

埼玉りそな 経済情報

November 2020 No.203

11月号

- 1 **彩論** 埼玉県副知事 **橋本 雅道** 氏
——— 移動の大切さと「BuySAITAMA's」
- 2 **ズームアップ** **アサヒロジスティクス株式会社**
- 5 **地域研究レポート** **防災・避難・復興における女性の視点の必要性**
- 9 **調査** **埼玉県における産業動向と見通し**
——— 産業天気図は、最悪期を脱するも、回復テンポは鈍い
- 15 **アンケート調査** **新型コロナウイルス感染症の拡大への対応について**
- 17 **県内経済の動き**
- 19 **月次経済指標**
- 21 **タウンスケープ** **ふじみ野市**
——— 夢と希望にあふれる故郷 ふるさと ふじみ野

裏表紙 **市町村経済データ**



福岡河岸記念館(ふじみ野市)

 **埼玉りそな銀行**
RESONA

公益財団法人
企画編集 **埼玉りそな産業経済振興財団**

移動の大切さと「BuySAITAMA's」

埼玉県副知事
橋本 雅道氏



コロナ騒動がはじまってから半年以上。完全収束はすぐには期待できず、しばらくお付き合いせざるを得ないようです。

これまでの騒動で感じたことのひとつが「移動の大切さ」。突然、人や物の移動が抑制され、私たちの生活がガラリとかわることを経験しました。過去、地震や風水害等の自然災害により、一時的に、一定地域の移動が困難になることはありましたが、今回のように、1か月以上にわたり、全国的に移動抑制したことは初めてではないでしょうか。

見えないウイルス、未知の感染力や重篤化リスクなど、わからないことだらけの中、感染拡大防止のため移動自粛。外国ではロックダウンという荒療治も行われました。活動レベルが大幅に下がり、経済にも大きな影響。このような事態を誰が想定していたでしょう。

マスクなど一部の品物が入手できない日が続き、何故かトイレットペーパーも消えました。不安が不安を呼び冷静でなかったのかもしれませんが。物流は維持され、食料等、生活する上での必須物資は大丈夫だったにもかかわらずです。

人と物の移動の極端な制限。このようなことが生じて、私たちの生活や生命を守れるような強靱な国づくりが必要ではと、危機感を持ちました。では、どのようなことに気を付ける必要があるのでしょうか。

課題は多々あるのですが、ここでは人と物の移動に関連し、私が長期的に大切だと思う2例を挙げます。「食料」と「エネルギー」です。

我が国の食料自給率は、カロリーベースで4割弱、

生産額ベースで7割弱。ここ一番の時に、海外の食料に依存せざるを得ないのはやはり不安。100%を目指したい。まずは農業生産力の向上。農業が稼げる職となり、農業従事者を増やす。このためには、消費者が、国産品が少々高くても購入しつづけ、国内農家を応援することが大切です。更に、長距離輸送を避けるためには、より身近な農家をサポートしたい。まずは、埼玉県産の野菜やお米、お肉を積極的に食べてはいかがでしょう。「BuySAITAMA's」。県内の農業従事者には、高品質化、高付加価値化を期待したいところです。

エネルギーはもう少し厄介。現代生活は電気なしでは成立しませんが、日本の発電原料は、石油が中心で、ほぼ輸入。石油輸入のストップは想像しただけで恐怖。太陽エネルギーなど再生可能エネルギーだけで生活できるのが理想ですが、相当な技術的発展が必要でしょう。今私たちにできることは、SDGsの精神を高め、無駄をなくし、省エネルギーライフを徹底することでしょうか。できれば、再生可能エネルギーの地産地消も目指したい。SDGsに取り組む県内の企業や研究者を応援しましょう。街のつくり方もコンパクト指向が望ましいですね。

人や物が自由に移動できることが確保されるならば、同じ品質であれば、より安いものを産地問わず選ばばよいでしょう。しかし、今回のコロナ騒動はそんな前提を簡単にとばらいました。予想もしない災害や危機が起こり、移動が制限された時、少しでも私たちの生活や命が守られるよう、今のうちからできる行動を起こしたいものです。

冷凍・冷蔵・常温の3温度帯を24時間365日体制で管理。 毎日の食生活を支える、食品に特化した物流企業

創業以来75年、食品に特化して物流事業を展開してきたアサヒロジスティクス。自社オペレーションでセンター運営から配送までを行い、首都圏の食卓を陰で支えてきた。今年6月には仙台に共配センターを開設し、東日本の物流ネットワーク網構築の第1歩を踏み出した同社。現在、愛知、大阪にも拠点を置き、活動の場を大きく広げている。



代表取締役社長 横塚 元樹氏

- 代表者 代表取締役社長 横塚 元樹
- 創 業 昭和20年10月
- 設 立 昭和30年1月
- 資 本 金 7,800万円
- 従業員数 5,500名
- 事業内容 食品全般の一般貨物運送事業、倉庫業
- 所 在 地 〒330-0854 さいたま市大宮区桜木町1-10-17 シーノ大宮サウスウイング16階
TEL 048-788-3901 FAX 048-788-3903
- U R L <http://www.asahilogistics.co.jp>

今年6月、仙台市宮城野区にアサヒロジスティクス株式会社の8拠点目となる自社共配センターが開設された。同社の主戦場である関東と、東北をつなぐ幹線便の整備を目的とし、今後、東日本全域の物流インフラ構築に向けた足がかりとなる拠点である。

「東日本大震災以降、東北の物流を手伝ってほしいという依頼を各方面からいただきました。これまでは関東圏を中心に事業を行ってきましたが、2013(平成25)年頃から圏外の展開を始め、東日本をカバーできる共配ネットワークの構築を進めています」(横塚元樹社長)

同社は冷凍・冷蔵・常温の3温度帯で食品全般の物流に特化した事業を展開する。25の営業所に前述の仙台を含む自社共配センター8拠点、顧客仕様の物流センター10拠点を有し、顧客となる大手コンビニエンスストアやスーパー、外食チェーン等の依頼で、毎日同社物流センターに保管する商品や入荷された品々をそれぞれの店舗や物流拠点約1万8,000カ所に輸送している。

トラック1,300台超を保有し、ドライバー2,150名を抱え、センター運営からトラック運行まで一括して自前

で行う同社は、長きにわたり景気・不景気の波に流されることなく売り上げを右肩上がりに伸ばしてきた。

成長の鍵を握るのは、顧客のニーズに応じて1社1社サービスをカスタマイズしてきたこと、コストをかけて人を育ててきたこと、大きくこの2つである。

→ 温度管理が難しい原乳輸送を開始

創業は昭和20(1945)年、現社長の祖父・横塚元吉氏が軍から払い下げられた1台のトラックで事業を開始。やがて酪農家を1軒1軒回って原乳を預かり、大手メーカーの工場に運ぶ“原乳輸送”を行うようになる。

「原乳なので嚴重に温度管理をして運ばなければすぐに腐ってしまいます。創業当時はシートをかけて氷を載せるなど工夫して運んだようです。現在も数台のタンクローリーで酪農家のお客さまを回っています」

昭和50年代前半に業容を広げ、大型車を使ってアイスクリームや冷凍食品等の輸送を全国に展開していく。しかし、アイスクリームは季節商品、繁忙期を終えると価格の安い仕事を数多くこなさなければならなくなり、規模を拡大していったことで経営も不安定に

なっていった。さらに第二次オイルショックで燃料価格が高騰し、コストが利益を圧迫。倒産の危機に陥った。

そこで同社は運送から物流に舵を切る決断をする。大型車での長距離輸送から中小型車での近距離の店舗配送に切り替え、自社センターを構えて人材、技術、設備の拡充に努めた。顧客のニーズを探り、それに応える物流システムの確立に向けた取り組みも開始した。

やがて成果が表れた。同社のチルド共配の実績を目にした大手コンビニエンスストアから声がかかり、大手スーパーからも配送と庫内業務の依頼が入ったのだ。

「トラック以外に物流センターのお仕事も任されるようになり、より深くお客さまと一体となってお仕事をさせてもらうことになりました。それによってだんだんと成長していくことができました」

そして、同社の快進撃が始まる。

「あの会社の仕事をしているなら、うちもできるよね」と実績が営業力となって次々依頼がくるようになった。その後は、戦略的に県内外に営業所や物流施設を開設して規模を拡大させ、現在まで四十数年続く右肩上がりの成長曲線を描き出していくことになる。

→ 顧客ニーズに沿ったサービスを展開

事業部は大きくスーパー、コンビニエンスストア、外食チェーンの3つに分かれ、物流サービスは顧客や店舗ごとにそれぞれカスタマイズされている。例えば顧客の物流センター業務を丸ごと請け負うケース、食品だけでなく店舗で使用する備品等を含めて扱うケース、自社倉庫から顧客店舗への輸送以外に顧客のセントラルキッチンから店舗へ輸送するケース等々。納品もドライバーが店舗の鍵を預かり閉店後に冷蔵庫内に納めるケース、同じく閉店後に納品して商品陳列まで行うなど顧客の業務を代行するケースもあり、顧客の物流ニーズに沿ったきめ細やかなサービスを展開している。

「今、物流はチェーンストアオペレーションの一部を

担っています。ですから、当社の仕事はここまでと決めず、お客さまの要望に応じていろいろ挑戦しています」

原乳輸送でスタートした創業以来、徹底した鮮度管理のノウハウ、知見、経験を積み上げてきた同社。それが現在の冷凍、冷蔵、常温の3温度帯一括管理、24時間365日体制という技術とサービスをつくりあげ、安心・安全な食の供給を支えている。

現在、全国で6万2,000を超える運輸・物流事業者があるといわれるなか、トラック保有台数500台を超える企業は100社弱。その中でも同社のように冷凍・冷蔵輸送に強い食品物流企業はわずかだという。



→ 物流プランも顧客目線で

“顧客目線”の取り組みはサービスだけにとどまらない。その視点で顧客の物流プランも手がけるという。

「基本的には、“お客さまの物流部門の気持ちになって仕事をする”という考え方です。お客さまの物流部門の考えは“効率化してトラックの台数を減らす”というもの。これだと一般的には運送会社の利益と反してしまいます。けれど当社は台数を減らしてでも効率化して、お客さまのメリットとなる提案をします。そのぶん当社も新たな挑戦ができるのでウィンウィンなのです」

さらに、顧客が新たなエリアに出店する際、同社センターの一角を貸し出し顧客が自社センターを開設するまでの中継ぎにしてもらうなど、一貫して“顧客物流部

門の気持ち”で考えたサービスを展開する。当然、顧客との信頼関係は厚くかつ絆は深く、付き合いは長くなる。また、そうしたサービスに加え、配送の質が高いため価格競争に巻き込まれることはほとんどないという。

では、顧客の心を掴んで離さない配送技術とサービスを備えたドライバーをどう育てているのか？ それは手厚い教育とやる気を引き出す環境づくりにあった。

→ CS=ES=CSのサイクルを回す

「会社が成長すると競合相手も徐々に大きくなりま



す。そこで当社が生き残るには、人の育成と自社を中心としたオペレーションを行うしか道はないだろう、と。それでドライバー育成の仕組みづくりや充実したカリキュラムで社員教育に力を入れています」

平成29(2017)年、同社はトラックの特性を学び、運転技術を身につける研修専用の施設「滑川福田センター」を開設し、業界の慣習であった“慣れてもらう”から“教える”に育成のシフトチェンジを図った。ここで2泊3日、トラックの運転実技に加え、マナーやドライバーとしての心構え等を身につけてもらうのだ。ドライバーの6割が未経験入社という同社、「この研修センターがあるので応募した」という声が多いという。

また女性が使いやすい車両を用意して女性ドライバーの採用も積極的に行う。物流業界全体でも2%

ほどしかないといわれるなか、同社はドライバー全体の5%強を女性が占めており、将来的には10%まで引き上げたいと語る。社内保育園“アサヒキッズランド”を開設して、安心して仕事に取り組める環境も整えている。

さらに社員の頑張りを評価し、一人ひとりが主役となって活躍できる制度づくりや仕事へのやりがいを醸成できる環境を構築してCS(顧客満足)=ES(社員満足)、それによって会社が充実し再び顧客や社員に還元していくCS(会社充実/company satisfaction)のサイクルを循環させている。こうした取り組みが奏功し、業界がドライバー不足にあえぐなか、人手不足を理由に顧客の新規ニーズを断ることはほとんどないという。

「人は“財産”である」を旨とする同社。このポリシーのもと育んだ“人財力”こそがサービスの鍵を握り、事業の根幹を支えているのである。

→ 点から面へと広げ将来的に業容を拡大

東日本の物流を固めるための初手となる仙台共配センター。この“点”を足がかりにさらに東北に点を打ち、それらを結んでエリアを“面”で押さえ足場を固める青写真を描く横塚社長。昨年から今年にかけて大阪、愛知にも歩を進め、徐々に活動エリアを広げている。さらにその先、同社が見据える未来とは――。

「現在当社が手がけている食品物流は、全体から見たらほんの一部。今後は輸入品や原材料の取り扱い、セントラルキッチンへの納品、個人店のBtoB、さらにBtoCやCtoC、流通加工なども手がけて日本の食生活を支える物流インフラ企業に成長していきたいです」

横塚社長が3代目に就任した際につくった経営理念の一つに“日本一安全で品質の高いサービスを提供し、日本中の家族を豊かにします”がある。同社は今後も揺るぎないその精神で安全に食を供給し、食卓に笑顔を届けてくれるに違いない。

防災・避難・復興における 女性の視点の必要性



主任研究員
青木 淳子

はじめに

今年に入って全世界を襲ったコロナ禍の下では、平常時においてなんとなく見過ごされてきた問題がより明確な形で人々の眼前にさらされることとなった。男女の社会的、経済的格差や性別役割分担による弊害もその一部である。たとえば、一斉休校処置によって子どもの世話をするために休業を余儀なくされたのは女性労働者が多いこと、男女共に在宅勤務が増えたが、その結果、女性に家事労働の負担がさらに偏重した家庭が多かったこと、経済活動の停滞によってより多くの女性の労働者が失職したり収入の減少に直面したことなどがあげられる。非正規雇用者は女性の割合が高いため、平常時における男女の格差について、非常時にはより大きな影響が及ぶ。さらに、緊急事態宣言下においてステイホームを余儀なくされたことから、DVや児童虐待の被害の増加が報告されている。

コロナ禍の様な非常時においては、平常時から存在していた社会の歪みの影響がますます増幅されてしまう。それは災害時も同様である。コロナ禍においてはステイホーム、災害時には家を喪失する人がいるという正反対な状況ではあるが、経済活動の停滞によってより多くの女性労働者の雇用状況が悪化したり、被災者のストレス増加等によってDV被害や児童虐待が増加すること、女性に家事労働やケア労働（育児や介護等）の負担が過重にかかることなどは共通している。

ここ数年、日本では毎年のようにどこかの地域が大地震や台風等による水害に見舞われている。私たちは、災害という非常事態が、明日、自分に降りかかってもおかしくない状況に置かれているといっても

過言ではない。本稿では、災害にまつわる防災・避難・復興の各段階における女性の視点に立った対応の必要性について取り上げていくこととする。

防災・災害時における女性の視点の必要性の認識

災害への備えや避難所運営、復興において、女性特有の課題への対応や女性の視点の必要性が認識されはじめてからかなりの時間が経過している。

1995年の阪神・淡路大震災の直後から、避難所等において性暴力被害が発生したことは報告されていた。しかしながら、当時はこうした事実についてはあまり広く認識されないままであった。その後、2004年の新潟県中越地震など度々の大きな災害の発生を経て、女性に固有のニーズへの対応不足や避難所等における性別役割分担の強制、性暴力やDV被害の危険性の増大などが広く認識されるようになった。

こうした経験から、国も防災体制に女性の視点を組み込む必要性を明確にし、2005年に策定された「第2次男女共同参画基本計画」と「防災基本計画」にそのことが書き込まれた。

しかし、国民の防災意識を一気に高めると同時に、防災への女性の視点の必要性を広く認識させることになったきっかけは、やはり2011年の東日本大震災の発生であると考えられる。2011年以降に策定される地方公共団体の男女共同参画計画には、防災活動に女性の視点を反映させることの必要性に言及することが増えていった。また、女性のための防災ガイドなどの一般書籍も多数出版されるようになった。

2013年には内閣府男女共同参画局が「男女共同参画の視点からの防災・復興の取組指針」を作成し、地方公共団体が防災に取り組む際に配慮すべき男女共同参画の視点を具体的に提示した。今年5月には、さらに新しい内容を盛り込んだ「災害対応力を強化する女性の視点～男女共同参画の視点からの防災・復興ガイドライン～」（以下、「防災・復興ガイドライン」と略）が公表された。

以下の項では、防災・復興ガイドラインの内容も参考にしつつ、平常時の備え、避難生活、復旧・復興における女性への配慮の視点を導入する際の課題についてみていきたい。

●防災・復興ガイドラインにおける7つの基本方針

- (1) 平常時からの男女共同参画の推進が防災・復興の基盤となる
- (2) 女性は防災・復興の「主体的担い手」である
- (3) 災害から受ける影響やニーズの男女の違いに配慮する
- (4) 男女の人権を尊重して安全・安心を確保する
- (5) 女性の視点を入れて必要な民間との連携・協働体制を構築する
- (6) 男女共同参画担当部局・男女共同参画センターの役割を位置付ける
- (7) 要配慮者への対応においても女性のニーズに配慮する

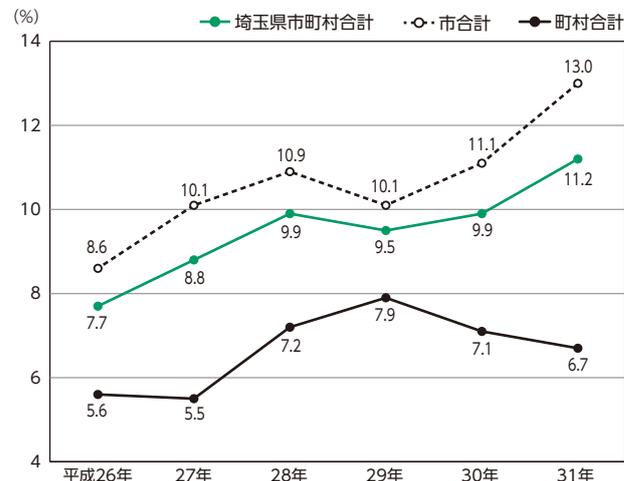
平常時における災害への備え

防災に限らないが、意思決定過程への女性の参画によって、女性のニーズに応える環境整備が進むことが期待できる。防災については、地域の防災に関する重要事項を審議する防災会議が各地方公共団体に設置されている。災害対策基本法では第14条第1項で都道府県防災会議の設置、第16条第1項で市町村防災会議を設置することとしている。会議の運営方法や委員構成については、各自治体の条例で規定されている。

地方公共団体では意思決定過程への女性の参画を促進すべく、審議会の委員のうち女性の割合を30%または40%とすることを目標としているところが多い。しかし、防災会議については埼玉県防災会

議の女性の委員の割合は17.4%、埼玉県内市町村防災会議全体で11.2%を占めるにすぎない。全国平均はさらに低い割合となっている。

●埼玉県内自治体の防災会議における女性委員の割合の推移



資料:埼玉県「男女共同参画に関する年次報告」をもとに作成
(注)各年4月1日現在

●全国の防災会議における女性委員割合

	全 国	埼玉県
都道府県防災会議	16.0%	17.4%
市区町村防災会議	8.7%	11.2%
市区	11.0%	13.0%
町村	5.8%	6.7%

資料:内閣府「都道府県別全国女性の参画マップ」、埼玉県「男女共同参画に関する年次報告」をもとに作成
(注)平成31年4月1日現在

防災会議に女性の委員が少ない理由の一つとして、会議の委員は条例等で指定されている機関(主に庁内部局や外郭団体、ライフライン事業者等)の長などが就任することが多く、そうした職に元々女性が少ないことがあげられる。また、女性の委員がいたとしても、それぞれの組織を代表して出席している立場から、女性への配慮に特化した話題にまで至らないことも予測される。

そういった課題に対して、女性の委員を増やす方策として、たとえば保健師や助産師、看護師、保育士、介護士等の女性が多い専門職かつ災害対応に

深く関わる可能性が高い職にある人を委員として登用することが考えられる。また、あらかじめ自治体が有している女性人材リストから推薦してもらうという方法もある。

委員の女性比率を高めることが困難であったり、防災会議において女性の視点に立った対策が取り上げにくい場合には、会議の下部組織として当該テーマを主題として検討する専門部会を設けることも一つの方策といえる。

また、自治体における職員の体制を整備することも必要である。防災・危機管理担当部局の職員の男女比を庁内全体の職員の男女比と同程度にするよう努めたり、災害時に避難所となることが予定されている施設には必ず女性職員も配置するなどの工夫が必要である。

地域社会における備えも重要である。近隣住民同士で組織される自主防災組織には女性の参加が多い組織もあるが、リーダーの役割を担う女性が少ない傾向がある。女性のリーダーを育成すると同時に、避難訓練や避難所運営ゲーム(HUG)等を通じて、あらかじめ女性の視点を反映した防災活動への住民の意識づけを行うことも必要である。

そのほか、当然のことながら、女性用品や妊産婦・乳幼児・子育て家庭のニーズに応える生活用品、プライバシーを確保するための物資等の備蓄も最重要課題である。「防災・復興ガイドライン」によると、防災会議の女性委員比率が高いと各種生活用品を常時備蓄する比率が高いという調査結果が報告されている。こうしたことから、防災に関する意思決定過程に女性の参画が増えることの重要性がうかがえる。

避難所運営における課題

男女共同参画や女性への配慮の観点から、避難所運営において最も重視すべき課題は、女性や子どもが安全に避難生活を送れる環境を整備することである。

これまでの災害の経験から、避難所の環境整備として、トイレ・物干し場・更衣室・休養スペース・入浴設備は男女別に設け、授乳室を設けることが必要とされている。また、男子トイレと女子トイレの割合は1:3の割合が推奨されている。そのほかにも女性用品については配布場所を設けたり、生理用品等はあらかじめ女子トイレに配備する等の配慮が必要となる。

また、避難所運営においては管理責任者に女性と男性の両方を配置して、双方のニーズをきめ細かく汲み取れる体制を整えることが重要である。

避難者の安全の確保として特に注意をしなければならないことは、女性や子どもに対する暴力の防止である。災害時はプライバシーを守ることが難しい環境であることに加えて、被災者にストレスがかかることから、平時よりも性暴力やDV、児童虐待が起こりやすくなるという認識が共有されることが望ましい。特に、子どもは保護者や大人が災害対応に追われて目を離す時間が多くなることから、犯罪に巻き込まれないようにする注意が必要である。

災害時には、平時よりも、立場の弱い人がさらに困難な立場に追いやられる可能性が高くなる。そうした状況に対応するためにも、災害発生後であっても男女共同参画センター(女性センター)の機能は通常通りとすることが望ましい。男女共同参画センターは、男女平等社会に向けての啓発活動からDV相談に至るまで男女共同参画社会に向けて総合的に対応する機能を持っている。しかし、多くの公共施設と同様に、災害発生後は避難所として転用されることも少なくないことから、男女共同参画センター職員が避難所運営に従事することによって相談機能等が停滞することもありうる。相談窓口としての機能を維持しつつ、妊産婦や出産直後の母子専用スペースを設置するなど、従来の機能を活かす利用方法をあらかじめ準備しておくことも重要である。

また、避難所における共同作業で、片付けなどの力仕事は男性、食事作りは女性というような性別による役割分担をルールづけることは避けた方がいい

と考えられる。同じ避難所で生活しているとしても、ある人は行方不明の家族を探したり、ある人は持病を持っていたりするなど、抱える事情は千差万別である。共同で作業を行うにしても、誰かに負担が偏ることがないルール作りが必要である。

被災下におけるストレスからくる心身の不調にも男性と女性では異なる影響が表れることが報告されている。避難生活だけではなく、仮設住宅や復興住宅に移ってからも注意が必要だが、ケアのあり方にも性別による配慮が求められる場合がある。

復旧・復興に向けての課題

義捐金や被災者生活再建支援金等は被災者の生活再建に向けて大きな助けとなる。しかし、これらの支援金の支給先は多くの場合、世帯主への支給が制度化されている。世帯主と家族の意向が違ったり、世帯主と家族が別生計になっていたり、世帯主とは別の家族が生計を支えている場合もある。今般のコロナ禍における1人あたり10万円支給の特別定額給付金も、支給開始前からDV被害者への支給の困難が見込まれていた。マイナンバー制度も導入されたので、今後は従来の世帯主中心主義から個人の支援へとシフトするような動きになることが期待される。

また、復興まちづくりの過程により多くの女性が参画できる仕組みも必要である。たとえば、まちづくりのために組成される協議会の役員のうち3割以上を女性とするといったことや、復興まちづくりのための協議に住民が参加する場合には世帯主だけでなく一つの世帯から男性も女性も参加できるような仕組みづくりも考えられる。

雇用については、女性は男性と比べて非正規雇用の割合が高く、災害等の非常時において解雇されやすい傾向がみられる。また、育児や介護など家庭におけるケアの役割が偏りがちである。女性が就業復帰しやすいように、早期に子どもや要介護者の預け先を整備するとともに、雇用継続や起業等を支援

する助成も含めて、女性の就業を支える取り組みも必要である。

災害対応に携わる職員や支援者への視点

これまで、市民の立場から見た防災体制について述べてきたが、災害時に市民を支える公務員や消防署員、警察官、保育士、介護士なども一生活者であるという視点を忘れてはいけない。災害の発生時から待たなしの対応を迫られるが、上記の人々の中にも世話をしなければならない子どもや介護を必要とする家族を持つ人が少なくないと思われる。あらかじめ災害が発生した時には、どのような体制をとるか自治体全体で準備しておく必要がある。

また、これまでの災害時には、上記の職員やボランティア等の支援者が性暴力やセクシュアル・ハラスメントの被害に遭ったケースも報告されている。こうした事態を避けるための環境整備や相談体制・通報体制を整備しておくことも大切である。

おわりに

今回述べた事項は、防災・避難・復興において、女性の視点に立って留意すべきことである。また、当然のことながら災害発生時には、女性だけでなく、高齢者や心身に障がいを持つ人、外国人や家族に病人や要介護者がいる人、ペットと暮らす人など、避難にあたって困難を感じる人も少なくない。これまでも被災者一人一人の困難に耳を傾け、多くの気づきを経て「防災・復興ガイドライン」など被災者に寄り添う環境づくりが進められてきた。災害などの非常時には、皆が我慢しているのだから不便は我慢しなければならないというような空気に支配され、時には犯罪被害を訴えられないような人権侵害にまで至ってしまう可能性もある。「我慢」ではなく、不都合や不便があれば声を上げられることが当たり前になり、これからも被災者への様々な配慮の視点が更にアップデートされていくことが期待される。

埼玉県における産業動向と見通し

産業天気図は、最悪期を脱するも、回復テンポは鈍い

概況

わが国の景気は、新型コロナウイルス感染症の影響により、依然として厳しい状況にある。このところ、持ち直しの動きもみられるが、感染拡大の防止策を講じながらという制約もあり、コロナ前の水準を回復するには時間を要する見込みである。

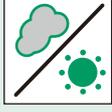
聞き取り調査の結果、埼玉県の産業天気図は厳しい状況となっている。7～9月期の天気図は、一般機械と輸送機械が「雨」、電気機械、鉄鋼、百貨店・スーパーが「小雨」、建設が「薄日」となった。

今後は感染症による県内産業への影響は最悪期を脱し、改善に向かうものと考えられるが、回復のテンポは鈍いとみられる。10～12月期の天気図は、電気機械と百貨店・スーパーが「小雨」から「曇り」へ、輸送機械が「雨」から「小雨」へ改善し、建設が「薄日」から「曇り」へ悪化する見込みである。

主要産業の動向は、以下の通り。

- **一般機械**の生産は、前年を大きく下回った模様である。先行きについても、前年を下回る水準で推移するとみられる。
- **電気機械**の生産は、前年を下回ったとみられる。先行きは最悪期を脱し、徐々に回復していくとみられる。
- **輸送機械**の生産は、前年を大きく下回ったとみられる。先行きは減少幅は縮小するものの減少傾向が続くと予想される。
- **鉄鋼**の生産は、前年を下回ったとみられる。先行きについても、前年を下回る水準で推移しよう。
- **建設**は、前年並みで推移した。先行きは、民間工事でオフィス、サービス関連の需要減や設備投資抑制の影響が懸念される。
- **百貨店**の売上は大幅減少、**スーパー**の売上は前年を上回ったとみられる。先行きもこうした傾向が続くと予想される。

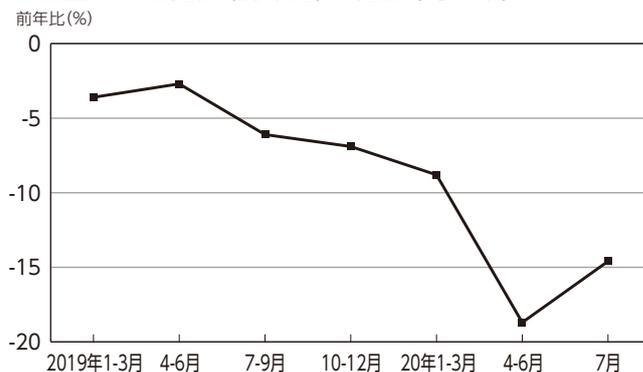
産業天気図

	現状 (7～9月)	今後 (10～12月)
一般機械		
電気機械		
輸送機械		
鉄 鋼		
建 設		
百貨店・スーパー		

天気図の見方



● 鉱工業生産指数(前年比)の推移(埼玉県)



資料:埼玉県「埼玉県鉱工業指数」

主要産業の動向

(1) 一般機械…前年を大きく下回る

県内の一般機械（汎用機械＋生産用機械＋業務用機械）の鉱工業生産指数は、2018年7～9月期以降、前年割れが続いてきた。2019年10～12月期に前年比▲0.6%とほぼ前年並みの水準まで戻したものの、2020年1～3月期には再び同▲22.3%と大きく減少し、新型コロナウイルスの感染拡大に伴って緊急事態宣言が発出された4～6月期は、同▲29.6%と減少幅が更に拡大した。

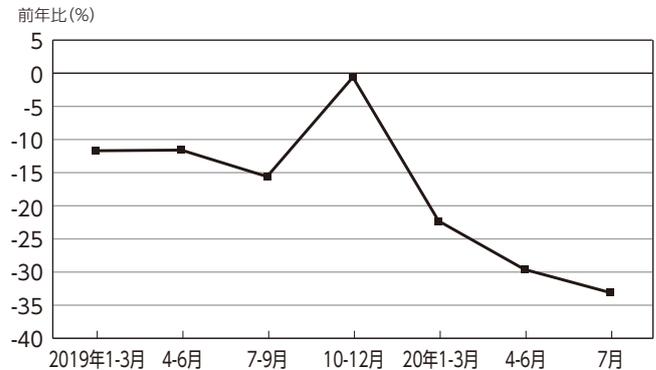
2020年7月の生産指数も、生産用機械の落ち込みが非常に大きかったことなどから、生産指数は前年比▲33.1%と大幅な前年割れとなった。7～9月期を通してみても、米中貿易摩擦の影響が残るなか、新型コロナウイルスの感染拡大に伴って海外経済が大幅に減速したことで、輸出比率の高い一般機械の生産は落ち込んでいる。国内における企業の設備投資マインドの慎重化も加わり、一般機械の生産は前年を大きく下回った模様である。

空気圧機器は、昨年秋口以降緩やかに生産が持ち直していたが、足元では前年を下回っている。歯車は、自動化・省力化機器向けが比較的堅調だったことなどから、昨年まで底堅い動きを続けてきたが、年明け以降は大きく落ち込んでいる。

全国の半導体製造装置は、前年に減少が続いていたこともあり、今年に入って持ち直している。県内の半導体製造装置の生産は月ごとの振れ幅が大きい、ならしてみれば前年の水準を下回っている。昨年後半に大きく落ち込んだ医療用機械器具は、反動もあって緩やかながらも持ち直している。

世界全体で見れば、依然として新型コロナウイルスの感染拡大に歯止めがかかっていない状況にあり、海外経済の持ち直しには相当の時間が必要になろう。先行きも、輸出比率の高い一般機械の生産は前年を下回る水準で推移するとみられる。

●一般機械の生産指数(前年比)の推移(埼玉県)



資料:埼玉県「埼玉県鉱工業指数」

(注)一般機械=汎用機械+生産用機械+業務用機械

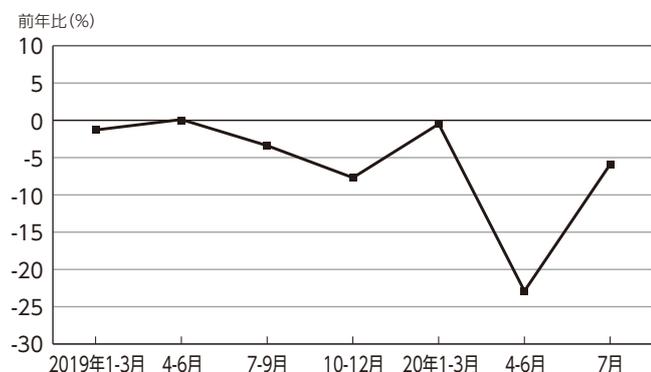
(2) 電気機械…前年を下回る

県内の電気機械（電子部品・デバイス＋電気機械＋情報通信機械）の生産指数は、2020年1～3月期前年比▲0.5%、4～6月期同▲22.9%と2019年7～9月期以降、前年を下回っている。1～3月期はやや持ち直しの動きがみられたものの、4～6月期は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、自動車をはじめとした世界規模での生産の減少に連動したサプライチェーン全般の発注調整の影響から、電気機械の生産は大きく落ち込んだ。7～9月期の生産は4～6月期をボトムとして、徐々に回復しているものの、前年を下回ったとみられる。

電子部品・デバイスの生産は、2019年以降、中国経済の減速から自動車向け、産業機械向けの電子部品の需要が減少したことなどから、大きな落ち込みが続いた後、新型コロナウイルス感染症の影響により自動車や産業機械の生産が停滞する中、工場の稼働にも影響が出るなど大きく落ち込んだ。7～9月期は全般的な生産の回復を受け、徐々に戻りつつあるが、稼働率は依然低い。

電気機械は県内で生産されるものは、産業向けがほとんどである。県内で生産される電気機械の多くは、生産機械や情報システムなどに組み込まれる電気関連の部品や装置であり、組み込まれた機械は海外へ輸出されることも多い。このため、電気機械の生産は、企業の設備投資や海外経済の動向の

●電気機械全体の生産指数(前年比)の推移(埼玉県)



資料:埼玉県「埼玉県鉱工業指数」
(注)電気機械全体=電子部品・デバイス+電気機械+情報通信機械

影響が大きい。産業向けの電気機械は、海外での投資抑制の動きに加え、国内企業の設備投資も延期や見合わせの動きが出ていることなどから大きく減少している。

情報通信機械は、現在県内では業務用通信機器、計測機器および、カーナビ、カーオーディオが中心となっている。サプライチェーンを通じた生産の減少から4~6月期は大きく落ち込んだが、国内外での生産が回復してきたことなどから7~9月期はやや持ち直している。

先行きについては、国内外の生産全体の回復を受け、徐々に回復していくとみられる。自動車の電動化や電子制御の進展にともなう電子部品の需要増や、5G関連の基地局向け需要、デジタル化の進展に伴うデータセンター整備、防災、防犯関連の監視カメラや監視システムなどインフラ関連への期待も大きくなっている。

(3) 輸送機械…生産は前年を大きく下回る

乗用車:県内の乗用車販売台数は、4~6月期が前年比▲30.4%と新型コロナウイルス感染拡大に伴う緊急事態宣言の発出があり、1~3月期の同▲8.4%から減少幅が大きく拡大した。緊急事態宣言が解除された7~9月期は同▲11.7%と減少が続いているものの、減少幅が縮小し販売は改善に向かっている。減少していた来店客も、徐々に戻りつつあるようだ。

生産動向をみると、県内の輸送機械(乗用車・トラック・自動車部品等を含む)の生産指数は、新型コロナウイルスの影響で工場の一時稼働停止もあり、4~6月期は前年比▲47.2%とほぼ半減した。減少幅は5月の同▲52.2%をボトムに縮小してはいるものの、7月が同▲47.3%と依然として大きく減少している。

また、新型コロナウイルスの影響で海外での自動車販売も減少しているが、県内では輸出向けの生産は少ないため生産全体への影響は小さいとみられる。

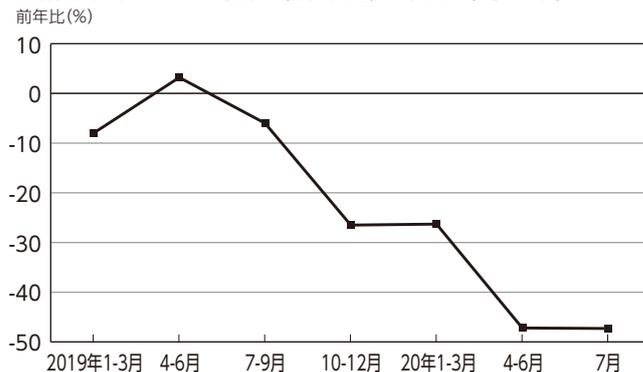
先行きについては、県内完成車メーカーの乗用車販売台数の減少幅は縮小しているものの、前年比二ケタの減少が続いていることから、生産の減少傾向はしばらく続くと予想される。

トラック関連:トラックの生産は、4~6月期に大幅に減少したあと、7~9月期は減少幅を縮小したものの前年をかなり下回って推移した模様だ。新型コロナウイルスの影響で海外景気が急速に悪化したため、トラックの輸出が大きく落ち込んだことに加え、国内販売の落ち込みもあり生産が減少した。

これまで国内のトラック販売は、首都圏の再開発、ネット通販の拡大、東京オリンピック関連の需要増に伴い増加してきた。しかし、オリンピック関連の需要は既に一巡したうえ、景気の落ち込みに伴い建設工事の遅れや計画の延期・中止が増えており、トラック販売の低迷は続きそうだ。

新型コロナウイルスの影響で落ち込んだ景気は、

●輸送機械の生産指数(前年比)の推移(埼玉県)



資料:埼玉県「埼玉県鉱工業指数」

最悪期は脱したとみられるものの回復の足取りは重く、企業の業績も悪化している。先行き景気は上向くとみられるが、その回復テンポは緩やかにとどまり、企業の設備投資も低迷するとみられる。トラックの生産もしばらくの間減少が続くと予想される。

部品メーカー:乗用車、トラックとも完成車メーカーの生産が大幅に減少しているため、部品メーカーの生産も前年を大きく下回った模様だ。

先行きについても、減少傾向が続くと予想される。

(4) 鉄鋼…前年を下回る

県内の鉄鋼の鉱工業生産指数は、2018年7～9月期に前年比横ばいとなった後は、前年を下回る水準で推移してきた。2020年4～6月期には、新型コロナウイルス感染症の影響も加わって、7四半期連続の前年割れとなっており、7～9月期も、鉄鋼の生産は前年を下回ったとみられる。

訪日外国人の増加に伴って、高い伸びを続けていたホテルの建設が一段落し、これまで堅調に推移してきた都内のテナントビルや、昨年夏場頃まで持ち直しの動きを見せていた病院や介護施設などの医療関連施設も、このところ着工がやや減少している。鉄筋コンクリート造に関しては、鉄筋組立工や現場監督といった建設労働者の不足が続いていたが、足元の工事量の減少に伴って、不足感が解消しつつあるようだ。

マンションは、建設コストの増加を受けて価格の上昇が続いてきたことなどから、売れ行きが落ち込んでいる。マンション販売業者の多くは、発売戸数の絞り込みで対応しようとしているものの、一部では値引きを余儀なくされるケースもあり、新規着工には慎重な姿勢をみせている。

コスト面では、スクラップ価格は比較的低い水準で推移してきたが、足元では上昇の兆しがみられる。鉄鋼生産が増加しているベトナム向けなどを中心に、日本からのスクラップ輸出が増加した結果、市中在

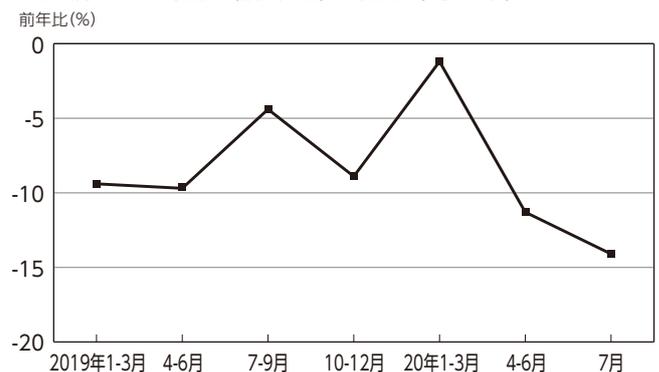
庫が減少し、価格が引き上がっている面もあるようだ。鋼材価格とスクラップ価格のスプレッドは維持されており、生産量が減少するなかでも、鋼材メーカーは一定の収益を確保できている。

新型コロナウイルスの影響で、在宅勤務を行う企業が増えたことなどから、このところ都心部のオフィス需要は弱含んでいる。都内の再開発プロジェクトなど、先行きも一定水準の計画は見込まれているものの、感染の終息時期が見通せないなか、デベロッパーはテナントビル建設工事を進めることに慎重になっている。10～12月期の鋼材の生産についても、前年を下回る水準で推移しよう。

銑鉄鑄物の生産は、昨年夏頃までは比較的底堅く推移していたが、米中貿易摩擦の影響などで海外経済が減速するなか、輸出用の建設機械向けや工作機械向けを中心に減少してきた。2020年1～3月期には一旦減少に歯止めがかかったが、4月以降は感染症の影響で、国内外ともに需要が一段と落ち込み、鑄物の生産は前年を大幅に下回った。昨年春先に落ち込んでいた鑄鉄管については、夏場にかけて持ち直した後は比較的底堅い動きを続けている。

需要の大幅な落ち込みを受けて、製品価格は弱含んでいる。鋼材向けのスクラップ価格が比較的安価に推移するなかでも、より高品質な鑄物用スクラップの価格はあまり下がっていない。電力料金や副資材価格の負担も大きく、収益が圧迫されている。

●鉄鋼の生産指数(前年比)の推移(埼玉県)



資料:埼玉県「埼玉県鉱工業指数」

当面、建設機械向けや工作機械向けなどは弱い動きが続くとみられることから、先行きの銑鉄鋳物の生産も前年を下回って推移するとみられる。

(5) 建設…ほぼ前年並みで推移

公共工事: 県内の公共工事請負金額は2020年4~6月期前年比+4.2%、7~9月期同+19.4%と好調が持続している。公共工事の発注は順調で、建設業者の受注残は多く、足元の工事量も高水準で安定している。都内の大手業者が引き続き繁忙なため、県内業者の受注状況は価格面を含めて良好であり、相応の収益を確保できている。

老朽化したインフラの更新や補修の必要性が高まっており、建物のほか、河川、橋梁、道路なども改修・補修工事が多く、新規の建設案件は少ない。

先行きは、当面堅調に推移するとみられる。自然災害が多くなっており、災害対策や老朽化したインフラの改修などが期待されている。

民間工事: 県内の非居住用の建築着工床面積は2020年4~6月期は前年比▲16.0%、7~9月期はプラスの見込み。民間工事の着工は、やや振れのある動きとなっている。ただ、受注残は相応にあり、工事量はほぼ横ばいである。

種類別では建て替え、補修を含めて病院、介護関連などの医療・福祉施設の工事が多い。設備投資の回復から好調だった工場やビルの改修、建て替えなどは、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、見合わせる場所も出ており、このところ減少している。商業関連やサービス関連も着工は手控えられている。新規着工には手控えがみられるが、都内の大手業者は引き続き繁忙で、県内の工事は県内業者が請け負っており、受注残は多く工事量は高水準で横ばいの状況が続いている。

先行きは、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、企業の設備投資意欲減退の影響やオフィス、商業、サービス用の需要減が懸念される。

住宅: 2020年4~6月期の新設住宅着工戸数は前年比▲8.7%、7~9月期も減少が続いている模様。

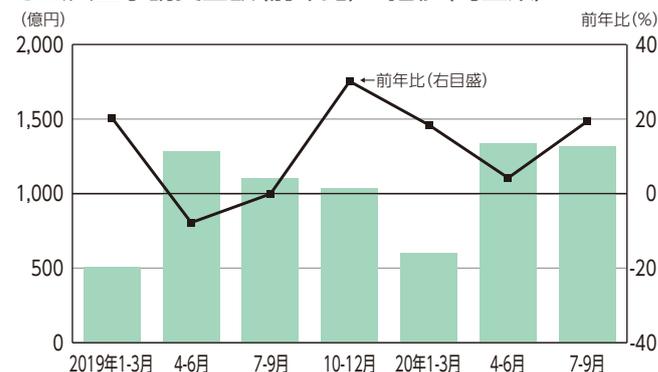
マンションは、価格が高止まりしており、全体として販売が不調なことに加え、新型コロナウイルス感染症の影響で販売活動が手控えられたこともあり、4~6月期は販売戸数が大きく減少した。一部大型物件で販売が好調な物件があることや、販売戸数の調整もあり、契約率は若干上向いているものの、販売側の収益面も厳しくなっていることもあり、供給は手控え気味となっている。

戸建の分譲住宅も新型コロナウイルス感染症の影響を懸念し、土地仕入れや新規着工を絞ったことから着工戸数は減少している。一方、販売面は7月以降展示場への来客数も多くなっており、来場から契約に至る割合も上昇しており悪くない模様。

貸家は、空室率は低下傾向にあるが、供給過剰の懸念は依然強く、新規の着工は引き続き手控えられている。

先行きは、マンションは地価の上昇や好立地の土地の供給が少なくなっていることもあり供給の手控えが続くとみられる。戸建て分譲は郊外の需要が高まる期待もあり、堅調な推移が見込まれる。貸家は、引き続きやや弱含みの見込み。新型コロナウイルス感染症の影響については、所得面の不安が出てくると、購入に慎重な姿勢が広がることが懸念されている。

● 公共工事請負金額(前年比)の推移(埼玉県)



資料: 東日本建設業保証(株)

(6) 百貨店・スーパー…百貨店は大きく減少・スーパーは増加

百貨店:7~9月期の売上は前年を大きく下回ったとみられる。緊急事態宣言により県内の多くの百貨店が食料品売場を除き臨時休業となったため、4~6月期の売上は前年比▲47.0%とほぼ半減した。5月25日の緊急事態宣言解除に伴い営業を再開したが、新型コロナウイルスの感染再拡大の影響もあり、売上の戻りは鈍かった。7月の売上は前年比▲14.6%、8月は同▲8.7%、9月も昨年の消費税率引き上げ前の駆け込み購入の反動もあり売上は減少したとみられ、7~9月期全体でも大幅な減少となった。

来店客数と客単価をみると、来店客数は外出自粛の影響から大きく減っているが、客単価は前年対比微増となった。来店客数の減少ほどには売上が減っていないことから、客単価の上昇に加え顧客の買い上げ率が高まっているようだ。単に見るだけの顧客は減り、目的を持って来店する顧客が増えている。

品目別では、在宅需要の高まりから食料品やリビング関連が好調である。食料品は生鮮、一般食品とも増加し、外食に行かないかわりに肉や鰻など少し贅沢な食材を購入する顧客が多い。リビング関連ではフライパンや鍋などのキッチン用品や、家の中で快適に過ごしたいという需要から寝具が売れている。

一方、主力の衣料品は苦戦している。衣料品はこれまでも低迷が続いていたが、さらに落ち込んでいる。アパレル業界ではブランドの休廃止の動きもあり、商材が揃わず売上を落としたという話もあった。

先行きも、消費者の消費意欲は低く、景気悪化による所得の減少も懸念され、低迷が続くと予想される。対策として、ネット販売の強化や、店休日を減らし営業日を増やしたり、会員向けセールスの開催日数を増やすことで、消費喚起を図る計画である。

スーパー:7~9月期の県内スーパーの売上は、前年を大きく上回ったとみられる。本年2月以降、新型コロナウイルス感染拡大に伴う買いだめ需要や巣ごもり需要から、スーパーの売上は増加が続いている。

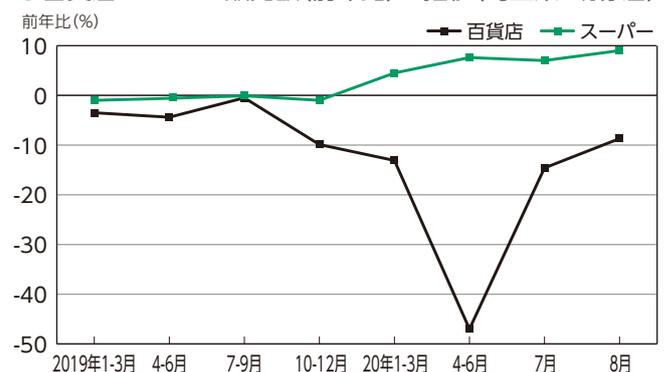
客数は前年並みで増えてはいないが、客単価はかなり上がっている。顧客は外出を自粛しており買い物頻度は落ちているが、1回の買い物で多くの商品を購入している。

品目別では、食料品の好調が続いている。「外出しない、外食しない、家でごはん」という傾向は変わっておらず、調味料やお酒、肉などがよく出ている。料理に使うキッチン用品・生活雑貨などの住居関連用品の売れ行きもよい。一方、衣料品や靴、化粧品は不振が続いている。顧客の動きをみると、買い物時間を少なくし、1カ所で手短かに買い物を済ませている様子が見え始める。ゆっくり見て回ることはなく、衣料品売り場にはなかなか足を運ばない。

非接触にこだわる消費者も多く、ネットスーパーの利用が急増している。玄関先に商品を置き、配達員と接しない置き配も人気だという。また、買い物をしている時間が昼間にシフトしており、夜の売上が落ちているため、閉店時間を早めたところがあった。

先行きについても、これまでの傾向は変わらないとみるところが多い。全体としては売上の増加は続くものの、食料品関連は好調、衣料品は不振と、好不調の差が大きい動きとなると予想される。

●百貨店・スーパー販売額(前年比)の推移(埼玉県、既存店)



資料:経済産業省「商業動態統計」

新型コロナウイルス感染症の

新型コロナウイルス感染症の拡大を契機とした、業務や働き方に関する対応、ICTの活用などについて県内企業へのアンケート調査を実施した。

✓ 新型コロナウイルス感染症の拡大に対する業務に関する変更や見直し

新型コロナウイルス感染症の拡大に対する業務に関する変更や見直しについては(複数回答)、「商談など営業活動の見直し」が最も多く60.5%、次いで「営業時間や生産等での稼働時間の変更」57.7%、「テレワークなど従業員の働き方の見直し」46.8%、「販売方法の見直し」21.4%、「ICTの活用」19.1%、「新規事業への取り組み」16.4%、「従業員の削減、配置転換」14.1%、「生産方法や生産工程の見直し」12.7%、「特に行っていない」6.8%となった。人との接触を減らす必要から、営業活動や営業時間の変更や見直しを行ったところが多かった。

業種別では、製造業で「生産方法や生産工程の見直し」が非製造業に比べて多く、非製造業で「販売方法の見直し」が製造業に比べて多かった。

●業務に関する変更や見直し

	(%)		
	全産業	製造業	非製造業
商談など営業活動の見直し	60.5	70.4	55.7
営業時間や生産等での稼働時間の変更	57.7	59.2	57.0
テレワークなど従業員の働き方の見直し	46.8	49.3	45.6
販売方法の見直し	21.4	16.9	23.5
ICTの活用	19.1	23.9	16.8
新規事業への取り組み	16.4	21.1	14.1
従業員の削減、配置転換	14.1	15.5	13.4
生産方法や生産工程の見直し	12.7	26.8	6.0
特に行っていない	6.8	4.2	8.1

✓ 新型コロナウイルス感染症の拡大に対する働き方に関する対応

新型コロナウイルス感染症の拡大に対する働き方に関する対応については(複数回答)、「会議等の中止、延期」が最も多く77.2%、次いで「外出、訪問等の

自粛」74.0%、「時差出勤や短時間勤務など勤務時間の変更」58.9%、「在宅勤務などテレワークの実施」47.0%、「休暇取得の奨励」45.2%、「特に行っていない」4.6%となった。ほとんどの企業で何らかの対応を行っており、半数近くの企業で在宅勤務などテレワークを行ったとしている。

業種別では、製造業で「外出、訪問等の自粛」が非製造業に比べて多く、非製造業で「時差出勤や短時間勤務など勤務時間の変更」が製造業に比べて多かった。

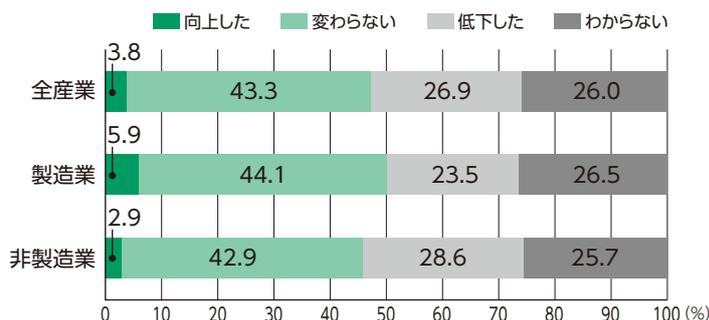
●働き方に関する対応

	(%)		
	全産業	製造業	非製造業
会議等の中止、延期	77.2	74.6	78.4
外出、訪問等の自粛	74.0	78.9	71.6
時差出勤や短時間勤務など勤務時間の変更	58.9	53.5	61.5
在宅勤務などテレワークの実施	47.0	47.9	46.6
休暇取得の奨励	45.2	42.3	46.6
特に行っていない	4.6	9.9	2.0

✓ 在宅勤務などテレワークによる生産性の変化

在宅勤務などテレワークの実施による生産性の変化については、「向上した」3.8%、「変わらない」43.3%、「低下した」26.9%、「わからない」26.0%となり、「低下した」が「向上した」を大きく上回った。急な取り組みで企業、従業員ともに十分な準備ができなかったことや、本来テレワークに向かない業務等でやや無理をして実施したためとみられる。業種別で大きな違いはなかった。

●テレワークによる生産性の変化



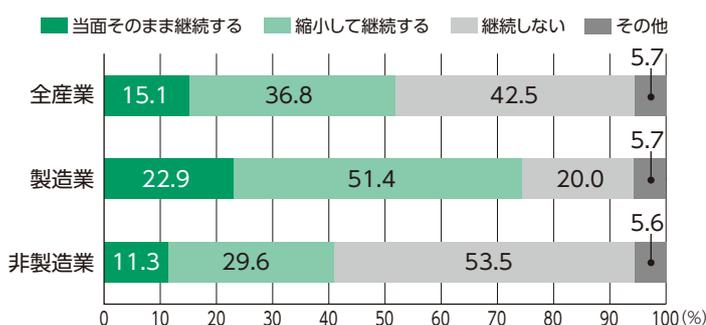
拡大への対応について

☑ 在宅勤務などテレワークの継続

テレワークを実施した企業の、調査実施時点(7月)でのテレワークの継続については、「当面そのまま継続する」15.1%、「縮小して継続する」36.8%、「継続しない」42.5%、「その他」5.7%となった。「当面そのまま継続する」と「縮小して継続する」を合わせると51.9%と半数以上の企業でテレワークを継続している。

業種別では、製造業で「継続する」が非製造業に比べて多かった。

● テレワークの継続



☑ 新型コロナウイルス感染症の拡大に対するICTなどの活用

新型コロナウイルス感染症の拡大に対する、ICTなどの活用については(複数回答)、「取引先や顧客とのWeb会議システムの活用」が最も多く43.3%、次いで「社内におけるWeb会議システムの活用」42.9%、「テレワークにおけるWeb会議システムの活用」20.7%、

● ICTなどの活用

	全産業 (%)	製造業 (%)	非製造業 (%)
取引先や顧客とのWeb会議システムの活用	43.3	56.3	37.0
社内におけるWeb会議システムの活用	42.9	47.9	40.4
テレワークにおけるWeb会議システムの活用	20.7	19.7	21.2
販売におけるネット等の活用	16.1	18.3	15.1
従業員へのタブレット端末等ICT機器の支給・貸与	11.1	8.5	12.3
決裁など社内手続きの電子化	7.8	12.7	5.5
ロボットやICTの活用による人との接触機会の低減	3.2	5.6	2.1
特に行ってない	33.2	28.2	35.6

「販売におけるネット等の活用」16.1%、「従業員へのタブレット端末等ICT機器の支給・貸与」11.1%、「決裁など社内手続きの電子化」7.8%、「ロボットやICTの活用による人との接触機会の低減」3.2%、「特に行ってない」33.2%となった。人との接触を避けるため、対面に変えてWeb会議システムを様々な分野で活用する企業が多かった。

☑ 今後ICTなどの活用により拡充したいこと

今後ICTなどの活用により拡充したいことは(複数回答)、「Web等を活用した営業活動」が最も多く37.6%、次いで「電子契約や電子決裁による業務の効率化」32.4%、「RPA(ソフトウェアロボットによる業務の自動化)を活用した業務の効率化」、「ICTを活用した勤務形態の多様化」とともに16.7%、「カメラやICTを活用した生産管理」12.4%、「ロボットやタブレット等を活用した接客」9.0%、「Eコマース等を活用した販売・仕入」7.6%、「ビッグデータを活用した販売管理・促進」7.1%、「特にない」39.0%となった。「特にない」とするところが4割近くと、比較的多かった。

(吉嶺暢嗣)

● ICTなどの活用により拡充したいこと

	全産業 (%)	製造業 (%)	非製造業 (%)
Web等を活用した営業活動	37.6	39.7	36.6
電子契約や電子決裁による業務の効率化	32.4	27.9	34.5
RPAを活用した業務の効率化	16.7	13.2	18.3
ICTを活用した勤務形態の多様化	16.7	10.3	19.7
カメラやICTを活用した生産管理	12.4	17.6	9.9
ロボットやタブレット等を活用した接客	9.0	4.4	11.3
Eコマース等を活用した販売・仕入	7.6	8.8	7.0
ビッグデータを活用した販売管理・促進	7.1	2.9	9.2
特にない	39.0	36.8	40.1

2020年7月中旬実施。対象企業数935社、回答企業数220社、回答率23.5%。

県内経済の動き

概況 埼玉県の景気は、一部に持ち直し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

7月のCI(コンポジット・インデックス)は、先行指数:99.7(前月比+1.5ポイント)、一致指数:74.9(同+0.5ポイント)、遅行指数:93.0(同▲1.2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▲0.57ポイントと、13カ月連続の下降となった。埼玉県は景気の基調判断を、11カ月連続で「悪化を示している」としている。

遅行指数は4カ月連続の下降となった。

景気動向指数の推移



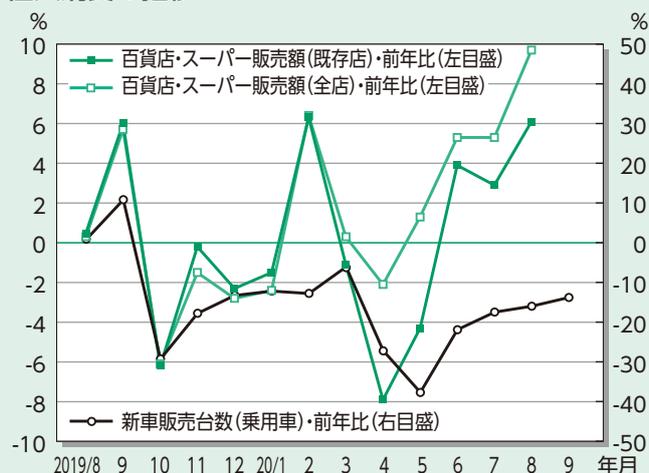
資料:埼玉県 (注)網掛け部分は埼玉県の景気後退期

個人消費 百貨店・スーパー販売額は3カ月連続で増加

8月の百貨店・スーパー販売額は1,125億円、前年比+6.1%(既存店)と3カ月連続で増加した。業態別では、百貨店(同▲8.7%)は減少したが、スーパー(同+9.0%)は増加した。新設店を含む全店ベースの販売額は同+9.7%と4カ月連続で増加した。

9月の新車販売台数(乗用車)は13,772台、前年比▲13.8%と12カ月連続で減少した。車種別で普通乗用車が8,026台(同▲12.1%)、小型乗用車は5,746台(同▲16.0%)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

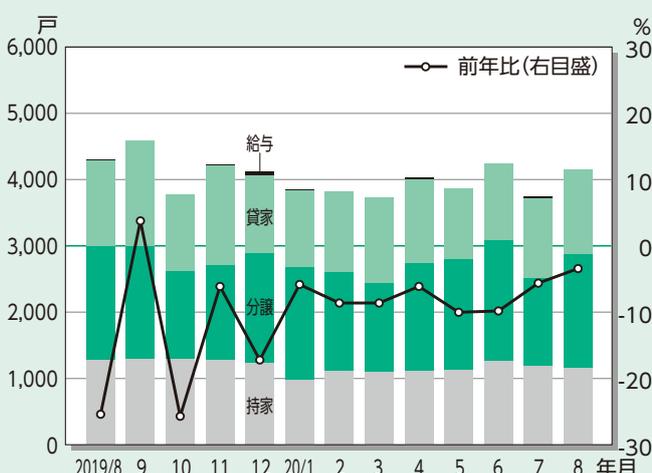
住宅 11カ月連続で前年を下回る

8月の新設住宅着工戸数は4,153戸、前年比▲3.4%と11カ月連続で前年を下回った。

利用関係別では、分譲が1,713戸(前年比▲0.2%)と2カ月連続で減少したほか、持家が1,161戸(同▲9.4%)と5カ月連続で、貸家も1,278戸(同▲1.5%)と6カ月連続で減少した。

分譲住宅は、マンションが754戸(前年比+6.1%)と2カ月ぶりに増加したものの、戸建てが947戸(同▲23.2%)と3カ月連続で減少した。

新設住宅着工戸数の推移



資料:国土交通省

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

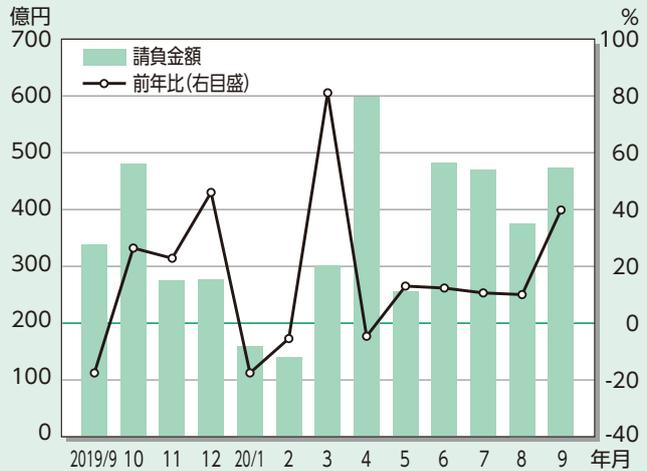
公共工事 5カ月連続で前年を上回る

9月の公共工事請負金額は474億円、前年比+39.7%と5カ月連続で前年を上回った。2020年4～9月までの累計でも、同+11.2%と前年を上回って推移している。

発注者別でも、国（前年比+260.7%）、県（同+64.4%）、市町村（同+0.6%）、独立行政法人等（同+284.4%）がすべて増加した。

なお、9月の請負件数も972件（同+17.4%）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(株)

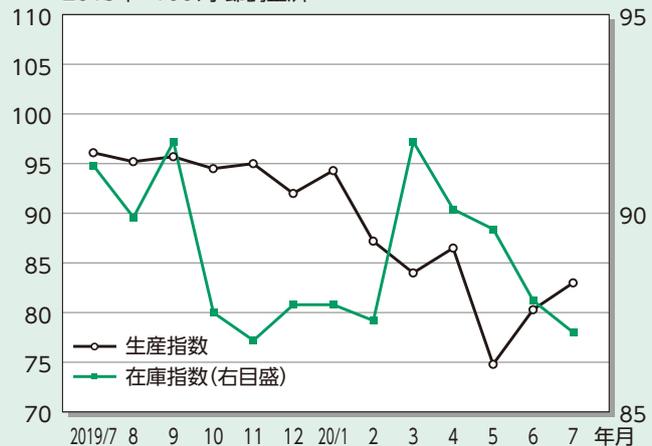
生産 2カ月連続で増加

7月の鉱工業指数をみると、生産指数は83.0、前月比+3.4%と2カ月連続で増加した。業種別では、情報通信機械、印刷、食料品など18業種が増加したものの、生産用機械、輸送機械、その他製品など5業種が減少した。

在庫指数は87.0、前月比▲0.9%と4カ月連続で減少した。業種別では、その他製品、輸送機械、電子部品・デバイスなど9業種が増加したものの、パルプ・紙・紙加工品、生産用機械、化学など11業種が減少した。

鉱工業指数の推移

2015年=100、季節調整済



資料:埼玉県

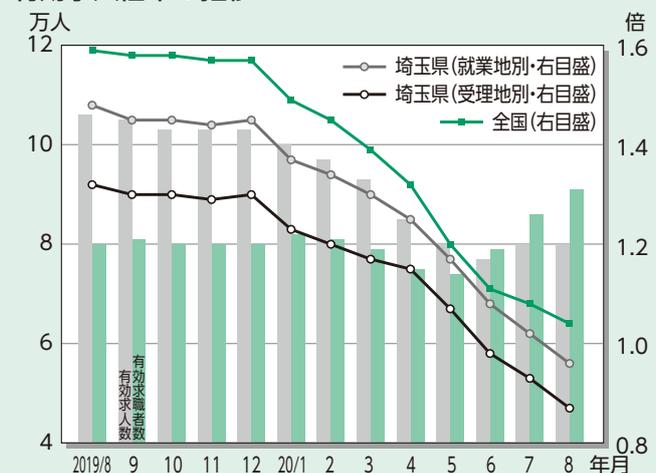
雇用 有効求人倍率は8カ月連続で低下

8月の受理地別有効求人倍率(季節調整値)は、前月から0.06ポイント下降し、0.87倍と8カ月連続で低下した。

有効求職者数(季節調整値)が91,465人(前月比+6.8%)と、3カ月連続で前月を上回るなか、有効求人数(季節調整値)については79,912人(同+0.0%)とほぼ前月から横ばいとなった。新規求人倍率(季節調整値)は、前月から0.02ポイント上昇の1.55倍となっている。

なお、8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0.96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(%)
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 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	4,086	▲ 8.0
5月	74.8	▲ 13.5	78.7	▲ 8.9	89.6	▲ 0.6	103.3	▲ 2.6	363	29.0	4,078	▲ 2.2
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	83.0	3.4	87.2	8.7	87.0	▲ 0.9	99.3	▲ 1.5	195	▲ 3.7	3,855	▲ 22.6
8月			88.1	1.0			98.0	▲ 1.3	302	66.2	3,662	▲ 8.2
9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 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	69,568	▲ 12.4	13.3	▲ 15.8	13.4	▲ 23.9	103.8	1.4	105.0	0.9
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								
9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(%)
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 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	0.87	1.04	26,579	▲ 25.1	662	▲ 27.8	1,125	6.1	16,882	▲ 3.2
9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 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	101.5	0.0	102.0	0.2
9月	13,772	▲ 13.8	252,371	▲ 16.0	34	2,746	565	70,740				
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			



ふじみ野市長 高畑 博氏

市長のメッセージ

ふじみ野市は、この10月で合併15周年の節目を迎えました。これまで、合併の効果を最大限に引き出しながら各種施策を推進し、着実に発展を遂げてきました。

現在は、市民の文化活動の環境整備及び機会の充実を図るため、東西文化施設の整備事業に着手し、令和5年の完成を目指し取り組んでおります。また、まちぐるみで子どもたちを見守り育む体制を構築するため、「こどもにやさしいまちづくり条例」の制定に向けた取り組みにも着手いたしました。

令和の時代も、市民の皆様が住み良さを実感し、「夢と希望にあふれる故郷 ふじみ野」の実現に向けて、市民の皆様と共にまちづくりを進めてまいります。

はじめに

ふじみ野市は都心から約30km、埼玉県の南部に位置し、東は富士見市、南は三芳町、西と北は川越市に接している、面積14.64km²、人口約11万人の市である。平成17年10月に上福岡市と大井町がひとつとなり、ふじみ野市が誕生した。

交通面は国道254号(川越街道)が市の中央を南北に走り、東武東上線が川越街道に並行して走り、市内には上福岡駅が設けられている。その他、国道254号バイパスが市の北部を、関越自動車道が市の西部を走っているなど、交通利便性が高い。市内には、新河岸川しんがしがわが流れ、雑木林がところどころに見られるなど、豊かな自然も残っている。

新河岸川は江戸時代初期から昭和初期まで約300年間、江戸と川越を結ぶ舟運の路として発達し、物資輸送に重要な役割を果たしていた。

この舟運は、寛永15年(1638年)に焼失した川越の仙波東照宮の再建資材を運んだのが始まりとされている。その後、近隣農村の農業生産の発展にともない、新河岸川沿岸には多くの河岸場が設けられ、当市にも福岡河岸が設けられた。河岸場周辺は、近隣農村と江戸とを結ぶ経済流通の中継地として大変賑わったという。当時福岡河岸で船問屋として繁栄した福田屋の建物は福岡河岸記念館(表紙写真)として整備され、往時の様子をうかがい知ることができる。舟運は大正3年(1914年)に新河岸川と平行して東上鉄道(現、東武東上線)が開通すると衰退に向かった。

時代の変化に合わせ、生まれ変わる街

市は昭和30年代に再び活気づいた。埼玉県内の大規模団地としては松原団地や武里団地が有名であるが、両団地よりも数年早く上福岡駅近くに2つの大規模な団地が誕生し、人口は急増した。

2つの団地は、開設から半世紀近くが経過した2000年前後に、周辺の再開発事業に併せて建て替えが進んだ。新しく生まれ変わった街には多くの若い人が市外からも移り住んでいる。

平成20年6月、東武東上線は東京メトロ有楽町線に加え、副都心線との直通運転を開始し、新木場方面のほか新宿、渋谷方面へも乗り換えなしで行くことができるようになり、東京への通勤・通学利便性が格段に向上した。さらに、平成25年3月には、横浜方面へも乗り換えなしで行けるようになった。

上福岡駅の乗降客数は1日平均56,400人にのぼり、東上線38駅中10番目に多い(令和元年度)。通勤・通学のために利用する市民のほか、市外から通



上福岡駅東口駅前広場の整備後の完成予想図

ふじみ野市概要

人口(2020年10月1日現在)	114,558人
世帯数(同上)	53,000世帯
平均年齢(同上)	45.5歳
面積	14.64 km ²
製造業事業所数(工業統計)	111所
製造品出荷額等(同上)	1,220.6億円
卸・小売業事業所数(商業統計)	505店
商品販売額(同上)	987.3億円
公共下水道普及率	93.8%
舗装率	87.6%

資料:「令和元年埼玉県統計年鑑」ほか



主な交通機関

- 東武東上線 上福岡駅
- 関越自動車道 川越ICから市役所まで約10km

学する高校生も多く、特に通勤・通学時間帯の駅東口周辺道路は歩行者と車両が錯綜する。こうした状況を改善し、歩行者の安全確保を最優先とするため、市では、橋上駅舎からメインストリートへの横断歩道橋の設置による上福岡駅東口駅前広場の整備を進めている。令和3年7月には完成予定で、上福岡駅はより利用しやすくなるだろう。

🌟 スポーツ・文化施設の整備

市では、平成27年に元気・健康都市宣言を行い、スポーツは体の健康を保つために必要なものとして、スポーツ施設や運動公園の整備を実施してきた。当初計画した施設の整備は令和元年度に終了し、引き続き、心の健康を保つ文化の分野に注力している。

令和元年度に策定した「文化施設基本構想・基本計画」に基づき、老朽化した公民館やホールの大規模改修、改築などが進められており、令和5年には東西2つの文化施設が揃い、令和7年には新たな市民ホールがオープンする予定だ。これらの施設は、小さな子どもから高齢者までが利用しやすい、市民の文化芸術活動、学習活動などの拠点として賑わいを見せるだろう。

🌟 家庭ごみの排出の少ない市

ふじみ野市は市民一人当たりの家庭ごみ排出量が少ない市となっている。埼玉県内の市としては5年

連続で1位となっており、町村を含めても、平成30年度は滑川町に続いて2位となっている。市では、環境センターの施設見学や、環境学習講座・イベントの開催など、市民に対する環境意識を高める機会を豊富に提供しているほか、様々な環境に関する施策を打ち出している。

ごみの収集予定を知らせてくれるアラート機能や、捨て方に迷った時に参照できる機能のついた、ごみ分別アプリを早くに導入したほか、土中のバクテリアの力で生ごみを消す、生ゴミ処理容器「ベランダ de キューロ」の普及促進にも早くから取り組んでいる。

「家庭ごみ排出量の少ない市 5年連続県内1位」は、これらの施策が実を結んだ結果と言えるが、今後を見据え、次代を担う子どもたちへの働きかけにも熱心だ。市内の公立小学生に対しては、環境に関するトピックスを掲載している定期広報誌を全員に配布している。これらの取り組みにより、今後も記録の更新が期待される。
(太田富雄)



生ゴミ処理容器づくりのイベントに参加する親子

市町村経済データ

農業産出額

(2018年、単位:千万円)

市町村名	産出額計				市町村名	産出額計				市町村名	産出額計			
	米	野菜	その他			米	野菜	その他			米	野菜	その他	
さいたま市	931	162	425	344	朝霞市	64	1	46	17	滑川町	68	22	32	14
川越市	1,045	192	726	127	志木市	28	7	11	10	嵐山町	97	16	19	62
熊谷市	844	230	465	149	和光市	81	0	60	21	小川町	102	15	60	27
川口市	251	0	42	209	新座市	160	-	115	45	川島町	254	122	61	71
行田市	374	241	37	96	桶川市	116	23	34	59	吉見町	197	100	83	14
秩父市	154	10	54	90	久喜市	446	223	115	108	鳩山町	53	10	19	24
所沢市	669	0	544	125	北本市	82	17	38	27	ときがわ町	34	4	18	12
飯能市	63	2	31	30	八潮市	141	2	139	0	横瀬町	23	1	13	9
加須市	925	555	183	187	富士見市	121	38	72	11	皆野町	20	0	8	12
本庄市	830	60	614	156	三郷市	207	16	184	7	長瀬町	10	0	4	6
東松山市	156	61	29	66	蓮田市	127	40	22	65	小鹿野町	70	3	26	41
春日部市	307	184	82	41	坂戸市	111	67	29	15	東秩父村	29	1	2	26
狭山市	481	7	378	96	幸手市	156	138	11	7	美里町	208	39	75	94
羽生市	389	192	106	91	鶴ヶ島市	84	0	30	54	神川町	415	25	52	338
鴻巣市	523	237	55	231	日高市	246	5	126	115	上里町	444	45	268	131
深谷市	2,996	105	1,758	1,133	吉川市	209	102	99	8	寄居町	336	13	51	272
上尾市	146	9	67	70	ふじみ野市	144	7	72	65	宮代町	77	39	18	20
草加市	107	6	87	14	白岡市	146	59	26	61	杉戸町	180	120	34	26
越谷市	375	62	205	108	伊奈町	57	13	14	30	松伏町	71	41	21	9
蕨市	3	-	2	1	三芳町	293	-	246	47					
戸田市	1	0	1	0	毛呂山町	49	7	20	22					
入間市	218	0	56	162	越生町	25	4	9	12					
										市町村計	17,569	3,700	8,329	5,540

資料:農林水産省「平成30年市町村別農業産出額(推計)」

(注1)表中の「0」は単位に満たないもの、「-」は事実のないもの

(注2)その他とは、米・野菜を除く耕種作物(イモ類、果実、花き他)、畜産(食肉牛、生乳、豚、鶏、鶏卵他)など

埼玉りそな経済情報 2020年11月号

2020年11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/>



この箱子は 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。