

埼玉りそな 経済情報

1

月号

January 2025

No.253

1

彩論

埼玉県信用保証協会 会長 **砂川 裕紀氏**
—— 中小企業者の挑戦が実を結ぶ万全の支援を

2

ズームアップ

株式会社荻野商店

5

経営者セミナー

2025年内外経済・市場動向

大和証券株式会社 エクイティ調査部 チーフエコノミスト **末廣 徹氏**

11

調査

埼玉県経済の現状と先行き

—— 埼玉県の景気は緩やかな持ち直しが続く

15

アンケート調査

人的資本経営に関する取り組みについて

—— 人的資本経営の内容について、7割以上の県内企業が「理解している」と回答

17

県内経済の動き

19

月次経済指標

21

タウンスケープ 熊谷市

—— 子どもたちの笑顔があふれるまち 熊谷

裏表紙

市町村経済データ



埼玉りそな銀行

RESONA

公益財団法人

企画
編集

埼玉りそな産業経済振興財団



星川イルミネーション(熊谷市)

中小企業者の挑戦が実を結ぶ 万全の支援を

埼玉県信用保証協会 会長
砂川 裕紀氏



明けましておめでとうございます。

昨年は日経平均株価の史上最高値更新や、訪日外国人観光客の増加など、日本経済にとって明るい話題が見え始め、経済環境は好転していく「変化」を感じた一方で、中小企業者の経営課題は物価高騰や人手不足といった新たな課題に「変化」してきた一年でした。

当協会にとっても昨年は「変化」の一年となり、「信用保証協会向けの総合的な監督指針」が金融庁・中小企業庁により改正されたことで、中小企業支援における信用保証協会の役割への期待と「変化」する中小企業者の課題への対応が示されました。改正指針では、中小企業者の課題解決に向けて、信用保証協会が主体的に経営支援に取り組み、効果的な支援ができていくか検証していくように明記されています。また、「経営者保証に依存しない融資慣行の浸透・定着」も盛り込まれ、創業時から事業再生・事業承継までの各場面において、中小企業者の挑戦を資金調達の面から支援していくよう求められており、信用保証協会が果たす役割は大きくなっています。

そして迎えた本年、当協会は「変化」に対する中小企業者の挑戦を後押しすべく、「持続的成長支援」、「関係機関との連携強化」の二つの施策に力を入れてまいります。

まず、一つ目の「持続的成長支援」についてです。中小企業庁は支援施策として、ロボットやIoTといった自動化技術を導入した省力化により人手不足を克服していく方策を示しているほか、DX・GXの活用や事業再構築などの成長促進策を示しております。

そこで当協会は金融面において、中小企業者の

成長意欲や事業の成長性を踏まえた事業性融資を「保証」という点から支えることで、中小企業者の資金需要に応え、その成長に向けた挑戦を持続的に支援してまいります。

また、事業経営の面では、早期の経営改善を促す取り組みとして、保証審査の段階から経営支援が必要と思われる中小企業者に対して経営支援を提案しているほか、実際の支援の場面では中小企業者との対話を通じて個社ごとの実情と経営課題を把握し、最適と考えられる改善策の提案も行っております。こうした早期かつ適切な支援を継続するとともに、中小企業者と改善意欲を共有し、提案した改善策が確実に実行されて収益改善に繋がるよう、金融機関と連携しながら伴走支援に取り組んでまいります。

次に、二つ目の「関係機関との連携強化」についてです。中小企業者の経営課題は多様化しており、各支援機関が単独で課題解決するのは難しくなっています。そこで当協会が地域の支援機関同士を繋ぐハブ機関として、金融機関をはじめとする関係機関との連携の起点となり、地域一体となって支援していく体制の強化を推し進めてまいります。昨年は、中小企業活性化協議会と個別企業の支援策について事前協議を実施したほか、金融機関・商工団体の職員との間で情報交換会や勉強会を実施しました。引き続き緊密な連携を図るよう、取り組んでまいります。

今年の干支「巳」は「実」にかけて「実を結ぶ」年と言われています。事業環境の変化が激しい中において、県内中小企業者の皆さまの「変化」に対応する挑戦が「実を結ぶ」一年となるよう、全力を尽くしてまいります。

日本茶卸売業と返礼品ギフト業で持続的な成長を実現。 新たにEC事業で和紅茶シリーズをヒットさせ、新市場を開拓

埼玉を中心とした関東圏を商圈に、日本茶卸売業と冠婚葬祭等返礼品ギフト業の2本の柱で成長を続けている荻野商店。さらにEC事業で和紅茶（フルーツティー等）を取り扱い、人気を集めている。創業から66年という長い歴史を持つ同社。2代目から3代目へと次の世代に引き継ぐ準備が着々と進められている。



代表取締役社長 荻野 真仁氏

- 代 表 者 代表取締役社長 荻野 真仁
- 創 業 昭和33年3月
- 設 立 昭和49年10月
- 資 本 金 2,700万円
- 従業員数 42名
- 事業内容 緑茶・日本茶・中国茶・健康茶他茶類全般の卸・販売、海苔・茶器・茶関連他ギフト等の卸・販売
- 所 在 地 〒369-1203 埼玉県大里郡寄居町大字寄居1625
TEL 048-581-8000 FAX 048-581-1567
- U R L <https://www.ochaogino.co.jp/>

株式会社荻野商店は埼玉をはじめ静岡、鹿児島等国内の茶所から厳選された日本茶を仕入れ、小売店に販売するお茶の卸売を行う。同社は埼玉を中心とした関東圏を商圈に大手スーパーマーケットや総合スーパー、日本茶専門店など約500社もの卸先を持つ。さらに冠婚葬祭等返礼品の卸売も手がけており、この2本の柱でバランス良く成長を続ける。

「売り上げの半分程度を返礼品などのギフト事業が占めています。日本茶や海苔、調味料やコーヒー、洋菓子などを箱詰めして、ギフトショップさまや互助会さま、葬儀社さまなどに商品を卸しています」（荻野真仁社長）

同社は、主軸のお茶の卸売業とギフト事業に加え、新たにECによる販売チャネルを開拓。“和紅茶”シリーズを次々と開発し、人気を集めている。

➔ 小売店への卸売から返礼品事業へ業容拡大

同社は昭和33(1958)年、荻野社長の父・荻野 旺^{まさる}氏が創業した。当時、旺氏の兄が静岡で製茶工場を営んでいたこともあり、そこから茶葉を加工した“製

茶”を仕入れて卸売業をスタートさせた。しかし、すでに市場には日本茶の卸売企業が多数存在しており、後発だった同社は、卸売先の日本茶店を開拓するのに苦戦を強いられた。

「お茶は長い歴史がある商品ですから、ほとんどのお茶屋さんにはすでに業者が入っている状態。当社は新規参入だったので大変だったようです。自転車の荷台に茶箱を縛って売り歩いたと聞いています」

そこで、旺氏は戦略を変えることにした。お茶を販売していない商店を回ることにしたのだ。それは、湿気やにおいを嫌うお茶製品とは相いれないカテゴリー——青果店や鮮魚店、精肉店等であった。旺氏の営業に最初は戸惑う青果店や鮮魚店も多かったが、徐々に卸売先は増えていき、販路が開けていった。実は、この戦略が功を奏することになる。

昭和40年代に入ると、小売りの業態が変化し始める。地域の青果店や鮮魚店が徐々に個人商店からスーパーマーケットへと店の形を変えていったのだ。同社はすでに個人商店時代から取引があったため、優先的に日本茶を卸すことができ、そこから一気に売り上げが伸びていった。

その後旺氏は、「多くの家庭で愛飲されている、生活の必需品であるお茶なら贈られても喜ばれ、ギフトに最適だろう」と考え、当時はまだ珍しいお茶のギフト販売に向けた事業を始める。今では葬儀返礼品の定番となっているお茶だが、昭和40年代は砂糖や一升瓶の清酒等が返礼品の主流であった。

そして「もらってうれしいギフトにするためには、味にこだわらなければ」と、さまざまなお茶を仕入れ、味を見極めていった。こうして出会ったのが“深蒸し茶”だった。

➔ 深蒸し茶が喜ばれ、事業は急成長

深蒸し茶は、普通の煎茶よりも長い時間をかけて茶葉を蒸して作ったもの。甘みがあって水色が濃く、まろやかな味わいが特徴だ。さらに、長時間蒸された茶葉が粉状になってお茶の成分となるため、水に溶けない栄養分も摂取できるといわれている。

旺氏は、ギフト用のお茶の種類を深蒸し茶と決め、早速パンフレットを作って結婚式場や葬儀会社に営業に行った。そこで旺氏の話に耳を傾け、深く聞き入ったのが葬儀会社であった。しばらくして葬儀会社から返礼品の注文が入り、納品すると、「おいしいお茶」「軽くて持ち帰りやすい」「もらってうれしい」と口コミで広がり、少しずつ受注が増え、売り上げが伸びていった。こうしてギフト事業は同社の2本目の柱へと育っていったのだ。

旺氏が追求した濃緑色で甘みとコクのある味わいのお茶は、現在ギフト用、卸売用ともに同社のお茶の特徴となっており、2代目である真仁社長にも受け継がれている。

「渋みがなく甘みがある深蒸し茶、これが当社の基準です。これに合うものを製茶会社さんに作ってもらい、私がここ（消費地）で飲んで品質を確かめて仕入れています。産地に出向いて仕入れるケースもありますが、お茶の場合、水で味が変わるので、消費地の水で試飲するというのを基本としています」

➔ ギフト事業を時代に沿ったものに深化

荻野社長は大学卒業後、同社に入社した。

「もともと父のあとを継ぐものだと思っていましたから、他社に就職することなく卒業後すぐに入社しました。入社後はまず、取引実績のある既存顧客に営業を行うルートセールスを任されました」

そしてその後、先代社長が築いたギフト事業を時代に沿うものへと深化させていった。同社が業界に先駆



（左）本社外観、（右）全国茶品評会最優秀産地賞受賞「掛川茶」



ECサイトで人気の和紅茶シリーズ

けて取り組んだ、お茶の詰め合わせの返礼品ギフト——それを食用油や和風だしの素、しょう油などの調味料セットや、人気レストランのスープセット、ドリップコーヒーセット、コーヒーと焼き菓子のセット、レトルトカレーと紅茶・コーヒーのセット等、バラエティーに富んだラインアップに展開していった。今では返礼品でまとまった数を動かしている同社のもとに、焼き菓子メーカーや食品メーカーからの売り込みも多いという。

「例えば、葬儀の返礼品にどういうものを組み合わせてセットしたらいいか、パッケージや商品開発なども私が行っています。ギフト会社さまや葬儀会社さまから先方のニーズや価格帯などをお聞きして、それに応

じた最適な組み合わせの提案を行い、当社でセットして自社配送でお届けします。そうした細やかなサービスがお客さまに喜ばれているのではないのでしょうか」

葬儀において用意した個数で不足が出そうな場合は、葬儀会社から連絡が入り、自社で持つ製品を即座に詰め合わせて配送する。この迅速な対応によって参列者に失礼がなく、厳かにセレモニーが進行できると葬儀会社から高い評価を得ている。

こうして埼玉県を中心にギフト事業を大きく発展さ



(左)「寄居蜜柑ギフト」、(右)「寄居蜜柑ジュース・ジャムセット」



(左)「寄居七味」、(中・右)「寄居蜜柑バウムクーヘン」

せた荻野社長は、さらに時代に沿ったものへと事業を展開していく。それがECサイトでのBtoC事業だった。

➔ 和紅茶シリーズで人気を集めるEC事業

これまで自社の事業は卸売であるため、顧客と競合するような店舗は、顧客からの要望があった場合を除いて持たなかったという荻野社長。しかし、数々の日本茶専門店が店をたたんでいく状況で、消費者が同社のお茶を購入できない問題が生じていた。そこで、ECモールでの販売に踏み切った。

「ある日、製茶会社さんから『こういう商品がありま

す』と紹介を受けたのが和紅茶。面白い商品だと思い、ECモールで和紅茶シリーズを販売しました。すると人気が出たので、私のほうから製茶会社さんに『こういうものもできるのではないですか?』とアイデアを出し、シリーズを広げていったのです」

ECモールでは、同社のスタンダード商品である和紅茶に加え煎茶、ほうじ茶、玄米茶等を販売。中でもいちご、桜、栗、さくらんぼ、寄居蜜柑、白桃等20種類ほどを取り扱う和紅茶シリーズは売り上げを伸ばしており、大手ECモールの「フルーツティー」カテゴリなどで、同社商品が売り上げ上位に多数ランクインするまでに人気を集めている。

「ECモールでの販売で市場が広がった」と語る荻野社長。このECモール販売のコンサルティングを担当したのが、社長の子息が勤めるデジタルマーケティング会社だ。そして現在、同社ECサイトの管理・運営は同氏が直接行っている。

➔ 事業承継の準備が進行中

現在3代目が、会社を引き継ぐ準備を進めつつ、同社の事業もサポートしている。

「この先会社を引き継ぐにあたり、私のやり方を押し付けるのではなく、次の世代の新しいやり方に任せたいと思っています。先代も私も1人で考えて事業を展開してきましたから。息子は海外に向けた展開も考えているようですし、彼には、私が考えつかないようなことをやってほしいと思っています」

同社は地域の特産品開発にも力を注いでおり、寄居町の特産のみかんを使ったジュースやバウムクーヘン、陳皮（みかんの皮）が入った七味唐辛子などを手がけ人気を集めている。

仕入れるお茶の製品力と、地域に根差したサービス・販売力で売り上げを伸ばしている同社。今後も2本の柱を軸に、EC事業という3本目の柱を育てながら成長を続け、日本が誇る“お茶文化”を盛り立て、かつ地域を盛り上げていくに違いない。

2025年内外経済・市場動向



末廣 徹氏

大和証券株式会社 エクイティ調査部 チーフエコノミスト

プロフィール

1985年神奈川県出身、2007年立教大学理学部卒業。2009年東京大学大学院理学系研究科物理学専攻修了（理学修士）。2014年一橋大学大学院国際企業戦略研究科金融戦略・経営財務コース修了（MBA）。2023年法政大学大学院経済学研究科経済学専攻博士後期課程修了（経済学博士）。2009年にみずほ証券に入社し、債券ストラテジストや債券ディーラー、エコノミスト業務に従事。2020年12月に大和証券に移籍し、現在に至る。公益社団法人日本経済研究センター「ESPフォーカスト調査」2019年度、2021年度優秀フォーカスター。

2024年12月20日（金）、大和証券チーフエコノミストの末廣徹氏を講師にお迎えし、「2025年内外経済・市場動向」と題してセミナーを開催しました。その概要を末廣徹氏にご寄稿頂きました。

世界経済と米経済は違う 米国の「一人勝ち」は世界経済にとって 良いことなのか？

IMFは10月22日、最新の世界経済見通し（World Economic Outlook; WEO）を公表した（24年10月）。24年の世界経済成長率予測は前年比+3.2%と、24年7月時点から据え置かれたが、25年は同+3.2%と、7月時点の同+3.3%から小幅に下方修正された。IMFは「世界経済の成長は、今後安定し続けることが見込まれるものの、勢いが欠けそうだ」（IMF日本語サイト。以下同）とした。今回の世界経済見通しのサブタイトルは「政策の転換、高まる脅威」（“Policy Pivot, Rising Threats”）とされた。成長率の下振れリスクが高まる中、インフレ高進のリスクが低下してきたため、インフレ抑制を重視してきた金融引き締め政策を転換させるタイミングだと、IMFは評価している。この流れは、サブタイトルを「コーナーを曲がる」（“Turning the corner”）としたOECDの世界経済見通し（24年9月）と同様であり、世界経済を俯瞰的にみると、すでに新しいフェー

ズに入っていると考えた方が良さだろう。日本の市場参加者は相対的に日本経済と米国経済を中心に分析することが多い。だが、これらの2国は世界経済全体の潮流とは少しずれていると、筆者はみている。米経済については大幅な利上げにもかかわらず、経済成長率は底堅く推移している。

米国の底堅さについては、金融市場の強さが背景にあると、筆者はみている。堅調な株式市場や社債市場が企業の資金調達環境を支えているだけでなく、資産効果によって富裕層の消費も支えている可能性が高い。米経済が「一強」という認識が広がれば広がるほど、米国の金融市場に資金が流入し、その構図がより鮮明となっているようにみえる。逆に言えば、金融市場が崩れてしまうと米経済そのものが崩れてしまう可能性があるため、FRBは大幅利下げによって市場のセンチメントを支えた。何かあればFRBが対応してくれるというモラルハザードも相まって、米経済は相対的に底堅く推移するだろう。しかし、これはスタンダードではない。欧州はコロナ後のペントアップ需要が息切れする中で景気の下振れ傾向が目立っている。中国は不動産バブルの崩壊という構造問題を抱えている。他の新興国は通貨安のリスクを抑制するため、自国経済の状況を見放して利上げを進めてきたことが経済を圧迫している。世界全体を俯瞰すれば、IMFが指摘するように「勢いが欠けそうだ」という評価になる。

なお、インフレ対応が遅れた日本もまた世界経済の大きな流れとはずれているように思われる。依然としてインフレ高進が個人消費を圧迫しており、中央銀行はインフレ対応に迫られている。しかし、いつまでも日本経済だけが独自の動きになることはないだろう。日銀が金融引き締めを手仕舞いするタイミングは遠くないように思われる。

いずれにせよ、世界経済の潮流をとらえ、インフレ高進を前提とした過去3年程度の常識を見直す必要があるだろう。特に、フェーズのずれた米国と日本の経済を中心にみている日本の市場参加者はその認識を強める必要がある。低成長とインフレ鈍化という課題に対する処方箋となりやすいのは、金融緩和（引き締めの巻き戻し）である。

米国経済の楽観論が続くと予想されるが、徐々に注目はインフレへ

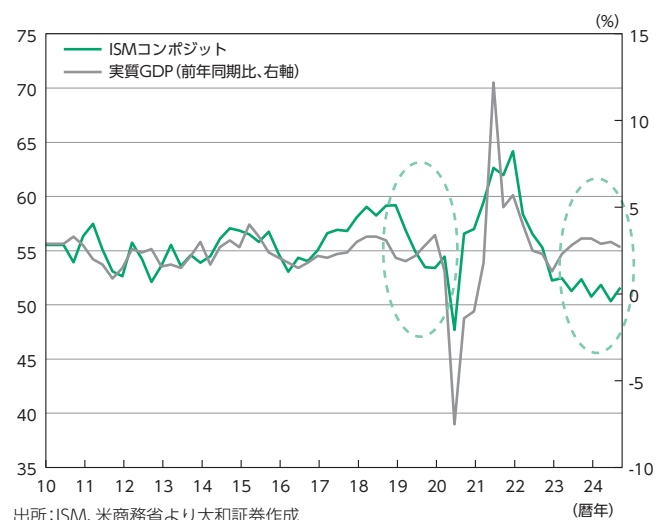
24年夏、22年以降の大幅な利上げによってリセッションへの懸念が強くなった。リセッション懸念によって企業のセンチメントは悪化し、ISM指数は大幅に低下した。「景気の『気』は気分の『気』」といわれるように、センチメントが悪化すれば自己実現的にリセッションに至ると心配することは自然なことである。とはいえ、「気」の次のフェーズであるGDPなど実体経済の数字が悪化しない状態が続いた。リセッションを予想する向きのストレスは蓄積し、リセッションを待ち望んでいる様子も窺えた。そういった中で生じたのが夏場の雇用統計の悪化である。8月2日に公表された7月の雇用統計が弱い結果となったことで、サム・ルールの抵触も相まってリセッション派がガッツポーズをすることになった。もっとも、冷静に考えると、失業率は景気に対して比較的遅行しやすい。個人消費や設備投資など需要が減少するからこそ企業は余剰な供給能力を削減する必要があり、結果的に失業率が悪化すると考えるのが普通である。やはり、リセッション懸念は見切り発車だった可能性が高い。

なお、今回は大幅利上げによって景気の「気」が

悪化したのにリセッションに至っていない背景については、金融市場の強さがあるだろう。通常は景気の「気」が悪化すれば金融市場で信用収縮が生じ、株価や社債などリスク資産が下落することが予想される。資産価格が下がらなければ、企業の資金調達環境も悪化せず、家計（特に富裕層）が逆資産効果で消費を抑制する必要もないため、景気はいつまでたっても悪化しない。おそらく過去の金融緩和の蓄積（巨大なFRBのバランスシートや、株価が下がったらFRBが救ってくれるという期待〈モラルハザード〉）が金融市場を支えていると考えられ、①FRBが救ってくれないかもしれない、②FRBでも救うことが出来ないかもしれない、という事象が発生しない限りは、この状態が続くと、筆者はみている。

米経済がリセッションに陥る可能性は低いとみられるが、成長率が加速する理由もあまりない。市場では常に「構造変化」を指摘する向きがいるが、基本的にはコロナ前の経済に戻っていく動きが続くだろう。昨年来の緩やかな失業率の悪化についても、コロナ禍およびコロナ後のペントアップ需要に応じた人手不足状態の反動によるものと考えられ、通常の経済に戻っている証左と言える。米経済の潜在成長率は1%台後半とみられ、足元の成長率が2%台となっていることを考慮すると、やや減速していくイメージだろう。絵に描いたようなソフトランディングのパスになると、筆者は予想している。

● ISM指数と実質GDP



FRBの利下げ戦略は、インフレ鈍化に合わせて緩やかな利下げへ

リセッションが避けられるのであれば、大幅な利下げは必要ない。9月FOMCでは50bpの利下げを実施したが、この背景には景気の「気」が悪化していたことに対して①FRBも不安だったこと、②市場が信用収縮を起こせばリセッションが現実のものとなる可能性があることと判断されたこと、があるのだろう。今となっては50bp利下げは不要だったと整理することは簡単だが、25bp利下げでも株価は暴落しなかったかと言われれば、絶対大丈夫だったとは言い難い。いずれにせよ、労働市場への不安が解消され、現在の金融市場は楽観的である。もはや大幅な利下げを実施する必要はない。もっとも、金利が高水準でセンチメント(景気の「気」)が弱い状況では、引き続き市場がかんしゃくを起こすリスクがある。市場が安定しているうちに利下げを進め、「今回の利上げサイクルではリセッションを回避できた」という既成事実を作ることが次のステップとなる。少なくともインフレ鈍化が進む間は、緩やかな利下げが続くだろう。リスクはインフレ動向だが、中国経済を中心とした世界経済の成長鈍化(需要の減少)は続くと予想され、コモディティ価格には下落圧力がかかると予想される。この傾向は長期化する可能性が高く、25年は中立金利を目指して利下げをするフェーズとなり、26年頃には中立金利を下回る水準まで利下げをするフェーズになると、筆者は予想している。

日本経済は良くも悪くもない状態

24年前半は実質賃金の目減りによって個人消費が低迷し、世界経済の減速によって輸出や生産も低迷した。今後を展望すると、当面は「賃金上昇率>インフレ率」の状況が続くことが予想され、個人消費がさらに減少することはないだろう。もっとも、賃金上昇率は3%程度、インフレ率は2%程度の推移が想定されるため、実質賃金の回復ペースは1%程度になる

見込みである。コロナ前と比べて実質賃金の水準は5%程度低下したことから、人々の「物が高い」という感覚は当面変わらないとみられる。勤労者世帯の貯蓄率が40%弱で推移していることを考慮すると、実質賃金回復のペースが1%程度であれば、個人消費は0.6%程度のペースで増加するだろう。少なくとも実質GDP成長率はプラスを維持できる可能性が高い。なお、今後想定される実質賃金の回復局面(2~3年程度は続くと予想)は賃金と物価の粘着性の違いによるボーナス期間に過ぎないと筆者はみており、実質賃金の水準はコロナ前を上回ることはないと予想している。

他方、世界経済の成長減速が続くことが予想されるため、外需については低迷した状態が続くそうである。なお、日本の景気循環は主に鉱工業生産などのデータによって決定されることから、実質GDP成長率はプラスでも、すでに日本経済は緩やかな景気悪化局面に入った可能性が高いと、筆者はみている。

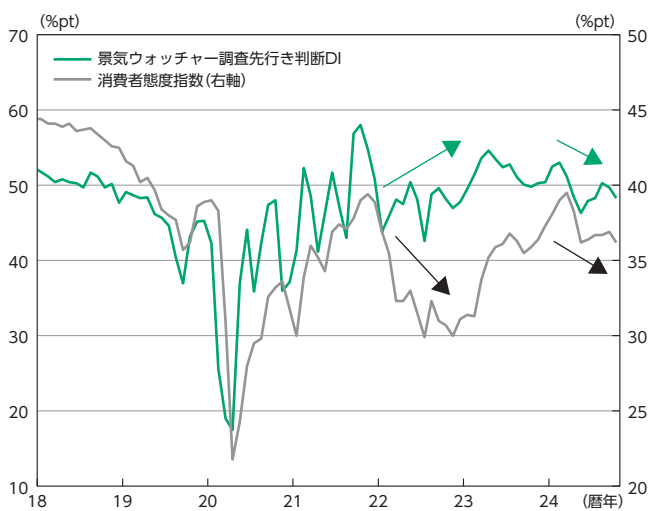
家計と企業のマインドが同時に悪化

内閣府が公表した24年10月の景気ウォッチャー調査(調査期間:10月25日~31日)によると、景気の現状判断DI(季節調整値。以下同)は47.5(前月差▲0.3pt)と2ヵ月連続で低下、先行き判断DIは48.3(同▲1.4pt)とこちらも2ヵ月連続の低下となった。

この結果は「物価高を背景に小売業で来客数の減少や節約志向がみられることなどを反映」(NHK)という分析が一般的となっているが、筆者はそれだけが問題ではないと考えている。そもそも、物価高が急速に進む局面はもう終わっている。また、賃金上昇率が高まる中で、実質賃金の前年同月比のマイナス幅は縮小している。すなわち、賃金や物価の動きは想定通り(オントラック)なのに、景況感だけは徐々に下振れしている状況にある。むしろ、「物価高」や「節約志向」という問題は残存しているのだが、足元の景況感の悪化を説明することはできないと考えるのが自然だろう。

実際、インフレが高進した22年は家計の消費マインドの指標である消費動向調査（消費者態度指数）が下落した一方、景気ウォッチャー指数は回復した。この背景について筆者は①景気ウォッチャー調査は企業サイドの調査であることから、企業の価格転嫁が進めばマインドは「企業>家計」となりやすいことや、②家計とは関係のないインバウンド消費の回復が企業のマインドを支えていると考えられること、などを指摘してきた。しかし、足元では家計と企業のマインドが同時に悪化している。

●景気ウォッチャー調査と消費動向調査の比較



ここで、家計と企業のマインドが同時に悪化している背景について考えたい。

過去の考察をベースにすると、インフレ率が鈍化する中で企業の値上げ（価格転嫁）が限定的になってきた可能性がある。しかし、企業の値上げが限定的になれば、家計のマインドは回復しそうである。家計と企業のマインドが同時に悪化している説明としては説得力が弱い。

次に、企業のマインドだけを上げてきたとみられるインバウンド消費についてはどうか。確かに、オーバーツーリズムの問題などによって回復ペースは鈍化しているように思われる。しかし、インバウンド消費が悪化（減少）している様子はなく、景気ウォッチャー調査の「悪化」を説明することは難しいだろう。

ここで、筆者が有力だとみているのが、中小企業の業況悪化の可能性である。これまでのコスト高に加え、最低賃金の引き上げや日銀の利上げなど、中小企業の業況を悪化させる要因が増えている。政府・日銀は直接的には言及しないものの、これらの政策が「低生産性企業」の市場からの退出を促すものであり、新陳代謝が意図されていることは明らかである。この方向性が奏功するかは長期的な評価が必要だが、少なくとも短期的な痛みは避けられないだろう。大企業に比べて中小企業や零細企業、個人事業主は「企業≒家計」となりやすい面があると考えられ、中小企業の業況悪化は家計の消費マインドにも悪影響を与えることが予想される。

今回の景気ウォッチャー調査では、「最低賃金について、1,500円を目指す方針が示されているため、今後の景気はやや悪くなる」（先行き、北海道、美容室〈経営者〉）や、「やはり全体で大きな割合を占める中小企業の業況が材料高、人手不足で悪い。最低賃金1,500円などといっているが、中小企業には出せるわけがない」（先行き、南関東、税理士）といったコメントがあった。中小企業の業況悪化が足元の家計や企業のマインド悪化に示されているようにみえる。

「中小企業の業況悪化⇒求人出せない⇒人手不足倒産」という流れか

東京商工リサーチは11月11日、10月の企業倒産件数（負債額1,000万円以上）の結果を公表した。倒産件数は前年同月比+14.6%となり、2ヵ月連続で前年同月を上回ったという。「人手不足により事業継続が困難になって倒産する中小企業が増加した」（時事通信）とされており、中小企業の業況悪化が懸念される。また、中小企業が多いとみられるハローワークの統計である有効求人倍率も悪化が続いている。

人手不足の状況にもかかわらず有効求人倍率が悪化していることを「謎」だとみる向きもあるようだが、人手不足で倒産が増えているのだから、それに伴っ

て求人が減ることは自然なことである。中小企業の業況が悪化し、求人が出せずに人手不足の状況を解決することが出来なくなり、求人も出せずに倒産を余儀なくされるという流れだろう。言うまでもなく、有効求人倍率の悪化は家計の消費マインドにも悪影響を与える。

「新陳代謝」とはいえ、日銀はプレッシャーを弱めていく可能性が高い

このような中小企業への懸念は日銀の政策委員の間でも広がっているようである。

11月11日に公表された「主な意見」(10月30-31日)では、中小企業の動向を不安視する意見があった。具体的には「支店長会議では、中小企業は業績が厳しい中で人材係留目的の防衛的賃上げを行っているとの声も多く聞かれ、賃上げの持続性には懸念がある」「人手不足による労働供給の制約から、収益性の低い事業分野からの撤退に伴う企業の事業縮小などを通じて、わが国経済の成長を減速させるリスクがある」という意見があった。また、「中小企業の経営者からは、円安の修正を歓迎し、『経営に影響が大きいのは金利よりも為替だ』とする声はかなり聞かれる」とされ、中小企業への影響を考えて金融政策を考えるという視点もあった。

この議論を考慮すると、日銀は緩やかな利上げによって企業に新陳代謝を促したいという意向はあったとしても、大幅な利上げによって中小企業に過度なプレッシャーをかけるつもりもないのだろう。当面は円安のデメリットを考慮して利上げを急いだとしても、中長期的にはハト派化していく公算が大きい。

日銀の「誤算」は円安メリットの過大評価と、円安デメリットの過小評価

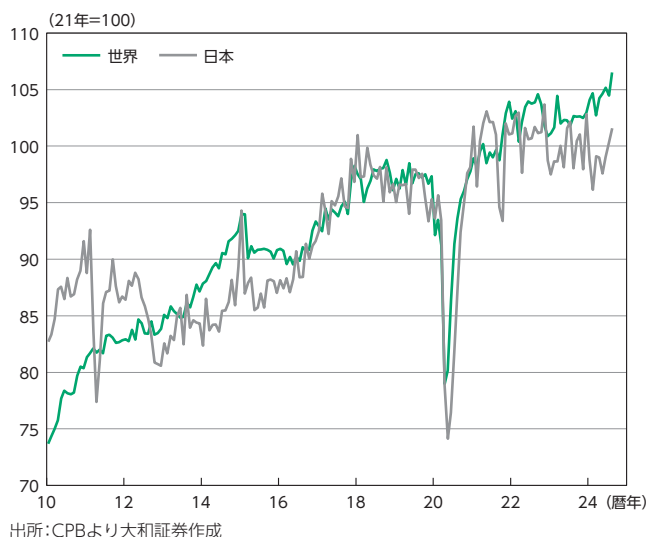
いずれにせよ、日銀の金融緩和政策の転換は比較的早い段階で終わりを告げることになりそうである。日銀の「デフレ脱却」への作戦は、円安によるインフレ発生によって一気に進んだが、結果的にこの作戦は苦戦を強いられた。この背景にあるのは、①円安の悪影響(悪い円安論)が想定外に大きかったこと、②円安の恩恵(Jカーブ効果)が想定外になかったこと、だろう。

このうち、①悪い円安論については多くの国で一般的に生じていることであり、日本だけの問題ではない。10月27日に行われた衆院選では与党が過半数割れとなったが、11月5日に行われた米大統領選でも現職の副大統領のハリス氏が敗れた。家計や世論はインフレに弱いという面がある。したがって、より重い問題は②円安の恩恵がほとんど出てこないことで

●有効求人倍率と日銀短観の雇用人員判断DI



●輸出数量指数(世界、日本)

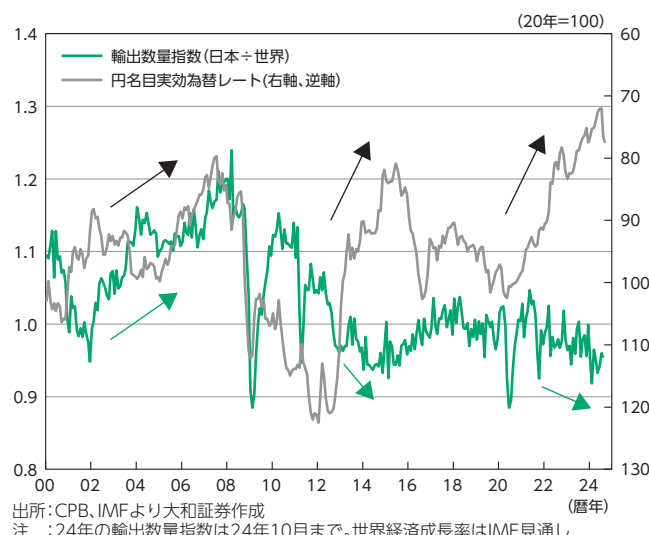


ある。すなわち、円安によって日本の輸出企業にとっては有利な状況となっているはずだが、輸出数量指数が増えるどころか弱含んでいる。各国の輸出数量を指数化しているオランダ経済政策分析局（CPB）の輸出数量指数によると、日本の輸出数量指数は世界の輸出数量指数よりも弱い動きとなっている。

「短期のJカーブ効果」は沈黙

ここで、世界の輸出数量指数に対する日本の輸出数量指数の比率（日本が相対的に輸出数量を伸ばしているかどうかの指標）を確認すると、近年は低迷が目立っている。低迷が目立っているだけでなく、為替相場との連動性がなくなっている点も重要だろう。金融危機前までは円安になると日本の輸出数量指数は世界全体と比べて相対的に強くなる傾向があったが、金融危機以降は逆方向の動きが目立っている。「円安⇒輸出増」という「短期のJカーブ効果」は、もはや存在しない。

●輸出数量指数（日本÷世界）と円名目実効為替①

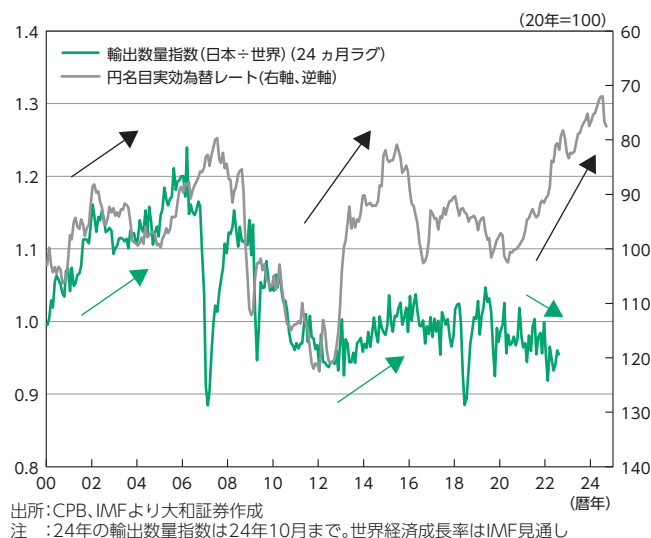


頼みの綱の「長期のJカーブ効果」も沈黙の兆し

この背景について、金融危機後の円高局面で企業の海外移転が進んだことを指摘する見方が多い。

企業の海外現地生産・現地販売が進んだことで、円安になっても輸出（および国内生産）が伸びなくなってしまった（海外移転を促した円高は悪だった）という指摘である。このような視点であれば、「円安⇒輸出増」という「短期のJカーブ効果」は期待できなくても、「円安⇒企業の国内回帰⇒更なる円安⇒輸出増」という「長期のJカーブ効果」に対する期待は残る。確かに、世界の輸出数量指数に対する日本の輸出数量指数の比率と円名目実効為替の動きを2年間（24ヵ月）ずらして比較すると、アベノミクス以降の円安局面後、日本の輸出数量指数は相対的に少しだけ回復した局面があった。しかし、今回の円安局面では回復の兆しがみえない。「円安のメリットが出てくる」という主張は、もはやオオカミ少年化しつつある。

●輸出数量指数（日本÷世界）と円名目実効為替②



少なくとも現状では楽観的な視点で「Jカーブ効果」を待っている間に家計が疲弊している。その結果、政治がポピュリズム化し、所得減税などのバラマキ政策に突き進んでいる。産業政策の議論は置き去りになっており、気が付いたら成長産業をサポートする財政的余力がなかった、という展開に向かっているように思われる。このように考えると、最近の政治や財政の問題の根本は、円安が経済に与える影響を過大評価したことにあると、言えそうである。

埼玉県経済の現状と先行き

埼玉県の景気は緩やかな持ち直しが続く

本稿では、全国の景気動向を踏まえ、埼玉県経済の現状を概観するとともに、先行き（約半年後）の景気動向について展望する。

全国の景気動向

2024年7～9月期の全国の実質GDP成長率は、前期比年率+1.2%と2四半期連続で増加した。設備投資、公共投資は減少したが、個人消費、住宅投資、輸出が増加しプラス成長となった。

内閣府の月例経済報告によれば、わが国の景気は、一部に足踏みが残るものの緩やかに回復している。個人消費は一部に足踏みが残るものの持ち直しの動きがみられ、設備投資も持ち直しの動きがみられる。住宅投資はおおむね横ばいとなっているが、公共投資は底堅く推移している。雇用情勢は改善の動きがみられる。

埼玉県経済の現状

埼玉県の景気は緩やかに持ち直している。生産はおおむね横ばい圏内での推移となっている。雇用は増加しており、実質給与も増加しているが、個人消費はやや足取りが重くなっている。住宅投資は減少しており、設備投資は好調な企業業績を反映し増加している。公共投資は前年を大きく上回っている。

●埼玉県経済の現状

	現状の景気判断	方向
景気全般	埼玉県の景気は緩やかに持ち直している	➡
生産	おおむね横ばい圏内での推移となっている	➡
雇用・所得	雇用は増加しており、実質給与も増加している	➡
個人消費	やや足取りが重くなっている	➡
住宅投資	減少している	➡
設備投資	好調な企業業績を反映し増加している	➡
公共投資	前年を大きく上回っている	➡

(注) 矢印の向きは、現在の状況(上向き・横ばい・下向き)を示す

埼玉県経済の主要項目の現状と先行き

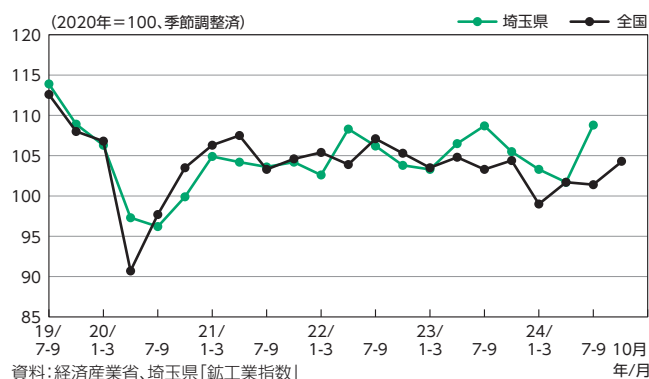
○生産

〈現状〉 埼玉県の生産はコロナ禍からリバウンドした21年1～3月期以降、全国と同様におおむね横ばい圏内での推移となっている。

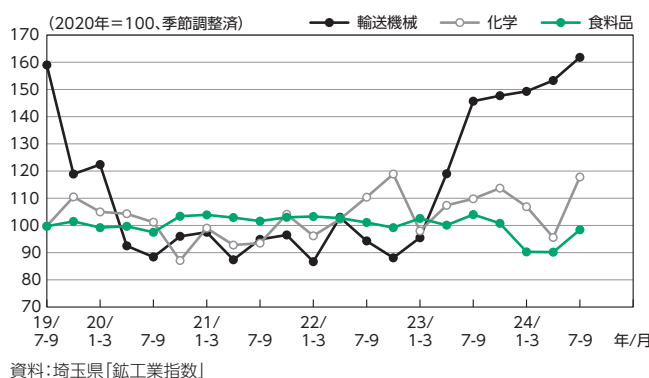
県内主要業種（3大産業）の動向をみると、輸送機械は半導体不足が解消に向かった23年に急増した後も緩やかに増加している。化学は変動が大きく傾向が捉えにくいものの24年から減少し、食料品も23年終わりから減少していたが、24年7～9月期は増加に転じた。3大産業の生産が増加し、生産全体でも足元では上向きの動きがみられるものの、全体としては一進一退での推移となっている。

〈先行き〉 先行きについては、輸送機械の増加テンポは緩やかとなり、化学、食料品は横ばいで推移するとみられ、県内生産全体では大きな変化は見込めず、一進一退で横ばい圏内の動きが続くとみられる。

●鉱工業生産指数の推移



●鉱工業生産指数の推移(主要業種、埼玉県)



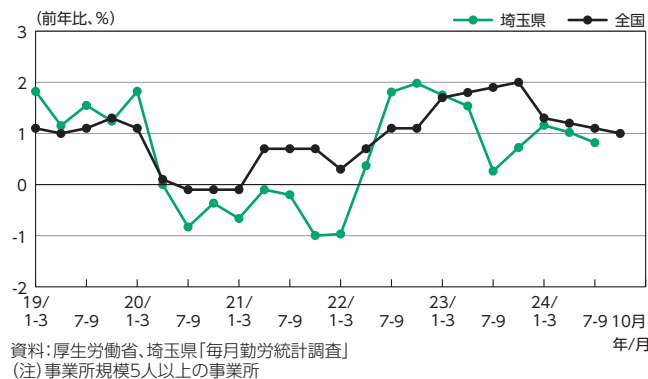
○雇用・所得

〈現状〉 有効求人倍率（就業地別）はほぼ横ばいとなっているが、求人数が求職者数を上回る1倍超えが続いている。県内企業の雇用者数（常用雇用指数）は、全国と同様に増加が続いており、県内の雇用環境は改善している。

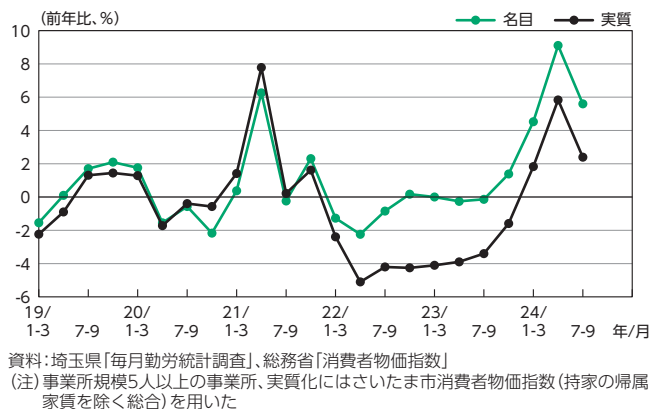
県内企業の給与（現金給与総額）は、23年の終わりに前年を上回って推移している。物価上昇分を差し引いた実質給与も、24年1～3月期以降、名目給与の上昇を反映し増加している。

〈先行き〉 企業の人手不足感の高まり、好調な企業業績、賃上げ意欲の強まりなどを背景に、雇用・所得環境の改善は今後も続くと予想される。名目給与の上昇が続く一方、消費者物価上昇率は、電気・ガス補助金などの物価抑制策の影響で上下はあるものの、緩やかに低下するとみられ、実質給与はプラスでの推移が見込まれる。雇用者数も増加が続くとみられる。

●常用雇用指数の推移



●現金給与総額の推移(埼玉県)



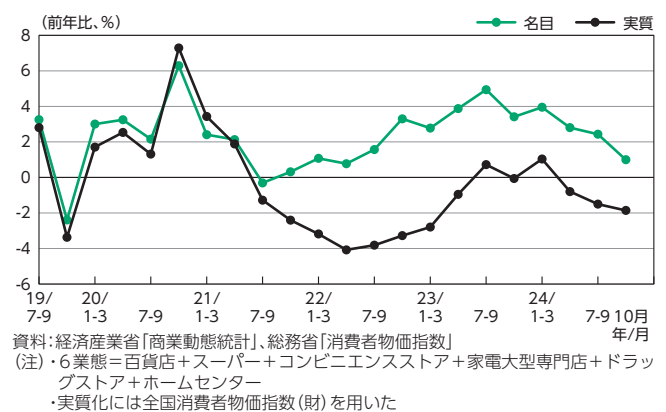
●消費者物価の推移(さいたま市)



○個人消費

〈現状〉 県内の小売業6業態（百貨店、スーパー、コンビニエンスストア、家電大型専門店、ドラッグストア、ホームセンター）の販売額は、価格の上昇もあり、21年10～12月期以降増加が続いている。物価変動の影響を除いた実質販売額は（全国消費者物価指数の財で実質化）、23年7～9月期から24年1～3月にかけて増加する局面もあったが、その後は、物価上昇率（財）が高まったこともあり減少している。

●小売業6業態販売額(全店ベース、埼玉県)の推移

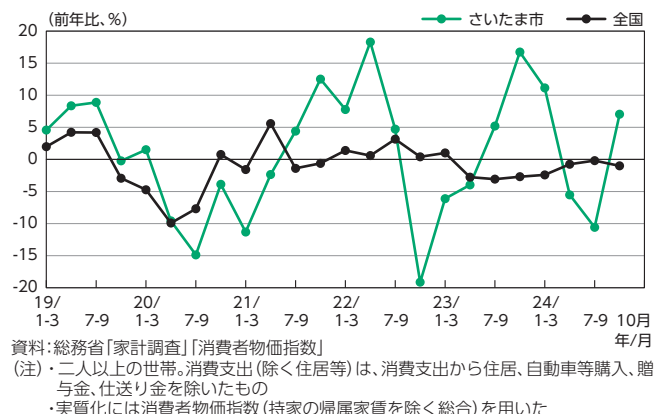


また、県内の乗用車販売台数は、一部メーカーの認証不正による生産・出荷停止の影響で、24年1～3月期以降2四半期連続で減少していたが、その後順次生産が再開されたため、減少傾向に歯止めがかかりつつある。

総務省「家計調査」で県内（さいたま市）の実質消費支出（除く住居等）をみると、変動が大きくトレンドが捉えにくいですが、小売業6業態（実質）と同様に23年

7～9月期から24年1～3月期にかけて増加したが、その後は前年割れとなった。このように物価変動の影響を除いた実質でみると、家計の消費支出はやや足取りが重くなっている。

●実質消費支出(除く住居等)の推移



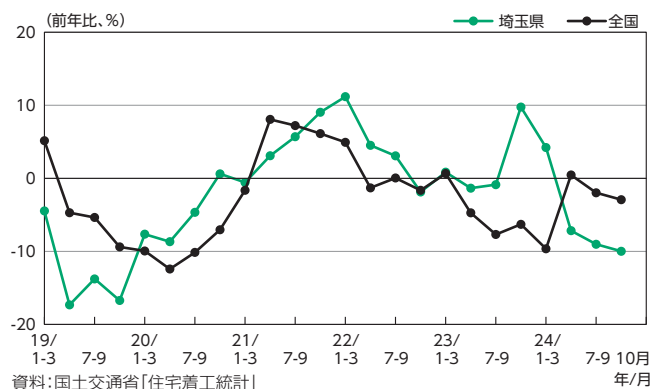
〈先行き〉 先行きの所得環境は上向くとみられ、個人消費は緩やかながらも持ち直すと予想される。物価上昇率が緩やかに低下するとともに、消費者の節約志向の高まりも徐々に落ち着いていくとみられる。

○住宅投資

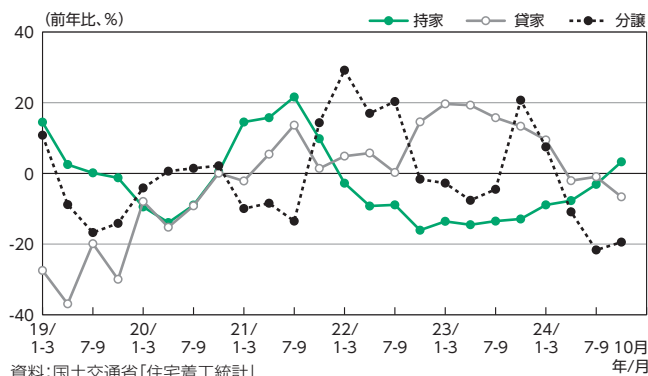
〈現状〉 県内の新設住宅着工戸数は、23年終わってから24年初めにかけて前年を上回って推移したが、24年4～6月期以降は大きく減少した。

内訳をみると、持家、貸家、分譲のいずれも減少している。とくに分譲が大幅に減少しており、分譲マンション・戸建とも減少傾向にある。持家は22年以降2年以上にわたり前年割れが続いていたが、減少幅は徐々に縮小し10月には増加に転じた。貸家は21年

●住宅着工戸数(総数)の推移



●住宅着工戸数の推移(利用関係別、埼玉県)



4～6月期以降、増加基調で推移していたが、24年4～6月期には約3年ぶりにわずかだが減少に転じた。このように住宅は弱い動きになっている。

〈先行き〉 地価、建設資材価格、人件費等の上昇を受けて住宅価格が上昇し、住宅需要には陰りがみられる。持家に持ち直しの兆しがみられるが、貸家と分譲は減少しており、先行きもこうした傾向は変わらないとみられ、全体として減少傾向が続くと予想される。

○設備投資

〈現状〉 関東財務局の法人企業景気予測調査によると、24年度の企業業績は、売上高が前年度比+8.1%、経常利益が同+9.0%と増収増益の見通しである。好調な企業業績を反映して、設備投資も同+8.6%と増加する計画となっている。日本政策投資銀行の調査でも、24年度の設備投資は同+28.9%と大幅に増加する見通しである。

また、当財団の企業経営動向調査によると、県内企業の設備投資BSI(「増加」-「減少」社数構成比)は、21年1～3月期以降、設備投資が増加する企

●売上高・経常利益・設備投資計画(2024年度)

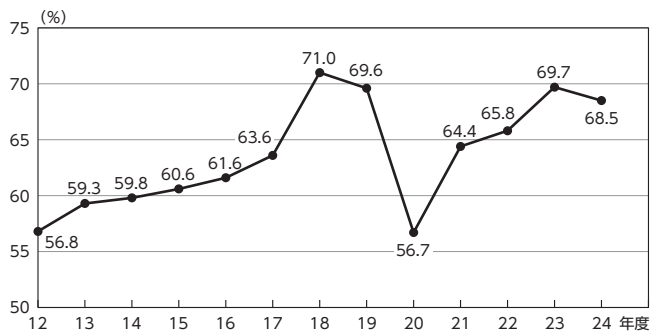
	関東財務局/財務省			日本政策投資銀行
	売上高	経常利益	設備投資	設備投資
埼玉県	8.1	9.0	8.6	28.9
全国	2.7	▲ 0.8	10.3	20.6

資料:財務省、関東財務局「法人企業景気予測調査」、日本政策投資銀行「設備投資計画調査」
(注)・関東財務局の埼玉県の売上・利益は、電気・ガス・水道、金融・保険を除く
・財務省の全国の売上・利益は、金融・保険を除く
・関東財務局/財務省の設備投資は、除く土地、含むソフトウェア
・日本政策投資銀行の設備投資は、金融保険業などを除く

業数が減少する企業数を上回って推移しており、企業の投資意欲は強い。

〈先行き〉 当財団が毎年7月に実施している設備投資動向調査によると、24年度に設備投資の計画がある企業は、全体の68.5%と前年に比べやや低下したものの高い水準となっている。以上から、24年度は企業業績の好調が続く、県内の設備投資は前年を上回って推移すると予想される。

●設備投資の「計画有り」の企業割合の推移



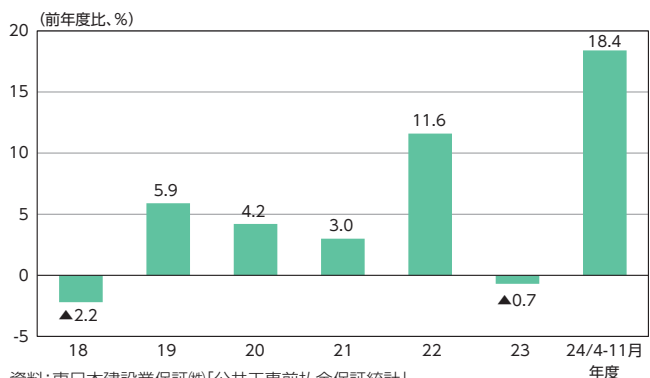
資料：当財団「埼玉県内設備投資動向調査」
(注) 毎年7月調査の計数

○公共投資

〈現状〉 埼玉県の公共工事請負金額は、19年度から4年連続で前年を上回った。23年度は前年度比▲0.7%とわずかに減少したが、24年度は4～11月累計で、同+18.4%と前年を大きく上回って推移している。

〈先行き〉 24年度の埼玉県の当初予算をみると、公共事業などの投資的経費は、前年度比+0.8%増の1,928億円と過去10年で最大となった。公共施設の長寿命化改修、水災害リスクに備えるための治水

●公共工事請負金額の推移(埼玉県)



資料：東日本建設業保証(株)「公共工事前払金保証統計」

対策、道路冠水時に備えた道路環境整備などの対策を強化している。24年度9月補正予算時点の投資的経費の累計も、前年同期の累計を+1.1%上回っている。また、24年度の県内市町村の当初予算も(埼玉県まとめ)、投資的経費は3,694億円で、同+25.6%と大幅に増加しており、先行きの公共投資は引き続き堅調に推移するとみられる。

埼玉県経済の先行き

先行きについては、県内の生産は横ばい圏内の動きが続くとみられる。雇用・所得については、雇用者数の増加が続く、名目給与の上昇が続く一方、消費者物価上昇率は緩やかに低下するとみられ、実質給与はプラスでの推移が見込まれ、雇用・所得環境の改善が続くと予想される。所得が上向くことから、個人消費は緩やかながらも持ち直すと予想される。住宅は全体として減少傾向が続くと予想される。設備投資は好調な企業業績を反映し、前年を上回る見通しである。公共投資も引き続き堅調に推移するとみられる。

以上から、埼玉県の景気は緩やかな持ち直しが続くと予想される。

ただし、海外の経済・政治の動向などのリスク要因もあり、景気の下振れリスクにも注意が必要である。

(樋口広治)

●埼玉県経済の先行き

	先行きの景気判断	方向	
		現状	先行き
景気全般	埼玉県の景気は緩やかな持ち直しが続く予想される	→	→
生産	横ばい圏内の動きが続くとみられる	→	→
雇用・所得	雇用者数の増加が続く、実質給与はプラスでの推移が見込まれる	→	→
個人消費	緩やかながらも持ち直すと予想される	→	→
住宅投資	全体として減少傾向が続くと予想される	→	→
設備投資	好調な企業業績を反映し前年を上回る見通しである	→	→
公共投資	引き続き堅調に推移するとみられる	→	→

(注) 矢印の向きは、それぞれ現在と先行き(半年後)の状況(上向き・横ばい・下向き)を示す



アンケート調査

人的資本経営に関する取り組み

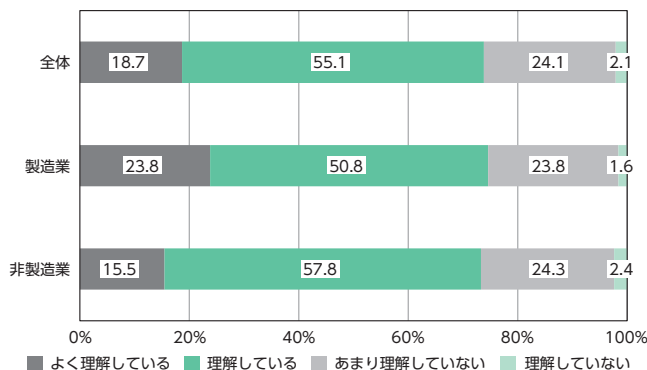
人的資本経営の内容について、7割以上の県内企業が「理解

上場企業では2023年3月期決算から人的資本に関する情報開示が求められるようになったこともあり、企業における人的資本経営の取り組みが、近年注目されている。今回、県内企業を対象に人的資本経営に関する取り組みについてアンケート調査を実施した。

☑ 人的資本経営への理解

人的資本経営の内容について理解しているか聞いたところ、「よく理解している」が18.7%、「理解している」が55.1%、「あまり理解していない」が24.1%、「理解していない」が2.1%となった。「よく理解している」と「理解している」を合わせると73.8%となり、7割以上の企業で人的資本経営の内容について理解されている。

● 人的資本経営への理解



☑ 力を入れて取り組んでいる項目

人的資本経営に関して、力を入れている項目について聞いたところ（複数回答）、「従業員の育成」が最も多く66.8%、次いで「従業員の健康・安全」が56.3%、「従業員エンゲージメント」が52.0%、「従業員の流動性（新規採用・離職防止）」が30.2%、「労働慣行」が29.8%、「コンプライアンス」が24.9%、「ダイバーシティ」が5.8%となった。

業種別にみると、「従業員の健康・安全」は製造業が非製造業に比べ14.0ポイントも多くなっているのが目立った。

● 人的資本経営に関して力を入れて取り組んでいる項目（複数回答）

単位：%

	全産業	製造業	非製造業
従業員の育成	66.8	65.0	67.8
従業員の健康・安全	56.3	65.0	51.0
従業員エンゲージメント（やりがい・働きがいの向上）	52.0	48.0	54.5
従業員の流動性（新規採用の強化、離職率の低下）	30.2	26.8	32.2
労働慣行（福利厚生・賃金の公正性等）	29.8	26.0	32.2
コンプライアンス	24.9	22.8	26.2
ダイバーシティ	5.8	7.3	5.0

☑ 人的資本経営に取り組む目的

人的資本経営に取り組む目的について聞いたところ（複数回答）、最も多かったのが「企業価値の向上」で48.5%、次いで「社員のスキル・能力の向上」が47.3%、「生産性の向上」が43.3%、「社員エンゲージメントの向上」が31.4%、「企業イメージの向上」17.4%などとなっている。現在、各企業で課題となっている人手不足に関連した項目について、「人材の離職率の低下」を目的とした企業は38.1%、「採用力の向上」は16.2%となっている。これらの結果から新規の採用よりは、既存の従業員の離職防止を人的資本経営の目的としている企業が多いことがわかる。また業種別で見ると、人手不足に関連する2項目である「人材の離職率の低下」と「採用力の向上」の合計値は、製造業が41.4%であるのに対して、非製造業では62.0%とより多くなっており、非製造業では人手不足がより深刻な経営課題となっている。

● 人的資本経営に取り組む目的（複数回答）

単位：%

	全産業	製造業	非製造業
企業価値の向上	48.5	47.2	49.3
社員のスキル・能力の向上	47.3	49.6	45.9
生産性の向上	43.3	52.8	37.6
人材の離職率の低下	38.1	32.5	41.5
社員エンゲージメントの向上	31.4	32.5	30.7
企業イメージの向上	17.4	19.5	16.1
採用力の向上	16.2	8.9	20.5
コンプライアンスの強化	14.0	13.8	14.1
会社のパーパスの浸透	6.1	8.9	4.4
その他	0.3	—	0.5

みについて

している」と回答

☑ 人的資本経営に関する取り組みの効果

人的資本経営に関する取り組みの効果について聞いたところ（複数回答）、「現時点での効果はわからない」との回答が45.5%と最も多くなっており、次いで「生産性の向上」と「従業員エンゲージメントの向上」がそれぞれ24.6%、「企業イメージの向上」が19.3%、「従業員の能力やスキルの可視化」が17.4%、「投資家からの評価が向上」が0.3%となっている。

業種別では、「生産性の向上」について製造業が非製造業より12.2ポイント多くなっている。

● 人的資本経営に関する取り組みの効果（複数回答）

	全産業	製造業	非製造業
現時点での効果はわからない	45.5	45.5	45.5
生産性の向上	24.6	32.2	20.0
従業員エンゲージメントの向上	24.6	26.4	23.5
企業イメージの向上	19.3	19.0	19.5
従業員の能力やスキルの可視化	17.4	19.0	16.5
投資家からの評価が向上	0.3	0.8	—
取り組んでいない	11.2	9.9	12.0

☑ 人的資本経営を推進する上での課題

人的資本経営を推進する上での課題を聞いたところ（複数回答）、「投資効果が見えにくい」との回答が36.7%と最も多かった。これは前の設問で最も多い回答であった「現時点で効果はわからない」と同様、人的資本経営の効果をどのように測定すればいいのか課題認識を持つ企業が多いことがわかる。次いで多かったのが「人事部門の組織体制・要員数・メンバーのスキル不足」で36.1%、「推進役となる人材がいない」が24.8%、「目標やKPIの設定が難しい」が20.7%、「人的資本に関するデータ収集が難しい」が19.7%、「人材戦略が策定できていない」が17.2%、「人材に関する投資予算の確保が難しい」が16.9%、「従業員との対話や理解促進の活動が進んでいない」が14.4%などとなっている。

● 人的資本経営を推進する上での課題（複数回答）

	全産業	製造業	非製造業
投資効果が見えにくい	36.7	41.3	33.8
人事部門の組織体制・要員数・メンバーのスキル不足	36.1	28.9	40.4
推進役となる人材がいない	24.8	28.9	22.2
目標やKPIの設定が難しい	20.7	20.7	20.7
人的資本に関するデータ収集が難しい	19.7	15.7	22.2
人材戦略が策定できていない	17.2	14.9	18.7
人材に関する投資予算の確保が難しい	16.9	16.5	17.2
従業員との対話や理解促進の活動が進んでいない	14.4	13.2	15.2
社内関連部門の関心・理解がなく、連携が難しい	7.2	4.1	9.1
経営層の理解・関心がない	3.4	4.1	3.0
特になし	14.7	17.4	13.1
その他	0.3	0.8	—

☑ 人的資本経営に関して知りたい事項・欲しい情報

人的資本経営に関して知りたい事項・欲しい情報を聞いたところ（複数回答）、「他社の取り組み事例」が50.9%と最も多くなっている。次に多いのが「人事指標の定量化・可視化の方法」27.4%と「社員エンゲージメントの把握方法」21.4%になっており、この2項目についても人的資本経営の効果測定に関する項目となっている。その他では「経営戦略と人材戦略を連動させる方法」が19.2%、「人的資本経営を実践するための人事部門の体制」18.9%、「人的資本経営に関する情報の開示方法」14.2%、などとなっている。

（大原健二）

● 人的資本経営に関して知りたい事項・欲しい情報（複数回答）

	全産業	製造業	非製造業
他社の取り組み事例	50.9	51.3	50.8
人事指標の定量化・可視化の方法	27.4	23.5	29.6
社員エンゲージメントの把握方法	21.4	19.3	22.6
経営戦略と人材戦略を連動させる方法	19.2	18.5	19.6
人的資本経営を実践するための人事部門の体制	18.9	16.0	20.6
人的資本経営に関する情報の開示方法	14.2	16.8	12.6
リスクリングの提供方法	8.8	6.7	10.1
人材ポートフォリオ計画の策定・運用方法	7.5	9.2	6.5
ダイバーシティの進め方	2.5	1.7	3.0
特になし	24.2	28.6	21.6
その他	0.3	—	0.5

2024年10月実施。対象企業数1,015社、
回答企業数332社、回答率32.7%。

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 下げ止まりを示している

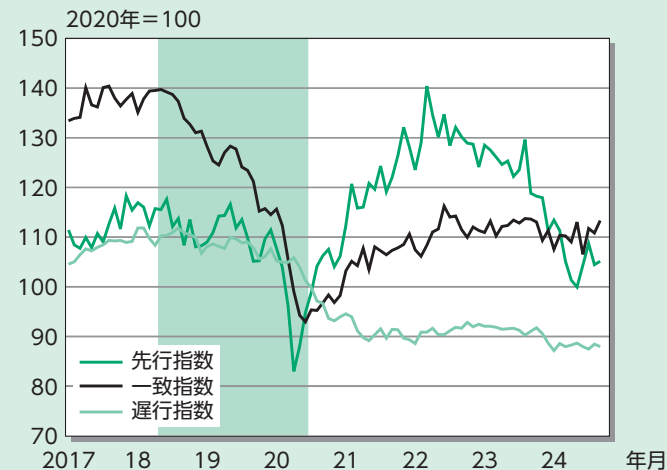
9月のCI(コンポジット・インデックス)は、先行指数：105.1(前月比+0.7ポイント)、一致指数：113.3(同+2.5ポイント)、遅行指数：87.9(同▲0.5ポイント)となった。

先行指数は2カ月ぶりの上昇となった。

一致指数は2カ月ぶりの上昇となった。基調判断となる3カ月後方移動平均は、前月比+2.26ポイントと、2カ月ぶりの上昇となった。埼玉県は景気の基調判断を、「下方への局面変化を示している」から「下げ止まりを示している」に修正した。

遅行指数は2カ月ぶりの下降となった。

景気動向指数の推移



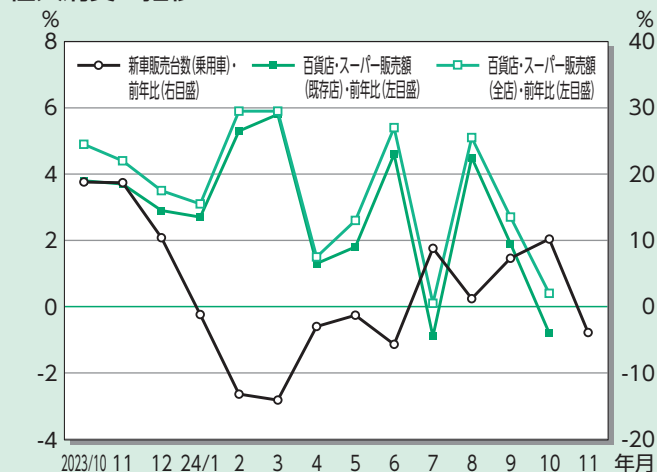
資料:埼玉県 (注)網掛け部分は埼玉県の景気後退期

個人消費 百貨店・スーパー販売額は3カ月ぶりに減少

10月の百貨店・スーパー販売額は1,178億円、前年比▲0.8%(既存店)と3カ月ぶりに減少した。業態別では、百貨店(同▲6.3%)、スーパー(同▲0.2%)とも減少した。新店店を含む全店ベースの販売額は同+0.4%と29カ月連続で増加した。

11月の新車販売台数(乗用車)は12,030台、前年比▲3.9%と5カ月ぶりに減少した。車種別では普通乗用車が8,418台(同+0.5%)、小型乗用車は3,612台(同▲12.8%)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

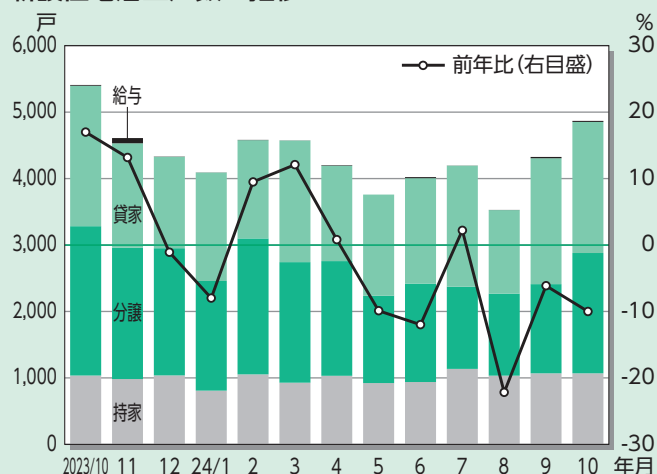
住宅 3カ月連続で前年を下回る

10月の新設住宅着戸数は4,869戸となり、前年比▲10.0%と3カ月連続で前年を下回った。

利用関係別にみると、持家が1,071戸(前年比+3.3%)と2カ月連続で増加したものの、貸家が1,973戸(同▲6.6%)と2カ月ぶりに、分譲が1,810戸(同▲19.4%)と6カ月連続で減少した。

分譲住宅は、マンションが666戸(同▲26.2%)と6カ月連続で、戸建てが1,104戸(同▲17.7%)と10カ月連続で減少した。

新設住宅着戸数の推移



資料:国土交通省

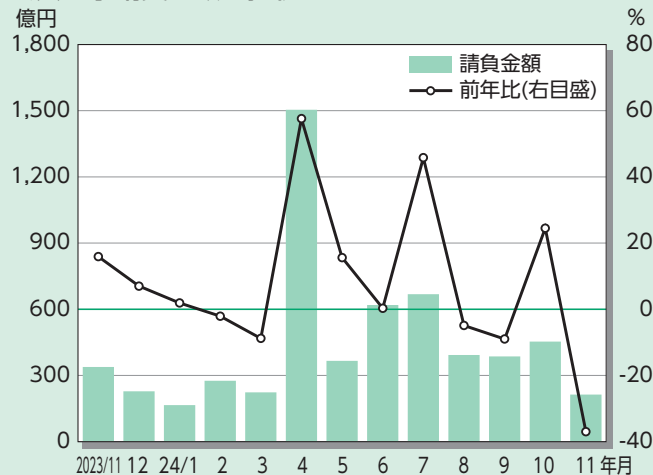
公共工事 2カ月ぶりに前年を下回る

11月の公共工事請負金額は213億円、前年比▲37.0%と2カ月ぶりに前年を下回った。2024年4～11月の累計は、同+18.4%と前年を上回っている。

発注者別では、県（同+6.4%）は増加したが、国（同▲76.8%）と、独立行政法人等（同▲90.0%）、市町村（同▲20.1%）が減少した。

なお、11月の請負件数も651件（同▲18.5%）と前年を下回っている。

公共工事請負金額の推移



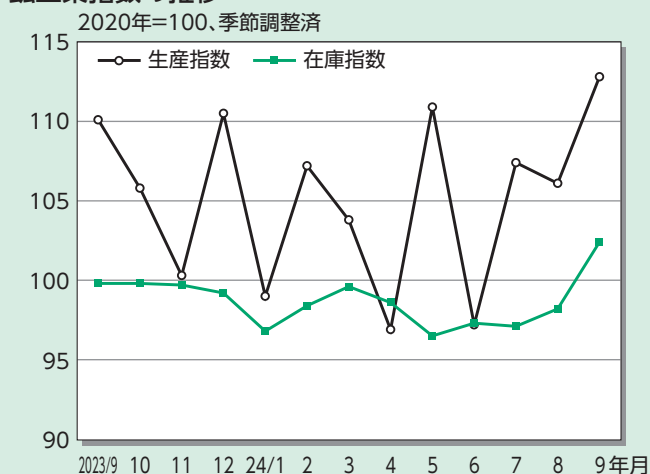
資料:東日本建設業保証(株)

生産 2カ月ぶりに増加

9月の鉱工業指数をみると、生産指数は112.8、前月比+6.3%と2カ月ぶりに増加した。業種別では、化学、輸送機械、電気機械など10業種が増加したものの、生産用機械、印刷、業務用機械など13業種が減少した。

在庫指数は102.4、前月比+4.3%と2カ月連続で増加した。業種別では、情報通信機械、生産用機械、輸送機械など15業種が増加したものの、窯業・土石製品、食料品、金属製品など6業種が減少した。

鉱工業指数の推移



資料:埼玉県

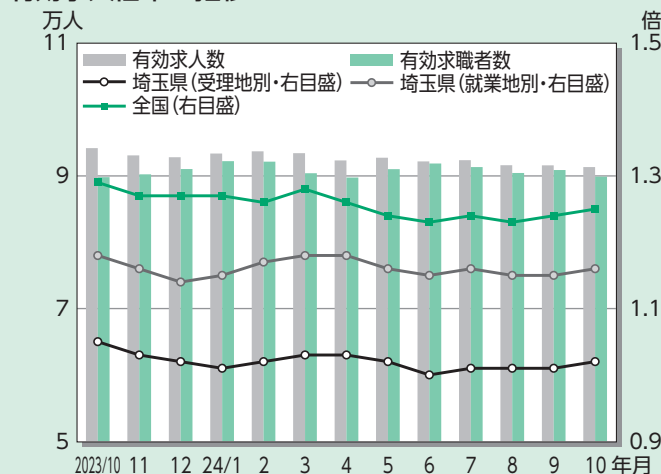
雇用 有効求人倍率は前月から上昇

10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89,886人（前月比▲1.1%）と、2カ月ぶりに前月を下回るなか、有効求人数は91,318人（同▲0.3%）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0.18ポイント上昇の1.97倍となっている。

なお、10月の就業地別有効求人倍率は、前月から0.01ポイント上昇の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	
	2020年=100	前月比(%)	2020年=100	前月比(%)	2020年=100	前月比(%)	2020年=100	前月比(%)	1,000㎡	前年比(%)	1,000㎡	前年比(%)
2020年	100.0	▲ 12.4	100.0	▲ 10.4	97.9	▲ 3.6	92.6	▲ 8.3	2,363	▲ 16.2	44,236	▲ 9.1
2021年	104.3	4.3	105.4	5.4	96.1	▲ 1.8	98.5	6.4	2,929	24.0	48,460	9.5
2022年	105.1	0.8	105.3	▲ 0.1	96.9	0.8	101.2	2.7	2,454	▲ 16.2	47,203	▲ 2.6
2023年	105.9	0.8	103.9	▲ 1.3	98.5	1.7	100.7	▲ 0.5	1,974	▲ 19.6	43,448	▲ 8.0
23年 9月	110.1	1.8	103.2	0.1	99.8	0.7	103.6	▲ 0.9	161	▲ 24.9	3,617	0.8
10月	105.8	▲ 3.9	104.4	1.2	99.8	0.0	103.6	0.0	173	51.2	4,622	28.4
11月	100.3	▲ 5.2	103.8	▲ 0.6	99.7	▲ 0.1	103.6	0.0	96	▲ 35.7	3,170	▲ 9.8
12月	110.5	10.2	105.0	1.2	99.2	▲ 0.5	102.7	▲ 0.9	85	▲ 50.8	3,426	1.0
24年 1月	99.0	▲ 10.4	98.0	▲ 6.7	96.8	▲ 2.4	101.0	▲ 1.7	138	▲ 48.2	3,269	▲ 16.1
2月	107.2	8.3	97.4	▲ 0.6	98.4	1.7	101.6	0.6	117	▲ 25.9	3,105	▲ 13.0
3月	103.8	▲ 3.2	101.7	4.4	99.6	1.2	102.6	1.0	161	22.9	3,242	15.7
4月	96.9	▲ 6.6	100.8	▲ 0.9	98.6	▲ 1.0	102.4	▲ 0.2	139	▲ 35.2	4,045	▲ 15.8
5月	110.9	14.4	104.4	3.6	96.5	▲ 2.1	103.3	0.9	136	▲ 9.1	2,874	▲ 11.7
6月	97.2	▲ 12.4	100.0	▲ 4.2	97.3	0.8	102.6	▲ 0.7	135	▲ 43.5	3,394	7.8
7月	107.4	10.5	103.1	3.1	97.1	▲ 0.2	103.0	0.4	202	159.7	3,294	▲ 8.8
8月	106.1	▲ 1.2	99.7	▲ 3.3	98.2	1.1	102.2	▲ 0.8	273	22.8	3,053	▲ 13.4
9月	112.8	6.3	101.3	1.6	102.4	4.3	102.3	0.1	345	114.6	3,480	▲ 3.8
10月			104.1	2.8			102.3	0.0	112	▲ 35.5	3,361	▲ 27.3
11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	98.9	▲ 1.5	100.3	0.3
2022年	52,138	4.0	859,529	0.4	15.0	11.8	16.0	4.3	99.0	0.1	99.7	▲ 0.6
2023年	53,228	2.1	819,623	▲ 4.6	15.4	2.3	15.2	▲ 5.3	99.2	0.2	100.4	0.8
23年 9月	4,609	7.6	68,941	▲ 6.8	15.0	2.1	15.2	▲ 5.6	99.3	0.6	100.6	0.8
10月	5,409	17.0	71,769	▲ 6.3	16.1	2.6	15.7	▲ 4.8	99.8	0.9	100.6	0.8
11月	4,611	13.2	66,238	▲ 8.5	16.2	4.5	15.9	▲ 4.2	99.5	0.5	100.9	1.0
12月	4,332	▲ 1.1	64,586	▲ 4.0	16.7	5.7	15.5	▲ 6.0	99.8	0.4	101.0	1.1
24年 1月	4,093	▲ 8.0	58,849	▲ 7.5	13.4	▲ 4.3	13.5	▲ 6.9	99.4	0.2	100.7	0.9
2月	4,583	9.5	59,162	▲ 8.2	14.2	▲ 8.4	14.6	▲ 6.4	99.3	0.6	100.6	1.0
3月	4,575	12.1	64,265	▲ 12.8	15.0	▲ 5.1	14.9	▲ 5.7	99.0	0.7	100.0	1.2
4月	4,203	0.8	76,572	13.9	15.4	▲ 3.8	14.6	▲ 5.8	99.8	1.0	101.6	1.1
5月	3,760	▲ 9.9	65,921	▲ 5.2	13.5	▲ 6.9	13.6	▲ 2.9	99.6	0.4	101.9	1.2
6月	4,023	▲ 12.0	66,285	▲ 6.7	14.4	0.0	14.3	▲ 4.0	99.9	0.2	102.1	1.4
7月	4,198	2.2	68,014	▲ 0.2	15.3	4.1	14.9	▲ 1.3	99.3	▲ 0.3	102.1	1.3
8月	3,530	▲ 22.2	66,819	▲ 5.1	13.7	▲ 2.8	14.0	▲ 1.4	98.8	0.3	101.9	1.3
9月	4,327	▲ 6.1	68,548	▲ 0.6	14.8	0.7	14.8	▲ 2.0	98.7	▲ 0.6	101.8	1.2
10月	4,869	▲ 10.0	69,669	▲ 2.9			P15.3	P▲ 2.6			P101.9	P1.3
11月												
資料出所	国土交通省				埼玉県		厚生労働省		埼玉県		厚生労働省	

●所定外労働時間、常用雇用指数はいずれも事業所規模30人以上、Pは速報値

月次経済指標

	有効求人倍率(季調値)		新規求人数				百貨店・スーパー販売額			
	埼玉県		全国		埼玉県		全国		埼玉県	
	倍	倍	人	前年比(%)	千人	前年比(%)	億円	前年比(%)	億円	前年比(%)
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	14,020	3.6	216,049	4.2
23年 9月	1.06	1.29	31,033	▲ 8.6	858	▲ 3.4	1,130	4.1	17,085	4.5
10月	1.05	1.29	34,450	▲ 1.8	909	▲ 1.8	1,173	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	1.03	1.28	28,888	▲ 5.4	831	▲ 7.4	1,225	5.8	18,886	6.5
4月	1.03	1.26	30,006	▲ 5.2	822	▲ 2.3	1,137	1.3	17,612	2.7
5月	1.02	1.24	32,267	▲ 1.5	829	▲ 0.6	1,184	1.8	18,212	4.1
6月	1.00	1.23	28,299	▲ 9.4	792	▲ 9.4	1,194	4.6	18,675	6.6
7月	1.01	1.24	30,897	1.2	843	1.2	1,213	▲ 0.9	18,990	1.1
8月	1.01	1.23	32,115	▲ 6.6	792	▲ 6.5	1,233	4.5	18,664	4.3
9月	1.01	1.24	28,653	▲ 7.7	807	▲ 5.9	1,161	1.9	17,394	1.6
10月	1.02	1.25	36,103	4.8	919	1.2	1,178	▲ 0.8	17,895	▲ 0.4
11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 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	106.4	2.4	107.2	2.7
4月	9,768	▲ 3.0	181,633	▲ 5.9	48	2,936	783	113,423	106.9	2.3	107.7	2.5
5月	9,660	▲ 1.3	176,693	▲ 1.7	40	3,416	1,009	136,769	107.3	2.7	108.1	2.8
6月	10,970	▲ 5.7	211,131	▲ 6.9	31	9,326	820	109,879	107.3	2.6	108.2	2.8
7月	12,684	8.8	229,683	3.6	35	12,052	953	781,206	107.5	2.5	108.6	2.8
8月	9,923	1.2	180,385	▲ 1.6	32	2,317	723	101,370	108.1	2.8	109.1	3.0
9月	13,480	7.3	240,399	1.1	39	7,600	807	132,754	107.7	2.2	108.9	2.5
10月	12,765	10.2	231,474	7.8	27	1,110	909	252,913	108.4	1.9	109.5	2.3
11月	12,030	▲ 3.9	222,424	▲ 1.0	30	2,680	841	160,223				
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			



熊谷市長 小林 哲也氏

市長のメッセージ

熊谷市は、鉄道や幹線道路など優れた交通利便性を誇り、農業・商業・工業がバランスよく発展した住みやすい県北最大のまちで、2度の合併を経て来年度、熊谷市誕生20周年を迎えます。

今後も社会変革に適應したデジタル化による市民サービスの向上や地域経済の活性化に向けた取組を全力で進め、熊谷市の魅力である歴史や伝統、文化、スポーツに育まれたまちのポテンシャルを引き出して、全ての世代の人々が生き生きと活動できる、安全で住みやすい都市を持続できるように歩んでまいります。

はじめに

熊谷市は、人口約20万人、都心から50~70km圏に位置する県北最大の都市である。古くから交通の要衝として栄え、現在も、鉄道はJR上越・北陸新幹線、JR高崎線、秩父鉄道が通るほか、道路は国道17号・17号熊谷バイパスが市内を東西に、国道407号が南北に走り、市の中心部から国道125号・140号が分岐しているなど、優れた交通利便性を誇っている。

市の南部を荒川、北部を利根川が流れ、2つの大河により育まれた肥沃な土地と豊富な水に恵まれており、農業産出額で県内第7位、年間商品販売額で県内第5位、製造品出荷額で県内第2位と、農商工バランスのとれた埼玉県内有数の産業都市である。

熊谷の地名は、夏にニュースで「国内の最高気温を記録した」と報道されることが多いこと、2019年にラグビーワールドカップの会場となったことから、全国的に知られている。最近では冬の間、市中心部を流れる星川沿いで「星川イルミネーション」（表紙写真）が開催され、多くの人が訪れる。

★熊谷スマートシティとして進化中

現在、多くの都市や地域が、人口減少や高齢化、災害多発などの社会的課題に直面している。熊谷市はデジタル技術やデータを活用しながらまちづくりを進め、これらの課題解決を図ろうと、2023年7月に「熊谷スマートシティ宣言」を行った。

熊谷スマートシティの入り口はLINEアプリの「クマ

ぶら」だ。入り口が「クマぶら」に集約されることで、市民や来訪者が欲しい情報を簡単に得られるようになった。「クマぶら」上では地域電子マネー「クマPAY」やデジタルコミュニティポイントの「クマポ」も利用することができる。

「クマPAY」は市内の取扱加盟店での買い物に使えるキャッシュレス決済で、市民生活の利便性向上や、市内加盟店のみ利用可能とすることで地域経済の活性化などを目的としている。

「クマポ」はボランティアや地域活動等の参加者に、主催する団体等を通じて付与する譲渡可能なポイントで、「クマポ」の循環で人のつながりをつくり、共助やコミュニティ活動の活性化を図ることを目的としている。

昨年8月には、熊谷スマートシティをさらに進化させるため、市民参画、公民連携のプラットフォームとして「コミュニティラボ」を始めた。「市民共創、市民協働」、「産業、イノベーション」を2つの柱として、リアルの方とクラウドの場で、市、市民、事業者、学校などが連携



「コミュニティラボ」のコンセプトビジュアル

熊谷市概要

人口(2024年12月1日現在)	191,108人
世帯数(同上)	90,739世帯
平均年齢(2024年1月1日現在)	49.2歳
面積	159.82km ²
製造業事業所数(経済構造実態調査)	352所
製造品出荷額等(同上)	10,751.4億円
卸・小売業事業所数(経済センサス)	1,694店
商品販売額(同上)	6,792.5億円
公共下水道普及率	48.2%
舗装率	73.5%

資料:「令和5年埼玉県統計年鑑」ほか



主な交通機関

- JR上越・北陸新幹線 熊谷駅
JR高崎線 熊谷駅、籠原駅
秩父鉄道 熊谷駅、ソシオ流通センター駅、上熊谷駅、石原駅、
ひろせ野鳥の森駅、大麻生駅
- 関越自動車道 花園IC、嵐山小川IC、東松山ICから市役所まで約16km

し、新たなコミュニティづくり、社会実験、ビジネス化を行って「夢が叶うまち」の実現を目指していく。

☀ 子育て支援・保健拠点施設の整備

熊谷市の行政施設の多くは昭和の時代に建設され、老朽化が進んできた。児童館や保育所など子育て支援施設、保健センターや休日・夜間急患診療所など保健医療関連施設は古いものは昭和40年代に建設されており、時代になかった施設に建て替えることが課題となっていた。検討の結果、これら子育て支援施設や保健医療関連施設を、市の遊休地1カ所に集約して建て替える計画が固まった。

保育所については、市内の4つの公立保育所を1つに集約することで、効率的な運営ができるという。保育所の集約により、熊谷駅を利用する鉄道通勤者の利便性を損なわないよう、熊谷駅でこどもの受け入れ・引き渡しを可能とする。新たに設置される(仮称)「こどもセンター」には中高生が学習やグループ活動を行う施設も充実させ、児童クラブも併



(仮称)「こどもセンター」と児童クラブの完成イメージ図

設される計画だ。

子育て支援施設や保健医療関連施設を1カ所に集約することにより、利用者の利便性が高まるほか、利用者が敷地内に滞留しやすい雰囲気を作ることにより、世代間の交流を活発化させることも狙っているという。

☀ 北部地域振興交流拠点の整備に向けた検討開始

熊谷市では市役所南側に長年コミュニティひろばとして利用されている土地があり、中心市街地の活性化を図る観点からも有効活用が課題であった。市役所の建物も老朽化したため、当該地での新庁舎建設も候補に挙がっていた。

埼玉県の熊谷地方庁舎も老朽化してきたなか、埼玉県の5か年計画(令和4年度～令和8年度)では、「北部地域振興交流拠点の検討推進」が盛り込まれた。

これを受け、当該コミュニティひろばの共同利用を図るべく、埼玉県は産業振興機能及び地域機関の集約、熊谷市は市役所の行政機能の移転をテーマに検討が始まった。2023年9月には県と市で構成する連絡調整会議も設置された。

北部地域振興交流拠点は、産業振興機能や県の地域機関、熊谷市の行政機能などが集約される予定で、DXを前提とした未来の埼玉県庁の先行モデルとしての役割も加わるという。

埼玉県と熊谷市の連携により、賑わいのある新たな施設が誕生するのが今から楽しみだ。(太田富雄)

市町村経済データ

製造業の事業所数、従業者数、製造品出荷額等

市町村名	事業所数 (所)	従業者数 (人)	製造品 出荷額等 (億円)	市町村名	事業所数 (所)	従業者数 (人)	製造品 出荷額等 (億円)	市町村名	事業所数 (所)	従業者数 (人)	製造品 出荷額等 (億円)
さいたま市	1,168	28,290	9,295	朝霞市	176	4,329	916	滑川町	43	2,742	1,195
川越市	576	21,009	8,497	志木市	106	1,230	234	嵐山町	54	3,690	1,775
熊谷市	352	13,999	10,751	和光市	88	1,290	349	小川町	85	2,181	1,164
川口市	1,704	22,319	5,478	新座市	240	4,936	1,340	川島町	104	4,267	1,358
行田市	194	8,081	3,640	桶川市	101	4,106	1,309	吉見町	63	2,564	1,397
秩父市	171	5,284	1,355	久喜市	253	11,973	4,952	鳩山町	23	206	48
所沢市	314	7,377	1,859	北本市	81	2,795	705	ときがわ町	92	1,890	641
飯能市	156	4,925	1,365	八潮市	740	13,216	4,372	横瀬町	25	658	379
加須市	294	12,737	4,990	富士見市	75	829	213	皆野町	30	505	99
本庄市	169	7,682	3,823	三郷市	481	6,677	1,393	長瀬町	27	560	92
東松山市	152	8,922	3,304	蓮田市	83	3,822	1,541	小鹿野町	47	1,270	243
春日部市	270	7,178	2,478	坂戸市	113	6,124	1,684	東秩父村	13	132	13
狭山市	230	13,403	11,596	幸手市	100	3,263	1,193	美里町	52	3,593	1,327
羽生市	175	7,217	2,527	鶴ヶ島市	47	2,937	653	神川町	39	1,544	715
鴻巣市	170	6,290	2,322	日高市	180	6,287	2,176	上里町	79	4,061	1,423
深谷市	270	13,018	4,489	吉川市	213	4,176	934	寄居町	88	6,075	4,136
上尾市	266	10,079	4,905	ふじみ野市	116	4,498	1,365	宮代町	28	332	73
草加市	536	14,151	6,181	白岡市	64	2,118	642	杉戸町	91	2,209	536
越谷市	461	8,905	2,311	伊奈町	121	4,052	1,017	松伏町	100	1,732	331
蕨市	76	2,844	1,364	三芳町	213	9,144	3,138				
戸田市	496	10,954	2,470	毛呂山町	50	1,165	331				
入間市	291	11,444	5,516	越生町	37	460	81				
								市町村計	13,252	385,746	147,998

資料:総務省・経済産業省「2023年経済構造実態調査製造業事業所調査」
(注1)個人経営を除く事業所の集計値。
(注2)事業所数、従業者数は2023年6月1日現在、製造品出荷額等は2022年1～12月(1年間)の数値。

埼玉りそな経済情報 2025年1月号

2025年1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/>

