

埼玉りそな 経済情報

3

月号

March 2026

No.267

- 1 **彩論** 国土交通省関東地方整備局長 **橋本 雅道氏**
—— 地域の活性化や持続的な経済成長を支えるインフラ整備・管理
- 2 **ズームアップ** **株式会社協同商事**
- 5 **経営者セミナー** **ピンチをチャンスに**
B.LEAGUEチエアマン/日本バスケットボール協会 会長 **島田 慎二氏**
- 9 **調査** **埼玉県の住宅投資の現状と先行き**
—— 単身世帯割合の増加と金利上昇がもたらす構造変化
- 13 **アンケート調査** **埼玉県内企業経営動向調査**
—— 埼玉県内企業の自社業況BSIが4四半期(1年)ぶりに改善
- 17 **県内経済の動き**
- 19 **月次経済指標**
- 21 **タウンスケープ** **所沢市**
—— あれもこれもある 可能性が広がるまち 所沢
2030年に中核市へ
- 裏表紙 **市町村経済データ**

 **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**



所沢航空記念公園に展示される飛行機と桜(所沢市)

地域の活性化や持続的な経済成長を支えるインフラ整備・管理

国土交通省関東地方整備局長
橋本 雅道氏



皆様におかれましては、平素より国土交通行政の推進に多大なる御協力と御支援を頂き、厚く御礼申し上げます。

私どもが所管する関東地方は、人口や経済活動が集中し、日本全体を支える極めて重要な地域です。一方、気候変動による水害の激甚化・頻発化、老朽化する社会インフラ、首都直下地震の切迫など、多くの課題に直面しています。実際、昨年10月に台風22号・23号により八丈島で停電、断水、多数の家屋破壊や土砂災害が発生しました。また埼玉県内においては昨年1月に八潮市で下水道管の破損に起因すると思われる道路陥没事故も発生しています。これらの「災害」に対し、関東地方整備局ではTEC-FORCE（緊急災害対策派遣隊）や災害対策機械を派遣するなど支援を行ってまいりました。このように、近年の被害の深刻さを目の当たりにしますと、国土強靱化、防災・減災対策は待ったなしの状況であり、身の引き締まる思いです。

災害が頻発する国土にあっては、社会の安全・安心を確保する「地域の守り手」である建設産業の役割は非常に大きく、さらに、経済活動を支える等、「地域の担い手」としての役割も大いに期待されています。一方、建設産業界を取り巻く環境は厳しく、将来の担い手の確保、働き方改革、生産性向上など喫緊の課題が山積しています。魅力的な建設業とするためにも、令和6年に改正された第三次・担い手三法に基づく各種取り組みの着実な推進に加え、必要かつ安定した実質的な事業量確保が不可欠であると認識しています。昨年12月

に成立した補正予算において「第1次国土強靱化実施中期計画」の予算が確保されました。関東地方整備局としましても、計画にもとづく事業の推進に向けて、取り組んでまいります。

埼玉県内におけるインフラ整備を一部紹介します。荒川の流域内には日本の人口の約8%が集中し、特に埼玉県南部及び東京都区間の川沿いの地域は人口・資産が高密度に集積している地域となっています。そのため、荒川流域の治水安全度向上を図るため調節池を整備しております。令和元年東日本台風では、荒川第一調節池において約3,500万m³の洪水を貯留し、下流の洪水氾濫の防止に大きな役割を果たしました。今後、荒川第二・三調節池の整備により、荒川調節池群の洪水調節容量は約2.3倍の約9,000万m³となり、荒川の治水安全度のさらなる向上が図られます。圏央道は令和7年3月に幸手IC～五霞ICの4車線化が完了し、埼玉県内区間全線の4車線化整備が完了しました。圏央道整備により沿線地域では渋滞緩和と輸送効率が向上し、企業進出が促進しています。また西関東連絡道路は、埼玉県と将来リニア中央新幹線の新駅が整備される山梨県を結ぶ高規格道路で、両県間の人や物の交流を促進するだけでなく、埼玉県内、さらには広く北関東地域においても経済・観光等の活性化が期待されます。

これからも関係機関と連携し、地域の活性化や持続的な経済成長を支えるため、DX等新しい技術の導入も積極的に進め、インフラ整備・管理を将来にわたって持続可能かつ戦略的に推進してまいります。

日本発クラフトビールの先駆けとなる「COEDO」を製造・販売。 原料となる大麦の生産にも取り組み“畑からグラスへ”を目指す

クラフトビール「COEDO」を製造・販売する協同商事。COEDOは日本のクラフトビールの先駆けといわれる商品で、今や代表的な存在だ。同社は“新しい日本の農業を切り拓く”をミッションに掲げ、有機農業をはじめとする食のサイクルに携わってきた。現在、自社で大麦を生産し、ビール造りの川上から川下までを手がける取り組みを進めている。目指すは“畑からグラスへ”だ。



代表取締役社長 朝霧 重治氏

- 代表者 代表取締役社長 朝霧 重治
- 創業 昭和50年1月
- 設立 昭和57年8月
- 資本金 9,900万円
- 従業員数 106名
- 事業内容 青果物卸売事業、ビール製造事業、
食品輸入事業、物流事業、花き卸売事業、
環境関連事業
- 所在地 〒350-1150 埼玉県川越市中台南2-20-1
TEL 049-244-6911 FAX 049-244-6256

- URL <https://kyodoshoji.co.jp> (協同商事) <https://coedobrewery.com> (コエドブルワリー)



川越市に本社を置く株式会社協同商事は、青果^か花き事業、ビール事業、物流事業と三つの事業セグメントを持つ。青果花き事業は有機栽培や無農薬・減農薬栽培等の野菜に特化した専門商社機能を有し、北海道から沖縄まで約800の農家のさまざまな野菜を取り扱う。物流事業は農家から出荷される農産物を小分け包装するなどの流通加工を行った後、各地の生協やスーパー等の小売店に配送する。そしてビール事業はクラフトビールCOEDO「紅赤-Beniaka-」「漆黒-Shikkoku-」「伽羅-Kyara-」「白-Shiro-」「瑠璃-Ruri-」「毬花-Marihana-」等の製造、販売を行っている。

「“新しい日本の農業を切り拓く”というのが当社の設立当初からのミッションです。農業というと皆さん農産物の栽培を思い浮かべるとは思います、農にまつわる産業は食料全般なのです。生産・栽培はもちろん、物流、農産物を原料にメーカーが食品製造することやレストランなどのサービス産業に提供すること、そして廃棄物のリサイクルやその価値を高めるアップサイクルなど。私たちはそれら全てが農業だと考えています」(朝霧重治社長)

同社は青果花き、ビール、物流の事業セグメントで農

業を出発点とする食のサイクルにトータルで関与し、日本の農業の新たな地平を切り拓いている。

→ 産地直送物流事業で始まりビール造りへ

昭和50(1975)年、先代社長の朝霧幸嘉氏が同社を創立。“健康の基礎となる食べ物は安全でおいしいものを”をモットーに、有機農業に取り組む生産者と生協を結ぶ産地直送販売事業をスタートさせた。

「先代は“有機”という言葉がほとんど知られていない時代に、循環式農業の『武蔵野の落ち葉堆肥農法(落ち葉を集めて堆肥にし、畑に入れる)』を行う川越の生産者さんと出会いました。そこで安心・安全な農産物を作る方々と、そうした農産物を取り扱いたいと考える生協を結ぶ取り組みを始めたのです」

当時は今のような物流企業はなく、冷蔵輸送や生産履歴をたどる仕組みもない中、同社は先駆けて冷蔵で産地直送する流通システムを作り、作り手の思いが伝わる販売スタイルを生産者と共に構築していった。

そして平成8(1996)年にビール事業が始まる。当時、有機栽培農家では連作障害の対策として、土にすき込

んで「緑肥」にするための麦が栽培されていた。緑肥のため麦は収穫することなく土壌にすき込むのだが、それを見た先代社長の幸嘉氏が「もったいない。収穫してから畑にすき込んで土作りを行ってはどうか。この麦を何かに利用できないか」と考えたのがきっかけだった。

折しも平成6年に酒税法が改正されて、ビールの年間最低製造量が2,000klから60klに引き下げられた頃。小規模事業者がビール事業に参入し、各地で観光地土産の地ビールブームが到来していた時期だった。同社も、麦芽に加工する業者の不在を理由に地元の大麦は断念したものの、規格外品で廃棄されていたサツマイモを用いたビール造りをスタートさせた。これがCOEDOの始まりであった。

→クラフトビールとしてブランドを固めて躍進

平成8年、同社は川越市内に現在のCOEDOの前身となる小江戸ブルワリーを開設し、川越のサツマイモを用いた「サツマイモラガー」を開発する。商品は地ビールブームも手伝って売り上げを伸ばし、翌年には新たに三芳工場を開設する。それと同時にドイツの専門養成機関でビールの知識や技術を身につけた“ブラウマイスター”を招き、5年にわたってしっかりと本場のビール造りの技術を獲得していった。しかし、やがて地ビールブームは去り、多くの事業者がビール造りから撤退する。そうした中でも、同社はただひたすらにおいしいビール造りを追求して味を洗練させていった。

平成15年、副社長に就任した重治氏（平成21年社長就任）はビール事業のブランド価値向上に着手し、平成18年に地ビールと呼ばれる観光土産のカテゴリーとは異なるブランドを誕生させた。それが、ブラウマイスターから技術を継承し、クラフトマンシップで製造される“クラフトビール” COEDOである。

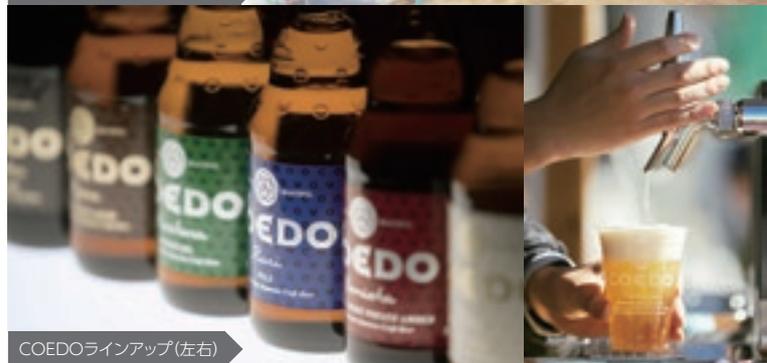
「モノづくりに対する姿勢は、地ビールというカテゴリーでくられていた時から変わっていません。私たちはもともと職人・クラフトマンで、ずっとクラフトマンシップでおいしいビールを造り続けてきましたから。ただ、

製品の打ち出し方やプロダクトコンセプトを再整理したのです」

まずビールの品質を証明するためにモンドセレクション(品質の優秀さを鑑定する国際評価機関)に出品。すると、COEDO「紅赤-Beniaka-」「瑠璃-Ruri-」が最高金賞、「伽羅-Kyara-」が金賞、「漆黒-Shikkoku-」「白-Shiro-」が銀賞と、当時製造していた5銘柄全てが受賞を果たした。そこでこの受賞の事実と、ビール職人がこだわり抜いて作ったプレミアムなビールであるこ



COEDOクラフトビール醸造所



COEDOラインアップ(左右)

とをPRしながら、百貨店、高級スーパーや高級レストランなど、これまでの地ビールとは違う高級路線の販売チャンネルを開拓していった。

その後もCOEDOはヨーロッパ・ビア・スター・アワードやワールドビアカップ等、世界で数多くの賞を受賞する。その品質が販売店や消費者に知られるにつれ、話題を集めて売り上げを伸ばし、COEDOは日本のクラフトビールの代表的な存在として快進撃を続けていくことになる。平成28年には埼玉県東松山市にCOEDOクラフトビール醸造所を開設。今ではインバウンド客や海外での和食ブームが追い風となって輸出も増加、世界中でファンを獲得している。

→ COEDOの6銘柄の特徴

現在、COEDOの定番商品は「紅赤-Beniaka-」「漆黒-Shikkoku-」「伽羅-Kyara-」「白-Shiro-」「瑠璃-Ruri-」「毬花-Marohana-」の6銘柄。

「紅赤-Beniaka-」は川越の伝統的なサツマイモ“武州小江戸川越産金時薩摩芋紅赤”を使用し、サツマイモの自然な甘みが引き立つ豊潤な味わいだ。「漆黒-Shikkoku-」は深い黒色で軽やかな飲み口を持ち、



工場働くブルワー（醸造家）の様子（左右）

工場内の様子

麦を収穫の様子

「伽羅-Kyara-」は香木の伽羅に由来する名で、香ばしさと複雑なフレーバーが特徴的だ。「白-Shiro-」はリンゴやバナナなど吟醸香を彷彿とさせるフルーティーな香りとクリーミーな口当たり。「瑠璃-Ruri-」はクリアな黄金色と洗練された風味で人気を集める。そして、シトラスを思わせる爽やかな香りと軽やかな飲み口が特徴の「毬花-Marohana-」。

いずれの銘柄も常にブラッシュアップし、さらなるおいしさを追求し続けている。

そのほか、季節限定の商品や企業とのコラボレーションで開発した商品などを開発・販売しており、多くのビールファンから新商品への期待と熱い視線が注

がれている。

→ 麦作りから取り組み“畑からグラスへ”

同社は昨年11月、大宮駅東口の「ムスブルミネ」内に、青果のDtoCブランドとして有機野菜や果物の専門店「ORGANIC&CO.」を装い新たにリニューアルオープンさせた。

同店舗は、全国の提携農家から届いた野菜を販売したり、併設のカフェレストランで体に優しいメニューやドリンクを提供して、有機野菜を多くの人に楽しんでもらうとともに、そのおいしさを発信し、伝えていく役割を担っている。オープン当初より、安全・安心な食、地球環境に寄り添った農業に対する意識の高い生活者から注目を集め、発信力の手応えを感じているという。

また同社は、SDGsという言葉がなかった時代から、ビール工場から排出される麦芽粕を100%牛の餌としてリサイクルするほか、工場排水からメタンガスを生成し発電するなど、全てを無駄なく循環させる取り組みを進めてきた。「ようやく私たちが大事にしてきたものが評価される社会になった」と、朝霧社長は語る。こうして食のサイクルにトータルで携わり、日本の農業を切り拓いている。

そして現在、ビールの原料となる大麦を自社農園で栽培する新たなプロジェクトに挑戦している。

「日本のビール界のピースが欠けている部分は、原料を自給していないということ。そこで、当社は、原点に戻って“畑からグラスへ”というテーマを掲げています。ビール造りがあるから農業も成立し、農業があるからビール造りも強化されると考えています。ビール造りのスタートとなる麦畑から携わることで、COEDOビールのブランド力をいっそう高めて、ボルドーのワイナリーやロマネコンティのような強いブランド力を目指していきたいです」

畑から携わるブルワリー（ビール醸造所）として、その魅力を伝えていきたい——そう語る朝霧社長の視線は、世界レベルのさらなる高みを見つめている。

経営者セミナー

ピンチをチャンスに



島田 慎二氏

B.LEAGUE チェアマン
日本バスケットボール協会 会長

プロフィール

1970年新潟県出身。日本大学卒業後、1993年株式会社マップインターナショナル(現株式会社エイチ・アイ・エス)入社。その後、旅行会社2社を起業し、2010年コンサルティング事業を展開する株式会社リカオンを設立、代表取締役社長就任(現任) 2012年株式会社ASPE(現株式会社千葉ジェッツふなばし)代表取締役社長就任。2015年にB.LEAGUE理事、2017年に副理事長(パイスチェアマン)などを歴任し、2020年より、B.LEAGUEチェアマン(現任) および日本バスケットボール協会副会長を務める。2025年9月に日本バスケットボール協会会長に就任(現任)

2025年11月21日(金)、B.LEAGUEチェアマンで日本バスケットボール協会会長の島田慎二氏を講師にお迎えし、「ピンチをチャンスに」と題してセミナーを開催しました。以下、その概要を紹介いたします。

●はじめに

ただいまご紹介頂きましたB.LEAGUEの島田でございます。B.LEAGUEは、タイトルパートナーであるりそなグループをはじめ、多くのパートナー様の支援をいただきながら、地方創生に取り組んでいますが、こうして皆さんの前でお話できるのも、その“ご縁”のおかげだと思っています。せっかくの機会ですから、本日は何かひとつでも皆さんの経営のヒントとして持ち帰っていただけたらと思います。私がこれまでに経験した失敗やそこから学んだことなどドキュメンタリーのようにざっくばらんにお話ししたいと思いますのでよろしくお願いいたします。

●25歳で仲間と起業

私は25歳で仲間と起業しました。今年55歳になりましたので、30年間、経営に携わっています。経営

というのはしんどい反面、己を磨く場でもあって、ままならないことに向き合うほど成長できる、と思っています。経営者は部下や顧客など、自分ではコントロールできないことばかりですが、その難しさこそが自分を育ててくれるんだと感じています。今はスポーツの世界に身を置き、バスケットボールという魅力ある競技を通じて、少しでも社会のお役に立てればと仕事をさせてもらっています。

ただ最初からそんな崇高な考えがあったわけではありません。22歳で就職して3年働いたあと、25歳で仲間と旅行会社を立ち上げました。当時は、大橋巨泉さんの「若いうちに稼いで悠々自適に生きる」という姿に憧れていて、とにかく社長になればいいんじゃないか、という軽い動機だったんです。会社は、はじめのうちはそこそ順調だったものの、共同経営者のもう一人の社長の金遣いの問題や、米国のテロの影響で経営が傾きはじめ、このままではダメだと感じ、自分の本当の意味での独立を決意したんです。

●自己中心的経営でまさかの失敗

30歳で、自分の会社“HALインターナショナル”

を立ち上げました。最初に立ち上げた旅行会社と一緒にいた仲間たちが「みんなで頑張っ、みんなで分け合う会社にしよう」と言っ、ついてきてくれたのがうれしかったですね。業績も順調で、いいスタートだったんです。ところが、調子が出てきた途端、私自身が前の社長と同じように、自己中心的なふるまいをするようになってしまいました。かつて批判して最初に立ち上げた旅行会社を辞めたのに、自分も同じことをしてしまったわけです。それが前の会社からついてきてくれたスタッフの知るところとなり、「あなたにもついていけません」と大勢が会社を辞めてしまいました。もちろん仕事は回らず、黒字倒産寸前。人手をかき集めてなんとか倒産だけは避けました。

でも、私のエピソードが語り継がれて、新しい社員にも信頼されない。業績が良くなっても雰囲気は全く変わらない。なぜ改善しているのに信頼されないのか。本気で悩みました。思えば当時の私は、早く結果を出してIPO(株式公開)して、さっさと経営者を卒業しよう、そんなことばかり考えていました。25歳で起業し、上司に叱られた経験もなく、世の中の機微も分からないまま走っていた。経営者として、どうすれば社員から信頼されるかの答えを求めて本を読み漁る中で、稲盛和夫さんの本に出会いました。そして結局、自分の仕事への向き合い方そのものが問題だったと、気づいたのです。

●偉大な経営者たちの言葉が転機に

稲盛和夫さんが立ち上げた京セラの経営理念は「全従業員の物心両面の幸福を追求する」、そんな発想はそれまでの私には全くありませんでした。「理念なんて形だけのもの」と思っ、てもいました。でも稲盛さんの本を読み進めると、会社の存在意義を定め、それを実現するために経営があるのだと説かれていて、頭をガツンと殴られたような感覚になりまし

た。自分には「社員や社会のため」という視点が欠けていた、と痛感しました。

そこで私は社員に正直に詫言、び、「経営者としての在り方を改める」と宣言しました。とはいえ、長年信用されてこなかった社長が急に変わると言っ、ても簡単に信じてもらえるわけがありません。再び信用が戻るまで3年ほどかかりましたね。社員は私の言葉だけでなく、雰囲気や立ち振る舞いまで見ている。そのことにもようやく気づき、自分の考え方や行動を根本から変えていこうと決めたのが35歳になる頃でした。

その頃学んだ中で、今も大切にしている教えが2つあるのでお話しします。ひとつは稲盛さんの「人生・仕事の結果=考え方×情熱×能力」という方程式。情熱と能力は0点から100点までですが、考え方だけはマイナス100点~プラス100点まで広がる。つまり、どれほど優秀で熱量があっ、ても、考え方がマイナスなら成果はマイナスに増幅されてしまう。考え方とは生きる姿勢であり、能力や熱意とともに、正しい考え方を持つことが大事、と説いています。だからこそ、経営理念を大切にし、理念に共感できる仲間を集め、日々のコミュニケーションを通じて理念を浸透させることが何よりも大事なんだと気づかされました。

もうひとつは松下幸之助さんの「運のいい人を選びなさい」という話。松下政経塾の選考で、優秀すぎて選べないと悩む事務局に対して幸之助さんが言っ、た言葉だそうです。運がいい人とは、結果を出してきた人。結果を出すというのは、失敗しても逃げずにやり抜いた証です。つまり「最後までやりきれ人」を見極めよという教えで、私も採用の際にはそのエネルギーを感じ取れるかどうかを特に意識するようになりました。

こうした学びを経て、自己中心的だった私も少しずつ社員の信頼を取り戻し、会社も成長していくことができました。

●新たな挑戦でプロバスケットボールへの世界へ

38歳の時、IPOを目指して走っていたんですが、リーマンショックで断念し、じゃあ一度リタイアしてみよう、と会社をM&Aで手放したんです。憧れの“プチ巨泉”気分の世界を2年ほど旅しましたが、思ったほど面白くない。ひとり旅って飽きるんですよ。夜のホテルでは旅の記録を付けるのが日課でした。ある夜、「そろそろ40歳、人生このままでいいのか」と突然不安になって、記憶のある限りの自分史を全部書き出してみたいんです。振り返ると反省ばかりで、前半戦はひどかったなと気づかされました。だから、人生の後半戦は少しでも世の中に良いものを還元できる人間にならなきゃ、と腹を決めた頃に舞い込んできたオファーが、プロスポーツの世界に飛び込むきっかけでした。

そのオファーをくれた方と私の出会いも奇跡的なものでした。その方は、私が25歳で会社を立ち上げた時に、投資してくださった千葉県船橋市にある病院の理事長です。当時、外来診療が一日100人を超えたら社員全員でハワイ旅行に行こうって決めていたというんですね。その手配の電話が私のいるコールセンターにかかってきて、たまたま私が出ました。それ以来、理事長に可愛がってもらって、2回の起業に際して応援してもらったのです。もしあの電話を私が取らなかったら、経営者としての私はいなかったかもしれません。奇跡的な出会いでした。

そして私が40歳の時に千葉ジェッツと関わることになったのも、理事長との“ご縁”です。当時は潰れそうな状況のチームで、チームオーナーであった理事長から相談され、最初は「もうやめたほうがいい」と正直思いましたし、理事長にもそうアドバイスしました。でも「手伝ってくれ」と言われ、ボランティアで関わり始めました。週に一度、二度と関わるうちに、

いつの間にか毎日行くようになり、選手やスタッフに愛着が湧いてしまったのです。「私がやらなければ潰れる」という状況になり、結局社長を一年だけ引き受けました。特別な意志があったわけではなく、奇跡のような偶然の流れなのです。

その後、B.LEAGUEが立ち上がり、全国に55クラブができ、千葉ジェッツも天皇杯5回優勝、リーグチャンピオンや最高勝率、連勝記録を打ち立てるクラブになりました。私が関わった8年間で、売上は2億円から18億円弱に伸び、入場者数も大幅に増え、地域経済への効果も30億円から65億円に。今では浦和レッズに匹敵するチケット売上を誇るほどです。私が辞めた後にさらに成長しているのは、引き継いだ社長と社員が優秀だからですね。

●「経営理念」を軸にした組織改革

私がやってきた千葉ジェッツでの改革についてお話しします。私が最初にやったのは、社員全員にインタビューして課題を把握し、自分なりの仮説を立て、組織改革とブランディング、マーケティングの三本柱で改善していったことです。

組織改革については、30代の頃の自己中心的経営者としての反省を活かし、まずは経営理念を作りました。稲盛さんの教えを参考にして、「千葉ジェッツを取り巻くすべての人たちと共にハッピーになる」という経営理念です。勝つことも、ファンサービスも、地域活動も、この理念実現のための手段であって、目的とはしていません。理念を語り、社員・選手・株主・スポンサーに共有することから始めました。

理念を実現するための指針として13か条のミッションも作りました。例えば、ファンに身近で愛される存在になる、社会貢献を果たす、地域活動に参加する、などです。

契約書にも理念を明記し、この理念に共感できない選手とは契約しない、というレベルまで徹底しまし

た。こうして理念を日常業務の判断基準に落とし込み、現場のベクトルを揃えていったんです。

その後、チーム強化も経営と同じで理念が必要だと気づき、チーム理念を策定、チーム理念の実現にフィットする監督・選手を集めました。会社の方針・チームの方針・監督の考えにフィットする選手が集まった時、チームは劇的に強くなり、天皇杯優勝を果たすことができました。その時に、アグレッシブな富樫勇樹選手も奇跡的な“ご縁”が重なって獲得することができました。

マーケティングではスポンサー集めが至上命題でした。「蟻が象を倒す」というストーリーで、「未来の価値に投資する」という戦略を示し、最強のトヨタチームが所属するリーグに鞍替えして、千葉県内企業に営業を強化しました。数字を具体的に示すことで、少しずつ支援が集まり、経営危機を脱することができました。

また、スポーツにおいても商品価値の向上が重要で、顧客満足を高めるため、チームの魅力、エンターテインメントの魅力、ホスピタリティの魅力の3つを追求しました。限られた資金でも知恵と工夫で改善可能で、例えばハーフタイムにおけるトイレ渋滞の改善など、小さな工夫でサービスの質を上げていきました。

組織マネジメントでは、達成感を体験できるよう、目標設定をして結果を尊重する風土を作り、手厚くサポートしながら成長を促しました。プロマインド教育も徹底しました。挨拶、服装、メール対応などもルール化して、理念に沿った行動を習慣化させました。ISO認証も取得し、品質マネジメントを回すことで経営改善に努めました。

経営者として行うべき重要なことは、ゴールを設定して確実に達成すること、やりたいことよりやるべきことをやること、関わる人達をハッピーにすること、だと思っています。経営理念の実現こそが最大の使命ではないかと思っています。

●本気で向き合うことが組織と人を動かす

新しいチャレンジを求め、社長を退任してスポーツから一旦離れることを決めようとした2020年、コロナがやってきました。ピンチの状況で白羽の矢が立ち、48歳でB.LEAGUEのトップに就任することになったんです。無観客や入場制限、スポンサー減少など、まさに危機の連続でしたが、こういう時こそチャンスだと感じました。若い頃から、困難な時こそ成長できるという感覚がありましたので、思い切って引き受けたわけです。

B.LEAGUEでは、シーズンの成績に基づくB1とB2の2ディビジョンでの昇降格制度をとっていましたが、2026-27シーズンよりこれを廃止し、クラブの戦力だけではなく、集客・施設・経営など総合的な指標をもって所属するディビジョンを決定する運営方式への転換を進めています(B.革新)。これにより、短期的な昇降格がなくなり、より地域に根付いたクラブ作り、アリーナ整備、地域活性化施策が加速されると考えています。バスケットボールを通して、日本社会を元気にすること、これが私たちの最上位理念です。その実現に向け、スポーツと地域を結びつけ、若い人たちがワクワクできる日本社会を作る。これが私たちの挑戦です。

現在は、B.LEAGUEのチェアマンに加え、日本バスケットボール協会の会長として、分かれていた組織をまとめ、全体価値を上げる取り組みを始めています。

リーダーとして必要なことは、覚悟を持ってやり抜くこと。本気で向き合うからこそ、結果が伴い、人や組織を動かす力になると信じています。

最後に皆さんにお願いです。埼玉には二つのクラブ(B1:越谷アルファーズ、B3:さいたまブロンコス)があります。ぜひ試合を観に来て、応援していただきたいと思います。

ご清聴、ありがとうございました。

(文責:埼玉りそな産業経済振興財団)

埼玉県の住宅投資の現状と先行き

— 単身世帯割合の増加と金利上昇がもたらす構造変化 —

はじめに

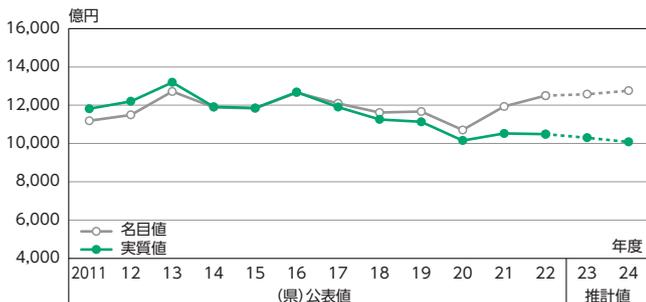
昨年6月に公表された国土交通省「建築着工統計調査報告(令和6年度計)」によれば、埼玉県の2024年度の住宅着工床面積は402万1,331㎡、前年度比▲6.2%と3年連続の減少となった。これを基に推計される同年度の県内の民間住宅投資額は、名目値で1兆2,754億円(前年比+1.4%)、実質値で1兆82億円(前年比▲2.1%)となる。物価上昇を背景に名目値では増加が続く一方、実質ベースでは住宅投資の減少が進んでいる。

本稿では、県内における実質的な住宅投資水準の低下を踏まえ、県内の住宅着工戸数の動向と世帯構造の変化をもとに、中・長期的な先行き(10年程度)を中心に分析を行う。特に、近年みられる金利上昇が今後の住宅着工に与える影響をシミュレーションし、国内でも有数のベッドタウンである埼玉県の住宅需要の構造変化について考察する。

埼玉県の民間住宅投資の現状

埼玉県の民間住宅投資は、県内総生産に占める割合が全国平均より高く、県経済の特徴を形成する重要な要素である。民間住宅投資額は、住宅着工床面積と建築費デフレーターを基に推計される、年間の住宅の新築・増改築に関する支出を表す指標である。実質ベースの住宅投資額は減少が続いており、2013年に約1.3兆円だったが、2024年の推計値で

● 県内民間住宅投資金額の推移(埼玉県)



資料:埼玉県「県民経済計算」、国土交通省「建築着工統計調査」「建設工事費デフレーター」をもとに推計し作成

は1兆円前後まで低下した。10年間で3割近い縮小であり、実質値の基調的な弱さを示している。一方、名目値は建築費の上昇を背景に拡大しており、名目と実質の差は広がっている。

実質ベースで住宅投資額が減少している背景には、住宅着工床面積の長期的な縮小がある。県内の住宅着工床面積は過去30年以上にわたり減少傾向が続いており、2024年度は1990年代前半の5割程度にまで低下した。他方、住宅建築費は上昇基調が続き、近年は建設コストの高止まりが住宅需要をさらに抑制する構図が強まっている。

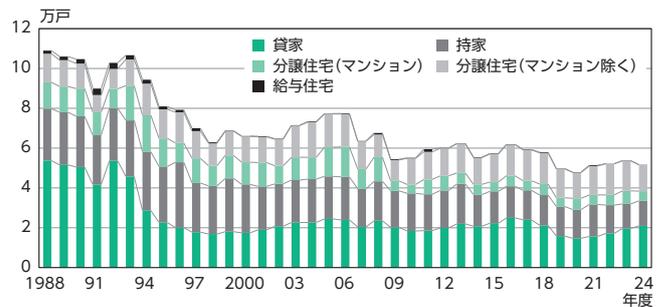
● 住宅着工床面積(埼玉県)と住宅建築費の推移



資料:国土交通省「建築着工統計調査」,「建築工事費デフレーター」
(注)住宅建築費は、国土交通省公表の建設工事費デフレーターで「住宅総合」の全国の値(2015年基準)を用いている。2023年度と2024年度は公表された暫定値

利用関係別にみた住宅着工戸数の動きが住宅着工床面積の減少を裏付ける。住宅着工戸数は利用関係別に「持家」「貸家」「分譲住宅」「給与住宅」に分類され、住宅需要の構造を把握する上で重要である。持家と分譲住宅(特にマンション)は減少が続く一方、貸家は変動があるなか、近年は一定の水準を維

● 利用関係別の住宅着工戸数の推移(埼玉県)



資料:国土交通省「建築着工統計調査」
(注)・持家…建築主(個人)が自分で居住する目的で建築するもの・貸家…建築主が賃貸する目的で建築するもの・分譲住宅…建て売り又は分譲の目的で建築するもの・給与住宅…会社、学校等がその社員、教員等を居住させる目的で建築するもの・「マンション」は、利用関係が「分譲住宅」、構造が「鉄骨鉄筋コンクリート造」「鉄筋コンクリート造」「鉄骨造」、建て方が「共同住宅」に該当する建物を集計(当統計調査の定義に基づく)

持っている。給与住宅は建築される戸数自体が少なく、全体への影響は限定的である。

さらに、利用関係別に住宅一戸あたりの面積をみると、分譲住宅のマンションの動きが特徴的だ。マンションの1戸あたり床面積は過去10年間で約15㎡縮小し、コンパクト化が進んでいる。持家も緩やかにコンパクト化が進み、戸数割合も減少した。貸家は割合が増加傾向だが、一戸あたり45~50㎡で比較的狭い。この結果、県内の総床面積は縮小傾向が続き、民間住宅投資の実質的な低下につながっている。

●利用関係別の住宅一戸あたりの面積、住宅着工戸数全体に対する割合の推移(埼玉県)

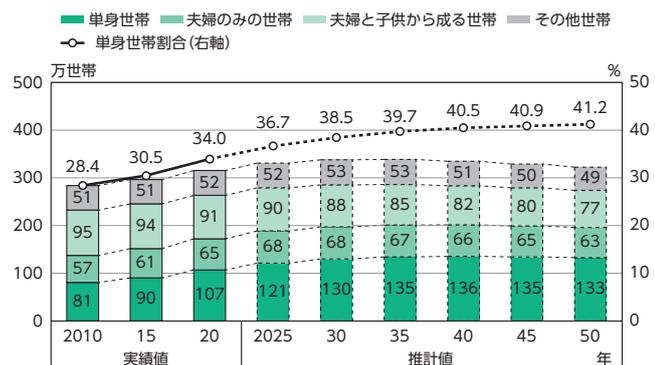
利用関係別	1994年度		2004年度		2014年度		2024年度	
	一戸あたりの面積	割合	一戸あたりの面積	割合	一戸あたりの面積	割合	一戸あたりの面積	割合
全体	87.4	100.0	87.8	100.0	83.8	100.0	77.8	100.0
持家	128.2	31.2	125.9	29.8	119.5	28.6	113.4	24.2
分譲住宅	84.9	36.2	94.3	39.0	95.4	33.4	90.3	35.1
うちマンション除く	94.9	16.8	98.1	24.1	100.8	24.1	99.7	25.6
うちマンションのみ	76.2	19.4	88.1	14.9	81.4	9.3	65.1	9.5
貸家	51.2	30.4	43.1	30.8	46.2	37.5	45.9	40.6
給与住宅	49.5	2.1	58.1	0.4	74.4	0.5	65.4	0.2

資料:国土交通省「建築着工統計調査」を基に作成

埼玉県内の世帯の変化

埼玉県の世帯構造は、この10年で大きく姿を変えている。国勢調査によれば、2010年から2020年にかけて一般世帯数は約31万世帯増加したが、その内訳を見ると、増加分の大半は単身世帯(約26万世帯)で占められ、残りは主に夫婦のみ世帯(約8万世帯)の増加によるものであった。一方で「夫婦と子ども」世帯は減少しており、世帯の増加が単身世帯と夫婦

●家族類型別の一般世帯数の推移と将来推計(埼玉県)



資料:総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計」

のみの世帯に集中している点が特徴的である。「日本の世帯数の将来推計」(国立社会保障・人口問題研究所)では、世帯総数は2035年をピークに減少へ転じる一方、単身世帯のみが2040年まで増加を続け、単身世帯割合は4割を超える見通しである。

世帯の種類別に持ち家率をみると、単身世帯と2人以上世帯では住宅の保有形態が大きく異なる。「令和5年住宅・土地統計調査」(国土交通省)によれば、単身世帯の持ち家率は全体に比べて低く、特に若年層では賃貸居住が中心となっている。一方、2人以上世帯では30~40代で持ち家率が大きく上昇する。つまり、住宅取得の中心層を形成している。また、65歳以上の単身世帯では持ち家率が7割に達しているが、これはもともと夫婦世帯として持ち家に居住していた世帯が、死別や離婚などを経て単身化するケースが多いためである。単身世帯は2人以上世帯と比較して、住宅を所有する割合は低い。

●世帯主の年齢別持ち家率(埼玉県)

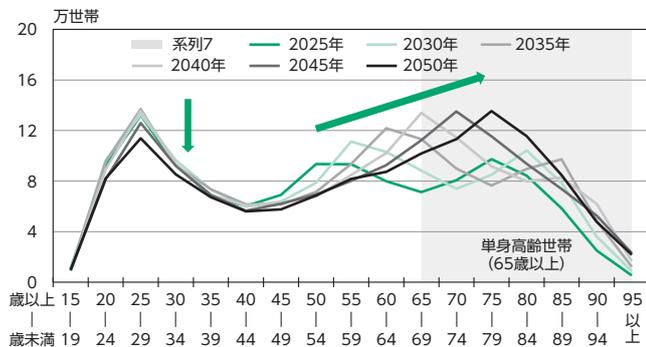


資料:総務省「令和5年住宅・土地統計調査」を基に作成

将来推計を年齢別にみると、県内の単身世帯の増加は主に50歳代以上で生じており、今後はこの層が高齢化することで高齢単身世帯が急増する見通しである。2040年には単身世帯の中で最も多い年齢層が65~69歳となり、単身世帯の“中心”は高齢層へと移る。これに対し、これから30~40代といった住宅取得の中心となる層は今後世帯数が減少していくため、将来の持家・分譲住宅の需要の拡大にはつながりにくい。

こうした県内の世帯構造の変化は、貸家需要の底堅さと持ち家取得の縮小傾向を同時に説明するもの

●年齢別に見た県内単身世帯数の将来推計(埼玉県)



資料:国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計」

であり、次節で示す利用関係別の今後の住宅着工戸数の予測で反映される重要な背景となっている。

埼玉県の民間住宅投資の先行き予測

本稿では、単身世帯率と金利を中心とした予測モデルを用いて、住宅着工戸数の今後10年間の動向をシミュレーションする。利用関係別に、「持家+分譲住宅」と「貸家+給与住宅」に分けて分析した。推計には、住宅着工戸数(H_t)を目的変数とした以下の対数線形モデルを推定し用いた。

$$\log(H_t) = \alpha + \beta_1 SR_t + \beta_2 PR_t + \beta_3 Z_t + \varepsilon_t$$

予測モデル各項の説明

記号	内容	使用した統計
	補足	
H_t	住宅着工戸数	「建築着工統計」国土交通省
	補足:利用関係別に「持家+分譲住宅」、「貸家+給与住宅」の2つに分解。	
SR_t	単身世帯率	「国勢調査」内閣府、「埼玉県推計人口」埼玉県
	補足:単身世帯数/総世帯数で算出。単身世帯数は3次スプラインを用い補間。	
PR_t	金利	「短期プライムレート」日本銀行
	補足:短期プライムレートを使用。月次を用いて年平均を計算。	
Z_t	モデル固有の変数	—
	補足:2009年度(リーマン・ショック)ダミー変数、及びトレンド項	
α, β	推定係数	
ε_t	残差	

本稿の予測モデルは、住宅着工戸数の中・長期の構造的変動を捉えることを目的として推定したものであり、景気変動などに向けた短期的な予測精度を目的としていない。

・「持家+分譲住宅」モデル

回帰分析の結果

【モデル精度】決定係数0.816、自由度調整済み決定係数0.799

説明変数	係数($\alpha \cdot \beta$)	t 値	有意性※ ₁
定数項	11.65356	113.49	***
単身世帯率	-0.03388	-10.75	***
金利(短期プライムレート)	-0.05480	-4.17	***
2009年度ダミー ※ ₂	-0.24277	-2.68	**

※₁ * p<0.05, ** p<0.01, *** p<0.001 を示す。

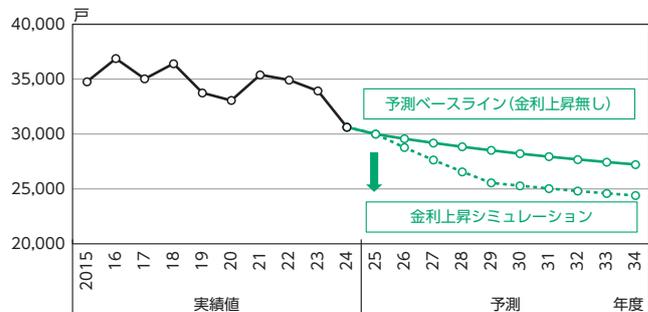
※₂ ダミー(変数):質的な異なりを数字に表した変数のこと。

本モデルではリーマン・ショックの影響を除くために2009年度を「1」、それ以外の年度を「0」としている。

「持家+分譲住宅」モデルの推定結果では、「単身世帯率」と「金利(短期プライムレート)」の係数はいずれもマイナスとなり、世帯構造の変化と金利の高さは持家と分譲住宅の着工を押し下げる方向に働くことが確認された。

金利が今後5年間で毎年0.5%ずつ上昇するシナリオを重ねて予測すると、持家・分譲住宅は中期的に下押しが続くことが想定される。今後の金利上昇をシミュレーションするとさらに3,000戸程度下押しされる予測結果となった。

●持家・分譲住宅 住宅着工戸数の先行き予測(埼玉県)



資料:国土交通省「建築着工統計」、予測値は本稿の推定式に基づく

(注)「金利上昇時シミュレーション」は、2025年度以降の5年間でプライムレートが毎年0.5%ずつ金利が上昇したケースを想定

・「貸家+給与住宅」モデル

回帰分析の結果

【モデル精度】決定係数0.815、自由度調整済み決定係数0.798

説明変数	係数($\alpha \cdot \beta$)	t 値	有意性※ ₁
定数項	11.31625	21.84	***
単身世帯率	-0.09120	-2.85	**
金利(短期プライムレート)	0.11596	4.05	***
トレンド ※ ₂	0.04262	2.36	*

※₁ * p<0.05, ** p<0.01, *** p<0.001 を示す。

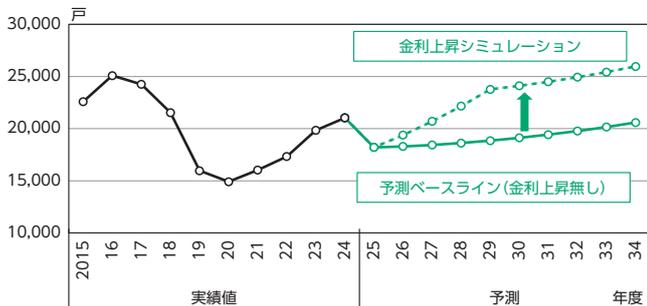
※₂ トレンド(項):データの長期的な傾向を特定するために使用される変数のこと。

本モデルでは、1988年度を「1」とし、2024年度まで1つずつ数が増えていく「線形トレンド」を用いている。

「貸家+給与住宅」モデルでは、「金利」の係数が正となり、「持家+分譲住宅」モデルとは逆の反応を示した。これは、金利の高さが持家と分譲住宅の取得を抑制し、賃貸需要を押し上げる「代替効果」や、家賃上昇を通じた投資利回り改善を反映したものと考えられる。一方、「単身世帯率」の係数は「持家+分譲住宅」モデルと同様にマイナスとなった。前述の通り、埼玉県での将来の単身世帯数の増加は、50歳以上の年齢層で生じる見通しであり、単身世帯の増加は必ずしも貸家需要の増加につながらない点を示

された。トレンド項の係数はプラスで、貸家の長期的な増加傾向を示している。金利が上昇するシナリオでは貸家への代替効果や、貸家志向の高まりなどが押し上げ要因となり、戸数はむしろ増加するシミュレーションとなった。その結果、2032年頃には「持家+分譲住宅」と「貸家+給与住宅」の着工件数が25,000戸を境に逆転を起こすシミュレーション結果となった。

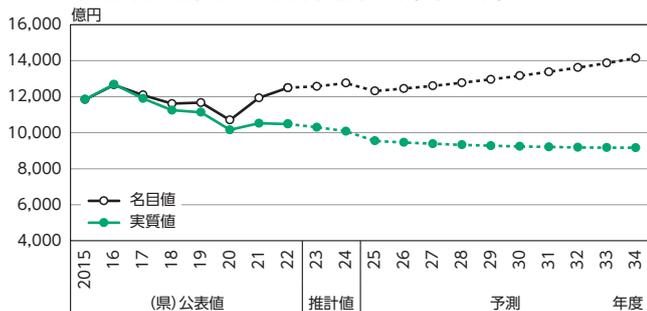
●貸家・給与住宅 住宅着工戸数の先行き予測(埼玉県)



資料:国土交通省「建築着工統計」、予測値は本稿の推定式に基づく
 (注)「金利上昇時シミュレーション」は、2025年度以降の5年間でプライムレートが毎年0.5%ずつ金利が上昇したケースを想定

以上をもとに、埼玉県の民間住宅投資の先行き10年間を予測する。名目値では建築費の上昇により実質値との差が拡大する。実質ベースの住宅投資額は、総床面積の縮小を反映して緩やかな減少基調となるものの、持家・分譲住宅と、貸家・給与住宅で動きが異なる。持家・分譲住宅は金利上昇の影響を強く受け減少が続く一方、貸家・給与住宅は賃貸需要の底堅さや投資利回りの改善を背景に緩やかに増加する。両者を合わせると、実質的な民間住宅投資額全体の減少幅は限定的で、金利上昇シナリオでも横ばいに近い姿が見込まれる。

●県内民間住宅投資の先行き予測(埼玉県)



資料:埼玉県「県民経済計算」、国土交通省「建築着工統計調査」「建設工事費デフレーター」をもとに推計し作成、予測値は本稿の推定式に基づく
 (注)予測期間は年2%のデフレーター上昇と、各利用関係別の1戸あたりの面積が変化しない前提を置いている

おわりに

本稿では予測によるシミュレーションを行い、今後の県内の住宅需要は、持家・分譲住宅中心から貸家中心へと移る可能性があることを示した。単身世帯の増加と金利上昇が重なり、持家と分譲住宅の着工は縮小する一方、貸家は賃貸需要の底堅さや投資利回りの改善を背景に底堅く推移することも見通される。

こうした構造変化の予兆は、建設業や不動産業などの住宅供給側にとって、需要の質的転換を意味する。持家と分譲住宅の縮小は従来のビジネスモデルの見直しを迫る一方、貸家では単身向けや小規模住宅の需要が高まる可能性がある。高齢単身世帯の増加に応じて、多様な年齢層が入居できる賃貸住宅の設計も求められる。また、老朽化した賃貸住宅の建替え需要や、投資物件としての貸家の位置づけ強化も見込まれる。

予測が現実になるとすると、自治体や地域金融機関にとって対応の視点は変わってくる。高齢単身世帯の増加は住宅確保支援の必要性を一段と高め、空き家対策や住環境整備と密接に関わる。貸家オーナーに対しては金融面での支援や相続相談などの情報提供が求められる。

貸家割合の増加は地域経済にも影響を及ぼす。単身世帯の増加に伴い賃貸住宅の需要が底堅く推移することは、賃貸料の支出増加により地域の個人消費を静かに押し上げる。高齢単身世帯では、修繕が必要となる持ち家の維持費に比べ、賃貸住宅は管理負担が少なく、生涯の生活コストの平準化に向けた住み替えも選択肢の一つとなっていっだろう。こうした賃貸市場の活性化は、持家・分譲住宅の需要減少が地域経済に与える影響を緩和する可能性がある。

日本は人口減少が進み、また「金利のある世界」に戻った。国内有数のベッドタウンの埼玉県でも、住宅需要の構造変化も展望される時代が到来している。埼玉県の住宅投資の動向に注目し、調査を継続していきたい。

(齋藤康生)

埼玉県内企業経営動向調査

埼玉県内企業の自社業況BSIが4四半期(1年)ぶりに改善

国内景気

(現状)

最近(2026年1月)の国内景気に対する県内企業の見方は、「上昇」12%、「下降」16%で、BSI(「上昇」-「下降」の企業割合)は▲4となった。前回調査(2025年10月)の▲10から6ポイント改善した。国内景気のBSIは2024年7月期にマイナスに転じたのち、7四半期連続でマイナスが続いている。

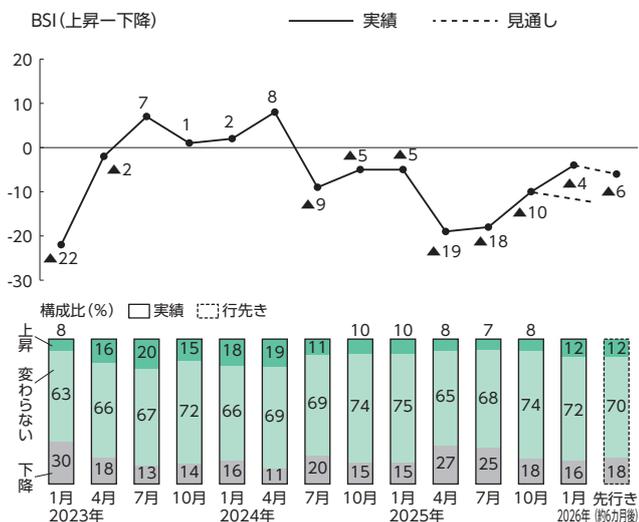
業種別では、製造業のBSIは▲12で前回調査の▲19から7ポイント改善し、非製造業も▲1で前回調査の▲3から2ポイント改善するなど、両業種ともにマイナス幅が縮小した。

(先行き)

先行き(約6カ月後)については、「上昇」12%、「下降」18%となり、BSIは▲6と現状の▲4から2ポイント悪化する見通しとなった。業種別では、製造業は現状の▲12に対して▲5と7ポイント改善する一方、非製造業は現状の▲1に対して▲4と3ポイントの悪化となり、業種によって見通しが分かれた。

2025年4月に公表された米国の関税政策により、国内景気に対する見方は一時的に大きく悪化したが、その後は悪化の程度が緩和されるとの見方が徐々に広がっている。これにより、製造業を中心に現状および先行きのBSIが改善する結果となり、今回調査では米国の関税政策公表前の水準に戻った。

国内景気



業界景気

(現状)

最近(2026年1月)の自社業界の景気に対する県内企業の見方は、「上昇」9%、「下降」27%で、BSI(「上昇」-「下降」の企業割合)は▲18となり、前回調査(2025年10月)の▲17から1ポイント悪化した。業界景気のBSIはマイナスの状況が続いており、依然として厳しい見方が続いている。

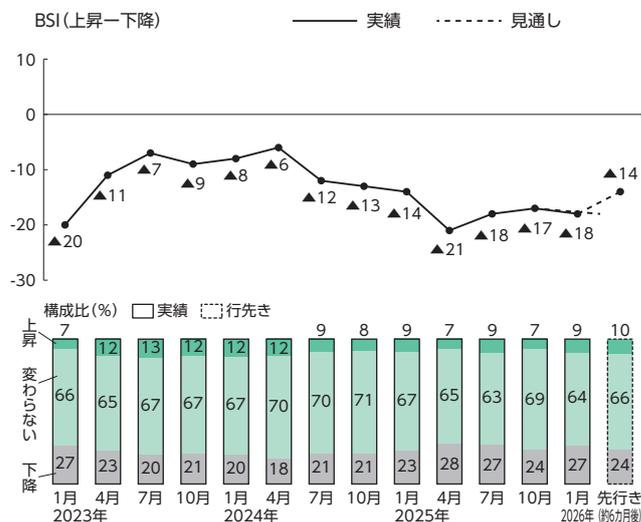
業種別にみると、製造業のBSIは▲30で、前回調査の▲28から2ポイント悪化。非製造業も▲11で、前回調査の▲9から2ポイント悪化した。「食料品」「建設」「情報通信」「飲食店・宿泊」などで改善がみられた一方、「化学」「鉄鋼・非鉄金属」「一般機械」「輸送機械」「小売」「運輸・倉庫」は悪化するなど、業種によりばらつきがみられる。

(先行き)

先行き(約6カ月後)については、「上昇」10%、「下降」24%で、BSIは▲14と現状の▲18から4ポイント改善する見通しとなった。前回調査時での先行きの結果(▲18)と比べても、より改善する結果となった。

業種別では、製造業はBSI▲17で現状の▲30から13ポイント改善、非製造業は▲13で現状の▲11から2ポイント悪化となった。

業界景気



✓ 自社業況

(現状)

最近(2026年1月)の自社の業況に対する県内企業の見方は、「良い」31%、「悪い」8%で、BSI(「良い」-「悪い」の企業割合)は+23となり、前回調査(2025年10月)の+17から6ポイント改善し、4四半期ぶりのプラス幅拡大となった。なお、自社業況のBSIは20四半期連続してプラス圏を維持している。

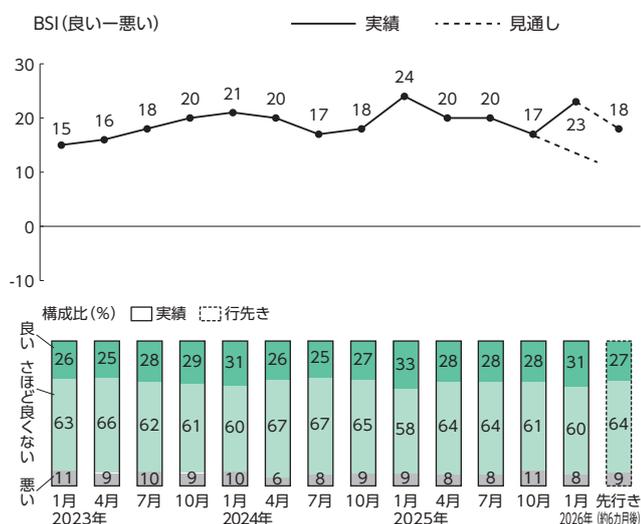
業種別にみると、製造業のBSIは+8で前回調査の+3から5ポイント改善。非製造業も+32で前回調査の+26から6ポイント改善した。製造業と非製造業の間には業況判断に差があり、製造業と比較して、非製造業の自社業況BSIは高い水準にある。製造業の「食料品」「化学」「一般機械」、非製造業では「卸売」「運輸・倉庫」などで改善がみられた一方、「電気機械」「輸送機械」「建設」「不動産」などは悪化した。

(先行き)

先行き(約6カ月後)については、「良い」27%、「悪い」9%で、BSIは+18と現状の+23から5ポイント悪化する見通しとなった。

業種別では、製造業はBSI+7で現状の+8から1ポイント悪化、非製造業は+25で現状の+32から7ポイント悪化となった。

● 自社業況



✓ 売上高

(現状)

2025年10~12月期の県内企業の売上高は、季調済BSI(「増加」-「減少」の企業割合)が0となり、前回調査対象期間(2025年7~9月期)の+10から10ポイント低下した。前回調査時には同期間(2025年10~12月期)に+10を見通していたものの、大きく下振れる結果となった。

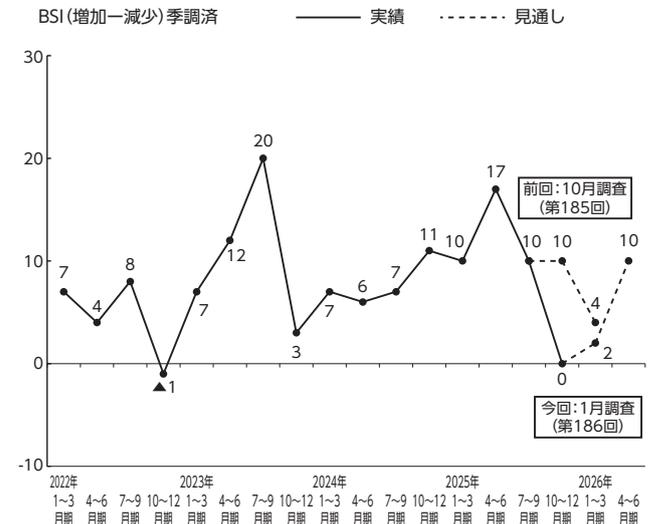
業種別にみると、製造業は季調済BSIが▲2で、前回調査の+6から8ポイント低下。非製造業は+2で、前回調査の+13から11ポイント低下し、ともに悪化する結果となった。

(先行き)

先行きについては、2026年1~3月期の季調済BSIが+2、2026年4~6月期は+10と、現状の0から徐々に増加を見通す割合が高まる結果となった。

業種別では、製造業は2025年10~12月期、2026年1~3月期、4~6月期にかけて▲2→▲1→+5、非製造業は+2→+6→+13と推移する見通しであり、双方とも増加を見通す割合が高まる結果となった。特に「食料品」「化学」「一般機械」「建設」「運輸・倉庫」「飲食店・宿泊」で増加を見通す割合が高い。一方、「繊維」「電気機械」「輸送機械」などでは先行きで減少を見通す割合が高く、BSIもマイナス幅が拡大する結果となった。業種ごとに見通しにばらつきがみられる。

● 売上高



☑ 経常利益

(現状)

2025年10~12月期の県内企業の経常利益は、季調済BSI(「増加」-「減少」の企業割合)が▲4となり、前回調査対象期間(2025年7~9月期)の+5から9ポイント低下した。前回調査時に同期間(2025年10~12月期)を+5と見通したが、売上高と同様に大きく下振れる結果となった。

業種別にみると、製造業の季調済BSIは▲7で前回調査の▲2から5ポイント悪化。非製造業も▲3で前回調査の+9から12ポイント悪化した。

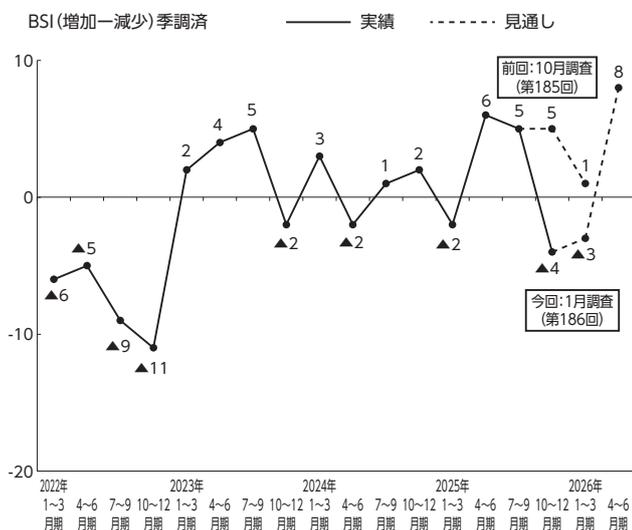
経常利益が減少した企業が挙げた要因(複数回答)は、「売上・受注の不振」が68.5%(前回調査時72.0%)、「仕入単価の上昇」が42.5%(同38.7%)、「人件費の上昇」が23.3%(同45.2%)などとなった。特に「仕入単価の上昇」を要因とした企業割合が増加した。また、「人件費の上昇」を要因とした企業は全て非製造業の企業だった。

(先行き)

先行きについては、2026年1~3月期の季調済BSIは▲3、2026年4~6月期は+8と、横ばいで推移したのち、増加を見通す割合が高まり、プラスに転じる見通しとなっている。

業種別では、製造業は2025年10~12月期、2026年1~3月期、4~6月期にかけて▲7→+1→+5、非製造業は▲3→▲3→+7といずれも徐々に増加を見通す企業割合が高まる結果となった。

● 経常利益



☑ 設備投資

(現状)

2025年10~12月期の県内企業の設備投資は、季調済BSI(「増加」-「減少」の企業割合)が+1となり、前回調査対象期間(2025年7~9月期)の+8から7ポイント低下した。前回調査時には同期間(2025年10~12月期)に+9を見通していたものの、結果はそれを下回る結果となった。水準は低下したものの、20四半期連続のプラス圏となり、県内の設備投資は底堅く推移している。

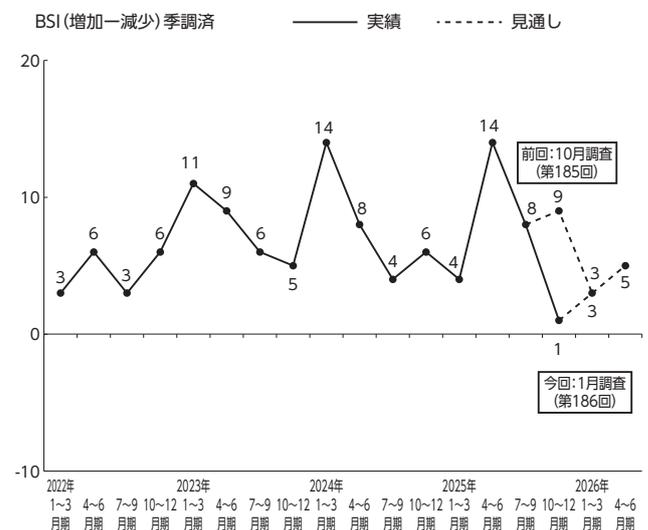
2025年10~12月期の県内企業の設備投資の内容は「更新投資」が59%、「能力増強投資」19%、「合理化投資」11%、「研究開発投資」3%などとなった。今回調査では、前回調査比で「合理化投資」が2ポイント増加した一方、「更新投資」が2ポイント、「研究開発投資」が1ポイント減少した。

2026年1~3月期および4~6月期の見通しでも、「合理化投資」は徐々に割合を増加させる見通しとなった。企業が積極的に生産能力の向上を図るなかで、人手不足への対応として、省人化・省力化に向けた機械投資の拡大を計画している様子が見える。

(先行き)

先行きについては、2026年1~3月期の季調済BSIが+3、4~6月期は+5と、プラス圏を維持し、かつ増加とする企業割合が徐々に高まる結果となった。県内の設備投資は引き続き底堅く推移する見通しである。

● 設備投資



✓ 雇用

(現状)

最近(ここ6カ月間)の県内企業の雇用状況を見ると、雇用人員が「増加」とした企業は22%、「減少」とした企業は17%で、BSI(「増加」-「減少」の企業割合)は+5となり、前回調査(+6)から1ポイント低下した。本項目では、新卒者の採用による増加が反映される4・7月調査でBSIが上昇し、10・1月調査では低下する傾向がある。今回調査(2026年1月)の+5という結果は、前年同期(2025年1月)の+7より下回るもののプラス圏を維持し、県内の雇用環境の堅調さがうかがえる結果となった。

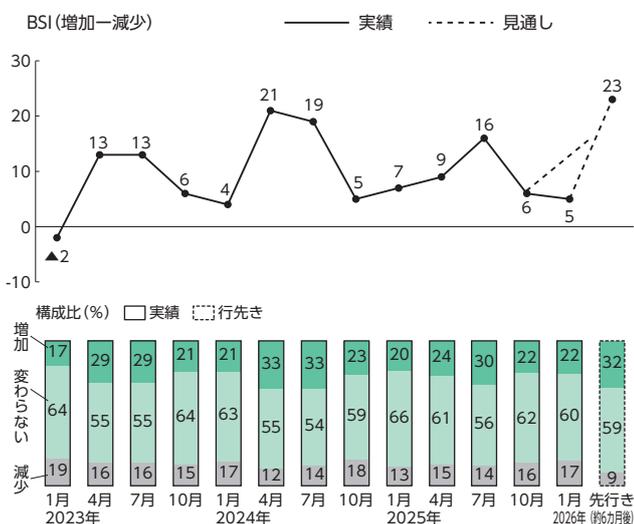
業種別にみると、製造業はBSI▲5で前年同期(0)から5ポイント低下。非製造業は+11で前年同期(+11)と同水準となり、製造業は前年と比較して悪化となった。

(先行き)

先行き(約6カ月後)については、「増加」とする企業が32%、「減少」とする企業は9%で、BSIは+23と、現状の+5から18ポイント上昇する見通しとなった。前年度より高い水準であり、県内企業の雇用確保に向けた強い意欲を示している。

業種別では、製造業はBSI+16で現状の▲5から21ポイント、非製造業は+28で現状の+11から17ポイント、それぞれ大きく上昇する結果となった。

● 雇用



✓ 経営上の問題点

県内企業の経営上の問題点(複数回答)については、「人材・人手不足」が60%と最も多かった。次いで「仕入原価上昇」48%、「諸経費上昇」44%、「売上・受注減少」30%、「資金不足、資金繰り難」3%、「製商品安」2%などとなった。

業種別にみると、非製造業が製造業に比べて「人材・人手不足」が9ポイント、「諸経費上昇」が11ポイント多く、逆に製造業が非製造業に比べて「仕入原価上昇」で12ポイント、「売上・受注減少」も15ポイント多い結果となった。

経営上の問題点では、2023年10月以降、「人材・人手不足」が最も多い状況が続いている。今回調査では、製造業で「仕入原価上昇」「諸経費上昇」の割合が低下し、「人材・人手不足」の割合が増加した。非製造業では前回調査時より「人材・人手不足」「諸経費上昇」の割合が低下する一方、「仕入原価上昇」の割合が高まった。人件費の上昇は引き続き県内企業の課題となるが、このところの為替の円安傾向の持続が輸入資材の価格上昇に影響し、「仕入原価上昇」を経営課題として挙げる企業割合が増加してきていると考えられる。

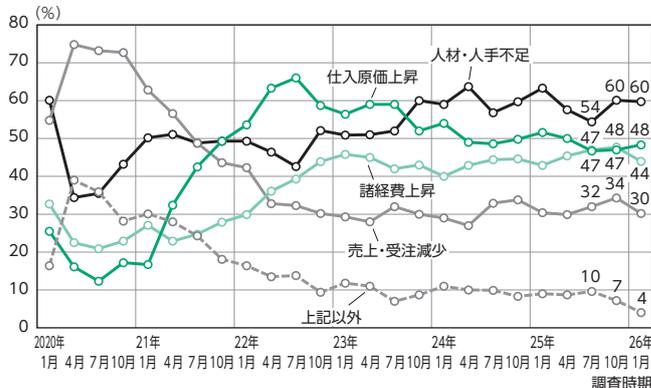
(齋藤康生)

● 経営上の問題点(複数回答)

(単位:%)

	全産業		製造業		非製造業	
	前回	今回	前回	今回	前回	今回
人材・人手不足	60	60	47	54	69	63
仕入原価上昇	47	48	61	56	38	44
諸経費上昇	48	44	42	37	51	48
売上・受注減少	34	30	42	40	29	25
資金不足、資金繰り難	3	3	3	4	3	3
製商品安	2	2	2	2	2	3
その他	3	4	2	3	4	5

● 経営上の問題点(複数回答)の推移



2026年1月実施。対象企業数1,032社、
回答企業数311社、回答率30.1%。

県内経済の動き

概況 埼玉県の景気は一部に弱さがみられるものの、緩やかに

景気動向指数 下方への局面変化を示している

11月のCI（コンポジット・インデックス）は、先行指数：94.2（前月比▲3.4ポイント）、一致指数：108.6（同▲4.1ポイント）、遅行指数：91.3（同▲0.4ポイント）となった。

先行指数は2カ月ぶりの下降となった。

一致指数は3カ月ぶりの下降となった。基調判断となる3カ月後方移動平均は、前月比+1.17ポイントと、3カ月連続の上昇となった。埼玉県は、景気の基調判断を4カ月連続で「下方への局面変化を示している」としている。

遅行指数は2カ月ぶりの下降となった。

景気動向指数の推移



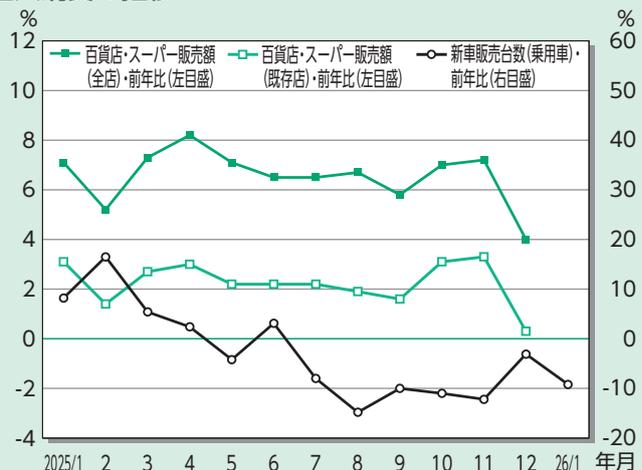
資料：埼玉県（注）網掛け部分は埼玉県の景気後退期

個人消費 百貨店・スーパー販売額は14カ月連続で増加

12月の百貨店・スーパー販売額は1,556億円、前年比+0.3%（既存店）と14カ月連続で前年を上回った。業態別では、百貨店（同▲3.3%）は減少したが、スーパー（同+0.7%）は増加した。新設店を含む全店ベースの販売額は同+4.0%と増加した。

1月の新車販売台数（乗用車）は10,646台、前年比▲9.2%と7カ月連続で減少した。車種別では普通乗用車が7,270台（同▲9.3%）、小型乗用車は3,376台（同▲9.0%）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

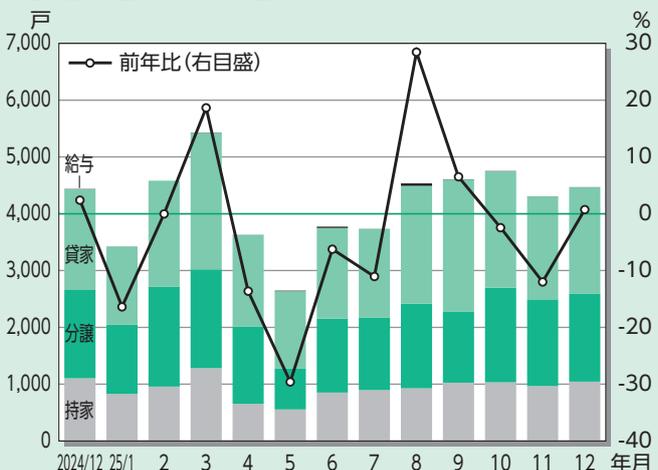
住宅 3カ月ぶりに前年を上回る

12月の新設住宅着戸数は4,468戸となり、前年比+0.7%と3カ月ぶりに前年を上回った。

利用関係別にみると、持家が1,043戸（同▲5.5%）と9カ月連続で、分譲が1,547戸（同▲0.4%）と4カ月連続で減少したものの、貸家が1,876戸（同+5.7%）と2カ月ぶりに増加した。

分譲住宅は、戸建てが1,022戸（同▲17.2%）と3カ月ぶりに減少したものの、マンションが515戸（同+66.1%）と4カ月ぶりに増加した。

新設住宅着工戸数の推移



資料：国土交通省

持ち直している

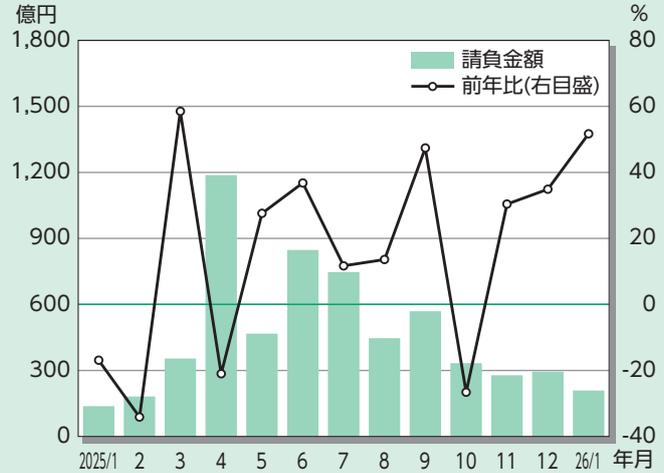
公共工事 3カ月連続で前年を上回る

1月の公共工事請負金額は209億円、前年比+51.7%と3カ月連続で前年を上回った。2025年4～2026年1月の累計も、同+8.5%と前年を上回っている。

発注者別では、独立行政法人等（同+2,010.7%）と県（同+0.5%）、市町村（同+54.6%）が増加したが、国（同▲30.4%）は減少した。

なお、1月の請負件数は261件（同▲22.3%）と前年を下回っている。

公共工事請負金額の推移



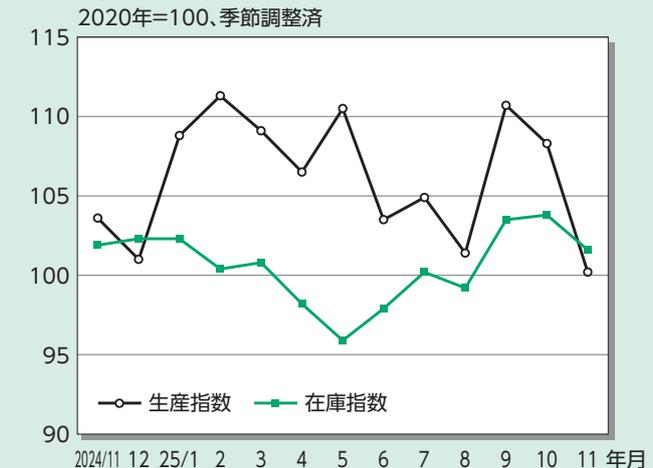
資料:東日本建設業保証㈱

生産 2カ月連続で減少

11月の鉱工業指数をみると、生産指数は100.2、前月比▲7.5%と2カ月連続で減少した。業種別では、生産用機械、業務用機械、汎用機械など4業種が増加したものの、化学、食料品、輸送機械など18業種が減少した。

在庫指数は101.6、前月比▲2.1%と3カ月ぶりに減少した。業種別では、情報通信機械、パルプ・紙・紙加工品、窯業・土石製品など10業種が増加したものの、電気機械、輸送機械、プラスチック製品など11業種が減少した。

鉱工業指数の推移



資料:埼玉県

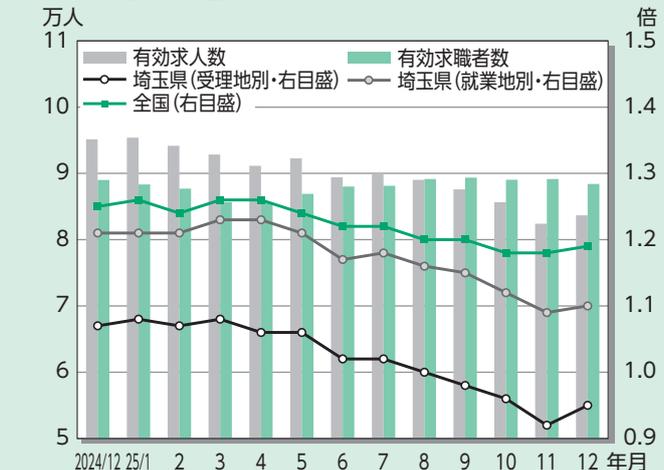
雇用 有効求人倍率は前月から上昇

12月の受理地別有効求人倍率は、前月から0.03ポイント上昇の1.09倍となった。

有効求職者数は88,410人（前月比▲0.8%）と、2カ月ぶりに前月を下回るなか、有効求人数が83,679人（同+1.6%）と5カ月ぶりに前月を上回った。新規求人倍率は、前月から0.04ポイント下降の1.72倍となっている。

なお、12月の就業地別有効求人倍率も、前月から0.01ポイント上昇の1.10倍であった。

有効求人倍率の推移



資料:埼玉県労働局 (注1)使用している値は季節調整値 (注2)就業地別有効求人倍率は、埼玉県内を就業地とする、県外での受理分を含めた求人数で算出された参考値

月次経済指標

	鉱工業生産指数(季調値)				鉱工業在庫指数(季調値)				建築着工床面積(非居住用)			
	埼玉県		全国		埼玉県		全国		埼玉県		全国	
	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(%)
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	105.3	▲ 0.6	101.2	▲ 2.6	102.0	3.6	98.8	▲ 1.9	2,144	8.6	39,215	▲ 9.7
2025年			102.0	0.8			96.0	▲ 2.8	1,818	▲ 15.2	36,476	▲ 7.0
24年11月	103.6	▲ 0.9	101.3	▲ 1.7	101.9	▲ 0.1	101.4	▲ 0.8	115	19.4	3,150	▲ 0.6
12月	101.0	▲ 2.5	101.0	▲ 0.3	102.3	0.4	101.1	▲ 0.3	271	218.7	2,935	▲ 14.3
25年 1月	108.8	7.7	99.9	▲ 1.1	102.3	0.0	102.6	1.5	83	▲ 39.6	2,487	▲ 23.9
2月	111.3	2.3	102.2	2.3	100.4	▲ 1.9	100.9	▲ 1.7	326	178.1	3,181	2.5
3月	109.1	▲ 2.0	102.4	0.2	100.8	0.4	102.1	1.2	172	7.1	3,485	7.5
4月	106.5	▲ 2.4	101.3	▲ 1.1	98.2	▲ 2.6	101.3	▲ 0.8	160	14.9	4,085	0.9
5月	110.5	3.8	101.2	▲ 0.1	95.9	▲ 2.3	99.5	▲ 1.8	80	▲ 41.1	3,531	22.8
6月	103.5	▲ 6.3	103.3	2.1	97.9	2.1	99.2	▲ 0.3	110	▲ 18.5	2,922	▲ 13.9
7月	104.9	1.4	102.1	▲ 1.2	100.2	2.3	100.1	0.9	116	▲ 42.4	2,612	▲ 20.7
8月	101.4	▲ 3.3	100.6	▲ 1.5	99.2	▲ 1.0	99.1	▲ 1.0	110	▲ 59.9	2,578	▲ 15.6
9月	110.7	9.2	103.2	2.6	103.5	4.3	99.9	0.8	218	▲ 36.9	3,379	▲ 3.1
10月	108.3	▲ 2.2	104.7	1.5	103.8	0.3	100.3	0.4	252	125.7	3,093	▲ 8.0
11月	100.2	▲ 7.5	101.9	▲ 2.7	101.6	▲ 2.1	97.3	▲ 3.0	142	23.5	2,360	▲ 25.1
12月			101.8	▲ 0.1			98.2	0.9	50	▲ 81.7	2,761	▲ 5.9
26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(%)
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	792,195	▲ 3.3	14.5	▲ 4.5	14.6	▲ 3.5	99.3	0.1	101.6	1.2
2025年	49,879	▲ 3.1	740,667	▲ 6.5			14.8	1.5			102.5	0.9
24年11月	4,891	6.1	65,052	▲ 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	14.6	▲ 13.1	15.1	▲ 2.6	99.1	▲ 0.7	102.1	1.1
25年 1月	3,422	▲ 16.4	56,134	▲ 4.6	13.2	▲ 1.5	13.9	3.0	98.5	▲ 0.9	101.8	1.1
2月	4,582	▲ 0.0	60,583	2.4	13.3	▲ 6.3	15.0	2.7	98.4	▲ 0.9	101.6	1.0
3月	5,428	18.6	89,802	39.6	14.3	▲ 4.7	15.1	1.3	97.7	▲ 1.3	100.9	0.9
4月	3,630	▲ 13.6	56,188	▲ 26.6	14.5	▲ 5.8	15.1	3.4	98.9	▲ 0.9	102.7	1.1
5月	2,647	▲ 29.6	43,237	▲ 34.4	13.2	▲ 2.3	13.9	2.2	99.0	▲ 0.6	103.0	1.1
6月	3,772	▲ 6.2	55,956	▲ 15.6	14.2	▲ 1.5	14.5	1.4	99.0	▲ 0.9	103.1	1.0
7月	3,734	▲ 11.1	61,409	▲ 9.7	14.7	▲ 3.9	15.1	1.3	99.3	0.0	103.1	1.0
8月	4,534	28.4	60,275	▲ 9.8	13.2	▲ 3.7	14.0	0.0	99.0	0.2	102.8	0.9
9月	4,608	6.5	63,570	▲ 7.3	13.8	▲ 6.7	14.7	▲ 0.6	98.5	▲ 0.2	102.7	0.9
10月	4,750	▲ 2.4	71,871	3.2	15.5	1.9	15.6	0.6	98.3	▲ 1.3	102.7	0.7
11月	4,304	▲ 12.0	59,524	▲ 8.5	15.1	0.7	15.8	1.3	98.3	▲ 1.1	102.9	0.9
12月	4,468	0.7	62,118	▲ 1.3			P15.3	P1.3			P102.9	P0.8
26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		全国	
	倍	倍	人	前年比(%)	千人	前年比(%)	億円	前年比(%)	億円	前年比(%)
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	14,506	2.8	223,812	3.4
2025年	1.02	1.22	30,108	▲ 4.5	805	▲ 3.7		2.2	230,210	1.5
24年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	23,480	3.0
25年 1月	1.08	1.26	35,089	6.4	907	▲ 0.4	1,240	3.1	19,159	3.6
2月	1.07	1.24	34,055	1.3	840	▲ 5.9	1,156	1.4	17,306	0.7
3月	1.08	1.26	26,716	▲ 7.5	807	▲ 3.0	1,315	2.7	19,350	1.7
4月	1.06	1.26	30,199	0.6	840	2.2	1,229	3.0	18,025	1.5
5月	1.06	1.24	33,187	2.9	786	▲ 5.2	1,268	2.2	18,495	0.6
6月	1.02	1.22	25,491	▲ 9.9	772	▲ 2.5	1,271	2.2	18,821	▲ 0.1
7月	1.02	1.22	30,499	▲ 1.3	833	▲ 1.2	1,291	2.2	19,259	0.4
8月	1.00	1.20	31,740	▲ 1.2	744	▲ 6.2	1,315	1.9	19,277	1.8
9月	0.98	1.20	25,688	▲ 10.3	781	▲ 3.2	1,228	1.6	17,993	1.9
10月	0.96	1.18	31,411	▲ 13.0	860	▲ 6.4	1,260	3.1	18,815	3.4
11月	0.92	1.18	28,810	▲ 17.5	719	▲ 10.4	1,320	3.3	19,903	3.2
12月	0.95	1.19	28,410	▲ 4.0	772	▲ 2.4	1,556	0.3	23,809	▲ 0.1
26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(%)
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
2025年	134,127	▲ 2.5	2,533,523	0.4	440	50,016	10,300	1,592,190	110.6	2.9	111.9	3.2
24年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	109.7	3.6	111.2	4.0
2月	12,892	16.5	234,257	15.6	35	2,859	764	171,277	109.4	3.2	110.8	3.7
3月	14,981	5.4	288,234	7.2	35	2,965	853	98,586	109.8	3.2	111.1	3.6
4月	10,002	2.4	191,066	5.2	38	3,113	828	102,802	110.1	3.0	111.5	3.6
5月	9,252	▲ 4.2	177,980	0.7	33	4,293	857	90,389	110.6	3.1	111.8	3.5
6月	11,306	3.1	217,333	2.9	35	6,959	848	105,703	110.2	2.7	111.7	3.3
7月	11,675	▲ 8.0	220,544	▲ 4.0	47	6,117	961	167,035	110.7	3.0	111.9	3.1
8月	8,452	▲ 14.8	159,854	▲ 11.4	29	3,192	805	114,373	111.0	2.7	112.1	2.7
9月	12,126	▲ 10.0	229,510	▲ 4.5	34	3,590	873	112,470	110.9	2.9	112.0	2.9
10月	11,365	▲ 11.0	214,454	▲ 7.4	37	1,970	965	127,521	111.5	2.8	112.8	3.0
11月	10,568	▲ 12.2	201,999	▲ 9.2	30	1,326	778	82,403	111.9	3.0	113.2	2.9
12月	9,783	▲ 3.1	181,628	▲ 1.6	42	10,454	928	298,182	111.9	2.3	113.0	2.1
26年 1月	10,646	▲ 9.2	200,047	▲ 7.7	35	2,631	887	119,815				
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			



所沢市長 小野塚 勝俊氏

市長のメッセージ

所沢市は、「埼玉西武ライオンズ」、「さいたまブロンコス」のホームタウンであり、日本最大級のポップカルチャーの発信拠点である「ところざわサクラタウン」のほか、「となりのトトロ」の舞台のモデルとされる狭山丘陵、日本で最初に飛行場が作られた場所である所沢航空記念公園など豊かな自然にも恵まれ、鉄道や高速道路へのアクセスも格段に良い、あれもこれもある、市民・事業者の皆様の「可能性が広がるまち」です。

さらに、皆様の可能性をもっと広げるため、所沢市は、2030年4月に中核市への移行を目指しており、今後とも引き続き、『可能性が広がるまち日本一』を目指してまいります。

はじめに

所沢市は、都心から30キロ圏内に位置しながらも、武蔵野の面影が残る、自然と暮らしやすさが共存するまちである。

市の玄関口となる所沢駅は、西武池袋線と西武新宿線の2路線が通り、東京都心や横浜まで乗り換えなしで行くことができるなど、通勤・通学の利便性が高い。2024年には所沢駅近くに新たな大型商業施設がオープンし、駅周辺は市内外からの買い物客でにぎわうなど、活気に満ちている。

所沢市は、日本で最初に飛行場ができた航空発祥の地として知られる。かつての飛行場は現在、所沢航空記念公園（表紙写真）として市民の憩いの場となっている。

市内には、「となりのトトロ」の舞台のモデルとされる狭山丘陵や狭山湖など、豊かな自然が今なお残っている。四季折々の景色を楽しむため、外国の方も含め、多くの方々が訪れている。

スポーツや文化も盛んだ。プロ野球チームの「埼玉西武ライオンズ」やプロバスケットボールチームの「さいたまブロンコス」が市内に本拠地を置いている。また、「ところざわサクラタウン」は、アニメや漫画など、日本のポップカルチャーの魅力を発信する拠点として、世界中から多くの人々が訪れている。

農業も盛んで、狭山茶や里芋、にんじん、ほうれん草などが特産品として知られる。市内には今でも多くの茶畑が広がっている。

産業団地を整備中

所沢市は、「都市計画マスタープラン」に基づいて「都市拠点」・「行政拠点」・「交流拠点」・「産業拠点」の形成を目指している。

「産業拠点」については、地域の活性化や雇用の創出を図るため、交通利便性の高い3カ所の整備を計画している。そのうち、所沢市西部に位置する三ヶ島工業団地周辺地区の整備が先行して進められており、土地区画整理事業により、周辺の道路整備と併せて拡張され、新たな産業団地として2029年度内に完成する予定だ。

三ヶ島工業団地周辺地区は国道16号から1.0km、圏央道入間ICから1.5kmの距離にある。2015年の圏央道埼玉県内全通後は、東日本各地への交通アクセスの良さから、製造業や物流業での沿線地域への進出ニーズが急速に高まった。市では東部に位置する所沢IC周辺地区でも産業団地創設の検討を進めており、今後の動向が注目される。



産業団地として整備中の三ヶ島工業団地周辺地区

所沢市概要

人口(2026年1月31日現在)	342,382人
世帯数(同上)	172,766世帯
平均年齢(2025年1月1日現在)	48.2歳
面積	72.11km ²
製造業事業所数(経済構造実態調査)	313所
製造品出荷額等(同上)	1,902.9億円
卸・小売業事業所数(経済センサス)	1,753店
商品販売額(同上)	5,230.4億円
公共下水道普及率	95.2%
舗装率	80.8%

資料:「令和6年埼玉県統計年鑑」ほか



主な交通機関

- JR武蔵野線 東所沢駅
西武新宿線 所沢駅、航空公園駅、新所沢駅
西武池袋線 所沢駅、秋津駅、西所沢駅、小手指駅、狭山ヶ丘駅
西武狭山線 西所沢駅、下山口駅、西武球場前駅
西武山口線 西武球場前駅、西武園ゆうえんち駅
- 関越自動車道 所沢ICから市役所まで約7km
圏央道 入間ICから市役所まで約12km

☀️ こどもを中心としたまちづくりを最優先に

所沢市は市の総合計画において、「こどもを中心としたまちづくり」を優先的なプロジェクトの中心に位置づけている。すべてのこどもたちが元気に成長できる環境を地域全体で支え、誰もが「住みたい、住み続けたい」と思うまちづくりを目指している。

プロジェクトの具体策として、「小・中学校の給食費無料化」や「18歳までの医療費無料化」などの取り組みのほか、妊娠期から子育て期までの切れ目ない相談対応をする「こども家庭センター」を設置するなどし、子育てにかかる経済的および精神的負担・不安の軽減を図っている。

こどもや若者が自分らしく安心して過ごせるよう、居場所づくりも進行中だ。市内11カ所の児童館には「トコハピ」という愛称をつけ、中高生の利用拡大を図っている。市の公式LINE「所沢市こども・若者情報チャンネル」には1万人以上の若者が友だち登録しており、イベントや地域のボランティア情報をLINEで



気軽に相談できるこども家庭センター

配信することで、若者が地域の人と触れ合う機会を作っている。

こうした取り組みを通じて、子育てする親やこども、若者一人ひとりが幸せを感じられるまちの実現を目指している。

☀️ 2030年の中核市移行を目指して

所沢市は昨年、市制施行75周年を迎えた。市は市制施行80周年となる2030年を目指して中核市へ移行する準備を進めている。昨年2月には移行を円滑に進めるための「中核市移行に関する基本方針」を策定した。

中核市とは、人口20万人以上などの要件を満たし、都道府県から保健所設置など、2,000以上の行政権限が移譲される市のことである。中核市への移行により、市は市民のニーズや地域課題に迅速かつ的確に対応できるようになり、市民にとっては身近で質の高い行政サービスを受けることが期待される。

所沢市は日本で最初に保健所が作られた「保健所発祥の地」である。公衆衛生の技術者養成機関として1937年に市内に設けられた「農村保健館」が保健所の先駆けとされる。現在は、埼玉県が設置する狭山保健所に統合されている。

市は所沢航空記念公園北側に新たな保健所の設置を計画しており、2030年4月の開所を予定している。中核市への移行により、20年ぶりに市内に保健所が復活する見込みだ。

(太田富雄)

市町村経済データ

小学校数・児童数

(2025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	70,832	▲ 1	朝霞市	10	7,703	▲ 9	滑川町	3	1,291	15
川越市	33	16,902	▲ 418	志木市	8	4,086	▲ 61	嵐山町	3	654	▲ 29
熊谷市	27	8,351	▲ 185	和光市	9	4,257	▲ 93	小川町	5	822	▲ 33
川口市	52	28,152	▲ 509	新座市	17	8,288	▲ 171	川島町	3	651	▲ 21
行田市	12	3,138	▲ 80	桶川市	7	3,364	▲ 66	吉見町	6	568	▲ 31
秩父市	13	2,429	▲ 117	久喜市	21	6,619	▲ 36	鳩山町	3	396	▲ 9
所沢市	33	15,727	▲ 153	北本市	7	2,524	▲ 36	ときがわ町	3	339	▲ 21
飯能市	12	3,486	36	八潮市	10	4,267	44	横瀬町	1	307	0
加須市	22	4,820	▲ 86	富士見市	11	5,493	▲ 155	皆野町	3	343	▲ 1
本庄市	13	3,462	▲ 86	三郷市	18	7,341	▲ 106	長瀬町	1	226	▲ 21
東松山市	11	4,355	▲ 27	蓮田市	8	2,584	▲ 89	小鹿野町	1	303	▲ 21
春日部市	23	9,349	▲ 198	坂戸市	12	4,307	▲ 163	東秩父村	1	57	▲ 2
狭山市	16	6,305	▲ 115	幸手市	9	1,791	▲ 99	美里町	3	459	▲ 15
羽生市	9	2,296	▲ 1	鶴ヶ島市	8	2,935	▲ 33	神川町	3	479	▲ 43
鴻巣市	16	5,241	▲ 99	日高市	6	2,215	▲ 88	上里町	5	1,326	▲ 22
深谷市	19	6,437	▲ 155	吉川市	8	3,896	▲ 119	寄居町	6	1,201	▲ 36
上尾市	22	10,705	▲ 81	ふじみ野市	13	5,772	▲ 200	宮代町	4	1,534	▲ 44
草加市	21	11,002	▲ 267	白岡市	5	2,622	▲ 54	杉戸町	6	1,718	▲ 80
越谷市	29	16,949	▲ 287	伊奈町	4	2,217	▲ 90	松伏町	3	1,127	▲ 73
蕨市	7	3,168	▲ 47	三芳町	5	1,738	▲ 54				
戸田市	12	7,664	▲ 224	毛呂山町	4	1,012	▲ 69				
入間市	16	6,246	▲ 210	越生町	2	320	▲ 33				
				市町村計				791	346,168	▲ 5,577	

資料:埼玉県「令和7年学校基本調査」

(注)義務教育学校の学校数および義務教育学校の児童数(1~6年生)が含まれる

埼玉りそな経済情報 2026年3月号

2026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/>

