

埼玉りそな 経済情報

3

月号

March 2025

No.255

- 1 **彩論** 財務省関東財務局長 **目黒 克幸氏**
——— 新NISA開始1年—金融リテラシーの向上に向けて
- 2 **ズームアップ** 株式会社A&Dホロンホールディングス
- 5 **特別寄稿** **人と協働する移動ロボット**
埼玉大学大学院理工学研究科 教授 **小林 貴訓氏**
- 9 **調査** **埼玉県民の通勤・通学事情**
- 13 **アンケート調査** **埼玉県内企業経営動向調査**
——— 自社業況はコロナ禍後で最高の水準ながら、先行きには不透明感もあり
- 17 **県内経済の動き**
- 19 **月次経済指標**
- 21 **タウンスケープ** **皆野町**
——— 対話、チャレンジ、幸せの向上を目指して
- 裏表紙 **市町村経済データ**



埼玉りそな銀行

公益財団法人

企画編集 **埼玉りそな産業経済振興財団**



美の山公園から望む秩父盆地(皆野町)

新NISA開始1年 — 金融リテラシーの向上に向けて

財務省関東財務局長
目黒 克幸氏



本年は私も関東財務局が2000年2月にさいたま新都心に移転してから25周年という節目の年となります。四半世紀にわたり埼玉県の皆様と共に歩ませていただいたことに改めて感謝申し上げます。

この間、埼玉県経済と当局との連携は一層強化され、大野知事のリーダーシップの下に設置された「強い経済の構築に向けた埼玉県戦略会議」にも積極的に参画させていただいております。さいたま新都心の街並みも25年前とは見違えるほど大きく発展し、本年夏には埼玉初となるイノベーション創出拠点「渋沢MIX」の開設も予定されています。埼玉県経済の益々の発展を期待するとともに、当局としても引き続き貢献してまいります。

さて、少額投資非課税制度であるNISAが昨年1月に新しい制度へと生まれ変わって1年が経過しました。1人当たり年間で360万円、生涯で1,800万円分の証券投資が非課税というシンプルな制度に改められた結果、NISAの口座数は全国で2,509万口座(昨年9月末現在)と大きく増加し、平均すると18歳以上の成人のほぼ4人に1人がNISA口座を保有するに至っています。

NISAを利用して投資信託や株式に投資を行うことが国民の安定的な資産形成に結びつくためには、投資を行う方々が、投資のリスクや長期・積立・分散による投資の効果など、正しい金融・経済の知識(いわゆる金融リテラシー)を身につけておくことが大変重要となります。

金融広報中央委員会が2022年に全国で実施した金融リテラシー調査の結果では、埼玉県の順位は47都道府県中28位となっており、残念ながら

全国的に見て決して高い水準とは言えない状況です。

さらに、一人一人が自らの金融リテラシーを高めることは、金融や投資にまつわる詐欺被害に遭わないためにも有効な対策となります。ちなみに埼玉県では、こうした詐欺の未然防止・被害拡大防止のため、県内に本店を置く全ての金融機関と埼玉県警とが連携して不正利用口座データを共有するための協定が昨年締結され、全国初の先進的な取組として注目を集めています。こうした県民の皆様の安全を守るための関係機関による積極的な取組と、一人一人の金融リテラシーの向上とが相まって、被害の撲滅へとつながっていくことが期待されます。当局も引き続き関係機関と連携しながら、金融犯罪対策と金融リテラシー向上に取り組む所存です。

昨年には、金融リテラシー向上のための新しい全国組織として、金融経済教育推進機構(通称J-FLEC)が設立されました。J-FLECのホームページには、5問のクイズに答えるだけでご自身の金融リテラシーを測ることができる手軽な診断ツール(右の二次元コードでアクセス可能)など、数多くの有益な情報が掲載されています。ぜひご活用いただければと存じます。

また、関東財務局ではJ-FLECと連携し、金融経済教育講座の講師派遣を承っております。講座の内容や時間等はお希望に応じて調整が可能です。講師派遣のご希望がございましたら、右の二次元コードの申込窓口から随時ご相談いただければ幸いです。



はかる技術とアナログ・デジタル変換技術で産業を支える製品を展開。新市場を開拓しながらグローバルニッチNo.1を目指す

はかる(測る・量る・計る)技術と、アナログとデジタルの変換技術を武器に半導体関連、医療・健康機器、計測・計量機器事業を展開するA&Dホロンホールディングス。同社が手がける家庭用血圧計や電子天びん、半導体のフォトマスク寸法測定装置は世界トップクラスのシェアを誇る。今後も、唯一無二の技術で新たな市場を開拓しながら成長を続け、圧倒的なグローバルニッチNo.1を目指す。



代表取締役 森島 泰信氏

- 代表者 代表取締役 森島 泰信
- 設立 昭和52年5月
- 資本金 63億8,800万円(令和6年3月31日現在)
- 従業員数 2,471名(令和6年3月31日現在 連結)
- 事業内容 電子計測器・産業用重量計・電子天びん・医療用電子機器・試験機・その他電子応用機器の研究開発、製造・販売を行うグループ会社の経営管理および資産管理・子会社管理、不動産管理事業(本社)
- 所在地
 - 〒170-0013 東京都豊島区東池袋3-23-14
 - TEL 03-5391-6124 FAX 03-5391-6129
 - (株)エー・アンド・デイ開発・技術センター)
 - 〒364-8585 埼玉県北本市朝日1-243
 - TEL 048-593-1111 FAX 048-593-1119

●URL <https://andholon.com>



「はかる」を事業領域とする電子計測機器メーカー株式会社エー・アンド・デイと、半導体のフォトマスク(回路原版)の寸法測定装置メーカーである株式会社ホロンが経営統合して誕生した株式会社A&Dホロンホールディングス。

エー・アンド・デイはアナログ信号をデジタル信号に、デジタル信号をアナログ信号に変える世界最高レベルの変換技術で、血圧計や体温計などの医療・健康機器、音や振動、変位、強度、重さなどを測定する計測・計量機器、計測・制御・シミュレーション技術を一体化させた試験機などの開発・製造・販売を行う。さらに半導体のマスク描画装置に使われる電子銃や高圧電源、ビーム偏向回路等のキーコンポーネントを製造、世界でトップクラスのシェアを持つホロンのフォトマスク寸法測定装置とともに半導体産業にとって重要な役割を担っている。

「エー・アンド・デイは、昭和60(1985)年のホロンの創業直後から一緒に事業を展開してきました。世界的に見て半導体関連事業はまだまだ伸びる分野で、当社でも成長ドライバーとなっており、他の事業部にも刺激になっています」(森島泰信社長)

同社は「半導体関連」「医療・健康機器」「計測・計量機器」の事業セグメントを持ち、バランスよく売り上げを伸ばしながら成長を遂げている。

→ 長年の縁で結ばれた両社

昭和52年、現在の半導体試験装置の大手メーカーに当時勤めていた技術者が独立して(株)エー・アンド・デイを設立する。創業当初からマイコン搭載の計測器などの製品を開発し、電子計測機器メーカーとしての地歩を着実に固めていった。

昭和57年、研精工業(株)(現・(株)A&Dマニュファクチャリング)を傘下に招き、電子天びん事業に進出。昭和62年には(株)タケダメディカルと独占販売契約を締結して医療・健康機器分野に進出。その後、同社を合併し事業領域を拡大していった。こうした流れは戦略的に行ってきたものではなく「付き合いのある企業を当社に迎え入れてきた」と森島社長は語る。

そして平成30(2018)年、創業時から共に仕事をしてきたホロンを同社グループに迎え、令和4(2022)年持ち株会社A&Dホロンホールディングスを設立する。

「私は以前、半導体試験装置の企業に勤めていた時、他社の技術者と協力して半導体の電子ビーム式マスク描画装置を開発するプロジェクトに関わっていました。ホロンの創業者もそこで開発に取り組んでいたのです。ですから両社の創業前からお互いに縁があり、宿命的に結ばれたという感じです」

電子ビーム照射方向の制御において世界最高水準の技術を持つエー・アンド・デイ。そして電子ビームそのものを扱うための圧倒的な技術とノウハウを持つホロン。“半導体”が取り持つ長年の縁で、必然的に結ばれた両社。まさに最強のタッグチームがここに誕生する。

「一緒になることで、事業の状況に応じて資源の最適化が図りやすくなります。人も移動でき、開発費も成長が見込めるところに集中的に投下できる。経営全体のマネジメントがしやすくなります」

経営統合以降は、共に競争力のある技術を磨き、製品力を高めながら、経営資源、人的資源、研究・開発資源等さまざまなリソースを最適化してシナジーを発揮。同社の成長を加速させてきた。

→ 幅広い産業で活躍する製品群

アメリカ、カナダ、イギリス、中国など海外拠点を14カ所置き、グローバルに展開する同社。

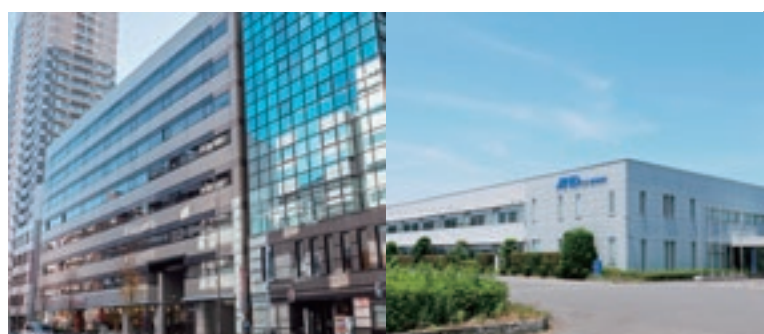
「医療・健康機器」分野では血圧計、体温計、体重計、生体情報モニター、パルスオキシメータ、基礎代謝や体組成がはかれる体成分分析装置、スマートフォンとつながる健康機器など家庭用から医療機関・介護施設向けまで幅広い製品を展開。家庭用血圧計では世界トップクラスのシェアを誇る。

「計測・計量機器」では研究施設等で使用される高精度計量可能な電子天びん、試験室等で使用される材料試験機、生産ラインに組み込まれるウェイトチェッカなどあらゆる産業を支えるマザーツールとしてグローバルに展開。電子天びんは世界トップクラスのシェアを誇る。自動車関連試験機は、現在自動車開発で活用されているモデルベース開発（現実と同様の仕様でコン

ピューター上に再現“モデル化”してシミュレーションし、開発と検証を同時に進めていく手法）において大いに活用されている。

「例えば従来だとエンジンを作るのに4年ほどかかっていました。実機を試作して評価して改良して、さらに評価して……そうして完成車が出来上がる。しかしモデルベース開発は、実機を作らずにシミュレーションで精度を積み上げて短い期間で仕上げます」

自動車会社が開発するエンジンモデル、モーターモ



（左）本社社屋、（右）エー・アンド・デイ開発・技術センター



（左）フォトマスク用CD-SEM、（右）電子銃

デル、車体モデル、ミッションモデル、さらに部材等を含めたモデルの精度向上に、同社のパワートレイン試験機、タイヤ・運動性能関連試験機等の自動車関連試験機は貢献し、自動車開発のリードタイムを大幅に短縮させている。

→ 半導体関連の計測・制御技術を追求

同社の成長ドライバーである「半導体関連事業」。エー・アンド・デイは創業時より電子ビーム描画装置用の高速偏向DACアンプの研究開発を行ってきた。

1999年からは、フォトマスクを作成するための光源となる電子ビームの発生源である電子銃と、高性能電

源の研究開発を開始。そこで磨き抜かれた高速・高精度なDAC・電子銃・電源技術によって、数ナノメートル（1ナノメートル=10億分の1メートル）という描画精度で、フォトマスク描画作成の実現に貢献してきた。そして、それらの機能を周辺回路とユニット化する技術を確立したことにより、マスク製造装置メーカーへのユニット・サプライヤーとしての地位を確かなものにしている。

また、ホロンが製造する半導体製造に不可欠なフォトマスクの寸法測定を行う装置は、半導体デバイスを製

で吸い上げられるさまざまな顧客のニーズは、新たな開発テーマを見つけるヒントになる。今後はよりいっそうマーケティング部門とエンジニア部門で情報を共有し、顧客のニーズに応えながらグローバルシェア向上のための製品開発に取り組む考えだ。

「たとえ1品の製造であっても標準化していくことに力を入れていく。これは完成品の標準化だけでなく、開発プロセスの標準化、ハードウェアであればユニットの標準化など。それによって生産性を上げていきたいと考えています」

同社は、さまざまな事柄を標準化して再利用比率を高めることで生産性を向上させ、コスト削減を実現する取り組みを進めている。

→ 技術を武器にグローバルニッチNo.1を目指す

現在同社は、半導体関連の製品需要が堅調に推移していることから新工場の建設を進めている。竣工は今年12月の予定だ。また昨年、ウェアラブル聴診器を開発するシンガポールのAevice Health社^{エイビスヘルス}への出資契約を締結した。この先、同社の医療領域の販売網とAevice Healthのデジタルヘルス技術の相互活用が促進されることで、より付加価値の高い新商品・新サービスの創出が可能となる見込みだ。

「予測不能な時代ですから今の延長ではスムーズな成長は難しい。ならば今の事業を成長事業に変え、今までにない新たな市場を開拓する必要があります」

そこで武器となるのは、やはりコアとなる「はかる技術」「アナログ・デジタル変換技術」だ。

「はかれないものは作れないと言われているように、高度なものを製造しようとなれば、はかる技術はより必要となります。当社はコア技術でグローバルニッチNo.1を目指します」

すでに多くのカテゴリーで世界トップクラスの製品を持つ同社、この先も技術を差別化しながら事業を多角化、グローバル化して、トップクラスの新商品・新サービスの創出に挑み続けていく。



(左) 上腕式ホースレス血圧計、(中) パルスオキシメータ、(右) バリアフリースケール

(左) マイクロ電子天びん、(中) ウェイトチェッカ、(右) 万能材料試験機

造する前工程の、マスクが設計通り正しく作られているかどうかを電子ビームを使って測定するもの。超微細な寸法を計測する技術が必要とされるが、ホロンとエー・アンド・デイ両社が培ってきた技術でどんな微細な回路パターンも計測できるのが強みだ。現在世界トップクラスのシェアを誇る。

「世界的に半導体需要が伸びています。今当社では、市場で求められるものをリサーチして複数の新規プロジェクトが動いています」

→ さまざまな事柄を標準化して生産性を向上

グローバル展開する同社にとって、世界各地の拠点

人と協働する移動ロボット



小林 貴訓氏

埼玉大学
大学院理工学研究科 教授



研究室ホームページ：<https://www.hci.ics.saitama-u.ac.jp/>

プロフィール・2000年電気通信大学大学院情報システム学研究科修士課程修了。2000-2004年三菱電機株式会社にてソフトウェア生産技術の研究開発に従事。2007年東京大学大学院情報理工学系研究科博士課程修了、同年埼玉大学着任。助教、准教授を経て2020年より現職。画像処理、知能ロボット、対話システムに関する研究に従事。特に、コンピュータビジョンを中心としたヒューマンセンシング手法の開発と、その応用として、様々な移動ロボットや対話システムを提案している。

>>

>>>

■ はじめに

2030年ころには65歳以上の割合が人口の3割を超え、団塊ジュニア世代が高齢期に入る2040年ころには、生産年齢人口が急減することで、地域の経済・産業の停滞や、医療・介護といった社会保障費の増大が危惧されている。このような統計的な現実に対して、筆者は、身体的・精神的な健康寿命の延伸は、技術で支援しうる課題であると考え、高齢者の身体的QOL (quality of life)、精神的QOLの向上にロボット技術で貢献したいとの想いの下、教育研究活動に携わってきた。すべての高齢者が生き生きとした日常生活を送るための技術開発が理想ではあるものの、高齢者一人一人が抱える様々な課題すべてを一足飛びに解決する万能な技術は、少なくとも現時点においては存在せず、個々の課題に対して、それぞれに固有の支援方法が求められることとなる。本稿では、ヒューマンセンシングやロボット技術に基づいた高齢者を支援するシステムに関して、これまでの取り組み内容について紹介したい。

■ ロボット車いす

車いす利用者が一人でどこへでも気軽に出かけてゆける社会が実現すれば理想的であるが、実際には車いす利用者は高齢者であったり、歩行以外にも障がいのある方だったりすることが多く、家族や友人などの同伴者と一緒に出かけることが多い。また、車い

す利用者やその関係者に話を伺うと、そのような場合は、同伴者が車いすを操作する場合がほとんどであるという。近年では、老々介護が社会的な問題になっていることから、このような同伴者の負担を軽減することにも目を向ける必要があると考えられる。

一方で、車いす利用者と同伴者が一緒に出かける状況を観察すると、例えば、車いすを同伴者が押している状況で、車いす利用者が買い物しようとする、レジの店員は、車いす利用者ではなく、後ろにいる同伴者に視線を向けて話しかけてしまう場面がある。(写真1) これは、社会学における成員カテゴリー化と呼ばれる現象によって、同伴者は「介護する人」、車いす利用者は「介護される人」としてカテゴリー化され、店員は介護する人とコミュニケーションをとってしまうと分析される。そこで、同伴者が車いすを後ろから押すのではなく、車いす利用者が同伴者と横に並んで一緒に移動すれば、介護する人と介護される人の関係性を変えることができるのではないかと考え、同伴者と一緒に移動できるロボット車いすの開発に取り組んだ。(写真2)

同伴者と横に並んで移動するためには、同伴者の進みたい方向を速やかに察知して車いすを制御する必要がある。特に、同伴者と車いすが横に並んでいる場合には、同伴者は車いすが邪魔になって、車いすの方向に曲がるできない。そこで、周辺の物体までの距離を計測することができるLiDARセンサを



(写真1・左) 車いす利用者の買い物場面。店員の視線は同伴者に向いている。

(写真2・右) ロボット車いす。同伴者と車いす利用者は横に並んで移動できる。

用いて同伴者の身体の位置と向きを計測し、同伴者の進路を予測することで車いすを制御する方法を確立した。本ロボット車いすは、実際の高齢者介護施設での実験でも、車いす利用者に関わる人々に好意的に受け入れられた。

一方で、介護施設などでは、一人の介護士が、何台もの車いすを一日に何回も移動させており、人手不足から、一人で複数の車いすを移動せざるを得ない状況もめずらしくないとのことである。(写真3)そこで、複数の車いすが、同伴者と一緒に移動できる技術の開発に取り組んだ。特に、介護施設では、認知症の進行抑止の観点から、話しかけが重要とされていることから、顔を見て話をしながら複数の車いす利用者と一緒に移動できることを目標とした。複数の車いすと同伴者が位置関係を維持しながら移動するためには、それぞれの車いすが自身の位置を認識し、他の車いすや同伴者との位置関係に基づいて、自律的に移動できる必要がある。

自律移動を行うためには、まず、事前にLiDARセンサにより、施設内の通路や部屋などの形状を計測して地図を作成する。そして、移動体に搭載したセンサから得られるデータと作成した地図を比較することで自己位置を推定し、目的地までの経路を計算する。最後に、目的地までの経路に添うように障害物を避けながら移動する。これらの基本的な枠組みは自動車の自動運転と同様であるが、車いすは、交通ルールのない、歩行者と混在する屋内環境での自動走行を求められることから、多くの点で自動車とは異なる技術やアプローチが必要となる。例えば、屋内ではGPSの利用ができない一方で、障害物を避けて歩行

者と協調的に移動するためには、誤差が数cm程度までの高い精度の自己位置推定が求められるなどの技術的な側面や、障害物や他の歩行者を避けるために頻繁に進路変更を行うと搭乗者の乗り心地が悪化するなどの移動時の振舞いにも異なる配慮が必要となる。

これらの課題を解決し、開発した技術に基づいて、様々な位置関係で複数の車いすを移動させる実験を行ったところ、複数の車いすを一列で移動させると、車いす利用者は荷物のように扱われていると感じてしまい、一緒に移動しているという感覚を得られないことが分かった。そこで、移動中の適切なフォーメーションを検討するために、様々な位置関係でコミュニケーションをとりながら移動する実験を行ったところ、2台の車いすであれば、斜めに少しずらした位置関係で移動することが適切であることが分かった。(写真4)

・ロボット買い物カート

デイサービスを中心とした高齢者介護施設では、ただ歩くよりも苦しくなく、買い物リストの記憶や会計などの認知的な刺激、会話などを通じた社会参加ができることなどから、リハビリに買い物を取り入れている。この「買い物リハビリ」では、店内の案内、荷物の運搬、身体の支え、見守りなどのために、介護士が1対1で付き添う必要があり、非常にコストの高いサービスとなっている。一方で、高齢者は、衣料品などはゆっくり選びたい、特価品を買いたいなどの気持ちがあるものの、介護士の前ではためらわれるといっ



(写真3・左) 介護施設での車いすの利用。人手不足から、複数の車いすを一人で移動させることもある。

(写真4・右) 複数のロボット車いす。お互いに位置関係を調整して移動している。



(図1・左)ロボット買い物カート。高齢者の買い物リハビリを支援する機能を備えている。
(写真5・右)状況に応じた位置関係の調整。ロボット買い物カートが商品を手に取ったユーザの隣にきている。



た不満もある。そこで、この「買い物リハビリ」の支援のため、店内の案内や荷物の運搬、身体を支えなどを支援する自動走行機能を持つロボット買い物カートの開発を行った。特に、商品を指定することで、その売り場までユーザを先導して案内するだけでなく、ユーザが途中で寄り道して別の商品の買い物をする場合などでも、ロボット買い物カートが追従し、買い物を支援できるようにしている。(図1)

このような自律移動ロボットの振舞いを実現するためには、これまでのロボット車いすの研究で確立した移動ロボットが目的地まで自律移動してユーザを誘導するという機能と、移動ロボットがユーザに追従するという機能を統合し、状況に応じて移動の主体性を適応的に切り替える必要がある。具体的には、ユーザがロボットの後ろ側と一緒に移動していれば、ロボットは目的地への自律移動を続けるが、ユーザがある程度離れてしまったら、ロボットがユーザに追従する。このような振舞いをする事で、ユーザとロボットの緩やかな協調移動を実現した。

また、買い物場面では、ユーザが商品を手に取ったら、ロボット買い物カートは、ユーザのすぐ隣に来て、商品を入れやすい位置関係を作る必要がある。そのため、社会学者のKendonが提唱したF陣形理論を指針としてユーザとロボット買い物カートの位置関係の制御を行った。F陣形とは、複数の人々が対面して会話や共同作業を行う際に自然に形成される身体的な位置関係の一つであり、ユーザの身体の前方にあ

る手の届く範囲(操作領域：O-Spaceと呼ばれる)を重ね合わせることで、複数のユーザが共同で作業するのに都合の良い身体配置が形成される。このような動作をロボット買い物カートで実現することで、あたかも買い物カゴを持った同伴者が買い物を手伝ってくれているような位置関係で移動することができるようになった。(写真5)

・移動ロボットと対話

人に追従する荷物運びロボットや自動走行車いすなどの開発は進展が著しく、空港などの整備された環境において、目的地まで自動走行する車いすの実用化がすでに始まっている。しかし、移動のラストワンマイルは解決されておらず、ユーザの痒い所には手が届いていない。自動走行する車いすの場合では、病室の前までは自動走行できるけれど、患者によりレイアウトが異なるベッドのすぐ横には行けない。荷物運びをする台車であれば、手の届くところに荷物を持って来てほしいけれど、ロボットに「ちょっとこっちに来て」と言っても「ちょっと」も「こっち」も理解できないので、結局ユーザがロボットのところまですこし歩いて荷物をとることになる。これらの課題を解決し、密接な協働を可能とする移動ロボットの実現には、ユーザの意図を理解し、支援方法を自ら判断して実行する仕組みが必要となる。

ロボットがユーザの意図を理解するためには、ユー

ザがどのような状況にあるかという環境を含めた文脈が重要となる。特に、移動ロボットがユーザの行動を理解するには、場所によって変化する文脈を扱う必要があり、ユーザの身振りや発話だけでなく、様々な状況におけるユーザの身体性を考慮して、ユーザの意図を理解する必要がある。近年、AIとしてもはやされている深層学習の発展により、ユーザの振舞いや周辺の環境認識技術は飛躍的に進歩したが、これらの認識結果からユーザの意図を推定することは、現在でも非常に困難な問題である。さらに、ユーザの意図がある程度推定できた場合でも、ロボットが適切な支援を実行し、それがユーザに受け入れられるためには、支援方法の選択・決定やロボットの行動意図の提示など、解決すべき課題は多い。

これまでの実証実験から、移動ロボットとの協働には、音声対話による指示が適していることが分かってきており、ユーザの振舞いの認識に加えて、音声による移動ロボットとの対話を可能とすることが重要であると感じている。特に、近年ではChatGPTに代表される大規模言語モデルに基づくチャットボットの性能向上により、ユーザとの自然な会話が実現可能となりつつある。そこで、ロボット車いすなどの移動ロボットのインタフェースとして大規模言語モデルを援用した対話機能の実装を始めている。(写真6) 例えば、車いすに搭載したコミュニケーションロボットが雑談に応じたり、自然な対話からロボットが目的地を提案したりすることで、高齢者の協働意欲を高め、移動や外出がより楽しくなるようなシステムの実現をめざしてい

る。移動しながら車いすユーザと対話するために、「これ」や「それ」、「あっち」や「そっち」といった対話時の身体性や主体性が関わる空間参照を理解し、移動ロボットの自己位置に基づいた発話内容の生成に取り組んでいる。また、高齢者の外出意欲を高めるために、ユーザとの対話履歴を参照し、「ずっと蕾だったお花がやっと咲いたね」といった個人化された長期的なインタラクションを実現する対話型移動ロボットの開発にも取り組んでいる。(図2)

・文理融合による実践的研究

これまで述べた研究事例は、介護施設やスーパーマーケットなどの実際の現場に着目し、ユーザを支援する移動ロボットを実際に作成して動作させる実践的研究である。社会学の研究者と協働し、実際のワークプレイスでの作業のエスノグラフィーを用いた観察と分析により、ユーザの行動の質的理解を行ってきた。また、人間中心設計やサービスデザインなどの手法に基づき、実際の環境で動作するロボットシステムを設計・開発し、実際の環境・ユーザによる実証実験を通じて、社会的・UX (user experience) 的視点での評価を行ってきた。今後は、ユーザの行動の予測と意図理解に基づいて、トップダウン的なユーザのタスク達成を支援する枠組みを構築したいと考えている。ロボット技術が一般化しつつある現在において、工学的、効率の側面だけに注目せず、ユーザ視点で技術を検討、評価することは、忘れてはならない重要な視点ではないだろうか。



(写真6・左) 車いすに搭載したコミュニケーションロボット。進路や目的地を示したり、雑談に応じたりする。



(図2・右) ユーザの意図理解に基づいてタスク達成を支援する移動ロボットの現況。

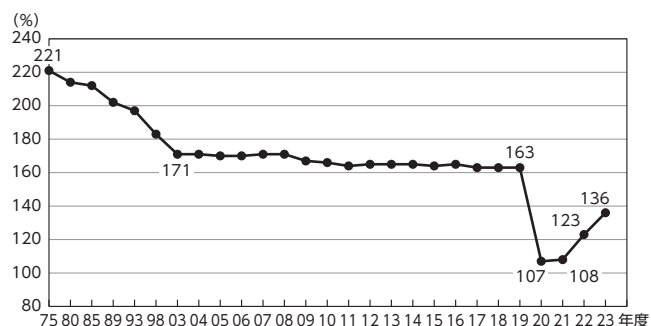
鉄道の混雑率が低下

国土交通省は、通勤・通学時間帯の鉄道の混雑率（最混雑時間帯1時間の平均）を毎年公表している。東京圏の混雑率は、コロナ前の2019年度の163%から20年度は107%と大きく低下し、21年度はほぼ横ばいとなった後、22年度123%、23年度136%と2年連続で上昇した。

混雑率は、輸送人員（実際に運んだ旅客人数）÷輸送力（運ぶことができる旅客人数）で求められる。混雑率200%が「体が触れ合い、相当圧迫感がある」、180%が「肩が触れ合い、やや圧迫感がある」、150%が「肩が触れ合わない程度」、100%が「座席につくか、座席前の吊革につかまるか、ドア付近の柱につかまることができる」状態である。

1970年代は体が触れあい相当圧迫感のある状態だったが、2000年代は肩が触れるか触れ合わない程度に混雑は緩和し、コロナ禍では立っている人も吊革や柱につかまることができるようになった。コロナ後は上昇したものの車内は比較的余裕を感じられる。コロナ禍でテレワーク等が普及したことで、混雑率が緩和し電車内はかつてより快適となっている。

●東京圏における主要区間の平均混雑率



資料：国土交通省「都市鉄道の混雑率調査結果」

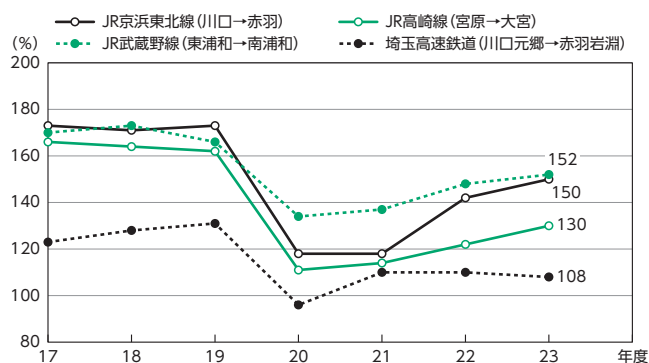
（注）混雑率は最混雑時間帯1時間の平均、東京圏は31区間の平均混雑率

埼玉県内の京浜東北線や高崎線、武蔵野線、埼玉高速鉄道の混雑率の推移をみても、コロナ禍で大きく低下し、コロナ後の混雑率もコロナ前に比べ低い水準となっている。こうしたコロナ禍を挟んだ混雑率の低下を受けて、一部の鉄道会社では1編成の車両

数を減らす動きもみられる。

なお、武蔵野線はコロナ前の170%程度からコロナ禍は130%台半ばまでしか下がりず、コロナ後も150%程度とやや高い水準となっている。

●埼玉県内鉄道路線の混雑率



●混雑率の目安

100%	座席につくか、座席前の吊革につかまるか、ドア付近の柱につかまることができる。
150%	肩が触れ合わない程度。ドア付近の人が多くなる。
180%	肩が触れ合い、やや圧迫感がある。ドア付近の人は窮屈となり、体の向きを変えるのが困難となる。
200%	体が触れ合い、相当圧迫感がある。ドア付近の人は身動きがとれない。

資料：国土交通省「都市鉄道の混雑率調査結果」

通勤・通学における利用交通手段

(都道府県別)

鉄道の混雑率が緩和し通勤・通学は楽になったが、実は全国でみると通勤・通学に鉄道・電車（以下、電車）を利用するのは多数派ではない。電車と自転車、電車とバス、電車と自家用車（車）など、電車と他の交通手段を合わせて使う場合を含め、電車を通勤・通学時に利用するのは全体の25.5%にとどまる。最も多いのは車で49.5%と半数近くにとどまる。

車ではなく電車利用が最も多い都道府県は、東京都（60.1%）、神奈川県（52.1%）、千葉県（42.2%）、大阪府（41.9%）、埼玉県（39.8%）のみで大都市圏に集中している。一方、車の利用が最も多いのは、山形県で80.9%、以下、秋田県（80.7%）、富山県

(79.9%)、福井県(79.0%)、福島県(77.7%)、群馬県(77.7%)と続いている。埼玉県は、電車39.8%、車36.1%、自転車20.3%、バス7.3%、徒歩5.5%となっており電車利用が最も多い。全国平均と比べると、電車と自転車が全国に比べ高く、車が低い。

関東1都6県をみると、東京都と神奈川県が似た構成になっており、電車利用が非常に高い。埼玉県と千葉県も似ており、電車利用が車をやや上回っている。埼玉県は自転車の割合が高いのが特徴で、全国でも3番目に高い。茨城県、栃木県、群馬県の北関東3県も似た構成となっており車が最も多い。

●通勤・通学における利用交通手段の割合 (都道府県別、複数回答)

	自家用車	鉄道・電車	自転車	乗合バス
1	山形県 80.9	東京都 60.1	大阪府 27.8	神奈川県 16.1
2	秋田県 80.7	神奈川県 52.1	京都府 20.3	長崎県 12.3
3	富山県 79.9	千葉県 42.2	埼玉県 20.3	東京都 10.4
4	福井県 79.0	大阪府 41.9	東京都 19.4	京都府 10.4
5	福島県 77.7	埼玉県 39.8	愛媛県 17.1	福岡県 10.0
6	群馬県 77.7	奈良県 35.7	高知県 16.5	北海道 9.0
7	島根県 77.0	兵庫県 34.1	兵庫県 16.5	兵庫県 8.9
	全国 49.5	全国 25.5	全国 14.2	全国 6.8

(1都6県、複数回答)

	鉄道・電車	自家用車	自転車	乗合バス	徒歩のみ
埼玉県	39.8	36.1	20.3	7.3	5.5
東京都	60.1	10.2	19.4	10.4	8.5
神奈川県	52.1	21.0	13.2	16.1	8.4
千葉県	42.2	37.6	14.8	8.7	5.6
茨城県	11.4	72.9	9.2	3.3	4.6
栃木県	7.3	75.9	10.4	2.2	4.3
群馬県	6.1	77.7	10.3	1.0	4.5
全国	25.5	49.5	14.2	6.8	7.0

資料:総務省「国勢調査」

(注)利用交通手段は複数回答のため合計は100%を超える

通勤・通学者数全体を100%として利用交通手段別の割合を算出すると、全国では、電車のみを利用する割合は17.1%にとどまり、最も多いのは車のみの46.9%である。電車のみが最も多いのは、東京都(46.2%)、神奈川県(34.7%)、大阪府(29.8%)の3つのみである。埼玉県では、車のみ33.0%、電車のみ25.7%と車利用の方が多く、自転車のみ12.7%、徒歩のみ5.5%、電車と自転車5.4%と続いている。

このように電車での通勤・通学は全国では少数派に属するが、埼玉県では全国より利用率が高い。

●通勤・通学における利用交通手段の割合

(%)

	自家用車のみ	鉄道・電車のみ	自転車のみ	徒歩のみ	鉄道・電車及び自転車	鉄道・電車及び乗合バス	その他
埼玉県	33.0	25.7	12.7	5.5	5.4	4.9	12.8
東京都	8.5	46.2	12.9	8.5	4.6	6.4	13.0
全国	46.9	17.1	9.8	7.0	2.6	3.3	13.2

資料:総務省「国勢調査」

(注)前の2つの表と異なり、電車と自転車、電車とバスなど、2つ以上の手段を使う場合は複数回答としていないので、合計は100%となる

(県内市町村別)

県内市町村別に最も多い利用交通手段をみると、車のみ利用の割合は49市町村で最も多く、都心から離れるほど高くなっている。利用率が50%以上の市町村は29に達する。車のみが最も多いのは美里町で78.1%、以下、小鹿野町77.7%、皆野町76.9%、神川町76.7%と続いている。

電車のみ利用が最も多い市町村は12あり、このうち蕨市(42.6%)、和光市(41.5%)、朝霞市(40.4%)の3市が40%を超える。八潮市と新座市は、徒歩・バス・自転車のいずれか1つを使って通勤・通学する割合が最も高かった。比較的自宅から近いところに通勤・通学している人が多いとみられる。

●通勤・通学における最も多い利用交通手段(市町村別)



(%)

	自家用車のみ	鉄道・電車のみ	徒歩、バス、自転車のいずれか1つを使う
1	美里町 78.1	蕨市 42.6	八潮市 25.9
2	小鹿野町 77.7	和光市 41.5	新座市 25.1
3	皆野町 76.9	朝霞市 40.4	
4	神川町 76.7	富士見市 38.4	
5	東秩父村 76.0	戸田市 36.8	
6	ときがわ町 74.1	志木市 36.3	
7	長瀬町 74.1	所沢市 35.1	

資料:総務省「国勢調査」

通勤・通学をめぐる生活時間

●通勤・通学時間

都道府県	時間(分)
1 神奈川県	106
2 埼玉県	100
3 千葉県	99
3 東京都	99
5 大阪府	91
6 奈良県	89
7 兵庫県	87
44 鳥取県	59
45 愛媛県	58
46 宮崎県	57
47 山形県	55
全国平均	81

資料:総務省「令和3年社会生活基本調査」(以下、同じ)
(注)15歳以上の有業者で、通勤・通学している人の平日の平均

通勤・通学を巡る生活時間をみてみよう。埼玉県の通勤・通学時間は100分と神奈川県に次いで全国で2番目に長い。全国平均に比べ19分長く、最短の山形県とは45分も違う。

上位には埼玉県のほか神奈川県や千葉県、東京都、大阪府、奈良県などの大都市圏が並んでいる。こうした都府県では、自宅の近くよりも都心の方が就業機会が多く、給与水準も

高いため、時間をかけても通勤していると考えられる。

ちなみに2020年の国勢調査によれば、埼玉県民(15歳以上)で就業している者は339万人で、そのうち埼玉県外に通勤している者は93万人おり、その87.7%にあたる82万人が東京都に通勤している。埼玉県民の就業者のおよそ4人に1人が東京都に通っていることになる。

埼玉県民は通勤時間が長いと、朝の出勤時刻は早く仕事からの帰宅時刻は遅い。出勤時刻は全国平均に比べ8分早く帰宅時刻は7分遅い。全国順位は出勤時刻が15番目に早く帰宅時刻は5番目に遅い。

このためか埼玉県民は睡眠時間が短い。睡眠時間は7時間51分(471分)と千葉県、大阪府と並び、全国で6番目に短い。全国平均と比べると、わずかながら3分短い。最も長い青森県(8時間8分)と比べると17分短い。最も短いのは神奈川県、東京都の7時間48分(468分)だった。埼玉県民は通勤時間が長く睡眠時間は短い。睡眠不足を補うために、通勤途中で睡眠をとる人が多いかもしれない。

起床時刻は6時37分と全国平均並みだが、全国では9番目に遅い。最も早い青森県(6時16分)と比べると21分遅い。一方、就寝時刻も23時9分と全国平均

●出勤・仕事からの帰宅時刻

	出勤	仕事からの帰宅
1 香川県	8:00	東京都 19:15
2 長崎県	8:01	神奈川県 19:00
3 長野県	8:02	千葉県 18:55
4 静岡県	8:07	愛知県 18:42
5 宮城県	8:08	埼玉県 18:41
6 栃木県	8:08	大阪府 18:41
7 宮崎県	8:08	兵庫県 18:38
8 青森県	8:09	滋賀県 18:35
9 岩手県	8:09	広島県 18:35
10 福島県	8:09	栃木県 18:33
11 徳島県	8:09	奈良県 18:33
12 大分県	8:10	山梨県 18:32
13 島根県	8:11	福岡県 18:30
14 鹿児島県	8:11	山形県 18:27
15 埼玉県	8:12	宮城県 18:26
16 群馬県	8:13	茨城県 18:26
45 高知県	8:26	高知県 17:56
46 山梨県	8:29	鹿児島県 17:56
47 東京都	8:43	愛媛県 17:54
全国平均	8:20	全国平均 18:34

(注)15歳以上の有業者で、通勤・通学している人の平日の平均

●睡眠時間

都道府県	時間(分)
1 青森県	488
2 秋田県	486
3 鹿児島県	485
4 宮城県	484
4 高知県	484
40 埼玉県	471
40 千葉県	471
40 大阪府	471
43 兵庫県	470
43 岡山県	470
45 静岡県	469
46 東京都	468
46 神奈川県	468
全国平均	474

(注)10歳以上の週全体の総平均時間

均より3分遅く、全国では7番目に遅い。最も早い青森県

(22時30分)に比べると39分も遅い。

仕事時間は長い。8時間8分(488分)と全国で6番目に長い。全国平均より5分長く、最短の高知県より27分長い。

以上のように、埼玉県民は通勤時間が長く、仕事時間も長い。このため朝の出勤時刻は早く、帰宅時刻は遅い。睡眠時間は短く、起床時刻は全国平均並みだが、就寝時刻は遅いといった特徴がある。

●起床時刻と就寝時刻

	起床時刻	就寝時刻
1 青森県	6:16	青森県 22:30
2 岩手県	6:20	秋田県 22:32
3 秋田県	6:20	岩手県 22:36
38 埼玉県	6:37	滋賀県 23:07
39 兵庫県	6:37	兵庫県 23:08
40 和歌山県	6:38	奈良県 23:08
41 奈良県	6:39	埼玉県 23:09
42 滋賀県	6:40	千葉県 23:10
43 神奈川県	6:43	福岡県 23:12
44 京都府	6:44	京都府 23:13
45 福岡県	6:47	神奈川県 23:17
46 大阪府	6:48	大阪府 23:19
47 東京都	6:59	東京都 23:41
全国平均	6:38	全国平均 23:06

(注)15歳以上、平日の平均時刻

●仕事時間

都道府県	時間(分)
1 千葉県	496
2 東京都	493
3 宮城県	490
4 神奈川県	489
4 広島県	489
6 埼玉県	488
6 愛知県	488
6 福岡県	488
44 島根県	468
45 愛媛県	466
46 秋田県	464
47 高知県	461
全国平均	483

(注)有業者の1日当たり平均行動時間で週全体平均

通勤時間とテレワーク

コロナ禍をきっかけにテレワークをする人が増えた。国土交通省「テレワーク人口実態調査」（全国調査）によれば、通勤時間が長くなるほどテレワーカー（現在の仕事でこれまでテレワークをしたことがある人）の割合が高い。令和5年度の調査では、テレワーカーの割合は、通勤時間が1時間30分以上で53.2%、1時間～1時間30分未満43.7%、30分～1時間未満29.6%、30分未満12.6%だった。通勤時間の長さを負担に感じ、テレワークにシフトする傾向がうかがえる。

通勤交通手段別のテレワーカーの割合をみると、電車・バスは43.3%、飛行機・その他が30.7%、自転車・徒歩が14.5%だった。また、テレワークが個人や社会に与える影響として、「とてもそう思う」または「そう思う」の割合は、「通勤の負担が軽減される」が67.2%と最も多く、次に「通勤に費やしている時間を有効に使える」が62.3%と多かった。

埼玉県は、電車通勤の割合が高く通勤時間が長い。そこで、テレワークをしていた人はしていない人に比べて、生活時間がどのように違うかを見てみよう（総務省「社会生活基本調査」、全国調査）。

テレワークをすることで減少したのは、通勤時間が1時間3分と大きく減少したほか、身の回りの用事の時間が10分、テレビ・ラジオ・新聞・雑誌の時間が8分短くなった。長くなったのは、睡眠18分、趣味・娯楽16分、仕事13分、育児10分、食事9分、休養・くつろぎ8分などである。減少した通勤時間を睡眠や趣味・娯楽、仕事、育児、食事などに充てていることがわかる。

これを年齢別にみると、すべての年齢層で通勤時間が非常に短くなっている一方で、長くなった時間にはそれぞれ特徴がある。

25～34歳では睡眠時間が41分、趣味・娯楽の時間が28分長くなっているほか、食事（15分）や学習・自己啓発・訓練（11分）も長い。35～44歳では育児時間が23分長く、趣味・娯楽（17分）、食事（11分）も長くなっている。45～54歳では睡眠時間が17分、食事時間が16分長くなっている。このほか、15～24歳では睡眠時間（66分）、55～64歳では休養・くつろぎ（29分）、65～74歳ではスポーツ（22分）と仕事（19分）、75歳以上では家事（37分）が長くなっている。

このように、テレワークで通勤時間が減少した分を、睡眠や育児、趣味・娯楽など、年齢層ごとに異なる行動に充てていることがみてとれる。

なお、テレワーク実施により削減された通勤時間を、リカレント教育やリスキリングといった学び直しに充てることへの期待が高まっているが、「学習・自己啓発・訓練」の増加時間をみると、全体では6分にとどまっているが、15～24歳が12分、25～34歳が11分増加しており、若い世代では学び直しへの意欲が高いことがうかがえる。（樋口広治）

●テレワーク（在宅勤務）実施による生活時間の変化（2021年、全国）
（「テレワークをしていた人の時間」－「テレワークをしていない人の時間」）

（分）

	総数	15～24歳	25～34歳	35～44歳	45～54歳	55～64歳	65～74歳	75歳以上
睡眠	18	66	41	1	17	13	-3	12
身の回りの用事	-10	30	-17	-11	-3	-13	7	-27
食事	9	11	15	11	16	9	17	-15
通勤・通学	-63	-63	-72	-63	-63	-65	-43	-22
仕事	13	-15	-7	0	-1	5	19	-37
家事	-1	9	9	-1	2	-13	-26	37
介護・看護	1	0	1	1	2	0	-2	-3
育児	10	-1	-2	23	5	0	0	0
テレビ・ラジオ・新聞・雑誌	-8	4	-6	-2	7	9	-13	-1
休養・くつろぎ	8	-14	-1	10	3	29	13	11
学習・自己啓発・訓練（学業以外）	6	12	11	7	3	3	4	11
趣味・娯楽	16	-12	28	17	10	12	-8	15
スポーツ	5	11	3	5	5	6	22	0

（注）15歳以上の有業者、平日の総平均時間



アンケート調査

埼玉県内企業経営動向調査

自社業況はコロナ禍後で最高の水準ながら、先行きには不透

国内景気

(現状)

最近(2025年1月)の国内景気に対する見方は、「上昇」10%、「下降」15%で、BSI(「上昇」-「下降」の企業割合)は▲5と、前回調査(2024年10月)の▲5から横ばいとなった。国内景気のBSIは2024年7月期にマイナスに転じたのち、三四半期連続でマイナスが続いている。

業種別にみると、製造業はBSI▲12で前回調査の▲7から5ポイントの低下、非製造業は0で前回調査の▲5から5ポイントの上昇と、方向が分かれた。

(先行き)

先行き(約6カ月後)については、「上昇」10%、「下降」23%で、BSIは▲13と、現状の▲5から8ポイントの低下となった。今回調査を行った1月に発足した米国新政権による経済政策など、経済の不確実性が増大しており、国内景気、経営環境の先行きに慎重な見方が広がっているとみられる。

業種別では、製造業は現状の▲12に対して▲20と8ポイントの低下、非製造業は現状の0に対して▲9と9ポイントの低下となった。先行きについては、製造業と非製造業ともに低下する結果となった。

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」9%、「下降」23%で、BSIは▲14となり、前回調査(2024年10月)の▲13から1ポイントの低下となった。業界景気のBSIは28四半期連続してマイナスとなっており、業界景気について厳しい見方が続いている。

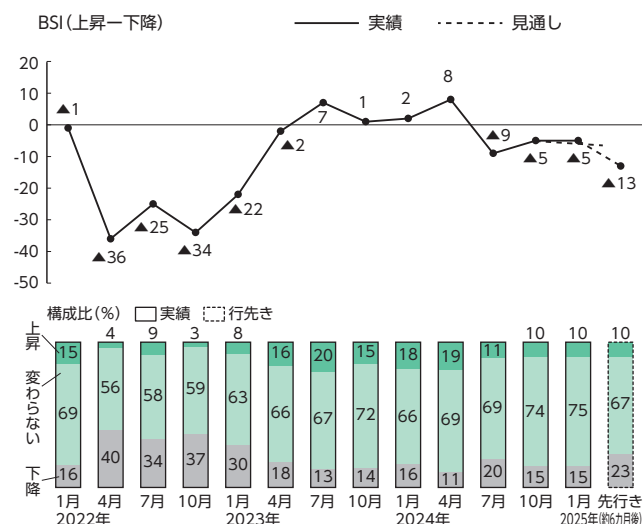
業種別にみると、製造業はBSI▲22で前回調査の▲16から6ポイントの低下、非製造業は▲8で前回調査の▲10から2ポイントの上昇となった。

(先行き)

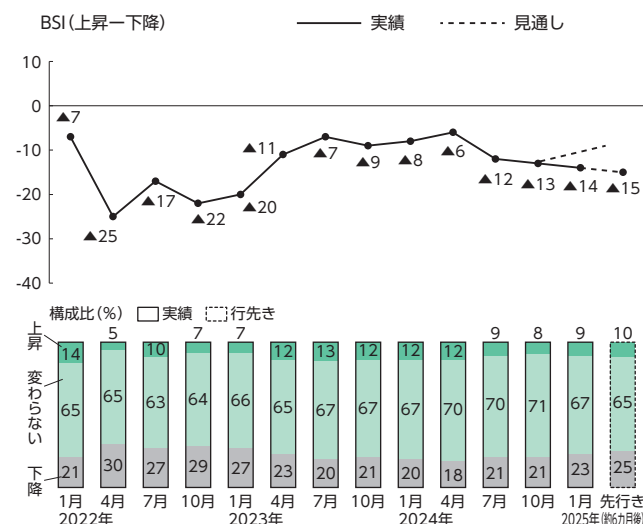
先行きについては「上昇」10%、「下降」25%で、BSIは▲15と、現状の▲14から1ポイントの低下となった。見通しにおいても、自社業界への厳しい見方が続いている。

業種別では、製造業はBSI▲20で現状の▲22から2ポイントの上昇、非製造業は▲13で現状の▲8から5ポイントの低下となった。

国内景気



業界景気



明感もあり

自社業況

(現状)

最近の自社の業況に対する見方は、「良い」33%、「悪い」9%で、BSI(「良い」－「悪い」の企業割合)は+24となり、前回調査(2024年10月)の+18から6ポイントの上昇となった。自社業況のBSIは16四半期連続してプラスで推移しており、「良い」とする企業が多い状態が続いている。

業種別にみると、製造業はBSIが+14で前回調査の+16から2ポイントの低下、非製造業は+31で前回調査の+19から12ポイントの上昇と、方向が分かれた。製造業と比較して、非製造業のBSIはより高い水準にある。

(先行き)

先行きは「良い」27%、「悪い」9%で、BSIは+18と、現状の+24から6ポイントの低下となった。

業種別では、製造業はBSI+11で現状の+14から3ポイントの低下、非製造業は+22で現状の+31から9ポイントの低下となった。

自社業況の現状は、依然として高い水準となっているものの、先行きについては低下する見通しとなった。

売上高

(現状)

2024年10～12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+11となり、前回調査対象期間(2024年7～9月期)の+7から4ポイントの上昇となった。売上高のBSIは2020年7～9月期以降、2022年10～12月期を除いて、プラス水準での推移が続いている。

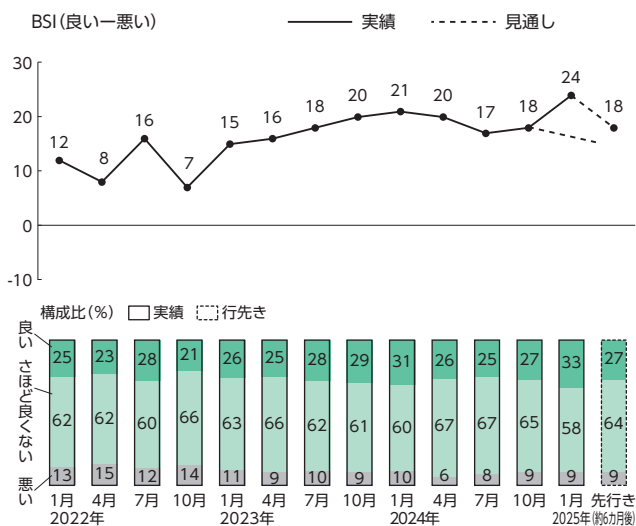
業種別にみると、製造業はBSI+7で前回調査の+3から4ポイントの上昇、非製造業は+14で前回調査の+8から6ポイントの上昇と、ともに改善している。

(先行き)

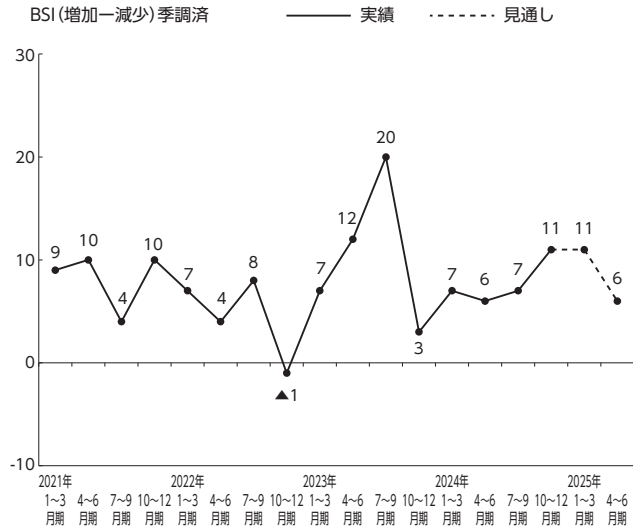
先行きについては、2025年1～3月期のBSIが+11、4～6月期は+6と、現状の+11から横ばいののち、低下する見通しとなっている。

業種別では、製造業が2024年10～12月期、2025年1～3月期、4～6月期に+7→+11→+10、非製造業では+14→+11→+2となっており、非製造業が製造業に比べやや弱い見通しとなっている。

自社業況



売上高



☑ 経常利益

(現状)

2024年10～12月期の経常利益は、季調済BSIが+2となり、前回調査対象期間（2024年7～9月期）の+1から1ポイント上昇し、2四半期連続でプラスとなった。経常利益増加企業の増加の要因（複数回答）は、「売上・受注の好調」をあげるところが80.2%、「販売単価の上昇」が46.5%などとなった。仕入価格や諸経費価格が高止まりしているなか、売上高・経常利益のBSIとも改善しており、価格転嫁や企業努力により企業収益を確保しているとみられる。

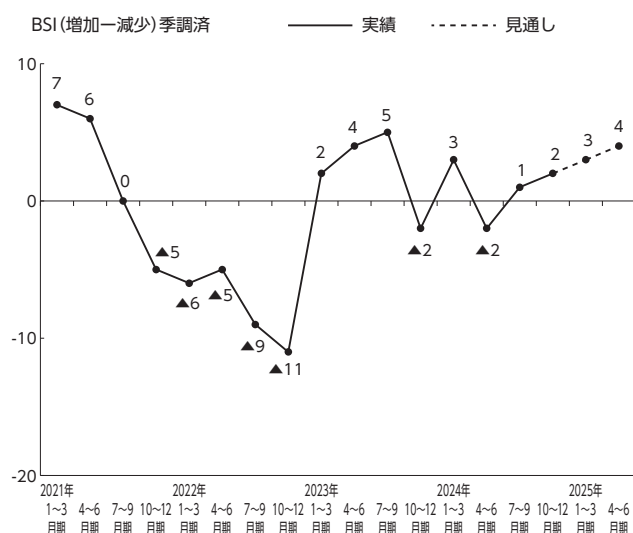
業種別にみると、製造業はBSI▲5で前回調査の+1から6ポイントの低下、非製造業は+6で前回調査の0から6ポイントの上昇と、方向が分かれ、非製造業の改善が目立った。

(先行き)

先行きについては、2025年1～3月期のBSIが+3、4～6月期は+4と、徐々に上昇する見通しとなっている。

業種別では、製造業が2024年10～12月期、2025年1～3月期、4～6月期に▲5→0→+8、非製造業では+6→+3→+3となっている。

● 経常利益



☑ 設備投資

(現状)

2024年10～12月期の設備投資は、季調済BSIが+6となり、前回調査対象期間（2024年7～9月期）の+4から2ポイント上昇し、3四半期ぶりに上昇に転じた。16四半期連続でプラスとなっており、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、前回調査と比較して「更新投資」が1ポイント、「能力増強投資」が1ポイント低下した一方で、「合理化投資」が1ポイント、「研究開発投資」が2ポイント上昇した。見通しについても「合理化投資」の割合の増加がみられ、企業が人手不足対応として省人化・省力化に向けた投資の増加を計画していることが窺える。

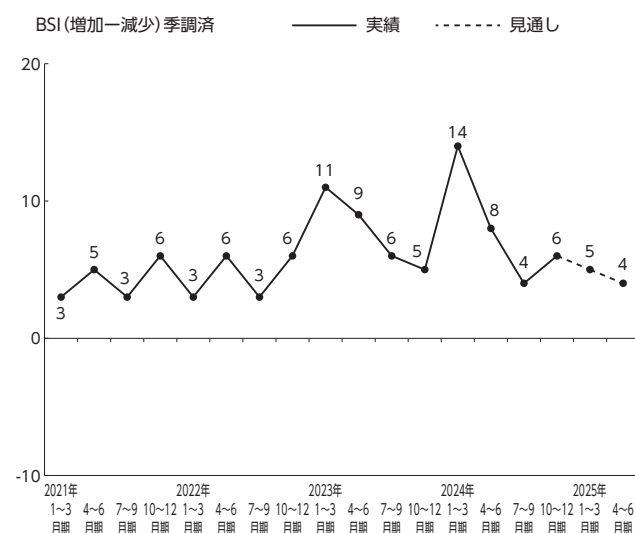
業種別にみると、製造業はBSI+10で前回調査の+4から6ポイントの上昇、非製造業は+2で前回調査の+6から4ポイントの低下となった。

(先行き)

先行きについては、2025年1～3月期のBSIが+5、4～6月期は+4と、プラスで推移するものの、徐々に低下している。

業種別では、製造業が2024年10～12月期、2025年1～3月期、4～6月期に+10→+10→+2、非製造業は+2→+1→+7となっており、業種別で方向が分かれた。

● 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+5から2ポイント上昇した。本質問項目では、新卒者の採用による増加を反映する4・7月調査にBSIが上昇し、10・1月調査に低下する傾向があるが、今回調査においては、1月調査においても前回調査より上昇した。県内企業の人材採用への意欲は依然として強いとみられる。

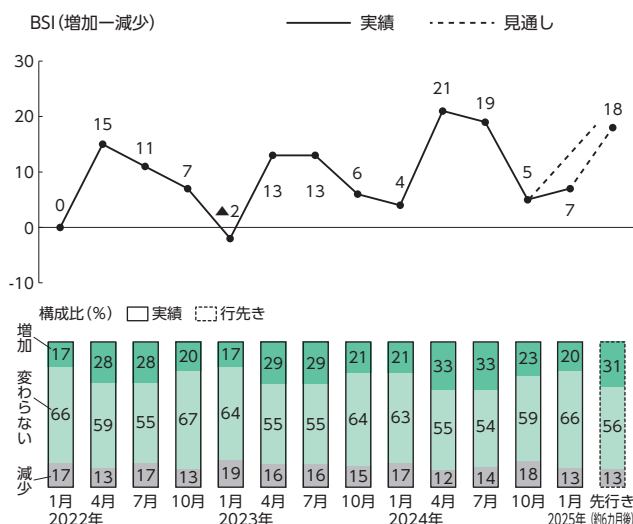
業種別にみると、製造業はBSI0で前回調査の+4から4ポイントの低下、非製造業は+11で前回調査の+6から5ポイントの上昇となった。

(先行き)

先行き(約6カ月後)については、「増加」とする企業が31%、「減少」とする企業13%でBSIは+18と、現状の+7から11ポイントの上昇となった。県内の雇用環境は先行きも企業の採用意欲が強い状態は続くと思われる。

業種別では、製造業はBSI+19で現状の0から19ポイント、非製造業は+17で現状の+11から6ポイントの上昇となっている。

●雇用



☑ 経営上の問題点

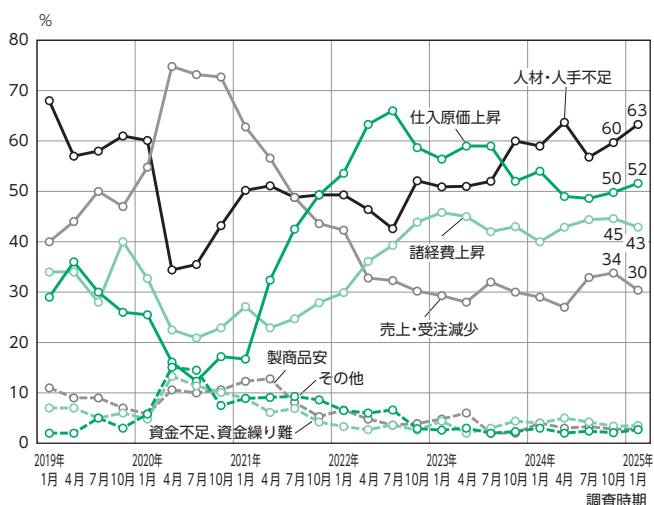
経営上の問題点(複数回答)については、「人材・人手不足」が63%と最も多かった。次いで、「仕入原価上昇」52%、「諸経費上昇」43%、「売上・受注減少」30%、「資金不足、資金繰り難」4%、「製商品安」3%などとなった。

業種別にみると、非製造業が製造業より「人材・人手不足」で22ポイント、「諸経費上昇」で10ポイント多く、逆に製造業が非製造業より「仕入原価上昇」で20ポイント、「売上・受注減少」では14ポイント多い結果となった。

経営上の問題点は、2023年10月以降、6四半期連続で「人材・人手不足」が最も多い状況が続いており、直近でさらにその割合を高めている。人手不足による企業の供給制約や機会損失が懸念される。「仕入原価上昇」や、「諸経費上昇」といった企業収益を圧迫する問題点を抱える企業の割合も高止まりしている。

(齋藤康生)

●経営上の問題点(複数回答)の推移



2025年1月実施。対象企業数1,013社、
回答企業数308社、回答率30.4%。

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 下げ止まりを示している

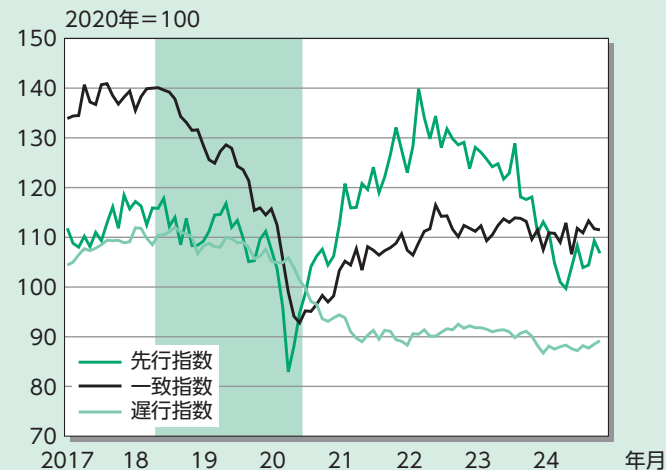
11月のCI（コンポジット・インデックス）は、先行指数：106.8（前月比▲2.5ポイント）、一致指数：111.5（同▲0.2ポイント）、遅行指数：89.2（同+0.7ポイント）となった。

先行指数は3カ月ぶりの下降となった。

一致指数は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+0.20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3カ月連続で「下げ止まりを示している」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



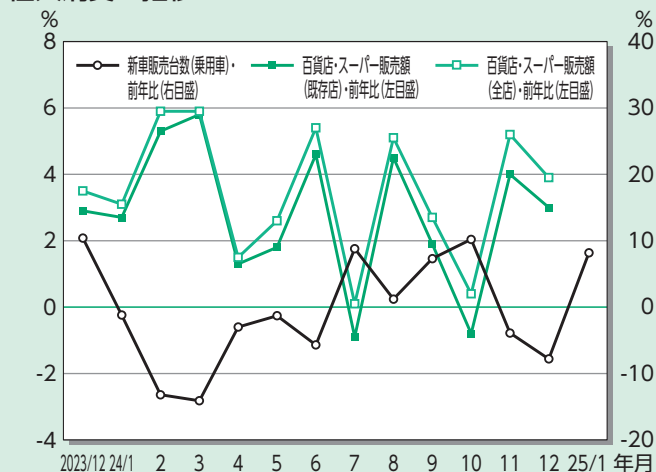
資料：埼玉県（注）網掛け部分は埼玉県の景気後退期

個人消費 百貨店・スーパー販売額は2カ月連続で増加

12月の百貨店・スーパー販売額は1,495億円、前年比+3.0%（既存店）と2カ月連続で増加した。業態別では、百貨店（同+0.4%）、スーパー（同+3.3%）とも増加した。新設店を含む全店ベースの販売額は同+3.9%と31カ月連続で増加した。

1月の新車販売台数（乗用車）は11,725台、前年比+8.2%と3カ月ぶりに増加した。車種別では普通乗用車が8,016台（同+3.2%）、小型乗用車は3,709台（同+20.7%）だった。

個人消費の推移



資料：経済産業省、日本自動車販売協会連合会

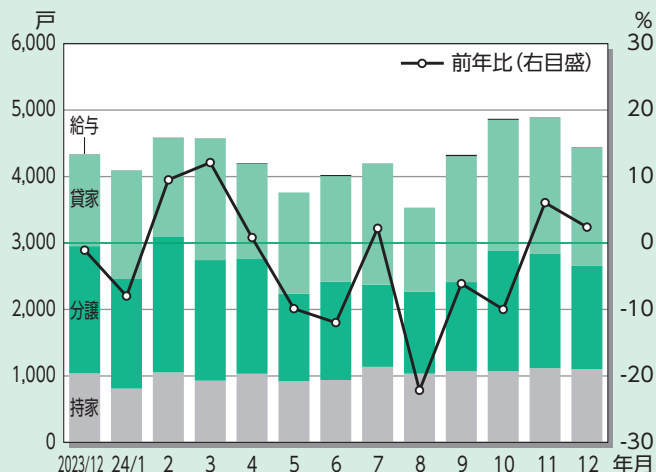
住宅 2カ月連続で前年を上回る

12月の新設住宅着戸数は4,436戸となり、前年比+2.4%と2カ月連続で前年を上回った。

利用関係別にみると、分譲が1,553戸（前年比▲18.8%）と8カ月連続で減少したものの、持家が1,104戸（同+6.2%）と4カ月連続で、貸家が1,774戸（同+28.9%）と2カ月連続で増加した。

分譲住宅は、マンションが310戸（同▲45.8%）と2カ月ぶりに、戸建てが1,234戸（同▲8.0%）と12カ月連続で減少した。

新設住宅着戸数の推移



資料：国土交通省

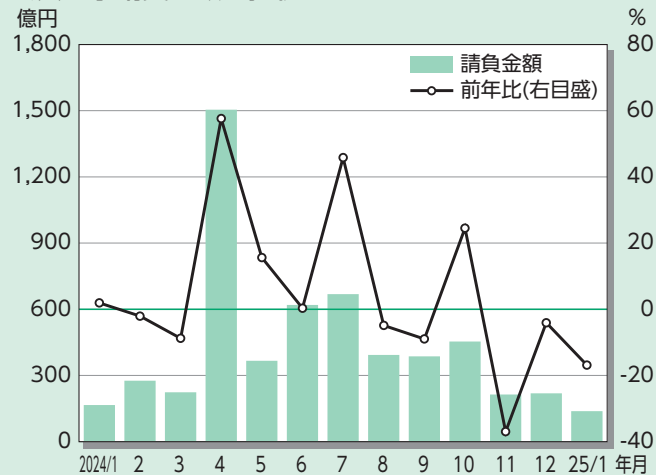
公共工事 3カ月連続で前年を下回る

1月の公共工事請負金額は138億円、前年比▲16.9%と3カ月連続で前年を下回った。2024年4～11月の累計は、同+15.9%と前年を上回っている。

発注者別では、国（同+97.0%）と市町村（同+3.4%）は増加したが、独立行政法人等（同▲83.5%）と県（同▲18.5%）が減少した。

なお、1月の請負件数は336件（同+21.3%）と前年を上回っている。

公共工事請負金額の推移



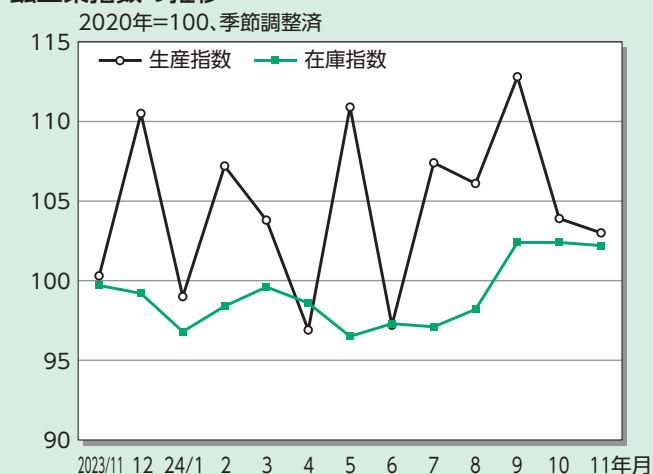
資料:東日本建設業保証(株)

生産 2カ月連続で減少

11月の鉱工業指数をみると、生産指数は103.0、前月比▲0.9%と2カ月連続で減少した。業種別では、輸送用機械、業務用機械、プラスチック製品など8業種が増加したものの、生産用機械、化学、食料品など15業種が減少した。

在庫指数は102.2、前月比▲0.2%と4カ月ぶりに減少した。業種別では、情報通信機械、電気機械、パルプ・紙・紙加工品など10業種が増加したものの、輸送機械、化学、金属製品など11業種が減少した。

鉱工業指数の推移



資料:埼玉県

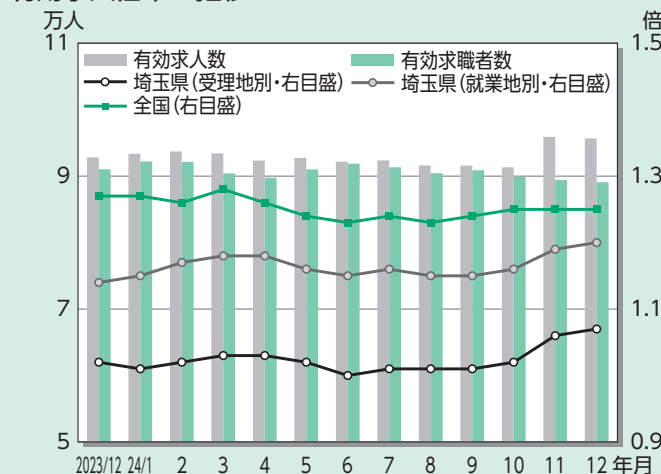
雇用 有効求人倍率は前月から上昇

12月の受理地別有効求人倍率は、前月から0.01ポイント上昇の1.07倍となった。

有効求職者数が89,080人（前月比▲0.4%）と、3カ月連続で前月を下回るなか、有効求人数も95,670人（同▲0.3%）と2カ月ぶりに前月を下回った。新規求人倍率は、前月から0.38ポイント下降の1.82倍となっている。

なお、12月の就業地別有効求人倍率は、前月から0.01ポイント上昇の1.20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、埼玉県内に就業地とする、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	
	2020年=100	前月比(%)	2020年=100	前月比(%)	2020年=100	前月比(%)	2020年=100	前月比(%)	1,000㎡	前年比(%)	1,000㎡	前年比(%)
2021年	104.3	4.3	105.4	5.4	96.1	▲ 1.8	98.5	6.4	2,929	24.0	48,460	9.5
2022年	105.1	0.8	105.3	▲ 0.1	96.9	0.8	101.2	2.7	2,454	▲ 16.2	47,203	▲ 2.6
2023年	105.9	0.8	103.9	▲ 1.3	98.5	1.7	100.7	▲ 0.5	1,974	▲ 19.6	43,448	▲ 8.0
2024年			101.5	▲ 2.3			98.7	▲ 2.0	2,144	8.6	39,200	▲ 9.8
23年11月	100.3	▲ 5.2	103.8	▲ 0.6	99.7	▲ 0.1	103.6	0.0	96	▲ 35.7	3,170	▲ 9.8
12月	110.5	10.2	105.0	1.2	99.2	▲ 0.5	102.7	▲ 0.9	85	▲ 50.8	3,426	1.0
24年 1月	99.0	▲ 10.4	98.0	▲ 6.7	96.8	▲ 2.4	101.0	▲ 1.7	138	▲ 48.2	3,269	▲ 16.1
2月	107.2	8.3	97.4	▲ 0.6	98.4	1.7	101.6	0.6	117	▲ 25.9	3,105	▲ 13.0
3月	103.8	▲ 3.2	101.7	4.4	99.6	1.2	102.6	1.0	161	22.9	3,242	15.7
4月	96.9	▲ 6.6	100.8	▲ 0.9	98.6	▲ 1.0	102.4	▲ 0.2	139	▲ 35.2	4,045	▲ 15.8
5月	110.9	14.4	104.4	3.6	96.5	▲ 2.1	103.3	0.9	136	▲ 9.1	2,874	▲ 11.7
6月	97.2	▲ 12.4	100.0	▲ 4.2	97.3	0.8	102.6	▲ 0.7	135	▲ 43.5	3,394	7.8
7月	107.4	10.5	103.1	3.1	97.1	▲ 0.2	103.0	0.4	202	159.7	3,294	▲ 8.8
8月	106.1	▲ 1.2	99.7	▲ 3.3	98.2	1.1	102.2	▲ 0.8	273	22.8	3,053	▲ 13.4
9月	112.8	6.3	101.3	1.6	102.4	4.3	102.3	0.1	345	114.6	3,480	▲ 3.8
10月	103.9	▲ 7.9	104.1	2.8	102.4	0.0	102.3	0.0	112	▲ 35.5	3,361	▲ 27.3
11月	103.0	▲ 0.9	101.8	▲ 2.2	102.2	▲ 0.2	101.3	▲ 1.0	115	19.4	3,149	▲ 0.6
12月			101.6	▲ 0.2			100.6	▲ 0.7	271	218.7	2,935	▲ 14.3
25年 1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(%)
2021年	50,154	4.4	856,484	5.0	13.4	9.1	15.3	14.7	98.9	▲ 1.5	100.3	0.3
2022年	52,138	4.0	859,529	0.4	15.0	11.8	16.0	4.3	99.0	0.1	99.7	▲ 0.6
2023年	53,228	2.1	819,623	▲ 4.6	15.4	2.3	15.2	▲ 5.3	99.2	0.2	100.4	0.8
2024年	51,488	▲ 3.3	792,098	▲ 3.4			P14.6	P▲ 3.5			P101.6	P1.2
23年11月	4,611	13.2	66,238	▲ 8.5	16.2	4.5	15.9	▲ 4.2	99.5	0.5	100.9	1.0
12月	4,332	▲ 1.1	64,586	▲ 4.0	16.7	5.7	15.5	▲ 6.0	99.8	0.4	101.0	1.1
24年 1月	4,093	▲ 8.0	58,849	▲ 7.5	13.4	▲ 4.3	13.5	▲ 6.9	99.4	0.2	100.7	0.9
2月	4,583	9.5	59,162	▲ 8.2	14.2	▲ 8.4	14.6	▲ 6.4	99.3	0.6	100.6	1.0
3月	4,575	12.1	64,265	▲ 12.8	15.0	▲ 5.1	14.9	▲ 5.7	99.0	0.7	100.0	1.2
4月	4,203	0.8	76,572	13.9	15.4	▲ 3.8	14.6	▲ 5.8	99.8	1.0	101.6	1.1
5月	3,760	▲ 9.9	65,921	▲ 5.2	13.5	▲ 6.9	13.6	▲ 2.9	99.6	0.4	101.9	1.2
6月	4,023	▲ 12.0	66,285	▲ 6.7	14.4	0.0	14.3	▲ 4.0	99.9	0.2	102.1	1.4
7月	4,198	2.2	68,014	▲ 0.2	15.3	4.1	14.9	▲ 1.3	99.3	▲ 0.3	102.1	1.3
8月	3,530	▲ 22.2	66,819	▲ 5.1	13.7	▲ 2.8	14.0	▲ 1.4	98.8	0.3	101.9	1.3
9月	4,327	▲ 6.1	68,548	▲ 0.6	14.8	0.7	14.8	▲ 2.0	98.7	▲ 0.6	101.8	1.2
10月	4,869	▲ 10.0	69,669	▲ 2.9	15.2	▲ 5.6	15.5	▲ 1.3	99.6	▲ 0.2	102.0	1.4
11月	4,891	6.1	65,037	▲ 1.8	15.0	▲ 6.8	15.6	▲ 1.3	99.4	▲ 0.1	102.0	1.1
12月	4,436	2.4	62,957	▲ 2.5			P15.1	P▲ 2.6			P102.1	P1.1
25年 1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	
	倍	倍	人	前年比(%)	千人	前年比(%)	億円	前年比(%)	億円	前年比(%)
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
2023年	1.06	1.31	32,370	▲ 0.3	867	0.1	14,020	3.6	216,049	4.2
2024年	1.02	1.25	31,526	▲ 2.6	836	▲ 3.6	14,505	2.7	224,065	3.6
23年11月	1.03	1.27	32,322	▲ 1.7	824	▲ 4.8	1,170	3.7	18,363	4.2
12月	1.02	1.27	31,051	▲ 6.8	821	▲ 3.3	1,440	2.9	22,846	2.5
24年 1月	1.01	1.27	32,969	▲ 5.0	911	▲ 3.0	1,157	2.7	18,264	3.3
2月	1.02	1.26	33,610	▲ 0.7	893	▲ 3.6	1,097	5.3	17,021	7.2
3月	1.03	1.28	28,888	▲ 5.4	831	▲ 7.4	1,225	5.8	18,886	6.5
4月	1.03	1.26	30,006	▲ 5.2	822	▲ 2.3	1,137	1.3	17,612	2.7
5月	1.02	1.24	32,267	▲ 1.5	829	▲ 0.6	1,184	1.8	18,212	4.1
6月	1.00	1.23	28,299	▲ 9.4	792	▲ 9.4	1,194	4.6	18,675	6.6
7月	1.01	1.24	30,897	1.2	843	1.2	1,213	▲ 0.9	18,990	1.1
8月	1.01	1.23	32,115	▲ 6.6	792	▲ 6.5	1,233	4.5	18,664	4.3
9月	1.01	1.24	28,653	▲ 7.7	807	▲ 5.9	1,161	1.9	17,394	1.6
10月	1.02	1.25	36,103	4.8	919	1.2	1,178	▲ 0.8	17,895	▲ 0.4
11月	1.06	1.25	34,903	8.0	802	▲ 2.6	1,231	4.0	18,976	3.5
12月	1.07	1.25	29,602	▲ 4.7	791	▲ 3.7	1,495	3.0	23,477	2.9
25年 1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(%)
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
2023年	140,830	17.3	2,651,397	19.3	339	36,671	8,690	2,402,645	104.9	3.0	105.6	3.2
2024年	137,496	▲ 2.4	2,523,105	▲ 4.8	400	60,321	10,006	2,343,538	107.5	2.5	108.5	2.7
23年11月	12,513	18.7	224,586	16.4	34	2,991	807	94,871	106.0	2.5	106.9	2.8
12月	10,945	10.4	200,630	11.0	33	7,341	810	103,228	105.9	2.2	106.8	2.6
24年 1月	10,838	▲ 1.2	193,162	▲ 4.5	28	3,716	701	79,123	105.9	1.9	106.9	2.2
2月	11,069	▲ 13.2	202,640	▲ 14.4	28	3,082	712	139,596	106.0	2.5	106.9	2.8
3月	14,216	▲ 14.1	268,843	▲ 18.6	37	9,665	906	142,252	106.4	2.4	107.2	2.7
4月	9,768	▲ 3.0	181,633	▲ 5.9	48	2,936	783	113,423	106.9	2.3	107.7	2.5
5月	9,660	▲ 1.3	176,693	▲ 1.7	40	3,416	1,009	136,769	107.3	2.7	108.1	2.8
6月	10,970	▲ 5.7	211,131	▲ 6.9	31	9,326	820	109,879	107.3	2.6	108.2	2.8
7月	12,684	8.8	229,683	3.6	35	12,052	953	781,206	107.5	2.5	108.6	2.8
8月	9,923	1.2	180,385	▲ 1.6	32	2,317	723	101,370	108.1	2.8	109.1	3.0
9月	13,480	7.3	240,399	1.1	39	7,600	807	132,754	107.7	2.2	108.9	2.5
10月	12,765	10.2	231,474	7.8	27	1,110	909	252,913	108.4	1.9	109.5	2.3
11月	12,030	▲ 3.9	222,424	▲ 1.0	30	2,680	841	160,223	108.6	2.5	110.0	2.9
12月	10,093	▲ 7.8	184,638	▲ 8.0	25	2,421	842	194,030	109.3	3.2	110.7	3.6
25年 1月	11,725	8.2	216,664	12.2	45	3,178	840	121,449				
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			



皆野町長 黒澤 栄則氏

町長のメッセージ

皆野町は、豊かな自然を生かした地域資源の活用や伝統ある文化を大切に受け継ぐとともに、子どもたちを地域が育てる「みな学の学」や大学、民間企業と連携したまちづくりに取り組んでいます。

また、町民の幸せの向上を目指し、対話を第一にチャレンジを重ねています。対話を受けて、小さなチャレンジから大きなチャレンジに繋げ、大きなワクワクを生み出し、町民が幸せを感じられるまちを目指します。

まちづくりは、行政だけでなく、町民や事業者に関わってもらうことが重要です。行政、町民、事業者、町に関係するすべての人が想いを一つに、ともに創る「共想、共創」のまちづくりに取り組んでまいります。

はじめに

皆野町は、埼玉県の西北、秩父郡の東北にあり、秩父盆地の一角に位置している。中央を荒川が東流し、その右岸に町の市街地が带状に開けている。東をみのやま養山、西を皆野アルプスの一つである破はつぶ風山に囲まれ、町からは自然豊かで四季折々の山の美しい姿を眺めることが出来る。町を囲む山々は、いずれも標高500mから1,000m程でハイキングに適した山が多い。マイカーで山頂まで登れる山もあり、車で訪れる観光客も多いが、歩けば静かで季節感豊かな山の表情を味わうことができる。

山頂からの眺望もすばらしい。秩父連山をはじめ、赤城山、日光連山をも望むことができる。養山の山頂にある「美の山公園」の付近には桜8,000本のほか、ヤマツツジ3,500本、アジサイ4,500本などが植樹されており、咲き誇る花々や新緑が美しく山を彩る4月から6月頃には、多くのハイキング客で賑わいを見せる。「美の山公園」から望む、秩父盆地の奥にそびえる武甲山はまさに絶景だ(表紙写真)。



「第3回FunTrails Round みなの」スタート地点(2024年5月)

自然が生んだ豊富な地域資源

町内では豊かな自然を生かしたトレイルランニングの大会が開催されている。トレイルランニングとは舗装されていない自然を走るスポーツで、登山道や公園、ハイキングコースなど、身近にある自然を楽しむことができる。

皆野町で行われるトレイルランニングの大会「FunTrails Round みなの」には、30kmと50kmの周回コースが用意され、ランナーは一斉に町内の山々や観光名所の中を走り抜ける。開催には多くの事業者と町民のボランティアが加わり、町全体が一体となった活気に満ちた大会となる。今年は5月11日に開催予定で、新緑の爽やかな自然の中を、約1,000人の参加者が駆け抜けることだろう。

昨年2月には、町内初となるジビエ加工場が稼働を始めた。背景には有害鳥獣被害といった地域課題がある。町ではフランス料理のシェフが開発に関わる、ハチミツや味噌等、秩父地域の特産品をふんだんに使った料理に舌鼓を打つことが出来る。キッチンカーによるジビエ料理の移動販売や、ソーセージなどの加工品を店舗で販売するほか、更なるジビエ普及に向けて、地元ホテルとの連携を進めるなど、広がりを見せている。

町は、本年2月に町内の学校給食でジビエ料理を提供した。狩猟・食育体験などで町内外の垣根を超えた交流の場を作り、秩父地域の特産品の一つとして、ジビエを広く発信していく方針だ。

皆野町概要

人口(2025年1月1日現在)	8,878人
世帯数(同上)	3,954世帯
平均年齢(2024年1月1日現在)	53.6歳
面積	63.74km ²
製造業事業所数(経済構造実態調査)	30所
製造品出荷額等(同上)	99.1億円
卸・小売業事業所数(経済センサス)	109店
商品販売額(同上)	94.3億円
公共下水道普及率	64.1%
舗装率	58.4%

資料:「令和6年埼玉県統計年鑑」ほか



主な交通機関

- 秩父鉄道 皆野駅、親鼻駅
- 関越自動車道 花園ICから町役場まで約17km

✨ 郷土愛を育む「みな」の学

町ではふるさと教育「みな」の学が推進されている。国連が提唱するSDGs（持続可能な開発目標）の一つ、「住み続けられるまちづくり」を学校教育に取り入れたものだ。町の教育委員会、事業者や町民といった様々な主体が参画する。地域の次世代を担う子どもたちへの教育を「みんな」で支え、学校、地域、町が一体となって、郷土への関心を高め、将来、主体的に地域を支える人材の育成に力を入れる。

町の小学校では郷土芸能である「秩父音頭」、「獅子舞」の体験学習が行われ、中学校では、住み続けられるまちづくりをテーマに定期的に「皆野教育シンポジウム」が開かれる。生徒はまちづくりで活躍する町職員による講義やインタビューをとおして町の現状を学ぶ。シンポジウムでは、地域や民間企業等の大人を交えたディスカッションで学びを深め、町への提言をまとめる。生徒たちと関わり、学びを得た事業者も多い。多様な世代、人材が関わりあう「対話」の実践により、未来に繋がる郷土愛を育んでいる。



町内の中学校で開催される「皆野教育シンポジウム」

✨ まちづくりに向けた町内外の連携が広がる

皆野町は、町外の大学や民間企業との連携をまちづくりに積極的に取り入れている。町の地域おこし協力隊や民間企業、大学の得意分野を活かして、地域の課題を解決し、住民の満足度を上げていく考えだ。

町は産学官連携による持続可能な地域共創の取り組みとして、昨年、駅前拠点のリニューアルに取り組んだ。皆野駅前であり、コロナ禍の影響から十分に活用できていなかった移住相談センター「みんなのんち」の建物を、コミュニティスペースに改装した。

みんなのんちは、町のこれからのプロモーション活動の拠点として活用が進む。町の地域おこし協力隊による「MINANO SUMMIT」がその活動の一つだ。「やりたい事を発表し、仲間を集め、行動を起こせる場。」をコンセプトに、将来の皆野町のことを話し合う。そこでは町役場、事業者、町内の高校生、そして地域おこし協力隊、町外では企業、大学など、立場を超えたフラットな対話が進む。同じ趣味・目的を持った仲間が集まり、気軽な気持ちで活動に参加するプラットフォーム「みんなの部活」も立ち上がった。

皆野町は町内の人口減少に直面し、これからの地域の担い手不足や多様化する住民ニーズへの対応は、行政だけでは不可能としている。活発な外部連携と、関係人口の創出を取り入れた町内の対話は、将来に向けた皆野町の想いを担っている。自然の中で育まれてきた郷土愛が、多くの人を集め、幸せな町の未来を創り出そうとしている。

(齋藤康生)

市町村経済データ

小学校数・児童数

(2024年5月1日現在)

市町村名	学校数 (校)	児童数 (人)	前年差 (人)	市町村名	学校数 (校)	児童数 (人)	前年差 (人)	市町村名	学校数 (校)	児童数 (人)	前年差 (人)
さいたま市	108	70,833	▲ 76	朝 霞 市	10	7,712	▲ 17	滑 川 町	3	1,276	6
川 越 市	33	17,320	▲ 213	志 木 市	8	4,147	▲ 50	嵐 山 町	3	683	▲ 9
熊 谷 市	29	8,536	▲ 111	和 光 市	9	4,350	▲ 28	小 川 町	5	855	▲ 53
川 口 市	52	28,661	▲ 297	新 座 市	17	8,459	▲ 195	川 島 町	4	672	▲ 17
行 田 市	12	3,218	▲ 156	桶 川 市	7	3,430	▲ 103	吉 見 町	6	599	▲ 27
秩 父 市	13	2,546	▲ 76	久 喜 市	22	6,655	▲ 44	鳩 山 町	3	405	9
所 沢 市	33	15,880	▲ 34	北 本 市	7	2,560	▲ 41	ときがわ町	3	360	▲ 19
飯 能 市	12	3,450	25	八 潮 市	10	4,223	15	横 瀬 町	1	307	▲ 18
加 須 市	22	4,906	▲ 114	富 士 見 市	11	5,648	▲ 82	皆 野 町	3	344	▲ 27
本 庄 市	13	3,548	▲ 22	三 郷 市	18	7,447	49	長 瀬 町	1	247	▲ 18
東松山市	11	4,382	2	蓮 田 市	8	2,673	34	小 鹿 野 町	4	324	▲ 38
春日部市	22	9,411	▲ 247	坂 戸 市	12	4,470	▲ 241	東 秩 父 村	1	59	▲ 1
狭 山 市	16	6,420	▲ 73	幸 手 市	9	1,890	▲ 96	美 里 町	3	474	▲ 24
羽 生 市	11	2,297	8	鶴ヶ島市	8	2,968	▲ 58	神 川 町	4	522	▲ 14
鴻 巣 市	17	5,340	▲ 33	日 高 市	4	1,962	▲ 284	上 里 町	5	1,348	▲ 34
深 谷 市	19	6,592	▲ 127	吉 川 市	8	4,015	▲ 99	寄 居 町	6	1,237	▲ 29
上 尾 市	22	10,786	▲ 102	ふじみ野市	13	5,972	▲ 112	宮 代 町	4	1,578	▲ 5
草 加 市	21	11,269	▲ 172	白 岡 市	6	2,676	▲ 3	杉 戸 町	6	1,798	▲ 62
越 谷 市	29	17,236	▲ 97	伊 奈 町	4	2,307	▲ 76	松 伏 町	3	1,200	▲ 53
蕨 市	7	3,215	11	三 芳 町	5	1,792	▲ 85				
戸 田 市	12	7,888	▲ 159	毛 呂 山 町	4	1,081	▲ 50				
入 間 市	16	6,456	▲ 108	越 生 町	2	353	▲ 18				
								市 町 村 計	800	351,268	▲ 4,188

資料:埼玉県「学校基本調査」

埼玉りそな経済情報 2025年3月号

2025年3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/>

