埼玉縣信用金庫

《さいしん》景況レポート

第164号

特　集

Ⅰ 埼玉縣信用金庫 Presents Match IN 熊谷ラグビー場
NTTジャパンラグビーリーグワン2022ディビジョン1

Ⅱ《さいしん》特産品オンラインショップ 粋（いき） その後

Ⅲ「大和田支店」リニューアルオープン
鉄道風景画家松本忠作品展を開催

NEWS

- しんきん圏央道アライアンス「圏央道の宝物」
- 県内４信用金庫の新商品
- 「《さいしん》ビジネスフェア2021」その後
- 浦和レッズにチーム強化支援金ならびに天皇杯優勝お祝い金を贈呈
- 特別寄稿『未来につなぐ、日本一暮らしやすい埼玉の実現へ』
  埼玉県知事　大野元裕
- 埼玉県も３回目接種を実施します

景気観測

『世界経済の成長、金融市場の波乱』
しんきんアセットマネジメント投信株式会社 運用企画部 チーフエコノミスト　辻　佳人

特別企画

『DX推進に関する埼玉県企業の意識調査』
株式会社帝国データバンク大宮支店　情報部

中小企業景気動向調査

令和３年10月～令和３年12月実績
令和４年１月～令和４年３月予想

特別調査

『2022年（令和4年）の経営見通し』について

特集Ⅰ NTTジャパンラグビーリーグワン2022ディビジョン1

埼玉縣信用金庫プレゼンツマッチを開催
～埼玉パナソニックワイルドナイツ vs 横浜キヤノンイーグルス～

2022年1月23日(日)に、「NTT ジャパンラグビーリーグワン2022 Division1 第3節 埼玉パナソニックワイルドナイツ vs 横浜キヤノンイーグルス」を埼玉縣信用金庫プレゼンツマッチとして開催いたしました。

埼玉縣信用金庫は、コロナ禍における感染拡大防止と社会経済活動の両立のため、スポーツ振興による地域経済活性化を推進いたします。

本日の対戦相手は強豪「横浜キヤノンイーグルス」!

2022 年 1 月 23 日、熊谷ラグビー場に初出陣!

ワイルドナイツ全選手による「埼玉縣信用金庫 presents パネル」での記念写真撮影

特集Ⅰ　埼玉縣信用金庫 Presents Match

VS「横浜キヤノンイーグルス」　ラグビー場は試合前、緊張で包まれた。

埼玉縣信用金庫フィールドボードの前で躍動する選手たち。

vs 横浜キヤノンイーグルス 27 対 3 でみごと勝利！

ヒーローインタビューに選ばれた松田力也選手

Player of the match 選手への「さいしん賞」贈呈

「さいしん賞」は「《さいしん》特産品オンラインショップ ～粋（すい）～ 」の人気ランキング 1 位の商品を贈呈！

特集Ⅱ 《さいしん》特産品オンラインショップ 粋

新型コロナウイルス感染症の影響が続くなか、中小企業・小規模事業者の販路拡大支援のため、食品ＥＣサイト「《さいしん》特産品オンラインショップ～粋～」を２０２１年１０月２５日（月）～２０２２年１月２４日（月）の３カ月限定で、開催いたしました。

当金庫の取引先事業者に加え、全国の信用金庫イチオシの事業者が出店し、全国各地より約１００品の特産品を取り揃えました。

当金庫は、今後も信用金庫のネットワークを活用し、中小企業・小規模事業者の支援施策を企画・実施してまいります。

全カテゴリ人気商品ベスト３

（カッコ内は取引信用金庫名）

総合1位 肉

【レストランなごみのや】
豊西牛100%ビーフハンバーグ5枚＆
フランクフルト4本セット
（埼玉縣信用金庫）
オーナーコメント
（ボリューム満点当店自慢のハンバーグをご賞味ください）

総合2位 スイーツ・お菓子

【ラパンクーヘン】
バウムクーヘンギフト3段セット
（埼玉縣信用金庫）
オーナーコメント
（程よい甘さのぜいたくスイーツをご賞味ください）

総合3位 海産物・水産物

【（株）ハマダセイ】
ボイル切紅ずわいがに4肩
（但馬信用金庫）
オーナーコメント
（旬の絶品ズワイガニをご賞味ください）

カテゴリ別人気商品

（カッコ内は取引信用金庫名）

麺類

1

【（株）新吉】
大河ドラマ記念 渋沢栄一セット
（埼玉縣信用金庫）

2

【gold.co NOODLE】
TKM gift
（埼玉縣信用金庫）

3

【ラーメンの店どでん】
濃厚とんこつラーメンギフトセット
（埼玉縣信用金庫）

農産物・乳製品

1

【秩父やまなみチーズ工房】
秩父やまなみチーズ工房ギフトセット
（埼玉縣信用金庫）

2

【後藤屋】
山形の郷土料理 いも煮6袋セット
（米沢信用金庫）

3

【（株）不動農園】
紀州南高梅 不動の梅 850g
（きのくに信用金庫）

特集Ⅱ 全国各地の特産品を取り揃えた食品ECサイト

肉

1

【レストランなごみのや】
豊西牛100%ビーフハンバーグ5枚&フランクフルト4本セット
（埼玉縣信用金庫）

2

【(株)ミート工房かわば】
ライブの山賊焼®バラエティーセット
（埼玉縣信用金庫）

3

【Butcher928 ぶっちゃ～くに家】
ハートに火をつけて
（埼玉縣信用金庫）

3

【国分牧場】
国分牛プレミアムハンバーグ・ビーフシチューセット
（埼玉縣信用金庫）

スイーツ・お菓子

1

【ラパンクーヘン】
バウムクーヘンギフト3段セット
（埼玉縣信用金庫）

2

【金笛 木桶バウム】
埼玉県産の卵・いちごを使用。金笛木桶バウムギフトセット
（埼玉縣信用金庫）

3

【菓秀苑森長】
勝テラ(カチテラ)※浦和レッズライセンス商品2個セット
（たちばな信用金庫）

果実・ジャム・飲料

1

【星の果実園】
季節の淡路島果実 コンフィチュールセット
（淡路信用金庫）

2

【狭山茶 ふじみ野 丸康園】
Japanese Tea Selection Paris 2020受賞茶セット
（埼玉縣信用金庫）

3

【(株)ヤマキ】
ときめく糀 化粧箱入
（埼玉縣信用金庫）

海産物・水産物

1

【(株)ハマダセイ】
ボイル切紅ずわいがに4肩
（但馬信用金庫）

2

【石山水産】
7種の漬け丼の具セット
（宮古信用金庫）

3

【丸あ野尻正武商店】
北海道知床産 鮭いくら醤油漬400g入
（網走信用金庫）

その他

1

【(有)ニーズ食品】
カレーなる美食家ーグルメビーフカレー10ヶ入り
（埼玉縣信用金庫）

2

【餃子の宮でんでん】
小江戸黒豚餃子(冷凍生餃子50粒)
（埼玉縣信用金庫）

3

【北越ぎょうざ】
味比べ北越ぎょうざ
（埼玉縣信用金庫）

特集Ⅲ 埼玉縣信用金庫大和田支店リニューアルオープン!

当金庫大和田支店は、昭和48年５月に開店し、地域のお客さまに支えられ今年で49年。2022年1月17日(月)におかげさまでリニューアルオープンいたしました。職員一人一人が『聞き上手』となり、本業支援・地域支援に職員一同で力を合わせていく所存です。

２月21日(月)には七里支店を大和田支店内に統合いたしました。

テープカットの模様

バンキングアプリ抽選会、緊張の瞬間！

バンキングアプリって何？（スマホ通帳サービスなどです。）

全自動貸金庫はご来店のお客さまに内覧していただきました。

マスク越しにもお客さまに真摯に対応

特集Ⅲ 大和田支店2Fにて 鉄道風景画家 松本 忠 作品展を開催!

—2022《さいしん》カレンダー—は松本忠作品を採用しています。

リニューアルオープン日、松本 忠 氏にインタビューいたしました。

松本様ご夫妻

「春はあふれて」東武野田線 七里

初めて訪れる場所なのに、どこか懐かしくて、少しあたたかい。
そこに、鉄道があるだけで…

❶ 浦和高校では野球、東北大学では応援団、卒業後、三菱化学へ

小学４年生から野球を始め、中学、高校時代は野球ひと筋でした。高２の夏から勉強との両立は潔く諦め(笑)、野球をしに学校に行っていました。ですが最後の三年夏の大会は、１回戦コールド敗退…。私は外野の補欠で、最後の２回、監督の温情でライトを守らせてもらえたのが懐かしい思い出です。打つほうは次が私というところで前のバッターが三振に倒れ、ネクストバッターズサークルで短すぎる夏が終わりました。まだ梅雨明けもしていない、時おり霧雨が混じる川越初雁球場でしたね…。

大学受験はすべて玉砕し、一年間の予備校通いで猛勉強して、東北大学文学部社会学科に進学しました。大学でも野球を続けるつもりで春のリーグ戦を見に行ったときに、スタンドで応援する応援団に目がとまったんです。受験の時も、仙台駅前で恒例の「下駄踊り」で受験生の私達を応援してくれていた応援団に励まされたことを思い出し、悩んだ末、結局、応援団に入団しました。それからは、様々な部の応援活動に明け暮れる日々を送ることになるのですが、結果として学内、学外の友人が本当にたくさんできました。画家になって以降は、いつも私が応援してもらってばかりですが、個展を口実に学友達と会う機会を持てるのがうれしいですね。

また、仙台に住んだことで東北のローカル線が身近になり、鉄道に興味を持つようになりました。大学１年の夏の初帰省では「青春18きっぷ」を購入し、２日かけて東北６県を回る、思いっきり遠回りのルートで帰ることにしたんです。その旅の途中で見た五能線の海沿いの車窓、夕陽が日本海に沈みゆくシーンに特に心うたれ、以来「乗り鉄」になりました。ただ、それを写真に撮ろうとか、絵に描こうといった発想は、当時はまだなかったんですね。

「ものづくり」に興味があったのでメーカーを中心に就職活動をし、卒業後は三菱化学に入社、塩化ビニル製品を製造販売する部門に配属されました。先輩方が何度も試作を重ね、長い時間をかけて、ようやく適正な価格で、社会で機能する製品を生み出していく…その地道な過程に末端ながら関わらせてもらった経験は、画家として生計を立てていく上で、なによりの財産になっています。

実際、私が絵を描いている時間は仕事全体の３割ほどで、７割は展示販売のための膨大な事務作業なんです。個展をする百貨店や鉄道イベントの開催業者との打ち合わせ、額や複製画の発注、搬出搬入、設営、レジ、梱包、発送、経理、商品の在庫管理など、人を雇う余裕はないので、すべて自分でやっています。そういった事務処理能力をはじめ、異なる意見や考えを持つ仕事先に、関係が悪くならないやり方で自分の意見を丁寧に伝える力などは、会社員経験がなければ身に着かなかったと思います。よく、「全然、芸術家っぽくないですね」と言われますが、妻からは「だから、結婚したの」と言われますね(笑)。数年前から、高１と中１の娘二人が個展案内葉書の発送作業の戦力になり、助かってます。

松本忠　公式HP
「もうひとつの時刻表」

❷ 会社員から鉄道風景画家へ　福島県郡山市へ移住

鉄道風景画家
松本 忠 氏

入社３年目の春、名古屋に転勤し、週末は近郊の鉄道を「乗り鉄」してました。そのうち乗るだけでは物足りなくなり、気が向いた駅で途中下車してスケッチし、会社の寮に戻って水彩で色を塗る、そんな日々を２年余り続けました。当時から、毎年、地方の赤字ローカル線がどんどん廃線になっていく中で、少しでもその魅力を自分の絵で発信していくことに、自分の人生の時間とエネルギーをそそぎたいという思いが日々強くなる中、とうとう2001年８月末、鉄道風景画家を志して会社を辞めました。

当時描いていた絵を、今、講演などでパワポで紹介すると、あまりの下手さに驚かれます。実際、会社を辞めたいと会社の上司に打ち明け、絵を見せたところ、「やめたほうがいい」と真剣に諭されました。絵を習うこともなく、どうやって自己流で上達していったのかとよく聞かれますが、描く対象への想いの深さが導いてくれたのかなと思っています。

創作活動の拠点として、やはり東北が好きなので、東北の鉄道の要衝の地、そして誰も知り合いがいない土地でスタートしたいと思い、郡山を選びました。家賃３万円のアパートに住み、ショッピングモールで時給850円のアルバイトを週に３～４日しながら創作に励み、コンクールへの応募や、鉄道や旅の雑誌に売り込みをしていました。少しずつ出版物等での仕事が増え、「詩とメルヘン」という月刊誌の集まりで妻に出会ったんです。それまで、実は私も詩を書いていたのですが、妻が書いた「たたんだ千円札」という田舎の駅が舞台の詩を読んで以降、潔く絵に専念することにしました(笑)。この詩を嫌う人はいないんじゃないかと思いますね。それから、企業カレンダーの仕事で妻の詩と私の絵を組み合わせた「詩画」を制作するなかで親しくなり結婚、2005年の暮れに埼玉に戻ります。郡山には４年２カ月住み、たくさんの温かな出会いに恵まれました。埼玉に戻って16年たった今も、毎年、年１回の個展開催を続けていて、郡山はまさに第二の故郷ですね。

松本 忠 氏の奥様
ルポライター・詩人
浅田志津子さん

❸ ローカル線応援と、夫婦での詩画制作

詩集「どこかで読んだ詩」
（さきたま出版会）

絵を描く以外に、ひとつだけですが、具体的なローカル線支援活動をしています。主として災害で被災した鉄道の切符や回数券を寄付の代わりに大量購入し、自分の絵とメッセージを入れたカードに貼って、個展来場者にプレゼントしています。東日本大震災の翌年から始めたのですが、購入枚数は１万枚を超えました。今後もライフワークとして続けていくつもりです。

妻との詩画制作と展示販売も、ずっと続けています。今回は、母と子の情愛をテーマにした詩画を中心に展示させて頂きましたが、読後、目をうるませながら、ご自身の母親との思い出を話してくださるお客様がたくさんいらっしゃいました。それぞれに「たたんだ千円札」に近い思い出があるんですよね。

３月には、私が表紙の絵「大宮駅夕景」を描き下ろした、妻の第５詩集「どこかで読んだ詩」（さきたま出版会）が出版されます。全国の鉄道風景画（モノクロ）計20点が、妻の詩とコラボしています。これまでに、学校便りや地域新聞、カレンダーなど、あちこちで紹介されてきた詩を数多く収録しておりますので、ご一読頂けたら幸いです。

新型コロナ以降、「外出自粛で松本さん夫妻の個展に行けず淋しい」という声を、特にご高齢の方々から多数頂くなかで、妻が一念発起して動画編集を学び、「ぽえとれ」という詩と絵のYouTubeチャンネルを今年1月に立ち上げました。ご自宅で私共の作品を味わって頂けたらうれしいです。

鉄道風景画家 松本忠の
解説と共にめぐる
個展会場の旅　＃３
「埼玉縣信用金庫
大和田支店」編

詩「たたんだ千円札」
作者 浅田志津子による
朗読＆ピアノ＆絵の
コラボレーション

❹ 今後の埼玉縣信用金庫（地元金融機関）への期待

金融機関とアートは縁遠いイメージもありますが、信金さんのような地域密着型の金融機関は、地域住民の「ミニアートスポット」にもなりうると思います。たとえば店舗の一角に「ミニギャラリー」を設けて、地域住民の作品を展示するとか。作品発表の場があると、地域住民の創作意欲も高まり、新たな出会いや交流も生まれ、いきがいづくりや介護予防にもつながっていくと思います。地域の方々から出演者を募集して、「しんきん音楽会」の開催もいいと思います。妻は地域の音楽家の方々とコラボして、「詩の朗読と音楽の会」を各地の生涯学習事業の講座でやっています。

信金さんには、どこか、地域の「よろず相談所」的な優しい雰囲気があります。そんな場所が「我が町」にあるのは幸せなことで、そこが「ミニアートスポット」も兼ねたら最高ですよね。

浅田志津子公式HP
「夕陽色の詩集」

会場風景

「雪化粧の朝」東武野田線 七里－岩槻

NEWS しんきん圏央道アライアンス「圏央道の宝物」

「秩父ブラン ピーテッドウィスキー樽熟成」が「にっぽんの宝物 JAPAN グランプリ 2021-2022」にて新体験部門グランプリを受賞！

創業時から支援する株式会社秩父ファーマーズファクトリー「兎田（うさぎだ）ワイナリー」（本社：秩父市 代表取締役：深田 和彦）の「秩父ブランピーテッドウィスキー樽熟成」が、2022年2月11日（金）-12日（土）に開催された**「にっぽんの宝物JAPANグランプリ2021-2022」新体験部門**にて、**グランプリを受賞**いたしました。

各部門グランプリ受賞者は、今年**シンガポールで開催される世界大会**に出場することができます。世界大会では海外審査員から世界に通用するアドバイスも得られるため、さらなる商品の深化が期待されます。

当金庫のお取引先からは同社に加え株式会社ノースコーポレーション（本社：さいたま市　代表取締役：北　康信）、権田酒造株式会社（本社：熊谷市　代表取締役：権田　清志）、株式会社はたおと（本社：毛呂山町　代表取締役：丹治　好一）の４社(３商品)が出場しました。

当金庫は引き続き地域金融機関として世界に羽ばたく地域企業を応援し、さらなる発展に寄与してまいります。

受賞一覧（当金庫お取引先）

部門	受賞	商品名	会社名
新体験部門	グランプリ	秩父ブラン ピーテッドウィスキー樽熟成	株式会社秩父ファーマーズファクトリー
スイーツ部門	準グランプリ	－酒粕 Forte－ SAITAMA ジェラート	株式会社ノースコーポレーション 権田酒造株式会社

新体験部門グランプリ表彰式の様子

秩父ブラン ピーテッドウィスキー樽熟成

秩父市収穫のブドウから造られた白ワインを、秩父のディスティラリー*から届いたピーテッドウィスキー樽にて熟成させた白ワイン

＊蒸留酒製造所

NEWS しんきん圏央道アライアンス「圏央道の宝物」

新体験部門グランプリ受賞企業

企業名	株式会社秩父ファーマーズファクトリー「兎田（うさぎだ）ワイナリー」
代表者	代表取締役　深田　和彦
住　所	〒368-0034　埼玉県秩父市日野田町二丁目８番10号
電話番号	0494-22-3478
設　立	2013年7月26日
概　要	秩父市の認定農業者として、自社ワイナリーによる純秩父産葡萄ワインの醸造・販売、地産地消のメニューを提供する農家レストランの経営を主事業として展開 **ホームページ** https://chichibu-ff.com/index.php

これまでの歴史

深田社長は同社創業前、有限会社深田商店を経営していました。地元の酒造メーカーの協力を得て秩父産の葡萄だけを使ったワインの醸造を行い、国産ワインコンクールの各賞にも輝きました。

社長は「**自分自身でワイナリーを設立し、自分の手で葡萄の生産からワインの製造販売まで一貫して手がけ、世界に通用するワインをつくること**」が夢であり、加えて地元の若者の雇用を増やし地域を活性化させたいという強い想いから、同社を創業するに至りました。

兎田ワイナリー

コンセプト

ワインのほか、地元産の肉（ブロイラー、たましゃも、武甲牛、ワイン豚）や野菜、フルーツ（いちご、ブルーベリー、かぼすなど）を幅広く提供し、**秩父を訪れる方に食文化の魅力**を伝え、**秩父ファン**を創造していくことで、秩父農業者の発展にもつなげることをコンセプトとしています。

NEWS

県内４信用金庫の新商品

埼玉県と連携した SDGs 融資商品
「SDGs パートナー企業応援宣言」の取扱いを開始

３月１日（火）より、埼玉県で実施している「埼玉県 SDGs パートナー登録制度」と連携した融資商品「SDGs パートナー企業応援宣言」の取扱いを開始いたしました。

この取扱いは、県内 4 つの信用金庫（ 当金庫、川口信用金庫（理事長:木村 幹雄）、青木信用金庫（理事長:清水 博司）、飯能信用金庫（理事長:松下 寿夫） ）が個別の融資商品にて同時に開始するものです。

商品の概要

融資商品名	**SDGs パートナー企業応援宣言**
趣旨・目的	埼玉県は「日本一暮らしやすい埼玉」の実現のため、「環境・社会・経済」の３側面での調和を目指し、埼玉版 SDGs を掲げるとともに県内の多くの事業者にも埼玉県 SDGs パートナー登録制度への登録を呼びかけています。 協同組織金融機関である埼玉県内の４つの信用金庫は、この趣旨に則り県内の中小零細事業者・個人事業主と一体となって“持続可能な地域”を実現するために資金繰り面での支援として新たな融資商品の取扱いを開始するものです。
商品スローガン	チャレンジ　SDGs　～持続可能な地域（埼玉県）のために～
対象者	**「埼玉県 SDGs パートナー登録制度」** に登録された方、または登録を申請された方
融資金額	100 万円以上 1 億円以内 ＊運転資金は過去１年間（直近決算）の平均月商３ヶ月分の範囲内とし、具体的なご融資金額は審査により決定いたします
特約利率	当金庫の所定金利**から▲0.1%**
融資期間	運転資金　5 年以内　・　設備資金　10 年以内

＊詳細については各営業店または以下までお問合せください

埼玉県は「日本一暮らしやすい埼玉」の実現のため、「環境・社会・経済」の３側面での調和を目指し、埼玉版ＳＤＧｓを掲げるとともに県内の多くの事業者にも埼玉県ＳＤＧｓパートナー登録制度への登録を呼びかけています。

NEWS 「さいしんビジネスフェア2021」その後

さいしんビジネスフェアをきっかけに
浦和レッズライセンス商品の「江戸切子グラス」が誕生

2021年6月に開催したさいしんビジネスフェアでの商談をきっかけに、株式会社ミツワ硝子工芸（本社：草加市　代表取締役：林　恭輔）が、浦和レッドダイヤモンズ株式会社（本社：さいたま市　代表取締役：立花　洋一）とのライセンス商品の「江戸切子グラス」を商品化し、販売開始いたしました。

「さいしんビジネスフェア2021」に出展した株式会社ミツワ硝子工芸が、当金庫が応援する浦和レッドダイヤモンズ株式会社とのオンライン商談を経て商品化、販売開始に至りました。

当金庫は今後も信用金庫のネットワークを活用し、企業のビジネスマッチング、販路拡大支援を行ってまいります。

彩鳳 / 浦和レッズ 江戸切子 «菱紋»

・浦和レッズのダイヤモンドを３箇所にあしらい、ダイヤモンドの中には 12 個の球を配置。
・12 番目の選手であるファン・サポーターをイメージ。
・浦和レッズとファン・サポーターとの『一体感』を『江戸切子』で表現。

彩鳳 / 浦和レッズ 江戸切子 «蹴球»

・上部には埼玉スタジアムとサッカーボールを配置し、『サッカーの街＝浦和』を表現。
・下部には 12 本の線でダイヤモンド柄を表現し、「浦和」と「浦和レッズ」を支えているイメージ。

【取扱い場所】

浦和レッズオンラインショップ、ミツワ硝子工芸オンラインショップ、伊勢丹　浦和店、西武・そごう（西武所沢 S.C.)、丸広百貨店（川越店、飯能店、入間店）

【製造販売】

会 社 名	株式会社ミツワ硝子工芸 (取引店舗：西草加支店)
工 房 名	硝子工房 彩鳳（さいほう）
創　　業	1971 年（昭和 46 年）5 月
法人設立	1978 年（昭和 53 年）4 月
所 在 地	埼玉県草加市小山 2-24-22
電話番号	048-941-9777
H　　P	https://www.saihou.net

彩鳳
SAIHOU
JAPAN CUT GLASS "EDO KIRIKO"

NEWS

浦和レッズへチーム強化支援金ならびに天皇杯優勝お祝い金を贈呈

２月23日（水・祝）浦和レッズＪ１リーグホーム開幕戦（対ヴィッセル神戸）の試合前、**埼玉スタジアム2002**にて当金庫がオフィシャルパートナーとして支援している**浦和レッズ**に、チーム**強化支援金100万円**と**天皇杯優勝お祝い金100万円**を贈呈しました！

（左より）橋本会長、浦和レッズ立花社長、池田理事長

天皇杯優勝お祝い金を贈呈する橋本会長

2005年から継続して
チーム強化支援金の贈呈を行っており、
今回で17年目、**累計総額2,630万円**と
なりました。

チーム強化支援金を贈呈する池田理事長

浦和レッズ・浦和レッズレディース、W優勝おめでとう！

天皇杯・皇后杯 優勝カップ

2021年12月19日　天皇杯優勝

写真提供：浦和レッズ

2022年２月27日　皇后杯優勝

写真提供：浦和レッズ

特別寄稿

『未来につなぐ、日本一暮らしやすい埼玉の実現へ』

埼玉県知事　大野　元裕

一昨年以来、県民の皆様、事業者の皆様には、新型コロナウイルス感染症対策について、多大な御理解と御協力をいただいておりますことに、改めて心から感謝を申し上げます。

新春早々のオミクロン株の感染拡大に伴い、病床の更なる確保や自宅療養者等への健康観察体制の強化、ワクチン接種の促進など、様々な対策を講じてまいりました。引き続き、強い危機感と緊張感を持って感染拡大防止に取り組んでまいります。

さて、本県は今、感染症の拡大を契機とした新しい生活様式や新たな社会への変革、人口減少・超高齢社会への対応など大きな変化の時期を迎えています。激動の時代に未来を切り開いてきた人物として思い浮かぶのは、やはり本県が誇る三偉人ではないでしょうか。渋沢栄一、荻野吟子、塙保己一それぞれが、高い志と不屈の精神で偉業を成し遂げられました。

中でも、渋沢翁の「論語と算盤」の精神は、経済成長と環境や社会の調和を図るＳＤＧｓの精神そのものであり、先見の明と志の高さには敬服の念に堪えません。

私も、誰一人取り残さない「埼玉版ＳＤＧｓの実現」に向け、渋沢翁の精神を受け継ぎ、自らの信念を貫き、全力で取り組んでまいります。

県では本年を「ポストコロナ元年」とし、県内経済への影響を最小限に抑え、感染症と共存できる強い埼玉県経済を構築していきたいと考えています。

第一波の後に産官学金労が参画した「強い経済の構築に向けた埼玉県戦略会議」や経済団体から提言をいただき、県が取り組むべきことをパッケージ化し、「飲食・観光事業者への支援」「ＤＸ推進支援」など五つの項目に整理し、県独自の経済対策を進めているところです。コロナ禍でダメージを受けた飲食業や観光業をはじめとする経済・社会活動の正常化、活性化に向けた更なる支援に迅速に取り組んでまいります。

社会のデジタル・トランスフォーメーション（ＤＸ）の実現は、産業構造や働き方・暮らし方などに大きな変革をもたらし、社会に対する様々な課題を解決し、生活をより安心・安全、便利にするとともに、労働生産性を向上させ、持続的な発展へとつなげる大きな可能性を秘めています。

本県では埼玉県ＤＸ推進計画に基づき、様々な分野における将来像とその実現に向けた直近３年間の工程を「ＤＸビジョン・ロードマップ」として策定しました。県庁はその先駆けとなるべきで、ＤＸ化の第一歩として私が就任以来、推し進めてきたペーパーレス化は成果を上げつつあり、モデル部署のコピー使用量は令和元年比で９割以上削減となりました。

昨年10月には埼玉縣信用金庫にも御参画いただき、新たに「埼玉県ＤＸ推進支援ネットワーク」を設立しました。成長を加速させるため稼げる力の向上に取り組み、県内中小企業に対して、デジタル化によるビジネスモデルの転換支援を進めるほか、農林業や観光業のほかあらゆる産業でオンライン活用による新たな需要の創出を図っていきます。引き続き、様々な分野で変革を促すＤＸを重点的に推進してまいります。

今後とも皆様とともに「ワンチーム埼玉」で、誰もが自分らしく活躍できる「日本一暮らしやすい埼玉」を目指して、力強く新たなチャレンジをしてまいります。

埼玉県も新型コロナワクチンの３回目接種を実施します。

埼玉県も新型コロナワクチンの集団接種会場を設置し運営しています

埼玉県南部ワクチン接種センター

対象者 以下全てに該当する方

①埼玉県に住民票があり、3回目接種券を持っている

②接種日時点で18歳以上

③2回目接種から6カ月以上が経過している

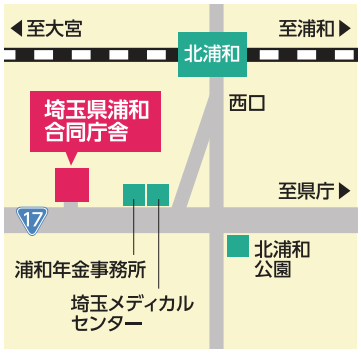
会　場 埼玉県浦和合同庁舎（JR北浦和駅西口徒歩約10分）

予約方法 予約サイトからの事前予約のみ

※詳細は県ホームページをご覧ください。

予約はこちらから

会場MAP



お問合せ 埼玉県ワクチン接種センター相談窓口

☎0570・071・077

※電話での予約はできません。予約サイトで申込みください。

受付時間9時～17時（土日・祝日も対応）

彩の国 埼玉県

埼玉県マスコット「さいたまっち」「コバトン」

埼玉県も新型コロナワクチンの３回目接種を実施します。

追加接種を加速させるため、県の接種会場を2カ所体制とします

埼玉県西部ワクチン接種センター

[対 象 者] **以下全てに該当する方**

① 埼玉県に住民票があり、3回目接種券を持っている
② 接種日時点で18歳以上である
③ 2回目接種日から6カ月以上が経過している方

[会　　場] **山崎ビル**（川越駅西口徒歩約1分）

[期　　間] **令和4年3月1日（火）～** <土日・祝日も稼働>

[受付時間] **平日 10:30～19:00　土日・祝日 9:30～18:00**

[予約方法] **予約サイトからの事前予約のみ**

※南部会場も予約受付中。詳細は県ホームページをご覧ください

予約はこちらから

埼玉県マスコット「コバトン」「さいたまっち」

お問合せ<受付時間9時～19時（土日・祝日も対応）> ※2月末までは17時までの受付
埼玉県ワクチン接種センター相談窓口
☎0570-071-077
※電話での予約はできません。予約サイトでお申込みください。

彩の国 埼玉県

3回目接種用

新型コロナワクチンについて企業の皆様に知ってほしいこと

3回目接種を行うことで、2回目接種後、時間の経過とともに低下したワクチンの効果が回復します。皆さんの健康や暮らしを守るため、ワクチンの種類に関わらず、早めの追加接種をお勧めしています。

● ワクチンの効果

発症予防効果と重症化予防効果

有効性		ファイザー社	モデルナ社	備考
発症予防効果	対デルタ株	83%	87%	※3回とも同一ワクチンを接種
	対オミクロン株	65%	69%	
重症化予防効果	デルタ株流行期	94%		※3回全てmRNAワクチンを接種
	オミクロン株流行期	90%		

出典：第30回厚生科学審議会予防接種・ワクチン分科会　資料より

3回目の接種をした人の方がしていない人よりも、感染や重症化する人が少ないと報告されています。

オミクロン株にも有効

ワクチンの3回目接種は、オミクロン株に対しても十分な効果があります。

異なるワクチン接種の効果と安全性

1・2回目に使ったワクチンに関わらず、3回目接種では、いずれを選んでも十分な効果と安全性が確認されています。

コロナ後遺症の軽減の可能性

軽症でも回復後の後遺症（味覚の喪失、疲労感等）に悩まされている方が増えています。

ワクチン接種で症状が改善する可能性が示唆されています。（英国保健安全保障庁の研究より）

● ワクチンの副反応等

よく起こる症状【接種後、数日以内に現れる可能性がある症状】

発現割合	症状 ファイザー社	症状 モデルナ社
50%以上	疼痛、疲労	疼痛、疲労、頭痛
10-50%	頭痛、筋肉痛 悪寒、関節痛	筋肉痛、関節痛 悪寒、リンパ節症
1-10%	38度以上の発熱 腫脹、発赤 リンパ節症	38度以上の発熱 腫脹・硬結 紅斑・発赤

・3回目の副反応はファイザーもモデルナも大きな差はありません。おおむね1・2回目と同様の症状が見られ、その大部分は接種後数日以内に回復しています。

・発熱は接種後1～2日以内に起こることが多く、必要な場合は解熱鎮痛剤を服用するなど様子をみてください。

・重い症状や、いつもと違う体調の変化があれば、接種を受けた医療機関やかかりつけ医、県の専門相談窓口に相談してください。

副反応等の症状が現れたら

埼玉県新型コロナワクチン専門相談窓口

☎ 0570-033-226

２４時間　土日祝日も看護師等が相談に応じます

● 接種後も感染予防対策の継続を

■ ワクチンを接種した方から他人への感染をどの程度予防できるかはまだ十分には分かっていません。

■ ワクチンの効果は100%でないため、接種後も基本的な感染予防を継続しましょう。

新型コロナウイルス感染予防のために（厚生労働省ＨＰ）

● 健康被害救済制度

■ 予防接種では、極めて稀ではあるものの、健康被害（病気になったり障害が残ったりすること）が起こった場合に備え、救済制度が設けられています。

■ 新型コロナワクチンの接種でも、健康被害が生じたと国が認定した場合は、予防接種法に基づく救済（医療費・障害年金等の給付）が受けられます。

■ 申請に必要となる手続き等については住民票がある市町村にご相談ください。

彩の国 埼玉県　埼玉県 新型コロナウイルスワクチンチーム

● 新型コロナワクチン接種に関する差別等の防止について

■ 体質や持病などの理由で接種できない方もいます。職場や周りの方などに接種を強制したり、接種を受けていない人に差別的な扱いをすることのないようお願いいたします。

無意識にこんな行動していませんか？

偏見や差別の事例

☒ 回覧などの方法により、接種（希望）の有無が第三者にわかるように調査する

☒ 「接種を受けない場合は～。」といったルールを作るなどにより、受けなければならない雰囲気を作る

☒ アレルギー症状の診断書を提出させるなどワクチン接種をしない理由を求める

☒ 退職、職場や授業からの退出を求める、参加させないなど非接種のみを理由として不当な取扱いをする

【その他の事例】

☒ ワクチン接種が済んだことを名札上に表示することになっている。

☒ 休んだ際の給与補償に関し、接種の有無によって差別的取扱いを設けている。

☒ 「接種は当たり前」「かかったらあなたのせい」といった言葉をかける。

職場におけるいじめや嫌がらせなどの相談窓口

埼玉労働局総合労働センター

☎ 048-600-6262

※ その他の相談窓口はこちら →

参考：日本弁護士連合会
「新型コロナウイルス・ワクチン予防接種に係る人権・差別問題ホットライン概要まとめ」

● ワクチン休暇の取得の配慮を

■ ワクチンを接種された方の多くに、何らかの症状が現れることが報告されています。

■ 2回目と比べて3回目の副反応の頻度は、ほぼ同程度です。

■ 接種当日や接種後に発熱等の副反応が出た場合、家族の接種の付き添いなどの際に、休暇の取得や勤務シフトの調整など接種しやすい環境づくりに御協力をお願いします。

● 不正確な情報にご注意を

■ ワクチンの情報は科学的根拠に基づいた情報発信をしている公的機関などから得ることをお勧めします。

■ SNSなどでは発信者が不明、信頼のおける情報源に基づいていない不正確な情報がある場合があり、注意が必要です。

厚生労働省サイト「新型コロナワクチンについてのQ&A」

世界経済の成長、金融市場の波乱

執 筆 しんきんアセットマネジメント投信株式会社
運用企画部 チーフエコノミスト **辻 佳 人**

●1994年京都大学法学部卒業

●日本興業銀行（現みずほフィナンシャルグループ）入行。シティバンク銀行勤務を経て、スタンダードチャータード銀行のシニアインベストメントストラテジストとして経済・為替市場の調査・分析等に従事。2013年しんきんアセットマネジメント投信入社、現在に至る。

●主な著書
『通貨投資戦略』（共著）東洋経済新報社
『世界経済のゆくえと資産運用戦略』（共著）東洋経済新報社

感染拡大の3年目

2022年の世界経済は、感染症に悩まされ続けながらも、緩やかに成長する見込みです。

新型コロナウイルスの世界的な感染拡大は、早くも３年目です。１年目の2020年は、人々は恐怖につつまれ、世界経済も一時危機に陥りました。国々のロックダウン（厳しい活動制限）はやむを得ない措置だったとはいえ、それらにより成長率が急低下したのです（図表１）。

２年目の2021年には、多くの国々でワクチンが普及しました。ウイルスの性質が徐々に判明するにつれ、治療法も進歩しました。そういった進歩などが功を奏し、デルタ型など変異ウイルスが生じたにもかかわらず、経済活動は続き、世界経済は急回復をとげました。

３年目の2022年も、世界経済の成長が続くと予想されます。足元、オミクロン型ウイルスが日本などで猛威をふるっているものの、重症化リスクは低い模様です。かつ、ウイルスの根絶は困難、との諦めもあり、多数の国々は経済・社会活動の継続を優先しています。

「コロナとの共存」とは？

ただし2022年も、「コロナ前」と同じ生活環境が戻るとは、ほとんど考えられません。

重症化リスクが低いと言っても、オミクロン型ウイルスを軽視することは、極めて危険です。重症や死亡が抑制されたとしても、感染者や明らかな濃厚接触者は隔離せざるを得ないので、感染者が爆発的に増えれば、経済・社会活動が機能不全となりかねません。

オミクロン型の感染が収束に向かったとしても、国々が「コロナとの共存」を選んだ以上、コロナウイルスは残り続けるはずです。次々に変異する可能性も、おそらく高いでしょう。既存のワクチンがあまり効かない変異型が発生する可能性も、否定できません。

よって、ロックダウンはなるべく回避するとしても、各人や各企業は、可能な限り感染防止策を継続する必要があります。それにより感染を抑制し、経済・社会活動を続けることが、強く求められるからです。「コロナとの共存」とは、そうした意味であるべきです。

「新しい日常」へ

そのため2022年は、主要国で「新しい日常」が定着していく年となりそうです。

つまり、適度なソーシャルディスタンシング（他人との距離確保）が当然のこととなり、それに伴い、経済・社会のオンライン化や自動化がさらに進む、と予想されます。

それらは、必ずしも嘆くべきことではありません。特に日本では、都心への一極集中や、電車の混雑などを緩和する絶好の機会となり得ます。非効率な業務を削減したり、店舗などの人手不足を和らげたりする上でも、オンライン化や自動化は歓迎すべきことです。

そうした変化は、テクノロジー企業などに対し、ビジネスチャンスをもたらします。そのため今後は、感染が続いたとしても、世界経済が全面的に落ち込む可能性は低いでしょう。

ただ、外食や旅行といった業種にとっては、厳しい環境が続きそうです。不運なことですが、産業の新陳代謝は、時代の転換期ではやむを得ないことなのかもしれません。

金利上昇と株価下落

世界経済の成長が続くとみられる一方、金融市場では、波乱の場面が増えそうです。

実際、本稿執筆時点で、米Ｓ＆Ｐ500株価指数は年初来で約８％、日経平均株価は５％近く下落しています。３週間程度での下落率としては、大幅な下落です。また、世界の代表的な金利指標である米国の10年国債利回りは、年明け以降、急上昇しています（図表２）。

基本的な因果関係は、米10年国債利回りなど長期金利の急上昇が嫌気され、株式などリスク資産が売られた、というものです。こうしたことが起こるのは、金利が上昇すると企業や投資家の資金調達が難しくなる上、債券と比べた株式などの魅力が乏しくなるためです。

米Ｓ＆Ｐ500指数については、2021年に約27％も上昇しました。これは過熱気味だったため、2022年に株価が一旦下落するのは、合理的な動きです。ただ、世界経済の成長見通しを踏まえれば、米国株などが一方的に下落し続ける可能性は、高くなさそうです。

米国の金融政策

今後も特に注視すべきなのは、米国などにおける長期金利や金融政策の動きです。

長期金利は、当該国債を発行する国の政策金利（中央銀行が誘導する短期金利水準）、経済成長率、インフレ率（物価上昇率）、発行国の財政状況などによって変動します。

米国に関しては、経済成長が続くと予想されます。それにより物品などの需要増が続くとみられる一方、感染継続などのため、国際的なサプライチェーン（供給網）の混乱による供給制約が長引いています。そうした需給要因により当面、高インフレが続きそうです。

インフレを抑えるべく、米国の中央銀行である連邦準備制度理事会（ＦＲＢ）には、政策金利の引上げなどにより、経済活動の過熱を抑制することが求められます。そのためＦＲＢは今年中に４回程度の利上げを行う、というのが現時点での中心的な市場予想です。

これらは、米国の長期金利を押し上げる要因です。よって、インフレが落ち着き、ＦＲＢの金融政策をめぐる不透明感が和らぐまでは、金利上昇圧力が残ると考えられます。

日本の金融市場

日本株についても、当面は、不安定な動きや上値の重い場面が増えると予想されます。

第一に、もともと日本株は、米国株の変動により大きな影響を受けます。このため、米国株の変動幅が大きくなれば、日本株の相場変動も避けがたいものになるはずです。

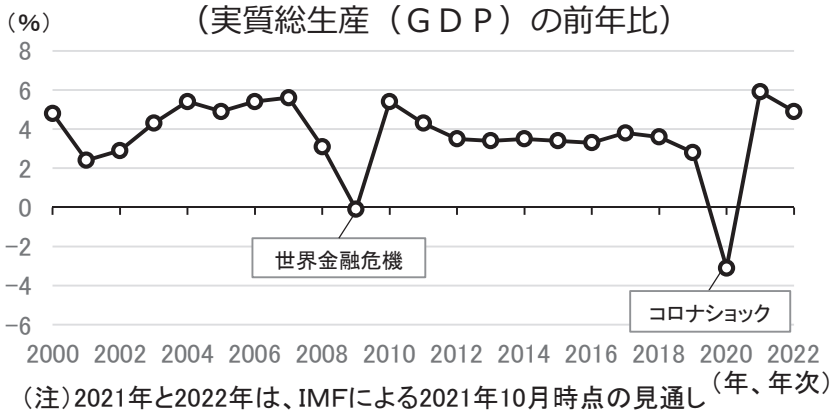
第二に、国内の感染拡大が、他人との接近を要するサービス関連の需要を抑制し、日本経済の成長率を多少なりとも圧迫するでしょう。そうした不安が、株価の上値を抑えそうです。

第三に、為替に関し最近、国内でも考え方が分かれています。円安などによるエネルギーや食品の値上がりに直面し、円安は良いことだという従来の支配的な考え方が揺らいでいるのです。よってドル高・円安が進んだとしても、日本株が急上昇するとは限りません。

ただし、市場の動きにかかわらず、岸田政権が優先すべきは、感染症対策と景気下支え策です。それらが成功するか否かが、国民の健康と生活に対し、大きな鍵を握っています。

（2022年１月24日執筆）

図表1．世界経済の成長率
（実質総生産（ＧＤＰ）の前年比）



（注）2021年と2022年は、IMFによる2021年10月時点の見通し
（出所）国際通貨基金（IMF）よりデータを取得し、しんきん投信作成

図表2．米国の10年国債利回り

（注）2022年1月21日まで
（出所）Bloomberg よりデータを取得し、しんきん投信作成

DX推進に関する埼玉県企業の意識調査

執筆:株式会社帝国データバンク
大宮支店　情報部

DXを理解し取り組んでいる企業は11.3%

～人材やスキル・ノウハウの不足を課題とする企業が過半数に～

■はじめに

人工知能（AI）の進化や第5世代移動通信システム（5G）といったデジタル技術の進展によって、ビジネス環境が大きく変わろうとしている。企業は今後、データとデジタル技術を活用した製品や、サービス・ビジネスモデルの変革によって競争上の優位性を確立させる「デジタル・トランスフォーメーション（以下、DX）」の実現を求められる。また、政府は2021年9月にデジタル庁を発足。社会全体のDXの推進を通じ、デジタル時代の官民インフラ作成を目指すとしている。

帝国データバンク大宮支店は企業のDX推進に関する調査を実施した。

※調査期間は2021年12月16日～2022年1月5日、調査対象は県内952社で、有効回答企業数は415社（回答率43.6%）

調査結果（要旨）

1．DXの「言葉の意味を理解し、取り組んでいる」企業は11.3%と1割超にとどまった。他方、「言葉の意味を理解し、取り組みたいと思っている」(25.3%)、「言葉の意味を理解しているが、取り組んでいない」（33.5%）、「言葉は知っているが意味を理解できない」（16.9%）など、DXへの取り組みが進んでいない企業が8割超を占めた。

2．DXの「言葉の意味を理解し、取り組んでいる」企業47社が現在取り組んでいる内容では、「ペーパーレス化」「オンライン会議設備の導入」などDXの初期段階に関する取り組みが上位4つを占め、初期段階の4ついずれかに取り組んでいる企業が9割にのぼった。「既存製品・サービスの高付加価値化」「新規製品・サービスの創出」「ビジネスモデルの変革」、すなわち、本格的なDXのいずれかに取り組んでいる企業は3割にとどまった。

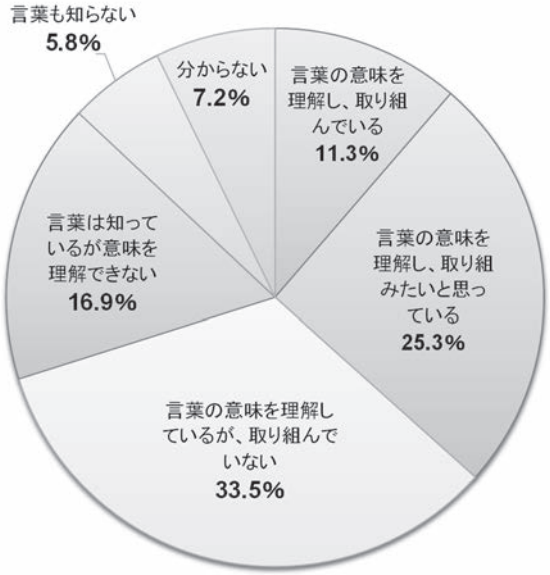
3．県内企業がDXに向けて今後取り組みたい内容では、「ペーパーレス化」が45.1%でトップ。次いで、「アナログ・物理データのデジタルデータ化（紙ベースの情報のデータベース化等）」（35.4%）、「電子承認（電子印鑑）」（33.0%）が続いたが、全般的に取り組みたい内容は多様化の傾向がうかがえる結果となった。

4．DXに取り組むうえでの課題では、「対応できる人材がいない」（52.8%）、「必要なスキルやノウハウがない」（51.1%）といった、人材やスキル・ノウハウの不足をあげる企業が過半数を占めた。DXの「言葉の意味を理解し、取り組んでいる」企業でも3割を超える企業が人材・スキル・ノウハウ不足を課題としてあげた。

1. DXを「意味を理解し、取り組んでいる」企業は11.3%、1割超にとどまる

DXについて、どの程度理解し取り組んでいるかを尋ねたところ、DXの「言葉の意味を理解し、取り組んでいる」企業は11.3%と1割超にとどまった。他方、「言葉の意味を理解し、取り組みたいと思っている」（25.3%）、「言葉の意味を理解しているが、取り組んでいない」（33.5%）、「言葉は知っているが意味を理解できない」（16.9%）、「言葉も知らない」（5.8%）となり、DXへの取り組みが進んでいない企業が8割超を占めた。

DX への理解と取り組み



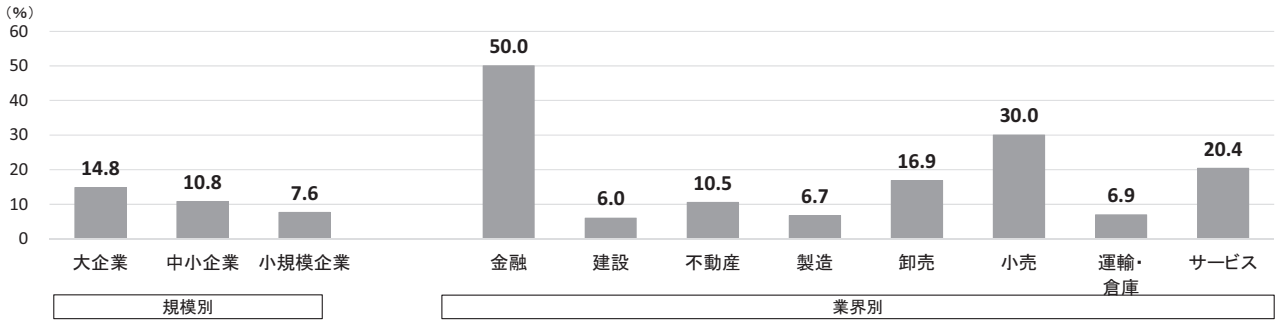
注：母数は、有効回答企業415社

企業規模別にみると、「言葉の意味を理解し、取り組んでいる」企業の割合は「大企業」が14.8%と全体（11.3%）を上回った。一方「中小企業」は10.8%で、DXへの取り組み状況は「大企業」と「中小企業」の間で4.0ポイントの差がみられた。さらに「中小企業」のうち「小規模企業」は7.6%と1割を下回った。

また、業界別にみると『金融』（50.0%）、『小売』（30.0%）、『サービス』（20.4%）が上位を占めた。一方、『建設』（6.0%）や『製造』（6.7%）、『運輸・倉庫』（6.9%）では、DXに取り組んでいる企業は低い割合にとどまった。

企業からは「本当に重要だと理解しており、取り組み始めたところ」（卸売）、「弊社のような小規模事業者はどのように対応していくべきか見えてきていない」（サービス）、「ほとんど理解できていない」（製造）といった声があがった。

DX の「言葉の意味を理解し、取り組んでいる」企業の割合　～規模別、業界別～



2. DXに取り組む企業が現在取り組んでいる内容、初期段階のものが９割超

DXの「言葉の意味を理解し、取り組んでいる」企業47社が現在取り組んでいる内容（複数回答）では、「ペーパーレス化」と「オンライン会議設備の導入」がそれぞれ78.7%で最多となった。次いで「アナログ・物理データのデジタルデータ化（紙ベースの情報のデータベース化等）」（68.1%）、「テレワークなどリモート設備の導入」（57.4%）が続いた。これら上位4つはDXの初期段階の取り組みで、いずれかに取り組んでいる企業は91.5%を占めた。

「既存製品・サービスの高付加価値化」（23.4%）や「新規製品・サービスの創出」（19.1%）、「ビジネスモデルの変革」（14.9%）の3つのいずれかに取り組んでいる企業、すなわち本格的なDXに取り組んでいる企業は31.9%と初期段階の約３分の１にとどまった。

上位の「オンライン会議設備の導入」「テレワークなどリモート設備の導入」もそうであるが、このほか「社内研修のオンライン化・デジタル化」（46.8%）、「SNSを活用した情報発信」（40.4%）、「営業活動のデジタル化（オンライン商談や顧客管理・営業支援システムの導入等）」（36.2%）など、必ずしも出社を必要としないリモート業務に関わるものが上位に続

DXを理解し取り組んでいる企業が現在取り組んでいる内容（複数回答）

（%）

1	ペーパーレス化	78.7
1	オンライン会議設備の導入	78.7
3	アナログ・物理データのデジタルデータ化（紙ベースの情報のデータベース化等）	68.1
4	テレワークなどリモート設備の導入	57.4
5	社内研修のオンライン化・デジタル化	46.8
6	SNSを活用した情報発信	40.4
7	営業活動のデジタル化（オンライン商談や顧客管理・営業支援システムの導入等）	36.2
7	デジタル化への対応にともなう業務プロセス・組織の見直し	36.2
9	インターネット広告（Web広告、アプリ広告等）	29.8
9	DX推進のための予算の確保	29.8
11	キャッシュレス化の推進	27.7
12	デジタル人材の育成	25.5
13	既存製品・サービスの高付加価値化	23.4
14	電子承認（電子印鑑）	21.3
14	デジタル化対応のため業務の外注化	21.3
16	新規製品・サービスの創出	19.1
17	EC サイトの開設	17.0
18	ビジネスモデルの変革	14.9
19	DX推進のための専任組織の設置	12.8
20	AI活用（チャットボットによる自動化やビッグデータ分析等）	10.6
20	デジタル人材の採用	10.6
22	RPA を用いた定型業務の自動化	8.5
	その他	2.1

DXの初期段階
91.5%

本格的なDX
31.9%

注1：取り組んでいる企業の母数は有効回答企業47社

注2：DXの初期段階は「ペーパーレス化」、「オンライン会議設備の導入」、「アナログ・物理データのデジタルデータ化（紙ベースの情報のデータベース化等）」、「テレワークなどリモート設備の導入」のいずれかを選んだ企業の割合

注3：本格的なDXは「既存製品・サービスの高付加価値化」、「新規製品・サービスの創出」、「ビジネスモデルの変革」のいずれかを選んだ企業の割合

いたのはコロナ禍を反映したものであるといえよう。なお、「AI活用（チャットボットによる自動化やビッグデータ分析等）」（10.6%）など、AIの活用やビッグデータ分析といった取り組みは１割程度にとどまった。

3. 県内企業がDXに向けて取り組みたい内容、ペーパーレス化がトップ

県内企業がDXに向けて今後取り組みたい内容（複数回答）では、「ペーパーレス化」が45.1%でトップとなった。次いで「アナログ・物理データのデジタルデータ化（紙ベースの情報のデータベース化等）」（35.4%）、「電子承認（電子印鑑）」（33.0%）、「デジタル人材の育成」（28.4%）など比較的取り組みに着手しやすいと思われるものが続いた。全般的に上位が４割台で下位も２割弱と差が小さく、今後取り組みたい内容は企業によって多様化の傾向がうかがえる結果となった。

企業からは「仕入れ先や得意先の協力がないとできないことが多い。社内業務から序々に取り組んで行く」（卸売）、「営業面や管理業務を改善していくべきと考えているものの、自社に馴染むものか、どの程度のレベルまでやるべきか固まっていない」（製造）といった声があがった。

DXに向けて今後取り組みたい内容（複数回答）

（%）

1	ペーパーレス化	45.1
2	アナログ・物理データのデジタルデータ化（紙ベースの情報のデータベース化等）	35.4
3	電子承認（電子印鑑）	33.0
4	デジタル人材の育成	28.4
5	デジタル化への対応にともなう業務プロセス・組織の見直し	27.2
6	キャッシュレス化の推進	24.6
7	ビジネスモデルの変革	24.3
8	RPA を用いた定型業務の自動化	23.9
9	デジタル人材の採用	23.6
10	既存製品・サービスの高付加価値化	22.9
11	営業活動のデジタル化（オンライン商談や顧客管理・営業支援システムの導入等）	22.4
12	テレワークなどリモート設備の導入	21.9
12	新規製品・サービスの創出	21.9
14	SNSを活用した情報発信	21.4
15	AI活用（チャットボットによる自動化やビッグデータ分析等）	21.0
16	オンライン会議設備の導入	20.7
16	社内研修のオンライン化・デジタル化	20.7
18	インターネット広告（Web広告、アプリ広告等）	20.0
19	DX推進のための専任組織の設置	18.1
19	デジタル化対応のため業務の外注化	18.1
21	DX推進のための予算の確保	17.8
22	EC サイトの開設	17.1
	その他	2.9

注：母数は有効回答企業415社

4. 過半数の企業で、人材やスキル・ノウハウの不足がDXの課題にあげられる

DXに取り組むうえでの課題では、「対応できる人材がいない」（52.8%）や「必要なスキルやノウハウがない」（51.1%）など、過半数の企業で人材やスキル・ノウハウの不足に関する課題があげられた。すでにDXの「言葉の意味を理解し、取り組んでいる」企業でも、「対応できる人材がいない」は34.0%、「必要なスキルやノウハウがない」は38.3%と３割超にのぼっている。

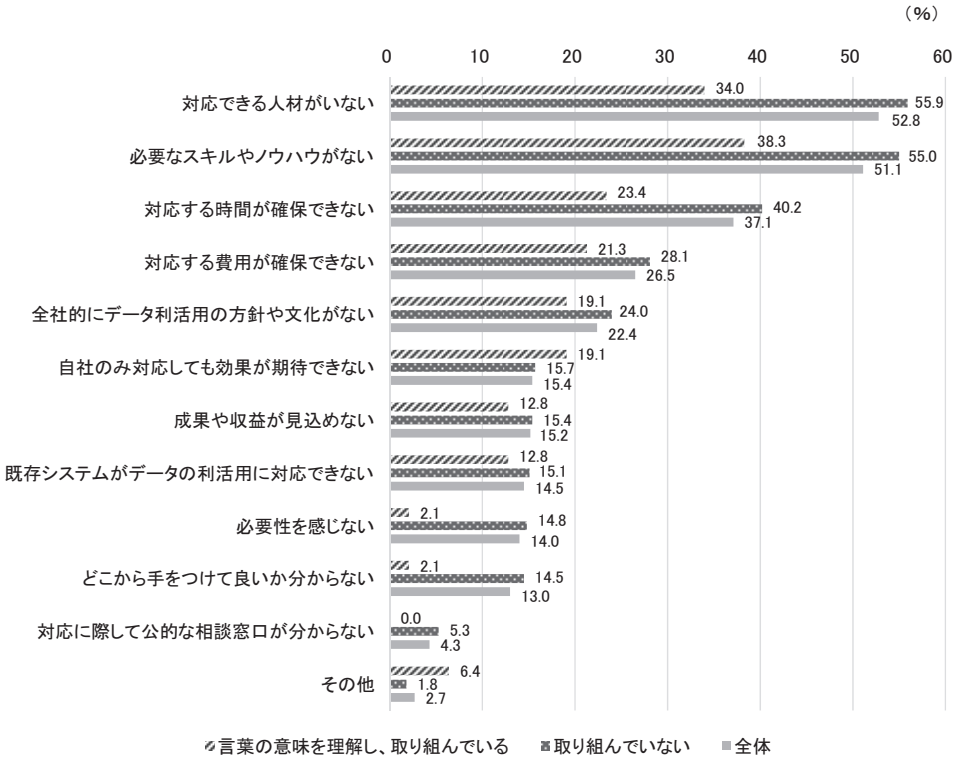
また、現在DXに取り組んでいない企業においては、「対応できる人材がいない」（55.9%）や「必要なスキルやノウハウがない」（55.0%）、「対応する時間が確保できない」（40.2%）、

DXに取り組む上での課題（複数回答）

（%）

		全体
1	対応できる人材がいない	52.8
2	必要なスキルやノウハウがない	51.1
3	対応する時間が確保できない	37.1
4	対応する費用が確保できない	26.5
5	全社的にデータ利活用の方針や文化がない	22.4
6	自社のみ対応しても効果が期待できない	15.4
7	成果や収益が見込めない	15.2
8	既存システムがデータの利活用に対応できない	14.5
9	必要性を感じない	14.0
10	どこから手をつけて良いか分からない	13.0
11	対応に際して公的な相談窓口が分からない	4.3
	その他	2.7

注：母数は有効回答企業415社



注1：「取り組んでいない」企業は、「言葉の意味を理解し、取り組みたいと思っている」「言葉の意味を理解しているが、取り組んでいない」「言葉は知っているが意味を理解できない」「言葉も知らない」の合計
注2：「言葉の意味を理解し、取り組んでいる」の母数は、有効回答企業数47社。「取り組んでいない」企業の母数は、有効回答企業数338社

[1] 現在 DX に取り組んでいない企業は、「言葉の意味を理解し、取り組みたいと思っている」「言葉の意味を理解しているが、取り組んでいない」「言葉は知っているが意味を理解できない」「言葉も知らない」の合計

「対応する費用が確保できない」（28.1％）、「どこから手を付けて良いか分からない」（14.5％）といった課題で、取り組んでいる企業と大きな差がみられた。

企業からは「全社的にDXを推進できる人材がいない（業務フローの構築ができる、システムに精通している人材がいない）」（不動産）、「中小企業が対応できるようにしてほしい」（製造）といった声があがった。

まとめ

DXについて、「言葉の意味を理解し、取り組んでいる」企業は11.3％、１割超にとどまっていることが判明した。これら「言葉の意味を理解し、取り組んでいる」企業47社においても、現在取り組んでいる項目では、「ペーパーレス化」「オンライン会議設備の導入」「アナログ・物理データのデジタルデータ化（紙ベースの情報のデータベース化等）」「テレワークなどリモート設備の導入」の４つ、DXの初期段階の取り組みが上位を占め、いずれかに取り組んでいる企業は９割を超えた。一方、「既存製品・サービスの高付加価値化」「新規製品・サービスの創出」「ビジネスモデルの変革」、すなわち本格的なDXに取り組んでいる企業は少なく、いずれかに取り組んでいる企業は3割にとどまった。

DXに取り組むうえでの課題では、その取り組み状況に関わらず、「対応できる人材がいない」や「必要なスキルやノウハウがない」など人材やスキル・ノウハウの不足に関するものが多くを占めた。

既存のシステムが、事業部門ごとに構築されて全社横断的なデータ活用ができない、または、過剰なカスタマイズがなされて複雑化・ブラックボックス化しているなど、そうした要因で2025年までにDXが進まなかった場合、経済産業省は最大で年間12兆円の経済損失が生じる可能性を指摘している。いわゆる「2025年の崖」が目下に迫るなか、企業はDXの推進を通じて、自社のビジネスモデルをどのように変革していくか、改めて確認する必要があろう。

【内容に関する問い合わせ先】
株式会社帝国データバンク　大宮支店　情報部
TEL　048-643-2146　FAX　048-645-7578

まっすぐ、あなたへ。

埼玉縣信用金庫

さいしん景況レポート　第164号

発行　埼玉縣信用金庫　編集者　地域創生部　業務グループ　〒360-8611　熊谷市久下4ー141　☎048（526）1111㈹

2022年2月20日発行