

埼玉りそな 経済情報

October 2020 No.202

10月号

- 1 **彩論** 埼玉県副知事 **砂川 裕紀** 氏
——子供を誰一人取り残さない埼玉県
- 2 **ズームアップ** **平岩建設株式会社**
- 5 **地域研究レポート** **テレワークで進める働き方改革**
～個人、企業、そして地域へ～
- 9 **調査** **埼玉県の産業構造**
- 13 **アンケート調査①** **埼玉県内設備投資動向調査**
——設備投資「計画有り」の企業数は大幅に減少するが、設備投資額は二ケタの増加
- 15 **アンケート調査②** **埼玉県内企業の2020年夏のボーナス支給状況**
- 17 **県内経済の動き**
- 19 **月次経済指標**
- 21 **タウンスケープ** **坂戸市**
——笑顔でつなぐ躍動のまち、さかど

裏表紙

市町村経済データ



北浅羽桜堤公園の安行寒桜(坂戸市)



埼玉りそな銀行

RESONA

公益財団法人
企画 埼玉りそな産業経済振興財団
編集

子供を誰一人取り残さない埼玉県

埼玉県副知事
砂川 裕紀氏



社会の変化が激しく、将来が見通せない中、子供たちを取り巻く環境は厳しさを増しています。特に子供の貧困や児童虐待の問題は、子供たちの未来のために具体的に取り組むべき喫緊の課題です。

子供の貧困については、現在、全国では7人に1人の子供が貧困状態にあるとされています。概ね、年間所得が127万円未満の世帯となります。貧困状態にある世帯の子供たちは、3食きちんと食べられない、修学旅行に行けないなど「当たり前の生活」を営めないため、自分に自信を持てず自己肯定感が育まれないまま大人になってしまいます。

児童虐待では、全国で悲惨な事件が相次いでいます。本県の令和元年度の児童虐待相談対応件数は17,473件で、前年度に比べ約14%の増加、平成22年度と比べ約5倍に増加しています。子供の安全を確保し、子供の命を守るため、新たな支援体制の確立や体制の強化を進めていく必要があります。

これらの課題を解決するため、埼玉県では様々な取組を行っています。

まず、子供の貧困対策です。子ども食堂などの子供の居場所について、子供たちが歩いて通うことができるよう、県内の小学校の数と同程度の800カ所となることを目標にしています。

そこで、プラットフォームとして、「こども応援ネットワーク埼玉」を立ち上げ、子供の居場所の担い手と、寄附、食材を提供くださる企業等とのマッチングなどを行っています。現在、436の個人・企業に会員となっていております。

また、子ども食堂を既に開設しノウハウを有している方や、衛生管理、広報の専門家など41の個人・団体を「こどもの居場所づくりアドバイザー」に任命し、訪問支援によるアドバイスのほか、現場実習も行っています。

さらに、県の社会福祉協議会では、令和元年6月にこども食堂応援基金を設置し、現在までに117件、

約826万円のご寄附をいただきました。

埼玉県では困窮世帯に食材を配布するフードパントリー活動が全国に抜きんで盛んです。平成31年1月現在は2カ所でしたが、約1年半で急増。令和2年9月には32カ所となる見込みです。

これは、日本初のフードバンクである認定NPO法人セカンドハーベストジャパンの拠点が八潮市にあり、食材の確保がしやすいことや、運送会社から定期的な輸送支援を受けるなど、本県独自のネットワークを構築してきたことが要因です。

また、コロナ禍により発生した給食の余剰食材や、県庁職員のフードドライブ活動による食材などのマッチング支援を行っています。

さらに、冷凍食材の提供が増加したため、県と社会福祉協議会で連携して対応し、子ども食堂とフードパントリー20カ所に冷凍庫を寄贈いたしました。

次に、児童虐待等への対応です。虐待の疑いがある場合に子供を守るためには、躊躇なく一時保護することが重要となります。そのため、熊谷児童相談所に併設する新たな一時保護所の整備に着手しました。

また、児童相談所の体制強化を図るため、整備計画策定に関する調査業務委託等により、新たな児童相談所設置に向けた検討を鋭意進めています。

さらに、児童養護施設で生活してきた子供たちに対する支援も重要です。子供たちが退所後に社会で孤立しないよう、仲間と交流できる場である「クローバーハウス」の運営や、大学等への進学者に対し、低額な家賃で、生活相談できる住まいである「希望の家」(H29全国知事会優秀施策を受賞)の運営を行っています。

子供たちは、未来を創る大切な宝です。埼玉県では、子供たちを誰一人取り残すことなく、夢と希望を持って生きていけるよう全力を尽くしてまいります。

“お客さま以上にお客さま目線”をモットーに、きめ細かなサービスで建築・土木・リニューアル工事等を手がける

平岩建設は、公共施設をはじめ、民間建築でも医療・福祉施設、商業施設、教育施設、マンション、工場・倉庫、リニューアル工事など幅広い施工実績を有し、国や県、市が発注の土木工事も多く手がけている。4年前にはベトナムに進出し、日系企業の工場建設を中心にを行い順調な成長を見せている。今後も創業以来培われてきた“質の高い施工”と“お客さま以上にお客さま目線”のスタンスで顧客満足度を高め、確かな歩みで成長を続ける。



代表取締役社長 平岩 敏和氏

- 代表者 代表取締役社長 平岩 敏和
- 創業 昭和21年2月
- 設立 昭和28年5月
- 資本金 2億638万円
- 従業員数 130名
- 事業内容 総合建設業（建築一式・土木一式・水道施設工事他）、宅地建物取引業
- 所在地 〒359-1188 埼玉県所沢市南住吉8-19
TEL 04-2923-2221 FAX 04-2923-2297
- URL <http://www.hiraiwa.co.jp/>

今年創業74年を迎えた平岩建設株式会社は、ゼネコン部門とサブコン部門を併せ持つ総合建設会社である。

ゼネコン部門の「建築工事事部」「土木工事事部」「リニューアル工事事部」とサブコン部門の「躯体工事事部」の計4工事事部を有し、ゼネコン部門では街のランドマークとなる大型公共施設、河川や道路などのインフラ整備をはじめ、民間工事でも医療・福祉施設、商業施設、教育施設、マンション、工場・倉庫、リニューアル工事、耐震・省エネ改修工事等、さまざまな建物を施工する。

「建築工事は、ドア1枚の修理から、十数億円の大規模建築まで、設計施工も含め、官庁・民間工事とも幅広い物件に対応しております。土木工事は、国・県・市発注の公共工事を中心に、民間の造成工事なども行っています。躯体工事では、土工事、鉄骨建方、足場架設、コンクリート工事を大手ゼネコンさまからご発注いただいております」（平岩敏和社長）

商圏は埼玉県、東京都を中心とした関東全域。そして、4年前に進出したベトナムである。3代目を引き継いだ平岩社長は、就任以来、一貫して社員の意識改革、各部門の成長戦略に取り組んできた。海外進

出も果たし、現在順調に成長を続けている同社。さらなる成長に向けた挑戦も始まっている。

→ 意識改革と成長戦略で強い企業体質を獲得

同社は昭和21（1946）年、現社長の祖父・平岩研作氏が所沢で創業した。戦後復興で建設が急務であった時代、大手ゼネコンの依頼で躯体工事を行うことからスタート。その後高度経済成長期となり、人が増え、街が大きくなるにつれ建設需要も急増していった。やがてサブコンのほかゼネコンとして建築工事や土木工事も手がけることとなり、官民ともにさまざまな工事を請け負い、工事実績、経験、知見を積み重ねていく。こうして同社は、創業から右肩上がりの成長曲線を描いていった。

順調に推移していた成長に陰りが見え始めたのは、平成に入って少したった頃だった。日本経済を押し上げていたバブルが崩壊。箱モノをつくる時代が終わり、徐々に建設業界が冷え込んでいった。その後政権交代によって潮目が大きく変わり、公共工事が激減すると、業界全体で需要が縮小する氷河期に突入する。

「私が入社する前は、公共工事も多く景気が良い

時代もあったようです。私が社長に就任してからは、激減した公共工事の状況も踏まえ民間工事の獲得に注力するため、厳しい受注競争にも勝ち抜ける企業体質を目指して社員の意識改革と成長戦略に全力で取り組みました」

平岩社長は大手ゼネコンで5年修業をしたのち同社に入社。平成25(2013)年社長就任後、さまざまな改革に着手する。特に民間工事の受注に向けた営業力・提案力の強化、コストコントロールや他社との差別化戦略等、次々と施策を進めていった。やがて取り組みが少しずつ実を結び、業績が回復。年々完工高も上がり本業が安定すると、技能実習生の受け入れをきっかけとした次なるチャレンジ——ベトナムへの進出も果たした。

➔ お客さま以上にお客さま目線

同社が設計を行う際は、顧客の現状の要望のみならず、10年、20年先の夢や想いまでヒアリングする。同時に従業員や利用者にも細かくヒアリングを行い、日々の動線や使い勝手の要望等を漏れなく把握して必要な設計条件を明確にしている。他社設計を見直しムダなスペースを削ったりすることで、施設がコンパクトになりコストが低減、作業効率が上がり外部の駐車スペースも増やせた工場設計の事例や、女性が多い施設では同社の女性スタッフが利用者目線とどことん考え抜き、居心地の良いパウダールームを提案して好評を博した事例など、顧客さえ気づかない視点で企画提案を行うため顧客満足度が高い。

さらに、同社は設計段階で完成後の建物をリアルな3Dで確認できる先端動画技術を取り入れた。それによって顧客が事前に完成した建物を把握できると同時に、潜在ニーズも引き出すことができるというわけだ。そうした取り組みの源にあるのは、“お客さま以上にお客さま目線”で考え“高価で大切な商品を「見える化」して、お客さまにご納得いただいてから工事を始める”というポリシーだ。もちろん施工に対する評価も高い。

「祖父がよく言っていました。『細かな工夫を重ね

てより高い技術を追求することが大事だ』と。そうした“技術屋魂”は現在も受け継がれています」

創業以来、技術屋魂を胸に手がけてきた施工の品質は、多数の表彰実績にも裏付けされている。

「竣工して終わりではなく、そこからは始まりなのです。自分目線ではなく、お客さま目線で、当社しかできない仕事をして、『やっぱり平岩建設に発注して良かった』、そう思ってもらえる仕事を目指しているのです」



施工作品/学校法人狭山ヶ丘学園



施工作品/(株)啓和運輸

➔ ベトナムでは大手ゼネコンとの差別化を徹底

平成28年、同社は現地のローカルゼネコンとの合弁会社をハノイに設立し、ベトナムにおいて日系製造業の工場建設に関わる事業を開始。そして2年後には平岩建設100%独資の「HIRAIWA VIETNAM」を設立する。

多くの苦労や困難がありながらも毎年売り上げを伸ばし、現在はホーチミンとハノイに2拠点を有している。大手日系ゼネコン各社がベトナムに進出済みのなか、後発で進出した地場ゼネコンである同社がなぜ売り上げを伸ばすことができるのか？ その答えはターゲットを絞り、サービスで差別化を図ったことにあった。

「ベトナム事業において当社は、大手ゼネコンさんが手厚いサービスがしにくい1~3億円ほどの物件をメインターゲットにしています。その規模だと大手さんの場合は日本人監督の巡回管理が多いと思いますが、当社だと日本人監督が常駐し、日本クオリティーをしっかり確保しますので、お客さまから大変喜ばれています。一方で、価格的には必要経費が低く抑えられるため、大手さんより安くサービスをご提供できるのです」

同社は日本人監督が常駐し、施主との打ち合わせはもちろん施工管理状況の報告書もすべて日本語で対応する点、さらに常駐する日本人監督が事細かに毎日現場でローカルスタッフの管理を行うため、日本クオリティーが確保できる点、また、大手ゼネコンと比べると事務所・人件費等の経費が圧倒的に少ないためリーズナブルな工事価格が実現できる点など、大手ゼネコンとの差別化を図っている。また、独自に開拓したローカル情報ネットワークを有し、工業団地のお勧め土地情報を提供するなど、日系製造業のベトナム進出に向けた用地選定サポートを行うのも強みだ。

「ベトナムには工業団地が数多くあります。当社なら独自に開拓した情報ネットワークで、割安かつ確かなローカル工業団地の情報もご提供できます」

4年間で10物件以上の工事を手がけ、同社ならではの小回りの利くサービスは高い評価を得ている。



ベトナム施工作品/ARION ELECTRIC VIET NAM CO.,LTD

➔ ベトナム企業と日本企業をマッチング

魅力溢れるベトナムへの同社の期待は高く、今後も工場建設事業を継続しながら、より広い視野で事業を展開していく考えだ。例えば医療や介護・福祉でベトナムに進出したいと考える日系企業とそれを受け入れたいベトナム企業とのマッチングなどの事業

も検討中だ。現在ベトナムでは、日本の高度な医療技術や高品質な介護・福祉サービスを求める富裕層のニーズがある。しかし、それをチャンスと捉えて進出を考えても、異国でのビジネスに二の足を踏む日系企業が多いというのだ。

「今年から日本で福祉の技術を学んだ技能実習生の帰国も始まります。私たちにはベトナム事業を通して培った、現地での人脈やパイプがありますので、マッチングのためのパートナー探しや進出のサポートなど力になれることも多いと考えています」

勤勉で親日的な国、ベトナム。平岩社長はこれまでの事業経験を生かし、介護・医療ビジネスに伸びしろのあるベトナムで、両国を結ぶ架け橋となって、さまざまな支援に取り組んでいきたいと語る。

➔ 100年企業に向けて

同社の社員数は130名。社内には、ベテランも若手も生き生きと活躍できる風土が醸成されている。30歳未満の若手社員で構成される同社の若手会では、自分たちでテーマを決め勉強会を開催したり、地域貢献事業や親睦事業を自ら企画運営するなど、若手が自立し成長できる環境も整備されている。また、同社には中国やミャンマー、ベトナム、台湾など、海外出身のスタッフも数多く在籍する。

「いずれは日本国内もさらにグローバル化してくると思います。その時に対応できるような“国際化力”を身につけていきたいと考えています」

柔軟な発想と将来を見据える視野、そして日々の地道な努力によりさらなる高みを目指す同社。100年企業に向けて確かな歩みで前進を続ける。



若手職員による勉強会

テレワークで進める働き方改革

～個人、企業、そして地域へ～

主席研究員
宮澤 謙介



はじめに

2019年4月施行の働き方改革は、ワークライフバランスの実現を目指すとはいえ、時間管理をして生産性を上げるといふ資本の論理が先行しているように感じられた。しかし、今回の新型コロナウイルスによる緊急事態宣言発令以降、営業の継続のためにも従業員の健康を維持することが最優先の命題となった。従業員の健康が優先され、次に経済。資本の論理から生存の論理にシフトしたように思われる。

本稿では、緊急事態宣言によって多くの企業がテレワークの導入に取り組んだことから浮かんできた課題を検討し、対応の方向性や地域経済への影響を考えてみたい。

テレワークの導入状況と課題

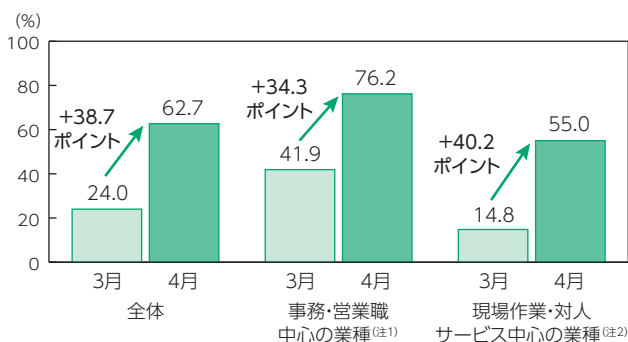
「テレワーク」とは、「在宅勤務」「モバイルワーク」「サテライトオフィス勤務」の3形態をいう。通信利用動向調査（総務省令和元年9月末調査）によると、企業のテレワーク導入率は20.2%（前年比+1.1%）で、具体的な導入予定がある企業を合わせても29.6%（前年比+3.3%）にとどまっていた。導入目的は、「業務の効率性（生産性）の向上」「勤務者のワークライフバランスの向上」「勤務者の移動時間の短縮・混雑回避」が上位にあげられるが、「障害者、高齢者、介護・育児中の社員等への対応」や「非常時の事業継続に備えて」も少なくない。

テレワークの導入促進には、「テレワーク・デイズ」（主催：総務省、厚生労働省、経済産業省、国土交通省、内閣官房、内閣府）の取り組みも貢献したと思われる。これは、東京オリンピック・パラリンピックによる交通混雑をテレワークによって回避しようとするもの

で、開会式が行われる7月24日を「テレワーク・デイ」として2017年から実施（2018年以降は期間実施）され、2019年は2,887団体、約68万人が参加した。

では、緊急事態宣言後はどう変わったのか。東京都のテレワーク導入率緊急調査によると、2020年4月の都内企業（従業員30人以上）のテレワーク導入率は62.7%（同年3月は24.0%）で、社員の実施率の平均は49.1%（前年12月は15.7%）であった。また、パーソル総合研究所が2020年4月に実施した調査によると、1都3県の就業者の53%が企業から在宅勤務やテレワークを推奨または義務づけられている。緊急事態宣言発令に伴うテレワークへの転換は、相当なインパクトがあったものと考えられる。

●都内企業のテレワーク導入率の変化（2020年）



資料：東京都「テレワーク導入率」緊急調査結果
 (注1) 情報通信業、金融・保険業、サービス業等
 (注2) 建設業、製造業、運輸・郵便業、医療・福祉、飲食・宿泊業、小売業等

テレワーク導入に関しては各機関から様々な調査結果が公表されているので、以下ではそれらを総じて見えてきた主な課題を整理する。なお、情報通信技術で対処可能であったり、幾分の投資によって解決できると考えられる問題は除き、主に仕事の取り組み方に関する問題についてまとめることにする。

課題(ア) 仕事がテレワークに適さない

そもそも仕事が適していないという意見は少な

らずある。先入観を疑う必要もあるだろう。在宅と職場で仕事を分類する、仕事のやり方を変えるなどの工夫も必要である。

課題(イ) 労務管理が困難

目の前で部下の執務状況を確認できないなかで、管理者として指示や管理をいかに行うか。会議や報告の頻発、モニタリングの実施などは弊害も生まれやすい。

課題(ウ) オフィスでしかできない仕事

ライセンス契約のある業務ソフトや持ち出しのできない機材・資料を使う等、職場から外部に持ち出せないものを使わなければならない場合。

課題(エ) 家庭環境による制約

自宅に書斎がないなど仕事に適する環境がない、幼い子どもがいて仕事に集中できない、など。

課題(オ) コミュニケーションがとりにくい

連絡や意思疎通に苦労する、気軽に相談できない、ビデオ会議などのツールは実際に会って話すことに比較してコミュニケーションの度合いが低い、など。

課題(カ) 運動不足や孤独感を感じる

自宅に閉じこもっていることによる肉体的・精神的弊害、仕事の進め方やコミュニケーションの取り方の違いによる職場と異なる緊張感等から在宅勤務に疲れを感じる、など。

テレワークに適する仕事とは

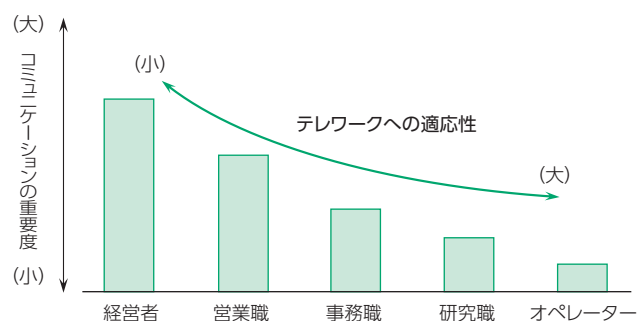
では、テレワークに適する仕事とはどのようなものなのか。ここでは、テレワークへの適応性を評価する視点として、①コミュニケーションの重要度、②場所の自由度、③相互連係性をあげる。

評価軸① コミュニケーションの重要度

仕事におけるコミュニケーションの重要度が高ければ、実際に会うことが制限されるテレワークへの適応性は低くなると考えられる。経営者は、社内外との情報交換、経営判断のためのディスカッション、重要取引先との交渉や社員への指示等、コミュニケーションの重要度が高い。営業職は顧客とのコミュニ

ケーションの重要度が高く、研究職は個別の研究テーマによる自己完結性があるので事務職よりもコミュニケーションの重要度が低い。入力作業などのオペレーション業務はさらにコミュニケーションの重要度が低いと考えられる。

●コミュニケーションの重要度によるテレワークへの適応性の概念図



評価軸② 場所の自由度

顧客との交渉が不可欠な営業職は、場所の自由度が高い。日報も外出先で作成することができるので、従来からモバイルワークの導入率が高かったと思われる。その他の仕事についてはケースバイケースだが、必要なものさえあればどこでもできるという仕事であればテレワークへの適応性は高い。

評価軸③ 相互連携性

例えば、上流段階の仕事を受けて処理してから下流段階に流すような仕事では、上流・下流との円滑な連携が求められる。常にチームで活動し、お互いの意思疎通が活動のベースとなっている場合なども含め、コミュニケーションと重複する部分が多少あるものの、体制的な視点からも適応性が評価できる。

ここで、経理等の事務職はコミュニケーション量が比較的多く相互連携性も高いが、定型業務が多いなら機械化やAIによる代替も検討すべきで、テレワーク転換とは異なる視点が必要になる。

なお、職種の観点だけで適・不適を振り分けられるわけではないと思われる。例えば、大規模な不動産開発であれば、資料作成や企画の素案(あるいは要素となる部分)を練ることは個人でもできるが、それを持ち寄って皆で検討することでさまざまな気づ

きやアイデアを創発し、プロジェクトとしてより総合的に優れた企画を立案することができるだろう。仕事で自己完結する研究者であっても、仲間との会話から重要な気づきが生まれることもある。目的やケースにあった環境が必要ということができるだろう。

生産性を向上させるには

テレワークへの移行に際しての最大の課題は労務管理かもしれない。今までの管理手法をそのまま移し替えるだけでは不適應が生じやすい。生産性を向上させる労務管理とはいかなるものなのだろうか。

日本生産性本部によると、**労働生産性＝産出(output)÷投入(input)**で表されるが、これまでの生産性管理はoutput(生産量・販売額あるいは価値創出)よりinput(労働・時間投入)を偏重してきた感が強い。テレワーク化に際して“Pay for Time”=どれだけ時間や労力を費やしたかを重視するのであれば、執務状況を確認する手立てが必要になる。他方、“Pay for Performance”=成果主義であれば、結果が評価できる単位として仕事をまとめ、ゴールを明確化する必要がある。

日本企業の多くはメンバーシップ型だと言われる。会社というチームのメンバーになる資格を与え、メンバーとして組織のために働き、年功やポジションに応じて昇給する。チームのためにできることは何でもする信頼関係が前提だが、メンバーシップ型特性が強いと役割や責任の所在が不明確になりやすく、成果のばらつきがある程度許容されるため、全体の生産性はなかなか高まらない。他方、米国のようなジョブ型では、個人個人の役割は明確だが、給料を上げるにはジョブを変えねばならない。ジョブ型特性が強いと、レイオフの発生や業務のアウトソーシング(外注)も視野に入る。テレワークの拡大はジョブ型への関心を高めたが、それが生産性を向上させるという保証はない。即戦力に傾く余り、人材の育成や個人の知力を総合した組織力の向上を怠れば、かえって企業の競争力を損なう懸念さえある。

それでは、テレワーク対応の働き方として、チームワークと生産性の双方を向上することはできないのだろうか。以下に2つの事例を示す。

【事例1】クラウドクリニック(医療事務代行)

同社では全員をメンバーと呼ぶ。42人のメンバーのうち40人が女性で、子育てママも多い。月130時間でも正社員になれるなど、仕組みや制度はユニーク。すべてメンバーから出てきた意見を全員で話し合って構築した。管理者や一般職という概念もない。メンバー全員が経営視点を持ち、フラットな立場で事業にコミットする。「どう思う?」と聞くと皆きちんとした答えを持っているもの。いいと思った方法で進めればいいと背中を押す。安心できる職場環境、チームや社会との一体感があると、メンバーは自主的に伸びる。出社か在宅かは各自が朝に判断する。どこでも仕事ができ、子どもの急病などで急に抜けることがあってもチームのメンバーがすぐフォローできるよう、コミュニケーションツールを活用している。(日経DUAL2019.7.11)

【事例2】メルカリ(フリマアプリ・サービス)

同社は、従業員同士が成果を評価し合い、報酬を与え合う「ピアボーナス」と呼ぶユニボス(東京・港)のサービスを利用する。社内SNSで同僚にメッセージを送る際にポイントを付与する仕組みで、第三者から見て高い成果やよいコミュニケーションと賛同した場合は拍手ボタンを押し、最低で10円程度の報酬をメッセージの送受信の双方に与える。原資は会社が負担する。(日本経済新聞2020.4.20)

両事例とも社員の横のつながりを重視し、コミュニケーションツールを活用することで、社員の自主性と協調性を引き出している。事例1は、メンバーシップ型だがジョブ型のように役割や目標は明確で、テレワークと通常勤務を柔軟に選べる体制は働きやすさを高めている。事例2からは、仕事の円滑化に誰が貢献しているか“見える化”できる可能性が感じられ、それは縦型から横型への組織転換の中で、労務管理の方法や管理者のあり方にも大きな影響を及ぼすだろう。

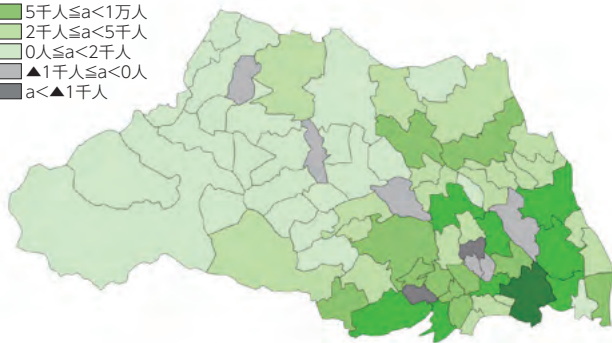
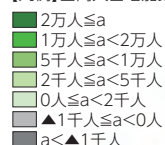
埼玉県内の潜在的なテレワーク人口

働き方に大きな変化をもたらすテレワークだが、埼玉県の昼間人口をどの程度変化させるのか、国勢調査をもとに試算した。就業者全体の4割がテレワークに移行すると仮定した場合、埼玉県全体で30.4万人の昼間人口が増加すると見込まれる。これは、所沢市の人口(34万人・県内5位)には及ばないものの、草加市(25万人・同6位)、春日部市(23万人・同7位)を上回っており、地域の中心都市がひとつ増えるような規模である。

市区町村別では、川口市の3.7万人増を筆頭に、所沢市、越谷市、春日部市、草加市、上尾市、さいたま市南区で1.4~1.7万人、見沼区、新座市、富士見市でも1万人前後の増加が見込まれる。また、南区、緑区、富士見市、志木市、白岡市、宮代町、松伏町、越生町では昼夜間人口比率が7ポイント以上上昇する。

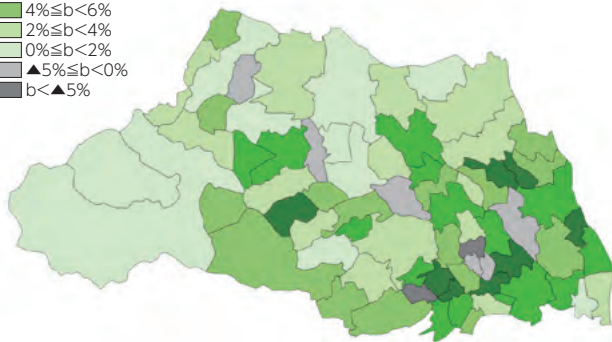
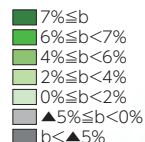
●昼間人口変化の試算

【凡例】昼間人口増加数(a)



●昼夜間人口比率変化の試算

【凡例】昼夜間人口比率の変化(b)



2015年国勢調査をもとに算出

働く場所はどう変わるか

試算では、東京都千代田区、中央区、新宿区、渋谷区の昼間人口は、それぞれ30万人以上の減少となった。余剰となるオフィス空間の活用が求められるところだ。上述のテレワーク導入の課題から空間活用の切り口を求めるなら、①コミュニケーションをベースに創造的な発想や成果を生み出す(創発)、②集中して密度の濃い仕事ができる(集中)、③高度な機材やサービス等を利用してそこでしかできない仕事ができる(専門化)、④組織としての一体感や業務上の円滑な連携のベースをつくる(メンバーシップ)、⑤在宅勤務による精神的な疲労や孤独感から解放される(リフレッシュ)の5つがあげられよう。本社機能が集積する都心部では、対面型コミュニケーションや専門的機能・サービスの活用を主軸としたオフィス空間の再整備が進むのではないだろうか。

他方、在宅での仕事環境を考えると、多くの住宅は仕事を前提とした間取りではない。家族がいる中での仕事は皆に気遣いを強いるし、家に籠もってでは息が詰まる。自宅に近い場所に、気遣いなく仕事に集中できる環境があるとよいだろう。移動が制限されても地域での交流の大切さは変わらないのだから、自由に使えるシェアオフィスが身近にあれば、テレワーク人口の増加を地域の活性化に結びつけることができると思われる。自治体がシェアオフィスを設置する事例もあるが、余剰となったオフィス空間の再活用が必要なことから、民間ベースでの整備を誘導する施策が求められるのではないだろうか。

おわりに

テレワークは、通勤等のストレスを軽減するが、同時に生産性の向上を就業者に求める。また、企業にとっては、先送りしてきた課題に取り組む動機となっている。さらに、テレワークの拡大が昼間人口に影響するため、地域に大きな変化をもたらす可能性がある。個人、企業、地域の3方面からの変革が「働き方改革」として結実することを期待したい。

はじめに

戦後、わが国は人口が増加し、豊富な労働力が経済成長を支えてきた。しかしながら、人口は既に減少に転じ、経済も低成長を余儀なくされている。そのような中、新型コロナウイルス感染症が発生した。

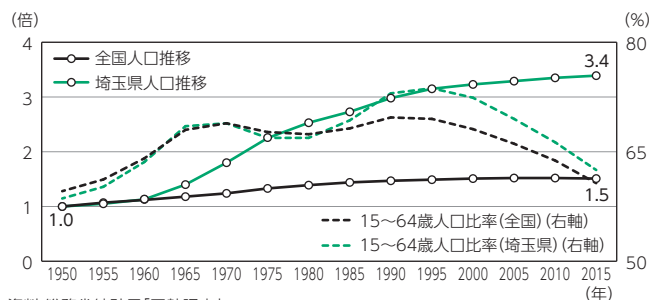
新型コロナウイルス感染症の感染拡大は、テレワークなど新たな働き方を必要とし、ビジネス手法を根底から変え、我が国や地域経済に多大な影響を与える可能性がある。ポストコロナに向けた対応を、脅威への対応として捉えるのではなく、わが国や地域経済の課題解決に向けた機会として捉える必要がある。本稿では、埼玉県の産業構造の現状を改めて振り返るとともに、ポストコロナに向けた取り組みを行う上で、留意しておきたい点を述べたい。

人口・就業者数の推移

わが国の人口は戦後、増加し続けてきた。国勢調査によると、1950年の全国人口は84.1百万人であったが、2010年には128.1百万人と最大となり、2015年にはやや減少して127.1百万人となった。埼玉県の人口は1950年に2.1百万人であったが、2015年には7.3百万人と最大となった。1950年を基準とすると2015年は、全国が1.5、埼玉県は3.4と埼玉県の増加の度合いが突出している。

また、埼玉県の15～64歳人口（生産年齢人口）比率についてみると、1980年までは全国とほぼ同様

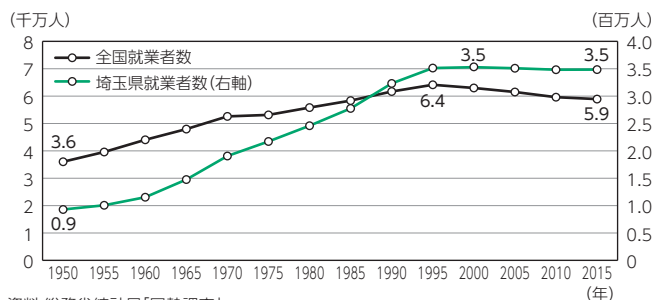
●人口・生産年齢人口比率推移



資料：総務省統計局「国勢調査」

(注)人口推移は1950年を基準とした場合の各年の倍率を示す

●就業者数推移



資料：総務省統計局「国勢調査」

の推移であったが、1985年以降は埼玉県の比率が数ポイント高い状態が続いている。

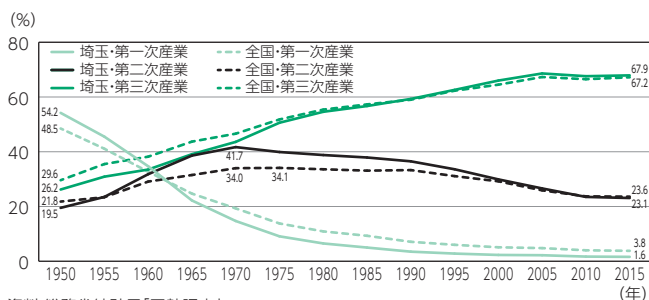
次に就業者数についてみると、全国は1950年に3.6千万人だったが、1995年には6.4千万人と最大となり、その後減少に転じた。埼玉県は1950年に0.9百万人であったが、2000年には3.5百万人と最大となり、以後、ほぼ横ばいとなっている。今後埼玉県は急速に高齢化が進むことから、就業者数の減少が予想され、ポストコロナに向けた取り組みを行う上では、この点も踏まえる必要があろう。

就業者数でみる産業の推移

就業者の産業3区分別割合の推移をみると、全国も埼玉県もほぼ同様の傾向にある。すなわち、第一次産業の占める割合が大きく減少し、第三次産業の占める割合が大きく増加している。第二次産業は1970年にかけて大きく増加し、その後緩やかに減少している。

増加・減少の度合いは全国に比べて埼玉県の方が大きい。1950年においては就業者数に占める第

●就業者の産業3区分別構成比の推移



資料：総務省統計局「国勢調査」

(注)産業3区分別以外に「分類不能の産業」があるため、全国・埼玉県ともに合計は100%にならない

一次産業の全国の割合が48.5%であったのに対し、埼玉県は54.2%と全国より高かった。1965年には全国と逆転し、以後、全国より低い状態が続いている。第三次産業については、1950年に全国の割合が29.6%であったのに対し、埼玉県は26.2%と全国より低かった。1990年には全国と逆転し、以後、全国より高い状態が続いている。第二次産業についても、増加・減少の度合いは全国に比べて埼玉県の方が大きい。1950年に全国の割合が21.8%であったのに対し、埼玉県は19.5%と全国より低かったが、1955年には逆転し、1970年には全国34.0%に対し、埼玉県41.7%と8ポイント近くの違いがあった。以後、埼玉県の減少度合いが大きく、2015年には同程度の割合となっている。

産業別の就業者の状況

足元での埼玉県の就業者の産業別構成比はどうなっているのだろうか。東京圏にある埼玉県は県をまたいだ通勤・通学者が多く、埼玉県内を就業地とするベースでみていく。これは県外勤務の県民を除き、他都県から埼玉県へ通勤している人を含んだものである。分類不能の産業も含めた比率でみると、第一次産業は全国3.8%に対し2.0%、第二次産業は全国23.6%に対し24.3%、第三次産業は全国67.2%

に対し64.9%となり、全国比、第一次産業が低く、第二次産業が高く、第三次産業が低くなっている。

産業大分類別に就業者構成比の高い業種は、最も高いのが製造業で16.8%、次が卸売、小売業の15.4%、三番目が医療、福祉の11.3%となっている。

全国との差が大きい産業としては、運輸業、郵便業で1.9ポイント、製造業で0.6ポイント、不動産業、物品賃貸業で0.2ポイント高く、学術研究、専門・技術サービス業で0.6ポイント、医療、福祉で0.6ポイント、宿泊業、飲食サービス業で0.5ポイント低いのが目立つ。

産業別の事業所の状況

埼玉県の産業別の民営事業所の状況をみると、第一次産業は全国0.6%に対し0.2%、第二次産業は全国17.8%に対し21.8%、第三次産業は全国81.6%に対し77.9%となり、全国比、第一次産業と第三次産業が低く、第二次産業が高くなっている。これは、就業者の産業三区分別の傾向と同じである。

産業大分類別にみると、事業所構成比の最も高い産業は卸売、小売業で23.6%、次が宿泊業、飲食サービス業の11.6%、三番目が製造業の11.1%となっている。全国との差が大きい産業としては、製造業で2.6ポイント、建設業で1.5ポイント高く、卸売、小売業で1.7ポイント、宿泊業、飲食サービス業で

●産業別就業者の状況(2015年)

(単位:人数、%、pt)

産業	全国		埼玉県		全国との差
	従業者数	比率	従業者数	比率	
第一次産業	2,221,699	3.8	54,931	2.0	▲ 1.8
第二次産業	13,920,834	23.6	669,757	24.3	0.7
うち、製造業	9,557,215	16.2	463,969	16.8	0.6
第三次産業	39,614,567	67.2	1,786,299	64.9	▲ 2.4
うち、運輸業、郵便業	3,044,741	5.2	193,297	7.0	1.9
卸売、小売業	9,001,414	15.3	422,942	15.4	0.1
不動産業、物品賃貸業	1,197,560	2.0	60,273	2.2	0.2
学術研究、専門・技術サービス業	1,919,125	3.3	73,592	2.7	▲ 0.6
宿泊業、飲食サービス業	3,249,190	5.5	139,267	5.1	▲ 0.5
医療、福祉	7,023,950	11.9	311,078	11.3	▲ 0.6
分類不能の産業	3,161,936	5.4	242,676	8.8	3.4
合計	58,919,036	100.0	2,753,663	100.0	0.0

資料:総務省統計局「国勢調査」

●産業別民営事業所数の状況(2016年)

(単位:所、%、pt)

産業	全国		埼玉県		全国との差
	事業所数	比率	事業所数	比率	
第一次産業	32,676	0.6	576	0.2	▲ 0.4
第二次産業	949,385	17.8	52,486	21.8	4.0
うち、建設業	492,734	9.2	25,762	10.7	1.5
製造業	454,800	8.5	26,691	11.1	2.6
第三次産業	4,358,722	81.6	187,480	77.9	▲ 3.7
うち、卸売、小売業	1,355,060	25.4	56,851	23.6	▲ 1.7
宿泊業、飲食サービス業	696,396	13.0	27,883	11.6	▲ 1.4
サービス業(他に分類されないもの)	346,616	6.5	13,127	5.5	▲ 1.0
合計	5,340,783	100.0	240,542	100.0	0.0

資料:経済産業省「経済センサス活動調査」

1.4ポイント、サービス業(他に分類されないもの)で1.0ポイント低いのが目立つ。

経済活動別の生産状況(付加価値)

埼玉県の経済活動別生産状況(付加価値)をみると、第一次産業は全国1.2%に対し0.5%、第二次産業は全国26.5%に対し28.0%、第三次産業は全国71.6%に対し70.8%となり、全国比、第一次産業・第三次産業が低く、第二次産業が高くなっており、就業者・事業所の産業三区分別の傾向と同じである。

産業大分類別にみると、生産額構成比の最も高い産業は製造業で22.7%、次が不動産業の16.4%、三番目が卸売・小売業の10.7%となっている。全国との差が大きい産業としては、不動産業で5.1ポイント、製造業で1.9ポイント、保健衛生・社会事業で1.4ポイント高く、

卸売・小売業で3.2ポイント、情報通信業で2.4ポイント、専門・科学技術・業務支援サービス業で1.0ポイント低いのが目立つ。

●経済活動別生産状況(2017年)

(単位:全国:兆円、埼玉県:億円、%、pt)

産業	全国		埼玉県		全国との差
	生産額	比率	生産額	比率	
第一次産業	6.6	1.2	1,111.2	0.5	▲ 0.7
第二次産業	144.9	26.5	65,664.1	28.0	1.5
うち、製造業	113.5	20.8	53,107.1	22.7	1.9
第三次産業	390.8	71.6	165,809.8	70.8	▲ 0.8
うち、情報通信業	26.6	4.9	5,697.4	2.4	▲ 2.4
卸売・小売業	75.9	13.9	25,071.3	10.7	▲ 3.2
不動産業	61.8	11.3	38,432.2	16.4	5.1
専門・科学技術・業務支援サービス業	40.2	7.4	14,901.1	6.4	▲ 1.0
保健衛生・社会事業	38.1	7.0	19,641.8	8.4	1.4
税・関税・調整等	3.5	0.6	1,725.4	0.7	0.1
合計	545.9	100.0	234,310.5	100.0	0.0

資料:内閣府「国民経済計算」、埼玉県「県民経済計算」
全国は暦年ベース、埼玉県は年度ベース

●埼玉県主要産業の労働生産性の状況(2016年)

(単位:万円、○数字は全国順位)

産業分類	卸売、小売業		宿泊業、飲食サービス業		製造業		医療、福祉		全産業(公務を除く)	
	県内事業所数構成比1位		県内事業所数構成比2位		県内事業所数構成比3位		—		—	
	県内就業者数構成比2位		—		県内就業者数構成比1位		県内就業者数構成比3位		—	
全国	—	540	—	215	—	660	—	318	—	536
1位	東京都	794	東京都	258	山梨県	861	福井県	436	東京都	740
2位	宮城県	629	富山県	255	愛知県	822	栃木県	432	愛知県	603
3位	大阪府	623	石川県	236	山口県	815	静岡県	425	大阪府	585
4位	愛知県	577	長野県	234	東京都	768	茨城県	422	神奈川県	550
5位	群馬県	538	千葉県	230	滋賀県	744	愛知県	410	宮城県	535
			静岡県	230						
(東京圏の状況)										
埼玉県	⑭	484	③〇	196	②④	605	②④	388	②②	482
千葉県	⑩	495	⑤	230	⑩⑥	661	⑩⑦	392	⑩⑥	498
東京都	①	794	①	258	④	768	④⑦	▲ 280	①	740
神奈川県	⑦	503	⑭	213	⑩	712	④③	365	④	550

資料:経済産業省「経済センサス活動調査」

母の低下では、労働生産性の向上に限界がある。付加価値額が増加すると、人件費も増加させやすい。

これまで、就業者数、事業所数、生産状況(付加価値額)をみてきたが、ここでは埼玉県における事業所数構成比・就業者数構成比1位～3位産業の労働生産性をみていく。いずれの基準にも入っている卸売、小売業、製造業のほか、事業所数構成比で2位の宿泊業、飲食サービス業、就業者数構成比で3位の医療、福祉が該当する。

事業所数構成比が県内で23.6%と最も高い卸売、小売業は、生産状況では10.7%の構成比に留まり、労働生産性が全国540万円に対して484万円と下回り、全国順位も14位となる。事業所数構成比が県内で11.6%と次に高い宿泊業、飲食サービス業は、労働生産性が全国215万円に対して196万円、全国順位も30位と低い。事業所数構成比が県内で11.1%と三番目に高い製造業は、生産状況では22.7%の構成比に上昇するが、労働生産性は全国660万円に対して605万円、全国順位も24位と高くはない。就業者数構成比で3位の医療、福祉は、労働生産性が全国318万円に対して388万円と全国を上回るものの、全国順位は24位と高くはない。

このように事業所数や就業者数の構成比の高い県内の主要産業の労働生産性は、医療、福祉を除いて全国を下回り、東京圏の他都県との比較におい

ても低い水準にある。県内産業の持続的な発展のためには改善が必要である。

埼玉県も課題を認識し、「埼玉県5か年計画」において「施策31 新たな産業の育成と企業誘致の推進」、「施策32 変化に向き合う中小企業・小規模事業者の支援」、「施策33 商業・サービス産業の育成」、「施策34 産業人材の確保・育成」などを掲げ、県内企業の生産性向上や生産性向上に向けた従業員の育成などに取り組んでいる。

ポストコロナでは、働き方やビジネス手法の抜本的な変革が求められ、我が国や地域経済に多大な影響を与える可能性がある。ポストコロナに向けた対応を、脅威への対応として捉えるのではなく、我が国や地域経済の課題解決に向けた機会として捉え、県内企業の生産性向上に向けた取り組みを、官民連携して従来にも増して推進していくことが必要と考える。

生産性向上に向けた取り組みはビッグデータやAIなどICTの活用により進むものと考えられる。

2015年の国勢調査によると、埼玉県民の情報通信業の就業者は約14万人であったが、県内での就業者は約2.5万人であり、10万人以上の情報通信業従事者が県外に通勤しているものと考えられる。県内企業の生産性向上を進めるために、県内居住の情報通信業従事者のサポートを活用してはどうだろうか。

(太田富雄)

埼玉県内設備投資動向調査

設備投資「計画有り」の企業数は大幅に減少するが、設備投資

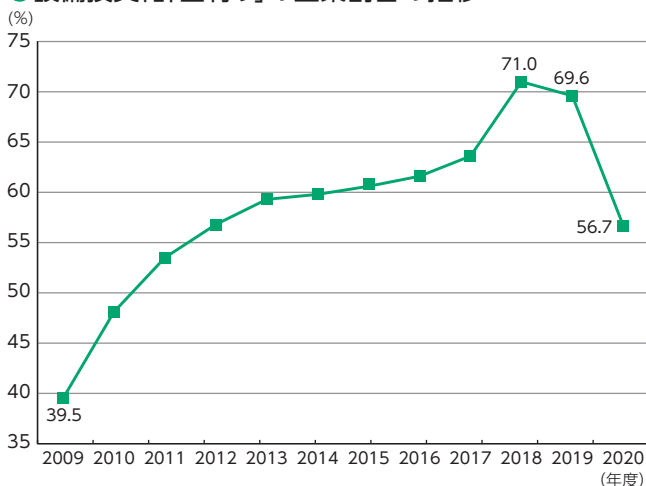
✓ 設備投資計画の有無

2020年度に設備投資の「計画有り」とした企業は、回答企業217社のうち123社、56.7%で、前年比▲12.9ポイントとなった。新型コロナウイルス感染症の影響により景気が悪化するなか、県内企業において2020年度に設備投資「計画有り」とする企業割合は前年から大幅に減少する結果となった。ただ、水準はリーマンショック後の2009年度(計画有り39.5%)に比べ高いものとなっている。

業種別にみると、「計画有り」とした企業は製造業が63.8%(前年比▲18.5ポイント)、非製造業は53.4%(同▲9.4ポイント)となった。製造業、非製造業ともに前年を下回り、特に製造業で落ち込みが大きいものとなった。

規模別にみると、「計画有り」とした企業は大企業が77.8%(前年比+5.6ポイント)、中小企業は54.8%(同▲14.6ポイント)となった。大企業は前年比で増加となり、8割近い企業で設備投資を計画しているが、中小企業は前年比で大幅な減少となり、設備投資意欲はこれまでに比べ弱いものとなった。

● 設備投資「計画有り」の企業割合の推移



✓ 設備投資計画額

2020年度の設備投資計画額は、当該企業の2019

年度実績に対して+12.1%となった。設備投資の「計画有り」とする企業は前年に比べ減少したが、設備投資額は前年実績比で二ケタの増加となった。

新型コロナウイルス感染症の影響により業況の悪化する企業がある一方で、業種により業績が好調なところ(食品製造業、小売、運輸・倉庫など)もあり、そうした企業では積極的な投資を行っている。

製造業・非製造業別にみると、製造業は前年比+22.1%、非製造業は同+10.6%と、製造業、非製造業ともに増加となった。個別業種でみると製造業では「食料品」が、非製造業は「小売」、「運輸・倉庫」が高い投資額となり全体を押し上げた。

規模別にみると、大企業は前年比+17.3%、中小企業も同+5.4%と、大企業、中小企業ともに前年を上回るが、特に大企業は大幅な増加となった。

● 設備投資計画額

(単位:社、百万円、%)

	回答企業数	2019年度実績	2020年度計画	前年度比
全産業	156	33,539	37,595	12.1
大企業	13	18,841	22,103	17.3
中小企業	143	14,698	15,492	5.4
製造業	47	4,369	5,334	22.1
非製造業	109	29,170	32,261	10.6

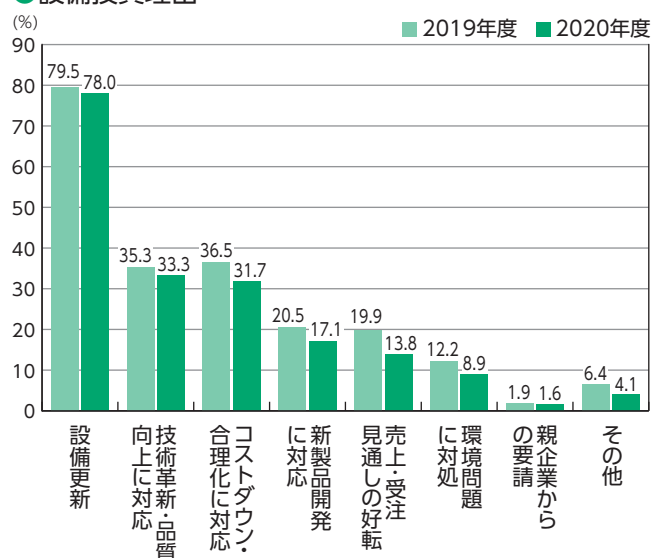
✓ 設備投資理由

2020年度に設備投資の「計画有り」とした企業のうち、その理由(複数回答)として最も多かったのは「設備更新」の78.0%(前年比▲1.5ポイント)で、以下「技術革新・品質向上に対応」33.3%(同▲2.0ポイント)、「コストダウン・合理化に対応」31.7%(同▲4.8ポイント)、「新製品開発に対応」17.1%(同▲3.4ポイント)、「売上・受注見通しの好転」13.8%(同▲6.1ポイント)、「環境問題に対処」8.9%(同▲3.3ポイント)の順となった。

前年と同様に、約8割の企業が「設備更新」を挙げており、建物や生産設備の更新を計画する企業が引き続き多い。

額は二ケタの増加

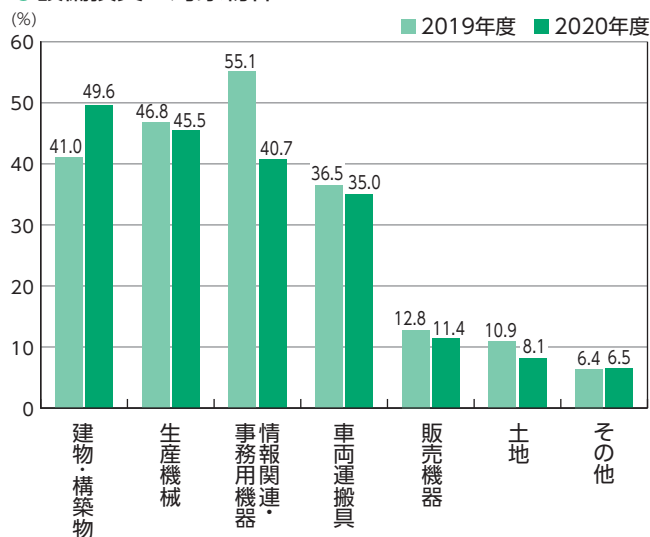
●設備投資理由



✓設備投資の対象物件

設備投資の対象物件（複数回答）は、「建物・構築物」が49.6%（前年比+8.6ポイント）で最も多く、以下順に「生産機械」45.5%（同▲1.3ポイント）、「情報関連・事務用機器」40.7%（同▲14.4ポイント）、「車両運搬具」35.0%（同▲1.5ポイント）、「販売機器」11.4%（同▲1.4ポイント）、「土地」8.1%（同▲2.8ポイント）となった。

●設備投資の対象物件



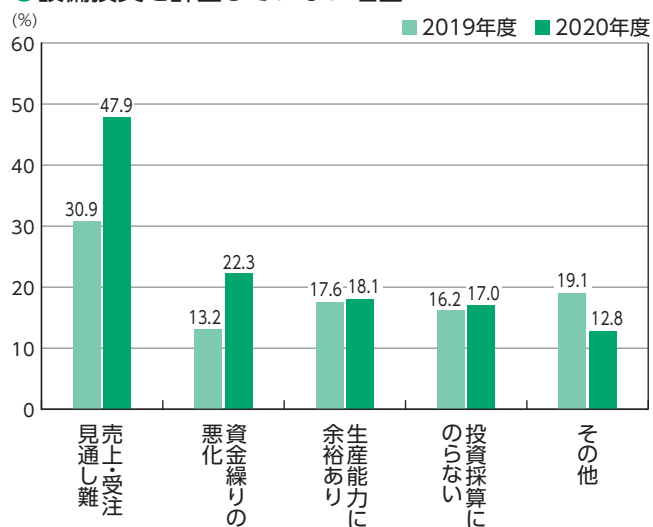
前年と比べ「建物・構築物」が増加し、それ以外の対象物件は減少となったが、特にここ数年増加していた「情報関連・事務用機器」が大幅に減少した。建物・構築物や生産機械の更新のための投資はおこなうが、OA機器などの情報関連や、事務機器など人手不足や業務効率化に対応する投資は手控えられている。

✓設備投資を計画していない理由

設備投資を「計画していない」企業において、その理由（複数回答）として最も多かったのは「売上・受注見通し難」47.9%（前年比+17.0ポイント）で、以下「資金繰りの悪化」22.3%（同+9.1ポイント）、「生産能力に余裕あり」18.1%（同+0.5ポイント）、「投資採算にのらない」17.0%（同+0.8ポイント）となった。

前年と比べ「売上・受注見通し難」や「資金繰りの悪化」が大幅に増加した。新型コロナウイルス感染症の影響により、景気の先行きに対する見通しが難しいことや、売上の減少による資金繰りの悪化が設備投資に慎重となる要因となっている。（辻 和）

●設備投資を計画していない理由



2020年7月中旬実施。対象企業数935社、回答企業数217社、回答率23.2%。

埼玉県内企業の2020年夏の

2020年夏のボーナス支給状況について、県内企業へのアンケート調査を実施した。結果は以下の通りである。

☑ ボーナス支給実績の有無

2020年夏のボーナスの支給実績をたずねたところ、「正社員・パートともに支給」とした企業は54.9%、「正社員のみ支給」とした企業は36.6%、「支給しない」とした企業は8.5%となり、9割以上の企業でボーナスを支給している。

前年実績と比較すると、「正社員・パートともに支給」は0.1ポイント増加、「正社員のみ支給」は0.4ポイント減少、「支給する」は0.3ポイント減少、「支給しない」は0.3ポイント増加した。これまで、人手不足感の強まりもあり、パートを含めてボーナスを支給する企業が増えてきたが、今回調査では新型コロナウイルス感染症による景気の先行き不透明感から、支給する企業は微減となり、支給しない企業が微増となった。

業種別にみると、「正社員・パートともに支給」とする企業は製造業では70.1%、非製造業では47.9%である。「正社員のみ支給」は製造業で22.4%、非製造業で43.2%。また、「支給しない」は製造業で7.5%、非製造業で8.9%であった。

製造業では「正社員・パートともに支給」とする割合が高く、非製造業では「正社員のみ支給」とする割合が製造業に比べて高い。「支給しない」とするところはいずれの業種とも1割以下であった。

● 2020年夏のボーナス支給実績の有無

	合計	製造業	非製造業
支給する	91.5 (91.8)	92.5 (91.3)	91.1 (92.0)
正社員・パート ともに支給	54.9 (54.8)	70.1 (68.1)	47.9 (48.7)
正社員のみ支給	36.6 (37.0)	22.4 (23.2)	43.2 (43.3)
支給しない	8.5 (8.2)	7.5 (8.7)	8.9 (8.0)

()内は2019年実績

☑ ボーナス一人当たり支給額

2020年夏のボーナス支給総額を支給対象人員で割った、一人当たり支給額は346,813円となり、前年実績の347,458円に比べ0.2%の減少となった(ボーナス支給実績を記入いただいた企業146社を集計)。夏のボーナスの一人当たり支給額は2019年に4年ぶりに減少に転じ、2020年は2年連続で減少となった。

業種別にみると、製造業は363,007円と前年の406,504円から▲10.7%と大きく減少、非製造業は341,980円で前年の329,501円から3.8%の増加となった。非製造業では従業員数の多い小売業で一人当たり支給額が増加したが、非製造業全体の金額を押し上げた。前年比では、製造業では2年連続の減少、非製造業では2年ぶりの増加となった。

● 2020年夏のボーナス一人当たり支給額

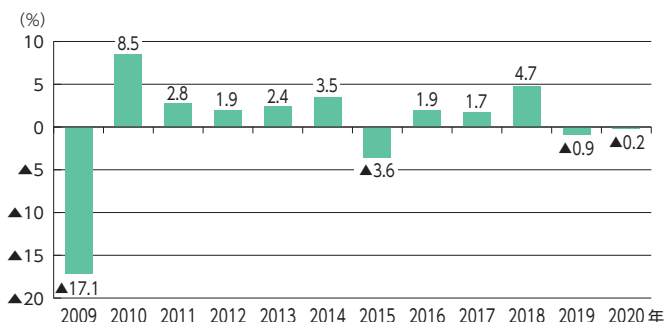
(社、円、%)

	企業数	一人当たり支給額		
		2020年	2019年	前年比
全産業	146	346,813	347,458	▲ 0.2
製造業	45	363,007	406,504	▲ 10.7
非製造業	101	341,980	329,501	3.8

☑ 夏のボーナス一人当たり支給額(前年比)の推移

夏のボーナス一人当たり支給額(前年比)の推移をみると、2009年にリーマンショックの影響を受け、企業収益、雇用環境の悪化などにより、前年比▲17.1%と大幅な減少となった。その後、売上・利益の改善や雇用調整が進んだことなどから、ボーナス支給を回復する

● 夏のボーナス一人当たり支給額(前年比)の推移



ボーナス支給状況

動きがみられ、2014年まで5年連続で改善が続いた。

2015年は消費増税後の売上・利益回復の遅れなどから6年ぶりに減少に転じた。2016年から2018年までは売上・利益改善の動きや人手不足感を背景として増加が続いていたが、2019年は米中貿易摩擦や中国経済の減速などによる景気の不透明感の強まりなどから4年ぶりに減少に転じ、今回調査では新型コロナウイルス感染症による影響もあり、2年連続の減少となった。

☑ ボーナス支給総額と支給対象人員

アンケート回答企業の2020年夏のボーナス支給総額は79億29百万円で、当該企業の前年実績78億12百万円から1.5%の増加となった。また、支給対象人員は前年比1.7%の増加となり、支給総額、支給人員ともに増加となった。今年の夏のボーナスは支給人員が増加したことから、支給総額は前年よりも増加となった。

業種別の支給総額の前年比をみると、製造業が前年比10.5%の減少、非製造業が同6.0%の増加。支給対象人員は製造業で同0.2%の増加、非製造業で同2.1%の増加となった。製造業、非製造業のいずれも支給人員は前年に比べ増加しているが、支給総額は非製造業では増加する一方、製造業では大きく減少した。

● 2020年夏のボーナス支給総額と支給対象人員

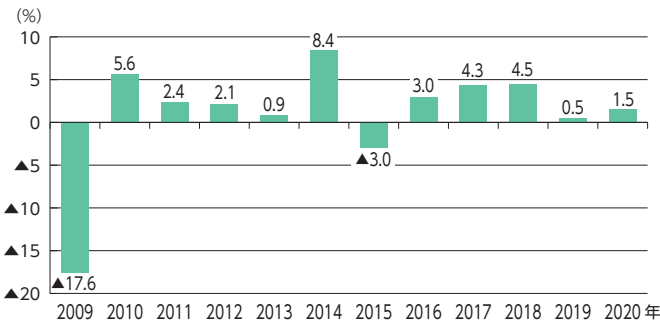
	支給総額			支給対象人員		
	2020年	2019年	前年比	2020年	2019年	前年比
全産業	7,929	7,812	1.5	22,861	22,483	1.7
製造業	1,908	2,131	▲10.5	5,255	5,243	0.2
非製造業	6,021	5,681	6.0	17,606	17,240	2.1

☑ 夏のボーナス支給総額(前年比)の推移

夏のボーナス支給総額(前年比)の推移をみると、2009年に▲17.6%と大きな落ち込みとなった後、持ち直しが続き、2014年まで5年連続の増加となったが、2015年は一人当たり支給額同様6年ぶりの減少となった。その後、ボーナス支給額を回復する動きがみ

られたが、2019年は米中貿易摩擦や中国経済の減速などによる景気の不透明感の強まりなどから伸びが鈍化、今回調査では新型コロナウイルス感染症による景気の先行き不透明感から、昨年夏に引き続き増加率は低く、製造業では大幅な減少となった。

● 夏のボーナス支給総額(前年比)の推移



☑ 2020年冬のボーナス支給予定

2020年冬のボーナス支給予定については、2019年冬のボーナスに比べて、「増加」7.5%、「変わらない」48.5%、「減少」39.0%、「支給しない」5.0%となった。「変わらない」とするところが半数近くを占めるが、「減少」が「増加」を大幅に上回った。「減少」が「増加」を上回るのは、本設問項目を開始した2013年調査以来初である。新型コロナウイルス感染症の影響により、県内企業の売上、利益の先行きに厳しさが見込まれる中、今冬のボーナスは厳しい状況が予想される。

業種別にみると、製造業では「増加」が9.2%、「減少」が60.0%。非製造業では「増加」が6.7%、「減少」が28.9%と、製造業において厳しい見方が多くなっている。

(太田富雄)

● 2020年冬のボーナス支給予定

	増加	変わらない	減少	支給しない
全産業	7.5	48.5	39.0	5.0
製造業	9.2	27.7	60.0	3.1
非製造業	6.7	58.5	28.9	5.9

2020年7月中旬実施。対象企業数935社、回答企業数219社、回答率23.4%。

県内経済の動き

概況 埼玉県景気は、一部に下げ止まりの動きがみられるものの、

景気動向指数 悪化を示している

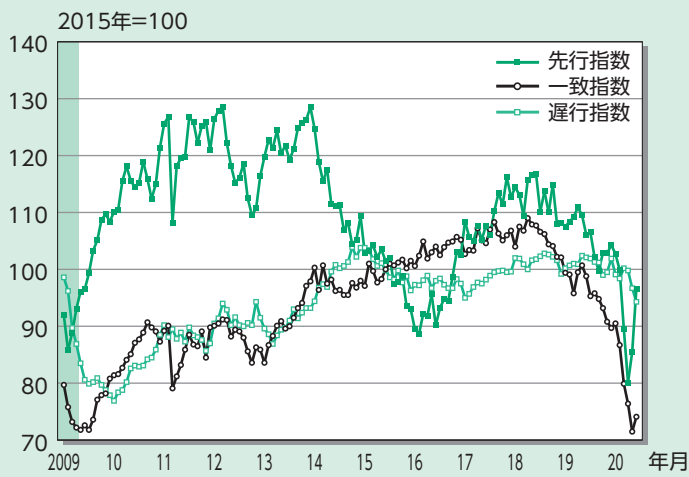
6月のCI(コンポジット・インデックス)は、先行指数:96.6(前月比+11.1ポイント)、一致指数:74.1(同+2.6ポイント)、遅行指数:94.3(同▲2.4ポイント)となった。

先行指数は2カ月連続の上昇となった。

一致指数は5カ月ぶりの上昇となった。基調判断となる3カ月後方移動平均は、前月比▲1.93ポイントと、12カ月連続の下降となった。埼玉県は景気の基調判断を、10カ月連続で「悪化を示している」としている。

遅行指数は3カ月連続の下降となった。

景気動向指数の推移

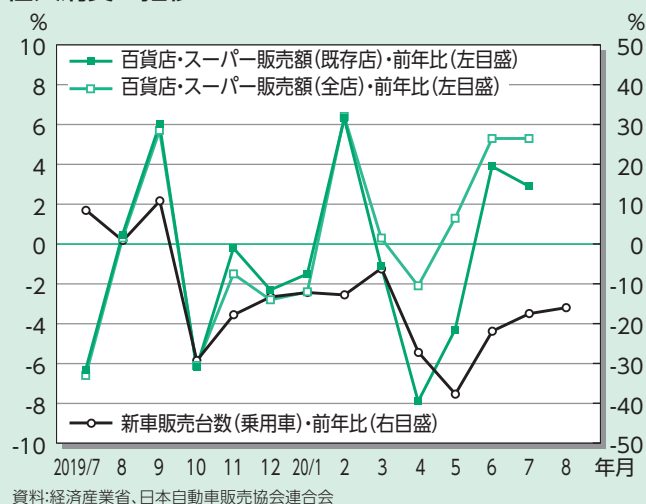


個人消費 百貨店・スーパー販売額は2カ月連続で増加

7月の百貨店・スーパー販売額は1,089億円、前年比+2.9%(既存店)と2カ月連続で増加した。業態別では、百貨店(同▲14.6%)は減少したが、スーパー(同+7.0%)は増加した。新設店を含む全店ベースの販売額は同+5.3%と3カ月連続で増加した。

8月の新車販売台数(乗用車)は9,224台、前年比▲16.0%と11カ月連続で減少した。車種別で普通乗用車が4,988台(同▲17.3%)、小型乗用車は4,236台(同▲14.5%)だった。

個人消費の推移



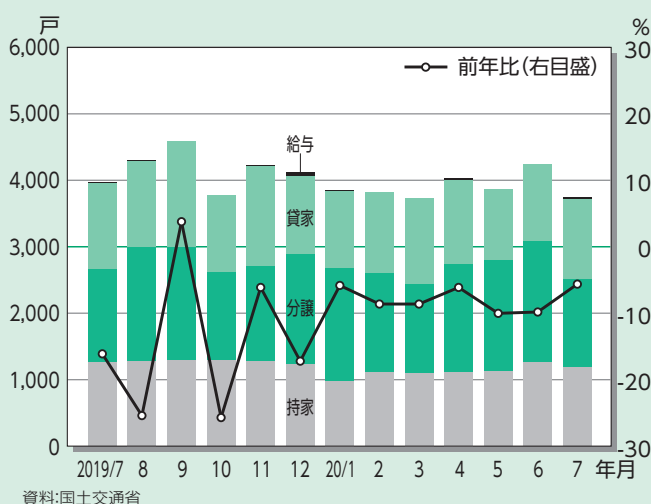
住宅 10カ月連続で前年を下回る

7月の新設住宅着工戸数は3,744戸、前年比▲5.6%と10カ月連続で前年を下回った。

利用関係別では、分譲が1,334戸(前年比▲4.6%)と2カ月ぶりに減少したほか、持家が1,182戸(同▲6.5%)と4カ月連続で、貸家も1,205戸(同▲7.5%)と5カ月連続で減少した。

分譲住宅は、マンションが275戸(前年比▲11.6%)と2カ月ぶりに減少したほか、戸建ても1,034戸(同▲4.9%)と2カ月連続で減少した。

新設住宅着工戸数の推移



新型コロナウイルス感染症の影響により、厳しい状況にある

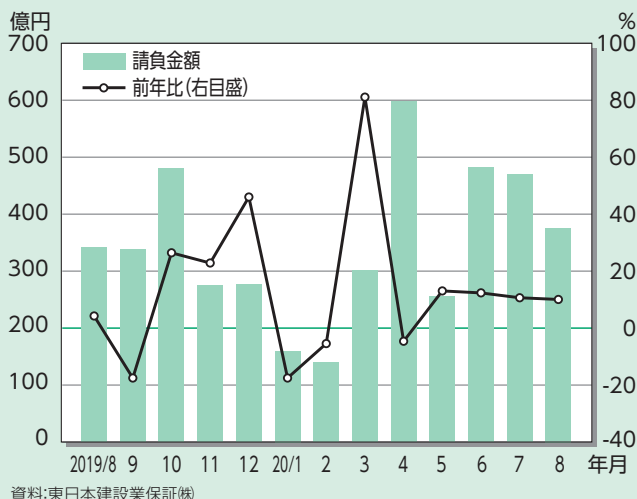
公共工事 4カ月連続で前年を上回る

8月の公共工事請負金額は376億円、前年比+10.1%と4カ月連続で前年を上回った。2020年4～8月までの累計でも、同+6.5%と前年を上回って推移している。

発注者別では、県(前年比▲11.5%)が減少したものの、国(同+66.9%)と市町村(同+15.9%)、独立行政法人等(同+4.2%)が増加した。

なお、8月の請負件数は750件(同▲1.8%)と前年を下回っている。

公共工事請負金額の推移



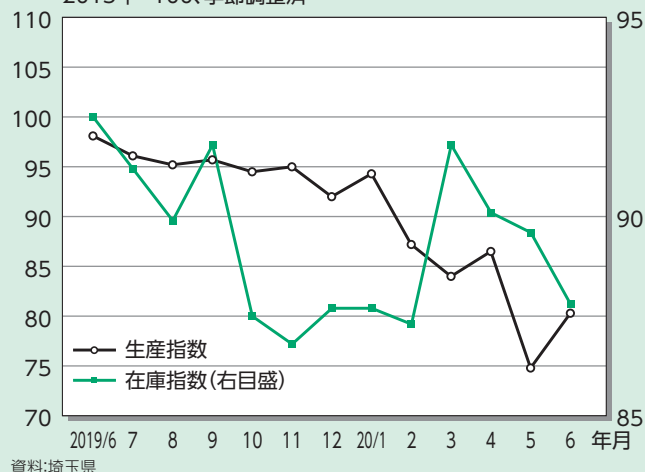
生産 2カ月ぶりに増加

6月の鉱工業指数をみると、生産指数は80.3、前月比+7.4%と2カ月ぶりに増加した。業種別では、化学、生産用機械、プラスチック製品など12業種が増加したものの、汎用機械、パルプ・紙・紙加工品、鉄鋼など11業種が減少した。

在庫指数は87.8、前月比▲2.0%と3カ月連続で減少した。業種別では、電子部品・デバイス、非鉄金属、情報通信機械など8業種が増加したものの、パルプ・紙・紙加工品、生産用機械、電気機械など12業種が減少した。

鉱工業指数の推移

2015年=100、季節調整済



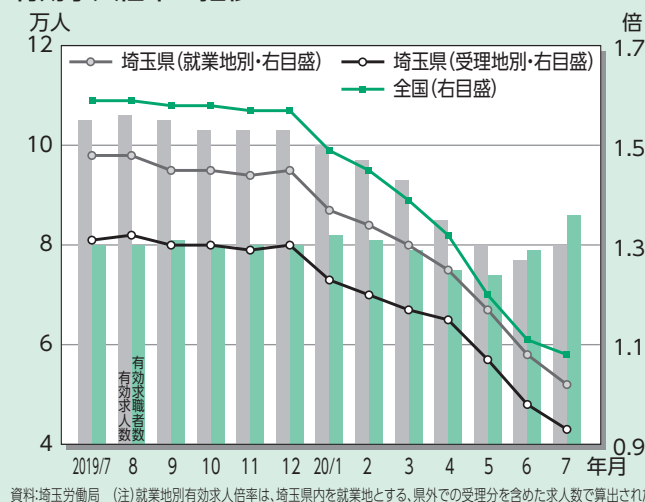
雇用 有効求人倍率は7カ月連続で低下

7月の受理地別有効求人倍率(季節調整値)は、前月から0.05ポイント下降し、0.93倍と7カ月連続で低下した。

有効求職者数(季節調整値)が85,651人(前月比+8.2%)と、2カ月連続で前月を上回るなか、有効求人数(季節調整値)についても79,905人(同+3.5%)と7カ月ぶりに前月を上回った。新規求人倍率(季節調整値)は、前月から0.10ポイント上昇の1.53倍となっている。

なお、7月の就業地別有効求人倍率(季節調整値)は、前月から0.06ポイント下降の1.02倍であった。

有効求人倍率の推移



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(%)
2016年	100.2	0.2	100.0	0.0	89.1	▲ 10.3	94.9	▲ 3.2	2,391	0.6	50,753	0.5
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
19年 6月	98.1	▲ 3.9	101.5	▲ 2.6	92.5	▲ 1.1	104.4	0.6	213	25.3	4,641	1.7
7月	96.1	▲ 2.0	102.2	0.7	91.2	▲ 1.4	104.3	▲ 0.1	203	▲ 18.6	4,980	0.4
8月	95.2	▲ 0.9	100.5	▲ 1.7	89.9	▲ 1.4	104.2	▲ 0.1	182	▲ 10.1	3,987	▲ 5.1
9月	95.7	0.5	102.4	1.9	91.8	2.1	103.3	▲ 0.9	266	120.4	3,609	▲ 18.4
10月	94.5	▲ 1.3	98.3	▲ 4.0	87.5	▲ 4.7	104.1	0.8	173	▲ 39.9	3,922	▲ 14.8
11月	95.0	0.5	97.7	▲ 0.6	86.8	▲ 0.8	103.6	▲ 0.5	250	36.2	3,750	▲ 9.7
12月	92.0	▲ 3.2	97.9	0.2	87.7	1.0	104.0	0.4	285	48.5	4,184	▲ 2.5
20年 1月	94.3	2.5	99.8	1.9	87.7	0.0	106.2	2.1	109	▲ 36.8	2,973	▲ 25.1
2月	87.2	▲ 7.5	99.5	▲ 0.3	87.3	▲ 0.5	104.4	▲ 1.7	149	▲ 46.5	3,605	▲ 2.6
3月	84.0	▲ 3.7	95.8	▲ 3.7	91.8	5.2	106.4	1.9	285	163.9	3,718	11.5
4月	86.5	3.0	86.4	▲ 9.8	90.1	▲ 1.9	106.1	▲ 0.3	202	▲ 50.4	4,034	▲ 9.1
5月	74.8	▲ 13.5	78.7	▲ 8.9	89.6	▲ 0.6	103.3	▲ 2.6	363	29.0	4,064	▲ 2.6
6月	80.3	7.4	80.2	1.9	87.8	▲ 2.0	100.8	▲ 2.4	191	▲ 10.1	3,798	▲ 18.2
7月			87.2	8.7			99.3	▲ 1.5	195	▲ 3.7	3,855	▲ 22.6
8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(%)
2016年	61,981	8.1	967,237	6.4	16.5	▲ 2.2	17.5	▲ 0.6	99.7	▲ 0.3	100.9	0.9
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	▲ 7.5	102.7	1.9	104.0	1.3
19年 6月	4,702	▲ 18.6	81,541	0.3	14.6	▲ 14.1	16.5	▲ 6.8	103.1	1.5	104.3	1.0
7月	3,968	▲ 16.1	79,232	▲ 4.1	14.9	▲ 17.2	16.7	▲ 6.7	103.3	2.1	104.4	1.2
8月	4,301	▲ 25.4	76,034	▲ 7.1	14.8	▲ 15.9	15.9	▲ 5.4	103.6	1.9	104.2	1.2
9月	4,598	3.8	77,915	▲ 4.9	15.1	▲ 17.1	16.3	▲ 8.4	103.3	1.6	104.3	1.5
10月	3,783	▲ 25.7	77,123	▲ 7.4	15.0	▲ 12.8	16.7	▲ 10.2	103.4	1.6	104.4	1.5
11月	4,231	▲ 6.1	73,523	▲ 12.7	15.0	▲ 12.8	16.6	▲ 12.7	103.0	1.3	104.6	1.5
12月	4,131	▲ 17.2	72,174	▲ 7.9	16.2	▲ 9.4	16.3	▲ 11.9	103.9	2.3	104.6	1.5
20年 1月	3,848	▲ 5.8	60,341	▲ 10.1	13.3	▲ 8.9	14.7	▲ 9.2	103.5	2.3	104.4	1.2
2月	3,819	▲ 8.6	63,105	▲ 12.3	14.4	▲ 7.1	15.9	▲ 10.2	103.3	2.1	104.2	1.1
3月	3,737	▲ 8.6	70,729	▲ 7.6	14.6	▲ 10.4	15.8	▲ 10.2	103.1	2.0	103.3	1.1
4月	4,035	▲ 6.1	69,162	▲ 12.9	13.3	▲ 15.8	13.4	▲ 23.9	103.8	1.4	105.0	0.9
5月	3,871	▲ 10.0	63,682	▲ 12.3	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	70,232	▲ 11.4			P11.5	P▲ 31.2			P104.5	P0.1
8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	
	倍	倍	人	前年比(%)	千人	前年比(%)	億円	前年比(%)	億円	前年比(%)
2016年	1.04	1.36	30,731	13.2	911	5.5	10,186	▲ 0.6	195,979	▲ 0.9
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
19年 6月	1.33	1.61	34,347	▲ 7.3	926	▲ 4.2	831	▲ 0.6	15,982	▲ 0.5
7月	1.31	1.59	37,411	10.0	980	2.5	823	▲ 6.3	16,246	▲ 4.8
8月	1.32	1.59	35,495	▲ 2.9	918	▲ 5.9	817	0.5	15,893	0.4
9月	1.30	1.58	33,840	▲ 4.8	917	▲ 1.5	850	6.0	16,721	10.1
10月	1.30	1.58	38,578	▲ 1.8	1,028	▲ 4.0	769	▲ 6.2	14,572	▲ 8.2
11月	1.29	1.57	34,744	▲ 1.6	902	▲ 6.7	834	▲ 0.2	16,113	▲ 1.8
12月	1.30	1.57	33,324	1.0	888	2.1	1,037	▲ 2.3	20,234	▲ 2.8
20年 1月	1.23	1.49	33,508	▲ 13.5	889	▲ 16.0	817	▲ 1.5	16,064	▲ 1.5
2月	1.20	1.45	34,027	▲ 10.0	897	▲ 13.5	782	6.3	14,389	0.2
3月	1.17	1.39	31,496	▲ 10.1	835	▲ 12.1	1,102	▲ 1.1	16,219	▲ 10.1
4月	1.15	1.32	23,701	▲ 31.5	656	▲ 31.9	977	▲ 7.9	13,450	▲ 22.1
5月	1.07	1.20	25,579	▲ 27.8	637	▲ 32.1	1,051	▲ 4.3	14,529	▲ 16.9
6月	0.98	1.11	28,341	▲ 17.5	756	▲ 18.3	1,099	3.9	16,789	▲ 3.4
7月	0.93	1.08	27,668	▲ 26.0	700	▲ 28.6	1,089	2.9	16,918	▲ 4.2
8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(%)
2016年	152,979	3.9	2,801,491	3.6	354	65,358	8,446	2,006,119	99.7	▲ 0.3	99.9	▲ 0.1
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
19年 6月	13,048	0.4	248,056	▲ 1.8	26	2,226	734	86,957	101.3	0.8	101.6	0.7
7月	14,207	8.5	258,150	5.3	24	2,061	802	93,400	101.2	0.4	101.6	0.5
8月	10,980	0.8	201,903	0.8	36	13,360	678	87,149	101.5	0.1	101.8	0.3
9月	15,974	10.8	300,280	13.3	36	4,381	702	112,985	101.3	0.2	101.9	0.2
10月	8,949	▲ 29.3	164,672	▲ 27.5	33	6,200	780	88,578	101.7	0.0	102.2	0.2
11月	10,801	▲ 17.8	205,814	▲ 14.5	34	6,399	727	122,452	102.0	0.5	102.3	0.5
12月	10,764	▲ 13.3	194,765	▲ 9.5	26	4,155	704	156,864	102.0	0.8	102.3	0.8
20年 1月	10,707	▲ 12.2	192,821	▲ 11.5	27	4,119	773	124,734	101.6	0.3	102.2	0.7
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				
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			



坂戸市長 石川 清氏

市長のメッセージ

埼玉県のほぼ中央に位置し、清流として知られる高麗川が流れる坂戸市は、都心から約45km、市内に東武東上線、関越道、圏央道が通る交通利便性の高いまちです。

平成25年に開通した関越道坂戸西スマートIC周辺では、県内最大級のマルチテナント型物流倉庫が稼働するなど、土地活用と産業振興に向けた施策が進展しています。

今後も、将来都市像「笑顔でつなぐ躍動のまち、さかど」の実現に向け、各分野における施策を着実に進め、坂戸市に住みたい、住んで良かったと感じていただける「選ばれつづけるまちづくり」に取り組んでまいります。

はじめに

坂戸市は、都心から45km圏内に位置し、東は川島町、南は鶴ヶ島市と川越市、日高市、西は毛呂山町、北は東松山市と鳩山町にそれぞれ接している。市域は、東西約12.7km、南北約9.3kmで、面積は41.02km²、人口は10万人を超えている。

市内には、東武東上線坂戸駅、北坂戸駅、若葉駅、東武越生線西大家駅の4つの鉄道駅に加え、圏央道坂戸ICと関越自動車道坂戸西スマートICがある。関越自動車道鶴ヶ島ICを身近に利用できることもあって、交通の利便性が非常に高く、急速に宅地化が進んだ。一方で、市内には関東でも有数の清流である高麗川こまがわが流れ、田園風景や里山など、水と緑に恵まれた自然豊かな環境が残されていることから、都市機能と自然が調和した暮らしやすいまちとして発展を続けている。



東武東上線坂戸駅北口

☀ 子育てにイイところ

都心からのアクセスが良く、豊かな自然に恵まれた坂戸市は、子育てに最適なまちである。市は、「将来を担う子どもたちを応援するまちづくり」を重点施策に据えて、様々な支援を行っている。

その一つが、学校給食における自校調理方式の導入である。市内の小・中学校では、手作りの味を大切にした市内統一の献立（小・中学校は別献立）になっている。鶏ガラ、煮干しなど自然の味を生かしただしや、地元産の安心・安全な食材を活用しながら、おいしい学校給食を子どもたちに提供している。

また、市内には4つの児童センターがあり、子どもたちが自由に遊び、多くの仲間とふれあいながら楽しく過ごすことができる。「赤ちゃんサロン」などの乳幼児対象のイベントも開催され、親子で遊んだり、親同士が交流できる場でもあり、ここで子育ての情報を入手したり、保育士や児童厚生員に悩みを相談したりすることもできる。ほかにも14の学童保育所を有するほか、一部の小学校では、地域の方々の協力のもと、学習やスポーツ、昔の遊びなどを行う「放課後子どもげんき教室」が開催されるなど、子どもたちを受け入れる施設が大変充実している。

子育て世帯の経済的負担の軽減や子どもたちの健やかな成長のため、中学3年生までの医療費を通院・入院ともに「所得制限なし、自己負担なし」で助成している点も魅力的で、まさに坂戸は「子育てにイイところ」だといえよう。

市町村経済データ

外国人住民数

(2020年1月1日現在)

市町村名	外国人 住民数 (人)	前年比 (%)	人口に 占める割合 (%)	市町村名	外国人 住民数 (人)	前年比 (%)	人口に 占める割合 (%)	市町村名	外国人 住民数 (人)	前年比 (%)	人口に 占める割合 (%)
さいたま市	26,977	9.1	2.1	朝霞市	4,137	8.0	2.9	滑川町	508	4.5	2.6
川越市	8,799	7.9	2.5	志木市	1,925	1.0	2.5	嵐山町	594	10.8	3.3
熊谷市	3,552	6.9	1.8	和光市	2,650	5.3	3.2	小川町	307	6.2	1.0
川口市	38,764	7.7	6.4	新座市	3,604	8.0	2.2	川島町	337	1.2	1.7
行田市	1,743	14.3	2.2	桶川市	809	14.3	1.1	吉見町	154	2.0	0.8
秩父市	588	0.7	0.9	久喜市	3,094	11.9	2.0	鳩山町	124	9.7	0.9
所沢市	6,156	10.4	1.8	北本市	572	19.4	0.9	ときがわ町	196	33.3	1.8
飯能市	984	6.6	1.2	八潮市	3,920	10.9	4.3	横瀬町	65	8.3	0.8
加須市	2,271	14.1	2.0	富士見市	2,629	7.1	2.4	皆野町	77	4.1	0.8
本庄市	2,431	9.6	3.1	三郷市	4,646	11.0	3.3	長瀬町	55	14.6	0.8
東松山市	2,543	11.9	2.8	蓮田市	649	3.0	1.1	小鹿野町	122	11.9	1.1
春日部市	4,059	9.8	1.7	坂戸市	3,010	8.1	3.0	東秩父村	11	0.0	0.4
狭山市	2,746	4.7	1.8	幸手市	1,081	5.8	2.1	美里町	169	20.7	1.5
羽生市	1,721	13.6	3.1	鶴ヶ島市	1,358	7.3	1.9	神川町	393	10.7	2.9
鴻巣市	1,767	3.6	1.5	日高市	886	5.2	1.6	上里町	1,218	2.1	3.9
深谷市	2,982	6.3	2.1	吉川市	1,688	7.2	2.3	寄居町	563	11.0	1.7
上尾市	3,793	8.5	1.7	ふじみ野市	2,995	11.0	2.6	宮代町	444	3.3	1.3
草加市	7,508	11.4	3.0	白岡市	530	10.9	1.0	杉戸町	597	7.2	1.3
越谷市	7,052	8.8	2.0	伊奈町	466	15.1	1.0	松伏町	406	18.4	1.4
蕨市	7,397	10.4	9.8	三芳町	795	6.6	2.1				
戸田市	7,613	4.6	5.4	毛呂山町	524	12.7	1.6				
入間市	2,267	8.0	1.5	越生町	240	41.2	2.1				
								市町村計	192,261	8.6	2.6

資料:総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」

(注)人口に占める割合は、各市町村の総人口(日本人住民+外国人住民)に対する割合

埼玉りそな経済情報 2020年10月号

2020年10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 <http://www.sarfic.or.jp/>



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。