

埼玉りそな 経済情報

October 2023 No.238

10月号

- 1 **彩論** 埼玉県産業労働部長 **目良 聡** 氏
—— サークュラーエコノミーへのチャレンジを支援
 - 2 **ズームアップ** 株式会社ノヴァ
 - 5 **60周年記念研究レポート** 埼玉県の商店街活性化に有効な「まちゼミ」のすすめ
 - 9 **調査** 重要性を増す埼玉県における健康づくりと健康経営の取り組み
 - 13 **アンケート調査①** 埼玉県内設備投資動向調査
—— 設備投資の「計画有り」とする県内企業は69.7%と3年連続で増加し、
コロナ禍前の水準まで持ち直す
 - 15 **アンケート調査②** 埼玉県内企業の2023年夏のボーナス支給状況
—— 一人当たり支給額は前年比+4.9%と2年連続の増加
 - 17 **県内経済の動き**
 - 19 **月次経済指標**
 - 21 **タウンスケープ** 新座市
—— 未来もずっと 暮らしに「プラス」が生まれる 豊かなまち 新座
- 裏表紙 **市町村経済データ**



ゼロカーボン推進の取り組み EVのコミュニティバス「にいなバス」(新座市)



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

サーキュラーエコノミーへの チャレンジを支援

埼玉県産業労働部長
目良 聡氏



経済にも大きな影響をもたらした新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に変更されてほぼ5カ月が経過しました。依然としてエネルギー・原材料価格に懸念はあるものの、県内企業の景況感は徐々に回復しています。

県では、今年度をポストコロナ元年にふさわしい、持続可能な発展に向けた変革の年とすべく全庁で施策を進めているところです。

そのカギを握るのが「社会的課題の解決と経済の両立」であり、私は、とりわけ、これまでの大量生産・大量消費のリニアエコノミーに対し、再資源化を進めて新たな資源の投入量を最小化する「サーキュラーエコノミー」への取組を重視しています。この夏の記録的猛暑や豪雨の報道に触れるたびに、地球の未来に欠かすことのできない「待ったなし」の取組との思いを強くしています。

世界的な潮流になっているサーキュラーエコノミーですが、埼玉県内を見ると、昨年10月に県が中小企業を対象に実施した調査では、取り組んでいるとする企業は約15%、関心はあるが取組は行っていない企業が約23%と、まだ本格的なスタートには至っていない状況です。

そこで県では、(公財)埼玉県産業振興公社内に「サーキュラーエコノミー推進センター埼玉」を設置しました。6月15日の開所式では、多くの企業関係者並びに福岡聡埼玉りそな銀行社長をはじめ県内6金融機関のトップにご参加いただく中、大野元裕知事が推進に向けた強い思いを語り、堅達京子NHKエンタープライズ エグゼクティブ・プロデューサーの記念講演が行われました。

センターでは、コーディネーターによる個別相談や廃棄物を出す企業と活用する企業を結び付けるマッチング、また、情報発信・普及啓発のためのセミナーや研究会を開催し、サーキュラーエコノミーに取り組む企業への支援を行っています。

一層の普及に必要なのは、単なるCSRや地球環境への貢献にとどまらず、企業が稼げることだと思います。そのためのリーディングモデル構築に早急に取り組み、県内企業の皆様に横展開を図っていきたくと考えています。

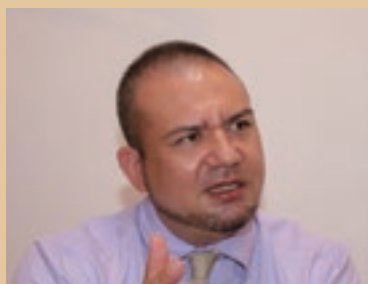
今年度は「食品残さ」と「プラスチック」の分野で循環資源化のモデル構築を推進しています。県産業技術総合センター北部研究所を食の再資源化トライアル拠点と位置付け、酒粕やそば殻等の食品残さを原料とした商品のビジネス化を支援しています。また、プラスチックの循環利用モデル構築について、昨年度まで私が部長を務めていた環境部と連携し、事業者、市町村、消費者団体等で構成されるプラットフォームを活用して取組を進めています。

経営学者であるP.F.ドラッカー氏の著書に「成果とは百発百中ではない。百発百中は曲芸である。」との一節があります。短期的には成果が出にくくても、前向きな取組を実施していくことが、ゆくゆくは企業の成長につながるものと考えています。

環境問題への対応と本県経済の発展のため、多くの県内企業にサーキュラーエコノミーに関心をもっていただき、活発なチャレンジをしていただければ幸いです。

二十数カ国の生産者・加工会社を訪ね、品質管理を共有。 最高品質の有機ドライフルーツ・ナッツ類を届ける輸入卸販売会社

ノヴァはアメリカやトルコ、スリランカ、イタリア、スペイン等、世界二十数カ国から最高品質の有機ドライフルーツやナッツ類を輸入し販売を行う。その品質は折り紙付きで、多くのベーカリーや小売店、消費者から絶大な支持を得ている。自社製品の開発も積極的に行う同社は、昨年、有機蒸溜酒を発売。新たな蒸溜所の建設計画を進めながら、さらなる成長へ向けアクセルを踏む。



代表取締役社長 ブッシュ 一木氏

- 代表者 代表取締役社長 ブッシュ 一木
- 設立 昭和60年4月
- 資本金 1,000万円
- 従業員数 29名
- 事業内容 有機JAS認証ドライフルーツ・ナッツ・加工食品の輸入・小分け・製造・栽培・卸販売、国内青果原料の栽培と開発、フェアトレード商品の販売(紅茶、スパイス)
- 所在地 〒364-0013 埼玉県北本市中丸9-20
TEL 048-592-6491 FAX 0120-934-223
- URL <https://www.nova-organic.co.jp>

有機(オーガニック)農産物、有機加工食品とは、農薬や化学肥料などの化学物質に頼ることなく生産されたものをいう。日本で“有機”を名乗ることができるのは、国が厳しく定めた有機食品のJAS(日本農林規格)に適合した生産がされていると認証されたものに限られる。

輸入品についても有機JASの認証が得られているもの、もしくは有機JASと同等の基準を有するアメリカやオーストラリア、EU加盟国等の有機認証を得た農産物を、日本の有機認証を受けた業者が輸入したものに限り有機表示が許される。

株式会社ノヴァは、世界各地を回り、製品、圃場、生産者・加工会社を直接確認したうえで、有機認証を得たドライフルーツやナッツ等の製品を直輸入。製菓・製パンに向けた卸売りを行うほか、自社製品の開発・販売も行っている。同社自身も日本で有機JAS制度がスタートした平成13(2001)年に有機JAS法の製造業者認証を取得。その後、輸入業者認証、小分け業者認証等を取得している。

「現在、アメリカやトルコ、スリランカ、イタリア、スペインなど二十数カ国から食品を輸入しています。当社

は各国の加工会社から食品を仕入れています、その先の生産者ともたびたび会っていますので、今では一人ひとり顔が浮かぶ長い付き合いです」(ブッシュ 一木社長)

定期的に現地を訪ねては、生産者および加工会社のスタッフと会い、互いの顔を見て意見を交わす“畑の顔が見える関係”を構築してきた同社。この地道な関係づくりが製品の品質を高め、同社のブランド力の源泉となっている。

→ ベーカリーから有機食品の輸入卸業へ

昭和60(1985)年、同社は、ブッシュ社長の父・ピエール氏が天然酵母のパンを作るベーカリーとして創業する。手がけたのは、国産小麦の全粒粉に有機ドライフルーツの酵母を使って作る天然酵母のパン。ピエール氏が世界を歩いて有機ドライフルーツやナッツを集め、自身が祖国フランスで食べていたおいしくて素朴な天然酵母のパンを再現したのが始まりだった。その後、店は天然酵母パンの先駆けとして人気を集めていく。

やがて、彼のもとで修業したパン職人が独立し「原料を分けて欲しい」という声が増え、かつ大手小売店からの需要もあったため、平成11年に事業の軸足を現在の輸入販売へと移した。

「当時、海外の有機ドライフルーツやナッツには、果物の穂軸やナッツの殻などの夾雑物きょうざつぶつが入っていました。そのままの状態ではお客さまに満足していただける製品にはならないと考え、当社でそれの一つひとつ確認して、取り除いて袋詰めするという作業を始めました」

有機輸入製品に夾雑物の混入はやむを得ない——そういう考えが一般的だった当時。同社は“有機”という安全性だけでなく、顧客が安心して原材料として使え、かつ消費者がおいしく食べられる品質を担保するため、自社で選別を始める。そしてそれと同時に、海外の生産者に対しても品質向上に向けた働きかけを進めていった。

→ 海外の生産者と思いを共有する

同社が目指した有機食品の品質の向上——しかしそれは容易なことではなかった。海外では夾雑物等の混入が一定量許容されており、それを嫌うのは日本独自の食文化だったからだ。

「例えばアメリカの基準では、レーズンにおける夾雑物の混在は0.5%まで許容されています。そこで、時間をかけて当社の思いを伝え、生産者の方々に日本の市場ニーズに合わせてもらうよう改善をお願いしました」

ブッシュ社長は足しげく世界各国の加工会社や圃場に出向き、自社の品質に懸ける思いや品質改善の必要性を伝えていった。「高品質な製品を作ることで地元の方が強くなる」と現地の自治体に働きかけたりもした。そうした取り組みが功を奏し、夾雑物を取り除くという手間のかかる対応に難色を示していた現地のスタッフが「もっといいものを作ろう」と意欲的になっていったのだ。

「当社の基準で作られた加工品が当社以外の顧客

からも高く評価され、現地のスタッフも手ごたえを感じたようです。例えばトルコでは今、当社がお願いした選別がスタンダードになっていて、私は、一部でミスタークオリティーと呼ばれています(笑)」

ドライフルーツやナッツの輸入卸事業に軸足を移した当初、同社の選別で10%も出ている輸入製品のロスが、今では2%弱まで減少しているという。

生産者が最高グレードの有機農産物を選びすぐって収穫し、加工会社が同社の基準で加工・選別を行い輸



本社社屋



有機ドライフルーツ・ナッツ類

出。さらに同社で2度目の選別を行うことで“安心”“安全”“おいしい”“高品質”のブランドが確立されたのである。

→ 人気を集める同社製品の数々

同社は有機ドライフルーツやナッツをベースに自社製品の開発も積極的に行っている。ドライフルーツやナッツ等を押し寿司のように押し固めた「有機ドライフルーツの石畳」はロングセラー品だ。

「完熟したイチジクは色が茶褐色になります。一番おいしい状態なのに、日本では見た目の悪さからB級品と

して扱われてしまうのです。各地の生産者の熱い思いが込められた原材料がそうした理由で格下げされるのはとても残念で、このおいしさをなんとかお届けしたいという思いから、この製品を開発しました」

ほかにもナッツに和風ベースの味をつけた「有機ナッツふりかけ」、トーストスプレッドとして、アーモンドペーストにココアパウダー等を加えて作った「有機アーモンドチョコスプレッド」、エキストラバージンオリーブオイルにドライフルーツ・ナッツを散りばめた「有機オリーブの宝



石」。さらに有機ドライフルーツやナッツのBtoC向け商品など。生産者が心を込めて育て、収穫・加工した素材に同社がエッセンスを加え、新たな味わい方を提案する製品群だ。

そして新たなジャンルの製品開発にも挑んだ。それが、最高品質でありながら形が悪かったり欠けていたりすることで市場から除外される製品を利用した有機蒸溜酒(有機ドライスピリッツ)だった。

→ 有機蒸溜酒を自社製造

令和3(2021)年、同社は酒類製造業免許を取得し

有機蒸溜酒の製造をスタートさせる。有機ドライフルーツとナッツ、有機黒糖を原材料にして醸造、蒸溜し、原酒を製造。それを熟成させた後、ボタニカル(風味づけの植物片等)を入れて浸漬、再蒸溜した後、樽で熟成させて造りあげる蒸溜酒で、同社が本社を置く北本市の特産品であるトマトをボタニカルに使うのが特徴だ。

自ら有機トマトを栽培し試行錯誤を重ねた末、令和4年8月、トマトの味わいを生かした有機ドライスピリッツ「トマト(アイコ)」、「トマト(サングリーン)」が完成する。その後、有機イチゴやクロモジ、ブラッドオレンジ、レモン等をボタニカルに使った製品を次々開発。今年、世界のウイスキー・スピリッツを審査する日本で唯一の品評会“東京ウイスキー&スピリッツコンペティション”で銀賞・銅賞を獲得した。

「お酒は、まずアメリカ市場で展開しようと考えています。今、アメリカの有機認証を申請していて、認証後は展示会に出展して市場を開拓する考えです」

→ 新蒸溜所建設の計画が進行中

コロナ禍では、なかなか思うようにいかなかった世界各地の生産者の訪問。今後は、若手スタッフも同行して積極的に行う考えだという。

「製品の先に生産者がいることを意識するため、産地を巡り、彼らの思いを知ることが大事だと思っています」

現在、手狭になった蒸溜所を新設する計画が進められている。施設では、同社が所有する山で発生した間伐材を熱源にして、木質バイオマスボイラーを稼働させてエネルギーを得る設備を計画中。また、規模感のある蒸溜所を起点に、新たに雇用を創出し地域に貢献していく考えだ。

世界の生産者とともに、「おいしく良質なものを提供する」という思いで事業を展開してきた同社。今後も海外と日本をつなぐ架け橋となって、日本の食卓をいっそう豊かなものにしていくに違いない。

埼玉県の商店街活性化に 有効な「まちゼミ」のすすめ



主席研究員
間藤 雅夫

はじめに

ライフスタイルの変化、郊外型商業施設の進出、EC市場の拡大など地域商業をめぐる環境の激変により、多くの商店街は来街者の減少、空き店舗の増加、店主の高齢化、後継者不足など様々な課題に直面し、活力を失いつつある。

衰退する地域商業や商店街の活性化の切り札として注目されているのが、2003年に愛知県岡崎市で始まった「まちゼミ」である。全国で初めてまちゼミを開催した岡崎まちゼミの会の松井洋一郎代表によれば、現在、まちゼミは全国約450地域、約2,000商店街、約30,000事業者が取り組んでいる。2022年7月には、さいたま市では初となる第1回岩槻まちゼミ（岩槻まちゼミ実行委員会主催）が開催され、以降、第2回、第3回と継続的に実施されている。

本稿では、商店街活性化におけるまちゼミの有効性について、当財団が立ち上げから関わってきた岩槻まちゼミの取り組みを紹介し、事業者が主体的に活動するまちゼミについて考える。

埼玉県の商店街数の推移

「商店街はなぜ減びるのか 社会・政治・経済史から探る再生の道」（光文社新書、2012年）の筆者である新雅史氏（流通科学大学商学部・マーケティング学科講師）によれば、そもそも商店街は20世紀に発明された近代的商業形態だった。昭和初期のインフレにより都市へ流入した離農者が零細小売業者となり、社会の安定のため、「横の百貨店」として新しい

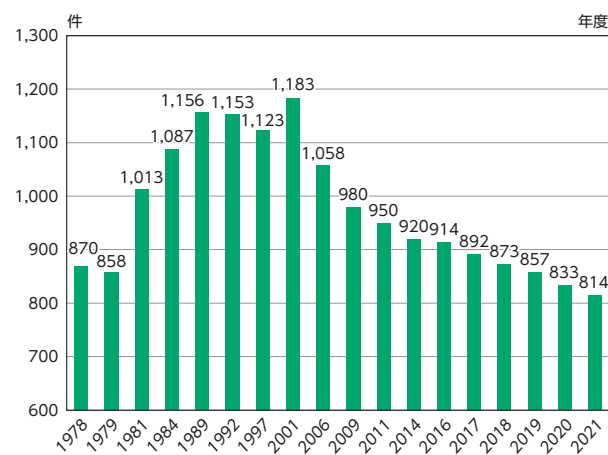
理念とともに発明されたのが商店街である。

中小企業庁の「令和3年度商店街実態調査」によると、全国の商店街の現状は、「衰退している」（36.5%）、「衰退の恐れがある」（30.7%）が全回答の約2/3を占める。また、商店街の抱える問題は、「高齢化による後継者難」が72.7%（複数回答）で最も多くなっており、その割合は年々増加している。

さらに、埼玉県の商店街数の推移をみると、1978年度から1990年度にかけては増加傾向にあり、1990年度以降は概ね1,100件台で推移した。しかし、2009年度に1000件を割り込み、980件となり、その後も減少を続け、2021年度は814件となった。ちなみに各都道府県が把握している商店街数の合計は13,408件である。

埼玉県の商店街が直面している問題は「店主の高齢化」と「後継者不足」となっている。

● 埼玉県の商店街数の推移



資料：埼玉県調査（2011年度までは商店街経営実態調査）

商店街活性化の切り札として「まちゼミ」が登場

商店街は地域活性化の担い手であり、地域コミュニティを形成する場として機能してきたが、年々商店街を取り巻く環境は悪化している。1980年頃から大型量販店やチェーン店が郊外へ出店し、商店街のある中心市街地の空洞化が全国的に進行した。近年では、EC市場が拡大し、リアル店舗とネット販売の競争が激化し、商店街の衰退が進んでいる。その間、各地で商店街活性化に向けたイベントが多く実施されたが、一過性のものが多く、商店街に人は来ても、店への誘客に繋がらず、ほとんど店の売上に繋がらないものが多かった。さらに、本来、商売人は本業の商売に集中すべきだが、イベントへの参加が本業を圧迫し、店の業績が落ちるといふ本末転倒なケースが後を絶たなかった。

そんななか、2003年に愛知県岡崎市で始まったまちゼミは、他の商店街活性化イベントと一線を画すもので、“来街者”ではなく、多くの店舗で“来店者”を増やす取り組みで、商店街活性化の切り札として全国に広がった。まちゼミは、始めるまでの手順や基本的な様式が統一されており、さらに開催マニュアル等が岡崎まちゼミの会に用意されているので、まちゼミを初めて実施する地域にとって、始めやすいというのも魅力の一つである。

「まちゼミ」は、“三方よし”の事業である

◆まちゼミとは

店のオーナーやスタッフが講師となり、プロならではの専門知識や情報・ウンチク、使用のコツなどを無料で受講者に伝授する少人数制のゼミである。店の存在や特徴をお客様に知ってもらうとともに、店とお客様とのコミュニケーションから信頼関係を築くことがまちゼミの目的である。

◆まちゼミのコンセプト

店や商店街の最大の魅力は「ヒト」である。まちゼミは、ヒトの魅力を最大限活用し、お客様に喜んでほしい、店・地域のファンづくりを行う。

◆まちゼミの内容

- ①様々な店が専門性を活かした講座を設定
- ②店主やスタッフが講師となり、1~1.5時間で楽しい学びの場を創出
- ③3名~7名程度の少人数制が原則
- ④受講料は無料(材料費のみいただく場合もある)
- ⑤事前予約の上、店舗でまちゼミを受講
- ⑥店の人との出会いの場であり、講座中の販売行為は禁止(唯一のまちゼミの決まり事)

◆まちゼミは、「お客様」「店」「まち」の“三方よし”の活性化事業

まちゼミは、お客様に満足・感動してもらい、店と商店街のファンになってもらう事業で、下記のとおり、お客様、店、地域にとって、メリットをもたらす“三方よし”の事業である。

●まちゼミはお客様・お店・地域“三方よし”の活性化事業

- | |
|---|
| <p>①お客様にとって(お客様の満足・幸せアップ)</p> <ul style="list-style-type: none">・無料で知識が得られる・普段悩んでいたことを解決できる・得た知識で普段の買い物力が向上する・新しいお店の開拓、信頼できるお店が見つかる |
| <p>②お店にとって(新規顧客・売上アップ)</p> <ul style="list-style-type: none">・お店を知ってもらうチャンス、結果新しいお客様につながる・お店の専門性や特色をアピール、その分野の専門性が向上する・商品を知ること、お客様にその分野に関心を持ってもらえる・ライフスタイルの提案ができる・お客様の声を直接聞くことができる・普段から相談に行ける間柄になれる(信頼関係づくり) |
| <p>③地域にとって(まちの発展・活性化)</p> <ul style="list-style-type: none">・地域内のお店が紹介でき、買い回りにつながる・お店とお店の繋がりが強くなる・地域全体のイメージアップにつながる・安心・信頼できる街をPR、行きたくなくなる街になる |

資料:岩槻まちゼミ実行委員会説明会資料より当財団で作成

なぜ岩槻で「まちゼミ」なのか

住民基本台帳によれば、さいたま市岩槻区の人口は112,445人(2023年8月1日現在)。岩槻は人形産業の集積地として長い歴史をもつポテンシャルのある地域であり、「人形のまち」としての認知度は全国区である。さらに日本で初めての公設の人形博

物館が2020年2月にオープンした。近年、東武鉄道の岩槻駅には急行が停車するなどアクセスが向上し、駅舎の橋上化・自由通路が完成し、岩槻駅西口から東口への相互移動が容易になった。現在、岩槻駅西口は大規模開発され、若い世代の住民が住み始めている。一方、岩槻駅東口エリアではリノベーション事業が動き始めており、若い世代の出店が見られる。

こうした岩槻ではあるが、まちとしての魅力をうまく発信できていないという問題があった。イベントの種類は豊富で、それぞれ定着しているが、まちなかでの日常的な交流や賑わいが少ない。

商店街をはじめとする既存組織が、高齢化、消費者行動・ニーズの多様化、EC市場の拡大等の環境変化から、その力を失いつつあるなかで、岩槻の若手商業者は、岩槻の「まちなかエリア」を、自らが主体となり、自ら学び、まちなかエリアの活性化策に取り組んできた。しかし、「ひな市」など一定の成果が出た事業はあったが、地域の事業者を巻き込む力に欠けていて、新しい取り組みをしても、参加メンバーがなかなか広がらないという問題を抱えていた。

ちょうどその時期に、岩槻の若手商業者は、岡崎まちゼミの会の松井洋一郎代表と意見交換をする機会を得て、①まちゼミはこれまでの一過性のイベントではなく、個店売上に直結する事業であること ②商店街の最大の魅力は店主やスタッフなど「ヒト」であり、まちゼミはその魅力を活用する事業であること（お客様とのコミュニケーション事業） ③事業者1人ひとりが主人公で、当事者意識をもつ活動であることを知った。まちゼミを通じて、地元岩槻で頑張る店や人をより多くの方に知ってもらいたい。そして、お客様と店の信頼関係を育みながら、岩槻という地域をさらに活性化していきたいとの思いが強くなった。

さらに、まちゼミは、商業者自身が自分の店や事業の魅力に改めて気づき、地域に必要とされる店になるという商業者の意識改革にも有効であり、岩槻の

商業を活性化したいという岩槻の若手商業者の想いを乗せ、岩槻まちゼミの準備が始まった。

岩槻まちゼミの開催(第1回～第3回)

まず、岩槻まちゼミの実務を担う団体として、「岩槻まちゼミ実行委員会」を立ち上げた。実行委員会の主体は商業者であるが、まちゼミに係る説明会や結果報告会、チラシ等の作成・配布、参加者の募集等は、さいたま市、商工会議所、地元金融機関などの協力を得た。

第1回岩槻まちゼミは、下記のスケジュールで示した通り、2022年1月の岡崎まちゼミの松井洋一郎代表によるまちゼミ講演会を皮切りに、5月の参加店舗説明会、6月の事前説明会を経て、7月29日(金)～9月11日(日)に実施した。

第1回参加店舗の反応がとても良く、要望もあったため、急遽、2022年度内に第2回を開催することとなり、第2回は2023年2月17日(金)～4月7日(金)に開催した。そして、直近の第3回岩槻まちゼミは2023年7月28日(金)～9月3日(日)に開催した。

まちゼミは事業終了後に結果報告会を実施している。第1回の反省(受講者に60歳代以上が少ない)から、岩槻区内小学校でのチラシ配付に加え、地域情

●2022年度第1回岩槻まちゼミのスケジュール

1月	28日	商店街活性化セミナー等まちゼミ講演会 (講師:岡崎まちゼミの会松井洋一郎氏)
5月	6日	参加店舗説明会、参加店募集開始 (参加者募集期間約1か月)
6月	10日	参加店募集締め切り=申込書提出期限 (チラシのゲラ作成)
6月	27日	事前説明会、最終(チラシの校正等) (チラシの印刷)
7月	5日	チラシ完成、チラシ配布開始・プレスリリース (まちゼミ開催2～3週間前)
7月	22日	受講者受付開始、チラシの新聞折込開始 (まちゼミ開催1週間前)
7月	まちゼミ開催 7/29(金)～9/11(日)	
9月	29日	結果報告会

資料:岩槻まちゼミ実行委員会説明会資料

報誌「ら・みやび」への折り込みの実施や岩槻区内の自治会掲示板へのポスターの掲示を新たに行った。さらに、受講者のアンケート票を改善するなど、毎回改良を加えている。

各回のアンケート結果を見ると、参加店数、講座数、受講者とも増加している。さらに、受講者の満足度や参加店のリピート度を見ると、毎回、前回は上回る結果となっている。

岩槻まちゼミ実行委員会のメンバーは、熱量のある商業者がまちゼミに集まっているとの印象を持っている。そして、その熱を集めて、参加者にもっと自由に活動してもらえば、これまでと違う活性化の展開ができるのではないかと感じている。さらに、まちゼミの成果として、既存の団体ではつながりが無かった事業者、新しい人材(若手や女性)とのネットワークが出来つつあると手ごたえを感じている。

●岩槻まちゼミの開催推移

	第1回	第2回	第3回
参加店数	23	27	31
講座数(枠)	24	29	32
受講者数	302	443	-
受講者大満足割合	73.0%	74.7%	-
次回も参加する店舗割合	90.5%	92.3%	-

資料:岩槻まちゼミ各会終了後のアンケートより
(注)第3回の「-」は本稿出稿時点で未集計

岩槻まちゼミのその先

岩槻まちゼミは、参加店舗や受講者の評判も上々で順調に滑り出した。岩槻まちゼミ実行委員会の母体である「岩槻まちの戦略会議」は、まちゼミの実施がゴールとは考えてはおらず、その成果を岩槻の活性化につなげようとしている。

様々なプレイヤーをまとめ情報を共有・発信することや長期継続できる事業者(特に若い事業者)を巻き込むこと、ウォークアブルなまちづくりのための軒先活用、勤め人が多い岩槻駅西口と東口商店街をつなぐことなど、まだまだ解決・実現できていないことがある。

今年度、岩槻ではまちゼミ発祥の地であり、見習うべき成果の多い、岡崎まちゼミの会から発展してきた(株)まちづくり岡崎と継続的な勉強会(ZOOM)を行っている。この勉強会を通じて、(株)まちづくり岡崎が辿ったまちゼミ実施から現在に至るプロセスを追体験し、自分たちがなすべきことのヒントや学びが得られればと考えている。こうした(株)まちづくり岡崎とつながりが出来たこともまた、まちゼミに取り組んだ大きな成果である。

埼玉県のまちゼミ支援

まちゼミはどんな街でも行うことが可能であるが、まちゼミを実施するにあたり、大事なことがある。まちゼミのルール等、仕組み、運営方法、予算、成功のヒケツ、自主自立した取組方法について、まちゼミ企画前に岡崎まちゼミの会に相談、問い合わせをすることである。出来れば、まちゼミ伝道師でもある松井洋一郎氏を招き、意見交換や講演会を行うことをお勧めする。多少コストはかかるが、全国450地域で実施しているまちゼミのノウハウや経験に基づくアドバイスを得ることができる。

まちゼミ開催のコストに対して、埼玉県では、補助制度を用意している(講演会の謝金なども対象になる)。埼玉県産業元気・雇用アップ戦略(2022~2026年度)を見ると、商店街等が実施する地域商業活性化のための新たな取組等に対する補助制度として「地域商業・商店街活動応援事業補助金」を実施している。にぎわい創出に向けた取組みとして、まちゼミも補助金の対象で、補助対象経費の1/2(上限25万円)以内となっている。

2023年度は、第1回から第4回の応募があり、第4回応募締め切りは7月31日となっているが、予算枠に空きがあれば、それ以降も継続的に募集することなので、まちゼミの実施を考えている商店街や商工団体は一度問い合わせをしてみたいかがだろうか(問い合わせ先:埼玉県産業労働部商業・サービス産業支援課商業担当)。

はじめに

わが国では人口減少・高齢化が進んでおり、埼玉県でも、人口は減少に転じ、高齢化も急速に進んでいる。本稿では人口減少、高齢化による医療費負担の増加や労働力の減少などの課題、こうした課題に対応する健康づくり、健康経営®(注)などの取り組みについてみていく。

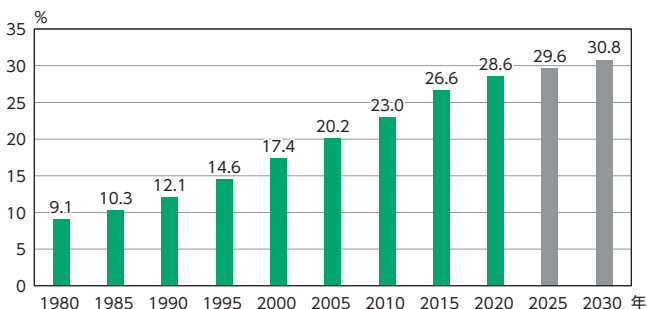
(注)健康経営®はNPO法人健康経営研究会の登録商標。

人口減少・高齢化社会の2つの課題

(1) 医療費負担の増加

わが国では、65歳以上の人口割合が1980年に9.1%であったものが、2020年には28.6%に達し、2030年には30%を超えると予測されるなど高齢化が進んでいる。一方、15~64歳の人口は大きく減少している。これに伴い、2つの問題が懸念されている。一つは医療費負担の増加、もう一つは労働力の不足である。

● 全国の65歳以上人口比率の推移

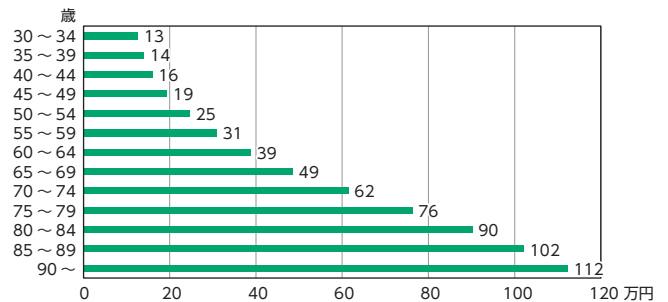


資料：総務省「国勢調査」、
国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」(2023年推計)
(注)2025年以降は推計値

医療費についてみると、年齢階級別の一人当たり医療費は、30~34歳が年間13万円であるが、65~69歳では49万円、75~79歳では76万円、85~89歳では102万円と年齢とともに増加する。主に高齢者の増加により国民医療費は1980年度12兆円であったものが、2020年度には43兆円に達した。内閣官

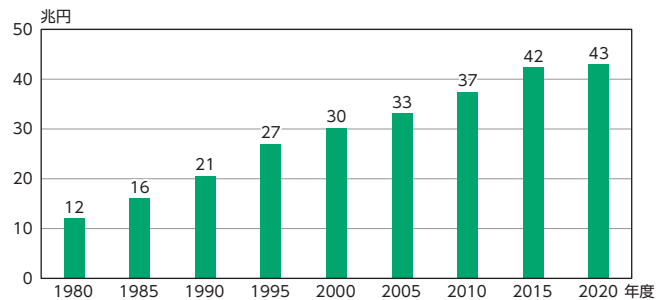
房・内閣府・財務省・厚生労働省の「2040年を見据えた社会保障の将来見通し(2018年5月21日)」によると2040年度には67~70兆円程度になると推計されている。国民一人当たりの負担、また、社会保険料の増加から企業の負担が大きくなることが懸念される。

● 年齢階級別一人当たり国民医療費(2020年度)



資料：厚生労働省「国民医療費」

● 国民医療費の推移

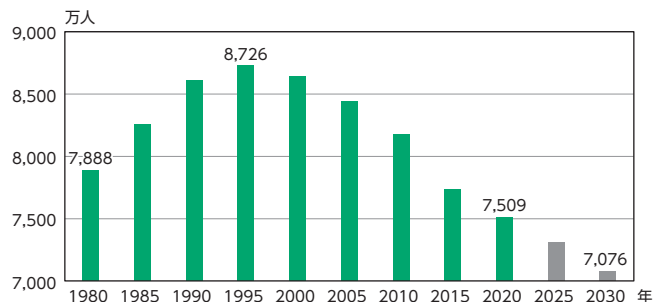


資料：厚生労働省「国民医療費」

(2) 労働力の不足

労働力についてみると、生産年齢人口である15~64歳人口は1995年の8,726万人をピークに、2020年は7,509万人と1,217万人減少した。さらに、

● 全国の15~64歳人口の推移

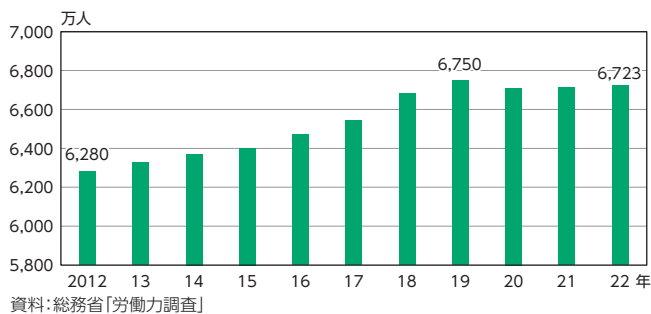


資料：総務省「国勢調査」、
国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」(2023年推計)
(注)2025年以降は推計値

健康経営の取り組み

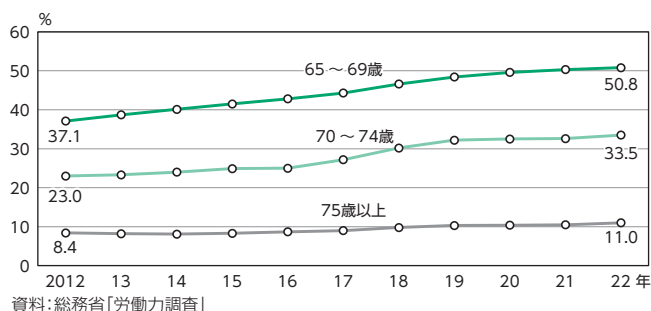
2030年までで433万人減少すると推計されている。一方、就業者数は、2012年の6,280万人から増加傾向が続き、2022年には6,723万人と443万人の増加となった。この間の就業者の増加は、高齢者、女性の就業率の上昇による。

●全国の就業者数の推移



高齢者に注目すると、2012年から2022年に65歳以上の就業者数は316万人増加した。年齢階級別の就業率は、この間に65～69歳では37.1%から50.8%と13.7ポイント、70～74歳では23.0%から33.5%と10.5ポイント上昇した。75歳以上は8.4%から11.0%と2.6ポイントの上昇である。ここ10年間、高齢者のうち65歳～74歳までの就業率の高まりが目立ち75歳以上では低い状態にとどまっている。

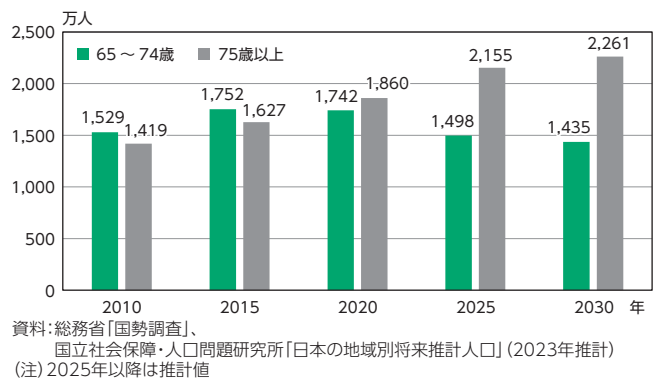
●全国の年齢階級別就業率の推移



先行きの年齢階級別の人口推移をみると、団塊の世代の年齢区分のシフトに伴い、65～74歳では、2020年の1,742万人から、2030年には1,435万人へ307万人減少し、75歳以上が401万人増加する。先行き就業率の高い65～74歳の人口が減少する一方で、就業率の低い75歳以上の人口が増加する。15～64歳の人口は、2020年から2030年に433万

人の大幅な減少が続くことが予測されるなか、高齢者による就業者の補完、下支えの力は今後弱くなり、人手不足の問題が深刻化すると考えられる。

●全国の年齢階級別人口推移



埼玉県の場合

埼玉県は15～64歳の人口割合が61.1%と全国で大きい方から4位、65歳以上の割合は小さい方から6位であるなど、人口構成が比較的若い県である。

医療費の点からみると、埼玉県は一人当たり医療費が全国で最も少ない(2020年度)。しかしながら、埼玉県では、今後急速な高齢化が予測されている。

●都道府県別年齢階級別人口割合(2022年10月1日)

順位	都道府県	15歳未満	15～64歳	65歳以上	75歳以上
1	東京都	10.9	66.3	22.8	12.6
2	神奈川県	11.4	62.8	25.8	14.1
3	愛知県	12.6	61.7	25.6	13.8
4	埼玉県	11.5	61.1	27.4	14.5
5	大阪府	11.4	60.9	27.7	15.4
—	全国平均	11.6	59.4	29.0	15.5

資料:総務省「人口推計」
(注)15～64歳人口割合の大きい順

●埼玉県の年齢階級別人口と構成比の推移

	15～64歳	65歳以上	75歳以上	80歳以上
2010年	4,769,471 66.3	1,470,251 20.4	589,180 8.2	315,657 4.4
2020年	4,488,130 61.1	1,983,776 27.0	994,346 13.5	566,734 7.7
2030年	4,217,720 59.6	2,079,748 29.4	1,275,252 18.0	874,609 12.4

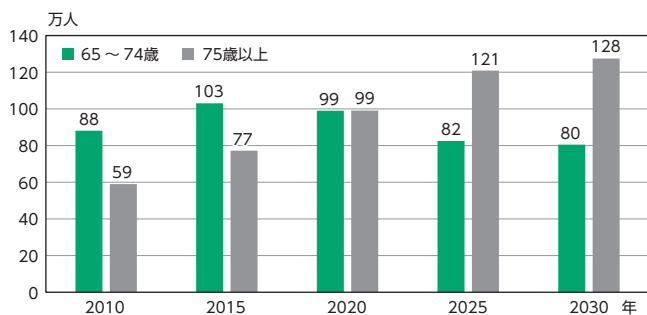
資料:総務省「国勢調査」
国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」(2018年推計)
(注)2030年は推計値、下段は人口全体に対する構成比

将来推計人口（2018年推計）により、埼玉県の年齢階級別の人口をみると、65歳以上の人口割合は2020年27.0%から2030年29.4%に増加、特に、75歳以上は13.5%から18.0%、80歳以上は7.7%から12.4%と大きく増加する。このことは、現状、年齢構成等により比較的安く抑えられている医療費が高齢化により急増していく可能性を示している。

労働力の点からみると、これまで15～64歳人口が減少を続けるなかでも、就業者数は増加し、高齢者の労働力化が労働力人口の支えの一つとなってきた。先行きは、15～64歳人口の減少が続くなか、全国同様、団塊の世代が75歳以上に移行することなどから、高齢者のうち比較的就業率の高い65～74歳については2020年の99万人から2025年82万人、2030年80万人へと減少する。全国と比較すると、2020年から2030年の減少率は全国の▲17.7%に対し埼玉県では▲18.7%と大きく、労働力への影響も大きいと考えられる。

また、75歳以上についてみると、2020年から2030年の増加率は全国の21.6%に対し埼玉県では28.3%と大きく、医療費などへの影響も大きいと考えられる。

●埼玉県の年齢階級別人口推移



資料：総務省「国勢調査」、
国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」（2018年推計）
（注）2025年以降は推計値

埼玉県における健康づくり

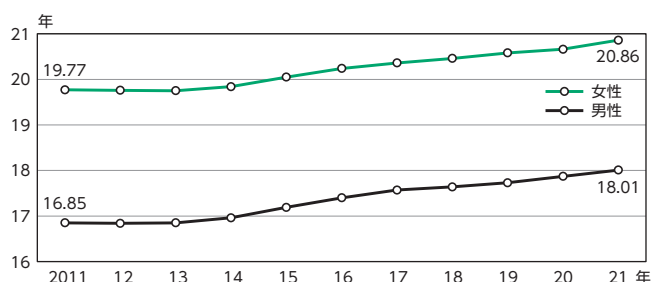
埼玉県では急速な高齢化の進行により、医療費の増加や労働力の不足が懸念されるが、これに対応す

るために、健康の維持・増進が重要となっている。以下、埼玉県における健康づくりについてみる。

国は2002年に健康増進法を定めるとともに、「健康増進の総合的な推進を図るための基本的な方針（健康21）」を定めた。埼玉県ではこれに基づき、①健康寿命の延伸と健康格差の縮小、②生活習慣病の発症予防と重症化予防の徹底などを基本方針とする「埼玉県健康長寿計画」を推進している。

健康寿命（埼玉県では、「健康寿命」を、65歳に達した人が「要介護2」以上になるまでの平均的な年数として算出している）についてみると、2021年においては男性18.01歳、女性20.86歳で男女とも緩やかに上昇しており、この10年間で、男性は1.16歳、女性は1.09歳延びた。

●埼玉県の健康寿命の推移



資料：埼玉県「埼玉県の健康寿命」

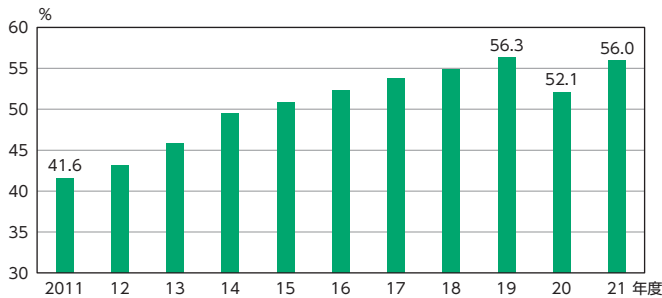
国が発表している健康寿命は、県とは算出方法が異なるが、埼玉県は男女とも全国平均より長く男性全国3位、女性全国20位である（2019年）。

健康維持のためには、日ごろの健康管理が重要であり、国、埼玉県では、「特定健診」をはじめ種々の健診、検査を推進している。「特定健診」は、生活習慣病のリスクを早期に発見するための健診で、40歳以上75歳未満の医療保険加入者が対象。会社員などは、勤務先で行なわれる健診に含まれる。埼玉県における特定健診の受診率をみると、2021年度は56.0%と2011年度の41.6%から14.4ポイント上昇した。なお、受診率の全国平均は56.2%、埼玉県の順位は21位である。

運動面についてみると、埼玉県はスポーツの行動

者率が2021年69.3%と全国の66.5%を上回る。また、国民健康栄養調査によると、運動習慣のある者の割合や野菜の摂取量も全国を上回っている。埼玉県は健診や運動など健康づくりの取り組みは全国と比較して良好なものが多く、概ね上昇傾向にあり、県民の健康に対する意識は高まっている。

● 特定健診受診率の推移 (埼玉県)



資料：厚生労働省「特定健康診察・特定保健指導に関するデータ」

健康づくりにおける企業の役割

生産年齢人口の減少に加え、比較的就業率の高い65~74歳の高齢者が減少していくこともあり、人手不足の深刻化が懸念される。当財団が7月に行ったアンケート調査によると、今後、「人手不足の状況が厳しくなる」とするところが53.5%と半数以上を占めた。また、人手不足の要因は景気の状態より若年層の減少など構造的で継続的な面が強いとしている。少ない人員で企業を発展させるためには、生産性の向上が不可欠であり、IT投資など様々な投資や、DXなどによる業務改革がこれまで以上に求められる。これに加え、いわゆる人的投資として、従業員が健康で生き生きと働くことにより、生産性を向上させるための投資が重要となっている。現在の人口構成から、従業員が疾病率が高くなる高齢層へシフトとすることもあり、健康に対する対応は一層重要となる。

こうしたことから、企業における健康経営の取り組みが広がっている。健康経営とは、従業員の健康管理を経営的視点から考え、従業員の健康保持・増進に取り組み、活力向上や生産性の向上、また、業績向

上や人材の定着につなげる取り組みである。

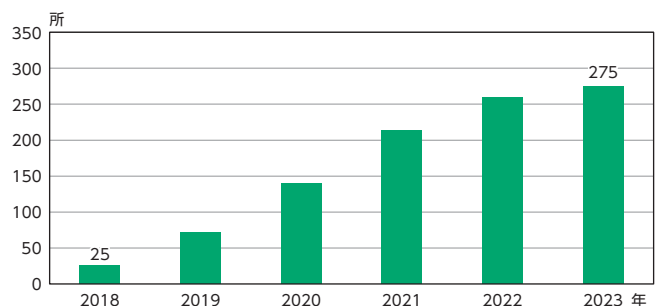
国や県は健康経営を支援しており、埼玉県では、2018年から健康経営に取り組む事業所・団体を「埼玉県健康経営実践事業所」として認定している。認定は2018年9月より開始され、認定事業所は2018年の25事業所から年々増加し、2023年6月には275事業所となった。県内事業所で健康経営の必要性と、効果に対する認識が広まっている。認定事業所の業種は、製造業66社、建設業43社、卸売業・小売業32社、金融・保険業30社、運輸・郵便業27社、医療・福祉21社など幅広い。

また、県内事業所の取り組みとして多くみられるのは、健康診断の100%実施、残業削減・休日取得の推進、ストレスチェックの実施、運動機会の提供、様々なイベント開催などコミュニケーションの活潑化などである。効果としては、健康意識の高まり、残業時間の減少、休暇取得の増加、病欠者の減少、仕事に対するモチベーションのアップ、業務の効率化や業績アップ、採用面での効果などを上げるところが多い。

現在の人口構成から、先行き、医療費負担の増加や労働力不足の問題は避けられない。しかし、こうした問題に対して、健康づくりや健康経営などの取り組みにより、様々な人が健康で長く働ける環境をつくり、一人一人がより元気で能力を発揮し働くことができれば、医療費負担の軽減、また、生産性の向上から、企業、社会を発展させることにつながる。個人、行政、企業の健康づくりの取り組みは、今後、ますます重要性を増していくと考える。

(吉嶺暢嗣)

● 埼玉県健康経営実践事業所 認定事業所数累計



資料：埼玉県「埼玉県健康経営実践事業所一覧」

埼玉県内設備投資動向調査

設備投資の「計画有り」とする県内企業は69.7%と3年連続

✓ 設備投資計画の有無

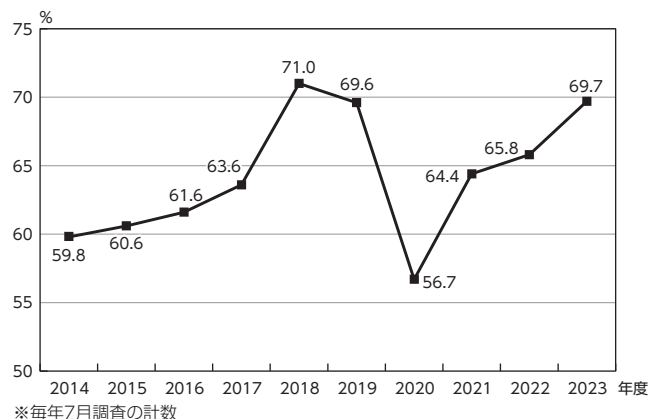
2023年度に設備投資の「計画有り」とした企業は、回答企業304社のうち212社で、前年より3.9ポイント増加し69.7%となった。「計画有り」とする企業は3年連続で増加し、コロナ禍前の2019年(69.6%)の水準まで持ち直した。

5月に新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行し、経済活動がさらに活発化するなか、設備投資を計画する企業が増えている。

業種別にみると、「計画有り」とした企業は製造業が84.7%(前年比+12.5ポイント)、非製造業は60.2%(同▲1.8ポイント)となった。製造業は「計画有り」が前年より大幅に増加し、設備投資意欲は強いものとなっている。非製造業は前年に比べ減少したものの微減にとどまり、コロナ禍前の2019年(62.8%)に近い水準を維持している。

規模別では、「計画有り」が大企業86.4%(前年比+3.8ポイント)、中小企業68.4%(同+4.0ポイント)で、大企業で設備投資意欲は強いものとなっている。

● 設備投資「計画有り」の企業割合の推移



✓ 設備投資計画額

2023年度の設備投資計画額は、当該企業の2022年度実績に対して+7.3%と、前年に比べ増加した。設備投資の「計画有り」とする企業割合が前年より増えるなか、投資額においても前年を上回った。

業種別では、製造業は前年比+21.8%、非製造業は同+1.8%となった。「計画有り」が製造業で増加するなか、投資額でも製造業の増加が目立った。

企業規模別にみると、大企業は前年比+5.2%、中小企業は同+8.8%といずれも増加した。

● 設備投資計画額

(単位:社、百万円、%)

	回答企業数	2022年度実績	2023年度計画	前年度比
全産業	239	48,793	52,337	7.3
製造業	93	13,446	16,371	21.8
非製造業	146	35,347	35,966	1.8
大企業	16	20,665	21,739	5.2
中小企業	223	28,128	30,598	8.8

✓ 設備投資理由

2023年度に設備投資の「計画有り」とした企業のうち、その理由(複数回答)で最も多かったのが「設備更新」で77.8%(前年比▲2.4ポイント)、以下「コストダウン・合理化に対応」36.3%(同+2.6ポイント)、「技術革新・品質向上に対応」35.4%(同▲3.7ポイント)、「売上・受注見通しの好転」29.2%(同+4.0ポイント)と続いた。

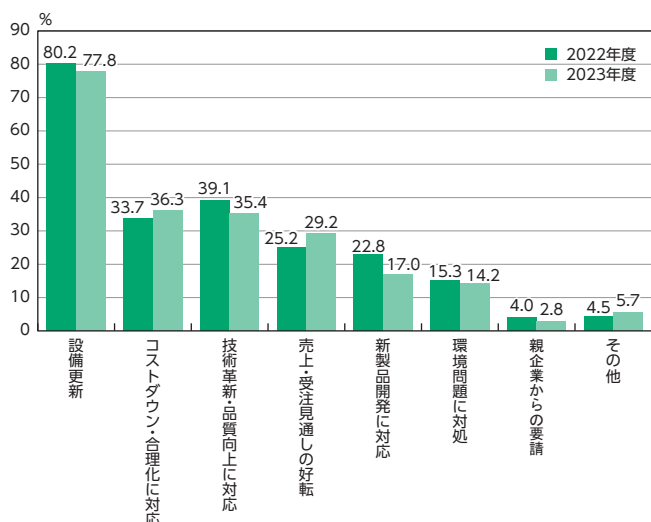
老朽化した生産設備や建物などの「設備更新」が引き続き多い。また、「コストダウン・合理化に対応」や「売上・受注見通しの好転」が前年に比べ増加した。深刻化する人手不足や原材料価格の高まりに対応した省力化への投資、また景気が持ち直すなかで受注の増加に対応する投資が増えた。

業種別にみると、製造業では「設備更新」が78.0%(前年比+0.9ポイント)で最も多く、次いで「技術革新・品質向上に対応」49.0%(同+2.0ポイント)、「コストダウン・合理化に対応」41.0%(同+1.2ポイント)と続いた。非製造業も「設備更新」が77.7%(同▲4.7ポイント)で最も多く、次いで「コストダウン・合理化に対応」

で増加し、コロナ禍前の水準まで持ち直す

32.1%(同+2.7ポイント)、「売上・受注見通しの好転」
28.6%(同+5.1ポイント)となった。

● 設備投資理由

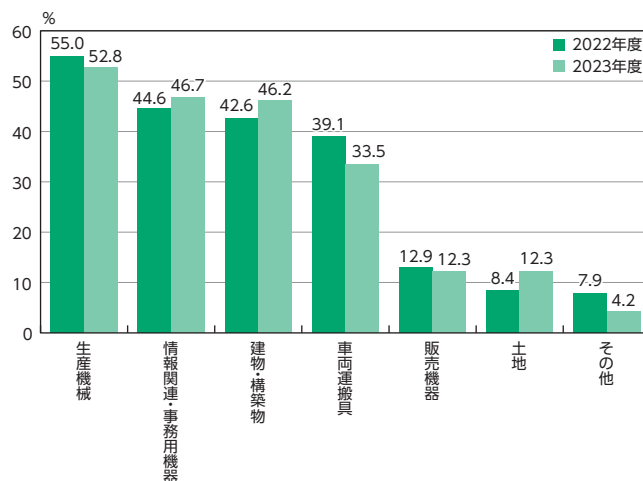


✓ 設備投資の対象物件

設備投資の対象物件(複数回答)は「生産機械」が52.8%(前年比▲2.2ポイント)で最も多く、次いで「情報関連・事務用機器」46.7%(同+2.1ポイント)、「建物・構築物」46.2%(同+3.6ポイント)、「車両運搬具」33.5%(同▲5.6ポイント)、「販売機器」12.3%(同▲0.6ポイント)、「土地」12.3%(同+3.9ポイント)と続いた。

業種別にみると、製造業は「生産機械」が83.0%(前年比▲11.0ポイント)で最も多く、次いで「情報関連・事務用機器」44.0%(同+5.4ポイント)、「建物・構築物」32.0%(同▲6.6ポイント)と続いた。非製造業は「建物・構築物」が58.9%(同+13.5ポイント)で最も多く、次いで「情報関連・事務用機器」49.1%(同+0.4ポイント)、「車両運搬具」44.6%(同▲9.2ポイント)と続いた。製造業、非製造業ともに業務の効率化を目的とした「情報関連・事務用機器」への投資が増加となった。また、非製造業で「建物・構築物」が大幅に増加しており、コロナ禍で手控えられていた店舗の新設や改築といった投資が増えているためとみられる。

● 設備投資の対象物件

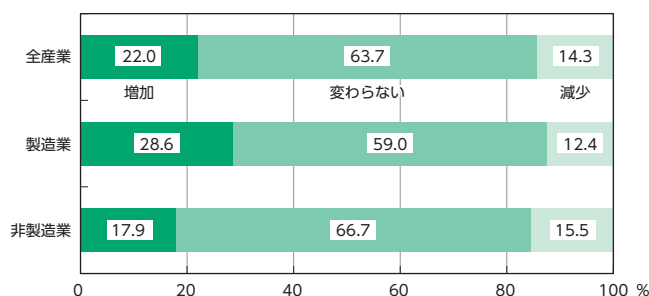


✓ 来年度の設備投資計画

来年度(2024年度)の設備投資計画は本年と比較して「増加」22.0%、「変わらない」63.7%、「減少」14.3%となった。「増加」が「減少」を上回り、来年度の県内企業の設備投資は本年度よりさらに増加すると見込まれる。

業種別にみると、製造業は「増加」28.6%、「減少」12.4%と、「増加」が「減少」を16.2ポイント上回り、非製造業は「増加」17.9%、「減少」15.5%と、「増加」が「減少」を2.4ポイント上回った。来年度の設備投資は製造業、非製造業ともに「増加」が「減少」を上回っているが、非製造業に比べ製造業でより増加を見込む企業が多い。(辻 和)

● 来年度の設備投資計画



2023年7月実施。対象企業数1,012社、
回答企業数304社、回答率30.0%。

埼玉県内企業の2023年夏の

一人当たり支給額は前年比+4.9%と2年連続の増加

2023年夏のボーナス支給状況について、県内企業へのアンケート調査を実施した。

☑ ボーナス支給実績の有無

2023年夏のボーナスの支給実績をたずねたところ、「正社員・パートともに支給」とした企業は56.4%、「正社員のみ支給」とした企業は36.4%、「支給しない」とした企業は7.2%となり、9割以上の企業でボーナスを支給している。

前年実績と比較すると、「正社員・パートともに支給」は1.1ポイント減少、「正社員のみ支給」は0.3ポイント増加、「支給しない」は0.7ポイント増加した。前年調査では、ボーナスを支給する対象を拡げる動きがみられたが、今回調査では、ボーナスの支給対象が若干ながら絞られる結果となった。

業種別にみると、「正社員・パートともに支給」とする企業は製造業では69.1%、非製造業では48.6%である。「正社員のみ支給」は製造業で27.3%、非製造業で42.0%。また、「支給しない」は製造業で3.6%、非製造業で9.4%であった。

● 2023年夏のボーナス支給実績の有無

	全産業	製造業	非製造業
正社員・パートともに支給	56.4 (57.5)	69.1 (67.6)	48.6 (51.4)
正社員のみ支給	36.4 (36.1)	27.3 (27.9)	42.0 (41.0)
支給しない	7.2 (6.5)	3.6 (4.5)	9.4 (7.7)

()内は2022年実績

☑ ボーナス一人当たり支給額

2023年夏のボーナス支給総額を支給対象人員で割った、一人当たり支給額は435,395円となり、前年実績の414,956円に比べ+4.9%と2年連続の増加となった（ボーナス支給実績額を記入いただいた企業209社を集計）。今春の賃上げ率が物価高や人手不足への対応から比較的高かったことに加え、経済活動の活

発化による業況の改善などから、ボーナス支給額を増加させる企業が多くなったとみられる。

業種別にみると製造業は430,055円と前年の415,212円から3.6%の増加、非製造業は437,203円で前年の414,873円から5.4%の増加となり、金額、増加率とも非製造業で大きかった。製造業では、輸送機械が前年比25.7%の増加、繊維が同8.4%の増加となった。非製造業では、飲食・宿泊が前年比12.3%の増加、運輸・倉庫が同9.9%の増加、小売が同7.2%の増加と比較的大きな増加となった。

● 2023年夏のボーナス一人当たり支給額

(社、円、%)

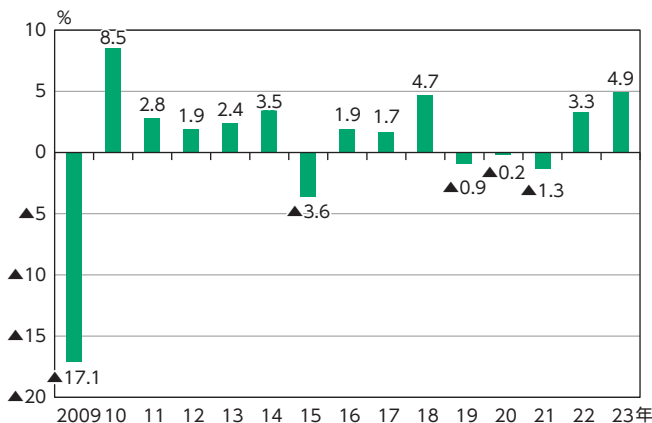
	企業数	一人当たり支給額		
		2023年	2022年	前年比
全産業	209	435,395	414,956	4.9
製造業	81	430,055	415,212	3.6
非製造業	128	437,203	414,873	5.4

☑ 夏のボーナス一人当たり支給額(前年比)の推移

夏のボーナス一人当たり支給額（前年比）の推移をみると、2009年にリーマンショックの影響を受け、企業収益、雇用環境の悪化などにより、前年比▲17.1%と大幅な減少となった。その後、売上・利益の改善や雇用調整が進んだことなどから、ボーナス支給を回復する動きがみられ、2014年まで5年連続で改善が続いた。

2015年は消費増税後の売上・利益回復の遅れなど

● 夏のボーナス一人当たり支給額(前年比)の推移



ボーナス支給状況

から6年ぶりに減少に転じた。2016年から2018年までは業況の改善や人手不足を背景として増加が続いていたが、2019年は米中貿易摩擦や中国経済の減速などによる景気の不透明感の強まりなどから4年ぶりに減少に転じ、以降、新型コロナウイルス感染症による影響もあり、3年連続の減少となった。2022年に経済活動の回復などから4年ぶりに増加となり、今年2年連続の増加となった。

☑ ボーナス支給総額と支給対象人員

アンケート回答企業の2023年夏のボーナス支給総額は122億69百万円で、当該企業の前年実績119億47百万円から2.7%の増加となった。支給対象人員は前年比2.1%の減少となった。支給総額は2年連続の増加、支給対象人員は2年ぶりの減少となった。

業種別の支給総額の前年比をみると、製造業が前年比4.8%の増加、非製造業が同2.0%の増加。支給対象人員は製造業で同1.1%の増加、非製造業で同3.2%の減少となった。非製造業では、小売、運輸・倉庫、サービスで比較的大きな支給人員の減少となった。

● 2023年夏のボーナス支給総額と支給対象人員

(百万円、人、%)

	支給総額			支給対象人員		
	2023年	2022年	前年比	2023年	2022年	前年比
全産業	12,269	11,947	2.7	28,179	28,791	▲ 2.1
製造業	3,065	2,926	4.8	7,127	7,047	1.1
非製造業	9,204	9,021	2.0	21,052	21,744	▲ 3.2

☑ ボーナス支給額決定に当たって重視すること

ボーナス支給額決定に当たって重視することについては(複数回答)、「業績・収益状況」が最も多く91.7%、次いで「従業員のモチベーションの維持・アップ」72.2%、「雇用の維持・確保」59.4%、「物価動向」16.3%、「景気の先行き」10.8%、「他社や業界などの水準」10.8%、「政府による賃上げ等の要請」3.5%となった。9割以上の企業で「業績・収益状況」をあげて

おり、「従業員のモチベーションの維持・アップ」、「雇用の維持・確保」も多い。「政府による賃上げ等の要請」は少なかった。

● ボーナス支給額決定に当たって重視すること

単位:%

	全産業	製造業	非製造業
業績・収益状況	91.7	92.0	91.5
従業員のモチベーションの維持・アップ	72.2	69.6	73.9
雇用の維持・確保	59.4	57.1	60.8
物価動向	16.3	22.3	12.5
景気の先行き	10.8	10.7	10.8
他社や業界などの水準	10.8	10.7	10.8
政府による賃上げ等の要請	3.5	1.8	4.5

☑ 2023年冬のボーナス支給予定

2023年冬のボーナス支給予定については、2022年冬のボーナスに比べて、「増加」28.2%、「変わらない」59.5%、「減少」7.7%、「支給しない」4.6%となった。「変わらない」とするところが6割近くを占めるが、「増加」が「減少」を大きく上回った。経済活動の回復による収益改善の期待に加え、人手不足への対応のため、ボーナスを増加する企業が多いとみられる。

業種別にみると、製造業では「増加」が31.5%、「減少」が10.2%。非製造業では「増加」が26.1%、「減少」が6.3%と、製造業で「増加」とするところが多くなっている。(吉嶺暢嗣)

● 2023年冬のボーナス支給予定

(%)

	増加	変わらない	減少	支給しない
全産業	28.2	59.5	7.7	4.6
製造業	31.5	56.5	10.2	1.9
非製造業	26.1	61.4	6.3	6.3

2023年7月実施。対象企業数1,012社、回答企業数294社、回答率29.1%。

県内経済の動き

概況

埼玉県の景気は持ち直している

景気動向指数 下方への局面変化を示している

6月のCI(コンポジット・インデックス)は、先行指数：113.2(前月比▲5.3ポイント)、一致指数：80.6(同+1.8ポイント)、遅行指数：83.5(同+0.1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+0.93ポイントと、2カ月ぶりの上昇となった。埼玉県は景気の基調判断を、6カ月連続で「下方への局面変化を示している」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

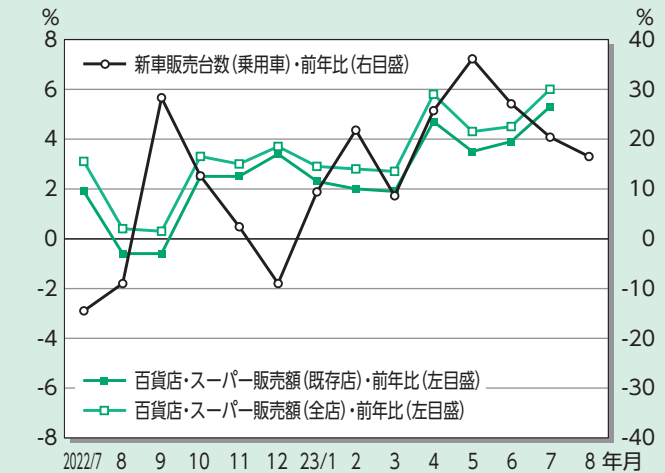


個人消費 百貨店・スーパー販売額は10カ月連続で増加

7月の百貨店・スーパー販売額は1,212億円、前年比+5.3%(既存店)と10カ月連続で増加した。業態別では、百貨店(同+2.1%)、スーパー(同+5.7%)とも増加した。新設店を含む全店ベースの販売額は同+6.0%と14カ月連続で増加した。

8月の新車販売台数(乗用車)は9,801台、前年比+16.5%と8カ月連続で増加した。車種別では普通乗用車が6,395台(同+22.2%)、小型乗用車は3,406台(同+7.0%)だった。

個人消費の推移



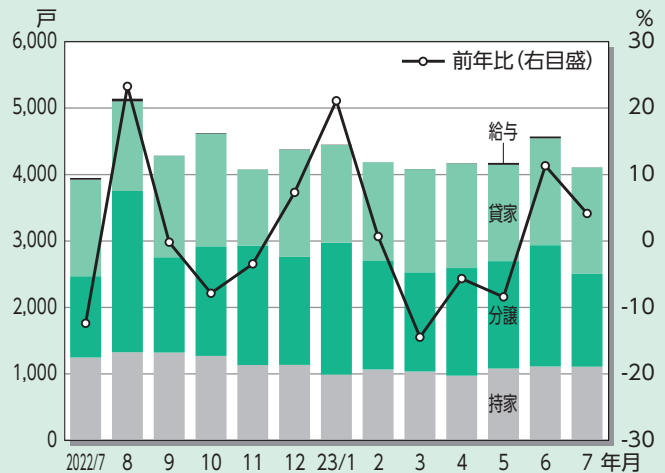
住宅 2カ月連続で前年を上回る

7月の新設住宅着工戸数は4,107戸となり、前年比+4.1%と2カ月連続で前年を上回った。

利用関係別では、持家が1,099戸(前年比▲11.2%)と17カ月連続で減少したものの、貸家が1,600戸(同+9.9%)と8カ月連続で、分譲が1,406戸(同+14.7%)と2カ月連続で増加した。

分譲住宅は、戸建てが1,120戸(同▲6.2%)と2カ月連続で減少したものの、マンションが286戸(同+793.8%)と2カ月連続で増加した。

新設住宅着工戸数の推移



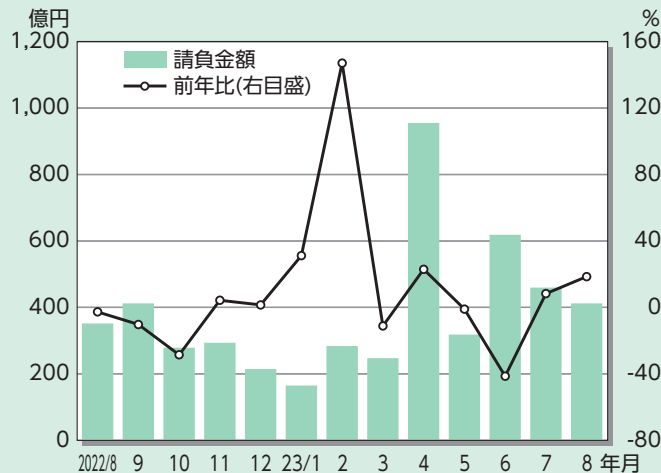
公共工事 2カ月連続で前年を上回る

8月の公共工事請負金額は413億円、前年比+18.0%と2カ月連続で前年を上回った。2023年4~8月の累計は、同▲5.9%と前年を下回って推移している。

発注者別では、国(同+60.8%)、県(同+20.1%)、市町村(同+16.5%)、独立行政法人等(同+273.2%)がすべて増加した。

なお、8月の請負件数は769件(同▲1.9%)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)

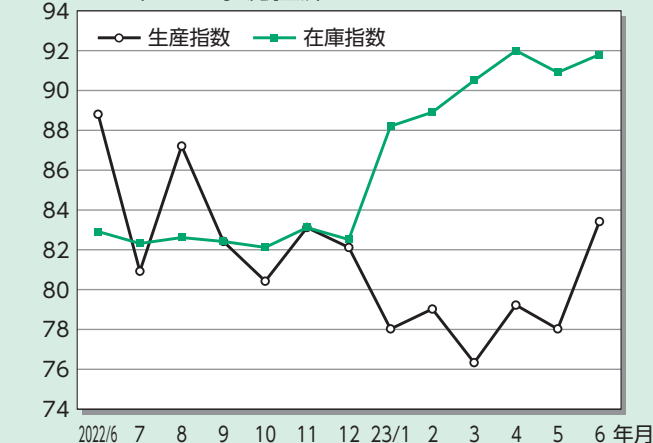
生産 2カ月ぶりに増加

6月の鉱工業指数をみると、生産指数は83.4、前月比+6.9%と2カ月ぶりに増加した。業種別では、化学、生産用機械、汎用機械など14業種が増加したものの、情報通信機械、電気機械、電子部品・デバイスなど9業種が減少した。

在庫指数は91.8、前月比+1.0%と2カ月ぶりに増加した。業種別では、生産用機械、プラスチック製品、窯業・土石製品など12業種が増加したものの、電気機械、電子部品・デバイス、金属製品など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

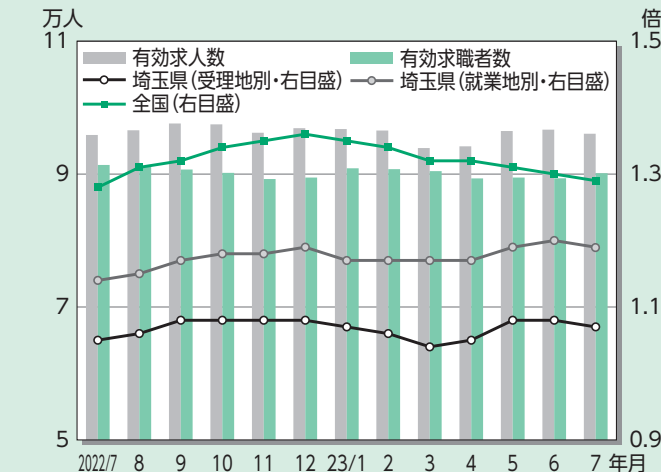
雇用 有効求人倍率は前月から下降

7月の受理地別有効求人倍率は、前月から0.01ポイント下降の1.07倍となった。

有効求職者数が90,121人(前月比+0.8%)と、2カ月ぶりに前月を上回るなか、有効求人数は96,064人(同▲0.6%)と4カ月ぶりに前月を下回った。新規求人倍率は、前月から0.03ポイント上昇の1.93倍となっている。

なお、7月の就業地別有効求人倍率も、前月から0.01ポイント下降の1.19倍であった。

有効求人倍率の推移



資料:埼玉県労働局 (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(%)	2020年=100	前月比(%)	2015年=100	前月比(%)	2020年=100	前月比(%)	1,000㎡	前年比(%)	1,000㎡	前年比(%)
2019年	96.4	▲ 4.8	111.6	▲ 2.6	88.3	▲ 0.2	101.0	0.5	2,818	▲ 4.5	48,687	▲ 7.1
2020年	84.3	▲ 12.6	100.0	▲ 10.4	84.5	▲ 4.3	92.6	▲ 8.3	2,363	▲ 16.2	44,236	▲ 9.1
2021年	87.4	3.7	105.4	5.4	87.7	3.8	98.5	6.4	2,929	24.0	48,460	9.5
2022年	83.6	▲ 4.3	105.3	▲ 0.1	84.2	▲ 4.0	101.2	2.7	2,454	▲ 16.2	47,203	▲ 2.6
22年 6月	88.8	8.3	105.7	5.0	82.9	0.7	99.9	1.5	247	18.9	4,788	12.0
7月	80.9	▲ 8.9	106.3	0.6	82.3	▲ 0.7	100.6	0.7	243	8.1	4,983	22.1
8月	87.2	7.8	107.8	1.4	82.6	0.4	101.7	1.1	405	92.4	3,980	27.3
9月	82.4	▲ 5.5	107.3	▲ 0.5	82.4	▲ 0.2	103.4	1.7	214	45.1	3,589	▲ 3.0
10月	80.4	▲ 2.4	105.5	▲ 1.7	82.1	▲ 0.4	103.2	▲ 0.2	114	▲ 45.0	3,599	▲ 32.4
11月	83.1	3.4	105.5	0.0	83.1	1.2	103.2	0.0	150	▲ 64.0	3,512	▲ 6.0
12月	82.1	▲ 1.2	104.9	▲ 0.6	82.5	▲ 0.7	103.1	▲ 0.1	173	▲ 29.9	3,391	▲ 28.6
23年 1月	78.0	▲ 5.0	100.8	▲ 3.9	88.2	6.9	102.4	▲ 0.7	267	137.5	3,898	20.4
2月	79.0	1.3	104.5	3.7	88.9	0.8	103.4	1.0	158	▲ 1.0	3,570	▲ 3.8
3月	76.3	▲ 3.4	104.8	0.3	90.5	1.8	103.8	0.4	131	▲ 2.6	2,803	▲ 22.7
4月	79.2	3.8	105.5	0.7	92.0	1.7	103.7	▲ 0.1	215	▲ 24.5	4,804	▲ 1.3
5月	78.0	▲ 1.5	103.2	▲ 2.2	90.9	▲ 1.2	105.6	1.8	149	▲ 31.3	3,254	▲ 17.0
6月	83.4	6.9	105.7	2.4	91.8	1.0	105.8	0.2	239	▲ 3.3	3,148	▲ 34.2
7月			103.8	▲ 1.8			106.4	0.6	78	▲ 68.0	3,612	▲ 27.5
8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(%)
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
2022年	52,138	4.0	859,529	0.4	15.0	11.8	16.0	4.3	98.7	0.1	99.0	▲ 0.8
22年 6月	4,106	▲ 2.6	74,617	▲ 2.2	14.5	8.0	15.4	1.2	98.9	0.7	99.5	▲ 0.6
7月	3,945	▲ 12.5	73,024	▲ 5.4	15.0	6.3	16.1	▲ 2.0	98.9	0.7	99.5	▲ 0.6
8月	5,140	23.3	77,731	4.6	13.9	12.8	15.1	▲ 0.1	98.6	0.9	99.3	▲ 0.5
9月	4,282	▲ 0.2	74,004	1.1	14.7	4.1	16.1	7.9	98.4	0.7	99.2	▲ 0.4
10月	4,623	▲ 7.9	76,590	▲ 1.8	15.7	11.9	16.5	9.1	98.6	0.9	99.2	▲ 0.5
11月	4,074	▲ 3.5	72,372	▲ 1.4	15.5	11.3	16.6	3.1	98.7	0.8	99.3	▲ 0.3
12月	4,379	7.3	67,249	▲ 1.7	15.8	5.8	16.5	▲ 0.7	99.1	1.2	99.3	▲ 0.3
23年 1月	4,448	21.1	63,604	6.6	14.2	0.0	14.5	▲ 6.5	98.9	0.5	99.1	0.6
2月	4,185	0.6	64,426	▲ 0.3	15.6	3.9	15.6	▲ 6.1	98.4	▲ 0.5	98.9	0.6
3月	4,081	▲ 14.6	73,693	▲ 3.2	15.9	0.0	15.8	▲ 6.0	98.0	▲ 0.3	98.2	0.6
4月	4,169	▲ 5.7	67,250	▲ 11.9	16.2	0.6	15.5	▲ 7.1	98.5	0.0	99.9	0.7
5月	4,172	▲ 8.5	69,561	3.5	14.6	6.6	14.1	▲ 2.1	98.9	0.2	100.1	0.8
6月	4,570	11.3	71,015	▲ 4.8	14.6	0.7	14.9	▲ 3.2	99.4	0.5	100.1	0.6
7月	4,107	4.1	68,151	▲ 6.7			P15.2	P▲ 5.6			P100.2	P0.7
8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(%)
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
2022年	1.03	1.28	32,480	9.3	866	10.8	13,431	0.6	206,603	3.2
22年 6月	1.03	1.27	32,561	8.6	892	12.0	1,084	▲ 1.4	16,735	1.3
7月	1.05	1.28	30,979	12.6	855	12.8	1,143	1.9	17,704	2.8
8月	1.06	1.31	32,611	19.7	839	15.1	1,107	▲ 0.6	16,776	3.8
9月	1.08	1.32	33,940	12.0	888	9.8	1,075	▲ 0.6	16,299	4.1
10月	1.08	1.34	35,088	5.4	925	7.9	1,118	2.5	17,326	4.1
11月	1.08	1.35	32,888	1.2	865	8.7	1,122	2.5	17,590	2.4
12月	1.08	1.36	33,317	7.5	849	4.8	1,390	3.4	22,266	3.6
23年 1月	1.07	1.35	34,686	5.1	939	4.2	1,123	2.3	17,681	4.9
2月	1.06	1.34	33,839	5.7	926	10.4	1,036	2.0	15,820	4.7
3月	1.04	1.32	30,527	▲ 3.8	898	0.7	1,157	1.9	17,669	3.2
4月	1.05	1.32	31,640	1.9	841	▲ 0.9	1,119	4.7	17,095	4.8
5月	1.08	1.31	32,771	7.2	834	3.8	1,154	3.5	17,437	3.4
6月	1.08	1.30	31,218	▲ 4.1	874	▲ 2.1	1,133	3.9	17,461	4.1
7月	1.07	1.29	30,534	▲ 1.4	833	▲ 2.5	1,212	5.3	18,741	5.5
8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(%)
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
2022年	120,086	▲ 7.8	2,223,303	▲ 7.4	285	1,164,079	6,428	2,331,443	101.8	2.4	102.3	2.5
22年 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	103.2	3.5	103.7	3.7
11月	10,538	2.4	192,904	2.2	25	1,475	581	115,589	103.4	3.4	103.9	3.8
12月	9,914	▲ 9.0	180,792	▲ 5.5	28	2,854	606	79,172	103.6	3.7	104.1	4.0
23年 1月	10,968	9.4	202,255	11.2	24	2,475	570	56,524	103.9	3.9	104.7	4.3
2月	12,756	21.8	236,704	28.1	27	1,691	577	96,580	103.5	3.2	104.0	3.3
3月	16,557	8.6	330,162	16.0	23	2,552	809	147,434	104.0	3.3	104.4	3.2
4月	10,071	25.7	193,042	25.8	23	2,869	610	203,861	104.5	3.2	105.1	3.5
5月	9,787	36.1	179,804	31.8	26	2,404	706	278,734	104.4	2.9	105.1	3.2
6月	11,631	27.1	226,760	33.6	25	2,643	770	150,947	104.6	3.2	105.2	3.3
7月	11,657	20.4	221,656	18.7	34	4,826	758	162,137	104.8	2.9	105.7	3.3
8月	9,801	16.5	183,299	18.8	31	3,057	760	108,377				
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			



新座市長 並木 傑氏

市長のメッセージ

新座市は、池袋駅から電車で20分以内の場所にあり、通勤・通学の利便性に優れながら、武蔵野の雑木林や野火止用水など豊かな自然と歴史的文化資産に恵まれたまちです。暮らしやすさと居心地の良さが調和したベッドタウンとして、また、立教大学、跡見学園女子大学及び十文字学園女子大学が所在する落ち着いた文教都市として発展してきました。

令和5年4月から、本市の市政運営の指針となる第5次新座市総合計画をはじめ、都市計画マスタープランなどの様々な計画に基づく新たな市政運営をスタートいたしました。

本市を更に住み良いまちとして次代に引き継ぐために、市民の皆様と共創のまちづくりに取り組んでまいります。

はじめに

新座市は、埼玉県の最南端、都心から25km圏に位置しており、地域の約半分が東京都に接している。市域は東西約7.1km、南北約8.2kmで、面積は22.78km²、人口はおよそ16万6千人である。

市内に位置するJR武蔵野線新座駅、東武東上線志木駅のほかにも、西武池袋線清瀬駅やひばりヶ丘駅など多くの鉄道駅を身近に利用することができ、都心へのアクセスがとても良いことから、住宅都市として発展してきた。

市内を流れる野火止用水は、かつて水の乏しかったこの地を大いに潤した。江戸時代初期、川越藩主まつだいらいずのかみのぶつな松平伊豆守信綱の命で開削されたことにちなんで、「伊豆殿堀」とも呼ばれる。
いずどのぼり

現在、用水周辺には遊歩道が整備され、清流と四季折々の自然を楽しめる貴重な憩いの場になっている。



新緑の野火止用水(本多緑道)

都市基盤整備と交通の拠点づくり

新座市は今、市中北部に位置するJR武蔵野線新座駅周辺で都市基盤整備を進めている。

新座駅北口に接し、国道254号の東側に位置する約31.6haの地区においては、新座駅北口土地区画整理事業を現在実施している。本事業では新座駅を中心とした活力と賑わいのある商業空間を創出し、利便性の高い住宅地の形成を目指している。

一方、国道254号を挟んで西側に位置する49.5haの土地では、大和田二・三丁目地区土地区画整理事業を実施し、2023年3月に換地処分が完了している。以前は市街化調整区域で主に農地として利用されていた地区であったが、2016年に工業系の土地利用への転換を目指し、市街化編入を行った。地区内に設定した企業集約地には物流倉庫等の大型施設が立地しており、市の産業拠点を形成している。

また、市中央部に広く残されている市街化調整区域においては、新たな都市拠点の形成を目指している。新たな都市基盤整備を進めるに当たっては、交通の拠点づくりが重要となる。市民の多くが待ち望む都市高速鉄道12号線（都営地下鉄大江戸線）の武蔵野線方面への延伸と市内新駅の実現が最も有効と考え、積極的に活動を展開している。また、埼玉県が所管し、市南部の都県境から市中央部を通過する都市計画道路保谷朝霞線の整備への協力や、関越道への（仮称）新座スマートICの設置活動等にも取り組んでいる。

新座市概要

人口(2023年8月1日現在)	165,851人
世帯数(同上)	78,843世帯
平均年齢(2023年1月1日現在)	46.8歳
面積	22.78km ²
製造業事業所数(経済構造実態調査)	244所
製造品出荷額等(同上)	1,306.3億円
卸・小売業事業所数(経済センサス)	663店
商品販売額(同上)	3,233.2億円
公共下水道普及率	97.3%
舗装率	95.5%

資料:「令和4年埼玉県統計年鑑」ほか



主な交通機関

- JR武蔵野線 新座駅
- 東武東上線 志木駅
- 関越自動車道 所沢ICから市役所まで約5km

※ にいざビジネスサポート

本年5月から、新型コロナウイルスの感染症法上の分類が季節性インフルエンザと同じ5類に移行したことで、社会経済活動は徐々に活発化しているものの、物価高騰の影響などもあって、多くの市内事業者は引き続き厳しい経営状況にある。

市は、こうした事業者の業績向上に寄与するため、市役所内に無料の経営相談所「にいざビジネスサポート」を開設している。中小企業診断士など経営支援のスペシャリストたちが、「売上を伸ばしたい」、「煩雑な業務を改善したい」、「事業を練り直したい」といった事業の悩みや経営課題について、解決に向けた提案や関係支援機関への紹介を行うもので、成果



にいざビジネスサポート・パンフレット表紙

が出るまで何度でも相談が可能である。

事業者だけでなく、これから創業を目指すという方も、ビジネスのことならなんでも相談できるので、気軽に連絡してみたい。

※ 教育先進市を目指す取り組み

文部科学省は、GIGAスクール構想の実現に向けて、小中学校・特別支援学校等の児童生徒に一人1台の可動式コンピュータを用意するとともに、それらを十分活用できる高速大容量のネットワーク環境(校内LAN)の整備を進めているが、新座市はこの構想に先んずる形で教育ICT施策や情報教育環境の整備に取り組んできており、日経BPの公立学校情報化ランキング2021で小・中学校とも全国1位となるなど、高い評価を得ている。

本年9月からは、既存ICT環境の老朽化など残された課題を解決するため、フルクラウド環境を活用した新たな教育ネットワークの運用を開始した。新たに採用されたゼロトラストネットワークは、すべての通信を信用できないものとして扱い、これまでより厳格なユーザー認証やセキュリティ対策を施す仕組みであり、場所を選ばず安全な通信を確立させることができる、全国でも先駆的な取り組みである。

これにより、これまで分散管理されてきた種々の教育データの一体的活用を行えるほか、テレワーク環境の整備や双方向の保護者連絡システムによる学校・家庭間の連絡の電子化も可能になり、大幅に教職員の業務負担軽減が図られる。結果的に、教員が児童生徒一人ひとりと向き合う時間を確保できるなど、より充実した教育環境整備に繋がると期待される。(井上博夫)

市町村経済データ

外国人住民数

(2023年1月1日現在)

市町村名	外国人 住民数 (人)	前年比 (%)	人口に 占める割合 (%)	市町村名	外国人 住民数 (人)	前年比 (%)	人口に 占める割合 (%)	市町村名	外国人 住民数 (人)	前年比 (%)	人口に 占める割合 (%)
さいたま市	28,881	8.1	2.2	朝霞市	4,225	6.4	2.9	滑川町	613	7.9	3.1
川越市	9,413	6.7	2.7	志木市	2,038	6.6	2.7	嵐山町	597	13.7	3.4
熊谷市	4,129	12.2	2.1	和光市	2,416	6.3	2.9	小川町	361	17.6	1.3
川口市	39,553	3.8	6.5	新座市	3,994	8.9	2.4	川島町	411	10.2	2.1
行田市	1,866	8.3	2.4	桶川市	1,044	14.2	1.4	吉見町	194	14.8	1.1
秩父市	671	10.2	1.1	久喜市	3,430	6.6	2.3	鳩山町	141	2.2	1.1
所沢市	6,496	7.1	1.9	北本市	782	22.4	1.2	ときがわ町	199	8.2	1.9
飯能市	1,220	12.7	1.6	八潮市	3,996	7.2	4.3	横瀬町	87	▲ 2.2	1.1
加須市	2,872	12.1	2.6	富士見市	2,886	6.4	2.6	皆野町	97	14.1	1.1
本庄市	2,787	5.8	3.6	三郷市	5,525	9.9	3.9	長瀬町	32	18.5	0.5
東松山市	2,998	14.1	3.3	蓮田市	755	12.9	1.2	小鹿野町	135	12.5	1.3
春日部市	4,980	10.8	2.1	坂戸市	3,070	10.6	3.1	東秩父村	10	▲ 9.1	0.4
狭山市	2,984	7.8	2.0	幸手市	1,277	12.5	2.6	美里町	202	18.8	1.9
羽生市	2,041	12.3	3.8	鶴ヶ島市	1,750	9.9	2.5	神川町	569	26.7	4.3
鴻巣市	2,004	9.9	1.7	日高市	978	17.7	1.8	上里町	1,250	9.2	4.1
深谷市	3,348	5.3	2.4	吉川市	1,862	4.4	2.6	寄居町	655	14.7	2.0
上尾市	4,459	9.0	1.9	ふじみ野市	2,944	▲ 1.0	2.6	宮代町	508	13.6	1.5
草加市	8,900	10.5	3.5	白岡市	788	13.5	1.5	杉戸町	695	15.6	1.6
越谷市	7,478	4.9	2.2	伊奈町	596	18.3	1.3	松伏町	450	7.7	1.6
蕨市	7,746	3.9	10.3	三芳町	909	10.0	2.4				
戸田市	7,602	3.6	5.4	毛呂山町	697	14.6	2.1				
入間市	2,571	13.1	1.8	越生町	167	16.8	1.5				
								市町村計	208,334	7.4	2.8

資料:総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」

(注)人口に占める割合は、各市町村の総人口(日本人住民+外国人住民)に対する割合

埼玉りそな経済情報 2023年10月号

2023年10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。