

特別企画 : 埼玉県の「平成」産業構造変遷調査**「平成」で最も拡大した業界は「サービス業」****～ 製造業は最も縮小するも売上高構成比トップを維持 ～****はじめに**

今年 5 月 1 日には元号が「令和」へと改元され、約 30 年間続いた「平成」時代はその歴史に幕を下ろした。平成時代を振り返ると、高い経済成長率を誇った昭和時代から一変、バブル経済の崩壊とその後遺症の苦しみから始まり、経済の低迷と再生に喘いだ時代だったと言えよう。

不良債権を抱えた金融機関の破綻から始まった平成不況は、今日まで続く景気の冷え込みや賃金抑制、雇用体系の変化を招いた。また、相次ぐ大災害、未曾有の金融危機だったリーマン・ショックも重なった。この間、記録的な円高や海外新興国の台頭で製造業など第二次産業は「空洞化」が進み、日本経済は「失われた 20 年」とも「30 年」とも表現される長い低成長時代を経験した。

さらに、全国規模で企業グループの再編、統合などが進み、県内企業の一部もその波の影響を受けた。業容を拡大した企業、逆に縮小した企業、また、県外から転入した企業、逆に県外に転出した企業、市場からの退場を余儀なくされた企業などもあり、県内産業構造は、平成 30 年間のなかで大きく変容した。

帝国データバンク大宮支店は、保有する企業概要データベース「COSMOS2」を用いて、1989 年（平成元年）～2018 年（平成 30 年）の過去 30 年間について、埼玉県内の企業売上高ベースの産業構造の変化を調査・分析した。

- 調査対象の業種は、帝国データバンクの業種分類に準じた（「電気・ガス・水道・熱供給業」「金融・保険業」「公務」を除く）
- 構成比の比較対象は、各年末に判明した各企業の「売上高」をベースとした

調査結果（要旨）

1. 1989 年～2018 年間の平成 30 年間における埼玉県の産業変遷を見ると、全 9 業種のうち構成比が拡大したのは「建設業」「小売業」「運輸・通信業」「サービス業」の 4 業種。縮小したのは「製造業」「卸売業」「不動産業」「鉱業」の 4 業種。「農林水産業」は横ばい。
2. 業種中分類別で売上高構成比が最も大きく拡大したのは、「飲食料品小売」（平成元年：2.5%→平成 30 年：4.8%、2.3 ポイント増）および「職別工事」（平成元年：1.9%→平成 30 年：4.2%、2.3 ポイント増）。縮小したのは「飲食料品卸売」（平成元年：6.1%→平成 30 年：3.1%、3.0 ポイント減）。
3. 売上高構成比が最も拡大した業種は「サービス業」（平成元年：7.7%→平成 30 年：23.3%、15.6 ポイント増）。縮小したのは「製造業」（平成元年：35.6%→平成 30 年：23.4%、12.2 ポイント減）。

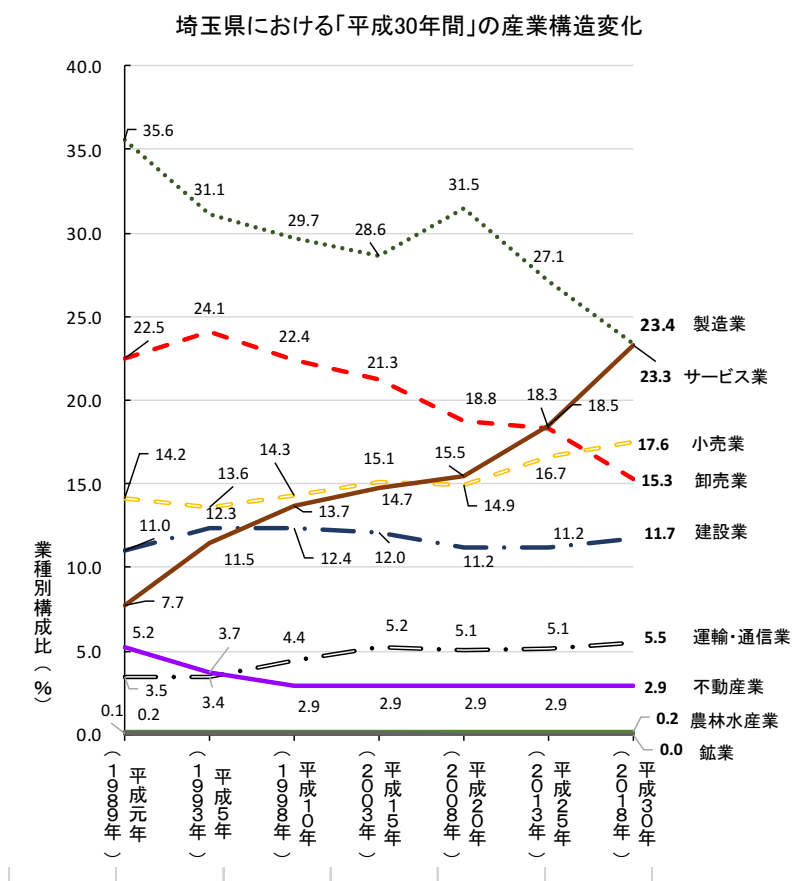
1. 「平成」の産業変遷

1.1. 平成 30 年間の推移 ～「製造業」が縮小、新たに台頭したのは「サービス業」～

1989 年～2018 年間の平成 30 年間に於ける埼玉県の産業変遷を見ると、全 9 業種のうち、構成比が拡大したのは「建設業」「小売業」「運輸・通信業」「サービス業」の 4 業種。縮小したのは「製造業」「卸売業」「不動産業」「鉱業」の 4 業種、「農林水産業」は横ばいだった。

このうち、比率が大きく縮小したのは「製造業」。「製造業」は、平成元年（1989 年）には全体の 35.6%を占めていたが、以降は縮小傾向で推移。平成 20 年（2008 年）にいったん 31.5%にまで拡大したが、同年のリーマン・ショック以降は再び縮小。平成 30 年（2018 年）には 23.4%にとどまり、30 年間で 12.2 ポイント低下した。

他方、最も拡大したのは「サービス業」。平成元年には 7.7%と全体に占める構成比は 1 割を下回っていたが以降は拡大を続け、平成 30 年には 23.3%となった。



1.2. 業種中分類別の推移 ～「飲食料品小売」が拡大、地場食品スーパーの業容拡大で～

平成のなかで、日本の産業に占める構成比が最も大きく拡大したのは、「飲食料品小売」（平成元年：2.5%→平成30年：4.8%、2.3ポイント増）。この業種に該当する地場食品スーパーの業容拡大が背景にあるとみられる。おなじくトップの「職別工事業」（1.9%→4.2%、2.3ポイント増）は上位企業の業容拡大などが理由。次いで、「広告・調査・情報サービス」（0.6%→2.8%、2.2ポイント増）、「専門サービス」（0.4%→2.6%、2.2ポイント増）、「医療業」（1.2%→3.3%、2.2ポイント増）が上位を占めた。

一方、最も縮小したのは「飲食料品卸売」（平成元年：6.1%→平成30年 3.1%、3.0ポイント減）。かつて上位を占めたパチンコ景品卸業者および一部卸売市場業者の業容縮小などが影響した。

次いで、「その他卸売」（7.4%→4.6%、2.9ポイント減）、「その他製造」（5.3%→2.7%、2.6ポイント減）、「電気機械器具製造」（5.0%→2.5%、2.5ポイント減）、「総合工事業」（7.4%→5.0%、2.4ポイント減）となった。

埼玉県における業種中分類別・構成比増減（その他サービスは除く）

上位10位						下位10位					
県内 順位	全国 順位	産業分類	構成割合			県内 順位	全国 順位	産業分類	構成割合		
			平成元年 (%)	平成30年 (%)	割合の差 (ポイント)				平成元年 (%)	平成30年 (%)	割合の差 (ポイント)
1	111	飲食料品小売	2.5	4.8	2.3	1	74	飲食料品卸売	6.1	3.1	▲ 3.0
	112	職別工事業	1.9	4.2	2.3	2	82	その他卸売	7.4	4.6	▲ 2.9
3	118	広告・調査・情報サービス	0.6	2.8	2.2	3	101	その他製造	5.3	2.7	▲ 2.6
	120	専門サービス	0.4	2.6	2.2	4	107	電気機械器具製造	5.0	2.5	▲ 2.5
	124	医療業	1.2	3.3	2.2	5	114	総合工事業	7.4	5.0	▲ 2.4
6	134	運輸業	3.5	5.5	2.0	6	125	不動産業	5.2	2.9	▲ 2.3
7	196	各種商品卸売	0.2	1.7	1.6	7	146	鉄鋼・非鉄金属・金属製品製造	5.9	3.8	▲ 2.1
8	324	織物・衣服・身の回り品小売	0.9	1.9	1.0	8	237	一般機械器具製造	4.5	3.0	▲ 1.5
9	356	各種商品小売	2.3	3.3	0.9	9	277	家具・什器・家庭用機械器具小売	1.8	0.6	▲ 1.3
	377	設備工事業	1.7	2.6	0.9	10	325	木材・建築材料卸売	2.1	1.0	▲ 1.1

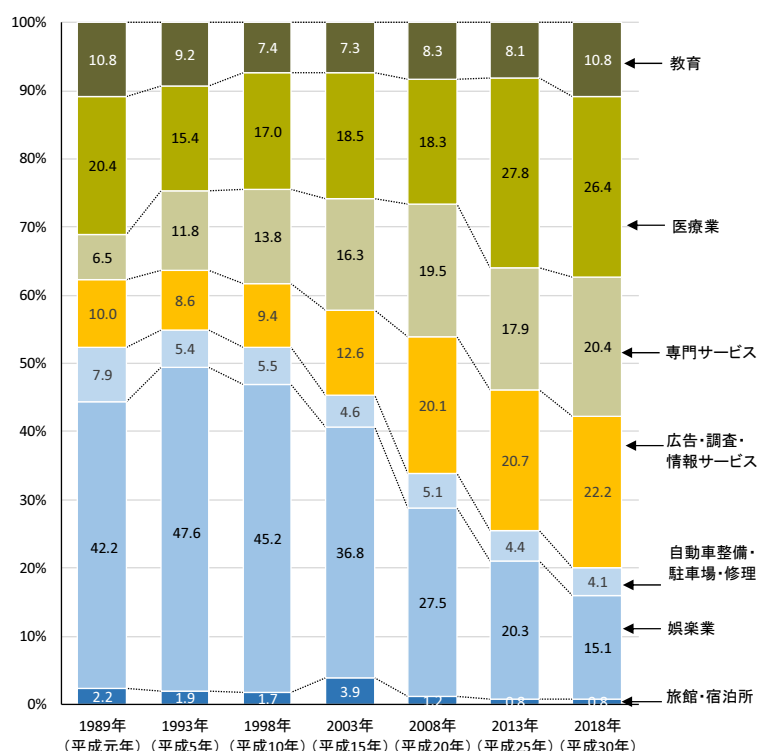
2. 構成比が「拡大」した業種

サービス業 ～ 専門サービスや広告・調査・情報サービスが拡大 ～

サービス業で過去30年間の変遷を見ると、平成元年から拡大したのは「専門サービス」と「広告・調査・情報サービス」、「医療業」の3業種。なかでも「専門サービス」は平成元年の6.5%から平成30年には20.4%と、3倍超に拡大。大手自動車メーカーの開発業務を担う企業の業容拡大などで拡大幅はサービス業で最大となった。次いで広告代理のほか、受託開発ソフトウェアなどIT関連業種を含む「広告・調査・情報サービス」も10.0%から22.2%と、2倍超に拡大した。

他方、パチンコホールやゴルフ場、ゲームセンターなどを含む「娯楽業」は、スマートフォンの

サービス業・平成30年間の産業構造推移



登場などによる嗜好の多様化や規制強化などが相まって、平成元年の 42.2%から平成 30 年の 15.1%と大幅に縮小した。ほか「自動車整備・駐車場・修理」と「旅館・宿泊所」も縮小した。

3. 構成比が「縮小」した業種

製造業 ～ 白物家電製造などの電気機械器具製造、その他製造などが縮小 ～

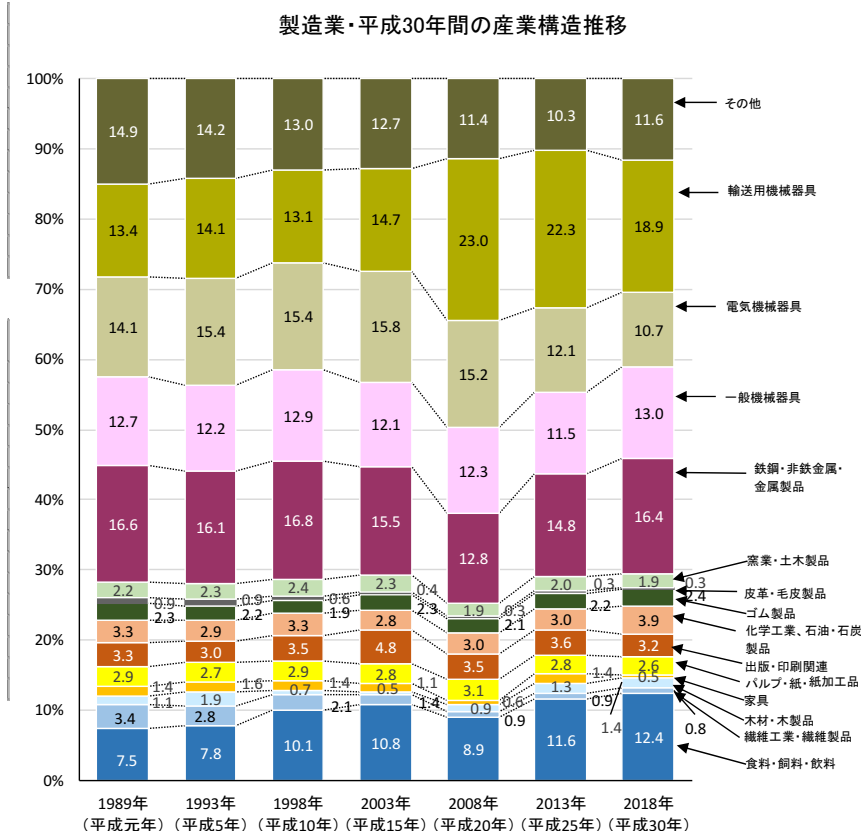
製造業で過去 30 年間の変遷を見ると、平成元年から拡大したのは「輸送用機械器具製造」、「食料・飼料・飲料製造」、「化学工業、石油・石炭製品製造」、「木材・木製品製造」、「一般機械器具製造」、「ゴム製品製造」の 6 業種。なかでも、自動車などを製造する「輸送用機械器具製造」は、構成比が 5.5 ポイント拡大し、拡大幅は製造業で最大。自動車関連企業の業容の拡大および大手の県内への転入などが影響した。次いで「食料・飼料・飲料製造」が同 4.9 ポイント拡大した。コ

ンビニエンスストア向け弁当、おにぎり、パン、総菜などの製造を手掛ける大手グループの業容拡大などが影響した。

他方、9 業種では構成比が縮小した。なかでも、白物家電など民生用電化製品を主とする「電気機械器具製造」は平成元年の 14.1%から、平成 30 年には 10.7%に縮小した。縮小幅 3.4 ポイント減は 9 業種中最大。大手企業の県内転入があったものの、転出した大手もあったことが影響した。「その他製造」も 3.3 ポイント減の縮小となった。

4. 今後の見通し

調査の結果、平成 30 年間で埼玉県内企業の売上高の業種別構成比は大きく変化したことが判明



した。平成元年には 35.6%を占めていた「製造業」は 23.4%にまで縮小。次いで「卸売業」も平成元年の 22.5%から 30 年には 15.3%まで低下した。

代わって「サービス業」は 7.7%から 23.3%まで拡大し、平成 30 年間で構成比が 3 倍超に拡大、トップの「製造業」に肉迫している。次いで「小売業」は平成元年の 14.2%から 17.6%に拡大した。

「平成」から「令和」へと時代が変わるなか、あらゆるモノがネットにつながる IoT（インターネット・オブ・シングス）、電気自動車をはじめ、ビッグデータや人工知能、通信など、次世代の先端技術が急速に発達・普及し始めている。今後はこうしたデジタル技術の応用が、一部の産業や業務部門だけでなく、すべての分野で進むとみられ、デジタル技術にけん引される産業構造の変化が起こるだろう。既に自動車業界では、「CASE」と呼ばれる技術革新の波が到来していると言われ、各社で未来を見据えた戦略策定を進めている。情報通信関連を除けばデジタル化が進んでいない日本の各産業は、今後「令和」時代を歩むなかで、デジタル技術によって再び大きく変遷・浮上する可能性が出てくるだろう。

【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 長森
TEL 048-643-2146 FAX 048-645-7578

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。

当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。報道目的以外の利用につきましては、著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。