

久喜市中小企業・小規模企業振興基本計画 (案)

平成 31 年 (2019 年) 3 月

久喜市中小企業・小規模企業振興会議

目次

第1章 計画の概要	1
(1) 計画策定の趣旨	1
(2) 計画の位置づけ	1
(3) 計画期間	1
第2章 中小企業・小規模企業を取り巻く環境	2
(1) 時代潮流	2
(2) 国の中小企業・小規模企業政策	3
(3) 埼玉県の中企業・小規模企業政策	5
(4) 久喜市の上位計画等	6
第3章 久喜市の中小企業・小規模企業の状況	9
(1) 人口の推移	9
(2) 産業構造	10
(3) 商業（卸売・小売業）の状況	15
(4) 工業（製造業）の状況	18
(5) サービス業（宿泊・飲食、生活関連・娯楽）の状況	20
(6) アンケート調査の結果概要	22
(7) 課題の整理	29
第4章 計画の基本的な考え方	31
(1) 基本理念	31
(2) 久喜市が目指す中小企業・小規模企業とまちの将来像	31
(3) 施策体系	32
第5章 施策の展開	33
基本施策1 経営基盤の強化を支援する	33
基本施策2 新たなチャレンジを応援する	35
基本施策3 つながり・連携を促進する	37
基本施策4 賑わいを創出する	39
基本施策5 事業環境を整備する	42
第6章 計画の推進	44
(1) 推進体制	44
(2) 市の責務と各主体の役割	44
(3) PDCAによる進捗管理	45

資 料 編	46
(1) 用語解説	46
(2) 久喜市中小企業・小規模企業振興基本条例	48
(3) 久喜市中小企業・小規模企業振興会議	51
(4) 計画の策定経過	53

第1章 計画の概要

(1) 計画策定の趣旨

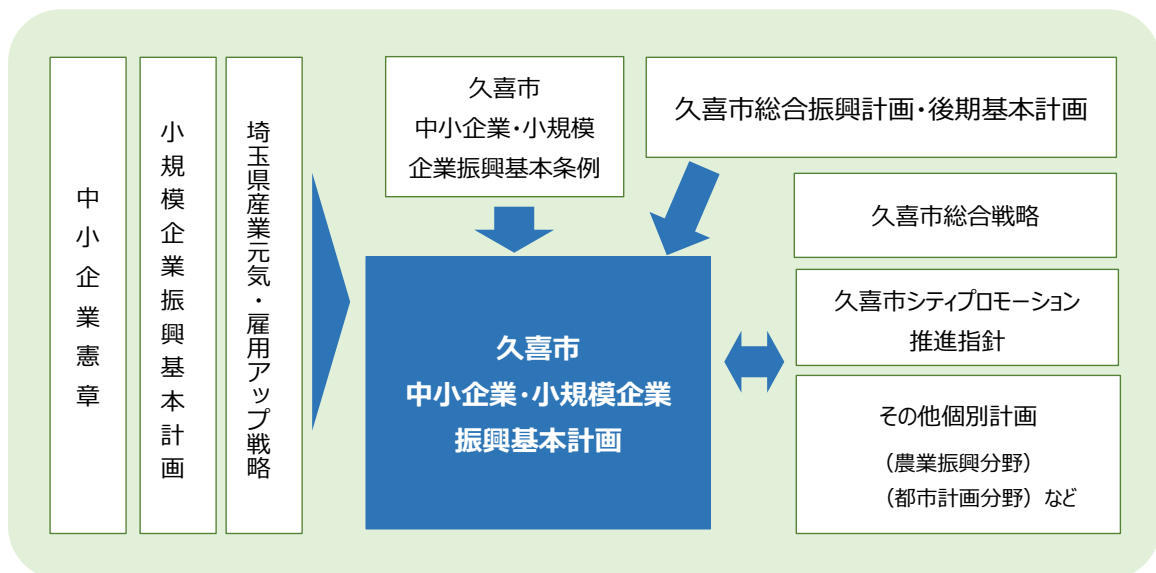
市内に立地する企業の大多数を占める中小企業・小規模企業は、地域の雇用と経済を支え、その発展に寄与するとともに、まちづくり等においても地域社会の担い手として重要な役割を果たしています。

人口減少、少子高齢化の進行、経済活動のグローバル化の進展等、社会・経済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・小規模企業が果たしている役割を鑑み、その振興に向けて取り組んでいく必要があります。

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) 計画の位置づけ

本計画は、平成 29 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。また、国の「中小企業憲章」、「小規模企業振興基本計画」、埼玉県「産業元気・雇用アップ戦略」の方向性を踏まえるとともに、本市政の最上位計画である「久喜市総合振興計画」や関連計画となる「久喜市総合戦略」、「久喜市シティプロモーション推進指針」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。



(3) 計画期間

本計画の期間は、平成 31 年度（2019 年度）から平成 35 年度（2023 年度）までの 5 か年度とします。

第2章 中小企業・小規模企業を取り巻く環境

(1) 時代潮流

① 人口減少・少子高齢化の進行

我が国の人口は、平成20年（2008年）をピークに減少局面に転じています。特に人口規模の小さい市町村ほど人口減少や高齢化の傾向が強まっており、より厳しい状況となっています。

人口減少・少子高齢化に伴い、地域における消費の縮小や生産年齢人口の減少といった影響が懸念されます。近年は、景気回復基調の中で中小企業・小規模企業にとっては人材不足が深刻化してきており、労働条件の改善や女性・シニア等による人材確保を図るとともに、業務プロセスの見直しや人材育成、IT活用、事業再編・統合等による労働生産性の向上に取り組んでいくことが求められています。

② 経済活動のグローバル化

経済活動のグローバル化を背景に、海外への販路拡大や生産拠点の海外移転など海外展開を進める中小企業が増えてきています。また、インバウンド拡大に伴う訪日外国人対策など海外需要を積極的に取り込むとする取組が活発になっています。

一方で、中小企業が海外展開を進めるにあたっては、資金面や人材確保のほか、法制度・商習慣の違いや政治リスク等への対応など、様々な困難に直面することもあります。

人口減少に伴う国内需要の長期的な停滞も見込まれる中、中小企業の積極的な海外展開に対する支援が求められています。

③ 急速な技術革新による「第4次産業革命」

情報通信技術をはじめ各種技術の進化等を背景に、世界中の様々なモノがインターネットにつながるIoT時代が到来しています。それに伴い、データ流通量が飛躍的に増大し、それらビッグデータの分析・活用が広まっています。さらに、人工知能（AI）技術が進展し、生産性の向上や業務改善、市場開拓等への活用が注目されています。

こうした動きは「第4次産業革命」と呼ばれ、生産、販売、消費といった経済活動に加え、健康、医療、公共サービス等の幅広い分野や、人々の働き方、ライフスタイルにも影響を与えられ、国は、「日本再興戦略2016」の中で、その実現の鍵をオープンイノベーションと人材育成であるとし、国全体に普及していく鍵を中堅・中小企業であるとしています。

(2) 国の中小企業・小規模企業政策

① 中小企業憲章

平成22年(2010年)6月、国は中小企業政策の基本的考え方と方針を明らかにした「中小企業憲章」を閣議決定しました。

中小企業憲章では、「中小企業は経済を牽引する力であり、社会の主役として地域社会と住民生活に貢献し、伝統技能や文化の継承に重要な機能を果たす、国家の財産ともいふべき存在であるとの認識のもと、国内の少子高齢化や経済社会の停滞等の解消に向けて、医療、福祉、情報通信技術、地球温暖化問題をはじめとする環境・エネルギーなど市場の成長が期待できる分野で力を発揮し、豊かな経済、安心できる社会、そして人々の活力をもたらす、日本が世界に先駆けて未来を切り拓くモデルを示す。」としています。さらに憲章では、この理念を踏まえ、5つの基本原則と8つの行動指針を示し、それらの柱に沿って具体的な取組を進めるとしています。

【基本原則】

- 一. 経済活力の源泉である中小企業が、その力を思う存分に発揮できるよう支援する
- 二. 起業を増やす
- 三. 創意工夫で、新しい市場を切り拓く中小企業の挑戦を促す
- 四. 公正な市場環境を整える
- 五. セーフティネットを整備し、中小企業の安心を確保する

【行動指針】

- 一. 中小企業の立場から経営支援を充実・徹底する
- 二. 人材の育成・確保を支援する
- 三. 起業・新事業展開のしやすい環境を整える
- 四. 海外展開を支援する
- 五. 公正な市場環境を整える
- 六. 中小企業向けの金融を円滑化する
- 七. 地域及び社会に貢献できるよう体制を整備する
- 八. 中小企業への影響を考慮し政策を総合的に進め、政策評価に中小企業の声を生かす

② 小規模企業振興基本法

平成 26 年（2014 年）6 月、小規模企業の振興の基本原則、基本方針等を定めるとともに、小規模企業の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するため、「小規模企業振興基本法」（以下、「小規模基本法」という。）が制定されました。

小規模基本法では、小規模企業の振興においては、個人事業者をはじめ自己の知識及び技能を活用して多様な事業を創出する小企業者が、多様な主体との連携及び協働を推進することによりその事業の持続的な発展が図られること、そして、小企業者がその経営資源を有効に活用し、活力の向上が図られ、円滑かつ着実な事業の運営が確保されるよう考慮することを基本原則としています。

また、政府は、小規模企業の振興に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、小規模企業振興基本計画（以下「基本計画」という。）を定めなければならないとしており、平成 26 年（2014 年）10 月に基本計画を策定しました。

【小規模企業振興基本計画における 4 つの目標と 10 の重点施策】

目標 1. 需要を見据えた経営の促進

- （重点施策 1）ビジネスプラン等に基づく経営の促進
- （重点施策 2）需要開拓に向けた支援
- （重点施策 3）新事業展開や高付加価値化の支援

目標 2. 新陳代謝の促進

- （重点施策 4）起業・創業支援
- （重点施策 5）事業承継・円滑な事業廃止
- （重点施策 6）人材の確保・育成

目標 3. 地域経済の活性化に資する事業活動の推進

- （重点施策 7）地域経済に波及効果のある事業の推進
- （重点施策 8）地域のコミュニティを支える事業の推進

目標 4. 地域ぐるみで総力を挙げた支援体制の整備

- （重点施策 9）支援体制の整備
- （重点施策 10）手続きの簡素化・施策情報の提供

(3) 埼玉県の中小企業・小規模企業政策

① 埼玉県中小企業振興基本条例・小規模企業振興基本条例

埼玉県は、中小企業が県経済において果たす役割の重要性を鑑み、平成14年（2002年）12月に「埼玉県中小企業振興基本条例」を制定しました。平成24年（2012年）10月に、中小企業を取り巻く経営環境の変化を踏まえ、改正が行われています。

条例では、中小企業振興の基本となる事項を定め、中小企業の健全な発展を図ることにより、県経済の活性化及び発展に寄与することを目的として、経営基盤強化の支援、海外における事業展開等の促進、金融円滑化の推進、商工団体の活動の促進など10の振興施策の大綱を規定しています。

また、平成29年（2017年）12月に、小規模企業の振興の基本となる事項を定めた「埼玉県小規模企業振興基本条例」を制定しています。

② 埼玉県産業元気・雇用アップ戦略

埼玉県中小企業振興基本条例を具現化するための戦略として、平成24年（2012年）7月に「埼玉県産業元気・雇用アップ戦略」を策定しています。平成29年（2017年）3月に、その後の環境変化や「埼玉県5か年計画-希望・活躍・うらおいの埼玉-」を踏まえ、埼玉県の強みを生かした産業と労働にかかる施策展開の方向性や具体的なプログラムを示すものとして、新たな「埼玉県産業元気・雇用アップ戦略」を策定しています。

戦略では、埼玉県の持続的な成長を実現し、多彩な企業や「人財」が活躍できる社会の実現を目指すとともに、県内の多彩な「人財」が意欲と能力を最大限に発揮して活躍できる社会の実現を目指しています。

【施策展開】

- I 埼玉の成長を生み出す産業を振興する
 - 施策1 変化に向き合う中小企業・小規模事業者の支援
 - 施策2 先端産業・次世代産業の振興
 - 施策3 産業集積の推進
 - 施策4 商業・サービス産業の育成
 - 施策5 魅力ある観光の推進
- II 多彩な人財が活躍できる社会をつくる
 - 施策6 就業支援と働きやすい環境の整備
 - 施策7 シニアが働きやすい環境づくりと就業・起業支援
 - 施策8 女性が活躍しやすい環境づくりと就業・起業支援
 - 施策9 障害者の就業支援
 - 施策10 産業人材の確保・育成

(4) 久喜市の上位計画等

① 久喜市総合振興計画

市政における最上位計画として、平成 25 年（2013 年）3 月に「久喜市総合振興計画」を策定し、将来像「豊かな未来を創造する個性輝く文化田園都市～人と愛 水と緑 市民主役のまち～」の実現に向けて 7 つの大綱を定めています。

併せて「前期基本計画」を策定し、まちづくりに関する各種施策を展開してきましたが、前期基本計画の計画期間が平成 29 年度（2017 年度）をもって終了することに伴い、平成 30 年度（2018 年度）を初年度とする「後期基本計画」を策定しました。

7 つの大綱のうち、中小企業・小規模企業の振興にかかる分野は、「地域の産業が元気で、多彩な企業が集積する豊かなまち」に位置付け、本市の優れた交通条件を生かし、企業の誘致を促進し、雇用機会に恵まれた豊かな地域経済の構築を図るとともに、地域特性を活用した農業や商業の振興を図り、賑わいや働きがいのあるまちづくりを進めるとしています。

【将来像】

豊かな未来を創造する個性輝く文化田園都市 ～人と愛 水と緑 市民主役のまち～

大綱 1 市民が参加し、地域コミュニティ豊かなまち

大綱 2 自然とふれあえる、環境に優しいまち

大綱 3 子どもから高齢者まで、誰もが健康で安心して暮らせるまち

大綱 4 心豊かな人材を育み、郷土の歴史文化を大切にするまち

大綱 5 安全で調和のとれた住みよい快適なまち

大綱 6 地域の産業が元気で、多彩な企業が集積する豊かなまち

産業振興は、市民の豊かな暮らしを支え、自立した都市づくりの実現を財政面から支える基盤であるとともに、まちの活気や賑わいを生み出す原動力となるものです。

本市の優れた交通条件を生かし、企業の集積を促進し、雇用機会に恵まれた地域経済の豊かなまちを築きます。

さらに、地域特性を活用しながら農業や商業の振興を図り、賑わいや働きがいのあるまちづくりを進めます。

大綱 7 行財政を見直し、改革を進めるまち

② 久喜市総合戦略

本市は、国が策定した「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の基本的な考え方や政策5原則等を基に、人口減少の克服と地域経済活性化を目指し、平成28年（2016年）3月に「久喜市総合戦略」を策定しました。

総合戦略では、その基本目標のひとつに「安心して働けるまちをつくる」を掲げ、地域産業の競争力強化や市内での人材育成、雇用対策等に取り組むとし、その実現に向けた重要業績評価指標（KPI）を掲げています。

基本目標1 安心して働けるまちをつくる

- 1 地域産業の競争力の強化
- 2 農業分野での競争力の強化
- 3 市内への人材還流、市内での人材育成、雇用対策

<重要業績評価指標（KPI）>（抜粋）

- ・企業誘致奨励金を交付した企業数（累計）28企業
- ・空き店舗の活用件数 4件

基本目標2 若者に選ばれる魅力的なまちをつくる

基本目標3 結婚・出産・子育ての希望をかなえるまちをつくる

基本目標4 いつまでも安全して暮らせるまちをつくる

③ 久喜市シティプロモーション推進指針

本市が有する地域資源や魅力を高め、その魅力を戦略的かつ効果的に内外に情報発信していくことで、市のイメージを向上させ、交流人口・定住人口の増加、企業誘致等を図るとともに、市民が地域の魅力を再認識し、誇りや愛着心を高めることにより、地域の活性化と住民満足度の向上を図るため、平成25年（2013年）12月に「久喜市シティプロモーション推進指針」を策定し、平成30年（2018年）3月に見直しを行っています。

指針では、キャッチフレーズを「永久に喜び暮らせるまち @ホームタウン☆くま」と設定し、魅力の発信と魅力アップに向けたさまざまな作戦を示しています。

④ 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

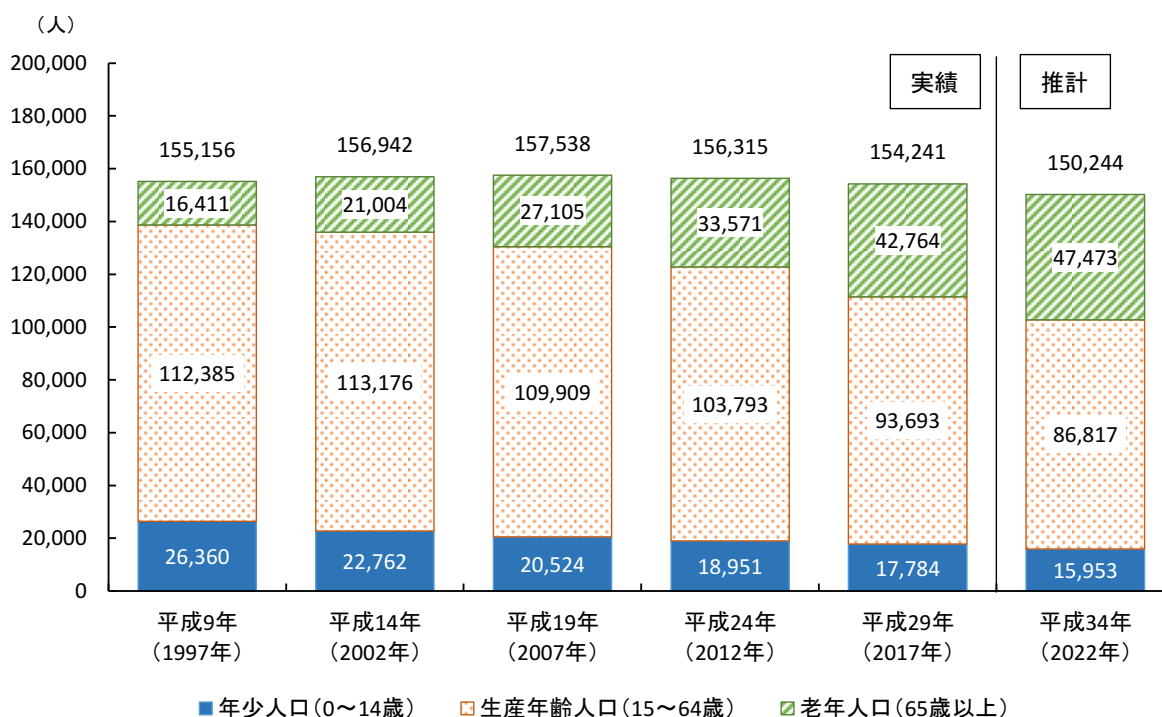
第3章 久喜市の中小企業・小規模企業の状況

(1) 人口の推移

本市の人口は、平成29年（2017年）1月1日現在で154,241人（住民基本台帳人口）となっています。平成19年（2007年）ごろをピークに減少傾向にあり、平成34年（2022年）には150,244人になると推計されています。

特に本市産業の活動を支える生産年齢人口は大きく減少することが予想されており、地域経済の活性化に向けて、人材の確保とともに、高付加価値化、生産性の向上を図っていく必要があります。

■年齢3区分別人口の推移



※推計値については、端数処理のため総人口と階層別人口合計が一致しないことがあります。

【出典】久喜市総合振興計画後期基本計画(住民基本台帳人口 各年1月1日現在)

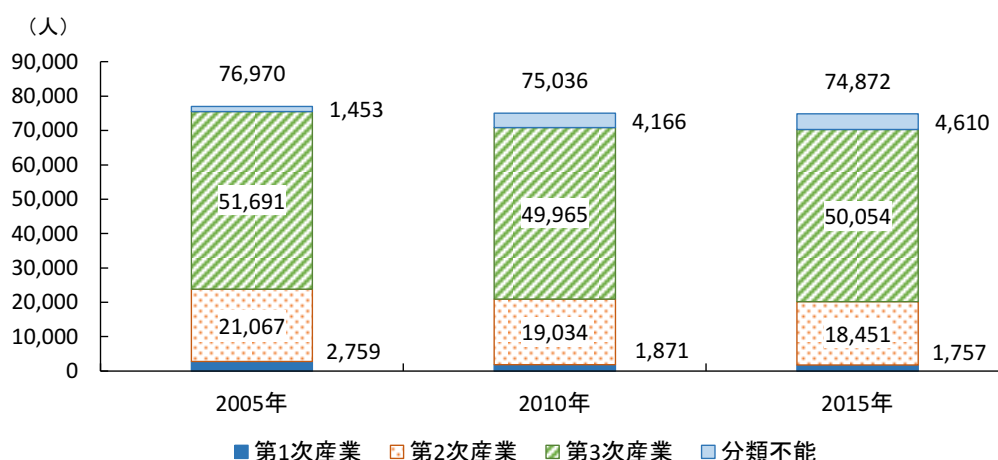
(2) 産業構造

① 就業人口

本市の就業人口は、平成 27 年（2015 年）10 月現在で 74,872 人となっています。生産年齢人口の減少に伴い、就業人口も減少してきており、平成 17 年（2005 年）から 10 年間で 2,098 人（2.7%）減少しています。

産業別にみると、「製造業」が最も多く、平成 27 年（2015 年）で 13,435 人となっています。次いで「卸売業・小売業」（同 11,755 人）、「医療、福祉」（同 7,246 人）と続いています。埼玉県や全国と比べると、やや「運輸業・郵便業」の割合が高いほかは、概ね同様の構成比となっています。

■ 産業別就業人口の推移



【出典】 国勢調査(各年 10 月 1 日現在)

■ 産業大分類別就業人口・構成比

	久喜市		埼玉県	全国
	就業者数	構成比	構成比	構成比
A 農業, 林業	1,753	2.3%	1.6%	3.5%
B 漁業	4	0.0%	0.0%	0.3%
C 鉱業, 採石業, 砂利採取業	2	0.0%	0.0%	0.0%
D 建設業	5,014	6.7%	7.3%	7.4%
E 製造業	13,435	17.9%	15.8%	16.2%
F 電気・ガス・熱供給・水道業	392	0.5%	0.4%	0.5%
G 情報通信業	2,139	2.9%	4.0%	2.9%
H 運輸業, 郵便業	6,166	8.2%	6.5%	5.2%
I 卸売業, 小売業	11,755	15.7%	15.5%	15.3%
J 金融業, 保険業	1,751	2.3%	2.8%	2.4%
K 不動産業, 物品賃貸業	1,407	1.9%	2.4%	2.0%
L 学術研究, 専門・技術サービス業	2,224	3.0%	3.4%	3.3%
M 宿泊業, 飲食サービス業	3,450	4.6%	5.1%	5.5%
N 生活関連サービス業, 娯楽業	2,402	3.2%	3.5%	3.5%
O 教育, 学習支援業	3,201	4.3%	4.2%	4.5%
P 医療, 福祉	7,246	9.7%	10.0%	11.9%
Q 複合サービス事業	429	0.6%	0.6%	0.8%
R サービス業(他に分類されないもの)	4,981	6.7%	6.5%	6.0%
S 公務(他に分類されるものを除く)	2,511	3.4%	3.2%	3.4%
T 分類不能の産業	4,610	6.2%	7.4%	5.4%
合計	74,872	100.0%	100.0%	100.0%

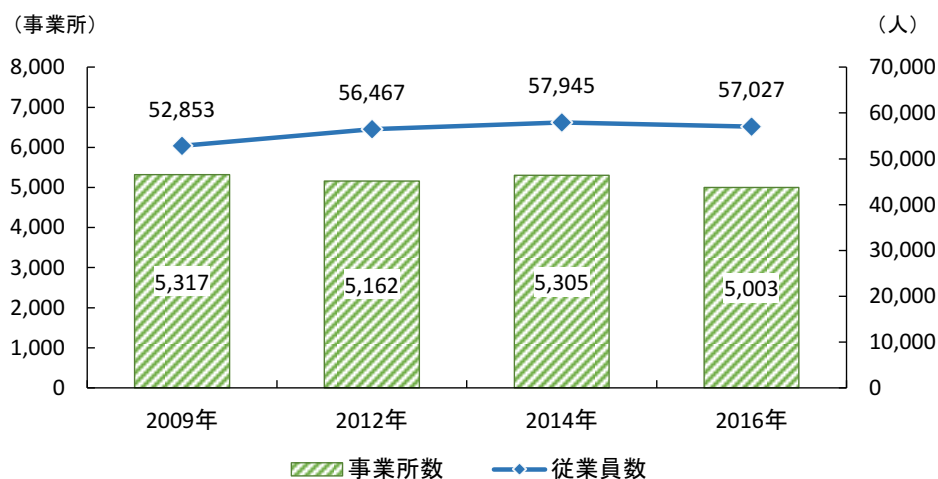
【出典】 国勢調査(各年 10 月 1 日現在)

② 事業所・従業員

本市の事業所数は、平成28年（2016年）現在で5,003事業所、従業員数は同57,027人となっています。

規模別にみると、1～4人の事業所が全体の54.1%、20人未満の事業所が9割近くを占めています。100人以上の事業所は全体の1.3%ですが、従業員数は全体の約3割となっています。埼玉県、全国の構成比と大きな違いはみられません。

■市内の事業所数・従業員数の推移



【出典】 経済センサス-基礎調査・活動調査

※2009年及び2014年は7月1日現在、2012年は2月1日現在、2016年は6月1日現在

■規模別事業所数・構成比(2016年)

	久喜市		埼玉県	全国
	事業所数	構成比	構成比	構成比
1～4人	2,707	54.1%	55.8%	57.1%
5～9人	993	19.8%	19.7%	19.8%
10～19人	667	13.3%	12.8%	12.2%
20～29人	248	5.0%	4.9%	4.4%
30～49人	179	3.6%	3.3%	3.1%
50～99人	106	2.1%	1.9%	1.9%
100人以上	65	1.3%	1.2%	1.2%
出向・派遣従業員のみ	38	0.8%	0.5%	0.5%
合計	5,003	100.0%	100.0%	100.0%

【出典】 経済センサス-活動調査(6月1日現在)

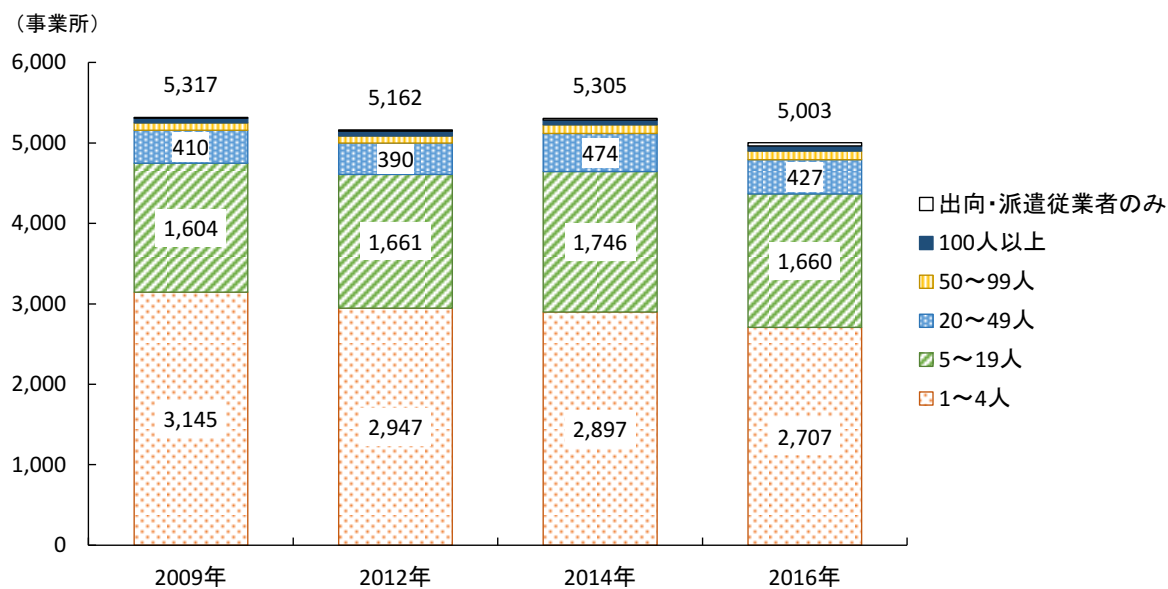
■規模別従業員数・構成比(2016年)

	久喜市		埼玉県	全国
	従業員数	構成比	構成比	構成比
1～4人	5,767	10.1%	11.3%	11.5%
5～9人	6,493	11.4%	12.0%	12.2%
10～19人	9,086	15.9%	16.1%	15.4%
20～29人	5,819	10.2%	10.8%	9.7%
30～49人	6,634	11.6%	11.5%	10.8%
50～99人	7,211	12.6%	12.4%	12.1%
100人以上	16,017	28.1%	25.7%	28.3%
合計	57,027	100.0%	100.0%	100.0%

【出典】 経済センサス-活動調査(6月1日現在)

本市の事業所数の推移に従業者規模別にみると、従業者数が5人以上の事業所は平成21年(2009年)から平成28年(2016年)の7か年で増加している一方、5人未満の事業所は438事業所(13.9%)減少しており、小規模事業所が多く廃業している状況がうかがわれます。

■従業者規模別_市内事業所数の推移



【出典】 経済センサス-基礎調査・活動調査

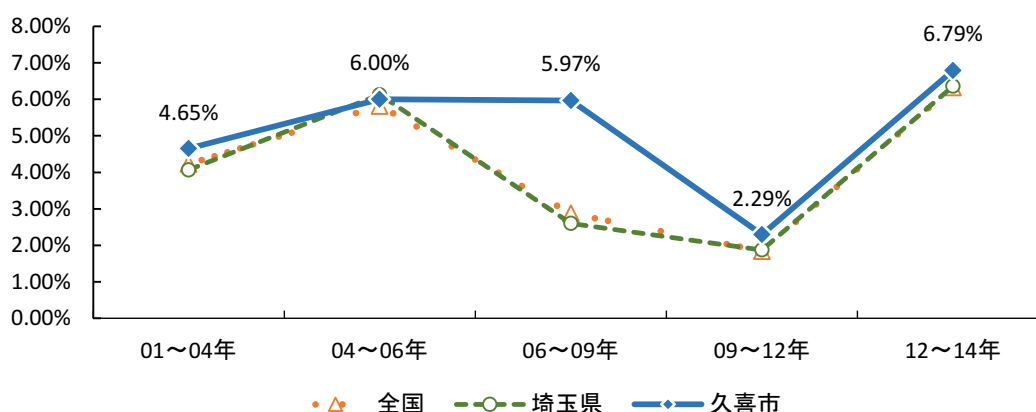
※2009年及び2014年は7月1日現在、2012年は2月1日現在、2016年は6月1日現在

③ 開設・廃業

本市の創業比率（事業所数に対する新規事業所数の割合）は、概ね埼玉県、全国と同等もしくはそれ以上の比率で推移しており、平成 24 年（2012 年）から平成 26 年（2014 年）の創業比率は 6.79%となっています。

平成 26 年（2014 年）から平成 28 年（2016 年）までの 2 年間における新規事業所数及び廃業事業所数は、全産業（公務を除く）で新規が 582 事業所、廃業が 853 事業所となっています。産業別にみると、「卸売業・小売業」では新規事業所が 175 事業所で最も多い一方、廃業事業所も 257 事業所で最も多くなっています。その他ほとんどの産業で廃業事業所数が新規事業所数を上回っています。

■創業比率の推移



【出典】 事業所・企業統計調査(2001 年、2004 年、2006 年)、経済センサス活動調査(2012 年)、経済センサス基礎調査(2009 年、2014 年)

※「平成 21 年(2009 年)経済センサス基礎調査」及び「平成 24 年(2012 年)経済センサス活動調査」では、新設事業所の定義が異なるため、「2006-2009 年」及び「2009-2012 年」の創業比率は、前後の数字と単純に比較できない。

■産業別新規事業所数・廃業事業所数(2014-2016 年)

	新設事業所	廃業事業所
全産業(公務を除く)	582	853
農林漁業	2	1
建設業	41	76
製造業	25	61
電気・ガス・熱供給・水道業	2	2
情報通信業	1	7
運輸業, 郵便業	34	26
卸売業, 小売業	175	257
金融業, 保険業	9	15
不動産業, 物品賃貸業	11	31
学術研究, 専門・技術サービス業	13	25
宿泊業, 飲食サービス業	112	130
生活関連サービス業, 娯楽業	46	78
教育, 学習支援業	26	38
医療, 福祉	52	62
複合サービス事業	-	-
サービス業(他に分類されないもの)	33	44

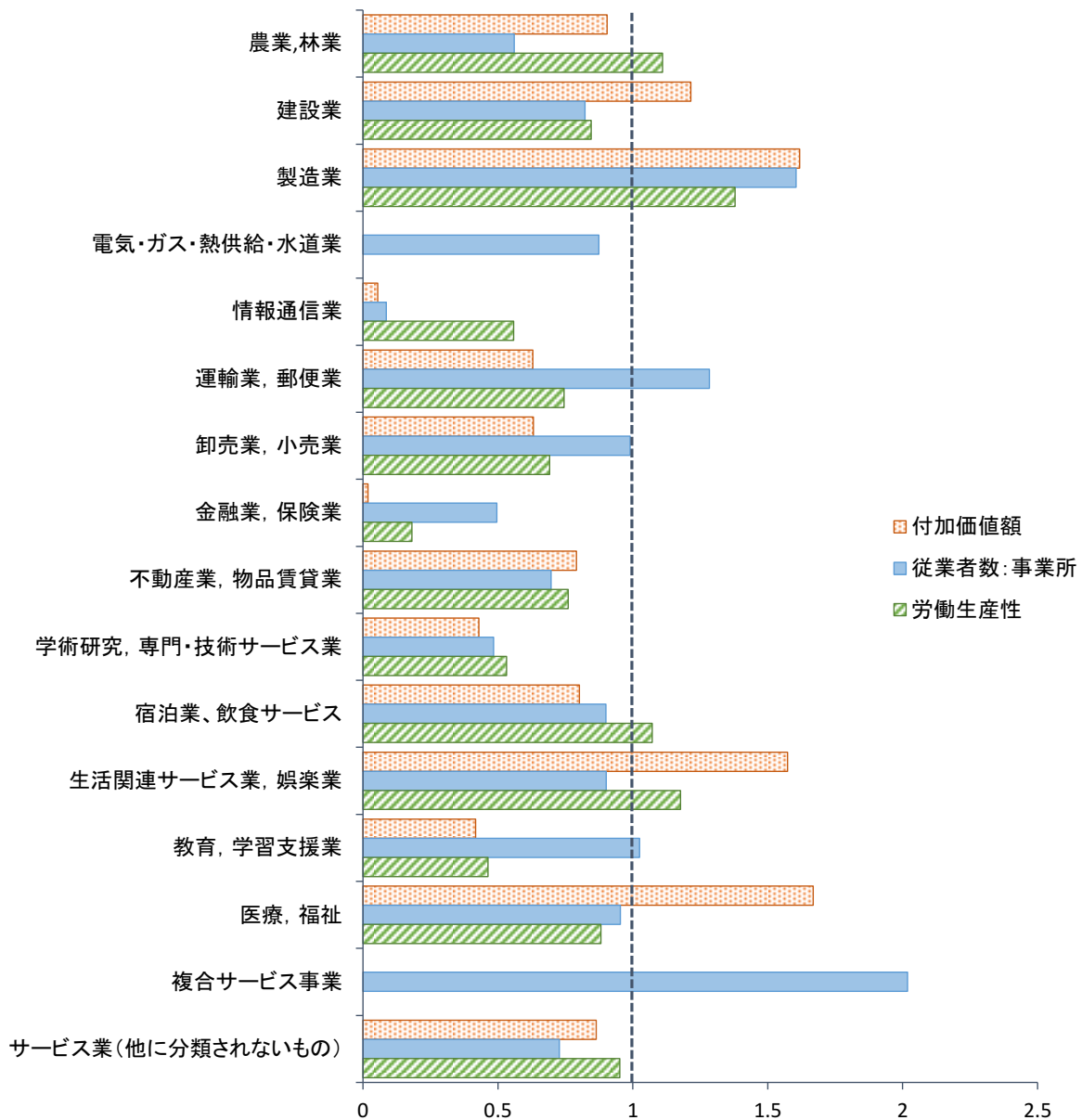
【出典】 経済センサス-活動調査

※2014 年 7 月 1 日から 2016 年 6 月 1 日までの 23 か月間

④ 稼ぐ力

市内で強みのある産業、地域の産業がどれだけ稼いでいるのか（付加価値額）、どれだけ多くの労働力を確保しているのか（従業者数）、どれだけ効率的な生産を行っているのか（労働生産性）を「特化係数※」という指標で全国と比較してみると、「製造業」では、付加価値額、従業者数、労働生産性ともに全国値を大きく上回っており、いわゆる「稼ぐ力」がある産業といえます。また、付加価値額では「医療、福祉」、「生活関連サービス業、娯楽業」等が、従業者数（事業者単位）では「複合サービス事業」、「運輸業、郵便業」等が高くなっています。

■市内産業の特化係数(2012年)



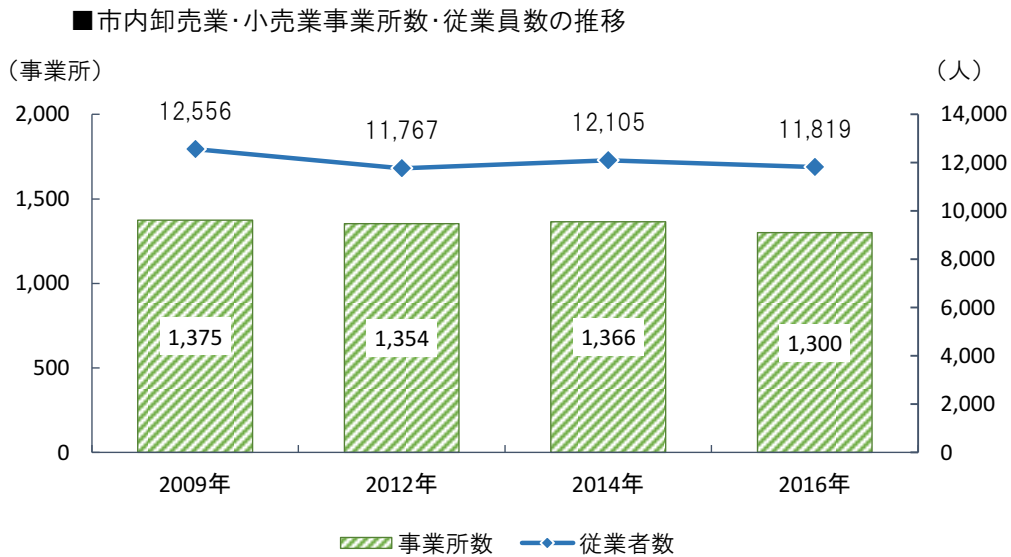
【出典】 経済センサスー活動調査(再編加工)

※特化係数:域内のある産業の比率を全国と同産業の比率と比較したもの。1.0を超えていれば、当該産業が全国に比べて特化している産業とされる。労働生産性の場合は、全国の当該産業の数値を1としたときの、ある地域の当該産業の数値。
労働生産性=付加価値額(企業単位)÷従業者数(企業単位)

(3) 商業（卸売・小売業）の状況

① 事業所数・従業員数

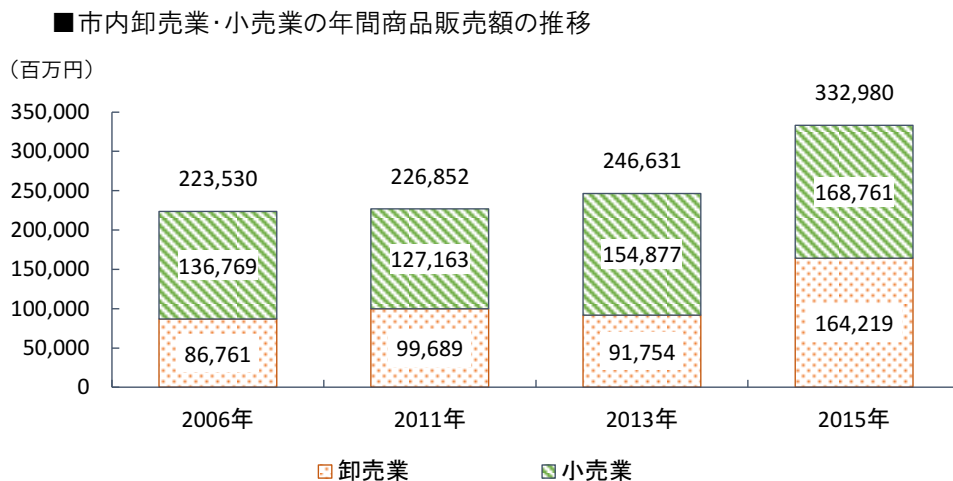
本市の卸売業・小売業の事業所数は、平成 26 年（2014 年）に一旦増加しているものの、減少傾向がみられ、平成 21 年（2009 年）から平成 28 年（2016 年）の 7 年間で 75 事業所（5.5%）減少しています。従業員数も事業所数と同様の動きを示し、平成 28 年（2016 年）で 11,819 人となっています。



【出典】経済センサス基礎調査(2009年、2014年)、活動調査(2012年、2016年)
 ※2009年及び2014年は7月1日現在、2012年は2月1日現在、2016年は6月1日現在

② 年間商品販売額

本市の卸売業・小売業の年間商品販売額は、平成 27 年（2015 年）で 3,329 億 8 千万円となっています。平成 25 年（2013 年）から卸売業の販売額が大きく増加しています。

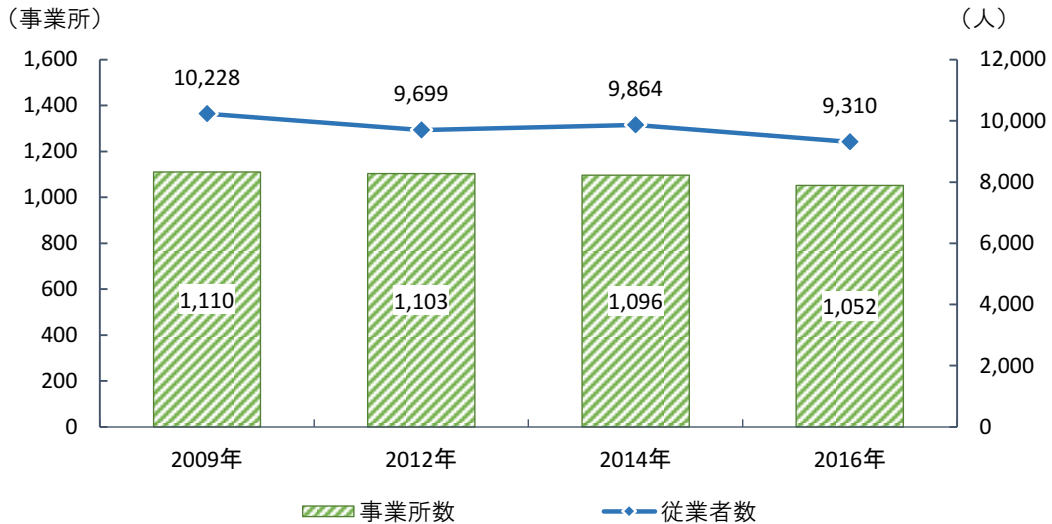


【出典】商業統計調査(2007年、2014年)、経済センサス活動調査(2012年、2016年)
 ※いずれも調査実施前年(表示年)の1年間の販売額

③ 小売業の状況

本市の小売業の事業所数、従業員数の推移をみると、事業所数、従業員数ともに減少してきています。従業員規模別に事業所数の推移をみると、中規模（5～49人）の事業所数は増加傾向にある一方で、小規模（5人未満）の事業所は大きく減少しています。

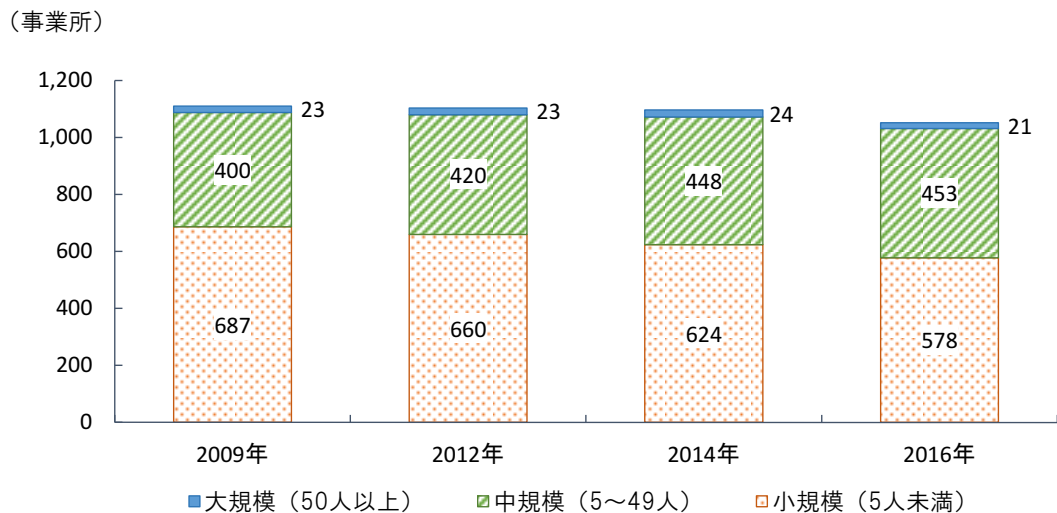
■ 市内小売業の事業所数・従業員数の推移



【出典】 経済センサス基礎調査・活動調査

※2009年及び2014年は7月1日現在、2012年は2月1日現在、2016年は6月1日現在

■ 従業員規模別_市内小売業事業所数の推移



【出典】 経済センサス基礎調査・活動調査

※2009年及び2014年は7月1日現在、2012年は2月1日現在、2016年は6月1日現在

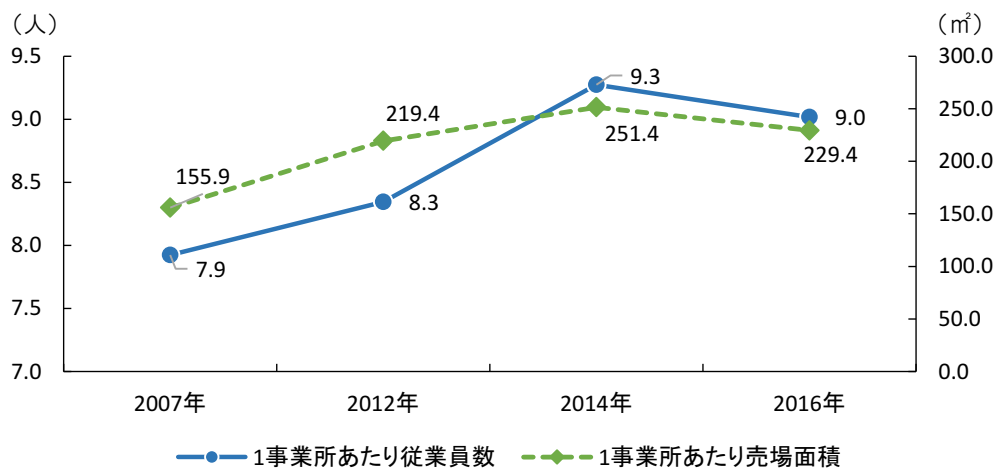
■従業員規模別・分類別 市内小売業事業所数(2016年)

	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	計
1～4人	2	122	158	71	199	9	561
5～9人	1	53	32	25	113	4	228
10～19人	-	17	61	19	47	1	145
20～29人	1	4	26	6	10	1	48
30～49人	-	7	7	5	12	1	32
50～99人	-	1	7	-	6	1	15
100人以上	2	-	4	-	-	-	6
出向・派遣従業員のみ		13	1	1	2		17

【出典】 経済センサス-活動調査(6月1日現在)

1事業所あたりの従業員数、売場面積は、平成19年(2007年)の7.9人、155.9㎡から平成28年(2016年)には9.0人、229.4㎡まで増加しており、事業所、店舗の大規模化が進んでいます。

■市内小売業1事業所あたり従業員数・売場面積の推移



【出典】 商業統計調査(2007年、2014年)、経済センサス-活動調査(2012年、2016年)
 ※2007年、2014年は7月1日現在、2012年は2月1日現在、2016年は6月1日現在



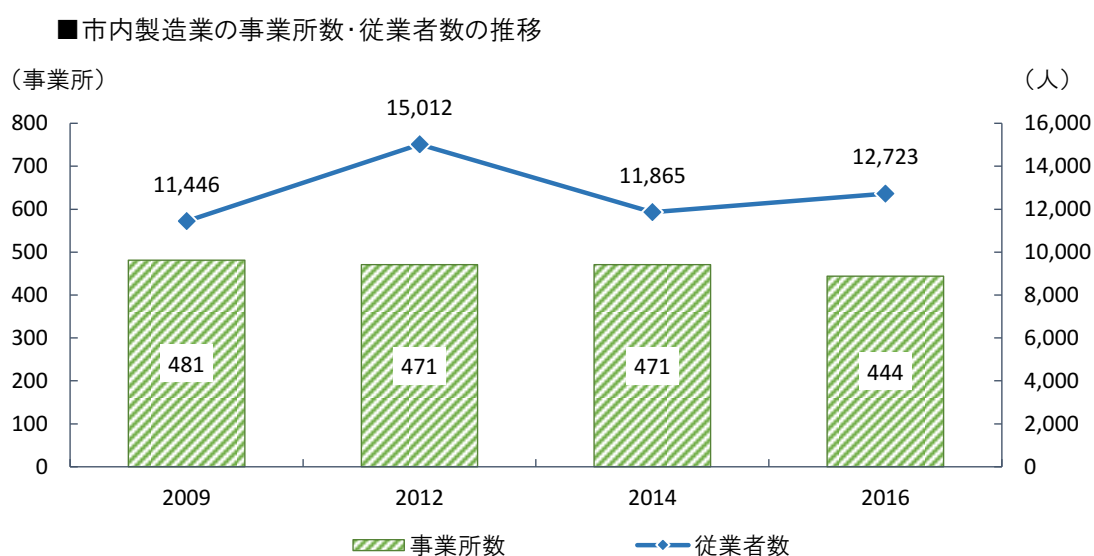
■東口大通り商店会 七夕まつりの様子

(4) 工業（製造業）の状況

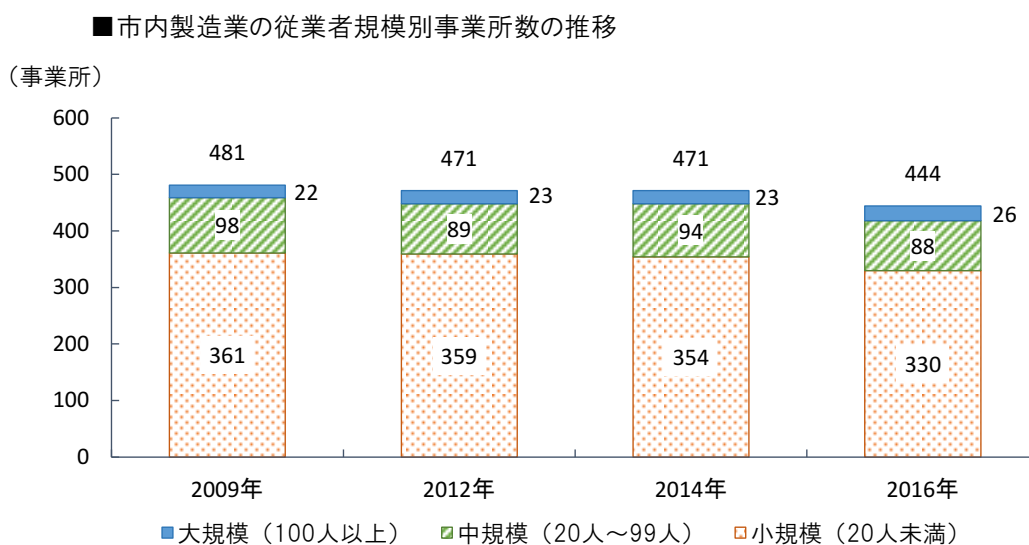
① 事業所・従業者

本市の製造業の事業所数及び従業者数の推移をみると、従業者数は平成 24 年（2012 年）に 15,012 人まで増加しましたが、その後減少し、平成 28 年（2016 年）には 12,723 人となっています。事業所数は、平成 26 年（2014 年）から平成 28 年（2016 年）にかけて大きく減少していますが、この間、従業者数は増加しています。

従業者規模別にみると、小規模及び中規模事業所が減少傾向にある一方で、大規模事業所は、平成 21 年（2009 年）から平成 28 年（2016 年）の間で 4 事業所増加しており、従業者数の増加の要因となっていることがつかえます。



【出典】 経済センサス基礎調査・活動調査
 ※2009 年及び 2014 年は 7 月 1 日現在、2012 年は 2 月 1 日現在、2016 年は 6 月 1 日現在



【出典】 経済センサス基礎調査、活動調査
 ※2009 年及び 2014 年は 7 月 1 日現在、2012 年は 2 月 1 日現在、2016 年は 6 月 1 日現在

規模別の事業所数、従業員数をみると、事業所数では約4割が小規模（5人未満）の事業所であり、従業者数では、大規模（100人以上）事業所が5割以上を占めています。

■市内製造業の規模別事業所数、従業員数及び構成比(2016年)

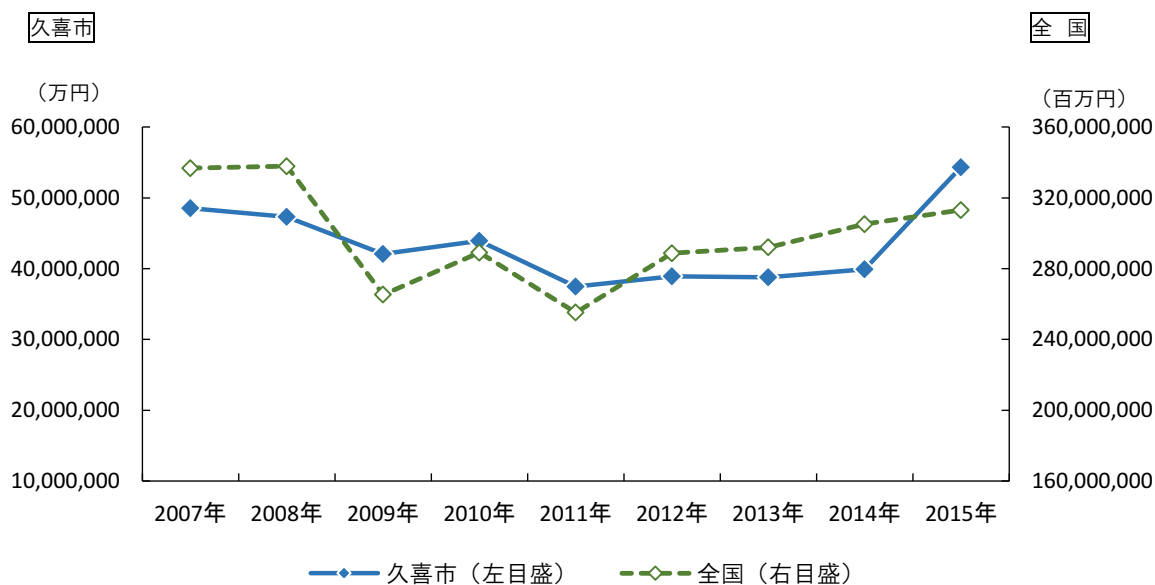
	事業所数		従業員数	
		構成比		構成比
1～4人	164	36.9%	400	3.1%
5～9人	86	19.4%	568	4.5%
10～19人	80	18.0%	1,139	9.0%
20～29人	38	8.6%	919	7.2%
30～49人	28	6.3%	1,072	8.4%
50～99人	22	5.0%	1,528	12.0%
100人以上	26	5.9%	7,097	55.8%
計	444	100.0%	12,723	100.0%

【出典】 経済センサス活動調査(6月1日現在)

② 製造品等出荷額

製造品等出荷額の推移をみると、本市は全国と同様に平成20年（2008年）から大きく落ち込んでいます。平成23年（2011年）以降、全国では回復傾向がみられ、本市ではその度合いが小さくなっていましたが、平成27年（2015年）には大きく増加しています。

■全国及び市内製造業(従業員4人以上)の製造品等出荷額の推移



【出典】 工業統計調査(毎年、経セン実施年除く、12月末日現在)、経済センサス活動調査(2012年、2016年)
 ※表中の2011年及び2015年は経済センサス活動調査による

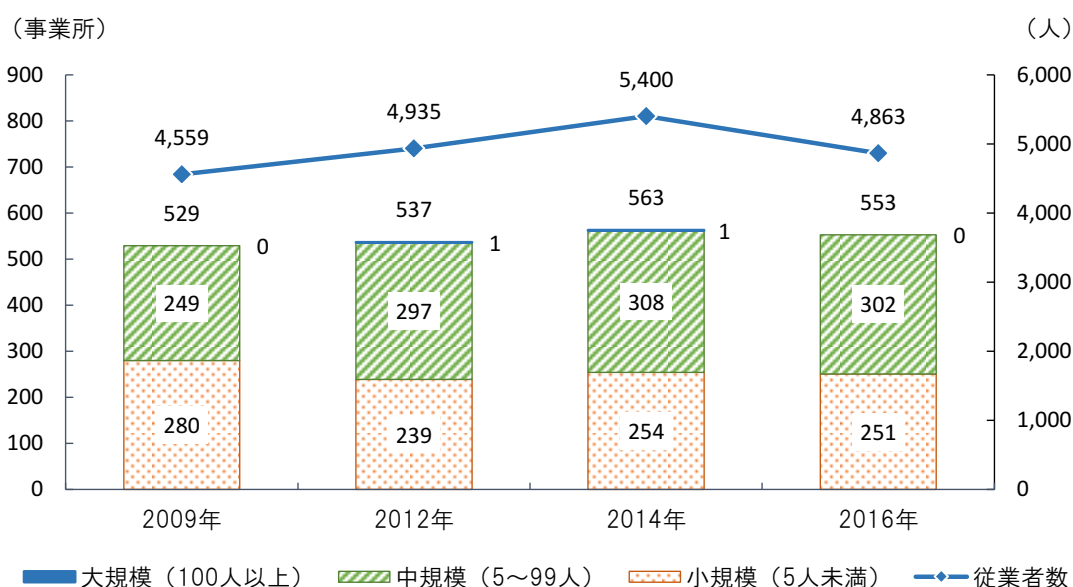
(5) サービス業（宿泊・飲食、生活関連・娯楽）の状況

① 宿泊業・飲食サービス業

本市の宿泊業・飲食サービス業の事業所数及び従業員数の推移をみると、平成 26 年（2014 年）まで増加傾向にありましたが、その後に減少し、平成 28 年（2016 年）で事業所数が 553 事業所、従業員数が 4,863 人となっています。

規模別にみると、平成 21 年（2009 年）から平成 28 年（2016 年）の 7 年間で、小規模事業所（従業員数 5 人未満）は 29 事業所（10.4%）減少していますが、中規模の事業所は 53 事業所（21.3%）増加しています。

■ 市内宿泊業・飲食サービス業の事業所数及び従業員数の推移



【出典】 経済センサスー基礎調査、活動調査
 ※2009年及び2014年は7月1日現在、2012年は2月1日現在、2016年は6月1日現在

■ 規模別・産業別_市内宿泊業・飲食サービス業事業所数(2016年)

従業員数	宿泊業	飲食店	持ち帰り・配達飲食サービス業	計
1~4人	3	226	21	250
5~9人	2	115	22	139
10~19人	6	78	9	93
20~29人	3	40	6	49
30~49人	1	14	1	16
50~99人	-	4	1	5
100人以上	-	-	-	-
出向・派遣従業員のみ	-	-	1	1

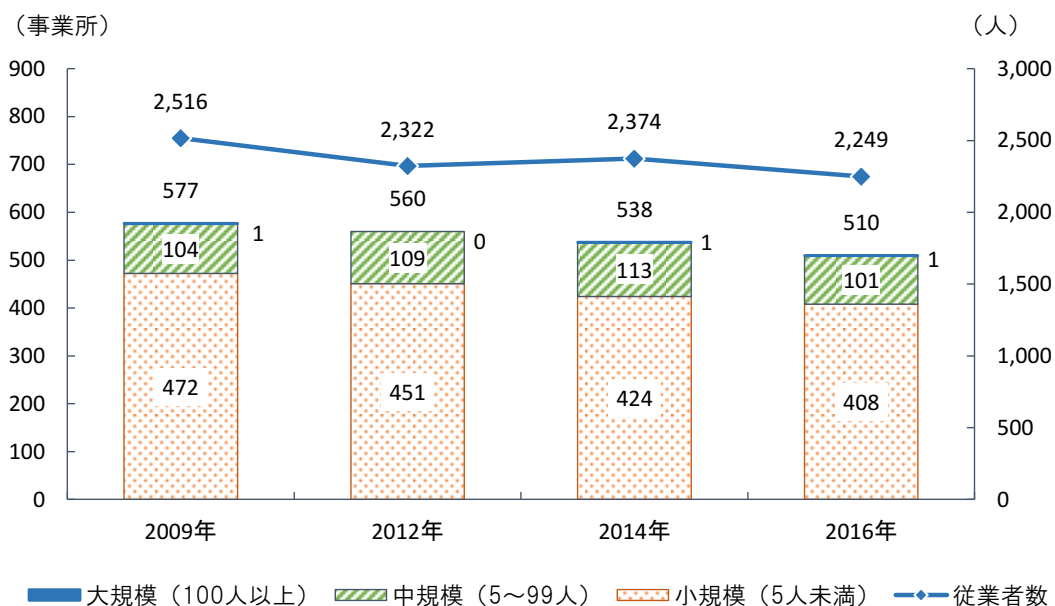
【出典】 経済センサスー活動調査(6月1日現在)

② 生活関連サービス業・娯楽業

本市の生活関連サービス業・娯楽業の事業所数は減少傾向にあり、平成21年（2009年）の577事業所から67事業所（11.6%）減少し、平成28年（2016年）には510事業所となっています。特に小規模（5人未満）の事業所で大きく減少しています。

従業員数も同様に減少傾向がみられ、平成21年（2009年）から平成28年（2016年）までの7年間で267人（10.6%）減少しています。

■市内生活関連サービス業・娯楽業の事業所数及び従業員数の推移



【出典】 経済センサス基礎調査、活動調査
 ※2009年及び2014年は7月1日現在、2012年は2月1日現在、2016年は6月1日現在

■規模別・産業別_市内生活関連サービス業・娯楽業事業所数(2016年)

従業員数	洗濯・理容・美容・浴場業	その他の生活関連サービス業	娯楽業	計
1~4人	340	55	9	404
5~9人	32	20	11	63
10~19人	7	1	13	21
20~29人	2	1	2	5
30~49人	1	-	7	8
50~99人	2	1	1	4
100人以上	-	-	1	1
出向・派遣従業員のみ	1	3	-	4

【出典】 経済センサス活動調査(6月1日現在)

(6) アンケート調査の結果概要

① 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：

事業所アンケート…経済センサス基礎調査の市内中小企業数 5,152 件中、平成 30 年 4 月 1 日時点の企業所有データによる 2,330 件

消費者アンケート…平成 30 年 4 月 1 日現在、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：平成 30 年 4 月 13 日 ～ 平成 30 年 5 月 31 日

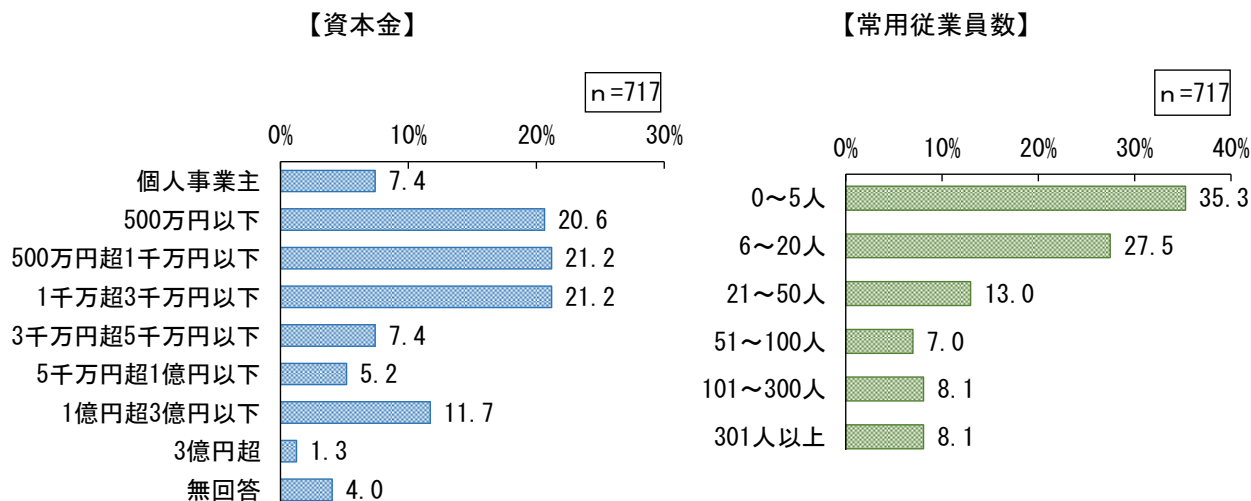
○ 調査方法：郵送配付・回収

○ 配布・回収：

種別	配付数	回収数	回収率
事業所アンケート	2,330 票	717 票	30.8%
消費者アンケート	2,000 票	781 票	39.1%

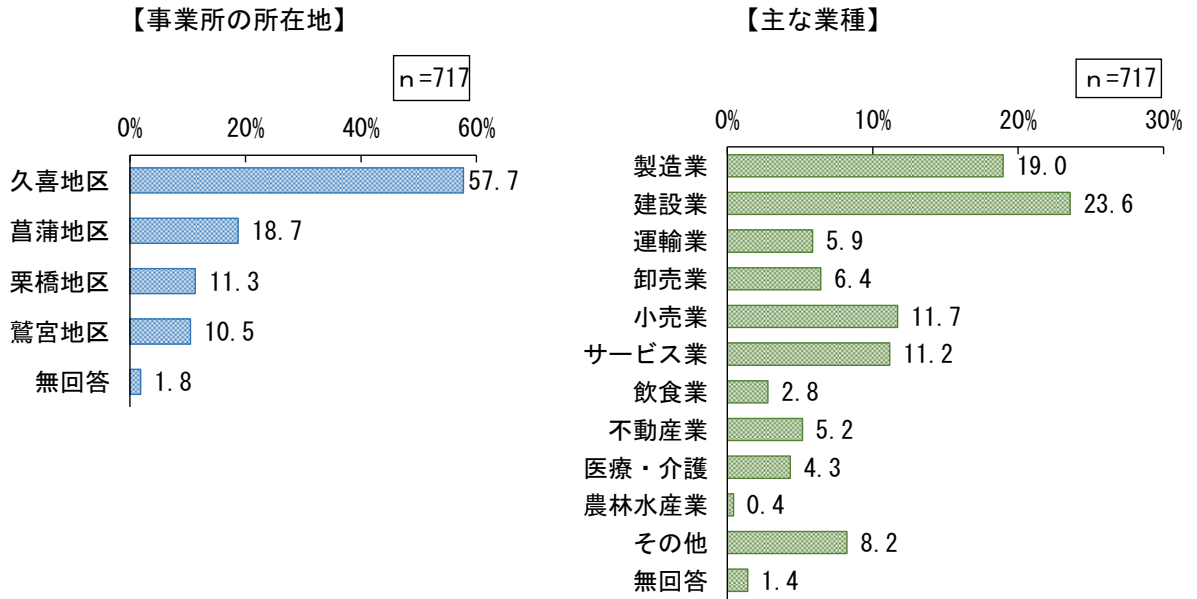
② 回答者の属性

■ 事業所アンケート

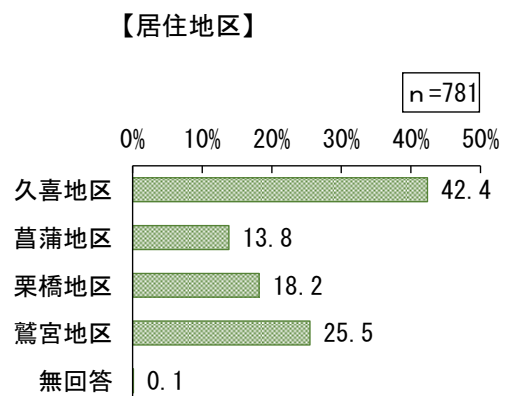
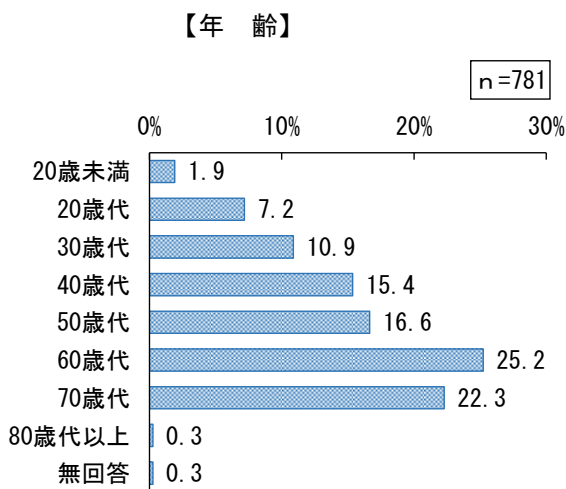
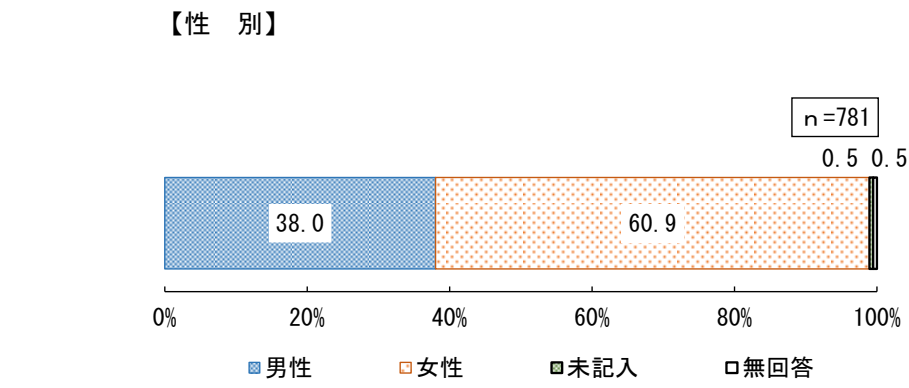


※本調査の集計における「大企業」、「中小企業（小規模除く）」、「小規模企業」は、中小企業基本法の定義に基づき、アンケート調査における資本金及び常用従業員数の回答から分類した。

※nは、アンケートの回収数



■ 消費者アンケート



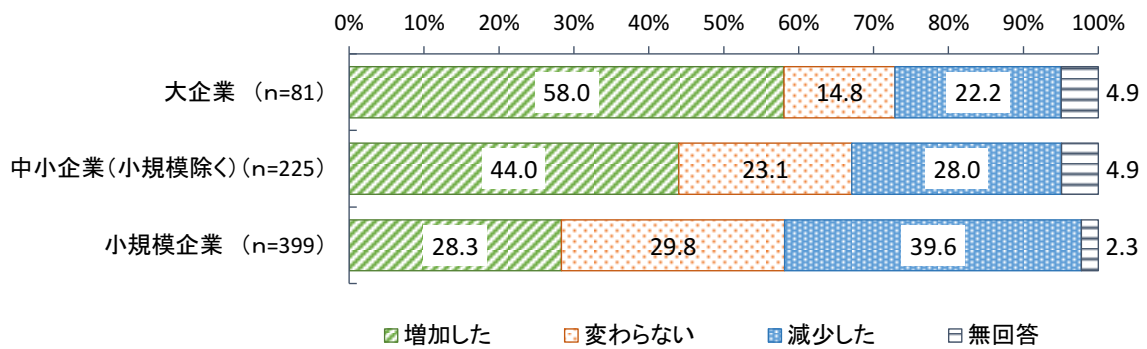
③ 経営状況

5年前と比べた売り上げの増減について、大企業では6割弱が「増加した」と回答したのに対し、小規模企業では約4割が「減少した」と回答しています。

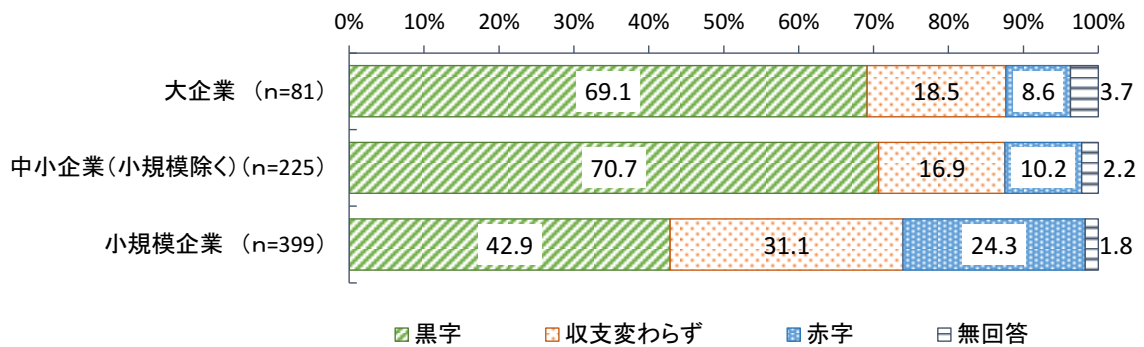
また、直近の決算状況では、大企業及び中小企業（小規模除く）では約7割が「黒字」となっていますが、小規模企業では約4割となっています。

今後の事業展開をうかがったところ、大企業では7割弱が「拡大」と回答し、小規模企業では約6割が「現状維持」と回答し、2割弱が「縮小」もしくは「廃業」と回答しています。

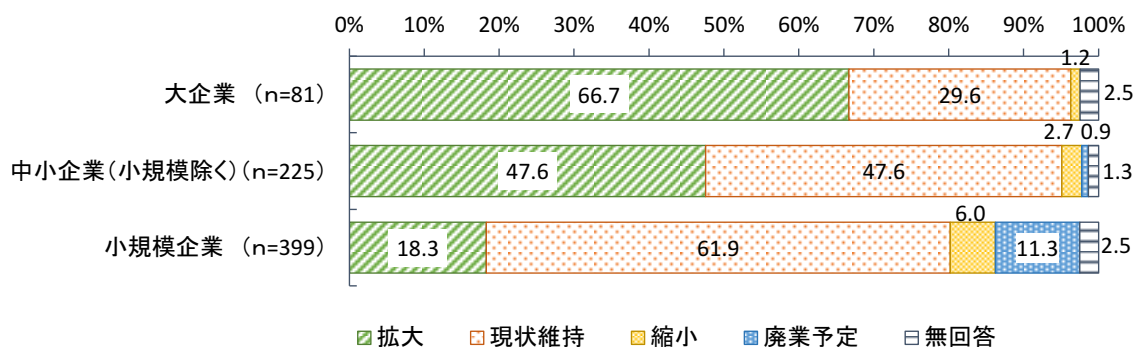
■5年前からの売り上げの増減



■直近の決算状況



■今後の事業展開

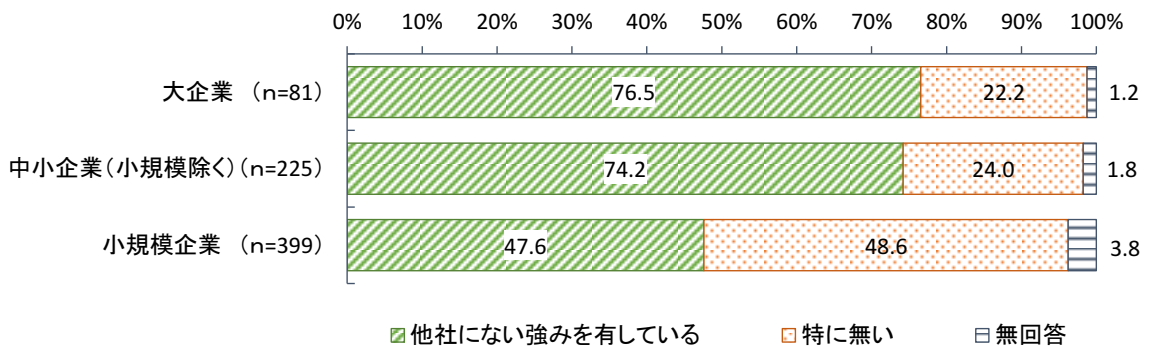


④ 他社にない強み

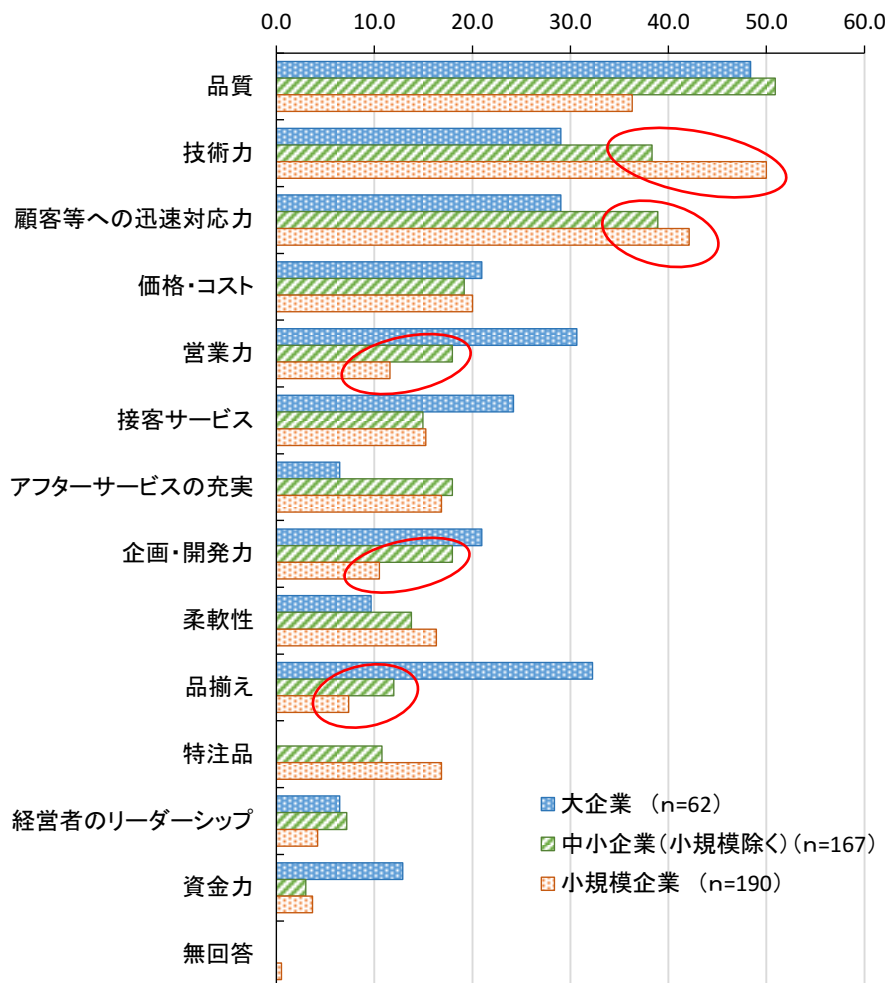
他社にない強みの有無について、大企業、中小企業（小規模除く）では7割以上が「強みを有している」と回答していますが、小規模企業では、5割以下にとどまっています。

「他社にない強みを有している」と回答した企業にその内容の設問に対する回答では、中小企業（小規模除く）、小規模企業では大企業に比べて「技術力」や「顧客等への迅速対応力」、「アフターサービス」、「特注品」の割合が高い一方で、「営業力」や「接客サービス」、「品揃え」、「資金力」の割合が低くなっています。

■ 他社にない強みの有無



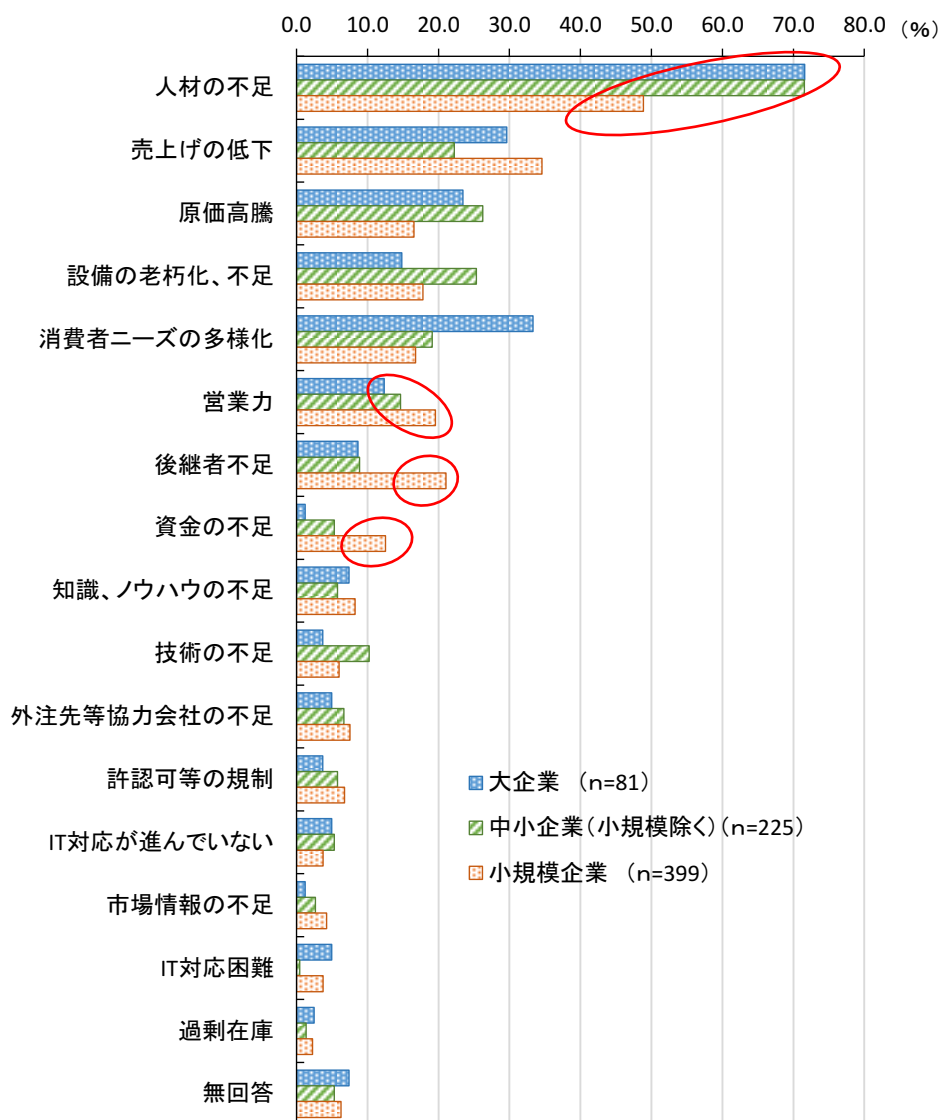
■ 強みの内容



⑤ 経営課題

経営上の課題の設問に対する回答では、いずれの規模の企業も「人材不足」の割合が最も高くなっています。

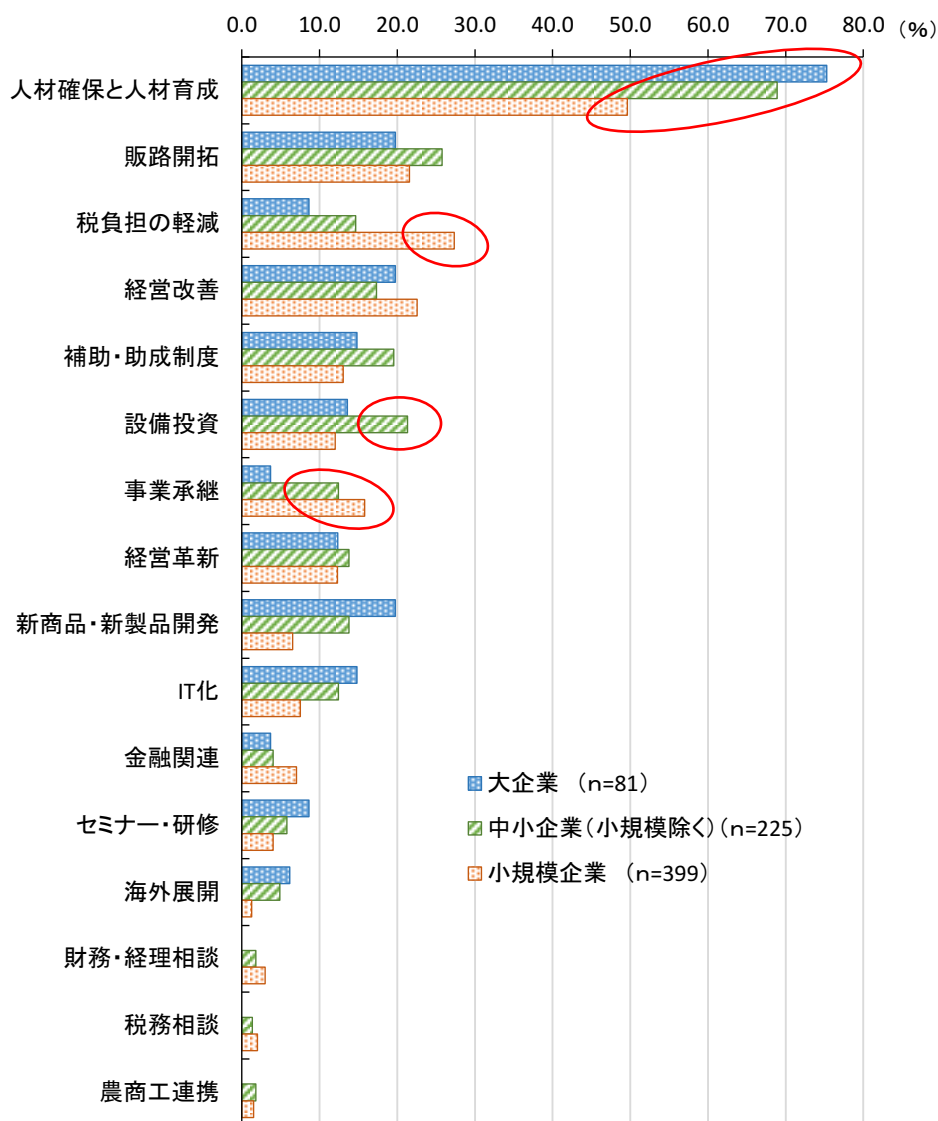
また、規模が小さいほど「営業力」の割合が高くなっているほか、小規模企業では、大企業や中小企業（小規模除く）と比べて、「人材不足」の割合が低く、「後継者不足」や「資金の不足」等の割合が高くなっています。



⑥ 事業活動を継続するために必要な支援策

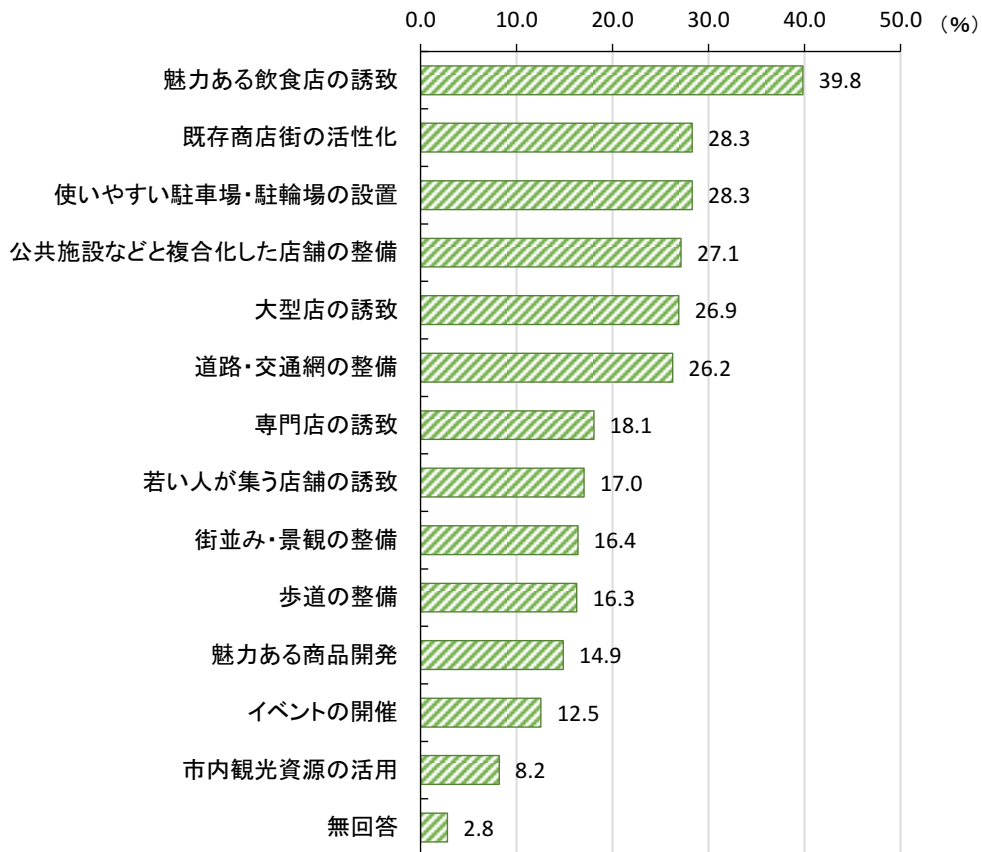
事業活動を継続するために必要な支援策について、「人材確保と人材育成」が最も高く、規模が大きくなるにつれてその割合が高くなっています。また、規模が大きいほど「新商品・新製品開発」や「IT化」等の割合が高くなっています。

一方、規模が小さくなるにつれて、「税負担の軽減」や「事業承継」の割合が高くなっているほか、中小企業（小規模除く）では「設備投資」の割合が他の規模の企業と比べて高くなっています。



⑦ にぎわいと魅力ある商業にするために必要なこと

消費者アンケートにおいて、本市の商業がにぎわい、魅力あるものとなるためにどうしたらよいか考えるかがあったところ、「魅力ある飲食店の誘致」が最も高く、次いで「既存商店街の活性化」、「使いやすい駐車場・駐輪場の設置」と続いています。



(7) 課題の整理

① 強みを生かした経営への支援

事業所の9割以上、従業員数でも約7割を占める中小企業・小規模企業は、地域の経済活動を牽引するとともに、地域社会への貢献度が高い存在です。しかしながら、中小企業、とりわけ小規模企業においては、資金や人材といった経営資源に大きな制約があることに加え、商圈や取り扱う商品、サービス等に限りがあることから、大企業と比べて価格競争力や販売力が弱く、構造変化の影響を受けやすいことから、強みを活かした特色ある経営が求められています。

事業所アンケート調査の結果をみると、他社にない強みとして、「技術力」に加え、「顧客等への迅速対応力」、「アフターサービスの充実」、「特注品」など、顔の見える信頼関係に基づいた取引を強みとしている事業所が多い一方で、大企業に比べて「営業力」や「企画・開発力」、「資金力」等を挙げる事業所は少なく、それらを経営課題としている事業所の割合が高くなっています。

それぞれの事業所が持つ高い技術力を製品・商品開発に活かしていくための支援の充実を図るとともに、中小企業間の顔と顔をつなぎ、輪を広げていくための機会を創出していくなど、大企業が応えきれないニーズを捉えつつ、新たな需要を開拓していくための支援の充実を図っていく必要があります。

② 人材の確保・育成

少子高齢化の進行により、企業活動を支える人材を確保していくことが困難になってきており、多くの企業で経営上の課題となっています。

本市においても、20年前と比べて総人口は概ね横ばいであるものの、生産年齢人口は2万人弱減少し、今後はさらに減少傾向が加速していくものと予想されています。

また、事業所アンケート調査でも、経営課題として「人材不足」と回答する事業所の割合が高く、事業活動を継続するための支援として「人材確保と人材育成」が最も求められている支援となっており、本市の産業の活性化における喫緊の課題といえます。

学生や若者を中心に、さまざまな媒体、機会を通じて本市の産業や事業所の魅力を伝えるとともに、健康経営の視点なども踏まえながら、多様な人材が活躍できる就労環境を整備することにより、本市で働きたい、働き続けたいと思う人を増やしていくための取組を進めていく必要があります。

③ 事業承継支援と新陳代謝の促進

少子高齢化と人材不足は、中小企業・小規模企業にとっては事業所そのものの存続にかかる大きな問題です。特に小規模企業では、経営者の高齢化が進んでおり、後継者不足が経営の低迷や廃業に直結しているといわれています。

事業所アンケート調査の結果をみると、小規模企業では6割弱の事業所の経営者が60歳以上であり、経営上の課題として「後継者不足」と挙げる事業所の割合が「人材不足」、「売上の低下」に次いで上位にきています。

本市の中小企業・小規模企業が事業を継続し、事業所が持つ技術や地域貢献の役割を引き継いでいくために、円滑な事業承継を支援し、第二創業支援や起業支援等に取り組むことにより、新陳代謝を促進し、本市産業の活性化を図っていく必要があります。

④ 国際化・情報化への対応

情報通信技術（ICT）の発達、普及は、社会経済活動のグローバル化を加速させるとともに、さまざまな商品・サービスにおいて、ICTの活用は必要不可欠なものとなっています。さらに、IoT、AIなどは成長分野として注目、期待されており、それらを活用した商品・サービスの開発・提供など新たな需要への対応が求められています。

こうした新たな技術への対応は、知識面や資金面等において一企業での対応が難しい場合も多い一方で、生産性の向上のみならず、商品・サービスの高付加価値化やネット販売・海外展開といった販路拡大、情報発信、企業間連携等といった新たな事業展開において有効かつ費用対効果の高いツールとなり得ます。しかしながら、企業アンケート調査の結果をみると、特に規模が小さな企業ほど、それらに対する課題意識はあまり高くない状況が伺えます。

積極的なICTなど、新たな技術の活用とグローバル化への対応を促進するため、その必要性と可能性に対する認識を高めつつ、支援の拡充を図っていく必要があります。

⑤ 地域の産業活性化に向けた環境整備

中小企業・小規模企業は、地域に根差した活動を行う事業所が多く、その活性化には、地域における環境整備が重要です。

本市の特徴として、東京都心から近く、2つの高速道路及びそのインターチェンジと5つの鉄道駅があり、人、モノの交流拠点としてのポテンシャルが高いことが挙げられます。そしてそれらを強みとして、工業団地への企業立地が進み、大規模商業施設が進出してきています。また、梨やいちごをはじめとした収益性の高い農業の展開や伝統的な祭り、各種イベント、豊かな自然など多くの魅力ある資源を有しています。

こうした地域特性を踏まえ、さらなる企業誘致・産業集積を進める中で、大企業と中小企業・小規模企業間での連携を促進するとともに、6次産業化や異業種間での連携がしやすい環境づくりを進めることにより、地域経済の循環とイノベーションの創出につなげ、地域産業のさらなる振興を図っていくことが必要です。

第4章 計画の基本的な考え方

(1) 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、条例が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。

(2) 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・役割とまちの将来像を以下のとおりとします。

1 経営強化と持続的な発展 – “強い”久喜市–

市内中小企業・小規模企業は久喜市の地域経済を支え、多様な雇用と賑わいを創出しています。このことから地域の活性化に貢献する存在であることを認識しつつ、市内中小企業・小規模企業が抱える経営課題の解決を支援し、経営基盤を強化するとともに、持続的な発展を支えることにより、活力ある“強い”久喜市を目指します。

2 新たな価値の創造 – “元気な”久喜市–

市内中小企業・小規模企業がそれぞれの創意工夫とたゆまぬ努力によって培ってきた技術や製品・商品、サービスの価値を高めつつ、さまざまな連携により、規模が小さな企業であっても、これまでにない価値を創造し、その活躍の場を広げていく“元気な”久喜市を目指します。

3 選ばれる産業基盤づくり – “魅力ある”久喜市–

地域特性を生かした立地環境を整備し、産業特性や強みを活かした地域経済循環を進めることにより、久喜市に立地したい、事業展開したい、久喜市に訪れたい、消費したいと思う人々で賑わう、企業にも人にも選ばれる“魅力ある”久喜市を目指します。

(3) 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。

【目指す将来像】

経営強化と持続的発展

“強い”久喜市

新たな価値の創造

“元気な”久喜市

選ばれる産業基盤づくり

“魅力ある”久喜市

【基本施策】

基本施策 1 経営基盤の強化を支援する

- 【推進施策】
- 1-1 経営に関する指導・助言
 - 1-2 各種融資・利子補給
 - 1-3 人材確保のための支援
 - 1-4 事業承継のための支援

基本施策 2 新たなチャレンジを支援する

- 【推進施策】
- 2-1 起業・創業のための支援
 - 2-2 販路拡大に向けた取組への支援
 - 2-3 技術・商品開発・ブランド化への支援
 - 2-4 地域産業のPR
 - 2-5 ICT活用に向けた取組への支援

基本施策 3 つながり・連携を促進する

- 【推進施策】
- 3-1 産学官連携の促進
 - 3-2 企業間・異業種間連携の促進
 - 3-3 市内経済の循環の促進
 - 3-4 広域連携の推進
 - 3-5 各種団体の活動支援

基本施策 4 賑わいを創出する

- 【推進施策】
- 4-1 商店街の整備支援
 - 4-2 空き店舗の活用促進
 - 4-3 観光資源の整備・活用
 - 4-4 イベント等の開催支援
 - 4-5 市の魅力の創出・発信

基本施策 5 事業環境を整備する

- 【推進施策】
- 5-1 立地環境の整備
 - 5-2 企業誘致・産業集積の推進
 - 5-3 起業・創業しやすい環境の整備
 - 5-4 防災対策の強化

第5章 施策の展開

基本施策1 経営基盤の強化を支援する

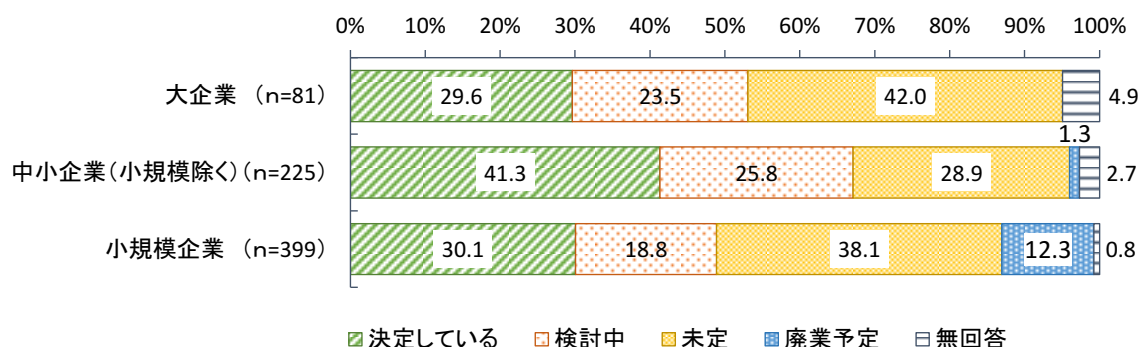
【現状と課題】

中小企業・小規模企業は、資金や人材といった経営資源が限られており、少子高齢化や経済活動の国際化、情報化、景気動向等の構造変化の影響を受けやすく、特に小規模企業において厳しい立場に置かれています。

本市においても、平成21年（2009年）から平成28年（2016年）の7年間で、従業者数が5人未満の事業所が438事業所（13.9%）減少しているのに対し、5人以上の事業所は94事業所（4.3%）増加しています。また、経営者や従業員の高齢化等を背景に、後継者不足が大きな課題となっており、事業所アンケート調査でも、小規模企業の1割以上が「廃業予定」としています。

本市ではこれまで、市内中小企業者に対し、事業経営の合理化や設備の近代化等を促進するために必要な融資あっ旋を行うなど、経営基盤の強化を図ってきました。今後も、引き続き、事業経営の継続、発展に必要な支援の充実を図るとともに、特に課題となっている人材確保及び事業承継への支援に力を入れていく必要があります。

■事業承継(後継者)について



【出典】 中小企業・小規模企業アンケート調査

【数値目標】

指標	現状値 (年)	目標値 (年)	根拠・出典等
廃業事業所数の減少	853事業所 (2014-2016年)*	減少 (2021年)	経済センサス活動調査
直近の決算が黒字の小規模企業の割合	42.9% (2018年)	50%以上 (2023年)	中小企業・小規模企業アンケート調査

*2014年7月1日から2016年6月1日までの23か月間

【推進する施策】

1-1 経営に関する指導・助言

- 関係機関・団体等との連携のもと、経営相談・指導や経営診断等の支援を行います。
- 中小企業庁等が設置する相談窓口や各種セミナー・研修等に関する情報提供を行います。

1-2 各種融資・利子補給

- 市内の中小企業・小規模企業者の事業振興を図るため、金融機関と連携し、運転資金や設備資金など必要な資金の融資あっ旋や各種融資制度に関する情報提供等を行います。
- 積極的な設備投資や事業展開を促すため、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。

1-3 人材確保のための支援

- 関係機関・団体等と連携し、学生向けの就職相談・企業説明会を開催するとともに、市内の中小企業・小規模企業に関する情報発信、求人情報の提供及びマッチング等を行います。
- 教育機関と連携し、市の産業について学ぶ機会として企業見学、職場体験等を開催し、市内中小企業・小規模企業等で働く魅力を伝えます。
- 人材の確保・定着に向け、従業員の福利厚生の実充や労働環境の改善に積極的に取り組む企業を支援します。
- 女性が働きやすい環境を整備する企業を支援します。
- 市内の中小企業・小規模企業が行う求人にかかる費用を助成します。
- 生産性向上特別措置法に基づく久喜市導入促進基本計画を策定し、先端設備導入計画を策定した認定企業に対し、固定資産税の特例率を0%とするなどの優遇措置を行います。

1-4 事業承継のための支援

- 市内の中小企業・小規模企業における円滑な事業承継を促進するため、事業承継にかかる各種制度に関する情報提供等を行うとともに、事業承継にかかる費用の一部を助成します。
- 事業承継を機会に事業転換や新事業の展開を図る「第二創業」を支援します。
- 生産性向上特別措置法に基づく久喜市導入促進基本計画を策定し、先端設備導入計画を策定した認定企業に対し、固定資産税の特例率を0%とするなどの優遇措置を行います。【再掲】

基本施策2 新たなチャレンジを応援する

【現状と課題】

中小企業・小規模企業が成長し、また持続的な発展をしていくためには、大企業が応えきれないニーズを捉えつつ、価格競争に巻き込まれないさまざまな商品・サービスを開発・提供していくことが重要です。

近年では、ICTの発達・普及等に伴い、規模が小さな会社であってもこれまでの商圏を越えて活躍する可能性が拡大しています。また、3Dプリンタをはじめとしたデジタル製造技術の発達により、大規模な生産設備や熟練した技術がなくても一定水準のものづくりが可能な時代となっています。

こうした背景に加え、多様な価値観、多様な働き方が認められ、自己実現や社会貢献等の生きがいが必要視されてきており、時代の要請・需要を捉えた起業・創業による社会経済の活性化が求められています。

しかしながら、特に小規模企業においては、その有する資源に限りがあり、また、現業を維持していただいても大変な努力が必要な中、新たなチャレンジを行うことは容易でなく、事業所アンケート調査でも、今後の事業展開において「拡大」とした小規模企業は2割弱にとどまっています。

今後は、自社の強みを活かし、新たな需要を開拓するための取組や需要に応じた付加価値の高い商品・サービスの開発・提供、国内外への販路拡大など、新たなチャレンジに挑む中小企業・小規模企業の取組を積極的に支援していく必要があります。

■市内事業所の付加価値額の状況

	久喜市	県	全国
付加価値額(百万円)	254,178	11,722,398	289,535,520
1事業所当たり付加価値額(万円)	5,447	5,369	5,949

【出典】 経済センサス-活動調査

【数値目標】

指標	現状値 (年)	目標値 (年)	根拠・出典等
新設事業所数	582事業所 (2014-2016年)※	増加 (2019-2021年)	経済センサス活動調査
1事業所当たり付加価値額	5,447万円 (2016年)	増加 (2021年)	経済センサス活動調査
今後の事業展開を「拡大」と回答した小規模企業の割合	18.3% (2018年)	30%以上 (2023年)	中小企業・小規模企業アンケート調査

※2014年7月1日から2016年6月1日までの23か月間

【推進する施策】

2-1 起業・創業のための支援

- 起業・創業のためのセミナー等の開催や情報提供を行います。
- 市内の空き店舗を活用した起業・創業を支援するため、空き店舗の紹介や補助金の交付を行います。
- 関係団体等と連携し、インキュベーションセンターの設立やコワーキングスペースの設置等、起業家の育成や新しいビジネスを支援する環境を整備します。
- 事業承継を機会に事業転換や新事業の展開を図る「第二創業」を支援します。【再掲】

2-2 販路拡大に向けた取組への支援

- 受注機会の拡大や新たな販路拡大につなげられるよう、見本市や展示会、商談会など自社製品・商品等をPRする場への出展、開催を支援します。
- 海外での事業展開に取り組む中小企業・小規模企業に対し、必要な知識や情報を提供します。

2-3 技術・商品開発・ブランド化への支援

- 研究機関等と連携し、既存技術の高度化や新たな技術開発に向けた指導や講習会の開催等の支援を行います。
- 商品開発や付加価値の高い商品づくり、市の農産物を使用した特産品の開発等を支援するため、企業間連携のきっかけづくりやマッチングの機会を創出します。
- 先進的な技術開発や製品開発に対する各種助成制度等の情報提供を行います。

2-4 地域産業のPR

- 市長が自ら営業マンとなり、あらゆる場で久喜市の魅力を市内外にアピールします。また、先進的・特色ある個性的な取組をしている市内事業所を市長が訪問し、その魅力を市内外に発信します。
- 様々なメディアを効果的に活用し、市外・県外へ向けての積極的なPRを行います。
- ふるさと納税制度の返礼品として地域の特産品等を設定し、寄附者へ送ることにより、地域振興を図るとともに、市のPRを推進します。

2-5 ICT活用に向けた取組への支援

- さまざまな機会を通じて、ICT活用による生産性の向上や販路拡大、インバウンド対応等の手法、事例等についての情報提供を行います。
- IoTやAIといった先端技術を持つ情報通信業事業者等との連携機会を創出し、新たな商品・サービスの開発・提供を支援します。

基本施策3 つながり・連携を促進する

【現状と課題】

中小企業・小規模企業が新たな需要を開拓し、強みを活かした付加価値の高い商品・サービスを開発・提供していくためには、個々の企業の創意工夫に加え、さまざまな連携の中からイノベーションを生み出したり、相乗効果を図ったりしていくことが重要です。

こうした連携を創出していくために、地域の企業同士が集まり、商談会や意見交換会を開催したり、研究機関等が持つ技術等を提供する機会を創出したりするなど、積極的につながりを持っていく必要があります。

本市では、大学等と共同により研究開発を行う市内の中小企業等に対する補助金制度を創設し、産学官連携を促進してきましたが、実績がなく、制度の周知や実施方法の見直し等を行っていく必要があります。

今後は、産学官連携のさらなる推進とともに、市内に立地する企業同士の連携や共同組織化、分野や業種の枠を超えた連携機会の創出に取り組んでいく必要があります。

【数値目標】

指標	現状値 (年度)	目標値 (年度)	根拠・出典等
高等教育機関と民間事業所の連携事業数	0件 (2017年度)	1件 (2022年度)	事務事業評価シート

【出典】 久喜市総合振興計画

【推進する施策】

3-1 産学官連携の促進

- 大学等や産学官連携研究機関、県・国の各種研究機関等と市内の中小企業・小規模企業の連携・協力を促進し、その知的資源等を活かした事業、まちづくりを推進します。
- 「友好都市の提携に関する協定」を締結した青森県野辺地町と産業交流事業を行います。

3-2 企業間・異業種間連携の促進

- 市内の中小企業・小規模企業が持つ技術を活かした商品開発や付加価値の高い商品づくり、市の農産物を使用した特産品の開発等を支援するため、企業間連携のきっかけづくりやマッチングの機会を創出します。【再掲】
- 一企業単体では難しい技術開発や製品開発、販路拡大等において、多様な企業・研究機関等による共同での取組を支援します。
- アーティストやクリエイターと市内中小企業・小規模企業との連携による創造的な製品デザインやプロモーションツール等の開発を支援し、高付加価値化、販路拡大等につなげます。

3-3 市内経済の循環の促進

- 直売所の設置や観光農業の推進、農産物加工・販売の推進など、農商工連携を促進し、農業、商工業の収益向上と活性化を図ります。
- 学校給食における地元農産物等への導入支援など、地産地消を推進します。
- 官公需における市内の中小企業・小規模企業への発注における優遇措置の充実を図ります。
- 市内の企業・事業所間での取引の活性化に向けた情報交換・情報提供やマッチング機会の充実を図ります。
- 高齢化社会における公共交通の活用方法の検討を行うなど、出歩きやすいまちづくりを推進します。

3-4 広域連携の推進

- 近隣自治体と連携し、技術開発支援や販路開拓、人材確保・育成、起業支援など、中小企業・小規模企業振興にかかる各種事業について、共同による実施・開催を推進します。
- 花の名所を活用した観光PRを、圏央道でつながる自治体と連携して推進します。（桶川市の紅花、久喜市のラベンダー、幸手市のあじさいなど）
- 「友好都市の提携に関する協定」を締結した青森県野辺地町と産業交流事業を行います。【再掲】

3-5 各種団体等の活動支援

- 久喜市商工会の円滑な運営の一助に資するとともに、商工業の振興を図るため、補助金を交付します。
- 観光事業の振興により市の繁栄を図るとともに、観光資源の創造と地域社会の発展に資するため、久喜市観光協会に対し補助金を交付します。



■ 久喜市菖蒲産業祭 物産市

基本施策4 賑わいを創出する

【現状と課題】

中小企業・小規模企業の振興には、地域経済全体が活性化することが重要であり、地域に賑わいを創出していくことが必要です。特に今後は、少子高齢化、人口減少が加速することが見込まれることから、高齢者を含めた多くの市民が街なかに出かけられる環境づくりと併せ、市外からの誘客を図り、交流人口を増やしていくことが地域の活性化には欠かせません。

本市は、東京都心から50 km圏内と近く、またJR宇都宮線や東武伊勢崎線、東武日光線が走り、合わせて5駅が設置されています。さらに、久喜白岡ジャンクションで東北道と接続する圏央道が千葉県の一部区間を除き全線開通したことにより、東京都心だけでなく関東一円からアクセスがしやすい集客ポテンシャルの高い地域です。

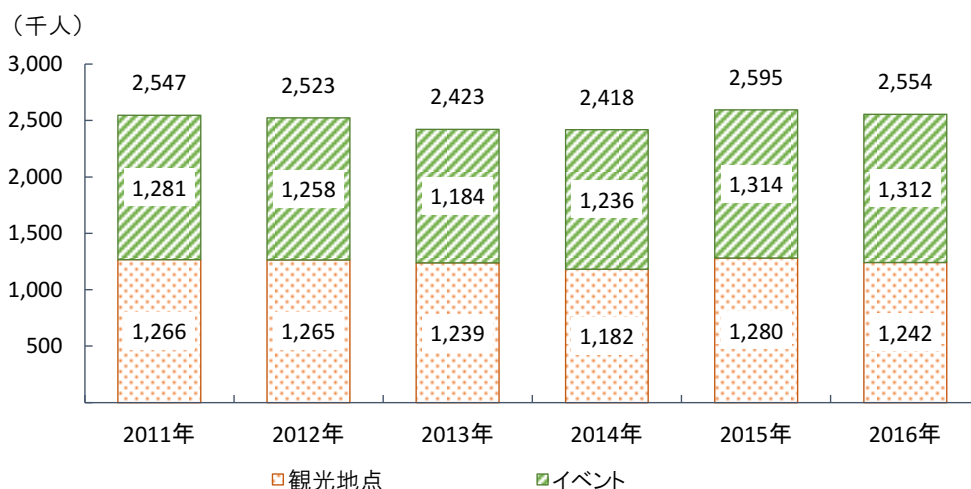
また、豊かな自然環境や美しい景観に加え、歴史遺産、各地区で受け継がれてきた伝統文化、花をテーマとしたイベントなど数多くの観光資源を有し、近年では、アニメなどのサブカルチャーを活用した地域おこしにも取り組んでいます。

消費者アンケートの結果をみると、本市商業が賑わい、魅力あるものとなるためには、「魅力ある飲食店の誘致」が最も高く、「既存商店街の活性化」や、「使いやすい駐車場・駐輪場の設置」、「公共施設など複合化した店舗の整備」、「道路・交通網の整備」などハード面の整備も含めた利便性の向上が求められています。

本市では、商工会や観光協会等の関係団体等を通じた商業振興、観光振興に取り組んでいます。また、市長によるトップセールスや「久喜市くき親善大使」の任命による効果的な情報発信を行い、本市の魅力を広く伝えています。

引き続き、個店や商店街、各地区の創意工夫による魅力向上のための取組を支援するとともに、それぞれの魅力をつなげることによる相乗効果を図っていくことが必要です。また、市民自身が自らのまちの魅力を再認識し、SNSなどを通じて積極的に発信していく環境づくり・しかけづくりが必要です。

■本市の観光入込客数の推移



【出典】 埼玉県観光入込客統計調査

【数値目標】

指標	現状値 (年)	目標値 (年)	根拠・出典等
小売業商品販売額	1,688 億円 (2015 年)	増加 (2021 年)	商業統計調査(経済センサス)
観光入込客数	2,554 千人 (2016 年)	増加 (2021 年)	埼玉県観光入込客統計調査

【推進する施策】

4-1 商店街の環境整備支援

- 商店街団体が実施する共同事業や街路灯の維持管理等にかかる費用に対し、補助金を交付します。
- 駐車場・駐輪場やオープンスペース、街並みの統一など、気軽に集い利用しやすい商店街づくりのための環境整備を支援します。

4-2 空き店舗の活用促進

- 空き店舗の活用を促進するため、空き店舗所有者が小規模企業等に貸し出した場合の優遇措置等を行います。
 - 市内の空き店舗を活用した起業・創業を支援するため、空き店舗の紹介や補助金の交付を行います。
- 【再掲】

4-3 観光資源の整備・活用

- 魅力あるまちづくりを進めるため、あやめ・ラベンダー関係施設やコスモスふれあいロード、日光街道栗橋宿など、各地区の観光資源等の整備を推進する各種団体の事業を支援します。
- 各地区の伝統的な祭りの伝承活動や大勢の人で賑わうイベントの開催を支援するとともに、観光資源として活用するため、その充実と情報発信等による集客を行います。
- 市民や各種団体との連携・協働により、久喜市の豊かな自然や景観を守るための活動や、文化財の保護・活用を推進するとともに、埋もれた観光資源を発掘し、その活用を図ります。
- 花の名所を活用した観光 P R を、圏央道でつながる自治体と連携して推進します。(桶川市の紅花、久喜市のラベンダー、幸手市のあじさいなど) 【再掲】

4-4 イベント等の開催支援

- 久喜市民まつりやコスモスフェスタ、街歩きなど各地区が実施するイベント等の円滑な運営を支援します。
- 久喜地区・菖蒲地区・栗橋地区・鷲宮地区、それぞれの文化・伝統を継承しつつ、久喜市として一体となったイベントを開催することで、一体感の醸成とより大きな成果につなげます。
- 各地区の伝統的な祭りの伝承活動や大勢の人で賑わうイベントの開催を支援するとともに、観光資源として活用するため、その充実と情報発信等による集客を行います。【再掲】

4-5 市の魅力の創出・発信

- 市長が自ら営業マンとなり、あらゆる場で久喜市の魅力を市内外にアピールするトップセールスを推進します。
- さまざまな取組を通じて、市の魅力を再発見したり、その良さを再認識したりできる機会の充実を図り、市民自身がSNSなど多様な媒体により市の魅力を発信していくための取組を推進します。
- 「久喜市くき親善大使」の任命や、アニメやキャラクターなどのサブカルチャー、「音楽の街」など、久喜市ゆかりの著名人や文化、特徴などを活用した効果的なPRを図ります。



■久喜提燈祭り

基本施策5 事業環境を整備する

【現状と課題】

中小企業・小規模企業の振興にあたっては、久喜市で事業を始めたい、ずっと事業を継続していきたいと思える魅力ある事業環境の整備を図っていく必要があります。そのためにも、地理的条件や交通アクセスに加え、市場としての魅力や産業集積によるメリットの享受、地域ブランドの確立、企業立地や起業・創業の際の支援体制などの優位性を高めていくことが重要です。

本市は交通の要衝であることから、物流や人、情報面で優位性を有しているほか、手厚い優遇措置等により多くの企業が立地しており、工業団地はすべての区画で企業進出・操業が行われています。また、空き店舗を活用し、創業する事業者を対象に補助金を交付し、創業にかかる負担の軽減を図っています。

今後も引き続き、産業用地の確保を図りながら、新たな企業の立地を促進するとともに、既存企業へのフォローや産業集積によるメリットの創出、事業展開しやすい環境整備を進め、継続し続けたいと思える事業環境づくりを進めていく必要があります。

【数値目標】

指標	現状値 (年)	目標値 (年)	根拠・出典等
市内事業所数	5,003 事業所 (2016 年)	増加 (2021 年)	経済センサス活動調査

【推進する施策】

5-1 立地環境の整備

- インターチェンジ周辺や幹線道路沿道において、計画的な産業基盤づくりを推進し、新たな産業用地を創出します。
- 駅周辺地域の整備を推進するとともに、駅前広場の適正な維持管理・更新に努めます。
- 駐車場・駐輪場やオープンスペース、街並みの統一など、気軽に集い利用しやすい商店街づくりのための環境整備を支援します。【再掲】
- 空き店舗の活用を促進するため、空き店舗所有者が小規模企業等に貸し出した場合の優遇措置等を行います。【再掲】

5-2 企業誘致・産業集積の推進

- 本市の企業立地優位性を高め、産業の集積を推進することで、市内企業間の取引の拡大等を図り、地域経済循環と地域産業の活性化につなげます。
- インターチェンジ周辺や幹線道路沿道において、計画的な産業基盤づくりを推進し、新たな産業用地を創出します。【再掲】

5-3 起業・創業しやすい環境の整備

- 市内での起業・創業を支援するとともに、起業・創業後の継続した経営支援等を行うことにより、事業の継続・定着を促進します。
- 市内の空き店舗を活用した起業・創業を支援するため、空き店舗の紹介や補助金の交付、店舗借上げ料等の助成等を行います。【再掲】
- 関係団体等と連携し、インキュベーションセンターの設立やコワーキングスペースの設置等、起業家の育成や新しいビジネスを支援する環境を整備します。【再掲】

5-4 防災対策の強化

- 地震や台風、集中豪雨等による被害を最小限に抑えるための防災空間、防災拠点等を整備し、災害発生時における企業の早期復旧体制の強化に努めます。
- 市内事業所の事業継続計画（BCP）の策定を支援します。



■ 久喜白岡ジャンクション



■ 白岡菖蒲インターチェンジ

第6章 計画の推進

(1) 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、教育・研究機関、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、庁内関係部局間の緊密な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、提言を受けることとし、施策による成果を検証しながら推進することとします。

(2) 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・小規模企業への発注の増大に努めます。

【中小企業・小規模企業の役割】

- 本計画の実現に向けて、社会経済情勢の変化に対応し、自らの事業活動の向上・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、商工会や商店街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。
- 本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。
- 従業員等の健康づくりを経営課題と捉え、その健康増進に努めることによって、医療費を減らすだけでなく、労働生産性を向上させ、企業価値の向上につなげようとする経営手法である健康経営の視点を取り入れるよう努めます。

【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、本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、本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。
- 市内の中小企業・小規模企業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発展、育成に協力します。
- 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。

(3) PDCAによる進捗管理

本計画に基づく事業の実施にあたっては、庁内会議及び振興会議において、費用対効果など具体的な検討を行うとともに、実施効果を把握・検証し、目標達成に効果的な実施方法・内容への見直し・改善を図りながら取り組みます。

(1) 用語解説

用語	解説	掲載ページ
アルファベット・数字		
A I	人工知能（Artificial Intelligence）の略称。学習・推論・判断といった人間がもつ機能を備えたコンピューターシステム。	2, 30, 36
I C T	情報通信技術（Information and Communication Technology）の略称。従来使われてきた I T に C（Communication）が加えられ、情報を適切に伝達するための技術を総称して使われている。	30, 32, 35, 36
I o T	Internet of Things の略で、「モノのインターネット化」と訳される。実社会のあらゆる事象・情報がデータ化、ネットワークを通じて自由にやりとり可能となること。	2, 30, 36
I T	情報技術（Information Technology）の略称。	2, 27
P D C A	Plan（計画）-Do（実行）-Check（評価）-Action（改善）の頭文字をとったもの。これらを繰り返し、施策・事業を効果的・効率的に推進していくための手法。	45
S N S	Social Networking Service の略。Web 上で社会的ネットワーク（ソーシャル・ネットワーク）を構築可能にするサービスのことである。主な S N S としてフェイスブック、インスタグラム等。	39, 41
6次産業化	1次産業としての農林漁業と、2次産業としての製造業、3次産業としての小売業等の事業との総合的かつ一体的な推進を図り、農山漁村の豊かな地域資源を活用した新たな付加価値を生み出す取組のこと。	30
あ行		
イノベーション	「変革する」「刷新する」という意味を表す。生産技術の革新、資源の開発、新消費財の導入、特定産業の構造の再組織など、広い範囲でこの言葉を用いることが多い。	30, 37
インキュベーションセンター	起業・創業を目指す人に対し、事業開始から成長へ向けて種々の支援を行う施設・拠点のこと。インキュベーションとは、元々「卵のふ化」を表す英語。	36, 43
インバウンド	外国人が訪れてくる旅行のこと。元々は「外から中に入り込む」という意味。	2, 36
オープンイノベーション	企業や大学・研究機関、起業家など、あらゆる枠組みを超えて外部から新たな技術やアイデアを募集・集約し、革新的な新製品やサービス、ビジネスモデル等を開発すること。	2
オープンスペース	建造物の立っていない場所。自由に利用できる開放的な空間。	40, 42

か行		
コワーキングスペース	起業家等が机・椅子・ネットワーク設備などの実務環境を共有しながら働く場所。	36, 43
さ行		
サブカルチャー	社会の正統的、伝統的な文化に対し、その社会に属するある特定の集団だけがもつ独特の文化。下位文化、あるいは副文化。	39, 41
産学官連携	民間企業や NPO 等（産）、大学、高等専門学校等（学）、公設試験研究機関や国・地方公共団体（官）が、それぞれの使命・役割の違いを理解し尊重しつつ、活性化に向けて連携すること。	32, 37
事業継続計画（BCP）	突発的な緊急事態が発生した場合でも、重要業務が中断しないこと、また万一事業活動が中断した場合に目標復旧時間内に重要な機能を再開させることを目的として策定する計画。	43
た行		
第 4 次産業革命	18 世紀末以降の水力や蒸気機関による工場の機械化である第 1 次産業革命、20 世紀初頭の分業に基づく電力を用いた大量生産である第 2 次産業革命、1970 年代初頭からの電子工学や情報技術を用いた一層のオートメーション化である第 3 次産業革命に続く、I o T やビッグデータ、A I 等をコアとした技術革新を指す。	2
第二創業	既に事業を営んでいる中小企業・小規模事業者において、後継者が先代から事業を引き継いだ場合などに、業態転換や新事業・新分野に進出すること。	30, 34, 36

(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に努めるものとし、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

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、環境経済部商工観光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
	伊 藤 秀	公募による市民
	坂 本 仁 志	公募による市民
	土 谷 千 鶴 子	公募による市民
	吉 田 きく江	公募による市民
	深 原 富 美 子	公募による市民
会 長	溝 呂 木 健 一	学識経験を有する者
副 会 長	渡 邊 邦 夫	商工業関係団体を代表する者
	利 根 川 淳	商工業関係団体を代表する者
	安 食 稔	商工業関係団体を代表する者
	柏 浦 茂	商工業関係団体を代表する者
	白 石 謹 章	商工業関係団体を代表する者
	水 野 浩 美	商工業関係団体を代表する者
	杉 田 栄 子	商工業関係団体を代表する者
	小 暮 浩	金融機関を代表する者
	宮 内 智	その他市長が必要と認める者

※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。

(4) 計画の策定経過

時期	会議等	協議内容等
平成 29 年 11 月 20 日	平成 29 年度第 1 回 中小企業・小規模企業振興会議	○会長、副会長の選出 ○会議の運営・スケジュール
平成 30 年 1 月 19 日	平成 29 年度第 2 回 中小企業・小規模企業振興会議	○アンケートについて ①事業所アンケート（2 種） ②消費者アンケート
平成 30 年 3 月 19 日	平成 29 年度第 3 回 中小企業・小規模企業振興会議	○アンケートについて ①中小企業・小規模企業アンケート ②消費者アンケート
平成 30 年 4 月 13 日 ～5 月 31 日	中小企業・小規模アンケート、消 費者アンケートの実施	○中小企業・小規模企業アンケート 配付：2,330 票 回収：717 票（回収率 30.8%） ○消費者アンケート 配付：2,000 票 回収：781 票（回収率 39.1%）
平成 30 年 8 月 20 日	平成 30 年度第 1 回 中小企業・小規模企業振興会議	○中小企業・小規模企業振興のためのアン ケート集計結果について ○振興計画の策定について
平成 30 年 10 月 31 日	平成 30 年度第 2 回 中小企業・小規模企業振興会議	○中小企業・小規模企業振興計画（素 案）について ○久喜市商工会から提案された支援施策 の検討状況について
平成 30 年 12 月 19 日	平成 30 年度第 3 回 中小企業・小規模企業振興会議	○久喜市中小企業・小規模企業振興基 本計画（案）について ○パブリックコメントの実施予定について
平成 30 年 12 月 26 日 ～平成 31 年 1 月 25 日	パブリックコメントの実施	意見件数 1 人 2 件
平成 31 年 2 月 19 日	平成 30 年度第 4 回 中小企業・小規模企業振興会議	○久喜市中小企業・小規模企業振興基 本計画（案）に対する意見募集の実施 結果について ○久喜市中小企業・小規模企業振興基 本計画答申（案）について
平成 31 年 3 月 8 日	平成 30 年度第 5 回 中小企業・小規模企業振興会議	○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(答申)

