

令和2年度 下野市（国分寺・南河内地区）地域経済動向調査報告書

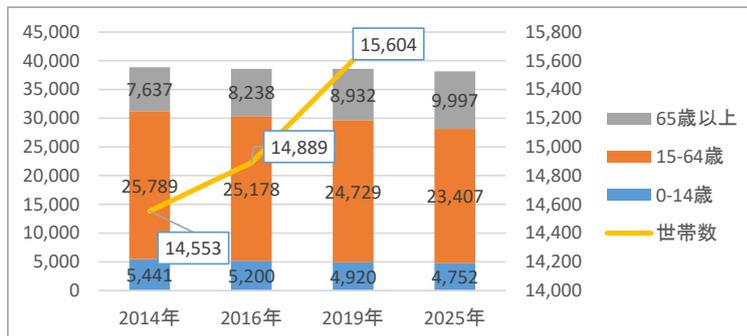
令和2年8月31日
下野市商工会

■ 居住者人口及び世帯数

指標名	2014年 (平成26年)	2016年 (平成28年)	2019年 (平成31年)	2019-2014年 比較	2025年 (令和7年)	出典
人口	38,867	38,616	38,581	- 0.7%	38,156	住民基本台帳
世帯数	14,553	14,889	15,604	+ 7.2%	(↑将来予測)	〃

2019年1月1日現在、当地区の人口は38,581人で、5年前と比べて286人減少した。なお、世帯数は15,604世帯で、同1,057世帯増加した。

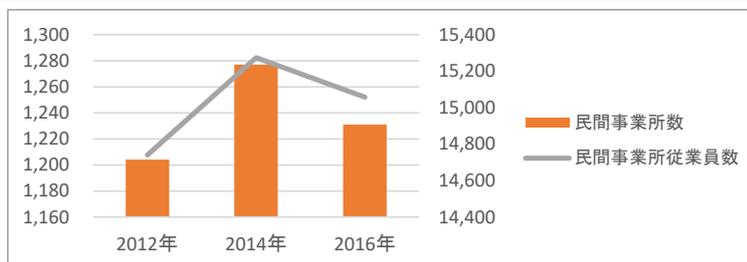
一方、高齢化率は23.2%で、同3.5ポイント増加した。人口がほぼ横ばいであるため、老年者人口は増加し、生産年齢人口、年少人口は縮小傾向にある。



■ 民間事業所数及び民間事業所従業員数

指標名	2012年 (平成24年)	2014年 (平成26年)	2016年 (平成28年)	2016-2012年 比較	出典
民間事業所数	1,204	1,277	1,231	+ 2.2%	経済センサス
民間事業所従業員数	14,740	15,274	15,057	+ 2.2%	〃

2016年調査の経済センサスによると、民間事業所数は1,231所で、2012年調査と比べて27所増加。また、従業員数は15,057人で、同317人増加した。いずれも2014年から2016年にかけて減少が見られるが、2012年から2016年にかけて各2.2ポイントの増加である。



■ 地域経済の循環状況

地域経済分析システム (RESAS) から抽出した2013 (平成25) 年地域経済循環図によると、当市全体の総生産額を総分配額で除した「地域経済循環率」は76.7%と単純に割合でみた場合には地域内企業の生産活動が正常に循環していないように見えるが、分配及び支出のそれぞれ地域外流入額が、トータルでは同額であることから、『所得分配』及び『生産還流』の額が1,799億円と均衡を保っているため、一概に経済循環がうまく回っていない状況とは言えないのではないかと考えられる。

実際、雇用者所得を見てみると、地域内で生み出される雇用者所得1,015億円の4割近い額である414億円が地域外から流入しており、逆に支出の民間消費額・民間投資額の内、市外へ流出するのは地域外流入額の6割程度となる263億円に留まっていることに加え、地域内雇用者所得額1,015億円に対し、地域内流出民間消費額・民間投資額を併せても1,589億円と、地域内雇用所得を上回る額が地域内に支出されているのである。

以上のことから、地域外から流入する雇用者所得の一部は、地域内で支出され、地域内企業へ還流していると考えられる。

ただし、その他所得及びその他支出に関しては、地域外流入額が逆転しており、約2倍の支出過多となっている状況が見受けられる。また、その他支出に着目してみると地域内支出額210億円の約1.35倍となる284億円が地域外へと流出している状況である。



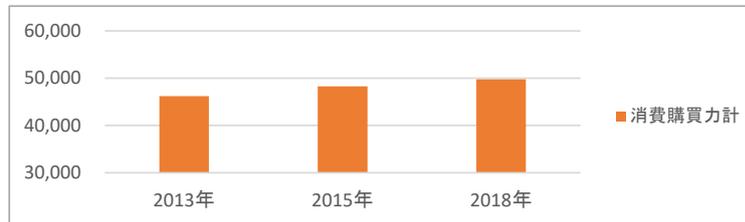
■ 居住者消費支出額・購買力

(単位: 百万円)

指標名	2013年 (平成25年)	2015年 (平成27年)	2018年 (平成30年)	2018-2013年 比較
消費購買力計	46,187	48,270	49,747	+ 7.7%
食料品購買力	11,703	12,543	13,535	+ 15.7%
住居費支出額	3,527	3,601	3,430	- 2.8%
家具・家事用品購買力	1,678	1,806	1,919	+ 14.4%
被服及び履物購買力	1,894	2,042	2,012	+ 6.2%
保健医療関連購買力	2,025	2,223	2,352	+ 16.1%
交通・通信費支出額	6,177	6,868	6,977	+ 13.0%
教育費支出額	1,993	1,746	1,869	- 6.2%
教養娯楽支出額	5,126	5,289	5,447	+ 6.3%
その他(理美容・たばこ等)の消費支出額	8,448	8,259	8,493	+ 0.5%

家計調査等を基に算出した(株)日本統計センター推計値によると、2018(平成30)年の地区内居住者消費購買力は49,747百万円で、5年前と比べて3,560百万円増加した。

消費購買力は全体的に増加傾向にある。



■ 地元購買率

指標名	2004年 (平成16年)	2009年 (平成21年)	2014年 (平成26年)	2014-2004年 比較	出典
地元購買率(商品総合)	35.2%	45.7%	43.0%	7.8p	県購買動向調査

栃木県地域購買動向調査によると、2014(平成26)年の地元購買率(下野市)は43.0%で、10年前と比べて7.8ポイント増加した。



■ 産業の状況

(単位: 百万円)

指標名	2011年 (平成23年)	2013年 (平成25年)	2015年 (平成27年)	2015-2011年 比較	出典
製造品出荷額	159,334	183,338	148,031	- 7.1%	工業統計表

工業統計調査によると、2015(平成27)年当市全体の製造品出荷額は148,031百万円で、5年前と比べて11,303百万円増加した。

(単位: 百万円)

指標名	2007年 (平成19年)	-	2014年 (平成26年)	2014-2007年 比較	出典
小売年間販売額	25,300	-	28,540	+ 12.8%	商業統計表

商業統計調査によると、2014(平成26)年当地区の小売年間販売額は28,540百万円で、2007(平成19)年と比べて3,240百万円増加した。

(単位: 棟)

指標名	2012年 (平成24年)	2014年 (平成26年)	2017年 (平成29年)	2017-2012年 比較	備考
着工建築物数	395	341	417	+ 5.6%	建築統計年報

建築統計年報によると、2017(平成29)年当市全体の着工建築物数は417棟で、5年前と比べて22棟減少した。

■ 観光客の流入状況

(単位：人)

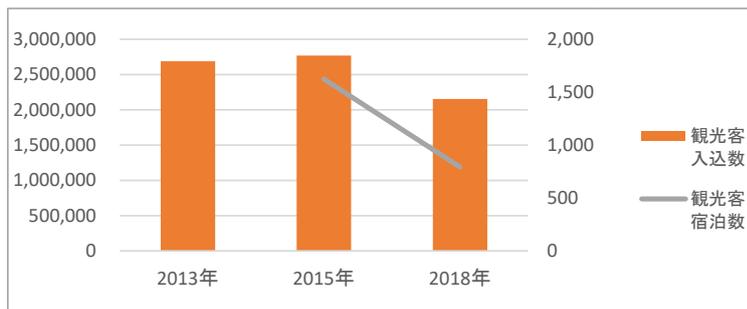
指標名	2013年 (平成25年)	2015年 (平成27年)	2018年 (平成30年)	2018-2013年 比較	備考
観光客入込数	2,687,728	2,770,060	2,154,626	- 19.8%	県観光入込調査
観光客宿泊数	0	1,624	793	- 51.2%※	県観光宿泊調査

※：2018-2015年で比較

栃木県観光客入込数・宿泊数 推定調査によると、2018年当地区の入込数は2,154,626人で、5年前と比べて533,102人減少した。

なお、宿泊数については、2013年は数値がないため、2015年との比較をすると、831人減少している。

これは、近県地域からの日帰り観光客が多いためと考えられる。



■ 観光客等流入者の居住地

(2019年8月・休日14時)

滞在人口合計：43,542人（うち県外居住者：3,594人 県外割合：8.25%）

地域経済分析システム(RESAS)から抽出したデータによると、2019(令和元)年8月休日14時台の市内滞在人口は43,542人。うち県外居住者は3,594人であった。

都道府県別にみると1位が茨城県の1,093人で、2位が埼玉県、3位が東京都と、関東近県からの流入が多い。



■ 居住者消費支出額・購買力（詳細）

(単位：百万円)

指標名	2013年 (平成25年)	2015年 (平成27年)	2018年 (平成30年)	2018-2013年 比較
消費購買力計	46,187	48,270	49,747	+ 7.7%
食料品購買力	11,703	12,543	13,535	+ 15.7%
穀類購買力	1,002	1,001	1,043	+ 4.1%
魚介類購買力	968	1,008	1,030	+ 6.4%
肉類購買力	883	983	1,106	+ 25.3%
乳卵類購買力	520	568	645	+ 24.0%
野菜・海藻購買力	1,273	1,366	1,485	+ 16.7%
果物購買力	484	531	564	+ 16.5%
油脂・調味料購買力	512	542	600	+ 17.2%
菓子類購買力	1,015	1,093	1,182	+ 16.5%
調理食品購買力	1,405	1,563	1,779	+ 26.6%
飲料購買力	735	779	838	+ 14.0%
酒類購買力	515	538	576	+ 11.8%
外食費支出額	2,342	2,528	2,656	+ 13.4%
一般外食費支出額	2,199	2,395	2,538	+ 15.4%
住居費支出額	3,527	3,601	3,430	- 2.8%
家賃地代支出額	1,948	1,850	1,711	- 12.2%
設備修繕・維持費支出額	1,503	1,686	1,676	+ 11.5%
設備材料購買力	459	460	464	+ 1.1%
家具・家事用品購買力	1,678	1,806	1,919	+ 14.4%
家庭用耐久財購買力	531	588	618	+ 16.4%
家事用耐久財購買力	268	283	295	+ 10.1%
冷暖房用器具購買力	172	217	244	+ 41.9%
一般家具購買力	89	87	78	- 12.4%
室内装備・装飾品購買力	112	128	120	+ 7.1%
寝具類購買力	136	127	130	- 4.4%
家事雑貨購買力	352	362	379	+ 7.7%
家事用消耗品購買力	389	418	482	+ 23.9%
家事サービス支出額	157	178	187	+ 19.1%

指 標 名	2013年 (平成25年)	2015年 (平成27年)	2018年 (平成30年)	2018-2013年 比較
被服及び履物購買力	1,894	2,042	2,012	+ 6.2%
和服購買力	42	40	36	- 14.3%
洋服購買力	741	805	813	+ 9.7%
男子用洋服購買力	235	243	286	+ 21.7%
婦人用洋服購買力	416	462	435	+ 4.6%
子供用洋服購買力	90	98	92	+ 2.2%
シャツ・セーター類購買力	381	424	411	+ 7.9%
男子用シャツ・セーター購買力	121	129	128	+ 5.8%
婦人用シャツ・セーター購買力	233	265	255	+ 9.4%
子供用シャツ・セーター購買力	28	29	28	+ 0.0%
下着類購買力	183	185	178	- 2.7%
生地・糸類購買力	23	20	22	- 4.3%
他の被服購買力	160	165	157	- 1.9%
履物類購買力	251	281	270	+ 7.6%
被服関連サービス支出額	113	120	125	+ 10.6%
保健医療関連購買力	2,025	2,223	2,352	+ 16.1%
医薬品購買力	394	418	438	+ 11.2%
健康保持用摂取品購買力	161	200	231	+ 43.5%
保健医療用品・器具購買力	332	369	379	+ 14.2%
眼鏡購買力	91	82	106	+ 16.5%
コンタクトレンズ購買力	55	50	55	+ 0.0%
保健医療サービス支出額	1,140	1,236	1,303	+ 14.3%
交通・通信費支出額	6,177	6,868	6,977	+ 13.0%
交通費支出額	972	1,063	1,092	+ 12.3%
自動車等関係費購買力	3,188	3,738	3,505	+ 9.9%
自動車等購入購買力	696	1,020	834	+ 19.8%
自転車購入購買力	37	43	54	+ 45.9%
自動車等維持支出額	2,448	2,670	2,606	+ 6.5%
自動車等部品購買力	199	203	208	+ 4.5%
自動車等関連用品購買力	103	155	136	+ 32.0%
教育費支出額	1,993	1,746	1,869	- 6.2%
授業料等支出額	1,526	1,311	1,387	- 9.1%
教科書・学習参考教材購買力	35	32	28	- 20.0%
補習教育支出額	433	403	451	+ 4.2%
幼児・小学校補習教育支出額	121	123	114	- 5.8%
中学校補習教育支出額	210	182	179	- 14.8%
高校補習教育・予備校支出額	100	94	159	+ 59.0%
教養娯楽支出額	5,126	5,289	5,447	+ 6.3%
教養娯楽用耐久財購買力	451	332	342	- 24.2%
パーソナルコンピュータ購買力	146	118	129	- 11.6%
教養娯楽用品購買力	1,144	1,162	1,256	+ 9.8%
文房具購買力	95	94	93	- 2.1%
運動用具類購買力	214	221	218	+ 1.9%
ゴルフ用具購買力	14	16	15	+ 7.1%
テレビゲーム機購買力	16	12	13	- 18.8%
他のがん具購買力	57	63	63	+ 10.5%
切り花購買力	123	131	137	+ 11.4%
ペットフード購買力	88	97	116	+ 31.8%
他の愛がん動物・同用品購買力	85	69	86	+ 1.2%
園芸用品購買力	128	111	72	- 43.8%
手芸・工芸材料購買力	11	11	15	+ 36.4%
書籍・他の印刷物購買力	681	666	630	- 7.5%
教養娯楽サービス支出額	2,846	3,124	3,213	+ 12.9%
パック旅行費支出額	703	757	712	+ 1.3%
月謝類支出額	451	484	508	+ 12.6%
インターネット接続料支出額	346	365	409	+ 18.2%
その他の消費支出額	8,448	8,259	8,493	+ 0.5%
諸雑費支出額	3,441	3,799	4,071	+ 18.3%
理美容サービス支出額	465	493	534	+ 14.8%
理美容用品購買力	683	679	761	+ 11.4%
理美容用電気器具購買力	25	28	24	- 4.0%
身の回り用品購買力	288	353	341	+ 18.4%
たばこ購買力	199	212	210	+ 5.5%