

2024-2028

商工業が盛んで誰もが働きやすいまち

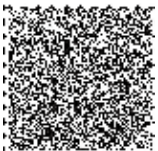
第2期久喜市中小企業・小規模企業振興基本計画



久喜市



本計画書には、紙面上の文字を音声に変換する音声コード、「Uni-Voice」が印刷されています。
専用の読み取り機や、スマートフォン用のアプリを使用することにより、情報を音声で聞くことができます。



はじめに



久喜市では、中小企業・小規模企業の振興を重点課題と位置付け、平成29（2017）年4月1日に「久喜市中小企業・小規模企業振興基本条例」を施行するとともに、条例に基づく施策を推進するため、令和元（2019）年度から令和5（2023）年度までを計画期間とする「久喜市中小企業・小規模企業振興基本計画」を策定し、関係機関と相互に連携を図りながら、市内中小企業・小規模企業の振興を推進してまいりました。

少子高齢化に伴う人口減少の影響による人材・後継者不足に加え、円安によるエネルギー資源、原材料の価格上昇に伴う物価高騰など、市内中小企業・小規模企業が取り組むべき課題は複雑化・多様化しており、中小企業・小規模企業の経営の持続化に向けて、デジタル技術の進展や働き方の多様化など、時勢を捉えた施策が求められております。

このことを踏まえ、本計画では、本市が目指す中小企業・小規模企業の姿とまちの将来像を『商工業が盛んで誰もが働きやすいまち』と定め、本計画に掲げる様々な施策を推進することにより、将来像の実現と各種課題の解決に向けて取り組んでまいります。

また、まちづくりの担い手である中小企業・小規模企業が持続的に発展するためには、市民の皆様をはじめ、事業者、商工会や金融機関などの経済団体と市が共通認識を持ち、協働により、皆様と共に取り組むことが重要となりますので、ご理解とご協力をお願い申し上げます。

結びに、本計画の策定にあたりまして、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おいて貴重なご意見をお寄せくださいました多くの市民、事業者の皆様、ご尽力くださいました久喜市中小企業・小規模企業振興会議委員の皆様に、心から感謝を申し上げます。

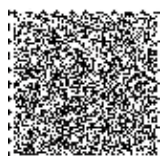
令和6（2024）年3月

久喜市長 梅田 修一



目次

序章	1
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
2 計画の位置付けと計画期間	2
第1章 中小企業・小規模企業を取り巻く環境の変化(背景)	3
1 久喜市の産業の現状	4
2 久喜市の中小企業・小規模企業の現状	9
3 中小企業・小規模企業が直面する課題	22
第2章 中小企業・小規模企業が目指す方向性	27
1 経営革新への取組み	28
2 環境経営への取組み	30
3 多様な働き方の推進	31
第3章 計画の基本的な考え方と推進体制	33
1 久喜市の政策等	34
2 中小企業・小規模企業振興基本計画の基本理念	36
3 久喜市が目指す中小企業・小規模企業とまちの将来像	36
4 推進体制	36
5 市の責務と各主体の役割	37
第4章 施策の展開	39
施策体系	40
基本施策1 経営安定化への取組み	41
基本施策2 賑わいの創出	42
基本施策3 市内経済循環の促進	43
基本施策4 事業環境の整備	44
基本施策5 新たな課題への取組み	45
資料編	47
1 用語解説	48
2 久喜市中小企業・小規模企業振興基本条例	52
3 久喜市中小企業・小規模企業振興会議	55
4 計画の策定経過	59



序章



1 中小企業・小規模企業振興基本計画策定の背景と意義

市内に立地する中小企業・小規模企業は、地域経済、地域社会を安定的かつ継続的に成長させ、活性化していく上で、欠かせない存在となっており、地域の雇用と経済を支え、地域の発展に寄与するとともに、まちづくりにおいても地域社会の担い手として重要な役割を果たしています。

現在、中小企業・小規模企業を取り巻く経営環境は、少子高齢化の進展による人口減少に伴う人材不足、カーボンニュートラルなど環境意識の高まり、SDGsへの取組み、デジタル技術の導入、そしてDX（デジタル・トランスフォーメーション。以下「DX」という。）の実現など、大きく変化しています。

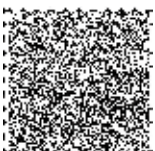
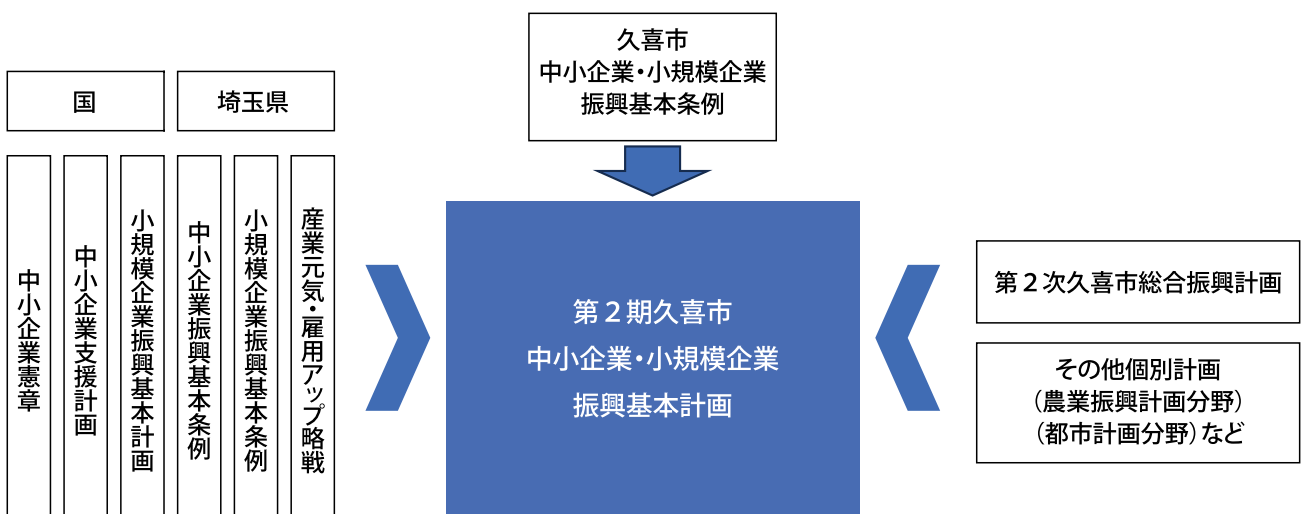
今後も持続的に発展するまちづくりを進めていくためには、これらの経営環境の変化に対応し、課題解決に向けた取組みが求められています。

本計画は、「久喜市中小企業・小規模企業振興基本条例」に掲げる基本理念及び基本的施策に基づき、市民、事業者、経済団体等と連携を図りつつ、総合的かつ計画的な施策の推進を図ることを目的として策定します。

2 計画の位置付けと計画期間

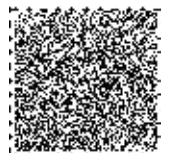
本計画は、平成 29（2017）年 4 月に施行された「久喜市中小企業・小規模企業振興基本条例」を具現化するための計画です。国の「中小企業憲章」、「中小企業支援計画」、「小規模企業振興基本計画」、埼玉県「中小企業振興基本条例」、「小規模企業振興基本条例」、「産業元気・雇用アップ戦略」の基本方針、基本政策を踏まえるとともに、本市政の最上位計画である「第2次久喜市総合振興計画」のほか関連分野の個別計画との整合性を図るものとします。

なお、本計画の計画期間は、令和6（2024）年度から令和10（2028）年度までの5か年度とします。



第1章

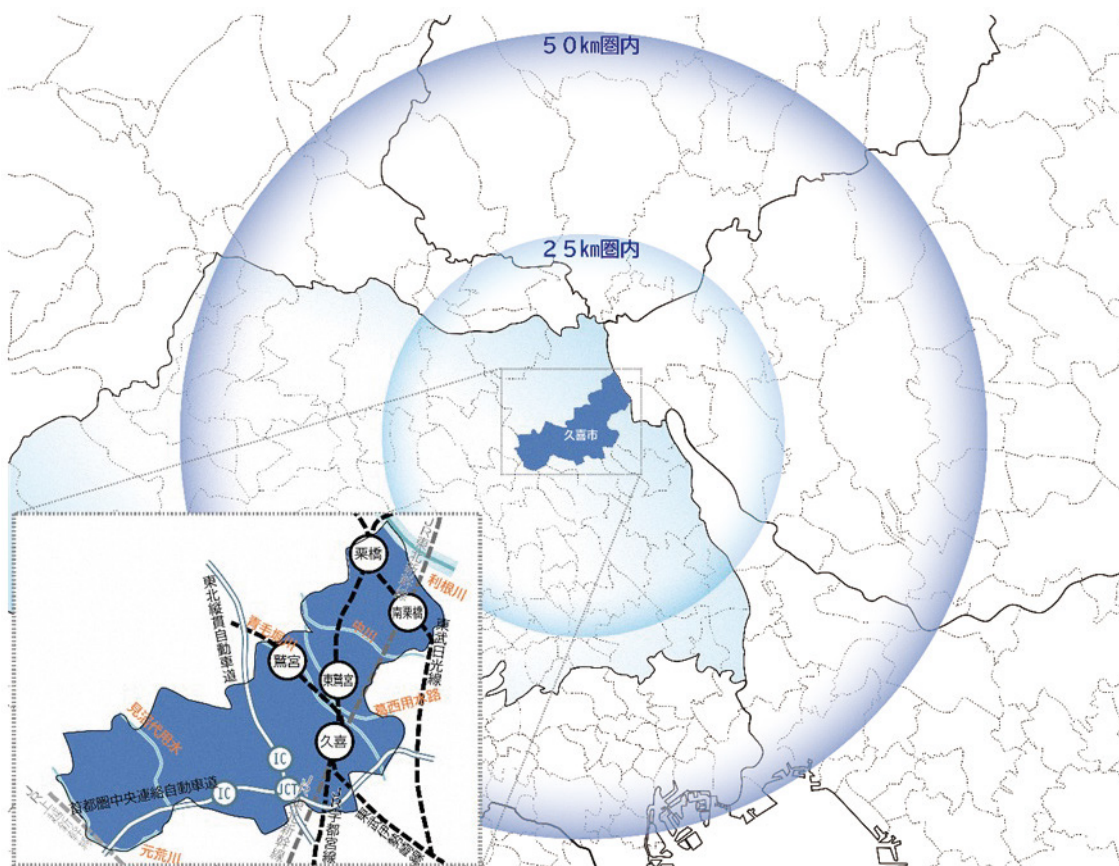
中小企業・小規模企業を取り巻く 環境の変化(背景)



1 久喜市の産業の現状

1 久喜市の地域的特性と産業

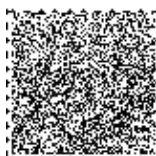
図表 本市の位置



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、白岡菟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50km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。

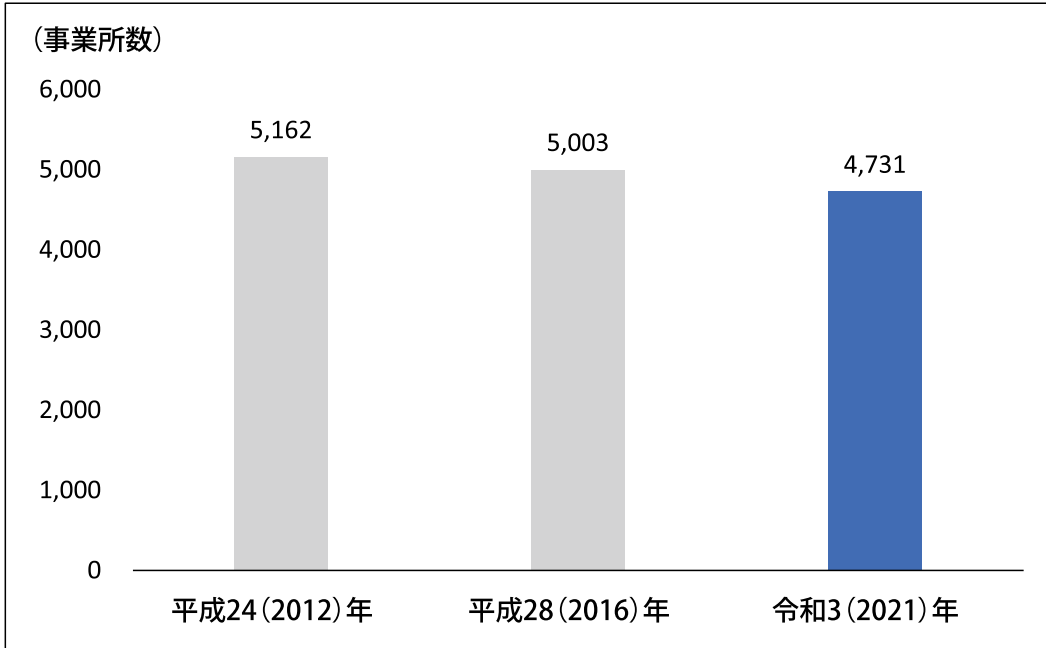


■事業所

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

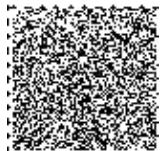


出典：経済センサスー活動調査（各年）

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：経済センサスー活動調査（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

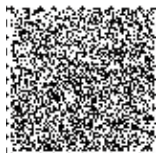
大分類	平成24(2012)年		平成26(2014)年		平成28(2016)年		令和3(2021)年				平成24年・令和3年伸び率(%)
	事業所数	構成比(%)	事業所数	構成比(%)	事業所数	構成比(%)	事業所数	構成比(%)	埼玉県構成比(%)	全国構成比(%)	
農林漁業	12	0.2	14	0.3	15	0.3	12	0.3	0.3	0.8	0.0
鉱業,採石業,砂利採取業	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0.0	0.0	-
建設業	564	10.9	542	10.4	512	10.2	498	10.5	11.1	9.4	▲11.7
製造業	471	9.1	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
合計	5,162	100.0	5,211	100.0	5,003	100.0	4,731	100.0	100.0	100.0	▲8.3

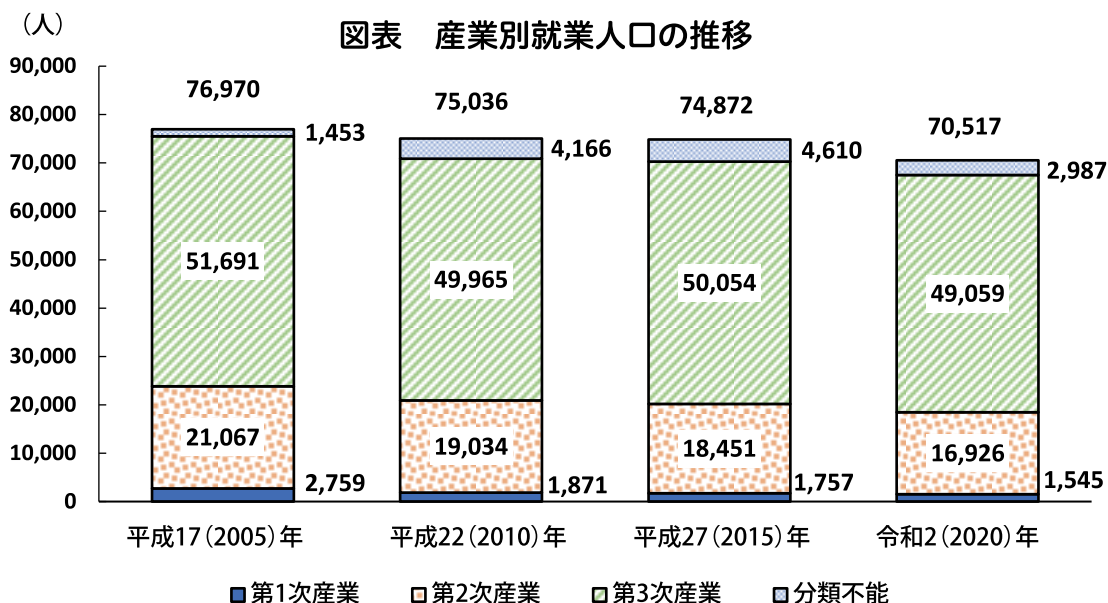
出典:経済センサスー活動調査(各年)

■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。





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

大分類	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%
合計	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)

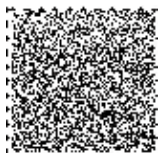
製造品出荷額等では、「食料品製造業」（921億9,772万円）が最も高く、次いで「化学工業」（862億7,831万円）、「プラスチック製品製造業（別掲を除く）」（415億1,245万円）となっています。本市ではこれらの業種が中核となっていることが確認できます。

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)
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：経済センサスー活動調査(令和3(2021)年)



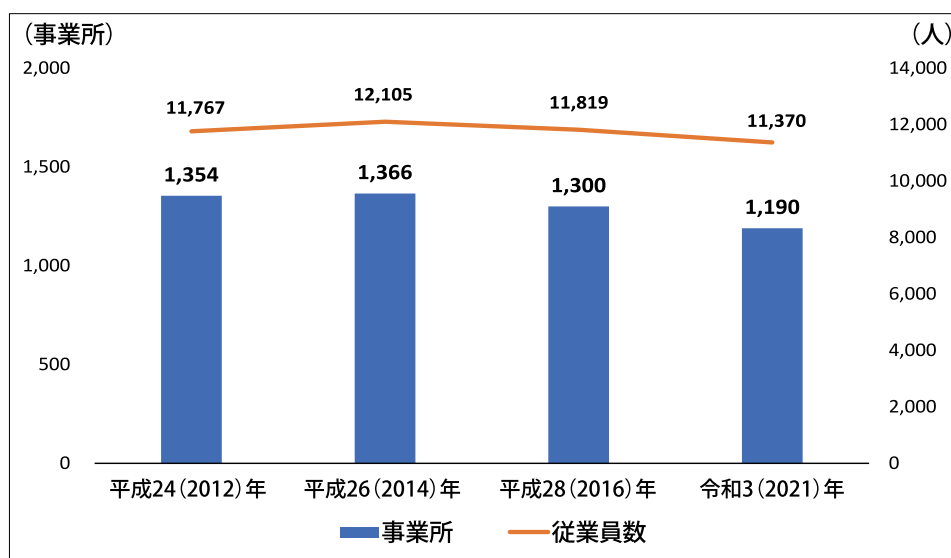
2 久喜市の中小企業・小規模企業の現状

① 産業別に見た市内中小企業・小規模企業の概況

■商業(卸売業・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ー活動調査

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、鋁 物・金属 材料等 卸売業	機械器具 卸売業	その他の 卸売業	小売業	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

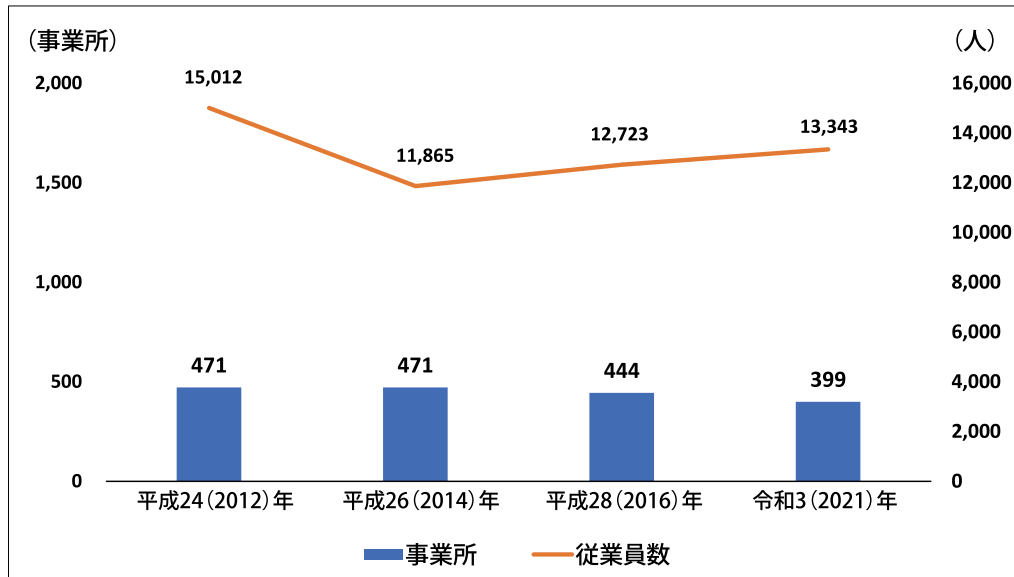
出典：経済センサスー活動調査(令和3(2021)年)



■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72(15.3%)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



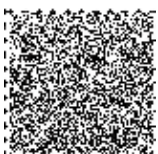
出典:各年の経済センサスー活動調査、基礎調査

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 市内製造業の事業所数、従業者数の推移

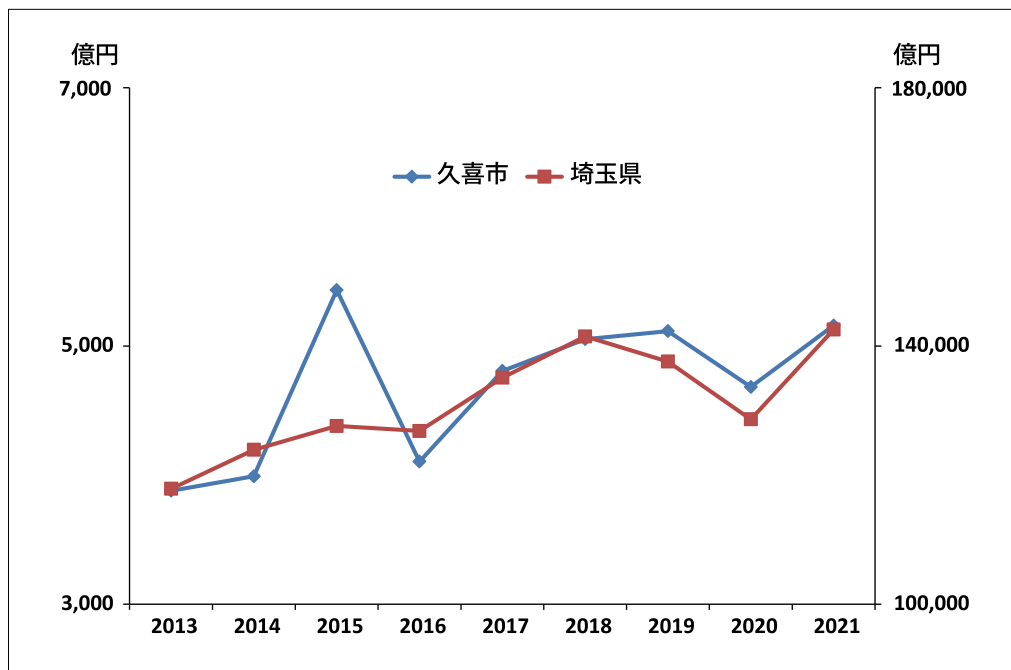
	事業所数	構成比	従業者数	構成比
1~4人	144	36.1%	330	2.5%
5~9人	67	16.8%	454	3.4%
10~19人	66	16.5%	939	7.0%
20~29人	38	9.5%	930	7.0%
30~49人	32	8.0%	1,216	9.1%
50~99人	23	5.8%	1,591	11.9%
100人以上	28	7.0%	7,883	59.1%
出向・派遣従業者のみ	1	0.3%	—	—
合計	399	100.0%	13,343	100.0%

出典:経済センサスー活動調査(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、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、市内中小企業・小規模企業の請負業者等への波及効果を生み、成果として表れているものと考えられます。

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 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：

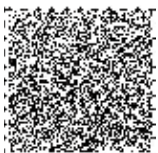
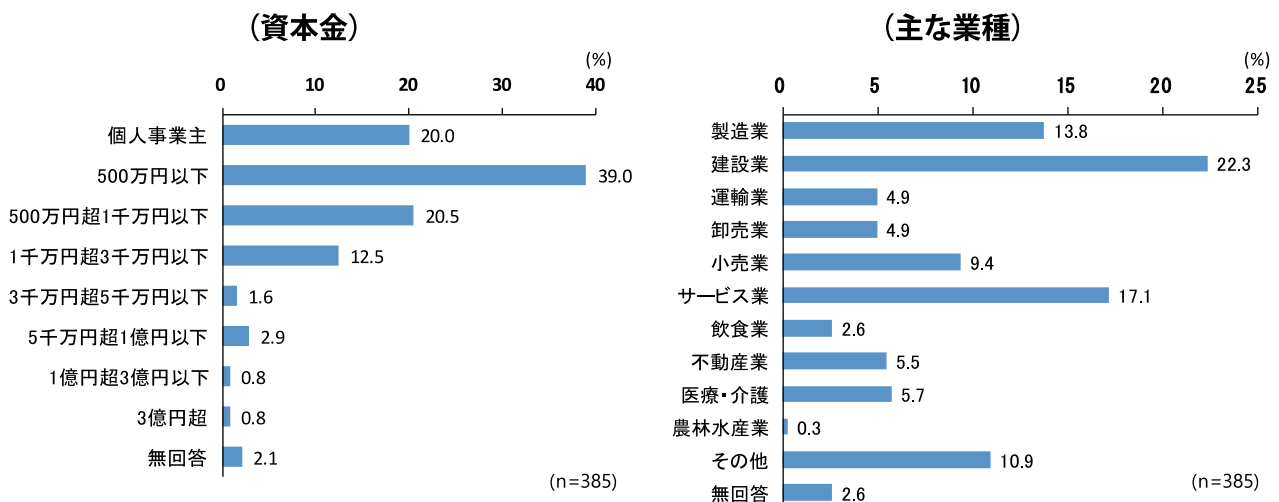
種 別	配 布 数	回 収 数	回 収 率
事業者	2,000 票	385 票	19.3%
消費者	2,000 票	813 票	40.7%

※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者数の回答から分類。

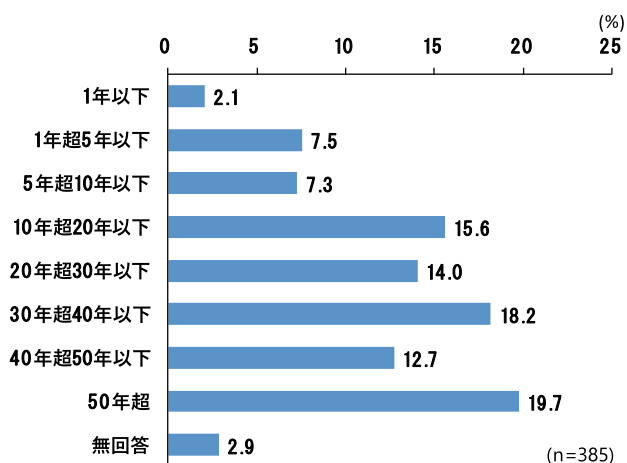
※nは、アンケートの回収数

○回答者の属性

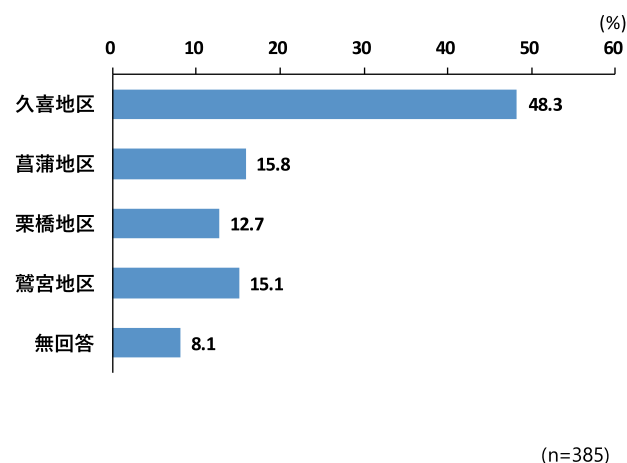
【事業者アンケート】



(営業年数)

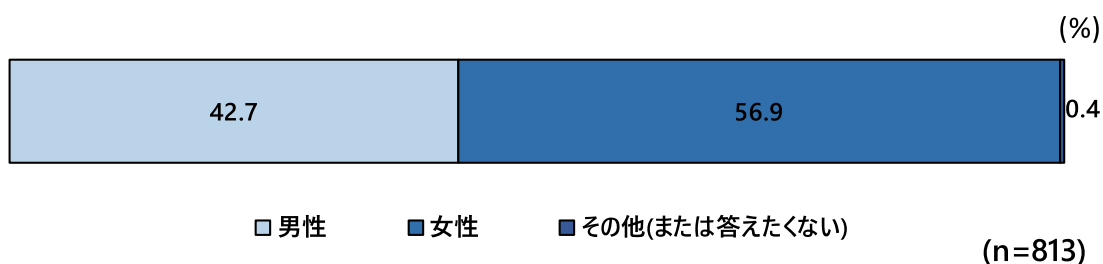


(事業所の所在地)

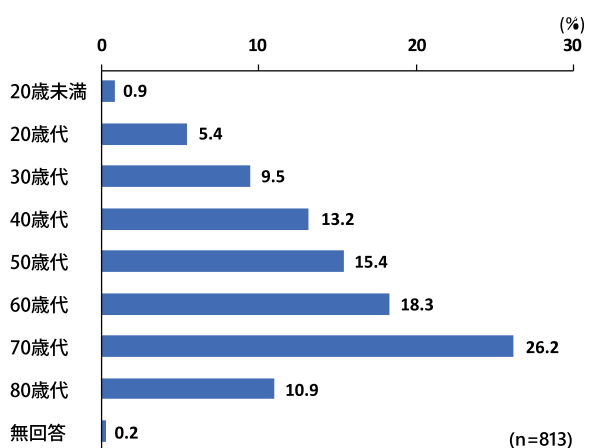


【消費者アンケート】

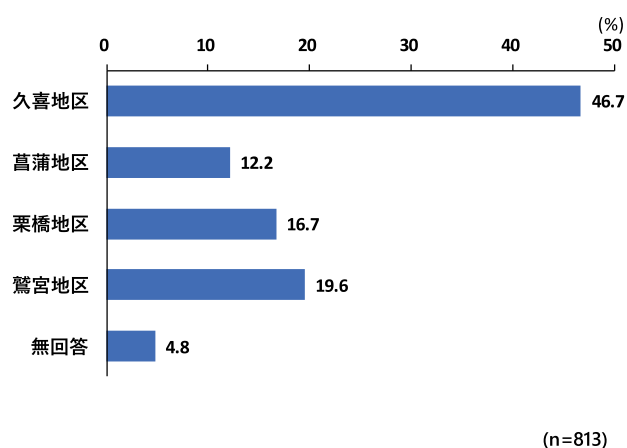
(性別)



(年齢)



(居住地区)



■自社の強み

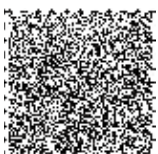
自社の強みについて、全体では「技術力」を挙げる企業が最も多く、「顧客等への迅速対応力」、「品質」が続いています。業種別に見ると、製造業、建設業、サービス業、医療・介護は「技術力」を挙げ、運輸業、卸売業は「品質」、小売業、飲食業は「接客サービス」を挙げる企業の割合が最多となりました。

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。

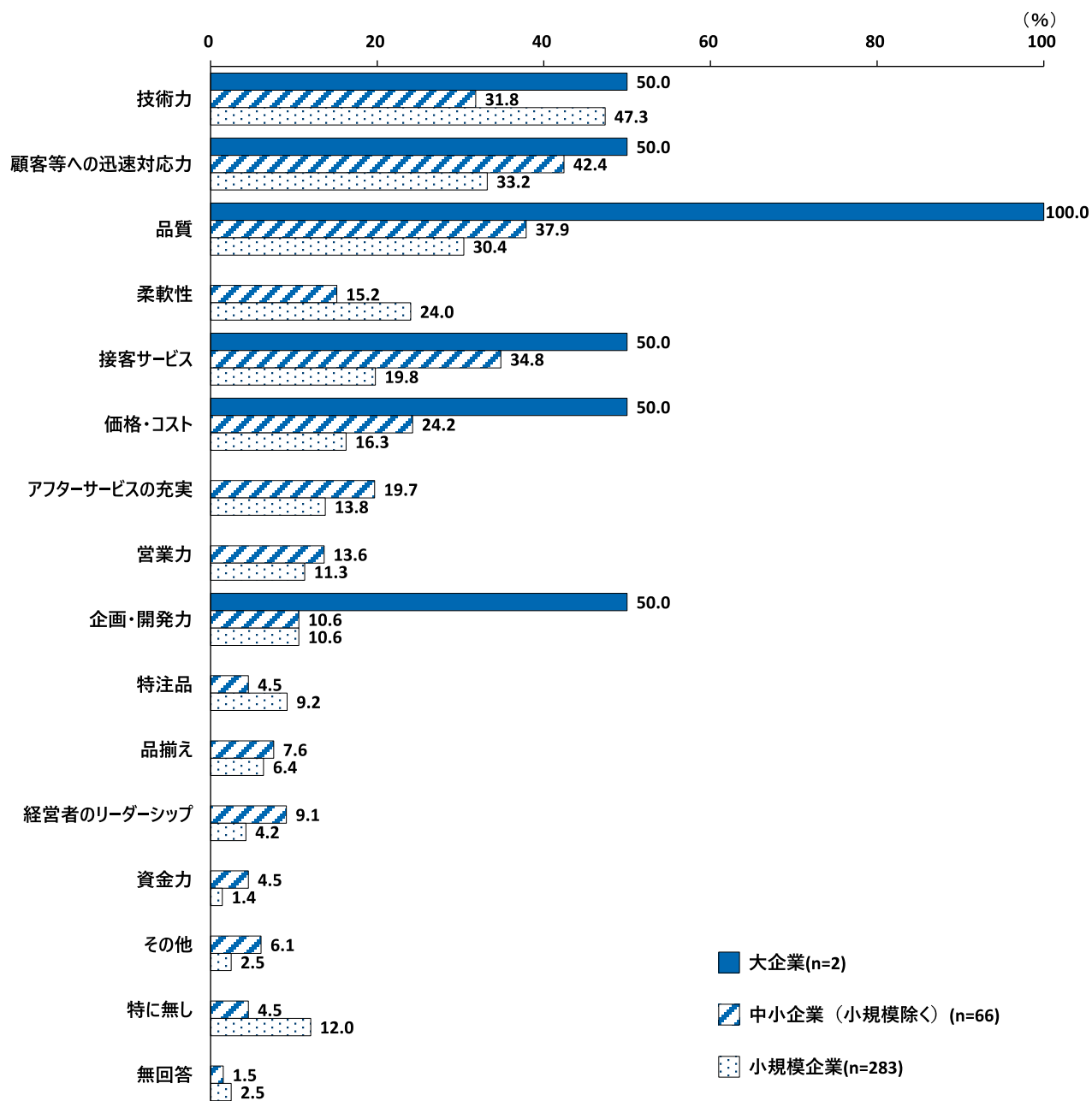
【業種別：自社の強み】

(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】

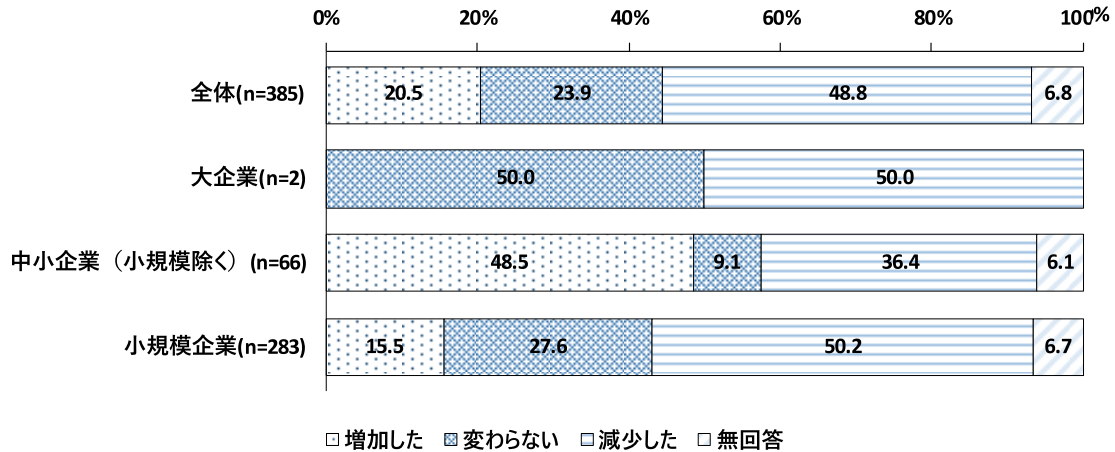


■経営状況

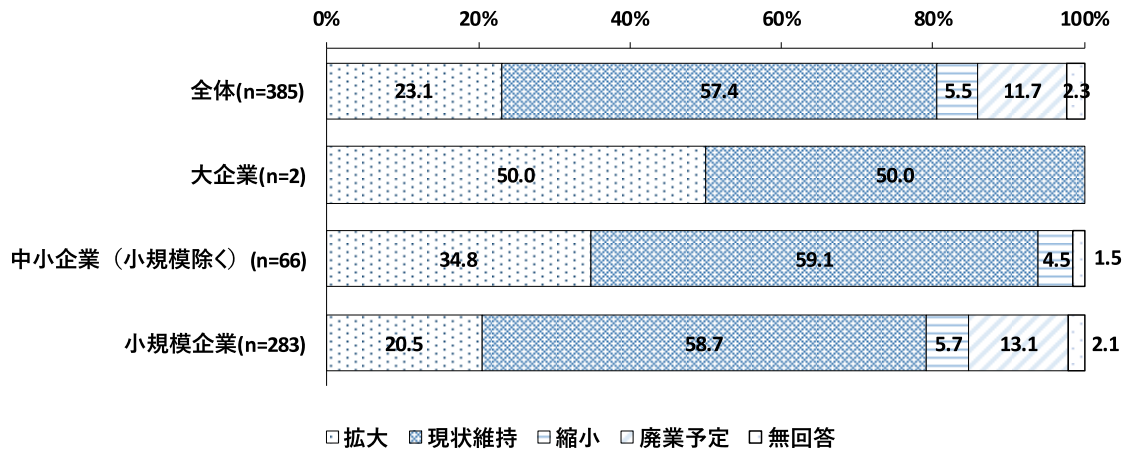
直近の年間売上高について5年前の売上高と比較すると、全体の半数近くが「減少した」と回答しており、「増加した」と回答した企業の2倍以上となりました。

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「売上げの低下」、「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「売上げの低下」、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】

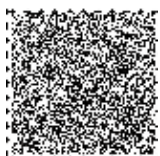
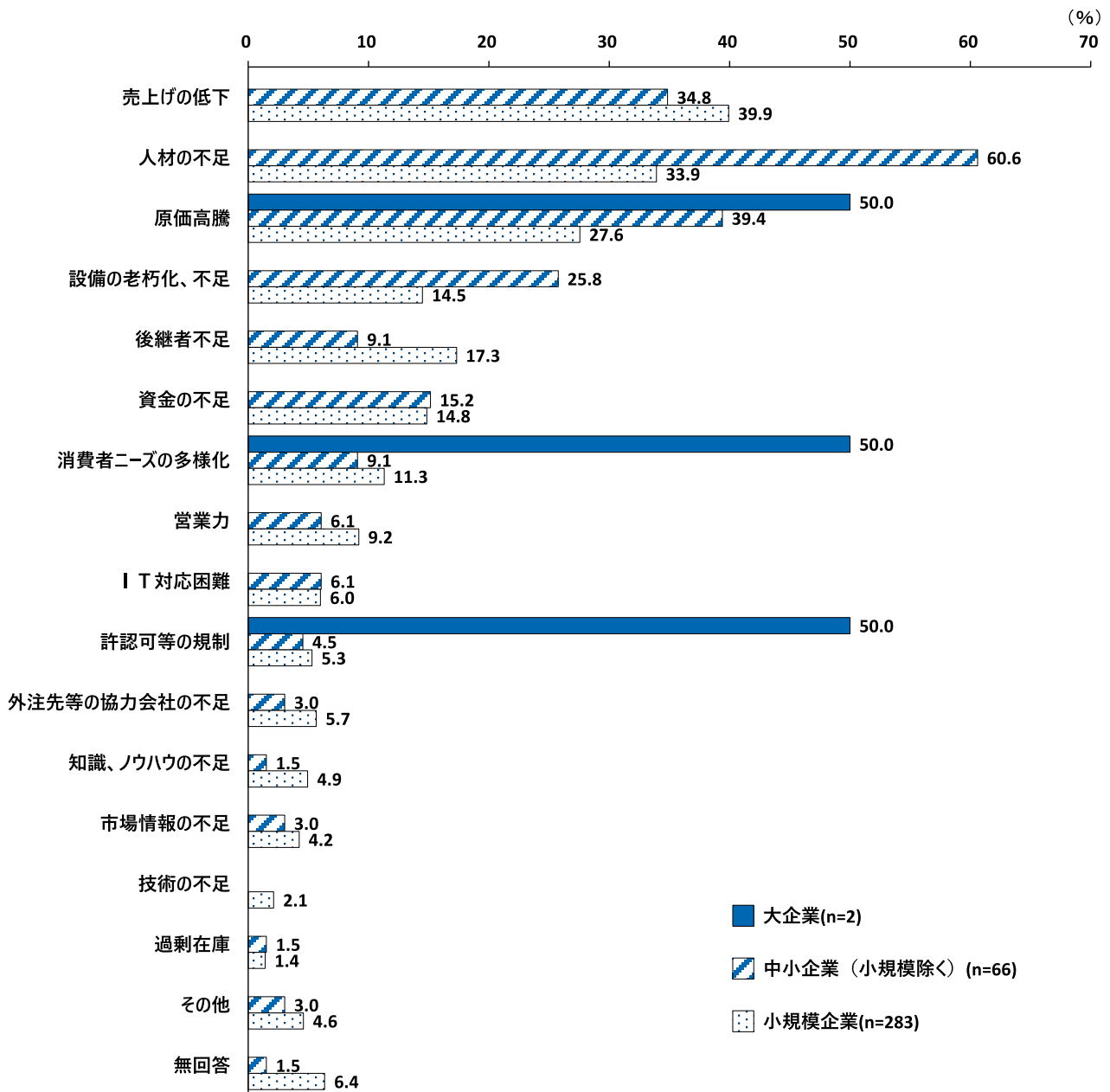
(単位：事業所、%)

	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 ウ の 不 足 、 ノ ウ ハ	市 場 情 報 の 不 足	設 備 の 老 朽 化	許 認 可 等 の 規 制	消 費 者 二 次 化	後 継 者 不 足	I T 対 応 困 難	外 注 先 等 の 不 協 力	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



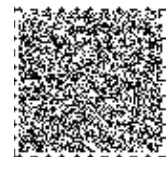
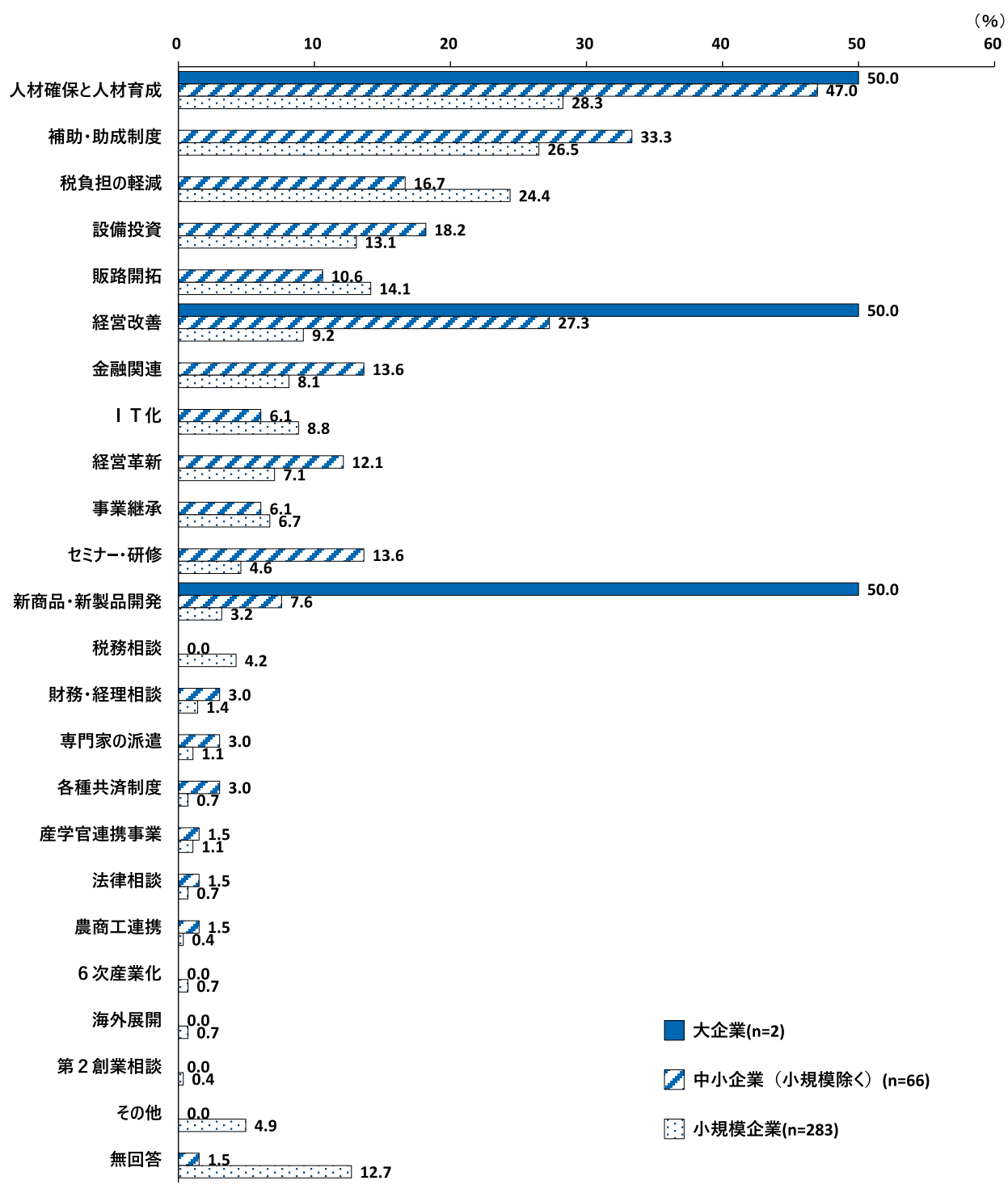
企業規模別では、小規模企業は「売上げの低下」を挙げましたが、「人材の不足」については、小規模企業よりも中小企業で深刻になっている状況がうかがえます。

【規模別：経営課題】



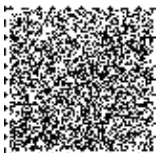
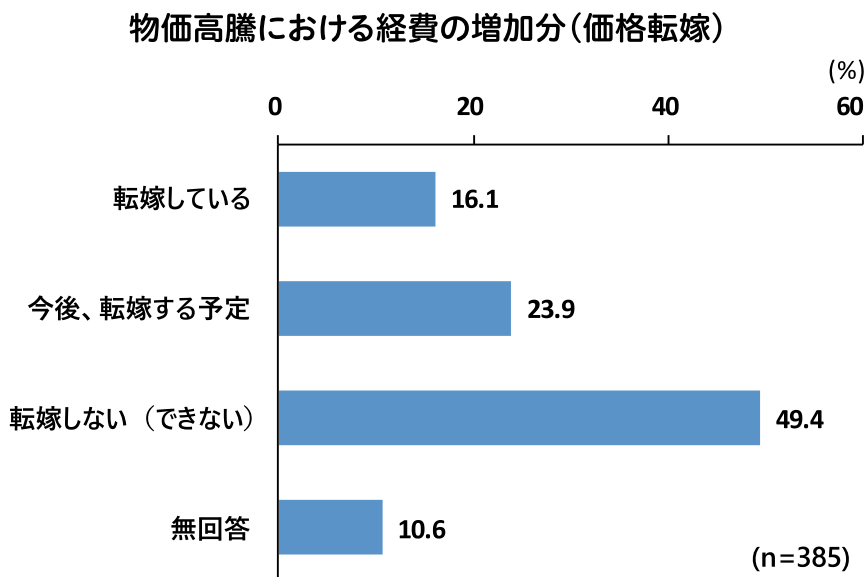
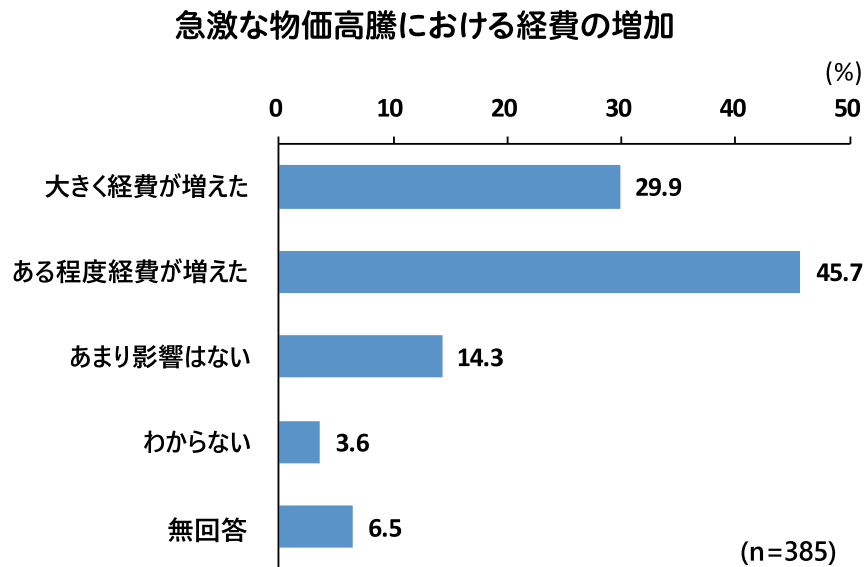
■事業活動を継続するために必要な支援策

「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。



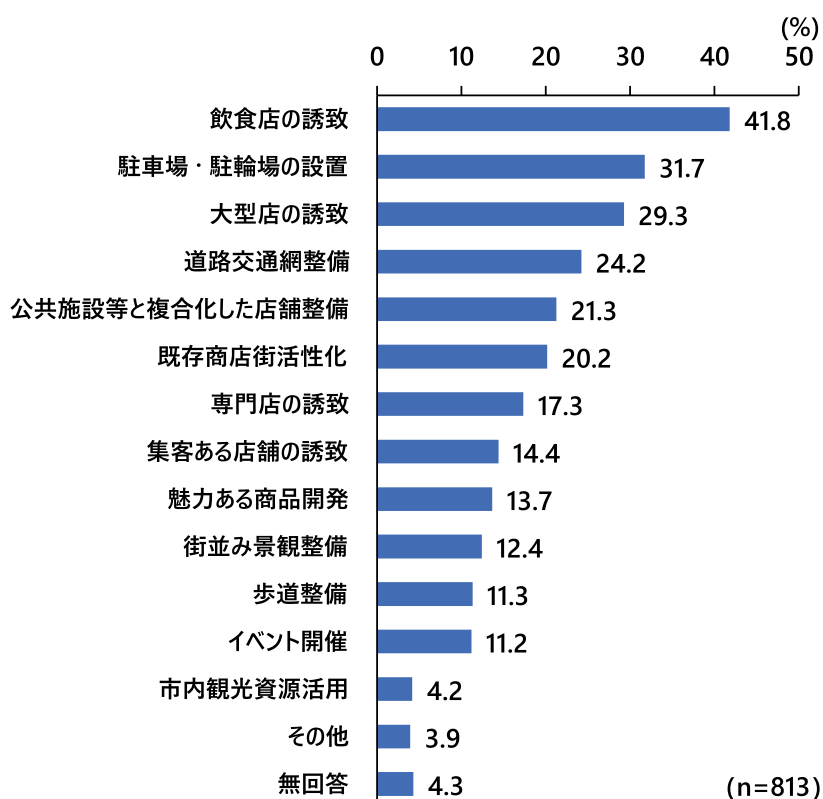
■急激な物価高騰における経費の増加分と商品やサービスへの転嫁

「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。



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

日本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。

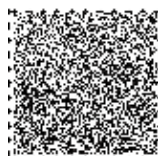
これらのデータから、本市の企業における経営者の高齢化が顕著であり、経営に与える影響が懸念されます。そのため、事業承継に向けた取組みがより一層重要となり、後継者の選任、人材教育、承継のタイミングなどの課題への対応が求められています。

図表 業種別に見た経営者の年齢

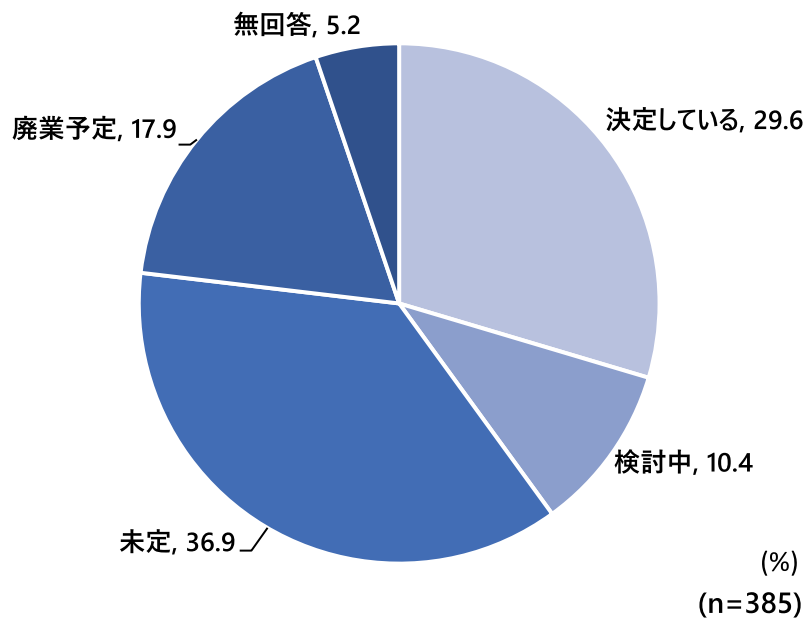
（単位：事業所、%）

	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	0.8	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
その他	42	0.0	2.4	14.3	21.4	28.6	21.4	9.5	2.4
無回答	10	0.0	0.0	10.0	0.0	30.0	50.0	0.0	10.0

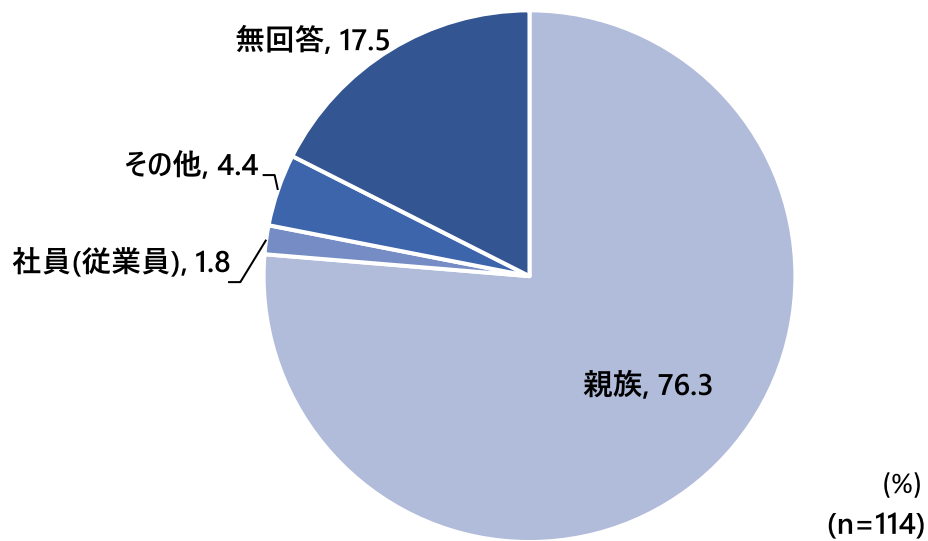
出典：令和4（2022）年度実施『久喜市中小企業・小規模企業振興基本計画策定に係るアンケート調査』



図表 事業承継(後継者)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

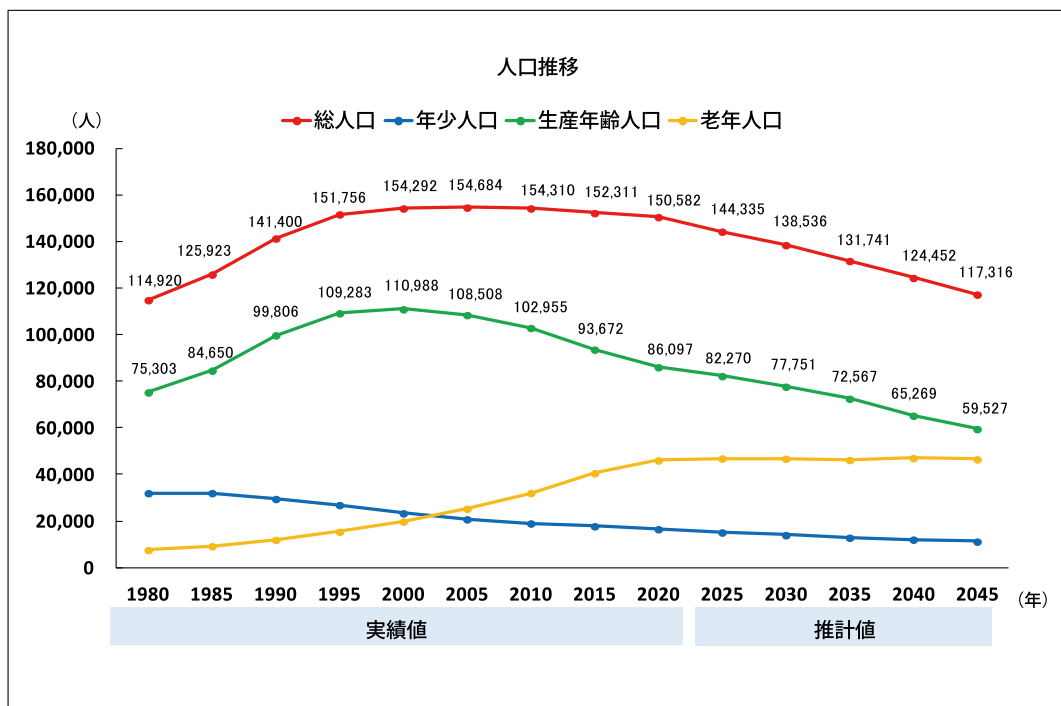
日本は既に人口減少社会に突入し、少子高齢化の進行とともに主要な労働力となる生産年齢人口が減少していることから、人材の確保と後継者不足は一層深刻化していくものと予想されます。

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

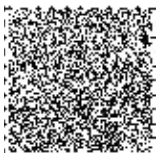


出典：総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

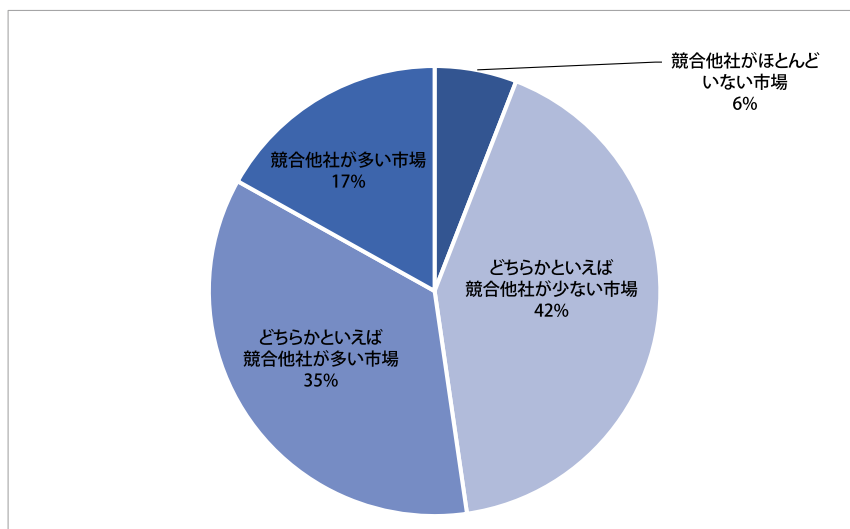
注：2025年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ（2018年3月公表）に基づく推計値

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



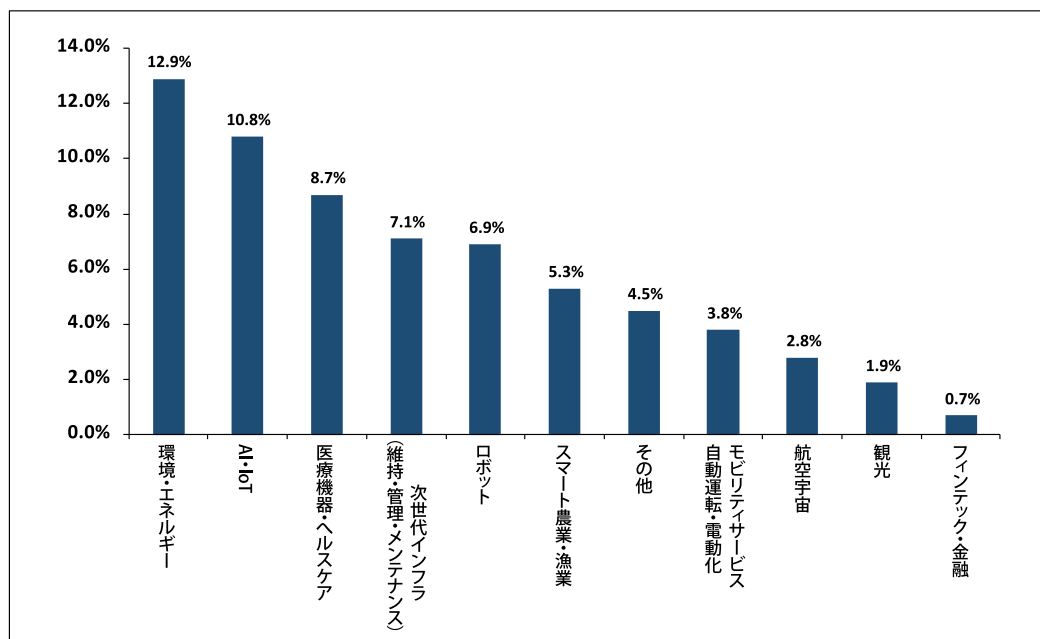
出典:中小企業庁『2023年版中小企業白書』(n=2,079)

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



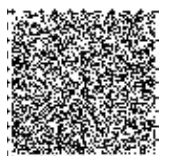
出典:中小企業庁『2021年版中小企業白書』(n=1,429)





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。

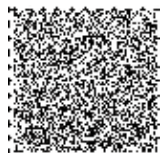
② DX(デジタル・トランスフォーメーション)への取組み

少子高齢化の進行により、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います。本市においても例外ではなく、今後、多くの企業で労働力を十分に確保することが困難になる見通しにあるため、自社の課題を洗い出し、対策を講じる必要があります。このような、様々な課題を解決する方策として期待されているのがDXです。

具体的には、オンライン注文や支払いシステムの導入、アプリケーションを通じた24時間受付サービスの提供により、人手不足の解消が可能となり、さらに収益向上が期待できます。

また、集金や払込みのペーパーレス化、経理・総務・営業等に係るシステムの一本化により、人材不足を補うことや、業務をリモートで行うことにより、在宅でも仕事を行えるため、多様な人材を雇用することが可能になります。

その他、IoTの活用により、生産ラインの機械化に加え、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や、AIの活用により、熟練技術者の技能を伝承し、承継者不足を補うことも可能となり得ます。



このように、DXで何を実現したいのか、各企業の課題に合わせたアプローチが必要です。現状から課題を明確にし、コストや実現性からとるべき方策の計画を立て、優先順位をつけて取り組むことが重要となりうることから、商工業の支援団体等の経営相談を活用することも一つの手法として考えられます。

販路開拓や取引条件など、対応が不十分であればビジネス機会を逸するリスクもあり、最適なDXの取組みにより、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。

DXの取組事例

コラム

▶ 製造業

集計作業に時間を要する課題に対し、日報の電子化を図り、生産管理システムを自社で構築することで、工数削減や人的ミス排除などの効果を得ることができ、さらに新事業展開を実現しました。

▶ 建設業

人材不足の課題に対し、施工過程の複数の情報（データ）を一元管理することで、工程管理の単純化や残業削減を可能とし、若手・女性技術者などの活躍できる職場環境を実現しました。

▶ サービス業

紙の書類作成による残業が多い課題に対し、タブレットと情報共有ソフトを導入し、社内でリアルタイムに情報共有することで、申し送りや請求業務などが迅速になり、従業員のワークライフバランスの改善、定着率UPを実現しました。

▶ 飲食業及び宿泊業

従業員のシフト管理、売上集計、伝票収集など担当者の業務負担の課題に対し、勤怠、レジ・売上、商品在庫をクラウド上で一括管理することで業務量を削減し、負担軽減・生産性向上を実現しました。

参考：埼玉県DX推進支援ネットワークHP「埼玉DX大賞－受賞事業者の紹介」 「取組事例」

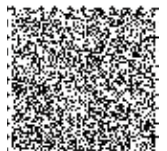
DXの入り口

▶ 中小企業庁 「みらデジ」

自社の経営課題やデジタル化の進行度合いを把握することができます。

▶ 経済産業省 「マナビDX」

デジタルに関する知識・能力を身につける学習コンテンツを紹介しています。



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。

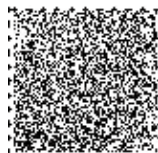
製造プロセスの見直しや既存設備の省エネ化など、エネルギー消費量を削減することは、CO₂削減に寄与するとともに、コスト削減にもつながるため、企業の利益確保に直接的に貢献します。また、環境に配慮した経営を価値と捉える消費者や取引先からの信頼も得られ、企業のブランド価値が高まるといった効果も期待できます。

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、こうした人材を取り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りますとともに、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。

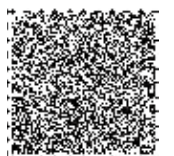
企業の特徴やPRしたいポイントを適切な方法で発信するとともに、就労者の潜在的なニーズを確実に把握することで、企業単体の持続可能性や発展性のみならず、中長期的に見て地域全体の人口動態や経済循環にも良い影響を与えるものと考えられます。地域全体の状況が上向くことは、個々の企業にも人材確保等の面で選択肢を与えるなど好影響を及ぼすことになり、地域、企業に好循環が生まれるものと期待されます。





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

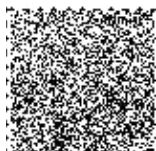
基本目標5 産業が元気で魅力と活力にあふれ働きがいのあるまちをつくる

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 –

人口減少社会にあって市内の中小企業・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

本計画の推進にあたっては、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たっては、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出来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

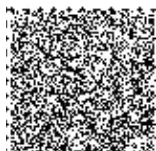
施策の展開



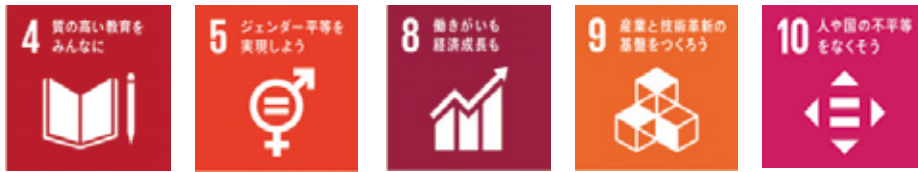
施策体系

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

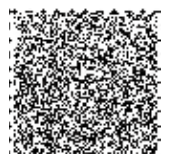
- 人材育成や事業承継に関する相談、関連セミナーや事例等の情報提供を行います。
- 人材育成や事業承継にかかる費用に対する補助金等の申請支援や周知を図ります。

1-4 多様な働き方の推進

- 働き方改革や子育て支援の充実などにより、多様な人材が働きやすい環境を整備します。
- 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。

数値目標

指標	現状値 令和4(2022)年度	目標値 令和9(2027)年度
多様な働き方実践企業認定企業数	60社	72社



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、交流人口や関係人口の増加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係る費用に対し、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 駅周辺の環境整備

- 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。

数値目標

指標	現状値 令和4(2022)年度	目標値 令和9(2027)年度
年間観光入込客数	1,770千人	2,400千人



基本施策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

- 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。
- 学生向けの就職相談・企業説明会等にて、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。
- 商品や社会貢献の取組み等をPRし、市内企業等のイメージ向上を図ります。
- 地場産品をふるさと納税寄附金の返礼品とすることにより、市内事業者のPRや販路開拓に繋がります。

3-4 官公需（公共調達）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販路拡大を支援します。

数値目標

指標	現状値 令和4(2022)年度	目標値 令和9(2027)年度
ふるさと納税寄附金の寄附者数	1,499人	2,800人
ふるさと納税寄附金の返礼品数	141品	300品



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、創業支援等事業計画を推進します。
- 空き店舗を活用した起業・創業に係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、製造する企業の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。

数値目標

指標	現状値 令和4(2022)年度	目標値 令和9(2027)年度
新たな流通・工業系用地面積	0.0 ha	80.0 ha



基本施策5 新たな課題への取組み



5-1 DXの推進

- 経営課題に対し、DXに取り組む企業の相談等の伴走支援や関連セミナー等の情報提供を行います。
- 設備のIoT化やAIによる需要予測など、DXの取組みに対する補助金等の申請支援や周知を図ります。

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。
- 地場産品について、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、公共交通の充実等、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。【再掲】
- 「BRIDGE LIFE Platform構想」など、産官学連携による次世代のまちづくりを推進します。

数値目標

指標	現状値 令和4(2022)年度	目標値 令和9(2027)年度
市内商店街のキャッシュレス化率	35.2%	40.0%





資料編



あ行

アプリケーション (28)

アプリケーション ソフトウェア (application software) の略。パソコンやサーバ、スマートフォンなどに搭載された基本ソフト (OS) と連動して駆動するコンピュータ上で動かす道具のこと。

か行

カーボンニュートラル (2)

人間の日常生活や経済活動による温室効果ガスの排出量から、植林や森林管理、新技術などによる吸収量を差し引いて、合計を実質的にゼロにすること。

学習コンテンツ (29)

コンピュータ上で使用する学習教材のこと。eラーニング (e-learning) システムと同義語。

環境経営 (30)

企業が持続的発展の過程で、地球環境と調和した経営を行っていく概念のこと。

さ行

再生可能エネルギー (35)

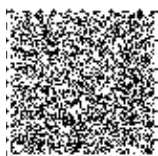
太陽光、太陽熱、風力、水力、地熱、大気中の熱、その他の自然界に存する熱、バイオマスなど、繰り返し永続的に利用することができるエネルギー源のこと。

産業集積 (40)

特定の地域内に相互に関連する複数の企業、産業が立地、集積している状態のこと。

次世代自動車 (30)

運輸部門からの二酸化炭素 (CO₂) 削減のため、ハイブリッド自動車、電気自動車、プラグインハイブリッド自動車、燃料電池自動車、クリーンディーゼル自動車等を「次世代自動車」として政府が定め、令和12 (2030) 年までに新車乗用車の5~7割を次世代自動車とする目標を掲げている。



次世代省エネ建材（30）

既存住宅（中古住宅）の省エネルギーの促進が期待できる高性能断熱材や蓄熱・調質材などのこと。

次世代蓄電池（30）

繰り返しの充電により使用できる電池を蓄電池（二次電池とも呼ばれる）と呼び、現行の蓄電池をさらに高容量化、高性能化した電池の総称のこと。

循環型社会（44）

経済活動において、地球環境の維持を念頭に資源やエネルギーの損失を抑えて効率的に活用（リサイクル）する循環的な社会システムのこと。

ジョブ・シェアリング（31）

フルタイム労働者1人で担当する職務を、2人以上が組になって分担することで、共同で職務の責任を負い、評価や処遇もセットで受ける働き方のこと。

生産年齢人口（24）

労働力の中核となり生産活動の中心を支える人口のことで、経済協力開発機構（OECD）では15～64歳の人口と定義している。

製造品出荷額等（8）

国内の製造業で、年間を通じて事業所の所有する原材料によって製造されたもので、当該事業所から出荷した場合の工業出荷額のこと。

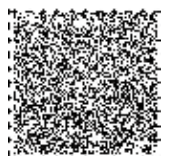
ゼロカーボンシティ（30）

令和32（2050）年までに、二酸化炭素排出量実質ゼロに取り組むことを表明した地方公共団体のこと。

た行

地域内経済循環（31）

各地域が地域資源を生かして自立・分散型の社会を形成すると同時に、地域間で補完し支え合うという考え方に基づいた経済活動全般のこと。



テレワーク (31)

ICT（情報通信技術）を利用した、時間や場所を有効に活用できる柔軟な働き方のこと。その意義・効果としては、家族と過ごす時間や自己啓発時間などの増加、柔軟な働き方の実現による有能・多様な人材確保と流出防止、オフィス分散化による災害時等の迅速な対応などが挙げられる。リモートワークと呼ばれることもある。

は行

バイオマスエネルギー (30)

動植物から生まれた資源（バイオマス）を燃料にして発電や熱により生まれたエネルギーの総称のこと。

ブランディング (40)

自社製品やサービス、社名などについて、他社と差別化して認知度や信頼度、イメージを高めるための活動の総称のこと。

ふるさと納税 (43)

生まれ育ったふるさとや、自分の意思で応援したい自治体を選んで寄附をする制度のこと。

フレックスタイム制度 (31)

労働者が日々の始業・終業時刻、労働時間を自ら決めることによって、生活と業務との調和を図りながら効率的に働くことができる制度のこと。

ペーパーレス化 (28)

情報を紙に印字する代わりに電子データにして保存、活用することによって、ペーパー（紙）を使わない環境を目指すこと。

ら行

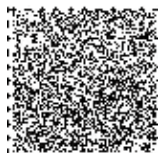
リモート (28)

リモートコントロール（Remote control）の略。離れた場所から無線やオンラインネットワークで機械やコンピュータを操作すること。

わ行

ワークライフバランス (31)

仕事と生活の調和を指し、勤務形態や休暇制度の多様化により仕事と生活を両立させること。



英数字

AI (28)

Artificial Intelligence（人工知能）の略。人工的な方法による学習、推論、判断等の知的な機能の実現および人工的な方法により実現した当該機能の活用に関する技術のこと。

DX（デジタル・トランスフォーメーション）（2）

Digital Transformationの略。ビッグデータやAI（人工知能）などのIT（情報技術）を使い、ビジネスモデルや組織構造を変革させること。

EC (28)

Electronic Commerce（電子商取引）の略。インターネットを使って行われる物やサービスの取引のこと。

EV（電気自動車）（30）

Electric Vehicleの略。内燃機関を持たず、電気をエネルギー源に、モーターを駆動して走行する自動車のこと。

FCV（燃料電池自動車）（30）

Fuel Cell Vehicleの略。水素と酸素の化学反応で発電する燃料電池を搭載し、発電で得られた電力でモーターを駆動して走行する自動車のこと。

ICT (24)

Information and Communication Technologyの略。コンピューターやデータ通信に関する技術を総称的に表す語。情報通信技術のこと。

IoT (28)

Internet of Things（モノのインターネット）の略。自動車、家電、ロボット、施設などあらゆるモノがインターネットとつながり、相互に情報交換や制御ができる仕組みのこと。



2 久喜市中小企業・小規模企業振興基本条例

平成29年3月22日 条例第10号

久喜市は、東北縦貫自動車道や首都圏中央連絡自動車道が開通し、交通の利便性を生かして、工業団地が整備され、企業進出も進み、大型商業施設等も立地している。

このような中、市内に立地する企業の大多数を占める中小企業・小規模企業は、地域の雇用と経済を支え、その発展に寄与するとともに、まちづくり等においても地域社会の担い手として重要な役割を果たしてきた。

人口の減少、少子高齢化の進行、経済活動のグローバル化の進展等、経済・社会構造が大きく変化している中で、持続的に発展するまちづくりを進めていくためには、中小企業・小規模企業の役割とあり方について、市民、事業者、経済団体等及び市が共通認識を持ち、協働により中小企業・小規模企業の振興に向けた取組みを実施していくことが重要である。

ここに、市は、市民、事業者及び経済団体等と連携を図り、中小企業・小規模企業の振興を市政の重点課題と位置付け、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、この条例を制定する。

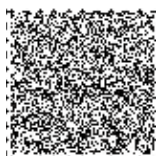
目的

第1条 この条例は、地域経済の発展に果たす重要な役割を中小企業・小規模企業が担っていることに鑑み、中小企業・小規模企業の振興について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、経済団体等及び市が、それぞれの役割等を明らかにし、本市経済の活性化を図り、もって市民生活の向上に寄与することを目的とする。

定義

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- (1) 事業者 市内で営利を目的とする事業を営む法人及び個人をいう。
- (2) 中小企業 中小企業基本法（昭和38年法律第154号。以下「法」という。）第2条第1項に規定する事業者であって、市内に事務所又は事業所を有するものをいう。
- (3) 小規模企業 法第2条第5項に規定する事業者であって、市内に事務所又は事業所を有するものをいう。
- (4) 経済団体等 次に掲げるものをいう。
 - ア 市内に事務所を有する商工会法（昭和35年法律第89号）に基づく商工会
 - イ 市内に本店又は支店を有する銀行、信用金庫その他金融機関
 - ウ 市内に本店又は支店を有する農業協同組合法（昭和22年法律第132号）に基づく農業協同組合
 - エ その他経済活動の発展に寄与する市内の団体等及びこれに準じる団体等
- (5) 大企業 中小企業・小規模企業以外の事業者で市内に事務所又は事業所を有するものをいう。
- (6) 市民 市内に在住、在勤又は在学する者をいう。



基本理念

第3条 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

第4条 市は、第1条の目的を達成するため、前条の基本理念に基づき、次に掲げる施策を行うものとする。

- (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

市の責務

第5条 市は、市民、事業者及び経済団体等と連携を図りながら、経済・社会情勢の変化に対応した中小企業・小規模企業の振興のための適切な施策を推進し、財政上の措置並びに国、県等との連携及び協力を努めるものとし、必要に応じて国、県等に対し施策の充実及び改善の要請を行うものとする。

2 市は、前条の施策を推進するにあたり、資金、人材等の確保が特に必要であると思われる小規模企業の事情に配慮するよう努めるものとする。

3 市は、工事の発注、物品及び役務の調達等に当たっては、予算の適正な執行に留意しつつ、中小企業・小規模企業の受注機会の増大に努めるものとする。

中小企業・小規模企業の役割

第6条 中小企業・小規模企業は、経済・社会情勢の変化に対応して自主的に事業活動の向上及び改善に努めるものとする。

2 中小企業・小規模企業は、事業活動を行うに当たっては、経営基盤の強化、人材の育成及び雇用環境の充実を図り、従業員が生きがい及び働きがいを得ることができる職場づくりに自主的な努力をするものとする。

3 中小企業・小規模企業は、市が実施する中小企業・小規模企業振興策に協力するよう努めるものとする。



- 4 中小企業・小規模企業は、市内の他の事業者及び経済団体等との連携に努めるとともに、市内で生産、製造及び加工される製品並びに市内で提供される役務の利用に努めるものとする。
- 5 中小企業・小規模企業は、地域社会を構成する一員として、商工会等の中小企業・小規模企業支援団体等へ加入するとともに、暮らしやすい地域社会の実現に貢献するよう努めるものとする。

経済団体等の役割.....

第7条 経済団体等は、中小企業・小規模企業の経営の向上及び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るものとする。

大企業の役割.....

第8条 大企業は、中小企業・小規模企業の振興が市の経済活動の発展に重要な役割を果たすことを理解し、中小企業・小規模企業との連携を図るとともに、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るものとする。

- 2 大企業は、市内における中小企業・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内で生産、製造及び加工される製品並びに市内で提供される役務の利用に努めるものとする。
- 3 大企業は、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るものとする。

市民の役割.....

第9条 市民は、中小企業・小規模企業の振興が市民生活の安定及び向上並びに地域社会の活性化に資する役割を理解し、中小企業・小規模企業の健全な発展及び育成に協力するものとする。

- 2 市民は、消費者として市内で生産、製造及び加工される製品の購買又は消費並びに市内で提供される役務の利用に努めるものとする。

久喜市中小企業・小規模企業振興会議.....

第10条 市は、第1条の目的の達成及び第4条に規定する基本的施策の実施について審議を行うため、別に条例で定めるところにより、久喜市中小企業・小規模企業振興会議（以下「会議」という。）を設置する。

- 2 市は、会議において審議される施策等に対し、市民、事業者、経済団体等と協働してその実現に向けて取り組むものとする。

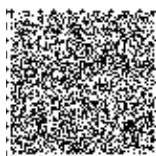
委任.....

第11条 この条例に定めるもののほか、この条例の施行に関し必要な事項は、市長が別に定める。

附則

施行期日.....

- 1 この条例は、平成29年4月1日から施行する。
（（仮称）久喜市中小企業・小規模企業振興基本条例検討委員会条例の廃止）
- 2 （仮称）久喜市中小企業・小規模企業振興基本条例検討委員会条例（平成28年久喜市条例第33号）は、廃止する。



3 久喜市中小企業・小規模企業振興会議

1 久喜市中小企業・小規模企業振興会議条例

平成29年6月29日 条例第26号

設置

第1条 久喜市中小企業・小規模企業振興基本条例（平成29年久喜市条例第10号）第10条第1項の規定に基づき、久喜市中小企業・小規模企業振興会議（以下「振興会議」という。）を置く。

所掌事務

第2条 振興会議は、次に掲げる事項を所掌する。

- (1) 市長の諮問に応じ、中小企業・小規模企業の振興施策に係る事項について審議し、その結果を市長に答申すること。
- (2) その他中小企業・小規模企業の振興に関することについて審議し、市に提言すること。

組織

第3条 振興会議は、委員15人以内で組織する。

委員の委嘱

第4条 委員は、次に掲げる者のうちから、市長が委嘱する。

- (1) 公募による市民
- (2) 学識経験を有する者
- (3) 商工業関係団体を代表する者
- (4) 市内の金融機関を代表する者
- (5) その他市長が必要と認める者

委員の任期等

第5条 委員の任期は、2年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

- 2 委員は、再任されることができる。
- 3 前条第3号及び第4号に掲げる委員は、その職を離れたときは、委員の職を失うものとする。

会長及び副会長

第6条 振興会議に会長及び副会長を置き、委員の互選によりこれを定める。

- 2 会長は、会務を総理し、振興会議を代表する。
- 3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。



会議

第7条 振興会議の会議は、会長が招集し、その議長となる。ただし、委員委嘱後の最初の会議は、市長が招集する。

2 振興会議の会議は、委員の半数以上が出席しなければ、開くことができない。

3 振興会議の会議の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

意見聴取等

第8条 会長は、必要があると認めるときは、振興会議の会議に関係者の出席を求め、意見若しくは説明を聴き、又は関係者に必要な資料の提出を求めることができる。

庶務

第9条 振興会議の庶務は、環境経済部久喜ブランド推進課において処理する。

委任

第10条 この条例に定めるもののほか、振興会議の運営に関し必要な事項は、会長が振興会議に諮って定める。

附 則

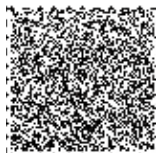
施行期日

1 この条例は、公布の日から施行する。

(久喜市の特別職の職員で非常勤のものの報酬及び費用弁償に関する条例の一部改正)

2 久喜市の特別職の職員で非常勤のものの報酬及び費用弁償に関する条例（平成22年久喜市条例第44号）の一部を次のように改正する。

(次のよう) 略



② 委員名簿

	職名	氏名	選任区分	備考	
1		有馬 健二	公募による市民	令和5(2023)年12月20日まで	
		伊藤 秀		令和5(2023)年12月21日から	
2		木内 明子		令和5(2023)年12月20日まで	
		越智 優作		令和5(2023)年12月21日から	
3		塩谷 久美子		令和5(2023)年12月20日まで	
		川合 祐輔		令和5(2023)年12月21日から	
4		杉山 重美		令和5(2023)年12月20日まで	
		橋本 邦夫		令和5(2023)年12月21日から	
5		前田 昭信		令和5(2023)年12月20日まで	
		吉田 正幸		令和5(2023)年12月21日から	
6	会長	北條 陽子		学識経験を有する者	
7		柏浦 茂		商工業関係団体を代表する者	
8		坂田 庄巳	令和5(2023)年3月31日まで		
		利根川 淳	令和5(2023)年4月1日から		
9		白石 謹章	令和5(2023)年12月20日まで		
		荻野 英樹	令和5(2023)年12月21日から		
10		杉田 栄子			
11		床爪 史子			
12		水野 浩美			
13	副会長	渡邊 邦夫	令和5(2023)年3月31日まで		
	副会長	安食 稔	令和5(2023)年4月1日から		
14		河野 哲也	市内の金融機関を代表する者		
15		吉田 きく江	その他市長が必要と認める者		令和5(2023)年12月20日まで
		知久 公子		令和5(2023)年12月21日から	

※氏名の一部にJIS規格第1・第2水準にない文字があるため、第1水準の漢字で表記しています。



3 諮問

久喜市中小企業・小規模企業振興会議
会長 北條 陽子 様

久ブ第 663 号
令和5年10月2日

久喜市長 梅 田 修 一

第2期久喜市中小企業・小規模企業振興基本計画（案）の策定について（諮問）

久喜市中小企業・小規模企業振興会議条例第2条の規定に基づき、下記について貴会議に必要な事項の検討を依頼し、その結果について答申を求めます。

記

第2期久喜市中小企業・小規模企業振興基本計画（案）を策定すること

4 答申

久喜市長 梅田 修一 様

令和6年3月13日

久喜市中小企業・小規模企業振興会議
会長 北 條 陽 子

第2期久喜市中小企業・小規模企業振興基本計画（案）について（答申）

令和5年10月2日付け久ブ第663号で諮問のあった第2期久喜市中小企業・小規模企業振興基本計画（案）の策定について、当会議において検討した結果、別紙のとおり答申いたします。



4 計画の策定経過

日付	会議等	主な内容
令和4(2022)年 11月4日	令和4年度第1回 久喜市中小企業・小規模企業振興会議	○次期中小企業・小規模企業振興基本計画の策定に係るアンケート調査について
令和5(2023)年 3月1日～31日	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の実施	配布(郵送) 回答(郵送または電子フォーム) ○事業者アンケート ○消費者アンケート
令和5(2023)年 10月2日	令和5年度第1回 久喜市中小企業・小規模企業振興会議	○諮問 ○第2期久喜市中小企業・小規模企業振興基本計画の策定について ○第2期久喜市中小企業・小規模企業振興基本計画策定に係るアンケート調査集計報告について ○第2期久喜市中小企業・小規模企業振興基本計画の構成イメージ(章立て)(案)について ○第2期久喜市中小企業・小規模企業振興基本計画の将来像及び施策体系案)について
令和5(2023)年 12月25日	令和5年度第2回 久喜市中小企業・小規模企業振興会議	○第2期久喜市中小企業・小規模企業振興計画の素案について ○基本施策に対する数値目標(案)について
令和6(2024)年 2月21日	令和5年度第3回 久喜市中小企業・小規模企業振興会議	○第2期久喜市中小企業・小規模企業振興基本計画(最終素案)について
令和6(2024)年 3月13日	令和5年度第4回 久喜市中小企業・小規模企業振興会議	○第2期久喜市中小企業・小規模企業振興基本計画(案)について ○答申



第2期久喜市中小企業・小規模企業振興基本計画

令和6(2024)年3月発行

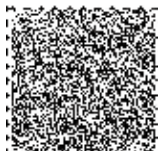
発行 久喜市

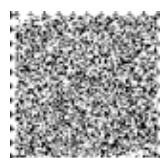
編集 環境経済部 久喜ブランド推進課

〒346-0192 埼玉県久喜市菖蒲町新堀38番地

電話 0480-85-1111(代表)

URL <https://www.city.kuki.lg.jp/>







事業者向け支援情報

