

埼玉りそな 経済情報

December 2020 No.204 **12月号**

- 1 **彩論** 埼玉県公営企業管理者 **高柳 三郎** 氏
—— 将来を見据えた産業団地の整備で地域に貢献
 - 2 **ズームアップ** **株式会社渋沢**
 - 5 **地域研究レポート** **eスポーツの概観と展望**
 - 9 **調査** **埼玉県内の若者流出の現状と今後の施策展開を考える**
 - 13 **アンケート調査** **埼玉県内企業経営動向調査**
—— 景気判断、売上高は最悪期を脱したものの、先行きの回復テンポは鈍い
 - 17 **県内経済の動き**
 - 19 **月次経済指標**
 - 21 **タウンスケープ** **吉見町**
—— 笑顔でつながる元気なまち よしみ
- 裏表紙 **市町村経済データ**



岩殿山安楽寺「吉見観音」(吉見町)

 **埼玉りそな銀行**
RESONA

公益財団法人
企画 編集 **埼玉りそな産業経済振興財団**

将来を見据えた産業団地の整備で 地域に貢献

埼玉県公営企業管理者
高柳 三郎氏



首都圏の一翼を担う本県は、約4,400万人の人口を有する首都圏の巨大マーケットの中心に位置しています。また、高速道路網は南北方向に常磐・東北・関越・首都高が、東西方向には東京外環、圏央道が走り、鉄道網は東北・上越・北海道・山形・秋田・北陸新幹線により、東日本の主要都市と結ばれています。このような本県の優位性を生かし、産業や地域の振興、さらには新たな雇用の創出を図るため、県企業局では産業団地の整備を進めています。

これまでに、産業団地など40団地、約2万haの整備を完了し、これらの団地には約千社の企業が立地しています。

整備する地区につきましては、企業の立地ニーズや事業の採算性等を踏まえ決定しますが、特に平成19年度からは圏央道沿線地域で急速に高まる企業立地ニーズに対応するため、「田園都市産業ゾーン基本方針」に基づき、同沿線地域で6団地、約150haを整備しました。また、平成27年度からは圏央道整備による効果を幅広く波及させていくため、対象地域を圏央道以北地域まで広げて2団地、約30haを整備したところです。現在は対象地域を県内全域に拡大し、8地区の産業団地を整備中の他、1地区で企業への分譲地引渡しを進めています。

産業団地の分譲にあたりましては、現在「エントリー&オーダーメード方式」を採用しています。これは、造成工事に着手する前に立地を希望する企業を「事前エントリー企業」として募集し、意見交換を通じて区画の面積・形状等の希望を整備計画に反映させていく方式です。立地企業にとっては、希望に叶った土地で、通常の方譲方式よりも早い時点

から建築計画を進めることが可能となるため好評を頂いております。

交通アクセスに優れた地域での産業団地整備は、企業にとっても一つの大きな魅力となります。また、計画中の高速道路沿線で産業団地を整備することで、道路整備がより進みやすくなるものと考えています。このため、今後の新たな取組として、県が進めている「あと数マイルプロジェクト」具体的には東埼玉道路、新大宮上尾道路や本庄道路沿線での産業団地整備も進めていきたいと考えています。

また、立地企業の選定は、産業団地で働く人がより働きやすく、持続可能な社会の実現を促進するため、事業計画や経営状況等を基に行っています。今後は働き方改革やSDGs、災害時の地域貢献への取組等も選定項目に加えていきたいと考えています。

さらに、産業団地の魅力を向上させるための検討を進めています。令和元年の台風第19号による災害など、近年、大規模な自然災害が多発しています。エネルギーの地産地消や災害発生時におけるレジリエンスの強化などを図っていくことも、これからの産業団地整備に必要なことだと考えています。

新型コロナウイルス感染症が今後の経済に及ぼす影響は不透明な状況ではありますが、地域経済を下支えする産業団地の役割は大きく、今後も整備を継続していく必要があると考えています。これからも日本一暮らしやすい埼玉を実現するため、地域に貢献できる産業団地の整備に取り組んでまいります。

高齢者・障がい者施設の建設棟数、埼玉県でトップクラス。 地域貢献につながる土地活用・不動産投資を提案・建築

渋沢は地主や不動産投資家に、最適な土地活用事業を企画・提案し、高齢者施設や障がい者施設、賃貸マンション等の設計・施工を手がけることをメイン事業としている。同社は土地オーナー、不動産投資家、運営事業者、金融機関、不動産会社と協力体制を取りながら、超高齢社会・共生社会に必要とされるより良い施設をつくり、社会貢献を果たしていく。



代表取締役会長 渋澤 和廣氏(左)
代表取締役社長 坂本 久氏(右)

- 代表者 代表取締役会長 渋澤 和廣、代表取締役社長 坂本 久
- 創業 昭和23年6月
- 設立 昭和45年4月
- 資本金 2,000万円
- 従業員数 48名
- 事業内容 1.高齢者施設・障がい者施設・賃貸マンション・戸建賃貸住宅・一般住宅・商業施設・総合建築物の企画・設計並びに施工、2.火災保険等損害保険の代理業務、3.前各号に付帯する一切の業務
- 所在地 〒367-0055 埼玉県本庄市若泉3-2-7
TEL 0495-21-2100 FAX 0495-24-2961
- URL <https://www.e-shibusawa.jp>

今年創業72年を迎えた株式会社渋沢は、高齢者施設や障がい者施設、賃貸マンション、戸建賃貸住宅、注文住宅などの設計施工を手がける建設会社である。

土地オーナーに土地活用方法を企画提案し、高品質な建物を建設する事業を核とし、埼玉を中心に、東京、群馬を商圏に事業展開する。高齢者施設においては、これまでに59施設を建設しており、埼玉県内でトップクラスの実績を誇る。

「相続税対策や、土地の有効活用を考えているオーナー様の悩みに応え、最適なプランをご提案します。福祉施設による土地活用の際は、事業展開を検討している施設運営事業者様をご紹介します。高品質な建物を設計施工し、お客様に喜んでいただけるよう努めています」(渋澤和廣会長)

不動産投資で土地をより有効に活用できる建物は、時代とともに変化する。好景気に沸いたバブル期と少子高齢化が進む現在では、価値を生む不動産商品はおのずと変わってくるからだ。その変化をいち早く察知して時代に合った不動産商品を多彩なラインナップで提案し、顧客が満足する収益成果を実現させてきた同社。リピーターの多さが、満足度が高いことの表れだ。

→ 軸足を店舗から賃貸マンション建築へ

同社は昭和23(1948)年、日本を代表する実業家であり、新1万円札の顔「渋沢栄一」の遠縁にあたる渋澤会長の父が創業。地元商店街の個人店舗や貸事務所、ビジネスホテルなどの設計施工、増築、改築を手がけていた。

「お客様のことを第一に考え、繁盛する店をつくる。その店が繁盛すると、新築・増築の仕事がきますし、他のお客様も紹介してくれます」(渋澤会長)

昭和40年代は高度成長の波に乗って数多くの店舗建築や売り場面積を広げる改築工事等を手がけ、売り上げは順調に推移、同社は大きく成長する。ところが昭和50年代になると、大型スーパーが郊外にポツポツと進出し始める。

「商店街が店舗の坪数を減らす、従業員を減らすという状況になっていきました。そのため土地を持っているお客様には賃貸アパートや貸しビルなどの土地活用提案をしました」(渋澤会長)

さらに、集合住宅では特に要望の多かった「防音性」の対応策として、防音性能が高く、耐震、耐火、

耐熱、耐久性も良い「RC造（鉄筋コンクリート造）の賃貸マンション」の企画・設計・施工を手がけることとなる。その後、高品質なRC造賃貸マンションが他社より大幅に安く建築でき、収益も高く、相続税や節税対策にもなると顧客の評判が口コミで広がり、相談に訪れる土地オーナーが増えていった。こうして新たな事業を軌道に乗せることに成功し、以来、賃貸マンション・アパートの施工実績は4,500戸にもものぼる。

現在、同社が手がける賃貸住宅ブランドには、10mの高さ制限で4階建てを実現する賃貸マンション「グランインカム」や、敷地面積60坪から活用できる戸建賃貸住宅「プロフィット」、フリースペース付き賃貸住宅「ガレージハウス」等がある。入居者の多様なライフスタイルに応えつつ、顧客の土地に合った建物を提案することで高収益を実現し、高評価を得ている。

➔ 高齢者施設による土地活用を提案

賃貸マンションの建設が徐々に落ち着きを見せ始めた90年代頃から、同社は次なる事業の柱を探っていた。その中で「少子高齢化に伴い今後は高齢者福祉施設の建設が望まれるようになっていくに違いない」と全国各地の施設を見学し、国の動向に着目しながら、新たな土地活用の商品開発に向けて知見を深めていった。

「当時は家族を施設にあずけるという時代ではなく、施設もほとんどありませんでしたが、全国を回り早くから研究をしていました」（坂本久社長）

そして平成23（2011）年、国土交通省・厚生労働省共管の補助金制度「サービス付き高齢者向け住宅の登録制度」が創設され、同社は「高齢者向け住宅施設の土地活用」を提案していくことになる。これは、オーナーが建築した高齢者住宅施設を、運営事業者が25～30年の長期にわたり、土地建物を一括借上することで、空室の有無にかかわらず安定した家賃収入が得られるという土地活用である。要件を満たした「サービス付き高齢者向け住宅」であれば

工事費に対し補助金も活用できる。高齢者施設は交通利便性があまり良い場所でもなくても建築可能で、何より超高齢社会が進む日本では長く需要が見込まれ、社会貢献にもなる活用法である。

同社は土地活用を考えるオーナー（投資家）と、施設の新設を検討している運営事業者をマッチングして、両者の希望を最大限取り入れながら、事業性と社会性を両立させた施設を企画、提案、設計、施工する。これまでに、サービス付き高齢者向け住宅、有料老人ホーム、デイサービスなど幅広いカテゴリーの施設建



本社工舎



戸建賃貸住宅プロフィット

グランインカムマンション

設を手がけてきた同社。土地オーナーには安定収益を、施設運営事業者には使いやすい建物設計を、利用者家族には安心・安全な施設を提供している。

➔ “お客様の利益優先”で顧客満足度を高める

「お客様にはリピーターも多くいらっしゃいます。賃貸マンションを建設されたお客様から、次の土地活用として、高齢者施設の建築依頼をいただくことも多数あります」（渋澤会長）

土地オーナーが同社のリピーターになるのには、多くの理由がある。まず、長年の土地活用における経

験と実績から、顧客にとって最適で実りある収益プランを企画・提案できること。自社提案・自社設計・自社施工と一貫したサポートにより、上質の建築資材を使用しつつ、コストを低減できること。高齢者施設における補助金申請などの豊富な知識を有し、安心して任せることができること。そして、実際に安定した収益が得られることなどだ。

同社は“お客様の利益を優先し、お客様の為をのみ考える”を社是として、多様化するライフスタイルや時世を見据えて“一歩先を考え、次に当たり前にな

益性の高い施設を計画しても、土地を活用したい投資家と、新設を希望する運営事業者がいなければプランは実現できない。渋沢の強みは、オーナー（投資家）と運営事業者のマッチング提案にある。

「土地活用や介護経営などのセミナーを年に数回開催しています。情報共有の場として、どなたでも参加できるセミナーです。参加された方と接点生まれ、多くのオーナー様や施設運営者につながることで、優良なマッチングが実現できます。」（坂本社長）

今年9月には、埼玉りそな銀行熊谷支店や、Gメッセ群馬でセミナーを開催。新型コロナ感染予防対策を施しながら、多くの参加者が出席している。セミナーで有益な情報発信と交流の場を創り、建物を1棟1棟大切につくっていく。それが、渋沢が今日まで着実にファンを増やしている理由の一つと言えよう。

➔「渋沢栄一」のように利益と社会貢献の両立を

今後も高齢者・障がい者施設を建設しながら、果敢に新事業を手がけていく同社。そうすることで社会貢献を果たしていきたいと、渋澤会長と坂本社長は語る。

「今、当社で土地を仕入れ、建物とのセット販売も始めております。セット販売にすることで、福祉施設の不動産投資がより簡潔に時間も短縮され、取り組みやすくなります。投資家様が福祉施設をつくり、運営事業者様も新設しやすくなり、利用者や家族、地域の方に安心した環境を提供できます。来年は渋沢栄一の大河ドラマも放映になります。社名も『渋沢』ですので、渋沢栄一も取り組んだ福祉施設の建設や、地域活性化にも尽力していきたいです」（坂本社長）

「これからも社会の公器として世の中の変化に対応しながら、お客様のニーズに沿った商品とサービスを開発して地域社会に貢献していきたい」（渋澤会長）

これからも「お客様の為をのみ考える」をモットーに、顧客満足度の高い商品を生み出していく同社。より一層ファンを増やし、さらなる成長を続けていくことだろう。



高齢者施設 リアンレーヴ八王子



障がい者施設 第5かわせみ

ることを創る”という考えでサービスを提供してきた。現在は障がい者の自立と共生を目指した福祉施設が圧倒的に不足しているという社会状況を踏まえて、障がい者向け住宅や就労施設の建築提案に力を注ぐ。グループホームや多機能型事業所、共生型デイサービス等、直近4年間で40カ所を手がけた同社は、常に顧客満足度を高めながら社会貢献できる土地活用プランを提案している。

➔ 優良な運営事業者をマッチングするために

高齢者・障がい者施設の土地活用においては、収

eスポーツの概観と展望

主席研究員
権藤 文義



はじめに

近年、世界各国で盛り上がりを見せているeスポーツが国内でも話題となっており、メディア等で目にする機会も増加してきている。政府でも「未来投資戦略 2018」において、クールジャパンの一環として「新たな成長領域として注目されるeスポーツについて、健全な発展のための適切な環境整備に取り組む」としている。

また、経済産業省では、「eスポーツを活性化させるための方策に関する検討会」を2019年に開催し、さらに、2020年には「経済産業省は、世界的に拡大が見込まれるeスポーツ競技大会について、公平・公正な大会の実現に不可欠な国際ルールの検討に関する主要国の動向調査を行い、ルール形成に向けた全体戦略策定に取り組めます」（経済産業省HPより）として、戦略的国際標準化加速事業：ルール形成戦略に係る調査研究（eスポーツに係る競技大会の信頼性確保）を実施している。

一方で、一般的には「ゲームはスポーツではない」「子供に悪影響がある」など否定的・懐疑的な意見も根強く、ゲームプレイ時間を制限する条例が施行されて話題となった自治体もある。ここでは、eスポーツ界の現状と展望を見ていきたい。

eスポーツとは

eスポーツとはエレクトロニック・スポーツ（electronic sports）の略で、競技性のあるコンピューターゲーム、ビデオゲームを使った競技のことである。

日本では、1970年代のインベーダーゲームの頃から個別のゲームセンター単位での小規模なゲーム

大会として行われていたが、爆発的に増加したのは1990年代に対戦型格闘ゲームが登場してからだろう。スコアを競い合う従来のゲームと違って対人戦であることもあって、個別のプレイヤーにも注目が集まり、「ゲームを観る」楽しさも同時に広めることとなった。1996年には国際的なeスポーツ大会 Evolution Championship Series (EVO) が開催され、同時期にPCゲームにおいては、海外を中心にオンラインによる多人数同時対戦ゲームが人気を集めていった。

そして、プレイヤーの増加はマーケットの拡大に繋がり、関連業界が巨額の資金を投入することで、次第に大規模な大会が増加していくことになる。

eスポーツは、インターネットを通じて世界中どこからでも参加できることが特徴である。しかし、より公正を期すために参加者が一カ所に集まり、オフラインプレイのみとする大会も多い。さらに、大型スクリーンを備えた会場に観客を集めたうえで、競技の観戦も含めたイベント形式とする大会も定着してきており、規模の拡大とともに、興行としてのeスポーツも広がりを見せている。

●eスポーツ大会開催例

大会名	開催国	賞金総額
League of Legends World Championship	中国	492百万円
Intel Extreme Masters	ポーランド他	209百万円
The International	アメリカ	2,652百万円
Dota 2 Asia Championships	中国	65百万円
Smite World Championship	アメリカ	84百万円
Call of Duty World League	アメリカ	20百万円
Call of Duty World League Pro League	アメリカ	75百万円
ELEAGUE	アメリカ	107百万円

資料：総務省「eスポーツ産業に関する調査研究報告書」を元に加工

海外におけるeスポーツ

1990年代から、興行としてのゲーム大会が注目されるようになり、2000年には韓国やドイツといった国でeスポーツ団体が設立、その後もヨーロッパ、アジアの国々においてeスポーツ事業を行う団体が次々に設立されていった。

2008年には、9カ国によるeスポーツ団体の国際組織として、国際eスポーツ連盟(IeSF)が設立された。現在は80近い国や地域が加盟(IeSF公式HPより)しており、世界中で広がりを見せている。IeSFは、2009年より毎年eスポーツ世界選手権を開催しており、参加者数も徐々に増加し、2019年にソウル市で開催された大会では、日本代表チームが初めて総合優勝を果たしている。

さらに、2018年にジャカルタで行われたアジア大会では、公開競技としてeスポーツが採用され、2022年の杭州大会では正式競技とされる予定となっている。

また、海外では行政がeスポーツに関わるケースもある。

eスポーツ大国である韓国では、2000年には政府公認の韓国eスポーツ協会が発足し、さらに、公式大会を主催することで、国がeスポーツ推進に主体的に関わっている、との認識を醸成することに成功している。また、不正行為やマナーの面については厳しく対応することで、eスポーツ業界に対するイメージの健全化にも積極的に取り組んでいる。

ドイツでは、2020年にEU圏外出身者のプロeスポーツ選手に対してのeスポーツ専用ビザを世界で初めて新設した。これにより、ドイツ国内のeスポーツチームによる外国人選手やコーチ、スタッフの採用、また、国際的なトーナメント運営の簡易化などが期待されている。

ビザの問題はeスポーツの課題の一つでもあり、2016年にアメリカで開催された国際大会では、ビザの問題でフィリピンの代表選手の入国が遅れ、不参加となりかねない事態が起きたこともある。これを機

にフィリピンでは、国がeスポーツ選手に対して「プロライセンス」を与えることで、ビザを取得しやすくなっている。

日本におけるeスポーツ

近年、日本でもeスポーツの取り組みは拡大しつつある。

国体では、2017年の愛媛国体、及び2018年の福井国体にて文化プログラム競技としてeスポーツ大会が開催され、それぞれ県内のチームが参加した。2019年の茨城国体では、同じく文化プログラムの位置づけながら、都道府県対抗戦として規模を大幅に拡大して実施された。これは公共団体主催の国内初の全国的なeスポーツ大会と言えるだろう。また、茨城県では、国体でのeスポーツ大会の実施を受けて「いばらきeスポーツ産業創造プロジェクト」がスタートし、「産学官が連携して取り組む土壌づくりを進めるとともに、ビジネスや地域づくりなどへのeスポーツの活用を促すことで、新たなeスポーツ産業の創造を目指す」(茨城県HPより)としており、大会開催をきっかけにeスポーツに対する取り組みが継続、拡大している。

さらに、2020年1月には、東京都が5,000万円もの予算を計上して企画された「東京eスポーツフェスタ」が開催され、オープニングセレモニーには都知事も参加している。

自治体がeスポーツ関連で予算を計上するのはこれが初めてのケースではなく、金沢市では2018年度に地場産業に対する取り組みとしてeスポーツ関連の予算を計上し、2019年には産学官が連携する「eスポーツ金沢モデル」をまとめ、「新たな成長産業の創出や老若男女が参加できるユニバーサルスポーツになるように普及推進を図り、eスポーツ文化の聖地金沢をめざします」(金沢市HPより)としている。

さらに、一般企業にも福利厚生や働き方改革、企業イメージ向上の一環として若者に人気のeスポーツを取り上げる動きがあり、2020年には企業間交流

も視野に入れたアマチュアプレイヤーを対象とした社会人eスポーツリーグが設立されている。

一方で、実際のプロスポーツチームもeスポーツに進出してきており、サッカーJリーグや日本プロ野球機構など日本を代表するプロ団体がeスポーツの大会を開催している。

コロナ禍とeスポーツ

2020年の新型コロナウイルス感染症の世界的拡大により世界中で巣ごもり需要が増加する中、ゲームも大きく注目されることとなった。WHOは、2019年に「ゲーム障害」を正式に国際疾病分類に追加（2022年1月発効）しているが、一方コロナ禍においては、WHOの事務局長やアンバサダーが、ソーシャル・ディスタンスを促進することを念頭に、余暇を過ごす手段としてゲームを挙げている。

その中でゲームプレイを楽しむ、またはインターネットを通じたコミュニケーションツールとしての利用だけでなく、動画を通して「他人がやっているゲームを観る」というエンターテインメントとしての需要も顕在化した。

元々ゲーム実況は動画コンテンツ内では人気のあるジャンルではあったのだが、外出自粛が叫ばれイベント中止が続出する中、スケジュールの空いた芸能人なども多く参加することによって一般にも広く認知されていった。

このような動きは日本に限られたものではなく、新型コロナウイルスの大流行をきっかけに世界中でゲーム配信の視聴者数は急上昇している。ゲームプレイの生放送を中心とした配信プラットフォームであるTwitchの2020年第2四半期におけるゲーム動画視聴時間は、前年比80%以上の伸びを記録している。

また、実際のプロスポーツイベントや大会が続々と中止となる中で、代替大会としてeスポーツ大会が開催されたケースもある。例として、プロテニス「ムチュア・マドリード・オープン・バーチャル・プロ」、モ-

ータースポーツ「F1バーチャルグランプリ」、プロバスケットボール「NBA 2K20」などが挙げられる。「ムチュア・マドリード・オープン・バーチャル・プロ」には実際のツアープロが参加している。「F1バーチャルグランプリ」は、現役や元ドライバーのほか、他のスポーツの選手やキャスターなど多彩な顔ぶれの大会となっており、実際のレースが開催されるまで全8戦行われた。こちらは公式発表によると、全世界で計3,000万回の視聴回数を記録するなど一定の成果を見せている。

また、サッカーのスペイン1部リーグではリーグ戦が中止となる中、サッカーゲームを用いた新型コロナウイルスのチャリティー・トーナメント「ラ・リーガ・サンタンデール・チャレンジ」が実施され、1部リーグに所属するチームの選手18名が参加し、テレビやインターネットで生中継された。

日本でもJリーグ公式戦中断中に、関西のテレビ番組の企画として関西に本拠地を置く4つのJリーグチーム所属選手がサッカーゲームでリーグ戦を行い、その模様は様々な動画プラットフォームにおいて無料で配信されている。

いずれもeスポーツは実際に競技に参加することだけではなく、「観る」ことにも価値、需要があることを示す例といえるだろう。

●Twitchで2017年に視聴されたゲームと総視聴時間

ゲームタイトル	視聴時間(単位:時間)
League of Legends	2億7,470万
Counter-Strike: Global Offensive	2億3,290万
Dota 2	2億1,790万
Hearthstone	7,690万
Overwatch	2,520万
Starcraft II	2,120万
Heroes of the Storm	1,960万
Rocket League	1,730万
Street Fighter V	1,150万
SMITE	1,070万

資料:総務省「eスポーツ産業に関する調査研究報告書」

eスポーツと地方創生

以上のように、eスポーツは新しいエンターテインメントとして世界中に拡大、定着しつつあり、この動きを地域活性化に活かしている事例もある。

ポーランドにカトヴィツェという町がある。かつては炭鉱と工業が盛んで、大気汚染などの環境汚染が問題となっている町だったが、2014年に市が主体となってeスポーツ大会「Intel Extreme Masters」の世界優勝決定戦を誘致した。その結果、2019年の大会には人口30万人の都市に17万人を超える来場者が訪れるようになった。当然、地元への経済効果も大きく、市では今後も同大会を継続して開催するように予算も確保しており、世界的なeスポーツの聖地のひとつとなっている。

現在では大規模なeスポーツ大会誘致について積極的な都市も出てきており、大規模大会も開催可能なスタジアムを建設する動きもある。そのような中で、自治体が主体となって、いち早くかつ継続的に大会を開催していることが大きな結果につながっているといえるだろう。

日本では逆にゲームファンコミュニティから始まって、自治体が参加する規模にまでなった事例がある。

2016年富山県において一人のゲームファンが、eスポーツイベントを継続的、定期的に開催し始めた。この大会がゲームファンの間で話題となり、徐々に規模が拡大した。

その活動の中で若者の日本酒離れや伝統工芸の後継者不足など、地域の課題に接することになった。そこで、酒蔵でのイベント開催や、伝統工芸品である高岡銅器をeスポーツ大会の記念品とするなど、課題解決のきっかけづくりともなるユニークな取り組みを実施した。これがメディアにも取り上げられるなど大きな話題となり、同時に地元の理解も得ていった。

そして、2019年には県や市などの自治体をはじめ地元TV局、新聞社、商工会議所などが主催・共催に名を連ね、3千人もの来場者が集う北陸最大級の

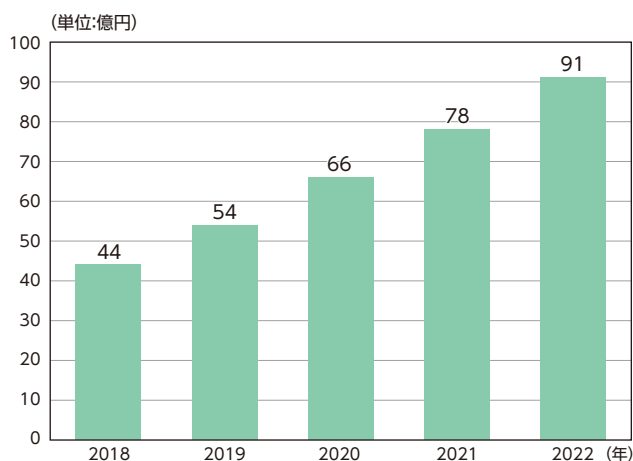
eスポーツイベントとなっている。

以上2つの例は、起点は異なるもののいずれも大規模な大会に自治体が主体的に関わり成功させている。そのためには地元の理解、協力を得ることも重要となってくるだろう。

おわりに

eスポーツの市場規模は今後も拡大していくと見られ、日本eスポーツ連合(JeSU)の予測によると、日本における大会やチーム運営等による収入(広告、放送権、グッズ、チケット等)である直接市場規模は、2018年には44億円だったが、2022年には91億円に達するとされている。さらに、2025年には600～700億円とする長期目標を掲げている。

●日本のeスポーツの直接市場規模予測



資料:eスポーツを活性化させるための方策に関する検討会
「日本のeスポーツの発展に向けて」

日本は、世界的に人気のあるゲームタイトルを持ち、ゲームに触れる機会の多い土壌がありながら、残念ながらeスポーツの分野では世界から大きく遅れている状況にある。

eスポーツは老若男女問わず楽しめるスポーツであり、産業としてだけでなく、福祉や教育といった分野にも利用できる要素もある。また、先に挙げたように地域活性化にも活用できる可能性も持つ。eスポーツが様々な面で有効に発展していくことに期待したい。

はじめに

埼玉県の総人口はピークを迎えつつあり、今後は人口減少が進んでいくと予想されている。

人口の変動要因には死亡数と出生数の差による自然増減と転出者数と転入者数の差による社会増減の2つがある。後者の社会増減の中でも、特に若者が地域から流出し続けることは地域経済における生産・消費を支える活力が失われることはもとより、さらなる出生数の減少にもつながる。

本稿では、埼玉県内の若者に着目し、その流出の現状や要因を概観し、地域を活性化するための今後の施策展開を考えたい。

非近接地域において深刻な若者の流出

埼玉県の若者人口の流出状況は、東京都区部に近接している地域（以下、近接地域）と近接していない地域（以下、非近接地域）で異なる。

●近接地域・非近接地域の区分



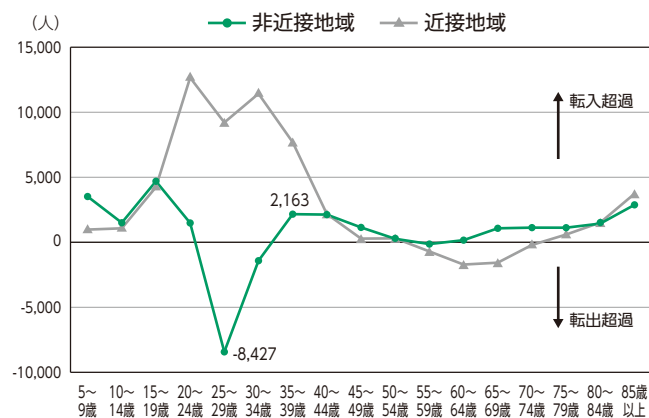
(注) 川口市、蕨市、戸田市、朝霞市、志木市、和光市、新座市、富士見市、ふじみ野市、草加市、越谷市、八潮市、三郷市、吉川市、さいたま市を近接地域とし、それ以外を非近接地域とした。

2つの地域の転入超過数（転入者数－転出者数）を年齢5歳階級別にみると、近接地域では、20～24歳層から35～39歳層が特に転入超過となっている。20～24歳層の転入超過幅が最も大きいのは、大学進学を機に多くの若者が転入していること等が要因として考えられる。

非近接地域では、25～29歳層の転出超過

（8,427人）が顕著である。これは当該地域から就職等を機に地域外へ転出していることが要因であると考えられる。一方で、35～39歳層は2,163人の転入超過となっている。これは結婚や子育てを契機に当該地域へ転入しているためと考えられる。これらのことから、埼玉県内の若者人口流出は非近接地域の25～29歳層において深刻であるといえる。

●年齢階級別にみた近接地域・非近接地域の転入超過状況（2010年→2015年）



資料：総務省統計局「平成27年国勢調査」

(注1) 横軸の年齢は平成27年国勢調査時点の5歳階級別の年齢を示す。

(注2) 転入超過数は平成27年国勢調査時点で各地域内に常住している者のうち、5年前の常住地が他の地域であった者（転入者）の数から、5年前の常住地が各地域内で平成27年国勢調査時点で他の地域に常住している者（転出者）の数を減じた数。なお、国外からの転入、国外への転出は含まない。

非近接地域において流出が顕著である25～29歳層の転出者の転出先をみると、東京都が最も多く、全体の28%を占めている。次いで、県内近接地域への転出が多く、全体の25%を占めている。

●非近接地域における25～29歳層の転出者の転出先

	転出者数(人)	構成比(%)
全体	35,417	100
東京都	10,006	28
埼玉県(近接)	8,997	25
神奈川県	2,961	8
千葉県	2,292	6
群馬県	1,553	4
栃木県	1,023	3
茨城県	963	3
その他	7,622	22

資料：総務省統計局「平成27年国勢調査」

(注) 各構成比の合計は四捨五入の関係で一致しない

いる。非近接地域から転出する25～29歳層の2人に1人は東京都もしくは県内近接地域に転出している。これは東京都内の企業等に就職することに伴い通勤の利便性等を考慮し、職場付近に転居していると推測される。

を考える

次に非近接地域内で、25～29歳層が転出超過、転入超過となっている市町村をみてみよう。非近接地域内の市町村は全部で48市町村あり、そのうち25～29歳層が転出超過となっているのは41市町村、転入超過となっているのは7市町村である。

転出超過である市町村のうち、転出超過率(2010年時点の人口に対する転出超過数の割合)の上位10市町村みると、埼玉県のほぼ中央、都心から40～60kmに位置する比企地域に属する市町村と都心から70km以遠の秩父地域に属する市町村が多い。

一方、転入超過となっている7市町村をみると、30～40kmに位置する比較的都心からアクセスが良い市町村であることがわかる。滑川町の転入超過率が最も高い要因としては、2002年に東武東上線「つきのわ」駅が開設し、駅周辺の土地区画整理事業により大規模な住宅地が整備され、大型商業施設が立地したことが要因であると考えられる。また、町内の同じく東武東上線「森林公園」駅は当駅始発が多く通勤・通学に便利である。

●非近接地域内の25～29歳層の転出超過率上位10市町村

順位	市町村	人口(注) ①(人)	転出超過数 ②(人)	転出超過率 ②/①×100(%)
1	東秩父村	144	45	31.3
2	ときがわ町	655	140	21.4
3	長瀨町	322	65	20.2
4	鳩山町	763	146	19.1
5	吉見町	1,200	222	18.5
6	小川町	1,848	311	16.8
7	毛呂山町	3,318	476	14.3
8	皆野町	432	54	12.5
9	小鹿野町	575	71	12.3
10	松伏町	1,565	192	12.3

資料:総務省統計局「平成22・27年国勢調査」

(注)人口は2010年の20～24歳の総人口(以下、同じ)

●非近接地域内の25～29歳層の転入超過市町村

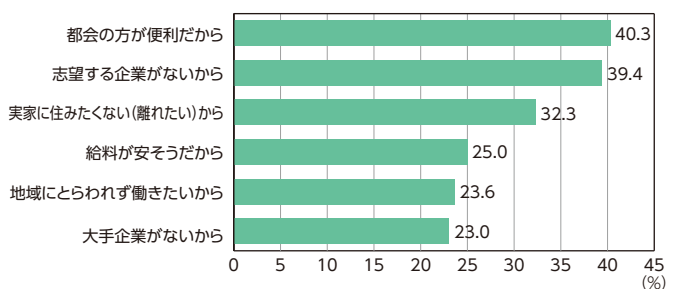
順位	市町村	人口 ①(人)	転入超過数 ②(人)	転入超過率 ②/①×100(%)
1	滑川町	831	201	24.2
2	伊奈町	1,978	204	10.3
3	白岡市	2,551	167	6.5
4	横瀬町	378	16	4.2
5	上尾市	11,145	411	3.7
6	蓮田市	3,015	92	3.1
7	川越市	19,599	161	0.8

資料:総務省統計局「平成22・27年国勢調査」

就職を機に転出する若者

東京都内等の企業に就職することに伴い転出していると考えられる非近接地域内の若者はなぜ地元への就職を希望しないのであろうか。株式会社マイナビの調査によると、若者が地元就職を希望しない理由については、「都会の方が便利だから」が40.3%と最も多い。公共交通機関等の社会インフラが不足していることや、若者が好む娯楽施設や商業施設が地元不足していること等が要因と推測される。また、「志望する企業がないから」(39.4%)、「給料が安そうだから」(25%)、「大手企業がないから」(23%)といった仕事関連の理由が複数挙げられており、地元には若者が希望する条件に見合う企業がないことも大きな要因であるといえる。一方で、「実家に住みたくない(離れたい)から」(32.3%)という理由も多く、一度は実家から離れ、自立した生活をしたという心理の若者も一定程度いることが窺える。

●地元(Uターン含む)就職を希望しない理由(全国)



資料:株式会社マイナビ「マイナビ2021年卒大学生Uターン・地元就職に関する調査」
(注)地元就職を「希望しない」「どちらかといえば希望しない」と答えた方に対する質問

都市部の若者の地方への関心

非近接地域の35～39歳層は転入超過であることは前述したが、転入者がどこから転入したか(転入元)をみると、県内近接地域が最も多く、全体の29%を占めている。次いで、東京都が多く、全体の27%を占めている。非近接地域に転入する35～39歳層の2人に1人は県内近接地域もしくは東京都から転入している。これは東京都や近接地域の子育て

世代が、都心に通勤できる圏内で比較的安価に住宅を購入できることや、子育て環境の良さを考慮し、転入していること等が考えられる。

次は東京都を中心とする、都市部の若者がどの程度、地方移住に関心をもっているかをみてみよう。

都市住民への移住支援・情報提供を行っているふるさと回帰支援センターの来訪者や問合せ数の実績をみると、面談・セミナー参加等は2008年では1,814件であったのに対して、2019年は34,613件と約19倍に増加している。また、電話等問合せは2008年では661件であったのに対して、2019年には14,788件と約22倍に増加している。

ふるさと回帰支援センター利用者を年代別に見ると、20代以下の構成比は、2008年は4%であったが、2019年には18.2%まで増加している。30代の構成比は、2008年の12%から2019年には26.6%にまで増加し、他の年代と比較すると30代が最も構成比が多くなっている。このことから、非近接地域に

●非近接地域における35～39歳層の転入者の転入元

	転入者数(人)	構成比(%)
全体	25,310	100
埼玉県(近接)	7,399	29
東京都	6,760	27
神奈川県	1,747	7
千葉県	1,573	6
群馬県	1,275	5
栃木県	655	3
茨城県	709	3
その他	5,192	21

資料:総務省統計局「平成27年国勢調査」
(注)各構成比の合計は四捨五入の関係で一致しない

においても、都市部の地方移住に関心がある30代はさらに呼び込む余地があると考えられ、この年代を中心にした施策を打ち、より一層30代の転入者を増やすことは重要である。

若者流出が進む非近接地域を活性化するための施策展開

これまでみてきたように非近接地域では、就職等を機に県外へ若者が流出し、特に比企地域や秩父地域では流出が大きい。若者の流出要因としては県内に若者の条件に見合う仕事がないことや都市部の利便性や実家を出て自立した生活を求める若者の心理がある。一方で、非近接地域は都心へのアクセスの良さや住宅環境面で子育て世代を惹きつけている強みがある。都市部の30代を中心とした若者の地方移住意識も高まっている。こうしたことを踏まえ、非近接地域への移住を促進し、地域を活性化していくための施策展開を考えてみたい。

①「新しい生活様式」で非近接地域に移住

新型コロナウイルス感染症対策としてテレワーク、リモートワークを活用し、必要に応じて都心のオフィスに出社するという働き方が増加した。このような中、地方暮らしに関心がある層を中心に自然豊かな地方へと移住する動きが一定程度出てくると予想される。

非近接地域は都心にも比較的アクセスしやすく、自然環境も豊かであるというバランスの良さが強みである。また、一般的に非近接地域の市町村は近接地域の市町村よりも保育所等の待機児童数が少なく、子育てしやすい環境でもある。こうした強みを、他世代と比較して地方移住意識が高く、既に転入超過となっている都市部の30代の子育て世代を中心に積極的に訴えていくことが重要である。

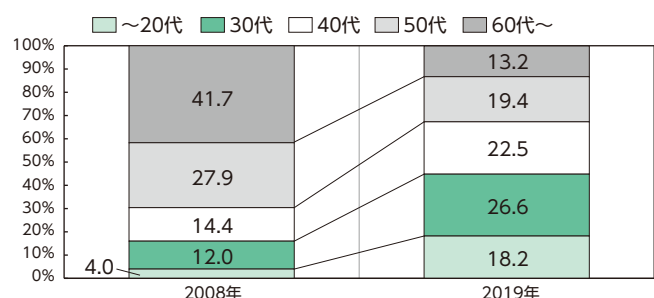
すでに埼玉県や県内市町村では、移住者に向けて様々な支援施策を実施している。県では多子世帯等に対する住宅取得にかかる諸経費の補助支援や、要件を満たした若年世帯等へ安価で入居できる県営

●ふるさと回帰支援センター来訪者・問い合わせ数 (回)

	面談・セミナー参加等	電話等問合せ	セミナー開催数
2008年	1,814	661	54
2019年	34,613	14,788	545

資料:認定NPO法人ふるさと回帰支援センター ニュースリリース 2020年2月

●年代別にみたふるさと回帰支援センター利用者の構成比



資料:認定NPO法人ふるさと回帰支援センター ニュースリリース 2020年2月

住宅を提供し、子育てしやすい住環境支援の充実を図る「埼玉住まいる子育て応援プロジェクト」等様々な支援を実施している。市町村では空き家バンクを運営しており、空き家の賃貸・売却を希望する人から申し込みを受けた情報を、空き家の利用希望者に紹介を行っている。小鹿野町、皆野町、東秩父村、秩父市、ときがわ町等では移住検討者向けに地域の住み心地や魅力を知ってもらうべく、お試し住宅で移住生活の体験を受け付けている。また、県ではYouTubeに移住PR動画を投稿しており、このように若者が利用するメディア、SNSにより情報発信を行っていることも有効であると考えられる。

②地域外の若者とのつながりによる活性化

地域外の若者を地域活性化の担い手として受け入れることは地域の活力を維持、発展させるために重要であり、その観点からの施策を考えてみたい。

国は少子高齢化に対応した新たな地域づくりの担い手創出、将来的な地方移住の裾野拡大を図るため、「関係人口」の創出・拡大に取り組んでいる。

「関係人口」とは移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、特定の地域と継続的に多様な形で関わる人々を指す概念である。地域外に住みながら、頻繁に地域行事やイベントの運営に携わる人や、副業・兼業で地域を訪れる人など様々である。

都心から比較的アクセスし易い非近接地域は都市部の若者が頻繁に地域を訪れることへの抵抗も少ないと考えられ、関係人口創出に適している。このような強みを活かし、非近接地域としては、一度就職等を機に都市部へ転出したが地域へ高い関心・愛着をもつ若者等を中心に、関係人口として受け入れるきっかけづくりを行うことが重要である。

すでに実施されている関係人口に係る県内の取り組みを紹介すると、寄居町では町役場が主体となり、2017年度に「寄居若者会議」を設置している。町内外の若者を募集し、年10回程度、会議やフィールド

ワークを実施し、若者の視点で様々なアイデアを実行している。具体的には、まち歩きマップの作成・配布、マルシェへの参加、空き店舗の清掃活動、活用等様々な取り組みを行っている。

埼玉県では2010年度から、大学生が県内の中山間地域の課題解決に取り組む中山間「ふるさと支援隊」事業を継続的に行っている。地域住民と協働した空き家の改修と活用、耕作放棄地の活用、地域行事への参加、地域資源を活用した商品開発等の多種多様な取り組みが行われている。本活動は非近接地域にゆかりがない都市部の大学生が地域の魅力を知り、愛着を持つきっかけづくりとしても有効であり、活動後も継続的に地域を訪れる関係人口に発展することも見込める。

これらのような取り組みをきっかけとして、ビジネス視点で関係人口の活躍の場を創出していくことも重要である。非近接地域に愛着がある都市部の若者が本業のITやマーケティング等のビジネススキルを活用し、副業・兼業として地域や地域内の企業に関わる活動が増えていくことも期待したい。都市部の若者が自らのスキル・知見を活用し、地域の魅力ある資源等を高付加価値で売り出すことができれば地域の稼ぐ力の向上にもつながると考えられる。

おわりに

埼玉県において、人口減少も予想される中、若者の流出が深刻である非近接地域が今後どのように活力を維持していくのかは重要な問題といえる。

その点、本年の新型コロナウイルス感染症の拡大により増加したテレワーク等の変化は自然が豊かで都心にも比較的アクセスが良い非近接地域への移住の追い風になると考えられる。

非近接地域が活力ある若者と多様なつながりを形成し、地域を共創していくことも持続可能な地域活性化を考える上で重要になってくるだろう。(清水友哉)



アンケート調査

埼玉県内企業経営動向調査

景気判断、売上高は最悪期を脱したものの、先行きの回復テン

国内景気

(現状)

最近(2020年10月)の国内景気に対する見方は、「上昇」5%、「下降」62%で、BSI(「上昇」-「下降」の企業割合)は▲57となり、前回調査(2020年7月)の▲88から31ポイントの改善となった。

新型コロナウイルス感染症の影響で、4月、7月調査で大きく悪化した国内景気のBSIは今回改善した。最悪期は脱したとみられるものの、マイナス幅は依然大きく厳しい見方が続いている。

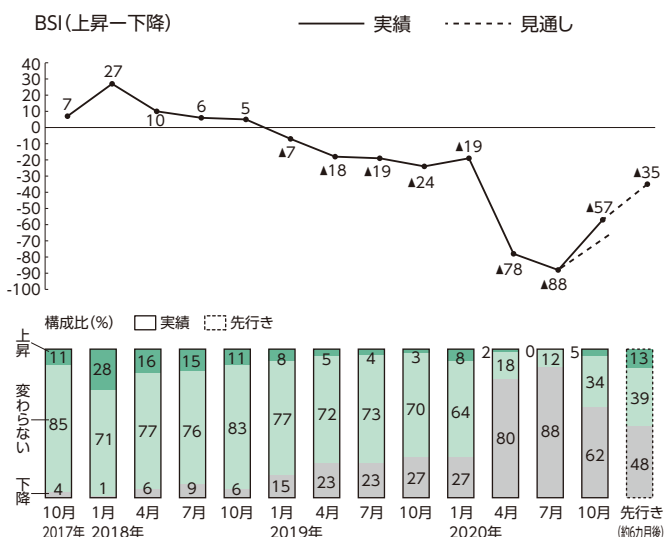
業種別にみると、製造業はBSI▲54で前回調査の▲86から32ポイントの改善、非製造業は▲58で前回調査の▲89から31ポイントの改善となった。

(先行き)

先行き(約6カ月後)については、「上昇」13%、「下降」48%で、BSIは▲35と現状から22ポイントの改善となった。先行きについては現状より改善するとの見方が多いが、BSIは低い水準となっており回復テンポは鈍い。

業種別では、製造業はBSI▲20で現状から34ポイントの改善、非製造業は▲44で14ポイントの改善となった。

国内景気



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」4%、「下降」57%で、BSIは▲53となり、前回調査の▲67から14ポイントの改善となった。

国内景気の見方と同様、自社の業界景気についてもBSIは改善となったが、引き続き「下降」とするところが多い。業界景気の見方は厳しい状況が続いている。

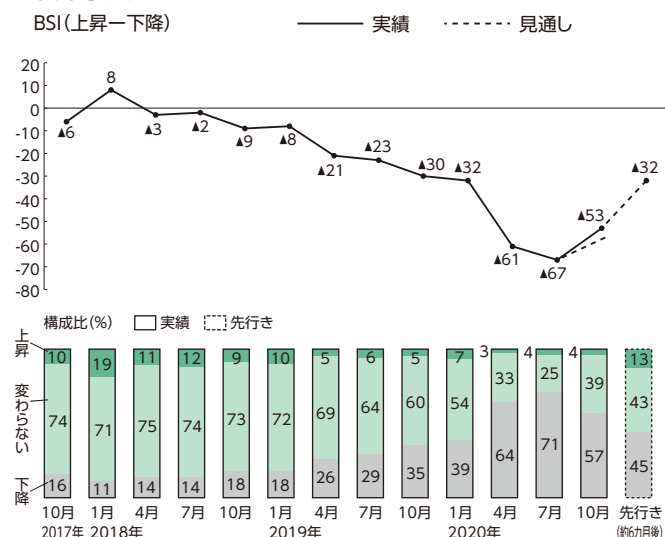
業種別にみると、製造業はBSI▲63で前回調査の▲71から8ポイントの改善、非製造業は▲46で前回調査の▲66から20ポイントの改善となった。

(先行き)

先行きについては「上昇」13%、「下降」45%で、BSIは▲32と現状から21ポイントの改善となった。業界景気の先行きについても、国内景気同様「下降」とするところが増え、現状より改善するとの見方が多くなっているが、BSIは低い水準となっている。

業種別では、製造業はBSI▲21で現状から42ポイントの改善、非製造業は▲39で7ポイントの改善となった。

業界景気



ボは鈍い

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12%、「悪い」とする企業32%で、BSIは▲20となり、前回調査の▲34から14ポイントの改善となった。

前回調査と比べると、「下降」とするところは減っているものの、BSIの水準は低く、引き続き厳しい状況が続いている。

業種別にみると、製造業はBSI▲36で前回調査の▲52から16ポイントの改善、非製造業は▲10で前回調査の▲25から15ポイントの改善となった。

(先行き)

先行きについては「良い」とする企業14%に対し、「悪い」とする企業は27%、BSIは▲13と現状から7ポイントの改善となったが、回復テンポは鈍い。

業種別では、製造業はBSIが▲18で現状から18ポイントの改善、非製造業は▲11で1ポイントの悪化となった。非製造業では、卸売、小売、建設の3業種で先行きの見方が厳しくなっている。

売上高

(現状)

2020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+2となり、前回調査対象期間(2020年4～6月期)の▲50から52ポイントの大幅な改善となった。

前回調査対象期間は緊急事態宣言が埼玉県内に発出されていた期間(4月7日～5月25日)を含んでおり、売上高の大幅な落ち込みとなったが、経済活動が徐々に再開してきたことから、7～9月期は前期に比べ大きな改善となった。

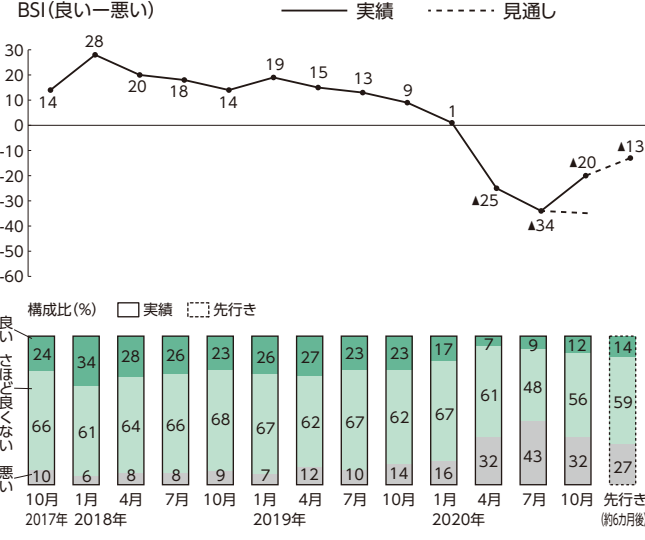
業種別にみると、製造業はBSI▲7で前回調査の▲63から56ポイント、非製造業は+8で前回調査の▲43から51ポイントの改善となった。

(先行き)

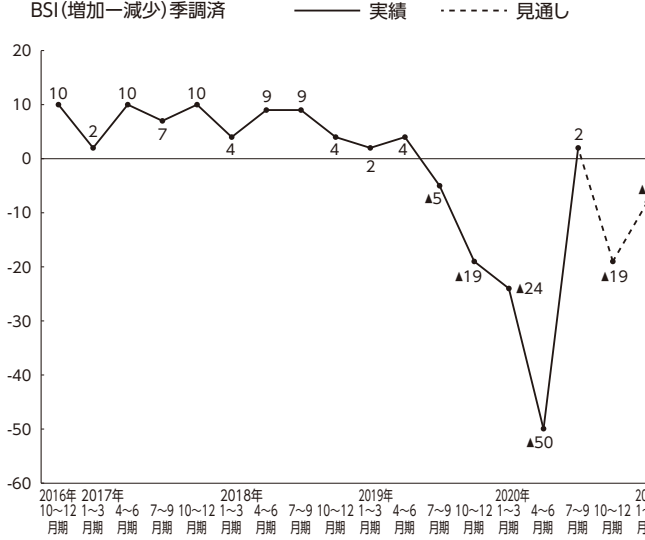
先行きについては、2020年10～12月期のBSIが▲19、2021年1～3月期は▲8とマイナスとなり、厳しい状況が続くとみている。

業種別では、製造業が2020年7～9月期、10～12月期、2021年1～3月期に▲7→▲17→▲15、非製造業では+8→▲20→▲3となっている。

自社業況



売上高



☑ 経常利益

(現状)

2020年7～9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（2020年4～6月期）の▲50から52ポイントの大幅な改善となった。売上高同様、新型コロナウイルス感染症の影響で4～6月期に大幅に悪化したことから、経常利益は前期に比べ大幅な改善となった。

増加の要因（複数回答）としては、「売上・受注の好転」が71%と最も多いが、「諸経費の圧縮」も29%と高い割合となっている。経費削減など企業努力で利益を確保するところが多くなっている。

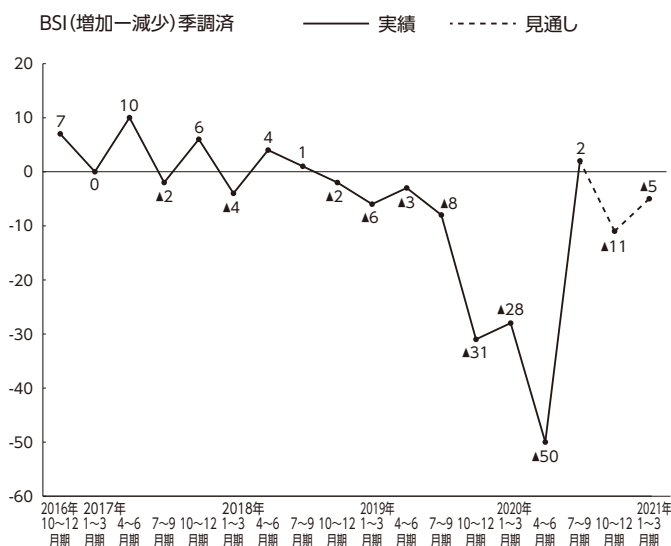
業種別にみると、製造業はBSI▲13で前回調査の▲62から49ポイント、非製造業は+9で前回調査の▲45から54ポイントの改善となった。

(先行き)

先行きについては、2020年10～12月期のBSIが▲11、2021年1～3月期は▲5とマイナスが続く。売上高同様、経常利益についても現状より悪化すると見込む企業が多く、厳しい状況が続くとみている。

業種別では、製造業が2020年7～9月期、10～12月期、2021年1～3月期に▲13→▲12→▲12、非製造業では+9→▲11→▲2となっている。

● 経常利益



☑ 設備投資

(現状)

2020年7～9月期の設備投資は、季調済BSIが0となり、前回調査対象期間（2020年4～6月期）の▲10から10ポイントの改善となった。売上高・利益が4～6月期を底に最悪期を脱したとみられることから、やや持ち直しの動きとなった。

設備投資の内容については、「更新投資」が62%、「能力増強投資」23%、「合理化投資」6%、「研究開発投資」5%などとなった。「更新投資」が6割以上を占め「更新投資」中心となっている。

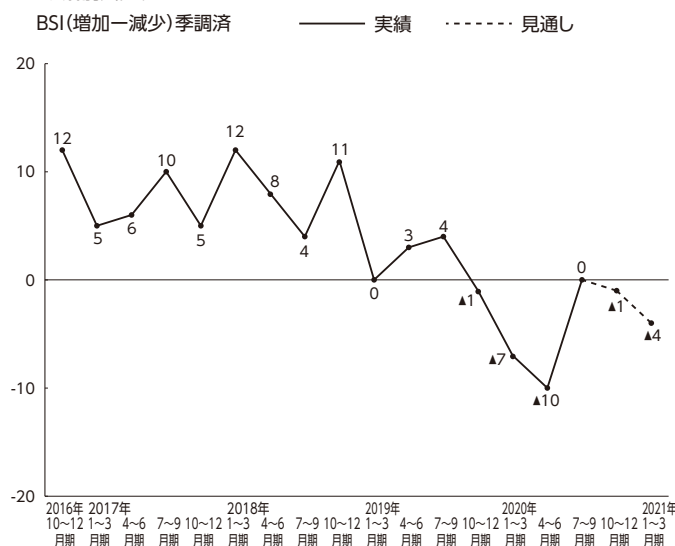
業種別にみると、製造業はBSI▲11で前回調査の▲10から1ポイントの悪化、非製造業は+6で前回調査の▲9から15ポイントの改善となった。

(先行き)

先行きについては、2020年10～12月期のBSIが▲1、2021年1～3月期は▲4となっており、現状よりやや悪化し慎重な動きが続く見込み。

業種別では、製造業が2020年7～9月期、10～12月期、2021年1～3月期に▲11→▲2→▲3、非製造業では+6→+1→▲3となっている。

● 設備投資



雇用

(現状)

最近(ここ6カ月間)の雇用状況をみると、雇用人員が「増加」とした企業は14%、「減少」とした企業は18%で、BSIは▲4と前回調査の+8から12ポイントの悪化となった。

新型コロナウイルス感染症により、業況の悪化から雇用に影響が出ている企業も多くなっているためとみられる。

業種別にみると、製造業はBSI▲13で前回調査の+5より18ポイントの悪化、非製造業は+1で前回調査の+10より9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17%、「減少」とする企業が10%でBSIは+7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やや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▲3で現状から10ポイントの改善、非製造業は+11で10ポイントの改善となっている。

経営上の問題点

経営上の問題点(複数回答)については、「売上・受注不振」が73%と最も多かった。次いで「人材・人手不足」43%、「諸経費上昇」23%、「仕入原価上昇」17%、「製商品安」11%、「資金不足・資金繰り難」10%などとなった。

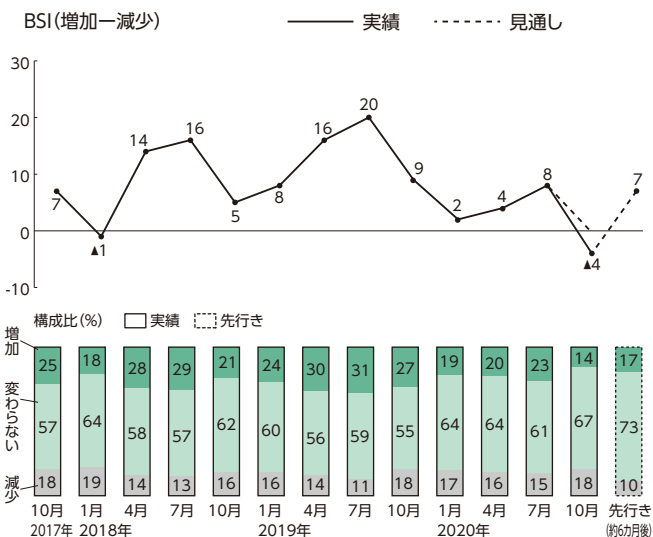
新型コロナウイルス感染症の影響が出た本年4月調査以降、「売上・受注不振」が最も多くあげられており、今回も7割を超えている。「人材・人手不足」は4月調査以降減ってはいるものの、依然4割を超えており引き続き、経営上の問題となっている。

業種別にみると、製造業では「売上・受注不振」82%が最も多く、次いで「仕入原価上昇」27%、「人材・人手不足」26%、「資金不足・資金繰り難」16%などとなった。非製造業では「売上・受注不振」68%が最も多く、次いで「人材・人手不足」53%、「諸経費上昇」29%、「仕入原価上昇」12%などとなった。

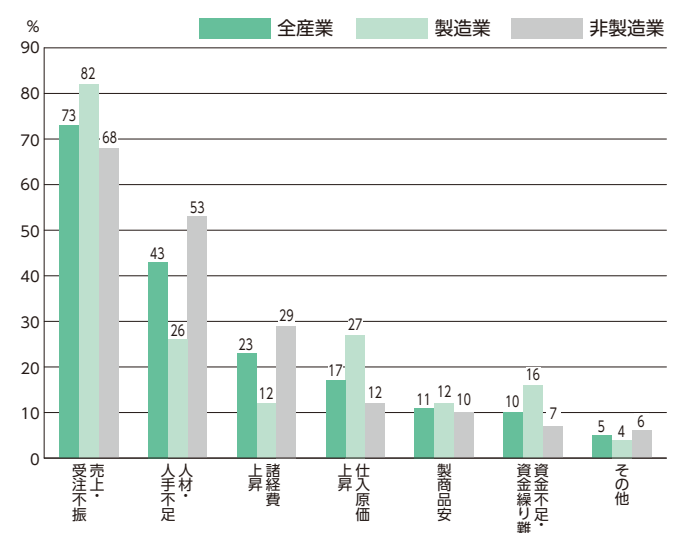
(吉嶺暢嗣)

2020年10月実施。対象企業数932社、回答企業数236社、回答率25.3%。

雇用



経営上の問題点



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より、

景気動向指数 下げ止まりを示している

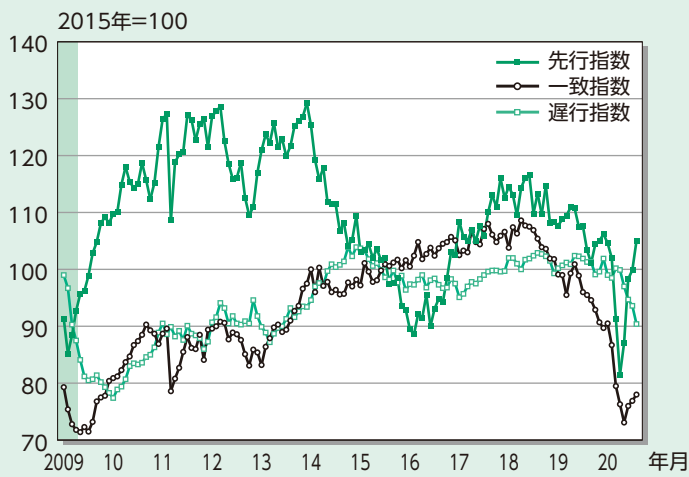
8月のCI(コンポジット・インデックス)は、先行指数:105.0(前月比+5.1ポイント)、一致指数:78.0(同+1.1ポイント)、遅行指数:90.4(同▲3.2ポイント)となった。

先行指数は4カ月連続の上昇となった。

一致指数は3カ月連続の上昇となった。基調判断となる3カ月後方移動平均は、前月比+1.64ポイントと、2カ月連続の上昇となった。埼玉県は11カ月連続で「悪化を示している」としていた景気の基調判断を「下げ止まりを示している」に修正した。

遅行指数は5カ月連続の下降となった。

景気動向指数の推移

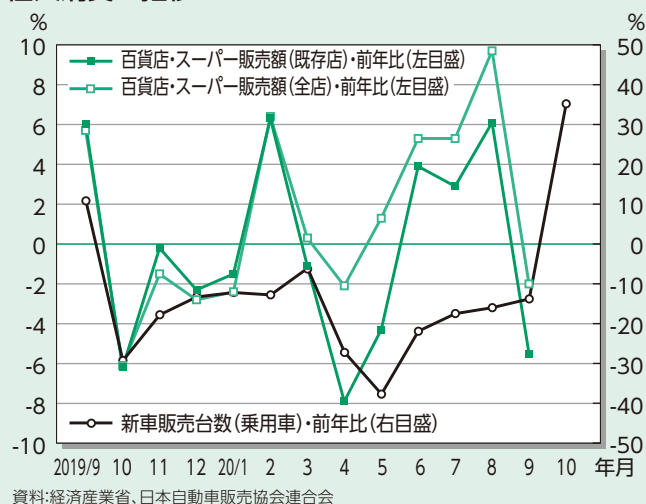


個人消費 百貨店・スーパー販売額は4カ月ぶりに減少

9月の百貨店・スーパー販売額は1,046億円、前年比▲5.5%(既存店)と4カ月ぶりに減少した。業態別では、百貨店(同▲21.6%)、スーパー(同▲1.8%)とも減少した。昨年10月の消費増税前の駆け込み需要の反動があった。新設店を含む全店ベースの販売額は同▲2.0%と5カ月ぶりに減少した。

10月の新車販売台数(乗用車)は12,095台、前年比+35.2%と13カ月ぶりに増加した。車種別で普通乗用車が6,571台(同+27.7%)、小型乗用車は5,524台(同+45.2%)だった。

個人消費の推移



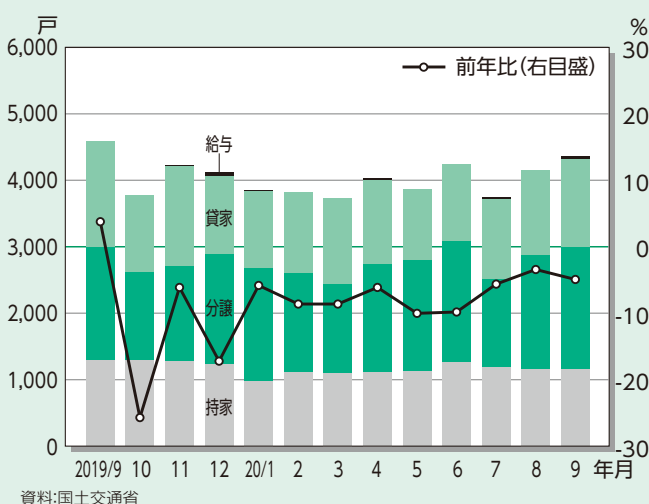
住宅 12カ月連続で前年を下回る

9月の新設住宅着工戸数は4,372戸、前年比▲4.9%と12カ月連続で前年を下回った。

利用関係別では、分譲が1,846戸(前年比+8.0%)と3カ月ぶりに増加したものの、持家が1,149戸(同▲10.9%)と6カ月連続で、貸家も1,323戸(同▲16.8%)と7カ月連続で減少した。

分譲住宅は、マンションが954戸(前年比+120.3%)と2カ月連続で増加したものの、戸建てが892戸(同▲29.7%)と4カ月連続で減少した。

新設住宅着工戸数の推移



厳しい状況にあるものの、一部に持ち直しの動きがみられる

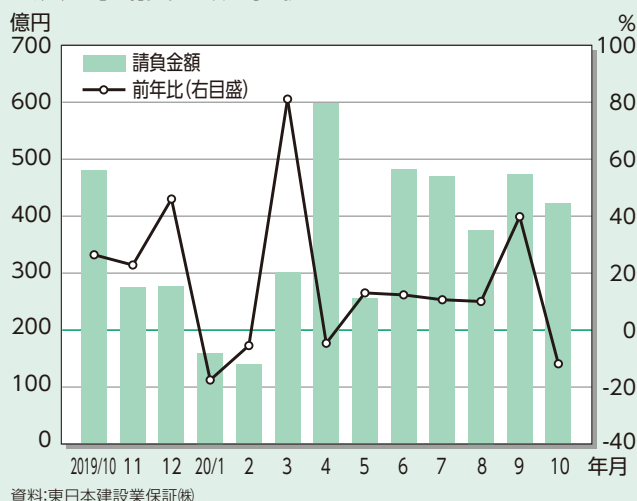
公共工事 6カ月ぶりに前年を下回る

10月の公共工事請負金額は423億円、前年比▲11.8%と6カ月ぶりに前年を下回った。2020年4～10月までの累計では、同+7.4%と前年を上回って推移している。

発注者別では、国（前年比+112.9%）が増加したものの、県（同▲22.8%）、市町村（同▲21.8%）、独立行政法人等（同▲37.3%）が減少した。

なお、10月の請負件数も914件（同▲8.8%）と前年を下回っている。

公共工事請負金額の推移



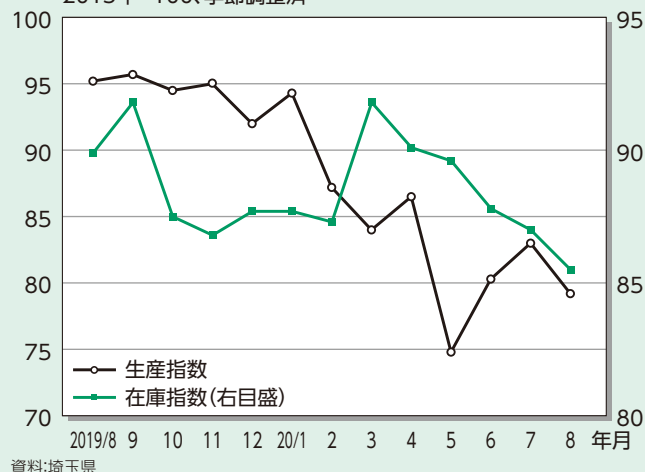
生産 3カ月ぶりに減少

8月の鉱工業指数をみると、生産指数は79.2、前月比▲4.6%と3カ月ぶりに減少した。業種別では、生産用機械、非鉄金属、その他製品など8業種が増加したものの、化学、食料品、業務用機械など15業種が減少した。

在庫指数は85.5、前月比▲1.7%と5カ月連続で減少した。業種別では、生産用機械、非鉄金属、鉄鋼など9業種が増加したものの、その他製品、化学、輸送機械など11業種が減少した。

鉱工業指数の推移

2015年=100、季節調整済



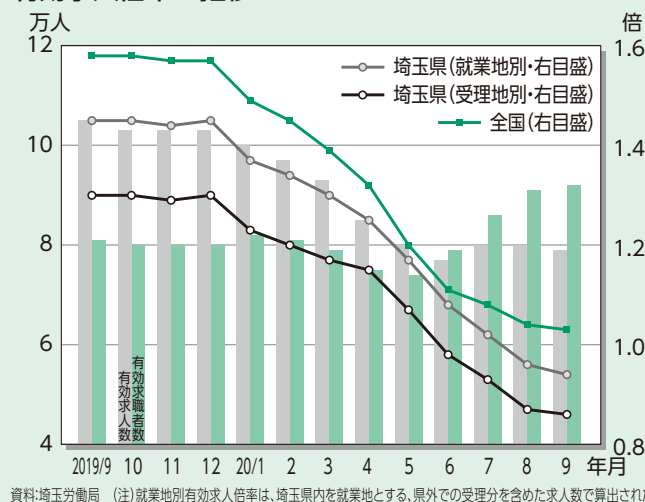
雇用 有効求人倍率は9カ月連続で低下

9月の受理地別有効求人倍率（季節調整値）は、前月から0.01ポイント下降し、0.86倍と9カ月連続で低下した。

有効求職者数（季節調整値）が92,174人（前月比+0.8%）と、4カ月連続で前月を上回るなか、有効求人数（季節調整値）については79,430人（同▲0.6%）と3カ月ぶりに前月を下回った。新規求人倍率（季節調整値）は、前月から0.06ポイント上昇の1.61倍となっている。

なお、9月の就業地別有効求人倍率（季節調整値）は、前月から0.02ポイント下降の0.94倍であった。

有効求人倍率の推移



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(%)
2016年	100.2	0.2	100.0	0.0	89.1	▲ 10.3	94.9	▲ 3.2	2,391	0.6	50,753	0.5
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
19年 8月	95.2	▲ 0.9	100.5	▲ 1.7	89.9	▲ 1.4	104.2	▲ 0.1	182	▲ 10.1	3,987	▲ 5.1
9月	95.7	0.5	102.4	1.9	91.8	2.1	103.3	▲ 0.9	266	120.4	3,609	▲ 18.4
10月	94.5	▲ 1.3	98.3	▲ 4.0	87.5	▲ 4.7	104.1	0.8	173	▲ 39.9	3,922	▲ 14.8
11月	95.0	0.5	97.7	▲ 0.6	86.8	▲ 0.8	103.6	▲ 0.5	250	36.2	3,750	▲ 9.7
12月	92.0	▲ 3.2	97.9	0.2	87.7	1.0	104.0	0.4	285	48.5	4,184	▲ 2.5
20年 1月	94.3	2.5	99.8	1.9	87.7	0.0	106.2	2.1	109	▲ 36.8	2,973	▲ 25.1
2月	87.2	▲ 7.5	99.5	▲ 0.3	87.3	▲ 0.5	104.4	▲ 1.7	149	▲ 46.5	3,605	▲ 2.6
3月	84.0	▲ 3.7	95.8	▲ 3.7	91.8	5.2	106.4	1.9	285	163.9	3,718	11.5
4月	86.5	3.0	86.4	▲ 9.8	90.1	▲ 1.9	106.1	▲ 0.3	202	▲ 50.4	4,086	▲ 8.0
5月	74.8	▲ 13.5	78.7	▲ 8.9	89.6	▲ 0.6	103.3	▲ 2.6	363	29.0	4,078	▲ 2.2
6月	80.3	7.4	80.2	1.9	87.8	▲ 2.0	100.8	▲ 2.4	191	▲ 10.1	3,798	▲ 18.2
7月	83.0	3.4	87.2	8.7	87.0	▲ 0.9	99.3	▲ 1.5	195	▲ 3.7	3,855	▲ 22.6
8月	79.2	▲ 4.6	88.1	1.0	85.5	▲ 1.7	98.0	▲ 1.3	302	66.2	3,662	▲ 8.2
9月			91.5	3.9			97.5	▲ 0.5	104	▲ 60.8	3,891	7.8
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(%)
2016年	61,981	8.1	967,237	6.4	16.5	▲ 2.2	17.5	▲ 0.6	99.7	▲ 0.3	100.9	0.9
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
19年 8月	4,301	▲ 25.4	76,034	▲ 7.1	14.8	▲ 15.9	15.9	▲ 5.4	103.6	1.9	104.2	1.2
9月	4,598	3.8	77,915	▲ 4.9	15.1	▲ 17.1	16.3	▲ 8.4	103.3	1.6	104.3	1.5
10月	3,783	▲ 25.7	77,123	▲ 7.4	15.0	▲ 12.8	16.7	▲ 10.2	103.4	1.6	104.4	1.5
11月	4,231	▲ 6.1	73,523	▲ 12.7	15.0	▲ 12.8	16.6	▲ 12.7	103.0	1.3	104.5	1.4
12月	4,131	▲ 17.2	72,174	▲ 7.9	16.2	▲ 9.4	16.3	▲ 11.9	103.9	2.3	104.6	1.5
20年 1月	3,848	▲ 5.8	60,341	▲ 10.1	13.3	▲ 8.9	14.8	▲ 8.6	103.5	2.3	104.3	1.1
2月	3,819	▲ 8.6	63,105	▲ 12.3	14.4	▲ 7.1	15.9	▲ 10.7	103.3	2.1	104.2	1.1
3月	3,737	▲ 8.6	70,729	▲ 7.6	14.6	▲ 10.4	15.8	▲ 10.7	103.1	2.0	103.3	1.1
4月	4,035	▲ 6.1	69,568	▲ 12.4	13.3	▲ 15.8	13.4	▲ 23.9	103.8	1.4	104.9	0.8
5月	3,871	▲ 10.0	63,839	▲ 12.0	10.2	▲ 31.5	9.9	▲ 38.1	102.9	0.0	104.4	0.2
6月	4,240	▲ 9.8	71,101	▲ 12.8	10.0	▲ 31.5	10.2	▲ 38.2	103.4	0.3	104.5	0.2
7月	3,744	▲ 5.6	70,244	▲ 11.3	10.7	▲ 28.2	11.4	▲ 31.7	103.4	0.1	104.6	0.2
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			P13.0	P▲ 20.2			P104.1	P▲ 0.2
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	
	倍	倍	人	前年比(%)	千人	前年比(%)	億円	前年比(%)	億円	前年比(%)
2016年	1.04	1.36	30,731	13.2	911	5.5	10,186	▲ 0.6	195,979	▲ 0.9
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
19年 8月	1.32	1.59	35,495	▲ 2.9	918	▲ 5.9	817	0.5	15,893	0.4
9月	1.30	1.58	33,840	▲ 4.8	917	▲ 1.5	850	6.0	16,721	10.1
10月	1.30	1.58	38,578	▲ 1.8	1,028	▲ 4.0	769	▲ 6.2	14,572	▲ 8.2
11月	1.29	1.57	34,744	▲ 1.6	902	▲ 6.7	834	▲ 0.2	16,113	▲ 1.8
12月	1.30	1.57	33,324	1.0	888	2.1	1,037	▲ 2.3	20,234	▲ 2.8
20年 1月	1.23	1.49	33,508	▲ 13.5	889	▲ 16.0	817	▲ 1.5	16,064	▲ 1.5
2月	1.20	1.45	34,027	▲ 10.0	897	▲ 13.5	782	6.3	14,389	0.2
3月	1.17	1.39	31,496	▲ 10.1	835	▲ 12.1	1,102	▲ 1.1	16,219	▲ 10.1
4月	1.15	1.32	23,701	▲ 31.5	656	▲ 31.9	977	▲ 7.9	13,450	▲ 22.1
5月	1.07	1.20	25,579	▲ 27.8	637	▲ 32.1	1,051	▲ 4.3	14,529	▲ 16.9
6月	0.98	1.11	28,341	▲ 17.5	756	▲ 18.3	1,099	3.9	16,789	▲ 3.4
7月	0.93	1.08	27,668	▲ 26.0	700	▲ 28.6	1,089	2.9	16,918	▲ 4.2
8月	0.87	1.04	26,579	▲ 25.1	662	▲ 27.8	1,125	6.1	16,882	▲ 3.2
9月	0.86	1.03	27,832	▲ 17.8	758	▲ 17.3	1,046	▲ 5.5	15,680	▲ 13.9
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)	2015年=100	前年比(%)	2015年=100	前年比(%)
2016年	152,979	3.9	2,801,491	3.6	354	65,358	8,446	2,006,119	99.7	▲ 0.3	99.9	▲ 0.1
2017年	158,237	3.4	2,943,010	5.1	361	42,138	8,405	3,167,637	100.0	0.3	100.4	0.5
2018年	156,244	▲ 1.3	2,895,454	▲ 1.6	361	80,882	8,235	1,485,469	100.9	0.9	101.3	1.0
2019年	152,208	▲ 2.6	2,821,886	▲ 2.5	329	58,282	8,383	1,423,238	101.5	0.5	101.8	0.5
19年 8月	10,980	0.8	201,903	0.8	36	13,360	678	87,149	101.5	0.1	101.8	0.3
9月	15,974	10.8	300,280	13.3	36	4,381	702	112,985	101.3	0.2	101.9	0.2
10月	8,949	▲ 29.3	164,672	▲ 27.5	33	6,200	780	88,578	101.7	0.0	102.2	0.2
11月	10,801	▲ 17.8	205,814	▲ 14.5	34	6,399	727	122,452	102.0	0.5	102.3	0.5
12月	10,764	▲ 13.3	194,765	▲ 9.5	26	4,155	704	156,864	102.0	0.8	102.3	0.8
20年 1月	10,707	▲ 12.2	192,821	▲ 11.5	27	4,119	773	124,734	101.6	0.3	102.2	0.7
2月	12,897	▲ 12.8	233,155	▲ 10.7	30	2,867	651	71,283	101.4	0.1	102.0	0.4
3月	17,246	▲ 6.1	321,865	▲ 9.9	45	3,836	740	105,949	101.5	0.3	101.9	0.4
4月	7,725	▲ 27.2	144,674	▲ 27.5	31	3,335	743	144,990	101.7	0.1	101.9	0.1
5月	7,177	▲ 37.7	123,781	▲ 41.8	7	1,063	314	81,336	101.5	0.1	101.8	0.1
6月	10,194	▲ 21.9	182,128	▲ 26.6	30	4,400	780	128,816	101.3	0.0	101.7	0.1
7月	11,718	▲ 17.5	207,473	▲ 19.6	36	4,663	789	100,821	101.4	0.1	101.9	0.3
8月	9,224	▲ 16.0	169,341	▲ 16.1	23	2,812	667	72,416	101.5	0.0	102.0	0.2
9月	13,772	▲ 13.8	252,371	▲ 16.0	34	2,746	565	70,740	101.2	▲ 0.1	102.0	0.0
10月	12,095	35.2	221,487	34.5	31	1,298	624	78,342				
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			



吉見町長 宮崎 善雄氏

町長のメッセージ

埼玉県ほぼ中央に位置し、荒川と市野川の豊かな流れに囲まれた吉見町は、肥沃な大地を持つ穀倉地帯と県立比企丘陵自然公園の一角を併せ持つ、豊かな自然と四季の彩りに満ちた町です。また、国指定史跡「吉見百穴」をはじめとする貴重な文化財が数多く残された歴史の宝庫でもあります。

人々の交流も盛んで、吉見町の秋の風物詩であります「町民体育祭」や「吉見まつり」は毎年多くの方で賑わいます。「歴史・自然・人々のふれあい」これが吉見町の魅力です。

今後も、町民一人ひとりが「しあわせ」を実感できる「小さくても輝く吉見町」「田舎でも誇れる吉見町」の実現に向け、各施策に取り組んでまいります。

はじめに

吉見町は、埼玉県のほぼ中央に位置し、東は鴻巣市と北本市、西は東松山市、南は川島町、北は熊谷市に接する東西約7km、南北約8km、面積は38.64km²のまちである。荒川、市野川が流れ、西部には県立比企丘陵自然公園に指定された丘陵地が広がるなど緑豊かな自然に恵まれている。

町に鉄道の駅はないが、路線バスなどを利用して、東武東上線東松山駅やJR高崎線鴻巣駅などにアクセスできる。町の歴史は古く、古墳時代後期の横穴墓群である吉見百穴をはじめ多くの史跡が残っている。1954年に東吉見村、西吉見村、南吉見村、北吉見村の4ヶ村が合併し吉見村に、1972年に町制を施行し吉見町となり現在に至っている。

関東平野の中央に位置することから、気候は海や山の影響を受けることが少なく、四季を通じて穏やかで過ごしやすい土地である。町では積極的に移住、定住支援を行うとともに、企業誘致にも力を入れている。

☀️ 町に残る多くの史跡

吉見町には、多くの史跡が残っている。その代表が国指定史跡である吉見百穴。古墳時代の後期に、丘陵や台地の斜面を掘削して横穴を造り墓としたもの。百穴が分布する一帯は凝灰質砂岩とよばれる比較的掘削に適した岩盤が広がっており、当時の人々は掘削するのに適した場所を探して横穴墓を

造ったものと考えられている。

江戸時代からすでに「百穴」とよばれ、不思議な穴として興味の対象となっていた。1887年に全面発掘が行われ237基の横穴が確認された。当初は住居として造られたという説が有力であったが、大正時代に出土品や横穴の構造から墓穴であることが明らかとなった。

いくつかの横穴墓にはヒカリゴケが自生している。ヒカリゴケは国指定天然記念物で、外から入ってくるわずかな光を反射して黄緑色に光って見える。関東の平野で見られるのは極めて貴重である。

吉見百穴の他にも、奈良時代の高僧行基が観世音菩薩の像を彫って岩窟に納めたことが始まりといわれる吉見観音が有名である(表紙写真)。本堂と三重塔は建物としても350年の歴史を持ち、それぞれ県指定建造物に指定されている。近くにある息障院^{そくしょういん}は、源範頼(頼朝の弟で義経の兄)の居館跡と伝えられている。範頼の没後は子孫が4代にわたり居



国指定史跡「吉見百穴」

吉見町概要

人口(2020年11月1日現在)	18,666人
世帯数(同上)	7,802世帯
平均年齢(2020年1月1日現在)	50.9歳
面積	38.64km ²
製造業事業所数(工業統計)	55所
製造品出荷額等(同上)	1,354.3億円
卸・小売業事業所数(経済センサス)	103店
商品販売額(同上)	616.4億円
公共下水道普及率	25.9%
舗装率	62.7%

資料:「令和元年埼玉県統計年鑑」ほか



主な交通機関

- 関越自動車道 東松山ICから町役場まで約7km
- 圏央道 川島ICから町役場まで約8km

住し、吉見氏を名乗った。

また、戦国時代に比企丘陵の先端に築かれた松山城は北武蔵屈指の城といわれ、同地区の要所であったことから、城をめぐる攻防は激しく支配者は頻繁に変わったとされる。現在、松山城跡として国指定史跡となっており、当時の城の特徴である、曲輪や空堀などが良好な状態で残っている。

🌟 いちごの里

吉見町は「いちごの里」として、広く知られている。吉見町のいちごは県内一の生産量を誇り、シーズンである12月から4月にはいちごを買い求める人で直売所に行列ができ、町の風物詩となっている。

稲作と養蚕が主流だった吉見町でいちご栽培が始まったのは、昭和30年代。荒川と市野川に挟まれた肥沃な土地は、甘くておいしいいちごの生育に適している。当初、数軒でつくっていたが、ハウス栽培の普及とともに数が増え、恵まれた土壌と気候、栽培技術の高さで県内一の生産量を誇るようになった。

朝摘みのいちごは、JA吉見直売所などで買うことができる。同じ敷地にある道の駅「いちごの里よしみ」では、吉見産いちごを使用した「いちごのしずくサイダー」、「いちごジャム」、「いちご生どら焼き」などが販売されている。いちご狩りを楽しめる農園や県道沿いに直売所を開く農園もある。町のキャラクター「よしみん」はいちごの妖精で、市民に親しまれている。

🌟 多くの企業が立地

吉見町は、東京などの大消費地に近いことに加え、関越自動車道東松山ICから約7km、圏央道川島ICから約8kmと高速道路ネットワークを利用できることから、飲料、食品、自動車部品などの大手企業に加え、様々な業種の企業が立地している。近年では、首都圏全域への広範囲な配送が行えることから、大型物流センターの立地が相次いでいる。

現在、東部の大和田地区で産業団地の計画が進められている。埼玉県では高速道路ネットワークを最大限に活かすため、ICと産業団地などを結ぶアクセス道路の整備を進めており、町内を横断する県道東松山鴻巣線がその対象となっている。4車線化を進めることにより、アクセスの改善が期待されている。

吉見町は自然に恵まれ、多くの史跡や文化財が残る歴史の町であるとともに、産業面でも優位性を持っており、小さくても輝くまちとしてバランスの取れた発展が期待されている。(吉嶺暢嗣)



いちご直売所の風景

市町村経済データ

製造業の事業所数、従業者数、製造品出荷額等

市町村名	事業所数 (所)	従業者数 (人)	製造品出荷額等 (億円)	前年比 (%)	市町村名	事業所数 (所)	従業者数 (人)	製造品出荷額等 (億円)	前年比 (%)	市町村名	事業所数 (所)	従業者数 (人)	製造品出荷額等 (億円)	前年比 (%)
さいたま市	869	27,098	8,896	3.5	朝霞市	141	4,742	844	6.9	滑川町	42	2,850	1,159	7.9
川越市	445	23,205	8,749	▲0.4	志木市	81	1,500	273	5.1	嵐山町	52	3,857	1,491	8.2
熊谷市	287	14,557	9,324	7.3	和光市	69	1,354	327	7.5	小川町	80	2,484	1,224	11.6
川口市	1,324	23,144	5,328	7.6	新座市	187	5,795	1,414	10.1	川島町	78	3,717	960	0.2
行田市	176	9,089	2,982	6.3	桶川市	74	3,999	1,278	▲2.4	吉見町	55	3,192	1,354	12.5
秩父市	152	5,300	1,084	▲9.3	久喜市	229	12,584	5,053	5.1	鳩山町	18	260	41	▲7.6
所沢市	248	8,878	1,830	0.0	北本市	73	3,062	651	6.5	ときがわ町	66	1,796	595	3.9
飯能市	119	5,899	3,072	8.0	八潮市	591	12,718	4,016	3.3	横瀬町	19	581	335	▲1.0
加須市	274	13,692	4,960	17.0	富士見市	47	754	212	2.1	皆野町	21	601	108	8.8
本庄市	143	7,431	3,283	2.6	三郷市	405	6,565	1,292	6.3	長瀬町	25	577	114	▲11.5
東松山市	151	8,482	2,561	47.9	蓮田市	75	3,912	1,767	▲1.7	小鹿野町	55	1,769	281	2.0
春日部市	211	6,492	2,032	5.2	坂戸市	93	6,365	1,459	▲5.5	東秩父村	14	191	15	8.6
狭山市	167	17,652	11,902	6.6	幸手市	88	3,735	1,229	▲0.5	美里町	42	3,144	1,141	▲5.0
羽生市	156	6,323	2,789	2.9	鶴ヶ島市	40	2,279	612	▲7.5	神川町	43	1,807	731	8.5
鴻巣市	148	6,587	2,316	12.4	日高市	144	6,579	2,222	5.2	上里町	74	4,270	1,384	1.5
深谷市	260	13,615	4,911	▲0.4	吉川市	188	4,746	923	3.7	寄居町	80	6,157	4,416	10.3
上尾市	209	10,216	4,752	▲2.7	ふじみ野市	111	4,626	1,221	3.7	宮代町	18	330	64	▲9.8
草加市	407	13,473	4,832	1.0	白岡市	51	2,631	616	3.2	杉戸町	76	1,778	335	21.8
越谷市	365	8,722	2,259	▲2.2	伊奈町	92	3,738	976	8.6	松伏町	79	1,673	313	9.2
蕨市	53	3,101	928	3.8	三芳町	155	8,679	2,322	▲4.4					
戸田市	439	11,470	2,653	6.1	毛呂山町	39	1,129	369	22.4					
入間市	254	11,715	4,821	4.9	越生町	29	526	67	▲6.5					
										市町村計	10,796	399,193	141,470	4.7

資料:埼玉県「令和元年工業統計調査結果」

(注1)従業者数4人以上の事業所

(注2)事業所数、従業者数は2019年6月1日現在、製造品出荷額等は2018年1～12月(1年間)の数値

埼玉りそな経済情報 2020年12月号

2020年12月1日発行

発行 株式会社 埼玉りそな銀行

企画・編集 公益財団法人 埼玉りそな産業経済振興財団
〒330-0063 さいたま市浦和区高砂2-9-15
Tel:048-824-1475 FAX:048-824-7821
ホームページアドレス <https://www.sarfic.or.jp/>



この冊子は FSC® 認証用紙および環境調和型の植物性インキを使用しています。