

A faint, light gray map of Japan serves as the background for the entire slide. The map shows the main islands and surrounding waters.

地域経済動向調査 平成30年1月

黒滝村商工会
下市町商工会
天川村商工会

目次

1. 奈良県のCI、一致指数	3
2. 個人消費：百貨店・スーパー販売額・乗用車販売台数	4
3. 生産：住宅着工	5
3. 生産：生産	6
3. 生産：設備投資	7
4. 雇用：雇用情勢	8
5. 景気：倒産	9
6. 1月の特集：近隣府県から見た奈良県観光の現状と課題	10—22

1. 奈良県のCI、一致指数 (知事公室統計課)

		当月	3ヶ月後方移動平均	7ヶ月後方移動平均
先行指数	指数	106.4	105.5	97.9
	前月差(ポイント)	▲ 5.2	4.9	2.6
	動向	3ヶ月ぶりー	5ヶ月連続＋	2ヶ月連続＋
一致指数	指数	147.2	143.1	140.2
	前月差(ポイント)	3.5	3.8	1.8
	動向	3か月連続＋	2ヶ月連続＋	3ヶ月連続＋
遅行指数	指数	99.4	98.8	98.5
	前月差(ポイント)	1.1	0.4	0.2
	動向	2ヶ月ぶり＋	2ヶ月連続＋	10ヶ月連続＋

①奈良県の10月の一致指数は 147.2 で、前月を3.5ポイント上回り、3ヶ月連続で上昇となった。3カ月後方移動平均も3.8%2カ月連続でプラスになった。CI一致指数は「改善」を示している。

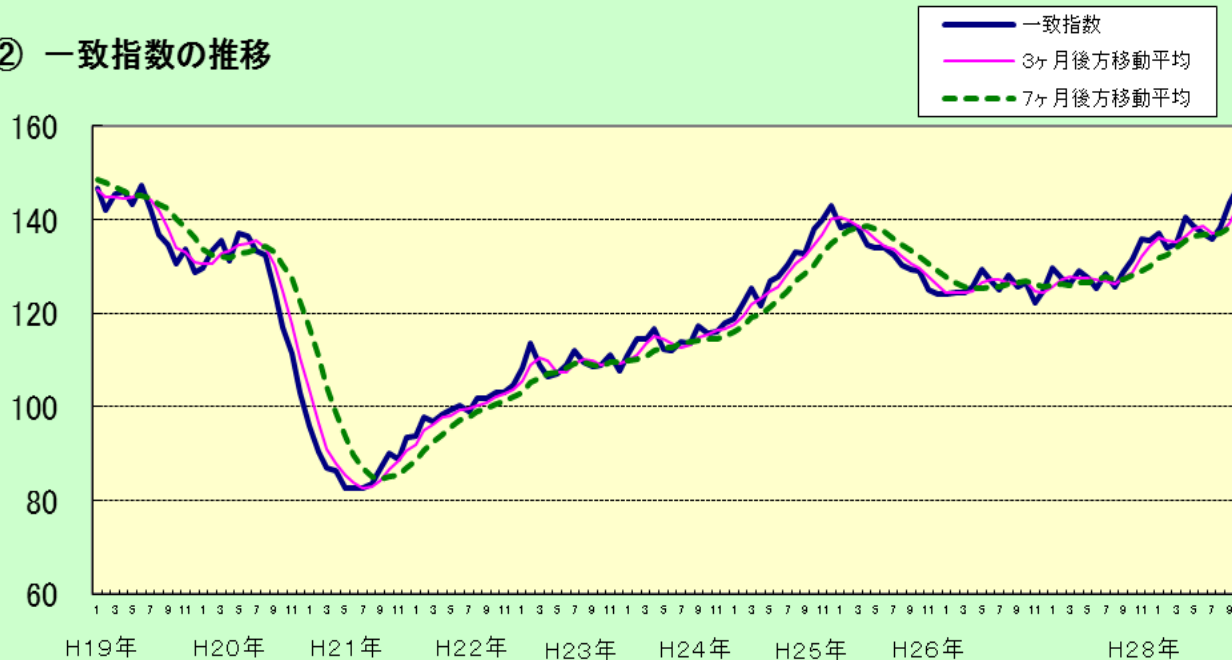
先行指数は106.4で3カ月ぶりに前月比5.2ポイントのマイナスになっている。

一致指数のプラスの主な要因は、建築着工面積、鉱工業生産指数、稼働率、実質小売販売額がプラスになったためである。

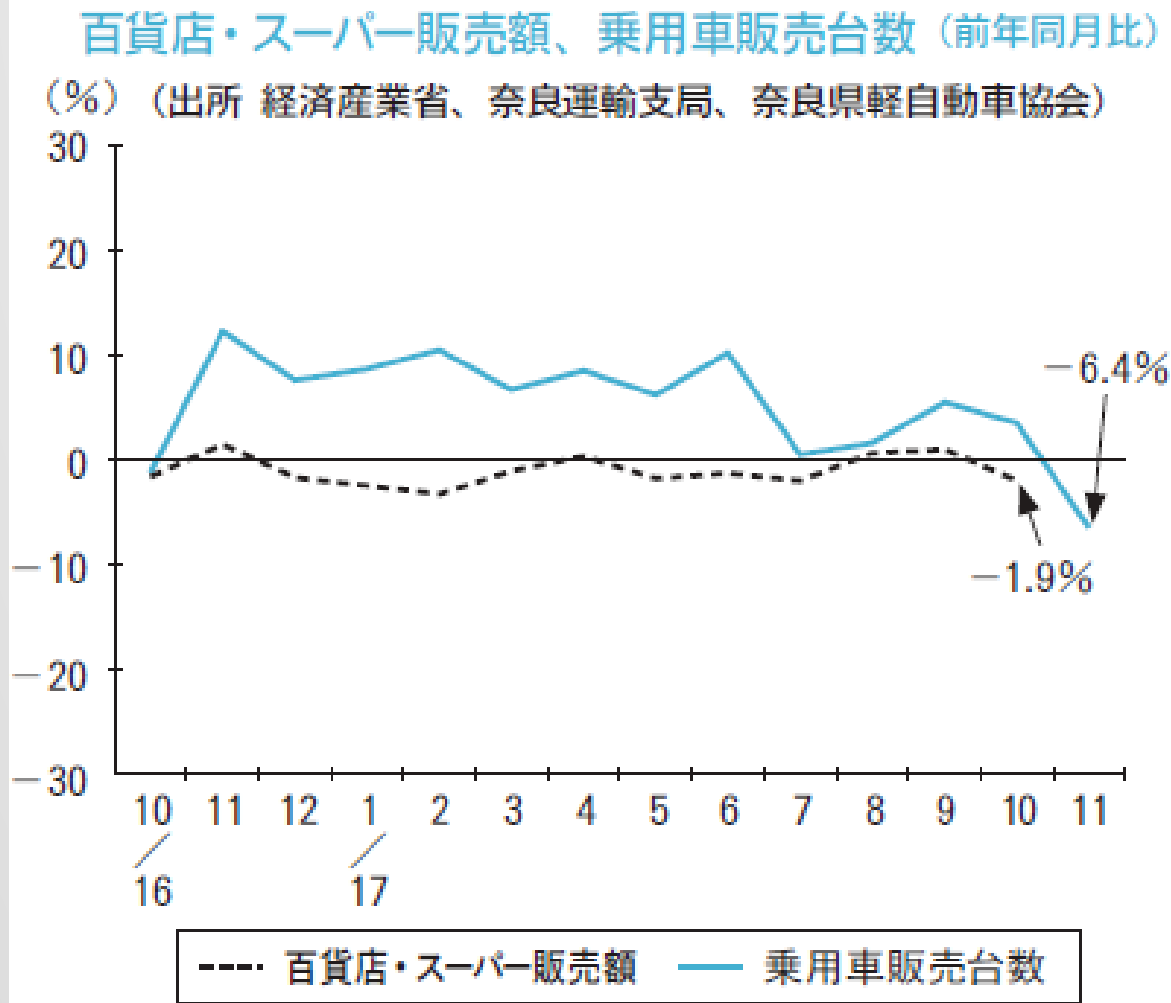
先行指数のマイナスの主な要因は、所定外労働時間数、新規求人倍率等がマイナスに転じたこと等による。

奈良県のD I一致指数は、92.9と2カ月連続で50%を上回った。10月は前月マイナスであった稼働率指数を含め全ての指数がプラスであったためである。

② 一致指数の推移



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

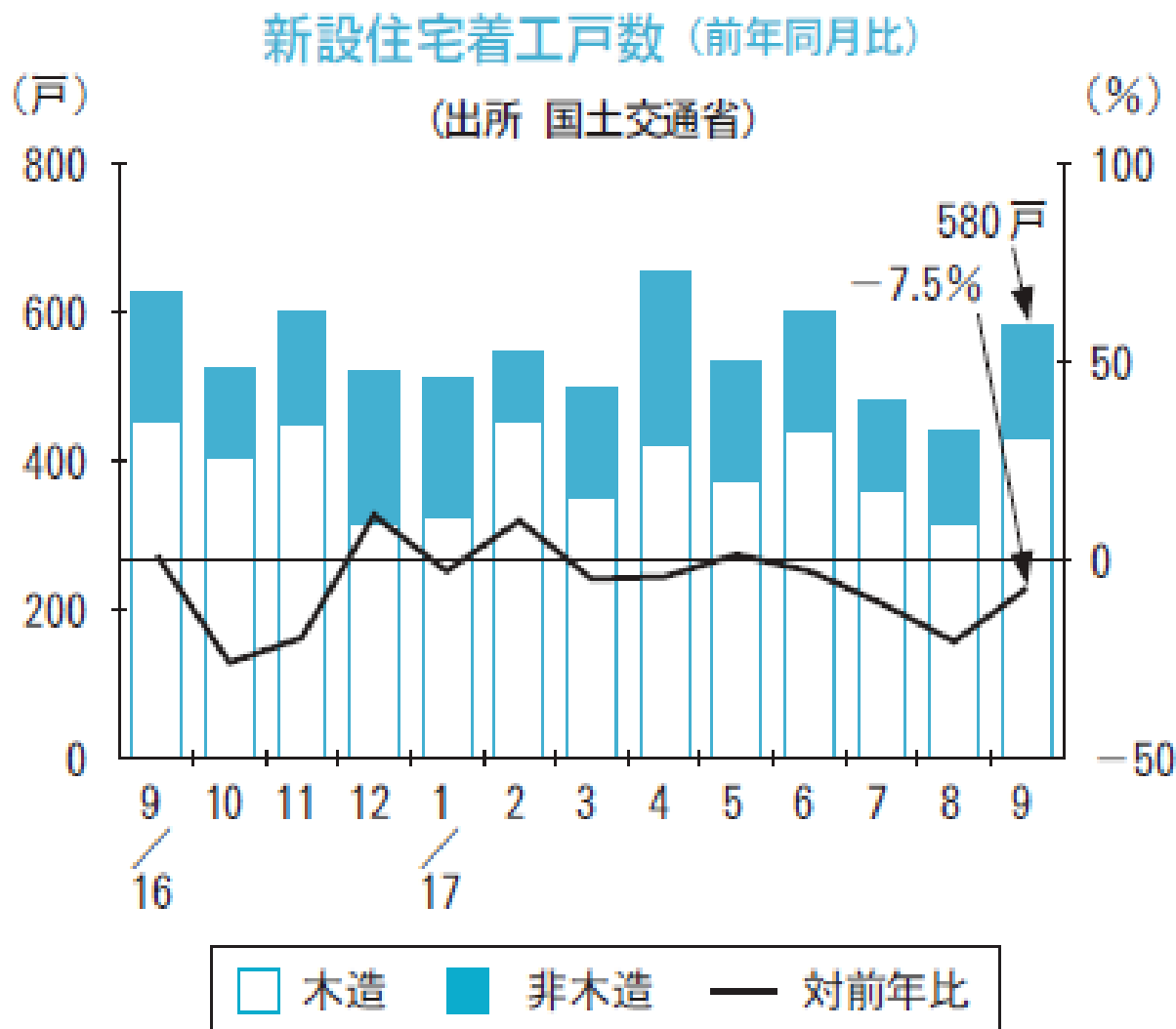


①10月の百貨店・スーパー販売額は、1.9%減の181億円で、3カ月ぶりの減少。既存店ベースでも0.4%減と3カ月ぶりの減少となった。

②内容的には衣料品は3.7%減、飲食料品が1.6%減と、いずれもマイナスとなっている。

③11月の乗用車販売台数は、6.4%減の3,424台で13カ月ぶりの減少となっている。軽乗用車は、5.5%増の1,184台と3カ月連続の増加となった。

3. 生産：住宅着工 (南都経済研究所)

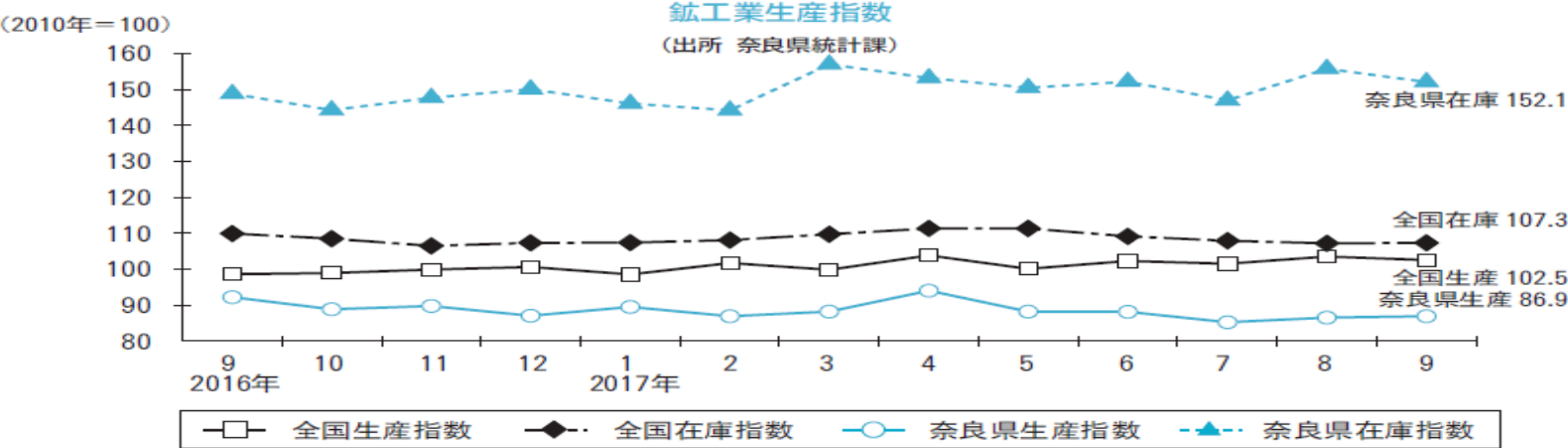


10月の新設住宅着工数は、583戸と11.3%増加し、5カ月ぶりの増加となっている。

具体的には持家は4.0%増の235戸と6カ月ぶりの増加、貸家は25.5%増の202戸と2カ月連続の増加、分譲住宅は27.0%増の146戸と8カ月ぶりの増加になっている。

国土交通省の建築動態統計によれば、平成28年10～29年9月まで1年間の県内の民間工事は前年比2.4%減となっており、年間で考えると改善しているとはいえない。

3. 生産：生産（南都経済研究所、奈良県知事公室統計課）



奈良県鉱工業生産指数、在庫指数の業種別の動き（10月）

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

業 種 名		生 産			在 庫		
		季節調整済指数		原 指 数	季節調整済指数		原 指 数
		前 月 比	指 数	前年同月比	前 月 比	指 数	前年同月比
上 昇	一 般 機 械	36.1	140.6	32.6	▲13.3	180.3	▲24.1
	化 学 工 業	17.8	146.4	23.9	5.2	126.4	15.0
	輸 送 機 械	4.9	112.1	11.3	—	—	—
	食 料 品・た ば こ	1.7	96.9	10.2	▲1.0	113.5	0.3
	電 気 機 械	42.9	5.0	▲83.6	16.4	7.1	▲69.3
	繊 維 工 業	2.3	78.4	▲3.0	5.4	119.3	12.1
	ゴ ム 製 品	2.2	73.0	3.5	4.7	107.9	19.3
低 下	印 刷 業	▲16.2	140.7	▲6.5	—	—	—
	そ の 他 製 品	▲20.4	90.5	▲15.6	x	x	x
	金 属 製 品	▲8.4	99.6	▲1.8	24.6	109.5	15.0
	プ ラ ス チ ッ ク 製 品	▲4.8	86.0	7.0	▲0.7	87.5	▲7.6
	木 材 ・ 木 製 品	▲11.8	91.2	▲0.6	▲1.0	125.6	6.5
	窯 業 ・ 土 石 製 品	▲12.2	77.3	▲35.5	▲6.0	30.0	▲9.4
	非 鉄 金 属	▲6.1	78.8	1.1	▲3.2	91.1	▲9.4
	皮 革 製 品	▲20.8	52.6	▲15.9	2.1	107.6	4.2
	パ ル プ ・ 紙 ・ 紙 加 工 品	▲1.2	119.2	0.8	0.1	222.2	15.1
	鉄 鋼 業	▲1.8	91.8	12.9	▲4.0	136.2	▲1.7

(注) x：対象企業が少いため公表されていない。

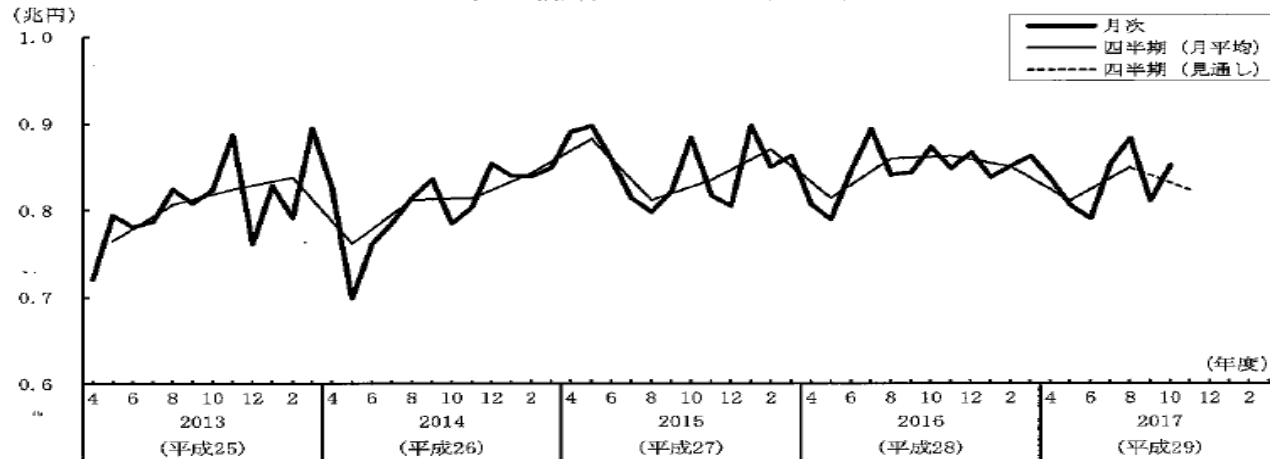
①10月の鉱工業生産指数は、93.0と前月比7.0%増で3カ月連続で上昇した。なお、2010年を100としている。

②在庫指数は、152.3で2カ月ぶりに前月比0.1%上昇した。在庫は減少したほうが、売れていることを示す。

③業種別に見てみると、木材・木製品は前月比11.8%減少している。その他の減少している業種は、印刷業、金属製品、プラスチック製品等10業種であり、上昇した業種は金属製品等7業種に止まった。

3. 生産：設備投資（内閣府）

民需（船舶・電力を除く）



（備考） 四半期（見通し）の2017年10～12月は「見通し調査（2017年9月末時点）」の季節調整値を3で割った数値。

対 前 月（期）比

（単位：％）

期・月	2016年 (平成28年)	2017年 (平成29年)				2017年 (平成29年)			
需要者	10-12月 実績	1-3月 実績	4-6月 実績	7-9月 実績	10-12月 見通し	7月 実績	8月 実績	9月 実績	10月 実績
受 注 総 額	13.4	△7.9	1.7	7.3	△1.9	4.9	8.5	△10.2	5.6
民 需	10.9	△14.4	△0.9	7.9	△8.7	1.1	6.2	△2.9	3.3
〃（船舶・電力を除く）	0.3	△1.4	△4.7	4.7	△3.5	8.0	3.4	△8.1	5.0
製 造 業	2.7	△4.2	3.7	8.2	△9.4	2.9	16.1	△5.1	7.4
非製造業（除船・電）	△1.0	0.0	△9.9	1.6	0.9	4.8	3.1	△11.1	1.1
官 公 需	13.5	△1.9	△17.6	14.8	△3.3	△3.3	17.8	△30.9	13.2
外 需	15.5	△2.2	9.6	9.2	5.6	9.1	11.5	△9.8	4.9
代 理 店	△0.1	2.2	4.2	△1.0	△2.3	△0.6	△0.6	△4.9	△0.2

（備考） 1. 季節調整値による。季節調整系列は個別に季節調整を行っているため、需要者別内訳の合計は全体の季節調整値とは一致しない。

2. △印は減少を示す。

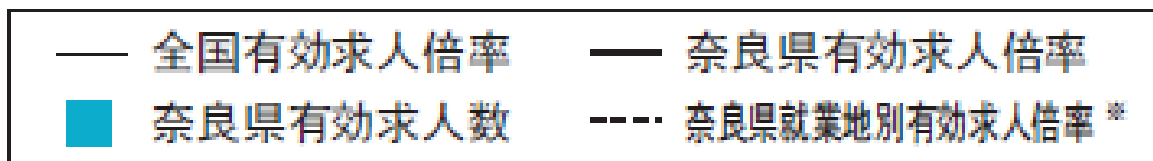
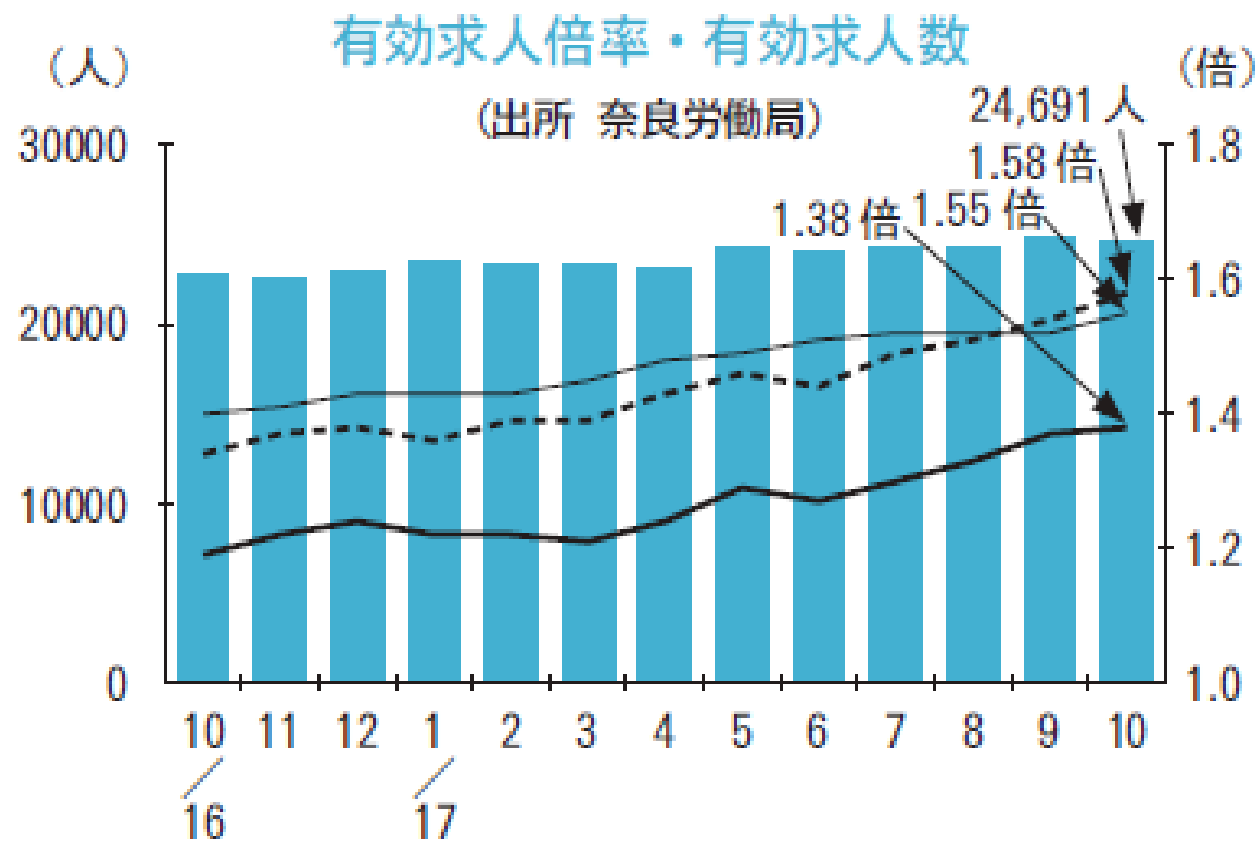
3. 見通しは2017年9月末時点の調査。

- 機械受注総額の動向をみると、2017（平成29）年10月前月比5.6%増の後、11月も同11.8%増の2兆7,411億円となった。

- 需要者別にみると、民需は前月比10.4%増の1兆1,719億円、官公需は同1.5%増の2,508億円、外需は同4.9%増の1兆1,026億円、代理店は同4.7%増の1,252億円となった。

- 民間設備投資の先行指標である「船舶・電力を除く民需」の動向をみると、2017（平成29）年10月前月比5.0%増の後、11月は同5.7%増の8,992億円となった。このうち、製造業は同0.2%減の4,206億円、非製造業（除く船舶・電力）は同9.8%増の4,808億円となった。

4. 雇用：雇用情勢（南都経済研究所、奈良労働局）



※実際の就業地が奈良県内の求人の倍率

①10月の新規求人数は8,138人で、前年同月比1.3%減と7カ月ぶりに減少した。

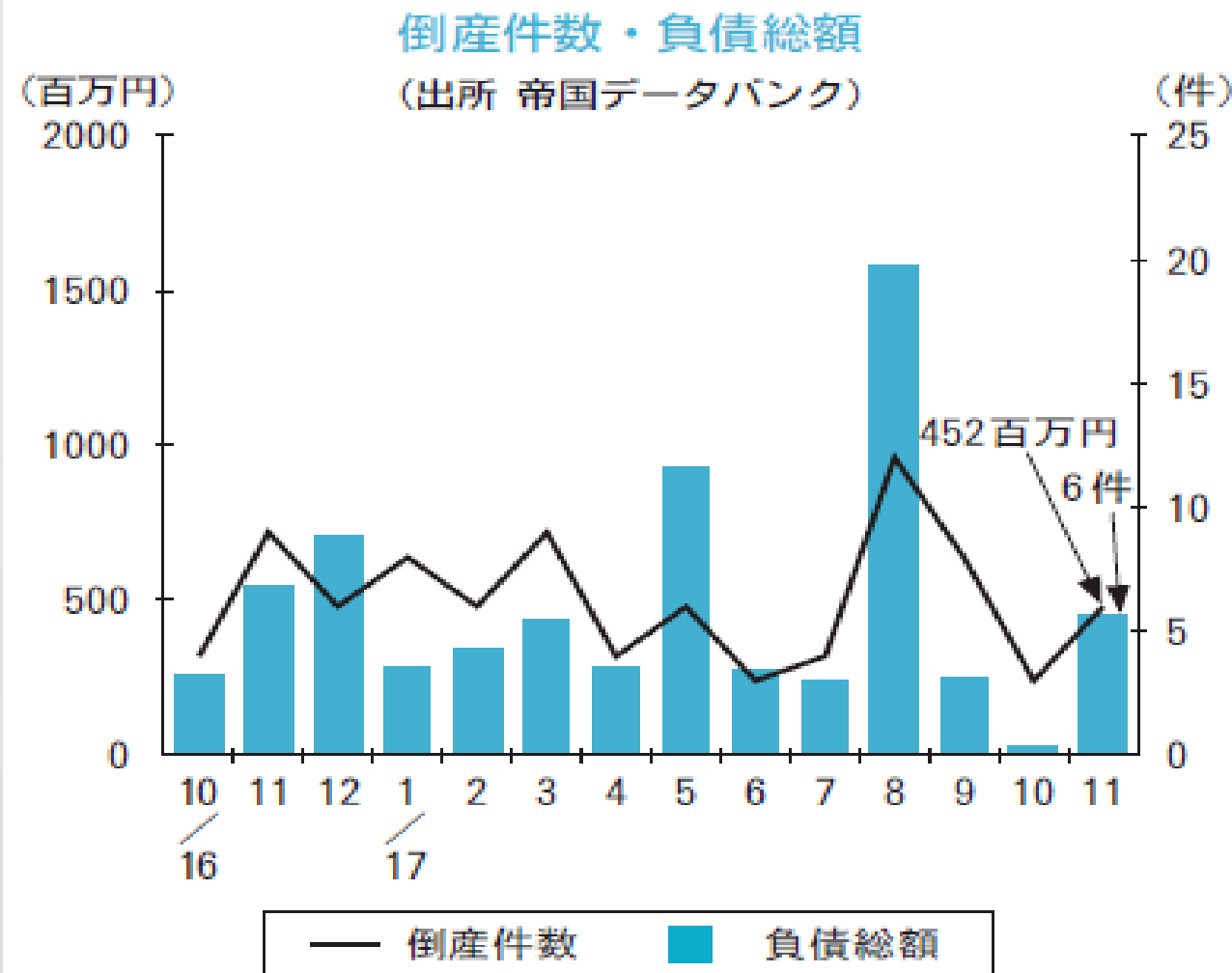
②しかし、有効求人数は24,691人で前年同月比2桁増の8.5%増と、30カ月連続で増加している。

③一方で、新規求職者数は4,064人で前年同月比9.5%減となり、2カ月ぶりに減少した。

④有効求職者数も17,920人で前年同月比6.2%減で、22カ月連続で減少となっている。

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

5. 景気：倒産（南都経済研究所、帝国データバンク）

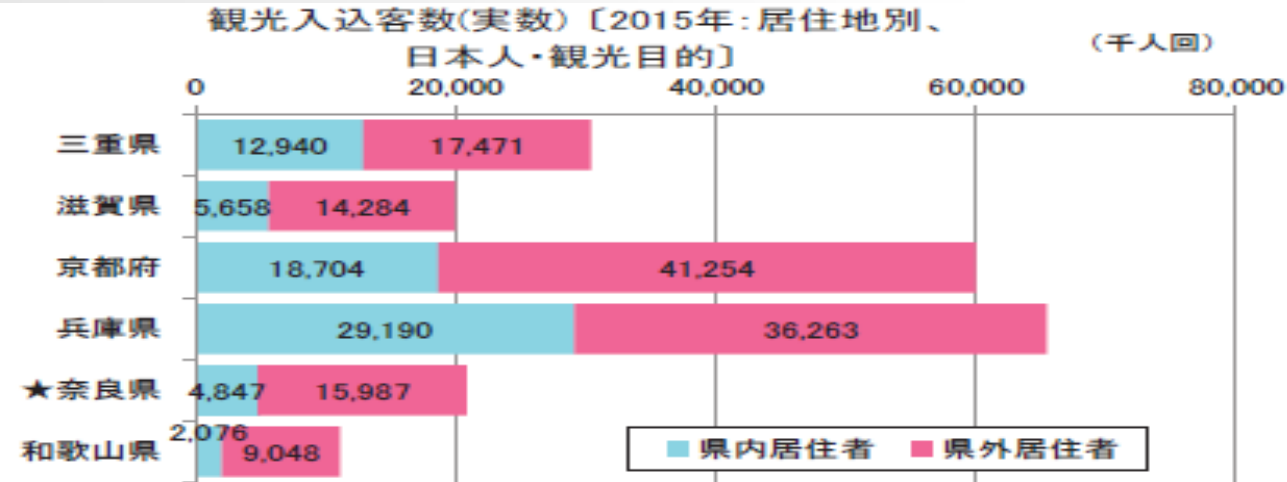


①11月の倒産件数は、前年同月比33.3%減の6件で2カ月連続の減少、3カ月連続の一桁台となった。

②負債総額も452百万円と17.2%減と3カ月連続で減となっている。負債額別では、1千万円～5千万円未満が3件、5千万円～1億円未満が2件、1億円～5億円未満が1件であった。従業員別は、全てが0～4人が4件、5人～19人が2件であった。倒産原因は、全ての倒産が、競争激化や消費動向の停滞などを背景とした販売不振であった。

③業種別では建設業が3件、小売業が2件、その他の業種が1件であった。倒産形態は、全てが自己破産であった。

6. 1月の特集：近隣府県から見た奈良県観光の現状と課題（南都経済研究所）

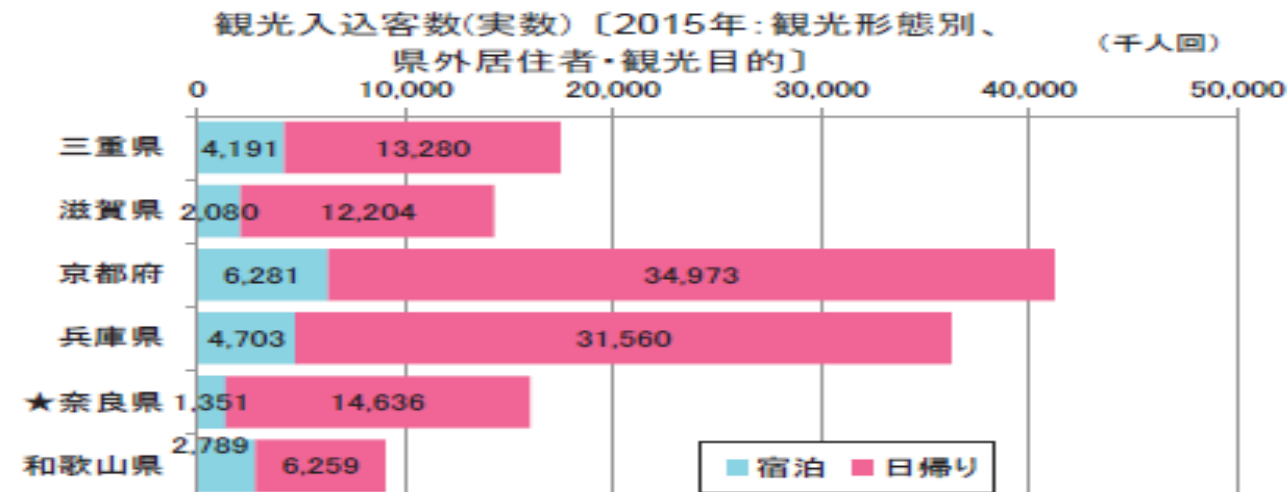


(1) 県外と県内の割合

県外が76.7%と近隣府県に比べて割合が高いと言える(全国3位)。

(2) 宿泊と日帰り

日帰りが、14,636人で観光客の91.5%と大半を占める(全国4位)。



6. 1月の特集：近隣府県から見た奈良県観光の現状と課題（南都経済研究所）

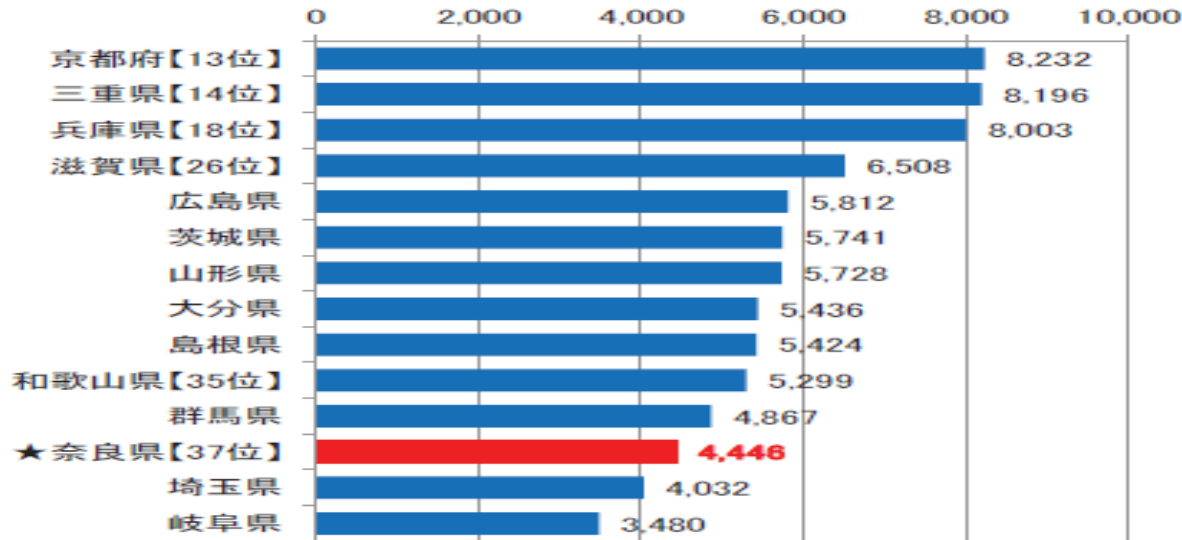
奈良県の観光消費額単価等〔2015年：居住地別〕

〔日本人・観光目的〕	県内居住者		県外居住者	
	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り
観光消費額単価（円／人回）	19,484	2,667	28,887	4,446
* 順位（39都道府県中）	20	36	14	37
* 39都道府県の平均単価（円）	22,582	4,588	29,392	7,948
* 奈良県と平均との乖離（円）	-3,098	-1,921	-505	-3,502
* 同乖離率（％）	-13.7	-41.9	-1.7	-44.1
観光入込客数（千人回）	303	4,544	1,351	14,636
* 順位（39都道府県中）	36	31	30	14
観光消費額（百万円）	5,912	12,119	39,013	65,073
* 順位（39都道府県中）	35	34	29	19

資料：観光庁「共通基準による観光入込客統計」（当研究所にて加工）

* 39都道府県平均は、観光消費額の合計を39都道府県の観光入込客数の合計で除して算出している。

日帰り観光消費額単価〔2015年：県外居住者・観光目的、下位10県及び近隣府県〕〔単価の降順〕（円）



資料：観光庁「共通基準による観光入込客統計」（当研究所にて加工）

（3）消費額

県外居住者の宿泊客の消費単価は28,887千円で他の都道府県と大きな差はない。

一方で、県外居住者の日帰り客の消費単価は4,446円で平均の7,948円の約56%と大幅なかい離がある。近隣府県に比べて最も少ない金額となっている。

6. 1月の特集：近隣府県から見た奈良県観光の現状と課題（南都経済研究所）

奈良県に対する観光地としてのプラスイメージ(良い印象)【性別・年代別、上位10項目】

* 全体より5ポイント以上 多い数値は赤字。	全体	男性					女性				
		20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60-74歳	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60-74歳
神社・仏閣、史跡などの歴史遺産が多い	67.9	47.6	60.4	69.0	64.8	79.2	58.6	67.6	63.1	74.1	76.6
自然の景勝地が多い、自然が豊か	32.3	25.7	25.1	27.4	25.3	39.7	28.7	35.8	31.9	32.0	40.1
街並みに風情がある	25.1	19.3	22.5	13.9	21.2	29.9	14.8	31.0	31.0	24.5	32.5
伝統工芸、伝統芸能などの文化遺産が多い	19.9	19.3	27.9	24.5	11.6	31.0	15.6	17.3	11.4	15.6	19.4
色んな季節に楽しめる	17.5	14.7	17.5	15.6	17.2	17.9	10.9	16.4	15.9	13.2	27.5
交通アクセスが良い	9.6	9.8	4.8	12.6	14.2	16.4	6.9	4.6	9.5	6.9	7.5
地元ならではのおいしい食べ物がある	5.4	7.3	12.9	4.2	3.0	2.0	8.6	5.9	4.6	5.5	4.2
温泉が楽しめる	4.9	5.3	5.5	4.8	5.5	5.9	1.7	5.1	6.5	3.8	4.2
観光情報が充実している	4.2	5.9	6.1	2.7	5.8	7.5	0.8	3.0	5.0	2.5	2.4
特産品や土産物が充実している	4.1	9.0	8.0	2.5	3.2	3.7	5.0	2.7	7.0	0.9	2.0

（４）プラスイメージ

最も多いのが「神社・仏閣、史跡などの歴史遺産が多い」で67.9%とダントツである。次が「自然の景勝地が多い、自然が豊か」で32.3%であり、この良いイメージをどうやって活かしていくかが課題と言える。

年代別では、男性も女性も60～74歳で自然に対するイメージが高く、50歳以上がターゲットと言える。

6. 1月の特集：近隣府県から見た奈良県観光の現状と課題（南都経済研究所）

奈良県に対する観光地としてのマイナスイメージ(悪い印象)【性別・年代別、上位10項目】

* 全体より5ポイント以上多い数値は赤字。	全体	男性					女性				
		20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60-74歳	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60-74歳
交通アクセスが悪い・不便	26.0	18.8	22.9	26.2	24.9	25.1	22.5	30.4	28.7	27.7	28.9
テーマパーク、レジャー施設が少ない	25.1	15.0	41.5	27.4	22.3	15.9	36.0	32.3	28.9	24.9	16.9
歴史遺産以外の観光スポットが少ない	17.3	20.1	22.2	18.2	17.5	20.1	15.6	12.4	15.8	19.7	13.6
地元ならではのおいしい食べ物が少ない	16.5	13.3	11.5	16.4	16.0	23.4	11.2	11.0	12.3	19.3	21.6
周遊観光がしにくい	15.6	12.7	12.8	19.2	9.1	20.0	8.9	17.4	12.7	15.5	19.6
夜の観光や楽しみが少ない	15.0	17.2	19.5	18.7	13.0	17.6	10.2	14.9	12.1	17.1	10.8
観光情報が少ない	14.8	9.6	23.9	12.2	5.8	10.0	15.2	16.7	13.2	12.6	23.9
楽しめる温泉が少ない	14.3	6.3	14.7	15.4	15.1	26.1	6.6	5.8	8.1	17.5	17.1
良い宿泊施設が少ない	13.2	13.3	13.9	14.8	13.0	20.8	5.5	7.0	5.4	16.4	16.1
飲食店が少ない	11.7	11.3	9.8	18.3	10.3	12.1	6.9	6.7	11.5	11.6	13.7

（５）マイナスイメージ

最も悪いのが「交通アクセスが悪い・不便」で26.0%で、次が「テーマパーク、レジャー施設が少ない」で25.1%となっている。

また、ターゲットと考えられる60～74歳では「地元ならではのおいしい食べ物が少ない」という悪いイメージが高い。

駅からのアクセスをどうするか、おいしい食材探しが課題と言える。

6. 1月の特集：近隣府県から見た奈良県観光の現状と課題（南都経済研究所）

今後、是非、観光に訪れたいと思うエリア（複数回答）

*全体より5 ポイント以 上多い数 値は赤字。	県北部	県西部	県東部	県南部	いずれへ も訪れた いとは思 わない
全 体	42.1	17.6	26.5	38.0	21.5
男性20歳代	34.8	23.3	20.4	28.1	32.0
男性30歳代	45.3	23.7	26.9	37.6	21.1
男性40歳代	37.4	18.8	20.8	39.5	26.4
男性50歳代	36.9	13.1	22.6	49.5	20.5
男性60-74歳	39.7	11.2	27.5	41.8	19.0
女性20歳代	49.7	14.5	11.1	17.4	39.0
女性30歳代	44.0	17.4	23.2	37.0	24.5
女性40歳代	42.2	14.5	28.3	33.9	18.5
女性50歳代	45.9	21.7	30.5	43.4	18.1
女性60-74歳	44.8	20.7	39.6	42.7	10.4

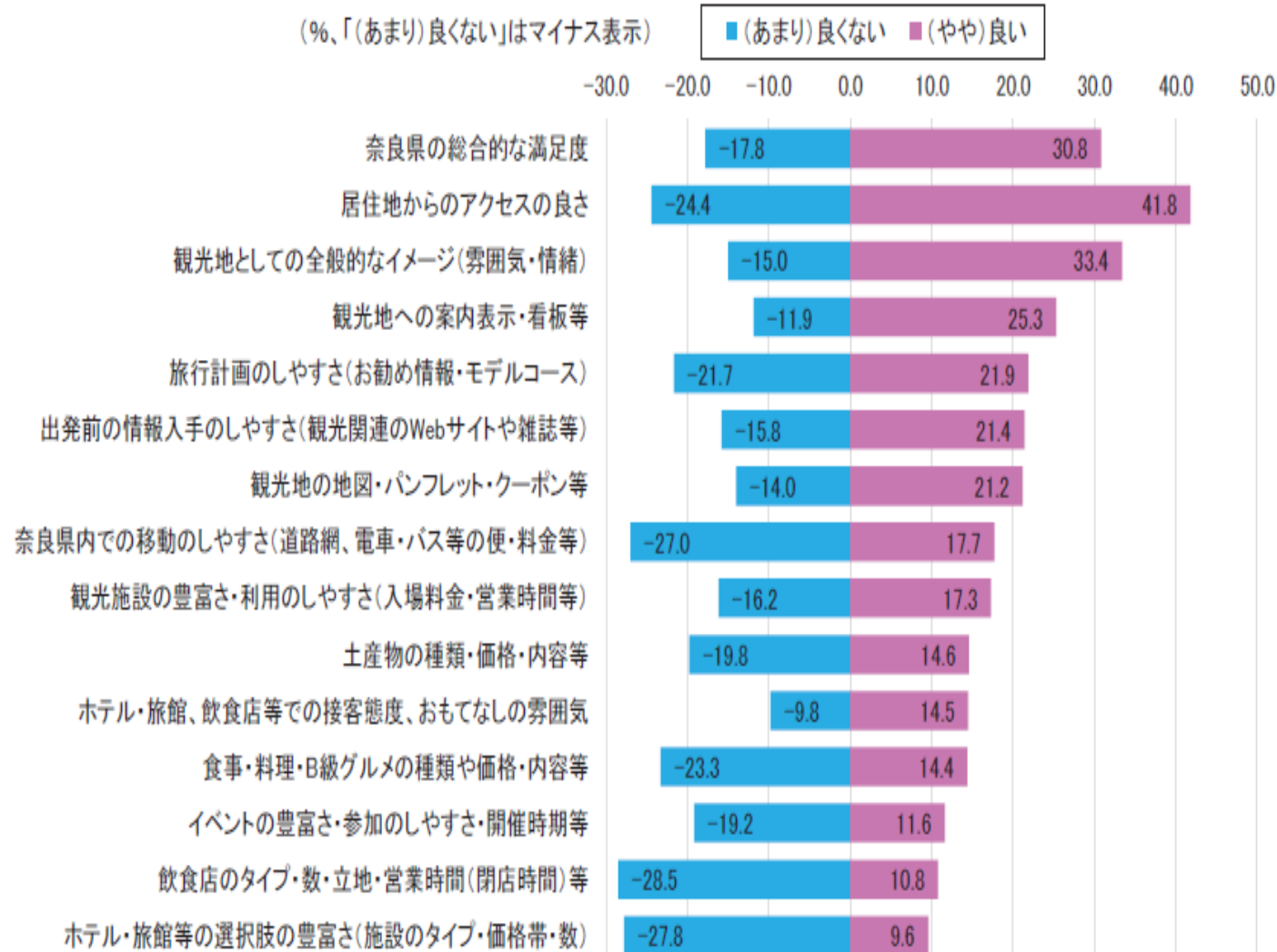
（6）観光に訪れたいエリア

県南部を訪れたいと考える層は、男性女性共に50歳代が最も多く、60歳～74歳も40%を超えており他の地域よりも高い。

ここからも、50歳を超える夫婦が来て、お金を使いたくなるような仕掛けが必要であると言える。

6. 1月の特集：近隣府県から見た奈良県観光の現状と課題（南都経済研究所）

奈良県の観光地としての評価〔他府県との比較〕〔2項目以降は「(やや)良い」の降順〕



(7) 観光地としての評価

左記の下 の 2 つ、飲食店と宿泊施設が課題と言える。何れも良いと言うイメージが10%程度しかない。また、下から4番目も食事に関するものである。その他「土産物の種類・価格・内容等」も良くないイメージが上回っている。

一方で「居住地からのアクセスの良さ」が良いというイメージでは最も多く41.8%あり、この利点を活かす必要がある。

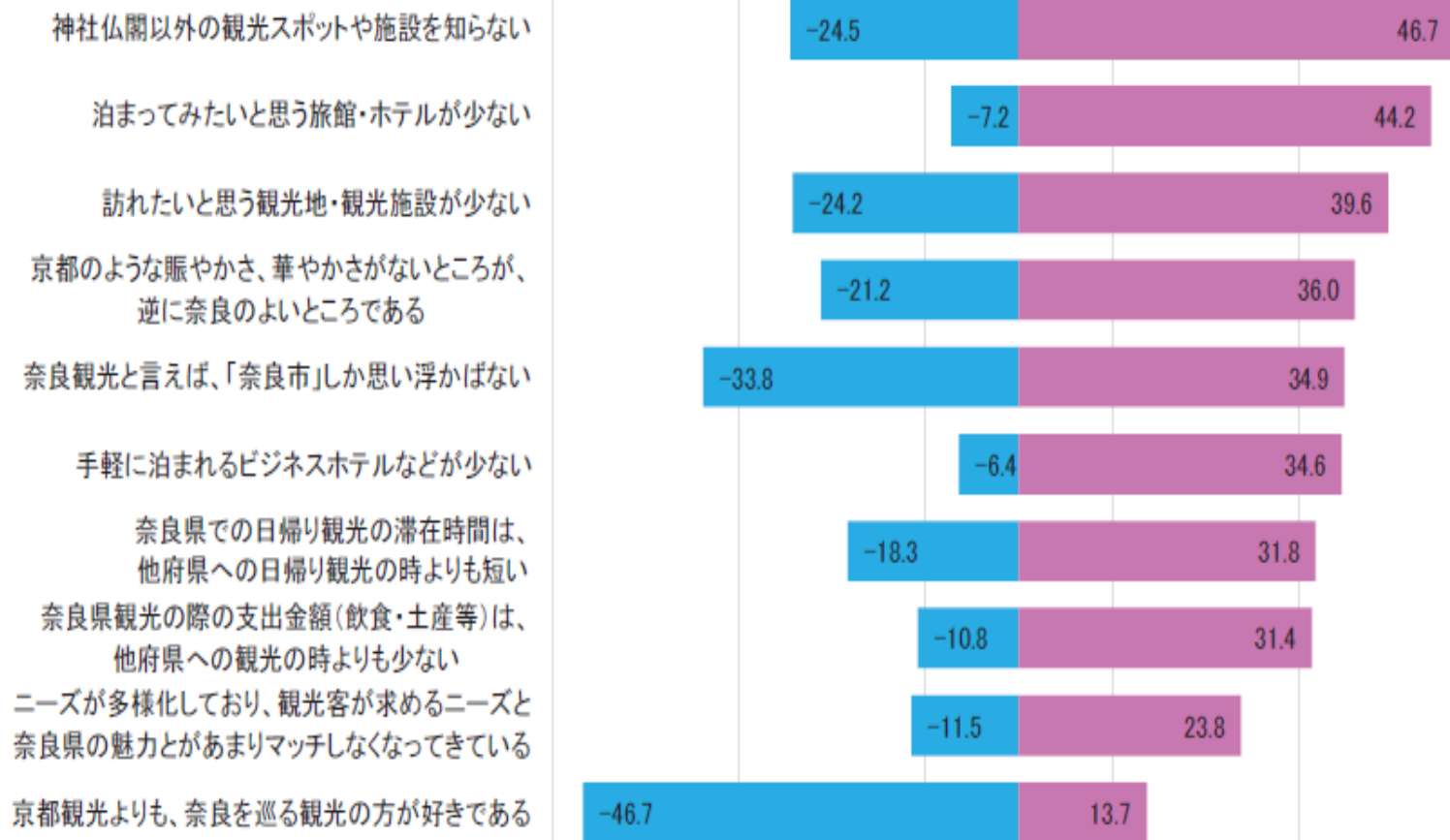
6. 1月の特集：近隣府県から見た奈良県観光の現状と課題（南都経済研究所）

奈良県観光に関する考え方・行動等【「(やや)そう思う」の降順】

(%、「(あまり)そう思わない」はマイナス表示)

■ (あまり)そう思わない ■ (やや)そう思う

-50.0 -30.0 -10.0 10.0 30.0 50.0

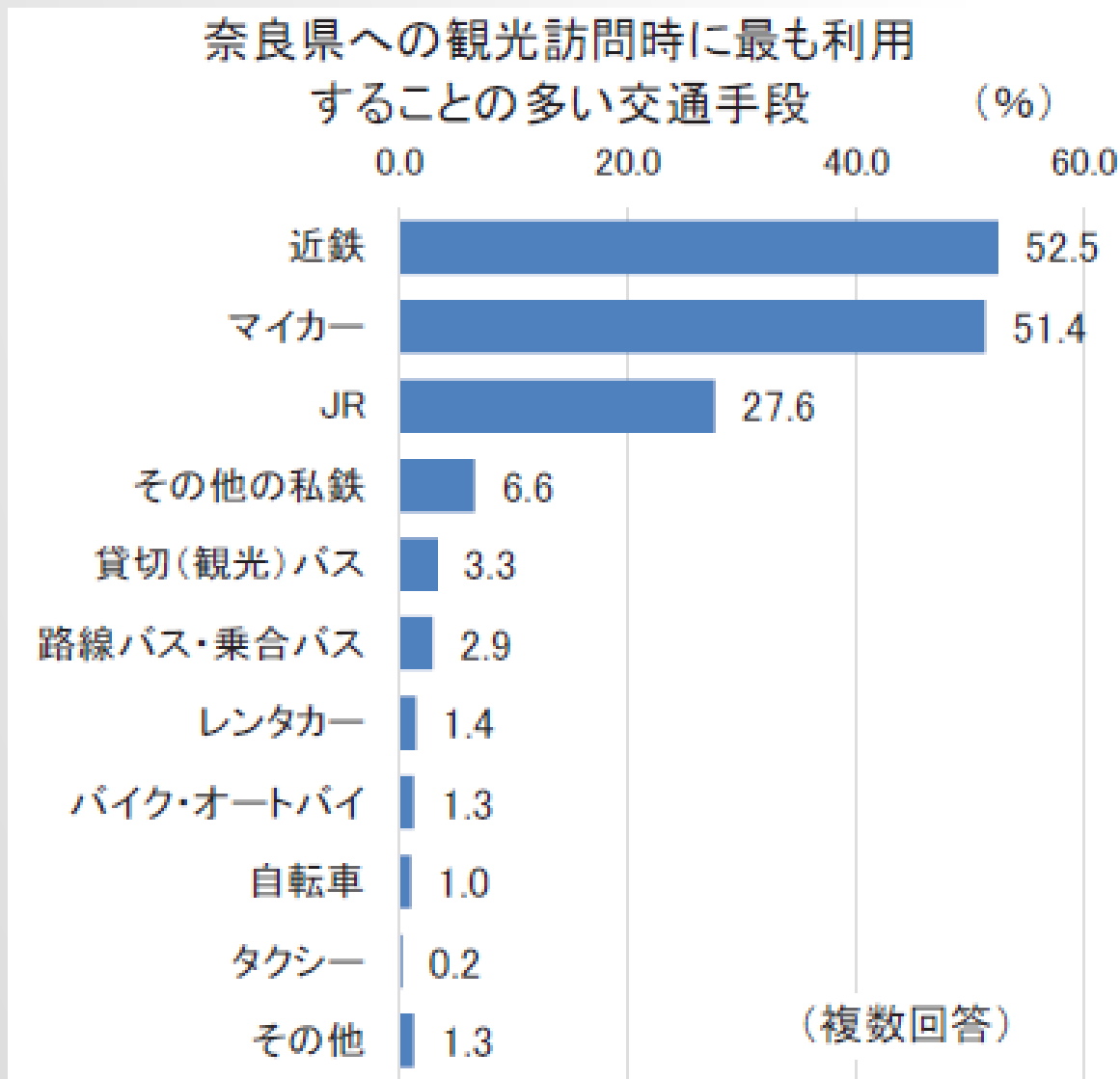


(8) 考え方・行動等

上位2つ「神社仏閣以外の観光スポットや施設を知らない」「泊ってみたいと思う施設・ホテルが少ない」という課題が、宿泊客の割合が少ない、あるいは、日帰り客の消費単価が低い要因と考えられる。

如何に観光資源をアピールし、宿泊施設の良さをアピールできるかが課題と言える。

6. 1月の特集：近隣府県から見た奈良県観光の現状と課題（南都経済研究所）



(9) 交通手段

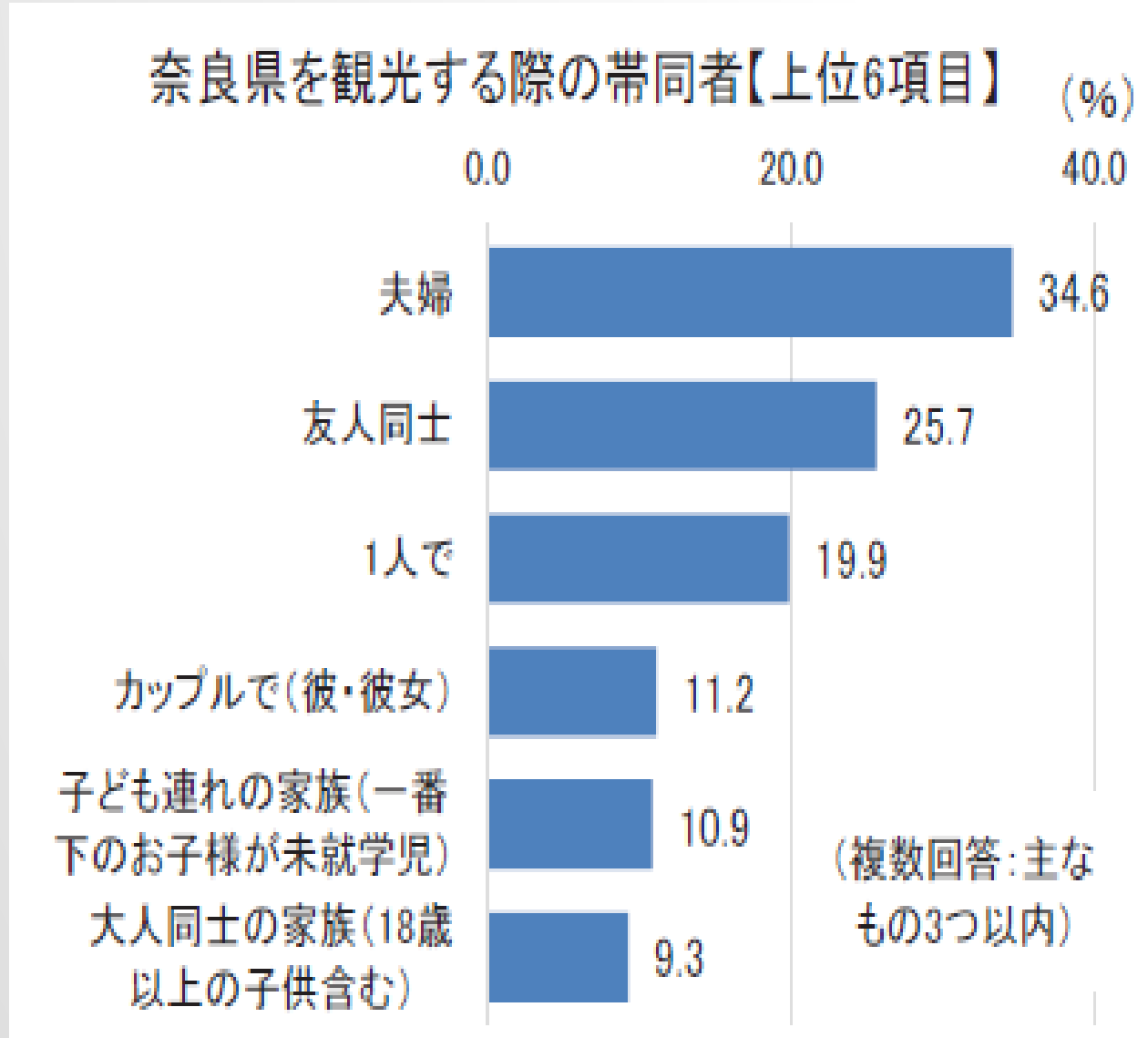
近鉄がマイカーを上回っていること、貸切バス、路線バスの利用が極端に少ないことが読み取れる。

駅からの交通手段をどうするか、また、観光バスで来てもらえるような企画が必要だと言える。

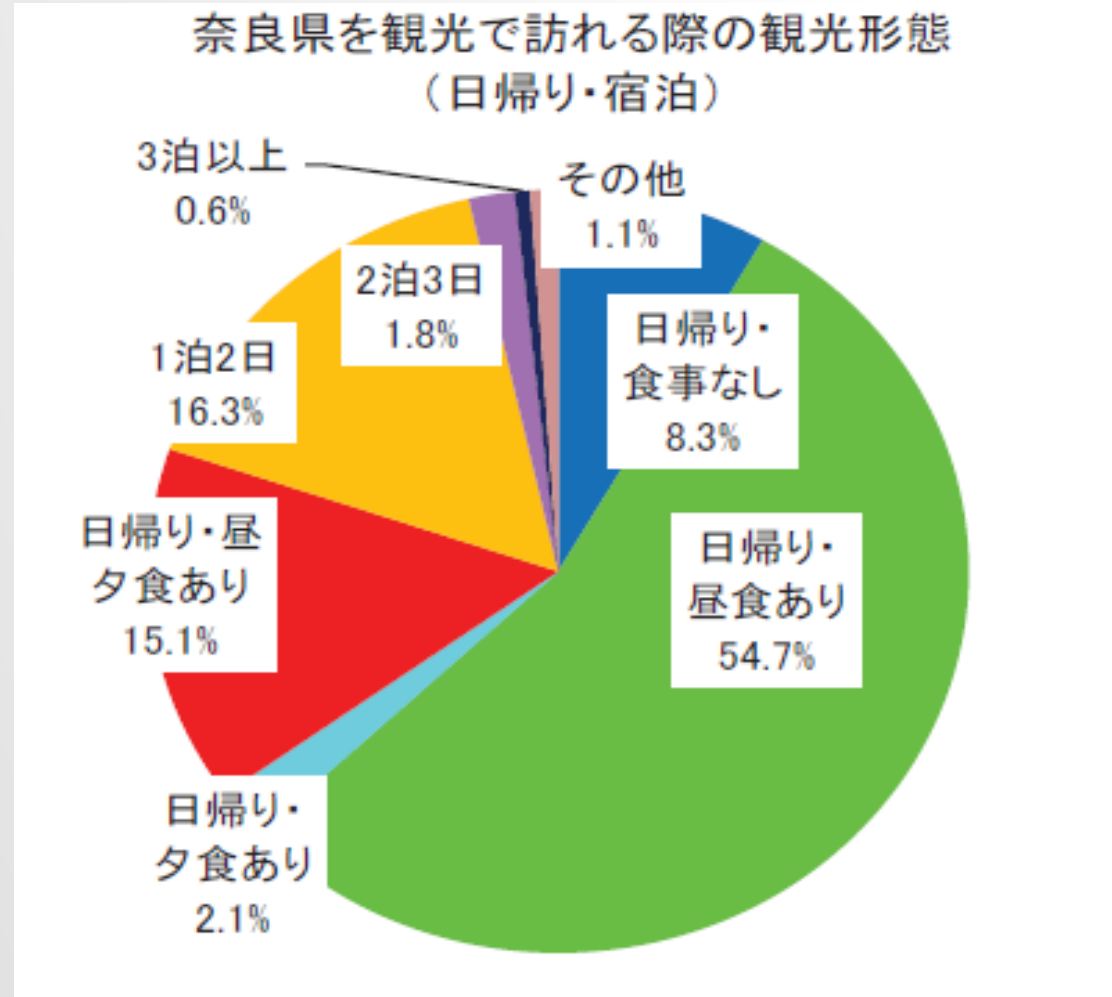
6. 1月の特集：近隣府県から見た奈良県観光の現状と課題（南都経済研究所）

（１０） 帯同者

夫婦が34.6%と最も多い。この割合は高齢者になれば子供連れが少なくなることからもっと高いものと推測される。



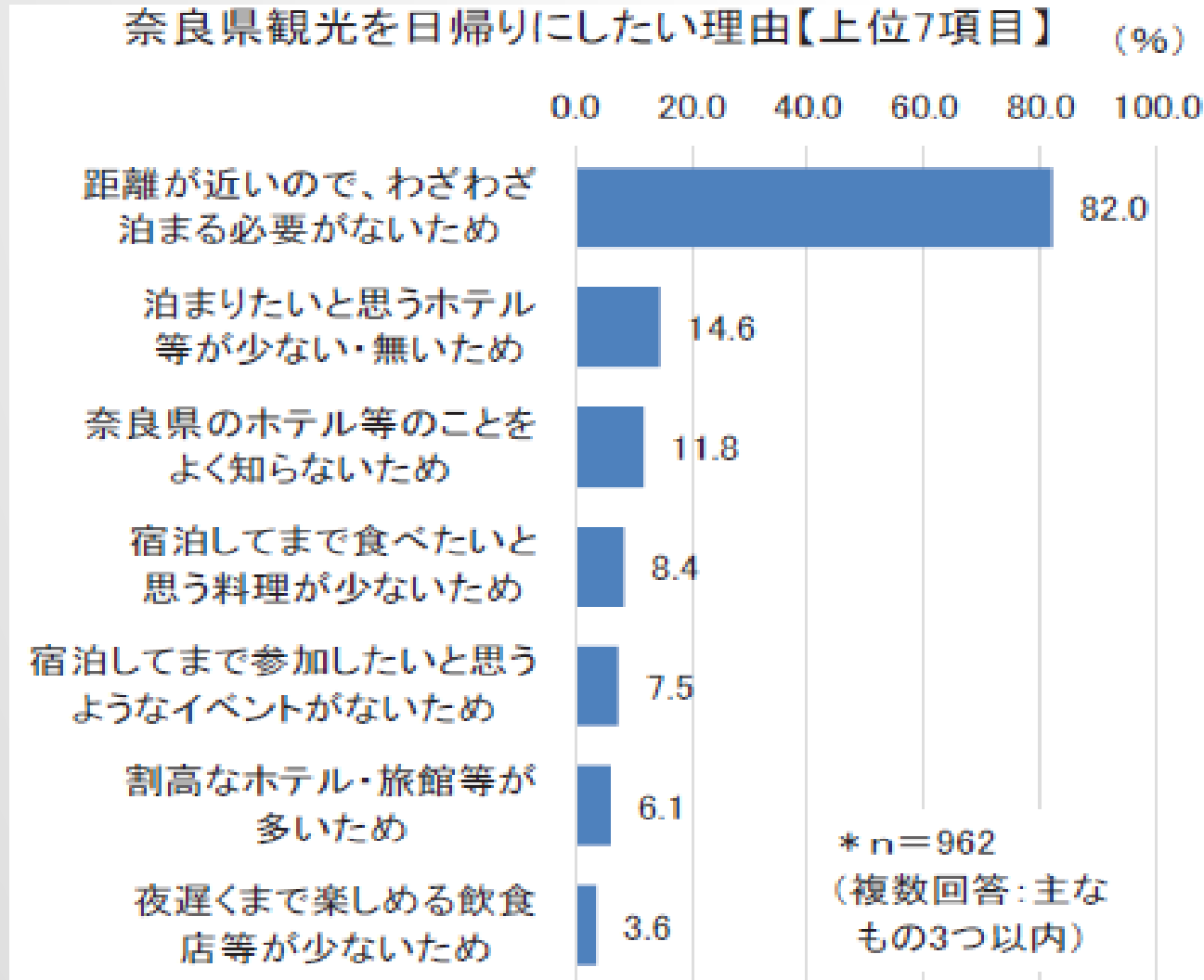
6. 1月の特集：近隣府県から見た奈良県観光の現状と課題（南都経済研究所）



(1 1) 観光形態

54.7%が「日帰り・昼食あり」で過半数を占める。また、「日帰り・夕食あり」「日帰り・昼・夕食あり」を加えると71.9%となり、飲食店、料理の重要性が読み取れる。

6. 1月の特集：近隣府県から見た奈良県観光の現状と課題（南都経済研究所）



（１２）日帰りにしたい理由

近隣であるという理由以外では、「泊まりたいと思うホテル等が少ない・無いため」が最も多く、また「宿泊してまで食べたいと思う料理がないため」という理由も上位に入っている。

ここからも、宿泊施設、飲食店、料理、という課題が読み取れる。

6. 1月の特集：近隣府県から見た奈良県観光の現状と課題（南都経済研究所）

奈良県観光で最も重視・期待すること【性別・年代別、上位6項目】

* 全体より5ポイント以上多い 数値は赤字。	文化的 な名所 旧跡を 見ること	自然景 観を見 ること	おいし いものを 食べる こと	観光・ 文化施 設を訪 れること	温泉に 入ること	街や都 市を訪 れること
全 体	41.3	12.1	11.2	9.1	6.0	5.2
男性20歳代	26.3	8.3	22.1	6.6	3.4	10.3
男性30歳代	35.6	11.2	15.6	6.6	7.3	7.3
男性40歳代	40.8	9.8	13.0	10.0	10.8	4.5
男性50歳代	44.6	10.2	5.3	9.2	11.2	3.3
男性60-74歳	57.9	12.6	2.9	7.9	5.5	3.3
女性20歳代	27.1	13.1	21.6	11.5	0.8	7.9
女性30歳代	35.3	11.7	16.2	8.9	2.9	5.1
女性40歳代	33.6	18.4	12.8	9.4	4.3	3.7
女性50歳代	41.1	10.2	16.8	7.4	7.5	4.1
女性60-74歳	51.0	12.9	1.2	11.7	5.5	5.5

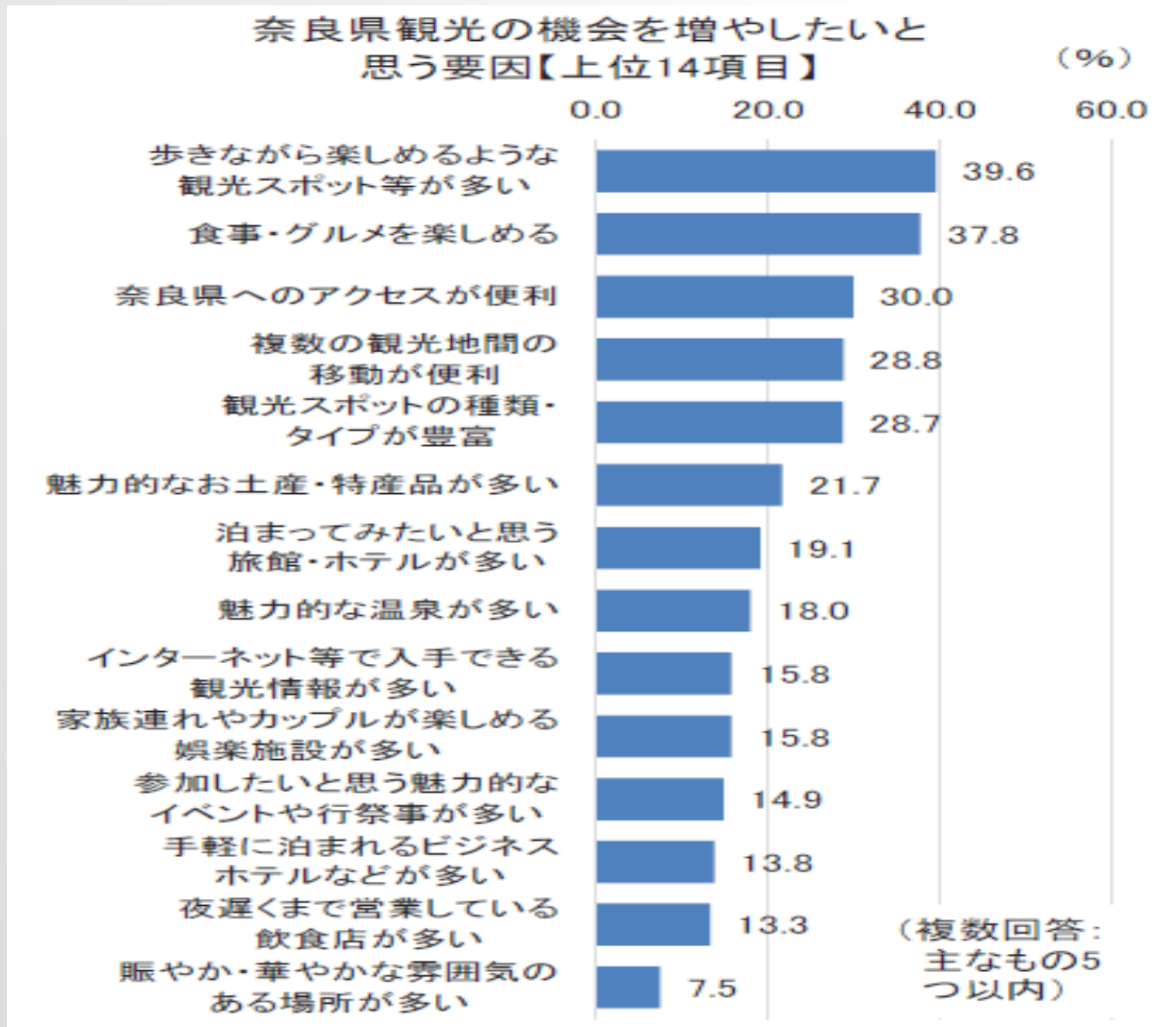
（13）重視・期待すること

全体では「文化的な名所旧跡をみること」が41.3%とダントツである。

50歳以上で見えてみると、自然景観は男女共高く、男性では温泉、女性ではおいしいものを食べることが上位に来る。

自然を活かしながらの温泉と料理が課題と言える。

6. 1月の特集：近隣府県から見た奈良県観光の現状と課題 (南都経済研究所)



(14) 機会を増やしたい要因

当地域で重要な点として、「歩きながら楽しめる観光スポット」「食事・グルメ」「移動手段」「お土産」「宿泊施設」というキーワードが読み取れる。

移動手段については、すぐに解決できないが、食事やお土産については、各自の工夫で解決できる可能性があると言える。