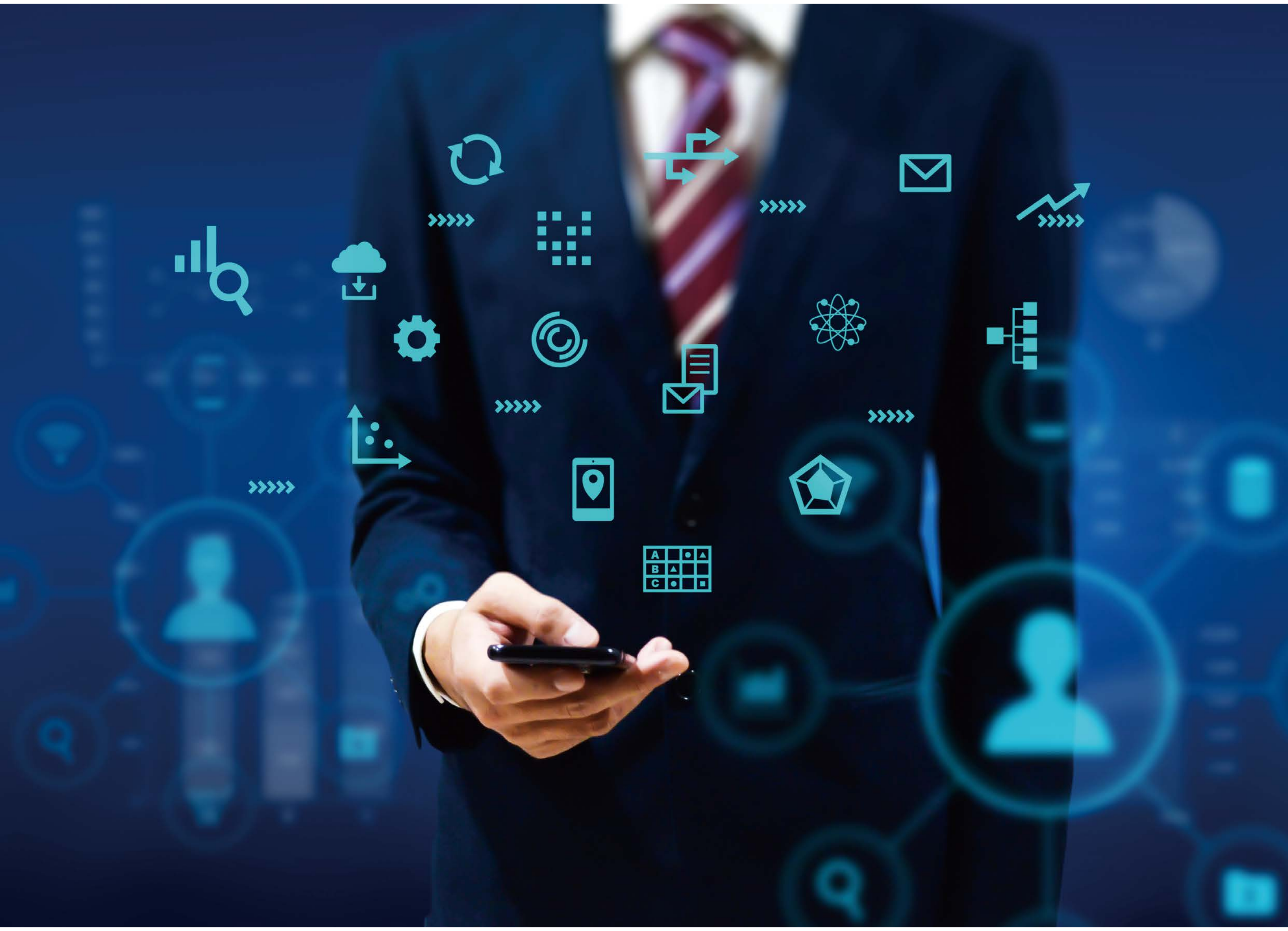
令和２年

県内企業の景況を振り返って

－情報連絡員年間報告－

令和２年1月～令和２年12月



令和３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35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、四半期景況調査や円安・金融政策に関する影響、自然災害による被害調査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いています。

　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る次第です。

令和３年３月

島根県中小企業団体中央会

会長　杉　谷　雅　祥

目　　次

令和２年情報連絡員報告総括 …… 1

Ⅰ　業種別令和２年の状況 …… 8
１．食料品製造業 …… 8
２．繊維・同製品製造業 …… 10
３．木材・木製品製造業 …… 11
４．紙・紙加工品製造業 …… 12
５．出版・印刷業 …… 13
６．プラスチック製品製造業 …… 13
７．窯業・土石製品製造業 …… 14
８．鉄鋼・金属製造業 …… 17
９．一般機械器具製造業 …… 19
10．自動車・同附属品製造業 …… 19
11．卸　売　業 …… 20
12．小　売　業 …… 20
13．サービス業 …… 25
14．建　設　業 …… 29
15．運　輸　業 …… 30

Ⅱ　業種別令和３年の景況予測 …… 32

Ⅲ　中央会・行政庁への要望事項 …… 38

グラフ統計資料等データ出所 …… 42

令和２年　情報連絡員報告総括

令和２年は新型コロナウイルス感染症の影響により、多くの中小企業・小規模事業者が非常に厳しい状況におかれた１年間となった。

こうした中、政府は、感染症の拡大防止策、ポストコロナに向けた経済構造の転換・好循環の実現、防災・減災、国土強靱化の推進など安全・安心の確保を柱とする「国民の命と暮らしを守る安心と希望のための総合経済対策」を策定し、また、令和２年度第３次補正予算を編成した。最近の感染拡大に対しては、「緊急事態宣言に基づいて感染拡大を抑えることを最優先に対策を徹底し、経済への影響に対しては、令和２年度第３次補正予算の着実な執行とともに予備費も活用して支援策を講じていく。」としている。

日本銀行松江支店「山陰の金融経済動向」（2020年12月分）概況によると、「山陰の景気は、新型コロナウイルス感染症の影響などから、厳しい状況が続いているものの、持ち直しつつある。最終需要をみると、個人消費は、新型コロナウイルス感染症の影響から、サービス消費を中心に引き続き厳しい状況にあるものの、持ち直しつつある。住宅投資は、弱含んでいる。設備投資は、能力増強投資の一服や、収益の悪化、先行き不透明感を背景とする慎重姿勢などから、減少している。公共投資は、横ばい圏内で推移している。製造業の生産は、持ち直している。この間、雇用・所得環境をみると、弱めの動きがみられている。」としている。

情報連絡員報告の業界全体の「売上高・収益状況」の推移をみると、製造業は売上高／令和２年１月DI値：△－31.3ポイント、令和２年12月DI値：△－25.0ポイントとなった。収益状況／令和２年１月DI値：△－25.0ポイント、令和２年12月DI値：△－62.5ポイントとなった。非製造業においては、売上高／令和２年１月DI値：△23.5ポイント、令和２年12月DI値：△11.8ポイント、収益状況／令和２年１月DI値：△29.4ポイント、令和２年12月DI値：△11.8ポイントとなった。

情報連絡員の年間業種別報告（抜粋）は以下の通り

１．食料品製造業

(1)菓子製造業

新型コロナウイルスの流行で３月以降より売上が下がりはじめ、観光シーズンである４～５月が大きく落ち込んだ。松江の菓子店における売上は観光客による土産品購入のウエイトが高いため、観光客が戻らないと売上は回復しない。

(2)醤油製造業

年初から続くコロナ禍によって巣ごもり需要が拡大し、家庭用市場が好調に推移したが、全体では業務用市場の不振や輸出の低迷が起きた。コロナ禍が続くと予想される中、社会変化への対応だけでなく、多種多様なしょうゆ加工品類の需要の高まりに対しても対応を行っていきたい。

(3)水産練製品製造業

土産物、業務用製品は観光客の減少、またイベントや冠婚葬祭の減少により売上・収益ともに減少しており、販売先によって明暗が分かれた。売上・収益面の改善はコロナの終息にかかっており、また販売チャンネルの多様化も必要と考えられる。

⑷酒類製造業

総出荷量のうちの94%を占める国内向け出荷（課税移出数量）において、令和元酒造年度は対前年度比で10%を超える落ち込みとなり、輸出についても対前年度比で減少に転じている。令和２酒造年度（７月以降）についても、令和元年10月の消費税増税を考慮すれば、対前年同月比マイナスで推移している。

２．繊維・同製品製造業

売上高は、コロナの関係で１～２割ほど減少した。学生服関係の企業は例年と変わりないが、ファッション関係や紳士服関係の企業では減少の幅が大きい。売上高の回復はコロナワクチンの接種開始と感染の終息にかかっているが、それまでの対応策として、従来の仕事の枠を超え、仕事の幅を広げることが必要になると思われる。

３．木材・木製品製造業

⑴合板製造業

通年に亘り売上高は５～10%減少、収益は10～30%の減少が続いた。2020年は人口減少による住宅着工数の漸減に加え、年初からのコロナの影響で経済活動の停滞が要因として挙げられる。住宅着工数は、94.2万戸（2018年）から90.5万戸（2019年）、そして81.7万戸（2020年／予測値）と推移している。

⑵製材業

全国の新設住宅着工戸数においては対前年比9.9%減、うち木造住宅は11.3%減となった。県内の新設住宅着工戸数は対前年比では20.5%減と大きく減少し、木造住宅及び木造持ち家についても、平成30年と比べてみると木造住宅は2,553戸から2,756戸と増えているが、木造持ち家については平成30年の1,607戸と比較しても1,528戸（4.9%減）となる。

４．紙・紙加工品製造業

３月から５月、及び９月から10月において売上が大きく減少した。観光客の減少に伴い、ホテル旅館関係が営業を自粛したことが要因として挙げられる。

５．出版・印刷業

令和２年の景況動向等について、令和元年に引き続き組合員に対しアンケートを実施したところ、売上高は「減少」の回答が大幅に増加し、収益は「悪化」が大半に転じた。悪化の原因としては「イベント等の延期・中止による関連印刷物の減少」が最多となり、コロナの早期終息及びイベント等の復活を期待している。

６．プラスチック製品製造業

売上高・収益に関しては、総売上比較で前年度比92%、減収、減益という結果であった。要因としては外部要因の影響が顕著だが、業種や客先など取引先を広げた事で、影響を極力抑える事が出来た。その反面、１社もしくは業種毎での占有率の高い企業は、落ち込みの影響を強く受けるなど、業界内でも差が出ているように見受けられる。

７．窯業・土石製品製造業

⑴瓦製造業

令和２年における出荷枚数は、23,319千枚（前年累計比78.3％）、県内出荷枚数は3,126千枚（前年比79.6％）であり、地域別の出荷割合は、多い順に福岡（16.9％）、島根（13.4％）、広島（12.7％）、熊本（9.8％）、山口（7.7％）となった。また、生産枚数は21,416千枚（令和元年比72.7％）となった。

⑵生コンクリート製造業

需要の減少傾向が続いている。山陰道の事業が収束を迎える地域は一層厳しい状況となっており、収益を上げるための施策として、出雲地区の２工場を集約化し、また松江地区においても集約化を検討している。

８．鉄鋼・金属製造業

⑴鉄鋼製造業

各事業を合わせた年間の総取扱高は89億24百万円（年間取扱高目標100億円）となった。目標に比べ10億76百万円、率にして10.7％未達となった。コロナ禍の中、積極的な営業活動ができない状況に追い込まれたことから、組合員サービスの方法としてホームページの充実化や情報発信、品質・納期の対応に努めた。

⑵鋳物製造業

コロナの影響により、売上高は概ね20％強の減収となり、年間を通して対前年比で10％強の減少となった。一方、本年度の収益についても売上の減少に伴い大幅な減益となっている。一企業・一団体での対応は困難であり、世界的な外部環境への影響度が高いコロナの歯止めが講じられない限り、対応方法が見出せない状況である。

⑶非鉄金属製造業

コロナの影響で自動車関連の注文がほぼ全部ストップしたため、４月から売上が激減したが、９～11月は前年同月とほぼ同程度まで回復し、12月は昨年同月比約10％の増となった。９月の急激な回復以降は全体的に残業が続いたため、再度の増員、他部署からの応援、一時的な時差出勤等で対応している。

９．一般機械器具製造業

令和２年４月以降、売上は減少の一途を辿っており、特に８月～10月は前年比累計で50％以下となった。収益に関しても落ち込みが大きいが、休業による対応及び雇用調整助成金の活用により大幅な赤字にまでは至っていない。

10．自動車・同付属品製造業

2019年年始より前年対比減が続いていたが2020年１月以降も回復はせず、４月からはコロナの影響を受け、売上が△50％→△60％→△45％と推移した。現在引き合いが来ている案件や、営業拡販を進める事で、状況を少しでも好転出来るのではないかと動いている。

11．卸売業

組合員への調査によると、売上高は11月以降やや回復傾向にあるものの、前年同月比で「減少」の回答は高推移しており、同様に収益状況も「悪化」の回答比率が年々上昇している。雇用面は業種に

よってばらつきがみられるものの、前年同月比で「減少」と回答する企業の比率が高くなった。

12. 小売業

⑴自動車小売業

令和２年の登録乗用車の新車販売台数は、１～９月は対前年月比が60％台から90％台の間に落ち込んだが、10月以降の大幅な増加もあり、年間の対前年比は91.5％まで回復した。

⑵石油製品

人口減や少子高齢化等に加え、コロナ感染症の拡大によりガソリン需要はかつてないほど減少し、県内の売上数量は前年に対し10％減となった。しかしながら、最終局面に入った元売りの再編などにより需給の適正化が図られた結果、粗利が30％伸びたことにより、県内のガソリン収益は前年を上回った。

⑶商店街

令和２年の駐車場収入は昨対82.5％であった。例年は特に需要の多いはずの５月は35％と大苦戦し、一時期GoTo事業で多少は上向きになるも、11月頃から再び急速に減速し、年末の需要もほとんどなくなった。

⑷時計・眼鏡・光学機械小売業

売上・収益の面では、11月末現在で、売上高の対前年比は70％で推移している。この要因として、３月からのコロナ感染拡大、４月度のホテル催事中止や休業、また５月から９月まで集客催事を開催できず、さらに前年９月の増税前における駆け込み需要が挙げられる。

⑸鮮魚小売業

令和２年の水揚げ額は、36億7518万円だった（前年比－14.4％）。水揚げ量も１万トンを下回っており、浜田漁港の今後は非常に厳しいものとなりそうである。本来なら漁獲量が減少すれば浜値は上向くものであるが、コロナの影響により消費が冷え込んだ。早期回復のためにも、天候の安定とコロナの終息が望まれる。

⑹各種商品小売業

①お土産品小売業

売上・収益の面では、１～２月は前年を上回ったが３月よりコロナの影響が出始め、４～５月には休業を強いられた。６～９月は営業を再開しても前年比30～60％止まりであり、10～11月はGoToキャンペーンの好影響によって80％まで回復したが、12月は85％止まりとなった。総じて売上は大幅に減少し、追加資金の借入等もあり収益は大幅に悪化している。

②ボランタリーチェーン

昨年２月以降より毎月、対前年超えとなった。但し、高齢のお客様の来店が多く、売場の小さい店舗では売上の伸びは鈍い傾向にある。コロナ禍においては、売上が昨年を上回る傾向が今後も続くと思われる。収益に関しては、利益確保は出来たが毎年の最低賃金引上げ等による費用の上昇により、利益を享受するまでには至らなかった。

⑺飲食料品小売業

①各種食料品小売業

売上高の面では、キャッシュレス還元事業の影響で１月から３月にかけての売上高は前年対比104％で推移した。まとめ買い等が増えた事もあり、年間を通しての売上高は107％となったが、客数は98％と前年よりも減少した。収益の面では、商品廃棄ロスや値引きロス等の減少、商品管理能

力の向上等によって収益率も2.2%上昇した。

②各種食料品小売業／業務用を含む

売上高の前年対比は103.29%となり、その他の前年対比に関しては粗利益高113.03%、客数101.57%、買上点数101.63%となった。年間を通じて、一般顧客と飲食店顧客の状況に応じた売り出しを行った。

⑻燃料（LPガス）

販売単価の値下げ（６月）、入居率低下、高齢化・単身化の増加による戸あたり消費量の低迷により、売上高は年間を通して前年比で減少したものの、収益は増加した。コロナ感染症の影響により事業縮小し、諸経費が減少したことにより、減収増益の状況となった。

13.　サービス業

⑴宿泊業

①旅館・ホテル

売上・収益の面では、１～２月は昨年並みで推移したが４～６月は30%を下回り、７～９月は50%、10～12月は70%となった。１月中旬よりコロナが発生し、２月26日よりイベント自粛要請、４月16日より全国に緊急事態宣言が発令され、宿泊客は激減し、休業を余儀なくされる施設もあった。

②ホテル

１月～３月までは前年並みの売上だったが、３月後半からの緊急事態宣言以降、人の往来がなくなった。回復施策の実施により、７月以降徐々に持ち直している。但し、宴会等は２割から３割程度の回復に留まる等飲食の回復が遅れており、コロナ収束もしくはワクチン等で安心感が出ない限り、回復は望めないものと思われる。

⑵情報サービス業

コロナ禍のために全体として売上・収益共に悪化傾向にあったが、最終的には売上は前年比５%程度の増加に好転した。お客様の業種により受注量の増減に大きく影響しており、経営が厳しい会社も存在している。

⑶ビルメンテナンス業

国、地方自治体の発注する施設管理、清掃業務を主とした業務を複数受託し、令和２年度（令和２年４月～令和３年３月）の売上高は、1,134,954千円（消費税抜き）となる見込みである（参考：R１年度売上高：1,040,671千円（消費税抜き））。

⑷道の駅

４～５月は休業する道の駅も多く、休業までは行わないところでも、時短営業を行った。そのため、来客数及び売上高が前年対比で相当の落ち込みをしている。現在も、感染症拡大の状況下で経営的に厳しい状況にある。

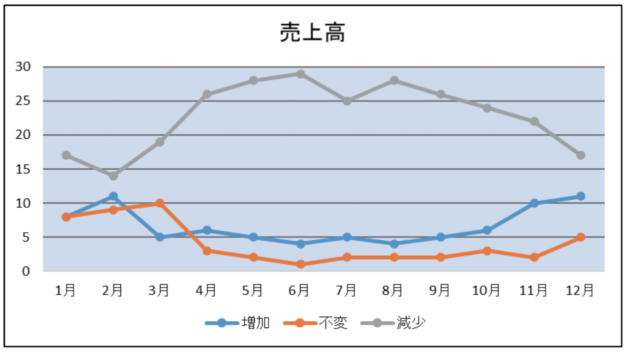
14.　建設業

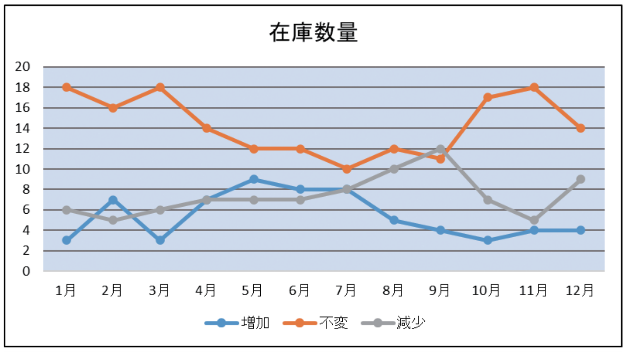
西日本建設業保証株式会社の今年度の保証実績（４～12月累計）を見てみると、島根県内の公共事業全体の契約高は前年同月比84%であり、218億円の落ち込みとなっているが、前年は国土強靭化対策費が上積みされた影響を受けて例年と異なる推移を見せているためであり、他の年とほぼ同様の結果となっている。

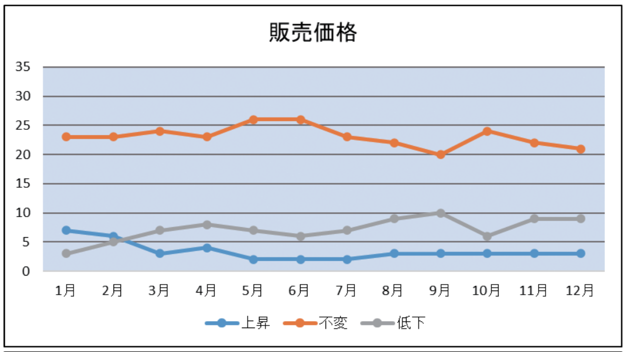
15. 運輸業

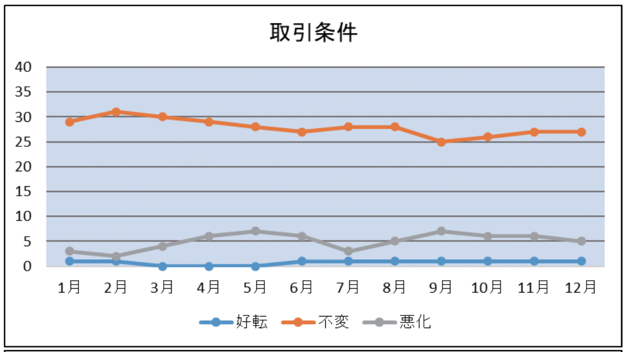
緊急事態宣言以降、国内貨物の総輸送量は大幅なマイナスとなった。当地の物流の現場においても内外需要減退による貨物量の減少を受け、全国的な貨物動向に連動するも更に下回った動きを示し、年を通じて荷動き及び稼働率ともに低調に推移し、売上は落ち込んだ。

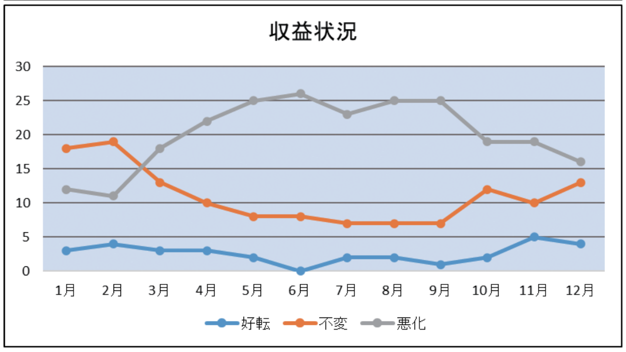
情報連絡員月次景況調査（Ｒ２年１月～Ｒ２年12月：前年同月比）

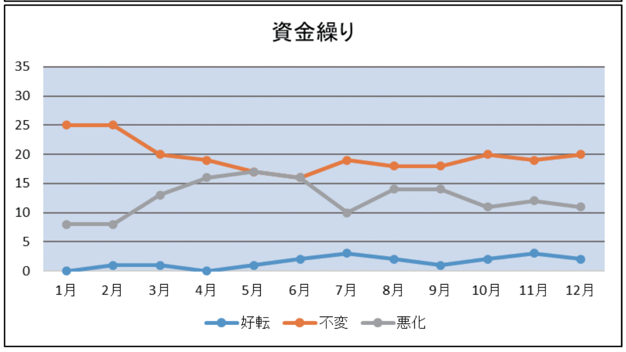


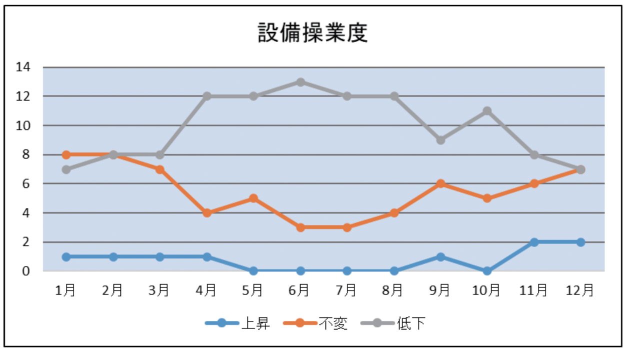


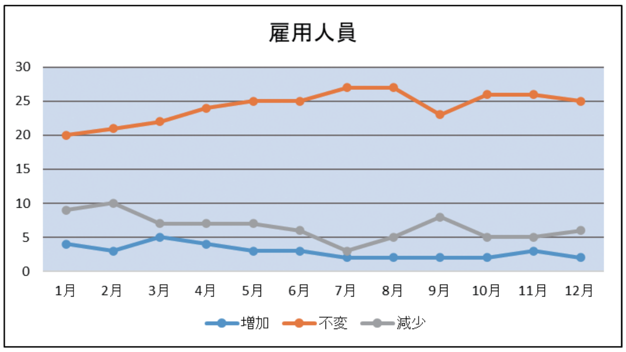


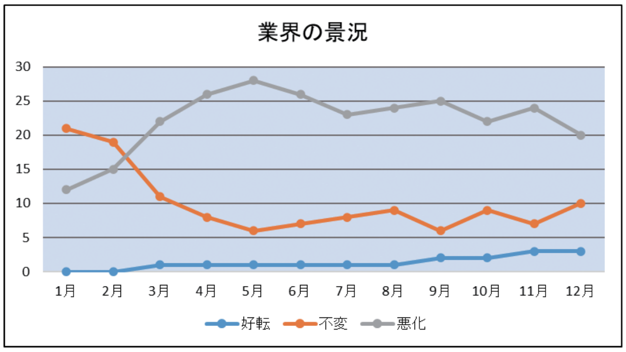




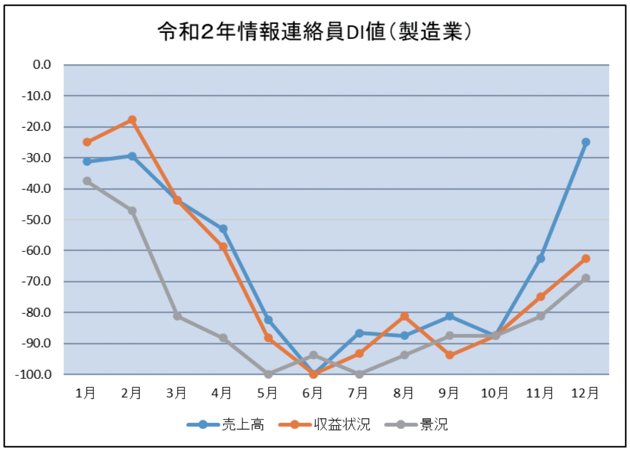


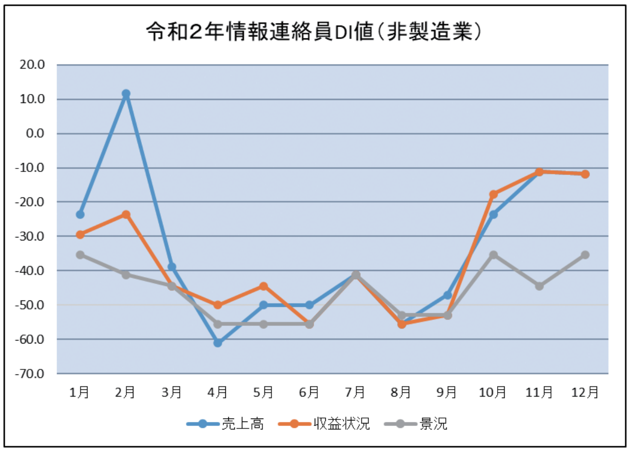






Ⅰ　業種別令和２年の状況





情報連絡員の毎月の報告より景況感を表したグラフ（DI）「良い」の回答数から「悪い」の回答数を差し引いた後、総回答数で割った数値。DI値は、景気拡張局面では50％を上回り、後退局面では下回る傾向がある。

１．食料品製造業

⑴菓子製造業

３月以降より売上が下がりはじめた。観光シーズンである４～５月の落ち込みが特にひどく、４月売上が昨年対比40％減となった企業もあれば、50％以上落ち込んだ企業もあった。要因は新型コロナウイルス（以下、コロナ）の流行にあり、松江の菓子店における売上は観光客による土産品購入のウエイトが高いため、観光客が戻らないと売上は回復しない。

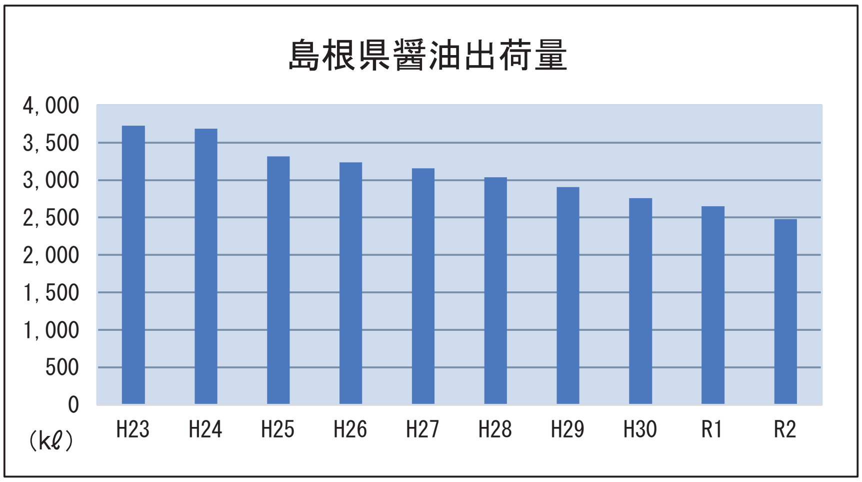
価格の面では、特に変化は見られなかった。原材料や人件費が高騰しており、値上げを行いたいところであるが、景気が悪いため値上げができない。

操業度の面では、売上の急激な落ち込みに伴って落ち込みがみられた。コロナの影響が大きく、休業して休業補償金を受け取った。

雇用の面では、コロナの影響により売上が下がったため、新規雇用は見送った。退職者の補充をしなかったものの、GoToトラベル等の好影響により売上がある程度回復したため、補充を検討している。

今年度の取り組みとして、売上の落ち込みをカバーするために新製品開発を行っている。

⑵醤油製造業



年初から続くコロナ禍により、今までに経験したことのない不安定な社会、経済環境の中で食生活を含むライフスタイルの変化が食料品支出にも大きな影響を与えた。巣ごもり需要の拡大によって家庭用市場は密封容器を中心につゆ等のしょうゆ加工品も含めて好調に推移し、１ℓパックも久しぶりに減少に一定の歯止めが掛かった。一方、全体では極度の業務用市場の不振や輸出の低迷により、全体の出荷量は前年比94.2％と大きく減少した。コロナ禍が続くと予想される中、しょうゆ業界もその社会変化に対応していかなければならない。そのためには、しょうゆは元より、多種多様なしょうゆ加工品類の需要の高まりに対しても対応を行っていきたい。

価格の面では、大手には変化がないが、中小企業の多い各県では価格改定を行っている会社も多い。外食産業への期待が薄い中においては各会社が新しい製品を作り、単価アップを行っているところも見受けられる。スーパーマーケット関係に関しては価格改定が難しいと聞いている。原料の高騰、輸送コスト増、販売個数減少においては今年度、価格改定を行っていかなくてはならない時期に来ていると思われる。

操業度の面では、出荷量に比例して操業度の低下が続いているのは確かである。特に業務用の販売のウエイトが高い事業者においては非常に厳しい一年であったのではないか。対策という側面とは違うが、まずはコロナの終息が重要と思われる。和食文化の根強い海外人気も徐々に厳しい状態になってきており、国内では外食を控えなくてはならない昨今においては、家庭での食事や惣菜・弁当などの中食にターゲットを絞り、販売を行っていく必要があると考えられる。

雇用の面では、しょうゆ業界は他業種に比べ好不調の波が比較的小さいとされている業界であり、比較的安定していると思われる。

令和２年は、県内のしょうゆ製造業者に関する記事が新聞・マスコミ等によって数多く取り上げられた年となった。

１．吉本興業グループとのしょうゆ開発
２．「えごましょうゆ」の開発（川本産エゴマ油使用）
３．SNSアカウントの大反響（フォロワー数９万人達成）
４．有名喫茶店（松江市）とオリジナルのごまドレッシング開発
５．アレルギー対応しょうゆ製造

また、「しょうゆ大使」の安住伸一郎氏（TBSアナウンサー）に、しょうゆに関する各種情報の発信や、公式Twitter「しょうゆ応援隊」などのSNSネットワークの活動をしていただいており、フォロワーの数が徐々に増加している。一方、しょうゆのPR事業に関しては、「醤油の日の集い」は中止となり、「しょうゆもの知り博士の出前授業」の実施校数は、前年の約３分の１（約220校）となるなど、コロナの影響を受けながらの実施となった。

⑶水産練製品製造業

土産物、業務用製品は観光客の減少、またイベントや冠婚葬祭の減少により売上・収益ともに減少しており、販売先によって明暗が分かれた。量販店や生協等への販売は県内外問わず好調であったが、競争の激化により、県内における収益は横ばいであった。売上・収益面の改善は、コロナの終息にかかっている。また、販売チャンネルの多様化が必要である。

価格の面に関しては、製品を値上げできる環境ではなかったため、横ばい。今後の販売刺激策に期待する（GoToトラベル、GoToイート等）。

操業度の面に関しては、製品の販売先によりばらつきがある（量販店中心の事業所は維持、観光・業務用中心の事業所は低下）。全体としては低下。需要の復活に期待している。補助金、政策等を利

用し、もう１年を乗り切りたい。

雇用の面に関しては、維持している状態。外国人研修生の入替ができず、人手不足が半年～１年後に予想される。

⑷酒類製造業

総出荷量のうちの94％を占める国内向け出荷（課税移出数量）は、全国の傾向と同様、少子高齢化や嗜好の多様化による若者の日本酒離れ等により、毎年３％～４％の割合で漸減傾向にあるが、令和元酒造年度は対前年度比で10％を超える落ち込みとなっている。特に、令和２年４月～５月は、対前年度比で半減となっている。一方、輸出について直近の５年でみると、対前年度比で10％前後の伸びを示していたが、令和元酒造年度は、国内同様、対前年度比で減少に転じている。

また、令和２酒造年度（７月以降）についても、令和元年10月の消費税率アップの特殊要素を考慮すれば、対前年同月比マイナスで推移している。

コロナ禍における飲食店及び宿泊施設の営業自粛や時短営業、忘新年会や歓送迎会の中止等、日本酒の消費が期待できるケースが激減し、また、世界的なコロナ感染症の拡大から輸出についても大きな影響が出ている。対応策としては、国や地方の消費喚起策（GoTo事業や地域食事券事業）と呼応した需要喚起策（従来の集客イベントに代わるWeb事業）の実施に努めた。

具体的には、インフルエンサーを活用したしまねの地酒のプロモーション事業や一般の方へのお酒プレゼントとSNS投稿などにより、しまねの地酒の普及啓発、日本酒ファンの拡大及び消費の促進を図った。

制度的には、令和元年10月の消費税率のアップ（８％→10％）、令和２年10月の酒税の税率引き下げがあるが、原材料価格や人件費の上昇を経営努力等により補い、価格は概ね据え置かれた状態で推移している。

業界特有で、年度は７月始まり、６月締めである。酒造りは、概ね10月頃から仕込みが始まり、早いところで12月からの出荷、概ね３月頃まで造りが続き、適宜出荷されるサイクルである。令和２年の造りは、日本酒出荷数の減少から、例年より遅く始める事業者も散見される状況にある。

雇用の面では、近年は、杜氏等の蔵人も造りのない春から秋にかけて営業等を行うケースが多くなっており、年間雇用の観点では社員の定着が進んでいる状況である。ただ、令和２年はコロナ感染症の影響から、蔵人・事務職にかかわらず、雇用調整助成金を活用し、操業短縮及び雇用の維持を図る取り組みが数多くの事業者で行われている。

令和２年は、以下の取り組みを行った。

１．しまねの地酒プロモーション事業：インフルエンサーへの日本酒提供とSNSによる情報発信
２．しまねの地酒フェア（ウィズコロナ）：日本酒のプレゼントとSNSによる情報発信
３．日本酒発祥の地しまねプロモーションビデオの作成：YouTube、イベント等での情報発信に活用し、地酒ブランドの浸透、ファンの開拓・拡大を図る。

２．繊維・同製品製造業

売上高は、コロナの関係で１～２割ほど減少した。学生服関係の企業は例年と変わりないが、ファッション関係や紳士服関係の企業では減少の幅が大きい。売上高の回復はコロナワクチンの接種開始と感染の終息にかかっているが、それまでの対応策として、従来の仕事の枠を超え、仕事の幅を広げることが必要になると思われる。

価格の面では、縫製企業数が減少傾向にあるため縫製単価が安くならない状況にある。手がける商

品の幅を広げられるよう、社員教育の徹底や設備改善を行い、生産効率を高める努力が必要となる。

操業度の面では、３～５月は落ちたが、６月以降にマスクや医療用ガウンの投入があり、回復してきている。11月になると、医療用ガウンが終了し従来の仕事に戻った企業、医療用ガウンと併用している企業等、取り扱う製品により分かれてきている。従来の取り組みではなかなか仕事が入ってこない現状を考えると、やはり取り扱う製品の幅を広げることが必要であり、そのために従業員の意識改革と教育が必要になると思われる。

雇用の面では、県内の縫製業者は、外国人技能実習生に依存している企業が多い。令和２年度は技能実習生の出入国に色々な制限があり、出国困難者の「特定活動」への移行等の措置、実習制度の変更が行われているが、いずれにしても実習生出入国に際し多くの時間と費用の負担が実習企業に課せられていることから、実習生に関して、仕事の見通しや入出国の状況等を見極め、雇用の確保をすることがより大切になる。

令和２年は昨年に引き続き、外国人技能実習制度講習会を２月、12月に実施した。

３．木材・木製品製造業

⑴合板製造業

通年に亘り売上高は５～10％減少、収益は10～30％の減少が続いた。2020年は人口減少による住宅着工数の漸減に加え、年初からのコロナの影響で経済活動の停滞が要因として挙げられる。住宅着工数は、94.2万戸（2018年）から90.5万戸（2019年）、そして81.7万戸（2020年／予測値）と推移している。

価格の面に関しては、個別商品の単価が徐々に低下し、15％下落したものもある。これは不況感によるものと考えられ、工場ではコスト削減及び高付加価値の商品へのシフトを試行している。

操業度の面に関しては、人手不足及び働き方改革等の影響もあったが、ほぼ前年並みあるいは、１～２％程度の減少となっている。対応策として、賃金を見直し、福利厚生施設の整備等を行い、採用活動が積極的に行われた。また、生産工程の機械化（IT化）も進めている。

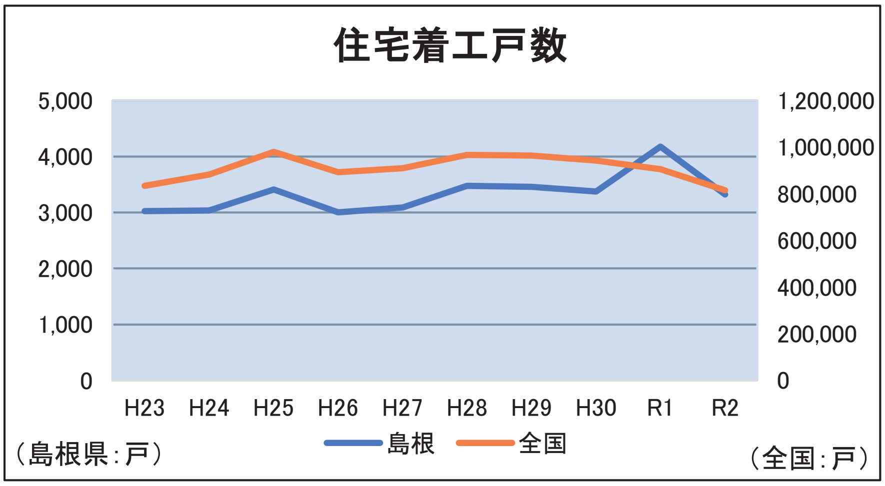
雇用の面に関しては、就業者数は昨年と比較して６％増加しているが、離職者、入れ替わりも多く、未だ恒常的な人手不足となっている。若者の採用及び定着が難しく、勤務態勢や給与、福利厚生など総合的な対応がなされつつあり、更に教育システム等の検討が進められている。

今年度の取り組みとしては、昨年に引き続き、国産材（地域材）利用の拡大対策、高付加価値化のための研究や開発を行うとともに、フロアー台板、コンパネなど構造用合板以外の新たな商品開発を行った。さらに、原材料となる国産材の供給安定化を国に継続要望し、外国人技能実習制度の合板製造に対する実習期間の延長を要請した。

また、今年度はJAS規格の改定があった。今後、国産材合板の適正利用、及び利用拡大を図るためにきめ細やかな基準の作成を働きかけていきたい。

⑵製材業

全国の新設住宅着工戸数においては対前年比9.9％減となっているが、うち木造住宅においては11.3％減となっている。これに対し、県内の新設住宅着工戸数は、3,319戸となり対前年比では20.5％減と大きく減少した。令和元年10月には消費税率の引き上げがあったことから、平成30年の3,374戸と比較すると、コロナ禍による影響も少なかったのではないだろうか。同様に、木造住宅及び木造持ち家についても、平成30年と比べてみると木造住宅は2,553戸から2,756戸と増えているが、木造持ち家については平成30年の1,607戸と比較しても1,528戸（4.9％減）となる。



コロナ禍により都市部の住宅に対する関心は高かったが、地域密着型の木造住宅では必ずしも堅調とは言えない状況であった。県内製材業の売上高においても、年間を通してみれば一定の需要があったが、例年より厳しいところも見られた。年初は通常の需要であったが、新型コロナウイルス感染拡大により工事の遅延などにより秋以降は新規着工に蔭りが見られるものの、外出自粛が求められる中、住宅に対する関心は高く一定の需要は続いてきたと思われる。持ち家需要については堅調な需要があり、地元工務店と連携している中小製材工場も一定の受注が得られたのではないかと思われる。ただし、若い世代を中心とした分譲住宅の需要が伸びていると思われ、地元工務店による住宅建築は必ずしも堅調とは言えないようである。対応策としては、引き続き県内の地元に根差した建築事務所、工務店、製材所、住宅関連業界が連携し、県内消費者に地域密着型住宅の良さ無垢材の良さを理解してもらうとともに、住宅リフォームや、店舗や事務所など住宅以外への木材利用を提案していく必要がある。

価格の面では、コロナ禍による買い控えもあり春以降の原木購入価格は値下がりしたが、秋以降に値が戻ってきた。製材品価格は建築工事の保留や遅延等による需要減から値下げ傾向となり、未だ厳しい模様。

操業度の面では、公共事業などにより一部で上向きの事業所もあったが全般的には縮小傾向となってきた。

雇用の面では、長期的には県内の人口減少、新設住宅着工戸数の減少傾向により、今後の需要減少が懸念されるところである。しかし、従業員の高齢化が進む中、製材技術の維持継承のため人材確保育成が急務と思われる。

令和２年は、「県外出荷しまね事業体連合」として、大阪府内での展示会出展、常設展示の設定、またウェブによる建材紹介などに取り組み、県産木材製品の展示・商談会の機会を設け、県産木材製品のPRと新規需要の開拓に努めた。さらに、県及び国の補助事業を活用し、木材住宅及び非住宅に関する助成事業への取り組みや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。

４．紙・紙加工品製造業

３月から５月、及び９月から10月において売上が大きく減少した。観光客の減少に伴い、ホテル旅館関係が営業を自粛したことが要因として挙げられる。

価格の面に関しては、仕入れ価格、販売価格ともに不変であった。

操業度の面に関しては、社内操業度は低下したものの、社外外注は継続している為、在庫数量は増加した。

雇用の面に関しては、年間を通して推移に変化はなかった。

５．出版・印刷業

令和２年の景況動向等について、令和元年に引き続き組合員に対しアンケートを実施した（回答率78.8％）。回答によると、売上高は「不変」が８％（前回38％）、「減少」が88％（同17％）、「増加」は４％（同45％）であり、コロナ禍の影響により「減少」が大幅に増加した。収益は、「不変」が４％（同64％）、「悪化」が96％（同７％）、「好転」が０％（同29％）となり、「悪化」が大半に転じた。これらに関して、「イベント等の延期・中止による関連印刷物の減少」を悪化の要因とする回答が最多となった（77％）。コロナの早期終息及びイベント等の復活を期待したい。

価格の面では、販売価格は「不変」が84％（前回74％）、「低下」が16％（同７％）、「上昇」は０％（同19％）であり、コロナ禍において値上げができなかった。

操業度の面では、「不変」が15％（前回61％）、「低下」が85％（同21％）、「上昇」は０％（同18％）であった。令和２年における新規の設備投資は全体の58％が実施したが、令和３年における設備投資計画に関しては業況の悪化を考慮し、「計画無し」の回答が72％を占めている。

雇用の面では、就業人員は「不変」が62％（前回69％）、「減少」が27％（同15％）、「増加」が11％（同16％）となった。「減少」の回答率は過去最多となっており、コロナ禍において受注量がかつてないほど大幅に減少したことが影響している。

令和２年の取組みとして、独立行政法人高齢・障害・求職者雇用支援機構主催の「生産性向上支援訓練」を活用し外部講師を招いて教育セミナーを実施した。本セミナーは組合員向けに２回実施され、延べ27名が受講した。また、公的資格である「印刷営業士」の試験を島根県印刷工業組合より７名が受験し、全員が合格した。受験者の全員合格は、全国の印刷組合で初めての快挙だった。

令和２年度のイベントとしては、２年に一度開催される全国大会の「2020全日本印刷文化典」は長野市にて開催予定であったが、コロナ禍の影響により１年延期となった。さらに、大田市で開催予定であった「全国植樹祭」も１年延期となり、松江でも各種イベント（松江城マラソン、お城祭り、水郷祭、どう行列）も軒並み中止または延期となった。

６．プラスチック製品製造業

売上高・収益に関しては、年初の段階で２年前から続いていた米中貿易摩擦による産業機器、業民機器向けアイテムの低迷により売上的には芳しく無い状況となっていた。量産成型アイテムについては、春先までは在る程度は順調に推移していたものの、春以降から徐々にコロナの影響が表面化、特に自動車向け部品の落ち込みが大きく、６月、７月、８月を底として売上減となった。一方でIT機器や家電向けなどはテレワークや“巣ごもり需要”の影響を受け、活況な引き合いとなっていた。９月以降は自動車向けアイテムが持ち直し、また各社より輸出向けアイテムの在庫見直しや、生産拠点の国内回帰などで引き合いが増加した事で、11月以降は前年度比でプラスの状態にまで回復した。結果、年間通算では、底であった期間の落ち込みもあったが、前年度比94％程度の実績となった。一方、金型製造販売については、新規金型や更新金型など、客先でのリモートワークや予算取りの関係で新製品開発や稟議処理が進まず、年間を通して停滞していた。結果、金型販売実績としては前年度比で80％と大幅に下回った。総売上比較で前年度比92％、減収、減益という結果であった。

要因としては外部要因の影響が顕著だが、リーマンショック後、意識して業種毎の占有率を下げ、販路、業種のチャンネルを増やす営業活動を行って来た。業種や客先など取引先を広げた事で、外部要因の影響を極力抑える事が出来たと考える。反面、１社もしくは業種毎での占有率の高い企業は、安定時には良いが、落ち込みの影響を強く受けるなど、業界内でも差が出ているように見受けられる。

売価に関しては、変動は無かった。材料価格で原材料の入手性悪化があり、結果として材料価格が高騰した事から、製造原価上昇となり利率は減少。又、材料メーカーからの材料の最低発注量増加指定など、取引条件（仕入れ条件）は悪化しており、在庫金利含め利率減少の要因となっている。対策としては、材料価格上昇分の単価反映について客先へ交渉、もしくは客先からの材料支給へ変更（単価反映への進捗は停滞している）。

操業度に関しては、前記の通り、６月、７月、８月を底として、操業度が著しく低下した時期があった。現時点では操業度は回復している。勤務シフト調整、非正規社員への時間短縮への協力要請等、また売上の落ちていない客先へ営業活動の注力等を行った。一時帰休や補助金助成申請等は行っていない。

雇用の面では、４月に新入社員４名を採用し、来春の新卒採用は１名の予定となっている。今後も継続して採用活動を行う。

特に業界としての新たな取り組みや目立ったトピックスは無いが、環境負荷物質の管理について罰則付きの法律に改正される事となり、さらなる管理体制の厳格化要求が各社から出ている。また、商流変更含めサイレントチェンジを防止するための監視報告など、付帯業務の増加が顕著となっている。さらに、長年の課題で有った金型保管費用負担について、各社から実際の支払がスタートした。加えて、金型廃棄の動きも活性化していると感じる。

従来、高卒の新卒採用に重きを置いた採用活動を行ってきたが、志願者の減少が顕著となっている。特に今年度は、コロナ禍により大手企業の採用枠減少との報道もあり、専門学校を含めた進学に進路をシフトする高校生が増えていると感じる。従来の高校進路指導任せの採用活動が完全に時代とアンマッチしている事を実感し、焦りを感じている状況。これまでは新卒採用で人が集まっていた事から外国人雇用の検討は行っていなかったが、今後はそちらも視野に入れた検討を進める必要があると感じている。

７．窯業・土石製品製造業

⑴瓦製造業

令和２年における出荷枚数は、23,319千枚（前年累計比78.3％）、県内出荷枚数は3,126千枚（前年比79.6％）であり、地域別の出荷割合は、多い順に福岡（16.9％）、島根（13.4％）、広島（12.7％）、熊本（9.8％）、山口（7.7％）となった。これらの要因として、令和２年１月～12月の住宅着工数は対前年比90％の814,765戸（内、持ち家90.4％／分譲戸建88.6％）であったこと、「太陽光パネル伸張に伴う住宅屋根の形状変化、屋根面積の狭小化、片流れ屋根が30％に増加」との報告（『フラット35住宅仕様実態調査報告書』）、「瓦屋根建築物は災害（地震・台風）に弱い」との風評等、屋根の軽量化等による金属やスレート屋根材との競合の激化が挙げられる。

これらの対応策として、以下の５つが挙げられる。

1. 粘土瓦（特に石州瓦）の耐久性・ライフサイクルコストの優位性に関する訴求
2. 「瓦屋根建築物は地震に弱い」という風評払拭を目指した『Wallstat（木造住宅倒壊解析ソフ

ト)』による検証結果の活用

3.「地震に強い建物」における「建物自体の強さ」の重要性に関する訴求

4.「令和元年台風15号による屋根被害視察報告書（一般社団法人全日本瓦工事業連盟・全国陶器瓦工業組合連合会合同調査チーム)」の公開、各団体ホームページ等での訴求

5. 建設省告示第109号改正に伴う「瓦屋根標準設計・施工ガイドライン」の法制化（令和４年１月１日施行）に向けた国交省等関連機関との連携、同ガイドラインの見直し並びに周知・広報の在り方に関する協議

価格の面では、平成31年３月に組合員におけるメーカー販売価格の改定後、価格維持を継続している。また、令和２年５月には、一部少量生産品目の倍率改定（＝価格UP）を実施した。

操業度の面では、生産枚数は21,416千枚（令和元年比72.7%）となった。

雇用の面では、284名（令和元年12月末時点）から258名となった（令和２年12月末時点)。

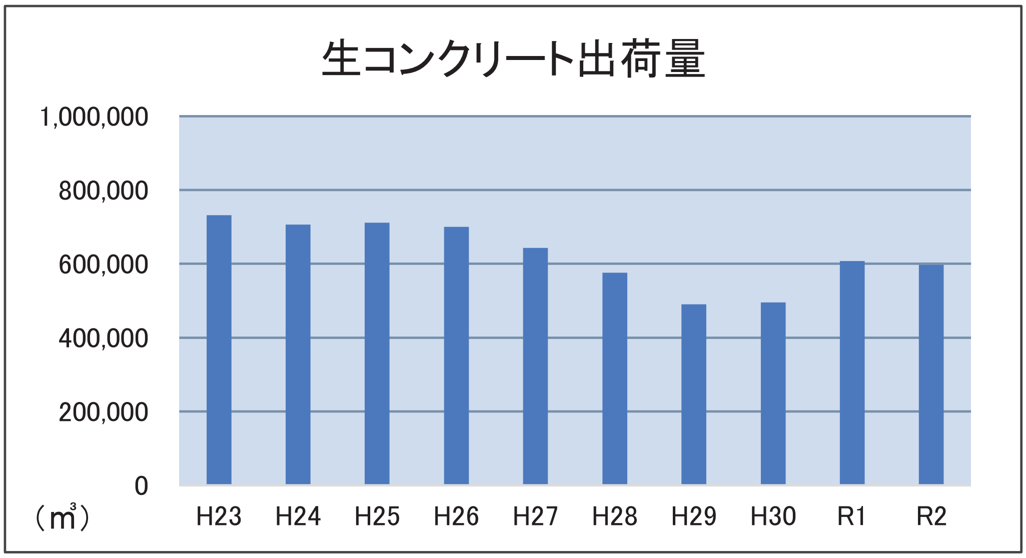
業界としては、以下の動きがあった。

1. 令和２～４年度「石州瓦新中期計画」の策定
（同計画に沿い、石州瓦の販路拡大、瓦以外の新事業創出、新たな屋根材開発等の各事業に従事）

2. 特許庁主管「2020年度地域団体商標海外展開支援事業」に継続して採択され、令和２年度は新たにブランドプロデューサーとして小林新也氏（合同会社シーラカンス食堂）に参画いただき、２回の海外ブランド推進委員会、５回のワーキング会議（WG）を以てオーストラリア市場をターゲットとするプロモーション・販路開拓活動に取り組んだ。
＊成果物：英語テロップ入りYouTube動画13編

3. 特許庁主催「全国地域ブランド総選挙」へ「石州かわらっ子（島根県立大学×石州瓦工業組合)」チームとして参加
＊メンバー：島根県立大学人間文化学部地域文化学科地域居住環境学研究室
＊成果物：プレゼン（パワーポイント）資料「光赤生み出す宝石広場」
　　　　　参加記念カレンダー（2021版)、投稿（Instagram)

⑵生コンクリート製造業



生コンクリート業界では、需要の減少傾向が続き、平成27年から平成29年にかけては大きく落ち込んだが、令和元年は中国電力三隅火力発電所２号機増設工事での生コン需要が大きく影響して、県全体ではやや持ち直した。令和２年度も三隅火力発電所への出荷が続き、山陰道の事業も継続しており、何とか持ちこたえているといった状態である。令和２年（１月～12月）の生コン出荷量を地区別でみると、益田地区で28.4％増（95,700㎥）となったものの、他の地区は全て減少しており、松江地区で7.7％減（84,761㎥）、出雲地区で4.2％減（133,497㎥）、雲南地区で3.1％減（37,871㎥）、隠岐地区で0.3％減（23,207㎥）、県央地区で17.2％減（72,283㎥）、浜田地区で1.4％減（149,687㎥）となり、県下全域の出荷実績は前年比98.2％で、1.8％減（597,006㎥）となった。

以前は官需が大きくウエイトを占めていたが、現在は民需と同程度の割合となっている。平成30年から令和元年と需要がやや伸びているのは民需（三隅火力発電所）が増えたためであり、これも令和２年までと見込まれている。公共事業（新設、改築系）の減少は売上高に直結するため、山陰道の事業が収束を迎える地域は一層厳しい状況となっている。対策として、国や県へコンクリート舗装やコンクリート構造物の採用等の要望活動など需要拡大に向けた取り組みは行っているが、公共事業費の大幅な伸びや大型物件が見込めないなかでは収益の増収には至らない。このため、収益を上げるための施策として工場の集約化があるが、令和２年に出雲地区において２工場を集約化したほか、松江地区においても集約化の検討を行っている。

価格面に関しては、令和２年に価格改定を行ったところはないが、東部地区においては原材料（骨材）費や輸送費が上昇しており、令和３年に価格改定を行うことを検討している。原材料費については、骨材の枯渇や出荷制限により大幅な値上げが予想されており、これに対応すべく生コン単価を値上げして令和３年の積算価格に反映する見通しである。

操業面に関しては、全県的には出荷量の減少により操業度は低くなった。コロナの影響で個人住宅の着工の減少やホテル誘致の延期などあったが、全県的にはその影響は少なかった。中国電力三隅火力発電所２号機増設工事への出荷があった浜田・益田地区では、令和元年ほどではないが操業度は高かった。しかしながら、大型物件のない他の地区では低調であったため、全県的には低くなった。

雇用面に関しては、ほとんど変動はない。生コン需要が低迷していること、また、既に集約化時に適正規模に人員削減を実施していることなどから、大きな変化はなかった。定年退職者については、嘱託として継続雇用しているが、世代交代を図りたい地区では、若手のなり手が少なく、思うように雇用できていない。

また、令和２年度の取り組みとして、下記の活動を行った（継続分も含む）。

１．国土交通省の県内出先機関に対してコンクリート舗装の積極的な採用、また、島根県土木部及び各県土整備事務所等へは生コンの需要拡大についても併せて要望活動を実施

２．協同組合では共同販売事業を実施

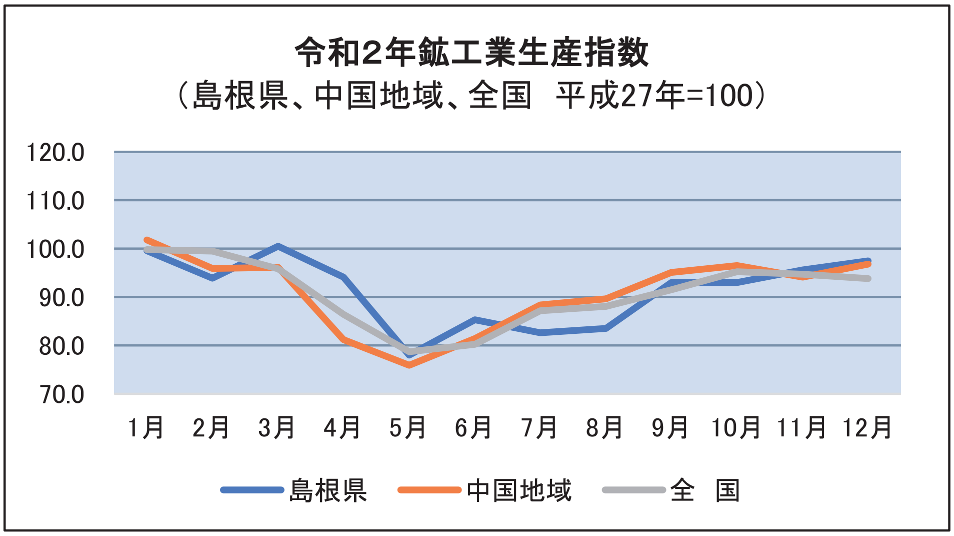
３．技術研修会、技術系資格受験講習会を実施し、年度計画にある社員研修会、経営者セミナー等を開催

４．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向上を確保

５．事業継続のための工場集約化を出雲地区で２工場実施

さらに、全国生コンクリート工業組合連合会（全生連）が「働き方改革ロードマップ・モデル案（各社取組課題）」を作成し、長時間労働の是正、従業員の処遇改善、女性の活躍躍進等について各地区における取組についての方向性が提示された。全生連が各地区からの令和３年度税制改正要望を取りまとめ、全国中小企業団体中央会、自由民主党予算・税制政策懇談会に提出した。

８．鉄鋼・金属製造業



⑴鉄鋼業界

共同購販、共同受注等の各事業を合わせた年間の総取扱高は89億24百万円（年間取扱高目標100億円）となった。目標に比べ10億76百万円、率にして10.7％未達となった。この要因として、コロナ禍の中、緊急事態宣言の発出や行政機関からの自粛要請により、積極的な営業活動ができない状況に追い込まれたことが挙げられる。組合員サービスの方法としてホームページを充実させ、組合員紹介、各種補助金・給付金の案内などの情報を発信しお役に立てるよう努めた。また、仕入先と連携を密にして品質、納期の対応に努めた。

価格の面では、コロナ禍となり鉄鋼業の生産が非常に低調であったことから荷動きも弱く、価格は秋口までは弱含みにて推移していたが、秋から年末にかけてはほぼ全ての鋼材について上げ基調となった。コロナ禍での低調な生産活動に合わせて、高炉メーカーが数か所の高炉をバンキングして生産調整をしていたが、いち早く動き出した中国メーカーの旺盛な動きにより鉄鉱石、鉄スクラップなどの原材料が値上がりしたため材料も値上がりとなった。ユーザーへの現状のアナウンスをし、稼働確認しながらデリバリーを行った。

操業度の面では、コロナ禍の影響により、年間予定就業日数252日のうち、４月以降、一人当たり年間21日、一人当たり月平均2.7日の休業を実施。コロナ禍の影響により、営業活動の自粛等により、休業による対応を余儀なくされたため、部門ごとに業務を考慮しつつ、計画的に一時帰休を実施した。

雇用の面では、期首の職員数は101名、期中の雇入れ８名、退職等11名、期末98名。月平均の従業員数は100名。定年や嘱託雇用契約満了による退職者が多い年となり、新卒採用を始めとし、都度募集を行い人材確保に努めた。今後も新卒採用を中心として企業情報の発信等採用活動を行っていく予定。

令和２年度は、組合員サービスを充実させるために下記の取り組みを行った。

１．ホームページの拡充による各種サービスの展開

・コロナに関連する特設ページを設置し、国、県等の行政機関、金融機関からの支援策を紹介。特に雇用調整助成金については、労働局の動画解説についても掲載し、申請のための情報として発信した。

・ピックアップニュースに関しては、内閣、省庁、行政発表のニュースを掲載。

・営業支援として、行政、金融機関のビジネスマッチング相談窓口と、WEB上のビジネスマッチングサイトを紹介した。

２．島根県令和２年９月補正予算「ものづくり産業生産プロセス変革支援事業」

島根県、しまね産業振興財団と協力しセミナー開催。コロナの影響により売上高等が減少している県内中小企業の生産性を高めるため、また遠隔操作や自動化など生産プロセスの変革に必要な設備導入を提案するために、工作機械メーカーのDMG森精機、FA事業総合メーカーの三菱電機を招いて12/２「自動化・生産性向上工場変革啓発セミナー」を開催した。(42社70名参加)

⑵鋳物製造業

業界として、特に上期第１四半期に於いてコロナの影響により、売上高は概ね20％強の減少となり、年間を通して対前年比で10％強の減少となった。一方、本年度の収益についても売上の減少に伴い大幅な減益となっている。主要因としては、外部環境による影響が大きく、一企業・一団体での対応は困難であり、世界的な外部環境への影響度が高い新型コロナウイルスの感染に関する歯止めが講じられない限り、対応方法が見出せない状況である。

但し、業界としては一部を除き2022年～2023年以降に於いて、緩やかに回復傾向に向かう期待感はある。他の要因としては、各種原材料の高騰が考えられ、中でもスクラップについては、価格推移の中に於いて対前年比約100％の上昇が生じ、更に業界としては経営を圧迫する要因となっている。原材料並びに電力価格の動向並びに安定供給が今後の事業改善の課題となる。

価格の面では、県内鋳物業界では概ね各社メーカー直下の業務運営を行っている為、基本的に原材料はスライド制を導入している。故に、原材料の変動に則して価格の見直しを行っており、特に支障はない状況で、±０ベースの状況である。

操業度の面では、業界としては、前年度対比でみた場合、第１四半期に於いては70％、年間を通じては概ね85％で推移している。世界規模でのコロナの感染拡大により、全ての関連業界において影響を受けたことが要因である。

雇用の面では、各社新規雇用については新規学卒並びに高卒者の求人数には満たないが、概ね良好に推移している。また、中途採用についても、求人数に対し概ね期待通りの雇用が確保されて来ている。各社個々の求人PR活動の地道な活動が功を奏しているが、一方で他業種の求人活動が落ち着いてきたことが要因とも思われる。

令和２年は、産業廃棄物の減量化に向けた取り組みを展開している。過去よりリサイクル化を強力に推進して来たが、環境基準を満たさない産廃について、埋立処分を行ってきた。一方で埋立処分場の残工期と今後の埋立処分場確保の大きな課題が認識されてきた。よって、過去より埋立産廃処理を行ってきた鋳物鉱滓（こうさい）について、リサイクル活用に向けた調査研究事業として今年度活動を推進中である。

⑶非鉄金属製造業

コロナの影響で自動車関連の注文がほぼ全部ストップしたため、４月から売上が激減した。４月が約35％減、５月は約70％減、６月以降は多少回復し、昨年比６～７割程度の売上だったが、９月から自動車関連が急激回復し、９、10、11月は前年同月とほぼ同程度まで回復した。12月は昨年同月比約10％の増となった。派遣社員に関しては、契約満了をもって約10名削減。４月後半～６月まで週１回程度休業し、雇用調整助成金と持続化給付金を受給した。回復後には同人数の増員を行った。

価格の面では大きな変動はなかった。

操業度の面では、１～８月にかけては、一部部署を除き、残業がほとんどなかった。５～６月は昨

年平均の10分の１程度の残業時間であったが、９月の急激な回復以降、全体的に残業が続き、10月、11月、12月は昨年平均より約30％増の残業時間となった。派遣社員の減員と組織変更により管理職を増員したことで現場作業者が減ったことが要因として挙げられる。再度の増員、忙しい部署に対する他部署からの応援、一時的な時差出勤等で対応中。

雇用の面では、１月からは正社員が３名減、派遣社員が４名減となった。各々の事情による退職であるが、本当の要因は本人にしか分からない。先が見えない状況であるため、正社員の増員は積極的には考えていない。

今年度における新たな取り組みに関して、業界では特にないが、社内では、会社全体におけるWi－Fiの敷設、３Dスキャナーの設置、Web会議の導入を行った。

また、外国人雇用を始めて丸２年が経過し、良くも悪くもお互い慣れてきたように思われる。大きな問題等は発生していないが、習慣、文化の違いや未経験故の小さな問題はそれなりに発生している。県内外にあるベトナム人同士のネットワーク内で得た情報をもとに退職・転職する者も数名あるが、結局のところ事が進まず、困窮しているという話も聞く。現時点では、外国人材導入のために掛けた費用ほどのメリットは無いが、当時は必要に駆られていたこともあり、踏み出した事は間違っていないと感じており、今後の展開を考える上での武器の一つにはなっているように思われる。伸ばすもダメにするも自分（自社）次第である。

９．一般機械器具製造業

令和２年４月以降、売上は減少の一途を辿っており、特に８月～10月は前年比累計で50％以下となった。収益に関しても落ち込みが大きいが、休業による対応及び雇用調整助成金の活用により大幅な赤字にまでは至っていない。

価格の推移は特になく、また値下げ要請もなかった。

操業度は休業による対応のため、大幅に減少した。

雇用の面については変化がなかった。

令和２年における新たな取り組みはないが、松江市の助成金活用により、ホームページの見直しを今後検討している。

休業が多いため、働き方改革に応じきれない面がある。外国人雇用に関しては必要性を感じない一方、中途採用を含めた助成拡大が望まれる。

10．自動車・同附属品製造業

元々、2019年は年始より前年対比減が続き、10月の消費増税後には前年比△20～24%の状態であった（2019年平均は△12％）。この状況は続き、2020年１月以降も回復はせず、４月からはコロナの影響を受け、売上が△50%→△60%→△45％と推移した。全世界同時進行のコロナ禍による経済の減衰は一社単独で変えることはできないが、現在引き合いが来ている案件や、唯一売上げが伸びた造園業界向けの「添木結束クランプ」の営業拡販を進める事で、状況を少しでも好転出来るのではないかと動いている。

昨年と同様にはなるが、国内の景気については、内需（購買意欲）の低下が要因の一つと考えられる。政府にはデフレ期に緊縮財政を行うのをやめ、まずはデフレ脱却となるような景気対策を行って欲しい。

価格に関しては、客先への納品価格は不変であるが、材料費や運搬費が上昇した。一部客先には材

料費高騰分の価格修正を行っており、引き続き対応を続けたい。

操業度に関しては、売上の減少に伴って低下した。新規受注を確保し、対応する。

雇用に関しては主に中途採用を行ったが（定年を含む）退職者も出たため、従業員数に大きな変化はなかった。継続して若い人材を確保し、対応していきたい。

働き方改革に関しては、従来残業が少ないこともあり（2019年有休消化率：約80％）、影響はほぼなかったが、2020年に関しては売上に合わせて休業を行っており、有休の所得状況が一変したため、義務化の対象となる５日間の有休取得の設定日を迷う状況となった。

また女性活躍に関しても推進しており、外部セミナー（最近はオンラインが多い）への参加、フォークリフトの免許取得者も毎年増加している。健康促進の一環として作業療法士を現場に招き、身体の歪みや疲労の蓄積をリセットできるような体操を教わり、会社全体で時間をつくり実践している。

11. 卸売業

組合が毎月実施している組合員27社の景況動向調査結果（売上高・収益状況）は次の通りである。平成28年以降をみると、売上高は前年対比で増加：27.1%、不変：13.3%、減少：59.6%と、前年同月比で「減少」と回答する企業の比率は高推移している。今年はコロナの影響によりその比率が50%を超えたものの、月別の売上高では11月以降やや回復してきている。収益状況も、前年対比で好転：21.1%、不変：42.8%、悪化：36.1%と、前年同月比で「悪化」と回答する企業の比率が年々上昇しており、景気の後退が窺える。

価格の面では、平成28年度以降、販売価格、取引条件ともに「不変」と回答する企業が圧倒的に多く、特筆すべき大きな変化はない。販売価格は、前年同月比で上昇：14.5%、不変：77.7%、低下：7.8%、取引価格は、前年同月比で好転：1.2%、不変：97.6%、悪化：1.2%であった。

雇用の面では、増加：18.1%、不変：60.2%、減少：21.7%という回答結果となった。業種によってばらつきがみられるが、コロナの影響により、今年に入り前年同月比「減少」と回答する企業の比率は高くなった。

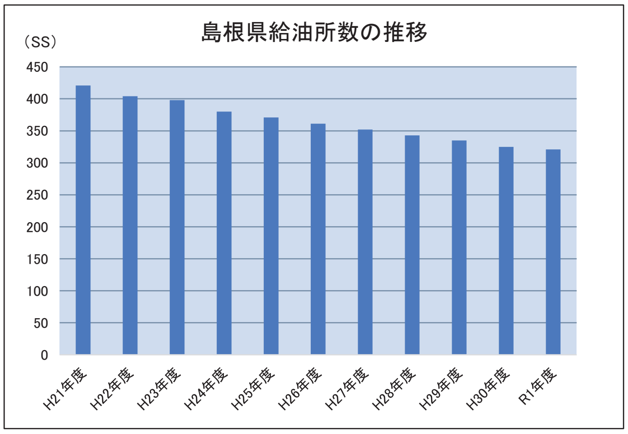
12. 小売業

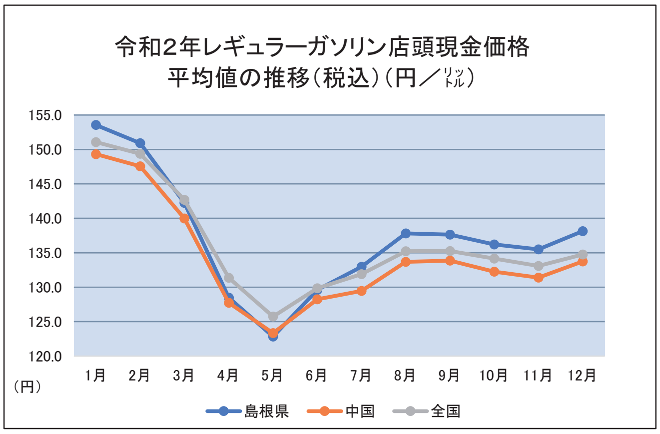
⑴自動車小売業

令和２年の登録乗用車の新車販売台数は、１～９月は対前年月比が60%台から90%台の間に落ち込んだが、10月は163.4%、11月は129.3%、12月は120.8%と大幅に増加した。結果、年間の対前年比は10月以降の大幅な増加もあり、91.5%まで回復した。９月までの販売台数の落ち込みは、消費税増税とコロナ感染予防による販売店の営業自粛、メーカーの新車供給の停滞等によるものであるが、10月以降は販売店の感染予防対策の徹底、メーカーの新型車投入などで例年並みに回復した。

⑵石油製品

人口減や少子高齢化、過疎化の進展や低燃費車の普及、若者の車離れなどに加え、コロナ感染症の拡大によりガソリン需要はかつてないほど減少し、県内の売上数量は前年に対し10%減となった。しかしながら、最終局面に入った元売りの再編などにより需給の適正化が図られ、生産余剰問題がほぼ解消された。その結果、粗利が30%伸び、これにより県内のガソリン収益は前年を上回った。令和２年のWTI価格は60ドル台で始まり、その後、世界各地にコロナが拡大したことにより原油価格は下降し始め、３月にはOPECプラスの協調減産体制が崩れたこともあって20ドルに暴落した。５月に入ると経済活動再開などにより需要回復が進み、６月のOPECプラス協調減産再開合意以降は概ね40ド





ル前後で安定推移した。その後、コロナワクチンの早期普及による石油需要回復の期待感から、ドバイ原油が50ドル前後に達するなど上昇の兆しが見えている。

価格の面では、県内ガソリン小売価格は原油価格におおよそ連動して上下しており、１月に153円台でスタートした小売価格は徐々に下落し、５月には120円台になった。その後、徐々に上昇し８月以降は130円台後半で推移、年末には139円台となった。

雇用の面では、令和２年は、全部廃止６SS（R１：３SS)、一部廃止１SS（同：３SS)、新規５SS（同：１SS）で、SS数は対前年比△２であり、これに伴う雇用が失われた。燃料油以外の事業展開など経営の多角化を目指すが、雇用の縮小に歯止めをかけることはできなかった。

⑶商店街

令和２年の駐車場収入は昨対82.5％であった。１月、２月と昨対をクリアし、幸先のいいスタートだと思われたが、３月以降はすべて昨対割れ、例年は特に需要の多いはずの５月は35％と大苦戦した。要因の大部分はコロナ感染拡大であり、一時期GoTo事業で多少は上向きになるも、11月頃から再び急速に減速し、年末の需要もほとんどなくなった。

令和２年度は、国の補助金に採択され、令和３年以降の取り組みのため整備、及び準備を行った。

⑷時計・眼鏡・光学機械小売業

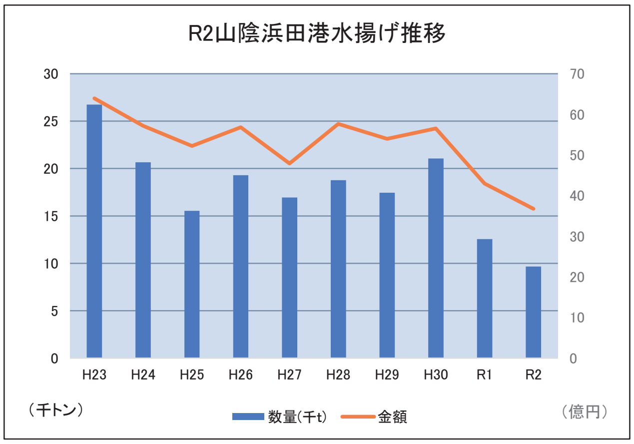
売上・収益の面では、11月末現在で、売上高の対前年比は70％で推移している。この要因として、３月からのコロナ感染拡大、４月度のホテル催事中止や休業、また５月から９月まで集客催事を開催できず、さらに前年９月の増税前における駆け込み需要が挙げられる。

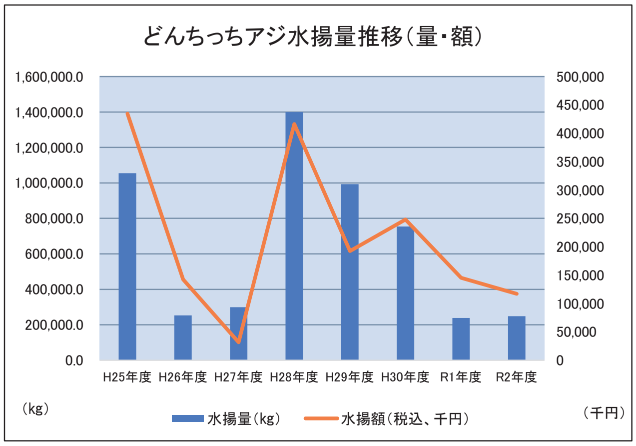
価格の面では、１万円～５万円までの商品の動きは良好であるが、20万円以上の商品の動きが鈍いように思われる。地域によっては、ブライダル関連商品の販売が良い店舗もある。ギフト需要で低価格帯は順調であり、年末にかけては「一年間頑張った自分にご褒美」の提案をし、単価を上げ、ブライダルの強い店舗は商品を充実させ、さらに強化する。

雇用の面では、相変わらず応募がない。小売業＝売上ではあるが、売上が全てではない。接客を通して自分自身の成長へとつながる。色々なお客様との出会いで成長できる喜びを感じとれる会社運営をしていきたい。

VCに加盟しているため、色々な情報を入手し、変えるべきことは変え、時代の変化に対応していきたい。

⑸鮮魚小売業





令和２年の水揚げ額は、36億7518万円だった（前年比－14.4％）。水揚げ量は年々減少しており、平成30年から令和元年にかけて約13億６千万円の減少、さらに令和元年から令和２年にかけて約６億２千万円の減少となったことから、２年間で約20億円の減少となった。水揚げ量も１万トンを下回っており、浜田漁港の今後は非常に厳しいものとなりそうである。水揚げ額減少の主な原因はまき網漁の不振であり、中でも高値が獲れる「どんちっちアジ」の不漁が大きく影響した。大中型は平成30年並みだったが、地元船が振るわず量・金額とも約半分だった。これらに関して、海水温の変化によりアジ・サバなどの青物が沿岸に回遊しなかった事と「どんちっちアジ」の不漁が要因として挙げられる。また、コロナの影響で水産物加工会社２社が廃業に追い込まれた。

売上高・収益の面では、本来なら漁獲量が減少すれば浜値は上向くものであるが、コロナの影響により消費が冷え込み、売上高は減少し、収益は落ち込んだ。早期回復のためにも、天候の安定とコロナの終息が望まれる。

価格の面では、コロナの影響により安値で推移した。

操業度の面では、近年の異常気象により悪影響を受けており、地元の中型まき網船は操業日数が減少傾向にある。大中型まき網は浜田沖に魚影が見当たらないことから、「どんちっちアジ」のシーズンが終わればマグロ漁などのため、北へ上がってしまう。季節に狂いが生じているのか昔からの旬がずれているようだが、自然環境はどうしようもない。令和２年８月から衛生設備の完備した新市場で水揚げを行っているが、選別機が４台から２台に減少した事から処理能力が減少した。

雇用の面では、水産業は基本的に正社員数が少なくパート対応が多いため、目立った雇用減は聞いていない。コロナの感染により都市部の飲食店の時短や自粛が続くと送り先が減少するため、雇用にも悪影響が出ると思われる。

また、持続化給付金の給付条件は令和元年と令和２年の比較であるが、浜田漁港の水揚げが令和元年から落ち込んでいるため、令和２年と比較しても50％減に到達しない事業者が多かった。そのため、浜田市にこの状況を説明。平成30年と比較した数値で判断する浜田市単独の支援策をお願いし、採択された。

⑹各種商品小売業

①お土産品小売業

売上・収益の面では、１～２月は前年を上回ったが３月よりコロナの影響が出始め、４～５月には休業を強いられた。６～９月は営業を再開しても前年比30～60％止まりであり、10～11月はGoToキャンペーンの好影響によって80％まで回復したが、12月は85％止まりとなった。総じて売

上は大幅に減少し、追加資金の借入等もあり収益は大幅に悪化している。

価格の面では、変更は殆どなかった。良くも悪くも、国や地方自治体によるコロナ施策の影響で来店客が増減し、商品の店頭在庫調整や見切り品の処分セールや休業調整を行いながら営業を継続した。「来店客・売上増＝感染リスク増」であり、今後の対応も難しい。

雇用の面では、コロナの影響により店舗縮小とそれに伴う人員の整理解雇を行った。営業再開をしても継続は困難との判断から１店舗を閉店とし、残る店舗へ人員を移動し集中させた。閉店した店舗の維持管理、残る１店舗での営業も悩ましいところで、全ては来店客増・売上増にかかっている。

②ボランタリーチェーン

新型コロナの影響を危惧し密集を避けるため、普段通っていなかった近所の加盟店等へ足を運ぶお客様が増えた。その結果、令和２年２月以降より毎月、対前年超えとなった。但し、高齢のお客様の来店が多く、売場の小さい店舗では売上の伸びは鈍い傾向にある。コロナ禍においては、売上が昨年を上回る傾向が今後も続くと思われる。収益に関しては、需給状況のひっ迫から特売を控えたため利益確保は出来たが、毎年の最低賃金引上げ等による費用の上昇により、利益を享受するまでには至らなかった。令和３年４月からの総額表示への対応、HACCPに対応した計量プリンター更新等の費用負担増が予測される。

価格の面では、コロナ流行による買い置き需要増に伴う品薄への対応、店舗内の密集を避けるため特売を控えたことにより、１点単価は上昇した。しかし、令和２年12月頃よりコロナの影響による雇い止めや失業による先行き不安から、お客様の財布の紐が固くなったことに加え、お客様の需要に対するメーカーサイドの生産体制が整った。これらの要因によって１点単価は再び下降しつつあり、今後もコロナ感染の状況に応じて上下していくと思われる。ただ、今後の先行き不安から、消費が鈍くなり、店頭価格は下降傾向になるのではないかと思われる。

雇用の面では、求人に対する反応（応募状況）は年間を通して鈍く、人員不足が続いている。対応策としては待遇面の向上が考えられるが、資本力の小さい中小零細企業に於いては待遇面の優遇（賃金UP）は難しいと思われるため、人員不足の解消はなかなか困難であると思われる。また、このような状況の中で働き方改革への対応として有給休暇取得の推進も困難な状況にある。

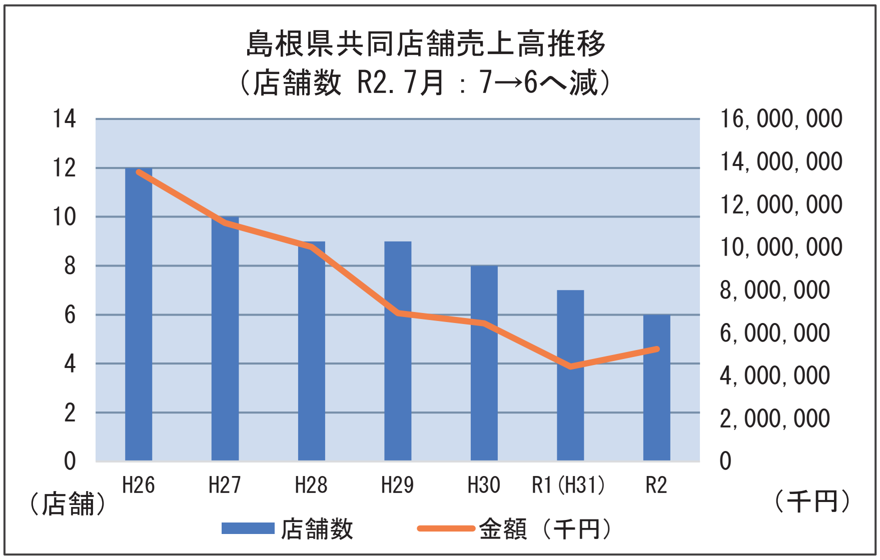
令和２年は、前年から引き続きキャッシュレス決済への取り組みを行っている。特に、コロナ対応として非接触型の決済方法はお客様に求められている事項と考えている。しかし、一方でコロナへの対応に時間等を取られ、食品表示法・HACCPへの対応に目を向けられていないことが課題となっている。

⑺飲食料品小売業

①各種食料品小売業

売上高の面では、令和元年10月から始まったキャッシュレス５％還元事業の影響で１月から３月にかけての売上高は前年対比104％で推移した。４月以降は、コロナによる巣ごもり需要増の影響で110％以上と上昇した。まとめ買い等が増えた事もあり、年間を通しての売上高は107％となったが、客数は98％と前年よりも減少した。収益の面では、商品廃棄ロスや値引きロス等の減少、商品管理能力の向上等によって収益率も2.2％上昇した。お客様が安心して買い物ができるようコロナ対策を徹底した店づくりと管理体制、まとめ買いにも対応できるような商品づくりや店舗運営を行った。

価格の面では、１品平均単価が106％となった。コロナの影響でバラ売りを全て中止とし、バラ



売りから容器詰めに変更したために単価が上昇したと思われるが、基本的には競合激化と低価格競争は今も変わっていない。低価格競争商品（NB商品）を中心に、競合店の店頭売価に対応しながら安さの競争も継続してきた。その一方で、自社製造の独自性商品の製造販売を強化しながら、他社との差別化をしっかりと発信し、価格競争にだけ引きずられないように、価値競争で対応してきた。

雇用の面では、支店の閉店により本店に通勤できない方が本人希望で辞められたが、通勤できる方は継続雇用した。支店閉店と毎年の退職等の自然減で、人員は15名減少した。支店販売分の製造量が減ったため、人員減の体制のままで作業内容の変更を図りながら仕事内容全体を見直し、改善した。改善の効果も出てきており引続き改善を図るとともに、今後予想される人手不足についても新規雇用を計画し、対応する。

令和２年度は、以下の取り組みを行った。

１．コロナ対応：消毒液の設置、検温と記録、発熱時の出社ルール（本人・同居人）、レジフェンスの設置、キャッシュレス対応
２．表示法改正対応：カロリー・添加物・アレルギー・原材料表示
３．働き方改革対応等

②各種食料品小売業／業務用含む

売上高の前年対比は103.29％となり、その他の前年対比に関しては粗利益高113.03％、客数101.57％、買上点数101.63％となった。

売上推移については、１月は消費増税の影響を引きずり97.98％となったが、２月に持ち直した（閏年の影響もあり）。３月からはコロナの流行で飲食店の顧客に影響が出始め、弊店も密集回避のために特売イベントを休止したが、臨時休校等による巣ごもり需要があり、99.74％となった。４月は飲食店顧客の激減やコロナ陽性者に関する噂の影響で93.04％（特に鮮魚部門への影響が顕著であり、67.69％）となったが、４月末頃より特売イベントを再開し、一般顧客獲得へシフトした。５月からは、臨時休校によって一般顧客層の買い回りが増え、GWだけでなく平常時も好調に推移し、107.76％となった。６月～７月にかけてはコロナ特需が少し落ち着き、６月が100.76％、７月が106.98％となった。８月は、大規模クラスターの発生や帰省客減少の影響によって、本来の繁忙期であるお盆は前年を大きく下回ったが、平常時は好調で99.33％となった。９月～11月にかけて

はプレミアム商品券や各種GoTo事業により飲食店顧客が持ち直し、平均で108.15％となった。12月は忘年会需要が減少し、前年と同様に推移したが、大晦日の大雪が影響し98.8％となったため、密集回避のため特売イベントの回数を増やし、飲食店顧客の需要減を受けて一般顧客向けにシフトした。

価格の面では、価格の推移は特にないが、客単価が67円増加した。また飲食店顧客の需要は減少したが客単価が増加した。客数に関して、一般顧客が増えたため数字上は101.57％だが、一人あたりの来店頻度はおそらく週１～２回と少ない。まとめ買いが増えたように思われるため、生鮮や調味料の価格変更はせず、一般顧客が利用しやすい冷凍食品などストックできる商材の品揃えを増やす等の対応を行った。

雇用の面では特に変化はなかった。

令和２年の取り組みとしては、セルフレジの導入が挙げられる。その他にも、IT投資の実施や検討が目立つ。

⑻燃料

販売単価の値下げ（６月）、入居率低下、高齢化・単身化の増加による戸あたり消費量の低迷により、売上高は年間を通して前年比で減少したものの、収益は増加した。コロナの影響により事業縮小し、諸経費が減少したことにより、減収増益の状況となった。

価格の面では、売価格に関しては為替・原油価格指標の変動に伴う仕入値の低落に基づき、６月以降は変更なし。

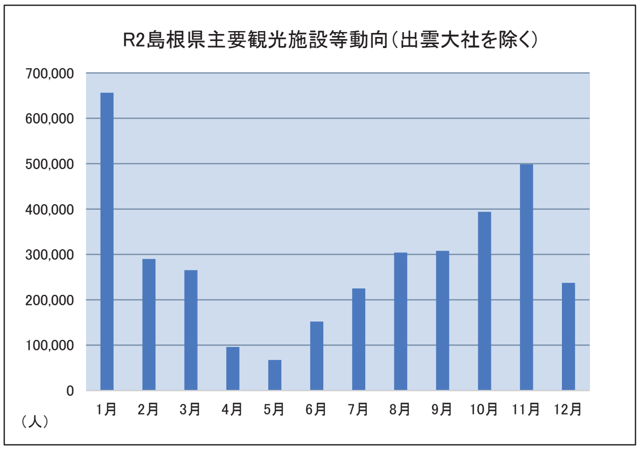
操業度の面では、学校給食厨房や飲食店の休業、夏期のイベント中止に伴う空調設備不稼働などを要因とした供給減が相次いだが、各種GoTo施策や年末の寒波襲来により令和２年後半には持ち直した。このような状況下で唯一、自粛の影響でごみの持ち込み量が増えたエネルギーセンターへの供給量は増加した。

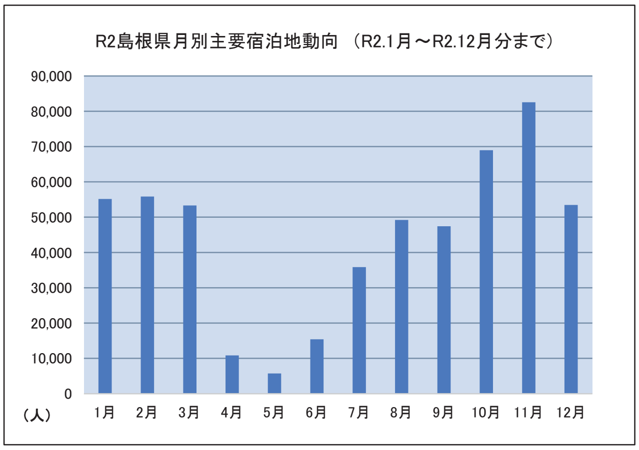
雇用の面では、当組合では大きな変化はなかった。コロナ対策として、明年度採用にweb面接が採り入れられた。

令和２年度の取り組みとしては、紙上展示会や書面会議（課題の書面通知、意見賛否文書の集約、結果方途の総括通知）があった。

13. サービス業

⑴宿泊業





①旅館・ホテル

売上・収益の面では、１～２月は昨年並みで推移したが４～６月は30％を下回り、７～９月は50％、10～12月は70％となった。１月中旬よりコロナが発生し、２月26日よりイベント自粛要請、４月16日より全国に緊急事態宣言が発令され、宿泊客は激減し、休業を余儀なくされる施設もあった。６月19日に移動自粛が解除となり、７月10日よりしまねプレミアム宿泊券（２月末まで）、７月22日よりGoToキャンペーンが始まり宿泊客も戻りつつあったが、12月にはコロナの第３波が起こった。12月14日からは予約済みのキャンセル料金無償化が一部で開始し、12月28日からは全国一斉に停止となった。

価格の面では、変動はあまりないように感じられた。

雇用の面では、休業と雇用調整助成金活用を並行して行い、雇用確保に努めている施設が多い。

令和２年は、宿泊ガイドラインの勉強会を行い、組合として共通意識を持って感染拡大防止に努めている。

②ホテル

１月～３月までは前年並みの売上だったが、３月後半からの緊急事態宣言以降、人の往来がなくなった。４月～５月はレストランや宴会場は休業、宿泊は長期滞在の方等インフラとして必要な方の為に受入れをしていたが、稼働は２割も無い状態だった。その後の島根県、松江市、商工会議所等における回復施策の実施により、７月以降徐々に持ち直している。GoToキャンペーンの開始により、ホテルタイプにおいて10月は７割、11月は９割まで回復し、旅館タイプにおいては部屋が取りにくい状態にまで急速に回復している。但し、宴会等は２割から３割程度の回復に留まる等飲食の回復が遅れており、コロナ収束もしくはワクチン等で安心感が出ない限り、回復は望めないものと思われる。陽性者が増えると予約キャンセルや新規予約がなくなるため、数字が読めない状況にある。固定費の見直し・削減と同時に、GoToキャンペーンや県市等の施策の継続を望む。

価格の面では、緊急事態宣言以降より価格が下がり、少数のお客様の取り合いになった。しかし、GoToキャンペーンの開始により、割引率の高さを活用し（宿泊：35％、共通クーポン：15％）、高価格帯の旅館やホテルへの宿泊を希望されるお客様が増えたことから、高品質の商品化により単価を上げることで対応した。

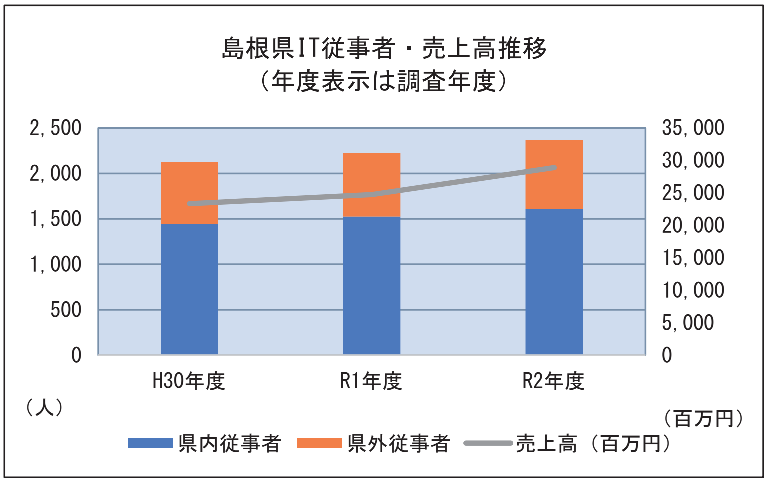
雇用の面では、コロナ禍の影響によって高齢の従業員が離職するケースが多くみられた。GoToトラベルの効果で前年越えとなった旅館等では、人手不足のため新規雇用を考えているが、GoTo終了後の反動を考慮すると、採用に対して消極的になる場合も多いため、新卒採用の強化が望ましい。

令和２年の取り組みとして、新型コロナに関する安全対策を勉強し、共有・実行した。また、県や市とも協議を重ね、回復対策を進めるとともに、松江市議会と協議し、観光議員連盟を立ち上げた。

⑵情報サービス業

コロナ禍のために全体として売上・収益共に悪化傾向にあったが、最終的にはコロナ対策に向けた政府の補助金施策等もあり、売上は前年比５％程度の増加に好転した。お客様の業種により受注量の増減に大きく影響しており、経営が厳しい会社も存在している。特に製造業や観光業のお客様では計画されていた投資が延期され、受注量が大幅に減少した。今後の景気刺激策による経済回復に期待をせざるを得ない状況もある。

価格の面に関しては不変であり、雇用の面に関しては例年通りに採用を行い、雇用者数は５％程度の増加となった。新卒採用については会社説明会や面接をオンラインで実施し、計画通りの活動が行



えている。情報サービス業は全体的に人手不足の状況にあり、雇用についてはコロナ禍の影響は特になかった。

⑶ビルメンテナンス業

国、地方自治体の発注する施設管理、清掃業務を主とした業務を複数受託し、令和２年度（令和２年４月～令和３年３月）の売上高は、1,134,954千円（消費税抜き）となる見込みである（参考：R１年度売上高：1,040,671千円（消費税抜き））。主な業務として、以下のものが挙げられる。

1．県有庁舎施設管理業務（県庁など全８地区）を県から受託（複数年契約）
2．県有庁舎清掃業務（県庁など11地区）を県から受託（R2.4～R3.3）
3．県立高校施設管理業務（隠岐・益田地区）を県から受託（R1.10～R4.3）
　新たに出雲・県央・浜田地区の業務を県から受託（R2.10～R6.3）
4．新たに県職員宿舎総合管理業務を県から受託（R2.10～R7.9）
5．新たに島根大学医学部附属病院清掃・塵芥処理業務を受託（R2.4～R4.3）

その他、国・市町村など、官公需に特化して業務を受託している。東西に細長い県土にあって、優秀な労働力や高い技術力を有する組合員が各地に存在し、地域に密着した迅速・適格なサービスの提供が可能となっている。こうした点が、官公庁において評価されているものと考える。

ビルメンテナンス業は典型的な労働集約型産業であり、コストの殆どを人件費が占めている。このため、企業経営は弾力性を欠いており、「業務受託額の多寡」が直接経営を左右する大きな要因となっている。しかし、現状は長期に亘る「過度の低価格競争」により価格（受託額）は低迷を続け、企業経営のみならず従業員の経済生活への影響も懸念されている。こうした中、県・市町村の発注業務においては、清掃業務など人件費が中心を占める業務委託について、最低制限価格の設定等が行われる等、行き過ぎた価格競争の是正や品質確保への取り組みが強化されてきている。当組合の共同受注事業は官公需に特化することとしたため、令和２年度においても組合の売上額は概ね順調に推移している。

しかしながら、業界全体としては、民間物件は依然として価格競争が続いているほか、近年の人手不足による人件費の高騰もあり、厳しい状況にある。さらに令和２年度はコロナのため、３月の非常事態宣言後の休業要請から清掃業務の縮小、一時中止が相次ぎ、非常事態宣言解除後も先の見通せない状況から、従前の業務規模までには回復していない。

官公需においては、平成30年度に県が発注する一部業務について、最低制限価格の見直しが行われ、その価格が引上げられた。今後も県から新たな業務発注が予定されており、売上高の増加に応じ

た利益の増加が期待できる状況にある。適正価格での発注などの措置により、前年度を上回る金額で契約締結に至った例が増加している一方、未だ、適正価格に満たない価格で発注された業務もあり、引き続き「良好な品質確保のための適正価格」を目指し、自ら知識・技術の向上を図るとともに委託者等への働きかけ等に努力したい。ただし、官公庁においてはコロナ感染症対策予算が新たに必要であり、事業の見直し等により予算削減の恐れはある。

雇用の面では、官公需においては長期契約が増加しており、当組合は、令和２年度も県職員宿舎総合管理業務のまとまった長期契約（５年）を受託することができ、また、新たに県立高校施設管理業務が県から発注され、これも受注することができた。設備管理関係技術者の雇用（組合員企業による雇用）にとっては良い環境となっている。民間業務においては、コロナにより清掃業務の一時中止が見られ、その後のGoToキャンペーン等により、ホテル等の宿泊客は回復基調にあるものの、顧客からは観光客の多い土日に特化した清掃業務依頼となっているため、土日に限定した雇用は困難であり、対応に苦慮している。厚生労働省から発出された「ビルメンテナンス業務に係る発注関係事務の運用に関するガイドライン」に基づき、地方自治体においては、最低制限価格の導入、適正価格での発注など、行き過ぎた価格競争の是正や品質確保への取り組みが強化されたことが雇用面においても好循環をもたらしている。

一方で、国の発注業務においてはガイドラインに沿った取組みがされておらず、国の関連機関に対し引き続き、①最低制限価格の導入、②人材確保のための複数年契約による発注と賃金や物価変動に対応するスライド条項の導入、③地元企業の受託の機会に配慮した競争参加資格の設定、について要望していきたい。また一般的に、労働人口減少により、清掃業務においては、近年、これまで競合しなかった他業種に労働者が流れる傾向にある。最低賃金の上昇もあり、さらに雇用を困難としている。人件費が主体の業務であり、清掃ロボットも現状では限られた場所でしか利用できない状況で効果が見込めず、打開策は見いだせない。観光振興からホテルの建設が進んだことも、限られた労働者の奪い合いの要因になっている。業界では長期的な視野に立って外国人労働者の受け入れの準備（技術研修等）を進めている。

公益社団法人島根ビルメンテナンス協会では、外国人労働者の在留資格を得るために必要となる「基礎級ビルクリーニング技能検定」を令和２年10月に初めて松江市で実施した。これまでは、中国五県では広島市のみで開催されており、事業主にとって時間と経費がかかり不便な状態であったが、これにより山陰地区の外国人雇用の進展が期待される。協会では来年度以降も実施する予定。組合では令和２年４月に「しまね女性の活躍応援企業」の団体登録を更新した。また、就業規則等の制定・見直しを行い、時間単位有給休暇の導入など、働きやすい職場環境整備に努めた。

⑷道の駅

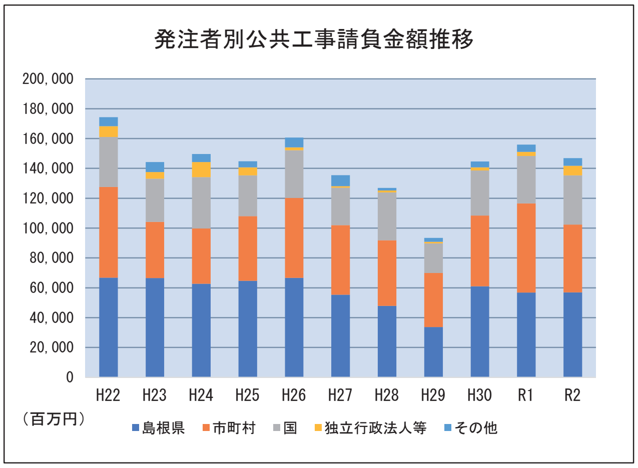
新型コロナが広がる中、緊急事態宣言が出され、４～５月は休業する道の駅も多く、休業までは行わないところでも、時短営業を行った。そのため、来客数及び売上高が前年対比で相当の落ち込みをしている。現在も、感染症拡大の状況下で経営的に厳しい状況にある。対応策として、島根県「道の駅」交流会において、各道の駅の販路拡大のため、各道の駅長推奨商品フェアを開催した。自社道の駅ではとても販売できない量の注文を受けたところもあり、売り場に彩りを添えることが出来た。現在も追加で発注をされている道の駅もある。

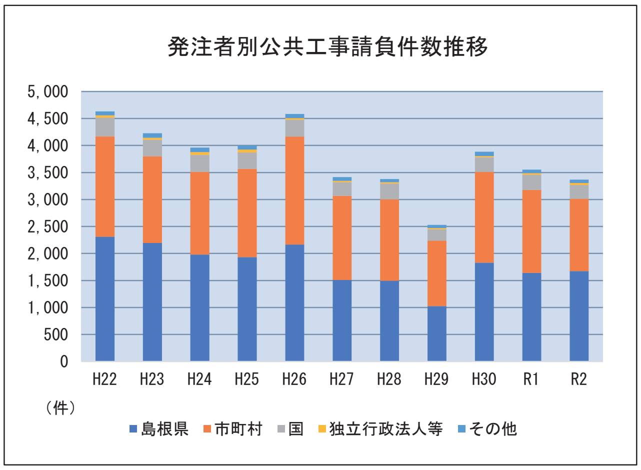
販売価格は変わらないところが多いが、地元企業応援のために、賞味期限が近い商品の価格を下げて販売し、売上高増に協力するところもあった。また、特設売り場を設け、POPを作成し販路拡大に取り組んだ。

雇用の面では、従業員の削減はどの道の駅においても行っていない。休業補償については、雇用調整助成金を活用し雇用維持に努めているが、道の駅を管理運営している企業の中には雇用調整助成金の支給が受けられないところもあり、経営的に非常に厳しい道の駅もある。

令和２年７月からのレジ袋有料化において、各「道の駅」の状況を調査し、必要な道の駅へは共同購入を行い、経費の削減に努めた。

14.　建設業





国の令和２年度予算において、県内の主な事業費としては山陰道に295億円、その他道路に９億円、河川事業に49億円、合計353億円が計上された。一方で島根県でも土木関係公共事業費が765億円計上され、合わせて1,100億円規模でほぼ例年通りの公共事業費が確保された。令和２年は、ほとんど積雪もなく順調に工事現場も消化され、広島県境に接する地区では災害復旧応援要請に応え現地に出向いた。山陰道については、いよいよ東部の全線開通見通しが示された上で、集中的に予算措置がなされ、これらに参入している県内大手企業の多くは堅実な経営状況が維持されている。

また、「防災・減災、国土強靭化のための３か年緊急対策」も最終年度を迎え、集中的に発注された。業種間、地域間の格差は若干生じているが、中小規模の企業にとっては大きな経営の支えとなった。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）を見てみると、島根県内の公共事業全体の契約高は前年同月比84％であり、218億円の落ち込みとなっているが、前年は国土強靭化対策費が上積みされた影響を受けて例年と異なる推移を見せているためであり、他の年とほぼ同様の結果となっている。一方で、一部地域や業種では公共工事の減少により、厳しい受注競争もあるうえに、東京オリンピック・パラリンピックに関連する工事の終息が見通されるようになって、大手、準大手企業が地域の大事業に触手を伸ばしてくる気配があり、今後、競争が一層厳しくなることが予想されるため、発注者におかれては、何らかの対策をお願いしたい。

さらに、令和２年度３月補正において「防災・減災、国土強靭化のための５か年加速度対策」の令和３年度分が令和２年度第３次補正予算案に計上され、令和３年度当初予算には盛り込まれないことが決まった。いわゆる15か月予算として処理されるわけだが、労働者不足の今日、発注の集中による不調不落が生じないよう発注者にも配慮をお願いしたい。

価格の面では、労働者の高齢化と減少に伴い、徐々に下請け業者の確保が難しい状況となっている。結果、下請け価格が上昇し元請け企業の経営にも影響を及ぼしている。他方、労務単価は８年連続で引き上げられており、元請け企業においては、波及効果として社員の処遇に反映されている。ま

た、公共工事においては週休２日制の導入への動きも顕著になっているが、日給・月給が多い下請け業者の年収に影響が出る恐れがあるので、対策を講じる必要がある。業界に週休２日制が定着した時点では、少なくとも技能労働者の処遇が現状以上となっていなければならない。その為には下請け業者への適正な支払いが行われるよう元請け企業の理解と仕組みが必要である。

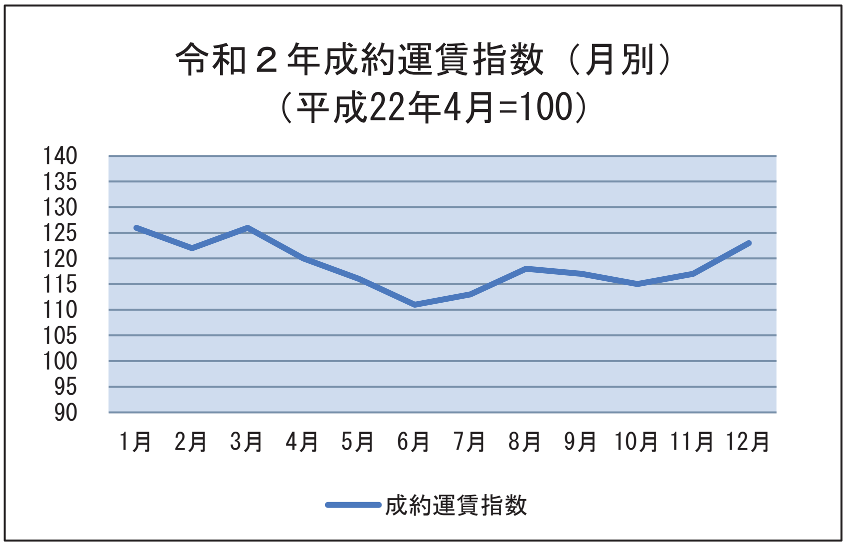
雇用については例年と変わらない状況が続いている。都市部の経営規模が大きい企業では新卒者の雇用がある一方で、山間地及び小規模経営の企業への入社は殆どなく中途採用に頼っている状況である。依然として業界の３Kのイメージが払拭されていないうえに、労務環境や条件に若者のイメージするものと隔たりがあると思われる。発注者と連携し、魅力ある建設業を構築してアピールする必要がある。これまでも受注産業である建設業界の改革の遅れが指摘されていたところだが、新型コロナ感染拡大により大きな影響を受けた他の業界が、リモートワーク等の積極的導入を図るなど、状況に応じた変化を模索しているのに比べ、影響が少なかった建設業界が改革の面で時流に遅れを取ることが懸念される。受発注者ともに意識改革を図り、若者が率先して飛び込んでくれる業界を構築する必要がある。働き方改革の取り組みと並行して、積極的に取り組んでいるところである。

令和２年は、以下の取り組みを行った。

1．新型コロナ感染症感染防止のため、例年開催している建設企業ガイダンスの開催を見送った。代替策として、ターゲットを高校生とした「job'sguide」を1,000部作成し、高校生を中心に配布予定である。

2．「働き方改革」の一環として取り組んでいる、「情報共有システム（ASP）」を普及させるための講習会を、島根県土木施工管理技士会と連携して、会員企業に所属する管理技術者（主任技術者）を対象に県内で開催した。（７会場で12回、92人参加、他に行政からも参加）新型コロナ感染症の感染拡大により、働き方改革の一環として取り組んでいたASPの必要性がクローズアップされ、受発注者の意識の高まりとともに研修等への参加に拍車がかかった。

15. 運輸業



前年度における消費増税の影響に加え、コロナ拡大の影響により４月に発令された緊急事態宣言以降、企業活動や個人消費などあらゆる経済活動が急速に抑制されたことを受け、消費関連貨物、生産関連貨物、建設関連貨物ともに低調に推移し、国内貨物の総輸送量は大幅なマイナスとなった。当地

の物流の現場においても内外需要減退による貨物量の減少を受け、全国的な貨物動向に連動するも更に下回った動きを示し、年を通じて荷動き及び稼働率ともに低調に推移し、売上は落ち込んだ。

当組合の状況も、高速道路通行料金利用実績（前年対比90.0％）、燃料共同購入実績（軽油数量）（前年対比98.1％）、全国の求荷求車情報ネットワーク運用実績（67.9％）と、全てにおいて前年度比減で推移した。この中で燃料共同購入実績は微減となっているが、高速道路別納事業同様、コロナの影響を受け、全国的な輸送量の落ち込み等による利用数量の減少がある一方で、県西部高速道路建設、浜田三隅石炭火力発電所２号機建設工事に伴う資材関連貨物やダンプ関連の高稼働率による利用、または荷種によっては輸送量が増加しているところもあるなど、こうした利用量増が減少分を補ったものといえる。

また、求荷求車情報ネットワーク運用実績では、国内全体の貨物の停滞・減少に伴い、荷物情報登録件数（空車を求める）も激減（１～10月分前年同期比△40～60％台）するなど、昨年までの車両不足から一転し車両余りの状態となったが、11月に入ると経済活動の再開とともに荷動きに持ち直し傾向が伺え、住宅関連貨物や建設関連荷物など登録件数も回復傾向を示すようになった。コロナの第三波到来への危機感を一層強めている状況の中、下げ止まり感はあるものの先行きについては不透明な状況が続いた。

価格面については、燃料価格は、１～12月分通期での変動幅－16.7円、変動率83.3％となり、輸送コスト軽減につながったものの、新型コロナウイルス感染拡大による物流への影響は大きく、貨物量の大幅減少による売上の落ち込みやドライバー不足を主因とした人件費・傭車等委託費の上昇による負担増、同業者間の受注競争による運賃の値崩れ現象、高速道路料金の負担、労務時間や安全・環境対策など法令遵守に係る諸経費負担増、環境対応車両の高額化等々のコスト増要因が山積するなど、トラック運送事業者の収益面では、厳しい状況となった。

雇用面については、トラックドライバーの高齢化や若年ドライバーの離職・転職、募集しても応募が少ない状況が長期間続いており、業界全体としてドライバー不足が深刻な問題となっている。ドライバー不足の主な要因として、全産業と比較して道路貨物運送業の賃金水準が低いことや労働条件・環境の劣位、長時間労働などが挙げられる。若い人材の獲得には給与や労働時間を含めた待遇の向上が欠かせないとされ、給与水準の改善を図るには適正運賃の収受が必要不可欠となっている。

このような状況の中で業界では、コロナの影響等による貨物量の減少、少子高齢化の進展による人手不足の深刻化、過当競争による運賃水準の低下、働き方改革法、改正貨物自動車運送事業法への課題、燃料価格の上昇傾向等の諸課題に対し、行政、関係団体と連携し、税制改正・予算、高速道路通行料金、規制改革、燃料価格対策などトラック事業者の必要とする分野を対象に、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。

Ⅱ　業種別令和３年の景況予測

１．食料品製造業

⑴菓子製造業

コロナが収束すれば、売上が回復するものと思われる。

⑵醤油等製造業

昨年前半期の家庭向けしょうゆの支出金額は対前年比108.3％と好調であったが、同期のしょうゆ全出荷量は対前年比92.4％と極めて厳しい状況となった。これは総出荷量の約７割を占める外食向け等を含む業務用の減少によるものであった。

昨今のコロナの感染推移は看過できない状況にあり、感染の波は今後もしばらく続き、コロナ以前の水準に回復するのは2023年度との厳しい予測となっている。業界においても2019年の状態に戻るのは厳しいのではないかと思われる。また、2021年６月にはHACCP義務化がスタートすることもあり、色々な面で厳しい年になると予測され、廃業件数の増加が懸念される（県内では２件の廃業が決定している）。

⑶水産練製品製造業

令和２年は過去に経験したことのないウイルス感染症で苦労した。ワクチン等が行き渡り、観光や業務への需要が回復するのであれば期待は大きいが、現時点では予想し難い。

⑷酒類製造業

・令和３年１月７日の非常事態宣言再発令に伴い、令和２年４月～５月時と同様の状況が懸念される。
・現発令期間が明ける４月以降についても、コロナ禍における新たな飲酒スタイルが求められるところであり、これに対応した適切な消費拡大施策等を講じることが出来なければ極めて厳しい状況が続くものと思料され、この点が当業界における喫緊の課題と認識している。

２．繊維・同製品製造業

コロナの感染の推移によって状況が変わるため予想がつかないが、企業格差が広がるのではないかと思う。収益面においては、企業の取り扱う製品により格差が大きくなると思われる。

３．木材・木製品製造業

⑴合板製造業

現状を見ると、前年より景況は更に悪くなるものと思われる。コロナの終息、沈静化、オリンピックの開催可否、米中関係による影響等、日本国の経済がどのようになるのか不安が募る。

ただ、リモートワークなど密を避ける働き方が進むと、地方分散、ゆとり有る住宅への志向が増すのではとかすかな希望を持つ。住宅着工数が80万戸に到達するかが危ぶまれる等、合板業界もいよいよ厳しい時代を迎えるが、住宅の木質化、非住宅建築物の木造化がどれだけ進むかが期待されるところである。

⑵製材業

県内の２カ所でバイオマス発電が行われており、原材料として低質な木材や製材所の端材等を大量に消費している。令和３年も年間通しての木材消費となるため木材需要量は安定し、業界の収益にも良い影響がある。県では、工務店や建築士との連携を重視しながら木造建築に対する補助事業が継続される見込。一定の木材需要が見込まれるものの、割高感のある県内製材品の需要は補助金に期待す

るところが大きく、また住宅メーカーの台頭が進む中、県内小規模製材所は楽観できる状況にない。

４．出版・印刷業

組合員へのアンケートでは、令和３年の景況に関して「悪化する」との回答が100％（前回54％）となり、今後もコロナ禍の影響が続くとの予想であった。ワクチンの接種が令和３年の２月下旬から始まるとのことであるが、全員に行き渡るまでにはかなりの期間がかかる見通しであり、それまではイベント等の自粛が続くものと考えられる。

５．プラスチック製品製造業

令和２年10月中旬より、景況の回復が実感出来る状況となっているが、見えているのは春先まででであり、その後の見通しは不透明。実際に顧客からの情報では、概ね現状で推移するという情報が多くを占めており、極端なパンデミックや稼働停止等の強制執行が無ければ、大きく落ち込む事は無い様に見受けられる。

６．窯業・土石製品製造業

⑴瓦製造業

①12の民間調査機関による令和３年度の新設住宅着工戸数予想は、令和２年度の実績予測799千戸を上回る807千戸、「持家、貸家、分譲住宅ともに着工増」という予測が中心となっている。

②コロナ禍の影響については、「長期化や雇用情勢の悪化などによる緩やかな回復」「マンションに比較して割安感のある分譲戸建てについては下げ止まり展開が期待できる」「悪化した雇用・所得環境が重石となり鈍い回復に留まる」という指摘がなされている。

③ZEH（ネット・ゼロ・エネルギー）・健康・省エネ住宅づくりに向けた設備・内装部門のコスト増（＝屋根材を含めた外装部門のコスト削減）等々による屋根材選択の更なる多様化が予想される中、粘土瓦市場は更に厳しいものになることが予想される。

⑵生コンクリート製造業

東部地区はこれといった物件がなく（大型公共事業の過渡期）、緩和状態が続きそうであり、西部地区も中国電力三隅火力発電所２号機増設工事が収束し、大幅な需要の減少が見込まれる。県全体としては、官需は令和２年と比して１割弱の需要減、民需は５割強の需要減が想定（年度想定）されており、全体としては昨年を大幅に下回る（30％減）と予測しており、業界を取り巻く環境は一層厳しくなる。

７．鉄鋼・金属製造業

⑴鉄鋼製造業

令和３年（2021年）の世界経済は年初から、政治、経済ともに様々な混乱が見られる状況となっており、コロナの感染拡大は終息する目途は未だたっていない。我が国においても、景気動向は非常に不透明な状況となっている。しかしながら、通信、半導体などでの期待感もある。

当組合、県内組合員企業を取り巻く環境は、厳しい状況が続くものと思われる。具体的には、①仕事量不足による事業不振、②労働力不足による賃金の上昇、③生産活動における資材価格の上昇、④経営者の老齢化による後継者難による廃業危機、⑤中小企業における働き方改革の実施等があり、これらに如何に対処するかが大きな課題となる。

⑵鋳物製造業

自動車関連の鋳物産業としては、右肩上がりが予測される。工作機械関連の鋳物産業について、今年度は横ばい状況、一般機械産業についても非常に厳しい状況が続く見込み。造船・船舶関連機器産業は令和４年まで先行き不透明であり、次年度は更に落ち込む状況にある。建設機械産業は、今年度上期に関してはコロナ関係で大きく低迷したが、下期並びに年間を通じては概ね前年と同等であり、次年度についても横ばい若しくは微増が見込まれる。

⑶非鉄金属製造業

建機関係はそれなりに好調な受注予測が出ているが、他は分からない。

８．一般機械器具製造業

令和２年の反動で、増加が見込まれる。コロナの影響で好調に転じている先も多々あり、また、雪の影響による受注増が見込まれるが、材料の供給に関して多少の心配がある。

９．自動車・同附属品製造業

令和２年以上、令和元（平成31）年以下（前年程の落ち込みは無く、８割ほどの回復）で推移するものと思われる。

10．卸売業

殆どの業種において、コロナの影響により景況感が悪化するとの回答があった。

11．小売業

⑴自動車小売業

昨年の登録乗用車の新車販売台数は、令和２年10月以降から対前年月比を上回り例年並みに回復したが、今後、県内でコロナ感染が拡大すれば、再び販売店の営業自粛や来店者の減少等により受注が落ち込むこととなり、年末までは予測がつかない状況である。

⑵石油製品

令和２年12月25日に取りまとめられた政府の『グリーン成長戦略』において、「遅くとも2030年代半ばまでに、乗用車新車販売で電動車100％を実現」と記載されたことにより、直ちに大きな影響がでるとは考えられないが、令和３年がガソリン車販売と燃料油販売に対する逆風のスタートの年になるのではないかと危惧している。

⑶商店街

引き続き厳しい状況が続く。回復は、コロナの終息にかかっている。

⑷時計・眼鏡・光学機械小売業

まだまだコロナの影響があり、どこまで市場が戻るか見えてこない中、売上を伸ばすことより、粗利の改善、経費の見直しをかけ、会社の力を蓄えることになると思われる。ホテル催事を含め、店頭の集客催事も見直し、新しいやり方に知恵を絞りだす必要がある。さらに、山陰地方においては人口減少が待ったなしである。今までと同じやり方ではこれから先はないと、強い危機感を持っている。

⑸鮮魚小売業

令和３年に入り、時化等が続き地元船の操業はかなり落ち、都市部において飲食店を中心に自粛が勧告されたため、昨年より悪い状況となっている。小売業を中心に都市部への送りが激減している。

⑹各種商品小売業

①お土産品小売業

緊急事態宣言が各地で出ている以上、当館（観光土産品店）は対前年で30％程度であると予測される。コロナのワクチン接種等による流行の縮小化、医療現場の安定が先決であり、観光業もその先にならなければ回復（安定）しないだろう。100％の回復は見込めないが、それに見合う対策も見当たらない。

②ボランタリーチェーン

コロナ感染拡大が終息しない限りは、前年と同じ様な景況となると思われる。ただ、指を咥えて静観することなく、現場では色々な対策を模索している。成功事例を共有し、規模拡大をはかっていけると良いと思う。

⑺飲食料品小売業

①各種食料品小売業

コロナによって大きく時代が変わった。さらなるコロナ対策をしながら「新しい生活様式」に対応した店づくりを行い、時代に合った商品やサービスの提供をしなければ生き残れない時代になった。また、お客様においても、店の利用動機や目的、利用方法等もネット注文や配達等へと大きく変化してくると思われる。そして令和３年においては、４月からの総額表示対応、６月からのHACCP対応、さらなる表示法改正対応、働き方改革対応等、遵守すべき法令が山積している。

日本中のほとんどの業種がコロナによって今よりさらに景気マインドが後退し、デフレ傾向もさらに深刻化するものと予想される。コロナ対策費やキャッシュレス手数料など今まで無かった経費も増加、このコロナ禍において予想外の事態にも待ったなしで対応していかなければならないので、経営環境は一段と厳しくなってくるだろう。

②各種食料品小売業／業務用を含む

令和２年はコロナによる活況があったため、相対的には減少する見通し。４月の価格表記変更（税込価格の表記）があり、価格競争が激化するのではないか。低価格戦略の強いディスカウントストアやフード、ドラッグストアが更に優勢になると予測する。

⑻燃料（LPガス）

家庭用、業務用、工業用、タクシー用等、それぞれコロナ拡大の状況下で好況・不況が別れ、現況が続けば家庭用は増加傾向、家庭用以外は芳しくない消費を辿ると予想している。ただし、昨年のような政府経済施策や数年ぶりの寒波、夏場の気象変動、コロナ感染状況の変化に伴う消費量の増減が考えられ、予想がつきにくく、企業系・販売店系によっても好不調を隔たる可能性を秘める。

12. サービス業

⑴宿泊業

①旅館・ホテル

コロナ感染が収まらない限り、観光業を推進するのは難しいのではないかと思われる。

②ホテル

景気は冷え込むことは明らかで、GOTOキャンペーンの延長が終わったところから、悪化することになると思われる。ビジネス客の出張はリモートに替わり、出張が大幅に減ることが予想され

る。ワクチンができて通常に戻るには数年を要することが予測され、元には戻らない可能性を想定しておかなければならない。テレワークやワーケーション、マイクロツーリズムなど新たなビジネスモデルに取り組み需要を起こさなければならない。

⑵情報サービス業

コロナの感染状況に左右されるが、令和３年９月１日に予定されているデジタル庁の設置に伴い、国・地方行政のIT化やDX（デジタルトランスフォーメーション）が一気に加速することになり、民間企業の新たなIT化やDXへの対応も加速していくと考えている。これに伴い、IT機器やシステム開発等の好調な引き合いが期待できる。

⑶ビルメンテナンス業

令和２年10月に、県から新たに県立高校施設管理業務が出雲地区・県央地区・浜田地区において発注され、組合で受契した。この業務は令和３年度も松江地区・雲南地区で発注される予定であり、組合として引き続き受契する方針であり、売上高増加が見込まれる。

⑷道の駅

今後も新型コロナ感染症の影響は避けられない。その中で、島根県内の道の駅が連携をして販路拡大に努めていきたい。

13. 建設業

公共事業関係費は、通常分で比較すると前年度を26億円上回る額で、前年度と同水準が確保された。地方自治体向けの防災・安全交付金は8.8%増の8,540億円。一方で社会資本整備総合交付金には13.3%減の6,311億円が計上された。また、「防災・減災、国土強靱化のための５か年加速化対策」の21年度分は、20年度３次補正予算案に計上され、今年度末から相当額の発注が見込まれ、好況が期待されているが、今後、新型コロナ対策費の影響が公共事業費に及ぶことも考えられ、しばらくは様子見の状況が続く。

14. 運輸業

物流に関するシンクタンクが12月に発表した令和３年度の国内貨物輸送量の見通しでは、営業用トラックは、景気の持ち直しを受け、総輸送量はプラスの反転も1.7%増にとどまるとした。消費関連貨物は前年度の大幅減の反動などから３％台増、生産関連貨物（一般機械、機械部品、自動車、鉄鋼、化学工業品等）は４％程度の伸びにとどまるとし、建設関連貨物は住宅投資や新築住宅着工戸数は小幅な増加にとどまり、公共投資にも増加が見込まれるものの大規模公共土木工事の執行が期待できないことから2.0%減を予測している。

地域別の国内向け出荷量の見通し（2021年１～３月期）では全国平均の荷動き指数がマイナス34、中国地方においてはマイナス39と全国９地域の内、下から３番目と予想されている。また、他のシンクタンクでは、中国５県の企業に景気見通しに関する意識調査を行った結果、「回復局面」とみる企業が13%、「踊り場局面」「悪化局面」とみる企業が６割を超え、新型コロナウイルスの収束は依然として見通せず、景気回復への足取りは鈍いものとなるとの予想をしているが、「回復局面」とした企業の割合を業種別に見ると「運輸・倉庫業」が27%と最も高いとしたが、地域的、荷種により格差が生じると思われる。

当地における貨物動向もある程度こうした予測に連動した動きとなるだろうが、貨物需要の減少が予測される中、深刻なドライバー不足に加え、とりわけ長距離輸送等においては山陰という地域的格

差もあり往復の貨物需要が少ないことが売上げの減少につながり、加えて貨物輸送量の減少に伴った同業者間の受注競争による運賃の値崩れ減少も懸念されるなど、他地域に比較して一層厳しい状況が予想される。貨物需要が薄い当県では、国、県、市町村が発注する高速道路工事関連、火力発電所、河川改修工事や一部災害復旧工事等、また、令和２年12月11日付で国が策定した「防災・減災、国土強靭化のための５か年加速化対策」による需要に期待したい。

トラック運送業界を取り巻く経営環境は、かつて無いような多方面からの課題への対応に迫られており、業界の大半を占める中小事業者が個々の経営努力だけでは解決できない諸課題が山積しているが、取り巻く多くの諸課題の解決に向け、自社の経営改善を積極的に図ることはもとより、事業者が必要とする分野への要望・陳情活動及び社会からの理解を求める広報活動の展開等、関係諸団体と協調した対応を推進していく。当組合では、組織の拡充及び強化策として組合が行う事業の活用は、一段と厳しさが増しているトラック運送事業者の経営環境の改善に非常に有効な事業（手段）となっていることから、中小事業者の経営改善対策の一環として、昨期に続き（公社）島根県トラック協会等と連携して組合事業への参加希望者の情報提供や未加入事業者への組合事業のメリットの広報等、新規加入者の獲得に向けた積極的な働きかけなどに取り組み、協同組合の更なる組織活性化、経営基盤強化を図っていく。

Ⅲ　中央会、行政庁への要望事項

繊維・同製品製造業

⑴新型コロナウイルスの流行により、実習制度においても「特定技能外国人の業務に必要な技能を身につけることを希望する」等、一定の条件を満たす場合には特定産業で就労が認められるようになったため、試験を受けることによって縫製から介護作業等への在留資格変更が可能になった。これにより、「技術を身につけることによって国際貢献に寄与する」という実習制度における大義名分はなくなったと考えている。この際、実習制度と特定技能制度に関して再考し、新しい制度を考える必要があるように思う。

⑵実習制度において、随時２級の試験が義務づけられている。しかし、合格しても何の恩恵もなく、受験する実習生も受験させる企業もモチベーションが上がらない状態。合格者には高度技能人材のような制度を設け、３～５年の就労が認められるような制度を作って欲しい。

合板製造業

⑴国の方針でもある公共建築物等の木造化をどんどん進めて欲しい。

⑵国産材の安定供給＆安定価格に対する包括的な施策を進めてもらいたい。

⑶人手不足対策として外国人労働者を適正に雇用できる施策を進めて欲しい。昨年は新型コロナウイルスの流行で全く外国人労働者を受け入れることが出来なかったため、現在の技能実習制度における合板業界の実習期間１年を少なくとも３年に早く改定して欲しい。

製材業

⑴地域の建築物の木造化・木質化機運の醸成

⑵公共建築物等における木造化・木質化の更なる推進

⑶木材の生産・加工・流通体制の整備に対する支援策の充実

⑷木造建築に係わる技術者の育成支援

⑸県産木材利用を促す支援事業の拡充

印刷・出版業

飲食業への支援策だけでなく、印刷業（製造業）にも厚く支援に取り組んでいただきたい。

プラスチック製品製造業

金型保管費用の負担や支払い条件など、下請法や独禁法に対する順法意識が大手と中堅、中小企業で大きく異なる。特に中小企業が発注側に回った際の順法意識に問題がある場合が多く、そういった企業に対する啓蒙活動を推進して頂きたい。

瓦製造業

瓦屋根標準設計・施工ガイドラインの法制化（令和３年５月告示、令和４年１月施行）に向けて国土交通省において検討されている「強風対策を目的とする屋根の耐風工事等」への下記「いのちとくらしをまもる防災減災」補助制度について、一般消費者及び関係団体・事業所への周知にお力添えをお願いしたい。

生コンクリート製造業

⑴防災・減災、国土強靭化対策予算でのコンクリート構造物の採択拡大
⑵舗装の長寿命化に向けた積極的なコンクリート舗装の採用
⑶公共事業の更なる発注時期の平準化

鋳物製造業

新型コロナウイルス感染症による経済活動の低迷状態がいつまで続くのかも見通せない状況下、企業の事業継続に向けた支援の拡充を望む。コロナの影響により事業スタイルにも変化が表れてきている中、製造業に於いてはなかなか変化・改革の難しい面も多々あるが、良いご提案を頂きたい。また、コロナ禍に於いての外国人技能実習生の雇用並びに雇用の継続ほかについてのご提案等も頂きたい。

非鉄金属製造業

客先からも本格的にBCPを求められるようになってきたため、それらに関する勉強会やセミナー等の情報を教えて欲しい。

一般機械器具製造業

令和３年は、仕事好転の兆しはあるものの、令和２年に据え置いた国税・固定資産税の支払いが発生する。支払条件によっては一挙に資金繰りが悪化するため、支払条件の緩和を願う。また、新規採用のための助成拡大を望む。

自動車・同附属品製造業

国内の景気対策として、プライマリーバランス黒字化目標を破棄もしくは延期し、政府が資金を投入して「雇用の創出」と「国内の購買意欲を盛り上げる政策」をお願いしたい。デフレ期に緊縮財政を行うのをやめ、まずはデフレ脱却となるような景気対策を行って欲しい。

少子化や人手不足を解消する為には、既存のものに少し追加する程度ではなく、ハンガリーで行っている少子化対策ぐらいインパクトがある内容でないと解消が難しいと感じている。世界の成功事例を参考にしながら日本向けに調整して実施すれば数年かけて数字にも表れてくるのではないか。明るい未来へと続くような政策を切に願う。

雇用調整助成金について、コロナ禍で売上が下がっている今、従業員の雇用を維持する力になっており、助かっている。引き続き、新型コロナウイルス終息まで継続をお願いしたい。

また消費増税について、2019年10月増税時、当時の首相はリーマンショック以上のものが来ない限りは増税する（それ以上のものがくれば増税はしない）と言われており、コロナの影響でリーマンショック以上の景気後退が現実となっている今、消費減税をお願いしたい。

自動車小売業

日本の自動車関係諸税は、外国に比べて依然としてユーザーに重い負担を強いており、特に車が生活必需品となる地方ほど大きな負担となっている。３年度の税制改正では、車体課税の見直しもあったが、まだ十分ではなく、今後もユーザーの税負担の軽減、税体系の簡素化を要望したい。

お土産品小売業

人は感染リスクとともに動かざるを得ないため、移動のリスクを限りなくゼロにできるよう、更なる指針や対策を示していただきたい。また、補助金や助成金等の情報があれば提供いただきたい。

商店街

コロナで打撃を受けた企業への支援。飲食観光のみならず、物販店舗も非常に厳しい状況。

鮮魚小売業

色々な支援策を出していただいているが、売上減少の判断基準については、前年との比較ではなく前２年または３年程度まで遡り、比較・判断していただきたい。

（水揚げ額の推移）

平成30年　56億5246万円

令和元年　42億9503万円（前年より13億5743万円の減）

令和２年　36億7518万円（前年より６億1985万円の減）

ボランタリーチェーン

既に始まっている食品表示法への対応、４月からの総額表示への対応、６月からのHACCPへの対応等、小売業店頭での課題は多く存在している。最低限対応しなければならない事項等を行政として明確に示していただけると取り組み易いと思う。

各種食料品小売業

時代の大変革に対応していくため、様々なチャレンジをしていかなければ中小企業が生き残る事は難しいと思う。それに対応できる相談窓口や資金調達などの応援体制も、今まで以上にしっかりと作って頂きたい。また地方の中小企業と地方の雇用を、しっかりと守っていけるようにして頂きたい。

旅館・ホテル

コロナ感染が収まった時に素早くPRし、誘客の手立てを打たなければならない。

ホテル

新たなビジネスモデルに着手するにあたって、手厚い補助金制度などを作って頂きたい。

情報サービス業

政府が目指そうとしているデジタル社会に後れを取らないためにも、各業界や団体へのIT化の支援やIT人材教育の充実と強化についてスピーディーな施策の検討や展開をお願いしたい。

ビルメンテナンス業

ビルメンテナンス業は典型的な地域に密着した労働集約産業であり、雇用をはじめ地域の経済活動のみならず社会発展に極めて大きな関係があるだけでなく、現在の高齢化社会や福祉社会において一定の役割が期待されている。また、ビルメンテナンスの対象施設は地域の政治、行政、文化、生活における重要拠点であることが多く、地域共有の財産であり、施設の快適利用や保全・長寿命化のためにもビル

メンテナンス業は地域にとってなくてはならない存在となっている。行政や中央会においては、こうしたビルメンテナンス業の特性や果たしている役割等を踏まえてビルメンテナンス業を地域の必要産業（地場産業）として育成していただきたい。さらに、ビルメンテナンス業務の適正な育成や的確な履行確保のためには、社会全体でダンピング受注の防止を図り、適切な維持管理を実施するための契約条件を含めた環境づくりが必要であり、当該環境形成や意識醸成のために引き続きご指導、ご鞭撻をいただきたい。

道の駅

コロナの影響で経営が悪化している。持続化給付金や雇用調整助成金の支給はあったが、それでも経営が非常に厳しいところがある。経営を維持していく上での支援をお願いしたい。また、緊急事態宣言下での休業や時短営業を考える時、設置者の行政からは何の連絡もないところが多数あった。コロナ対策と支援について、設置者・運営者との情報共有と連携の方針を明らかにして欲しい。

建設業

⑴必要かつ十分な規模での国土強靭化関係予算並びに令和２年度を大幅に上回る公共事業予算の確保。
⑵コロナ禍を克服する景気の下支え、及び公共事業を含む大規模な補正予算を早期に編成すること。
⑶新・担い手三法の趣旨を全ての公共工事発注者に周知徹底を図り、施工時期の平準化、休日・準備期間・天候等を考慮した適正な工期の設定等について確実に実施されるよう取り組むこと。
⑷適正利潤を確保するため、予定価格を適正に設定すること。また、経営の安定化に資するため、中長期的な発注見通しを示すこと。
⑸週休２日制の普及を図るため、補正係数の引き上げ、週休２日制工事の拡充・普及促進等を行うこと。
⑹建設キャリアアップシステムについて、加入企業、登録技能者双方のメリットを早急に明示すること。
⑺除雪作業について、少雪の年でも必要となる固定費を補填する措置を講じること。
⑻地元建設業への優先発注（特に山陰道関係）。
⑼山陰道の早期整備と高規格道路の４車線化工事の早期着手。
⑽担い手国保・育成支援。

運輸業

⑴トラック輸送が国民生活と経済のライフラインとしての機能を将来的にも維持し続けるため、高速道路料金の大口・多頻度割引制度の割引率実質最低50％の恒久化
⑵車両制限令違反者に対する大口・多頻度割引制度割引罰則強化（組合の共同責任等）の一部見直しの検討に関し、
　１．協同組合への共同責任の緩和
　２．違反点数累積期間の見直し
　３．道路法と道路運送車両法の整合化

［グラフ統計資料等データ出所］

「令和２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。

●内閣府「経済見通しと経済財政運営の基本的態度」
●日本銀行松江支店「山陰の金融経済動向」
●しょうゆ情報センター「醤油の統計資料」
●総務省統計局政府統計総合窓口（e－Stat）
「建築着工統計調査住宅着工統計年次2020年」
●しまね統計情報データベース
「平成27年基準鉱工業生産指数令和２年（2020）
表３島根県、中国地域及び全国の生産指数」
●経済産業省資源エネルギー庁
「揮発油販売業者数及び給油所数の推移（登録ベース）」
「給油所小売価格調査（ガソリン、軽油、灯油）」
●浜田市水産業振興協会「水揚げ推移」「どんちっちアジ水揚げ量、金額」
●島根県中小企業課「共同店舗売上月報調査結果」
●島根県観光振興課「島根県観光動態調査」
●（一社）島根県情報産業協会「ソフト系IT業界の実態調査報告」
●西日本建設業保証株式会社「公共工事動向」
●公益社団法人全日本トラック協会
「求荷求車情報ネットワーク（WebKIT）成約運賃指数について」
●令和２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。

令和２年　県内企業の景況を振り返って
－情報連絡員年間報告－

令和3年3月発行

島根県中小企業団体中央会
〒690-0886　松江市母衣町55番地4
TEL 0852-21-4809　FAX 0852-26-5686
https：//www.crosstalk.or.jp/