

埼玉りそな 経済情報

9

月号

September 2026

No.273

- 1 **彩論** 埼玉県教育委員会 教育長 **石川 薫氏**
—— 未来を拓く学びを、地域とともに ——
- 2 **ズームアップ** **株式会社菅野製麺所**
- 5 **テーマ研究** **埼玉県とエネルギー**
その② 部門別エネルギー消費と産業エネルギー消費
- 9 **調査研究レポート** **サステナビリティ経営と
自治体の認証制度に期待される役割**
—— 埼玉県・さいたま市の取り組みから ——
- 13 **アンケート調査** **企業経営動向調査** (2026年7月調査)
—— 県内企業の製造業の8割で「仕入原価上昇」が経営上の問題点に ——
- 17 **県内経済の動き**
- 19 **月次経済指標**
- 21 **タウンスケープ** **上尾市**
—— みんなでつくる みんなが輝くまち あげお ——
- 裏表紙 **市町村経済データ**



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



水と緑の調和をテーマとする上尾丸山公園(上尾市)

未来を拓く学びを、地域とともに

埼玉県教育委員会 教育長
石川 薫氏



子どもたちの学びは、学校の中だけで完結するものではありません。子どもたちは、家庭、地域、企業など、多くの人との出会いや関わりの中で自らの可能性を広げ、社会の中で生きる力を育んでいきます。

私はこれまで、家庭科の教員として学校現場に立ち、その後、高等学校の管理職として生徒たちの成長を支えてまいりました。さらに、県教育委員会では県立学校部長として、学校現場と教育行政の双方から本県教育に携わってまいりました。

このたび埼玉県教育委員会教育長に就任し、改めて人との出会いを大切にしながら、社会全体で子どもたちを育てていくことの重要性を感じています。

現在、少子化の進行やAIをはじめとするデジタル技術の急速な発展など、子どもたちを取り巻く社会は大きく変化し、将来の予測が難しい時代を迎えています。このような時代に必要なのは、知識や技能に加え、情報を適切に活用して課題を発見する力です。そして、多様な人々と協働しながら解決策を考え、新たな価値を創造する力も欠かせません。AI等の新しい技術についても、利便性だけでなくその特性や影響を理解し、主体的に活用していく力が求められています。そのためには、学校で学んだことを社会で実践し、その経験を再び学びへと生かしていくことが重要です。

埼玉県教育委員会ではさらなる学びを推進するため、「学・SAITAMAプロジェクトNEXT」を進めています。このプロジェクトでは、探究活動等の充実を図るため、地域連携や企業連携に取り組んでいます。県立高校の中には企業や団体と連携し、

社会課題について探究活動をしている学校もあります。生徒たちは「自分たちの手で社会は変えられる」という意識のもと、企業や地域の方との対話やフィールドワークを通して、課題解決に向けた企画・提案に取り組んでいます。

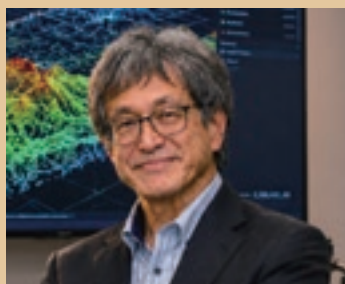
専門高校等では「未来の職業人材育成事業」等を通じ、地域の企業や団体と連携しながら実践的な職業教育を推進しています。農業を学ぶ生徒が地元のワイナリーと連携し、ワイン造りに取り組んだ事例があります。生徒たちは企業から専門的な指導や助言を受けながら、栽培や製造の技術だけでなく、地域の魅力を生かした商品づくりについて理解を深めました。

現在、埼玉県教育委員会では埼玉労働局や県内経済団体の皆様と連携し、インターンシップ等に協力していただける「キャリア教育サポート企業」を募集しています。令和8年6月末現在、すでに336事業所にご登録いただきました。産業界の皆様には、それぞれの企業の強みを活かしたインターンシップ等を通じて、子どもたちの学びを支えていただければ幸いです。それが、子どもたちが働くことの意義を実感し、社会における自らの役割や価値について考える機会となることを願っています。

未来を創るのは、これからの社会を担う子どもたちです。そして、その未来を育てる責任を担うのが、私たち教育に携わる者の使命であると考えています。埼玉県教育委員会では、子どもたち一人ひとりが自らの可能性を発揮し、社会の中で自分らしく活躍できるよう、皆様と力を合わせながら子どもたちの成長を支えてまいります。皆様のご協力をお願いいたします。

“安全・安心・おいしい”中華麺を追求して77年。令和6年に、ポーランドでの製造を開始し、欧州市場の開拓に注力する

全国の個人ラーメン店および外食産業のチェーン店などに向けた業務用製麺事業を展開する菅野製麺所。業界内でいち早く、国際的な食品安全マネジメントシステムである“FSSC22000”の認証を取得。食の安全・安心を支える体制を整えながら、埼玉県松伏町の工場を中心においしい麺作りに励んできた。令和6年、ポーランドでの製麺事業をスタートさせた同社。全て現地で調達した材料で日本の味を生み出し、欧州の人々の評判を集めている。



代表取締役 菅野 善男氏

- 代表者 代表取締役 菅野 善男
- 創業 昭和24年10月
- 設立 昭和28年11月
- 資本金 4,970万円
- 従業員数 105人
- 事業内容 生麺類および中華惣菜・冷凍食品の製造販売
- 所在地 本社 〒144-0051 東京都大田区西蒲田6-29-2
TEL 03-3735-1561 FAX 03-3730-0599
埼玉営業所 〒343-0111 埼玉県北葛飾郡松伏町大字松伏972-1
TEL 048-992-1147 FAX 048-992-5590

●URL <https://www.kannoseimen.com>



今では日本の国民食の一つであり、さらには世界の人々に愛される世界食となった“ラーメン”。株式会社菅野製麺所は、日本が戦後厳しい食糧事情にあった頃から、業務用製麺事業を通じて人々の胃袋とラーメン文化を支えてきた。

現在は、埼玉県松伏町の工場を中心に、ラーメンの他、パスタ、生うどん、中華惣菜などの製品を製造。自社物流で個人のラーメン店、外食産業のチェーン店約4,000軒に、年間6,000万食を卸している。

「お客さまの多くは関東圏ですが、日本全国の依頼に応じて配送しています。当社のように飲食店の卸だけに特化して6,000万食を手がけるのは、業界でも多いほうだと思います」（菅野善男社長）

令和6（2024）年、同社はポーランドで、欧州向けの中華麺の製造を開始した。日本の製麺企業が足を踏み入っていない欧州に進出して先行者利益を獲得する——それは、長らく思い描いていた挑戦であった。

➔ “安全・安心・おいしい”を追求した歴史

創業は、戦後間もない昭和24（1949）年。日本の

厳しい食糧事情に胸を痛めた菅野社長の父が、「1人でも多くの人においしいものを提供したい」という思いで、独学で製麺技術を習得。東京都大田区に製麺所を立ち上げ、中華料理店を中心に麺を卸す事業をスタートさせた。

戦後の食糧不足が追い風となり、事業は順調にスタートした。さらに、“かん水”（中華麺にコシを出すもの）を使用した独自の食感が高く評価され、売り上げは好調に推移。昭和45年には、埼玉県吉川市に大型工場を建設する。

「うどんは、塩を使って小麦粉の中のグルテン（たんぱく質）を変性させて硬くし、コシを出しますが、ラーメンは塩とかん水を使うことでグルテンの結びつきを強くして、麺にコシや弾力を生み出します。当社は早くから、かん水を使ったラーメンの麺作りを研究し、そのノウハウを蓄えてきました」

平成に入った頃、大手製麺メーカーの量販店向けOEM製品を手がけるのを機にHACCP（^{ハサップ}危害要因分析重要管理点）を取得した。「当時、社員100人以下の会社でHACCPを取得した企業は少なく、当社は他社に先駆けて取ったと思います」と菅野社長は

語る。さらに食品安全マネジメントシステムの国際規格である“FSSC22000”の認証も取得し、安全・安心の製造体制を確立していった。

そして平成23（2011）年、松伏町に敷地面積1万㎡の工場を新設し、24時間態勢で日産約17万食を製造する体制を構築。令和6年には、隣接地に第2工場を稼働させ、さらなる量産体制を敷いた。

こうして同社は、“安全・安心”を追求しながら長年培ってきた実績と経験で、多様なスープに合う独自の“おいしい”麺を開発してきた。創業当時5～6種ほどだった麺の種類は、現在約600種類にも及ぶ。

➔ 菅野製麺所の麺の特長

菅野製麺所の麺は、全国約80種類の小麦粉を用途に合わせてブレンドしながら使用する。そこから、さまざまなスープに合うように細かく種類分けして麺の製造を行っている。

同社の製品は、「淡麗・清湯^{ちんたん}」「煮干し・担々麺」「昔ながらの中華そば」「とんこつ」「手もみ風」「味噌」「家系・濃厚」「G系」「つけ麺・まぜそば」「生パスタ」「新規開発麺」などがあり、さらにそこからそれぞれに合う製品を「コシ」「モチモチ感」「なめらかさ」「茹で伸び耐性」等、細かく評価分けして展開している。

「当社には麺のマトリックス表があり、麺のパターンと麺の評価から、それに沿ってスープなどに合う麺を用意しています。例えば、つけ麺用の麺なら当社はこれがおすすめで、といった提案をさせていただいています。さらに特色を出したいというお客さまには、“留め型（店ごとに製造する専用商品）”として、独自性が出る麺を提案しています」

顧客からは「理想の麺を製造してもらい来店客の評判も高い」という声が多く寄せられ、満足度は高い。さらに、そうした評判や既存顧客の店舗拡大、ホームページの反響営業で、新たな顧客の獲得に成功している。

「将来的には、お客さまに当社のマトリックスに沿った麺から選んでいただき、それによって、おいしいラーメンを仕上げて繁盛店になっていただきたいと思います」

そこには、多様なスープに合う麺の、小麦粉・水などの黄金比を熟知しているという自信と、顧客に最善の逸品を提案できるという自負がある。

この、小麦粉など中華麺の材料に関する深い知識——これが同社の大きな強みである。その後、欧州



進出の際、この強みがいかに発揮されるのである。

➔ 欧州の現地材料で日本の味を生み出す

現在、欧州ではラーメンをはじめとする和食が人気を集めている。しかし、現地に日本企業の製麺所がないため、需要はあるのに供給不足の状況だという。さらに日本からの輸入に頼るため、コストがかさみ高価な食べ物となっているのが現状だ。

そこで令和6年、同社はポーランドに工場を設けて生産を開始し、ヨーロッパ進出を果たした。ポーランド

は欧州の中でも比較的人件費が安く、仕事に真面目に取り組む人が多いことも進出の決め手となった。

そしてもう一つ、同社には世界に踏み出す理由があった。それは、人口減少が進む日本の将来を見据えた時、今から海外市場を開拓しなければ成長は見込めないと展望したからだ。

「かねてから世界進出を考えていました。アメリカでは、すでにシェアを独占している企業がありますが、欧州はまだなかった。そこで、他社に先駆けて進出す

ん水に適した小麦を使い、製麺ノウハウを駆使して、日本と同様の麺を製造しています」

コシとうまみがあり、スープとよく絡む。そのうえリーズナブルに食べられる。同社の中華麺は、本場日本のラーメンの味を知る舌の肥えた人たちに必ず選ばれるに違いない——そこに勝機がある、と菅野社長は見ている。

現在、ポーランド工場では、毎日8,000食を生産。日本製品を扱う卸売業者を通じて欧州の日本食レストランに卸し、現地の人々から高評価を得ている。

→ 新事業を創出して安定した成長を目指す

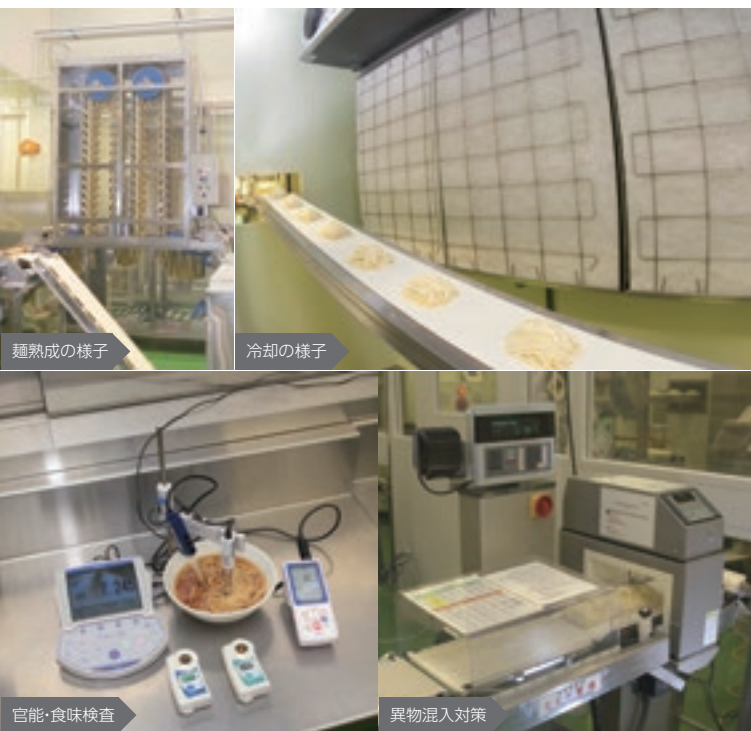
今年、同社は製品検査、分析・測定などを行う試験所認定“ISO/IEC17025”を取得した。これまでも、食品安全マネジメントシステムの国際規格“FSSC22000”に基づいた安全管理を行ってきたが、ISO/IEC17025の取得で、外部に対して国際的な基準に基づいた食品製造に関する試験・検査を行える“機能”があることが示せるようになった。そのため、将来的には取引先や顧客向けに微生物検査や製品検査などのサービスを展開する事業の計画を進めている。

さらに、同社の物流を担うグループ会社・菅野福島商事株式会社が手がけるドローンを使った農薬散布や建物測量も、事業の太い柱になるよう育て、グループ全体でさらなる成長につなげる考えだ。

そして主軸となる製麺事業は、欧州での製造・販売に力を注ぎながら、製麺の機械化・自動化を推し進めて作業の効率化を図り、よりいっそう人々に選ばれる麺を作り続けていきたい、と菅野社長は語る。

「この先、多くの大手外食産業さんが海外での店舗展開を計画しているようなので、海外市場は伸びる可能性があります。当社も欧州でチャレンジを続けて存在感を示し、国内に利益を還元して、結果として日本経済に貢献していきたいです」

菅野製麺所は、日本のラーメン文化と経済を“中華麺”という製品で支えていく。



れば、シェアを獲得できるチャンスがあると考えたのです」

同社は現地の小麦粉と水（ミネラルを多く含む硬水）を使って製麺し、日本で食べる麺と同様の味・食感を持つ中華麺を再現している。欧州で全ての材料を現地調達して麺を製造する日本企業は同社だけだという。

「現地の材料を使って日本の小麦や水と同じ感覚で製造しても、全然違うものができあがってしまいます。当社は、かん水も現地の薬剤会社に頼んでオリジナルのものを使用しています。そして、現地の水とか

テーマ研究 埼玉県とエネルギー

その② 部門別エネルギー消費と産業エネルギー消費

埼玉りそな産業経済振興財団 主席研究員 吉嶺 暢嗣

第一部では、エネルギーミックスとエネルギーショックに対する耐性についてレポートした。今回は、埼玉県の産業、家計など部門別エネルギー消費の動向、とくに産業についてみていく。また、原油価格高騰の企業経営への影響、産業面から省エネ、再エネなどについてレポートする。

埼玉県の部門別最終エネルギー消費

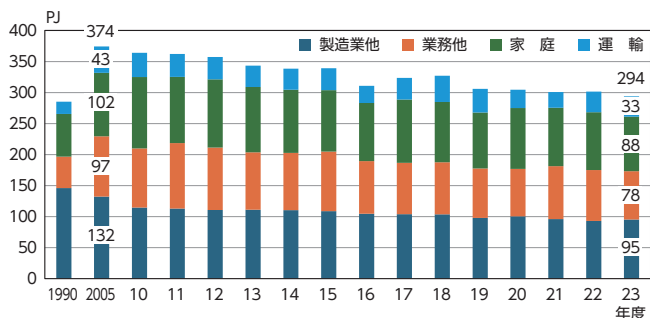
埼玉県の最終エネルギー消費は2023年度294PJであった。過去最高であった2005年度の374PJから▲21.4%の減少とほぼ一貫して減少を続けている。

(注1)J(ジュール)はエネルギーの大きさを表す単位。P(ペタ)は 1×10^{15} 乗である。

部門別の最終エネルギー消費の構成比をみると、2023年度は、製造業他(農林水産業・鉱業・建設業・製造業)が32.4%、業務他(第三次産業)が26.5%、家庭が29.9%、運輸が11.2%である。

比較可能な1990年度と比較すると、製造業他が18.8ポイントの減少、業務他が8.7ポイントの増加、家庭が5.8ポイントの増加、運輸が4.3ポイントの増加である。製造業他が大きく減少し、業務他(第三次産業)が増加したのは、この間の産業構

●部門別最終エネルギー消費の推移(埼玉県)



資料：資源エネルギー庁「都道府県別エネルギー消費統計」

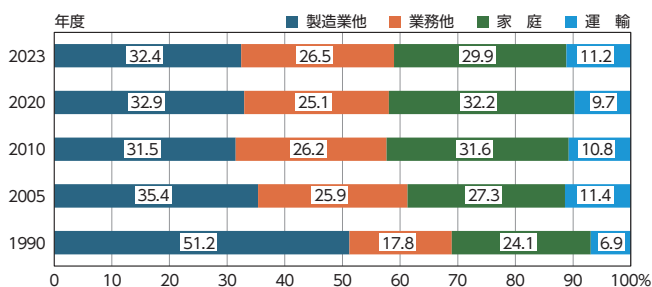
(注) 都道府県別の統計では1991～2004年度の数値は公表されていない。

また、運輸は家庭における乗用車の消費分のみを計上しており、一般的な運輸のためのエネルギー消費は含まない

造の変化によるところが大きい。県民経済計算による産業活動別の生産額構成比は、1990年度は第二次産業(建設業、製造業他)が41.9%、第三次産業(商業、サービス業他)が57.1%であったのが、2023年度には第二次産業が26.5%、第三次産業が73.1%と第三次産業の割合が大きく増加した。

また、家庭の消費割合が増えているのは、エアコンなど電力を利用する機器の使用が多くなったこと、世帯数が増加したことなどによる。埼玉県の世帯数は、1990年(10月1日推計世帯数)2,092,783世帯から2023年(同)には3,275,369世帯と1.5倍以上の増加となった。

●部門別最終エネルギー消費構成比の推移(埼玉県)



資料：資源エネルギー庁「都道府県別エネルギー消費統計」

都道府県別最終エネルギー消費

2023年度の都道府県別の最終エネルギー消費をみると、最も多いのは、千葉県の1,105PJである。次いで神奈川県717PJ、愛知県628PJ、岡山県568PJ、東京都566PJである。埼玉県は294PJで全

国順位は15位であり、人口、経済規模がいずれも5位に比してエネルギー消費は少ない。

石油などは、燃料、動力などエネルギーとして利用するものと、化学製品の原料など、エネルギー以外に用いるものがある。前者をエネルギー利用、後者を非エネルギー利用といい、最終エネルギー消費はこの両者の合計である。上位県についてみると、原料としての非エネルギー利用が多い。また、エネルギー利用としては、製造業、なかでも、化学工業(含む石油石炭製品)、鉄鋼・非鉄・金属製品製造業の消費量が多い。こうした産業では、製造過程で多くのエネルギーを要する。都道府県別の最終エネルギー消費の違いは非エネルギー利用と、産業構成の違いによる。

●埼玉県と上位5都県の部門別最終エネルギー消費(2023年度)

	埼玉県	千葉県	神奈川県	愛知県	岡山県	東京都
最終エネルギー消費	294	1,105	717	628	568	566
エネルギー消費	292	706	502	617	403	561
農林水産業・鉱業・建設業	9	14	10	13	4	19
製造業	84	495	223	353	341	39
うち化学(含む石油石炭製品)	7	214	129	33	105	5
うち鉄鋼・非鉄・金属製品	13	248	47	196	201	4
うち機械	10	3	23	54	6	8
業務他(第三次産業)	78	84	119	109	24	302
家庭	88	77	112	87	21	177
運輸	33	36	38	54	12	24
非エネルギー利用	2	398	215	11	165	5

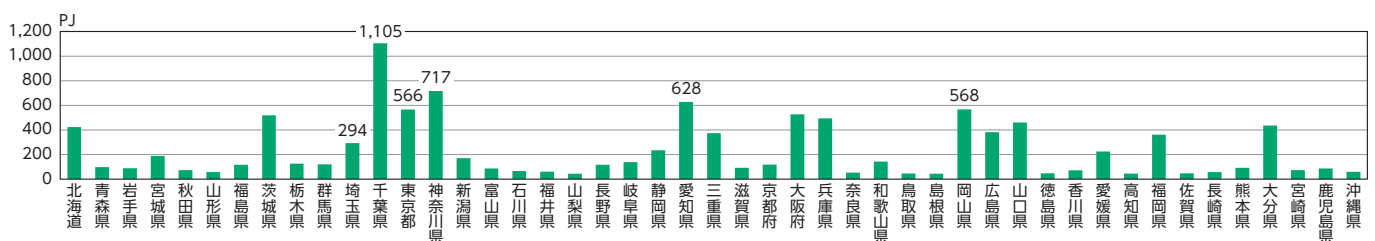
資料：資源エネルギー庁「都道府県別エネルギー消費統計」
(注)網掛けは各都県でエネルギー消費の最も多い部門

埼玉県における産業別最終エネルギー消費

2023年度の埼玉県における企業・事業所の最終エネルギー消費をみると、合計で171PJ、うち農林水産業・鉱業・建設業が9PJ、製造業が84PJ、業務他(第三次産業)が78PJである。

製造過程で多くのエネルギーを使用する製造

●都道府県別エネルギー最終消費(2023年度)



資料：資源エネルギー庁「都道府県別エネルギー消費統計」

●埼玉県の主要産業別最終エネルギー消費の推移

単位：PJ、%

	2005年度	2023年度	2023/2005
企業・事業所他計	225	171	▲ 23.9
農林水産業・鉱業・建設業	10	9	▲ 3.9
製造業	118	84	▲ 28.8
食品飲料製造業	14	13	▲ 8.1
パルプ・紙・紙加工品製造業	16	10	▲ 34.6
印刷・同関連業	5	4	▲ 6.9
化学工業(含む石油石炭製品)	8	7	▲ 17.4
プラスチック・ゴム・革製品	9	6	▲ 35.9
窯業・土石製品製造業	25	19	▲ 24.3
鉄鋼・非鉄・金属製品製造業	17	13	▲ 26.2
機械製造業	19	10	▲ 45.7
上記以外の製造業	5	2	▲ 59.7
業務他(第三次産業)	97	78	▲ 19.9
卸売業・小売業	17	16	▲ 9.2
宿泊業・飲食サービス業	9	10	7.8
生活関連サービス業・娯楽業	14	10	▲ 33.1
医療・福祉	11	10	▲ 4.1
上記以外の業務他	38	24	▲ 37.2

資料：資源エネルギー庁「都道府県別エネルギー消費統計」
(注)本表の数値はエネルギー利用で、非エネルギー利用を含まない

業で消費が多いが、製造業のなかでは、窯業・土石製品製造業19PJ、食品飲料製造業13PJ、鉄鋼・非鉄・金属製品製造業が13PJ、パルプ・紙・紙加工品製造業10PJ、機械製造業10PJなどが多い。非製造業では卸売業・小売業16PJで多くなっている。2005年度との比較では、合計で23.9%の減少、農林水産業・鉱業・建設業が3.9%の減少、製造業が28.8%の減少、業務他(第三次産業)が19.9%の減少となり、製造業での減少が大きくなっている。また、機械製造業で45.7%と比較的大きな減少となった。

ところで、業種別のエネルギー消費の変化をみる場合、各業種の生産額の変化に注意する必要がある。2005年度と2023年度について、県民経済計算(実質)で比較可能な主要業種の生産額10億円当たり最終エネルギー消費をみると、製造業で37.8%の減少、業務他(第三次産業)で34.9%の減少となった。エネルギー消費の減少では製造業と

● 埼玉県の主要産業別生産額10億円当たり最終エネルギー消費の推移

単位: t/10億円、%

	2005年度	2023年度	2023/2005
製造業	25.1	15.6	▲ 37.8
食品飲料製造業	25.4	15.7	▲ 38.1
化学工業(含む石油石炭製品)	12.3	7.4	▲ 39.8
鉄鋼・非鉄・金属製品製造業	31.8	26.0	▲ 18.1
機械製造業	11.8	4.8	▲ 58.9
業務他(第三次産業)	6.7	4.4	▲ 34.9

資料: 資源エネルギー庁「都道府県別エネルギー消費統計」
内閣府「県民経済計算」

(注) 本表の数値はエネルギー利用で、非エネルギー利用を含まない
生産額は実質値、業務他は第三次産業の数値

業務他(第三次産業)で差がみられたが、生産額当たりの比較では、大きな差はみられない。

埼玉県の最終エネルギー消費は、各産業における省エネルギーの対応とともに、産業構成がエネルギー使用の多い製造業から少ない業務他(第三次産業)にシフトすることにより、産業面でのエネルギー最終消費の減少が続いたと考えられる。

エネルギー価格の変動と企業経営への影響

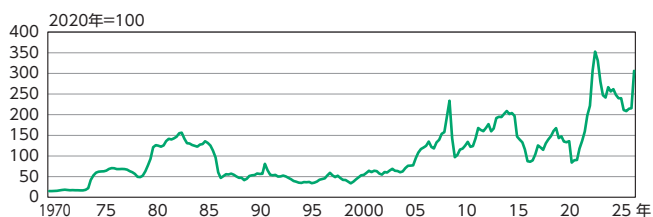
(1) 2つのオイルショック

現在、日本経済は中東情勢緊迫化による原油価格の高騰に見舞われているが、過去、何度か原油価格の高騰を経験してきた。

まず、第一次オイルショック。1973年10月に勃発した第四次中東戦争を契機に原油価格が急騰した。日本銀行の輸入物価指数(石油、石炭、天然ガス:円ベース、以下、石油等価格)をみると、1973年第4四半期から1975年第1四半期の約1年間で182.5%、約2.8倍の上昇となった。

次いで第二次オイルショック。1979年2月のイラン革命や1980年9月のイラン・イラク戦争など

● 石油・石炭・天然ガス(円ベース)輸入物価指数(四半期)の推移



を要因に石油等価格は1978年第4四半期から1982年第4四半期の4年間で219.3%、約3.2倍の上昇となった。

また、2005年第1四半期から2008年第3四半期(リーマンショック直前)まで石油等価格は約4年間で202.3%、約3倍の上昇となった。上昇の要因は中国など新興国の経済成長に伴う原油需要の拡大とされている。

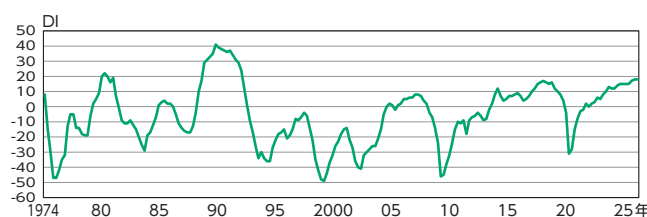
この3つの価格上昇期間について、同期間の企業の業況を日本銀行短観の業況判断DI(「良い」企業割合-「悪い」企業割合)でみると、第一次オイルショック時はDIが55ポイントの低下(短観は1974年第2四半期から)、第二次オイルショック時は同30ポイントの低下、2005年以降の上昇時は同12ポイントの低下となっている(2008年第4四半期以降の急落はリーマンショック)。なお、第二次オイルショック時と2005年以降の価格上昇時はDIはしばらく上昇を続けている。

業況の変動には様々な要因があり、単純な比較はできないが、原油価格高騰の企業業績に与える影響は徐々に小さくなっている。第一次オイルショック以降、エネルギー供給の構成で、石油のウエイトが小さくなったこと(1973年度75.5%→2024年度34.5%:全国)、政策面での対応もあり、企業の省エネが進んだことなどによる。

(2) 2つの戦争

次いで、近年の原油価格高騰局面、2022年2月以降のウクライナ戦争と、2026年2月以降の中東

● 日銀短観業況判断DI(全産業、全業種、四半期)の推移



情勢緊迫化についてみていく。石油等価格は、2021年第4四半期から、2022年第3四半期までで78.4%、2026年第1四半期から第2四半期までで42.1%とそれぞれ急騰した。

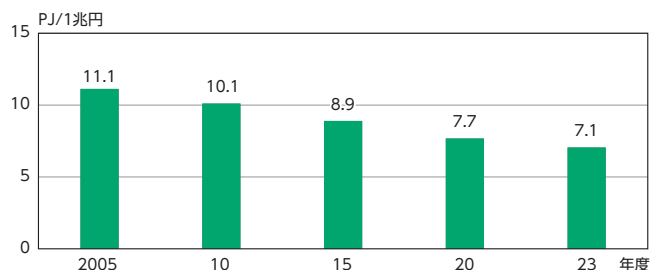
同期間の日本銀行短観の業況判断DIは、2021年第4四半期から2022年の第3四半期は1ポイントの上昇、2026年の第1四半期から第2四半期まででは横ばいである。様々な要因が影響しているが、原油価格高騰の影響は過去の局面と比べ小さくなっていることがうかがえる。

当財団の企業経営動向調査の自社業況BSI（「良い」企業割合－「悪い」企業割合）をみても、2022年1月調査から10月調査については12から7、2026年1月調査から7月調査については23から18と大きな悪化とはなっておらず、いずれもプラスを維持している。

こうしたことは、省エネや、石油からのエネルギー転換、近年では環境問題への対応から再生可能エネルギーの利用が増えたことに加え、企業の石油価格上昇への対応の進化などによると考えられる。

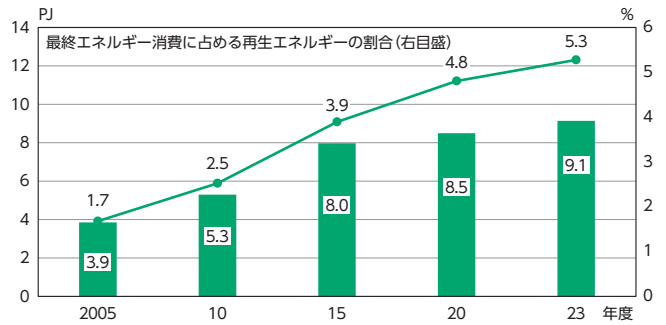
埼玉県の県内総生産1兆円（実質）当たりの企業・事業所他の最終エネルギー消費をみると、2005年度11.1PJであったものが、2023年度には7.1PJと36.6%の減少となった。埼玉県の再生エネルギーについてみると、企業・事業所他の最終エネルギー消費に占める割合は2005年度の1.7%から、2023年度は5.3%となった。

●県内総生産1兆円当たり最終エネルギー消費（企業・事業所他）



資料：資源エネルギー庁「都道府県別エネルギー消費統計」
内閣府「県民経済計算」

●再生エネルギー消費の推移（埼玉県、企業・事業所他）



資料：資源エネルギー庁「都道府県別エネルギー消費統計」

また、埼玉県などの施策もあり、価格転嫁しやすい環境が整ってきたこともある。埼玉県の調査によると、県内企業で6割以上価格転嫁できた企業の割合は2024年3月の47.5%から2026年3月には57.2%に上昇した。原油価格等の高騰に対して、価格転嫁を行うことで、企業収益が安定化していることが考えられる。

おわりに

埼玉県の産業面では、省エネ、エネルギー転換、再エネ利用、企業の対応の進化などにより、企業の原油価格高騰への耐性は強くなった。しかし、今般の中東情勢緊迫化は、仕入価格上昇によるコストの急増など様々な面で企業経営に影響を与え、景気全体への影響も懸念されている。企業においては、省エネや再エネ利用への取り組み強化に加え、緊急事態への対応整備などショックに対する耐性を強めることが求められる。

AI関連のデータセンターや半導体製造などのためのエネルギー需要拡大が見込まれるなか、カーボンニュートラルの実現を求められるなど、エネルギーについて難しい局面にある。今後、安定供給、経済成長、脱炭素を同時に実現するために、GX（グリーントランスフォーメーション）の取り組みが重要となり、新たな産業の創出などを通じ、経済成長につながることが期待される。

サステナビリティ経営と自治体の認証制度に期待される役割 —埼玉県・さいたま市の取り組みから—

埼玉りそな産業経済振興財団 主任研究員 藤 貴伸

「サステナビリティ経営」の重要性が高まるなか、企業の取り組みを後押しすべく、各地の自治体がSDGs・サステナビリティ認証制度を整備している。本稿では、出発点の異なる埼玉県とさいたま市の制度を比較しながら、企業の取り組みを発展させるために認証制度に期待される役割を考察する。

1. サステナビリティ経営が推進される背景

サステナビリティ経営とは、利益追求による企業経営の持続可能性と、環境・社会の持続可能性との両立を目指す経営のあり方である。

その源流にあると考えられるのが、「企業の社会的責任 (CSR)」だ。企業は利益追求だけでなく社会的責任を果たすべきであるという考え方で、企業活動による公害や人権侵害などへの反省を背景に1990年代に世界的に注目された。ただし当時は、本業の利益の一部を社会に還元するという発想が中心で、社会への貢献と利益の創出は両立するものとは捉えられていなかった。

その後、2006年にアナン国連事務総長(当時)が責任投資原則 (PRI) を提唱すると、機関投資家の間で「ESG」(環境・社会・ガバナンス)を投資判断に組み込む動きが進み、社会・環境課題への対応が企業価値に影響するという認識が広まった。

そして2015年、国連サミットにおいてSDGs(持続可能な開発目標)が採択される。世界が直面する複雑な社会課題を体系的に分類するとともに、解決に向けた目標を示したSDGsの登場により、企業は自社の事業がどの社会課題の解決に貢献するかを明確化しやすくなり、社会課題の解決を事業機会として捉える企業が増えていった。こう

した流れの中で、環境・社会の持続可能性を事業活動そのものによって実現するという発想が整理され、「サステナビリティ経営」の考え方が企業経営に広がっていった。

また近年、サステナビリティ経営に関する「情報開示」が企業に求められるようになりつつある。これは、企業がサステナビリティに関する方針や取り組み、リスク・機会、それらが経営や財務に与える影響などを、投資家をはじめとしたステークホルダーに開示するものである。契機となったのは、気候変動が企業財務に影響するとの認識が世界的に広まったことを受け、2017年に気候関連財務情報開示タスクフォース (TCFD) が気候変動に関する開示の枠組みを提示したことである。以降、開示対象は気候変動からサステナビリティ全般へと広がり、2023年には国際サステナビリティ基準審議会 (ISSB) がIFRS S1・S2^(注)を公表した。日本でもこれらを踏まえてサステナビリティ基準委員会 (SSBJ) が国内基準を策定し、2027年3月期からプライム上場企業を対象に、時価総額に応じた段階的な開示義務化が予定されている。

2. 企業のサステナビリティ経営・SDGsの実態

実際のところ、企業のサステナビリティ経営の

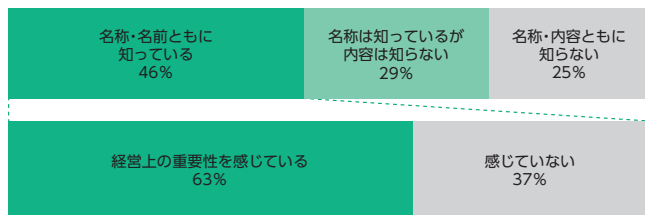
(注) 国際サステナビリティ基準審議会 (ISSB) が定めた、サステナビリティ(持続可能性)と気候変動に関する企業情報の国際的な開示基準。S1はサステナビリティ関連情報全般の開示に関する要求事項を規定した基準、S2は気候変動に特化した開示基準である。

取り組みはどの程度進んでいるのか。サステナビリティ経営に関する公的統計は乏しいため、民間のアンケート調査結果を基に現状を概観したい。なお、SDGs とサステナビリティ経営は異なる概念だが、社会・環境課題への対応を経営に組み込むという点で類似しているため、本稿では両者に関するアンケート結果を並べて参照する。

サステナビリティ経営の理解度と重要性の認識

全国の中小企業経営者を対象としたアンケート結果によると、サステナビリティ経営の名称・内容をいずれも知っているという回答した経営者は46%、そのうち、サステナビリティ経営の重要性を感じているとした経営者は63%となった。

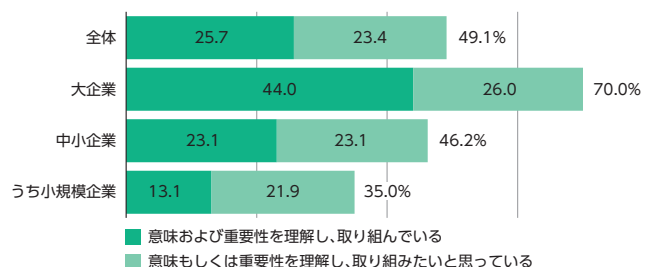
サステナビリティ経営の認知度と重要性の認識



資料：大同生命 中小企業経営者アンケート
「大同生命サーベイ(2025年10月度調査)」

埼玉県企業を対象とした別のアンケート結果によると、SDGsの意味や重要性を理解し、取り組んでいる・取り組みたいと思っている企業が5割近くにのぼった。しかし、企業規模別に見ると、規模が小さいほど意味や重要性の理解が進んでいない傾向がみられる。また、意味や重要性を理解している企業のうち「取り組みたいと思っている」、すなわちまだ取り組めていない企業の割合も、規模が小さいほど大きい。これらの結果から、サス

SDGsの意味・重要性の理解と取組意欲



資料：帝国データバンク「埼玉県・SDGsに関する企業の意識調査(2025年)」

テナビリティ経営の取り組みには、①意味・意義を理解できるか、②理解したうえで実行に移せるか、という2つのハードルの存在がうかがえる。

関心を持ってない・取り組みに移せない理由

別のアンケート結果からこの2つのハードルの背景をさらに掘り下げたい。

①サステナビリティに関心を持ってない理由

企業としてサステナビリティに取り組むことに関心を持ってない層について、その理由を尋ねたアンケート結果を見ると、20代では「(サステナビリティの) 内容がわからない」、ミドル・マネジメント層では「業務とは無関係と感じる」との回答が多かった。いかにサステナビリティへの理解を深め、自らに関係あることと認識してもらうかが課題であるとわかる。

②取り組みに移せない理由

サステナビリティに関心があっても行動に移せない理由としては、「日々の業務で手一杯で余裕がない」など、サステナビリティ推進が後手に回りやすい実情や、「具体的な取組方法がわからない」「(理念が) 現場の実態に即していない」などの声が目立つ。取り組みへの動機づけと具体的なノウハウの浸透が必要であると言えるだろう。

サステナビリティ経営への取組状況

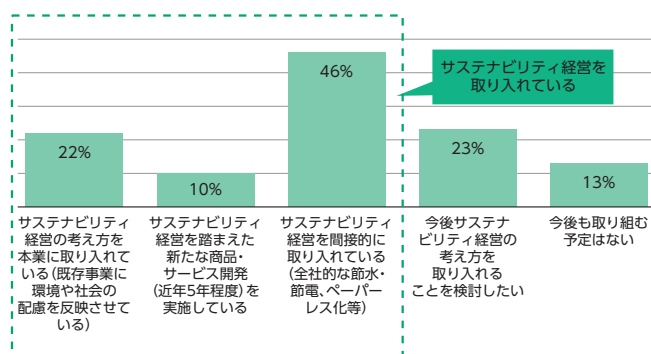
では、サステナビリティ経営にすでに取り組んでいるとした企業の取組内容はどうか。アンケート結果によると「サステナビリティ経営を

サステナビリティに関心がない・行動に移せない理由

関心がない理由	20代	ミドル・マネジメント層
サステナビリティ自体よく内容がわからない	26.7%	11.7%
自分の業務とは無関係と感じる	23.3%	18.9%
具体的になにに取り組めばよいのか分らない	19.9%	16.0%
サステナビリティの必要性をそもそも理解できない	17.0%	14.1%
行動に移せない理由	20代	ミドル・マネジメント層
日々の業務で手一杯で余裕がない	26.2%	19.4%
具体的な取組方法がわからない	25.2%	11.7%
サステナビリティ推進の理念は分かるが、現場の実態に即していない	14.6%	25.2%
企業の中では、結局、当座の利益やコストが優先される	11.7%	20.4%

資料：一般財団法人企業活力研究所「「サステナビリティ経営の推進に向けた従業員の共感拡充・行動変容を加速するための対策のあり方」に関する調査研究報告書」より抜粋

サステナビリティ経営の取組状況



資料：大同生命 中小企業経営者アンケート
「大同生命サーベイ(2025年10月度調査)」

間接的に取り入れている」とした企業が多く、「サステナビリティ経営の考え方を本業に取り入れている」「サステナビリティ経営を踏まえた新たな商品サービス開発を実施している」など、サステナビリティ経営の取り組みを自社の事業・本業と絡めている企業は相対的に少数にとどまっている。

「間接的に取り入れている」の内容として例示されているのは、節水・節電、ペーパーレス化など、事業活動による負の影響を減らす取り組みである。これらを「守り」のサステナビリティとすると、自社の事業を通じて社会課題解決に貢献する「攻め」のサステナビリティへの取り組みは依然として限定的である。サステナビリティ経営をさらに深めるには、「守り」の徹底に加えて、事業を通じて社会課題の解決に貢献する「攻め」の視点を組み合わせていくことも重要な課題と言える。

3. 自治体の宣言・登録・認証制度

(1) 宣言・登録・認証制度の意義とねらい

こうしたなか、近年目立つのが、自治体によるサステナビリティ／SDGs企業宣言・登録・認証制度の広がりである。「宣言」制度は、企業がサステナビリティやSDGsに取り組む意思を表明するものである。取り組みの深さが問われないためハードルが低く、取り組みを始めるきっかけとなって

いる。「登録」は自己評価、「認証」は第三者による審査に基づき、取り組みが一定の水準を満たす企業に認められる。登録・認証の基準・要件は、企業がサステナビリティに取り組む際の道標として機能している。何に取り組めばよいかわからないという企業にとって、基準・要件を満たそうとする過程そのものが、サステナビリティ経営への取り組みを深めることになるのだ。また、認証制度は取得することがサステナビリティ経営の水準を対外的に示す証明となり、企業イメージの向上や人材の定着・確保といった効果も期待できる。

宣言・登録・認証制度のいずれかを設けている自治体は、内閣府「地方創生SDGs宣言・登録・認証制度 構築自治体一覧」によると、令和7年10月末時点で105にのぼる。認証制度を設けているのは埼玉県・さいたま市を含め全国で11自治体である。これらの制度の多くは、企業のSDGsの取り組みを促すことで、地方創生を加速させることを企図している。認証等によりSDGsに取り組む事業者を可視化し、行政や地域金融機関などとの連携を促すことで、事業者は連携先とともに地域課題の解決に取り組み、そこで生まれた利益を地域へ再投資する。この「自律的好循環」が地方創生の加速につながるというロジックだ。

(2) 埼玉県とさいたま市の2つの認証制度

認証制度は、第三者による審査体制の構築・運用など自治体にとって相応の負担を伴う制度であり、創設している自治体も全国的に多くない。そのなかでも、埼玉県内では埼玉県とさいたま市が制度を設けている。この2つの認証制度は、その出発点やねらいの違いから、それぞれ固有の性格をもち、異なる側面からサステナビリティ経営を促進している。

①さいたま市SDGs企業認証制度

さいたま市の制度は前述の地方創生の文脈か

ら2021年に生まれた制度で、そのねらいを「認証企業におけるSDGs経営の推進を支援することで、市内企業の持続可能な成長を後押しするとともに、地域経済の持続可能な発展や社会課題の解決を図る」としている。

審査項目では、SDGsと関連した71のテーマへの取り組みを確認しつつ、企業の理念・パーパス実現のための取り組み（3つ以上）とそのKPIの明示を求める。さらに、取り組みのうち1つは、社会課題の解決につながるとともに、収益を生み、自社の持続的発展にもつながるものであることが求められるなど、サステナビリティと事業との接続が求められている。認証企業には制度融資の金利優遇等のインセンティブが与えられる。

②埼玉県サステナブル企業認証制度

一方、2025年に創設された埼玉県の「サステナブル企業認証制度」は、他の制度とはねらいが異なり、前述の大企業への開示義務化の影響がサプライチェーンを構成する地域の中小企業にも及ぶ可能性があるという問題意識を出発点としている。審査項目はSSBJの開示基準などにに基づき設定され、一般項目・環境項目の大分類のもと、20項目・61テーマで構成される。取り組みの有無だけでなく質・効果・継続性なども問う設計で、例えば「インターンシップの採用や処遇」に関しては、インターンシップ実施の有無のほか、インターン生へのフィードバックの実施・採用への効果・正社員登用実績といった点まで問われる。取り組みが深く多角的であるほど得点が高くなり、8割の得点でプラチナ認証、6割でゴールド認証が与えられる。

第1回（2025年度）の審査ではプラチナ認証を取得した企業はなく、ゴールド認証は7社が取得した。認証取得のハードルは高く、取得に至る企業は多くないが、その分、認証取得企業の取り組みは高い水準にあるといえるだろう。

(3)両制度の比較

さいたま市の制度は、事業を通じた社会・環境課題解決への貢献と、そこから収益を獲得し企業の持続可能性向上につなげるという、サステナビリティと本業との接続を認証の要件として明示的に組み込んでいる点に特長がある。一方、埼玉県は幅広い項目に対して深く多角的な取り組みを求める構成である。

4. 自治体に期待される役割とは —「認証の発行者」から「経営変革の伴走者」へ

埼玉県、さいたま市の制度をはじめ、全国に広がるサステナビリティ／SDGs企業認証制度は、企業のサステナビリティ経営を促進する基盤として定着し、企業が取り組みを始める際のさまざまなハードルを越える確かな後押しとなっている。

一方で、企業のサステナビリティ経営に関する取り組みを、より深く、自社の事業と結びつけたものへ発展させるためには、認証取得後の支援も重要となる。求められるのは、自治体が「認証の発行者」から「経営変革の伴走者」へと役割を深めることであろう。例えば、審査で明らかになった自社の強みや課題を踏まえ、次の取り組みや本業との結びつきを共に考える機会を設けるなど、フォローアップを充実させることが有効と考える。また、更新制度も単なる資格維持の手続きではなく、取り組みの振り返りと次のステップへの契機として機能させることが重要だ。こうした伴走の積み重ねが、「守り」を土台としながら「攻め」の視点を併せ持つ取り組みへと企業を後押しする力になる。

認証をゴールにするのではなく、スタートにする。その意識が制度をより良いものとし、地域企業のサステナビリティ経営を真に前進させることとなるだろう。



アンケート調査

企業経営動向調査 (2026年7月調)

県内企業の製造業の8割で「仕入原価上昇」が経営上の問題

国内景気

(現状)

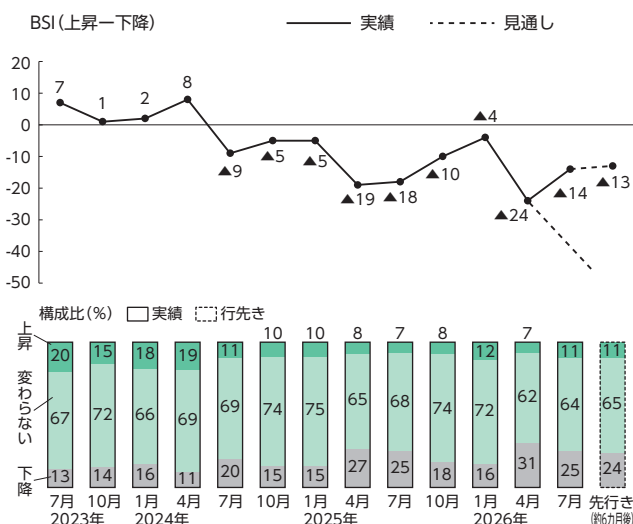
最近(2026年7月)の県内企業の国内景気に対する見方(景況感)は、「上昇」11%、「下降」25%で、BSI(「上昇」－「下降」の企業割合)は▲14となった。前回調査(2026年4月)の▲24から10ポイント改善した。県内企業の景況感BSIは、2024年7月調査よりマイナス圏での推移が続いている。業種別では、製造業のBSIは▲9で前回調査の▲20から11ポイント改善、非製造業も▲17で前回調査の▲26から9ポイント改善した。両業種とも前回調査よりマイナス幅が縮小している。

(先行き)

先行き(約6カ月後)は、「上昇」11%、「下降」24%となり、BSIは▲13と、現状の▲14から1ポイント改善し、ほぼ横ばいの見通しとなった。業種別でも、製造業は現状の▲9から横ばいの▲9、非製造業は現状の▲17から▲18と1ポイントの悪化にとどまり、両業種とも先行きを現状からほぼ横ばいとする結果となった。

本年2月に生じた中東情勢の緊迫化により、前回調査時に県内企業の景況感是一段と悪化した。一時は米イランで戦闘終結に向けた覚書が締結されるなど、足元の景況感に緩和的な見方も広がったが、現在でも緊迫した中東情勢に終わりは見通せず、景況感は先行きでもほぼ変わらない見通しだ。

国内景気



業界景気

(現状)

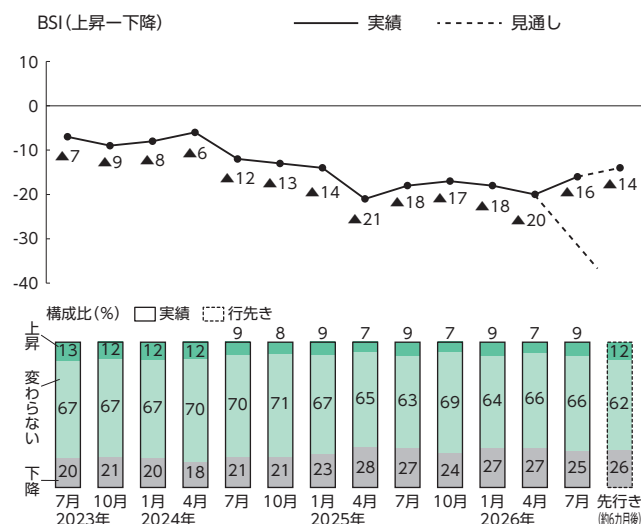
最近(2026年7月)の自社業界の景気に対する県内企業の見方は、「上昇」9%、「下降」25%で、BSI(「上昇」－「下降」の企業割合)は▲16となり、前回調査(2026年4月)の▲20から4ポイント改善した。業種別でも、製造業のBSIは▲19で、前回調査の▲24から5ポイント改善。非製造業のBSIは▲15で、前回調査の▲16から1ポイント改善している。但し、業界景気のBSIは2018年1月期よりマイナス圏での推移が続いており、厳しい見方が続いている。

(先行き)

先行き(約6カ月後)については、「上昇」12%、「下降」26%で、BSIは▲14と現状の▲16から2ポイント改善する見通しとなった。業種別では、製造業のBSIは▲12で現状の▲19から7ポイント改善、非製造業のBSIは▲16で現状の▲15から1ポイント悪化となった。

自社業界に対する見方は、現状・先行きともに前回調査より改善したものの、ほとんどの業種のBSIは依然としてマイナス圏にある。なかでも「繊維」「紙・紙加工品」「印刷」などの業種でBSIのマイナスの大きさが目立つ。中東情勢の緊迫化の影響によるものとみられる。

業界景気



自社業況

(現状)

最近(2026年7月)の自社業況に対する県内企業の見方は、「良い」28%、「悪い」10%で、BSI(「良い」－「悪い」の企業割合)は+18となり、前回調査(2026年4月)から4ポイント悪化したものの、自社業況BSIは22四半期(5年半)連続してプラス圏を維持しており、堅調さがうかがえる。

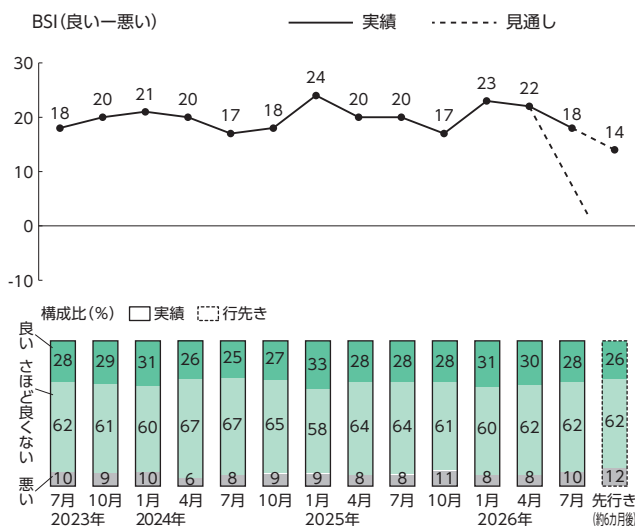
業種別にみると、製造業のBSIは+14で前回調査の+18より4ポイント悪化。非製造業は+21で前回調査の+26より5ポイント悪化した。特に「食料品」「印刷」のBSIは、前回調査でプラスの結果であったが、今回マイナスに転じた。また、「金属製品」は前回調査でマイナスの結果であったが、今回プラスに転じている。

(先行き)

先行き(約6カ月後)については、「良い」26%、「悪い」12%で、BSIは+14と現状の+18から4ポイント悪化する見通しとなった。

業種別では、製造業はBSI+7で現状の+14から7ポイント悪化、非製造業は+19で現状の+21から2ポイント悪化となり、双方で悪化を見通す。特に「食料品」「繊維」「印刷」「電気・ガス」では、先行きを「悪い」とする企業割合が多く、BSIはマイナスの結果となった。

自社業況



売上高

(現状)

2026年4～6月期の県内企業の売上高は、季調済BSI(「増加」－「減少」の企業割合)が+16となり、前期(2026年1～3月期)実績の+11から5ポイント上昇した。前回調査時(2026年4月)には、2026年4～6月期を0と見通していたものの、大きく上振れる結果となっている。

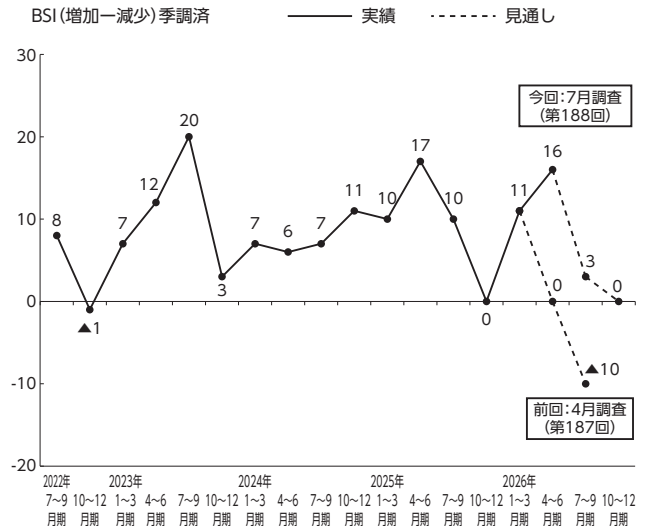
業種別にみると、製造業は季調済BSIが+24で、前回調査の+11から13ポイント上昇。非製造業は+11となり、前回調査+11から横ばいとなった。製造業の上昇が全体をけん引した。

(先行き)

先行きについては、2026年7～9月期の季調済BSIが+3、10～12月期は0と、現状の+16から徐々に減少を見通す割合が高まる結果となった。

業種別では、製造業は2026年4～6月期、7～9月期、10～12月期にかけて+24→0→▲1、非製造業は+11→+5→▲2としており、双方とも先行きで減少とする割合が高まる。減少を見通す業種は多岐にわたり、BSIがマイナス圏に転じる業種も多い結果となった。

売上高



✓ 経常利益

(現状)

2026年4～6月期の県内企業の経常利益は、季調済BSI(「増加」－「減少」の企業割合)が+5となり、前期(2026年1～3月期)実績の0から5ポイント上昇した。前回調査時(2026年4月)の見通しでは▲7と見通していたものの、売上高と同様に上振れる結果となった。

経常利益が増加した企業が挙げた要因(複数回答)は、「売上・受注の好調」が83%(前回調査時85%)、「販売単価の上昇」が49%(同42%)、「諸経費の圧縮」が16%(同17%)などとなり、「売上・受注の好調」を要因とした企業割合が高かった。

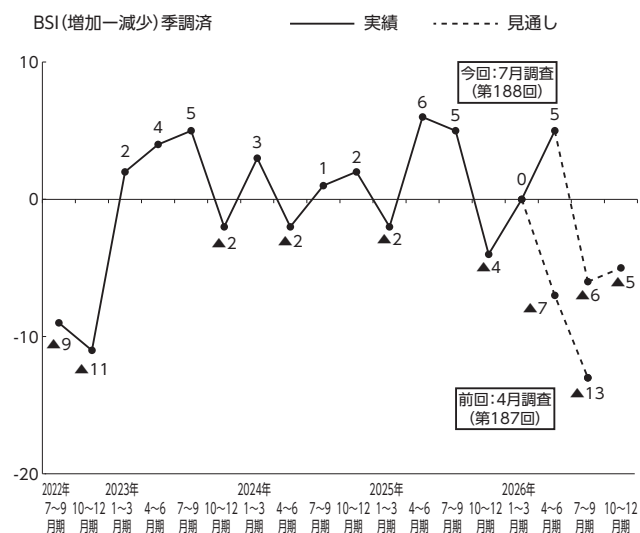
業種別にみると、製造業の季調済BSIは+7で前回調査の▲1から8ポイント上昇。非製造業も+5で前回調査の+3から2ポイント上昇した。

(先行き)

先行きについては、2026年7～9月期の季調済BSIは▲6、10～12月期は▲5と、売上高と同様に、先行きにかけて減少を見通す割合が高まる結果となった。

業種別では、製造業は2026年4～6月期、7～9月期、10～12月期にかけて+7→▲12→▲6、非製造業は+5→▲4→▲3となっている。多くの業種で先行きで減少とする割合が増えており、BSIがマイナス圏となる業種は多岐にわたる。

● 経常利益



✓ 設備投資

(現状)

2026年4～6月期の県内企業の設備投資は、季調済BSI(「増加」－「減少」の企業割合)が+10となり、前期(2026年1～3月期)実績の+2から8ポイント上昇した。前回調査時(2026年4月)には2026年4～6月期を+2と見通していたものの、それを大きく上回る結果となった。22四半期(5年半)連続のプラス圏となり、県内の設備投資は底堅く推移している。

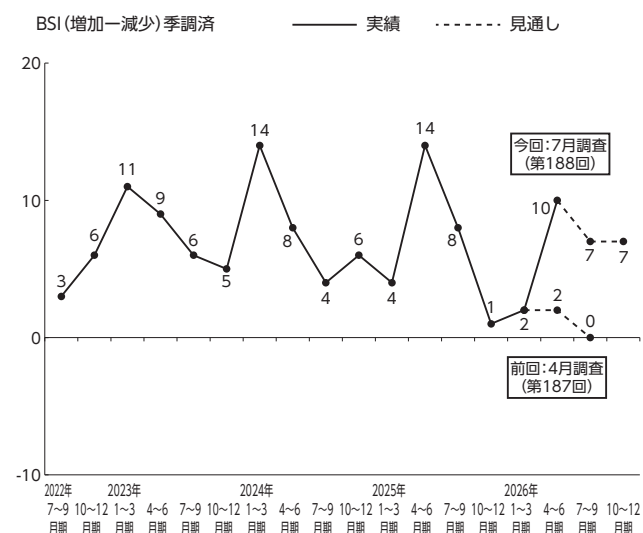
設備投資の内容は「更新投資」が66%、「能力増強投資」18%、「合理化投資」10%、「研究開発投資」1%などとなった。今回調査では、前回調査比で「更新投資」が5ポイント増加した一方、「研究開発投資」が3ポイント減少した。

(先行き)

先行きは、2026年7～9月期の季調済BSIが+7、10～12月期が+7と、高い水準でプラスを維持する。前回調査時(2026年4月)に+2→+2→0としていた見通しよりも、先行きにかけて強い動きに転じている。

2026年7～9月期および10～12月期の設備投資の内容は、「合理化投資」と「研究開発投資」の割合を増加させる見通しとなった。人手不足への対応として、省人化・省力化に向けた投資の拡大を計画している様子が引き続きみられる。

● 設備投資



雇用

(現状)

最近(ここ6カ月間)の県内企業の雇用状況をみると、雇用人員が「増加」とした企業は32%、「減少」とした企業は12%で、BSI(「増加」-「減少」の企業割合)は+20となり、前回調査(+15)から5ポイント上昇した。本項目では、新卒者の採用による増加が反映される4・7月調査でBSIが上昇し、10・1月調査では低下する傾向がある。今回調査の+20の結果は、前年同期(2025年7月)の+16より4ポイント上回った。前年以上に県内企業は雇用確保への動きを強めている。

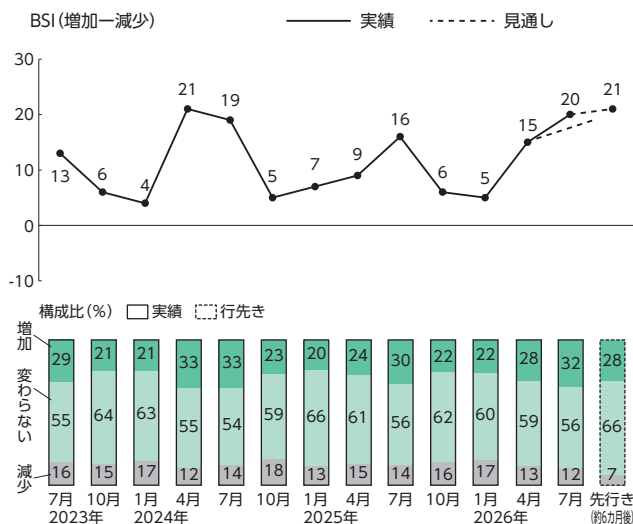
業種別にみると、製造業はBSI+21で前年同期の+12から9ポイント上昇。非製造業は+19で前年同期の+19から横ばいとなり、製造業を中心に強い結果となった。

(先行き)

先行き(約6カ月後)については、「増加」とする企業が28%、「減少」とする企業が7%で、BSIは+21と、現状の+20から1ポイント上昇する見通しとなった。前年度より高い水準であり、県内企業の雇用確保に向けた意欲は強い。

業種別では、製造業はBSI+20で現状の+21から1ポイント低下し、非製造業は+21で現状の+19から2ポイント上昇した。両業種ともに高い水準となっている。

雇用



経営上の問題点

県内企業の経営上の問題点(複数回答)については、前回調査(2026年4月)同様に「仕入原価上昇」が62%と最も多くなった。次いで「人材・人手不足」51%、「諸経費上昇」43%、「売上・受注減少」28%、「資金不足、資金繰り難」2%、「製商品安」2%などとなった。前回調査より「仕入原価上昇」を挙げた企業が「人材・人手不足」を上回り、「仕入原価上昇」が最大の問題点となっている。

業種別にみると、製造業が非製造業に比べて「仕入原価上昇」が27ポイント多く、非製造業では製造業に比べて「人材・人手不足」が24ポイント多い結果となった。業種別でみると、最も多い経営上の問題点は異なっている。

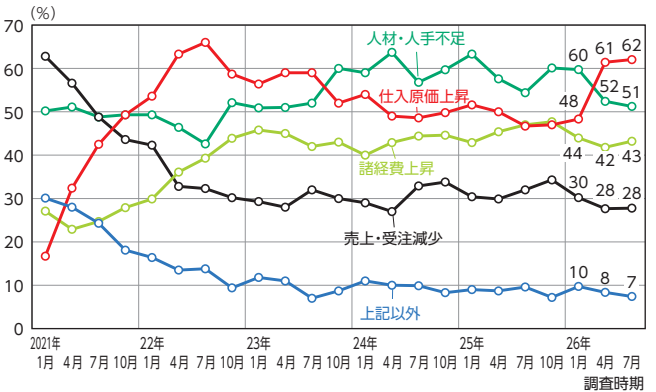
前回調査より、製造業・非製造業ともに「仕入原価上昇」の割合が大きく上昇している。中東情勢の影響とみられ、特に製造業では、約8割の企業が「仕入原価上昇」を挙げた。業種別にみても「仕入原価上昇」を挙げる企業割合が多くなっている。(齋藤康生)

経営上の問題点(複数回答)

単位:%

	全産業		製造業		非製造業	
	今回	前回	今回	前回	今回	前回
仕入原価上昇	62	61	78	73	51	53
人材・人手不足	51	52	37	40	61	61
諸経費上昇	43	42	44	41	43	42
売上・受注減少	28	28	27	30	28	26
資金不足、資金繰り難	2	4	4	2	2	5
製商品安	2	2	2	1	3	2
その他	3	3	4	7	2	1

経営上の問題点(複数回答)の推移



2026年7月実施。対象企業数1,027社、
回答企業数326社、回答率31.7%。

県内経済の動き

概況

埼玉県の景気は一部に弱さがみられるものの、緩やかに

景気動向指数 下方への局面変化を示している

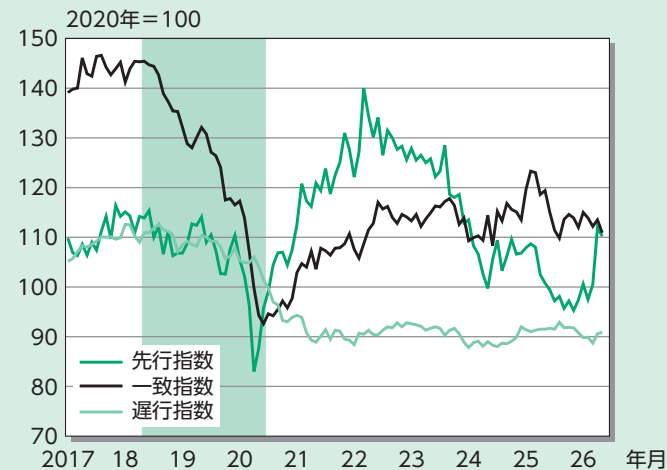
5月のCI(コンポジット・インデックス)は、先行指数：110.2(前月比▲1.8ポイント)、一致指数：110.9(同▲2.6ポイント)、遅行指数：90.9(同+0.3ポイント)となった。

先行指数は3カ月ぶりの下降となった。

一致指数は2カ月ぶりの下降となった。基調判断となる3カ月後方移動平均は、前月比▲1.00ポイントと2カ月連続の下降となった。埼玉県は、景気の基調判断を10カ月連続で「下方への局面変化を示している」としている。

遅行指数は2カ月連続の上昇となった。

景気動向指数の推移



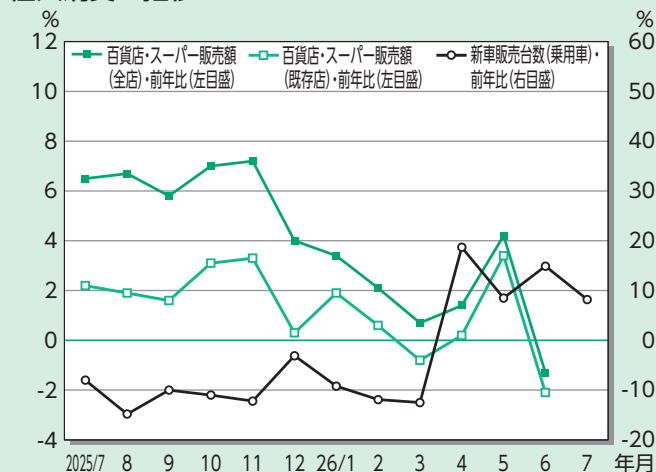
資料：埼玉県（注）網掛け部分は埼玉県の景気後退期

個人消費 百貨店・スーパー販売額は3カ月ぶりに減少

6月の百貨店・スーパー販売額は1,255億円、前年比▲2.1%(既存店)と3カ月ぶりに前年を下回った。業態別では、百貨店(同▲1.1%)、スーパー(同▲2.2%)ともに減少した。新設店を含む全店ベースの販売額は同▲1.3%と減少した。

7月の新車販売台数(乗用車)は12,635台、前年比+8.2%と4カ月連続で増加した。車種別では普通乗用車が8,374台(同+6.3%)、小型乗用車は4,261台(同+12.1%)だった。

個人消費の推移



資料：経済産業省、日本自動車販売協会連合会

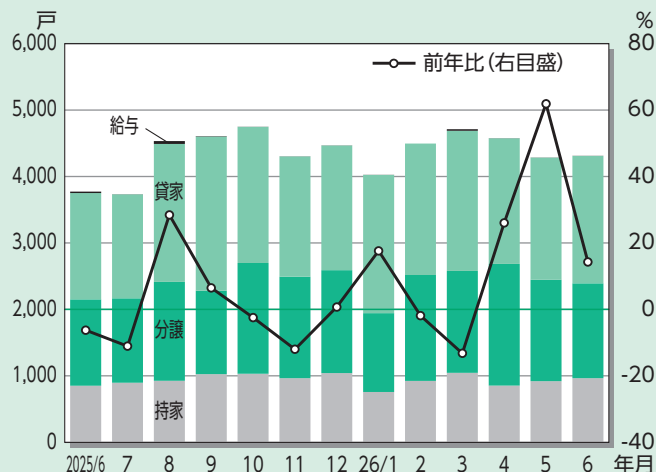
住宅 3カ月連続で前年を上回る

6月の新設住宅着戸数は4,311戸となり、前年比+14.3%と3カ月連続で前年を上回った。

利用関係別にみると、持家が965戸(同+13.3%)、貸家が1,917戸(同+19.9%)、分譲が1,427戸(同+9.8%)といずれも3カ月連続で増加した。

分譲は、マンションが364戸(同+23.4%)と4カ月連続で、戸建てが1,037戸(同+5.7%)と3カ月連続で増加した。

新設住宅着戸数の推移



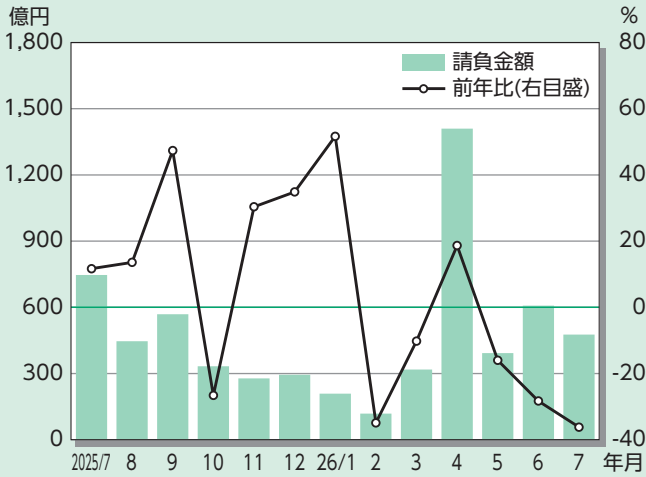
資料：国土交通省

持ち直している

公共工事 3カ月連続で前年を下回る

7月の公共工事請負金額は477億円、前年比▲36.2%と3カ月連続で前年を下回った。
発注者別では、国(同▲18.6%)と独立行政法人等(同▲99.3%)、県(同▲18.4%)、市町村(同▲11.4%)が減少した。
なお、7月の請負件数も835件(同▲8.9%)と前年を下回っている。

公共工事請負金額の推移

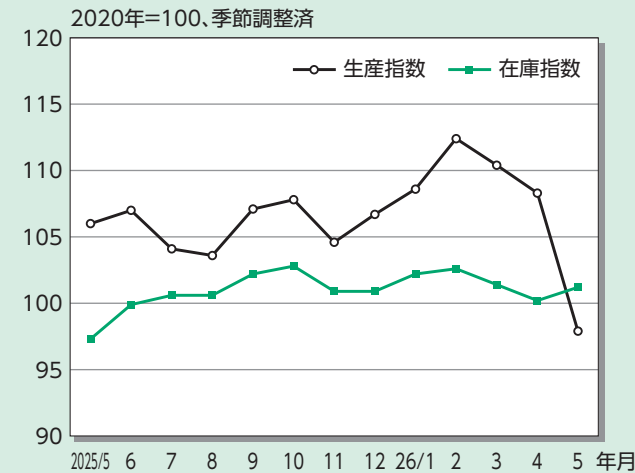


資料:東日本建設業保証(株)

生産 3カ月連続で減少

5月の鉱工業指数をみると、生産指数は97.9、前月比▲9.6%と3カ月連続で減少した。業種別では、汎用機械、パルプ・紙・紙加工品、印刷など8業種が増加したものの、輸送機械、化学、電気機械など15業種が減少した。
在庫指数は101.2、前月比+1.0%と3カ月ぶりに増加した。業種別では、情報通信機械、生産用機械、輸送機械など10業種が増加したものの、電気機械、電子部品・デバイス、非鉄金属など11業種が減少した。

鉱工業指数の推移

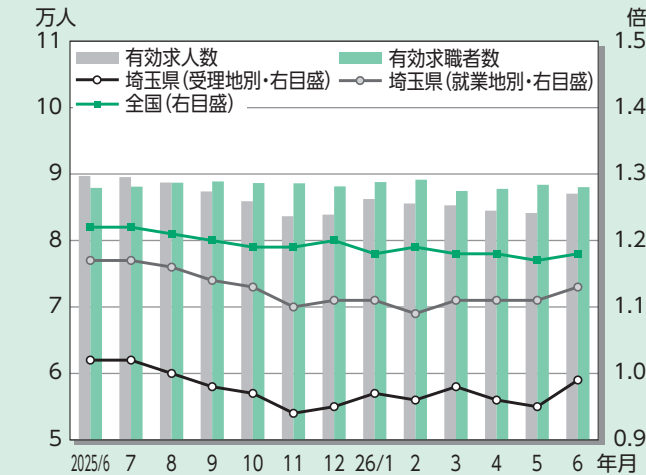


資料:埼玉県

雇用 有効求人倍率は前月から上昇

6月の受理地別有効求人倍率は、前月から0.04ポイント上昇の0.99倍となった。
有効求職者数は88,034人(前月比▲0.4%)と、3カ月ぶりに前月を下回るなか、有効求人数が87,040人(同+3.4%)と5カ月ぶりに前月を上回った。新規求人倍率は、前月から0.30ポイント上昇の1.93倍となっている。
なお、6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1.13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(%)
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	105.3	▲ 0.6	101.2	▲ 2.6	102.0	3.6	98.8	▲ 1.9	2,144	8.6	39,215	▲ 9.7
2025年	106.4	1.0	100.9	▲ 0.3	101.5	▲ 0.5	96.0	▲ 2.8	1,818	▲ 15.2	36,476	▲ 7.0
25年 5月	106.0	1.0	101.8	1.3	97.3	▲ 1.5	100.0	▲ 1.1	80	▲ 41.1	3,531	22.8
6月	107.0	0.9	101.5	▲ 0.3	99.9	2.7	99.7	▲ 0.3	110	▲ 18.5	2,922	▲ 13.9
7月	104.1	▲ 2.7	100.5	▲ 1.0	100.6	0.7	100.1	0.4	116	▲ 42.4	2,612	▲ 20.7
8月	103.6	▲ 0.5	99.2	▲ 1.3	100.6	0.0	99.5	▲ 0.6	110	▲ 59.9	2,578	▲ 15.6
9月	107.1	3.4	101.0	1.8	102.2	1.6	99.8	0.3	218	▲ 36.9	3,379	▲ 3.1
10月	107.8	0.7	101.6	0.6	102.8	0.6	99.9	0.1	252	125.7	3,093	▲ 8.0
11月	104.6	▲ 3.0	99.6	▲ 2.0	100.9	▲ 1.8	98.0	▲ 1.9	142	23.5	2,360	▲ 25.1
12月	106.7	2.0	100.2	0.6	100.9	0.0	98.6	0.6	50	▲ 81.7	2,761	▲ 5.9
26年 1月	108.6	1.8	104.5	4.3	102.2	1.3	97.8	▲ 0.8	153	84.0	2,566	3.2
2月	112.4	3.5	102.4	▲ 2.0	102.6	0.4	98.1	0.3	81	▲ 75.1	2,833	▲ 11.0
3月	110.4	▲ 1.8	102.0	▲ 0.4	101.4	▲ 1.2	96.3	▲ 1.8	99	▲ 42.4	3,057	▲ 12.3
4月	108.3	▲ 1.9	102.5	0.5	100.2	▲ 1.2	96.0	▲ 0.3	245	52.9	3,017	▲ 26.1
5月	97.9	▲ 9.6	102.6	0.1	101.2	1.0	94.9	▲ 1.1	168	110.1	2,606	▲ 26.2
6月			104.6	1.9			97.6	2.8	150	36.9	3,044	4.1
7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(%)
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
2025年	49,879	▲ 3.1	740,667	▲ 6.5	14.1	▲ 2.8	14.8	1.6	98.6	▲ 0.7	102.5	0.9
25年 5月	2,647	▲ 29.6	43,237	▲ 34.4	13.2	▲ 2.3	13.9	2.2	99.0	▲ 0.6	103.0	1.1
6月	3,772	▲ 6.2	55,956	▲ 15.6	14.2	▲ 1.5	14.5	1.4	99.0	▲ 0.9	103.1	1.0
7月	3,734	▲ 11.1	61,409	▲ 9.7	14.7	▲ 3.9	15.1	1.3	99.3	0.0	103.1	1.0
8月	4,534	28.4	60,275	▲ 9.8	13.2	▲ 3.7	14.0	0.0	99.0	0.2	102.8	0.9
9月	4,608	6.5	63,570	▲ 7.3	13.8	▲ 6.7	14.7	▲ 0.6	98.5	▲ 0.2	102.7	0.9
10月	4,750	▲ 2.4	71,871	3.2	15.5	1.9	15.6	0.6	98.3	▲ 1.3	102.7	0.7
11月	4,304	▲ 12.0	59,524	▲ 8.5	15.1	0.7	15.8	1.3	98.3	▲ 1.1	102.9	0.9
12月	4,468	0.7	62,118	▲ 1.3	14.6	0.0	15.4	2.0	98.3	▲ 0.8	102.9	0.8
26年 1月	4,025	17.6	55,898	▲ 0.4	12.9	▲ 2.2	14.3	2.9	98.2	▲ 0.3	102.6	0.8
2月	4,496	▲ 1.9	57,630	▲ 4.9	14.2	6.8	15.3	2.1	97.6	▲ 0.8	102.4	0.8
3月	4,711	▲ 13.2	63,495	▲ 29.3	14.3	0.0	15.7	4.0	97.4	▲ 0.3	101.7	0.8
4月	4,576	26.1	62,569	11.4	14.5	0.0	15.6	3.3	99.0	0.1	103.3	0.6
5月	4,285	61.9	57,877	33.9	13.8	4.6	14.1	1.4	98.6	▲ 0.4	103.5	0.5
6月	4,311	14.3	66,344	18.6			P14.9	P2.8			P103.5	P0.4
7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(%)
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
2025年	1.02	1.22	30,108	▲ 4.5	805	▲ 3.7	15,449	2.2	230,150	1.5
25年 5月	1.05	1.23	33,187	2.9	786	▲ 5.2	1,268	2.2	18,495	0.6
6月	1.02	1.22	25,491	▲ 9.9	772	▲ 2.5	1,271	2.2	18,821	▲ 0.1
7月	1.02	1.22	30,499	▲ 1.3	833	▲ 1.2	1,291	2.2	19,259	0.4
8月	1.00	1.21	31,740	▲ 1.2	744	▲ 6.2	1,315	1.9	19,277	1.8
9月	0.98	1.20	25,688	▲ 10.3	781	▲ 3.2	1,228	1.6	17,993	1.9
10月	0.97	1.19	31,411	▲ 13.0	860	▲ 6.4	1,260	3.1	18,815	3.4
11月	0.94	1.19	28,810	▲ 17.5	719	▲ 10.4	1,320	3.3	19,903	3.2
12月	0.95	1.20	28,410	▲ 4.0	772	▲ 2.4	1,556	0.3	23,809	▲ 0.1
26年 1月	0.97	1.18	32,018	▲ 8.8	866	▲ 4.6	1,282	1.9	19,733	2.6
2月	0.96	1.19	29,680	▲ 12.8	775	▲ 7.8	1,180	0.6	17,645	1.4
3月	0.98	1.18	25,918	▲ 3.0	785	▲ 2.6	1,324	▲ 0.8	19,624	1.1
4月	0.96	1.18	29,507	▲ 2.3	810	▲ 3.6	1,247	0.2	18,455	2.0
5月	0.95	1.17	27,862	▲ 16.0	716	▲ 8.9	1,322	3.4	19,494	5.0
6月	0.99	1.18	29,238	14.7	796	3.1	1,255	▲ 2.1	18,704	▲ 1.0
7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)	2025年=100	前年比(%)	2025年=100	前年比(%)
2022年	120,086	▲ 7.8	2,223,303	▲ 7.4	285	1,164,079	6,428	2,331,443	92.1	2.4	91.4	2.5
2023年	140,830	17.3	2,651,397	19.3	339	36,671	8,690	2,402,645	94.8	3.0	94.3	3.2
2024年	137,496	▲ 2.4	2,523,105	▲ 4.8	400	60,321	10,006	2,343,538	97.1	2.5	96.9	2.7
2025年	134,127	▲ 2.5	2,533,523	0.4	440	50,016	10,300	1,592,190	100.0	2.9	100.0	3.2
25年 5月	9,252	▲ 4.2	177,980	0.7	33	4,293	857	90,389	99.9	3.1	100.0	3.5
6月	11,306	3.1	217,333	2.9	35	6,959	848	105,703	99.7	2.7	99.9	3.3
7月	11,675	▲ 8.0	220,544	▲ 4.0	47	6,117	961	167,035	100.2	3.0	100.1	3.1
8月	8,452	▲ 14.8	159,854	▲ 11.4	29	3,192	805	114,373	100.4	2.7	100.3	2.7
9月	12,126	▲ 10.0	229,510	▲ 4.5	34	3,590	873	112,470	100.2	2.9	100.1	2.9
10月	11,365	▲ 11.0	214,454	▲ 7.4	37	1,970	965	127,521	100.7	2.8	100.7	3.0
11月	10,568	▲ 12.2	201,999	▲ 9.2	30	1,326	778	82,403	101.0	3.0	101.0	2.9
12月	9,783	▲ 3.1	181,628	▲ 1.6	42	10,454	928	298,182	101.1	2.3	100.9	2.1
26年 1月	10,646	▲ 9.2	200,047	▲ 7.7	35	2,631	887	119,815	100.8	1.6	100.8	1.5
2月	11,361	▲ 11.9	211,362	▲ 9.8	28	1,522	851	133,160	100.2	1.4	100.2	1.3
3月	13,108	▲ 12.5	265,438	▲ 7.9	40	3,125	924	114,862	100.2	1.0	100.6	1.5
4月	11,872	18.7	223,369	16.9	35	3,717	883	111,896	100.9	1.4	101.0	1.4
5月	10,039	8.5	187,486	5.3	20	3,130	780	121,199	101.2	1.3	101.5	1.5
6月	12,996	14.9	247,956	14.1	36	2,905	1,021	133,150	101.3	1.6	101.6	1.6
7月	12,635	8.2	242,578	10.0	42	1,862	1,028	236,312				
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			



上尾市長 畠山 稔氏

市長のメッセージ

上尾市は2021年8月に人口23万人を突破しました。人口減少社会が進む時代にあっても今なお発展を続けています。

豊かな自然との調和を保ちつつ、現在整備が進む新大宮上尾道路の延伸ならびに上尾南ICの開通により都心へのアクセスがさらに向上していくほか、大型商業施設が進出するなど、利便性の高い住環境がさらに整いつつあります。

また、切れ目ない子育て支援や教育環境の充実を図ってきた結果、年少人口や子育て世代の転入超過数は全国上位を記録し、「選ばれるまち」としての成長を確かなものとしています。

今後も「みんなでつくる みんなが輝くまち あげお」の実現に向け、全力で邁進してまいります。

はじめに

上尾市は埼玉県南東部、関東平野のほぼ中央に広がる大宮台地上に位置し、市域の多くは平坦な地形で形成されている。江戸時代、中央部を南北に、五街道の一つ、中山道が整備された。上尾は中山道六十九次のうち江戸から五番目の宿場「上尾宿」として栄え、旅人が一日で歩く10里（約40km）、江戸より最初の宿泊地としてにぎわいをみせた。

南東部の原市には脇往還（街道の脇道）沿いの市場町として栄えた記録が残る。宿場から宿場に荷物を送り継ぐ「宿継ぎ」の役割を担ったことで陸運の拠点となった。南西部の平方には荒川舟運の河岸が置かれ、物資の集散が行われた。陸運と舟運の双方に恵まれた上尾は、交通の結節点として発展していった。

明治に入りJR高崎線が、1983年には埼玉新都市交通伊奈線（ニューシャトル）が開通。さいたま市北部に隣接するベッドタウンとして成長し、現在人口は23万人を超え、市は今も着実な発展を続けている。



物流拠点の整備が続く上尾道路（堤崎付近）
出典：関東地方整備局ウェブサイト
(<https://www.ktr.mlit.go.jp/oomiya/oomiya00118.html>)

県内有数の交通結節点の「今」

市の発展を支えてきた中山道は、現在「国道17号」に継承され、今も関東広域の交通を担う幹線道路として重要な役割を担う。その西側を並行する「上尾道路（上尾バイパス）」は、県南部の新大宮バイパス、県北部の熊谷バイパスを連結し、広域をつなぐ重要な交通ネットワークの中心を成している。2016年4月には、上尾道路が首都圏中央連絡自動車道（圏央道）・桶川北本インターチェンジまで延伸し接続した。これにより交通利便性は一段と高まり、沿道地域の土地利用の需要が拡大した。さらに、上尾道路と新大宮バイパスでは、首都高速埼玉大宮線の延伸として、「新大宮上尾道路」が2016年に与野～上尾南（仮称）出入口までの区間で事業化された。高架構造の自動車専用道路を併設し、南北の高速道路を直線的に結ぶ工事が進行中だ。将来、都心の首都高速と北関東の高速道路網は一体化し、関東広域に至る一大交通ネットワークの形成が展望されている。将来の物流需要の増大を見据え、沿道では企業の進出が活発だ。

高まる土地利用需要に対し、市は都市計画マスタープランに基づき、産業基盤として合理的な土地利用を推進している。企業の集積は地域経済の発展可能性を広げる。雇用の創出、交通量の増加、住居需要の拡大など、市内には新たな活気が生まれている。大型商業施設も市に進出した。県内有数の交通結節点は今なお強化され、上尾市は地域産業を支える交通拠点として、今後も一層の発展が期待されている。

上尾市概要

市の木 かし 市の花 つつじ 市民の木 あおき

人口(2026年8月1日現在)	230,699人
世帯数(2026年8月1日現在)	111,195世帯
平均年齢(2026年1月1日現在)	48.2歳
面積	45.51km ²
製造業事業所数	245所
製造品出荷額等	4,644.6億円
卸・小売業事業所数	1,076店
商品販売額	6,677.1億円
農業産出額	12.9億円
一人当たり都市公園面積	4.26m ²

資料:経済産業省「経済構造実態調査」ほか



主な交通機関

- JR高崎線 上尾駅、北上尾駅
埼玉新都市交通伊奈線(ニューシャトル) 原市駅、沼南駅
- 圏央道 桶川加納ICから市役所まで約5km

✨ 多くの「県内初」。子育て環境No.1のまちへ

「選ばれるまち」に向けて、市は充実した子育て環境の整備に取り組む。「0歳から輝くまち from AGE-0^{エイジゼロ}」のスローガンのもと、子どもとその保護者を支援する体制を整えている。24時間利用できる無料の「小児科・産婦人科オンライン相談」を実施するとともに、本年6月には、市内に14カ所ある乳幼児と保護者が交流できる「地域子育て支援拠点(あげっこベース)」のうち、11カ所に相談機関の役割を整備し、身近な地域における相談体制を強化した。訪問支援も行い、家庭に寄り添う仕組みが備わっている。保育所とこども発達センター、児童発達支援センターを併設した「AGECOCO^{アゲコココ}」では、子どもたちが交流を通じて多様性を認め合い、共に育ち合える環境の整備にも取り組んだ。

市内の公立保育所では、県内初となる全児童分の午睡ベッドの導入のほか、「おむつの定額利用サービス」を開始するなど、保護者の負担軽減と保育環境の向上にも積極的に取り組んでいる。

こうした取り組みの数々は、2018年度にスタートした、妊娠期から子育て期まで切れ目のない包括的な支援を行う「あげお版ネウボラ」が起点となったという。

教育分野では、英語教育にも力を入れている。市内全小中学校に外国語指導助手(ALT)を配置するほか、市内保育所において外国人指導員などによる英語体験を実施するなど先進的な取り組みが進む。

✨ スポーツが育む市民の元気と活力

市は人生100年時代を見据え、2022年に「上尾市スポーツ健康都市宣言」を掲げた。より多くの市民がスポーツを通じて健康づくりに取り組める環境整備を進めている。2024年にスタートした健康ポイントアプリ「あげお健康+^{おらす}(あげぷら)」は、市民の関心が高く、タニタヘルスリンクのアプリを導入する自治体の中で初年度登録率が全国1位となった。400以上の事業と連携したイベント参加や、歩数に応じてポイントが得られ、抽選で電子マネーが当たる。アプリを通して、市民の健康づくりの意欲を高めている。

多様なスポーツ施設が集積し、市内ではプロバレーボールチーム埼玉上尾メディックスのホームゲームも開催される。プロスポーツを身近に楽しめる環境があり、市民がボランティアとしてイベント運営を支える風土もある。本年で39回目を迎える上尾シティハーフマラソンは、国内トップランナーも参加する。古くは旅人が往来した上尾の道を、市民ランナー達が今年も力強く駆け抜ける。(齋藤康生)



上尾シティハーフマラソンの様子

市町村経済データ

農業産出額

(2024年、単位:千万円)

市町村名	農業産出額				市町村名	農業産出額				市町村名	農業産出額			
		米	野菜	その他			米	野菜	その他			米	野菜	その他
さいたま市	1,859	225	1,223	411	朝霞市	75	1	53	21	滑川町	75	26	34	15
川越市	832	272	438	122	志木市	31	10	9	12	嵐山町	114	22	29	63
熊谷市	830	318	369	143	和光市	55	—	45	10	小川町	89	17	35	37
川口市	116	0	18	98	新座市	145	—	110	35	川島町	264	171	41	52
行田市	420	328	31	61	桶川市	114	27	34	53	吉見町	227	140	71	16
秩父市	163	12	77	74	久喜市	550	339	134	77	鳩山町	65	14	17	34
所沢市	598	0	483	115	北本市	138	25	77	36	ときがわ町	27	6	16	5
飯能市	63	3	41	19	八潮市	46	2	43	1	横瀬町	32	3	21	8
加須市	1,271	828	177	266	富士見市	138	52	73	13	皆野町	14	1	5	8
本庄市	1,112	85	675	352	三郷市	77	20	53	4	長瀬町	7	0	4	3
東松山市	162	90	33	39	蓮田市	110	63	18	29	小鹿野町	69	4	30	35
春日部市	360	274	64	22	坂戸市	134	98	25	11	東秩父村	20	1	0	19
狭山市	395	10	314	71	幸手市	214	199	9	6	美里町	168	55	67	46
羽生市	425	278	26	121	鶴ヶ島市	66	0	49	17	神川町	338	35	67	236
鴻巣市	548	312	40	196	日高市	187	5	96	86	上里町	583	70	405	108
深谷市	3,602	137	2,129	1,336	吉川市	202	153	46	3	寄居町	363	19	41	303
上尾市	129	14	51	64	ふじみ野市	105	9	77	19	宮代町	95	55	24	16
草加市	46	8	33	5	白岡市	244	83	105	56	杉戸町	261	184	42	35
越谷市	237	90	123	24	伊奈町	78	19	34	25	松伏町	89	62	22	5
蕨市	3	—	2	1	三芳町	234	—	188	46					
戸田市	0	—	0	0	毛呂山町	66	9	47	10					
入間市	170	0	66	104	越生町	35	4	8	23	市町村計	19,285	5,287	8,717	5,281

資料:農林水産省「令和6年市町村別農業産出額(推計)」
(注1)表中の「0」は単位に満たないもの、「—」は事実のないもの
(注2)その他とは、米、野菜を除く耕種作物(イモ類、果実、花き他)、畜産(食肉牛、生乳、豚、鶏、鶏卵他)など

