

埼玉県内の企業立地の動向と企業誘致戦略

ぶぎん地域経済研究所 専務取締役 チーフエコノミスト 土田 浩

はじめに

埼玉県では、2005年1月に「企業誘致大作戦」を開始して以来、「チャンスメーカー埼玉戦略Ⅰ～Ⅴ」（各3か年計画、2007～2021年度）として企業誘致を推進してきた。そして本年4月、これに続く3か年計画「企業誘致 Soul-Saitama 戦略」を策定した。これは大野知事として最初の企業誘致戦略となる。

本稿では、これまで約17年間の企業誘致の実績を踏まえつつ、この間の埼玉県内の企業立地の特徴的な動きを探ることとしたい。また、新たな企業誘致戦略についても紹介することとしたい。

図表1 県内地域別の立地状況

1. これまでの企業立地実績

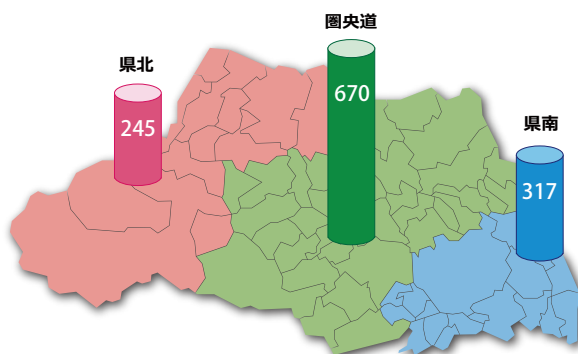
(1) 全体観

まず、これまでの実績の全体像をみてみよう。

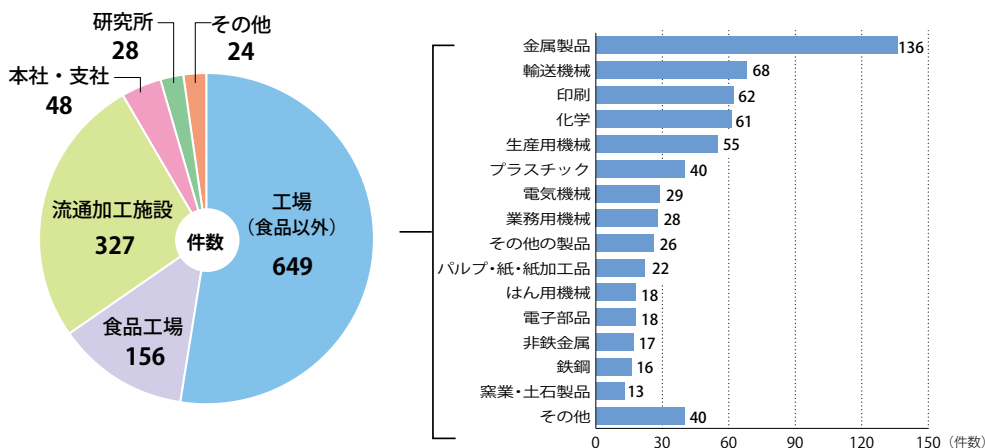
本格的に企業誘致を開始した2005年1月以降、22年3月までの17年間3か月の企業立地実績（注）は1,232件となった。また、立地企業の計画の集計では、投資総額は約2兆101億円、新規雇用者は38,568人に上った。

立地件数を県内地域別にみると【図表1】、圏央道の関越道・東北道間開通（2015年10月）を受けて、圏央道周辺（利根、県央、川越比企、西部）が670件と過半を占めた。県南（東部、さいたま、南部、南西部）は317件、県北（北部、秩父）は245件であった。

また、業種・用途別にみると【図表2】、工場が805件と全体の約3分の2



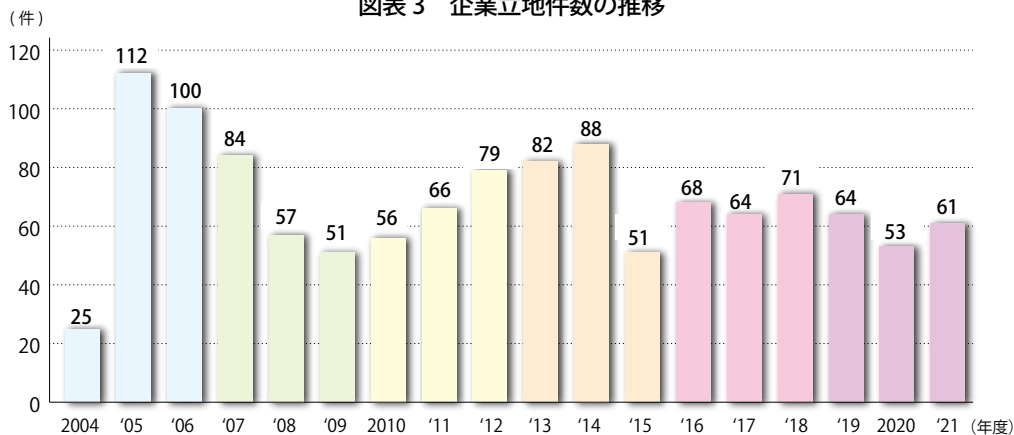
図表2 立地件数の推移



資料：埼玉県産業労働部企業立地課「企業誘致 Soul-Saitama 戦略（令和4年4月～令和7年3月）」より当社作成（図表1 図表2 共通）



図表3 企業立地件数の推移



図表4 業種・用途の立地状況

年度	戦略名	合計	工場 (食料品以外)	工場 (食料品)	研究所	本社・ 支社等	流通加工 施設	その他 ^{※2}
^{※1} 2004～06	企業誘致大作戦	237	156	22	3	11	34	11
2007～09	チャンスメーカー埼玉戦略Ⅰ	192	114	19	0	11	36	12
2010～12	チャンスメーカー埼玉戦略Ⅱ	201	95	31	5	10	60	—
2013～15	チャンスメーカー埼玉戦略Ⅲ	221	106	28	9	10	68	—
2016～18	チャンスメーカー埼玉戦略Ⅳ	203	103	27	8	4	60	1
2019～21	チャンスメーカー埼玉戦略Ⅴ	178	79	29	3	2	65	—

※1 2004年度は、2005年1～3月分のみ ※2 その他の2004～09年度には、ベンチャー企業、外資系企業を含む

資料：埼玉県産業労働部企業立地課による各期終了後の実績報告より当社作成（図表3 図表4 共通）

を占めているが、業種別には、食品の156件で1位、金属製品の136件で2位となっており、3位（輸送機械68件）以下を大きく引き離している。また、流通加工施設は327件で、全体の4分の1に上っている。

この間の推移をみると【図表3】、08年度から10年度にかけては、リーマンショック後の景気後退や、円高を背景とした製造拠点の海外移転の影響を受けて低調であった。その後、12年度から14年度にかけては、圏央道の開通を目前に控えて、大型物流センターをはじめとした企業立地が活発化した。20年度から21年度にかけては、新型コロナ感染下で低調であった。

（注）工場、研究所、流通加工施設については、原則として、土地面積1,000㎡以上の土地取得が立地の対象。

(2)業種・用途別にみた動向

埼玉県産業労働部企業立地課では、2010～12年度の「チャンスメーカー埼玉戦略Ⅱ」以降、業種・用途別の件数【図表4】に加え、主な立地企業の具体例などを取りまとめて公表している。この資料を用いて、過去12年間の企業立地の動向をみてみよう。

①「チャンスメーカー埼玉戦略Ⅱ」

（2010～12年度）

流通加工施設が60件（前期比+24件）、食品工場が31件（同+12件）と、当県の特徴が明確に現れ始めた時期であった。また、希少な事例であるが、外資系製造業による大型研究開発拠点用の土地取得もみられた【図表5-1】。

図表5-1

「チャンスメーカー埼玉戦略Ⅱ」における主な立地企業

企業名	本社所在地	立地先	業種/用途	面積 (ha)
ハイアールアジア インターナショナル(株)	大阪府	熊谷市	電気機械 / 研究所	1.3
(株)王将フードサービス	京都府	東松山市	食品製造 / セントラルキッチン	1.5
(株)良品計画	東京都	鳩山町	衣料生活雑貨 / 物流センター	16.8
埼玉キッコーマン(株)	千葉県	久喜市	食品製造 / 工場	6.6
(株)PALTAC	大阪府	白岡市	医薬品等卸売 / 物流センター	8.3

2013年5月

資料：

埼玉県の実績資料（公表時期は表右下、企業名及び本社所在地は立地当時時点）より当社作成（図表5-1～4 共通）

②「チャンスメーカー埼玉戦略Ⅲ」(2013～15年度)

圏央道の関越道・東北道間開通(2015年10月)を控えて、沿線の地域に、物流センターをはじめとした大型施設用の土地取得が活発となった。この時期の当県の建築着工床面積は全国対比でも突出していた<後述>。関西を本拠地とする企業が、東日本の主要拠点として用地取得をする動きもみられた【図表5-2】。

③「チャンスメーカー埼玉戦略Ⅳ」(2016～18年度)

圏央道周辺の用地需要は引き続き旺盛な一方で、徐々に用地の手当てが難しくなった時期であった。また、鶴ヶ島の農業大学校跡地を、(株)IHIが航空エンジンの整備拠点用地として取得した(21年6月稼働開始)【図表5-3】。

④「チャンスメーカー埼玉戦略Ⅴ」(2019～21年度)

コロナ禍により、企業立地の総件数は落ち込んだが(前期比▲25件)、当県の特徴である流通加工施設(同+5件)と食品工場(同+2件)の立地はいずれも増加するなど、この傾向は一段と色濃くなった。物流施設の建築着工は、コロナ禍のEC(通信販売)需要の拡大などを受けて大幅に増加した<後述>。また、世界的な成長分野である半導体関連の工場・研究所用地の取得も相次いだ【図表5-4】。

(3)当県の特徴的な動き

それでは、過去15年ほどの埼玉県の企業立地について、どのような特徴点が挙げられるだろうか。他の統計調査データなども確認のうえ、以下の4点を指摘したい。

①流通加工施設の増加が顕著

国土交通省の「建築着工統計調査」によって、埼玉県の建築着工床面積(民間・非住宅)の推移を全国と比較すると【図表6-1】、2012～14年度および17年以降が、非常に高水準となっている。これの用途別内訳をみると、倉庫によるものであることが分かる【図表6-2】。

図表5-2

「チャンスメーカー埼玉戦略Ⅲ」における主な立地企業

企業名	本社所在地	立地先	業種/用途	面積(ha)
セツカートン(株)	兵庫県	川口市	段ボール製造 /工場	2.5
(株)シェリエ	本庄市	上里町	洋菓子製造 /工場	1.9
トラスコ中山(株)	東京都	幸手市	機械器具卸売 /物流センター	3.5
(株)ニトリ	北海道	幸手市	家具等製造 /物流センター	10.6
(株)ヤオコー	川越市	熊谷市	食料品小売 /物流センター	8.6

2016年5月

図表5-3

「チャンスメーカー埼玉戦略Ⅳ」における主な立地企業

企業名	本社所在地	立地先	業種/用途	面積(ha)
(株)IHI	東京都	鶴ヶ島市	民間航空機エンジン 事業	13.6
(株)PALTAC	大阪府	杉戸町	一般用医薬品卸売 /物流センター	6.6
(株)中村屋	東京都	入間市	和洋菓子製造 /工場	8.3
パルシステム 生活協同組合連合会	東京都	熊谷市	食料品等宅配 /物流センター	3.3
シモハナ物流(株)	広島県	さいたま市	運輸倉庫 /物流センター	1.4

2019年5月

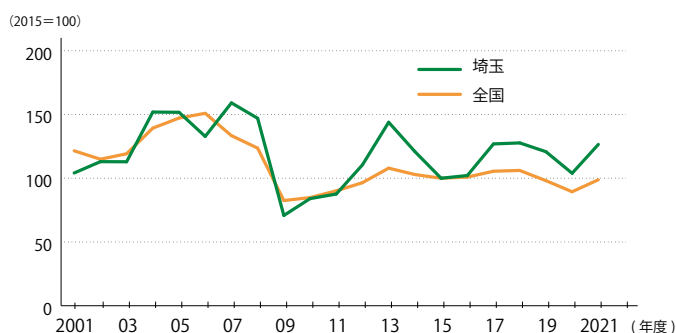
図表5-4

「チャンスメーカー埼玉戦略Ⅴ」における主な立地企業

企業名	本社所在地	立地先	業種/用途	面積(ha)
新電元工業(株)	東京都	朝霞市	半導体電装製品等製造 /研究所	3.0
(株)プリントバック	京都府	本庄市	印刷 /工場	3.3
(株)東京精密	東京都	飯能市	半導体製造装置製造 /工場	5.2
YKK AP(株)	東京都	美里町	住宅・ビル建材製造 /工場	4.3
東洋製罐グループ ホールディング(株)	東京都	熊谷市	包装容器製造 /物流センター	9.3

2022年5月

図表6-1 建築着工床面積(民間・非住宅)の推移



資料：国土交通省「建築着工統計調査」



倉庫の建築は、2010年代入り後、全国レベルでも趨勢的に増加傾向を辿っているが、埼玉県は増加ペースはそれを遥かに上回っている。12～14年にかけては、圏央道関越道・東北道間開通を見越して、また、近年ではEC需要拡大を受けた首都圏向けの拠点として、企業立地が活発である。埼玉県では流通加工施設の集積が進んでいるということができよう。

②食料品工場の増加が顕著

経済産業省の「鉱工業指数」によって、埼玉県の食料品製造業の生産量の推移をみると、趨勢的に増加していることが分かる【図表7】。

全国では、2019年まではほぼ横ばい、20～21年は減少に転じた一方で、埼玉県については着実に増加を続けている。これには、近年の食料品工場の立地が活発なことが寄与していると考えられる。首都圏という大消費地の一角を占める埼玉県では、食料品工場の集積が進んでいると言えよう。

③本社の転入超過数は全国トップレベル

(株)帝国データバンク大宮支店の「特別企画：埼玉県・本社移転企業調査（2012～2021年）」をみると、過去10年間の転入超過数は、神奈川県に次いで全国第2位であった【図表8-1】。

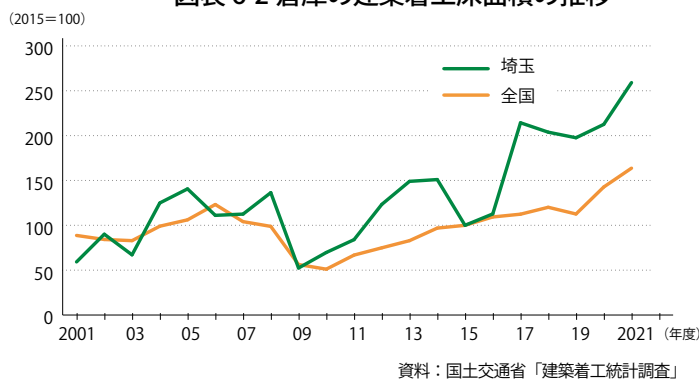
2010～2019年を対象にした同調査では全国トップであったが、2021年に神奈川県が急伸したことから逆転を許す形となった。もっとも、2021年も埼玉県自体は転入数・転入超過数が大幅に増加しており、勢いが衰えた訳ではない【図表8-2】。

埼玉県に転入した企業の8割が、東京都からの転入であった。業種別にはサービス業が4分の1で最多となっている。また、年商規模1億円未満の中小企業が半数を占めている。

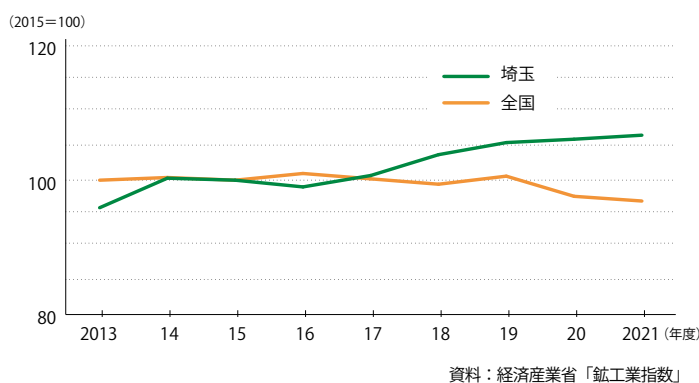
④「学術研究、専門・技術サービス業」は低位

総務省の「経済センサス活動調査」（2021年速報）によって、埼玉県の「学術研究、専門・技術サービス業」の業種別構成比をみると、事業所数ベースで4.2%、従業員数ベース

図表 6-2 倉庫の建築着工床面積の推移



図表 7 食料品製造業の生産量の推移

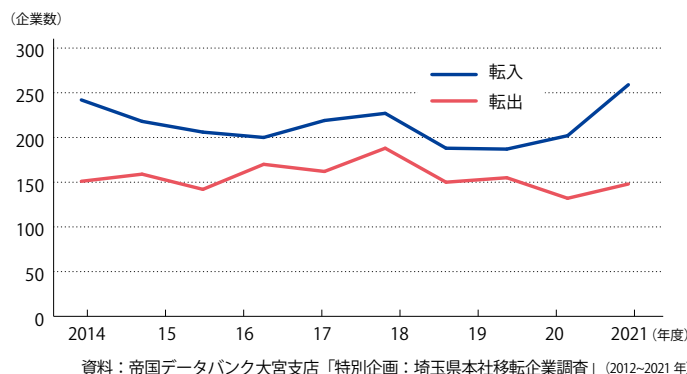


図表 8-1 都道府県別本社移転の増減(転入超過数) ランキング

順位	都道府県	転入	転出	転入超過数(転入-転出)
1	神奈川県	2,550	1,929	621
2	埼玉県	2,148	1,557	591
3	千葉県	1,457	1,160	297
4	兵庫県	946	786	160
5	茨城県	405	277	128
6	福岡県	532	458	74
7	奈良県	267	194	73
8	長野県	178	123	55
9	沖縄県	121	68	53
10	宮城県	233	185	48

資料：帝国データバンク大宮支店「特別企画：埼玉県本社移転企業調査」(2012～2021年)

図表 8-2 埼玉県転入・転出企業数推移



で2.5%と、全国平均（同4.9%、3.6%）を下回っている【図表9】。

これを首都圏1都3県で見ると、東京都との比較では事業所数、従業員数とも大幅に下回っている。神奈川県との比較では、事業所数では同等なもの、従業員数では大幅に下回っており、当県は規模が小さい事業所が多い形となっている。千葉県との比較では、事業所数、従業員数ともに当県の方が若干低位であるが、傾向としては同じであることが分かる。

図表9 学術研究、専門・技術サービス業の事業所数、従業員数

	事業所数	域内構成比 (%)	従業員数	域内構成比 (%)
埼玉	9,536	4.2	64,968	2.5
東京	50,367	8.2	41,129	6.6
神奈川	15,465	4.2	178,568	4.8
千葉	7,873	4.4	57,082	2.7
全国	249,188	4.9	2,055,691	3.6

資料：総務省「経済センサス活動調査」（2021年速報）

2. 県内立地企業からの声

(1) アンケート結果

埼玉県では、操業済みの立地企業に対して、昨年「県内立地企業フォローアップ調査」を実施し、517社から回答を得た。

これによると、県内立地に満足した企業は90%（466社）、不満足とした企業は10%（49社）であった。満足の理由としては、交通の利便性が244社と最も高く、都心へのアクセス（157社）、用地確保（144社）がこれに続いた。一方、不満足とした理由は、人材確保が28社と最も高く、交通の利便性（25社）、通勤・住居の確保（16社）がこれに続いた。

また、新規雇用数の実績は28,648人で計画段階よりも6.3%増、総投資額の実績は1兆5,769億円で同17.2%増と、いずれも計画段階を上回った。

さらに、埼玉県内での新たな投資ニーズを尋ねたところ、43%の企業（220社）から「ニーズあり」との回答があった。具体的には、工場が91件、設備が84件、物流施設が45件であった。

(2) その他県内立地企業から聞かれた声

それでは、より具体的に、県内立地企業からは、立地に際してどのような選定事由や事業構想を抱いていたのだろうか。以下、埼玉県が公表している「立地企業の話」から、代表的な声をピックアップする。

① YKKAP(株) (2021年<工場増設決定>、美里町)

「首都圏や東日本の供給拠点としたい。断熱性に優れた窓の採用や再生可能エネルギーの調達によりカーボンゼロを実現する。」

② (株)中村屋 (2018年、入間市)

「2019年には当社初となる工場見学施設を開設する予定」、「地域から愛され、お客様にとってより一層魅力的な製品を生み出せる工場となるよう社員一丸となって精進したい」

③ UDトラックス(株) (2015年、上尾市)

「最新の免震構造を持つ10階建ての本社ビルの完成により、分散していた管理、開発、販売の全部門が1か所に集結する」

④ センコー(株) (2015年、狭山市)

「埼玉県内の総延床面積は25万㎡に達し、国内外の総延床面積の約10%を占める。新センターの稼働により、県西部をはじめ首都圏向けの物流サービスを強化したい。」

⑤ オリジン電気(株) (現オリジン(株)) (2014年<移転決定>、さいたま市)

「(本社および本社技術・開発センター(仮称)) 当社の既存拠点のほぼ中央に位置し、交通アクセスも良く、地盤が比較的強固でBCPの視点からも申し分なかった。今後はここを拠点に事業展開していきたい。」

⑥ (株)良品計画 (2014年、鳩山町)

「東日本にある物流センターの機能を集約し、物流効率の向上を図る」、「ハザードマップを作ったところ、埼玉の安全性が分かった。地震に強い絶好のロケーション。」

⑦東名化成(株) (2013年、行田市)

「主にホンダ寄居工場で生産される環境対応型小型車向けに、極限まで軽量化された最先端のポリウレタン製クッションを生産する」

⑧(株)コロパン (2013年、加須市)

「(ショートケーキなど洋菓子製造) 製品は有名百貨店等で販売される」

⑨本田技研工業(株) (2013年、寄居町)

「世界をリードしていく役割を担い、革新技術を投入した世界トップクラスの省エネルギー工場である。新たな生産技術の投入により、高効率な体質を構築し、新型フィットシリーズなどの小型車を集中生産する。」

⑩関東グリコ(株) (2012年、北本市) ※

〈現 グリコマニュファクチャリングジャパン (株)〉

※当社「ぶぎんレポート 2012年7月号」より引用

「大消費地に大規模工場を建設するという方針に転換した」、「決め手となったのは、物流面と労働力の確保だった」、「企業単独でこれだけの工場用地を確保することは難しい面があり、行政当局の助言を含めたご支援がなかったら進出は実現しなかっただろう」

3. 新たな企業誘致戦略

埼玉県では、本年4月、これまでの企業誘致戦略・「チャンスメーカー埼玉戦略V」(2019～2021年度)に続く「企業誘致Soul-Saitama 戦略」を策定した。これは大野知事として最初の企業誘致戦略となる。

この戦略では、これまでの「徹底したPR・誘致活動」、「オーダーメイドサービス」、「クイックサービス」、「ワンストップサービス」などの基本理念を受け継ぐとともに、DXを踏まえた企業誘致の推進などの新しい視点を加えたことが特徴である。

以下、新戦略の3本柱を具体的にみていこう。

(1)地域との共生や地域の持続的発展に 取り組む企業の誘致

県政推進と連動した活動の展開がポイントである。具体的には、埼玉版スーパー・シティプロジェクトに取り組む市町村や企業を徹底支援する。また、産業立

地促進補助金の交付要件にSDGsパートナー登録を必須化する。こうした戦術により、地域貢献や共生などの取り組みに積極的な企業の誘致を図る。

(2)企業誘致活動の全国展開強化

DXを意識した活動の展開がポイントである。具体的には、全国どこからでも気軽に相談できる体制を整えるため、オンライン立地相談窓口を開設する。また、オンラインを併用した企業立地セミナーを開催することで、全国に向けて、本県の魅力を積極的にPRしていく。

(3)企業アプローチ活動の強化と積極的な情報発信

オール埼玉で、ワンチームとなつての誘致活動の推進がポイントである。これに向けて、「ワンチームRich 埼玉」をスタートし、県、市町村、金融機関、不動産関連団体、大学、地元企業等が、企業誘致やフォローアップに関する情報交換・共有の促進を図る。また、立地企業同士のつながりを深めることで、事業連携によるビジネス創出や、地域共生への取り組みにつながることを目指す。このほか、埼玉労働局・ハローワークとの連携強化により、人材確保支援の強化も行う。

おわりに

DXや環境対応、エネルギー・食糧価格の高騰や為替円安、コロナ禍での生活スタイルの変化。世の中は大きな時代の転換点を迎えている。そうした中で企業には新たな事業展開が求められ、企業立地の検討も進展することであろう。

埼玉県は、首都圏という巨大マーケットの中心に位置し、高速道路・新幹線などの交通ネットワークが充実している。自然災害も比較的少ない。また、生産年齢人口割合も高く、人材確保の面で有利なほか、首都圏の中では相対的に土地取得コストも低い。

国内における企業活動の活発化こそが、今後の日本経済の一つの重要な課題である。埼玉県への企業立地が、その重要な一翼を担うことを願ってやまない。