

# 所沢市地域経済動向調査

## 報 告 書

—2018 年 12 月調査—

平成 3 1 年 2 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
2. 景況・経営動向調査の結果	2
【建設業・製造業調査】【商業・サービス業調査】	2
(1) 項目ごとの概況(天気図)	2
(2) 今期の業種別天気図	3
(3) 項目別D I 値の推移	4
【農家・農業経営体調査】	6
3. 産業振興関連設問の結果	7
【建設業・製造業調査】【商業・サービス業調査】	7
(1) 観光関連産業についての実態と意識	7
(2) 人材確保・育成等への取り組み	9
(3) 市の政策に対する認知、関心の状況	12
【農家・農業経営体調査】	14
(1) 営農活動と経営上の課題	14
(2) 観光振興と農業経営	15
(3) 市の農業振興の認知と施策の利用意向	16
(4) 市の産業振興に対する関心	20

### (注) 1. D I (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D I 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. 図表の表記について

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 2,000 事業所(建設業・製造業 500、商業・サービス業 1,200、農業 300)に対して、調査票(「建設業・製造業調査」「商業・サービス業調査」「農家・農業経営体調査」)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、以下の項目で、「建設業・製造業調査」「商業・サービス業調査」では実績(前期=平成 30 年 7~9 月期、今期=同年 10~12 月期)と見通し(来期=平成 31 年 1~3 月期、来々期=同年 4~6 月期)について、また「農家・農業経営体調査」では実績(平成 29 年度)と見通し(平成 30 年度)について、それぞれの判断を尋ねている。なお、「建設業・製造業調査」「商業・サービス業調査」は、8 月調査に続き、平成 30 年度 2 回目の実施である。

### 【「建設業・製造業調査」「商業・サービス業調査」】

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

### 【農家・農業経営体調査】

①売上高、②生産コスト、③販売単価、④農業収支、⑤資金繰り、⑥設備投資、⑦雇用状況、⑧出荷・販売先、⑨経営耕地面積、⑩景況

(4) 調査実施期間：平成 30 年 12 月 12 日(水)~平成 31 年 1 月 18 日(金)

(5) 回収状況：回収総数 566 事業所、回収率 28.3%

調査票区分	業種	設定数	回収数	回収率(%)
全 体		2,000	566	28.3
A. 建設業・製造業調査	建設業	240	80	33.3
	製造業	260	78	30.0
A. 小計		500	158	31.6
B. 商業・サービス業調査	卸売業	240	57	23.8
	小売業	240	69	28.8
	飲食サービス業	240	42	17.5
	不動産業	240	63	26.3
	サービス業	240	69	28.8
B. 小計		1,200	300	25.0
C. 農家・農業経営体調査		300	108	36.0

## 2. 景況・経営動向調査の結果 【建設業・製造業調査】【商業・サービス業調査】

### (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				

8月調査に続き、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で、景況など5項目は2桁のマイナスと悪い水準で推移。このうち、売上高など6項目は今期にかけて緩やかな上昇、回復も、来期以降の見通しは悪化が見込まれる。また、来期にかけて、在庫水準は緩やかな回復を見通し、販売単価と仕入価格(単価)は横ばい基調が見通される。

	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	H30年 7~9月期	10~12月期	H31年 1~3月期	4~6月期
(1) 景況	 ▲ 18.5	 ▲ 16.7	 ▲ 20.6	 ▲ 22.3
(2) 売上高	 ▲ 17.7	 ▲ 12.8	 ▲ 16.1	 ▲ 18.7
(3) 経常利益	 ▲ 21.0	 ▲ 19.2	 ▲ 20.4	 ▲ 21.8
(4) 設備投資	 ▲ 5.0	 ▲ 3.3	 ▲ 5.2	 ▲ 7.5
(5) 販売数量	 ▲ 19.9	 ▲ 14.4	 ▲ 17.8	 ▲ 19.8
(6) 販売単価	 ▲ 5.4	 ▲ 5.9	 ▲ 6.4	 ▲ 6.3
(7) 仕入価格(単価)	 ▲ 18.9	 ▲ 18.2	 ▲ 18.5	 ▲ 19.0
(8) 在庫水準	 ▲ 4.2	 ▲ 3.4	 ▲ 1.1	 ▲ 1.9
(9) 資金繰り	 ▲ 11.7	 ▲ 9.5	 ▲ 11.8	 ▲ 11.5
(10) 雇用人員	 17.9	 19.2	 18.8	 17.6

(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) 今期の業種別天気図

今期の業種別の実績(農業を除く)を眺めると、**建設業**が好調となる一方で、8月調査と同様に、**小売業、飲食サービス業**の悪さが他業種に比べて目立つ。**設備投資**は、**飲食サービス業、サービス業・その他、観光業**でプラス値となり、**雇用人員**は、8月調査に続き、各業種がプラス値で人手不足の状態が続く。

	全体 (除く農業)	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)	(参考) 農業
(1) 景況	▲ 16.7	2.5	▲ 15.6	▲ 17.0	▲ 35.1	▲ 28.0	▲ 20.2	▲ 12.5	▲ 8.9	▲ 47.3
(2) 売上高 [年間販売額]	▲ 12.8	13.5	▲ 16.2	▲ 11.6	▲ 28.7	▲ 28.8	▲ 18.0	▲ 9.7	▲ 7.0	▲ 38.4
(3) 経常利益 [農業収支]	▲ 19.2	2.0	▲ 17.8	▲ 21.2	▲ 36.7	▲ 38.2	▲ 19.3	▲ 15.4	▲ 8.9	▲ 43.8
(4) 設備投資	▲ 3.3	▲ 0.7	▲ 9.6	▲ 0.9	▲ 10.8	2.6	▲ 3.6	2.4	3.7	▲ 2.8
(5) 販売数量 [出荷・販売先]	▲ 14.4	8.7	▲ 14.1	▲ 14.5	▲ 31.8	▲ 26.3	▲ 18.6	▲ 10.5	▲ 5.5	▲ 26.1
(6) 販売単価	▲ 5.9	7.2	▲ 4.2	▲ 3.6	▲ 13.3	▲ 11.5	▲ 16.7	▲ 4.4	▲ 2.7	▲ 34.0
(7) 仕入価格(単価) [生産コスト]	▲ 18.2	▲ 18.1	▲ 26.1	▲ 20.9	▲ 11.4	▲ 47.5	4.3	▲ 11.1	▲ 20.9	▲ 15.6
(8) 在庫水準	▲ 3.4	4.5	▲ 4.2	▲ 4.8	▲ 11.7	▲ 6.6	2.6	▲ 1.1	▲ 7.5	—
(9) 資金繰り	▲ 9.5	▲ 3.3	▲ 15.5	▲ 2.8	▲ 13.6	▲ 26.8	▲ 4.6	▲ 4.0	▲ 10.7	▲ 30.4
(10) 雇用人員 [農業従事者数]	19.2	37.0	8.9	17.3	11.7	22.6	7.7	26.2	29.6	21.4
(11) 経営耕地面積	—	—	—	—	—	—	—	—	—	▲ 8.7

- (注)1. 全体(農業を除く)は平成30年10~12月期実績。なお、農業(農家・農業経営体調査)は平成30年(1月~12月)見通し。  
 2. 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%と回答、または無回答の事業者を除く)。  
 3. [ ]に記載のない設問項目は全業種共通。[ ]内は農業(農家・農業経営体調査)での項目。また、「在庫水準」は「建設業・製造業調査」「商業・サービス業調査」のみ、「経営耕地面積」は農業(農家・農業経営体調査)のみの設問。  
 4. 「在庫水準」「雇用人員(農業従事者数)」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 D I 値の推移

**景況**は、前期が▲18.5で悪化基調にあったが、今期▲16.7は若干持ち直している。しかしながら、来期▲20.6、来々期▲22.3と再びマイナス値が拡大、悪化を見通す(図表1)。

**売上高**は、前期の▲17.7を底に今期は▲12.8へと回復を見せるも、来期▲16.1、来々期▲18.7と再び下降を予想する(図表1)。なお、今期、**売上高の増加した事業者の理由**は「需要(消費)の影響」が46.0%で最も多く、「経営・販売戦略の影響」が35.0%と続く。反対に、**減少事業者の理由**は「需要(消費)の影響」が59.1%で最も多く、これに次ぐ「競合他社の影響」の23.9%を大きく上回る(図表2)。

**経常利益**は、緩やかな下降から前期は▲21.0とほぼ横ばいであったが、今期は▲19.2へと僅かに上昇し、来期▲20.4、来々期▲21.8と再び緩やかな下降を見通す(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」(63.2%、57.3%)を最も多くあげる(図表2)。

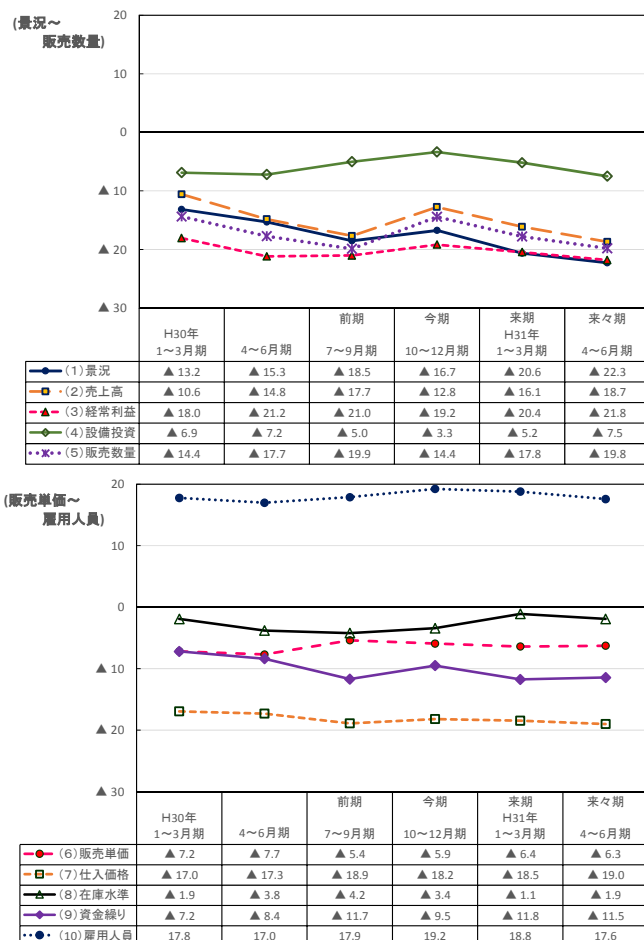
**設備投資**は、前期▲5.0、今期▲3.3と緩やかな回復が続いたが、来期▲5.2、来々期▲7.5と再び後退が見通される(以下、図表1)。

**販売数量**は、前期の▲19.9までマイナス値の拡大が続いたが、今期は▲14.4へと上昇、改善した。来期▲17.8、来々期▲19.8と再び悪化が見込まれる。**販売単価**は、今期▲5.9で若干の改善がみられた前期▲5.4からほぼ横ばい、先行きは来期▲6.4、来々期▲6.3とほぼ横ばい弱含みで見通される。

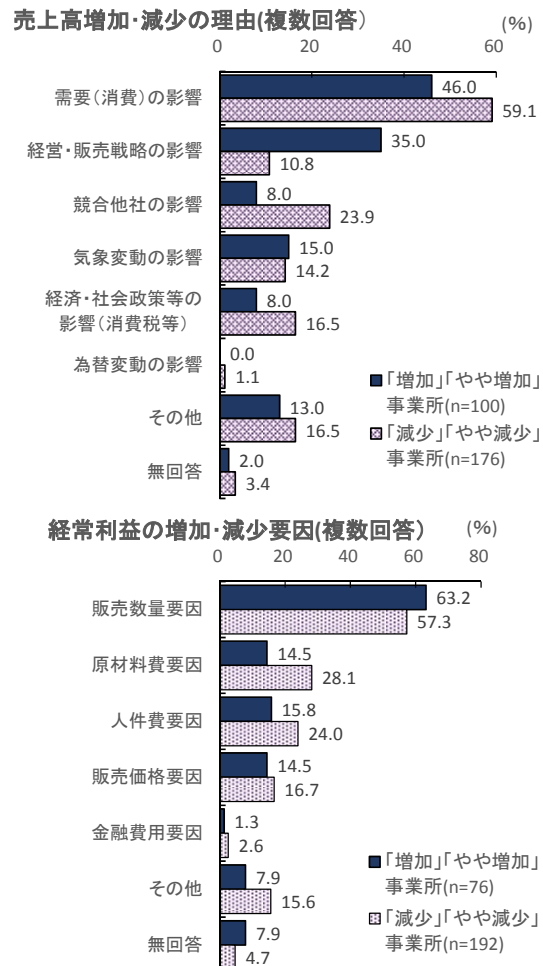
**仕入価格(単価)**は、前期▲18.9、今期▲18.2と横ばい基調、来期▲18.5、来々期▲19.0にかけてはほぼ横ばい弱含みと緩やかな価格上昇を見込む。**資金繰り**は、前期の▲11.7を底に今期は▲9.5に一旦回復し、来期▲11.8と若干後退して、来々期にかけてほぼ横ばいで見込まれる。

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、前期の▲4.2を底に今期▲3.4、来期▲1.1と持ち直し基調にあり、他方で、**雇用人員**は、前期17.9まではほぼ横ばい、今期19.2に小幅上昇、来期は18.8と横ばい水準となって人手不足状態はピークを迎え、来々期は17.6で小幅な下降を示す。

図表1 項目別 D I 値の推移



図表2 売上高と経常利益の増減要因

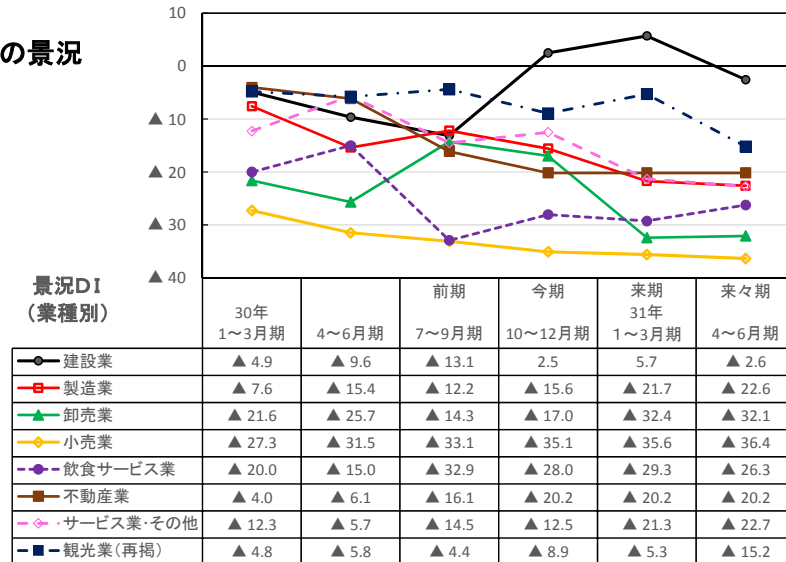


## 【業種別の景況】

建設業を除く全業種が、実績(前期・今期)、見通し(来期・来々期)の全期間を通してマイナス値で、特に小売業のマイナス値は▲35前後で推移し、景況の悪さは顕著である。

建設業は、前期▲13.1から今期は2.5とプラスに転換、来期も5.7と改善が続き、来々期は▲2.6で若干のマイナスが見通される。飲食サービス業は、前期の▲32.9を底に今期▲28.0に持ち直し、来期▲29.3へと若干後退、来々期は▲26.3へと改善を見通す。サービス業・その他は、前期▲14.5、今期▲12.5と小幅改善も、来期▲21.3、来々期▲22.7と緩やかな悪化を見込む。残る5業種は前期に持ち直しのピークを迎え、今期は後退に転じ、来期以降はほぼ横ばい、または更なる悪化を見通す(図表3)。

図表3 業種別の景況

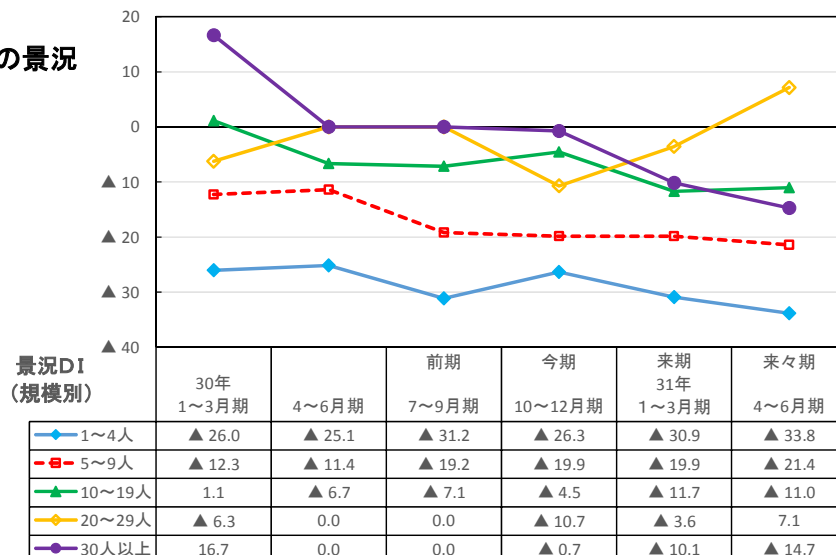


(注)観光業：「過去1年間の売上に占める観光関連の売上の割合」を尋ねた質問で“0%超”と回答した事業者(0%と回答、または無回答の事業者を除く)。

## 【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▲31.2から今期は▲26.3と僅かに回復も、来期は▲30.9、来々期▲33.8と後退を見込む。5~9人は、前期▲19.2へと後退して以降、来期▲19.9にかけてほぼ横ばいで、来々期は▲21.4で一段の悪化を見通す。10~19人は、今期の▲4.5が持ち直しのピークで、来期は▲11.7に後退、来々期は▲11.0とほぼ横ばいとなる。また、20~29人は、前期は2期連続で「良い」「悪い」のバランスする0.0となっており、今期は▲10.7へと大きく後退、来期▲3.6、来々期7.1と急回復を見通す。比較的規模の大きい30人以上は、前期まで2期連続の0.0、今期は▲0.7とほぼ横ばい弱含みで、来期▲10.1、来々期▲14.7と先行きは大きく悪化方向を示す(図表4)。

図表4 規模別の景況



## 【農家・農業経営体調査】

### ～ 項目ごとの概況(天気図)

市内農業者の景況・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。

「不足」をプラス、「過剰」をマイナスとして算出する**雇用状況**を除くと 9 項目全てで、D I 値は実績、見通しともにマイナス値となった。

また、実績に比べると見通しの方が後退、悪化となる項目がほとんどである。中でも、**景況**、**売上高**、**農業収支**、**販売単価**及び**資金繰り**の 5 項目は▲30 を超える大幅なマイナス値となっている。

一方、**設備投資**は、実績▲6.8 から見通し▲2.8 に持ち直しが見込まれ、**雇用状況**は、実績 20.5 から見通し 21.4 とほぼ横ばい強含み、人手不足状態が続く。

なお、回答農家の**景況**の判断に関する背景や要因を自由記述式で尋ねている。

実績に関して、**[悪い][やや悪い]**の理由では、「販売単価が下がり収入も減った。お客も減った。」「天候不順によるもの」「肥料、農薬、燃料費の値上げ」などがあがる。**[普通]**は、「台風による被害(作物、資材)」「サトイモ、ジャガイモは不作。お茶は例年通り。キウイフルーツ、ブルーベリーも不作」などである。**[良い][やや良い]**では、「年間を通して野菜価格が安定していた」があがる。

次に、見通しで**[悪い][やや悪い]**と回答した農家は、「酷暑、大雨、台風の影響が大きかった」「機材資材の値上げが頻発し、現状の販売金額ではカバーできないと思う」などが理由である。**[普通]**とした農家は、「高齢のため、健康、天候ともよければ現状維持」「去年と収穫量、価格に大きな変化がない」などがあがり、**[良い][やや良い]**とした農家は、「夏の高温、干ばつに灌水施設の充実」を理由としている。

(注)「生産コスト」「雇用状況」のD I 値は「低下(不足)」をプラス、「上昇(過剰)」をマイナスとして算出している。

DI	← ▲30	← ▲10	↔ 10	→ 30	→
記号					

	H29 年実績 (1～12月)	H30 年見通し (1～12月)
(1) 景況	 ▲ 34.1	 ▲ 47.3
(2) 売上高 (年間販売額)	 ▲ 22.9	 ▲ 38.4
(3) 農業収支	 ▲ 23.1	 ▲ 43.8
(4) 設備投資	 ▲ 6.8	 ▲ 2.8
(5) 出荷・販売先	 ▲ 13.8	 ▲ 26.1
(6) 販売単価	 ▲ 7.6	 ▲ 34.0
(7) 生産コスト	 ▲ 12.4	 ▲ 15.6
(8) 資金繰り	 ▲ 25.3	 ▲ 30.4
(9) 雇用状況 (農業従事者数)	 20.5	 21.4
(10) 経営耕地面積	 ▲ 4.7	 ▲ 8.7



### 3. 産業振興関連設問の結果

#### 【建設業・製造業調査】【商業・サービス業調査】

##### (1) 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り、売上が「かなり増加する」と見込む事業者は1.5%で、「やや増加」(6.1%)、「わずかに増加」(8.7%)を合計した“増加”は16.3%と、「減少する」(0.4%)を大きく上回る(図表5)。

業種別では、飲食サービス業で「かなり増加」が7.1%と最も多く、“増加”の合計は4割強(42.8%)。不動産業(20.6%)、小売業(18.7%)がこれに次ぐ。また、観光業では“増加”はほぼ5割(49.2%)である。

(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

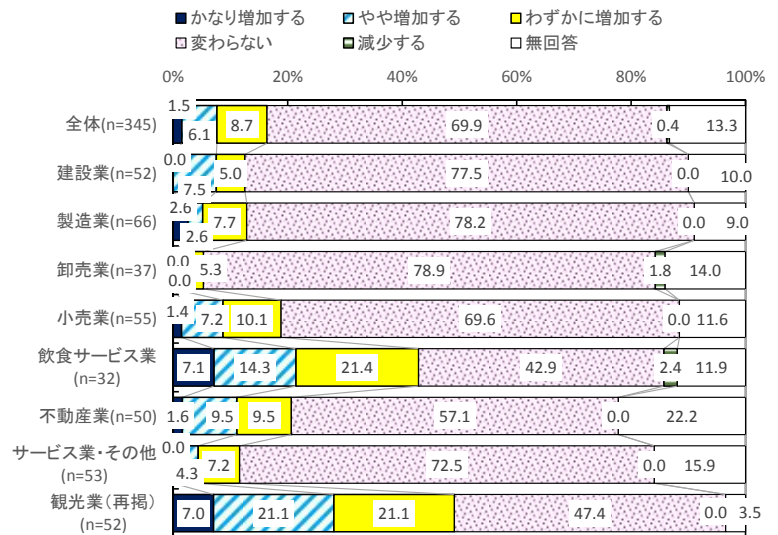
過去1年間の観光関連の売上金額の割合は、「0%(なし)」(76.9%)が最も多く、無回答は1割(10.7%)。これらを100%から引くと、観光関連の売上があるのは全体の12.4%である(図表6)。

業種別では、「0%(なし)」は飲食サービス業(69.0%)で最も少なく、約2割(19.1%)に観光関連の売上がある。製造業では15.4%に観光関連の売上がある。観光業では、「1%未満(0ではない)」と「1~5%未満」がともに28.1%だが、一方で「10%以上」も26.3%ある。

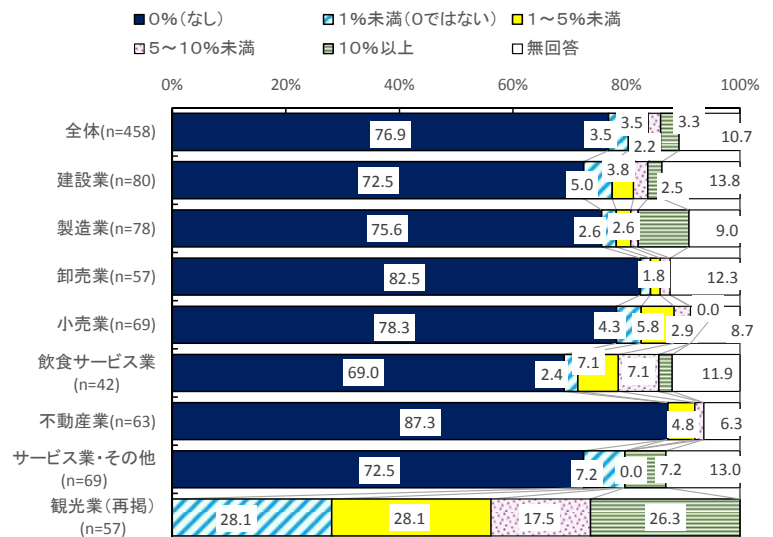
(注)観光関連の売上金額：

「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5 観光客増、観光関連産業の活発化による売上への影響



図表6 過去1年間の観光関連売上の割合



### ③ 観光関連事業の内容

業種によって品目が異なるため、建設業・製造業と商業・サービス業で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「観光施設等の建築工事」(21.7%)と「食料品」(21.7%)が最も多く、以下、「その他の建設関連事業」「印刷・同関連品」(ともに13.0%)、「公園・道路等の土木工事」「電気・水道等の設備工事」「リフォーム・補修工事」「木材・木製品・家具」「その他の製品」(ともに8.7%)が続く(図表7)。

「その他の建設関連事業」としては、自由記入欄に「飲食店」「公園の緑地の維持管理」「通信設備」「ホテルの建築」が、「その他の製品」としては「洗剤」との記載があった。

観光関連の主な事業名、品目・品名を尋ねた自由記入欄には、「施設の入口の自動ドア・それに付随するステンレス工事」「鉄道(駅)の通信工事」「県営公園の指定管理を受注」などの工事や管理のほか、「おろしにんにく、おろしショウガ」「所沢牛ステーキ丼・ホットドッグを飲食店に販売」「緑茶関連および喫茶」「醤油、醤油加工品、漬物」などの食品類などの回答もみられた。また、近年オープンした「メッツァ(飯能ムーミンバレーパーク)」の記載もあり、近隣地域の観光施設が寄与している様子がうかがえる。

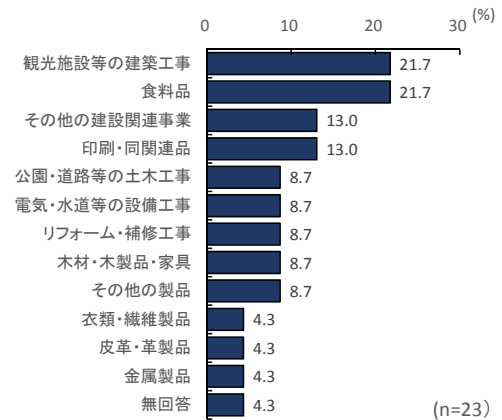
#### 【商業・サービス業調査】

商業・サービス業では「飲食サービス」(26.5%)が最も多く、以下、「地元の農産物」(14.7%)、「観光特産品」「酒類・飲料」(ともに11.8%)、「地元の特産品」「弁当・菓子等」「化粧品・医薬品」「宿泊サービス」「娯楽サービス」「その他のサービス」(ともに8.8%)が続く(図表8)。

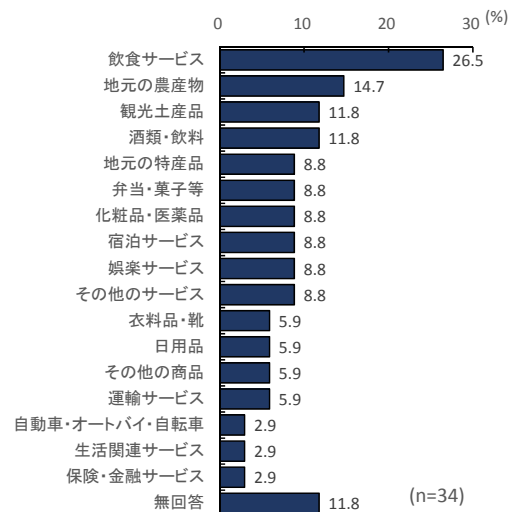
「その他の商品」として、自由記入欄には「made in japan のアクセサリ」が、「その他のサービス」としては「レンタカー」「コインパーキング」「恐竜ライブショー」「生演奏」との記載があった。

観光関連の主な商品・サービスとしては、「とこプロコーン」「地場野菜」「所沢ビール」「狭山茶」などの地元ならではの食品・飲料や、「貸切観光バス」「観光施設隣接の時間貸し駐車場」「民泊」などのサービスについての記載があった。

図表7 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



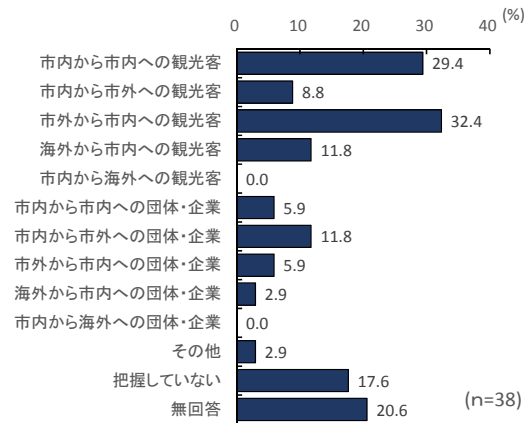
図表8 観光関連の商品及びサービス  
【商業・サービス業調査】(複数回答)  
※回答選択肢のみを表示



#### ④ 観光関連商品・サービスの主な購入者

商業・サービス業事業者の観光関連商品・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」(32.4%)、以下、「市内から市内への観光客」(29.4%)、「海外から市内への観光客」「市内から市外への団体・企業」(ともに11.8%)、「市内から市外への観光客」(8.8%)の順である(図表9)。一方、「把握していない」という回答も17.6%あった。また、「海外から市内へ」の観光客は、個人が11.8%、団体・企業が2.9%であった。

図表9 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】(複数回答)



## (2) 人材確保・育成等への取り組み

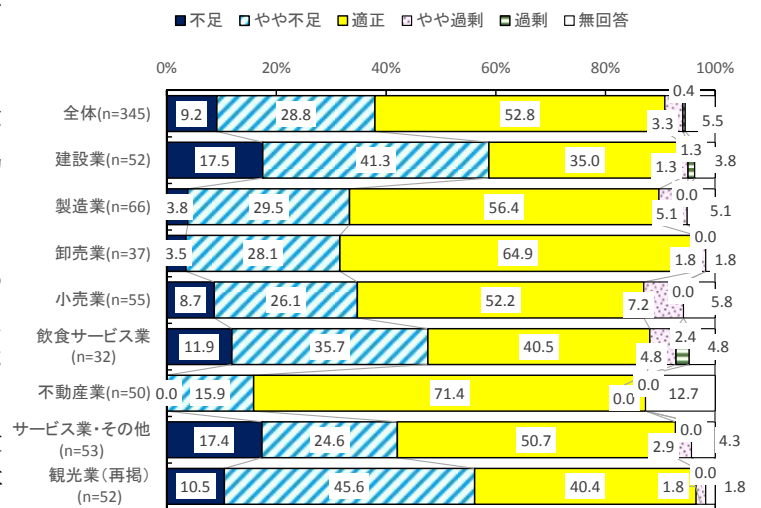
### ① 人手不足の状況

人材(人手)について、「不足」(9.2%)、「やや不足」(28.8%)の合計は4割弱で、「過剰(3.7%)」を大きく上回る(図表10)。

業種別では、建設業で「不足」(17.5%)、「やや不足」(41.3%)ともに多く、「不足」の合計は6割弱と多い。サービス業・その他でも「不足」(17.4%)は建設業とほぼ同水準である。飲食サービスでも「不足」は5割弱(47.6%)であり、人手不足感の強さがうかがえる。また、観光業では「不足」が1割、「やや不足」(45.6%)との合計で「不足」が56.1%と半数を超える。

従業員規模別(図表省略)では、全般に規模が大きくなるほど人手不足感が強く、30人以上の事業者では「不足」は65.2%である。

図表10 人手不足の状況



(注)観光業：

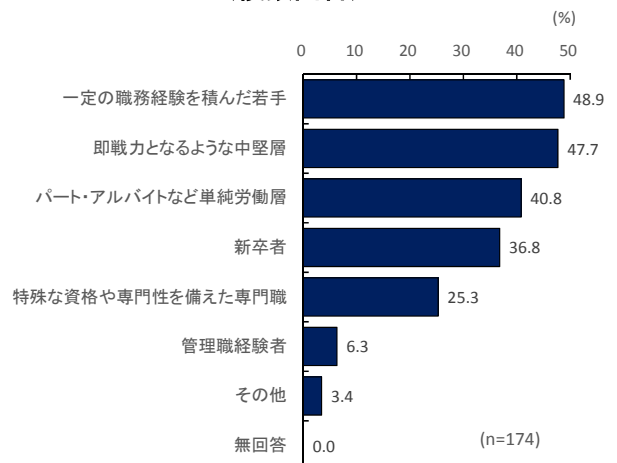
「過去1年間の売上に占める観光関連の売上の割合」を尋ねた質問で「0%超」と回答した事業者(0%と回答、または無回答の事業者を除く)。

### ② 求める人材層

求める人材として最も多いのは「一定の職務経験を積んだ若手」(48.9%)で、これに「即戦力となるような中堅層」(47.7%)、「パート・アルバイトなどの単純労働層」(40.8%)、「新卒者」(36.8%)の順で続く(図表11)。

業種別(図表省略)では、「一定の職務経験を積んだ若手」については建設業(72.3%)、サービス業・その他(62.1%)、「即戦力となるような中堅層」は建設業(55.3%)、製造業(61.5%)、観光業(56.3%)、「パート・アルバイトなどの単純労働層」は卸売業(50.0%)、小売業(54.2%)、飲食サービス業(80.0%)、観光業(53.1%)、「新卒者」は建設業(42.6%)、製造業(53.8%)、サービス業・その他(41.4%)でそれぞれ多く、業種によって求める人材層が異なることがうかがえる。

図表11 不足している、または求める人材  
(複数回答)



### ③ 新卒者に求める学歴

「新卒者」をあげた事業者の求める学歴は「高卒(工業科、商業科、農業科等)」が54.7%と最も多い。以下、「大卒(理系)」(45.3%)、「高卒(普通科)」(39.1%)、「高専卒」「専門学校卒(理系)」(ともに32.8%)、「大卒(文系)」(31.3%)の順で続く(図表12)。上位にあげられた学歴の特徴としては、理系、技術系分野が目立つ。

### ④ 新卒者採用支援策への要望

新卒者の採用に向けて市に求める支援策として最も多いのは「市内事業者の合同企業説明会」(28.1%)でほぼ3割弱。これに次いで「市内企業と学生のマッチング交流会開催」が23.4%である。以下、「民間就職情報サイト活用支援」(21.9%)、「学生向け企業PR情報を市のホームページに掲載」(18.8%)、「民間人材紹介会社の仲介」「求人票作成、企業紹介シート等の作成支援」(ともに17.2%)の順で続く(図表13)。

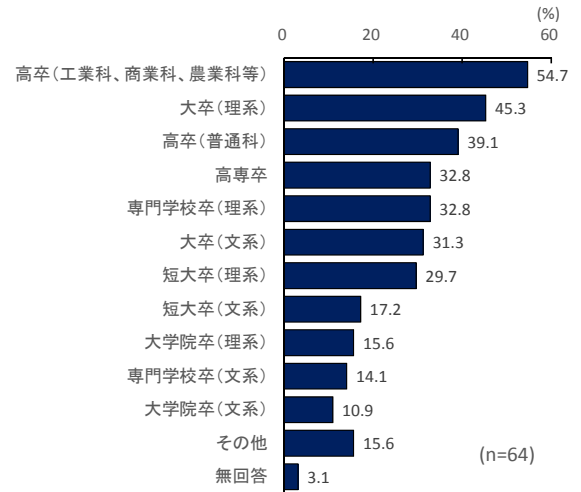
「合同企業説明会」「マッチング交流会」「企業PR情報を市のHPに掲載」などの上位項目からは、市内の企業に関する情報を新卒者に効果的に伝える事を市に支援してほしいというニーズがうかがえる。しかし一方で、「特になし」という事業者も26.6%みられる。

### ⑤ 求める人材の職種・部門

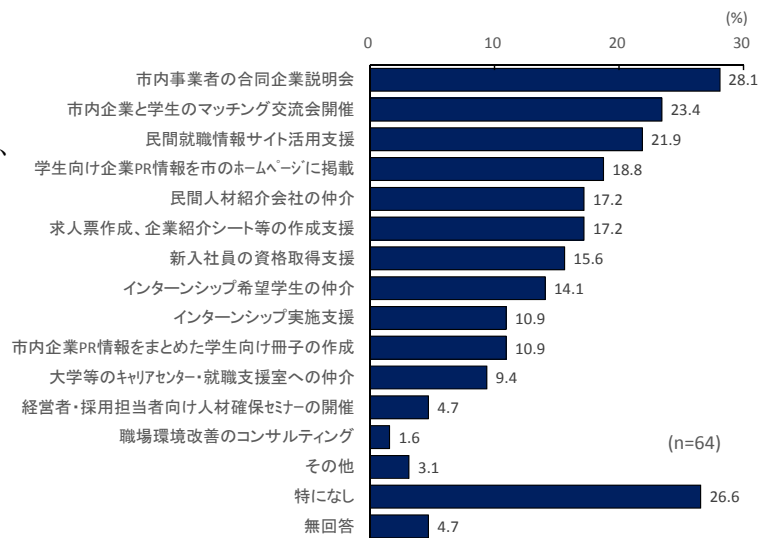
事業者が求める人材の職種・部門として最も多いのは「営業・販売」で約3割(29.0%)と2位以下を大きく上回っている。これに次ぐのは「製造」で14.6%である。以下、「経理・財務」(5.9%)、「研究開発」(5.5%)、「IT・情報システム」(5.0%)の順で続く(図表14)。

業種別(図表省略)では、「営業・販売」は小売業(43.5%)、観光業(43.9%)で、「人事・労務」は建設業(12.5%)で、「研究開発」及び「製造」は製造業(25.6%、52.6%)で、それぞれ不足感が強いことがうかがえる。

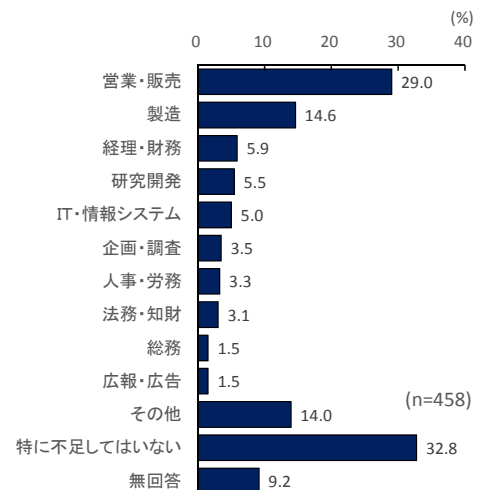
図表12 新卒者に求める学歴(複数回答)



図表13 新卒者採用支援策への要望(複数回答)



図表14 求める人材の職種・部門(複数回答)



## ⑥ 人材獲得・採用の状況

最も多いのは「人材獲得の必要はない、人材は足りている」(37.3%)であり、4割弱の事業者では現在のところ人材は足りているという認識である(図表 15)。これと無回答(6.8%)を合計したものを 100%から引くと、半数を超える事業者(55.9%)で人材獲得・採用意向があるといえる。この中で「十分獲得できている」のはわずか5.0%にとどまり、「十分ではないが獲得できている」(17.9%)との合計は 22.9%である。一方、さまざまな理由で“獲得できていない”とする事業者の合計は 33.0%であり、“獲得できていない”を 10 ポイントあまり上回っている。

業種別(図表省略)の“獲得できていない”の値は、建設業が 50.1%と最も多く、観光業(45.6%)、飲食サービス業(42.9%)、製造業(38.4%)などでも全体平均(33.0%)を上回っている。

## ⑦ 人材獲得・採用の目的・理由

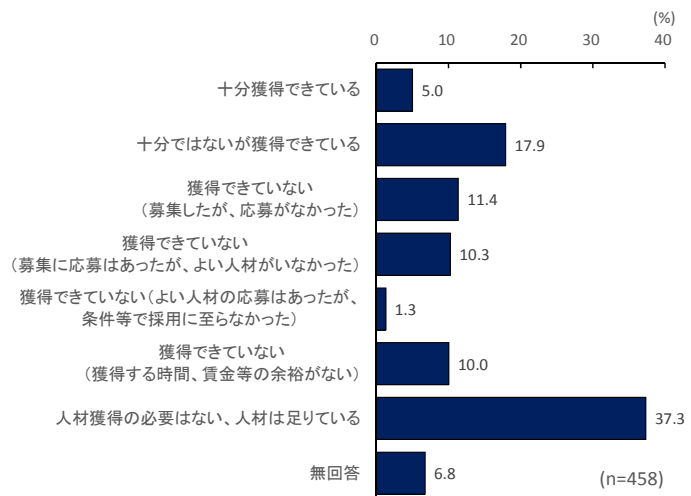
人材獲得・採用の目的・理由としては、「退職者の補充のため」(52.7%)が半数強を占め最も多い。以下、「仕事量の増加に伴い増員が必要なため」(35.9%)、「従業員の年齢・性別バランス調整のため」(23.4%)、「従業員の年齢・性別バランス調整のため」(23.4%)、「後継者の確保のため」(23.0%)、「経営効率化、生産性向上のため」(16.0%)の順で続く(図表 16)。

業種別(図表省略)では、「退職者の補充のため」は卸売業(69.0%)、小売業(75.0%)、飲食サービス業(64.0%)で、「仕事量の増加に伴い増員が必要なため」は建設業(56.9%)、サービス業・その他(47.6%)で、「従業員の年齢・性別バランス調整のため」は製造業(38.0%)、飲食サービス業(32.0%)で、「後継者の確保のため」は製造業(36.0%)、飲食サービス業(40.0%)、不動産業(31.3%)などで多い。

## ⑧ 人材獲得・採用のための手段

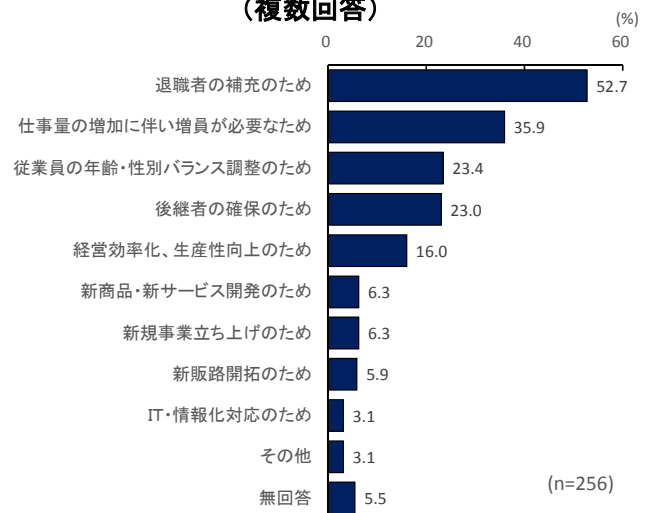
人材獲得・採用のための手段として、これまでに実施したことのあるものは「ハローワーク」(47.4%)が 5 割弱で最も多い。以下、「友人・知人・親族等の紹介」(39.3%)、「就職情報誌、新聞・雑誌等の求人広告」(26.0%)、「就職ポータルサイト(リクナビ、マイナビ等)」(21.0%)、「自社ホームページでの告知」(16.8%)の順で続く(図表 17)。

図表 15 人材獲得・採用の状況



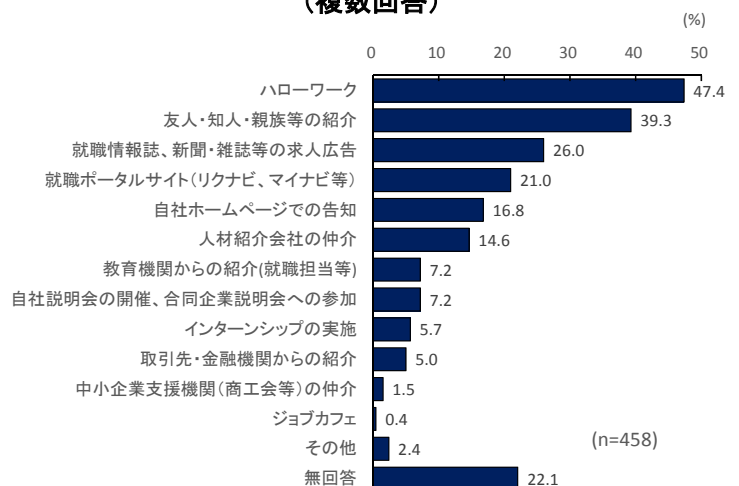
図表 16 人材獲得・採用の目的・理由

(複数回答)



図表 17 人材獲得・採用のための手段

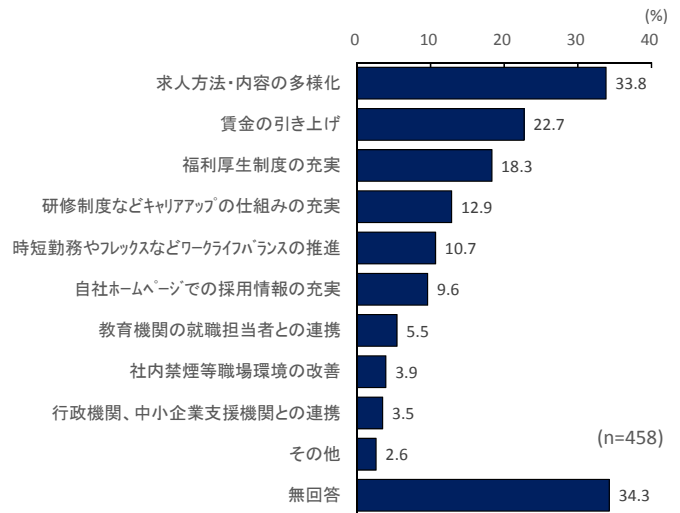
(複数回答)



⑨ 人材獲得・採用のために重視していること  
「求人方法・内容の多様化」(33.8%)が3社に1社を占め最も多い。以下、「賃金の引き上げ」(22.7%)、「福利厚生制度の充実」(18.3%)、「研修制度などキャリアアップの仕組みの充実」(12.9%)、「時短勤務やフレックスなどワークライフバランスの推進」(10.7%)の順である(図表18)。一方、無回答が34.3%を占めており、人材獲得に向けて対応に苦慮する事業者も少なくないことがうかがえる。また、「行政機関、中小企業支援機関との連携」は3.5%にとどまっている。

業種別(図表省略)では、「求人方法・内容の多様化」は飲食サービス業(40.5%)、サービス業・その他(42.0%)、観光業(43.9%)で、「賃金の引き上げ」は飲食サービス業(38.1%)、観光業(31.6%)で、「福利厚生制度の充実」は建設業(26.3%)、観光業(33.3%)などで多い。

図表18 人材獲得・採用のために重視していること  
(複数回答)



### (3) 市の政策に対する認知、関心の状況

#### ① 市の政策に対する認知・関心の状況

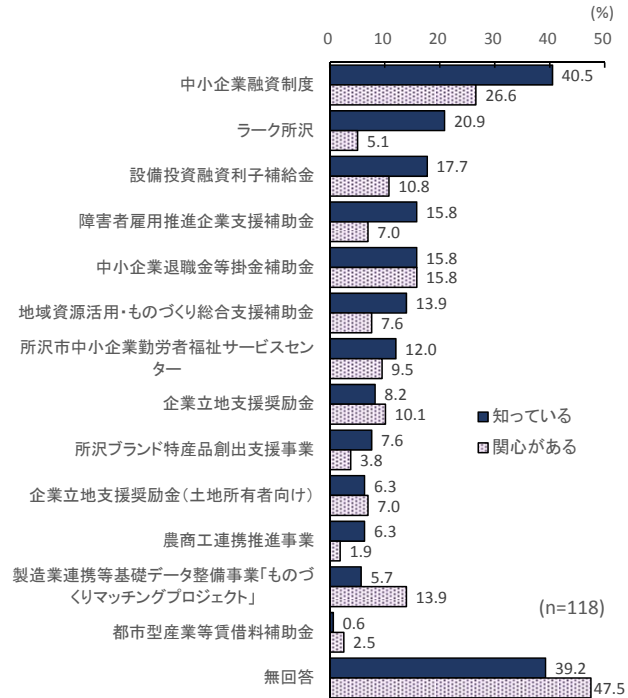
市の産業支援制度に対する認知及び関心については、建設業・製造業と商業・サービス業で異なる設問形式で尋ねた。

#### 【建設業・製造業調査】

建設業・製造業事業者にも最もよく知られているのは「中小企業融資制度」(40.5%)である。以下、「ラーク所沢」(20.9%)、「設備投資融資利子補助金」(17.7%)、「障害者雇用推進企業支援補助金」(15.8%)、「中小企業退職金等掛金補助金」(ともに15.8%)、「地域資源活用・ものづくり総合支援補助金」(13.9%)の順で続く(図表19)。

関心のある(利用を検討してみたい)制度についても、「中小企業融資制度」(26.6%)が最も多い。また、「製造業連携等基礎データ整備事業『ものづくりマッチングプロジェクト』」は、「知っている」事業者が5.7%であるのに対し、「関心がある」は13.9%と2倍以上の値となっている。

図表19 市の政策に対する認知、関心の状況  
【建設業・製造業調査】(複数回答)



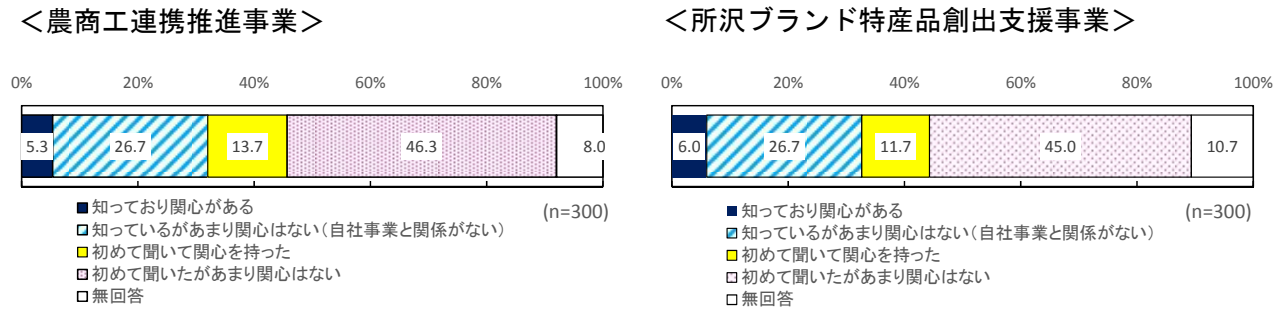
### 【商業・サービス業調査】

商業・サービス業事業者に対しては、＜農商工連携推進事業＞と＜所沢ブランド特産品創出支援事業＞の2つについて尋ねた(図表20)。

＜農商工連携推進事業＞に対し「知っており関心がある」は5.3%にとどまるものの、「初めて聞いて関心を持った」が13.7%おり、両者の合計は約2割(19.0%)となる。

＜所沢ブランド特産品創出支援事業＞についても、「知っている」(6.0%)、「初めて聞いて関心を持った」(11.7%)の合計は17.7%で前者とほぼ同様の水準である。

図表20 市の政策に対する認知、関心の状況【商業・サービス業調査】

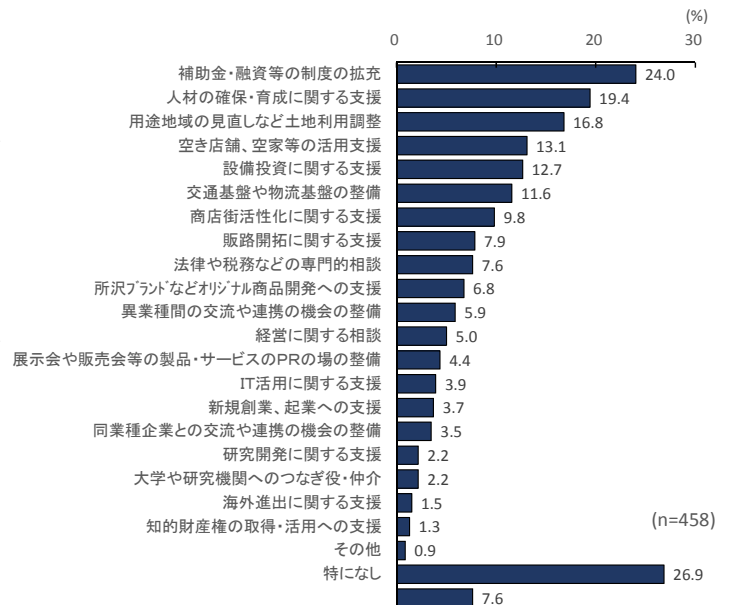


### ② 市の産業支援策への要望

所沢市の産業支援策に対する要望として最も多いのは「補助金・融資等の制度の拡充」でほぼ4社に1社(24.0%)である。以下、「人材の確保・育成に関する支援」(19.4%)、「用途地域の見直しなど土地利用調整」(16.8%)、「空き店舗、空家等の活用支援」(13.1%)、「設備投資に関する支援」(12.7%)、「交通基盤や物流基盤の整備」(11.6%)の順で続く(図表21)。

業種別(図表省略)では、「補助金・融資等の制度の拡充」「設備投資に関する支援」は製造業で、「人材の確保・育成に関する支援」は建設業及び飲食サービス業で、「用途地域の見直しなど土地利用調整」と「空き店舗、空家等の活用支援」は不動産業でそれぞれ多い。

図表21 所沢市に充実してほしいと考える産業振興のための支援策(複数回答)



## 【農家・農業経営体調査】

### (1) 営農活動と経営上の課題

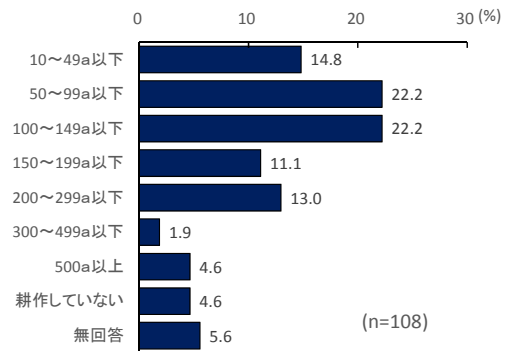
#### ① 耕作農地の現況と今後

耕作農地は「50～99 a 以下」と「100～149 a 以下」がそれぞれ 22.2%で最も多く、選択肢の中央値を与えて平均を算出すると、回答農家の平均は 151.3 a となる。なお、「耕作していない」も 4.6%みられる(図表 22)。

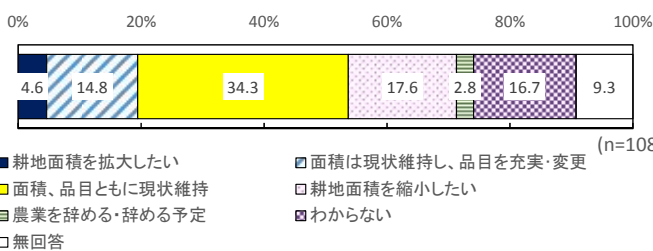
今後については、「面積・品目ともに現状維持」(34.3%)がおよそ 3 分の 1 を占めて最も多く、「面積は現状維持し、品目を充実・変更」(14.8%) と合わせ、農地の現状維持が半数近くに及ぶ。また、「耕地面積を拡大したい」は 4.6%と僅かで、反対に、「耕地面積を縮小したい」も 17.6%と 2 割近くとなる(図表 23)。

また、耕作していない農地を有効活用する市の『農地サポート事業』を「知っている(利用したことがある)」は 7.4%で、「知っているが、利用の予定はない」(26.9%)と合計した 34.3%が認知している。他方で、「全く知らない・今回初めて聞いた」(30.6%)人もほぼ 3 割と同程度みられる(図表 24)。

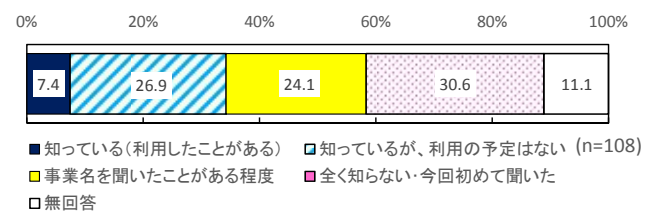
図表 22 耕作農地の現況



図表 23 耕作農地の今後



図表 24 農地サポート事業の認知

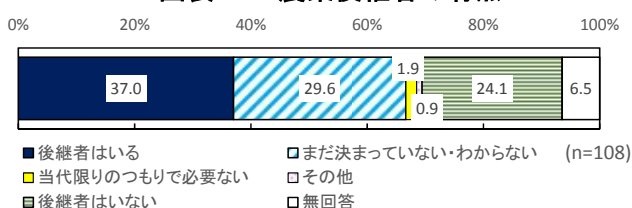


#### ② 農業後継者の有無と担い手不足対策

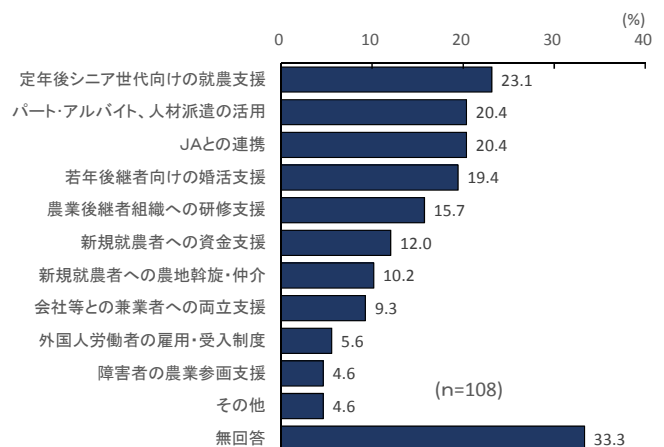
「農業後継者がいる」のは 37.0%、一方、24.1%は「後継者はいない」としており、さらに、「まだ決まっていない・わからない」が 29.6%でほぼ 3 割を占める(図表 25)。

また、担い手不足に対する支援策では、「定年後シニア世代向けの就農支援」の 23.1%が最も多く、「パート・アルバイト、人材派遣の活用」と「JAとの連携」がそれぞれ 20.4%、「若年後継者向けの婚活支援」が 19.4%の順に続く(図表 26)。

図表 25 農業後継者の有無



図表 26 担い手不足に適切な支援策(複数回答)

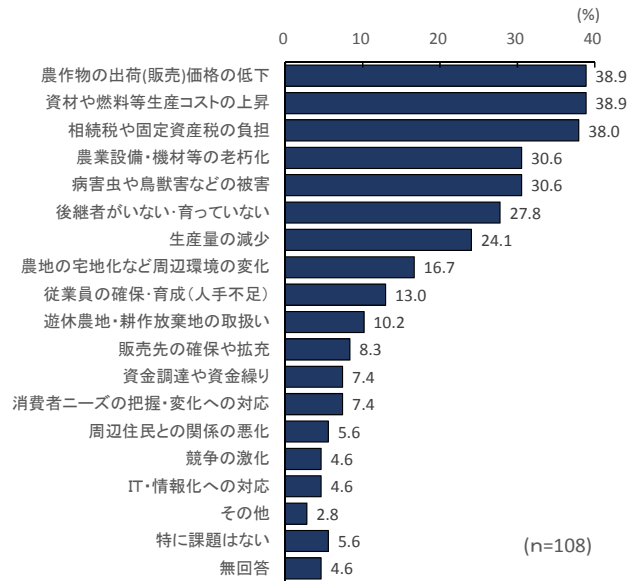




### ③ 現在の経営上の課題

回答農家の現在の経営上の課題は、「農作物の出荷(販売)価格の低下」と「資材や燃料等生産コストの上昇」がそれぞれ 38.9%でトップに並び、僅差で「相続税や固定資産税の負担」が 38.0%と続く。また、「農業設備・機材等の老朽化」と「病害虫や鳥獣害などの被害」も各 30.6%とほぼ3割が課題としている(図表 27)。

図表 27 現在の経営上の課題(複数回答)

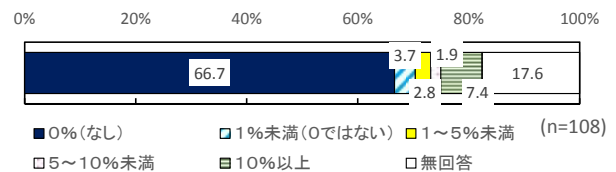


## (2) 観光振興と農業経営

### ① 観光関連売上の割合と今後

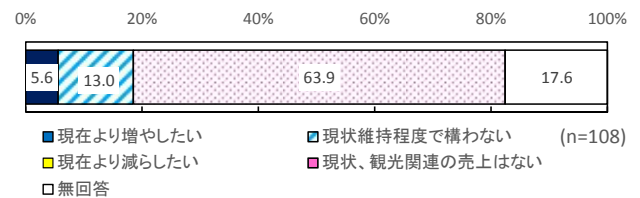
過去1年間の観光客や観光関連事業者への売上金額の割合は「0%(なし)」が 66.7%と全体の3分の2を占めて最も多い。また、無回答(17.6%)と合計した 84.3%を全体から引いた 15.7%は観光関連の売上があるが、このおよそ半分にあたる 7.4%が売上は「10%以上」としている(図表 28)。

図表 28 観光関連売上の割合



今後については、「現状、観光関連の売上はない」(63.9%)が6割強を占めて最も多い中で、「現在より増やしたい」は 5.6%、「現状維持程度で構わない」が 13.0%である(図表 29)。

図表 29 観光関連売上の今後



(注)観光関連の売上金額：

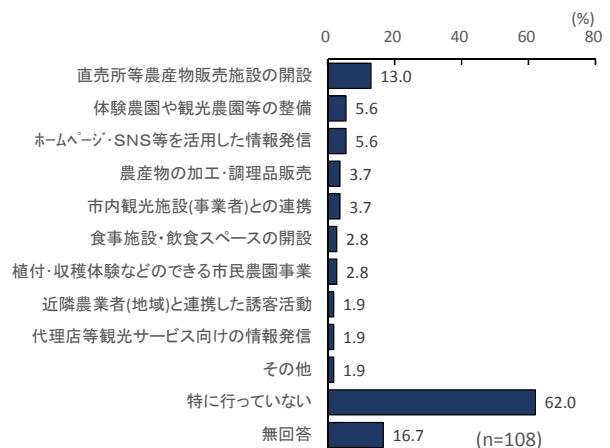
「観光客向けの売上」と「観光関連事業者への売上」の合計。「観光客」とは観光・行楽を目的とした宿泊・日帰りの旅行者・行楽客、「観光関連事業者」とは観光客を意識した商品やサービスの販売・提供を行っている事業者。

### ② 観光客を意識した取り組み・サービス

観光客を意識した取り組みやサービスについて尋ねたところ、「特に行っていない」(62.0%)が6割余りを占めている。

具体的な取り組み・サービスとしては、「直売所等農産物販売施設の開設」が 13.0%で最も多く、次いで、「体験農園や観光農園等の整備」と「ホームページ・SNS等を活用した情報発信」がともに 5.6%で並び、さらに「農産物の加工・調理品販売」「市内観光施設(事業者)との連携」が同率 3.7%の順である(図表 30)。

図表 30 観光客を意識した取り組み・サービス(複数回答)



### ③ 観光客の増加と経営・営農活動への影響

観光客の増加が経営や営農活動にプラス・マイナスのどちらに影響するかでは、“プラス(「かなりプラス」「ややプラス」の合計)”は13.9%と、“マイナス(「かなりマイナス」「ややマイナス」の合計)”の4.7%を9.2ポイント上回る。ただし、「わからない」が43.5%で最も多く、「どちらともいえない」も18.5%で、“プラス”を上回っている(図表31)。

また、観光客増加による影響や効果に対しては、無回答(28.7%)が3割弱で最も多く、「観光客による影響はないと思う」(16.7%)との合計は45.4%となる。

具体的な影響や効果を見ると、プラス要素の「所沢ブランドのPRにつながる」が21.3%で最も多く、2番目は、マイナス要素の「騒音やごみなどマナーを守らない」(20.4%)の順である。また、「出荷先(直売所等)の集客が増える」(18.5%)と「売上の上昇が見込まれる」「販路の拡大につながる」(各17.6%)のプラス要素と「交通渋滞や路上駐車などが迷惑」(17.6%)のマイナス要素が続く(図表32)。

### (3) 市の農業振興の認知と施策の利用意向

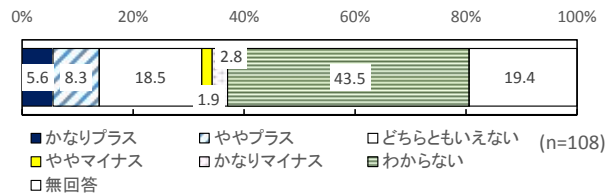
#### ① 6次産業化への関心

6次産業化を「既に取り組んでいる」のは2.8%と僅かで、「今後取り組む予定」も0.9%に過ぎない。また、「取り組んでいないが関心はある」(11.1%)は1割余りである。これに対して、「関心はない」(44.4%)が4割を超えて最も多く、「関心はあるが、取り組むことは難しい」(21.3%)も2割余りと多い。今のところ、6次産業化の実施や取り組むことへの関心はまだ低いようである(図表33)。

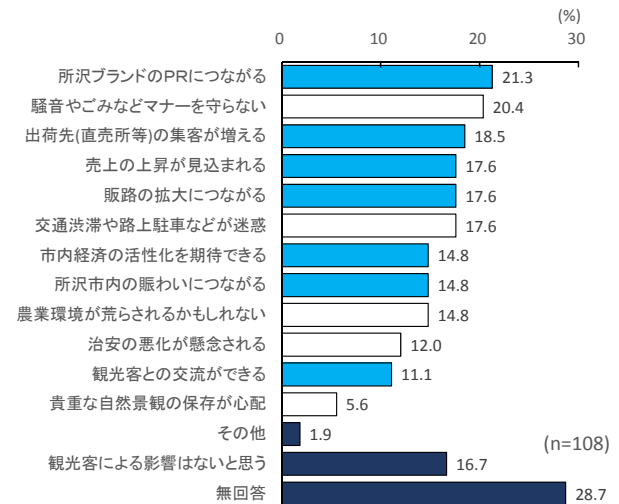
また、6次産業化の取り組みで重要な項目に対しても、「わからない」(34.3%)が全体の3分の1、「無回答」(24.1%)も4分の1弱と両者で58.4%と6割弱を占めている。

重要とされる項目の上位は、「事業に必要な人材の確保」(14.8%)と「マーケティングに基づいた商品開発」(13.9%)、「販路拡大のための営業活動」(12.0%)までがトップ3で、さらに僅差で、「クレーム対応・情報開示等の顧客対応」(11.1%)、「達成可能な事業計画の策定」「原材料・製品の品質の高さ」「商品の差別化・ブランド化」(各10.2%)の3項目まで1割を上回る(図表34)。

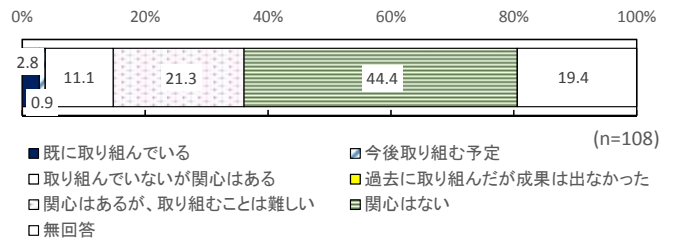
図表31 観光客増加のプラス・マイナス評価



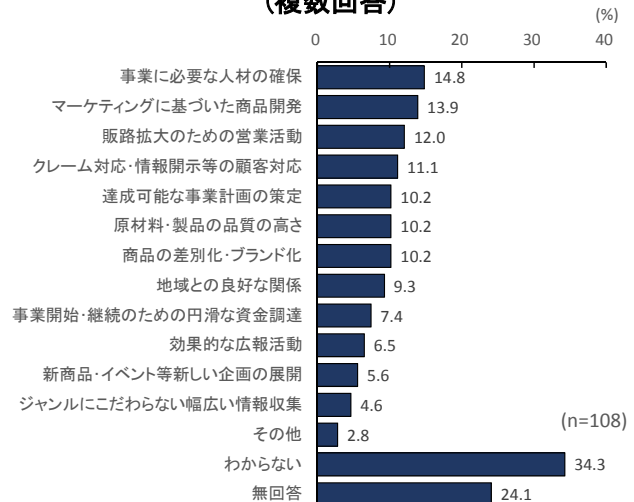
図表32 観光客増加の影響(複数回答)  
【■プラス要素 □マイナス要素】



図表33 6次産業化の実施や取り組みへの関心



図表34 6次産業化の取り組みで重要な項目(複数回答)

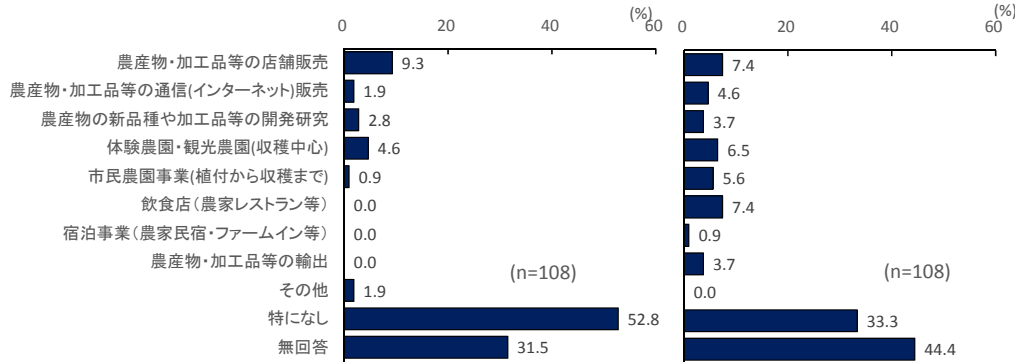


## ② 農商工連携

市内の商工業者との連携した取り組みでは、現在は「特になし」が 52.8%と半数を占める。無回答(31.5%)も3割強と多く、合計は84.3%を占める。現在ある取り組みとしては、「農産物・加工品等の店舗販売」(9.3%)と「体験農園・観光農園(収穫中心)」(4.6%)の2つが回答の中心となっている。

他方で、関心のある取り組みをみると、同様に「特になし」(33.3%)と無回答(44.4%)で合計77.7%と8割近い。その一方で、「農産物・加工品等の店舗販売」と「飲食店(農家レストラン等)」がそれぞれ7.4%、「体験農園・観光農園(収穫中心)」が6.5%で上位である(図表35)。

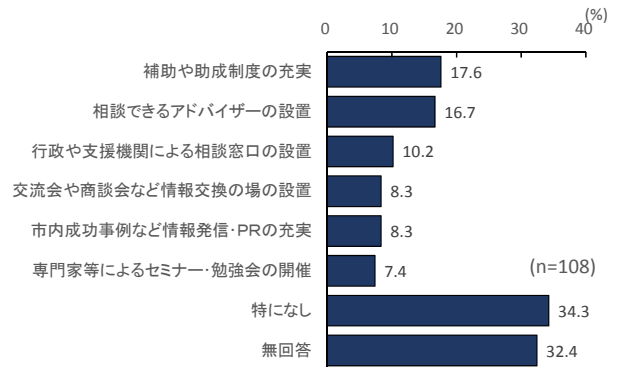
図表35 商工業事業者との連携(複数回答)－現在の取り組み(左)と関心ある取り組み(右)



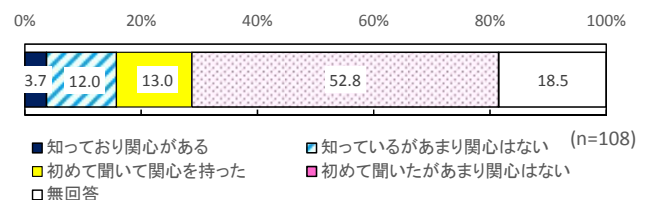
また、商工業者と連携する上で市に期待する支援策は、「補助や助成制度の充実」の17.6%と「相談できるアドバイザーの設置」の16.7%が僅差の上位で、以下、「行政や支援機関による相談窓口の設置」(10.2%)の順である。なお、「特になし」(34.3%)がおおよそ3人に1人を占め、全体では最も多い(図表36)。

市の事業である農産物などの地域資源を活用し、農業者と中小企業者が連携して取り組む新商品開発・販売促進等へ支援する『農商工連携推進事業』の認知を尋ねたところ、「知っており関心がある」は3.7%にとどまる。「知っているがあまり関心はない」の12.0%と合計すると、15.7%は既に同事業のことを知っていたようである。その一方で、「初めて聞いて関心を持った」は13.0%、「初めて聞いたがあまり関心はない」は52.8%と、合計65.8%はこれまで同事業を認知していなかったようである(図表37)。

図表36 商工業者との連携における支援策(複数回答)



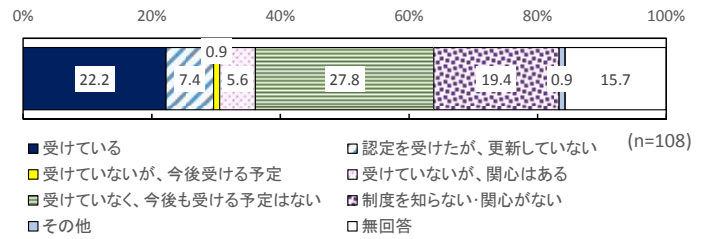
図表37 「農商工連携推進事業」の認知



### ③ 認定農業者制度と法人化

認定農業者については、既に認定を「受けている」(22.2%)、「認定を受けていたが、更新していない」(7.4%)を合計した29.6%、約3割が認定の実績がある。さらに「受けていないが、今後受ける予定」(0.9%)と「受けていないが、関心はある」(5.6%)は認定農業者の潜在ニーズを持っている。他方で、「受けていなく、今後も受ける予定はない」(27.8%)、「制度を知らない・関心がない」(19.4%)を合計すると47.2%に達し、半数近くを占める(図表38)。

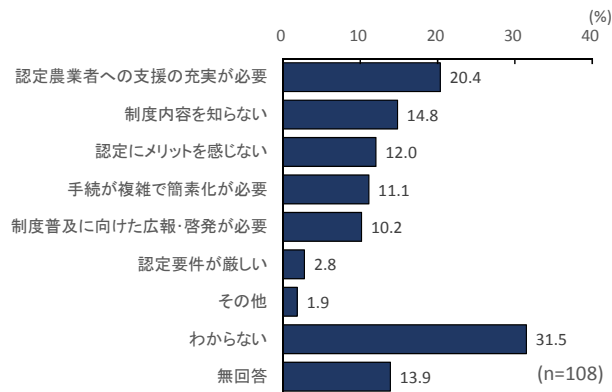
図表 38 認定農業者の認定状況



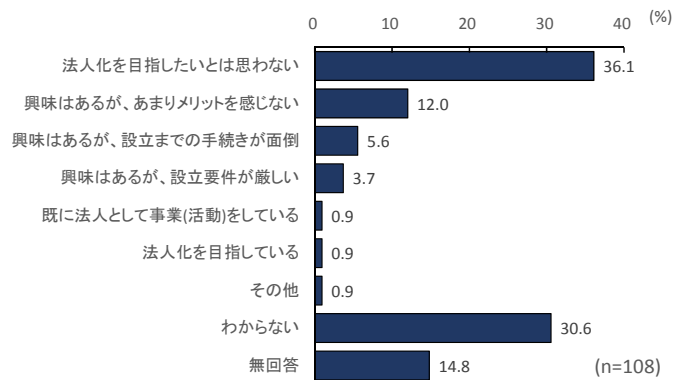
認定農業者制度に対しては、回答者の2割が「認定農業者への支援の充実が必要」(20.4%)と考えている。以下、「制度内容を知らない」(14.8%)、「認定にメリットを感じない」(12.0%)の順となっている。なお、「わからない」(31.5%)がおおよそ3割を占めて、全体では最も多い(図表39)。

また法人化に対しては、「法人化を目指したいとは思わない」が36.1%で最も多い。一方、興味はあるが、「あまりメリットを感じない」(12.0%)、「設立までの手続きが面倒」(5.6%)、「設立要件が厳しい」(3.7%)の順に続いている。なお、「既に法人として事業(活動)をしている」と「法人化を目指している」はそれぞれ0.9%と僅かで、「わからない」(30.6%)がおおよそ3割を占めている(図表40)。

図表 39 認定農業者制度に対する考え(複数回答)



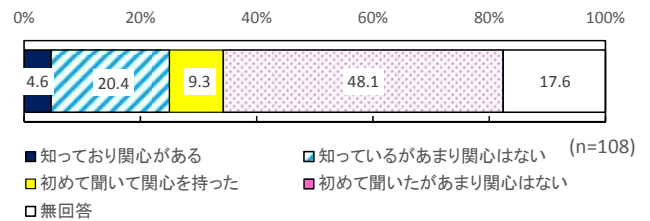
図表 40 法人化に対する考え(複数回答)



### ④ 特産品開発と地産地消

地域資源を活かした魅力ある地場農産物・特産品の創出を支援する市の「所沢ブランド特産品創出支援事業」の認知を尋ねたところ、「初めて聞いたがあまり関心はない」が48.1%で半数近い。「知っており関心がある」は4.6%にとどまり、「知っているがあまり関心はない」は20.4%となって両者には大きな差がある。なお、「初めて聞いて関心を持った」は9.3%である(図表41)。

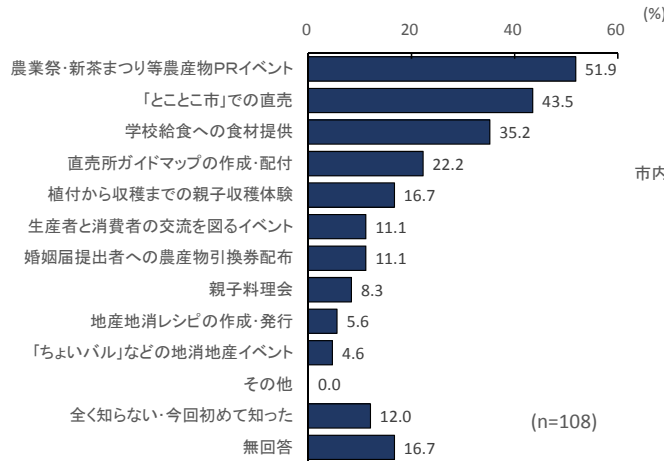
図表 41 「所沢ブランド特産品創出支援事業」の認知



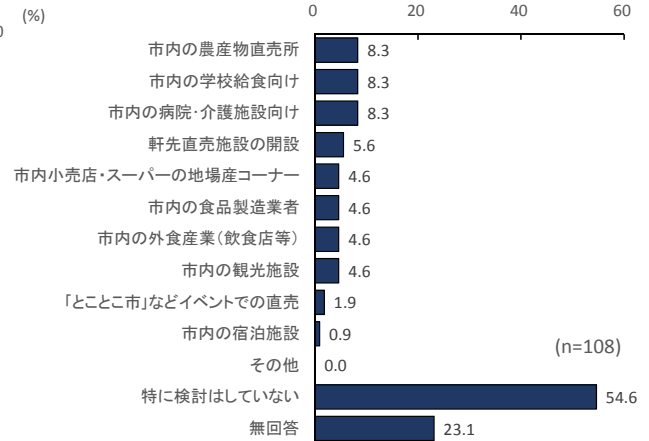
市の地産地消等の取り組みに対する認知状況の上位は、「農業祭・新茶まつり等農産物PRイベント」(51.9%)、「「とことこ市」での直売」(43.5%)、「学校給食への食材提供」(35.2%)の順である(図表42)。

市内で新たに出荷や販売を検討したい店舗や施設では、「特に検討はしていない」が54.6%と半数を超える。具体的な店舗・施設としての上位では、「農産物直売所」「学校給食向け」「病院・介護施設向け」がいずれも8.3%で並び、「軒先直売施設の開設」(5.6%)が続いている(図表43)。

図表42 地産地消等の取り組みの認知  
(複数回答)



図表43 市内の新たな出荷・販売先の希望  
(複数回答)

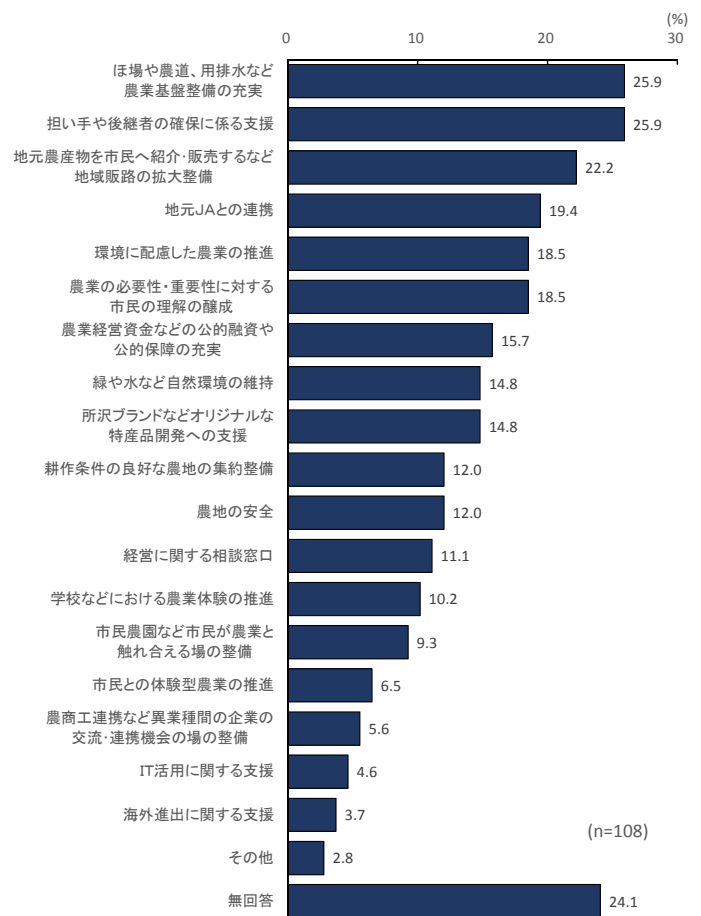


### ⑤ 市に期待する農業振興施策

今後取り組んで欲しい農業振興施策の上位は、「ほ場や農道、用排水など農業基盤整備の充実」と「担い手や後継者の確保に係る支援」がともに25.9%で最も多く、次いで「地元農産物を市民へ紹介・販売するなど地域販路の拡大整備」(22.2%)までが2割を上回る。基盤整備とともに、事業承継や販路の維持拡大など農家の抱える課題が垣間見える。

これに、「地元JAとの連携」が19.4%、「環境に配慮した農業の推進」と「農業の必要性・重要性に対する市民の理解の醸成」がともに18.5%が続いている(図表44)。

図表44 期待する農業振興施策(複数回答)

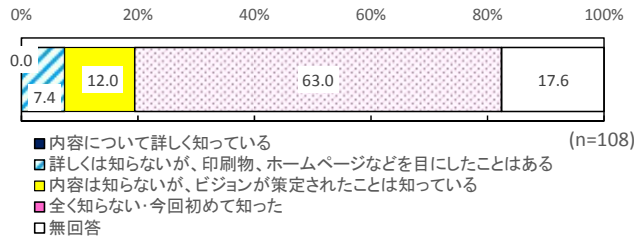


#### (4) 市の産業振興に対する関心

##### 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、6割強は「全く知らない・今回初めて知った」(63.0%)と回答している。内容を「詳しく知っている」人は一人も存在せず、「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」は7.4%、「内容は知らないが、ビジョンが策定されたことは知っている」は12.0%であった(図表45)。

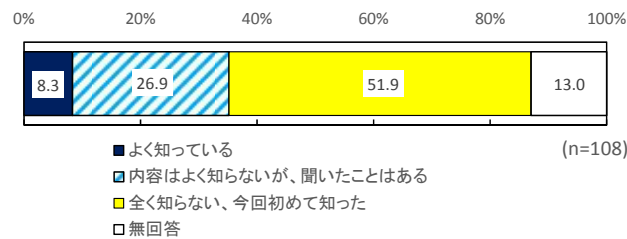
図表45 「所沢市産業振興ビジョン」の認知について



##### 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」が8.3%であった。「内容はよく知らないが、聞いたことはある」(26.9%)と合計すると35.2%で、「全く知らない・今回初めて知った」の51.9%を下回っている(図表46)。

図表46 「COOL JAPAN FOREST 構想」の認知状況



# 所沢市地域経済動向調査報告書

— 2018年12月調査 —

平成 31年2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