

埼玉りそな 経済情報

February 2024 No.242

2月号

- 1 **彩論** 関東財務局長 **伊野 彰洋** 氏
—— 渋沢栄一翁の道德経済合一と近江商人の三方よし
- 2 **ズームアップ** 株式会社社長 **谷川製作所**
- 5 **調査** 県内製造業の変遷
- 9 **アンケート調査①** 埼玉県内雇用動向調査
—— 雇用人員が「不足」とする企業は54.2%、バブル期以来の高い割合
- 11 **アンケート調査②** DXの取り組み、生成AIの活用について
—— DX、生成AIの取り組みは道半ば、人材面・資金面等が課題
- 13 **県内経済の動き**
- 15 **月次経済指標**
- 17 **タウンスケープ** **白岡市**
—— みんなでつくる 自然と利便性の調和したまち しらおか

裏表紙

市町村経済データ



上空からみた白岡市街地(白岡市)



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

渋沢栄一翁の道徳経済合一と 近江商人の三方よし

関東財務局長
伊野 彰洋氏



本年7月3日から、関東財務局も所在する当地埼玉県の大偉人で、財務省ともご縁の深い渋沢栄一翁が、新一万円札の顔となります。渋沢翁は道徳経済合一を説いた「論語と算盤」などで有名ですが、同じような考え方を持つ、私の出身地滋賀県の近江商人の「三方よし」も近年、注目度が増していると感じます。県内にも経営理念として「三方よし」を掲げておられる企業を拝見することがあります。古くから、中山道等を通じて埼玉県と滋賀県との行き来も盛んだったようで、近江商人を源流とする埼玉県の企業がいくつもあるとも聞きました。

折しも、映画「翔んで埼玉」で滋賀県が取り上げられ、両県の交流がますます盛んになりつつあるようです。滋賀県出身の私が財務局長をしているときにこのようなご縁をいただいたことを非常にありがたく感じています。

私なりに経済面での両県の共通項を考えてみると、

- ・ 東京、大阪・京都という大都会の北側に隣接する内陸県で、その影響を大きく受けてきた（あるいは、大都会の経済に県出身者が大きな影響を与えてきた）。県南は大都会の影響が強いが、県北の豊かな自然にも恵まれている。
- ・ 大都会と他地域を結ぶ交通の要衝にあたる（街道だけでなく、水運も発達していた）。
- ・ そのような地の利を生かして商工業の基盤が形成されてきた。

といったことが挙げられると思われます（埼玉県のほうが明らかに経済規模等で上回っていますが、滋賀県出身者としてあえて滋賀県の優位性を探すとすれば、滋賀県は過去に都が置かれたことが

あるという点でしょうか。いずれも短期間に過ぎませんが）。

両県の企業の根底に流れる経営哲学でも、こうした背景からくる共通項があるのではないかと思います。また、同じような商道徳を説く考え方は、全国各地、また、長年経営を続けておられる多くの企業に数多あります。その基本は、目先の短期的利益を追い求めるのではなく、顧客にも利益をもたらすことにより長期的視点で企業の持続的発展を目指すこと、そして、そのためにも、その企業が存立基盤としている社会にとって良き企業であるよう努めることにあるのではないかと思います。現在、各企業の経営者の皆様が意識されているSDGsの基本的な考え方と同じであり、古来、日本人はSDGsに沿った考え方で経済を動かしてきたのだと思われます。欧米の経営学が、ようやく我が国の商道徳に追い付いてきたと言えるかもしれません。昨今、短期的利益追求型の企業行動を反省し、社会的利益の実現と企業としての存立を両立させようとする動きも活発です。本来、企業が利益を得られるのは、その事業領域に社会のニーズがあるからこそであり、そのニーズに応えることにより企業としても利益を得て事業が継続できる、そうした循環が絶え間なく続くことにより我々の生活が支えられているのだと感じます。

7月以降、世の中に渋沢翁の顔が増えていきます。近年はキャッシュレス化が進み、お札の肖像画を意識して見ることは少なくなってきましたが、今年は、7月から世の中に増えていく渋沢翁の肖像画を気にしながら、改めて渋沢翁の説かれた経営哲学を思い起こす年になるのではないのでしょうか。

新たな視点でお守り、おみくじ、絵馬など独自の授与品素材を企画、製造。87年の歴史を持つ授与品の素材奉製メーカー

長谷川製作所は、お守りやおみくじ、絵馬、破魔矢など授与品の素材を提供するメーカーだ。全国各地の多くの神社仏閣から依頼を受け、企画からデザイン、製造まで同社グループで一貫生産している。おまけつきおみくじや根付お守りなどを先駆けて提案してきた同社。今後も神社仏閣の依頼に社員一丸となって応え、社会に貢献しながら持続可能な企業を目指す。



代表取締役 長谷川 義貢氏

- 代表者 代表取締役 長谷川 義貢
- 創業 昭和12年3月
- 設立 昭和45年10月
- 資本金 8,000万円
- 従業員数 49名
- 事業内容 授与品・記念品奉製、企画運営、各種支援事業
- 所在地 〒340-0025 埼玉県草加市谷塚仲町466-1
TEL 048-921-1221 FAX 048-921-1515
- URL <https://hasegawaseisakusyo.co.jp>

授与品とは神社仏閣から享ける参拝の記念の品で、お守り、おみくじ、絵馬、破魔矢、大麻や板札（神徳を仰ぎ拝礼するためのお札）、熊手などをさす。多くは授与品を専門とする奉製メーカーで素材が作られ、神社仏閣に納められたのち、授与品として授与所に出される。

株式会社長谷川製作所は、授与品の素材を製造する奉製メーカーである。同社は全国各地の神社仏閣の授与品奉製を手がけ、これまでに1万種類を超える授与品の素材を納めてきた。取扱品目においては、業界トップクラスの実績を持つ。

「私どもが手がけるのは授与品の“素材”で、当社自身は黒子的存在です。授与品素材メーカーとして、神仏とのご縁をつなぎ祈りを込める授与品に携わらせていただいているので、“祈りをかたちに”を旨として、最高の品質を提供できる体制を整えております」（長谷川義貢社長）

授与品素材の製作は社内の奉製部にて手作業で行われるほか、宮城県女川町にある製材所を有する同社のグループ工場・株式会社東和神栄社で手がけられている。

→ さまざまな授与品を世に送り出す

同社は昭和12（1937）年、現社長の祖父が創業する。当時は鋳物を中心とした金属加工を行っており、仕事の中には神棚に置かれる鏡を鋳物で作製し、それを錦で飾って桐箱に入れ神社に奉納する仕事なども行っていた。やがてその丁寧な仕事ぶりから、御霊箱や桐箱入り恵比寿大黒像等の奉製を依頼されるようになる。

現社長の父で2代目社長の時代には、神社から新しいお守りの依頼を受け、大黒天が持つ打ち出の小づちをかたどったお守りをキーホルダーや根付にすることを提案。常に身につけてご利益が得られる新たなお守りの形を生み出した。

「当社は、もともと授与品奉製メーカーではなく、金属加工の仕事を行っていたので新たな提案ができたのだと思います。交通安全のお守りは車内にぶら下げられるといいよね、じゃあ吸盤をつけたらどうだろう、十文字のふさをつけたらどうだろう、と。そうした先駆けとなるようなものを発案していくことが今でも当社の強みになっています」

まったく別の業界から後発者として参入した同社だったからこそ、斬新な発想で授与品にさらなる付加価値をつけることに成功したのだ。長谷川社長は「新たな授与品素材の形を生み出すことに貢献できたのではないか」と語る。

その後、徐々に同社の評判は高まり、数々の神社仏閣から新たな授与品の相談や依頼が入るようになる。同時に手がける授与品の点数も増えていき、昭和48年、宮城県に同社のグループ工場・東和工芸社（現・東和神栄社）を設立。平成19（2007）年には越谷倉庫を開設し、日本全国を営業テリトリーとして事業を成長させていった。

そうしたなか平成23年、東日本大震災が発生、女川町の東和神栄社が被災する。幸い被害は少なかったものの売り上げは減少し、震災の影響で社内にも混乱が続いた。その2年後の平成25年7月、長谷川義貢氏が3代目社長に就任する。

➔ 理念を軸に事業を進める

「震災を経て社長に就任しましたが、激動の状況のなか会社の舵取りに悩み、さまざまな経営者の会や勉強会などに参加して、経営を学んでいきました」

そこで企業の背骨となる経営理念の必要性を痛感し、社員とディスカッションしながら「授与品の奉製に携わり社会貢献致します」「一致団結のもと継続的な企業発展を目指します」という、自社の経営理念を作成する。

そして次に、掲げた理念について自社でどう取り組んでいこうかと思案した。社会貢献については、“人の心に寄り添う”という自社の社会的意義を見つめながら、社会がより良い方向に進むために何ができるかを考え、震災から少し経った頃に障がい者雇用を開始する。

「障がい者雇用を行っている他社の様子を見学しに行き、それを参考に取り組みを進めていきました。実際、障がいのあるスタッフを迎えてみると、元気よく、礼儀正

しく、一生懸命仕事をするその姿に私たち自身がとても刺激を受けました。そして自然と社内に仲間を思いやる気持ちが醸成され、団結力が生まれていったのです。現在、障がいのあるスタッフは3名。さらに募集をかけています」

やがて自由闊達に意見が言い合える風通しのよい社風が育まれ、現在まで続く社員全員で一致団結して歩を進める体制が自然と形作られていった。



本社社屋の外観



授与品

授与品奉製の様子

➔ 神社仏閣と参拝者、地域を結ぶ黒子的存在

これまでに神社仏閣とともに数々の授与品を手がけてきた同社。前出の吸盤つき交通安全お守り、キーホルダーや根付お守りのほかにも同社が先駆けて提案した授与品はいくつもある。おまけつきおみくじもその一つ。さらに従来の切り絵タイプのご朱印紙に、神社名等を記載したクリアファイルをつけてセットにしたものも同社が先駆けだという。

「切り絵タイプのご朱印紙をご朱印帳にファイリングすると、手元にこのクリアファイルが残る。そこで『また行きたいな』と再び参拝に訪れるきっかけになればと思い

ました。切り絵のご朱印紙自体はもともとあったのですが、カラフルな敷き紙やファイルをつけたのは当社オリジナルです」

神社やお寺から依頼される要望を、社内の企画・デザイン開発の部隊で形に仕上げていく——「祈りをかたちに」これこそが、われわれの使命だと長谷川社長は語る。同社が神社仏閣とともに作り上げた授与品は、たちまちSNS等で話題となり神社やお寺への参拝者が



企画およびデザイン打ち合わせの様子(左右)

東和神栄社の東日本大震災後の状況

グループ工場、東和神栄社の外観

増加。授与品効果でにぎわいを見せているという。

同社の授与品素材は神社・お寺と参拝者をつなぐだけでなく、地域コミュニティの核を担う神社仏閣の役割を黒子となってしっかりとサポートしている。

➔ 授与品の入り口から出口まで

古くなったり役目を終えた授与品は、通常神社やお寺でお焚き上げをしてもらう。しかし近年、時代の流れとともに都市部の神社・お寺では煙やにおいなどの問題からお焚き上げをすることが困難になっているという。その事態を知った同社は、古札の引き取りと焼却を行う

「古札回収事業」を立ち上げた。

事業は同社管理のもと、国の認可を受けたりサイクル事業所に作業を委託。白くきれいに塗装されたパッカー車で出向いて神社仏閣から古札の入ったコンテナを受け取り高温焼却する。その後、新たな資源として循環・リサイクルされるという流れだ。現在関東圏を中心に40ほどの神社仏閣から依頼を受け、「たいへんありがたい」という声が寄せられている。

「授与品素材の奉製をするだけでなく古札の引き取りまで行うという、入り口から出口まで一貫して当社で担う体制を構築しました。現在この事業を手がけているのは、当社だけだと思います」

➔ 持続可能な企業を目指す

昨年5月、新型コロナが5類に移行され、さらに円安で国内旅行が人気を集めていることもあり、例年に比べて授与品の奉製依頼は大幅に増加しているという。

「ここ数年、生産計画によって生産量の平準化を図り、繁忙期の生産ピークをコントロールすることで社員の負荷を軽減してきました。今後もいっそう緻密に生産計画を立て、お客さまからのさまざまな依頼に応えられる体制を強化していきます」

外出規制がかかったコロナ禍には売り上げを落とすも、社内経費を節減して利益を確保したという同社。「理念にのっとり社員全員で取り組んだ団結力の賜物」と長谷川社長は語る。今後はこの団結力を礎に持続可能な企業を目指していく考えだ。

「この先将来的には、人口も参拝者の数も減っていくでしょう。けれど、神社仏閣に参拝する人の心は変わりません。授与品も存続していきます。ですから、10年後、50年後……当社が存在することを目指していくのが、私の役割だと思っています」

授与品奉製メーカーとして87年の歴史と、数多くの授与品製造実績を持つ同社。神社仏閣の伝統を重んじ、祈りをかたちにしながら100年を超える老舗企業に向けて道を歩んでいく。

当財団は1963年に設立され昨年60周年を迎えたが、本レポートでは、埼玉県の製造業について、その特徴、業種別・品目別の動向、全国や近隣都県との比較をしたうえで、60年間の県内の製造業の変遷を振り返ってみたい。

全国における位置と業種別・品目別の動向

2022年の埼玉県における製造業の事業所数は13,216所で大阪府、愛知県、東京都に次いで全国4位、従業者数は389,587人で愛知県、大阪府、静岡県に次いで全国4位、製造品出荷額等(21年)は14兆2,540億円で愛知県、大阪府、神奈川県、静岡県、兵庫県に次いで全国6位となっている。埼玉県の事業所は比較的規模が小さい。1事業所当たり従業者数は29.5人と全国の34.6人より少なく、全国順位は39位、同製造品出荷額等は10.8億円と全国の14.8億円より小さく、全国32位となっている。

業種別の製造品出荷額等を見ると、21年は輸送機械が2兆4,111億円で1位、食料品が2兆277億円で2位、3位が化学で1兆7,140億円だった。輸送機械は、前年20年に04年以降続いた1位の座を食料品に譲ったが、再び1位となった。埼玉県の3大産業の全国での順位をみると、県内1位の輸送機械は全国8位、2位の食料品は全国2位、3位の化学は全国8位と、全国順位で見ると輸送機械と化学は食料品に比べると上位ではない。21年に埼玉県が出荷額1位となった産業はなかったが、全国でトップ3に入る産業をあげると、食料品、印刷、家具が全国2位、印刷は20年は1位だったが東京都に抜かれた。情報通信機械、パルプ・紙、業務用機械が3位で、計6業種が全国トップ3に入った。

都道府県別に全国1位の産業をみると、最も多いのは愛知県で輸送機械など10業種、2位が静岡県で3業種、3位が東京都と千葉県で2業種、5位が1業種で北海道、大阪府、愛媛県、兵庫県、三重県、長野県、

●上位15業種の製造品出荷額等と全国順位(埼玉県)

		2019年		2020年		2021年		全国順位	
			出荷額		出荷額		出荷額		
1	輸送機械	食料品	20,565	輸送機械	24,111	8			
2	食料品	輸送機械	20,233	食料品	20,277	2			
3	化学	化学	16,089	化学	17,140	8			
4	金属	金属	7,311	金属	7,887	5			
5	印刷	印刷	7,058	非鉄金属	7,477	5			
6	プラスチック	プラスチック	6,744	印刷	7,350	2			
7	非鉄金属	生産用機械	5,924	プラスチック	7,328	4			
8	生産用機械	非鉄金属	5,482	情報通信機械	6,072	3			
9	パルプ・紙	パルプ・紙	4,910	生産用機械	5,659	17			
10	電気機械器具	情報通信機械	4,640	パルプ・紙	5,087	3			
11	業務用機械	電気機械器具	4,606	電気機械器具	4,708	13			
12	はん用機械	はん用機械	3,744	業務用機械	4,688	3			
13	情報通信機械	業務用機械	3,713	はん用機械	4,660	8			
14	鉄鋼	鉄鋼	2,964	鉄鋼	3,886	14			
15	電子部品・デバイス	電子部品・デバイス	2,828	電子部品・デバイス	3,689	17			

資料:埼玉県、経済産業省「工業統計調査」「経済センサス-活動調査」「経済構造実態調査」(以下同じ)
 (注)調査年により産業分類の変更や調査対象、集計範囲が異なっていることがあるため、データは完全には連続していない(以下同じ)

京都府の7道府県だった。

次に、出荷額2位の食料品と3位の化学について、どの品目が増加したのかをみてみよう。

食料品で増加した品目をみると(02→21年の増加額)、1位は部分肉・冷凍肉で951億円だった。すし・弁当・おにぎり、アイスクリーム、菓子パン、チョコレート類なども増加した。食料品は出荷額全国1位となっている品目が多く、すし・弁当・おにぎり、そう菜、アイスクリーム、精米などが全国1位である。全国シェアは香辛料が27.0%と最も高い。

化学で出荷額が増加した品目は、医薬品製剤が730億円で最も多く、化粧水、乳液、その他の仕上用・皮膚用化粧品といった化粧品も増加した。埼玉県の化学は医薬品と化粧品がメインである。出荷額全国1位となった品目は、一般インキ、化粧水、乳液、その他の仕上用・皮膚用化粧品などで、全国シェアはおしろいが35.7%、一般インキが34.1%と高かった。

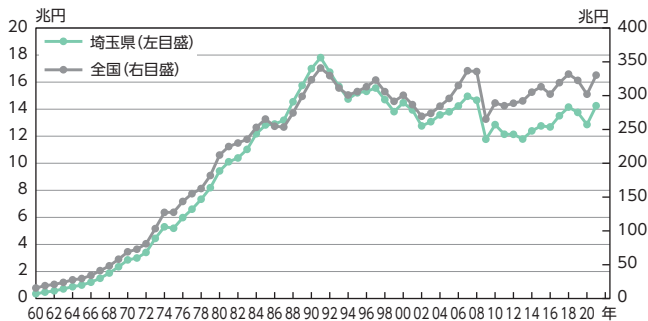
●主な品目の増加額(2002→2021年,埼玉県)

食料品		億円
部分肉、冷凍肉(プロイラーを除く)		951
すし、弁当、おにぎり		750
アイスクリーム		612
菓子パン(イーストドーナツを含む)		532
チョコレート類		407
ビスケット類、干菓子		309
肉製品		306
調理パン、サンドイッチ		291
そう(惣)菜		258
冷凍調理食品		191
香辛料(練製のものを含む)		142
中華めん		138
化学		億円
医薬品製剤(医薬部外品製剤を含む)		730
その他の仕上用・皮膚用化粧品		459
一般インキ		442
化粧水		245
乳液		171

全国との比較と関東1都6県の動向

1960年からの製造品出荷額等の推移をみると、埼玉県、全国とも91年まで増加し、その後は減少気味に推移している。ピークの91年と21年を比較すると、全国では340.8兆円から330.2兆円に3.1%減少し、埼玉県では17.8兆円から14.3兆円に20.0%減少した。埼玉県の減少幅が全国に比べ大きかった。

●製造品出荷額等

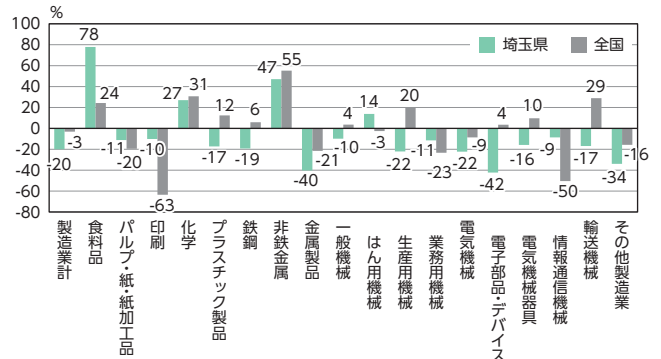


埼玉県の減少が大きい理由は何か。91年から21年の増減率を業種別に比較すると、食料品の増加率が埼玉県は78%と全国の24%を大きく上回るほか、印刷の減少率が埼玉県▲10%と全国の▲63%に比べ小幅となり、情報通信機械も埼玉県が▲9%と全国の▲50%に比べ小幅となった。埼玉県が全国の伸びを大きく上回る業種はこの3業種で、他の業種の多くは埼玉県が全国を下回っている。

埼玉県と全国の差が大きい順にみると、輸送機械は埼玉県▲17%、全国29%、電子部品・デバイスは埼玉県▲42%、全国4% (02年から21年の増減率)、生産用機械が埼玉県▲22%、全国20% (08年から21年の増減率) とこの3業種が特に大きい。輸送機械は海外への生産移転が進み県内生産が減少し、電子部品・デバイスは半導体や電子回路の国際競争力が低下し生産が減少したためとみられる。このほかプラスチック製品、電気機械器具、鉄鋼などが減少しており、埼玉県の主要産業である輸送機械、電気機械、一般機械の減少が著しかった。

91年から21年にかけての製造品出荷額の増減を、

●製造品出荷額等の増減率 (1991年→2021年)



(注) 一般機械=はん用機械+生産用機械+業務用機械、2008年→2021年の増減率
電気機械=電子部品・デバイス・電子回路+電気機械器具+情報通信機械、2002年→2021年の増減率

都道府県別にみると、増加した都道府県は31、減少したのは16と約3分の2の都道府県で増加した。

91年を100とすると、最も増加したのが大分県で、三重県、佐賀県が続いた。金額で最も増加したのは愛知県で9.1兆円、以下、三重県3.2兆円、茨城県2.1兆円、大分県1.9兆円で、9位の宮城県 (1.1兆円) まで9県の増加額が1兆円を超えた。増加したところは地方圏が多く、生産拠点の海外への移転とともに、大都市圏から地方圏への移転が進んだとみられる。

●製造品出荷額等の増減 (1991→2021年)

同様に最も減少したのは東京都で、神奈川県、奈良県が続いた。金額では東京都が15.7兆円と最も減少し、神奈川県11.5兆円、大阪府6.8兆円が続いた。埼玉県は減少率では下から6番目、減少額では3.6兆円と4番目に大きかった。

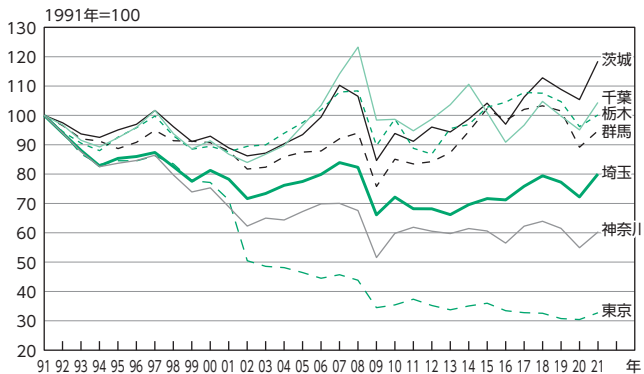
91年以降の関東1都6県の推移

をみると、東京都、神奈川県、埼玉県は減少傾向にあ

順位		2021/1991 91年=100	2021-1991 億円	順位
	全国計	96.9	▲106,146	
1	大分県	168.4	19,143	4
2	三重県	141.4	32,290	2
3	佐賀県	139.6	5,976	12
4	愛媛県	138.2	13,148	7
5	徳島県	138.1	5,678	13
6	鹿児島県	130.8	5,190	16
7	熊本県	130.5	7,543	11
8	宮城県	127.5	10,805	9
9	宮崎県	126.5	3,611	18
10	山口県	125.0	13,309	6
11	岩手県	125.0	5,428	15
12	島根県	124.7	2,545	22
13	滋賀県	124.5	16,121	5
14	青森県	124.4	3,321	20
15	愛知県	123.6	91,356	1
16	茨城県	118.4	21,311	3
41	沖縄県	82.5	▲973	33
42	埼玉県	80.0	▲35,573	44
43	鳥取県	76.4	▲2,602	39
44	大阪府	73.2	▲67,970	45
45	奈良県	71.0	▲7,644	42
46	神奈川県	60.2	▲114,714	46
47	東京都	32.7	▲156,548	47

(注) 左の順位は91年=100とした時の順位、右の順位は1991年からの増減額の順位

● 製造品出荷額等 (1991年=100)



るが、茨城県、栃木県、群馬県の北関東3県と千葉県は、91年の水準近くまで戻っている。この間の動きをみると、02年頃までは1都6県とも減少していたが、後者4県の減少幅は前者1都2県に比べて小さく、02年以降は東京都、神奈川県が減少し、埼玉県がやや増加、後者4県は増加した。

こうした違いはどこから来ているのか。業種別にはば連続したデータがとれる02年以降をみしてみる。

● 1都6県の上位業種の出荷額と増減率

	2021年 出荷額 億円	増減率 02→21年 %
茨城県 製造業計	136,869	37.4
化学	18,824	56.6
生産用機械	15,381	13.2
食料品	15,191	40.9
千葉県 製造業計	130,968	24.3
石油・石炭製品	27,749	70.6
化学	24,564	28.1
鉄鋼	19,054	75.0
食料品	15,319	36.2
群馬県 製造業計	83,831	16.0
輸送機械	26,512	25.1
食料品	8,607	49.7
化学	7,270	90.6
栃木県 製造業計	85,761	12.0
輸送機械	10,080	-25.8
飲料・たばこ・飼料	9,567	52.5
電気機械器具	8,271	45.2
生産用機械	6,928	51.8
化学	6,747	36.4
食料品	6,649	48.8
埼玉県 製造業計	142,540	11.7
輸送機械	24,111	15.1
食料品	20,277	56.4
化学	17,140	24.1
神奈川県 製造業計	173,752	-3.3
輸送機械	34,067	-16.0
石油・石炭製品	26,008	69.4
化学	19,203	-10.8
食料品	15,610	23.1
東京都 製造業計	76,227	-35.1
輸送機械	11,943	8.5
印刷	7,846	-59.0
食料品	7,663	-7.1

都県ごとに、出荷額が多い業種について02年から21年の増減率をみると、食料品は東京都を除く全ての県で増加している。東京都は▲7.1%と減少したが、他の6県では増加率は2ケタ増となった。

さらに、全体の出荷額が増加した茨城県、千葉県、群馬県、栃木県では主力業種が大きく増加した。茨城県は化学が56.6%増、千葉県は石油・石炭製品が70.6%増、群馬県は輸送機械が25.1%増、栃木県は飲料・たばこ・飼

料が52.5%増加した。逆に、神奈川県と東京都では主力産業の減少が目立った。埼玉県では、輸送機械、食料品、化学が増加し全体の出荷額は増加したが、91年から02年にかけての減少幅が大きく91年比では減少した。1都6県での出荷額の増減の違いは各都県の主力産業の動向により生じていた。

1960年以降の県内製造業の変遷

(1960～73年、高度経済成長期)

60年に国民所得倍增計画が決定され、64年に東京五輪開催、新三種の神器(カラーテレビ、乗用車、クーラー)がブームになる。65年10月から景気拡大が57カ月間続き(いざなぎ景気)、68年には西ドイツを抜きGNP世界第2位となる。73年2月変動相場制へ移行、73年10月第1次オイルショックで高度経済成長は終了した。産業面では、軽工業から重化学・加工組立型産業に移行していった。

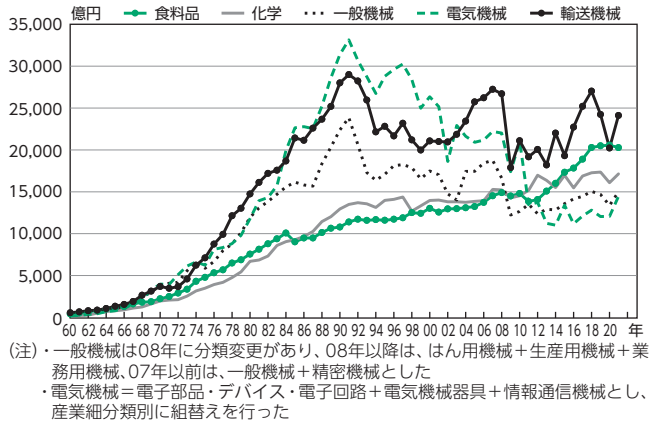
県内では、62年に日産ディーゼル上尾工場、64年に本田技研工業(株)狭山製作所、65年に東芝深谷工場が操業開始した。県内の製造品出荷額は、60年の3,477億円から73年の4兆3,980億円へ12.7倍(年平均21.6%増)に増加。業種別では、60年には1位輸送機械、2位食料品、3位繊維と繊維が3位だったが翌61年には5位に落ち、軽工業から重化学・加工組立型産業へ産業構造が変化した。食料品は2～3位だったが68年には4位に後退、新三種の神器の生産が急増した電気機械が急成長、69年には、1位電気機械、2位輸送機械、3位一般機械となる。

(1974～84年、安定成長期)

高度経済成長期から安定成長期に移行した。79年に第2次オイルショックが発生、同年ウォークマン発売。レーガノミクスによるドル高・円安の影響で輸送機械、半導体・家電などの電気機械、工作機械などの輸出が伸び加工組立型産業が伸長した。

県内の出荷額は、73年の4兆3,980億円から84年

●上位業種の製造品出荷額等の推移(埼玉県)



の12兆1,799億円へ2.8倍(年平均9.7%増)に増加。業種別では、75年に電気機械が1位から2位に輸送機械が1位となった。84年には再び電気機械が1位、2位輸送機械、3位一般機械となり、以後08年までこの3業種が埼玉県の3大産業となった。

(1985～91年、バブル景気)

85年のプラザ合意で円高が進行し、86年にかけて円高不況となる。輸出主導から内需主導へ移行し、自動車などの海外進出が活発となる。80年代のマイクロエレクトロニクス革命により小型化・軽量化が進み、半導体産業が全盛期を迎え世界トップに躍り出た。89年末に日経平均株価は最高値を記録。

県内の出荷額は、84年の12兆1,799億円から91年の17兆8,113億円に1.46倍(年平均5.6%増)に増加。業種別では、87年を除き1位電気機械、2位輸送機械、3位一般機械は変わらず。右肩上がりの増加が続いたが、91年をピークに減少に転じる。

(1992～2003年、バブル崩壊)

91年に地価がピークとなる。高い経済成長率を記録した昭和から一変、平成はバブルの崩壊とその後遺症の苦しみにから始まった。不良債権を抱えた金融機関が破綻。1ドル80円を割る円高や新興国の台頭で生産拠点の海外移転が進み、失われた20年、30年と呼ばれる低成長を経験。日本の産業競争力は急速に低下、半導体は90年以降敗退、テレビも衰退し電気機械が不振に。95年阪神淡路大震災。

県内の出荷額は、91年の17兆8,113億円から03年の13兆691億円に27%の減少(年平均2.5%減)。業種別では、トップ3の電気機械、輸送機械、一般機械はいずれも減少に転じ、電気機械は02年に輸送機械に抜かれ2位となった。

(2004～11年、リーマンショック、東日本大震災)

03年からデジタル家電ブーム、新三種の神器(デジカメ、薄型テレビ、DVDレコーダー)が普及、世界生産シェアは5割を超えた。05～07年の円安で日本からの輸出が増加、08年リーマンショック、10年頃からの円高の影響で輸出競争力が低下、製造業の海外移転が進む。11年東日本大震災が発生。

県内の出荷額は、03年の13兆691億円から11年の12兆1,437億円に7%の減少(年平均0.91%減)。県全体の出荷額は微減にとどまったが、業種別では、大手メーカーの工場の縮小があり電気機械の減少が止まらず。輸送機械、一般機械は輸出増で増加に転じたがリーマンショックで再び減少。化学と食料品は増加を続け、09年には一般機械は5位に転落、11年には1位輸送機械、2位化学、3位食料品、4位一般機械、5位電気機械となり、バブル崩壊とリーマンショックにより産業構造は大きく変化した。

(2012年～2021年)

12年に第2次安倍政権が誕生しアベノミクス始動。株高、円安とともに景気が回復に向かう。パソコン、スマホを含む情報通信機械で輸入が急増する一方、自動車産業のグローバル化が進む。

県内の出荷額は、11年の12兆1,437億円から21年の14兆2,540億円に17%増加(年平均1.62%増)、景気回復で徐々に上向く。業種別では、減少が続いた輸送機械、電気機械、一般機械は下げ止まり、やや上向いた。輸送機械は18年にかけて増加したがその後急減し、20年には1位の座を食料品に譲ったが、21年には再び逆転した。21年には、1位輸送機械、2位食料品、3位化学、4位一般機械、5位電気機械となった。(樋口広治)

埼玉県内雇用動向調査

雇用人員が「不足」とする企業は54.2%、バブル期以来の高

埼玉県内企業を対象に雇用動向についてのアンケート調査を実施した。結果は以下の通り。

✓ 雇用人員の過不足感

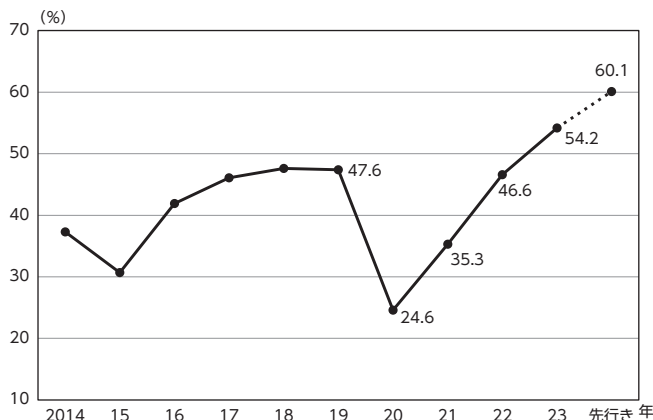
雇用人員の過不足感をみると、現状については「余剰」4.8%（前年比▲4.5ポイント）、「適正」41.0%（同▲3.1ポイント）、「不足」54.2%（同+7.6ポイント）と、「不足」が「余剰」を大幅に上回った。昨年5月に新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行後、経済活動正常化などに伴い、県内企業の人手不足感が強まっている。

県内企業の雇用人員の過不足感は新型コロナウイルス感染症の影響から2020年に「不足」の割合は24.6%まで低下した。しかし、その後3年連続で「不足」の割合は増加し、人手不足感は極めて強くなっている。今回調査においては1990年調査の68.0%以来の高い割合となった。

業種別にみると、製造業は「余剰」6.7%（前年比▲10.3ポイント）、「不足」46.2%（同+14.2ポイント）、非製造業では「余剰」3.7%（同▲2.0ポイント）、「不足」59.2%（同+5.6ポイント）となった。製造業に比べ非製造業で「不足」とする割合が高い。

先行きは、「余剰」5.3%、「適正」34.6%、「不足」60.1%となった。「不足」は現状より5.9ポイント増加しており、先行き人手不足感はさらに強まると見込まれる。

● 雇用人員が「不足」とする企業割合の推移



✓ 雇用人員の動向

正規従業員の雇用人員は、前年同期と比較して「増加」した企業が28.1%（前年比+0.7ポイント）、「変わらない」が47.7%（同▲7.8ポイント）、「減少」が24.2%（同+7.1ポイント）となった。

「減少」とするところが増えているが、人手不足感が強まるなか、雇用人員の確保が難しくなっている面もあるとみられる。

業種別にみると、製造業は「増加」が27.4%（前年比▲6.3ポイント）、「減少」が29.1%（同+13.8ポイント）、非製造業は「増加」が28.6%（同+4.1ポイント）、「減少」が21.2%（同+3.3ポイント）となった。製造業で「減少」とするところが増え、「増加」とするところを上回った。非製造業は引き続き「増加」とするところが、「減少」とするところを上回っている。

パート・アルバイトなど臨時従業員等については、「増加」が20.3%（前年比▲0.7ポイント）、「減少」が16.4%（同▲0.3ポイント）と、前年とほぼ変わらない結果となった。

業種別にみると、製造業は「増加」が19.6%（前年比▲2.6ポイント）、「減少」が19.6%（同+8.5ポイント）、非製造業は「増加」が20.7%（同+0.3ポイント）、「減少」が14.4%（同▲5.0ポイント）となった。

● 雇用人員の動向

	正規従業員		臨時従業員等	
	増加	減少	増加	減少
全産業	28.1 (27.4)	24.2 (17.1)	20.3 (21.0)	16.4 (16.7)
製造業	27.4 (33.7)	29.1 (15.3)	19.6 (22.2)	19.6 (11.1)
非製造業	28.6 (24.5)	21.2 (17.9)	20.7 (20.4)	14.4 (19.4)

(注) ()内は2022年調査結果

✓ 人手不足部門とその対応策

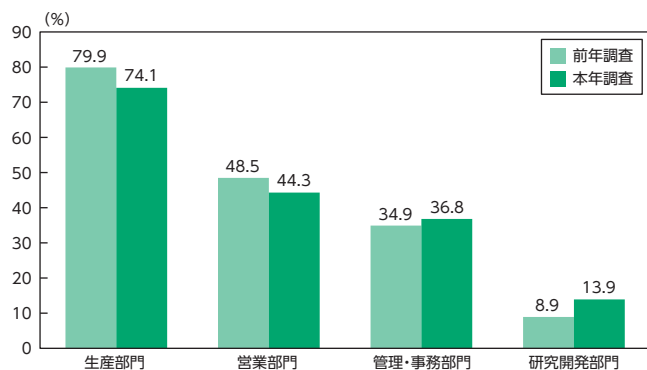
雇用人員が現状または先行きで「不足」とする企業で人手に不足が出ている部門は（複数回答）、「生産部

い割合

門(建設・サービス・小売り等では現場・店頭等)」が74.1%(前年比▲5.8ポイント)で最も多く、次いで「営業部門」44.3%(同▲4.2ポイント)となった。

人手不足の対応策は(複数回答)、前年調査と同様に「中途採用」が最も多く85.6%(前年比+2.0ポイント)、以下、「パート・アルバイト・派遣社員の採用」39.6%(同▲0.8ポイント)、「定年の延長・再雇用」30.2%(同+2.5ポイント)、「残業の増加」16.4%(同▲2.4ポイント)、「社内配置転換」13.8%(同▲0.9ポイント)、「機械化の推進」12.9%(同+1.6ポイント)、「休日出勤」5.9%(同▲5.1ポイント)と続いた。

● 人手不足部門



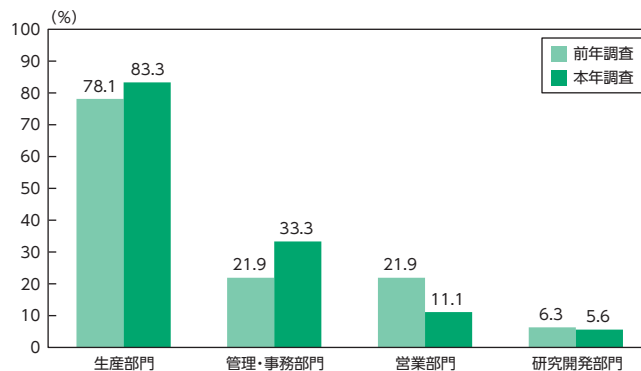
☑ 人手余剰部門とその対応策

雇用人員が現状または先行きで「余剰」とした企業で人手に余剰がでている部門は(複数回答)、「生産部門(建設・サービス・小売等では現場・店頭等)」が83.3%(前年比+5.2ポイント)で最も多く、次いで「管理・事務部門」33.3%(同+11.4ポイント)となった。

人手余剰の対応策(複数回答)として最も多かったのは「生産・業務体制見直し」36.4%(前年比+11.4ポイント)で、以下、「社内配置転換」27.3%(同▲12.7ポイント)、「採用中止による自然減」、「一時帰休」がともに18.2%(それぞれ同▲9.3ポイント、同+0.7ポイント)、「新規分野の開拓」、「出向・勧奨退職等」、「パート・アルバイトの雇用停止」、「勤務時間の短縮」がいずれも9.1%(それぞれ同▲3.4ポイント、同+4.1ポイント、同

▲0.9ポイント、同▲10.9ポイント)と続いた。

● 人手余剰部門



☑ 来年度の新卒者の採用

来年度(2024年4月入社)の新卒者の採用は、「事業拡大のため採用を増加する」3.2%(前年比▲1.8ポイント)、「人手が不足しているため採用を増加する」21.6%(同+4.6ポイント)、「例年の採用を確保する」44.3%(同▲1.8ポイント)となり、これらを合わせた「例年並みまたはそれ以上の採用をおこなう」企業は前年調査より1.0ポイント高い69.1%となった。

新型コロナウイルス感染症の影響から2020年度の調査では翌年4月の新卒者の採用について「例年並みまたはそれ以上の採用をおこなう」企業は51.2%にまで落ち込んだが、2023年度調査では69.1%となり、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年度調査(69.1%)の水準まで回復した。(吉嶺暢嗣)

● 来年度(2024年4月入社)の新卒者の採用

	全産業 (%)	製造業 (%)	非製造業 (%)
事業拡大のため採用を増加する	3.2	0.9	4.6
人手が不足しているため採用を増加する	21.6	22.0	21.4
例年の採用を確保する	44.3	47.7	42.2
採用は行いが例年より減少する	10.3	8.3	11.6
現状の人員に余裕があるため採用を見送る	20.6	21.1	20.2

2023年10月中旬実施。対象企業数1,007社、回答企業数315社、回答率31.3%。

DXの取り組み、生成AIの活

DX、生成AIの取り組みは道半ば、人材面・資金面等が課題

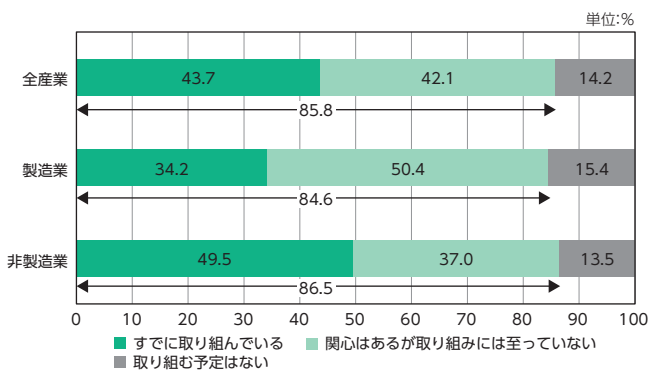
デジタル技術の普及およびビッグデータの活用等により、多くの企業がDX（デジタルトランスフォーメーション）に取り組み始めている。DXとはデータとデジタル技術を活用して、新たな製品やサービスの提供、新たなビジネスモデルの開発により、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立することとされている。DXの取り組みと、最近話題のChatGPTなど生成AIの活用について埼玉県内企業にアンケート調査を行った。

✓ DXの取組状況

DXの取組状況については、「すでに取り組んでいる」が43.7%、「関心はあるが取り組みには至っていない」が42.1%、「取り組む予定はない」が14.2%となり、DXに取り組んでいる企業は半数未満に留まっている。

業種別にみると、非製造業では「すでに取り組んでいる」が、製造業の34.2%に対して49.5%と高いのが目立っている。

●DXの取組状況



✓ DXの取組目的

「すでに取り組んでいる」および「関心はあるが取り組みには至っていない」企業の取組目的（複数回答）については、「業務効率化・コスト削減」が92.5%と最も多く、次いで「企業文化・働き方の変革」61.1%、「人手不足の解消」60.8%、「ビジネスモデルの変革」

30.6%、「既存製品・サービスの高付加価値化」28.7%、「新製品・サービスの創出」16.2%などとなった。効率化に関連する目的は多いものの、新たな価値の創出に結び付く目的は少なかった。

業種別にみると、「人手不足の解消」で非製造業が製造業に比べ多く、「既存製品・サービスの高付加価値化」で製造業が非製造業に比べ多いのが目立った。

●DXの取組目的

	全産業	製造業	非製造業
業務効率化・コスト削減	92.5	90.9	93.4
企業文化・働き方の変革	61.1	59.6	62.0
人手不足の解消	60.8	53.5	65.1
ビジネスモデルの変革	30.6	25.3	33.7
既存製品・サービスの高付加価値化	28.7	35.4	24.7
新製品・サービスの創出	16.2	22.2	12.7
その他	0.8	1.0	0.6

✓ DXに関する取組内容

「すでに取り組んでいる」および「関心はあるが取り組みには至っていない」企業の（予定を含む）取組内容（複数回答）については、「業務関連ソフトの導入や業務関連システムの構築」が63.6%と最も多く、次いで「ホームページ・SNSなどによる情報発信」59.1%、「テレワーク・オンライン会議など働き方の変革」48.8%、「社内決裁や契約手続きなどの電子化による業務効率化」47.5%、「AI、IoT、RPAなどによる生産性の向上」22.3%、「eコマースやオンライン商談など販売チャネルの多様化」および「ICTなどの活用による新製品・サービスの創出」がともに9.1%などとなった。取組内

●DXに関する取組内容

	全産業	製造業	非製造業
業務関連ソフトの導入や業務関連システムの構築	63.6	64.8	63.0
ホームページ・SNSなどによる情報発信	59.1	55.7	61.0
テレワーク・オンライン会議など働き方の変革	48.8	56.8	44.2
社内決裁や契約手続きなどの電子化による業務効率化	47.5	31.8	56.5
AI、IoT、RPAなどによる生産性の向上	22.3	22.7	22.1
eコマースやオンライン商談など販売チャネルの多様化	9.1	9.1	9.1
ICTなどの活用による新製品・サービスの創出	9.1	4.5	11.7
その他	0.8	1.1	0.6

用について

容についても取組目的同様、効率化に関連する内容は多いものの、新たな価値の創出に結び付く内容は少なかった。

業種別にみると、「テレワーク・オンライン会議など働き方の変革」で製造業が非製造業に比べ多く、「社内決裁や契約手続きなどの電子化による業務効率化」で非製造業が製造業に比べ多いのが目立った。

☑ DX取り組み上の課題

DX取り組み上の課題(複数回答)については、「人材がない」が60.7%と最も多く、次いで「資金の余裕がない」30.7%、「ICTなどの技術的知識不足」30.3%、「進め方がわからない」26.0%、「業務改革への抵抗が大きい」25.7%、「活用方法がわからない」23.7%、「成果が期待できない」19.0%などとなった。

業種別にみると、「資金の余裕がない」で製造業が非製造業に比べ多く、「成果が期待できない」で非製造業が製造業に比べ多いのが目立った。

●DX取り組み上の課題

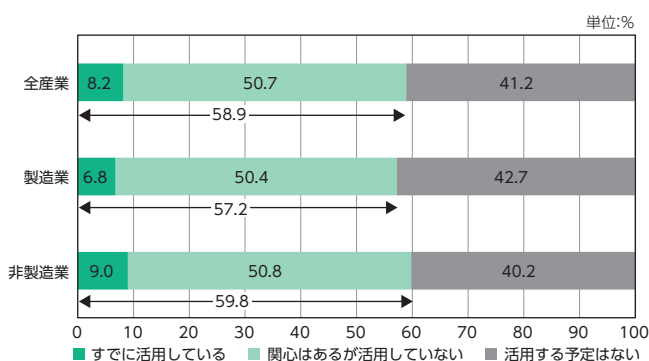
	単位:%		
	全産業	製造業	非製造業
人材がない	60.7	61.9	59.9
資金の余裕がない	30.7	36.3	27.3
ICTなどの技術的知識不足	30.3	26.5	32.6
進め方がわからない	26.0	29.2	24.1
業務改革への抵抗が大きい	25.7	21.2	28.3
活用方法がわからない	23.7	23.9	23.5
成果が期待できない	19.0	12.4	23.0
特になし	12.0	10.6	12.8
その他	2.0	0.9	2.7

☑ ChatGPTなど生成AIの活用状況

生成AIの活用状況については、「すでに活用している」が8.2%、「関心はあるが活用していない」が50.7%、「活用する予定はない」が41.2%となり、関心があっても活用していない企業が半数に及んだ。

業種別では大きな差はなかった。

●生成AIの活用状況



☑ 生成AIの活用目的・活用希望目的

生成AIを活用している先の活用目的(複数回答)は、「文書作成」が80.0%と最も多く、次いで「情報収集」64.0%、「言語翻訳」および「アイデア出し」がともに44.0%、「画像作成」24.0%、「動画作成」8.0%、「音楽作成」4.0%などとなった。

業種別にみると、「文書作成」、「情報収集」、「動画作成」で非製造業が製造業に比べ多いのが目立った。

生成AIを活用している先および関心がある先の活用希望目的(複数回答)は、「情報収集」が74.0%と最も多く、次いで「文書作成」69.4%、「アイデア出し」64.2%、「画像作成」44.5%、「言語翻訳」39.3%、「動画作成」37.0%、「音楽作成」11.6%などとなった。

業種別にみると、「動画作成」、「文書作成」で非製造業が製造業に比べ多いのが目立った。

(太田富雄)

●生成AIの活用目的・活用希望目的

	活用中			活用希望		
	全産業	製造業	非製造業	全産業	製造業	非製造業
文書作成	80.0	62.5	88.2	69.4	62.7	73.6
情報収集	64.0	50.0	70.6	74.0	71.6	75.5
言語翻訳	44.0	37.5	47.1	39.3	47.8	34.0
アイデア出し	44.0	37.5	47.1	64.2	64.2	64.2
画像作成	24.0	25.0	23.5	44.5	38.8	48.1
動画作成	8.0	0.0	11.8	37.0	23.9	45.3
音楽作成	4.0	0.0	5.9	11.6	9.0	13.2
その他	4.0	12.5	0.0	2.9	3.0	2.8

2023年10月実施。対象企業数1,007社、回答企業数314社、回答率31.2%。

県内経済の動き

概況

埼玉県の景気は持ち直している

景気動向指数 改善を示している

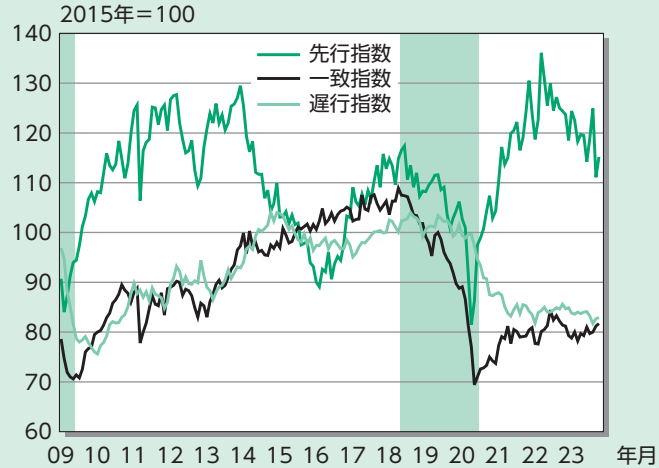
10月のCI（コンポジット・インデックス）は、先行指数:115.2(前月比+4.1ポイント)、一致指数:81.7(同+0.5ポイント)、遅行指数:82.9(同+0.2ポイント)となった。

先行指数は2カ月ぶりの上昇となった。

一致指数は3カ月連続の上昇となった。基調判断となる3カ月後方移動平均は、前月比+0.67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、3カ月連続で「改善を示している」としている。

遅行指数は2カ月連続の上昇となった。

景気動向指数の推移



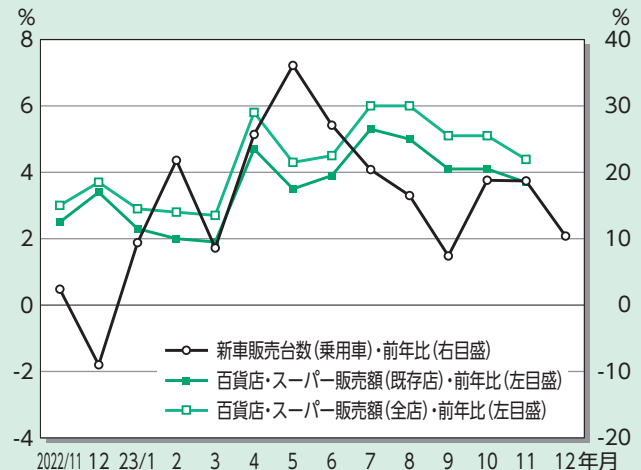
資料:埼玉県 (注)網掛け部分は埼玉県の景気後退期。

個人消費 百貨店・スーパー販売額は14カ月連続で増加

11月の百貨店・スーパー販売額は1,170億円、前年比+3.7%（既存店）と14カ月連続で増加した。業態別では、百貨店(同▲0.6%)は減少したが、スーパー(同+4.3%)は増加した。新店を含む全店ベースの販売額は同+4.4%と18カ月連続で増加した。

12月の新車販売台数（乗用車）は10,945台、前年比+10.4%と12カ月連続で増加した。車種別では普通乗用車が7,261台（同+20.5%）、小型乗用車は3,684台（同▲5.2%）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

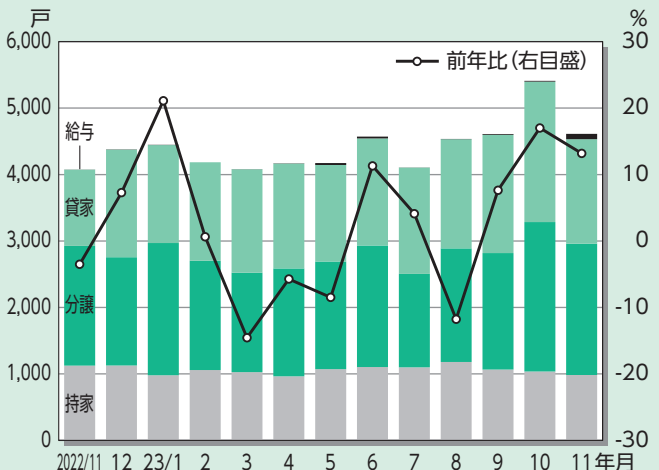
住宅 3カ月連続で前年を上回る

11月の新設住宅着工戸数は4,611戸となり、前年比+13.2%と3カ月連続で前年を上回った。

利用関係別にみると、持家が985戸（前年比▲12.4%）と21カ月連続で減少したものの、貸家が1,572戸（同+37.2%）と12カ月連続で、分譲が1,975戸（同+9.7%）と3カ月連続で増加した。

分譲住宅は、戸建てが1,351戸（同+4.2%）と6カ月ぶりに、マンションが624戸（同+24.8%）と3カ月連続で増加した。

新設住宅着工戸数の推移



資料:国土交通省

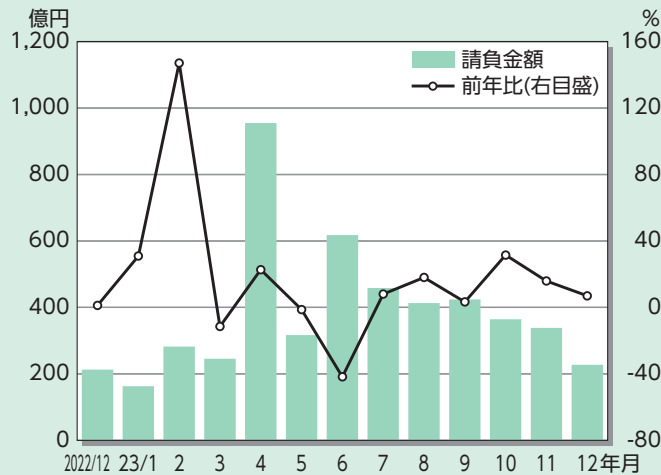
公共工事 6カ月連続で前年を上回る

12月の公共工事請負金額は228億円、前年比+7.0%と6カ月連続で前年を上回った。2023年4~12月の累計は、同▲0.3%とほぼ前年並みの水準で推移している。

発注者別では、県(同▲11.0%)と独立行政法人等(同▲47.6%)が減少したが、国(同+22.8%)と市町村(同+27.3%)が増加した。

なお、12月の請負件数も601件(同+5.1%)と前年を上回っている。

公共工事請負金額の推移



資料:東日本建設業保証(株)

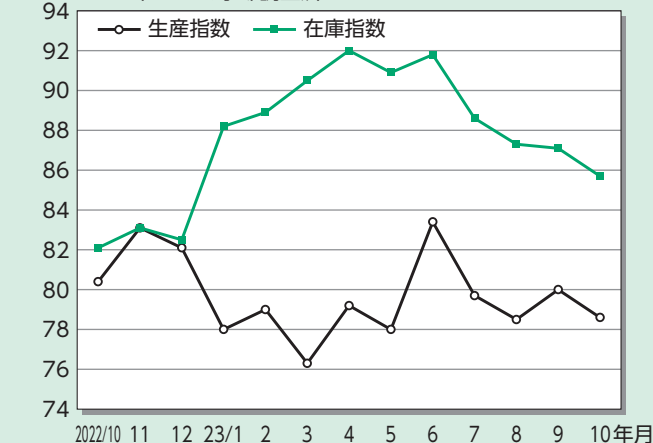
生産 2カ月ぶりに減少

10月の鉱工業指数をみると、生産指数は78.6、前月比▲1.8%と2カ月ぶりに減少した。業種別では、化学、輸送機械、電気機械など11業種が増加したものの、プラスチック製品、食料品、情報通信機械など11業種が減少した。

在庫指数は85.7、前月比▲1.6%と4カ月連続で減少した。業種別では、電子部品・デバイス、窯業・土石、電気機械など10業種が増加したものの、プラスチック製品、パルプ・紙・紙加工品、その他など10業種が減少した。

鉱工業指数の推移

2015年=100、季節調整済



資料:埼玉県

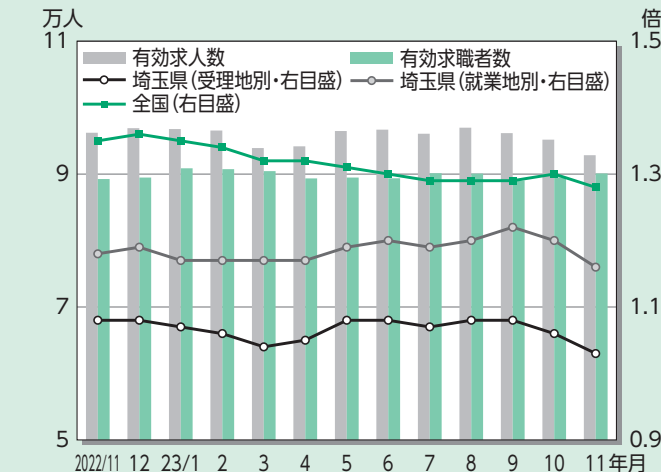
雇用 有効求人倍率は前月から下降

11月の受理地別有効求人倍率は、前月から0.03ポイント下降の1.03倍となった。

有効求職者数が90,081人(前月比+0.6%)と、2カ月連続で前月を上回るなか、有効求人数は92,830人(同▲2.5%)と3カ月連続で前月を下回った。新規求人倍率は、前月から0.01ポイント下降の1.91倍となっている。

なお、11月の就業地別有効求人倍率は、前月から0.04ポイント下降の1.16倍であった。

有効求人倍率の推移



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

月次経済指標

	鉱工業生産指数(季調値)				鉱工業在庫指数(季調値)				建築着工床面積(非居住用)			
	埼玉県		全国		埼玉県		全国		埼玉県		全国	
	2015年=100	前月比(%)	2020年=100	前月比(%)	2015年=100	前月比(%)	2020年=100	前月比(%)	1,000㎡	前年比(%)	1,000㎡	前年比(%)
2019年	96.4	▲ 4.8	111.6	▲ 2.6	88.3	▲ 0.2	101.0	0.5	2,818	▲ 4.5	48,687	▲ 7.1
2020年	84.3	▲ 12.6	100.0	▲ 10.4	84.5	▲ 4.3	92.6	▲ 8.3	2,363	▲ 16.2	44,236	▲ 9.1
2021年	87.4	3.7	105.4	5.4	87.7	3.8	98.5	6.4	2,929	24.0	48,460	9.5
2022年	83.6	▲ 4.3	105.3	▲ 0.1	84.2	▲ 4.0	101.2	2.7	2,454	▲ 16.2	47,203	▲ 2.6
22年10月	80.4	▲ 2.4	105.5	▲ 1.7	82.1	▲ 0.4	103.2	▲ 0.2	114	▲ 45.0	3,599	▲ 32.4
11月	83.1	3.4	105.5	0.0	83.1	1.2	103.2	0.0	150	▲ 64.0	3,512	▲ 6.0
12月	82.1	▲ 1.2	104.9	▲ 0.6	82.5	▲ 0.7	103.1	▲ 0.1	173	▲ 29.9	3,391	▲ 28.6
23年 1月	78.0	▲ 5.0	100.8	▲ 3.9	88.2	6.9	102.4	▲ 0.7	267	137.5	3,898	20.4
2月	79.0	1.3	104.5	3.7	88.9	0.8	103.4	1.0	158	▲ 1.0	3,570	▲ 3.8
3月	76.3	▲ 3.4	104.8	0.3	90.5	1.8	103.8	0.4	131	▲ 2.6	2,803	▲ 22.7
4月	79.2	3.8	105.5	0.7	92.0	1.7	103.7	▲ 0.1	215	▲ 24.5	4,804	▲ 1.3
5月	78.0	▲ 1.5	103.2	▲ 2.2	90.9	▲ 1.2	105.6	1.8	149	▲ 31.3	3,254	▲ 17.0
6月	83.4	6.9	105.7	2.4	91.8	1.0	105.8	0.2	239	▲ 3.3	3,148	▲ 34.2
7月	79.7	▲ 4.4	103.8	▲ 1.8	88.6	▲ 3.5	106.4	0.6	78	▲ 68.0	3,612	▲ 27.5
8月	78.5	▲ 1.5	103.1	▲ 0.7	87.3	▲ 1.5	105.0	▲ 1.3	223	▲ 45.0	3,523	▲ 11.5
9月	80.0	1.9	103.6	0.5	87.1	▲ 0.2	103.6	▲ 1.3	161	▲ 24.9	3,617	0.8
10月	78.6	▲ 1.8	104.9	1.3	85.7	▲ 1.6	104.2	0.6	173	51.2	4,622	28.4
11月			104.0	▲ 0.9			104.2	0.0	96	▲ 35.7	3,170	▲ 9.8
12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(%)
2019年	50,660	▲ 13.4	905,123	▲ 4.0	15.2	▲ 12.7	16.7	▲ 7.4	99.3	1.9	99.7	1.3
2020年	48,039	▲ 5.2	815,340	▲ 9.9	12.3	▲ 19.4	13.4	▲ 19.8	100.0	0.7	100.0	0.3
2021年	50,154	4.4	856,484	5.0	13.4	9.1	15.3	14.7	98.6	▲ 1.5	99.8	▲ 0.2
2022年	52,138	4.0	859,529	0.4	15.0	11.8	16.0	4.3	98.7	0.1	99.0	▲ 0.8
22年10月	4,623	▲ 7.9	76,590	▲ 1.8	15.7	11.9	16.5	9.1	98.6	0.9	99.2	▲ 0.5
11月	4,074	▲ 3.5	72,372	▲ 1.4	15.5	11.3	16.6	3.1	98.7	0.8	99.3	▲ 0.3
12月	4,379	7.3	67,249	▲ 1.7	15.8	5.8	16.5	▲ 0.7	99.1	1.2	99.3	▲ 0.3
23年 1月	4,448	21.1	63,604	6.6	14.2	0.0	14.5	▲ 6.5	98.9	0.5	99.1	0.6
2月	4,185	0.6	64,426	▲ 0.3	15.6	3.9	15.6	▲ 6.1	98.4	▲ 0.5	98.9	0.6
3月	4,081	▲ 14.6	73,693	▲ 3.2	15.9	0.0	15.8	▲ 6.0	98.0	▲ 0.3	98.2	0.6
4月	4,169	▲ 5.7	67,250	▲ 11.9	16.2	0.6	15.5	▲ 7.1	98.5	0.0	99.9	0.7
5月	4,172	▲ 8.5	69,561	3.5	14.6	6.6	14.1	▲ 2.1	98.9	0.2	100.1	0.8
6月	4,570	11.3	71,015	▲ 4.8	14.6	0.7	14.9	▲ 3.2	99.4	0.5	100.1	0.6
7月	4,107	4.1	68,151	▲ 6.7	14.9	▲ 0.7	15.2	▲ 5.6	99.3	0.4	100.2	0.7
8月	4,535	▲ 11.8	70,389	▲ 9.4	14.2	2.1	14.2	▲ 5.9	98.2	▲ 0.4	100.0	0.7
9月	4,609	7.6	68,941	▲ 6.8	15.0	2.1	15.2	▲ 5.6	99.0	0.6	100.0	0.8
10月	5,409	17.0	71,769	▲ 6.3	16.1	2.6	15.7	▲ 4.8	99.5	0.9	100.0	0.8
11月	4,611	13.2	66,238	▲ 8.5			P15.7	P▲ 5.4			P100.3	P1.0
12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(%)
2019年	1.31	1.60	35,779	▲ 0.7	959	▲ 1.8	10,030	▲ 1.5	193,962	▲ 1.3
2020年	1.00	1.18	28,794	▲ 19.5	751	▲ 21.7	12,572	0.6	195,050	▲ 6.6
2021年	0.93	1.13	29,706	3.2	782	4.1	13,225	0.4	199,071	0.6
2022年	1.03	1.28	32,480	9.3	866	10.8	13,431	0.6	206,603	3.2
22年10月	1.08	1.34	35,088	5.4	925	7.9	1,118	2.5	17,326	4.1
11月	1.08	1.35	32,888	1.2	865	8.7	1,122	2.5	17,590	2.4
12月	1.08	1.36	33,317	7.5	849	4.8	1,390	3.4	22,266	3.6
23年 1月	1.07	1.35	34,686	5.1	939	4.2	1,123	2.3	17,681	4.9
2月	1.06	1.34	33,839	5.7	926	10.4	1,036	2.0	15,820	4.7
3月	1.04	1.32	30,527	▲ 3.8	898	0.7	1,157	1.9	17,669	3.2
4月	1.05	1.32	31,640	1.9	841	▲ 0.9	1,119	4.7	17,095	4.8
5月	1.08	1.31	32,771	7.2	834	3.8	1,154	3.5	17,437	3.4
6月	1.08	1.30	31,218	▲ 4.1	874	▲ 2.1	1,133	3.9	17,461	4.1
7月	1.07	1.29	30,534	▲ 1.4	833	▲ 2.5	1,212	5.3	18,741	5.5
8月	1.08	1.29	34,370	5.4	847	1.0	1,173	5.0	17,858	6.0
9月	1.08	1.29	31,033	▲ 8.6	858	▲ 3.4	1,129	4.1	17,084	4.5
10月	1.06	1.30	34,450	▲ 1.8	909	▲ 1.8	1,176	4.1	18,018	3.7
11月	1.03	1.28	32,322	▲ 1.7	824	▲ 4.8	1,170	3.7	18,363	4.2
12月										
資料出所	埼玉県労働局	厚生労働省	埼玉県労働局		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(%)
2020年	136,363	▲ 10.4	2,478,832	▲ 12.2	348	34,146	7,773	1,220,046	100.0	▲ 0.2	100.0	0.0
2021年	130,303	▲ 4.4	2,399,862	▲ 3.2	282	38,106	6,030	1,150,703	99.5	▲ 0.5	99.8	▲ 0.2
2022年	120,086	▲ 7.8	2,223,303	▲ 7.4	285	1,164,079	6,428	2,331,443	101.8	2.4	102.3	2.5
2023年	140,830	17.3	2,651,397	19.3	339	36,671	8,690	2,402,645				
22年10月	9,755	12.6	186,202	23.6	27	3,101	596	86,995	103.2	3.5	103.7	3.7
11月	10,538	2.4	192,904	2.2	25	1,475	581	115,589	103.4	3.4	103.9	3.8
12月	9,914	▲ 9.0	180,792	▲ 5.5	28	2,854	606	79,172	103.6	3.7	104.1	4.0
23年 1月	10,968	9.4	202,255	11.2	24	2,475	570	56,524	103.9	3.9	104.7	4.3
2月	12,756	21.8	236,704	28.1	27	1,691	577	96,580	103.5	3.2	104.0	3.3
3月	16,557	8.6	330,162	16.0	23	2,552	809	147,434	104.0	3.3	104.4	3.2
4月	10,071	25.7	193,042	25.8	23	2,869	610	203,861	104.5	3.2	105.1	3.5
5月	9,787	36.1	179,804	31.8	26	2,404	706	278,734	104.4	2.9	105.1	3.2
6月	11,631	27.1	226,760	33.6	25	2,643	770	150,947	104.6	3.2	105.2	3.3
7月	11,657	20.4	221,656	18.7	34	4,826	758	162,137	104.8	2.9	105.7	3.3
8月	9,801	16.5	183,299	18.8	31	3,057	760	108,377	105.1	2.7	105.9	3.2
9月	12,558	7.4	237,816	12.4	30	1,704	720	691,942	105.4	2.8	106.2	3.0
10月	11,586	18.8	214,683	15.3	29	2,118	793	308,010	106.4	3.2	107.1	3.3
11月	12,513	18.7	224,586	16.4	34	2,991	807	94,871	106.0	2.5	106.9	2.8
12月	10,945	10.4	200,630	11.0	33	7,341	810	103,228				
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			



白岡市長 藤井栄一郎氏

市長のメッセージ

“「白岡美人」の愛称で親しまれている梨が特産のまち” 白岡市は、東京都心まで40km圏内、埼玉県の一部に位置し、緑に恵まれた美しいまちです。平成24年に単独で市制施行し、10年が経過したところです。

第6次白岡市総合振興計画に掲げている、まちの将来像「みんなでつくる 自然と利便性の調和したまち しらおか」の実現に向け、市政運営に鋭意取り組んでいます。

今後も、当市のポテンシャルを最大限に活用し、誰もが「白岡市に住みたい、住み続けたい、住んでよかった」と思える「ふるさと白岡」を目指してまいります。

はじめに

白岡市は、埼玉県の東部、都心から40km圏に位置し、北を久喜市、東を宮代町、南東をさいたま市と春日部市、南西を蓮田市と接している。市域は東西9.8km、南北6.0kmで、面積は24.92km²、人口はおよそ5万3千人である。

市内には、JR宇都宮線・白岡駅と新白岡駅の2つの駅があり、都心まで約40分で結ばれている。国道122号に加えて、さいたま栗橋線など県道8路線が市内を走っており、東北自動車道・蓮田スマートICや久喜IC、圏央道・白岡菖蒲ICを身近に利用できることから、交通の利便性は非常に高い。

江戸時代中期の政治家・学者で、後に「正徳の治」と呼ばれる政治改革を行った新井白石は、この地の野牛村の領主であった。市内には白石が掘らせた白石様堀はくせきさまぼりが残り、開削当時は姿が変わったものの、今も排水路としての役割を果たしている。



白岡宮代線の橋桁架設工事

白岡駅周辺地域におけるまちづくり

市は、白岡駅周辺地域において、駅から東西に延びる都市計画道路の整備を進めるとともに、市の顔となる魅力的な都市景観の形成に取り組んでいる。

これまで白岡駅西口は、店舗等が立ち並び買物客で賑わうなど、市の中心的な機能を担ってきたが、少子高齢化の進展や社会的ニーズの変化などにより、近年では空洞化が目立ち始めている。

そこで市では、白岡駅西口から県道さいたま栗橋線を結ぶ都市計画道路白岡駅西口線の整備に併せ、白岡駅西口駅前広場の整備を進めている。

新しい駅前広場の整備は、広場内の道路と歩道を分離し利用者の安全性を確保するとともに、バスやタクシーの乗降場や、雨を避けるためのシェルター（屋根）、公衆トイレなどを設置し、駅利用者の利便性向上を図る計画となっている。

一方、白岡駅東口では、白岡駅東部中央土地区画整理事業が進められており、その一環として駅東口から延びる都市計画道路白岡駅東口線の整備に努めている。2023年10月3日には、東北自動車道を一時通行止めにし、東北自動車道をまたぐ都市計画道路白岡宮代線の橋桁架設工事が行われた。将来、白岡駅東口線と白岡宮代線が繋がれば、白岡駅周辺地域と、白岡市役所や保健福祉総合センター「はびすしらおか」など、また、県道春日部菖蒲線までが最短距離で結ばれ、市民の利便性が飛躍的に向上するものと見込まれている。

白岡市概要

人口(2023年12月1日現在)	52,653人
世帯数(同上)	22,985世帯
平均年齢(2023年1月1日現在)	47.6歳
面積	24.92km ²
製造業事業所数(経済構造実態調査)	66所
製造品出荷額等(同上)	611.6億円
卸・小売業事業所数(経済センサス)	237店
商品販売額(同上)	645.2億円
公共下水道普及率	70.0%
舗装率	67.2%

資料:「令和4年埼玉県統計年鑑」ほか



主な交通機関

- JR宇都宮線 白岡駅、新白岡駅
- 東北自動車道 蓮田スマートIC、久喜ICから市役所までそれぞれ約6km
圏央道 白岡菖蒲ICから市役所まで約8km

★ 白岡美人プロジェクト推進計画

白岡における梨の歴史は古く、明治時代には既に栽培が始められており、最盛期には約300戸の農家が梨を生産していた。近年は生産者の高齢化や後継者不足などもあって生産量が減少しているが、今なお白岡は県内有数の梨の産地である。

「白岡美人」という名称は、2001年に白岡産の特別栽培農産物の愛称とシンボルマークを市民から募集し、白岡産の梨の愛称として決定された。特定の品種や等級を指すものではなく、白岡産の梨の総称となっている。

高い技術力を背景に、白岡産の梨は甘くておいしいと消費者から高い評価を受けているものの、全国的にみれば必ずしもその品質にふさわしい知名度を獲得できていない。こうした状況を受けて、市は2021年3月に「白岡美人プロジェクト推進計画」を立ち上げた。

白岡美人には、夏に人気の高い幸水や豊水から冬に食べることが可能な新雪まで12もの品種が揃い、季節に応じて多彩な味を楽しめる強みがある。こうした魅力をロゴマークやマスコットキャラクターを活用してPRするとともに、生産を支援する取り組みを実施している。

市は、白岡美人の栽培技術が後継者にしっかりと継承されるとともに、市内外の皆さんに愛される特産品となるよう、白岡美人プロジェクト推進計画に全力で取り組んでいる。

★ こども家庭センター

2023年4月、市は子育て支援体制の強化を図るため、組織の改編を行った。母子保健担当を健康増進課から子育て支援課に移管するとともに、子育て支援課を市の保健福祉総合センター「はびすしらおか」に移転し、子育てに関する窓口を集約化した。また、新たに子育て世代包括支援センターと子ども家庭総合支援拠点の機能を合わせた「こども家庭センター」を設置した。

市は、安心して子どもを産み、子育てが楽しいと感じ、未来を担う子どもが心豊かに成長できる環境を、地域社会全体でつくりあげていくことを目指しており、こども家庭センターは、「はじめての妊娠・出産で不安」「赤ちゃんのお世話がうまくできない」「身近に助けてくれる人がいない」といった妊娠・出産・育児に関する相談、子育てについての悩みごとなどに、切れ目ない支援を行っている。(井上博夫)



甘くておいしい「白岡美人」

市町村経済データ

出生数・死亡数・自然増減数(2022年)

(人)

市町村名	出生数	死亡数	自然増減数	市町村名	出生数	死亡数	自然増減数	市町村名	出生数	死亡数	自然増減数
さいたま市	9,596	13,242	▲ 3,646	朝霞市	1,183	1,201	▲ 18	滑川町	141	178	▲ 37
川越市	2,066	3,944	▲ 1,878	志木市	512	771	▲ 259	嵐山町	64	253	▲ 189
熊谷市	1,004	2,544	▲ 1,540	和光市	654	585	69	小川町	86	485	▲ 399
川口市	3,568	6,324	▲ 2,756	新座市	908	1,788	▲ 880	川島町	60	242	▲ 182
行田市	359	1,102	▲ 743	桶川市	379	899	▲ 520	吉見町	52	282	▲ 230
秩父市	262	1,023	▲ 761	久喜市	745	1,793	▲ 1,048	鳩山町	30	192	▲ 162
所沢市	1,990	3,799	▲ 1,809	北本市	328	860	▲ 532	ときがわ町	32	201	▲ 169
飯能市	375	1,016	▲ 641	八潮市	689	899	▲ 210	横瀬町	38	149	▲ 111
加須市	545	1,393	▲ 848	富士見市	745	1,198	▲ 453	皆野町	34	178	▲ 144
本庄市	389	1,037	▲ 648	三郷市	845	1,549	▲ 704	長瀬町	12	124	▲ 112
東松山市	468	1,022	▲ 554	蓮田市	357	768	▲ 411	小鹿野町	24	176	▲ 152
春日部市	1,156	2,911	▲ 1,755	坂戸市	456	1,109	▲ 653	東秩父村	9	59	▲ 50
狭山市	760	1,864	▲ 1,104	幸手市	173	694	▲ 521	美里町	59	237	▲ 178
羽生市	249	709	▲ 460	鶴ヶ島市	369	765	▲ 396	神川町	41	253	▲ 212
鴻巣市	645	1,336	▲ 691	日高市	220	681	▲ 461	上里町	146	405	▲ 259
深谷市	742	1,859	▲ 1,117	吉川市	460	636	▲ 176	寄居町	156	499	▲ 343
上尾市	1,446	2,597	▲ 1,151	ふじみ野市	620	1,305	▲ 685	宮代町	178	452	▲ 274
草加市	1,405	2,500	▲ 1,095	白岡市	335	595	▲ 260	杉戸町	186	537	▲ 351
越谷市	2,247	3,573	▲ 1,326	伊奈町	265	407	▲ 142	松伏町	118	323	▲ 205
蕨市	440	809	▲ 369	三芳町	162	432	▲ 270				
戸田市	1,057	1,108	▲ 51	毛呂山町	96	454	▲ 358				
入間市	687	1,723	▲ 1,036	越生町	28	172	▲ 144				
								市町村計	43,451	82,221	▲ 38,770

資料:厚生労働省「令和4年人口動態調査」

(注)自然増減数=出生数-死亡数

埼玉りそな経済情報 2024年2月号

2024年2月1日発行

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



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