

# 埼玉りそな 経済情報

February 2021 No.206

2月号

1 **彩論** 関東財務局長 古谷 雅彦 氏

——— 大きくなろうとしない中小企業

2 **ズームアップ** 株式会社メモルス

5 **調査** 埼玉県の個人消費の現状

9 **アンケート調査①** 埼玉県内雇用動向調査

——— 県内企業の雇用人員は「不足」とする割合が大幅に減少

11 **アンケート調査②** 埼玉県内企業の新型コロナウイルス感染症の  
影響とその後の対応

13 **県内経済の動き**

15 **月次経済指標**

17 **タウンスケープ** 鶴ヶ島市

——— しあわせ共感 安心のまち つるがしま

裏表紙 **市町村経済データ**



江戸時代から続く市指定無形文化財「高倉獅子舞」(鶴ヶ島市)



埼玉りそな銀行

RESONA

公益財団法人  
企画 埼玉りそな産業経済振興財団  
編集

## 大きくなろうとしない中小企業

関東財務局長  
古谷 雅彦氏



日本社会は少子高齢化、人口減少が進む。経済は労働力人口の減少や貯蓄率の低下等による低成長が見込まれる。中小企業では労働生産性の伸び悩み、事業再生・事業承継、人材確保等が課題であるとされる。現場に近いところで見ているものとして、あえて申し上げたい。課題はウォークマンを作れなくなったことではないのか、中小企業が大きくなろうとしないことではないか。

高齢化は長寿化であっていいことである。世界の多くの国で同じ様相を呈しているが、そもそも人口増加が続けば、人類、地球が維持できない。我が国は現在約1億2,600万人のところ、2060年頃に約9,000万人に減少すると見込まれているが、それでも現在のドイツを上回る、相当な大国である。人口減少による需要減を心配する向きが少なくないが、供給側も減少する。国としてはゼロ成長でも、一人あたりは成長となる。厳しい財政事情は一層厳しくなるゆえ対応が必要であるが、できないものではない。

むしろ課題は、低成長などより、企業が現状に満足し、無借金経営を誇り、これまで作ったものの延長線上にあるものを作って売る、言い換えれば、リスクを冒してまで画期的なものを作ろうとはしないことではないのか。ウォークマンを作れなくなっている日本ではないのか。経済が右肩下がりになることより、右肩下がりを前提とした考え方ではないのか、老いることより若々しさを失っていることではないのか、今の暮らしを守れば良しとして挑まないことではないのか。

中小企業の生産性については、すぐに取り組めるのは情報通信技術の活用である。デジタル化な

んて自分達には縁遠いと思われていたが、まずは会計ソフトを導入されてはいかがですか、と助言され、それならば、と進む中小企業がある。

その上で申し上げると、生産性は資源から付加価値を産み出す際の効率の程度のことを言うが、実際には付加価値額を労働投入量で除して計算される。中小企業、典型的には下請けは付加価値額が小さく、結果として生産性が低いといわれている。本当は中小企業、下請けの生産性が低いのではなく、大企業こそ国際競争力が低く、生産性が低いかもしれない。下請けの価格転嫁力が弱いため、交渉力に差のある大企業と中小企業の間で価格が決まるために、中小企業の生産性が低く抑えられている面があるのではないかとすれば、その関係改善が必要だが、もう一つの道として中小企業が下請けから脱することも考えられるのではないかと。

中小企業といっても、家族営業の店、何代も続く老舗、下請けの町工場、地元の有名企業、ベンチャー企業など様々である。すべての中小企業が大きくなるべきとも思えない。しかし技術、経営など可能性を有する企業でありながら、中小企業の雄であることを誇りにして、現状に満足して変わらぬ企業があるのではないかと。トヨタも、ホンダも、パナソニックも、ソニーも昔は町工場だった。彼らは作りたいもの、求められるものを作り、大きくなることで自らの思いをかなえた。近時お目にかかる中小企業者の方々の中には、可能性あるのに、、、と思う方がおられる。

社会が高齢化し、現状維持、守りに入っていても、あえて若々しく、挑む気概が問われているのではないかと。

## ベルギーワッフルの自社ブランド製品やOEM商品の研究開発・製造を手がけ、味、品質管理、生産量において業界で存在感を示す

メモルスは大手コンビニエンスストアやスーパー等の小売店に、ベルギーワッフルのOEM商品や自社ブランド商品を販売する洋菓子メーカーである。長年ベルギーワッフルの開発・製造に特化して事業を成長させ、確固たる地位を築いてきた。昨年、食品会社を傘下に迎え、さらなる飛躍に向けて挑戦を続けている。



代表取締役 横田 英雄氏

- 代 表 者 代表取締役 横田 英雄
- 創 業 昭和59年6月
- 設 立 平成4年5月
- 資 本 金 1,000万円
- 従業員数 70名
- 事業内容 洋菓子製造およびOEM商品の研究開発・製造
- 所 在 地 〒350-1331 埼玉県狭山市新狭山3-10-6  
TEL 04-2955-1101 FAX 04-2955-5277
- U R L <https://memols.com/>

平成の時代に一大ブームを巻き起こしたベルギーワッフルは、今では焼き菓子の定番商品の座を獲得し、不動の人気を集めている。株式会社メモルスはベルギーワッフル開発・製造のBtoB事業を柱に据え、大手コンビニエンスストアやスーパー、コーヒーチェーン等数多くの企業の製品を手がけている。

「ベルギーワッフルは参入しやすい商品と思われるがちですが、設備投資がかかるうえ、生地づくりなどノウハウの蓄積が必要となるため、新たなプレーヤーが生まれにくい。ベルギーワッフルに特化したメーカーは数社しかないと思います」（横田英雄社長）

同社の工場では生地の仕込み、分割・成形後、じっくり長時間発酵させ、その後手作業で焼き上げて包装、箱詰めまで一貫生産で行う。しっとりとした食感と香ばしい味わいで評価が高い製品。現在同社は、その確かな品質と徹底した衛生管理、日産5万個という生産量において業界で存在感を示している。

### ➔ ブームに乗り新事業を軌道に乗せる

昭和60(1985)年、横田社長は新狭山駅前に西洋

料理を中心としたレストラン「メモリーズ」を開業。地元のファンを増やし、売り上げを順調に伸ばしていた。

とある休日、食のトレンドを探るため飲食店やスイーツ店を食べ歩いていた時、街角の路面店でベルギーワッフルと出会い、その味に大きな衝撃を受ける。

「バターと砂糖や蜜の焦げたにおいが香ばしく漂い、味も『こんなにおいしいものがあるのか』と驚きました。私もこんな仕事がしてみたいと思ったのです」

そこで、平成4(1992)年に同社を設立。レストラン運営と並行して、ベルギーワッフルの製造・販売をスタートさせた。最初は仕入れた生地を用いて、手焼きの機械で焼き上げ店頭で販売。折しもベルギーワッフルのブームが追い風となって経営は波に乗り、フランチャイズで2店舗開業するまでになった。

その後、生地づくりの指導をしてくれる人物と出会い、そのノウハウと自社の開発技術を組み合わせ、材料集めから生地づくり、焼成まで一貫して行える工場を設立。商社や問屋を通してベルギーワッフルの販売と生地の販売を開始し、売り上げを右肩上がりに伸ばしていった。

当然、ブームに乗って多くの企業が参入してきた。

中には発酵が十分でないために冷めたら硬くなるものや、安かろう悪かろうの商品も出回り始め、やがてブームも去っていった。

「山高ければ谷深しで、そこからが大変でした。毎月赤字が増えていきましたね」

同社は傾き始めた経営を立て直すため、次のブームの兆しが見えたエッグタルト、クイニーアマン等の洋菓子づくりを始めるが、ベルギーワッフルほどの高い山にはならず経営は悪化の一途をたどっていった。

## ➔ V字回復からの快進撃

「ベルギーワッフルブームの山が高かったのは、支持される何かがあったからだと思いました。そこでもう一度、原点回帰して今まで以上においしいベルギーワッフルを追求しよう。それでダメなら全財産を処分してサラリーマンになろう、と考えました」

横田社長はレシピや配合を見直し「どうせ赤字が続くなら、挑戦だ」と、上質の材料を使ってワンランク上のおいしさを実現した製品を開発する。これが功を奏した。販売から2～3カ月後、底を打った売り上げが、少しずつ上向いてきたのだ。

さらにその頃、大手コンビニのバイヤーにつてのある人物と知り合い、同社の製品を売り込んでもらったところ、コンビニの担当者から「おいしい!」と好評を得て、1カ月後に全国で販売されることが決まった。原点回帰して製品開発に注力したことで、自ら“運”も手繰り寄せ、チャンスをつかんだのだ。

そこからが全力疾走だった。自社ブランド商品での販売だったため、新たにオリジナルパッケージのデザインに取りかかった。その際、包装フィルムやデザインをデパ地下に置かれているような、シンプルかつ高級感漂うものにして上質な材料を使用しているイメージに仕上げた。

さらに当時は月数万個しか生産能力がなかったラインを1カ月半ほどフル稼働させ、月数十万個を生産する体制も敷いた。これは、基幹事業であったレスト

ランを閉め、従業員総出での対応だった。

やがて、同社の製品を店頭で見た他のコンビニから問屋を通して徐々に注文が入り始める。さらに、半自動製造機の導入によって生産も安定したことで、売り上げは見事V字を描いて回復していった。

「あの時、原価率にこだわらずおいしさを追求したのがよかったのだと思います。もし、わずかな利益を優先して材料費を削っていたら、今につながるチャンスはなかったと思います」



## ➔ 味わい・食感、魅力的な商品群

平成26年、同社はさらなる増産体制を整えるため、新工場を設立。現在は日産約5万個を生産するほか、急な依頼に対応できるラインも準備しているという。

「当社がなぜ生き残ってきたかというところ、小ロットのOEM生産を積極的に行ってきたからです」

ストアブランドやPB商品は、小売店からすれば自社商品のため、販売にも力が入り他社製品に置き換わりにくい。同社は他社が引き受けない小ロットのOEMを積極的に請け負い、顧客が望む味やサイズ、風味、食感等に仕上げ、満足度の高い製品を開発してきた。そうして、多くの小売店へ新規参入を果たし

販路を広げていったのだ。中には、何度も試作を重ね時間をかけて、顧客が十二分に満足する味にたどり着いた製品もある。

また同社はネット販売でBtoC事業を展開し、自社ブランド商品「バッケンデリス」で、ベルギーワッフル、バウムクーヘン、フィナンシェを取り扱っている。

ソフトビスケット風に焼き上げた“ビスキュイワッフル”は、狭山産の挽きたての抹茶を使った「狭山抹茶」と「プレーン」。しっとりした食感の“スイートワッ



「バッケンデリス」ワッフル商品

フル”は、毎日食べても飽きのこないやさしい風味の「プレーン」「キャラメル」「ココア」。芳醇な香りと濃厚な味わいの“リッチワッフル”は、生キャラメルの風味豊かな「キャラメル」と、生地チョコチップを練り込んだ「チョコチップ」、ワッフルシュガーのシャリシャリした食感とリッチな味わいの「プレーン」。そのほかチョコレートをかけた「ダブルショコラワッフル」（3月までの販売）、北海道産大納言小豆を贅沢に使った「小豆ミルク」のワッフルも人気を集めている。

そして「さやま菓乃輪」シリーズのバウムクーヘンは抹茶とプレーン、フィナンシェは狭山抹茶とバニラ、チョコ、イチゴの4種類のフレーバーで展開。

いずれの商品も多くのファンを魅了し虜にしている。

## ➔ 食品通販企業を傘下に招き入れる

昨年同社は、おせち料理のネット販売を行う、小樽きたいち株式会社をグループに招き入れた。

「大手の取引先が増えてくると、当社も売り上げ全体のボリュームが必要になってきます。そこでメインバンクと相談して連結でボリューム増を図ろうと。そして営業利益を上げ、安定経営をしている海産物の通販企業、小樽きたいちさんと出会い、力を合わせて事業を進めていくことになりました」

小樽きたいちは毎年3万セットものおせち料理の販売数があるほか、北海道の海産物や夕張メロン等果物の販売も行っている。長年にわたりネット販売で実績を上げていることもあり、集客や購入率アップに向けたさまざまな手法を持つ。横田社長はこうしたノウハウを持つ小樽きたいちとタッグを組むことで、売上規模を増大させるとともに、ネット販売の拡大につなげ、BtoCのボトムアップを図っていく考えだ。

## ➔ レストラン経営への原点回帰に向けて

今後もベルギーワッフルの開発・製造を続け、「継続的に売れ、安定した利益を生み出せる経営を続けていきたい」と語る横田社長。さらに、長年抱き続けてきた夢の実現に向けた取り組みも進めていきたいと話す。

「将来、直営店を出したいんです。26歳でレストランを開店したのも、お客さまと触れ合い笑顔が見たかったから。いつかベルギーワッフルをはじめ焼き菓子の販売やカフェを併設した店をオープンして、お客さまに直接『ありがとうございます』と言うのが夢です」

めまぐるしくブームが移り変わるスイーツ産業において、ベルギーワッフルはこの先も定番として焼き菓子の棚で存在感を示していくだろう。同社は横田社長の経営者としての原点回帰“レストラン経営”の夢を携えて、この先も真摯にひたむきにベルギーワッフルをつくり続けていく。そして、より一層プレゼンスを高めていくに違いない。

## はじめに

新型コロナウイルスの感染拡大を受けて、2020年4月に1回目の緊急事態宣言が出され、様々な経済活動が制限されたことで、埼玉県の個人消費は大幅に落ち込んだ。宣言の解除後は、特別定額給付金等の効果もあって持ち直してきたものの、11月頃から感染の第3波が急速に広がり、年明けに2回目の緊急事態宣言が発出されたことに伴って、再び個人消費の下降リスクが高まっている。

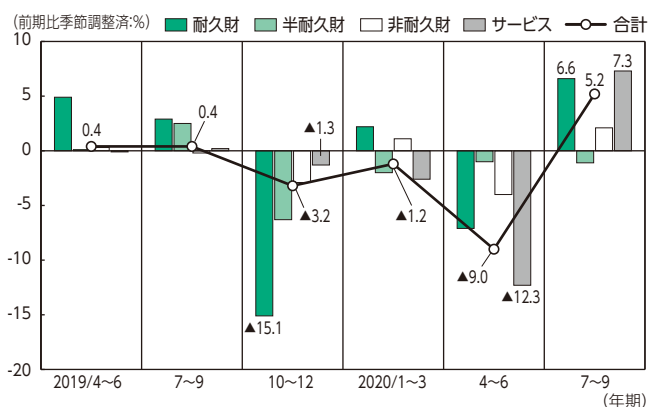
以下では、埼玉県の個人消費の現状について簡単にみてみたい。

## サービスが落ち込んだ全国の個人消費

全国の国内家計最終消費支出の実質成長率は、2019年4～6月期に前期比+0.4%、7～9月期に同+0.4%となった後、10～12月期は消費税率引き上げに伴う駆け込み需要の反動から、同▲3.2%と大きく落ち込んだ。

2020年1～3月期に前期比▲1.2%となった後、緊急事態宣言が発出された4～6月期には、同▲9.0%と非常に大幅な落ち込みとなった。7～9月期に同+5.2%と4四半期ぶりに前期を上回り、個人消費は持ち直しに転じたとはいえ、前年比でみれば▲8.3%と前年の水準を下回っている。

## ● 全国の国内家計最終消費支出の実質成長率



この国内家計最終消費支出の動きを、財・サービスの種類ごとに分けてみると、2019年10～12月期には、駆け込み需要に伴う反動減から、耐久財が前年比▲15.1%と大きな落ち込みをみせたが、サービスについては同▲1.3%と小幅なマイナスにとどまっていた。

一方、緊急事態宣言の出た2020年4～6月期には、移動の自粛や店舗の営業時間短縮・休業等で旅行や飲食などが大きな影響を受けた結果、サービスが前年比▲12.3%と大幅に落ち込んだ。

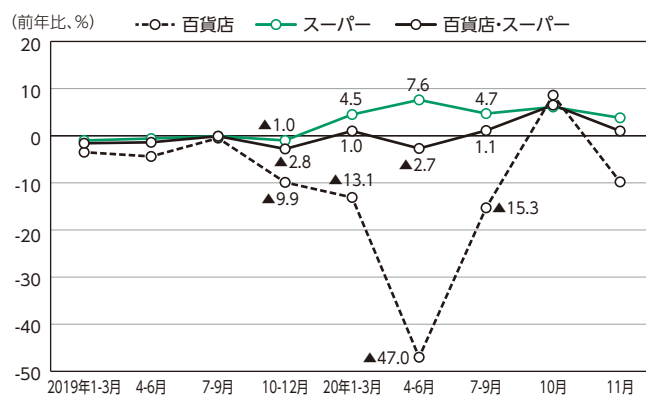
7～9月期には、「Go To トラベル」事業の実施等もあって、サービス消費を含めて持ち直しの動きがみられたものの、前期までの大幅な落ち込みをカバーするには至らなかった。

## 巣ごもり需要で堅調な埼玉県のスーパー

埼玉県についても、個人消費は2020年4～6月期に大きく落ち込んだ後、巣ごもり需要や特別定額給付金などの効果から、7～9月期にかけて持ち直しに転じたとみられる。

2019年10～12月期に前年比▲2.8%だった埼玉県の百貨店・スーパー販売額は、2020年1～3月期に同+1.0%となった後、緊急事態宣言の出た4～6月期に同▲2.7%まで落ち込み、7～9月期には同+1.1%と再び前年を上回った。

## ● 埼玉県の百貨店・スーパー販売額の推移



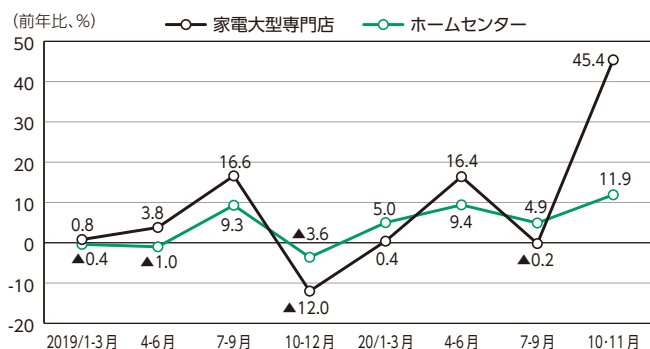
内訳をみると、百貨店は、2019年10～12月期に前年比▲9.9%、2020年1～3月期に同▲13.1%となった後、緊急事態宣言に伴う休業期間があった4～6月期は同▲47.0%と大幅に前年を下回った。7～9月期は同▲15.3%とマイナス幅が縮小したものの、外国人観光客によるインバウンド需要が止まっていることもあって、前年を下回っている。

一方、スーパーは、2019年10～12月期は前年比▲1.0%だったが、2020年1～3月期には同+4.5%と前年を上回り、4～6月期には同+7.6%とプラス幅が拡大した。7～9月期についても同+4.7%とプラスを維持している。感染拡大を受けて、家で過ごす人が増えたことから、食品等を中心にスーパーの販売額は堅調に推移している。

## 高い伸びを示した家電大型専門店

スーパー以上に好調だったのが、家電大型専門店である。家電大型専門店の販売額は、消費税率引き上げに伴う駆け込み需要で、2019年7～9月期に前年比+16.6%となった後、反動減から10～12月期には同▲12.0%と減少した。その後、2020年1～3月期に同+0.4%と持ち直し、緊急事態宣言のあった4～6月期には同+16.4%と再び高い伸びとなった。7～9月期は、前年の水準が高かったため、同▲0.2%とわずかに減少となったものの、販売額としては好調を維持した。

● 埼玉県の家電大型専門店とホームセンターの販売額の推移



在宅勤務の増加に伴い、テレワークに必要なパソコンの購入が増加したことに加え、家で過ごす時間が増えたことで、ゲーム機や大型TV等も好調に推移した。特別定額給付金の支給がこうした需要を下支えしたとみられる。

ホームセンターの販売額についても、家電大型専門店と同様に、2020年1～3月期以降は前年を上回って推移している。こちらも家庭で過ごす時間が増えたことに伴って、園芸用品やDIY用品などの販売が増えたようだ。

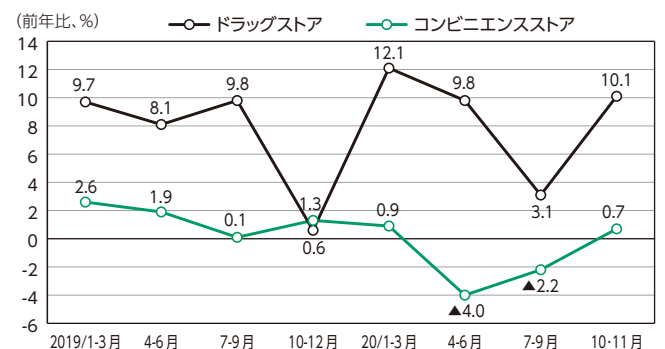
## 落ち込んだコンビニエンスストア

ドラッグストアの販売額は、2020年1～3月期に前年比+12.1%となった後も、4～6月期が同+9.8%、7～9月期が同+3.1%と、マスクや消毒用アルコールなどの衛生商品がけん引する形で堅調な推移が続いている。

一方、コンビニエンスストアの販売額は、2019年7～9月期に前年比+0.1%となった後、10～12月期は同+1.3%、2020年1～3月期は同+0.9%とプラスを維持したが、4～6月期には同▲4.0%と大幅に落ち込み、7～9月期も同▲2.2%と低調だった。

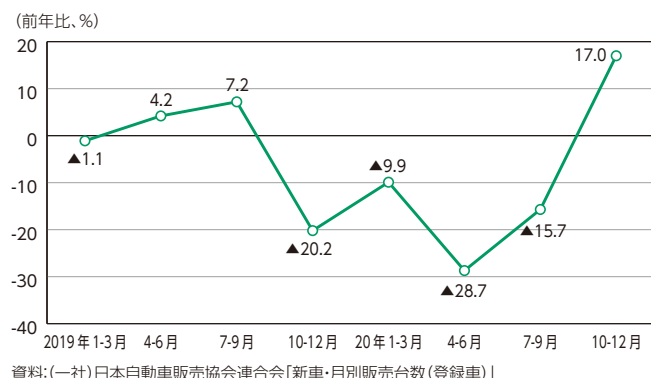
感染拡大を受けて、在宅勤務を実施する企業が増えたことから、ビジネス街にある店舗での売り上げが落ち込んだものの、宣言の解除後は徐々に持ち直している。

● 埼玉県のドラッグストアとコンビニエンスストアの販売額の推移



埼玉県の新車販売台数(除く軽自動車)は、2019年7～9月期は、消費税率引き上げ前の駆け込み需要もあって、前年比+7.2%の伸びを示したが、10～12月期は反動減から同▲20.2%と減少に転じた。2020年1～3月期に同▲9.9%となったが、4～6月期はカーディーラーへの集客が難しかったこともあって、同▲28.7%と再び大幅に落ち込んだ。7～9月期に同▲15.7%となった後、10～12月期は、前年実績が落ち込んでいたこともあって、同+17.0%とプラスに転じた。

### ●埼玉県の乗用車新車販売台数(除く軽自動車)の推移



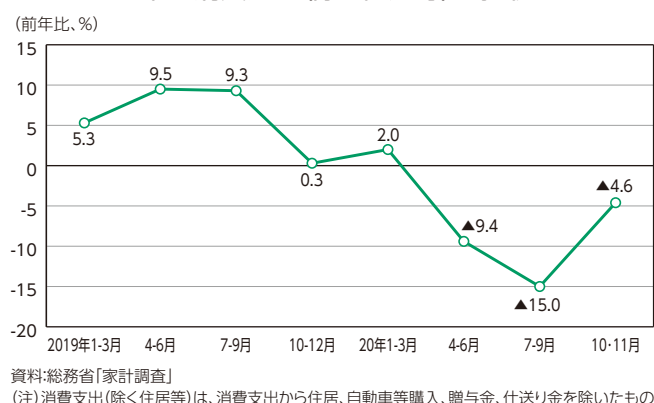
## 持ち直しが遅れているサービス消費

これまでみてきた百貨店・スーパー販売額や家電大型専門店の販売額などは、2020年7～9月期にかけて持ち直してきたが、これらの統計は主にモノの消費動向を反映しており、サービスの消費動向をとらえることが難しい。

サービス消費を含めた消費全体の動向をみるため、総務省の家計調査で、さいたま市の二人以上世帯の消費支出(除く住居等)の動きをみると、2019年4～6月期は前年比+9.5%、7～9月期も同+9.3%と、消費税率引き上げ前は比較的高い伸びを示していた。反動減が生じた10～12月期についても、伸び率は同+0.3%に低下したものの、前年割れになることはなく、2020年1～3月期も同+2.0%とプラスを維持した。

しかし、緊急事態宣言の出た4～6月期に前年比▲9.4%と落ち込んだ後、7～9月期は同▲15.0%と更に減少幅が拡大した。10・11月は同▲4.6%とややマイナス幅が縮小したものの、サービスを含めた消費支出は引き続き前年を下回っている。

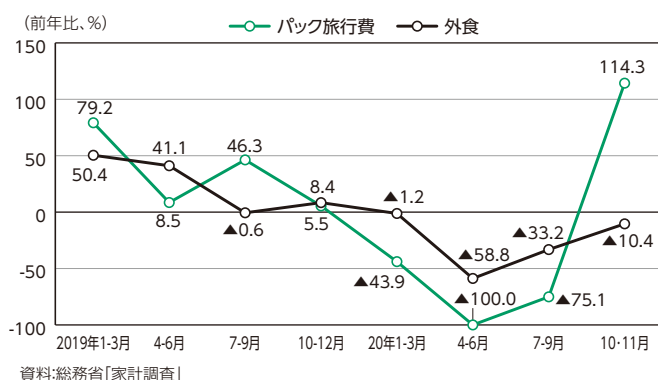
### ●さいたま市の消費支出(除く住居等)の推移



あらためて、さいたま市の消費支出の内、サービス関連の動きをみると、パック旅行費は2020年1～3月期に前年比▲43.9%となった後、緊急事態宣言が出された4～6月期は同▲100%と該当する支出がなくなった。「Go To トラベル」事業の実施等もあって、7～9月期は同▲75.1%となった。10・11月については前年を大幅に上回っている。

外食についても、飲食店の営業時間の制限要請などを受けて4～6月期に前年比▲58.8%まで落ち込んだ後、7～9月期は同▲33.2%、10・11月は同▲10.4%まで持ち直したものの、前年を下回っている。

### ●さいたま市の消費支出(パック旅行費・外食)の推移

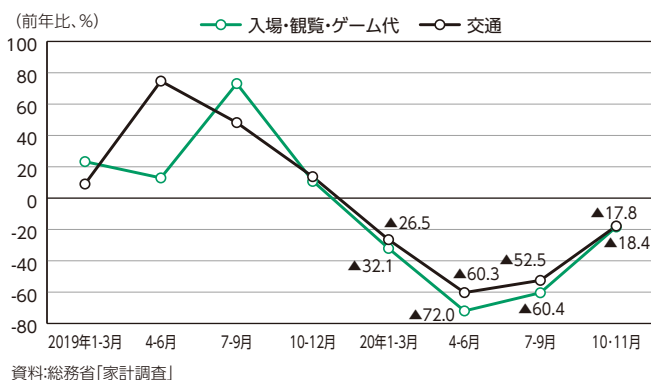


また、映画や演劇・スポーツ等の鑑賞費用などに

あたる入場・観覧・ゲーム代は、2020年4～6月期が前年比▲72.0%、7～9月期が同▲60.4%、10・11月が同▲18.4%となった。密を避けるため入場者数の制限が残るなかで、前年を下回っている。

鉄道やバス、航空運賃等からなる交通も、移動の制限などで4～6月期に前年比▲60.3%、7～9月期に同▲52.5%と大きく落ち込んでいたが、10・11月は同▲17.8%となった。

#### ●さいたま市の消費支出(入場・観覧・ゲーム代、交通)の推移



## 下降リスクが高まる埼玉県の個人消費

2020年4～6月期に大きく落ち込んだ後、埼玉県の個人消費は持ち直しに転じたものの、サービス消費の回復の遅れなどから、前年を下回る水準で推移してきた。感染の第3波の急速な拡大を受けて、年末年始にかけての「Go To トラベル」事業が一時停止に追い込まれたこともあって、個人消費の足取りはこれまでより重くなっているとみられる。

先行きについても、年明けに都三県を対象とする2回目の緊急事態宣言が発出されたことで、個人消費は再び下降リスクが高まっている。

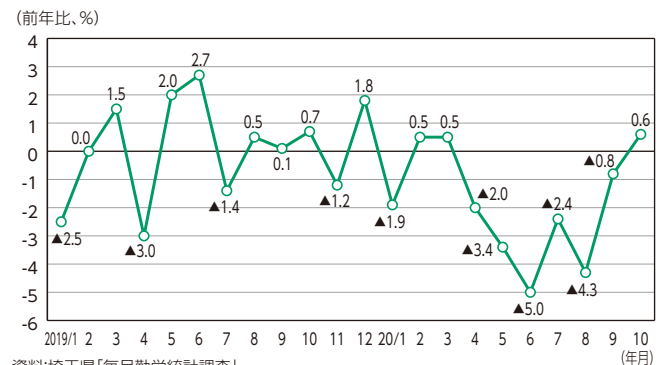
昨年までの個人消費を取り巻く環境をみると、厳しい状況が続くなかでも、一部に下げ止まりの動きがみられるようになっていた。

雇用面では、雇用調整助成金の特例措置が2月末まで延長されたが、感染拡大に起因する県内解雇等見込み労働者数の増加に歯止めがかかってい

ない状況にある。一方、有効求人倍率は依然として1倍の水準を下回っているものの、このところ下げ止まりの動きがみられる。

所得面でも、企業業績の悪化を受けて、昨年冬のボーナス支給額は前年を下回ったとみられる。しかし、毎月勤労統計で、埼玉県内企業のうち、前年同月分と当月分がともに集計対象となった共通事業所における現金給与総額の動きをみると、2020年4月に前年比▲2.0%、5月に同▲3.4%、6月に同▲5.0%と大きく落ち込んだ後、9月に同▲0.8%まで持ち直し、10月には同+0.6%と前年を上回っており、足元で緩やかに持ち直してきた。

#### ●埼玉県内企業(共通事業所)の現金給与総額の推移



しかしながら、一都三県を対象とする今回の措置では、全国的にみれば、前回ほどの落ち込みとはならないものの、当事者となる埼玉県については、営業時間が制限される飲食店など、サービス消費を中心にある程度の影響が避けられないだろう。加えて、現状で1カ月程度と想定される今回の緊急事態宣言の解除後も、しばらくはマスクの着用やソーシャル・ディスタンスを守りながらの慎重な経済活動を強いられ、影響が長引く可能性がある。

米国や欧州で昨年12月からワクチンの接種が開始され、わが国でも、早ければ2月下旬から順次ワクチンの接種が行われる予定である。感染の第3波の収束と並行して、ワクチンの接種が一般に広く実施されることで、個人消費が早期に回復軌道へ戻ることを期待したい。

(井上博夫)



## アンケート調査①

# 埼玉県内雇用動向調査

## 県内企業の雇用人員は「不足」とする割合が大幅に減少

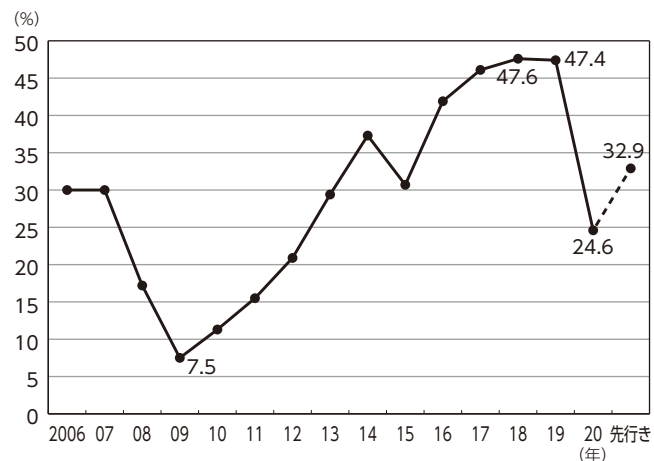
埼玉県内企業を対象に雇用動向についてのアンケート調査を実施した。結果は以下の通り。

### ✓ 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」19.3%（前年比+14.1ポイント）、「適正」56.1%（同+8.7ポイント）、「不足」24.6%（同▲22.8ポイント）となった。前年と比べ「余剰」および「適正」とする割合が増え、「不足」とする企業割合は大幅に減った。

新型コロナウイルス感染症の影響による業況の悪化から、雇用人員が「不足」とする企業割合は大幅に減り、人手不足感はこれまでに比べ弱まっている。ただ、「不足」が「余剰」とする企業割合を引き続き上回っており、人手の確保に苦慮する企業も依然多い。

#### ●雇用人員が「不足」とした企業割合の推移



#### ●雇用人員の過不足感



業種別では、製造業は「余剰」35.0%（前年比+24.3ポイント）、「不足」10.0%（同▲20.7ポイント）となり、前年に比べ「余剰」が増え、「不足」が減少した。非製造業は「余剰」10.8%（同+8.6ポイント）、「不足」32.4%（同▲24.2ポイント）となり、前年に比べ「不足」が大幅に減少したものの、「不足」が「余剰」を引き続き上回っている。特に「小売業」や「情報通信業」で不足感が強い。

先行きは、「余剰」14.6%、「適正」52.5%、「不足」32.9%となった。「不足」が現状より増えており、先行き雇用環境は改善するとの見方が増えている。

### ✓ 雇用人員の動向

正規従業員の雇用人員が前年同期と比較して「増加」した企業は22.1%（前年比▲11.2ポイント）、「変わらない」が55.3%（同+12.1ポイント）、「減少」が22.6%（同▲0.9ポイント）となった。新型コロナウイルス感染症の影響による景気の悪化から雇用人員を増やす企業は減少したが、「変わらない」とする企業が増加しており、雇用人員は現状を維持するところが多い。

パート・アルバイトなど臨時従業員等については、「増加」が11.3%（前年比▲9.3ポイント）、「変わらない」が63.5%（同+4.7ポイント）、「減少」が25.1%（同+4.5ポイント）となった。「減少」が「増加」を大幅に上回り、パート・アルバイト等臨時従業員の雇用については悪化している。

#### ●雇用人員の動向

|      | 正規従業員          |                | 臨時従業員          |                |
|------|----------------|----------------|----------------|----------------|
|      | 増加             | 減少             | 増加             | 減少             |
| 全産業  | 22.1<br>(33.3) | 22.6<br>(23.5) | 11.3<br>(20.6) | 25.1<br>(20.6) |
| 製造業  | 12.5<br>(30.7) | 30.0<br>(21.3) | 5.7<br>(17.9)  | 28.6<br>(28.4) |
| 非製造業 | 27.4<br>(34.8) | 18.5<br>(24.6) | 14.3<br>(22.0) | 23.3<br>(16.5) |

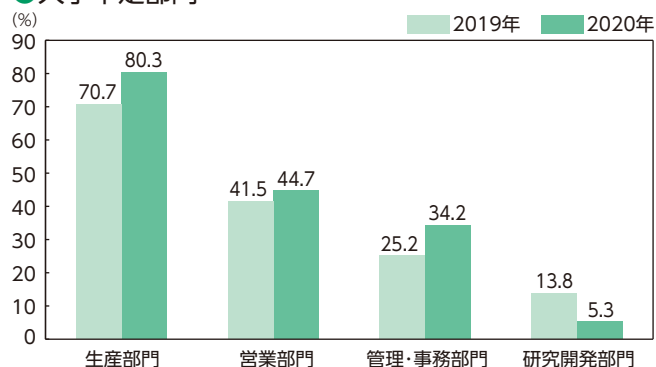
(注) ( )内は2019年調査結果

## ☑ 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)、「生産部門(建設・サービス等では作業現場)」が80.3%で前年同様最も多く、以下「営業部門」44.7%、「管理・事務部門」34.2%、「研究開発部門」5.3%と続いた。前年と比べ「生産部門」(前年比+9.6ポイント)、「管理・事務部門」(同+9.0ポイント)が増加し、「研究開発部門」(同▲8.5ポイント)が減少となった。

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」を挙げる企業が最も多く75.0%、以下順に「定年の延長・再雇用」42.7%、「パート・アルバイト・派遣社員の採用」25.8%、「残業の増加」17.7%、「社内配置転換」16.1%と続いた。前年調査と比べ増加で特に目立ったものはなく、「中途採用」(前年比▲8.2ポイント)や「パート・アルバイト・派遣社員の採用」(同▲7.9ポイント)が減少した。

### ● 人手不足部門



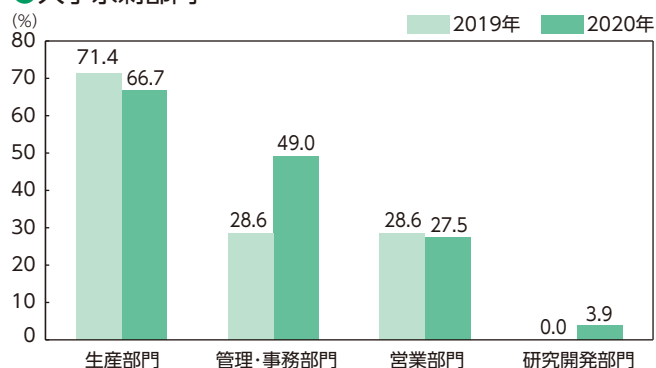
## ☑ 人手余剰部門

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・サービス等では作業現場)」が66.7%で最も多く、以下「管理・事務部門」49.0%、「営業部門」27.5%、「研究開発部門」3.9%となった。前年と比べ「管理・事務部門」が前年比+20.4ポイントと大幅に増加した。

人手余剰の対応策としては(複数回答)、「社内配

置転換」が最も多く27.4%、次いで「生産・業務体制見直し」、「パート・アルバイトの雇用停止」がともに23.3%、「採用中止による自然減」、「勤務時間の短縮」がともに20.5%、「出向・勧奨退職等」、「一時帰休」がともに19.2%と続いた。前年調査と比べ「一時帰休」が前年比+13.6ポイント、「パート・アルバイトの雇用停止」が同+6.6ポイントと増加した。一方「生産・業務体制見直し」が同▲32.3ポイント、「採用中止による自然減」も▲12.8ポイントと減少した。

### ● 人手余剰部門



## ☑ 来年度の新卒者の採用

来年度(2021年4月入社)の新卒者の採用については、「事業拡大のため採用を増加する」、「人手が不足しているため採用を増加する」及び「例年の採用を確保する」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51.2%となり、前年の69.1%から17.9ポイント減少した。新型コロナウイルスの影響による景気の落ち込み、先行きの不透明感から企業における新卒者の採用意欲はこれまでに比べ低下した。(辻 和)

### ● 来年度(2021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      | 5.1  | 5.1  | 5.0  |
| 人手が不足しているため採用を増加する  | 13.4 | 9.0  | 15.8 |
| 例年の採用を確保する          | 32.7 | 30.8 | 33.8 |
| 採用は行方が例年より減少する      | 16.6 | 20.5 | 14.4 |
| 現状の人員に余裕があるため採用を見送る | 32.3 | 34.6 | 30.9 |

2020年10月中旬実施。対象企業数932社、回答企業数228社、回答率24.5%。

## 埼玉県内企業の新型コロナウイルス

埼玉県内企業を対象に、新型コロナウイルス感染症の影響とその後の対応について、昨年10月にアンケート調査を実施した。結果は以下の通りである。

### ✓ 従来から変化したこと

新型コロナウイルス感染症の拡大により、従来から変化したことについては(複数回答)、「販売や調達など取引先との関係」が最も多く52.5%、次いで「テレワークなど従業員の働き方」40.1%、「資金繰りや借入」38.2%、「生産や販売などでのITの利用」31.8%、「賃金や雇用人員など従業員との関係」26.7%などとなった。昨年4月の緊急事態宣言により、事業活動の停止・縮小を余儀なくされる企業も出るなか、販売や調達など取引先との関係が変化したところが多かった。

業種別では、「海外関連の取引」について製造業が非製造業に比べて13.4ポイント、「テレワークなど従業員の働き方」について8.9ポイント多いのが目立った。新型コロナウイルス感染症の感染が世界的に広まるなか、非製造業に比べて海外展開している企業が多い製造業で、「海外関連の取引」の変化が多かったようだ。

#### ●新型コロナウイルス感染症の拡大により、従来から変化したこと(複数回答)

|                  | 全産業  | 製造業  | 非製造業 |
|------------------|------|------|------|
| 販売や調達など取引先との関係   | 52.5 | 55.6 | 50.7 |
| テレワークなど従業員の働き方   | 40.1 | 45.7 | 36.8 |
| 資金繰りや借入          | 38.2 | 42.0 | 36.0 |
| 生産や販売などでのITの利用   | 31.8 | 34.6 | 30.1 |
| 賃金や雇用人員など従業員との関係 | 26.7 | 24.7 | 27.9 |
| 設備投資             | 24.9 | 25.9 | 24.3 |
| 生産や販売における拠点や人員   | 23.5 | 24.7 | 22.8 |
| 海外関連の取引          | 10.1 | 18.5 | 5.1  |

### ✓ 取引先との関係で変化したこと

取引先(個人の顧客等を含む)との関係で変化したことについては(複数回答)、「商談などが中止、延期となった」が最も多く71.6%、次いで「取引数量が減少した」60.3%、「廃業や先方の都合で取引がなくなった」25.3%、「取引価格が低下した」8.8%、「支払

期日を変更した」2.1%となった。感染予防のため、人との接触機会を減らしたことから、商談などに影響が出たところが多かった。

業種別では、「取引数量が減少した」について製造業が非製造業に比べて15.5ポイント多く、「廃業や先方の都合で取引がなくなった」について非製造業が製造業に比べて13.4ポイント多いのが目立った。

#### ●取引先との関係で変化したこと(複数回答)

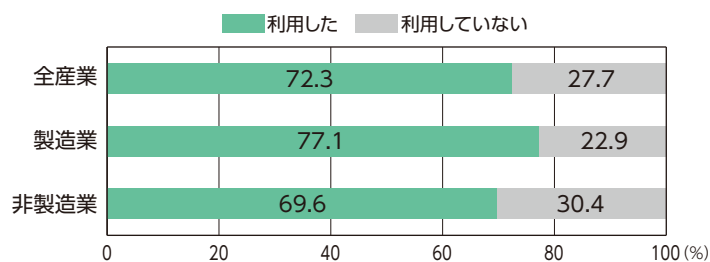
|                   | 全産業  | 製造業  | 非製造業 |
|-------------------|------|------|------|
| 商談などが中止、延期となった    | 71.6 | 73.7 | 70.3 |
| 取引数量が減少した         | 60.3 | 69.7 | 54.2 |
| 廃業や先方の都合で取引がなくなった | 25.3 | 17.1 | 30.5 |
| 取引価格が低下した         | 8.8  | 6.6  | 10.2 |
| 支払期日を変更した         | 2.1  | 2.6  | 1.7  |

### ✓ 政府等の支援策の利用の有無

政府等の支援策の利用の有無については、「利用した」が72.3%、「利用していない」が27.7%となり、7割以上の企業で支援策を利用した。

業種別では、「利用した」は製造業が77.1%と非製造業の69.6%に対し高かった。

#### ●政府等の支援策の利用の有無



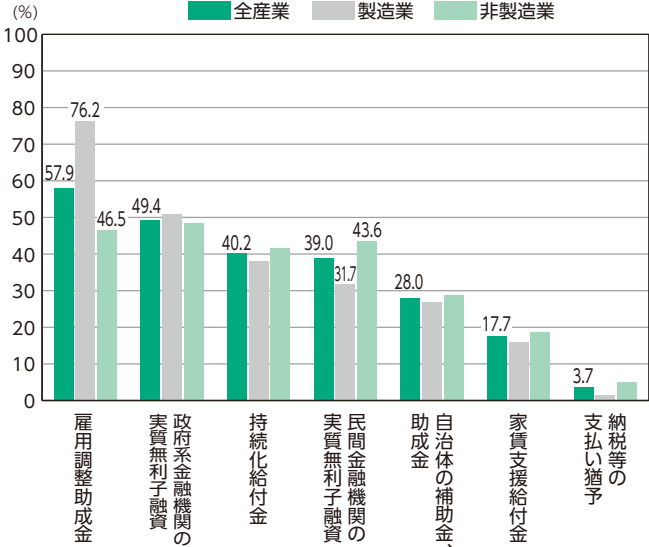
### ✓ 利用した支援策等

利用した支援策等については(複数回答)、「雇用調整助成金」が最も多く57.9%、次いで「政府系金融機関の実質無利子融資」49.4%、「持続化給付金」40.2%、「民間金融機関の実質無利子融資」39.0%、「自治体の補助金、助成金」28.0%、「家賃支援給付金」17.7%、「納税等の支払い猶予」3.7%となった。

業種別では、「雇用調整助成金」について製造業が非製造業に比べて29.7ポイント多く、「民間金融機関

# ルス感染症の影響とその後の対応

## ●利用した支援策等(複数回答)

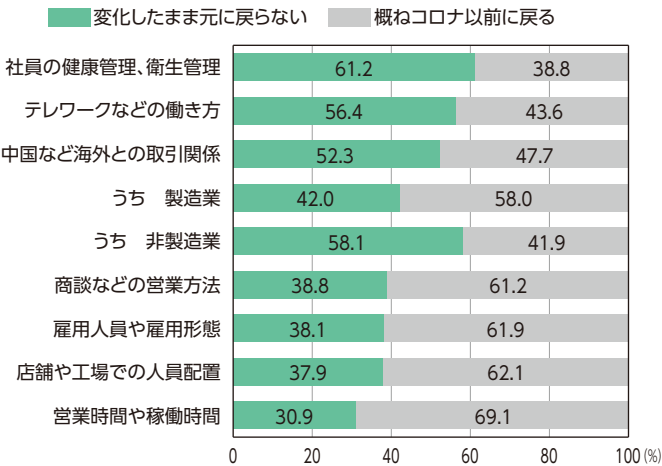


「実質無利子融資」について非製造業が製造業に比べて11.9ポイント多いのが目立った。「雇用調整助成金」が製造業で多かったのは、「取引先との関係で変化したこと」に記載したとおり、製造業では「取引数量が減少した」が非製造業より多く、社員を休業させて生産調整を行ったところが多かったためと考えられる。

## ☑ 新型コロナウイルス感染症収束後の見通し

新型コロナウイルス感染症が収束しても、企業経営上変化したことについては元に戻らないものがあると考えられる。

## ●新型コロナウイルス感染症収束後の見通し



企業経営上変化したことについて、今後の見通しを聞いたところ、「変化したまま元に戻らない」のは、「社員の健康管理、衛生管理」が61.2%と最も高く、次いで、「テレワークなどの働き方」56.4%、「中国など海外との取引関係」52.3%、「商談などの営業方法」38.8%、「雇用人員や雇用形態」38.1%などとなった。

業種別では、「中国など海外との取引関係」について非製造業が製造業に比べて16.1ポイント高いのが目立った。非製造業では、海外の調達先や販売先の変化が今後も継続すると考える企業が多いようだ。

## ☑ 新型コロナウイルス感染症の拡大を契機に変化が望まれること

新型コロナウイルス感染症の拡大を契機に変化が望まれることとしては(4つまで回答)、「働き方や就業環境」が60.3%と最も多く、次いで、「緊急時の対応、リスク管理」59.9%、「企業活動でのデジタル化の進展」48.3%、「行政・教育等のデジタル化の進展」42.2%、「取引先との関係や営業方法」39.2%などとなった。

業種別では、「働き方や就業環境」について非製造業が製造業に比べて23.6ポイント、「東京一極集中の是正」が14.1ポイント、「行政・教育等のデジタル化の進展」が12.6ポイント多く、「生産の国内回帰」について製造業が非製造業に比べて15.2ポイント、「取引先との関係や営業方法」が14.8ポイント多いのが目立った。

(太田富雄)

## ●新型コロナウイルス感染症の拡大を契機に変化が望まれること(4つまで回答)

|                 | 全産業 (%) | 製造業 (%) | 非製造業 (%) |
|-----------------|---------|---------|----------|
| 働き方や就業環境        | 60.3    | 45.1    | 68.7     |
| 緊急時の対応、リスク管理    | 59.9    | 57.3    | 61.3     |
| 企業活動でのデジタル化の進展  | 48.3    | 53.7    | 45.3     |
| 行政・教育等のデジタル化の進展 | 42.2    | 34.1    | 46.7     |
| 取引先との関係や営業方法    | 39.2    | 48.8    | 34.0     |
| 生産の国内回帰         | 34.1    | 43.9    | 28.7     |
| 東京一極集中の是正       | 25.0    | 15.9    | 30.0     |

2020年10月中旬実施。対象企業数932社、回答企業数232社、回答率24.9%。

# 県内経済の動き

## 概況

埼玉県は、新型コロナウイルス感染症の影響により、

### 景気動向指数 下げ止まりを示している

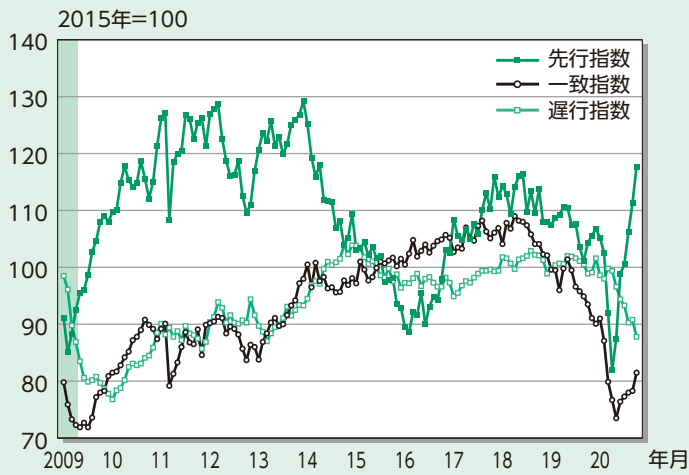
10月のCI(コンポジット・インデックス)は、先行指数:117.7(前月比+6.4ポイント)、一致指数:81.5(同+3.2ポイント)、遅行指数:87.8(同▲3.0ポイント)となった。

先行指数は6カ月連続の上昇となった。

一致指数は5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+1.40ポイントと、4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「下げ止まりを示している」としている。

遅行指数は2カ月ぶりの下降となった。

### 景気動向指数の推移

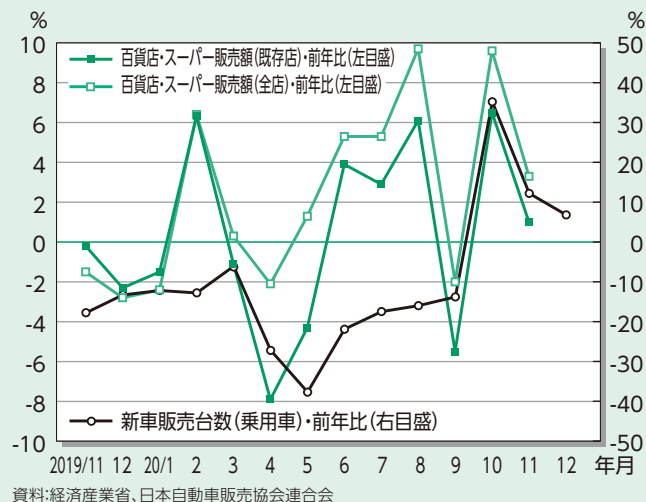


### 個人消費 百貨店・スーパー販売額は2カ月連続で増加

11月の百貨店・スーパー販売額は1,082億円、前年比+1.0%(既存店)と2カ月連続で増加した。業態別では、百貨店(同▲9.8%)は減少したが、スーパー(同+3.8%)は増加した。新設店を含む全店ベースの販売額は同+3.3%と2カ月連続で増加した。

12月の新車販売台数(乗用車)は11,493台、前年比+6.8%と3カ月連続で増加した。車種別で普通乗用車が6,935台(同+17.1%)、小型乗用車は4,558台(同▲5.8%)だった。

### 個人消費の推移



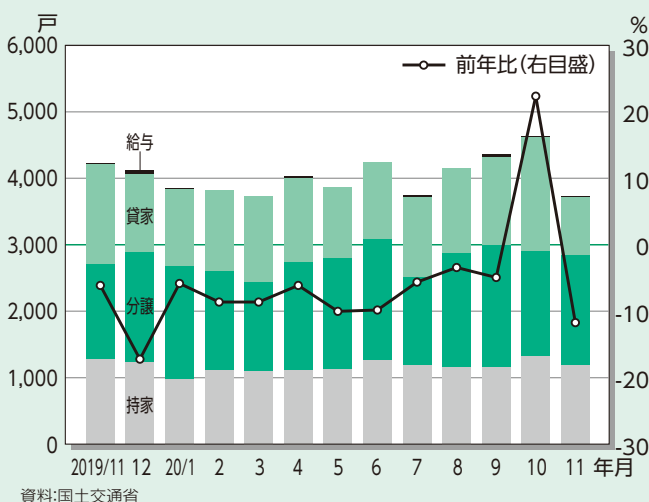
### 住宅 2カ月ぶりに前年を下回る

11月の新設住宅着工戸数は3,735戸、前年比▲11.7%と2カ月ぶりに前年を下回った。

利用関係別では、分譲が1,659戸(前年比+16.4%)と3カ月連続で増加したものの、持家が1,181戸(同▲7.7%)と2カ月ぶりに、貸家も888戸(同▲41.3%)と2カ月ぶりに減少した。

分譲住宅は、マンションが572戸(同+175.0%)と4カ月連続で増加したものの、戸建てが1,079戸(同▲11.0%)と6カ月連続で減少した。

### 新設住宅着工戸数の推移



# 厳しい状況にあるものの、一部に持ち直しの動きがみられる

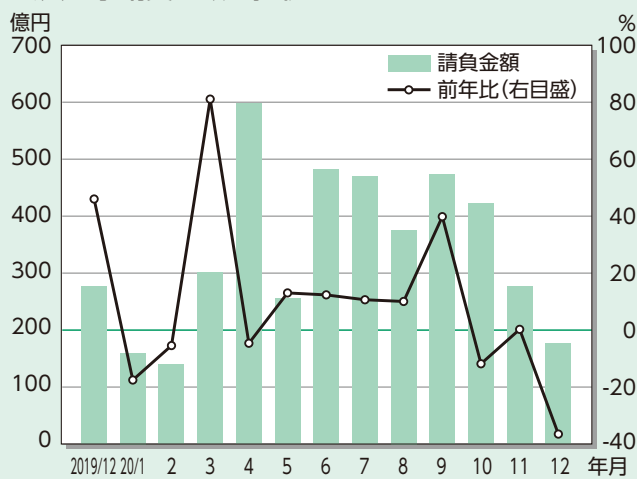
## 公共工事 2カ月ぶりに前年を下回る

12月の公共工事請負金額は176億円、前年比▲36.5%と2カ月ぶりに前年を下回った。2020年4～12月までの累計では、同+3.3%と前年を上回って推移している。

発注者別では、国（前年比▲3.3%）、県（同▲61.1%）、市町村（同▲15.8%）、独立行政法人等（同▲9.5%）がすべて減少した。

なお、12月の請負件数も596件（同▲11.0%）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(株)

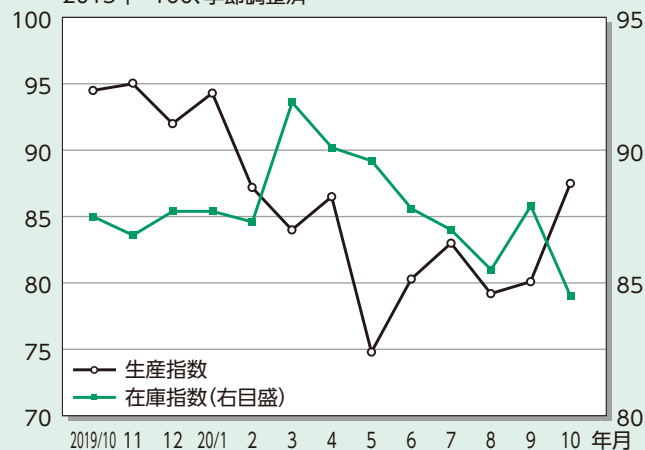
## 生産 2カ月連続で増加

10月の鉱工業指数をみると、生産指数は87.5、前月比+9.2%と2カ月連続で増加した。業種別では、生産用機械、業務用機械、輸送機械など17業種が増加したものの、金属製品、パルプ・紙・紙加工品、木材・木製品など6業種が減少した。

在庫指数は84.5、前月比▲3.9%と2カ月ぶりに減少した。業種別では、プラスチック製品、情報通信機械、パルプ・紙・紙加工品など5業種が増加したものの、電子部品・デバイス、生産用機械、化学など15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

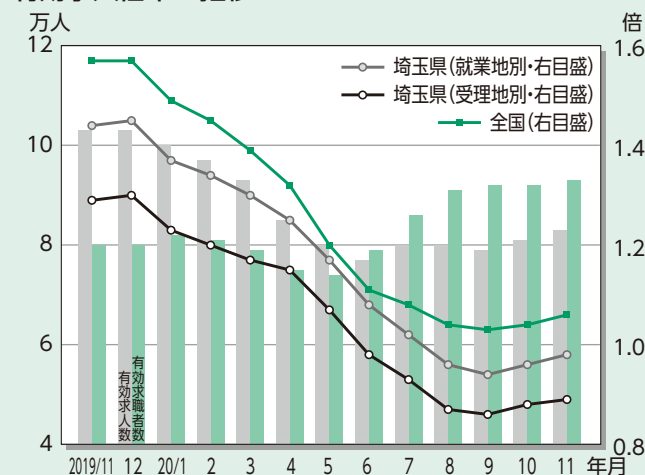
## 雇用 有効求人倍率は2カ月連続で上昇

11月の受理地別有効求人倍率（季節調整値）は、前月を0.01ポイント上回り、0.89倍と2カ月連続で上昇した。

有効求職者数（季節調整値）が93,239人（前月比+0.9%）と、6カ月連続で前月を上回るなか、有効求人数（季節調整値）についても83,007人（同+2.6%）と2カ月連続で前月を上回った。新規求人倍率（季節調整値）は、前月から0.02ポイント下降の1.63倍となっている。

なお、11月の就業地別有効求人倍率（季節調整値）も、前月から0.02ポイント上昇の0.98倍であった。

### 有効求人倍率の推移



資料: 埼玉労働局 (注) 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(%) | 2015年=100 | 前月比(%) | 2015年=100    | 前月比(%) | 2015年=100 | 前月比(%) | 1,000㎡        | 前年比(%) | 1,000㎡ | 前年比(%) |
| 2016年  | 100.2        | 0.2    | 100.0     | 0.0    | 89.1         | ▲ 10.3 | 94.9      | ▲ 3.2  | 2,391         | 0.6    | 50,753 | 0.5    |
| 2017年  | 100.8        | 0.6    | 103.1     | 3.1    | 92.5         | 3.8    | 98.8      | 4.1    | 3,014         | 26.1   | 52,968 | 4.4    |
| 2018年  | 101.3        | 0.5    | 104.2     | 1.1    | 88.5         | ▲ 4.3  | 100.5     | 1.7    | 2,950         | ▲ 2.1  | 52,432 | ▲ 1.0  |
| 2019年  | 96.4         | ▲ 4.8  | 101.1     | ▲ 3.0  | 88.3         | ▲ 0.2  | 101.7     | 1.2    | 2,818         | ▲ 4.5  | 48,687 | ▲ 7.1  |
|        |              |        |           |        |              |        |           |        |               |        |        |        |
| 19年10月 | 94.5         | ▲ 1.3  | 98.3      | ▲ 4.0  | 87.5         | ▲ 4.7  | 104.1     | 0.8    | 173           | ▲ 39.9 | 3,922  | ▲ 14.8 |
| 11月    | 95.0         | 0.5    | 97.7      | ▲ 0.6  | 86.8         | ▲ 0.8  | 103.6     | ▲ 0.5  | 250           | 36.2   | 3,750  | ▲ 9.7  |
| 12月    | 92.0         | ▲ 3.2  | 97.9      | 0.2    | 87.7         | 1.0    | 104.0     | 0.4    | 285           | 48.5   | 4,184  | ▲ 2.5  |
| 20年 1月 | 94.3         | 2.5    | 99.8      | 1.9    | 87.7         | 0.0    | 106.2     | 2.1    | 109           | ▲ 36.8 | 2,973  | ▲ 25.1 |
| 2月     | 87.2         | ▲ 7.5  | 99.5      | ▲ 0.3  | 87.3         | ▲ 0.5  | 104.4     | ▲ 1.7  | 149           | ▲ 46.5 | 3,605  | ▲ 2.6  |
| 3月     | 84.0         | ▲ 3.7  | 95.8      | ▲ 3.7  | 91.8         | 5.2    | 106.4     | 1.9    | 285           | 163.9  | 3,718  | 11.5   |
| 4月     | 86.5         | 3.0    | 86.4      | ▲ 9.8  | 90.1         | ▲ 1.9  | 106.1     | ▲ 0.3  | 202           | ▲ 50.4 | 4,086  | ▲ 8.0  |
| 5月     | 74.8         | ▲ 13.5 | 78.7      | ▲ 8.9  | 89.6         | ▲ 0.6  | 103.3     | ▲ 2.6  | 363           | 29.0   | 4,078  | ▲ 2.2  |
| 6月     | 80.3         | 7.4    | 80.2      | 1.9    | 87.8         | ▲ 2.0  | 100.8     | ▲ 2.4  | 191           | ▲ 10.1 | 3,798  | ▲ 18.2 |
| 7月     | 83.0         | 3.4    | 87.2      | 8.7    | 87.0         | ▲ 0.9  | 99.3      | ▲ 1.5  | 195           | ▲ 3.7  | 3,855  | ▲ 22.6 |
| 8月     | 79.2         | ▲ 4.6  | 88.1      | 1.0    | 85.5         | ▲ 1.7  | 98.0      | ▲ 1.3  | 302           | 66.2   | 3,662  | ▲ 8.2  |
| 9月     | 80.1         | 1.1    | 91.5      | 3.9    | 87.9         | 2.8    | 97.5      | ▲ 0.5  | 104           | ▲ 60.8 | 3,891  | 7.8    |
| 10月    | 87.5         | 9.2    | 95.2      | 4.0    | 84.5         | ▲ 3.9  | 95.7      | ▲ 1.8  | 207           | 19.7   | 3,635  | ▲ 7.3  |
| 11月    |              |        | 94.7      | ▲ 0.5  |              |        | 94.3      | ▲ 1.5  | 95            | ▲ 61.8 | 3,371  | ▲ 10.1 |
| 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(%)  | 2015年=100 | 前年比(%) | 2015年=100 | 前年比(%) |
| 2016年  | 61,981   | 8.1    | 967,237 | 6.4    | 16.5         | ▲ 2.2  | 17.5  | ▲ 0.6   | 99.7      | ▲ 0.3  | 100.9     | 0.9    |
| 2017年  | 59,617   | ▲ 3.8  | 964,641 | ▲ 0.3  | 17.0         | 3.1    | 17.9  | 2.4     | 99.4      | ▲ 0.3  | 102.3     | 1.4    |
| 2018年  | 58,517   | ▲ 1.8  | 942,370 | ▲ 2.3  | 17.4         | 2.4    | 18.0  | 0.6     | 100.8     | 1.4    | 102.7     | 0.4    |
| 2019年  | 50,660   | ▲ 13.4 | 905,123 | ▲ 4.0  | 15.2         | ▲ 12.7 | 16.7  | ▲ 7.4   | 102.7     | 1.9    | 104.0     | 1.3    |
|        |          |        |         |        |              |        |       |         |           |        |           |        |
| 19年10月 | 3,783    | ▲ 25.7 | 77,123  | ▲ 7.4  | 15.0         | ▲ 12.8 | 16.7  | ▲ 10.2  | 103.4     | 1.6    | 104.4     | 1.5    |
| 11月    | 4,231    | ▲ 6.1  | 73,523  | ▲ 12.7 | 15.0         | ▲ 12.8 | 16.6  | ▲ 12.7  | 103.0     | 1.3    | 104.5     | 1.4    |
| 12月    | 4,131    | ▲ 17.2 | 72,174  | ▲ 7.9  | 16.2         | ▲ 9.4  | 16.3  | ▲ 11.9  | 103.9     | 2.3    | 104.6     | 1.5    |
| 20年 1月 | 3,848    | ▲ 5.8  | 60,341  | ▲ 10.1 | 13.3         | ▲ 8.9  | 14.8  | ▲ 8.6   | 103.5     | 2.3    | 104.3     | 1.1    |
| 2月     | 3,819    | ▲ 8.6  | 63,105  | ▲ 12.3 | 14.4         | ▲ 7.1  | 15.9  | ▲ 10.7  | 103.3     | 2.1    | 104.2     | 1.1    |
| 3月     | 3,737    | ▲ 8.6  | 70,729  | ▲ 7.6  | 14.6         | ▲ 10.4 | 15.8  | ▲ 10.7  | 103.1     | 2.0    | 103.3     | 1.1    |
| 4月     | 4,035    | ▲ 6.1  | 69,568  | ▲ 12.4 | 13.3         | ▲ 15.8 | 13.4  | ▲ 23.9  | 103.8     | 1.4    | 104.9     | 0.8    |
| 5月     | 3,871    | ▲ 10.0 | 63,839  | ▲ 12.0 | 10.2         | ▲ 31.5 | 9.9   | ▲ 38.1  | 102.9     | 0.0    | 104.4     | 0.2    |
| 6月     | 4,240    | ▲ 9.8  | 71,101  | ▲ 12.8 | 10.0         | ▲ 31.5 | 10.2  | ▲ 38.2  | 103.4     | 0.3    | 104.5     | 0.2    |
| 7月     | 3,744    | ▲ 5.6  | 70,244  | ▲ 11.3 | 10.7         | ▲ 28.2 | 11.4  | ▲ 31.7  | 103.4     | 0.1    | 104.6     | 0.2    |
| 8月     | 4,153    | ▲ 3.4  | 69,101  | ▲ 9.1  | 10.6         | ▲ 28.4 | 11.7  | ▲ 26.4  | 103.6     | 0.0    | 104.4     | 0.2    |
| 9月     | 4,372    | ▲ 4.9  | 70,186  | ▲ 9.9  | 12.0         | ▲ 20.5 | 13.1  | ▲ 19.7  | 103.3     | 0.0    | 104.2     | ▲ 0.1  |
| 10月    | 4,632    | 22.4   | 70,685  | ▲ 8.3  | 11.8         | ▲ 21.4 | 14.1  | ▲ 15.6  | 102.7     | ▲ 0.7  | 104.3     | ▲ 0.1  |
| 11月    | 3,735    | ▲ 11.7 | 70,798  | ▲ 3.7  |              |        | P14.9 | P▲ 10.2 |           |        | P104.3    | P▲ 0.2 |
| 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     |        |
|        | 倍           | 倍     | 人      | 前年比(%) | 千人    | 前年比(%) | 億円          | 前年比(%) | 億円      | 前年比(%) |
| 2016年  | 1.04        | 1.36  | 30,731 | 13.2   | 911   | 5.5    | 10,186      | ▲ 0.6  | 195,979 | ▲ 0.9  |
| 2017年  | 1.23        | 1.50  | 35,167 | 14.4   | 963   | 5.7    | 10,101      | ▲ 0.1  | 196,025 | 0.0    |
| 2018年  | 1.33        | 1.61  | 36,049 | 2.5    | 977   | 1.5    | 10,141      | ▲ 0.8  | 196,044 | ▲ 0.5  |
| 2019年  | 1.31        | 1.60  | 35,779 | ▲ 0.7  | 959   | ▲ 1.8  | 10,030      | ▲ 1.5  | 193,962 | ▲ 1.3  |
|        |             |       |        |        |       |        |             |        |         |        |
| 19年10月 | 1.30        | 1.58  | 38,578 | ▲ 1.8  | 1,028 | ▲ 4.0  | 769         | ▲ 6.2  | 14,572  | ▲ 8.2  |
| 11月    | 1.29        | 1.57  | 34,744 | ▲ 1.6  | 902   | ▲ 6.7  | 834         | ▲ 0.2  | 16,113  | ▲ 1.8  |
| 12月    | 1.30        | 1.57  | 33,324 | 1.0    | 888   | 2.1    | 1,037       | ▲ 2.3  | 20,234  | ▲ 2.8  |
| 20年 1月 | 1.23        | 1.49  | 33,508 | ▲ 13.5 | 889   | ▲ 16.0 | 817         | ▲ 1.5  | 16,064  | ▲ 1.5  |
| 2月     | 1.20        | 1.45  | 34,027 | ▲ 10.0 | 897   | ▲ 13.5 | 782         | 6.3    | 14,389  | 0.2    |
| 3月     | 1.17        | 1.39  | 31,496 | ▲ 10.1 | 835   | ▲ 12.1 | 1,102       | ▲ 1.1  | 16,219  | ▲ 10.1 |
| 4月     | 1.15        | 1.32  | 23,701 | ▲ 31.5 | 656   | ▲ 31.9 | 977         | ▲ 7.9  | 13,450  | ▲ 22.1 |
| 5月     | 1.07        | 1.20  | 25,579 | ▲ 27.8 | 637   | ▲ 32.1 | 1,051       | ▲ 4.3  | 14,529  | ▲ 16.9 |
| 6月     | 0.98        | 1.11  | 28,341 | ▲ 17.5 | 756   | ▲ 18.3 | 1,099       | 3.9    | 16,789  | ▲ 3.4  |
| 7月     | 0.93        | 1.08  | 27,668 | ▲ 26.0 | 700   | ▲ 28.6 | 1,089       | 2.9    | 16,918  | ▲ 4.2  |
| 8月     | 0.87        | 1.04  | 26,579 | ▲ 25.1 | 662   | ▲ 27.8 | 1,125       | 6.1    | 16,882  | ▲ 3.2  |
| 9月     | 0.86        | 1.03  | 27,832 | ▲ 17.8 | 758   | ▲ 17.3 | 1,046       | ▲ 5.5  | 15,680  | ▲ 13.9 |
| 10月    | 0.88        | 1.04  | 32,981 | ▲ 14.5 | 789   | ▲ 23.2 | 1,058       | 6.5    | 16,303  | 2.9    |
| 11月    | 0.89        | 1.06  | 26,679 | ▲ 23.2 | 709   | ▲ 21.4 | 1,082       | 1.0    | 16,781  | ▲ 3.4  |
| 12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)  | 2015年=100 | 前年比(%) | 2015年=100 | 前年比(%) |
| 2017年  | 158,237      | 3.4    | 2,943,010 | 5.1    | 361      | 42,138   | 8,405 | 3,167,637 | 100.0     | 0.3    | 100.4     | 0.5    |
| 2018年  | 156,244      | ▲ 1.3  | 2,895,454 | ▲ 1.6  | 361      | 80,882   | 8,235 | 1,485,469 | 100.9     | 0.9    | 101.3     | 1.0    |
| 2019年  | 152,208      | ▲ 2.6  | 2,821,886 | ▲ 2.5  | 329      | 58,282   | 8,383 | 1,423,238 | 101.5     | 0.5    | 101.8     | 0.5    |
| 2020年  | 136,363      | ▲ 10.4 | 2,478,832 | ▲ 12.2 | 348      | 34,146   | 7,773 | 1,220,046 |           |        |           |        |
|        |              |        |           |        |          |          |       |           |           |        |           |        |
| 19年10月 | 8,949        | ▲ 29.3 | 164,672   | ▲ 27.5 | 33       | 6,200    | 780   | 88,578    | 101.7     | 0.0    | 102.2     | 0.2    |
| 11月    | 10,801       | ▲ 17.8 | 205,814   | ▲ 14.5 | 34       | 6,399    | 727   | 122,452   | 102.0     | 0.5    | 102.3     | 0.5    |
| 12月    | 10,764       | ▲ 13.3 | 194,765   | ▲ 9.5  | 26       | 4,155    | 704   | 156,864   | 102.0     | 0.8    | 102.3     | 0.8    |
| 20年 1月 | 10,707       | ▲ 12.2 | 192,821   | ▲ 11.5 | 27       | 4,119    | 773   | 124,734   | 101.6     | 0.3    | 102.2     | 0.7    |
| 2月     | 12,897       | ▲ 12.8 | 233,155   | ▲ 10.7 | 30       | 2,867    | 651   | 71,283    | 101.4     | 0.1    | 102.0     | 0.4    |
| 3月     | 17,246       | ▲ 6.1  | 321,865   | ▲ 9.9  | 45       | 3,836    | 740   | 105,949   | 101.5     | 0.3    | 101.9     | 0.4    |
| 4月     | 7,725        | ▲ 27.2 | 144,674   | ▲ 27.5 | 31       | 3,335    | 743   | 144,990   | 101.7     | 0.1    | 101.9     | 0.1    |
| 5月     | 7,177        | ▲ 37.7 | 123,781   | ▲ 41.8 | 7        | 1,063    | 314   | 81,336    | 101.5     | 0.1    | 101.8     | 0.1    |
| 6月     | 10,194       | ▲ 21.9 | 182,128   | ▲ 26.6 | 30       | 4,400    | 780   | 128,816   | 101.3     | 0.0    | 101.7     | 0.1    |
| 7月     | 11,718       | ▲ 17.5 | 207,473   | ▲ 19.6 | 36       | 4,663    | 789   | 100,821   | 101.4     | 0.1    | 101.9     | 0.3    |
| 8月     | 9,224        | ▲ 16.0 | 169,341   | ▲ 16.1 | 23       | 2,812    | 667   | 72,416    | 101.5     | 0.0    | 102.0     | 0.2    |
| 9月     | 13,772       | ▲ 13.8 | 252,371   | ▲ 16.0 | 34       | 2,746    | 565   | 70,740    | 101.2     | ▲ 0.1  | 102.0     | 0.0    |
| 10月    | 12,095       | 35.2   | 221,487   | 34.5   | 31       | 1,298    | 624   | 78,342    | 101.0     | ▲ 0.7  | 101.8     | ▲ 0.4  |
| 11月    | 12,115       | 12.2   | 219,040   | 6.4    | 24       | 1,299    | 569   | 102,101   | 100.5     | ▲ 1.5  | 101.3     | ▲ 0.9  |
| 12月    | 11,493       | 6.8    | 210,696   | 8.2    | 30       | 1,708    | 558   | 138,518   |           |        |           |        |
| 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       |        |           |        |



鶴ヶ島市長 齊藤 芳久氏

## 市長のメッセージ

鶴ヶ島は、古くからの先人たちと、昭和の時代に転入してきた多くの方々が、共に作り上げてきた歴史を持つまちで、本年9月1日に、市制施行30周年を迎えます。

市が目指す将来像である「しあわせ共感 安心のまち つるがしま」を合言葉に、「子どもにやさしいまちづくり」、「いつまでも健康でいられるまちづくり」、「多様な働き方が実現できるまちづくり」にしっかりと取り組んでいきます。

## はじめに

鶴ヶ島市は、埼玉県のほぼ中央、都心から約45km圏内に位置し、北は坂戸市、西は日高市、東は川越市に接している。市域は、東西約6.9km、南北約4.9kmで、面積は17.65km<sup>2</sup>、人口はおよそ7万人である。

市内には、東武東上線鶴ヶ島駅、若葉駅、東武越生線一本松駅の3つの鉄道駅があり、東京メトロ副都心線・有楽町線、東急東横線と相互直通運転を行っている。道路では関越自動車道が南北に、圏央道が東西に走っており、それぞれに鶴ヶ島IC、圏央鶴ヶ島ICがある。

交通の利便性の高さから都市化が進む一方、市内には南西部地域を中心に農地や樹林地、水辺などの武蔵野の原風景が残る。「身近な自然と調和した地の利があるまち」として発展を続けてきた鶴ヶ島市は、今年9月に市制施行30周年を迎える。



鶴ヶ島市運動公園の夜桜

## ☀「栄養・身体活動・社会参加」でフレイル予防

新型コロナウイルス感染症は、高齢者や基礎疾患のある人がかかると、重症化しやすいといわれている。人が集まる場所を避けるなどの感染予防が大切だが、その一方で外出を控え、家に閉じこもりがちになると、高齢者は「動かないこと(生活不活発)」でフレイルになるリスクがある。

フレイルは、体や認知機能、社会とのつながりなどが低下した虚弱な状態を指す言葉である。健康上の問題で日常生活が制限されることなく、元気に生活できる期間を健康寿命と呼ぶが、この健康寿命を延ばす鍵として、フレイル予防が注目されている。

フレイル予防には、「栄養・身体活動・社会参加」の3つが重要であることが、東京大学高齢社会総合研究機構の研究からわかっており、鶴ヶ島市は、フレイル研究のパイオニアである同機構の協力のもと、フレイル予防の取り組みを進めている。そのポイントは「しっかり噛んでしっかり食べ、しっかり動く、そして社会性を高く保つ」ということで、具体的には、筋肉量を保つため、しっかりとたんぱく質を摂取するとともに、無理せずにできるウォーキングや筋トレなどを行う、そして孤立しないため、友人・知人やご近所の人などとの交流を積極的に行うことなどが推奨されている。

市は、フレイル予防を通して、いくつになっても元気で、生涯にわたり健康で暮らせるまちづくりに全力で取り組んでいく。

## 鶴ヶ島市概要

|                   |                      |
|-------------------|----------------------|
| 人口(2020年12月1日現在)  | 69,883人              |
| 世帯数(同上)           | 31,827世帯             |
| 平均年齢(2020年1月1日現在) | 47.0歳                |
| 面積                | 17.65km <sup>2</sup> |
| 製造業事業所数(工業統計)     | 40所                  |
| 製造品出荷額等(同上)       | 611.9億円              |
| 卸・小売業事業所数(経済センサス) | 412店                 |
| 商品販売額(同上)         | 1,211.5億円            |
| 公共下水道普及率          | 82.6%                |
| 舗装率               | 88.1%                |

資料:「令和元年埼玉県統計年鑑」ほか



## 主な交通機関

- 東武東上線 鶴ヶ島駅、若葉駅  
東武越生線 一本松駅
- 関越自動車道 鶴ヶ島ICから市役所まで約2km  
圏央道 圏央鶴ヶ島ICから市役所まで約2km

## すねおりあまごい 脚折雨乞

鶴ヶ島市は、都心のベッドタウンとして発展してきた面があり、鶴ヶ島を魅力ある地域とするために、市民が一体感を持ち、郷土に愛着を持てるものが必要とされてきた。そうしたなか、市指定無形文化財である脚折雨乞が、2005年に国選択無形民俗文化財に選ばれ、2013年には財団法人地域活性化センターが主催する第17回ふるさとイベント大賞で、最高賞である大賞を受賞したことで、貴重な地域の行事としての認識が深まった。

この脚折雨乞は江戸時代、日照りの時、<sup>かんだちがいけ</sup>雷電池のほとりにある脚折雷電社の前で雨乞を祈願すると必ず雨が降ったという伝承が残る伝統行事である。孟宗竹と藁、荒縄で作られた長さ36m、重さ約3tもの巨大な龍神は、脚折地区白鬚神社を出発し、300人の男たちに担がれておよそ2kmを練り歩いた後、雷電池に入る。男たちが「雨降れたんじゃく、ここに懸かれ黒雲」と必死に叫び、池の中で大暴れした後、龍神はその場で解体されるが、これは池を汚すことで神を怒らせ、雨を降らせるためといわれている。

この勇壮な雨乞行事は、1964年に一度途絶えていたが、地元住民の熱い思いから1976年に復活し、その後は4年に一度実施されてきた。残念ながら、新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、2020年に予定されていた脚折雨乞は開催が見送られたが、早期の再開が待たれる。

## 子どもにやさしいまちづくり

市は、今後10年のまちづくりの方向性を示す第6次総合計画を策定し、2020年度からスタートさせた。その重点戦略の一つが、「子どもにやさしいまちづくり」である。具体的には、放課後の児童の健全な育成を推進するため、学童保育室を新規整備するほか、中学校校舎の一部トイレについては、洋式化や車いす対応便器の設置など改修工事を実施する。また、小中学校体育館の照明をLED化するなど、児童・生徒が快適な学校生活を送れるように努めている。

市は、子育て世帯を中心とした若い世代に選ばれ、住み続けてもらうことはもちろん、子どもたちが一度市外へ出たとしても、「将来、自分が子育てをするときには、また鶴ヶ島に帰ってきたい」と思えるようなまちづくりを進めていく。

(井上博夫)



国選択無形民俗文化財、市指定無形文化財「脚折雨乞」

# 市町村経済データ

## 小学校数・児童数

(2020年5月1日現在)

| 市町村名  | 学校数<br>(校) | 児童数<br>(人) | 前年差<br>(人) | 市町村名  | 学校数<br>(校) | 児童数<br>(人) | 前年差<br>(人) | 市町村名  | 学校数<br>(校) | 児童数<br>(人) | 前年差<br>(人) |
|-------|------------|------------|------------|-------|------------|------------|------------|-------|------------|------------|------------|
| さいたま市 | 108        | 70,574     | 335        | 朝霞市   | 10         | 7,492      | 47         | 滑川町   | 3          | 1,198      | 7          |
| 川越市   | 33         | 18,350     | ▲47        | 志木市   | 8          | 4,053      | 126        | 嵐山町   | 3          | 695        | ▲4         |
| 熊谷市   | 30         | 9,105      | ▲229       | 和光市   | 9          | 4,439      | 61         | 小川町   | 6          | 1,034      | ▲28        |
| 川口市   | 52         | 29,857     | ▲9         | 新座市   | 17         | 8,956      | 12         | 川島町   | 4          | 780        | ▲51        |
| 行田市   | 16         | 3,584      | ▲76        | 桶川市   | 7          | 3,590      | ▲44        | 吉見町   | 6          | 663        | ▲32        |
| 秩父市   | 13         | 2,835      | ▲56        | 久喜市   | 23         | 6,993      | ▲151       | 鳩山町   | 3          | 403        | ▲14        |
| 所沢市   | 32         | 16,362     | ▲135       | 北本市   | 8          | 2,726      | ▲121       | ときがわ町 | 3          | 402        | ▲11        |
| 飯能市   | 12         | 3,510      | ▲9         | 八潮市   | 10         | 4,382      | ▲71        | 横瀬町   | 1          | 366        | ▲26        |
| 加須市   | 22         | 5,362      | ▲154       | 富士見市  | 11         | 5,720      | 34         | 皆野町   | 3          | 434        | ▲24        |
| 本庄市   | 13         | 3,757      | ▲16        | 三郷市   | 19         | 7,198      | 90         | 長瀬町   | 2          | 282        | ▲3         |
| 東松山市  | 11         | 4,433      | 18         | 蓮田市   | 8          | 2,811      | ▲53        | 小鹿野町  | 4          | 502        | ▲37        |
| 春日部市  | 22         | 10,317     | ▲226       | 坂戸市   | 12         | 5,122      | ▲123       | 東秩父村  | 1          | 73         | ▲8         |
| 狭山市   | 16         | 6,861      | ▲153       | 幸手市   | 9          | 2,234      | ▲67        | 美里町   | 3          | 518        | ▲17        |
| 羽生市   | 11         | 2,424      | ▲83        | 鶴ヶ島市  | 8          | 3,232      | ▲69        | 神川町   | 4          | 614        | ▲18        |
| 鴻巣市   | 19         | 5,575      | ▲102       | 日高市   | 6          | 2,828      | ▲134       | 上里町   | 5          | 1,540      | ▲73        |
| 深谷市   | 19         | 7,107      | ▲187       | 吉川市   | 8          | 4,401      | ▲39        | 寄居町   | 6          | 1,352      | ▲6         |
| 上尾市   | 22         | 11,070     | ▲170       | ふじみ野市 | 13         | 6,087      | 38         | 宮代町   | 4          | 1,496      | 19         |
| 草加市   | 21         | 12,123     | ▲131       | 白岡市   | 6          | 2,650      | 59         | 杉戸町   | 6          | 2,057      | ▲37        |
| 越谷市   | 30         | 17,780     | ▲250       | 伊奈町   | 4          | 2,736      | ▲125       | 松伏町   | 3          | 1,371      | ▲89        |
| 蕨市    | 7          | 3,099      | 23         | 三芳町   | 5          | 1,970      | ▲80        |       |            |            |            |
| 戸田市   | 12         | 8,228      | 65         | 毛呂山町  | 4          | 1,291      | ▲57        |       |            |            |            |
| 入間市   | 16         | 6,990      | ▲188       | 越生町   | 2          | 432        | ▲1         |       |            |            |            |
|       |            |            |            |       |            |            |            | 市町村計  | 814        | 366,426    | ▲2,900     |

資料:埼玉県「学校基本調査」

## 埼玉りそな経済情報 2021年2月号

2021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。