埼玉りそな経済情報

December 2021 No.216 12月号

1 彩論 関東財務局長 白川 俊介 氏
渋沢栄一の教えを今に活かす

2 ズームアップ 株式会社明徳

5 地域研究レポート スポーツによる地域活性化

9 調査 埼玉県の農業の現状とスマート農業の推進について

13 アンケート調査 埼玉県内企業経営動向調査
自社業況のBSIは改善続く。「仕入原価上昇」が企業経営上の新たな問題点に浮上

17 県内経済の動き

19 月次経済指標

21 タウンスケープ 小川町
自然の恵みと文化を未来につなぐ、人が輝くまち　おがわ

裏表紙 市町村経済データ

特産の和紙を使った七夕飾り(小川町)

埼玉りそな銀行
RESONA

企画編集 公益財団法人 埼玉りそな産業経済振興財団

彩論 SAI RON

渋沢栄一の教えを今に活かす

関東財務局長
白川 俊介氏

パラリンピックの山田美幸選手

様々な障害を乗り越えて無事に終了した東京オリンピック・パラリンピック。無観客を余儀なくされたことで、かえってアスリート一人ひとりの人並みならぬ努力や精神力に注目が集まり、国民の間に大きな感動が広がったように思います。とりわけパラリンピックの選手たちは、それぞれに残された身体機能を最大限に発揮し、信じられないパフォーマンスを見せてくれましたが、さらに競技後のインタビューなどで各選手の内面の素晴しさが垣間見え、敬服させられること頻りでした。筆者が特に感動したのは、競泳で日本勢最年少のメダリストとなった山田美幸選手です。生まれつき両腕がなく両足の長さも異なる14歳の山田選手は、インタビューで座右の銘を聞かれ、渋沢栄一の「無欲は怠惰の基である」と答えました。その理由を問われると、水泳に巡り合いパラリンピックに出場してメダルを獲るという欲が生まれたので、精一杯頑張りましたと嬉しそうに説明しました。

渋沢栄一の金言を胸に

筆者は、このインタビューを最初に聞いた時、日本実業界の父と呼ばれることになる財務省の大先輩の言葉を引いた年若いパラリンピアンの教養に驚く一方、なぜ渋沢翁のこの言葉なのか戸惑いも覚えました。そこで、渋沢翁が自らの経営哲学を語った談話録である「論語と算盤」を改めて読み返してみました。すると、渋沢翁は「自分からこうしたい、ああしたいと奮励さえすれば、大概はその意のごとくになる」とか、「すべて物を励むには競うということが必要」とか述べています。「論語と算盤」の趣旨も、経済活動を道徳により規律するという一方向の議論ではなく、私益の追求と道徳とを一致させて公益を図ることを説いているのだと理解できます。山田選手は、重いハンディキャップにかかわらず自分が輝ける場所と目標を見つけ、この渋沢翁の金言を胸に必死で努力してきたのだと思います。決勝のレースを前にプールに向かって「泳がせていただきます」と一礼したり、将来外交官になる夢を語ったりする山田選手は、アスリートにとどまらない人間的な魅力と可能性に溢れています。

現代における「論語と算盤」

パラリンピックは、この山田選手の例に限らず、多様性と調和や共生社会の重要性を再認識させてくれましたが、こうした理念は、地球上の誰一人取り残さず持続可能な世界の実現を目指すという、国連の17項目のSDGs（持続可能な開発目標）に包含されます。SDGsのほか、環境、社会、ガバナンスを意味するESGについても、いまや報道されない日はないと言って過言ではありません。このため、企業や金融機関の経営者にとっても重要な課題であることは理解されていると思いますが、一方で、厳しい環境下で日々苦労する中での本音としては、必ずしも「腹落ち」されていない方も多いように見受けられます。

しかし、渋沢翁も「道徳は進化すべきか」と問うておられるように、現代の経営において一致させるべき道徳は、科学の進歩や社会の成熟化を反映すべきでありましょう。その意味で、SDGsやESGはまさに現代における「論語」に当たると考えられます。地域に根差して活動する企業や金融機関が持続可能な社会の実現に貢献するのはむしろ当然と言えそうです。

ズームアップ
ZOOM UP ―― 株式会社明徳

埼玉県の食材を中心とした地産地消の懐石料理“彩懐石”。上質な味・サービス・空間を追求し、100年続く事業を目指す

「彩懐石うらわ高砂」を旗艦店として浦和、東浦和、蕨に店舗を展開する明徳。“彩の国さいたま”の食材を中心に仕上げる懐石料理“彩懐石”は、地元のみならず多くのファンを集める。同社は日本の伝統的な食文化を未来につなげていくために、100年続く事業づくりを目指す。そのマイルストーンとするべく、現在、神楽坂・大宮での出店を計画中だ。

代表取締役社長　江口 徳和氏(左)
取締役　江口 忠宏氏(右)

- 代 表 者　代表取締役社長　江口 徳和
- 設　　立　平成8年11月
- 資 本 金　300万円
- 従業員数　59名
- 事業内容　飲食店の営業、不動産の賃貸及び管理、他
- 所 在 地　〒330-0803 さいたま市大宮区高鼻町1-40
  TEL 048-648-4000　FAX 048-648-4001
- 店舗URL　http://park21.wakwak.com/~prs/

浦和駅西口から歩いて3分ほど。伊勢丹脇の細い路地を入ったところに、株式会社明徳が運営する懐石料理の旗艦店「彩懐石うらわ高砂」がある。

入り口には、白塀に瓦を載せた和風の門塀、庭には青竹が茂る。駅前の喧騒をしばし忘れ、異空間へいざなうかのような落ち着いた佇まいだ。

「当社は浦和で『彩懐石うらわ高砂』、東浦和で『彩懐石東浦和高砂』、蕨で『彩懐石わらび高砂』と、3店舗を運営しています。そのうち2店舗、東浦和と浦和の建物は、さいたま市の景観賞を受賞しており、さらに東浦和は県の“彩の国景観賞”も受賞しています。県の景観賞はなかなか受賞できないと聞いていますから、街並みにとけ込む美しい建物であると自負しています」(江口徳和社長)

浦和、東浦和、蕨の3店舗に共通するコンセプトは、「彩の国さいたま」の魅力あふれる食材を可能な限り使用し、地産地消の懐石を用意すること。そして、随所に埼玉県の郷土料理を取り入れながら、武蔵の国の食と文化を未来につないでいくことである。その思いが、店名にもなっている「彩懐石」に表れている。

100年続く飲食事業を目指す

同社の歴史は昭和47(1972)年、電気通信関連の会社に勤めていた江口社長が独立して、有限会社協同通商を設立したことから始まる。事業は、当時の電電公社の電柱や電線等の固定資産管理を記録する業務を行っていた。その後、社業拡大に伴い、昭和49年に株式会社プラントレコードサービスを設立。協同通商を閉めて、従来業務を移管する。

昭和50年代の終わり頃から、それまで手書きの地図で管理を行っていた旧電電公社の設備記録が、デジタルデータ管理へと移行されていく。その際、他社に先んじて、入力理論チェックシステムのソフトウエアを開発することに成功する。

「当時は紙ベースで情報を手書きで管理していたのですが、データ化に置き換わるタイミングで私どもがそのソフトをつくった。それで受注が拡大して一気に成長しました」

その後、時代の流れに沿って一層の飛躍を遂げるためには、多角的に事業を展開していくことが大事だと考え、持続的な成長に向けた戦略を練る。そこ

で、「衣食住を基本とし社会貢献する」という企業理念を掲げ、平成8（1996）年に明徳の前身となる有限会社エグチサポートを設立。“住”を担う不動産事業をスタートさせた。

「最初はマンションを中心に購入していましたが、将来的に少子化が進むだろうと考え、駅前の商業ビル中心にシフトしていきました。現在は埼玉を中心に都内、群馬と全部で33棟所有しています」

そして“食”を担う飲食事業を蕨、東浦和で始め、その後、カテゴリーを懐石料理に絞った事業戦略を固める。懐石料理を選んだのは、時代に左右されず100年たっても続けられるためであるという。コンセプトは埼玉県の食文化を追求する“彩懐石”。

「京懐石にならって、埼玉ならではの食を追求した懐石をつくりたい、という考えで始めました」

食材は“埼玉”にこだわる

鎌倉の名店で料理長を務めていた高橋和義氏が総料理長となり、彩懐石の確立に向けて、味や食材等のベースを固めていった。

食材は、サツマイモは紅赤（べにあか）をはじめとする富（とめ）の川越いも、秩父の原木シイタケ、浦和の木の芽、米は“全国米・食味分析鑑定コンクール”で特別優秀賞に輝いた吉見ニュウヒカリ、肉は深谷牛や武州和牛、彩の国黒豚、バウムクーヘンを食べて育ったというむさし麦豚など、可能な限り埼玉の食材を使用。酒は県内の14の蔵元と提携し、日本酒、焼酎、ウイスキー、ワインと多数の銘酒をそろえ、地産地消の懐石料理を目指した。

「野菜は、料理長がいろいろな農家の方と接点を持ちながら調達しているのですが、魚介類だけはなかなか厳しい。そこで、さいたま市の姉妹都市・千葉県鴨川の漁港から旬のものを仕入れています」

野菜は埼玉の農家から、海の幸は鴨川のプロの目利きが地ハマグリや金目鯛、サザエなど最高の食材を調達。そして仕入れた食材で、四季を感じさせる献立を研究し、彩り豊かに盛り付けて目でも楽しめる仕上がりを追求した。こうして、埼玉の地産地消の先駆けとなる彩懐石のスタイルがしっかりと形づくられ、平成20年、満を持して旗艦店となる彩懐石うらわ高砂がオープンする。

伝統とモダンの融合した空間が広がる店舗は、地元の設計事務所が手がけ、店内に飾られている掛け軸や絵画も埼玉出身の書道家に依頼するなど、隅々まで“埼玉”にこだわったつくりになっている。

彩懐石うらわ高砂外観

彩懐石うらわ高砂2階個室

彩懐石東浦和高砂

彩懐石わらび高砂

“高砂ブランド”を磨き上げる

来店する客に、日本の伝統的な食文化である懐石料理を楽しんでもらうためには、料理だけでなく、上質なサービスを提供することも重要となる。

同社は、飲食業界で週休二日制が珍しかった時代から率先して制度を導入し、優秀な人手を確保。採用後ホールスタッフは、現場でマナーやサービスを丁寧に指導して育成する。料理人は高橋総料理長がしっかりと日本料理の神髄と同店の味を伝授。マネジャーは店舗運営と合わせて、従業員が互いに気持ちよく仕事ができるよう、職場のチームワークづくりに

も力を注ぐ。

東日本大震災後の計画停電の際は、そのチームワークで全従業員が一丸となって、冷蔵庫が使える店舗にスムーズに生鮮品を移動させ、難局を乗り越えることができた——と、江口社長は当時を振り返る。

「格式が高くなりすぎると、敷居が高くなってしまいます。ですからどちらかというと、日本の伝統文化食である“懐石料理を気軽に楽しめる”といった雰囲気のほうがいいのではないかと思います。それで、たくさんの人に懐石料理の良さを味わっていただきたいと思いますね」

彩懐石うらわ高砂「匠」(左)、お節(右)

高級仕出し

生ふりかけ高砂弁当

旗艦店となるうらわ高砂店の料理、サービス、店内の雰囲気が同店の基軸となり、“高砂ブランド”が完成されていった。3店舗はビジネスや家族の記念日など幅広いシーンで客が訪れ、地元を中心に多くのファンを集めている。

コロナ禍、根強いファンに支えられる

昨年から続く、コロナ禍。飲食業の不振が伝えられる中、同社は仕出し事業が順調に伸び、売り上げを牽引した。家族での集まりや祝い事、法事、巣ごもり中の贅沢消費等のニーズで、高級仕出しやお祝い仕出しの注文が急増したためだ。

また、自家製の「生ふりかけ高砂弁当」「むさし麦豚高砂弁当」「武州和牛高砂弁当」「お祝い弁当」など、手ごろな価格で本格的な懐石料理が味わえる弁当も、仕出し事業の伸びを後押しした。

「コロナの影響でお客さまからのご要望は増えています。仕出し彩懐石膳は本漆のおしゃれな器を使っていますから、自宅にいながらお店にいる雰囲気を楽しんでいただけるのではないかと思います」

まん延防止等重点措置が発令されていた今年7月、同社の店舗は営業時間の短縮や酒類提供の制限がありながらも、2019年度比80%以上の売り上げが維持できたという。これは裏を返せば、コロナ禍であっても同店の料理を楽しみたいという、多くのファンに支えられている証しでもある。

今後もファンの要望に誠心誠意応えるため、一層サービスに磨きをかけていく考えだ。

東京・神楽坂、大宮に出店を計画

来年はグループ創業から50周年を迎える。

これまで、通信関連事業、不動産事業、飲食事業と多角的に事業を展開し、順調に安定した成長を遂げてきた明徳グループ。そして今、次なる成長戦略として明徳が掲げるのが、新たな地での店舗展開だ。

「高砂は、100年続く仕事をつくっていきたい、という思いでスタートしました。そのためには、100年続くための場所も必要だということで、現在、神楽坂と大宮の店舗を計画中です」

もちろん神楽坂店・大宮店のコンセプトも、埼玉の食材を使う彩懐石であるという。高砂ブランドの価値を向上させながら、上質な味、サービス、時間と空間を提供していく姿勢は今後も変わらない。

同社の挑戦は100年先の未来につながっている。

スポーツによる地域活性化

主任研究員
権藤 文義

はじめに

新型コロナウイルス感染症の流行により1年延期されていた2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会が、無観客という特殊な状況下ながらも開催された。感染者数が落ち着かないままの開催となったことで、直前まで、あるいは開幕後も開催自体に対する賛否はあったものの、史上最多となるメダルを獲得するなどの日本勢の活躍もあり、一定の盛り上がりを見せたといっていいだろう。記憶に新しいところでは、新型コロナウイルス感染症流行前の2019年にはラグビーワールドカップの成功もあったが、大型スポーツイベントの影響力を今回のオリンピックで再認識することとなった。

本稿ではスポーツに期待される効果の中でも特にスポーツと地域活性化について考えてみたい。

日本におけるスポーツの位置づけ

日本では2011年にスポーツ振興法がスポーツ基本法に改定され、スポーツ振興が国家戦略のひとつとして位置づけられた。このスポーツ基本法の規定に基づき、2012年には文部科学省でスポーツ基本計画が策定され、これは「今後の我が国のスポーツ施策の具体的な方向性を示すものとして、国、地方公共団体及びスポーツ団体等の関係者が一体となって施策を推進していくための重要な指針」（文部科学省HPより）とされている。

これらに基づいて、2015年には「今後の地域スポーツ推進体制の在り方に関する有識者会議」が「今後の地域スポーツ推進体制の在り方に関する提言」を発表した。この提言では、今後の地域スポーツの基本的な方向性として以下の4つが示された。

①急速な少子高齢化や人口減少、地域コミュニティの希薄化が進む我が国において、スポーツに期待される役割や機能が拡大
②地域スポーツは、健康寿命の延伸、地域コミュニティの再生、地域経済の活性化等につながるものとして、一層の充実が必要
③多様化するライフスタイルやニーズに対応した地域スポーツ環境(プラットフォーム)を整備し、国民のスポーツ参画を促進することが重要
④2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会後も続くレガシーとして、スポーツ庁において、地域スポーツに関する新たな施策・制度の構築を強力に推進することを期待

この後、スポーツ振興・推進を目的とし、各省庁のスポーツ施策に関する司令塔的役割を果たす機関として、2015年10月にスポーツ庁が設置され、2017年には第2期スポーツ基本計画が策定された。この中において、「地方公共団体には、国民やスポーツ団体等のスポーツ活動を支援するため、第2期計画を参酌してできる限りすみやかに地方スポーツ推進計画を改定・策定し、地域の特性や現場のニーズに応じたスポーツの施策を主体的に実施するとともに、スポーツを通じた健康増進，共生社会の実現や経済・地域の活性化など、スポーツを通じた活力ある社会づくりに関係部局・団体が一体となって取り組むことを期待する」とあり、各自治体のスポーツ施策への取り組みを促すとともに、「スポーツを通じた経済・地域の活性化」を柱のひとつに掲げている。

またスポーツ庁、文化庁、観光庁の三庁で2016年3月に「スポーツ庁，文化庁及び観光庁の包括的連携協定」を締結し、スポーツや文化芸術資源の融

合により新たに生まれる地域の魅力を国内外に発信し、訪日観光客の増加や国内観光の活性化を図るための取り組みを推進するため「スポーツ文化ツーリズムアワード」を2016年度から実施している。スポーツ庁HPでもその結果を公表しているが、残念ながら埼玉県内団体の受賞はまだない。

●「スポーツ文化ツーリズムアワード2020」の受賞団体

〈スポーツ文化ツーリズム賞 2件〉
おわせ海・山ツーデーウォーク実行委員会・尾鷲市 熊野古道伊勢路と尾鷲市の歴史文化を守り活用する「おわせ海・山ツーデーウォーク」
富士山ネイチャーツアーズ 富士下山 ～富士山の知られざる魅力に出会う自然旅行～
〈スポーツツーリズム賞 2件〉
有限会社エクストレモ あるがままの自然を活用したアウトドアスポーツ“アドベンチャーレース”を全国で展開
FIBA 3x3 World Tour Utsunomiya Masters 実行委員会 FIBA 3x3 World Tour Utsunomiya Final 2019の開催
〈文化ツーリズム賞 2件〉
一般社団法人北前船交流拡大機構 日本遺産北前船を通じた各地の文化資源活用と観光振興
松山市 重要文化財の保存修理工事を観光資源化「道後温泉本館×火の鳥 道後REBORNプロジェクト」
〈武道ツーリズム賞 2件〉
Ageshio Japan株式会社 世界でただ一つ!空手発祥地“沖縄”の空手ツーリズム事業
むらやま武道ツーリズム推進協議会 居合道発祥の地でサムライ体験 山形県村山市
〈日本遺産ツーリズム賞 2件〉
和歌山県和歌山市 和歌山ジャズマラソン
出羽三山シンフォニー実行委員会 出羽三山の精神文化と山形交響楽団のコラボによるコンサート『出羽三山シンフォニー』
〈食文化ツーリズム賞 3件〉
TOYOURA世界ホタテ釣り協会 TOYOURA世界ホタテ釣り選手権大会 ～The world scallop fishing Championships～
日本酒蔵ツーリズム推進協議会 「晴レの酒、花の宴。」日本酒蔵ツーリズム推進事業
一般社団法人 しもきたTABIあしすと ジオ・ガストロノミー・ツーリズム

埼玉県におけるスポーツの位置づけ

埼玉県では、2013年に埼玉県スポーツ推進計画を策定し、「スポーツを通じた元気な埼玉づくり」を基本理念として、スポーツの振興を図ってきた。同計画を2018年に更新するにあたり、前述のスポーツ基本法に定める「地方スポーツ推進計画」としての位置づけも与え、「埼玉県5か年計画－希望・活躍・うるおいの埼玉－」のスポーツ推進に係る部門別計画として、第2期埼玉県スポーツ推進計画を策定した。

2017年度から始まった「埼玉県5か年計画－希望・活躍・うるおいの埼玉－」では「11の宣言」の11番目として、「オリンピック・パラリンピックなどを契機とした地域の活性化」を挙げ、大会開催を契機にスポーツ・文化の振興や多文化共生の推進、快適なまちづくりなどハード、ソフト両面にわたる有形無形の資産をつくり上げ、次世代に引き継いでいくことが期待されるとしている。

また、2022度から始まる次期5か年計画の素案である「埼玉県5か年計画大綱（日本一暮らしやすい埼玉へ）」でも、スポーツは人々に「楽しさ」、「喜び」をもたらし、人生をより豊かにするとともに、健康長寿の実現や地域の活性化など社会の活力を生み出す力を持っているとし、施策のひとつとして、「多彩なスポーツ大会、イベントの誘致・開催」などを主な取り組みとしたスポーツの振興を掲げている。

一方で、埼玉県では「スポナビ!サイタマ!」というWEBページも運営しており、プロスポーツを含め、県内のスポーツに関する情報を一元的にわかりやすく取り扱っている。また、地域密着型のスポーツクラブである総合型地域スポーツクラブ（令和3年3月現在:県内96クラブ）の育成・活動支援や、スポーツイベントの後援・共催の案内、そして、アスリートの就職支援の取り組みである「埼玉アスリート就職サポートセンター」や、有能なスポーツ指導者等を登録する「埼玉県スポーツリーダーバンク制度」の紹介などもHP上に掲示している。

スポーツ庁での取組

スポーツ庁では、総合的かつ計画的に取り組むべき施策の軸となる11本の柱のひとつとして「スポーツによる地域・経済の活性化」を掲げ、「スポーツツーリズムや、多数の参加者・観衆が見込めるスポーツイベントの開催、大規模な大会やスポーツ合宿の誘致等のスポーツを核とした地域活性化に向けた取組を推進します」としている。その政策として「地域振興に対する支援」、「スポーツの成長産業化に対する支援」、「第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略『スポーツ・健康まちづくり』」を挙げ、地域振興に対する支援の実施事業としては以下の4項目が挙げられている。

①「地域スポーツコミッションの活動支援」
②「『スポーツ・文化・観光』の連携による取組」
③「まんがスポーツで地域活性化」
④「スポーツツーリズムの推進」

①「地域スポーツコミッションの活動支援」では、「地域スポーツコミッション」の設立から自走化までの支援を謳っている。第2期スポーツ基本計画で、2021年度末までに全国の地域スポーツコミッションの設置数を170にまで拡大することを目標としていることから、スポーツ庁HP内では全国の地域スポーツコミッションの所在状況や活動概況を掲示している。埼玉県内団体としては「一般社団法人　さいたまスポーツコミッション（さいたま市）」および「熊谷スポーツコミッション（熊谷市）」の取り組みが紹介されている。

●掲載事例一覧

エリア	内容
北海道 網走市	網走をラグビー合宿のメッカに!
岩手県 紫波町	日本初のバレーボール専用体育館・オガールベース
秋田県 秋田市	地域を盛り上げるプロバスケチーム・秋田
群馬県 みなかみ町	ラフティングの適地として世界が注目
新潟県 長岡市	新たな中心地・公民一体型スペース・アオーレ長岡
長野県 松本市	地域密着型のクラブ経営・松本山雅
三重県 熊野市	マリンスポーツで地域おこし・熊野
島根県 出雲市	スポーツを核に地域に雇用を生む・出雲
愛媛県 今治市	しまなみ海道 ブルーラインでサイクリング
福岡県 飯塚市	アジア最高峰の国際車いすテニス大会
佐賀県 佐賀市	スポーツコミッションで合宿誘致
大分県 大分市	世界最高峰の車いすマラソン大会

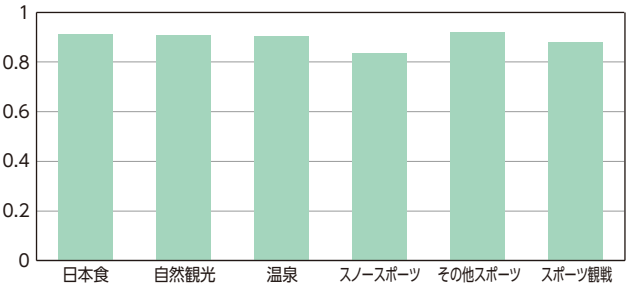
いずれもスポーツ庁HPで閲覧可

②「『スポーツ・文化・観光』の連携による取組」では、前述の「スポーツ文化ツーリズムアワード」を実施し、新たな地域ブランドや日本ブランドを創生する取り組みを推進している。

③「まんがスポーツで地域活性化」では、「スポーツによる地域活性化」を支える人材が輩出されるように、地域活性化の取組を全国から12事例選定し、まんがで紹介するという事例集を制作している。

④「スポーツツーリズムの推進」では、平成30年3月に策定した「スポーツツーリズム需要拡大戦略」において「アウトドアスポーツツーリズム」と「武道ツーリズム」を新規重点テーマとして掲げ、インバウンド需要拡大にも意欲的である。観光庁の調査によると訪日外国人のスポーツ関連の満足度は、他と比較しても遜色ない。

●訪日外国人の満足度



資料:観光庁「平成29年10月-12月期報告書　訪日外国人の消費動向」

武道は日本独自の文化・スポーツとして海外から人気があり、また、アウトドアスポーツとしては雪質の評価からスノースポーツも注目を集めている。

スポーツ庁の推計によると、インバウンドのスノーリゾート地域訪問者数は2013年の約30万人から、2017年には約86万人と約2.9倍に増加し、消費額も699億円から1,641億円へと約2.3倍に増加している。

スポーツツーリズムでは、スポーツそのものへの取組だけではなく、各エリアの伝統芸能や温泉等の地域文化を含めた既存コンテンツへの波及効果や相乗効果も期待されている。

一方で、令和3年3月には、スポーツ庁において「地域スポーツ振興組織の在り方検討会」が、ス

ポーツを活用した地域振興の施策立案に活用されていくことを目的とした「地域スポーツ振興組織の在り方に関する提言」を公表した。

ここではスポーツツーリズム中心ではなく、より広い視点に立って、スポーツを活用して地域の様々な課題を解決していくためのまちづくり組織の形成についての検討が行われ、首長や行政がリーダーシップを発揮することを求めつつ、民間組織や住民の参加が重要な点であるとしている。

当初設立時には行政が中心となってまちづくり組織の立ち上げを図ったとしても、将来的には民間を中心とした組織とすることが必要である。それによって、行政としては実行・実現が難しいような施策も含めた独自の活動を行うことが期待できる。さらには、地域社会や住民の環境の変化に応じてその活動内容も変化させていくなど、地域に根差した組織として存続していくことが重要であると指摘している。

埼玉県のスポーツ環境

埼玉県は首都圏の中心に位置し、交通の便も良いことから、他の地域に比べてスポーツ（観戦含む）による地域活性化を実現する環境には恵まれているといえる。

また県内には大規模なスポーツ大会を開催することが可能な施設も複数整備されている。FIFAワールドカップが開催され、サッカー日本代表チームの試合開催実績も豊富な埼玉スタジアム2002、バスケットボール世界選手権やワールドカップバレーボール、NBAジャパンゲームズ（バスケットボール）といった室内スポーツ大会の会場となるさいたまスーパーアリーナ、ラグビーワールドカップで使用され、高校ラグビーの全国大会も毎年開催されている熊谷ラグビー場、日本陸上競技連盟第1種公認、国際陸上競技連盟(IAAF)クラス2公認であり、日本陸上競技選手権大会開催実績のある熊谷スポーツ文化公園陸上競技場など、国際大会や全国大会規模のイベントを実施することが可能なスポーツ施設は十分に存在する。

さらに、競技場ではなく市街地コースではあるが、世界の強豪選手も参加する自転車競技である「ツール・ド・フランス さいたまクリテリウム」も2013年からさいたま市において開催されている（2020年、2021年は新型コロナウイルス感染症の影響により開催中止）。

地域活性化における課題

スポーツによる地域活性化は、もちろん簡単なことではなく課題もある。

仮に大規模なスポーツイベントの誘致に成功したとしても、それが一時的な流行に留まってしまっては、地域にとって十分な効果があるとは言えないだろう。例えば、高校野球といえば甲子園と言われるレベルのブランディングができれば、スポーツと地域が一体的に見られることにもなり、地域にもたらされる評価や経済効果も大きくなっていくことが予想できる。そのためにも、2000年から開催されている熊谷ラグビー場での全国高等学校選抜ラグビーフットボール大会や前述のツール・ド・フランス さいたまクリテリウムには、今後も継続的に開催されることを期待したい。

また、そもそも地域に魅力がなければ、スポーツと地域観光を結びつけることも困難になる。そのためにも地元の特徴や良さを理解しておかなければならず、観光マネジメント人材の育成も必要不可欠である。これも地域活性化の実現に向けての課題となるだろう。

おわりに

新型コロナウイルス感染症は、ワクチン接種が進んできてはいるものの、いまだ完全な収束には至っていない。一方、スポーツ観戦の制限は、感染対策を十分に実施したうえで、徐々にではあるが緩和されつつある。

ポストコロナに向けて、スポーツを活用した地域活性化の取り組みを活発化させることで、それぞれの地域の特性や持ち味を生かした新たな地域の魅力が創出されることを期待したい。

調査

埼玉県の農業の現状とスマート農業の推進に

はじめに

日本の農業は、担い手の減少・高齢化、新規就農者の獲得、所得の向上、環境への配慮など多くの課題を抱えている。なかでも、担い手の減少と高齢化は年々深刻化している。

日本の農業が抱える様々な課題の解決手法のひとつとして、国はICT技術等を取り入れた「スマート農業」を提唱している。「スマート農業」を普及させることにより、担い手の減少や高齢化の問題の解決を図るとともに、農業の生産性向上を実現し、農業を成長産業化させる考えである。

本稿では、埼玉県の農業に関するデータから農業が抱える課題や現状を整理しつつ、国や県が推進する「スマート農業」についてレポートする。

埼玉県の農業の現状

（農業産出額は減少傾向）

埼玉県の農業産出額は、1990年の2,724億円から増減を繰り返しながらも減少基調が続き、2019年は1,678億円で全国20位となっている。近年は特に野菜の産出額が減少しているが、これは生育が良好であったため供給超過となり、低価格化したことなどが影響している。農業産出額のうち野菜が47.4%を占め、全国平均と比較すると野菜が占める割合の高さが顕著である（全国24.1%）。2019年の野菜の出荷額は全国8位であり、さといも、ほうれんそうが全国1位、ねぎが2位になるなど、全国トップクラスの出荷額を誇る品目も多くある。埼玉県は、大消費地である首都圏のほぼ中央に位置し、生産地から消費地までの距離が近いことから、農産物の鮮度の維持のしやすさや輸送時のコストの安さが強みとなり、野菜の出荷額が多くなっている。

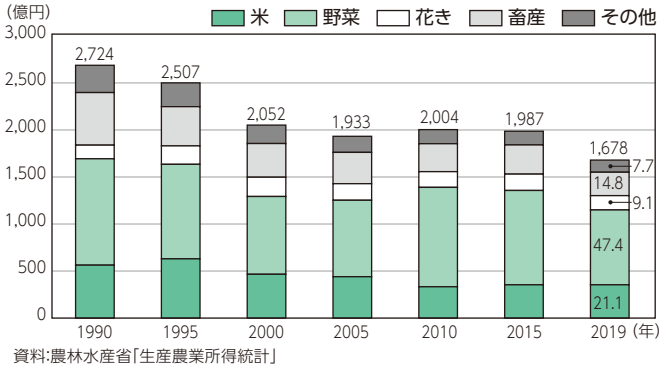
なお、日本の農林水産物・食品の輸出額は2020年まで8年連続で過去最高額を更新している。また、海外の日本食レストランの数も2019年は約15万6千店と2013年の約3倍まで増加しており、日本食への関心の高まりがうかがえる。人口減少に伴い、国内の市場規模は縮小していくことが考えられる。農業産出額増加を目指すには、今後を見据えて海外市場に活路を見出すことも重要となる。

（農業の担い手の減少と高齢化）

埼玉県の農業就業人口の推移を見ると1985年の16万人から2015年には5万9千人となり、約3分の1まで減少している。年齢別にみると、1985年から2015年の間に15~39歳は87%減少、40~64歳は81%減少、65歳以上は8%減少となっており、65歳以上の就業人口数はほぼ横ばいなのに対し、64歳以下は急速に減少している。この結果、65歳以上の就業人口の割合をみると、1985年の25%に対し、2015年では64%まで上昇している。

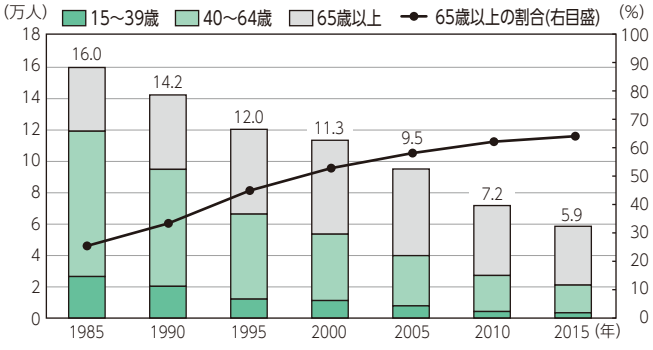
日本において、高齢化問題は農業だけが抱えるものではないが、2015年時点の埼玉県の総人口に占

●埼玉県の農業産出額



資料:農林水産省「生産農業所得統計」
(注)グラフ内は全農産物を100%としたときの各農産物の割合(%)

●埼玉県の年齢別農業就業人口



資料:農林水産省「農林業センサス」

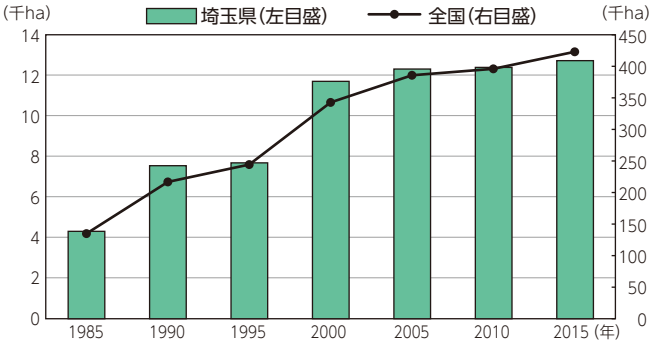
ついて

める65歳以上の割合（2015年国勢調査）の25%と比べても、農業就業人口の高齢化は顕著である。もっとも、これは埼玉県だけでなく、日本全体でも同様の傾向がみられる。

（担い手の高齢化は耕作放棄地増加の一因に）

担い手の高齢化は、農作業負担から高齢農家の引退や規模縮小などにより、ノウハウの喪失や産出額の減少、食料自給率の低下など多方面に影響を与える。さらに、後継者がいない高齢農家の引退は、耕作放棄地増加の一因にもなる。

●耕作放棄地の面積



資料:農林水産省「農林業センサス」

実際に、1985年に4,310haであった埼玉県の耕作放棄地は2015年には12,728haと約3倍まで増加した。同様に、全国でも増加傾向が続いている。

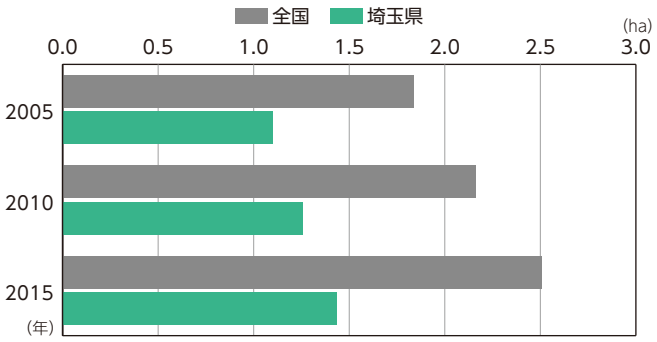
耕作放棄地が増えると、農地として再利用する際に、元の土壌の状態に戻すために多くの時間を要することに加えて、田畑が持つ洪水や土砂崩れ防止の機能が失われ、災害が増加する恐れがある。

（1経営体あたりの経営耕地面積は増加）

農業の担い手が減少している一方で、1経営体あたりの経営耕地面積は増加傾向となっており、農地の集約化が進んでいることがわかる。

日本の農地の特徴の1つとして、農地1区画ごとの面積が小さく、かつ、1経営体が所有する農地が1カ所にまとまっておらず、分散していることが挙げられる。農地の分散は、農地間の機械の移動時間が多くかかるデメリットを生む。諸外国と比較して、生産効率が低い日本が生産性を向上させるには、1経営体の経営する農地を拡大し、分散する農地をまとめる必要がある。そうした現状の改善に向けて、各都道府県に設置された農地中間管理機構（農地バンク）等により現在農地の集約化が推進されている。

●1経営体あたりの経営耕地面積



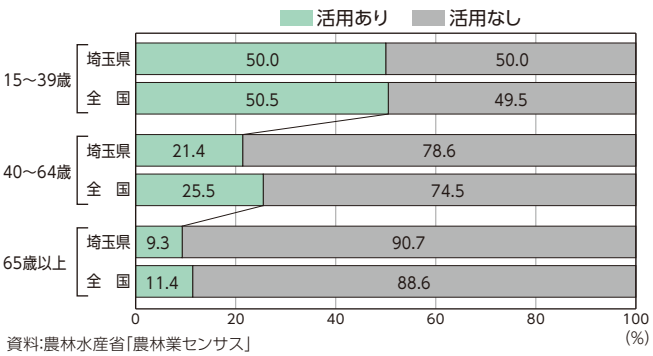
資料:農林水産省「農林業センサス」

（農業へのデータ活用は若い担い手が率先）

農地の集約化に加えて、農業へのデータ活用も生産性向上に寄与することが期待される。農林業センサスから日本国内の農業へのデータ活用状況について見てみると、データを活用した農業を行っている農業経営体数は18万3千経営体で全体の17%となっている。また、農作物販売金額の規模別では、販売金額が大きいほどデータを活用する経営体の割合が高くなっており、販売金額1億円以上の経営体では約7割がデータを活用している。経営耕地面積の規模別では、規模が大きい経営体ほどデータを活用する割合が高くなっている。

農業経営主年齢別にみると、埼玉県では15~39歳で50.0%、全国では50.5%と30代以下では5割

●年齢別データ活用状況



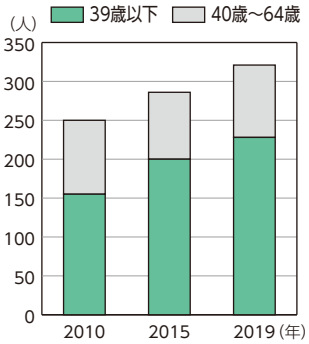
資料:農林水産省「農林業センサス」
(注)「活用あり」=「データを取得して活用」+「データを取得・記録して活用」+「データを取得・分析して活用」

以上がデータの取得・記録・分析などの方法でデータを活用しており、若い年代ほどデータの活用が普及していることがわかる。

（39歳以下の新規就農者は増加傾向）

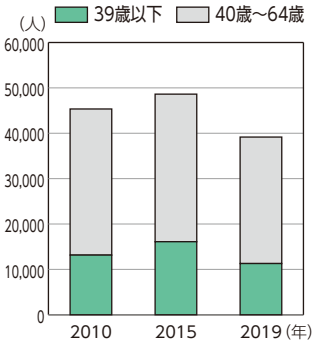
全国において39歳以下の新規就農者数が2015年から2019年の間で減少する傍らで、埼玉県では39歳以下が年々増加している。埼玉県は全国的にみて、子育て世代の流入などにより若い世代の人口流入も多くなっている。

●埼玉県の新規就農者数



資料:埼玉県「埼玉の食料・農林業・農山村」

●全国の新規就農者数



資料:農林水産省「新規就農者調査」

とはいえ、少子高齢化により産業全体で労働力が不足しており、農業においても人材確保は喫緊の課題となっている。その原因として、とりわけ農業においては、農業労働の大変さや所得の低さによって農業の魅力が低減していることなどが考えられる。

今後、高齢農家の引退などにより、引き続き担い手の減少が予想されている。持続可能な農業の実現には、若い新規就農者の獲得、さらには、現時点でデータ活用の受け入れ状況が良い若い担い手をターゲットとして、ロボット等の活用を促進し、生産性向上を図ることも重要となってくるだろう。

IoT・ロボット・AI技術で農業課題を解決する「スマート農業」

（スマート農業推進の背景）

前記の課題や現状をまとめると、農業産出額は減少基調となっているが、海外輸出額の増加等の需要拡大の可能性も見えつつある。また、農業就業人口の高齢化や減少などの課題が深刻化する一方で農地の集約化や若い担い手を中心とした農業へのデータ活用など、生産性向上が期待される一面もみえている。こうした背景のなか、近年、国として推進しているのが「スマート農業」である。

「スマート農業」とは、農林水産省によると、「ロボット技術やICTを活用して超省力・高品質生産を実現する新たな農業」である。この「スマート農業」の実現により、農業の担い手減少や高齢化、農業の成長産業化実現などの課題に対応しようとしている。

（スマート農業の技術）

日進月歩のスマート農業技術開発とともに普及が進み、スマート農機の一般販売も開始されている。ここでは、スマート農業の技術の一部を紹介する。

①ロボットトラクタ

有人監視の条件下で、無人でほ場内を自動走行できるトラクタ。ハンドル操作、発信・停止、作業機制御が自動化されている。有人機と無人機を同時に使うことにより、（無人機で耕うん・整地、有人機で施肥・播種など）1人あたりの作業可能面積が拡大し、大規模化に寄与する。

有人監視下でのロボットトラクタの利用
提供:ヤンマーアグリジャパン(株)

②自動操舵システム

有人トラクタに自動操舵システムを搭載すると、ハンドルを自動制御した状態で設定された経路を走行することができる。通常、トラクタの直進技術においては、熟練者と非熟練者の間で差が出てしまうが、このシステムを搭載することにより、非熟練者でも熟練者と同等以上の精度で作業が可能となる。また、軽労化の効果もあるため熟練者にとっても作業が楽になるメリットがある。

③水管理システム

ほ場（水田等）の水位・水温等を各種センサーにより自動で測定し、スマートフォン等での確認や自動制御（一定水位になると給水する等）が可能となる。自動測定・制御によりほ場の見回り作業が省力化されるほか、水位や温度に異常があるとスマートフォン等に警告が送られるため、迅速な対応が可能となる。

水管理システムによる給水
提供:埼玉県農業支援課

④ほ場・施設環境モニタリング（環境制御システム）

ほ場やハウス内外の環境（温湿度、日射量、風速、二酸化炭素濃度等）を各種センサーで自動測定できる。この測定データを活用し、環境制御システムに任意の設定を行うと、自動でハウスの天窓の開閉やかん水（水やり）等を実施できる。データに基づく栽培により、栽培環境を最適に保ち、高品質化や収量増加・安定化が可能となる。

（農林水産省のスマート農業推進施策）

農林水産省は、2019年度から「スマート農業実証プロジェクト」を開始した。このプロジェクトはスマート農機導入による経営への効果を検証するものであり、全国各地で実証を行う地区（団体）が参加している（2019年度69地区、2020年度79地区）。

埼玉県内では、上里町の農業法人を中心に2020年度から本プロジェクトに参加する。その内容は、露地野菜栽培（キャベツ・玉ねぎ）に自動運転トラクタやキャベツ収穫機などのスマート農機を導入した、生産から出荷に至る機械化一貫体系を構築し、省力化・生産性向上を目指すものとなっている。収穫機などの機械は、機能性が高く省力効果が見込めるが、稼働期間が短いためコストの高さが課題となる。そのため、愛知県や長野県など収穫時期の異なる産地とキャベツの収穫機をシェアリングすることにより、12カ月間の稼働を目指し、コスト削減を図る。この実証実験の背景には、外食産業で使用する加工・業務用野菜の需要が増加するなかで、玉ねぎについては輸入依存度が50%と高いことに加えて、消費者による国産化ニーズが生じていることがある。そこで、国産玉ねぎのコスト競争力を強化して、加工・業務用玉ねぎを国産へ置き換えることを目指す。

なお、実証実験の期間は2年間となっており、2019年度から開始した地区については、中間結果が報告された。報告によると、多くの地区で労働時間削減や収量増などの効果がみられる反面、スマート農機の能力に対して実証面積が限られていることから利益が低下するなどの課題もあり、今後最適な導入面積の見極め等の工夫が必要としている。

（埼玉県のスマート農業推進施策）

埼玉県では、スマート農業技術の実証・実装の進め方を示す「埼玉県スマート農業アクションプラン」を2020年に策定し、様々な施策を展開している。

県農業支援課では、施策のひとつである「スマート農業普及推進事業」において、スマート農業技術の実証に取り組むモデル経営体を設置し、現場での実証や費用対効果の検証に取り組んでいる。検証対象は主に稲作（米）で、労働時間の削減や生産の高品質化・安定化を目指す。この実証には、先に紹介した自動操舵システム搭載トラクタや水管理システム等の技術が導入されている。

これまでみてきたように、日本の農業は担い手の減少や高齢化をはじめとした多くの課題を抱える一方で、輸出額増加や若い担い手による農業へのデータ利用など、成長産業化する潜在力を持っている。

今後、スマート農業技術の有効活用により農業の課題解決や成長産業化が図られることを期待したい。

（伴　恵梨香）

アンケート調査

埼玉県内企業経営動向調査

自社業況のBSIは改善続く。「仕入原価上昇」が企業経営上の

☑ 国内景気

(現状)

最近(2021年10月)の国内景気に対する見方は、「上昇」13%、「下降」24%で、BSI(「上昇」－「下降」の企業割合)は▲11となり、前回調査(2021年7月)の▲21から+10ポイントと3四半期連続の改善となった。

業種別にみると、製造業はBSI▲8で前回調査の▲14から6ポイントの改善、非製造業は▲12で前回調査の▲24から12ポイントの改善となり、非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」32%、「下降」17%で、BSIは+15とプラスに転じ、現状から+26ポイントと大きく改善している。調査を実施した10月上旬においては、第5波で急増がみられた新型コロナウイルスの国内感染者が急速に減少していることが、国内景気の回復見通しの要因であるとみられる。但し、前回の7月調査においても、先行きはプラスに転じていたものの、今回調査では▲11にとどまっており、今後の感染状況によっては下振れる可能性がある。

業種別では、製造業はBSI+23で現状から31ポイント、非製造業は+9で21ポイントの改善となり、製造業で大きく改善している。

☑ 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25%、「悪い」とする企業14%で、BSIは+11、前回調査の+6から+5ポイントと、5四半期連続の改善となり、BSIは3四半期連続でプラスとなった。

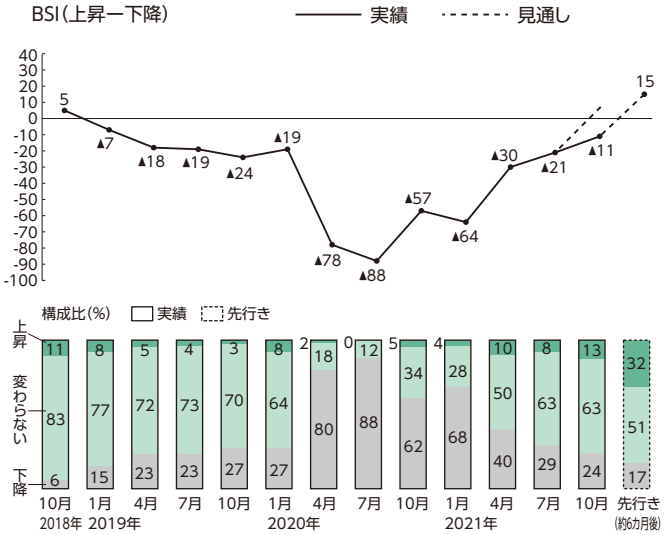
業種別にみると、製造業はBSI+12で前回調査の+16から4ポイントの悪化、非製造業は+10で前回調査の0から10ポイントの改善となった。非製造業が改善したのは、調査を実施した10月上旬において、第5波で急増がみられた国内感染者が急速に減少し、足元でサービス産業の経済活動正常化への動きがみられ始めたためとみられる。

(先行き)

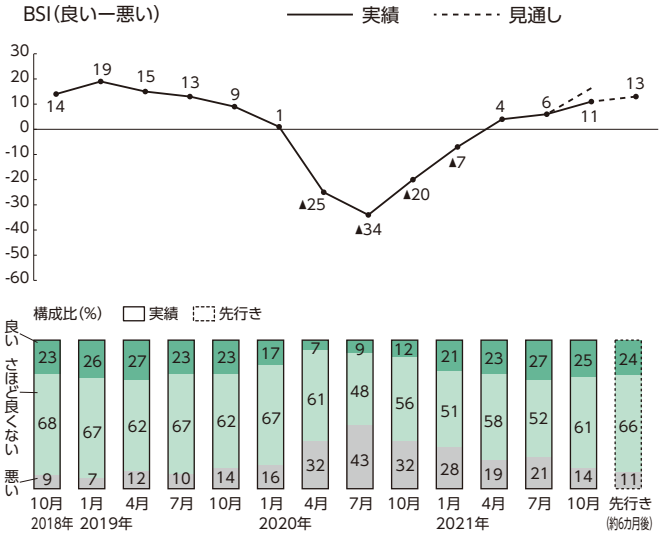
先行きについては「良い」とする企業24%に対し、「悪い」とする企業は11%、BSIは+13と2ポイントの改善となった。先行きのBSIについてもプラスを維持している。但し、今後の国内外の感染状況によっては、6カ月後の自社業況のBSIは下振れる可能性もある。

業種別では、製造業はBSIが+21で現状から9ポイントの改善、非製造業は+9で1ポイントの悪化となった。

●国内景気



●自社業況



新たな問題点に浮上

☑ 売上高

（現状）

2021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+4となり、前回調査対象期間（2021年4~6月期）の+10から6ポイントの悪化となった。売上高のBSIは、5四半期ぶりの悪化となったものの、プラス圏で推移している。

業種別にみると、製造業はBSI0で前回調査の+4から4ポイント、非製造業は+4で前回調査の+7から3ポイントの悪化となった。

（先行き）

先行きについては、2021年10~12月期のBSIが▲2に悪化し、2022年1~3月期は+5と改善する。

業種別では、製造業が2021年7~9月期、10~12月期、2022年1~3月期に0→▲6→+17、非製造業では+4→▲1→▲1となっており、年明け後は非製造業に比べて製造業で売上高が増加するとの見方が多くなっている。

☑ 経常利益

（現状）

2021年7~9月期の経常利益は、季調済BSIが0となり、前回調査対象期間（2021年4~6月期）の+6から6ポイントの悪化となった。経常利益のBSIは、2四半期連続の悪化となったものの、5期連続で0以上で推移している。増加の要因（複数回答）としては、「売上・受注の好調」をあげるところが81%、「諸経費の圧縮」32%などとなった。

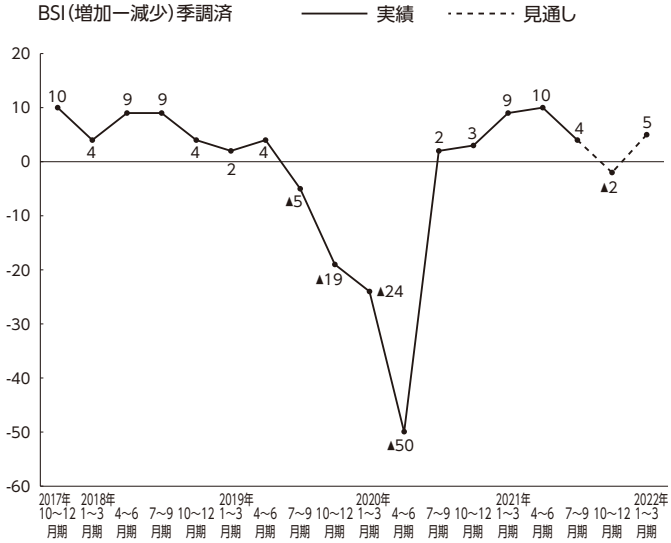
業種別にみると、製造業はBSI+1で前回調査の+13から12ポイント、非製造業は▲1で前回調査の+2から3ポイントの悪化となった。

（先行き）

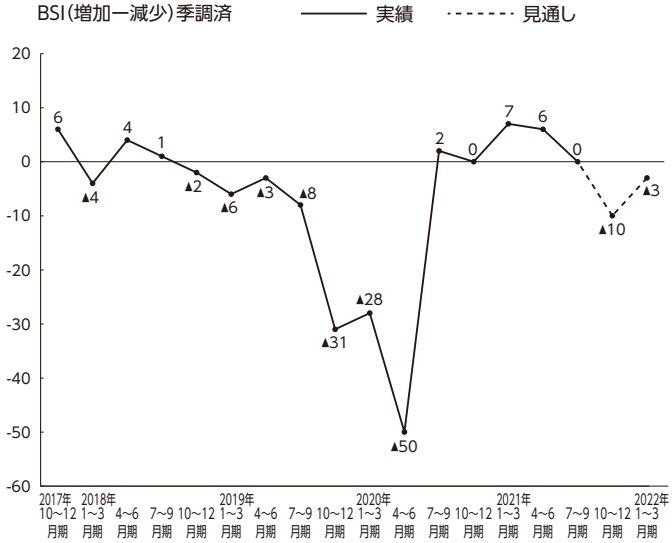
先行きについては、2021年10~12月期のBSIが▲10、2022年1~3月期は▲3とマイナスで推移する。

業種別では、製造業が2021年7~9月期、10~12月期、2022年1~3月期に+1→▲10→+6、非製造業では▲1→▲9→▲6となっており、年明け後は売上高同様、非製造業に比べて製造業で経常利益が増加するとの見方が多くなっている。

●売上高



●経常利益



設備投資

（現状）

2021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（2021年4～6月期）の+5から2ポイントの悪化となった。設備投資のBSIは、3四半期ぶりの悪化となったものの、プラス圏で推移している。

設備投資の内容については、2021年7～9月期は「更新投資」が58%、「能力増強投資」21%、「合理化投資」9%、「研究開発投資」5%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+5で前回調査の+15から10ポイントの悪化、非製造業は+1で前回調査の▲1から2ポイントの改善となった。

（先行き）

先行きについては、2021年10～12月期のBSIが+7、2022年1～3月期は+8となっており、設備投資のBSIはプラスで推移している。

業種別では、製造業が2021年7～9月期、10～12月期、2022年1～3月期に+5→+10→+10、非製造業では+1→+6→+10となっており、製造業・非製造業とも設備投資が増加するとの見方が多くなっている。

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22%、「減少」とした企業は15%で、BSIは+7と前回調査の+22から15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、県内の雇用環境は改善している。

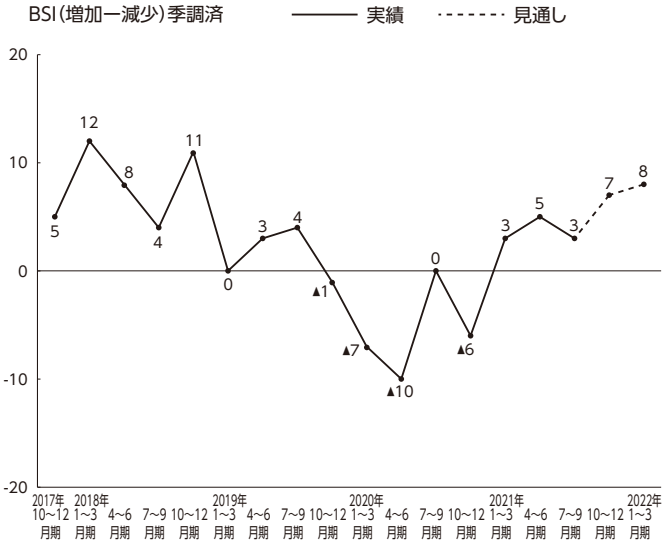
業種別にみると、製造業はBSI+4で前回調査の+15から11ポイント、非製造業は+8で前回調査の+26より18ポイントの悪化となった。

（先行き）

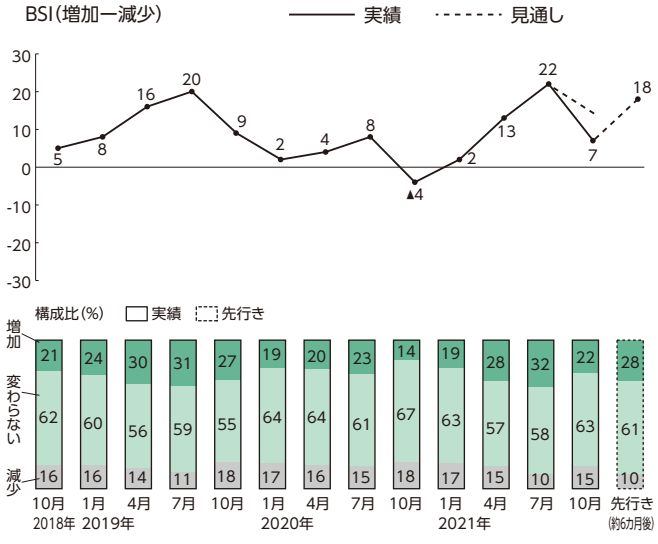
先行き（約6カ月後）については、「増加」とする企業が28%、「減少」とする企業が10%でBSIは+18と現状から11ポイントの改善となった。雇用の先行きについては、増加を見込む企業が多くなっている。

業種別では、製造業はBSI+13で現状から9ポイント、非製造業は+21で13ポイントの改善となっている。

●設備投資



●雇用



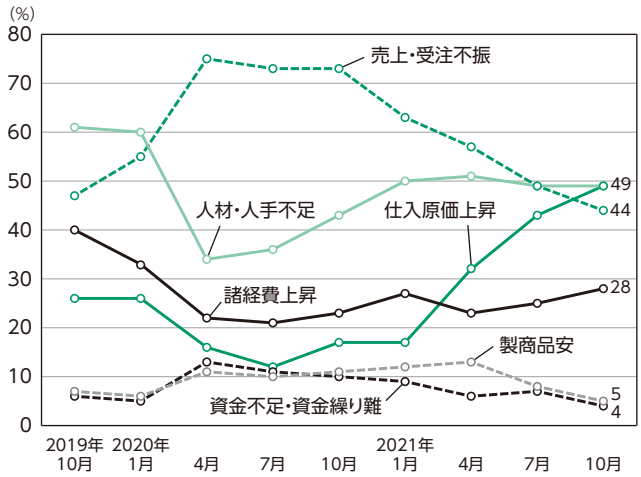
経営上の問題点

経営上の問題点（複数回答）については、「人材・人手不足」と「仕入原価上昇」がともに49%と最も多かった。次いで、「売上・受注不振」44%、「諸経費上昇」28%、「製商品安」5%、「資金不足・資金繰り難」4%となった。

経営上の問題点については、2020年4月から2021年4月調査までは「売上・受注不振」が単独で最も多かったが、2021年1月調査以降減少傾向となり、今回調査では「人材・人手不足」と、2021年4月調査以降増加傾向となった「仕入原価上昇」と逆転した。原油や素材価格の上昇が経営に大きな影響を与えている。

業種別にみると、「仕入原価上昇」について、非製造業の38%に対して製造業が66%と28ポイント、「人材・人手不足」について、製造業の40%に対して非製造業が55%と15ポイント多いのが目立った。

●経営上の問題点（複数回答）の推移

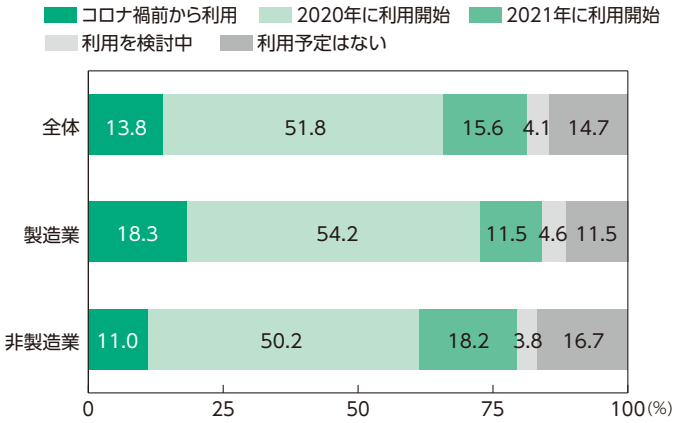


Web会議システムの利用状況について

コロナ禍において、感染防止の観点から、ZoomやTeamsなどのWeb会議システムを利用する人や企業が増加している。

Web会議システムの利用状況を聞いたところ、「コロナ禍前から利用」が13.8%、「2020年に利用開始」

●Web会議システムの利用状況



51.8%、「2021年に利用開始」15.6%、「利用を検討中」4.1%、「利用予定はない」14.7%となり、既に8割以上の企業でWeb会議システムを利用している結果となった。

業種別にみると、製造業では「コロナ禍前から利用」や「2020年に利用開始」が非製造業に比べて高く、非製造業より取り組みが早かったことが窺えるが、非製造業では「2021年に利用開始」が製造業より高くなっており、両業種間の差は縮小している。

Web会議システムの利用目的については（複数回答）、「社外の人との会議・打合せ」が85.9%ともっとも多く、次いで「セミナー・研修会の実施」67.8%、「社内会議・打合せ」66.1%、「顧客への提案・商談」39.9%、「在宅勤務者との打ち合わせ」16.1%、「外出中の営業社員との打ち合わせ」10.4%等となり、「社外の人との会議・打ち合せ」において、最も利用されていることが明らかとなった。

業種別にみると、「顧客への提案・商談」について、非製造業の21.9%に対して製造業が66.7%と多いのが目立った。製造業では、特定の顧客と接点を持つことが多いことから、利用しやすい環境にあったとみられる。

（太田富雄）

2021年10月実施。対象企業数1,025社、回答企業数343社、回答率33.5%。

県内経済の動き

概況　埼玉県の景気は、新型コロナウイルス感染症の影響に

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:116.3（前月比▲4.9ポイント）、一致指数:78.9（同▲3.0ポイント）、遅行指数:84.4（同▲1.9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カ月連続の下降となった。基調判断となる3カ月後方移動平均は、前月比▲0.06ポイントと、2カ月連続の下降となった。埼玉県は5カ月連続で景気の基調判断を「改善を示している」としている。

遅行指数は3カ月ぶりの下降となった。

景気動向指数の推移

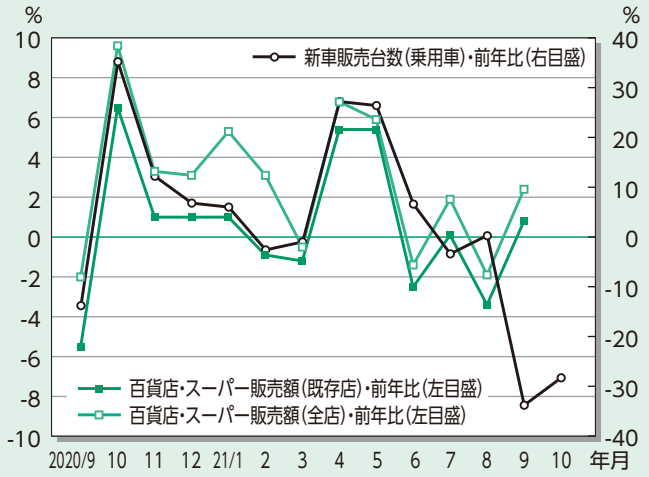
資料:埼玉県　(注)網掛け部分は埼玉県の景気後退期。2018年5月に景気の山を暫定設定。それ以降の谷は未設定。

個人消費　百貨店・スーパー販売額は2カ月ぶりに増加

9月の百貨店・スーパー販売額は1,071億円、前年比+0.8%（既存店）と2カ月ぶりに増加した。業態別では、百貨店（同▲3.5%）は減少したが、スーパー（同+1.4%）は増加した。新設店を含む全店ベースの販売額は同+2.4%と2カ月ぶりに増加した。

10月の新車販売台数（乗用車）は8,667台、前年比▲28.3%と半導体不足や部品不足による減産や納期の遅れで、大幅に減少した。車種別では普通乗用車が5,156台（同▲24.0%）、小型乗用車は3,511台（同▲33.9%）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

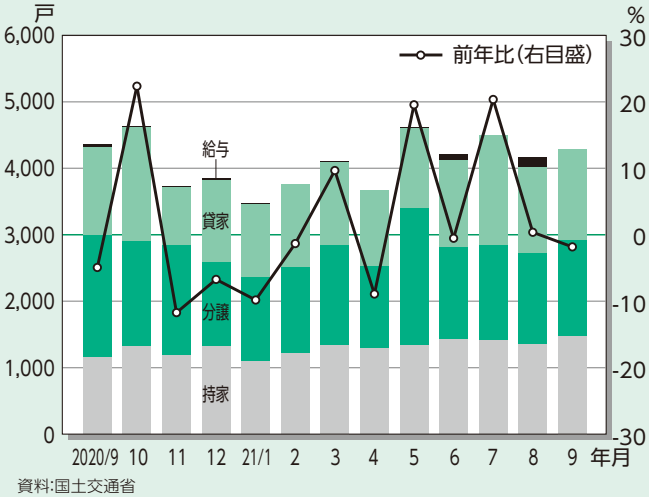
住 宅　3カ月ぶりに前年を下回る

9月の新設住宅着工戸数は4,292戸、前年比▲1.8%と3カ月ぶりに前年を下回った。

利用関係別では、持家が1,479戸（同+28.7%）と10カ月連続で、貸家が1,371戸（同+3.6%）と5カ月連続で増加したものの、分譲が1,434戸（同▲22.3%）と2カ月連続で減少した。

分譲住宅は、戸建てが1,142戸（同+28.0%）と3カ月連続で増加したものの、マンションが286戸（同▲70.0%）と4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

より、厳しい状況にあるものの、持ち直しの動きがみられる

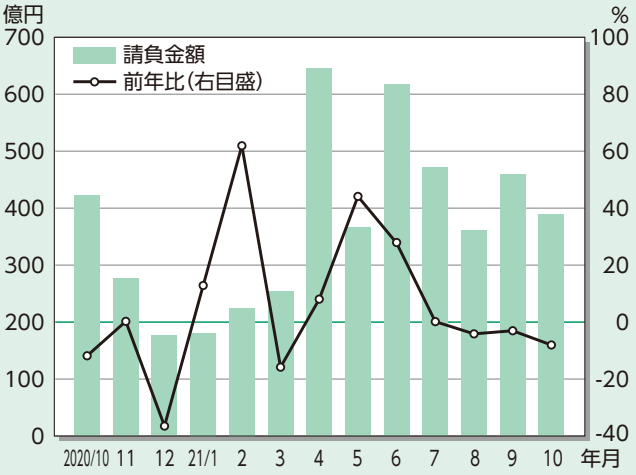
公共工事　3カ月連続で前年を下回る

10月の公共工事請負金額は390億円、前年比▲8.0%と3カ月連続で前年を下回った。2021年4～10月までの累計は、同+7.6%と前年を上回って推移している。

発注者別では、県（同+21.9%）と独立行政法人等（同＋30.6%）は増加したものの、国（同▲62.0%）と市町村（同▲9.0%）が減少した。

なお、10月の請負件数も821件（同▲10.2%）と前年を下回っている。

公共工事請負金額の推移



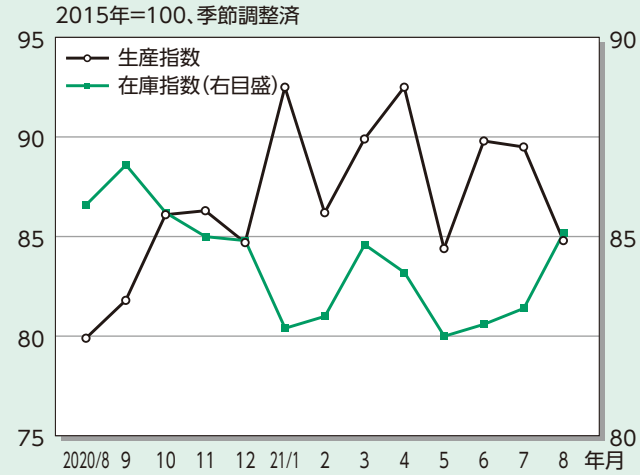
資料:東日本建設業保証㈱

生 産　2カ月連続で減少

8月の鉱工業指数をみると、生産指数は84.8、前月比▲5.3%と2カ月連続で減少した。業種別では、業務用機械、化学、その他工業など8業種が増加したものの、情報通信機械、食料品、生産用機械など15業種が減少した。

在庫指数は85.1、前月比+2.3%と3カ月連続で増加した。業種別では、生産用機械、輸送機械、その他工業など9業種が増加したものの、電気機械、プラスチック製品、非鉄金属など11業種が減少した。

鉱工業指数の推移



資料:埼玉県

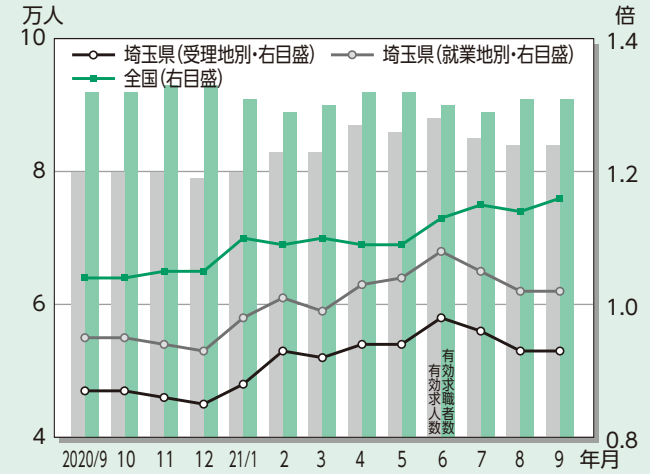
雇 用　有効求人倍率は前月から横ばい

9月の受理地別有効求人倍率は、前月から横ばいの0.93倍となった。

有効求職者数が90,526人（前月比▲0.2%）と、2カ月ぶりに前月を下回るなか、有効求人数は84,185人（同▲0.0%）とほぼ前月並みとなった。新規求人倍率は、前月から0.26ポイント上昇の1.86倍となっている。

なお、9月の就業地別有効求人倍率も、前月から横ばいの1.02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(%)
2017年	100.8	0.6	103.1	3.1	92.5	3.8	98.8	4.1	3,014	26.1	52,968	4.4
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
20年 8月	79.9	▲ 2.7	88.3	2.0	85.8	▲ 1.0	98.6	▲ 0.9	302	66.2	3,662	▲ 8.2
9月	81.8	2.4	91.6	3.7	86.8	1.2	97.6	▲ 1.0	104	▲ 60.8	3,891	7.8
10月	86.1	5.3	93.5	2.1	85.6	▲ 1.4	96.6	▲ 1.0	207	19.7	3,635	▲ 7.3
11月	86.3	0.2	94.2	0.7	85.0	▲ 0.7	95.4	▲ 1.2	95	▲ 61.8	3,371	▲ 10.1
12月	84.7	▲ 1.9	94.0	▲ 0.2	84.9	▲ 0.1	96.0	0.6	159	▲ 44.2	3,565	▲ 14.8
21年 1月	92.5	9.2	96.9	3.1	82.7	▲ 2.6	95.1	▲ 0.9	278	155.0	3,364	13.2
2月	86.2	▲ 6.8	95.6	▲ 1.3	83.0	0.4	94.4	▲ 0.7	277	86.5	3,345	▲ 7.2
3月	89.9	4.3	97.2	1.7	84.8	2.2	94.8	0.4	254	▲ 11.1	4,272	14.9
4月	92.5	2.9	100.0	2.9	84.1	▲ 0.8	94.7	▲ 0.1	357	77.0	4,207	3.0
5月	84.4	▲ 8.8	93.5	▲ 6.5	82.5	▲ 1.9	93.7	▲ 1.1	102	▲ 71.8	4,277	4.9
6月	89.8	6.4	99.6	6.5	82.8	0.4	95.7	2.1	207	8.4	4,275	12.6
7月	89.5	▲ 0.3	98.1	▲ 1.5	83.2	0.5	95.0	▲ 0.7	225	15.1	4,082	5.9
8月	84.8	▲ 5.3	94.6	▲ 3.6	85.1	2.3	94.9	▲ 0.1	210	▲ 30.4	3,127	▲ 14.6
9月			89.5	▲ 5.4			98.1	3.4	148	41.4	3,700	▲ 4.9
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(%)	2015年=100	前年比(%)	2015年=100	前年比(%)
2017年	59,617	▲ 3.8	964,641	▲ 0.3	17.0	3.1	17.9	2.4	99.4	▲ 0.3	102.3	1.4
2018年	58,517	▲ 1.8	942,370	▲ 2.3	17.4	2.4	18.0	0.6	100.8	1.4	102.7	0.4
2019年	50,660	▲ 13.4	905,123	▲ 4.0	15.2	▲ 12.7	16.7	▲ 7.4	102.7	1.9	104.0	1.3
2020年	48,039	▲ 5.2	815,340	▲ 9.9	12.3	▲ 19.4	13.4	▲ 19.8	103.4	0.7	104.3	0.3
20年 8月	4,153	▲ 3.4	69,101	▲ 9.1	10.6	▲ 28.4	11.7	▲ 26.4	103.6	0.0	104.4	0.2
9月	4,372	▲ 4.9	70,186	▲ 9.9	12.0	▲ 20.5	13.1	▲ 19.7	103.3	0.0	104.2	▲ 0.1
10月	4,632	22.4	70,685	▲ 8.3	11.8	▲ 21.4	14.1	▲ 15.6	102.7	▲ 0.7	104.3	▲ 0.1
11月	3,735	▲ 11.7	70,798	▲ 3.7	13.0	▲ 13.4	15.0	▲ 9.7	103.9	0.9	104.4	▲ 0.1
12月	3,853	▲ 6.7	65,643	▲ 9.0	13.4	▲ 17.3	15.3	▲ 6.2	103.9	0.0	104.3	▲ 0.3
21年 1月	3,471	▲ 9.8	58,448	▲ 3.1	11.9	▲ 10.5	14.2	▲ 4.0	103.9	0.4	104.0	▲ 0.3
2月	3,768	▲ 1.3	60,764	▲ 3.7	12.8	▲ 11.2	15.0	▲ 5.6	102.9	▲ 0.4	103.8	▲ 0.4
3月	4,101	9.7	71,787	1.5	13.5	▲ 7.5	15.7	▲ 0.7	102.3	▲ 0.8	103.1	▲ 0.2
4月	3,676	▲ 8.9	74,521	7.1	13.6	2.3	15.7	17.2	102.7	▲ 1.1	104.6	▲ 0.3
5月	4,628	19.6	70,178	9.9	12.2	19.5	14.2	43.3	102.6	▲ 0.3	104.6	0.2
6月	4,217	▲ 0.5	76,312	7.3	13.4	34.0	15.2	49.0	101.6	▲ 1.7	104.5	0.0
7月	4,506	20.4	77,182	9.9	14.1	31.8	16.4	43.8	101.6	▲ 1.7	104.5	▲ 0.1
8月	4,170	0.4	74,303	7.5	12.3	16.1	15.1	29.0	101.0	▲ 2.5	104.2	▲ 0.2
9月	4,292	▲ 1.8	73,178	4.3			P15.0	P14.5			P103.8	P▲ 0.4
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(%)
2017年	1.23	1.50	35,167	14.4	963	5.7	10,101	▲ 0.1	196,025	0.0
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
20年 8月	0.89	1.05	26,579	▲ 25.1	662	▲ 27.8	1,125	6.1	16,882	▲ 3.2
9月	0.87	1.04	27,832	▲ 17.8	758	▲ 17.3	1,046	▲ 5.5	15,680	▲ 13.9
10月	0.87	1.04	32,981	▲ 14.5	789	▲ 23.2	1,058	6.5	16,303	2.9
11月	0.86	1.05	26,679	▲ 23.2	709	▲ 21.4	1,082	1.0	16,781	▲ 3.4
12月	0.85	1.05	27,135	▲ 18.6	722	▲ 18.6	1,342	1.0	21,036	▲ 3.4
21年 1月	0.88	1.10	30,540	▲ 8.9	786	▲ 11.6	1,080	1.0	16,284	▲ 7.2
2月	0.93	1.09	30,591	▲ 10.1	766	▲ 14.6	1,011	▲ 0.9	14,969	▲ 4.8
3月	0.92	1.10	28,915	▲ 8.2	829	▲ 0.7	1,097	▲ 1.2	16,701	2.9
4月	0.94	1.09	27,830	17.4	756	15.2	1,044	5.4	15,526	15.5
5月	0.94	1.09	26,778	4.7	686	7.7	1,114	5.4	15,410	5.7
6月	0.98	1.13	29,971	5.8	797	5.4	1,084	▲ 2.5	16,420	▲ 2.3
7月	0.96	1.15	27,505	▲ 0.6	758	8.3	1,109	0.1	17,137	1.3
8月	0.93	1.14	27,253	2.5	729	10.0	1,103	▲ 3.4	16,079	▲ 4.7
9月	0.93	1.16	30,306	8.9	808	6.6	1,071	0.8	15,563	▲ 1.3
10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(%)
2017年	158,237	3.4	2,943,010	5.1	361	42,138	8,405	3,167,637	98.8	0.3	98.6	0.5
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
20年 8月	9,224	▲ 16.0	169,341	▲ 16.1	23	2,812	667	72,416	100.1	0.0	100.1	0.2
9月	13,772	▲ 13.8	252,371	▲ 16.0	34	2,746	565	70,740	99.8	▲ 0.1	99.9	0.0
10月	12,095	35.2	221,487	34.5	31	1,298	624	78,342	99.7	▲ 0.7	99.8	▲ 0.4
11月	12,115	12.2	219,040	6.4	24	1,299	569	102,101	99.3	▲ 1.5	99.5	▲ 0.9
12月	11,493	6.8	210,696	8.2	30	1,708	558	138,518	99.2	▲ 1.7	99.3	▲ 1.2
21年 1月	11,347	6.0	208,279	8.0	24	1,801	474	81,388	99.4	▲ 1.0	99.8	▲ 0.7
2月	12,560	▲ 2.6	226,954	▲ 2.7	25	6,139	446	67,490	99.3	▲ 0.9	99.8	▲ 0.5
3月	17,082	▲ 1.0	329,239	2.3	38	6,374	634	141,453	99.6	▲ 0.8	99.9	▲ 0.4
4月	9,830	27.2	182,760	26.3	19	724	477	84,098	98.8	▲ 1.6	99.1	▲ 1.1
5月	9,072	26.4	165,932	34.1	17	847	472	168,664	99.1	▲ 1.2	99.4	▲ 0.8
6月	10,870	6.6	198,108	8.8	32	4,531	541	68,566	99.3	▲ 0.8	99.5	▲ 0.5
7月	11,318	▲ 3.4	212,707	2.5	14	2,255	476	71,465	99.5	▲ 0.6	99.7	▲ 0.3
8月	9,253	0.3	175,530	3.7	24	1,749	466	90,973	99.5	▲ 0.6	99.7	▲ 0.4
9月	9,112	▲ 33.8	169,723	▲ 32.7	20	6,117	505	90,860	99.7	▲ 0.1	100.1	0.2
10月	8,667	▲ 28.3	150,608	▲ 32.0	25	3,437	525	98,464				
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			

Town Scape
タウンスケープ

小川町

自然の恵みと文化を未来につなぐ、
人が輝くまち　おがわ

小川町長　松本 恒夫氏

町長のメッセージ

小川町は、美しい山々に囲まれ、町の中央に川が流れる豊かな自然や、和紙や酒造などの伝統産業が生き続ける町で、その街並みの風情から「武蔵の小京都」と呼ばれ、近年では有機農業が盛んな地域としても知られつつあります。

また、テレワークなど新しい働き方が急速に広まる中、都心から比較的近い移住の適地として注目されており、当町では移住相談の充実やサテライトオフィスの整備などに取り組んでいます。

さらに、「ゼロカーボンシティ宣言」などSDGsにも取り組み、「自然の恵みと文化を未来につなぐ、人が輝くまち　おがわ」の実現に邁進してまいります。

はじめに

小川町は東京から60km圏、埼玉県の中央部よりやや西に位置し、北は寄居町、東は嵐山町、南はときがわ町、西は東秩父村に接している。周囲を外秩父の緑豊かな美しい山々に囲まれ、市街地の中央には槻川が流れるなど自然に恵まれている。

歴史は古く、縄文時代から奈良・平安時代にかけての遺跡や古墳が多く残されている。中世には、鎌倉街道上道（かみつみち）が整備され、江戸時代には秩父往還と八王子道の交差する場所として、交通の要衝、物資の集散地として賑わった。

豊かな木材、清流などを利用して建具、酒、和紙など様々な地場産業が生まれた。今でも、職人の技術を生かした建具は高い評価を受けている。町内の3軒の酒蔵では伝統と味を守った酒造りを続けており、酒蔵めぐりなどのイベントも行われている。和紙は、2014年に「和紙:日本の手漉き和紙技術」としてユネスコ無形文化遺産に登録された。自然な風合いから美術工芸品などとしても注目されている。毎年夏に行われる七夕まつりは、和紙の普及啓発のため1949年に始まったもので、竹飾りには特産の和紙が惜しみなく使われている（表紙写真）。

美しい山と川、長い歴史を感じさせる多くの史跡、伝統産業、街並みの風情から武蔵の小京都と呼ばれている。豊かな自然を体感できる多くの公園やハイキングコースも整備され、アクセス面も良好なことから多くの人が訪れている。

積極的な移住サポートと施設整備

小川町は、池袋まで電車で1時間程度と都内への通勤圏にある一方、山や川など自然に恵まれており、ほどよい田舎暮らしができる町として関心を持つ人が多い。有機農業が盛んなことから、農ある暮らしや、自然の中での子育てを考える人、有機野菜を使ったレストランなどに興味がある人などから移住先として注目されている。

町では、これまで小川町移住サポートセンターを中心に、様々な情報提供、町内の空き家物件や空き店舗の紹介、リフォーム費用や店舗改装費用の補助などを行ってきた。こうした積極的な施策により、2020年度には、移住希望者受付数124名、相談件数687件、移住件数25組57名の実績をあげている。

本年4月には、駅前に小川町観光案内所・移住サポートセンター「むすびめ」がオープンした。これまで、別々の運営であった観光案内と移住サポートを小川

石蔵コワーキングロビーNESTo（ネスト）

小川町概要

人口(2021年11月1日現在)	28,739人
世帯数(同上)	13,024世帯
平均年齢(2021年1月1日現在)	53.7歳
面積	60.36k㎡
製造業事業所数(工業統計)	78所
製造品出荷額等 (同上)	1,050.0億円
卸・小売業事業所数 (経済センサス)	264店
商品販売額 (同上)	232.1億円
公共下水道普及率	53.3%
舗装率	45.1%

資料:「令和2年埼玉県統計年鑑」ほか

主な交通機関

●JR八高線　小川町駅、竹沢駅
東武東上線　小川町駅、東武竹沢駅
●関越自動車道
嵐山小川ICから町役場まで約7km

町駅前の好立地で一体運営することで、より多くの来訪者へ観光案内のみならず、暮らしの視点からも町をPRすることができるようになり、移住・定住人口のさらなる増加が期待されている。

また、2020年度から、転入者を対象に下りTJライナーの座席指定券購入費補助をはじめた。さらに、コロナ禍で働き方やライフスタイルの変化が進みテレワークも増えていることから、都内からの移住希望の増加に伴い、小川町らしい「新しい働き方をかなえる場所」として、「石蔵コワーキングロビーNESTo(ネスト)」を本年5月にオープンした。歴史的建造物である石蔵の魅力を生かしたサテライトオフィス、コワーキングスペースとして注目を浴びている。

✺東小川住宅団地再生計画

小川町の東部に位置する東小川団地は1981年に分譲が開始された郊外型住宅団地である。人口は1996年には4,500名を超えていたが、現在はピーク時から約3割減少している。また、高齢化が著しく進んでおり、住宅の維持管理も難しい状況にある。

こうした状況下、町では団地の再生に取り組んでいる。町外で暮らす子育て世代のUターンや小川町に関心を持つ町外住民の移住・定住に繋げるため、住宅団地内の既存ストックを利活用して、居住系施設や子育て支援施設、高齢化などに対応した福祉・介護施設の整備を計画し、多世代が安心していきいきと住み続けられるまちづくりを目指している。

✺小川町ゼロカーボンシティ宣言

地球温暖化による気候変動は各地で甚大な自然災害を引き起こしており、町内でも令和元年東日本台風により浸水被害が広範囲で発生した。小川町では地球温暖化対策として、2021年2月に「小川町ゼロカーボンシティ」を宣言し、二酸化炭素排出量実質ゼロを目指している。現在、町では、公共施設への太陽光発電設備や高効率空調設備の導入、廃食用油をバイオディーゼル燃料とした再資源化など、二酸化炭素排出抑制対策を推進している。また、有機農業をはじめ、町の資源を活用した地域循環型農業を応援し、持続可能な環境保全型の農業を推進するなど、環境問題に積極的に取り組んでいる。

小川町は、豊かな自然や歴史・文化、伝統産業などの資産を生かしながら、未来に向けた持続可能なまちづくりにより「自然の恵みと文化を未来につなぐ、人が輝くまち」の実現に取り組んでいる。(吉嶺暢嗣)

多彩な小川町の野菜

市町村経済データ

民営事業所数

市町村名	事業所数	存続事業所数	新規把握事業所数
さいたま市	50,019	40,648	9,371
川越市	13,377	10,812	2,565
熊谷市	9,076	7,740	1,336
川口市	25,494	20,999	4,495
行田市	3,771	3,355	416
秩父市	3,544	3,191	353
所沢市	11,995	9,510	2,485
飯能市	3,299	2,808	491
加須市	4,519	3,944	575
本庄市	4,027	3,427	600
東松山市	3,787	3,200	587
春日部市	8,373	7,066	1,307
狭山市	5,240	4,401	839
羽生市	2,391	2,069	322
鴻巣市	3,770	3,324	446
深谷市	6,152	5,274	878
上尾市	7,077	5,857	1,220
草加市	9,092	7,095	1,997
越谷市	12,809	10,576	2,233
蕨市	3,253	2,513	740
戸田市	6,470	5,135	1,335
入間市	5,757	4,636	1,121
朝霞市	4,579	3,718	861
志木市	2,664	2,060	604
和光市	2,368	1,821	547
新座市	5,655	4,579	1,076
桶川市	2,596	2,114	482
久喜市	5,610	4,860	750
北本市	2,236	1,789	447
八潮市	5,680	4,289	1,391
富士見市	3,619	2,979	640
三郷市	6,422	5,333	1,089
蓮田市	2,024	1,556	468
坂戸市	3,318	2,919	399
幸手市	2,316	2,095	221
鶴ヶ島市	2,464	2,054	410
日高市	2,117	1,818	299
吉川市	2,465	1,986	479
ふじみ野市	3,470	2,912	558
白岡市	1,659	1,399	260
伊奈町	1,449	1,279	170
三芳町	1,834	1,558	276
毛呂山町	1,245	1,099	146
越生町	473	419	54
滑川町	643	548	95
嵐山町	757	688	69
小川町	1,248	1,127	121
川島町	962	884	78
吉見町	683	615	68
鳩山町	493	406	87
ときがわ町	628	535	93
横瀬町	345	315	30
皆野町	540	483	57
長瀞町	431	382	49
小鹿野町	593	576	17
東秩父村	133	117	16
美里町	439	405	34
神川町	540	482	58
上里町	1,145	1,043	102
寄居町	1,387	1,152	235
宮代町	1,158	989	169
杉戸町	1,649	1,343	306
松伏町	1,237	1,009	228
市町村計	284,566	235,315	49,251

資料:総務省「令和元年経済センサス－基礎調査」
(注1)調査期間は令和元年6月1日から令和2年3月31日まで
(注2)存続事業所は平成28年経済センサス－活動調査で調査された事業所および平成28年経済センサス－活動調査の後に行政記録情報から把握された事業所のうち、令和元年経済センサス－基礎調査で調査され、継続的に経済活動を行っている事業所
(注3)新規把握事業所は令和元年経済センサス－基礎調査で新たに把握され、継続的に経済活動を行っている事業所。前回までの調査で捉えられていなかった事業所も含まれる

埼玉りそな経済情報 2021年12月号
2021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/

ミックス 責任ある木質資源を使用した紙 FSC® C020495
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。
VEGETABLE OIL INK