

# 所沢市地域経済動向調査

## 報 告 書

—令和元年度・後期調査—

令和2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. 調査結果の総括                         | 2  |
| (1) 景況・経営動向調査の結果                   | 2  |
| (2) 産業振興関連設問の結果                    | 2  |
| 3. 景況・経営動向調査の結果                    | 3  |
| 【建設業・製造業・商業・サービス業調査】               |    |
| (1) 指標ごとの概況(天気図)                   | 3  |
| (2) 今期の実績で見る業種別天気図                 | 4  |
| (3) 指標別D I 値の推移                    | 5  |
| (4) 景況D I 値の推移(業種別・規模別)            | 7  |
| 【農家・農業経営体調査】                       |    |
| (5) 農業の指標ごとのD I 値の推移(天気図)          | 8  |
| 4. 産業振興関連設問の結果                     | 9  |
| (1) 農商工連携推進事業について                  | 9  |
| (2) 所沢ブランド特産品創出支援事業について            | 10 |
| (3) 観光を意識した取り組み                    | 13 |
| (4) 経営上の課題について                     | 16 |
| (5) 企業間連携の取り組み(建設業・製造業・商業・サービス業調査) | 17 |
| (6) 現在及び将来の営農活動(農家・農業経営体調査)        | 19 |
| (7) 6次産業化と認定農業者制度等(農家・農業経営体調査)     | 20 |
| (8) 充実して欲しい産業振興支援策                 | 22 |

## (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=R 1 年 7 月～9 月期、今期=R 1 年 10 月～12 月期)と見通し(来期=R 2 年 1 月～3 月期、来々期=R 2 年 4 月～6 月期)について、また、「農家・農業経営体調査」では、実績(H30 年 1～12 月期)と見通し(H31 年 1 月～R 1 年 12 月期)について、のそれぞれの判断を尋ねた。なお、「建設業・製造業・商業・サービス業調査」は、7 月調査に続き、令和元年度 2 回目の実施である。

#### 【「建設業・製造業・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：令和元年 12 月 6 日(金)～令和 2 年 1 月 15 日(水)

(5) 回収状況：回収総数 574 事業所、回収率 28.7 %

| 業種               | 設定数   | 回収数 | 回収率(%) |
|------------------|-------|-----|--------|
| 全 体              | 2,000 | 574 | 28.7   |
| 建設業・製造業・商業・サービス業 | 1,700 | 463 | 27.2   |
| うち 建設業           | 240   | 66  | 27.5   |
| 製造業              | 260   | 85  | 32.7   |
| 卸売業              | 240   | 51  | 21.3   |
| 小売業              | 240   | 75  | 31.3   |
| 飲食サービス業          | 240   | 43  | 17.9   |
| 不動産業             | 240   | 53  | 22.1   |
| サービス業            | 240   | 90  | 37.5   |
| 農業(農家・農業経営体)     | 300   | 111 | 37.0   |

## 2. 調査結果の総括

### (1) 景況・経営動向調査の結果

#### 【建設業・製造業・商業・サービス業調査】

◆ 前期から今期にかけて、ほとんどの指標で後退。

雇用人員を除き、実績、見通しともD I値はマイナスで推移。前期から今期は、ほとんどの指標でマイナス値は拡大。売上高、経常利益は来期、景況は来々期に緩やかな回復。雇用人員は、引き続き、不足状態が続く。

◆ 飲食サービス業の経常利益と仕入れ価格(単価)は今期実績D I値が▲50を上回る。

業種別には、卸売業の資金繰り、不動産業の在庫水準、観光業の販売単価でD I値はプラス。他方、製造業と飲食サービス業は、景況、売上高、経常利益、販売数量、仕入れ価格(単価)、資金繰りで大幅なマイナス、小売業は、景況と経常利益が全体と比べて悪く、資金繰りはやや良い。建設業、サービス業・その他、観光業は、雇用人員のプラス値が大きく、人手不足感は強い。

#### 【農家・農業経営体調査】

◆ 平成30年実績は設備投資と資金繰りで回復も、令和元年見通しは全ての指標で悪化。

平成30年1月～12月実績は、前年比で、設備投資と資金繰りのD I値を除きマイナス値は拡大。景況、売上高、農業収支は▲30を上回る大幅なマイナス。平成31年1月～令和元年12月の見通しは全ての指標で悪化、景況と農業収支は極めて悪い見通し、雇用人員は人手不足状態がさらに強まる見通し。

### (2) 産業振興関連設問の結果

◆ 農業の3割余りが農商工連携推進事業を認識。

農商工連携推進事業を“知っている(「知っており関心がある」「知っているがあまり関心がない」の合計)”は農業の32.4%に対して、農業以外(建設業・製造業・商業・サービス業、以下同じ)は16.8%。

◆ 所沢ブランド特産品創出支援事業の認知度は、農業以外は25.7%、農業は23.4%。

所沢ブランド特産品創出支援事業を“知っている(「知っており関心がある」「知っているがあまり関心がない」の合計)”のは、農業以外は25.7%、農業は23.4%。事業を知ったきっかけは、「市のホームページ・広報誌」が最も多い。「事業に関心」「認定商品に関心」は農業以外(順に16.0%、16.6%)、農業(順に15.3%、18.9%)ともそれぞれ2割弱。

◆ 農産物のPR、地産地消活動としては、「とことこ市」での直売と農業祭・新茶まつり等イベントが上位。

所沢の農産物のPRや地産地消の取り組みとして認知されているのは、「とことこ市」での直売(農業以外30.0%、農業45.0%)と農業祭・新茶まつり等農産物PRイベント(同23.8%、同49.5%)が上位。農業は、「学校給食への食材提供」(27.0%)、「直売所ガイドマップの作成・配布」(26.1%)も20%を上回る。

◆ 農業以外は人材不足・求人難など人材関係が課題の上位。農業の課題の最上位は生産コストの上昇。

自社の経営上の課題は、農業以外では「人材の不足・求人難」(31.1%)、次いで「従業員の高齢化」(25.5%)、「人件費の増加」(22.2%)の順で、上位3つまでは人材関係の課題。農業は、「資材や燃料等生産コストの上昇」が47.7%で最も多く、次いで「台風、震災等自然災害への対応」の41.4%。

◆ 企業間連携の取り組みで多いのは「勉強会・研究会」「従業員の研修・育成」。「受注増加」への期待が半数。

企業間連携に「現在取り組んでいる(実施している)」のは15.1%、「取り組んでいないが、今後取り組みたい」は15.3%。最も多い連携は「勉強会・研究会」(30.5%)、僅差で「従業員の研修・育成」(28.4%)の順。連携を通じて強化したい点や期待する効果は、「受注増加」(51.1%)、「販路開拓」「知識・知見等の情報共有」(各39.7%)の順。

### 3. 景況・経営動向調査の結果

#### 【建設業・製造業・商業・サービス業調査】

##### (1) 指標ごとの概況(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 |       |       |      |      |   |

雇用人員を除く9指標で実績、見通しともマイナス値を示し、中でも景況、経常利益、販売数量は全期間に渡って▲20を上回るマイナスを示す。また、前期から今期にかけて、ほとんどの指標でマイナス値が拡大するが、来期は、売上高、経常利益など緩やかな回復を見込み、景況は来々期に反転を見通す。雇用人員は引き続き不足状態が続く見通しである。

| 建設業・製造業・<br>商業・サービス業 | 実績             |            | 見通し            |            |
|----------------------|----------------|------------|----------------|------------|
|                      | 前期             | 今期         | 来期             | 来々期        |
|                      | R 1年<br>7月～9月期 | 10月～12月期   | R 2年<br>1月～3月期 | 4月～6月期     |
| (1) 景況               | <br>▲ 20.2     | <br>▲ 25.7 | <br>▲ 27.7     | <br>▲ 25.4 |
| (2) 売上高              | <br>▲ 19.8     | <br>▲ 26.4 | <br>▲ 24.5     | <br>▲ 25.2 |
| (3) 経常利益             | <br>▲ 25.5     | <br>▲ 29.0 | <br>▲ 23.8     | <br>▲ 26.0 |
| (4) 設備投資             | <br>▲ 8.0      | <br>▲ 11.7 | <br>▲ 10.4     | <br>▲ 10.8 |
| (5) 販売数量             | <br>▲ 22.0     | <br>▲ 26.8 | <br>▲ 24.2     | <br>▲ 24.2 |
| (6) 販売単価             | <br>▲ 7.6      | <br>▲ 8.1  | <br>▲ 9.6      | <br>▲ 8.4  |
| (7) 仕入価格(単価)         | <br>▲ 19.6     | <br>▲ 21.5 | <br>▲ 20.4     | <br>▲ 20.7 |
| (8) 在庫水準             | <br>▲ 5.9      | <br>▲ 5.9  | <br>▲ 2.7      | <br>▲ 2.1  |
| (9) 資金繰り             | <br>▲ 12.9     | <br>▲ 14.1 | <br>▲ 14.3     | <br>▲ 13.7 |
| (10) 雇用人員            | <br>16.9       | <br>18.6   | <br>19.2       | <br>18.7   |

(注) 「仕入価格(単価)」「在庫水準」「雇用人員」のD I 値は「下降・不足」をプラス、「上昇・過剰」をマイナスとして算出。

## (2) 今期の実績で見る業種別天気図

8業種すべてのD I値がプラスの雇用人員を除き、マイナスのD I値がほとんどを占めるが、卸売業の資金繰り、不動産業の在庫水準、観光業の販売単価はプラスである。他方、製造業と飲食サービス業は、景況、売上高、経常利益、販売数量で▲30を上回るマイナスを示し、特に飲食サービス業の経常利益と仕入価格(単価)は▲50以上と著しく悪い。また、小売業は、景況と経常利益で▲30を上回るマイナスを示す一方、資金繰りは▲10を下回りやや良い水準である。さらに、雇用人員のD I値は、建設業、サービス業・その他、観光業のプラス値が大きく、人手不足感が強いことがみてとれる。

| R1年<br>10月～12月期(*)      | 全体<br>(除く農業) | 建設業    | 製造業    | 卸売業    | 小売業    | 飲食<br>サービス業 | 不動産業   | サービス業<br>・その他 | 観光業<br>(再掲) | (参考)<br>農業(*) |
|-------------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|-------------|--------|---------------|-------------|---------------|
| (1) 景況                  | ▲ 25.7       | ▲ 13.3 | ▲ 33.9 | ▲ 27.5 | ▲ 33.1 | ▲ 45.3      | ▲ 14.2 | ▲ 17.0        | ▲ 24.5      | ▲ 51.2        |
| (2) 売上高<br>[年間販売額]      | ▲ 26.4       | ▲ 14.6 | ▲ 35.1 | ▲ 28.4 | ▲ 26.0 | ▲ 46.5      | ▲ 18.9 | ▲ 20.5        | ▲ 21.0      | ▲ 46.5        |
| (3) 経常利益<br>[農業収支]      | ▲ 29.0       | ▲ 21.3 | ▲ 40.5 | ▲ 21.0 | ▲ 32.9 | ▲ 52.4      | ▲ 18.9 | ▲ 19.4        | ▲ 26.5      | ▲ 52.3        |
| (4) 設備投資                | ▲ 11.7       | ▲ 16.1 | ▲ 13.1 | ▲ 10.9 | ▲ 12.5 | ▲ 17.5      | ▲ 14.6 | ▲ 2.0         | ▲ 9.2       | ▲ 8.2         |
| (5) 販売数量<br>[出荷・販売先]    | ▲ 26.8       | ▲ 21.4 | ▲ 33.7 | ▲ 30.4 | ▲ 28.3 | ▲ 41.7      | ▲ 15.9 | ▲ 16.2        | ▲ 27.6      | ▲ 25.6        |
| (6) 販売単価                | ▲ 8.1        | ▲ 5.5  | ▲ 11.7 | ▲ 9.8  | ▲ 8.0  | ▲ 9.5       | ▲ 10.3 | ▲ 2.9         | 2.9         | ▲ 22.9        |
| (7) 仕入価格(単価)<br>[生産コスト] | ▲ 21.5       | ▲ 20.9 | ▲ 22.5 | ▲ 10.8 | ▲ 19.6 | ▲ 50.0      | ▲ 4.4  | ▲ 21.2        | ▲ 29.0      | ▲ 30.2        |
| (8) 在庫水準                | ▲ 5.9        | ▲ 2.0  | ▲ 11.7 | ▲ 9.0  | ▲ 5.9  | ▲ 11.1      | 5.0    | ▲ 1.0         | ▲ 10.2      | —             |
| (9) 資金繰り                | ▲ 14.1       | ▲ 14.5 | ▲ 18.3 | 2.0    | ▲ 9.4  | ▲ 34.1      | ▲ 8.5  | ▲ 16.7        | ▲ 10.8      | ▲ 33.1        |
| (10) 雇用人員<br>[農業従事者数]   | 18.6         | 33.1   | 14.0   | 7.8    | 21.4   | 10.0        | 6.3    | 28.9          | 27.0        | 30.4          |
| (11) 経営耕地面積             | —            | —      | —      | —      | —      | —           | —      | —             | —           | ▲ 9.1         |

(注)1. 全体(農業を除く)はR1年10月～12月期実績。農業(農家・農業経営体調査)はH31年1月～R1年12月期見通し。

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%、または無回答と回答した事業者を除く)。

3. [ ]に記載のない指標は全業種共通。[ ]内は農業(農家・農業経営体調査)での指標。また、「在庫水準」は「建設業・製造業」「商業・サービス業」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. 「仕入価格(単価)[生産コスト]」「在庫水準」「雇用人員」のD I値は「下降・不足」をプラス、「上昇・過剰」をマイナスとして算出している。

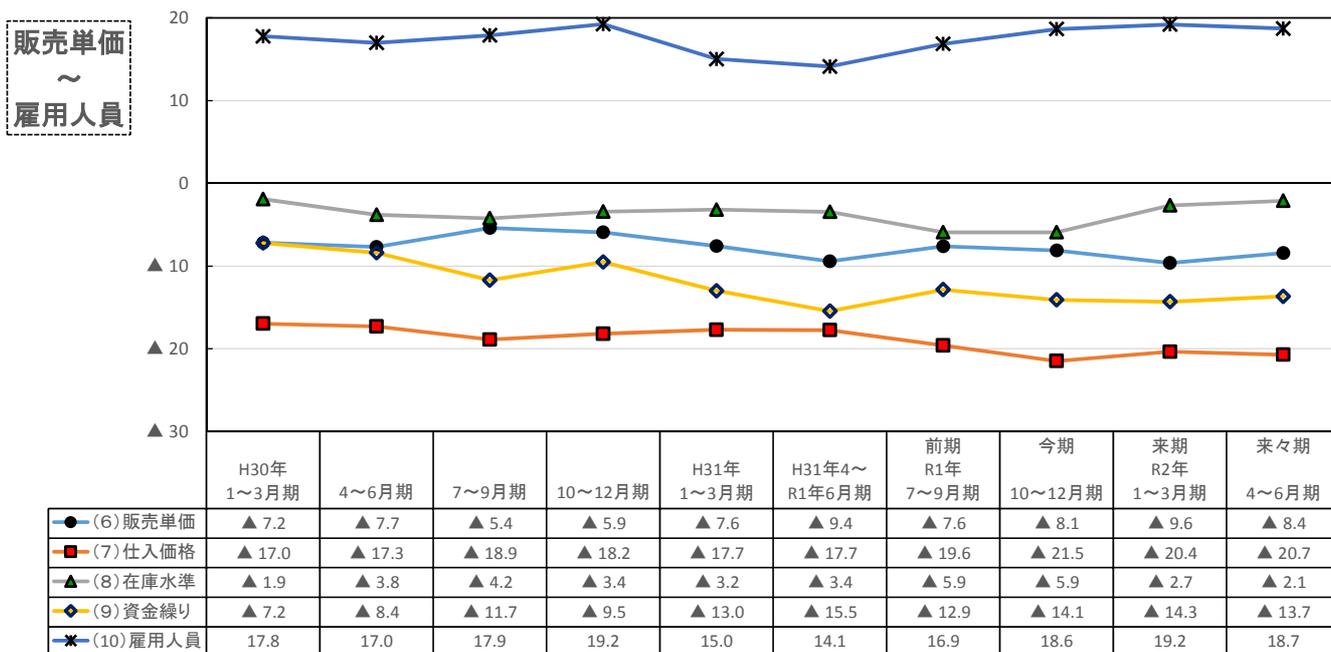
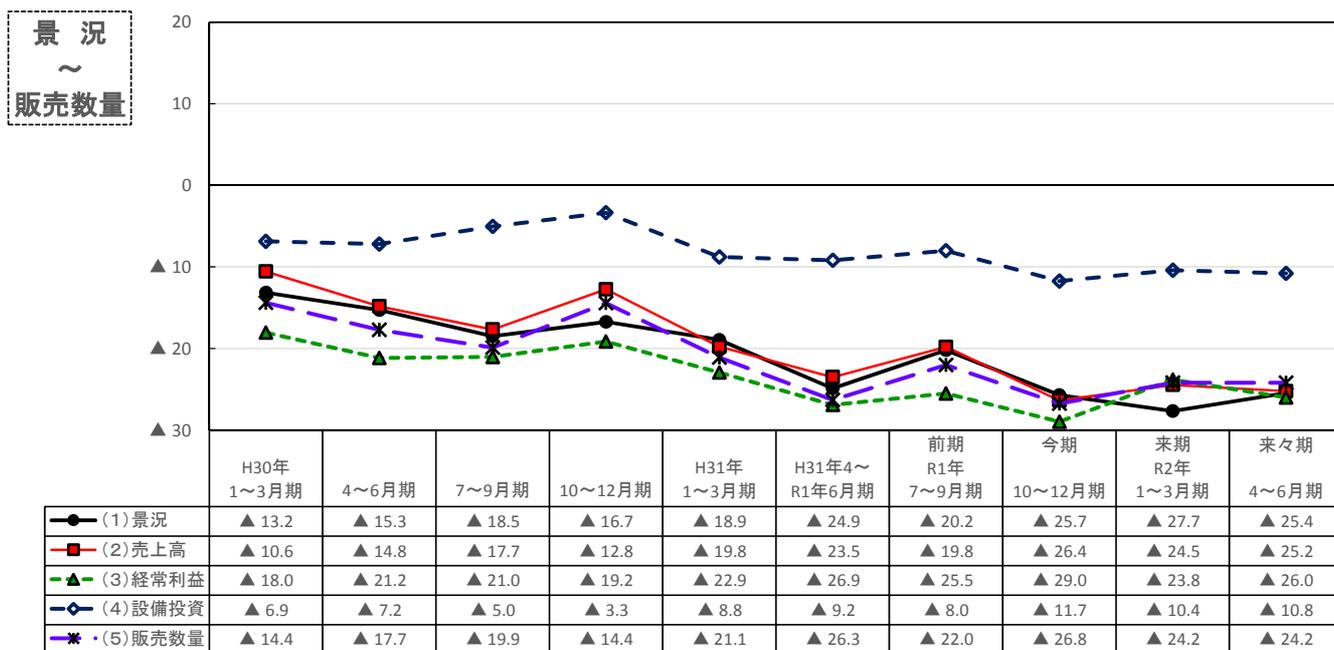
|    |       |       |      |      |   |
|----|-------|-------|------|------|---|
| DI | ← ▲30 | ← ▲10 | ← 10 | → 30 | → |
| 記号 |       |       |      |      |   |

### (3) 指標別 D I 値の推移

図表 1 は、調査開始からの四半期ごとの各指標の推移を時系列で示しており、以下では、今回調査で尋ねた前期、今期の実績、および来期、来々期の見通しについてみている。

景況は、前期▲20.2、今期▲25.7 と実績で後退が続き、来期も▲27.7 とさらなる悪化を見込むが、来々期は▲25.4 と小幅な回復を見通している(図表 1)。

図表 1 指標別 D I 値の推移



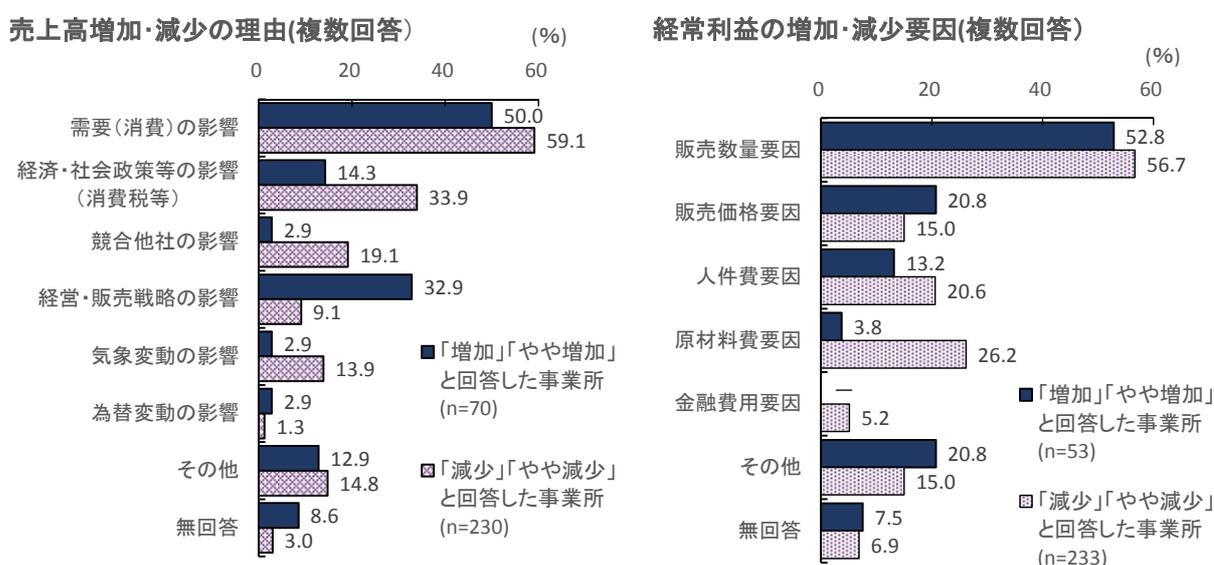
**売上高**は、今期▲26.4と直近で最も悪化が進むも、来期と来々期は▲24.5、▲25.2と緩やかな改善を見込む(図表1)。

なお、今期、**売上高が増加した事業者の理由**は、「需要(消費)の影響」(50.0%)、「経営・販売戦略の影響」(32.9%)の順に続き、反対に、**減少した事業者の理由**は、「需要(消費)の影響」(59.1%)、次いで、「経済・社会政策等の影響(消費税等)」(33.9%)の順である(図表2)。

**経常利益**は、前期▲25.5から今期▲29.0とマイナス値が拡大し、来期▲23.8、来々期▲26.0と一進一退が見通される(図表1)。

また、今期、**経常利益が増加・減少した事業者の要因**は、いずれも「販売数量要因」(52.8%、56.7%)が過半で最も多い。これに次いで、**増加した事業者**は、「販売価格要因」と「その他」が20.8%で続き、**減少した事業者**は、「原材料費要因」(26.2%)、「人件費要因」(20.6%)の順である(図表2)。

図表2 売上高と経常利益の増減要因



**設備投資**は、前期の▲8.0から今期は▲11.7に低下、来期は▲10.4と緩やかな回復、来々期は▲10.8とほぼ横ばいが見込まれる(以下、図表1)。

**販売数量**は、前期は▲22.0で小幅に回復するも、今期は▲26.8と再び下降を示す。来期は▲24.2と僅かに改善を見通し、来々期は▲24.2で横ばいとなっている。

**販売単価**は、僅かに回復の前期▲7.6に続き、今期▲8.1、来期▲9.6と緩やかに後退するも、来々期は▲8.4と若干の回復が見通される。

「下降」をプラス、「上昇」をマイナスとして算出する**仕入価格(単価)**は、前期▲19.6、今期▲21.5とマイナス値は拡大、価格上昇が進み、来期は▲20.4で小幅な回復、来々期は▲20.7で横ばいが見込まれる。

**資金繰り**は、前期▲12.9、今期▲14.1、来期▲14.3と僅かな後退の後ほぼ横ばいを見込み、来々期は▲13.7で僅かな回復となっている。

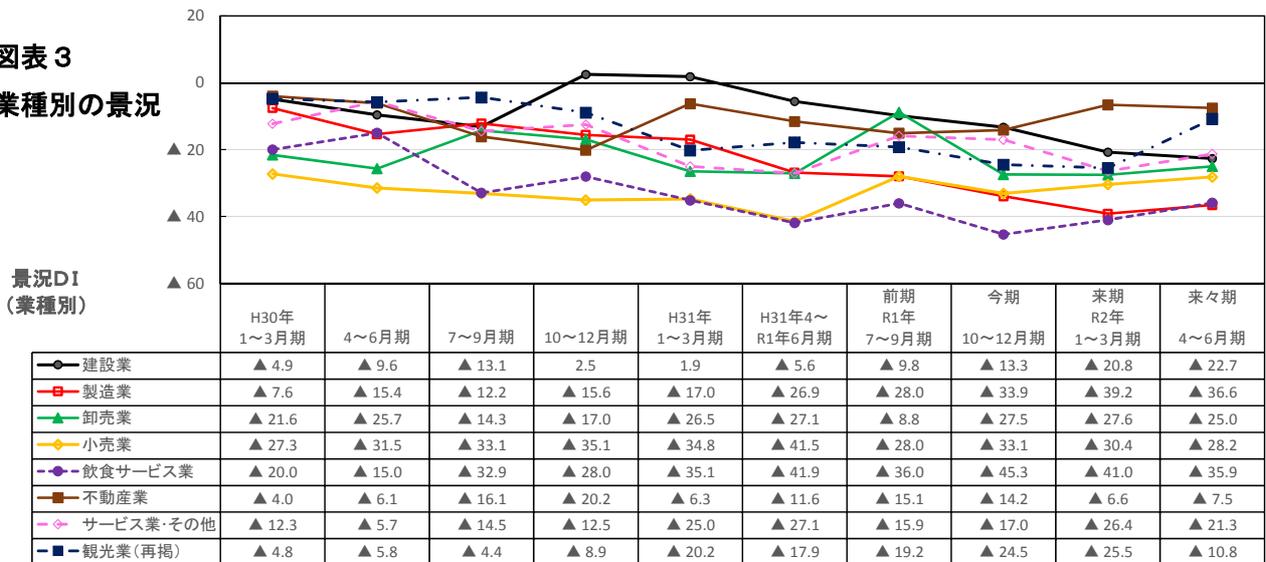
また、「不足」をプラス、「過剰」をマイナスとして算出する**在庫水準**は、前期、今期の▲5.9から、来期▲2.7、来々期▲2.1となって、過剰感は緩やかに解消に向かい、同様に、**雇用人員**は、前期16.9、今期18.6、来期19.2と緩やかに上昇、来々期は18.7とほぼ横ばいを見込み、人手不足感は強まっている。

#### (4) 景況DI値の推移(業種別・規模別)

##### 【業種別】

実績(前期・今期)、見通し(来期・来々期)を通して、**全業種**DI値はマイナスで推移する。特に**飲食サービス業**は、マイナス値が今期から来期にかけて▲40を上回り、景況の悪さは顕著である。**建設業**は下降基調にあり、来々期にかけ6四半期連続の後退を示す。**製造業**も悪化が続いているが、来期を底に来々期は上昇に転じる見通しである。**卸売業**、**小売業**は、前期に回復するも、今期は再び後退となっている。**不動産業**は、前期を底に来期にかけて上昇が見込まれる。**サービス業・その他**は、前期は改善するも来期にかけて下降、悪化を見通す。**観光業**は前期から来期にかけて後退し、来々期は回復を見通している(図表3)。

図表3  
業種別の景況

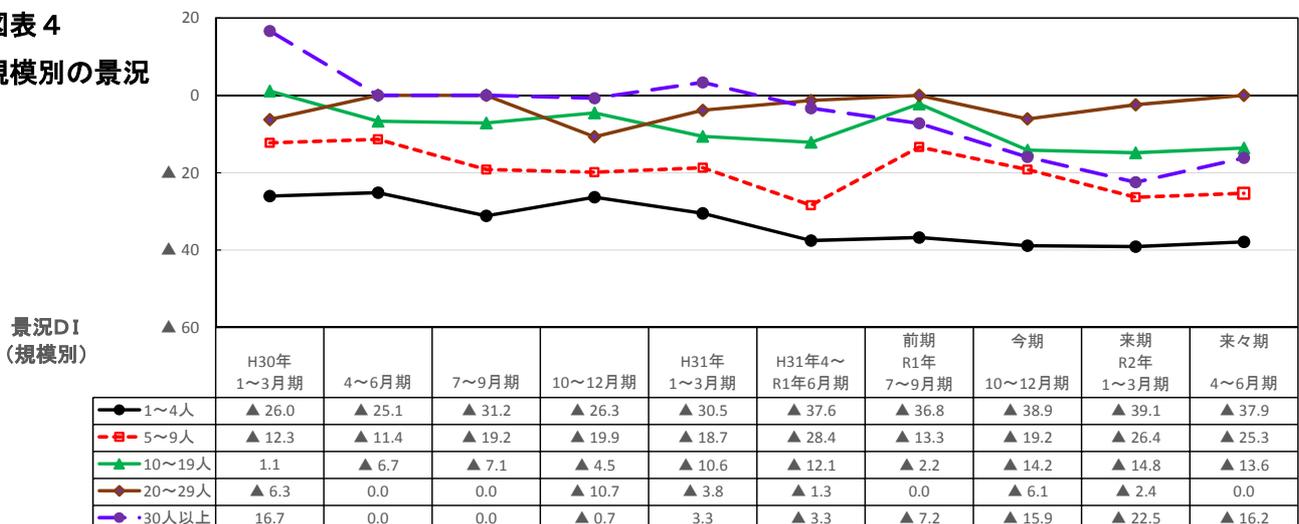


(注)観光業：「過去1年間の売上に占める観光関連の売上の割合」を尋ねた質問で“0%超”と回答した事業者(0%と回答、または無回答の事業者を除く)。

##### 【規模別】

**1~4人**の小規模事業者のDI値は、前期の▲36.8から来々期の▲37.9にかけてマイナス値が▲30を上回る非常に悪い水準が続く。**5~9人**は、前期は▲13.3に回復するも、今期▲19.2、来期▲26.4と再び悪化を示している。**10~19人**は、前期は▲2.2へと上昇に転じていたものの、今期▲14.2、来期▲14.8と下降し、来々期▲13.6と僅かに回復を見込む。**20~29人**は、前期にかけて3期回復を見せたが、今期は再び後退、来期以降に改善を見通す。**30人以上**は、来期にかけて4期にわたり下降が続くものの、来々期は▲16.2へと上昇に転じ、回復方向を示す(図表4)。

図表4  
規模別の景況



(5) 農業の指標ごとのD I 値の推移(天気図)

【農家・農業経営体調査】

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。

|    |       |       |      |      |   |
|----|-------|-------|------|------|---|
| DI | ← ▲30 | ← ▲10 | ← 10 | → 30 | → |
| 記号 |       |       |      |      |   |

平成 30 年実績をみると、**設備投資**と**資金繰り**のD I 値は前年比で上昇、改善がみられるが、他は下降、マイナス値が拡大している。特に**景況**、**売上高**、**農業収支**は▲30 を越えて大幅なマイナスである。また、「不足」をプラス、「過剰」をマイナスとして算出する**雇用人員**は上昇、人手不足が強まっている。さらに、令和元年(H31年1月～R1年12月期)見通しは、平成30年実績と比べて、全ての指標でD I 値は悪化している。**景況**と**農業収支**はマイナス値が▲50 を越えて極めて悪い見通しであり、**雇用人員**は30 を上回って、さらに人手不足状態が強まる見通しとなっている。

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で尋ねている。

平成 30 年の実績に関して、**[良い][やや良い]**の理由は、「各野菜が豊作」「スーパーで販売が好調」があがる。**[普通]**は、「自然災害の影響が少ない」「ある程度見込みどおりの販売」などがみられた。回答の多い**[悪い][やや悪い]**では、「露地野菜の単価が安く厳しい」「夏の野菜価格の低下」等の販売価格の低下のほか、茶栽培農家で「お茶離れ」「クワシロカイザラムシの発生で収穫量が減少」などがあがっている。

次に、令和元年(平成 31 年)見通しで、**[普通]**とした農家の理由は、「野菜の生育がまあまあうまくいった」があがる。また、**[悪い][やや悪い]**と回答した農家は、「近年の悪天候に対応しきれず」「台風のために野菜に被害発生」など天候不順や台風による価格の不安定化が数多く理由にあがったほか、「農業用資材の高騰」「肥料、農薬、運賃、燃料等の価格上昇」などが理由となっている。なお、**[良い][やや良い]**とした農家の回答はみられなかった。

|                      | H29年<br>1月～12月<br>実績 | H30年<br>1月～12月<br>実績 | H31年1月～<br>R1年12月<br>見通し |
|----------------------|----------------------|----------------------|--------------------------|
| (1) 景況               | <br>▲ 34.1           | <br>▲ 36.9           | <br>▲ 51.2               |
| (2) 売上高<br>(年間販売額)   | <br>▲ 22.9           | <br>▲ 33.0           | <br>▲ 46.5               |
| (3) 農業収支             | <br>▲ 23.1           | <br>▲ 39.9           | <br>▲ 52.3               |
| (4) 設備投資             | <br>▲ 6.8            | <br>▲ 1.8            | <br>▲ 8.2                |
| (5) 出荷・販売先           | <br>▲ 13.8           | <br>▲ 20.6           | <br>▲ 25.6               |
| (6) 販売単価             | <br>▲ 7.6            | <br>▲ 18.6           | <br>▲ 22.9               |
| (7) 生産コスト            | <br>▲ 12.4           | <br>▲ 23.6           | <br>▲ 30.2               |
| (8) 資金繰り             | <br>▲ 25.3           | <br>▲ 21.8           | <br>▲ 33.1               |
| (9) 雇用人員<br>(農業従事者数) | <br>20.5             | <br>27.5             | <br>30.4                 |
| (10) 経営耕地面積          | <br>▲ 4.7            | <br>▲ 8.0            | <br>▲ 9.1                |

(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。

#### 4. 産業振興関連設問の結果

##### (1) 農商工連携推進事業について

##### ① 農商工連携推進事業の認知

地元農産物を生かした新たな商品やサービスの開発など、農業と商工業との連携を積極的に支援する農商工連携推進事業の認知について尋ねた。

##### 【建設業・製造業・商業・サービス業調査】

「知っており関心がある」(5.4%)、「知っているがあまり関心がない」(11.4%)を合計した“知っている”は16.8%にとどまり、「初めて聞いて関心がある」(13.2%)と「初めて聞いたがあまり関心がない」(62.4%)を合計した“初めて聞いた”の75.6%を大きく下回る。「知っており関心がある」は、観光業(17.3%)、製造業(10.6%)で1割を超えた一方、建設業は1社も無かった(図表5)。

##### 【農家・農業経営体調査】

農業は、「知っており関心がある」(6.3%)、「知っているがあまり関心がない」(26.1%)を合計した“知っている”は32.4%と3割を上回るが、「初めて聞いて関心がある」(8.1%)、「初めて聞いたがあまり関心がない」(45.0%)を合計した“初めて聞いた”は53.1%で半数を超える。

なお、同事業の認知は、平成30年度(15.7%)と比べると、16.7ポイント高い(図表5)。

##### ② 現在の取り組みと関心ある取り組み

##### 【建設業・製造業・商業・サービス業調査】

現在の取り組みは「農産物・加工品等の店舗販売」が3.7%みられるが、他はほとんどなく、「特になし」(57.5%)が6割近い。

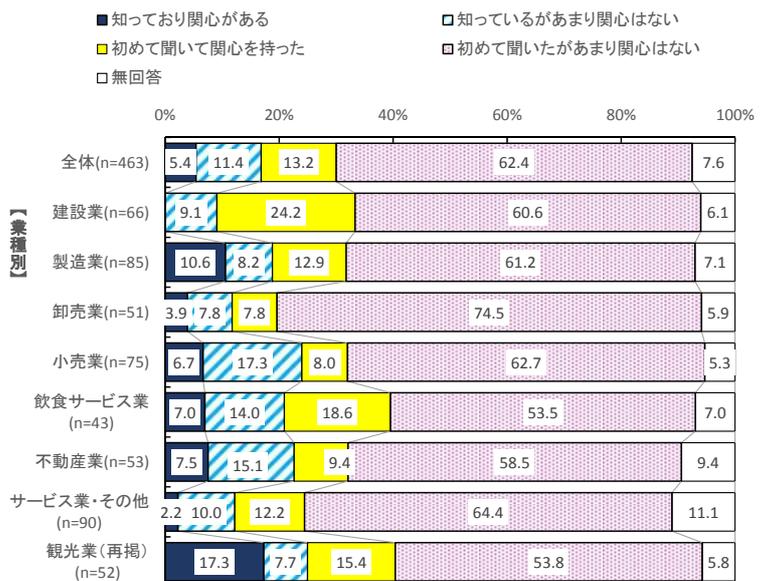
また、関心ある取り組みは、「遊休農地を利活用する事業・サービスでの連携」(7.6%)、「農産物・加工品等の店舗販売」(5.0%)などが多い(図表6)。

##### 【農家・農業経営体調査】

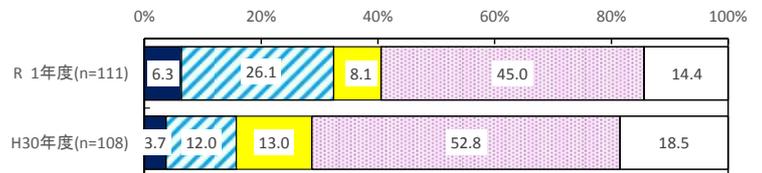
現在の取り組みの上位は、「農産物・加工品等の店舗販売」(5.4%)、「農産物の新品種や加工品等の開発研究」「農産物・加工品等のパッケージ開発(デザイン等)」「農産物・加工品等のパッケージ開発(デザイン等)」(各4.5%)だが、「特になし」(56.8%)が最も多い。

関心ある取り組みは、「農産物・加工品等の店舗販売」(4.9%)、「農産物の新品種や加工品等の開発研究」「農産物・加工品等のパッケージ開発(デザイン等)」(各4.1%)、「農産物・加工品等の通信(インターネット)販売」(3.2%)の順だが、「特になし」も51.1%を占める(図表6)。

図表5 農商工連携推進事業の認知  
【建設業・製造業・商業・サービス業調査】



##### 【農家・農業経営体調査】



(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6 現在の取り組みと関心ある取り組み

##### 【建設業・製造業・商業・サービス業調査】 【農家・農業経営体調査】

|                                 | 建設業・製造業・商業・サービス業 (n=463) |          | 農業 (n=111) |          |
|---------------------------------|--------------------------|----------|------------|----------|
|                                 | 現在の取り組み                  | 関心ある取り組み | 現在の取り組み    | 関心ある取り組み |
| 農産物・加工品等の店舗販売                   | 3.7                      | 5.0      | 5.4        | 4.9      |
| 農産物・加工品等の通信(インターネット)販売          | 0.9                      | 3.5      | 3.6        | 3.2      |
| 農産物の新品種や加工品等の開発研究               | 1.1                      | 2.8      | 4.5        | 4.1      |
| 農産物・加工品等のパッケージ開発(デザイン等)         | 0.9                      | 1.7      | 4.5        | 4.1      |
| 農家民宿等宿泊事業(情報発信・集客等での連携)         | 0.0                      | 1.7      | 1.8        | 1.6      |
| 体験農園・観光農園事業(情報発信・集客等での連携)       | 0.4                      | 3.5      | 0.0        | 0.0      |
| 農家レストラン等飲食店事業(メニュー開発・研究等)       | 0.4                      | 4.1      | 0.9        | 0.8      |
| 農作業用機械等の開発・改良                   | 0.4                      | 1.9      | 1.8        | 1.6      |
| 農業向けITサービス(生産管理システム・アプリケーションなど) | 0.0                      | 1.7      | 0.0        | 0.0      |
| 農産物・加工品等の輸出サービス、海外販路開拓          | 0.4                      | 1.3      | 0.0        | 0.0      |
| 遊休農地を利活用する事業・サービスでの連携           | 0.2                      | 7.6      | 0.9        | 0.8      |
| その他                             | 0.6                      | 0.2      | 0.9        | 0.8      |
| 特になし                            | 57.5                     | 31.3     | 56.8       | 51.1     |
| 無回答                             | 36.5                     | 50.3     | 32.4       | 29.2     |

## (2) 所沢ブランド特産品創出支援事業について

### ① 所沢ブランド特産品創出支援事業の認知

所沢を象徴するような地域資源を生かした魅力ある特産品の認定支援・販路支援を行う所沢ブランド特産品創出支援事業の認知について尋ねた。

#### 【建設業・製造業・商業・サービス業調査】

「知っており関心がある」(8.2%)、「知っているがあまり関心はない」(17.5%)を合計した“知っている”は25.7%であった。他方、「初めて聞いて関心がある」(15.3%)と「初めて聞いたがあまり関心はない」(53.8%)を合計した“初めて聞いた”は69.1%である。

「知っており関心がある」は、観光業(26.9%)で4社に1社強と多く、飲食・サービス業(16.3%)、不動産業(15.1%)、小売業(12.0%)は1割を超える(図表7)。

#### 【農家・農業経営体調査】

農業は、「知っており関心がある」(8.1%)、「知っているがあまり関心はない」(15.3%)を合計した“知っている”は23.4%であった。これに対して、「初めて聞いて関心がある」(9.9%)、「初めて聞いたがあまり関心はない」(55.0%)を合計した“初めて聞いた”は64.9%である。

なお、同事業の認知は、平成30年度(25.0%)と比べ、1.6ポイント低い「知っており関心がある」に限ると、平成30年度(4.6%)から3.5ポイント高い(図表7)。

### ② 事業を知ったきっかけ

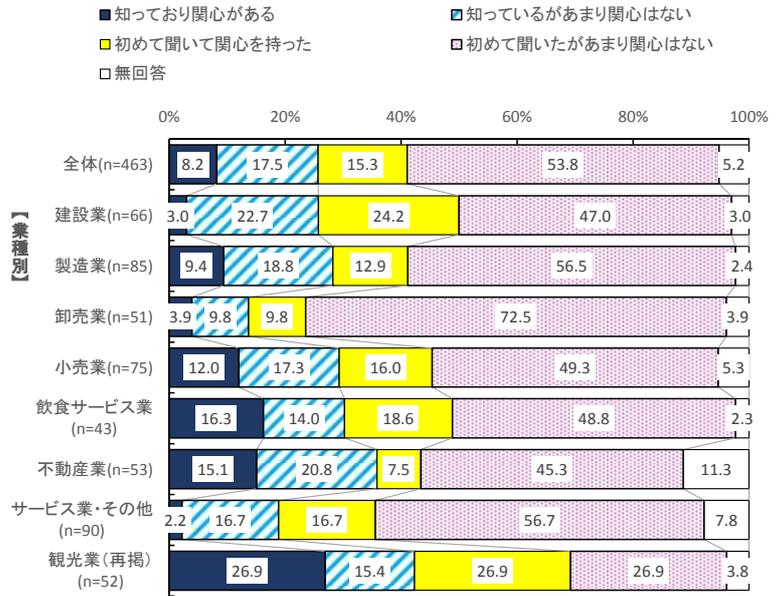
#### 【建設業・製造業・商業・サービス業調査】

“知っている”人のきっかけは、「市のホームページ・広報誌」(42.9%)が4割余りで最も多い。また、「事業のパンフレットやチラシ」(26.1%)、「市の各種イベント」(24.4%)も2割を上回る(図表8)。

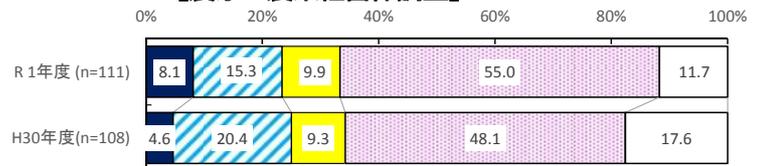
#### 【農家・農業経営体調査】

農業では、「市のホームページ・広報誌」が26.9%で最も多いものの、「市の担当者からの案内」と「市の各種イベント」も各23.1%と2割を超える。さらに、「口コミ(家族、従業員、仕入れ・販売先など)」(19.2%)も2割近い(図表8)。

図表7 所沢ブランド特産品創出支援事業の認知  
【建設業・製造業・商業・サービス業調査】



#### 【農家・農業経営体調査】



(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8 事業を知ったきっかけ(複数回答)

#### 【建設業・製造業・商業・サービス業調査】 【農家・農業経営体調査】

|                               | (%)                         |              |
|-------------------------------|-----------------------------|--------------|
|                               | 建設業・製造業・商業・サービス業<br>(n=119) | 農業<br>(n=26) |
| 市のホームページ・広報誌                  | 42.9                        | 26.9         |
| 市の担当者からの案内                    | 16.8                        | 23.1         |
| 市の各種イベント                      | 24.4                        | 23.1         |
| 事業のパンフレットやチラシ                 | 26.1                        | 15.4         |
| 認定商品の販売店の店頭                   | 15.1                        | 11.5         |
| 認定商品の事業者のホームページ               | 2.5                         | 3.8          |
| インターネットの地域や特産品紹介のサイト          | 5.0                         | 0.0          |
| 新聞・雑誌、TV等のマスメディア              | 10.1                        | 0.0          |
| 口コミ(家族、従業員、仕入れ・販売先、取引先、営業先など) | 12.6                        | 19.2         |
| その他                           | 4.2                         | 0.0          |
| 無回答                           | 1.7                         | 3.8          |

### ③ 事業への応募意向

#### 【建設業・製造業・商業・サービス業調査】

「事業への応募を予定している」は0.4%とごく僅かで、「事業に関心があり、応募を検討したい」(1.7%)を合計しても2.1%しかない。また、応募の予定は無いが、「事業に関心」(16.0%)、「認定商品に関心」(16.6%)がそれぞれ16%台である(図表9)。

#### 【農家・農業経営体調査】

農業は、「事業への応募を予定している」は0.9%、「事業に関心があり、応募を検討したい」は2.7%で合計は3.6%である。また、応募の予定は無いが、「事業に関心」は15.3%、「認定商品に関心」は18.9%となっている(図表9)。

図表9 事業への応募意向

#### 【建設業・製造業・商業・サービス業調査】 【農家・農業経営体調査】

|                      | 建設業・製造業・商業・サービス業 |         |
|----------------------|------------------|---------|
|                      | (n=463)          | (n=111) |
| 事業への応募を予定している        | 0.4              | 0.9     |
| 事業に関心があり、応募を検討したい    | 1.7              | 2.7     |
| 事業に関心はあるが、応募の予定はない   | 16.0             | 15.3    |
| 応募の予定はないが、認定商品に関心がある | 16.6             | 18.9    |
| その他                  | 0.6              | 0.9     |
| 事業や認定商品に関心はない        | 54.6             | 45.9    |
| 無回答                  | 9.9              | 15.3    |

### ④ 認定商品の販売協力への関心

#### 【建設業・製造業・商業・サービス業調査】

認定商品の販売協力に関しては、「関心はない・販売は難しい」(58.5%)が6割近くを占める。他方、「認定商品の販売に関心がある」は1.9%とごく僅かで、「関心はあるが、販売は商品による」(9.5%)までを合計した“関心はある”は11.4%である。また、「ポスター、チラシ程度は置いてもよい」は13.6%であった。

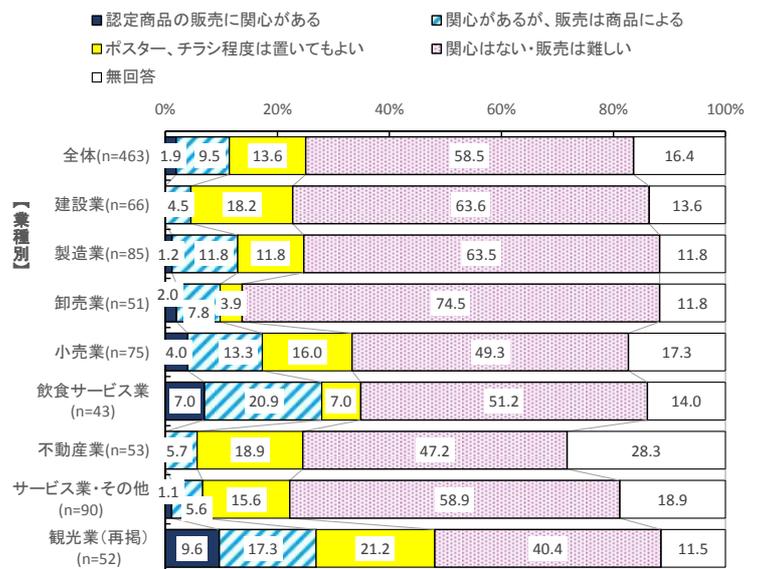
“関心はある”とした業種は、飲食サービス業(27.9%)と観光業(26.9%)のそれぞれ4社に1社あまりである。これに対して、卸売業は「関心はない・販売は難しい」(74.5%)がほぼ4社に3社と多い(図表10)。

(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10 認定商品の販売協力への関心

#### 【建設業・製造業・商業・サービス業調査】

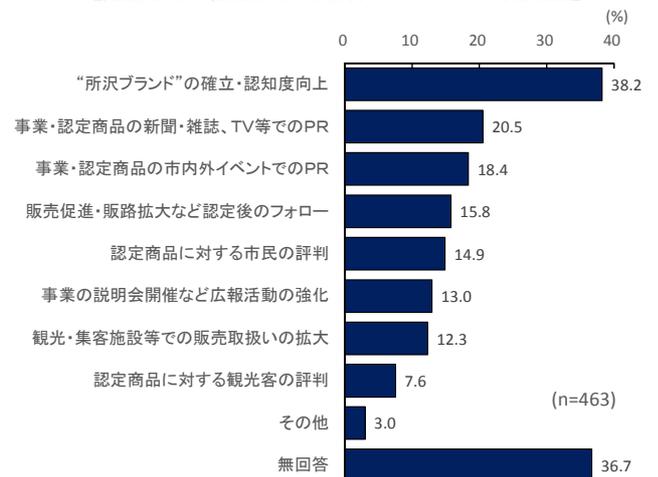


### ⑤ 事業の継続・普及に向けた取り組み

#### 【建設業・製造業・商業・サービス業調査】

事業の継続・普及に向けては、「“所沢ブランド”の確立・認知度向上」(38.2%)が4割近くを占めて最も多かった。次いで、事業・認定商品の「新聞・雑誌、TV等でのPR」(20.5%)、「市内外イベントでのPR」(18.4%)と「販売促進・販路拡大など認定後のフォロー」(15.8%)の順で、メディア等活用した啓発とともに、認定後の継続支援が求められている(図表11)。

図表11 事業の継続・普及に向けた取り組み(複数回答)  
【建設業・製造業・商業・サービス業調査】



## ⑥ 農産物のPR、地産地消活動の認知

所沢の農産物のPRや地産地消の取り組みの認知について尋ねた。

### 【建設業・製造業・商業・サービス業調査】

最も多く認知されているのは、「“とことこ市”での直売」(30.0%)で、これに「農業祭・新茶まつり等農産物PRイベント」(23.8%)が続き、以下、「“ちょいソル”などの地産地消イベント」「学校給食への食材提供」(各14.5%)の順であった。

なお、「全く知らない・今回初めて知った」(41.9%)が4割余りみられる(図表12)。

### 【農家・農業経営体調査】

農業は、建設業・製造業・商業・サービス業に比べて取り組みへの認知は当然ながら全体に高く、「農業祭・新茶まつり等農産物PRイベント」(49.5%)がほぼ半数を占めて最も多い。2番目は「“とことこ市”での直売」(45.0%)で、以下、「学校給食への食材提供」(27.0%)、「直売所ガイドマップの作成・配布」(26.1%)の順である。

なお、「全く知らない・今回初めて知った」は17.1%であった。

平成30年度と比べると、上位の順位は同じだが、「“ちょいソル”などの地産地消イベント」「婚姻届提出者への農産物引換券配布」「直売所ガイドマップの作成・配布」などは高くなり、「学校給食への食材提供」「農業祭・新茶まつり等農産物PRイベント」などは低くなっている。また、平成30年度は12.0%の「全く知らない・今回初めて知った」は5.1ポイント高くなっている(図表12)。

図表12 農産物のPR、地産地消活動の認知(複数回答)  
【建設業・製造業・商業・サービス業調査】  
【農家・農業経営体調査】

|                     | (%)                         |                         |                               |
|---------------------|-----------------------------|-------------------------|-------------------------------|
|                     | 建設業・製造業・商業・サービス業<br>(n=463) | 農業<br>(R1年度)<br>(n=111) | 農業<br>(H30年度)<br>*<br>(n=108) |
| ‘とことこ市’での直売         | 30.0                        | 45.0                    | 43.5                          |
| ‘ちょいソル’などの地産地消イベント  | 14.5                        | 10.8                    | 4.6                           |
| 農業祭・新茶まつり等農産物PRイベント | 23.8                        | 49.5                    | 51.9                          |
| 植付から収穫までの親子収穫体験     | 2.8                         | 16.2                    | 16.7                          |
| 親子料理会               | 2.6                         | 9.0                     | 8.3                           |
| 地産地消レシピの作成・発行       | 3.9                         | 8.1                     | 5.6                           |
| 婚姻届提出者への農産物引換券配布    | 5.2                         | 15.3                    | 11.1                          |
| 直売所ガイドマップの作成・配布     | 11.4                        | 26.1                    | 22.2                          |
| 学校給食への食材提供          | 14.5                        | 27.0                    | 35.2                          |
| その他                 | 0.6                         | 0.9                     | 0.0                           |
| 全く知らない・今回初めて知った     | 41.9                        | 17.1                    | 12.0                          |
| 無回答                 | 13.6                        | 9.9                     | 16.7                          |

(注) 農業(平成30年度)の選択肢には、上記に加えて「生産者と消費者の交流を図るイベント」(11.1%)が含まれた。

### (3) 観光を意識した取り組み

#### ① 過去1年間の観光関連売上の割合

##### 【建設業・製造業・商業・サービス業調査】

過去1年間の観光関連の売上金額の割合は、「0%（なし）」(79.7%)が最も多い。観光関連の売上がある事業者は全体の11.3%で、令和元年度・前期の8.1%よりも3.2ポイント高い。

観光関連の売上の多い業種は、飲食サービス業(23.2%)、小売業(18.7%)、サービス業・その他(13.3%)などである。また、観光業は、売上の「1～5%未満」(46.2%)が最も多く、「5～10%未満」(23.1%)の順で、「10%以上」(11.5%)は1割余りであった(図表13)。

なお、観光売上のある事業者は、「飲食サービス」、「食料品」の製造・加工、「地元の農産物」「地元の特産品」の販売などの取扱いが上位を占めている。

##### 【農家・農業経営体調査】

農業は、「0%（なし）」が75.7%を占める。観光売上のある事業者は全体の6.3%で、平成30年度の15.8%よりも9.5ポイント低い(図表13)。

(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。

(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 観光活性化による売上への影響

##### 【建設業・製造業・商業・サービス業調査】

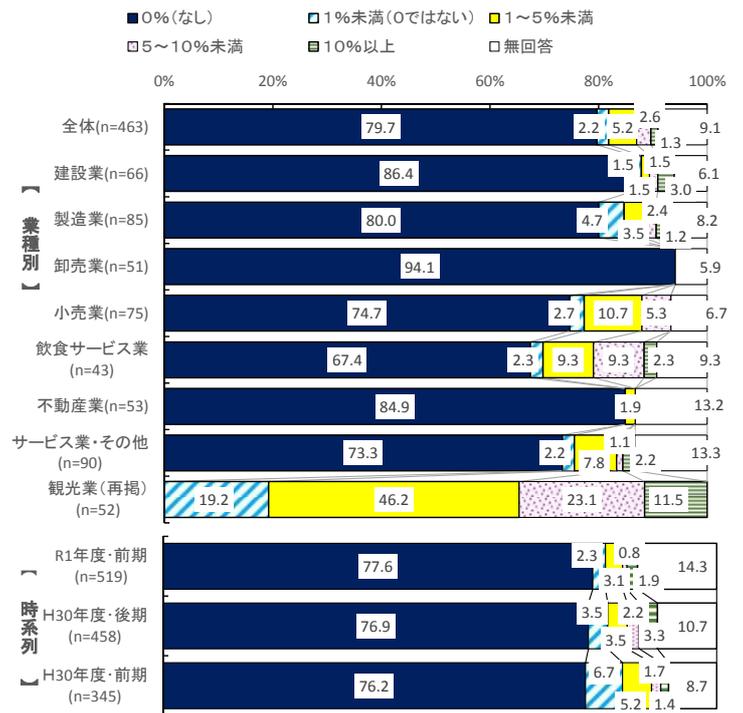
市内への観光客の増加や観光関連産業の活性化により、売上が「かなり増加する」と見込む事業者は0.6%で、「やや増加」(6.0%)と「わずかに増加」(8.2%)を合計した“増加”は14.8%となって、「減少する」(0.6%)を大きく上回る。

“増加”の合計を業種別にみると、観光業(61.5%)が1位、これに飲食サービス業(37.2%)、小売業(25.4%)が続く。また、平成30年度・後期(16.3%)、平成30年度・前期(15.1%)と比べると、僅かに小さくなっている(図表14)。

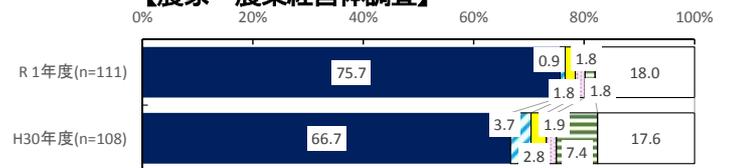
(注) 観光業：

「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)。

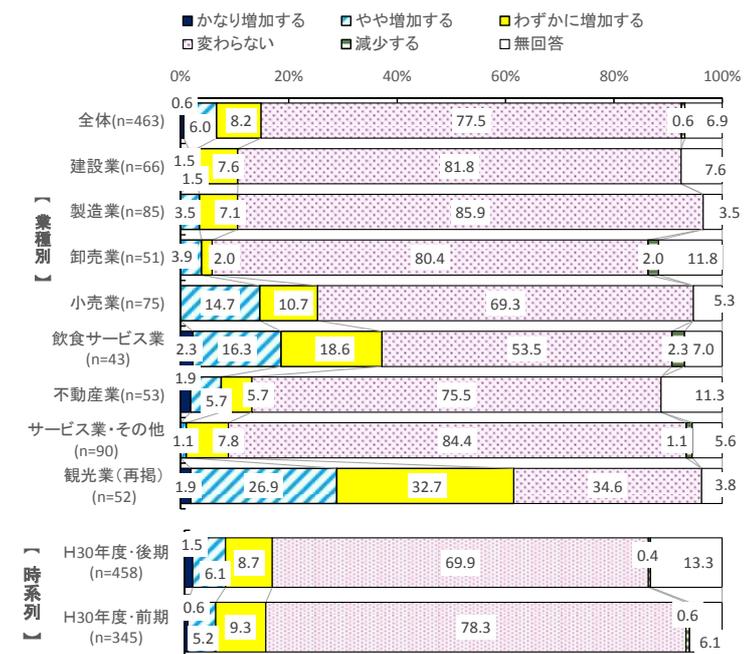
図表13 過去1年間の観光関連売上の割合  
【建設業・製造業・商業・サービス業調査】



##### 【農家・農業経営体調査】



図表14 観光活性化による売上への影響  
【建設業・製造業・商業・サービス業調査】



### ③ 観光を意識した取り組み・サービス

#### 【農家・農業経営体調査】

農業での観光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」が76.6%を占めた。そうした中で、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」(6.3%)が最も多く、「農産物の加工・調理品販売」(2.7%)が続く。

平成30年度と比べると、62.0%であった「特に行っていない」が14.6ポイント高い以外は、ほとんどの項目で低くなっている(図表15)。

図表15 観光を意識した取り組み・サービス(複数回答)  
【農家・農業経営体調査】

|                      | R1年度<br>(n=111) | H30年度<br>(n=108) |
|----------------------|-----------------|------------------|
| 直売所等農産物販売施設の開設       | 6.3             | 13.0             |
| 農産物の加工・調理品販売         | 2.7             | 3.7              |
| 市内観光施設(事業者)との連携      | 1.8             | 3.7              |
| ホームページ・SNS等を活用した情報発信 | 1.8             | 5.6              |
| 食事施設・飲食スペースの開設       | 0.9             | 2.8              |
| 体験農園や観光農園等の整備        | 0.9             | 5.6              |
| 農家民宿等宿泊施設の開設         | 0.9             | 0.0              |
| 近隣農業者(地域)と連携した誘客活動   | 0.9             | 1.9              |
| 植付・収穫体験などのできる市民農園事業  | 0.0             | 2.8              |
| 代理店等観光サービス向けの情報発信    | 0.0             | 1.9              |
| その他                  | 0.0             | 1.9              |
| 特に行っていない             | 76.6            | 62.0             |
| 無回答                  | 12.6            | 16.7             |

### ④ 今後の観光関連売上に対する考え

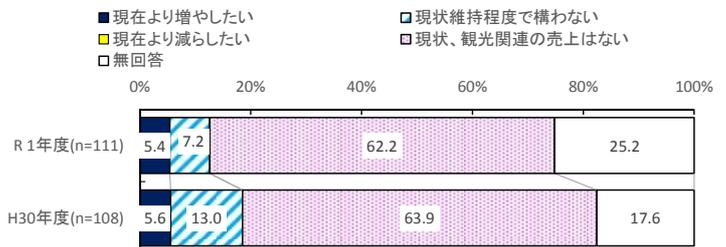
#### 【農家・農業経営体調査】

今後の観光関連売上に対して、「現在よりも増やしたい」は5.4%、「現状維持程度で構わない」は7.2%であった。

また、「現在よりも増やしたい」は、平成30年度(5.6%)とほぼ同割合、また、「現状維持程度で構わない」は、平成30年度(13.0%)から5.8ポイント低い。

なお、「現状、観光関連の売上はない」は62.2%で、平成30年度(63.9%)よりも1.7ポイント低い(図表16)。

図表16 今後の観光関連売上に対する考え  
【農家・農業経営体調査】



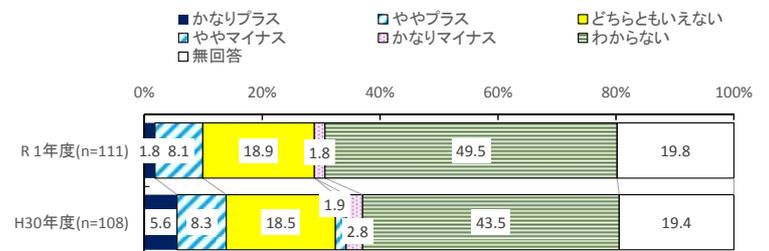
### ⑤ 観光客増加によるプラス・マイナスの影響

#### 【農家・農業経営体調査】

観光客の増加が農業の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9.9%と、「マイナス(「かなりマイナス」「ややマイナス」の合計)」の1.8%を8.1ポイント上回る。ただし、「わからない」(49.5%)がほぼ半数を占め、「どちらともいえない」(19.8%)もほぼ2割で、ともに“プラス”“マイナス”を大きく上回っている。

また、平成30年度比で、“プラス”は13.9%から4.0ポイント低く、“マイナス”は4.7%から2.9ポイント低い(図表17)。

図表17 観光客増加によるプラス・マイナスの影響  
【農家・農業経営体調査】



## ⑥ 観光客増加による影響や効果

### 【農家・農業経営体調査】

観光客増加による具体的な影響や効果を見ると、「所沢ブランドのPRにつながる」と「交通渋滞や路上駐車などが迷惑」がともに 21.6%で最も多い。

次いで、「騒音やごみなどマナーを守らない」(18.9%)、「市内経済の活性化を期待できる」(17.1%)、「販路の拡大につながる」「出荷先(直売所等)の集客が増える」(各 14.4%)の順で続く。

「所沢ブランドのPRにつながる」は、平成 30 年度は 21.3%でほぼ同割合であり、順位も最も上位であった。また、同 17.6%だった「交通渋滞や路上駐車などが迷惑」は 4.0 ポイント高い。他方で、同 17.6%の「売上の上昇が見込まれる」は 6.8 ポイント、同 11.1%の「観光客との交流ができる」は 7.5 ポイントそれぞれ低くなっている(図表 18)。

図表 18 観光客増加による影響や効果(複数回答)

### 【農家・農業経営体調査】

(%)

|                  | R1年度<br>(n=111) | H30年度<br>(n=108) |
|------------------|-----------------|------------------|
| 所沢ブランドのPRにつながる   | 21.6            | 21.3             |
| 交通渋滞や路上駐車などが迷惑   | 21.6            | 17.6             |
| 騒音やごみなどマナーを守らない  | 18.9            | 20.4             |
| 市内経済の活性化を期待できる   | 17.1            | 14.8             |
| 販路の拡大につながる       | 14.4            | 17.6             |
| 出荷先(直売所等)の集客が増える | 14.4            | 18.5             |
| 所沢市内の賑わいにつながる    | 12.6            | 14.8             |
| 治安の悪化が懸念される      | 12.6            | 12.0             |
| 農業環境が荒らされるかもしれない | 12.6            | 14.8             |
| 売上の上昇が見込まれる      | 10.8            | 17.6             |
| 観光客との交流ができる      | 3.6             | 11.1             |
| 貴重な自然景観の保存が心配    | 2.7             | 5.6              |
| その他              | 1.8             | 1.9              |
| 観光客による影響はないと思う   | 14.4            | 16.7             |
| 無回答              | 25.2            | 28.7             |

#### (4) 経営上の課題について

##### 【建設業・製造業・商業・サービス業調査】

自社の経営上の課題は、「人材の不足・求人難」が31.1%で最も多く、次いで「従業員の高齢化」(25.5%)、「人件費の増加」(22.2%)の上位3つまでは人材関係の課題である。以下、「売上・受注不振」(21.4%)も2割を上回り、「設備・店舗等の老朽化」(19.2%)、「顧客の高齢化」(17.1%)、「原材料・仕入製(商)品価格の上昇」(16.2%)の順に続く。

時系列でみると、「人材の不足・求人難」と「従業員の高齢化」は平成30年度・前期から3調査連続で上位2位までを占有する。また、「人件費の増加」を課題にあげる割合が徐々に高まっている(図表19)。

業種別の上位をみると、建設業、サービス業・その他、観光業はいずれも「人材の不足・求人難」が4割超と最も多い。製造業と卸売業は「売上・受注不振」が1位である。小売業と飲食サービス業は、「人件費の増加」がトップ、不動産業は「設備・店舗等の老朽化」が最も多い(図表20)。

図表19 経営上の課題(3つまで回答)

##### 【建設業・製造業・商業・サービス業調査】

|                  | R1年・後期<br>(n=463) | R1年・前期<br>(n=519) | H30年・前期<br>(n=345) |
|------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| 人材の不足・求人難        | 31.1              | 27.2              | 29.0               |
| 従業員の高齢化          | 25.5              | 26.2              | 25.2               |
| 人件費の増加           | 22.2              | 16.2              | 13.3               |
| 売上・受注不振          | 21.4              | 23.5              | 21.7               |
| 設備・店舗等の老朽化       | 19.2              | 18.5              | 18.0               |
| 顧客の高齢化           | 17.1              | 17.1              | 17.7               |
| 原材料・仕入製(商)品価格の上昇 | 16.2              | 18.3              | 21.4               |
| 人材育成難            | 14.7              | 11.6              | 13.6               |
| 諸経費の増加           | 13.6              | 14.6              | 13.9               |
| 後継者問題            | 13.4              | 14.1              | 16.5               |
| 競争の激化            | 13.0              | 17.3              | 20.3               |
| 資金繰り難・資金不足       | 11.9              | 7.7               | 6.7                |
| 販売能力の不足          | 8.6               | 9.2               | 10.4               |
| 台風・震災等自然災害への対応   | 5.8               | *                 | *                  |
| 顧客(ユーザー)ニーズの把握   | 5.6               | 4.0               | 6.1                |
| 技術力の不足           | 3.7               | 2.9               | 3.5                |
| 新商品・新製品の開発難      | 2.8               | 4.0               | 4.6                |
| 米中貿易摩擦による影響      | 2.8               | 2.7               | *                  |
| 生産能力の不足          | 1.9               | 2.3               | 4.1                |
| 為替の変動            | 0.9               | 0.8               | 1.2                |
| その他              | 1.7               | 2.7               | 5.5                |
| 無回答              | 5.0               | 5.0               | 3.8                |

図表20 経営上の課題(複数回答・上位3項目)【建設業・製造業・商業・サービス業調査 業種別】

| 【建設業】            | (n=66) | (%)  | 【不動産業】           | (n=53) | (%)  |
|------------------|--------|------|------------------|--------|------|
| 人材の不足・求人難        |        | 48.5 | 設備・店舗等の老朽化       |        | 41.5 |
| 従業員の高齢化          |        | 37.9 | 諸経費の増加           |        | 32.1 |
| 売上・受注不振          |        | 22.7 | 台風・震災等自然災害への対応   |        | 17.0 |
| 【製造業】            | (n=85) | (%)  | 【サービス業・その他】      | (n=90) | (%)  |
| 売上・受注不振          |        | 31.8 | 人材の不足・求人難        |        | 44.4 |
| 従業員の高齢化          |        | 30.6 | 従業員の高齢化          |        | 30.0 |
| 設備・店舗等の老朽化       |        | 25.9 | 人件費の増加           |        | 25.6 |
| 【卸売業】            | (n=51) | (%)  | 【観光業(再掲)】        | (n=52) | (%)  |
| 売上・受注不振          |        | 37.3 | 人材の不足・求人難        |        | 48.1 |
| 人材の不足・求人難        |        | 27.5 | 人件費の増加           |        | 46.2 |
| 競争の激化            |        | 21.6 | 原材料・仕入製(商)品価格の上昇 |        | 30.8 |
| 【小売業】            | (n=75) | (%)  |                  |        |      |
| 人件費の増加           |        | 34.7 |                  |        |      |
| 人材の不足・求人難        |        | 34.7 |                  |        |      |
| 顧客の高齢化           |        | 26.7 |                  |        |      |
| 【飲食サービス業】        | (n=43) | (%)  |                  |        |      |
| 人件費の増加           |        | 41.9 |                  |        |      |
| 原材料・仕入製(商)品価格の上昇 |        | 41.9 |                  |        |      |
| 設備・店舗等の老朽化       |        | 34.9 |                  |        |      |

(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)。

## 【農家・農業経営体調査】

農家の経営上の課題は、「資材や燃料等生産コストの上昇」が47.7%で最も多い。次いで、「台風、震災等自然災害への対応」(41.4%)、「病虫害や鳥獣害などの被害」(35.1%)、「相続税や固定資産税の負担」(33.3%)、「農作物の出荷(販売)価格の低下」(32.4%)までが3割を上回っている。また、「後継者がいない・育っていない」(29.7%)、「農業設備・機材等の老朽化」(28.8%)も3割近くが課題としている。

時系列では、平成30年度は38.9%で最高だった「資材や燃料等生産コストの上昇」が8.8ポイント高く、同30.6%の「病虫害や鳥獣害などの被害」も4.5ポイント高い。一方、同38.9%の「農作物の出荷(販売)価格の低下」は6.5ポイント、同38.0%の「相続税や固定資産税の負担」は4.7ポイント、それぞれ低い(図表21)。

(注)「台風、震災等自然災害への対応」はR1年度調査で初めて尋ねている。

図表21 経営上の課題(複数回答)  
【農家・農業経営体調査】

|                   | (%)             |                  |
|-------------------|-----------------|------------------|
|                   | R1年度<br>(n=111) | H30年度<br>(n=108) |
| 資材や燃料等生産コストの上昇    | 47.7            | 38.9             |
| 台風、震災等自然災害への対応(*) | 41.4            | *                |
| 病虫害や鳥獣害などの被害      | 35.1            | 30.6             |
| 相続税や固定資産税の負担      | 33.3            | 38.0             |
| 農作物の出荷(販売)価格の低下   | 32.4            | 38.9             |
| 後継者がいない・育っていない    | 29.7            | 27.8             |
| 農業設備・機材等の老朽化      | 28.8            | 30.6             |
| 生産量の減少            | 24.3            | 24.1             |
| 農地の宅地化など周辺環境の変化   | 14.4            | 16.7             |
| 遊休農地・耕作放棄地の取扱い    | 11.7            | 10.2             |
| 販売先の確保や拡充         | 10.8            | 8.3              |
| 従業員の確保・育成(人手不足)   | 8.1             | 13.0             |
| 消費者ニーズの把握・変化への対応  | 7.2             | 7.4              |
| 競争の激化             | 6.3             | 4.6              |
| 資金調達や資金繰り         | 5.4             | 7.4              |
| IT・情報化への対応        | 3.6             | 4.6              |
| 周辺住民との関係の悪化       | 2.7             | 5.6              |
| その他               | 2.7             | 2.8              |
| 特に課題はない           | 3.6             | 5.6              |
| 無回答               | 7.2             | 4.6              |

## (5) 企業間連携の取り組み

### 【建設業・製造業・商業・サービス業調査】

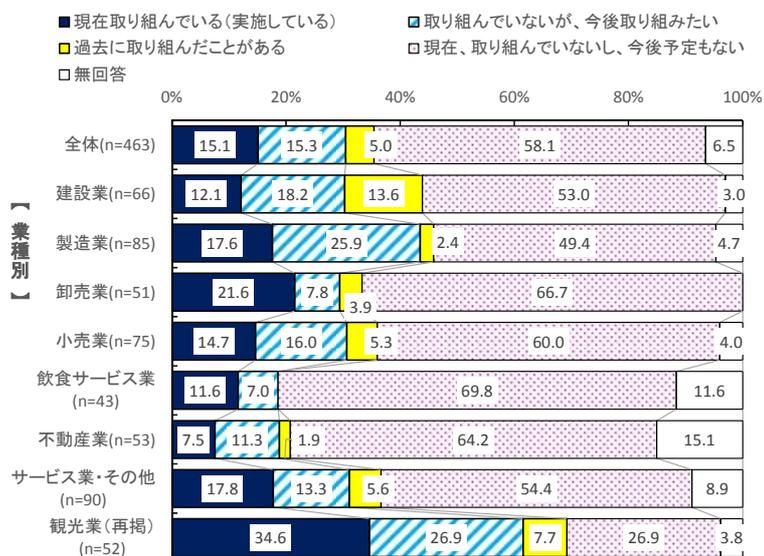
#### ① 取り組み状況

同業・異業種の複数事業者で共同活動を行う企業間連携を、「現在取り組んでいる(実施している)」のは15.1%、また、「取り組んでいないが、今後取り組みたい」は15.3%であった。これに対して、「現在、取り組んでいないし、今後予定もない」(58.1%)が6割近くを占めている。

業種別にみると、「現在取り組んでいる」は、観光業(34.6%)、卸売業(21.6%)が多い。これに対して、飲食サービス業のほぼ7割は「現在、取り組んでいないし、今後予定もない」(69.8%)としている(図表22)。

また、現在取り組みのある、または今後取り組み意向を持つ事業者に対して、連携先の業種について尋ねたところ、ほとんどの業種が同業種との連携をあげる割合が高い。

図表22 企業間連携の取り組み状況  
【建設業・製造業・商業・サービス業調査】



(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 企業間連携の内容

現在取り組みのある、または今後取り組み意向を持つ事業者の連携内容で、最も多いのは「勉強会・研究会」の30.5%、僅差で「従業員の研修・育成」(28.4%)が続き、以下、「共同受注」と「交流会・ネットワーキング」(各22.0%)、「共同販売」(20.6%)の順である(図表23)。

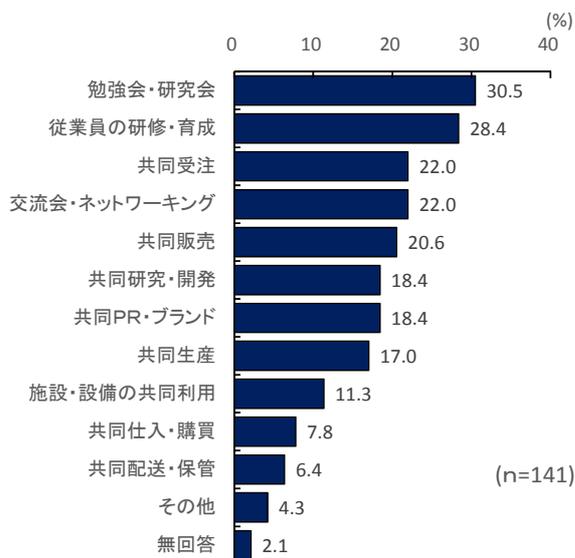
## ③ 強化したい点、期待する効果

連携を通じて強化したい点や期待する効果としては、「受注増加」が51.1%とほぼ半数を占めて最も多い。次いで、「販路開拓」と「知識・知見等の情報共有」がともに39.7%で続き、さらに「技術・開発力の向上」の24.1%の順である(図表24)。

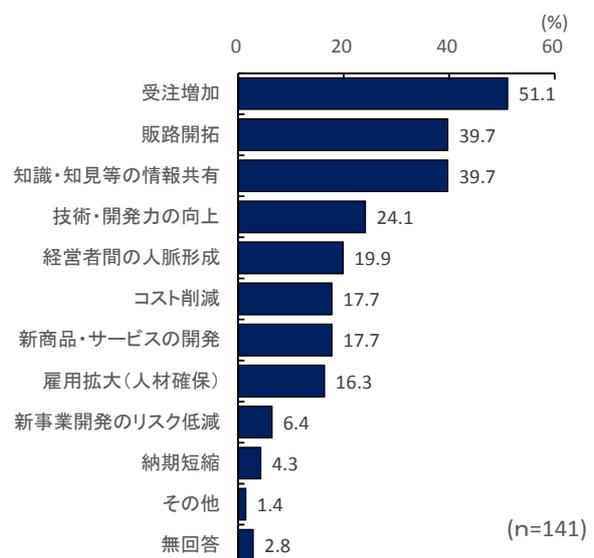
## ④ 行政等に期待する環境整備

行政等への期待としては、「補助や助成制度に対する情報提供」が31.9%で最も多く、僅差で「交流会や商談会など情報交換の場」(29.8%)が続く。以下は、「専門家等によるセミナー・勉強会の開催」(22.0%)、「成功事例など情報発信・PR」(20.6%)の順である。なお、「関心はない・わからない」も20.6%みられる(図表25)。

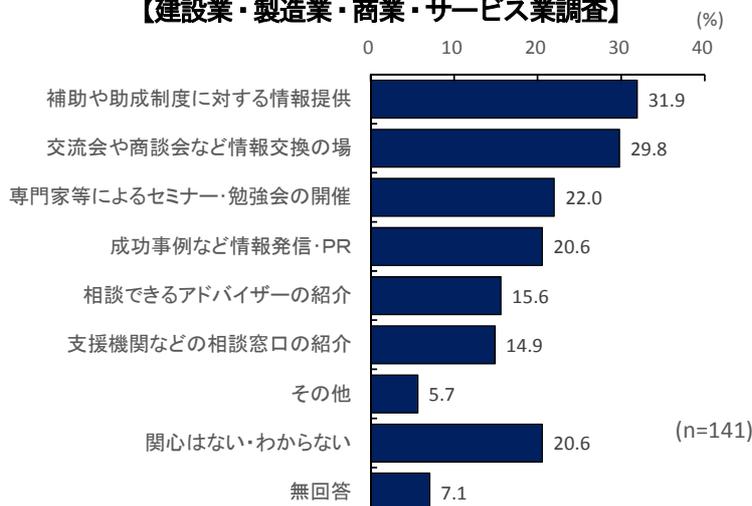
図表23 企業間連携の内容(複数回答)  
【建設業・製造業・商業・サービス業調査】



図表24 強化したい点、期待する効果(複数回答)  
【建設業・製造業・商業・サービス業調査】



図表25 行政等に期待する環境整備(複数回答)  
【建設業・製造業・商業・サービス業調査】



## (6) 現在及び将来の営農活動

### 【農家・農業経営体調査】

#### ① 現在及び将来の耕作農地

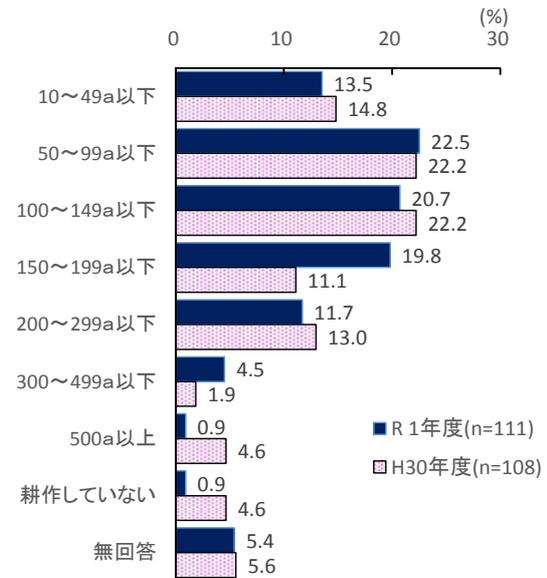
現在の耕作農地は、「50～99 a 以下」が 22.5%で最も多く、僅差で「100～149 a 以下」20.7%、「150～199 a 以下」19.8%の順に続く。参考までに、各選択肢の中央値を与えて平均を算出したところ、回答農家の平均耕作面積は 143.3 a である。

平成 30 年度の耕作面積の平均は 151.3 a で 8.0 a 狭くなっているが、分布は「150～199 a 以下」を除いてほぼ同じ形状である（図表 26）。

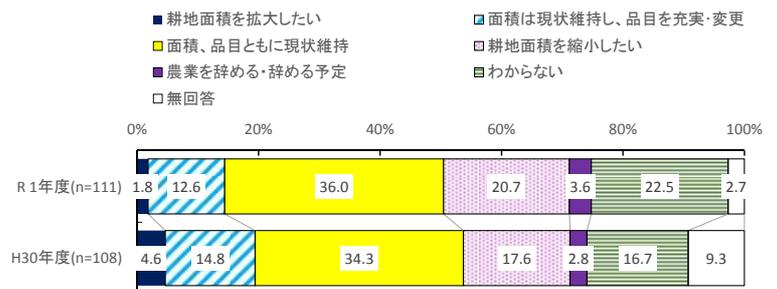
将来については、「面積・品目ともに現状維持」（36.0%）が最も多く、「面積は現状維持し、品目を充実・変更」（12.6%）と合計した農地の“現状維持”が 48.6%と半数近い。また、「耕地面積を拡大したい」は 1.8%と僅かで、反対に、「耕地面積を縮小したい」は 20.7%でほぼ 2 割を占める。

平成 30 年度に 34.3%の“現状維持”は 1.7 ポイント増加、同 4.6%の「耕地面積を拡大したい」は 2.8 ポイント減少、同 17.6%の「耕地面積を縮小したい」は 3.1 ポイント増加している。また、同 16.7%の「わからない」は 5.8 ポイント高く、22.5%と 2 割を上回っている（図表 27）。

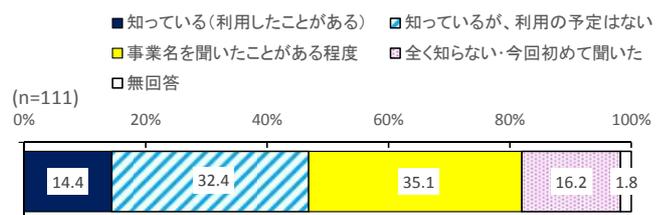
図表 26 現在の耕作農地【農家・農業経営体調査】



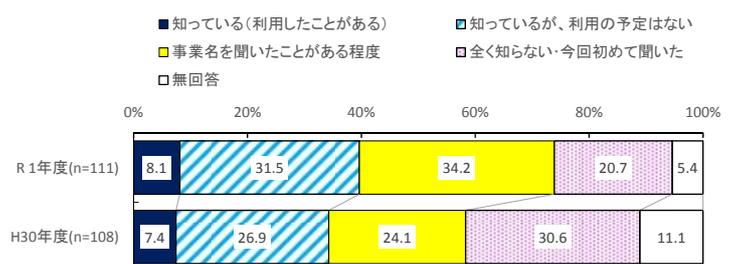
図表 27 将来の耕作農地【農家・農業経営体調査】



図表 28 農地の利用権設定事業の認知【農家・農業経営体調査】



図表 29 農地サポート事業の認知【農家・農業経営体調査】



#### ② 農地の利用権設定事業と農地サポート事業

農地の利用権設定事業について、「知っている(利用したことがある)」（14.4%）、「知っているが、利用の予定はない」（32.4%）を合計した 46.8%が事業に関して認識している。

他方で、「全く知らない・今回初めて聞いた」は 16.2%みられた（図表 28）。

次に、耕作していない農地を有効活用する『農地サポート事業』について、「知っている(利用したことがある)」（8.1%）、「知っているが、利用の予定はない」（31.5%）を合計した 39.6%が認知している。

これに対して、「全く知らない・今回初めて聞いた」（20.7%）はほぼ 2 割みられる。

『農地サポート事業』を認知している人は、平成 30 年度(34.3%)から 5.3 ポイント高く、反対に、「全く知らない・今回初めて聞いた」人は平成 30 年度(30.6%)から 9.9 ポイント低い（図表 29）。

#### ④ 農産物の新たな出荷先・販売先

市内で新たに出荷や販売を検討したい店舗や施設を尋ねたところ、「特に検討はしていない」(67.6%)で、回答農家のおよそ3分の2を占める。

具体的に検討される店舗・施設の上位には、「農産物直売所」(11.7%)が最も多く、以下、「小売店・スーパーの地場産コーナー」(5.4%)、「軒先や庭先の直売施設の開設」(4.5%)が続く。

また、「農産物直売所」は、平成30年度の8.3%から3.4ポイント高い。一方、「学校給食向け」(2.7%)は同8.3%から5.6ポイント低い。さらに、「特に検討はしていない」は同54.6%から13.0ポイント高い(図表30)。

(注) R1年度は、平成30年度の「軒先直売施設の開設」を修正している。

図表30 農産物の新たな出荷先・販売先(複数回答)  
【農家・農業経営体調査】

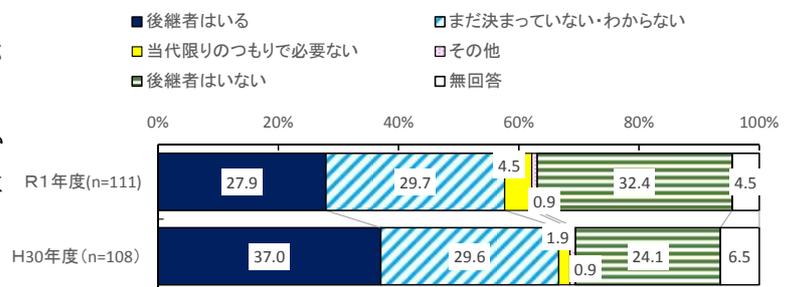
|                    | R1年度<br>(n=111) | H30年度<br>(n=108) |
|--------------------|-----------------|------------------|
| 市内の農産物直売所          | 11.7            | 8.3              |
| 市内小売店・スーパーの地場産コーナー | 5.4             | 4.6              |
| 軒先や庭先の直売施設の開設(*)   | 4.5             | 5.6              |
| 市内の学校給食向け          | 2.7             | 8.3              |
| 「とことこ市」などイベントでの直売  | 1.8             | 1.9              |
| 市内の外出産業(飲食店等)      | 1.8             | 4.6              |
| 市内の食品製造業者          | 0.9             | 4.6              |
| 市内の観光施設            | 0.9             | 4.6              |
| 市内の宿泊施設            | 0.0             | 0.9              |
| 市内の病院・介護施設向け       | 0.0             | 8.3              |
| その他                | 2.7             | 0.0              |
| 特に検討はしていない         | 67.6            | 54.6             |
| 無回答                | 12.6            | 23.1             |

#### ⑤ 農業後継者の有無

「農業後継者がいる」のは27.9%であった。その一方で、32.4%は「後継者はいない」としている。さらに、「まだ決まっていない・わからない」が29.7%とほぼ3割を占める。

「農業後継者がいる」は、平成30年度の37.0%から9.1ポイント低くなっており、反対に「後継者はいない」は、同24.1%から8.3ポイント高くなっている(図表31)。

図表31 農業後継者の有無【農家・農業経営体調査】



#### (7) 6次産業化と認定農業者制度等

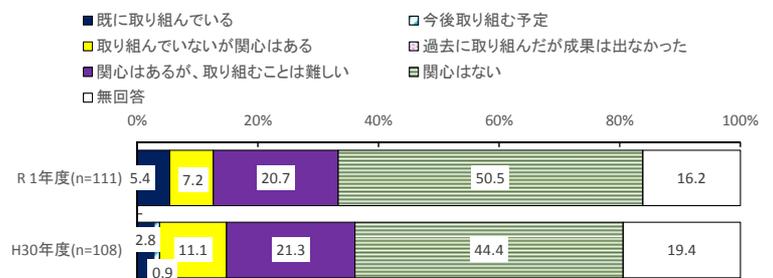
##### 【農家・農業経営体調査】

#### ① 6次産業化の取り組みと重要な要素

6次産業化に「既に取り組んでいる」のは5.4%で、「今後取り組む予定」への回答はなかった。また、「取り組んでいないが関心はある」は7.2%である。これに対して、「関心はない」(50.5%)が5割と最も多く、「関心はあるが、取り組むことは難しい」(20.7%)も2割余りと多い。

「既に取り組んでいる」は平成30年度の2.8%から2.6ポイント高くなっているが、反対に、「関心はない」も同44.4%から6.1ポイント高くなっている(図表32)。

図表32 6次産業化の取り組みへの関心  
【農家・農業経営体調査】



また、6次産業化の取り組みで重要な要素について、「わからない」が31.5%、「無回答」が21.6%で、両者の合計で53.1%を占め、半数を越える。

具体的な要素の上位には、「事業に必要な人材の確保」(17.1%)と「商品の差別化・ブランド化」(16.2%)がやや多く、次いで「原材料・製品の品質の高さ」(12.6%)と続く。以下は、僅差で「達成可能な事業計画の策定」(11.7%)、「事業開始・継続のための円滑な資金調達」「販路拡大のための営業活動」(各10.8%)までは1割を超える。

平成30年度と比べると、上位では「販路拡大のための営業活動」を除いて高くなっている。その一方で、「マーケティングに基づいた商品開発」(9.9%)は平成30年度の13.9%から4.0ポイント、「クレーム対応・情報開示等の顧客対応」(4.5%)は同11.1%から6.6ポイント低い(図表33)。

図表33 6次産業化で重要な要素(複数回答)  
【農家・農業経営体調査】

|                    | R1年度<br>(n=111) | H30年度<br>(n=108) |
|--------------------|-----------------|------------------|
| 事業に必要な人材の確保        | 17.1            | 14.8             |
| 商品の差別化・ブランド化       | 16.2            | 10.2             |
| 原材料・製品の品質の高さ       | 12.6            | 10.2             |
| 達成可能な事業計画の策定       | 11.7            | 10.2             |
| 事業開始・継続のための円滑な資金調達 | 10.8            | 7.4              |
| 販路拡大のための営業活動       | 10.8            | 12.0             |
| マーケティングに基づいた商品開発   | 9.9             | 13.9             |
| 効果的な広報活動           | 8.1             | 6.5              |
| 地域との良好な関係          | 7.2             | 9.3              |
| ジャンルにこだわらない幅広い情報収集 | 5.4             | 4.6              |
| クレーム対応・情報開示等の顧客対応  | 4.5             | 11.1             |
| 新商品・イベント等新しい企画の展開  | 3.6             | 5.6              |
| その他                | 0.9             | 2.8              |
| わからない              | 31.5            | 34.3             |
| 無回答                | 21.6            | 24.1             |

## ② 認定農業者について

認定農業者について、既に認定を「受けている」(23.4%)、「認定を受けたが、更新していない」(4.5%)を合計した27.9%が認定の実績がある。さらに「受けていないが、関心はある」(9.9%)は認定農業者の潜在ニーズを持っている。

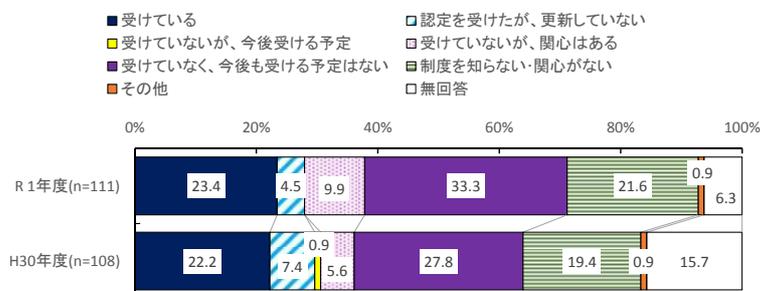
他方で、「受けていないが、今後も受ける予定はない」(33.3%)、「制度を知らない・関心がない」(21.6%)を合計した54.9%は無関心層で、半数を上回る。

認定実績は、平成30年度(29.6%)と比べて1.7ポイント低くなっているが、潜在ニーズは同6.5%から3.4ポイント高い。その一方、残る無関心層は、同47.2%から7.7ポイント高い(図表34)。

制度に対しては、「わからない」が36.9%で最も多い。そうした中で、「制度内容を知らない」と「認定農業者への支援の充実が必要」がともに17.1%で多く、以下、「認定にメリットを感じない」「手続が複雑で簡素化が必要」(各13.5%)の順である。

平成30年度と比べると、「わからない」が31.5%から5.4ポイント高く、「制度内容を知らない」も14.8%から2.3ポイント高い(図表35)。

図表34 認定農業者制度の認知【農家・農業経営体調査】



図表35 認定農業者制度に対する考え(複数回答)  
【農家・農業経営体調査】

|                  | R1年度<br>(n=111) | H30年度<br>(n=108) |
|------------------|-----------------|------------------|
| 制度内容を知らない        | 17.1            | 14.8             |
| 認定農業者への支援の充実が必要  | 17.1            | 20.4             |
| 認定にメリットを感じない     | 13.5            | 12.0             |
| 手続が複雑で簡素化が必要     | 13.5            | 11.1             |
| 制度普及に向けた広報・啓発が必要 | 7.2             | 10.2             |
| 認定要件が厳しい         | 3.6             | 2.8              |
| その他              | 0.9             | 1.9              |
| わからない            | 36.9            | 31.5             |
| 無回答              | 6.3             | 13.9             |

### ③ 法人化に対する考え

法人化に対しては、「わからない」(41.4%)が4割余りで最も多い。これに「法人化を目指したいとは思わない」(35.1%)が続き、消極的な様子が見える。「既に法人として事業(活動)をしている」への回答はなく、「法人化を目指している」も1.8%と僅かであった。また、興味はあるが、「あまりメリットを感じない」(8.1%)、「設立要件が厳しい」(4.5%)、「設立までの手続きが面倒」(3.6%)の順で、法人化に向けた障害となっている。

平成30年度も、「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」がともに0.9%で、消極的な結果だったが、今回調査は「わからない」が同30.6%から10.8ポイント高くなっている(図表36)。

図表36 法人化に対する考え(複数回答)  
【農家・農業経営体調査】

|                     | (%)             |                  |
|---------------------|-----------------|------------------|
|                     | R1年度<br>(n=111) | H30年度<br>(n=108) |
| 既に法人として事業(活動)をしている  | 0.0             | 0.9              |
| 法人化を目指している          | 1.8             | 0.9              |
| 興味はあるが、設立要件が厳しい     | 4.5             | 3.7              |
| 興味はあるが、設立までの手続きが面倒  | 3.6             | 5.6              |
| 興味はあるが、あまりメリットを感じない | 8.1             | 12.0             |
| 法人化を目指したいとは思わない     | 35.1            | 36.1             |
| その他                 | 0.0             | 0.9              |
| わからない               | 41.4            | 30.6             |
| 無回答                 | 9.0             | 14.8             |

### (8) 充実して欲しい産業振興支援策

#### 【建設業・製造業・商業・サービス業調査】

所沢市の産業振興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」の21.0%である。以下、「人材の確保・育成に関する支援」(17.3%)、「空き店舗、空家等の活用支援」(13.8%)、「用途地域の見直しなど土地利用調整」(10.8%)、「設備投資に関する支援」(10.6%)までが1割を上回っている。

時系列で見ると、トップの「補助金・融資等の制度の拡充」は調査を開始した平成30年度・前期から4調査連続で最も多い。また、「販路開拓に関する支援」「異業種間の交流や連携の機会の整備」は4調査の中で最も高く、「人材の確保・育成に関する支援」「用途地域の見直しなど土地利用調整」「設備投資に関する支援」は最も低い。

なお、今回調査で選択肢に加えた「事業所の拡張・移転に関する支援」は6.5%、「インバウンド対応に関する支援」は2.8%であった(図表37)。

業種別に上位をみると、「人材の確保・育成に関する支援」は建設業で最も多い。また、「補助金・融資等の制度の拡充」は、製造業、サービス業・その他、観光業で1位、「販路開拓に関する支援」は卸売業、「商店街活性化に関する支援」は小売業と飲食サービス業、「空き店舗、空家等の活用支援」は不動産業でそれぞれ最高である(図表38)。

図表37 充実して欲しい産業振興支援策(複数回答)

#### 【建設業・製造業・商業・サービス業調査】

|                          | (%)              |                  |                   |                   |
|--------------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|
|                          | R1年後期<br>(n=463) | R1年前期<br>(n=519) | H30年後期<br>(n=458) | H30年前期<br>(n=345) |
| 補助金・融資等の制度の拡充            | 21.0             | 22.4             | 24.0              | 22.9              |
| 人材の確保・育成に関する支援           | 17.3             | 20.2             | 19.4              | 19.1              |
| 空き店舗、空家等の活用支援            | 13.8             | 8.9              | 13.1              | 15.7              |
| 用途地域の見直しなど土地利用調整         | 10.8             | 13.1             | 16.8              | 15.9              |
| 設備投資に関する支援               | 10.6             | 11.4             | 12.7              | 13.6              |
| 販路開拓に関する支援               | 9.7              | 8.7              | 7.9               | 7.8               |
| 商店街活性化に関する支援             | 9.5              | 7.3              | 9.8               | 13.3              |
| 異業種間の交流や連携の機会の整備         | 8.2              | 5.4              | 5.9               | 5.2               |
| 交通基盤や物流基盤の整備             | 8.2              | 8.1              | 11.6              | 13.6              |
| 法律や税務などの専門的相談            | 7.6              | 9.8              | 7.6               | 7.8               |
| 所沢ブランドなどオリジナル商品開発への支援    | 7.6              | 6.0              | 6.8               | 8.7               |
| IT活用に関する支援               | 6.5              | 4.4              | 3.9               | 3.5               |
| 事業所の拡張・移転に関する支援          | 6.5              | *                | *                 | *                 |
| 同業種企業との交流や連携の機会の整備       | 6.3              | 4.4              | 3.5               | 5.5               |
| 展示会や販売会等の製品・サービスのPRの場の整備 | 5.6              | 3.5              | 4.4               | 4.1               |
| 経営に関する相談                 | 5.0              | 6.2              | 5.0               | 5.8               |
| 大学や研究機関へのつなぎ役・仲介         | 3.7              | 2.1              | 2.2               | 3.2               |
| 新規創業、起業への支援              | 3.2              | 3.3              | 3.7               | 2.6               |
| インバウンド対応に関する支援           | 2.8              | *                | *                 | *                 |
| 研究開発に関する支援               | 2.6              | 1.3              | 2.2               | 2.0               |
| 海外進出に関する支援               | 2.6              | 1.9              | 1.5               | 2.6               |
| 知的財産権の取得・活用への支援          | 0.9              | 0.8              | 1.3               | 1.4               |
| その他                      | 1.1              | 2.3              | 0.9               | 2.0               |
| 特になし                     | 25.3             | 27.9             | 26.9              | 21.2              |
| 無回答                      | 11.9             | 6.2              | 7.6               | 11.0              |

(注)「事業所の拡張・移転に関する支援」「インバウンド対応に関する支援」はR1年・後期調査で初めて尋ねている。

図表 38 充実して欲しい産業振興支援策（複数回答・上位3項目）  
【建設業・製造業・商業・サービス業調査 業種別】

| 【建設業】 (n=66) (%)   |      | 【飲食サービス業】 (n=43) (%)   |      |
|--------------------|------|------------------------|------|
| 人材の確保・育成に関する支援     | 36.4 | 商店街活性化に関する支援           | 23.3 |
| 補助金・融資等の制度の拡充      | 24.2 | 人材の確保・育成に関する支援         | 18.6 |
| 用途地域の見直しなど土地利用調整   | 18.2 | 補助金・融資等の制度の拡充          | 14.0 |
| 【製造業】 (n=85) (%)   |      | 【不動産業】 (n=53) (%)      |      |
| 補助金・融資等の制度の拡充      | 34.1 | 空き店舗、空家等の活用支援          | 14.0 |
| 設備投資に関する支援         | 28.2 | 空き店舗、空家等の活用支援          | 26.4 |
| 同業種企業との交流や連携の機会の整備 | 17.6 | 用途地域の見直しなど土地利用調整       | 18.9 |
| 【卸売業】 (n=51) (%)   |      | 【サービス業・その他】 (n=90) (%) |      |
| 販路開拓に関する支援         | 15.7 | 補助金・融資等の制度の拡充          | 21.1 |
| 補助金・融資等の制度の拡充      | 11.8 | 人材の確保・育成に関する支援         | 18.9 |
| 法律や税務などの専門的相談      | 11.8 | 空き店舗、空家等の活用支援          | 17.8 |
| 【小売業】 (n=75) (%)   |      | 【観光業(再掲)】 (n=52) (%)   |      |
| 商店街活性化に関する支援       | 20.0 | 補助金・融資等の制度の拡充          | 28.8 |
| 補助金・融資等の制度の拡充      | 18.7 | 人材の確保・育成に関する支援         | 25.0 |
| 販路開拓に関する支援         | 16.0 | 空き店舗、空家等の活用支援          | 19.2 |
|                    |      | 設備投資に関する支援             | 19.2 |
|                    |      | 異業種間の交流や連携の機会の整備       | 19.2 |
|                    |      | 所沢ブランドなどオリジナル商品開発への支援  | 19.2 |

(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)。

【農家・農業経営体調査】

今後取り組んで欲しい農業振興支援施策の上位は、「担い手や後継者の確保に係る支援」が28.8%で最も多い。以下は、「農業の必要性・重要性に対する市民の理解の醸成」(21.6%)が続き、僅差で「ほ場や農道、用排水など農業基盤整備の充実」(20.7%)、さらに、「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」「地元JAとの連携」(各18.9%)、「耕作条件の良好な農地の集約整備」(16.2%)、「農業経営資金などの公的融資や公的保障の充実」(15.3%)の順である。

「担い手や後継者の確保に係る支援」は平成30年度(25.9%)と同じく最高となったが、同率だった「ほ場や農道、用排水など農業基盤整備の充実」と「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」は低くなっている。また、「環境に配慮した農業の推進」も平成30年度の18.5%から6.8ポイント低い。他方で、「農業の必要性・重要性に対する市民の理解の醸成」は同18.5%から3.1ポイント、「耕作条件の良好な農地の集約整備」は同12.0%から4.2ポイント高い(図表39)。

図表 39 充実して欲しい農業振興支援策(複数回答)  
【農家・農業経営体調査】

|                                      | R1年後期 (n=111) | H30年後期 (n=108) |
|--------------------------------------|---------------|----------------|
| 担い手や後継者の確保に係る支援                      | 28.8          | 25.9           |
| 農業の必要性・重要性に対する市民の理解の醸成               | 21.6          | 18.5           |
| ほ場や農道、用排水など農業基盤整備の充実                 | 20.7          | 25.9           |
| 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(地産地消の促進) | 18.9          | 22.2           |
| 地元JAとの連携                             | 18.9          | 19.4           |
| 耕作条件の良好な農地の集約整備                      | 16.2          | 12.0           |
| 農業経営資金などの公的融資や公的保障の充実                | 15.3          | 15.7           |
| 緑や水など自然環境の維持                         | 14.4          | 14.8           |
| 所沢ブランドなどオリジナルな特産品開発への支援              | 12.6          | 14.8           |
| 環境に配慮した農業の推進                         | 11.7          | 18.5           |
| 農地の安全                                | 10.8          | 12.0           |
| 経営に関する相談窓口                           | 9.0           | 11.1           |
| 市民農園など市民が農業と触れ合える場の整備                | 9.0           | 9.3            |
| 学校などにおける農業体験の推進                      | 8.1           | 10.2           |
| 農商工連携など異業種間の企業の交流・連携機会の場の整備          | 5.4           | 5.6            |
| IT活用に関する支援                           | 3.6           | 4.6            |
| 海外進出に関する支援                           | 2.7           | 3.7            |
| 市民との体験型農業の推進                         | 1.8           | 6.5            |
| その他                                  | 1.8           | 2.8            |
| 無回答                                  | 18.0          | 24.1           |



# 所沢市地域経済動向調査報告書

## — 令和元年度・後期調査 —

令和2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