

埼玉りそな 経済情報

6

月号

June 2025

No.258

- 1 **彩論** 埼玉県商工会連合会 会長 **江原 貞治氏**
—— 事業者に寄り添い、地域経済の発展を支える存在に
- 2 **ズームアップ** **株式会社セキネ**
- 5 **経営者セミナー** **メタバースと社会構造の変革**
中央大学 国際情報学部 教授
中央大学 政策文化総合研究所 所長 **岡嶋 裕史氏**
- 9 **調査** **埼玉県における住宅建設の動向と地域的な特徴**
- 13 **アンケート調査** **埼玉県内企業経営動向調査**
—— 県内企業の国内景気に対する見方が大幅に悪化
- 17 **県内経済の動き**
- 19 **月次経済指標**
- 21 **タウンスケープ** **富士見市**
—— 理想の“未来”の合言葉 みんな笑顔☆ふじみ
- 裏表紙 **市町村経済データ**



埼玉りそな銀行

公益財団法人

企画編集 埼玉りそな産業経済振興財団



縄文時代を再現する「水子貝塚公園」(富士見市)

事業者に寄り添い、地域経済の発展を支える存在に

埼玉県商工会連合会 会長
江原 貞治氏



昨年6月より埼玉県商工会連合会の会長を務めております江原貞治です。

おかげさまで県連合会は今年、創立から75年、商工会組織としても法施行から65年という節目の年を迎えることとなりました。多くの皆様に支えられ積み重ねた年月です。心より感謝申し上げます。

商工会は今日に至るまでの間、一貫して「商工業の発展」と「地域の活性化」を目指し活動してまいりました。現在では、埼玉県内に52商工会が存在し、52,000余の事業者にご加入いただいている組織となっております。

地域の総合経済団体として、また最も身近な経営相談拠点として、日々、経営者の悩みに向き合い、寄り添い、伴走しながら経営のご支援を続けておりますが、商工会の会員事業者の多くは中小企業・小規模事業者であり、昨今のエネルギー価格・原材料価格の高騰や物価高、人手不足の経営に与える影響は大きく、利益の確保に苦慮している事業者が多く存在しております。

行政や経済団体の皆様とともにコスト増加分の価格転嫁を実現するための取組を進めているところですが、このような中であって、先般の米国による関税措置は、特に自動車関連産業に携わる事業者から受注の減少に繋がるなどの不安の声が届いており、地域経済に与える影響を懸念しているところでございます。

商工会としても特別相談窓口を設置して、資金繰りをはじめとする関連相談に対応するとともに、先行きの不透明感が増す中で、小規模事業者の持続的発展に向けた個者支援をさらに充実させる

ことが必要であると思っております。

取組の一つが、昨年から進めている第三者承継を含めた事業承継の支援です。経営者の高齢化と後継者の不在により廃業を検討される方も増えてきており、後継者不在を理由とする廃業を少しでも抑えることができるようマッチングのスキームを構築し、関係機関と連携して支援を続けております。

また、業務の一層の効率化、生産性の向上も欠かせない取組です。小規模事業者のDXやキャッシュレス化をさらに推進するため、新たに埼玉りそな銀行のご協力をいただき、事業者に向けたキャッシュレス導入サービスの展開を始めたところ です。DXにつきましても少しずつ好事例が出てきており、課題を抱える事業者への普及啓発に努めております。

近年の大きな課題となっている人手不足については、人材紹介会社の株式会社タイミーと提携し、業態に合ったスポットワークの活用を事業者に勧めております。

地域経済の発展にはこれを支える事業者の存続が不可欠です。私は、児玉商工会の会長も仰せつかっておりますが、県内のどの地域にも、皆様に永くご愛顧いただいている商品やサービス、優れた技術をもった事業者が存在します。地域経済を支えてきたこれらの事業者に光を当てる取組として、顕彰制度をつくり、地域で輝く事業者を広く皆様に知っていただけるようPRする事業も予定しております。

今後も商工会は、「地域応援宣言」のスローガンを掲げ、地域経済の発展に貢献してまいります。

豚舎の建築、飼育機器の開発などを手がける養豚機械器具の総合メーカー。現在、新たに医療分野のプロジェクトが進行中

養豚機械器具の老舗総合メーカー、セキネは、業界に先駆けて多頭飼いの豚舎建築を手がけ、飼育機器や糞尿分離機、給餌器、給水器等を開発し養豚農業の礎を築いてきた。現在、長年のノウハウと経験を生かしてマレーシアでの豚舎開設計画が進められている。さらに医療分野で使われる“ドナーブタ”の大量生産と供給のエコシステム構築計画も進行中だ。今、同社の技術は海を渡りフィールドを超えて大きくはばたこうとしている。



代表取締役 篠崎 壮登氏

- 代表者 代表取締役 篠崎 壮登
- 創業 昭和15年
- 設立 昭和48年6月
- 資本金 9,800万円
- 従業員数 78名
- 事業内容 畜産関連建物の設計・施工、畜産用関連機械・器具の製造・販売、畜産用機械の輸入・販売、畜産用LED照明販売、再生可能エネルギー事業
- 所在地 〒366-8567 埼玉県深谷市田所町15-1
TEL 048-572-5111 FAX 048-573-1116

●URL <https://www.sekine-net.jp/>



豚舎の建築、養豚の設備機器や資材の開発・製造・販売および輸入販売と、養豚に特化した「建築機能」「メーカー機能」「商社機能」の三つを兼備する株式会社セキネ。同社は創業以来85年にわたり、これらの機能で養豚農家を支えてきた。さらに太陽光発電と、家畜の糞尿等を発酵させて生成するバイオガス発電の再生可能エネルギー事業を2本目の事業の柱に据える。

同社は業界に先駆けて多頭飼いが可能な豚舎を建築し、養豚農業従事者の悩みの種であった糞尿処理を大幅に容易にする糞尿分離システムなどを開発して、今に続く養豚農業の礎を築いた。

現在、全国の養豚農家を顧客に持つ同社は、業界のパイオニア的企業として存在感を示し、養豚農家から全幅の信頼を得ている。「養豚農家のあるところにセキネあり」と言われるほどである。

「100頭以下の母豚を飼育する家族経営の農場から、母豚1万頭を超える企業グループの大規模農場まで、全国のさまざまな規模の養豚農家さまと幅広く取り引きさせていただいています」（篠崎壮登社長）

今、さまざまなプロジェクトが始動する同社。一つがグローバル展開。そしてもう一つが、ヒトに移植可能な

ブタの臓器を研究する企業と協力し、遺伝子改変したブタを供給するエコシステムの構築である。

→ 多頭飼いを可能にした鉄骨豚舎を建築

創業は昭和15（1940）年。深谷市出身の渋沢栄一翁の流れをくむ関根辯之助商店から独立。「セキネ商店」を立ち上げ、農業資材の販売を開始した。

昭和36年には、株式会社関根製作所に改組（昭和48年株式会社セキネを設立）して、関根孝之助氏が社長に就任。以降、日本の養豚農業を前進させるため、さまざまな施策を行っていく。

当時は、農家が庭先で飼うような小規模な養豚農業が一般的で、豚舎も屋根があるだけの開放型が主流であった。孝之助氏は畜産農業先進国の欧州に視察に行き、そこで多頭飼いの飼育方法や豚舎の建築・設備のノウハウを学んで日本に持ち帰った。そして昭和36年、業界に先駆けて鉄骨豚舎を竣工させたのだ。

「当社が手がけた鉄骨豚舎は、多頭飼いが可能な密閉式のウィンドレスタイプ。外から病気が入らないだけでなく、豚舎のにおいも屋外に漏れません。豚のストレ

スや病気のリスクが減少し、生産性の向上が図れるものでした。当時、多くの養豚農家の方々が、バスで当社の展示場に見学に来たと聞いています」

昭和45年には日本初となる家畜の糞と尿を分離する糞尿分離機「Vピットクリーナー」を開発。これにより糞は堆肥にして再利用、尿は浄化して処理することを可能にした。当時は糞尿混在のまま処理され環境問題が取りざたされていたが、この製品が問題解決の突破口となったのだ。

さらに同年、豚舎向けの機器・資材の輸入を始め、同時に自社で給水器や給餌器等の開発を進めながら農家をサポート。養豚農業のスタンダードモデルを築いていった。

平成25(2013)年には、欧州のカーボンニュートラルや循環型社会に向けた取り組みを参考に、太陽光発電事業を開始。さらに平成29年にはバイオガス発電事業を開始し、事業の多角化を図る。

こうして同社は、業容を拡大しながら日本の養豚農業を世界水準に引き上げ、養豚農家のみならず私たちの食生活向上に向けても力を尽くしてきた。

➔ 省人化、省力化を図る機器とシステム

セキネが提供する豚舎は「換気コントロールシステム」が設備され、舎内の換気量や温度を自動で緻密に制御して豚の成長に合った温度制御を実現している。

また、食物残渣を利用して飼料費を低減できる「リキッドフィーディングシステム」や、豚1頭1頭にICタグを装着して個体の肥育情報や飲水量の計測等一括管理を行う「ウェイト・ウォッチャーシステム」など、最新技術で豚舎や豚の個体管理ができるシステムを提供している。

現在は、AI機能のついたカメラを使って1頭1頭の餌の摂取量や活動量、体重、健康状態などを自動で収集して計測するシステムの構築に取り組んでいる。これは、人が時間をかけて行っていた作業をAIが肩代わりする

という画期的なシステムだ。

「事務所でモニターを見て、アラートがついた豚をピンポイントで見に行けばいいのです。日々の巡回や人が個体ごとにデータを取る必要がないので、作業負担を軽減して省人化が図れます」

同社の養豚器具は、生まれたばかりの子豚を冷えから守る温水床暖房システム「MIKママケージ」、餌の食べこぼしが少ない構造の「スーパーフィーダー」、節水型で水こぼしが少ない給水器「ブルーカップ」など幅



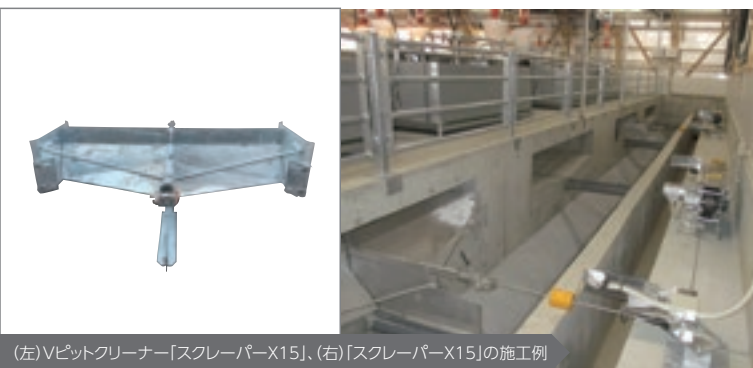
広い。また糞尿分離機「Vピットクリーナー」は、稼働状況を遠隔で確認できるサポートシステムを搭載するなど、時代のニーズに応じてアップデートを重ね、ロングセラー商品となっている。

➔ 顧客に寄り添って要望を形にし、結果を出す

「当社は1軒1軒お客さまの要望を聞き、お客さまの将来を見据え、培ってきたノウハウを生かしながらオーダーメイドで豚舎の建築や設備設計を行ってきました。それが強みです」

同社は豚の管理法やスタッフの作業性など、多角的な視点で健康な豚が効率よく育つ豚舎を設計・建築、さらに使いやすい設備や資材を提案し、農家の生産性向上に貢献してきた。たとえ難しい課題であっても、積み上げてきた技術や経験、知見をフル活用し顧客にとって最善を提案している。それが高い評価を得て、「セキネさんをお願いすればなんとかしてくれる」と、顧客から絶大な信頼を得ている。

この、常に顧客に寄り添うスタンス“セキネイズム”を



(左)Vピットクリーナー「スクレーパーX15」、(右)「スクレーパーX15」の施工例



バイオガス発電プラント

全社員で共有するため、毎月開くウェブ会議で、社長自らその重要性を伝えている。今では若手社員にもしっかり浸透し、全社員が同じ理念のもと顧客に最善のプランが提供されている。

「人手不足や飼料高騰など、さまざまな課題を抱えるお客さまをサポートして、養豚業界を元気にしていきたいと思っています」

➔ “ブタ”で医療分野へ進出

今年1月、同社は、遺伝子改変した“ドナーブタ”の臓

器をヒトへの臓器移植用に提供することを目指す、明治大学発のベンチャー企業、株式会社ポル・メド・テックへの出資契約を締結した。ドナーブタの生産に向けて新たな協力体制を敷くためだ。

現在、ブタからヒトへの“異種移植”研究は世界的に高まりを見せている。将来的にヒトへの移植が実現すれば、多くの患者を救うことにつながると期待が寄せられている。

セキネは、これまでにポル・メド・テックがドナーブタの生産を行っている施設に対して技術的な支援と機器を提供してきた。今後は大量生産、大量供給に向けて取り組みながら、ヒトへの移植の実現に向けてサポートしていく考えだ。

「将来は“ドナーブタの大量生産と供給エコシステムならセキネ”と言われるようになりたいと思っています」

➔ “その海を越え”世界にはばたく

同社の社内スローガンは「その海を越えていけ」である。その言葉どおり現在、マレーシアの企業から依頼を受けて豚舎の設計、施工管理、各種設備機器など一式を納入するプロジェクトが進められている。

かつての日本のように、開放型の豚舎で豚を飼育するのが一般的なマレーシア。日本食ブームで日本産豚肉が人気を集める中、現地の企業から「日本の飼育方法で育てて、日本品質の豚肉をおいしく食べたい」と依頼があったという。この案件がスムーズに進めば、順次隣国などにも進出していく考えだ。

“日本を豊かにするのは食である”と信じた先代の想いを受け、バトンを受け取った篠崎社長。これまで、「夢が持てるような会社にしたい。そして、社会に貢献していきたい」という思いで事業を展開してきた。

そして今、その思いを携えながら、同社は日本と世界の食を救う、ドナーブタの生産・供給を支えて人の命を救う――この二つを旗印に、海を越え世界にはばたくとしている。

メタバースと社会構造の変革



岡嶋 裕史氏

中央大学 国際情報学部 教授
中央大学 政策文化総合研究所 所長

プロフィール

1972年東京都出身。中央大学大学院総合政策研究科博士後期課程修了。博士(総合政策)。
富士総合研究所、関東学院大学准教授、同情報科学センター所長を経て、現在は中央大学国際情報学部教授、政策文化総合研究所所長。専門分野は情報ネットワーク、情報セキュリティ。著書は『5G』『ブロックチェーン』『Web3とは何か』『メタバースとは何か』『ChatGPTの全貌』『ビッグデータの罠』『ポスト・モバイル』『思考からの逃走』など200冊を超える。DVD『子どもを守る! SNSの安全な使い方』で一般財団法人 日本視聴覚教育協会 優秀映像教材選奨 優秀作品賞受賞。NHK教育テレビ スマホ講座講師、NHKラジオ 子ども科学電話相談 講師。

2025年2月21日(金)、中央大学教授の岡嶋裕史氏を講師にお迎えし、「メタバースと社会構造の変革」と題してセミナーを開催しました。以下、その概要を紹介いたします。

中央大学の岡嶋です。これまで「メタバース」は、「インターネット上に構築する仮想の世界」として説明されてきました。かつては大きなブームとなりましたが、今では話題性は低下し、落ち着いたようです。内閣府をはじめ、特許庁、経済産業省、東京都庁などが、これまで活発に議論を進めてきましたが、世間と同様に、行政としても下火となっているのが現実です。現在、活発に研究を進めているのは総務省くらいになりました。

ただ現在でも技術開発や法制度に関する議論は続いています。現実とは別となる仮想の世界の中で、私たちはどう暮らしていけばいいのか、そもそも仮想の世界に社会は作れるのか。インターネット上に新しい社会が定着した場合、現実世界の経済や社会構造にはどのような影響を与えていくのか。本日はそのテーマについて、お話ししたいと思います。

メタバース空間への「移住」について

ユーザーがメタバースといった仮想の世界を体験することを「移住」と呼んでいます。もともとは日本有数のゲームメーカーである任天堂が最初に広めたと

いわれる言い回しです。この移住という言葉は、メタバースの没入感や、そこに「生活の場」を見出すユーザーたちの意識を的確に表現しているように感じています。この言葉は、これからメタバースを体験するユーザーの心理的なハードルを下げ、興味を促す効果があったと思います。

メタバース空間は、他のユーザーとのコミュニケーションの場として使われたり、空間上でのサービスの提供が開始されたりするなどして、移住してきたユーザーの生活空間として広まりました。仮想の空間上に新たな生活空間が広がったことで、法律などの議論が現在も継続しています。メタバース空間のイメージを端的に理解しやすい映像作品としては、スピルバーグ監督の映画『レディ・プレイヤー1』やアニメ『ソードアート・オンライン』が挙げられます。興味をお持ちの方は、こういった映像作品を通して理解されるのが良いでしょう。これらの作品は、仮想空間がどのように機能し、どのような体験を提供するのかを視覚的かつ直感的に伝えています。

仮想志向と現実志向

仮想の世界(広義のメタバース)は大きく分けて、「仮想志向」と「現実志向」に分類されます。仮想志向とは、現実から完全に切り離された仮想世界をゼロから構築するアプローチです。ゼロから構築するため自由度が高く、ユーザーが全く新しい世界観を体

験できることが特徴となっています。

一方で現実志向とは、実在する地形や都市をデジタル上に再現し、疑似現実としての現実世界の双子（デジタルツイン）や、更に発展させたデジタルの世界と現実の世界が融合した空間（ミラーワールド）として機能する拡張現実や複合現実のことを指すアプローチです。

仮想志向のアプローチの例として、ディズニーランドやハリー・ポッターを再現したようなテーマパーク、SFの世界の体験を提供するデジタル世界が挙げられます。没入型の体験を好む層にとって魅力的で、主にエンターテインメントが中心となっています。仮想志向こそが狭義のメタバースであり、現実とは異なる社会を形成する仮想の世界です。

一方で、現実志向のアプローチの例としては、渋谷や池袋の街並みを再現した、現実と寄せたバーチャル空間があり、これらは都市開発や観光分野で注目されています。また災害やパンデミックが発生した際のシミュレーションなど、産業や医療分野での活用例が挙げられます。一言で仮想の世界といっても、大きく二つに分けられ、対象のユーザーも、使われる技術も、そして提供されるサービスも異なるのです。

メタバース普及の課題

メタバースが普及していくにあたっては、現在いくつかの課題があると感じています。

一つ目の課題としては、メタバースが未熟な技術であるまま世に出てしまったことで、関心をもった多くの一般ユーザーに失望感を与え、技術に対する見方が深刻な「幻滅期」に入ってしまったことです。

メタバースは、新型コロナウイルスが流行し、現実の世界で人と人との接点が取れなくなった際に、急速に関心が高まった技術の一つです。現実の世界での移動や、教育、就労などが困難な状況となり、その解決策として大きな注目を集めたのです。そのなかでメタバースは、技術的にまだ未熟な状態で、改善点を残しながら世に出されました。開発された技術をどの時点で世に出すべきか、考え方が分かれるところではありますが、このことはコロナ禍をきっかけとして、

関心をもった多くの一般ユーザーに対して、期待と現実のギャップを感じさせ、大きな失望感を与える出来事となってしまいました。以前よりメタバースに強い関心がある層のユーザーであれば、技術がまだ未熟であったり、操作性や見た目が多少悪くても、もともと「仮想の世界を楽しみたい」という強い動機を持っていますが、一般ユーザーに普及させるためであれば、一定の完成された状態で世に出さなければならなかったと感じています。

メタバースに強い関心がある層のユーザーとしても、まだ10年、20年は先だと思っていた技術が、突如として世に出てしまった。未熟な技術であったメタバースに対して、ハイプ（誇大な広告）が生じ、一時的に評価が身の丈を超すバブルのような状況に陥ってしまったと考えられます。現状はハイプを滑り落ちた状態だと考えます。

もう一つの課題として、メタバースを体験すること、提供すること自体がとても大変であり、大きな障壁となっていることです。現実の世界の移住ほどではありませんが、ユーザーにとってメタバース空間への移住は大変です。それなりに移住先での操作方法を覚えて、VR (Virtual Reality) ヘッドセットやガジェット（デジタル端末）を用意し、利用するには費用も必要となります。時間もかかり、手間もかかる。そして学習コストも高いのです。

またメタバース体験を提供する側にも、ユーザーに受け入れてもらえるか分からない、大きなビジネスリスクが伴いながら、仮想の世界を作り上げるための資金を投じていく必要があります。例えばFacebookがMeta Platformsに社名を変更してメタバースの研究開発に多額の費用を投じているように、米国における巨大IT企業群の一社でさえも、社運をかけた取り組みになっています。メタバースの世界を創り出すために、世界中で既に何兆円もの資金が投入されたことが知られています。

ゲームやSNSにみるメタバースの定義

メタバースの定義は、まだまだ様々な見解があり、有識者のなかでも揺れています。そのなかで私は、メ

タバースの定義を「現実とは少し異なる理で作られ、自分にとって都合がいい快適な世界」と掲げています。

現在、狭義のメタバースでは、ゲーム、SNS (Social Networking Service)、XR (Extended Reality/Cross Reality^(注))、他にはブロックチェーンなどが、メタバースを創り出し、運営するプレイヤーの中心となっています。

特にゲームは、仮想の世界の中で、多くのユーザーの夢を叶えてきました。私も子どもの頃に、車のレースの世界が好きで、実際にレーシングカートに乗り、レースに出るためにサーキットに行った経験があります。ただ現実には、多額の費用やケガのリスクもあるため、全員が出走できるわけではありません。しかしゲームの世界であれば、様々な障壁を取り払い、自分にとって都合が良い仮想の世界のなかで体験することができるのです。

SNSも、デジタルの世界のコミュニケーションツールとして、既に社会に浸透しています。時間の差や距離、言葉の違いも越えることが出来ます。デジタル化されたコミュニケーションゆえに、何を言っても共感してもらえたり、どんな発言も受入れてくれるグループ(フィルターバブル)も形成することができるのです。

メタバースもまた、現実とは異なるロジックで作られています。ゲームやSNSの事業者が自分の得意分野だと判断するのは、必然の帰結です。

愛好家たちがメタバース空間に移住する動機として、「現実の世界で生きていく上でままならないこと」があるのかもしれませんが。メタバースの世界では、学歴やジェンダー、生まれた家や文化などといった、移住してきたユーザーが現実の社会で感じてきた納得できない属性や差別、コンプレックスが解消されます。ユーザーにとって現実の社会より快適な空間があるのです。そのためには学習コストも資金的なコストも払っても構わないと思っています。

私は、メタバースを社会が多様性を認めていくなかで発展してきたサービスだと捉えています。社会全体が単一の価値観を信じ、従っている「大きな物語」と呼ばれる社会構造から、戦後ずっと長い時間を掛けて、多様性を重んじる「みんな違って、みんないい」

とするポストモダンの社会に移行してきたことにより、注目されてきたと感じています。

(注)XR:「VR(仮想現実)」「AR(拡張現実)」「MR(複合現実)」「SR(代替現実)」といった仮想世界と現実を融合させる画像処理技術の総称

メタバースの普及と社会構造の変遷

私自身は社会が多様性を認める器であって欲しいと願っています。一方で、多様性を認める社会が全ての人にとって幸せなユートピアであるかといえば、そうではないと思っています。

多様性のある社会では、みんなが違うことを主張します。自分と違う人は端的に言えば自分にとって怖かったり、不快であったりします。それを相互に認め合う世界こそが、多様性のある社会です。お互いを理解し合い、自分を止揚することが求められますが、大変コストの高い社会構造であると感じます。多くの人は手間や思考、妥協といったコストを支払いたくありません。現実には、食い違う主張が出てきたときに、一番コストを抑えられる方法として、相手がいなくなるまで否定する方法が取られ易い。SNSで見られる「荒れる」「炎上する」ことは多様性の副産物の一つであり、多様性を目指す社会では必ず至る現象だと思います。

インターネット上で個々のユーザーの好みの情報だけが表示される「フィルターバブル」という技術がよく批判されますが、実はそれ自体は現代社会のどこにでもあり、自らの気持ちのいい状態を作り出す一つの生活の知恵と同じだと感じます。よく「SNSが社会を分断している」との意見に接しますが、原理としては逆だと思うのです。大きな物語からポストモダン社会に移行する社会構造の変遷によって、いろんな主張に接することが増え、自分にとって居心地のいい閉じられた空間へ移住するニーズが高まるなかで、個人の快適さや安心感を維持するSNSといったサービスが投入され、受け入れられたのだと思います。

社会構造の大きな変化につれて技術が発達し、発達した技術が社会構造の変化をさらに促す。そういった技術と社会の共犯関係のなかで、うまく適合したサービスとしてSNSは世に生まれたのです。SNS

は、まさにフィルターバブルを作るためのサービスであり、自分と似た人、自分と話があう人だけを囲い込んで、居心地の良い空間を演出するための装置となったのです。

メタバースが普及するメリット・デメリット

メタバースが普及していくメリットは何でしょうか。メリットの一つとして、リアルではなかなか体験できない価値、コストのかかる価値に多くの人がアクセスできることが挙げられます。また二つ目として、仮想の空間はカスタマイズが簡単で、そのコストを極小化することが出来ます。現実の世界においても、多様な価値観を許容するなかで、個人に合わせたサービスを用意することは出来ますが、高いコストがかかります。メタバースの持つ、好みのサービス、好みの世界を創造できることは、とても大きなメリットとなりそうです。

例えば、ブラジルは、自動車レースの最高峰であるF1の世界チャンピオンを何人も輩出しているモータースポーツの大国として知られています。ただ家庭ごとの格差が激しく、子どもは生まれた瞬間にモータースポーツに触れる機会に恵まれるか否かが、決まってしまう環境でもあります。

そこにメタバースとして高い技術水準を投じた車の運転環境が、安価に、eスポーツの形で有った場合にはどうでしょう。その子どもは今すぐ素晴らしい才能を開花させることができるかもしれません。

このことから、メタバースは子どもたちの教育に使えるのではないかと、生まれ持った格差を縮小することに繋がるのではないかとされています。

また疾病や障害を持ち、寝たきりになってしまった方が、もう一度歩いた感触を取り戻すことも可能です。あるいは自閉症を持った方に、コミュニケーションの接点にアバターを介することで、対人交流への抵抗や苦手意識が緩和出来た事例もあります。

実際に私が参加している総務省の研究会では、ハンディキャップや精神疾患を抱える方の活躍に向けたツールとして、メタバースが使えるのではないかと議論がなされています。

一方で、メタバースが普及することのデメリットは、まさにメリットの裏返しです。

自分にとって都合の良い快適な世界を経験することで、現実の世界の行動などに興味が無くなってしまうことや、現実の世界に馴染めなくなり、現実の社会に戻れないといった大きなリスクが存在することです。デジタル空間で新しい社会や人間関係が構築されていくことで、現実の世界への興味が薄れていくのです。

また体験自体がデジタルデータとなり、音楽のようにコピーが可能となることも、現実の世界での体験の貴重さが薄れる結果を生むと思われます。

更には、デジタル世界で個人のアイデンティティの確立が進んでいくと、現実の世界を許容できなくなるリスクも懸念されます。たとえば、車嫌いの人が現実の世界でもMR機器を使って「車を見えないようにする」と、みんなが同じものを見て生活している前提が崩れますし、端的に危ないです。どこかでは歯止めが必要になるでしょう。

結びに 一分かれ道に来ている社会

こういったことを考えなければならないほどに、今の社会構造やメタバース技術は発展してきています。例えば、自分の快適さを追求するためならば、自分の視界の中の皆さんの顔を自分好みの顔に全部書きしてしまうことも、声を変えてしまうことなども可能となってきています。フィルターバブルの中に閉じこもって、自分の都合のいい快適な世界で暮らし、喧嘩をしないで生きていくことも可能な社会が、直ぐにでも来るかもしれません。

ただ現実の社会はそう作られていないのです。こういった創り出した仮想の世界に浸食されないような現実の社会や規範を、私たちは作っていかねばならないのか、あるいは分断して個々の快適さを追求していくのか。今起きている現実の社会構造の変革は、分かれ道に来ています。どちらに進むのがいいか、皆で考えていきましょう。ご清聴有難うございました。

(文責:埼玉りそな産業経済振興財団)

埼玉県における住宅建設の動向と地域的な

はじめに

埼玉県は1960年代以降長く人口増加が続き、これに伴い活発な住宅建設が行われてきた。しかし、近年人口はほぼ横ばいとなり住宅建設はやや減少傾向となっている。

埼玉県は90万人近い人が、東京都へ通勤通学しており、住宅については通勤通学の利便性、東京都からの距離などに影響される。

本稿では埼玉県における住宅建設の動向、地域的な特徴、また、近年、価格上昇が顕著なマンションの動向について見ていく。

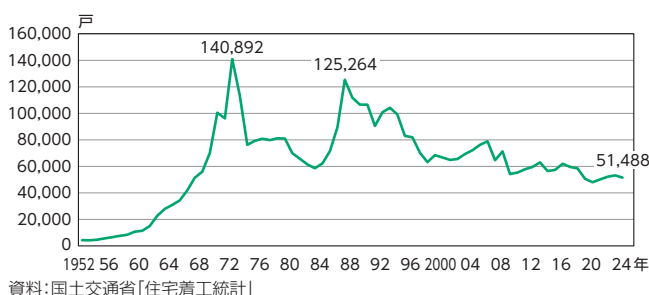
埼玉県における住宅着工戸数の推移

住宅建設には、建物の老朽化などによる建て替え、新しい住居への住み替え、世帯人員の独立による住宅の取得など様々な理由があり、地域的には、人口の移動が大きな要因となる。

長期的に埼玉県の住宅着工戸数の推移をみると、大きく2つの山がみられる。1つ目は高度経済成長期末期1972年の140,892戸。高度経済成長に伴い、地方から東京圏（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県）への人口移動が活発化し、埼玉県は1970年に流入超過人数（流入人口数－流出人口数）が135,775人となり、住宅需要の大幅な増加につながった。

2つ目はバブル期1987年の125,264戸。景気が過熱するに伴い、東京圏への人口移動が再び活発化し、埼玉県は1987年に流入超過人数が83,750人と

● 埼玉県の住宅着工戸数の推移



なった。東京圏への人口流入は景気が好転すると増加し、減速すると減少するという特徴を持っている。埼玉県の住宅建設は景気の変動による人口移動の影響を強く受けてきた。

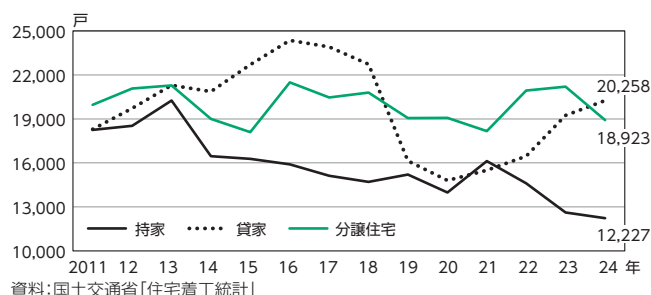
バブル期以降は、低成長が続くなか大きな変動はみられなくなる。ここ10年ほどは、住宅着工戸数は5～6万戸程度、流入超過人数は1～2万人程度で推移している。

利用関係別の状況

埼玉県の2024年の住宅着工戸数は51,488戸、利用関係別では、持ち家12,227戸、貸家20,258戸、給与住宅（社宅や官舎など）80戸、分譲住宅（分譲マンション、分譲一戸建て）18,923戸である。構成比は持家23.7%、貸家39.3%、給与住宅0.2%、分譲住宅36.8%となっており、貸家と分譲住宅がそれぞれ4割近くと多くを占めている。

2011年以降の動きをみると、貸家は、2018年までは景気が回復基調にあったことなどから、着工戸数が増加したが、2018年以降は景気減速、新型コロナウイルス感染症の影響などから大きく減少し、2021年以降再び増勢に転じている。分譲住宅は、貸家同様、2018年以降減少に転じその後回復しているが、総じてみると、横ばい傾向で推移している。一方、持家は景気の動向とは関係なく、ほぼ一貫して減少傾向にあり、住宅建設全体の減少の要因となっている。結婚や出産等により広い家に住み替える動きが鈍っていることや、家族の増加などによる、建て替えや住み替えによる需要が減ってきているためとみられる。

● 埼玉県の利用関係別着工戸数の推移



特徴

埼玉県住宅建設の地域別の動向

埼玉県は多くの人が通勤通学で東京都に通っていることなどから、住宅について、東京都からの距離による地域的な違いがみられる。以下では、東京都心からの距離により、埼玉県を7つの地域に分けて（キロ圏別区分図参照）、住宅着工の状況をみていく。

2024年の住宅着工戸数は、20～30km圏（さいたま市、所沢市、越谷市など）が最も多く20,441戸、次いで20km未満圏（川口市、草加市、戸田市など）11,933戸、30～40km圏（川越市、春日部市、上尾市など）9,731戸などとなっている。都心からの距離が40km以内で42,105戸、県全体の81.8%と8割以上を占めている。

距離圏別に利用関係別の構成比をみると、20km未満圏、20～30km圏では、貸家がそれぞれ、49.9%、43.8%、分譲がそれぞれ38.9%、37.3%と高く、持家はそれぞれ11.2%、18.8%と低い。それ以遠の地域では、持家の割合が高くなり、距離が遠くなるほど高くなる傾向がみられる。貸家については、30～40km圏以遠は20%台後半ではば一定であり、分譲は30～40km圏で43.2%と高くなるが、それ以遠では徐々に割合が低下していく傾向がみられる。

増減についてみると（単年では変動が大きいため3年毎で比較）、2010～12年と2022～24年の比較では、20km未満圏、20～30km圏ではそれぞれ、▲4.1%、▲7.0%であるのに対して、60～70km圏、70km以遠圏で▲28.0%、▲22.1%と減少幅が大きくなっている。距離が近いところで人の移動による貸家

●埼玉県の距離圏別利用関係別着工戸数（2024年）、人口（2020年）

単位:戸、千人

	20km未満	20～30km	30～40km	40～50km	50～60km	60～70km	70km以遠	合計
持家	1,339	3,839	2,707	1,872	968	706	796	12,227
貸家	5,949	8,943	2,787	1,377	577	377	248	20,258
給与住宅	8	25	31	4	3	3	6	80
分譲住宅	4,637	7,634	4,206	1,405	501	239	301	18,923
合計	11,933	20,441	9,731	4,658	2,049	1,325	1,351	51,488
人口	1,377	2,641	1,456	836	408	326	302	7,345

資料:国土交通省「住宅着工統計」、総務省「国勢調査」

●埼玉県の距離圏別利用関係別着工戸数構成比（2024年）

単位:%

	20km未満	20～30km	30～40km	40～50km	50～60km	60～70km	70km以遠	合計
持家	11.2	18.8	27.8	40.2	47.2	53.3	58.9	23.7
貸家	49.9	43.8	28.6	29.6	28.2	28.5	18.4	39.3
給与住宅	0.1	0.1	0.3	0.1	0.1	0.2	0.4	0.2
分譲住宅	38.9	37.3	43.2	30.2	24.5	18.0	22.3	36.8
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

資料:国土交通省「住宅着工統計」

●埼玉県の距離圏別着工戸数と増減率（2010～12年 2022年～24年）

単位:戸、%

	20km未満	20～30km	30～40km	40～50km	50～60km	60～70km	70km以遠	合計
2010～12年	37,753	65,605	32,557	16,884	7,754	6,409	5,778	172,740
2022～24年	36,214	61,027	28,546	14,963	6,993	4,612	4,499	156,854
増減率	▲4.1	▲7.0	▲12.3	▲11.4	▲9.8	▲28.0	▲22.1	▲9.2

資料:国土交通省「住宅着工統計」

●キロ圏別区分図



や分譲の住宅需要が大きいことや、距離が遠くなるほど減少の大きな持家の割合が高いためなどとみられる。

埼玉県のマンスションの動向

埼玉県のマンスションの着工戸数をみると、2024年は5,525戸、前年比5.1%の減少となった。ここ3年、着工戸数は5,000戸台後半で安定している。マンスヨ

ンの着工戸数は年により振れが大きいですが、2012年の6,949戸から水準が切り下がっている。

(市別の動向)

市別にみると（単年での振れが大きいため、2022～24年合計）、マンションの着工戸数が最も多いのは、さいたま市3,496戸、次いで川口市2,968戸、川越市1,574戸、草加市1,232戸、朝霞市1,230戸などとなっている。東京都心から近く人口の多い市が上位を占めている。大型プロジェクトなどの影響もあり、増減の比較には注意を要するが、2013～15年と2022～24年の比較では、川越市、蕨市、和光市、草加市、川口市の増加率が大きくなっている。

(地域別の動向)

地域別の動向をみると（2022～24年合計）、20km未満圏が6,780戸、20～30km圏が6,279戸、30～40km圏が2,768戸となっており、30km圏までの合計で13,059戸と全体の77.3%、40km圏までの合計で15,827戸と全体の93.7%を占めており、県内のマンション建設は、ほぼこの地域内で行われている。

分譲住宅には、マンションのほかに一戸建てがある。地域別に一戸建てについてみると、おおむね都心から40km以遠は一戸建てが多い地域となっており、マンションの建設は大幅に少なくなる。

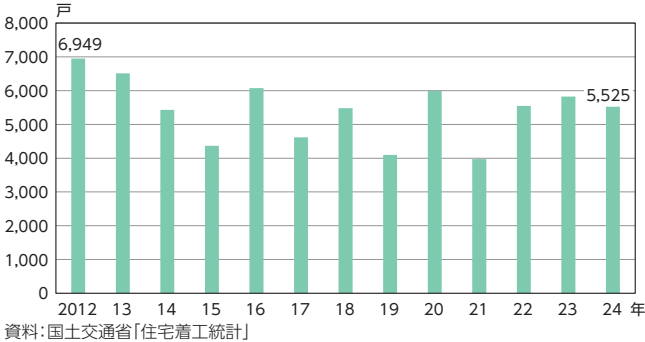
(販売面の動向)

マンションについては価格の上昇が目立っている。株式会社不動産経済研究所による埼玉県のマンションの平均発売価格をみると2012年、3,687万円であったものが、ゆるやかに上昇し、2020年に4,565万円となったが、以降上昇傾向を強め、2024年には5,542万円と2020年比21.4%の上昇となった。発売される物件により価格には大きな差が出るが、直近

2025年2月は9,958万円と過去最高額となった。なお、東京23区は2023年1億1,483万円、2024年1億1,181万円と高騰が続いている。

価格上昇の要因の一つは建築コストの上昇である。国土交通省の非木造住宅の建設工事費デフレーター（建設工事にかかわる労務、資材、運輸その他などの

● 埼玉県のマンション着工戸数の推移

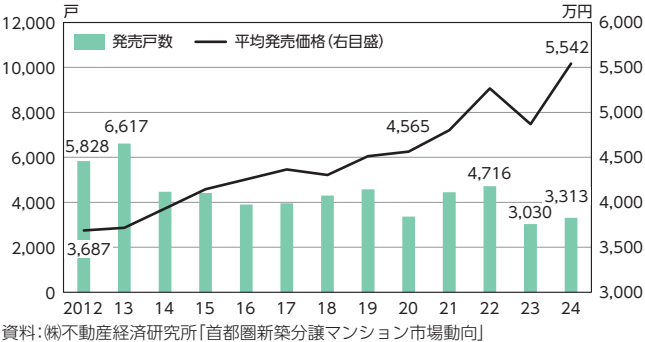


● 埼玉県の市別(上位10市)マンション着工戸数(3年毎)の推移

	2013～15年	16～18年	19～21年	22～24年	2022～24年 /13～15年
さいたま市	3,762	5,810	4,492	3,496	▲ 7.1
川口市	2,074	2,972	3,101	2,968	43.1
川越市	158	525	508	1,574	896.2
草加市	720	413	710	1,232	71.1
朝霞市	891	545	1,061	1,230	38.0
蕨市	375	402	91	891	137.6
和光市	360	412	261	793	120.3
戸田市	939	289	648	522	▲ 44.4
所沢市	1,194	705	456	492	▲ 58.8
越谷市	1,594	708	341	473	▲ 70.3

単位: 戸、%
資料: 国土交通省「住宅着工統計」

● 埼玉県のマンション発売戸数と平均発売価格の推移



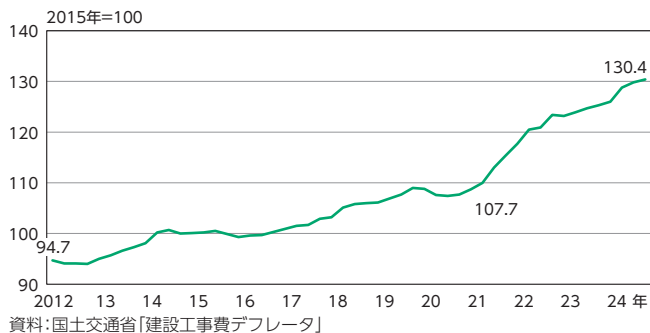
● 埼玉県の距離圏別分譲住宅のうちマンション、一戸建ての着工戸数(2022～24年)

	20km未満	20～30km	30～40km	40～50km	50～60km	60～70km	70km以遠	合計
マンション	6,780	6,279	2,768	898	0	58	115	16,898
一戸建て	8,577	18,001	9,154	4,145	2,003	871	1,087	43,838
上記合計	15,357	24,280	11,922	5,043	2,003	929	1,202	60,736
マンションの割合	44.1	25.9	23.2	17.8	0.0	6.2	9.6	27.8

単位: 戸、%
資料: 国土交通省「住宅着工統計」

費用を指数化し、推移を表したもの(2015年=100)をみると、2012年第1四半期に94.7であったものが、徐々に上昇して2020年第4四半期に107.7となった。その後は急上昇して、2024年第4四半期には130.4となり、ここ4年間で21.1%の上昇となった。

●建設工事費デフレーター(非木造住宅)の推移



マンション用地取得にかかわる地価も上昇している。地価公示により2025年1月1日における埼玉県の市町村別住宅地の対前年平均変動率をみると、高い順に戸田市6.2%、蕨市6.1%、川口市5.1%などである。2024年も戸田市5.9%、蕨市6.0%、川口市5.3%と高い上昇率となっているなど、地価の上昇が続いている。この3市はいずれも20km未満圏で、マンション建設が活発に行われている地域である。この3市以外でもマンション建設が行われている地域は高い地価上昇率となっている。

さらに、大きな要因は土地取得難や人手不足などから、マンションの供給が少なくなっていることである。株式会社不動産経済研究所による埼玉県のマンション発売戸数をみると、2023年は3,030戸、2024年は3,313戸となっており、2022年の4,716戸より大きく減少しており、2013年の6,617戸と比べると、ほぼ半数となっている。需要は一定程度あるなか、供給が少なくなること、高価格でも堅調な発売状況が続いている。なお、国土交通省の住宅着工統計のマンション着工戸数と、株式会社不動産

経済研究所のマンション発売戸数には差異があるが、これは、着工と発売の時期にずれあること、分譲マンションの着工戸数には建物内の賃貸部分が含まれること、着工申請以降に建設計画が変更となることがあることなどによる。

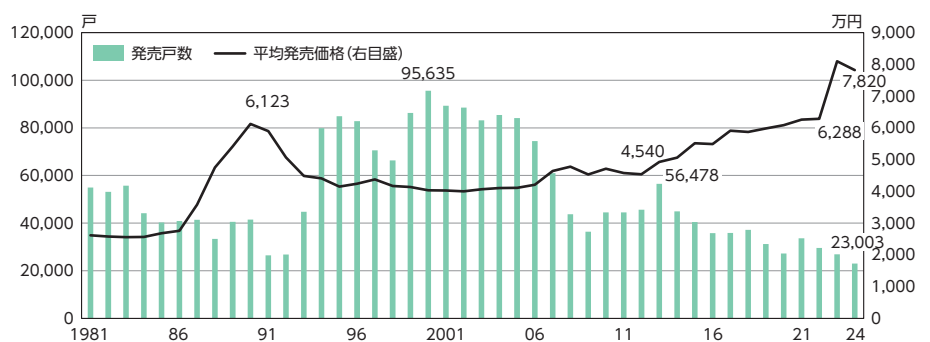
(東京圏の動向)

東京圏全体の状況を見ると、平均発売価格については、1990年の6,123万円をピークに一旦低下し、その後緩やかな上昇を続け、2022年に6,288万円となり、2024年は7,820万円と大幅な上昇となった。発売戸数をみると、2000年の95,635戸をピークに減少傾向となり、2024年は23,003戸となった。これは、2000年の4分の1以下、2013年の半数以下である。

発売戸数の減少と発売価格の上昇がそれぞれ相反しながら同様なペースで続いている。マンションの発売価格と発売戸数は1981年以降の長い期間で見ると、発売戸数が減少すると、発売価格が上昇し、発売戸数が増加すると、発売価格が低下する傾向がみられる。このところでは、発売戸数の減少と発売価格の上昇という局面が続いており、ある意味で現在の価格は、需要と供給の点でバランスがとれた状況にあるとみられる。

埼玉県も同様な傾向がみられる。短期的には立地条件に優れた、高額な大型物件の発売などにより、発売戸数、発売価格とも増加、上昇する局面もあると考えられるが、先行き、発売戸数、発売価格について現状程度の推移が続くとみられる。(吉嶺暢嗣)

●東京圏のマンション発売戸数と平均発売価格の推移



資料: 株式会社不動産経済研究所「全国マンション市場50年史、首都圏新築分譲マンション市場動向」
(注) 東京圏は、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県



アンケート調査

埼玉県内企業経営動向調査

県内企業の国内景気に対する見方が大幅に悪化

国内景気

(現状)

最近(2025年4月)の国内景気に対する見方は、「上昇」8%、「下降」27%で、BSI(「上昇」-「下降」の企業割合)は▲19と、前回調査(2025年1月)の▲5から14ポイントの低下となった。国内景気のBSIは2024年7月期にマイナスに転じたのち、4四半期連続でマイナスが続いている。

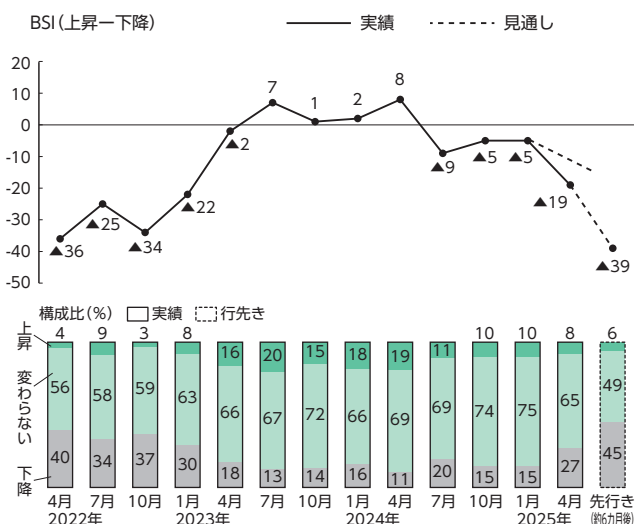
業種別にみても、製造業はBSI▲24で前回調査の▲12から12ポイントの低下、非製造業は▲17で前回調査の0から17ポイントの低下となり、ともにマイナス幅を広げる結果となった。

(先行き)

先行き(約6カ月後)については、「上昇」6%、「下降」45%で、BSIは▲39と現状の▲19から20ポイントの低下となった。今回調査を行った4月に公表された米国新政権による関税政策の内容が、想定を超え、各国の通商政策に係わる問題に発展するものであったことから、経済の不確実性が増大し、国内景気、経営環境の先行きに不透明感が広がったとみられる。

業種別では、製造業は現状の▲24に対して▲40と16ポイントの低下、非製造業は現状の▲17に対して▲37と20ポイントの低下となり、現状と先行きについて、製造業と非製造業ともに大幅に悪化する結果となった。

国内景気



業界景気

(現状)

最近の自社業界の景気に対する見方は、「上昇」7%、「下降」28%で、BSIは▲21となり、前回調査(2025年1月)の▲14から7ポイントの低下となった。業界景気のBSIは29四半期連続してマイナスとなっており、業界景気について厳しい見方が続いている。

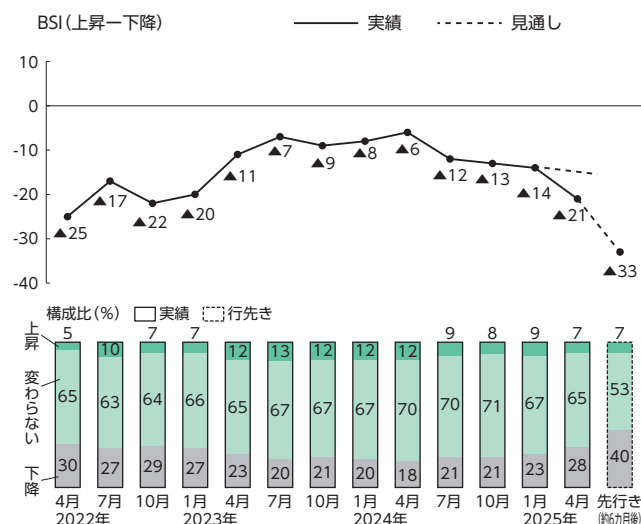
業種別にみると、製造業はBSI▲31で前回調査の▲22から9ポイントの低下、非製造業は▲15で前回調査の▲8から7ポイントの低下となった。食料品製造業は改善したが、建設業や運輸・倉庫業などで悪化が目立った。

(先行き)

先行きについては「上昇」7%、「下降」40%で、BSIは▲33と、現状の▲21から12ポイントの低下となった。自社業界の先行きには、厳しい見方を更に強めている。

業種別では、製造業はBSI▲42で現状の▲31から11ポイントの低下、非製造業は▲28で現状の▲15から13ポイントの低下となった。ほぼ全ての業種で悪化し、マイナス幅を拡大させている。

業界景気



✓ 自社業況

(現状)

最近の自社の業況に対する見方は、「良い」28%、「悪い」8%で、BSI(「良い」－「悪い」の企業割合)は+20となり、前回調査(2025年1月)の+24から4ポイントの低下となった。自社業況のBSIは17四半期連続してプラスで推移しており、「良い」とする企業が多い状態が続いている。

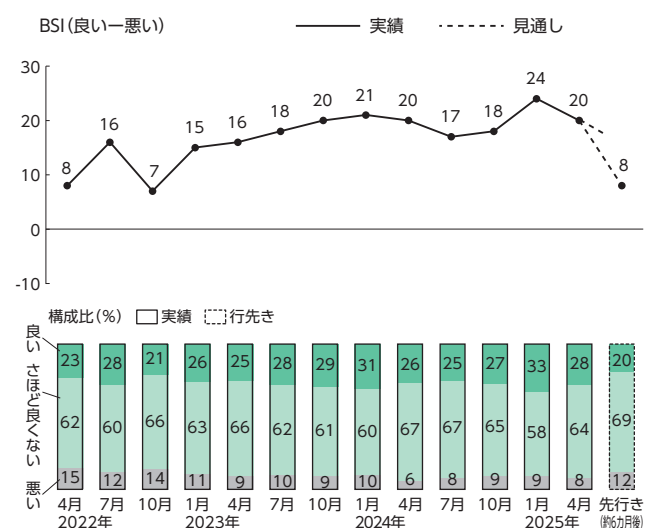
業種別にみると、製造業はBSIが+16で前回調査の+14から2ポイントの上昇、非製造業は+22で前回調査の+31から9ポイントの低下と、方向が分かれた。製造業と比較して、非製造業の自社業況BSIは依然としてより高い水準にあるが、今回調査では非製造業のうち、卸売業、建設業、不動産業、運輸・倉庫業で特に低下がみられた。

(先行き)

先行きは「良い」20%、「悪い」12%で、BSIは+8と、現状の+20から12ポイントの低下となった。業種別では、製造業はBSI+5で現状の+16から11ポイントの低下、非製造業は+10で現状の+22から12ポイントの低下となった。

自社業況の現状は、引き続き高い水準となったが、先行きについては現状より大きく下方に低下する結果となった。また前回調査(2025年1月)時点での見通しの+18よりもさらに低い水準を示しており、先行きについて慎重な見方が増えている。

● 自社業況



✓ 売上高

(現状)

2025年1～3月期の売上高は、季調済BSI(「増加」－「減少」の企業割合)が+10となり、前回調査対象期間(2024年10～12月期)の+11から1ポイントの低下となった。売上高の季調済BSIは2020年7～9月期以降、2022年10～12月期を除いて、プラス水準で推移している。

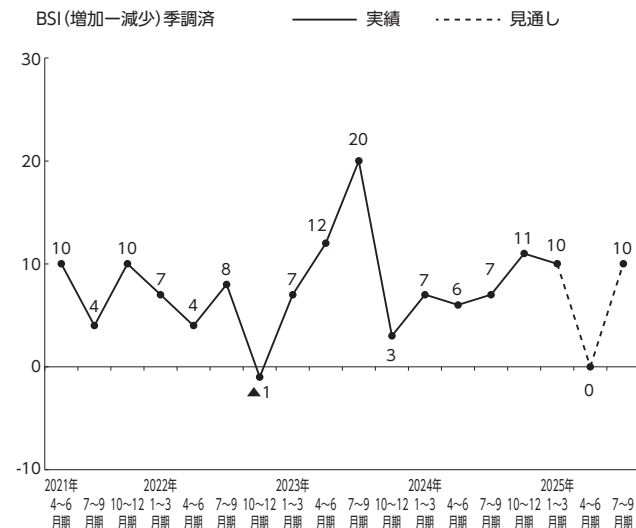
業種別にみると、製造業は季調済BSI+10で前回調査の+7から3ポイントの上昇、非製造業は+9で前回調査の+14から5ポイントの低下と、方向が分かれた。

(先行き)

先行きについては、2025年4～6月期の季調済BSIが0、7～9月期は+10と、現状の+10から低下したのち、上昇する見通しとなった。

業種別では、製造業が2025年1～3月期、4～6月期、7～9月期に+10→▲2→+9、非製造業では+9→+2→+11となっており、ともに4～6月期で低下する見通しとなった。業種毎にみると、今後の売上高の見通しの推移にバラツキがみられる。

● 売上高



☑ 経常利益

(現状)

2025年1～3月期の経常利益は、季調済BSIが▲2となり、前回調査対象期間（2024年10～12月期）の+2から4ポイント低下し、三四半期ぶりにマイナスに転じた。

業種別にみると、製造業は季調済BSI+4で前回調査の▲5から9ポイントの上昇、非製造業は▲4で前回調査の+6から10ポイントの低下と、方向が分かれ、非製造業の悪化が目立った。

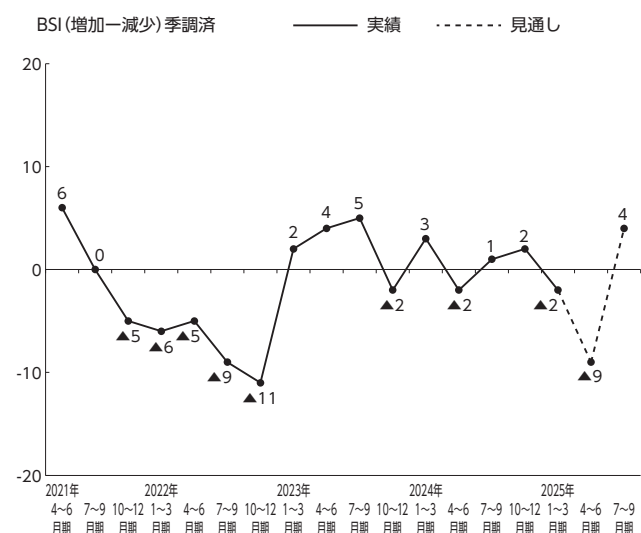
経常利益減少企業が回答した減少の要因（複数回答）は、「売上・受注の不振」をあげるところが58.3%（前回調査時64.6%）、「仕入単価の上昇」が46.9%（前回調査時66.7%）、「人件費の上昇」42.7%（前回調査時41.5%）などとなった。売上高の季調済BSIは高い水準にあるなか、仕入価格や諸経費価格が高止まりし、利益は下押しされている。

(先行き)

先行きについては、2025年4～6月期の季調済BSIが▲9、7～9月期は+4と、低下したのちに上昇する見通しとなっている。

業種別では、製造業が2025年1～3月期、4～6月期、7～9月期に+4→▲10→+3、非製造業では▲4→▲7→+5となっている。業種毎の推移はバラツキが多い結果となった。

● 経常利益



☑ 設備投資

(現状)

2025年1～3月期の設備投資は、季調済BSIが+4となり、前回調査対象期間（2024年10～12月期）の+6から2ポイント低下した。17四半期連続でプラスとなっており、設備投資は底堅く推移している。

業種別にみると、製造業はBSI+6で前回調査の+10から4ポイントの低下、非製造業は+1で前回調査の+2から1ポイントの低下となり、やや弱さのある結果となった。

設備投資の内容については、2025年1～3月期は「更新投資」が62%、「能力増強投資」16%、「合理化投資」12%、「研究開発投資」2%などとなった。今回調査では、前回調査比、「更新投資」が2ポイント、「研究開発投資」が2ポイント低下した一方で、「その他」が4ポイント上昇した。

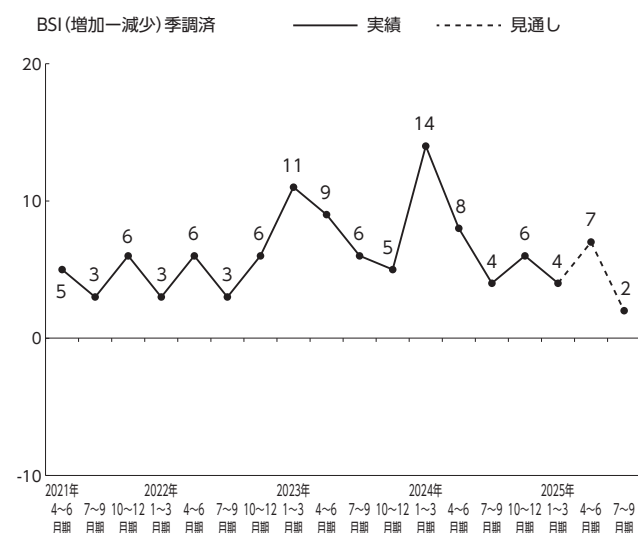
(先行き)

先行きについては、2025年4～6月期のBSIが+7、2025年7～9月期は+2と、プラスで推移するものの、徐々に水準を低下させる結果となった。

業種別では、製造業が2025年1～3月期、4～6月期、7～9月期に+6→+9→+1、非製造業では+1→+6→+4となった。ここでも業種毎の見通しにバラツキが多い結果となった。

2025年4～6月期、7～9月期の見通しについて、「合理化投資」の割合の増加がみられ、企業が人手不足対応として省人化・省力化に向けた機械投資の増加を計画していることがうかがえる。

● 設備投資



雇用

(現状)

最近(ここ6カ月間)の雇用状況をみると、雇用人員が「増加」とした企業は24%、「減少」とした企業は15%で、BSIは+9と前回調査の+7から2ポイント上昇した。本質問項目では、新卒者の採用による増加を反映する4・7月調査にBSIが上昇し、10・1月調査に低下する傾向があるが、今回調査においては、4月調査のなか、前回1月調査より上昇したものの、やや落ち着いた上昇にとどまった。

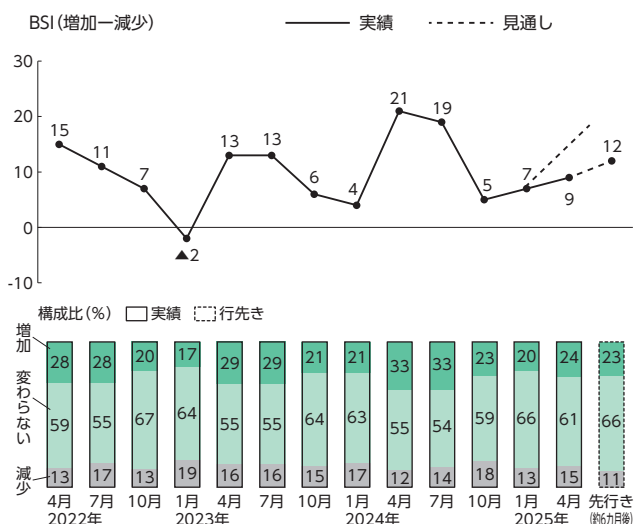
業種別にみると、製造業はBSI+9で前回調査の0から9ポイントの上昇、非製造業は+9で前回調査の+11から2ポイントの低下となり、方向が分かれた。非製造業での4月新卒採用の雇用増加がやや低調だったことがうかがえる。

(先行き)

先行き(約6カ月後)については、「増加」とする企業が23%、「減少」とする企業11%でBSIは+12と、現状の+9から3ポイントの上昇となった。県内の雇用環境は先行きも底堅い状態が続くとみられる。

業種別では、製造業はBSI+11で現状の+9から2ポイント、非製造業は+12で現状の+9から3ポイント、ともに上昇する結果となった。

雇用



経営上の問題点

経営上の問題点(複数回答)については、「人材・人手不足」が58%と最も多かった。次いで、「仕入原価上昇」50%、「諸経費上昇」45%、「売上・受注減少」30%、「資金不足、資金繰り難」2%、「製商品安」2%などとなった。

業種別にみると、非製造業が製造業より「人材・人手不足」で18ポイント多く、逆に製造業が非製造業より「仕入原価上昇」で8ポイント、「諸経費上昇」で5ポイント、「売上・受注減少」では5ポイント多い結果となった。

経営上の問題点は、2023年10月以降、7四半期連続で「人材・人手不足」が最も多い状況が続いている。但し、今回調査では「人材・人手不足」の割合が製造業・非製造業とともに低下した。特に製造業では、資源価格上昇により、高止まりしてきた「仕入原価上昇」の割合も減少するなか、「諸経費上昇」の割合が12ポイント上昇した。防衛的な賃上げの実施による人件費の上昇や、利上げによる金利負担の増加などが要因とみられる。

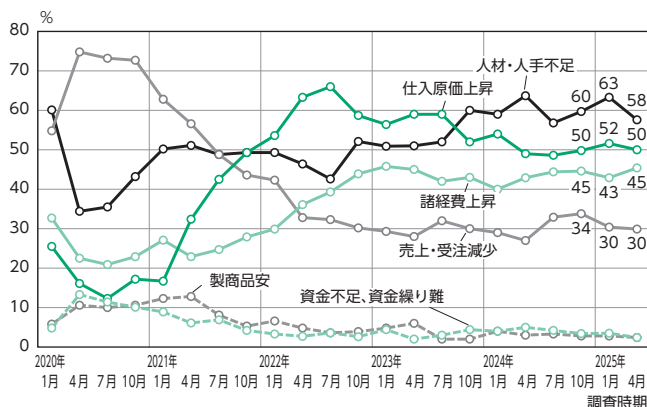
(齋藤康生)

●経営上の問題点(複数回答)

(単位:%)

	全産業		製造業		非製造業	
	前回	今回	前回	今回	前回	今回
人材・人手不足	63	58	50	46	72	64
仕入原価上昇	52	50	64	55	44	47
諸経費上昇	43	45	37	49	47	44
売上・受注減少	30	30	39	33	25	28
資金不足、資金繰り難	3	2	4	4	2	1
製商品安	4	2	5	2	3	3
その他	3	4	1	5	4	3

●経営上の問題点(複数回答)の推移



2025年4月実施。対象企業数1,010社、
回答企業数330社、回答率32.7%。

県内経済の動き

概況

埼玉県景気は持ち直している

景気動向指数 上方への局面変化を示している

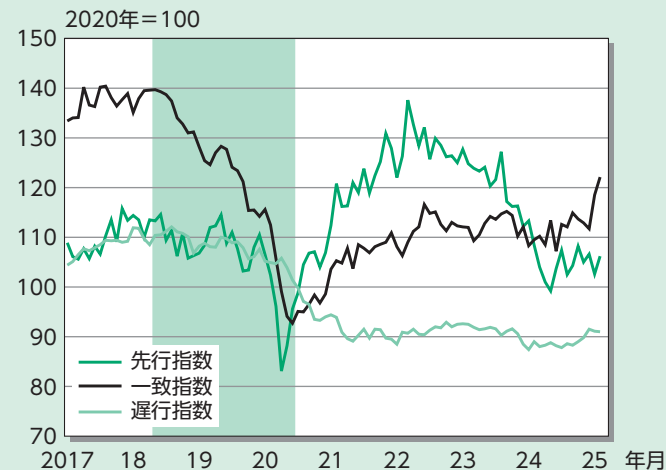
2月のCI(コンポジット・インデックス)は、先行指数：106.2(前月比+3.6ポイント)、一致指数：122.1(同+3.6ポイント)、遅行指数：91.0(同▲0.1ポイント)となった。

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+3.06ポイントと、2カ月連続の上昇となった。埼玉県は景気の基調判断を2カ月連続で「上方への局面変化を示している」としている。

遅行指数は2カ月連続の下降となった。

景気動向指数の推移

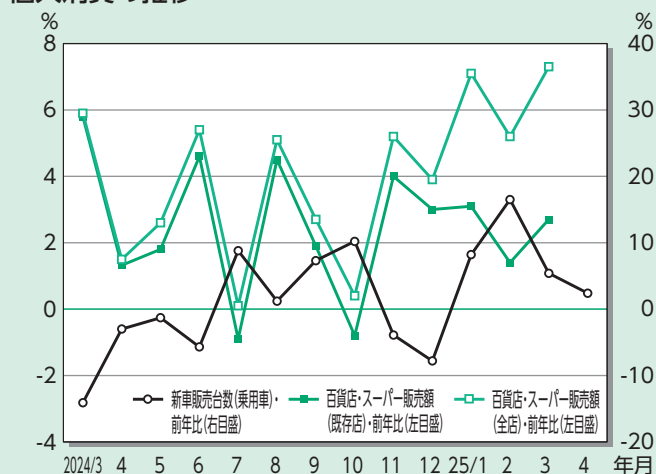


個人消費 百貨店・スーパー販売額は5カ月連続で増加

3月の百貨店・スーパー販売額は1,315億円、前年比+2.7%(既存店)と5カ月連続で増加した。業態別では、百貨店(同▲5.4%)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+7.3%と34カ月連続で増加した。

4月の新車販売台数(乗用車)は10,002台、前年比+2.4%と4カ月連続で増加した。車種別では普通乗用車が6,567台(同▲2.4%)、小型乗用車は3,435台(同+13.1%)だった。

個人消費の推移



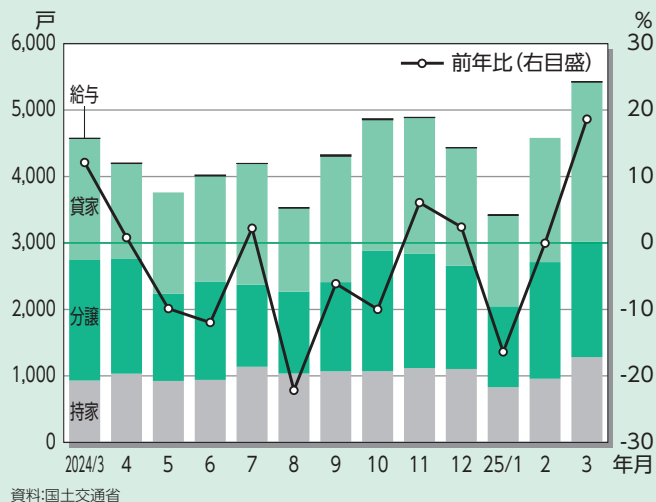
住宅 3カ月ぶりに前年を上回る

3月の新設住宅着戸数は5,428戸となり、前年比+18.6%と3カ月ぶりに前年を上回った。

利用関係別にみると、分譲が1,740戸(前年比▲4.1%)と11カ月連続で減少したものの、持家が1,282戸(同+37.8%)と2カ月ぶりに、貸家が2,401戸(同+31.2%)と2カ月連続で増加した。

分譲住宅は、マンションが402戸(同▲26.8%)と4カ月連続で減少したものの、戸建てが1,323戸(同+6.4%)と15カ月ぶりに増加した。

新設住宅着工戸数の推移



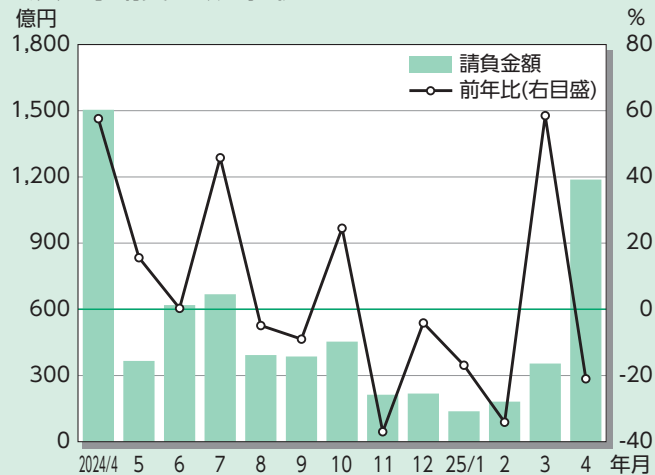
公共工事 2カ月ぶりに前年を下回る

4月の公共工事請負金額は1,188億円、前年比▲21.0%と2カ月ぶりに前年を下回った。

発注者別では、国(同+93.0%)と県(同+17.9%)は増加したが、独立行政法人等(同▲40.4%)と市町村(同▲42.6%)が減少した。

なお、4月の請負件数は960件(同+2.8%)と前年を上回っている。

公共工事請負金額の推移



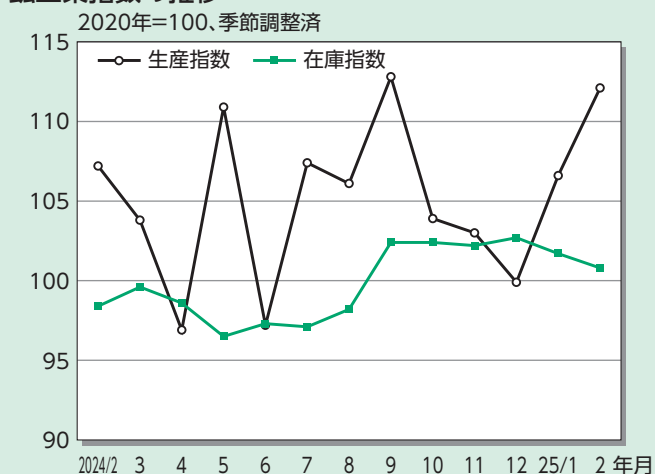
資料:東日本建設業保証(株)

生産 2カ月連続で増加

2月の鉱工業指数をみると、生産指数は112.1、前月比+5.2%と2カ月連続で増加した。業種別では、生産用機械、輸送機械、食料品など18業種が増加したものの、電気機械、木材・木製品、家具など5業種が減少した。

在庫指数は100.8、前月比▲0.9%と2カ月連続で減少した。業種別では、電気機械、窯業・土石、電子部品・デバイスなど10業種が増加したものの、生産用機械、情報通信機械、金属製品など11業種が減少した。

鉱工業指数の推移



資料:埼玉県

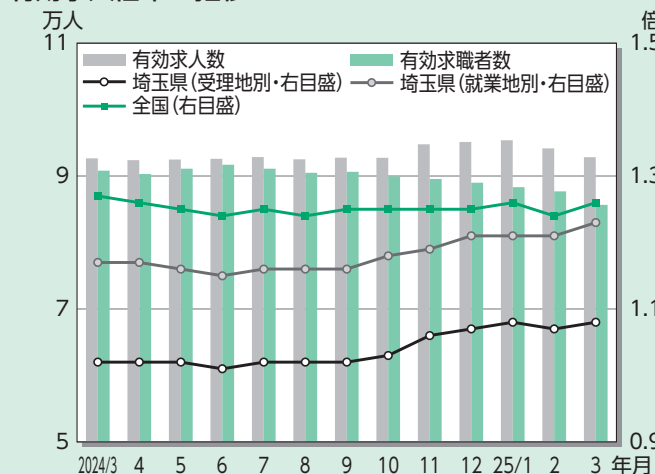
雇用 有効求人倍率は前月から上昇

3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1.08倍となった。

有効求職者数が85,663人(前月比▲2.3%)と、6カ月連続で前月を下回るなか、有効求人数は92,837人(同▲1.4%)と2カ月連続で前月を下回った。新規求人倍率は、前月から0.23ポイント下降の1.84倍となっている。

なお、3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1.23倍であった。

有効求人倍率の推移



資料:埼玉県労働局 (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(%)
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
2024年	103.9	▲ 1.9	101.2	▲ 2.6	102.0	3.6	98.8	▲ 1.9	2,144	8.6	39,215	▲ 9.7
24年 2月	107.2	8.3	98.0	0.3	98.4	1.7	102.3	0.3	117	▲ 25.9	3,105	▲ 13.0
3月	103.8	▲ 3.2	101.4	3.5	99.6	1.2	102.9	0.6	161	22.9	3,242	15.7
4月	96.9	▲ 6.6	100.8	▲ 0.6	98.6	▲ 1.0	102.4	▲ 0.5	139	▲ 35.2	4,047	▲ 15.7
5月	110.9	14.4	101.9	1.1	96.5	▲ 2.1	102.7	0.3	136	▲ 9.1	2,875	▲ 11.7
6月	97.2	▲ 12.4	100.7	▲ 1.2	97.3	0.8	102.4	▲ 0.3	135	▲ 43.5	3,394	7.8
7月	107.4	10.5	102.5	1.8	97.1	▲ 0.2	102.5	0.1	202	159.7	3,294	▲ 8.8
8月	106.1	▲ 1.2	100.5	▲ 2.0	98.2	1.1	102.1	▲ 0.4	273	22.8	3,053	▲ 13.3
9月	112.8	6.3	101.2	0.7	102.4	4.3	102.3	0.2	345	114.6	3,487	▲ 3.6
10月	103.9	▲ 7.9	103.0	1.8	102.4	0.0	102.2	▲ 0.1	112	▲ 35.5	3,363	▲ 27.3
11月	103.0	▲ 0.9	101.3	▲ 1.7	102.2	▲ 0.2	101.4	▲ 0.8	115	19.4	3,150	▲ 0.6
12月	99.9	▲ 3.0	101.0	▲ 0.3	102.7	0.5	101.1	▲ 0.3	271	218.7	2,935	▲ 14.3
25年 1月	106.6	6.7	99.9	▲ 1.1	101.7	▲ 1.0	102.6	1.5	83	▲ 39.6	2,487	▲ 23.9
2月	112.1	5.2	102.2	2.3	100.8	▲ 0.9	100.9	▲ 1.7	326	178.1	3,181	2.5
3月			102.4	0.2			102.1	1.2	172	7.1	3,474	7.1
4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(%)
2021年	50,154	4.4	856,484	5.0	13.4	9.1	15.3	14.7	98.9	▲ 1.1	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
2024年	51,488	▲ 3.3	792,195	▲ 3.3	14.5	▲ 4.5	14.6	▲ 3.5	99.3	0.1	101.6	1.2
24年 2月	4,583	9.5	59,169	▲ 8.2	14.2	▲ 8.4	14.6	▲ 6.4	99.3	0.6	100.6	1.0
3月	4,575	12.1	64,308	▲ 12.7	15.0	▲ 5.1	14.9	▲ 5.7	99.0	0.7	100.0	1.2
4月	4,203	0.8	76,582	13.9	15.4	▲ 3.8	14.6	▲ 5.8	99.8	1.0	101.6	1.1
5月	3,760	▲ 9.9	65,923	▲ 5.2	13.5	▲ 6.9	13.6	▲ 2.9	99.6	0.4	101.9	1.2
6月	4,023	▲ 12.0	66,287	▲ 6.7	14.4	0.0	14.3	▲ 4.0	99.9	0.2	102.1	1.4
7月	4,198	2.2	68,021	▲ 0.2	15.3	4.1	14.9	▲ 1.3	99.3	▲ 0.3	102.1	1.3
8月	3,530	▲ 22.2	66,823	▲ 5.1	13.7	▲ 2.8	14.0	▲ 1.4	98.8	0.3	101.9	1.3
9月	4,327	▲ 6.1	68,554	▲ 0.6	14.8	0.7	14.8	▲ 2.0	98.7	▲ 0.6	101.8	1.2
10月	4,869	▲ 10.0	69,670	▲ 2.9	15.2	▲ 5.6	15.5	▲ 1.3	99.6	▲ 0.2	102.0	1.4
11月	4,891	6.1	65,052	▲ 1.8	15.0	▲ 6.8	15.6	▲ 1.3	99.4	▲ 0.1	102.0	1.1
12月	4,436	2.4	62,957	▲ 2.5	14.6	▲ 13.1	15.1	▲ 2.6	99.1	▲ 0.7	102.1	1.1
25年 1月	3,422	▲ 16.4	56,134	▲ 4.6	13.2	▲ 1.5	13.9	3.0	98.5	▲ 0.9	101.8	1.1
2月	4,582	▲ 0.0	60,583	2.4	13.3	▲ 6.3	15.0	2.7	98.4	▲ 0.9	101.6	1.0
3月	5,428	18.6	89,432	39.1			P15.0	P0.6			P100.9	P0.9
4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(%)
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
2024年	1.02	1.25	31,526	▲ 2.6	836	▲ 3.6	14,506	2.8	223,812	3.4
24年 2月	1.01	1.26	33,610	▲ 0.7	893	▲ 3.6	1,098	5.4	16,991	7.0
3月	1.02	1.27	28,888	▲ 5.4	831	▲ 7.4	1,225	5.8	18,832	6.2
4月	1.02	1.26	30,006	▲ 5.2	822	▲ 2.3	1,137	1.3	17,554	2.3
5月	1.02	1.25	32,267	▲ 1.5	829	▲ 0.6	1,184	1.8	18,172	3.8
6月	1.01	1.24	28,299	▲ 9.4	792	▲ 9.4	1,194	4.6	18,636	6.4
7月	1.02	1.25	30,897	1.2	843	1.2	1,212	▲ 0.9	18,958	0.9
8月	1.02	1.24	32,115	▲ 6.6	792	▲ 6.5	1,233	4.5	18,664	4.3
9月	1.02	1.25	28,653	▲ 7.7	807	▲ 5.9	1,161	1.9	17,394	1.6
10月	1.03	1.25	36,103	4.8	919	1.2	1,178	▲ 0.8	17,895	▲ 0.4
11月	1.06	1.25	34,903	8.0	802	▲ 2.6	1,231	4.0	18,976	3.5
12月	1.07	1.25	29,602	▲ 4.7	791	▲ 3.7	1,495	3.0	23,480	3.0
25年 1月	1.08	1.26	35,089	6.4	907	▲ 0.4	1,240	3.1	19,159	3.6
2月	1.07	1.24	34,055	1.3	840	▲ 5.9	1,156	1.4	17,306	0.7
3月	1.08	1.26	26,716	▲ 7.5	807	▲ 3.0	1,315	2.7	19,350	1.7
4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(%)
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
2024年	137,496	▲ 2.4	2,523,105	▲ 4.8	400	60,321	10,006	2,343,538	107.5	2.5	108.5	2.7
24年 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	108.6	2.5	110.0	2.9
12月	10,093	▲ 7.8	184,638	▲ 8.0	25	2,421	842	194,030	109.3	3.2	110.7	3.6
25年 1月	11,725	8.2	216,664	12.2	45	3,178	840	121,449	109.7	3.6	111.2	4.0
2月	12,892	16.5	234,257	15.6	35	2,859	764	171,277	109.4	3.2	110.8	3.7
3月	14,981	5.4	288,234	7.2	35	2,965	853	98,586	109.8	3.2	111.1	3.6
4月	10,002	2.4	191,066	5.2	38	3,113	828	102,802				
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			



富士見市長 星野 光弘氏

市長のメッセージ

富士見市は、都心から30km圏内で、歴史・産業・文化・地理的条件に恵まれた特性を活かし、都会と豊かな自然が調和した住みよいまちです。

そして、本市は、市制施行50周年の節目を越え、行政・文化・産業機能を有する「シティゾーン」における新たな活力の創出、恵まれた自然環境を生かした「ふるさと富士見」の創出、また、ライフステージに合わせた切れ目のない子育て支援と、フレイル予防事業をはじめとする健康長寿の取り組み等により、「住みたい・住み続けたい・選ばれるまち」として着実な成長を遂げています。

今後も、さらに、市の新たな価値や魅力を創造することで、持続可能なまちを、そして未来につながる富士見市を創り上げてまいります。

はじめに

富士見市は埼玉県の南東部、首都30km圏に位置し、北は川越市、東は荒川を境にしてさいたま市、南は志木市、西はふじみ野市、三芳町に接している。市内には荒川、新河岸川、柳瀬川が流れる。市名のとおり、美しい富士山を望むことができる。

東武東上線が南北に走っており、市内にみずほ台、鶴瀬、ふじみ野の各駅がある。東武東上線と東京メトロは直通運転をしており、新宿、渋谷、新木場、横浜方面へ乗り換えなしで行くことができる。道路は国道254号バイパスと国道463号浦和所沢バイパスが通っており、居住面、産業面ともに交通利便性に優れている。

1956年鶴瀬村、南畑村、水谷村の3村が合併し富士見村が発足。1964年に町制施行し、1972年の市制施行により富士見市が発足した。

東武東上線の3駅周辺には日常の買い物で使う商店が集中しているほか、市役所の近くには大型ショッピングセンターがあり、生活利便性が高い一方、自然を生かした公園も多いことから、住みやすく、子育ての環境としても優れている。

☀ ゼロカーボンシティの実現に向けて

近年、世界規模で地球温暖化による問題が深刻化するなか、市では温室効果ガスの削減に向けた各種取り組みを市民・事業者・行政の協働により進めている。豊かな自然と持続可能な社会を次世代に引き継ぐため、2050年までに二酸化炭素排出量を実質

ゼロにすることを目指し、2022年4月、市制施行50周年記念式典にて「ゼロカーボンシティ宣言」を行った。排出量実質ゼロとは、二酸化炭素をはじめとする温室効果ガスの排出量から、森林等による吸収量を差し引いて合計を実質ゼロとすることを意味している。具体的な取り組みとして、再生可能エネルギー機器等の設置奨励補助、次世代自動車の購入促進補助、緑地の保全、壁面緑化などを推進している。

また、森林等による温室効果ガスの吸収について、昨年8月にときがわ町と協定を締結した。同町が所有する森林を整備することにより、森林の保全及び地球温暖化対策の推進と、相互の交流の促進を図ることを目的としている。協定に基づき、ときがわ町が行う森林整備事業に係る費用を負担することで、整備した森林の二酸化炭素吸収量を市から排出される二酸化炭素量と相殺するカーボンオフセット事業を実施した。また、森林整備地から伐採した木材を使用したベンチを購入することとしている。



富士見・ときがわ交流の森

富士見市概要

人口(2025年4月30日現在)	113,550人
世帯数(同上)	56,465世帯
平均年齢(2025年1月1日現在)	46.1歳
面積	19.77km ²
製造業事業所数(経済構造実態調査)	75所
製造品出荷額等(同上)	213.4億円
卸・小売業事業所数(経済センサス)	591店
商品販売額(同上)	1,150.3億円
公共下水道普及率	98.9%
舗装率	78.6%

資料:「令和6年埼玉県統計年鑑」ほか



主な交通機関

- 東武東上線 みずほ台駅、鶴瀬駅、ふじみ野駅
- 関越自動車道 所沢ICから市役所まで約9km

☀️「SDGs未来都市」に選定

富士見市は、内閣府の2024年度「SDGs未来都市」に選定された。「みんなが活躍できる価値共創型都市～充実した日々の実現に向けて～」をテーマに、地域資源を活かした取り組みを進める提案を行い、子や孫など次世代へのバトンタッチを意識し、自らの歩みで「充実した日々」を送ることができる未来を目指すことが、SDGsが掲げる「だれひとり取り残さない」持続可能な社会の実現と方向性が同じとして評価された。

取り組みの展開として、3つのイメージを掲げている。「地域経済の活性化」として女性が社会の最前線で活躍できるまち、「市民総活躍」として子ども・若者が夢にチャレンジできるまち、「脱炭素社会の構築」として自然に寄り添うライフスタイル（脱カーボン）である。政策推進においては、「社会」、「経済」、「環境」の3つの要素のバランスをとるとともに、SDGsの目標達成に貢献するものとしている。



びん沼自然公園の展望台・複合遊具

☀️ 多彩な公園

富士見市には多彩な公園が多く、豊かな自然や歴史を身近なものとして生活に彩りを与え、恵まれた子育て環境の大きな要素となっている。

2023年4月に「びん沼自然公園」がリニューアルオープンした。「びん沼自然公園」は市の北東、荒川の近くにあり、野鳥や昆虫などの自然観察が楽しめるほか、県内最大級のパークゴルフ場、キャンプ場、バーベキュー場、富士山を望める展望台、複合遊具などがあり、自然の中で一日中レジャーを楽しめる。また、キッチンカーやワークショップ、ドッグランなど子どもから大人まで楽しめる「びんぬマルシェ」などのイベントも充実している。

市のほぼ中央には「山崎公園」がある。「せせらぎ菖蒲園」の愛称で親しまれ、6月の花菖蒲の見ごろの時期には多くの人が訪れる。春から秋にかけてさまざまな花が彩り、滝から流れるせせらぎや徒渉池（浅い歩ける池）で水遊びもできるなど、世代を問わず楽しめる憩いの場となっている。

国の史跡に指定され縄文時代前期を代表する貝塚がある「水子貝塚公園」は、遺跡保存と広い空間を活かして公園整備を行い、当時のムラや生活の様子を再現している。埼玉県旧跡に指定されている中世の難波田氏の城館跡を整備した「難波田城公園」は、難波田城資料館のほか、難波田城の姿を復元したゾーンと、古民家を移築復元したゾーンがある。両公園は歴史学習においても貴重な場となっている。（吉嶺暢嗣）

市町村経済データ

新設住宅着工戸数

市町村名	2023年 (戸)	2024年 (戸)	前年比 (%)	2020~ 2024 年平均 (戸)	市町村名	2023年 (戸)	2024年 (戸)	前年比 (%)	2020~ 2024 年平均 (戸)	市町村名	2023年 (戸)	2024年 (戸)	前年比 (%)	2020~ 2024 年平均 (戸)
さいたま市	12,453	11,292	▲ 9.3	11,680	朝霞市	940	1,466	56.0	1,228	滑川町	95	81	▲ 14.7	117
川越市	2,824	2,818	▲ 0.2	2,596	志木市	522	329	▲ 37.0	448	嵐山町	79	47	▲ 40.5	84
熊谷市	1,084	979	▲ 9.7	1,077	和光市	1,371	829	▲ 39.5	857	小川町	111	49	▲ 55.9	72
川口市	5,577	5,941	6.5	5,370	新座市	1,231	1,003	▲ 18.5	1,094	川島町	75	120	60.0	80
行田市	374	320	▲ 14.4	391	桶川市	358	522	45.8	417	吉見町	78	42	▲ 46.2	56
秩父市	301	162	▲ 46.2	255	久喜市	1,031	1,067	3.5	972	鳩山町	38	30	▲ 21.1	38
所沢市	2,354	2,617	11.2	2,239	北本市	383	343	▲ 10.4	350	ときがわ町	31	17	▲ 45.2	23
飯能市	699	338	▲ 51.6	468	八潮市	896	606	▲ 32.4	756	横瀬町	26	22	▲ 15.4	24
加須市	703	729	3.7	768	富士見市	770	912	18.4	860	皆野町	19	14	▲ 26.3	20
本庄市	364	394	8.2	484	三郷市	923	771	▲ 16.5	772	長瀬町	12	12	0.0	19
東松山市	586	458	▲ 21.8	596	蓮田市	360	548	52.2	414	小鹿野町	15	15	0.0	20
春日部市	1,515	1,688	11.4	1,377	坂戸市	442	707	60.0	530	東秩父村	2	2	0.0	2
狭山市	871	1,131	29.9	904	幸手市	272	206	▲ 24.3	252	美里町	42	51	21.4	51
羽生市	322	341	5.9	346	鶴ヶ島市	339	320	▲ 5.6	378	神川町	29	25	▲ 13.8	39
鴻巣市	1,202	576	▲ 52.1	794	日高市	288	293	1.7	247	上里町	164	172	4.9	177
深谷市	795	668	▲ 16.0	760	吉川市	348	458	31.6	369	寄居町	82	111	35.4	124
上尾市	1,455	1,449	▲ 0.4	1,422	ふじみ野市	626	587	▲ 6.2	792	宮代町	246	139	▲ 43.5	186
草加市	1,735	1,863	7.4	1,860	白岡市	352	243	▲ 31.0	339	杉戸町	184	148	▲ 19.6	236
越谷市	1,816	2,141	17.9	1,877	伊奈町	300	183	▲ 39.0	242	松伏町	100	90	▲ 10.0	114
蕨市	817	852	4.3	804	三芳町	358	133	▲ 62.8	181					
戸田市	1,028	1,071	4.2	1,094	毛呂山町	200	124	▲ 38.0	147					
入間市	576	797	38.4	683	越生町	39	26	▲ 33.3	34	市町村計	53,228	51,488	▲ 3.3	51,009

資料:国土交通省「住宅着工統計」

埼玉りそな経済情報 2025年6月号

2025年6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/>

