埼玉りそな経済情報

May 2024 No.245 5月号

1 彩論 株式会社さいたまアリーナ 代表取締役社長 三上 浩嗣 氏
―― アリーナビジネスの現在地・さいたまスーパーアリーナの未来

2 ズームアップ 角上魚類ホールディングス株式会社

5 調査① 埼玉県における産業動向と見通し
―― 産業天気図は、現状・今後とも業種によるバラツキがみられる

11 調査② 埼玉県における女性雇用の現状と今後

15 アンケート調査 埼玉県内設備投資動向調査
―― 2024年度に設備投資「計画有り」と回答した企業割合は7割超の高い水準

17 県内経済の動き

19 月次経済指標

21 タウンスケープ 久喜市
―― 人が笑顔　街が元気　自然が豊か　久しく喜び合う住みやすいまち　久喜

裏表紙 市町村経済データ

菖蒲行政センター近くのラベンダー花壇(久喜市)

埼玉りそな銀行
RESONA

企画編集 公益財団法人 埼玉りそな産業経済振興財団

彩論 SAI RON

アリーナビジネスの現在地・さいたまスーパーアリーナの未来

株式会社さいたまアリーナ
代表取締役社長
三上 浩嗣氏

2023年6月より、株式会社さいたまアリーナの第9代社長を務めさせていただいておりますが、歴代社長同様、サッポロビール株式会社で長い期間を過ごし、現在は全く畑の違う仕事にチャレンジしています。社長就任後、各地のアリーナに赴き、あらためて、アリーナビジネスの巨大さ、当施設の将来性を認識した所です。

1.皆様への感謝

「さいたまスーパーアリーナ」は、県民の皆様からの公募によって命名され、2000年9月に開業、現在に至ります。開業当初は、アリーナにライトが灯らない日が続きましたが、その後、徐々にご利用が広がり、今では、「さいたまスーパーアリーナ」を記憶に留めていただける方がたいへん多くなりました。さいたま新都心は、国鉄の操車場跡地を国と埼玉県が協力して再開発を行った、一大プロジェクトでした。その目玉が、アリーナであったと伺っていますが、計画段階で、これほどの施設になると、誰が、予想できたでしょうか?イベント業界の規模拡大にも恵まれましたが、それを上回って成長を遂げ、「日本を代表するアリーナ」として認められるまでになりました。当施設の計画策定、建設に携わった方々のご慧眼に敬意を表すとともに、開業後、陰に日向に支えていただいた、埼玉県をはじめとする行政の方々、事業運営に関わる全ての方々、そして、県民の皆様に、深く感謝を申し上げます。

2.アリーナビジネスの現在地

ライブ・エンタテインメント市場の規模は、2019年6,295億円、2020年1,106億円、2021年3,072億円、2022年5,652億円、2023年推計6,408億円、コロナ禍により、たいへん大きな痛手を受けましたが、ようやく抜け出し、成長軌道へ戻りつつあります。ただ、コロナ禍により、設営、制作をはじめとするスタッフの流出、労働時間規制、物流業界等の2024年問題の影響を受け、現在は、人手不足に見舞われている状況にあります。また、京浜・京葉臨海部には新たなアリーナが建設されるとともに、バスケットボールBリーグの隆盛に伴い、日本各地にホームアリーナの建設が続き、コンサート会場となり得るアリーナの数が急増しています。元々、需要に対して供給が少ないと言われていたコンサート会場ではありますが、全国的に見ると、将来的には供給過多となる可能性を秘めています。

3.さいたまスーパーアリーナの未来

2021年に行われたオリンピックのバスケットボール競技会場となった「さいたまスーパーアリーナ」ですが、これまでも数多くの国際的なイベントを実施し、海外からもソフト、ハード両面で高くご評価いただいています。とはいえ、時代とともに、機能、設備、各種サービスは進化し続けていますので、そのスピードに遅れることなく、お客様ニーズを先取りし、変化への対応を行なうとともに、「コンスタントに生み出される賑わい」そのものを価値として捉え直し、価値の最大化に取り組みます。県民の皆様の財産を陳腐化させず、「世界標準のアリーナ」を目指し、さいたまスーパーアリーナの「未来」を創造して参りますので、引き続き、何卒、相変わらぬ、ご支援、ご理解、ご協力をお願い申し上げます。

ズームアップ
ZOOM UP ―― 角上魚類ホールディングス株式会社

新潟をはじめ埼玉等で23店舗を展開する人気の鮮魚専門店。鮮度、豊富な魚種、昔ながらの販売スタイルで圧倒的な集客力を誇る

鮮度の良い魚介類、豊富な魚種、手ごろな価格、昔ながらの“魚屋”スタイルの対面販売で人気を集める鮮魚専門店「角上魚類」。新潟および関東、長野に展開する23の店舗を統括するのが、新潟・寺泊と埼玉・美園に本社を置く角上魚類ホールディングスである。同社は人材育成を最優先に店舗展開を行い、長きにわたり順調に成長を続けている。目指すのは“日本一の魚屋”だ。

代表取締役社長　柳下（やぎした） 浩伸氏

●代 表 者　代表取締役社長　柳下 浩伸
●創　　業　昭和49年
●設　　立　昭和51年5月
●資 本 金　1億円
●従業員数　1,125名（正社員629人、パート社員496人/2023年3月31日現在）
●事業内容　鮮魚店等のグループ会社の経営方針策定および経営管理等
●所 在 地　【寺泊本社】〒940-2502　新潟県長岡市寺泊下荒町9772-20
TEL 0258-75-3181　FAX 0258-41-6161
【美園本社】〒339-0028　さいたま市岩槻区美園東2-16-5
TEL 048-798-3181　FAX 048-720-8592
●U R L　https://www.kakujoe.co.jp/

新潟をはじめ埼玉、群馬、東京、千葉、神奈川、長野に郊外型大型店、インショップ合わせて23店舗を持つ鮮魚専門店「角上魚類」。鮮度の良さ、豊富な魚種、手ごろな価格で、週末ともなれば多くの家族連れでにぎわう人気チェーン店だ。その店舗を統括するのが、新潟と埼玉に本社を置く角上魚類ホールディングス株式会社である。同社はこの2月に、約494㎡の売場面積を持つ23店目の草加店をオープンした。実に5年ぶりの新規出店となる。

「当店はお客さまとの対面販売に力を入れています。例えば販売スタッフがその日に獲れた質の高い魚を紹介、料理の仕方をアドバイスし、注文をもらった魚をおろして販売しています。ですから、まずは人を育てることが第一優先。時間をかけて店舗出店をしています」（柳下浩伸社長）

ただ商品を並べて売るのではなく、珍しい魚であれば魚の情報や食べ方など、客と対話をしながら要望に応じて身おろしや下処理をして商品を手渡す。そして「この魚は煮つけたほうがおいしいですよ」と接客を受けた客が後日、「あの魚、煮つけたらおいしかったよ。今日は何かある?」と再び訪れる。

創業以来同社が目指してきたのは、こうした昔ながらのスタイルで販売する“日本一の魚屋”だ。これこそが同業他社が追随できない角上魚類が持つ圧倒的な強みであり、多くの客を引きつける魅力となっている。

新潟から群馬、埼玉と関東圏に店舗展開

同社の前身は、新潟県長岡市寺泊で江戸時代から続く網元兼鮮魚卸商。市場から仕入れたり所有する船で獲れた魚を地場の鮮魚店等に卸していた。

しかし、1970年代に大型スーパーマーケットができると卸先の鮮魚店が次々と消えていく。そこで柳下社長の父・柳下浩三氏（現名誉会長）は小売業に進出することを決意。寺泊の海岸通りに1号店を開店し、昭和51（1976）年に同社を設立する。

「父はスーパーで自分が卸す数倍の値段で魚が売られているのを見て『なぜ高いのに買っていくんだろう』と思ったそうです。自ら仕入れた魚を売ればお客さまが来てくれるに違いない、と」

開店当初は1日数万円程度の売上だったのが、月を追うごとに来店客と売上が増えていった。やがて鮮度

の良さと安さが口コミで広がり、近隣の顧客だけでなく関越自動車道の開通で群馬など県外ナンバーの車が駐車場に並ぶようになる。

その様子を見て「お客さまに新潟に来てもらうのではなく、こちらからお客さまのいる場所に行こう」と考え、昭和59年、群馬県高崎市に県外初の店舗を開店。1匹ものの“丸魚”を調理して食べる習慣がない県外の客層に、寺泊本店同様に魚の特徴や調理法を客と対話しながら販売する対面販売を行う。すると徐々に鮮度の良さ、丁寧な接客、活気あふれる店内の雰囲気が話題となり、ほどなくして寺泊本店と同様に多くの人が集まる人気店へと成長していった。

その後、長野県長野市、埼玉県川口市、長野県諏訪市、埼玉県ふじみ野市、所沢市、東京都東久留米市、千葉県流山市等に店舗を展開し右肩上がりに成長を続けていく。同社の快進撃はこうして始まった。

バイヤーや店長などに権限を委譲

角上魚類が販売する商品の鮮度、魚種、価格を支えるのが、十数名の腕利きバイヤーたちだ。

同社は新潟と豊洲の2カ所で買いつけをしている。一方の市場の水揚げが不良でも、もう一方の市場で補うことができるため、豊富な魚種を買いつけられる。さらに、直接市場から買いつけるため中間流通がなく安い値段で販売できる。

バイヤーは2カ所の市場に分かれてスタンバイし、「サバやアジは豊洲が安いからこっちで」「新潟ではブリが安いから、新潟で仕入れよう」など携帯で互いの市場の状況を報告し合い、どの魚種をどこからどれくらい仕入れるかを決め、売値を決定する。

そして店舗の規模や販売力を勘案しながら、仕入れた魚を店舗に振り分けていく。つまり仕入れに関しては、すべての権限がバイヤーに委譲されているのだ。そのあとすぐさま魚をトラックに積み、当日のうちに各店舗に届けられる。

そして、ここからは店長の腕の見せ所である。

「例えば普段は1箱しか注文しない魚を、今日一番のおすすめとしてバイヤーが10箱送り込んで来たとする。店長は、まずそれをどう販売しようかと考えます。長年の経験と日々の売れ行き状況から判断して対面で3ケース、寿司・刺身で2ケースずつ、残りは総菜といった具合に各売り場に振り分け、対面販売ではおすすめ品としてお客さまにアピールしていく。すると夕方にはほぼほぼ売り切れます」

同社の食品ロス率は圧倒的に低く、利益率の向上に

草加店

対面販売の様子

刺身加工の様子

もつながっている。

「市場の水揚げ量は日によって違います。日々、その日一番のおいしくて新鮮な魚を大量に安く仕入れ、いかに安くお客さまに提供していくかを考えながら店作りをしています。これが本来の魚屋の売り方なのです」

角上魚類には普段なじみのない魚も数多く並ぶ。そんな魚に出会える楽しみを顧客に提供することも“昔ながらの魚屋”スタイルだ。

同店舗のリピーターは、鮮度や安さだけではなく、店員との対話やそうした新たな体験の楽しさを求めて角上魚類に足を運ぶのだろう。

人気を集める寿司・刺身・総菜の数々

寿司や刺身、総菜、弁当、つまみ類の充実や味の良さも角上魚類が人気を集める理由の一つ。寿司や刺身は店舗で加工するため鮮度は抜群、ネタのボリュームもたっぷりで満足度の高い人気定番商品だ。

弁当や総菜、酒のつまみ類はバラエティーに富んだラインアップで、定番商品のほか、毎シーズン旬に応じた商品を4~7アイテムほど開発する。新商品の登場を

人気の寿司

総菜のディスプレー

楽しみに訪れるファンも多いという。

こうして仕入れ、販売、商品開発、三つの力をフル稼働して魅力的な店づくりに注力している。

「今日よりも明日、もっとこうすれば店がよくなるのではないか、と私を含め店長、担当者、パートさんなど全員で考えながら仕事に取り組んでいます。それが今日まで順調に成長を続けてこられた当社の成長エンジンになっていると思います。まさに人の力に尽きます」

人を育て、人が会社を成長させていく

同社で際立つのは、人を資本とする人材教育。

新入社員は入社後全員が店舗勤務を数年行い、さまざまな部門を経験する。そこで一人ひとりの特性を見て、店舗勤務やバイヤーなどに配属される。その後は先輩についてOJTでスキルを身につけていく。

たとえバイヤー経験がなくても、1年も先輩と市場を回れば、シーズンごとの魚の目利きもできるようになり即戦力へと成長する。仮に仕入れでミスが起きたとしても、同社では十分なサポート体制が敷かれているため、新人であっても臆せず業務に全力投球することができる。

「対面販売や売り場はお客さまと相対する部門なので、店長や管理者、担当者が一丸となって新人をバックアップし、OJTで細かく教えながら時間をかけてエキスパートに育てていきます」

しっかりと人を育て、育った人材が店を成長させていく。店舗展開を人材育成の後に置くことは、一見遠回りのように思えるが、そうではないことを同社の取り組みから知ることができるだろう。

自社流通センターを開設

昨年6月、同社は物流コスト削減と効率向上に向け、埼玉県鶴ヶ島市に流通センターを開設した。鮮魚類はこれまで通り市場から店舗に直送され、流通センターでは冷凍品や干物等を保管、仕分けして店舗に出荷する機能を果たす。水産加工場も併設され、漬け魚等の加工や一次加工を手がけることで店舗の作業負担を軽減していく考えだ。

「現在、当社の下に角上魚類株式会社があり、23店舗が置かれている状態ですが、将来的には各店舗を法人化し、それぞれをホールディングスの子会社にしようと思っています。そのため今後は徐々に社員に経営者としての教育をしていく考えです」

“買う心、同じ心で売る心” これは角上魚類の社心（社訓）である。創業以来順調に右肩上がりで売上を伸ばしてきた同社は、今後もこの社心を軸に“日本一の魚屋”という山の頂に向けて前進を続けていく。

調査①

埼玉県における産業動向と見通し

産業天気図は、現状・今後とも業種によるバラツキがみられる

概況

わが国の景気は、このところ一部で足踏みがみられるが、総じて緩やかに回復している。埼玉県の景気は、緩やかに持ち直している。

先行きについては、物価の高止まりを背景に個人消費の足取りが重くなっているものの、前年を上回る賃上げが実現することで個人消費は持ち直しに向かうとみられる。堅調な企業業績に裏付けられた設備投資も後押しとなり、景気の持ち直しが続くことが期待される。一部自動車メーカーの認証不正による、県内製造業の減産の影響の有無には留意したい。

聞き取り調査の結果、埼玉県の1～3月期の産業天気図は、輸送機械、建設、百貨店・スーパーが「薄日」となる一方、鉄鋼が「曇り」、一般機械、電気機械が「小雨」となり、業種によるバラツキがみられた。

4～6月期も、「薄日」が3業種、「曇り」が1業種、「小雨」が2業種と1～3月期と同様、業種によるバラツキがみられた。

主要産業の動向は、以下の通り。

○**一般機械**の生産は、前年を下回ったとみられる。先行きは、前年並み程度の水準で推移するとみられる。

○**電気機械**の生産は、大幅な減少が続いている。先行きは弱い動きが続くものの、徐々に持ち直していくとみられる。

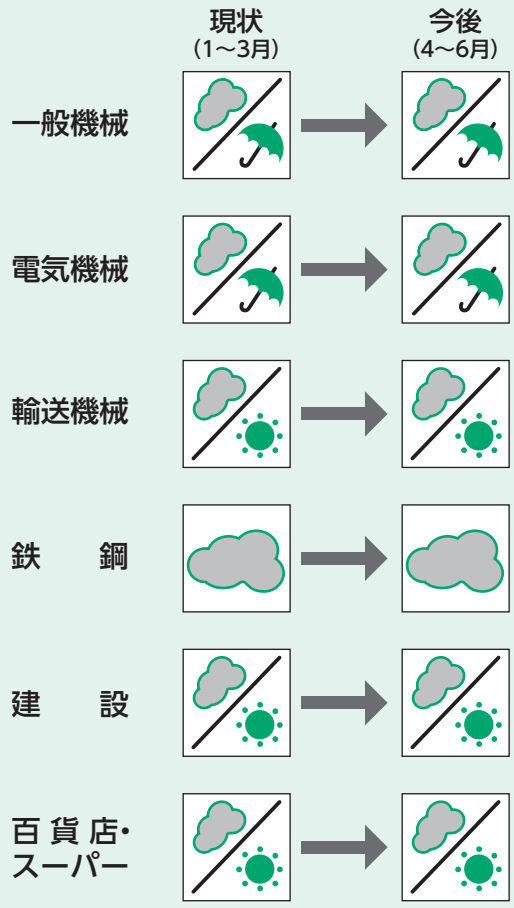
○**輸送機械**の乗用車生産は、前年を上回ったとみられる。先行きも、受注残があり半導体不足が解消したため、増加が続くと予想される。

○**鉄鋼**の生産は、前年を下回ったとみられる。先行きも前年を下回って推移しよう。

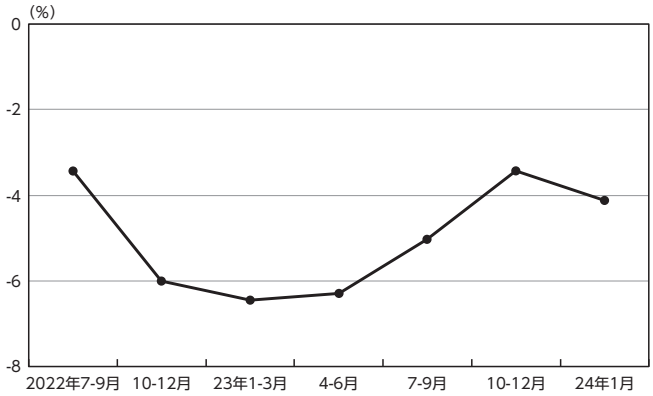
○**建設**は、公共、民間ともに手持ちの工事量は多く堅調な推移が続いている。住宅も前年並みの着工状況が続いている。先行きも堅調な動きが見込まれる。

○**百貨店**は高額品の売上増が続いたが全体では前

産業天気図



●鉱工業生産指数（前年比）の推移（埼玉県）



資料：埼玉県「埼玉県鉱工業指数」

年をやや下回り、スーパーの売上は前年を上回ったとみられる。先行きもこうした傾向が続くと予想される。

主要産業の動向

(1)一般機械…生産は前年を下回る

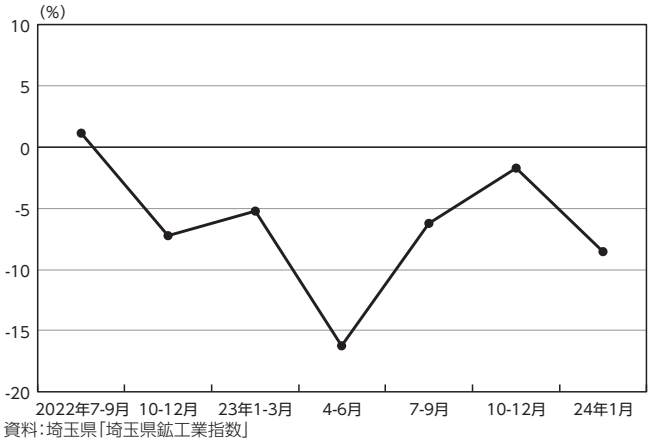
県内の一般機械(汎用機械+生産用機械+業務用機械)の生産指数は、前年比▲1.7%となった昨年10~12月期まで、5四半期連続で前年を下回って推移してきた。生産用機械が直近2四半期連続で前年を上回っているものの、汎用機械が3四半期連続で、業務用機械は4四半期連続で前年を下回っている。本年1月についても、同▲8.5%と前年割れが続いており、1~3月期を通して、一般機械の生産は前年を下回ったとみられる。

内訳をみると、汎用機械では、好調に推移してきた空気圧機器が、工作機械受注の減速を受けて、昨年の春頃から減少に転じた。生産の水準は依然として高いものの、前年を下回っている。歯車も、工作機械向けの減少などから、前年を下回って推移している。金型は低調な動きが続いていたが、足元では持ち直しの動きがみられる。

生産用機械では、パソコン・スマホ向け半導体の需要の落ち込みを受けて、全国的に半導体製造装置の生産が減少していたが、昨年秋頃から持ち直しに転じた。低調な動きが続いていた県内の半導体製造装置についても、昨年の春頃から徐々に持ち直し、秋口以降は前年を上回っている。フラットパネルディスプレイ製造装置も、足元の生産は持ち直しているとみられる。業務用機械では、医療用機械器具は、昨年の春先に生産が落ち込んで以降は、おおむね横ばい水準での推移となっている。

先行きをみると、一般機械の生産は前年並み程度の水準で推移するとみられる。汎用機械では、工作機械受注の動きが弱いこともあって、空気圧機器は前年を下回って推移しよう。生産用機械では、半導体製造装置が当面持ち直しの動きを続けるとみられることから、前年を上回って推移すると見込まれる。業務用機械では、医療用機械器具は、おおむね前年並みでの推移を続けよう。

●一般機械の生産指数(前年比)の推移(埼玉県)



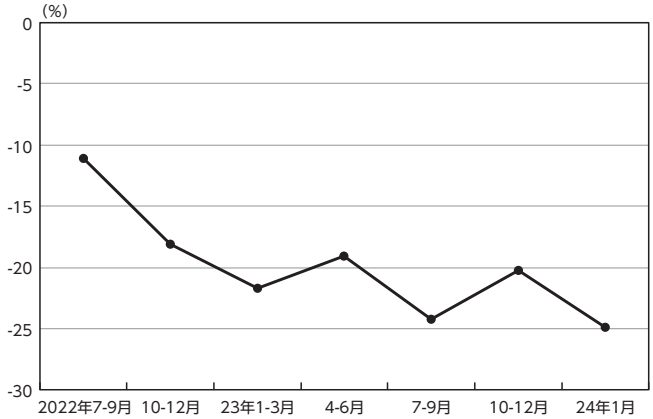
資料:埼玉県「埼玉県鉱工業指数」
(注)一般機械=汎用機械+生産用機械+業務用機械

収益面では、非鉄金属や潤滑油など、様々な原材料の価格に加えて、配送費や人件費も上昇するなか、製品への価格転嫁が十分に進んでおらず、収益状況の厳しい企業が少なくない。この先も企業収益は厳しい状況が続くとみられる。

(2)電気機械…生産は大幅な減少が続いている

県内の電気機械(電子部品・デバイス+電気機械+情報通信機械)の生産指数は、昨年7~9月期前年比▲24.2%、10~12月期同▲20.3%と大幅なマイ

●電気機械全体の生産指数(前年比)の推移(埼玉県)



資料:埼玉県「埼玉県鉱工業指数」
(注)電気機械全体=電子部品・デバイス+電気機械+情報通信機械

ナスが続いている。本年1～3月期もマイナスで推移した模様。コロナ禍で需要が大きく増加したPC・スマホなどの反動減が長引いていることや、中国経済の停滞に伴う、生産用機械などの需要減の影響を受けている。

電子部品・デバイスの生産は、昨年7～9月期前年比▲19.3%、10～12月期同▲22.7%となり、本年1～3月期もマイナスが続いたとみられる。全国も2023年中は7～9月期まで2桁の大幅な減少が続いたが、10～12月期は同▲0.1%、1～3月期はプラスとなった模様で、持ち直してきており、足元では埼玉県の不調が目立っている。スマホやPCをはじめとする情報通信機器向けや白物家電向けも調整局面が続いていることから、こうした製品に関連する、集積回路や電子回路基板などの生産の減少が続いている。また、海外を中心に産業用機械の需要が弱含んでおり、こうした製品向けの部品も調整が続いている。一方、自動車向けは、自動車の生産が回復していることに加え、電子制御や安全装置のための使用部品の点数が多くなっており好調な動きが続いている。

なお、電子部品・デバイスでは一部製品について、県内での生産を取り止めたものもあるようで、県内の生産の弱さについてはその影響も出ているようだ。

電気機械の生産は、昨年7～9月期前年比▲23.0%、10～12月期同▲16.9%となり、本年1～3月期もマイナスで推移した模様。電気機械は県内で生産されるものは、制御機器や計測機器など産業向けが多く、生産用機械などに組み込まれ海外へ輸出されることも多い。国内の設備投資は持ち直しているものの、工場建設が遅れるなどの問題があることや、海外需要がやや弱くなっていることから、産業用機械向けの電気機械は弱い動きとなっている。

情報通信機械の生産は、昨年7～9月期前年比▲28.7%、10～12月期同▲24.4%となり、本年1～3月期も前年比マイナスが続いたとみられる。現在県内での情報通信機械の生産はカーナビ、カーオーディオ、業務用通信機器、交換機などであるが、カーナビのウェイトが大きい。このところ、県内でのカーナビなどの生産が減少を続けている。

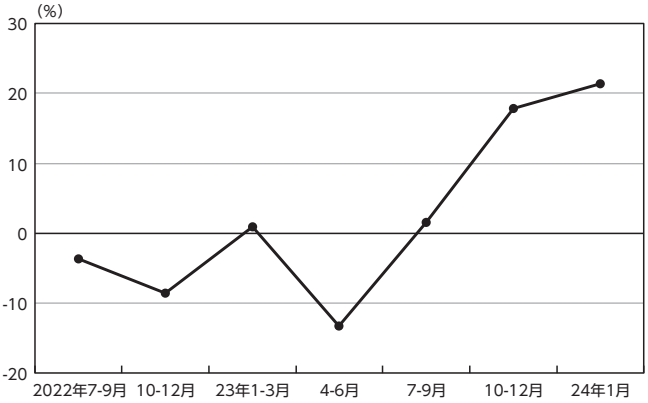
先行きについては、電子部品・デバイスは製品により好・不調がはっきりしているが、自動車向けが好調なことから全体として持ち直していくとみられる。電気機械は産業向けを中心に徐々に持ち直していくとみられる。情報通信機器は変動幅が大きいが、先行きは持ち直しが期待される。電気機械全体では弱い動きが続くものの、徐々に持ち直すとみられる。長期的には、自動車向け電子部品の需要増や、情報・通信環境の整備に伴う需要増が期待される。

(3)輸送機械…生産は前年を上回る

県内の乗用車販売台数（軽を含む）は、昨年1～3月期以降、半導体不足が解消に向かい前年比2ケタ増が続いていたが、本年1～3月期は一部自動車メーカーの認証不正による生産・出荷停止の影響で、7四半期ぶりに前年を下回ったとみられる。コロナ前の2019年対比でも減少しており、県内の乗用車販売はコロナ前の水準には戻っていない。

生産動向をみると、県内の輸送機械（乗用車・トラック・自動車部品等を含む）の生産指数は、昨年7～9月期に前年比+1.6%と2四半期ぶりに増加に転じた。10～12月期も同+17.8%と2四半期連続で増加した。とくに10～12月期は、半導体不足が解消し、そ

●輸送機械の生産指数（前年比）の推移（埼玉県）



資料：埼玉県「埼玉県鉱工業指数」

れまで納入できていなかった受注残分の生産が進んだため大幅な増加となった。こうした傾向が続き、本年1～3月期の県内生産も前年を上回ったとみられる。

先行きの生産も、受注残があり、半導体不足が解消し供給網が正常化したため、増加が続くと予想される。

トラックの生産は、半導体不足等の影響が緩和しているものの、1～3月期は前年を下回った模様である。トラックに対する需要面では、都心部でマンション・商業施設・オフィスビルなどの再開発が続き、物流施設の建設も活発に行われているが、宅配便数量が低迷するなど強弱入り混じった状況にある。

先行きも、こうした傾向が続くとみられ、生産は弱含みで推移すると予想される。

部品メーカーでは、生産は完成車メーカーと同様に推移したとみられる。収益面では、原材料等の高騰を製品価格に転嫁しきれず、厳しい状況が続いているようだ。

先行きについては、乗用車部品メーカーの生産は、完成車メーカーと同様に上向くと予想される。トラック部品メーカーについては、大手メーカーのエンジン不正問題に伴う出荷停止があり、その後一部車種の出荷再開があったが、完成車の生産が弱含むため生産は低迷するとみられる。

(4)鉄鋼 …生産は前年を下回る

県内の鉄鋼の生産指数は、昨年10～12月期の前年比▲9.0%まで、4四半期連続で前年を下回って推移してきた。本年1月についても、同▲13.4%と前年割れになっており、1～3月期を通して、鉄鋼の生産は前年を下回ったとみられる。

鉄筋コンクリート造に使用される棒鋼の生産は、前年を下回っている。首都圏では、土木工事は比較的底堅く推移しているが、建築工事はこのところやや減少している。また、建築現場では、監督や作業員を確保することが難しくなっており、人手不足による工事の進捗の遅れが、棒鋼の生産に影響するケースもでているようだ。

内訳をみると、海外からの観光客の増加を受けて、ホテルの着工は引き続き好調だが、ショッピングモールなどはこれまでより若干減速している。物流センターの着工も続いているが、これまでの水準が高かったこともあって、足元では前年を下回っている。分譲マンションの着工は、都内でやや減少しているものの、首都圏全体でみればおおむね前年並みとなっている。通信関連の基地局などは比較的底堅く推移している。

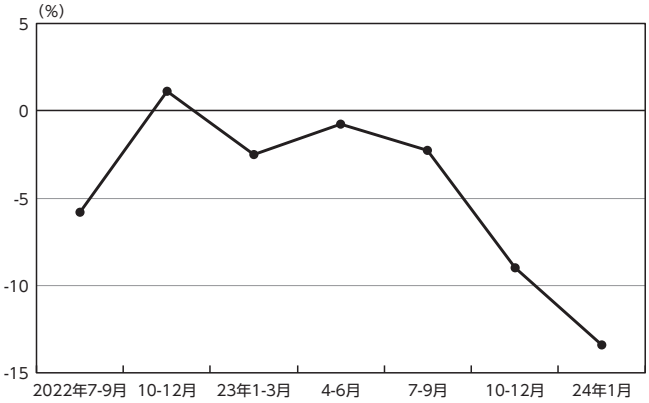
人手不足のなかで、本年4月から建設業従事者に関する時間外規制が強化されたこともあって、建築の工事量は前年割れの状況が続くとみられる。鉄鋼の生産は、先行きも前年を下回って推移しよう。

鋼材の主原料であるスクラップの価格は、おおむね横ばい水準で推移している。副資材等の価格は高止まりしているものの、製品価格は一定のスプレッドが確保されており、足元の電炉メーカーの収益状況は堅調に推移している。

鋳物の生産は前年を下回っている。鋳鉄管は底堅く推移しているとみられるものの、昨年秋口以降の機械受注の減速を受けて、建設機械向けや工作機械向けが減少している。

先行きも工作機械向けなどの減少が続くとみられることから、鋳物の生産は前年を下回る水準で推移しよう。収益面では、電気料金や副資材価格の上昇

●鉄鋼の生産指数(前年比)の推移(埼玉県)



資料:埼玉県「埼玉県鉱工業指数」

などから、電炉のコストが押し上げられている。鋳物用銑鉄の価格引き上げもあって、鋳物メーカーの収益は厳しい状況が続くとみられる。

(5)建設…堅調な動きが続く

公共工事：県内の公共工事請負金額は昨年7～9月期前年比+9.3%、10～12月期同+19.0%、本年1～3月期同▲3.6%となった。

公共工事は受注残が多く、足元の工事量も高水準で安定している。資材価格は、落ち着いてきているが、工賃が上昇している。新規受注の工事については、価格の上乗せを行っており、価格転嫁は比較的順調に進んでいる模様。

公共工事の内容は、建物をはじめ、河川、橋梁、道路なども老朽化に対応するための改修・補修工事が多く、新規の建設案件は少ない。

先行きは、老朽化対策に加え、災害対策のための工事も増加すると期待されており、繁忙な状況が続くとみられる。資材価格も落ち着いてきたことから、収益面でも安定した推移が見込まれる。ただ、従業員の高齢化、週休2日制の導入、2024年問題ともいわれる残業規制などへの対応が懸念されている。

民間工事：県内の非居住用の建築着工床面積は、昨年7～9月期前年比▲46.5%、10～12月期同▲18.9%となり、本年1～3月期もマイナスで推移した模様。月毎の振れはあるものの、民間工事は着工ベースで大幅なマイナスが続いている。ただ、受注残は相応にあり、工事量は大きな落ち込みとはなっていない。

用途別ではウェイトの高い運輸業用は一時の勢いが鈍化し、ここ1年ほどは、大きな落ち込みを続けている。製造業用も、建設価格の上昇などから、一部先送りや見合わせの動きから、大幅な減少となっている。商業用や宿泊・飲食サービス用、サービス業用は持ち直しの動きがみられる。

先行きは、都内での受注競争が激しくなると、県内での受注に影響する懸念もあるが、都内では再開発など大型案件の工事が続いており、県内では当面、工事量、価格面とも現状程度で推移する見込み。

住宅：昨年7～9月期の新設住宅着工戸数は前年比▲0.9%、10～12月期は同+9.8%、本年1～3月期は同横ばいとなった模様。住宅の着工戸数は堅調な動きが続いている。

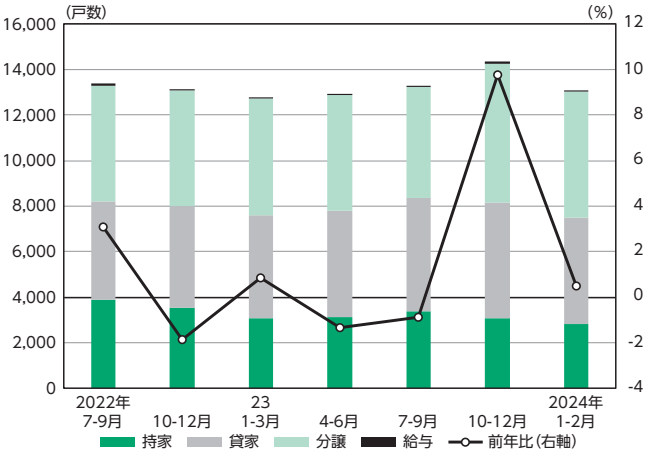
マンションは、供給戸数の減少、販売面での低調な動きがみられ、販売価格についても落ち着いてきている。これは、適地が少なくなっていることにより、利便性にやや劣る物件の販売が多くなったためとみられる。ただ、現在、県南部など利便性が高く、人気の高い場所で大型物件の工事が始まっていることなどから、今後、供給戸数の増加や価格の持ち直しが予想されている。

戸建の分譲住宅は、物件価格の上昇や物価の上昇に加え、金利の動向を見極めようとする動きもあり、購入に慎重な動きがみられ、販売面でやや低調な動きとなっている。

貸家は、持ち直しの動きが続いている。持家については、低調な動きが続いている。

先行きは、住宅全般について、物価高や金利動向、物件価格の上昇など懸念される点もあるが、所得面での改善も期待されることから、現状程度の動きが続くと予想される。

●新設住宅着工戸数の推移(埼玉県)



資料：国土交通省「建築着工統計調査」
(注)直近の2024年1-2月の利用関係別着工戸数は、1月・2月の値を四半期化

(6)百貨店・スーパー…スーパー売上は増加

百貨店：昨年5月のコロナの5類への移行後、人々の活動が活発化し売上増が続いていたが、コロナ5類移行後の売上増も一巡しつつある。増加率は縮小しており、前年割れとなった月も見られた。1～3月期の売上は前年をやや下回ったとみられる。コロナ前の2019年の水準には届いておらず、県内百貨店の売上はコロナ前には戻っていない。

品目別では、主力の衣料品は、暖冬の影響からコート等の防寒アイテムが低調で前年割れとなったようだ。行動制限がなくなり外出機会が増加したため、外出着や靴、化粧品などの販売は堅調だった。食料品の売上は、値上げの影響で以前に比べ伸びが鈍っているが、総菜の売上は好調だった。物産展などの催事は好調が続いたほか、レストランなどの飲食や手土産なども増加した。インバウンド（訪日外国人）による消費は増加しているが、県内では全体に占める割合が僅かで売上への影響は小さい。

高額品は引き続き堅調に推移している。宝飾、貴金属、時計、バッグ、財布などの高級ブランド品は増加を続けている。富裕層が中心の外商の売上も増加している。一方、中間層の消費は、食料品などの値上げで生活防衛色を強めている。

また、セールの頻度は以前に比べ減ってきており、セールの規模も小さくなる傾向にある。顧客の購買姿勢が、「安いから買う」から「欲しいものを欲しい時に買う」に変化しており、セール期間中でも値下げをしない正価品の売れ行きが良かった。

先行きは、高額品の売上増は続くとみられるが、コロナ後の消費増の一巡や節約志向の高まりなど懸念は残る。

スーパー：1～3月期の売上は前年を上回ったようだ。コロナ前の2019年比でみても増加が続いており、スーパーの売上は堅調に推移している。人流回復による客数増、値上げに伴う客単価上昇により、売上は前年を上回っているが、消費者の節約志向の高まりから買い上げ点数は減少している。

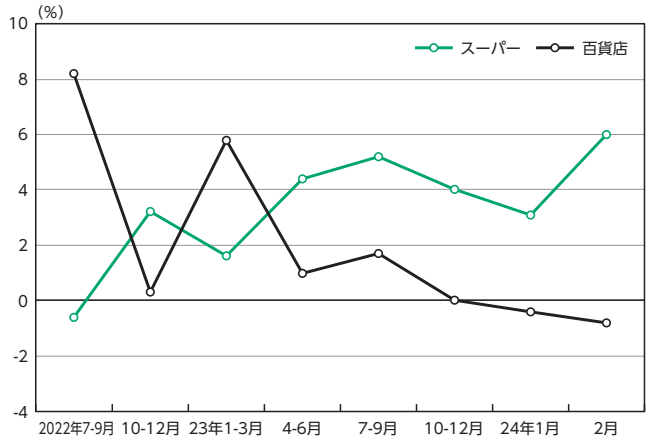
品目別では、衣料品はやや減少したものの、食料品は増加したとみられる。暖冬で気温が高く推移し、コートなどの冬物衣料の販売が振るわなかった。主力の食料品は、値上げによる価格上昇の影響もあり前年を上回って推移している。外食に比べ割安感のある惣菜や健康志向の食品が堅調である。

物価上昇による消費者の節約志向の強まりに対応し食品の特売が増えており、またメーカー製品よりも割安なプライベートブランド（PB）では、製品の拡充や値下げを行いPBの販売が伸びている。大型サイズで値ごろ感のある商品がよく売れているほか、まとめ買いも多くなっている。消費者は、ハレの日には高額品を買う一方、生活必需品は節約するという2極化が強まっている。コロナ禍で利用が増加していたネットスーパーの売上は伸び悩んでいる。行動制限がなくなり外出機会が増加し、実店舗での購入が増えているためとみられる。

また、人手不足が深刻になっている。とくに夜間の人手確保が難しくなっているとの指摘があった。

先行きについては、物価上昇で商品単価の上昇が続くため、スーパーの売上増は今後も続くとみられる。企業の賃上げの動きが強まっているが、物価が上昇し実質賃金が伸び悩んでおり、消費者の節約志向は今後も根強いとみられる。

●百貨店・スーパー販売額（前年比）の推移（埼玉県、既存店）



資料：経済産業省「商業動態統計」

調査② 埼玉県における女性雇用の現状と今後

はじめに

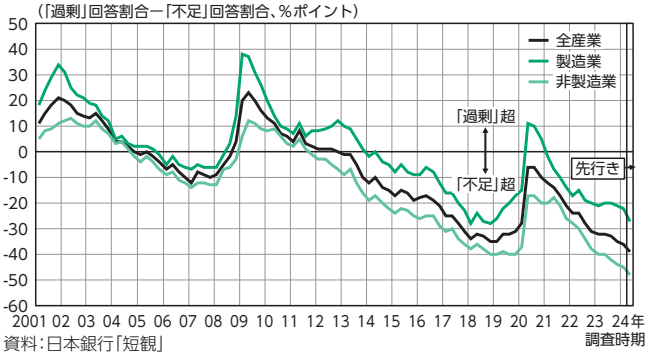
最近、人材・人手不足について話題に上がることが多くなった。小売りや飲食・宿泊業のなかには営業時間短縮や稼働率低下に踏み切るなど、高まる需要に応えられず、せっかくの収益機会を逃してしまう企業もあるようだ。

これまで、人材・人手不足に対して女性雇用者、高年齢者雇用者、外国人労働者により対応してきたと言われているが、本稿では全国と対比しつつ、埼玉県の人材・人手不足と女性雇用の現状を概観しながら、今後について展望したい。

人材・人手不足の現状と背景

日銀短観の雇用人員判断DI（「過剰」の回答割合－「不足」の回答割合）をみると、2013年からマイナスの状態が続いており、コロナ禍で一旦反転したものの、最近ではマイナス幅が急拡大している。特に非製造業では直近のDIが▲45と、ほぼ本統計の最低値（1990年12月・91年3月の▲47）に近い水準となっている。

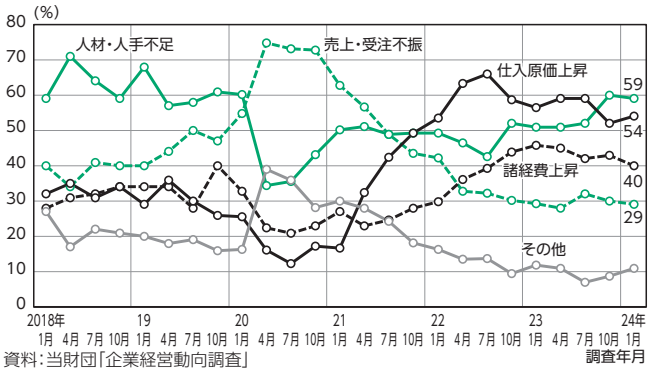
●雇用人員判断DIの推移



資料：日本銀行「短観」

当財団では、埼玉県内企業に対し四半期ごとに行っている企業経営動向調査の中で、企業経営上の問題点を質問しているが、昨年10月調査では「人材・人手不足」が3年9カ月ぶりに最も多くなった。「人材・人手不足」は新型コロナウイルス感染症の影響により、やや後退していたが、経済活動正常化とともに、再び目立つようになってきた。

●経営上の問題点（複数回答）の推移



資料：当財団「企業経営動向調査」

わが国では少子高齢化が進んでおり、生産年齢人口（15～64歳人口）は1995年の8,726万人をピークに減少に転じている。国立社会保障人口問題研究所の中位推計では生産年齢人口は2062年には4,975万人と、5,000万人を切るまでに減少する見込みであり、人材・人手不足はこの先、さらに深刻化することが懸念される。

深刻な「人材・人手不足」を受け、国も外国人労働に関する制度改正や、女性非正規雇用者に多い、働く意思はあるものの、働く時間を抑える就業調整に対し、「年収の壁・支援強化パッケージ」を設けることなどにより、雇用の拡大を図ろうとしている。

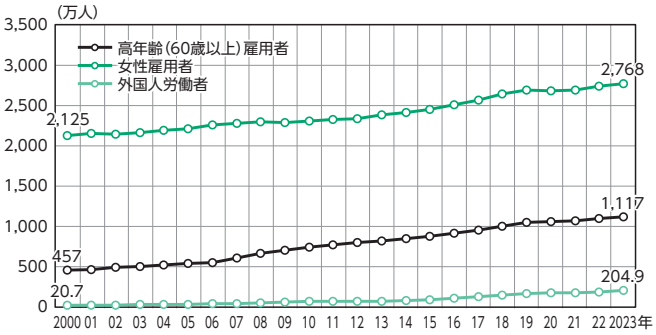
これまでの雇用の動き

生産年齢人口が減少するなかでも、雇用者数は増えてきた。雇用者数の推移をみると、生産年齢人口が2000年の8,638万人から2022年の7,421万人まで1,217万人減少する一方、雇用者数は2000年の5,356万人から、2023年には6,076万人へと、720万人増加している。

平成・令和の時代を通じて「女性活躍」や「生涯現役」という言葉を聞くことが多くなり、国も女性や高年齢者の雇用を推進した結果、女性雇用者は2000年の2,125万人が2023年には1.30倍の2,768万人に、

60歳以上の高年齢雇用者は2000年の457万人が2023年には2.44倍の1,117万人に達している。外国人労働者については、2000年の20.7万人が2023年には9.90倍の204.9万人まで増加している。生産年齢人口が減少するなか、女性雇用者、高年齢雇用者、外国人労働者が増加してきた。

●高年齢雇用者・女性雇用者・外国人労働者の推移



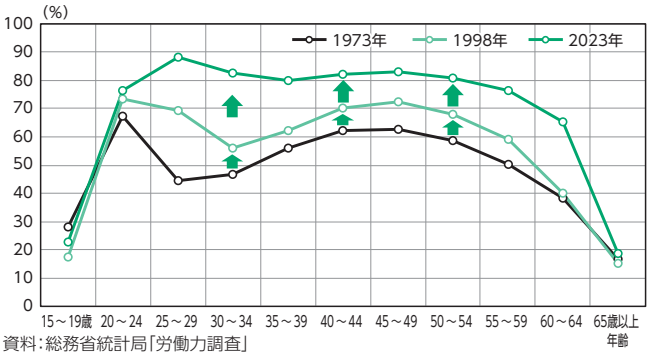
資料:総務省統計局「労働力調査」、厚生労働省「外国人雇用状況の届出状況」

女性雇用の現状

女性雇用者の増加により、従来、日本の雇用の特徴と言われたM字カーブ(注1)は、最近ではかつての深いくぼみがなだらかとなり、解消したと言われる。

注1:女性の年齢別に見た労働力人口の比率のグラフ。以前は結婚・出産を機に離職し、育児が一段落してから再び働きだす女性が多いことから、25歳から34歳までは深くくぼんでいた。

●女性の年齢階級別労働力人口比率の変遷

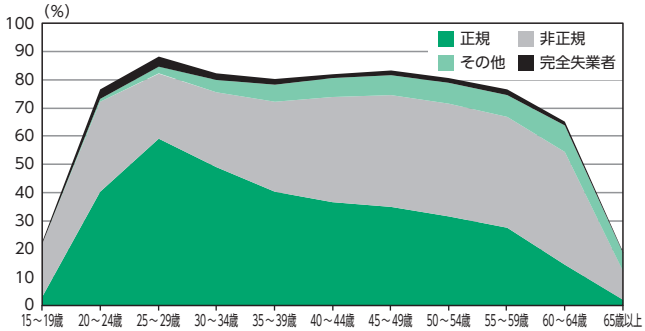


資料:総務省統計局「労働力調査」

M字カーブは解消したが、最近では女性の雇用にL字カーブ(注2)という特徴があることが指摘されるようになった。女性の年齢別労働力率は、全体では台形に近い形状となっているものの、雇用形態別にみると正規雇用については25～29歳をピークに低下し、非正規雇用が増加している。

注2:女性の雇用形態・年齢別に見た労働力人口の比率のグラフ。縦軸側から正規雇用者に着目して見たとき、25～29歳を頂点にL字を描いている。

●雇用形態・年齢階級別女性労働力率(2023年)



資料:総務省統計局「労働力調査」

女性非正規雇用の特徴と年収の壁

女性非正規雇用者のうち、就業調整を行っている者は全国で443万人いる。就業調整を行っている者の比率を年収別にみると、年収55～99万円が52.9%、年収100～149万円が48.0%と高くなっていることがわかり、統計の数値からも年収の壁があることがうかがえる。

年収の壁は、夫婦片働きが多かった時代に「扶養」と判断されるための年収基準として定められたもので、税制によるものと社会保障制度上のものと2種類に大別される。その他、配偶者の勤務する企業による、配偶者手当等の支給条件となる年収基準も年収の壁の性格を有するとみられる。

年収の壁については、働き手にとって影響度合いが必ずしも正確には理解されていたとは言えず、必要以上に就労を制限する要因になってきたと思われる。すなわち、社会保障制度上の年収の壁が、それを超過すると社会保険料が新たにかかって手取りが激減するのに対し、税制上の年収の壁は減少の程度が比較的緩やかである。但し、配偶者手当等の支給基準が税制上の年収の壁と一致している場合には、当然、配偶者の年収が激減することになる。

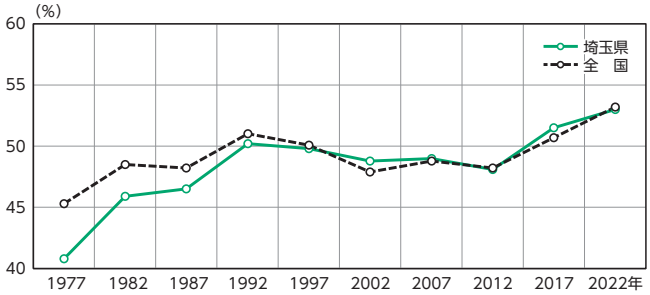
最近では共働きの夫婦が片働きの夫婦よりも多く

なっていることもあり、2025年に予定されている社会保障制度改革では、年収の壁を作っている制度が大きく変わることも想定される。

埼玉県の女性雇用の現状

1977年以降の埼玉県の女性の有業率の推移をみると、徐々に上昇していることがわかる。全国と比べると、2000年代になるまでは低かったが、2000年代になってからは全国とほぼ同水準で推移している。

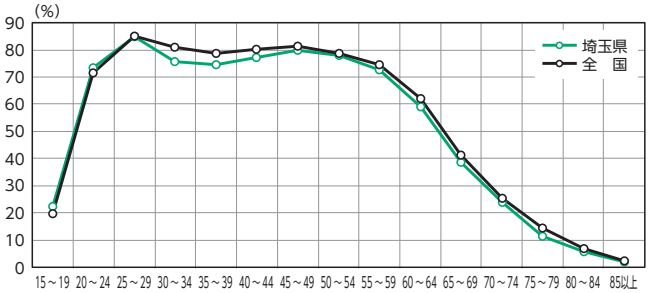
●女性有業率の推移（全国・埼玉県）



資料：総務省統計局「就業構造基本調査」

次に女性の年齢別の有業率をみると、全国では25～29歳のピークのあと、形状が台形に近くなっているのに対し、埼玉県においてはくぼみが深くなっている。水準も30～34歳以降は全国よりも低くなっており、働く者の比率が低いことがわかる。

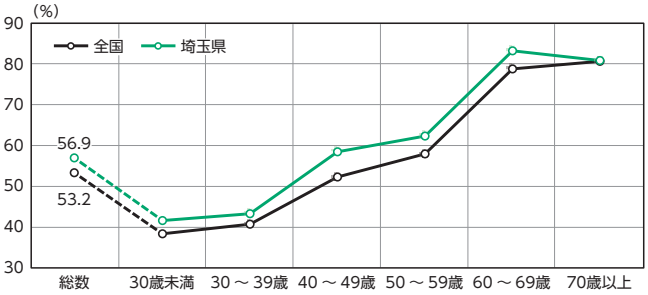
●女性の年齢別有業率（2022年）



資料：総務省統計局「就業構造基本調査」

次にM字カーブとL字カーブの差を形成する女性非正規雇用比率をみると、有業率では全国53.2%に対して埼玉県は53.0%とほぼ同じ水準であるのに対し、非正規雇用比率では全国53.2%に対して埼玉県56.9%とその差が3.7ポイントもあり、雇用者に占める非正規雇用者の比率が高くなっている。

●女性雇用者の非正規比率（2022年）

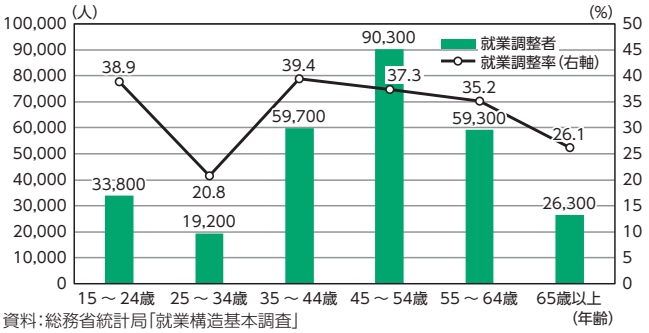


資料：総務省統計局「就業構造基本調査」

埼玉県の女性の非正規雇用比率56.9%は、滋賀県、三重県、奈良県、岐阜県についで全国第5位となっており、これらはいずれも三大都市圏となっている。大都市圏に居住し、非正規雇用で働く女性が多いようだ。東京圏においては、東京都の非正規雇用比率は45.4%と低くなっているが、千葉県・神奈川県はいずれも54.1%と、全国平均53.2%より高くなっている。

非正規雇用者で就業調整を行っている状況を年齢別にみると、35～44歳が39.4%と最も高く、45～54歳は37.3%、55～64歳が35.2%と低下していくものの、比率が高止まりしている。就業調整者数が最も多いのは45～54歳で約9万人、35～44歳、55～64歳がいずれも約6万人となっており、35～64歳で約21万人に及んでいる。

●埼玉県女性非正規雇用者の就業調整状況（2022年）



資料：総務省統計局「就業構造基本調査」

埼玉県の女性雇用の今後

埼玉県における、女性非正規雇用の35～64歳の

就業調整者21万人は、今後深刻化が予想される「人材・人手不足」のなかで、実質的に新たな労働力となる可能性を秘めている。

就業調整は、非正規社員の賃金が上昇してきたなかで、年収の壁を形成する各種の基準がそのまま据え置かれてきた影響があると思われる。全国のデータではあるが、毎月勤労統計調査で1993年から2022年までのパート社員の給与総額、総労働時間、時給換算額を見ると、時給換算額が1.35倍になっているのに対し、給与総額は1.09倍にしかなっておらず、総労働時間が0.81倍となっている。短時間勤務ができる体制が整ってきたという面もあるとは思われるが、時給換算額の上昇に対し、労働時間を減らして対応してきたことも推測され、「年収の壁」の存在がうかがえる。

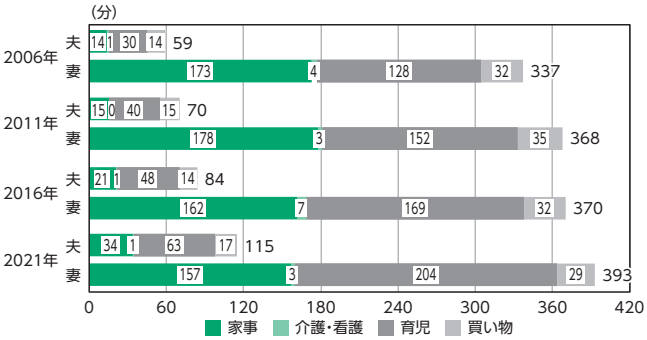
仮に、先ほど見た、埼玉県の35歳~64歳の女性非正規就業調整者21万人が、この間に減少した労働時間分働いたとすると、5万人分の労働力に相当する計算となる。

また、労働力調査によると、非正規雇用者の就業時間は正規雇用者の62.2%に留まっている。子育てや本人の健康面等の理由により、短時間勤務のできる非正規で働く者もいると思われるが、非正規雇用者の労働時間拡大の余地が残されていると思われる。

政府は昨年秋に「年収の壁・支援強化パッケージ」を打ち出したが、将来的には社会保障制度の全面的な見直しが行われることも予想される。仮に働く者が雇用形態にかかわらず、直接社会保険制度に加入することとなり、『扶養』に入ることの意味がなくなれば、就業調整する必要がなくなり、働きたい者が希望通り働くことができる。

そのためには、女性が働きやすい環境を官民で連携して整えたり、高度成長時代に見られた「男は仕事、女は家庭」という旧来の考え方を払拭する必要があると思われる。6歳未満のこどもをもつ共働き世帯の夫婦の家事関連時間（家事・育児等）についてみると、夫は増加傾向にはあるものの、2021年調査では、夫が週平均1日あたり115分であるのに対し、妻は393分と未だに3倍以上となっている。夫が家事関連時間を拡大するための制度拡充や、官民による家事サービスの提供拡大などが求められよう。

●6歳未満のこどもをもつ共働き世帯の夫・妻の家事関連時間の推移



資料：総務省統計局「社会生活基本調査」

企業にとっては社会保障制度の全面的な見直しが、企業経営上の負担につながってくるだろう。非正規雇用者に対する厚生年金の適用拡大は、足元でも従業員規模の大きい企業から順次進行中であるが、非正規雇用者本人の社会保険加入がさらに拡大すれば、企業の負担は増すことになる。深刻な人手不足で通常の業務運営ができずに収益機会を逃すか、社会保険の負担が増しても人を雇用して収益機会を求めるかの難しい判断が迫られてくるだろう。

さらに、女性非正規雇用者にとっては、社会保障制度の見直しで、就業調整を行う意味がなくなれば、非正規に留まる意味が薄れ、正社員への転換を希望する者も出てくると考えられる。

企業はこれらの負担が増すことに備え、従来以上に生産性の向上が必要となってくるだろう。埼玉県も企業の生産性を高めるため、埼玉県5か年計画において各種施策を推進している。この施策が功を奏し、埼玉県内企業が、女性人材が活躍できる経営基盤をさらに固め、「人材・人手不足」を克服して商品・サービス供給力を維持・拡大し、「日本一暮らしやすい埼玉」が継続することを期待したい。　（太田富雄）

アンケート調査

埼玉県内設備投資動向調査

2024年度に設備投資「計画有り」と回答した企業割合は7割

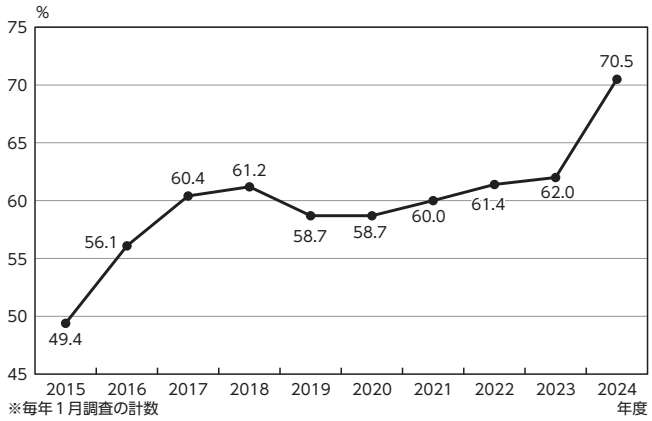
設備投資計画の有無

2024年度に設備投資の「計画有り」とした企業は、回答企業305社のうち215社で70.5%となり、前回調査を8.5ポイント上回った。昨年5月に新型コロナの感染法上の分類が5類へ移行したことなどにより経済活動が正常化に向かう中、2024年度に設備投資を計画している企業割合は7割を超える高い水準となり、県内企業の設備投資意欲は強いものとなっている。

業種別にみると、「計画有り」とした企業は、製造業が80.3%（前年比+4.2ポイント）、非製造業は63.5%（同+8.6ポイント）といずれも前年を上回り、設備投資意欲は両業種ともに強いものとなっている。

規模別にみると、「計画有り」は大企業が91.7%（前年比+8.4ポイント）、中小企業は68.7%（同+8.7ポイント）となった。前年調査と比べ大企業、中小企業ともに増加した。

●設備投資「計画有り」の企業割合の推移



※毎年１月調査の計数

設備投資計画額

2024年度の設備投資計画額は、当該企業の2023年度実績見込みに対して+5.9%となった。設備投資の「計画有り」とする企業割合が前年より増加するなか、「設備投資計画額」においても増加となり、2024年度の県内企業の設備投資は前年を上回ると見込まれる。

業種別にみると、製造業は前年度実績見込比+8.8%、非製造業は同+4.2%となり、両業種ともに増加した。

規模別にみると、大企業は前年度実績見込比+8.6%、中小企業は同+2.4%と、大企業、中小企業ともに前年を上回った。

●設備投資計画額

（単位:社、百万円、%）

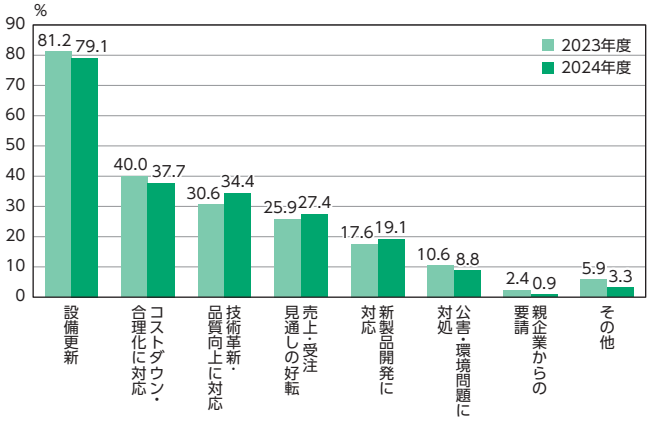
	回答企業数	2023年度実績見込み	2024年度計画	前年度比
全　産　業	237	65,846	69,733	5.9
製造業	102	24,386	26,528	8.8
非製造業	135	41,460	43,205	4.2
大企業	17	37,102	40,289	8.6
中小企業	220	28,744	29,444	2.4

設備投資理由

設備投資を行う理由は（複数回答）、「設備更新」（79.1%）が最も多く、以下「コストダウン・合理化に対応」（37.7%）、「技術革新・品質向上に対応」（34.4%）、「売上・受注見通しの好転」（27.4%）、「新製品開発に対応」（19.1%）などとなった。

例年同様に生産設備や建物などへの更新投資が最も多い傾向は変わらないものの、前年調査と比べ、「技術革新・品質向上に対応」（前年比+3.8ポイント）、「売上・受注見通しの好転」、「新製品開発に対応」（いずれも同+1.5ポイント）が増加し、「コストダウン・合理化に対応」（同▲2.3ポイント）、「設備更新」（同▲2.1ポイント）は減少した。

●設備投資理由



超の高い水準

業種別にみると、製造業は「設備更新」(79.4%)が最も多く、「コストダウン・合理化に対応」(45.1%)、「技術革新・品質向上に対応」(42.2%)と続き、非製造業も製造業と同様に「設備更新」(78.8%)、「コストダウン・合理化に対応」(31.0%)、「技術革新・品質向上に対応」(27.4%)の順となった。

前年調査に比べ製造業は「受注見通しの好転」(同+4.1ポイント)が、非製造業は「技術革新・品質向上に対応」(同+5.4ポイント)が増加した。

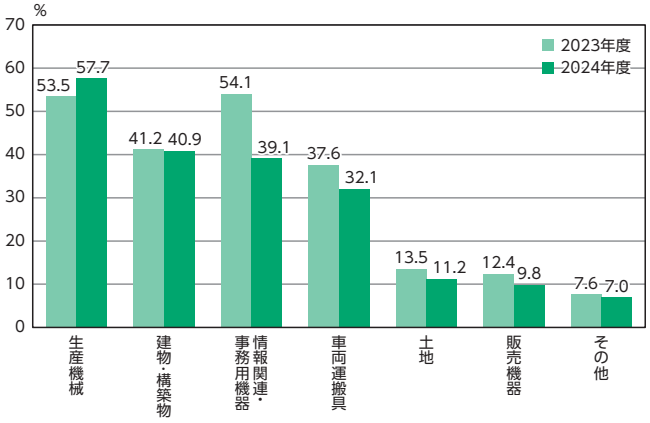
設備投資対象物件

設備投資の対象物件は(複数回答)、「生産機械」(57.7%)が最も多く、以下「建物・構築物」40.9%、「情報関連・事務用機器」(39.1%)、「車両運搬具」(32.1%)、「土地」(11.2%)、「販売機器」(9.8%)となった。

前年調査と比べ増加したのは「生産機械」(前年比+4.2ポイント)で、減少となったのは「情報関連・事務用機器」(同▲15.0ポイント)、「車両運搬具」(同▲5.5ポイント)などであった。

業種別にみると、製造業では「生産機械」(88.2%)が最も多く、「情報関連・事務用機器」(35.3%)、「建物・構築物」(28.4%)と続いた。非製造業では「建物・構築物」(52.2%)が最も多く、「車両運搬具」(46.9%)、「情報関連・事務用機器」(42.5%)と続いた。

●設備投資対象物件



前年調査と比べ製造業、非製造業ともに、「情報関連・事務用機器」(それぞれ同▲14.7ポイント、同▲14.5ポイント)が減少した。

設備投資を行わない理由

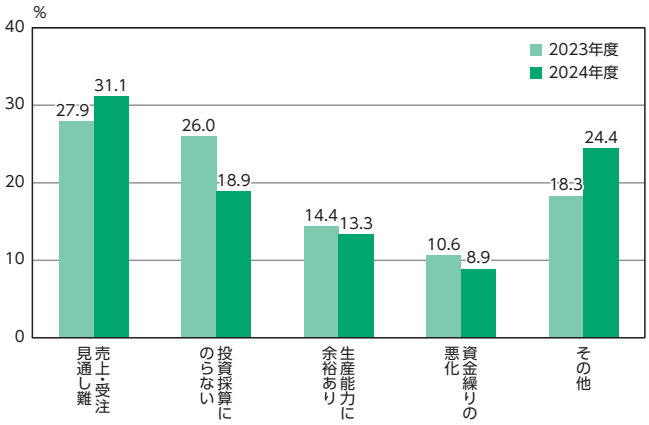
2024年度に設備投資を「計画していない」企業においてその理由(複数回答)で最も多かったのは、「売上・受注見通し難」(31.1%)で、以下「投資採算にのらない」(18.9%)、「生産能力に余裕あり」(13.3%)、「資金繰りの悪化」(8.9%)の順となった。

前年調査と比べ「売上・受注見通し難」(前年比+3.2ポイント)が増加し、「投資採算にのらない」(同▲7.1ポイント)が減少した。

業種別にみると、最も多かったのは製造業、非製造業ともに「売上・受注見通し難」(製造業36.0%、非製造業29.2%)であった。

前年調査との比較では、製造業は「生産能力に余裕あり」(前年比+6.4ポイント)が増加し、「資金繰りの悪化」(同▲14.2ポイント)、「売上・受注見通し難」(同▲9.5ポイント)が減少した。非製造業では「売上・受注見通し難」(同+6.0ポイント)が増加し、「投資採算にのらない」(同▲9.5ポイント)が減少した。　(辻　和)

●設備投資を行わない理由



2024年1月実施。対象企業数1,017社、回答企業数305社、回答率30.0%。

県内経済の動き

概況　埼玉県の景気は緩やかに持ち直している

景気動向指数　足踏みを示している

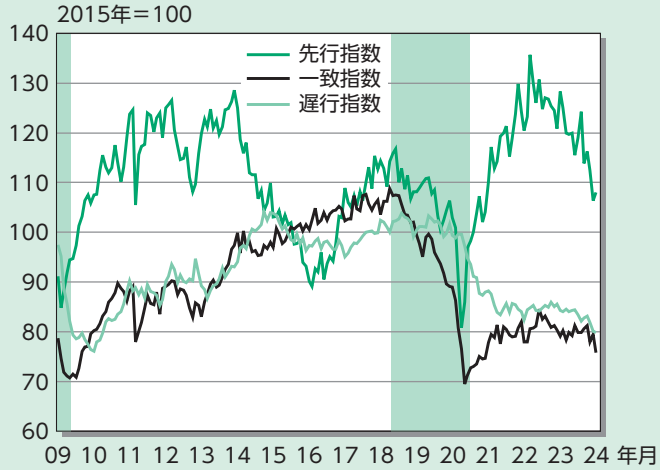
1月暫定値のCI（コンポジット・インデックス）は、先行指数:108.0（前月比+1.6ポイント）、一致指数:75.8（同▲3.7ポイント）、遅行指数：79.9（同▲0.2ポイント）となった。

先行指数は3カ月ぶりの上昇となった。

一致指数は2カ月ぶりの下降となった。基調判断となる3カ月後方移動平均は、前月比▲1.80ポイントと、3カ月連続の下降となった。埼玉県は景気の基調判断を、「改善を示している」から「足踏みを示している」に下方修正した。

遅行指数は3カ月連続の下降となった。

景気動向指数の推移



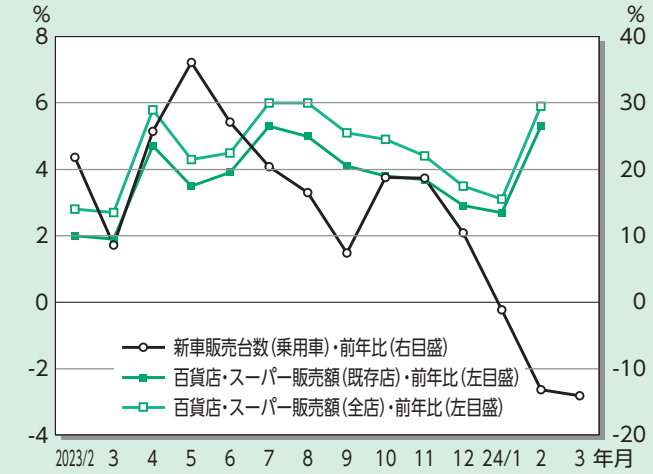
資料:埼玉県　（注）網掛け部分は埼玉県の景気後退期。

個人消費　百貨店・スーパー販売額は17カ月連続で増加

2月の百貨店・スーパー販売額は1,097億円、前年比+5.3%（既存店）と17カ月連続で増加した。業態別では、百貨店（同▲0.8%）は減少したが、スーパー（同+6.0%）は増加した。新設店を含む全店ベースの販売額は同+5.9%と21カ月連続で増加した。

3月の新車販売台数（乗用車）は14,216台、前年比▲14.1%と3カ月連続で減少した。車種別では普通乗用車が10,219台（同▲5.2%）、小型乗用車は3,997台（同▲30.8%）だった。

個人消費の推移



資料:経済産業省、日本自動車販売協会連合会

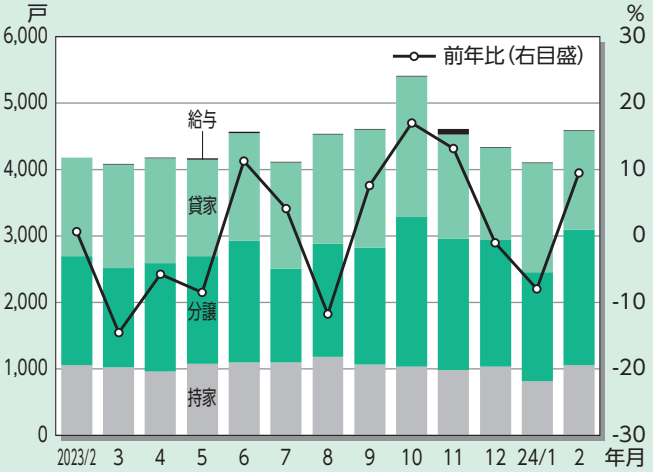
住宅　3カ月ぶりに前年を上回る

2月の新設住宅着工戸数は4,583戸となり、前年比+9.5%と3カ月ぶりに前年を上回った。

利用関係別にみると、持家が1,055戸（前年比▲0.4%）と24カ月連続で、貸家が1,479戸（同▲0.3%）と2カ月ぶりに減少したものの、分譲が2,045戸（同+24.5%）と2カ月ぶりに増加した。

分譲住宅は、戸建てが1,177戸（同▲9.4%）と2カ月連続で減少したものの、マンションが868戸（同+161.4%）と2カ月ぶりに増加した。

新設住宅着工戸数の推移



資料:国土交通省

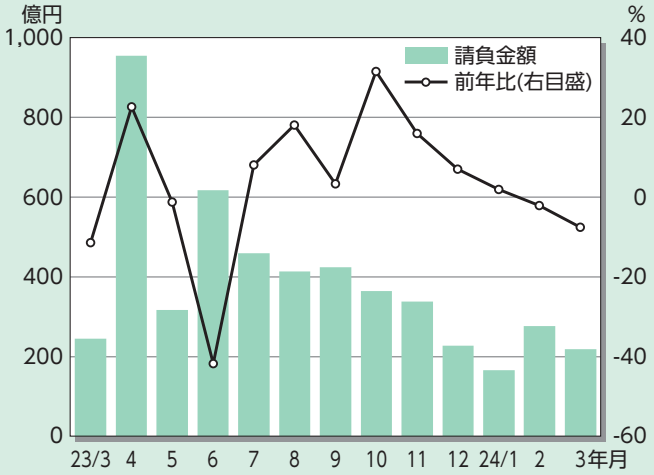
公共工事　2カ月連続で前年を下回る

3月の公共工事請負金額は224億円、前年比▲8.8%と2カ月連続で前年を下回った。2023年4月～2024年3月の累計も、同▲0.7%と前年を下回っている。

発注者別では、国（同+40.6%）と市町村（同+23.6%）、独立行政法人等（同+160.7%）が増加したが、県（同▲42.8%）が減少した。

なお、3月の請負件数も231件（同▲22.0%）と前年を下回っている。

公共工事請負金額の推移



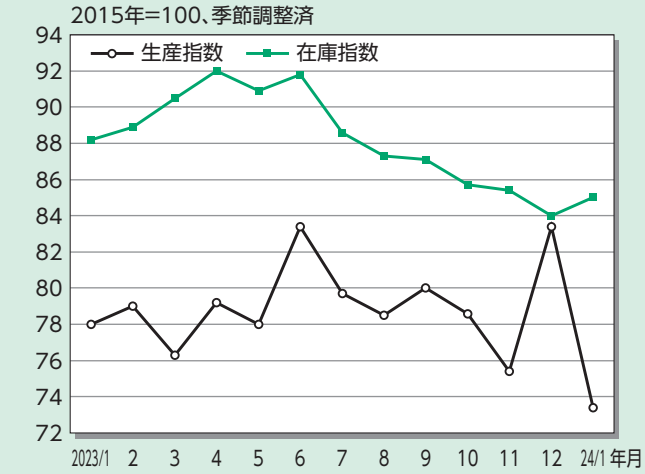
資料:東日本建設業保証㈱

生 産　2カ月ぶりに減少

1月の鉱工業指数をみると、生産指数は73.4、前月比▲12.0%と2カ月ぶりに減少した。業種別では、繊維、プラスチック製品の2業種が増加したものの、化学、輸送機械、汎用機械など21業種が減少した。

在庫指数は85.0、前月比+1.2%と7カ月ぶりに増加した。業種別では、プラスチック製品、パルプ・紙・紙加工品、鉄鋼など6業種が増加したものの、電子部品・デバイス、化学、情報通信機械など13業種が減少した。

鉱工業指数の推移



資料:埼玉県

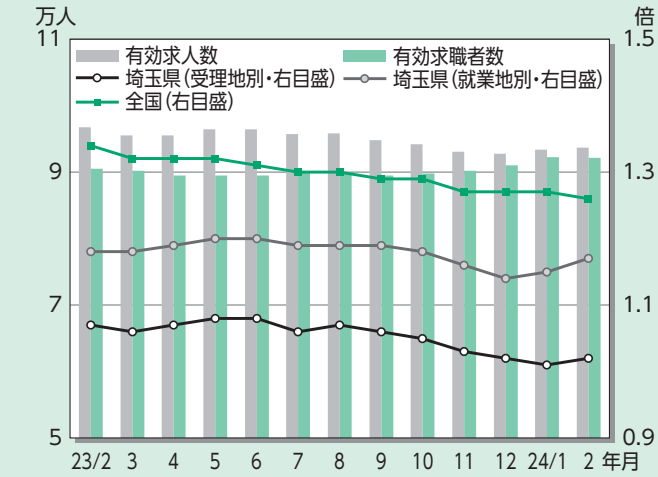
雇 用　有効求人倍率は前月から上昇

2月の受理地別有効求人倍率は、前月から0.01ポイント上昇の1.02倍となった。

有効求職者数が92,134人（前月比▲0.1%）と、5カ月ぶりに前月を下回るなか、有効求人数は93,708人（同+0.4%）と2カ月連続で前月を上回った。新規求人倍率は、前月から0.11ポイント上昇の1.98倍となっている。

なお、2月の就業地別有効求人倍率は、前月から0.02ポイント上昇の1.17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(%)
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
2023年	79.1	▲ 5.4	103.9	▲ 1.3	85.7	1.8	100.7	▲ 0.5	1,974	▲ 19.6	43,448	▲ 8.0
23年 1月	78.0	▲ 5.0	101.1	▲ 3.6	88.2	6.9	102.8	▲ 0.3	267	137.5	3,898	20.4
2月	79.0	1.3	104.5	3.4	88.9	0.8	103.4	0.6	158	▲ 1.0	3,570	▲ 3.8
3月	76.3	▲ 3.4	104.9	0.4	90.5	1.8	103.6	0.2	131	▲ 2.6	2,803	▲ 22.7
4月	79.2	3.8	105.2	0.3	92.0	1.7	104.9	1.3	215	▲ 24.5	4,804	▲ 1.3
5月	78.0	▲ 1.5	104.1	▲ 1.0	90.9	▲ 1.2	105.5	0.6	149	▲ 31.3	3,254	▲ 17.0
6月	83.4	6.9	105.0	0.9	91.8	1.0	105.5	0.0	239	▲ 3.3	3,148	▲ 34.2
7月	79.7	▲ 4.4	103.5	▲ 1.4	88.6	▲ 3.5	105.7	0.2	78	▲ 68.0	3,612	▲ 27.5
8月	78.5	▲ 1.5	103.1	▲ 0.4	87.3	▲ 1.5	104.5	▲ 1.1	223	▲ 45.0	3,523	▲ 11.5
9月	80.0	1.9	103.2	0.1	87.1	▲ 0.2	103.6	▲ 0.9	161	▲ 24.9	3,617	0.8
10月	78.6	▲ 1.8	104.4	1.2	85.7	▲ 1.6	103.6	0.0	173	51.2	4,622	28.4
11月	75.4	▲ 4.1	103.8	▲ 0.6	85.4	▲ 0.4	103.6	0.0	96	▲ 35.7	3,170	▲ 9.8
12月	83.4	10.6	105.0	1.2	84.0	▲ 1.6	102.7	▲ 0.9	85	▲ 50.8	3,426	1.0
24年 1月	73.4	▲ 12.0	98.0	▲ 6.7	85.0	1.2	101.0	▲ 1.7	138	▲ 48.2	3,269	▲ 16.1
2月			97.4	▲ 0.6			101.6	0.6	117	▲ 25.9	3,105	▲ 13.0
3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(%)
2020年	48,039	▲ 5.2	815,340	▲ 9.9	12.3	▲ 19.4	13.4	▲ 19.8	100.0	0.7	100.0	1.1
2021年	50,154	4.4	856,484	5.0	13.4	9.1	15.3	14.7	98.6	▲ 1.5	100.3	0.3
2022年	52,138	4.0	859,529	0.4	15.0	11.8	16.0	4.3	98.7	0.1	99.7	▲ 0.6
2023年	53,228	2.1	819,623	▲ 4.6	15.4	2.3	15.2	▲ 5.3	98.9	0.2	100.4	0.8
23年 1月	4,448	21.1	63,604	6.6	14.2	0.0	14.5	▲ 6.5	98.9	0.5	99.8	0.6
2月	4,185	0.6	64,426	▲ 0.3	15.6	3.9	15.6	▲ 6.1	98.4	▲ 0.5	99.6	0.6
3月	4,081	▲ 14.6	73,693	▲ 3.2	15.9	0.0	15.8	▲ 6.0	98.0	▲ 0.3	98.8	0.6
4月	4,169	▲ 5.7	67,250	▲ 11.9	16.2	0.6	15.5	▲ 7.1	98.5	0.0	100.5	0.7
5月	4,172	▲ 8.5	69,561	3.5	14.6	6.6	14.1	▲ 2.1	98.9	0.2	100.7	0.8
6月	4,570	11.3	71,015	▲ 4.8	14.6	0.7	14.9	▲ 3.2	99.4	0.5	100.7	0.6
7月	4,107	4.1	68,151	▲ 6.7	14.9	▲ 0.7	15.2	▲ 5.6	99.3	0.4	100.8	0.7
8月	4,535	▲ 11.8	70,389	▲ 9.4	14.2	2.1	14.2	▲ 5.9	98.2	▲ 0.4	100.6	0.7
9月	4,609	7.6	68,941	▲ 6.8	15.0	2.1	15.2	▲ 5.6	99.0	0.6	100.6	0.8
10月	5,409	17.0	71,769	▲ 6.3	16.1	2.6	15.7	▲ 4.8	99.5	0.9	100.6	0.8
11月	4,611	13.2	66,238	▲ 8.5	16.2	4.5	15.9	▲ 4.2	99.2	0.5	100.9	1.0
12月	4,332	▲ 1.1	64,586	▲ 4.0	16.7	5.7	15.5	▲ 6.0	99.5	0.4	101.0	1.1
24年 1月	4,093	▲ 8.0	58,849	▲ 7.5			13.5	▲ 6.9			100.7	0.9
2月	4,583	9.5	59,162	▲ 8.2			P14.6	P▲ 6.4			P100.6	P1.0
3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(%)
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
2023年	1.06	1.31	32,370	▲ 0.3	867	0.1	14,023	3.6	216,049	4.2
23年 1月	1.07	1.35	34,686	5.1	939	4.2	1,123	2.3	17,674	4.9
2月	1.07	1.34	33,839	5.7	926	10.4	1,036	2.0	15,820	4.7
3月	1.06	1.32	30,527	▲ 3.8	898	0.7	1,157	1.9	17,670	3.2
4月	1.07	1.32	31,640	1.9	841	▲ 0.9	1,119	4.7	17,095	4.8
5月	1.08	1.32	32,771	7.2	834	3.8	1,154	3.5	17,436	3.4
6月	1.08	1.31	31,218	▲ 4.1	874	▲ 2.1	1,133	3.9	17,461	4.1
7月	1.06	1.30	30,534	▲ 1.4	833	▲ 2.5	1,212	5.3	18,741	5.5
8月	1.07	1.30	34,370	5.4	847	1.0	1,173	5.0	17,859	6.0
9月	1.06	1.29	31,033	▲ 8.6	858	▲ 3.4	1,129	4.1	17,085	4.5
10月	1.05	1.29	34,450	▲ 1.8	909	▲ 1.8	1,176	3.8	17,999	3.6
11月	1.03	1.27	32,322	▲ 1.7	824	▲ 4.8	1,170	3.7	18,363	4.2
12月	1.02	1.27	31,051	▲ 6.8	821	▲ 3.3	1,440	2.9	22,846	2.5
24年 1月	1.01	1.27	32,969	▲ 5.0	911	▲ 3.0	1,157	2.7	18,264	3.3
2月	1.02	1.26	33,610	▲ 0.7	893	▲ 3.6	1,097	5.3	17,021	7.2
3月										
資料出所	埼玉労働局	厚生労働省	埼玉労働局		厚生労働省		経済産業省			

●百貨店・スーパー販売額の前年比は既存店ベース

	新車販売(乗用車)台数				企業倒産				消費者物価指数			
	埼玉県		全国		埼玉県		全国		埼玉県		全国	
	台	前年比(%)	台	前年比(%)	件数(件)	負債額(百万円)	件数(件)	負債額(百万円)	2020年=100	前年比(%)	2020年=100	前年比(%)
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	104.9	3.0	105.6	3.2
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	105.9	2.2	106.8	2.6
24年 1月	10,838	▲ 1.2	193,162	▲ 4.5	28	3,716	701	79,123	105.9	1.9	106.9	2.2
2月	11,069	▲ 13.2	202,640	▲ 14.4	28	3,082	712	139,596	106.0	2.5	106.9	2.8
3月	14,216	▲ 14.1	268,843	▲ 18.6	37	9,665	906	142,252				
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			

Town Scape
タウンスケープ

久喜市

人が笑顔　街が元気　自然が豊か
久しく喜び合う住みやすいまち　久喜

久喜市長　梅田 修一氏

市長のメッセージ

久喜市は、平成22年3月に1市3町の合併により誕生してから14年が経過し、埼玉県東北部の中心都市として発展してまいりました。

本市では、今後10年間の本市が進むべき方向性として、まちの将来像を『人が笑顔　街が元気　自然が豊か　久しく喜び合う住みやすいまち　久喜』と定め、SDGsの理念を踏まえたまちづくりを推進しております。

今後も、こどもからお年寄りまで、あらゆる世代が「ずっと久喜市に住み続けたい」と感じていただけるような、持続可能で魅力あるまちづくりを市民の皆様との協働・共創により進めてまいります。

はじめに

久喜市は、関東平野のほぼ中央にあたる埼玉県東北部に位置し、都心から50㎞圏内にある。加須市、鴻巣市、白岡市のほか、茨城県の2市町を含め10市町と隣接している。

東北自動車道、国道4号及び国道122号が市内を南北方向に縦断し、東西方向に圏央道、国道125号が横断している。鉄道は、JR宇都宮線、東武伊勢崎線、東武日光線の3路線が通り、市内に5つの駅を有している。県東北部における道路や鉄道の結節点となっており、交通の利便性は極めて高い。

都心へのアクセスが良い一方で、豊かな自然にも恵まれている。四季を通じ色とりどりの花が咲き誇り、5月下旬から6月下旬にかけては、菖蒲行政センター周辺でラベンダーが見頃を迎える（表紙写真）。

また、日比谷公園や大宮公園をはじめ数多くの公園の設計に携わり、「日本の公園の父」と呼ばれる本多静六博士の生誕地としても有名である。

「BRIDGE LIFE Platform構想」の戸建街区の街並み

「BRIDGE LIFE Platform構想」がグッドデザイン賞を受賞

東武日光線・南栗橋駅の南西500mほどに位置する南栗橋8丁目及びその周辺地区では、産官学連携による次世代型のまちづくりプロジェクト「BRIDGE LIFE Platform構想」が進められている。本プロジェクトには、久喜市、東武鉄道、トヨタホーム、イオンリテール、早稲田大学大学院小野田研究室の5者が参画しており、令和4年5月に街びらきが行われた。

総面積約16.7haの地区内は、4つの街区で構成されている。戸建街区では、先進技術を取り入れたスマートタウンが整備され、全172戸の住宅建設が進んでいる。商業街区では、スーパーマーケットなどの商業施設2棟がオープン。生活利便街区では、保育園や有料老人ホーム等が開所した。既存の遊歩道・公園は、市による改修工事が進行中である。

ハード面に加えソフト面でも新たな取組が行われている。「自動配送ロボット」や人がゴミに触れることなくゴミを集める「非接触ゴミ収集ロボット」の実証実験をはじめ、地元企業との協業による先進的な暮らしの実現にも取り組んでいる。

本プロジェクトは、令和5年10月、2023年度グッドデザイン賞を受賞した。産官学の5者がそれぞれの強みを生かしながら、環境配慮型・次世代型のスマートタウンを実現し、人口減少や高齢化といった課題の解決に取り組んだことが評価につながった。

今後も、企業と連携して新たな取組を実施するなど、本プロジェクトはさらに進化を続けていくことが期待される。

久喜市概要

人口(2024年4月1日現在)	150,756人
世帯数(同上)	69,435世帯
平均年齢(2024年1月1日現在)	49.6歳
面積	82.41㎢
製造業事業所数(経済構造実態調査)	254所
製造品出荷額等(同上)	5,157.9億円
卸・小売業事業所数(経済センサス)	992店
商品販売額(同上)	3,487.0億円
公共下水道普及率	70.1%
舗装率	73.6%

資料:「令和5年埼玉県統計年鑑」ほか

主な交通機関

- JR宇都宮線　久喜駅、東鷲宮駅、栗橋駅
  東武伊勢崎線　久喜駅、鷲宮駅
  東武日光線　栗橋駅、南栗橋駅
- 東北自動車道　久喜ICから市役所まで約2km
  圏央道　白岡菖蒲ICから市役所まで約6km

2年連続でスポーツ庁「スポまち表彰」を受賞

市はスポーツ振興に力を入れている。令和2年に「健幸(けんこう)・スポーツ都市」を宣言し、令和4年には第2期久喜市スポーツ推進計画を策定した。運動やスポーツを通じて健康寿命を延伸し、「いつでも・どこでも・だれでも・いつまでも」スポーツに親しめる「生涯スポーツ推進のまち」を目指している。

市内では様々なイベントが開催され、9回目を迎えた「久喜マラソン大会」では、市内外から多くのランナーが参加した。主に小学生を対象にした「綱引大会」、ニュースポーツにスポットを当てた「スポーツ体験会」、「くき健康ウォーク」など、多くの市民が参加しスポーツに親しんでいる。

市内外から多くのランナーが参加した「第9回マラソン大会」のポスター

企業、プロチーム等と連携したイベントも実施されている。3人制バスケ「3X3(スリーエックススリー)」の大会「第2回3X3 KUKI HIGH SCHOOL CHAMPIONSHIPS」が開催され、市内5つの高校によるトーナメント大会のほか、久喜市をホームタウンとするプロチーム・埼玉ワイルドベアーズと東京ダイムのエキシビジョンマッチなど、熱い戦いが繰り広げられた。最先端のデジタルスポーツマシンを活用したフレイル予防イベントなども行われている。

こうした取組により、久喜市はスポーツ庁の「スポーツ・健康まちづくり優良自治体表彰」を2年連続で受賞した。県内自治体では初めての受賞である。

今後は、様々なスポーツに取り組みやすい環境を整えるため、総合運動公園を改修し、3X3バスケコートやスケートボード場などを整備する計画である。

「日本ICT教育アワード」経済産業大臣賞を受賞

久喜市はICT教育先進自治体としてトップクラスの学校教育を推進している。日本ICT教育アワードを2年連続で受賞し、令和5年度は「経済産業大臣賞」に輝いたほか、教育DXに積極的に取り組む自治体として「教育DX推進自治体表彰2023」も受賞した。

「『久喜市版未来の教室』の実現に向けて」をICT教育の柱に据え、「時間・距離に制約されないオンライン教育の実施」「一人ひとりに合わせた個別最適な学びの提供」など「久喜市版未来の教室4+1(フォープラスワン)」のコンセプトに基づく取組を進めている。

家庭学習やテスト結果等を記録する「学びログ」を活用し、自ら学びを分析し自己調整することができる児童の育成を目指す取組や、オンライン上の教室「久喜市共同オンライン分教室KDX」の設置、アバターが参加するメタバースを活用した不登校支援等、誰一人取り残さない教育を実現する取組にも力を入れている。今後も、「未来を拓く力」を育む最先端の教育を推進していく。　(樋口広治)

市町村経済データ

住宅地平均価格および平均変動率（地価公示）

（2024年1月1日現在）

市町村名	平均価格（円/㎡）	平均変動率（%）
さいたま市	229,500	2.7
川越市	143,700	2.5
熊谷市	54,400	0.4
川口市	238,700	5.3
行田市	33,300	▲ 0.6
秩父市	54,200	0.0
所沢市	182,500	2.6
飯能市	88,100	0.9
加須市	33,400	▲ 0.4
本庄市	41,100	▲ 0.2
東松山市	57,300	0.3
春日部市	87,900	0.8
狭山市	106,800	0.9
羽生市	27,500	▲ 0.4
鴻巣市	66,500	0.3
深谷市	44,100	0.3
上尾市	118,800	1.8
草加市	147,300	4.0
越谷市	140,400	3.0
蕨市	289,500	6.0
戸田市	277,200	5.9
入間市	103,700	1.2
朝霞市	258,800	3.9
志木市	248,300	2.8
和光市	281,000	3.8
新座市	209,700	2.5
桶川市	94,700	1.2
久喜市	59,800	0.0
北本市	87,400	1.0
八潮市	133,000	3.3
富士見市	181,100	3.1
三郷市	114,800	2.1
蓮田市	91,200	0.9
坂戸市	90,800	1.0
幸手市	46,800	▲ 0.3
鶴ヶ島市	97,300	2.0
日高市	49,300	0.2
吉川市	91,400	0.9
ふじみ野市	195,800	3.2
白岡市	83,000	0.3
伊奈町	84,600	0.0
三芳町	148,700	3.2
毛呂山町	37,000	0.1
越生町	23,900	▲ 0.5
滑川町	53,200	▲ 0.1
嵐山町	36,800	▲ 0.2
小川町	25,600	▲ 0.6
川島町	34,400	▲ 1.1
吉見町	28,600	▲ 0.2
鳩山町	30,200	▲ 0.8
ときがわ町	17,300	▲ 1.5
横瀬町	31,900	▲ 0.5
皆野町	30,900	▲ 0.6
長瀞町		
小鹿野町	22,300	▲ 1.2
東秩父村		
美里町	15,100	▲ 0.4
神川町	13,700	▲ 0.8
上里町	35,500	0.0
寄居町	37,400	0.0
宮代町	58,400	0.5
杉戸町	55,000	▲ 0.1
松伏町	61,300	0.8
市町村計	139,800	2.0

資料:埼玉県「令和6年 地価公示のあらまし」
（注1）空欄は調査地点のないもの
（注2）新規･選定替地点及び前年休止地点は、平均価格には含まれているが、平均変動率には含まれていない
（注3）平均変動率は、継続地点の変動率を単純平均したもので、平均価格の変動率ではない

埼玉りそな経済情報 2024年5月号
2024年5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/

ミックス 紙｜責任ある森林管理を支えています FSC® C020495
VEGETABLE OIL INK