

埼玉りそな 経済情報

August 2022 No.224

8月号

- 1 **彩論** 埼玉県社会保険労務士会 会長 **澤田 裕二** 氏
—— 経営者に求められる「人を大切にする企業の実現」
 - 2 **ズームアップ** 株式会社デジタルベリー
 - 5 **地域研究レポート** 支援が急がれるヤングケアラー
 - 9 **調査** コロナ禍における埼玉県の家計消費の動向
 - 13 **県内経済の動き**
 - 15 **月次経済指標**
 - 17 **タウンスケープ** **入間市**
—— 香り豊かな緑の文化都市
- 裏表紙 **市町村経済データ**



上空から見た入間市街地(入間市)



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

経営者に求められる 「人を大切にする企業の実現」

埼玉県社会保険労務士会
会長
澤田 裕二氏



2018年に「一億総活躍社会の実現」を目指す働き方改革関連法が成立し、企業は「長時間労働の是正」「正規・非正規の格差解消(同一労働同一賃金)」「多様な働き方の実現」への対応が必要となりました。その後、働き方改革は、「経済財政運営と改革の基本方針(以下「骨太の方針」という。)2020」の中で、「従業員のやりがいを高める」ことが示されています。さらに、政府は「新しい資本主義」を掲げており、「骨太の方針2022」では、成長と分配をともに高める「人への投資」を重点投資分野の一つにし、今年度中には非財務情報の開示ルールを策定するとしています。一方で、国際社会においては、国や企業には「SDGs(持続可能な開発目標)」「BHR(ビジネスと人権)」への取り組みが求められています。これらの動きから「人を大切にする企業の実現」が不可欠となっているといえます。

「中小企業だから取り組みは無理無理!」とはいつていられません。例えば、長時間労働の削減に取り組まなかった場合、2023年4月1日からは中小企業にも月の時間外労働が60時間を超えたときには割増賃金率50%以上が適用され、人件費増につながります。人件費だけでなく、長時間労働により従業員がメンタル疾患や脳疾患に罹患すれば、従業員が能力を充分発揮できず生産性が低下するばかりか、使用者はその責任を問われることにもなりかねません。また、「グローバル化はうちには関係ない」と思ってもサプライチェーンの中で、「SDGs」「BHR」に取り組まなければ、取引先から取引解除を通告されることもあるかもしれません。

では「人を大切にする企業の実現」に向けて何

をすべきか…。答えはシンプルです。労働社会諸法令や社会情勢を踏まえた上で、「人を大切にし、働きやすく、やりがいのある職場環境を整える」ということです。そのためには、労働社会諸法令の改正及び社会経済情勢の変化を知ることが大切であり、専門家である社会保険労務士(以下「社労士」という。)を活用することで適切な対応につながるといえます。

私たち社労士は、我が国の労働社会諸法令に基づき、社会保障制度の円滑な実施に寄与するとともに、事業の健全な発達と労働者等の福祉の向上に資することを目的に昭和43年に制定された社会保険労務士法に基づく国家資格者です。現在、会員数は約44,000人、うち埼玉県社会保険労務士会には約2,000名が所属しています。約4割が女性会員で、他の士業に比べて女性が多く、女性が活躍しやすい士業です。

社労士の業務は、募集・採用から退社に至るまでの労働・社会保険などの申請手続き、また労働基準法、厚生年金保険法、健康保険法、育児・介護休業法を始めとする労働社会諸法令に関する遵守及び対応の相談・指導を行う「企業の成長や働く人の笑顔をサポートするエキスパート」です。

現在、埼玉県社会保険労務士会では「一社に一人社労士がいる時代へ!」を掲げておりますが、これは社労士がいることで企業に合った「人を大切にする企業の実現」「笑顔ある職場環境づくり」ができると考えるからです。私たち社労士は「人の心に寄り添い、いつも身近にいて頼りになる存在」として、士業としての気概を持ち、今後も企業の健全な発達、そして国民の福祉の向上に取り組んで参ります。

デジタルカタログや製造業のホームページ制作で圧倒的な存在感。 デザイン力、提案力、実績を強みに成長を続ける制作会社

ホームページ・デジタルカタログ・印刷物の制作、これらを組み合わせ、顧客にとって最適なPR効果を生み出すクロスメディア提案を行うデジタルベリー。これまでに上場企業や官公庁、金融機関など1,800社以上にサービスを提供してきた。同社は市場の潜在ニーズを掘り起こしながら、積み上げてきた実績やノウハウ、知見を武器に17期連続増収黒字という輝かしい成長を続けている。



代表取締役 赤羽根 康男氏

- 代表者 代表取締役 赤羽根 康男
- 設立 平成16年8月
- 資本金 1億円
- 従業員数 22名
- 事業内容 クロスメディア総合提案、ホームページ制作、デジタルカタログ制作、印刷物制作
- 所在地 〒330-6019 さいたま市中央区新都心11-2 ランド・アクシス・タワー19階
TEL 048-753-9255 FAX 048-753-9188
- URL <https://www.d-berry.jp>

今年6月、さいたま市浦和区から中央区新都心のランド・アクシス・タワー19階に移転した株式会社デジタルベリー。テレビCMで同社を知る人も多いだろう。事業内容は企業のホームページ制作、デジタルカタログ制作、会社案内や紙媒体の製品カタログなど印刷物の制作で、これらを組み合わせ顧客にとってシナジー効果を発揮する「クロスメディア提案」を強みとする。

同社はこれまでに、上場企業や官公庁、金融機関、製造業など1,800社以上の企業・団体にサービスを提供してきた。中でもデジタルカタログは、制作実績1,200社以上と国内トップクラスの実績を誇る。

「事業の内訳は、ホームページ制作と保守サポートで65%、デジタルカタログが30%、残りが印刷や動画などです。ホームページ事業は大きく分けて埼玉の企業に特化した『埼玉HP制作ドットコム』と、製造業に特化した『製造業ドットコム』の屋号で制作を行います」(赤羽根康男社長)

「デジタルカタログ」「製造業ドットコム」、サブスクリプション(サブスク)として定額で利用する「保守サポート」など、市場のニーズを掘り起こし、成長を加速

させてきた同社。創業以来一度も売り上げを落とすことなく成長を続けてきた実績が、企業としての強さを物語っている。

→ デジタルカタログの制作代行で急成長

平成16(2004)年。赤羽根社長は勤めていた商社を辞めて独立し、同社を起業。価格の比較サイトをつくるなど、Web・IT事業をスタートさせた。

その後、業界動向の情報を収集するうち、海外製電子カタログ制作ソフトの存在を知り販売代理店となる。その頃の日本には、まだそうした商材がなかった時代であった。

「当時、当社を含め数社代理店がありました。他社はソフトを販売していたのですが、当社はそれを使ってデジタルカタログの制作代行を始めました。しばらくして一部上場の大手電機メーカーさんから代理店経由でお仕事の依頼があり、その実績で当社の信用がついたという感じです」

そこから同社の快進撃が始まる。同社はデジタルカタログの仕様をパソコン操作に疎い人でも容易に

操作できるものにした。例えば、当時は英語表記が一般的だったボタンの表示も「めくる」「目次」と分かりやすく表記。さらに必要な機能を最小限に絞ってシンプルな仕組みにするなど、分かりやすさとサクサクとページが動く使いやすさにこだわった。こうした細やかな配慮が顧客の満足度を高め評判を呼び、右肩上がり受注を増やしていった。

「デジタルカタログが市場に出始めた時は、Eブックや電子ブック、電子カタログといった呼び名でした。ある時、当社がサービスを提供した大手家具小売店さんが、テレビCMで当社の商品名『“デジタルカタログ”公開中』とアナウンスしてくれたので、一気にその呼び名が認知されたように思います」

同社は、当時手つかずであったデジタルカタログという分野にいち早く参入し、先発優位性を発揮しながら、使いやすさを優先した仕様で市場を開拓していった。

→ 製造業ドットコムで差別化を図る

ところが、やがてデジタルカタログ市場に競合が次々と参入し、価格競争が激化する。そこで同社は、デジタルカタログからホームページ制作事業へと主力事業の軸足を少しずつ移動させ、平成30年、製造業に特化したホームページ制作「製造業ドットコム」のサービスをスタートさせる。

「それまで当社のホームページ制作は、埼玉の地元企業中心というスタンスでした。一方で埼玉は製造業が多く、そこに特化することも大事だろうと考えたのです。製造業が持つ技術や製品は難しいものが多いので、競合のウェブ制作会社は敬遠しがちなんですね。だから差別化になるだろう、と」

制作で力を注いでいるのは、やはり“分かりやすさ”だ。顧客の元に何度も足を運んでヒアリングを行い、技術や製品の革新性を理解して強みや特徴を引き出す。それを動画で見せたり、英語・中国語などに多言語化したり、展示会風に製品をアピールする「バーチャル展示会ブース」で紹介するなど、顧客の要望と合わ

せて強みや魅力をさまざまな手法で分かりやすくPRしていく。顧客からは「自社の製品をよく理解して伝えてくれている」「ホームページからの問い合わせが増えた」「営業しやすくなった」等、高い評価を得ている。

製造業ドットコムの実績は200社以上で、東京、大阪、名古屋など埼玉以外の依頼も多い。今では、“製造業”“ホームページ制作”でネット検索をかけると同社が上位に上がるという。



本社オフィスのあるランド・アックス・タワービル外観(左)、事務所エントランス(右)



事務所内の様子

→ サブスク形式のサービスを開始

同社のホームページ事業の売り上げを支えるサービスに、サブスクリプション形式で利用できる「保守サポート」がある。これは製品情報や日々の更新を代行するもの、ネット広告を活用して集客アップを図るものなど、目的に応じて月額3万円と5万円の二つの価格帯から選ぶというものだ。

「数年前までは、ホームページの制作が終われば企業とのお付き合いは終わり、というのが一般的でした。そこに新たに保守という事業を組み込んだのです。当時はまだ、ホームページの保守に毎月お金を払うと

いう考え方がなかったのですが、サブスクが認知されるようになって利用する企業が増えました。今、売り上げを伸ばしています」

迅速・低コスト・気軽に頼めることで人気を集めるこのサービス、現在は80社超が利用している。中でも、定期的に製品情報が更新されたり新製品が発売されることが多い製造業には特に好評だ。

デジタルカタログ、製造業ドットコム、そして保守サ

にマッチしたデジタル事業というのもあって、新卒採用には全国から応募があります」

同社の事業内容から、ここ数年、工学系の学生の応募も増え、モノづくりに興味を持つ社員も増えているという。それも製造業のホームページ制作において、強みの一つになっている。

残業が多いイメージのあるウェブ業界だが、同社は月8時間程度。これは、社員一人ひとりが自律的に効率よく仕事を進めているからだという。「成長力のある人材を採用することで、生産性も高まりました。働き方改革というより、採用改革でしょうね」と、赤羽根社長は語る。

平均年齢は20代後半と、若く活気にあふれる同社。現在抱える課題は、幹部候補の育成である。それに向け、セミナーや講習会などに社員を参加させ、企業経営やマーケティングなどの知識を身につけさせる取り組みを進めている。



→ 日本を代表する企業を目指す

長年にわたる数多くの制作実績と分かりやすさを追求したデザイン力、そして顧客に最適な効果をもたらす提案力——この三つの強みで着実に成長を続けてきた同社。赤羽根社長の母校である埼玉大学に「デジタルベリー奨学金」を設置するなど、積極的に社会貢献活動を行い、企業としての社会的責任も果たす。

「今後は製造業ドットコムに一層力を入れながら、さまざまな体制を整えていきたいと考えています。社屋の移転も、社員の働きやすさの向上やセキュリティー強化などを実現するためです。そして今後も、毎年着実に昨年対比で売り上げを伸ばし、成長を続けていきたい。それが最大のテーマです」

“埼玉から日本を代表するクロスメディア総合提案カンパニーを目指す”を旗印に、さらなる挑戦を続けていく同社。企業のデジタル展開を支えながら、これからも企業と地元埼玉の発展に寄与していく。

ポート。時代の変化をキャッチしながら、次々と新たな潜在ニーズを掘り起こし、成長の歩みを止めることがなかった同社。リーマン・ショックの年には、タブレットブームの波に乗ってデジタルカタログが急成長を遂げた。そして今回のコロナ禍においても、デジタルカタログやホームページが重要な営業ツールとして見直されたこともあり、ダメージを受けることなく増収黒字の連続年数を17期と塗り替えている。

→ 幹部を育成し組織を整える

「当社が今伸びているベンチャーであることや時代

支援が急がれるヤングケアラー



主任研究員
青木 淳子

はじめに

入間市では、令和4年の6月議会においてヤングケアラーを支援する条例案が全会一致で可決された。これまで、複数の自治体でケアラーを支援する条例が制定されてきたが、ヤングケアラーの支援に特化した条例は全国で初めてである。

「ヤングケアラー」という言葉は以前から使用されていたが、令和2年3月に埼玉県が全国で初めてケアラーを支援するための条例を制定してから、社会の関心が急激に高まってきたとみられる。「埼玉県ケアラー支援条例」はケアラー全般への支援のためのものだが、条文の中でヤングケアラーを明確に定義づけて、ヤングケアラー支援に関する基本理念や関係機関の役割等をうたっている。当時はヤングケアラーという言葉の認知度は低く、同年11月公表の県政サポーターアンケートでは、「ヤングケアラー」という言葉の認知度は16.3%（「よく知っている」と「ある程度は知っている」の合計）にとどまっていた。

しかし、その後の自治体の動向をみると、議会でヤングケアラーへの支援に関する質問が出されたり、広報等でヤングケアラーについての説明や相談窓口の連絡先が掲載されるなど、全国的な関心の高まりが見受けられる。また、複数の自治体でケアラー（一部でヤングケアラーも含む）支援に関する条例が制定されている。実際のヤングケアラー支援への取り組みも整備されつつあるので、現在の動向をみていくこととする。

各自治体における条例制定の動き

令和2年3月に埼玉県が「埼玉県ケアラー支援条例」を制定して以降、複数の自治体でケアラーを支

援するための条例が制定されている。冒頭で記載したように、ヤングケアラーの支援に特化した条例は入間市が初めてで、これまでの条例はケアラー全般を対象としている。

●ケアラー支援に関する主な条例

自治体	条例名	公布日
埼玉県	埼玉県ケアラー支援条例	令和2年 3月31日
北海道 栗山町	栗山町ケアラー支援条例	令和3年 3月19日
三重県 名張市	名張市ケアラー支援の推進に関する条例	令和3年 6月30日
岡山県 総社市	総社市ケアラー支援の推進に関する条例	令和3年 9月9日
茨城県	茨城県ケアラー・ヤングケアラーを支援し、共に生きやすい社会を実現するための条例	令和3年 12月14日
北海道 浦河町	浦河町ケアラー基本条例	令和3年 12月14日
岡山県 備前市	備前市ケアラー支援の推進に関する条例	令和3年 12月24日
栃木県 那須町	那須町ケアラー支援条例	令和4年 3月14日
北海道	北海道ケアラー支援条例	令和4年 3月31日

上記の表はこれまでに制定された全国各地の条例でいずれもケアラー全般への支援を定めているが、条文の中でヤングケアラーへの支援を明記していることが多い（栗山町と浦河町の条例ではヤングケアラーに関する規定は置いていない）。

そのほか、山梨県では「やまなし子ども条例」（令和4年3月29日公布）においてヤングケアラーの支援の推進に関する規定を置いている。

また、さいたま市でも6月議会に「さいたま市ケアラー支援条例案」を提出、全会一致で可決されている。

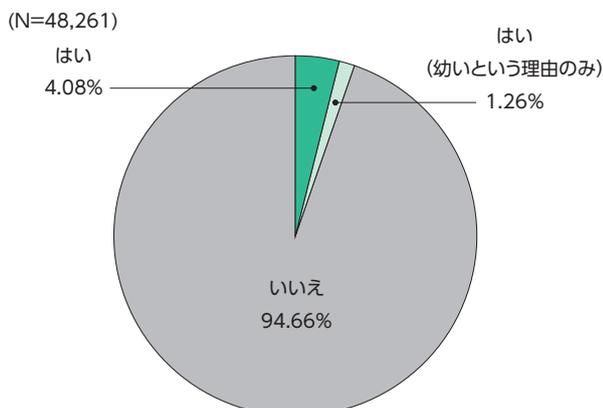
ヤングケアラーの実態

実際に、ヤングケアラーとはどういう状況にある人を指すのであろうか。埼玉県ケアラー支援条例の定義によると、ケアラーは「高齢、身体上又は精神上の障害又は疾病等により援助を必要とする親族、友人その他の身近な人に対して、無償で介護、看護、日常生活上の世話その他の援助を提供する者をいう。」とあり、ヤングケアラーは「ケアラーのうち、18歳未満の者をいう。」とされている。高齢者の介護や、身体や精神に障がいがある家族の介護、病人の看病などのイメージが強いが、忙しい親に代わって幼いきょうだいの日常の世話をしたり、家計を支えるために労働して障がいや病気のある家族を助けたり、日本語を第一言語としない家族のために日常的に通訳の役割を担ったりすることなども含まれる。

埼玉県が県内の高校2年生の生徒を対象として令和2年7月から9月にかけて実施した「埼玉県ケアラー支援計画のためのヤングケアラー実態調査結果」によると、自身がヤングケアラーであるか過去にそうであったかという問いに「はい」と回答した人は5.3%と、約20人に1人の割合で存在した。(ただし、同調査結果では、その中からケアの相手が

● ヤングケアラーの存在割合

「自身がヤングケアラーであるか過去にそうであったかと思うか」



資料:埼玉県「埼玉県ケアラー支援計画のためのヤングケアラー実態調査結果」

幼いという理由のみでケアをしているケースはヤングケアラーの対象から外している。)

なお、令和2年度に国が全国規模で実施した「ヤングケアラーの実態に関する調査研究」では、中学2年生のヤングケアラーは5.7%、高校2年生(全日制)のヤングケアラーは4.1%であることがわかった。

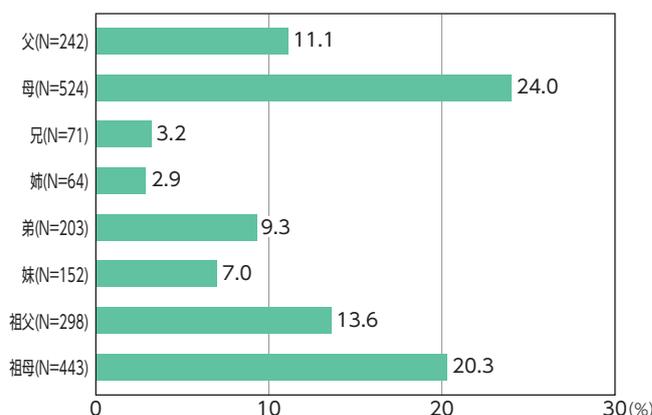
再び「埼玉県ケアラー支援計画のためのヤングケアラー実態調査結果」に戻って、どのような関係の人を介護しているのかみると、「母」を介護している人が約4分の1であることがわかる。また、約5分の1の人は「祖母」を介護している。

ケアをしている頻度は「毎日」が35.3%、「週4-5日」が15.8%で、約半数は週4日以上ケアに関わっている。ケアにかかる時間は、平日は「1時間未満」が40.4%、「1時間以上2時間未満」は27.4%で、2時間未満が全体の7割近くを占めていた。一方、平日に4時間以上ケアに時間をかけている人は15.9%となっている。休日は、「1時間未満」が26.8%、4時間以上は28.6%で、平日よりもケアにかかる時間が長くなる傾向がみられる。

ケアをしていることによって、学校生活にどのような影響が出るかという点、「影響なし」とする人が約4割であった。何らかの影響が出ている人は、「ケアについて話せる人がいなくて孤独を感じる」(19.1%)や「ストレスを感じている」(17.4%)など精神的な負担を感じる人が多いことがうかがえる。また、「勉強

● 被介護者の続柄【複数回答】

(N=2,185)



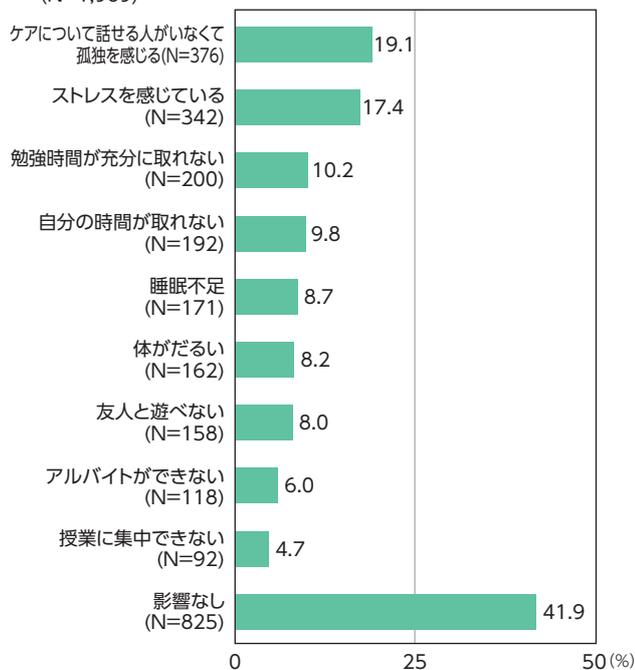
資料:埼玉県「埼玉県ケアラー支援計画のためのヤングケアラー実態調査結果」

(注)紙面スペースの都合により、2親等内に限定して掲載している。

時間が充分に取れない」(10.2%)や「自分の時間が取れない」(9.8%)、「睡眠不足」(8.7%)、「体がだるい」(8.2%)など、勉強時間が取れないことや身体への負担をあげる人も少なくない。

● 学校生活への影響[複数回答]

(N=1,969)



資料:埼玉県「埼玉県ケアラー支援計画のためのヤングケアラー実態調査結果」
(注)紙面スペースの都合により、上位回答に限定して掲載している。

ヤングケアラーといっても、担っているケアの内容やかけている時間、そのことをどう受け止めているかなどといったことは一人一人違っており、すべての人が支援を必要としているわけではない。しかし、学校生活への影響について「影響なし」が4割ということは、何らかの影響がある人は約6割存在するともいえる。そうした実態についても、社会に広く認識される必要がある。

埼玉県内のヤングケアラーへの支援の状況

埼玉県ではいち早くケアラー支援条例が制定されたこともあって、様々な施策に取り組んでいる。まず、ヤングケアラーについての社会的理解を広めるために、ケアラーや元ヤングケアラーの体験談をwebで公開したり、啓発用リーフレットを作成し配布している。また、ヤングケアラー本人はもとより周囲の児童・

生徒や教職員の理解促進を図るため、「ヤングケアラーってなに?」というハンドブックを作成、同ハンドブックは児童・生徒の成長に合わせて利用できるように、小学生編、中学生編、高校生編がある。令和3年度に実施された国の実態調査では、小学6年生の中にも「家族の世話をしている」児童が6.5%いることが把握されている。小学生編のハンドブックでは、家族をケアしていて悩んでいるとしたら頼れる大人に相談することを促している。

また、県内全市町村の相談先を一括して掲載したり、電話相談先やSNSでの相談先なども案内している。そのほか、「ヤングケアラーオンラインサロン」といったヤングケアラーが気軽にオンラインで集って悩みを相談したり交流できる場を提供、令和3年度には6回開催された。

教職員や生徒、保護者などがヤングケアラーに対して理解を深めたり、学校における相談支援を充実させることを目的として、「ヤングケアラーサポートクラス」という出張授業を県内中学校・高校で実施している。令和3年度は、草加西高校や杉戸高校、杉戸中学校などの複数の学校で、生徒向け講演会とディスカッション、教職員研修などが行われた。

埼玉県内自治体においても様々なケアラー支援のための取り組みが行われている。ヤングケアラー支援に関しては、実態を把握するための調査、広報を活用した啓発や相談窓口の紹介、自治体HPに専用のページを設けるといった取り組みがみられる。

埼玉県内自治体の市議会や町議会においては、HPから確認できるだけでも約8割の自治体の議会でヤングケアラー支援に関する一般質問が出されていて、関心の高さがうかがえる。(令和2年度から令和4年度6月定例会議まで)

実態調査については、簡単なものも含めると埼玉県内では令和3年度に9自治体を実施している。また、HP上のケアラー及びヤングケアラー支援関連の専用ページは、埼玉県内では18自治体で確認できる。(令和4年6月末現在)

具体的な取り組みとしては、相談窓口の案内が多い。ケアの対象が祖父母や親、幼いきょうだいなど幅広い年代で内容も多岐にわたることから、高齢者をケアしている場合は高齢福祉担当課や地域包括支援センター、ケアする相手に障がいがあったり依存症であったりする場合には、障がい福祉担当課や保健センターなど、幼いきょうだいを日常的に世話している場合には子育て支援担当課などを案内していることが多い。また、ヤングケアラー自身が未成年で学生であることから、子育て支援担当課や学校教育担当課が相談窓口にあげられていることもある。

いくつかの自治体では、ヤングケアラーに関する研修会や講演会を開催している。支援を行うには学校現場との連携が必要となるので、教職員を対象とした研修会を行う自治体が多い。また、ヤングケアラーに関する認識が社会全体で共有されているとは言い難い状況なので、一般の市民に向けた講演会も開催されている。そのほか、市民を対象とした地域福祉講座のテーマとして取り上げたり、図書館に特設コーナーを設けたりするような取り組みもみられ、様々な形で啓発が進んでいる。

6月議会でケアラー支援条例案が全会一致で可決されたさいたま市では、ヤングケアラーを支える訪問支援事業を開始することを発表した。また、現在、家族を介護する人やヤングケアラーの悩みを電話で聞く「相談センター」の開設準備が進められている。

ヤングケアラー支援を進めるには、福祉分野、医療・保健分野、学校分野など多機関、多職種の連携が不可欠であることは認識されている。公的機関のみならず、民生委員・児童委員や子ども食堂、介護事業所など民間との連携も必要である。今後はそうした連携も徐々に形を成していくことと想定される。

埼玉県で全国で初めての「ケアラー支援条例」が制定されてからまだ2年余りであるが、これほどに支援の取り組みが進んでいるのは官民ともに関心が高いためと考えられる。今後も支援体制の整備はさらに進んでいくと予想される。

おわりに

親に代わって日常的に幼いきょうだいの世話をしたり、病気や高齢の祖父母の介護をしたりする子どもや若者は近年急が増えたわけではなく、昔から存在した。おそらく、そうした子どもたちは「親孝行」と言われて、周囲から称賛され見習うべきとされてきた時代もあったであろう。また、菅元総理が2020年の就任時に表明して話題になった「自助・共助・公助」のうちの「自助」は、家族の中の子どもがケアラーとなることかなえられている家庭も多くあったのではないだろうか。こうしたことから、ヤングケアラーの問題について深刻に受け止めない人もいると予想される。場合によっては、家族をケアしている未成年の当事者自身も何ら問題と感じていないケースも少なくないであろう。

しかし、核家族化や地域社会の関係の希薄化などでケアラー一人にかかる負担は重くなりやすい環境となっている。ここきて「ヤングケアラー」という言葉が注目され、しかも社会が解決すべき課題という意味合いを含んでいることを私たち一人一人が考えていくべきである。

一方、実際に家族へのケアを担っている当事者たちの受け止め方や要望も様々であり、一律的な支援ではうまくいかないことも懸念される。「埼玉県ケアラー支援計画のためのヤングケアラー実態調査結果」の自由意見の中には、「何か負担が減る支援があれば安心」や「自分の将来が心配です」という意見もあれば、「本当に大変な人はできるだけそっとしておいてほしいと思う。変に気をつかわれたりすると息抜きの場である学校までも失ってしまう」や「(学校の)先生は気にしてくれたが、特別扱いされるのがストレス」といった内容の意見もあった。

自身の負担に気づかないヤングケアラーもいるので、時には周囲から働きかけるような支援も必要だが、一人一人のヤングケアラーや家族の意向に寄り添うことも重要であると考えられる。

はじめに

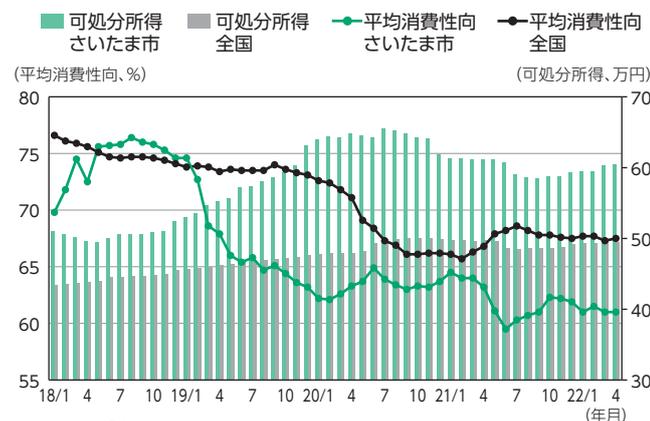
2020年1月に国内で初の新型コロナウイルスの感染者が確認されてから2年以上が経過した。コロナ禍では外出自粛やテレワークの進展などで生活様式が変わり、家計消費にも多くの変化が見られた。本稿では総務省「家計調査」の二人以上世帯のデータを利用し、コロナ禍における埼玉県内の消費動向についてレポートする。

なお、「家計調査」では都道府県庁所在地別に計数が公表されており、埼玉県ではさいたま市のデータが利用できる。本稿ではさいたま市のデータをもとにレポートする。

平均消費性向の推移

平均消費性向は、消費支出÷可処分所得で計算され、可処分所得のうち消費に回される割合で、消費者の消費意欲を示す。平均消費性向が高ければ消費意欲が高く、低ければ消費に消極的とみることができる。平均消費性向は月々の振れが大きいので12カ月移動平均をとると、全国では最初の緊急事態宣言が発出された2020年4月を境に大きく低下した。感染拡大に伴い家計が消費に慎重になったことに加え、5月以降に特別定額給付金(1人10万円)の支給

●平均消費性向と可処分所得の推移



資料:総務省「家計調査」

(注)二人以上世帯の勤労者世帯の計数、12カ月移動平均値

があり可処分所得が増加したことが影響している。

一方、さいたま市ではやや様子が異なり、新型コロナ感染拡大前の2019年2月以降に平均消費性向が急低下した。低下の主因は可処分所得が増加したことによるもので、全国と比べると2019年に入り増加テンポが加速していることがわかる(この原因は不明だが、サンプル数が90程度と少ないことなどが影響していると考えられる)。

2022年に入っても、全国、さいたま市とも平均消費性向は低下したままにあり、新型コロナ前の水準には戻らず、消費に慎重な状況が続いている。

10大費目別の動向

10大費目別の支出額の推移をみる。2020年、2021年、2022年1~4月の3つの期間に分け、新型コロナ前5年間(2015~19年)の平均額と比較した。

まず、新型コロナの感染が確認された2020年と2021年をみると、さいたま市、全国とも、2020年の各費目の傾向は2021年においても概ね継続しており(教育費を除く)、コロナ禍の消費動向に大きな変化は見られなかった。

これを全国の傾向でみると、コロナ禍においては、食料、住居、家具・家事用品、保健医療が増加した一

●家計における10大費目別支出額(二人以上世帯)

(2015~19年の平均支出額との比較、%)

	全国			さいたま市		
	2020	2021	22/1-4	2020	2021	22/1-4
消費支出	-3.0	-2.7	0.0	1.5	-2.0	3.0
食料	1.3	0.3	1.7	0.8	3.7	4.5
住居	1.9	7.6	9.3	-16.0	-16.7	39.9
光熱・水道	-0.6	-2.0	8.3	-7.3	-3.2	8.0
家具・家事用品	15.6	10.0	12.4	7.6	19.8	38.1
被服及び履物	-20.6	-21.5	-22.4	-15.3	-1.8	-32.9
保健医療	8.3	8.4	7.0	-0.8	7.0	10.6
交通・通信	-2.8	-3.3	3.0	26.0	8.7	-22.0
教育	-9.2	5.1	0.7	24.6	-20.7	44.3
教養娯楽	-15.9	-15.0	-10.5	-12.9	-12.1	8.4
その他の消費支出	-6.9	-6.4	-5.0	-1.8	-8.2	-10.8

資料:総務省「家計調査」、以下同じ

方、光熱・水道、被服及び履物、交通・通信、教養娯楽、その他消費が減少した。さいたま市でも、住居と交通・通信を除き同じ傾向にある。

コロナ禍では、巣ごもり需要の高まりで食料や家事用品が増加する一方、衣料品、教養娯楽などのサービス消費が減少したことが特徴として挙げられる。

2022年に入り電気代等の上昇で光熱・水道費が増加に転じたが、コロナ・オミクロン株の感染拡大により、1~3月にかけてまん延防止等重点措置が適用されたこともあり、2022年に入っても(1~4月)家計消費には大きな変化はみられていない。

品目別の動向

10大費目ごとにその内訳を品目別にみてみよう。
(食料)

「食料」は外出自粛と巣ごもり需要の高まりで、品目により増加・減少のコントラストがはっきりした。外食が大幅に減少し、和食、中華、洋食、ラーメン、そば・うどん、焼肉などの食事代、喫茶代、飲酒代が大きく減少した(ただし、テイクアウトのしやすいハンバーガーは大きく増加した)。

外で飲めないのが家飲みが増え、チューハイ・カクテル、ワイン、発泡酒などの酒類、炭酸飲料(炭酸ジュースの他ノンアルコール炭酸飲料が含まれる)などが急増した。家で料理する内食傾向が強まり、調理食品、肉類、乳卵類、菓子類などが増加した。

こうした傾向は2022年に入っても継続しているが、外出型消費の喫茶代の増加のほか、前年比で見ると外食の食事代が増加するなど変化もみられる。

(住居)

「住居」では設備修繕・維持が増加した。外出自粛のほかテレワークなどで自宅で過ごす時間が増えたため、自宅で快適に過ごすための修繕やDIYなどが増えたことによると考えられる。こうした傾向は2022年に入っても続いている。

●家計における食料の支出額(二人以上世帯)

(2015~19年の平均支出額との比較、%)

	全国			さいたま市		
	2020	2021	22/1-4	2020	2021	22/1-4
食料	1.3	0.3	1.7	0.8	3.7	4.5
穀類	6.2	1.8	3.3	5.0	0.4	1.4
魚介類	0.1	-2.9	-5.8	-4.5	0.8	-18.3
肉類	10.1	7.5	6.3	7.1	15.3	8.4
乳卵類	9.0	6.9	4.8	9.4	8.8	0.1
野菜・海藻	4.7	-0.4	-0.4	-1.2	-1.5	-10.4
油脂・調味料	10.7	8.3	10.1	-0.4	8.1	3.2
菓子類	1.6	4.8	8.2	5.6	8.2	5.8
調理食品	10.0	16.1	21.4	19.5	23.7	32.6
飲料	10.3	12.5	15.1	14.9	23.1	31.5
炭酸飲料	27.4	36.0	43.5	23.4	78.7	88.0
酒類	13.3	10.7	11.4	4.6	28.1	26.7
焼酎	3.5	4.2	0.8	-10.0	-35.8	-0.6
ビール	4.4	4.4	11.2	-4.6	16.3	22.4
ウイスキー	43.1	43.6	39.4	-8.4	-19.2	-7.5
ワイン	14.0	12.4	0.2	36.8	39.0	-29.4
発泡酒・ノンアルコール飲料	13.7	3.8	2.5	-23.3	55.7	61.1
チューハイ・カクテル	66.6	73.9	94.9	92.3	204.9	325.0
外食	-24.1	-26.6	-23.0	-20.3	-23.9	-6.3
食事代	-21.7	-23.0	-18.4	-18.7	-22.4	-4.5
日本そば・うどん	-20.7	-19.0	-13.0	-13.4	-29.8	-30.2
中華そば	-12.8	-11.5	-11.4	-8.1	-6.2	20.8
和食	-21.2	-22.4	-15.9	-29.7	-34.0	-11.8
中華食	-17.7	-22.3	-18.9	-30.4	-48.1	-23.9
洋食	-32.6	-35.9	-31.8	-42.9	-52.5	-44.9
焼肉	-15.0	-16.1	-8.0	-27.4	-8.3	18.0
ハンバーガー	32.4	43.5	50.4	56.5	67.7	99.1
喫茶代	-17.4	-7.1	4.9	-13.5	-19.9	28.8
飲酒代	-49.7	-74.5	-73.5	-41.4	-81.8	-63.7

●家計における住居の支出額(二人以上世帯)

(2015~19年の平均支出額との比較、%)

	全国			さいたま市		
	2020	2021	22/1-4	2020	2021	22/1-4
住居	1.9	7.6	9.3	-16.0	-16.7	39.9
家賃地代	-1.6	5.2	4.1	-33.7	-55.4	-21.1
設備修繕・維持	5.3	9.9	15.2	9.1	38.1	160.2

なお、さいたま市では家賃地代が大きく減少しているが、これはサンプル数が少ないことによるものとみられる。

(家具・家事用品)

「家具・家事用品」も増加している。家の中で快適に過ごすための消費が増えたためと考えられる。家電などの家庭用耐久財、ベッドや敷布などの寝具類、なべやキッチン用品などの家事雑貨、洗剤やウェット

ティッシュなどの家事用消耗品が増加した。2022年に入ると、寝具類が減少するなど変化もみられている。

●家計における家具・家事用品の支出額(二人以上世帯)

(2015～19年の平均支出額との比較、%)

	全国			さいたま市		
	2020	2021	22/1-4	2020	2021	22/1-4
家具・家事用品	15.6	10.0	12.4	7.6	19.8	38.1
家庭用耐久財	21.1	11.0	19.4	-13.5	19.2	65.1
寝具類	11.1	3.9	-5.5	23.8	55.9	-12.8
家事雑貨	8.4	7.3	3.5	19.1	13.9	26.4
家事用消耗品	24.5	20.2	24.9	26.8	27.5	47.8
家事サービス	6.2	-1.5	-8.1	-11.9	-21.3	-11.3

(被服及び履物)

「被服及び履物」は激減した。洋服、シャツ・セーター、下着、靴のほか、クリーニング代や貸衣装代などの被服関連サービスも減少した。テレワークの進展や外出自粛などで、新しい服を着たり新しい靴を履いて出かけるという需要が少なくなっている。2022年に入ってもこの傾向は続いているが、前年比でみると増加する品目もあり変化の兆しもある。

●家計における被服及び履物の支出額(二人以上世帯)

(2015～19年の平均支出額との比較、%)

	全国			さいたま市		
	2020	2021	22/1-4	2020	2021	22/1-4
被服及び履物	-20.6	-21.5	-22.4	-15.3	-1.8	-32.9
和服	-34.5	-3.0	-2.7	-50.3	469.8	-99.1
洋服	-20.4	-22.7	-23.4	-12.7	4.6	-21.6
シャツ・セーター類	-24.7	-23.5	-24.1	-10.4	-22.8	-50.8
下着類	-10.2	-10.7	-15.7	-5.1	-10.9	-26.1
生地・糸類	12.6	-13.0	-24.7	-40.7	-60.4	-69.4
履物類	-22.6	-22.4	-19.3	-26.7	-5.3	-15.4
被服関連サービス	-22.3	-28.1	-30.9	-21.9	-50.0	-47.4

(保健医療)

「保健医療」は、2020年にさいたま市で保健医療

●家計における保健医療の支出額(二人以上世帯)

(2015～19年の平均支出額との比較、%)

	全国			さいたま市		
	2020	2021	22/1-4	2020	2021	22/1-4
保健医療	8.3	8.4	7.0	-0.8	7.0	10.6
医薬品	8.6	5.7	3.1	4.9	14.5	16.9
健康保持用摂取品	-0.2	-4.8	-6.5	2.4	-28.9	10.3
保健医療用品・器具	34.7	25.4	22.2	48.5	43.3	9.6
保健医療サービス	1.4	6.3	5.7	-17.0	-0.8	9.0

サービス(病院や歯医者などでの診療・治療)が大きく減少したためマイナスとなったが、全体としては増加している。医薬品が増加し、マスクや体温計が含まれる保健医療用品・器具も大きく増加した。こうした傾向は2022年に入っても継続している。

(交通・通信)

鉄道・バス・タクシー代や航空運賃などの交通が、外出自粛や在宅勤務などで大幅に減少した。2022年に入っても減少は続いているが、さいたま市では減少幅が縮小し変化の兆しも見られている。

また、公共交通機関利用による感染リスクを避けるため、さいたま市では2020～21年にかけて自動車等購入や自転車購入が大きく増加した。一方、郵便料や固定・携帯電話通信料などの通信は、全国では増加したが、さいたま市では減少した。

●家計における交通・通信の支出額(二人以上世帯)

(2015～19年の平均支出額との比較、%)

	全国			さいたま市		
	2020	2021	22/1-4	2020	2021	22/1-4
交通・通信	-2.8	-3.3	3.0	26.0	8.7	-22.0
交通	-44.6	-40.3	-36.2	-27.0	-27.8	-6.2
自動車等購入	16.6	0.7	25.7	172.5	72.0	-57.3
自転車購入	8.1	10.5	27.3	93.6	12.6	69.2
自動車等維持	0.3	5.1	11.0	12.5	13.3	-23.1
通信	1.8	0.4	-2.1	-1.7	-3.7	-4.8

(教育)

「教育」は、さいたま市では2020年は増加したが、2021年は授業料等、教科書・学習参考教材が減少し全体でも減少した。全国とは異なる傾向にあり、教育費への新型コロナの影響ははっきりしない。

●家計における教育の支出額(二人以上世帯)

(2015～19年の平均支出額との比較、%)

	全国			さいたま市		
	2020	2021	22/1-4	2020	2021	22/1-4
教育	-9.2	5.1	0.7	24.6	-20.7	44.3
授業料等	-13.2	4.9	-0.9	33.3	-29.1	20.1
教科書・学習参考教材	5.8	6.2	3.4	84.0	-20.7	46.7
補習教育	2.8	5.4	7.0	-10.3	8.7	163.6

(教養娯楽)

「教養娯楽」は、全国、さいたま市とも大きく減少し

た。教養娯楽サービスが約3割も減少したためである。内訳をみると、宿泊料、パック旅行費が激減したほか、習い事の月謝類、映画・劇場等入場料やスポーツ観覧料、文化施設入場料などからなる他の教養娯楽サービスも減少した。2022年に入ると、さいたま市では月謝類が増加し、宿泊料やパック旅行費の減少幅が縮小しており変化が窺える。

一方、教養娯楽用耐久財、教養娯楽用品、書籍が増加した。教養娯楽用耐久財はテレビ、パソコン、机・椅子などが含まれ、テレワークのための環境整備で増加したとみられる。教養娯楽用品には、ゲームソフト、ペットやペット関連用品、園芸用品など巣ごもり消費関連が含まれている。教養娯楽用品は2022年に入っても増加が続いているが、教養娯楽用耐久財はさいたま市で減少しており変化がみられる。

●家計における教養娯楽の支出額(二人以上世帯)

(2015～19年の平均支出額との比較、%)

	全国			さいたま市		
	2020	2021	22/1-4	2020	2021	22/1-4
教養娯楽	-15.9	-15.0	-10.5	-12.9	-12.1	8.4
教養娯楽用耐久財	34.0	32.5	27.5	134.6	43.8	-7.7
教養娯楽用品	3.6	3.1	2.6	1.4	20.1	31.8
ゲームソフト等	67.9	55.7	65.0	102.6	132.9	209.8
ペットフード	12.5	7.3	13.8	-1.8	35.7	64.0
ペット・他のペット用品	41.0	30.2	55.0	25.0	86.9	86.4
園芸用品	10.2	8.3	16.8	10.3	27.6	8.4
動物病院代	13.4	12.9	3.8	-16.2	43.2	110.6
書籍・他の印刷物	-5.9	-6.3	-10.5	2.7	-7.8	-17.6
書籍	10.0	13.6	4.3	28.8	30.7	28.1
教養娯楽サービス	-30.4	-28.5	-19.9	-34.5	-28.8	7.0
宿泊料	-48.2	-39.3	-25.3	-45.4	-47.6	-0.3
パック旅行費	-72.8	-82.6	-63.9	-69.0	-83.2	-1.7
月謝類	-21.1	-14.7	-11.8	-30.2	-4.1	35.6
他の教養娯楽サービス	-10.6	-6.6	-3.1	-16.4	-6.3	1.7

(その他の消費支出)

「その他の消費支出」は、全国・さいたま市とも減少した。こづかいが大きく減少し、パーマメント代、温泉・銭湯入浴料などの理美容サービスも減少した。理美容用品では、ファンデーション・口紅などの化粧品は減少したが、石けん・シャンプーなどは増加した。2022年に入ってもこうした傾向は続いている。

●家計におけるその他の消費支出の支出額(二人以上世帯)

(2015～19年の平均支出額との比較、%)

	全国			さいたま市		
	2020	2021	22/1-4	2020	2021	22/1-4
その他の消費支出	-6.9	-6.4	-5.0	-1.8	-8.2	-10.8
諸雑費	0.7	2.5	6.2	3.5	-0.2	-8.6
理美容サービス	-6.5	-2.1	-3.2	-2.0	0.4	-4.8
理美容用品	6.1	5.3	4.0	5.1	19.4	8.6
こづかい(使途不明)	-11.9	-23.1	-26.1	-22.2	-50.6	-68.6
交際費	-17.7	-18.7	-13.6	-14.6	2.1	11.2
仕送り金	-7.4	10.0	4.2	153.6	54.6	171.8

おわりに

2020年から続くコロナ禍における家計消費の傾向は、2021年においても変わらず続いていた。すなわち、外出自粛のもとで巣ごもり消費が増加する一方で、外食や旅行、衣料品などの外出型消費が大きく減少した。2022年に入ると、一部の耐久財でそれまでの増加から減少に、行動制限の緩和により、外食、交通、月謝、宿泊など一部のサービス消費で増加あるいは減少に歯止めがかかっているほか、衣料品も足元で動きが見られるなど変化の兆しもある。

変異株の出現もあり、新型コロナの完全収束にはなお時間を要するとみられるが、方向としてはウィズコロナ、経済正常化への流れは続いていくと考えられる。しかし、コロナ禍以前の消費に完全に戻ることはないのではないか。コロナ禍において生じた生活様式の変化、すなわち、在宅勤務やテレワークの浸透・定着、インターネットでの買い物、料理の出前・宅配、テイクアウトの便利さ、キャッシュレス決済など、コロナ禍で進んだ生活様式のデジタル化などにより消費者の意識が変わったと思われる。オンラインでできることが結構たくさんあることや、外食しなくても自分で料理することを含め自宅で食事を楽しめる、といったことが分かってきた。

ウィズコロナの時代が続きそうなか、消費者は新たな消費スタイルを身に付けつつある。供給者はこれをチャンスととらえ、こうした消費者の新たな需要を捉えることが重要になるだろう。(樋口広治)

県内経済の動き

概況 埼玉県の景気は、厳しい状況が徐々に緩和されるなかで、

景気動向指数 足踏みを示している

4月のCI(コンポジット・インデックス)は、先行指数:132.8(前月比▲4.6ポイント)、一致指数:84.0(同+0.2ポイント)、遅行指数:86.8(同+0.7ポイント)となった。

先行指数は3カ月ぶりの下降となった。

一致指数は3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+1.73ポイントと、2カ月連続の上昇となった。埼玉県は8カ月連続で景気の基調判断を「足踏みを示している」としている。

遅行指数は3カ月連続の上昇となった。

景気動向指数の推移



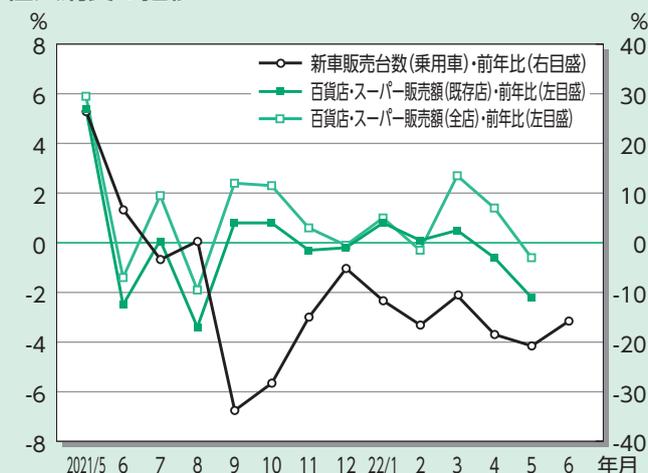
資料:埼玉県 (注)網掛け部分は埼玉県の景気後退期。2018年から2020年にかけての景気後退期は暫定的に設定されたもの

個人消費 百貨店・スーパー販売額は2カ月連続で減少

5月の百貨店・スーパー販売額は1,107億円、前年比▲2.2%(既存店)と2カ月連続で減少した。業態別では、百貨店(同+5.0%)は増加したが、スーパー(同▲3.0%)は減少した。新設店を含む全店ベースの販売額は同▲0.6%と3カ月ぶりに減少した。

6月の新車販売台数(乗用車)は9,148台、前年比▲15.8%と10カ月連続で減少した。車種別では普通乗用車が5,547台(同▲18.4%)、小型乗用車は3,601台(同▲11.6%)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

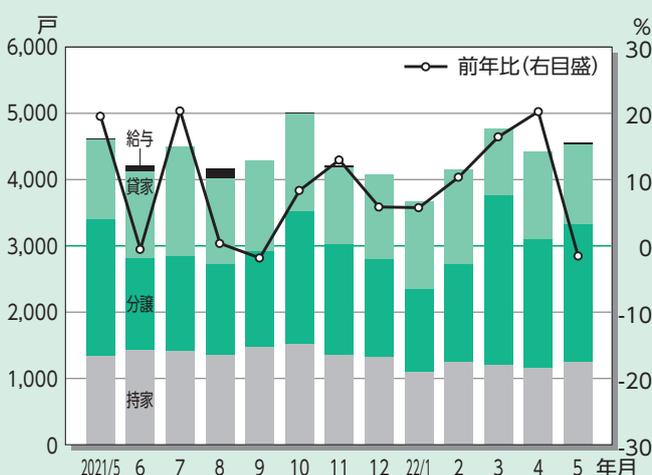
住宅 8カ月ぶりに前年を下回る

5月の新設住宅着工戸数は4,559戸となり、前年比▲1.5%と8カ月ぶりに前年を下回った。

利用関係別では、分譲が2,089戸(同+1.1%)と4カ月連続で増加したものの、貸家が1,194戸(同▲2.1%)と2カ月ぶりに、持家が1,243戸(同▲6.6%)と3カ月連続で減少した。

分譲住宅は、戸建てが1,189戸(同+0.8%)と11カ月連続で増加したものの、マンションが857戸(同▲3.4%)と4カ月ぶりに減少した。

新設住宅着工戸数の推移



資料:国土交通省

持ち直しの動きがみられる

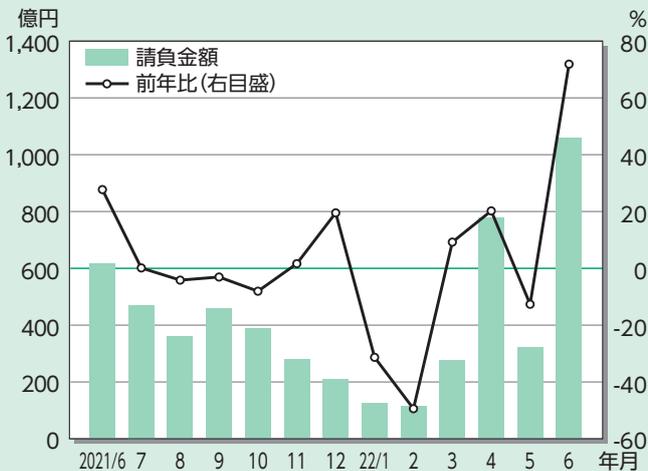
公共工事 2カ月ぶりに前年を上回る

6月の公共工事請負金額は1,061億円、前年比+72.0%と2カ月ぶりに前年を上回った。2022年4~6月までの累計も、同+32.5%と前年を上回って推移している。

発注者別では、国(同▲16.5%)と独立行政法人等(同▲83.3%)が減少したものの、都道府県(同+19.6%)、市町村(同+137.5%)が増加した。

なお、6月の請負件数は955件(同▲4.8%)と前年を下回っている。

公共工事請負金額の推移



資料:東日本建設業保証(株)

生産 3カ月連続で増加

4月の鉱工業指数をみると、生産指数は88.8、前月比+1.7%と3カ月連続で増加した。業種別では、化学、汎用機械、情報通信機械など12業種が増加したものの、輸送機械、生産用機械、業務用機械など10業種が減少した。

在庫指数は84.5、前月比+0.1%と2カ月ぶりに増加した。業種別では、情報通信機械、パルプ・紙・紙加工品、非鉄金属など10業種が増加したものの、生産用機械、電子部品・デバイス、電気機械など10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

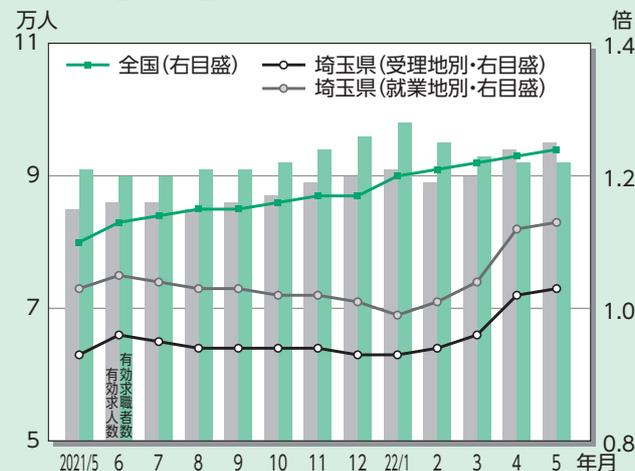
雇用 有効求人倍率は前月から上昇

5月の受理地別有効求人倍率は、前月から0.01ポイント上昇の1.03倍となった。

有効求職者数が92,482人(前月比+0.5%)と、4カ月ぶりに前月を上回るなか、有効求人数は95,400人(同+1.5%)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0.04ポイント下降の1.79倍となっている。

なお、5月の就業地別有効求人倍率も、前月から0.01ポイント上昇の1.13倍であった。

有効求人倍率の推移



資料:埼玉労働局 (注1)使用している値は季節調整値 (注2)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(%)
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
2021年	87.4	3.7	95.7	5.6	87.7	3.8	97.8	4.9	2,929	24.0	48,460	9.5
21年 4月	89.9	1.1	98.4	1.1	82.7	0.1	94.7	0.2	357	77.0	4,207	3.0
5月	84.8	▲ 5.7	92.3	▲ 6.2	82.9	0.2	94.2	▲ 0.5	102	▲ 71.8	4,277	4.9
6月	88.5	4.4	98.9	7.2	83.4	0.6	95.7	1.6	207	8.4	4,275	12.6
7月	88.3	▲ 0.2	98.1	▲ 0.8	83.7	0.4	95.4	▲ 0.3	225	15.1	4,082	5.9
8月	86.3	▲ 2.3	96.2	▲ 1.9	85.3	1.9	95.3	▲ 0.1	210	▲ 30.4	3,127	▲ 14.6
9月	85.3	▲ 1.2	89.9	▲ 6.5	86.4	1.3	97.9	2.7	148	41.4	3,700	▲ 4.9
10月	86.9	1.9	91.8	2.1	87.2	0.9	98.4	0.5	208	0.4	5,328	46.6
11月	85.8	▲ 1.3	96.4	5.0	87.5	0.3	99.8	1.4	416	335.6	3,737	10.9
12月	86.9	1.3	96.6	0.2	87.2	▲ 0.3	99.9	0.1	246	54.6	4,747	33.1
22年 1月	79.9	▲ 8.1	94.3	▲ 2.4	83.6	▲ 4.1	99.2	▲ 0.7	112	▲ 59.7	3,237	▲ 3.8
2月	83.1	4.0	96.2	2.0	85.4	2.2	101.3	2.1	160	▲ 42.4	3,711	11.0
3月	87.3	5.1	96.5	0.3	84.4	▲ 1.2	100.9	▲ 0.4	134	▲ 47.1	3,627	▲ 15.1
4月	88.8	1.7	95.1	▲ 1.5	84.5	0.1	98.6	▲ 2.3	285	▲ 20.2	4,866	15.7
5月			88.0	▲ 7.5			97.7	▲ 0.9	218	112.5	3,919	▲ 8.4
6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(%)	2020年=100	前年比(%)	2020年=100	前年比(%)
2018年	58,517	▲ 1.8	942,370	▲ 2.3	17.4	2.4	18.0	0.6	97.5	1.4	98.5	0.4
2019年	50,660	▲ 13.4	905,123	▲ 4.0	15.2	▲ 12.7	16.7	▲ 7.4	99.3	1.9	99.7	1.3
2020年	48,039	▲ 5.2	815,340	▲ 9.9	12.3	▲ 19.4	13.4	▲ 19.8	100.0	0.7	100.0	0.3
2021年	50,154	4.4	856,484	5.0	13.4	9.1	15.3	14.7	98.6	▲ 1.5	99.8	▲ 0.2
21年 4月	3,676	▲ 8.9	74,521	7.1	13.6	2.3	15.7	17.2	99.4	▲ 1.1	100.3	▲ 0.3
5月	4,628	19.6	70,178	9.9	12.2	19.5	14.2	43.3	99.3	▲ 0.3	100.2	0.2
6月	4,217	▲ 0.5	76,312	7.3	13.4	34.0	15.2	49.0	98.2	▲ 1.7	100.1	0.0
7月	4,506	20.4	77,182	9.9	14.1	31.8	16.4	43.8	98.2	▲ 1.7	100.1	▲ 0.1
8月	4,170	0.4	74,303	7.5	12.3	16.1	15.1	29.0	97.7	▲ 2.5	99.8	▲ 0.2
9月	4,292	▲ 1.8	73,178	4.3	14.1	17.5	14.9	13.8	97.7	▲ 2.2	99.6	▲ 0.3
10月	5,021	8.4	78,004	10.4	14.0	18.6	15.1	7.1	97.7	▲ 1.7	99.7	▲ 0.3
11月	4,222	13.0	73,414	3.7	13.9	6.9	16.1	7.4	97.9	▲ 2.6	99.6	▲ 0.5
12月	4,082	5.9	68,393	4.2	14.9	11.2	16.6	8.5	97.9	▲ 2.6	99.6	▲ 0.4
22年 1月	3,673	5.8	59,690	2.1	14.2	19.1	15.5	9.0	98.4	▲ 2.1	98.5	▲ 1.2
2月	4,159	10.4	64,614	6.3	15.0	17.1	16.6	10.6	98.9	▲ 0.6	98.3	▲ 1.2
3月	4,776	16.5	76,120	6.0	15.9	17.5	16.8	6.9	98.3	▲ 0.6	97.6	▲ 1.3
4月	4,422	20.3	76,294	2.4	16.1	18.1	16.7	6.2	98.5	▲ 0.9	99.2	▲ 1.1
5月	4,559	▲ 1.5	67,193	▲ 4.3			P14.5	P2.0			P99.2	P▲ 1.0
6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	
	倍	倍	人	前年比(%)	千人	前年比(%)	億円	前年比(%)	億円	前年比(%)
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	12,572	0.6	195,050	▲ 6.6
2021年	0.93	1.13	29,706	3.2	782	4.1	13,225	0.4	199,071	0.6
21年 4月	0.92	1.09	27,830	17.4	756	15.2	1,044	5.4	15,525	15.5
5月	0.93	1.10	26,778	4.7	686	7.7	1,114	5.4	15,410	5.7
6月	0.96	1.13	29,971	5.8	797	5.4	1,084	▲ 2.5	16,421	▲ 2.3
7月	0.95	1.14	27,505	▲ 0.6	758	8.3	1,109	0.1	17,137	1.3
8月	0.94	1.15	27,253	2.5	729	10.0	1,103	▲ 3.4	16,078	▲ 4.7
9月	0.94	1.15	30,306	8.9	808	6.6	1,071	0.8	15,564	▲ 1.3
10月	0.94	1.16	33,300	1.0	857	8.7	1,083	0.8	16,518	0.9
11月	0.94	1.17	32,496	21.8	796	12.3	1,089	▲ 0.3	17,078	1.5
12月	0.93	1.17	30,984	14.2	810	12.2	1,340	▲ 0.2	21,392	1.4
22年 1月	0.93	1.20	33,006	8.1	902	14.6	1,091	0.8	16,767	2.6
2月	0.94	1.21	32,008	4.6	839	9.5	1,008	0.1	15,036	0.1
3月	0.96	1.22	31,719	9.7	891	7.5	1,127	0.5	17,053	1.5
4月	1.02	1.23	31,054	11.6	849	12.3	1,059	▲ 0.6	16,242	4.0
5月	1.03	1.24	30,583	14.2	804	17.2	1,107	▲ 2.2	16,809	8.5
6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)	2020年=100	前年比(%)	2020年=100	前年比(%)
2018年	156,244	▲ 1.3	2,895,454	▲ 1.6	361	80,882	8,235	1,485,469	99.7	0.9	99.5	1.0
2019年	152,208	▲ 2.6	2,821,886	▲ 2.5	329	58,282	8,383	1,423,238	100.2	0.5	100.0	0.5
2020年	136,363	▲ 10.4	2,478,832	▲ 12.2	348	34,146	7,773	1,220,046	100.0	▲ 0.2	100.0	0.0
2021年	130,303	▲ 4.4	2,399,862	▲ 3.2	282	38,106	6,030	1,150,703	99.5	▲ 0.5	99.8	▲ 0.2
21年 4月	9,830	27.2	182,760	26.3	19	724	477	84,098	98.8	▲ 1.6	99.1	▲ 1.1
5月	9,072	26.4	165,932	34.1	17	847	472	168,664	99.1	▲ 1.2	99.4	▲ 0.8
6月	10,870	6.6	198,108	8.8	32	4,531	541	68,566	99.3	▲ 0.8	99.5	▲ 0.5
7月	11,318	▲ 3.4	212,707	2.5	14	2,255	476	71,465	99.5	▲ 0.6	99.7	▲ 0.3
8月	9,253	0.3	175,530	3.7	24	1,749	466	90,973	99.5	▲ 0.6	99.7	▲ 0.4
9月	9,112	▲ 33.8	169,723	▲ 32.7	20	6,117	505	90,860	99.7	▲ 0.1	100.1	0.2
10月	8,667	▲ 28.3	150,608	▲ 32.0	25	3,437	525	98,464	99.7	0.0	99.9	0.1
11月	10,295	▲ 15.0	188,723	▲ 13.8	17	2,832	510	94,101	100.0	0.7	100.1	0.6
12月	10,897	▲ 5.2	191,299	▲ 9.2	27	1,300	504	93,181	99.9	0.7	100.1	0.8
22年 1月	10,022	▲ 11.7	181,926	▲ 12.7	23	1,247	452	66,940	100.0	0.6	100.3	0.5
2月	10,473	▲ 16.6	184,729	▲ 18.6	24	1,526	459	70,989	100.3	0.9	100.7	0.9
3月	15,248	▲ 10.7	284,544	▲ 13.6	15	879	593	169,673	100.7	1.1	101.1	1.2
4月	8,012	▲ 18.5	153,509	▲ 16.0	17	2,093	486	81,253	101.2	2.4	101.5	2.5
5月	7,189	▲ 20.8	136,405	▲ 17.8	33	7,536	524	87,380	101.5	2.5	101.8	2.5
6月	9,148	▲ 15.8	169,680	▲ 14.3	22	1,136,047	546	1,232,583				
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			



入間市長 杉島 理一郎氏

市長のメッセージ

入間市は、埼玉県南西部に位置し、県下の広大な茶畑や2つの丘陵など自然にも恵まれ、農業・商業・工業がバランス良く発展した人口約14.6万人の「香り豊かな緑の文化都市」です。

令和4年度からは、第6次総合計画後期基本計画がスタートし、また、令和4年5月には内閣府より「SDGs未来都市」の選定を受けました。官民連携による地域資源を活かした未来共創のまちづくりにより、誰もが心身ともに健康で幸せを実感できるまち「Well-being cityいるま」の実現に取り組み、「来てよし、住んでよし、働いてよし」の三方良しのまち・入間を目指していきます。

はじめに

入間市は、埼玉県の南西部、都心から40km圏に位置しており、東を所沢市、北を狭山市、西を飯能市と東京都青梅市、南を東京都瑞穂町に接している。東西9.3km、南北9.8km、面積44.69km²で、東南端の狭山丘陵、西北端の加治丘陵が、市内に点在する茶畑とともに緑の景観を形成し、西北部には入間川が流れ、中央部に霞川、南部に不老川がそれぞれ東西に流れるなど、自然あふれるまちとなっている。

市内の鉄道駅には、西武池袋線の入間市駅、武蔵藤沢駅、仏子駅、元加治駅と、JR八高線の金子駅がある。道路は圏央道の入間ICがあるほか、4つの国道が縦横に走っており、交通の利便性が高い。

入間地方は江戸時代には綿織物や絹織物などの産地としても知られ、昭和初期にかけて繊維工業のめざましい発展がみられた。入間市駅近くにある国の登録有形文化財「西洋館」は、全国有数の製糸会社であった石川組製糸の迎賓館として大正時代に建てられた。また、さらに、渋沢栄一翁が設立・経営に携わり、世間から「道德銀行」と呼ばれた黒須銀行（現在の埼玉りそな銀行の前身）本店の土蔵造り建築（市指定有形文化財）も現存しており、地域の往時の発展ぶりを今に伝えている。

市内には大型のショッピングセンターやアウトレットモールもあり、買い物が便利で暮らしやすい。また、市中心部の県営「彩の森入間公園」では、ジョギン

グやウォーキングが楽しめるほか、公園近くのジョンソントウンには、個性あふれる工房やカフェも多く、見ているだけでも楽しい。アウトレットモールやジョンソントウンには、市外からも多くの人を訪れる。

本年5月には内閣府より「SDGs未来都市」の選定を受け、「経済」「社会」「環境」面における取り組みをさらに強化している。

☀ スマート農業と6次産業化による狭山茶産業の振興

市中心部から少し離れると、茶畑が続く田園風景が広がる。入間市は狭山茶の主産地であり、その生産量は県下一を誇る。市はさらに狭山茶産業の振興を目指して、NTT東日本埼玉西支店・日本薬科大学と連携協定を締結して取り組みを行っている。

取り組みは大きく2つに分かれる。一つ目は、ICTを活用して茶葉生産の生産性向上や茶業者の労働環境改善につなげる、スマート農業の実現だ。茶畑にセンサーやカメラを設置し、気温や風速、画像デー



市内に広がる茶畑

入間市概要

人口(2022年7月1日現在)	146,073人
世帯数(同上)	67,437世帯
平均年齢(2022年1月1日現在)	48.6歳
面積	44.69km ²
製造業事業所数(工業統計)	255所
製造品出荷額等(同上)	4,748.0億円
卸・小売業事業所数(経済センサス)	955店
商品販売額(同上)	2,479.3億円
公共下水道普及率	88.5%
舗装率	72.2%

資料:「令和3年埼玉県統計年鑑」ほか



主な交通機関

- 西武池袋線 入間市駅、武蔵藤沢駅、仏子駅、元加治駅
JR八高線 金子駅
- 圏央道 入間ICから市役所まで約3km

タ等を収集、遠隔地から茶葉の生育状況を把握できるようにする実証実験を進めている。

二つ目は、特に若い人の茶の消費拡大につながる新商品の開発で、茶葉に果肉や花びらで香りを掛け合わせ、狭山茶の魅力さをさらに高めた4種類の狭山茶フレーバーティが完成した。本年3月には完成披露会が開催され、参加者から好評を博した。市内の中高生も参加して商品パッケージのデザインが決まり、新商品は若い人が集まる渋谷のショップでも販売されている。

これらの取り組みに加え、茶畑の景観を観光資源とした茶畑の景観活用事業の実施を進め、狭山茶産業の振興をさらに図ろうとしている。

★外出機会の創出で、高齢者が元気になるまち

市は高齢者の外出機会を増やし、楽しく外出することで健康増進を図っていくことを目的に、埼玉医科大学や民間企業、市内の民間病院と連携して、実証



「チョイソコ」を利用した実証実験の様子

実験を昨年11月から本年3月まで実施した。

デマンド型乗合送迎サービス「チョイソコ」を利用して、リハビリ専用カートを設置している市内のショッピングセンターで買い物をするなど、生活の中でリハビリができる仕組みづくりによる健康増進効果などを測定した。今年になってからは、外出するモチベーションを高めるため、買い物だけではなく、いちご狩りや抹茶体験、豆まきなどのイベントも実施した。高齢者の外出による健康増進の効果が認められた場合、この取り組みが本格的に展開され、市内の高齢者の健康寿命延伸が期待される。

★ゼロカーボンシティ実現に向けた官民連携の取り組み

昨年2月、近隣の4市とともに、2050年までに二酸化炭素排出量の実質ゼロを目指す「ゼロカーボンシティ共同宣言」を行った。そこで、入間市では今年度、地域脱炭素の取り組みを強化する。

具体的には太陽光発電設備を庁舎に設置し、公用車10台をEV(電気自動車)とする。2台を平日夜間・土日祝日に市民向けにシェアするサービスを来年2月から実施する。また、市民がV2Hシステム(電気自動車充放電設備)を設置する場合の補助事業(上限30万円)を本年8月に開始する。

さらに、本年6月、官民連携の体制を構築するため、「入間市ゼロカーボン協議会」を設立した。公共施設・民間施設の太陽光発電設備の導入促進等により、エネルギーの地産地消を目指す。(太田富雄)

市町村経済データ

年齢3区分別人口および65歳以上人口の割合

(2022年1月1日現在)

市町村名	0～14歳(人)	15～64歳(人)	65歳以上(人)	構成比	市町村名	0～14歳(人)	15～64歳(人)	65歳以上(人)	構成比	市町村名	0～14歳(人)	15～64歳(人)	65歳以上(人)	構成比
				(%)					(%)					(%)
さいたま市	172,352	851,210	308,664	23.2	朝霞市	19,339	96,254	27,992	19.5	滑川町	3,041	12,116	4,513	22.9
川越市	42,496	215,262	95,477	27.0	志木市	9,931	47,723	18,941	24.7	嵐山町	1,623	10,057	5,950	33.7
熊谷市	21,497	114,279	58,044	29.9	和光市	11,162	57,487	15,097	18.0	小川町	2,203	14,895	11,549	40.3
川口市	72,847	393,325	139,373	23.0	新座市	21,000	102,305	42,803	25.8	川島町	1,732	10,557	7,056	36.5
行田市	8,054	45,770	25,500	32.1	桶川市	8,421	44,086	22,315	29.8	吉見町	1,515	10,425	6,450	35.1
秩父市	6,439	33,152	20,723	34.4	久喜市	16,542	87,853	47,274	31.2	鳩山町	948	6,345	5,996	45.1
所沢市	39,159	210,356	94,122	27.4	北本市	6,516	37,981	21,320	32.4	ときがわ町	857	5,598	4,304	40.0
飯能市	8,286	45,103	25,241	32.1	八潮市	11,301	59,881	20,985	22.8	横瀬町	832	4,422	2,722	34.1
加須市	12,392	65,707	34,136	30.4	富士見市	13,816	71,259	27,345	24.3	皆野町	945	4,828	3,598	38.4
本庄市	8,855	46,259	22,606	29.1	三郷市	18,254	86,006	38,786	27.1	長瀬町	613	3,491	2,644	39.2
東松山市	10,549	53,136	26,700	29.5	蓮田市	6,601	35,209	19,753	32.1	小鹿野町	973	5,584	4,336	39.8
春日部市	24,405	135,936	72,523	31.1	坂戸市	11,359	58,678	29,955	30.0	東秩父村	158	1,297	1,180	44.8
狭山市	15,446	86,409	47,837	32.0	幸手市	4,803	27,301	17,617	35.4	美里町	1,164	6,185	3,645	33.2
羽生市	5,715	31,919	16,417	30.4	鶴ヶ島市	7,719	42,011	20,339	29.0	神川町	1,308	7,599	4,266	32.4
鴻巣市	13,083	68,846	35,731	30.4	日高市	6,037	30,443	18,372	33.5	上里町	3,521	18,485	8,696	28.3
深谷市	16,600	83,453	42,330	29.7	吉川市	10,288	45,376	17,518	23.9	寄居町	3,118	18,361	11,108	34.1
上尾市	26,964	139,985	63,558	27.6	ふじみ野市	14,346	70,844	29,089	25.5	宮代町	3,708	18,920	11,036	32.8
草加市	28,869	160,148	61,807	24.6	白岡市	6,480	31,450	14,775	28.0	杉戸町	4,501	24,949	14,769	33.4
越谷市	43,309	214,005	87,733	25.4	伊奈町	6,011	28,186	10,833	24.1	松伏町	2,961	17,087	8,496	29.8
蕨市	7,994	49,934	17,463	23.2	三芳町	4,514	22,562	10,866	28.6					
戸田市	20,213	97,604	23,507	16.6	毛呂山町	2,829	18,559	11,512	35.0					
入間市	16,183	86,297	43,831	30.0	越生町	915	6,150	4,183	37.2					
										市町村計	875,612	4,536,900	1,973,307	26.7

資料:埼玉県「町(丁)字別人口調査」

埼玉りそな経済情報 2022年8月号

2022年8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/>



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。