

埼玉りそな 経済情報

February 2023 No.230

2月号

- 1 **彩論** 関東財務局長 **成田 耕二** 氏
—— 転機を迎えた世界経済と日本
 - 2 **ズームアップ** 株式会社でんきち
 - 5 **調査** 埼玉県における公共工事の動向
 - 9 **アンケート調査①** 埼玉県内雇用動向調査
—— 企業の雇用人員は「不足」の割合が2年連続で増加
 - 11 **アンケート調査②** 脱炭素化に向けた取り組みについて
—— 脱炭素化に向けた取り組みが必要とする企業は、7割を超える
 - 13 **県内経済の動き**
 - 15 **月次経済指標**
 - 17 **タウンスケープ** 春日部市
—— つながる にぎわう すまいるシティ 春日部
- 裏表紙 **市町村経済データ**



まちの中心を流れる古利根川の景観を楽しめる古利根公園橋(春日部市)



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

転機を迎えた世界経済と日本

関東財務局長
成田 耕二氏



昨年の今頃、深谷の渋沢栄一記念館を訪問し、渋沢翁のアンドロイドによる講話を聞く機会がありました。現代のSDGs的な考え方を踏まえた経営のあり方についての話でしたが、今生きていたらこのような声と雰囲気では話をされたのかなと感じながらありがたく聞き入ったところです。

さて、最近の世界経済は歴史的転換点を迎えたように思います。2001年に中国がWTOに加盟して以来、自由貿易が拡大し、かつICT化が進展する中で世界経済も大きな成長を遂げてきました。2000年から2020年までの20年間で世界の貿易額は6.4兆ドルから22.1兆ドルへと3.5倍、世界GDPは同期間に33.7兆ドルから85.3兆ドルへ2.5倍となりました。世界GDPに占める中国の割合も同期間に3.6%から17.3%へと増大しました。2017年に米国でトランプ政権が誕生し、一気に中国への警戒感が強まりました。中国はそれまでは世界の工場と呼ばれるなど安価で良質な労働力を提供し様々な製品を加工組み立てし、輸出してきましたが、次第に技術力を向上させ、それが米国にとって脅威となったわけです。5Gなど通信施設の製品を提供するファーウェイの排除から始まり、今では半導体等最先端の技術を要する製品については中国への輸出の規制が始まっています。米中の対立が民主主義国家と権威主義国家との対立となり、世界経済もいわゆる分断ないしデカップリングという状況に至りつつあります。

自由貿易という点でもトランプ政権はTPPから脱退し、かつ鉄鋼やアルミニウムへの関税を引き上げました。バイデン政権になった後も続いています。これまで自由貿易による効率的なサプライチェーン

のもとで供給力が拡大し、低金利、低インフレの経済成長を続けてきましたが、自由貿易推進の流れが止まり、サプライチェーンが綻んで生産や物流に支障が生じれば、世界全体の供給力は低下し、コスト高、インフレの要因となります。

そこに新型コロナ禍やロシア・ウクライナ戦争が追い打ちをかけたといえます。自由貿易推進の時代、そして低インフレ、低金利の時代は終わったようです。本年中にも欧米は景気後退に入るとする見方もあります。そうなれば今のインフレは緩和されると思われますが、直ちにこれまでのような低インフレや低金利に戻ることは考えにくいように思います。

日本も長年にわたるデフレから一転物価高となっています。残念ながら需要増による物価高ではなくコストプッシュ型の物価高です。日銀は昨年末長期金利を修正しましたが、今年も難しい金融政策のかじ取りが求められることになるでしょう。新型コロナ禍で始まったいわゆるゼロゼロ融資の利息補助も間もなく終わり返済が始まります。中堅、中小、零細事業者の資金繰り支援に加えて本業支援が重要です。経済成長の根源は民間の創意工夫でありイノベーションです。そしてそれを生み出すのは人材です。出生者数の劇的な減少が続く中、一人一人の人材育成が急務です。そのためには世代間、男女間をまたがった対話を続け、気づきを与えたり与えられたりすることが大切と思われます。

このような厳しい時代を迎えつつある現在、今生きていれば182才の渋沢翁と対話できたらなあと思います。

家電製品の販売およびリフォーム工事で、顧客の困りごとを解決。地域の人々に頼りにされる家電専門店を目指す

家電専門店でんきちが運営する、家電の情報発信基地「デンキチ」は、長年にわたるていねいな接客サービスときめ細やかなアフターフォローで顧客から絶大な信頼とあつい支持を得ている。現在「リフォーム館」開設に向けて準備が進む同社。さらに今後はECサイトの販売も強化し、埼玉を中心とした関東圏から全国へと活躍の場を広げていく考えだ。



代表取締役社長 宮 貴広氏

- 代表者 代表取締役社長 宮 貴広
- 設立 昭和60年11月
- 資本金 5,000万円
- 従業員数 349名(2022年6月現在)
- 事業内容 家電小売業、EC事業、リフォーム事業
- 所在地 〒338-0001 さいたま市中央区上落合2-3-4 アルーサA館
TEL 048-851-7878 FAX 048-851-7226
- URL <https://www.denkichichi.co.jp>

埼玉県で生まれ、地域とともに歩を進めてきた家電専門店・株式会社でんきち。おなじみの赤地に白字、白地に赤字の「デンキチ」や「DEN-KICHI」の看板で、埼玉を中心に東京、千葉で18店舗を運営している。同社は実店舗とECサイトの販売チャンネルを持ち、小売りのほかにリフォームも手がける。

「お店をつくり、ただ商品を並べて販売するだけの20年前のサービスだけでは、地域のお客さまの問題を解決できません。生活家電やデジタル家電などの商品を売ることを目的にするのではなく、お客さまの生活の背景を理解して困りごと全般を解決していく——そのためにリフォームや施工サービス等の事業も行っています。小売業ではありますが、同時に“課題解決産業”だと思っています」(宮貴広社長)

大型家電量販店が立ち並ぶ埼玉、東京、千葉でありながら、圧倒的な存在感を持ち顧客からの絶大な信頼を得ている同社。それは大手に引けを取らない商品の安さだけではない。電池一つから大型テレビ、リフォームまで、困りごとをていねいにヒアリングして最適な商品を提案し解決に導く。そうした営業スタイルが、顧客の心をつかんで離さないからだ。

→ インショップ、路面店と店舗展開

昭和60(1985)年、社長の父で現会長の宮博氏が、勤めていた秋葉原の大手家電量販店から独立し株式会社ビッグユーを起業(平成12(2000)年、(株)でんきちに社名変更)。与野のスーパー内で70坪のインショップ店をオープンする。家電の情報発信基地「デンキチ」1号店はこうして埼玉で産声を上げた。

「当時私は小学生で、よく手伝いをしていたので入社は10歳かもしれないです(笑)。中学、高校の時も長期休みには配達に行ったり店を手伝ったりしていたから、創業メンバーの感じがしますね」

その後、順調に春日部店、東新井店を開店し、着実に地域で認知度を上げていった。

やがて、家電量販店の多くがロードサイドに店舗を構えるようになると、消費者の間では車で3~4店舗を回って1円でも安い商品を買うという購入スタイルが定着する。同社も時流に合わせ北浦和、川口、東大宮と路面店を開き、存在感を高めていった。

「スーパーのインショップは、お客さまとの接点は多いのですが多くが日用品を買いに来られる方々。そ

うした方へ『冷蔵庫が安いから、週末旦那と見に来ようかな』と足を運んでもらえるよう、接客や販促スタイルを試行錯誤で築上げていきました。一方、当時のロードサイドは、複数の店舗を回れるよう車が出入りしやすく分かりやすいことが最重要。そうした違いを学べたように思います」

平成10年には家電量販店が少なかった東京の清瀬市に出店。以降、県内店舗と合わせて小平市、三鷹市と東京の店舗も増やしていく。そして平成25年「デンキチWeb」を立ち上げネット販売を開始。実店舗のフィジカル販売、ECサイトのデジタル販売の二つのチャンネルで販売力を高めていった。

➔ 弱みを強みに変えて営業力を鍛える

同社の売上比率は、人との接触をためらうコロナ禍であってもECサイトより実店舗のほうが高い。それは、「店舗にいる一人ひとりの営業にお客さまがついているからだと思います」と宮社長は語る。

顧客が同社の営業を頼りたくなる理由は、こうだ。

家電業界では、各メーカーから派遣された社員やメーカーから販促を請け負ったマネキンと呼ばれる販売員が商品説明を行うのが通例だ。2000年頃、家電量販店各社がしのぎを削ってドミナント戦略で店舗展開をしていた頃から、他店では多くのメーカーの社員が販売をサポートしていた。

「当時、当社は規模が大きくなかったためメーカーの協力を得られず、自社で賄っていました。そうしたことから現在もエアコン、冷蔵庫、テレビなどの主力品は全部1人の営業で対応できます。また、お客さまがメーカーヘルパーさんの勧めで商品を買って、10年後に買い替えようと思っても、その人はいないことが多いのですが、当社は買い替えの時にも自社の営業社員が相談を受け付けられます。しかも守備範囲が広い。そこは当社の強みだと思います」

そこでの対応は、圧倒的な商品知識を持ってスペックを伝え、商品を提案していく……というもので

はない。顧客の家族構成や使い方、商品を購入するに至った不便・困りごと等のアウトラインをヒアリングし、メーカーの垣根を越え、あらゆる商品の中から最適な1品を提案するというものだ。

「お客さまの家のサイズに収まるスリムかつ容量の多い冷蔵庫をお勧めする場合、場所を取らないということだけでなく、大容量なら詰めすぎを防ぎフードロス削減できる、省エネかつ温度ムラもなくなるとい



うように、それがどうメリットになるかをお伝えします。100の機能を覚えるよりお客さまのニーズを分析して価値をご提示するのです」

創業以来、地域の人たちのニーズに寄り添い「デンキチに行って相談しよう」、そう思わせるサービスを提供してきた同社。それに満足した顧客がその後も買い替え時期が訪れると、同店舗に足を運ぶのだ。結果、同社には20～30年という長い付き合いの固定客＝ファンが多いという。

➔ “商品ではなく価値を売る”営業を育てる

では、同社では魅力ある営業に育てるための教育をどのように行っているのだろうか。

社会人・接客業としてのマナー教育は当然のことながら、商品知識を得るための研修、さらには顧客が意識していない困りごとに気づいてもらうコミュニケーション力を高める教育も行うという。また、現在個人の成功体験を全員で共有し、集合知を上げる取り組みも進めている。家電の販売・接客のプロフェッショナルを認定する“家電製品アドバイザー資格”の保有率も高く、ソフト面の強化も怠らない。



働くスタッフの様子(左右)



勉強会の様子

「商品以上に、お客さまに価値を提供できる営業スタイルを教育しています。それが実を結び、他店と比べて親身に相談に乗ってくれると思っていただけるようです。コロナ禍でありながら来店してくださるお客さまがいる。フィジカル店舗の意味はそこにあると感じています」

同社の平均年齢は30代と若く、社内イベントが活発に行われ、社員の定着率も高いという。こうした風土も魅力ある営業スタッフが育つ土壌になっているのだろう。

➔ リフォーム館を開設し、施工を内製化する

同社はこの春、リフォームに特化した店舗を新たに

立ち上げ、トイレや浴室、キッチン等の水回りや屋根、外壁、玄関など、これまで外部の協力会社に委託していたリフォーム事業を、すべて内製化していくことを目指す。

「お客さまが高齢になって家の困りごとが多様化しています。今や電化製品を販売する売りっぱなしのサービスでは、お客さまの問題は解決できません。庭の木を切って欲しいというご要望でもいいのです。お客さまに1対1で寄り添って解決していく店舗が必要だと思い、現在進めています」

今後の店舗展開は、現在の1都2県を中心に、年間3~4店の开店ビジョンを描きつつ、ECサイトの販売にも力を入れるべく取り組みを進めている。現在、ネット販売のチャンネルは自社サイトと大手ネットショップ数社で行っているが、検索結果を上位に表示させるSEO対策などの施策で顧客とじかにやり取りできる自社サイトへの集客を強化していく。

また、大手物流会社と協業して全国への配送網を確立し、店舗のないエリアでも存在感を示していく。そして、埼玉を中心とした関東のデンキチから全国のデンキチへと活躍の場を広げていく考えだ。

➔ 地域とともに成長し、ファンを獲得していく

昨年6月に2代目を承継した宮社長。

「これまでと変わることなく、経営理念である“地域のはッピーホームタウン”の実現に向けて、お客さまに笑顔と感動をお届けできる企業を目指します。そして同時に、当社で働いている従業員を幸せにしていきたいと思っています」

平成19年以来、地元プロサッカー клуб「浦和レッドダイヤモンズ」が展開する子どもクラブ「浦和レッズハートフルクラブ」のパートナーとして地域の子どもの育成も支援してきた同社。これからも、地域の発展とともに成長を続け、「デンキチに行けば大丈夫」と頼りにされる家電の情報発信基地として、多くのファンを魅了し続けていくに違いない。

埼玉県における公共工事の動向

はじめに

公共工事は、国や地方自治体など公的機関の資金により行われる社会基盤整備などのための工事であり、民間の資金により行うことが難しいものが対象となる。道路や上下水道、港湾など生活や産業活動に必要なインフラの整備。学校や住宅、福祉施設、文化施設など公共的な建物の建設。災害対策として河川の整備など様々なものがある。

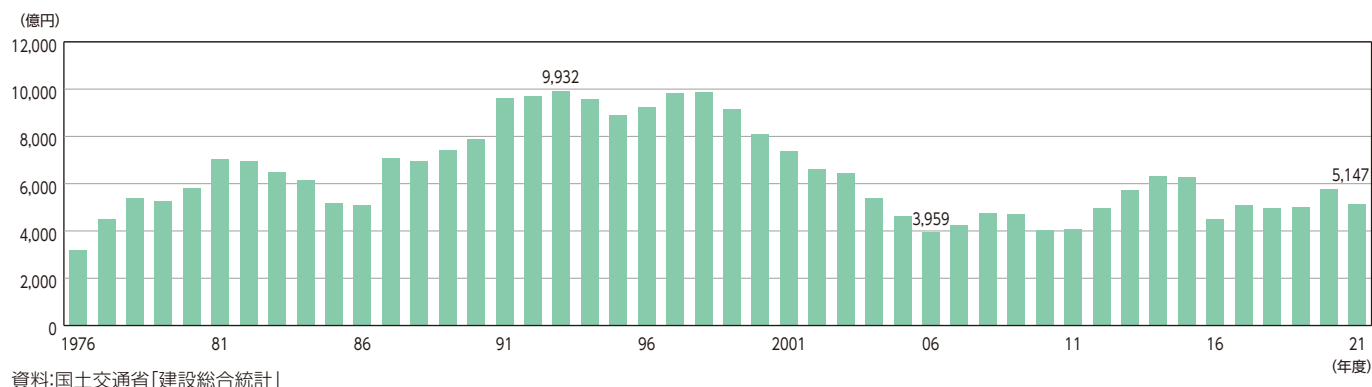
また、公共工事は、民間需要が落ち込む時期などにおいて、需要や雇用を創出し、景気を押し上げ、経済変動を安定化させる働きを持っており、景気対策の手段ともなってきた。一方で、財政悪化の要因としてとらえられることもある。近年では、防災、減災など安全・安心のため公共工事の重要性が見直されている。

以下では、埼玉県における公共工事の動向をみていく。

埼玉県の公共工事費の推移

埼玉県では、1970年代から80年代に、人口増加などに対応した社会基盤整備のため、公共工事費の増加がみられた。1990年代は1991年にバブル景気がピークアウトし、その後2000年まで失われた10年といわれるなど景気低迷が続き、全国的に景気対策のために大きな補正予算が組まれ、埼玉県でも高水準の公共工事費の支出が続いた。公共工事

●埼玉県の公共工事費の推移



費は1993年に9,932億円とこれまでの最高となるなど大きく増加し、道路や公共施設の整備が進んだ。

その後、全国的にみると、2000年代はいざなぎ景気といわれる比較的長い景気拡大期となったことに加え、先行き人口減少が見込まれるなか、公共工事の将来的な効果などに疑問も出てきたことなどもあり、景気対策としての公共工事の役割は小さくなった。埼玉県でも生活や産業基盤の整備がある程度進んできたことや緊縮財政の点からも公共工事費は減少傾向が続いた。埼玉県の公共工事費は2006年に1980年以降最低の3,959億円となった。

近年では、2011年の東日本大震災をはじめ、大規模災害が頻発していることなどから、防災、減災のため、また、過去大量に整備されたインフラ、施設の老朽化に対して、安全対策の必要などから、公共工事費は増加傾向にある。

埼玉県の民間、公共別の工事費

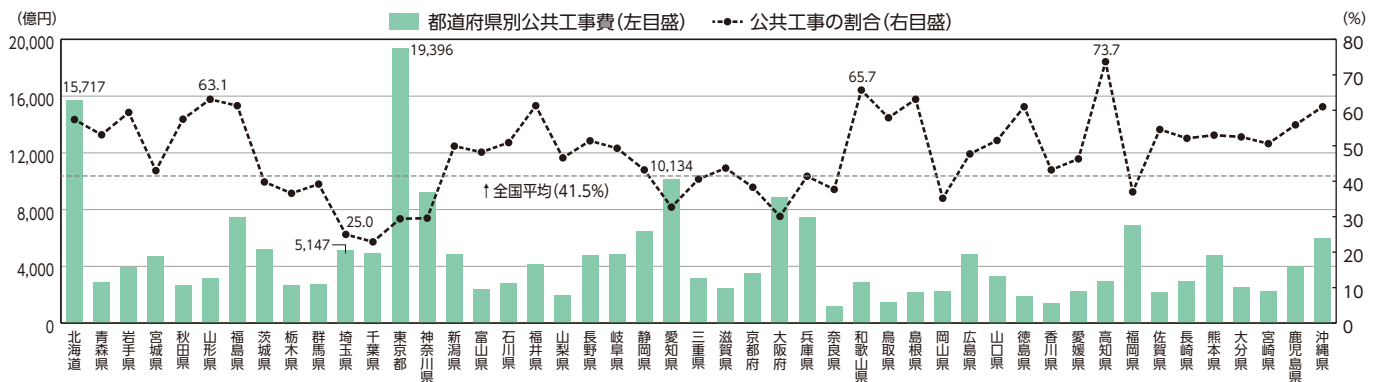
2021年度の埼玉県における民間、公共を合わせた工事費全体は2兆583億円。内訳は民間工事が1兆5,436億円、公共工事が5,147億円で、構成比は民

●民間、公共別の工事費(2021年度)

	埼玉県		全国	
	金額	構成比	金額	構成比
民間工事	15,436	75.0	303,931	58.5
公共工事	5,147	25.0	215,449	41.5
総計	20,583	100.0	519,379	100.0

資料:国土交通省「建設総合統計」

●都道府県別公共工事費と工事費全体に占める割合(2021年度)



資料:国土交通省「建設総合統計」

間75.0%、公共25.0%である。全国では民間58.5%、公共41.5%で埼玉県は公共工事の比率が小さい。

公共工事費について都道府県別にみると、工事費が最も多いのは、東京都の1兆9,396億円、次いで北海道1兆5,717億円、愛知県1兆1,134億円である。公共工事の比率が高いのは、高知県73.7%、和歌山県65.7%、山形県63.1%などである。一方、東京圏1都3県、大阪府、愛知県などで低くなっている。

人口1人当たり公共工事費をみると、最も多いのは、福井県542千円、次いで高知県426千円、福島県407千円である。最も少ないのは埼玉県70千円、次いで千葉県78千円、奈良県89千円である。人口1人当たり公共工事費は都道府県により大きな違いがみられる。防災など人口規模に関わらず必要な工事があることや、人口が集中している地域でインフラや公共施設の利用効率が良いことなどが理由として考えられる。

埼玉県の公共工事の種類別工事費の推移

埼玉県の公共工事の種類別工事費の推移をみると、1990年代に道路および建築が大きく増加している。道路については、いずれも1980年代後半に工事着手され、1992年に一部開通した東京外環自動車道、1996年に一部開通した圏央道を代表として、県内でこの時期に多くの道路整備が行われた。

●都道府県別人口1人当たり公共工事費(2021年度) (千円)

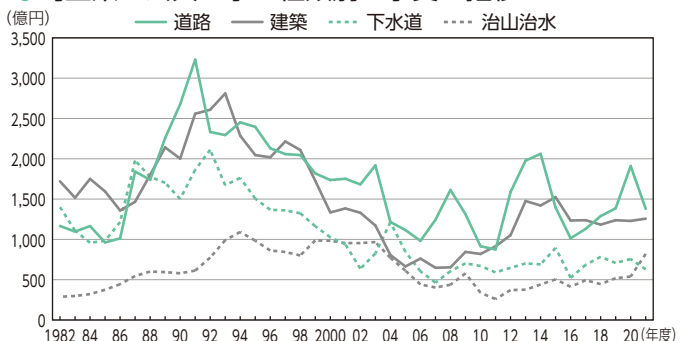
順位	県名	金額	順位	府県名	金額
1	福井県	542	43	大阪府	101
2	高知県	426	44	神奈川県	99
3	福島県	407	45	奈良県	89
4	沖縄県	405	46	千葉県	78
5	島根県	327	47	埼玉県	70
-	全国平均	171			

資料:国土交通省「建設総合統計」、総務省「国勢調査」
(注)2021年度の公共工事費を2020年の人口で除した

建築については、人口増加に対応し1970、80年代に急増した学校建設が落ち着いてきたこともあり、80年代後半から、文化施設など公共施設の建設が盛んとなった。この時期に開設したのものとしては、ソニックシティホール(1988年開館)、川口総合文化センター・リリア(1990年開館)、所沢市民文化センターミュージズ(1993年開館)、彩の国さいたま芸術劇場(1994年開館)などがある。

道路や建物については、2010年代以降再び増加傾向がみられ、老朽化に対応するための維持、修繕工事が増えていることを反映している。

●埼玉県の公共工事の種類別工事費の推移



資料:国土交通省「建設総合統計」
(注)1992年度以前は下水道に公園を含む

前出のソニックシティホール等も築後30年程度経過し、ここ数年でそれぞれ大規模改修工事が行われた(リリアは改修工事予定)。

インフラ、公共施設の老朽化

公共工事は国、都道府県、市町村、独立行政法人などにより行われ、それぞれで管理されているが、以下では埼玉県における、県が保有、管理する資産の状況を整備された年代別にみている。

まず、一般施設について、整備された年度別構成比をみると、全体では1971～80年が27.8%と最も多く、以下1981～90年27.5%、1991～2000年20.1%となっている。一般施設のうち主なものとして、県立学校は1970～80年代、県営住宅は、1970～90年代を中心に整備されており、いずれも当時の埼玉県の人口増加に対応したものである。1990年代以降は、県民活動施設、芸術・文化・スポーツ施設、病院、福祉関連施設など県民利用施設の整備が進んだ。

2000年代以降はそれまでに公共施設の整備が進んだことや、人口増加の鈍化、財政面の制約などから、いずれの施設も年度別でみた構成比は小さく

なっており、新規の建設が減少したことがわかる。

インフラ施設・公営企業施設についても同様である。インフラ施設・公営企業施設のうち主なものとして、橋梁、トンネルは1970年以前、上下水道は1980年代前後に多く整備されており、2000年代以降の新規整備は少なくなっている。

埼玉県の保有する資産は1970年代、80年代に整備されたものが多く、次々と耐用年数を迎え、維持・補修工事が必要となっている。施設、インフラとも新規の整備は少なくなっているものの、既存の施設についての維持・補修の必要性は高まっている。

埼玉県における国や市町村などを含む公共工事費全体に対する維持・補修比率の推移をみると、年度毎に上下はあるが増加傾向にあり、2021年度に

● 埼玉県における公共工事の維持・補修比率の推移



● 埼玉県の県有資産の年度別整備状況

【一般施設】

整備年度	合計	～1970	1971～80	1981～90	1991～2000	2001～10	2011～20
一般施設合計	6,217 100	737 11.9	1,727 27.8	1,707 27.5	1,248 20.1	497 8.0	301 4.8
うち県民利用施設	1,011 100	69 6.8	91 9.0	193 19.1	383 37.9	195 19.3	79 7.8
うち県営住宅	1,742 100	126 7.3	415 23.8	446 25.6	466 26.8	162 9.3	126 7.2
うち県立学校	2,549 100	409 16.0	1,009 39.6	822 32.2	222 8.7	63 2.5	24 0.9

【インフラ施設・公営企業施設】

整備年度	合計	～1970	1971～80	1981～90	1991～2000	2001～10	2011～20
橋梁	2,799 100	1,144 40.9	820 29.3	439 15.7	186 6.6	134 4.8	76 2.7
トンネル	47 100	12 25.5	3 6.4	9 19.1	13 27.7	6 12.8	4 8.5
水道用水管路	797 100	33 4.2	225 28.2	260 32.7	198 24.9	55 6.9	24 3.1
流域下水道管渠	438 100	14 3.2	79 18.0	164 37.4	137 31.3	38 8.7	6 1.4

資料:埼玉県「県有資産総合管理方針」

(注) 2021年3月31日時点の入力データ。網掛けは最も構成比が大きい年代

は20.7%と2割を超えている。今後施設の老朽化が進むにつれて上昇傾向が続くことが予想される。

人口減少と公共工事

埼玉県の人口は2021年より減少に転じているが（埼玉県推計人口）、埼玉県の投資的経費は2019年度以降大きく増加している。2022年度についてみると、災害対策として流域治水対策および橋梁の点検・修繕・更新及び耐震補強などが重要施策とされ、多くの予算が計上されている。人口減少下においても、必要な工事は増えている。

人口と公共工事について全国の状況を見ると、2015～20年に全国の人口は0.7%の減少となった一方、公共工事費は18.5%の増加となっている。地域別にみても、ほとんどの地域で人口が減少しているのに対して公共工事費は増加している。この間、防災・減災、国土強靱化のため緊急対応が行われたが、こうした整備の必要性や規模は人口の多少や増減などとの関係は小さい。また、人口の減少に関わらずインフラや公共施設の維持のため必要な工事も多い。現状では人口減少にかかわらず、公共工事費は増加が続いている。

●地域別人口増減と公共工事費増減

	人口増減 2015～20年	公共工事費増減 2015～20年度
北海道	▲ 2.9	55.5
東北	▲ 4.1	▲ 6.2
北関東	▲ 2.0	20.0
南関東	2.2	11.7
北陸	▲ 3.3	36.6
中部	▲ 0.7	17.6
近畿	▲ 0.9	29.6
中国	▲ 2.5	36.3
四国	▲ 3.9	35.7
九州	▲ 1.4	16.0
全国	▲ 0.7	18.5

資料:総務省「国勢調査」、国土交通省「建設総合統計」

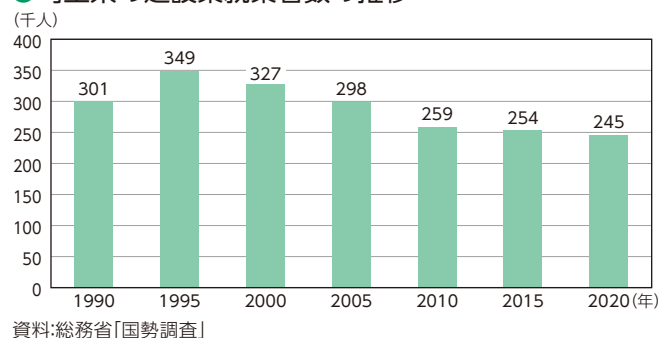
建設業の人手不足の問題

埼玉県民の建設業就業者数をみると、1995年

の348,638人をピークに2020年には244,830人と10万人以上減少している。また、年齢構成をみると、29歳以下が11.4%で全産業の15.5%に比べ4.1ポイント低く、60歳以上が24.6%で、全産業の21.7%に比べ2.9ポイント高い。労働時間が長いことや、女性が働きにくいことも指摘されている。

建設業では人手不足が問題となりやすく、高齢化および若年層が少ないことから将来的に人手不足が深刻化する懸念がある。また、2024年4月から時間外労働の上限規制が適用される。建設業ではi-ConstructionというICTを活用した、測量、設計、維持管理、施工を効率化する取り組みをはじめ、工法など様々な改善を続けており、生産性向上、人手不足改善に向けた動きを進めている。

●埼玉県の建設業就業者数の推移



おわりに

人口減少下においても、くらしの安全・安心のため、防災やインフラ・公共施設の老朽化に対応する維持、補修など公共工事の重要性は増している。特に埼玉県では過去の人口急増期に整備したインフラや施設の老朽化への対応が急増すると予測されている。限られた財源のなかで、必要な公共工事を行うために、インフラ・公共施設全体の状況を把握し、環境の変化に合わせ、更新、統廃合、長寿命化などを長期的な視点から計画的に整備を行うことが重要である。また、公共工事を行うための労働力を確保することが必要であり、技術面や制度面での改革、労働環境の改善などが急がれている。（吉嶺暢嗣）



アンケート調査①

埼玉県内雇用動向調査

企業の雇用人員は「不足」の割合が2年連続で増加

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。

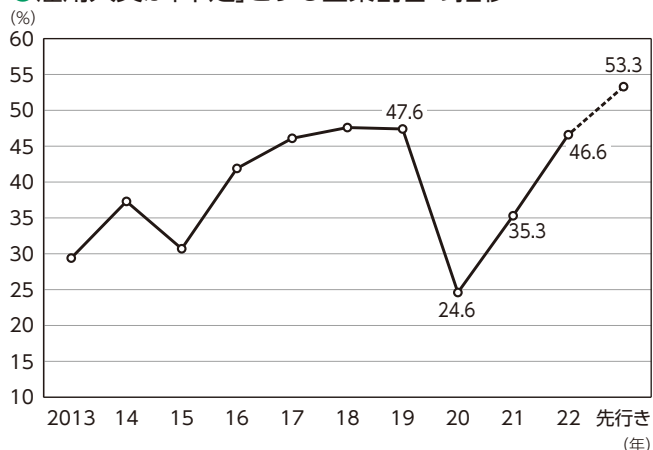
✓ 雇用人員の過不足感

雇用人員の過不足感をみると、現状は「余剰」9.3%（前年比+0.1ポイント）、「適正」44.1%（同▲11.4ポイント）、「不足」46.6%（同+11.3ポイント）となった。景気の持ち直しが続くなか、「不足」の割合は2年連続で増加し、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年（47.6%）とほぼ同じ水準となった。県内企業の人手不足感は強まっている。

業種別にみると、製造業は「余剰」17.0%（前年比+5.6ポイント）、「不足」32.0%（同+1.7ポイント）、非製造業では「余剰」5.7%（同▲2.1ポイント）、「不足」53.6%（同+15.1ポイント）となった。製造業に比べ非製造業で「不足」とする割合が高く、特に「運輸・倉庫」、「サービス」、「小売」で「不足」とするところが多くなっている。

全産業における先行きをみると、「余剰」4.9%、「適正」41.8%、「不足」53.3%となった。「不足」は現状より6.7ポイント増加しており、人手不足感は先行きさらに強まると見込まれる。

● 雇用人員が「不足」とする企業割合の推移



✓ 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27.4%（前年比▲0.6ポイント）、「減少」が17.1%（同▲6.4ポイント）となった。

景気の持ち直しが続き人手不足感が強まるなか、企業の雇用人員は「増加」が横這いとなるなか、「減少」が減ったことから、「増加」が「減少」を大幅に上回った。

業種別にみると、製造業は「増加」が33.7%（前年比+8.3ポイント）、「減少」が15.3%（同▲13.2ポイント）、非製造業は「増加」が24.5%（同▲5.1ポイント）、「減少」が17.9%（同▲2.5ポイント）となり、製造業、非製造業ともに「増加」が「減少」を上回った。前年との比較では非製造業で「増加」とするところが減っており、人手不足感の強い非製造業で人手の確保が進まない状況がうかがえる。

パート・アルバイトなど臨時従業員等は、「増加」が21.0%（前年比+0.3ポイント）、「減少」が16.7%（同▲1.4ポイント）と、前年とほぼ変わらない結果となった。

業種別では、製造業は「増加」が22.2%（前年比▲5.1ポイント）、「減少」が11.1%（同▲2.1ポイント）、非製造業は「増加」が20.4%（同+3.9ポイント）、「減少」が19.4%（同▲1.9ポイント）となった。不足感の強い非製造業で臨時従業員の雇用人員が増えた。

● 雇用人員の動向

	正規従業員		臨時従業員等	
	増 加	減 少	増 加	減 少
全産業	27.4 (28.0)	17.1 (23.5)	21.0 (20.7)	16.7 (18.1)
製造業	33.7 (25.4)	15.3 (28.5)	22.2 (27.3)	11.1 (13.2)
非製造業	24.5 (29.6)	17.9 (20.4)	20.4 (16.5)	19.4 (21.3)

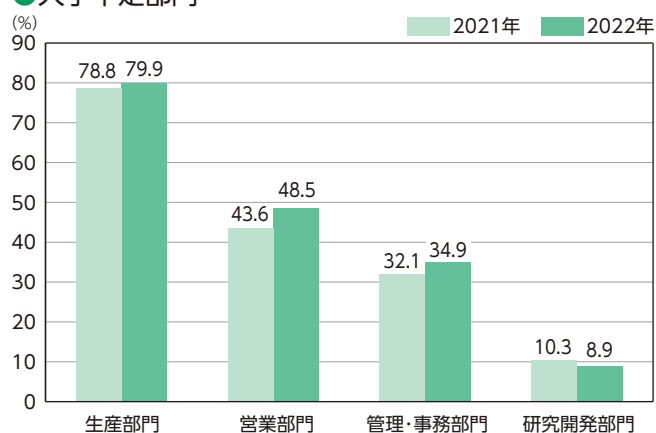
(注) ()内は2021年調査結果

☑ 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」とする企業において、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・小売等では現場・店頭等)」が79.9%(前年比+1.1ポイント)で最も多く、以下順に「営業部門」48.5%(同+4.9ポイント)、「管理・事務部門」34.9%(同+2.8ポイント)、「研究開発部門」8.9%(同▲1.4ポイント)となった。

人手不足への対応策(複数回答)として最も多かったのは、前年調査と同様に「中途採用」で83.6%(前年比+6.3ポイント)、次いで「パート・アルバイト・派遣社員の採用」40.4%(同+6.8ポイント)、「定年の延長・再雇用」27.7%(同+1.1ポイント)と続いた。

● 人手不足部門



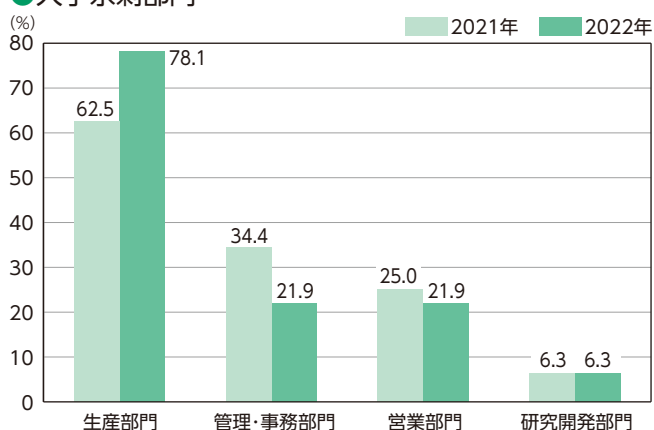
☑ 人手余剰部門とその対応策

雇用人員が現状または先行きで「余剰」とした企業において、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・小売等では現場・店頭等)」が78.1%(前年比+15.6ポイント)で最も多く、以下「管理・事務部門」、「営業部門」がともに21.9%(同▲12.5ポイント、同▲3.1ポイント)、「研究開発部門」6.3%(同±0ポイント)の順となった。

人手余剰への対応策(複数回答)として最も多かったのは「社内配置転換」40.0%(前年比+0.5ポイント)で、次いで「採用中止による自然減」27.5%(同▲

7.4ポイント)、「生産・業務体制見直し」25.0%(同▲14.5ポイント)となった。

● 人手余剰部門



☑ 来年度の新卒者の採用

来年度(2023年4月入社)の新卒者の採用は、「事業拡大のため採用を増加する」5.0%(前年比+1.1ポイント)、「人手が不足しているため採用を増加する」17.0%(同▲1.1ポイント)、「例年の採用を確保する」46.1%(同+4.2ポイント)となり、これらを合わせた「例年並みまたはそれ以上の採用をおこなう」企業は、前年調査より4.2ポイント高い68.1%となった。

新型コロナウイルス感染症の影響から2020年度の調査で「例年並みまたはそれ以上の採用をおこなう」企業は51.2%にまで落ち込んだが、本年度の調査では新型コロナウイルス感染症発生前の2019年度調査(69.1%)の水準近くにまで回復してきている。

(辻 和)

● 来年度(2023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	5.0	5.2	4.8
人手が不足しているため採用を増加する	17.0	15.6	17.7
例年の採用を確保する	46.1	46.9	45.7
採用は行いが例年より減少する	7.8	10.4	6.5
現状の人員に余裕があるため採用を見送る	24.1	21.9	25.3

2022年10月実施。対象企業数1,014社、
回答企業数311社、回答率30.7%。

脱炭素化に向けた取り組みに

脱炭素化に向けた取り組みが必要とする企業は、7割を超える

気候変動による地球温暖化や災害の激甚化が深刻な問題となるなか、世界的に脱炭素化が重要課題となっている。企業経営においても脱炭素化に向けた取り組みの重要性が増している。

脱炭素化への取り組みについて県内企業にアンケート調査を行った。

☑ 脱炭素化に対する取り組み

脱炭素化に対する取り組みについての考え方を聞いたところ、「積極的に取り組む必要がある」とするところが12.1%、「取り組む必要がある」が58.4%、「あまり取り組む必要はない」が14.6%、「取り組む必要は全くない」が1.3%、「わからない」が13.7%となった。

「積極的に取り組む必要がある」と「取り組む必要がある」を合わせると70.5%と、7割以上の企業で取り組む必要があるとしており、脱炭素化について自社の問題としてとらえているところが多くなっている。

業種別にみると、「積極的に取り組む必要がある」で製造業が非製造業に比べ多く、「わからない」とするところで非製造業が製造業に比べ多かった。

●脱炭素化に対する取り組み

(%)

	全産業	製造業	非製造業
積極的に取り組む必要がある	12.1	15.0	10.7
取り組む必要がある	58.4	60.0	57.7
あまり取り組む必要はない	14.6	14.0	14.9
取り組む必要は全くない	1.3	0.0	1.9
わからない	13.7	11.0	14.9

☑ 脱炭素化が進んだ場合の自社への影響

脱炭素化が進んだ場合の自社への影響としては、「大いにプラスの効果がありそう」とするところが4.4%、「多少プラスの効果がありそう」が24.8%、「あまり影響はなさそう」が26.3%、「多少マイナスの影響がありそう」が20.6%、「大いにマイナスの影響があり

そう」が7.9%、「わからない」が15.9%となった。

「(大いに、多少)プラスの効果がありそう」、「あまり影響はなさそう」、「(大いに、多少)マイナスの影響がありそう」とするところの割合はほぼ同じとなっており、取り組む必要があるとするところは多いものの、自社への効果や影響について現状では各社のとらえ方は3つに分かれている。

業種別にみると、「プラスの効果がありそう」とするところは、製造業が非製造業に比べ多く、「あまり影響はなさそう」とするところは、非製造業が製造業に比べ多かった。

●脱炭素化が進んだ場合の自社への影響

(%)

	全産業	製造業	非製造業
大いにプラスの効果がありそう	4.4	6.0	3.7
多少プラスの効果がありそう	24.8	30.0	22.3
あまり影響はなさそう	26.3	22.0	28.4
多少マイナスの影響がありそう	20.6	20.0	20.9
大いにマイナスの影響がありそう	7.9	7.0	8.4
わからない	15.9	15.0	16.3

☑ 脱炭素化に向けた取り組みを行う理由

脱炭素化に向けた取り組みを行う理由としては(複数回答)、「企業の社会的責任の観点から」が76.8%と最

●脱炭素化に向けた取り組みを行う理由

(%)

	全産業	製造業	非製造業
企業の社会的責任の観点から	76.8	77.9	76.2
環境規制など法令遵守の観点から	63.4	56.8	66.7
SDGs、ESG投資の観点から	57.7	51.6	60.8
企業イメージの向上	48.6	49.5	48.1
将来的な規制強化等への対応	29.2	30.5	28.6
コスト削減	24.6	25.3	24.3
ビジネスチャンスの拡大	19.7	21.1	19.0
取引先からの要請	18.3	26.3	14.3
採用面で有利になるから	13.0	10.5	14.3

ついて

も多く、次いで「環境規制など法令遵守の観点から」63.4%、「SDGs、ESG投資の観点から」57.7%、「企業イメージの向上」48.6%、「将来的な規制強化等への対応」29.2%、「コスト削減」24.6%、「ビジネスチャンスの拡大」19.7%、「取引先からの要請」18.3%、「採用面で有利になるから」13.0%となった。

8割近くの企業で「企業の社会的責任の観点から」としており、脱炭素化は社会的責任と考えているところが多い。業種別で大きな差はなかった。

☑ 脱炭素化に向けて実施している取り組み

脱炭素化に向けて実施している取り組みとしては（複数回答）、「省エネ設備・機器への切り替え・導入」が55.2%と最も多く、次いで「廃棄物の削減・リサイクルの推進」54.9%、「省エネ（自社使用エネルギー量削減）」46.9%、「ハイブリッド車・電気自動車の導入」38.3%、「環境に配慮した設備や原材料の選定」31.0%、「環境に配慮した商品やサービスの開発」22.7%、「テレワーク・在宅勤務の導入など、通勤機会の減少」17.0%、「再生可能エネルギーへの切り替え」16.2%などとなった。

●脱炭素化に向けて実施している取り組み (%)

	全産業	製造業	非製造業
省エネ設備・機器への切り替え・導入	55.2	59.6	53.0
廃棄物の削減・リサイクルの推進	54.9	60.6	51.9
省エネ（自社使用エネルギー量削減）	46.9	42.6	49.2
ハイブリッド車・電気自動車の導入	38.3	23.4	45.9
環境に配慮した設備や原材料の選定	31.0	37.2	27.9
環境に配慮した商品やサービスの開発	22.7	29.8	19.1
テレワーク・在宅勤務の導入など、通勤機会の減少	17.0	20.2	15.3
再生可能エネルギーへの切り替え	16.2	17.0	15.8
植林・環境保全活動の推進	8.7	7.4	9.3
物流の見直し（モーダルシフト、共同配送など）	6.9	5.3	7.7
カーボンオフセットの利用	2.2	1.1	2.7

省エネやリサイクルの推進が上位となり、比較的取り組みやすいことから実施している。

業種別にみると、「環境に配慮した設備や原材料の選定」、「環境に配慮した商品やサービスの開発」で製造業が非製造業に比べ多く、「ハイブリッド車・電気自動車の導入」で非製造業が製造業に比べ多かった。

☑ 脱炭素化に向けて取り組む上での課題

脱炭素化に向けて取り組む上での課題としては（複数回答）、「費用対効果が見込めない」が51.0%と最も多く、次いで「対応コストがかさむ」45.5%、「専門知識やノウハウの不足」44.4%、「直接的なメリットがない」33.2%、「規制やルールが明確に決まっていない」30.4%、「業務量の増加につながる」24.8%、「優先順位が低い」23.8%、「社内に対応できる人材がいらない」18.2%などとなった。

費用対効果が見込めないことや、コスト増などコスト面の課題や、ノウハウや人材の不足をあげるところが多い。業種別で大きな差はなかった。（吉嶺暢嗣）

●脱炭素化に向けて取り組む上での課題 (%)

	全産業	製造業	非製造業
費用対効果が見込めない	51.0	53.2	50.0
対応コストがかさむ	45.5	40.4	47.9
専門知識やノウハウの不足	44.4	40.4	46.4
直接的なメリットがない	33.2	31.9	33.9
規制やルールが明確に決まっていない	30.4	28.7	31.3
業務量の増加につながる	24.8	21.3	26.6
優先順位が低い	23.8	19.1	26.0
社内に対応できる人材がいらない	18.2	12.8	20.8
技術的に対応が困難	9.8	7.4	10.9
相談先がわからない	5.6	4.3	6.3
従業員の理解が得られない	3.8	3.2	4.2

2022年10月実施。対象企業数1,014社、
回答企業数315社、回答率31.1%。

県内経済の動き

概況

埼玉県の景気は、厳しい状況が徐々に緩和されるなかで、

景気動向指数 改善を示している

10月のCI(コンポジット・インデックス)は、先行指数:125.7(前月比▲1.3ポイント)、一致指数:85.7(同+0.3ポイント)、遅行指数:87.9(同+1.2ポイント)となった。

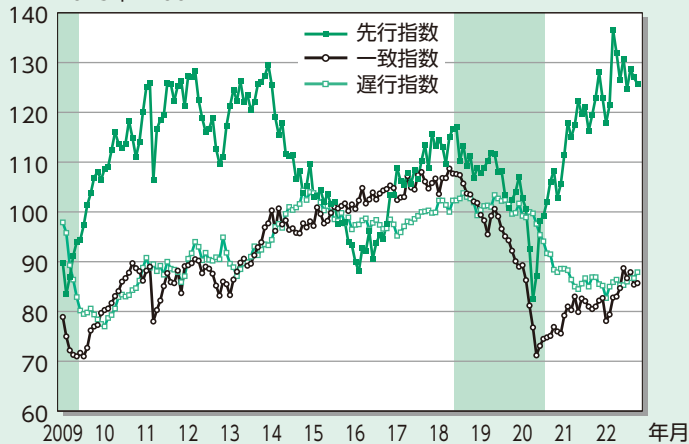
先行指数は2カ月連続の下降となった。

一致指数は2カ月ぶりの上昇となった。基調判断となる3カ月後方移動平均は、前月比▲0.34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6カ月連続で「改善を示している」としている。

遅行指数は2カ月ぶりの上昇となった。

景気動向指数の推移

2015年=100



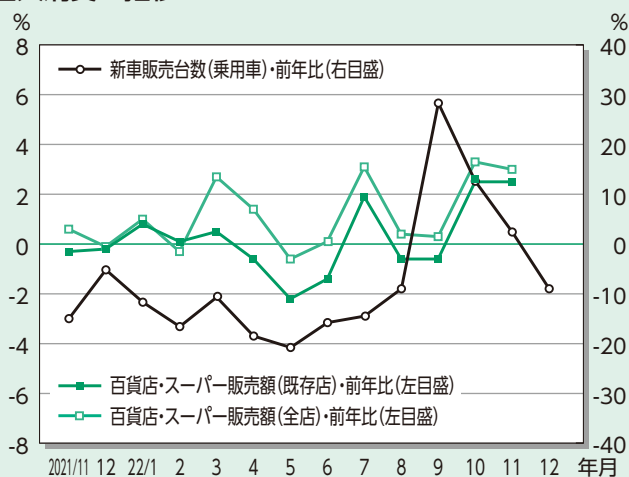
資料:埼玉県(注)網掛け部分は埼玉県の景気後退期。

個人消費 百貨店・スーパー販売額は2カ月連続で増加

11月の百貨店・スーパー販売額は1,122億円、前年比+2.5%(既存店)と2カ月連続で増加した。業態別では、百貨店(同+0.4%)、スーパー(同+2.8%)とも増加した。新設店を含む全店ベースの販売額は同+3.0%と6カ月連続で増加した。

12月の新車販売台数(乗用車)は9,914台、前年比▲9.0%と4カ月ぶりに減少した。車種別では普通乗用車が6,028台(同▲9.6%)、小型乗用車は3,886台(同▲8.1%)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

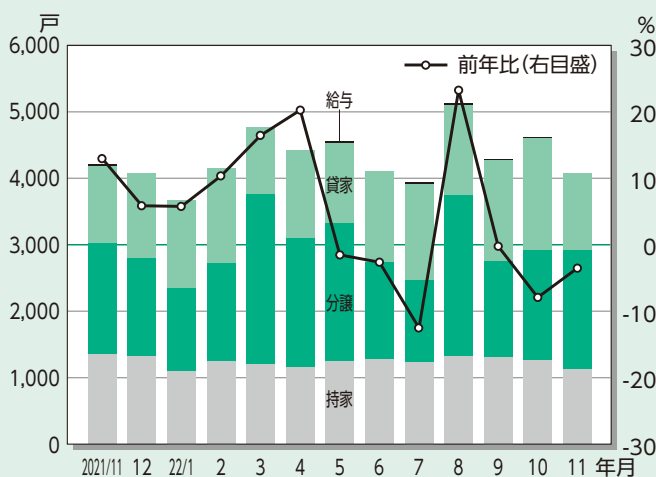
住宅 3カ月連続で前年を下回る

11月の新設住宅着工戸数は4,074戸となり、前年比▲3.5%と3カ月連続で前年を下回った。

利用関係別では、分譲が1,801戸(同+7.3%)と2カ月ぶりに増加したものの、持家が1,125戸(同▲16.7%)と9カ月連続で、貸家が1,146戸(同▲0.3%)と4カ月ぶりに減少した。

分譲住宅は、マンションが500戸(同+53.4%)と3カ月ぶりに増加したものの、戸建てが1,297戸(同▲3.8%)と4カ月ぶりに減少した。

新設住宅着工戸数の推移



資料:国土交通省

緩やかに持ち直している

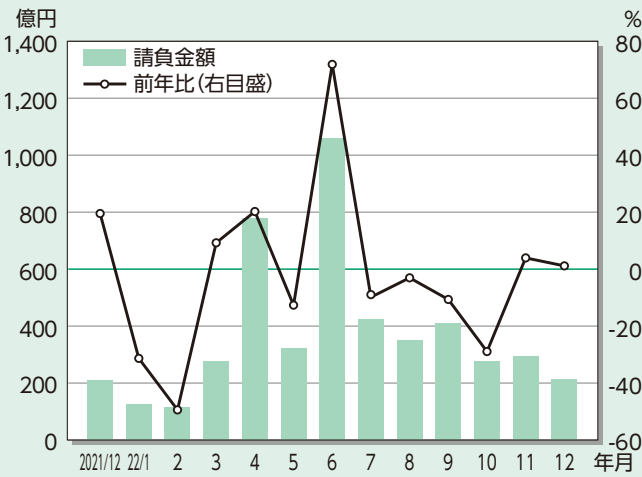
公共工事 2カ月連続で前年を上回る

12月の公共工事請負金額は213億円、前年比+1.2%と2カ月連続で前年を上回った。2022年4~12月までの累計も、同+8.5%と前年を上回って推移している。

発注者別では、都道府県(同▲19.2%)と市町村(同▲0.2%)が減少したものの、国(同+0.5%)と独立行政法人等(同+223.8%)が増加した。

なお、12月の請負件数も572件(同+0.4%)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)

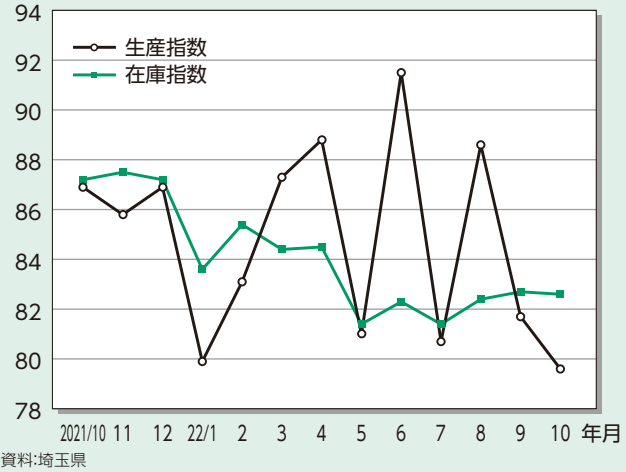
生産 2カ月連続で減少

10月の鉱工業指数をみると、生産指数は79.6、前月比▲2.6%と2カ月連続で減少した。業種別では、汎用機械、業務用機械、鉄鋼など10業種が増加したものの、生産用機械、情報通信機械、印刷など13業種が減少した。

在庫指数は82.6、前月比▲0.1%と3カ月ぶりに減少した。業種別では、パルプ・紙・紙加工品、鉄鋼、非鉄金属など7業種が増加したものの、電気機械、輸送機械、化学など13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

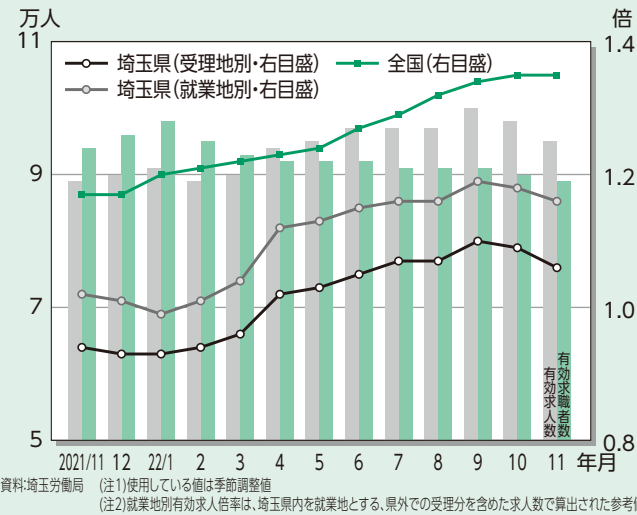
雇用 有効求人倍率は前月から下降

11月の受理地別有効求人倍率は、前月から0.03ポイント下降の1.06倍となった。

有効求職者数が89,263人(前月比▲1.1%)と、3カ月連続で前月を下回るなか、有効求人数も94,673人(同▲3.5%)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0.09ポイント下降の1.96倍となっている。

なお、11月の就業地別有効求人倍率も、前月から0.02ポイント下降の1.16倍であった。

有効求人倍率の推移



資料:埼玉労働局 (注1)使用している値は季節調整値 (注2)就業地別有効求人倍率は、埼玉県内を就業地とする、県外での受理分を含めた求人数で算出された参考値

月次経済指標

	鉱工業生産指数(季調値)				鉱工業在庫指数(季調値)				建築着工床面積(非居住用)			
	埼玉県		全国		埼玉県		全国		埼玉県		全国	
	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(%)
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
2020年	84.3	▲ 12.6	90.6	▲ 10.4	84.5	▲ 4.3	93.2	▲ 8.4	2,363	▲ 16.2	44,236	▲ 9.1
2021年	87.4	3.7	95.7	5.6	87.7	3.8	97.8	4.9	2,929	24.0	48,460	9.5
21年10月	86.9	1.9	91.8	2.1	87.2	0.9	98.4	0.5	208	0.4	5,328	46.6
11月	85.8	▲ 1.3	96.4	5.0	87.5	0.3	99.8	1.4	416	335.6	3,737	10.9
12月	86.9	1.3	96.6	0.2	87.2	▲ 0.3	99.9	0.1	246	54.6	4,747	33.1
22年 1月	79.9	▲ 8.1	94.3	▲ 2.4	83.6	▲ 4.1	99.2	▲ 0.7	112	▲ 59.7	3,237	▲ 3.8
2月	83.1	4.0	96.2	2.0	85.4	2.2	101.3	2.1	160	▲ 42.4	3,711	11.0
3月	87.3	5.1	96.5	0.3	84.4	▲ 1.2	100.9	▲ 0.4	134	▲ 47.1	3,627	▲ 15.1
4月	88.8	1.7	95.1	▲ 1.5	84.5	0.1	98.6	▲ 2.3	285	▲ 20.2	4,866	15.7
5月	81.0	▲ 8.8	88.0	▲ 7.5	81.4	▲ 3.7	97.7	▲ 0.9	218	112.5	3,920	▲ 8.4
6月	91.5	13.0	96.1	9.2	82.3	1.1	99.6	1.9	247	18.9	4,788	12.0
7月	80.7	▲ 11.8	96.9	0.8	81.4	▲ 1.1	100.2	0.6	243	8.1	4,983	22.1
8月	88.6	9.8	100.2	3.4	82.4	1.2	100.9	0.7	405	92.4	3,980	27.3
9月	81.7	▲ 7.8	98.5	▲ 1.7	82.7	0.4	103.8	2.9	214	45.1	3,589	▲ 3.0
10月	79.6	▲ 2.6	95.3	▲ 3.2	82.6	▲ 0.1	103.3	▲ 0.5	114	▲ 45.0	3,599	▲ 32.4
11月			95.5	0.2			103.6	0.3	150	▲ 64.0	3,512	▲ 6.0
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(%)	2020年=100	前年比(%)	2020年=100	前年比(%)
2018年	58,517	▲ 1.8	942,370	▲ 2.3	17.4	2.4	18.0	0.6	97.5	1.4	98.5	0.4
2019年	50,660	▲ 13.4	905,123	▲ 4.0	15.2	▲ 12.7	16.7	▲ 7.4	99.3	1.9	99.7	1.3
2020年	48,039	▲ 5.2	815,340	▲ 9.9	12.3	▲ 19.4	13.4	▲ 19.8	100.0	0.7	100.0	0.3
2021年	50,154	4.4	856,484	5.0	13.4	9.1	15.3	14.7	98.6	▲ 1.5	99.8	▲ 0.2
21年10月	5,021	8.4	78,004	10.4	14.0	18.6	15.1	7.1	97.7	▲ 1.7	99.7	▲ 0.3
11月	4,222	13.0	73,414	3.7	13.9	6.9	16.1	7.4	97.9	▲ 2.6	99.6	▲ 0.5
12月	4,082	5.9	68,393	4.2	14.9	11.2	16.6	8.5	97.9	▲ 2.6	99.6	▲ 0.4
22年 1月	3,673	5.8	59,690	2.1	14.2	19.1	15.5	9.0	98.4	▲ 2.1	98.5	▲ 1.2
2月	4,159	10.4	64,614	6.3	15.0	17.1	16.6	10.6	98.9	▲ 0.6	98.3	▲ 1.2
3月	4,776	16.5	76,120	6.0	15.9	17.5	16.8	6.9	98.3	▲ 0.6	97.6	▲ 1.3
4月	4,422	20.3	76,295	2.4	16.1	18.1	16.7	6.2	98.5	▲ 0.9	99.2	▲ 1.1
5月	4,559	▲ 1.5	67,223	▲ 4.2	13.7	12.1	14.4	1.3	98.7	▲ 0.6	99.3	▲ 0.9
6月	4,106	▲ 2.6	74,617	▲ 2.2	14.5	8.0	15.4	1.2	98.9	0.7	99.5	▲ 0.6
7月	3,945	▲ 12.5	73,024	▲ 5.4	15.0	6.3	16.1	▲ 2.0	98.9	0.7	99.5	▲ 0.6
8月	5,140	23.3	77,731	4.6	13.9	12.8	15.1	▲ 0.1	98.6	0.9	99.3	▲ 0.5
9月	4,282	▲ 0.2	74,004	1.1	14.7	4.1	16.1	7.9	98.4	0.7	99.2	▲ 0.4
10月	4,623	▲ 7.9	76,590	▲ 1.8	15.7	11.9	16.5	9.1	98.6	0.9	99.2	▲ 0.5
11月	4,074	▲ 3.5	72,372	▲ 1.4			P16.4	P1.8			P99.2	P▲ 0.4
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(%)
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
2020年	1.00	1.18	28,794	▲ 19.5	751	▲ 21.7	12,572	0.6	195,050	▲ 6.6
2021年	0.93	1.13	29,706	3.2	782	4.1	13,225	0.4	199,071	0.6
21年10月	0.94	1.16	33,300	1.0	857	8.7	1,083	0.8	16,518	0.9
11月	0.94	1.17	32,496	21.8	796	12.3	1,089	▲ 0.3	17,078	1.5
12月	0.93	1.17	30,984	14.2	810	12.2	1,340	▲ 0.2	21,392	1.4
22年 1月	0.93	1.20	33,006	8.1	902	14.6	1,091	0.8	16,767	2.6
2月	0.94	1.21	32,008	4.6	839	9.5	1,008	0.1	15,036	0.1
3月	0.96	1.22	31,719	9.7	891	7.5	1,127	0.5	17,053	1.5
4月	1.02	1.23	31,054	11.6	849	12.3	1,059	▲ 0.6	16,242	4.0
5月	1.03	1.24	30,583	14.2	804	17.2	1,107	▲ 2.2	16,809	8.5
6月	1.05	1.27	32,561	8.6	892	12.0	1,084	▲ 1.4	16,735	1.3
7月	1.07	1.29	30,979	12.6	855	12.8	1,143	1.9	17,704	2.8
8月	1.07	1.32	32,611	19.7	839	15.1	1,107	▲ 0.6	16,776	3.8
9月	1.10	1.34	33,940	12.0	888	9.8	1,075	▲ 0.6	16,304	4.1
10月	1.09	1.35	35,088	5.4	925	7.9	1,118	2.5	17,326	4.1
11月	1.06	1.35	32,888	1.2	865	8.7	1,122	2.5	17,590	2.4
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)	2020年=100	前年比(%)	2020年=100	前年比(%)
2019年	152,208	▲ 2.6	2,821,886	▲ 2.5	329	58,282	8,383	1,423,238	100.2	0.5	100.0	0.5
2020年	136,363	▲ 10.4	2,478,832	▲ 12.2	348	34,146	7,773	1,220,046	100.0	▲ 0.2	100.0	0.0
2021年	130,303	▲ 4.4	2,399,862	▲ 3.2	282	38,106	6,030	1,150,703	99.5	▲ 0.5	99.8	▲ 0.2
2022年	120,086	▲ 7.8	2,223,303	▲ 7.4	285	1,164,079	6,428	2,331,443				
21年10月	8,667	▲ 28.3	150,608	▲ 32.0	25	3,437	525	98,464	99.7	0.0	99.9	0.1
11月	10,295	▲ 15.0	188,723	▲ 13.8	17	2,832	510	94,101	100.0	0.7	100.1	0.6
12月	10,897	▲ 5.2	191,299	▲ 9.2	27	1,300	504	93,181	99.9	0.7	100.1	0.8
22年 1月	10,022	▲ 11.7	181,926	▲ 12.7	23	1,247	452	66,940	100.0	0.6	100.3	0.5
2月	10,473	▲ 16.6	184,729	▲ 18.6	24	1,526	459	70,989	100.3	0.9	100.7	0.9
3月	15,248	▲ 10.7	284,544	▲ 13.6	15	879	593	169,673	100.7	1.1	101.1	1.2
4月	8,012	▲ 18.5	153,509	▲ 16.0	17	2,093	486	81,253	101.2	2.4	101.5	2.5
5月	7,189	▲ 20.8	136,405	▲ 17.8	33	7,536	524	87,380	101.5	2.5	101.8	2.5
6月	9,148	▲ 15.8	169,680	▲ 14.3	22	1,136,047	546	1,232,583	101.4	2.1	101.8	2.4
7月	9,679	▲ 14.5	186,711	▲ 12.2	27	1,348	494	84,570	101.9	2.4	102.3	2.6
8月	8,416	▲ 9.0	154,316	▲ 12.1	19	3,633	492	111,428	102.4	2.9	102.7	3.0
9月	11,692	28.3	211,585	24.7	25	2,340	599	144,871	102.6	2.9	103.1	3.0
10月	9,755	12.6	186,202	23.6	27	3,101	596	86,995	103.2	3.5	103.7	3.7
11月	10,538	2.4	192,904	2.2	25	1,475	581	115,589	103.4	3.4	103.9	3.8
12月	9,914	▲ 9.0	180,792	▲ 5.5	28	2,854	606	79,172				
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			



春日部市長 岩谷 一弘氏

市長のメッセージ

春日部市は、都心から約35km圏内の県東部に位置し、東武スカイツリーライン、東武アーバンパークラインの2路線が春日部駅で結節し、都内への移動もスムーズです。都市機能と自然環境も両立しており暮らしやすいまちです。

現在、春日部駅付近連続立体交差事業、新本庁舎建設をはじめとした各種大規模事業が着実に進んでおり、春日部の未来に希望を抱き、住んでよかった、住み続けたいと思われるまちを目指しております。

はじめに

春日部市は、埼玉県東部の、都心から35km圏に位置し、北を宮代町と杉戸町、西をさいたま市と白岡市、南を越谷市と松伏町、東を千葉県野田市に接している。市域は、東西約11 km、南北約12kmで、面積は66.00km²となっている。

市内には、東武スカイツリーラインと東武アーバンパークラインが交差する春日部駅を中心に8つの駅がある。道路についても、市を国道4号・4号バイパスが南北に縦断するとともに、国道16号が東西に横切っており、首都圏における交通の要衝として賑わいをみせている。

かつて日光街道の粕壁宿として栄えた春日部市は、伝統を受け継ぐ桐たんすや桐箱、押絵羽子板、麦わら帽子などの特産品で有名だが、人気アニメ「クレヨンしんちゃん」の舞台としても全国的に知られている。



特産品の一つである「押絵羽子板」

※シティセールスの推進

全国で少子高齢化が進展するなか、春日部市の人口についても近年は減少傾向にある。市は豊かな地域資源をブラッシュアップし、魅力を再発見することで、新たな「春日部ブランドづくり」を推進するとともに、シティセールスの強化によって、関係人口の創出を図り、将来的な定住人口の増加につなげていこうとしている。

シティセールスの取り組みの合言葉「ホッとする住みごこち +1(プラスワン)」は、春日部ならではの強みとして浮かび上がった「住みやすさ」「暮らしやすさ」を示す「ホッとする住みごこち」に、市民一人ひとりが持つ、春日部の好きなところ「+1(プラスワン)」を加えたものである。

2022年4月15日、市は市内で活躍する「人」の「暮らし方や活動」に焦点を当てて、まちの魅力を発信する新たなシティセールス情報誌「haru+(はるたす)」を発行した。タイトルのharu+は、春日部の「春」と、取り組みの合言葉に使用されている「+1」から名付けられた。

「haru+(はるたす)」は、道の駅や蔵造りの建物、アスレチックのある公園といった市内の様々なスポットを紹介するほか、かすかべ+1(プラスワン)サポーターの方たちに聞いた「あなたにとっての+1」や、市内で活躍している方や移住者の方のインタビュー記事など、春日部の魅力が詰まった素敵な1冊になっている。

春日部市概要

人口(2023年1月1日現在)	231,726人
世帯数(同上)	110,693世帯
平均年齢(2022年1月1日現在)	49.3歳
面積	66.00km ²
製造業事業所数(経済センサス)	198所
製造品出荷額等(同上)	2,100.8億円
卸・小売業事業所数(同上)	1,518店
商品販売額(同上)	3,923.6億円
公共下水道普及率	89.8%
舗装率	84.8%

資料:「令和3年埼玉県統計年鑑」ほか



主な交通機関

- 東武スカイツリーライン 春日部駅、北春日部駅、武里駅、一ノ割駅
- 東武アーバンパークライン 春日部駅、豊春駅、八木崎駅、藤の牛島駅、南桜井駅
- 東北自動車道 岩槻ICから市役所まで約8km

❁ 春日部市本庁舎整備事業

現在の市の本庁舎は、1970年に建設されたもので、東日本大震災による被災後に補修工事が行われたものの、耐震性能は不十分なままとなっていた。経年に伴う施設の老朽化や窓口の分散化など市民サービスの低下も懸念されるようになったことから、様々な検討の結果、新たな庁舎の建設が決まった。

新しい庁舎は二つの顔を持つ。一つは行政手続きのエリアとしての顔で、分散していた市民窓口を集約して利便性を高めるとともに、誰もが利用しやすい庁舎となるよう、ユニバーサルデザインが導入される。また、免震構造の採用や非常用発電機の設置などにより、地震や水害などの災害に対処するほか、太陽光発電や雨水の利用などによって、低炭素型の市役所としての機能を備える。

新庁舎のもう一つの顔は、まちとつながり、にぎわいを創出するエリアとしての顔である。市民活動を発表するスペースや交流を深めるための飲食スペース、さまざまなイベントが可能な広場などで構成される「まちのコモンスペース」が設置され、子どもから大人までが集うにぎわいのある空間となる予定だ。

新庁舎が置かれる場所は、2016年に閉院した旧春日部市立病院の跡地で、2021年9月12日に起工式が行われ、現在は順調に工事が進められているところである。2024年1月に予定される新しい本庁舎の開庁が待ち遠しい。

❁ 首都圏外郭放水路

首都圏外郭放水路は、首都圏における浸水被害の軽減を目的に作られた治水施設で、春日部市の上金崎から小湊にかけての延長約6.3kmにおよぶ世界最大級の地下放水路である。台風や大雨などで、中川や大落古利根川などが増水した時、越流堤から流入した水を一時的に貯留する機能と、江戸川へ排水する地下河川としての機能を担っている。

この地の周辺は土地が低く、水がたまりやすい地形のため、これまで幾度も浸水被害を受けてきたが、放水路の完成後は被害が大きく軽減した。

流れ込む水の勢いを調整するための調圧水槽は、長さ177m、幅78m、高さ18mの巨大空間で、59本の巨大なコンクリート柱が林立する様子から、「防災地下神殿」とも呼ばれる。洪水時以外は水を取り込んでいないため、予約すれば一般見学が可能で、人気の観光スポットとなっている。(井上博夫)



「防災地下神殿」とも呼ばれる首都圏外郭放水路の調圧水槽

市町村経済データ

製造業の事業所数、従業者数、製造品出荷額等

市町村名	事業所数 (所)	従業者数 (人)	製造品 出荷額等 (億円)	市町村名	事業所数 (所)	従業者数 (人)	製造品 出荷額等 (億円)	市町村名	事業所数 (所)	従業者数 (人)	製造品 出荷額等 (億円)
さいたま市	825	27,011	8,277	朝霞市	134	4,419	826	滑川町	41	2,867	803
川越市	459	19,953	8,303	志木市	68	1,061	219	嵐山町	49	3,746	1,392
熊谷市	286	14,273	9,133	和光市	67	1,245	309	小川町	71	2,171	908
川口市	1,139	20,543	4,657	新座市	174	5,993	1,162	川島町	83	4,452	1,113
行田市	156	8,052	2,532	桶川市	73	3,818	1,175	吉見町	50	2,973	1,271
秩父市	143	5,240	1,258	久喜市	209	11,863	4,683	鳩山町	15	194	38
所沢市	224	7,692	1,741	北本市	60	2,825	478	ときがわ町	66	1,921	559
飯能市	117	5,213	1,541	八潮市	554	11,966	3,658	横瀬町	21	610	297
加須市	252	13,305	4,821	富士見市	49	834	219	皆野町	22	494	69
本庄市	145	7,406	3,619	三郷市	369	6,568	1,156	長瀬町	20	509	81
東松山市	126	8,843	2,653	蓮田市	68	3,563	1,481	小鹿野町	38	1,445	231
春日部市	198	6,329	2,101	坂戸市	92	6,263	1,473	東秩父村	9	127	12
狭山市	180	14,872	9,568	幸手市	82	3,236	1,114	美里町	43	3,232	1,038
羽生市	151	7,051	2,916	鶴ヶ島市	36	3,033	611	神川町	36	1,466	701
鴻巣市	138	5,986	1,918	日高市	141	6,095	1,905	上里町	68	4,113	1,303
深谷市	233	14,935	4,804	吉川市	161	3,707	708	寄居町	73	5,134	3,269
上尾市	200	9,395	3,379	ふじみ野市	92	4,204	1,075	宮代町	22	324	65
草加市	381	12,161	4,682	白岡市	51	2,118	580	杉戸町	72	1,997	481
越谷市	368	8,817	2,250	伊奈町	96	3,794	881	松伏町	72	1,558	304
蕨市	60	3,580	1,322	三芳町	168	8,985	2,508				
戸田市	402	11,076	2,430	毛呂山町	36	1,086	291				
入間市	241	11,421	4,222	越生町	27	319	55				
								市町村計	10,102	379,482	128,630

資料:総務省・経済産業省「令和3年経済センサス-活動調査結果」

(注1)従業者4人以上の事業所。個人経営を含まない値。

(注2)事業所数、従業者数は2021年6月1日現在、製造品出荷額等は2020年1～12月(1年間)の数値。

埼玉りそな経済情報 2023年2月号

2023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。