

埼玉県の上場企業に小売業が多いのは何故か

ぶぎん地域経済研究所 取締役 調査事業部長兼上席研究員 博士（経営学） 藤坂 浩司

埼玉県に本社を置く上場企業を閲覧すると、業種分類では上場企業全 67 社のうち 14 社が小売業で、全体の約 20% でトップを占めている。いずれの企業も地域の消費者に馴染みのある企業だが、では、何故、埼玉県には小売業の上場企業が多いのか？これまで体系的に分析したデータは存在せず、理由が判然としない。そこで本稿では、上場小売業各社の公開データや新聞、雑誌に掲載された過去のインタビュー記事などを基に、小売業の上場企業が多いとされる背景を調査、分析する。

図表 1：埼玉県に本社を置く上場企業

企業名	市場名	業種分類	所在地	企業名	市場名	業種分類	所在地
株式会社サイゼリヤ	P	小売業	吉川市	ケイアイスター不動産株式会社	P	不動産業	本庄市
株式会社しまむら	P	小売業	さいたま市	株式会社アズ企画設計	S	不動産業	川口市
株式会社ハイデイ日高	P	小売業	さいたま市	リバレスト株式会社	J	不動産業	草加市
株式会社ベルク	P	小売業	鶴ヶ島市	株式会社東日本地所	T	不動産業	さいたま市
株式会社ブルーナ	P	小売業	上尾市	株式会社アイダ設計	T	不動産業	上尾市
株式会社ヤオコー	P	小売業	川越市	AGS株式会社	S	情報・通信	さいたま市
株式会社安楽亭	S	小売業	さいたま市	株式会社システムインテグレータ	S	情報・通信	さいたま市
株式会社かんなん丸	S	小売業	さいたま市	バンフィックスシステム株式会社	S	情報・通信	さいたま市
株式会社スーパーバリュー	S	小売業	上尾市	株式会社ASJ	G	情報・通信	川口市
株式会社バナーズ	S	小売業	熊谷市	株式会社タムロン	P	精密機器	さいたま市
株式会社マミーマート	S	小売業	さいたま市	リズム株式会社	P	精密機器	さいたま市
株式会社バッファロー	J	小売業	川口市	日本精密株式会社	S	精密機器	川口市
ウェルビングループ株式会社	T	小売業	所沢市	株式会社エイチワン	P	金属製品	さいたま市
株式会社ゴルフ・ドウ	M	小売業	さいたま市	株式会社ジーテクト	P	金属製品	さいたま市
株式会社エンプラス	P	電気機器	川口市	日本製罐株式会社	S	金属製品	さいたま市
キャノン電子株式会社	P	電気機器	秩父市	大成ラミック株式会社	S	化学	白岡市
サンケン電気株式会社	P	電気機器	新座市	中央化学株式会社	S	化学	鴻巣市
ユー・エム・シー・エレクトロニクス株式会社	P/MM	電気機器	上尾市	ヤマト モビリティ & Mfg. 株式会社	S	化学	川越市
株式会社ワコム	P	電気機器	加須市	株式会社朝日ラバー	S	ゴム	さいたま市
株式会社MCJ	S	電気機器	春日部市	株式会社フコク	P	ゴム	上尾市
株式会社オプトエレクトロニクス	S	電気機器	蕨市	株式会社ビックルスコーポレーション	P	食料品	所沢市
株式会社オリジン	S	電気機器	さいたま市	株式会社篠崎屋	S	食料品	越谷市
株式会社芝浦電子	S	電気機器	さいたま市	AZ-COM丸和ホールディングス株式会社	P	陸運業	吉川市
株式会社アイチコーポレーション	P/MP	機械	上尾市	秩父鉄道株式会社	S	陸運業	熊谷市
株式会社オプトラン	P	機械	鶴ヶ島市	株式会社グラファイトデザイン	S	その他製品	秩父市
日本ビストンリング株式会社	P	機械	さいたま市	株式会社ツツミ	S	その他製品	蕨市
NITTOKU株式会社	S	機械	さいたま市	株式会社一蔵	S	サービス業	さいたま市
ヒーハイト株式会社	S	機械	川越市	サイボー株式会社	S	繊維製品	川口市
株式会社ブラコー	S	機械	さいたま市	新報国マテリアル株式会社	S	鉄鋼	川越市
曙ブレーキ工業株式会社	P	輸送用機器	羽生市	理研コランダム株式会社	S	ガラス・土石製品	鴻巣市
ティ・エス テック株式会社	P	輸送用機器	朝霞市	株式会社ゼロジャパン	T	卸売業	所沢市
株式会社エフテック	S	輸送用機器	久喜市	株式会社ババネット	T	倉庫・運輸関連業	越谷市
八千代工業株式会社	S	輸送用機器	狭山市	株式会社武蔵野銀行	P	銀行業	さいたま市
株式会社リード	S	輸送用機器	熊谷市				

各社 HP など公開資料を基に当研究所で作成

P＝東証プライム S＝東証スタンダード J＝東証ジャスダック G＝東証グロース T＝TOKYO PRO Market MP＝名証プレミア MM＝名証メイン M＝名証ネクスト

小売業が多い埼玉県の上場企業

まずは図表1を見ていただきたい。こちらは2025年2月10日現在、東京証券取引所などに株式を上場している埼玉県内に本社を置く企業を一覧表にまとめたものだが、上場企業全67社のうち14社が小売業で最も多いことが分かる。本県は輸送用機器産業が盛んなことで知られ、工業製品出荷額等では輸送用機器を筆頭に食料品、化学などの産業が上位を占めるが、上場企業ランクでは製造業を押さえて小売業が堂々の1位となっている。いずれの企業も県民には馴染みのある企業で、ナショナルブランドとして地歩を固める企業もある。この上場小売業について、創業の経緯など細かく情報を記載したものを図表2にまとめた。

図表2をみると、県内の上場小売業には幾つの特徴点があることが分かる。第1に業種的には、スーパーを中心とした流通業と外食産業が大半を占めていること、第2に創業地について、流通業で

は秩父地域を含めた県北地域で起業した企業が多い反面、外食産業は都心に近い県南地域で起業した企業が多いことが確認できる。そして第3に、創業年は各社まちまちであるが、株式上場を果たした時期について、多くの企業が1990年代、2000年代に集中していることが分かる。これらの特徴点を踏まえて、本県に小売業の上場企業が多い背景を紐解いてみたい。

まず、流通業と外食産業に業種が集中している理由だが、本県は現在、734万4,765人（令和2年国勢調査人口等基本集計結果確報値）の人口を擁し、全国順位では第5位、人口増減率では第4位と全国有数の“消費地”であることが大前提にある。それを踏まえた上で、図表3、図表4を見ていただきたい。

図表3は厚生労働省の「国民生活基礎調査」のうち、3年に1度実施する大規模調査で都道府県別にみた世帯構造から核家族世帯数の割合が高い上位5つの自治体を時系列で示したものだが、埼玉県は1998年調査から2013年調査まで毎回、核家族世

図表2：上場小売業の創業経緯など

社名	市場区分	創業年	株式上場年	創業時の所在地	創業時の記録
ヤオコー	P	1890年	1993年	小川町	明治23年 川野幸太郎が埼玉県武州小川町に「八百幸商店」を創業
バナーズ	S	1950年8月	1963年	熊谷市	埼玉製糸株式会社を設立、糸系製造を開始
しまむら	P	1953年	1988年	小川町	埼玉県小川町で呉服販売の個人商店を株式会社に組織変更し、鎌島村呉服店として設立。取扱品目を呉服に加え当時消費が急増していた既製服及び生地と仕立てに拡大。
ベルク	P	1959年5月	2004年	秩父市	埼玉県秩父市に株式会社主婦の店秩父店を設立
マミーマート	S	1959年8月	2010年	東松山市	埼玉県東松山市に八百清1号店がオープン。
ベルーナ	P	1968年9月	1998年	上尾市	埼玉県上尾市に印鑑の訪問販売、友華堂として創業
ハイデイ日高	P	1973年2月	2005年	大宮市	現会長によって中華料理「来々軒」をさいたま市大宮区宮町に創業
サイゼリヤ	P	1973年5月	1999年	千葉県市川市	イタリアンレストラン「サイゼリヤ」の経営を開始。
安楽亭	S	1978年11月	2000年	川口市	株式会社安楽亭を設立し、本店所在地を埼玉県川口市芝新町4-30に置く。
かんなん丸	S	1982年5月	2004年	浦和市	有限会社かんなん丸を埼玉県浦和市大谷場に設立
パッファロー	S	1983年4月	2004年	川口市	パッファローオートパーツ(株)(現 当社)を設立し、本社を埼玉県川口市に設置。
スーパーバリュー	S	1996年3月	2008年	大宮市	埼玉県大宮市(現さいたま市見沼区)に(株)大川ホームセンター設立＜資本金9,000万円、(株)大川(現(株)大川ホールディングス)全額出資
ウェルビングループ	T	1998年2月	2022年	所沢市	自動車販売事業を創業
ゴルフドゥ	M	1999年3月	2006年	浦和市	株式会社ボックスグループの新規事業として「ゴルフドゥ」1号店を浦和市(現さいたま市浦和区)にオープン

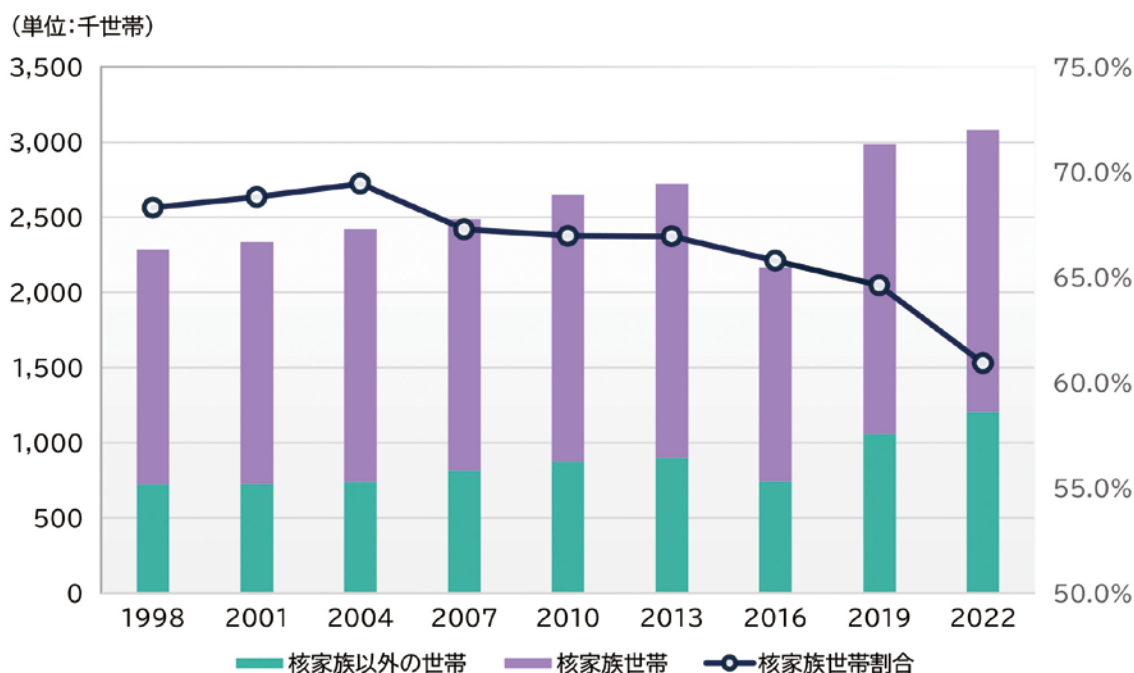
各社 HP など公開資料を基に当研究所で作成
P＝東証プライム S＝東証スタンダード T＝TOKYO PRO Market M＝名証ネクスト

図表 3：核家族世帯数の割合が高い上位 5 つの自治体

1998	埼玉県(68.3%)	千葉県(65.9%)	神奈川県(64.6%)	沖縄県(64.6%)	兵庫県(64.6%)
2001	埼玉県(68.8%)	沖縄県(66.1%)	千葉県(65.3%)	神奈川県(64.8%)	大阪府(64.0%)
2004	埼玉県(69.4%)	千葉県(67.4%)	神奈川県(66.5%)	大阪府(64.5%)	沖縄県(64.0%)
2007	埼玉県(67.3%)	兵庫県(65.3%)	神奈川県(65.0%)	大阪府(64.3%)	沖縄県(64.1%)
2010	埼玉県(67.0%)	奈良県(66.3%)	神奈川県(64.2%)	千葉県(63.6%)	兵庫県(63.5%)
2013	埼玉県(66.9%)	神奈川県(66.6%)	奈良県(65.9%)	兵庫県(65.5%)	千葉県(64.6%)
2016	千葉県(67.9%)	兵庫県(65.8%)	奈良県(65.5%)	埼玉県(64.7%)	神奈川県(64.3%)
2019	奈良県(65.3%)	滋賀県(65.2%)	埼玉県(64.6%)	神奈川県(64.0%)	和歌山県(62.9%)
2022	奈良県(64.2%)	滋賀県(62.6%)	三重県(61.6%)	兵庫県(61.5%)	埼玉県(60.9%)

出典：厚生労働省『国民生活基礎調査』各調査結果を基に当研究所で作成

図表 4：埼玉県の核家族世帯数と割合の推移



出典：厚生労働省『国民生活基礎調査』各調査結果を基に当研究所で作成

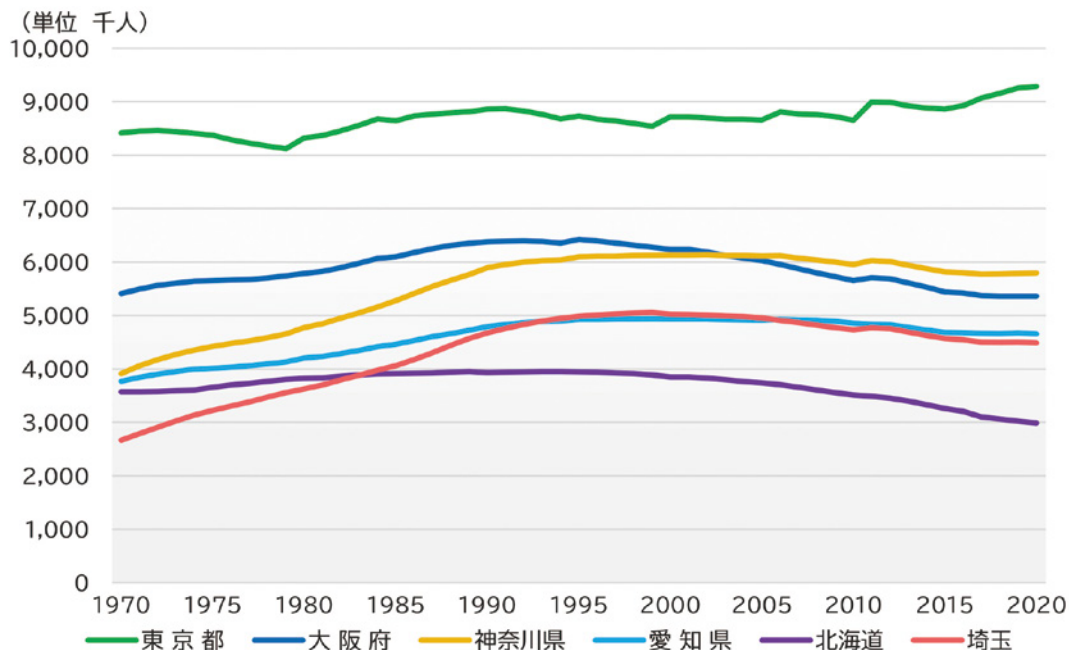
帯数の割合で全国一となっている。本県は東京都に隣接し、都心への通勤アクセスに優れていることや、都内に比べて比較的手頃な価格で広い住宅を購入できる地域が多いため、若い世代が家族を持ちやすく、その結果、核家族世帯が他の地域より多くなったと考えられる。核家族世帯が多いことで、家庭向けの商品やサービスの需要が高まり、スーパーや外食産業などのビジネスを活性化する経済循環の素地が生

まれたと考えられる。若い世代の世帯が多いことから生産年齢人口の多さも全国有数である。

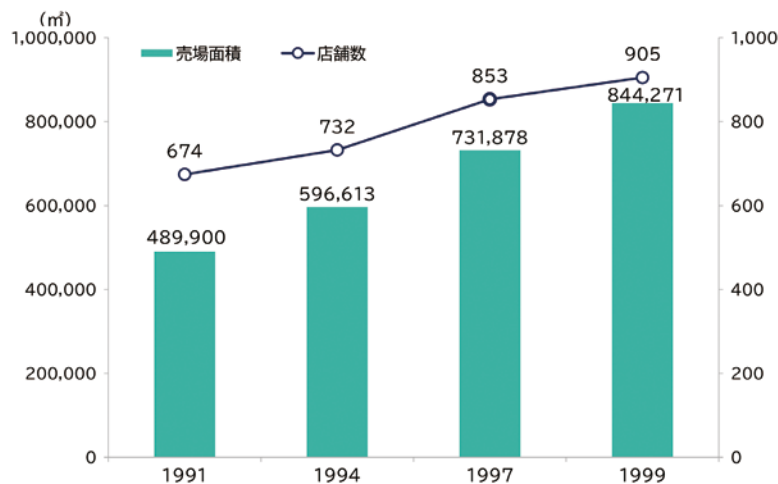
図表 5 は、1970 年から 2020 年までの生産年齢人口の多い都道府県上位 5 つの自治体をグラフにしたものだが、埼玉県は常時、5 位以内に位置してきた。働き盛りの人が多い地域であることから、消費も旺盛であり、そうしたことが、県内に流通業や外食産業が数多く生まれ、激しい競争環境を通じて、



図表 5：生産年齢人口の多い上位 5 つの都道府県



図表 6：1990 年代、埼玉県内における食料品スーパーの店舗数、売り場面積（㎡）の推移



その中から株式上場を目指す企業が生まれたと推察される。一例であるが、1995 年 5 月 2 日付け日刊工業新聞には、ベルクが株式の店頭登録を果たした際、原島善一社長（当時）が、株式公開の理由について「スーパーが生き延びていくには拡大以外に方法はない。事実、マルエツが早くから株式を公開、その後、ヤオコー、マミーマートが公開してそれぞれ事業の拡大を図っている」とインタビューに答え

ている。先行する同業他社に触発されて次々と株式公開、上場を目指そうとした当時の企業戦略を窺うことができる。

図表 6 には 1990 年代の埼玉県内における食料品スーパーの店舗数、売り場面積の推移を表したが、いずれも右肩上がりで伸びていることが分かる。1990 年代まで、埼玉県の人口における平均年齢は 30 代で推移しており、そうした人口構成が小売業

の勢いを後押ししている。但し、この拡大傾向は埼玉県に限らず、首都圏で言えば、一都六県すべての自治体の食料品スーパーが売り場面積を拡大（図表7）させているが、同期間で見れば、埼玉県の食料品スーパーは、神奈川県を押し下げて東京都に次いで売り場面積が多く、競争の激しさの一端が窺える。

創業の経緯から考える

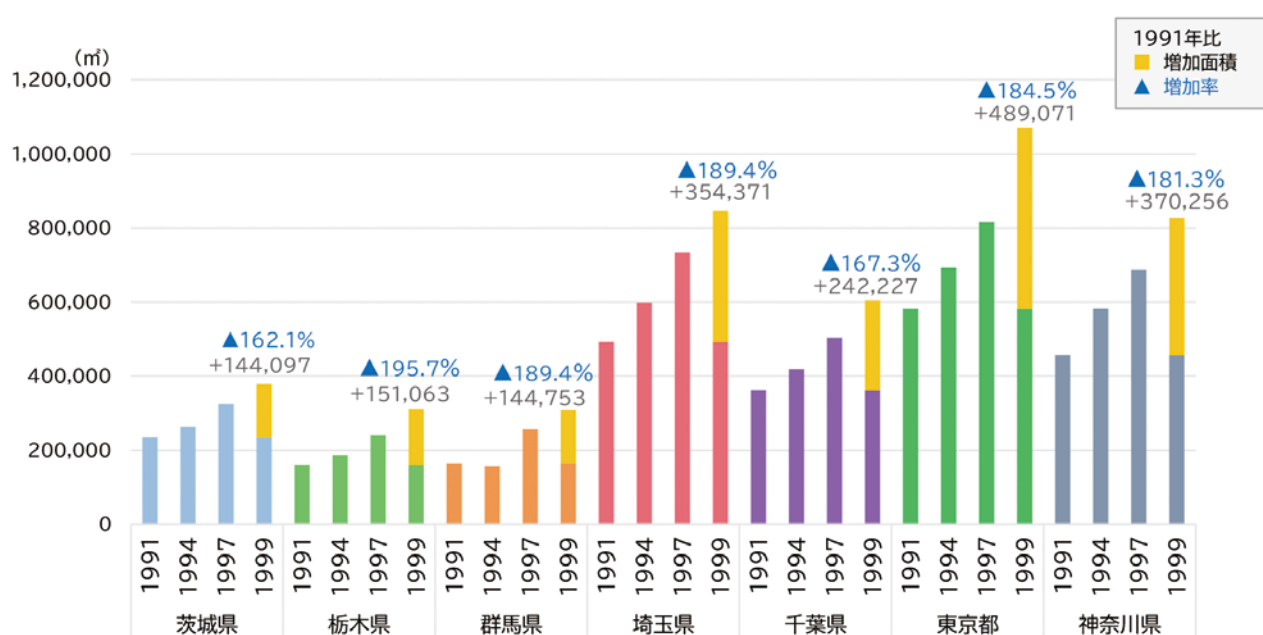
次に埼玉県で小売業の上場企業が多い理由について創業の経緯から考えてみたい。図表2に示した創業時の記録について各社のHPから抜粋した情報を記載したが、流通業では秩父地域を含めた県北地域で起業した企業が多い。理由の1つに時代背景が挙げられる。埼玉県の産業は秩父や県北地域を中心に栄えた時期があるが、直接的、間接的に上場企業個社の祖業に影響を与えた可能性がないだろうか。

例えば、流通業ではないが、バナーズは祖業が生糸の製造であり、しまむらは小川町で呉服販売からスタートしている。多少、こじつけがあるかもしれないが、産業は地域の地理的特性やそれを背景にし

た歴史的経緯から発展する。本県は歴史的に製糸業が盛んな地域として知られ、江戸時代には、織物など生活必需品を供給する産地として位置づけられていた。江戸と各藩を結ぶ五街道のうち中山道、日光街道が県内を通っており、製糸、織物産業の発展につながった。「秩父銘仙」、「本庄織物」、「飯能大島紬」は、県の伝統的手工芸品に指定されているが、中でも秩父地域は、群馬県の伊勢崎や栃木県の足利と並ぶ銘仙の5大産地の1つに数えられ、全国にその名を馳せた（詳細はぶぎんレポート2018年6月号「埼玉歴史探訪『絹織物』」を参照）。そうした地域産業の発展が、上場小売業の創業者に起業を促し、その後の発展に何らかの影響を与えたと言えないだろうか。

一方、外食産業では都心に近い県南地域で起業した企業が多いが、それら企業の創業年は1970年代から80年代に集中している。この時期、日本ではマクドナルドやケンタッキーなど米国の外食チェーンが日本に進出、追いかける様に国内資本も外食産業に相次ぎ参入した。全国各地にファミリーレストランやファストフードチェーンが展開を見せるなど、消費者にとって外食が一気に身近な存在になっ

図表7：一都六県の食料品スーパーの店舗面積の推移



出典：経済産業省『商業統計』各年調査を基に当研究所で作成

た。ハイデイ日高、サイゼリア、安楽亭、かんなん丸などの外食産業が相次ぎ創業した時期は、こうした時代背景と重なる。

例えば、都心で働く県内の核家族世帯が週末に家族揃って外食を楽しむといったライフスタイルや、仕事で疲れたビジネスパーソンが帰宅途中に、最寄り駅近くの外食で一杯やりながら食事をする今では定番の光景がこの時期に定着していった。ハイデイ日高の神田正会長は、「当社の原点は一杯飲めてラーメンが食べられる屋台」（日経ヴェリタス 2010 年 10 月 31 日付）とインタビューに答えているが、創業者の理念と地域社会の潜在需要がうまく噛み合うことで企業の成長につながった。

何のために株式上場するのか

最後の特徴として、株式上場を果たした多くの小売業が 1990 年代、2000 年代に上場時期が集中している点に触れたい。そもそも企業が株式上場を目指す第 1 の目的は資金調達にあり、株式市場から調達した資金を元手にさらなる事業拡大を進めていく。かんなん丸の佐藤栄治社長（当時）は、1998

年 7 月 1 日付け日刊工業新聞で、株式公開の資金用途について店舗展開とし、人口増の埼玉県内で「庄や」の展開を重視していると回答している。では、この時期に株式上場が集中している理由は何か。幾つか原因が考えられるが、最大の理由は、1990 年に証券取引法が改正され、新規上場の条件が緩和されたことだ。

規制緩和によって、ベンチャー企業や中小企業が株式市場に上場しやすくなり、株式公開企業が増加した。県内の上場小売業でも、ヤオコー（1988 年 2 月）、安楽亭（1997 年 9 月）、サイゼリア（1998 年 4 月）、ハイデイ日高（1999 年 9 月）、バッファロー（2004 年 11 月）などが、株式上場の前に日本証券業協会に株式を店頭登録している。また、株式上場と直接的な関係性はないが、1991 年に大規模小売店舗法が改正され、それ以降、各地で大型のショッピングセンターの進出が加速していく。大規模流通を迎え撃つ地元の流通業が投資拡大に向けて資金調達確保の観点から株式上場を目指した点も指摘される。また、資金調達以外に企業が株式上場を目指す理由としては、知名度の向上や人材確保などが挙げられる。日経ビジネス 1989 年 5 月 22 日号

図表 8：埼玉県内に生産拠点を構える県外の上場製造業

社名	本社	埼玉県内の生産拠点	生産品目
岩崎電気株式会社	東京都中央区	行田市、本庄市、鴻巣市	照明器具、光源ほか
沖電気工業株式会社	東京都港区	本庄市	通信端末、社会インフラシステム等
キッコーマン株式会社	千葉県野田市	久喜市	子会社を通じて密封包装食品
コニカミノルタ株式会社	東京都千代田区	狭山市	子会社を通じて医療機器
シチズン時計株式会社	東京都西東京市	所沢市、狭山市、吉見町	本体および子会社を通じて時計および部分品
信越ポリマー株式会社	東京都千代田区	児玉郡神川町	シリコン製品
株式会社タムラ製作所	東京都練馬区	坂戸市、狭山市	電子部品
株式会社チノー	東京都板橋区	久喜市	センサ
藤倉コンポジット株式会社	東京都江東区	さいたま市	ゴム製品
本田技研工業株式会社	東京都港区	寄居町	四輪車
株式会社安川電機	北九州市八幡西区	入間市	ACサーボドライブ
ユニ・チャーム株式会社	東京都港区	児玉郡上里町	紙おむつや衛生材料など

各社 HP や報道資料を基に当研究所で作成

図表 9：埼玉県の 10 大費目別消費者物価地域差指数 (全国平均= 100)

	総合		食料		住居		光熱・水道		家具・家事用品		被服及び履物	
	指数	順位	指数	順位	指数	順位	指数	順位	指数	順位	指数	順位
2013	101.4	3	101.5	9	103.4	3	96.2	40	101.9	8	104.7	7
2014	101.1	4	101.1	11	104.4	3	95.3	44	100.6	15	102.0	17
2015	101.7	3	100.7	13	111.5	3	94.8	45	101.6	12	101.7	20
2016	101.5	3	100.9	13	109.3	3	93.0	45	101.8	9	103.1	15
2017	101.2	3	100.8	14	109.9	3	93.1	45	101.4	11	102.6	18
2018	101.1	3	100.7	17	108.9	3	93.8	46	101.8	8	102.3	15
2019	101.0	3	100.5	18	104.8	3	94.4	45	102.7	5	103.8	11
2020	100.6	5	99.6	26	105.0	4	94.5	44	102.3	7	102.2	11
2021	100.3	7	99.1	29	106.9	4	94.0	46	102.5	5	103.6	6
2022	100.5	7	98.4	33	108.9	4	96.2	43	102.6	6	104.4	5
2023	100.4	7	98.1	36	108.3	4	97.1	38	102.4	6	103.5	7

	保健医療		交通・通信		教育		教養娯楽		諸雑費	
	指数	順位	指数	順位	指数	順位	指数	順位	指数	順位
2013	101.1	4	100.0	15	102.7	7	103.2	3	101.2	9
2014	101.4	5	100.0	13	103.3	8	103.4	3	102.1	6
2015	100.5	17	100.8	7	103.6	9	104.8	1	100.6	17
2016	101.0	9	100.6	6	103.7	9	104.5	2	100.7	17
2017	100.4	16	100.6	6	98.5	17	104.6	2	101.0	15
2018	100.7	12	100.5	5	99.7	15	104.5	2	100.7	13
2019	100.6	10	100.8	4	98.8	16	104.3	2	101.3	8
2020	100.2	17	100.9	5	96.5	16	104.2	3	102.6	5
2021	99.9	22	100.1	16	97.8	15	103.2	3	101.9	5
2022	100.1	18	100.6	9	97.5	14	102.7	3	101.5	5
2023	100.9	8	100.5	8	96.3	16	103.2	3	101.9	6

出典：総務省『消費者物価地域差指数』小売物価統計調査（構造編）の各年結果を基に当研究所で作成

では、ヤオコーの川野幸夫社長（現会長）が株式公開を目指した理由について、より良い人材を集めることが最大の目的とインタビューに答えている。

小売業が多いその他の理由

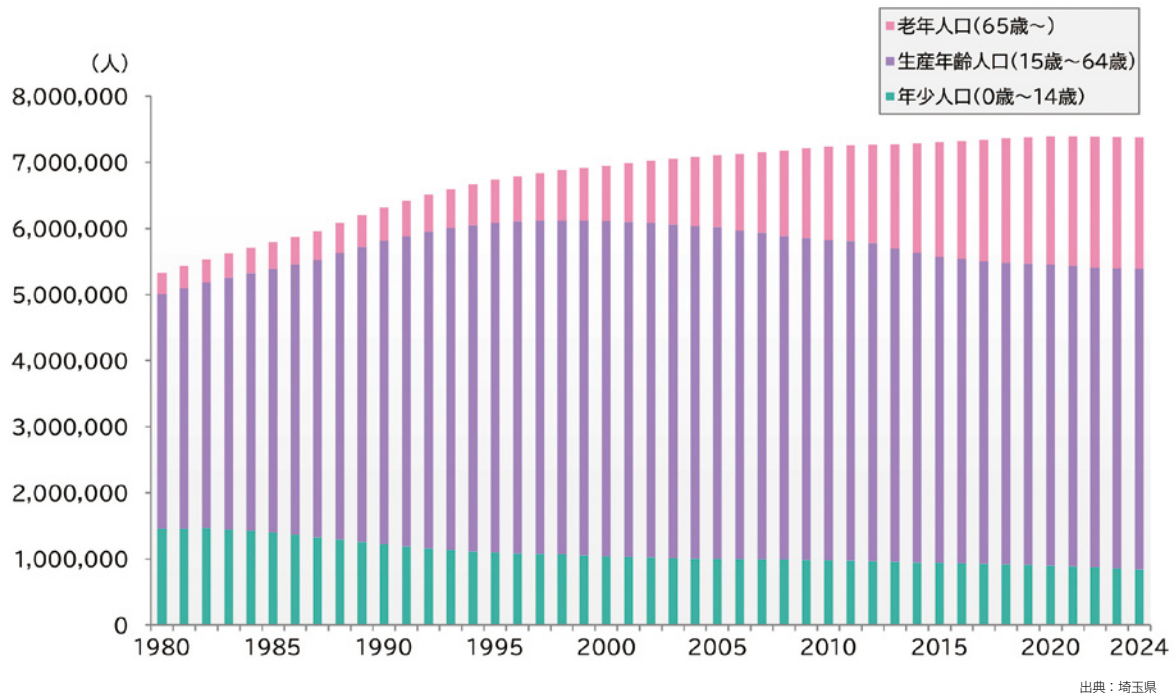
ここまで埼玉県の上場企業に小売業が多い理由について、3つの観点から分析を試みたが、そもそも県内で盛んな製造業が筆頭でない理由は何か？図表1の企業群を見れば、業種分類の括りでは製造業が

トップではあるが、敢えて言及してみたい。

図表8を見ていただきたい。こちらには、東京をはじめ埼玉県外に本社を置き、埼玉は生産拠点とする企業の一例を記載している。埼玉が生産拠点に選ばれるのは、大消費地に近いことや、高速道路や工業団地の整備により、物流の利便性に優れていること、巨大な労働市場があり容易に人材調達が可能なことなどを挙げることができるほか、西日本の企業では、災害が少ないという地域特性を鑑みて、東日本地域の生産拠点に埼玉を選ぶ企業も少なくな



図表 10：埼玉県の人口推移表



い。本社こそ埼玉県内にはないものの、本県には多くの上場製造業が生産拠点を構えており、本県内に本社を構える上場製造業と合わせれば、モノづくりの地域として活況を呈している。

もう1つ物価の観点から考えて小売業の上場を考えてみたい。図表9は、総務省の『消費者物価地域差指数』の小売物価統計調査（構造編）の各年結果を表にまとめたものだが、埼玉県は全体の消費者物価指数では全国上位にある一方、光熱・水道費では毎回、全国最下位に近く、全国的に光熱費、水道料金が最も安い地域である。外食産業では恒常的に水を利用し、店舗維持のために必要な光熱費などランニングコストが収益に大きく影響する。巨大な消費市場や労働市場に加えて、光熱費や水道費の安さが小売業の経営をサポートする1つの要素になっているのではないだろうか。

まとめ

本県に上場小売業が多い理由について、複数の観点から分析を試みた。その結果、県民人口の多さを

はじめ、生産年齢人口、核家族世帯の多さなど複合的な要因が背景にあることが分かった。さらに競争が激しい小売市場の中で勝ち残る術として上場を目指す企業戦略も浮き彫りになったが、もう1つは先行して株式を上場する企業に触発されて、後続組が相次ぎ後を追う実態も判明した。小売業の成長の観点で見れば、こうした動向は業界全体の成長、発展にもつながるもので、埼玉県は小売業界発展の素地を提供したとも言えないだろうか。

図表10には、埼玉県の人口推移のグラフを示しているが、現在、本県も人口減少に突入し、生産年齢人口も減少が続いている。県内小売業が起業から成長を目指して株式上場した時代とは状況が異なり始めている。しかし、依然として本県は全国5番目の人口を擁する巨大な消費地であることに変わりはなく、先輩上場小売業に触発されて、今後もさらなる上場予備軍が県内から生まれ、株式上場企業が数多く誕生することを期待したい。