

**第 2 期久喜市中小企業・小規模企業振興基本計画
(素案)**

令和 年 月
久 喜 市

目次

序章：はじめに

- (1) 中小企業・小規模企業振興基本計画策定の背景と意義
- (2) 計画の位置付けと計画期間

第1章 中小企業・小規模企業を取り巻く環境の変化（背景）

- (1) 久喜市の産業の現状
- (2) 久喜市の中小企業・小規模企業の現状
- (3) 中小企業・小規模企業が直面する課題

第2章 中小企業・小規模企業が目指す方向性

- (1) 経営革新への取組み
- (2) 環境経営への取組み
- (3) 多様な働き方の推進

第3章 計画の基本的な考え方と推進体制

- (1) 久喜市の政策等
- (2) 中小企業・小規模企業振興基本計画の基本理念
- (3) 久喜市が目指す中小企業・小規模企業とまちの将来像
- (4) 推進体制
- (5) 市の責務と各主体の役割

第4章 施策の展開

施策体系

基本施策 1 経営安定化への取組み

基本施策 2 賑わいの創出

基本施策 3 市内経済循環の促進

基本施策 4 事業環境の整備

基本施策 5 新たな課題への取組み

資料編

掲載の項目や内容は今後検討します。

※ページは今後掲載します。

序章:はじめに

(1) 中小企業・小規模企業振興基本計画策定の背景と意義

※現行計画と同様に、現況に合わせて冒頭に計画の背景と意義について説明を掲載します。

(2) 計画の位置付けと計画期間

※現行計画と同様に、上位計画や関連計画における本計画の位置付けと、計画期間について説明を掲載します。

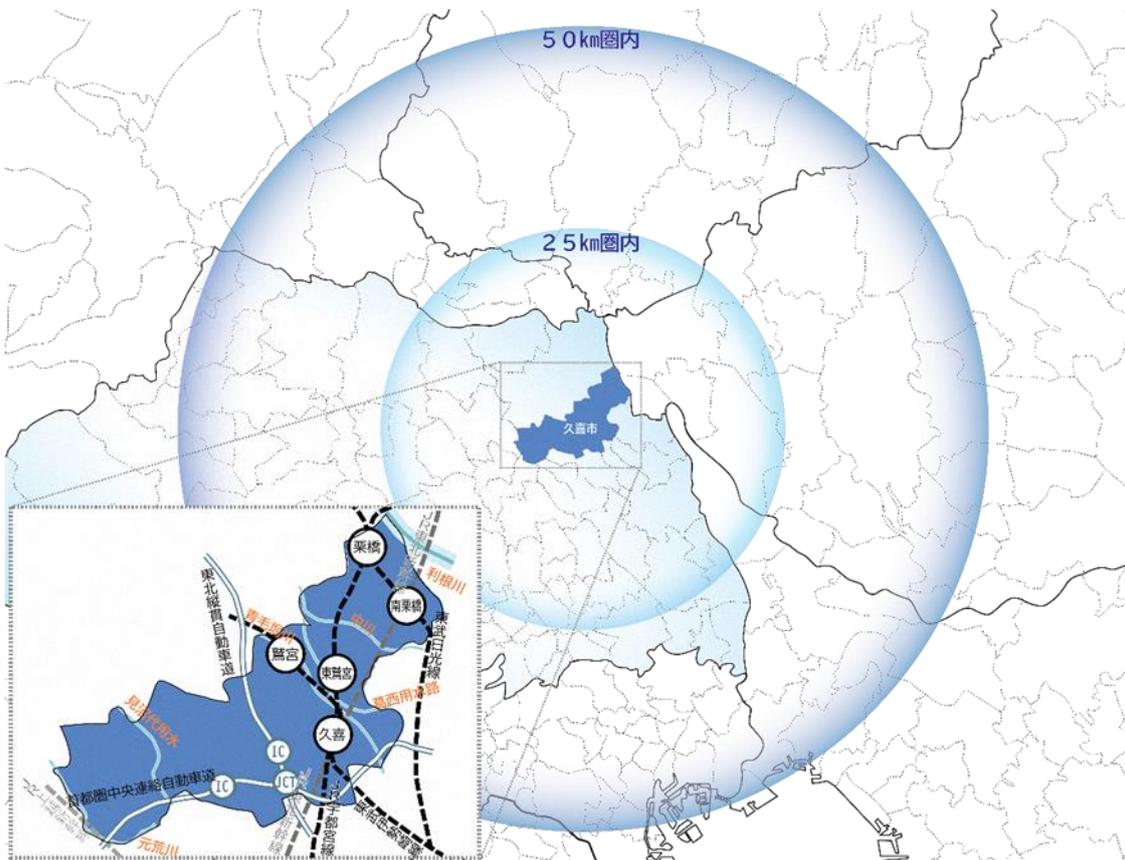
計画期間：令和6（2024）年度から令和10（2028）年度までの5か年

第 1 章 中小企業・小規模企業を取り巻く環境の変化（背景）

（1）久喜市の産業の現状

①久喜市の地域的特性と産業

図表 本市の位置



本市は埼玉県の東北部に位置し、概ね平坦な地形を特徴としています。また、利根川をはじめ、中川、青毛堀川、元荒川、葛西用水路、見沼代用水といった多くの河川や用水路に恵まれています。

県内でも交通の要衝地として知られ、鉄道は、JR 宇都宮線と東武伊勢崎線および東武日光線の 3 線が市内を縦貫し、市内には 5 つの駅があります。

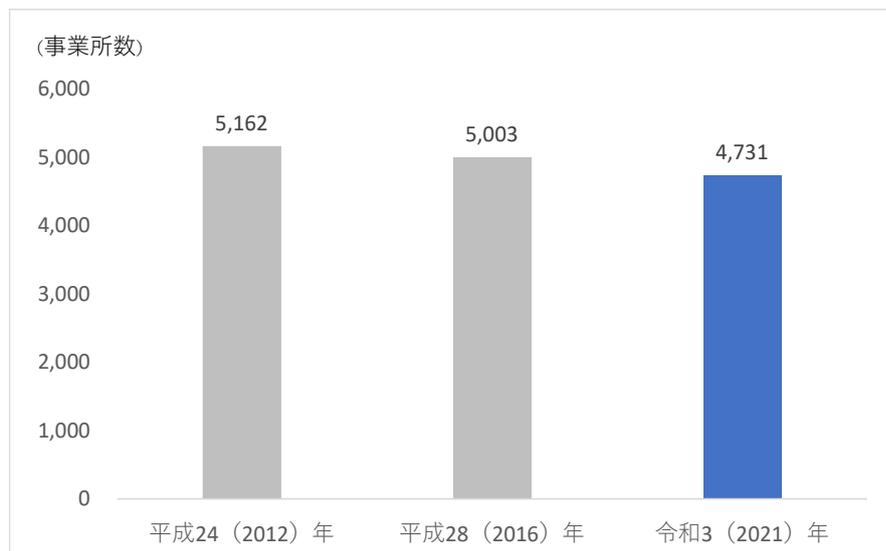
道路は、久喜インターチェンジを擁する東北縦貫自動車道（以下「東北道」という。）と、白岡菖蒲インターチェンジを擁する首都圏中央連絡自動車道（以下「圏央道」という。）が市内で交差しています。都心部から 50 km 圏内という利便性の良い地理的な特性を生かして、複数の工業団地が整備されるなど、産業立地に優れた県東北部の中心都市として発展を続けています。

■ 事業所

本市の事業所数は、令和3（2021）年に4,731事業所となっており、平成24（2012）年と比較すると、431事業所（8.3%）減少しています。

規模別では、1～4人の事業所が全体の約5割、20人未満の事業所が9割近くを占めています。

図表 市内の事業所数の推移



出典：経済センサス－活動調査（各年）

図表 規模別事業所数・構成比

	久喜市		埼玉県	全国
	事業所数	構成比	構成比	構成比
1～4人	2,482	52.5%	54.8%	56.2%
5～9人	923	19.5%	19.3%	19.4%
10～19人	680	14.4%	13.1%	12.5%
20～29人	278	5.9%	5.3%	4.6%
30～49人	159	3.4%	3.4%	3.2%
50～99人	108	2.3%	2.1%	2.0%
100人以上	77	1.6%	1.3%	1.3%
出向・派遣従業者のみ	24	0.5%	0.5%	0.7%
合計	4,731	100.0%	100.0%	100.0%

出典：経済センサス－活動調査（令和3（2021）年）

産業別では、「卸売業・小売業」が全体の 25.2%と最も多く、本市の主要な産業であることが示されています。また、令和 3（2021）年と平成 24（2012）年と比較すると、「運輸業・郵便業」が最も高い伸び率であることが分かります。圏央道の整備が進んだことで、市内に物流倉庫などを新設する動きが影響しているものと考えられます。2 番目に伸び率の高い「医療、福祉」は、高齢化の進展で各種介護サービスの需要が市内でも高まっていることがうかがえます。

図表 産業別事業所数（民営）と構成比の推移

大分類	平成24(2012)年		平成26(2014)年		平成28(2016)年		令和3(2021)年				平成24年・令和3年伸び率(%)
	事業所数	構成比(%)	事業所数	構成比(%)	事業所数	構成比(%)	事業所数	構成比(%)	埼玉県構成比(%)	全国構成比(%)	
農林漁業	12	0.2	14	0.3	15	0.3	12	0.3	0.3	0.8	0.0
鉱業、採石業、砂利採取業	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0.0	0.0	-
建設業	564	10.9	542	10.4	512	10.2	498	10.5	11.1	9.4	▲ 11.7
製造業	471	9.1	471	9.0	444	8.9	399	8.4	10.3	8.0	▲ 15.3
電気・ガス・熱供給・水道業	10	0.2	7	0.1	7	0.1	8	0.2	0.1	0.2	▲ 20.0
情報通信業	30	0.6	28	0.5	21	0.4	28	0.6	0.9	1.5	▲ 6.7
運輸業、郵便業	145	2.8	158	3.0	170	3.4	183	3.9	3.2	2.5	26.2
卸売業、小売業	1,354	26.2	1,366	26.2	1,300	26.0	1,190	25.2	22.5	23.8	▲ 12.1
金融業、保険業	67	1.3	70	1.3	64	1.3	58	1.2	1.3	1.6	▲ 13.4
不動産業、物品賃貸業	314	6.1	305	5.9	291	5.8	297	6.3	7.6	7.3	▲ 5.4
学術研究、専門・技術サービス業	172	3.3	170	3.3	161	3.2	169	3.6	4.2	4.9	▲ 1.7
宿泊業、飲食サービス業	537	10.4	561	10.8	553	11.1	449	9.5	10.0	11.6	▲ 16.4
生活関連サービス業、娯楽業	560	10.8	537	10.3	510	10.2	470	9.9	8.8	8.4	▲ 16.1
教育、学習支援業	226	4.4	227	4.4	217	4.3	181	3.8	3.6	3.2	▲ 19.9
医療、福祉	384	7.4	423	8.1	418	8.4	451	9.5	9.4	9.0	17.4
複合サービス事業	21	0.4	26	0.5	25	0.5	20	0.4	0.4	0.6	▲ 4.8
サービス業(他に分類されないもの)	295	5.7	306	5.9	295	5.9	318	6.7	6.1	7.2	7.8
全産業	5,162	100.0	5,211	100.0	5,003	100.0	4,731	100.0	100.0	100.0	▲ 8.3

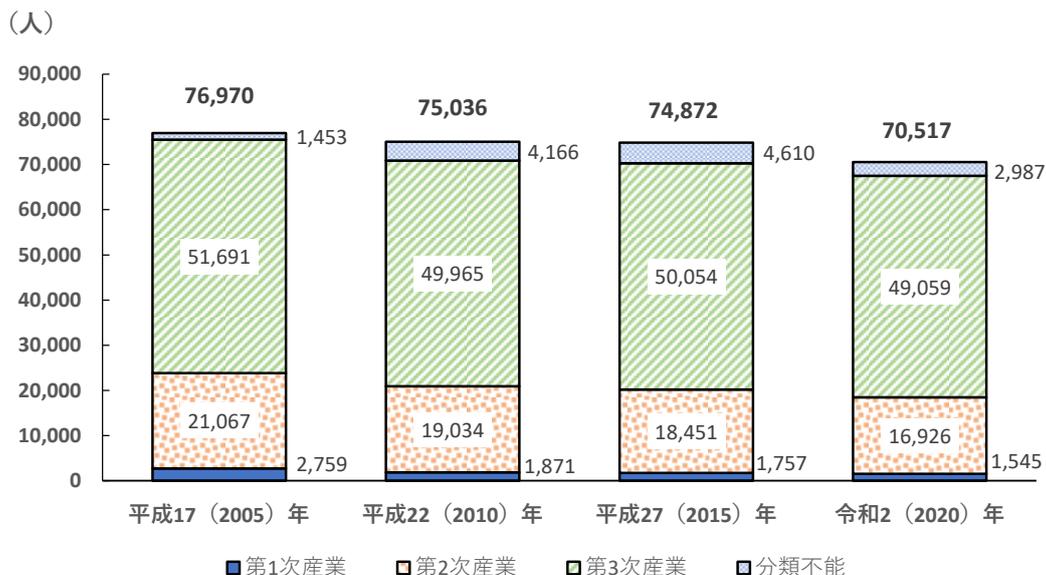
出典：経済センサス－活動調査（各年）

■ 就業人口

本市の就業人口は、令和 2（2020）年 10 月現在で 70,517 人となり、平成 17（2005）年と比較すると、6,453 人（8.4%）減少しています。

このうち、第 3 次産業に従事する人の割合が最も高く、令和 2（2020）年時点では 49,059 人と就業人口全体のほぼ 7 割を占めています。平成 17（2005）年と比較すると、就業人口全体では減少しているものの、第 3 次産業の割合は概ね横ばいです。一方、第 2 次産業は減少傾向にあり、平成 17（2005）年と比較すると、当時の約 2 割に相当する 4,141 人減少しています。

図表 産業別就業人口の推移



出典：国勢調査（各年 10 月 1 日時点）

産業別（大分類）では、「製造業」の就業人口が最も多く、12,499 人となっています。次に、「卸売業・小売業」（11,012 人）、「医療・福祉」（7,709 人）、「運輸業・郵便業」（6,588 人）と続いています。埼玉県及び全国の構成比と比較すると、本市は製造業の割合が高いことがわかります。また、製造業は事業所数では減少傾向にありますが、雇用の面では、なお大きく貢献していることを示しています。

図表 産業別（大分類）就業人口・構成比

	久喜市		埼玉県		全国	
	就業者数	構成比	就業者数	構成比	就業者数	構成比
A 農業，林業	1,539	2.2%	50,284	1.5%	1,830,697	3.2%
B 漁業	6	0.0%	140	0.0%	132,065	0.2%
C 鉱業，採石業，砂利採取業	2	0.0%	576	0.0%	18,891	0.0%
D 建設業	4,425	6.3%	244,830	7.2%	4,184,052	7.3%
E 製造業	12,499	17.7%	506,852	15.0%	9,056,536	15.7%
F 電気・ガス・熱供給・水道業	293	0.4%	11,994	0.4%	275,595	0.5%
G 情報通信業	2,151	3.1%	157,537	4.7%	1,955,619	3.4%
H 運輸業，郵便業	6,588	9.3%	242,340	7.2%	3,117,623	5.4%
I 卸売業，小売業	11,012	15.6%	539,125	15.9%	8,805,576	15.3%
J 金融業，保険業	1,456	2.1%	88,947	2.6%	1,355,161	2.4%
K 不動産業，物品賃貸業	1,348	1.9%	88,599	2.6%	1,253,905	2.2%
L 学術研究，専門・技術サービス業	2,288	3.2%	129,273	3.8%	2,103,074	3.6%
M 宿泊業，飲食サービス業	3,143	4.5%	170,728	5.0%	3,095,434	5.4%
N 生活関連サービス業，娯楽業	2,083	3.0%	119,571	3.5%	1,979,446	3.4%
O 教育，学習支援業	3,242	4.6%	154,031	4.5%	2,829,694	4.9%
P 医療，福祉	7,709	10.9%	394,956	11.7%	7,633,170	13.2%
Q 複合サービス事業	363	0.5%	17,991	0.5%	441,618	0.8%
R サービス業（他に分類されないもの）	5,055	7.2%	243,758	7.2%	3,801,218	6.6%
S 公務（他に分類されるものを除く）	2,328	3.3%	112,220	3.3%	2,032,199	3.5%
T 分類不能の産業	2,987	4.2%	113,128	3.3%	1,741,652	3.0%
	70,517	100.0%	3,386,880	100.0%	57,643,225	100.0%

出典：国勢調査（令和 2（2020）年 10 月 1 日現在）

②産業構造の特性と事業所の概要

■産業特性（製造業）

製造品出荷額等では、「食料品製造業」（921 億 9,772 万円）が最も高く、次いで「化学工業」（862 億 7,831 万円）、「プラスチック製品製造業（別掲を除く）」（415 億 1,245 万円）となっています。本市ではこれらの業種が中核となっていることが確認できます。

また、1 事業所あたりの製造品出荷額等では、「情報通信機械器具製造業」（131 億 6,708 万円）が他業種を大きく上回っています。一方、製造業のうち事業所数が最も多い「金属製品製造業」（9 億 4,833 万円）などの 10 億円に満たない業種は中小企業・小規模企業が大半を占めることがうかがえます。

図表 産業別製造業の概況

中分類	事業所数	従業者数 (人)	製造品出荷額等 (万円)	粗付加価値額 (万円)	製造品出荷額等／事 業所数(万円)
製造業計	209	11,863	46,828,051	15,902,259	224,058
食料品製造業	22	2,150	9,219,772	2,731,179	419,081
飲料・たばこ・飼料製造業	1	4	X	X	—
繊維工業	4	118	130,894	56,070	32,724
木材・木製品製造業(家具を除く)	2	24	X	X	—
パルプ・紙・紙加工品製造業	3	184	521,297	207,172	173,766
印刷・同関連業	7	1,157	2,857,525	1,322,944	408,218
化学工業	22	1,724	8,627,831	2,374,259	392,174
石油製品・石炭製品製造業	2	22	X	X	—
プラスチック製品製造業(別掲を除く)	22	1,044	4,151,245	1,508,362	188,693
ゴム製品製造業	2	107	X	X	—
窯業・土石製品製造業	8	115	363,703	114,435	45,463
鉄鋼業	15	517	3,336,381	1,036,361	222,425
非鉄金属製造業	1	154	X	X	—
金属製品製造業	40	1,347	3,793,317	1,767,745	94,833
はん用機械器具製造業	6	136	258,411	148,147	43,069
生産用機械器具製造業	14	542	1,007,175	456,511	71,941
業務用機械器具製造業	6	298	632,488	355,836	105,415
電子部品・デバイス・電子回路製造業	3	16	22,237	14,604	7,412
電気機械器具製造業	8	220	418,818	199,550	52,352
情報通信機械器具製造業	3	845	3,950,125	1,893,633	1,316,708
輸送用機械器具製造業	12	998	2,238,289	990,313	186,524
その他の製造業	6	141	101,859	68,050	16,977

出典：経済センサス－活動調査（令和 3（2021）年）

(2) 久喜市の中小企業・小規模企業の現状

①産業別に見た市内中小企業・小規模企業の概況

■商業（卸売・小売業）の現状

本市の卸売業・小売業の事業所数は、平成 26（2014）年をピークに減少傾向が見られます。平成 24（2012）年から令和 3（2021）年までの 9 年間で事業所数は 164（12.1%）減少しました。これに対して従業者数は 397 人（3.4%）の減少に留まっていることから、小規模の企業が減少していることが考えられます。

図表 市内卸売業・小売業の事業所数、従業者数の推移



出典：各年の経済センサス－活動調査

市内小売業の事業所数では、「飲食料品小売業」が最も多く、「織物・衣服・身の回り品小売業」「機械器具小売業」が続いており、従業者規模別に見ると、「1～4 人」の事業所数が最多となっています。

図表 従業者規模別・分類別 市内小売業事業所数

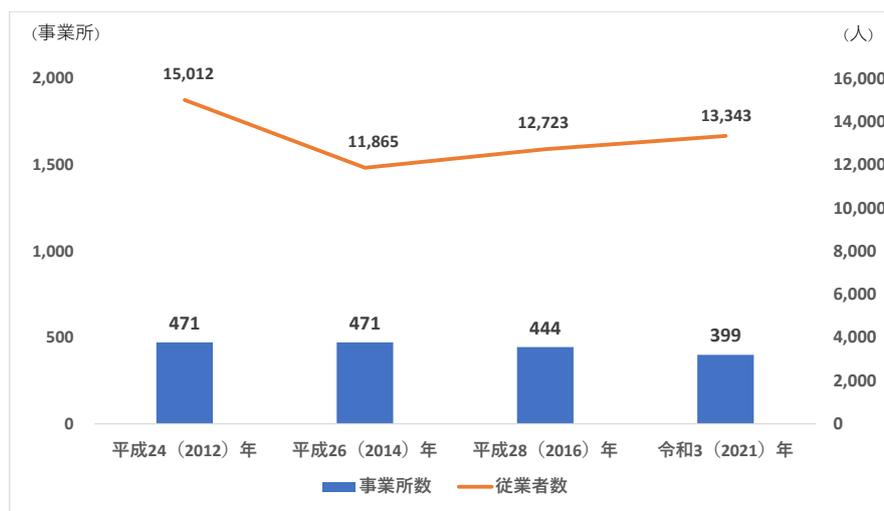
従業者規模	卸売業 小売業 合計	卸売業							小売業						
		卸売業	各種商品 卸売業	繊維・衣 服等 卸売業	飲食料品 卸売業	建築材 料、鋳 物・金属 材料等 卸売業	機械器具 卸売業	その他の 卸売業	各種商品 小売業	織物・衣 服・身の 回り品小 売業	飲食料品 小売業	機械器具 小売業	その他の 小売業	無店舗 小売業	
1～4人	605	143	1	7	17	45	41	32	462	1	92	122	69	162	16
5～9人	270	49	1	1	8	10	20	9	221	1	49	33	19	113	6
10～19人	182	35	-	-	5	12	16	2	147	1	11	56	26	49	4
20～29人	67	14	-	1	7	3	3	-	53	2	3	20	6	20	2
30～49人	27	6	-	-	1	2	1	2	21	-	3	8	4	5	1
50～99人	19	4	-	-	-	-	3	1	15	-	1	6	1	5	2
100人以上	11	3	-	-	1	-	-	2	8	2	1	5	-	-	-
出向・派遣従業者のみ	9	3	-	-	-	-	-	3	6	-	3	-	1	2	-
総数	1,190	257	2	9	39	72	84	51	933	7	163	250	126	356	31

出典：経済センサス－活動調査（令和 3（2021）年）

■工業（製造業）の現状

本市の製造業の事業所数は、平成 26（2014）年以降、減少傾向が見られ、平成 24（2012）年から令和 3（2021）年までの 9 年間で事業所数は 73（15.5%）減少しました。これに対して、従業者数は、1,669 人（11.1%）減少しています。平成 24（2012）年から減少傾向が見られましたが、平成 26（2014）年以降は増加傾向にあり、一企業あたりの雇用が増えていることが考えられます。

図表 市内製造業の事業所数、従業者数の推移



出典：各年の経済センサス－活動調査、基礎調査

規模別に見ると、事業所数では約 4 割が従業者数「1～4 人」の小規模の事業所であり、従業者数では約 6 割が「100 人以上」の事業所に所属していることがわかります。

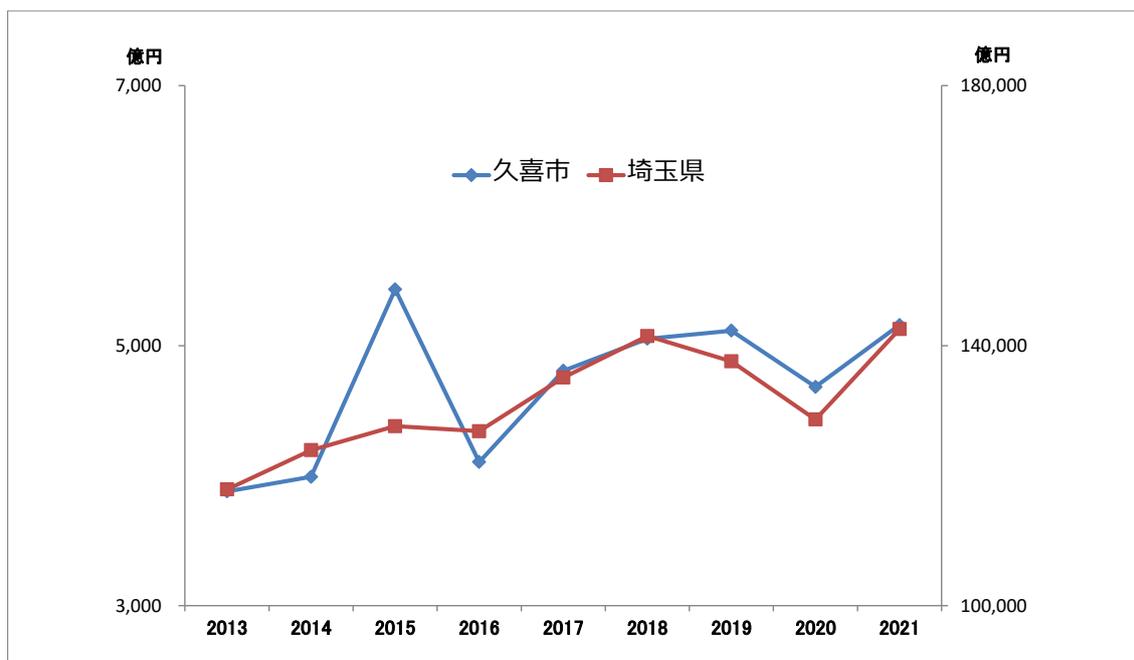
図表 市内製造業の規模別事業所数、従業者数及び構成比

	事業所数		従業員数	
		構成比		構成比
1～4人	144	36.1%	330	2.5%
5～9人	67	16.8%	454	3.4%
10～19人	66	16.5%	939	7.0%
20～29人	38	9.5%	930	7.0%
30～49人	32	8.0%	1,216	9.1%
50～99人	23	5.8%	1,591	11.9%
100人以上	28	7.0%	7,883	59.1%
出向・派遣従業者のみ	1	0.3%	—	—
合計	399	100.0%	13,343	100.0%

出典：経済センサス－活動調査（令和 3（2021）年）

本市における製造品出荷額等の推移を見ると、平成 25（2013）年以降、一時的な変動が見られるものの、中期的には出荷額等は伸びていることが分かります。これまでに本市では、高速道路の優れたネットワークを生かして、久喜菖蒲工業団地をはじめ、清久工業団地、鷲宮産業団地、菖蒲北部地区、菖蒲南部産業団地、清久工業団地周辺地区の整備を進めてきました。さらに、企業立地を促進するため、久喜市企業誘致条例を制定し、企業を誘致してきた取組みが成果として表れていると考えられます。

図表 埼玉県および本市の製造業の製造品出荷額等の推移



出典：経済産業省の各年、工業統計調査、従業員 4 人以上の規模で選定
左軸：久喜市、右軸：埼玉県

②社会情勢、経済情勢の変化と市内企業への影響

近年、世界的な感染症の影響により、生活者のライフスタイル、ビジネスの商慣行は大きく変化し、多くの企業で売上減少に直面するとともに、原材料の価格高騰や人材確保など、多くの経営課題が発生しました。

本市が実施した事業者・消費者アンケート調査（令和 4（2022）年度）の結果からも中小企業・小規模企業が依然、厳しい環境下に置かれており、市内中小企業・小規模企業には、社会情勢、経済情勢の変化を踏まえた対応が求められます。

③事業者・消費者アンケート調査（令和4（2022）年度）の結果概要

■実施概要

計画策定にあたり、市内中小企業・小規模企業及び市民の現状やニーズを把握し、施策検討の基礎資料とするため、アンケート調査を実施しました。調査の実施概要は以下のとおりです。

○調査対象：

事業者アンケート…令和5（2023）年2月15日時点、法人基本台帳に登録された久喜市に本社又は事業所（支店）を有する法人、および久喜市に事業所のある個人事業主から各1,000件、計2,000件（無作為抽出）

消費者アンケート…令和5（2023）年2月15日時点、久喜市の住民基本台帳に登録された18歳以上の方から男女各1,000人、計2,000人（無作為抽出）

○調査期間：令和5（2023）年3月1日～令和5（2023）年3月31日

○調査方法：配付（郵送）／回答（郵送または電子申請フォーム）

○配布・回収：

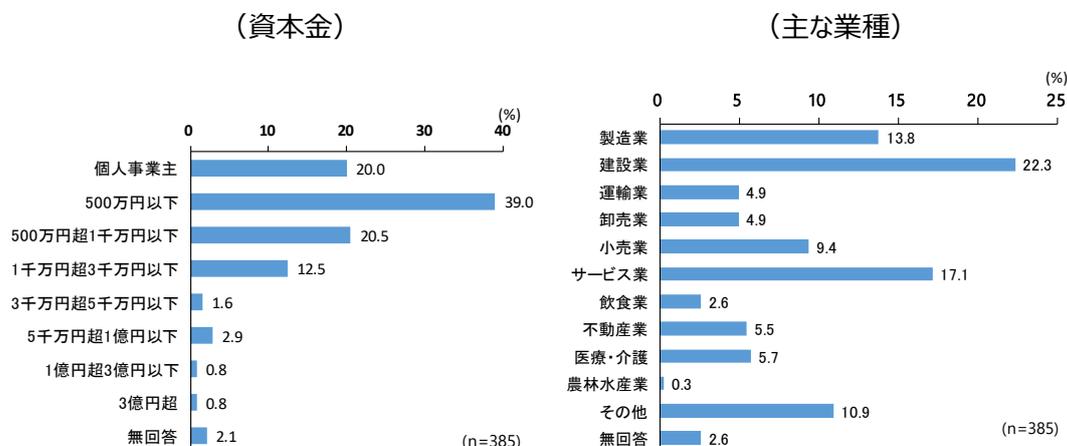
種 別	配 布 数	回 収 数	回 収 率
事業者	2,000 票	385 票	19.3%
消費者	2,000 票	813 票	40.7%

※本調査の集計における「大企業」、「中小企業（小規模除く）」、「小規模企業」は、中小企業基本法の定義に基づき、アンケート調査における資本金及び常用従業員数の回答から分類。

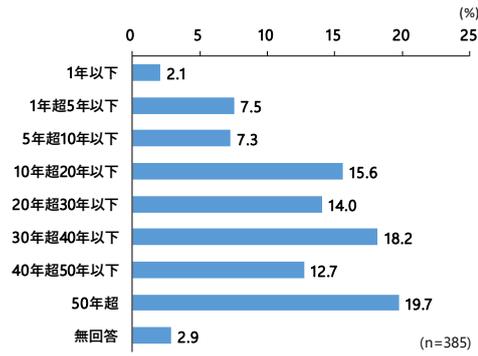
※nは、アンケートの回収数

○回答者の属性

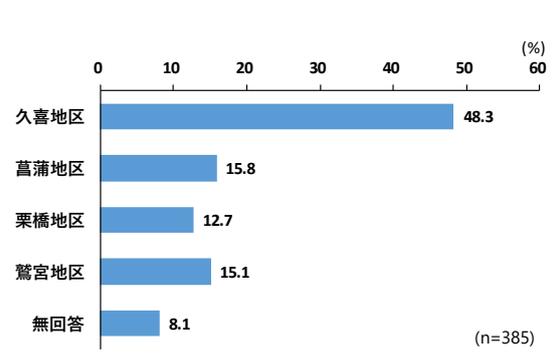
【事業者アンケート】



(営業年数)

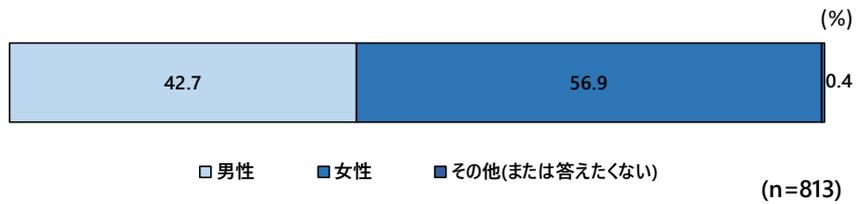


(事業所の所在地)

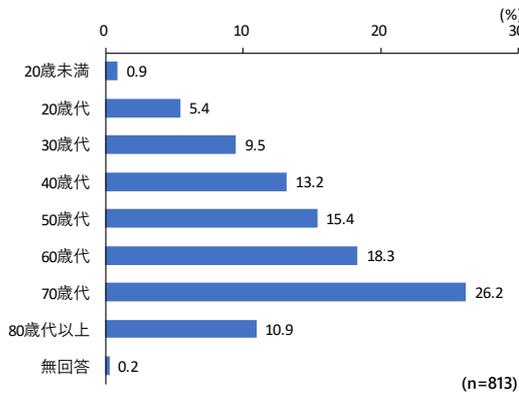


【消費者アンケート】

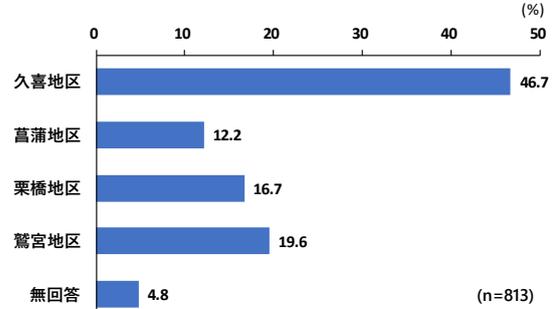
(性別)



(年齢)



(居住地区)



■ 自社の強み

自社の強みについて、全体では「技術力」を挙げる企業が最も多く、「顧客等への迅速対応力」、「品質」が続いています。業種別に見ると、製造業、建設業、サービス業、医療・介護は「技術力」を挙げ、運輸業、卸売業は「品質」、小売業、飲食業は「接客サービス」を挙げる企業の割合が最多となりました。

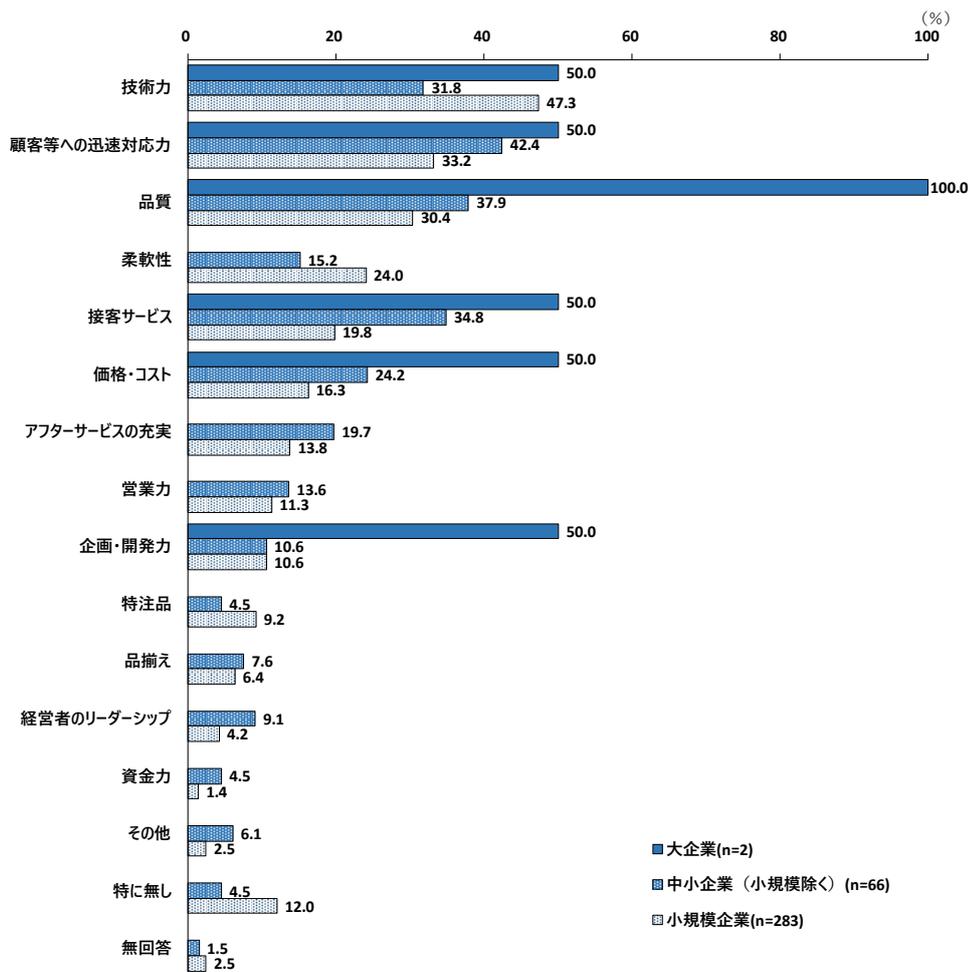
企業規模別では、中小企業は「顧客等への迅速対応力」が最多となり、「品質」、「接客サービス」が続きました。一方、小規模企業は「技術力」が最多となり、「顧客等への迅速対応力」、「品質」が続いています。

【業種別：自社の強み】

(単位：事業所、%)

	事業所数 (n)	品質	価格・コスト	特注品	技術力	企画・開発力	顧客等への迅速対応力	営業力	柔軟性	アフターサービスの充実	資金力	経営者のリーダーシップ	品揃え	接客サービス	その他	特に無し	無回答
全体	385	31.4	17.4	7.8	43.1	10.4	33.8	10.9	22.9	13.5	1.8	5.2	6.5	21.8	3.1	10.9	3.1
製造業	53	56.6	17.0	20.8	58.5	18.9	41.5	5.7	15.1	3.8	1.9	9.4	5.7	5.7	1.9	5.7	1.9
建設業	86	27.9	17.4	7.0	72.1	5.8	34.9	10.5	22.1	15.1	2.3	3.5	3.5	8.1	2.3	7.0	2.3
運輸業	19	36.8	26.3	0.0	21.1	15.8	31.6	10.5	26.3	15.8	0.0	10.5	0.0	26.3	0.0	15.8	5.3
卸売業	19	52.6	31.6	15.8	5.3	15.8	47.4	21.1	36.8	10.5	0.0	5.3	26.3	15.8	0.0	10.5	0.0
小売業	36	38.9	25.0	11.1	22.2	0.0	25.0	5.6	16.7	27.8	0.0	5.6	19.4	47.2	8.3	11.1	0.0
サービス業	66	25.8	12.1	3.0	43.9	12.1	28.8	19.7	25.8	12.1	1.5	3.0	6.1	42.4	0.0	4.5	3.0
飲食業	10	50.0	60.0	10.0	10.0	20.0	30.0	10.0	20.0	10.0	10.0	10.0	30.0	70.0	0.0	10.0	0.0
不動産業	21	9.5	4.8	0.0	0.0	4.8	33.3	4.8	23.8	19.0	4.8	4.8	0.0	19.0	4.8	47.6	4.8
医療・介護	22	18.2	0.0	4.5	50.0	4.5	45.5	9.1	13.6	4.5	4.5	9.1	0.0	31.8	0.0	0.0	4.5
農林水産業	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
その他	42	19.0	14.3	4.8	40.5	16.7	33.3	11.9	38.1	19.0	0.0	0.0	0.0	7.1	9.5	14.3	4.8
無回答	10	0.0	10.0	0.0	20.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	40.0	20.0

【規模別：自社の強み】

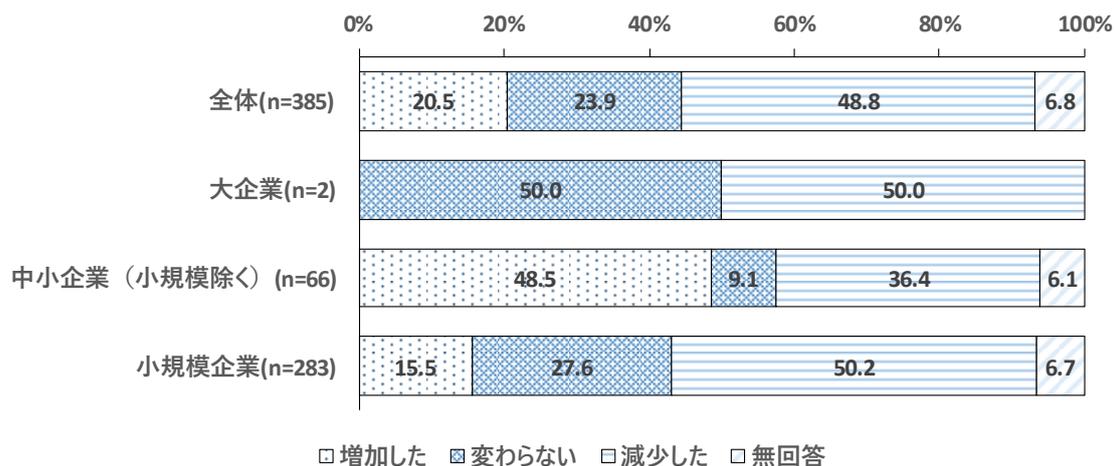


■ 経営状況

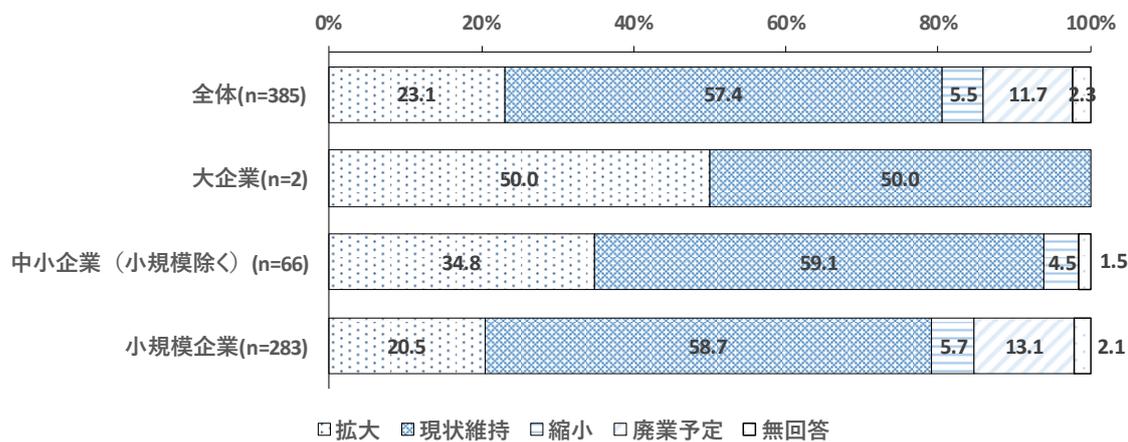
直近の年間売上高について 5 年前の売上高と比較すると、全体の半数近くが「減少した」と回答しており、「増加した」と回答した企業の 2 倍以上となりました。

今後の展開については、約 4 社に 1 社が事業拡大を目指しており、前向きな姿勢を見せています。

5 年前の売上高との比較



今後の事業展開の方針



※企業規模の不明な回答があり、内訳の合計と全体の件数は一致しません。

■ 経営課題

約 4 割の事業者が「売上の低下」、「人材の不足」を挙げており、約 3 割の事業者が「原価高騰」を挙げました。業種別では、卸売業、小売業、サービス業で「売上の低下」、製造業、建設業、運輸業、医療・介護、農林水産業で「人材の不足」の割合が最も高い結果となりました。また、飲食業では 9 割の事業者が「原価高騰」を挙げています。

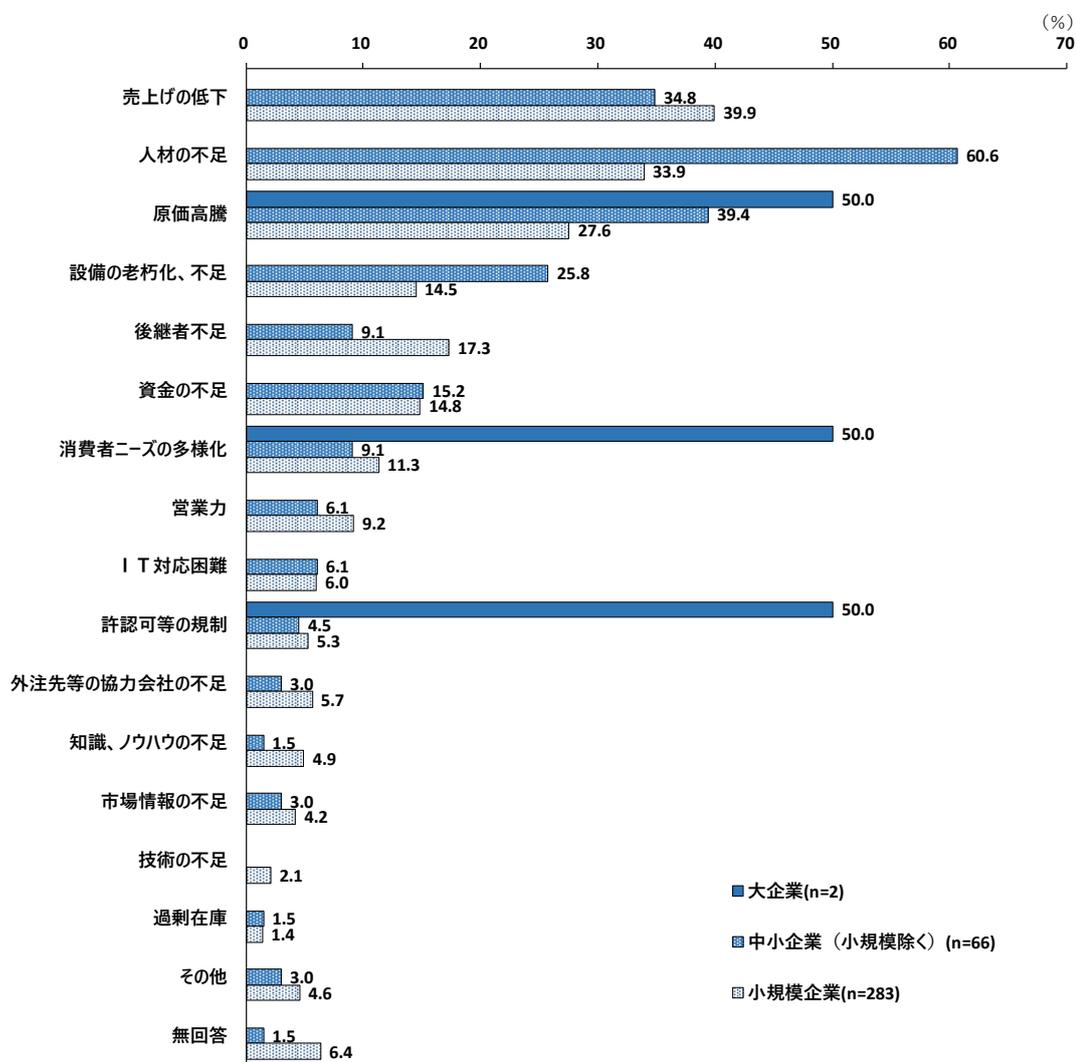
【業種別：経営課題】

(単位：事業所、%)

	事業所数 (n)	売 上 げ の 低 下	人 材 の 不 足	技 術 の 不 足	資 金 の 不 足	知 識 、 ノ ウ ハ の 不 足	市 場 情 報 の 不 足	設 備 の 老 朽 化 の 不 足	規 制 許 認 可 等 の 多 様 化	消 費 者 ニ ー ズ の 多 様 化	後 継 者 不 足	I T 対 応 困 難	外 注 先 等 の 協 力 社 の 不 足	原 価 高 騰	過 剰 在 庫	営 業 力	そ の 他	無 回 答
全 体	385	39.7	38.7	2.3	15.1	4.2	3.6	16.9	5.2	11.2	15.6	6.0	5.2	29.1	1.3	8.6	3.9	5.5
製造業	53	34.0	43.4	1.9	15.1	3.8	3.8	41.5	3.8	1.9	15.1	7.5	7.5	34.0	1.9	13.2	1.9	9.4
建設業	86	32.6	60.5	3.5	10.5	2.3	0.0	5.8	7.0	4.7	25.6	7.0	10.5	37.2	2.3	10.5	0.0	0.0
運輸業	19	31.6	52.6	0.0	10.5	0.0	0.0	21.1	15.8	5.3	15.8	0.0	10.5	42.1	0.0	0.0	5.3	0.0
卸売業	19	57.9	36.8	0.0	26.3	0.0	0.0	10.5	5.3	21.1	26.3	5.3	0.0	42.1	0.0	10.5	0.0	0.0
小売業	36	69.4	16.7	0.0	25.0	5.6	5.6	22.2	2.8	27.8	13.9	8.3	2.8	25.0	5.6	11.1	2.8	2.8
サービス業	66	42.4	25.8	1.5	13.6	6.1	4.5	10.6	3.0	16.7	13.6	7.6	4.5	16.7	0.0	9.1	7.6	7.6
飲食業	10	30.0	10.0	0.0	10.0	0.0	0.0	20.0	0.0	10.0	20.0	0.0	10.0	90.0	0.0	0.0	0.0	10.0
不動産業	21	28.6	14.3	4.8	19.0	4.8	14.3	23.8	14.3	9.5	9.5	4.8	0.0	0.0	0.0	4.8	4.8	14.3
医療・介護	22	31.8	45.5	9.1	0.0	4.5	9.1	18.2	4.5	9.1	4.5	4.5	0.0	40.9	0.0	4.5	0.0	4.5
農林水産業	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他	42	38.1	40.5	0.0	21.4	4.8	4.8	9.5	2.4	11.9	4.8	4.8	0.0	11.9	0.0	7.1	14.3	9.5
無回答	10	50.0	20.0	10.0	20.0	20.0	0.0	10.0	0.0	20.0	10.0	0.0	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0	10.0

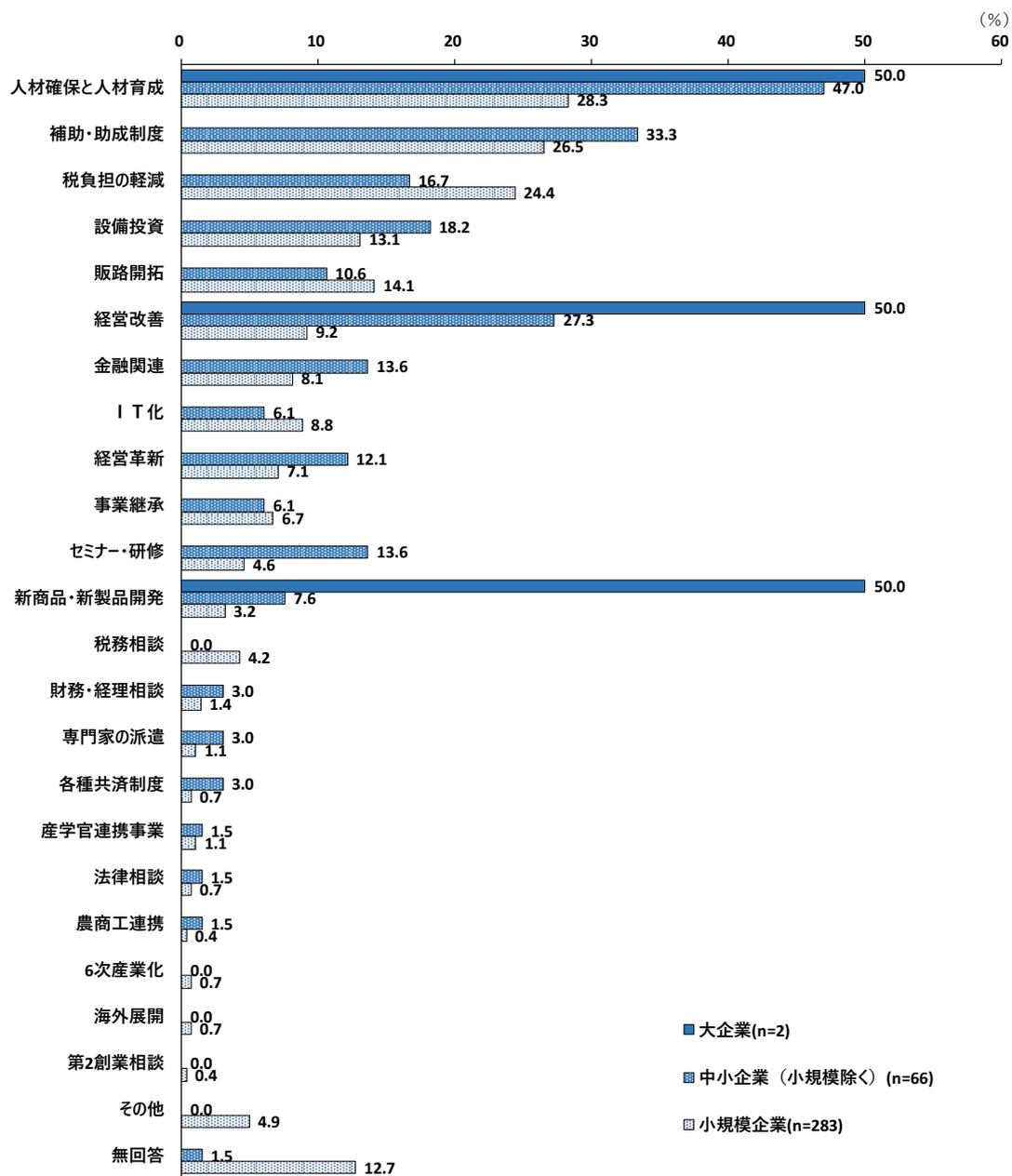
企業規模別では、小規模企業は「売上の低下」を挙げましたが、「人材の不足」については、小規模企業よりも中小企業で深刻になっている状況がうかがえます。

【規模別：経営課題】



■ 事業活動を継続するために必要な支援策

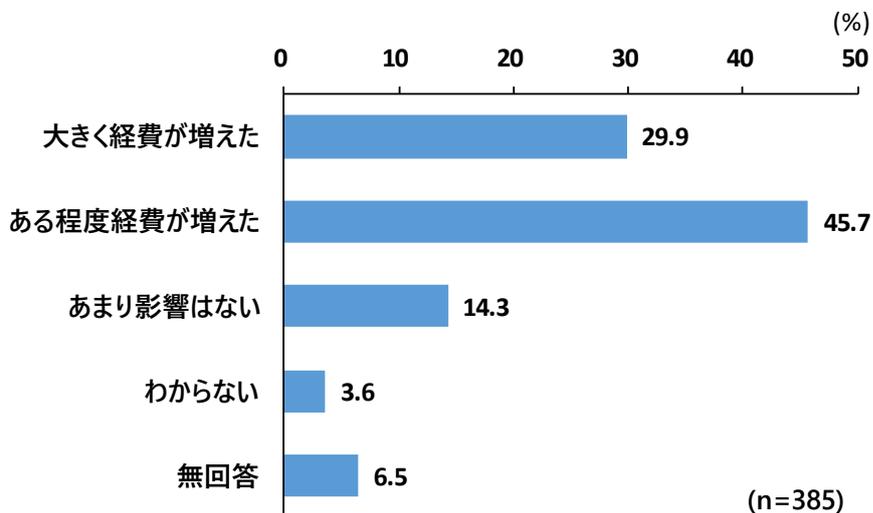
「人材確保と人材育成」という回答が最多であり、人口減少が続く中で、企業規模を問わず、対策が急務になっていることがうかがえます。



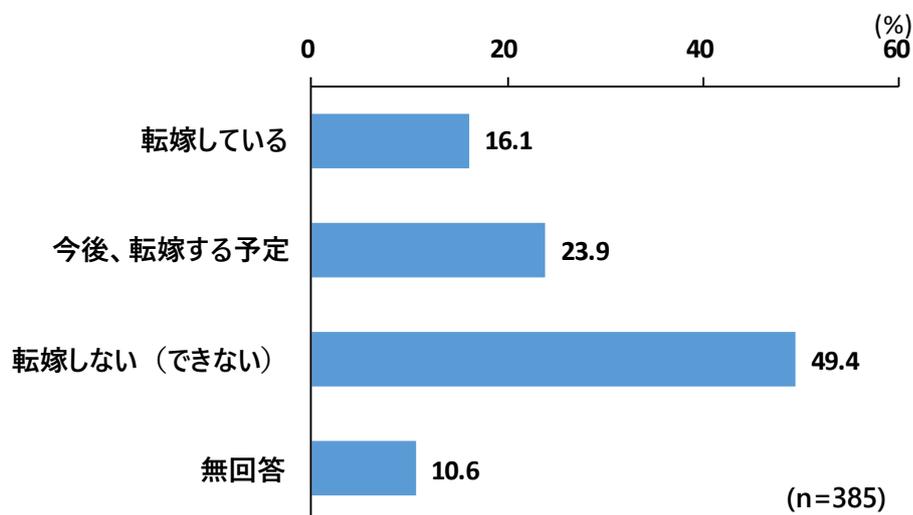
■ 急激な物価高騰における経費の増加分と商品やサービスへの転嫁

「大きく経費が増えた」と「ある程度経費が増えた」を合わせると、全体の 75.6%に及んでいます。また、物価高騰による価格転嫁については、「転嫁している」と回答した企業は 16.1%に留まり、49.4%が「転嫁しない（できない）」と回答しています。

急激な物価高騰における経費の増加

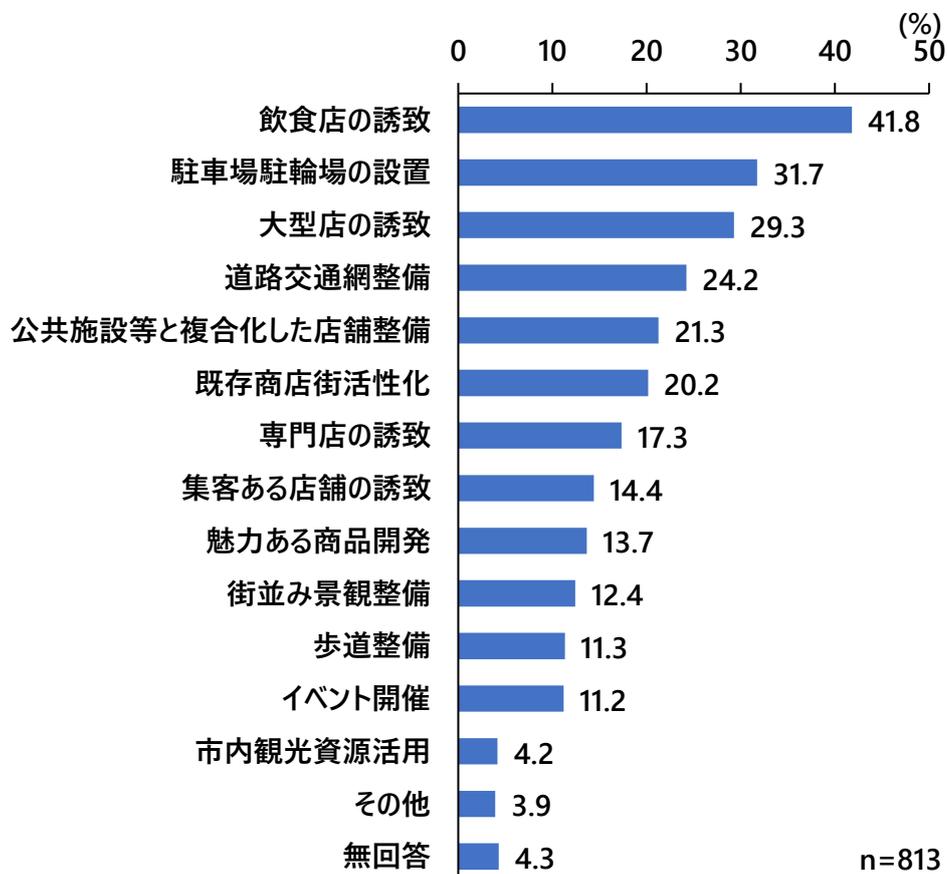


物価高騰における経費の増加分（価格転嫁）



■ にぎわいと魅力ある商業にするために必要なこと

消費者アンケートでは、「飲食店の誘致」が最多となり、「駐車場・駐輪場の設置」、「大型店の誘致」と続いています。



【年齢別】

(単位：人、%)

	回答人数 (n)	大型店の誘致	専門店の誘致	飲食店の誘致	イベント開催	集客ある店舗の誘致	既存商店街活性化	商品開発	魅力ある設置	駐車場駐輪場の設置	公共施設等と複合化した店舗整備	道路交通網整備	歩道整備	街並み景観整備	市内観光資源活用	その他	無回答
全体	813	29.3	17.3	41.8	11.2	14.4	20.2	13.7	31.7	21.3	24.2	11.3	12.4	4.2	3.9	4.3	
20歳未満	7	57.1	0.0	42.9	0.0	0.0	0.0	0.0	42.9	0.0	28.6	14.3	57.1	14.3	14.3	0.0	
20歳代	44	40.9	20.5	43.2	13.6	36.4	13.6	9.1	22.7	15.9	20.5	6.8	11.4	0.0	4.5	2.3	
30歳代	77	41.6	18.2	40.3	19.5	19.5	11.7	3.9	32.5	22.1	28.6	9.1	15.6	5.2	6.5	0.0	
40歳代	107	42.1	16.8	41.1	16.8	17.8	10.3	12.1	30.8	16.8	28.0	9.3	14.0	3.7	4.7	2.8	
50歳代	125	38.4	16.8	42.4	10.4	8.8	15.2	16.8	31.2	17.6	23.2	9.6	13.6	5.6	6.4	4.8	
60歳代	149	22.8	19.5	43.6	12.8	16.1	21.5	13.4	31.5	24.2	25.5	12.1	12.8	4.0	2.7	2.7	
70歳代	213	18.8	15.0	45.1	6.6	9.9	31.5	13.6	36.2	22.5	23.0	12.2	10.8	3.8	0.9	5.6	
80歳代以上	89	18.0	19.1	30.3	6.7	12.4	21.3	23.6	27.0	28.1	20.2	16.9	6.7	4.5	5.6	10.1	
無回答	2	50.0	50.0	100.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	

(3) 中小企業・小規模企業が直面する課題

① 経営者の高齢化と事業承継

わが国の経営者の平均年齢は、一貫して上昇を続けています。経営者の高齢化は事業を継続する上での課題となっています。

令和 4（2022）年度に実施した「中小企業・小規模企業振興計画のためのアンケート調査」の結果によれば、70 歳代の経営者が 26.2%で最も多く、60 歳代（25.5%）の経営者と合わせると本市の中小企業・小規模企業の経営者は 2 人に 1 人以上が 60 歳代以上であることが確認できます。業種別で見ると、「卸売業」、「小売業」では半数近くを 70 歳代が占めています。

また、事業承継（後継者）については、約 3 割が「決定している」と回答し、具体的な後継者については「親族」とする回答が 76.3%となっています。一方、事業承継について、「未定」とする回答が 36.9%、「廃業予定」が 17.9%となっています。

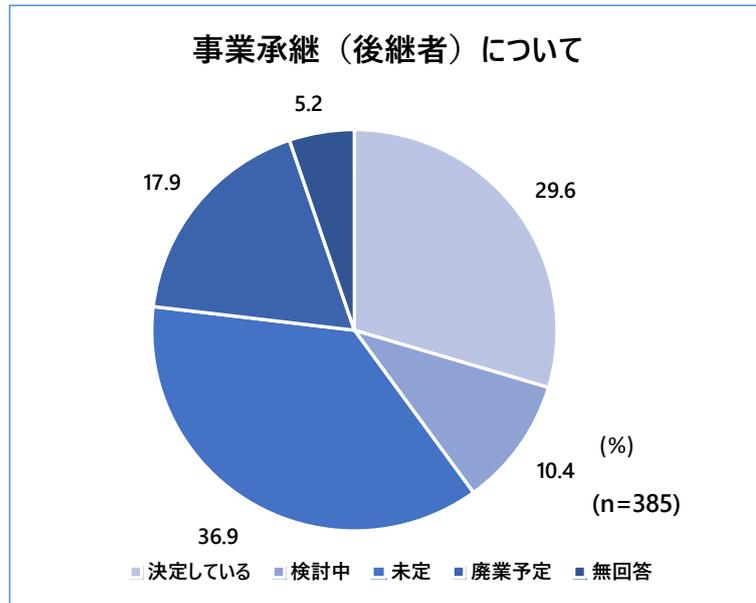
これらのデータから、本市の企業における経営者の高齢化が顕著であり、経営に与える影響が懸念されます。そのため、事業承継に向けた取組みがより一層重要となり、後継者の選任、人材教育、承継のタイミングなどの課題への対応が求められています。

図表 業種別に見た経営者の年齢

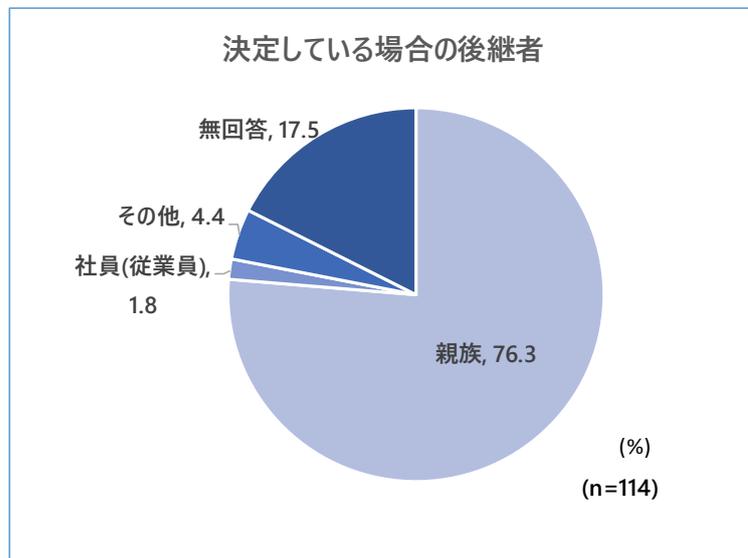
	事業所数 (n)	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳代 以上	無回答
全体	385.0	0.8	4.2	14.5	20.5	25.5	26.2	7.0	1.3
製造業	53	0.0	3.8	13.2	28.3	22.6	22.6	9.4	0.0
建設業	86	0.0	7.0	19.8	22.1	22.1	24.4	3.5	1.2
運輸業	19	5.3	5.3	5.3	26.3	31.6	21.1	5.3	0.0
卸売業	19	0.0	0.0	5.3	21.1	15.8	47.4	10.5	0.0
小売業	36	0.0	0.0	5.6	19.4	16.7	44.4	13.9	0.0
サービス業	66	1.5	4.5	21.2	15.2	33.3	19.7	1.5	3.0
飲食業	10	0.0	10.0	10.0	30.0	10.0	20.0	20.0	0.0
不動産業	21	4.8	4.8	14.3	9.5	38.1	14.3	14.3	0.0
医療・介護	22	0.0	4.5	13.6	22.7	27.3	27.3	4.5	0.0
農林水産業	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
無回答	10	0.0	0.0	10.0	0.0	30.0	50.0	0.0	10.0

出典：令和 4（2022）年度実施『中小企業・小規模企業振興計画のためのアンケート調査』

図表 事業承継について



図表 事業承継が決定している場合の後継者



②生産年齢人口の減少と人材の確保

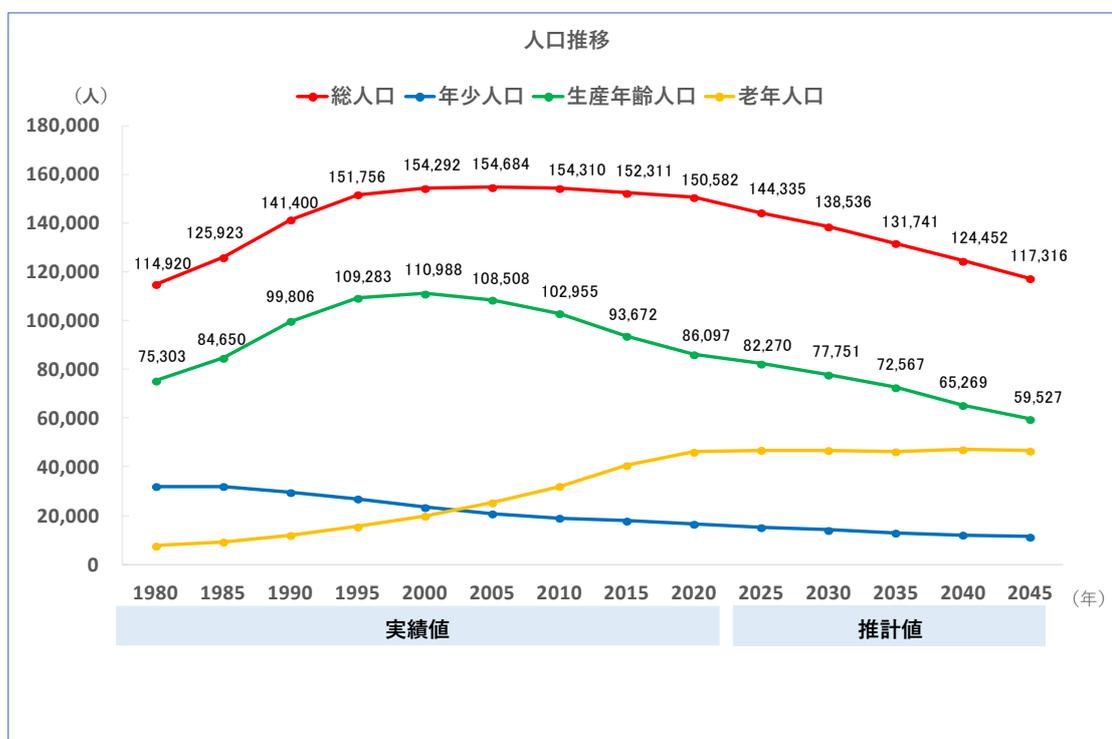
我が国は既に人口減少社会に突入し、少子高齢化の進行とともに主要な労働力となる生産年齢人口が減少していることから、人材の確保と後継者不足は一層深刻化していくものと予想されます。

本市においても、総人口の減少は避けられないことが予測されており、その結果、生産年齢人口の減少に伴う地域経済の低迷が懸念されます。

令和 2（2020）年時点の本市の生産年齢人口は 86,097 人で、平成 12（2000）年頃をピークに減少傾向にあり、令和 27（2045）年にはピーク時の半分近くまで減少することが見込まれます。

今後も地域経済が持続的に活性化するためには、高齢者、外国人などの多様な人材や、様々な理由で離職した方などを積極的に活用できるよう、事業者及び求職者の支援が求められます。

図表 市内の年齢 3 区分別人口の推移

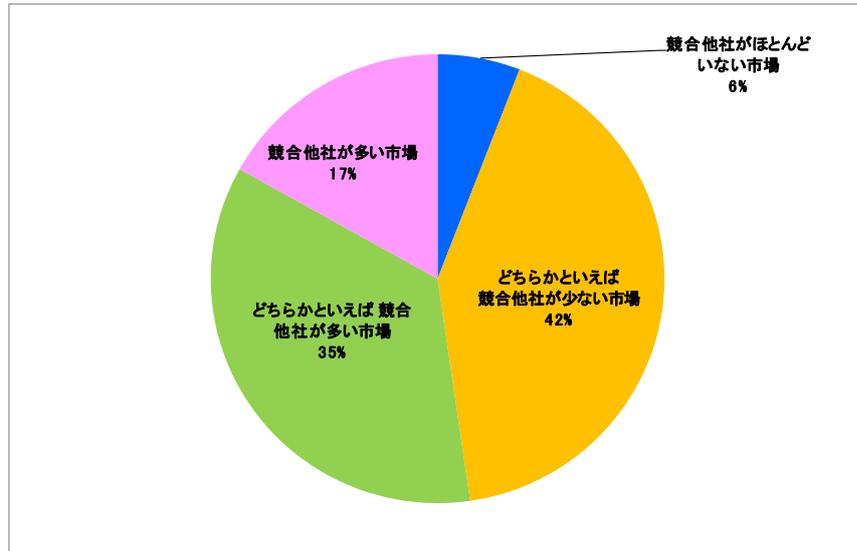


出典：総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」
注：2025 年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ（2018 年 3 月公表）に基づく推計値

③販路拡大と新市場開拓への取組み

企業活動で最も重要な事項は、事業を安定的に継続、発展させることであり、そのためには、企業単位で克服しなければならない様々な課題があります。その 1 つが、販路拡大と新市場開拓への取組みです。新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、多くの企業が苦境に陥った一方で、こうした逆境をビジネスチャンスとして捉え、いち早く対応策を見出し、取り組む企業も増えています。中小企業・小規模企業は、ポストコロナという環境の変化に向き合い、この間に失った市場や売上を取り戻し、ICT を活用した事業の発展・継続に向けた自己変革への挑戦が求められます。

図表 経営戦略を策定した際に、最終的に選定した市場の特徴



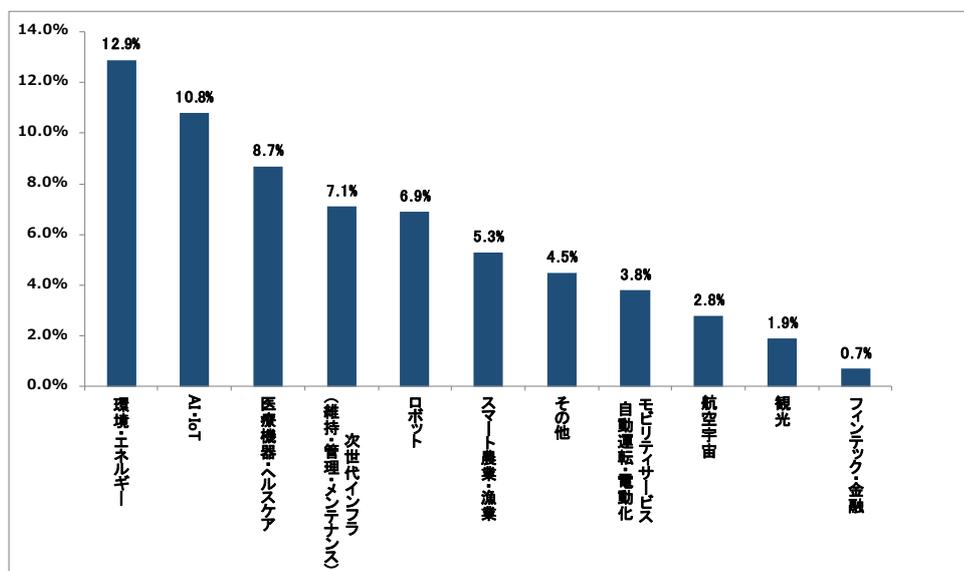
出典：中小企業庁『2023年版中小企業白書』 n=2,079

中小企業を対象にした「中小企業の成長に向けたマネジメントと企業行動に関する調査」では、経営戦略を策定した際に、最終的に選定した市場の特徴として、競争他社との競争を避ける判断をする企業が見られる反面、競争企業が先行する市場に参入する企業も過半数で見られます。

一方、中小企業が新たに進出を検討している分野には、環境関連やデジタル関連、ヘルスケア関連などの成長分野に注目していることがわかります。

本市の中小企業・小規模企業が今後も継続して成長するためには、市場の高度化や多角化に対応できるよう、経営者はアンテナを張り、時代の変革やニーズを捉えた新商品の開発、新たなサービスの提供、業態転換を含めた事業の再構築などのチャレンジが必要です。

図表 新たに進出を検討している成長分野



出典：中小企業庁『2021年版中小企業白書』、n=1,429

第 2 章 中小企業・小規模企業が目指す方向性

(1) 経営革新への取組み

①生産性向上への取組み

近年、ロシアによるウクライナ侵攻や欧米と日本の金利差を背景にした円安によるエネルギー資源、原材料の価格高騰など様々な事象がコスト増の要因となり、業種を問わず中小企業・小規模企業の経営を圧迫しています。このため、生産性向上が企業経営の重要な課題となっており、環境整備等による収益改善が求められています。

令和 4（2022）年度に本市で実施した「久喜市中小企業・小規模企業振興基本計画策定に係るアンケート調査」によると、「急激な物価高騰における経費の増加について」の設問に対して、飲食業では回答者の 80.0%が「大きく経費が増えた」と回答しています。また、製造業では 47.2%が「大きく経費が増えた」、37.7%が「ある程度経費が増えた」と回答しています。業種によって販売価格への転嫁が十分行われず、それが直接的に企業の収益に影響を及ぼしているケースも見受けられます。

こうした状況から、生産性向上に資する取組みの重要度が一層高まっており、企業規模や業種によって差異はあるものの、市場優位性のある製品やサービスの選択、業態転換を含む事業の再構築、DX（デジタル・トランスフォーメーション。以下「DX」という。）の取組みなどが対策として挙げられます。

新型コロナウイルス感染症の影響で、飲食業がテイクアウトやデリバリーに一部シフトしたことや、小売業が EC※進出で新たな販路を確立するなどの業態転換は生産性向上に貢献し、新たなビジネスチャンスを生み出しています。

※EC…インターネットを通じて商品やサービスを販売・購入すること。

②DX（デジタル・トランスフォーメーション）への対応

現在、日本では企業規模や業種を問わず、あらゆる業界で人手不足が深刻化しており、今後、多くの企業で労働力を十分に確保することが困難となる見通しがあり、その解決策として期待されているのが DX です。

オンライン注文や支払いシステムを導入し、人手不足解消と売上向上を実現した事例や、アプリケーションを通じたサービス提供で 24 時間の受付を可能とし、収益向上につながった事例などがあります。

一方、製造業では、IoT※の活用により、異常感知や在庫管理を自動化することで稼働時間の最大化や生産効率の向上を目指すことも可能です。

このように、DX には各企業の課題に合わせたアプローチが必要です。販路開拓や取引条件など、DX の取組みが不十分であればビジネス機会を逸するリスクもあります。最適な DX の対応により、企業の競争力を更に強化するとともに、新たなビジネスモデルを探索することが求められています。

※IoT…機器や装置がインターネットに接続され、データを送受信することでより効率的、自動的に動作するシステム

(2) 環境経営への取組み

①環境経営に求められる視点と期待される効果

企業が持続的に発展するために、環境経営の重要性が認識されています。平成 27（2015）年、「持続可能な開発目標（SDGs/Sustainable Development Goals）」が国連サミットにおいて全会一致で採択され、令和 12（2030）年までに持続可能でより良い社会の実現を目指す世界共通の開発目標が設定されました。経済活動と環境の調和は世界的な課題であり、中小企業・小規模企業にも積極的な取組みが求められています。

製造プロセスの見直しや既存設備の省エネ化など、エネルギー消費量を削減することは、CO₂削減に寄与するとともに、コスト削減にもつながるため、企業の利益確保に直接的に貢献します。また、環境に配慮した経営を価値と捉える消費者や取引先からの信頼も得られ、企業のブランド価値が高まるといった効果も期待できます。

②ゼロカーボンシティを念頭にした今後の成長産業

対策が急がれる地球温暖化に対して、カーボンニュートラルに関する取組みが本格化しています。本市は、令和 3（2021）年 4 月に「ゼロカーボンシティ」を宣言しました。これにより、2050 年までに温室効果ガスの排出量が実質ゼロとなることを目指して、市民・事業者・行政が一体となって持続可能で活力のあるまちづくりを推進していく必要があります。企業には、カーボンニュートラル達成に向けて自身の役割と責任を認識し、行動することが求められています。

具体的な行動としては、事業所等における太陽光発電の導入や、EV（電気自動車）、FCV（燃料電池自動車）など CO₂を排出しない次世代自動車の普及推進が挙げられます。

また、ゼロカーボンシティを視野に入れた今後の成長が期待される産業分野として、CO₂を排出しない、あるいは排出を抑制することに関連した技術や製品にも期待が持たれています。具体的には、バイオマスエネルギーや、次世代蓄電池、次世代省エネ建材などが挙げられます。

(3) 多様な働き方の推進

①多様な働き方を実現する環境の整備

本市の生産年齢人口は徐々に減少しており、このことが中小企業・小規模企業における労働力確保の困難さを増大させています。この課題への対応策として、様々な理由で一度退職した方、育児や介護で時間的な制約がある方、副業・兼業を行う方等、多様な人材の積極的な活用が求められています。そのためには、こうした人材を組み込むことができる職場環境を構築することが必要です。

多様な働き方に対応した職場環境の例として、始業や終業の時刻を柔軟に設定できるフレックスタイム制度、場所にとらわれず働くことができるテレワーク、一つの仕事を複数人が分担することで一人当たりの労働時間を削減できるジョブ・シェアリングなどがあります。

このような職場環境を整備することで、企業は潜在的労働力を新たに活用することができるようになるとともに、被雇用者の満足度を高めることも可能となります。

②地元雇用の促進

中小企業・小規模企業が人材を安定的に確保するためには、地域に雇用と所得を持続的に生み出す「地域内経済循環」という自立的な経済構造の確立が必要です。これには、地域資源を活用し、地元で生産・消費するという原則をもとに、地域企業の活性化を図り、地元の雇用促進を積極的に行うことが求められます。

職場と自宅が近距離にあることを指す「職住近接」という言葉が使われるようになって久しく、近年、ワークライフバランスを重視する価値観は若者や子育て世代を中心に一般的なものとなってきました。そうした背景からも、地元で働くことを希望する学生や、一度は就職を機に市外へ出た方の受け入れに関する方策を検討することは、中小企業・小規模企業の人材確保にあたって着目すべき点です。

企業の特徴や PR したいポイントを適切な方法で発信するとともに、就労者の潜在的なニーズを確実に把握することで、企業単体の持続可能性や発展性のみならず、中長期的に見て地域全体の人口動態や経済循環にも良い影響を与えるものと考えられます。地域全体の状況が上向くことは、個々の企業にも人材確保等の面で選択肢を与えるなど好影響を及ぼすことになり、地域、企業に好循環が生まれるものと期待されます。

第3章 計画の基本的な考え方と推進体制

(1) 久喜市の政策等

① 第2次久喜市総合振興計画

総合振興計画は、市が目指すべきまちの姿を示す将来像や、それを実現するための基本的な施策の方向性や目標を定めた市の最上位計画であり、本市の進むべき方向性を示す市政運営の指針です。

本市では、令和5(2023)年度から令和14(2032)年度を計画期間とする「第2次久喜市総合振興計画」を策定しました。

本計画の将来像である「人が笑顔 街が元気 自然が豊か 久しく喜び合う住みやすいまち 久喜」の実現を目指し、SDGsの理念を踏まえた様々な施策を推進することにより、住みやすく魅力のあるまちづくりを推進することとしています。

【将来像】

人が笑顔 街が元気 自然が豊か 久しく喜び合う住みやすいまち 久喜

【中小企業・小規模企業の振興に係る基本目標及び施策の方向性】

基本目標5 産業が元気で魅力と活力あふれ働きがいのあるまちをつくる

【施策5-2 まちの賑わいを支える商工業を振興し経済の活性化を図る】

- ① 賑わいと活力あふれる地域経済の活性化を推進します
- ② 市内事業者の経営安定化と起業促進の環境を整備します
- ③ 新たな工業用地の確保と企業誘致を推進します

【施策5-3 誰もが働きがいを感じられる雇用と働きやすい環境をつくる】

- ① 雇用機会の拡大と就労支援の充実を図ります
- ② 誰もが働きやすい環境をつくれます
- ③ 新たな雇用機会を創出します

②久喜市中小企業・小規模企業振興基本条例

本市では、中小企業・小規模企業の振興を市政の重点課題と位置づけ、振興に向けて基本理念を明らかにし、地域全体で共有し、地域社会の発展と市民生活を豊かにする施策として総合的に実施するため、「久喜市中小企業・小規模企業振興基本条例」を制定し、平成 29 年（2017 年）4 月に施行しました。

条例では、中小企業・小規模企業の振興についての基本となる事項を定め、中小企業・小規模企業の振興に関する総合的な施策を推進するとともに、市民、事業者、経済団体等及び市のそれぞれの役割を明らかにし、連携・協働により推進することとしています。

【基本理念】

中小企業・小規模企業の振興は、中小企業・小規模企業自らの創意工夫及び自主的な努力を尊重しつつ、その特性に応じた総合的な施策を市民、事業者、経済団体等及び市の連携と協働の下に一体となって推進することを基本とする。

【基本的施策】

- 1 経営安定の促進、経営の革新及び事業承継のための施策
- 2 創業又は新事業の創出のための施策
- 3 女性、高齢者及び障がい者を含めた雇用の促進並びに職場環境改善への支援
- 4 若い労働力及び人材の確保並びに育成への支援
- 5 市内商工業の活性化の推進
- 6 産業間の連携への支援
- 7 販路及び受注機会拡大への支援
- 8 地域資源、再生可能エネルギー等活用の促進
- 9 市内経済の循環を促進するための施策
- 10 経済団体等と連携した融資制度への支援
- 11 商店街等のまちづくり環境整備への支援
- 12 前各号に掲げるもののほか、市長が必要と認める施策

(2) 中小企業・小規模企業振興基本計画の基本理念

本計画は、「久喜市中小企業・小規模企業振興基本条例」に基づき、その具現化を図ることを目的としていることから、条例に掲げる基本理念を本計画の基本理念とします。

【基本理念】

中小企業・小規模企業の振興は、中小企業・小規模企業自らの創意工夫及び自主的な努力を尊重しつつ、その特性に応じた総合的な施策を市民、事業者、経済団体等及び市の連携と協働の下に一体となって推進することを基本とする。

(3) 久喜市が目指す中小企業・小規模企業とまちの将来像

本計画が目指す中小企業・小規模企業の姿とまちの将来像を以下のとおりとします。

商工業が盛んで誰もが働きやすいまち

1 産業の持続的発展 – 商工業が盛んなまち、久喜市 –

市内の中小企業・小規模企業が持続的に発展するためには、経済・社会環境の変化に対応した経営の強化・変革や、次世代に繋げるための後継者、起業者の育成が重要であることから、企業が個性を発揮し、商工業が盛んな久喜市を目指します。

2 誰もが活躍できる地域への取組み – 誰もが働きやすいまち、久喜市 –

人口減少社会にあつて市内の中小企業・小規模企業が安定して成長し、収益力を高めていくためには、多様な働き方が可能となる環境を整備し、人材を確保することが必要であることから、誰もが安心して働ける、働きやすい久喜市を目指します。

(4) 推進体制

本計画の推進にあつては、市内の中小企業・小規模企業及び経済団体、金融機関、埼玉県その他関係機関と計画が目指す方向性を共有しつつ、連携・協働するとともに、庁内関係部局間の連携のもとで推進します。

また、具体的な施策の実施にあつては、公募による市民や学識経験者、商工関係団体、金融機関等で構成する「久喜市中小企業・小規模企業振興会議」による審議を行い、提言を受けることとし、施策の成果を検証しながら推進することとします。

(5) 市の責務と各主体の役割

【市の責務】

- 中小企業・小規模企業が持続的な発展をしていくための支援ニーズを把握し、市民、事業者及び経済団体等と連携を図りながら施策を推進します。
- 計画の推進に必要な予算の確保に努めるとともに、必要に応じて国、県等に対し、施策の充実や改善を要請していきます。
- 工事の発注や物品購入、業務委託等にあたり、予算の適正な執行に留意しつつ、市内の中小企業・小規模企業の受注機会の拡大に努めます。

【中小企業・小規模企業の役割】

- 社会経済情勢の変化に対応し、事業活動の向上・改善に努めます。
- 経営基盤の強化、人材育成及び雇用環境の充実に取り組み、従業員が生きがいと働きがいを得ることができる職場づくりに努めます。
- 市内の他の事業者や経済団体等との連携に努めるとともに、市内で生産、製造される製品の購入や提供されるサービスの利用に努めます。
- 地域社会を構成する一員として、商工会や商店会等の関係団体に加入するとともに、暮らしやすい地域社会の実現に貢献するよう努めます。
- 市が実施する中小企業・小規模企業振興施策に対し、連携・協力して取り組むよう努めます。

【経済団体等の役割】

- 経済団体等は、中小企業・小規模企業の経営の向上・改善に積極的に取り組むとともに、市が実施する中小企業・小規模企業振興策に相互に連携を図りながら協力するよう努めます。

【大企業の役割】

- 中小企業・小規模企業及び経済団体等との連携に努めるとともに、市が実施する中小企業・小規模企業振興策に相互に連携を図りながら協力するよう努めます。
- 市内で生産、製造される製品の購入や市内で提供されるサービスの利用に努めます。
- 地域社会を構成する一員としての社会的責任を自覚し、暮らしやすい地域社会の実現に貢献するよう努めます。

【市民の役割】

- 中小企業・小規模企業の健全な成長、発展に協力します。
- 消費者として、市内で生産、製造される製品の購入や市内で提供されるサービスの利用に努めます。

第4章 施策の展開

施策体系

目指す将来像を実現するため、5つの基本施策を設定し、具体的な推進施策を展開します。

基本施策	施策 No.	推進施策
1 経営安定化への取組み	1-1	合理化・効率化の推進
	1-2	事業の再構築
	1-3	人材育成・事業承継
	1-4	多様な働き方の推進
2 賑わいの創出	2-1	地域特性に応じた賑わいの創出
	2-2	商店街の活性化
	2-3	駅周辺環境整備
3 市内経済循環の促進	3-1	市内企業同士による取引促進
	3-2	地元人材の雇用促進
	3-3	地域産業や企業の PR・ブランディング
	3-4	官公需による取引促進
4 事業環境の整備	4-1	起業・創業の支援
	4-2	交通網を生かした企業誘致
	4-3	地域特性や時代背景に対応した産業集積
5 新たな課題への取組み	5-1	DX の推進
	5-2	販路開拓・販路拡大
	5-3	企業間連携を通じた技術・商品開発
	5-4	持続可能な社会への取組み

基本施策 1 経営安定化への取組み

1-1 合理化・効率化の推進

- 経営の合理化、効率化の推進や、経営課題に対する相談、関連セミナーや事例等の情報提供を行います。
- 自動化やシステム化等の設備やシステム導入等に対する補助金等の申請支援や周知を図ります。
- 設備投資等に対し、各種融資制度に関する情報提供や、特定の融資制度を利用した場合に利子補給を行い、金利負担の軽減を図ります。
- 久喜市導入促進基本計画に基づき、労働生産性向上を図る先端設備等導入計画を認定し、導入設備の固定資産税の優遇措置を図ります。

1-2 事業の再構築

- 市場優位性のある製品やサービスの選択、事業の再構築に関する相談、関連セミナーや事例等の情報提供を行います。
- 事業の再構築を図る設備やシステム導入等に対する補助金等の申請支援や周知を図ります。

1-3 人材育成・事業承継

- 人材育成や事業承継に関する相談、関連セミナーや事例等の情報提供を行います。
- 人材育成や事業承継にかかる費用に対する補助金等の申請支援や周知を図ります。

1-4 多様な働き方の推進

- 働き方改革などにより、多様な人材が働きやすい環境を整備する企業を支援します。
- 仕事と育児や介護の両立など多様な働き方に関する就労支援セミナーの実施や情報提供を行います。

基本施策 2 賑わいの創出

2-1 地域特性に応じた賑わいの創出

- 地域の賑わいを生み出すイベント等の開催を支援するとともに、集客を促進するための情報を発信します。
- 魅力あるまちづくりを推進するため、観光資源等を活用して地域活性化を図る各種団体等の活動を支援します。

2-2 商店街の活性化

- 商店街団体が実施するイベントや情報発信等の共同事業に対する費用に対し、補助金を交付します。
- 商店街団体が行う街路灯の維持管理事業に補助金を交付するとともに、商店街の利用促進を図るための環境を整備します。

2-3 駅周辺環境整備

- 市民の利便性向上と市外からの集客力向上を図るため、駅周辺の環境を整備します。
- 駅を中心として賑わいを生み出すまちづくりを推進します。

基本施策 3 地域内経済循環の促進

3-1 市内企業同士による取引促進

- 商談会等のイベント開催によりマッチング機会を創出し、市内企業同士の取引促進を図ります。

3-2 地元人材の雇用促進

- セミナー等を開催し、誰もが働きやすい就業環境の整備を促進するための啓発を行います。
- 学生に向けた就職相談・企業説明会等、市内の中小企業・小規模企業に関する情報発信、求人情報の提供を行います。
- 市内企業等の取組み内容等を市内外に PR し、就職希望者の拡大を図ります。
- 教育機関と連携し、市内産業や企業等への関心を高めるため、企業見学、職場体験等を開催します。

3-3 地域産業や企業の PR・ブランディング

- 商品開発につながるよう市内農産物の生産や販売を支援します。
- 商品やサービスの PR やブランド価値向上に関する補助金等の申請支援や周知を図ります。
- 商品や取組み内容等を PR し、市内企業等のイメージ向上を図ります。
- ふるさと納税寄附金の返礼品による地域振興及び魅力の PR を推進し、市内事業者の販売促進を図ります。

3-4 官公需による取引促進

- 市内業者の受注機会や市内商店の利用機会を拡大することにより、市内経済の活性化を図ります。
- 久喜市産農産物を学校給食に積極的に取り入れ、市内の農産物生産者の生産や販路の拡大について支援します。

基本施策 4 事業環境の整備

4-1 起業・創業の支援

- 起業・創業に関する相談、関連セミナーや研修等の情報提供を行います。
- 関係機関と連携し、創業支援事業計画の実行を推進します。
- 空き店舗を活用した起業・創業に対して、出店等にかかる補助金を交付します。
- 市内を拠点とする新規事業者を発掘し、起業・創業を支援します。

4-2 交通網を生かした企業誘致

- 交通ネットワークに優れた本市の利便性を生かして、産業の振興及び雇用機会の拡大を図るため、企業誘致を推進します。

4-3 地域特性や時代背景に対応した産業集積

- 循環型社会の構築に貢献する企業や市場の成長が期待される企業の誘致を目指します。
- 次世代の技術や製品を開発、製造する企業に事業進出に必要な費用に対する補助金等の申請支援や周知を図ります。

基本施策 5 新たな課題への取組み

5-1 DXの推進

- DXに取り組む企業に対する補助金等の申請支援や周知を図ります。
- 設備のIoT化やAIによる需要予測など、DXの取組みに関する相談、関連セミナー等の情報提供を行います。

5-2 販路開拓・販路拡大

- 製品やサービス等をPRする展示会や商談会などへの出展、開催を支援します。
- ふるさと納税返礼品の登録を推進することで、新たな販路開拓につなげます。
- ICT活用による販路開拓・販路拡大に関する相談、関連セミナー等の情報提供を行います。
- 友好都市である青森県野辺地町等において、市内特産品の販売を行います。

5-3 企業間連携を通じた技術・商品開発

- 同業種・異業種の交流機会を得るために、展示会や商談会などへの出展、開催を支援します。
- 先進的な技術開発や製品開発に関する相談、関連セミナー等の情報提供を行います。

5-4 持続可能な社会への取組み

- 主体的にSDGsの達成に取り組む企業を「久喜市SDGs推進パートナー」として登録し、協働・共創で持続可能なまちづくりを推進します。
- 高齢化社会に対応するため、公共交通を充実させて商店街等へ出向きやすいまちづくりを推進します。
- ゼロカーボンシティの実現に向けた取組みを推進、支援します。
- 循環型社会の構築に貢献する企業や市場の成長が期待される企業の誘致を目指します。
- 次世代のまちづくりを推進し、商業地区の整備や保育、介護などのサービスを提供する施設を誘致します。

資料編

掲載の項目や内容は今後検討します。