

所沢市地域経済動向調査

報 告 書

—2018 年 8 月調査—

平成30年10月

所 沢 市

<目 次>

1. 調査の概要	1
(1) 調査目的	1
(2) 調査方法	1
(3) 調査内容	1
(4) 調査実施期間	1
(5) 回収状況	1
(6) D I (ディフュージョン・インデックス : Diffusion Index) の算出方法	1
2. 景況・経営動向調査の結果	2
(1) 項目ごとの概況(天気図)	2
(2) 今期実績で見る業種別天気図	3
(3) 項目別D I 値の推移	4
(4) 当面の経営課題	6
(5) 人材(人手)の現状と経営への影響及び対策	6
3. 産業振興関連設問の結果	7
(1) 外国人の増加による事業への影響	7
(2) 観光関連産業についての実態と意識	8
(3) 市の政策に対する認知、関心の状況	11

各図表では、回答者数を「n」として表示している。集計では、小数点第2位を四捨五入しているため、数値の合計が100%にならない場合がある。

1. 調査の概要

(1) 調査目的

市内の経済動向、市内事業者の経営実態、事業活動上の問題・課題等を把握し、適切かつ効果的な産業振興施策を推進する基礎資料として活用することを目的とする。

(2) 調査方法：アンケート調査

市内の1,700事業所(建設業・製造業500、商業・サービス業1,200)に対して、調査票(「建設業・製造業調査」「商業・サービス業調査」)を郵送で送付。郵送、FAX、メールのいずれかの方法により回収。

(3) 調査内容

経営動向や景気見通しに関する「景況・経営動向」、及び本市の地域産業振興にかかる問題・事柄等を尋ねている。なお、「景況・経営動向」は、以下の10項目について、実績(前期=平成30年1~3月期、今期=同年4~6月期)と見通し(来期=同年7~9月期、来々期=同年10~12月期)のそれぞれの判断を尋ねた。

- 〔 ①景況、②売上高、③経常利益、④設備投資、⑤販売数量、⑥販売単価、⑦仕入価格(単価)、
⑧製(商)品在庫水準、⑨資金繰り、⑩雇用人員 〕

(4) 調査実施期間：平成30年8月29日(水)～9月25日(火)

(5) 回収状況：回収総数 345事業所、回収率 20.3%

調査票区分	業種	設定数	回収数	回収率(%)
全体		1,700	345	20.3
A. 建設業・製造業調査	建設業	240	52	21.7
	製造業	260	66	25.4
A. 小計		500	118	23.6
B. 商業・サービス業調査	卸売業	240	37	15.4
	小売業	240	55	22.9
	飲食サービス業	240	32	13.3
	不動産業	240	50	20.8
	サービス業	240	53	22.1
B. 小計		1,200	227	18.9

(6) DI(ディフュージョン・インデックス: Diffusion Index)の算出方法

景況調査では、景況等に対する5段階の判断に、それぞれ下表の点数を与えて、これらを各回答区分の構成比(%)に乗じてDIを算出し、結果を掲載している。

評価	「良い」等	「やや良い」等	「普通」等	「やや悪い」等	「悪い」等
点数	+1.0	+0.5	0.0	-0.5	-1.0

2. 景況・経営動向調査の結果

(1) 項目ごとの概況(天気図)

市内事業者の景況・経営動向のD I 値を右の基準に則り天気図で表すと下表のようにまとめられる。

DI	← ▲30	← ▲10	↔ 10	→ 30 →
記号				

全体としては、雇用人員を除く9項目で実績、見通しの全期間マイナス値となり、中でも景況など5項目は2桁のマイナスと悪い水準が続く。このうち、売上高など6項目については今期を底に緩やかな上昇を見通し、先行き回復が見込まれる。他方、今期、上昇(過剰)の仕入価格(単価)と雇用人員は、先行きも同様の基調が見通される。

	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	H30年 1~3月期	4~6月期	7~9月期	10~12月期
(1)景況	 ▲ 13.2	 ▲ 15.3	 ▲ 19.3	 ▲ 14.7
(2)売上高	 ▲ 10.6	 ▲ 14.8	 ▲ 14.2	 ▲ 12.4
(3)経常利益	 ▲ 18.0	 ▲ 21.2	 ▲ 19.1	 ▲ 15.5
(4)設備投資	 ▲ 6.9	 ▲ 7.2	 ▲ 5.5	 ▲ 4.9
(5)販売数量	 ▲ 14.4	 ▲ 17.7	 ▲ 17.6	 ▲ 14.8
(6)販売単価	 ▲ 7.2	 ▲ 7.7	 ▲ 6.6	 ▲ 6.3
(7)仕入価格(単価)	 ▲ 17.0	 ▲ 17.3	 ▲ 19.8	 ▲ 20.3
(8)在庫水準	 ▲ 1.9	 ▲ 3.8	 ▲ 3.0	 ▲ 2.9
(9)資金繰り	 ▲ 7.2	 ▲ 8.4	 ▲ 10.8	 ▲ 10.0
(10)雇用人員	 17.8	 17.0	 17.3	 18.8

(注)「在庫水準」「雇用人員」のD I 値は「不足」をプラス、「過剰」をマイナスとして算出している。

(2) 今期実績で見る業種別天気図

業種別に今期の実績を眺めると、卸売業、小売業の悪さが他業種に比べて目立つ。また飲食サービス業は、仕入価格(単価)や資金繰りで他に比べてマイナス値が大きく、経常利益も大きくマイナスである。そのほか、雇用人員は、全業種がプラス値で不足状態にあるが、特に建設業と飲食サービス業の数値は大きく、人手不足感は強い。

H30年4~6月期	全体	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食 サービス業	不動産業	サービス業 ・その他	観光業 (再掲)
(1) 景況	▲ 15.3	▲ 9.6	▲ 15.4	▲ 25.7	▲ 31.5	▲ 15.0	▲ 6.1	▲ 5.7	▲ 5.8
(2) 売上高	▲ 14.8	▲ 11.0	▲ 13.8	▲ 23.6	▲ 30.0	▲ 15.0	▲ 7.8	▲ 3.8	▲ 6.7
(3) 経常利益	▲ 21.2	▲ 13.3	▲ 27.7	▲ 25.7	▲ 34.9	▲ 28.6	▲ 14.9	▲ 3.2	▲ 11.0
(4) 設備投資	▲ 7.2	▲ 4.2	▲ 5.0	▲ 19.4	▲ 15.1	▲ 1.9	▲ 2.2	▲ 2.2	0.0
(5) 販売数量	▲ 17.7	▲ 14.0	▲ 18.5	▲ 25.7	▲ 34.0	▲ 5.4	▲ 15.8	▲ 1.3	▲ 1.0
(6) 販売単価	▲ 7.7	▲ 4.5	▲ 9.7	▲ 17.6	▲ 7.5	▲ 1.8	▲ 10.0	▲ 1.3	0.0
(7) 仕入価格 (単価)	▲ 17.3	▲ 20.5	▲ 28.6	▲ 2.7	▲ 16.7	▲ 41.4	0.0	▲ 6.6	▲ 23.5
(8) 在庫水準	▲ 3.8	5.3	▲ 9.6	▲ 1.5	▲ 10.4	▲ 14.0	14.0	▲ 1.6	▲ 8.5
(9) 資金繰り	▲ 8.4	▲ 6.4	▲ 14.2	▲ 8.1	▲ 6.6	▲ 21.2	▲ 2.5	▲ 2.4	▲ 2.0
(10) 雇用人員	17.0	30.6	9.0	5.9	17.0	31.7	5.7	22.7	19.6

(注)1. 観光業：「過去1年間の売上に占める観光関連の売上の割合」を尋ねた質問で“0%超”と回答した事業者を対象としている(0%、または無回答と回答した事業者を除く)。

2. 「在庫水準」「雇用人員」のDI値は「不足」をプラス、「過剰」をマイナスとして算出している。

DI	← ▲30	← ▲10	↔ 10	→ 30	→
記号					

(3) 項目別DI値の推移

景況は、前期の▲13.2から今期▲15.3に悪化、来期は▲19.3とさらに悪化を見込むも、来々期は▲14.7まで回復を見通す(図表1)。

売上高は、前期の▲10.6から今期は▲14.8まで下降し、来期▲14.2はほぼ横ばい、来々期▲12.4と緩やかな上昇を見込む(図表1)。なお、今期、**売上高の増加した事業者の理由**は「経営・販売戦略の影響」が43.1%で最も多く、「需要(消費)の影響」が36.9%と続く。反対に、**減少事業者の理由**は「需要(消費)の影響」が47.7%で半数近くを占めて最も多い(図表2)。

経常利益は、今期▲21.2を底に、来期▲19.1、来々期▲15.5へと上昇を見通す(図表1)。今期の**経常利益の増加・減少事業者の要因**は、いずれも「販売数量要因」(62.7%、53.8%)を最も多くあげる(図表2)。

設備投資は、今期は▲7.2で前期の▲6.9から微減となり、来期▲5.5、来々期▲4.5と緩やかな回復基調を示す(以下、図表1)。

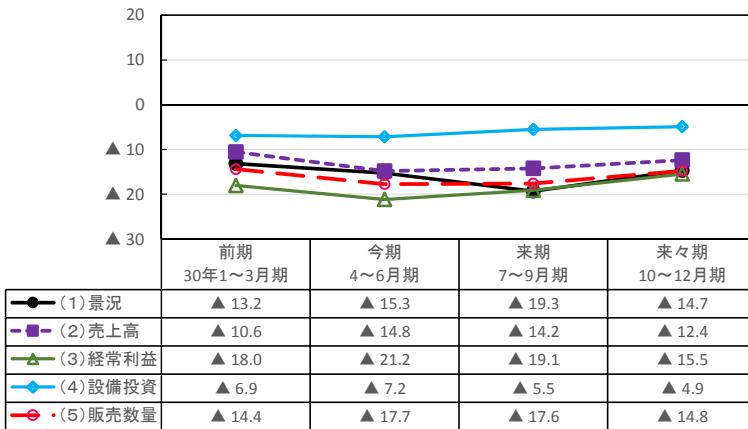
販売数量は、前期▲14.4から今期は▲17.7に下降、来期▲17.6はほぼ横ばいを見込み、**販売単価**は、前期▲7.2、今期▲7.7とほぼ横ばいとなり、来期は▲6.6で僅かながら上昇を見込む。

仕入価格(単価)は、前期は▲17.0、今期は▲17.3とほぼ横ばいで推移し、来期▲19.8、来々期▲20.3と徐々にマイナス値の拡大が続き、価格上昇が見込まれ、**資金繰り**は、前期の▲7.2から来期の▲10.8にかけて下降し、来々期は▲10.0でほぼ横ばいである。

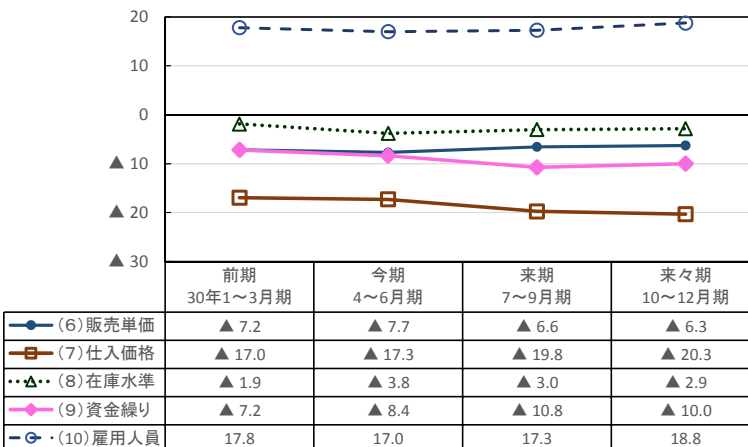
また、「不足」をプラス、「過剰」をマイナスとして算出する**在庫水準**と**雇用人員**では、**在庫水準**は実績、見通しともマイナス値は指標の中では小さく、今期の▲3.8から来々期の▲2.9にかけてはほぼ横ばい状態を示し、他方で、**雇用人員**は、前期17.8、今期17.0、来期17.3とほぼ横ばい水準で、来々期は18.8へと緩やかな上昇が示され、引き続き、人手不足状態の持続を予想する。

図表1 項目別DI値の推移

項目別DI(景況～販売数量)

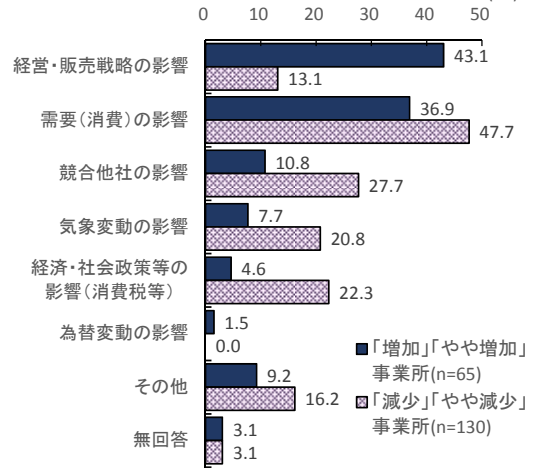


項目別DI(販売単価～雇用水準)

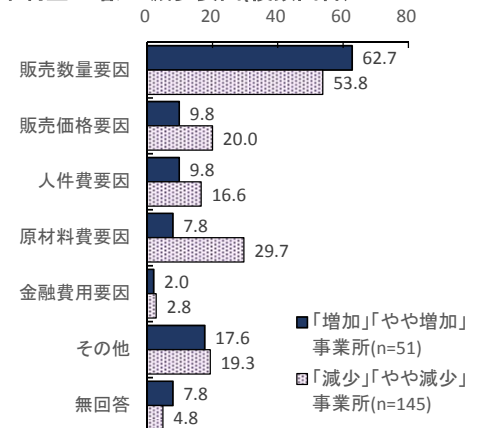


図表2 売上高と経常利益の増減要因

売上高増加・減少の理由(複数回答) (%)



経常利益の増加・減少要因(複数回答) (%)

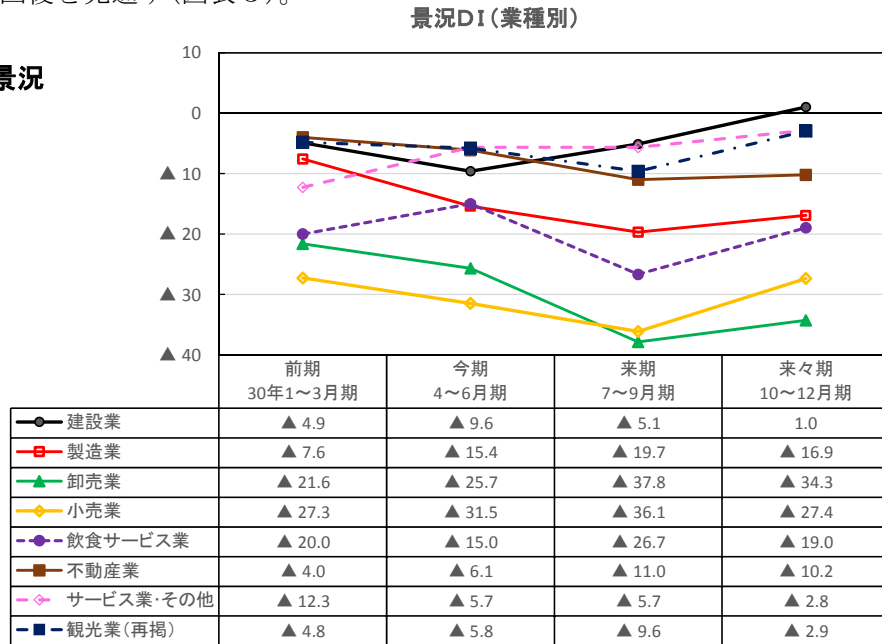


【業種別の景況】

建設業を除く全業種が、実績、見通しの全期間を通してマイナス値で、特に卸売業、小売業のマイナス値は全期間▲30前後で推移し、景況の悪さが顕著である。

建設業は、今期の▲9.6を底に上昇、来々期は1.0とプラスに転換を見通す。サービス業・その他は、前期の▲12.3から今期は▲5.7に回復、来期は横ばいで、来々期は▲2.8と上昇トレンドを示す。飲食サービス業は、前期の▲20.0から今期は▲15.0に回復するも、来期は▲26.7へと後退、来々期は▲19.0と一進一退である。残る5業種は来期見通しが最も悪く、来々期に上昇を見込み、中でも観光業は、来々期は▲2.9まで回復を見通す(図表3)。

図表3 業種別の景況

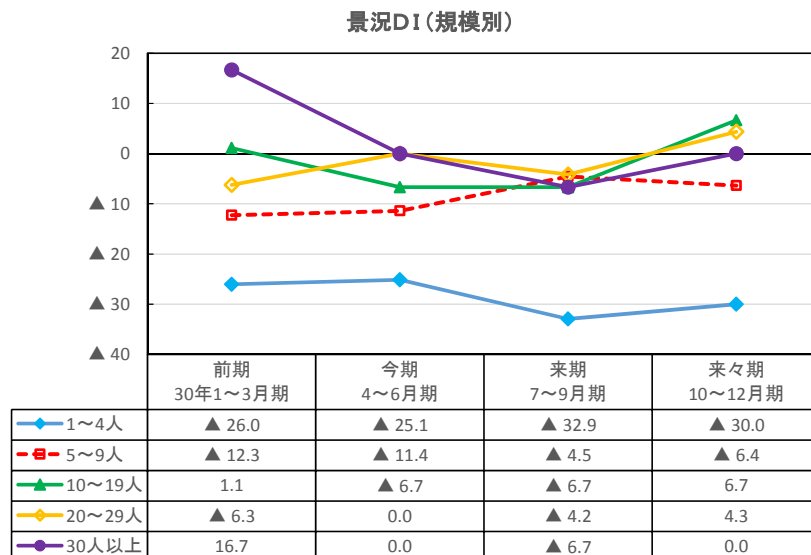


(注)観光業：「過去1年間の売上に占める観光関連の売上の割合」を尋ねた質問で“0%超”と回答した事業者(0%と回答、または無回答の事業者を除く)。

【規模別の景況】

1~4人の小規模事業者で景況の悪さが顕著で、前期▲26.0から今期は▲25.1と僅かに上昇、来期は▲32.9まで下降、来々期も▲30.0で停滞を見込む。5~9人は、前期▲12.3を底に、今期▲11.4、来期▲4.5へと上昇、回復を示す。10~19人は、今期、来期と▲6.7で横ばい、また、20~29人は前期▲6.3、来期▲4.2とマイナスも、来々期はプラスに転換する。比較的規模の大きい30人以上は、前期は16.7で好況も今期「良い」「悪い」のバランスする0.0に下降、来期も▲6.7で下降が続き、来々期0.0へと回復を見通す(図表4)。

図表4 規模別の景況



(4) 当面の経営課題

「人材の不足・求人難」(29.0%)が3割近くで最も多く、「従業員の高齢化」(25.2%)も4社に1社と多い。以下、「売上・受注不振」(21.7%)、「原材料・仕入製(商)品価格の上昇」(21.4%)、「競争の激化」(20.3%)なども2割余りで上位である(図表5)。

(5) 人材(人手)の現状と経営への影響及び対策

① 人材(人手)の現状

「適正」(55.9%)が半数を上回るも、「不足」(10.1%)もほぼ1割を占め、「やや不足」(27.0%)と合計すると、全体の4割弱(37.1%)は不足感を持っている。

特に建設業の4社に1社は「不足」(25.0%)を強く感じており、「やや不足」(42.3%)まで含めるとおよそ3社に2社まで高まる。また、飲食サービス業、サービス業・その他と観光業でも、半数近くの事業者が人材(人手)不足を感じている。

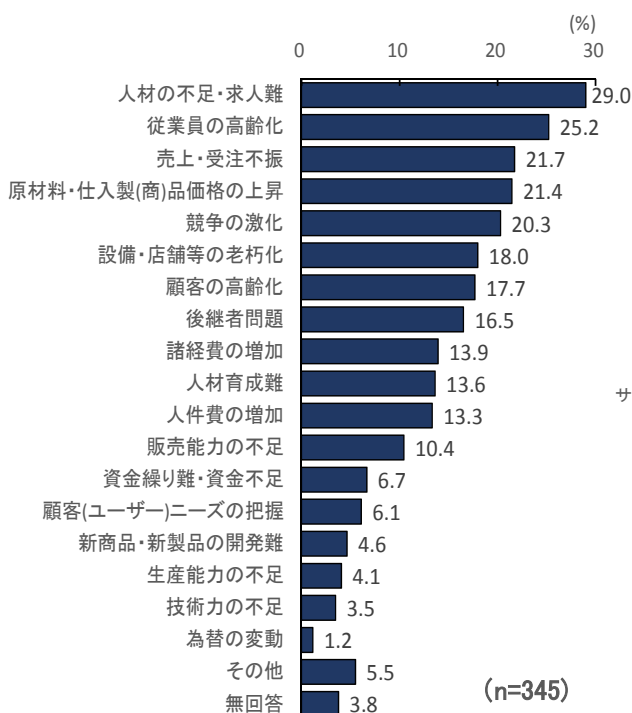
規模別にみると、1～4人の小規模事業者の4社に3社近くが「適切」(73.8%)とする一方で、規模の大きい30人以上の事業者の5社に1社余りが「不足」(22.2%)としている。また、「やや不足」までを含めると、規模5人以上のすべてで、人材(人手)不足を感じる事業者が半数を上回っている(図表6)。

② 不足している人材と経営に与える影響

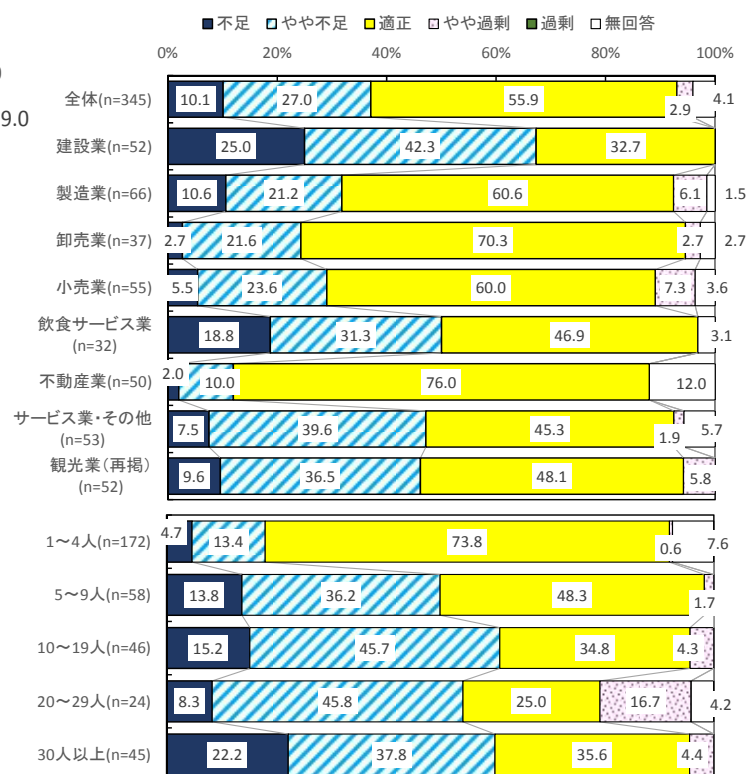
「不足」「やや不足」と回答した事業者では、半数強が「即戦力となる中堅層、専門職」(53.1%)の不足をあげて最も多く、「一定の職務経験を積んだ若手」(45.3%)も5割近い(図表7)。

また、経営に与える影響としては、2社に1社余りが「従業員の業務負担の増加」(52.3%)をあげて最も多く、次いで、「事業運営への支障(業務の質の低下など)」(32.0%)と「受注の見送り・先送り」(31.3%)が3割余りで続く(図表8)。

図表5 当面の経営課題(3つまで回答)

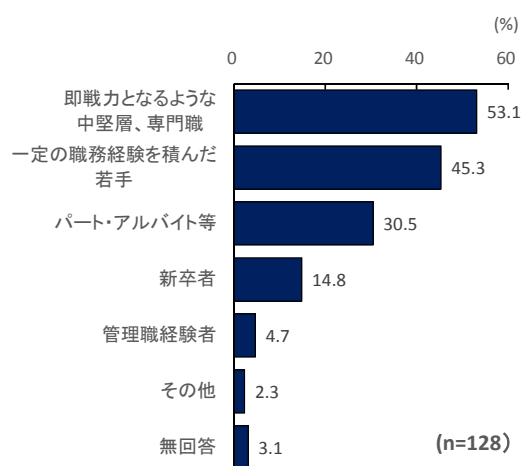


図表6 人材(人手)の現状

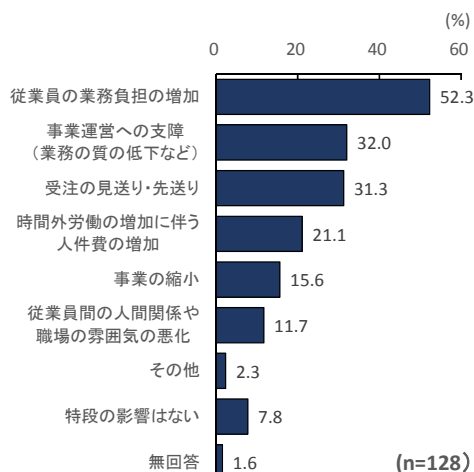


(注)観光業：「過去1年間の売上に占める観光関連の売上の割合」を尋ねた質問で“0%超”と回答した事業者(0%と回答、または無回答の事業者を除く)。

図表7 不足している人材(複数回答)



図表8 経営に与える影響(複数回答)

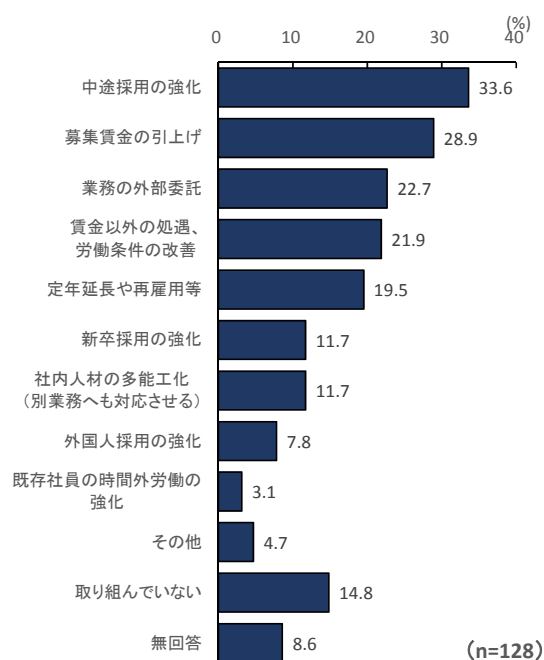


③ 人材(人手)不足を緩和する対策

最も多いのは「中途採用の強化」(33.6%)で、およそ3社に1社を占める。また、「募集賃金の引上げ」(28.9%)が3割弱で続き、「業務の外部委託」(22.7%)と「賃金以外の処遇、労働条件の改善」(21.9%)、「定年延長や再雇用等」(19.5%)も2割前後である。

他方で、「取り組んでいない」とする事業者も14.8%見られる(図表9)。

図表9 人材(人手)不足を緩和するための対策(複数回答)



3. 産業振興関連設問の結果

(1) 外国人の増加による事業への影響

外国人の増加による事業への影響(変化)については、「変化は起きない」(56.2%)が最も多く、無回答(8.1%)を加えると64.3%である。逆に見ると、3社に1社(35.7%)がなんらかの影響を想定している。その内容は、「外国人顧客の増加」(12.2%)、「外国人採用の検討」(8.4%)、「外国人顧客とのトラブル」(7.2%)、「外国人住民とのトラブル」(7.0%)の順となっている(図表10)。

業種別(図表省略)では、不動産、飲食サービス、小売業で「変化は起きない」が少ない(なんらかの影響を想定)。飲食サービス、小売業は外国人顧客の増加を期待するが、不動産は外国人顧客とのトラブルに不安感がうかがえる。観光業では、「変化は起きない」は23.1%と少なく、4割(40.4%)が外国人顧客の増加を想定している。

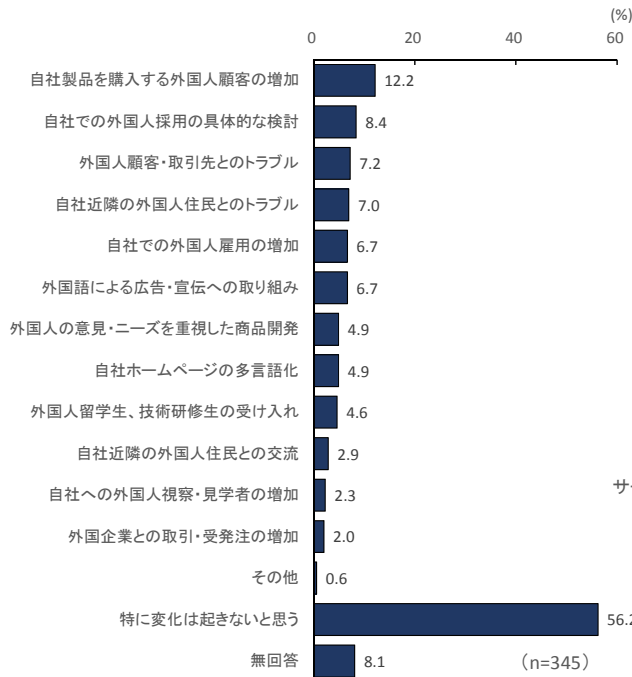
(2) 観光関連産業についての実態と意識

① 観光関連産業の活性化による事業への影響

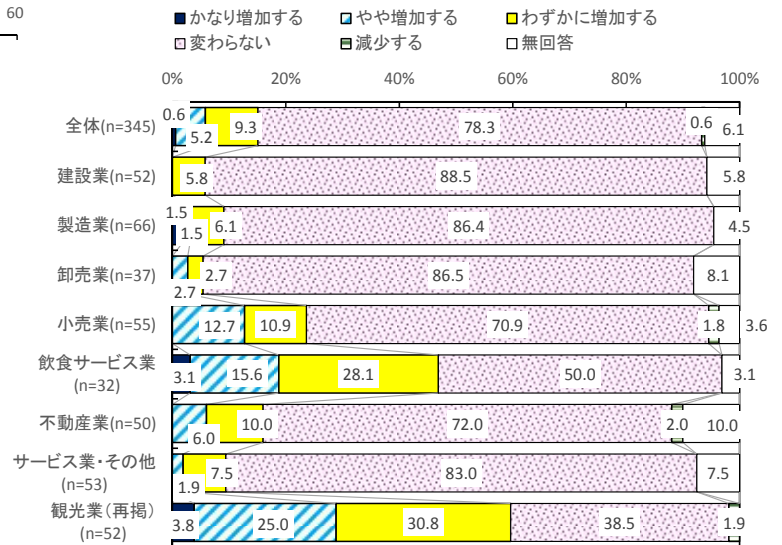
市内への観光客の増加や観光関連産業の活性化による売上の変化については、「変わらない」(78.3%)が最も多いものの、“増加(「かなり増加」「やや増加」「わずかに増加」の合計)”は15.1%と、「減少」(0.6%)を大きく上回り、観光関連産業への一定の期待感がうかがえる。

業種別では、飲食サービスの半数弱(46.8%)が“増加”としている。また、観光業では当然ながら最も多く、ほぼ6割(59.6%)となっている(図表11)。

図表10 外国人の増加による事業への影響
(複数回答)



図表11 観光客増、観光関連産業の活性化による売上への影響



(注) 観光業:「過去1年間の売上に占める観光関連の売上の割合」を尋ねた質問で“0%超”と回答した事業者(0%と回答、または無回答の事業者を除く)。

② 観光関連売上の割合

過去1年間の観光関連の売上金額の割合は「0%(なし)」(76.2%)が最も多く、無回答(8.7%)との合計は84.9%である。これを全体(100%)から引くと、なんらかの形で観光関連の売上がある事業者は15.1%である。

業種別では、飲食サービスの「0%(なし)」(46.9%)が最も少ない。また、観光業の観光関連売上割合は「1%未満(0ではない)」(44.2%)が最も多く、以下、「1~5%未満」(34.6%)、「5~10%未満」(11.5%)の順である(図表12)。

③ 観光関連事業の内容

観光関連事業の内容については、業種によって取り扱い品目が異なるため、建設業・製造業と商業・サービス業に対し異なる選択肢で尋ねた。

【建設業・製造業調査】

建設業・製造業では「その他の製品」(42.9%)が最も多く、以下、「観光施設等の建築工事」「リフォーム・補修工事」「食料品」「木材・木製品・家具」(ともに14.3%)などが続く(図表13)。

「その他の製品」への自由記入回答は、「畳縁を使ったカード入れ、バッグ」「梱包資材」「洗剤」「人形類」などである。

また、選択肢とは別に観光関連の主な事業名、品目・品名を尋ねた自由記入回答は、「鉄道関連工事」「玩具を入れる紙袋、ポリ袋」「観光施設での什器製作」「羽子板」「アートホームクロス」である。

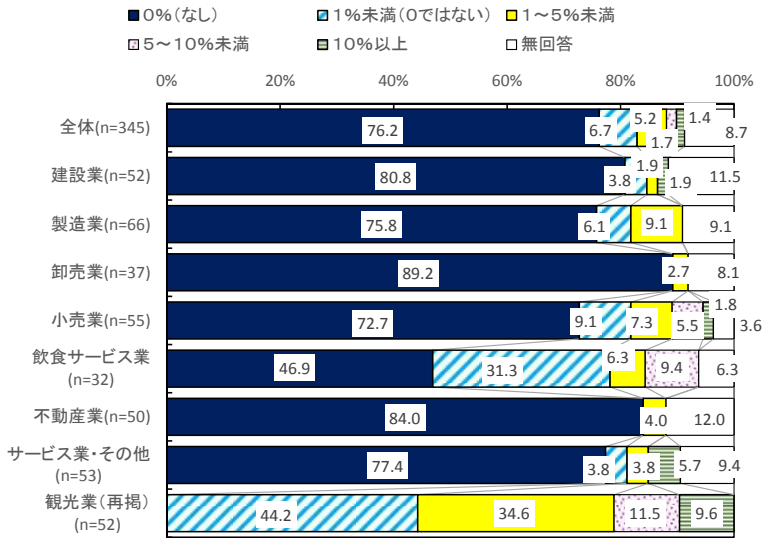
【商業・サービス業調査】

商業・サービス業では「飲食サービス」(39.5%)が最も多く、以下、「地元の農産物」「酒類・飲料」「弁当・菓子等」「(ともに15.8%)」、「地元の特産品」「衣料品・靴」「その他のサービス」(ともに10.5%)が続く(図表14)。

「その他のサービス」への自由記入回答は、「ボウリング」「ヘアスタイル関連」「駐車場」など。「その他の商品」(5.3%)の回答は「LPガス」「ペット関連用品」である。

また、観光関連の主な商品・サービス名の自由記入回答は、「古民家付き農園、地場産野菜のレストラン、地ビール」「和柄ののれん、手ぬぐい等」「レンタルバイク」「観光地周辺での時間貸し駐車場」などである。

図表 12 過去1年間の観光関連売上の割合



(注)

1. 観光業：

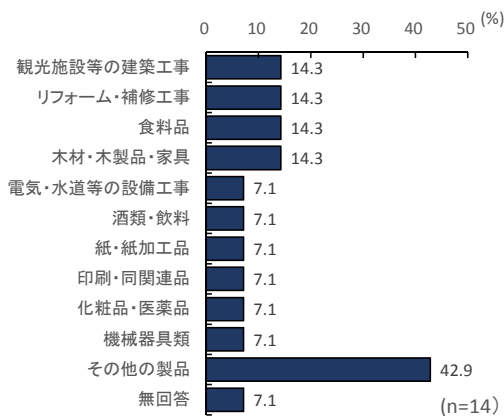
「過去1年間の売上に占める観光関連の売上の割合」を尋ねた質問で“0%超”と回答した事業者(0%と回答、または無回答の事業者を除く)。

2. 観光関連の売上金額：

「観光客向けの売上」と「観光関連事業者への売上」の合計。「観光客」とは観光・行楽を目的とした宿泊・日帰りの旅行者・行楽客、「観光関連事業者」とは観光客を意識した商品やサービスの販売・提供を行っている事業者。

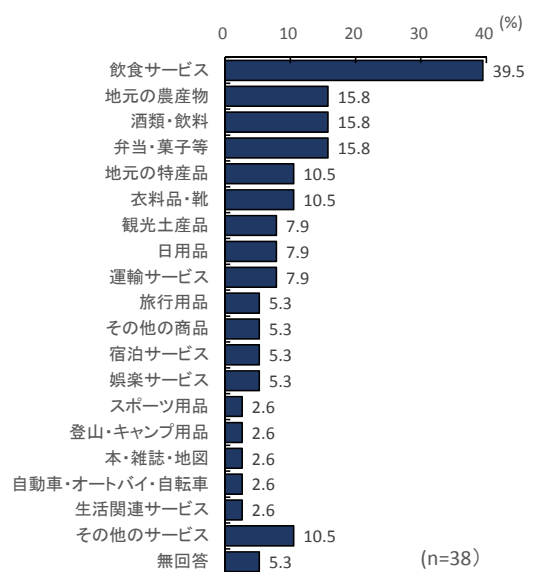
図表 13 観光関連の事業及び製品
【建設業・製造業調査】(複数回答)

※回答選択肢のみを表示



図表 14 観光関連の商品及びサービス
【商業・サービス業調査】(複数回答)

※回答選択肢のみを表示



④ 観光関連商品・サービスの主な購入者

商業・サービス業で観光関連の売上有る事業者の取り扱う商品・サービスの主な購入者として、最も多いのは「市外から市内への観光客」(31.6%)で、これに次いで「市内から市内への観光客」(28.9%)が多く、以下、「市内から市外への観光客」(21.1%)、「市内から市内への団体・企業」(18.4%)、「市外から市内への団体・企業」(13.2%)の順である。「海外から市内へ」は「(個人)観光客」が7.9%、「団体・企業」が5.3%である(図表15)。

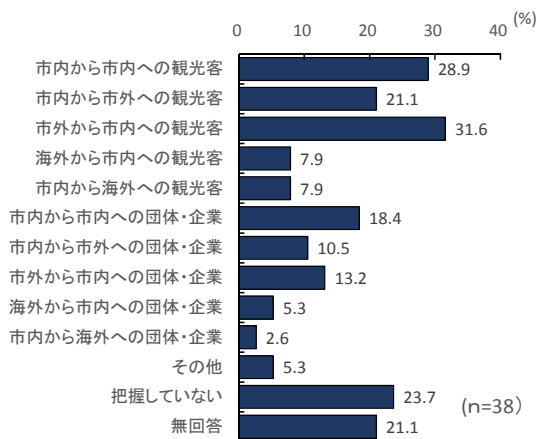
⑤ 観光関連商品・サービスの今後の取り扱い意向

観光関連商品・サービスについて、「現在より積極的に取り扱いたい」は1割強(11.6%)で、「減らしたい」(0.9%)、「やめたい」(9.9%)の合計(10.8%)とほぼ同率である。

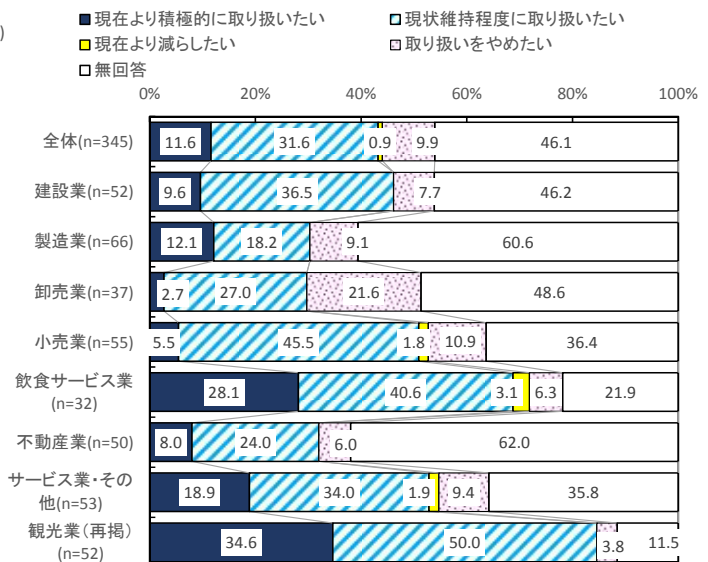
観光業では、「積極的に」は34.6%で、「減らしたい」(0.0%)と「やめたい」(3.8%)の合計を大きく上回る(図表16)。

一方、観光関連売上のない事業者においては、「現状維持」が28.3%だが、「現在より積極的に取り扱いたい」という回答も7.5%ある(図表省略)。

図表15 観光関連商品・サービスの主な購入者
【商業・サービス業調査票】(複数回答)



図表16 観光関連商品・サービスの今後の取り扱い意向



(注)観光業：「過去1年間の売上に占める観光関連の売上の割合」を尋ねた質問で“0%超”と回答した事業者(0%と回答、または無回答の事業者を除く)。

⑥ 観光振興のための取り組み内容

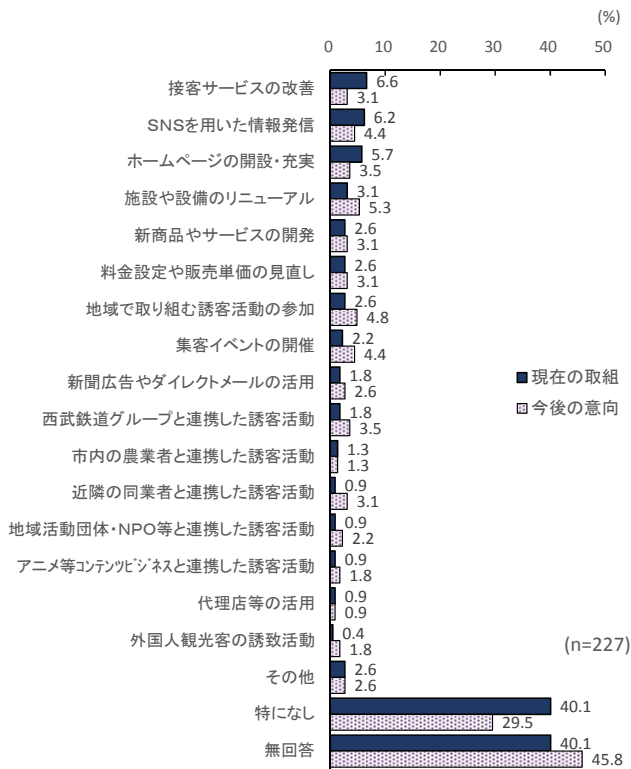
観光振興による集客や利益向上のために現在取り組んでいることは、「特になし」(40.1%)と無回答(40.1%)が多いものの、回答の上位は「接客サービスの改善」(6.6%)、「SNSを用いた情報発信」(6.2%)、「ホームページの開設・充実」(5.7%)、「施設や設備のリニューアル」(3.1%)の順(図表17)。

観光業においては、「特になし」(15.8%)は少なく、「接客サービスの改善」(28.9%)、「SNSを用いた情報発信」(21.1%)がそれぞれ2割を超えている(図表省略)。

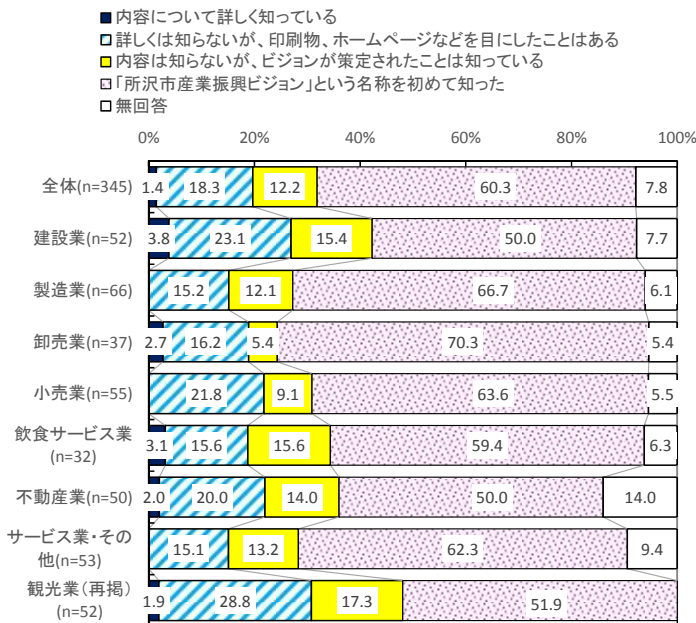
今後取り組んでみたいことについて、「特になし」(29.5%)は現在の取り組み状況より少ない。上位は「施設や設備のリニューアル」(5.3%)、「地域で取り組む誘客活動の参加」(4.8%)、「SNSを用いた情報発信」(4.4%)、「集客イベントの開催」(4.4%)の順である(図表17)。

図表 17 観光振興による集客や利益向上
のための取り組み

【商業・サービス業調査】(複数回答)



図表 18 「所沢市産業振興ビジョン」
の認知について



(注)観光業：「過去1年間の売上に占める観光関連の売上の割合」を尋ねた質問で“0%超”と回答した事業者(0%と回答、または無回答の事業者を除く)

(3)市の政策に対する認知、関心の状況

①「所沢市産業振興ビジョン」の認知状況

「所沢市産業振興ビジョン」について「名称を初めて知った」という事業者は6割(60.3%)と半数を超える。内容については、「詳しく知っている」(1.4%)と「詳しくは知らないが、印刷物、ホームページなどを目にしたことはある」(18.3%)の合計で2割(19.7%)。

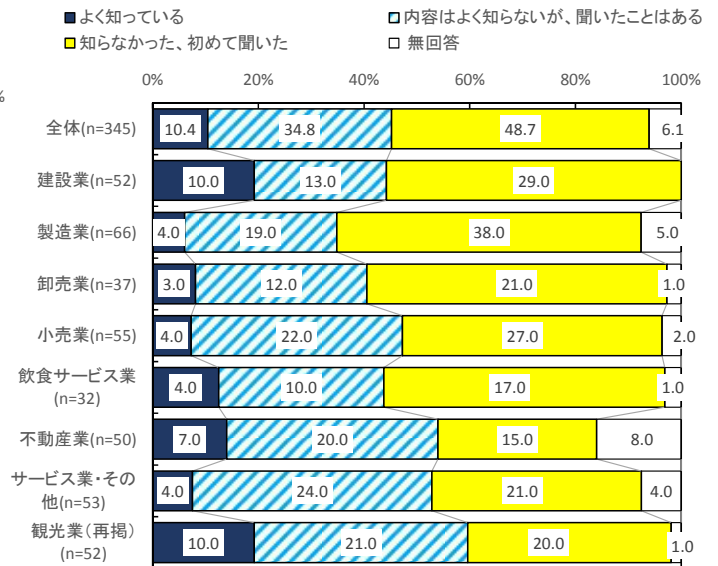
業種別では、建設業で“内容は知っている”の合計が26.9%と最も多い。また、観光業では“内容は知っている”の合計は3割(30.7%)である(図表18)。

②「COOL JAPAN FOREST 構想」の認知状況

「COOL JAPAN FOREST 構想」について、「よく知っている」という事業者は1割(10.4%)、「内容はよく知らないが、聞いたことはある」(34.8%)で、両者を合計すると45.2%である。

業種別では、建設業で2割(19.2%)が「よく知っている」としている。また、観光業では「よく知っている」(19.2%)と「聞いたことはある」(40.4%)の合計が6割弱(59.6%)である(図表19)。

図表 19 「COOL JAPAN FOREST 構想」
についての認知状況



(注)観光業：「過去1年間の売上に占める観光関連の売上の割合」を尋ねた質問で“0%超”と回答した事業者(0%と回答、または無回答の事業者を除く)

③ 所沢市の産業支援制度についての認知、関心

【制度についての認知】

所沢市の産業支援制度について、建設業・製造業事業者から最もよく知られているのは「中小企業融資制度」(35.6%)で、以下、「障害者雇用推進企業支援補助金」(23.7%)、「中小企業退職金等掛金補助金」(20.3%)、「設備投資融資利子補給金」(19.5%)、「ラーク所沢」(18.6%)の順である。一方で無回答は43.2%ある(図表20)。

業種別(図表省略)では、建設業で「中小企業融資制度」「中小企業退職金等掛金補助金」「ラーク所沢」「地域資源活用・ものづくり総合支援補助金」が多い。一方、製造業では全般に認知率は建設業より低いか同程度であり、無回答が半数(50.0%、建設業では34.6%)となっている。

【制度についての関心】

関心のある(利用を検討してみたい)支援策としては、認知率同様「中小企業融資制度」(17.8%)が最も多い。以下、「中小企業退職金等掛金補助金」(15.3%)、「設備投資融資利子補給金」(14.4%)、「企業立地支援奨励金」「所沢市中小企業勤労者福祉サービスセンター」(ともに11.0%)の順である(図表20)。

業種別(図表省略)では、建設業より製造業で無回答がやや少なく、それぞれの支援制度への関心がうかがえる。製造業では「中小企業融資制度」「設備投資融資利子補給金」「企業立地支援奨励金」などへの関心がより強い。

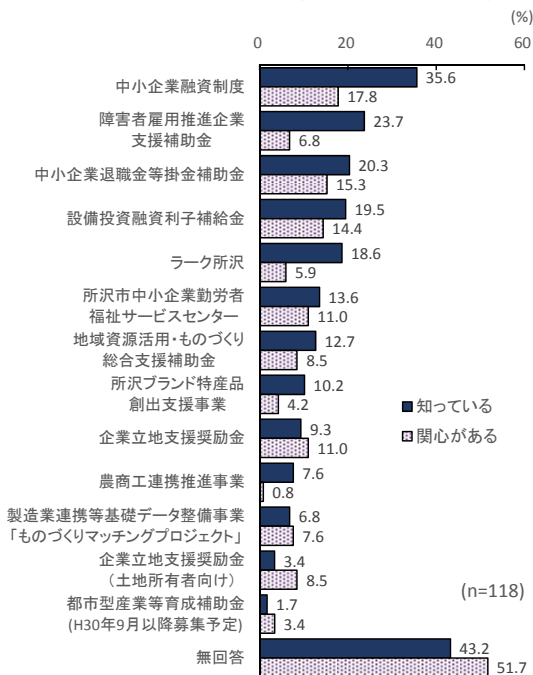
④ 市の産業支援策への要望

所沢市の産業振興支援策に対する要望は「補助金・融資等の制度の拡充」(22.9%)が最も多く、これに次いで「人材の確保・育成に関する支援」(19.1%)が多い。以下、「用途地域の見直しなど土地利用調整」(15.9%)、「空き店舗、空家等の活用支援」(15.7%)、「設備投資に関する支援」(13.6%)、「交通基盤や物流基盤の整備」(13.6%)、「商店街活性化に関する支援」(13.3%)の順である(図表21)。

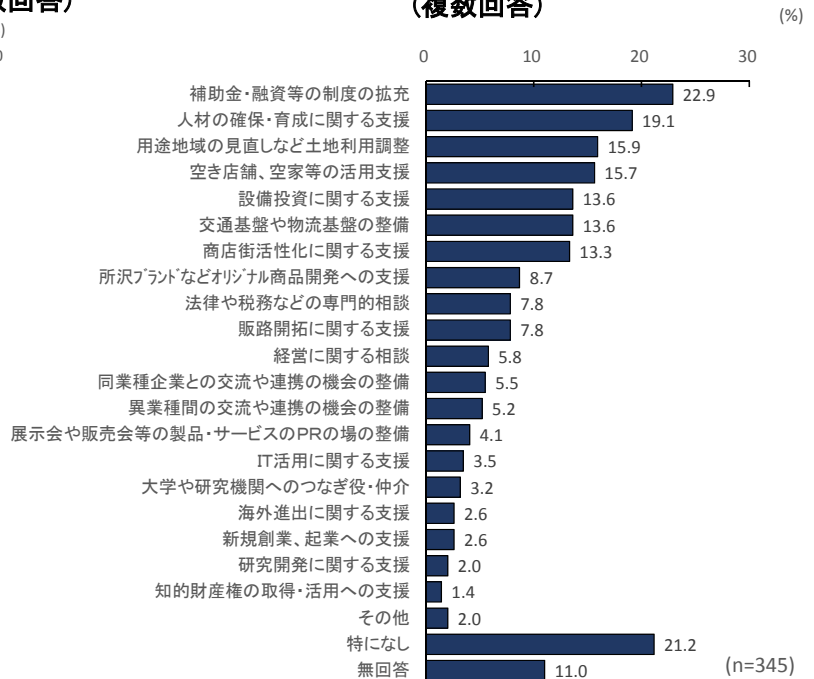
業種別(図表省略)を見ると、建設業では「人材の確保・育成」「用途地域の見直し」、製造業では「補助金・融資等」「設備投資」、卸売業では「販路開拓」「知的財産権」「交通基盤」、小売業では「商店街活性化」、飲食サービス業では「補助金・融資等」「人材の確保・育成」「空き店舗、空家等」「商店街活性化」「所沢ブランド」、不動産業では「交通基盤」「用途地域」「空き店舗」、観光業では「設備投資」「知的財産権」「交通基盤」「用途地域」「空き店舗」「商店街活性化」「所沢ブランド」などがそれぞれ全体平均を上回っている。

また、規模別(図表省略)では、「設備投資」「人材確保」「交通基盤」「用途地域」などの項目が規模の大きい事業所で多く上がっている。

図表20 所沢市の支援制度で知っているもの・関心のあるもの
【建設業・製造業調査】(複数回答)



図表21 所沢市に充実して欲しいと考える産業振興のための支援策(複数回答)
(複数回答)



所沢市地域経済動向調査報告書

— 2018年8月調査 —

平成30年10月 発行

編集・発行 所沢市 産業経済部 産業振興課

〒359-8501 埼玉県所沢市並木一丁目1番地の1

TEL : 04-2998-9157 / FAX : 04-2998-9162

e-mail : a9157@city.tokorozawa.lg.jp