

特集 多摩のうごきを知る

中小企業の成長を後押しする工場見学

株式会社オギノパン／株式会社島田電機製作所

OSEBA（株式会社島田電機製作所）

工場見学は、消費者にとってはさまざまな製品の製造工程を見ることができる特別な機会であり、企業にとっては自社の技術や製品をアピールし、ファンを拡大する大切な事業の一つだ。今回は、工場などを一般に向けて開くことで、消費者との新たな接点を創出し、自社の成長につなげている企業2社の取組みを紹介する。

工場見学を起点として

近年工場見学は、子どもたちが社会科見学で訪れるものとしてだけでなく、家族やカップル、友人同士などで訪れるレジャースポットとしても認知されつつある。食品工場や飲料工場、自動車工場や機械工場など、さまざまなジャンルの製造業で工場見学が行われている。内容もバラエティーに富んでおり、製造工程を見学するだけでなく、製造体験や、できたての商品の試飲・試食など、訪れる人を楽しませるためのさまざまな工夫が施されている。また、工場見学から派生した直売店や企業ミュージアム、子ども向けの遊び場など、新たなコンテンツも次々と登場している。

こうした取組みは、大手企業だけではなく中小企業でも行われている。今回話を伺った2社では、工場見学や直売店、遊び場など、消費者に向けた多様な接点を設け、自社の成長や発展につなげていた。これらの取組みを始めるに至った経緯や目的、組織づくりに対する思い、そしてこの先目指す姿について、経営者はどのように考えているのだろうか。



工場見学や直売店で買い物が楽しめるオギノパンの本社工場

人気観光地となった工場と直売店 ／株式会社オギノパン

「あげぱん」や「丹沢あんぱん」を看板商品に持つ株式会社オギノパンは、神奈川県相模原市に本社工場を構え、県内を中心に9店舗の販売店を運営している。1960年に創業した同社の3代目である代表取締役の荻野隆介氏は、製造担当や直売店の店長、販売部長などを経験し、2021年に社長に就任した。2010年に現在の場所に移転した工場では毎日多くのパンが製造され、各店舗に運ばれていく。工場は大きな窓で囲まれており、午後5時頃までであれば外の通路から自由にパンの製造工程を見学できる。また、工場の一角は直売店となっており、種類豊富な焼ききたてパンや、少量ずつ常に揚げたて提供の「あげぱん」を購入することができる。

創業以来、地域に密着したパン屋として学校給食を主力事業としていた同社。「あげぱん」は、給食で提供していたものをアレンジした商品であり、大人にとっては懐かしさを感じることも人気の理由の一つとなっている。また、学校給食を行っていた関係で、以前から小学校の社会科見学などで工場見学の依頼を受けることが多く、工場内に児童を招き入れて説明を行うなど、地域の子どものために精力的に活動を行ってきた。

現在の場所へ工場を移転した当初は、これほど反響があるとは予想していなかったというが、オギノパン独自のさまざまな取組みの成果もあり、今では地域外からも人が訪れる観光地となっている。具体的には、製造工程が見られる見学通路のほか、豊富な品揃えで限定商品なども取り扱う直売店、子ども向けのパン教室の開催など、

人が集まる仕掛けを数多く実施している。夏休み期間に開催したパン教室は盛況で、来年は日程を増やすことを検討している最中だ。また、市街地からは離れているものの、近隣には宮ヶ瀬ダムや、県立公園、牧場などがあり、訪れた人は周辺を回遊することもできる。徐々にテレビ番組などメディアへの露出も増え、さらなる集客や、催事・イベントへの出展、スーパーからの卸売の依頼へとつながるなど、好循環が生まれている。中には、大手企業のバイヤーが休日に訪れたのをきっかけに、商談に発展したこともあったという。

工場見学と直売店の人気上昇するにつれ、徐々に店舗数を増やしていった同社。売上比率においても小売の割合が多くなり、今ではおよそ7割を占めている。そこで昨年、学校給食のパン製造をやめ、小売メインの製造・販売へビジネスモデルの転換を図った。学校給食では大量生産が求められるうえ、大手企業も参入しており競争は厳しい。「ならば、大手企業では手が回らないような、付加価値の高いパンの製造をさらに追求していこうと決めた」と荻野氏。



今年のGWは1日に5000個以上売れた名物の「あげぱん」

小売メインにしたことで、季節や来店客数、社内の人員などに合わせて製造数を増減するなど、状況に応じて製造体制を調整できるというメリットもあった。現在は製造数の増減は工場に裁量を持たせ、売上が伸びにくい夏の暑い時期には時間外労働を減らしたり、有給休暇を取りやすくしたりするなど、ワークライフバランスの向上にも努めている。

新商品を生み出す仕組みも整っており、毎月5品は新商品を発売している同社。店長会で各店の店長と経営陣が集まって試食を行い、新商品を決めている。社員から



株式会社オギノパン
代表取締役 荻野隆介氏

次々とアイデアが挙がってくる風通しの良さも同社の強みだ。最近では“かわいさ”が持つ価値に注目し、味はもちろん、写真映えするような見た目の付加価値がある商品を続々と生み出している。

2023年には八王子市内に新店舗をオープンした。



ガラス張りの通路から見えるコッペパンの製造工程

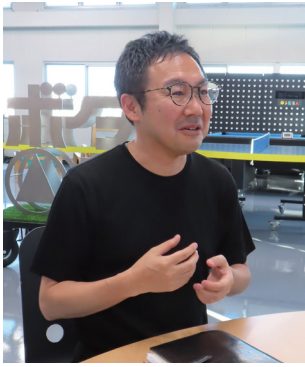
八王子市では学校給食を提供していたため知名度があり評判が良く、今後も八王子市周辺への出店を視野に入れている。荻野氏は「常に新しいことを取り入れて、少しずつでも前の年より成長し続けていきたい。テーマパークのようにお客様の心の中に『楽しかった』『また行きたい』という気持ちを残せる場所でありたい」と話す。

ものづくり企業が挑むブランディング ／株式会社島田電機製作所

八王子市の株式会社島田電機製作所は、エレベーターの押しボタンや到着灯などの電機製品をオーダーメイドで製造する企業だ。創業は1933年で、代表取締役社長しまだまさたかの島田正孝氏は同社の5代目である。2013年に島田氏が社長に就任してから始めた工場見学により、同社の知名度は一気に上がり、「1000のボタンを押す放題」の「日本一予約の取れない工場見学」として一躍有名となった。

エレベーター部品を製造するものづくり企業として国内でのシェア率は6割を超えるなど、創業以来着実に業績を積み重ねてきた同社。社長に就任した島田氏は、この先どのような会社になりたいかを考え、組織づくりの一環としてブランディングに取り組むことにした。まずはインナーブランディングに取り掛かり、社内改革を進めた。会社のカルチャーブックの作成や、ゲーム性を取り入れた「働きたくなる30以上の仕組み・仕掛け」づくりなど、社員の士気を上げ、全員が自社の価値観を共有し、同じ方向を向いていけるような組織づくりを少しずつ進めていった。こうした取組みは人材採用にも好影響で、今では全国から同社で働きたいとの熱い気持ちを持った志望者が集まっている。

そして次に、世の中に自社や自社の活動を認知してもらうにはどうすればいいのかを考えていた時、近隣住民の「子どもが好きなだけボタンを押せる場所があったら」との声を受け、工場見学を始めたという。「1000のボタ



株式会社島田電機製作所
代表取締役社長 島田正孝氏

ン」は、せっかくならインパクトのあるもの、そしてオーダーメイドで一つ一つ違う製品を作っていることを知ってもらえれば、との思いから作られた。中には一般公募により集まったボタンのデザインも採用されている。

当初は担当部署の社員のみが来訪者の案内をしていたが、外部に向けて自社のことを語り、製品への反応を直接受け取ることが、社員の誇りや仕事へのやりがいにつながると考え、部署の垣根を越えて全社から“アテンドメンバー”を集めることにした。最終的には社員の半分ほどがメンバーとなり、毎回交代で見学者に付いて回り、訪れる人を楽しませた。

こうした工夫が詰まった工場見学は評判を呼んで人気を集め、メディアにも多く取り上げられるようになった。次第に予約が殺到するようになり、受入体制を見直すと同時に、さらなるパワーアップを遂げることを決意。2024年7月、新たに社内の一角に、“押す”をテーマにした遊び空間「OSEBA」をオープンした。「OSEBA」では、ボタンを押すことによる遊び要素を増やすとともに、同社の技術や歴史に触れることのできる展示や、来場者が感想やアイデアを自由に書くことのできる場所も設置され、企業ミュージアムとしても楽しむことができる。入場時間枠を設けた上での自由見学としたことで、より多くの人が訪れることができるようになったという。

島田氏は「こうしたブランディングは企業価値の向上につながる。企業価値が向上すれば、結果的に経営も上手く回っていく。大手企業だけではなく中小企業でも、経営者や社員が自社をどう見せたいかを考えて、発信していくことが必要ではないか」と話す。

実際に同社では、取引先との関係にもポジティブな変



大人気の「1000のボタン」には全て違うボタンが使われている

化が生まれている。例えば、大手企業のトップから話を聞きたいと連絡が来たり、新規の営業先がテレビ番組を見て同社の取組みを知っていたり、異業種の広報や企画担当から連絡があるなど、さまざまだ。それにより、同社の良いイメージが顧客の中で形成され、他社と差別化されることで、価格競争に巻き込まれずに済む、仕事の幅が広がる、多方向から新しいアイデアや情報が集まるなど、影響は多岐に渡っているという。



エレベーターボタンの製造工程を、クイズを交えて紹介している

今後も世間の人々や取引先、そして社員にもさらに自社を知り、理解し、好きになってもらう、いわば“ファンづくり”を続けていくという同社。時代の変化に敏感に反応し、周囲から共感を得ることで、会社のさらなる進化を目指す。島田氏は、「そのためには、まずは経営者が常に変化し、成長を続けていく必要がある。経営者の成長が組織全体の成長につながっていく」と語る。

経営の可能性を広げる工場見学

今回話を伺った2社では、工場見学を始めとしたさまざまな取組みにより、自社や自社の製品を広く世間に周知し、人々を惹きつけてきた。経営者の強い信念のもと、一貫した取組みが他社との違いを生み出し、企業の成長につながっている。工場見学など消費者との多様な接点を設けることで、新たな経営のヒントを得る企業が増えていけば、高い技術力を持つ多摩地域の中小企業が、更なる成長を遂げることができるのではないだろうか。

(畑山若菜／編集：野村智子)

株式会社オギノパン

神奈川県相模原市緑区長竹 2841

(パン製造・販売)

株式会社島田電機製作所

東京都八王子市大和田町 3-11-1

(エレベーター等の電子部品製造・販売)

たましん中小企業景況調査報告

多摩信用金庫では、多摩地域で事業を営む約 1,000 先の企業にご協力をいただき、事業の動向に関するアンケート調査を実施しています。今回は、2024 年 9 月期の景況についてご報告します。

調査概要

	従業員数	全業種		製造業		卸売業		小売業		サービス業		建設業		不動産業		
		回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率	
1. 調査実施日	2024 年 7 月 31 日～8 月 29 日	1～4 人	328	32%	51	17%	28	33%	97	58%	62	27%	43	26%	47	55%
2. 調査方法	調査員による聞き取り調査	5～9 人	206	20%	53	17%	20	23%	29	17%	38	17%	50	30%	16	19%
3. 調査対象	多摩信用金庫のお取引先 1,045 先	10～19 人	173	17%	81	27%	17	20%	10	6%	21	9%	31	19%	13	15%
4. 回答先数	1,039 先	20～29 人	94	9%	35	11%	6	7%	10	6%	18	8%	19	11%	6	7%
5. 回答先内訳	右表のとおり	30～39 人	56	5%	21	7%	2	2%	7	4%	16	7%	9	5%	1	1%
		40～49 人	35	3%	14	5%	1	1%	0	0%	12	5%	8	5%	0	0%
		50～99 人	92	9%	34	11%	7	8%	13	8%	32	14%	5	3%	1	1%
		100 人～	55	5%	16	5%	5	6%	0	0%	31	13%	2	1%	1	1%
		合計	1,039	100%	305	100%	86	100%	166	100%	230	100%	167	100%	85	100%

業況DI

業況DIとは、自社の業況が「良い」と回答した企業の割合から、「悪い」と回答した企業の割合を引いた値である。プラスであれば、現在の業況を「良い」と認識している企業が多いことを意味している。(ただし、「季節調整法」という手法を用いて、DIの季節的な傾向を除いている。)

今期の全業種業況DIは、前期より6ポイント下降の3となり、前期と比べて景況感は悪化した。

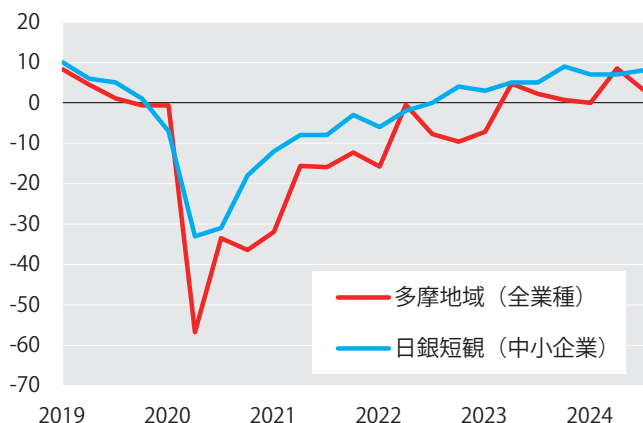
業種別に見ると、すべての業種で前期より業況DIが下降した。中でも、卸売業が8ポイント下降の2と下降幅が大きかった。また、小売業が7ポイント下降のマイナス4となり、2四半期ぶりにマイナス圏に突入した。

規模別に見ると、中規模企業では8ポイント下降の15、小規模企業では3ポイント下降のマイナス7と、どちらも前期より下降した。

なお、来期の全業種業況DIは、今期より2ポイント上昇の5となる見通しである。

	2024年 3月期	2024年 6月期	2024年 9月期	変化幅	2024年 12月期 (見通し)	変化幅
全業種	0	9	3	-6	5	+2
中規模	13	23	15	-8	17	+2
小規模	-12	-4	-7	-3	-6	+1
製造業	0	7	2	-5	5	+3
中規模	12	25	13	-12	20	+7
小規模	-8	-5	-6	-1	-4	+2
卸売業	3	10	2	-8	4	+2
中規模	8	16	8	-8	8	0
小規模	-10	-7	-9	-2	-1	+8
小売業	-8	3	-4	-7	0	+4
中規模	15	26	13	-13	19	+6
小規模	-24	-14	-16	-2	-14	+2
サービス業	-1	9	5	-4	7	+2
中規模	7	16	13	-3	14	+1
小規模	-21	-8	-17	-9	-12	+5
建設業	9	16	11	-5	11	0
中規模	45	40	34	-6	37	+3
小規模	-3	7	3	-4	2	-1
不動産業	-2	11	6	-5	3	-3
中規模	11	29	23	-6	17	-6
小規模	-12	-4	-7	-3	-7	0
日銀短観 (中小)	7	7	8	+1	6	-2

業況DIの推移



※ 本調査では、製造業・建設業は従業員20人以上の企業を中規模企業、卸売業・小売業・サービス業・不動産業は従業員5人以上の企業を中規模企業と定義している。

お客さまのコメント

製造業

- 5G 関連の受注が良好で、売上げも増加している。(昭島市、自動車電子機器部品製造)
- 工場の稼働状況は良好で、売上げ・収益面で良化している要因の一つである。(立川市、食肉製品製造)
- 若手の人材が不足しており、採用に力を入れていきたい。(西東京市、電気機械器具製造)
- 各種値上がりにどう対応していくかが課題。販売価格への転嫁も徐々に行っていく。(立川市、店舗内装什器製造)

卸売業

- 昨年より売上げが減少となり、取引先の開拓が必要。多摩地域での取引先増加を行い、売上げを増加させていく。(昭島市、伸銅品卸売)
- 為替レートの変動幅が大きく、収益への影響が多少出ている。(調布市、木材卸売)
- 米の在庫が少なく、今年の新米が出揃うまでは在庫は品薄である。(日野市、米酒卸売)

小売業

- 季節に合わせた商品を揃えることで、お客さまへ目新しさを提供しニーズに繋げている。(八王子市、パン・菓子類の製造販売)
- キャッシュレス決済について、手数料がもう少し安くなれば導入を考えたい。(八王子市、呉服販売)
- うなぎの値段は年々上昇している。今年は国産うなぎの仕入れを見送る程、上昇してしまった。(小平市、鮮魚小売)
- 猛暑の影響もあり、ガス灯油の売上げは減少している。(八王子市、プロパンガス)

サービス業

- SNS を活用して、新規顧客の獲得を目指したい。(八王子市、美容院)
- コロナ禍以降、入院患者が増加しており、今後は安定した収益が確保できる予定である。(小平市、病院)
- ペーパーレスの進行に伴い、印刷業での収益が下がった。(あきる野市、広告印刷)
- デジタル化は更に発展すると思われる。災害等のトラブルによる停止が不安である。(日野市、半導体製造装置の部品洗浄)

建設業

- 新規採用に力を入れるために自社ホームページを新設した。(府中市、電気工事)
- 土日を完全に休みにした。売上げにどういった影響があるかは今後の状況次第である。(立川市、電気通信工事)
- 今期は公共事業の受注が少ないため、民間の案件を引き続き対応していきたい。(府中市、住宅建築)
- 業界では電気工事士がかなり不足している。仕事はあるので、人材確保に力を入れていきたい。(福生市、電気工事)

不動産業

- 金利上昇に伴い、不動産購入への影響が懸念される。(立川市、不動産売買)
- 戸建住宅の売却までの期間が長期化していると感じる。(日野市、建売・不動産売買)
- 定期的な修繕やメンテナンス費用の負担が大きい。工事等の価格も上昇しており、収益を圧迫している。(日野市、不動産賃貸)

貸会議室

のご案内

立川市曙町 2-8-28
TAMA MIRAI SQUARE
3 階

運営：
株式会社
多摩情報メディア
TEL：042-526-7750
<https://www.rental-tjmedia.jp>



お客さま

景気動向 インタビュー

有限会社三和精機工業所

はらひろゆき
代表取締役社長 原寛之氏

精密板金加工として、主に航空機内装品を製造する有限会社三和精機工業所。八王子市にある本社のほか、山梨県上野原市には大型機械を複数設置したマシニング工場を構え、さまざまな大きさ、形状の板金加工に対応している。また、加工から塗装、組み立てまで一貫した生産体制が同社の強みだ。

アルミ加工に特化した数少ない企業として

当社では、主にアルミニウムの素材を用いた精密板金加工とマシニング加工を行っています。ステンレスや鉄を扱うこともできますが、航空機業界に活路を見出し、アルミ加工の技術に特化してきました。その中でも、アルミの薄板溶接を得意としているのが当社の特長です。航空機業界に参入したのはおよそ40年前で、先代が航空機関連企業から協力を求められたのがきっかけでした。現在では、旅客機の内装品を製造しており、板金加工、マシニング加工、組立、塗装まで自社一貫生産体制をしています。そのため、工程や品質が安定しており、顧客のニーズに応えやすくなっています。

コロナ禍では、航空機業界全体が大きな打撃を受けたことで、当社にとっても厳しい状況が続きました。今はコロナ禍以前の業況まで戻りつつあるものの、原材料や光熱費などあらゆるものが高騰していることもあり、少しでもロスをなくすため、生産工程を見直しています。

社内改革を進めて働きやすい環境に

現在の社員数は42人で、40代の社員が多く在籍しています。先代の頃はいわゆる昔ながらの町工場でした。6年前に私が社長に就任してから、働きやすい会社を目指



大型機械が並ぶ山梨マシニング工場



代表取締役社長の原氏

して、職場環境向上のためのさまざまな取組みを進めてきました。エアコンや空調設備の増設といったハード面はもちろん、ワークライフバランス改善のため、有給休暇の取得推進や、仕事の進捗に合わせて働き方を自分で調整できるようにするなど、ソフト面も時代に即した環境づくりを行ってきました。風通しが良く働きやすい職場づくりに努めたことで、人材にも恵まれ、離職率も低下しています。

ほかにも、仕事を進める上での手順やルールなどを明文化したマニュアルの作成も始めました。板金加工は手作業が必要な工程が多く、以前は上司や先輩のやり方を見て、自分の体で覚えることが普通でしたが、若い世代にはそうしたやり方では上手く伝わりません。マニュアルを作り、それをパソコン上に保管することで、ペーパーレス化とデジタル化も進めています。

継続的な設備投資と生産管理の効率化を目指して

この先も技術力を高めて、質の高い製品を作り続けていくために、展示会などに積極的に足を運び、最新の機械を導入できるような体制を整えていくつもりです。同時に、生産管理についても、時代に合った方法を目指してデジタル化を進めていきたいです。

また、コロナ禍を経験したことで、取引先を広げることの重要性について考えるようになりました。今後は航空機業界以外にも、半導体業界など新たな取引先を増やそうと、当社が持つ強みをアピールしていきたいです。

会社名：有限会社三和精機工業所
代表者：原寛之
本社所在地：東京都八王子市暁町1-13-14
業種：精密板金加工
インタビュー：2024年9月10日

特別調査 中小企業におけるデジタル化とキャッシュレスへの対応について

今回の特別調査では、中小企業におけるデジタル化とキャッシュレスへの対応についてアンケート調査を実施しました。

事業上の情報収集・情報発信等において、パソコンやスマートフォン等でインターネットを利用しているかについて尋ねたところ、「利用しており、自社ホームページも開設」と回答した企業は67.2%、「利用しているが、自社ホームページは未開設」と回答した企業は17.8%となった（図1）。また、「利用していないが、今後利用したい」と回答した企業は4.6%、「利用することは考えていない」と回答した企業は10.3%であった。

次に、インターネットバンキングを契約しているかについて尋ねたところ、「契約している」と回答した企業は70.4%にのぼった（図2）。契約している主な理由として、「社内全体のIT化・事務負担軽減（20.0%）」、「夜間や休日でも利用できる（18.6%）」などが挙げられた。

図1. インターネットの利用状況

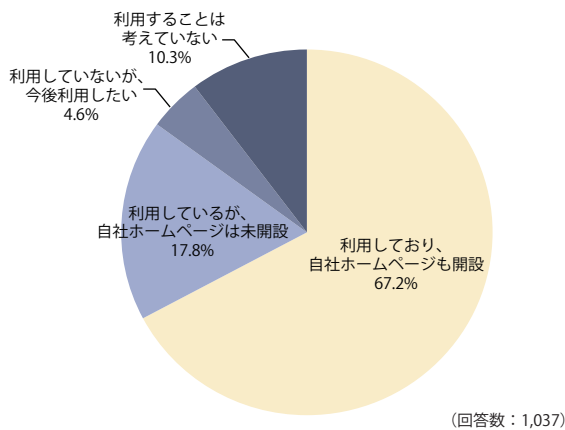
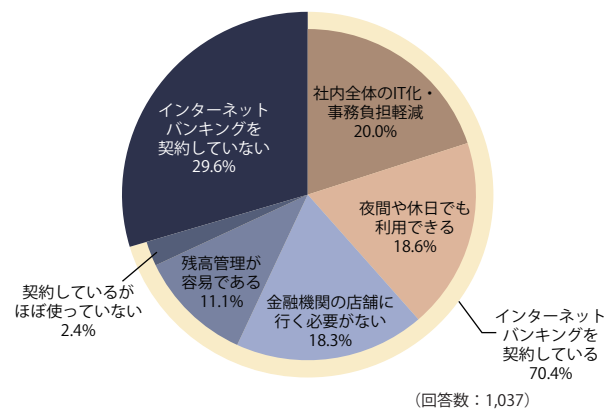


図2. インターネットバンキングの契約状況



続いて、活用しているキャッシュレス支払手段について尋ねたところ、「クレジットカード」と回答した企業が最も多く、44.3%であった（図3）。以下「口座振替（自動引落）サービス（21.6%）」、「電子記録債権（でんさい等）（12.2%）」、「QRコード決済（9.5%）」と続いた。

最後に、キャッシュレス支払いを導入したことで感じている不満、あるいは未導入の理由について尋ねた（図4）。「手数料が高い（23.6%）」、「セキュリティが不安（14.3%）」、「キャッシュレスに対応していない取引先がある（11.8%）」、「現金化までに時間がかかる（11.1%）」といった回答が多く挙げられた。一方で、「不満などはない」と回答した企業は38.9%と、最も多い結果となった。

図3. 活用しているキャッシュレス支払手段（3つ以内）

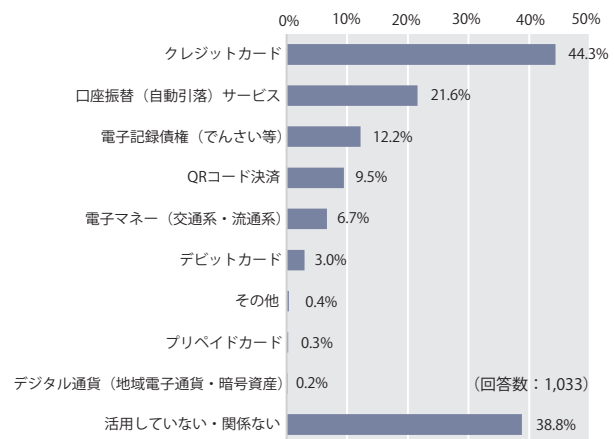
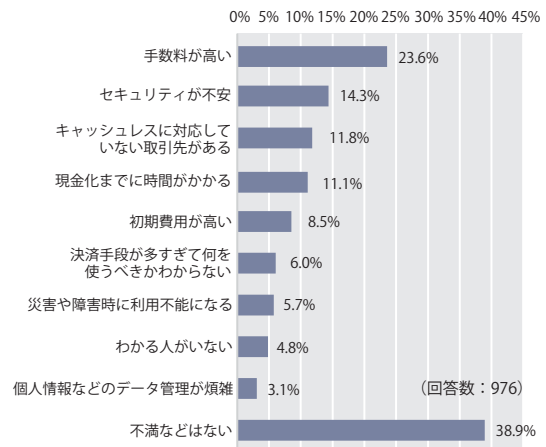


図4. キャッシュレス導入での不満・未導入の理由（3つ以内）



多摩の統計データ

	面積 (km ²) 2024年7月	人口 (人) 2024年9月	世帯数 (世帯) 2024年9月	民営 事業所数 (所) 2021年	民営事業所 従業者数 (人) 2021年	製造品 出荷額等 (百万円) 2022年	卸売業小売業 商品販売額 (百万円) 2020年	農業産出額 (千万円) 2022年
東京都	2,199.94	13,990,065	7,665,216	628,239	9,592,059	8,283,779	176,190,281	2,171
特別区	627.51	9,717,341	5,513,524	503,699	8,114,913	3,549,411	168,563,606	350
多摩地域	1,159.81	4,249,287	2,137,569	122,541	1,467,276	4,732,223	7,609,939	1,463
八王子市	186.38	559,763	284,420	17,390	224,135	492,087	1,252,561	140
立川市	24.36	186,180	97,563	7,692	115,163	76,528	810,035	106
武蔵野市	10.98	148,366	79,398	7,717	83,709	9,155	342,798	26
三鷹市	16.42	190,511	97,604	4,957	57,347	33,383	216,528	66
青梅市	103.31	129,263	65,917	4,243	46,589	173,181	347,722	33
府中市	29.43	260,989	131,279	7,330	100,370	838,705	563,635	76
昭島市	17.34	114,822	57,564	3,330	47,809	421,702	269,321	15
調布市	21.58	239,629	124,635	6,666	78,080	46,012	418,216	44
町田市	71.55	430,428	208,554	11,694	135,702	108,599	653,206	81
小金井市	11.30	125,019	63,365	2,866	28,594	11,233	103,593	21
小平市	20.51	196,540	96,730	4,360	56,966	129,412	206,568	74
日野市	27.55	188,225	94,342	4,309	54,911	229,395	175,711	40
東村山市	17.14	151,922	76,079	3,633	37,043	59,912	139,470	68
国分寺市	11.46	129,543	64,670	3,413	33,840	25,509	121,403	53
国立市	8.15	76,195	39,824	2,637	27,089	4,488	240,146	14
福生市	10.16	56,535	31,281	1,608	15,426	19,641	86,159	2
狛江市	6.39	82,118	43,242	1,916	16,248	13,527	68,970	18
東大和市	13.42	85,061	41,097	2,327	21,157	79,166	106,517	16
清瀬市	10.23	74,938	37,366	1,736	18,109	19,303	42,097	80
東久留米市	12.88	116,348	56,830	3,075	30,197	162,651	188,694	79
武蔵村山市	15.32	70,787	33,127	2,297	25,536	185,093	121,315	138
多摩市	21.01	147,698	75,622	3,603	63,880	26,558	486,743	8
稲城市	17.97	93,992	43,282	2,216	24,846	26,148	84,722	69
羽村市	9.90	54,177	26,736	1,783	23,996	745,208	101,247	15
あきる野市	73.47	79,372	37,494	2,191	20,706	43,873	57,209	67
西東京市	15.75	206,110	102,860	4,792	47,292	31,500	260,152	44
瑞穂町	16.85	32,074	15,503	1,655	20,516	656,806	107,289	57
日の出町	28.07	16,190	7,589	696	9,140	61,359	36,892	13
檜原村	105.41	1,944	1,102	167	875	947	113	0
奥多摩町	225.53	4,548	2,494	242	2,005	1,141	907	0
島しょ	412.61	23,437	14,123	1,999	9,870	2,145	16,733	358
出典	国土地理院「全国都道府県市区町村別面積調」	東京都「住民基本台帳による世帯と人口」	東京都「住民基本台帳による世帯と人口」	総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」	総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」	経済産業省「経済構造実態調査」	総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」	農林水産省「市町村別農業産出額（推計）」

本誌に対するご意見・ご感想をお寄せください。

発行日 2024年10月25日

発行 多摩信用金庫 経営戦略室 地域経済研究所
〒190-8681 東京都立川市緑町3-4

TEL 042-526-7737 FAX 042-526-6161

URL <https://www.web-tamashin.jp/rire/>



『多摩けいざい』は、WEBと併せてご覧いただくのがお勧めです。本誌には載せきれない様々なデータやレポートのほか、バックナンバーもご覧いただけます。