

筑波銀行

# 調査情報

2010年9月号 No.28

## 1. 茨城県内企業経営動向調査

調査実施時点 2010年9月

調査対象期間 2010年7～9月

2010年10～12月、2011年1～3月見通し

調査の方法 郵送による記名式アンケート

調査対象 弊社取引先茨城県内企業 934社

回答企業数 427社

## 2. 茨城県の経済概況

## 3. 産業レポート

茨城県の石材地場産業の現状と課題

山形カロッツェリア研究会にみる地場産業産地の革新

# 目次

## 茨城県内企業経営動向調査（2010年9月）

1. 概況 .....	1
2. 項目別総括表 .....	2
3. 業種別景況天気図 .....	3
4. 業種別動向と見通し	
(1) 自社業況判断D I .....	5
(2) 売上・生産D I、受注D I .....	6
(3) 販売価格D I、仕入価格D I .....	7
(4) 取引条件（受取(回収)D I、支払D I） .....	8
(5) 金融（資金繰りD I、長期・短期借入難易D I） .....	9
(6) 在庫D I .....	10
(7) 経常利益D I .....	10
(8) 雇用D I .....	11
(9) 設備投資 .....	12
(10) 経営上の問題点 .....	14
5. 地域別の状況 .....	15

## 茨城県の経済概況（2010年9月中） .....

17

## 茨城県の経済金融動向（2010年9月中）

概 要 .....	18
個人消費・住宅建築 .....	19
公共工事・生産活動 .....	20
雇用情勢・企業倒産 .....	21

## 産業レポート

茨城県の石材地場産業の現状と課題 .....	22
山形カロツェリア研究会にみる地場産業産地の革新 .....	30

# 茨城県内企業経営動向調査 (2010年9月)

## 1. 概況

### (1) 2010年7～9月期実績

**景況天気図** (売上・生産 DI、経常利益 DI、資金繰り DI の平均値で表した茨城県内企業の全産業の景況感) は、前回調査 (2010年4～6月) と同じ「曇り」となった。平均値は△21 で前回調査実績より2ポイント悪化し、5期ぶりに改善が止まった。

**地域別の景況天気図** は、鹿行地域と県央地域が「雨」となり、県南地域、県西地域、県北地域は「曇り」となった。県央地域は「曇り」から「雨」となり、他の地域の天気図は前回調査と同じとなった。

**自社業況判断 DI** は、全産業で△25.5 となり前回調査実績に比べ1.0ポイント「悪化」超幅が拡大し、製造業は△14.8 となり14.8ポイント「悪化」超幅が拡大し、非製造業は△30.1 となり同5.2ポイント「悪化」超幅が縮小した。

**設備投資** を実施した企業の割合は19.9%で前回調査実績より0.9ポイント増加した。設備投資の目的は前回調査実績同様「現有設備の維持更新」が最多となった。

**経営上の問題点** の第1位は引続き「売上・生産の停滞、減少」となった。

### (2) 2010年10～12月期、2011年1～3月期見通し

**景況天気図** は、全産業で2010年10～12月期、2011年1～3月期は「曇り」となる見通しである。

**自社業況判断 DI** は、全産業で2010年10～12月期、2011年1～3月期は、「悪化」超幅が縮小する見通しである。

**資金繰り DI** は全産業で2010年10～12月期、2011年1～3月期は、「悪化」超幅が縮小する見通しである。

**設備投資** を実施する企業の割合は、2010年10～12月期は減少し、2011年1～3月期は更に減少する見通しである。

### (3) 調査企業

調査企業数は934社、うち回答企業は427社

製造業 125	非製造業 302			
県南地域 148	県西地域 139	鹿行地域 49	県央地域 29	県北地域 62

#### 回答企業の状況

- 製造業 29.2%、非製造業 70.7%
- 県南地域 34.6%、県西地域 32.5%
- 鹿行地域 11.4%、県央地域 6.7%
- 県北地域 14.5%

(小数点第1位以下を切り捨て表示)

### (4) DI (ディフュージョン・インデックス) の算出

前年同期に比較して「好転」・「増加」・「上昇」した (もしくはする見通し) と回答した企業の割合から、「悪化」・「減少」・「低下」した (もしくはする見通し) と回答した企業の割合を差し引いて算出する。

## 2. 項目別総括表

		前々回調査実績 2010/1～3	前回調査実績 2010/4～6	今回調査実績 2010/7～9	見通し 2010/10～12	見通し 2011/1～3
1	自社業況判断	△ 32.1	△ 24.5	<b>△ 25.5</b>	△ 22.8	△ 16.0
2	売上・生産	△ 32.6	△ 20.3	<b>△ 22.1</b>	△ 21.6	△ 14.2
	受注	△ 13.6	△ 10.0	<b>△ 20.5</b>	△ 24.1	△ 15.9
3	販売価格	△ 37.8	△ 21.9	<b>△ 29.3</b>	△ 24.9	△ 18.5
	仕入価格	△ 4.4	15.7	<b>8.6</b>	3.1	4.8
4	受取(回収)条件	△ 6.5	△ 6.8	<b>△ 6.6</b>	△ 4.2	△ 4.2
	支払条件	0.7	0.0	<b>1.0</b>	1.2	1.2
5	資金繰り	△ 19.9	△ 15.0	<b>△ 17.1</b>	△ 14.8	△ 11.6
	長期借入難易	△ 11.7	△ 11.8	<b>△ 11.9</b>	△ 10.4	△ 8.9
	短期借入難易	△ 11.6	△ 11.1	<b>△ 11.5</b>	△ 11.3	△ 9.2
6	在庫	△ 14.2	△ 11.9	<b>△ 12.1</b>	△ 2.8	△ 2.8
7	経常利益	△ 34.5	△ 22.2	<b>△ 24.2</b>	△ 23.2	△ 14.0
8	雇用	9.6	10.7	<b>5.9</b>	0.7	1.7
※前年同期比較によるDI						
9	設備投資	17.2%	19.0%	<b>19.9%</b>	17.1%	13.1%
10	経営上の問題点	2010/7～9調査の第1位は:売上・生産の停滞・減少				

※ 設備投資の2010年10～12月、2011年1～3月は計画

- **自社業況判断DI**は△25.5と前回調査実績に比べ1.0ポイント「悪化」超幅が拡大した。
- **売上・生産DI**は△22.1と前回調査実績に比べ1.8ポイント「減少」超幅が拡大した。
- **受注DI**は△20.5と前回調査実績に比べ10.5ポイント「減少」超幅が拡大した。
- **販売価格DI**は△29.3と前回調査実績に比べ7.4ポイント「低下」超幅が拡大した。
- **仕入価格DI**は8.6と前回調査実績に比べ7.1ポイント「上昇」超幅が縮小した。
- **受取(回収)条件DI**は△6.6と前回調査実績に比べ0.2ポイント「悪化」超幅が縮小した。
- **支払条件DI**は1.0と「好転」超となり前回調査に比べ1.0ポイント「好転」超幅が拡大した。
- **資金繰りDI**は△17.1と前回調査実績に比べ2.1ポイント「悪化」超幅が拡大した。
- **長期借入難易DI**は△11.9となり、前回調査実績に比べ0.1ポイント「困難」超幅が拡大した。
- **短期借入難易DI**は△11.5となり前回調査実績に比べ0.4ポイント「困難」超幅が拡大した。
- **在庫DI**は△12.1と前回調査実績に比べ0.2ポイント「過剰」超幅が拡大した。
- **経常利益DI**は△24.2と前回調査実績に比べ2.0ポイント「減少」超幅が拡大した。
- **雇用DI**は5.9と前回調査実績に比べ4.8ポイント「過剰」超幅が縮小した。
- **設備投資を実施した企業の割合**は19.9%と前回調査実績に比べ0.9ポイント増加した。
- **経営上の問題点**は、第1位「売上・生産の停滞、減少」、第2位「製品・商品安」、第3位「資金繰り悪化」となった。

### 3. 業種別景況天気図

(1) 業種別景況天気図 [「売上・生産」・「経常利益」・「資金繰り」DIの平均値]

	全産業	製造業	食料品	繊維	木製材	金属製品	機械	その他製造業	非製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸業	情報通信業	サービス業 飲食業
	2009年 7～9月 実績	△ 47	△ 51	△ 13	0	△ 8	△ 64	△ 59	△ 62	△ 45	△ 53	△ 45	△ 36	△ 60	△ 58
2009年 10～12月 実績	△ 42	△ 33	△ 3	△ 67	△ 29	△ 58	△ 24	△ 40	△ 46	△ 48	△ 64	△ 46	△ 55	△ 40	△ 34
2010年 1～3月 実績	△ 29	△ 12	△ 21	△ 33	△ 17	△ 12	△ 7	△ 10	△ 36	△ 37	△ 39	△ 40	△ 40	△ 11	△ 31
2010年 4～6月 実績	△ 19	3	3	33	△ 4	6	12	△ 5	△ 29	△ 34	△ 17	△ 33	△ 21	△ 17	△ 28
<b>2010年 7～9月 実績</b>	△ 21	△ 7	△ 19	17	40	△ 6	△ 16	△ 1	△ 27	△ 43	△ 25	△ 33	△ 18	△ 7	△ 16
2010年 10～12月 見通し	△ 20	△ 16	△ 12	17	0	△ 17	△ 12	△ 26	△ 21	△ 31	△ 14	△ 26	△ 16	△ 7	△ 16
2011年 1～3月 見通し	△ 13	△ 8	△ 6	0	△ 13	6	△ 10	△ 17	△ 16	△ 25	△ 12	△ 11	△ 18	△ 13	△ 13

※小数点第1位を四捨五入

	快晴	……	100～	30
	晴れ	……	29～	10
	薄曇り	……	9～	△5
	曇り	……	△6～	△30
	雨	……	△31～	△100

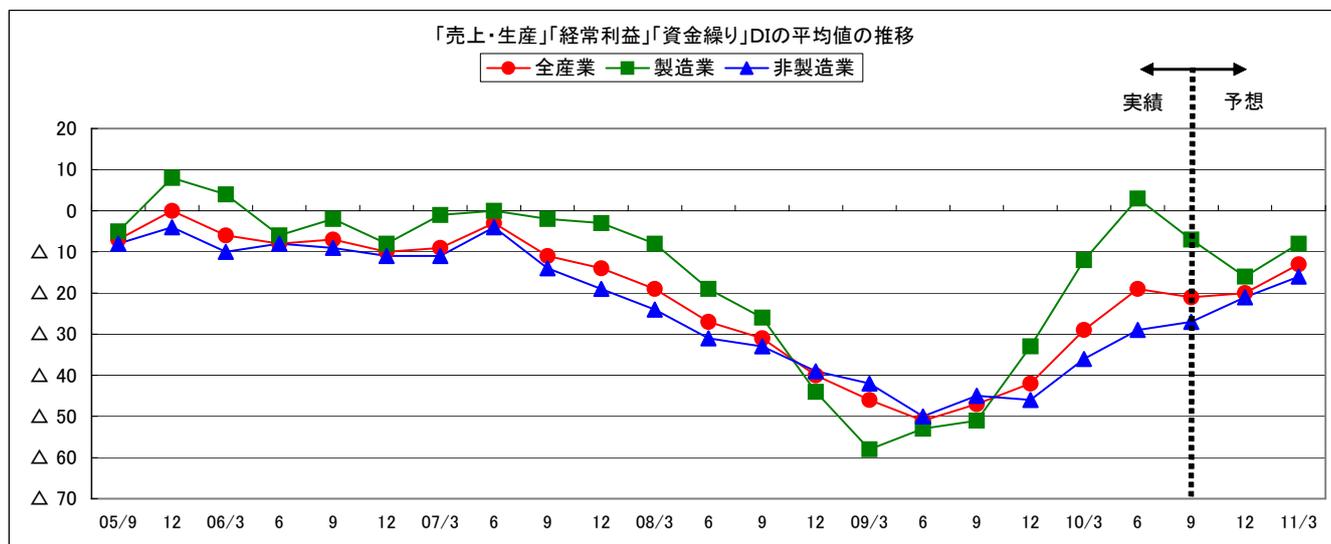
(2) 「売上・生産」・「経常利益」・「資金繰り」DIの平均値  
(天気図に表すための平均値)

	前々回調査実績 2010/1~3	前回調査実績 2010/4~6	今回調査実績 2010/7~9	見通し 2010/10~12	見通し 2011/1~2
全産業	△ 19	△ 19	<b>△ 21</b>	△ 20	△ 13
製造業	3	3	<b>△ 7</b>	△ 16	△ 8
食料品	3	3	<b>△ 19</b>	△ 12	△ 6
繊維	33	33	<b>17</b>	17	0
木材・木製品	△ 4	△ 4	<b>40</b>	0	△ 13
金属製品	6	6	<b>△ 6</b>	△ 17	6
機械	12	12	<b>△ 16</b>	△ 12	△ 10
その他製造業	△ 5	△ 5	<b>△ 1</b>	△ 26	△ 17
非製造業	△ 29	△ 29	<b>△ 27</b>	△ 21	△ 16
建設業	△ 34	△ 34	<b>△ 43</b>	△ 31	△ 25
卸売業	△ 17	△ 17	<b>△ 25</b>	△ 14	△ 12
小売業	△ 33	△ 33	<b>△ 33</b>	△ 26	△ 11
運輸業	△ 21	△ 21	<b>△ 18</b>	△ 16	△ 18
情報通信業	△ 17	△ 17	<b>△ 7</b>	△ 7	△ 13
サービス業・飲食業	△ 28	△ 28	<b>△ 16</b>	△ 16	△ 13

※小数点第1位四捨五入

(3) 業種別景況天気図の前回調査との比較

	前回調査実績 2010/4~6	今回調査実績 2010/7~9	前回調査との比較
全産業	△ 19 	<b>△ 21</b> 	△ 2
製造業	3 	<b>△ 7</b> 	△ 10
非製造業	△ 29 	<b>△ 27</b> 	2



#### 4. 業種別動向と見通し

##### (1) 自社業況判断D I

	2010/1~3	2010/4~6	2010/7~9		2010/10~12		2011/1~3
	前々回 調査実績	前回 調査実績	今回 調査実績	前回 見通し	今回 見通し	前回 見通し	今回 見通し
全産業	△ 32.1	△ 24.5	<b>△ 25.5</b>	△ 11.0	△ 22.8	△ 4.4	△ 16.0
製造業	△ 10.7	0.0	<b>△ 14.8</b>	10.2	△ 21.8	10.3	△ 16.5
食料品	△ 26.3	△ 12.0	<b>△ 43.5</b>	4.3	△ 18.2	9.1	△ 4.3
繊維	0.0	0.0	<b>0.0</b>	0.0	0.0	0.0	△ 33.3
木材・木製品	0.0	16.7	<b>40.0</b>	16.7	△ 20.0	33.3	0.0
金属製品	△ 18.5	7.4	<b>△ 6.9</b>	11.1	△ 7.1	18.5	0.0
機械	△ 3.7	12.0	<b>△ 8.0</b>	16.0	△ 24.0	16.0	△ 24.0
その他製造業	△ 4.5	△ 8.1	<b>△ 16.2</b>	8.3	△ 36.1	△ 2.8	△ 33.3
非製造業	△ 41.3	△ 35.3	<b>△ 30.1</b>	△ 20.1	△ 23.2	△ 10.8	△ 15.7
建設業	△ 42.1	△ 41.1	<b>△ 40.3</b>	△ 26.4	△ 26.3	△ 15.7	△ 20.5
卸売業	△ 42.3	△ 21.7	<b>△ 28.6</b>	△ 4.3	△ 11.4	4.5	△ 2.9
小売業	△ 51.6	△ 43.3	<b>△ 41.0</b>	△ 13.3	△ 35.6	△ 8.5	△ 6.8
運輸業	△ 32.3	△ 25.9	<b>△ 16.7</b>	△ 22.2	△ 13.3	△ 18.5	△ 20.0
情報通信業	△ 33.3	0.0	<b>△ 40.0</b>	0.0	△ 20.0	25.0	△ 60.0
サービス業・飲食業	△ 36.1	△ 33.3	<b>△ 17.3</b>	△ 24.1	△ 20.3	△ 11.5	△ 19.0

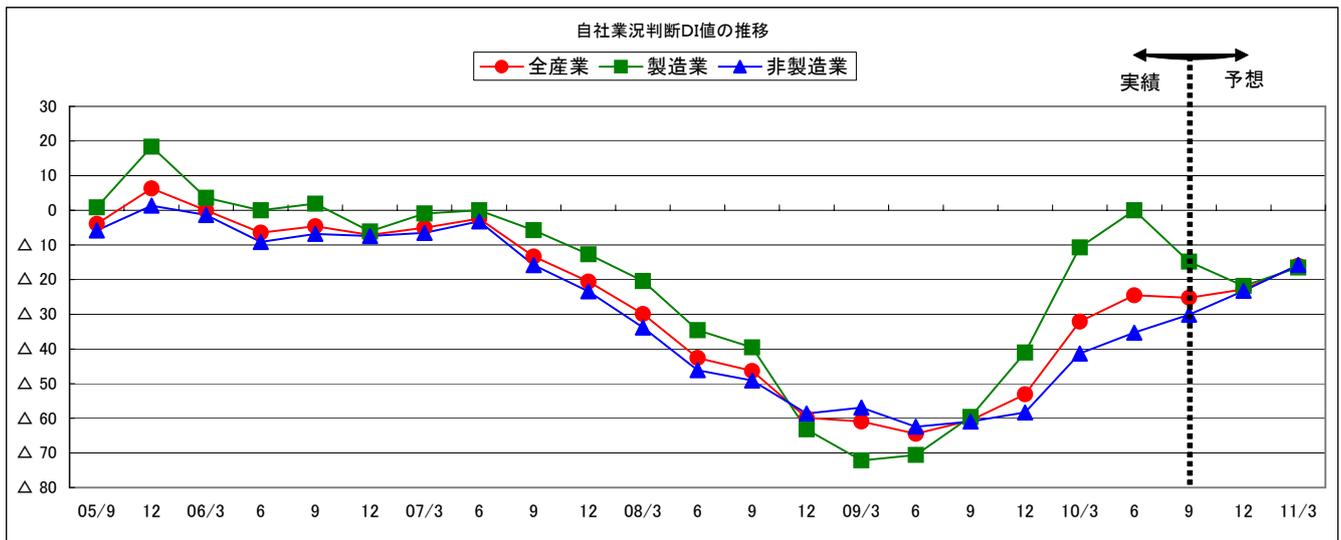
※自社業況判断D I = 「好転」企業割合 - 「悪化」企業割合

##### ① 自社業況判断D Iは「悪化」超幅が拡大

自社業況判断D Iの全産業は△25.5と前回調査実績に比べ1.0ポイント「悪化」超幅が拡大した。製造業は△14.8と前回調査実績に比べ「悪化」超幅が14.8ポイント「悪化」超幅が拡大し、非製造業は△30.1と同5.2ポイント「悪化」超幅が縮小した。

##### ② 今後、製造行は「悪化」超幅が拡大する見通し

今後は、全産業と非製造業では「悪化」超幅が縮小し、期が進むにつれ「悪化」超幅が更に縮小し、製造業では「悪化」超幅が拡大し、期が進むにつれ「悪化」超幅が縮小する見通し。



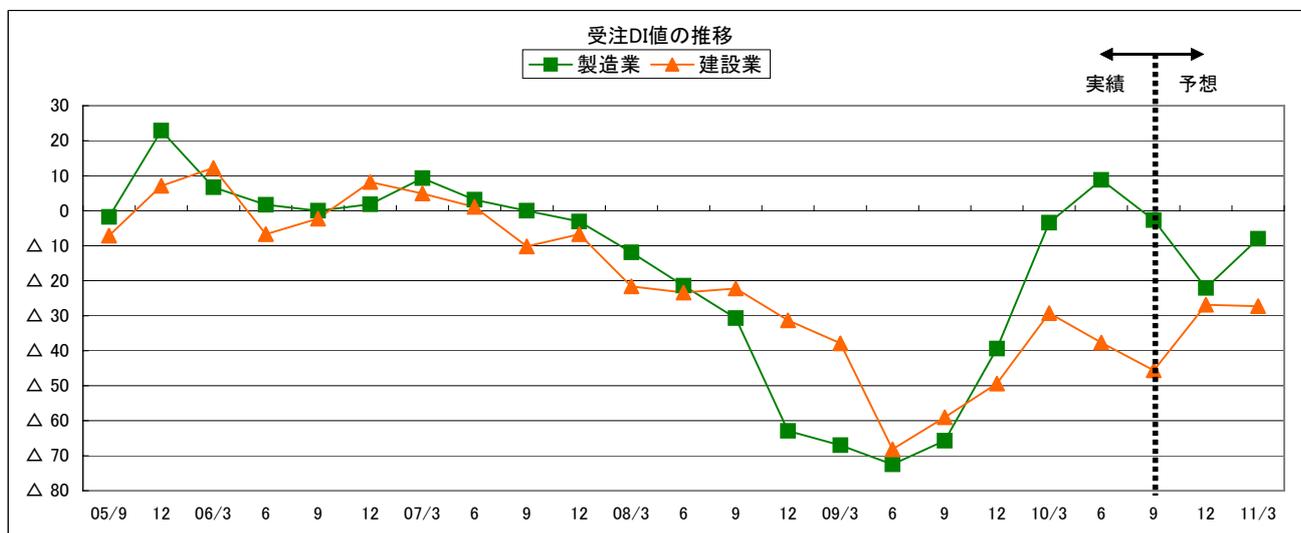
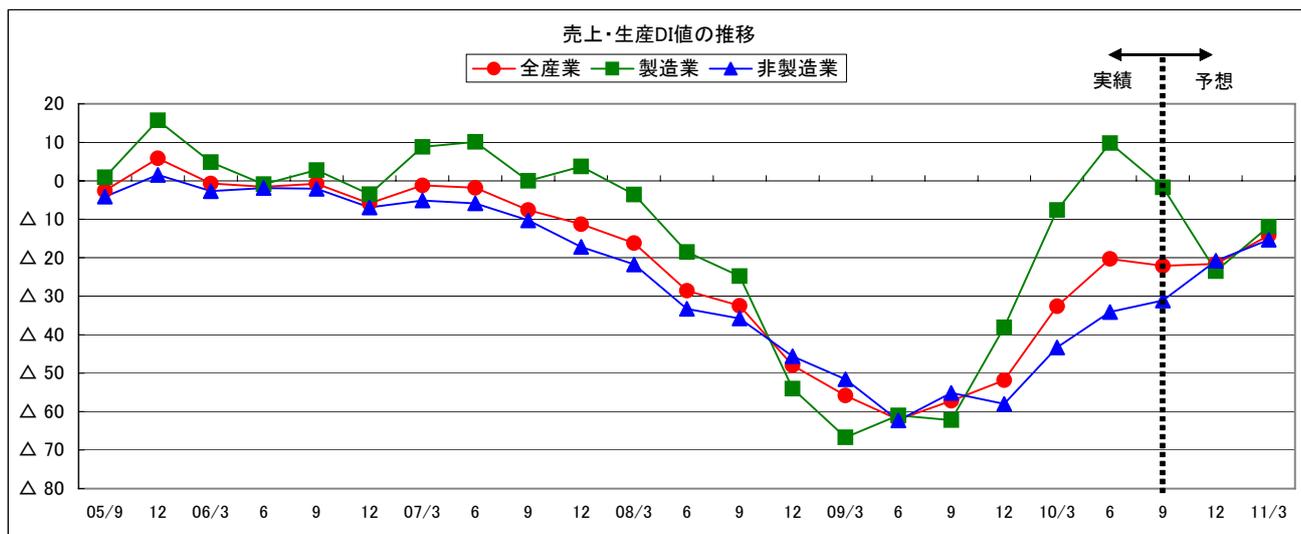
(2) 売上・生産D I、受注D I

	2010/1~3	2010/4~6	2010/7~9		2010/10~12		2011/1~3
	前々回 調査実績	前回 調査実績	今回 調査実績	前回 見通し	今回 見通し	前回 見通し	今回 見通し
売上生産D I 全産業	△ 32.6	△ 20.3	<b>△ 22.1</b>	△ 10.9	△ 21.6	△ 2.6	△ 14.2
製造業	△ 7.6	9.8	<b>△ 1.7</b>	10.7	△ 23.5	12.4	△ 11.9
非製造業	△ 43.3	△ 34.1	<b>△ 31.1</b>	△ 20.9	△ 20.8	△ 9.5	△ 15.3
受注D I 製造業	△ 3.4	8.8	<b>△ 2.7</b>	9.6	△ 22.1	9.6	△ 8.0
受注D I 建設業	△ 29.3	△ 37.7	<b>△ 45.6</b>	△ 34.6	△ 26.9	△ 20.8	△ 27.3

※売上・生産D I = 「増加」企業割合 - 「減少」企業割合

※受注D I = 「増加」企業割合 - 「減少」企業割合

- ①. 全産業の売上・生産D I は△22.1 と前回調査実績に比べ1.8ポイント「減少」超幅が拡大した。製造業は△1.7と「増加」超から「減少」超に転じ同11.5ポイント「減少」超が拡大した、非製造業は△31.1と同3.0ポイント「減少」超幅が縮小した。
- ②. 受注D I 製造業は△2.7と「増加」超から「減少」超に転じ、前回調査実績に比べ11.5ポイント「減少」超幅が拡大し、建設業は△45.6と同7.9ポイント「減少」超幅が拡大した。
- ③. 今後、売上・生産D I は全産業と非製造業は「減少」超幅が縮小し、製造業は「減少」超が拡大し、期が進むにつれ「減少」超が縮小する見通しである。
- ④. 今後、受注D I は、製造業は「減少」超幅が拡大し期が進むにつれ「減少」超幅は縮小する見通しで、建設業は「減少」超幅が縮小し期が進むにつれ「減少」超幅が拡大する見通しである。



(3) 販売価格D I、仕入価格D I

	2010/1~3	2010/4~6	2010/7~9		2010/10~12		2011/1~3
	前々回 調査実績	前回 調査実績	今回 調査実績	前回 見通し	今回 見通し	前回 見通し	今回 見通し
販売価格DI・全産業	△ 37.8	△ 21.9	△ 29.3	△ 12.5	△ 24.9	△ 6.6	△ 18.5
製造業	△ 36.1	△ 25.4	△ 29.2	△ 12.3	△ 26.1	△ 4.9	△ 14.4
非製造業	△ 38.6	△ 20.2	△ 29.3	△ 12.6	△ 24.3	△ 7.4	△ 20.4
うち卸・小売業	△ 40.4	△ 14.0	△ 29.4	△ 10.5	△ 25.7	△ 1.2	△ 20.8
仕入価格DI・全産業	△ 4.4	15.7	8.6	13.9	3.1	11.8	4.8
製造業	△ 0.8	19.4	3.4	21.1	0.0	17.2	4.3
非製造業	△ 6.0	13.8	11.2	10.1	4.6	9.0	5.1
うち卸・小売業	△ 17.4	19.0	7.1	13.1	△ 2.0	16.0	△ 1.0

※ 販売・仕入価格D I = 「上昇」企業割合 - 「低下」企業割合

① 販売価格D Iは「低下」超幅が拡大

販売価格D Iは、全産業で△29.3と前回調査実績に比べ7.4ポイント「低下」超幅が拡大した。製造業は△29.2と同3.8ポイント「低下」超幅が拡大し、非製造業は△29.3と同9.1ポイント「低下」超幅が拡大した。非製造業のうち卸・小売業は△29.4と同15.4ポイント「低下」超幅が拡大した。

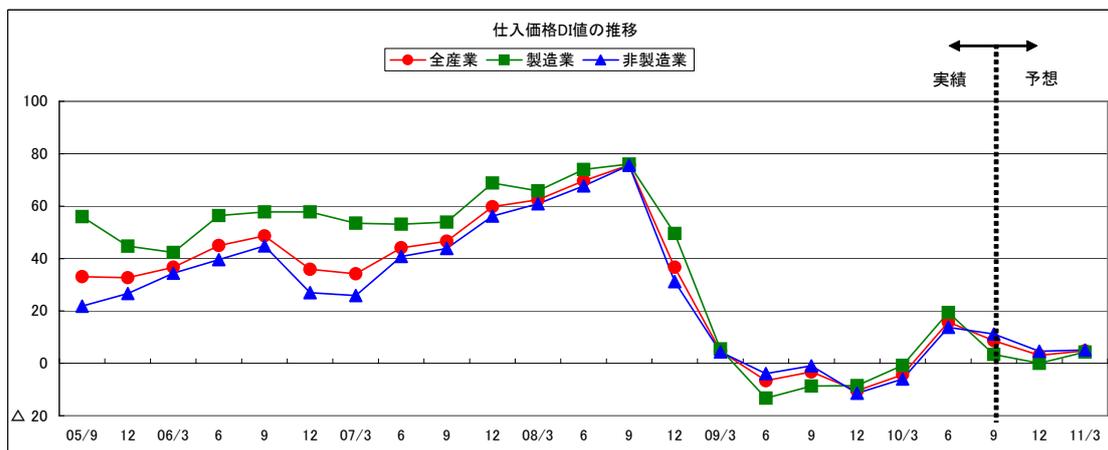
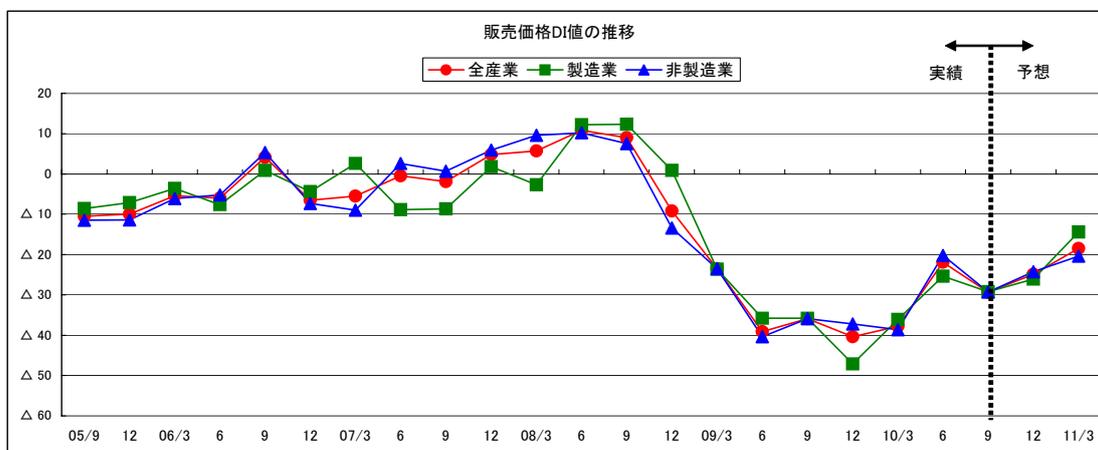
② 仕入価格D Iは「上昇」超幅が縮小した

仕入価格D Iは、全産業で8.6と前回調査実績に比べ7.1ポイント「上昇」超幅が縮小した。製造業は3.4と同16.0ポイント「上昇」超幅が縮小し、非製造業は11.2と同2.6ポイント「上昇」超幅が縮小した。卸・小売業は7.1と同11.9ポイント「上昇」超幅が縮小した。

③ 今後、販売価格D Iは「低下」超幅が縮小し、仕入価格D Iは「上昇」超幅が縮小する見通し

販売価格D Iは、全産業、製造業、非製造業、うち卸・小売業で「低下」超幅が縮小し、期が進むにつれ「低下」超幅が縮小する見通しである。

仕入価格D Iは、全産業、製造業、非製造業とも「上昇」超幅が縮小し、期が進むにつれ「上昇」超幅が拡大する見通しである。うち卸・小売業では「低下」超に転じ、期が進むにつれ「低下」超幅は縮小する見通しである。



(4) 取引条件 (受取(回収)D I、支払条件D I)

	2010/1~3	2010/4~6	2010/7~9		2010/10~12		2011/1~3
	前々回 調査実績	前回 調査実績	今回 調査実績	前回 見通し	今回 見通し	前回 見通し	今回 見通し
受取(回収)条件D I							
全産業	△ 6.5	△ 6.8	<b>△ 6.6</b>	△ 8.1	△ 4.2	△ 6.4	△ 4.2
製造業	△ 4.1	△ 6.4	<b>△ 1.6</b>	△ 5.6	△ 1.6	△ 5.6	△ 0.8
非製造業	△ 7.5	△ 6.9	<b>△ 8.8</b>	△ 9.2	△ 5.3	△ 6.7	△ 5.7
支払い条件D I							
全産業	0.7	0.0	<b>1.0</b>	1.3	1.2	1.3	1.2
製造業	△ 1.7	2.4	<b>1.6</b>	4.0	2.5	4.0	0.8
非製造業	1.8	△ 1.1	<b>0.7</b>	0.0	0.7	0.0	1.4

※受取(回収)条件D I = 「好転 (短くなった)」企業割合 - 「悪化 (長くなった)」企業割合

※支払条件D I = 「好転(長くなった)」企業割合 - 「悪化 (短くなった)」企業割合

① 受取(回収)条件D Iは「悪化」超幅が縮小、支払条件D Iは「好転」超幅が拡大

受取(回収)条件D Iは、全産業は△6.6 と前回調査実績に比べ0.2ポイント「悪化」超幅が縮小した。製造業は△1.6と同4.8ポイント「悪化」超幅が縮小し、非製造業は△8.8と同1.9ポイント「悪化」超幅が拡大した。

② 支払条件D Iは、全産業は「好転」超幅が拡大

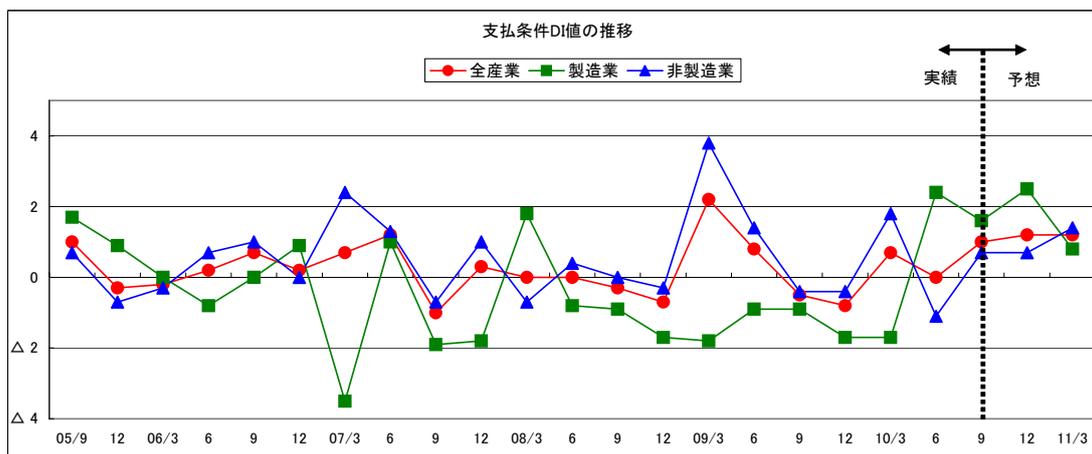
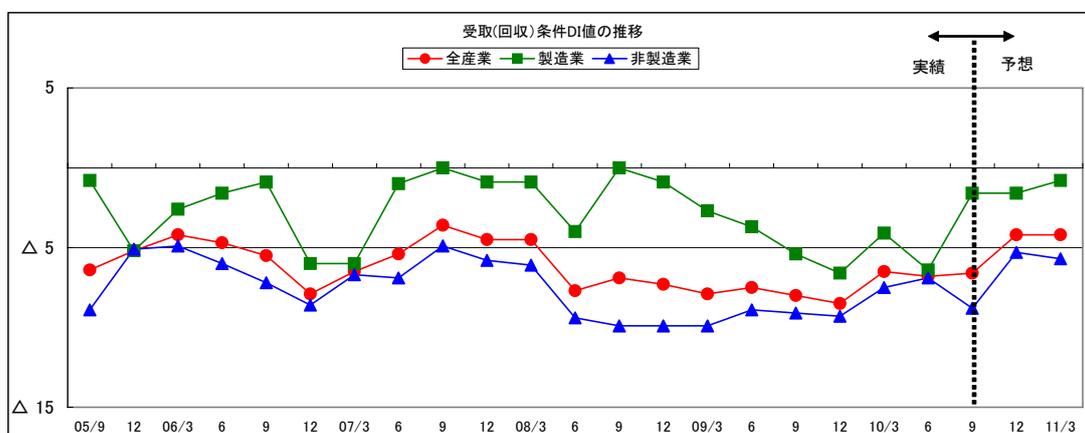
支払条件D Iは、全産業は1.0と「好転」超となり前回調査実績に比べ1.0ポイント「好転」超が拡大した。製造業は1.6と「好転」超幅が同0.8ポイント縮小し、非製造業は0.7と同1.8ポイント「悪化」超幅が縮小し「好転」超に転じた。

③ 今後、受取(回収)条件D Iの全産業は、「悪化」超幅が縮小

今後、受取(回収)条件D Iの全産業と製造業は、「悪化」超幅が縮小する見通しで、非製造業は期が進むにつれ「悪化」超幅が拡大する見通し。

④ 今後、支払い条件D Iの全産業は「好転」超で横ばいとなる見通し

今後、支払い条件D Iの全産業は「好転」超が拡大し、期が進むにつれ横ばいとなり、製造業は「好転」超が拡大し、先行き「好転」超が縮小し、非製造業は横ばいとなり、先行きは「好転」超が拡大する見通し。



(5) 金融（資金繰りDI、長期・短期借入難易DI）

	2010/1~3	2010/4~6	2010/7~9		2010/10~12		2011/1~3
	前々回 調査実績	前回 調査実績	今回 調査実績	前回 見通し	今回 見通し	前回 見通し	今回 見通し
資金繰りDI							
全産業	△ 19.9	△ 15.0	△ 17.1	△ 13.8	△ 14.8	△ 11.2	△ 11.6
製造業	△ 14.6	△ 0.8	△ 12.0	△ 3.2	△ 6.5	△ 4.8	△ 1.7
非製造業	△ 22.1	△ 21.3	△ 19.2	△ 18.5	△ 18.4	△ 14.1	△ 15.8
長期借入難易DI							
全産業	△ 11.7	△ 11.8	△ 11.9	△ 9.1	△ 10.4	△ 8.1	△ 8.9
製造業	△ 13.2	△ 10.1	△ 8.3	△ 5.1	△ 7.6	△ 5.1	△ 5.1
非製造業	△ 11.0	△ 12.7	△ 13.5	△ 11.1	△ 11.7	△ 9.5	△ 10.5
短期借入難易DI							
全産業	△ 11.6	△ 11.1	△ 11.5	△ 8.4	△ 11.3	△ 7.3	△ 9.2
製造業	△ 12.4	△ 9.3	△ 7.6	△ 5.2	△ 6.0	△ 5.1	△ 3.5
非製造業	△ 11.2	△ 12.0	△ 13.4	△ 9.9	△ 13.7	△ 8.4	△ 11.7

※資金繰りDI = 「好転」企業割合 - 「悪化」企業割合

※借入難易DI = 「容易」企業割合 - 「困難」企業割合

① 資金繰りDIは「悪化」超幅が拡大

資金繰りDIは全産業で△17.1と前回調査実績に比べ2.1ポイント「悪化」超幅が拡大した。製造業は△12.0と同11.2ポイント「悪化」超幅が拡大し、非製造業は△19.2と同2.1ポイント「悪化」超幅が縮小した。

② 長期借入難易DIは「困難」超幅が拡大

長期借入難易DIは、全産業は△11.9と前回調査実績に比べ0.1ポイント「困難」超幅が拡大した。製造業は△8.3と同1.8ポイント「困難」超幅が縮小し、非製造業は△13.5と同0.8ポイント「困難」超幅が拡大した。

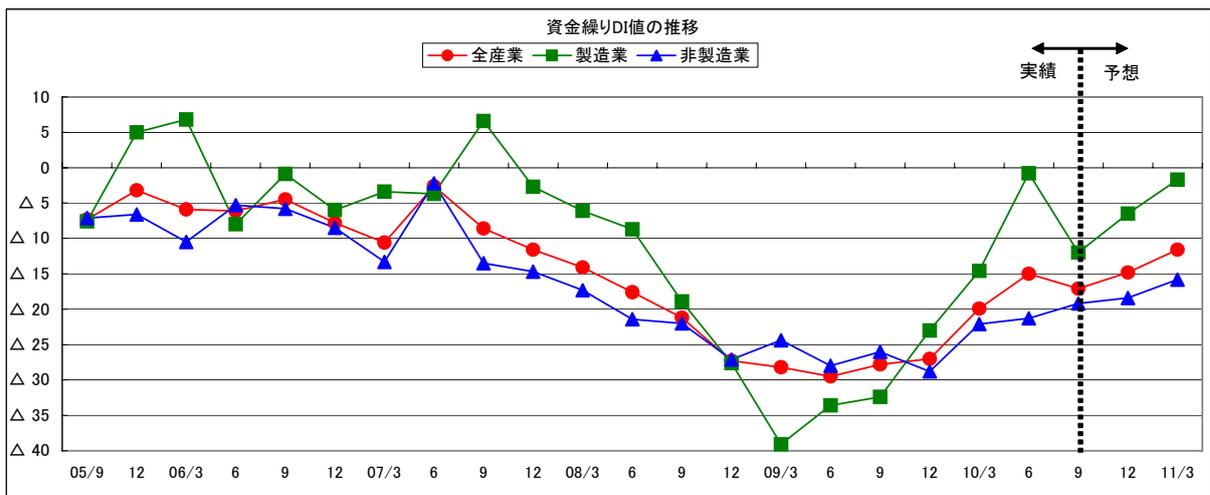
③ 短期借入難易DIは「困難」超幅が拡大

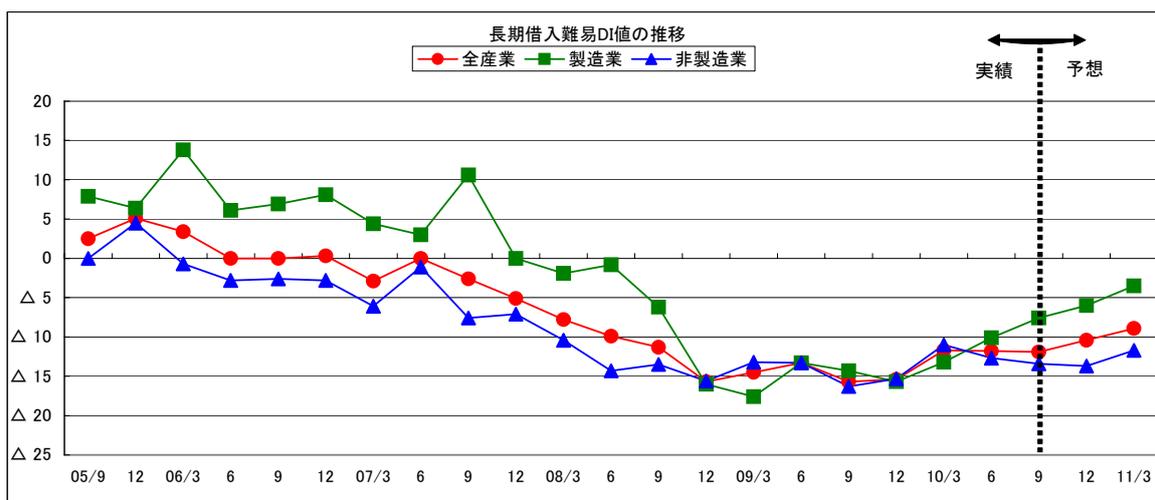
短期借入難易DIは、全産業は△11.5と前回調査実績に比べ0.4ポイント「困難」超幅が拡大した。製造業は△7.6と同1.7ポイント「困難」超幅が縮小し、非製造業は△13.4と同1.4ポイント「困難」超幅が拡大した。

④ 今後、資金繰りDIは「悪化」超幅が縮小し、借入難易DIは「困難」超幅が縮小する見通し

資金繰りDIの全産業は、「悪化」超幅が縮小し、期が進むにつれ「悪化」超幅が縮小する見通し。長期借入難易DIの全産業は、「困難」超幅が縮小し、期が進むにつれ「困難」超幅が縮小する見通しである。

短期借入難易DIの全産業は、「困難」超幅が縮小し、期が進むにつれ「困難」超幅が縮小する見通しである。





(6) 在庫D I

	2010/1~3	2010/4~6	2010/7~9		2010/10~12		2011/1~3
	前々回 調査実績	前回 調査実績	今回 調査実績	前回 見通し	今回 見通し	前回 見通し	今回 見通し
全産業	△ 14.2	△ 11.9	<b>△ 12.1</b>	△ 5.0	△ 2.8	△ 1.0	△ 2.8
製造業	△ 12.3	△ 9.2	<b>△ 10.1</b>	△ 2.5	△ 2.5	0.0	△ 3.4
卸・小売	△ 16.7	△ 15.9	<b>△ 14.6</b>	△ 8.5	△ 3.2	△ 2.5	△ 2.1

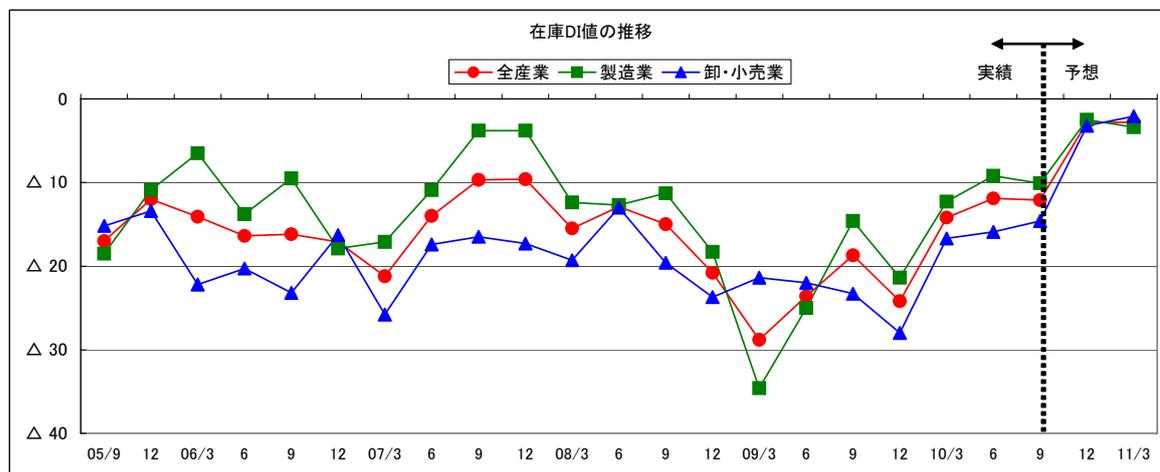
※ 在庫D I = 「不足」企業割合 - 「過剰」企業割合

① 在庫D Iは全産業で「過剰」超幅が拡大

在庫D Iは、全産業は△12.1と前回調査実績に比べ0.2ポイント「過剰」超幅が拡大した。製造業は△10.1と同0.9ポイント「過剰」超幅が拡大し、卸・小売業は△14.6と同1.3ポイント「過剰」超幅が縮小した。

② 今後、全産業で「過剰」超幅が縮小する見通し

今後は、全産業で期が進むにつれ「過剰」超幅が縮小する見通しである。



(7) 経常利益D I

	2010/1~3	2010/4~6	2010/7~9		2010/10~12		2011/1~3
	前々回 調査実績	前回 調査実績	今回 調査実績	前回 見通し	今回 見通し	前回 見通し	今回 見通し
全産業	△ 34.5	△ 22.2	<b>△ 24.2</b>	△ 14.0	△ 23.2	△ 9.5	△ 14.0
製造業	△ 13.0	△ 0.8	<b>△ 6.5</b>	5.6	△ 18.7	2.5	△ 9.0
非製造業	△ 43.5	△ 31.7	<b>△ 31.5</b>	△ 22.7	△ 25.1	△ 14.7	△ 16.2

※ 経常利益D I = 「増加」企業割合 - 「減少」企業割合

① 経常利益D Iは全産業で「減少」超幅が拡大

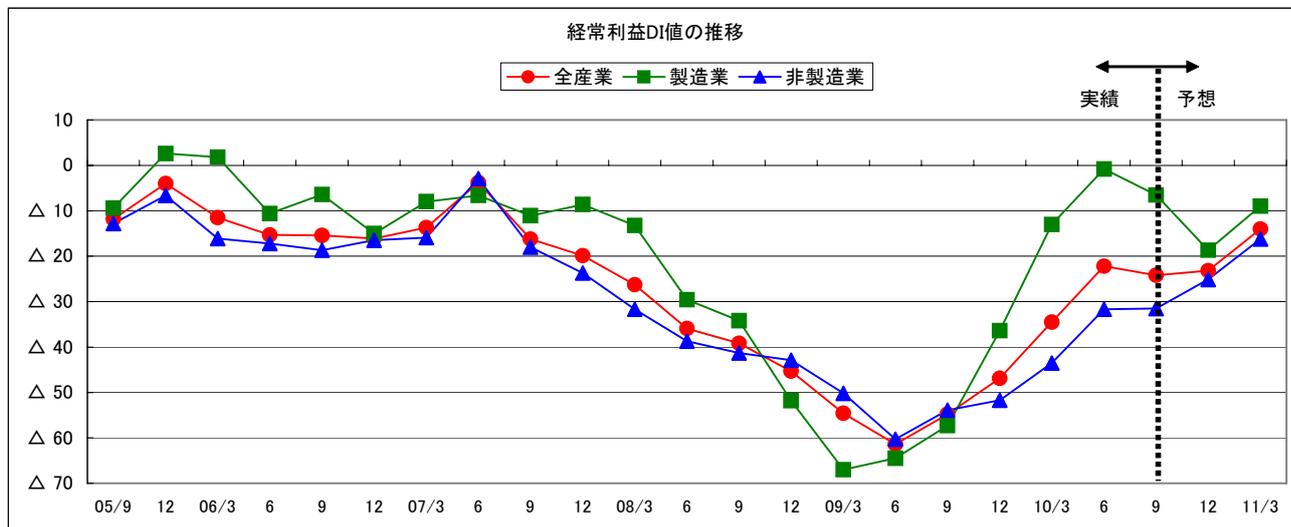
経常利益D Iは、全産業で△24.2と前回調査実績に比べ2.0ポイント「減少」超幅が拡大した。

製造業は△6.5と同5.7ポイント「減少」超幅が拡大し、非製造業は△31.5と同0.2ポイント「減少」超幅が縮小した。

② 今後は全産業で「減少」超幅が縮小する見通し

今後は、全産業と非製造業は期が進むにつれ「減少」超幅が縮小する見通しである。

製造業は、「減少」超幅が拡大し、期が進むにつれ「減少」超幅が縮小する見通しである。



(8) 雇用DI

	2010/1~3	2010/4~6	2010/7~9		2010/10~12		2011/1~3
	前々回 調査実績	前回 調査実績	今回 調査実績	前回 見通し	今回 見通し	前回 見通し	今回 見通し
全産業	12.3	10.7	5.9	7.2	0.7	2.0	1.7
製造業	19.4	12.7	6.4	7.2	3.2	0.0	0.0
非製造業	9.2	9.8	5.6	7.1	△0.3	2.9	2.4

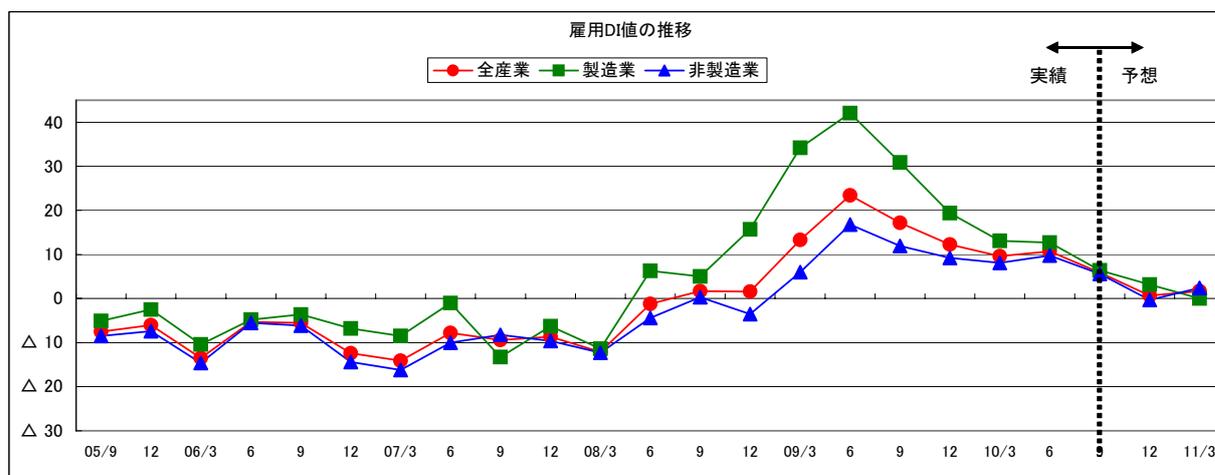
※雇用DI = 「過剰」企業割合 - 「不足」企業割合

① 雇用DIは「過剰」超幅が縮小

雇用DIの全産業は5.9で前回調査実績に比べ4.8ポイント「過剰」超幅が縮小した。製造業は6.4と同6.3ポイント「過剰」超幅が縮小し、非製造業は5.6と同4.2ポイント「過剰」超幅が縮小した。

② 今後は「過剰」超幅が縮小する見通し

全産業で「過剰」超幅が縮小する見通しである。



(9) 設備投資

◇設備投資実績・計画の比率

単位：%

	実施企業割合 (合計)	10百万円以上の 設備投資割合	10百万円未満の 設備投資割合
実績 (4～6月) 全産業	19.0	7.9	11.1
製造業	24.4	13.4	11.0
非製造業	16.6	5.5	11.1
実績 (7～9月) 全産業	19.9	8.9	11.0
製造業	27.2	12.8	14.4
非製造業	16.9	7.3	9.6
計画 (10～12月) 全産業	17.1	8.0	9.1
製造業	23.2	12.0	11.2
非製造業	14.6	6.3	8.3
計画 (1～3月) 全産業	13.1	7.3	5.9
製造業	16.0	8.8	7.2
非製造業	11.9	6.6	5.3

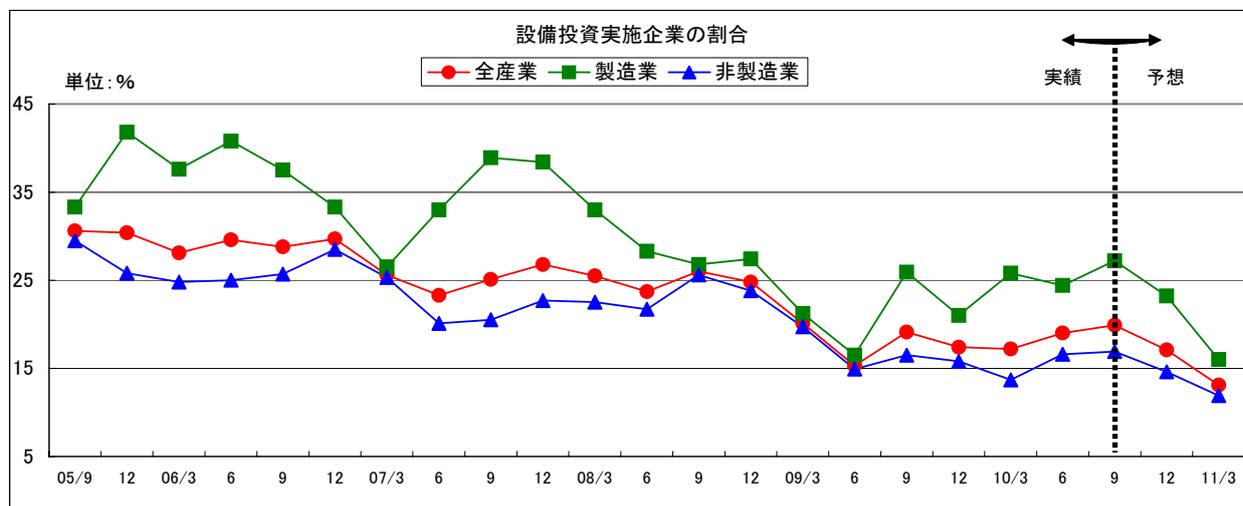
※ 設備投資実績・計画で10百万円以上の設備投資と10百万円未満の設備投資の両方があった場合は、10百万円以上の件数にカウントした

① 設備投資実施した企業の割合は19.9%

設備投資を実施した企業の割合は、全産業は19.9%と前回調査実績に比べ0.9ポイント増加した。製造業は27.2%で同2.8ポイント増加し、非製造業は16.9%で同0.3ポイント増加した。

② 今後、設備投資実施企業割合は減少する見通し

全産業、製造業、非製造業とも、設備投資計画は減少する見込みであり、期が進むにつれ更に減少する見通しである。



## ◇設備投資の目的

(単位：%)

	設備投資の目的								
	売上増加・能力拡充	合理化・省力化	品質の向上	現有設備の維持更新	新製品・新分野進出	福利厚生	公害防止	研究開発	その他
実績（7～9月）全産業	32.9	20.0	17.6	61.2	14.1	3.5	2.4	1.2	0.0
製造業	35.3	38.2	26.5	58.8	17.6	2.9	5.9	0.0	0.0
非製造業	31.4	7.8	11.8	62.7	11.8	3.9	0.0	2.0	0.0
計画（10～12月）全産業	47.9	15.1	20.5	53.4	20.5	5.5	4.1	2.7	1.4
製造業	37.9	31.0	31.0	41.4	31.0	6.9	10.3	0.0	0.0
非製造業	54.5	4.5	13.6	61.4	13.6	4.5	0.0	4.5	2.3
計画（1～3月）全産業	48.2	14.3	26.8	58.9	19.6	7.1	3.6	1.8	0.0
製造業	55.0	30.0	45.0	45.0	30.0	10.0	10.0	0.0	0.0
非製造業	44.4	5.6	16.7	66.7	13.9	5.6	0.0	2.8	0.0

※実績・計画の比率 … 実績・計画ありの企業数÷回答企業数×100

設備投資目的別の比率 … 項目別回答数÷実績・計画ありの企業数×100

(複数回答のため合計は100%を超える)

※網かけの数字は上位3項目

## ① 設備投資の目的の第1位は「現有設備の維持更新」

	第1位	第2位	第3位
全産業	現有設備の維持更新	売上増加・能力拡充	合理化・省力化
製造業	現有設備の維持更新	合理化・省力化	売上増加・能力拡充
非製造業	現有設備の維持更新	売上増加・能力拡充	新製品・新分野進出 品質の向上

## ②. 設備投資目的の前回調査実績との比較（特徴）（単位：増減ポイント）

- 全産業  
増加…「新製品・新分野進出」4.0、「品質の向上」3.7、「現有設備の維持更新」1.7  
減少…「売上増加・能力拡充」△6.3、「合理化・省力化」△5.3、「公害防止」1.4
- 製造業  
増加…「合理化・省力化」5.9、「新製品・新分野進出」4.7、「現有設備の維持更新」4.0  
減少…「公害防止」△3.8、「福利厚生」△3.6、「売上増加・能力拡充」△0.2
- 非製造業  
増加…「品質の向上」5.5、「福利厚生」3.9、「新製品・新分野進出」3.5  
減少…「合理化・省力化」△13.0、「売上増加・能力拡充」△10.3、「その他」△2.1

## ③. 設備投資「その他」の内容

盗難による設備の補充

## (10) 経営上の問題点

(単位：%)

	売上・生産の停滞、減少	人件費等経費増加	原材料・仕入高	製品・商品安	資金不足・調達困難	資金繰り悪化	生産能力・設備不足	合理化・省力化不足	人手不足・求人難	その他
全産業	67.4	15.7	18.0	26.0	8.9	18.3	5.2	13.6	7.7	1.9
製造業	64.0	10.4	16.8	36.8	8.8	16.8	10.4	16.8	6.4	0.8
素材業種	75.0	16.7	16.7	41.7	8.3	25.0	8.3	8.3	8.3	0.0
加工業種	65.5	5.5	18.2	34.5	12.7	18.2	10.9	20.0	3.6	1.8
その他業種	60.3	13.8	15.5	37.9	5.2	13.8	10.3	15.5	8.6	0.0
非製造業	68.9	17.9	18.5	21.5	8.9	18.9	3.0	12.3	8.3	2.3
建設業	70.9	17.7	22.8	19.0	21.5	29.1	2.5	10.1	10.1	2.5
卸売業	78.4	13.5	21.6	35.1	2.7	18.9	0.0	18.9	2.7	0.0
小売業	78.5	12.3	15.4	32.3	4.6	21.5	3.1	9.2	4.6	3.1
運輸業	48.4	25.8	35.5	16.1	6.5	16.1	0.0	3.2	9.7	0.0
情報通信業	40.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0
飲食店・サービス	60.4	19.8	9.9	12.1	4.4	8.8	5.5	15.4	11.0	3.3

※ 比率＝項目別回答数÷回答企業数×100(複数回答のため合計は100%を超える)

※ 製造業のうち 素材業種：繊維、パルプ・紙、化学、鉄鋼、非鉄金属  
加工業種：金属製品、一般機械、電気機械、輸送用機械、精密機械  
その他業種：食料品、木材・木製品、窯業・土石、その他製造業

※ 網かけの数字は上位3項目

## ① 経営上の問題点の第1位は「売上・生産の停滞、減少」

	第1位	第2位	第3位
全産業	売上・生産の停滞、減少	製品・商品安	資金繰り悪化
製造業	売上・生産の停滞、減少	製品・商品安	原材料・仕入高、資金繰り悪化 合理化・省力化不足
非製造業	売上・生産の停滞、減少	製品・商品安	原材料・仕入高、資金繰り悪化

## ② 経営上の問題点の前回調査実績との比較(特徴) (単位：増減ポイント)

- 全産業  
増加…「商品・製品安」7.5、「人手不足・求人難」3.4、「資金不足・調達困難」2.2、  
減少…「原材料・仕入高」△5.8、「その他」△2.2、「人件費等経費増加」△1.8
- 製造業  
増加…「商品・製品安」11.6、「売上・生産の停滞、減少」8.9、「資金繰り悪化」5.0、  
減少…「原材料・仕入高」△15.5、「人件費等経費増加」△6.1、「その他」△3.9
- 非製造業  
増加…「商品・製品安」5.9、「人手不足・求人難」3.8、「資金不足・調達困難」2.3、  
減少…「売上・生産の停滞、減少」△4.5、「原材料・仕入高」△1.6、「生産能力・設備不足」△1.5

## ③ 経営上の問題点「その他」の内容

- 景気低迷
- 新人教育

## 5. 地域別の状況

(1) 景況天気図（売上・生産D I、経常利益D I、資金繰りD Iの平均値）

### 県南地域

	前々回調査実績		前回調査実績		今回調査実績		見通し			
	2010/1~3		2010/4~6		2010/7~9		2010/10~12		2011/1~3	
景況天気図（平均値）		△ 32		△ 18		△ 20		△ 18		△ 11
売上・生産D I		△ 37.8		△ 22.1		△ 25.0		△ 23.5		△ 15.4
経常利益D I		△ 35.1		△ 20.8		△ 22.1		△ 22.1		△ 8.2
資金繰りD I		△ 21.9		△ 10.6		△ 13.7		△ 9.7		△ 9.0

### 県西地域

	前々回調査実績		前回調査実績		今回調査実績		見通し			
	2010/1~3		2010/4~6		2010/7~9		2010/10~12		2011/1~3	
景況天気図（平均値）		△ 45		△ 16		△ 16		△ 17		△ 14
売上・生産D I		△ 53.6		△ 10.4		△ 14.2		△ 16.7		△ 14.4
経常利益D I		△ 49.6		△ 18.8		△ 20.4		△ 18.5		△ 15.2
資金繰りD I		△ 30.8		△ 18.0		△ 14.5		△ 15.4		△ 11.9

### 鹿行地域

	前々回調査実績		前回調査実績		今回調査実績		見通し			
	2010/1~3		2010/4~6		2010/7~9		2010/10~12		2011/1~3	
景況天気図（平均値）		△ 37		△ 32		△ 31		△ 25		△ 12
売上・生産D I		△ 38.3		△ 36.0		△ 28.9		△ 20.0		△ 6.8
経常利益D I		△ 41.3		△ 29.2		△ 30.6		△ 30.6		△ 13.0
資金繰りD I		△ 30.4		△ 29.4		△ 32.7		△ 24.5		△ 14.9

### 県央地域

	前々回調査実績		前回調査実績		今回調査実績		見通し			
	2010/1~3		2010/4~6		2010/7~9		2010/10~12		2011/1~3	
景況天気図（平均値）		△ 47		△ 25		△ 37		△ 40		△ 33
売上・生産D I		△ 66.7		△ 19.4		△ 46.2		△ 38.5		△ 30.8
経常利益D I		△ 56.7		△ 37.5		△ 31.0		△ 48.3		△ 41.4
資金繰りD I		△ 16.7		△ 18.2		△ 33.3		△ 33.3		△ 25.9

### 県北地域

	前々回調査実績		前回調査実績		今回調査実績		見通し			
	2010/1~3		2010/4~6		2010/7~9		2010/10~12		2011/1~3	
景況天気図（平均値）		△ 32		△ 17		△ 19		△ 17		△ 10
売上・生産D I		△ 43.4		△ 26.5		△ 14.8		△ 20.4		△ 7.4
経常利益D I		△ 38.6		△ 17.9		△ 28.3		△ 18.6		△ 13.6
資金繰りD I		△ 13.1		△ 5.3		△ 13.1		△ 11.7		△ 10.0

#### ① 地域別景況天気図

地域別の天気図は、県南地域、県西地域、県北地域は「曇り」、鹿行地域と県央地域は「雨」となった。県央地域は「曇り」から「雨」となり、他の地域は天気図は前回調査時と同じとなった。県南地域は△20となり前回調査実績に比べ2ポイントの悪化、県西地域は△16となり同横ばいとなり、鹿行地域は△31となり同1ポイント改善、県央地域は△37となり同12ポイント悪化、県北地域は△19となり同2ポイント悪化した。

#### ② 今後の見通し

県南地域、鹿行地域、県北地域は天気図に変化は無く、マイナス幅が縮小する見通し。県西地域と県央地域は天気図に変化は無く、マイナス幅が拡大するが、期が進むにつれマイナス幅は縮小する見通しである。

(2) 地域別自社業況判断D I

	前々回調査実績	前回調査実績	今回調査実績	見通し	見通し
	2010/1~3	2010/4~6	2010/7~9	2010/10~12	2011/1~3
県南地域	△ 40.2	△ 21.3	<b>△ 25.0</b>	△ 24.5	△ 14.7
県西地域	△ 24.5	△ 22.0	<b>△ 26.3</b>	△ 14.4	△ 13.7
鹿行地域	△ 31.9	△ 26.5	<b>△ 29.2</b>	△ 39.6	△ 20.8
県央地域	△ 42.9	△ 41.9	<b>△ 44.4</b>	△ 37.0	△ 33.3
県北地域	△ 27.6	△ 25.5	<b>△ 12.1</b>	△ 19.6	△ 14.0

① 茨城県内各地域別の自社業況判断D I

県北地域は△12.1 となり前回調査実績に比べ「悪化」超幅が 13.4 ポイント縮小した。  
 県南地域は△25.0 となり同 3.7 ポイント、県西地域は△26.3 となり同 4.3 ポイン、鹿行地域は△29.2 となり同 2.7 ポイント、県央地域は△44.4 となり同 2.5 ポイントそれぞれ「悪化」超幅が拡大した。

② 今後の見通し

県南地域、県西地域、県央地域は今後、「悪化」超幅が縮小する見込み。  
 鹿行地域と県北地域は、「悪化」超幅が拡大し、期が進むにつれ「悪化」超幅が縮小する見通しである。

(3) 地域別設備投資 (単位：%)

今回調査実績 2010/7~9	県南地域	県西地域	鹿行地域	県央地域	県北地域
全産業	20.9	20.9	16.3	17.2	19.7
製造業	19.4	32.6	25.0	28.6	30.4
非製造業	21.4	15.1	13.5	13.6	13.2

● 全産業の設備投資を実施した企業の地域別の状況

全産業における各地域別の設備投資を実施した企業の割合の状況は以下の表のとおりです。  
 (単位：%)

	県南地域	県西地域	県北地域	県央地域	鹿行地域
全産業	20.9	20.9	19.7	17.2	16.3

● 製造業の設備投資を実施した企業の地域別の状況

製造業における各地域別の設備投資を実施した企業の割合の状況は以下の表のとおりです。  
 (単位：%)

	県西地域	県北地域	県央地域	鹿行地域	県南地域
製造業	32.6	30.4	28.6	25.0	19.4

● 非製造業の設備投資を実施した企業の地域別の状況

非製造業における各地域別の設備投資を実施した企業の割合の状況は以下の表のとおりです。  
 (単位：%)

	県南地域	県西地域	県央地域	鹿行地域	県北地域
非製造業	21.4	15.1	13.6	13.5	13.2

# 茨城県の経済概況(2010年9月中)

**現在の景気** : 底離れしている。

**3カ月程度の見通し** : 緩やかな持ち直しの動きが続くと見られる。

**個人消費** : 低調。7月の大型小売店販売額は前年同月比0.4%増加した。百貨店は同3.1%減少、スーパーは同1.5%増加した。(※)9月の乗用車販売(軽乗用車含む)は前年同月比9.1%減少した。小型乗用車は同16.8%減少し、普通乗用車は3.0%減少した。

(※)22年6月より県内の百貨店の店舗数が3から2となったことに伴い、百貨店・スーパーの数値が秘匿対象となったため、大型店合計のみ県内データ、百貨店、スーパーは管内データを記載

**住宅建築** : 増加傾向。8月の住宅着工戸数は前年同月比82.6%増加した。持家は同40.6%増加、貸家は同101.5%増加、分譲住宅は同265.3%増加した。

**設備投資** : やや増加した。7月～9月に実施した「茨城県内企業経営動向調査」では、設備投資を実施した企業の割合は全産業で19.9%で4月～6月調査実績比0.9ポイント増加した。製造業は27.2%で同2.8ポイント増加、非製造業は16.9%で同0.3ポイント増加した。

**公共工事** : 減少傾向。8月の公共工事請負金額は30,549百万円で前年同月比48.2%増加した。独立行政法人等、市町村、地方公社は増加し、国、県は減少した。

**輸出** : 増加傾向。8月の輸出は対前年同月比30.9%増加した。鹿島港は同18.8%減少、日立港は同281.3%増加、つくばインランドデポは同72.8%増加した。

**生産活動** : 生産指数、出荷指数は増加し、在庫指数は低下した。7月の鉱工業生産指数は91.9で前年同月比17.3%増加、出荷指数は89.2で同12.6%増加、在庫指数は96.8で同15.3%低下した。

**観光** : 横ばい。7月の旅券発行数は7,956通で、前年同月比3.1%減少した。

**雇用情勢** : 厳しいながらも悪化に歯止め。8月の有効求人倍率は0.50倍となり、前月を0.01ポイント上回った。新規求人数は前年同月比25.7%増加した。新規求職者数は同4.5%増加した。雇用保険受給者数は同28.9%減少した。

## トピックス

### ○ 発注企業の生産増加

茨城県中小企業振興公社の「発注企業実態調査」によると、仕事を外注している県内企業の生産が増加している。前年より生産が増えたのは43.7%と昨年調査より37.4%増えた。外注量も35.7%が増加したと答えており、下請け企業へも波及しそうだ。外注企業の前年同期に比した生産状況では、6ヵ月先の生産が増加するという回答が6.7%増の24.6%で、減少するとしたのは15.2%と11.6%減った。6ヵ月先の外注量も増加するという回答が21.4%と7.6ポイント増えた。(資料:日本経済新聞)

### ○ 音声入力でHP作成

つくばマルチメディア(つくば市花室、小田部文彦社長)は、音声入力でホームページを作成、更新できるシステムを開発した。パソコンにマイクを接続し、利用者がマイクで入力したい題名や文章を話す。音声認識システムが自動で文字変換を行い、入力画面に文章が入力され、同時に音声も保存される。入力画面から送信すると、ホームページが作成される。ホームページと音声は同社サーバーに格納され、別途、管理用画面にも一覧表で示される。利用者は管理画面を見ながら、音声を聞いて文章が合っているかどうか照合できる。手や目が不自由な障害者や、パソコン操作が不得手な人でも容易に操作し、ホームページで情報発信できるのが特長。(資料:茨城新聞)

# 茨城県の経済金融動向(2010年9月中)

項目	変化方向			評価				
	好転	不変	悪化	晴	晴一部曇	曇	曇一部雨	雨
現在の景気		○					○	
3か月程度の見通し		○						
個人消費		○					○	
住宅建築			○				○	
設備投資			○			○		
公共工事		○					○	
輸出		○					○	
生産活動		○					○	
観光		○				○		
雇用情勢		○					○	
企業収益			○					
企業倒産			○					
資金需要			○					

【個人消費】				
大型小売店販売額(店舗調整済み=既存店)－前年同月比				※22年6月より県内の百貨店の店舗数が3から2となったことに伴い、百貨店・スーパーの数値が秘匿対象となったため、大型店合計のみ県内データ、百貨店、スーパーは管内データを記載
		百貨店	スーパー	
22年 5月	▲0.9%	▲6.9%	0.1%	
22年 6月	▲0.2%	▲5.4%	1.2%	
22年 7月	0.4%	▲3.1%	1.5%	
乗用車登録・届出台数－前年同月比				
		乗用車登録台数		軽自動車届出台数(除く二輪車)
		普通乗用車	小型乗用車	
22年 7月	18.1%	24.2%	13.1%	▲3.4%
22年 8月	57.9%	58.1%	57.7%	29.7%
22年 9月	▲10.4%	▲3.0%	▲16.8%	▲6.0%
【設備投資】				
普通・小型貨物車登録台数－前年同月比				
22年 7月	6.9%			
22年 8月	10.4%			
22年 9月	11.8%			
【輸出】				
通関輸出額－前年同月比			⇒(鹿島)税関(支署)管内・港	
22年 6月	49.0%			
22年 7月	118.3%			
22年 8月	30.9%			
【生産活動】				
鉱工業生産指数(平成17年=100)				
		指数(季節調整済み)	原指数前年同月比	
22年 5月	86.6		16.2%	
22年 6月	84.5		11.6%	
22年 7月	91.9		17.3%	
【雇用情勢】				
現金給与総額(名目賃金指数)－前年同月比		所定外労働時間(5人以上)－前年同月比		
22年 5月	▲1.1%	22年 5月	3.3%	
22年 6月	▲4.6%	22年 6月	9.7%	
22年 7月	12.3%	22年 7月	17.8%	

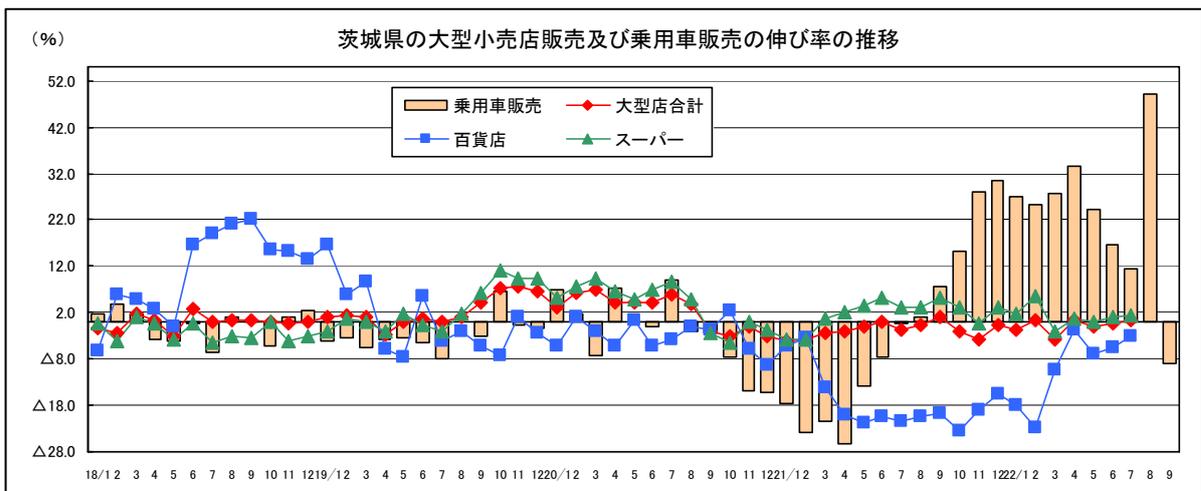
## 個人消費

7月の**大型小売店販売額**は25,696百万円で前年同月比0.4%増加した。**百貨店**は312,200百万円で同3.1%減少した。**スーパー**は437,300百万円で同1.5%増加した。(※)

9月の**乗用車販売台数**(軽乗用車を含む)は10,172台で前年同月比9.1%減少、**小型乗用車**は3,511台で同16.8%減少、**普通乗用車**は3,546台で同3.0%減少した。**軽乗用車**は3,115台で同6.0%減少した。

(※)22年6月より県内の百貨店の店舗数が3から2となったことに伴い、百貨店・スーパーの数値が秘匿対象となった為、大型店合計のみ県内データ、百貨店、スーパーは管内データを記載

平成22年7月	大型店全体	百貨店	スーパー
販売高(百万円)	25,696	312,200	437,300
前年同月比(%)	0.4	△3.1	1.5

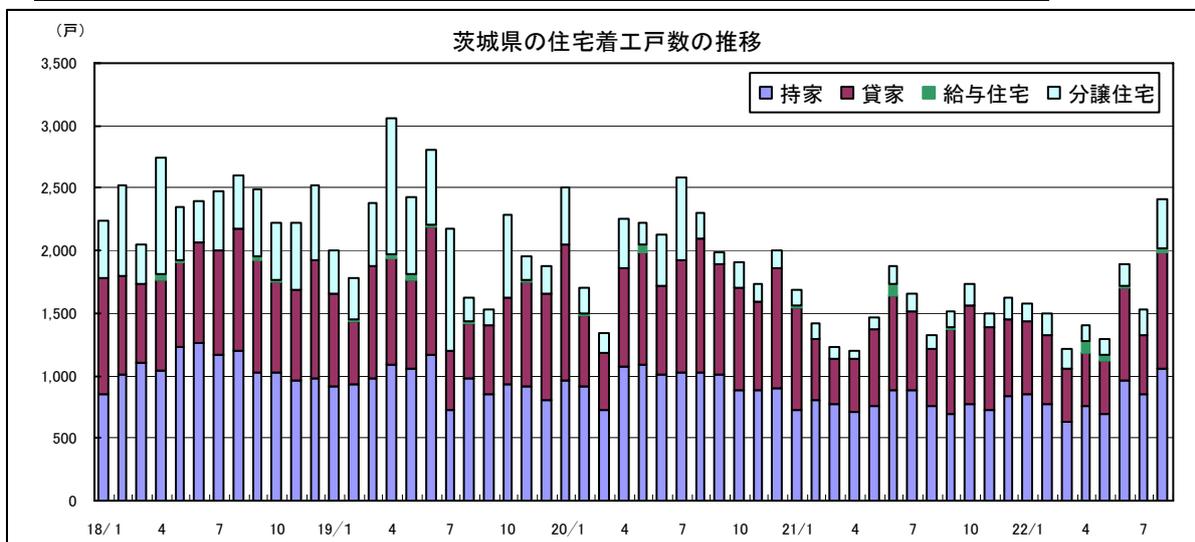


(資料:大型小売店販売…経済産業省、乗用車販売…茨城県自動車販売店協会)

## 住宅建築

8月の**新設住宅着工戸数**は2,405戸で前年同月比82.6%増加した。**持家**は1,063戸で同40.6%増加、**貸家**は921戸で同101.5%増加、**分譲住宅**は380戸で同265.3%増加した。

平成22年8月	合計	持家	貸家	給与住宅	分譲住宅
着工戸数(戸)	2,405	1,063	921	41	380
前年同月比(%)	82.6	40.6	101.5	—	265.3



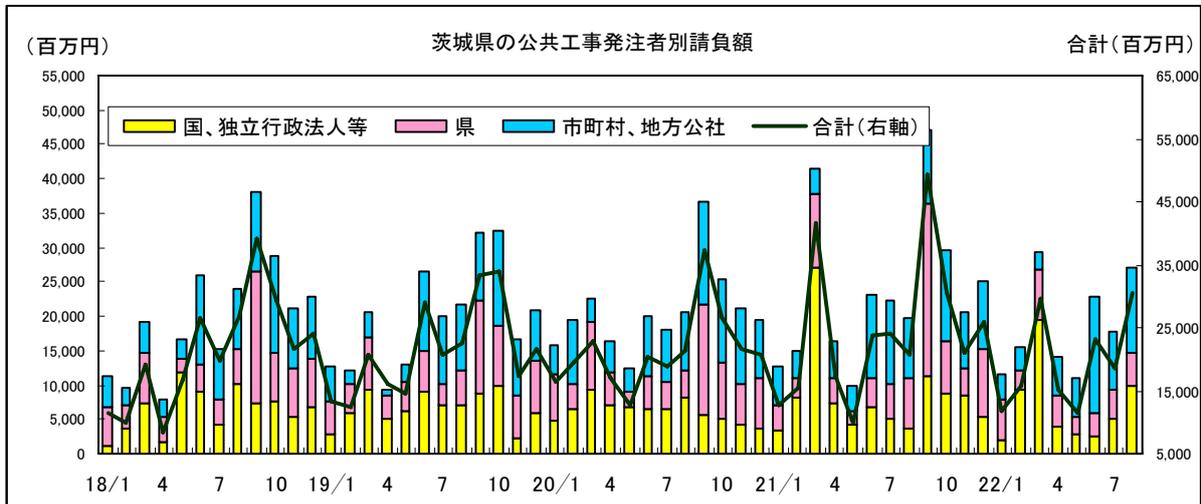
(資料:国土交通省)

## 公共工事

8月の公共工事請負金額は30,549百万円で前年同月比48.2%増加した。独立行政法人等、市町村、地方公社は増加し、国、県は減少した。

※公共工事請負金額は、該当月に東日本建設業保証㈱が保証を取扱った金額

平成22年8月	合計	国	独立行政法人等	県	市町村	地方公社	その他
公共工事請負金額(百万円)	30,549	1,978	7,897	4,808	12,292	207	3,366
前年同月比(%)	48.2	△12.1	487.0	△34.1	38.5	802.7	310.4

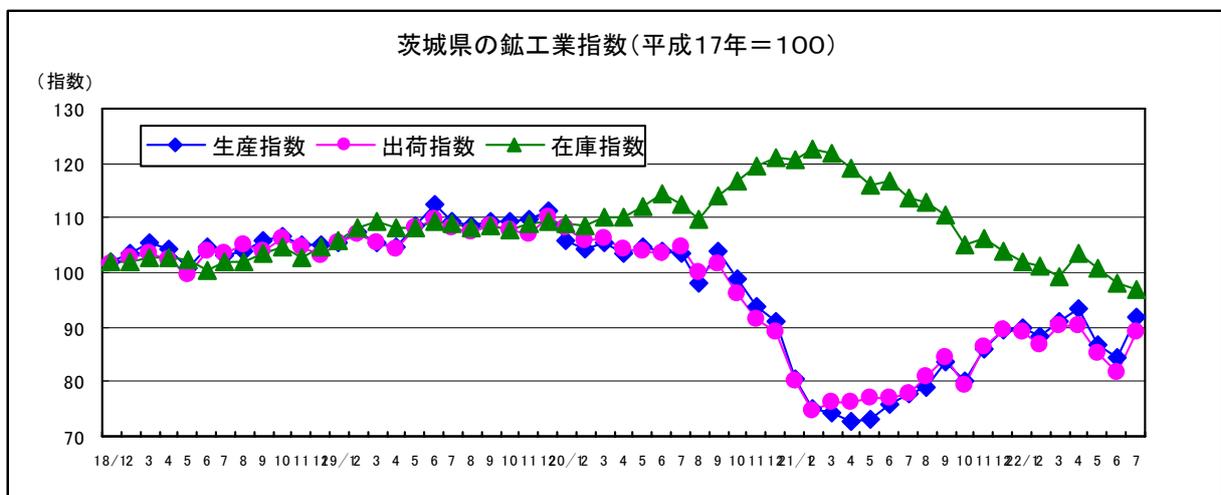


(資料: 東日本建設業保証㈱)

## 生産活動

7月の鉱工業指数は、**生産**指数は91.9で前月比8.8%と3ヵ月ぶりに上昇した。業種別では、化学工業、一般機械工業、電気機械工業等が上昇し、鉄鋼業、非鉄金属工業等が低下した。**出荷**指数は89.2で同9.3%と4ヵ月ぶりに上昇した。業種別では、化学工業、石油・石炭製品工業、一般機械工業等が上昇し、精密機械工業、情報通信機械工業等が低下した。**在庫**指数は96.8で同△1.2%と3ヶ月連続で低下した。業種別では石油・石炭製品工業、化学工業等が上昇し、鉄鋼業、プラスチック製品工業、一般機械工業等が低下した。

平成22年7月(平成17年=100)	生産指数	出荷指数	在庫指数
季節調整済指数	91.9	89.2	96.8
対前月増減率(季節調整済)(%)	8.8	9.3	△1.2
対前年同月増減率[原指数](%)	17.3	12.6	△15.3



(資料: 茨城県企画部統計課)

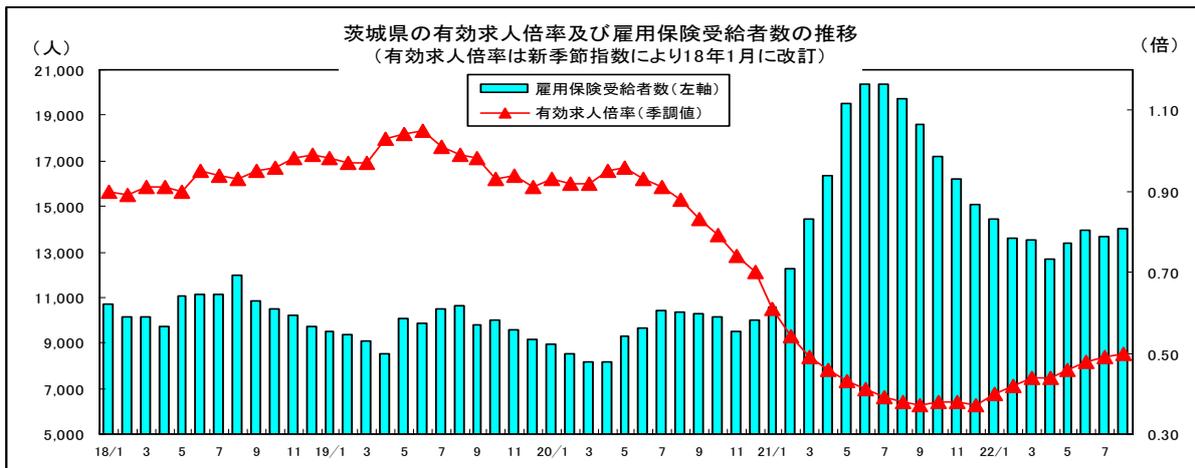
## 雇用情勢

8月の**新規求人数**は10,807人となり、前年同月比25.7%増加した。産業別では、その他の産業、製造業、運輸・郵便業、サービス業、学術研究、専門・技術サービス業、宿泊・飲食サービス業、医療・福祉、建設業、卸・小売業、生活関連サービス・娯楽業では増加となった。一方、情報通信業では減少した。

**新規求職者数**は12,352人と、前年同月と比較すると4.5%増加した。新規求職者数のうち60才以上の高年齢求職者数の占める割合は10.8%となり、前年同月を0.1ポイント下回った。**有効求人倍率**(季節調整値)は0.50倍となり、前月を0.01ポイント上回った。失業の動きを**雇用保険受給者実人員**で見ると、14,032人と前年同月比28.9%減少となった。

平成22年8月

有効求人倍率(倍)	0.50	前月を0.01ポイント上回った。
有効求職者数(前年同月比%)	▲8.8	4カ月連続の減少。

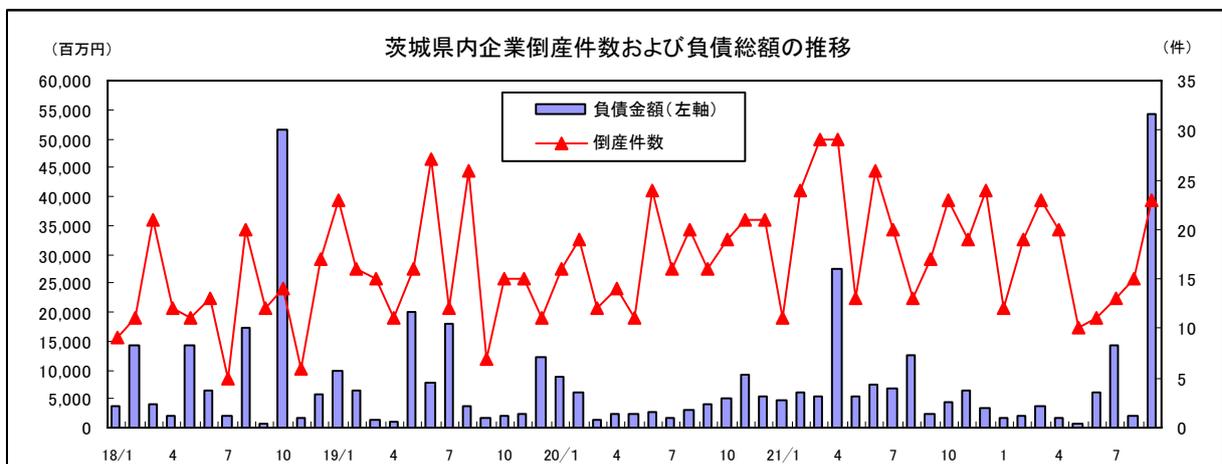


(資料:茨城労働局)

## 企業倒産

9月の県内**企業倒産**(負債総額10百万円以上、廃業、解散除く)は23件、前年同月比6件増加した。**負債総額**は54,324百万円で、前年同月比51,892百万円の増加となった。原因別では販売不振が15件で最多。他社倒産の余波(連鎖倒産)が5件、過小資本、在庫状態の悪化、その他(偶発的要因)が各1件であった。従業員数別では、5人未満が12件で最多。5人以上・10人未満が6件、10人以上・20人未満が3件、20人以上・50人未満が2件であった。

	平成22年9月	前月比	前年同月比
倒産件数(件)	23	8	6
負債総額合計(百万円)	54,324	52,287	51,892



(資料:株東京商工リサーチ水戸支店)

## 茨城県の石材地場産業の現状と課題

### はじめに

茨城県笠間市・桜川市周辺はわが国屈指の石材産地である。茨城県産の石材は花崗岩で、それは強度・耐久性・美観に優れるという特性を持ち、石垣・建物外壁・橋・舗装・石碑・灯籠・墓石・石造仏・モニュメントなどに利用される。2005年の工業統計表によれば、茨城県は、石工品の出荷額で226億円と岐阜県に次いで全国第2位、事業所数では201社と全国第1位である（表1）。

茨城県の石材産業は、笠間焼や結城紬と並んで地場産業の一つであり、その産地は稲田（笠間市）、羽黒（桜川市）、真壁（桜川市）の3地区に集積している。それら3産地は、産出される花崗岩の品質や価格、製品構成、産地の規模などが異なり、それぞれに特徴があるが、他方、共通した問題点も抱えている。特に、これらの産地の近況は、需要が長期に亘って低迷し、海外製品との競合にさらされて業績が悪化するなど構造的な問題を抱えていることだ。従業員数、企業数、出荷額のピークはバブル末期、平成初期と見られるが、3産地とも現在の規模は、大幅に縮小し、劇的に変化している。

本稿は、それら産地の近況を概観し、問題点を整理しながら、今後地場産業産地として存続発展するための課題を検討するものである。

(写真1)

(表1)石工品の出荷額と事業所数(従業員4人以上 2005年)

	出荷額(百万円)	事業所数
全国計	146,350	1,388
岐阜県	27,438	81
茨城県	22,674	201
香川県	12,110	89
岡山県	7,050	57
福島県	5,369	75
大阪府	5,111	38
福岡県	4,446	40
愛知県	4,009	57

(資料)工業統計表 品目編



中野組石材工業の採石場

### 3 産地の概要(それぞれの特徴)

#### (1) 稲田石

稲田石は、笠間市の稲田地区より採掘される(写真1)。その分布は通称石切山脈と呼ばれる東西約20km、南北約10kmの広大な地域である。稲田石は、約6千万年前に誕生した黒雲母花崗岩で、「白みかげ」とも呼ばれ、日本一の採石量を誇る。稲田は、花崗岩の東西二大産地の一つとして、西の岡山県笠岡市北木島と並び称せられている。稲田石の鉱物組成割合は、石英36.87%、長石58.3%、黒雲母4.7%で(表2)、約6割を占める白色の長石が稲田石の基調となっている。稲田石は硬質で耐久性に優れ、白いのが特徴で、色ムラの少ない均質材であり、ビルの床材や駅の階段など建築用材を主力に使われてきたが、近年では、建築需要が一巡し、墓石需要が大きくなってきた。

(表2)鉱物組成割合(%)

	石英	正長石	斜長石	黒雲母他
稲田石	36.8	21.6	36.7	4.7
羽黒糠目	29.4	12.4	46.9	10.9
真壁小目	34.5	17.5	39.9	7.8

(資料)茨城県石材業協同組合連合会

(表3)産地別主要品目状況(2010年、%)

	墓石	建築材	その他
稲田	70	29	1
羽黒	95	4	1
真壁	90	2	8

(出所)各組合からのヒヤリングによる

最近の製品構成は、墓石 70%、建築材 29%、その他 1%となっている(表 3)。使用例では、国会議事堂(1925)、三井本館(1929)、日本銀行旧館(1932)、最高裁判所(1974)、東京証券取引所(1985)、茨城県庁(1997)、広島原爆慰霊碑などがある。

稲田産地の始まりは、明治 22 年ごろとされ、はじめは自家用程度だったが、明治 30 年、広島出身で東京の石材商・鍋島彦七郎が開発に取り組み、組織的な採掘を行ってから本格化した。そして、広島県の高田愿一、香川県の中野喜三郎、神奈川県の中野大次郎ら県外の業者が続々と稲田入りし、香川、岡山、神奈川、岐阜、長野などから石工が移住して徒弟制度が確立し、稲田は石の町に変貌した。さらに、明治 31 年水戸線の稲田駅開設により産地化に弾みがついた。明治 38 年、東京の市電の軌道舗装敷石の大量注文を受け、石材産地として稲田は全国的に有名になった。第二次大戦後は全国の戦災都市の復興や都市の整備などによって石材需要が増え、稲田は活況を呈した。1945 年を境に徒弟制度はなくなり職業訓練所なども設置された。その後、高度成長期には、加工機械・採掘機の導入が進められ、機械化による近代化が進むとともに、建築需要や大規模な墓地開発などによって高成長を遂げた。なお、昭和 30 年代、機械化が進んで庭先で独立する零細企業が増加するにつれて騒音、粉塵、振動、汚水などの公害問題も発生した。1987-88 年ごろ、笠間市が集団化、合理化、省力化、公害問題解決のため団地建設を検討、1993 年稲田石材団地協同組合が設立された。開発総面積 26 万㎡、総事業費 30 億円、入居企業 12 社(当初 36 社予定)で、1995 年より操業に至った。

産地の現況は、企業数は稲田石材商工業協同組合の組合員ベースで 2006 年度 78 社、2010 年度 61 社(1992 年ピーク時 114 社)、従業員数は 2006 年度 208 名、2010 年度 219 名(同 586 名)、2006 年度の推定出荷額は 19 億円である(表 4)。ピーク時に比べて、企業数で 5 割水準、従業員数で 4 割水準、出荷額では 1 割水準まで縮小してしまった。なお、出荷額は近年公表された数値が無く、産地の各組合がアンケートを行った概数であり、当産地のそれは 2006 年度 19 億円となっているが、過少であると思われる。笠間市の工業統計調査結果をベースに稲田石材団地の給水量実績値から推計してみると 2009 年度で、35-40 億円程度と推測される。1990-92 年当時は 230 億円前後であったが、いずれにしても、その後一直線に低下し、ピーク時の 20% 水準を割るまで低下している。稲田の組合員の規模別分布は、表 5 の通りで、2 人以下の個人企業が 26.2%、10 人以下の企業が 70.5%を占め、50 人以上の大手企業は中野組石材工業(株)と(株)タカタの 2 社のみであって、零細性が特徴である。業態別にみると、61 社中採石業のみが 3 社、採石・加工業者が 7 社、加工業者が 51 社であり、加工のみを行う零細業者が多いことがわかる。加工部門には下請け関係が存在するが、繁忙時に助け合う程度の関係であり支配系列関係はない。また、真壁地区のように石材問屋や輸入商社は存在しない。なお、組合に加入していない零細業者が 30 社程度あるとみられるが、零細個人企業が中心で、役物(蓮華などの特殊加工)や字彫りなどを担う専門業者や一人親方企業である。また、組合員企業の従業員の年齢構成を見ると、表 6 のように、20 代 7.3%、30 代 16.0%、40 代 36.5%、50 代 32.0%、60 代 8.2%と、高齢化が進んでいる。

(表4)茨城県内石材産地概況

	1992年度			2006年度			2010年度
	企業数(組合員)	従業員数(組合員)	出荷額(百万円)	企業数(組合員)	従業員数(組合員)	出荷額(百万円)	企業数(組合員)
稲田石材組合	194 (114)	636 (586)	23,012	108 (78)	238 (208)	1,900	(61)
羽黒石材組合	150 (78)	538 (458)	17,520	90 (50)	195 (155)	1,680	(43)
真壁石材組合	800 (425)	3500 (1900)	52,000	320 (164)	800 (410)	14,000	(135)
合計	1,144 (617)	4,674 (2,944)	92,532	518 (292)	1,233 (773)	17,280	(239)

(資料)各組合によるアンケート調査に基づく概数

(表5)稲田石産地企業の規模別分布(2010年)

従業員規模	2人以下	3-5人	6-10人	11-49人	50人以上
企業数	16	27	10	6	2
(%)	26.2	44.3	16.4	9.8	3.3

(資料)稲田石材商工業協同組合

(表6)稲田石産地従業員の年齢構成(2010年)

年齢	21-30	31-40	41-50	51-60	61-70
従業員数	16	35	80	70	18
(%)	7.3	16.0	36.5	32.0	8.2

(資料)稲田石材商工業協同組合

## (2) 羽黒石

羽黒石は、栃木・茨城両県境を南下する阿武隈山脈の支脈が筑波山に延びる山脈の中間に位置する桜川市(旧岩瀬町) 上城地区で採掘される。羽黒石は、「羽黒青糠目石」と呼ばれ、やや青味がかかった深みのある色で、きめ細かな高級品として位置づけられ、高級墓石、建築石材、彫刻品、オブジェなどに使用されている。香川県の庵治石、福島県の浮金石などと並び、国内最高級に位置づけられる銘石である。羽黒石の鉱物組成割合は、石英 29.4%、正長石 12.4%、斜長石 46.9%。黒雲母 10.9%と、稲田石や真壁石に比して斜長石と黒雲母の構成が高いことが特徴である(表 2)。羽黒青糠目石は、他のみかげ石と異なり採掘量が極めて少ないことも特徴であり、このため、原石の価格(1 尺立方あたり)も稲田石 8,000 円、真壁石 10,000 円に比べて 75,000 円と高くなっている(表 7)。最近の産地の製品構成は、墓石 95%、建築材 4%、その他 1%と墓石中心である(表 3)。

産地の歴史は、羽黒地区は、稲田地区に数年遅れて開発が始まった。山口県などから職人が入り込み、明治 35 年に本格的に企業化され、明治 37 年に水戸線の貨物駅として羽黒駅が誕生したことで企業化が軌道に乗り、今日の基盤が形成されたとみられる。昭和 35 年ごろからの高度成長期が全盛期であり、このころは企業数も当初の 13 社から 130 社にまで増えた。農家が研磨機を購入して石材業に参入した時代であり、戦没者の 13 回忌法要に合わせた墓石需要の増大もあって、産地は隆盛を極めた。

産地の現況は、企業数は、羽黒石材商工業協同組合の組合員ベースで 2006 年度 50 社、2010 年度 43 社、2006 年度の従業員数は 155 人、推定出荷額は約 17 億円である。県内 3 産地の中で規模は最も小さい。羽黒地区においても、ピーク時の 1992 年の規模と比較すると、企業数では 6 割水準、従業員規模では 3 割水準、出荷額規模では 1 割水準まで縮小してしまった(表 4)。羽黒地区の採石業者は 7 社ある。また、羽黒地区でも中国との関係が深まっており、自社加工をしている業者の多くが顧客からの注文に応じて中国から安価な製品を輸入するケースが増えているようだ。

## (3) 真壁石

真壁石は、桜川市真壁地区(旧真壁町)や大和地区(旧大和村)の筑波山から北に連なる足尾山・加波山で採掘される。真壁石は、「こみかげ石」「常陸こみかげ石」とも呼ばれ、小目と中目がある。真壁小目の鉱物組成割合は、石英 34.5%、長石 57.4%、黒雲母 7.8%であり、稲田石よりも黒っぽい色調である(表 2)。墓石、灯籠、土木、建築材など幅広く利用され、最近の製品構成は、墓石 90%、建築材 2%、その他 8%である(表 3)。建築材の使用例では、迎賓館、司法省、東京商工会議所、茨城県庁などがある。また、その他の中には、1995 年に伝統的工芸品国指定を受けた「真壁石燈籠」(写真 3)も含まれている。

真壁石の歴史は古く、石器時代の遺跡(石斧、石棺等)が発見されているが、鎌倉初期から室町・戦国期にかけての古碑・五輪塔、仏石などが数多く残され、仏石石工の存在が認められることから、今から 500 年前が真壁の石材業の初めと伝えられている。江戸時代末期、久保田吉兵衛が子弟相伝による石工の後継者作りを始め、明治に入ってから稲葉丑三郎、稲田亀吉らの名工を輩出した。産業化の始まりは、明治 22 年、火薬による近代的な採掘方法の導入によるとされ、明治 32 年には迎賓館(旧赤坂離宮)

(表 7) 石材(原石)標準相場表(2010年6月現在)

	石材品名	規格	単位	価格(円)
茨城県	稲田みかげ角石	1級品	才	8,000
	真壁みかげ(小目)		才	10,000
	真壁みかげ(中目)		才	10,000
	羽黒青糠目石	特級	才	75,000
福島県	浮金石	特級	才	32,000
	本小松(安山岩)	超特級	才	40,000
神奈川県	岡崎 牛岩青石	特級	才	85,000
愛知県	本御影石	特級	才	150,000
兵庫県	備中青御影石		才	20,000
岡山県	庵治石(細目超特)		才	120,000
香川県				

(注)才(切)は、1尺立方、30cm立方

(出所)「日本石材工業新聞」2010.6.25より抜粋

(写真 2)



(写真 3)

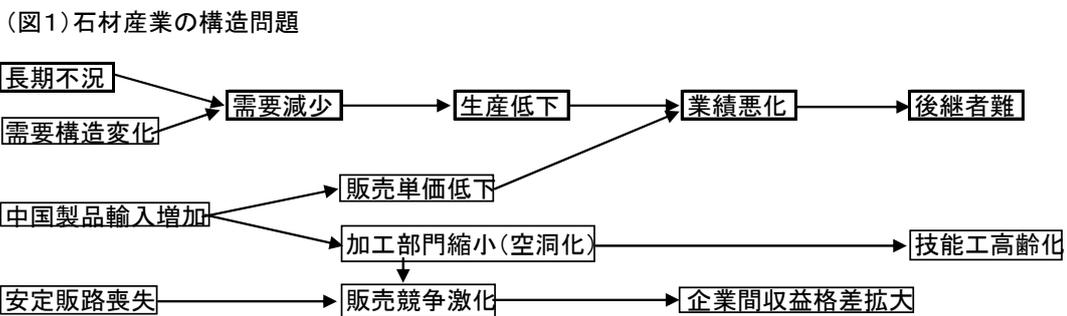


造営に際して真壁石が使用され有名になった。大正7年、筑波鉄道の開通により産地規模が急速に拡大した。昭和に入って、石燈籠の制作が盛んになり、その産業化が始まった。特に昭和40年代の造園ブームにより、真壁は石燈籠の全国屈指の産地に発展した。石燈籠を製作する伝統工芸士は現在24名おり、個人企業が中心である。

産地の現況は、企業数は、真壁石材協同組合の組合員ベースで2006年度164社、2010年度135社であり、従業員数は2006年度410名、推定出荷額は2006年度140億円である(表4)。3産地の中では、企業数、従業員数、出荷額いずれにおいても最大規模である。しかし、ピーク時の規模に比べると他産地と同様に大きく縮小している。企業数で4割水準、従業員数で2割水準、出荷額で3割水準まで落ち込んでいる。採石業者は、10社ある(最大シェアは出川工業(株))。また、真壁地区には、産地問屋が15社あり、大半が中国製品の輸入に係わっている。

### 生産・流通面での構造的な変化(3産地に共通した問題点)

ピーク時が過ぎた1990年代初めから今日に至るまでの3産地に共通した石材産業(産地)の構造問題を整理しよう(図1)。



第1に、80年代のバブル経済が崩壊し、「失われた20年」「平成デフレ不況」などと呼ばれる長期に亘る不況と石材に係わる需要構造の変化により、需要が長期的に減少したことである。バブル崩壊により建築ブームが終わり建材需要が低下した。墓石市場では、①核家族化による家意識の希薄化と墓所・墓石需要の減少、②大都市部における団塊の世代の墓所・墓石需要の一時的な増加とその後の需要減少、③都市部における納骨堂・堂内陵墓などマンション型墓地の増加、④宗教離れによる自然葬、樹木墓など脱墓石の動きなど、需要構造が変化しており、長期的に見て石材需要が減少している。

第2に、この間生産量・出荷量は一直線に低下していることである。石材産業は、受注生産であり、需要の減少に伴い生産・出荷量も低下する。3産地のピーク時からの生産・出荷量の激減状況は先に見た通りである。この結果、産地内の大方の企業の業績が悪化、赤字化し、経営の魅力も低下して後継者難に陥っている。

第3は、中国からの製品輸入が増加し、国内製品の受注・販売単価が低下して業績が悪化していることと、産地の加工部門(製造部門)が空洞化しつつあることである。そして、空洞化が進んだ結果、技能工の高齢化が進み、技術の伝承が損なわれていることもあげられる。これは、石材産業産地のグローバル化の問題として大きな問題である。石工品の出荷額に占める中国からの製品輸入額(花崗岩製品)の割合を見ると、2001年37.6%、2002年46.1%、2003年45.9%、2004年47.8%、2005年51.7%と増加している(工業統計表などより)。かつては、韓国やインドなどからも製品輸入をしていたが、価格面で圧倒的優位にある中国産が年々増加し、2009年には数量ベースで99%、金額ベースで98%が中国からの輸入で占められている(表8)。中国の石材産業、中国との取引状況等については後述する。

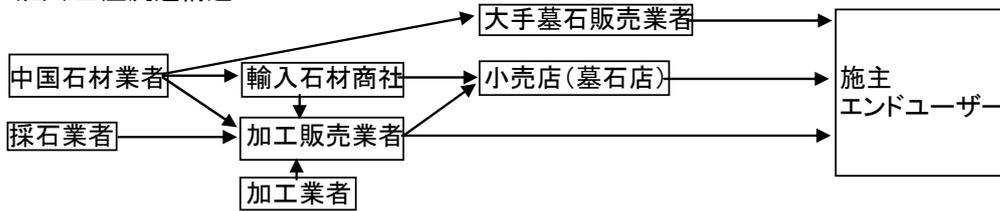
(表8) 中国からの花崗岩製品の輸入実績推移

年	数量(千t)	比率%	金額(億円)	比率%
1997	937	85.9	604	76.7
1998	770	91.1	569	82.8
1999	893	93.2	572	87.7
2000	982	94.2	602	90.1
2001	1,088	95.6	726	92.3
2002	1,159	96.4	788	94.1
2003	1,162	97.6	730	95.4
2004	1,118	98.0	685	96.1
2005	1,175	98.5	757	96.7
2006	1,142	98.9	792	97.5
2007	1,057	98.9	798	97.9
2008	922	98.9	720	98.0
2009	818	99.0	610	98.2

(資料) 日本貿易統計 (出所) 「月間石材」

第4は、流通構造が変化し、70-80年代のような「問屋任せ」の安定的な販売体制が崩れ、石材業者は小売部門への参入を余儀なくされ大手の小売業者等との競合が激化している。加えて、中国からの製品輸入の増加による加工部門の空洞化によっても加工業から販売業への転換を強いられており、その結果、販売競争が激化し、企業間の収益格差が拡大している。

(図2)生産流通構造



3産地の場合も、かつては山(採石部門)を押さえている大手採石企業が産地の統括的存在であり、加工販売業者も産地問屋を通じて販売し、それぞれが安定的な収益を確保していた。しかし、流通構造が変化し、特に、墓石販売においては、加工販売業者、輸入石材商社、大手墓石販売業者、小売店(墓石店)と業態が多様化、多層化し、それらの間での競合が激化している。また、産地内の加工販売業者でも大手企業(約2割)は全国の小売店(墓石店)を囲い込みながら卸売を行い、零細個人企業(約8割)はエンドユーザー向けに直接販売する(建て上げ)など、販売経路が分化している。そうした中で墓石販売市場の支配者は、全国展開の大手墓石販売業者であり、彼らは中国から直接製品を輸入しエンドユーザーに直接販売し、大量仕入・大量販売により高収益を確保している(図2)。(株)メモリアルアートの大野屋(東京都、資本金12億円)、(株)はせがわ(福岡市、資本金39億円、仏壇・仏具製造販売より参入)、(株)ニチリョク(東京都、資本金13億円、庭園庭石工事より参入)、須藤石材(株)(東京都、資本金98百万円、霊園会社から参入)などが代表的な大手墓石販売業者である。また、これら大手墓石販売業者は、墓石販売のみならず、それに係わる霊園事業、葬祭事業、仏壇・仏具販売事業などを兼営し総合企業化している企業が多い。

## 中国との競合問題

### (1) 中国・福建省の石材産業

中国は世界の石工場である。中国には多様で豊富な原石埋蔵量に加え、労働コストが低廉であることから石材産業が集積し、世界中の石が集まり世界中に輸出している。2009年の中国全土の石材の輸出は、花崗岩が795万t、約24億ドル、大理石が147万t、約9億ドルであった(税関総合情報網)。中国の石材産業が発展したのは、1979年の「改革・開放政策」以降と言われており、1980年代に機械化が進展して90年代に大幅な規模拡大をみている。花崗岩の産地は、広東、福建、山東、四川、河北の各省である。このうち日本企業との関係が深いのは、福建省であり、日本式墓碑の生産量が多い。福建省の石材の出荷額は中国全土の約4割、輸出入は約6割を占めている模様である。

「福建省建材産業調整および振興案」(福建政府ホームページ情報)によると、福建省の石材産業は2つの産業圏を形成している。ひとつは、泉州市(アモイから95km)の南安、惠安、晋江を中心とした



「閩南（ビンナン）石材産業圏」であり、いまひとつは、福州市（アモイから 270km）の羅源、寧徳市の福鼎および古田を中心とした「閩東石材産業圏」である。取引量は南部の閩南（ビンナン）石材産業圏の方が多いためである。

福建省の石材産業の規模は、表 9 の通りである。

日本貿易振興会の調べ（1994 年）では、1992 年末に企業総数 1,000 社以上、従業員数約 1 万人と見られていたが、今日では巨大な規模に成長している。2005 年の企業数は 1 万 6000 社（内掘削企業 1 万 2000 社、加工企業 4000 社）、石材輸出企業 500 社、石材輸出港は 10 港となっている。福建省石材業界協会の郭秘書長によれば、最近の従業員数は 80 万人とのことである。また、2009 年の生産額は、350 億元（4200 億円）

に及び、輸出額は 23 億ドル（2150 億円）に及んでいる。郭秘書長の話では、2009 年の生産額の実態は統計よりも多く、500 億元（6000 億円）に達していると考えられている。なお、輸出額の 3 分の 1 が日本向けである。

茨城県石材業協同組合連合会会長・羽黒石材商工業組合理事長の堀政美氏によれば、「日本では GANGSO（大鋸切断機）を 10 台保有する企業でも大手企業になるが、中国には 50 台ぐらい保有する企業がたくさんあり、従業員規模でも 300 人以上の企業が 300 社以上はあるだろう。アモイから車で 1 時間の工業団地には 20-30 社入居した石材団地がいくつもある。アモイ周辺の石材問屋も 20-30 社はある。2 世代、3 世代目の経営者にはアメリカ留学帰りもあり、経営も近代化している。」とのことであり、日本よりも企業規模の大きな企業が多いと想像される。また、同氏は、「中国の商売のやり方は、日本の石材小売り企業全社に DM を打つなど極めて積極的であり、秩序や棲み分けは感じられず、このままでは日本の石材産地は破壊される。」と危機感を持っておられる。

（2）中国石材産業の競争力

福建省の花崗岩の品質は、一部に日本よりも品質が劣るとの見方もあるが（水分を含みやすくカビが生えやすい、変色しやすいなど）、茨城県の石材組合の調査では 5-10 年の経年変化の差異はあまりなさそうである。福建省の機械化のレベルは、日本と変わらないと見られている。

労働力の質については、ヒヤリングによれば、日本と変わらないという企業もあるが、仕事は速いが正確性に欠ける、精度も日本の 7 掛けといった企業もあり、評価が分かれる。字彫りについては、中国人は日本と書き順が違う、見た目が下手などから日本で行う企業が多いようだ。

原石のコストは、日本の 3 分の 1 から 4 分の 1 程度である。人件費は、日本の 10 分の 1 程度ゆえ、圧倒的なコスト格差が発生している。もともと人件費が安い上、内陸部より 2-3 年周期で 10 代の若年労働者が入り込んでくるとも言われており、月給は 1 万から 1.5 万円程度と見られる。こうしたコスト格差から、日本への輸送コストを加味しても仕入れ値は 3 分の 1 程度である。こうして、中国産墓石の販売価格は、100-150 万円程度が中心であり、国産墓石の販売価格の 300-400 万円程度に比べて圧倒的な優位に立っている。

（3）茨城県石材産業との関係

中国と茨城の石材産業との関係は、当初は原石輸入から始まり、その後、茨城から職人が中国に渡り加工技術を教えたり、検品を通じて技術指導を行ったりした。日本製の中古の加工機械が輸出されたケースもある。そして現在、製品輸入の時代を迎えている。

（表9）福建省の石材産業の規模

項目	規模	年
企業数	16000社	2005
内 採掘企業	12000社	2005
内 加工企業	4000社	2005
石材輸出企業	500社	2005
石材輸出港	10港	2005
従業員数	80万人	2010
石材生産額	350億元(4200億円)	2009
石材輸出額	23億ドル(2150億円)	2009
内 日本向け	8億ドル(748億円)	2009

（資料）茨城県上海事務所調べ

（写真4）中国からの輸入石材



茨城県の産地企業は、原石を産地から運んで委託加工を行うケースと、原石も中国産を用い製品輸入するケースがある。FAX で注文すると約 2 週間で製品が輸入される。

中国に現地法人や合弁企業を持つケースは少ないようだ。真壁の石材企業では、真壁の石を中国に運び、中国で加工させて日本に製品を輸入するケースが多い。20t コンテナに 4-5t 単位の原石を積み、千葉港や横浜港から積み出す。それを福建省で加工し、製品化して再び真壁に輸入する。コストはそれでも国産よりも安い。産地内企業では、中国からの輸入製品のウェートを高め、中国との関係を上手に構築している企業が総じて収益性が高いようである。

### 新たな取組み:産地革新の芽

産地を取り巻く環境の構造的な変化の中で、茨城県の産地はどのように対応しているのだろうか。産地の存続をかけた革新的な取組みは見られるのだろうか。次に産地の新たな取組みを概観してみよう。

第 1 は、茨城県石材業協同組合連合会（3 産地組合の連合組織）が 2006 年、2007 年に茨城県地域産業集積活性化計画支援事業として県の補助金を受けて「地元御影石と中国石との性能比較研究事業」を行った。消費者が石材製品の価格を理解し、産地製品の品質保証制度を創設することを目指した調査である。茨城産の石と中国産の石との劣化・変質の観察調査により「表面の美しさ」や「永続性」について素材の違いという点から消費者に説明できる材料を得たということである。

第 2 は、羽黒石材商工業協同組合が 2007 年から 2009 年に、産業技術総合研究所、日本原子力研究開発機構、茨城大学工学部、茨城県工業技術センターなどと産学官共同研究を実施した。中性子ラジオグラフィによる非破壊試験により石材劣化のメカニズムの研究を行った。これも中国石との競合を意識したものである。

第 3 は、羽黒地区と真壁地区の石材業者有志が「いばらき石材加工技術研究会」（金子徳善会長）を立ち上げ、新製品を共同開発し実用新案や意匠登録をしたり、ジャパンストーンフェアなどイベントに共同参加したりしている。

第 4 は、デザイナーと石職人とのコラボレーションによるデザイン開発や新製品開発の取組みである。

①毎年秋に、稲田石材商工業協同組合は、中野組石材工業 (株) 石切り場と東京ミッドタウンを会場にして「いなだストーンエキシビジョン」を実施しており、2009 年で 5 回目を迎えた。これは地元の石材店経営者が茨城新聞で地元在住のデザイナー・藤代範雄氏を知り、稲田石材商工業協同組合が同氏にプロデュースを依頼して始めたイベントである（実行委員長・田守勝氏）。日本を代表する約 20 人のグラフィックデザイナーと稲田の石職人とのコラボレーションにより制作した稲田みかげ石のアートの展示会である。これには笠間市も補助金を出している。稲田石の素材の美しさを稲田の石職人の卓越した技で個性的なアートに高めた傑作揃いであり、毎年 10-20 作品程度が制作・展示され、販売される（写真 5）。

②真壁・稲田で活躍する石工の有志が 2003 年に立ち上げた「石工の見世蔵（いしくのみせぐら）」がある。これは地域伝統産業の活性化をめざす石工有志（石工 7 人衆）と筑波大学の蓮見孝研究室が連携し、コラボレーション型の参画型デザインングを行うもので、大学が多様な石材製品のデザインを提案し、石工が分担して制作、様々なイベントへのブース出店やパンフレット、ホームページの製作などを行い石材の魅力や石材業の存在を情報発信するものである。この活動は 8 年間に及び、真壁のまちづくりにも一役かっている。

第 5 は、石材産業・産地による地域密着型のニューツーリズム、産業観光への取組みである。

①3 産地の組合は、笠間市と桜川市から補助金を受け、毎年 11 月に笠間市の笠間芸術の森公園で開催される「匠のまつり・ストーンフェスティバル」に参加している。これは石材産業とやきもの産業の「産業祭」的



なイベントだが、来客者は10万人に及び、産地のPRに加えて石材製品が展示即売され、地場産業の産業観光の取り組み事例になっている。

②笠間市と笠間観光協会は、地域密着型ニューツーリズムの内容を盛り込んだ着地型旅行商品「笠間発見伝」を開発・販売しているが、その商品メニューに産業観光として稲田産地の石材企業も参加している。稲田みかげ石の採石場見学がコースの一つに入っており、また、小比賀石材が稲田石で表札や石彫作品を制作する体験ツアーの企画に協力している。

### むすび:産地存続発展のための課題

最後に、図1で見たような産地を取り巻く構造的な諸問題に対応し、伝統的な地場産業産地として存続発展するために必要な課題を整理してむすびとしたい。

第1は、需要減少に対応した新しい需要の掘り起こしである。建築材については、公共工事への県産(国産)みかげ石活用の促進を図ることである。国や地方自治体に対して地場産業とそれを支える職人技を守るために、地産地消を心がけ、公的買い上げを増やしてもらうように働きかける必要がある。墓石については、需要構造の変化に対応し、都市部におけるミニ墓石や洋風墓石などデザインの革新につとめるべきであろう。また、住宅分野のインテリアや庭先商品の開発など、周辺分野の商品開発も推進すべきであろう。

第2は、グローバル化への対応策として、中国との共存共栄策を推進することである。すなわち、地場産業産地として少なくとも産地の石の利用拡大を図るとして、中国の人件費をはじめとしたコスト競争力の優位性は当面変わらないので、加工部門は中国を中心に据え、国内産地ではデザイン・企画・販売部門に特化してその機能を強化すべきではなかろうか。デザイン力は、デザイナーとのコラボレーション等により付加価値の高い製品づくりをめざすことである。産官学連携などにより、産地ぐるみで商品企画や商品開発に取組み、国際競争力をつけることも重要である。販売力は日本のお家芸とも言われているが、革新的なマーケティングを行って販売力を強化する必要がある。インターネットを利用した直販力強化も課題の一つであろう。また、産地の組合が共同受注するような機会も追求すべきであろう。

第3は、産地のブランド力をつけることである。そのためには地元石材の品質調査を徹底し品質保証機能を付加すること、イベントや展示の機会を増やすこと、デザイン力を向上させること、情報発信を積極的に行うことなどが重要となろう。

第4は、業態間、企業間の販売競争が激化する中で個別企業の生き残りを図る場合の課題としては、事業の多角化(周辺業務への参入)、事業の統合(製販一体化)、業務提携(合併を含む)などを検討すべきであろう。

以上のような対応策を遂行することによって、茨城県の石材地場産業が産地の危機を乗り越え、21世紀に勝ち残る伝統的な地場産業産地として復興することを切に願うものである。

(熊坂敏彦)

#### (参考文献)

- ・笠間市史編纂委員会編「笠間市史 下巻」(1998)
- ・笠間市史編纂委員会編「図説笠間市史」(1988)
- ・小林三郎「稲田御影石材史」稲田石材商工業協同組合(1985)
- ・関口ひろ子「稲田石」筑波書林(1981)
- ・羽黒石材商工業協同組合「我石と生き 石我と語る」(1995)
- ・真壁石材協同組合 稲田石材商工業組合 羽黒石材商工業協同組合の各パンフレット
- ・日本貿易振興会「中国の石材産業」(1994)
- ・産業技術総合研究所 地質調査総合センター編「地質ニュース」
- ・蓮見孝「地域再生プロデューサー参画型デザインングの実践と効果」文真堂(2009)

## 【産業レポート】

### 山形カロッツェリア研究会にみる地場産業産地の革新

#### はじめに

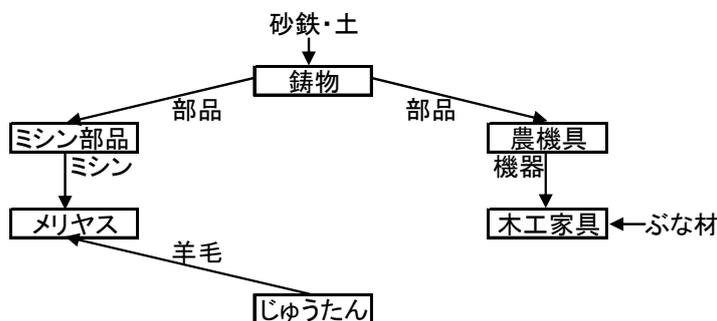
山形県には、ものづくり地場産業が数多く集積している。山形市周辺には、鋳物、農機具、木工家具、じゅうたん、横編メリヤスなどが集積し、しかもそれら各地場産業間に歴史的な連関性があり、山形の地場産業は地域内でいわば内発的に発展してきたと見ることができる。ところで、現在、全国のものづくり地場産業のおかれている状況は極めて厳しい。円高による輸出不振や長期不況による需要減、中国からの安価な製品輸入による国内生産の停滞、後継者難など問題が山積している。山形県の地場産業もその例外ではない。

しかしながら、2003年に発足した「山形カロッツェリア研究会」の活動は、こうした山形のものづくり地場産業を活性化したばかりか全国の地場産業産地の革新を図る上で大いに参考となる事例でもある。そこで、本稿では、山形の地場産業の特色を概観し、「山形カロッツェリア研究会」の活動内容を紹介し、それに見る地場産業産地の革新の諸側面を指摘し、もってものづくり地場産業の再生・革新の参考に供したい。

#### 山形の主要地場産業(形成史と相互連関性)

山形の地場産業は、東北地方の中では数が多く、鋳物など伝統型地場産業の他に木工家具、農機具、ミシン、メリヤスなど現代型地場産業も併存し、それらが歴史的に相互に関わり合いを持って発展してきたことが特徴である(図1)。主な地場産業の形成史を見ておこう。

(図1)山形県主要地場産業の相互連関図



鋳物業は、御冷泉天皇のころ源義経が山形地方を転戦の折、従軍した鋳物師が馬見ヶ崎河原の砂と千歳公園付近の土質が鋳物に適していることを発見し、この地に留まったことに始まると言われ、産地的な形態をとるようになったのは慶長年間(1600年前後)最上義光時代と見られている。始めは日用品仏具などの小物を生産したが、それらが出羽三山参拝者の土産物として全国に広まった。その後、梵鐘のような大物の鋳造も可能となり、明治初期には山形銅町は全国的に有名な産地となった。当時の原料は山陰の砂鉄を利用し、その輸送は酒田港から大阪方面に米を運んだ船の帰途を利用し、酒田港から最上川を利用して陸揚げされたということである。戦時中、機械鋳物の生産がさかんとなり、戦後は産業機械鋳物生産が急増した。そうした中で、山形市周辺にミシン部品工業や農機具工業が発生し、鋳物業から材料の提供を受けた。

木工家具業は、県内に豊富なぶな材を利用した地場産業として発展した。針箱、木製容器等製造を中心とした「指物業」がその始まりであった。戦時中に政府の要請で弾薬箱を製造する軍需産業として発展し、終戦後は進駐軍の注文を受け、また、アメリカからの技術導入を図って洋家具製造に転換しつつ発展した。木工家具業には地元の農機具メーカーからの機械の供給もあった。

メリヤス産業は、山形市近郊の山辺町に立地しているが、戦前、軍需生産の一部を担うものとして綿糸によ

る軍手・軍足生産から出発した。原糸不足の中で、山辺町には昭和 10 年代初期から緬羊を輸入して飼育し、高級じゅうたんを製造する企業があり、また、足踏み機械による紡毛（ホームスパン）製造をする業者が現れ、産地全体として毛メリヤス産業への転換が図れた。また、その当時、疎開してきたメリヤス職人がいたこと、山形市にあった航空機メーカーが戦後編織製造を始めたこと、地元のみシン産業からも機材の供給を受けたことなどが横編メリヤス産業の発展を促進した。

## 奥山清行氏と山形カロツェリア研究会の活動内容

(写真 1)

(1)「山形カロツェリア研究会」とは

「山形カロツェリア研究会」は、2003 年 5 月に立ち上げられた。発起人は、世界的に有名なカーデザイナー・奥山清行氏である（写真 1）。奥山氏は、山形市出身で、武蔵野美術大学卒業後、ゼネラルモーターズ（米）、ポルシェ（独）のチーフデザイナーを経て、名門ピニンファリーナ（伊）のデザインディレクターに就任し、フェラーリのスーパーカー「エンツォ・フェラーリ」などをデザインした人である。彼は、故郷の地場産業の再生を思い立ち、デザインによって地域の産業振興を図ろうと考えた。そして、地方から世界に文化を発信すべく、イタリア式の「ものづくり」を採り入れた。



「カロツェリア」とは、イタリア語で「特別注文で自動車を製作する工房（車のボディ工場）」という意味であり、開発から組立てまで地域一体となってものづくりを行うことを意味している。その特徴は、「匠の技」を生かして世界が注目するブランドをつくり出すことである。フェラーリもグッチもプラダも、元を辿ればイタリアの田舎の中小企業だった。奥山氏が採り入れたいと思ったイタリアの中小企業の「ものづくり」の特徴は、次のような点である。①大量生産・規模拡大で利益を大きくするのではなく、特定の顧客や層を狙って製品を差別化し、小回りの効く規模で経済環境変化に素早く、積極的に対応する、②輸出を前提に経営し、地方の小企業が海外と直接取引する、③アメリカと違いイタリアには日本にも残っている「職人文化」がある、などである。そして、フェラーリのように、現場の職人技術を大事にしなが、付加価値の高い商品づくりを山形の地場産業で行いたい。奥山氏は、そうしたイタリア式の「ものづくり」を念頭に、地元の友人たちと議論し、山形県庁の人の案内で県内の地場企業を 20 社程度見て廻り、地元有志とともに「山形カロツェリア研究会」を立ち上げたのであった。

奥山氏が関心を持った山形の地場産業は、鋳物、木工製品、繊維等であり、研究会参加の条件としては、①しっかりした技術があること、②業界として横のつながりをもっていること、③経営者が若いこと、④従業員が 10 人以上であること、⑤考え方に賛同・協力してくれることであった。こうして研究会に参加した企業は、山形の地場産業それぞれの業種の老舗企業ないしは統括的な企業であった。鋳物の菊池保寿堂、木工家具の天童木工、多田木工製作所、農機具の山本製作所、じゅうたんのオリエンタルカーペット等である。そして、研究会の守備範囲は、商品のコンセプトづくり、デザイン、試作、開発指導、展示会や雑誌などのプロモート、さらに、販売まで含まれた。

(2) 活動内容

「山形カロツェリア研究会」の活動内容は、第 1 に、参加企業の統一ブランドを「山形工房」とし、そのコンセプトを「モダンビンテージ」として、奥山氏がそれぞれの参加企業の新商品のデザインを行い、参加企業の職人とのコラボレーションにより新製品を開発した。日本文化の伝統的な部分をしっかり残しながら、現代の生活に合わせて手法や表現方法を変えたものを作りこんだ。

菊池保寿堂は 400 年余りの歴史を有するが、そこで培ってきた鋳物技術と奥山氏とのコラボレーションによってコーヒー&ティーポット「繭」（6-12

(写真 2)



千円、写真 2) が生まれた。山本製作所は穀物乾燥機では国内トップシェアを誇る農機具メーカーであるが、奥山氏とのコラボレーションにより木質ペレットストーブ「ペチカ禅」(53 万円)「禅」(100 万円、写真 3) を開発し、「山形工房」ブランドで販売した。天童木工は、国内木製家具製造業におけるリーディングカンパニーの 1 社であり、成形合板を得意にしている。それを用いて奥山氏がデザインした複雑な形状を同社の高い成形合板技術で作った椅子「ORIZURU」(10 万円、写真 6) や森の木々をイメージしてデザインされたコートハンガー「アルベロ」(13 万円、写真 4) を生産した。天童木工の職人から独立した多田木工製作所では、奥山氏のデザインの作品を 10 点以上も製作した。4 本のなら材が螺旋状に伸び頂点に照明機能がついたコートハンガー「スパイラル」や照明器「リアーナ」、折りたたみ椅子「タタミ」などである。オリエンタルカーペットは、「手織り」「手刺し」高級じゅうたんの国内トップメーカーである。1935 年に昭和恐慌から立ち直り女性雇用の場を創るべく中国から 7 名の技術者を招いて創業した。その製品は、皇居や迎賓館やバチカン宮殿などにも納められている。同社も研究会に参加し、奥山氏の現代的なデザインと伝統産業のマッチングの妙を手刺繍通「MOMIJI」(4 畳半大 78 万円、写真 5)、「UMI」(35 万円)、「NAMI」(11 万円)、「INAHO」(65 万円)、「SAKURA」(65 万円) などとして製作し発表した。

(写真 3)



第 2 は、そうした作品を地元で発表するにとどまらず、世界最高の見本市に出展したことである。世界中から 7 万人を超えるバイヤーやマスコミが集まる、インテリア関連の見本市としては世界最高峰といわれるパリの「メゾン・エ・オブジェ」に 2006 年 1 月初出展以来、4 年連続で出展した。特に、その中でも厳選されたものだけが出展を許される最もグレードの高いコーナーである「インテリアシーン」(出展競争率 20 倍以上)に出展でき、世界のバイヤーやジャーナリストから高い評価を受けた。さらに、2008 年 4 月にはイタリアで開催された「ミラノ・サローネ」にも出展した。これらは、海外で有名になるほうが日本でも早く浸透し、国内への売込みにも結びつくという「黒船効果」を狙ったものであった。研究会は、日本の一地方が東京を経由せずに世界に文化を発信していく実験・実践の場であった。

第 3 は、行政を味方につけたことである。山形県は、研究会発足時から 6 年間、当研究会を支援し、補助金をつけている。県と国 (JAPAN ブランド認定) からの補助金で試作品や見本市にかかったコストの一部を賄った。2009 年 3 月で山形県の支援は終了し、民間レベルの活動に移行した。

(写真 4)



(写真 5)



(写真 6)



### (3) 成果

「山形カロッツェリア研究会」6 年間の成果は、以下のようにまとめられよう。

第 1 は、奥山氏と伝統的な地場産業の企業の職人とのコラボレーションにより、新しい商品が開発されたことである。

第2は、それが国際見本市に出展されたことでバイヤーからの引き合いが19カ国196社にのぼったとみられている。

第3は、「山形工房」ブランドの商品を売り出したことによって、168社の協力会社に仕事が発注されるなど、産地全体に効果が出ていることである。

第4は、商品の売上は参加各社によって異なるが、2-3年間に1億5000万円の売上があったという見方もあり、かつ、奥山氏のデザインにより手間ひまかけて作られたそれぞれの商品の付加価値も高まった。いずれにしても経済効果が認められる。

第5は、地域や産地を活性化しただけでなく、「ものづくりをする人に勇気を与えた」（山形県産業政策課）ということである。「山形工房」ブランドで製作された商品の中にはそれぞれの分野でデザイン賞などを受賞したものがあるが、最近でも2010年7月、奥山氏が天童木工と共同で生み出した木製チェア「ORIZURU」（写真6）がドイツの「レッド・ドット・デザイン賞」の部門別最高賞に輝いた。

### 山形カロツェリア研究会にみる地場産業の革新

地場産業産地の歴史は長いが、それぞれの産地の歴史は「革新（イノベーション）」あるいは「事業転換」の歴史であり、産地の「革新」がなければ産地の存続はないといっても過言ではなからう。ここで「事業転換」とは、①製品そのものの転換、②その質的な転換、③市場の転換、④生産方法の転換、⑤経営の転換をさしている（山崎充「日本の地場産業」1977）。上述のように、「山形カロツェリア研究会」の活動内容や成果には、「事業転換」の契機となるものが多分に含まれている。さらに、以下述べるような21世紀型の産地革新のパターンをも有していると思われる。

#### （1） コラボレーション

コラボレーションとは、ある目的をもって異分野の個人、企業又は組織が協働、連携活動を行うことであり、「水平連携ネットワーク」と見ることもできる。

山形カロツェリア研究会では、デザイナーである奥山氏と地場産業の職人たちがコラボレーションを通じて数多くの新製品を開発し、製品の付加価値を高めた。その結果、製品そのものの転換やその質的な転換が図られた。

#### （2） ネットワーク

ネットワークとは、2以上の企業又は組織が、経営資源を共有し、外部効果を楽しむ目的で形成する継続的な関係である。

当研究会では、産地内での「異業種交流」が図られ、「山形工房」ブランド商品の開発を通じて新たな取引関係も構築された（ペレットストーブ製作に関わる鋳物部材供給関係など）。また、研究会の支援組織として、山形県、山形大学、東北芸術工科大学などとの「産官学連携」も構築された。さらに、個々の企業にとって国際見本市出展を契機に新たな「国際ネットワーク」も形成された。これらの結果、製品そのものの転換や市場の転換が図られた。

#### （3） 地域ブランド

地域ブランドとは、ある地域の特産品等を他の地域の特産品等と識別化または差別化するための標章であり、「地域そのもののブランド化」と「地域の特性を活かした商品のブランド化」の2つの意味がある。

奥山氏は、「山形工房」という地域ブランド（統一ブランド）の形成を通じて、単に個別商品のブランド化をはかるだけではなく、「山形」という地域・産地を世界的に有名にすることも企図しているようである。地域ブランドの構築によって、市場の転換や経営の転換が図られた。

#### （4） まちづくり

マズローの欲求段階説（生理・安全・社会・自我・自己実現）には、「自己実現の欲求」の上に「コミュニティ発展欲求」（相互依存・共生）が予定されていたという説がある。

奥山氏を中心とした当研究会のメンバーが地場産業製品のデザインや製品開発などを通じて自己実現を果

たしてその先に見据えたものは、故郷の、地域のコミュニティの復興やまちづくりではなかったか。

山形市の中心市街地に 2010 年 4 月、江戸時代の水路「山形五堰」の一つ「御殿堰（ごてんぜき）」を生かした商業施設「水の町屋七日町御殿堰」が開業した。約 400 年の歴史のある御殿堰と明治・大正時代の蔵を再生し、山形市が水路復元事業を行ったものである。母屋の 1 階に、呉服屋、喫茶店、そば処に加えて、奥山清行氏のショールーム兼ショップが入居した。奥山氏らは中心市街地・七日町商店街の再生にも一役買いそうである。

## むすび

以上のように、奥山清行氏を中心に地元で危機感を共有した仲間たちが「山形カロツェリア研究会」というプロジェクトを立ち上げ、約 6 年間、様々なトライアルを経て、多くの成果をあげたことを見てきた。特に、デザイナーと地場産業の職人とのコラボレーションにより革新的な商品が開発されたこと、グローバルな発想でローカルから発信していること、黒船効果を狙い経済的効果（販売力の強化）を目指したことなど、他の地場産業産地の活性化を考える上で数多くのヒントが得られた。

奥山氏は、山形をモデルケースとして成功に導き、他の地域に広げていきたいと考えているようだ。現に、2007 年には福井県鯖江市のメガネフレームメーカーと共同で「ケン・オクヤマ」ブランドのメガネを発表した。2010 年には、新潟県燕商工会議所と奥山氏が連携して金属洋食器の高付加価値化に取り組むことを発表している。こうした産地革新の動きが広がって、円高やデフレ不況で喘ぐ地場産業産地の中に新たな光を見出したいものである。

(熊坂敏彦)

## (参考文献)

- ・ 奥山清行「フェラーリと鉄瓶」(2007) PHP 研究所
- ・ 奥山清行「伝統の逆襲 日本の技が世界ブランドになる日」(2007) 祥伝社
- ・ TKC「戦略経営者」2009 年 9 月号
- ・ 山崎充「日本の地場産業」(1977) ダイヤモンド社
- ・ 東北大学工業経済研究会「工研三十五年史」(1981)
- ・ 熊坂敏彦「地場産業による地域・コミュニティ再生の可能性」(2005) 武蔵大学論集 53 巻 2 号  
(写真)
- ・ 山形県工業会ホームページ「ものづくりヤマガタ情報サイト」、天童木工ホームページより

筑波銀行 調査情報 No.28

筑波銀行 総合企画部 調査広報室

〒305-0032 つくば市竹園1丁目7番

TEL029-859-8111 FAX029-858-6199