埼玉りそな経済情報

June 2021 No.210 6月号

1 彩論 埼玉労働局長 **増田 嗣郎** 氏
――― ウィズコロナ・ポストコロナ時代に対応した雇用の安定及び働き方改革の推進

2 ズームアップ **首都圏アグリファーム株式会社**

5 経営者セミナー **経営に活かす論語の精神**
安岡定子事務所 代表 **安岡 定子** 氏

9 調査 **埼玉県の医療機関の収益状況**

13 アンケート調査 **埼玉県内企業経営動向調査**
――― 自社業況は製造業主導で大きく改善、BSIはコロナ感染拡大前の水準を上回る

17 県内経済の動き

19 月次経済指標

21 タウンスケープ **所沢市**
――― 絆、自然、文化　元気あふれる「よきふるさと所沢」

裏表紙 市町村経済データ

所沢市役所屋上から望む中心市街地(所沢市)

埼玉りそな銀行
RESONA

企画編集 公益財団法人 埼玉りそな産業経済振興財団

彩論 SAI RON

ウィズコロナ・ポストコロナ時代に対応した雇用の安定及び働き方改革の推進

埼玉労働局長
増田 嗣郎氏

4月23日に3度目となる緊急事態宣言が4都府県を区域として行われるなど新型コロナウイルス感染症拡大による経済・雇用への影響はさらに長期化し、予断を許さない状況が続いています。

このような中、埼玉労働局においては、事業の継続や従業員の雇用維持に懸命に取り組んでいる企業への効果的な支援を重要な柱として、雇用調整助成金等による支援に局をあげて対応してきました。昨年1月以降、助成率引き上げや支給要件の緩和などの特例措置を講じ、埼玉県内の雇用調整助成金等の支給決定件数は、令和3年4月末現在で11万件を超えています。

令和3年度においては、知事をはじめ行政機関、労働団体、経済団体の代表者で構成される「埼玉県公労使会議」での決定を踏まえ、「強い経済の構築に向けた埼玉県戦略会議」の取組と連携し、「ウィズコロナ・ポストコロナ時代に対応した雇用の安定及び働き方改革の推進」をスタートさせました。

雇用の安定については、雇用調整助成金の活用に加え、事業の一時的な縮小を余儀なくされる企業から人手不足の企業に出向して働くことで労働者の雇用維持を図る在籍型出向が注目されています。経済団体、労働団体、金融機関、出向支援機関、関係行政機関が参加する「埼玉県在籍型出向等支援協議会」を新たに立ち上げ、マッチング支援、出向元と出向先の双方に対して助成する「産業雇用安定助成金」の活用により、雇用シェアを推進していきます。労働者のキャリアップの観点からの積極的な活用も期待されています。また、離職者等の再就職に向けて、求職者支援制度の拡充等により、IT分野も含め職業訓練の受講を一層促進することとしています。

働き方改革については、日本の将来にとって避けて通れない改革であり、企業の将来を左右する重要な課題です。新型コロナへの対応として、否応なしにテレワークの推進などさらなる業務や働き方の見直しが求められています。

中小企業の働き方改革を支援するため、「埼玉働き方改革推進支援センター」を設置し、個別訪問、出張相談、セミナーの開催等の総合的な支援を実施するとともに、「テレワーク相談センター」と連携し、テレワーク実施に向けた支援を行っていますので、同センターを是非ご活用ください。

また、7~11月を働き方改革推進期間とし、関係機関・団体と連携し、県内一斉ノー残業デー、年次有給休暇の取得促進に取り組むとともに、職場のハラスメント対策、メンタルヘルス対策などの働きやすい環境づくりの支援も進めます。

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、テレワークの普及とも相まって、居住地域も含めて広く自分の適職を考えるなど働く人の意識の変化もみられます。働き方改革を進めてきた企業にとっては、異業種や都心の人材、地元の若者を新たに確保するチャンスとなっています。

厚生労働省では、若者の採用・育成に積極的で雇用管理の状況などが優良な中小企業を認定する「ユースエール認定」制度や、育児サポートの「くるみん」、女性活躍推進の「えるぼし」など、働きやすい職場をPRできる認定制度を多数用意しています。

埼玉労働局では、ウィズコロナ・ポストコロナ時代に対応した雇用の安定に全力をあげるとともに、働き方改革を推進し、広く県内企業の人材確保・定着、新卒も含めた就職・再就職が実現できるよう、政策を展開してまいりますので、引き続きご協力をお願いします。

ズームアップ
ZOOM UP —— 首都圏アグリファーム株式会社

農地中間管理事業で農地を借り、地域密着で狭山茶を生産。“高品質で希少価値”を強みに狭山茶を世界に発信していく

狭山茶の生産者では最大規模となる60haの農地を管理して、狭山茶を生産する首都圏アグリファーム。農地中間管理事業で賃借した農地を中心に6年で5倍に拡大して、事業を大きく成長させてきた。生産量の増加に伴い、茶葉を加工する新工場を来年竣工予定。今後は、日本茶ブームが巻き起こる海外市場に向けて販売チャネルを増やす取り組みを進めていく。

代表取締役　水本 達也氏(右)
常務取締役　長澤 英夫氏(左)

- 代 表 者　代表取締役　水本 達也
- 設　　立　平成27年3月
- 資 本 金　80百万円
- 従業員数　25名
- 事業内容　狭山茶の生産・加工・販売
- 所 在 地　〒358−0047 埼玉県入間市大字木蓮寺734-2
  TEL 04-2936-8851　FAX 04-2936-8897
- U R L　https://www.sayama-cha.jp

埼玉県の銘茶“狭山茶”。首都圏アグリファーム株式会社は狭山茶の主な生産地の一つである入間市金子地区で60haもの茶畑を管理し、狭山茶の生産・加工・販売を行う。

畑は農地中間管理機構（農地バンク）である(公社)埼玉県農林公社を通じて、休耕地や高齢化により離農する所有者の農地を賃借する“農地中間管理事業”で借り受ける。創業時から大手飲料メーカー向けの生産と狭山茶ブランドの確立を目指して、圃場の面積は大きく増加した。

同社は5月に一番茶、6~7月に二番茶、さらに10~11月に秋冬番茶を収穫することで1年を通じて安定した収穫量を確保。生葉を工場で荒茶（製品になる手前の状態）に加工して飲料メーカーに出荷するほか、自社ブランド品の加工・製造も行い、独自チャネルの開拓を進めている。

「この地域では昔から、農家さん自らが茶葉を育成し、加工して販売まで行っていました。つまり、1次産業から2次産業、3次産業までを全部手がける6次産業化が何十年も前から確立されていたのです」（水本達也社長）

全国の茶どころの約4割が中山間地に農地を構える中、平坦な武蔵野台地に広大な農地を構える金子地区は機械化が進めやすく、生産力の強化が見込める地域だ。同社は地域密着をビジネスの礎に置き、事業の拡大、雇用の創出、国内外に向けた狭山茶のブランド力の強化等、さまざまな取り組みを推し進めている。

→ 地元で3代続く茶園「出川園」が参画

同社は平成27（2015）年、母体となる首都圏リース株式会社の出資で創業した。親会社と親交のある大手飲料メーカーから、拡大するペットボトルの需要に向けた茶葉の安定供給を託され、さらに埼玉県からも狭山茶の復興と拡大、畑の景観保全といった期待を受けての誕生であった。

初めの一歩は農地バンクから農地を借り受け、事業に参画してくれる茶園農家を探すことであった。そこで、金子地区出身の長澤英夫常務が、茶葉の生産から加工までを手がける“茶園”を100軒ほど訪ね歩き、パートナー探しに奔走した。

「当社が参入することで地元から反対意見が出るかと思ったのですが、逆でした。狭山茶ブランドを復興してくれるという期待値のほうが高かったのです。当社のビジネスプランに賛同してくださる事業者さんに集まっていただき、そこで出川園さん、出川製茶工場さんとタッグを組むことになりました」（長澤英夫常務）。

農地バンクから借り受ける茶畑は、今日まで金子地区で代々受け継がれてきた農業従事者の思いが詰まった地だ。同社がそのバトンを受け取り未来につなげていくためには、安心して栽培・加工を任せられる生産者を迎え入れることが必須であった。出川園、出川製茶工場は高級リーフの製造・販売を専門とする地元で3代続く茶園農家で、製造に関する技術力と製品品質には定評があった。

「話を聞いて、丁寧にまじめに農業をやろうとしている企業であることが伝わってきたので、一緒に仕事をすることに決めました」（出川克美常務）

茶葉を選別して製品に仕上げる“茶師”である出川克美常務。そして荒茶の製造を行う出川義雄専務を迎え、同社は狭山茶の生産・加工・販売を12haの土地からスタートさせた。

わずか6年で農地を5倍に拡大

同社は出川両役員が持つ長年の経験と生産技術、そして飲料メーカーからは科学的な営農技術と知見を受け、品質の高い安定した製品づくりに向けて邁進した。

季節に応じて肥料を施し、春先は新芽を霜から守るファンを回し、収穫量の減少する古木は抜根して改植を行い、更地の畑は1本1本苗木の植栽からスタートした。アルバイトやパートを採用して畑の維持や管理、繁忙期の加工作業等を行い、地元に雇用を生み出した。こうして地域と密着し、丁寧に手をかけて徐々に管理する農地と生産量を増やしていった。

「出川さんがしっかりと管理してくださるのを地域の方も見てくださって、『うちも農地バンクに土地を預けてお願いしようかな』と言ってくださる方が増えていきました」（水本社長）

12haからスタートした農地は、創業から6年となる今年で60haと5倍に拡大し、狭山茶の生産者では1事業者あたり最大の規模となっている。

来年5月に新工場が開設予定

お茶の葉は摘採すると酸化酵素の働きによって、葉の色や香味が変化する“発酵”が始まる。そのため

摘採の様子（左）、一番茶の新芽（右）

狭山茶煎茶「霞川」（左）、「霞川」桐箱入り（右）

できるだけ早く生葉に熱を加えて発酵を止め、葉の形状を整えて乾物状態にする必要がある。飲料メーカーに納品する際、製品になる手前まで乾燥させて加工する“荒茶”にするのもそのためだ。

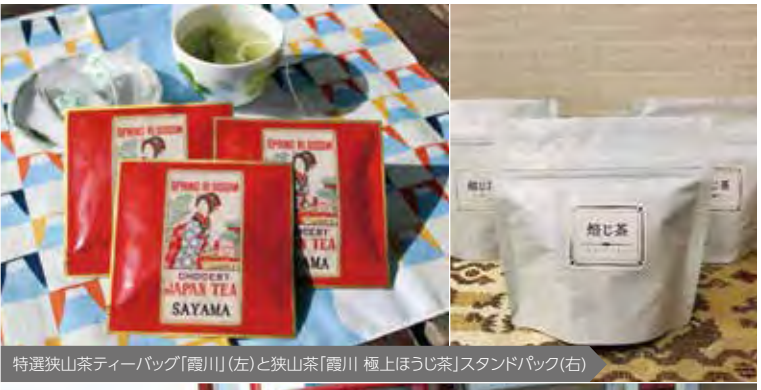
摘採後は生葉を蒸したあと、熱風を当てて揉んだり力を加えて揉んだりしながら、保存に適した水分量になるまで葉を乾かし荒茶に仕上げていく。繁忙期ともなれば、同社の生葉を加工する出川製茶工場は24時間フル稼働の状態となる。

「一連の工程はラインで行います。朝から乗用の

摘採機でお茶の葉を摘んだあと、1日およそ8tの生葉を加工し、約1.6tの荒茶にして出荷しています」（出川義雄専務）

工場は植栽面積30ha規模のキャパシティのためすでに超過状態。同社の実績を見て、農地バンクを通じて畑を貸し出したいというニーズは増加するものの、最近は受け入れが厳しい状態が続いていた。そこで新工場の建設を決意する。

「来年5月の一番茶から新工場で製造できるよう、現在工場の建設を進めているところです。それが



特選狭山茶ティーバッグ「霞川」（左）と狭山茶「霞川 極上ほうじ茶」スタンドパック（右）

出川義雄専務（左）、出川克美常務（右）

完成すれば地域との連携をさらに進めることができるようになります」（水本社長）。

新工場は最新機器を導入し、現工場の2.5倍の処理能力を有するものだという。

狭山茶ブランド「霞川」「霞川極上ほうじ茶」

同社が管理する農地は、飲料メーカー向けに出荷する茶樹の畑と、狭山茶ブランド化向けの茶樹の畑の2種類がある。

自社製品向けの茶樹は摘採後、荒茶工場でよく揉んだのちに独自製法で仕上げ加工を行う。そこで、古くから行われてきた狭山茶伝統の“狭山火入れ”という高温焙煎で仕上げることで、濃厚な香りと深い甘みの煎茶が生まれている。

「お茶は揉めば揉むほど、いい製品になります。まず生葉をよく蒸して丁寧に揉みます。次に、揉みながら乾かすことで茶葉がキラキラと輝く“よく撚れたお茶”に仕上がります」（出川専務）

製品ラインナップは狭山茶ならではの甘みが引き立つ煎茶の「霞川」、そして一番茶仕上げのほうじ茶「霞川極上ほうじ茶」だ。いずれも、地元茶園と競合することのないチャネルで販売されている。

その一つである鎌倉の寺院において、海外旅行客の間で桐箱入りや千代紙缶の高級製品が人気を集めたことで手応えを感じ、日本茶人気が高まる海外に向けた販売戦略を進めている。新たにネット通販の検討も開始したところだ。

海外に向けて狭山茶をブランディング

「市場での狭山茶の生産量は2%ほど。京都の宇治茶も6%ほどなのですがブランド力があり、知名度も販売力もあります。狭山茶も品質の高さと希少価値を売りにブランディングして、海外の販路を開拓していきたいです」（水本社長）

飲料メーカーとの強固なパートナーシップと新工場の設立によって、今後も安定した売り上げと生産量は確保。また、現在は農地の場所によって寒暖や日照時間に差があるため、今後はその場所に最適な品種に改植していくほか、早生・中生・晩生の品種を計画的に改植して作期分散させ、収穫量の最大化を図る取り組みも進めていく考えだ。

平成29年、同社は経済産業省が選定する地域経済の中心的な担い手となりうる事業者「地域未来牽引企業」に選出された。今後も狭山茶を通じて、地域の未来を切り開いていく。

経営者セミナー

埼玉りそな産業経済振興財団が主催する
企業経営者の方を対象としたトップセミナー

経営に活かす論語の精神

安岡 定子氏

安岡定子事務所 代表

プロフィール

1960年東京都出身。二松学舎大学文学部中国文学科卒業。陽明学者安岡正篤の孫。現在「こども論語塾」の講師として全国各地で親子を対象に論語講座を開催する他、企業やビジネスパーソン向けのセミナー、講演活動を精力的に行っている。「子や孫に読み聞かせたい論語」「えんぴつで論語」「心を育てるこども論語塾」「実践論語塾」「新版 素顔の安岡正篤」「壁を乗り越える論語塾」「ドラえもんはじめての論語」、最新刊として「渋沢栄一と安岡正篤で読み解く論語」など著書多数。公益財団法人郷学研修所 安岡正篤記念館理事長も務める。

令和3年3月16日（火）、安岡定子氏を講師にお迎えし、「経営に活かす論語の精神」と題して「経営者セミナー2020」の第4講を開催しました。以下、その概要をご紹介いたします。

はじめに

安岡でございます。本日はどうぞよろしくお願いいたします。

今日は実際に論語の中の章句をいくつか取り出しましてご紹介いたします。皆さんには、ご自身の人生、お仕事、ご家庭のこと、地域のことなど、皆さんが普段から関わっておられるところに重ねて考えていただきますと、一番わかりやすいかと思います。日ごろ意識しておられたり、実践しておられることも、あらためて活字になり、目から入ってくると、やはり心に残ります。時間を置いて見た時に思い出していただくこともできますので、あえて皆さんがご存じのことを活字にしたのがレジュメの最初のページでございます。「リーダーの要諦」ということで「人としてどう在るか」ということが根底にあるのですが、私は三本の柱があると思っております。

リーダーの要諦
◆実学

一本目の柱は「実学」。これは皆さんがお仕事を進める上で、それぞれに必要な基礎知識や専門知識、必要な技能、あるいは教養などで、仕事をしていく上でのスキル、実力です。自分で足りないと実感したら、補っていくべきもので、日々実感して磨いていかなくてはならないもの。自分でそれが身についたかどうか、足りないのかどうかも実感できるもので、成果が見えるもの、あるいは人から見たときにそれが評価されるというものが「実学」であると思います。

◆人間学・人間力

二本目の柱は「人間学・人間力」。これは統率力、判断力、人にものを伝える力、人から信頼されているか、そして人の気持ちを察することができるかどうかという洞察力などです。「察する」というのは論語の中にも使われている漢字ですが、見えないものを見ようとするときに使います。見えないものに対してそこに「見通しをもつ」とか、自分の知識や経験を活かして「想像力を働かせる」というようなことができるかどうかです。人に対しては、見えている表面的な部分だけではなく、人の内面であるとか、自分では見えていない他の場面も見ようとしていく。人を察することができるかということは非常に重要なところになります。

皆さんが日々磨いていらっしゃる実学に対して、この人間学の方は毎日誰かが評価してくれたりするも

のではなく、自分でも成果が見えにくいものです。特に難しい問題に直面した場面や、危機的な状況を迎えた時にこそ周囲からの信頼の有無も露呈しますし、その人の本当の力がわかります。比較的難しい場面になったときに問われるのが人間力だと思われます。

「リーダーの要諦」ということで三本の柱の中で二つお話ししてきましたが、これから皆さんと一緒に読む「論語」の章句の中にもこういった要素が含まれています。ということは2,500年前から人の上に立つリーダーとなるべき人には同じような問題や課題があって、それを解決しようとしてきたということ、とりわけ「人間力」をつけていく、「人の気持ちを察する」ことができるかどうかということは、当時からずっと変わらないテーマであるということが、今日論語の章句に触れると皆さんに感じて頂けるのではないかと思います。

リーダーという立場になると実学だけではなく、むしろ人間学の方が大切になってきます。自分のステージが上がっていけば、従えていく人の数が増えていきます。自分のために使える時間よりも、人を育てるとか、それぞれにどのようにさせるかという事の方が課題としては大きくなり、その時にこそ人間力が問われます。人間学・人間力は長期的に、あるいは一生取組んでいくべきものであると思います。

◆自分のための時間の活用法 ～「一張一弛」・オンとオフの使い方～

難しい場面に直面するリーダーの立場であればこそ、私はオンとオフを上手に切り替えられることがとても重要だと思います。論語の中ではないのですが、孔子の「一張一弛」というとてもいい言葉があります。弓で鋭く遠くへ矢を飛ばすためには、かなり張っていないとだめですよね。その後は緩めないと次のタメの力が出てきません。これは緩急のことなのです。水戸藩の藩校「弘道館」は、論語の中の「人能く道を弘む」から二文字をとって命名しています。「よき人物がよき道を開いていく」という意味で「自分の思いを成し遂げるには、自分自身を磨いてよい道をつくっていかないとそこへは到達しない」ということです。9代目の藩主である斉昭公が経済の立て直しとあわせて教育にも注力しようということで建てた藩校が現在も残る「弘道館」です。藩校を建てた翌年、斉昭公は、皆さんご存じの梅園「偕楽園」を開きます。孔子の「一張一弛」に基づいて、張る方で弘道館を、緩める方で偕楽園をつくりました。学問に励むだけではなくて、偕楽園の景色を眺めて歌のひとつもつくれるくらいの風流さや教養も必要だというのが当時の教育方針です。そのような考えから一張一弛にあわせて学校と梅園をつくったのです。

オンとオフをどのように切り替えるかというところですが、まずは自分の心が解き放たれ、リラックスできて、豊かになれる時間をつくるということが、とても大切なことだと思います。これに関しては、それぞれ千差万別で、自分ひとりで楽しめる趣味の時間をもつ、スポーツ、芸術あるいは家族と過ごす時間をもつ、自分にとって一番リラックスできる、心が休める場所をもつことだと思います。

それには自分の心がけも必要で、私がお目にかかってきたリーダーの方々は、大変上手に時間も自分の気持ちもコントロールされておられる方が多かったので、それを踏まえて私は、リーダーの要諦の三本目の柱として、オンとオフの使い方を入れました。

「論語」の成り立ち

論語は2,500年前の中国、春秋時代に魯という小国で生まれた孔子が述べた言葉です。当時は多くの小国が小競り合いを始めていた不安定な戦乱の世でした。孔子はそのような不安な時代に生まれ、15歳の時に「良い国づくりをしたい」というかなり大きな志を立てました。良い国づくりをするために孔子は十数年間、猛烈に学びながら下級役人として働きます。そして30歳になったころには弟子がつきはじめます。下級役人として仕事をする一方で、その後も孔子は良い国づくりをするために学び、考え続けます。そこで孔子は夏、殷、周など国が良く治まっていた昔の時代のことを徹底的に調べようと考えました。そこで気が

ついたことは人物の違いです。自分が生きている今の時代は、夏、殷、周の時代に比べて物質的には進んでいるけれども人間力はどうであろうか。まだ何もなかったその時代のリーダーたちは人のため国のために尽くす素晴らしい人物だったということに気づきました。経済とか軍備など、世の中を発展させるのは優れた人物があってこそということが過去を振り返った時にあらためてわかったのです。孔子は自分が学ぶことと合わせて人材育成に目覚め、弟子を一生懸命に育て始めます。人の教育、人材育成の大切さに気がついた最初の人物ではないかと思います。

論語は孔子が述べた言葉を、孔子が亡くなった後に弟子たちが集めて一冊にまとめたもので、孔子の意思は全く入っていません。全部で約500の言葉から成り立っているのですが、当時の状況がわからないと理解できない言葉もあります。しかし沢山ある言葉の中からご自身の今の気持ちや、あるいは過去を振り返られた時の気持ちなど、いろいろな場面で、ぴったりと心に触れてくるものがあると思います。

過去を振り返ることから始める

故(ふる)きを温(たず)ねて新(あたら)しきを知(し)れば、
以(もし)って師(な)と為るべし。

「故きを温ねて」は論語の中ではたぶん一番有名だと思われます。「私は新しいことを成し遂げたい。これから良い国づくりをしたいと思ったので、まず過去の良い時代のことを振り返ってみました。そうしたら人材育成が大事だという事がわかりました」という、孔子の考え方の根本を言っている、とても大事で中身の豊かな一言です。人間は前を向いていますから、振り返ることが苦手ですね。過去の事例を学んでみることは、よい解決方法に繋がるのですが、これはかなり意識しないとできないので孔子は言葉として若者に贈ったのだと思います。「現場に出たら先を見通して、自分で見極めて、できなかったら経験者に聞いてみたり、過去の事例を振り返ってみる。そしてそれをこれからに活かすのです。それができてはじめてよき人物ですよ」となります。これは企業の中でも、一人ひとりの人生においても、学生さんにもぴったりくるオールマイティな言葉です。皆さんがよくご存じの言葉ですので中身を知っていただきたいなと思い、一番最初にお話しました。

人物から学ぶ

教(おし)え有(あ)りて類(るいな)無し。

昔はまだ学校というものがありませんので「人から学ぶ」ということが教えになります。「よき人に出会ってどれだけよい影響を受けたかによって、人はどんどんよい方へ変わっていけるのですよ」というのがこの章句の意味になります。いろいろな人と出会って、そこでどれだけよい刺激を受けて、それを自分のものにできるかということです。若い人から学ぶこともあります。自分の意識を高いところにもっていると、同じような志をもっている人と通じ合うことができるようになります。自分がどうであるかによって出会う人がどんどん変わっていくということが重要な点です。人との出会いは一生続きますので、自分の意識をどこにもっているかでかなり違ってきます。私はとても好きな章句ですので二つ目にもってきました。

注目される立場

君子(くんし)の過(あやまち)や日月(じつげつ)の食(しょく)の如(ごと)し。

孔子の考え方では、君子であっても失敗はする、間違いは犯すというのが前提で、孔子は失敗をしたその後が問題なのだといつも弟子に言っていました。
それを聞いていた弟子が言った言葉です。「君子は注目されているので、間違ったり、失敗したことも皆に見られていて隠すことができない。しかし改めていく姿もまた皆に見せられる」ということです。「失敗をしたときに、ごまかしたり、言い訳をするのではなく、誠実に失敗を認めて次の手を打っているというところまで人に見られていますよ、見せることができますよ」ということです。失敗や過ちを犯した後に的確な対応をすると、その失敗自体の記憶が薄れていくということです。あたかも日食月食のように、それが過ぎたらそ

の現象自体を忘れたように、また元の日常の仕事や生活に戻っていくということです。この「食の如し」も本当に中身が豊かで、お話の切り口としても参考になるので選びました。

バランスが大事

質、文に勝てば則ち野なり。
文、質に勝てば則ち史なり。
文質彬彬として、然る後に君子なり。

「文質彬彬として、然る後に君子なり」とありますが文は外側、立ち振る舞いとか、言葉遣い、服装などです。質は内面で性質、資質、素質などもともともっているものです。中身が豊かなのに外側がそれに伴っていなければ野、まだ荒削りだということ。その逆は史、文書係のことですが、美辞麗句を重ねられるという意味で中身がそれほどないのに外側ばかりを磨くということです。両方のバランスが取れていて初めて君子、リーダーといえますよということで「その人らしさがあって誠実に事をこなしていく、そういうものが内面からにじみ出て、ちゃんと外側に現れてこないとだめですよ」ということになります。

リーダーの心得

千乗の国を道くに、事を敬して信、
用を節して人を愛し、民を使うに時を以ってす。

「千乗の国を」の乗は、兵車を数える時の数です。当時は4頭立ての馬車で大将と御者と射手の3人乗り。その後ろに72人の兵と25人の従者が続き1台の兵車で100人です。その1,000倍ですから千乗の国といったらかなり大きな国で、そういう大国のトップになったとしたらということです。「事を敬して信」ですから物事を進めるにあたり、敬は慎むですから慎重に行うことによって信頼を得ること。「用を節して人を愛し」用は費用ですから、浪費をしないで民のことを一番に考える。「民を使うに時を以ってす」は兵力として農民を動員する場合は、その時期をよく考えて行うべきだということです。田植えや種まきをする時期に農民を全部駆り出して国を守ったところで、秋に収穫ができず経済が回らなくなります。「民の信頼を得られているか、日頃どういう考えで政治をしているか、人を動かしているのか」ということで、リーダーのもつべき大切な心得です。

見通しを持つ・持たせる

人にして遠き慮り無ければ、
必ず近き憂い有り。

「遠き慮り」の本来の意味は遠い先を考える、見通しを持つということです。「もし見通しがなかったら近い将来すぐに困ったことになりますよ」という意味です。立場やステージが上がっていきますと自分が見通しを持つことも当然ですが、部下や後輩に見通しを持たせてあげることも、人を育てる上でとても大切です。いつも気持ちを配っていることが、リーダーとしてはより重要な仕事になります。それが孔子の言っている人材育成に全部つながっています。

まとめ

今日は六つの章句を選んでお話をさせていただきました。皆さんそれぞれに感じ方も違ったと思います。これからのことに活かそうと思った方、あるいは過去を振り返ってあの時と重なるなと思った方、様々だったと思いますが、ぜひ論語のほかの言葉にも触れていただきたいですし、ほかの古典も読んでいただきたいと思います。良き言葉は自分の中に入れておくと困ったときに不思議と出てくるものです。知識や教養、言葉などもそうですが、入れようとすればいくらでも入りますし、さらに良いことは人に教えてあげても自分の中身がなくなるわけではないですよね。ぜひぜひ言葉にかぎらず、いろいろなものを若い方に出して差し上げてほしいなと思いお話をいたしました。

少しでも論語を身近に感じていただけたら嬉しく思います。どうもありがとうございました。

（文責:埼玉りそな産業経済振興財団 事務局）

調査

埼玉県の医療機関の収益状況

はじめに

昨年4月、新型コロナウイルスの感染拡大を受けて、政府が出した1回目の緊急事態宣言の下では、様々な経済活動が制約を受け、飲食や旅行をはじめとする多くの業種で収益が落ち込んだ。医療機関についても例外ではなく、コロナ患者を受け入れた医療機関の多くで収益が大きく悪化しただけでなく、感染拡大の影響は、コロナ患者を受け入れていない医療機関にも及んだ。

本年年明け早々に出された2回目の緊急事態宣言が3月に解除されたのも束の間、再び感染の波は広がり、各地で相次いで実施されたまん延防止等重点措置でも歯止めがかからないまま、4月には東京都や大阪府などを対象に3回目の緊急事態宣言が出されるに至った。

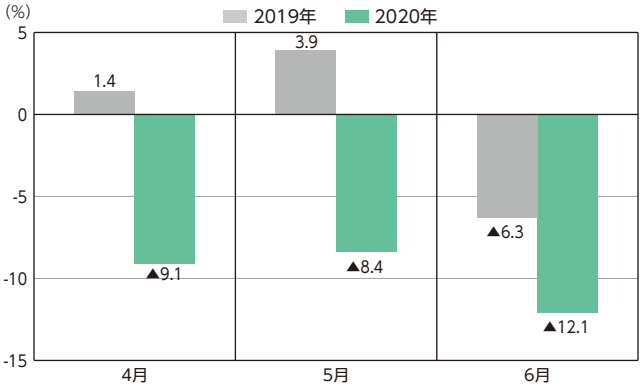
コロナ患者を受け入れている医療機関の収益悪化に対しては、政府も相次いで支援策を打ち出しているものの、受け入れを行っていない医療機関への対応はやや後手に回っており、埼玉県の医療機関においても、総じてみれば足元の収益は悪化している可能性が高い。以下では、埼玉県の医療機関の収益状況について簡単にみていきたい。

第1波で悪化した医療機関の収益状況

新型コロナウイルスの第1波がいったん落ち着きをみせた昨年8月、日本病院会と全日本病院協会、日本医療法人協会は、医療機関を対象に共同で実施したアンケート調査「新型コロナウイルス感染拡大による病院経営状況の調査（2020年度第1四半期）」の結果を発表した。

これによると、全国の医療機関の医業利益率（医業利益÷医業収益）は、1回目の緊急事態宣言が出された昨年4月には、一昨年の+1.4%から10.5ポイント減の▲9.1%へ、5月は同じく+3.9%から12.3ポイント減の▲8.4%へ、6月は同じく▲6.3%から5.8ポイント減の▲12.1%へ、それぞれ大きく悪化した。

●全国の医療機関の医業利益率



資料：(一社)日本病院会、(公社)全日本病院協会、(一社)日本医療法人協会
「新型コロナウイルス感染拡大による病院経営状況の調査（2020年度第1四半期）」

医療機関のなかでも、コロナ患者を実際に受け入れた、あるいは受け入れの準備を行った医療機関の医業利益率は、それぞれ4月は12.4ポイント、5月は14.8ポイント、6月は7.1ポイント、前の年から減少しており、これらの医療機関では、コロナ患者受け入れのため、コロナ以外の病気やケガの患者の対応が困難になったり、手術が行えなくなったりして、収益が減少するといった例がみられた。

また、コロナ対応として、一時的に外来や病棟を閉鎖した医療機関では、その間、医業収益が断たれた結果、前年からの落ち込み幅がコロナ患者を受け入れた医療機関より大きくなり、それぞれ4月に16.8ポイント、5月に20.0ポイント、6月に10.5ポイントの減少となった。

●全国の医療機関の医業利益率（前年差）

(%ポイント)

2020年	全医療機関			
		コロナ患者受入・受入準備医療機関	一時的外来・病棟閉鎖医療機関	コロナ患者未受入医療機関
4月	▲10.5	▲12.4	▲16.8	▲7.1
5月	▲12.3	▲14.8	▲20.0	▲7.7
6月	▲5.8	▲7.1	▲10.5	▲3.6

資料：(一社)日本病院会、(公社)全日本病院協会、(一社)日本医療法人協会
「新型コロナウイルス感染拡大による病院経営状況の調査（2020年度第1四半期）」

一方、コロナ患者の受け入れを行わなかった医療機関でも、医業利益率は4月に7.1ポイント、5月に

7.7ポイント、6月に3.6ポイント、それぞれ前の年から減少した。コロナ患者の受け入れを行っていない医療機関であっても、診療を受ける人が集まれば、当然感染のリスクは高まる。外出の自粛が強く要請されるなかで、可能な範囲で医療機関の受診を控えようとした結果とみられる。

医業利益は、医業収益から医業費用を差し引いて算出される。医業収益と医業費用のそれぞれの推移をみると、昨年4月の医業収益が前年比▲9.4%、5月が同▲15.3%、6月が同▲4.7%と、大きく落ち込む一方、医業費用は4月が同+0.3%、5月が同▲4.5%、6月が同+0.5%と、5月以外は微増となっており、医業利益の減少は、医業収益の減少によるところが大きかった。

●全国の医療機関の医業収益と医業費用(前年比)

(%)

	2020年4月	2020年5月	2020年6月
医業収益	▲9.4	▲15.3	▲4.7
入院診療収入	▲8.4	▲13.8	▲5.7
外来診療収入	▲10.0	▲16.3	▲0.1
検診・人間ドック等収入	▲45.4	▲63.1	▲25.8
室料差額・その他医業収入	▲8.1	▲12.9	▲10.4
医業費用	0.3	▲4.5	0.5
医薬品費	▲0.7	▲9.1	4.1
診療材料費	▲6.1	▲18.1	▲2.7
給与費	1.6	▲0.2	0.4
その他経費	1.4	▲4.9	▲0.4

資料:(一社)日本病院会、(公社)全日本病院協会、(一社)日本医療法人協会
「新型コロナウイルス感染拡大による病院経営状況の調査(2020年度第1四半期)」

医業収益のなかでも、比較的緊急度の低い検診・人間ドック等収入は、4月は前年比▲45.4%、5月は同▲63.1%、6月は同▲25.8%となるなど、落ち込み幅が大きかったが、入院診療収入や外来診療収入についてもかなりの幅で減少しており、やはり医業収益の減少には、医療機関を受診する人の減少が影響していたようだ。

一方、医業費用については、コロナ対応に追加の人員が必要な機関も少なくなく、最もウェイトの高い給与費は、4月は前年比+1.6%と増加した。5月は同▲0.2%と微減となったものの、6月も同+0.4%と増加している。

都道府県別のレセプト件数と診療報酬金額

では、全国の医療機関が受けた収益への影響について、地域ごとの違いはあるのだろうか。1回目の緊急事態宣言が出された昨年4月の都道府県ごとの状況を、社会保険診療報酬支払基金のレセプトの件数と診療報酬金額からみてみよう。

レセプトは、患者が医療機関で受けた診療内容を記載した明細書のことで、医療機関が月ごとに発行し、これをベースに公的医療保険の請求を行う。受診した医療機関からそれぞれ1枚ずつ発行されるが、同じ医療機関を同じ月に何度受診しても発行されるレセプトは1枚だけである。このため、ある人が一カ月の間に合計何回医療機関を受診したのかはわからないものの、幾つの医療機関を受診したのかをみることができる。

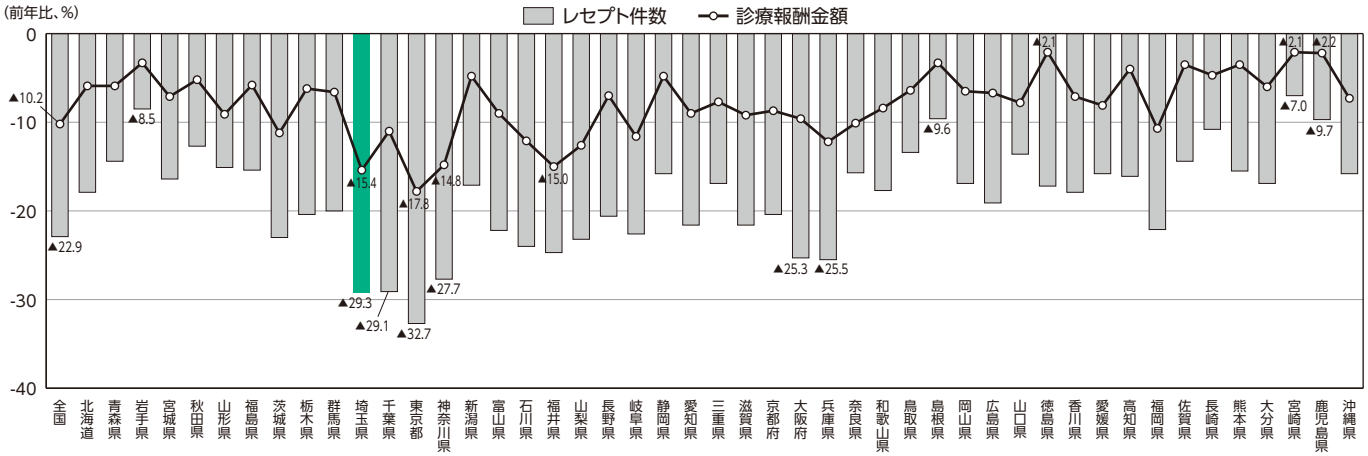
昨年4月の全国の医療機関のレセプト件数は、医療機関を受診する人の減少などを受けて、前年比▲22.9%と大幅な落ち込みとなった。

地域別でみても、すべての都道府県でレセプト件数は前年を下回ったが、なかでも減少率が最も大きかったのは、東京都の前年比▲32.7%で、二番目が埼玉県の同▲29.3%だった。以下、千葉県の同▲29.1%、神奈川県の同▲27.7%、兵庫県の同▲25.5%、大阪府の同▲25.3%となっている。

一方、減少率が小さかったのは、宮崎県の前年比▲7.0%、岩手県の同▲8.5%、島根県の同▲9.6%、鹿児島県の同▲9.7%だった。

コロナ患者が多く発生した大都市圏では、外出自粛への意識も相対的に高かったことから、医療機関の受診を控える動きも強まった。一方、コロナ患者の発生が少ない地方などでは、医療機関への影響も比較的少なくすんだ所が多いようだ。

●都道府県別のレセプト件数と診療報酬金額（2020年4月分）



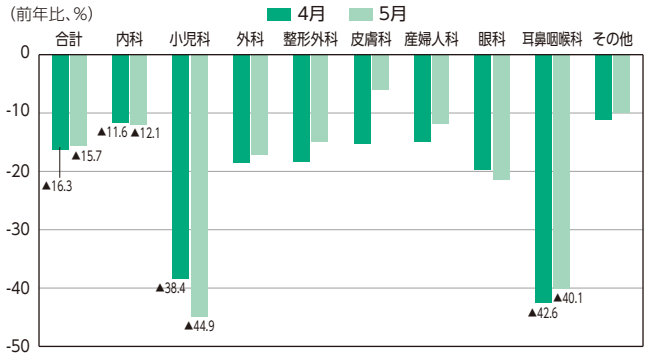
資料:社会保険診療報酬支払基金「統計月報（2020年4月分）」

診療報酬金額についても、レセプト件数と同様にすべての都道府県で前年を下回った。なかでも、最も減少率が大きかったのは、東京都の前年比▲17.8%で、二番目が埼玉県の同▲15.4%だった。以下、福井県の同▲15.0%、神奈川県の同▲14.8%が続いている。一方、減少率が小さかったのは、徳島県と大分県の前年比▲2.1%で、鹿児島県の同▲2.2%が続いている。

診療報酬金額の減少幅は、いずれの都道府県においてもレセプト件数より小さくなっている。これは、コロナ患者への対応等の必要性を踏まえて、国が医療機関の収益悪化に対して打ち出した支援策が寄与したとみられる。ただし、これらの支援策をもってしても、診療報酬金額の減少をすべてカバーするまでには至らなかった。

また、医療機関のなかでも、通院患者への対応が主体となる医科診療所の診療報酬金額をみると、受診する診療科目によって影響に違いがみられた。全国の医科診療所のうち、小児科の昨年4月の診療報酬金額は前年比▲38.4%となったのに続き、5月も同▲44.9%と大幅な落ち込みとなった。子どもへのコロナの感染を心配して、小児科の受診を控える動きが目立っていた。また、耳鼻咽喉科についても、4月が同▲42.6%、5月が同▲40.1%と大きく減少したが、こちらも比較的低年齢の子どもの比率が高いことに加えて、診療の切迫度がそれほど高くない人が多いことも影響した可能性がある。一方、内科は4月が同▲11.6%、5月が同▲12.1%となっており、前年を下回ってはいるものの、減少幅は小児科などに比べると小さかった。

●医科診療所の診療科目別診療報酬金額（2020年4･5月）



資料:厚生労働省「最近の医療費の動向」
(注)診療報酬金額は概算ベース

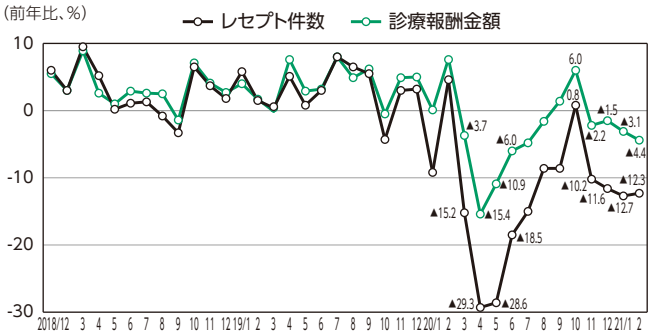
埼玉県の医療機関の収益状況

あらためて、埼玉県の医療機関の収益の推移をみてみよう。

埼玉県の医療機関のレセプト件数については、新型コロナウイルスの感染が広がる前は、月ごとの振れを伴いながらも、前年を若干上回る水準で推移してきたが、感染の第1波が広がった昨年3月に前年比▲15.2%と落ち込んだ。1回目の緊急事態宣言が出た4月には同▲29.3%と大幅な落ち込みとなり、

5月も同▲28.6%と落ち込みは続いた。6月以降、徐々に減少幅は縮小して、10月には同+0.8%と前年を上回る水準まで回復したが、感染の第3波が広がると、再び減少に転じ、本年1月は同▲12.7%、2月には同▲12.3%となった。

●埼玉県の医療機関のレセプト件数と診療報酬金額の推移

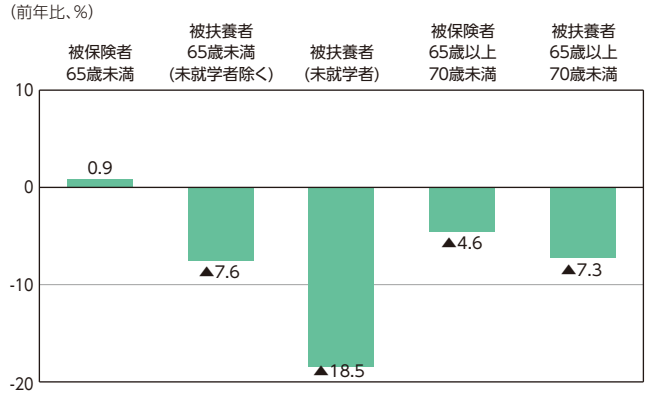


資料:社会保険診療報酬支払基金「統計月報」

診療報酬金額についても、レセプト件数とほぼ同様の推移をたどっているが、その落ち込み幅は、レセプト件数よりは小さく、10月には同+6.0%と前年の水準を上回ったものの、11月は同▲2.2%、12月は同▲1.5%と小幅なマイナスに転じ、2回目の緊急事態宣言が出された本年1月には、同▲3.1%、2月には同▲4.4%とマイナス幅が広がった。

1回目の緊急事態宣言の時ほど診療報酬金額が落ち込んでいないのは、収益悪化に対する政府の支援策が効いたことに加えて、外出自粛への意識が弱まり、受診を抑制する動きが1回目の時ほど強く働かなかったことも影響したとみられる。

●埼玉県の医療機関の加入状況別診療報酬金額(2021年1月)



資料:社会保険診療報酬支払基金「統計月報(2021年1月)」

しかし、そうしたなかでもコロナ患者を受け入れていない医療機関を中心に、受診を抑制する動きが続いているとみられる。本年1月分の埼玉県の診療報酬金額を受診者の加入状況別にみると、被保険者(65歳未満)が、前年比+0.9%とわずかに前年を上回ったのに対して、未就学者を除く被扶養者(65歳未満)は同▲7.6%となり、被扶養者(未就学者)は同▲18.5%と大きく落ち込んだ。

1回目の緊急事態宣言の時と比べると、全体に減少幅は小さくなっているとはいえ、昨年4・5月に全国の小児科の診療報酬金額が大きく落ち込んだのと同様、足元では幼児や就学前の子どもの受診が控えられる傾向が続いており、こうしたことが埼玉県内の医療機関の診療報酬金額を押し下げる一因になっているとみられる。

おわりに

コロナ患者を受け入れている医療機関の病床使用率の高さや医療従事者の厳しい労働環境などが大きな課題として取り上げられるなか、政府は、コロナ重症患者向けの病床を新たに確保した医療機関に対して支給していた補助金を、1床あたり最大1,500万円から1,950万円に増額するなど、支援策を順次拡充している。しかし、これまでの支援策は、コロナ患者受け入れのための、費用面をカバーする意味合いが強い。

コロナ患者の受け入れを行っていない医療機関に対しても、6歳未満の乳幼児の外来診療などの際に、感染予防策加算が加えられるなど、一部で支援策が実施されるようにはなってきたが、全体にやや後手に回っている感がある。

コロナ患者を受け入れるかどうかにかかわらず、医療機関やそこに働く人々の存在は欠かせないものである。コロナ禍を乗り越えた後も続く暮らしのために、必要な対策を期待したい。　　(井上博夫)

アンケート調査

埼玉県内企業経営動向調査

自社業況は製造業主導で大きく改善、BSIはコロナ感染拡大前

☑ 国内景気

（現状）

最近（2021年4月）の国内景気に対する見方は、「上昇」10%、「下降」40%で、BSI（「上昇」－「下降」の企業割合）は▲30となり、前回調査（2021年1月）の▲64から34ポイントの改善となった。前回に比べて「下降」とする見方が28ポイント低下し、BSIの大きな改善につながった。

業種別にみると、製造業はBSI▲12で前回調査の▲59から47ポイントの改善、非製造業は▲41で前回調査の▲69から28ポイントの改善となり、製造業の改善が目立った。

（先行き）

先行き（約6カ月後）については、「上昇」21%、「下降」34%で、BSIは▲13と現状から17ポイントの改善となった。先行きについては現状より改善するとの見方が多い。本調査には4月上旬に多くの回答があったが、4月20日から埼玉県にまん延防止等重点措置が、4月25日から東京都等に3回目の緊急事態宣言が発出されており、先行きの不透明感は増している。

業種別では、製造業はBSI+12で現状から24ポイントの改善、非製造業は▲26で15ポイントの改善となり、製造業で大きく改善している。

☑ 業界景気

（現状）

最近の自社業界の景気に対する見方は、「上昇」14%、「下降」33%で、BSIは▲19となり、前回調査の▲41から22ポイントの改善となった。

業種別にみると、製造業はBSI±0で前回調査の▲34から34ポイントの改善、非製造業は▲30で前回調査の▲46から16ポイントの改善となり、製造業の改善が目立った。非製造業では改善はしているものの、BSIは「飲食店・宿泊」▲89、「小売」▲43、「サービス」▲39など、依然として厳しい業種が残っている。

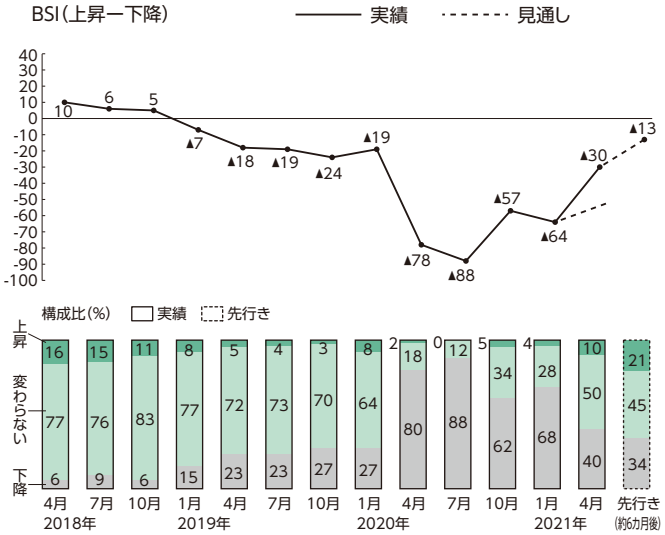
製造業の改善幅が大きかったのは、中国向けを中心に輸出が増加し、生産が増加したためとみられる。一方、非製造業の改善が製造業に比べて小さかったのは、1月に緊急事態宣言が発出されたことなどから、外食や旅行、対面サービスの利用などを控える動きが出たためとみられる。

（先行き）

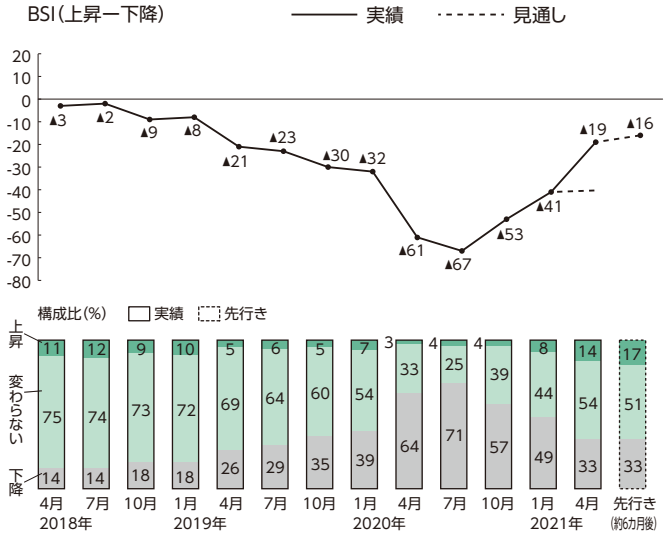
先行きについては「上昇」17%、「下降」33%で、BSIは▲16と現状から小幅な改善となった。

業種別では、製造業はBSI+3で現状から3ポイント、非製造業は▲26で4ポイントの改善と、いずれも小幅な改善となった。

●国内景気



●業界景気



の水準を上回る

☑ 自社業況

（現状）

最近の自社の業況に対する見方は、「良い」とする企業23%、「悪い」とする企業19%で、BSIは+4と、前回調査の▲7から11ポイント改善し、BSIは1年3カ月ぶりにプラスに転じ、新型コロナウイルス感染症拡大前（2020年1月+1）の水準を上回った。

業種別にみると、製造業はBSI+13で前回調査の▲16から29ポイントの改善、非製造業は▲1で前回調査の▲3から2ポイントの改善となり、製造業の改善が目立った。非製造業の改善幅は小幅にとどまり、BSIは「飲食店・宿泊」▲78、「サービス」▲23など、依然として厳しい業種が残っている。

（先行き）

先行きについては「良い」とする企業22%に対し、「悪い」とする企業は17%、BSIは+5とほぼ横ばいとなった。

業種別では、製造業はBSIが+19で現状から6ポイントの改善、非製造業は▲2でほぼ横ばいとなった。

☑ 売上高

（現状）

2021年1~3月期の売上高は、季調済BSI（「増加」－「減少」の企業割合、季節調整済）が+9となり、前回調査対象期間（2020年10~12月期）の+3から6ポイントの改善となった。

売上高のBSIは、昨年4~6月期には最初の緊急事態宣言発出により大きく落ち込んだが、7~9月期には緊急事態宣言が解除されていたこともあって大幅に改善した。10~12月期は感染症の再拡大がみられ、非製造業では低下の一方、製造業で大きく改善していた。

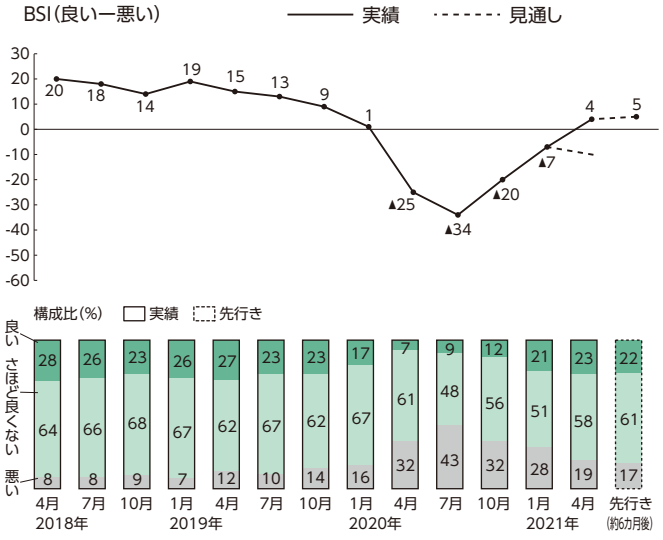
業種別にみると、製造業はBSI+27で前回調査の+14から13ポイントの改善、非製造業は▲1で前回調査の▲5から4ポイントの改善と、製造業で大きく改善した。

（先行き）

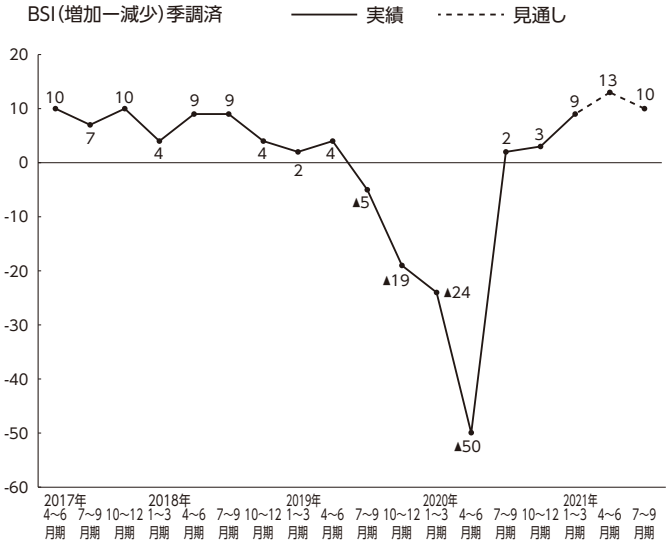
先行きについては、2021年4~6月期のBSIが+13、7~9月期は+10とプラスで推移する。

業種別では、製造業が2021年1~3月期、4~6月期、7~9月期に+27→+29→+16、非製造業では▲1→+2→+7となっており、非製造業に比べて製造業で売上高が増加するとの見方が多くなっている。

●自社業況



●売上高



経常利益

（現状）

2021年1～3月期の経常利益は、季調済BSIが+7となり、前回調査対象期間（2020年10～12月期）の±0から7ポイントの改善となった。経常利益のBSIは売上高のBSIと同様、昨年4～6月期には最初の緊急事態宣言発出により大きく落ち込んだが、7～9月期には緊急事態宣言が解除されていたこともあって大幅に改善した。10～12月期は感染症の再拡大がみられたことから、小幅な動きとなっていた。

増加の要因（複数回答）としては、「売上・受注の好調」をあげるところが84%、「諸経費の圧縮」41%などとなった。

業種別にみると、製造業はBSI+19で前回調査の+8から11ポイントの改善、非製造業は+1で前回調査の▲6から7ポイント改善した。

（先行き）

先行きについては、2021年4～6月期のBSIが+6、7～9月期は+7とプラスで推移する。

業種別では、製造業が2021年1～3月期、4～6月期、7～9月期に+19→+19→+13、非製造業では+1→▲2→+3となっており、売上高同様、非製造業に比べて製造業で経常利益が増加するとの見方が多くなっている。

設備投資

（現状）

2021年1～3月期の設備投資は、季調済BSIが+3となり、前回調査対象期間（2020年10～12月期）の▲6から9ポイントの改善となった。設備投資のBSIは、昨年4～6月期を底に、振れを伴いながらも改善している。

設備投資の内容については、「更新投資」が54%、「能力増強投資」24%、「合理化投資」9%、「研究開発投資」6%などとなった。「更新投資」が減少し、「能力増強投資」が増加したが、「更新投資」の比率は5割以上と更新投資中心の内容となった。

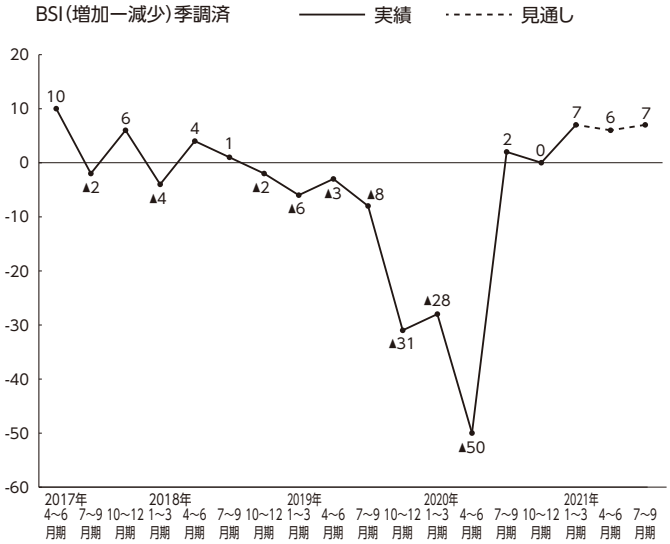
業種別にみると、製造業はBSI+12で前回調査の▲5から17ポイントの改善、非製造業は▲2で前回調査の▲7から5ポイントの改善となった。

（先行き）

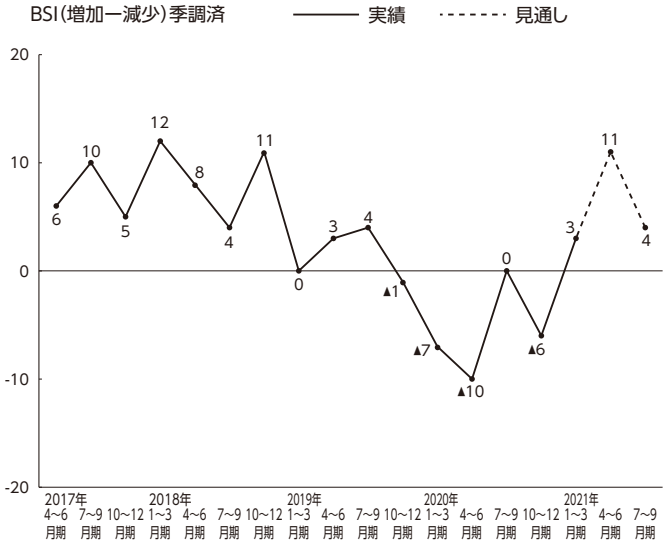
先行きについては、2021年4～6月期のBSIが+11、7～9月期は+4となっており、振れを伴いながらも、設備投資のBSIはプラスで推移している。

業種別では、製造業が2021年1～3月期、4～6月期、7～9月期に+12→+21→+12、非製造業では▲2→+5→±0となっており、売上高・経常利益同様、非製造業に比べて製造業で設備投資が増加するとの見方が多くなっている。

●経常利益



●設備投資



☑ 雇用

(現状)

最近(ここ6カ月間)の雇用状況をみると、雇用人員が「増加」とした企業は28%、「減少」とした企業は15%で、BSIは+13と前回調査の+2から11ポイントの改善となった。例年4月調査は新卒者の採用もあり、雇用のBSIは高くなるが、約3割の企業で「増加」としており、雇用は改善が続いている。

業種別にみると、製造業はBSI+15で前回調査の▲2より17ポイントの改善、非製造業は+13で前回調査の+5より8ポイントの改善となった。

(先行き)

先行き(約6カ月後)については、「増加」とする企業が28%、「減少」とする企業が8%でBSIは+20と現状から7ポイントの改善となった。雇用の先行きについては、減少を見込む企業が少なくなっている。

業種別では、製造業はBSI+17で現状から2ポイント、非製造業は+20で7ポイントの改善となっている。

☑ 経営上の問題点

経営上の問題点(複数回答)については、「売上・受注不振」が57%と最も多かった。次いで「人材・人手不足」51%、「仕入原価上昇」32%、「諸経費上昇」23%、「製商品安」13%、「資金不足・資金繰り難」6%、「代金回収悪化」1%などとなった。

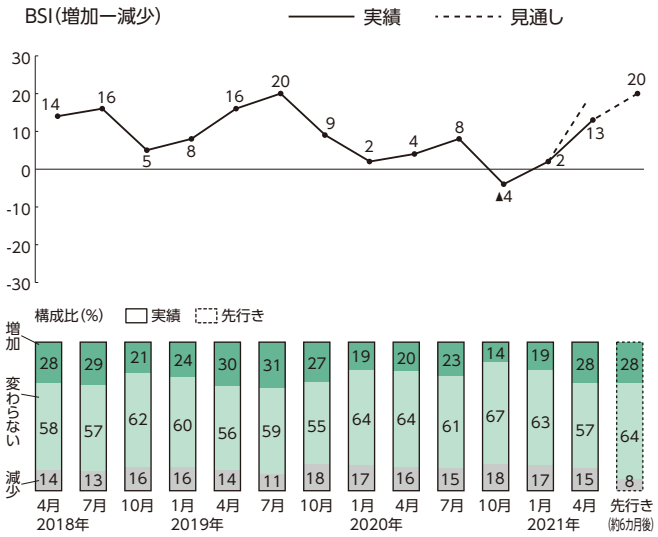
経営上の問題点については、2020年1月調査までは「人材・人手不足」が最も多かったが、2020年4月調査以降「売上・受注不振」が最も多くなった。

業種別にみると、「売上・受注不振」は非製造業が製造業より17ポイント多いのが目立ち、非製造業では「小売」、「電気・ガス」、「飲食店・宿泊」、「サービス」の7割以上の企業が「売上・受注不振」を回答していた。製造業では、「人材・人手不足」との回答が最も多く、非製造業も半数以上の企業が「人材・人手不足」を回答しており、「人材・人手不足」も引き続き経営上の問題点となっている。

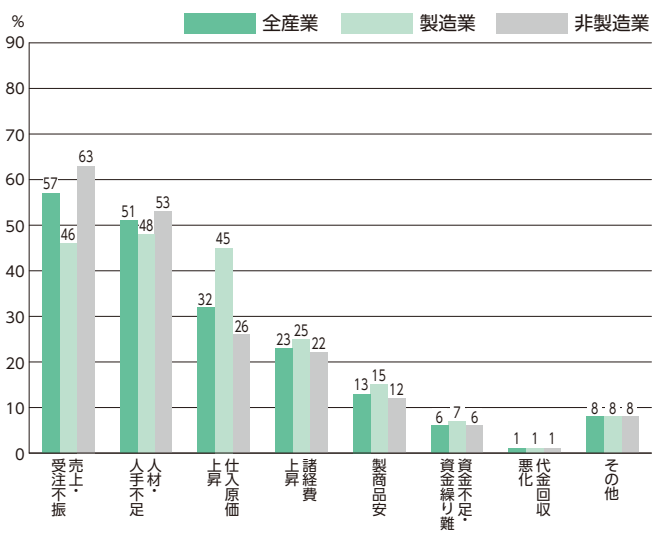
(太田富雄)

2021年4月実施。対象企業数1,027社、
回答企業数343社、回答率33.4%。

●雇用



●経営上の問題点



県内経済の動き

概況　埼玉県の景気は、新型コロナウイルス感染症の影響により、

景気動向指数　上方への局面変化を示している

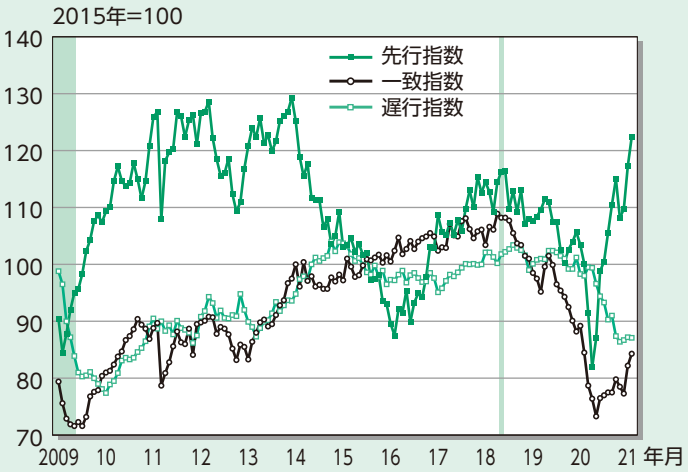
2月のCI(コンポジット・インデックス)は、先行指数:122.4(前月比+5.2ポイント)、一致指数:84.3(同+2.1ポイント)、遅行指数:87.1(同▲0.1ポイント)となった。

先行指数は3カ月連続の上昇となった。

一致指数は2カ月連続の上昇となった。基調判断となる3カ月後方移動平均は、前月比+1.94ポイントと、2カ月連続の上昇となった。埼玉県は景気の基調判断を2カ月連続で「上方への局面変化を示している」としている。

遅行指数は3カ月ぶりの下降となった。

景気動向指数の推移



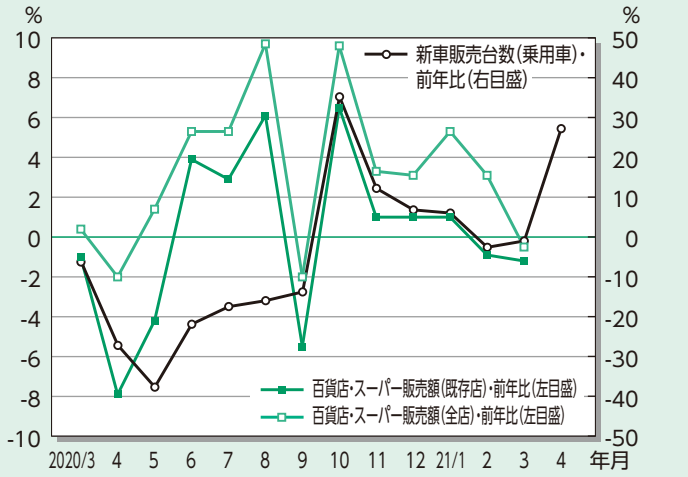
資料:埼玉県　(注)網掛け部分は埼玉県の景気後退期。2018年5月に景気の山を暫定設定。それ以降の谷は未設定。

個人消費　百貨店・スーパー販売額は2カ月連続で減少

3月の百貨店・スーパー販売額は1,097億円、前年比▲1.2%(既存店)と2カ月連続で減少した。業態別では、百貨店(同+13.5%)は増加したが、スーパー(同▲3.1%)は減少した。新設店を含む全店ベースの販売額は同▲0.5%と6カ月ぶりに減少した。

4月の新車販売台数(乗用車)は9,830台、前年比+27.2%と、昨年に新型コロナ感染拡大の影響で販売が落ち込んだ反動で大幅に増加した。車種別で普通乗用車が5,430台(同+49.2%)、小型乗用車は4,400台(同+7.7%)だった。

個人消費の推移



資料:経済産業省、日本自動車販売協会連合会

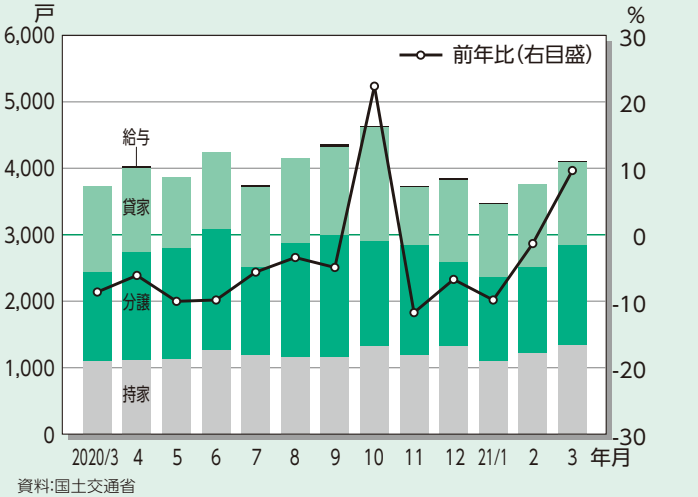
住 宅　5カ月ぶりに前年を上回る

3月の新設住宅着工戸数は4,101戸、前年比+9.7%と5カ月ぶりに前年を上回った。

利用関係別では、貸家が1,257戸(同▲2.7%)と2カ月ぶりに減少したものの、持家が1,341戸(同+21.9%)と4カ月連続で、分譲が1,501戸(同+11.8%)と4カ月ぶりに増加した。

分譲住宅は、マンションが334戸(同+6.0%)と4カ月ぶりに、戸建てが1,156戸(同+12.7%)と10カ月ぶりに増加した。

新設住宅着工戸数の推移



資料:国土交通省

厳しい状況にあるものの、持ち直しの動きがみられる

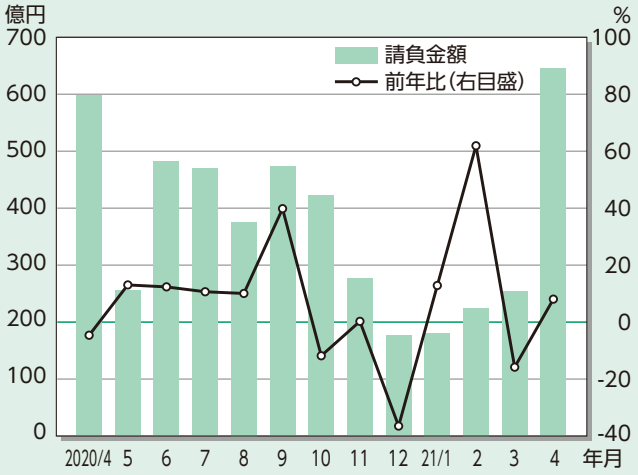
公共工事　2カ月ぶりに前年を上回る

4月の公共工事請負金額は646億円、前年比+8.1%と2カ月ぶりに前年を上回った。

発注者別では、県（前年比+3.1%）と独立行政法人等（同+409.6%）は増加したものの、国（同▲7.9%）、市町村（同▲12.8%）が減少した。

なお、4月の請負件数も652件（同+5.0%）と前年を上回っている。

公共工事請負金額の推移



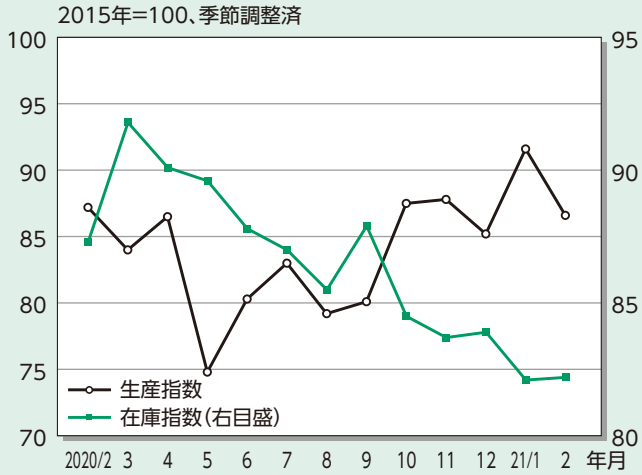
資料：東日本建設業保証㈱

生 産　2カ月ぶりに減少

2月の鉱工業指数をみると、生産指数は86.6、前月比▲5.5%と2カ月ぶりに減少した。業種別では、輸送機械、業務用機械、鉄鋼など9業種が増加したものの、生産用機械、化学、電気機械など14業種が減少した。

在庫指数は82.2、前月比+0.1%と2カ月ぶりに増加した。業種別では、生産用機械、鉄鋼、繊維など10業種が増加したものの、電子部品・デバイス、化学、電気機械など10業種が減少した。

鉱工業指数の推移



資料：埼玉県

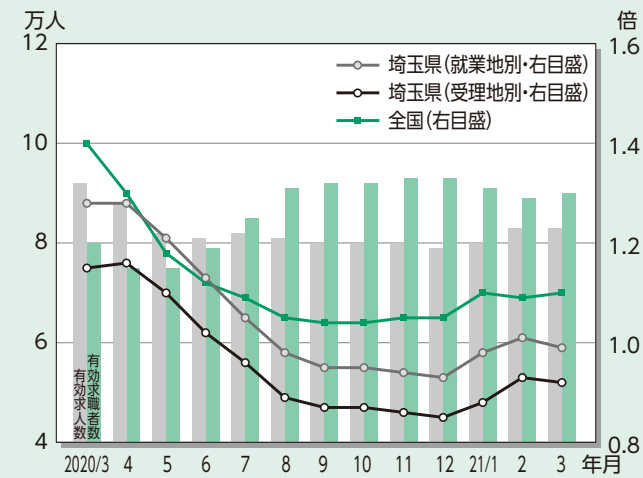
雇 用　有効求人倍率は3カ月ぶりに下降

3月の受理地別有効求人倍率は、前月から0.01ポイント下降して0.92倍となり、3カ月ぶりに前月を下回った。

有効求職者数が90,196人（前月比+1.1%）と、4カ月ぶりに前月を上回るなか、有効求人数は82,926人（同+0.3%）と3カ月連続で前月を上回った。新規求人倍率は、前月から0.11ポイント下降の1.66倍となっている。

なお、3月の就業地別有効求人倍率は、前月から0.02ポイント下降の0.99倍であった。

有効求人倍率の推移



資料：埼玉労働局　（注）就業地別有効求人倍率は、埼玉県内を就業地とする、県外での受理分を含めた求人数で算出された参考値

月次経済指標

	鉱工業生産指数(季調値)				鉱工業在庫指数(季調値)				建築着工床面積(非居住用)			
	埼玉県		全国		埼玉県		全国		埼玉県		全国	
	2015年=100	前月比(%)	2015年=100	前月比(%)	2015年=100	前月比(%)	2015年=100	前月比(%)	1,000㎡	前年比(%)	1,000㎡	前年比(%)
2017年	100.8	0.6	103.1	3.1	92.5	3.8	98.8	4.1	3,014	26.1	52,968	4.4
2018年	101.3	0.5	104.2	1.1	88.5	▲ 4.3	100.5	1.7	2,950	▲ 2.1	52,432	▲ 1.0
2019年	96.4	▲ 4.8	101.1	▲ 3.0	88.3	▲ 0.2	101.7	1.2	2,818	▲ 4.5	48,687	▲ 7.1
2020年	84.3	▲ 12.6	90.6	▲ 10.4	84.5	▲ 4.3	93.2	▲ 8.4	2,363	▲ 16.2	44,236	▲ 9.1
20年 2月	87.2	▲ 7.5	98.7	▲ 0.4	87.3	▲ 0.5	104.4	▲ 1.4	149	▲ 46.5	3,605	▲ 2.6
3月	84.0	▲ 3.7	96.2	▲ 2.5	91.8	5.2	105.1	0.7	285	163.9	3,718	11.5
4月	86.5	3.0	86.3	▲ 10.3	90.1	▲ 1.9	105.1	0.0	202	▲ 50.4	4,086	▲ 8.0
5月	74.8	▲ 13.5	77.2	▲ 10.5	89.6	▲ 0.6	102.6	▲ 2.4	363	29.0	4,078	▲ 2.2
6月	80.3	7.4	81.0	4.9	87.8	▲ 2.0	100.8	▲ 1.8	191	▲ 10.1	3,798	▲ 18.2
7月	83.0	3.4	86.6	6.9	87.0	▲ 0.9	99.5	▲ 1.3	195	▲ 3.7	3,855	▲ 22.6
8月	79.2	▲ 4.6	88.3	2.0	85.5	▲ 1.7	98.6	▲ 0.9	302	66.2	3,662	▲ 8.2
9月	80.1	1.1	91.6	3.7	87.9	2.8	97.6	▲ 1.0	104	▲ 60.8	3,891	7.8
10月	87.5	9.2	93.5	2.1	84.5	▲ 3.9	96.6	▲ 1.0	207	19.7	3,635	▲ 7.3
11月	87.8	0.3	94.2	0.7	83.7	▲ 0.9	95.4	▲ 1.2	95	▲ 61.8	3,371	▲ 10.1
12月	85.2	▲ 3.0	94.0	▲ 0.2	83.9	0.2	96.0	0.6	159	▲ 44.2	3,565	▲ 14.8
21年 1月	91.6	7.5	96.9	3.1	82.1	▲ 2.1	95.1	▲ 0.9	278	155.0	3,364	13.2
2月	86.6	▲ 5.5	95.6	▲ 1.3	82.2	0.1	94.4	▲ 0.7	277	86.5	3,345	▲ 7.2
3月			97.2	1.7			94.8	0.4	254	▲ 11.1	4,272	14.9
4月												
資料出所	埼玉県		経済産業省		埼玉県		経済産業省		国土交通省			

●鉱工業在庫指数の年の数値は年末値

	新設住宅着工戸数				所定外労働時間(製造業)				常用雇用指数			
	埼玉県		全国		埼玉県		全国		埼玉県		全国	
	戸	前年比(%)	戸	前年比(%)	時間	前年比(%)	時間	前年比(%)	2015年=100	前年比(%)	2015年=100	前年比(%)
2017年	59,617	▲ 3.8	964,641	▲ 0.3	17.0	3.1	17.9	2.4	99.4	▲ 0.3	102.3	1.4
2018年	58,517	▲ 1.8	942,370	▲ 2.3	17.4	2.4	18.0	0.6	100.8	1.4	102.7	0.4
2019年	50,660	▲ 13.4	905,123	▲ 4.0	15.2	▲ 12.7	16.7	▲ 7.4	102.7	1.9	104.0	1.3
2020年	48,039	▲ 5.2	815,340	▲ 9.9	12.3	▲ 19.4	13.4	▲ 19.8	103.4	0.7	104.3	0.3
20年 2月	3,819	▲ 8.6	63,105	▲ 12.3	14.4	▲ 7.1	15.9	▲ 10.7	103.3	2.1	104.2	1.1
3月	3,737	▲ 8.6	70,729	▲ 7.6	14.6	▲ 10.4	15.8	▲ 10.7	103.1	2.0	103.3	1.1
4月	4,035	▲ 6.1	69,568	▲ 12.4	13.3	▲ 15.8	13.4	▲ 23.9	103.8	1.4	104.9	0.8
5月	3,871	▲ 10.0	63,839	▲ 12.0	10.2	▲ 31.5	9.9	▲ 38.1	102.9	0.0	104.4	0.2
6月	4,240	▲ 9.8	71,101	▲ 12.8	10.0	▲ 31.5	10.2	▲ 38.2	103.4	0.3	104.5	0.2
7月	3,744	▲ 5.6	70,244	▲ 11.3	10.7	▲ 28.2	11.4	▲ 31.7	103.4	0.1	104.6	0.2
8月	4,153	▲ 3.4	69,101	▲ 9.1	10.6	▲ 28.4	11.7	▲ 26.4	103.6	0.0	104.4	0.2
9月	4,372	▲ 4.9	70,186	▲ 9.9	12.0	▲ 20.5	13.1	▲ 19.7	103.3	0.0	104.2	▲ 0.1
10月	4,632	22.4	70,685	▲ 8.3	11.8	▲ 21.4	14.1	▲ 15.6	102.7	▲ 0.7	104.3	▲ 0.1
11月	3,735	▲ 11.7	70,798	▲ 3.7	13.0	▲ 13.4	15.0	▲ 9.7	103.9	0.9	104.4	▲ 0.1
12月	3,853	▲ 6.7	65,643	▲ 9.0	13.4	▲ 17.3	15.3	▲ 6.2	103.9	0.0	104.3	▲ 0.3
21年 1月	3,471	▲ 9.8	58,448	▲ 3.1	11.9	▲ 10.5	14.2	▲ 4.0	103.9	0.4	104.0	▲ 0.3
2月	3,768	▲ 1.3	60,764	▲ 3.7	12.8	▲ 11.2	15.0	▲ 5.6	102.9	▲ 0.4	103.8	▲ 0.4
3月	4,101	9.7	71,787	1.5			P15.5	P▲ 1.9			P103.2	P▲ 0.1
4月												
資料出所	国土交通省				埼玉県		厚生労働省		埼玉県		厚生労働省	

●所定外労働時間、常用雇用指数はいずれも事業所規模30人以上、Pは速報値

月次経済指標

	有効求人倍率(季調値)		新規求人数				百貨店・スーパー販売額			
	埼玉県	全国	埼玉県		全国		埼玉県		全国	
	倍	倍	人	前年比(%)	千人	前年比(%)	億円	前年比(%)	億円	前年比(%)
2017年	1.23	1.50	35,167	14.4	963	5.7	10,101	▲ 0.1	196,025	0.0
2018年	1.33	1.61	36,049	2.5	977	1.5	10,141	▲ 0.8	196,044	▲ 0.5
2019年	1.31	1.60	35,779	▲ 0.7	959	▲ 1.8	10,030	▲ 1.5	193,962	▲ 1.3
2020年	1.00	1.18	28,794	▲ 19.5	751	▲ 21.7	12,569	0.6	195,050	▲ 6.6
20年 2月	1.17	1.45	34,027	▲ 10.0	897	▲ 13.5	782	6.3	14,390	0.2
3月	1.15	1.40	31,496	▲ 10.1	835	▲ 12.1	1,102	▲ 1.0	16,246	▲ 10.0
4月	1.16	1.30	23,701	▲ 31.5	656	▲ 31.9	977	▲ 7.9	13,415	▲ 22.2
5月	1.10	1.18	25,579	▲ 27.8	637	▲ 32.1	1,051	▲ 4.2	14,543	▲ 16.8
6月	1.02	1.12	28,341	▲ 17.5	756	▲ 18.3	1,099	3.9	16,789	▲ 3.4
7月	0.96	1.09	27,668	▲ 26.0	700	▲ 28.6	1,089	2.9	16,919	▲ 4.2
8月	0.89	1.05	26,579	▲ 25.1	662	▲ 27.8	1,125	6.1	16,882	▲ 3.2
9月	0.87	1.04	27,832	▲ 17.8	758	▲ 17.3	1,046	▲ 5.5	15,680	▲ 13.9
10月	0.87	1.04	32,981	▲ 14.5	789	▲ 23.2	1,058	6.5	16,303	2.9
11月	0.86	1.05	26,679	▲ 23.2	709	▲ 21.4	1,082	1.0	16,781	▲ 3.4
12月	0.85	1.05	27,135	▲ 18.6	722	▲ 18.6	1,342	1.0	21,036	▲ 3.4
21年 1月	0.88	1.10	30,540	▲ 8.9	786	▲ 11.6	1,080	1.0	16,284	▲ 7.2
2月	0.93	1.09	30,591	▲ 10.1	766	▲ 14.6	1,011	▲ 0.9	14,969	▲ 4.8
3月	0.92	1.10	28,915	▲ 8.2	829	▲ 0.7	1,097	▲ 1.2	16,701	2.9
4月										
資料出所	埼玉労働局	厚生労働省	埼玉労働局		厚生労働省		経済産業省			

●百貨店・スーパー販売額の前年比は既存店ベース

	新車販売(乗用車)台数				企業倒産				消費者物価指数			
	埼玉県		全国		埼玉県		全国		埼玉県		全国	
	台	前年比(%)	台	前年比(%)	件数(件)	負債額(百万円)	件数(件)	負債額(百万円)	2015年=100	前年比(%)	2015年=100	前年比(%)
2017年	158,237	3.4	2,943,010	5.1	361	42,138	8,405	3,167,637	100.0	0.3	100.4	0.5
2018年	156,244	▲ 1.3	2,895,454	▲ 1.6	361	80,882	8,235	1,485,469	100.9	0.9	101.3	1.0
2019年	152,208	▲ 2.6	2,821,886	▲ 2.5	329	58,282	8,383	1,423,238	101.5	0.5	101.8	0.5
2020年	136,363	▲ 10.4	2,478,832	▲ 12.2	348	34,146	7,773	1,220,046	101.2	▲ 0.2	101.8	0.0
20年 2月	12,897	▲ 12.8	233,155	▲ 10.7	30	2,867	651	71,283	101.4	0.1	102.0	0.4
3月	17,246	▲ 6.1	321,865	▲ 9.9	45	3,836	740	105,949	101.5	0.3	101.9	0.4
4月	7,725	▲ 27.2	144,674	▲ 27.5	31	3,335	743	144,990	101.7	0.1	101.9	0.1
5月	7,177	▲ 37.7	123,781	▲ 41.8	7	1,063	314	81,336	101.5	0.1	101.8	0.1
6月	10,194	▲ 21.9	182,128	▲ 26.6	30	4,400	780	128,816	101.3	0.0	101.7	0.1
7月	11,718	▲ 17.5	207,473	▲ 19.6	36	4,663	789	100,821	101.4	0.1	101.9	0.3
8月	9,224	▲ 16.0	169,341	▲ 16.1	23	2,812	667	72,416	101.5	0.0	102.0	0.2
9月	13,772	▲ 13.8	252,371	▲ 16.0	34	2,746	565	70,740	101.2	▲ 0.1	102.0	0.0
10月	12,095	35.2	221,487	34.5	31	1,298	624	78,342	101.0	▲ 0.7	101.8	▲ 0.4
11月	12,115	12.2	219,040	6.4	24	1,299	569	102,101	100.5	▲ 1.5	101.3	▲ 0.9
12月	11,493	6.8	210,696	8.2	30	1,708	558	138,518	100.3	▲ 1.7	101.1	▲ 1.2
21年 1月	11,347	6.0	208,279	8.0	24	1,801	474	81,388	100.6	▲ 1.0	101.6	▲ 0.6
2月	12,560	▲ 2.6	226,954	▲ 2.7	25	6,139	446	67,490	100.6	▲ 0.8	101.6	▲ 0.4
3月	17,082	▲ 1.0	329,239	2.3	38	6,374	634	141,453	101.0	▲ 0.5	101.8	▲ 0.2
4月	9,830	27.2	182,760	26.3	19	724	477	84,098				
資料出所	日本自動車販売協会連合会				東京商工リサーチ				総務省			

Town Scape
タウンスケープ

所沢市

絆、自然、文化　元気あふれる「よきふるさと所沢」

所沢市長　藤本 正人氏

市長のメッセージ

「首都圏に位置し生活利便」、「武蔵野の雑木林や狭山湖など豊かな自然」。この魅力あふれるふるさとを未来のこどもたちに継承するため、昨年11月に「ゼロカーボンシティ宣言」を行いました。

高齢化に人口減少、そしてまちのスポンジ化が進む中、今まで通りの拡大・成長路線は後世に禍根を残します。所沢市は文化と自然の中での成熟したまちづくりを目指します。気候危機も待ったなし。支え合う力や人間力を頼みにし、自然と調和した「人を中心にしたまちづくり」に取り組みます。

はじめに

所沢市は、埼玉県の南西部、都心から30km圏内に位置し、東は新座市、北東は三芳町、北は川越市と狭山市、北西は入間市、南は東京都にそれぞれ接している。市域は、東西約15.1km、南北約8.9kmで、面積は72.11㎢、人口34万人を超える県内有数の都市である。

市内には、西武新宿線と西武池袋線が交差する所沢駅をはじめ、計10の鉄道駅がある。市を東西に貫く国道463号が、関越自動車道所沢ICと連絡していることもあり、交通の利便性が極めて高い。

所沢市は、1911年に日本初の飛行場が設置された航空発祥の地であり、現在はプロ野球チーム・埼玉西武ライオンズやプロバスケットボールチーム・さいたまブロンコスが本拠地を置くことでも有名だが、一方で、狭山茶や里芋、ほうれん草といった農産物の生産が盛んなまちとしても知られる。

所沢市観光情報・物産館「YOT-TOKO」完成イメージ図

所沢市観光情報・物産館「YOT-TOKO（よっとこ）」

本年5月、東所沢の大型複合文化施設「ところざわサクラタウン」の隣接地に、所沢市観光情報・物産館「YOT-TOKO」がオープンした。

「YOT-TOKO」は、市の観光資源や特産物等の魅力をPRするための施設である。その愛称は、「よいもの（Y）」、「おいしいもの（O）」、「たのしいもの（T）」をあらわす3文字の後に、所沢の「TOKO」を付けたもので、「所沢市にぜひとも寄って欲しい」という願いが込められている。

東川をはさんで「YOT-TOKO」と隣り合う「ところざわサクラタウン」も、昨年11月6日にグランドオープンを果たしたばかりの注目スポット。株式会社KADOKAWAの書籍製造・物流施設やオフィスとしての機能を有するほか、イベントスペースやホテル、所沢の地元食材を味わえるレストランや各種ショップ、カフェなど様々な施設が集まっている。なかでも建築家・隈研吾氏が手掛けた「角川武蔵野ミュージアム」は、マンガ・ラノベ図書館やアニメミュージアムなどを併設する、わが国最大級のポップカルチャーの発信拠点となっている。

所沢市と株式会社KADOKAWAは、世界にアニメやゲームをはじめとするクールジャパン文化を発信するとともに、市の魅力である「みどりと文化」を活かして市の発展に寄与しようとする共同プロジェクト「COOL　JAPAN　FOREST構想」に取り組んできた。

所沢市概要

人口(2021年3月31日現在)	344,014人
世帯数(同上)	164,287世帯
平均年齢(2021年1月1日現在)	47.1歳
面積	72.11㎢
製造業事業所数(工業統計)	248所
製造品出荷額等(同上)	1,830.2億円
卸・小売業事業所数(経済センサス)	1,797店
商品販売額(同上)	5,209.4億円
公共下水道普及率	94.4%
舗装率	80.5%

資料:「令和2年埼玉県統計年鑑」ほか

主な交通機関

- JR武蔵野線　東所沢駅
  西武新宿線　所沢駅、航空公園駅、新所沢駅
  西武池袋線　所沢駅、西所沢駅、小手指駅、狭山ヶ丘駅
  西武狭山線　西所沢駅、下山口駅、西武球場前駅
  西武山口線　西武球場前駅、西武園ゆうえんち駅
- 関越自動車道　所沢ICから市役所まで約7km

市は、「YOT-TOKO」と「ところざわサクラタウン」を中心に、周辺の東所沢公園や東川の桜まで含めた地域の一体的な整備を進めている。

将来的には、幹線道路や鉄道路線を通じて、所沢カルチャーパークや狭山湖、三富新田をはじめとする市内外の観光拠点等との連動性を高め、国内外からこの地を訪れる人が、市域全体そして周辺自治体等にまで足を伸ばすような、新たな人の流れを生み出すことを目指している。

下水道マンホール蓋を活用した有料広告事業

所沢市では、下水道施設の老朽化等に伴う下水道事業における経営環境の悪化を背景として、民間事業者等の宣伝広告を下水道マンホール蓋に掲載する全国初の有料広告事業を2018年度に開始した。

市内に約45,000基設置済みのマンホール蓋のうち、主に駅前周辺の歩道上の蓋を対象として事業を展開し、2021年4月現在、20社30カ所のマンホール蓋広告が市内に設置されている。色鮮やかにデザインされたマンホール蓋は、新たな収益を生み出したほか、観光名所にもなり、下水道事業のイメージアップに寄与する効果をもたらした。

本事業は、総務省の「地方公共団体における行政改革の取組」で、優良事業として取り上げられたほか、昨年8月には新たに夜間に光るイルミネーションマンホール蓋広告を展開し、国内外で注目を集めている。

所沢市マチごとエコタウン推進計画

首都圏のベッドタウンとして急速な発展を遂げ、都市化が進んだ所沢市だが、今も武蔵野の面影を残す豊かな自然に恵まれている。市はこの環境を未来へ継承するため、「持続可能な環境づくり」、「共生を実現する環境づくり」、「市民協働による環境づくり」という3つの基本理念の下で、「所沢市マチごとエコタウン推進計画」に取り組んでいる。

具体的には、「再生可能エネルギーの普及を推進するため、公共施設に太陽光発電システムなどを積極的に整備する」、「野生生物の生息・生育環境を保全するため、樹林地や水辺、農地の保全により、それらを繋ぐエコロジカル・ネットワークの形成に努める」、「リユースやリサイクルに関する体験講習会等を開催し、市民の『もったいないの心』を醸成する」などの各種施策を通じて、「“人と人”、“人と自然”との絆で、子どもたちの未来を紡ぐ　エコタウン所沢」の実現を目指している。　（井上博夫）

広告マンホール蓋を目当てに遠方からの来訪者も

市町村経済データ

雇用者一人当たり雇用者報酬

市町村名	2017年度(千円)	2018年度(千円)	増加率(%)
さいたま市	5,818	6,008	3.3
川越市	4,674	4,753	1.7
熊谷市	4,233	4,301	1.6
川口市	4,829	4,973	3.0
行田市	3,718	3,772	1.4
秩父市	3,491	3,549	1.7
所沢市	5,059	5,131	1.4
飯能市	4,094	4,188	2.3
加須市	3,601	3,620	0.5
本庄市	4,007	4,032	0.6
東松山市	4,013	4,062	1.2
春日部市	3,977	4,032	1.4
狭山市	4,320	4,354	0.8
羽生市	3,664	3,730	1.8
鴻巣市	4,183	4,270	2.1
深谷市	3,990	4,073	2.1
上尾市	4,428	4,455	0.6
草加市	4,645	4,815	3.7
越谷市	4,684	4,801	2.5
蕨市	4,837	5,031	4.0
戸田市	5,354	5,461	2.0
入間市	4,209	4,255	1.1

市町村名	2017年度(千円)	2018年度(千円)	増加率(%)
朝霞市	5,334	5,524	3.6
志木市	5,453	5,559	1.9
和光市	5,630	6,031	7.1
新座市	4,726	4,764	0.8
桶川市	4,365	4,424	1.4
久喜市	4,188	4,196	0.2
北本市	4,064	4,114	1.2
八潮市	4,616	4,805	4.1
富士見市	4,753	5,003	5.3
三郷市	4,460	4,663	4.6
蓮田市	4,572	4,560	▲0.3
坂戸市	4,175	4,311	3.3
幸手市	3,692	3,679	▲0.4
鶴ヶ島市	4,347	4,360	0.3
日高市	4,055	4,067	0.3
吉川市	4,281	4,406	2.9
ふじみ野市	4,852	4,973	2.5
白岡市	4,573	4,633	1.3
伊奈町	4,241	4,377	3.2
三芳町	4,653	4,640	▲0.3
毛呂山町	3,564	3,628	1.8
越生町	3,509	3,561	1.5

市町村名	2017年度(千円)	2018年度(千円)	増加率(%)
滑川町	4,128	4,228	2.4
嵐山町	3,556	3,608	1.5
小川町	3,496	3,448	▲1.3
川島町	3,558	3,571	0.4
吉見町	3,384	3,419	1.0
鳩山町	4,062	4,017	▲1.1
ときがわ町	3,298	3,188	▲3.3
横瀬町	3,420	3,416	▲0.1
皆野町	3,172	3,199	0.8
長瀞町	3,401	3,605	6.0
小鹿野町	3,023	3,046	0.8
東秩父村	2,635	2,628	▲0.3
美里町	3,327	3,384	1.7
神川町	3,123	3,092	▲1.0
上里町	3,443	3,549	3.1
寄居町	3,354	3,392	1.1
宮代町	3,986	4,051	1.6
杉戸町	3,961	3,950	▲0.3
松伏町	3,680	3,700	0.5
市町村計	4,691	4,801	2.3

資料:埼玉県「埼玉県市町村民経済計算」
(注)雇用者一人当たり雇用者報酬=雇用者報酬÷雇用者数

埼玉りそな経済情報 2021年6月号
2021年6月1日発行

発　　行　株式会社 埼玉りそな銀行
企画・編集　公益財団法人 埼玉りそな産業経済振興財団
〒330-0063 さいたま市浦和区高砂2−9−15
Tel:048-824-1475　FAX:048-824-7821
ホームページアドレス　https://www.sarfic.or.jp/

ミックス 責任ある木質資源を使用した紙 FSC® C020495
この冊子は FSC® 認証用紙および環境調和型の植物性インキを使用しています。
VEGETABLE OIL INK