

【分析編】 本県経済の現状と課題

1.群馬県の主な指標

人口 (R1.10.1)

1,942,456人

全国18位

(総務省：年齢別人口統計調査結果)

面積

6,362.28Km²

全国21位

(県統計課：第61回群馬県統計年鑑)

一人当たり県民所得(H29年度)

332万円

全国 5位

(県統計課：群馬の県民経済計算)

県内総生産 (H29年度)

8兆9,704億円

全国 17位

(県統計課：群馬の県民経済計算)

産業別県内総生産 (H29年度)

1次産業： 1,276億円 (1.4%)
2次産業： 3兆9,340億円 (44.1%)
3次産業： 4兆8,571億円 (54.5%)

(県統計課：群馬の県民経済計算)

製造品出荷額等 (H30年)

9兆1,360億円

全国13位

(県統計課：工業統計調査結果確報)

商業年間販売額 (H28年)

7兆293億円

全国15位

(県統計課：商業統計調査)

企業数 (H29年民営・非一次産業)

大企業： 100者 (0.2%)
中小企業： 64,907者 (99.8%)
うち小規模事業者： 56,623者 (87.1%)

(中小企業庁：中小企業白書)

事業所数 (民営) (H28年)

90,231事業所

全国18位

(県統計課：経済センサス基礎調査)

製造業事業所数 (H28年)

10,418事業所

全国15位

(県統計課：経済センサス活動調査)

産業別事業所数 (H28年)

1次産業： 641事業所 (0.7%)
2次産業： 21,047事業所 (23.3%)
3次産業： 68,543事業所 (76.0%)

(県統計課：経済センサス基礎調査)

商店数 (H28年)

18,527店

全国 19位

(県統計課：経済センサス活動調査)

従業者数(雇用者数) (H28年)

900,921人

全国17位

(県統計課：経済センサス基礎調査)

産業別従業者数 (H28年)

1次産業： 6,932人 (0.8%)
2次産業： 287,014人 (31.8%)
3次産業： 606,975人 (67.4%)

(県統計課：経済センサス活動調査)

規模別従業者数 (H28年)

大企業： 106,051人(17.4%)
中小企業： 503,830人(82.6%)
うち小規模事業者： 190,170人(31.2%)

(中小企業庁：中小企業白書)

観光入込客数 (H30年)

6,520万人

(県観光物産課：観光客数・消費額調査(推計))

観光消費額 (H30年)

2,959億円

(県観光物産課：観光客数・消費額調査(推計))

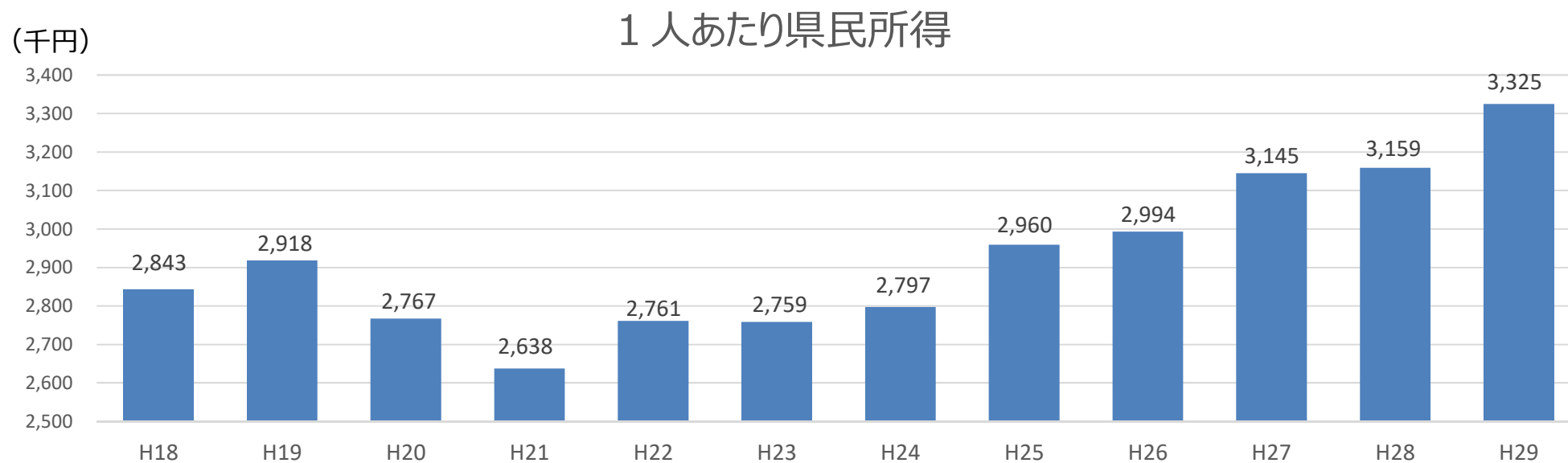
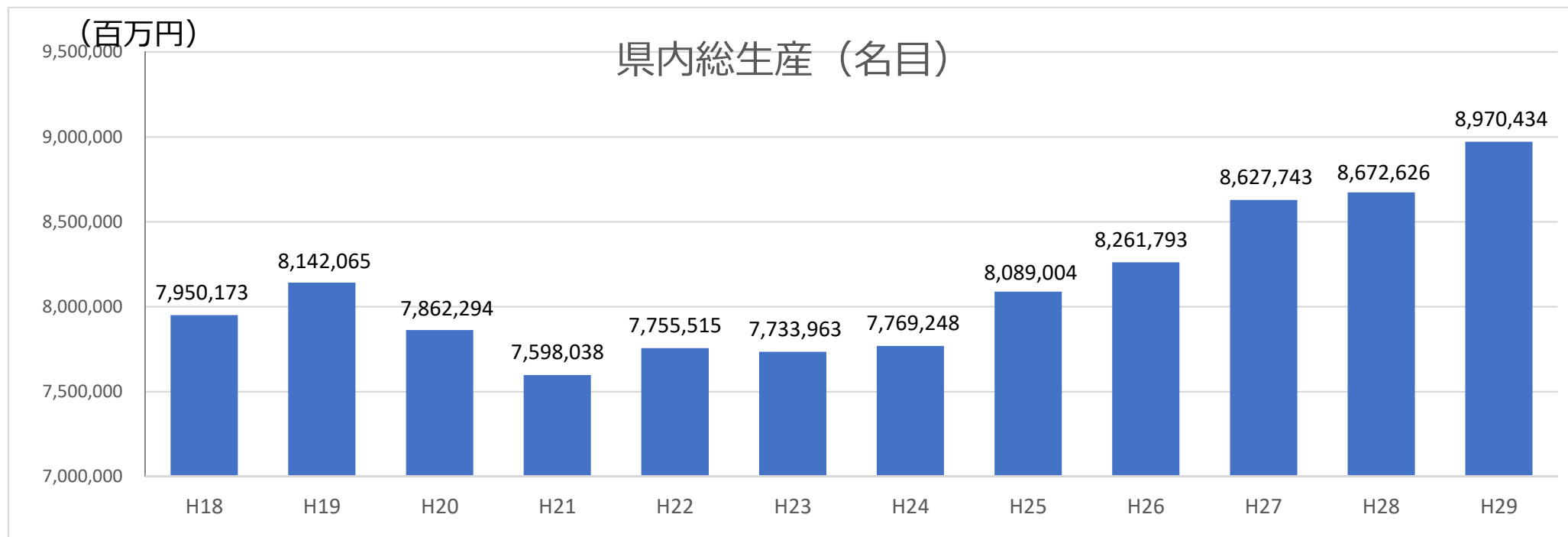
外国人宿泊者数 (R1年)

29万人泊

全国35位

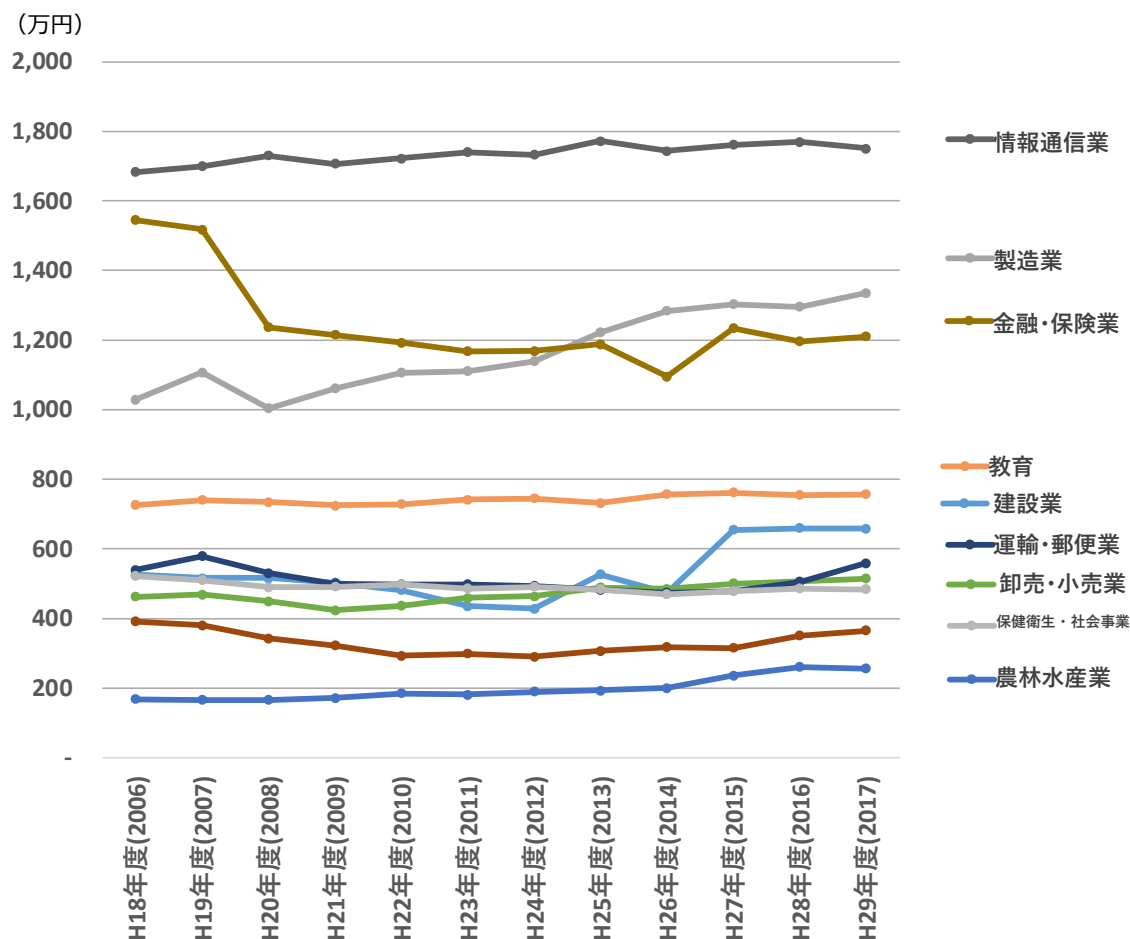
(観光庁：宿泊旅行統計調査)





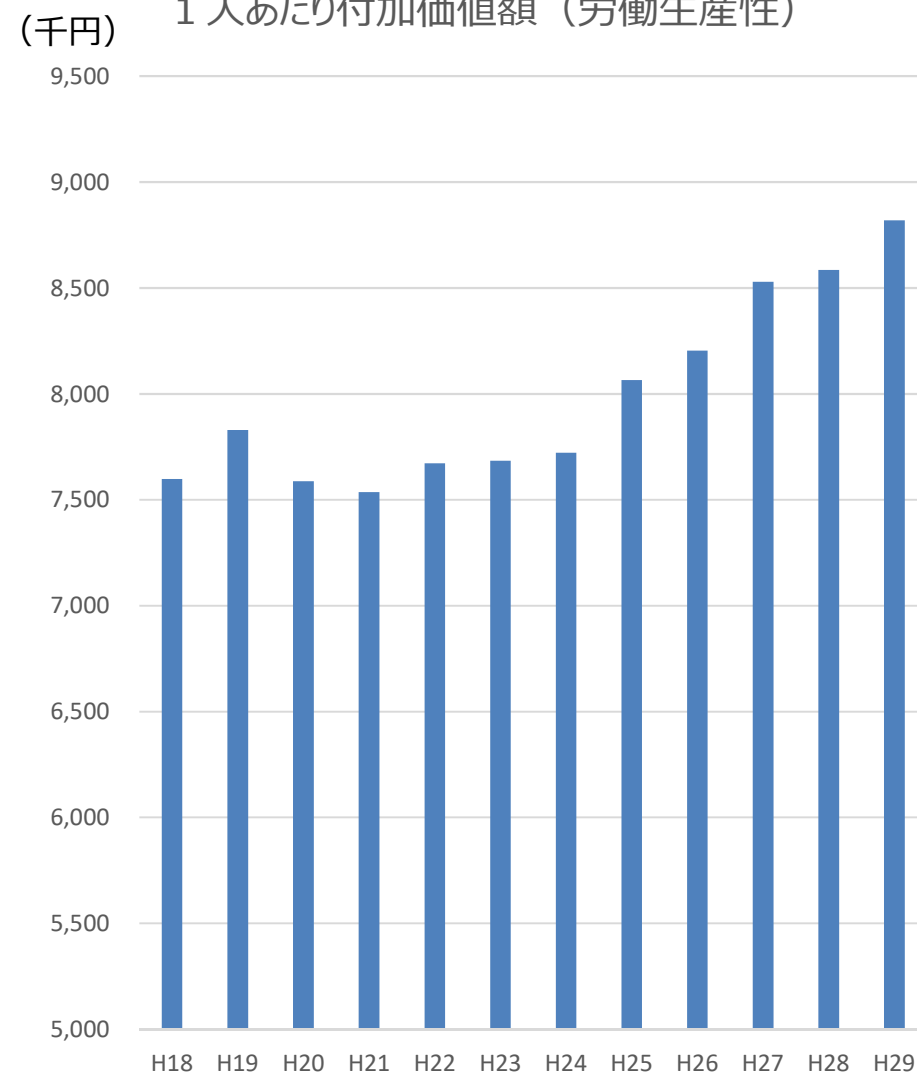
労働生産性の推移（主要な産業別）

・労働集約的な産業（「卸売・小売業」、「保健衛生・社会事業」、「宿泊・飲食サービス業」「農林水産業」等）については、労働生産性が低い傾向がある。
 ・「製造業」、「建設業」については労働生産性が向上している。一方、その他の業種はほぼ横ばいで推移している。



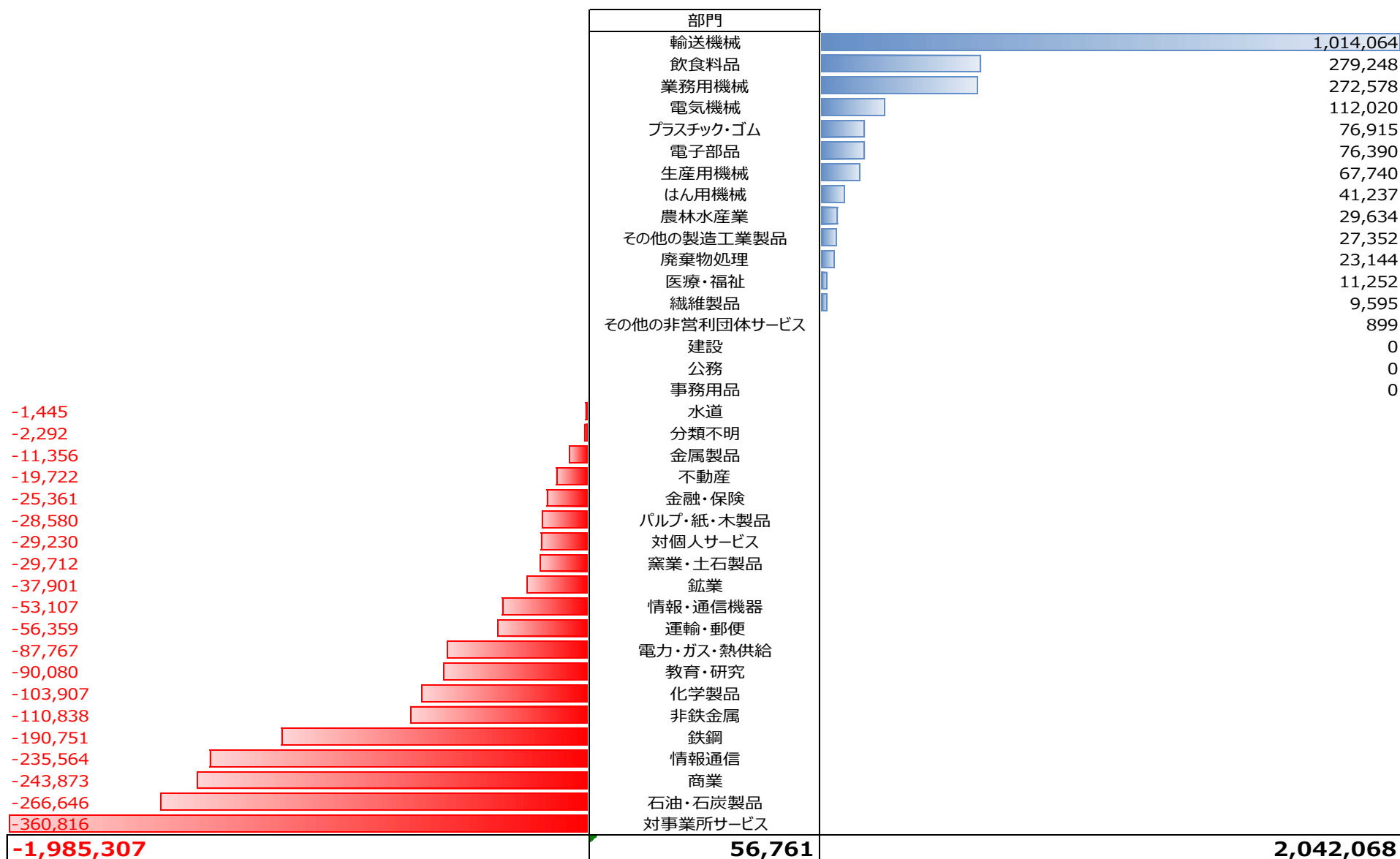
【出典】群馬県「県民経済計算」を再編加工

1人あたり付加価値額（労働生産性）



【産業連関表に基づく県際収支】

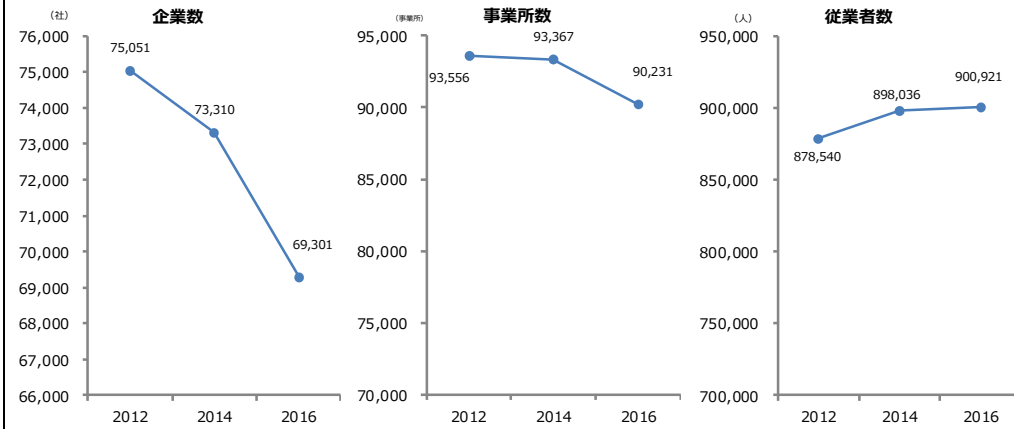
県際収支は、568億円の超過となっているが、平成17年（2960億円）の19.2%となっており、本県産業の「稼ぐ力」の減退が懸念される。



【出典】平成23年度群馬県産業連関表

① 企業数・事業所数・従業者数の推移

・企業数、事業所数は減少傾向であり、廃業数が開業数を上回っている。一方、従業者数については、景気動向が拡大傾向であったこともあり、増加していた。

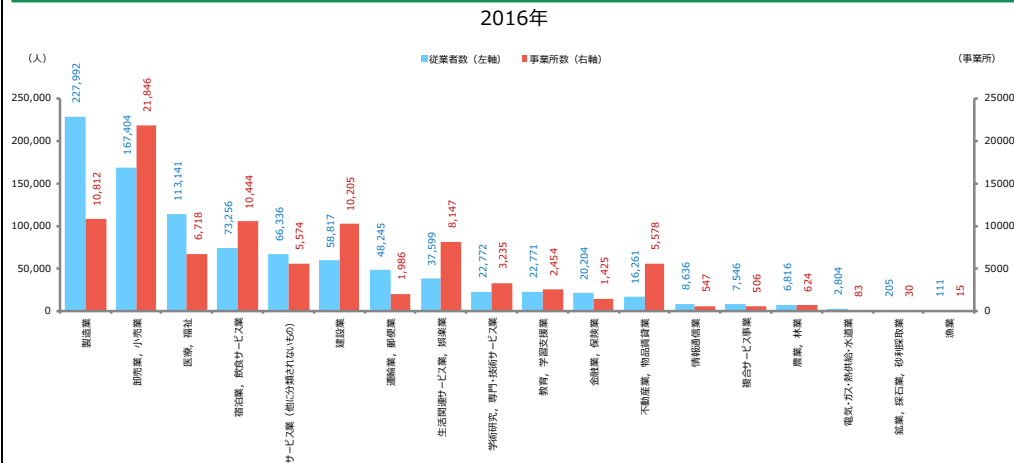


【出典】総務省「経済センサス-基礎調査」、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工

【注記】企業数については、会社数と個人事業所を合算した数値。従業者数は事業所単位の数値。

③ 産業大分類別に見た従業者数（事業所単位）と事業所数

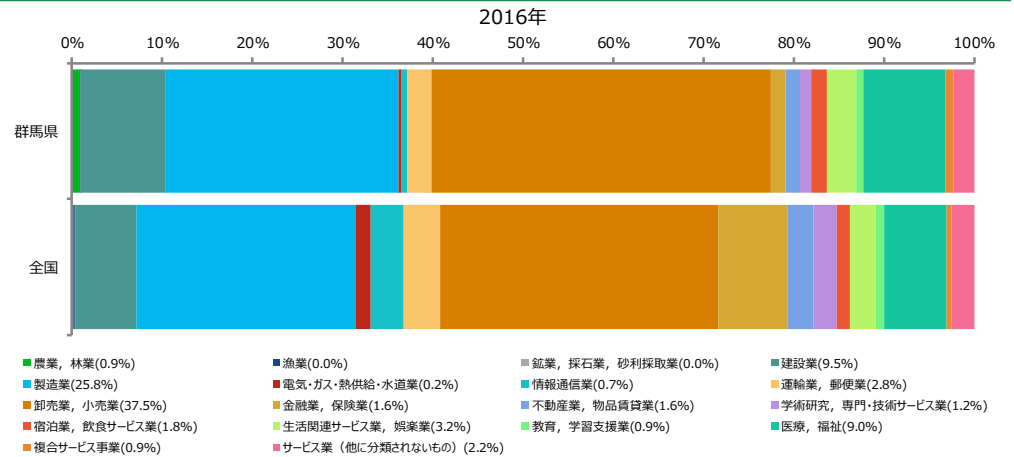
・従業者数から見ると、「製造業」「卸売業・小売業」が大きな雇用の受け皿となっている。一方、建設業、宿泊サービス業は小規模企業が多くなっている。



【出典】総務省「経済センサス-基礎調査」、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工

② 産業大分類別に見た売上高（企業単位）の構成比

・全国と比較し、「卸売業・小売業」が多くの売上高を占めており、「製造業」、「建設業」もやや多い売上高となっている。一方、「金融業・保険業」や「情報通信業」、「学術研究、専門・技術サービス業」の構成比は低くなっている。

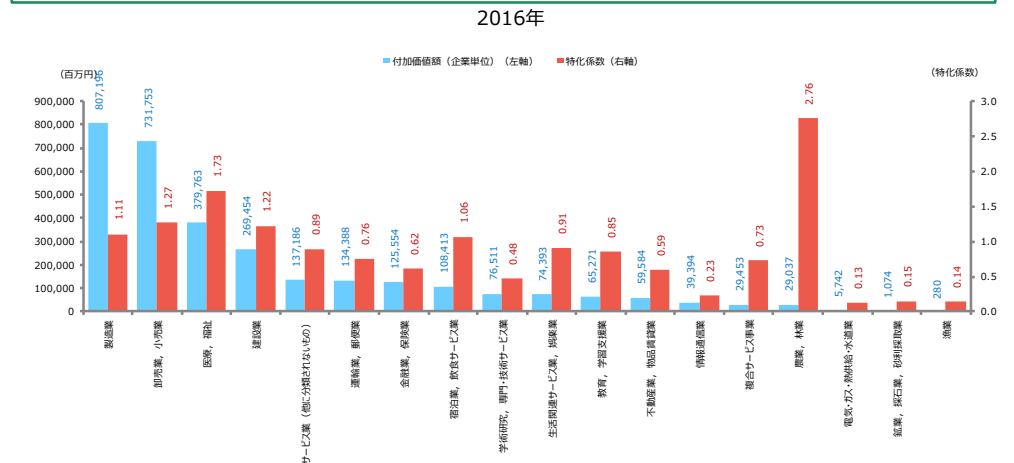


【出典】総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工

【注記】凡例の数値は選択地域の数値を指す。

④ 産業大分類別に見た付加価値額（企業単位）

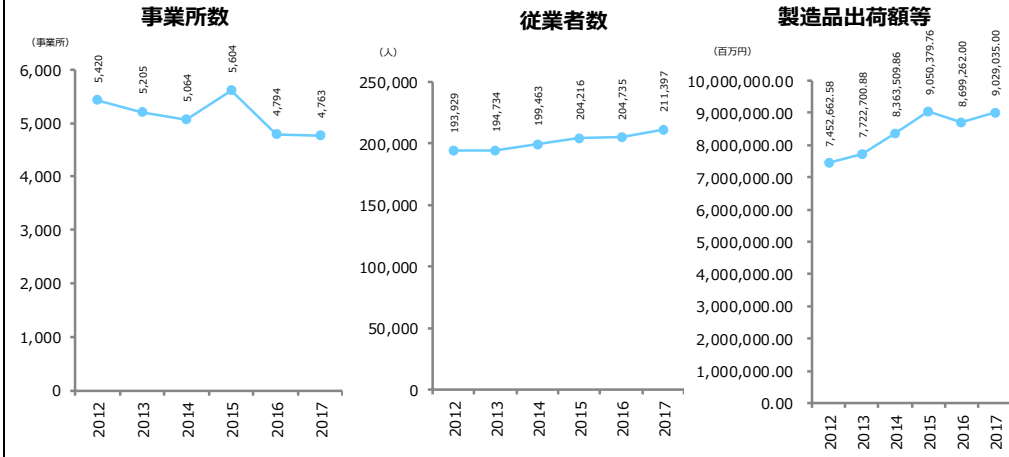
・「製造業」「卸売業、小売業」の付加価値額が高く、稼働力が高い産業となっている。
 ・「農業・林業」「医療・福祉」「卸売業・小売業」「製造業」「建設業」は特化係数が1を上回り、他都道府県に比べ稼働割合が大きい産業となっている。



【出典】総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工

①事業所数・従業者数・製造品出荷額等の推移

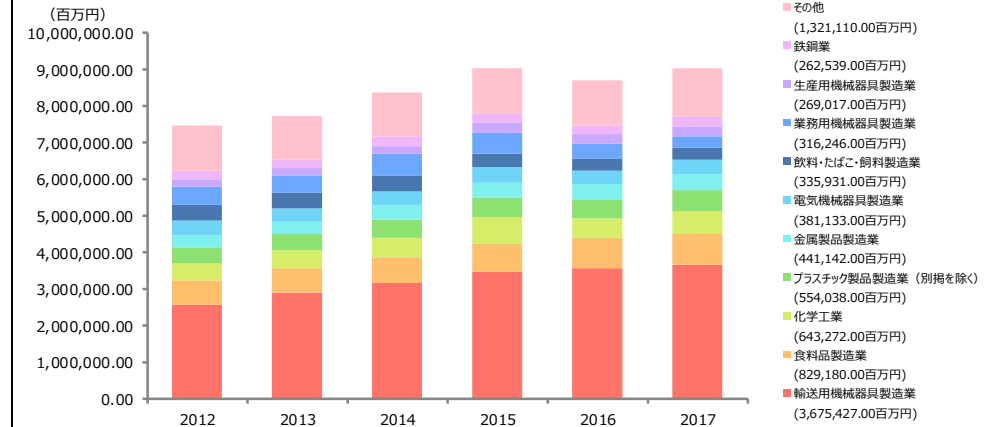
- ・事業所数は減少傾向が続く。
- ・従業者数はほぼ横ばい。1事業所あたりの従業者数は北関東3県で最も少なく、小規模企業が多い。
- ・税像品出荷額等はここ数年自動車業界の好調に支えられ回復基調が続く。



【出典】 経済産業省「工業統計調査」再編加工、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工、
総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」
【その他の留意点】 従業員数4人以上の事業所が対象。

②産業別製造品出荷額等の変化

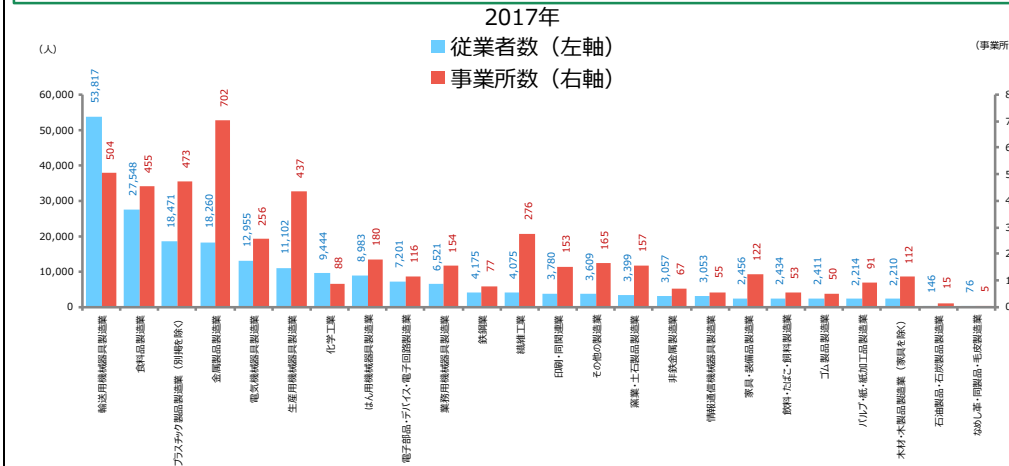
- ・自動車を主力とする輸送機器の比率が圧倒的で、特化度は愛知県に次ぎ全国2位。
- ・食料品が安定して上位にあるほか、プラスチックや化学、金属など素材分野で強みを持っている。



【出典】 経済産業省「工業統計調査」再編加工、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工、
総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」
【注記】 凡例の数値は最新年の数値を指す。
【その他の留意点】 従業員数4人以上の事業所が対象。

③産業中分類別従業者数・事業所数

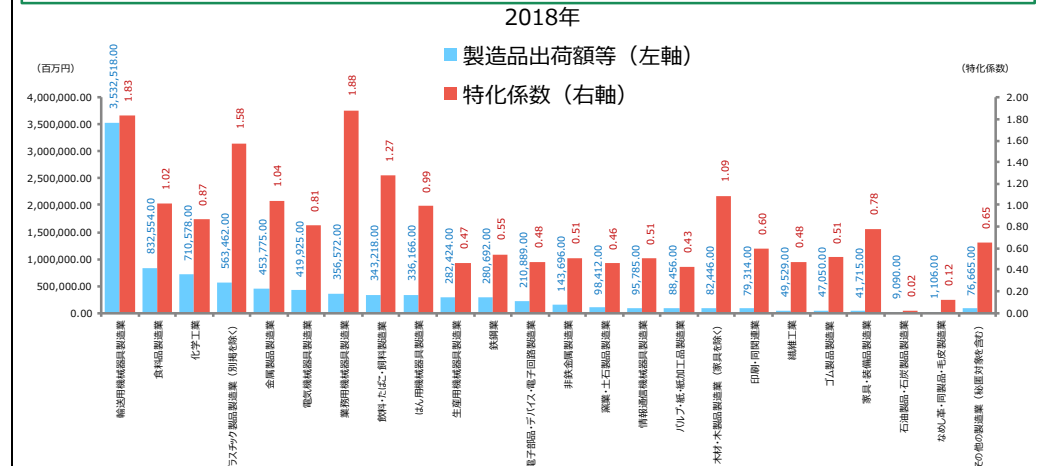
- ・従業者数では輸送機器、食料品、金属、プラスチックなど、製造品出荷額等と同じ傾向。
- ・事業所数では金属が首位、輸送機器、プラスチック、食料品と続く。ここからも小規模企業が多いことがうかがえる。



【出典】 経済産業省「工業統計調査」再編加工、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工、
総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」
【その他の留意点】 従業員数4人以上の事業所が対象。

④産業中分類別製造品出荷額等

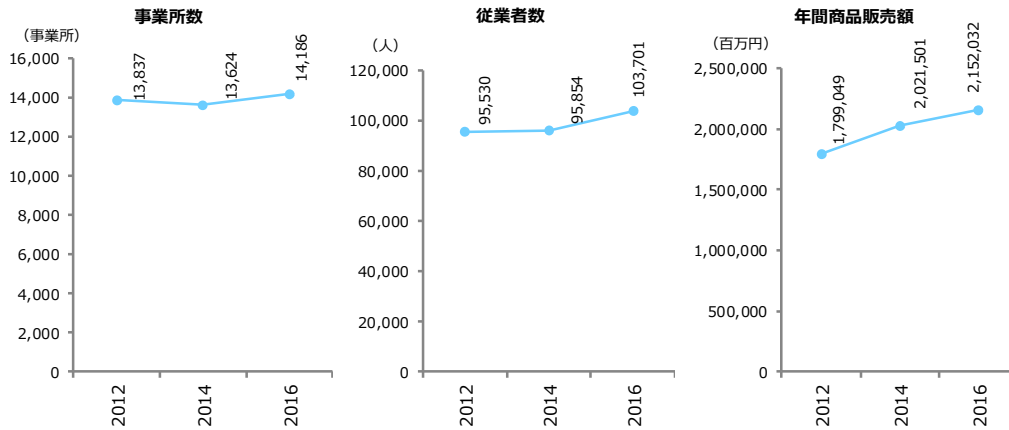
- ・自動車を中心とする輸送機器産業が圧倒的な比率を占めていることが確認できる。



【出典】 経済産業省「工業統計調査」総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」
【その他の留意点】 従業員数4人以上の事業所が対象。

①事業所数・従業者数・年間商品販売額の推移

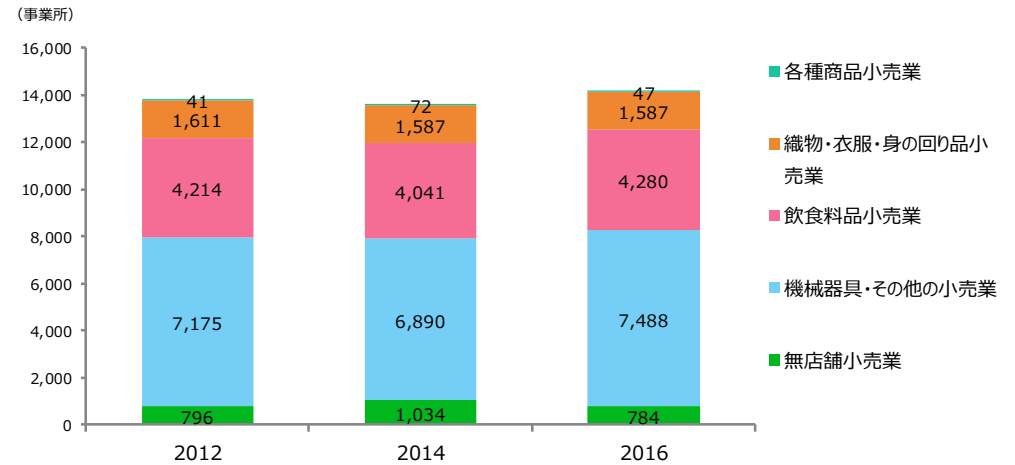
・産業全体の事業所数は減少傾向であったが、小売業では事業所数、従業者数、年間商品販売額ともに増加傾向であった。



【出典】 経済産業省「商業統計調査」 総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」

②産業別小売業事業所数の変化

・「機械器具・その他の小売業」や、「食料品小売業」が増加傾向である。
 ・具体的には、前者は、「自動車小売業」や「医薬品・化粧品小売業（調剤薬局やドラッグストア等）」、後者は、「コンビニエンスストア」や「菓子・パン小売業」が増加している。

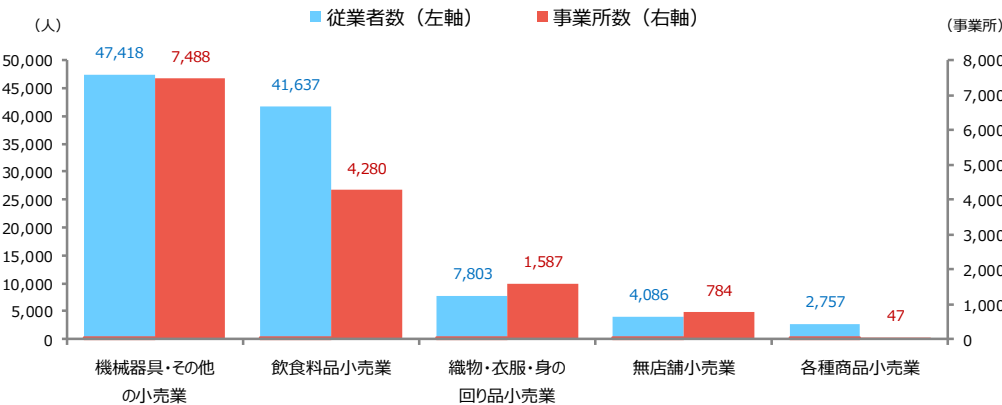


【出典】 経済産業省「商業統計調査」 総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」

③産業中分類別従業者数・事業所数

・従業者数は、「機械器具・その他の小売業」（構成比45.7%）と、「食料品小売業」（同40.2%）で、大半を占める。
 ・一事業所あたり従業者数は、「食料品小売業」が9.7人であり、比較的人手が必要な業種となっている。
 （参考 「機械器具・その他の小売業」：6.3人、「繊維・衣服・身の回り品小売業」：4.9人）

2016年

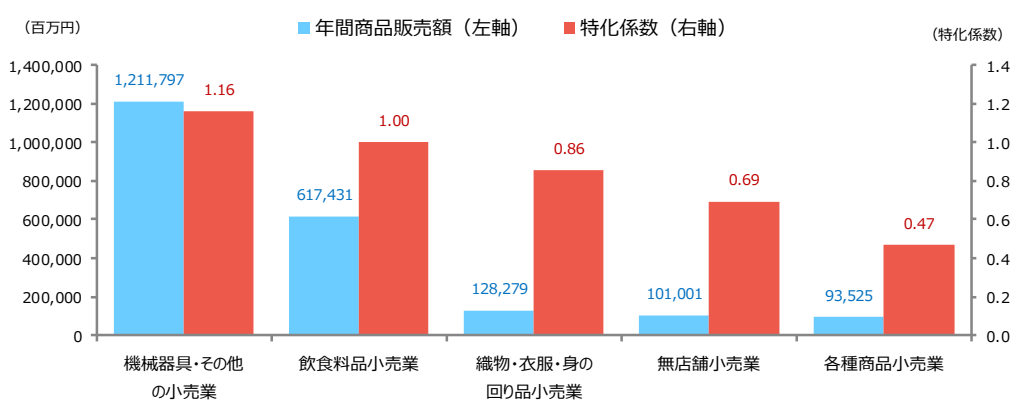


【出典】 総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」

④産業中分類別年間商品販売額

・年間商品販売額は、「機械器具・その他の小売業」が1兆2,117億97百万円（構成比56.3%）で、大きな割合を占めている。
 ・また、特化数も1.16であり、稼ぐ力が大きな業種となっている。
 ・各種商品小売業（百貨店、総合スーパー等）は、特化係数が0.49と小さい業種となっている。

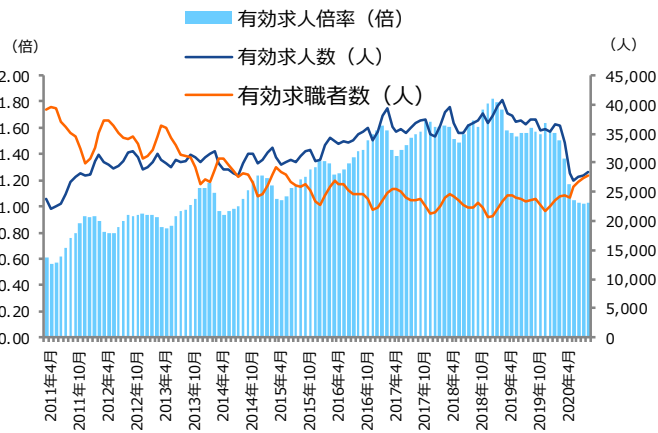
2016年



【出典】 総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」

①有効求人倍率の推移【都道府県単位】

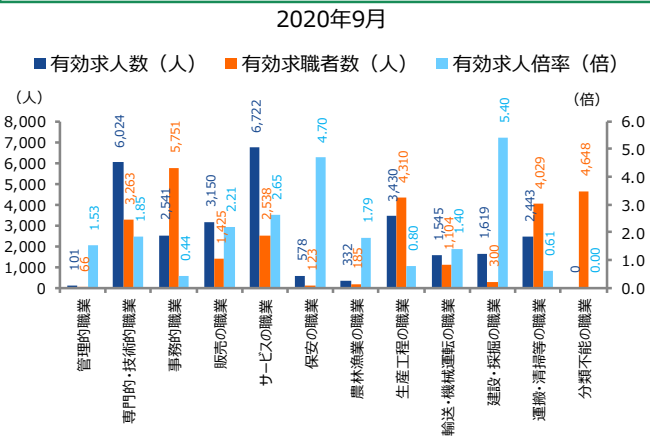
・有効求人数が有効求職者数を上回り、有効求人倍率が1.5倍を上回る傾向が続いていたが、新型コロナウイルス感染症の影響を受けて、1.0倍に近づいている。



【出典】厚生労働省「職業安定業務統計」

②有効求人倍率（職種間比較）【都道府県単位】

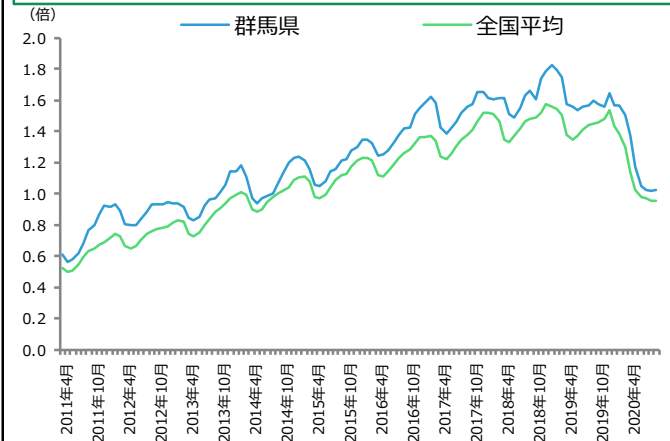
・建設・採掘の職業など、有効求人倍率が5.0倍を超えている職業がある一方、事務的職業など、1.0倍を下回る職業もあり2極化している。



【出典】厚生労働省「職業安定業務統計」

③有効求人倍率推移（地域間比較）【都道府県単位】

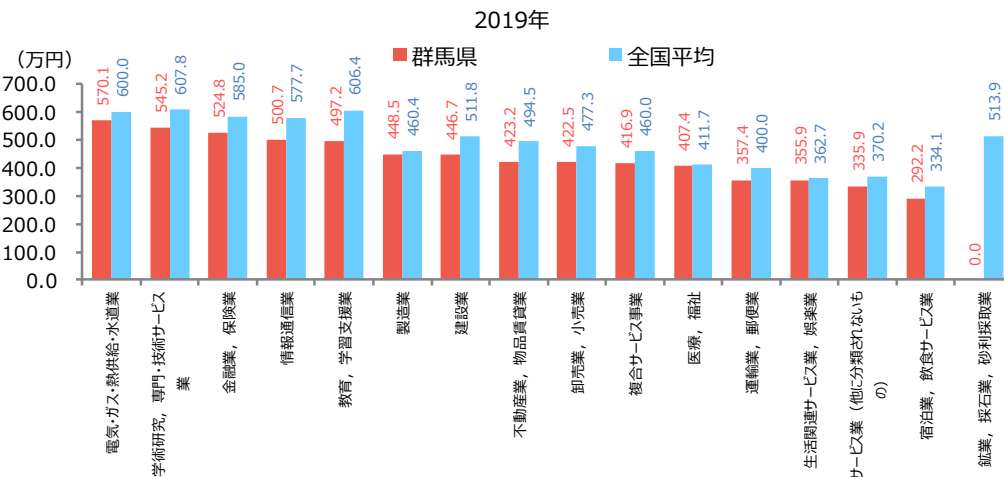
・有効求人倍率は、全国平均と比べると概ね高水準で推移している。



【出典】厚生労働省「職業安定業務統計」

④一人当たり賃金（産業間比較）【都道府県単位】

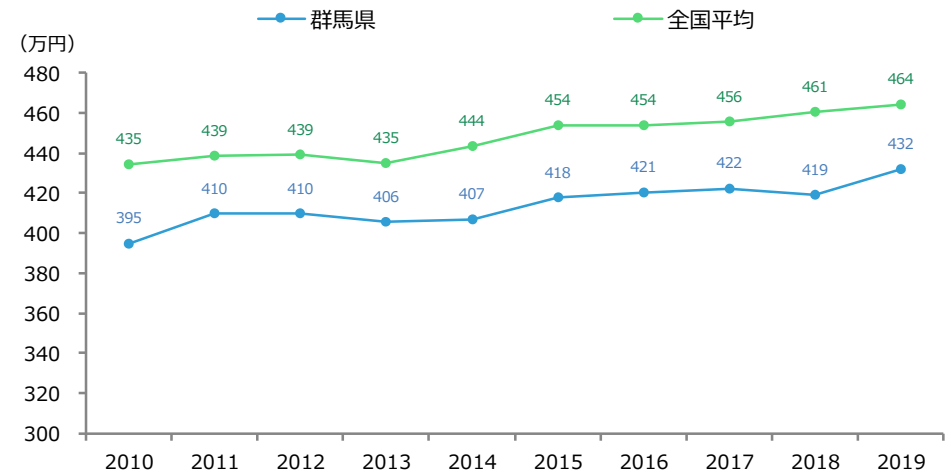
・産業別の一人当たり賃金では、すべての産業で全国平均を下回っている。



【出典】厚生労働省「賃金構造基本統計調査」

⑤一人当たり賃金（地域間比較）【都道府県単位】

・群馬県の一人当たり賃金は、全国平均を30～40万円ほど下回っている傾向が続いている。

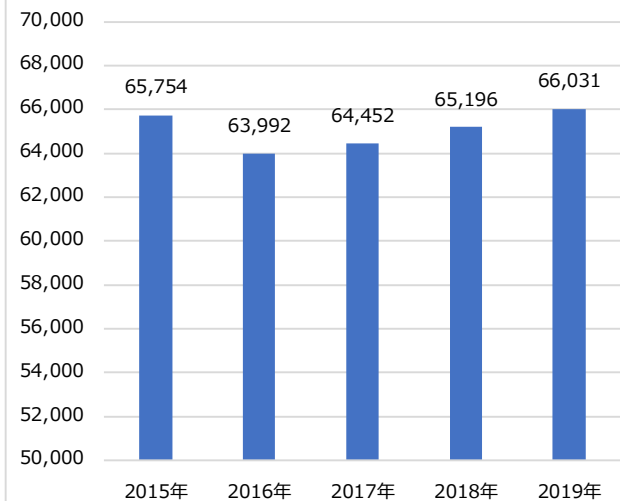


【出典】厚生労働省「賃金構造基本統計調査」

①観光入込客数

・観光入込客数は、近年6,500万人前後で推移している。

単位：千人

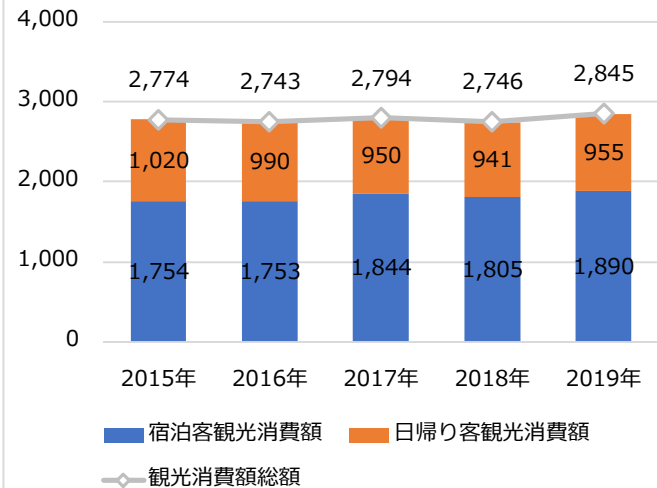


【出典】群馬県「観光入込客統計調査報告書」

②観光消費額

・観光業費額は、概ね2,800億円前後で推移している。内訳では、宿泊客の占める割合が増加傾向である。

(億円)

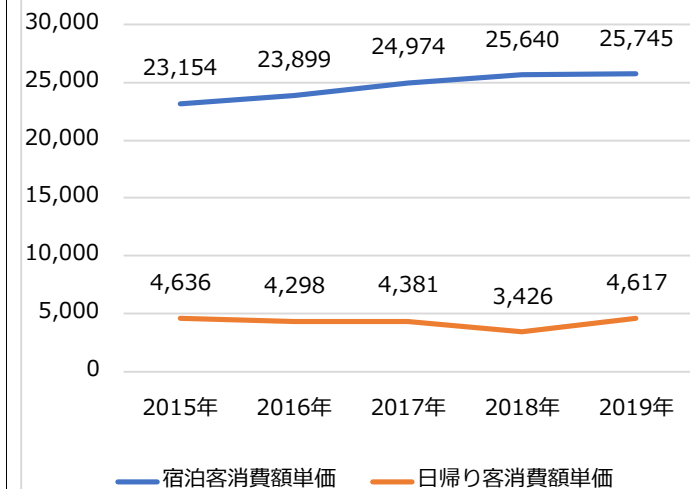


【出典】観光庁「共通基準による観光入込客統計」「宿泊料統計」、群馬県「観光客数・消費額調査」に基づき群馬県作成

③観光消費額単価

・観光業費額単価は、宿泊客はやや増加傾向であるものの、日帰り客は、横ばいで推移している。

(円)



【出典】群馬県「観光入込客統計調査報告書」

④本県の外国人宿泊者の国又は地域（従業員10人以上の施設）

・台湾からの宿泊者が大半を占めており、ほか中国、香港、タイ等のアジア諸国、アメリカが上位となっている。

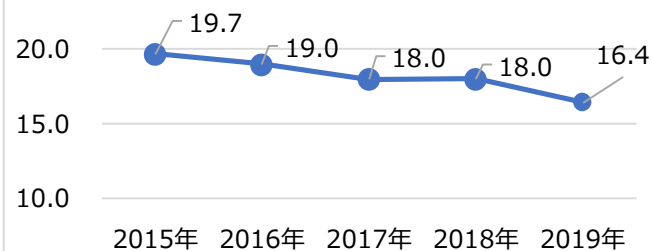
2017年		2018年		2019年	
国籍	構成比	国籍	構成比	国籍	構成比
台湾	48.3%	台湾	46.1%	台湾	42.7%
香港	9.4%	中国	11.8%	中国	13.7%
中国	9.1%	香港	9.8%	香港	9.5%
タイ	6.1%	タイ	6.8%	タイ	7.2%
アメリカ	4.4%	韓国	5.0%	アメリカ	4.3%

【出典】観光庁「宿泊旅行統計」

⑤本県の宿泊者数のうち県内在住者の割合

・宿泊者数のうち、県内在住者の割合は、減少傾向となっている。

(単位：%)



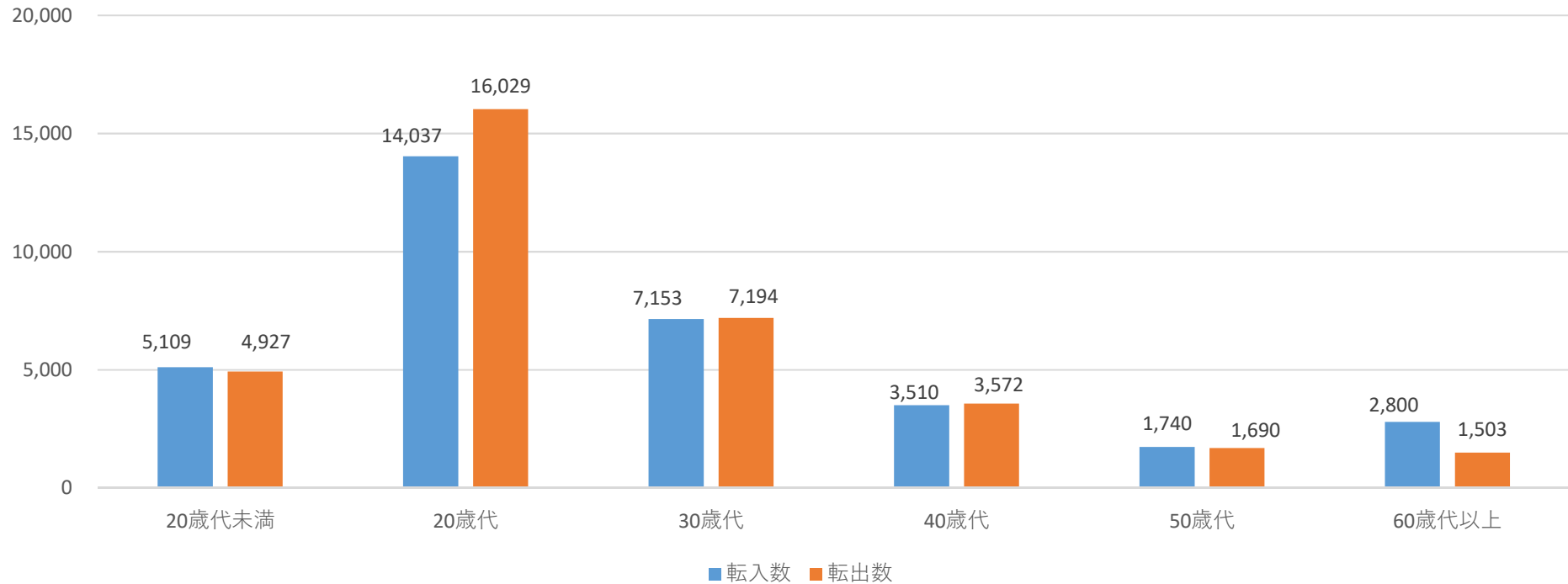
【出典】観光庁「宿泊旅行統計」

2.群馬県の人口（年代別転入・転出の状況）

○ 40歳代以下の年代が「転出超過」。特に20歳代での転出超過が顕著で、首都圏（東京都、埼玉県、神奈川県）への転出が多い。

→大卒者等の若者に対する県内の雇用の受け皿確保が課題。

年代別転入・転出数（群馬県）



○転入・転出数 上位3位までの都道府県

	20歳代未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代以上
転入	● 1位 埼玉県 938人	● 1位 埼玉県 2,586人	● 1位 埼玉県 1,591人	● 1位 埼玉県 749人	● 1位 埼玉県 364人	● 1位 東京都 1,059人
	● 2位 東京都 573人	● 2位 東京都 2,258人	● 2位 東京都 1,175人	● 2位 東京都 522人	● 2位 東京都 292人	● 2位 神奈川県 521人
	● 3位 栃木県 568人	● 3位 栃木県 1,550人	● 3位 栃木県 796人	● 3位 栃木県 384人	● 3位 神奈川県 151人	● 3位 埼玉県 285人
転出	● 1位 埼玉県 1,039人	● 1位 東京都 4,023人	● 1位 埼玉県 1,740人	● 1位 埼玉県 856人	● 1位 埼玉県 368人	● 1位 埼玉県 377人
	● 2位 東京都 848人	● 2位 埼玉県 3,560人	● 2位 東京都 1,255人	● 2位 東京都 496人	● 2位 東京都 270人	● 2位 東京都 285人
	● 3位 神奈川県 463人	● 3位 神奈川県 1,494人	● 3位 栃木県 722人	● 3位 栃木県 366人	● 3位 栃木県 167人	● 3位 栃木県 127人

3. 産業界からの意見集約

- 県内産業界からの意見を計画に反映させるため、企業団体等との意見交換、ヒアリング・アンケートを実施

① 本県の産業振興に係るアンケート調査（景況調査・8月）

- 県に求める施策等についての設問追加

② 経済団体等へのヒアリング（書面アンケート+関係課ヒアリング・8～9月）

- 県内26団体等を対象に実施

③ 経済団体との意見交換会（R2.11.16）

- 主要5団体の会長等（一社）群馬県商工会議所連合会、群馬県商工会連合会、群馬県中小企業団体中央会、（一社）群馬県経営者協会、群馬経済同友会

④ 有識者からの意見

- 金融機関（県内金融機関との意見交換会・R2.10.20）
- 若手ものづくり経営者（「ものづくり未来トーク」・R2.12.14）

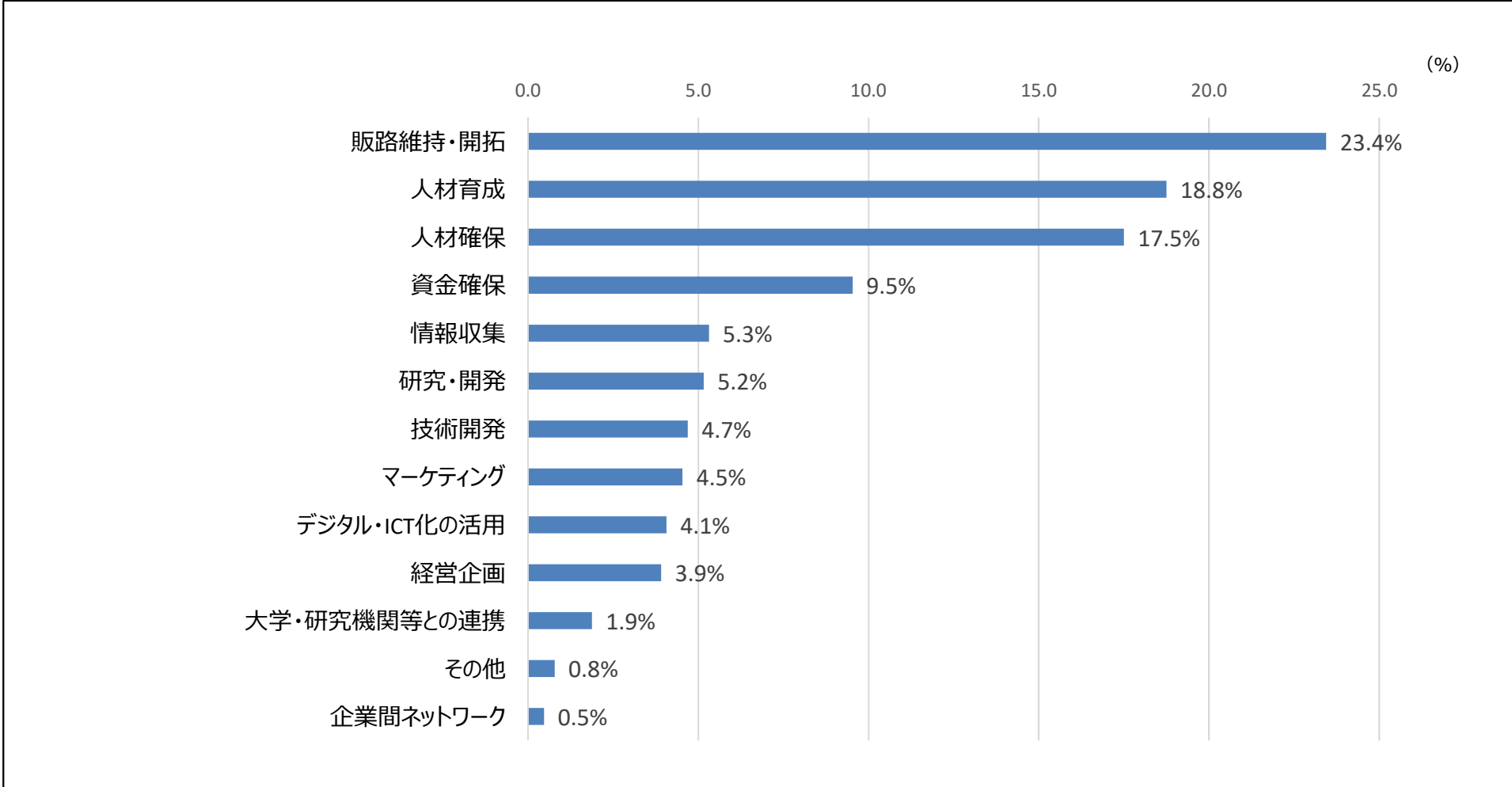
【その他】 個別計画の策定課程でのアンケート調査

- 人材育成に関するアンケート【職業能力開発計画】
企業（製造業）へのアンケート（424社）
- 観光分野に関するアンケート【観光振興計画】
事業者アンケート（県内819団体）及び関係団体アンケート（87団体）

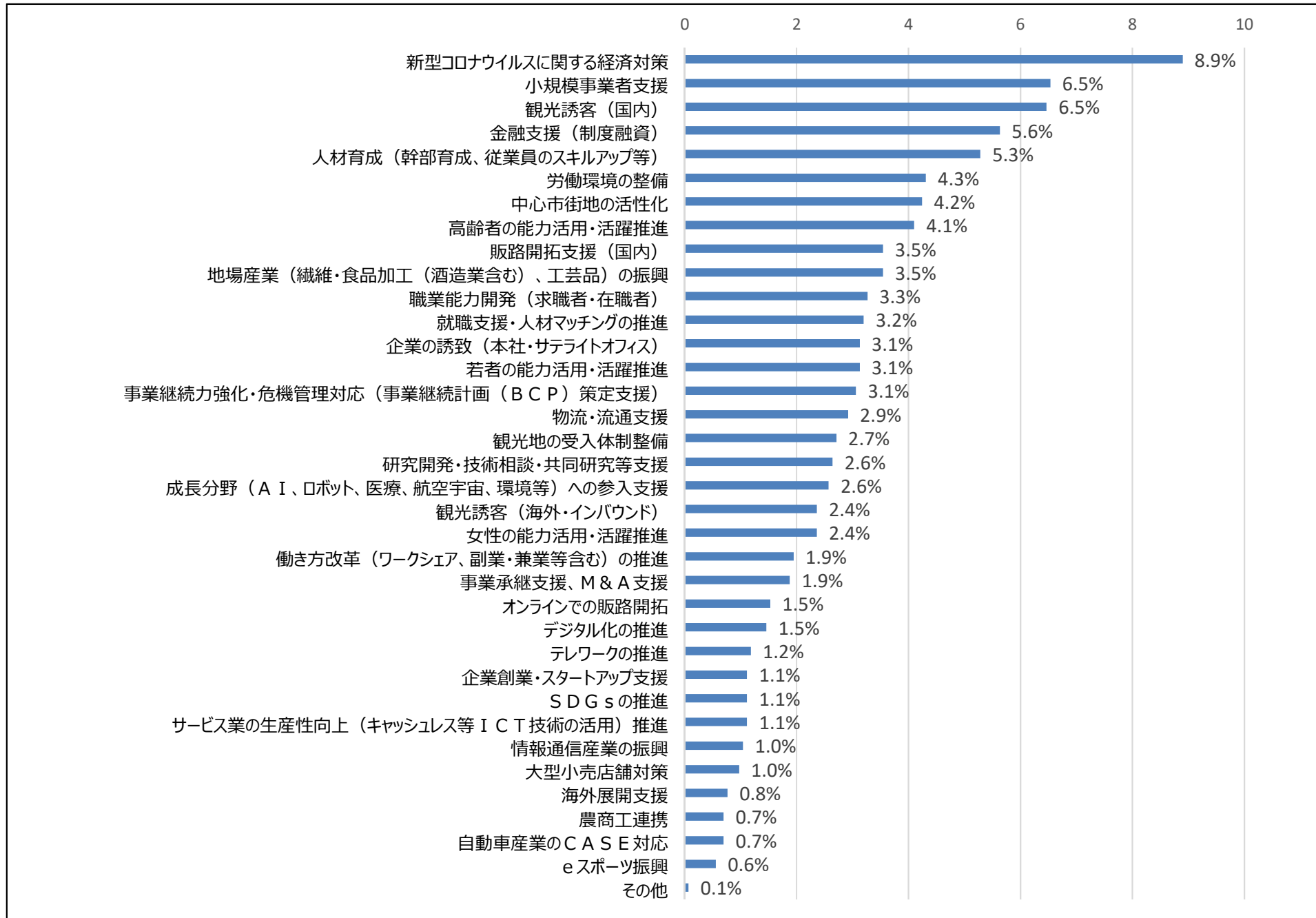
①本県の産業振興に係るアンケート調査について(R2.8景況調査)

- 実施時期 令和2年8月
- 対象 県内259事業所
商工団体経由（小規模事業者中心） + 県直接（大手企業中心）

①事業展開や経営を強化する上での障害・課題について教えてください。(複数回答可)



②群馬県が力を入れて取り組むべき具体的な産業振興施策について教えてください。(複数回答可)



② 経済団体等へのヒアリング調査結果概要

- 実施時期 令和2年8～9月
- 対象 産業経済部関連の県内経済団体等（26団体等）
- 実施方法 アンケート（書面）＋担当課によるヒアリング

担当課	ヒアリング団体
産業政策課	群馬経済同友会 公益社団法人日本青年会議所群馬ブロック協議会
経営支援課	一般社団法人群馬県商工会議所連合会 群馬県商工会連合会 群馬県中小企業団体中央会 公益財団法人群馬県産業支援機構 一般社団法人群馬県情報サービス産業協会 一般社団法人群馬県トラック協会 群馬県信用保証協会
地域企業支援課	群馬県酒造組合 群馬県食品工業協会 群馬県ふるさと伝統工芸士会 一般社団法人群馬県繊維連合会 群馬県金型工業会 群馬県プラスチック工業振興協会 群馬県中小企業モデル工場（経営研究会）
労働政策課	日本労働組合総連合会・群馬県連合会 一般社団法人群馬県経営者協会
観光魅力創出課	公益財団法人群馬県観光物産国際協会 一般社団法人群馬県温泉協会 群馬県旅館ホテル生活衛生同業組合 群馬県飲食業生活衛生同業組合
イベント産業振興課	県内イベント関連事業者
eスポーツ・新コンテンツ創出課	一般社団法人群馬県eスポーツ連合

県内企業のDX推進に求められるもの

(人材)

- ・デジタルビジョンを作り、語れる経営者、リーダーの育成
- ・情報通信産業の開発拠点誘致など、県全体のデジタル化に役立つような産業振興、デジタル人材の確保・移住とデジタル化を担う若年層の流出防止
- ・教育現場へのデジタル化の導入、ICT教育の充実、中高生のデジタル企業訪問
- ・若手経営者やIT担当者向けの研修、啓発・啓蒙活動の実施や、段階的なDX推進が可能な具体策の提供
- ・商工会等による中小・小規模事業者向けのIT推進専門部隊を創設してはどうか

(技術・環境)

- ・専門家による企業のデジタル化支援体制の確保（実地アドバイス、社内環境整備、製造業とシステム会社の仲介等）
- ・デジタル化へのノウハウ、資金（補助金）の提供、セキュリティ対策への支援
- ・デジタル化の中小企業向け事例の紹介、ソフトウェア技術の活用による開発への評価・解析方法の技術的支援、検査工程におけるAI・IoT活用の成功事例等を紹介して欲しい
- ・DXによる経済効果の事例研究・情報交換等を行う業界団体のワークショップや推進資源の共同開発のためのコンソーシアムの組織を設立してはどうか
- ・公的なレンタルオフィス・リーススペースの充実を図り、IT事業者の誘致・IT人材を増やすとともに、異業種交流によるデジタル化の推進を支援して欲しい

経営課題と取り組むべき方策

(人材)

- ・後継者不足対策、後継者に求められる経営能力全般の高度化
- ・若者の県外流出、製造業離れ、人材派遣頼りの人繰りが課題
- ・I T人材の確保、育成、I T人材の受け皿となる企業の不足
- ・U・Iターン人材の確保対策
- ・クリエイティブな人材や、デザイン思考のできる人材の不足と確保
- ・視野の広い技術者の不足（製造工程を熟知した設計者、製品全体を熟知した部品設計者）

(デジタル化・生産性向上等)

- ・ロボットの導入、省人化（高価であり導入が困難）
- ・広報・情報発信のデジタル化
- ・キャッシュレス化導入（手数料の高さが障壁）
- ・一社、一業種依存によるリスク回避と、成長産業への参入
- ・デジタル化した商品や技術は陳腐化のスピードが速いことから、デジタル化に取り組む一方で自社の付加価値を見極める必要がある

(コロナ対応等)

- ・海外渡航の制限や輸出入の停滞、また、コロナ禍、台風の影響によるサプライチェーンの毀損
- ・技能実習生が来日できない場合の対応
- ・観光客、イベント、展示会、外出機会等の激減
- ・地方への集客、移住
- ・観光消費額の増加対策、集客の分散化・平準化(時期や時間、場所の集中の解消)

経営課題と取り組むべき方策

(人材)

- ・後継者不足対策、後継者に求められる経営能力全般の高度化
- ・若者の県外流出、製造業離れ、人材派遣頼りの人繰りが課題
- ・I T人材の確保、育成、I T人材の受け皿となる企業の不足
- ・U・Iターン人材の確保対策
- ・クリエイティブな人材や、デザイン思考のできる人材の不足と確保
- ・視野の広い技術者の不足（製造工程を熟知した設計者、製品全体を熟知した部品設計者）

(デジタル化・生産性向上等)

- ・ロボットの導入、省人化（高価であり導入が困難）
- ・広報・情報発信のデジタル化
- ・キャッシュレス化導入（手数料の高さが障壁）
- ・一社、一業種依存によるリスク回避と、成長産業への参入
- ・デジタル化した商品や技術は陳腐化のスピードが速いことから、デジタル化に取り組む一方で自社の付加価値を見極める必要がある

(コロナ対応等)

- ・海外渡航の制限や輸出入の停滞、また、コロナ禍、台風の影響によるサプライチェーンの毀損
- ・技能実習生が来日できない場合の対応
- ・観光客、イベント、展示会、外出機会等の激減
- ・地方への集客、移住
- ・観光消費額の増加対策、集客の分散化・平準化(時期や時間、場所の集中の解消)

③ 経済団体との意見交換会

「産業振興基本計画」策定に向けた経済団体との意見交換

(既存産業の立て直し)

- ・倒産廃業が最大の問題。求人減少、求職者の増加。ここ2～3年は、個人消費減。
- ・既存事業の見直しと、DXを推進し、先の見通しを立てる必要がある。
- ・都会における生活のリスクが明らかになっており、移住を促進し、県内労働力・個人消費を増やすべき。移住促進をしっかりとやる必要がある。
- ・ビジネスモデルの転換、事業者の意識改革も必要。
- ・地域を支える中核企業を育てる必要がある。また、イベント等の担い手である小規模・零細事業者の事業継続も必要。

(DX)

- ・デジタル化は、あくまで事業継続のための手段。自力でDXに取り組めない事業者は、いかにデジタル化を進展させるかが課題。
- ・中小企業には、デジタル化やデータ活用を進めるための人材、人材育成ノウハウ等が不足しており、専門家等の派遣体制の整備が必要。
- ・県内にICT産業が少ない、ICT産業の誘致を進め、DXを県内企業に波及させるべき。
- ・地域内に高度な能力を持つ外国人人材が入ってくることにより、他の事業者への波及効果が期待できる。
- ・製造工程全般に幅広い見識を持つ技術者の育成、文系人材のデジタルリテラシー強化、社員・学生へのプログラミング教育の導入が必要。

④ 有識者からの意見

県内金融機関との意見交換会

(D Xによる県内産業振興)

- ・銀行も含め、様々な業種の事業者が徐々にデジタル化に取り組みはじめている。(事務のIT化、作業の自動化、Wi-Fi環境導入、非接触・非対面のサービス導入、スマートグラスによる遠隔作業支援、オンラインでのビジネスマッチング等々)
- ・自動車産業や旅館業など、既存産業がD Xを取り入れて、いかにより強くなるかが重要。

(スタートアップ支援)

- ・第二創業支援も含め創業支援をより充実させたい。面白いシーズを持っている事業者は多数おり、ビジネス化の支援を行いたい。
- ・県庁32階のイノベーションハブを活用(リアル・オンライン)し、アイデアを持つ人と投資家等、人と人が交流する、知恵が集まる場所となるよう協力して仕掛けていきたい。ネットワークを展開することが大切。

(県内優良企業の周知)

- ・県内にも技術力や将来性、給与面でもいい企業はたくさんあるが、学生に情報が届いていないため、就職先として選ばれない。
- ・企業HPでは、仕事内容や研修等学生に向けた内容の情報発信をするなど、工夫の余地がたくさんある。
- ・県や銀行で情報プラットフォームを作り、学生向けに(従来行っていたものよりも)発信力の強い場をつくって、県内・県外に、優良企業のPRを行ってはどうか。
- ・マッチメイキングのベストプラクティスを作り、学生に向けてシンボリックに優良企業のPRが行えないか。

若手ものづくり経営者との「ものづくり未来トーク」

(デジタル技術の活用)

- ・製造業が生き残っていくためには、デジタル技術の活用が必要。(Webを活用したプロモーション・マーケティング、スマート工場化等)
- ・コロナ渦の影響でデジタル技術を利用した販路開拓の手法が普及し始めているが、リアルでの商談と比べると、伝達可能な情報量はやはり少なくなる。
- ・今後は、リアルとバーチャルそれぞれの良い面を組み合わせたハイブリッド型の取組が重要。

(企業の認知度・価値向上)

- ・県内にも優良企業はたくさんあるが、ブランド力が弱い。
- ・就職先として中小企業を選んでもらうためには、学生だけでなくその親世代にも企業のことを知って認めてもらうことが重要。
- ・企業価値を向上させるためには、デザインを活用した企業ブランディングなど、ものづくり企業も新たな視点による取組が必要。

(企業のイノベーション推進)

- ・コロナ渦で取り組みはじめた新事業で、今までとは異なる分野の方と知り合うことができた。そのような方々との意見交換等によって、更なる新規事業のアイデアがでてくることを体感した。
- ・県庁32階のイノベーションハブなどを活用し、県内で官民共創によるイノベーションが生まれるような仕掛けを、我々企業側からも行っていきたい。