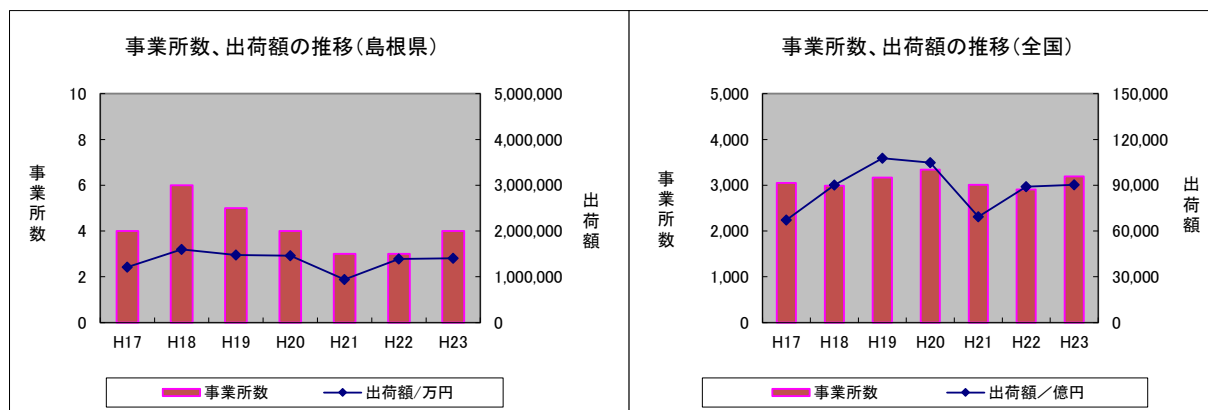
収益の面では、年前半は多くの企業の収益は減少傾向であったが、後半は約半数が前年比横ばいと、やや回復している状況である。原材料費、副資材の高騰や電気料金の値上がり等を販売価格に転嫁することが難しい状況が続いている。

操業度の面では、企業間により差はあるものの前半は減少気味、年後半は好転が見られた。

雇用の面では、各企業とも雇用の維持に努め、概ね前年比不変傾向である。

このような状況の中で平成 24 年 6 月に設立した島根県鋳造関連産業振興協議会の事業を継続して実施した。内容は、産学官が連携し人材育成、環境対策、省エネ対策等を行った。

8. 非鉄金属製造業



非鉄金属業界をみると、売上高が 1 月は大幅に低迷。平成 24 年同月と比較し約 14%減となった。2 月以降徐々に回復したものの、決算では赤字となった（7 月末締め）。自動車関係の

好調が続いているおかげで、秋以降は平成 24 年同時期と比べ売り上げは 30%程度増えた。ただし、平成 24 年が低かったため、売上増というよりは以前の売り上げをキープしている状況である。

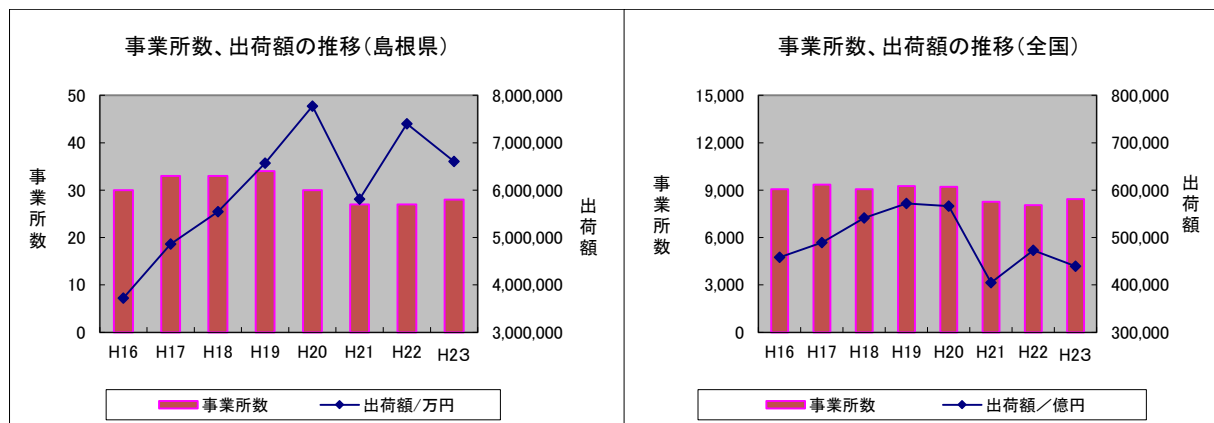
ガス代の高騰と原材料である砂（レジンコーテッドサンド）の値上げ要請があった。当社もそれにより主要取引先へ値上げ要請を行った。

収益面では、平成 24 年度（平成 24 年 8 月～平成 25 年 7 月）は赤字。2 月以降は挽回しつつも 7 月にわずかながら賞与を出したので、その分赤字になった。

操業度の面では、年間を通して自動車関係の部品を作るマシンは常に稼働、特に秋以降は残業や休日出勤も必要な状態となった。平成 26 年 4 月からの消費税増税前の駆け込み需要も影響したのではないだろうか。その反動がどうであるか分からないが、海外向けも好調なので全てが影響を受けるわけではないと推測される。現在、全てのマシンがフル稼働状態となっている。

雇用の面では、当社では前年同月で 2 名減少した。新卒は 2 名高卒の学生を採用し、平成 26 年も同様の採用を予定している。

9. 自動車・同附属品製造業



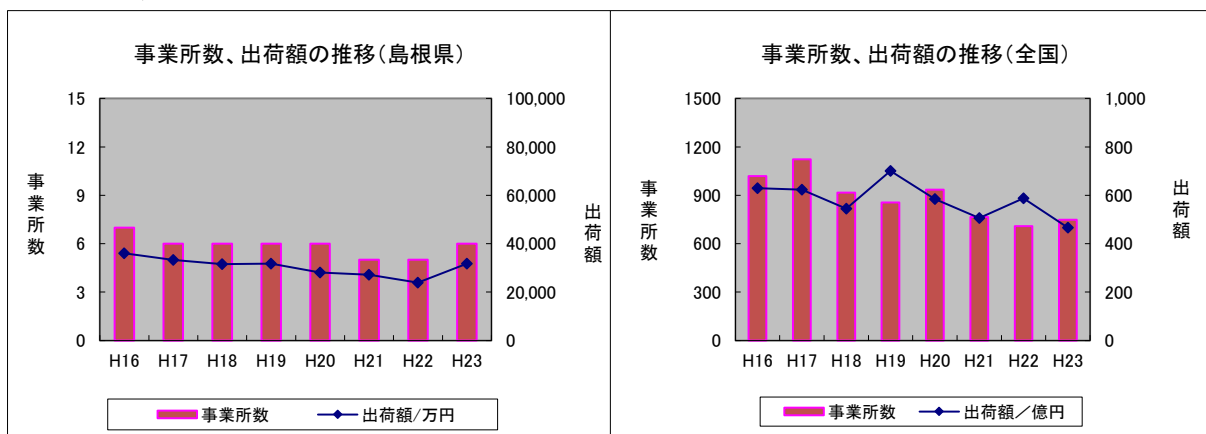
自動車・同附属品業界では、対中関係の状況により、輸出が事実上ストップした。しかしながら日銀の為替介入により平成 25 年は円安・株高が進み、取引先メーカーの収益が好転した。また、中国の輸出も徐々に回復し元の生産活動に近づいてきている。

価格の面では、輸入品の高騰により仕入製品のコストアップが大きい。取引先に価格転嫁できるものとできないものがあり、値上げ交渉はなかなか難しい。

消費税増税に伴う運営経費・及びシステム改訂経費等が懸念材料である。加えて WindowsXP サポートの廃止によるシステムの変更及びパソコンの買い替えは経費負担が増える要因である。また、消費税増税に伴う消費の冷え込みを懸念している。

雇用面では、現状では新規雇用までに至っていない。熟練工が高齢化してきているので、若返りが必要であると考えている。

10. 畳製造業



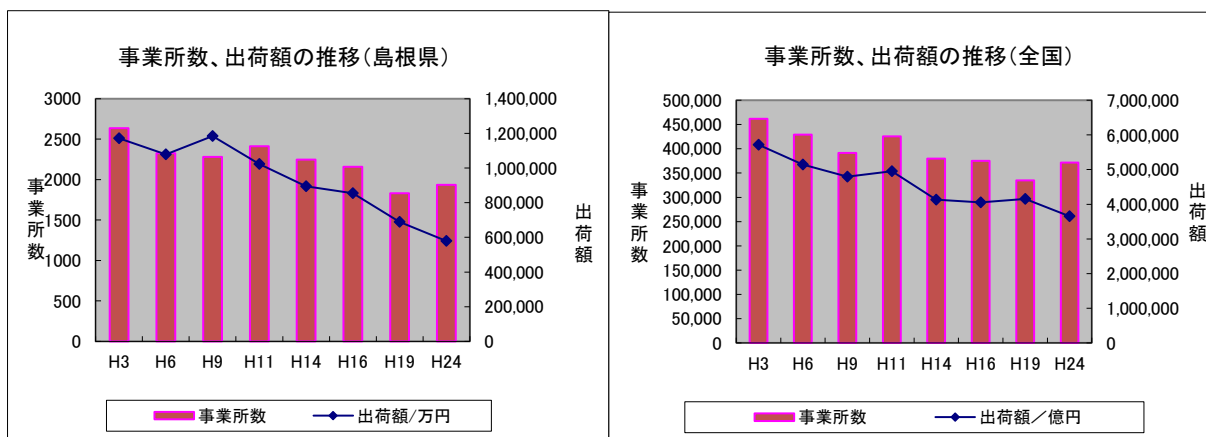
畳業界において、売上高の面では、前年比 5～10%の減少が続いている。主な原因は、和室の減少により上半期において年度がわりのアパート、貸家の畳工事が皆無に等しい状況であったためである。下半期では消費税増税前の建築ラッシュの影響もあり、上向き加減ではあるが、一般家庭における消費動向はまだまだ冷え込んだままである。

価格面では、原油価格の上昇による資材の値上がりが見られ、価格転嫁できない現状が続いている。収益の面では、価格転嫁がなかなかできにくい現状では加工賃のカットで受注維持しているので、収益面で減少している。

雇用の面では、ほとんどの業者が家内工業のため、雇用は行っていない。

このような状況の中で、隔月に全員協議会で問題点や情報交換を行い、組合としての受注体制の強化と技能向上（技能研修）を目的とする事業を行っている。

11. 卸売業



(1) 県東部では、平成 25 年度（4～12 月）について前年同期比で見ると、「増加」とした企業数が 14%増加、「不変」はほぼ横ばい、「減少」が 13%減少している。売り上げ回復基調にあると思われる。次の販売価格面は微増、条件面は不変とすることから数量の伸びが推測される。

価格の面では、「不変」が大宗を占める。ただし「上昇」と回答した企業数の増加がみられ「低下」とする企業数の割合は減少した。

収益の面では、収益面ではこの 3～4 年「好転」とする企業数は全体の 2 割であったが、平成 25 年度は 3 割に迫る勢いである。「不変」が増加、「悪化」が半減している。

雇用の面では、雇用人数は不変と回答した企業数が 3 分の 2 を占めている。欠員の補充が中心であるが、前年より増加している。

教育情報事業として、組合員の経営者・管理者を対象とした「消費税改正セミナー」(1 回)、中堅社員を対象とした「人材育成研修」(延べ 2 回)、一般社員を対象とした「ビジネスマナー研修」「パソコン研修」「スマートフォン研修」を各 1 回、「応急手当講習」(延べ 2 回)を実施した。

その他、経済産業省事業競争力強化モデル事業(組合 BCP、組合員個社 BCP 策定)の取り組みを行った。外部委員会、講演会、視察、組合と組合員の BCP 策定ワークショップなど精力的に開催。組合広報誌に取組状況を掲載、地元新聞社の取材等広報活動にも力を入れ取組を図った。BCP の取り組みによってステータスの向上、ブランド力の向上が図られたものと自負する。また、組合員の協力も得られ、一体感の醸成にも役立ったと思われる。

福利厚生事業として、親睦行事や各種レクリエーションなど組合員間のみならず組合員の従業員が交流を深める事業を行った。

また、環境整備事業としてクリーンまつえ(市内一斉清掃ボランティア活動)に併せ団地内一斉清掃を年 2 回実施。古紙段ボールのコンテナ回収を通年で実施した。

(2) 県西部では消費人口の激減、CVS の増加などにより、軒並み前年対比割れとなり売り上げが減少した。しかし、建物解体を主としている企業では、新年度からの消費税増税に備え、駆け込み需要が見られた。

価格の面では、円安や生産地の天候被害による生産量の減少等により、原材料費が高騰し、単年度で複数回の値上げとなった商品もある。

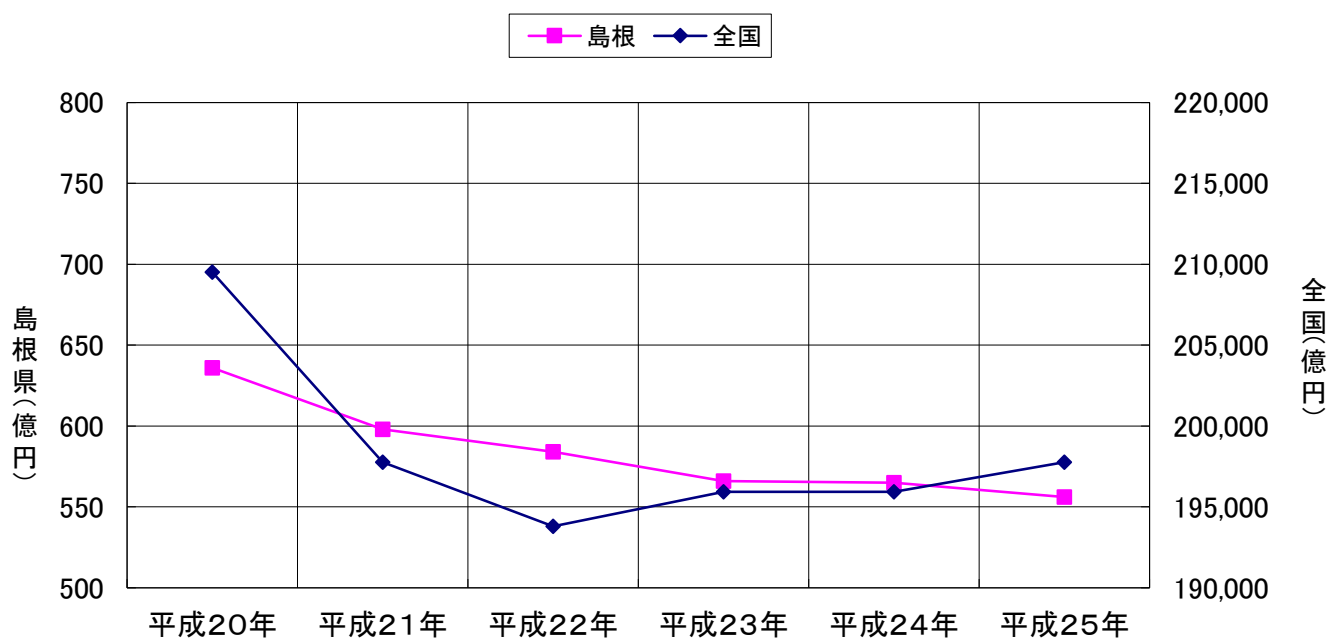
収益の面では、商品の流通量が減り、コストを吸収できず収益を圧迫し悪化している。

雇用の面では、新卒者の雇用は見られない。収益の面から見て従業員数が過剰であると思われる先がある。資格が必要な企業にとっては、相変わらず即戦力の人材確保が難しい。

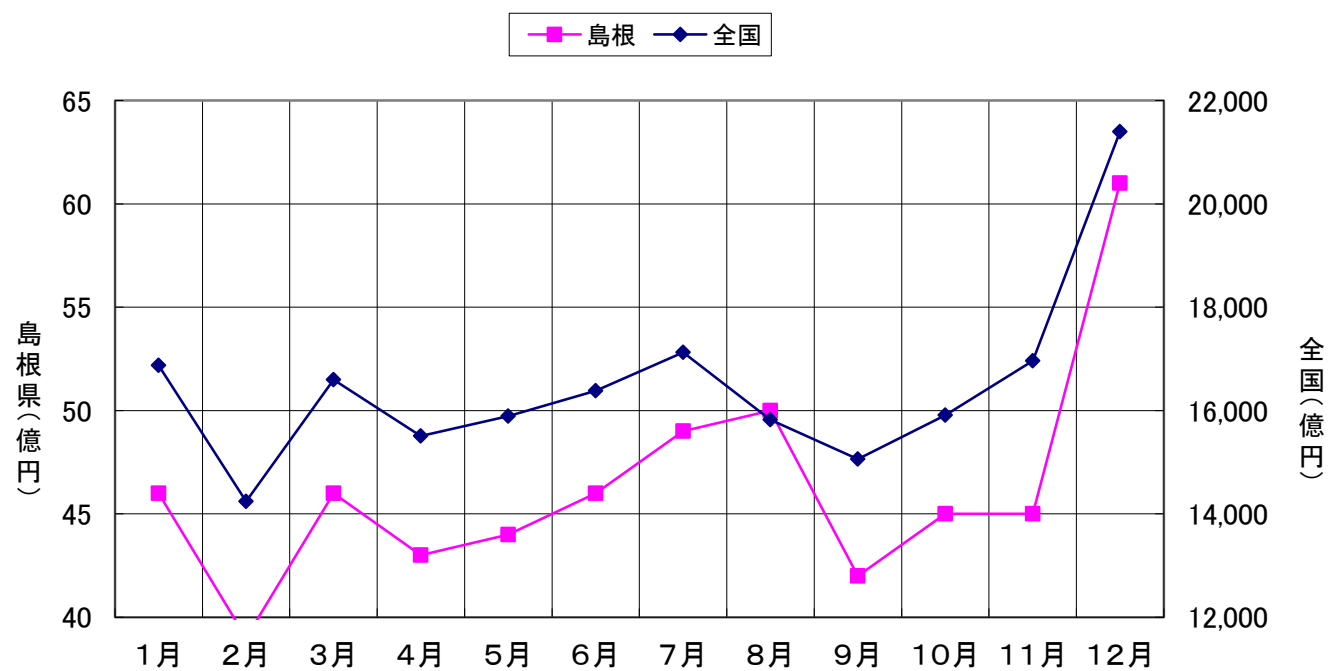
その他、業界として意見交換や自社の PR の場とする会議、資金の転貸(夏冬の季節資金や緊急資金の転貸)を行った。

12. 小売業

大型小売店販売額(百貨店＋スーパー)

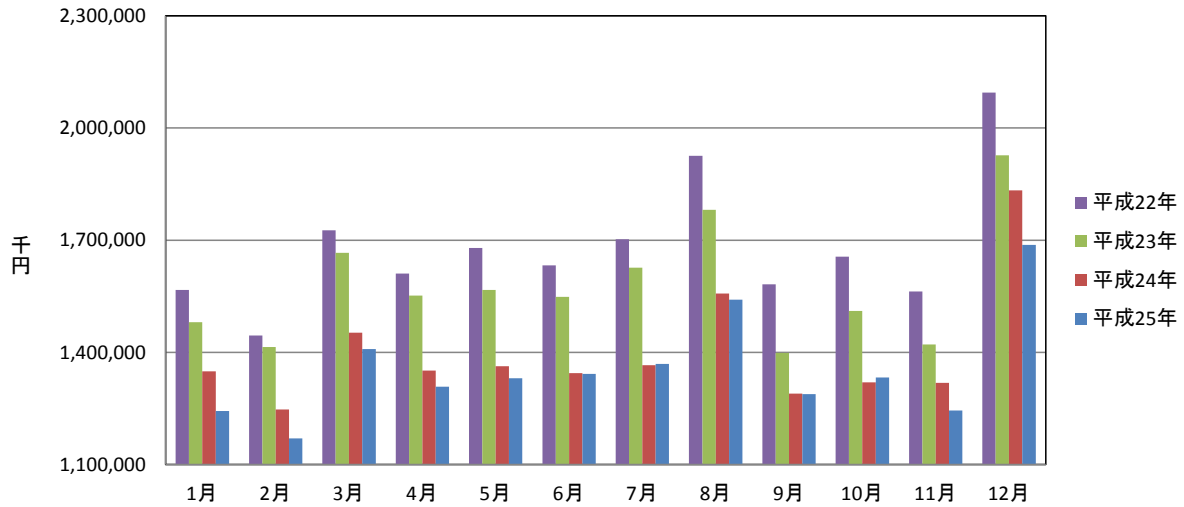


平成25年大型小売店販売額(百貨店＋スーパー)



(1) 共同店舗

島根県内共同店舗売上高推移表



中山間地域の共同店舗では、5月中旬、近隣に約250坪の規模で外部企業によりドラッグストアが出店してきた。その後、一般食品・消耗雑貨・酒・医薬品売り場への影響が大きく、前年比5～40%減で推移している。店舗全体での年間売上高は前年比2%減で推移した。少子高齢化がますます進み、年間300人程度の人口自然減が続いているのも大きな売り上げ低迷の要因である。

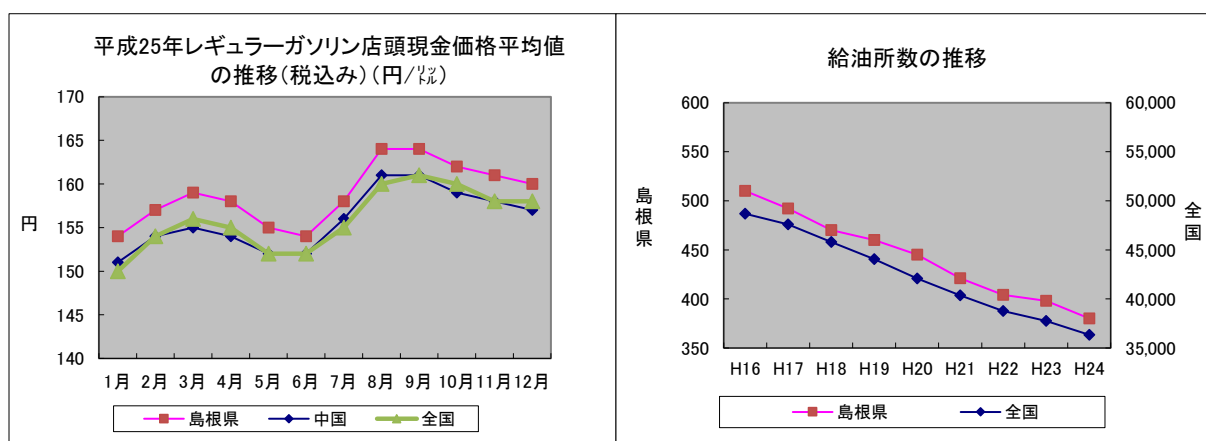
価格の面では、上記競合店の出店に伴い、一部の部門の売価を引き下げた。仕入れ価格はほとんど横ばいであった。

収益の面では、特定部門の粗利率を戦略的に下げた。

雇用の面では、後継者育成も考慮し、新卒者を1名採用。定年到達者についても継続雇用制度により再雇用している。

このほか、平成25年は接客接遇セミナーを4回実施。食品スーパーならびに医薬品売り場の改善指導等、研修事業の強化を図った。また、地域商店街活性化事業（にぎわい事業）を活用し、地元商店街との連携による米ー1グランプリや新そばまつり等のイベントを実施した。また、店舗をイルミネーションで装飾し点灯式・ミニライブ等イベントを実施した。

(2) 石油製品



石油業界の売上高をみると、販売数量は軽油・A重油が2～3%増加したものの、揮発油3%減少、C重油・灯油が5～7%減少し、燃料油全体の販売数量は1%程度減少した。要因としては、省燃費車の普及、燃料転換など構造的な需要縮小が挙げられる。

売上金額は、主に円安による原油コスト上昇から増加したもので、収益には結びついていない。特に県東部の小売価格は全国平均以下になるなど、価格競争激化により収益は大きく縮小している。油外収益拡大にも取り組んでいるが、顧客の来店頻度が下がり、思うような成果を上げているところは少ない。

価格の面では、小売価格はレギュラーガソリン、軽油、灯油とも昨年比10円/ℓ前後値上がりした。主に円安影響による原油価格上昇によるもの。SSでは価格競争が激しく仕入れ価格の上昇分を小売価格に転嫁できない状況が発生している。特に、県東部では一部SS（県外業者）の低マージン・量販狙いに引きずられ市況は大きく悪化したままの状態が続いている。県内の小売価格は西高東低状態が恒常化している。

収益の面では、需要縮小の中、減少の一途である。油外販売にも取り組んでいるが思うような結果が残せていないSSも多い。平成25年2月からの消防法規制強化の実施を契機にSS廃止が平成25年中に12件発生。現在のような需要縮小・低収益市況が続けば、更なるSS減少に繋がり、安定供給に不安が生じる地域の発生が懸念される。

雇用の面では、SSの新設はなく、12SSが廃止、1SSがフルサービスからセルフサービスに変更で合わせて50～60名程度の雇用が縮小した。一方で若年者の雇用確保に悩んでいる企業も見受けられる。

平成25年度に実施した対策としては、売り上げが減少する中、コスト削減を支援するため、廃タイヤの共同回収事業を6月から開始した。石油連盟と共同で、自治体への石油燃焼機器導入の提案活動を行った。次世代SSをテーマに、ハイブリッド車のメンテナンス講習など経営者・幹部社員・スタッフ別に各種セミナー・講習会を実施した。また、予算・税制改正の要望活動、石油増税反対総決起大会（平成25年11月）に参加した。

その他、業界では大規模災害時における石油製品の供給拠点として、中核SS・小口燃料配送拠点25カ所を11市町に整備。ソフト面では緊急時を想定した訓練・研修を実施した。

（３）商店街

松江地区の中心市街地商店街では、売り上げのバロメーターである駐車場の売り上げが好調であった。要因として、5 月からの売り上げ好調を考えると、やはり出雲大社の大遷宮の観光客の入り込み増が一番であると考えられる。よって、関連する飲食店、観光関連商品取り扱い店舗の売り上げは増加した。駐車場単価は固定であり、機器のリース終了に伴う経費減などの影響もあって収益は上昇した。

このような状況の中、組合設立 50 周年事業として夏、冬に商店街の街路樹などにイルミネーション装飾を施し、来街者の増加に努めた。あわせて夏には「金曜夕涼み市」、冬には「歳の市」を開催し売り上げ増につなげるためのイベントなどを開催した。

（４）出雲地区の中心市街地商店街をみると、売上高の面では、前年比50%増と好調な1年だった。特に太陽光発電システムの販売施工、リフォーム等の工事、安心安全のまちづくりのための防犯カメラ等の販売施工、そして今季夏の猛暑によるエアコンなどの販売が好調だった。3～4月の時期は太陽光発電の買い取り価格が下がる前の駆け込み需要があり、梅雨明け前からの猛暑でエアコン等の売り上げが30%ほど上昇した。また、国からのまちづくりの助成金等で商店街に防犯カメラの設置が検討され、新たな需要が出てきた。秋以降、消費税増税の決定で、家や車等の高額商品の売り上げが少しずつ伸び、家の建築増で若干、家電品の買い替え需要が出ている傾向があった。

価格の面では、販売価格は年々下がっている。オープン価格になって以降、商品を問わずますます大型店を中心に値引競争になり、エアコンなどは昔の3分の1くらい、薄型テレビなどは発売当初の15分の1の金額である。逆に、白物家電の冷蔵庫、洗濯機等は性能が格段に上がり、20～30%高い傾向である。

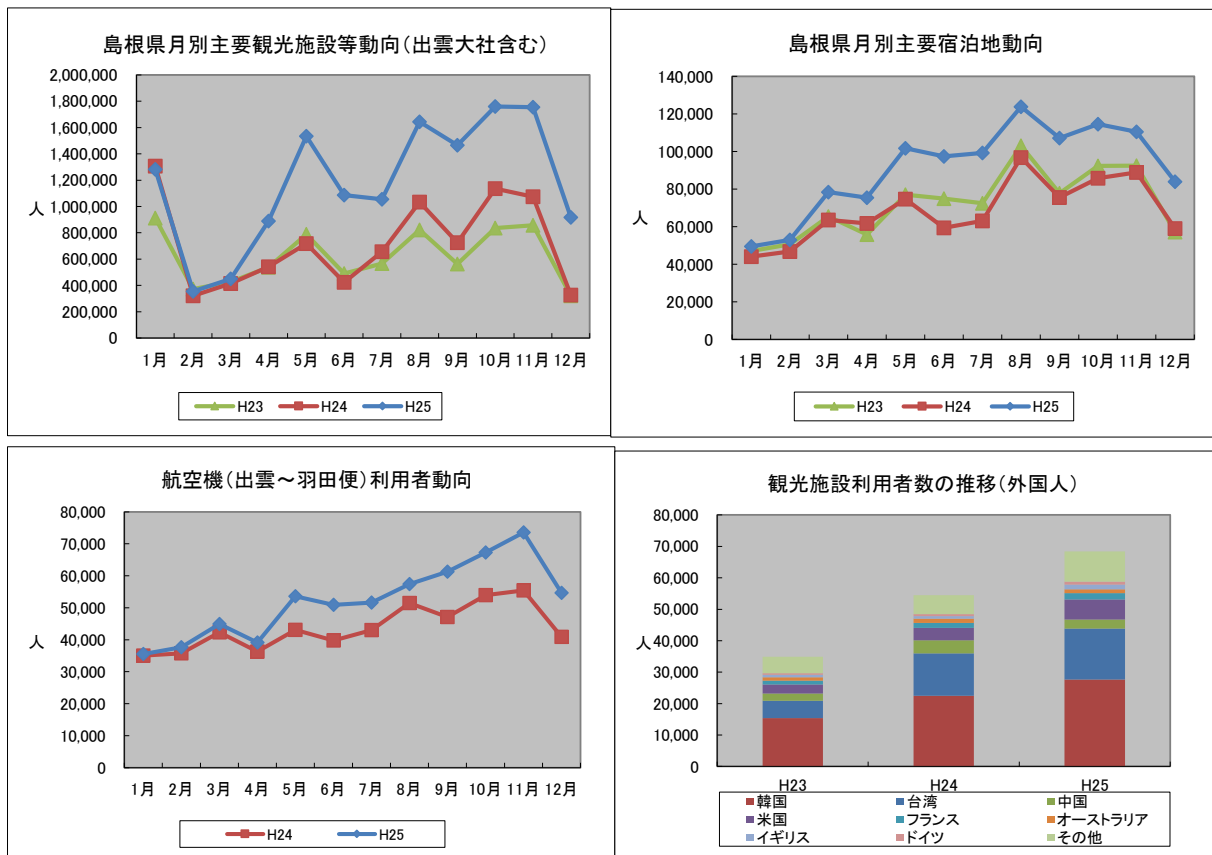
収益の面では、販売価格の低下に伴い粗利も減少している。工事が伴う商品も最近は大型店の過剰なサービスで適正な工事価格が下がり、粗利率の低下の原因になっている。

雇用面では、家族経営の店では大型製品の配送や設置はパート、アルバイト等で凌いでいる。

このような状況の中、地元の電機商業組合等でLED商品やアンテナ関連資材の共同仕入れ等を実施、次世代テレビの4K 8Kテレビの講習勉強会を年2回（10月、12月）行った。出雲地区で20～30店舗が出席した。また、各社メーカーごとに、新製品勉強会はもちろん、各製品の修理に関する講習会等が近年増えてきている。

13. サービス業

(1) 宿泊業



旅館業界では、出雲大社の平成の大遷宮により、県内外より島根県、出雲市への観光客が増加し、旅館・ホテル業としては予想を上回る誘客効果があった。島根県が実施している「ご縁の国しまね」のキャンペーンにより出雲大社、八重垣神社、パワースポットといわれるその他の神社などへ女性客の集客も増加した。宿泊者数は、前年比 28.9%増だったが、県東部では宿泊先が取れず、県外へ流れてしまった。県西部では豪雨災害による災害・風評被害もあり、観光客が一時的に減少した。地域により増減の差があるが、県全体としては増加した。

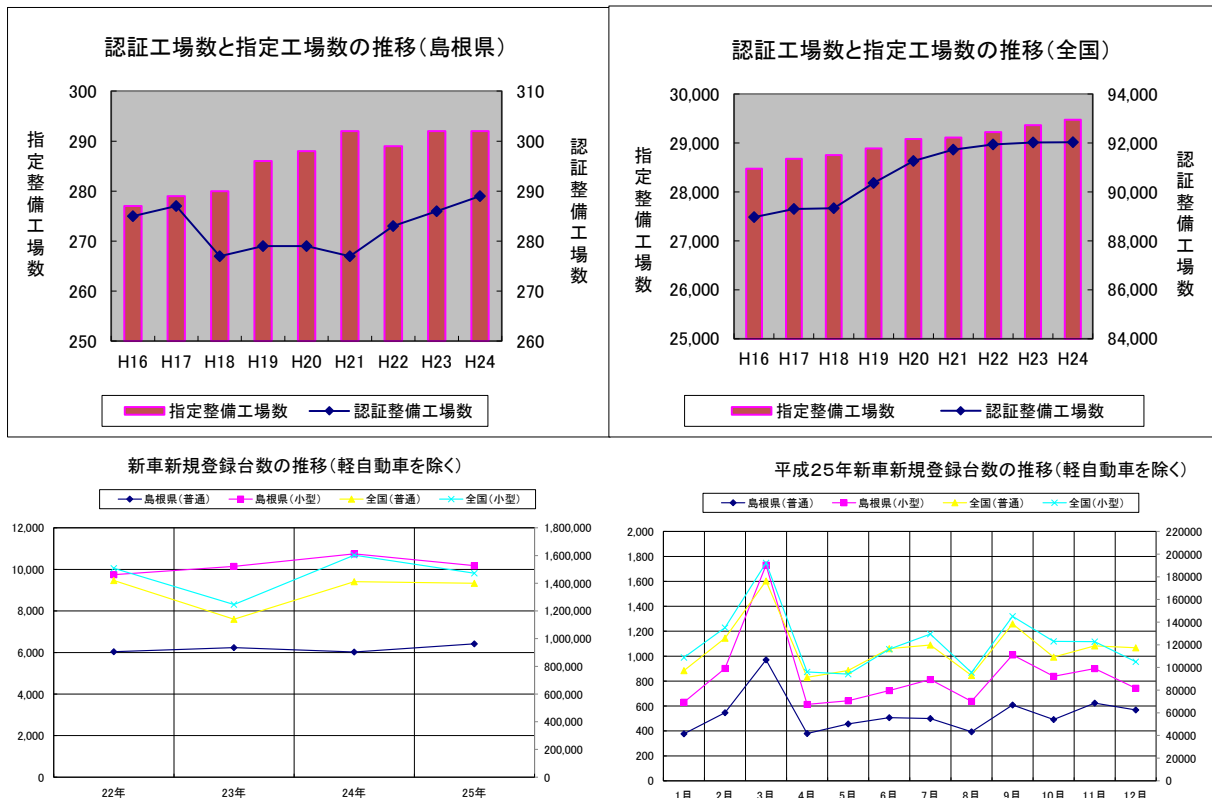
価格の面では、主体は低価格志向が依然として根強く、繁忙期・閑散期の差はあるが横ばい状態にある。

収益については、平成 24 年度は過去 20 年で最低の宿泊実績だったが、平成 25 年度は過去 20 年で最高の実績になり、前年に比べて収益増が見込まれる。

雇用面では、景気が上向きになり他業種の求人が増えるのに合わせ、退職者も増え雇用確保のため一部パートにて対応している。

こうした中、島根県観光施策懇談会を実施。県外観光客の誘致策として昨年に引き続き県外各地でのキャラバンを実施。インバウンド対策として海外でのキャンペーンを実施した。

(2) 自動車整備業



自動車整備業界をみると、売上高の面では、業務量の定着化、安価基調の価格等により、昨年並みである。

価格の面では、安価基調が継続しており、昨年と比べても特段の変化はないと考えられる。

収益の面では、全体的に昨年並みの厳しい状況の組合員が多いと考えられる。なお、組合員数については、1月～12月で新規加入1組合員、脱退12組合員という状況で、平成24年度に比べて変動の大きい状況で推移した。

雇用の面では、新卒採用で業界に入ってくる人数も減少し、定着率も高くない。専業事業者においては高齢化率が高い。全体として若年労働者は不足しており、人的余裕のある組合員は少ないと考えられる。

このような状況の中、マイカー点検教室、8月～10月にかけてマイカー点検キャンペーン等を実施した。また、マスコミ広告の実施（ユーザーの保守管理責任、点検設備の必要性についてラジオ広告等）、自動車整備士の養成、街頭車両検査への協力や研修会の実施、環境対策等に取り組んだ。

(3) 情報サービス業

情報サービス業界では、前半は低調であったが、後半から WindowsXP のサポート終了や消費税増税に関連して、受注が増えた。秋口から大変忙しくなり、売り上げ増加に貢献した。

価格の面では、デフレ社会ということもあり、コストダウンの要求は強くある。製品の価値より、価格で選択されるケースが増加してきている。オープンソースソフトウェアを組み

合わせて製品構成を行うことにより、価格面の競争力は増している。

収益面では、オープンソースソフトウェアとクラウドによりコストダウンが図れており、予定の収益が確保できている。

雇用の面では、受注が多いこともあり、積極的な採用を行っている。新卒採用は 8 名で例年より多く、中途も 5 名採用した。離職者は 2 名。業界を通して同様な企業が多い。

こうした中で、教育・研修の機会を増やし、エンジニアの技術力向上を行った。

（４）ビルメンテナンス業

ビルメンテナンス業界では、島根県と県有庁舎施設管理業務委託に関し「平成 25 年度から平成 28 年度までの期間とする長期継続契約」を締結した。また、同じく島根県が行った、平成 25 年 4 月 1 日を業務開始日とする清掃業務委託契約について、一般競争入札（単年度契約）に参加し、県下 8 地区のうち 5 地区について契約を獲得した。これらの契約により共同受注額は、前年度の約 155,000 千円から約 167,000 千円増加し合計 322,000 千円となった。これは金額で対前年度比約 2.1 倍である。

価格の面では、清掃業務等役務提供契約における価格は、業界を取り巻く過度の低価格競争により低いままでの現状維持若しくは低落の傾向にある。とりわけ、典型的な労働集約産業であり、人件費がコストのほとんどを占めているビルメンテナンス業においては価格の弾力性が乏しく、このことが企業経営を圧迫する大きな要因となっている。また、本年度提唱されている賃金の改善等についても、現状では施主との契約金額そのものの増額変更（改善）が必要であり、重要な検討課題となっている。

収益の面では、売上額は増加したが契約内容別にみると人件費等の経費にその大部分を要し、収益の増加は期待できない状況にある。

雇用の面では、当該受注額の増減が地域の雇用に大きな影響を与えているが、平成 25 年度は県有庁舎施設管理業務等を受託することができたため、設備管理関係技術者を中心に雇用（業務遂行組合員企業による雇用）は増加した。

このほか、企業従業員の資質や技術力の向上を目指し、平成 25 年 6 月に一般社団法人島根ビルメンテナンス協会とタイアップして「清掃作業従事者研修会」を開催し人材育成を図った。

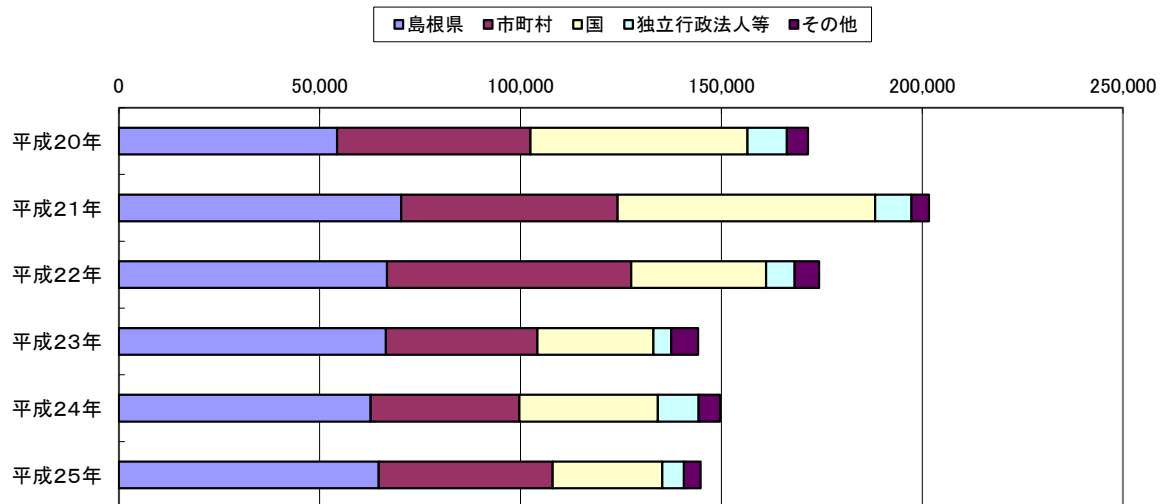
また、平成 25 年 8 月から 12 月にかけて官公需における適正な契約履行を目的として「官公需検査委員会規約」及び「官公需検査委員会運営規程」を新規制定し、更に県有施設維持管理に特化した「県有施設維持管理業務受託等履行検査実施要領」を定め、施設管理業務や清掃業務における自主検査体制の強化を図った。

その他、平成 25 年 12 月、中央会主催の組合代表者会議における組合活性化事例（3 例）発表において、「組合の元気回復取組記」を発表した。

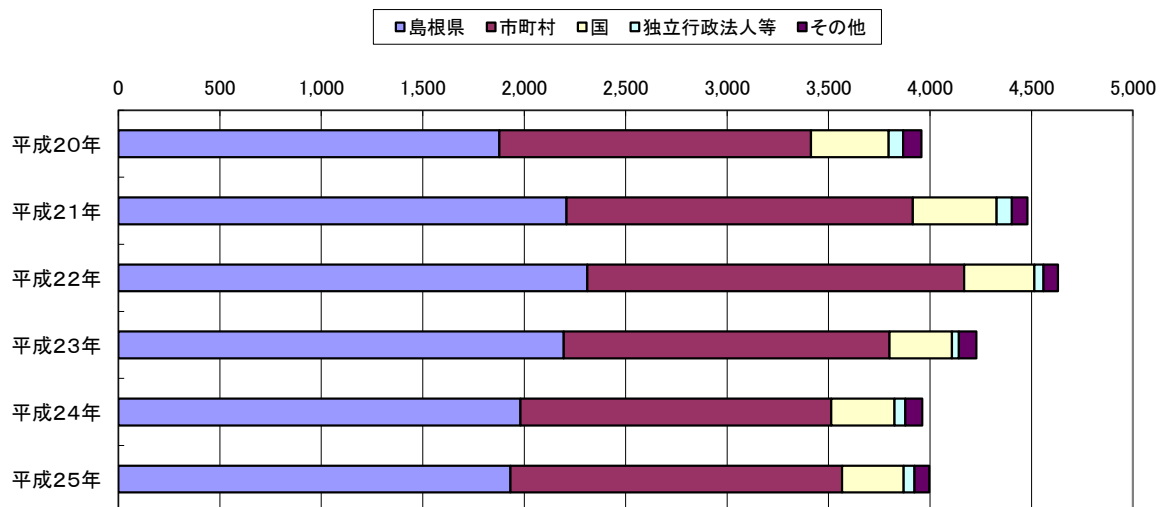
14. 建設業

(単位：百万円)

発注者別公共工事請負金額推移

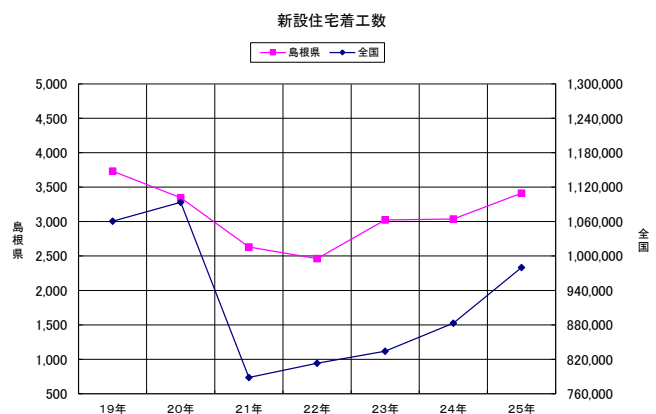


発注者別公共工事請負件数推移



(1) 総合工事業において、売上高の面では、平成 25 年度国の公共事業予算は、平成 24 年度と比較すると実質的にほぼ横ばい(5.3 兆円)であるが、平成 24 年度補正を含めた「15 ヶ月予算」で考えると、7.7 兆円となり前年より増加している。

島根県の公共事業予算は、平成 25 年度予算は前年より 5.3%減少(854 億円)して



いるが、平成 24・25 年の 2 月補正を含めた比較をすると、16.7%増加（1,075 億円）している。

しかし、西日本建設業保証株式会社の今年度の保証実績（4～12 月累計）をみると、島根県内の公共事業全体の契約高は 1,191 億円と前年度比で 1.3%減っている。

その内訳は、国が 203 億円、西日本高速道路、大学を含む独立行政法人関係が 53 億円、島根県が 501 億円、市町村が 400 億円、その他の公共団体が 33 億円となっている。

民間投資は、12 月末現在で新設住宅着工件数が前年度比（4～12 月）22.2%の増である。

価格の面では、ダンピング入札は、島根県の対策等もあり、減少傾向であると感じるが、建築工事の一部において不調が続いている。

平成 24 年度の完成工事高営業利益率は-0.77 と 9 年連続のマイナス（前年より 0.11%の悪化）。完成工事高経常利益率は、0.85 と前年に比べ 0.5%増加した。

雇用の面では、島根県、毎月勤労統計調査によると、建設業は事業所規模 5 人以上のデータでは、12 月末労働者数は 19,734 人（前年同月比 98.7%）、入職率 1.41%、離職率 1.46%となっているが、事業所規模 30 人以上のデータでは、労働者数が 6,636 人（前年同月比 98.3%）、入職率 0.51%、離職率 0.30%となっている。

（2）電気工事

電気工事業界では、官庁工事の売上高は確実に減少しているが、電気設備においては、非常用発電機、太陽光発電、省エネ関連等の時代を反映した発注があり、業界特有の業態が功を奏したと考える。民間工事においても下請けでなく直接受注ができる業者が安定した売り上げを確保できている。

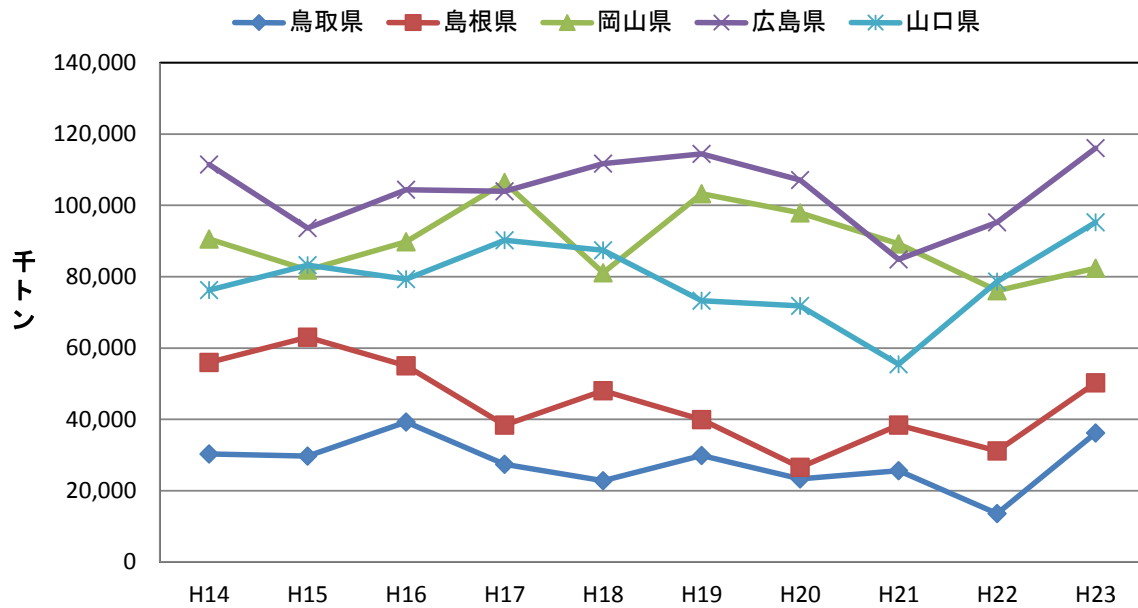
価格の面では、大型の店舗、工場等ではゼネコンが複数社に価格交渉し、競合させられ、極端な安値受注というケースが多い。常時取り引きのある地元中小あるいは零細建設業者からの価格は安値ではあるが安定している。

収益の面では、官庁工事は規模が大きく利益率は最も高い。この事が官庁工事の減少に危惧を抱く原因ではあるが、それだけ民間の下請け受注が厳しいということが伺える。

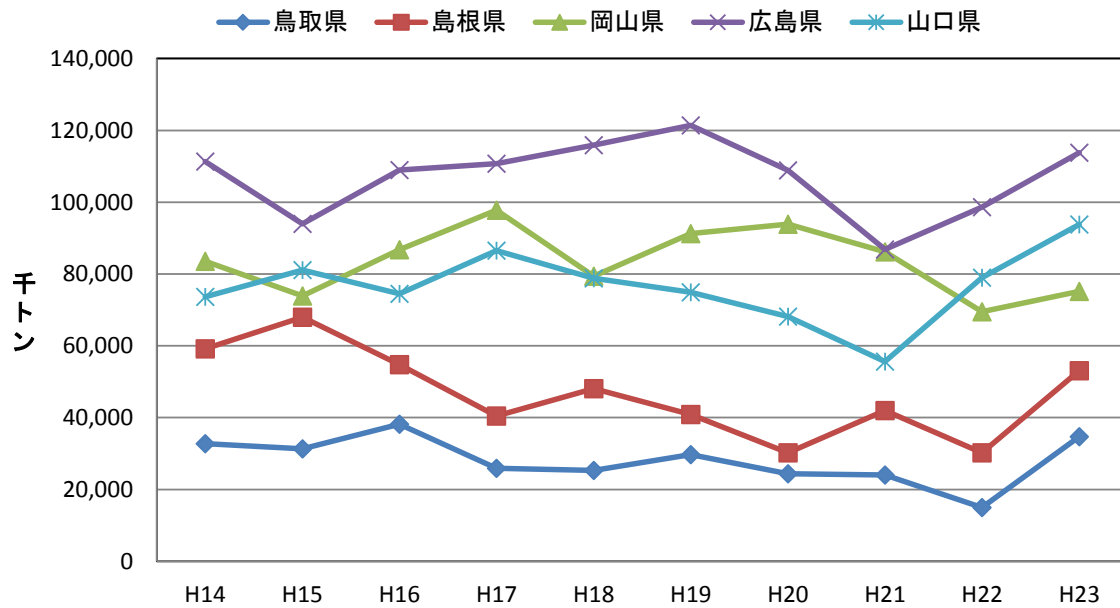
雇用の面では、例年官庁工事が途切れる 4 月から 6 月が最も余剰感があり、秋以降は多忙となる。大手製造業のように雇用の調整ができない中小零細企業にとって繁忙期と人余りの時期をいかに平準化できるかは大きな課題である。

15. 運輸業

年度別中国5県自動車輸送トン数の推移(発貨物)



年度別中国5県自動車輸送トン数の推移(着貨物)



道路貨物運送業界では、売上高の面だけでみると、安倍政権の経済政策（アベノミクス）の第二の矢である機動的な財政政策による公共投資の増加、円安を通じた輸出の増加、消費税増税や金利上昇前の駆け込み需要による住宅投資の増加等により、地方でも経済指標は上向きに転じ、物流の現場でも年央あたりから消費関連貨物及び建設関連貨物を中心には荷動きは回復基調で推移し、燃料価格の高止まりや依然低運賃の改善は見られぬも、売り上げは

小幅ながら増加に転じた。一般貨物では全国的な需要増の影響を受け、荷動き、稼働率ともに増加傾向で推移した。またダンプカー関連では県東部は島根原発の耐震設備等に関わる輸送需要もあり、生コンミキサー車等も含め活発な動きがみられた。また、県西部でも高速道路建設に加え、7月28日、8月23～25日の豪雨災害に伴う災害復旧工事需要が発生し、同様に活発な動きがみられた。

中国運輸局統計によると島根県の一般貨物トラックの貨物輸送量は、平成 25 年 1 月～11 月の平均で前年対比 3.69%増、軽油販売量でも平均で前年対比 3.27%増となっていることから、トラック輸送需要の改善に関わった数値であることが推察できる。

また、業界における実績は、対前年同期比で、東・中・西日本高速道路の利用料金 2.4%増（利用件数 3.0%増）、本州四国連絡高速 3.8%減、首都高速 8.7%減、阪神高速 2.1%増、燃料の共同購入数量で 1.9%増、全国の求荷求車情報ネットワーク事業では、荷物の成約件数は 7.4%増、車両の成約件数は 5.8%減と事業全体では総じて増加傾向を示した。

また、中国横断自動車道尾道松江線の一部である松江自動車道が平成 25 年 3 月に全線開通し、経済圏域である広島～松江間が高速道路でつながり、移動時間の短縮や輸送費削減、貨物取扱量の増加などの効果をもたらした。

価格面では、運賃・料金（売り上げ）は、恒常的な車両不足の状況下では、一部スポット的に上がったところもあるようだが、全体的には改善されていない。荷主企業も少なからず円安の影響を受け、原材料費や光熱費増等の負担を強いられていることもあり、加えて価格交渉力の弱い中小の運送事業者は燃料費高騰分を運賃転嫁することは難しく、売り上げに占める利ざやは益々減少するばかりで、経営収支や労働条件の更なる悪化につながっている。

こうした中、全日本トラック協会は、平成 25 年 12 月、トラック運送事業者及び荷主企業等の経営の安定に寄与すべく、当組合も参加している「求荷求車情報ネットワーク」(WebKIT)における成約運賃指数（実運送事業者の運賃データをもとに）を公表することとした。

また、トラックの燃料である軽油の価格は、近年最安値であった平成 21 年 3 月分価格と 25 年度のピーク月である 12 月分を比較すると実に 43.5 円（当組合価格）も上昇（平成 25 年 1 月分から平成 25 年 12 月分の 1 年間でも 8.4 円上昇）しており、燃料コストの高騰分を運賃に転嫁できない状況が常態化していることによりトラック業界は悲鳴を上げている。

収益の面では、原油価格上昇に伴う軽油価格の高騰の影響を受け、トラック運送事業者の利益率は圧迫され続けている。今や燃料費が輸送コストに占める比率は 20～30%とも言われており、特に長距離輸送のトラック事業者はその比率が 40%に達する例もあるなど、車両の保全、使用年数、燃料価格の急激な高騰を考えれば、走れば走るほど赤字が広がるという状況に陥っている。

燃料費をはじめとする種々のコストアップへの対応策として、効率的な運行計画やアイドリングストップ、経済走行の励行などの省エネ運転の実施、人件費の圧縮や一般管理費等の経費削減、燃料価格交渉や高速道路料金の割引制度の利用、全国の求車求荷情報ネットワークの活用等々、できる限りのコスト対応策に取り組んでいるものの、経営環境は依然厳しく、中でも運送原価に直結する燃料価格の高騰・高止まりの影響が一番大きくなっている。

また、輸送の安全確保の観点から、長距離輸送にかかる乗務員の労務時間や安全規則等の

法令遵守状況を確認する監査や行政処分等が一段と強化されていることもあり、こうしたことから長距離輸送からの撤退を余儀なくされ、燃料コスト削減の効果も求め、少しでも収益率の落ち込みを抑えるため、中近距離輸送、地場輸送にシフトした事業者も少なくない。

全日本トラック協会が平成 25 年 3 月に実施したアンケートによると、今後軽油価格の高騰が続いた場合に事業継続できるかについて、「経営努力にも限界があり、将来の事業継続に不安がある」と回答した事業者は 54.1%にのぼっている。

また、こうした厳しい現状に対し、運賃の改定なくしてその改善をみることは非常に困難だが、物流業界には荷主、元請、下請けといった複雑な多層構造が障害となっていることや中小運送会社がほとんどを占める当地では、荷主企業に運賃改定を申し入れしづらい環境にあることもあり、燃料サーチャージの交渉も進展していないのが現状である。

こうした状況を受け、国土交通省では、適正取引の確保と輸送の安全を阻害する行為の防止等のため、貨物自動車運送事業輸送安全規則や標準貨物自動車運送約款を改正し、「トラック運送契約の書面化」を 4 月から施行する。具体的には書面化を推進するためのガイドラインを制定して、荷主や元請事業者、利用運送事業者に対し、契約書面化への協力を要請することとしており、このことは政府が公共性の高いトラック輸送産業について、その重要性を高く認識している証しとも言える。

アベノミクス効果もあり、当地でも荷動きに限っては年後半より少しずつ増加傾向が表れてきたが、燃料高騰分の運賃転嫁が依然進展しない状況にあっては、コストの高まりだけが残し、中小の運送事業者の経営環境は一層厳しいものとなっている。アベノミクスの成長戦略が速やか、的確、円滑に進み、更なる景気浮揚策（荷主企業が潤い、運賃改定が可能となるような）に併せ燃料価格の安定化及び値下げに向けた施策等、中小トラック運送事業者への配慮を強く望むところである。いずれにしても、景気回復の波や前述にあるような経済政策への期待は大きいが、当地のような地方にとっては円安の効果は少なく、これらが即収益につながるとは考えにくく、むしろ円安によって燃料高だけが先行し、加えて荷主企業の原材料費高による運賃引下げ要請も予測され、加えて消費税増税による駆け込み需要の効果が剥落する等、今以上に経営を圧迫することも懸念されるため、予断を許さず注視していく必要がある。

操業度の面では、島根県の一般貨物トラックの貨物輸送量は、売り上げの面でも示したように前年対比 3.69%増（平成 25 年 1 月～11 月平均）となっており、全国的な輸送需要改善の波及、または当地では特に公共事業増による建設業復調に伴う輸送需要増等もあり、荷動き、稼働率は、生活関連貨物、建設関連貨物、消費関連貨物等、全品目に亘って持ち直し傾向で推移した。当地においては年の前半（平成 25 年 1 月～6 月平均：1.81%増）ではアベノミクスの効果は目に見えて表れなかったが、年の後半（平成 25 年 1 月～6 月平均：5.94%増）よりその効果が貨物量に反映された形となった。一方、車両不足の状況は、当組合が参加している求荷求車システムの実績にも顕著に表れており、11 月実績では荷物登録件数（求車）が前年同月比 52.5%増を記録し、車両（求荷）情報を大きく上回るなど需給ギャップが拡大した。

前述にもあるが、ダンプカー関連では県東部、県西部ともに荷動きは活発に推移したが、

ダンプカーも公共工事等大型物件の集中により輸送手段の確保が困難となっている。また、山間部現場でのダンプカー乗り入れは、勾配のきつい荒れた未舗装の地道を走行するなど、燃費が大幅に悪化し、タイヤの消耗も激しいなど、平坦な舗装路以上にコストが増加している実態があり、こうした走行条件の格差を運賃に加味した荷主企業側の配慮を希望したい。

これまで長引く景気低迷の影響により輸送量が減少し、厳しい経営環境に懸命に耐えてきた運送事業者にとって、景気回復の兆しが僅かながらも表面化し、国内経済は上昇基調にあるというが、中央と山陰との地域的・経済的格差は依然変わらない中で、帰り荷不足が改善されることは難しく、引き続き効率の悪い運行を余儀なくされ、引き続き収益面で影響を受けることも予測される。

また、以前は繁忙期等の稼働ピーク時に合わせた車両数を保有していたが、平成 20 年の燃料価格の高騰やリーマン以降の急激な景気減速に伴う輸送需要の減少を受け、多くの運送事業者が減車を進めた結果、繁忙期や突発的な受注への対応が困難な状況が常態化している。また本年は、こうした恒常的な車両不足にある中において、輸送需要の回復に伴う貨物量の増加が加わり、一段と荷物と車両のバランスに偏りが生じることになった。車両はあってもドライバーがいないという現象も見受けられ、非常に効率の悪い運行を強いられる場面が多く見受けられるなど、組合事業として融通配車を行う取扱い事業者では、荷物と車両のマッチングに大変苦慮した。

また、こうした車両が不足する状況の中で、固定の荷主を持つ運送事業者では、長年の取り引きの関係上、要請されれば復路を空車で帰ってすぐさま往路の荷物を積んで向かうというような状況も生まれているようで、こうしたことが更に輸送効率を悪化させ、売り上げの減少にもつながっている。似たようなケースでは、求荷求車ネットワークを利用している事業者では、特定の日や方面に輸送依頼が集中すると異常に高い運賃が提示されるケースがあるが、どれだけ高くても専属の得意先を断ってスポットの仕事を受けるわけにはいかない苦しい状況もあるようだ。

燃料費の高止まり、低運賃、恒常的な車両不足、運転手不足、労務時間や安全規則等の法令遵守に関わる締め付け等こうした状況下では、「忙しすぎると儲からない」「利益なき繁忙期」の様相を呈し、こうした声はまさに今現在の物流の実態を象徴している。

雇用の面では、労働集約型産業であるトラック運送事業では、人口の減少、少子高齢化の進展により、トラックドライバー確保問題は喫緊の課題となっている。

アベノミクスの影響で荷物需要回復の兆しが見えてきても、車両が不足して対応できない、車両があってもドライバーがいない、とドライバー不足の問題が深刻化してきている。

トラックドライバーの高齢化が年々進行（40 歳以上の割合：普通車 5 割強、大型車 7 割、けん引車 7 割強）し、また、トラックドライバー不足に拍車を掛けるように構成比の高かった団塊の世代が 65 歳を迎え、平成 24 年度から多く引退してきている状況にあっても、現段階では高齢者乗務員に頼らざるを得ないという深刻な状況となっている。

厚労省の賃金構造基本統計調査（平成 23 年）によると、産業全体の平均年齢 41.5 歳に対し「道路貨物運送事業」は 44.6 歳と、3.1 歳の開きがあり、その格差は年々拡大している。

また、ドライバーの労働時間について労働基準監督署の監督が厳しくなり、運行回数が削

減され、収入が減少したことから、退職または給与面等条件の良い他業種へ転職してしまう現象等もドライバー不足を加速させる一つの要因に加わってきているのではないかと。

こうした状況を目の当たりにし、物流を支えるドライバーの減少に現実味を帯びてきたことで、危機感が急速に高まってきている。「募集してもドライバー集まらない」といった声が高まっているが、その背景として、他産業と比較して、給与水準が低い、長時間労働、交通事故の危険性、泊り勤務のある長距離輸送、若手の車離れ、新たな業態・職種に就職するなど、様々な要因が指摘されている。

また、交通事故削減を目的に施行された中型免許制度（高校新卒者はすぐに中型車を運転できない）がトラック運送業界の労働力確保を困難とさせているとして、トラック業界や全国高等学校校長会は、新普通免許では総重量 5 トン以上の車両を 20 歳未満で運転できず（新普通免許で運転できるのは 5 トン未満）、高校新卒者の就業を妨げている実態を指摘し、18 歳以上でも中型免許（現行 20 歳以上経験 2 年以上）を取得できるよう区分見直しを要望し、現行の普通免許で 6.5 トンまで運転できるよう改正を求めている。（普通車両に渋滞緩和などのために荷物昇降機や冷凍冷蔵設備を備えると 5 トン超となるトラックも多い）

当地でもこのように若手ドライバーの採用が年々難しくなっている状況の中、若手の採用はあきらめ、経験のある高齢ドライバーを雇用（助成金も活用）し、正社員より勤務日数や時間等を少なくすることで高齢ドライバーの体力的な面に配慮しつつ、同時に会社側の社会保険等の経費的な負担を軽減させながら、労働力不足を補っている会社もある。雇用される高齢ドライバーもまだ体力があり年金受給だけでは将来の不安を感じるという思いが会社側の思いと合致したケースだと思われる。

国土交通省では、ドライバーの需要予測として、平成 27 年度にはトラックドライバーの供給数が、必要なドライバー数に比べて 14 万～15 万人程度不足（平成 15 年比）するとしている。

全日本トラック協会では、ドライバーを安定的に確保するための方策として、「労働力供給側に対して、トラック運送業界が魅力のある業界であることを認識してもらうことが重要であり、そのために労働力の受け皿となるトラック運送業界としては、経営状況を健全化し、ルールを守る安全な企業であることをアピールするとともに、賃金や労働時間などの労働条件面で他産業との格差を是正し、質の高い輸送サービスの提供と適切な料金体系の確立などの課題を克服することが必要」と指摘している。

いずれにしてもドライバー不足の問題は、業界内の問題にとどまらず、物流が国民生活、経済活動に必要不可欠な基幹インフラであり、国をあげてその対策に取り組んでいかないと手遅れになる。

こうした状況を受け、効率的な運行計画や省エネ運転の実施、運賃転嫁への取り組み、できる限りの経営コスト対応策、併せて行政、関係団体と連携し、様々な諸問題に対し、要望活動や意見交換を積極的に展開し、その解決に向けた対策、諸施策の実現を目指した。業界として行った主な要望活動として、公益法人全日本トラック協会と道路運送経営研究会は「トラック業界の要望を実現する会」を開催し、国会議員に対し、以下の要望活動を行った。平成 26 年度税制改正・予算に関する最重点要望事項として、1. 軽油価格高騰対策：①軽油引

—業種別平成 25 年の状況—

取税の旧暫定税率の廃止または一時凍結、②燃料高騰対策補助金の創設、③価格転嫁のための燃料サーチャージ導入促進、2. 石油石炭税に係る「地球温暖化対策のための課税特例」の還付措置：トラック運送業についても還付措置の適用＊内航船・旅客船・鉄道・航空・農林漁業については平成 26 年 3 月 31 日までの間、還付措置が適用されている。3. 高速道路料金の引き下げ：高速道路の割引財源が平成 25 年度末でなくなることで、世界一高い料金となり、物流にとっては危機的な状況に陥るため、大口・多頻度割引制度を拡充されたい。

当組合としても、こうした要望活動に連携するとともに、当組合の主要事業である「高速道路料金割引制度に関する要望」については、上部団体である日本貨物運送協同組合連合会と連名で協同組合の立場で、地元選出国會議員に陳情を実施した。

Ⅱ 業種別平成 26 年の景況予測

1. 食料品製造業

(1) 菓子業界は、上半期は平成の大遷宮の影響で良くなると思われるが、下半期は、平成 25 年度ほどの観光客は見込めず、減速もしくは下降すると思われる。

(2) 醤油業界は、消費量の減少傾向は続いていくと思われる。新商品の開発等、関連調味料の更なる需要増を図りたいところである。

(3) 水産練製品業界は、円安傾向はますます強くなり、比較的安定していた主原料価格も上昇が予想される。原油も高く、副資材も値上がりし、配送コスト、電気代、重油代も軒並み 1 月から値上がりしている。4 月からの消費税増税もあり、販売環境はかつてない厳しい状況になると予想される。

2. 繊維・同製品製造業

繊維・同製品業界では、学生服関係、作業服関係以外の予想がしづらいが、縫製する会社、人員も毎年減少していることから一時は減少するが、あまり変化がないのではないかと予想している。技術力のない会社などはより苦しい経営状態になるのではないかとと思われる。

3. 木材・木製品製造業

(1) 合板業界では、住宅着工数は平成 24 年の 880 千戸から、平成 25 年は復興需要および消費税増税による駆け込み需要などで 970 千戸（推計）へ増加したが、平成 26 年は 100 千戸以上の減少で 860 千戸と厳しい予想がされている。ただ、職人不足などで施工は進んでおらず、前半の資材需要は大きく、緩やかな減少に転ずると考えられている。

生産コストは、国産材の供給不足による高騰および円安による外材、接着剤の高騰が予測され厳しいものになると見込まれる。

また、住宅需要が年々落ちていく社会状況は変わらず、将来への対策が喫緊の課題である。

(2) 木材業界は、消費税増税に伴う駆け込み需要の反動で、住宅需要が大きく減少することが予測され、需要の減少に伴い木材価格も低下するものと思われる。こうした中で、県や市町村の木造住宅建築支援策および国の木材利用ポイント事業等を活用して、住宅需要における県産木材需要の比率を高めていく努力が求められる。また、公共建築物の木造化や内装の木質化等の大規模な需要に対して、円滑に品質・性能の安定した製品を供給することができるよう加工・流通体制の整備を図る必要がある。

(3) 家具業界は、消費税増税を 4 月に控え、各社イベントを前倒しで開催する。しかし、消費税増税前の現在でも、新築・リフォームの消費者以外で買換え需要の駆け込みは目に見えてこない。よって、特徴ある店、工場は変わらず売上を伸ばしていくと思われるが、4 月以降の売り上げは、増税後厳しくなっていくと考えられる。高級品、中級品、低級品があるとすれば、高級品と低級品は売れるが、中級品の売り上げは今以上に少なくなる（中を買っていた人が、低を買うようになり、低を買っていた人が買えなくなる）。大型店においては、ますます家具売り上げの比率を下げ、持ち帰り品の売り上げ比率を上げる方向で進める。

4. 紙・紙加工品製造業

紙・紙加工品業では、包装資材を使用する業界の景況に影響されることが多いため、遷宮後の観光業関係の動きや消費税増税も考慮しなければならない。現在の状態が続くことを期待している。

5. 出版・印刷業

出版・印刷業界では、組合員に対する実態調査によると、業界の景況について、次のような回答があった。「好転する」10%、「変わらない」71%、「悪化する」19%。変わらぬと答えた割合が多い一方、悪化の割合が 36%減少している。一方、組合員事業所の業況については、「好転する」が 16%で、「変わらない」が 64%、「悪化する」が 20%で、変わらない割合が多い一方、悪化の割合が減少している。

6. 窯業・土石製品製造業

(1) 瓦業界では、12 の民間調査機関による平成 26 年の新設住宅着工戸件数予想(平均値)は、平成 25 年(980 千戸)比 98.5%の 965 千戸という情報がある。いずれの機関も、消費税増税の反動減をマイナス要因に挙げているも、住宅ローン減税の拡充、すまい給付金等の平準化処置により反動減は小規模になると予測している。新設住宅減(予想)により工事力がリフォーム・屋根葺き替え需要に向くことが期待できるので、特に西日本市場におけるリフォーム需要掘り起こしに注力する。新たな需要先となった新潟県や北海道への継続的出荷、被災地の北関東―東北での微増が期待できるが、あくまでも販路開拓途上の域であり、西日本市場でのシェア奪回、需要喚起策を継続的に講ずることが第一である。

海外市場については、実績のあるロシアや台湾・フィリピンなど東南アジア、昨年初出荷のシンガポールと中国東北エリアにおける動向の情報収集を継続することで、石州瓦の品質性能が屋根外装材の付加価値として評価される市場創出を図る。

(2) 生コンクリート業界は、大型公共事業が完了した県東部では出荷が見込めない。一方、県西部では山陰自動車道、災害復旧工事関連の出荷が見込めるが、全体としては平成 25 年を下回ると予測している。

7. 鉄鋼・金属製造業

(1) 鉄鋼業界(県全体)では、自動車産業など輸出関連企業の収益が大きく改善、まだら模様だが製造業も復調の兆しが見られるようになった。しかし、アジアの新興国企業の台頭になる製造業の国際競争力の劣勢等、様々な課題を抱えており、今年も価格競争への対応は多くの企業にとって引き続き厳しい課題であり、発注企業からのコストダウン要求や県外企業との競合の激化等、引き続き厳しい環境下におかれると思われる。

(2) 安来地区では、アベノミクス効果による円高の解消とそれに伴う輸出受注環境の好転により国内経済は大幅に改善している。海外においてもアジアの経済はやや停滞しているものの、米国の景気は堅調に推移し欧州の景気後退も一服し、業界を取り巻く環境は更に改善すると思われる。また、4 月には消費税増税に伴う消費の低迷が懸念されるものの、更なる追い風が吹くことが期待したい。特に、自動車の燃費向上のニーズの高まりから、CVT 搭載

車の普及が急速に拡大しており、今後も大幅な需要増が見込まれることから、日立金属(株)安来工場では、自動車用無断変速機(CVT)用金属ベルトの増産に向け、急ピッチで大型真空誘導溶解炉(VCM)の建設工事が進められており、平成 15 年度から本格稼働が始まる予定である。また、航空・エネルギー分野の市場は持続的な成長を続けており、付加価値の高い分野に挑戦するため技術力を更に向上させる必要があると考える事業所が増えつつある。

今後とも、市場のグローバル化はますます加速し、品質や価格、納期等のあらゆる面で競争が一層激しくなることが予想される。

(3) 鋳物業界は、自動車、工作機械、産業機械等が回復傾向の中、景況は上向きと予想されるが、消費税増税や新興国、近隣諸国の経済情勢が必ずしも楽観できないため予断を許せないものと予想される。

8. 非鉄金属製造業

非鉄金属業界では、鋳物製品の海外調達が進むと考えられる。

9. 自動車・同附属品製造業

自動車部品・付属品業界では、平成 26 年 4 月までの予測として、売上 12%増を見込んでいる。

10. 畳製造業

畳業界では、消費税増税前の駆け込み需要で上半期は各業者とも手持ちの仕事に追われると予想される。また、夏以降の仕事量と単価面においても、今以上に価格競争が激化するのではないかと心配である。

11. 卸売業

(1) 県東部では、組合員に建設関連資材を取り扱う業種が多いことから、公共事業の多寡に左右されやすい。平成 26 年の景況感は総じて好転しており、明るい兆しになりつつある。

(2) 県西部では、戸別配達をするネット販売やカタログ販売が増え、店舗へ足を運ぶ消費者が減ってくると予測される。ネット販売・カタログ販売・ダイレクトメール・スーパーのチラシ等を参考に価格の比較をした上で買い物をするようになり、出費を抑える傾向が見受けられる。

12. 小売業

(1) 共同店舗では、少子高齢化がますます進んでいく中、商圈の縮小・消費人口の減少等により消費需要は低迷することと、4 月からの消費税増税に伴う消費抑制が考察される。

(2) 石油製品業界では、構造的な需要減少の進行は続く。系列店と PB・無印店との仕入れ価格差解消に向けた精・販・官の取り組みの成果が期待されるが試行段階では不透明。消防法の規制強化による地下タンクの期限を迎える SS では、投資額と市況との見合いとなるのでよほどの市況改善がない限り SS 廃止が続く。価格の二極化に耐えられるサービスや顧客との

強いつながり、健全な財務体質の確保が求められる。地場企業の真価が問われるときと言える。

（３）松江地区の商店街は、出雲大社の遷宮効果はかなり薄まる事が懸念される。よって、昨対比の売り上げの減少が予測される。また、近隣に新たにコインパーキングが整備される計画もあり、売り上げの減少が予測される。消費税の増税に伴う駐車場の収益減も多少影響する。

（４）出雲地区の商店街は、消費税増税後、前半は支援策等で維持できても、秋以降、反動で厳しい１年になると予想する。太陽光システムも機器の価格は下がるが、売電価格も下がる傾向なので今までの様な好調な販売数は見込めない。いつの時代になっても地道に消費者の要望に応じて信頼を得ることが一番大事なのではないか。特に高齢者への対応が重要である。

１３．サービス業

（１）旅館業界では、平成 26 年度も出雲大社の大遷宮で若干の集客は見込めるが、平成 25 年度ほどの観光客に達することは無いのではないかと予測される。「ご縁の国しまね」の観光 PR キャンペーンにより女性の方にはパワースポットとしての認知度が上がってきているが、団塊世代のアクティブシニア獲得も大きな集客として見込めるのではないかと考える。

（２）自動車整備業界を見ると、車検整備売り上げは横ばい、その他の整備売り上げは若干減少傾向と見込むが、業界景況としては、悪くても前年並の維持を目指したい。併せて高齢化、後継者不在等により脱退する組合員は増加すると予想される。

（３）情報サービス業界では、需要が多い状態は、夏ごろまで続くと考えられる。景気が上がっていると感じ、好調を維持できると考えている。

（４）ビルメンテナンス業界では、マスコミ等による平成 26 年度の国や地方公共団体における公共事業関係予算の増額等の報道（予測）では、一般に景気は今年度よりも良くなるのではないかと考えられている。

建築物の新築等による市場の拡大は、建築物が完成するまでに比較的時間を要するため即効性は乏しいと言える。一方で直営管理方式から外部委託管理方式への変更などによるマーケットの拡大は、時間を要しないため即効性があり、期待される。現在、島根県から平成 26 年 4 月 1 日業務開始予定の県庁地区及び隠岐地区における施設管理業務委託化が公表（提案協議）されており、その分の市場拡大が期待されている。

１４．建設業

（１）総合工事業界では、昨年末成立した国土強靱化基本法に基づいて、今後の中長期的な計画が具体的に定められると思われる。今後の公共事業予算についても増額を期待している。あわせて、企業の業績の実感は聞こえてこないため、今後の業績回復を期待している。

（２）電気工事業界では、政権交代による公共投資に大いに期待している。景気の上向き時期に体質改善、強化をどれだけできるかにかかっている。

15. 運輸業

道路貨物運送業界では、日通総合研究所が発表した平成 26 年度の国内貨物総輸送量は、平成 25 年度比（実績見込み）1.9%減の 47 億 4800 万トンに落ち込むとされている。当地における貨物動向も、前年度に発生した駆け込み需要の反動や消費税増税に伴う貨物需要の落ち込み等も予想される。また、大手企業の少ない当地では、依然地域格差から生まれる当県発着の輸送需要の落ち込みも予想されるが、県西部の豪雨災害復旧工事や高速道路建設、または政府の社会インフラの大規模改修「国土強靱化計画」に伴う公共事業に関連した建設関連等の貨物需要への波及、好況地域の一般貨物需要に牽引されることを期待したいところである。

また、燃料費の高騰、高止まりが続く中、平成 26 年 4 月から東日本、中日本、西日本と本州四国連絡の各高速道路会社の 4 社で高速道路料金の新たな割引制度が実施される。しかし、本四高速は、料金定価は引き下げられることになるが、割引後の料金は変わらず、中型車以上の ETC 特別割引は廃止される。

当組合としても関係諸団体と連携しながら、高速道路料金割引制度の長期的に安定した体系となるべく要望活動を行うなど、積極的に対応していく。

Ⅲ 中央会、行政庁への要望事項

食品表示等、調味料の場合は、より簡潔な方法が取れる様要望していただきたい。

【醤油】

「県産木材を生かした木造住宅づくり支援事業」の平成 26 年度以降の継続実施。公共建築物等における木造化・木質化の更なる推進。木材の生産・加工・流通体制の整備に対する支援策の充実を求める。

【木材】

業務の適正な履行において、これを担保し一定の品質を顧客に提供できる「最低制限価格の設定」が必要であり、また地域の産業として、組織も人も育成できる「地元業者の優先」が重要である。この 2 項目について要望したい。

なお、この要望は平成 24 年 11 月、島根県知事に対し、当組合と連携の深い社団法人（現一般社団法人）島根ビルメンテナンス協会が行っているが、これを強く要望する。

【ビルメンテナンス】

公共事業予算の国土強靱化計画に基づく、継続的・安定的な確保、山陰道の早期整備、防災・減災対策の推進、適正価格による受注（ダンピング対策）、地元建設業への優先発注、設計労務単価の見直し、国土強靱化施策の推進、大型補正予算の円滑な執行を期待する。

【総合工事】

官庁工事発注の時期、量とも年間を通しての平準化を強く要望する。

【電気工事】

建物耐震改修の促進に関する法律を一部改正する法律が施行され、県・市町村の補助金制度がまだ決まっていない。島根県・各市町村より補助を行ってもらえるようご協力いただきたい。

【旅館】

近年の住宅様式の変化により、和室のない住宅が急速に増えている。「気密性の良い住宅・おしゃれな家＝若者にうける住宅」は良いところもあるが、日本の気候風土に根ざした住居という意味からすれば、逆行しているようにも思える。日本の伝統文化に根ざした瓦、畳、ふすま、障子等の残す価値のあるものは行政が何らの方策を示すべきだ考える。

【畳】

公共事業の早期発注及び長期的な展望、計画に基づいた継続的公共事業の発注

全国統一品質管理監査合格工場の優先使用

ライフサイクルコスト面で優れたセメントコンクリート舗装の採用

【生コンクリート】

外国人技能実習生の実習年数を5年に延ばしてほしい。(3年間の実習期間が終了し一旦帰国したものうち、企業も本人も望んだ場合2年間の再入国の制度の創設)

実習生については紳士服製造と婦人子供服製造に分けられ相互の移動は認められていないが、この線引きを外し、縫製業ひとつに集約してほしい。【縫製】

合板原材料の国産材化が進む中、国産材が適正価格（低コスト）で安定供給がされる包括的な施策を進めてもらいたい。山林が自然を守り、環境を維持する大きな要素であると同時に樹木は人間の営みで生産できる強力な自然資源であることを認識し、植林、育成、伐採、利用の循環が経済活動の核となる、森林の施策を進めてほしい。

国有林及び民有林の現状および、伐採・供給情報など月々の統計資料がほしい。

また、高速通信回線が隅々まで行き渡るよう勧告指導をしてほしい。三瓶の事務所にはまだISDN回線しか開通していない。これでは事務処理等の仕事ができない。【合板】

木材利用ポイント制度の認知度アップをお願いしたい。また、ポイント交換商品を登録している島根県の事業者は少ないと聞いているので、県または中央会からも一般の方への宣伝をお願いしたい。【家具】

色々な助成金の制度があるが、申請についてゆとりのある期限を設けてもらいたい。

【出雲地区商店街】

特に地元農業機械関連の協力工場に対する支援を引き続きお願いしたい。金銭面にあっては、引き続き制度資金はもとより、信用保証協会の更なる支援をお願いしたい。【鉄鋼】

中小企業は、原材料の高騰やその他石油製品の高騰により電気・ガス・ガソリン等負担増となっている。賃金を上げた事業所に優遇するのではなく、上げられない企業をフォローしてもらいたい。【自動車・同附属品】

輸送コスト軽減のため、高速道路利用割引制度の財源に国費を投入してもらいたい。

今次の高速道路料金の割引制度の改正について、業界のパブリックコメントを取り入れてほしい。また、新制度では割引の廃止や割引率の低下により負担が増加する中、大口・多頻度割引制度を利用することが負担増の軽減が図れる唯一の手段であることから、一社単独では同制度を利用できない中小トラック事業者を協同組合への加入促進が図れる方策、支援策等の創設を望む。

軽油価格の高騰に対して、1. 軽油引取税の旧暫定税率の廃止または一時凍結、2. 燃料高騰対策補助金の創設、3. 価格転嫁のための燃料サーチャージ導入促進、4. 社会への幅広いPR活動と荷主業界、大手元請運送会社等への協力要請といった支援策を要望する。また、石油石炭税に係る「地球温暖化対策のための課税特例」の還付措置（トラック運送業についても還付措置の適用を望む）。

—中央会・行政庁への要望事項—

「石油製品価格の監視強化と消費者への影響などの注視を行い、不当な価格への指導・改善」を強く要望する。【運輸】

ビジネスを進めていく上では、交通インフラが整備されていることが必須。高速道路のミッシングリンク（島根県内の東西を結ぶ路線）を早期に解消してほしい。また、既存路線も通常の高速と比べて、通行料が高いので、低価格になるようお願いしたい。企業がコストダウンに対応するためにも、早期の価格引き下げが望まれる。【情報サービス】

建物における屋根・壁の果たす役割をアピール（外部環境整備）

- ・「建築物（住宅・公共施設）における屋根・壁の役割」の視点をアピール
- ・「景観における屋根・壁の役割（ルーフスケープ）」の視点をアピール
- ・「長期優良住宅づくり」の推進
- ・「住宅の耐震化」推進⇒重い瓦屋根は地震に弱いという認識の払拭
- ・公共事業における規格外瓦・廃瓦リサイクル品利用促進
- ・燃料価格の安定化

島根県支援事業推進

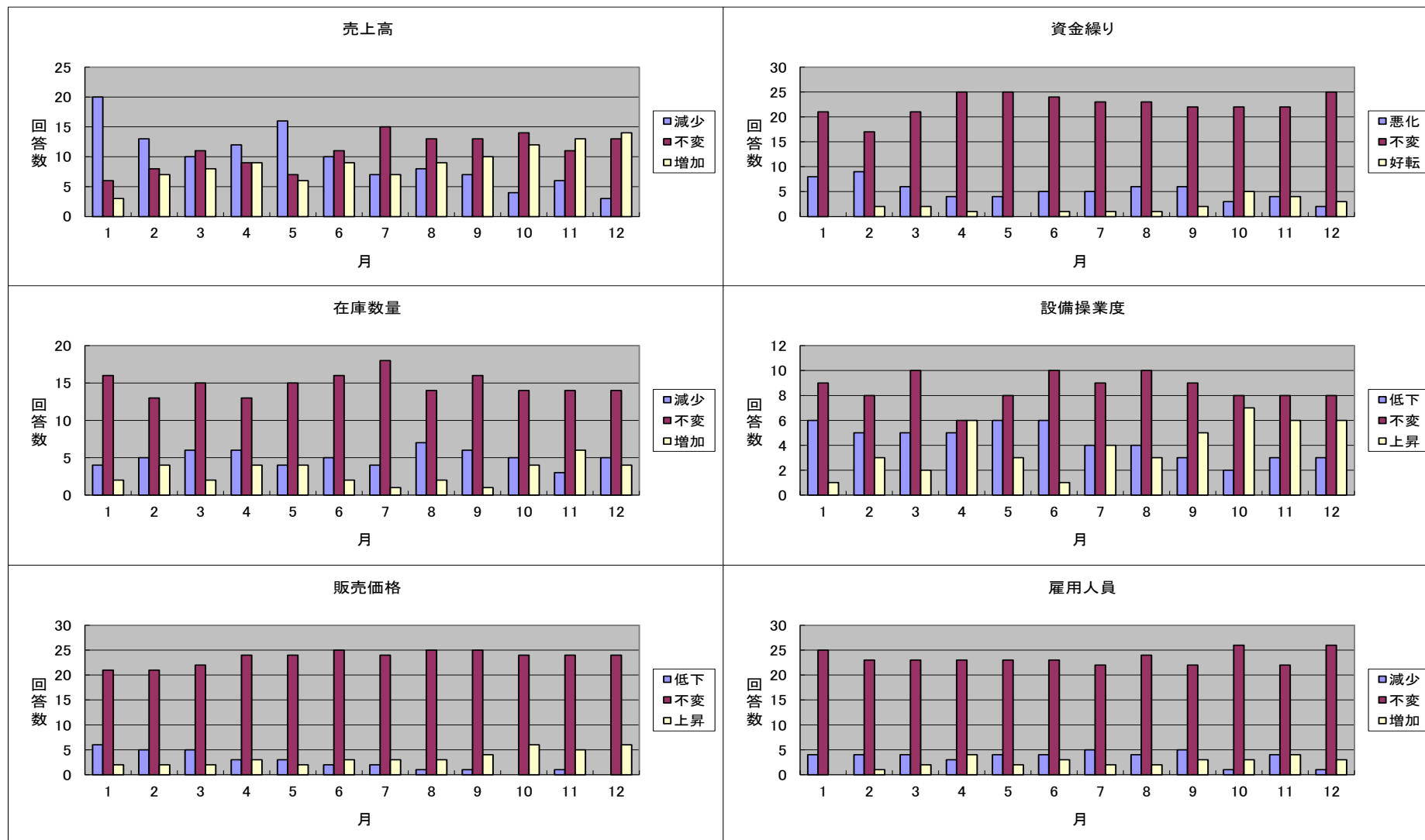
- ・「石州瓦」利用促進助成事業
- ・「しまねの木」建築利用促進助成事業

【瓦】

中小印刷業界を取り巻く厳しい経営環境の下、諸課題の解決には、島根県及び中央会ならびに関連諸団体との連携が不可欠である。今後ともより一層の連携強化（定期的な懇談会及びセミナー等の開催並びに陳情等）を要請する。【印刷】

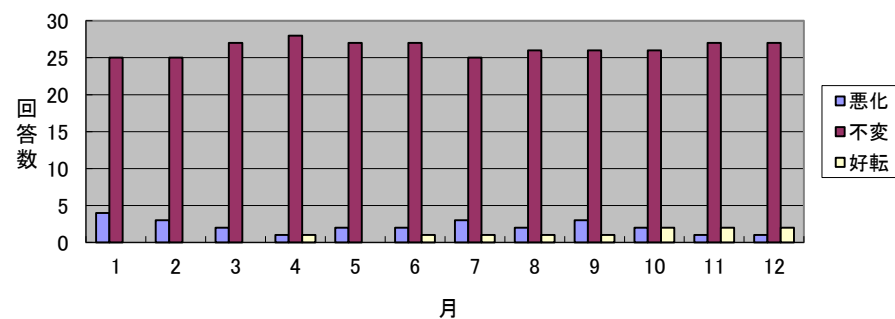
Ⅳ その他資料

情報連絡員月次景況調査（平成 25 年 1 月～12 月：前年同月比）

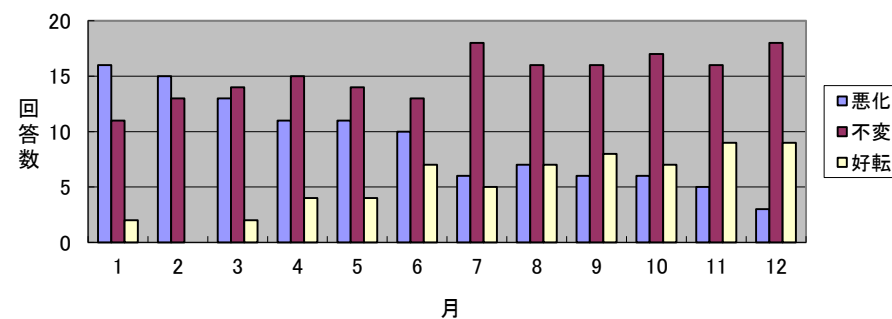


情報連絡員月次景況調査（平成 25 年 1 月～12 月：前年同月比）

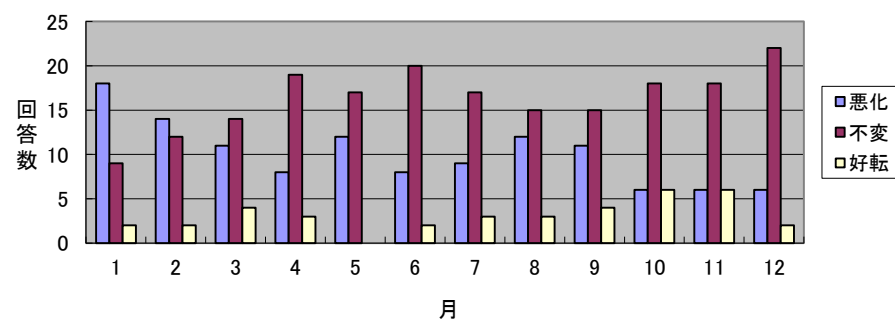
取引条件



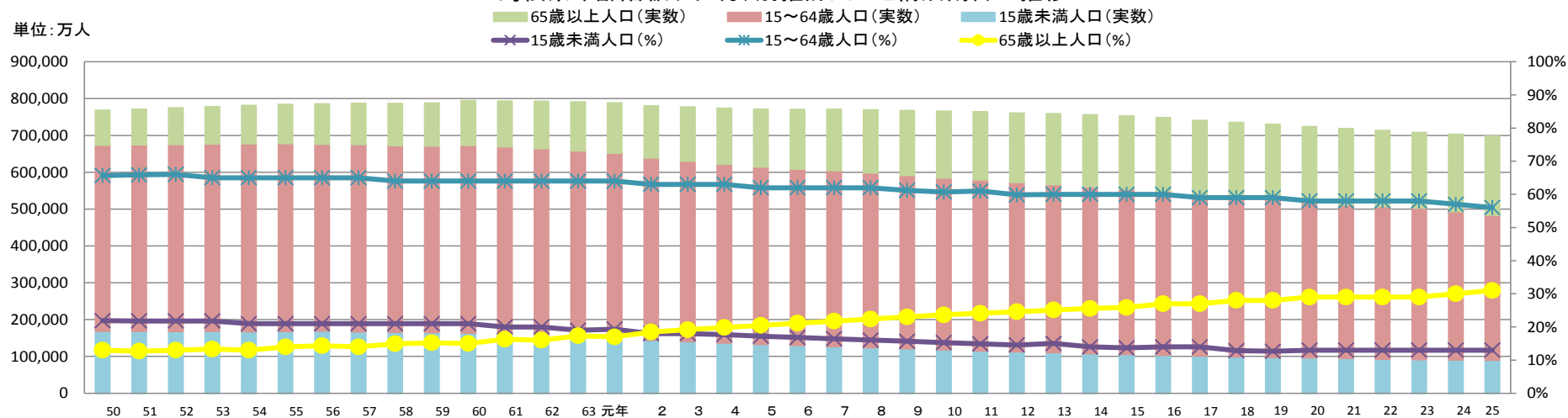
業界の景況



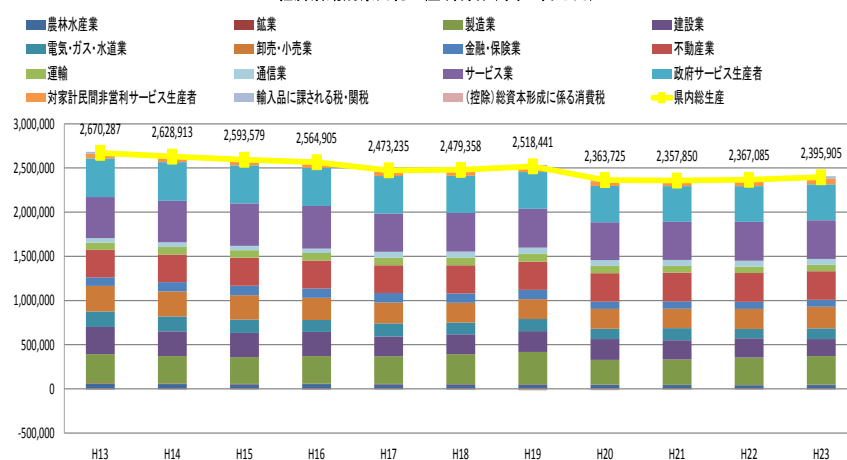
収益状況



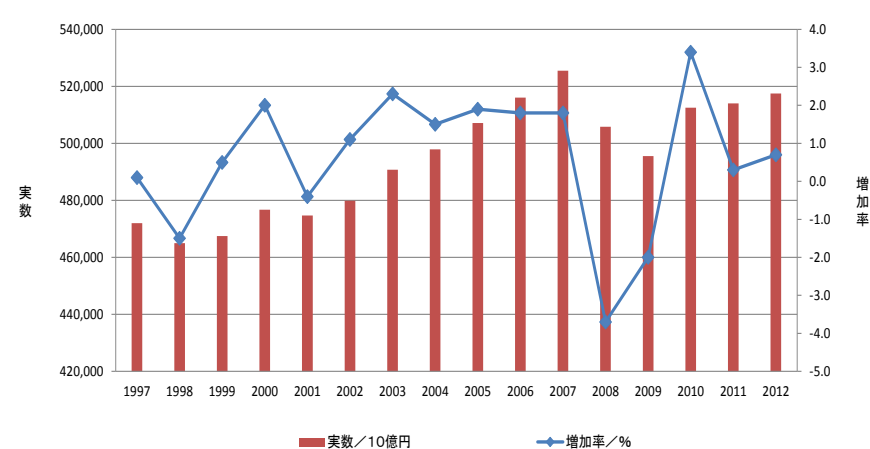
島根県年齢階級(3区分)別推計人口と構成割合の推移



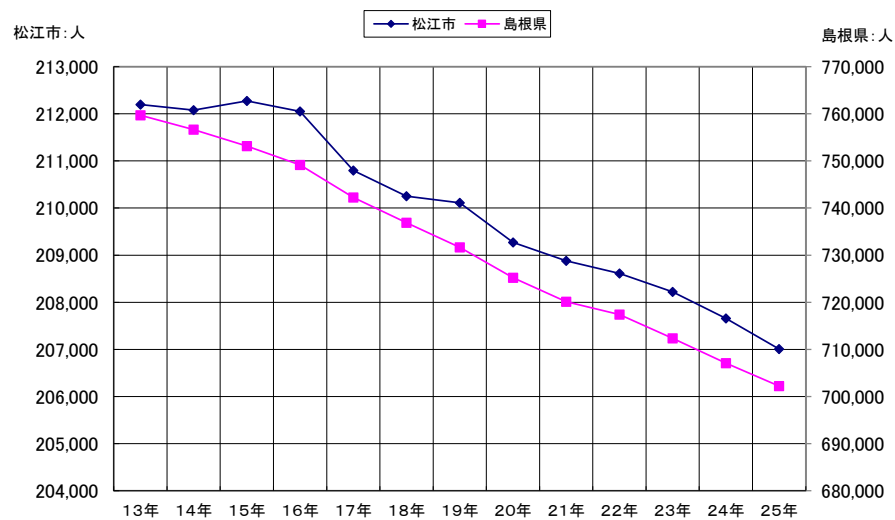
経済活動別県内総生産(名目)(単位: 百万円)



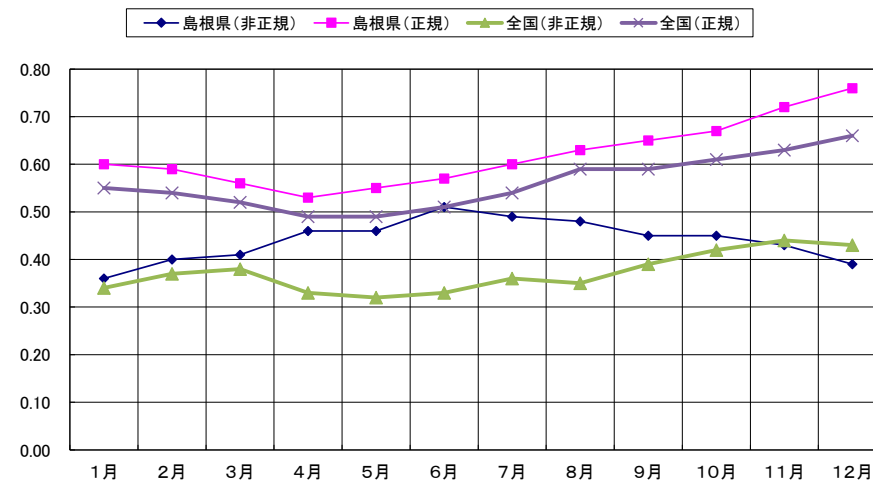
国内総生産(支出側: 実数・増加率)の推移(年度): 平成17年暦年連鎖価格



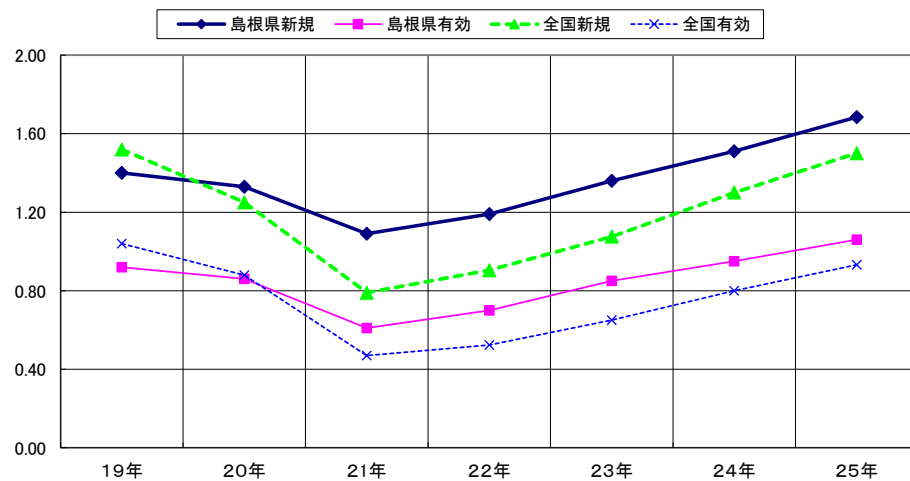
島根県・松江市 推計人口の推移



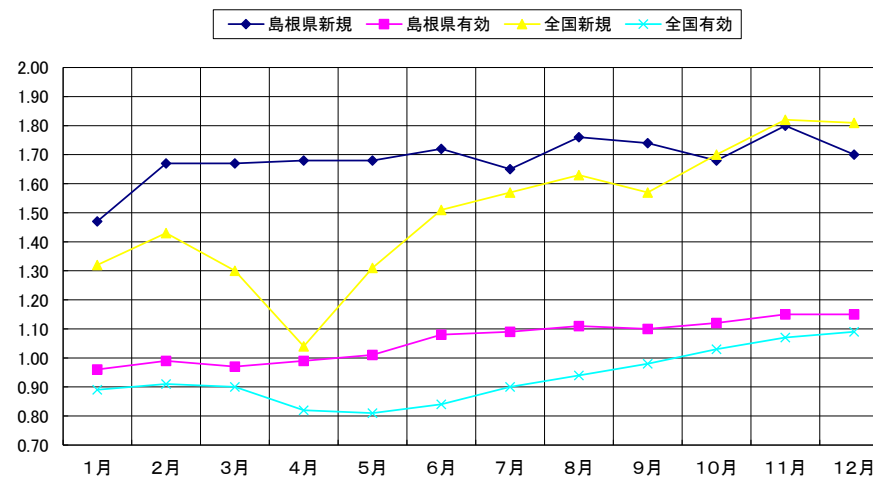
平成25年労働需給状況(正規・非正規求人倍率)



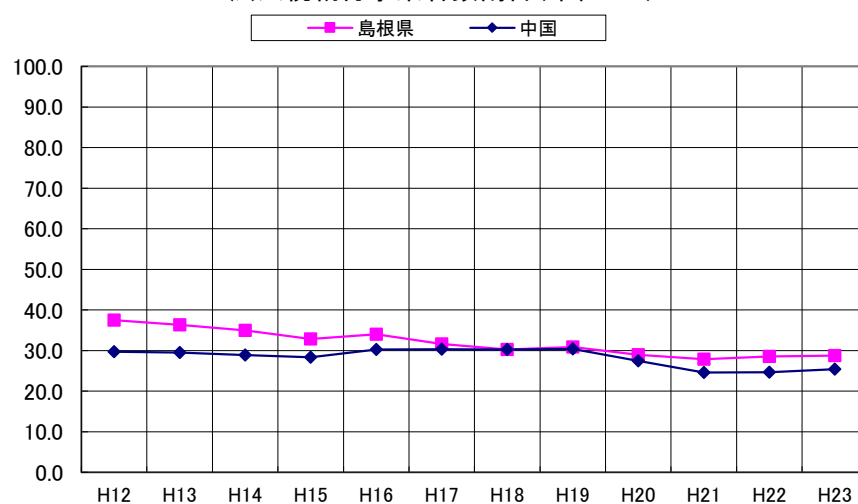
労働需給状況(求人倍率)



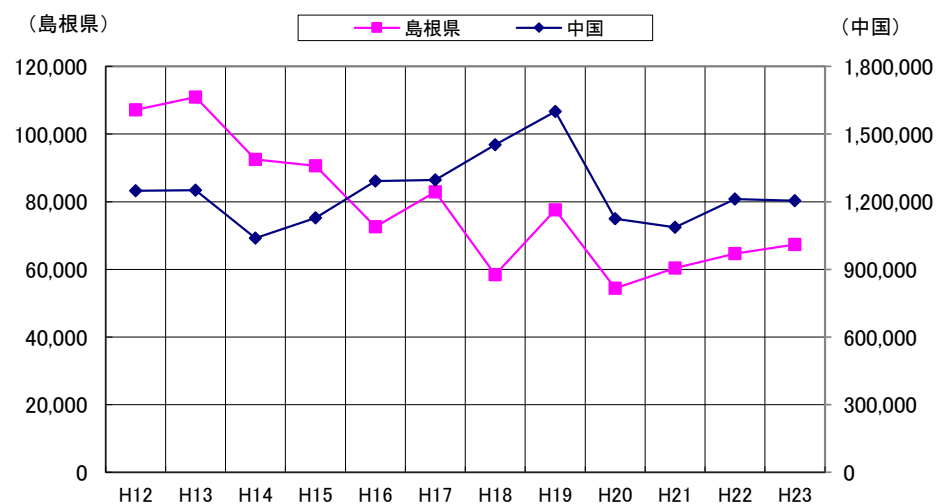
平成25年労働需給状況(求人倍率)



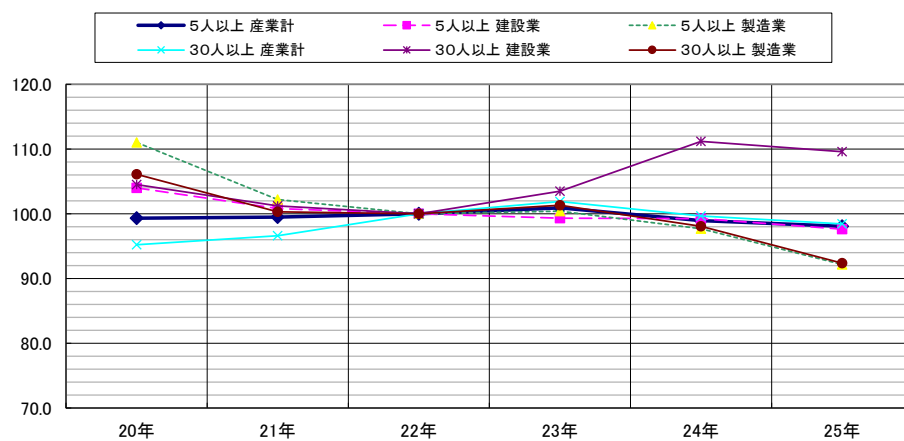
法人税納付事業者数割合(単位: %)



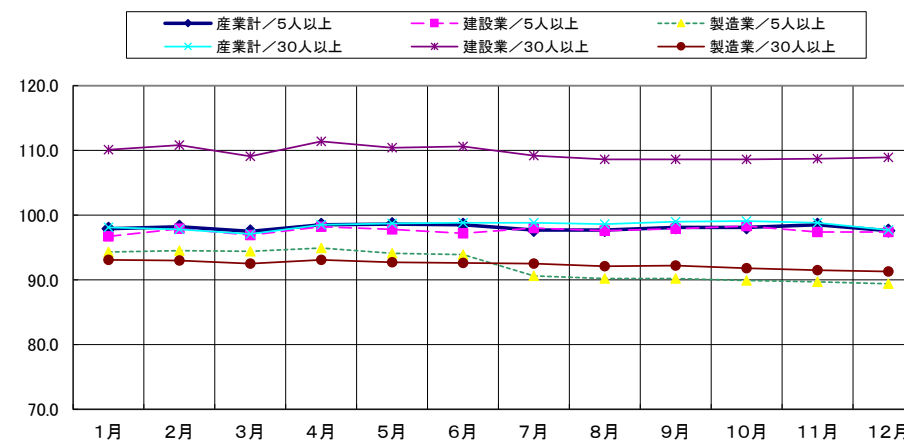
法人税納付事業者の総所得金額(単位: 百万円)



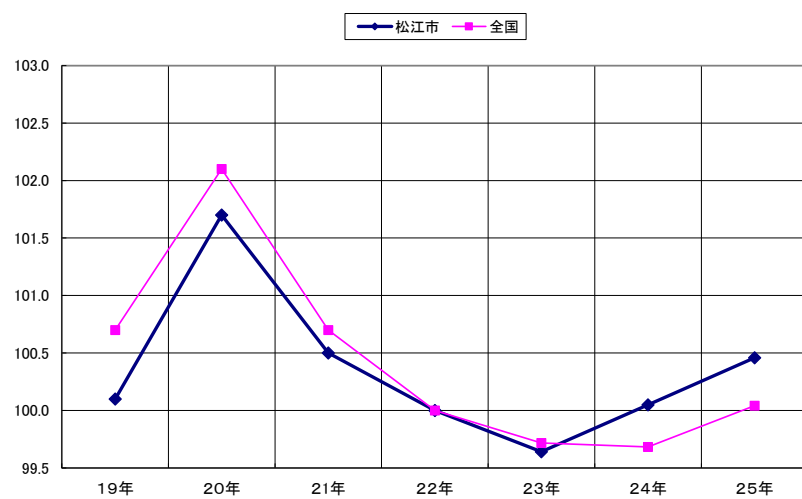
島根県常用労働者雇用指数(平成22年=100)



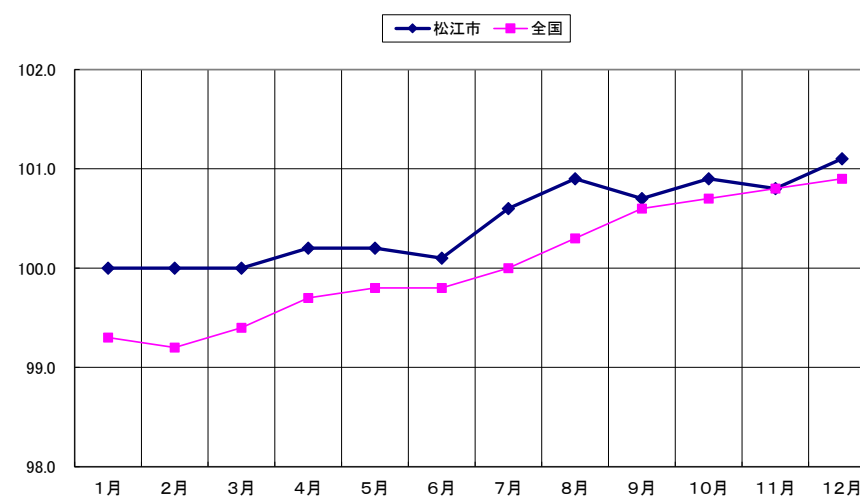
平成25年島根県常用労働者雇用指数(平成22年=100)



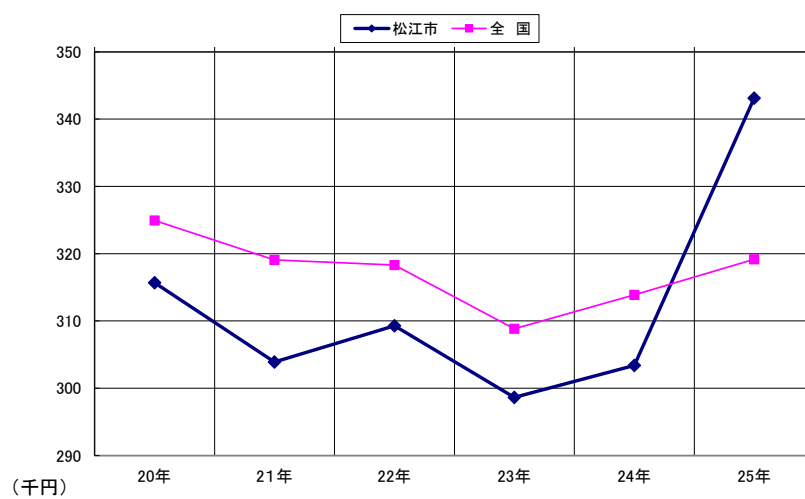
消費者物価指数(平成22年=100)



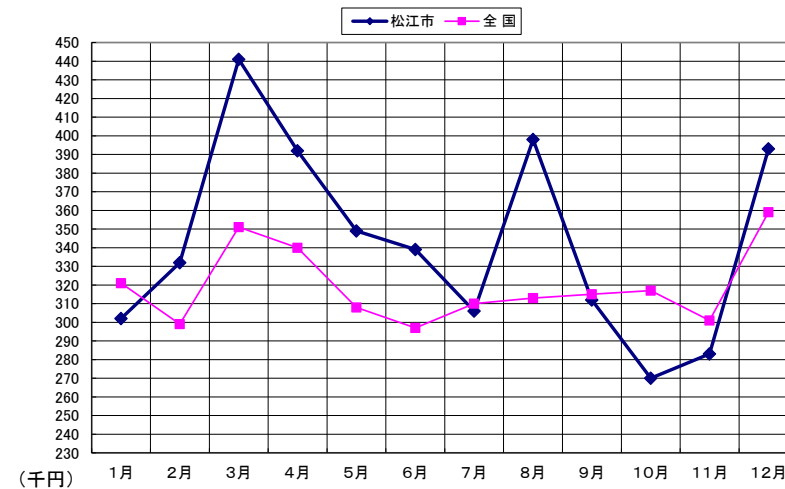
平成25年消費者物価指数(平成22年=100)



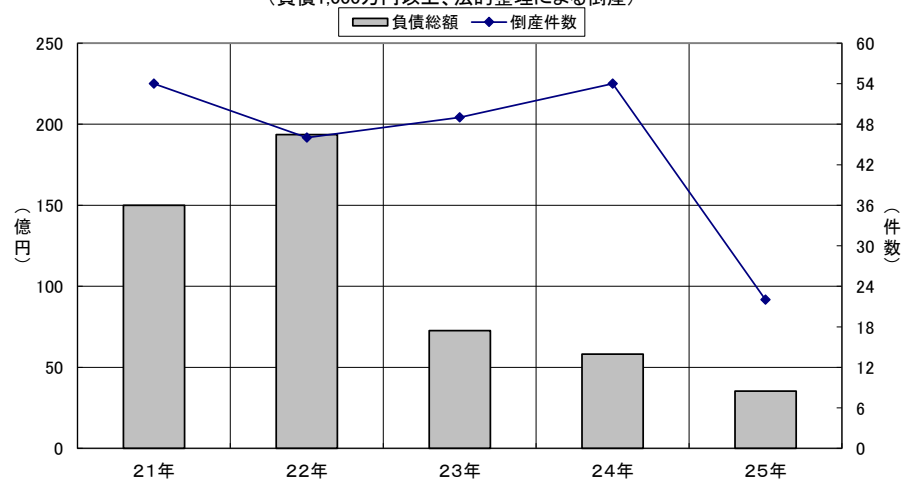
勤労者世帯家計消費支出



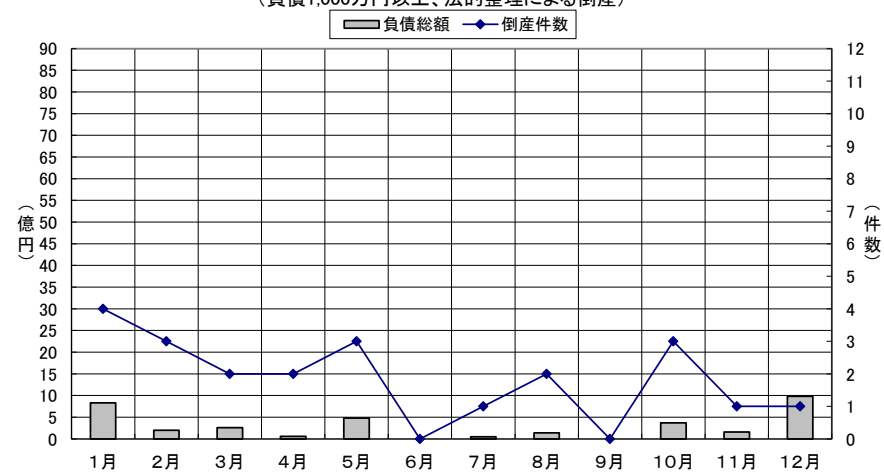
平成25年勤労者世帯家計消費支出



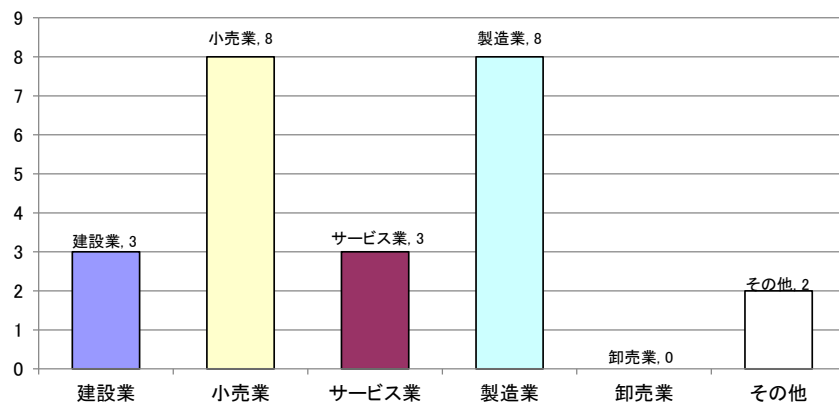
島根県過去5年間倒産件数・負債総額
(負債1,000万円以上、法的整理による倒産)



平成25年倒産件数・負債総額
(負債1,000万円以上、法的整理による倒産)

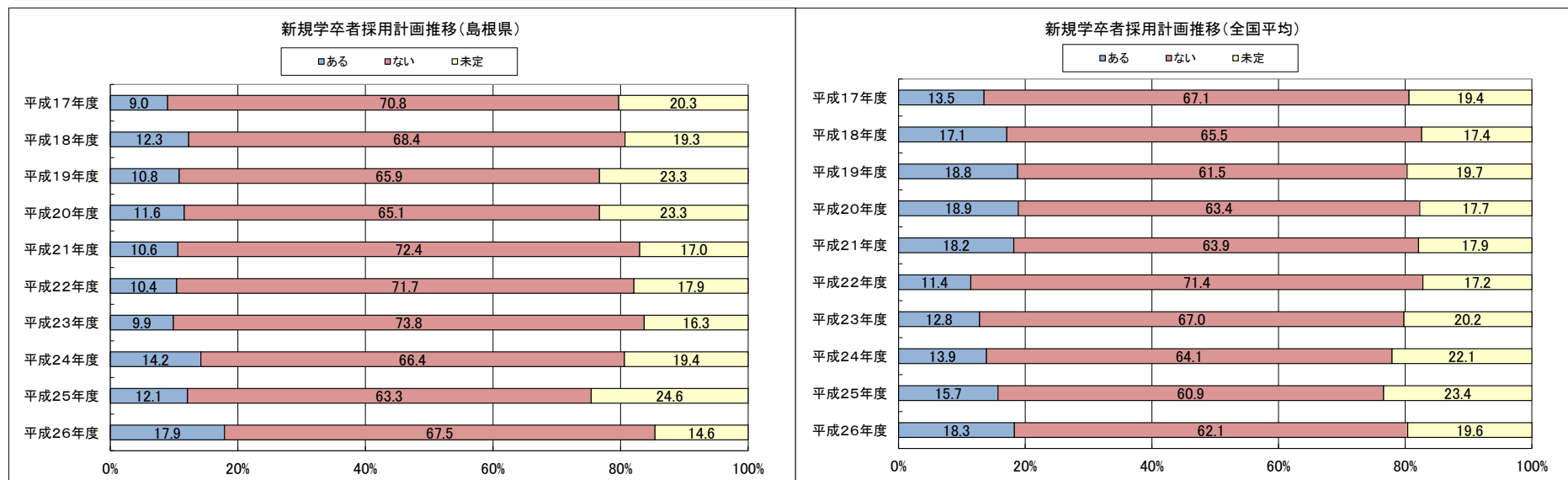


平成25年業種別倒産件数
(負債1,000万円以上、法的整理による倒産)



過去2年間の日経平均株価の推移(月終値)





〔グラフ統計資料等データ出所〕

「平成 25 年県内企業の景況動向を振り返って」で掲載したグラフ統計資料等についての出所は次の通り。

- ・ NIKKEINET 「日経平均プロフィール」
- ・ 内閣府「国民経済計算確報」、「県民経済計算」
- ・ 経済産業省「商業動態統計調査」、「工業統計調査」、資源エネルギー庁「石油製品価格調査」、「揮発油販売業者数及び給油所数の推移（登録ベース）」
- ・ 国土交通省「建築着工統計」、「認定工場数及び指定工場数の推移」
- ・ 国土交通省中国運輸局 「中国地方の物流（平成 25 年度版）」、「中国運輸局管内の新車新規登録台数」
- ・ 厚生労働省「一般職業紹介状況」
- ・ 総務省統計局「平成 24 年経済センサスー活動調査」、「家計調査」
- ・ 島根労働局「島根の雇用情勢」
- ・ しまね統計情報データベース「家計調査」、「推計人口」、「松江市消費者物価指数」、「毎月勤労統計調査」、「鉱工業生産指数」
- ・ 島根県商工労働部「共同店舗売上調査月報調査結果について」、島根県観光振興課「島根県観光動態調査」、「外国人観光客の状況について」
- ・ (株) 帝国データバンク松江支店「週刊帝国ニュース山陰版 島根県倒産集計」
- ・ 西日本建設業保証（株）「公共工事動向」
- ・ 一般社団法人日本自動車販売協会連合会「新車・年別販売台数」
- ・ 島根県自動車整備振興会 「島根県平成 16～24 年度整備関係統計表」
- ・ 国税庁、広島国税庁統計情報
- ・ 平成 25 年情報連絡員報告 等

報告書記載の業種について県内中小企業を業種別、地域別、業態別に網掛けをし、精度の高い実態把握を狙いとしているため、弾力的な業種のとらえ方になっていることをご了承下さい。