

彩 時記

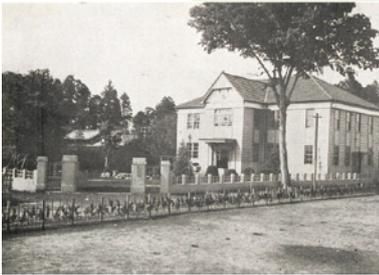


鴻巣駅は、1883年（明治16）に高崎線の開業当初から設置された駅で、当時の名称は「鴻ノ巣」でした。現在の鴻巣駅は2009年（平成21）に東口が整備され、ショッピングモールや映画館などの商業・文化施設が並び、市の中心として賑わいをみせています。



鴻巣駅

鴻巣市役所



現在の庁舎は1974年（昭和49）に建設され、2015年（平成27）には、窓口機能の強化と防災活動拠点として新館を建設しました。

埼玉の今と昔⑥ 鴻巣市

鴻巣市は埼玉県ほぼ中央に位置し、緑や河川など多くの自然に恵まれ、かつ、都心まで約1時間と大変便利な環境にあります。JR高崎線の上野東京ラインの直通運転や圏央道の開通など、交通アクセスが格段に向上し、住みよく・生活しやすい環境が整っています。

鴻巣の名は「人形のまち」として古くから知られていますが、最近では全国有数の「花のまち」としても広く知られるようになりました。2年前に市制60周年を迎えた鴻巣市には、8つの日本一があります。鴻巣の特産である人形や花はもちろんですが、地形や建造物、イベントなど、さまざまな分野の日本一を市民と協働し、PRしています。



こうのす花まつり（5月）



鴻巣夏まつり（7月）



こうのす花火大会（10月）



こうのすパンジーマラソン（3月）

江戸時代中期の
鴻巣びな「天女」



鴻巣びな

鴻巣びなは、関東三大雛に数えられるほど伝統と歴史があるひな人形です。特に着物の着せ付けは関東一の評判で、江戸の職人たちが競って修行に来たと言われていました。その歴史を学べる鴻巣市産業観光館「ひなの里」では、さまざまな時代のひな人形や赤物人形が年表に沿って展示されています。

四季曆

2 インタビュー

「あなたの会社の分析室」として

正確・迅速・親切な分析とコンサルで課題解決をサポート

内藤環境管理株式会社 代表取締役社長 内藤 岳 氏

9 FOCUS地域&経済

アメリカの地方都市にみる

“完璧なダウントウン”（中心市街地）とは…

ぶざん地域経済研究所 調査事業部 主席研究員 松本 博之

15 調査レポート

埼玉県内企業の2016年新卒者採用調査

埼玉県内主要産業動向調査(産業天気図)―2016年1～3月期―

34 埼玉彩発見 知られざる歴史を探る

インタビュー 高麗神社宮司 高麗文康 氏

高麗1300年の歴史がつくる地域の未来

42 インフォメーション

「第8回世界盆栽大会inさいたま」まであと1年となりました

44 彩の国企業探訪

有限会社染谷植物園

48 県内首長インタビュー

鴻巣市 原口 和久 市長

25 ● 県内経済

28 ● 経済指標

32 ● インフォメーション

40 ● 健康ファイル

Seminar



Consulting

今月の表紙

- 1 高麗神社（日高市）
- 2 内藤環境管理(株)で活躍する女性研究員
- 3 内藤環境管理(株)のシンボルマーク
- 4 荒川河川敷に咲き広がるポピー（鴻巣市）
- 5 アイオワ州ダビューク市遠景
- 6 第8回世界盆栽大会のシンボルとなる盆栽 真柏 銘「飛龍」
- 7 染谷花しょうぶ園（さいたま市）



内藤環境管理株式会社



「あなたの会社の分析室」として

正確・迅速・親切な分析とコンサルで課題解決をサポート



内藤環境管理株式会社
代表取締役社長

ないとう
内藤
たけし
岳 氏

1975年、埼玉県さいたま市（旧 浦和市）生まれ。1998年城西大学経営学部を卒業後、日特エンジニアリングに入社。2004年、内藤環境管理に入社し、IT担当役員に着任。同社ホームページのリニューアルや、化学分析などに使うラボラトリー情報管理システム（LIMS＝リムス）の刷新を進め、会社の業務改革をリード。2009年、常務就任。2015年、先代社長である父・稔氏から経営を引き継ぎ、代表取締役社長に就任。

趣味は車のチューンナップと、子供が関心を持ったのをきっかけに作り始めたプラモデル。総じてものづくりが楽しいタイプ。

座右の銘は最澄大師の言葉「一燈照隅、万燈照国」。「一隅を照らすような小さな灯火も、十、百、万と集まれば、国中を明るく照らすことになる」というマインドで、社員一人ひとりが輝く会社づくりを目指している。

さいたま市南区、閑静な住宅街の一角に建ち並ぶ、いくつもの白い建物。弧を描くグリーンとブルーの矢印のエンブレムを掲げたこの社屋群が、内藤環境管理株式会社のラボラトリーだ。

日本中が高度成長に沸く一方で、水質や空気の汚染といった公害が社会問題化しつつあった1972年に創業した同社は、民間分析会社のパイオニアともいえる存在。水質調査から始まった事業は、土壌、放射能と、次第にフィールドを広げ、現在に至っている。

初代社長の資金と信用をバックに北里大学出身の先代社長が「個人に健康管理が必要なように、社会のためにすこやかな環境管理に貢献したい」という願いをこめて創業してから約40年。昨年事業を引き継いだ三代目社長・内藤岳氏は、次なるターゲットをどこに模索しているのだろうか。

業界内でも高い評価を得ている 「水質の内藤」

—— 埼玉県内はもちろん、関東屈指の民間化学分析会社として、高い信頼と豊富な実績を誇る御社ですが、まず創業から現在までのあゆみを教えてください。

当社を創業したのは、私の祖父と父であり、現在は会長である父内藤稔が実務責任者でした。

父は北里大学衛生学部に通い、卒業後は埼玉県の保健所に勤務していたのですが起業独立の意識はもともと高かったようで、はじめ

は自分が資格を持っている臨床検査の会社をつくろうかと考えていたそうです。

しかしその後、起業に備えて再び北里大学で学びなおしをしていたときに、当時問題が顕在化しつつあった公害にヒントを得て、将来きっと需要が増えると予想した“環境調査・分析”をテーマに1972年に立ち上げたのが当社です。

当時、こうした調査・分析を行っているのは公的機関がほとんどで、民間会社というのは非常に珍しく、なかなか軌道に乗らなかったそうです。

そんな中、最初の転機となったのが、1976年に改正された計量法でした。これは公害の規制対象となる水質・大気・土壌などの汚染濃度を計測してその事実証明を発給できるのは、登録認可を受けた計量証明事業所のみと定めた法律です。

幸い当社は創業当時から水質分析に従事していたので設備・人材の条件が満たされ埼玉県知事の認可を受けることができ、さらに飲料水の水質検査事業所として厚生大臣の指定も受けることができました。

埼玉県はものづくりが盛んな土地柄ですから、当然産業用水・排水の分析調査需要も高い。当初、水質検査というのはあまり儲からないといわれ、同業他社には敬遠されていた

そうなのですが、先代は機械メーカーと協力して自動測定検査機を開発するなどし、効率化に努めました。そうやって多くの検体を集め、分析実績を積み上げて、業界内で“水の内藤”といわれる地位を確立していったのです。

土壌・製品・放射能

社会と時代のニーズに応え、広がる分野

——スタートは水質分析からだったのですね。現在では、この他にもたくさんの分野を手がけているようですが。

水質の次の柱となったのは、土壌汚染調査や作業環境測定でした。これもまた、産業設備と公害に絡んで需要が高まった分野ですね。

環境に配慮したものづくり、ビジネス活動を行うというのは、現代では当然の企業モラルとなっていますが、かつては決してそうではありませんでした。生産性や利益を優先し、環境に有害なものを排出している会社がたくさんあったのです。

こうした深刻な問題の改善に、分析事業で貢献するのだという想いは“環境管理”という社名にも現れていますが、そのためには時代の変化にも敏感に対応していかななくてはなりません。

水はもちろん、土壌にしても作業環境にしても、かつては問題視されていなかった物質や成分が現在では規制対象になっていますし、東日本大震災後には放射能の調査需要が高まりました。

この他、古い建物には当たり前の様に使われていたアスベストや、製造された製品に残留する化学物質の調査なども高度化しています。

社会・時代・人がより安心・安全な環境やものを求める限り、分析調査のカテゴリーはこれからも広まっていくと思いますし、それに対応できる会社であり続けなければと責任を感じています。



提供するのはデータだけではない
「なんとかしたい」に答えるのが使命

—多くの企業に頼られる存在となった御社ですが、次なるステップとしてはどんなところをめざしているのでしょうか？

創業当時は競合も少なかったようですが、現在では多くの同業者が登場しており、競争も熾烈になっています。

そんな中で生き残るためには、単に測定・分析をするだけでなく、分析結果に基づいてどう改善・予防していくかを、クライアントと一緒に考える力が求められていると感じ

ます。

当社に寄せられる依頼には、実はいくつかの方向性があります。たとえば「この水が飲料水に適しているかを知りたい」といった求めるものが分かっている案件や、「なにか有害なものが含まれていないか」といった確認が主眼の案件などは、その目的に応じた分析データを出せばよいでしょう。

しかし中には「そもそもなにをどう調べたらいいのかわからない」とか、分析結果を見ても「意味するところがわからない」という方もいます。

また出た結果に対して「どうすれば防げる

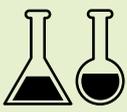


“多検体・短納期”システムを構築し、 拡大しつつける内藤環境管理の調査分析フィールド

水質分析から始まった同社の調査分析フィールドは、時代とクライアントのニーズに応じて、日々拡大している。

過去にあった公害問題や、さまざまな災害による環境汚染といった教訓を乗り越えて、安心・安全な環境を守りながらビジネスを行うことが、企業に欠かせないモラルとなった近代社会。同社の担う使命はとて大きく、調査分析データの精度にかかる責任も重大なものとなるだろう。

依 頼 → 化学分析 → 結果報告 → 対 策

 <ul style="list-style-type: none"> ● 相談 ● 受付 	 <ul style="list-style-type: none"> ● 化学分析 ● 微生物検査 ● 調査・診断 ● 検査・測定  	 <ul style="list-style-type: none"> ● 解析・相談 ● アドバイス 	 <ul style="list-style-type: none"> ● 環境技術 ● 衛生管理 ● 相利共生のプロジェクト 
---	---	---	--

水質分析

同社が「水の内藤」と呼ばれるまでになったのは、短納期で精度の高い水質検査が評価されたため。

- 飲料水検査
- 浴槽水検査
- 排水分析
- 細菌検査
- プール水検査
- 水道用資機材及び給水用具の浸出試験

土壌・産廃分析

環境大臣指定調査機関として、土壌汚染状況調査から、結果に対する評価、汚染が発覚した際の対策方法の立案までを、一貫で提供できる体制を整えている。

- 土壌・地下水汚染調査
- 残土（建設発生土）分析
- 産業廃棄物分析

のか」「他社はどう取り組んでいるのか」といった、次の疑問を抱える方もいらっしゃいます。

こうした異なるパターンの事業課題を抱えてご相談にいらしてくださった方々に、どんなアドバイスやサポートをご提供できるのか、という点が、当社の今のテーマとっていいでしょう。

——分析調査だけでなく、コンサルティング的な業務も増えているということですね。

当社は「あなたの分析室」を標榜し、多検体を正確・迅速に検査できる設備を備え、実績を積んできました。

そこに蓄えられたデータをもとに、「環境技術」「衛生技術」の専門コンサルタントとしてクライアントの事業を支援していきたいと思っています。また、お取引の中で知り合った絆をいかし、問題を抱えたクライアントと、解決手段を持つ社内外の人材・企業とのマッチングなども積極的に行っています。どんなレベル、どんな状況であっても、クライアントは「なんとかしたい!」と思って当社を頼ってくださるのですから、その想いに応えて「快適環境創造」をお手伝いし、相利共生をともに考えていくというのが、当社の身上です。

放射性物質分析

農林水産省認定の民間検査機関、および放射能測定におけるISO/IEC 17025の認定（認定機関：J A B）を受けた調査期間として、安全性の担保、風評被害予防等に貢献している。

- 放射性物質測定

各種製品分析

近年特に需要が伸びているのが海外への輸出入にともない、各国基準を満たしているかを調査する製品分析。国際規格に対応した分析装置を用い、ビジネスのグローバル化をサポートしている。

- RoHS分析
- PFOS・PFOA分析
- ハロゲン分析
- 高懸念物質（SVHC）分析
- フタル酸エステル類分析
- 欧州指令2005/84/EU（おもちゃ）
- 欧州玩具安全指令（EN71 Part 3）
- 水道用薬品の性能検査
- 化学物質管理グリーン調達分析

PCB分析

- 絶縁油中PCB分析
- シーリング材中PCB分析
- ポリ塩化ビフェニル拭き取り試験

アスベスト分析

- 有資格者による調査・分析対応
- 図面調査や採取のプロとして：
 - 建築物石綿含有建材調査者… 1名
 - アスベスト診断士… 1名
- 分析のプロとして：
 - （一社）日本環境測定分析協会
「建材中のアスベスト分析技能試験」…合格技術者 2名
 - （一社）日本作業環境測定協会主催
「石綿分析技術の評価事業」…Aランク認定技術者 4名
- アスベスト分析

気体分析

- 作業環境測定
- 室内空気環境測定
- VOC排出抑制測定
- 悪臭分析・臭気測定
- 排ガス測定

環境を守る「Knights」として 中世の騎士のように誇り高く

——相利共生。互いに利益を循環させ、共に生きるという言葉は、社会のためにもすこやかな環境管理に役立ちたいという創業の理念にも通じる気がしますね。

そうですね。当社のシンボルマークは緑と青の三本の矢印をモチーフにしていますが、これには①自然界の摂理・生成化育、②「正確・迅速・親切」を基本コンセプトとする内藤環境管理の「N」の頭文字、③クライアント・当社・社会の三方善し、をシンボリ化したものです。

この矢印の下には「The Knights」というスローガンが入っているのですが、これは「The Knights of Environmental

Science～環境を守る、科学者集団」という言葉の略です。

「Knight（ナイト）」というのは中世ヨーロッパの騎士のことで、高潔な行動規範を持ち、実践したことで有名です。当社は民間企業としてはかなり早くこうした分析調査事業に進出したため、おかげさまで全国・全県規模の同業種協会で先導的な立場にありますが、業界のレベル向上、そして安心・安全を評価するものにふさわしいモラルの向上などについても、真摯に向き合っていかなければと思います。



安心・安全な環境づくりをサポートするため情報発信や注意喚起も積極的に

同社では、クライアントから依頼された調査分析や評価、コンサルティングを行うだけでなく、自社に集積されたデータをもとに、クライアントにとって有益な情報発信にも熱心に取り組んでいる。

「よりよいものづくりをするには、安心・安全な生産環境の整備が大切です。当社の取り組みによって、経営者はもちろん、現場にいる人たちの関心も高まってくれたら……」と、内藤社長は語る。

情報発信の方法は、関係省庁の動きや報道資料をいち早く紹介するブログ「あなたの分析室だより」http://blog.goo.ne.jp/knights_tblogに加え、自社研究員たちが編集・刊行しているニューズペーパーなど、複数媒体を活用して、幅広い層にアクセスする工夫をこらしている。

①各分野の基本情報をまとめた小冊子を無料配布

自社の状況や、法的なルールなどがよくわからない…という人に対しては、分野別の小冊子を制作して無料配布しており、これを新任者研修のテキストにしているという会社も多い。



- 新任者等への教育に最適
- A5版のハンディサイズ
- 関連内容（基準値等）を簡潔に集約

「ナイト＝内藤」にかけたシャレでもあるのですが、彼らにならった高い理想を掲げ、実践する「環境科学の騎士団、機動力ある環境科学集団」になろうという願いがこもったシンボルマークであり、エンブレムなのです。

私はこうした誇りと、自分の仕事の重要性を、従業員の皆さんにも日々実感しながら働いてほしいと思っています。

一方で、とかく研究職の方というのは仕事熱心であるがゆえに時間を忘れて働いてしまう傾向があるのをなんとか改善したいと思っ
ていまして、私が就任してからはずっと「ワークライフバランスをよくしよう。もっと時間を意識して働こう！」といい続けています。ありがたいことにご依頼が多いこともあり、今のところあまり改善されていないのですが、それでも「より効率的に仕事をしよう、

ひとりで抱え込むのではなくチーム体制で、プロセスと成果が誰の目にもはっきり見えるようにして負担を支えあおう」というメッセージを継続的に発信することで、徐々に社風を変えていきたいと考えています。

また研究職ということもあり、当社はおそらく中小企業の中ではかなり女性比率が高い方です。埼玉県の「子育て応援宣言企業」にも認定され、産休・育休などの制度も早いうちから取り入れてきました。

しかし前述したようにみんなが仕事熱心であるがゆえに、活用しにくい雰囲気もあったようです。でも、せっかくの優秀な人材を、結婚や育児によるキャリア中断で失ってしまうのは大きな損失ですね。

こうした社内制度を再整備して、より風通しのいい社風にすること。クライアントだけでは

② Webとチラシでタイムリーなトピックを発信する2種類のレポート

同社では、環境・衛生関連の最新トピックスを盛り込んだ「ニュースコンテナー」(毎月10日発行)と、その時々注目度の高いテーマを取り上げる「ザ・ナイトレポート」(不定期刊行)を制作している。

ウェブと紙の2媒体で発信される情報は、業界内でも必見のレポートとして注目されている。



● タイムリーな話題、注目度高いテーマを盛り込んだオリジナルレポート

③ 持ち込んだ試料がどう分析されるのかをその目で確認できるラボ見学

自社が調査分析を依頼した試料が、どのように検査され、どんな数値となるのか。結果に納得のいく検査と説明を心がける同社では、ラボラトリーの見学も受付けている。検査体制やデータの品質管理に自信を持っているからこそ可能な、風通しのいい企業体質が伺える。





1. 3人体制（チームメンバーの仕事を相互に積極的に習得し、年休等が計画的に取得できるフォロー体制）を確立し、次（2. 以下）の取組を推進します。
2. 子どもの学校行事に参加するための年休取得及び健康と家庭生活を充実させるための年休の計画的取得を奨励します。
3. 家庭の用事を済ませるための半日単位の年休取得を実施します。
4. 妊娠、出産、育児を理由に退職した元社員が希望すれば、再雇用します。
5. 大学生を対象にしたインターンシップを実施します。

く、社員に対しても快適環境を実現すること。それがまず私のすべき仕事だと考えています。

安心・安全な玩具を、子どもたちに 子育て中に気づいた新分野の重要性

——先代が切り拓き、築かれた業界内での評価。三代目として、そのビジネスを支える社内環境をさらによくしようとお考えなのですね。その他、これから挑戦しようと考えている事業や取り組みなどはありますか？

完全に学究肌の先代とは違って、私自身はどちらかといえばものづくりが好きな人間です。学生時代は車のチューンナップに熱中していましたし、長じてパソコンやシステム構築などが好きになったのも、そのためでしょう。

実は今おもしろいなあとと思っているのが、子育てなんです。最近、息子がプラモデルなどに興味を持っているものですから、せがまれて作っているうちに、私もすっかりのめりこんでしまいました。

そうして子どもと一緒におもちゃで遊んだり、模型を作っているうちに「玩具の安全性」が非常に気になってきたのです。

幼い子どもが触れ、時には口にくわえたり

もするものですから、親として安全性・信頼性の高いものを選びたい。少子化に悩む日本ではありますが、だからこそ重要性が増す分野になるのではないかと感じました。また、今後海外との取引を目指す企業にとっても、需要がある分野だと思います。欧米では玩具に関する検査・審査基準が厳しく定められていますから、安全性の担保が絶対に必要となります。当社がその役割を果たすことができたらいいと考えて、現在、玩具メーカーや教育系出版社などへのアプローチを行っているところです。

事業目標としては、利益率を高めるということに尽きますね。数字としては「3年後に8%の利益率向上」を目指し、水・土壌・PCBなど、定評ある分野をさらに効率化して、新たな分野に挑む企業体力を蓄えたいと考えています。

内藤環境管理株式会社 概要



創業	1972年9月（昭和47年）
資本金	5,000万円（資本準備金4,000万円）
売上高	14億1,000万円（2015年8月期）
従業員	150名（2016年3月期）
本社	〒336-0015 さいたま市南区大字太田窪2051番地2
電話	048-887-2590
ホームページ	http://www.knights.co.jp/
取引店	浦和支店

アメリカの地方都市にみる “完璧なダウタウン” (中心市街地) とは…

ぶぎん地域経済研究所
調査事業部 主席研究員 松本 博之



アイオワ州で“最もロマンチックなダウタウン”と言われる
シーダーフォールズ市
(2002 グレイト・アメリカン・メインストリート賞受賞)

はじめに

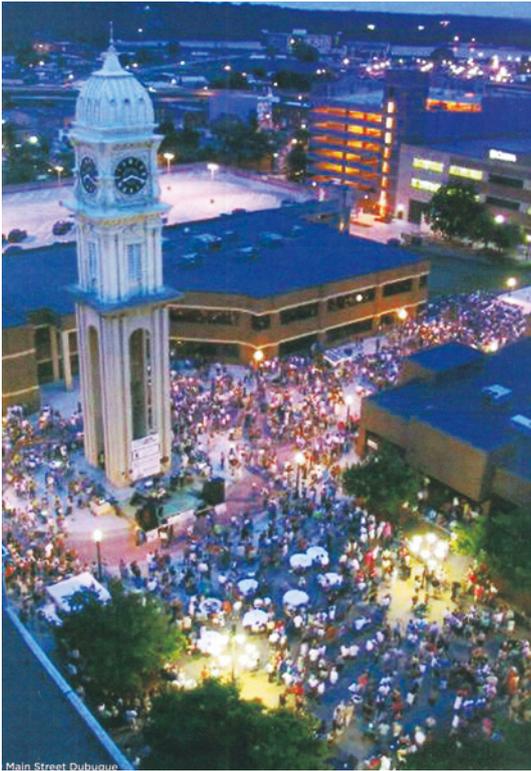
日本において地方の市町村での中心市街地（または中心商業地）の疲弊が問題とされ、政府、地方自治体や民間（市民活動を含めて）など様々な主体が活性化に向け長期間取り組んでいることは議論の余地はないと思います。しかしながら成功事例として取り上げられている取り組みは、そう多くないことも知られています。この中心市街地の再生や活性化の問題は、海の向こうであるアメリカでも同じことで、日本より進んだクルマ社会、“ビッグボックス”と言われる大規模量販店の進出やマイホームの郊外化の進展は、むしろ日本の地方都市よりもダウタウンを疲弊させていると言えるかも知れません。

ことにアメリカ中西部では、疲弊したダウタウンについて危機感をもつところが多く、連邦政府レベルへの取り組みを求めたのが1970年代前半とされています。

そこで、歴史的な文化遺産や建造物の保全に取り組んでいるナショナル・トラストが中心となり、現地視察から実際の活性化の取り組みを実践した「パイロット・プロジェクト」を経て、疲弊した地方の小都市（主に人口5万人規模以下を対象）のダウタウン（セントラル・ビジネス地区とも言う）、日本で言われるところの中心市街地（中心商業地）の再活性化を目的として、「メインストリート・プログラム」という手法が1970年代後半に開発されました。現在では40を超える州で取り入れられて、2,000を超える市町村や地域でダウタウンを再生させてきた実績を残しています。本稿では、その内容の一部を紹介したいと思います。

アメリカの地方都市のダウタウン再生とは

メインストリート・プログラムの理念や手法は次の通りです。「地域資産の保全・活用」と「マネーの地域内循環」を理念の両輪として、それを実践し活動目標を達成するために「組織づくり」「地域や商業のプロモーション」「景観の整備」「地域経済の再構築」の4つの分野を包括的に取り組んでいくというもので、主に行政や商工団体等から支援を受けた地域のNPO法人が有給のスタッフを雇用し専門組織として中心的に4つの分野の関連事業を進めていくというものです。中心市街地の活性化がこれまでも多くの地方で取り組まれている日本ですが、このような手法は取り入れられていません。日本での中心市街地とアメリカでのダウタウンに対する考え方、



夏に4回開催されるジャズフェスティバル
アイオワ州ダビューク市
出所 ダビューク・メインストリート

住宅等の建築物、NPO活動や寄付金などの社会制度などの日本とアメリカとの違いが、そうしているものと思われます。

さて全米の「メインストリート・プログラム」を管轄するナショナル・メインストリート・センター（ナショナル・トラストの関係会社）が主催して、毎年春に「メインストリート・ノウ・カンファレンス」が開催され、毎回全米各地のから2,000人を超える関係者や研究者等が一堂に会します。（今年5月23日～25日：ウィスコンシン州ミルウォーキーで開催され、筆者も参加予定です。）

ここでの注目イベントは、毎年取り組み実績が顕著なダウタウンを全米から3～5つ程度表彰する「Great American Main Street Award（グレート・アメリカン・メインストリート賞）」の発表です。「メインストリート・プログラム」に取り組んでいる多くの市町村や地域は、「全米の超一級のダウタウン」としてのお墨付きとなるこの賞の獲得を目指しているのです。

1995年から始まったこの賞の獲得市町村（地域）を州別に見ますと、表1となります。

この結果は各地の組織の取り組みだけでなく、当然のことながら自治体や市民や企業などの支援や州政府の支援体制のあり方も大きく関係しているものと考えられています。表からわかりますように最も多くの受賞地域を輩出しているのが日本では余り馴染みのある州とは、言えませんが中西部のアイオワ州です。同州が「メインストリート・プログラム」によるダウタウン再生の取り組みの先進地と言えます。その中心となる組織が「アイオワ州ダウタウン・リソース・センター」です。都市計画、建築、歴史的景観、観光、商業等の各分野の専門家揃え、10名を超える経験豊かな専任スタッフが州内の各地を支援していくアイオワ州の体制の厚さは全米の関係者の羨望の的でもあります。

さて同センターが最近発刊した機関誌「Main Street Messenger（2016 volume one）」によりますと、アイオワ州内でのメインストリート・プログラムの取り組みによる30年間（1986～2015）の実績について触れています。それによりますと以下の通りです。

<表1>
Great American Main Street Award受章地域
(州別上位)
(1995～2015 全88受章地域)

順位	州名	受章地域数
1	アイオワ州	9
2	カリフォルニア州	6
3	ウィスコンシン州	5
//	オクラホマ州	5
//	ミシガン州	5
//	ヴァージニア州	5
7	ミズーリ州	4
8	イリノイ州	3
//	ジョージア州	3
//	ワシントン州	3

(出所：Main Street Now)

4,447社：メインストリート・プログラムによって新規に起業された会社数
12,974人：メインストリート・プログラムの地区内での純増した雇用者数
10,926棟：メインストリート・プログラムの地区内で修復された歴史的建造物
\$ 1.6Billion (約1,800億円)：メインストリート・プログラムの地区内での民間投資額
2,838,045時間：メインストリート・プログラムへのボランティア活動時間

(出所：Main Street Messenger (2016 volume one) , アイオワ州ダウントウン・リソース・センター)

アメリカのダウントウン再生の研究者や実践者、行政の関係者らと話をするなかで、彼らはよく「Healthy Downtown」という言葉を使います。ダウントウン（中心市街地）を日本でよく言う“商店街”というものに矮小化してとらえるのではなく、まさに人間の体のように多様な機能があり、いくつもの“細胞”によって形作られているという考え方から来ているものであると考えられます。先ほどアイオワ州内での30年間のメインストリート・プログラムの地区内での取り組みでの代表的な実績の数値を紹介したようにビジネスや歴史的建造物、ボランティア活動時間など多様な人たちによる4つの分野の包括的な取り組みが実践されています。現在、この包括的なダウントウン再生の手法である、「メインストリート・プログラム」が、唯一のHealthy Downtownへの成功モデルとも言われている由縁でもあります。



ダビューク市のダウントウン
 (1995年グレイト・アメリカン・メインストリート賞受賞)

出所 ダビューク・メインストリート

“完璧なダウントウン”とは

さて、「Healthy Downtown」について、アイオワ州ダウントウン・リソース・センターのトップ、Jim Engle氏が先ほど紹介した同センター発刊の機関誌Main Street Messenger (2015 volume one) に「What is the Prefect Downtown ?」というテーマで、そのための10の要件として寄稿しています。

アメリカで最もダウントウン再生で実績を上げている州の担当者のトップがあるべきダウントウン（中心市街地）の姿について、どのように考えているのかを紹介します。

自分の住んでいる地区の中心市街地、働いている中心市街地、またよく行く中心市街地が10の要件（順不同）のいくつ当てはまるのか振り返ってもらうのも面白いと思い掲載をしました。(Jim Engle氏の意図を直接理解できるものと思い、あえて英文でそのまま紹介します。なお各項目の日本語の見出しについては筆者が付け加えました。)

「What is the Perfect Downtown ? 」

By Jim Engle (Iowa Downtown Resource Center) より抜粋

1. 【戦略的なイベントや祭事の開催がリピーターを生む】

Downtown is an entertainment venue with programmed events – a series of hip events for all ages that establish downtown as the place to visit. Events/festivals attract people, make money and build reputation.

2. 【歴史的建造物が保全され、地域資産を活かす】

Well-maintained, historic buildings: Users of your downtown love unique spaces. The energy created by these cool buildings that have been restored and maintained gives your downtown a distinct advantage.

3. 【老舗と新しいお店のコンビネーション】

A combination of long-time business owners and new entrepreneurs. This can say a lot about a downtown's health. Not only does it show a downtown business community's ability to sustain itself the long run, but, this kind of set-up coupled with a cooperative spirit shows itself when customers walk in the door.

4. 【魅力ある商業も重要なファクター】

A retail presence. Mixed-use downtowns are important, but, yes maintaining an interesting retail base that attracts locals and out-of-towners is crucial.

5. 【ここにしかない小さなお店と多様なレストラン】

Anchor. Successful downtowns almost always have one to five business that can draw people to the downtown all by themselves. A variety of good restaurants is also a characteristic of a vibrant downtown. We love to eat.

6. 【歩行者に優しく、歩行空間も魅力的】

The walkable downtown: attractive environment, easily accessible, nearby parks, dog-friendly, promotes physical fitness, good sidewalks with no physical interruptions, trees, color, window displays, benches….

7. 【安全、安心そして清潔なダウンタウン】

Following the same theme…cleanliness and safety in the downtown district are essential. Pull the weeds. Pick up the trash. Take public and private signage seriously. Spruce up windows in empty buildings. Hide the dumpsters. Remove the snow and ice from the streets and walks. Provide ample lighting and safe intersections. Some communities make an effort here.

8. 【夜も食事やイベントなど大人が楽しめる場所】

Night-time economy. Does your downtown roll up the sidewalks at 7 p.m. or is it an active district with the light on, eating and drinking establishments, events, stores, that are open with live music playing?

9. 【階上を居住空間として利用】

Quality housing above downtown storefronts also brings in an entire market of downtown users at all hours of the day and increases activity substantially.

10. 【昼はビジネスの場として活動】

Daytime workers. Yes, retail is important but the mixed-use downtown also has a large number of workers in the form of government workers, accountants, lawyers, industrial positions, etc. This is yet another market that brings health and revenue during daytime business hours.

“Healthy Downtown” のキーワード

さて、みなさんの街の中心市街地は、いくつ〇が付けられたでしょうか？要件は10項目に分かれています。よく読むといくつかのキーワードに集約されるような気がします。そこでまとめました。

①生活の多くの側面に関わりを持てるか？

昼と夜、平日と週末や就業、飲食、消費や娯楽、そして住居と言うように地域住民の生活の多くの側面に関わりを持てる場所であり、そのための多くの機能を持っているかというのが、ダウントウンの非常に重要な要件であると書かれています。中心市街地を未だに“商店街”として捉えることが多い日本とでは、そもそも基本的な部分で大きな違いがあると言えると思います。さらに日本の中心市街地の実態と比較して興味深い論点をあげるとすれば、8と9の2点です。かつての日本の中心市街地では、1階で商業が営われ、2階以上は当然のごとくその家族が住んでいました。現在では、たとえ同じように商業が行われていても、家族は郊外に住むという状況に変わって来ています。それが中心市街地の疲弊を加速させている一面と言えます。その点メインストリート・プログラムの取り組みでは戦略的に商店の上の階を居住スペースとして整備します。学生向けのアパートなど若年層や子育て世代向きの居住スペースとして整備し、ダウントウンの居住人口を維持、増加させています。

あなたの街の中心市街地は夜7時を過ぎても賑わっていますでしょうか？夜、大人が楽しめる場所はあるでしょうか？おそらく多くの店は、すでにシャッターが閉まって閑散としているところが多いでしょう。その点、アメリカではダウントウンは地域文化の中心とされ、劇場、映画館やライブハウスなどがありますし、夜は大人たちが楽しめる場所としてレストランやスポーツバー等も多くあります。ダウントウンは本来、地域住民と1年365日、24時間関係が保てる場所なのです。

②地域資源の活用と新旧のコンビネーション

次にダウントウンにある歴史的建造物や景観を地域資源として、地域個性として保全し活用していくという視点の大切さを言っています。他にはないユニークな空間が、それぞれのダウントウンの魅力であります。歴史的建造物は、決して古く汚い、使い勝手が悪いものではなく、少し手を加えることで中心市街地の魅力、賑わいの拠点に変貌するのです。その点からも先ほど紹介したアイオワ州内のメインストリート・プログラムの地区内で修復された歴史的建造物が30年間で10,926棟に上ることにも出ていると思いま



週末のシーダンフォールズ市のダウントウン

す。ダウタウン再生にはスクラップアンドビルドの大規模な開発が必ずしも必要ではないことも考えて行くべきです。これは商業についても言えます。古くから店、地域の老舗と新規に起業された店の魅力とのコンビネーションもダウタウンを持続可能なものにしていきます。また健康な体には細胞が新陳代謝を繰り返すように、ダウタウンにおいても店舗やレストラン、ビジネスなどの新規起業が新たな魅力を加えていきます。

③小さく光る街の個性を大切に

ダウタウンの魅力の源泉と言えるのは、実は有名チェーン店やブランドショップではなく、そこに行かなければ出会えない気の利いた小さなお店でありレストランなのです。特に食はダウタウンの集客、魅力発信の大きなアンカーとなっていることです。最近、日本での“商店街”活性化についての議論の中でよく言われることですが、いろいろな意味で面として、組織として一体的な策は効果が薄れ、個店ひとつひとつが努力し魅力を発信していかなければ立ちゆかなくなってきたという点です。その点ではアメリカも日本も同じ方向の論点となっているところではあります。

そしてその魅力的な店やレストランを巡るために、より一層ダウタウンそれ自体の魅力を増すのが歩いて楽しめること、安心、安全そして清潔さも重要な要件であることも付け加えなければなりません。

おわりに

メインストリート・プログラムの取り組みも、Healthy Downtownの要件も、これらすべてが地域にお金が落ちることにつながっていることを忘れてはなりません。日本で中心市街地の活性化やまちづくりなどについては、取り組む人たちの熱意や使命感が先に語られ、取り組みを持続可能なものにするために地域にお金が循環していくためのシステム作りについての多くは議論されていません。その結果、人が代わった時や、行政等からの支援や補助金等がなくなった時に取り組みそのものが頓挫してしまう例をよく見聞きします。本稿で紹介したメインストリート・プログラムによるアメリカでのダウタウン再生の取り組みは、その辺りをうまく解決するもので、誰でもどの地域でもこの本質をよく理解し、地域が一体となって取り組めば、どの地域のダウタウンの再生につながるひとつの「テンプレート」とも言える普遍的な活性化手法です。このあたりをご理解いただき、もう一度完璧なダウタウンの10要件をお読みいただければと思います。



1990年代の大洪水から復興したウエスト・デモイン市
ヴァレージャンクション地区夜景
(2012年 グレイト・アメリカン・メインストリート賞受賞)

埼玉県内企業の2016年新卒者採用調査

調査対象： 県内企業568社

調査方法： アンケート方式(2月上旬 郵送回収)

回答企業： 239社 (回答率42.1%)

業種別内訳： 製造業138社 非製造業101社

要旨

- 埼玉県内企業の2016年4月の新卒者採用状況は、全産業で「採用」(2015年4月比採用人数の増減にかかわらず採用をした企業。以下同じ。)は60.3%と、前年に比べ1.5%減少したが、2008年調査以来の60%台を2年続けて維持した。採用内訳を見ると、採用人数の「増加」は前年比2.7%減の21.8%、「減少」は1.9%減の11.3%、「ほぼ同じ」は3.1%増の27.2%となっている。「採用」の割合はほぼ前年並みであるが、採用人数を「増加」とする企業はやや減少している。
- 業種別で見ると、製造業では、「採用」は57.3%で、採用人数の「増加」が前年比4.6%減の18.1%、「減少」が0.5%減の13.8%、「ほぼ同じ」は4.0%増の25.4%となっている。非製造業では、「採用」は64.3%で、「増加」が0.3%減の26.7%、「減少」は3.8%減の7.9%、「ほぼ同じ」が1.7%増の29.7%となっている。非製造業では、「採用」が製造業を7.0%上回っており、より積極的な採用姿勢がみてとれる。

1. 新卒者採用状況

～採用は全産業の6割で実施～

(1)全産業

「採用」は60.3%と、前年に比べ1.5%減少したが、2008年調査以来の60%台を2年続けて維持した。新卒者の採用内訳を見ると、採用人数を「増加」は前年比2.7%減の21.8%、「減少」は1.9%減の11.3%、「ほぼ同じ」は3.1%増の27.2%となっている。新卒者採用を行う県内企業の「採用」の割合はほぼ前年並みであるが、採用人数を「増加」とする企業はやや減少している。

また、「今年は採用を見送った」が14.2%、「ここ数年採用していない」が25.5%で、両者を合わせ39.7%と、前年に比べ1.5%増加している。(図表1-1)

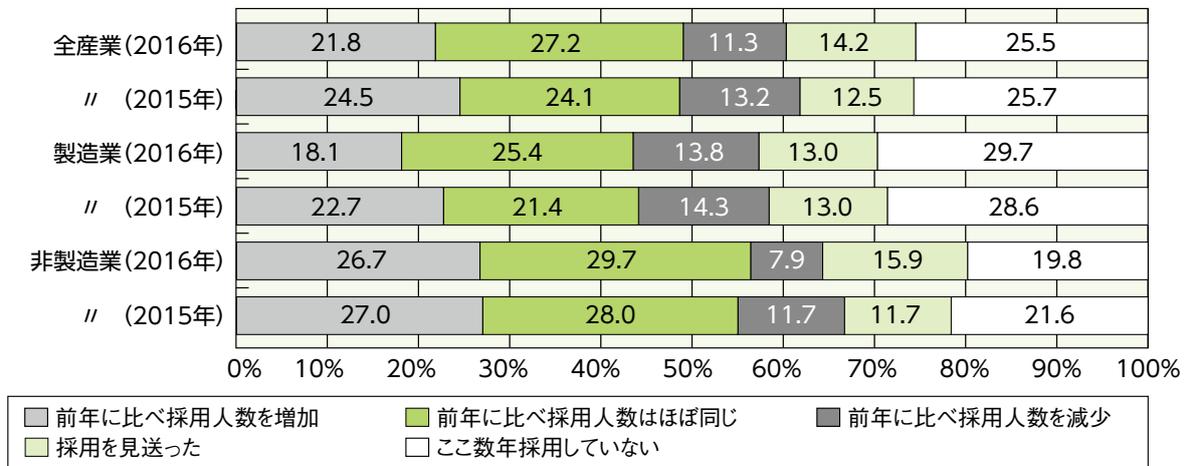
(2)業種別

製造業では、「採用」は57.3%で、「増加」が前年比4.6%減の18.1%、「減少」が0.5%減の13.8%、「ほぼ同じ」は4.0%増の25.4%となっている。非製造業では、「採用」は64.3%で、「増加」が0.3%減の26.7%、「減少」は3.8%減の7.9%、「ほぼ同じ」が1.7%増の29.7%となっている。非製造業では、「採用」の割合が製造業を7.0%上回っており、より積極的な採用姿勢がみてとれる。(図表1-1)

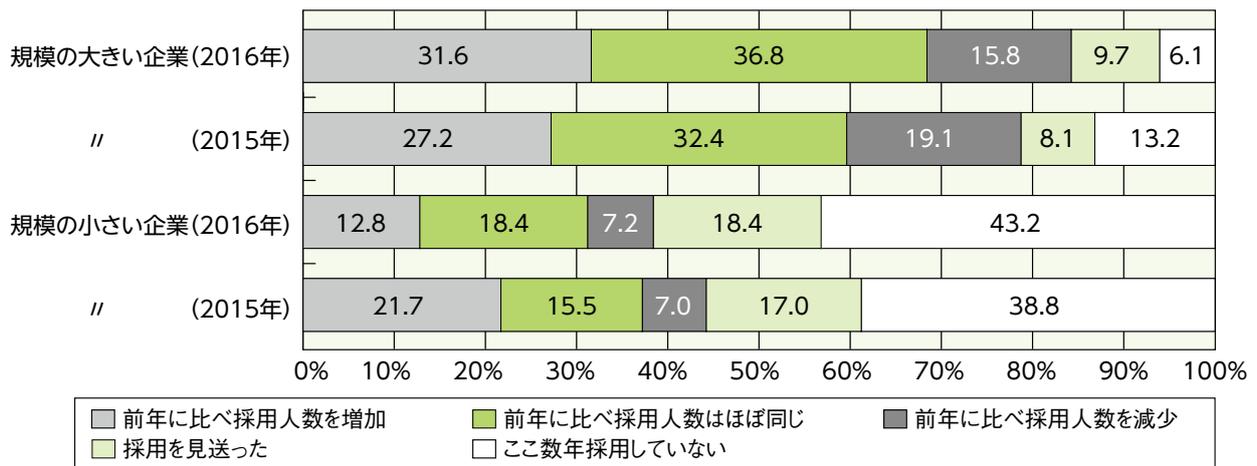
(3)規模別

「規模の大きい企業(従業員100人以上の企業)」では、「採用」は84.2%で、「増加」が前年比4.4%増の31.6%、「減少」は3.3%減の15.8%、「ほぼ同じ」が4.4%増の36.8%となっている。「規模の小さい企業(従業員100人未満の企業)」では、「採用」は38.4%で、「増加」は8.9%減の12.8%、「減少」は0.2%増の7.2%、「ほぼ同じ」が2.9%増の18.4%となっている。「規模の小さい企業」は「規模の大きい企業」に比べ「採用」を行った企業の割合が少なく、採用人数の「増加」が1割強に止まり、「ここ数年採用していない」企業も4割強と、新卒者採用を積極的には行えない状況が続いている。(図表1-2)

図表1-1. 2016年新卒者採用状況（業種別）



図表1-2. 2016年新卒者採用状況（規模別）



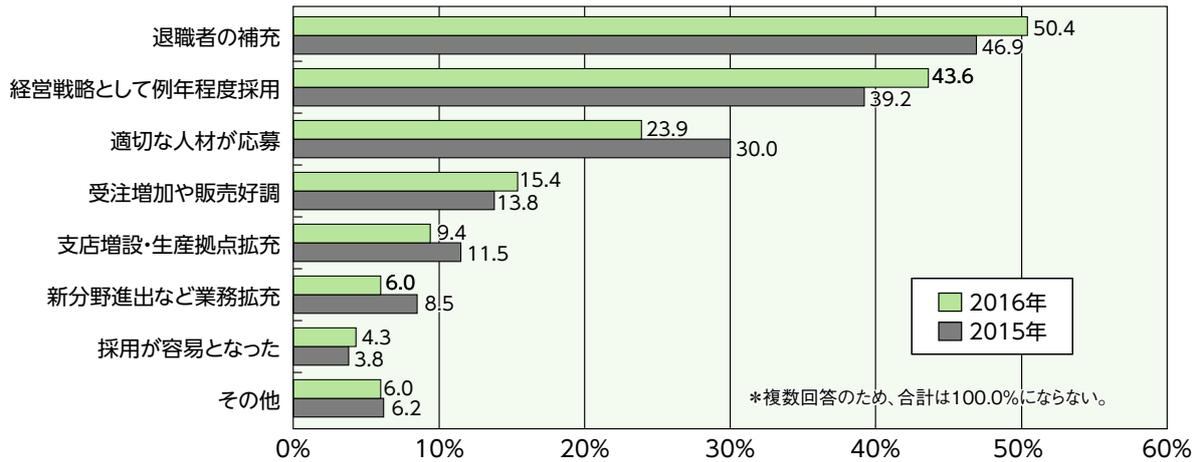
2. 採用人数を前年より増加又はほぼ同じとした理由

～業種を問わず「退職者の補充」が最も多い～

(1)全産業

採用人数を「増加」あるいは「ほぼ同じ」と回答した先に、その理由を聞いたところ、「退職者の補充」が50.4%と最も多く、続いて「経営戦略として例年程度採用」が43.6%、次いで「適切な人材が応募」が23.9%となった。「退職者の補充」が多いのは、団塊世代（1947年～49年生まれ）が2012年以降65歳に到達、退職者の増加に対応し人員を確保しているためとみられる。（図表2-1）

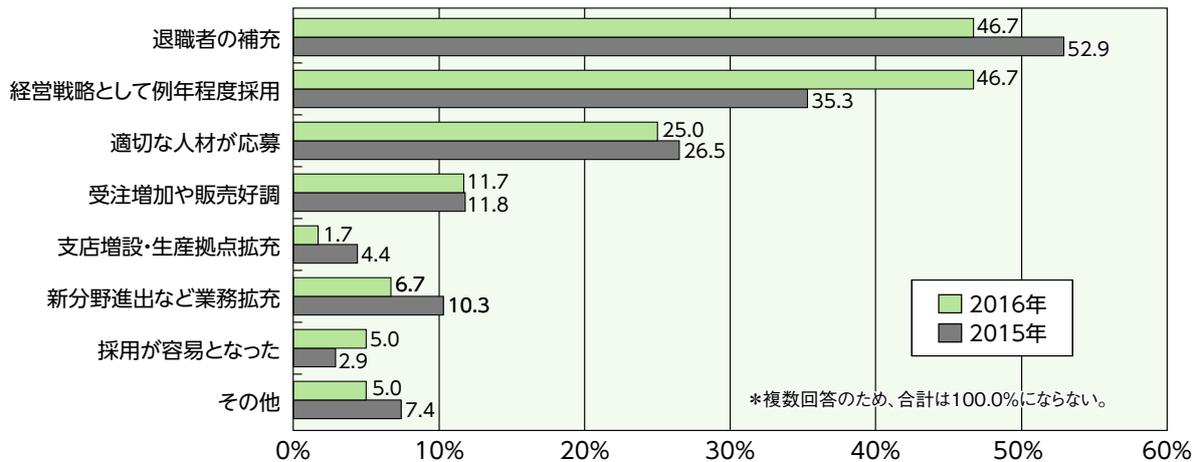
図表 2-1. 採用を増加・ほぼ同じ理由（全産業）



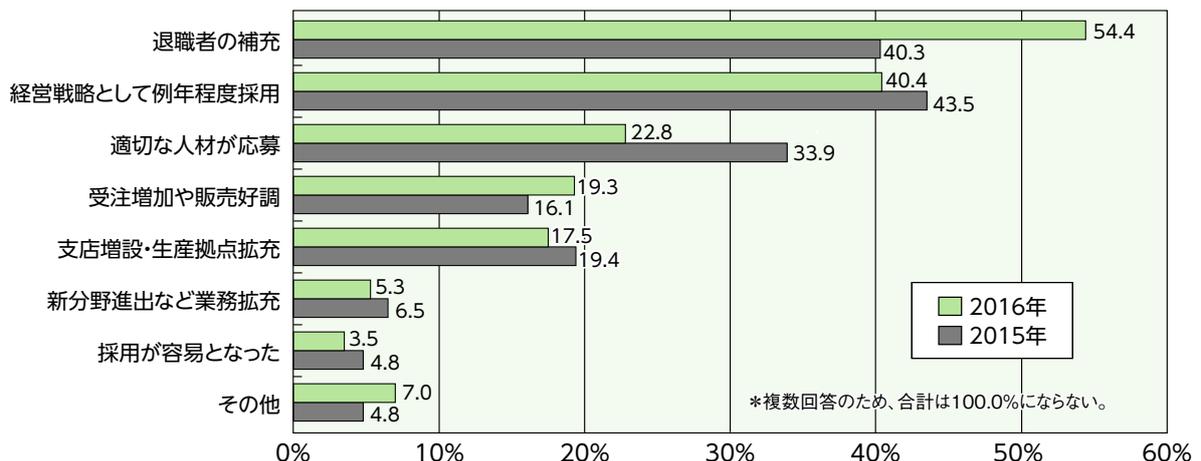
(2)業種別

業種別では、製造業は、「退職者の補充」と「経営戦略として例年程度採用」がともに46.7%と最も多くなっている。非製造業でも、「退職者の補充」が最も多く54.4%、次いで「経営戦略として例年程度採用」が40.4%で続いている。このほか、「適切な人材が応募」が、製造業で25.0%、非製造業で22.8%と3位に入っている。(図表2-2、2-3)

図表 2-2. 採用を増加・ほぼ同じ理由（製造業）



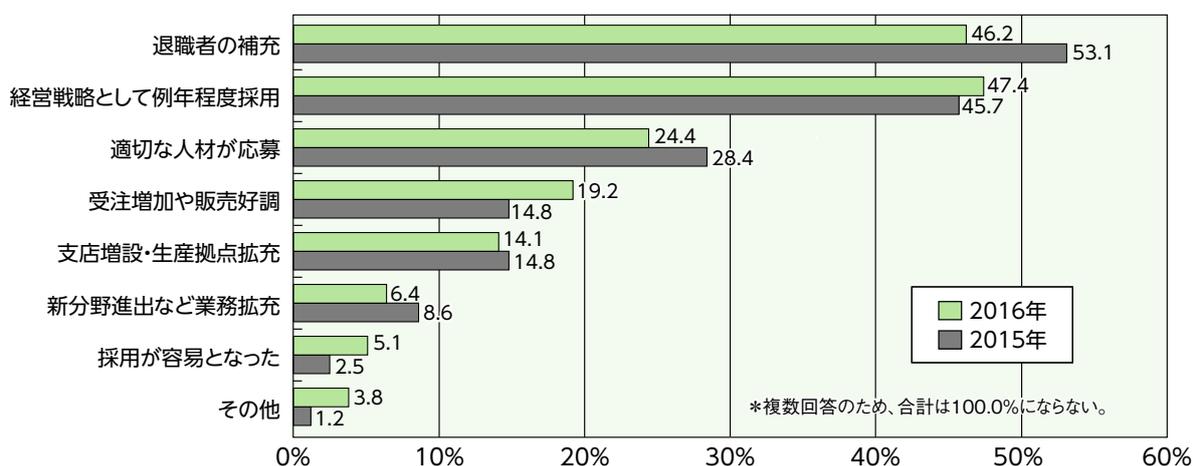
図表 2-3. 採用を増加・ほぼ同じ理由（非製造業）



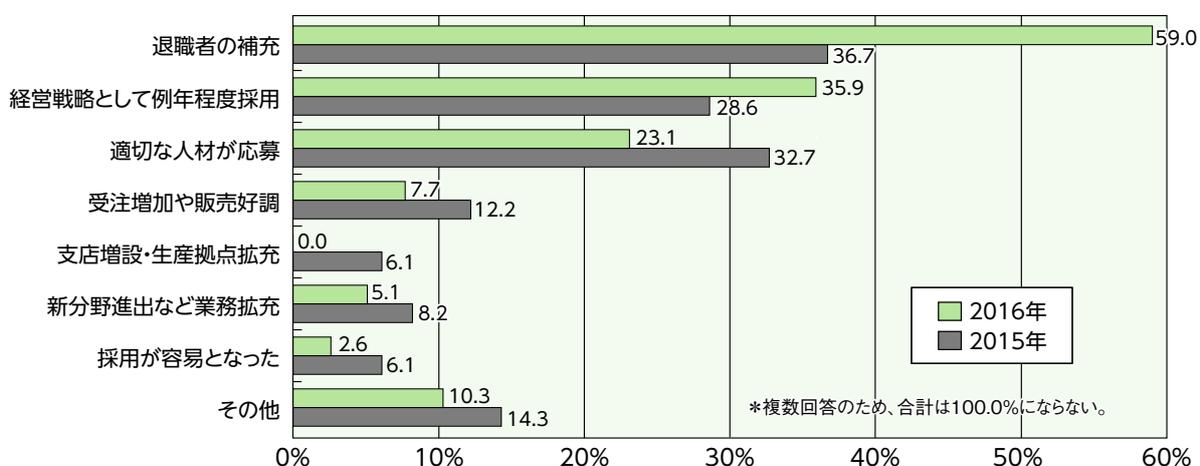
(3)規模別

「規模の大きい企業」は、「経営戦略として例年程度採用」が47.4%と最も多く、次いで「退職者の補充」が46.2%、「適切な人材が応募」が24.4%と続いている。一方、「規模の小さい企業」では、「退職者の補充」が59.0%と最も多く、次いで「経営戦略として例年程度採用」が35.9%、「適切な人材が応募」が23.1%と続いている。(図表2-4、2-5)

図表2-4. 採用を増加・ほぼ同じ理由 (規模の大きい企業)



図表2-5. 採用を増加・ほぼ同じ理由 (規模の小さい企業)



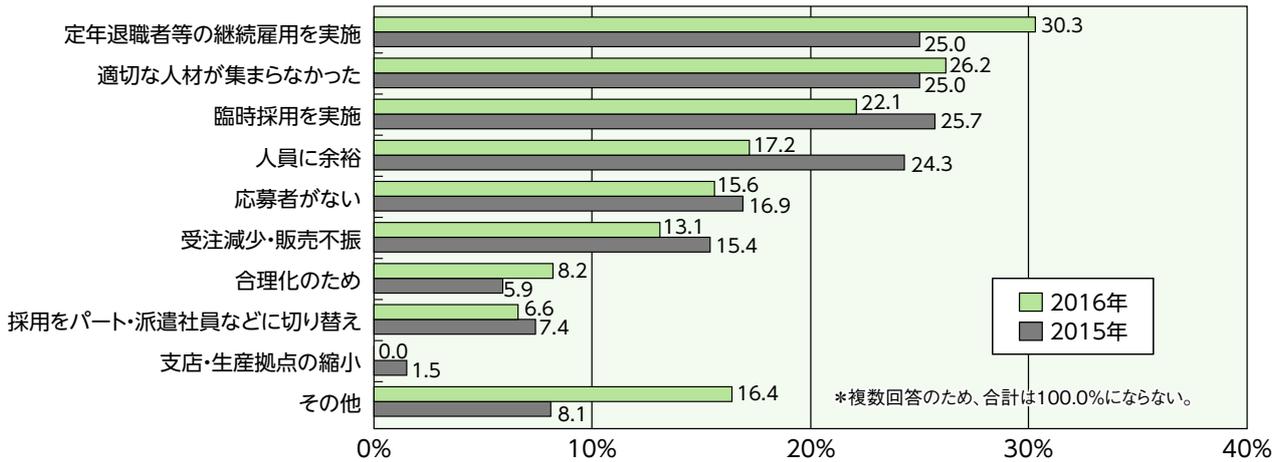
3. 採用人数を前年より減少又は採用を見送る理由

～「定年退職者等の継続雇用を実施」がトップ～

(1)全産業

「採用人数を減少」、「採用を見送った」、「ここ数年採用していない」と回答した企業の理由について見ると、「定年退職者等の継続雇用を実施」が30.3%と最も多く、次いで「適切な人材が集まらなかった」が26.2%、これに「臨時採用を実施」が22.1%で続いている。「定年退職者等の継続雇用を実施」は、前年に比べ5.3%増と増加しているが、これは、定年後も、希望者全員を65歳まで雇用することを企業に義務付けている高年齢者雇用安定法に対応していることによるものとみられる。(図表3-1)

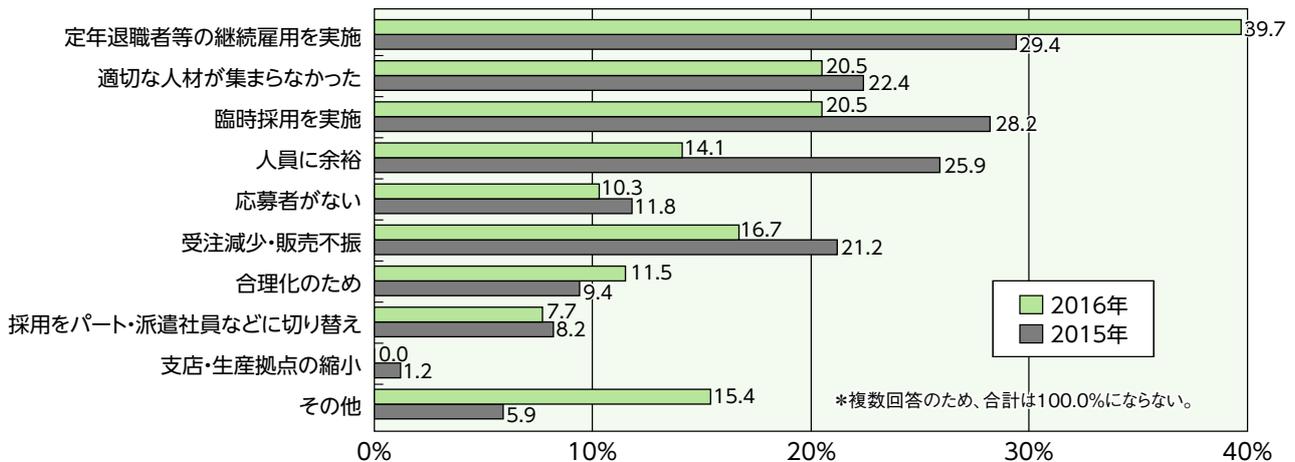
図表 3-1. 採用を減少・見送る理由（全産業）



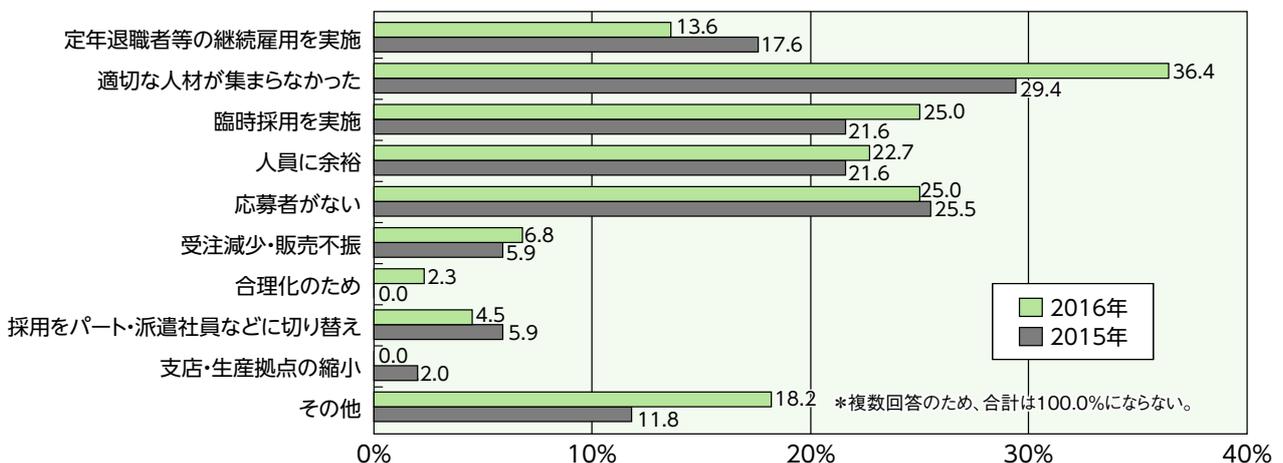
(2)業種別

業種別では、製造業は、「定年退職者等の継続雇用を実施」が39.7%と最も多く、これに「適切な人材が集まらなかった」と「臨時採用を実施」がともに20.5%で続いている。非製造業は、「適切な人材が集まらなかった」が36.4%と最も多く、これに「臨時採用を実施」と「応募者がない」がともに25.0%で続いている。(図表 3-2、3-3)

図表 3-2. 採用を減少・見送る理由（製造業）



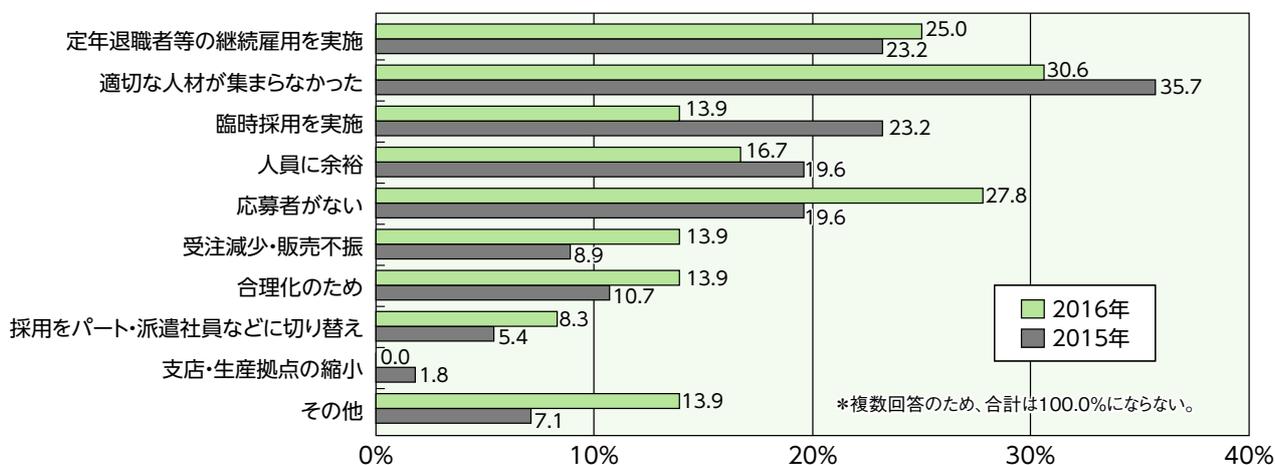
図表 3-3. 採用を減少・見送る理由（非製造業）



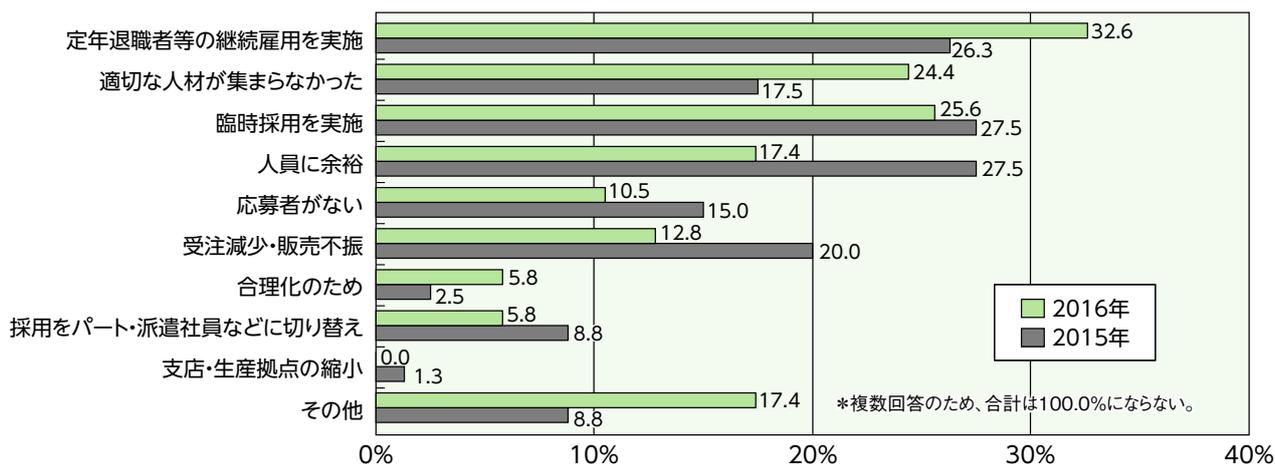
(3)規模別

「規模の大きい企業」は、「適切な人材が集まらなかった」が30.6%と最も多く、次いで「応募者がない」が27.8%、これに「定年退職者等の継続雇用を実施」が25.0%で続いている。「規模の小さい企業」は、「定年退職者等の継続雇用を実施」が32.6%で最も多く、次いで、「臨時採用を実施」が25.6%、これに、「適切な人材が集まらなかった」が24.4%で続いている。「規模の大きい企業」では「応募者がない」が、「規模の小さい企業」では「適切な人材が集まらなかった」が前年に比べ比率を高めている。(図表3-4、3-5)

図表3-4 採用を減少・見送る理由（規模の大きい企業）



図表3-5 採用を減少・見送る理由（規模の小さい企業）



埼玉県内主要産業動向調査(産業天気図) - 2016年1～3月期 -

調査対象： 県内企業568社

調査方法： アンケート方式 (2月上旬 郵送回収)

回答企業： 260社 (回答率45.8%)

業種別内訳： 製造業150社 非製造業110社

概況

今回の産業天気図は、「曇り」中心には変わりはないが、国内景気の停滞感や中国等の新興国経済の減速の影響もあり「晴れ一部曇り」が減り「曇り一部雨」が広がる空模様となっている。

製造業では、**紙加工品等**は農産物用の段ボール箱需要が天候不順の影響により減少、**化学・プラスチック・ゴム製品**は家電製品や日用雑貨等の需要が低調となり各々「曇り一部雨」へ、**飲・食品**は年末・年始需要が終わり売上が減少し「曇り」へ後退している。一方、**輸送用機械**では北米市場等が堅調であることに加え、乗用車部品は国内で年度末需要が上向き、二輪車部品はアジアで伸張り「曇り」へ持ち直している。

非製造業では、**卸売**は青果物の価格安、建設資材の需要の停滞から、**不動産**は国内景気の停滞感を背景に事業用地や賃貸倉庫需要が弱まり、各々「曇り一部雨」へ後退している。

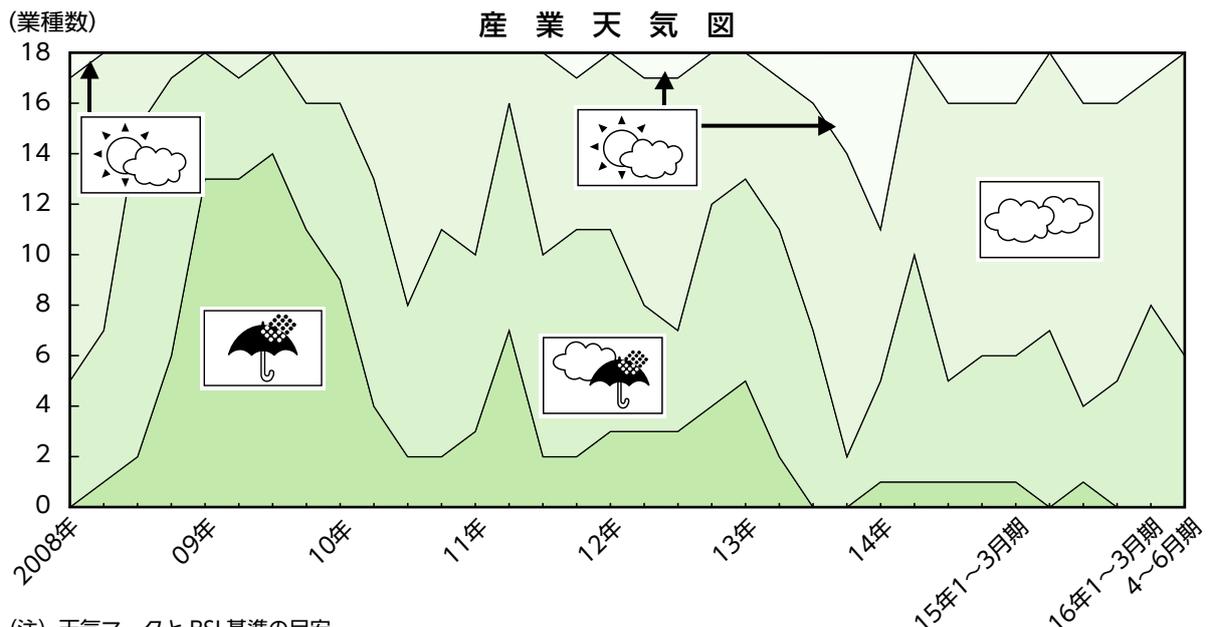
先行きについては、「晴れ一部曇り」から「曇り」へ後退する一方、「曇り一部雨」から「曇り」へ持ち直すものもあり、「曇り」空がさらに広がる見通しである。

製造業では、**一般機械器具**は中国等の新興国経済減速の影響から「曇り一部雨」へ後退する。一方、**電子部品・デバイス**ではスマートフォン用部品は新製品投入に伴い海外需要の改善や国内の買替需要が寄与し、自動車の電装品等の需要が堅調なことから「曇り」へ持ち直す見通しである。

非製造業では、**建設**は公共工事の受注一巡や民間の設備投資の抑制から「曇り」へ後退する。一方、**卸売や不動産**は消費増税前の駆け込み需要が寄与し「曇り」へ各々持ち直す見通しである。

天気図別の業種数

区分	晴	晴れ一部曇り	曇り	曇り一部雨	雨
2015年10～12月期(前回)	0	2	11	5	0
2016年1～3月期(今回)	0	1	9	8	0
2016年4～6月期(先行き)	0	0	12	6	0



(注) 天気マークとBSI基準の目安

天気マーク	晴	晴れ一部曇り	曇り	曇り一部雨	雨
BSI	100以下～50以上	50未満～20以上	20未満～-20超	-20以下～-50超	-50以下～-100以上

製造業

業種	天気		概要
紙加工品等	前回		<p>[現状] 段ボール箱の需要は農産物用が天候不順の影響から減少するほか、印刷・情報用紙の需要は情報媒体の電子化やペーパーレス化推進から減退するなど、業況は後退している。</p> <p>[先行き] 段ボール箱は、国内景気の停滞感もあり取扱量が停滞し、業況は低調のまま推移する見通しである。</p>
	現状		
	先行き		
化学・プラスチック・ゴム製品	前回		<p>[現状] 化学では、工業薬品や農薬の需要は底堅い。プラスチック製品では、家電製品や日用雑貨向け等の需要が低調で、総じて業況は後退している。</p> <p>[先行き] 全体的に需要が力強さに欠け、原材料仕入れ価格下落に伴いコストダウン要請が強まり販売価格が弱含むと見られ、業況は低調に推移する見通しである。</p>
	現状		
	先行き		
鉄鋼・非鉄金属	前回		<p>[現状] 自動車部品需要は、取引先メーカーによって斑模様となっているが、総じて減少している。OA機器部品の売上は、需要が弱く、中国の過剰生産による輸出攻勢もあり減少。建設資材は、マンション建設の手控えや設備投資の伸び悩みから減産する動きもあり、業況は低調である。</p> <p>[先行き] 設備投資の抑制や公共工事の一服などから需要の増加が難しい。建設資材や自動車部品では、原材料仕入れ価格の下落に伴い販売価格への値下げ圧力が強まると見られ、低調のまま推移する見通しである。</p>
	現状		
	先行き		
金属製品	前回		<p>[現状] 自動車部品需要は、国内での軽自動車増税による販売台数の減少を受け減退している。機械部品は、設備投資が抑制され、半導体製造装置等の生産停滞から落ち込み、業況は低調である。</p> <p>[先行き] 自動車部品需要は米国向け等が堅調で、建築用金属製品はオリンピック需要が期待される。景気の先行き不透明感が増し設備投資が抑制され、機械部品等総じて需要は力強さを欠くと見られる。</p>
	現状		
	先行き		
一般機械器具	前回		<p>[現状] 工作機械や建設機械、鉱山機械などは、中国等の新興国経済の減速や資源価格の下落の影響を受け需要が減少している。食品機械や動力伝導装置部品の需要は、年度末需要もあり増加し、業況は総じて底堅い。</p> <p>[先行き] 工作機械需要は航空機向けが堅調で、繊維機械は一部欧州市場での改善が期待される。国内景気の停滞感や中国等の新興国経済の減速の影響で総じて需要は弱まり、業況は後退する見通しである。</p>
	現状		
	先行き		
電気・情報通信機器	前回		<p>[現状] 軽自動車増税による自動車販売台数の減少から関連製品の売上が減少している。水処理施設・焼却炉等公共施設の更新需要が自動制御装置や計測機器の売上を押し上げ、業況は底堅くなっている。</p> <p>[先行き] 電源機器等の需要は底堅いものの、各企業の設備投資に慎重な姿勢から、業況は停滞感が強まる見通しである。</p>
	現状		
	先行き		

製造業

業種	天気		概要
電子部品・デバイス	前回		<p>【現状】 自動車電装化比率の高まりやIOTの進展により半導体需要が増加するものの、スマートフォンの普及に伴い部品需要が鈍化するほか、パソコン販売の不振等から電子回路基板が減少し、業況は低調のままである。</p> <p>【先行き】 スマートフォン用部品は、新製品の投入に伴い海外需要の改善に加え国内の買替需要も喚起し持ち直すと見られる。自動車の電装品やLED需要は堅調に推移し、業況は持ち直す見通しである。</p>
	現状		
	先行き		
輸送用機械	前回		<p>【現状】 乗用車用部品は、国内では軽自動車増税による自動車販売台数の減少から需要が減少しているが、年度末需要が上向き、海外では北米市場等が堅調。二輪車用はアジアでの現地需要が伸張し、業況は持ち直している。</p> <p>【先行き】 年度末需要で押し上げられた国内自動車販売が一服すると見られるものの、海外向け乗用車部品需要は改善し、二輪車部品の海外の需要が順調に推移すると見られ、業況は横ばいで推移する。</p>
	現状		
	先行き		
精密機械	前回		<p>【現状】 光学機器は、内外で通信機器や医療機器向け受注が堅調であるほか、官公庁や民間企業の年度末需要が押し上げ、業況は改善基調にある。</p> <p>【先行き】 光学機器、医療機器や自動車部品は年度末需要が一段落することから、業況は停滞する見通しである。</p>
	現状		
	先行き		
飲・食料品	前回		<p>【現状】 年末・年始需要が終わり、惣菜等で売上が減少するとともに、受注単価が弱含み収益も減少し、業況は後退している。</p> <p>【先行き】 コンビニ向けパンや麺類等需要が拡大すると見られるが、総じて需要は伸び悩む。一方、収益は、原油価格の下落によりコストが削減され改善され、業況は持ち直す見通しである。</p>
	現状		
	先行き		
印刷・関連産業	前回		<p>【現状】 パンフレット、カタログ等の需要は底堅いものの、出版関連の需要は減少し、チラシも弱い動きとなっている。国内景気の停滞感から総じて需要が盛り上がり欠け、業況は低調に推移。</p> <p>【先行き】 景気の先行き不透明感が増し、民需、官公需ともに経費節減による抑制から、業況は低調感が強まる見通しである。</p>
	現状		
	先行き		

非製造業

業種	天気		概要
一般建設	前回		<p>【現状】 全体的に需要鈍化が窺われるが、公共工事では学校関連や社会福祉施設等が、民間工事では娯楽施設のほか、消費増税時の駆け込み受注分の工事消化が寄与し、業況は概ね堅調である。</p> <p>【先行き】 公共工事では受注の一巡が窺われるほか、民間工事では国内景気の停滞感等から企業が設備投資に慎重となり受注の減少が懸念され、業況は後退する見通しである。</p>
	現状		
	先行き		

非製造業

業種	天 気		概 要
住宅建設	前回		<p>[現 状] 実質賃金の伸び悩みにより消費者マインドが慎重になっていると見られるが、低金利の情勢や各種の優遇策、相続増税の節税対策が寄与し、業況は底堅い。</p> <p>[先行き] マイナス金利による住宅ローン金利の一段の低下等に加え、消費増税の駆け込み需要も期待され、業況は持ち直し基調で推移する見通しである。</p>
	現状		
	先行き		
卸 売	前回		<p>[現 状] 青果物は価格安、建設資材は需要の停滞、冬物のユニフォーム等は暖冬や経費の抑制から売上が減少し、業況は後退している。</p> <p>[先行き] 青果物は出荷量が回復し、建設資材需要は消費増税前の駆け込み需要等が寄与し改善すると見られ、業況は持ち直し見通しである。</p>
	現状		
	先行き		
小 売	前回		<p>[現 状] 自動車販売は、年度末需要や販売促進でやや持ち直す。スーパーは新規出店効果が寄与し回復基調にあり、春物衣料は例年より動きが早く、業況は回復基調が続いている。</p> <p>[先行き] 中国等の新興国経済の減速等から経済の先行き不透明感が増していることもあり消費者は慎重な姿勢。国内自動車販売は一服し、シーズンオフとなる冬季用医薬品の売上が減少するなど、業況は停滞する見通しである。</p>
	現状		
	先行き		
運輸・倉庫	前回		<p>[現 状] 人手不足から受注を手控え取扱量が減少する物流業者や、稼働率が低下するタクシール業者が一部にあるものの、コンビニや量販店向けの飲・食料品の取扱量は堅調を維持し、業況は底堅くなっている。</p> <p>[先行き] 国内景気の先行き不透明感が増し、生産財を中心に荷動きは盛り上がりを欠き、業況は停滞する見通しである。</p>
	現状		
	先行き		
不動産	前回		<p>[現 状] 国内景気の停滞感や急激な株価変動を背景に事業用用地や賃貸倉庫需要が弱まり、業況は後退している。</p> <p>[先行き] 国内景気の停滞感が続くものの、消費増税前の住宅等の駆け込み需要から取扱量が上向くと見られ、業況は持ち直し見通しである。</p>
	現状		
	先行き		
その他非製造業	前回		<p>[現 状] 産業廃棄物再処理は世界的な資源安の影響から売上が落ち込んでいる。一方、ビルメンテナンス事業やレンタカーの需要は上向き、業況は持ち直している。</p> <p>[先行き] ビルメンテナンス事業の需要は堅調なもの、産業廃棄物再処理の需要は世界的な資源安の影響が続き低調なほか、外食等は人手不足の制約もあり、業況は停滞する見通しである。</p>
	現状		
	先行き		

今月の概要

県内景気は、個人消費が回復基調にあるものの一部で弱い動きがみられ、生産活動が一進一退、設備投資も低調に推移するなど、足踏み状態が続いている。

個人消費：回復基調にあるものの一部で弱い動き。百貨店・スーパー販売（店舗調整前）は、閏年による営業日増から、前年比増加。専門量販店販売のうち、ドラッグストアは堅調に推移しているが、家電専門店やホームセンターは横ばい。乗用車販売は、小型車や軽乗用車が低調、前年比減少。コンビニ販売は、中食、デザート等の日配食品が好調に推移し増加持続。

設備投資：低調。建築着工床面積（非居住用）は前年比増加。大規模倉庫の着工から一時的に増加。

住宅建設：低調。新設住宅着工戸数は前年比増加。一戸建が増加したものの、マンションが引き続き低迷、貸家が前月に比べ減少。

公共工事：減少基調。公共工事請負額は前年比増加したが、2015年の月平均を下回る水準に止まる。

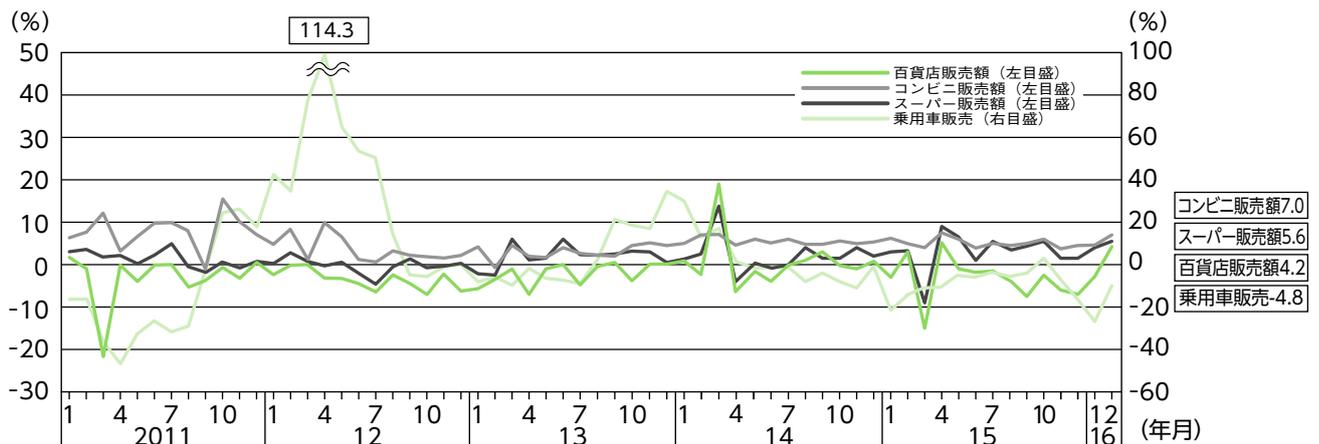
生産活動：一進一退。生産指数（季調済）は前月比上昇。はん用・生産用・業務用機械、輸送用機械が低下したものの、化学、食料品、電気機械などが上昇。

雇用情勢：改善。新規求人倍率（季調済）、有効求人倍率（同）はともに前月比上昇。完全失業率（南関東）は低水準を維持。

企業倒産：減少。前年に比べ件数、負債総額ともに減少。

1 個人消費 . . . 回復基調にあるものの一部で弱い動き

百貨店等販売額の推移（前年同月比増減率）



(注) 1. スーパー販売額から専門量販店（家電大型専門店、ドラッグストア、ホームセンター）の販売額が除外されたため、2015年6月以前と7月以降の数値は連続していない。

2. 百貨店及びスーパーは全店舗ベース、コンビニ販売は関東経済産業局管内

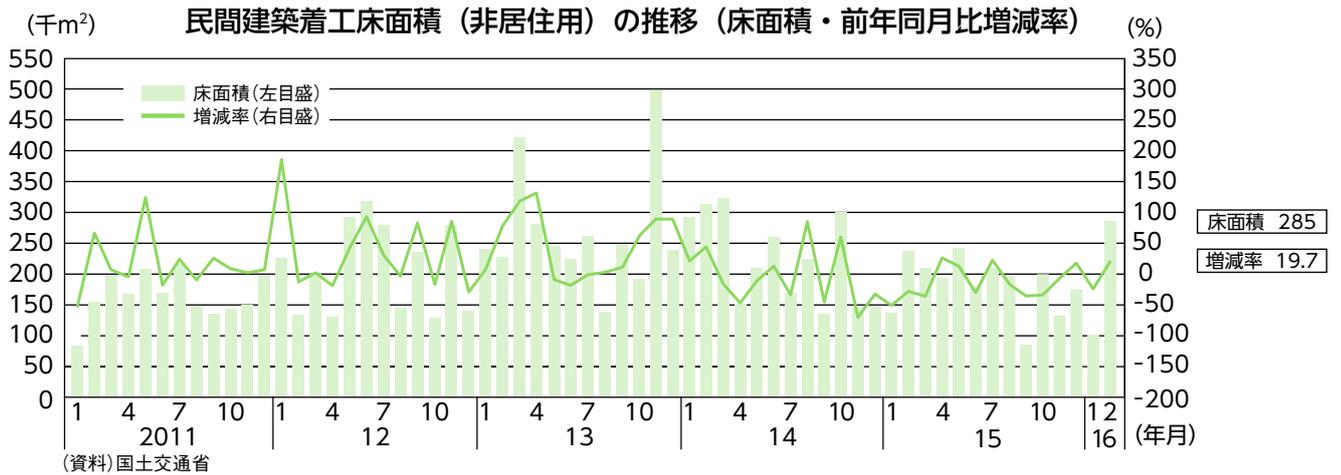
(資料) 経済産業省、埼玉県自動車販売店協会など

2 設備投資 . . . 低調

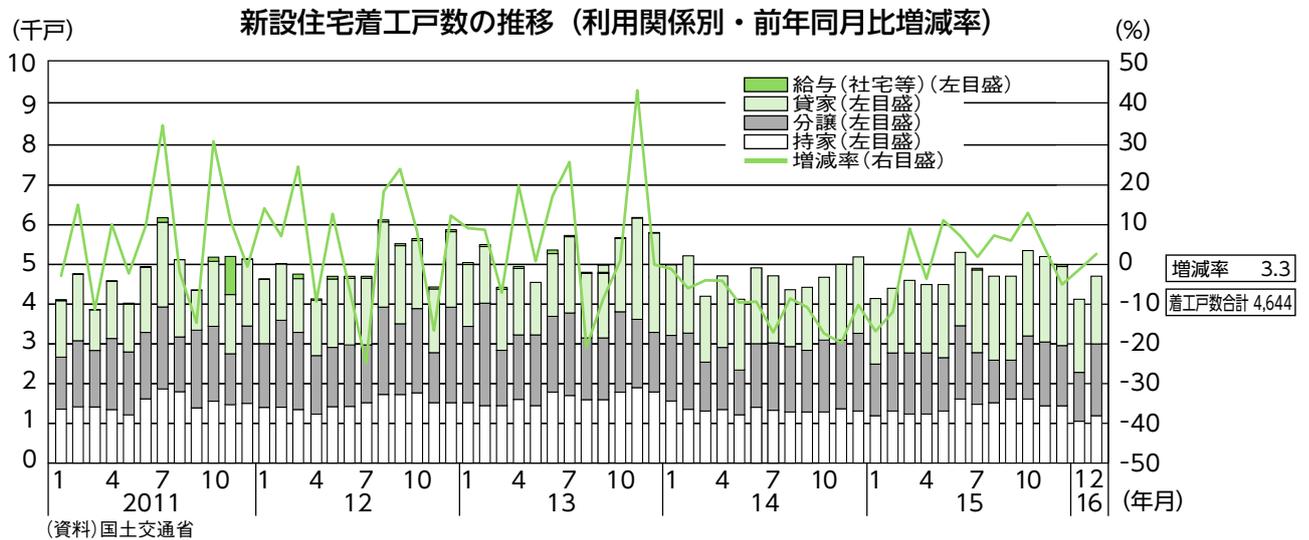
資本財出荷指数の推移（季節調整値、月次）



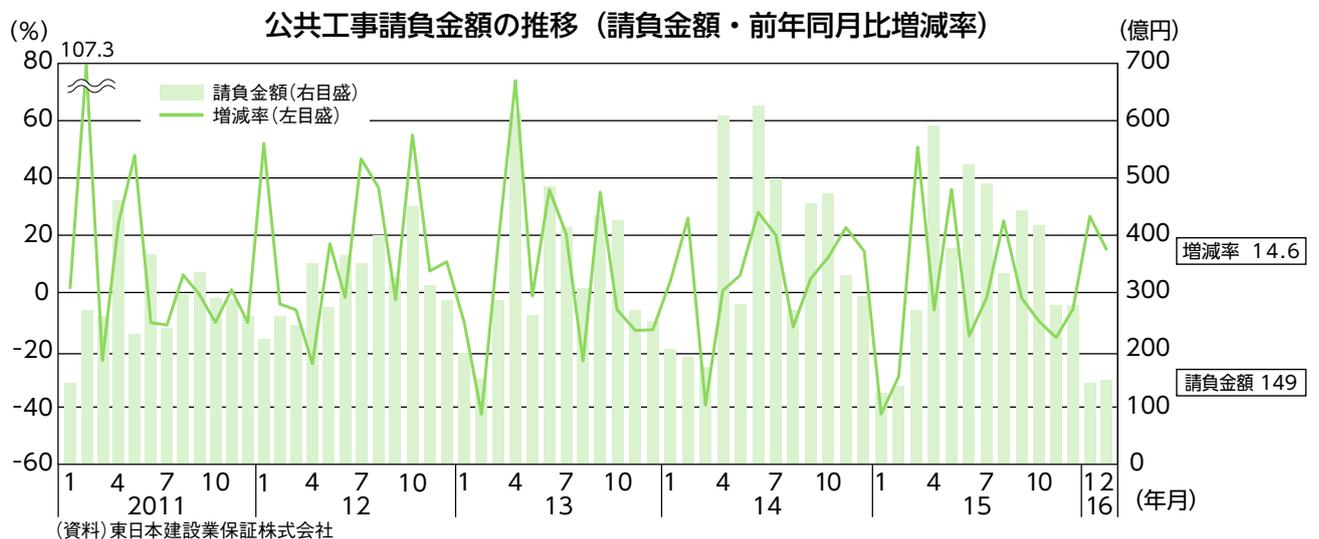
(資料) 埼玉県



3 住宅建設 . . . 低調

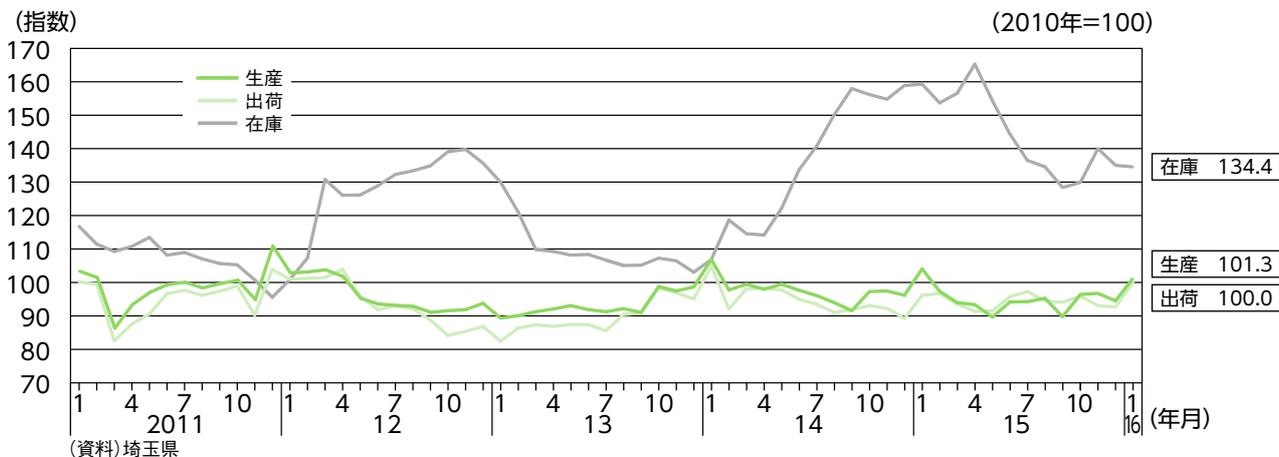


4 公共工事 . . . 減少基調



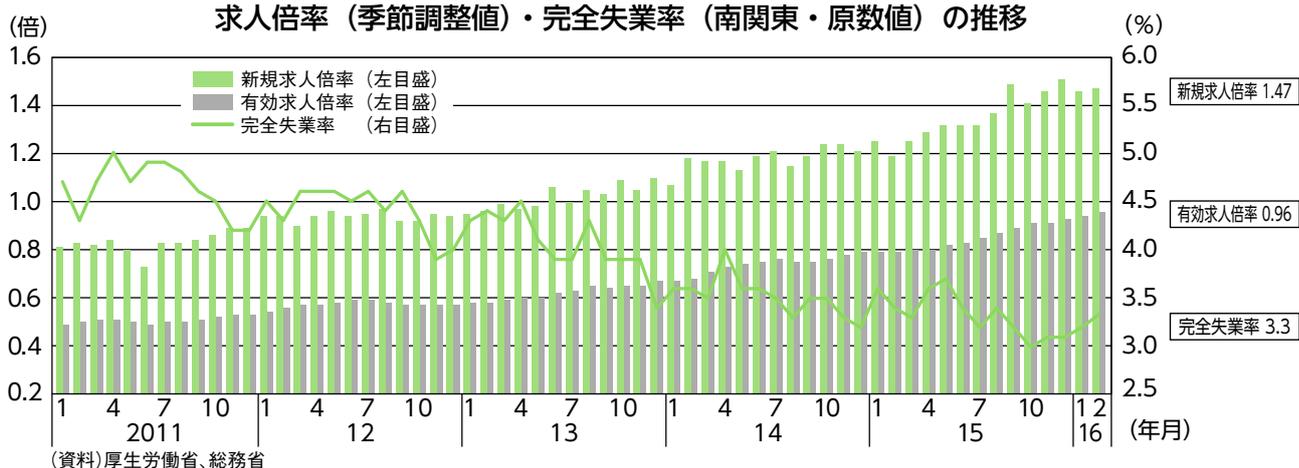
5 生産活動 ●●● 一進一退

鉱工業生産・出荷・在庫指数（季節調整値）の推移



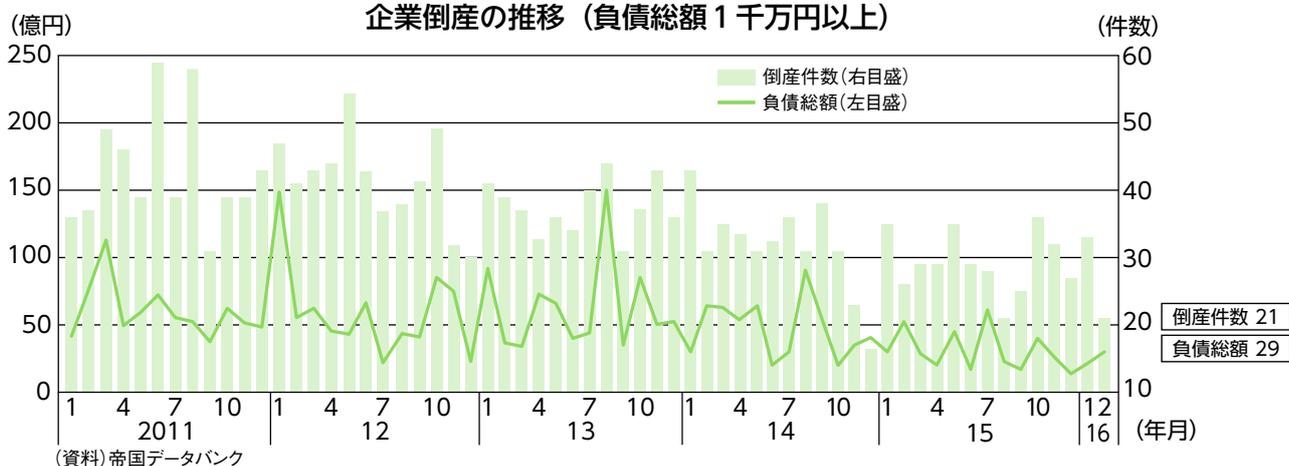
6 雇用情勢 ●●● 改善

求人倍率（季節調整値）・完全失業率（南関東・原数値）の推移



7 企業倒産 ●●● 減少

企業倒産の推移（負債総額1千万円以上）



【主要経済指標(埼玉県と全国)】

DATA

【埼玉県】

P:速報値 r:修正値 ▲:減少を示す

	百貨店・スーパー販売額(注2)									コンビニエンスストア販売額 (関東経済産業局管内) (原数値)		乗用車新車販売台数 (軽乗用車を含む)	
	合計(A+B)(原数値)			百貨店(A)(原数値)			スーパー(B)(原数値)			億円	前年比(%)	(原数値)	前年比(%)
	億円		前年比(%)	億円		前年比(%)	億円		前年比(%)				
	全店舗	全店舗	既存店	全店舗	全店舗	既存店	全店舗	全店舗	既存店	全店舗	%	台	%
2011年	10,459	0.1	▲ 1.8	2,537	▲ 3.6	▲ 2.2	7,922	1.3	▲ 1.7	40,900	7.9	178,777	▲ 17.8
12	10,428	▲ 0.3	▲ 2.0	2,483	▲ 2.1	▲ 2.0	7,945	0.3	▲ 2.0	42,940	3.5	234,677	31.3
13	10,575	1.4	▲ 2.6	2,427	▲ 2.3	▲ 2.3	8,148	2.6	▲ 2.6	44,554	3.8	239,224	1.9
14	10,799	2.1	1.4	2,445	0.7	0.7	8,354	2.5	1.5	47,064	5.6	245,627	2.7
15										49,444	5.1	222,219	▲ 9.5
15年1月	901	1.4	▲ 0.2	212	▲ 3.2	▲ 3.2	688	3.0	0.8	3,791	6.4	18,693	▲ 21.1
2	799	3.3	1.2	167	3.2	3.2	632	3.3	0.7	3,539	5.1	21,661	▲ 14.3
3	931	▲ 10.5	▲ 12.4	225	▲ 14.9	▲ 14.9	706	▲ 9.0	▲ 11.6	4,085	3.8	29,392	▲ 11.2
4	853	8.1	5.6	177	5.2	5.2	676	8.9	5.7	3,969	7.4	13,576	▲ 10.8
5	923	5.4	2.7	192	▲ 1.0	▲ 1.0	731	7.2	3.8	4,222	6.0	15,168	▲ 4.9
6	886	0.6	▲ 2.0	191	▲ 2.2	▲ 2.2	695	1.4	▲ 1.9	4,106	4.1	18,344	▲ 7.5
7	(注3)874	2.9	0.1	200	▲ 2.6	▲ 2.6	(注3)674	4.4	1.0	4,528	4.9	19,061	▲ 5.4
8	835	1.7	▲ 0.8	163	▲ 3.9	▲ 3.9	672	3.3	0.1	4,437	4.2	14,325	▲ 5.2
9	799	1.6	▲ 0.8	168	▲ 7.5	▲ 6.0	631	4.3	0.7	4,127	4.9	21,654	▲ 4.4
10	837	3.8	1.6	180	▲ 2.4	▲ 1.0	657	5.6	2.3	4,259	5.8	17,229	1.4
11	868	▲ 0.2	▲ 1.9	214	▲ 6.1	▲ 5.0	655	1.4	▲ 0.7	4,042	3.9	16,653	▲ 7.1
12	1,067	▲ 0.4	▲ 1.9	254	▲ 6.9	▲ 5.7	813	1.5	▲ 0.6	4,339	4.4	16,463	▲ 16.4
16年1月	870	3.0	1.4	207	▲ 2.7	▲ 1.3	663	4.6	2.3	3,944	4.0	17,427	r▲ 6.8
2	789	5.3	3.8	174	4.2	5.9	615	5.6	3.1	3,788	7.0	20,628	▲ 4.8
資料出所	経済産業省									経済産業省		関東経済産業局	

【全国】

P:速報値 r:修正値 ▲:減少を示す

	百貨店・スーパー販売額(注2)									コンビニエンスストア販売額 (原数値)		乗用車新車販売台数 (軽乗用車を含む)	
	合計(A+B)(原数値)			百貨店(A)(原数値)			スーパー(B)(原数値)			億円	前年比(%)	(原数値)	前年比(%)
	億円		前年比(%)	億円		前年比(%)	億円		前年比(%)				
	全店舗	全店舗	既存店	全店舗	全店舗	既存店	全店舗	全店舗	既存店	全店舗	%	台	%
2011年	195,933	▲ 0.9	▲ 1.8	66,606	▲ 2.6	▲ 2.3	129,327	0.0	▲ 1.5	87,747	8.1	3,519,873	▲ 16.3
12	195,916	▲ 0.0	▲ 0.8	66,389	▲ 0.3	0.4	129,527	0.2	▲ 1.4	94,772	4.0	4,566,315	29.7
13	197,774	0.6	▲ 0.4	67,195	1.2	1.8	130,579	0.2	▲ 1.5	98,724	4.2	4,555,525	▲ 0.2
14	201,973	1.7	0.9	68,274	1.6	2.1	133,699	1.8	0.3	104,232	5.6	4,693,197	3.0
15	r200,487	1.3	0.4	68,257	▲ 0.0	0.5	132,230	1.9	0.3	109,938	5.5	4,209,344	▲ 10.3
15年1月	(注1)17,215	0.6	▲ 0.0	(注1)5,995	▲ 0.9	▲ 0.4	(注1)11,220	1.4	0.2	8,437	6.2	343,615	▲ 20.7
2	14,986	2.0	1.3	4,925	2.9	3.5	10,061	1.6	0.2	7,852	5.1	412,742	▲ 15.7
3	17,150	▲ 12.3	▲ 13.0	6,025	▲ 18.2	▲ 17.7	11,126	▲ 8.8	▲ 10.1	9,054	3.8	586,061	▲ 11.9
4	16,080	9.5	8.6	5,223	13.2	13.7	10,858	7.9	6.3	8,792	8.4	263,232	▲ 10.1
5	16,928	6.3	5.3	5,418	5.8	6.3	11,510	6.5	4.8	9,344	6.4	279,029	▲ 8.2
6	16,412	0.6	▲ 0.3	5,393	▲ 0.2	0.4	11,019	0.9	▲ 0.6	9,083	4.6	364,509	▲ 3.8
7	(注3)17,057	3.2	2.1	6,191	3.1	3.6	(注3)10,867	3.1	1.2	10,032	5.3	355,377	▲ 9.1
8	16,056	2.6	1.8	4,832	2.0	2.7	11,225	3.2	1.4	9,961	5.5	270,995	▲ 3.5
9	15,114	2.6	1.7	4,941	1.1	1.9	10,173	3.4	1.6	9,189	5.1	399,207	▲ 7.4
10	16,072	4.0	2.9	5,496	3.8	4.2	10,576	4.0	2.3	9,484	6.1	314,489	▲ 4.0
11	16,491	▲ 0.8	▲ 1.6	5,992	▲ 2.9	▲ 2.6	10,499	0.1	▲ 1.0	8,992	4.2	312,985	▲ 7.7
12	20,925	0.9	0.0	7,826	▲ 0.1	0.3	13,099	1.2	▲ 0.1	9,718	5.1	307,103	▲ 14.6
16年1月	r 16,913	2.1	r 0.9	5,869	▲ 2.1	r▲ 1.6	r 11,044	4.3	r 2.3	8,849	r 4.8	328,005	r▲ 4.5
2	14,886	3.2	2.2	4,912	▲ 0.3	0.5	9,973	5.0	3.1	8,453	7.6	381,765	▲ 7.5
資料出所	経済産業省									経済産業省		関東経済産業局	

(注1) 全国の大型小売店販売額は、2015年3月に年間補正が実施されたことに伴い、2014年1～12月の各月及び2014年の数値が遡及改訂された。

(注2) 全国と埼玉県の「大型小売店販売額」は、2015年7月分から、「百貨店・スーパー販売額」に名称が変更された。

(注3) 全国と埼玉県の「スーパー(B)」(販売額)から専門量販店(家電大型専門店、ドラッグストア、ホームセンター)の販売額が除外されたため、6月以前と7月以降の数値は連続していない。これに伴い、7月分から来年(2016年)6月分までの「合計(A+B)」(百貨店とスーパーの合計)と「スーパー(B)」の対前年同月比は、調整して算出される。

【埼玉県】

P：速報値 r：修正値 ▲：減少を示す

	景気動向指数 (CI) (注1)			景気ウォッチャー調査 景気の現状判断合計 DI (南関東)		1世帯当たり消費 支出額 (注2)		資本財出荷指数 (注3) (季節調整値)		民間建築着工床面積 (非居住用)		新設住宅着工戸数 (原数値)		公共工事請負金額 (原数値)	
	先行	一致	遅行	原数値	前月差	前年比	前年(月)比	前年(月)比	(原数値)	前年比	戸	前年比	億円	%	
	10年=100			指数	ポイント										円
2011年	—	—	—	—	—	336,162	3.5	99.8	▲ 0.2	1,934	4.4	57,767	4.3	3,418	3.4
12	—	—	—	—	—	342,153	1.8	85.0	▲14.8	2,438	26.1	59,605	3.2	3,795	11.0
13	—	—	—	—	—	319,642	▲ 6.6	82.7	▲ 2.7	3,175	30.2	63,024	5.7	4,071	7.3
14	—	—	—	—	—	355,605	11.3	89.9	8.7	2,668	▲16.0	56,504	▲10.3	4,391	7.9
15	—	—	—	—	—	341,391	▲ 4.0	88.5	▲ 1.6	2,207	▲17.3	57,357	1.5	4,240	▲ 3.4
15年1月	91.1	148.1	103.9	45.8	0.3	307,978	▲13.1	97.1	13.8	138	▲52.4	4,175	▲16.3	114	▲43.6
2	90.8	148.7	105.6	50.2	4.4	276,198	▲ 5.3	93.6	▲ 3.6	238	▲22.7	4,494	▲12.1	130	▲31.1
3	91.0	143.8	102.7	51.8	1.6	364,319	▲ 1.9	94.5	1.0	211	▲34.1	4,612	9.0	266	53.2
4	87.8	142.9	103.3	53.2	1.4	290,311	▲20.2	84.8	▲10.3	194	27.6	4,553	▲ 3.3	591	▲ 2.7
5	87.8	143.2	106.6	54.2	1.0	329,040	5.2	91.3	7.7	243	13.0	4,544	11.1	376	35.8
6	88.3	141.5	102.9	52.6	▲ 1.6	329,077	▲11.6	88.1	▲ 3.5	181	▲29.3	5,247	7.5	521	▲16.2
7	87.0	146.7	101.4	50.5	▲ 2.1	321,716	▲ 7.8	89.4	1.5	209	23.7	4,874	2.7	486	▲ 2.4
8	86.1	146.1	102.3	49.1	▲ 1.4	348,773	2.5	83.3	▲ 6.8	196	▲14.0	4,714	7.6	337	25.3
9	88.2	137.0	102.4	45.5	▲ 3.6	423,655	28.9	71.7	▲13.9	86	▲36.3	4,713	5.9	443	▲ 2.5
10	86.2	149.5	100.5	48.4	2.9	335,032	▲27.5	90.6	26.4	200	▲33.6	5,285	13.0	419	▲11.4
11	82.0	146.1	103.0	45.5	▲ 2.9	365,827	18.4	89.6	▲ 1.1	136	▲ 6.8	5,195	4.0	278	▲15.7
12	81.1	146.3	99.0	49.3	3.8	404,773	▲ 1.7	87.8	▲ 2.0	175	18.2	4,951	▲ 5.5	279	▲ 5.4
16年1月	75.8	149.1	100.9	44.9	▲ 4.4	342,392	11.2	109.6	24.8	102	▲26.1	4,125	▲ 1.2	144	26.3
2	—	—	—	42.8	▲ 2.1	371,692	34.6	—	—	285	19.7	4,644	3.3	149	14.6
資料出所	埼玉県			内閣府		総務省		埼玉県	国土交通省		国土交通省		東日本建設業保証(株)		

【全国】

P：速報値 r：修正値 ▲：減少を示す

	景気動向指数 (CI) (注1)			景気ウォッチャー調査 景気の現状判断合計 DI		機械受注(船舶・電力を 除く民需)(注4)		資本財出荷指数 (注3) (除く輸送機械)		民間建築着工床面積 (非居住用)		新設住宅着工戸数 (原数値)		公共工事請負金額 (原数値)	
	先行	一致	遅行	原数値	前月差	(季節調整値)	前年(月)比	(季節調整値)	前年(月)比	(原数値)	前年比	戸	前年比	億円	%
	10年=100			指数	ポイント										
2011年	—	—	—	—	—	88,961	7.8	107.0	7.0	39,987	6.2	834,117	2.6	109,755	▲ 3.4
12	—	—	—	—	—	88,134	▲ 0.9	105.5	▲ 1.4	42,857	7.2	882,797	5.8	125,423	14.3
13	—	—	—	—	—	93,232	5.8	103.8	▲ 1.6	47,897	11.8	980,025	11.0	141,494	12.8
14	—	—	—	—	—	96,920	4.0	113.4	9.2	45,701	▲ 4.6	892,261	▲ 9.0	147,942	4.6
15	—	—	—	—	—	100,891	4.1	112.5	▲ 0.8	44,584	▲ 2.4	909,299	1.9	139,365	▲ 5.8
15年1月	104.5	114.7	114.9	45.6	0.4	8,472	0.6	126.1	10.7	3,474	▲10.2	67,713	▲13.0	6,708	▲13.7
2	103.9	112.6	115.3	50.1	4.5	8,427	▲ 0.5	111.0	▲12.0	4,062	13.5	67,552	▲ 3.1	7,122	2.3
3	104.4	111.1	115.3	52.2	2.1	8,477	0.6	111.0	0.0	2,975	▲20.7	69,887	0.7	12,755	▲12.4
4	105.4	113.7	116.6	53.6	1.4	8,745	3.2	113.9	2.6	4,269	7.2	75,617	0.4	18,361	4.4
5	105.8	111.9	115.5	53.3	▲ 0.3	8,997	2.9	112.3	▲ 1.4	3,900	10.1	71,720	5.8	11,294	▲14.0
6	106.7	113.2	115.5	51.0	▲ 2.3	8,407	▲ 6.6	114.6	2.0	3,861	▲ 7.6	88,118	16.3	15,564	▲ 1.8
7	105.3	112.9	115.7	51.6	0.6	8,155	▲ 3.0	115.4	0.7	4,210	10.8	78,263	7.4	14,632	▲10.1
8	103.9	111.8	115.4	49.3	▲ 2.3	7,916	▲ 2.9	108.9	▲ 5.6	3,675	▲ 5.6	80,255	8.8	11,132	▲ 1.3
9	102.2	111.6	115.4	47.5	▲ 1.8	8,384	5.9	109.8	0.8	3,641	▲ 0.7	77,872	2.6	12,461	▲10.9
10	103.3	113.2	115.3	48.2	0.7	8,918	6.4	112.2	2.2	3,726	▲20.2	77,153	▲ 2.5	12,530	▲ 4.8
11	102.5	111.9	115.4	46.1	▲ 2.1	8,050	▲ 9.7	111.5	▲ 0.6	3,329	▲ 5.5	79,697	1.7	8,720	3.3
12	101.3	111.0	115.4	48.7	2.6	8,130	1.0	107.8	▲ 3.3	3,462	6.5	75,452	▲ 1.3	8,086	▲ 9.6
16年1月	101.8	113.5	114.8	46.6	▲ 2.1	9,347	15.0	r 115.1	r 6.8	3,059	▲11.9	67,815	0.2	6,535	▲ 2.6
2	99.8	110.3	114.8	44.6	▲ 2.0	8,487	▲ 9.2	103.2	▲10.3	3,558	▲12.4	72,831	7.8	6,968	▲ 2.2
資料出所	内閣府			内閣府		内閣府		経済産業省	国土交通省		国土交通省		東日本建設業保証(株)		

景気ウォッチャー調査(内閣府)による景気の現状判断合計DIの作成方法：家計動向、企業動向、雇用等の代表的な経済活動動向を反映する現象を観察できる適当な職種の中から選定された景気ウォッチャーに対して、3か月前と比較した景気動向の方向性を5段階で判断してもらう。その5段階別に下記の点数を付与し、その点数に回答結果を集計した各区分毎の構成比(%)を乗じて、DIを算出する。なお、南関東とは、埼玉県、東京都、神奈川県、千葉県を指す。

景気の現状判断(方向性)の評価と点数

評価	良くなっている	やや良くなっている	変わらない	やや悪くなっている	悪くなっている
点数	+1	+0.75	+0.5	+0.25	0

(注1) 全国と埼玉県ともに、景気動向指数は毎月遡及改訂される。埼玉県は、2013年11月に2005年から2010年に基準年が変更された。全国は、2013年7月に2005年から2010年に基準年が変更された。

(注2) 埼玉県の1世帯当たり消費支出額は、農林漁家世帯を含むさいたま市における勤労者世帯の原数値である。

(注3) 埼玉県の資本財出荷指数は、2015年6月に年間補正及び季節調整替えが実施されたことに伴い、季節調整値は2014年1月～2015年3月の各月の数値が、原数値は2014年1月～2014年12月の各月の数値及び2014年の数値が遡及改訂された。全国の資本財出荷指数(除く輸送機械)は、2015年4月に年間補正及び季節調整替えが実施されたことに伴い、2014年1月～2015年2月の各月及び2014年の数値が遡及改訂された。

(注4) 2016年3月に季節調整替えが実施されたことに伴い、2005年4月以降の各月の数値が遡及改訂された。

【埼玉県】

P：速報値 r：修正値 ▲：減少を示す

	鉱工業生産指数 (季節調整値) (注1)			鉱工業出荷指数 (季節調整値) (注1)			鉱工業在庫指数 (季節調整値) (注1)			求人倍率 (注2)			
	10年=100	前年比		10年=100	前年比		10年=100	前年比		新規求人倍率		有効求人倍率	
		前月比	前年比		前月比	前年比		季節調整値	前年差	季節調整値	前年差		
		%	%		%	%		倍	ポイント	倍	ポイント		
2011年	98.5	—	▲ 1.5	94.9	—	▲ 5.1	100.8	—	▲14.6	0.83	0.12	0.51	0.10
12	96.3	—	▲ 2.2	94.0	—	▲ 0.9	143.0	—	41.9	0.94	0.11	0.57	0.06
13	93.1	—	▲ 3.3	89.7	—	▲ 4.6	112.2	—	▲21.5	1.01	0.07	0.62	0.05
14	97.6	—	▲ 4.8	94.6	—	▲ 5.5	170.6	—	52.0	1.18	0.17	0.74	0.12
15	94.9	—	▲ 2.8	94.3	—	▲ 0.3	145.0	—	▲15.0	1.34	0.16	0.85	0.11
15年1月	104.1	8.2	▲ 4.4	96.2	7.7	▲10.0	159.3	0.3	49.0	1.25	0.18	0.79	0.12
2	97.4	▲ 6.4	▲ 0.4	96.7	0.5	4.9	153.7	▲ 3.5	29.5	1.19	0.01	0.79	0.11
3	94.0	▲ 3.5	▲ 3.9	93.6	▲ 3.2	▲ 2.9	156.6	1.9	36.7	1.25	0.08	0.80	0.09
4	93.4	▲ 0.6	▲ 4.7	91.4	▲ 2.4	▲ 7.1	165.3	5.6	44.8	1.29	0.12	0.80	0.07
5	89.7	▲ 4.0	▲11.5	91.5	0.1	▲ 8.1	154.4	▲ 6.6	26.4	1.32	0.19	0.82	0.08
6	94.2	5.0	▲ 1.8	95.8	4.7	2.8	144.4	▲ 6.5	7.9	1.32	0.13	0.83	0.08
7	94.3	0.1	▲ 1.9	97.3	1.6	4.2	136.5	▲ 5.5	▲ 3.0	1.32	0.11	0.85	0.09
8	95.3	1.1	1.3	94.5	▲ 2.9	3.7	134.6	▲ 1.4	▲10.4	1.37	0.22	0.87	0.12
9	89.8	▲ 5.8	▲ 2.1	94.1	▲ 0.4	2.3	128.4	▲ 4.6	▲18.7	1.49	0.30	0.89	0.14
10	96.3	7.2	▲ 2.8	95.8	1.8	0.9	129.9	1.2	▲16.8	1.41	0.17	0.91	0.15
11	96.7	0.4	1.0	92.8	▲ 3.1	2.4	139.9	7.7	▲ 9.6	1.46	0.22	0.91	0.13
12	94.6	▲ 2.2	▲ 1.7	92.8	0.0	4.0	135.0	▲ 3.5	▲15.0	1.51	0.30	0.93	0.14
16年1月	101.3	7.1	▲ 4.4	100.0	7.8	2.0	134.4	▲ 0.4	▲15.6	1.46	0.21	0.94	0.15
2										1.47	0.28	0.96	0.17
資料出所	埼玉県									厚生労働省			

【全国】

P：速報値 r：修正値 ▲：減少を示す

	鉱工業生産指数 (季節調整値) (注1)			鉱工業出荷指数 (季節調整値) (注1)			鉱工業在庫指数 (季節調整値) (注1)			求人倍率 (注2)			
	10年=100	前年比		10年=100	前年比		10年=100	前年比		新規求人倍率		有効求人倍率	
		前月比	前年比		前月比	前年比		季節調整値	前年差	季節調整値	前年差		
		%	%		%	%		倍	ポイント	倍	ポイント		
2011年	97.2	—	▲ 2.8	96.3	—	▲ 3.7	105.0	—	2.0	1.05	0.16	0.65	0.13
12	97.8	—	0.6	97.5	—	1.2	110.5	—	5.2	1.28	0.23	0.80	0.15
13	97.0	—	▲ 0.8	96.9	—	▲ 0.6	105.7	—	▲ 4.3	1.46	0.18	0.93	0.13
14	99.0	—	2.1	98.2	—	1.3	112.3	—	6.2	1.66	0.20	1.09	0.16
15	98.1	—	▲ 0.9	97.1	—	▲ 1.1	112.3	—	0.0	1.80	0.14	1.20	0.11
15年1月	102.1	4.1	▲ 2.6	102.4	5.5	▲ 2.1	111.8	▲ 0.4	5.6	1.77	0.14	1.14	0.10
2	98.9	▲ 3.1	▲ 2.0	97.9	▲ 4.4	▲ 2.9	113.0	1.1	7.0	1.70	0.03	1.15	0.10
3	98.1	▲ 0.8	▲ 1.7	97.3	▲ 0.6	▲ 2.3	113.4	0.4	6.2	1.74	0.09	1.16	0.09
4	99.3	1.2	0.1	97.9	0.6	0.2	113.8	0.4	6.6	1.77	0.14	1.17	0.09
5	97.2	▲ 2.1	▲ 3.9	96.0	▲ 1.9	▲ 3.2	112.9	▲ 0.8	3.9	1.78	0.14	1.18	0.09
6	98.3	1.1	2.3	96.6	0.6	1.8	114.6	1.5	4.0	1.79	0.14	1.19	0.09
7	97.5	▲ 0.8	0.0	96.2	▲ 0.4	▲ 0.8	113.7	▲ 0.8	2.7	1.82	0.16	1.21	0.11
8	96.3	▲ 1.2	▲ 0.4	95.5	▲ 0.7	0.6	114.0	0.3	2.1	1.84	0.20	1.22	0.12
9	97.4	1.1	▲ 0.8	96.8	1.4	▲ 1.5	113.6	▲ 0.4	2.1	1.83	0.17	1.23	0.13
10	98.8	1.4	▲ 1.4	98.8	2.1	▲ 0.8	111.4	▲ 1.9	0.2	1.86	0.16	1.24	0.13
11	97.9	▲ 0.9	1.7	96.4	▲ 2.4	0.7	111.9	0.4	▲ 0.4	1.90	0.21	1.26	0.14
12	96.2	▲ 1.7	▲ 1.9	94.7	▲ 1.8	▲ 2.5	112.3	0.4	0.0	1.90	0.15	1.27	0.13
16年1月	99.8	3.7	▲ 3.8	r 98.0	r 3.5	r▲ 5.8	r 112.1	r▲ 0.2	r 0.3	2.07	0.30	1.28	0.14
2	93.6	▲ 6.2	▲ 1.5	93.5	▲ 4.6	▲ 1.8	112.0	▲ 0.1	▲ 0.9	1.92	0.22	1.28	0.13
資料出所	経済産業省									厚生労働省			

(注1) 埼玉県の鉱工業指数は、2015年6月に年間補正及び季節調整替えが実施されたことに伴い、季節調整値は2014年1月～2015年3月の各月の数値が、原数値は2014年1月～2014年12月の各月の数値及び2014年の数値が遡及改訂された。全国の鉱工業指数は、2015年4月に年間補正及び季節調整替えが実施されたことに伴い、2014年1月～2015年2月の各月及び2014年の数値が遡及改訂された。

(注2) 埼玉県及び全国の新規求人倍率と有効求人倍率は、2016年2月に季節調整替えが実施されたことに伴い、2011年1月～2015年12月の各月の数値が遡及改訂された。

【埼玉県】

P:速報値 r:修正値 ▲:減少を示す

	常用雇用指数 (注1)		現金給与総額 (注1)		所定外労働時間 (注1)		完全失業率 (南関東)(注2)		消費者物価指数 生鮮食品を除く総合指数(注4)		企業倒産(負債総額1千万円以上) (原数値)			
	原数値	前年比	原数値	前年比	原数値	前年比	原数値	前年差	原数値	前年比	件数	前年比	金額	前年比
	10年=100	%	円	%	時間	%	%	ポイント	10年=100	%	件	%	億円	%
2011年	101.2	1.2	287,370	0.8	9.2	▲ 5.5	4.6	▲ 0.5	100.0	0.0	515	0.2	702	▲ 28.4
12	102.1	0.9	280,242	▲ 3.1	9.6	0.4	4.4	▲ 0.2	100.3	0.3	498	▲ 3.3	694	▲ 1.1
13	102.3	0.2	278,145	▲ 1.6	9.8	3.8	4.1	▲ 0.3	100.9	0.5	455	▲ 8.6	751	8.1
14	102.5	0.2	280,876	0.1	10.5	7.0	3.5	▲ 0.6	103.6	2.7	381	▲ 16.3	560	▲ 25.5
15	104.3	1.8	275,030	0.1	10.6	▲ 0.7	3.3	▲ 0.2	104.3	0.6	351	▲ 7.9	371	▲ 33.7
15年1月	104.3	2.1	248,537	▲ 0.3	10.5	4.7	3.6	0.0	103.8	2.5	35	▲ 18.6	28	▲ 8.8
2	103.8	2.0	236,358	1.6	11.2	11.7	3.4	▲ 0.2	103.7	2.3	26	▲ 16.1	54	▲ 16.0
3	102.5	0.9	247,046	2.4	11.1	2.3	3.3	▲ 0.2	104.2	2.6	29	▲ 17.1	27	▲ 57.4
4	103.4	0.9	246,552	1.8	11.5	9.0	3.6	▲ 0.4	104.6	0.7	29	▲ 12.1	22	▲ 59.8
5	104.3	1.9	240,006	2.3	10.3	6.8	3.7	0.1	104.6	0.4	35	12.9	49	▲ 19.6
6	104.4	1.7	336,661	▲ 2.2	10.2	4.7	3.4	▲ 0.2	104.5	0.2	29	▲ 9.4	17	0.7
7	104.9	2.5	332,860	▲ 1.5	10.5	▲ 6.9	3.2	▲ 0.3	104.3	▲ 0.2	27	▲ 25.0	57	97.3
8	104.9	2.3	243,608	▲ 1.8	9.8	▲ 17.0	3.4	0.1	104.5	▲ 0.2	21	▲ 32.3	22	▲ 76.4
9	105.0	2.0	237,724	1.0	10.3	5.6	3.2	▲ 0.3	104.2	▲ 0.2	25	▲ 34.2	16	▲ 68.8
10	104.9	1.8	238,065	▲ 0.2	10.4	▲ 6.2	3.0	▲ 0.5	104.3	▲ 0.3	36	16.1	40	97.8
11	104.9	1.8	249,449	1.9	10.5	▲ 7.9	3.1	▲ 0.2	104.3	0.0	32	39.1	26	▲ 23.0
12	104.6	1.5	442,343	▲ 0.6	10.5	▲ 8.0	3.1	▲ 0.1	104.2	0.0	27	58.8	14	▲ 67.5
16年1月	104.7	0.4	241,027	▲ 3.1	9.5	▲ 9.5	3.2	▲ 0.4	103.6	▲ 0.2	33	▲ 5.7	22	▲ 20.3
2							3.3	▲ 0.1	103.6	▲ 0.1	21	▲ 19.2	29	▲ 45.6
資料出所	埼玉県						総務省		埼玉県		帝国データバンク			

【全国】

P:速報値 r:修正値 ▲:減少を示す

	常用雇用指数 (注1)		現金給与総額 (注1)		所定外労働時間 (注1)		完全失業率 (注3)		消費者物価指数 生鮮食品を除く総合指数(注4)		企業倒産(負債総額1千万円以上) (原数値)			
	原数値	前年比	原数値	前年比	原数値	前年比	季節調整値	前年差	原数値	前年比	件数	前年比	金額	前年比
	10年=100	%	円	%	時間	%	%	ポイント	10年=100	%	件	%	億円	%
2011年	100.6	0.7	316,791	▲ 0.2	10.0	1.0	4.6	▲ 0.5	99.8	▲ 0.3	11,369	▲ 2.5	34,637	▲ 50.1
12	101.3	0.7	314,126	▲ 0.9	10.4	0.7	4.3	▲ 0.3	99.7	▲ 0.1	11,129	▲ 2.1	37,743	9.0
13	102.1	0.8	314,048	▲ 0.4	10.6	2.7	4.0	▲ 0.3	100.1	0.4	10,332	▲ 7.2	27,575	▲ 26.9
14	103.6	1.5	316,567	0.4	11.0	4.0	3.6	▲ 0.4	102.7	2.6	9,180	▲ 11.1	18,678	▲ 32.3
15	105.8	2.1	r313,801	0.1	11.0	r▲ 1.0	3.4	▲ 0.2	103.2	0.5	8,517	▲ 7.2	20,108	7.7
15年1月	104.5	2.0	268,902	0.6	10.8	1.3	r 3.5	r▲ 0.2	102.6	2.2	708	▲ 12.5	1,601	▲ 46.9
2	104.4	2.1	260,171	0.1	10.9	▲ 0.7	3.5	▲ 0.1	102.5	2.0	627	▲ 18.0	1,653	41.8
3	103.8	1.9	274,536	0.0	11.4	▲ 2.4	3.4	▲ 0.2	103.0	2.2	847	13.8	2,240	100.1
4	105.3	2.0	273,873	0.7	11.4	▲ 2.4	r 3.4	r▲ 0.2	103.3	0.3	730	▲ 14.9	1,919	34.2
5	105.7	2.0	268,520	0.7	10.6	▲ 1.7	3.3	▲ 0.3	103.4	0.1	709	▲ 3.3	1,192	▲ 33.4
6	106.2	2.1	425,201	▲ 2.5	10.7	▲ 0.8	3.4	▲ 0.3	103.4	0.1	779	▲ 8.0	1,147	▲ 45.8
7	106.4	2.0	368,547	0.9	10.9	▲ 0.7	3.3	▲ 0.4	103.4	0.0	765	▲ 9.4	1,242	7.7
8	106.3	2.0	271,913	0.4	10.4	▲ 0.8	3.4	▲ 0.1	103.4	▲ 0.1	625	▲ 8.5	965	▲ 29.9
9	106.3	2.0	264,645	0.4	10.8	▲ 0.8	3.4	r▲ 0.1	103.4	▲ 0.1	609	▲ 22.4	2,022	58.1
10	106.5	2.2	266,426	0.7	11.1	▲ 0.8	r 3.2	▲ 0.4	103.5	▲ 0.1	735	▲ 7.4	943	▲ 29.5
11	106.7	2.1	274,414	0.0	11.2	▲ 0.9	3.3	▲ 0.2	103.4	0.1	689	2.7	1,329	20.8
12	107.0	2.3	544,269	0.0	11.4	▲ 0.9	3.3	▲ 0.1	103.3	0.1	694	7.3	3,856	115.1
16年1月	106.7	2.1	r268,872	r 0.0	10.5	▲ 2.8	3.2	▲ 0.3	102.6	0.0	678	▲ 4.2	1,330	▲ 16.9
2	106.4	1.9	262,558	0.9	10.7	▲ 1.9	3.3	▲ 0.2	102.5	0.0	656	4.6	1,552	▲ 6.1
資料出所	厚生労働省						総務省		総務省		帝国データバンク			

(注1) 常用雇用指数、現金給与総額及び所定外労働時間は、常用労働者の事業所規模が5人以上の数値である。現金給与総額及び所定外労働時間は、全国、埼玉県ともに、2015年1月に対象事業所の入れ替えが実施されたことに伴い、前年比増減率の各月及び各年の数値が遡及改訂された。遡及改訂期間は、全国、埼玉県ともに、各年は2012年から2014年まで、各月は2012年2月から2014年12月までである。

(注2) 南関東とは、埼玉県、東京都、神奈川県、千葉県を指す。

(注3) 全国の完全失業率は、2016年3月に季節調整替えが実施されたことに伴い、2006年1月～2015年12月までの各月の数値が遡及改訂された。また、2011年の暦年の完全失業率と前年差は、東日本大震災の影響を受けた岩手県、宮城県及び福島県を除いた数値である。

(注4) 埼玉県及び全国の消費者物価指数(生鮮食品を除く総合指数)は、2011年8月に2005年基準から2010年基準に変更されたことに伴い、1970年1月以降の各月及び1970年以降の各年の数値が遡及改訂された。

研修セミナー

ビジネスパソコン1日特訓講座 ～新社会人・初めてお仕事をされる方、必須!～

講師 (株)ブレーン 専任講師 岩見 誠 氏

<p>ワード ビジネス活用講座 午前 9:30～12:30</p> <p>ワードは、文書を作成するためのソフトウェアです。綺麗な文字で、見やすい文書を作成できるのはもちろん、表や写真やイラスト、図形などを取り入れて見やすいビジネス文書を作成することができます。 ビジネスで使用頻度の高いワードの一般的な操作方法を基礎から学びます。</p>	<p>エクセル ビジネス活用講座 午後 13:30～16:30</p> <p>エクセルは、「表計算ソフト」と呼ばれるソフトウェアの一種です。表を作成して数値の計算や集計などを行うことができます。また、売上分析や数字の管理などビジネスでの使用頻度の高いソフトです。 本講座では、エクセルの一般的なビジネス活用方法を基礎から学びます。</p>
--	--

日時	平成 28 年 5 月 17 日(火) 9:30～16:30
場所	ぶぎんリースビル5階会議室 さいたま市大宮区桜木町4-218
定員	20 名 (定員になり次第締切とさせていただきます)
受講料	ぶぎん経営者クラブ・サクセスクラブ会員 15,000円 会員以外の方 25,000円 (税込)

研修セミナー

実践! 営業の「商談力」を高める

講師 にしむらセールス&ヒューマン研究所 所長 西村 文彦 氏

当セミナーでは、営業行動の前提条件を基に、電話アポ取り・人間関係づくりのアプローチから商談締結に至るまでの営業活動のあり方と仕方と話法を学びます。なかでも特に、新人・新任の営業マンが早く一人立ちして、会社に利益をもたらす提案ができるように人間関係づくりの仕方とお客様の考えを知るニーズの掴み方の演習に多くの時間を割きます。

営業の倫理、事例、経験談、実習を入れて、分かりやすく具体的にお話しいたします。

日時	平成 28 年 6 月 7 日(火) 9:30～16:30
場所	大宮ソニックシティビル 6階604会議室
定員	40 名 (定員になり次第締切とさせていただきます)
受講料	ぶぎん経営者クラブ・サクセスクラブ会員 10,000円 会員以外の方 20,000円 (税込)

研修セミナー

1枚の図形「5つの箱」で理解するはじめての経理入門講座 簿記と経理の基礎知識<入門>

講師 税理士・米国税理士・CFP® こうげ じゅんこ 高下 淳子 氏

受講のおすすめ

- ☆基礎となる簿記仕訳のテクニックから決算実務まで、日次・月次・年次の経理業務全般について、ポイントを絞ってわかりやすく解説する「入門講座」です。
- ☆簿記や仕訳に対する苦手意識やアレルギーを感じることなく経理の仕事を理解し、簡単な決算書を作成できるまで実力を最短距離で習得していただきます。
- ☆新たに経理部門に配属・異動された方、経理部門以外の現業部門の方々、経理業務の基礎を再確認したい方、後輩指導の担当者などの実務研修会として、是非、ご活用ください。
- ☆演習問題を解いていただきますので、電卓をお持ちください。

日時	平成 28 年 6 月 21 日(火)	9:30～16:30
場所	大宮ソニックシティビル	6階604会議室
定員	50名(定員になり次第締切とさせていただきます)	
受講料	ぶぎん経営者クラブ・サクセスクラブ会員	20,000円
	会員以外の方	40,000円(税込)

経営セミナー

はやぶさの軌跡 ～21世紀を担う技術者の夢～

講師 宇宙航空研究開発機構JAXA名誉教授 まのがわ やすのり 的川 泰宣 氏

7年に渡る宇宙の旅を終え、2010年6月、地球に帰還した小惑星探査機「はやぶさ」。その設計・打ち上げ計画に当初から携わった的川氏に、プロジェクトの軌跡を振り返りながら、そこから学んだことや意義・喜びについてお話しいただきます。

日時	平成 28 年 6 月 28 日(火)	14:00～15:30
場所	大宮ソニックシティビル	4階 市民ホール
定員	60名(定員になり次第締切とさせていただきます)	
受講料	ぶぎん経営者クラブ・サクセスクラブ会員	無料
	会員以外の方	5,000円(税込)

お問合せ先 **ぶぎん地域経済研究所 経営情報事業部：鈴木 TEL.048(647)8484**



高麗神社本殿



高麗神社宮司 高麗文康氏

インタビュー 高麗神社宮司 高麗文康 氏

高麗1300年の歴史がつくる 地域の未来

日高市新堀にある高麗神社は、全国でもここにしかない特性を持っている。それは、奈良時代に朝鮮半島にあった高句麗という国（日本では高麗と呼んでいた）から渡来した「高麗王若光（じゃっこう）」を祭神とし、彼の血を引く高麗家だけが宮司となって1000年以上もの間、守り続けてきたことである。

今年、若光ら高句麗人1,799人がこの地に入り、高麗郡が建郡された716年から1300年目にあたる。高麗家60代目当主、高麗神社宮司である高麗文康氏に、高麗郡がこの地域にあったことの意味や、歴史への思いをうかがった。

怒涛の時代を生き抜いてきた高麗の歴史

1300年という高麗家と高麗郡の長い歴史においては、枚挙に暇がないほど様々なことがありました。その中でもっともドラマチックなのは、血族を守るために鎌倉時代に行われた大きな転換だと思えます。

私の祖先は、現在の日高市周辺に716年に建郡された高麗郡の長官として、この地に1,799人の高句麗人とともにやってきました。しかし、10世紀くらいになり朝廷のち

からが衰えてくるにつれ、高麗家とその後孫たちは地方の一豪族となり、暮らしていくことになりました。また、同じような小さな豪族集団が各地にできると、土地の奪い合いも始まります。

そうした中、私の先祖は自らの地域と血脈を守るために二つの方法を取ることにしました。一つは、改めて若光の後孫である高麗家を中心に高句麗人の結束を図ることです。具体的には、統領である高麗家を継ぐ者だけが「高麗」という姓を名乗り、他の人たちは違う姓、

例えば、高麗井（駒井）といった姓を名乗ることにしたのです。現在でも高麗神社の近隣に、「駒井」という方が多いのは、この時の系譜がいまも続いているからだと考えられます。

もう一つは、当時の権力者である鎌倉幕府と結びつくことで、地域の勢力を保持させることでした。高麗家はそれまでの500年間、26代にわたって高句麗人とだけ婚姻関係を結んできましたが、27代目の時に源氏の血を引く女性と結婚し、幕府の勢力の中に身をおくことにしています。さらに、高麗家は鎌倉幕府の中で力を付けてきた北条氏との結びつきを深めていったのです。

「二度と兵を出すな」という遺言を守って

やがて、北条家が衰え、鎌倉幕府の御家人達が見放しても高麗家は北条家を支え続けます。そのための戦に出陣した30代当主の二人の弟は討ち死してしまいました。

31代当主は若くして亡くなりますが、32

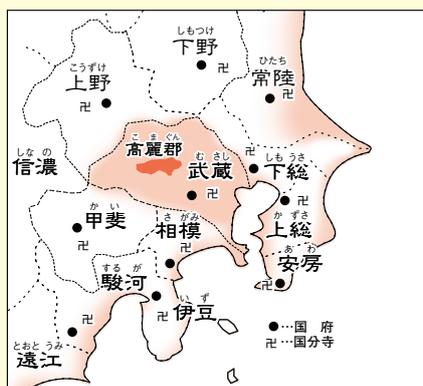
代当主は19歳で初陣を飾り、その後も戦に出ていきますが敗退。自身はかろうじて生き残ったものの、現在の群馬県藤岡まで逃げて数年間身を隠し、ようやく許されて帰ってくることができたという状態になります。しかも、その間に二人の弟が討ち死にし、高麗家は完全に没落してしまうのです。

当時は、戦に負ければ一族が滅びたわけですから、高麗家も滅びてもおかしくない状況だったと思います。高麗家がもしこの時に滅んでいたら、高麗神社もなくなっていたでしょう。仮にあつたとしても、なぜここにこんな神社があるのかという意味はわからなくなっていたでしょう。

32代当主の後半生は、失った勢力を取り戻すこと



境内には韓国の古い習俗
チャンスンが奉納されている



こま 高麗郡と高麗神社の歴史

666年、唐や新羅との戦いに苦戦していた高句麗（朝鮮半島にあった国）は、日本に援軍を頼もうと使者として若光を派遣しました。しかし、2年後の668年に戦いに敗れて高句麗が滅亡してしまうと、若光は帰る国を失い、そのまま日本に残ることになりました。一方、国を追われた多くの高句麗の人々も日本にやってきて、各地に散らばっていきました。

703年、若光は日本の朝廷より「高麗王」の称号を与えられ、以来「高麗王若光」と名乗ることになります。716年には、現在の日高市と飯能市の一部に、若光らを中心とする東国にいた1,799人の高句麗人が集められ、高麗郡が置かれました。若光を始祖とする高麗氏は、当時は未開の地であったこの地域を開拓し、指導的な役割を果たしていきました。それから約1200年、1896（明治29）年に高麗郡は廃止され、この地域は入間郡に組み入れられることになったのです。

高麗神社は、高麗王若光の没後、その徳を偲んで祭神として建立されたのが始まりです。

（詳細は本誌「ぶぎんレポート」3月号、4月号を御覧ください）

に力を尽して亡くなりますが、最後に「何事があっても二度と兵を出していけない、宗教者として生きろ」と遺言を残しました。

高麗家は滅亡寸前までいったことで、武力を放棄をし宗教者（修験者）として生きる道を選んだのです。明治時代になって政府が修験道を禁止すると、高麗家は神社を守っていくために神主となりました。32代当主の遺言を順守することで、高麗家は今日まで生きてきたのです。

60代の血脈が意味すること

私は高麗家の60代目になりますが、時どき60代という歴史の重みやそれを引き継ぐことの重さについて聞かれることがあります。正直にいうと、私自身にはよくわかりません。生まれた時からこの環境にいますから、私の人生はそれを前提に作られてきました。すべての人にそれぞれの人生があるように、私はたまたまこの家系に生まれてきただけだと思っています。誰もが生まれた事情を背負っているという意味では、60代の家系があろうとなかろうと違いはありません。60代続いているからといって、そのことだけで他の人と比べて価値が高いとか低いということは全くないはずです。

「宮司さんはいいねえ、先祖がいて」という人がいますが、私は「いや、あなたにもいるでしょう」と答えます。私のような人間がこうした話をする価値があるとすれば、人それぞれに60代前の先祖がいることに気づいていただけることです。「当たり前のことなのに、考えてみたことがなかったな」と気づいてもらう。それが私のいる価値だと思いますし、高麗郡のことをみなさんに伝えることの意味なのだと思います。



参拝者の芳名には韓国人の名前も多い



有名俳優も参拝に来る出世明神

高麗神社は「出世明神」としても知られていますが、その背景にも高麗と関わりがありました。

近代になって日本が国際社会に乗り出していく中で、大正末期から昭和の初期にかけて高麗神社の由来を知ったたくさんの政治家が高麗神社にお参りに来られました。当時、朝鮮半島に関わりのあった政治家には力のある方が多かったこともあり、濱口雄幸、若槻禮次郎、齊藤実、小磯国昭、平沼騏一郎、鳩山一郎などが、参拝した後に総理大臣になりました。それで、「この神社には何かある」ということで「出世明神」となったようです。

お陰さまで、高麗神社にはいま、年間50万人の方が参拝に来てくれま



境内には総理大臣ほか著名人の献木がある

す。その中には、韓国の公人や有名な俳優も少なくありません。必ずしもこの神社のことをよく知っているわけでないようですが、由来を聞くと新鮮に驚いてくれます。なにしろ自分たちの遠い祖先でもある高句麗人が住んでいた土地が日本にあり、神社に祀られ、その血を引く神主が目の前に現れるわけですから。

高麗郡建郡1300年と地域のコミュニティ

2016年1月から始まった高麗郡1300年祭の最初のきっかけは、いまから20年前、1996（平成8）年10月19日の高麗神社の例大祭の直会なおりいの席でした。当時宮司であった父が、突然「あと20年経つと高麗郡建郡年1300年になるので、盛大にお祭りしたい」と言い出したのです。それまでそんなことを聞いたこともなかった私はたいへん驚きましたし、来賓のみなさんも驚いたようでした。

後になってから、高麗郡が廃止されたのは1896（明治29）年ですから、ちょうど100年目に当たる年だったと気づきました。100年経つと、地元でも高麗郡について知っている人はほとんどいません。しかしながら、



1300年経っても高麗の人たちがこの地を開拓をしたという事実は変わりません。そこで、2016年をこの地域に最初に種を撒いた人たちを顕彰し、その人たちが生きたことへの感謝の気持ちを持てるような記念の年にしたいと動き始めました。その思いが地元のみなさんに伝わり、行政等の協力をいただいて、「高麗郡建郡1300年」を迎えることができたのだと思っています。

リーダー気質ではない私がこの件で表に立って動いたのには、明治時代に高麗郡が廃止されて以来の高麗家当主の高麗に対する想



約400年前に建てられたという高麗家住宅

高麗家住宅

高麗神社の北にある高麗家住宅は、今から400年くらい前の慶長年間（1596～1614）につくられたとされています。高麗家は茅葺屋根の建物に1954（昭和29）年頃まで住んでいました。居宅として400年近く住んでいたことになりました。その後、親族が仮住まいしていましたが、空家になっても取り壊すことなく残りました。これが結果的に文化財の保護になり、1971（昭和46）年に民家としては早い時期に国の文化財に指定されました。

いや、失われていくものへの悔恨のようなものがあるからです。そうした思いが私を動かしているように思います。

また、神社という場所は、昔からコミュニティの中心でした。高麗神社のご神徳にかかわりの深い高麗は、この地域の歴史と切り離せません。その高麗郡の1300年事業を高麗神社が中心になって進めることで、この地域のコミュニティをよい意味で継続させたり、創造したりすることができるのではないかと、という思いも持っています。

歴史を土台とする地域づくりのために

日高市周辺に1300年もの歴史があるというと、多くの方が驚きます。確かに、歴史の教科書だけで1000年や1500年の歴史を考えてしまうと、京都や奈良を思い浮かべがちです。しかし、よくよく考えてみれば、日本国内であれば、東北にも北陸にも関東にも1000年、2000年の歴史はあるはずですから、日高市周辺に1300年の歴史があるのは当たり前のことです。

すべての人に60代前の先祖がいるように、「私達が生まれた地域に1300年の歴史がある」「自分が暮らしている足元に1300年の歴史がある」と感じることは、大きく言えば、人間が育つ土壌を形成することになると思います。地域の歴史、有り様を認識することが人間の根っ子をつくり、どこに行っても通用する人間をつくることにつながっていくと思います。ですから、1300年事業の成果がこれから出るとすれば、それはこの地域から人が育っていくということだ、と思うのです。

私が神主としてできるのは、歴史と伝統を守りながらよりよい神社を目指していくこと以外にありませんが、それが歴史を土台とする地域づくりの一助になっていけばと願ってやみません。建郡1300年事業をきっかけに、地域のみなさんに地元の歴史を認識していただき、それを土台とした地域づくりに参加していただければ、と思っています。

(取材・文 戸矢晃一)



「餃子のはながさ」の餃子入りパイタン高麗鍋



埼玉B級ご当地グルメ王決定戦のスタッフ

高麗鍋と高麗郷'S

高麗鍋は、日高市の新たな名物として町おこしの起爆剤にしようとの考えから作られた新しい鍋です。「キムチ味」・「地場産野菜の使用」・「高麗人参の使用」の3つを満たすことが必須条件で、第10回埼玉B級ご当地グルメ王決定戦では「餃子のはながさ」の餃子入りパイタン味の高麗鍋が優勝しました。

最初に高麗鍋をつくったのは、「高麗郷's」というグループで、もともと高麗神社が日高市を中心とした、若手経営者などに声をかけてできた団体です。コラボ商品の開発やネットワークづくりなど、地域を活性化させる活動に取り組んでいます。



2016年は、武蔵国に高麗郡が置かれてから1300年の記念すべき年です
高麗神社や日高市では様々な催しが開かれます

高麗神社でのイベント

- 5月15日 若光祭 (主催：高麗神社・熊野神社・稲野辺神社) 若光神輿 (子供みこし) 渡御、昔遊び
- 5月16日 建郡記念日 高麗郡建郡記念神恩感謝祭 (一般参列可能) 祭典 9:00～
- 5月21日 開運ミュージカル「つむぐこまひと」 神楽殿 開演19:00 (開場18:30)
チケット残りわずか お問い合わせ先 つぐむこまひと実行委員会 042-989-1403
- 5月22日 高麗日韓友好祭 神楽殿 15:00～
(コリアンワールド主催、高麗1300協力)
日韓伝統武芸人交流会 高麗家住宅前 15:00～16:00
- 21・22日 高麗交流サロン 10:00～18:00

日高市主催のイベント



5/21(土) 高麗郡建郡1300年記念式典

会場 日高市文化体育館「ひだかアリーナ」
10:00～記念式典
14:00～記念コンサート
航空自衛隊中部航空音楽隊コンサート

1799人のパレード

5/22(日) にじのパレード

10:00～高句麗衣装を着用し、建郡当時に移住した
高麗人1799人にちなんだパレード
ひだかアリーナから高麗川中学校まで往復します

駐車場には限りがございます。
公共交通機関やシャトルバスをご利用ください。



大鍋高麗鍋イベント

大鍋で作った特製高麗鍋をお召し上がりいただけます。

5/21(土) 22(日) 高麗郡にゆかりのある市・町大集合!

グルメイベント/ステージイベント 10:00～16:00

会場 日高市文化体育館「ひだかアリーナ」

高麗郡建郡1300年記念 古代高麗郡展

主催：日高市教育委員会

5月20日(金)～6月12日(日)

日高市文化体育館「ひだかアリーナ」1階ギャラリー
※6月6日(日)は休館日となります。

問合せ先 日高市市民生活部・産業振興課「高麗郡建郡1300年事業担当」 電話 042-989-2111 (代)



糖尿病にご用心 ②

■糖尿病は血管の病気

自覚症状がほとんどないまま進行する糖尿病の怖さは、高血糖の状態をそのまま放置することで、全身の血管に深刻な影響を及ぼし、日常生活に支障をきたしたり、命に関わる重篤な病気を引き起こしてしまうことです。

血糖値が高い状態が続くと、血糖は血中のたんぱく質と結合しやすくなり、「糖化たんぱく」に変性します。糖化たんぱくは最終的に老化促進物質「AGE」となり、血管や筋肉、肌、髪の毛など、たんぱく質でできた組織を衰えさせ、老化を促進させてしまうのです。AGEは糖尿病の合併症をはじめ、高血圧や認知症、骨粗しょう症、非アルコール性脂肪性肝炎などの多くの疾患だけでなく、肌のたるみやくすみ、しわなど美容面でのさまざまな症状との関連性が指摘されています。

糖尿病は「血管の病気」と呼ばれるほど動脈から毛細血管まで、全身の血管に深刻な影響を及ぼします。健康な人も加齢とともに血管はもろくなり、動脈硬化が進行しますが、糖化たんぱくは血管壁に沈殿しやすいため、

高血糖と診断されるだけで動脈硬化の進行を加速させていることとなります。動脈硬化は糖尿病と診断される前の糖尿病予備群の段階から進行するため、比較的短期間で症状が進み、通常の発症年齢よりも早い段階で脳梗塞や脳出血、心筋梗塞、狭心症などの命に関わる深刻な病気を引き起こす可能性が高くなってしまいます。

■糖尿病の三大合併症

動脈硬化を促進させるとともに、糖尿病と深い関係のある病気として広く知られているのが毛細血管が障害されて発症する「糖尿病の三大合併症」です。三大合併症は高血糖の状態が長ければ長いほど発症しやすく、併発することも少なくありません。

①糖尿病性網膜症

網膜には多くの毛細血管があり、目から入った光を映像にして脳に伝えています。高血糖の状態が続くと、この毛細血管が変形したり詰まってしまい、酸素や栄養を届けられなくなります。すると網膜は新しい血管（新生血管）を生やして酸素や栄養を補おうとしますが、出来たばかりの新生血管はもろく、出血しやすいので急激な視力減退や失明の危険性が高まってしまいます。さらに新生血管の出血により、網膜にできた膜（増殖組織）が網膜を引っ張ることで、網膜剥離を引き起こしてしまうこともあります。

糖尿病性網膜症は、初期症状がほとんどありませんが、進行すると視力の低下やかすみ目、メガネが合わなくなるなどの症状が現れることがあります。しかし、これらの症状を年齢によるものと思い込み、そのまま放置することが少なくありません。

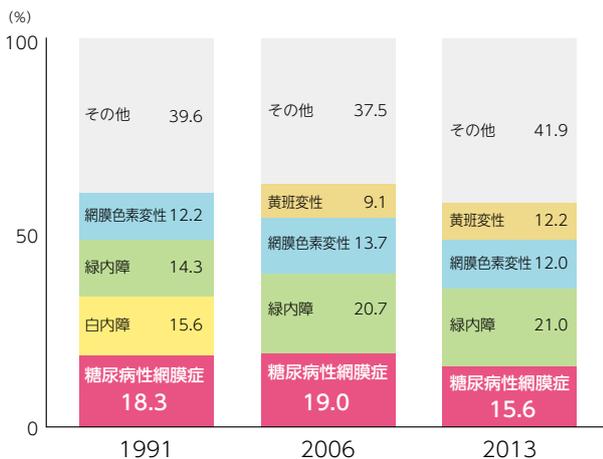
糖尿病網膜症は日本人の成人の失明原因の1位を占めていましたが、近年は治療の進歩などで年々減少傾向にあります。しかし、前述のように、初期症状を軽視することで日常生活に深刻な影響を与えてしまうので、糖尿

図表1 時間をかけて進行する合併症



上図はイメージです。合併症の発症には個人差があります。

図表2 視覚障害の原疾患の推移



厚生労働科学研究費補助金難治性疾患克服研究事業
「網膜脈絡膜・視神経萎縮症に関する調査研究」当該隔年の報告書をもとに作成

病の人はもちろん、糖尿病予備群の人も症状がなくても定期的に眼科を受診し、眼底検査で網膜の状態を確認することが大切です。

②糖尿病性腎症

血液をろ過して身体に不要なものを尿として排出する重要な働きを持つ腎臓ですが、高血糖により腎臓の糸球体の毛細血管が障害を受けることで「糖尿病性腎症」が発症します。

ある日突然尿が出なくなるのではなく、少しずつ症状が進行しますが、糖尿病性網膜症と同様に、年齢によるものと見過ごしてしまい、発見が遅れて重症となることもあります。糖尿病性腎症が原因で人工透析を受ける患者は年々増加を続け、人口透析患者の約半

数は糖尿病性腎症が原因です。

糖尿病性腎症は進行によって5期に区分され、段階を経て症状が進行します。2期までは自覚症状がほとんどなく、尿検査で発見されなければ見過ごしてしまいます。3期になると尿検査でも持続的にたんぱく尿が発見され、むくみや息切れなどの症状が現れます。4期以降では嘔気や嘔吐、手のしびれや痛みなど、かなり具体的な自覚症状が現れます。3期以降で発見され、適切な治療を行っても完治するのは稀で、できるだけ2期の段階までに発見し、改善につなげる必要があります。そのためにも定期的な健診を受け、腎臓の健康状態を把握し、ご自身の血糖値を把握し、コントロールすることが重要となります。

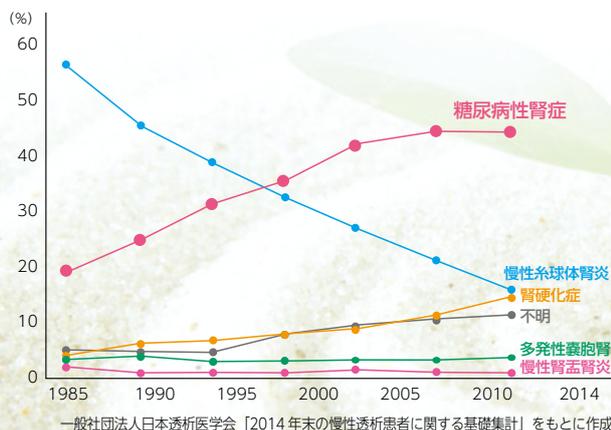
③糖尿病性神経障害

三大合併症の中でも比較的早い段階で発症し、頻度も高いのが「糖尿病性神経障害」です。

身体のすみずみに張り巡らされた「末梢神経」には、痛みや温度などを感じる「知覚神経」、筋肉を動かす「運動神経」、内臓の働きを整えたり体温などを調節する「自律神経」の3つがあります。高血糖が続き、糖尿病性神経障害になると、この3つの神経の働きが低下するために全身にさまざまな症状が現れてきます。

糖尿病性神経障害は、三大合併症の中でも手足のしびれや痛みなどの自覚症状が初期段階から現れやすいのが特徴です。最初は足の指や足の裏にピリピリ・ジンジンなどのしびれや痛みが生じます。進行すると手指にも同じような症状が現れてきます。さらに進行すると感覚が鈍くなったり、何も感じなくなることもあります。そのため、傷を負ったり火傷をしても気づきにくく、潰瘍となり、さらに進行すると、傷口から細菌に感染して細胞が壊死してしまい、最悪の場合は切断を余儀なくされる可能性もあります。手指の傷などは気づきやすいのですが、足や足指、脚などの傷は見過ごされがちなので、異常を見逃さないことが大切です。

図表3 慢性透析患者の主要原因の推移



一般社団法人日本透析医学会「2014年末の慢性透析患者に関する基礎集計」をもとに作成

「第8回世界盆栽大会inさいたま」まであと1年となりました

世界盆栽大会が28年ぶりに再びさいたま市へ!

世界盆栽大会は盆栽を通じて世界の盆栽愛好家が集い、親善を深めるとともに、盆栽文化の普及と技術の向上、国境を越えた親善交流を目的として、4年に一度開催されます。

2017年4月に開催される第8回世界盆栽大会は、28年ぶりに第1回目の開催地である日本、さいたま市で開催されます。世界のトップブランドである「日本盆栽」に対する世界での評価を強固にするとともに、現代の生活文化に即し、世代を超えて愛される“盆栽”を発見するまたとない機会です。盆栽愛好家のみならず、一般の方々も盆栽文化の素晴らしさを楽しめる、催事・展示が予定されています。



第8回大会のシンボルとなる盆栽
真柏 銘「飛龍」

2017年4月27日(木)～4月30日(日)

メイン会場

さいたまスーパーアリーナ
大宮ソニックシティ
パレスホテル大宮

サブ会場

武蔵一宮氷川神社
さいたま市大宮盆栽美術館
大宮盆栽村

主催 第8回世界盆栽大会inさいたま実行委員会
(事務局：一般社団法人日本盆栽協会)

共催 さいたま市

世界盆栽大会

盆栽は、時間・空間と山水の景を表現し、自然にある姿以上の美しさを求めていく日本の伝統的な芸術であり、そこには四季の移り変わりに対する豊かな感性と生命に対する心の優しさや美的感覚が凝縮されています。

1989年4月、「盆栽の心で築く世界の平和」をスローガンに掲げた第1回世界盆栽大会が大宮ソニックシティで開催されました。当時、欧米では盛んに国際的な盆栽イベントが開催されていましたが、東洋で大規模な国際イベントが開催されたのは、これが初めてでした。

盆栽文化の発祥の地ともいえる日本での開催、しかも大宮盆栽村を擁する埼玉県大宮市（現さいたま市）での開催とあって海外からの注目も高く、大会参加者1237名のうち、733名が世界31か国から訪れた外国人の方でした。

その後の世界盆栽大会は、アフリカ、オーストラリア・ニュージーランド、中国、ヨーロッパ、インド、日本、アジア太平洋地域、ラテンアメリカ、北米（カナダ・米国）の9地域の理事によって運営されています。大会は4年に一度この9地域の中から開催地を選定して開催され、盆栽文化の普及促進と国際交流に大きな役割を果たしてきました。

盆栽、～次の100年へ～

Bonsai, ~ Towards the Next 100 Years ~

1989年の第1回世界盆栽大会から28年。ここ、さいたま市からまた新たなスタートを切り、伝統の盆栽を受け継ぐとともに、世代を超えて愛される盆栽の可能性を、世界に向けて発信します。

開催スケジュール

- 2017年4月27日(木) 開会式、記念デモンストレーション
- 2017年4月28日(金)～30日(日) デモンストレーションなど

オフィシャルホームページ <http://www.world-bonsai-saitama.jp/> で順次情報を公開

※開会式、デモンストレーション、レセプション、日本文化体験、盆栽シャトルバスなどの参加には大会参加登録(有料)が必要となります。

2016年5月から
大会参加登録開始!

■ 大宮ソニックシティ ■ パレスホテル大宮 ■ さいたまスーパーアリーナ

2017年	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00
4月27日(木)	登録・インフォメーションデスク		●盆栽シャトルバス (盆栽村、大宮盆栽美術館、氷川神社など)		●開会式		●記念デモンストレーション		●パレテー(歓迎レセプション)				
4月28日(金)	登録・インフォメーションデスク		●デモンストレーション		●盆栽シャトルバス(氷川神社、大宮盆栽美術館、盆栽村など)		●テーブルカット		●日本の盆栽水石至宝展				
4月29日(土)	登録・インフォメーションデスク		●デモンストレーション		●日本文化体験		●盆栽シャトルバス(氷川神社、大宮盆栽美術館、盆栽村など)		●日本の盆栽水石至宝展		●友好の夕べ		
4月30日(日)	●デモンストレーション		●日本文化体験		●盆栽シャトルバス (氷川神社、大宮盆栽美術館、盆栽村など)		●日本の盆栽水石至宝展		グランドフィナーレ				



第8回世界盆栽大会inさいたま

Tha 8th World Bonsai Convention, SAITAMA CITY

日本の盆栽水石至宝展

日本の盆栽・水石の粋を一堂に集めた、世界最高峰の展示会

2017年4月28日(金)～30日(日)

さいたまスーパーアリーナ

コミュニティーアリーナ

第8回世界盆栽大会inさいたまでは、多くの皆様に日本が誇る盆栽・水石の最高峰の作品をご覧いただくために、さいたまスーパーアリーナで「日本の盆栽水石至宝展」を開催します。200席を超える盆栽、臈月、小品盆栽、水石の名品を展示するほか、企画展示、盆栽や関連グッズの売店エリアも併設します。また会場内ステージでは、海外の盆栽作家によるデモンストレーションをはじめ、様々なステージイベントを実施する予定です。

有限会社染谷植物園

「花しょうぶ園」と植木の生産販売で事業を展開
「緑」を提供して人々の心に「憩いと癒し」を届ける!

きれいに掃きあげられた花しょうぶ園、昭和58年に開園し、訪れる人の数は口コミで少しずつ増え、今では6月1か月の開園期間中で10,000人が花菖蒲を楽しむ。

■毎年6月開園、「染谷花しょうぶ園」

「染谷花しょうぶ園」は当社に隣接するなだらかな起伏の8,000㎡の敷地に、200種20,000株の花菖蒲が植えられている、毎年6月の約1か月間だけ開園する「花菖蒲」専用の植物園である。園内はきれいに掃きあげられ、甘味所や植木の販売、朝取り野菜の売店もあり、ギャラリーでは地元の作家による陶器などの作品も展示販売されている。

入り口がやや小高くなっているので入場すると、まずしょうぶ園全体を見渡せるようになっている。これが入園と同時に心が華やぐ理由である。池や八つ橋、あずま屋、お茶室と、「和」を感じる造りになっており、園内

を回遊しながら鑑賞できる庭園である。

毎年、花菖蒲が咲きほこる6月には菖蒲の花々を愛でる人たちや、朝から日が暮れるまでカメラのファインダーを覗く人、スマートフォンを向ける人たちで賑わう。近郊だけでなく県外からの来園者も多く、毎年楽しみにしているリピーターも多い。

■偶然が産んだ花しょうぶ園

この「染谷花しょうぶ園」を運営するのが有限会社染谷植物園、昭和52年に現社長の父親である高橋清治氏が創業し、植木の生産販売を主に事業を展開している。

高橋社長が福岡県内の大学に入学する際に訪れた柳川市で、満開の菖蒲に魅了された先

< 4分咲きの様子 >



花しょうぶ園の妖精
「しょうぶちゃん」



代社長が、その足で菖蒲を柳川の生産者から買いつけたのがはじまりである。たまたま、会社が保有する土地に湿地帯があり、水気が強いために植木の生産に向かないところがあり、そこにこの花菖蒲を植えてみようかという話になったのだ。

その結果生育が非常にうまくいき、手作りで3～4年かけて園内を整備し、開園の運びとなった。

開園当初はご近所の方や老人クラブ、デイサービスなどの地元の介護施設の方々が利用する程度だったが、口コミで花菖蒲の素晴らしさの評判が広がり現在では毎年10,000人を超える人たちが訪れるという。

■植木の生産販売が本業

本業である植木の生産販売も創業から売上げを順調に伸ばしてきている。戦後の緑化ブームに乗って街路樹や公園の樹木を納品するところから始まり、現在では、皇居や迎賓館をはじめ、東京駅八重洲口の再開発や六本木ヒルズなどの商業ビル、ホテル、そして大型集合ビルの植栽に植木を提供している。

品種は観葉植物、草花、サボテン、洋蘭以外ほぼ全て扱っている。つまり、通りを歩く

染谷花しょうぶ園

開園期間 6月1日～6月末日

※開花状況は天候や気温などによって変化する場合がございます。開花状況についてはお問い合わせください。

開園時間 9:00～17:00

入場料	大人(中学生以上)	500円
	小人(小学生のみ)	200円
	75歳以上(平日)	200円
	75歳以上(土日)	500円
	団体(25人以上)	400円



アクセス

大宮東口より国際興行バス⑦番/染谷新道経由系統バス

さいたま東営業所行き・浦和学院高校行き・浦和美園駅行き→「染谷新道」下車徒歩10分

〒337-0026

さいたま市見沼区染谷2丁目248番地

TEL048-683-8787

※近隣施設の来園にて介護が必要な場合は介護スタッフ5人までは無料。ほかお一人様入場料200円。別途お申し込みください。

< 3分咲きの様子 >



と目に入ってくる緑の木々は全て扱っているということになるそうだ。

当社のあるさいたま市見沼区はもともと農家が多い土地柄だった。曾祖父が植木を非常に好み、初代社長はその影響で植木の生産販売を始めたそうだ。

現在、植木の生産者が全国的に激減している中、染谷植物園でも植木の生産はわずかである。そこで、北海道から九州まで全国の生産地の植木や在庫状況を把握し、必要なときに集積して東京などの現場に出荷している。それでも植木が足りない状態で、今では植木の確保も重要な業務の一つとなっている。

■これからの事業展望として

植木の需要は、平成32年の東京オリンピックまでは非常に高まるのではないかとされている。加えて新国立競技場のテーマが森となり、関連施設の競技場、選手村など、需要が期待されている。

高橋社長は「植物は一本一本個性があります。その個性を生かしたご提案をお客様に発信できるようにしたい」と話す。

植物には「適地適作」というものがある。木の性質によっては、絶対に植えてはいけない場所があり、植木を提供してもその土地に合っていないと植木は育たない。せっかく購入していただいたものの価値がゼロになってしまうのはもともともない。

だから、植木を提供するときにはその場所の条件を全て聞くという。どういう土か、風はどの方向で吹くか、建物の南側か、北側か、加えてお客様のイメージ等さまざまな要素を聞いてその条件に合った木々を提案するという。

そして、さらに一步踏み込んで一本一本の木の個性を見る。赤く紅葉するといっても赤は何色もある。感性を伸ばして感覚を鋭くし、インテリア感覚で、構成やレイアウトを発信できるようにしたいということだ。

先代を25歳の時に亡くした高橋社長は、その後植木の生産設備を軌道に乗せることが精一杯で、その間しょうぶ園の整備は少し待っていただいたというのが実情だった。漸くこの2年くらい前から少しずつ本格的に整備を始めることができた。これからも「花しょうぶ園」は、「和」をテーマにさらに整備を進めていきたいと語っている。

■「おかげさま」はいい言葉

高橋社長の座右の銘をうかがうと、「自分の気持ちの中ではいつも『おかげさま』です。」と応えていただいた。

社長が初めて「おかげさま」と聞いたときは「かげ」に「お」を付けるのが不思議だったという。その時、周りの人が「お前の周りの全ての間がお前の影になってくれるんだよ」と教えてくれた。



トラックに積まれて現地に運ばれていく植木



出番待ちの植木



花しょうぶ園内

花直売



休憩所



点傘



ギャラリー



甘味処



ハッ橋



お茶室「紫染庵」
要予約 使用可



企業概要

有限会社染谷植物園

<http://www.someyahanashoubuen.com/>

代表取締役：高橋慶治

創 立：昭和52年2月24日

事業内容：・植木等の卸売り及び小売
・観賞用花しょうぶ園主催

本 社：さいたま市見沼区染谷2丁目248番地

電話番号：048-684-6530

取 引 店：七里支店



みんなのおかげで、従業員のおかげで、近所の生産者のおかげで、お客様のおかげで、すべての皆さまのおかげで会社が成り立っている。

「だからこの言葉が一番好きと言えるかもしれないですね」

綺麗な花菖蒲を見てもらおうと花も木々も従業員と一丸となってみなで手入れをし、それがとても楽しいと語る姿に花菖蒲の開花時期はさぞかし美しいのではないかと想像させられる。

今年も6月の開園時期が楽しみである。

県内首長インタビュー④

鴻巣市 原口 和久 市長 (63歳)



「健康なまちづくり」を推進中の原口市長はスポーツ全般が趣味で、常にアクティブ。

鴻巣市の歴史は約60年前に遡ります。1954年（昭和29）に1町5村（鴻巣町、箕田村、田間宮村、馬室村、笠原村、常光村）が合併し、県内17番目の市として鴻巣市が誕生しました。そして、2005年（平成17）には、吹上町、川里町と合併し、新「鴻巣市」として、昨年で合併10周年を迎えました。

鴻巣市内には、JR高崎線の鴻巣駅、北鴻巣駅、吹上駅の3駅があり、昨年春の上野東京ラインの開通により、鴻巣駅から東京駅まで約1時間で結ばれて、より便利な環境が整いました。さらに圏央道の開通により、交通アクセスが格段に向上しました。

首都50km圏内という地理的条件に恵まれた鴻巣市は、東京のベッドタウンとして、また、県央地域の中心都市として発展を続けています。

■人形のまち鴻巣 文化と伝統を継承

鴻巣市は、江戸時代から受け継がれている長い歴史と伝統を誇る「人形のまち」として全国的にその名を知られています。県の伝統的手工芸品にも指定されている「鴻巣びな」は、着物の着せ付けが関東一と言われるほど優雅で気品があり、現在も根強い人気があります。埼玉県は古くから人形作りが盛んで、各地でひな人形が作られていました。明治35年の埼玉県営業便覧によると、鴻巣では

31軒もの営業記録があり、他の地域と比べて群を抜いています。また、「赤物人形」は庶民に長く愛され続け、2011年（平成23）に玩具の製作技術として全国で初めて国の重要無形民俗文化財に指定されました。

人形のまち・鴻巣市をPRする風情あふれる「ひなの里」では、伝統産業のひな人形や赤物などの人形の歴史を学ぶことができます。

鴻巣市では、現在も職人や人形作家の手で当時の技法が守られ、「人形のまち」としての文化と伝統を継承しています。

■8つの日本一と1つの世界一

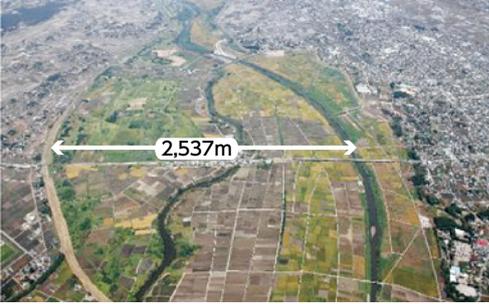
毎年3月のひなまつりの時期にマスコミなどで取り上げられる「ピラミッドひな壇」は31段7mを誇り、日本一高いピラミッドひな壇として全国的に有名になっています。市内各地で趣向を凝らしたひな壇が登場し、駅や市内の店先にもひな人形が飾られて、まち全体がひな祭り一色になります。

ピラミッドひな壇以外にも鴻巣市には多くの「日本一」があります。花のまちとしても有名な鴻巣市では、マリーゴールド、サルビア、プリムラの出荷量が日本一を誇り、荒川河川敷に咲き広がる3,000万本のポピー畑は東京ドーム2.5個分の12.5haの広さで栽培面積日本一です。

また、吹上地域の荒川に架かる荒川水管橋は、1,100.95mで日本一の長さです。さらに、鴻巣市と吉見町の間



今や全国的に有名になった「ピラミッドひな壇」は、ひな壇づくりからひな人形の設置まで大勢のボランティアの協力で成り立っています。



国土交通省が定めた川幅（河川敷を含めた堤防の間）が日本最長となる川幅にちなんで、ユニークなメニューや商品が続々と誕生しています。



麺の幅が8cmもある「このす川幅うどん」

を流れる荒川の川幅も2,537mと日本一の川幅です。この川幅日本一にちなんで作られた「このす川幅うどん」は、メディアでも取り上げられることが多く、昨年開かれた「第12回埼玉県

B級ご当地グルメ王座決定戦」では見事グランプリを獲得しました。この他にも鴻巣市の飲食店や製菓店では、川幅をイメージしたそばやロースカツ、餃子、鉄火丼、ロールケーキ、まんじゅうなどの川幅グルメが次々と誕生し、鴻巣特産品として定着しています。

そして、毎年10月に開催される「このす花火大会」で1分間に打ち上げられる尺玉以上打上げ数も平均75.5発と日本一です。この花火大会でメインとなるのが重さ464kgの四尺玉で、世界一の重量としてギネス世界記録にも認定されています。

鴻巣市では、こうした日本一・世界一にちなんだ数々のイベントを市民と協働で開催し、市の知名度向上や交流人口の増加、地域振興などを積極的に行っています。

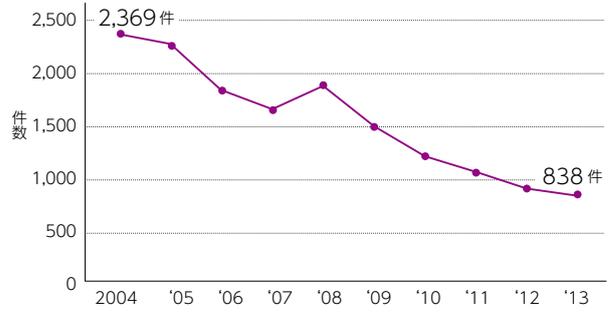
■来て見て住んで 鴻巣LIFE

現在四期目の原口市長は、市民が笑顔で元気に暮らす「人もまちも健康」を基本方針に掲げ、「健康なまちづくり」を推進しています。人が健康になることは、産業の健康にもつながり、結果として「まちの健康」につながるもので、市民の健康づくりや産業の振興、環境の保全など、鴻巣市全体の健康づくりを進めています。合併10周年を迎えた昨

鴻巣市の概要

人口(H28年1月1日 一住民基本台帳一)	119,192人
世帯数(同上)	47,979世帯
平均年齢(同上)	45.89歳
生産年齢人口比率(同上)	61.96%
面積(H26年全国都道府県市町村別面積調)	67.44km ²
名目市内総生産(H24年度市町村民経済計算)	2,737億1,400万円
製造品出荷額等(H25年工業統計)	1,774億8,366万円
事業所数(H26年経済センサス)	3,828事業所

■刑法犯認知件数の推移 (埼玉県警察本部発表資料より作成)

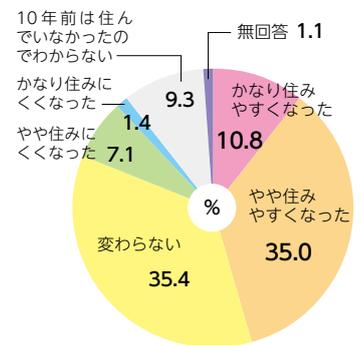


年10月には、市民が主体となって「健康づくり都市宣言」を行いました。

鴻巣市では、子育て・教育環境の整備にも力を入れています。子育て支援策として、県内でいち早く子ども医療費の中学校卒業までの無料化を実現したほか、各地域への児童センターの設置や全小中学校へのエアコンの整備、全小学校での自校式給食による食育の推進などを実施しています。さらに本年度からは、18歳以下の子どもが3人以上いる世帯を対象に、子ども医療費無料化を18歳まで拡大し、多子世帯の経済的負担の軽減に努めています。

また、鴻巣市では地域住民と協働して、安全な環境で安心して暮らせる「犯罪に強いまちづくり」を推進しています。市内の自主防犯活動を行う団体も多く、積極的な活動の成果

■10年位前と比べて住み良いまちになりましたか？



として、人口1,000人あたりの刑法犯認知件数(犯罪率)は年々減少しており、県内でもトップクラスの安全・安心なまちとなっています。

市政運営を検証するために毎年行っている「まちづくり市民アンケート」における「鴻巣市の住みやすさ」を合併直後の平成18年と直近の平成27年で比較すると、それぞれの回答項目において、評価が向上しており、特に「10年前と比べて住み良いまちになった」と回答した人が約46%となっています。鴻巣市では、「花かおり 緑あふれ 人輝くまち」とする将来都市像の実現に向けて、市民と一丸となって、総合的・計画的に施策を展開しています。