

# 埼玉りそな 経済情報

September 2022 No.225

9月号

- 1 **彩論** 公益社団法人埼玉県情報サービス産業協会 会長 **原 俊樹** 氏  
—— 加速するDX化 ～埼玉県の経済発展を願って～
  - 2 **ズームアップ** **株式会社ノースコーポレーション**
  - 5 **地域研究レポート** **動き始めたデジタル田園都市国家構想**
  - 9 **調査** **埼玉県における小学校統合の動き**
  - 13 **アンケート調査** **埼玉県内企業経営動向調査**  
—— 自社業況が堅調な一方、小売など非製造業の経常利益が大幅に悪化。  
企業経営上の問題点では「仕入原価上昇」、「諸経費上昇」の増加が続く
  - 17 **県内経済の動き**
  - 19 **月次経済指標**
  - 21 **タウンスケープ** **狭山市**  
—— 緑と健康で豊かな文化都市
- 裏表紙 **市町村経済データ**



入間川にこここテラス(狭山市)



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

## 加速するDX化 ～埼玉県経済発展を願って～



公益社団法人  
埼玉県情報サービス産業協会 会長  
原 俊樹氏

当協会は埼玉県に拠点を有する情報サービス企業が、地域経済振興に寄与することを目的に集まり、平成5年任意団体として発足しました。平成8年に社団法人の認可を受け、IT人材育成・地域情報高度化推進・調査研究・啓蒙普及・産学官交流・国際交流・福利厚生・労働環境改善・共同求人など幅広く諸事業を推進してまいりました。その後、平成24年3月、情報サービス産業団体として埼玉県唯一の公益社団法人の認可を受け、4月より「公益社団法人埼玉県情報サービス産業協会」として新たに発足し、現在では正会員64社、賛助会員18社が加入しております。

2020年以降、新型コロナウイルスの影響により、遠隔・非対面・非接触への適応があらゆる環境で求められ、例えばテレワークやリモート会議などデジタル技術を駆使した社会活動が広く浸透した結果、多くの人々がデジタル技術の持つ新たな価値を実感することとなりました。その結果、社会全体でデジタル化が急速に進む中で、企業はデジタル技術を駆使した新たな価値を生み出すことがこれまで以上に強く求められています。

そうした激しい環境変化の状況下、DX推進に向けた様々な取り組みを埼玉県はじめ関係機関の皆さまと連携して推し進めるとともに、人材育成事業、産学官交流事業などの事業においても、お客さまのニーズを汲み取り、課題解決のお手伝いをしていくことで、埼玉県経済の更なる進展に寄与してまいりたいと考えております。

当協会の2大イベントの1つ「彩の国さいたまICTコンテスト」は、次世代を担う若いIT人材の育成を支援する目的で毎年開催しており、昨年26回目を迎えました。県内外から173作品の応募をいただき、埼玉県、さいたま市、関東総合通信局、関東経済産業局、埼玉労働局、さいたま商工会議所などの後援団体並びに多くの協賛企業による様々な賞が授与され、ITリテラシー向上に寄与しております。

もう一つのイベントとして、「彩の国ビジネスアリーナ」を埼玉県、埼玉県産業振興公社、県内6金融機関等と共同開催しており、今年は出展社数302団体、入場者は1万6千人と盛況でした。残念ながら2年連続でWEB開催とはなりましたが、遠方からのリモート参加が新たな集客効果を生み、ビジネスチャンス拡大が図られました。次回は、リアルとリモートのハイブリッド開催を予定しており、AI・IoT・ビッグデータの時代にウィズコロナが加わり新たな局面を迎えたDXに対する諸団体、企業の取り組みに大いなる関心と期待が寄せられているものと感じております。

その他、「県内16大学合同企業説明会」や「学校と企業の就職交流会」に会員企業が参加(昨年はいずれもWEB開催)するなど、学生の就職支援にも貢献させていただいております。

これからも、DX推進の支援等を通じて地域経済の発展に寄与すべく、諸事業を展開して参りますので、今後とも当協会へのご支援ご協力をよろしくお願い申し上げます。

## 県内に9店舗を展開するイタリアの郷土料理レストラン。食のブランディングを通じて地域を創造する“地域商社”を目指す

イタリア郷土料理店「アズーリ」を中心に、レストランや小売店を運営するノースコーポレーション。飲食業を軸に据えながら、埼玉でヨーロッパ野菜を栽培する活動や武州和牛を市場に流通させる取り組みなど、食を通じてさまざまな地域貢献を行ってきた。今後はそれらを本格化させ、飲食業と合わせて埼玉の食を発信する“地域商社”に向けてもアクセルを踏み込む。



代表取締役 北 康信氏

- 代表者 代表取締役 北 康信
- 設立 平成7年6月
- 資本金 3,300万円
- 従業員数 正社員33名、パートアルバイト56名
- 事業内容 イタリア料理店経営、ワイン等の小売販売、インターネット販売事業
- 所在地 〒330-0062 さいたま市浦和区仲町1-5-15  
TEL 048-824-1500 FAX 048-824-1503
- URL <http://north.co.jp>

株式会社ノースコーポレーションは、埼玉県内でイタリアの郷土料理レストラン「アズーリ」ブランドを3店舗、正統派ナポリピッツァ店と食堂を各1店舗、カフェ3店舗、小売店1店舗を運営する。

食材のこだわりは地産地消。地元農家から一般的な野菜はもとより、日本では手に入りづらいヨーロッパ野菜も“さいたまヨーロッパ野菜研究会”が栽培する野菜を季節に合わせて仕入れている。また、牛肉は埼玉のご当地牛“武州和牛”を用いるなど、極力埼玉の食材を中心に本格イタリアンメニューを提供する。

「イタリアの人々は住んでいる土地に対する愛着が強い。食も昔からの郷土料理を食べていて、あまり冒険を好みません。ですから、地域の郷土料理と地ワインがすごく密接なんです。南北に長い国なので、アルプス近くの北イタリアとアフリカに近い南イタリアでは、だいぶ料理が変わってきます。そうしたものを四季の食材とともに紹介しようというのがアズーリです」（北康信社長）

“食を通じて地域を創るカンパニー”を事業コンセプトとする同社。これまで飲食事業を基幹に据えながら、地元埼玉の発展のために力を注いできた。そして

今、手にしたノウハウを用いて、新たな地域支援のステージに立とうとしている。

### → 大学3年で同社を起業

「大学3年の時、就職氷河期世代だったので就職をどうしようかと悩んでいたら、会社を経営する父親から『起業しろ』という話をされました。それで、衣食住の“食”なら1日3回需要があると思い、飲食の経験はなかったんですが、食の世界に」

平成7(1995)年、大学3年の時に同社を創業。アメリカのファストフード店のビジネススタイルをモデルに店を立ち上げる。しかし、なかなか軌道に乗らず、後に店舗コンセプトを変更してイタリア料理とワインを満喫できるワインバー「バールトラットリア・ディアボラ」を開店する。

その後、北社長自身もソムリエの資格を取り、その知識と腕利きのシェフが提供するイタリア料理で店を徐々に軌道に乗せていった。そして平成16年、武蔵浦和にイタリアの郷土料理レストラン「トラットリア・アズーリ」をオープンさせる。

## → 生産者の物語をスパイスに料理を提供

北社長はこれまでたびたびイタリアのワイナリーに出向き、生産者にワインの話聞いてきた。

「ワインづくりに対する熱い思いを聞くと、そのワインを応援したいと思えてくるんです。そして生産者の思いをお客さまに伝えると、共感してすごく喜んでもらえた。生産者とのつながりって素晴らしいなと感じると同時に、それがレストランを運営する上で大事な価値観だと思うようになりました」

北社長曰く、「埼玉の人たちは知的好奇心が旺盛な方が多い」という。そうした人たちに向けてワインをつくる生産者の思い、料理の背景にあるイタリアの郷土の物語などを伝え、料理と合わせて食事がさらにおいしくなるプラスアルファを提供した。

「料理と一緒にストーリーを召し上がっていただくということは大事だと思います。お客さまが来店して下さるのは、ただ、おなかを満たすだけでなく、『ここに来るといろんな知識をもらえるし、食事もおいしい、楽しい』と思ってもらえるエンターテインメントの機能を求めているからだと思うんです。そこを大事にしています」

アズーリは順調に地元ファンを増やし、旬の食材が変わる季節ごとにリピーターが訪れたり、記念日や食事会などで地域の人々が訪れる人気店へと成長する。そしてその後の、「アズーリクラシコ」「アズーリカーサ」、正統派ナポリピッツァ店の「ラグーナロトンダ」の開店へとつながっていく。

## → 埼玉ブランドの価値を高める取り組み

イタリア料理に欠かせないヨーロッパ野菜を日本で栽培できないか、そしてワインと同様に食材の生産者とのつながりを持つことはできないだろうか——北社長がそう考えていた矢先、さいたま市のトキタ種苗(株)がイタリア野菜の種を販売するという記事を見つけ、早速連絡を取る。そして、北社長がけん引役となって行政などと連携して取り組みを進め、4年かけて栽培し

てくれる生産者を探し、食材卸の関東食糧(株)と連携して流通ルートを構築して、平成25年「さいたまヨーロッパ野菜研究会」の誕生へと漕ぎつけた。現在は、さいたま市岩槻区を中心に13軒の農家が約80種類のヨーロッパ野菜を栽培し、県内約1,000軒、県外約120軒のレストランへ卸すまでに拡大している。

また、当時単なる“国産黒毛和牛”として流通していた武州和牛を、同社がせりに参加して一頭買いし、



レストランで“武州和牛”として提供することで少しずつ知名度を上げていき、埼玉のご当地牛として市場で流通させる足がかりを築いた。

さらに令和元(2019)年には、秩父産のブドウ100%でワインづくりをする「兎田ワイナリー」の運営会社秩父ファーマーズファクトリーと業務提携し、「秩父うさぎだ食堂」をオープン。同社は秩父を訪れる観光客に秩父のワインとイタリア風“わらじかつ丼”等の地元の人気料理を提供している。

「私たちの仕事は、地域の生産者のみなさまとともにあります。生産者がつくる素材をお客さまに楽しんでもらう。そしてお客さまの楽しむ様子を生産者に

フィードバックしていく、それが私たちのやりがいになっていくんです」

平成25年からは、さいたま市の学校給食で地元埼玉の食材を使った地産地消のイタリア料理を提供。食育によって子どもたちの郷土愛を醸成するという役割も果たしている。

同社は自社よし、客よし、世間よしの“三方よし”の経営で地域とともに順調に成長を遂げていった。



本格ナポリピッツァ

ECサイト通販セット



学校でのイタリアン給食

## ➔ 地産地消の小売店をオープン

長らく続くコロナ禍。緊急事態宣言、時短営業、会食自粛、まん延防止等重点措置の影響でアルコール提供を主とする店舗が打撃を受け、同社はワインバー、ディアボラを閉める決断をする。

同時に売り上げに対し人件費の占める割合が高い飲食事業において、収益性の高いビジネスモデルを模索。そこで新たにセントラルキッチンをつくり、ミネストローネやパスタソース、肉料理などを真空パックにした総菜等、本格レストランの味を家庭で楽しめる商品「おうちイタリアン」シリーズを外販する事業を開始する。

また、昼間の営業を中心とするカフェを2店舗オープンさせ、セントラルキッチンで調理した素材をパートタイムの従業員がパスタと和えたり、温めて盛り付けるなどの方法で、効率的に料理が提供できる店舗運営のシステムを構築した。

「外販商品の製造場所の整備で、商品製造と既存店舗の仕込みができ生産性が向上。カフェ店舗ではシェフがいなくても本格的なイタリア料理が提供でき、人件費も抑制できます」

さらに、ディアボラを改装して県産食材のセレクトショップ「ECCOLA(エッコラ)」をオープン。同社の商品のほか地元産のヨーロッパ野菜や県産ワイン、クラフトビール、チーズなどを販売し、地産地消の拠点としての活動をスタートさせる。

同社のおうちイタリアンシリーズはECサイトでも人気を集め、さいたま市のふるさと納税の返礼品となったり大手賃貸住宅のキャンペーン商品にもなっている。これまで積極的に地域貢献を行ってきた取り組みが、今、いい形で実を結び始めている。

## ➔ 地域商社としてアクセルを踏み込む

「当社はこれまで飲食店という範囲を越えて、地域の食のプロデュースを行ってきました。次にやっていくべきは“地域商社”的な役割。地元の生産者の方々がつくるものをブランド化して知名度を上げるなど、地域のために一層励んでいきたい」

飲食事業に軸足を置きながら、地域商社にもう一方の軸足を踏み込み、両足で力強く歩みを進めていきたいと語る北社長。今後は食を活用した埼玉の観光振興や埼玉の食材でつくる駅弁、フードロスをなくすための高機能野菜パウダーの開発など、埼玉のブランド価値向上のために挑戦したいことはたくさんあるという。創業時から、社会から必要とされる企業になることを決め、社会の公器として会社を成長させてきた同社。これからも、食を通じて地域とともに歩む日々は続く。

# 動き始めた デジタル田園都市国家構想



主席研究員  
宇田 昭広

## はじめに

2021年10月に発足した岸田内閣の経済政策として、成長と分配の好循環を目指す「新しい資本主義」が掲げられた。この「新しい資本主義」の成長戦略の柱のひとつが、デジタル技術の活用により、地域の個性を活かしながら、持続可能な経済社会を目指すデジタル田園都市国家構想である。

本稿では、このデジタル田園都市国家構想について、その起源である「田園都市構想」の内容を確認するとともに、2022年6月に閣議決定されたデジタル田園都市国家基本方針について整理する。

## 田園都市構想からの継承

デジタル田園都市国家構想は、1970年代に大平元首相が提唱した「田園都市構想」が基となっている。この「田園都市構想」は、「都市に田園のゆとりを、田園に都市の活力を」をスローガンに、国家の長期的なビジョンを示したものであるが、この構想の基本的な考え、方向性については、1979年1月の大平元首相の国会施政方針演説に示されている。

【第87回通常国会 大平正芳内閣総理大臣施政方針演説 1979年1月25日】

私は、都市の持つ高い生産性、良質な情報と、民族の苗代ともいべき田園の持つ豊かな自然、潤いのある人間関係を結合させ、健康でゆとりのある田園都市づくりの構想を進めてまいりたいと考えております。緑と自然に包まれ、安らぎに満ち、郷土愛とみずみずしい人間関係が脈打つ地域生活圏が全国的に展開され、大都市、地方都市、農山漁村のそれぞれの地域の自主性と個性を生かしつつ、

均衡のとれた多彩な国土を形成しなければなりません。私は、そうした究極的理念に照らして、公共事業計画、住宅政策、福祉対策、文教政策、交通政策、農山漁村対策、大都市対策、防災対策等、もろもろの政策を吟味し、その配列を考え、その推進に努めてまいります。(下線部は筆者によるもの)

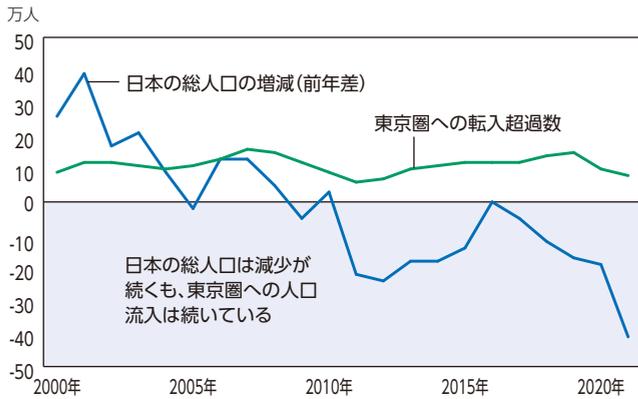
「田園都市構想」は、地域の自主性や個性を重んじ、かつ多彩な国土形成を目指すことを目標としたものであり、1970年代前半に田中角栄元首相が推進し、国主導の均衡ある発展を目指した「日本列島改造計画」とは対称的である。

岸田首相は著書「岸田ビジョン(講談社+α新書、2021年)」の中で、「『田園都市構想』は、都市に田園のゆとりを、田園に都市の活力をもたらし、両者の活発な交流により地域社会と世界を結ぶ国づくりを目指すものです。地域の個性を活かし、みずみずしい国民生活を築いていくことを目標としており、大都市における過密の解消や生活環境の改善、都市もふるさと社会と感じることができる『住みよいまち』に変えていこうという考えで、現在強く求められている『分断から協調へ』、『集中から分散へ』、『東京一極集中是正』といった方向性とも合致しています。」と述べ、現代の日本が抱える社会問題に対しても通用する構想であるとしている。

「田園都市構想」は1980年に大平元首相が在任中に急逝したため、実際の政策としては殆ど実行に移されず40年以上が経過した「古い構想」であるが、当時は存在しなかったデジタルを取り入れ、「新しい構想」として復活したものがデジタル田園都市国家構想である。岸田首相は、デジタル技術を活用し、地方が

内外にその魅力を発信しながら、他の地域や都市と繋がっていくという新たな国土形成を目指すとしている。

●東京圏(東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県)への転入超過推移



資料:総務省「住民基本台帳人口移動報告」、総務省「人口推計」

デジタル田園都市国家構想とは

2022年6月にデジタル田園都市国家構想基本方針(以下、『基本方針』と言う。)が閣議決定された。

この構想において、デジタルは「地方の社会課題(人口減少、過疎化、産業空洞化等)を解決するための鍵であり、新しい付加価値を生み出す源泉」であるとし、デジタルインフラを急速に整備し、官民双方で地方におけるDX(デジタルトランスフォーメーション)を積極的に推進する必要があるとした。

この構想の意義・目的は、様々な社会課題に直面する地方にこそ、テレワークや遠隔教育・遠隔医療など新たなデジタル技術を活用するニーズがあり、デジタル技術の活用によって、地域の個性を活かしながら地方の社会課題解決、魅力向上のブレークスルーを実現し、地方活性化を加速させることにあるとしている。また、この構想の実現により、地方における都会との情報・サービスの格差を解消し、暮らす場所、年齢、性別にかかわらずあらゆる国民がデジタル化の恩恵を享受できる社会、いわば「全国どこでも誰もが便利で快適に暮らせる社会」を目指すとしている。

デジタル田園都市国家構想と「田園都市構想」は、地方の個性を活かすという点に共通性があるが、「田園都市構想」のスローガンが「都市に田園のゆとりを、

田園に都市の活力を」であったように、大平元首相は、都市と地方はその役割を相互的に補完しあう関係と捉え、格差の解消が目的ではなかった一方、岸田首相はデジタル技術を活用し、都市と地方の情報・サービスの格差を解消する(その結果、全国どこでも誰もが便利で快適に暮らせる社会となる)ことを目標としている点で異なると言える。

デジタル田園都市国家構想の取組方針

基本方針では、デジタル田園都市国家構想の実現に向けた取組方針として、①デジタルの力を活用した地方の社会課題解決、②デジタル田園都市国家構想を支えるハード・ソフトのデジタル基盤整備、③デジタ

●構想実現に向けた取組方針におけるKPI

①デジタルの力を活用した地方の社会課題解決
<ul style="list-style-type: none"> <li>・地方公共団体1,000団体が2024年度末までにデジタル実装に取り組む</li> <li>・2024年度末までにサテライトオフィス等を地方公共団体1,000団体に設置</li> <li>・地域づくり・まちづくりを推進するハブとなる経営人材を国内100地域に展開</li> </ul>
②デジタル田園都市国家構想を支えるハード・ソフトのデジタル基盤整備
<ul style="list-style-type: none"> <li>・光ファイバーの世帯カバー率について2027年度末までに99.9%とすることを旨す</li> <li>・5Gの人口カバー率について、2023年度末に全国95%、2025年度末までに全国97%、2030年度末までに全国99%とすることを旨す</li> <li>・全国各地で十数か所の地方データセンター拠点を5年程度で整備する</li> <li>・日本を周回する海底ケーブル(デジタル田園都市スーパーハイウェイ)を2025年度末までに完成させる</li> </ul>
③デジタル人材の育成・確保
<ul style="list-style-type: none"> <li>・2026年度末までに、デジタル推進人材(*)について、230万人の育成を旨す</li> </ul> <small>※専門的なデジタル知識・能力を有しデジタル実装による地域の課題解決を牽引する人材</small>
④誰一人取り残されないための取組
<ul style="list-style-type: none"> <li>・デジタル推進委員(**)を2022年度に全国2万人以上でスタートする</li> </ul> <small>※デジタルに不慣れな人、高齢者、障害者等に対し、デジタル機器・サービスの基本的な利用方法を教えたり、サポートする者等</small>

ル人材の育成・確保、④誰一人取り残されないための取組の4つが示され、それぞれにKPI(重要業績評価指標)が設定されている。

また、基本方針において、地方における取組を促すため、地方がイメージしやすいように6つの類型を「地域ビジョン」として提示している。

## 今後のデジタル田園都市国家構想の進め方

基本方針では、構想実現に向けた今後の進め方として、政府は年内を目途に、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を抜本的に改訂し、「デジタル田園都市国家構想総合戦略(仮称)」を作成するとした。また、地方に対しては、その総合戦略に基づき、コロナ禍やデジ

### ●「地域ビジョン」の例

①スマートシティ・スーパーシティ
データ連携基盤などのデジタルやAI、IoTなどの未来技術を活用して、地域の抱える様々な課題を高度に解決することにより、新たな価値を創出し、持続可能な地域づくり・まちづくりを目指す。
②「デジ活」中山間地域
中山間地域の基幹産業である農林漁業の「仕事づくり」を軸として、豊かな自然、魅力ある多彩な地域資源・文化等やデジタル技術の活用により、活性化を図る地域づくりを目指す。
③産学官協創都市
地域産業・若者雇用の創出や、地元企業や地方公共団体と連携した地方大学の取組を促し、大学を核として地方活性化が図られるような地域づくりを目指す。
④SDGs未来都市
地方活性化に取り組むに当たり、SDGsの理念を取り込むことで、政策の全体最適化や地域課題の解決の加速化という相乗効果を生み出し、未来志向で持続可能な地域づくりを目指す。
⑤脱炭素先行地域
2030年度までに民生部門の電力消費に伴うCO <sub>2</sub> 排出実質ゼロを実現するにあたり、デジタル技術も活用して脱炭素化に取り組み、地域課題の解決につなげる地域づくりを目指す。
⑥MaaS実装地域
地域住民等の移動ニーズに対応して、複数の公共交通やそれ以外の移動サービスを組み合わせて検索・予約・決済等を一括して行うMaaSを実装し、移動の利便性向上等が図られたまちづくりを目指す。

タル技術の浸透・進展などを踏まえて、目指すべき地域像を再構築し、地方版総合戦略を改定するよう努め、具体的な地方活性化の取組を推進するように求めている。

また、地方公共団体、民間企業、個人など様々な主体の意欲を高め、広く国民全体の関心を高めるため、「<sup>デジデン</sup>Digi田甲子園」を開催し、デジタル田園都市国家構想の実現に向けた地域の取組を広く募集し、特に優れたものを内閣総理大臣賞として表彰する。地方公共団体を対象とする「夏のDigi田甲子園」(2022年夏)と、民間企業や個人も参加する「Digi田甲子園」(2022年末)の2種類がある。

デジタル田園都市国家構想は、令和3年度補正予算と令和4年度予算を合わせると、関連する予算が総額5.7兆円にも及ぶ。そのうち、デジタル田園都市国家構想推進交付金は令和3年度補正予算にて200億円が計上され、地方公共団体におけるサテライトオフィスの整備・運営、利用促進の取組やデジタル実装の取組に対し支援が行われている。

## 埼玉県のデジタル政策

埼玉県は、2021年3月に「埼玉県デジタルトランスフォーメーション推進計画」を策定した。同計画におい

### ●「夏のDigi田甲子園」における埼玉県の代表

実装部門
さいたま市
BIツールを活用したワクチン接種状況の可視化による情報発信の強化
深谷市
地域通貨ネギーによるデジタル基盤の構築と新たな自治体経営について
上里町
オートコールソリューション等を活用した災害発生時の避難誘導
アイデア部門
秩父市
秩父地域スマートモビリティによるエコタウン創造事業

●デジタル田園都市国家構想の全体像



資料:デジタル庁「デジタル田園都市国家が目指す将来像について」

て、埼玉県が目指すビジョンは、「社会全体のDXの実現による、快適で豊かな真に暮らしやすい新しい埼玉県への変革」であるとした。新型コロナウイルス感染症の感染拡大を機に、行政サービスのデジタル化の遅れが露呈したことにより、喫緊の課題である行政のデジタル化への対応を中心とした施策となっている。

また、埼玉県では「埼玉版スーパー・シティプロジェクト」として、20年、30年先においても地域の活力を維持するとともに、医療・福祉・商業等の生活機能を

●埼玉版スーパー・シティのイメージ



資料:埼玉県「埼玉版スーパー・シティプロジェクトの基本的な考え方(骨格)」

確保し、子どもや高齢者等が安心して暮らせるようなコンパクトなまちづくりを目指している。このプロジェクトを実現するための要素として、①【コンパクト】必要な機能が集積しゆとりある魅力的な拠点を構築、②【スマート】新たな技術の活用などによる先進的な共助を実現、③【レジリエント】誰もが安心して暮らし続けられる持続可能な地域を形成の3つを挙げている。同プロジェクトは、大野知事の2019年の知事選における公約の一つを具体化したもので、必ずしもデジタルに特化したプロジェクトではないが、②で新たな技術の活用がうたわれている。埼玉県はこのプロジェクトに参加する市町村を募り、11市町が計画にエントリーをした。

「埼玉版スーパー・シティプロジェクト」は幅広い分野で未来社会を志向するものであるが、デジタル田園都市国家構想は、人口減少や少子高齢化等、特に地方で深刻化する社会課題に焦点を当て、課題解決を図ることに重きを置いている。

おわりに

2014年に地方創生の取組が始まり約8年が経過した。日本が抱える人口減少・少子高齢化、東京圏への一極集中、産業の空洞化等の社会課題は未だに解決に至っていないどころか、むしろ深刻化している状

況である。そのような中、岸田首相により掲げられ、動き始めたデジタル田園都市国家構想。デジタル技術を活用し地方から全国へボトムアップの成長を図る新たな地方創生への取組として、目標とする「全国どこでも誰もが便利で快適に暮らせる社会」が実現することを期待したい。

## はじめに

近年、わが国では小学校の統合が進んでいる。統合は、児童数が減少した小学校を廃校にして、近隣の小学校に児童を引き継ぐという形が多いが、複数の小学校を同時に廃校にして、新設した小学校に児童を受け入れるといったケースもみられる。

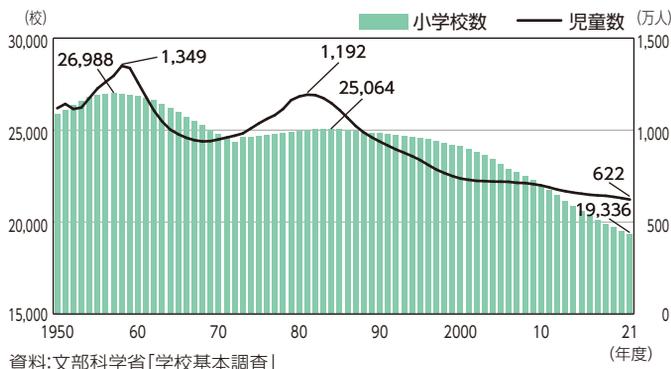
埼玉県は、児童数の減少スピードが地方より遅かったこともあって、小学校の統合が緩やかに進んできたように見えるが、県内を市町村ごとにみると、小学校の数が大きく減っている市や村がある一方で、現在も増えている市や町があるなど、統合の動きにはバラツキがみられる。

現時点で県内に小学校のない市町村は存在しないが、平成の大合併以前の市町村区分でみると、地域内から小学校が姿を消した旧大滝村のようなケースもあり、地方で先行する統合の動きは決して他人事とはいえない状況にある。以下で、埼玉県における小学校統合の動きについてみてみたい。

## 減少する児童数と小学校数

文部科学省の学校基本調査によると、全国の小学校に在籍する児童の数は、第二次世界大戦後に誕生したベビーブーム世代の子どもたちが入学し始めたことから、1950年代に入って大きく増加した。1958年度に戦後最初のピークとなる1,349万人に

## ● 全国の児童数と小学校数の推移



達した後、いったん減少したものの、1970年代に第二次ベビーブームが起これると、児童数は再び増加に転じた。しかし、1981年度に1,192万人と2度目のピークを記録して以降、児童数は40年以上にわたって減少基調を続けている。2000年代に入って減少ペースはやや緩やかになったものの、直近の2021年度の児童数は622万人と、戦後最初のピークの半分以下の水準となっている。

全国の小学校についても、児童数がピークとなったのはほぼ同時期の1957年度に26,988校まで増加したが、1960年代に入って減少した。これは、昭和の大合併と呼ばれる大規模な市町村合併が進められるなかで、文部省(現・文部科学省)が1957年に作成した「学校統合の手引き」に沿って、公立学校の統合が進められたことが影響していた。

しかし、性急な学校統合に対しては、廃止対象となった学校の地元住民などを中心に反対運動が行われることが多く、場合によっては地域間の対立を招くケースもみられた。1973年の通達で、文部省が無理な統合を避け、小規模校の利点を考慮するよう、設置者である市町村に促したことから、学校統合の動きはいったん終息することとなった。

その後は、第二次ベビーブームによって児童数が2度目のピークに向かうなかで、小学校についても緩やかに増加したものの、25,064校となった1984年度以降は長らく減少基調を続けてきた。

2000年代に入ると、児童数の減少ペースがそれまでより緩やかになる一方で、小学校の減少ペースは速まっている。これは、1999年にスタートした平成の大合併と呼ばれる市町村合併を契機に、再び公立学校の統合が各地の市町村で進められるようになったことが大きい。

平成の大合併は、市町村合併特例新法が期限切れとなった2010年をもって終了したが、市町村が学校を統合する動きは続いている。全国の小学校数は2021年度には19,336校まで減少している。

## 地方での減少率が大きい小学校

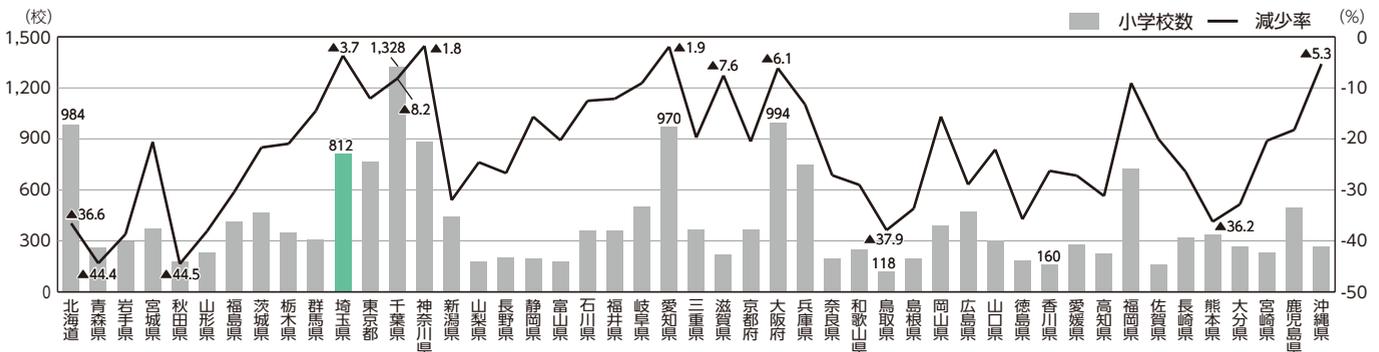
2021年度における小学校の数を都道府県別にみると、1,328校の東京都が圧倒的に多く、以下、994校の大阪府、984校の北海道、970校の愛知県が続いており、812校の埼玉県は全国で6番目になっている。逆に、小学校が最も少ないのは118校の鳥取県で、次は160校の香川県である。

平成の大合併がスタートした1999年度から2021年度までの間に、全国の小学校の数は20.1%減少した。この間、都道府県別で最も減少率が大きかったのは▲44.5%の秋田県で、▲44.4%の青森県が続いている。東北地方の減少が目立っているが、▲37.9%の鳥取県、▲36.6%の北海道、▲36.2%の熊本県など、減少率が大きい道県は各地方にみられる。

一方、最も減少率が小さいのが▲1.8%の神奈川県で、▲1.9%の愛知県が続いており、▲3.7%の埼玉県は全国で3番目となっている。以下、▲5.3%の沖縄県を除けば、減少率が小さいのは▲6.1%の大阪府、▲7.6%の滋賀県、▲8.2%の東京都など都心部の都府県に多い。

出生数の減少が続くなかでも、東京一極集中に代表されるような、地方から都心部への人口移動が続いてきたことで、地方の児童数の減少率がより大きくなる一方、都心部における減少率は小幅なものに抑えられてきた。これが都道府県別にみた小学校数の減少率の違いに反映されている。

### ●2021年度の都道府県別小学校数と減少率(1999年度比)

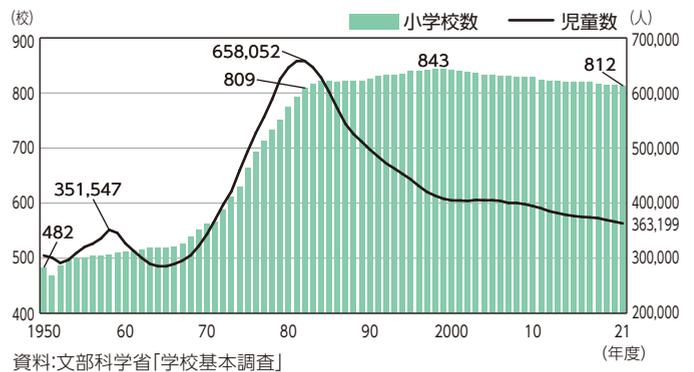


資料:文部科学省「学校基本調査」

## 埼玉県の児童数と小学校数

埼玉県の児童数も、全国と同様、1958年度に351,547人となって戦後最初のピークを迎えたが、いったん減少した後、1960年代半ば以降は東京一極集中の影響を受けて急激に増加し、1982年度には最初のピークを大きく超えて658,052人に達した。その後、児童数は減少に転じ、1990年代後半にいったん横ばいとなった後、2000年代の後半からは再び減少が進んでおり、2021年度には363,199人となっている。

### ●埼玉県の児童数と小学校数の推移



資料:文部科学省「学校基本調査」

埼玉県の小学校は、482校だった1950年度以降、徐々に増加していたが、1960年代半ば以降に児童数が急増したのに合わせて、こちらも増加ペースが速まった。児童数がピークになった1982年度に809校に達した後も、1999年度の843校まで増加を続けたが、その後は緩やかな減少に転じ、2021年度には812校となっている。

## 1学年の標準の学級数は2～3

埼玉県の子童数が1982年度のピークから大きく減少するなかでも、小学校の減少ペースが全国より緩やかなものにとどまっているのは、1校あたりの児童数の違いが影響している。

全国の子童数がピークだった1982年度における小学校1校あたりの児童数は476.9人で、これが2021年度には321.9人まで減少した。1学年の人数を単純平均すると53.6人となる。東京都や大阪府などの都心部の都府県を除くとこれらの数字はさらに少なくなり、地方では1学年で2つの学級を維持することが困難な学校が増えている。

埼玉県でも、小学校1校あたりの児童数はピークだった1982年度の813.4人が、2021年度には447.3人まで減ってきているが、それでも1学年の単純平均は74.5人となっている。

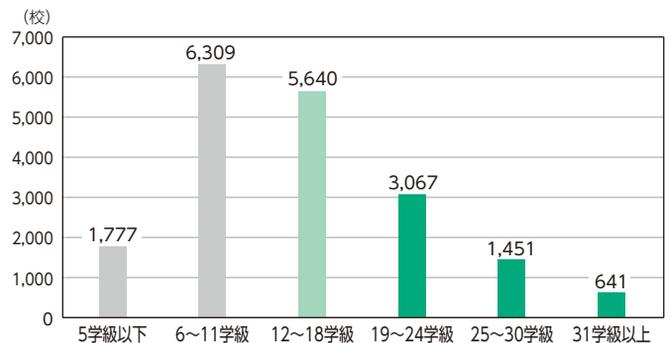
学校教育法施行規則第41条は、「小学校の学級数は、12学級以上18学級以下を標準とする。ただし、地域の実態その他により特別の事情のあるときは、この限りではない。」と定めており、1学年の標準の学級数を2～3と想定している。

そもそも、小学校の役割には、義務教育を通じて個人の個性や能力を伸ばし、人格を高めるといった側面に加えて、社会の形成者として求められる共通の言語、文化、社会規範などの基礎的な資質を身に付けさせるという側面がある。

そうしたなかで、児童の数が少なくなると、学級替えをすることが出来ず、人間関係が固定化してしまう。児童生徒が集団の中で多様な考えに触れ、認め合い、協力しあい、切磋琢磨することを通じて一人一人の資質や能力を伸ばしていくという小学校の特質が十分に機能しなくなるおそれがある。また、チームで実施するサッカーや野球などの部活動を行うことにも大きな制約がかかることになる。

2021年度における全国の公立小学校の学級規

●全国の公立小学校の学級規模別学校数(2021年度)



資料:文部科学省「学校基本調査」

模別学校数をみると、標準の12～18学級は5,640校と全体の29.9%にとどまっている。標準を下回る6～11学級が6,309校(33.4%)で最も多く、5学級以下の小学校も1,777校(9.4%)ある。少子化に歯止めがかからず、今後も児童数の減少が見込まれるなかで、全国の小学校の統合がさらに進むことは避けられない状況にある。

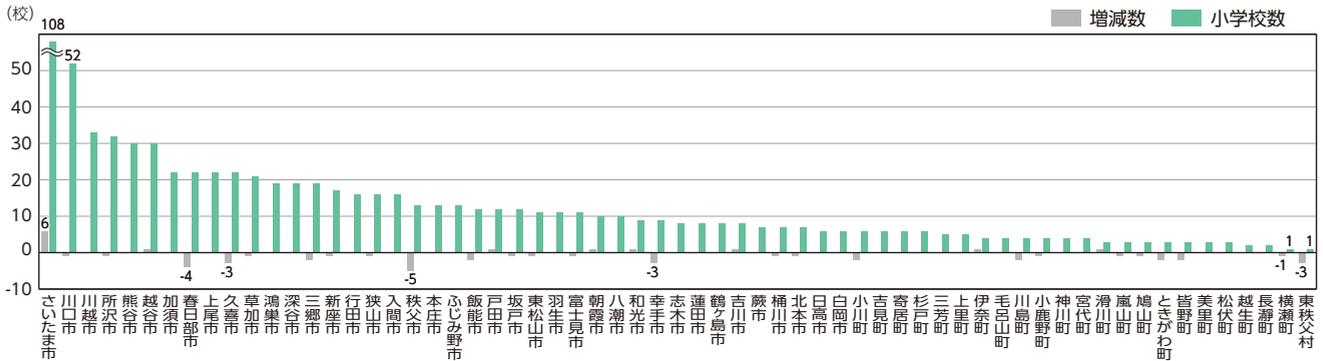
## 市町村別にみた埼玉県の小学校

1999年度の843校から2021年度の812校まで、31校の減少となった埼玉県の小学校だが、市町村別にみるとその動きにはバラツキがある。

すなわち、この間、小学校が減少した自治体が県内で25市町村にのぼる一方、小学校が増加した自治体が8市町みられる。増加したのはさいたま市、越谷市、戸田市、朝霞市など都心に近く、通勤通学の利便性が高い自治体が多い。1校が増加した滑川町も、2001年に東武東上線の新駅「つきのわ駅」が誕生して、交通利便性が向上したことが寄与したとみられる。これら8市町合計13校の増加が埼玉県全体の減少率を小さくしている。

一方、小学校の減少数が多いのは5校が減少した秩父市、4校が減少した春日部市、3校が減少した久喜市、幸手市、東秩父村だが、平成の大合併で複数の町村と合併した自治体が多く、財政面などの必要性から学校統合を迫られた面がある。

## ● 埼玉県内の市町村別小学校数(2021年度)と増減数(1999年度対比)



資料:文部科学省「学校基本調査」

県内には、現時点で小学校のない市町村は存在しないが、横瀬町や東秩父村のように、既に小学校が1校になっている町村はある。ちなみに、秩父市は、2005年に吉田町、荒川村、大滝村と合併したが、旧大滝村の地域では、最後に残っていた大滝小学校が2014年に荒川西小学校に統合され、地域内から小学校が姿を消した。

2021年度時点で、県内で児童数が100人を切った小学校は53校、うち児童数が50人を切っている小学校が13校ある。2005年に飯能市に編入合併された旧名栗村に所在する名栗小学校は児童数が27人、2006年に旧神川町と新設合併した旧神泉村に所在する神泉小学校では児童数が16人となっている。

県全体では緩やかに進んでいるように見える小学校の統合だが、市町村ごとにみればかなりのスピードで進行している自治体があり、地方で先行する統合の動きは、埼玉県にとっても決して他人事とはいえない状況にある。

## 児童の減少が見込まれる埼玉県の小学校

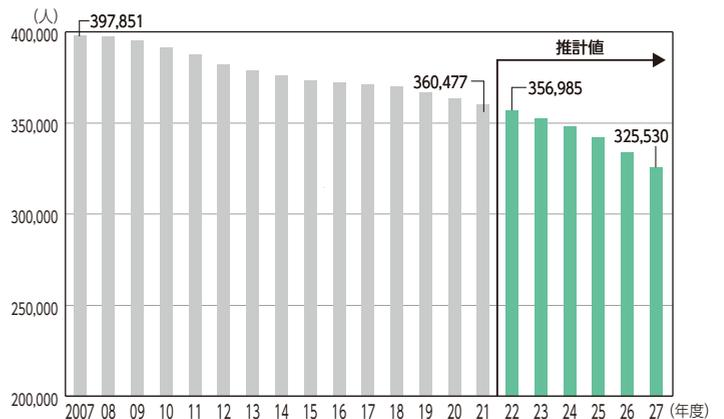
財政状況が厳しい市町村にとって、小学校の維持管理コスト削減や、教職員の効率的な再配分など、学校統合から得られるメリットは確かに大きいものの、デメリットがないわけではない。

文部科学省の調査によると、2021年度までの3年間に実施された全国の小学校の統合では、児童の通

学距離が延びたことが問題の一つとして指摘されている。統合後に通学時間が30分以上40分未満となった児童が全体の31%あり、特に低学年の児童にとっては大きな負担となっている。

何よりも地域から小学校がなくなれば、その地域の未来に住民は明るい展望を抱くことが困難になり、住民の流出を招く。小学校の統合は地域人口の減少を加速させる引き金となりうる。

## ● 埼玉県の児童数の将来推計



資料:埼玉県教育委員会「義務教育人口推計結果報告書(令和4~9年度)」

埼玉県教育委員会の推計によると、県内公立小学校の2027年度の児童数は、2021年度の360,477人から325,530人まで減少する見込みである。児童数の減少を受けて、今後も県内で小学校の統合が進むことは避けられないとみられる。各市町村には、オンライン授業を活用するなどして児童の通学時の負担等を極力抑制しながら、早急に新しい小学校の姿を模索する努力が求められる。(井上博夫)

## 埼玉県内企業経営動向調査

自社業況が堅調な一方、小売など非製造業の経常利益が大幅に悪化。企業経営上の問題点では「仕入原価上昇」、「諸経費上昇」の増加が続く

### 国内景気

(現状)

最近(2022年7月)の国内景気に対する見方は、「上昇」9%、「下降」34%で、BSI(「上昇」-「下降」の企業割合)は▲25と、前回調査(2022年4月)の▲36から11ポイント上昇し、2四半期ぶりの改善となった。本調査は、7月上旬に実施したが、資源価格等の上昇に天井感がみられつつあることや、感染拡大防止のための行動制限が特に実施されなかったこともあり、改善につながったとみられる。

業種別にみると、製造業はBSI▲17で前回調査の▲31から14ポイント、非製造業は▲30で前回調査の▲38から8ポイントの改善となり、製造業の改善が目立った。

(先行き)

先行き(約6カ月後)については、「上昇」11%、「下降」41%で、BSIは▲30と、悪化に転じている。ウクライナ情勢の先行き不透明感やコロナ感染拡大が影響しているものとみられる。

業種別では、製造業はBSI▲27で現状から10ポイント、非製造業は▲32で2ポイントの悪化となり、製造業での悪化が目立っている。

### 業界景気

(現状)

最近の自社業界の景気に対する見方は、「上昇」10%、「下降」27%で、BSIは▲17となり、前回調査(2022年4月)の▲25から8ポイント上昇し、2四半期ぶりの改善となった。

業種別にみると、製造業はBSI▲6で前回調査の▲31から25ポイントの改善、非製造業は▲23で前回調査の▲21から2ポイントの悪化と、製造業の改善が目立った。製造業では、「印刷」、「紙・紙加工品」、「電気機械」以外の業種でBSIが改善した。非製造業では「電気・ガス」、「運輸・倉庫」、「不動産」以外の業種でBSIが悪化した。

(先行き)

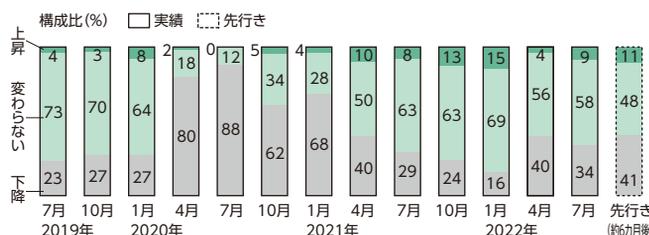
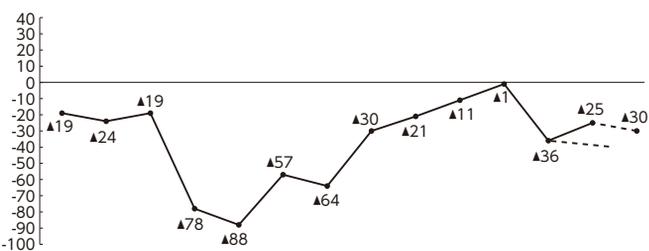
先行きについては「上昇」11%、「下降」37%で、BSIは▲26と、現状から9ポイントの悪化となった。

業種別では、製造業はBSI▲21で現状から15ポイント、非製造業は▲29で6ポイントの悪化となり、製造業での悪化が目立っている。

#### 国内景気

BSI(上昇-下降)

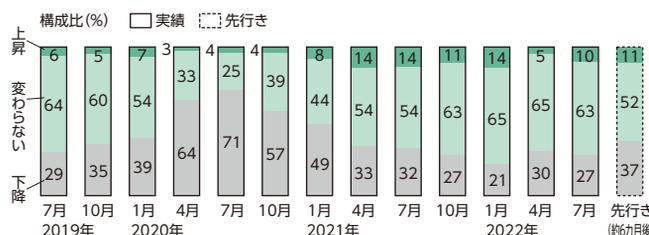
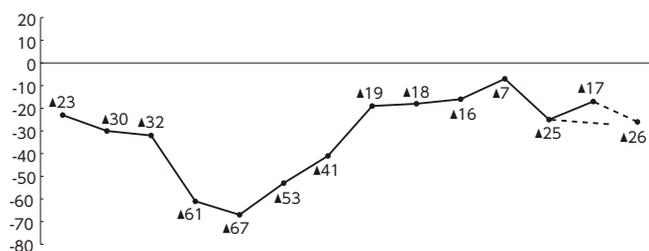
—— 実績    - - - - 見通し



#### 業界景気

BSI(上昇-下降)

—— 実績    - - - - 見通し



## ✓ 自社業況

### (現状)

最近の自社の業況に対する見方は、「良い」とする企業28%、「悪い」とする企業12%で、BSI(「良い」-「悪い」の企業割合)は+16、前回調査(2022年4月)の+8から+8ポイントと、2四半期ぶりの改善となり、6四半期連続でプラスを維持している。自社業況は、「良い」とするところが、「悪い」とするところを上回っている。

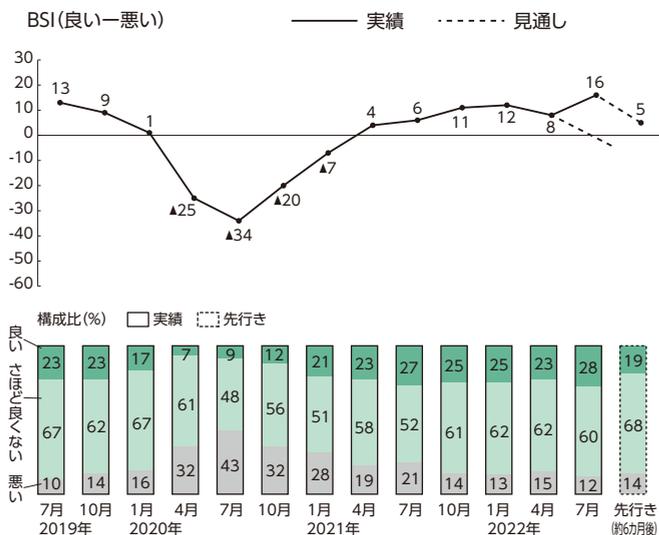
業種別にみると、製造業はBSI+22で前回調査の+2から20ポイント、非製造業は+13で前回調査の+9から4ポイントの改善と、製造業の改善が目立った。自社業況については、一部の業種を除き、BSIがプラスとなっており、前回から改善している業種が多い。

### (先行き)

先行きについては「良い」とする企業19%に対し、「悪い」とする企業は14%、BSIは+5と、現状から11ポイントの悪化となったものの、プラスを維持している。

業種別では、製造業はBSIが+10と現状から12ポイント、非製造業は+2で11ポイントの悪化となった。

## ● 自社業況



## ✓ 売上高

### (現状)

2022年4~6月期の売上高は、季調済BSI(「増加」-「減少」の企業割合、季節調整済)が+4となり、前回調査対象期間(2022年1~3月期)の+7から3ポイントの悪化となった。売上高のBSIは、悪化とはなったものの、8四半期連続でプラス圏で推移しており、売上高の回復が続いている。

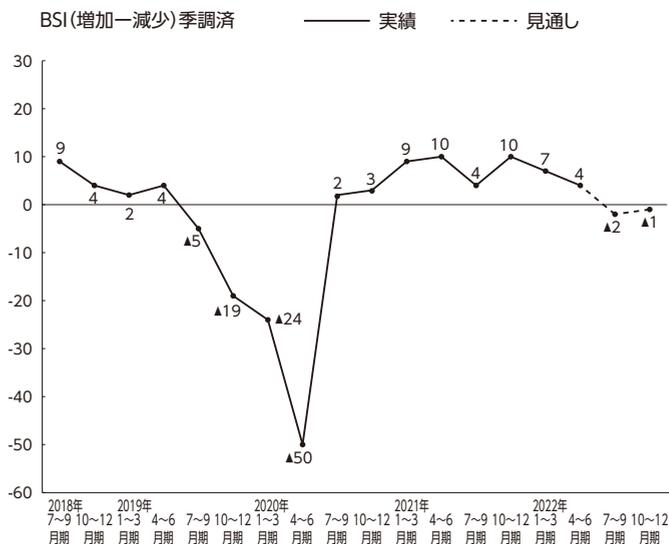
業種別にみると、製造業はBSI+18で前回調査の+3から15ポイントの改善、非製造業は▲1で前回調査の+8から9ポイントの悪化となった。製造業・非製造業とも個別の業種間ではばらつきがみられ、改善・悪化が混在した。非製造業では、「飲食店・宿泊」の前回調査対象期間比+18の改善が目立ち、BSIも+65と高い数値となった。

### (先行き)

先行きについては、2022年7~9月期のBSIが▲2、10~12月期は▲1とマイナスに転じる。調査を実施した7月時点で、オミクロン株による感染が拡大しつつあり、売上高の先行きについて慎重に考える企業が増えたとみられる。

業種別では、製造業が2022年4~6月期、7~9月期、10~12月期に+18→+12→+2、非製造業では▲1→▲8→▲2となっており、製造業に比べて非製造業で売上高が減少するとの見方が多くなっている。

## ● 売上高



## ☑ 経常利益

### (現状)

2022年4~6月期の経常利益は、季調済BSIが▲5となり、前回調査対象期間(2022年1~3月期)の▲6から1ポイントの改善となったものの、マイナスに留まっている。売上高のBSIが8四半期連続でプラスで推移するなか、経常利益のBSIは3四半期連続でマイナスとなっており、仕入価格等の上昇により、経常利益が減少している企業が多いとみられる。経常利益減少企業の減少の要因(複数回答)としては、「売上・受注の不振」をあげるところが76.7%、「仕入単価の上昇」が58.3%などとなった。

業種別にみると、製造業はBSI+6で前回調査の▲11から17ポイントの上昇、非製造業は▲12で前回調査の▲2から10ポイントの下降となり、非製造業で大幅に悪化した。非製造業では売上高・経常利益ともBSIが製造業に比べて低く、仕入価格等の上昇の販売価格への転嫁があまり進んでいないとみられる。

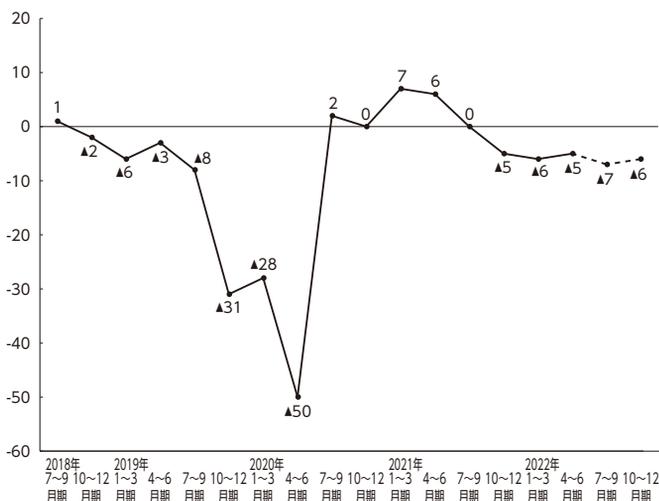
### (先行き)

先行きについては、2022年7~9月期のBSIが▲7、10~12月期は▲6とマイナス圏で推移し、経常利益減少を見込んでいる企業が多くなっている。

業種別では、7~9月期、10~12月期に製造業が+5、▲4、非製造業が▲14、▲5となっている。

### ● 経常利益

BSI(増加-減少)季調済 ———— 実績 ..... 見通し



## ☑ 設備投資

### (現状)

2022年4~6月期の設備投資は、季調済BSIが+6となり、前回調査対象期間(2022年1~3月期)の+3から3ポイントの改善となった。設備投資のBSIは2四半期ぶりに改善し、6四半期連続でプラス圏で推移しており、設備投資は底堅く推移している。

設備投資の内容については、2022年4~6月期は「更新投資」が56%、「能力増強投資」24%、「合理化投資」8%、「研究開発投資」4%などとなり、「更新投資」の比率が約6割と更新投資中心の内容となった。

業種別にみると、製造業はBSI+6で前回調査の+1から5ポイント、非製造業は+6で前回調査の+3から3ポイントの改善となった。製造業・非製造業とも個別の業種間ではばらつきがみられ、改善・悪化が混在した。

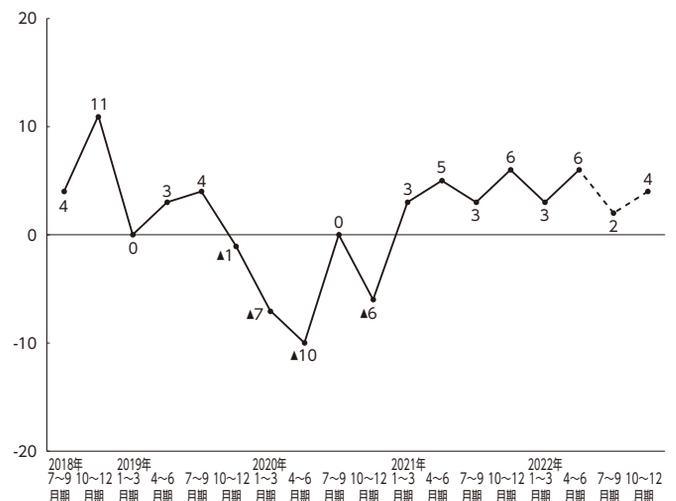
### (先行き)

先行きについては、2022年7~9月期のBSIが+2、10~12月期は+4とプラス圏で推移する。

業種別では、製造業が2022年4~6月期、7~9月期、10~12月期に+6→+6→+2、非製造業では+6→▲1→+4となっており、両業種とも多少の増減はあるものの、積極的な姿勢がうかがわれる。

### ● 設備投資

BSI(増加-減少)季調済 ———— 実績 ..... 見通し



☑ 雇用

(現状)

最近(ここ6カ月間)の雇用状況をみると、雇用人員が「増加」とした企業は28%、「減少」とした企業は17%で、BSIは+11と前回調査の+15から4ポイントの悪化となった。悪化とはなったものの、雇用人員が増加している企業の方が減少している企業よりも多くなっており、県内の雇用環境は良好である。

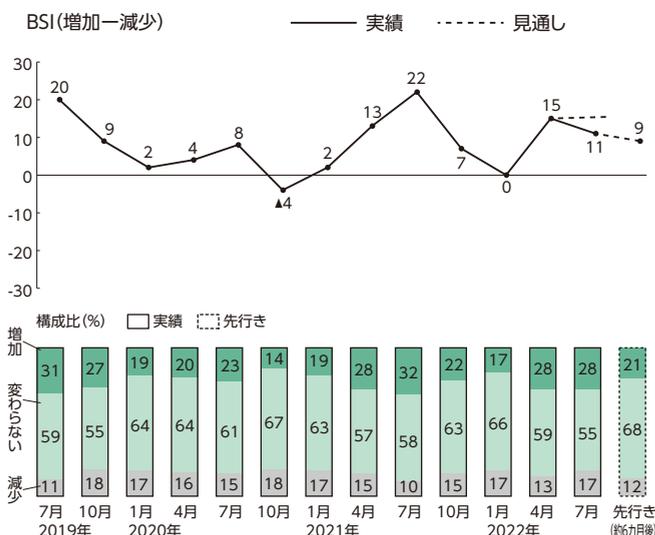
業種別にみると、製造業はBSI+9で前回調査の+15から6ポイント、非製造業は+13で前回調査の+15から2ポイントの悪化となった。

(先行き)

先行き(約6カ月後)については、「増加」とする企業が21%、「減少」とする企業12%でBSIは+9と現状から2ポイントの悪化となったが、増加とする企業の方が減少とする企業よりも多く、県内の雇用環境は先行きについても良好に推移するとみられる。

業種別では、製造業はBSI+17で現状から8ポイントの改善、非製造業は+4で9ポイントの悪化となっている。

●雇用



☑ 経営上の問題点

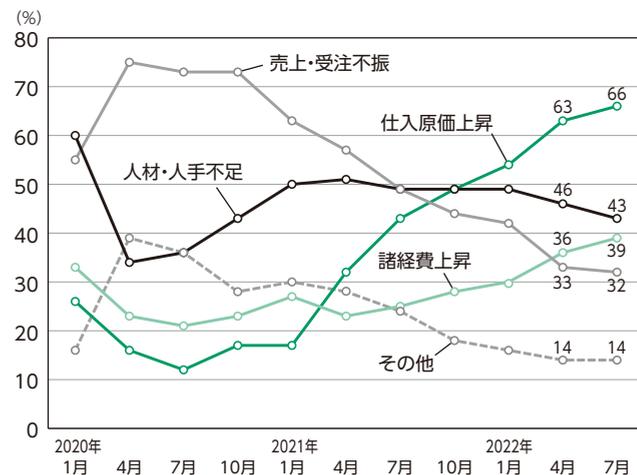
経営上の問題点(複数回答)については、「仕入原価上昇」が66%と最も多かった。次いで、「人材・人手不足」43%、「諸経費上昇」39%、「売上・受注不振」32%などとなった。

業種別にみると、「仕入原価上昇」について、製造業が非製造業より28ポイント、「人材・人手不足」について、非製造業が製造業より18ポイント、「売上・受注不振」について、非製造業が製造業より12ポイント多いのが目立った。

2021年は原油や資源価格等が上昇し、経営上の問題点については、2021年4月調査から「仕入原価上昇」の比率が高まり、本年に入ってから調査では最も高くなっている。「諸経費上昇」の比率も徐々に高まっており、前回調査では「売上・受注不振」と逆転した。今回調査では「仕入原価上昇」・「諸経費上昇」の比率がさらに高まった。

資源価格等については天井を打ち、下落傾向のものもみられるが、現状においてもウクライナ問題の解決の時期が見通せていないこと、仕入価格等の上昇が販売価格に転嫁されていくのにはタイムラグがあることから、企業経営上、仕入価格や諸経費価格の動向から目が離せない状況が当面続くとみられる。(太田富雄)

●経営上の問題点(複数回答)の推移



2022年7月実施。対象企業数1,014社、回答企業数309社、回答率30.5%。

# 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 改善を示している

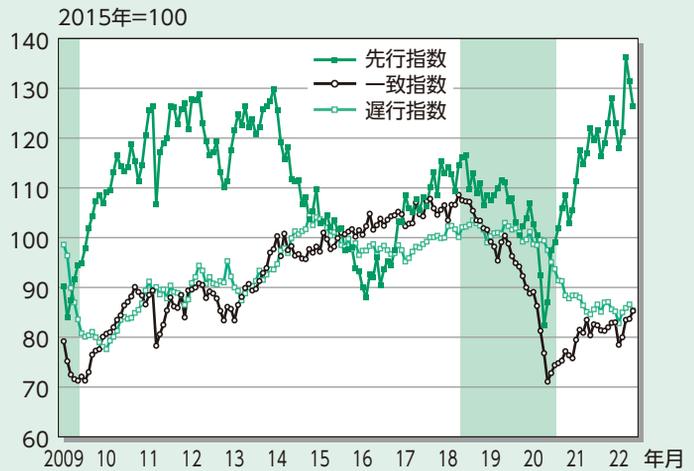
5月のCI(コンジット・インデックス)は、先行指数:126.4(前月比▲5.0ポイント)、一致指数:85.3(同+1.6ポイント)、遅行指数:85.4(同▲1.2ポイント)となった。

先行指数は2カ月連続の下降となった。

一致指数は4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。埼玉県は景気の基調判断を「足踏みを示している」から「改善を示している」に上方修正した。

遅行指数は4カ月ぶりの下降となった。

### 景気動向指数の推移



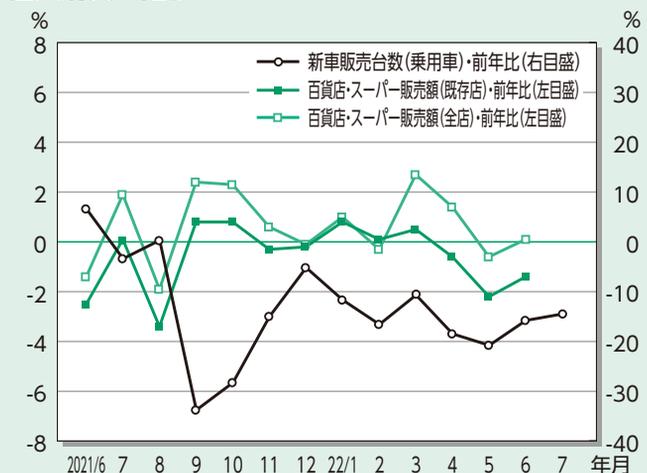
資料:埼玉県 (注)網掛け部分は埼玉県の景気後退期。2018年から2020年にかけての景気後退期は暫定的に設定されたもの

### 個人消費 百貨店・スーパー販売額は3カ月連続で減少

6月の百貨店・スーパー販売額は1,084億円、前年比▲1.4%(既存店)と3カ月連続で減少した。業態別では、百貨店(同+1.6%)は増加したが、スーパー(同▲1.8%)は減少した。新設店を含む全店ベースの販売額は同+0.1%と2カ月ぶりに増加した。

7月の新車販売台数(乗用車)は9,679台、前年比▲14.5%と11カ月連続で減少した。車種別では普通乗用車が6,021台(同▲9.4%)、小型乗用車が3,658台(同▲21.7%)だった。

### 個人消費の推移



資料:経済産業省、日本自動車販売協会連合会

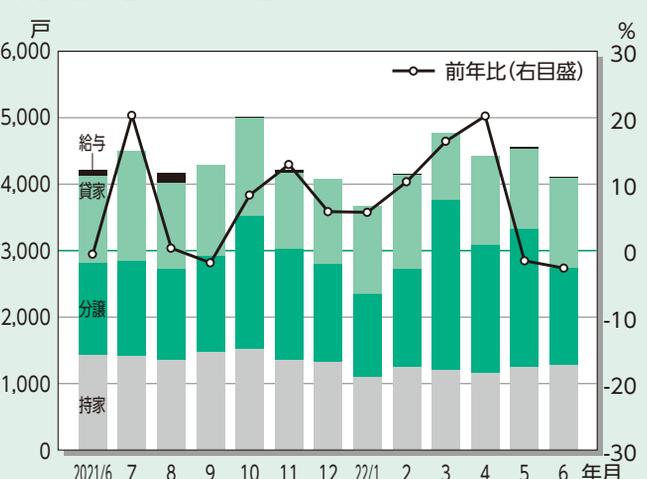
### 住宅 2カ月連続で前年を下回る

6月の新設住宅着工戸数は4,106戸となり、前年比▲2.6%と2カ月連続で前年を下回った。

利用関係別では、貸家が1,368戸(同+4.8%)と2カ月ぶりに、分譲が1,459戸(同+5.0%)と5カ月連続で増加したものの、持家が1,278戸(同▲10.6%)と4カ月連続で減少した。

分譲住宅は、戸建てが1,335戸(同+17.3%)と12カ月連続で増加したものの、マンションが112戸(同▲55.2%)と2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

# 持ち直しの動きがみられる

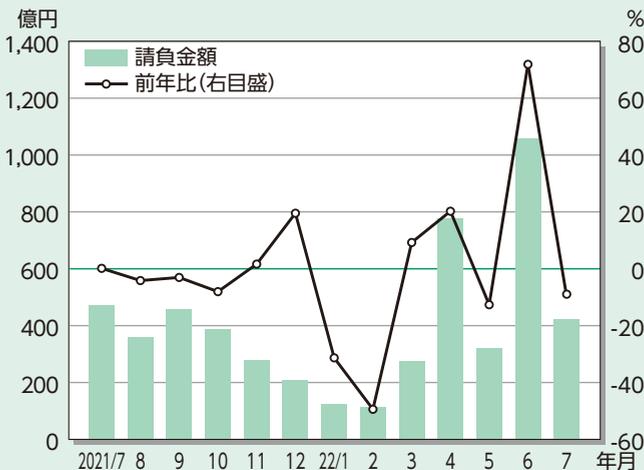
## 公共工事 2カ月ぶりに前年を下回る

7月の公共工事請負金額は424億円、前年比▲9.8%と2カ月ぶりに前年を下回った。2022年4~7月までの累計は、同+23.0%と前年を上回って推移している。

発注者別では、独立行政法人等(同+71.7%)と市町村(同+5.4%)が増加したものの、国(同▲51.3%)、都道府県(同▲10.0%)が減少した。

なお、7月の請負件数は885件(同+6.4%)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)

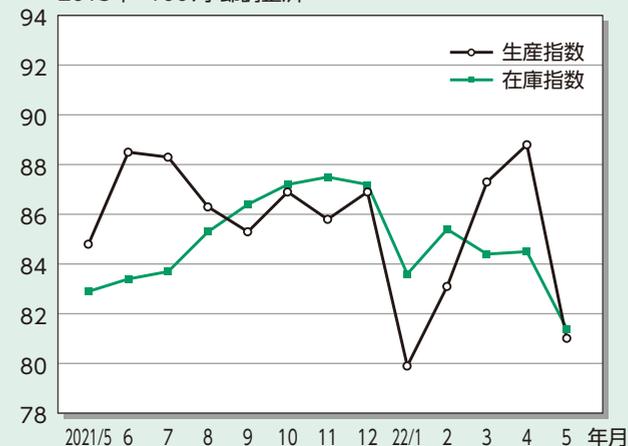
## 生産 4カ月ぶりに減少

5月の鉱工業指数をみると、生産指数は81.0、前月比▲8.8%と4カ月ぶりに減少した。業種別では、輸送機械、業務用機械、家具など5業種が増加したものの、化学、情報通信機械、生産用機械など18業種が減少した。

在庫指数は81.4、前月比▲3.7%と2カ月ぶりに減少した。業種別では、電子部品・デバイス、電気機械、非鉄金属など7業種が増加したものの、輸送機械、化学、パルプ・紙・紙加工品など13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

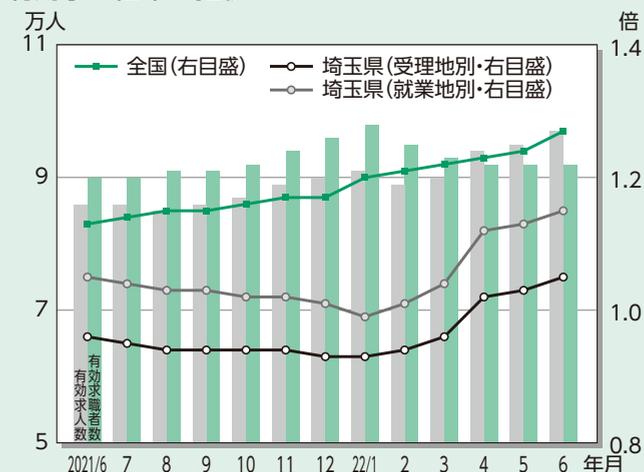
## 雇用 有効求人倍率は前月から上昇

6月の受理地別有効求人倍率は、前月から0.02ポイント上昇の1.05倍となった。

有効求職者数が92,210人(前月比▲0.3%)と、2カ月ぶりに前月を下回るなか、有効求人数は97,179人(同+1.9%)と4カ月連続で前月を上回った。新規求人倍率は、前月から0.01ポイント上昇の1.80倍となっている。

なお、6月の就業地別有効求人倍率も、前月から0.02ポイント上昇の1.15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 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	81.0	▲ 8.8	88.0	▲ 7.5	81.4	▲ 3.7	97.7	▲ 0.9	218	112.5	3,919	▲ 8.4
6月			96.1	9.2			99.6	1.9	247	18.9	4,787	12.0
7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 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	13.7	12.1	14.4	1.3	98.7	▲ 0.6	99.3	▲ 0.9
6月	4,106	▲ 2.6	74,596	▲ 2.2			P15.6	P2.6			P99.5	P▲ 0.6
7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 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	1.05	1.27	32,561	8.6	892	12.0	1,084	▲ 1.4	16,735	1.3
7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 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	101.4	2.1	101.8	2.4
7月	9,679	▲ 14.5	186,711	▲ 12.2	27	1,348	494	84,570				
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			



狭山市長 小谷野 剛氏

## 市長のメッセージ

狭山市は、武蔵野台地の豊かな自然に恵まれた住宅都市で、県内有数の工業都市でもあります。8月には「狭山市入間川七夕まつり」が開催され、多くの来場者で賑わっています。「狭山茶」が特産で秋には野点の「さやま大茶会」も催されます。

現在、「第4次総合計画後期基本計画」に掲げる4つの重点テーマ「若い世代を増やす」「まちと産業に活力を」「楽しめる健康高齢社会を」「市政運営をみんなの力で」に沿って、未来につながる実効性の高い施策に取り組んでいます。今後も、情熱一番をモットーに、市民の皆さまと一緒に魅力と活力に満ちた持続可能なまちづくりを進めてまいります。

## はじめに

狭山市は、埼玉県の南西部、都心から40km圏に位置し、川越市、所沢市、入間市、飯能市、日高市と接している。現在の人口は14万9千人となっている。

市内には、西武新宿線と西武池袋線の4つの駅があり、都心から1時間の便利な環境にある。道路は国道16号が市の中央部を走るほか、圏央道の狭山日高ICや関越自動車道の川越ICへのアクセスが良く、交通の利便性から2つの工業団地をはじめ、多くの企業が集積している。

市では、こうした特性を活かし都市としての持続可能性を高めるため、地域産業の活性化に向けた支援を充実させるとともに、都心からの玄関口である入曽駅周辺地区の整備を進めている。また、関係人口を増やすための観光資源として、潜在的なポテンシャルを有する入間川河川敷や智光山公園を多くの人が集まる憩いの場として再整備し、市の魅力向上につなげている。



Saya-Bizでの相談風景

## ☀️ 狭山市ビジネスサポートセンター Saya-Biz

Saya-Bizは、市が設立した無料経営相談所。中小企業・小規模事業者の経営支援および創業支援を行っている。事業者の「稼ぐ力」を掘り起こす攻めの経営支援が特徴で、対話と傾聴により事業者が抱えるさまざまな課題を解決する。相談業務を支援の柱に据えながら、定期的にセミナーなどのイベントも開催している。

静岡県富士市から始まったこうした取り組みはBizモデルと呼ばれ、今では全国20カ所以上に広がっている。埼玉県内では狭山市が初めての設立となった。

Saya-Bizは、2019年4月に設立され、2022年3月までの3年間の相談件数は4,128件に上る。リピート率は9割を超え、相談に訪れる地域の経営者にとって、なくてはならない存在になっている。

相談件数のうち、サービス業が30.4%、小売業が14.0%、製造業が13.6%、飲食業が11.5%となっている。相談後のアンケートでは、98.5%が「大変満足」または「満足」と回答、「また利用したい」が98.5%、「知り合いにすすめたい」が99.5%と、利用者からは極めて高い評価を獲得している。

本年3月には全国でBizモデルを実践している自治体と、「全国Bizネットワーク」を立ち上げた。地域を超えた連携により、商品開発や販路拡大などさらなる強化を図り、中小企業・小規模事業者の支援につなげている。

## 狭山市概要

人口(2022年7月1日現在)	149,440人
世帯数(同上)	71,093世帯
平均年齢(2022年1月1日現在)	49.5歳
面積	48.99km <sup>2</sup>
製造業事業所数(工業統計)	167所
製造品出荷額等(同上)	10,756.6億円
卸・小売業事業所数(経済センサス)	880店
商品販売額(同上)	2,876.1億円
公共下水道普及率	96.7%
舗装率	63.1%

資料:「令和3年埼玉県統計年鑑」ほか



## 主な交通機関

- 西武新宿線 狭山市駅、新狭山駅、入曽駅  
西武池袋線 稲荷山公園駅
- 圏央道 狭山日高ICから市役所まで約4km  
関越自動車道 川越ICから市役所まで約7km

## ✨入曽駅周辺整備事業

狭山市駅隣の入曽駅周辺では、2024年度のまちびらきに向け、急ピッチで工事が進められている。

駅東口からすぐの場所にある入間小学校跡地に、事業の中核を担う商業施設として、イオンリテール株式会社の新業態「そよら」が出店する。地域最大のスーパーマーケットのほか、ブックカフェやキッズパーク、ドライブインシアターなどからなる複合型商業施設となる予定である。

学校跡地活用のほか、現駅舎を川越方面へ移動し橋上駅舎を新設、東口と西口に駅前広場をつくり、これを東西自由通路でつなぐ。さらに、新たな駅前道路を設ける計画で、駅周辺が大きく変貌する。

入曽駅周辺では、これまで交通事故の多発や、駅前広場がない、駅周辺の空き店舗が増えている、といった課題があったが、周辺の一体的な整備により、安全性、利便性の向上はもちろん、にぎわいの創出と地域の活性化が期待される。



入曽駅前にできる商業施設「そよら入曽(仮称)」

## ✨入間川にここにテラスと智光山公園キャンプ場

市内では相次いで新たなアウトドア施設がオープンし人気となっている。

市は2016年度から「入間川とことん活用プロジェクト」として、入間川に架かる新富士見橋と昭代橋の間にある「河川敷中央公園」の利活用について検討を進めてきた。同公園は敷地が广大で、狭山市駅西口から徒歩15分とアクセスしやすいところにある。

一昨年、同公園の愛称が公募により「入間川にここにテラス」(表紙写真)に決定。昨年3月にはスターバックスコーヒーが中核施設としてオープンし話題になった。河川敷への出店は全国初という。店内の天井には西川材を使用。テラス席も多く配置されている。

隣接地には、入間川の流れをイメージしたワイドな滑り台などの大型複合遊具、乳幼児向け遊具、芝生エリアがあり、多くの家族連れでにぎわっている。

また、本年3月には、智光山公園内のキャンプ場が、新たにワーケーション機能を備え、リニューアルオープンした。智光山公園は武蔵野の自然を生かした53.8haの広大な敷地にあり、都心にも近く、市内外から多くの利用者が訪れる人気スポットである。

車が止められる電源付きオートキャンプサイト、人気のソロキャンプサイトに加え、女性専用パウダールームやユニット式シャワールームが新設された。フリーWi-Fiを設置し、本格的なりもートワークにも対応、キャンプ場ワーケーションも楽しめる。

(樋口広治)

# 市町村経済データ

## 昼夜間人口および昼夜間人口比率

(2020年10月1日)

市町村名	夜間人口 (人)	昼間人口 (人)	昼夜間 人口比率	市町村名	夜間人口 (人)	昼間人口 (人)	昼夜間 人口比率	市町村名	夜間人口 (人)	昼間人口 (人)	昼夜間 人口比率
さいたま市	1,324,025	1,229,480	92.9	朝霞市	141,083	116,982	82.9	滑川町	19,732	18,658	94.6
川越市	354,571	343,052	96.8	志木市	75,346	59,930	79.5	嵐山町	17,889	18,565	103.8
熊谷市	194,415	189,466	97.5	和光市	83,989	72,463	86.3	小川町	28,524	24,181	84.8
川口市	594,274	490,197	82.5	新座市	166,017	146,065	88.0	川島町	19,378	21,159	109.2
行田市	78,617	72,909	92.7	桶川市	74,748	62,763	84.0	吉見町	18,192	16,800	92.3
秩父市	59,674	57,673	96.6	久喜市	150,582	141,711	94.1	鳩山町	13,560	13,161	97.1
所沢市	342,464	298,938	87.3	北本市	65,201	53,822	82.5	ときがわ町	10,540	9,811	93.1
飯能市	80,361	73,398	91.3	八潮市	93,363	87,711	93.9	横瀬町	7,979	6,598	82.7
加須市	111,623	106,419	95.3	富士見市	111,859	84,357	75.4	皆野町	9,302	8,421	90.5
本庄市	78,569	79,878	101.7	三郷市	142,145	128,520	90.4	長瀬町	6,807	5,960	87.6
東松山市	91,791	94,194	102.6	蓮田市	61,499	51,632	84.0	小鹿野町	10,928	10,336	94.6
春日部市	229,792	196,819	85.7	坂戸市	100,275	92,650	92.4	東秩父村	2,709	2,361	87.2
狭山市	148,699	141,364	95.1	幸手市	50,066	44,576	89.0	美里町	11,039	11,778	106.7
羽生市	52,862	51,712	97.8	鶴ヶ島市	70,117	59,006	84.2	神川町	13,359	12,055	90.2
鴻巣市	116,828	94,696	81.1	日高市	54,571	53,611	98.2	上里町	30,343	26,471	87.2
深谷市	141,268	133,595	94.6	吉川市	71,979	59,025	82.0	寄居町	32,374	32,134	99.3
上尾市	226,940	189,660	83.6	ふじみ野市	113,597	93,778	82.6	宮代町	34,147	27,806	81.4
草加市	248,304	210,429	84.7	白岡市	52,214	41,711	79.9	杉戸町	43,845	40,043	91.3
越谷市	341,621	298,114	87.3	伊奈町	44,841	43,432	96.9	松伏町	28,266	22,461	79.5
蕨市	74,283	61,066	82.2	三芳町	38,434	43,913	114.3				
戸田市	140,899	129,201	91.7	毛呂山町	35,366	33,387	94.4				
入間市	145,651	129,463	88.9	越生町	11,029	10,051	91.1				
市町村計	7,344,765	6,581,578	89.6								

資料:総務省「国勢調査」

(注1)夜間人口とは、当該地域に常住している人口

(注2)昼間人口とは、当該地域の夜間人口に当該地域以外から当該地域へ通勤・通学している者に加え、当該地域から当該地域以外へ通勤・通学している者を除いたもの

(注3)昼夜間人口比率とは、夜間人口100人当たりの昼間人口の比率

## 埼玉りそな経済情報 2022年9月号

2022年9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剤の植物性インキを使用しています。