



埼玉県マスコット「コバトン」

彩の国経済の動き

－埼玉県経済動向調査－

＜令和4年9月～10月の指標を中心に＞

埼玉県 企画財政部 計画調整課

令和4年11月30日

本経済動向調査は、埼玉県内における生産、雇用、物価、消費、企業動向など、経済関連の各種統計指標を時系列で見ることにより、その動向を把握・分析したものです。また、統計指標の収集・分析に加え、他の調査機関の経済関係報告の概要を取りまとめ、県経済の動向を総合的に把握できるものとしています。

～目 次～

(タイトル)	ページ
1 本県の経済概況<県内経済の基調判断>	2
2 県内経済指標の動向	3
(1) 鉱工業指数<生産・出荷・在庫>	3
(2) 雇用	5
(3) 消費者物価	6
(4) 消費	6
ア 家計消費	6
イ 百貨店・スーパー、コンビニエンスストア、 家電大型専門店、ドラッグストア、ホームセンター販売額	7
ウ 新車登録・届出台数	8
(5) 住宅投資	8
(6) 企業動向	9
ア 倒産	9
イ 景況感	10
ウ 設備投資	12
経済情報	14
(1) 各種経済報告等	14
ア 内閣府「月例経済報告(11月)」	14
イ 経済産業省関東経済産業局「管内の経済動向(9月のデータを中心に)」	15
ウ 財務省関東財務局「埼玉県の経済情勢報告(10月判断)」	17
エ 財務省関東財務局「管内経済情勢報告(10月判断)」	18
(2) 今月のキーワード「D2C」	19
(3) 今月のトピック「埼玉県内企業の景況感・売上高」	20

1 本県の経済概況 <県内経済の基調判断>

総合判断	前月からの判断推移
県経済は、持ち直しの動きがみられる。	

生産	一進一退の動きとなっている	前月からの判断推移
<ul style="list-style-type: none"> ■ 9月の鉱工業生産指数(季節調整値)は81.7(前月比▲7.8%、前年同月比▲4.2%)。同出荷指数は80.2(前月比▲5.6%、前年同月比▲4.3%)。同在庫指数は82.7(前月比+0.4%、前年同月比▲4.3%)。 ■ 県内の生産活動は、一進一退の動きとなっている(個別判断引き下げ)。 		

雇用	緩やかに持ち直している	前月からの判断推移
<ul style="list-style-type: none"> ■ 9月の有効求人倍率(季節調整値、新規学卒者除きパートタイム労働者含む)は1.10倍(前月比+0.03ポイント、前年同月比+0.14ポイント)となった。なお、県内を就業地とする求人数を用い算出した就業地別の有効求人倍率は1.19倍。 ■ 9月の完全失業率(南関東)は2.9%(前月比(原数値)+0.3ポイント、前年同月比▲0.3ポイント)。 ■ 県内の雇用情勢は、緩やかに持ち直している(3か月連続で個別判断据え置き)。 		

消費者物価	上昇している	前月からの判断推移
<ul style="list-style-type: none"> ■ 9月の消費者物価指数(さいたま市、令和2年=100)は総合指数で102.6となり、前月比+0.2%、前年同月比は+2.9%となった。 ■ 前月から0.2%上昇した内訳を寄与度で見ると、「被服及び履物」、「食料」などの上昇が要因となっている。なお、「教養娯楽」などは下落した。前年同月から2.9%上昇した内訳を寄与度で見ると、「光熱・水道」、「食料」などの上昇が要因となっている。なお、「保健医療」などは下落した。 ■ 生鮮食品及びエネルギーを除く総合指数は101.0となり、前月比+0.1%、前年同月比は+1.7%となった。 ■ 県内の消費者物価は、上昇している(5か月連続で個別判断据え置き)。 		

消費	緩やかに持ち直している	前月からの判断推移
<ul style="list-style-type: none"> ■ 9月の家計消費支出(関東地方、2人以上世帯)は302千円(前年同月比+2.7%)となり、4か月連続で前年同月実績を上回った。 ■ 9月の百貨店・スーパー販売額(県内全店)は1,075億円(前年同月比+0.3%)となり、4か月連続で前年同月実績を上回った。 ■ 9月のコンビニエンスストア販売額(県内全店)は550億円(前年同月比+1.2%)となり、11か月連続で前年同月実績を上回った。 ■ 9月の家電大型専門店販売額(県内全店)は170億円(前年同月比+6.5%)となり、3か月ぶりに前年同月実績を上回った。 ■ 9月のドラッグストア販売額(県内全店)は379億円(前年同月比+3.5%)となり、4か月連続で前年同月実績を上回った。 ■ 9月のホームセンター販売額(県内全店)は169億円(前年同月比▲1.1%)となり、3か月連続で前年同月実績を下回った。 ■ 10月の新車登録・届出台数は16.1千台(前年同月比+25.3%)となり、2か月連続で前年同月実績を上回った。 ■ 県内の消費状況は、緩やかに持ち直している(2か月連続で個別判断据え置き)。 		

住宅投資	持ち直しの動きがみられる	前月からの判断推移
<ul style="list-style-type: none"> ■ 9月の新設住宅着工戸数は4,282戸(前年同月比▲0.2%)となり、2か月ぶりに前年同月実績を下回った。 ■ 持家が1,313戸(同▲11.2%)、貸家が1,532戸(同+11.7%)、分譲が1,436戸(同+0.1%)となっている。 ■ 県内の住宅投資は、持ち直しの動きがみられる(2か月連続で個別判断据え置き)。 		

企業倒産	低水準で推移している	前月からの判断推移
<ul style="list-style-type: none"> ■ 10月の企業倒産件数は27件(前年同月比+5件)となった。 ■ 負債総額は31.01億円(前年同月比▲3.36億円)、負債10億円以上の大型倒産の発生は2か月連続で無かった。 ■ 産業別では卸売業が8件で最多。コロナ倒産は卸売業5件、サービス業他2件、建設業1件、小売業1件、運輸業1件で合計10件。 ■ 県内の企業倒産状況は、低水準で推移している(2か月連続で個別判断据え置き)。 		

景況判断	持ち直しの動きに足踏みがみられる	前月からの判断推移
<ul style="list-style-type: none"> ■ 埼玉県産業労働部 四半期経営動向調査によると、令和4年7~9月の「経営者の景況感DI」は▲50.2となり、前期(▲48.1)から2.1ポイント減少した(2期ぶりの悪化)。 ■ 財務省関東財務局法人企業景気予測調査によると、令和4年7~9月期の「企業の景況判断BSI」は、全規模・全産業ベースで「下降」超幅が縮小している。 ■ 県内の景況判断の状況は持ち直しの動きに足踏みがみられる(9か月連続で個別判断据え置き)。 		

設備投資	持ち直しの動きがみられる	前月からの判断推移
<ul style="list-style-type: none"> ■ 埼玉県産業労働部 四半期経営動向調査によると、令和4年7~9月に設備投資を実施した企業は20.3%で、前期(19.5%)から0.8ポイント増加した。 ■ 財務省関東財務局 法人企業景気予測調査によると、令和4年度の設備投資は全規模・全産業ベースで前年比11.5%の増加見込みとなっている。 ■ 県内の設備投資の状況は、持ち直しの動きがみられる(26か月連続で個別判断据え置き)。 		

景気指数	改善を示している	前月からの判断推移
<ul style="list-style-type: none"> ■ 9月の景気動向指数(CI一致指数)は、85.2(前月比▲2.6ポイント)となり、2か月ぶりの下降となった。 ■ 先行指数は、123.0(前月比▲1.7ポイント)となり、2か月ぶりの下降となった。 ■ 遅行指数は、86.6(前月比▲0.1ポイント)となり、4か月ぶりの下降となった。 ■ 県内の景気動向指数(CI一致指数)は、改善を示している(5か月連続で個別判断据え置き)。(埼玉県統計課「埼玉県景気動向指数」令和4年9月分概要) 		

2 県内経済指標の動向

※注記が無い場合、指数、前月比は季節調整値を用い、前年同月比は原指数を用いています。
前月比は経済活動の上向き、下向きの傾向を示し、前年同月比は量的水準の変動を示します。

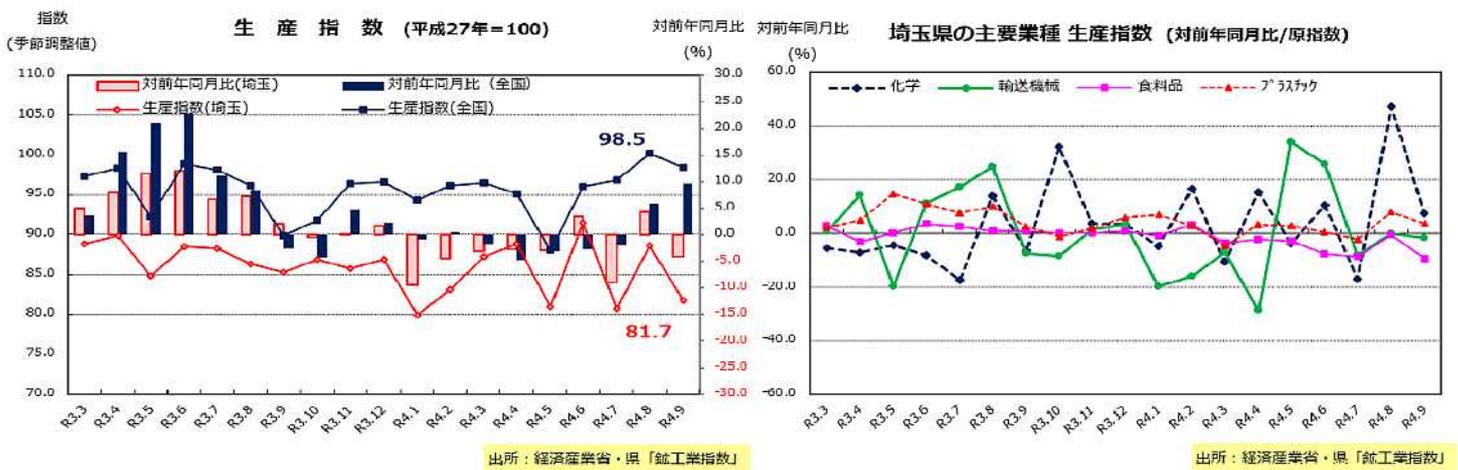
(1) 鉱工業指数<生産・出荷・在庫>

<個別判断> 一進一退の動きとなっている (前月からの判断推移)

<生産指数>

■ 9月の鉱工業生産指数(季節調整済値)は **81.7** (前月比 **▲7.8 %**※)となり、2か月ぶりの低下となった。前年同月比では **▲4.2 %**となり、2か月ぶりに前年同月水準を下回った。

※業種別でみると、生産用機械工業、印刷業、木材・木製品工業、金属製品工業など23業種中10業種が上昇し、化学工業、食品工業、輸送機械工業、電子部品・デバイス工業など13業種が低下した。

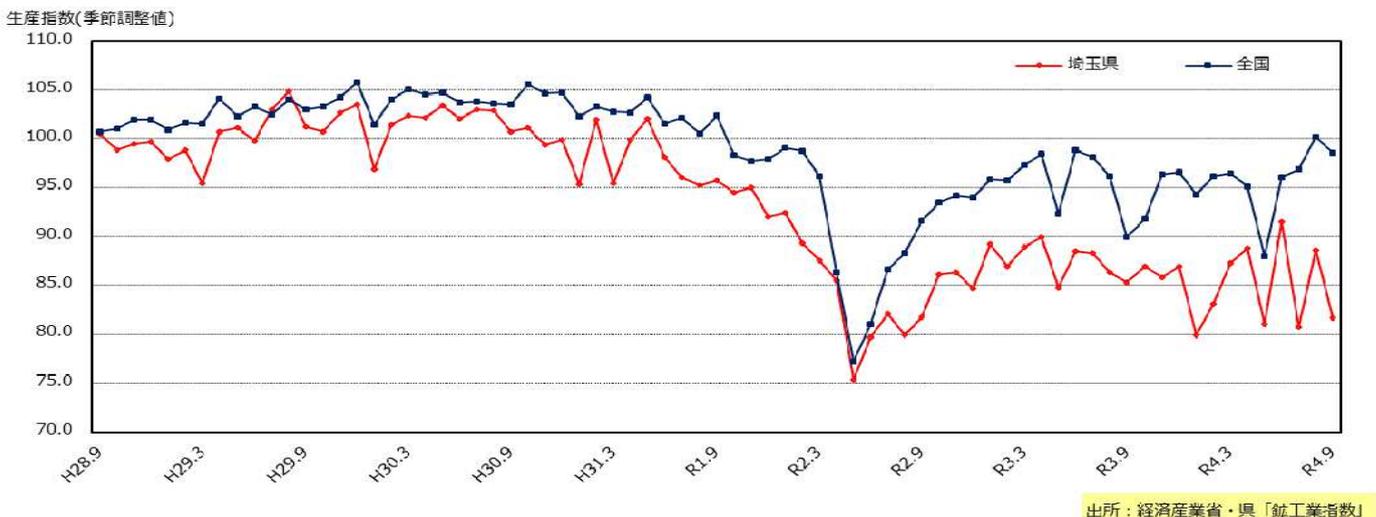


<参考> 業種別生産ウエイト

- 埼玉県の鉱工業全体に占める業種別の生産ウエイトは以下の通りです。
- ①化学14.9% ②食品14.4% ③輸送機械10.6% ④印刷7.7% ⑤プラスチック5.8%
 - ⑥生産用機械5.3% ⑦電気機械4.7% ⑧情報通信機械4.5% ⑨業務用機械4.3%
 - ⑩金属製品3.8% その他13業種24.0%

【出所】県「鉱工業指数」、基準時=平成27年

<参考> 生産指数(季節調整済値)の中長期推移(平成27年=100)

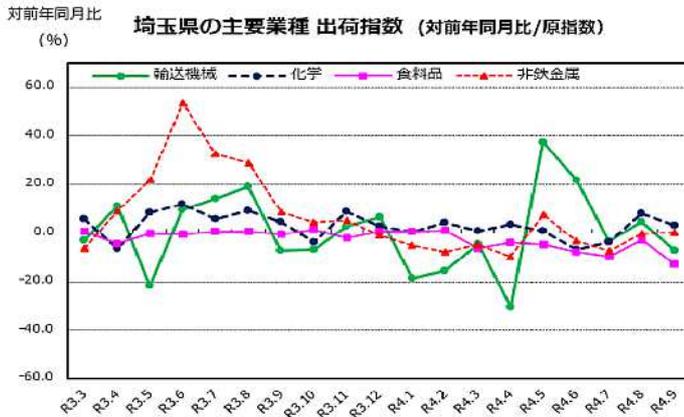


<出荷指数>

- 9月の鉱工業出荷指数(季節調整済値)は **80.2** (前月比 **▲5.6 %**※)となり、2か月ぶりの低下となった。前年同月比では **▲4.3 %**となり、2か月ぶりに前年同月水準を下回った。
- ※業種別で見ると、木材・木製品工業、鉄鋼業、皮革製品工業、印刷業など23業種中5業種が上昇し、輸送機械工業、食料品工業、生産用機械工業、化学工業など18業種が低下した。



出所：経済産業省・県「鉱工業指数」



出所：経済産業省・県「鉱工業指数」

<参考> 業種別出荷ウエイト

- 埼玉県の鉱工業全体に占める業種別の出荷ウエイトは以下の通りです。
- ①輸送機械16.1% ②食料品14.9% ③化学13.7% ④非鉄金属5.5% ⑤プラスチック5.4%
- ⑥生産用機械5.0% ⑦電気機械4.6% ⑧汎用機械4.4% ⑨情報通信機械4.0%
- ⑩パルプ・紙・紙加工品3.9% その他13業種22.5%

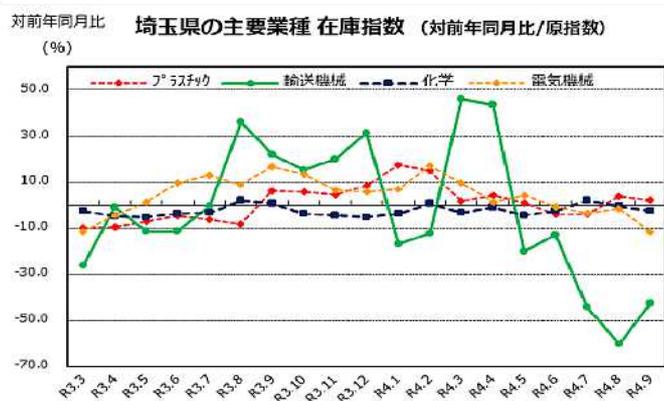
【出所】県「鉱工業指数」、基準時=平成27年

<在庫指数>

- 9月の鉱工業在庫指数(季節調整済値)は **82.7** (前月比 **+0.4 %**※)となり、2か月連続の上昇となった。前年同月比では **▲4.3 %**となり、5か月連続で前年同月水準を下回った。
- ※業種別で見ると、輸送機械工業、その他工業、プラスチック製品工業、金属製品工業など20業種中12業種が上昇し、パルプ・紙・紙加工品工業、生産用機械工業、電気機械工業、電子部品・デバイス工業など7業種が低下した。横ばい1業種



出所：経済産業省・県「鉱工業指数」



出所：経済産業省・県「鉱工業指数」

<参考> 業種別在庫ウエイト

■ 埼玉県の鉱工業全体に占める業種別の在庫ウエイトは以下の通りです。

- ① 輸送機械16.8% ② 化学11.3% ③ プラスチック9.7% ④ 電気機械8.9% ⑤ 生産用機械7.8%
- ⑥ 金属製品7.5% ⑦ 電子部品・デバイス6.4% ⑧ パルプ・紙・紙加工品5.8%
- ⑨ 窯業・土石製品5.1% ⑩ 非鉄金属4.7% ⑪ 鉄鋼4.5% その他9業種11.5%

【出所】 県「鉱工業指数」、基準時=平成27年



鉱工業指数

- ・ 製造業と鉱業の生産・出荷・在庫の動きについて、基準時点(平成27年)を100として指数化したものです。
- ・ 生産指数と出荷指数は、景気の山、谷とほぼ同じ動きを示すとされ、景気動向指数の一致系列に入っています。
- ・ 埼玉県の鉱工業生産は、県内総生産の2割を超える水準となっており、生産活動の動きが景気に敏感に反応することから、鉱工業指数は景気観測には欠かせない指標です。

(2) 雇用

<個別判断> 緩やかに持ち直している (前月からの判断推移→)

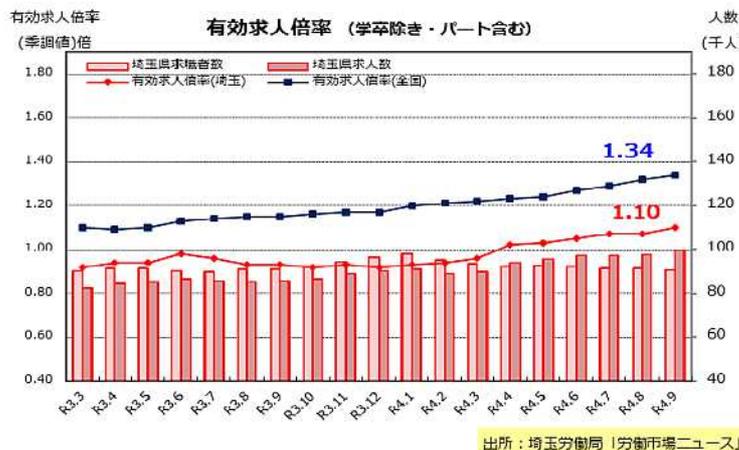
<有効求人倍率と完全失業率>

■ 9月の有効求人倍率(季節調整値、新規学卒者除きパートタイム労働者含む)は **1.10** 倍(前月比 **+0.03** ポイント 前年同月比 **+0.14** ポイント)となった。新規求人倍率(季節調整値)は **2.04** 倍(前月比 **+0.11** ポイント 前年同月比 **+0.19** ポイント)となった。

県内を就業地とする求人数を用い算出した就業地別の有効求人倍率(季節調整値)は **1.19**倍。

■ 9月の完全失業率(南関東)は **2.9** %(前月比※ **+0.3** ポイント、前年同月比 **▲0.3** ポイント)。

※原数値



完全失業率

- ・ 完全失業率は労働力人口に占める完全失業者の割合です。
- ・ 完全失業者とは仕事がないものの、就業を希望しており、仕事があればすぐ就くことができる者をさします。

(3)消費者物価

<個別判断> 上昇している（前月からの判断推移→）

<消費者物価>

- 9月の消費者物価指数(さいたま市、令和2年=100)は総合指数で **102.6** となり、前月比 **+0.2%**、前年同月比は **+2.9%** となった。
- 前月から0.2%上昇した内訳を寄与度でみると「被服及び履物」、「食料」などの上昇が要因となっている。なお、「教養娯楽」などは下落した。前年同月から2.9%上昇した内訳を寄与度でみると、「光熱・水道」、「食料」などの上昇が要因となっている。なお、「保健医療」などは下落した。
- 生鮮食品及びエネルギーを除く総合指数は **101.0** となり、前月比 **+0.1%**、前年同月比は **+1.7%** となった。



出所：総務省「消費者物価指数」・埼玉県「消費者物価指数速報」



出所：総務省「消費者物価指数」・埼玉県「消費者物価指数速報」

CHECK! 消費者物価指数

- ・消費者が購入する財やサービスなどの物価の動きを把握するために指数化された統計資料です。CPI (= Consumer Price Index) とも略されます。
- ・一般に、当該指数が持続的に上昇(下落)基調にあるなど、持続的な物価上昇(下落)がみられる場合にインフレ(デフレ)と判断されます。日銀は平成25年1月に「物価安定の目標」を消費者物価の前年比上年率2%と定め、各種金融緩和政策を実施・継続しています。

(4)消費

<個別判断> 緩やかに持ち直している（前月からの判断推移→）

ア 家計消費

- 9月の家計消費支出(関東地方、2人以上世帯)は **302** 千円(前年同月比 **+2.7%**)となり、4か月連続で前年同月実績を上回った。



出所：総務省統計局「家計調査報告」

CHECK! 家計消費支出

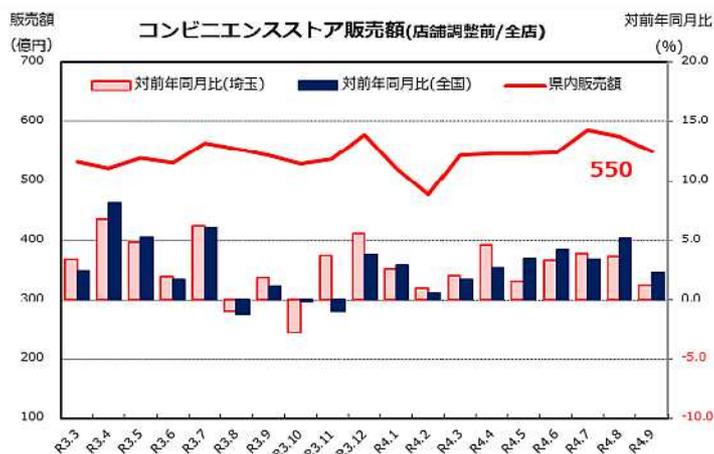
- ・全国約9千世帯を対象とする調査から計算される1世帯当たりの月間平均支出で、消費動向を消費した側からつかむことができます。
- ・家計消費支出は景気動向指数の遅行系列に入っています。核家族化により世帯人数が減少するなど、1世帯当たりの支出は長期的に減少する傾向があり、その影響を考慮する必要があります。

イ 百貨店・スーパー、コンビニエンスストア、家電大型専門店、ドラッグストア、ホームセンター販売額

- 9月の百貨店・スーパー販売額(県内全店)は **1,075** 億円(前年同月比 **+0.3** %)となり、4か月連続で前年同月実績を上回った(2020年3月に調査対象事業所の見直しを実施。前年同月対比増減率は補正済)。
※業態別では百貨店(12店舗)の販売額は112億円、前年同月比 **+3.9%**。スーパーマーケット(437店舗)の販売額は963億円、前年同月比 **▲0.1%**。
- 9月のコンビニエンスストア販売額(県内全店)は **550** 億円(前年同月比 **+1.2** %)となり、11か月連続で前年同月実績を上回った(速報値)。
- 9月の家電大型専門店販売額(県内全店)は **170** 億円(前年同月比 **+6.5** %)となり、3か月ぶりに前年同月実績を上回った(速報値)。
- 9月のドラッグストア販売額(県内全店)は **379** 億円(前年同月比 **+3.5** %)となり、4か月連続で前年同月実績を上回った(速報値)。
- 9月のホームセンター販売額(県内全店)は **169** 億円(前年同月比 **▲1.1** %)となり、3か月連続で前年同月実績を下回った(速報値)。



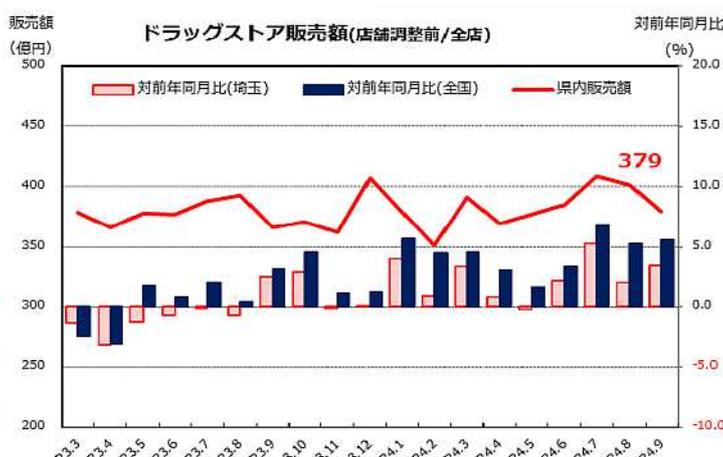
出所：関東経済産業局「百貨店・スーパー販売の動向」



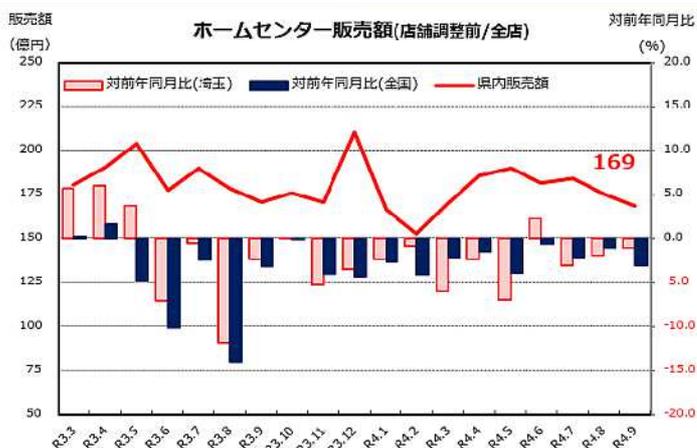
出所：関東経済産業局「百貨店・スーパー販売の動向」



出所：関東経済産業局「百貨店・スーパー販売の動向」



出所：関東経済産業局「百貨店・スーパー販売の動向」



出所：関東経済産業局「百貨店・スーパー販売の動向」

CHECK! 百貨店・スーパー、コンビニエンスストア、家電大型専門店、ドラッグストア、ホームセンター販売額

- ・大型百貨店(売場面積が政令指定都市で3,000㎡以上、その他1,500㎡以上)と大型スーパー(売場面積1,500㎡以上)における販売額は、消費動向を消費された側から捉えた代表的な業界統計です。
- ・最近ではコンビニやドラッグストア等による取扱商品の多様化が進み、様々な業態の消費動向を幅広くとらえることが必要となっています。

ウ 新車登録・届出台数

■10月の新車登録・届出台数は **16.1** 千台 (前年同月比 **+25.3%**)となり、2か月連続で前年同月実績を上回った。



新車登録・届出台数

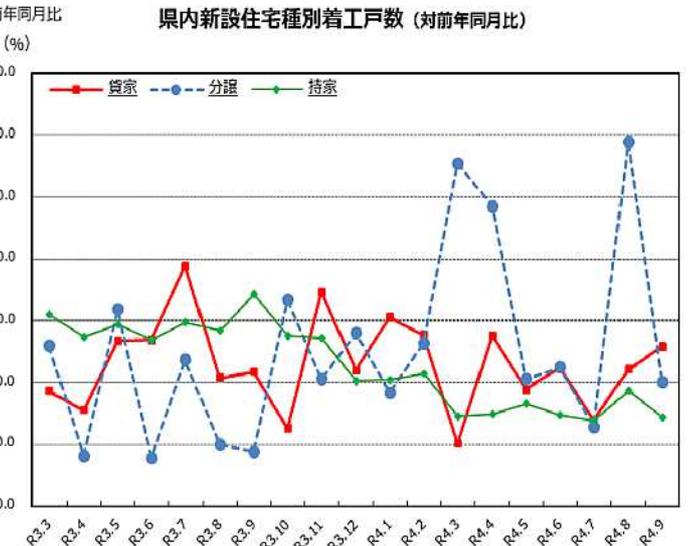
・消費されるモノで代表的な高額商品である、自動車販売状況を把握するもので、百貨店・スーパー販売額等と同様、消費動向を消費された側からとらえた業界統計です。



(5)住宅投資

<個別判断> 持ち直しの動きがみられる (前月からの判断推移→)

■9月の新設住宅着工戸数は **4,282** 戸(前年同月比 **▲0.2%**)となり、2か月ぶりに前年同月実績を下回った。持家が **1,313** 戸(同 **▲11.2%**)、貸家が **1,532** 戸(同 **+11.7%**)、分譲が **1,436** 戸(同 **+0.1%**)となっている。



新設住宅着工戸数

・住宅投資はGDPのおおむね3%程度にすぎませんが、マンションや家を作るには色々な材料が必要となり、また、建設労働者など多くの人に働いてもらわなければなりません。さらには入居する人は電気製品などを新たに買換えることが多く、様々な経済効果を生み出します。

・住宅投資は多額の資金を要するため、短期的な所得変動よりも、景気停滞期や回復初期における金利の低下、地価・建築コストの安定、景気対策などが誘因となると考えられます。

(6) 企業動向

ア 倒産

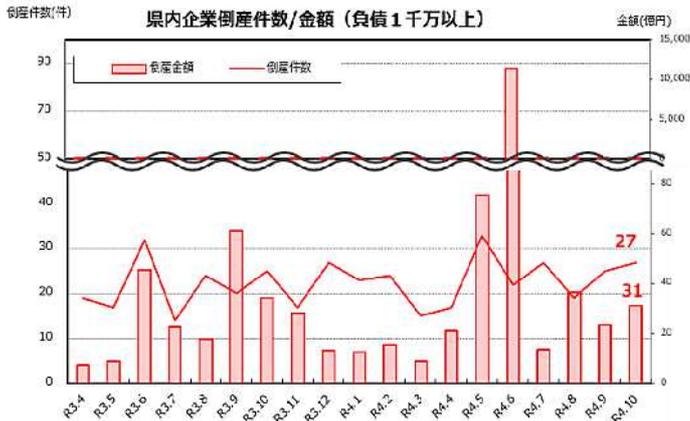
＜個別判断＞ 低水準で推移している（前月からの判断推移→）

■ 10月の企業倒産件数は 27 件(前年同月比 +2 件) となった。

産業別では卸売業が 8 件で最多。コロナ倒産は卸売業 5 件、サービス業他 2 件、建設業 1 件、小売業 1 件、運輸業 1 件で合計 10 件。

■ 負債総額は 31.01 億円(前年同月比 ▲3.36 億円)。

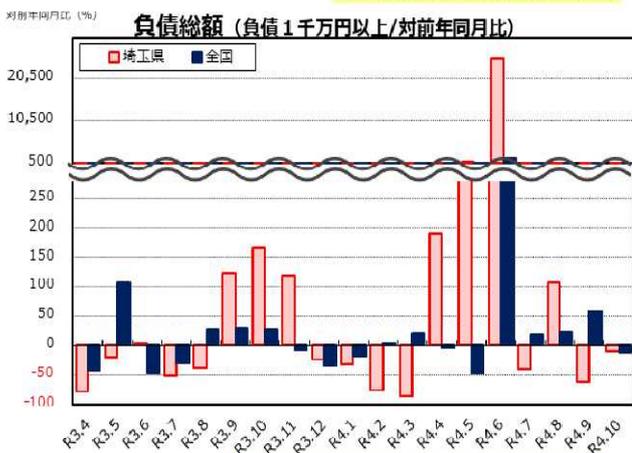
負債 10 億円以上の大型倒産の発生は 2 か月連続で無かった。



出所：東京商工リサーチ「企業倒産状況」(全国・埼玉県)



出所：東京商工リサーチ「企業倒産状況」(全国・埼玉県)



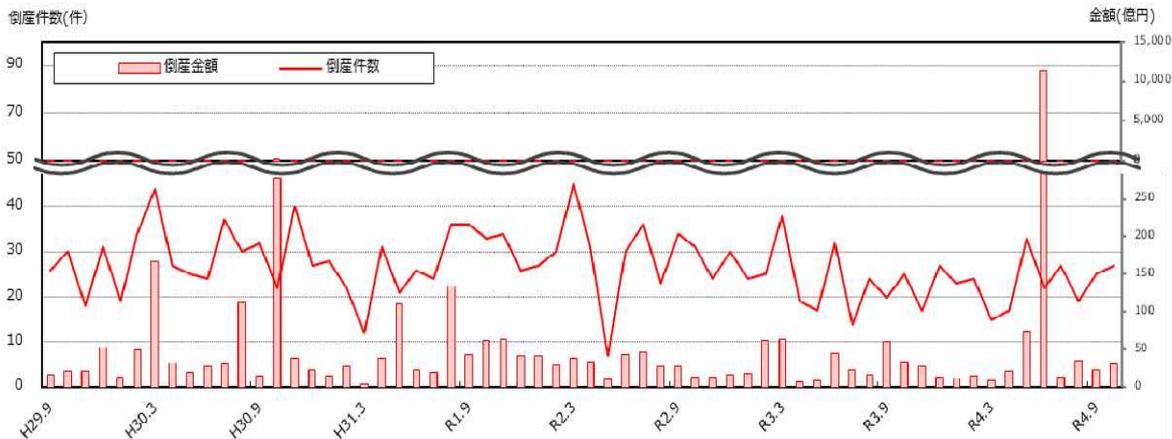
出所：東京商工リサーチ「企業倒産状況」(全国・埼玉県)



倒産

- ・ 企業が債務の支払不能や、経済活動を続けることが困難になった状態を指します。
- ・ 売上が増加している黒字企業でも、必要資金が不足し、倒産するケースがあります。
- ・ 一方、倒産により企業の新陳代謝が図られ、ヒト・モノ・カネの循環が円滑になる一面もあるといわれます。

＜参考＞ 県内企業倒産件数/金額 中期的推移 (負債1千万円以上)



出所：東京商工リサーチ「企業倒産状況」(埼玉県)

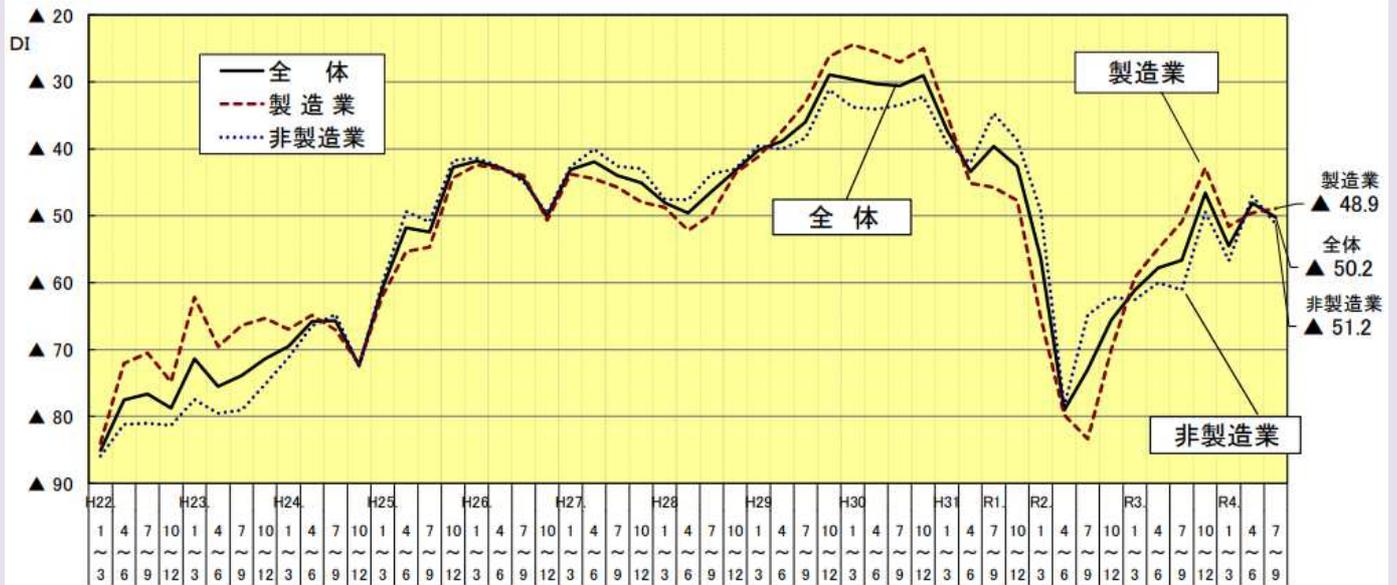
< 個別判断 > 持ち直しの動きに足踏みがみられる (前月からの判断推移)

「埼玉県四半期経営動向調査 (令和4年7~9月期)」

自社業界の景気について、「好況である」とみる企業は3.8%、「不況である」とみる企業は54.1%で、景況感DI (「好況である」-「不況である」の企業割合)は50.2となった。

前期 (48.1) から2.1ポイント減少し、2期ぶりに悪化した。

業種別にみると、製造業 (48.9) は2期連続で改善し、非製造業 (51.2) は2期ぶりに悪化した。



	当期DI (R4.7-9)	前期比 (R4.4-6)	前年同期比 (R3.7-9)	来期見通しDI (R4.10-12の見通し)	前期比[前回調査] (R4.7-9の見通し)
全体	▲50.2	▲2.1	+6.4	▲23.3	▲2.8
製造業	▲48.9	+0.7	+2.0	▲19.7	+2.4
非製造業	▲51.2	▲4.1	+9.9	▲25.9	▲6.7

来期 (令和4年10~12月期) の見通し

先行きについては、「良い方向に向かう」とみる企業は7.0% (前回調査(R4.4-6月)比 0.2ポイント)、「悪い方向に向かう」とみる企業は30.2% (前回調査比+2.6ポイント)だった。先行きDIは23.3 (前回調査比 2.8ポイント)と、2期ぶりに悪化した。



本文中の割合 (%) については、小数点第2位を四捨五入して表記しています。

《財務省関東財務局「法人企業景況予測調査（令和4年7～9月期）」（埼玉県分）》

現状判断は、「下降」超幅が縮小

4年7～9月期の企業の景況判断BSIをみると、全規模・全産業ベースで「下降」超幅が縮小している。これを規模別にみると、大企業は「下降」超幅が拡大し、中堅企業は「上昇」超に転じ、中小企業は「下降」超幅が縮小している。

業種別にみると、製造業は「下降」超幅が縮小し、非製造業は「下降」超幅が拡大している。

先行きについては、大企業は5年1～3月期に「上昇」超に転じる見通し、中堅企業は「上昇」超で推移する見通し、中小企業は「下降」超で推移する見通しとなっている。

〔企業の景況判断BSI〕

（前期比「上昇」－前期比「下降」社数構成比）

【単位：%ポイント】

	4年4～6月 前回調査	4年7～9月 現状判断	4年10～12月 見通し	5年1～3月 見通し
全規模・全産業	(13.1)	11.2 (2.2)	1.0(5.4)	1.0
大企業	(4.2)	5.6(6.9)	6.9(5.6)	9.7
中堅企業	(4.1)	2.8(12.2)	15.3(13.5)	2.8
中小企業	(21.0)	19.5(4.2)	1.8(1.8)	3.6
製造業	(21.7)	5.7(4.9)	1.4(11.2)	6.4
非製造業	(5.9)	15.7(0.0)	0.6(0.6)	3.5

（注）（ ）書は前回（4年4～6月期）調査結果。

（参考）寄与の大きい業種

業種	上昇・下降	業種名
製造業	上昇	パルプ・紙・紙加工品製造業
		情報通信機械器具製造業
	下降	非鉄金属製造業
非製造業	上昇	業務用機械器具製造業
		運輸業、郵便業
	下降	その他の物品賃貸業
		卸売業
		建設業

CHECK!



BSI (Business Survey Index) の計算方法

例えば「貴社の景況」において、以下の～の回答結果が得られた場合のBSIは・・・

（前期に比べて）「上昇」と回答した企業の構成比：40.0%

（前期に比べて）「不変」と回答した企業の構成比：25.0%

（前期に比べて）「下降」と回答した企業の構成比：30.0%

（前期に比べて）「不明」と回答した企業の構成比：5.0%

BSIの計算式

BSI = (「上昇」と回答した企業の構成比 40.0%) - (「下降」と回答した企業の構成比 30.0%)
= 10.0%ポイントとなります。

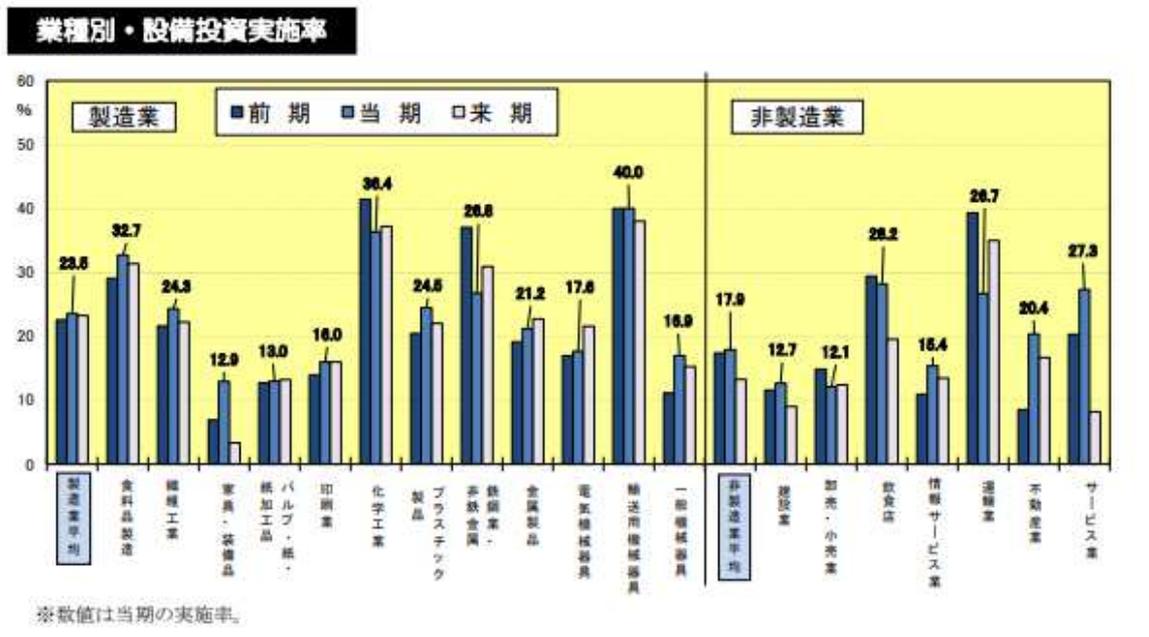
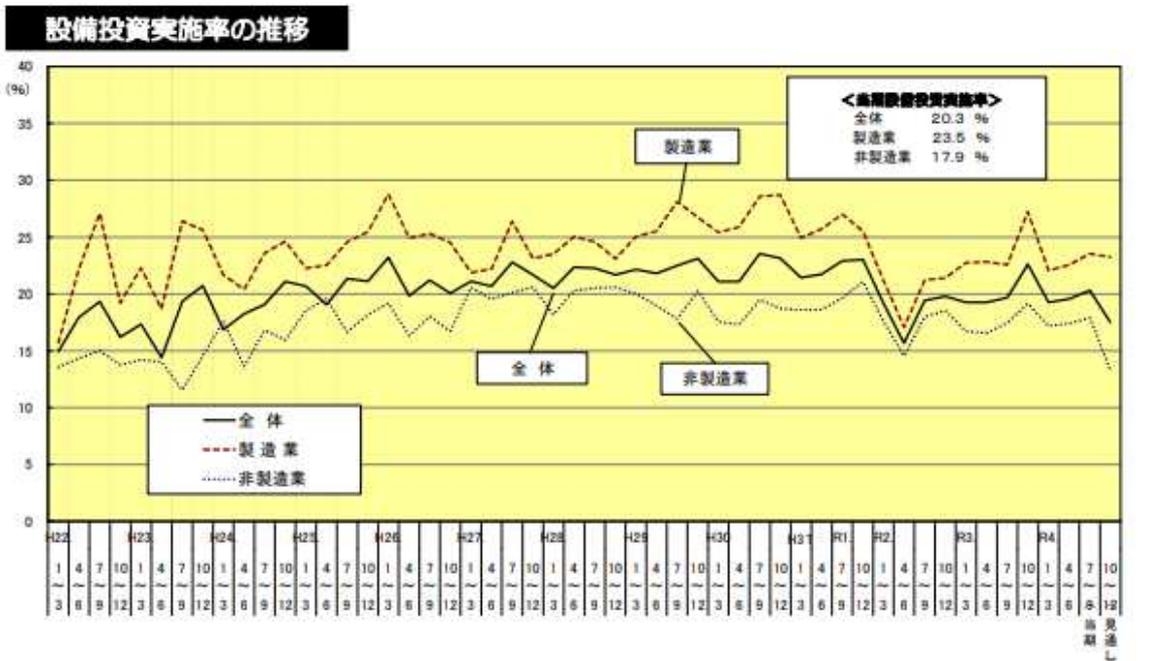
< 個別判断 > 持ち直しの動きがみられる (前月からの判断推移)

《 「 埼玉県四半期経営動向調査 (令和 4 年 7 ~ 9 月期) 」 》

当期に設備投資を実施した企業は 20.3% で、前期 (19.5%) から 0.8 ポイント増加し、2 期連続改善した。内容をみると、「生産・販売設備 (建設機械を含む) 」が 42.4% で最も高く、「車両・運搬具」が 28.6%、「建物 (工場・店舗等を含む) 」が 22.6% と続いている。目的では、「更新・維持・補修」が 62.4% で最も高く、「生産・販売能力の拡大」が 33.0%、「合理化・省力化」が 18.6% と続いている。業種別にみると、製造業 (23.5%) は 2 期連続で増加し、非製造業 (17.9%) は 2 期連続で増加した。

来期 (令和 4 年 10 ~ 12 月期) の見通し

来期に設備投資を実施する予定の企業は 17.5% で、当期 (20.3%) から、2.8 ポイント減少する見通しである。



本文中の割合 (%) については、小数点第 2 位を四捨五入して表記しています。

《財務省関東財務局「法人企業景気予測調査（令和4年7～9月期）」（埼玉県分）》

設備投資（除く土地購入額、含むソフトウェア投資額）－4年度は、増加見込み－

4年度の「設備投資」は、全規模・全産業ベースで前年比11.5%の増加見込みとなっている。
規模別にみると、大企業は同12.1%、中堅企業は同5.7%、中小企業は同27.3%の増加見込みとなっている。

業種別にみると、製造業は同26.7%、非製造業は同5.1%の増加見込みとなっている。

〔企業の設備投資〕

【前年同期比増減率：％】

	設 備 投 資
全規模・全産業	11.5 (24.1)
大 企 業	12.1 (22.7)
中 堅 企 業	5.7 (32.8)
中 小 企 業	27.3 (39.3)
製 造 業	26.7 (49.3)
非 製 造 業	5.1 (15.6)

(注) () 書は前回(4年4～6月期)調査結果。

3 経済情報

(1) 各種経済報告等

ア 内閣府「月例経済報告（11月）」

《我が国経済の基調判断》：令和4年11月24日公表

景気は、緩やかに持ち直している。

- ・個人消費 緩やかに持ち直している
- ・設備投資 持ち直している
- ・輸出 おおむね横ばいとなっている
- ・生産 持ち直しの動きがみられる
- ・企業収益 一部に弱さがみられるものの、総じてみれば改善している
- ・業況判断 持ち直しの動きに足踏みがみられる
- ・雇用情勢 持ち直している
- ・消費者物価 上昇している

先行きについては、ウィズコロナの下で、各種政策の効果もあって、景気が持ち直していくことが期待される。ただし、世界的な金融引締め等が続く中、海外景気の下振れが我が国の景気を下押しするリスクとなっている。また、物価上昇、供給面での制約、金融資本市場の変動等の影響に十分注意する必要がある。

《政策の基本的態度》

足下の物価高などの難局を乗り越え、未来に向けて日本経済を持続可能で一段高い成長経路に乗せ、日本経済の再生を図るべく、「物価高克服・経済再生実現のための総合経済対策」（10月28日閣議決定）を迅速かつ着実に実行する。そのため、裏付けとなる令和4年度第2次補正予算の早期成立に全力で取り組む。

今後とも、大胆な金融政策、機動的な財政政策、民間投資を喚起する成長戦略を一体的に進める経済財政運営の枠組みを堅持し、民需主導の自律的な成長とデフレからの脱却に向け、経済状況等を注視し、躊躇なく機動的なマクロ経済運営を行っていく。

日本銀行には、経済・物価・金融情勢を踏まえつつ、2%の物価安定目標を持続的・安定的に実現することを期待する。

【前月判断からの変更項目】

項目	10月月例	11月月例
公共投資	底堅さが増している	底堅く推移している

《今月の判断》：令和4年11月21日公表

管内経済は、持ち直している。（ ）

- ・生産活動 緩やかに持ち直している
- ・個人消費 持ち直している（ ）
- ・雇用情勢 持ち直している（ ）
- ・設備投資 前年度を上回る見込み
- ・公共工事 9か月ぶりに前年同月を上回った
- ・住宅着工 3か月連続で前年同月を上回った

《今月のポイント》

生産活動は、生産用機械工業をはじめ12業種が低下し、4か月ぶりの低下となった。
個人消費は、百貨店・スーパー販売額が13か月連続で前年同月を上回った。乗用車新規登録台数は15か月ぶりに前年同月を上回った。また、雇用情勢は有効求人倍率が9か月連続で上昇し、総じてみると管内経済は、持ち直している。
今後については、新型コロナウイルス感染症の感染状況や国際情勢の動向、物価上昇等が国内経済に与える影響について留意する必要がある。

鉱工業生産：緩やかに持ち直している

生産指数：95.7、前月比 1.9%と4か月ぶりの低下。

- ・生産用機械工業、輸送機械工業、化学工業（除・医薬品）等の12業種が低下。
- ・業務用機械工業、鉄鋼業等の6業種が上昇。

個人消費：持ち直している

百貨店・スーパー販売：7,380億円、全店前年同月比+4.9%と13か月連続で前年を上回る。
（既存店前年同月比+3.9%）

百貨店：2,068億円、全店前年同月比+19.3%と7か月連続で前年を上回る。
（既存店前年同月比+19.7%）

- ・「その他の商品」、「身の回り品」、「飲食料品」が好調。

スーパー：5,312億円、全店前年同月比+0.2%と2か月ぶりに前年を上回る。
（既存店前年同月比 1.3%）

- ・「その他の商品」が好調。

コンビニ販売：4,530億円、前年同月比+2.5%と10か月連続で前年を上回る。

家電大型専門店販売額：1,825億円、前年同月比+10.5%と2か月連続で前年を上回る。

ドラッグストア販売額：2,733億円、前年同月比+4.5%と17か月連続で前年を上回る。

ホームセンター販売額：1,088億円、前年同月比 1.8%と3か月連続で前年を下回る。

乗用車新規登録台数：123,023台、前年同月比+26.4%と15か月ぶりに前年を上回る。

普通乗用車：54,506台、前年同月比+22.0%と13か月ぶりに前年を上回る。

小型乗用車：28,930台、前年同月比+23.7%と16か月ぶりに前年を上回る。

軽乗用車：39,587台、前年同月比+35.1%と2か月ぶりに前年を上回る。

東京圏：74,004台、前年同月比+23.8%と13か月ぶりに前年を上回る。

東京圏以外：49,019台、前年同月比+30.4%と15か月ぶりに前年を上回る。

消費支出金額(関東・二人以上の世帯)：1世帯当たり302,333円、

前年同月比(実質) 0.9%と4か月ぶりに前年を下回る。

雇用情勢：持ち直している

有効求人倍率（季節調整値）：1.34倍、前月差+0.03ポイントと9か月連続で上昇。

東京圏：1.28倍、前月差+0.04ポイントと9か月連続で上昇。

東京圏以外：1.45倍、前月差±0.00ポイントと横ばい。

新規求人倍率（季節調整値）：2.36倍、前月差+0.02ポイントと2か月ぶりに上昇。

東京圏：2.33倍、前月差+0.01ポイントと2か月ぶりに上昇。

東京圏以外：2.40倍、前月差+0.03ポイントと2か月ぶりに上昇。

新規求人数（季節調整値）：316,238人、前月比+0.5%と2か月ぶりに増加。

東京圏：201,293人、前月比+0.3%と2か月ぶりに増加。

東京圏以外：114,945人、前月比+1.0%と2か月ぶりに増加。

新規求人数（原数値）：前年同月比+14.2%と18か月連続で増加。

・「宿泊業、飲食サービス業」、「卸売業、小売業」、「医療、福祉」等が増加に寄与。

南関東の完全失業率（原数値）：2.9%、前年同月差 0.3ポイントと7か月連続で前年を下回る。

事業主都合離職者数：11,941人、前年同月比+1.0%と2か月連続で増加。

東京圏：9,523人、前年同月比+5.0%と2か月連続で増加。

東京圏以外：2,418人、前年同月比 12.0%と2か月ぶりに減少。

設備投資：前年度を上回る見込み

法人企業景気予測調査（令和4年7-9月期調査）

全産業 前年度比+22.9%、製造業 同+33.0%、非製造業 同+17.7%

設備投資計画調査（2022年6月調査）

首都圏：全産業 前年度比+40.0%、製造業 同+41.3%、非製造業 同+39.7%

北関東甲信：全産業 前年度比+51.6%、製造業 同+51.8%、非製造業 同+51.3%

公共工事：9か月ぶりに前年同月を上回った

・単月（2022年9月）：4,591億円、前年同月比+10.9%と9か月ぶりに前年を上回る。

・年度累計（2022年4～9月）：28,291億円、前年同期比 2.2%。

東京圏：2,431億円、前年同月比+2.5%と3か月ぶりに前年を上回る。

東京圏以外：2,160億円、前年同月比+22.2%と2か月連続で前年を上回る。

住宅着工：3か月連続で前年同月を上回った

新設住宅着工戸数：33,463戸、前年同月比+9.1%と3か月連続で前年を上回る。

東京圏：26,047戸、前年同月比+12.9%と3か月連続で前年を上回る。

東京圏以外：7,416戸、前年同月比 2.2%と2か月ぶりに前年を下回る。

・都県別では、栃木県、千葉県、東京都、神奈川県において前年を上回る。

参考

消費者物価指数（関東、生鮮食品を除く総合（9月））

：102.8、前年同月比+3.0%と13か月連続で上昇。

総合指数：103.0、前年同月比+2.9%。

・総合指数の上昇に寄与した主な内訳：電気代、ガス代、調理食品。

国内企業物価指数（速報）：116.3、前月比+0.7%と4か月連続で上昇、前年同月比は+9.7%。

企業倒産：倒産件数は5か月連続で前年同月を上回り、負債総額は4か月連続で前年同月を上回る。

《総括判断》令和4年11月1日公表

県内経済は、供給面での制約の影響がみられるものの、緩やかに持ち直している

個人消費は、緩やかに持ち直している。生産活動は、一進一退の状況にある。雇用情勢は、持ち直しつつある。

先行きについては、ウィズコロナの新たな段階への移行が進められる中、各種政策の効果もあって、景気が持ち直していくことが期待される。ただし、世界的な金融締め等が続く中、海外景気の下振れが景気を下押しするリスクとなっている。また、物価上昇、供給面での制約、金融資本市場の変動等の影響に十分注意する必要がある。

【各項目の判断】

項目	判断	要点
個人消費	緩やかに持ち直している	百貨店販売額、スーパー販売額などは前年を上回っている。家電販売額、ホームセンター販売額は前年を下回っている。乗用車の新車登録届出数は、小型車が前年を下回っているものの、普通車、軽乗用車は前年を上回っており、全体として前年を上回っている。旅行や飲食サービスなどは、持ち直している。 このように個人消費は、緩やかに持ち直している。
生産活動	一進一退の状況にある	生産は、一部に供給面での制約の影響がみられるなか、業種別にみると、汎用機械、輸送機械が増加しているものの、化学、生産用機械などが減少しており、全体としては、一進一退の状況にある。
雇用情勢	持ち直しつつある	有効求人倍率は上昇し、新規求人数は増加するなど、雇用情勢は、持ち直しつつある。
設備投資	4年度は増加見込みとなっている（全規模・全産業）	4年度の設備投資計画は、製造業、非製造業とも増加見込みとなっている
企業収益	4年度は減益見込みとなっている（全規模）	4年度の経常利益は、製造業では減益見込み、非製造業では増益見込みとなっている。
企業の景況感	『下降』超となっている（全規模・全産業）	先行きについては、10～12月期に「上昇」超に転じる見通しとなっている。
住宅建設	前年を上回っている	新設住宅着工戸数をみると、持家、貸家は前年を下回っているものの、分譲住宅は前年を上回っており、全体として前年を上回っている。
公共事業	前年を下回っている	前払金保証請負金額をみると、市町村は前年を上回っているものの、国、独立行政法人等、都県で前年を下回っており、全体として前年を下回っている。

《総括判断》令和4年11月1日公表

管内経済は、供給面での制約の影響がみられるものの、緩やかに持ち直している

個人消費は、家電販売額、ホームセンター販売額が前年を下回っている一方で、百貨店販売額、スーパー販売額などが前年を上回っているほか、宿泊や飲食サービスなどは持ち直しており、緩やかに持ち直している。生産活動は、一部に供給面での制約の影響がみられるものの、生産用機械、輸送機械などが増加しており、緩やかに持ち直している。雇用情勢は、緩やかに改善しつつある。

先行きについては、ウィズコロナの新たな段階への移行が進められる中、各種政策の効果もあって、景気が持ち直していくことが期待される。ただし、世界的な金融引締め等が続く中、海外景気の下振れが景気を下押しするリスクとなっている。また、物価上昇、供給面での制約、金融資本市場の変動等の影響に十分注意する必要がある。

【各項目別判断】

項目	判断	要点
個人消費	緩やかに持ち直している	百貨店販売額、スーパー販売額、コンビニエンスストア販売額などは前年を上回っている。家電販売額、ホームセンター販売額は前年を下回っている。乗用車の新車登録届出台数は、小型車が前年を下回っているものの、普通車、軽乗用車は前年を上回っており、全体として前年を上回っている。 宿泊や飲食サービスなどは、持ち直している。 このように個人消費は、緩やかに持ち直している。
生産活動	緩やかに持ち直している	生産を業種別にみると、一部に供給面での制約の影響がみられるものの、生産用機械、輸送機械、電気機械などが増加しており、緩やかに持ち直している。 なお、非製造業では、リース業の取扱高及び広告業の売上高は前年を下回り、情報サービス業の売上高は前年を上回っている。
雇用情勢	緩やかに改善しつつある	有効求人倍率は上昇し、新規求人数は増加しているほか、完全失業率は改善しており、雇用情勢は、緩やかに改善しつつある。
設備投資	4年度は増加見込みとなっている (全規模・全産業)	製造業では、食料品などで減少見込みとなっているものの、化学、自動車・同附属品などで増加見込みとなっていることから、全体では増加見込みとなっている。 非製造業では、情報通信業などで減少見込みとなっているものの、金融業、保険業、不動産業などで増加見込みとなっていることから、全体では増加見込みとなっている。
企業収益	4年度は減益見込みとなっている (全規模)	製造業では、情報通信機械などで増益見込みとなっているものの、非鉄金属などで減益見込みとなっていることから、全体では減益見込みとなっている。 非製造業では、運輸業、郵便業などで増益見込みとなっているものの、学术研究、専門・技術サービス業などで減益見込みとなっていることから、全体では減益見込みとなっている。
企業の景況感	『下降』超となっている (全規模・全産業)	大企業は「上昇」超に転じ、中堅企業は「下降」超幅が拡大し、中小企業は「下降」超幅が縮小している。 先行きについては、全規模・全産業ベースで10～12月期に「上昇」超に転じる見通しとなっている。
住宅建設	前年を上回っている	新設住宅着工戸数をみると、持家は前年を下回っているものの、貸家、分譲住宅は前年を上回っており、全体として前年を上回っている。
公共事業	前年を下回っている	前払金保証請負金額をみると、独立行政法人等、都県、市区町村は前年を上回っているものの、国が前年を下回っており、全体として前年を下回っている。
輸出	前年を上回っている	通関実績（円ベース、東京税関と横浜税関の合計額）でみると、輸出は前年を上回っている。なお、輸入も前年を上回っている。

(2) 今月のキーワード 「D2C」

新型コロナウイルス感染症の影響もあり、EC（電子商取引）の需要が高まっていますが、そのなかでも「D2C」とよばれる新たな事業モデルが注目を集めています。D2Cとは Direct to(=2) Consumer（直接消費者へ）の頭文字を取ったもので、自ら企画、生産した商品をSNSなどを通じて広告し、自社のECサイトへ誘導、消費者に直接販売する事業モデルのことです。自然素材を特徴としたアパレルや特定層をターゲットとした化粧品など、万人受けするよりは特定の顧客層を対象とした商品を販売することが多いようです。SNSを中心としたマーケティングを行っていますが、一部、ショールームや顧客とスタッフとの交流の場として実店舗を構えている場合も有ります。

SNSを活用することで、従来は難しかった特定の顧客層を対象としたブランド展開や情報発信が容易になりました。特に、プライベートなSNSでは同世代の友人や興味関心のあるハッシュタグをフォローしていることが多く、ユーザー同士の消費嗜好も似通ってくる傾向にあります。ブランドの特徴や世界観に共感し購入した消費者が商品についてSNSに投稿し、それを見たフォロワーが自身も購入を検討する、という好循環がD2C分野の拡大を後押ししています。

【SPA（製造小売業）との違い】

D2Cに近い事業モデルとしてSPAがあげられます。SPAは Speciality store retailer of Private label Apparel の頭文字を取ったもので、ユニクロなどに代表される、アパレル業界に端を発した、企画、生産から販売までを一貫して自社で行う事業モデルです。中間業者を省くことでコストを押さえつつ品質を向上させ、流行や消費者ニーズにも素早く対応することを可能にしています。

両者とも中間業者を省くことでコストを抑え、メリットを顧客に還元しているという点は共通していますが、主な顧客層と販売方法に違いがあります。SPAは自社店舗へ来店する不特定多数の顧客層を対象に販売しているのに対し、D2CはSNSを通じてつながったブランドの特徴や世界観に共感した顧客層を対象に、自社ECサイトで販売を行っています。この「SNSを通じてつながった」というのが重要なポイントで、SNSによる双方向のコミュニケーションにより企業側は顧客にブランドの更なる浸透やリピート購入を働きかけやすくなるほか、集めた情報を迅速に商品の開発や改善へつなげることが可能となります。これこそが、D2C最大のメリットといえるでしょう。

【今後の展望について】

インターネット広告のコンサルティングを手掛ける(株)売れるネット広告社は、ネットメディアを通じて自社ブランドの商品を消費者に直接に販売する事業をデジタルD2Cと定義し、その国内市場規模が2025年には3兆円に達するとの予測を発表しています。SNSは既に日常生活に不可欠なものとなり、D2C市場はますます拡大していくものと思われま



※売れるネット広告社の過去5年の独自データおよび関連業界への調査に基づき推計。2020年度以降は当社予測。
※ECモールなどの中間取引事業者、およびそれらを通じて商品を販売する事業の取引高は含まない。

出所: 「デジタルD2C市場規模、2025年には3兆円に達すると予測」(株式会社売れるネット広告社)

(3) 今月のトピック「埼玉県内企業の景況感・売上高」

製造業の自社業況が大幅に悪化。仕入価格・諸経費価格の上昇が影響。

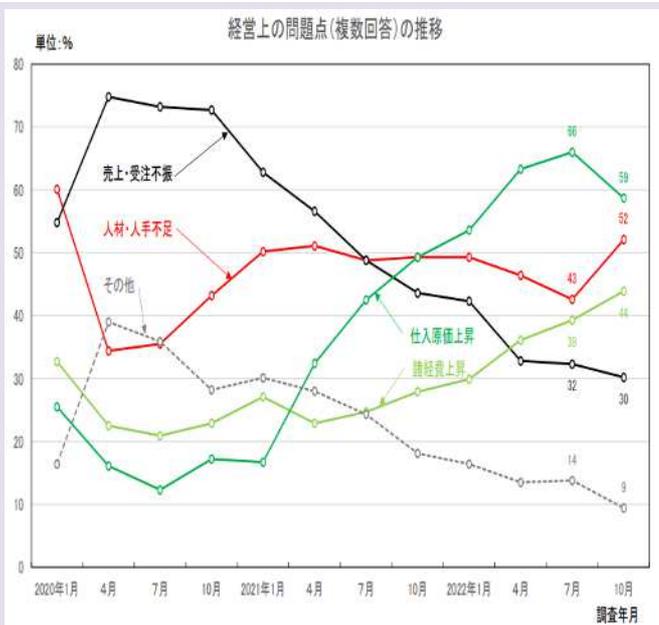
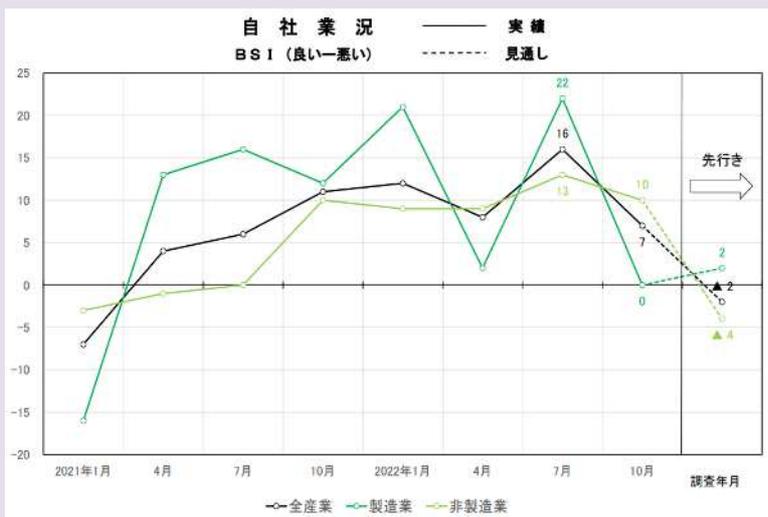
埼玉県内の企業を対象に10月に実施したアンケート「第173回企業経営動向調査」（対象企業1,014社、回答企業数310社、回答率30.6%）によると、製造業の自社業況が大幅に悪化した。経常利益も大幅に悪化しており、仕入価格や諸経費価格の上昇等が影響したとみられる。企業経営上の問題点も、「仕入原価上昇」、「人材・人手不足」、「諸経費上昇」等、コストアップ関連が上位に並んだ。

最近（2022年10月）の自社の業況に対する見方はBSI+7となり、2四半期ぶりの悪化となった。調査を実施した10月上旬においては、コロナ感染拡大はやや落ち着きつつあったものの、海外金利が急上昇するとともに、急速に円安が進み、海外景気の悪化や物価上昇を懸念して悪化したとみられる。業種別にみると、製造業が大幅に悪化した。

先行き（約6カ月後）については、BSI-2と、現状から9ポイントの悪化となっている。業種別では、非製造業での悪化が目立っている。

経営上の問題点（複数回答）については、「仕入原価上昇」が59%と最も多かった。次いで、「人材・人手不足」52%、「諸経費上昇」44%、「売上・受注不振」30%などとなった。

2021年は原油や資源価格等が上昇し、経営上の問題点については、2021年4月調査から「仕入原価上昇」の比率が高まり、本年に入ってから調査では最も高くなっている。今回調査では「仕入原価上昇」の比率は低下したものの依然高く、「諸経費上昇」の比率もさらに上昇した。「人材・人手不足」の比率も急上昇するなど、コストアップにつながる問題点が上位に並んでおり、企業経営上、収益的に厳しい状況が当面続くとみられる。



(出所) 公益財団法人埼玉りそな産業経済振興財団「第173回企業経営動向調査」

～内容について、ご意見等お寄せください～

発行 令和4年11月30日
 作成 埼玉県企画財政部 計画調整課 島添(シマヅ) I
 電話 048-830-2134
 Email a2130@pref.saitama.lg.jp