

# 埼玉りそな 経済情報

December 2022 No.228

12月号

1 **彩論** 埼玉県生産性本部 会長 **栗田 美和子** 氏

——— 今こそ生産性問題に取り組む

2 **ズームアップ** 株式会社ペリカン

5 **地域研究レポート** 地方創生からデジタル田園都市国家構想へ

9 **調査** 人口移動から考える「暮らしやすい」埼玉県の実現に向けて

13 **アンケート調査** 埼玉県内企業経営動向調査

——— 製造業の自社業況が大幅に悪化。仕入価格・諸経費価格の上昇が影響

17 **県内経済の動き**

19 **月次経済指標**

21 **タウンスケープ** 小鹿野町

——— 花と歌舞伎と名水のまち おがの

裏表紙 **市町村経済データ**



ライトアップされた尾ノ内氷柱(小鹿野町)



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

## 今こそ生産性問題に取り組む



埼玉県生産性本部  
会長  
栗田 美和子氏

埼玉県生産性本部は、埼玉県、埼玉県経営者協会、埼玉県民間産業労組会議の尽力で昭和35年に設立された62年の歴史を有する団体である。生産性運動3原則(1.雇用の維持拡大、2.労使の協力と協議、3.成果の公正な配分)を理念として掲げ活動をしてきた。その会長に就任して3年が経過した。埼玉県には類似する経済団体も多くある中で、これからの企業における労使関係を重視した付加価値向上を考え活動したいと考えている。

厳しい社会環境下(コロナ禍、経済状況、ウクライナ情勢等)で大切なのは、生産性問題は創立時ととらえ方が変化していることだと思う。つまり埼玉県生産性本部の組織としての役割も変化していると考えます。私が思う、今求められる生産性問題は、従来からの①作業効率アップ、②機械化による効率アップ、③システム化、さらには昨今の④DXもあるが、こうした方法論に加えて「個性あるオンリーワン組織の構築」が必要であり、それを実現するには⑤人材の成長に繋がる教育がなくてはならないと思う。特にこれからは人材育成(成長)力の差が生産性向上に大きく影響するように思う。

その本質を学ぶべく埼玉県生産性本部では「100年企業から学ぶ持続的競争力研究会」を開催し毎年全国の100年企業を訪問してきた。100年企業は同じことを継続していたわけではなく、時代や社会の環境変化に合わせた戦略面からの変革を実現してきたことこそが学ぶべき点と実感している。全国に販売網を持つ企業だけではなく、地域に根差し、地域からの発信をする企業、そして特化した地域らしい業態での変革を実現した企業もある。

さらに生産性を高めるためには働き手と経営者が「企業の存在価値」を共有することが必要と思う。2024年に発行される新一万円札の肖像画に

採用された渋沢栄一翁の合本主義にそのヒントがあると私は思う。NHK大河ドラマでも描かれた渋沢栄一翁は、官の立場で文明開化時代の社会基盤整備に尽力しつつ、生涯に約500の企業と100の地域貢献団体を創立した。その企業の多くが100年を超え継続している。

2022年10月の定例理事会で渋沢栄一翁を学ぶために渋沢資料館元館長井上潤氏をお招きして講話をいただいた。その中で渋沢翁の教える事業経営の必須条件として下記をあげられていた。

- ・周囲の事業に適応すべし。
- ・二重の手数(無駄)をかけないようにしなければならない。
- ・合本法に寄らねばならない。公益性を帯びているか、資本が確実に得られるか。仔細な営業予算の確認、人材(責任を負え、信頼に足る首脳)の存在、商業道德観(労働環境、労使関係の整備・維持)。

21世紀の今にも通じる先見ではないだろうか。渋沢翁の出身地「埼玉」で活動する埼玉県生産性本部として渋沢翁の精神と企業が生産性問題(付加価値を高める)を広く県内の中小企業にわかりやすく取り入れてもらえるような活動を目指していきたい。

生産性本部は労働者の団体である連合埼玉に生産性3原則を紐帯として参画していただいている。他の経営者団体との大きな違いでもある。さらに渋沢栄一翁が尽力して日本に定着させた金融機関組織との関係が深く、埼玉県内に本社を有する地域金融機関の全てが賛助会員として活動に参画している。埼玉県内の中小企業が生産性向上を目指す場として、地元企業、地域金融機関、連合埼玉との連携はオンリーワンの実現を目指すための私たちの独自性であり、それを強みとして活動を盛りあげていきたいと考えている。

## 農産物を顧客の要望に沿った食品原材料へと受託加工。 磨き上げた技術でさまざまな加工を手がける“業界のお助けマン”

創業以来、穀物類の加工技術に特化して事業を展開してきたペリカン。食品メーカーや商社等からの委託で、大豆や小豆などの穀物類を食品原材料へと加工する事業で成長を続けてきた。今年10月、長年培った技術を駆使して開発した大豆ミート製品「SoyΦ(ソイファイ)ミート」を発表。食品加工原材料メーカーとして販売にも力を入れ、目標とする“小さな大企業”に向け前進する。



代表取締役 原田 洋志氏

- 代表者 代表取締役 原田 洋志
- 設立 昭和60年11月
- 資本金 3,000万円
- 従業員数 68名
- 事業内容 穀物類関係の食品製造及び販売、穀物選別業、穀物の選別用機械及びそれに付帯する機械の製作販売、穀物、食料品及び食品製造用機械の輸出・輸入他
- 所在地 〒363-0028 埼玉県桶川市下日出谷西3-2-1
- URL <http://www.pelican-eg.co.jp>

株式会社ペリカンは、大豆や小豆、ひよこ豆、黒豆、米粉、加工でんぷん等の穀物類を、顧客の要望に応じてオーダーメイドで食品原材料に加工する企業だ。加工は原材料の選別、脱皮、挽き割り、粉碎、混合など多岐にわたる。

同社は多数の食品メーカーの受託加工を手がけており、その加工品は大豆製品や飲料、スナック菓子、製パン・製菓、総菜、製麺など幅広い食品に用いられている。

現在、加須市に二つ、久喜市に一つ工場を持ち、フル稼働で受託加工を行っている。

「今、当社が取り扱う穀物類は大豆の割合が多いです。過去には米粉が多かった時期、エンドウ豆が多かった時期など、時代のニーズによって変化はありました。いつの時代も、当社はお客さまの要望に寄り添う“業界のお助けマン”というスタンスです」(原田洋志社長)

創業以来長きにわたり、穀物類の加工に特化して技術を磨き、顧客の信頼を得てきた同社。他社にはまねできない革新的なオンリーワンの技術で存在感を示している。

### → 革新的な技術で存在感を示す

父親が経営する選別機械メーカーで機械の開発を行っていた原田社長が独立し、昭和60(1985)年に同社を興した。自ら手がけた機械を使っただ大豆や小豆、穀物類の選別事業から始まり、やがて、大豆や小豆等の受託加工を手がけるようになる。

社長自ら顧客のもとに足しげく通って情報を収集し、さまざまな方法で金属や石、ごみなどを取り除く選別技術の開発、そして顧客の要望に応じた加工品を製造できる機械の開発に励んだ。

そして、平成4(1992)年、「丸大豆を子葉と胚芽と皮に分離する方法」で特許を取得する。

「大豆の皮というのは、なかなかはがれないのです。また、皮がついていると味が悪くなってしまいます。そこでお客さまから、皮を100%取ってほしい、という依頼があり、4~5年かけて、皮をきれいにはがせる加工技術を開発しました」

試行錯誤の末、同社が開発したこの技術は革新的なものだった。顧客の依頼に応じて大豆を皮と実(子葉)と胚芽に分離することで、大豆の食味をアップさ

せることができ、顧客が手がける最終製品の風味向上を実現したのだ。また、この技術によって皮や胚芽をきれいに分離することで、それらを捨てることなく製品に使う道も開いた。

その後も同社は、顧客の要望に応えるべく多様な加工技術、選別技術を開発していく。やがてその評判は業界内に広がり、食品メーカーや商社からの受託が増え、会社は順調に成長していった。

## ➔ オンリーワンとなる技術の数々

平成14年、同社は「無菌全脂大豆粉の製造方法」の特許を取得する。これは、大豆に残留する土壌由来菌を除去すると同時に、大豆のえぐみや青臭みの原因となる有害酵素を失活し(酵素失活)、その一方で大豆が持つ水溶性タンパク質やビタミン、ミネラルなどの有効成分を損なうことなく大豆を丸ごとパウダーにするという技術だ。

それまでは、主に豆腐や納豆など伝統的な製品に使われてきた大豆。これが大豆粉になったことで、製菓・製パン、スナック菓子、製麺、健康食品、水産製品へと用途の幅が大きく広がった。

さらに、同社が加工した大豆粉は水によく溶ける(分散する)という特長を生かし、新たな製品化のアイデアを模索すべく開発に挑んだ。そして平成29年、「無菌全脂大豆粉を原料とする醗酵乳製品の製造方法」の特許を取得。そして、自社で乳酸菌を選別し、埼玉県産業技術総合センター北部研究所と共同で国の「農商工連携」制度を活用して無菌全脂大豆粉を使ったヨーグルトを開発した。その後、「乳酸菌醗酵大豆食品及び乳酸菌醗酵大豆食品用の乳酸菌」の特許を取得した。

製造方法の開示を伴う特許の取得はリスクがあると考え、戦略的に特許申請を行わない企業も多い中、同社は積極的に特許の取得を進めていった。

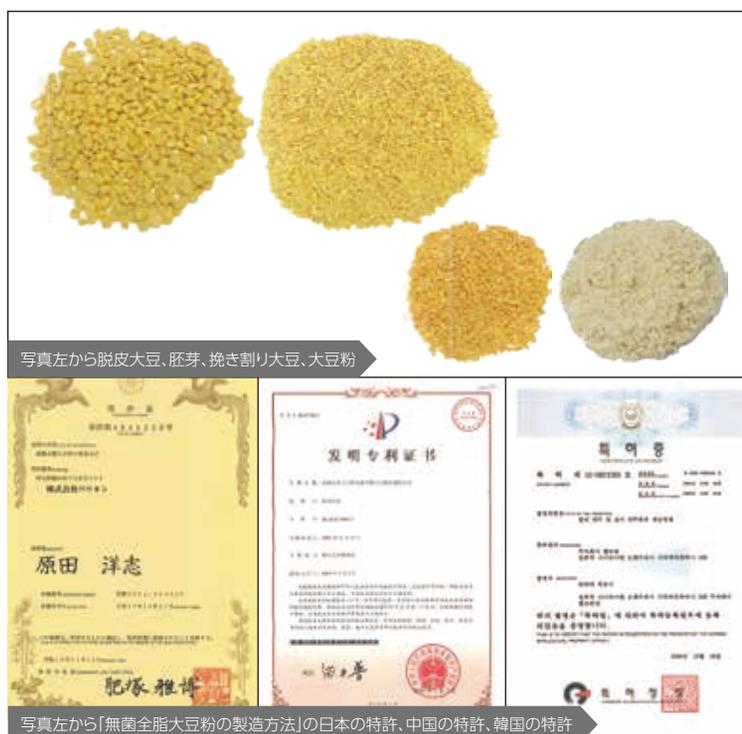
「特許を取ることで、自分たちが開発したものをきちんと示したいのです。無菌全脂大豆粉の特許は、

中国と韓国でも取りました。乳酸菌の特許はアメリカで取っています」

こうした技術の数々が、“困ったらペリカンに頼もう”という顧客の信頼へとつながっているのだ。

## ➔ 顧客と力を合わせて加工技術を磨く

近年、消費者の嗜好の細分化や健康に対する意識の高まりなどから、さまざまなカテゴリーの製品が



開発・販売されている。

同社は、顧客からの「この原料でこんなものがないか」「これを使って特殊な加工をしてほしい」といった注文や持ち込まれる農産物に対して、長年培ってきたノウハウや知見をフルに活用して加工を手がけていく。時には、製品の出来高を考えて新たな提案をしたり顧客とともに新たな加工技術を開発したりすることもある。まさに、“業界のお助けマン”だ。

「新たな加工技術を生み出していく、そのヒントとなるものはお客さまから教えていただくのです。世の中にないこんなものがほしい、これをこうしてほしい、そうした困りごとに一つひとつ応えていき、独自の加工

機械を生み出してきました」

加工はまず、原材料を顧客から預かり、その大きさや形、収穫年度や産地など品質を判断して機械の微調整を行う。そして、原材料に含まれる異物や形の不揃いなものを取り除き、依頼に応じて豆などの皮をむく脱皮、希望のサイズに応じた挽き割り、青臭さを取り除く酵素失活、加工しやすいようパウダー状にする粉碎等、オーダーメイドの加工を施して、顧客のもとに食品原材料として送り出すという流れだ。



特殊加工機械「エクストルーダー」



写真左から「SoyΦミート」ミンチタイプ、そぼろタイプ

現在、世界的な原材料高騰の影響を受け、頭を悩ませる企業が多いなか、同社は受託加工に専念することで安定した経営を実現している。

## → 自社製品となる大豆ミートを開発

同社は特殊加工機械“エクストルーダー”を用いて、初の自社ブランドとなる大豆ミートの食品加工原料「SoyΦ(ソイファイ)ミート」を開発した。

現在、市場に並ぶ多くの大豆ミートは油を搾った脱脂大豆が使用されており、脱脂大豆特有の豆臭さが商品開発のネックとなっていた。これに対し同社の大

豆ミート「SoyΦミート」は、全脂大豆を用いた「全脂脱臭大豆粉」を原料としているため、豆臭さがなくうまみや歯ごたえのある食感が特徴だ。

ミンチ状の「SoyΦミート」を水に戻し、水気を絞って肉同様に調理すれば、唐揚げやハンバーグなどの総菜が完成するという。総菜以外に新感覚のスナック菓子にも加工が可能だ。販売は同社と関連のある会社がBtoBで行う。

「『SoyΦミート』を関係者に味見してもらったところ、『おいしい!』と評判が高かったのです。お客さまからの反応もよく『これで何かやりましょう』と。この製品は、伸びしろがあると思っています。当社の転換点になる製品だと考えています」

「SoyΦミート」は10月の食品開発展で披露された。おいしい大豆ミートを求めていた多数の企業担当者から試食後に、「これを求めていた! ぜひ検討したい!」と声上がり、大きな手ごたえを得ている。

## → 加工技術を磨きながら製品販売に注力

今後も同社は、これまで磨いた技術やノウハウを生かしながら依頼に応える受託加工を手がけていく考えだ。そして、同時に「『SoyΦミート』のメーカーとして関連のある会社と協力して販売を強化していきたい」と原田社長は語る。

また、これまでコロナ禍で停滞していた海外進出も、すでに本格的に視界に入ってきているという。

「中国では、現地の大手企業と提携して当社の大豆粉を使い現地の人たちの健康に配慮した製品を開発する話を進めています。中国での事業は、当社の大豆粉をブランドにした“ノウハウ商売”を考えています」

加工技術に特化して37年。他社にはないオンリーワンの技術で、業界内で確固たる地位を築いてきた同社。これからも顧客のニーズと期待に応えながら技術を磨き、同社が目標に掲げる「小さな大企業」に向けて歩を進めていく。

# 地方創生から デジタル田園都市国家構想へ



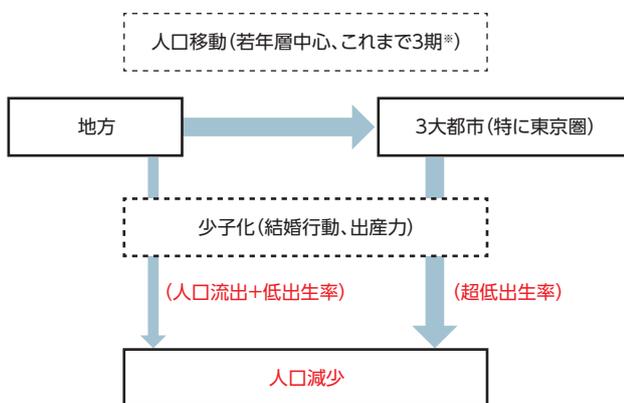
主席研究員  
萩原 淳司

## はじめに

「年内を目途に、国においてまち・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)を策定する」ことが示されたデジタル田園都市国家構想基本方針(以下、基本方針とする)が、2022年6月7日に閣議決定された。まち・ひと・しごと創生(地方創生)が、デジタル田園都市国家構想に置き換わることが正式に表明されたことになる。この時点で、地方創生の経緯と成果について振り返り、デジタル田園都市国家構想への展開について論じたい。

## 安倍政権の地方創生(2014年9月~2020年9月) 【地方創生のきっかけ】

地方創生は、安倍政権の主要政策だが、民間団体の提言をきっかけとする。2014年5月に公表された日本創成会議・人口減少問題検討分科会(座長:増田寛也東京大学大学院客員教授)提言「ストップ少子化・地方元気戦略」である。その中で「地方から大都市(東京圏)への若者(男女)の流出は、人口減少に拍車をかけている」として以下の図が示されている。



※第1期は1960~70年代の高度成長期、第2期は1980~90年代のバブル経済期、第3期は2000年以降の製造業拠点の海外移転による地方経済悪化期。

提言は「地方からの人口流出がこのまま続くと、人口の再生産力を示す「若年女性(20~39歳)」が2040年までに50%以上減少する市町村が896(全体の49.8%)にのぼると推計される。これらの市町村は、いくら出生率が上がっても将来的には消滅するおそれが高い」と主張した。消滅可能性都市として市区町村名が喧伝され、提言をまとめた増田寛也編「地方消滅-東京一極集中が招く人口急減」(中公新書)はベストセラーとなり、新書大賞を獲得した。

## 【法律】

このような動きを受けて、2014年9月に、まち・ひと・しごと創生本部が設置され(閣議決定)、同年11月に、まち・ひと・しごと創生法が公布された。

まち・ひと・しごと創生法の目的は「我が国における急速な少子高齢化の進展に的確に対応し、人口の減少に歯止めをかけるとともに、東京圏への人口の過度の集中を是正し、それぞれの地域で住みよい環境を確保して、将来にわたって活力ある日本社会を維持していくため」(第1条)とされている。

同条では「国民一人一人が夢や希望を持ち、潤いのある豊かな生活を安心して営むことができる地域社会の形成、地域社会を担う個性豊かで多様な人材の確保及び地域における魅力ある多様な就業の機会の創出を一体的に推進すること」を「まち・ひと・しごと創生」としているが、一般には「地方創生」がその同義語として多用されている。「地方創生」は、その時点では造語だったが、地方の振興全般を指す用語として定着し、まち・ひと・しごと創生法に基づかない予算や事業にも使われている。例えば、新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金は、2022年9月までに16兆3,760億円が補正予算・予備費として計上

されているが、まち・ひと・しごと創生法には基づいていない。地方創生道整備推進交付金も同様である。

### 【計画】

同法第8条で、国に策定が義務付けられた計画として、まち・ひと・しごと創生総合戦略(以下、総合戦略とする)がある。最初の総合戦略は2014年12月に閣議決定され、その期間が5年の計画なので、現在は、第2期の総合戦略が推進されている。

最初の総合戦略を策定した後、国では毎年6月に総合戦略の基本方針、12月に改訂版を策定し、時流の変化に対応してきた。しかし、最新の総合戦略の基本方針は、2021年6月閣議決定の「まち・ひと・しごと創生基本方針2021」で、最新の総合戦略の改訂版は、2020年12月閣議決定の第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」(2020改訂版)である。策定が途切れているのは、デジタル田園都市国家構想への移行のためと考えられる。

同法9、10条で策定が努力義務とされる都道府県、市区町村のまち・ひと・しごと創生総合戦略(以下、地方版総合戦略とする)は、ほぼ全ての都道府県と市区町村が策定し、現在は、国の第2期の総合戦略を勘案し見直した地方版総合戦略が推進されている。

### 【予算】

地方創生関連予算としては、地方創生推進交付金と地方創生拠点整備交付金がある。前者の令和4年度当初予算額は532億円、後者は70億円である。

地域再生制度に基づき、地方版総合戦略に掲載されている事業について地方自治体に交付されてきた。

### 【組織】

同法11条によりまち・ひと・しごと創生本部が内閣に、その下に、まち・ひと・しごと創生本部事務局(地方創生の企画・立案、総合調整)と内閣府地方創生推進事務局(地方創生に関する法律・予算・制度の運用)が置かれた。

なお、地方創生に関する全般または特定の課題について調査審議、検討等のため「まち・ひと・しごと創

生会議」「地方創生テレワーク推進に向けた検討会議」「地域しごと創生会議」「わくわく地方生活実現会議」「地域魅力創造有識者会議」などの会議が設置されてきたが、それらの会議の構成員・委員を増田寛也氏が歴任している。

## 地方創生の評価

約8年間取り組まれてきた地方創生であるが、その目標を「人口の減少に歯止め」「東京圏への人口の過度の集中を是正」とするならば、両方とも達成できていない。出生数は減少を続け、2014年の100万人から2021年の81万人に減少している。合計特殊出生率は、同じく1.42から1.30に下がっている。東京都と他県の労働生産性の格差(最大1.5倍)と賃金の格差(最大1.6倍)が大きく(2018年)、東京圏転入超過数は、81,699人(2021年)であり「東京圏と地方との転出入均衡達成目標ははまだ達成できていない」(基本方針)との評価である。さらに「地方には…産業空洞化などの社会課題がある」(基本方針)との認識がなされていることから、これまでの地方創生の取組は厳しい評価を受けざるを得ない。

## 菅内閣(2020年9月~2021年10月)のデジタル改革

菅内閣の主要政策は、デジタル改革である。2001年のIT基本法に代わるデジタル社会形成基本法、デジタル庁設置法を含むデジタル改革関連6法が、2021年5月に成立し、同年9月から施行された。

国は、新型コロナウイルス感染症対策のシステムを2020年4月から相次ぎ立ち上げたがトラブルが多数発生し、それを後に初代デジタル庁長官となる平井デジタル改革担当大臣は「デジタル敗戦」と呼んだ。菅首相(当時)は「指摘されてきた課題を一挙に解決し、デジタルを「次の成長の原動力」にするとした。

岸田内閣のデジタル田園都市国家構想では「デジタルは…新しい付加価値を生み出す源泉でもある」(基本方針)と位置付けるのは、この流れを汲んだものと言える。

## 岸田内閣(2021年10月～)のデジタル田園都市国家構想

デジタル田園都市国家構想は、岸田内閣が提唱する「新しい資本主義」の重要な柱の一つとされる。

地方創生と比較できるよう同じ項目で整理する。

### 【法律】

基本方針では、まち・ひと・しごと創生法の枠組みを有効に活用するとしており、2022年10月からの第201回国会では同法の改正はされない見込みである。

### 【予算】

関連予算としては、デジタル田園都市国家構想推進交付金が、令和3年補正予算で200億円が計上された。さらに令和5年度の概算要求として1,200億円と「デジタル田園都市国家構想の実現を加速化するための経費」が事項要求されている。

基本方針では、地方創生推進交付金、地方創生拠点整備交付金及びデジタル田園都市国家構想推進交付金を、新たに「デジタル田園都市国家構想交付金」として位置付け、デジタル田園都市国家構想による地方の活性化に向けた支援を進める、としている。

### 【組織】

2022年10月末時点では、内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局(地方創生の企画・立案、総合調整)と内閣府地方創生推進事務局(地方創生に関する法律・予算・制度の運用)が設置されている。

デジタル田園都市国家構想実現会議(設置は内閣総理大臣決裁による)が2021年11月から2022年6月まで8回開催され、基本方針(案)がまとめられた(6月9日閣議決定)。9月29日開催の第9回ではデジタル田園都市国家構想総合戦略(仮称)の策定方針等が議論された。

### 【計画】

基本方針では、年内(2022年中)を目途に国において、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)を策定する、その際、デジタル技術を活用し日本全体の改造等に取り組むことにより、構想を実現するための中

長期的な取組の基本的な方向を提示する、とし、地方は改訂された国の総合戦略に基づき、コロナ禍やデジタル技術の浸透・進展など時宜を踏まえて、目指すべき地域像を再構築し、地方版総合戦略を改訂するよう努め、具体的な地方活性化の取組を果敢に推進する、とある(以下、改訂された地方版総合戦略を、改訂地方版総合戦略とする)。

## デジタル田園都市国家構想と地方創生の関係

第1回デジタル田園都市国家構想実現会議において、地方創生の端緒をつくり、その後の経過を多くの会議の委員等として見てきた増田寛也氏(肩書は日本郵政株式会社取締役兼代表執行役社長)は「これまで歴代内閣が地方創生を進めてまいりましたけれども、地方での仕事づくり、それから医療や教育の質の向上というのは、なかなか困難でありまして、結局、東京への一極集中を生んできた、こういう実態がございます。しかし、デジタル技術でこうした隘路が解決される」と、デジタル技術に期待を示した。「岸田内閣がデジタルと地方創生をかけ合わせて、デジタル田園都市国家構想を推進するというのは、まさに時宜を得た政策であると思います」とも発言している。

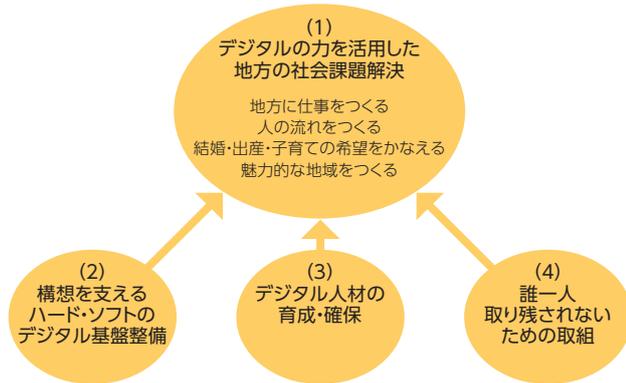
第9回会議への提出資料でも「デジタル田園都市国家構想は地方創生の新たな旗印」と地方創生との連続性を強調している。この観点からは、デジタル技術は、地方創生への再チャレンジのツールといえる。

基本方針において、デジタル田園都市国家構想の実現に向けた方向性・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、との柱の下に、①地方に仕事をつくる、②人の流れをつくる、③結婚・出産・子育ての希望をかなえる、④魅力的な地域をつくる、という4つの類型に分類して、取組を推進している。この4つの類型は、国の総合戦略の4つの基本目標に対応し、デジタル技術により地方創生に取り組むのならば(1)だけで十分かもしれない。しかし、それに加えて(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)デジタル人

材の育成・確保、(4) 誰一人取り残されないための取組、が柱としてあげられている。

それらは、デジタル社会形成のための基盤整備に加え、人の教育と社会関係の変革ともいえる広い分野に及んでいる。

### ● デジタル田園都市国家構想とは



内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局HPIに加筆

そのような観点からは、デジタル田園都市国家構想は、単に地方創生への手法を変えての再チャレンジではなく、デジタル技術をテコにした社会変革計画とも言える。基本方針に「日本全体の改造」とあるように、デジタル田園都市国家構想は、国レベルでは日本社会全体の、地方レベルでは地域社会全体のDX(デジタルトランスフォーメーション)計画といえるかもしれない(DXは「デジタル技術の導入を契機として、ビジネスモデルやライフスタイル全体をより良い方向に変革すること」とされる)。

### 自治体DX推進計画との関係

基本方針に示された改訂地方版総合戦略と、自治体DX推進計画(2020年12月公表、2022年9月改訂)との関係も整理しておきたい。

自治体DX推進計画は「デジタル・ガバメント実行計画」(2020年12月閣議決定)における自治体関連の各施策について、総務省が、自治体が重点的に取り組むべき事項・内容を具体化するとともに、総務省及び関係省庁による支援策等を取りまとめたものである。重点取組事項として、①自治体の情報システムの標準化・共通化、②マイナンバーカードの普及促進

③行政手続のオンライン化、④AI・RPAの利用推進、⑤テレワークの推進、⑥セキュリティ対策の徹底、があげられ、行政内部と行政サービスのデジタル化に焦点が絞られており、地域社会全体のDX計画ともいえる改訂地方版総合戦略とは対象と範囲が異なる。

### デジタル田園都市国家構想の実現への懸念

デジタル田園都市国家構想が、デジタル技術による社会の変革を求める計画ならば、その実現には社会的な合意と支持が不可欠と思われる。しかし、「デジタル敗戦」後も、行政・民間両分野でデジタル技術への期待や信頼が失われるような情報システム関連のトラブルが相次いでおり、構想に対する逆風といえる。

また、基本方針の(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)デジタル人材の育成・確保、については全国で統一した基準が必要なため、国主導で進むとしても、(4)誰一人取り残されないための取組、にうたわれるデジタル推進委員の展開(2022年度に全国2万人以上でスタート)や「地域ICTクラブ」の普及促進には、地方自治体や地域の力が不可欠である。にもかかわらず、マイナンバーカードの普及や情報システムの標準化・共通化の推進のため、地方自治体の負担は既に重くなっている。3年近くにわたる新型コロナウイルス感染症の流行や、相次ぐ台風や豪雨などの自然災害により、地方自治体や地域が疲弊していることも構想の実現に対する懸念材料である。

さらに、比較的経済状況の良かったアベノミクス2年目の2014年と異なり、円安、エネルギー価格・物価高騰の対策に追われる現在の景況もマイナス要因といえる。

多くの課題はあるものの、デジタル田園都市国家構想は、まだ、基本方針の段階であり、国には年内に公表されるデジタル田園都市国家構想総合戦略(仮称)と、地方自治体や社会に理解と参加を広げる取組に期待したい。

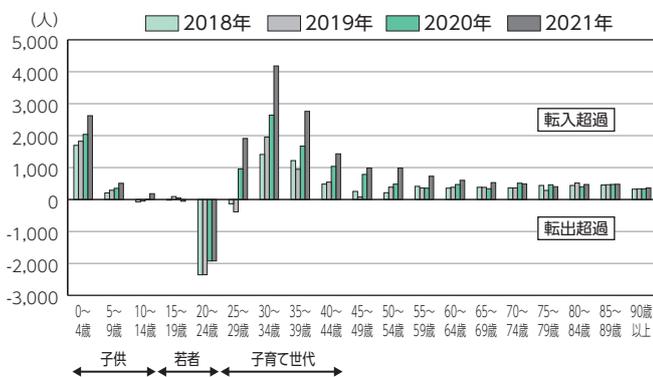
## はじめに

埼玉県は人口減少が進むと予想されており、人口減少が進むと、地域経済における生産・消費を支える活力が失われていくこととなる。人口の変動要因には死亡数と出生数の差による自然増減と、転出者数と転入者数の差による社会増減がある。人口減少への対応は、自然増を増やすことが基礎となるが、併せて社会増を増やす取り組みも求められる。それには埼玉県の魅力を高めていくことで、埼玉県で暮らしたいという人を増やしていく必要がある。本稿では、子育て世代を中心とした人口移動を考察するとともに、埼玉県の魅力について考えたい。

## 人口移動からみた埼玉県の特徴

埼玉県の総人口移動（転出者数と転入者数の合計）のうち約40%が東京都間での移動であることから、埼玉県の人口動向は東京都の人口移動の影響を大きく受ける。そこで埼玉県と東京都間の人口移動をみると、「子育て世代（25～44歳層）とその子供（0～14歳層）の転入超過」と「若者（15～24歳層）の転出超過」の2つの特徴がある。

## ●埼玉県の東京都からの年齢別転入超過数



資料:埼玉県HPで公開されている「都道府県別男女年齢別社会増見える化ツール」で作成

## ①「暮らしやすさ」を求め、転入する子育て世代

2021年の埼玉県の転入超過数（転入者数-転出者数）は、30～34歳層（4,182人）が最も多く、次いで

35～39歳層（2,760人）、0～4歳層（2,625人）、25～29歳層（1,913人）、40～44歳層（1,431人）となっている。埼玉県は、子育て世代（25～44歳層）とその子供（0～14歳層）を中心に転入超過の傾向にある。その傾向はコロナ禍前から見られるが、コロナ禍（2020年）以降より顕著となっている。

埼玉県は住みたい街（駅）としても、子育て世代から注目度が高い。株式会社リクルートの調査によると「住みたい街（駅）ランキング2022（首都圏版）」では、大宮や浦和等が上位にランクインしている。さらに「夫婦と子供世帯」では、3位に大宮、4位に浦和、7位にさいたま新都心、21位に川越、31位に和光市、38位に川口がランクインしており、その順位は全体と比較すると、大宮の同順位を除いて上昇している。このことから、埼玉県は子育て世代からの人気が高いことが窺える。

## ●住みたい街（駅）ランキング 2022首都圏版

| 全体 |         | 夫婦+子供世帯 |         |
|----|---------|---------|---------|
| 順位 | 駅名      | 順位      | 駅名      |
| 1  | 横浜      | 1       | 横浜      |
| 2  | 吉祥寺     | 2       | 吉祥寺     |
| 3  | 大宮      | 3       | 大宮      |
| 4  | 恵比寿     | 4       | 浦和      |
| 5  | 浦和      | 5       | 恵比寿     |
| 17 | さいたま新都心 | 7       | さいたま新都心 |
| 30 | 川越      | 21      | 川越      |
| 33 | 和光市     | 31      | 和光市     |
| 44 | 川口      | 38      | 川口      |

資料:株式会社リクルート「SUUMO住みたい街（駅）ランキング2022首都圏版」

大宮の同順位を除いて上昇している。このことから、埼玉県は子育て世代からの人気が高いことが窺える。

埼玉県、特にさいたま市は、なぜ子育て世代から選ばれるのだろうか。「令和3年度さいたま市民意識調査」における「さいたま市民が今の地域を選んだ理由」では、理由は大きく2つに分けられる。

1つ目は「生活（交通）の利便性」である。「交通の便が良いから（31.5%）」、「買い物など生活に便利だから（18.3%）」、「都心に近いから（14.3%）」などが挙げられている。

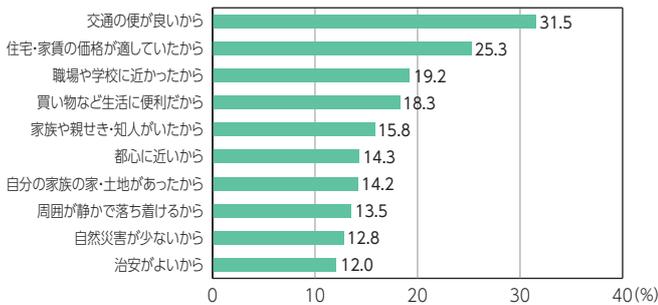
2つ目は「住環境の良さ」である。「周囲が静かであるから（13.5%）」、「治安がよいから（12.0%）」や、「住宅・家賃の価格が適していたから（25.3%）」など住環境とその価格が挙げられている。

以上から、都心に近く通勤圏内であるなどの「生活（交通）の利便性」や、自然豊かで長閑な地域も多く、

## 実現に向けて

東京都と比較すると住居費も安価であるなどの「住環境の良さ」を起因とした「暮らしやすさ」が子育て世代から選ばれる理由といえる。

### ●さいたま市民が今の地域を選んだ理由(上位10項目)



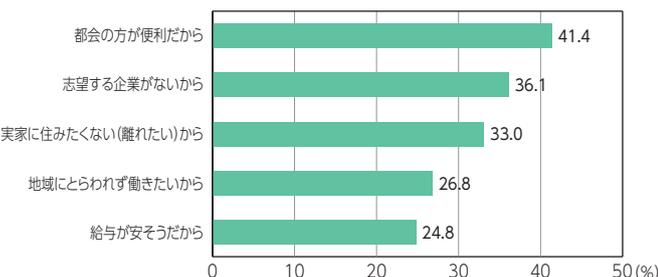
資料:さいたま市「令和3年度さいたま市民意識調査」

### ②就職を契機に転出する若者

2021年に転出超過を記録しているのは、若者(15~24歳)のみである。これは進学や就職が理由と考えられるが、転出超過数は進学が多い15~19歳層よりも、20~24歳層の方が多いため、就職が転出の主な理由になっていると推測される。

では、東京都内等の企業への就職に伴い転出する若者は、なぜ県内企業に就職をしないのであろうか。株式会社マイナビの調査によると、地元就職を希望しない理由は、「都会の方が便利だから(41.4%)」が最も多く、次いで「志望する企業がないから(36.1%)」、「実家に住みたくない(離れたい)から(33.0%)」の回答が多い。若者が東京都内等の企業へ就職する理由は、若者の希望に見合う仕事が多いことに加えて、若者の好む商業施設、交通網等の充実や地元から離れたい、若者の都会への憧れなどの心理的な要因も大きいことが窺える。

### ●地元(Uターン含む)就職を希望しない理由(全国)



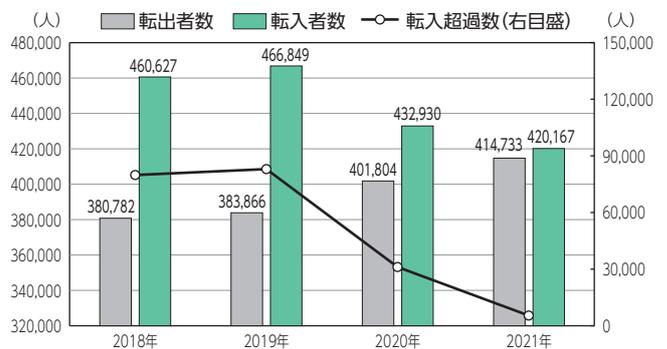
資料:株式会社マイナビ「マイナビ2023年卒大学生Uターン・地元就職に関する調査」  
(注)Uターン就職を希望しない(「希望しない」+「どちらかという并希望しない」と答えた方)に対する質問

## コロナ禍における東京都の人口動向の変化

東京都の人口移動は、コロナ禍で変化が見られる。その変化は埼玉県の前向き人口動向にも影響するため、次に東京都の人口移動を見てみよう。

東京都の全国からの転入超過数はコロナ禍以降、大きく減少しており、東京都の人口一極集中が修正されつつある。転出者数と転入者数に分けて見ると、転出者数の増加と転入者数の減少が見られる。コロナ禍により東京都への人口移動が抑制されたこと(転入者数減)と、テレワークなど新しい生活様式の普及により通勤頻度が少なくなるなどを理由に、都外への住み替えが増えたこと(転出者数増)の双方が転入超過数の減少に繋がっていると考えられる。

### ●東京都の全国からの転出入者数と転入超過数



資料:埼玉県HPで公開されている「都道府県別男女年齢別社会増見える化ツール」で作成

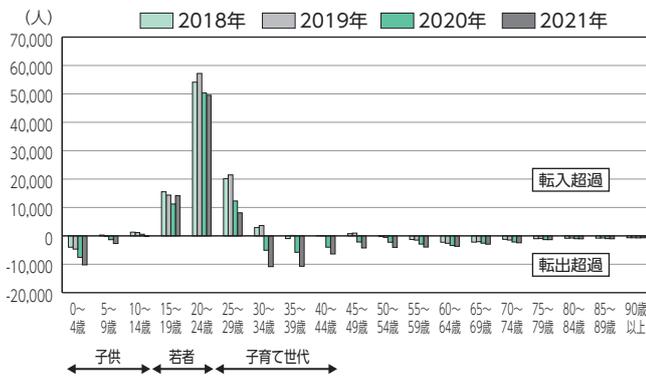
東京都ではコロナ禍以降、子育て世代となる30~44歳層が転入超過から転出超過に転じており、転出超過数は増加している。その子供(0~14歳層)も転出超過にあり、特に0~4歳層の2021年の転出超過数はコロナ禍前に比べ、2倍以上に拡大している。

一方で、若者の転入超過数は減少しているものの、コロナ禍以降も20~24歳層は5万人程度の転入超過にあり、15~19歳層の2021年の転入超過数は、コロナ禍前の水準近くまで回復している。若者の移動は就職や進学、心理的な要因によることから、コロナ禍においても転入超過は継続したと考えられる。

これらのことから、コロナ禍における東京都の人口移動には、子育て世代とその子供を中心とした転出超過のトレンドがあり、コロナ禍は新しい生活様式の普及等による都外への住み替え需要など、新たな人口移動の要因を生み出したといえるだろう。

2022年に入ると、緊急事態宣言の解除等の影響もあり、その転出超過数は減少基調にあり、このトレンドはコロナ禍終息に伴い、ある程度、落ち着いていくことが想定されるが、その後も都外への住み替え需要は、一定数は存在していくと考えられる。

### ●東京都の全国からの年齢別転入超過数



資料:埼玉県HPで公開されている「都道府県別男女年齢別社会増見える化ツール」で作成

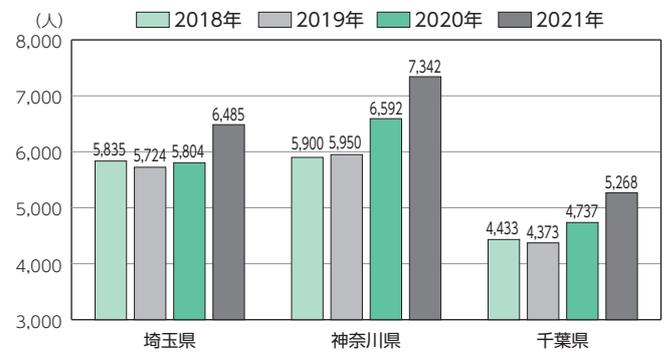
子育て世代とその子供は東京都からどこに転出しているのだろうか。子供の人口移動から、子供とその親となる子育て世代の転出先を見ていく。

2021年の東京都からの子供(0~14歳層)の転出先をみると、転出者数が最も多いのは、神奈川県、次いで埼玉県、千葉県となっている。この3県への転出者数の合計は、東京都の子供の転出者数の約52%を占める。

また、東京都から3県への子供の各転出者数の推移はコロナ禍以降、増加している。その要因は、さいたま市が「交通(生活)の利便性」や「住環境の良さ」を理由に選ばれているように、東京都に近いという「交通(生活)の利便性」と新しい生活様式や子育てを背景に、長閑で落ち着ける環境、部屋の広さ、安価な住居費等の「住環境の良さ」など、居住地としての「暮らしやすさ」求めて、3県に転出し

ていることにあると考えられる。

### ●東京都からの子供(0~14歳層)の転出者数(上位3県)



資料:埼玉県HPで公開されている「都道府県別男女年齢別社会増見える化ツール」で作成

## 「暮らしやすい」埼玉県の実現に向けて

埼玉県は就職や進学を理由に若者が東京都に転出している一方で、子育て世代から居住地として選ばれている。そしてコロナ禍以降、東京都からの子育て世代の転入はより目立つようになり、その移動理由のひとつは、埼玉県の「暮らしやすさ」である。

埼玉県が人口減少の課題を乗り越えていくためには、子育て世代の需要を捉えた暮らしやすい地域づくりをしていくことで、今後も継続して子育て世代から選ばれることが重要である。

近年の子育て世代の特徴は、共働き世帯が増加していることである。共働きの子育て世代にとって課題となるのが、仕事と子育ての両立である。この両立が図れないと仕事を辞めざるを得ないなど、経済的にも暮らしに与える影響が大きい。子育て世代にとっての暮らしやすさには、働きやすい地域づくりが欠かせないと考えられる。

これらを踏まえて、子育て世代が暮らしやすい埼玉県の実現に向けた施策展開を考えてみたい。

### ①住環境の整備

子育て世代を呼び込むためには、子育て世代が暮らしやすい住宅の供給と住環境の形成が必要である。

埼玉県は「子育て応援分譲住宅(マンション)認定制度」において、間取りや近隣の環境など、子育てに

配慮した戸建分譲住宅団地やマンションの認定を行うことで、子育てしやすい住環境の形成に取り組んでいる。既に129棟(戸建分譲住宅団地77棟、マンション52棟)を認定しており、その情報を埼玉県HPで公開している。

また子育ての観点からだけでなく、テレワーク等の普及からも住環境へのニーズは拡大している。テレワークは子育てと仕事の両立への寄与が期待されるが、子供がいる自宅では仕事に集中できる場所の確保等が困難な場合があるなどの課題もある。これらの課題を解消するためには、地域のテレワーク施設の拡充や、その情報発信にも取り組む必要がある。埼玉県ではテレワークポータルサイトを運営し、テレワーク施設の情報を地域ごとに公開をしている。オフィスや自宅だけでなく、家の近所でも働ける環境を整えることで職住近接が実現し、子育てと仕事の両立が図れる住環境に繋がる。

今後は、子育てだけでなくテレワーク等も考慮し、仕事や子育ての両立が図れる住環境を実現していくことで、新しい生活様式の浸透による子育て世代の住み替え需要を捉えていくことが重要である。

## ②保育サービスの充実

次に仕事と子育ての両立には、保育サービスの拡充が重要である。保育サービスの充実度合は仕事の就業形態や進退に関わる大きな問題となるからだ。埼玉県の保育所の待機児童数は296人(令和4年4月1日時点)で、4年連続減少しており解消されつつある。一方で就業形態の多様化から、保育時間など保育サービスへのニーズは拡大している。今後は保育サービスの量の拡充とともに、多様なニーズに対応できるよう質の拡充も求められる。

埼玉県は、地域の保育所における多様な保育サービスを推進するために、市町村が実施する「延長保育促進事業」や「一時預かり事業」の経費の一部を補助している。また市町村では、さいたま市や川越市、越谷市等で設置している「送迎保育ス

テーション」が注目をされている。これは駅前などに待機室としての保育室を設置して、そこから専用バスで複数の保育所への送迎と、それに伴う保育を提供する事業である。送迎の負担が軽減されるだけでなく、延長保育の役割も担うため、柔軟な働き方が可能となる。

さらに、子育ては保育所を卒所した後も続く。そこで受け皿となるのが、放課後児童クラブである。これは共働き等の家庭の小学生を対象に、労働等で保護者が放課後や休日など家庭にいない場合に、家庭に代わる生活の場を提供することで、仕事と子育ての両立支援を図る施設である。ここでも待機児童が課題となっている。埼玉県は市町村の施設整備費の補助等を実施しているものの、令和3年度の待機児童数は1,230人であり、施設整備は道半ばの状況である。また一般的に保育所は19時まで開所(延長保育含む)している施設が多いが、厚生労働省によると、全国で18時30分以降も開所している放課後児童クラブは全体の約60%に止まっている。このように保育所と比較すると拡充が遅れている状況であるため、今後は子供が就学後も円滑に仕事を続けられるよう放課後児童クラブの拡充がより一層求められる。

以上のように、保育サービスを拡充していくことで、自ら希望する働き方で仕事と子育て等の両立が図れる社会の実現が、子育て世代にとっての暮らしやすい地域づくりに繋がると考える。

埼玉県の魅力は暮らしやすさにある。その魅力を更に深化させていくためには、子育て世代が仕事と子育て等のワークライフバランスの調和が図れる地域づくりが求められる。暮らしやすい埼玉県を実現することで、より多くの人に「住むなら埼玉県」と、埼玉県を居住地に選んでもらうことが、将来予想されている人口減少問題への対応の一助となるのではないだろうか。

(西嶋 拓)

## 埼玉県内企業経営動向調査

製造業の自社業況が大幅に悪化。仕入価格・諸経費価格の上昇

### 国内景気

(現状)

最近(2022年10月)の国内景気に対する見方は、「上昇」3%、「下降」37%で、BSI(「上昇」-「下降」の企業割合)は▲34と、前回調査(2022年7月)の▲25から9ポイント低下し、2四半期ぶりの悪化となった。本調査は、10月上旬に実施したが、コロナ感染拡大はやや落ち着きつつあったものの、海外金利が上昇するとともに、急速に円安が進み、海外景気の悪化や物価上昇を懸念して悪化したとみられる。

業種別にみると、製造業はBSI▲29で前回調査の▲17から12ポイント、非製造業は▲37で前回調査の▲30から7ポイントの悪化となり、製造業の悪化が目立った。

(先行き)

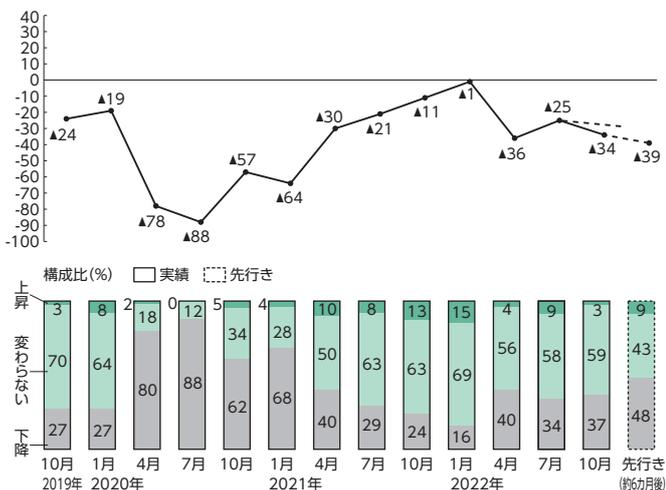
先行き(約6カ月後)については、「上昇」9%、「下降」48%で、BSIは▲39と、現状の▲34からさらに悪化している。海外金利の上昇による海外景気の悪化懸念、物価上昇による消費減速懸念などが影響しているものとみられる。

業種別では、製造業はBSI▲31で現状の▲29から2ポイント、非製造業は▲43で現状の▲37から6ポイントの悪化となり、非製造業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

(現状)

最近の自社業界の景気に対する見方は、「上昇」7%、「下降」29%で、BSIは▲22となり、前回調査(2022年7月)の▲17から5ポイント低下し、2四半期ぶりの悪化となった。

業種別にみると、製造業はBSI▲23で前回調査の▲6から17ポイントの悪化、非製造業は▲21で前回調査の▲23から2ポイントの改善と、製造業の悪化が目立った。非製造業では「卸売」が前回調査比+19、「サービス」が同+7となるなど、大幅に改善した業種もみられたが、製造業では、ほぼ全ての業種でBSIが悪化した。製造業では、仕入価格や諸経費価格の上昇による影響を強く受けたとみられる。

(先行き)

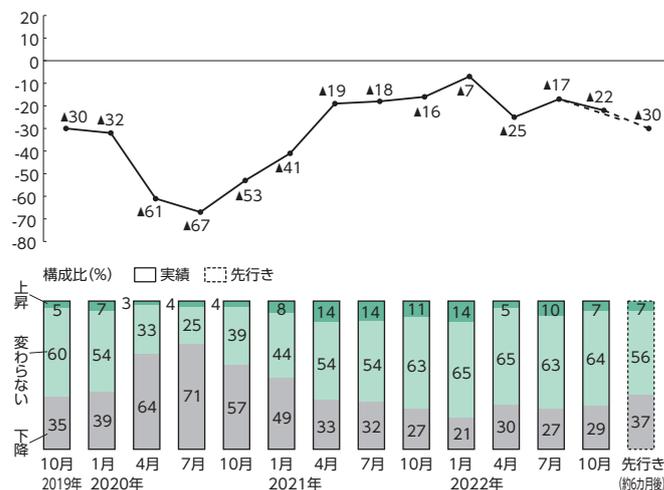
先行きについては「上昇」7%、「下降」37%で、BSIは▲30と、現状の▲22から8ポイントの悪化となった。

業種別では、製造業はBSI▲24で現状の▲23から1ポイント、非製造業は▲33で現状の▲21から12ポイントの悪化となり、非製造業での悪化が目立っている。

### 業界景気

BSI(上昇-下降)

—— 実績    - - - - 見通し



# が影響

## ✓ 自社業況

### (現状)

最近の自社の業況に対する見方は、「良い」21%、「悪い」14%で、BSI(「良い」-「悪い」の企業割合)は+7となり、前回調査(2022年7月)の+16から9ポイント低下し、2四半期ぶりの悪化となった。悪化とはなったものの、自社業況のBSIは7四半期連続でプラスで推移しており、「良い」とするところの方が多い。

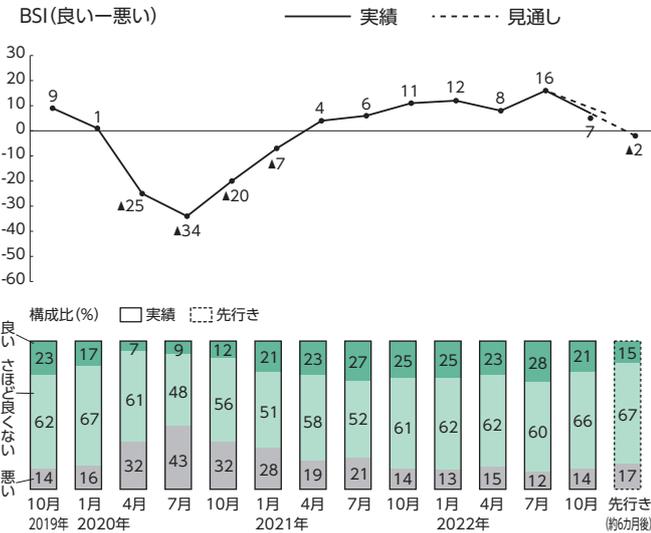
業種別にみると、製造業はBSIが0で前回調査の+22から22ポイント、非製造業は+10で前回調査の+13から3ポイントの悪化と、製造業の悪化が目立った。非製造業では大きく改善する業種もみられたが、製造業では、ほぼ全ての業種でBSIが悪化した。製造業では、仕入価格や諸経費価格の上昇による影響を強く受けたとみられる。

### (先行き)

先行きについては「良い」15%、「悪い」17%で、BSIは▲2と、現状から9ポイントの悪化となっている。

業種別では、製造業はBSI+2で現状の0から2ポイントの改善、非製造業は▲4で現状の+10から14ポイントの悪化となり、非製造業での悪化が目立っている。非製造業では、仕入価格や諸経費価格の上昇について、製造業に比べてタイムラグを想定しているとみられる。

## ● 自社業況



## ✓ 売上高

### (現状)

2022年7~9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+8となり、前回調査対象期間(2022年4~6月期)の+4から4ポイントの改善となった。売上高のBSIは、9四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。

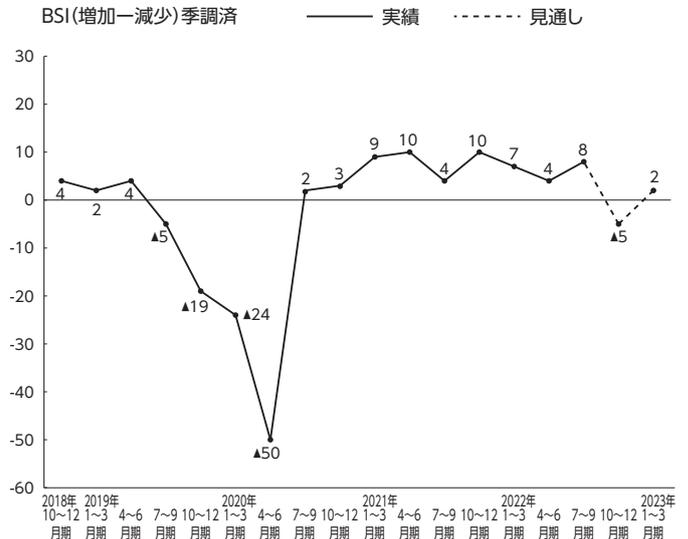
業種別にみると、製造業はBSI+7で前回調査の+18から11ポイントの悪化、非製造業は+8で前回調査の▲1から9ポイントの改善となり、方向感が分かれた。製造業・非製造業とも個別の業種間ではばらつきがみられ、改善・悪化が混在した。BSIが前回比改善してプラスになった業種の方が、BSIが前回比悪化してマイナスになった業種よりも多くなっている。

### (先行き)

先行きについては、2022年10~12月期のBSIが▲5とマイナスに転じ、2023年1~3月期は+2と再びプラスに転じる。

業種別では、製造業が2022年7~9月期、10~12月期、2023年1~3月期に+7→▲6→+9、非製造業では+8→▲7→▲1となっており、製造業では2023年1~3月期には売上高が増加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7~9月期の経常利益は、季調済BSIが▲9となり、前回調査対象期間(2022年4~6月期)の▲5から4ポイントの悪化となった。経常利益のBSIは、4四半期連続でマイナスで推移しており、経常利益の悪化が続いている。

売上高のBSIが改善するなか、経常利益のBSIは悪化し、対照的な結果となった。仕入価格や諸経費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。

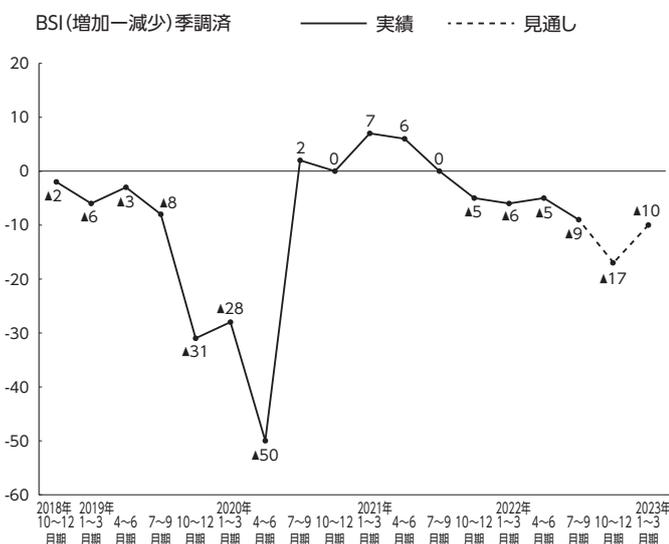
業種別にみると、製造業はBSI▲23で前回調査の+6から29ポイントの悪化、非製造業は▲5で前回調査の▲12から7ポイントの改善となり、製造業で大幅に悪化した。製造業では仕入価格や諸経費価格の上昇による影響を強く受けたとみられる。

### (先行き)

先行きについては、2022年10~12月期のBSIが▲17、2023年1~3月期は▲10と、マイナスで推移する。

業種別では、製造業が2022年7~9月期、10~12月期、2023年1~3月期に▲23→▲18→▲6、非製造業では▲5→▲18→▲9となっており、非製造業では10~12月期のBSIが大幅に悪化している。非製造業では、仕入価格や諸経費価格の上昇について、製造業に比べてタイムラグを想定していると思われる。

## ● 経常利益



## ✓ 設備投資

### (現状)

2022年7~9月期の設備投資は、季調済BSIが+3となり、前回調査対象期間(2022年4~6月期)の+6から▲3ポイント、2四半期ぶりの悪化となった。悪化とはなったものの、設備投資のBSIは7四半期連続でプラスで推移しており、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7~9月期は「更新投資」が61%、「能力増強投資」19%、「合理化投資」11%、「研究開発投資」2%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。

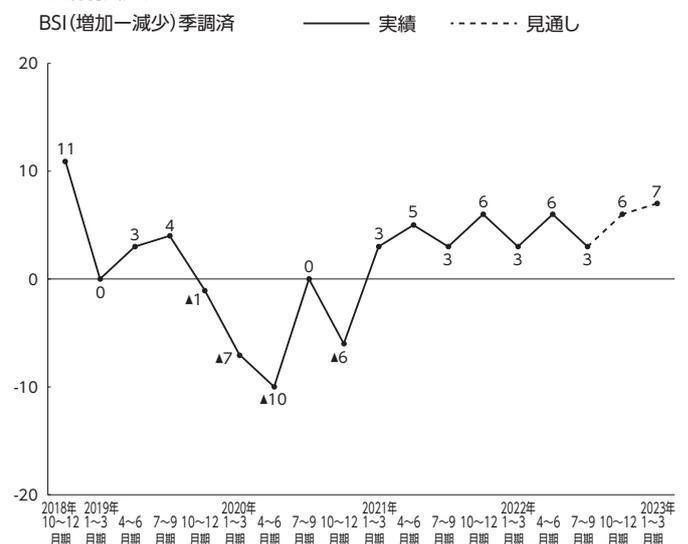
業種別にみると、製造業はBSI+7で前回調査の+6から1ポイントの改善、非製造業は+2で前回調査の+6から4ポイントの悪化となった。

### (先行き)

先行きについては、2022年10~12月期のBSIが+6、2023年1~3月期は+7と、プラスで推移する。

業種別では、製造業が2022年7~9月期、10~12月期、2023年1~3月期に+7→+10→+7、非製造業では+2→+8→+6となっており、両業種とも多少の増減はあるものの、積極的な姿勢が窺われる。

## ● 設備投資



## ✓ 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20%、「減少」とした企業は13%で、BSIは+7と前回調査の+11から4ポイントの悪化となった。本質問項目は前6カ月間の雇用状況の変化を聞いており、新卒者の採用による増加を反映する4・7月調査に比べ、例年10月調査では、BSIが低下する傾向がある。今回調査でもBSIは低下したものの、プラスを維持しており、県内の雇用環境は良好である。

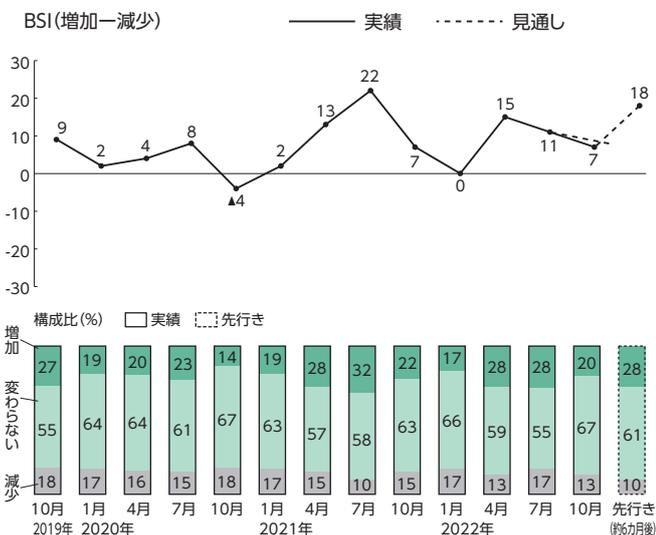
業種別にみると、製造業はBSI+10で前回調査の+9から1ポイントの改善、非製造業は+5で前回調査の+13から8ポイントの悪化となった。

### (先行き)

先行き(約6カ月後)については、「増加」とする企業が28%、「減少」とする企業10%でBSIは+18と現状から11ポイントの改善となり、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+16で現状から6ポイント、非製造業は+19で14ポイントの改善となっている。

## ● 雇用



## ✓ 経営上の問題点

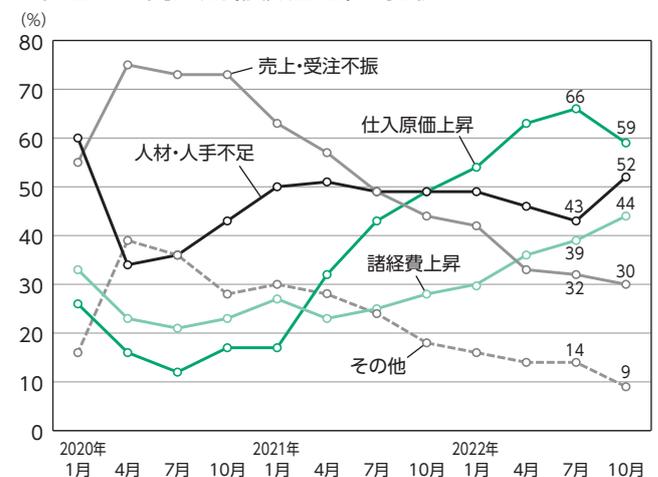
経営上の問題点(複数回答)については、「仕入原価上昇」が59%と最も多かった。次いで、「人材・人手不足」52%、「諸経費上昇」44%、「売上・受注不振」30%などとなった。

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20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。今回調査では、「仕入原価上昇」の比率は低下したものの依然高く、「諸経費上昇」の比率もさらに上昇し、「人材・人手不足」の比率も急上昇するなど、コストアップにつながる問題点が上位に並んだ。新型コロナ新規感染者の増加がやや落ち着き、社会経済活動が正常化に向かうなかで、人手不足感がさらに強まって人件費増加につながる可能性が高く、企業経営上、収益的に厳し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10月実施。対象企業数1,014社、  
回答企業数310社、回答率30.6%。

# 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

8月のCI(コンポジット・インデックス)は、先行指数:128.2(前月比+3.8ポイント)、一致指数:88.0(同+1.1ポイント)、遅行指数:86.5(同+0.5ポイント)となった。

先行指数は2カ月ぶりの上昇となった。

一致指数は2カ月ぶりの上昇となった。基調判断となる3カ月後方移動平均は、前月比+1.03ポイントと、6カ月連続の上昇となった。埼玉県は景気の基調判断を4カ月連続で「改善を示している」としている。

遅行指数は2カ月連続の上昇となった。

### 景気動向指数の推移

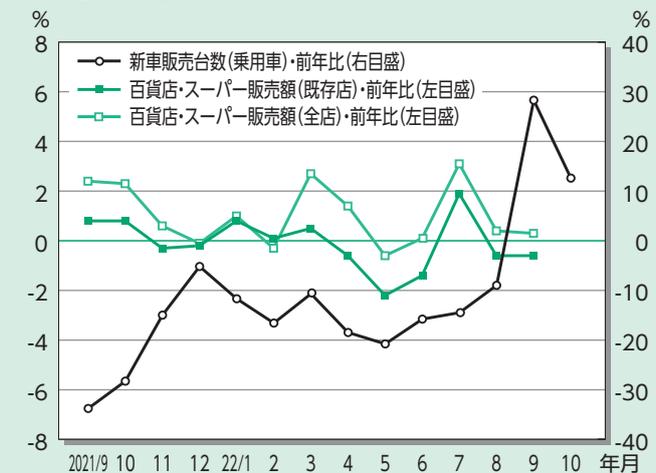


### 個人消費 百貨店・スーパー販売額は2カ月連続で減少

9月の百貨店・スーパー販売額は1,075億円、前年比▲0.6%(既存店)と2カ月連続で減少した。業態別では、百貨店(同+5.7%)は増加したが、スーパー(同▲1.2%)は減少した。新設店を含む全店ベースの販売額は同+0.3%と4カ月連続で増加した。

10月の新車販売台数(乗用車)は9,755台、前年比+12.6%と2カ月連続で増加した。車種別では普通乗用車が5,629台(同+9.2%)、小型乗用車は4,126台(同+17.5%)だった。

### 個人消費の推移

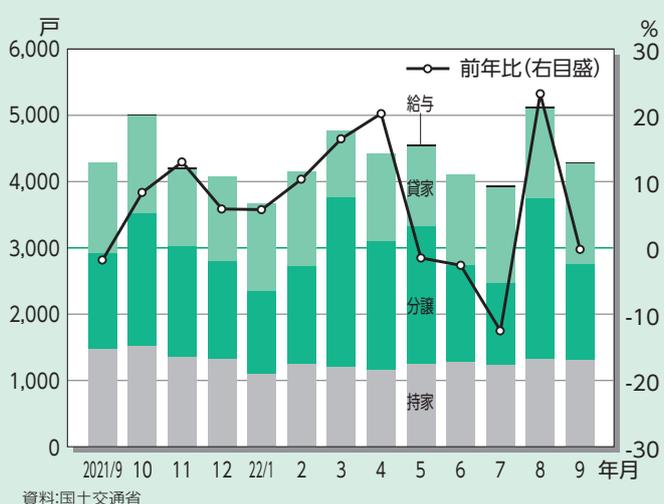


### 住宅 2カ月ぶりに前年を下回る

9月の新設住宅着工戸数は4,282戸となり、前年比▲0.2%と2カ月ぶりに前年を下回った。利用関係別では、貸家が1,532戸(同+11.7%)、分譲が1,436戸(同+0.1%)といずれも2カ月連続で増加したものの、持家が1,313戸(同▲11.2%)と7カ月連続で減少した。

分譲住宅は、戸建てが1,319戸(同+15.5%)と2カ月連続で増加したものの、マンションが109戸(同▲61.9%)と2カ月ぶりに減少した。

### 新設住宅着工戸数の推移



# 緩やかに持ち直している

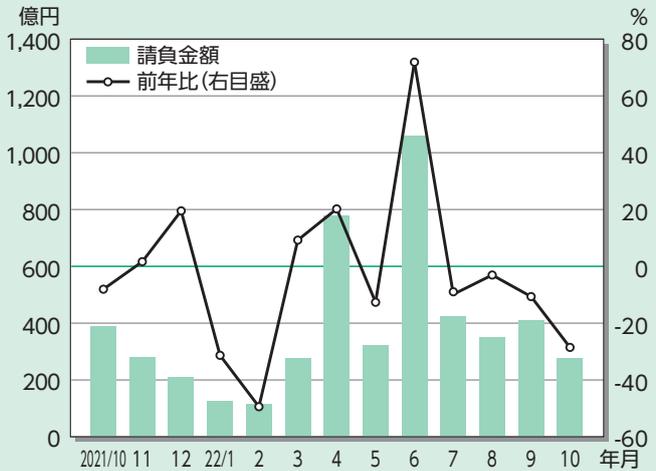
## 公共工事 4カ月連続で前年を下回る

10月の公共工事請負金額は277億円、前年比▲28.9%と4カ月連続で前年を下回った。2022年4～10月までの累計は、同+9.4%と前年を上回って推移している。

発注者別では、国(同▲15.5%)と都道府県(同▲27.6%)、市町村(同▲22.8%)、独立行政法人等(同▲89.8%)がすべて減少した。

なお、10月の請負件数も702件(同▲14.5%)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)

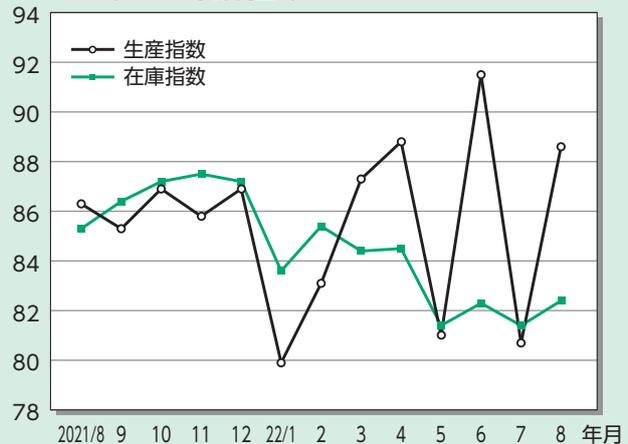
## 生産 2カ月ぶりに増加

8月の鉱工業指数をみると、生産指数は88.6、前月比+9.8%と2カ月ぶりに増加した。業種別では、化学、食料品、プラスチック製品など15業種が増加したものの、生産用機械、情報通信機械、輸送機械など8業種が減少した。

在庫指数は82.4、前月比+1.2%と2カ月ぶりに増加した。業種別では、電子部品・デバイス、プラスチック製品、パルプ・紙・紙加工品など11業種が増加したものの、鉄鋼、化学、輸送機械など8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

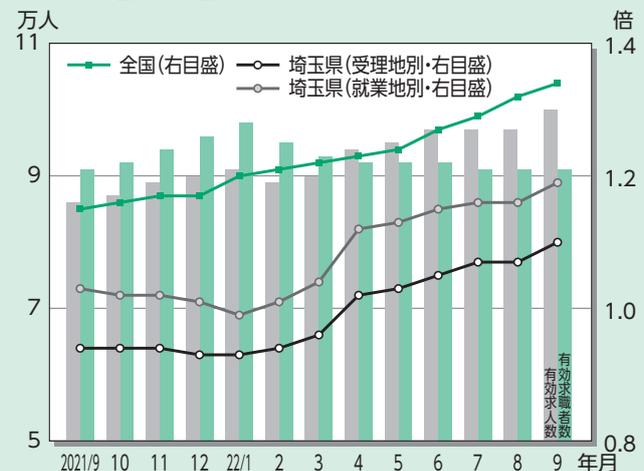
## 雇用 有効求人倍率は前月から上昇

9月の受理地別有効求人倍率は、前月から0.03ポイント上昇の1.10倍となった。

有効求職者数が90,706人(前月比▲0.7%)と、2カ月ぶりに前月を下回るなか、有効求人数は99,607人(同+2.2%)と7カ月連続で前月を上回った。新規求人倍率は、前月から0.11ポイント上昇の2.04倍となっている。

なお、9月の就業地別有効求人倍率も、前月から0.03ポイント上昇の1.19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 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     | 91.5         | 13.0   | 96.1      | 9.2    | 82.3         | 1.1    | 99.6      | 1.9    | 247           | 18.9   | 4,787  | 12.0   |
| 7月     | 80.7         | ▲ 11.8 | 96.9      | 0.8    | 81.4         | ▲ 1.1  | 100.2     | 0.6    | 243           | 8.1    | 4,981  | 22.0   |
| 8月     | 88.6         | 9.8    | 100.2     | 3.4    | 82.4         | 1.2    | 100.9     | 0.7    | 405           | 92.4   | 3,971  | 27.0   |
| 9月     |              |        | 98.5      | ▲ 1.7  |              |        | 103.8     | 2.9    | 214           | 45.1   | 3,585  | ▲ 3.1  |
| 10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 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  | 14.5         | 8.0    | 15.4  | 1.2    | 98.9      | 0.7    | 99.5      | ▲ 0.6  |
| 7月     | 3,945    | ▲ 12.5 | 72,981  | ▲ 5.4  | 15.0         | 6.3    | 16.1  | ▲ 2.0  | 98.9      | 0.7    | 99.5      | ▲ 0.6  |
| 8月     | 5,140    | 23.3   | 77,712  | 4.6    | 13.9         | 12.8   | 15.1  | ▲ 0.1  | 98.6      | 0.9    | 99.3      | ▲ 0.5  |
| 9月     | 4,282    | ▲ 0.2  | 73,920  | 1.0    |              |        | P15.9 | P6.6   |           |        | P99.1     | P▲ 0.5 |
| 10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(%) |
| 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 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     | 1.07        | 1.29  | 30,979 | 12.6   | 855   | 12.8   | 1,143       | 1.9    | 17,704  | 2.8    |
| 8月     | 1.07        | 1.32  | 32,611 | 19.7   | 839   | 15.1   | 1,107       | ▲ 0.6  | 16,776  | 3.8    |
| 9月     | 1.10        | 1.34  | 33,940 | 12.0   | 888   | 9.8    | 1,075       | ▲ 0.6  | 16,304  | 4.1    |
| 10月    |             |       |        |        |       |        |             |        |         |        |
| 資料出所   | 埼玉県労働局      | 厚生労働省 | 埼玉県労働局 |        | 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 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    | 101.9     | 2.4    | 102.3     | 2.6    |
| 8月     | 8,416        | ▲ 9.0  | 154,316   | ▲ 12.1 | 19       | 3,633     | 492   | 111,428   | 102.4     | 2.9    | 102.7     | 3.0    |
| 9月     | 11,692       | 28.3   | 211,585   | 24.7   | 25       | 2,340     | 599   | 144,871   | 102.6     | 2.9    | 103.1     | 3.0    |
| 10月    | 9,755        | 12.6   | 186,202   | 23.6   | 27       | 3,101     | 596   | 86,995    |           |        |           |        |
| 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       |        |           |        |



小鹿野町長 森 真太郎氏

## 町長のメッセージ

小鹿野町は、町の花であるセツブンソウをはじめ、四季折々に咲く花や伝統芸能の歌舞伎、そして平成の名水百選の一つ毘沙門水などがあり、「花と歌舞伎と名水のまち」として、多くの皆様に親しんでいただいております。

町では「文化の香り高く、小さくともいきいきとした小鹿野町の創生」を目指して、町民が主役の「町民ファーストの町政推進」のほか「町民との対話を重視した、開かれた公平・公正な町政推進」「現場主義に徹した町政推進」「積極的にチャレンジする町政推進」「文化や歴史を大切にす町政推進」を進めてまいります。

## はじめに

小鹿野町は、埼玉県の北西部に位置し、秩父市と群馬県に接している。秩父多摩甲斐国立公園、県立両神自然公園、県立西秩父自然公園などの自然公園や、日本百名山の「両神山」、日本の滝百選の「丸神の滝」、平成の名水百選の「毘沙門水」など、豊かな自然環境に恵まれている。

小鹿野町は花の町としても知られており、町の花であるセツブンソウをはじめ、フクジュソウ、花ショウブ、ダリアなど、四季折々に咲き誇る花を楽しむことができる。特に、ダリアの見頃となる9月から10月にかけては、関東最大級の規模を誇る「両神山麓花の郷 ダリア園」に多くの人が訪れる。

小鹿野町の中心部は、江戸と信州をつなぐ街道の宿場町として栄えたことから、江戸の影響を受けながら独自の文化が育まれ、祭りや歌舞伎などの伝統芸能が今に引き継がれている。豊かな自然と伝統芸能が息づき、「花と歌舞伎と名水のまち おがの」をキャッチフレーズとしている。

最近では、新たな観光スポットが注目されている。渓谷の自然美を活かした「尾ノ内氷柱」が、インスタ映えするとの評判が広まり、訪れる人が増えている。また、町内にロッククライミングの聖地である「二子山」があることから、クライミングによる町おこしにも力を入れており、2020年には町営のクライミング施設がオープンした。2021年には地域商社を設立するなど、町おこし事業に積極的に取り組んでおり、今

後の新たな取り組みも進んでいる。

## ✨ 役場新庁舎の建設

1966年に建設された小鹿野町役場は築後50年以上が経過し、耐震上の課題もあったことから現在、建て替え中であり、2023年3月に新庁舎へ移転予定だ。新庁舎は、間伐した町有林木材を活用した木造2階建てである。

環境性能に配慮した建物とするため、高断熱、省エネ、(太陽光発電などの再生可能エネルギーの利用による)創エネを推進し、年間の一次エネルギー消費量を76%削減したNearly ZEB(ゼロ・エネルギー・ビル)の認証を取得している。木造でZEB仕様の庁舎は全国初である。

新庁舎にはラウンジを設け、町民が気軽に訪れることができる庁舎を目指している。最近、全国的に自然災害が多発していることを踏まえ、町の防災拠点としての機能も備えている。



新庁舎完成イメージ

## 小鹿野町概要

|                   |                       |
|-------------------|-----------------------|
| 人口(2022年11月1日現在)  | 10,657人               |
| 世帯数(同上)           | 4,560世帯               |
| 平均年齢(2022年1月1日現在) | 53.9歳                 |
| 面積                | 171.26km <sup>2</sup> |
| 製造業事業所数(工業統計)     | 51所                   |
| 製造品出荷額等(同上)       | 246.0億円               |
| 卸・小売業事業所数(経済センサス) | 130店                  |
| 商品販売額(同上)         | 92.8億円                |
| 舗装率               | 69.5%                 |

資料:「令和3年埼玉県統計年鑑」ほか



## 主な交通機関

- 関越自動車道 花園ICから町役場まで約30km

## ❁ 幻想的な尾ノ内氷柱

小鹿野町を代表する冬の観光スポットは尾ノ内氷柱である。尾ノ内氷柱は、三十榎の氷柱、あしがくぼの氷柱と並び、秩父3大氷柱のひとつであり、1月から2月下旬まで楽しむことができる。冬に町を訪れる人が少ないことが課題であったが、最近では多くの人が氷柱を見に町を訪れる。尾ノ内氷柱は、両神山を源とした尾ノ内沢から500m程のパイプを引いて、人工的に作られる氷柱だ。その規模は幅約250m、高さ60mにも及び、週末の夜間にはライトアップされる。

渓谷の手前には吊り橋があり、ライトアップされた氷柱と吊り橋(表紙写真)は非常に幻想的だ。吊り橋からも氷柱全体を見渡すことができ、渓谷の斜面に広がる氷柱は圧巻である。

尾ノ内氷柱は、「尾ノ内渓谷氷柱実行委員会」による地元のボランティアで作りに上げられている。最近では、氷柱までの道端に、竹に明かり窓が穿たれた竹あかりが設置され、一層幻想的な雰囲気醸し出される。この竹あかりも、埼玉県立小鹿野高校に通う高校生が製作したものだ。尾ノ内氷柱は、地域の人々の知恵や力により生まれた新たな観光スポットであり、自然の雄大さに加え、地域の人々の温かさを感じることができる場所である。

氷柱の出来栄は天候に左右され、気温が高い日が多い年は見ることができない。2023年には、幻想的な氷柱が見られることを期待したい。

## ❁ クライミングのまち

2020年に「クライミングのまち」の象徴となる屋内ボルダリング施設「小鹿野町クライミングパーク神怡館」がオープンした。屋内施設であるため、悪天候時にも利用できる。

神怡館の前身は、閉館が決まり、解体が検討されていた県営の「県山西省友好記念館」であるが、「残してほしい」という住民の声を受け、小鹿野町が施設管理を引き継ぎ、クライミング施設に生まれ変わった。全国から訪れるクライマーのほか、町内の小中学校の授業などにも利用されており、地元住民からも愛されている。今やクライミングは小鹿野町では馴染み深いスポーツになっている。

2021年に開催された東京五輪では、スポーツクライミングが正式種目になるなど注目を集めた。クライミングに触れる機会の多い小鹿野町の子供たちが、いずれクライミングの金メダリストに成長することを期待したい。(太田富雄、西嶋拓)



小鹿野町クライミングパーク神怡館

# 市町村経済データ

## 民営事業所数・従業者数

| 市町村名  | 事業所数   | 従業者数<br>(人) | 市町村名  | 事業所数  | 従業者数<br>(人) | 市町村名  | 事業所数    | 従業者数<br>(人) |
|-------|--------|-------------|-------|-------|-------------|-------|---------|-------------|
| さいたま市 | 39,494 | 512,732     | 朝霞市   | 3,546 | 43,400      | 滑川町   | 538     | 9,346       |
| 川越市   | 10,501 | 135,267     | 志木市   | 1,992 | 16,281      | 嵐山町   | 678     | 9,130       |
| 熊谷市   | 7,696  | 85,264      | 和光市   | 1,882 | 28,511      | 小川町   | 1,009   | 8,654       |
| 川口市   | 18,790 | 175,740     | 新座市   | 4,403 | 54,210      | 川島町   | 838     | 12,081      |
| 行田市   | 2,948  | 30,274      | 桶川市   | 2,160 | 24,642      | 吉見町   | 595     | 7,612       |
| 秩父市   | 3,078  | 24,939      | 久喜市   | 4,636 | 58,262      | 鳩山町   | 390     | 3,586       |
| 所沢市   | 9,247  | 103,385     | 北本市   | 1,852 | 19,084      | ときがわ町 | 537     | 5,121       |
| 飯能市   | 2,736  | 26,837      | 八潮市   | 4,242 | 45,023      | 横瀬町   | 309     | 2,531       |
| 加須市   | 3,671  | 43,765      | 富士見市  | 2,739 | 25,754      | 皆野町   | 478     | 3,919       |
| 本庄市   | 3,192  | 36,313      | 三郷市   | 5,039 | 54,391      | 長瀨町   | 401     | 2,542       |
| 東松山市  | 3,327  | 40,399      | 蓮田市   | 1,627 | 18,319      | 小鹿野町  | 563     | 4,452       |
| 春日部市  | 6,763  | 67,553      | 坂戸市   | 2,601 | 28,510      | 東秩父村  | 121     | 732         |
| 狭山市   | 4,303  | 55,939      | 幸手市   | 1,824 | 17,316      | 美里町   | 415     | 5,996       |
| 羽生市   | 2,085  | 24,157      | 鶴ヶ島市  | 1,948 | 22,336      | 神川町   | 449     | 4,788       |
| 鴻巣市   | 3,177  | 30,220      | 日高市   | 1,699 | 24,149      | 上里町   | 939     | 11,670      |
| 深谷市   | 5,086  | 57,121      | 吉川市   | 2,034 | 23,018      | 寄居町   | 1,163   | 14,145      |
| 上尾市   | 5,955  | 66,407      | ふじみ野市 | 2,754 | 29,550      | 宮代町   | 929     | 6,992       |
| 草加市   | 7,015  | 71,030      | 白岡市   | 1,318 | 13,744      | 杉戸町   | 1,417   | 14,991      |
| 越谷市   | 10,281 | 106,900     | 伊奈町   | 1,214 | 14,053      | 松伏町   | 920     | 7,925       |
| 蕨市    | 2,312  | 22,273      | 三芳町   | 1,514 | 28,070      |       |         |             |
| 戸田市   | 5,121  | 65,842      | 毛呂山町  | 1,051 | 12,509      |       |         |             |
| 入間市   | 4,572  | 51,720      | 越生町   | 421   | 3,034       |       |         |             |
|       |        |             |       |       |             | 市町村計  | 226,535 | 2,574,456   |

資料:総務省「令和3年経済センサスー活動調査 速報集計」

(注)「事業所数」及び「従業者数」は必要な事項が得られた事業所を対象として集計した値。

## 埼玉りそな経済情報 2022年12月号

2022年12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。