

山形銀行

調査月報

March
2021
No.596

3

CONTENTS

- トピックス

02 県産米「雪若丸」のブランド化に向けて
- 企業紹介

06 米富繊維株式会社
- 県内経済の動き

08 新型コロナウイルス感染症の影響により、
依然厳しい状況にあるものの、総じてみれば
持ち直しの動きとなっている。

やまぎん情報開発研究所

 Yamagata Bank

県産米「雪若丸」のブランド化に向けて

山形県の2020年産米1等米比率(農林水産省1月29日公表、水稻うるち玄米)は94.5%で、初の全国第1位となった。今回は、“米どころ山形”の一翼を担う新品種「雪若丸」を中心に、県産米のブランド化戦略の現状を概観する。

1. 米どころ山形

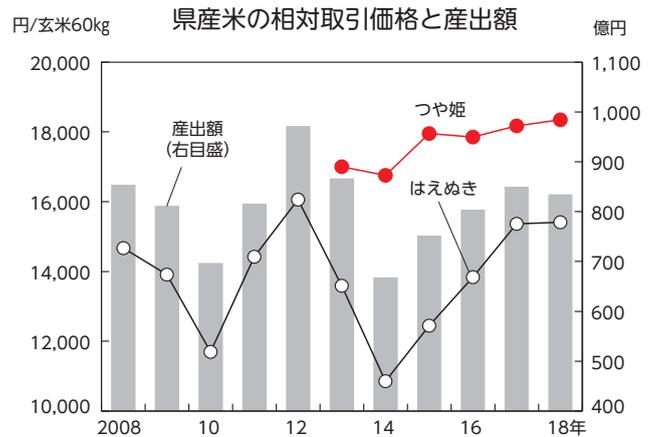
2018年における山形県の農業産出額は2,480億円で、うちコメは835億円で33.7%と最大の割合を占める。これは、東北では秋田県に次いで2位、全国では5位であり、山形は全国有数の米どころである。コメの産出額は、近年はおおむね800億円台、全国シェアでは5%程度で推移している。

山形県のコメ作りの位置づけ

	2018年コメの産出額			2019年産水稻収穫量		
	都道府県	億円	全国比%	都道府県	千t	全国比%
1	新潟県	1,445	8.3	新潟県	646.1	8.3
2	北海道	1,122	6.4	北海道	588.1	7.6
3	秋田県	1,036	5.9	秋田県	526.8	6.8
4	茨城県	868	5.0	山形県	404.4	5.2
5	山形県	835	4.8	宮城県	376.9	4.9
6	宮城県	818	4.7	福島県	368.6	4.7
7	福島県	798	4.6	茨城県	344.2	4.4

資料：農林水産省「農業生産所得統計」、「作況調査」

山形県のコメの産出額は、作付面積の約6割を占める「はえぬき」の取引価格に大きく左右される。「はえぬき」の相対取引価格ⁱの年平均推移をみると、東日本大震災の発生でコメの供給不安が高まったことにより、2011年産、2012年産と上昇した後、消費が一段と落ち込んだことをうけて、2013年産、2014年産は大幅に下落してコメ農家の経営を大きく圧迫した。この間の値動きは、山形県産「はえぬき」に限らず、全国の銘柄米においても同様であったが、2010年にデビューした「つや姫」は緩やかな上昇傾向を維持した。“「コシヒカリ」を超える品種”をコンセプトに開発された「つや姫」は、銘柄米としてはいち早くテレビCMを放映するなどブランド戦略に力を入れた結果、ブランド力が価

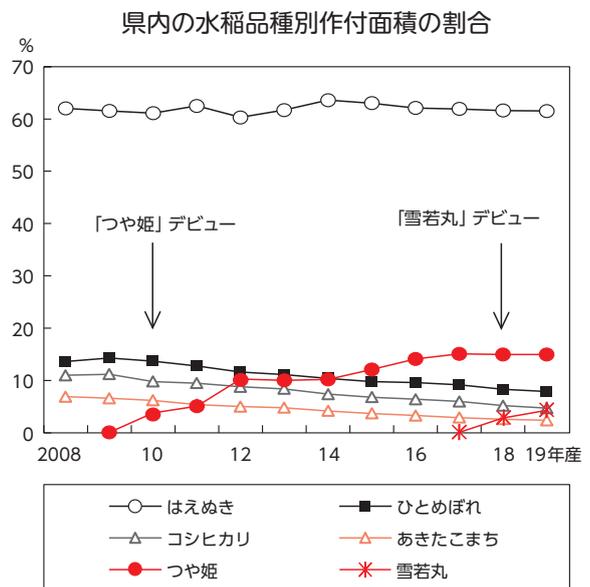


資料：農林水産省

格の安定化にもつながることを強く印象付けた。

県内の水稻品種別作付面積の割合をみると、「つや姫」はデビュー3年目の2012年に「コシヒカリ」を上回り3位に、6年目の2015年には「ひとめぼれ」を上回り2位となるなど、順調に割合を伸ばしてきた。しかしながら、2017年に15.0%に達して以降はほぼ横ばいとなっている。「つや姫」は、品質保持のために生産者認定制度を設けており、県が定めた適地で栽培することがその要件の一つとなっているほか、価格維持の観点から戦略的に生産拡大を図ってきたためである。

一方、1992年デビューの「はえぬき」は、価



資料：山形県

格帯で「つや姫」とはすみ分けがなされており、2008年の作付面積に占める割合は62.0%、2019年においても61.5%と、ほぼ変わらぬシェアのまま推移している。「はえぬき」は、コストパフォーマンスに優れ、業務用としては全国的にも高い支持を得ているものの、山形県産米のブランド力をさらに高め、農業経営の安定化を図っていくため、「はえぬき」よりも高価格帯のコメを目指し誕生したのが「雪若丸」である。

2. 「雪若丸」のブランド戦略

山形県産米「雪若丸」（系統番号：山形112号）は、山形県農業総合研究センターで2003年に人工交配・育成された。新品種として導入の検討が開始されたのは2015年で、前述のように2014年産「はえぬき」と「つや姫」の価格差が拡大したことをうけ、良食味で値下がりしにくい新品種に対する生産者の要望が強まったことも導入の後押しとなった。その後、2017年にプレデビューし、2018年に本格デビューした。

「雪若丸」は、高温に強く、単位面積当たりの収量も「はえぬき」を上回るという特性をもちつつも、その最大の長は、優れた食味と、しっかりとした粒感と適度な粘りが両立した“新食感”にある。また、雪を思わせる炊飯米の際立った白さとつやは、「つや姫」と同等の特長である

ことから、「つや姫」の弟をイメージし、「雪若丸」と名付けられた。なお、一般財団法人日本穀物検定協会が実施する米の食味ランキングでは、デビューの2018年産から2年連続で最高ランクの「特A」を獲得している。

「雪若丸」のデビューにあたっては、2016年度に、県知事を本部長に、関係団体・有識者等からなる「山形112号ブランド化戦略実施本部」を立ち上げてブランド化戦略を策定。2017年度に、「山形112号ブランド化戦略実施本部」と「つや姫ブランド化戦略実施本部」が一元化され、「山形『つや姫』『雪若丸』ブランド化戦略推進本部」が発足。現在は推進本部を中心に、「雪若丸」ブランドの全国への浸透と定着に向けた活動が展開されている。

(1) 生産戦略

「雪若丸」は、個人の農業者ではなく、水稻作付面積が10ha以上の生産組織による生産を前提としており、JA等の水稻部会や、「3戸以上の農業者で構成する組織、または農地所有適格法人」であることが要件となっている。最低作付面積に関する定めはないが、生産組織自らに需要に応じた生産を実践してもらうため、「雪若丸」の具体的な販売計画の策定を義務付けている。

「雪若丸」の作付面積は、2018年産は1,709haであったが、2019年産は2,704ha、2020年産

「雪若丸」の食味特性



山形県農業総合研究センター
食味官能試験結果 (2007~17年)

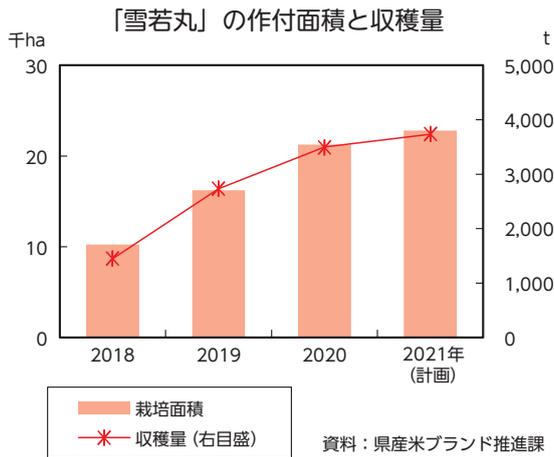
山形県内産品種との比較



山形県水田農業試験場 (2008~15年)

「雪若丸」の米袋デザイン





は3,543haと、デビュー後2年で約2倍に拡大している。また、収量については、2018年産が8,700t、2019年産が16,400t、2020年産が21,000tと、約2.5倍に増加している。なお、2020年度からは、各総合支庁農業技術普及課の普及指導員を専任サポーターとして生産組織に配置し、栽培マニュアルにもとづく高品質・良食味米生産に努めたこともあって、2020年産「雪若丸」の1等米比率（農林水産省1月29日公表）は97.6%と全国品種銘柄別で第3位の高水準となった。「雪若丸」の生産は、着実にレベルアップが図られてきている。

（2）販売戦略およびコミュニケーション戦略

「つや姫」と「はえぬき」の中間の価格帯に位置する「雪若丸」は、「子育て世代や働き盛り世代を中心に、産地銘柄や食味特性、口コミによる評判等で米を選ぶ消費者」をターゲットに位置づけ、プロモーション活動を展開している。2018年より、首都圏・中京圏・関西圏における認知度向上を狙って、イメージキャラクターに俳優の田中圭を起用したテレビCMを制作し、



プロモーション活動を展開している。2018年より、首都圏・中京圏・関西圏における認知度向上を狙って、イメージキャラクターに俳優の田中圭を起用したテレビCMを制作し、

新米が出回る10月中旬～11月中旬に集中的な放映を行っている。2020年は、テレビCMと連動する形で、「雪若丸」の公式Twitterアカウントのフォロー&リツイートによるプレゼントキャンペーンも実施し、毎日10名へのプレゼントに対し、1日あたり約1万の応募（リツイート）という大きな反響を得た。コロナ禍によって、物産展をはじめ店頭における試食等によるPRが困難になったこともあり、SNSの活用にも力を入れる。

「雪若丸」を販売する米穀専門店などの取扱協力店に対しては、対面による草の根的なPR活動を展開し裾野の拡大を図っている。2020年は、コロナ禍の影響を大きく受ける形となったものの、販促資材の提供や、「雪若丸」の販売意向に対するアンケート調査を実施するなどして、取扱協力店とのコミュニケーション維持に努めている。なお、初実施となったアンケート調査では、「雪若丸」に対する高評価が多く寄せられ、今後の需要拡大に期待がかかる結果が示された。

3. 今後の展望

2020年7月に推進本部が決定した、2021年産「雪若丸」の生産量は、前年比1,400t増の22,400t、作付面積は同300ha増の3,800haとなっている。2019年産の豊作をうけて総じてコメ余りの状況にあることもあり、これまでに比べれば伸びは鈍化するが、生産組織の意向も踏まえながら、引き続き作付拡大を図る。

一方、県内ではすでに高い認知度の「雪若丸」であるが、全国における認知度は、デビュー2年目の2019年時点で29%ⁱⁱにとどまっており、県は2022年度までに認知度を80%以上にするという目標を掲げている。ブランド力の重要な要素である認知度の向上は、生産強化にも弾みをつけると考えられる。「つや姫」、「雪若丸」、「はえぬき」の県産米3本柱を定着させていくことによって、質と量を兼ね備えたわが国を代表する食料供給県としての“米どころ山形”の存在感がさらに増していくことが期待される。

i 出荷業者と卸売業者との間でのコメの売買価格。

ii 「第4次山形県総合発展計画 実施計画（令和2年度～6年度）」より。

2021年1月

山形県

6日

2020年県内倒産件数 過去最少

東京商工リサーチの発表によると、2020年の県内倒産件数は38件で、前年比10件減。1968年の集計開始以降で最少となった。負債総額は70億6,500万円で、前年比37.7%減

7日

県観光物産関係 キャンセル総額11億円

県観光物産協会が宿泊業などの会員事業者を対象に実施した新型コロナウイルス被害状況調査によると、昨年12月以降のキャンセル件数は2万1,200件（7万8,900人）で、総額は11億203万円。

19日

ジェットスター 庄内-成田便廃止

格安航空会社（LCC）のジェットスター・ジャパンは、国土交通省に庄内-成田便の路線廃止を届け出た。新型コロナウイルス感染拡大に伴い、昨年10月から運休が続いていた。

26日

県宿泊キャンペーン 県民限定で再開

県は、昨年12月末から停止していた宿泊割引事業「県民泊まって元気キャンペーン」の利用を県民限定で再開。また「新・県民泊まって応援キャンペーン」も新たに開始した。

26日

2020年休廃業・解散 2000年以降で最多に

東京商工リサーチの発表によると、2020年に県内で休廃業・解散した企業数は前年比28.2%増の446件で、2000年の調査開始以降最多となった。

29日

最上川緊急治水対策プロジェクトに656億円

国土交通省は、昨年7月の豪雨で大規模水害が発生した最上川の緊急治水対策プロジェクトを公表。期間は2020~29年度で、事業費は約656億円。氾濫防止のため堤防整備等の対策を講じる。

東北

12日

福島県 酒類提供店等に時短営業要請

福島県は、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、県内の酒類提供飲食店等に午後8時までの営業時間短縮を要請。県民に対しても不要不急の外出自粛を求めた。

18日

Aコープ東北 エーコープ関東などと合併へ

スーパー運営のAコープ東北（岩手県矢巾町）、エーコープ関東（横浜市）と、農作業用品販売の全農クミックス（神戸市）は、4月1日付で合併し、新会社「Aコープ東日本」（横浜市）となると発表。

20日

アイリスプロダクト 南相馬市で新工場着工

アイリスオーヤマグループのアイリスプロダクト（仙台市）が南相馬工場（福島県南相馬市）の地鎮祭を実施。総投資額は約60億円で、2022年3月稼働予定。人工芝等を製造する計画。

20日

HIS 角田バイオマスパーク 運転開始

H.I.S. SUPER 電力（東京都）が宮城県角田市に整備した発電所「HIS 角田バイオマスパーク」が営業運転を開始。出力は4万1,100kwで、パーム油を燃料に発電を行う。

26日

ヨドバシHD 仙台駅東口に商業施設開業へ

ヨドバシホールディングス（東京都）は、JR仙台駅東口に「ヨドバシ仙台第1ビル」を建設すると発表。地下1階、地上12階建てで、2023年春開業予定。商業テナントやオフィスなどが入る。

29日

豊田合成 宮城県大衡村に新工場建設へ

豊田合成（愛知県清須市）は、宮城県大衡村に新工場を設立すると発表。2022年夏頃に稼働開始予定。ラジエータグリルなどの自動車部品を製造し、同村内のトヨタ自動車東日本に供給する。



米富繊維株式会社

～ 確かな技術のもと、ニットの魅力を発信し続ける ～

住 所 山形県東村山郡山辺町大字山辺1136
 事業内容 ニット製品の企画、製造、販売
 従業員数 58名
 電 話 023-664-8166

代 表 者 代表取締役会長 大江 富造
 代表取締役社長 大江 健
 設 立 1952年
 U R L <https://www.yonetomi.co.jp/>

山辺ニットの発展に寄与

米富繊維株式会社は、OEM（相手先ブランドによる受託生産）のみならず、自社ブランドも展開するニットメーカーである。大江健代表取締役社長の祖父母である大江良一氏、英子氏夫妻が、1952（昭和27）年に創業した。「米富」という名前は、大江家が生糸、山辺木綿の卸売りを手がけていた頃から代々伝わっていた屋号「米沢屋富蔵」からとったものだという。山辺町では戦前から綿羊の飼育が行われており、多くの家庭で糸を紡いでいた。戦後の混乱期で食糧も衣料品も不足するなか、良一氏が地域の資源を活用できるものは何かと考えた末にたどり着いたのがニットだった。創業当時は、自宅前の小屋で近隣の住民と手編みのセーターを編んでいたが、遠くは北海道まで足を延ばして販路開拓を行ったかいもあって、次第に事業は軌道に乗っていった。周辺には同様にニットを手がける企業が多くあり、紡績や染色、編立や縫製までを町内で完結できることもあって、山辺町にはニット産地が形成されていくこととなるが、米富繊維は常にその先頭に立っていた。

その象徴的な出来事は、1961（昭和36）年に展示会で発表されたサマーニットの開発である。「ニットは夏には着られない」といわれていたなか、良一氏は旭化成が発売したアクリル繊維を用いて、約2年をかけて夏にも着られるニットを開発、産地内で製造方法を共有した。春夏物の生産を行うことで、年間を通して生産を平準化することが可能となり、経営の安定化にもつながった。

編地開発への注力

米富繊維の大きな強みの1つが「編地開発」である。良一氏の長男で2代目の大江富造代表

取締役会長が、下請けではなく企画提案型の仕事をしようと、1970年代に専門の開発室を立ち上げたのが始まりである。編地とは糸を編んでできたテキスタイル（布地）のことで、編地開発では、どのような素材の糸をどのように編むか検討し、試行錯誤を重ねながら、編機のプログラムを組んでいく。「編機はハード面での改造はできないが、ソフト面での工夫はできる。編機のプログラミングの力の差が技術の差になる」と大江社長は語る。これまでに開発してきた編地の数は2万枚以上にもおよび、当社のものでづくりを支えている。



米富繊維の編地アーカイブの一部。それぞれ複雑なプログラムを組んで編立てられている。

初の自社ブランド「COOHEM」

編地開発で培われてきた技術のなかに「交編」がある。異なる色や太さ、素材の糸を組み合わせることでツイードのように仕上げ、複雑なデザインも可能にするが、傷が出やすく手間がかかり、ロスも多いことから手がける企業は少ない。2007年に入社した大江社長は、この「交編」を核に、2010年に初の自社ブランド「COOHEM（コーヘン）」を立ち上げた。ジャケットを中心に、名刺入れやポーチなどの小物も展開している。「リーマン・ショック後で先行きが不透明ななか、これまで事業の中心であっ

たOEMだけではなく、自社ブランドに挑戦しようと考えた」と大江社長。「COOHEM」は、国内のセレクトショップや百貨店などのほか、海外のセレクトショップにおいても販売されている。2015年には東京都と繊維ファッション産学協議会などが国際的な活躍が期待されるファッションブランドを選定し、表彰する「TOKYO FASHION AWARD」を受賞している。



「COOHEM」2021 SPRING & SUMMERコレクションのジャケット。

コロナ禍のなか新ブランドを立ち上げ

2020年には新型コロナウイルス感染拡大の影響により、ニットを含むアパレル業界は甚大なダメージを受けた。米富繊維もOEMを中心に受注が大きく減少したことをうけて、2020年5月には自社サイトにオンラインストアを開設した。デッドストックとなっていた糸やニット用伸び止めテープなどを活用し、布製マスクをはじめ、エコバッグ、セーターなどの製造・販売を行っている。

また、2020年10月には2つ目の自社ブランドとなる「THISISASWEATER. (ディスイズアセーター)」を立ち上げた。「COOHEM」が独自のデザインを生かした多様な製品展開であるのに対して、「THISISASWEATER.」の製品はセーターのみ。フランス産メリノウールとカ



「THISISASWEATER.」のセーター。幅広い年代に長く着てもらいたいとの思いから、ものづくりに携わるスタッフを中心に多彩な顔ぶれがブランドモデルをつとめている。



代表取締役社長 大江 健氏

シミヤをブレンドした糸を使用し、着心地が良く、幅広い世代に長く着てもらえるような製品に仕上げた。「2013年頃から構想を練り、名前を決めていた。近年は交編の技術が注目されているが、当社はシンプルなセーターを生産していた歴史の方が実は長く、その技術を生かしたブランドを作りたかった」と大江社長は語る。製品は、卸売りはせず、オンラインストアと期間限定店などのイベントでのみ販売する。11月、12月には山形市の「とんがりビル」にオープンした期間限定店「YONETOMI FACTORY STORE」で販売し、在庫が品薄になるなど好評を博した。

ものづくりの現場から発信を続ける

全国のファッション系大学・専門学校の卒業生から求人への応募がある米富繊維だが、新入社員はまず現場で経験を積む。縫製担当を経てパタンナーに、あるいは編立担当を経てデザイナーになることで、職人としての経験を活かした製品の企画・開発を行っている。

今後については、オンラインストアでの販売とイベント開催による対面販売を強化していくとしており、中長期的には、本社内に製品を展示し、気に入ったものを購入してもらえるようなスペースを設ける計画である。「地方でもできることがある。カギとなるのは情報発信力だ」と大江社長は力強く語る。米富繊維は、今後も、ものづくりの現場からニットの魅力を発信し続ける。

基調判断

新型コロナウイルス感染症の影響により、依然厳しい状況にあるものの、総じてみれば持ち直しの動きとなっている。

前月からの変化



個人消費は、総じてみれば持ち直しの動きが続いており、企業の生産活動も、電子部品・デバイスをはじめ幅広い業種で持ち直しとなっている。一方、雇用情勢は、求人数の大幅な減少が続いており、弱さがみられる状況にある。

先行きについては、大都市圏を中心に1月に再発令された緊急事態宣言が一部延長となるなど、先行き不透明感が根強い状況が続くものの、新型コロナウイルスの感染再拡大の動きが徐々に鈍化するなかで、緩やかな持ち直しの動きを維持する見通し。

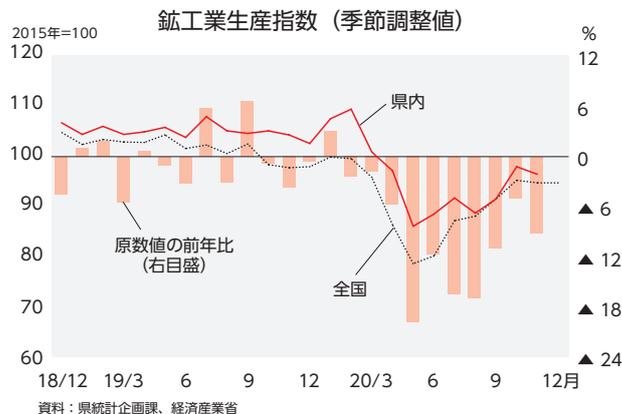
生産

前月からの変化



低水準ながら持ち直しの動き

11月の鉱工業生産指数（2015年平均=100）は、前月比1.5%低下の96.4となり、3カ月ぶりのマイナス。電子部品・デバイスなど多くの業種ではプラスとなっているが、情報通信機械や食料品などの生産減が全体を押し下げた。原数値の前年比では9.1%低下し、10カ月連続のマイナスになっている。



個人消費

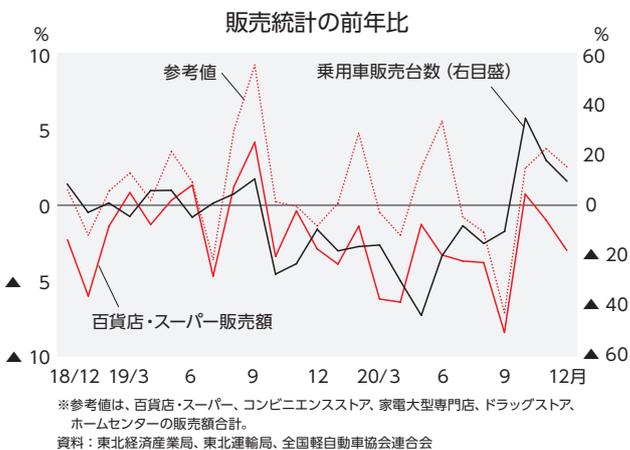
前月からの変化



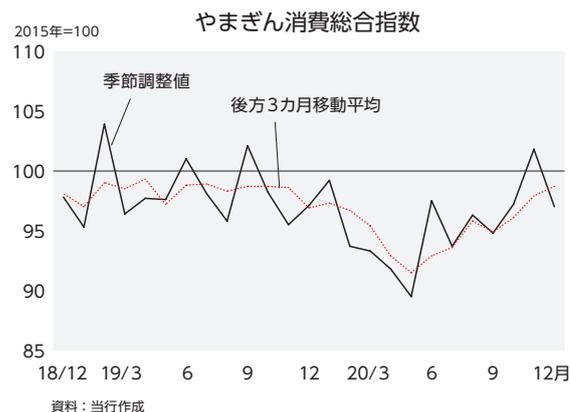
総じてみれば持ち直しの動き

12月の百貨店・スーパー販売額（全店舗）は前年比3.0%減で、2カ月連続のマイナス。ただし、家電大型専門店等については前年を上回る水準での推移が続いている。

12月の乗用車販売台数（軽含む）は、普通車および軽自動車を中心に、前年比9.4%増となり、3カ月連続のプラス。



12月のやまぎん消費総合指数（2015年平均=100）は、季節調整値（速報値）で97.0となり、前月比では4.7%低下し3カ月ぶりのマイナス。ただし、後方3カ月移動平均では同0.8%上昇し、3カ月連続のプラス。用品・サービスともに「教養娯楽」の増加が目立っている。



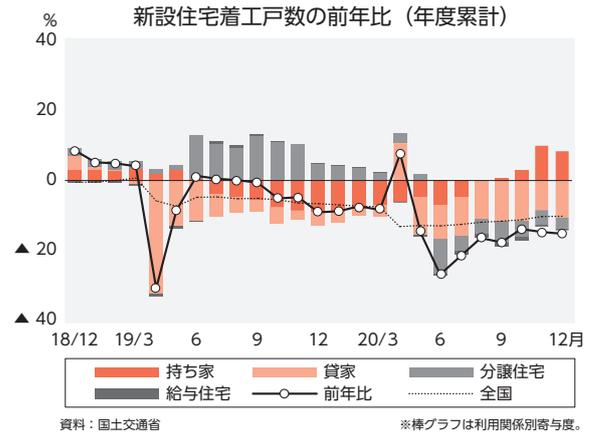
やまぎん消費総合指数の作成方法については、調査月報2012年8月号、2014年7月号をご参照ください。

前月からの変化

住宅建設

減少している

12月の新設住宅着工戸数は、前年比19.6%減で2カ月連続のマイナス。貸家が8カ月連続、分譲住宅が5カ月連続でマイナスになっていることに加え、持ち家も6カ月ぶりに減少に転じている。2020年4月以降の年度累計では、前年比14.9%減と8カ月連続でマイナスのまま推移している。

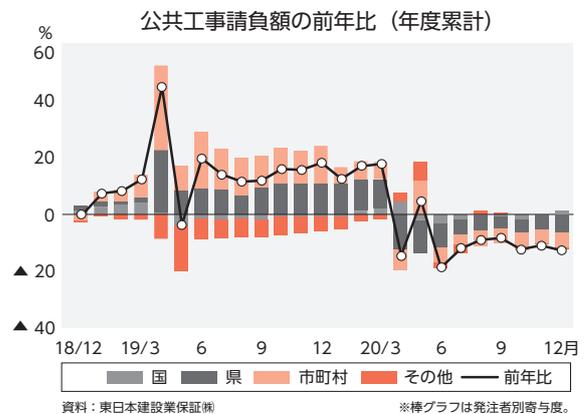


前月からの変化

公共工事

減少している

12月の公共工事請負額は、前年比41.6%減で2カ月ぶりのマイナス。発注者別にみると、県と市町村発注工事が前年を下回っており、特に前年に遊佐町役場新庁舎建設工事などがあった市町村が大幅な反動減となった。2020年4月以降の年度累計でも、同12.4%減で7カ月連続のマイナスとなっている。

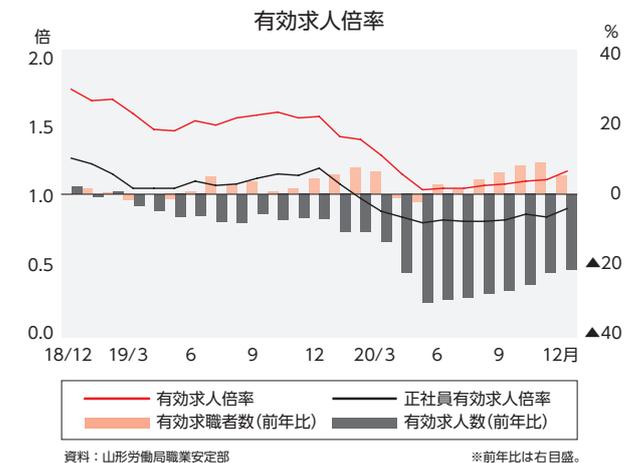


前月からの変化

雇用情勢

弱さがみられる

12月の有効求人倍率（パート含む全数・原数値）は、前年比0.38ポイント低下の1.16倍で22カ月連続のマイナス。また、正社員有効求人倍率は、前年比0.28ポイント低下の0.90倍で18カ月連続のマイナス。有効求人数については、減少率が縮小しつつあるものの、依然として前年比20%以上の減少となっている。



国内経済の基調判断（内閣府 月例経済報告）

2021年1月

景気は、新型コロナウイルス感染症の影響により、依然として厳しい状況にあるが、持ち直しの動きがみられる。

個人消費は、持ち直しの動きに足踏みがみられる。設備投資は、下げ止まりつつある。輸出は、増加している。生産は、持ち直している。企業収益は、感染症の影響により、大幅な減少が続いているものの、総じてその幅には縮小がみられる。企業の業況判断は、非製造業を中心にこのところ慎重さがみられる。雇用情勢は、感染症の影響により、弱い動きとなっているなかで、雇用者数等の動きに底堅さもみられる。消費者物価は、横ばいとなっている。

	鉱工業生産指数 (2015年=100)							やまぎん消費総合指数 (2015年=100)		消費者物価指数 (2015年=100、山形市)		
	総合		電子部品・デバイス		汎用・生産用・業務用機械		食料品		季調値	前月比	前年比	
	前年比		前年比		前年比		前年比					
2018年	104.7	▲ 0.5	105.3	▲ 1.5	107.2	2.7	102.2	▲ 0.9	100.6	▲ 1.2	101.3	0.9
2019年	104.4	▲ 0.3	106.1	0.8	93.8	▲12.5	99.1	▲ 3.0	98.2	▲ 2.4	101.9	0.6
2020年	-	-	-	-	-	-	-	-	95.5	▲ 2.7	101.6	▲ 0.2
2019年12月	102.5	▲ 0.6	107.5	6.4	75.7	▲32.7	99.3	1.5	97.1	1.7	102.3	1.0
2020年 1月	107.4	▲ 3.0	116.2	11.3	107.8	▲ 6.0	103.0	3.0	99.2	2.2	102.4	0.9
2	109.3	▲ 2.4	120.6	15.6	101.6	▲ 5.0	102.3	0.9	93.7	▲ 5.5	102.0	0.5
3	100.8	▲ 1.8	119.2	15.5	85.7	▲15.5	96.2	▲ 2.2	93.3	▲ 0.4	101.8	0.1
4	97.1	▲ 5.7	113.8	12.4	75.0	▲37.0	95.9	▲ 4.9	91.8	▲ 1.6	101.4	▲ 0.5
5	86.1	▲19.8	104.8	▲ 4.0	62.9	▲28.8	90.4	▲10.5	89.5	▲ 2.5	101.2	▲ 0.9
6	88.5	▲11.7	94.0	▲ 7.9	63.0	▲18.8	95.5	5.3	97.5	8.9	101.4	▲ 0.5
7	91.7	▲16.4	92.0	▲14.0	72.8	▲29.7	98.6	▲ 1.0	93.7	▲ 3.9	101.6	0.0
8	88.7	▲16.9	89.2	▲17.1	52.3	▲46.3	97.5	▲ 1.4	96.3	2.8	101.5	▲ 0.3
9	91.5	▲10.9	95.6	▲ 9.6	58.5	▲31.7	97.3	▲ 1.1	94.8	▲ 1.6	102.0	0.1
10	97.9	▲ 5.0	101.2	▲ 8.6	81.0	▲ 6.5	100.9	0.9	97.2	2.5	101.8	▲ 0.4
11	96.4	▲ 9.1	102.3	▲ 6.5	78.7	▲ 2.8	94.3	▲ 7.5	101.8	4.7	101.5	▲ 0.8
12	-	-	-	-	-	-	-	-	97.0	▲ 4.7	101.3	▲ 1.0
資料出所	山形県統計企画課							当行作成		山形県統計企画課		

※生産指数は季節調整値、前年比は原指数比較

	商業動態統計										合計 (参考値)	
	百貨店・スーパー		コンビニエンスストア		ドラッグストア		ホームセンター		家電大型専門店		前年比	前年比
	前年比		前年比		前年比		前年比		前年比			
2018年	147,422	▲ 2.2	88,627	0.7	50,843	7.6	34,118	2.2	23,438	▲ 0.9	344,448	0.4
2019年	145,827	▲ 1.1	89,108	0.5	56,586	11.1	33,277	▲ 2.5	23,962	2.2	348,760	1.3
2020年	140,658	▲ 3.5	83,862	▲ 5.9	64,268	13.6	36,309	9.1	25,947	8.3	351,044	0.7
2019年12月	14,383	▲ 2.9	7,689	▲ 0.7	4,928	15.0	3,207	▲11.5	2,446	▲ 7.8	32,653	▲ 1.4
2020年 1月	11,739	▲ 3.9	6,839	▲ 1.0	5,018	12.6	2,176	▲ 6.4	2,399	7.1	28,171	0.1
2	10,619	▲ 1.4	6,554	1.4	5,149	24.0	1,917	8.5	1,669	4.9	25,908	4.7
3	11,681	▲ 6.2	6,850	▲ 6.4	5,288	22.8	2,521	7.5	2,143	▲ 3.3	28,483	▲ 0.5
4	11,021	▲ 6.4	6,373	▲12.2	5,528	20.6	3,305	6.7	1,568	▲ 4.0	27,795	▲ 2.0
5	12,067	▲ 1.3	6,876	▲10.4	5,169	13.5	4,182	17.2	2,153	25.4	30,447	2.4
6	11,623	▲ 3.3	7,143	▲ 4.1	5,577	19.2	3,483	25.8	2,517	36.4	30,343	5.5
7	11,415	▲ 3.7	7,270	▲ 9.0	5,509	11.9	3,062	8.0	2,205	5.6	29,461	▲ 0.8
8	12,702	▲ 3.8	7,569	▲10.0	5,701	7.9	3,282	9.0	2,427	3.1	31,681	▲ 1.8
9	11,164	▲ 8.4	7,168	▲ 4.0	5,444	5.2	2,676	▲ 7.6	1,921	▲31.5	28,373	▲ 7.1
10	11,422	0.7	7,039	▲ 4.9	5,162	3.3	2,958	10.9	1,908	35.3	28,489	2.4
11	11,258	▲ 1.0	6,818	▲ 3.6	5,214	14.6	2,955	5.9	2,186	34.9	28,431	3.7
12	13,947	▲ 3.0	7,363	▲ 4.2	5,509	11.8	3,792	18.2	2,851	16.6	33,462	2.5
資料出所	経済産業省										当行作成	

※前年比は全店舗ベース

	乗用車販売台数						金融機関預貸金残高 (銀行+信金)					
	普通車		小型車		軽乗用車		合計		預金		貸出金	
	前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比	
2018年	12,929	7.4	15,473	▲ 0.9	16,819	0.4	45,221	1.8	48,381	0.3	27,196	0.3
2019年	12,584	▲ 2.7	14,498	▲ 6.3	16,386	▲ 2.6	43,468	▲ 3.9	48,796	0.9	26,926	▲ 1.0
2020年	10,764	▲14.5	12,656	▲12.7	15,076	▲ 8.0	38,496	▲11.4	-	-	-	-
2019年12月	856	1.1	942	▲10.9	961	▲16.2	2,759	▲ 9.6	48,796	0.9	26,926	▲ 1.0
2020年 1月	714	▲14.3	817	▲23.7	1,045	▲15.8	2,576	▲18.1	48,107	1.0	26,735	▲ 1.0
2	849	▲15.6	1,136	▲17.1	1,352	▲16.2	3,337	▲16.4	48,292	1.6	26,835	▲ 0.3
3	1,483	▲24.2	1,878	▲11.5	2,073	▲12.9	5,434	▲15.8	48,525	0.8	26,756	▲ 1.6
4	530	▲41.2	984	▲10.4	739	▲39.3	2,253	▲30.0	49,196	1.6	26,592	▲ 1.1
5	507	▲49.6	776	▲28.4	569	▲52.5	1,852	▲43.6	50,446	4.8	26,866	0.8
6	748	▲30.6	932	▲21.6	1,204	▲ 9.9	2,884	▲20.0	51,986	5.6	27,302	2.2
7	893	▲18.6	1,075	▲17.1	1,380	10.0	3,348	▲ 8.2	51,802	6.7	27,462	2.9
8	750	▲20.0	875	▲16.7	1,122	▲10.2	2,747	▲15.2	52,355	7.5	27,762	4.0
9	1,223	▲10.3	1,253	▲11.8	1,648	▲ 9.5	4,124	▲10.4	52,091	7.9	27,780	3.9
10	1,078	39.5	1,162	42.9	1,264	23.4	3,504	34.3	52,330	8.7	27,896	4.6
11	1,042	34.1	968	▲ 7.1	1,409	29.4	3,419	17.6	52,753	8.2	27,779	3.9
12	947	10.6	800	▲15.1	1,271	32.3	3,018	9.4	-	-	-	-
資料出所	東北運輸局				(一財)全国軽自動車協会連合会		当行作成		日本銀行山形事務所			

※実質預金+CD、未残

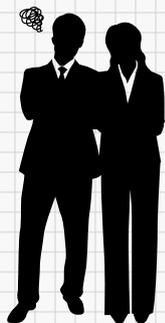
	新設住宅着工戸数							企業倒産				
	合計(年度累計)		持ち家		貸家		分譲住宅+給与住宅		件数		金額	
	戸	%	戸	%	戸	%	戸	%	件	件	百万円	%
2017年度	5,968	8.2	3,005	▲1.0	2,152	19.0	811	20.3	43	0	4,178	▲56.3
2018年度	6,207	4.0	3,211	6.9	2,114	▲1.8	882	8.8	49	6	7,671	83.6
2019年度	5,697	▲8.2	2,804	▲12.7	1,894	▲10.4	999	13.3	49	0	11,867	54.7
2020年 1月	4,858	▲8.6	2,314	▲16.5	1,662	▲9.7	882	25.8	10	8	4,368	119.8
2	5,283	▲7.2	2,523	▲14.4	1,820	▲7.7	940	21.6	2	▲1	71	▲94.8
3	5,697	▲8.2	2,804	▲12.7	1,894	▲10.4	999	13.3	1	▲6	303	▲64.6
4	543	7.5	295	▲9.0	185	39.1	63	31.3	2	0	195	▲93.9
5	910	▲14.2	528	▲8.7	262	▲30.9	120	16.5	1	▲3	52	▲95.9
6	1,366	▲26.3	820	▲11.9	354	▲37.5	192	▲46.2	2	▲3	41	▲94.7
7	1,822	▲21.2	1,071	▲7.5	472	▲35.6	279	▲33.6	4	0	358	110.6
8	2,362	▲16.1	1,367	▲0.1	673	▲29.4	322	▲34.7	5	1	312	▲13.3
9	2,769	▲17.3	1,627	1.5	759	▲33.4	383	▲36.6	1	▲5	389	29.7
10	3,210	▲13.6	1,895	7.1	875	▲31.7	440	▲33.7	4	2	460	820.0
11	3,590	▲14.4	2,142	7.5	956	▲35.3	492	▲32.1	3	0	160	▲72.3
12	3,946	▲14.9	2,344	6.1	1,040	▲34.8	562	▲32.5	3	▲3	356	▲15.2
2021年 1月	-	-	-	-	-	-	-	-	7	▲3	479	▲89.0
資料出所	国土交通省							東京商工リサーチ(株) 山形支店				

	公共工事請負額								民間建築着工床面積			
	合計(年度累計)		国		県		市町村		独立行政法人 他		非居住用(年度累計)	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	m ²	%
2017年度	152,663	▲11.6	34,578	▲13.9	45,219	▲6.0	46,208	▲3.7	26,655	▲26.7	484,817	▲11.6
2018年度	172,180	12.8	40,978	18.5	48,479	7.2	58,636	26.9	24,084	▲9.6	471,622	▲2.7
2019年度	203,440	18.2	44,717	9.1	67,991	40.2	69,757	19.0	20,973	▲12.9	388,251	▲17.7
2019年12月	165,432	18.6	30,823	▲1.7	58,935	35.1	60,953	45.0	14,719	▲34.6	346,255	▲7.1
2020年 1月	170,943	12.9	32,831	▲2.2	60,281	35.4	61,863	22.5	15,966	▲30.1	350,109	▲13.9
2	182,908	17.4	37,534	6.1	62,134	38.6	63,542	21.6	19,695	▲15.5	362,318	▲19.5
3	203,440	18.2	44,717	9.1	67,991	40.2	69,757	19.0	20,973	▲12.9	388,251	▲17.7
4	21,479	▲14.2	3,427	43.3	11,170	▲21.1	5,228	▲30.8	1,651	75.6	89,904	83.6
5	43,687	5.1	8,810	▲5.8	14,238	▲26.2	15,748	43.6	4,887	151.4	151,573	137.1
6	59,946	▲18.5	13,098	▲15.4	17,487	▲26.4	23,656	▲11.6	5,703	▲24.6	185,775	74.0
7	82,617	▲11.8	19,113	▲5.2	23,450	▲18.5	33,021	▲8.8	7,030	▲17.7	218,432	43.3
8	100,489	▲8.7	23,655	▲2.4	27,012	▲19.1	37,050	▲10.1	12,771	13.8	250,672	21.6
9	118,163	▲8.1	26,100	▲3.1	37,203	▲12.8	41,274	▲10.8	13,583	7.7	284,999	8.2
10	130,077	▲12.1	28,241	▲6.5	42,947	▲15.6	45,857	▲14.3	13,029	▲2.9	319,728	5.8
11	139,775	▲10.7	30,570	▲0.3	46,021	▲18.3	50,117	▲10.1	13,065	▲4.8	346,126	7.2
12	144,997	▲12.4	32,574	5.7	47,580	▲19.3	51,668	▲15.2	13,173	▲10.5	363,168	4.9
資料出所	東日本建設業保証(株) 山形支店								国土交通省			

	一般職業紹介状況(新規学卒除きパートタイムを含む全数)								常用雇用指数		名目賃金指数	
	有効求人倍率		有効求人数		有効求職申込件数		正社員求人倍率		(2015年=100、5人以上事業所)			
	原数値	前年比	人	%	件	%	原数値	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比
2017年度(年)	1.59	0.24	27,303	9.6	17,192	▲6.8	1.00	0.18	100.8	0.5	100.3	1.1
2018年度(年)	1.64	0.05	28,023	2.6	17,088	▲0.6	1.12	0.12	102.8	2.0	99.0	▲1.3
2019年度(年)	1.47	▲0.17	25,822	▲7.9	17,587	2.9	1.06	▲0.06	104.2	1.4	99.3	0.3
2019年12月	1.54	▲0.19	25,444	▲7.0	16,501	4.4	1.18	▲0.07	105.0	1.4	174.0	3.6
2020年 1月	1.40	▲0.25	23,952	▲10.7	17,122	5.5	1.07	▲0.14	104.1	0.1	83.6	▲2.0
2	1.38	▲0.28	25,128	▲10.6	18,190	7.4	0.97	▲0.17	103.7	0.1	82.2	▲0.2
3	1.27	▲0.29	24,280	▲13.3	19,070	6.2	0.88	▲0.16	103.0	0.9	86.1	▲1.0
4	1.14	▲0.31	21,088	▲22.0	18,435	▲1.0	0.84	▲0.20	103.4	▲1.3	83.4	▲3.4
5	1.03	▲0.41	18,461	▲30.4	18,000	▲2.3	0.80	▲0.24	102.8	▲2.0	81.8	▲4.1
6	1.04	▲0.47	18,465	▲29.5	17,803	2.7	0.82	▲0.27	103.1	▲1.6	127.3	▲3.2
7	1.04	▲0.44	18,422	▲28.8	17,687	1.3	0.81	▲0.25	103.2	▲1.2	107.4	▲5.5
8	1.06	▲0.47	18,739	▲27.8	17,683	4.1	0.81	▲0.26	103.4	▲0.9	87.0	▲3.2
9	1.07	▲0.48	19,462	▲27.0	18,239	5.9	0.82	▲0.29	103.2	▲0.9	82.7	▲1.7
10	1.09	▲0.48	20,219	▲25.3	18,610	8.0	0.86	▲0.28	103.5	▲0.3	81.5	▲3.0
11	1.10	▲0.43	20,197	▲21.9	18,382	8.8	0.84	▲0.29	103.2	▲1.2	86.1	▲1.8
12	1.16	▲0.38	20,105	▲21.0	17,342	5.1	0.90	▲0.28	-	-	-	-
資料出所	山形労働局職業安定部								山形県統計企画課			

※常用雇用指数、名目賃金指数は年

※現金給与総額



採用担当者様、こんなお悩みございませんか？

契約中の
派遣会社の対応に
不満がある

募集しても
なかなか人が
集まらない

臨機応変に
働ける
人材が欲しい！

フルタイムまでの
人の補充は
いらないが…

即戦力になる
派遣社員を
定着させたい

 myself 株式会社マイセルフに お任せ
ください！



POINT 01

人材派遣

急な欠員や人手不足、短期需要にも迅速に対応。短日時の業務の場合に課題となる採用コストの低減や、即戦力となる人材を確保することで教育経費の削減に努めるなど、効率のよい雇用を可能にします。

POINT 02

紹介予定派遣

正社員としての直接雇用前に、人材の仕事のこなし方や人柄が把握できます。雇用後の業務や環境に対するミスマッチを防ぎ、求人広告費・面接費・試験費・人件費などのコスト削減にも有効です。

POINT 03

人材紹介

自社独自の登録者データベースから、公募では集まりにくい人材の採用が可能です。ニーズにふさわしい社員やパートスタッフを、採用が決定してから手数料が発生する“完全成功報酬型”でご紹介いたします。



株式会社マイセルフ

TEL:0237-53-0886

〒999-3711 山形県東根市中央2-12-7

FAX:0237-53-0887 URL <https://myself-net.com/>

山形銀行 調査月報 2021年3月号 No.596

発行日 2021年3月1日(毎月月初日発行、1月は休刊)

発行 やまぎん情報開発研究所(株式会社山形銀行 営業支援部)

〒990-8642 山形市七日町三丁目1番2号 TEL:023-623-1221

<http://www.yamagatabank.co.jp>

印刷 株式会社大風印刷

この用紙は、適切に管理された
森林資源を使用しています

