

所沢市地域経済動向調査

報 告 書

—令和元年度・前期調査—

令和元年 9 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. 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
(1) 指標ごとの概況(天気図)	3
(2) 今期実績で見る業種別天気図	4
(3) 指標別D I 値の推移	5
4. 産業振興関連設問の結果	7
(1) 充実して欲しい産業振興支援策	7
(2) 観光関連売上の割合	8
(3) 若年人材の採用とその手段	8
(4) 若年人材確保への支援意向	11
(5) 自社のセールスポイントと経営課題	12
(6) 取引先(顧客や販売先)との関係性	14
(7) 支援制度説明のための訪問意向	16
(8) 地域の中核事業者の特長と課題	16

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わる問題・事柄等を尋ねている。なお、「景況・経営動向」は、以下の10指標について、実績(前期=平成31年1～3月期、今期=平成31年4～令和元年6月期)と見通し(来期=令和元年7～9月期、来々期=令和元年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：令和元年7月5日(金)～7月31日(水)

(5) 回収状況：回収総数 519事業所、回収率 30.5%

業種	設定数	回収数	回収率(%)
全体	1,700	519	30.5
建設業	240	81	33.8
製造業	260	108	41.5
卸売業	240	51	21.3
小売業	240	82	34.2
飲食サービス業	240	38	15.8
不動産業	240	72	30.0
サービス業	240	87	36.3

(6) 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. 調査結果の総括

(1) 景況・経営動向調査の結果

◆ 景況は今期、来期と後退が続き、来々期はほぼ横ばいの見通し

今期(平成31年4月～令和元年6月期)のD Iは▲24.9となり、前期から下降。来期はさらに後退を見込むが、来々期はほぼ横ばいを見通す。

◆ 売上高は来期以降も緩やかな下降、販売数量は先行き横ばい

今期のD Iは、売上高が▲23.5、経常利益が▲26.9、販売数量は▲26.3、販売単価は▲9.4で、前期からそれぞれ下降。売上高は、来期、来々期と緩やかな後退を見込み、経常利益は、来期、来々期は概ね横ばいを見通す。販売数量の先行きはほぼ横ばい、販売単価は、来期は緩やかな下降も、来々期は若干の回復を見通す。

◆ 設備投資の先行きは小幅な一進一退、雇用は不足感を持続

設備投資の今期のD Iは▲9.2で、前期からほぼ横ばい。来期は緩やかに回復、来々期は小幅な下降。雇用人員の今期D Iは14.1で、前期から僅かに下降。来期はほぼ横ばい、来々期は僅かな上昇を見通す。

◆ 仕入価格、在庫水準とも今期はほぼ横ばい、資金繰りは来期にかけて後退も、来々期は若干の回復

仕入価格のD Iは▲17.7となり、前期から横ばい、来期、来々期は緩やかな下降が続く。在庫水準のD Iは▲3.4でほぼ横ばい、来期、来々期は緩やかな回復を見通す。資金繰りの今期のD Iは▲15.5で、来期も後退が続くが、来々期は若干の回復が見通される。

(2) 産業振興関連設問の結果

◆ 充実して欲しい産業振興支援策は「補助金・融資等の制度の拡充」「人材の確保・育成に関する支援」の順

最も多いのは「補助金・融資等の制度の拡充」(22.4%)で、以下、「人材の確保・育成に関する支援」(20.2%)、「用途地域の見直しなど土地利用調整」(13.1%)、「設備投資に関する支援」(11.4%)の順。

◆ 人材の現状は不足が36.0%、「応募者が集まらない」が若年採用の課題

自社の人材(人手)の現状は、「適正」(57.0%)が6割弱。『不足』(36.0%:「不足」と「やや不足」の計)が、『過剰』(3.3%:「過剰」と「やや過剰」の計)を大きく上回る。若年人材採用の理由は、「人員バランスの最適化(若年労働力の確保)」が最も多い。次いで、「将来のリーダー・コア人材の獲得」や「組織の活性化・雰囲気向上」が半数を超える。課題は、「応募者が集まらない」が最も多い。

◆ 自社のセールスポイントは「技術力・専門性の高さ」、経営課題は「人材の不足・求人難」がそれぞれ最多

最も多いのは「技術力・専門性の高さ」の38.7%、次いで、「地域に密着した経営」の29.3%、「価格が手頃で良心的」の23.1%までが2割以上である。経営上の課題は、「人材の不足・求人難」(27.2%)が最も多く、僅差で「従業員の高齢化」(26.2%)、「売上・受注不振」(23.5%)の順である。

◆ 地域の中核事業者の2社に1社は「技術力・専門性の高さ」をセールスポイントに

5年前と比べて売上高『増加』(25.1%:「大幅に増加」「増加」の計)を中核事業者と捉え、全体比で顕著に多いセールスポイントは「技術力・専門性の高さ」(50.8%)、「経営の安定性」「商品・サービスが高品質・高付加価値」(各30.0%)の3つ。

◆ 中核事業者は市内外で積極的な連携・相談を展開、「人材育成、確保に関する支援策」の充実を強く期待

中核事業者は、市内だけにとどまらず広い地域でより積極的な事業活動上の連携・相談を展開する。さらに、「人材の不足・求人難」(45.4%)や「人材育成難」(18.5%)などを経営課題の上位にあげ、市の産業振興支援策でも「人材育成、確保に関する支援策」(33.1%)の充実を最も強く期待している。

3. 景況・経営動向調査の結果

(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	10 →	30 →
記号					

雇用人員を除く9指標で実績、見通しともにマイナス値を示し、中でも経常利益と販売数量は全期間に渡ってマイナス値が20を上回るかなり悪い水準が続く。また、前期から今期にかけては、大半の指標でほぼ横ばい、ないしは緩やかな後退基調であり、来期以降も多くの指標でマイナスの見通しとなっている。他方、在庫水準は来々期にかけて不足から適正へと向かうが、雇用人員は依然として不足状態を見込む。

	実績		見通し	
	前期	今期	来期	来々期
	H31年 1月～3月期	H31年4月～ R元年6月期	R元年 7月～9月期	R元年 10月～12月期
(1)景況				
	▲ 18.9	▲ 24.9	▲ 28.4	▲ 28.9
(2)売上高				
	▲ 19.8	▲ 23.5	▲ 24.9	▲ 25.4
(3)経常利益				
	▲ 22.9	▲ 26.9	▲ 26.3	▲ 25.8
(4)設備投資				
	▲ 8.8	▲ 9.2	▲ 8.1	▲ 10.8
(5)販売数量				
	▲ 21.1	▲ 26.3	▲ 25.9	▲ 26.9
(6)販売単価				
	▲ 7.6	▲ 9.4	▲ 10.4	▲ 9.5
(7)仕入価格(単価)				
	▲ 17.7	▲ 17.7	▲ 21.0	▲ 23.2
(8)在庫水準				
	▲ 3.2	▲ 3.4	▲ 1.7	▲ 0.1
(9)資金繰り				
	▲ 13.0	▲ 15.5	▲ 18.4	▲ 17.3
(10)雇用人員				
	15.0	14.1	14.9	16.3

(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

業種別では、**建設業**と**不動産業**はマイナス値の小さい指標が多く、反対に、**小売業**と**飲食サービス業**はマイナス値の大きい指標が多い。**小売業**は、**景況**、**売上高**、**経常利益**、**販売数量**はマイナス値が30以下の最も悪い水準で、**飲食サービス業**は、これに**仕入価格(単価)**と**資金繰り**も加わる。

指標ごとにみると、**設備投資**や**販売単価**は、マイナス値の比較的小さい業種が多い。反対に、**経常利益**と**販売数量**は、**製造業**、**卸売業**、**小売業**、**飲食サービス業**でマイナス値が30以下の最も悪い水準である。また、**雇用人員**は**8業種**すべてプラスの不足状態で、特に**建設業**と**サービス業・その他**の不足感は強い。さらに、**在庫水準**は、**不動産業**、**サービス業・その他**がプラス値で不足を示す。

平成31年4月～ 令和元年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	▲ 24.9	▲ 5.6	▲ 26.9	▲ 27.1	▲ 41.5	▲ 41.9	▲ 11.6	▲ 27.1	▲ 17.9
(2) 売上高	▲ 23.5	▲ 4.4	▲ 27.1	▲ 34.7	▲ 40.1	▲ 36.1	▲ 8.8	▲ 20.7	▲ 11.0
(3) 経常利益	▲ 26.9	▲ 8.8	▲ 31.0	▲ 36.7	▲ 36.7	▲ 50.0	▲ 15.4	▲ 22.5	▲ 17.9
(4) 設備投資	▲ 9.2	▲ 5.6	▲ 8.3	▲ 4.3	▲ 14.5	▲ 20.0	0.8	▲ 14.4	▲ 7.3
(5) 販売数量	▲ 26.3	▲ 12.5	▲ 32.1	▲ 30.4	▲ 40.1	▲ 31.9	▲ 10.2	▲ 20.0	▲ 9.5
(6) 販売単価	▲ 9.4	▲ 0.8	▲ 13.2	▲ 4.1	▲ 9.4	▲ 15.7	▲ 13.0	▲ 9.6	▲ 3.6
(7) 仕入価格(単価)	▲ 17.7	▲ 19.3	▲ 22.4	▲ 10.2	▲ 17.3	▲ 42.1	▲ 3.7	▲ 9.4	▲ 20.2
(8) 在庫水準	▲ 3.4	▲ 4.0	▲ 6.9	▲ 5.3	▲ 6.3	▲ 1.5	6.9	2.2	▲ 14.1
(9) 資金繰り	▲ 15.5	▲ 7.2	▲ 15.9	▲ 3.1	▲ 21.3	▲ 38.9	▲ 3.3	▲ 23.6	▲ 7.1
(10) 雇用人員	14.1	22.4	10.0	12.2	13.8	11.1	1.7	24.7	20.2

(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) 指標別DI値の推移

景況は、前期▲18.9、今期▲24.9と実績で悪化が続き、来期見通しも▲28.4とマイナス値は拡大、さらに後退を見込むが、来々期は▲28.9でほぼ横ばいを見通している(図表1)。

売上高は、前期、今期は▲19.8、▲23.5と悪化が進み、来期、来々期も▲24.9、▲25.4と緩やかな後退を見込む(図表1)。なお、今期、**売上高の増加した事業者の理由**は「需要(消費)の影響」の44.2%が最も多く、「経営・販売戦略の影響」の36.8%が続く。反対に、**減少事業者の理由**は「需要(消費)の影響」が60.7%と6割を占めて最も多い(図表2)。

経常利益は、前期▲22.9、今期▲26.9とマイナス値の拡大が進むが、来期▲26.3、来々期▲25.8にかけては概ね横ばいが見通される(図表1)。また、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」(65.4%、59.2%)を最も多くあげる(図表2)。

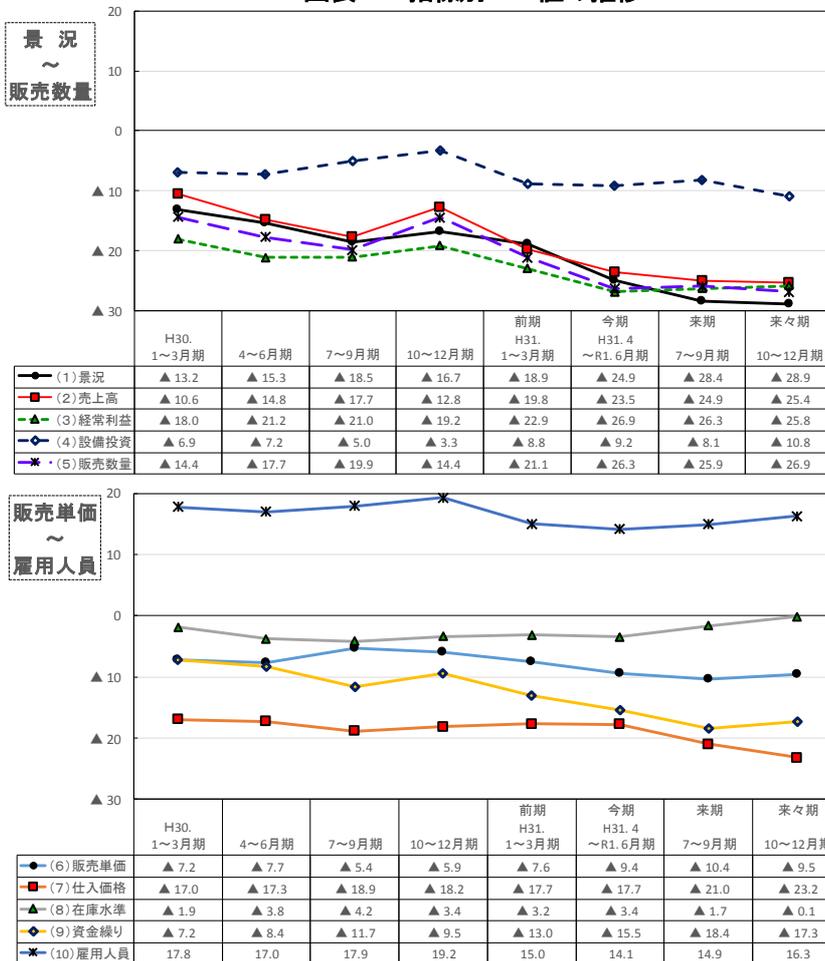
設備投資は、▲8.8に下降した前期から今期は▲9.2とほぼ横ばいで、来期は▲8.1と緩やかな回復も、来々期は▲10.8と再び僅かに後退が見込まれる(以下、図表1)。

販売数量は、前期は▲21.1で悪化は進み、今期も▲26.3とさらに下降を示すも、来期▲25.9、来々期▲26.9でほぼ横ばいを予想する。**販売単価**は、僅かに悪化の前期▲7.6に引き続き、今期▲9.4、来期▲10.4と緩やかに後退し、来々期は▲9.5と若干の回復が見通される。

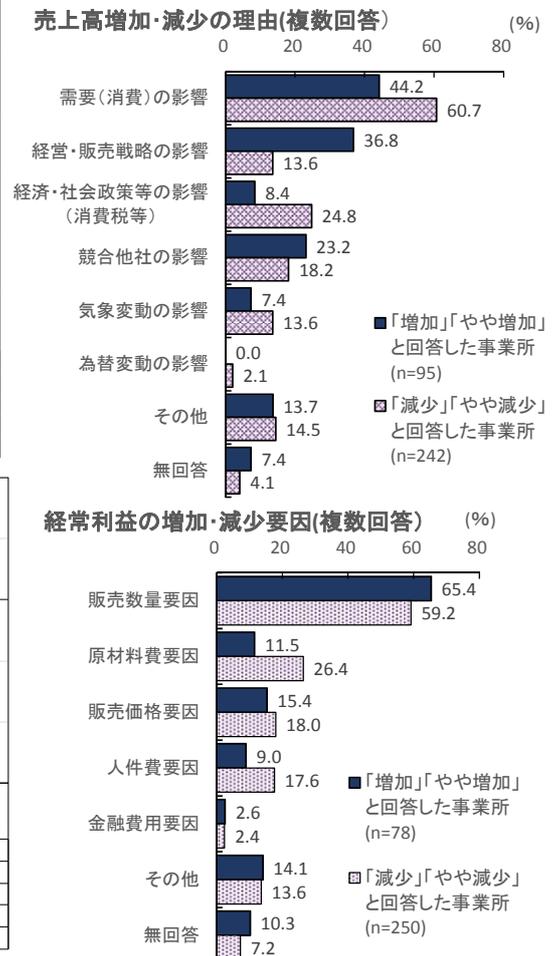
仕入価格(単価)は、前期、今期とも▲17.7と横ばい、来期は▲21.0、来々期▲23.2にかけてマイナス値は拡大、価格上昇が見込まれている。**資金繰り**は、前期▲13.0、今期▲15.5、来期▲18.4と3期間に渡って後退の後、来々期は▲17.3で来期からほぼ横ばい僅かな回復となっている。

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**と**雇用人員**については、**在庫水準**は、前期▲3.2、今期▲3.4ともほぼ横ばい状況で、来期▲1.7、来々期▲0.1と緩やかな持ち直しを見通す。他方、**雇用人員**は、前期15.0、今期14.1と小幅に下降となり、来期は14.9でほぼ横ばい、来々期は16.3に僅かに上昇で、小幅ながら人手不足感は強まる見通しとなっている。

図表1 指標別DI値の推移



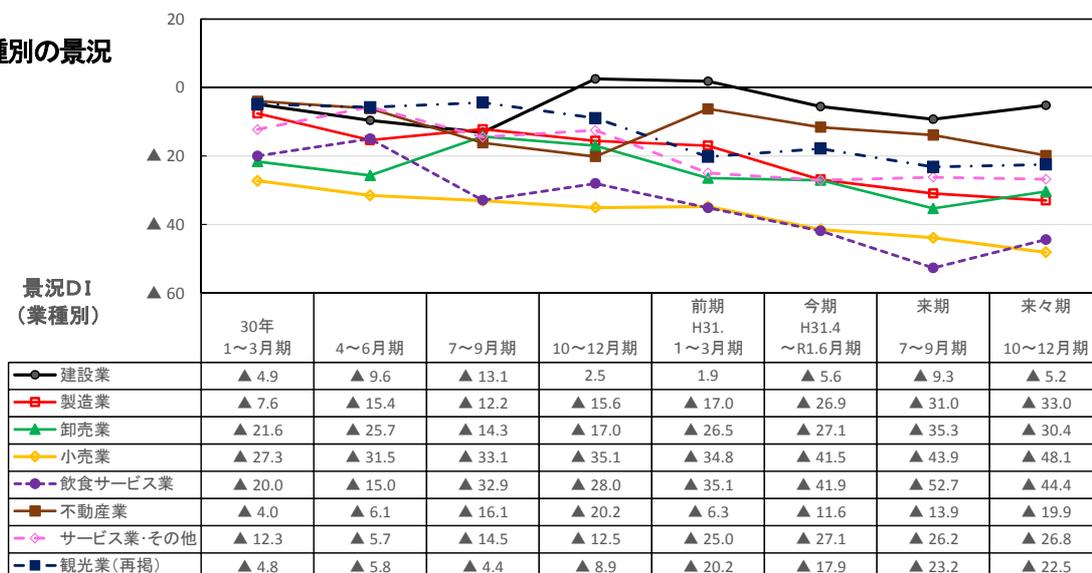
図表2 売上高と経常利益の増減要因



【業種別の景況DI推移】

建設業を除く全業種で、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々期にかけて▲40を上回り、景況の悪さは顕著である。建設業は、今期は▲5.6と3期ぶりのマイナスに転換、来期の▲9.3を底に、来々期は▲5.2と若干持ち直しを見通す。製造業、小売業、不動産業は、前期から来々期にかけてマイナス値の拡大が続き、後退基調を示す。卸売業は来期の▲35.3にかけて下降も、来々期は▲30.4とやや回復を見込む。なお、サービス業・その他は、全期間に渡ってほぼ横ばい、前期に大きく悪化となった観光業は、来期にかけては一進一退も、来々期はほぼ横ばいを見通している(図表3)。

図表3 業種別の景況

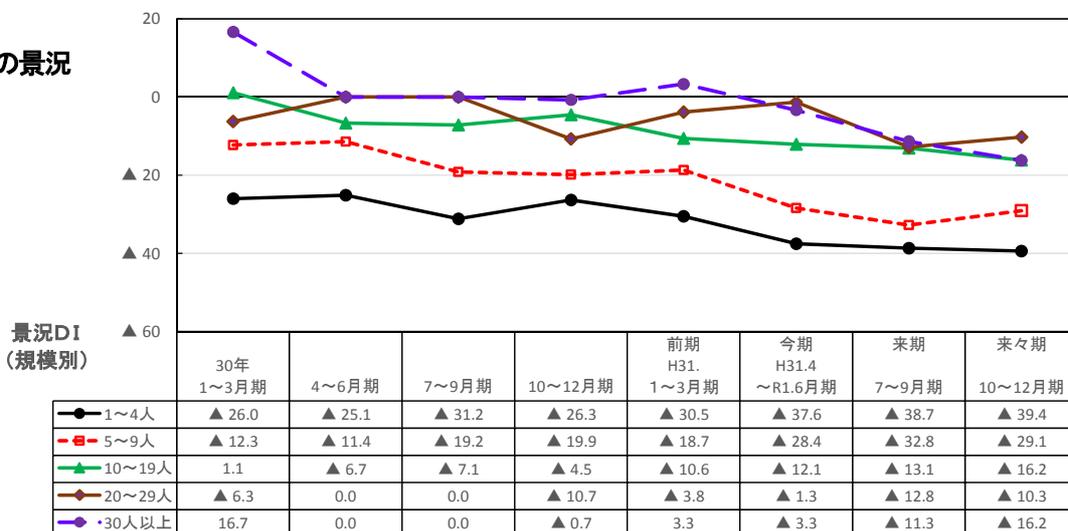


(注) 観光業：「過去1年間の売上に占める観光関連の売上の割合」を尋ねた質問で“0%超”と回答した事業者(0%と回答、または無回答の事業者を除く)。

【規模別の景況DI推移】

1~4人の小規模事業者の景況は特に悪く、前期▲30.5から今期は▲37.6に下降し、来期▲38.7、来々期▲39.4とほぼ横ばいで緩やかな後退を見込む。5~9人は、前期は▲18.7に僅かに改善も、今期▲28.4へと大きく悪化、来期も▲32.8とやや後退が続き、来々期に▲29.1へと小幅回復を見込む。10~19人は、前期は▲10.6へ下降し、来々期の▲16.2にかけて緩やかな後退を見込む。20~29人は、今期▲1.3まで回復が進むも、来期は▲12.8へと後退、来々期も▲10.3と僅かな改善にとどまる。規模の比較的大きい30人以上は、前期は3.3で2期ぶりのプラスも、今期は▲3.3へと後退、来期▲11.3、来々期▲16.2と先行きは悪化方向を示す(図表4)。

図表4 規模別の景況



4. 産業振興関連設問の結果

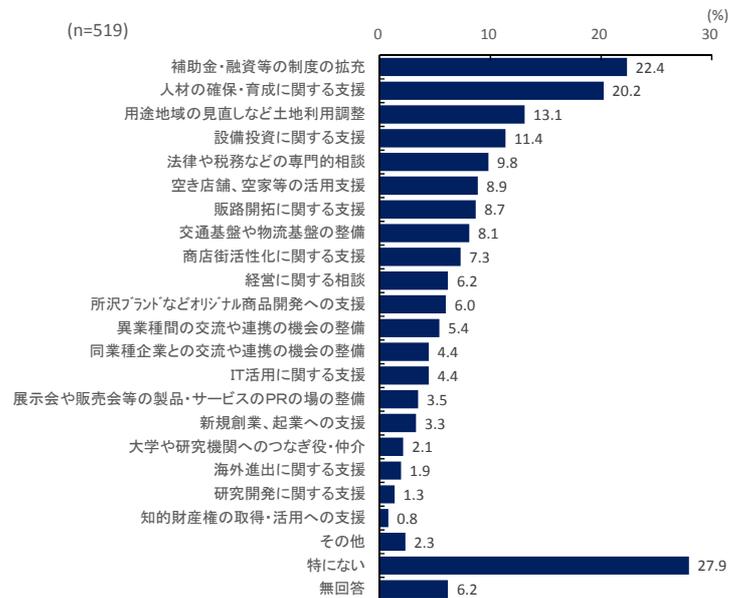
(1) 充実して欲しい産業振興支援策

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」の22.4%である。以下、「人材の確保・育成に関する支援」(20.2%)、「用途地域の見直しなど土地利用調整」(13.1%)、「設備投資に関する支援」(11.4%)の順で続く。なお、「特にない」は27.9%を占める(図表5)。

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、サービス業・その他、観光業でそれぞれ最も多い。また、「補助金・融資等の制度の拡充」は、製造業と卸売業、小売業で1位、建設業、飲食サービス業、サービス業・その他、観光業は2位である。

なお、飲食サービス業は「商店街活性化に関する支援」、不動産業は「用途地域の見直しなど土地利用調整」が最も多い(図表6)。

図表5 充実して欲しい産業振興支援策(複数回答・降順)



図表6 充実して欲しい産業振興支援策(複数回答・上位3項目)【業種別】

業種	支援策	(%)
【建設業】 (n=81)	人材の確保・育成に関する支援	40.7
	補助金・融資等の制度の拡充	32.1
	用途地域の見直しなど土地利用調整	14.8
【製造業】 (n=108)	補助金・融資等の制度の拡充	34.3
	設備投資に関する支援	23.1
	人材の確保・育成に関する支援	22.2
【卸売業】 (n=51)	補助金・融資等の制度の拡充	21.6
	設備投資に関する支援	15.7
	販路開拓に関する支援	15.7
【小売業】 (n=82)	補助金・融資等の制度の拡充	14.6
	人材の確保・育成に関する支援	13.4
	商店街活性化に関する支援	11.0
【飲食サービス業】 (n=38)	商店街活性化に関する支援	23.7
	補助金・融資等の制度の拡充	21.1
	人材の確保・育成に関する支援	18.4
【不動産業】 (n=72)	用途地域の見直しなど土地利用調整	30.6
	空き店舗、空家等の活用支援	26.4
	交通基盤や物流基盤の整備	12.5
	所沢ブランドなどオリジナル商品開発への支援	12.5
【サービス業・その他】 (n=87)	人材の確保・育成に関する支援	23.0
	補助金・融資等の制度の拡充	16.1
	空き店舗、空家等の活用支援	12.6
【観光業(再掲)】 (n=42)	人材の確保・育成に関する支援	31.0
	補助金・融資等の制度の拡充	21.4
	販路開拓に関する支援	21.4
	所沢ブランドなどオリジナル商品開発への支援	21.4

(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

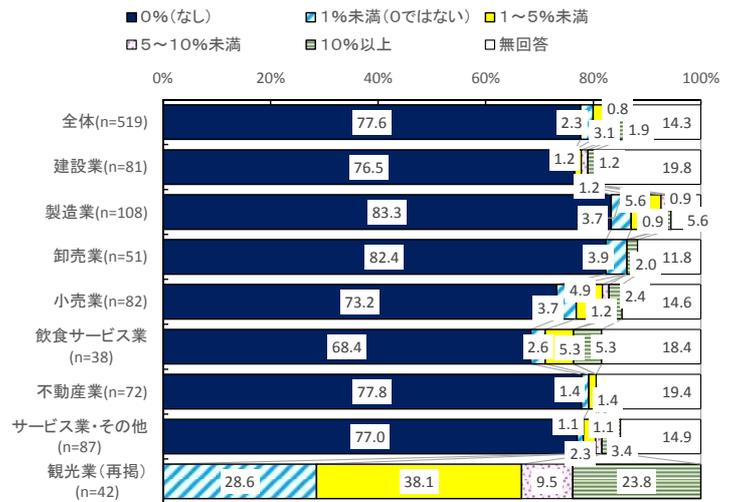
過去1年間の観光関連の売上金額の割合は、「0%(なし)」(77.6%)が最も多い。観光関連の売上がある事業者は、全体の8.1%である。

観光関連の売上の多い業種は、飲食サービス業(13.2%)、小売業(12.2%)、製造業(11.1%)である。また、観光業は、「1～5%未満」(38.1%)が4割弱で、「10%以上」も23.8%を占める(図表7)。

(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7 過去1年間の観光関連売上の割合



(3) 若年人材の採用とその手段

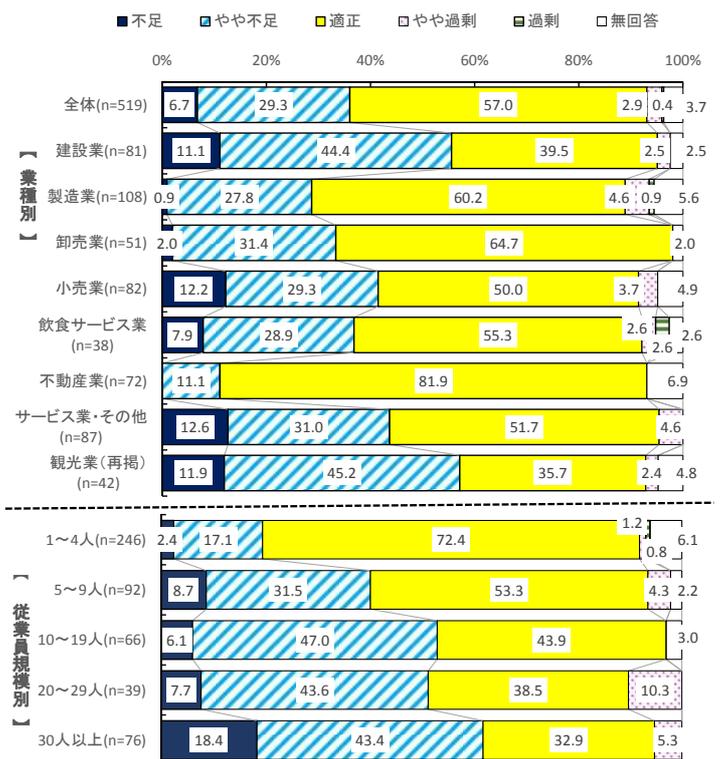
① 人材の現状

自社の人材(人手)の現状について、「適正」(57.0%)が6割弱を占める。また、『不足』(36.0%:「不足」と「やや不足」の計)が、『過剰』(3.3%:「過剰」と「やや過剰」の計)を大きく上回る。

業種別では、『不足』は、観光業(57.1%)と建設業(55.5%)で5割を上回り、サービス業・その他(43.6%)、小売業(41.5%)も4割余りを占める。また、不動産業は、『不足』(11.1%)は1割余りで、「適正」(81.9%)が8割を超える。

従業員規模別にみると、規模が大きくなるにつれて人材(人手)不足感は強まる傾向がある。最も規模の大きい30人以上は、『不足』が61.8%を占めて最も多い。他方、最も規模の小さい1~4人は、『不足』は19.5%で最も少ない(図表8)。

図表8 人材の現状



(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)。

② 若年人材の採用状況

若年人材の採用に関して、「新卒者を定期的に採用」(6.2%)、「新卒に限らず若年人材を定期的に採用」(10.8%)で、両者を合計した『定期採用』(17.0%)は2割に満たない。また、「欠員が出れば若年人材を採用予定」(19.7%)はおよそ2割、「若年人材の採用活動はしていない」(54.5%)は半数を超える。

若年人材の『定期採用』が多いのは、観光業(30.9%)と建設業(29.6%)でおよそ3割である。また、「欠員が出れば若年人材を採用予定」は、製造業(27.8%)と観光業(28.6%)が3割弱と多い。他方で、不動産業は、「若年人材の採用活動はしていない」(72.2%)が7割余りを占める。

従業員規模別では、規模が大きくなるほど若年人材の『定期採用』ニーズは高い。30人以上の事業者は『定期採用』(59.2%)がほぼ6割を占める。これに対して、1～4人は、「若年人材の採用活動はしていない」(77.2%)が8割近い(図表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)。

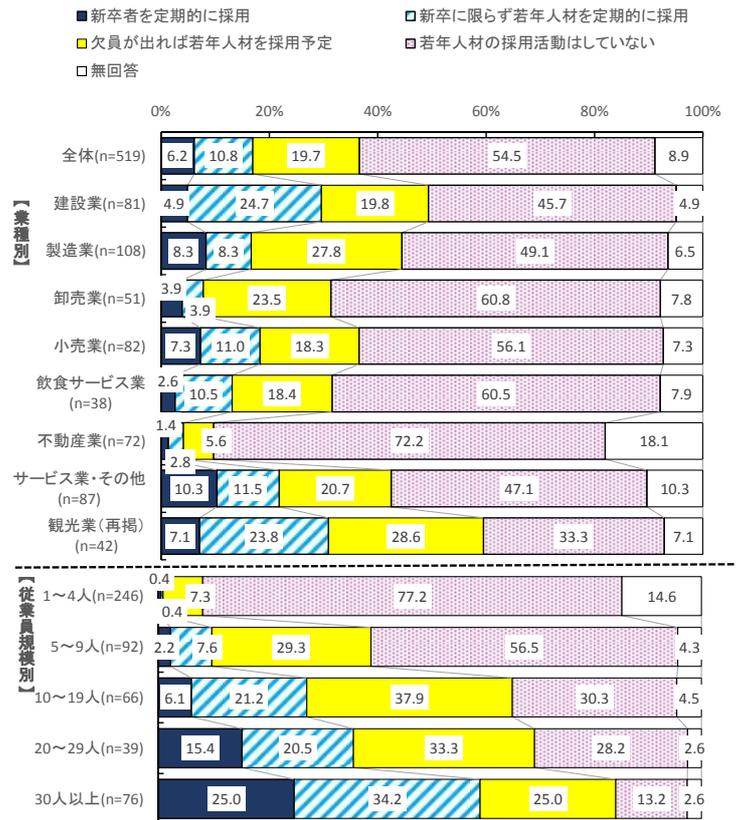
③ 若年人材の定期採用の状況

「十分ではないが、毎年採用はできている」が36.4%で最も多く、「毎年十分に採用はできている」(13.6%)は1割強である。他方で、「応募者が集まらないことも多い」(28.4%)は3割近くを占め、「応募はあるが、採用できない年もある」(19.3%)は2割近い。また、「ここ数年は全く採用できていない」(11.4%)は1割余りである(図表10)。

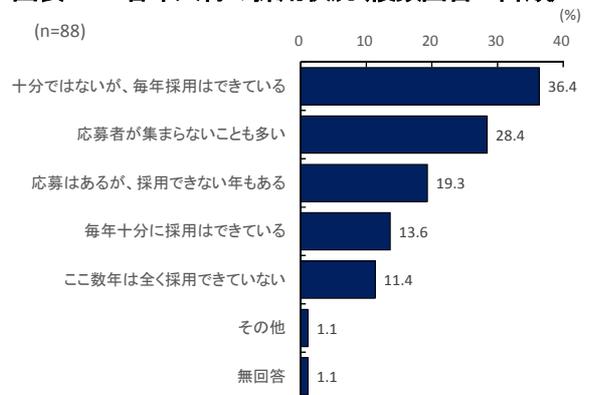
④ 採用したい若年人材の学歴

採用したい若年人材の学歴に関しては、「高卒(工業科、商業科、農業科等)」と「大卒(理系)」がともに48.9%で最も多い。以下、「大卒(文系)」(44.3%)、「専門学校卒(理系)」(34.1%)、「高卒(普通科)」(31.8%)の順である(図表11)。

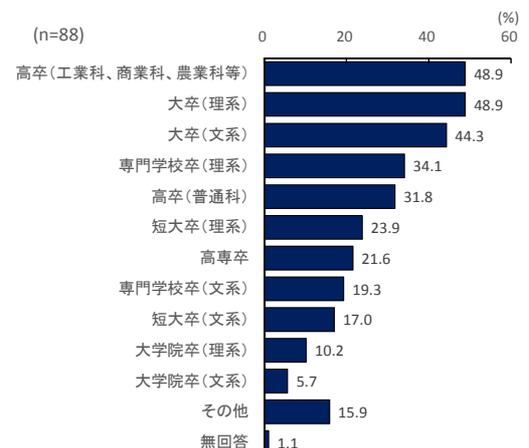
図表9 若年人材の採用状況



図表10 若年人材の採用状況(複数回答・降順)



図表11 採用したい若年人材の学歴(複数回答・降順)



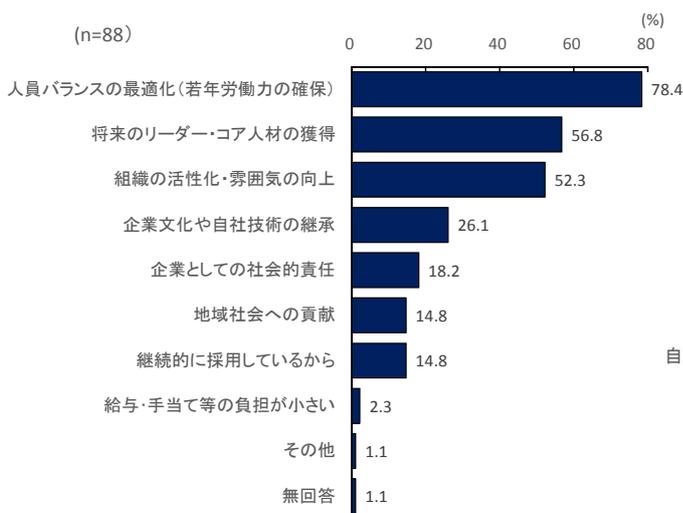
⑤ 若年人材採用の背景

採用の背景は、「人員バランスの最適化(若年労働力の確保)」(78.4%)が8割近くで最も多い。また、「将来のリーダー・コア人材の獲得」(56.8%)や「組織の活性化・雰囲気向上」(52.3%)が半数を超える。そのほか、「企業文化や自社技術の継承」(26.1%)はおおよそ4社に1社余りである(図表12)。

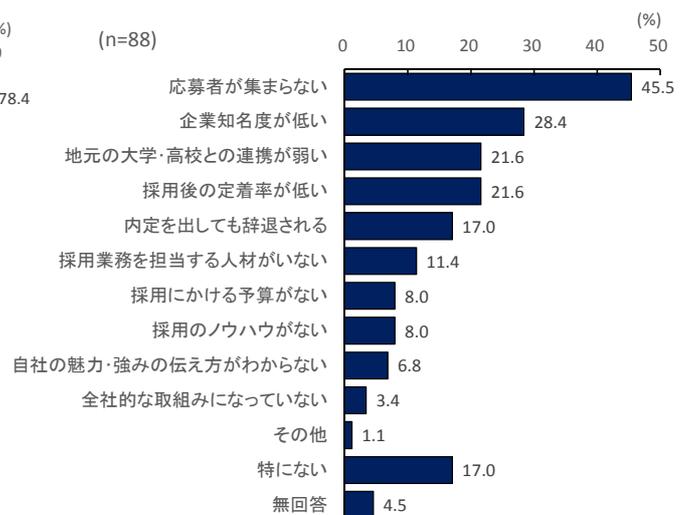
⑥ 若年人材採用の課題

課題としては、「応募者が集まらない」が45.5%で最も多く、他を大きく上回る。以下、「企業知名度が低い」(28.4%)、「地元の大学・高校との連携が弱い」「採用後の定着率が低い」(各21.6%)の順で続く。また、「内定を出しても辞退される」は17.0%、「採用業務を担当する人材がいない」は11.4%である(図表13)。

図表12 若年人材採用の背景(複数回答・降順)



図表13 若年人材採用の課題(複数回答・降順)



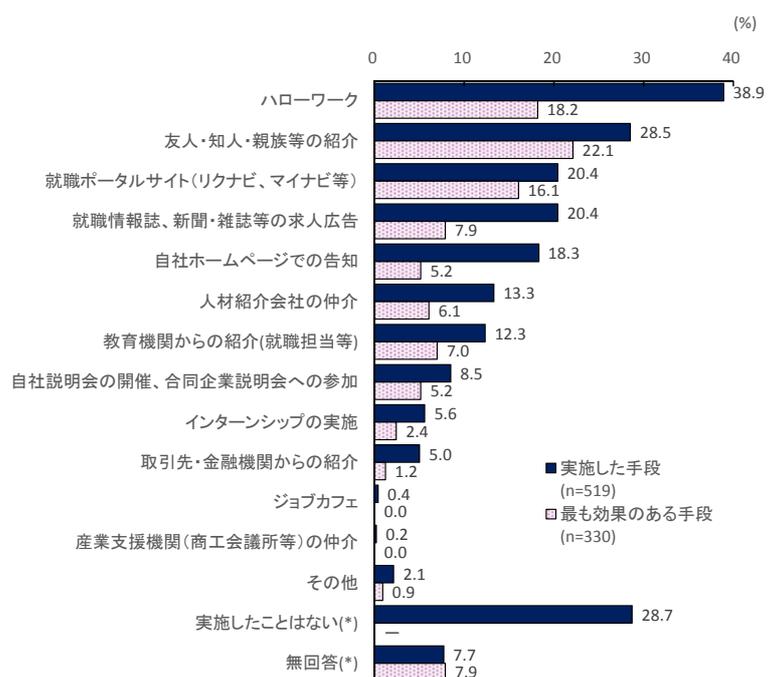
⑦ 若年人材採用の手段

若年人材の獲得・採用の手段を複数回答で尋ねたところ、最も多かったのは「ハローワーク」(38.9%)の4割弱で、以下、「友人・知人・親族等の紹介」(28.5%)、「就職ポータルサイト(リクナビ、マイナビ等)」「就職情報誌、新聞・雑誌等の求人広告」(各20.4%)、「自社ホームページでの告知」(18.3%)などと続く。なお、「実施したことはない」(28.7%)は3割弱である。

採用経験のある事業者には、最も効果的な手段を尋ねたところ、「友人・知人・親族等の紹介」の22.1%が最も多い。以下、「ハローワーク」(18.2%)、「就職ポータルサイト(リクナビ、マイナビ等)」(16.1%)の順で続き、それ以外は1割を下回る(図表14)。

(注)「最も効果的と思われる手段」の母数は、「若年人材採用の手段」(複数回答)の回答のうちで「実施したことはない」「無回答」を除いたベース。

図表14 若年人材採用の手段(複数回答・降順)と最も効果的と思われる手段



(4) 若年人材確保への支援意向

① 若年人材確保に対する支援ニーズ

市が予定する市内企業(事業者)の若年人材確保に向けた取り組みについて、「具体的な支援を希望する」は2.5%である。また、「支援に関心はあるので、情報提供してほしい」(11.0%)は1割余りで、支援に対して「必要があれば自分から問い合わせる」(29.7%)はほぼ3割を占める。

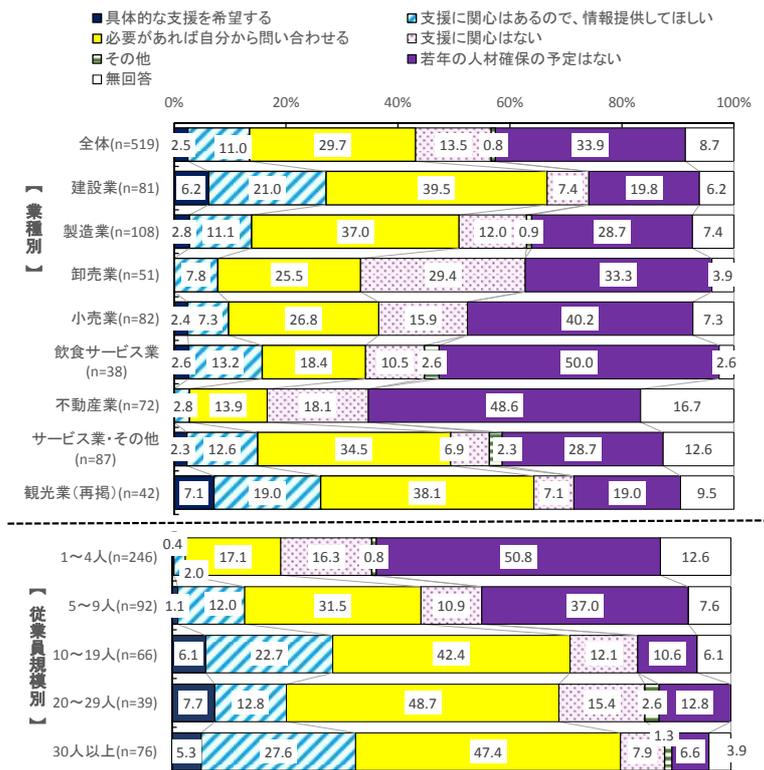
他方で、「若年の人材確保の予定はない」(33.9%)と「支援に関心はない」(13.5%)を合計した47.4%は支援に対するニーズはない。

業種別にみると、「具体的な支援を希望する」は観光業(7.1%)と建設業(6.2%)がやや多い。また、「支援に関心はあるので、情報提供してほしい」も建設業(21.0%)と観光業(19.0%)が2割前後と多い。これに対して、「若年の人材確保の予定はない」は、飲食サービス業(50.0%)と不動産業(48.6%)が他の業種よりも多い。

従業員規模別には、「具体的な支援を希望する」は10人以上(10~19人:6.1%、20~29人:7.7%、30人以上:5.3%)で5%を上回る。また、「支援に関心はあるので、情報提供してほしい」は、30人以上(27.6%)が3割近い。

その一方、1~4人は「若年の人材確保の予定はない」(50.8%)が半数を占める(図表15)。

図表15 若年人材確保に対する支援要望



(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)。

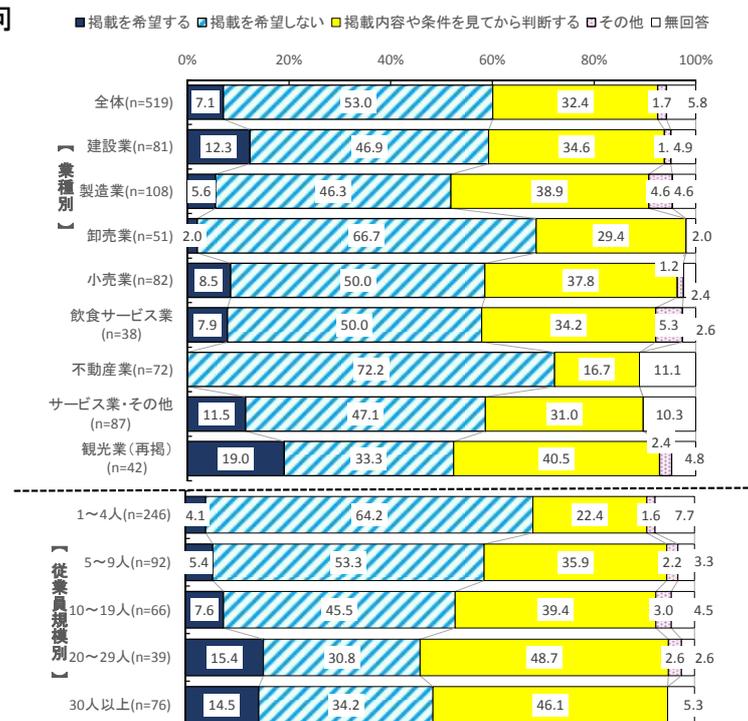
② 市ホームページでの企業PR情報掲載意向

市のホームページに学生向けの企業PR情報の「掲載を希望する」(7.1%)は1割に満たない。また、「掲載を希望しない」(53.0%)は5割を上回り、「掲載内容や条件を見てから判断する」(32.4%)は3割余りである。

「掲載を希望する」は、観光業(19.0%)がやや多く、建設業(12.3%)やサービス業・その他(11.5%)で1割を若干上回る。反対に、「掲載を希望しない」は、不動産業(72.2%)、卸売業(66.7%)で7割前後と多い。なお、観光業は「掲載内容や条件を見てから判断する」(40.5%)も4割と多い。

従業員規模別では、「掲載を希望する」は、20~29人(15.4%)と30人以上(14.5%)で1割を上回る。他方で、「掲載を希望しない」は、1~4人(64.2%)と5~9人(53.3%)で半数を超えて多い。なお、「掲載内容や条件を見てから判断する」は、20~29人(48.7%)と30人以上(46.1%)の4割を超える(図表16)。

図表16 企業PR情報の掲載意向



(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)。

(5) 自社のセールスポイントと経営課題

① 自社のセールスポイント(強みや魅力)

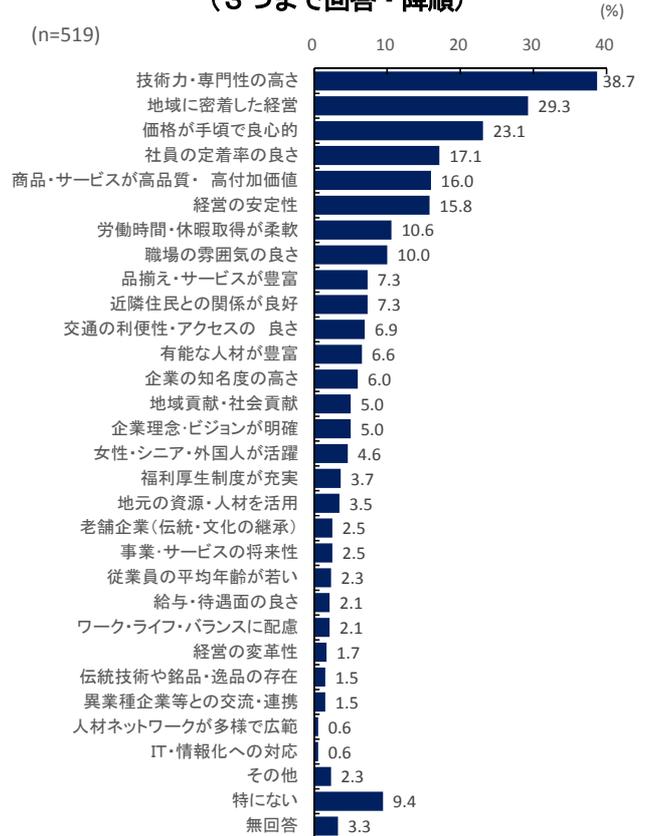
自社の強みや魅力などセールスポイントを複数回答(3つまで)で尋ねている。

最も多いのは「技術力・専門性の高さ」の38.7%、次いで、「地域に密着した経営」の29.3%、「価格が手頃で良心的」の23.1%までが2割以上である。以下、「社員の定着率の良さ」(17.1%)、「商品・サービスが高品質・高付加価値」(16.0%)、「経営の安定性」(15.8%)と続く。その一方で、「特にない」(9.4%)は1割弱である(図表17)。

業種別に上位をみると、建設業と製造業は、「技術力・専門性の高さ」が1位で、その割合は2位以下と大きな差がある。また、観光業も「技術力・専門性の高さ」が1位、2位は「社員の定着率の良さ」が続く。他方で、「地域に密着した経営」は、小売業、不動産業、サービス業・その他で1位、建設業と飲食サービス業は2位である。卸売業は、最も多い「商品・サービスが高品質・高付加価値」と僅差で「技術力・専門性の高さ」が続く(図表18)。

図表17 事業者のセールスポイント

(3つまで回答・降順)



図表18 事業者のセールスポイント(複数回答・上位3項目)【業種別】

【建設業】 (n=81) (%)

技術力・専門性の高さ	59.3
地域に密着した経営	33.3
価格が手頃で良心的	19.8

【製造業】 (n=108) (%)

技術力・専門性の高さ	63.9
商品・サービスが高品質・高付加価値	24.1
社員の定着率の良さ	24.1

【卸売業】 (n=51) (%)

商品・サービスが高品質・高付加価値	35.3
技術力・専門性の高さ	33.3
地域に密着した経営	25.5
経営の安定性	25.5

【小売業】 (n=82) (%)

地域に密着した経営	41.5
技術力・専門性の高さ	32.9
品揃え・サービスが豊富	20.7
価格が手頃で良心的	20.7

【飲食サービス業】 (n=38) (%)

価格が手頃で良心的	57.9
地域に密着した経営	50.0
商品・サービスが高品質・高付加価値	21.1

【不動産業】 (n=72) (%)

地域に密着した経営	27.8
価格が手頃で良心的	16.7
経営の安定性	16.7

【サービス業・その他】 (n=87) (%)

地域に密着した経営	37.9
技術力・専門性の高さ	35.6
価格が手頃で良心的	23.0
経営の安定性	23.0

【観光業(再掲)】 (n=42) (%)

技術力・専門性の高さ	35.7
社員の定着率の良さ	31.0
商品・サービスが高品質・高付加価値	26.2

(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)。

② 経営上の課題

自社の経営上の課題では、「人材の不足・求人難」が27.2%で最も多く、僅差で「従業員の高齢化」の26.2%が続く。以下、「売上・受注不振」(23.5%)、「設備・店舗等の老朽化」(18.5%)、「原材料・仕入製(商)品価格の上昇」(18.3%)が2割前後と続く(図表19)。

業種別に上位をみると、建設業とサービス業・その他はいずれも「人材の不足・求人難」が最も多く、僅差で「従業員の高齢化」と続く。他方で、観光業は、「従業員の高齢化」が1位、「人材の不足・求人難」が2位で順位は逆転している。また、「人材の不足・求人難」は小売業も1位で、「競争の激化」が2位で続く。製造業と卸売業は「売上・受注不振」が1位、また、飲食サービス業は「原材料・仕入製(商)品価格の上昇」、不動産業は「設備・店舗等の老朽化」が1位である(図表20)。

図表19 経営上の課題（3つまで回答・降順）



図表20 経営上の課題（複数回答・上位3項目）【業種別】

業種	(n)	(%)	業種	(n)	(%)
【建設業】	(n=81)	(%)	【飲食サービス業】	(n=38)	(%)
人材の不足・求人難		46.9	原材料・仕入製(商)品価格の上昇		47.4
従業員の高齢化		44.4	設備・店舗等の老朽化		31.6
人件費の増加		24.7	諸経費の増加		31.6
【製造業】	(n=108)	(%)	【不動産業】	(n=72)	(%)
売上・受注不振		36.1	設備・店舗等の老朽化		30.6
原材料・仕入製(商)品価格の上昇		23.1	諸経費の増加		25.0
人材の不足・求人難		22.2	競争の激化		20.8
【卸売業】	(n=51)	(%)	【サービス業・その他】	(n=87)	(%)
売上・受注不振		35.3	人材の不足・求人難		34.5
競争の激化		31.4	従業員の高齢化		32.2
原材料・仕入製(商)品価格の上昇		25.5	顧客の高齢化		26.4
【小売業】	(n=82)	(%)	【観光業(再掲)】	(n=42)	(%)
人材の不足・求人難		31.7	従業員の高齢化		38.1
競争の激化		29.3	人材の不足・求人難		35.7
従業員の高齢化		28.0	人件費の増加		31.0
売上・受注不振		28.0			

(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) 取引先(顧客や販売先)との関係性

① 取引先(顧客や販売先)の区分

取引先(顧客や販売先)が「主に事業者」(43.2%)が4割強を占め、「主に一般消費者」(32.8%)は3割余り、「事業者・一般消費者の両方」(18.9%)は2割弱である。

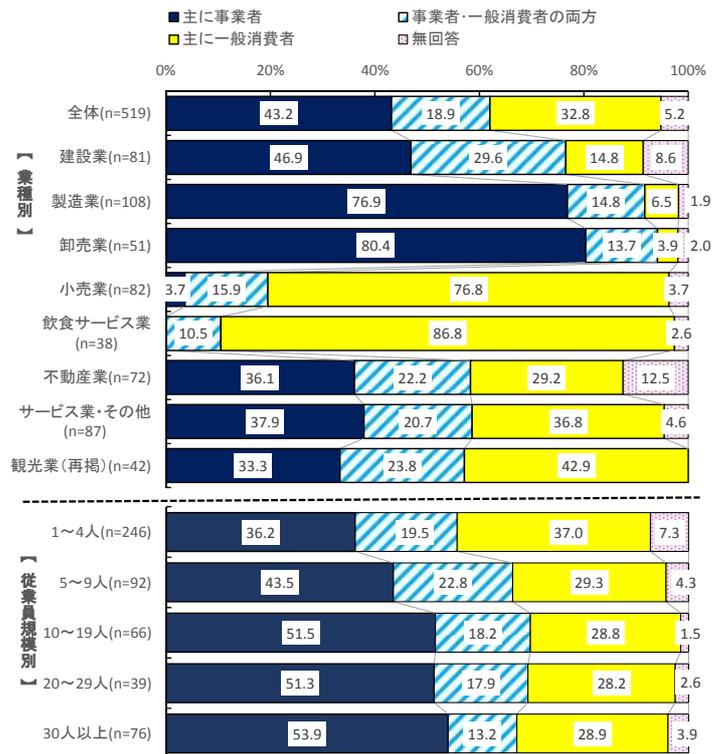
業種別には、「主に事業者」は、卸売業(80.4%)、製造業(76.9%)の大半を占め、建設業(46.9%)も半数近い。これに対して、「主に一般消費者」は飲食サービス業(86.8%)と小売業(76.8%)で大きく、観光業(42.9%)も4割余りを占める。

従業員規模別では、取引先が「主に事業者」は30人以上(53.9%)、10~19人(51.5%)、20~29人(51.3%)で5割を上回る。他方で、1~4人は、「主に事業者」(36.2%)と「主に一般消費者」(37.0%)はほぼ同程度である(図表21)。

(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21 取引先(顧客や販売先)の区分



② 取引の際の決定権

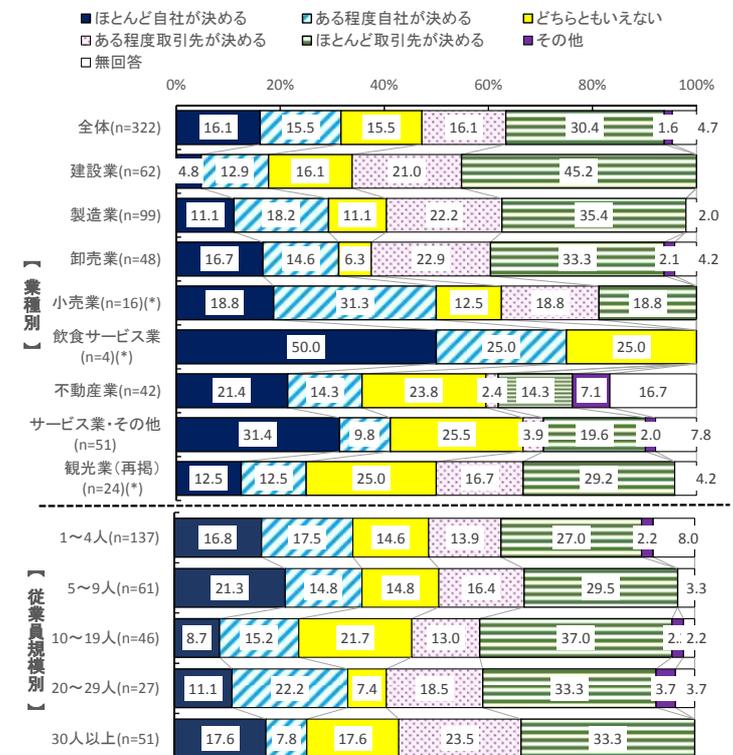
事業者間の取引の際の仕様・内容等の決定権の所在を尋ねたところ、『自社が決める』(「ほとんど自社が決める」と「ある程度自社が決める」の計)は31.6%である。

これに対して、『取引先が決める』(「ほとんど取引先が決める」と「ある程度取引先が決める」の計)は46.5%と半数近い。

業種別には、『自社が決める』は、サービス業・その他(41.2%)と不動産業(35.7%)が多い。他方で、『取引先が決める』は、建設業(66.2%)が多い。従業員規模別にみると、規模の大小を問わず、『取引先が決める』が『自社が決める』を上回る(図表22)。

- (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. 小売業(n=16)、飲食サービス業(n=4)、観光業(n=24)は母数が小さいため参考値。

図表22 取引の際の決定権



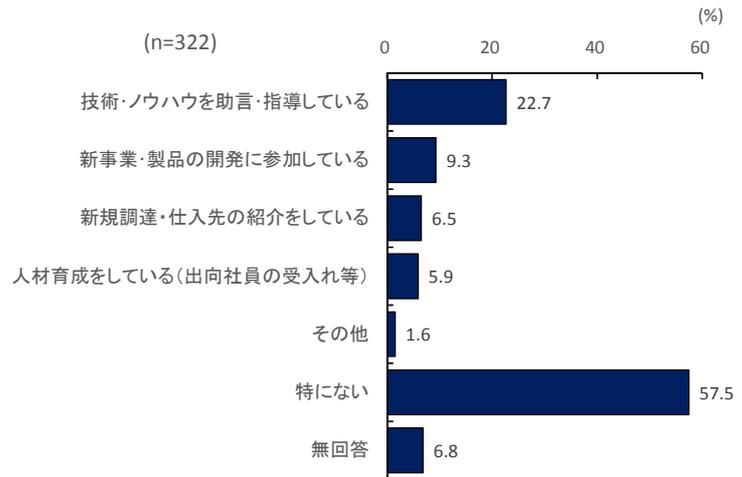
③ 販売先・外注先との関係

販売先や外注先との関係で、最も多いのは「技術・ノウハウを助言・指導している」(22.7%)の2割余りである。次いで、「新事業・製品の開発に参加している」(9.3%)が1割弱で続く。

また、「新規調達・仕入先の紹介をしている」は6.5%、「人材育成をしている(出向社員の受入れ等)」は5.9%で少ない。

一方、6割近くは「特にない」(57.5%)と回答し、販売先や外注先との間で技術開発や営業面、人材面等で交流関係を持たない事業者は多い(図表23)。

図表 23 販売先・外注先との関係(複数回答・降順)



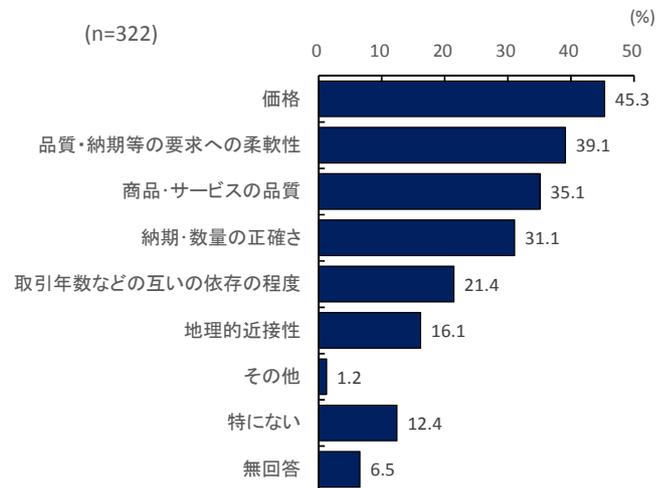
④ 取引先選定の重視事項

取引先の選定に関して重視する点を複数回答で尋ねたところ、「価格」を重視するが45.3%で最も多い。以下、「品質・納期等の要求への柔軟性」(39.1%)、「商品・サービスの品質」(35.1%)、「納期・数量の正確さ」(31.1%)の順で、いずれも3割を上回る。

また、「取引年数などの互いの依存の程度」は21.4%、「地理的近接性」は16.1%である。

なお、「特にない」は12.4%を占める(図表24)。

図表 24 取引先選定の重視事項(複数回答・降順)



⑤ 事業活動上の連携先・相談先

事業活動上の連携先・相談先としては、資金調達や経営相談で身近な存在である「金融機関や税理士・会計士等専門家」が27.4%で最も多い。以下、「所沢市内の同業種(同業態)」(25.0%)、「所沢市外の同業種(同業態)」(22.5%)、「商工会議所などの所沢市内の団体」(20.0%)などと続く。

他方で、「所沢市内の異業種(異業態)」(6.7%)、「所沢市外の異業種(異業態)」(6.7%)や「公的な産業支援機関(国・県・市)」(6.2%)、「大学・高専等の研究機関や試験機関」(2.7%)、「その他の産業支援機関」(2.7%)との連携・相談等は1割に満たない。

なお、「特にない」が35.3%で最も多く、3社に1社強を占める(図表25)。

図表 25 事業活動上の連携・相談先(複数回答・降順)



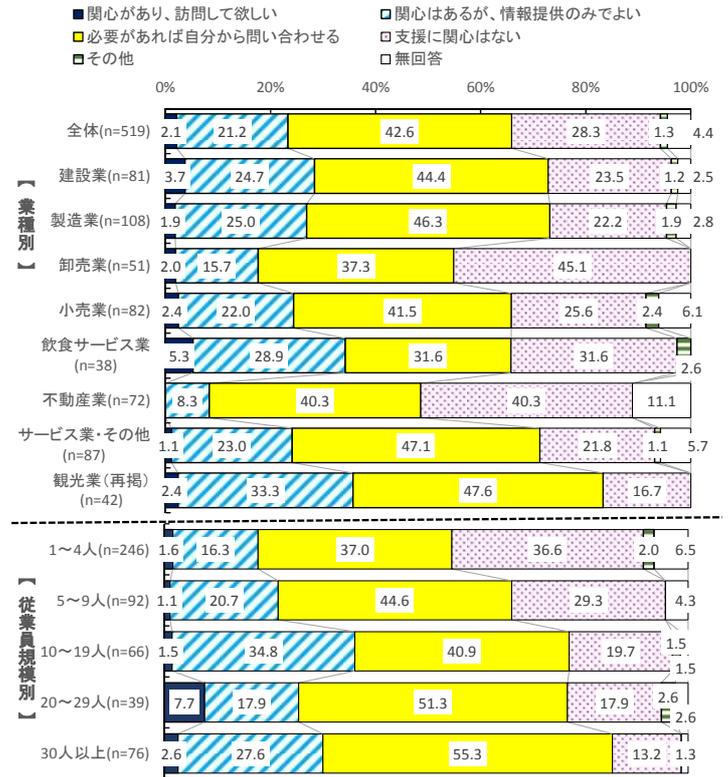
(7) 支援制度説明のための訪問意向

「関心があり、訪問して欲しい」(2.1%)、「関心はあるが、情報提供のみでよい」(21.2%)で、支援制度や産業支援機関等の説明に『関心がある』のは両者を合計した23.3%である。他方で、「必要があれば自分から問い合わせる」(42.6%)が4割余りで最も多く、「支援に関心はない」(28.3%)は3割弱である。

業種別にみると、『関心がある』は、飲食サービス業(34.2%)と観光業(35.7%)で他の業種をやや上回る。また、「必要があれば自分から問い合わせる」は、観光業(47.6%)、サービス業・その他(47.1%)、製造業(46.3%)でやや多い。一方、「支援に関心はない」は、卸売業(45.1%)と不動産業(40.3%)で4割を超える。

従業員規模別には、『関心がある』は、10~19人(36.3%)でやや多い。また、「支援に関心はない」は、1~4人(36.6%)が最も多く、規模が大きくなるにつれてその割合は小さくなる(図表26)。

図表 26 支援制度説明のための訪問意向



(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)。

(8) 地域の中核事業者の特長と課題

① 5年前と比較した自社の業績

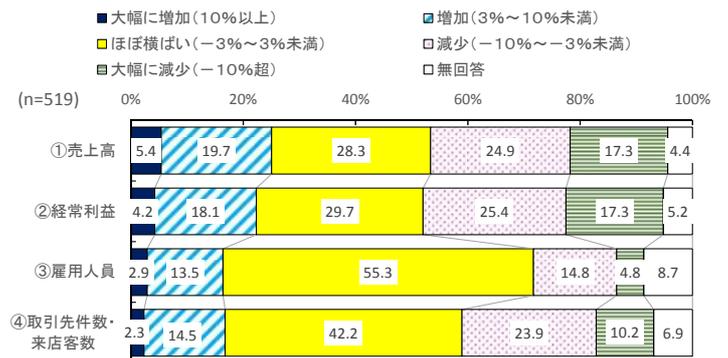
①売上高、②経常利益、③雇用人員、④取引先件数・来店客数の4つの業績指標について、5年前と比較した状況を尋ねている。

結果をみると、いずれも「ほぼ横ばい」が最も多く、特に③雇用人員は55.3%で半数を超える。

また、『増加』(「大幅に増加」「増加」の計)と『減少』(「大幅に減少」「減少」の計)を比べると、4つの指標のすべてで、『減少』が『増加』を上回る。

好調と判断できる『増加』を指標別にみると、①売上高は25.1%、②経常利益は22.3%、③雇用人員は16.4%、④取引先件数・来店客数は16.8%である(図表27)。

図表 27 5年前と比較した自社の業績



② 中核事業者の特長

中核事業者は、高い収益性や安定した雇用など業績面での実績のもと、先行きも成長の見込める事業者であることが期待される。ここでは、5年前と比べて売上高の『増加』（「大幅に増加」「増加」の計）した事業者を本調査での中核事業者と考え、自社のセールスポイントや取引先との関係性等について、全体結果との比較を試みる。

②-1 自社のセールスポイント

中核事業者（売上高が『増加』した事業者）のセールスポイントは、「技術力・専門性の高さ」（50.8%）が最も多く、ほぼ2社に1社を占める。以下、「地域に密着した経営」「経営の安定性」（各30.0%）、「商品・サービスが高品質・高付加価値」（23.1%）、「社員の定着率の良さ」（20.0%）の順に続く。

全体結果と比べると、「技術力・専門性の高さ」と「経営の安定性」「商品・サービスが高品質・高付加価値」は、中核事業者の方が大きく上回る。これらは、地域の中核事業者の備える要件とみることができる（図表28）。

②-2 取引の際の決定権

事業者間の取引の際、仕様・内容等について、中核事業者は、『自社が決める』（29.0%：「ほとんど自社が決める」と「ある程度自社が決める」の計）がほぼ3割を占める。その一方で、『取引先が決める』（50.0%：「ほとんど取引先が決める」と「ある程度取引先が決める」の計）は5割である。

全体結果と比べると、『自社が決める』が僅かに少なく、『取引先が決める』がやや多いが、回答傾向に大きな差はない（図表29）。

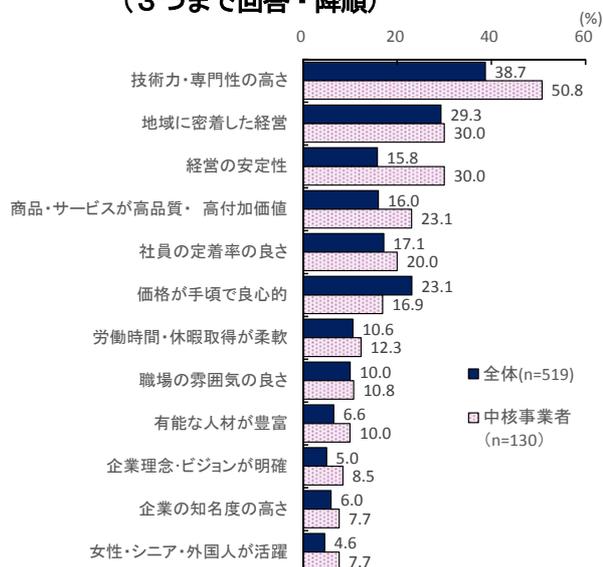
（注）中核事業者
5年前と比較して売上高が『増加』（「大幅に増加」「増加」の計）した事業者

②-3 販売先・外注先との関係

販売先や外注先との関係で、中核事業者が最も多いのは「人材育成をしている（出向社員の受入れ等）」（20.0%）である。以下、「新規調達・仕入先の紹介をしている」（17.0%）、「新事業・製品の開発に参加している」（16.0%）と続き、いずれも全体に比べて多い。中核事業者は人材面や調達・仕入、技術開発に関して、販売先・外注先と積極的に交流している（図表30）。

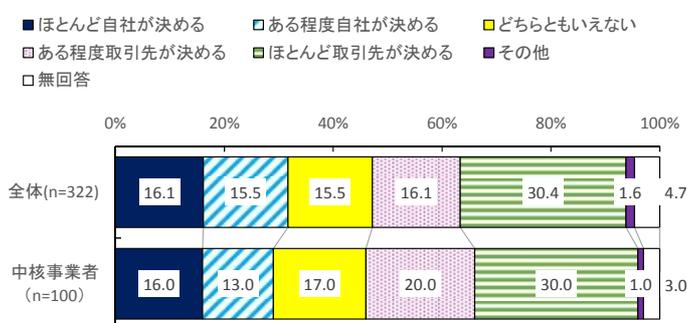
（注）中核事業者
5年前と比較して売上高が『増加』（「大幅に増加」「増加」の計）した事業者

図表28 自社のセールスポイント上位項目
（3つまで回答・降順）

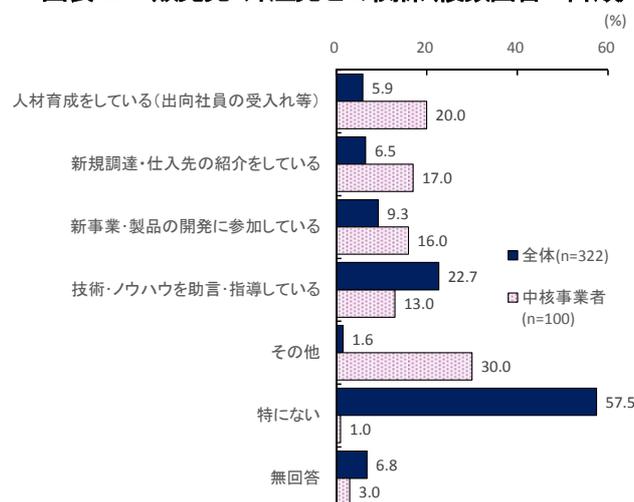


（注）中核事業者
5年前と比較して売上高が『増加』（「大幅に増加」「増加」の計）した事業者

図表29 取引の際の決定権



図表30 販売先・外注先との関係（複数回答・降順）



②-4 取引先選定の重視事項

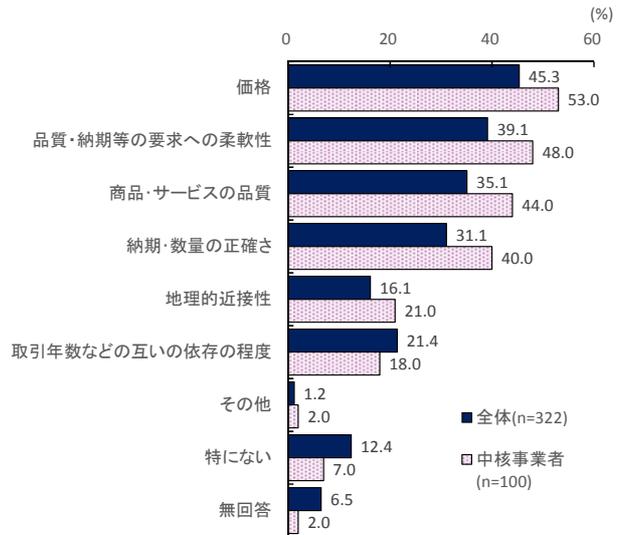
中核事業者の取引先選定に関する重視事項は「価格」(53.0%)が最も多い。以下、「品質・納期等の要求への柔軟性」(48.0%)、「商品・サービスの品質」(44.0%)、「納期・数量の正確さ」(40.0%)の順で続く。両者の上位の順位は同じであるが、それぞれの割合を比べると、中核事業者が全体を10ポイント程度上回る。

さらに、「地理的近接性」(21.0%)、「取引年数などの互いの依存の程度」(18.0%)と続くが、両者の順位は全体と逆転する(図表31)。

(注) 中核事業者

5年前と比較して売上高が『増加』(「大幅に増加」「増加」の計)した事業者

図表31 取引先選定の重視事項(複数回答・降順)



③ 事業活動上の連携先・相談先

中核事業者の事業活動上の連携先・相談先は、「金融機関や税理士・会計士等専門家」(37.7%)が最も多く、以下、「所沢市外の同業種(同業態)」(32.3%)、「所沢市内の同業種(同業態)」(30.8%)、「商工会議所などの所沢市内の団体」(26.2%)と続く。上位項目は全体結果と同じだが、それぞれの回答割合は中核事業者の方が多い。

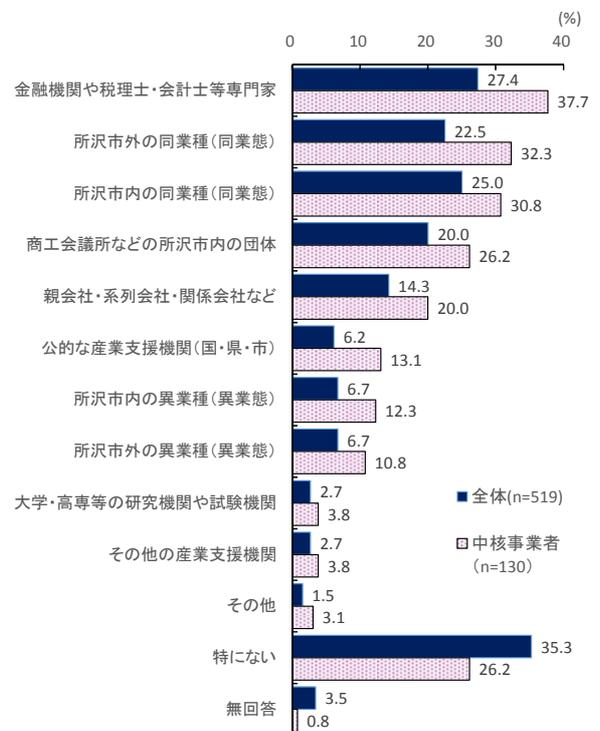
また、2位の「所沢市外の同業種(同業態)」は全体の3位から上昇、僅差だが「所沢市外の同業種(同業態)」と順位は逆転している。

中核事業者は、連携・相談が積極的であるとともに、市内にとどまらず、より広い地域で連携・相談を行っている(図表32)。

(注) 中核事業者

5年前と比較して売上高が『増加』(「大幅に増加」「増加」の計)した事業者

図表32 事業活動上の連携・相談先(複数回答・降順)

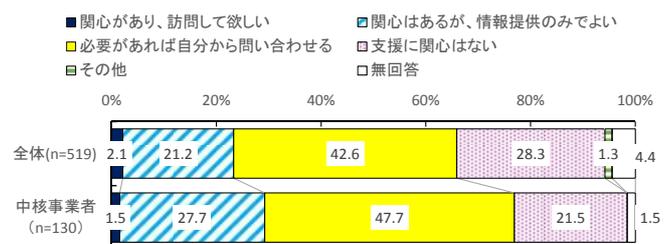


④ 支援制度説明のための訪問意向

中核事業者は、支援制度や産業支援機関等の説明に「関心があり、訪問して欲しい」(1.5%)、「関心はあるが、情報提供のみでよい」(27.7%)で、『関心がある』は両者を合計した29.2%である。また、「必要があれば自分から問い合わせる」は47.7%、「支援に関心はない」は21.5%である。

全体と比べて、『関心はある』が約6ポイント、「必要があれば自分から問い合わせる」も約5ポイント多い。中核事業者は、行政の支援制度に対する関心が高く、情報収集にも前向きな姿勢がうかがえる(図表33)。

図表33 中核事業者の支援制度説明のための訪問意向



(注) 中核事業者

5年前と比較して売上高が『増加』(「大幅に増加」「増加」の計)した事業者

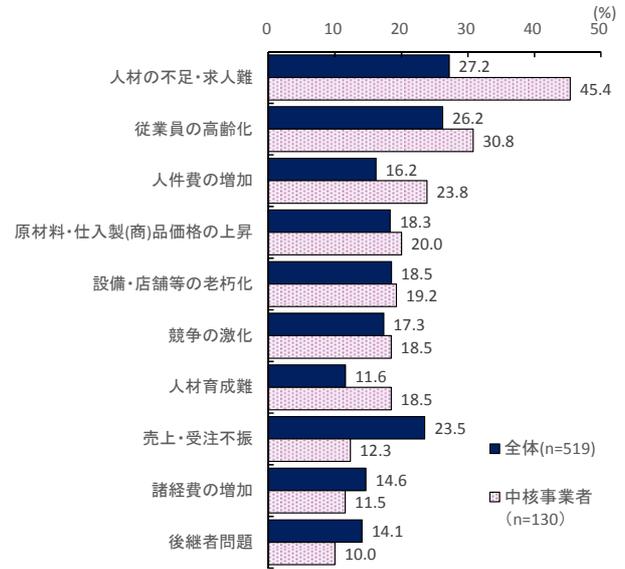
⑤ 経営上の課題

中核事業者の経営課題は、「人材の不足・求人難」(45.4%)が最も多く、他を大きく上回る。以下、「従業員の高齢化」(30.8%)、「人件費の増加」(23.8%)、「原材料・仕入製(商)品価格の上昇」(20.0%)、「設備・店舗等の老朽化」(19.2%)、「競争の激化」「人材育成難」(各18.5%)の順である。

全体と比べると、1位の「人材の不足・求人難」は20ポイント近く上回る。また、「人件費の増加」と「人材育成難」も全体より7ポイントほど多い。「従業員の高齢化」も含め、人材の確保や育成は中核事業者の支援ニーズの高い項目といえる(図表34)。

(注) 中核事業者
5年前と比較して売上高が『増加』(「大幅に増加」「増加」の計)した事業者

図表34 経営上の課題の上位項目
(3つまで回答・降順)



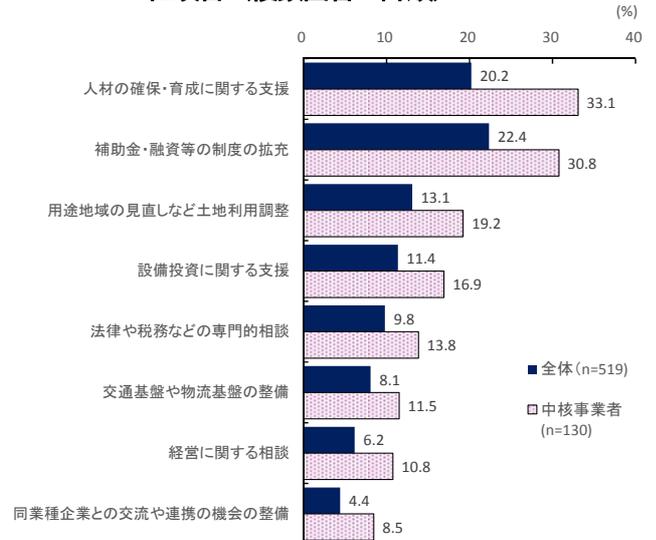
⑥ 充実して欲しい産業振興支援策

充実して欲しい産業振興支援策について、中核事業者は、「人材の確保・育成に関する支援」(33.1%)が最も多い。以下、「補助金・融資等の制度の拡充」(30.8%)、「用途地域の見直しなど土地利用調整」(19.2%)、「設備投資に関する支援」(16.9%)の順である。

中核事業者は、いずれの項目も全体を上回るが、中でも「人材の確保・育成に関する支援」は13ポイント近く上回り、順位も2位から1位へ逆転している。中核事業者にとって、人材の確保や育成は経営上の課題の上位であり、市に対して支援策の充実を期待していることがうかがえる(図表35)。

(注) 中核事業者
5年前と比較して売上高が『増加』(「大幅に増加」「増加」の計)した事業者

図表35 充実して欲しい産業振興支援策
上位項目(複数回答・降順)



所沢市地域経済動向調査報告書

— 令和元年度・前期調査 —

令和元年9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