

恵庭市中小企業振興基本計画 (平成30年度 中間見直し)

恵庭市中小企業振興基本条例「キャッチフレーズ」

「ゆたかさを描く恵庭のまちづくり」(一般公募優秀作品)

(八京義一さん/島松本町在住)

恵庭市経済部

はじめに



恵庭市は、秀峰恵庭岳の裾野にあり、自然豊かな森林地帯から湧き出る清水は漁川となって流れ下り、肥沃な大地を築き、ここに明治初頭から先人たちの手で始まった稲作や酪農が根付き、農業を基幹産業として発展しました。

その後、急速に進む国の工業開発の潮流と相俟って、工業や商業の集積が進み、産業の中核を担うようになりました。また、道都・札幌市と新千歳空港の間に位置する交通利便性を活かした企業誘致や、子育て環境の充実、恵み野地区の「ガーデニング」を中心とした市民活動による「花のまちづくり」、図書条例による「読書のまち」など、都市機能と自然環境を両立した「優れた住環境」を活かし、まちづくりを推進してきました。

こうした本市の地域経済を支え続けてきた産業のほとんどは、中小企業で構成されており、中小企業は本市の経済活動の礎として、雇用を創出し、市民の暮らしになくてはならない存在になっています。

しかしながら、近年の少子高齢化の進行、人口減少及び経済のグローバル化等の社会構造の変化により、中小企業の経営環境は厳しい状況にあります。

このような中、中小企業はその多様性を生かし、変化する経済環境に適応していかなければなりません。そのためには、中小企業自らが、創意工夫により経営の安定のための努力を行うことが重要であり、また、市民も中小企業振興が本市の経済発展に欠かせないものであるということを認識し、企業、市及び市民がそれぞれの果たすべき役割を踏まえ、連携して中小企業を元気にする必要があります。

本計画は、豊かで住みやすいまちをつくるため、企業、市及び市民の役割を明確にし、行政はもとより、大企業や中小企業・事業者、関係団体など、市内に事業所を有するすべての人たちの行動指針として共有し、連携・協働して計画に基づく施策を展開するとともに、体系的・計画的に中小企業振興を推進するため策定するものです。

2016年1月

恵庭市長 原 田 裕

目 次

第1章 振興基本計画の策定にあたって

- 1. 計画策定の目的 4
- 2. 計画の期間と位置づけ 4

第2章 恵庭市の産業構造

(1) 人口構造

- 「人口の推移」 5
- 「生産年齢人口の推移と見込み」 6
- 「通勤流出・流入地域の状況」 6

(2) 産業構造

- 「産業3部門別の事業所数及び従業者数」 7
- 「産業分類別の事業所数及び従業者と構成比」 7
- 「事業所数・従業者数の推移」 8
- 「産業分類別特化係数の地域間比較」 9
- 「製造業の事業所数と出荷額の推移」 10
- 「卸売業・小売業の事業所数と出荷額の推移」 10
- 「新設・廃業事業所の推移」 11
- 「農業生産額と農家戸数の推移」 11
- 「観光入込客数の推移」 12

(3) 雇用情勢

- 「有効求人倍率の推移」 12
- 「新規学卒者の就職状況」 13
- 「地域職業相談室の利用実績（ジョブガイドENIWA）」 13

(4) 公共工事（市発注工事等の状況）

- 「発注総額と市内企業の受注額、発注件数割合の推移」 14

第3章 中小企業・事業者の現状と課題

- 市内中小企業・事業者実態調査の概要（平成26年度調査） 15
- 恵庭市中小企業経営改善調査の概要（平成28年度調査） 18

第4章 課題解決に向けた4つの視点 22

第5章 中小企業振興の戦略と具体的な施策

- 1) SWOT分析と6つの推進方針の展開 25
- 2) 基本戦略と施策の方針 26
 - 戦略と重点取組みの関係 29
 - 施策の体系 30
 - 数値目標 38
 - 推進管理 38

第6章 中小企業振興を推進するそれぞれの役割 39

第1章 振興基本計画の策定にあたって

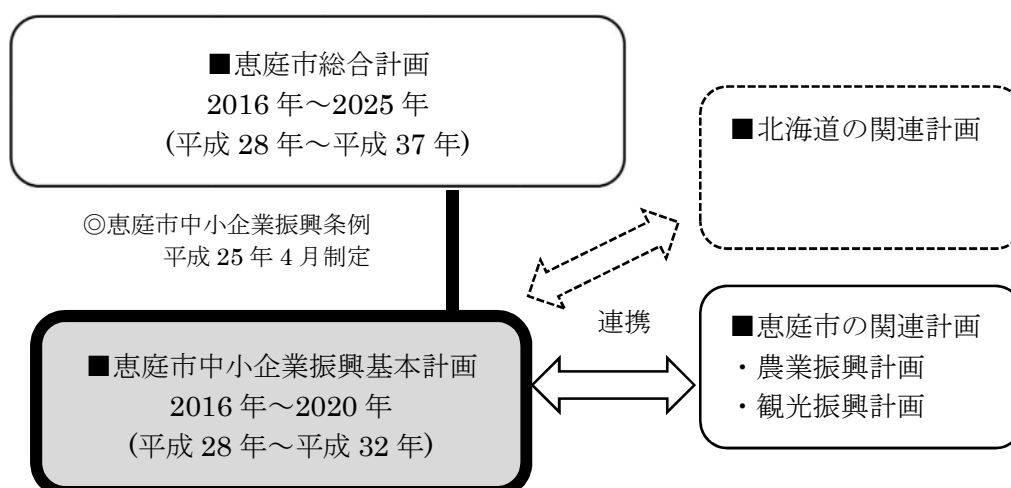
1.計画策定の目的

市内企業の大多数を占めている中小企業は、本市の地域経済と雇用の主要な担い手として大きな役割を果たしています。しかし、今日的な社会経済状況の中、中小企業を取り巻く経営環境は依然厳しい状況にあり、これを改善していくためには、中小企業が地域に根ざすまちづくりが必要であり、そうしたまちづくりを進めていく上で、中小企業者自身が率先して取り組むことは勿論、中小企業者と市民が協力して地域内の経済循環を高めていくことが重要になると考えます。

「恵庭市中小企業振興基本計画」は、条例制定後の次のステップとして、市、企業、関係団体及び市民それぞれが連携・協働して取り組むための指針として策定し、中小企業振興に関する施策の総合的な推進を目指します。

2.計画の期間と位置づけ

振興基本計画は、「恵庭市総合計画」に包括されるものであり「恵庭市観光振興計画」や「恵庭市農業振興計画」等の既存計画と相互に連携、補完しながら、さらには「恵庭市まちづくり基本条例」の主旨を尊重し、計画の実効性を確保します。その計画期間を5年とし、中小企業振興のために取り組む施策を体系的に展開していきます。尚、より効果的な施策を進めていくためにも、状況に応じて見直しを行います。

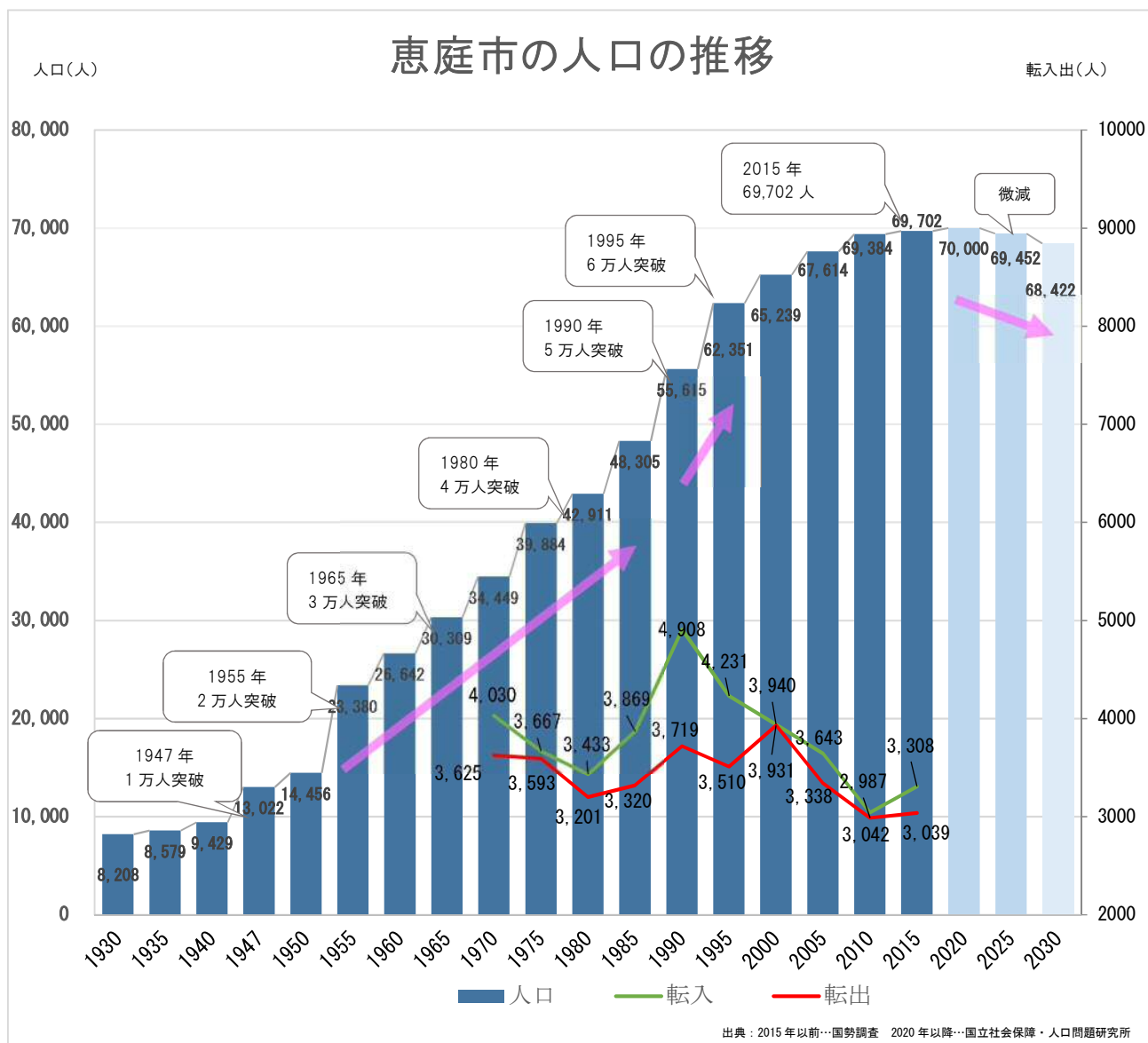


第2章 恵庭市の産業構造

(1) 人口構造

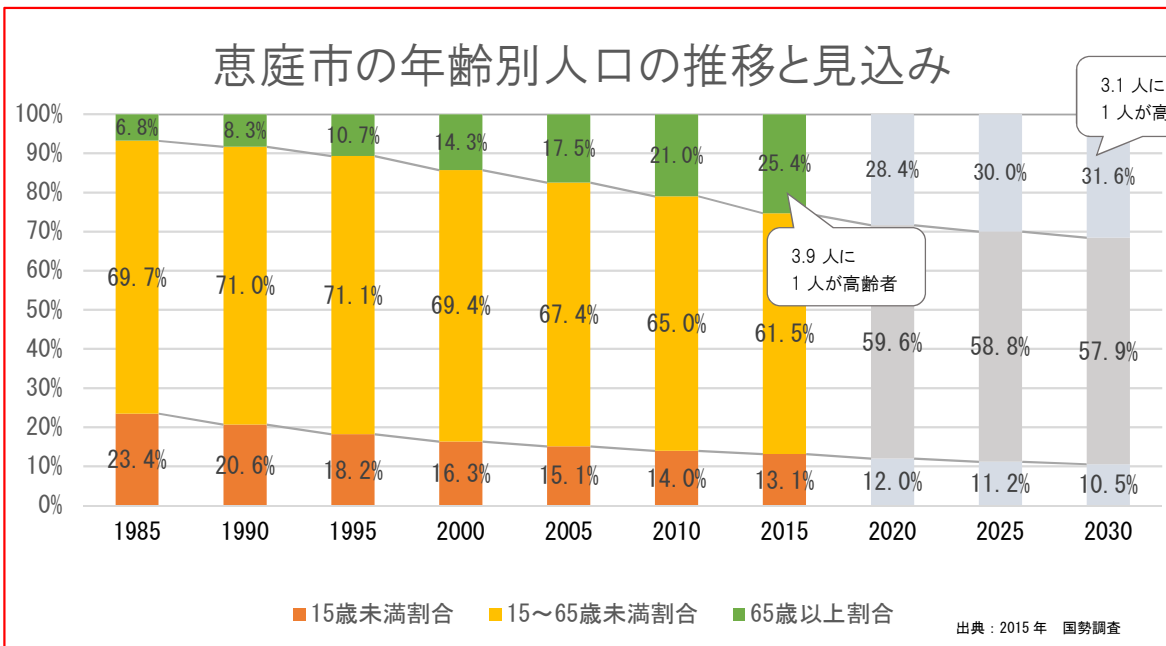
■「人口の推移」

恵庭市の人口は、1947年に1万人を超え、1955年に2万人、1965年に3万人、1980年に4万人、1990年に5万人を超え、ほぼ10年ごとに1万人増加してきました。1995年にはわずか6年で6万人を突破し、人口は増え続け、2019年には69,801人となりました。その後の人口の将来展望としては、2020年をピークに微減傾向へと転じるとされ、国立社会保障・人口問題研究所の人口推計を基に恵庭市独自に推計した恵庭市人口ビジョン2017では、2030年には68,422人と推計されています。



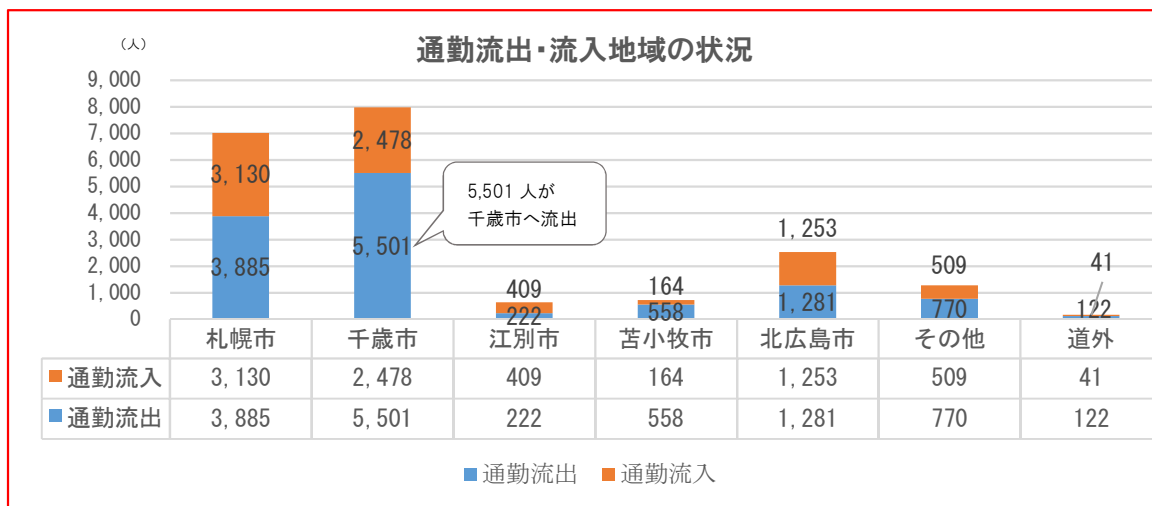
■ 「生産年齢人口の推移と見込み」

2015年の65歳以上の人口が総人口に占める割合は25.4%となり、2010年と比較して5年で4.4%も増加しました。国立社会保障・人口問題研究所の推計では、2030年には31.6%となり、人口の約3.1人に1人が高齢者になる見込みで高齢化が進展していくことがわかります。生産年齢人口（15以上65歳未満）についても、2010年から2015年の5年で3.5%と大幅に減少し、さらに2030年までの20年間で7.1%（2,625人）減少する見込みです。



■ 「通勤流出・流入地域の状況」

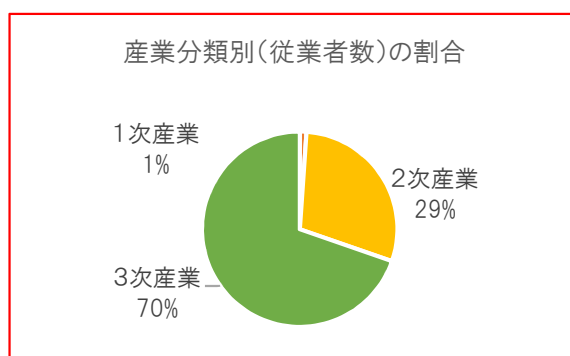
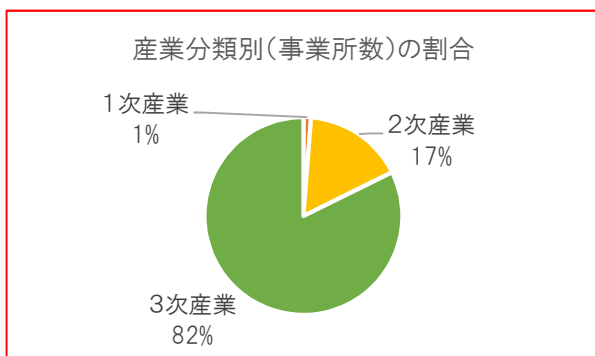
通勤における1日の流出・流入状況を見ると、千歳市に約5,500人、次いで札幌市に約4,000人が流出しています。流入については、札幌、千歳から合わせて約5,500人が流入していますが、全体の流出・流入を比較すると、約4,000人が恵庭市以外に通勤していることとなります。



(2) 産業構造

■ 「産業3部門別の事業所数及び従業者数」

産業分類別で見ると事業所・従業者数ともに3次産業が多くを占めています。2次産業が占める割合は事業所が17%、従業者数は29%となっていますが、製造業1社あたりの従業者数が3次産業の事業所1社あたりの従業者数と比較して多いことによります。



■ 「産業分類別の事業所数及び従業者と構成比」

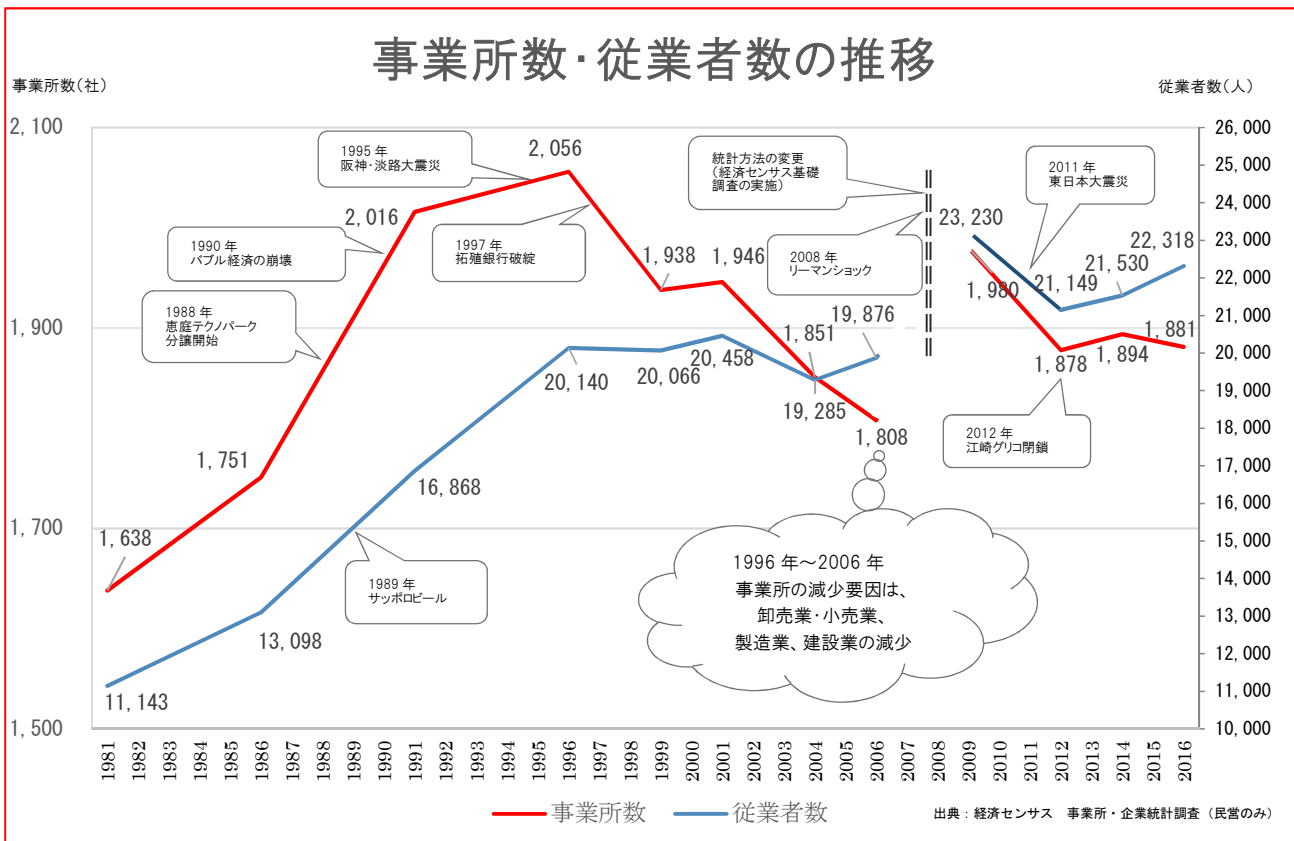
市内の事業所数は1,881社、従業者数は22,318人となっています。このうち、従業者100人未満の事業所は98%となっています。産業分類別の構成で見ると事業所数では卸売業・小売業が432事業所(23.0%)、従業者数では製造業が4,775人で最も多くなっています。

業種	事業所数	従業者数(人)	
		構成比(%)	構成比(%)
全体	1,881	22,318	
一次産業			
農林・漁業	22	237	1.1%
二次産業			
鉱業・採石業・砂利採取業	1	3	0.01%
建設業	175	1,470	6.6%
製造業	115	4,775	21.4%
電気・ガス・熱供給・水道業	1	35	0.2%
三次産業			
情報通信業	8	97	0.4%
運輸業・郵便業	81	1,693	7.6%
卸売業・小売業	432	3,968	19.7%
金融業・保険業	32	298	1.1%
不動産業・物品賃貸業	89	351	1.3%
学術研究・専門・技術サービス業	59	406	1.5%
宿泊業・飲食サービス業	260	1,868	8.3%
生活関連サービス業・娯楽業	217	1,016	5.9%
教育・学習支援業	84	797	5.7%
医療・福祉	183	3,019	14.6%
複合サービス業	13	83	1.0%
サービス業(他に分類されないもの)	109	909	3.7%

出典：2016年 国勢調査 出典：2016年 経済センサス

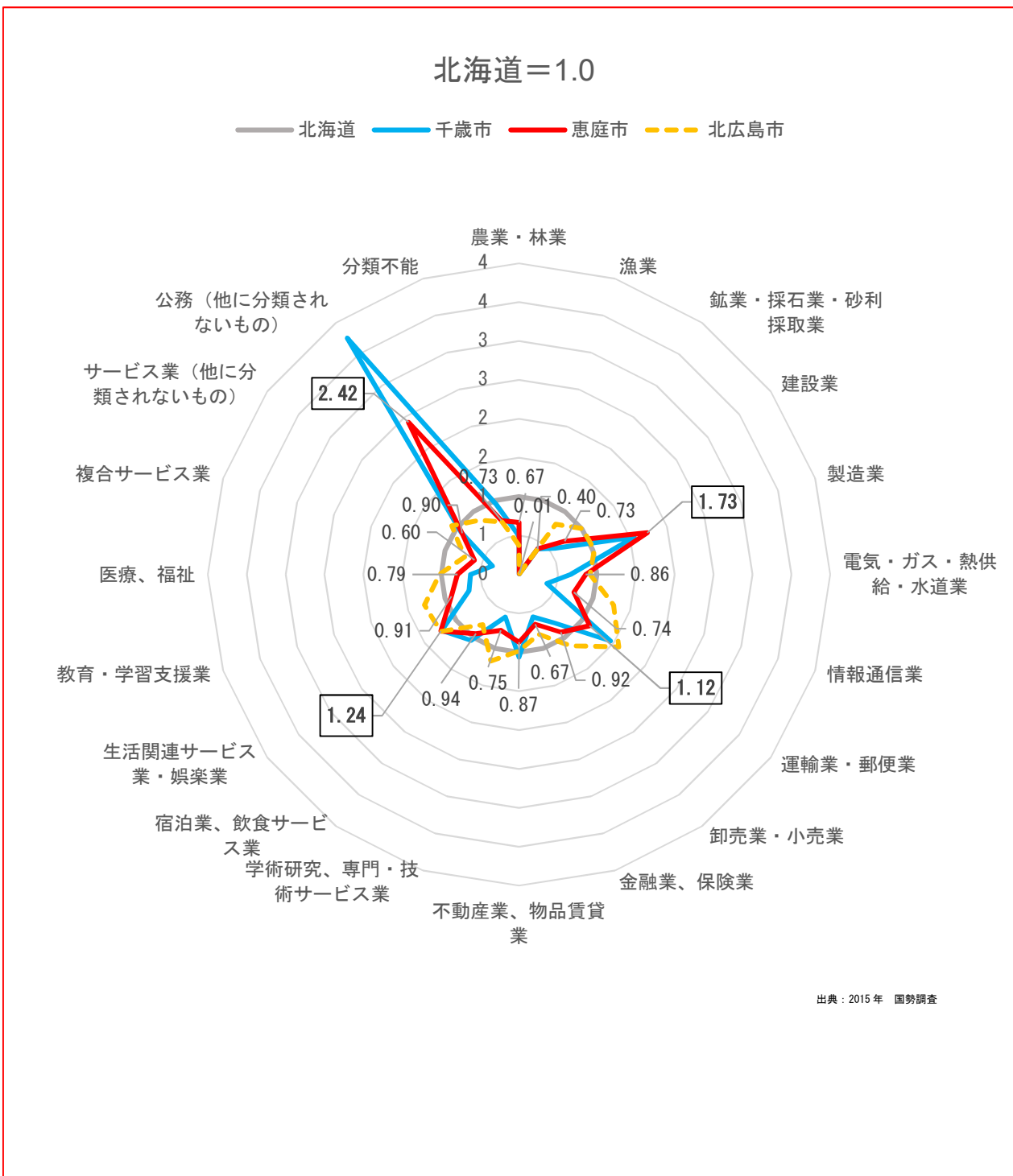
■「事業所数・従業者数の推移」

市内事業所数については、1981年から1996年にかけて1988年の工業団地・恵庭テクノパーク分譲の影響もあり増加を続けました。その後は2006年まで減少を続けましたが、その要因として考えられるのは「卸売業・小売業」、「製造業」、「建設業」の減少によるものと考えられます。2009年に再び上昇し、その後は減少に転じたものの2013年に再上昇、2016年には1,881社となっており、従業者数は22,318人となっています。



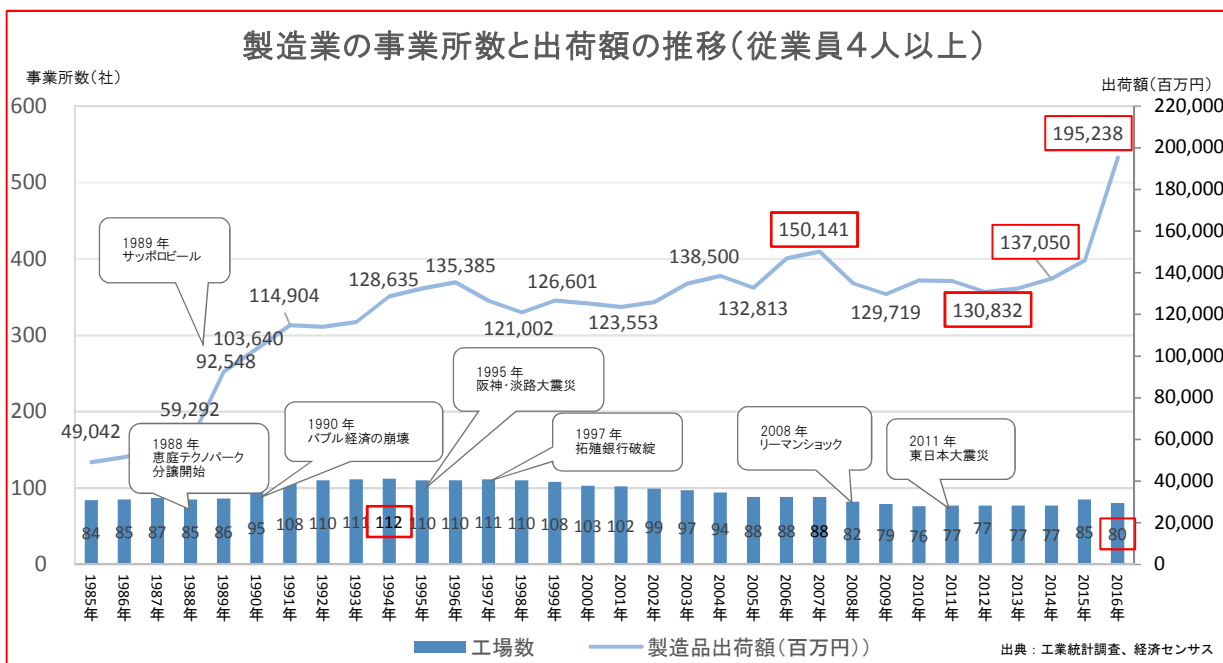
■「産業分類別特化係数の地域間比較」

産業分類別特化係数（従業者）をみると恵庭市、千歳市比較でみるとほぼ同様の形をしています。北広島市は「運輸業・郵便業」（1.58）、「教育・学習支援業」（1.28）が高い値となっています。恵庭市で北海道の平均（=1.0）を超える業種は「製造業」（1.73）、「生活関連サービス業・娯楽業」（1.24）、「運輸業・郵便業」（1.12）となっています。「公務」（2.42）が高い値となっているのは、自衛隊の存在が大きいと考えられます。



■ 「製造業の事業所数と出荷額の推移」

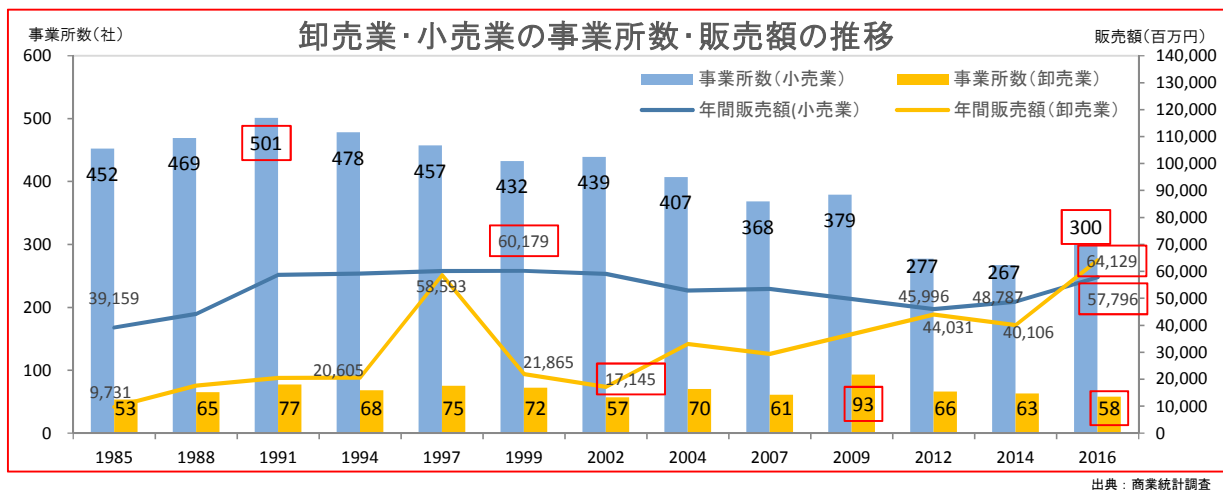
2007年に1,501億円だった出荷額は、2012年に1,308億円まで減少。ここ数年は業績を伸ばした企業の影響で増加傾向にあり、2016年には1,952億円と過去最高額を記録しました。この要因としては2015年から2016年にかけて7企業が工場を増設したためと考えられます。事業所数は1994年の112社をピークに2016年には80社（▲32社）まで減少、ここ数年は横ばいとなっています。



■ 「卸売業・小売業の事業所数と販売額の推移」

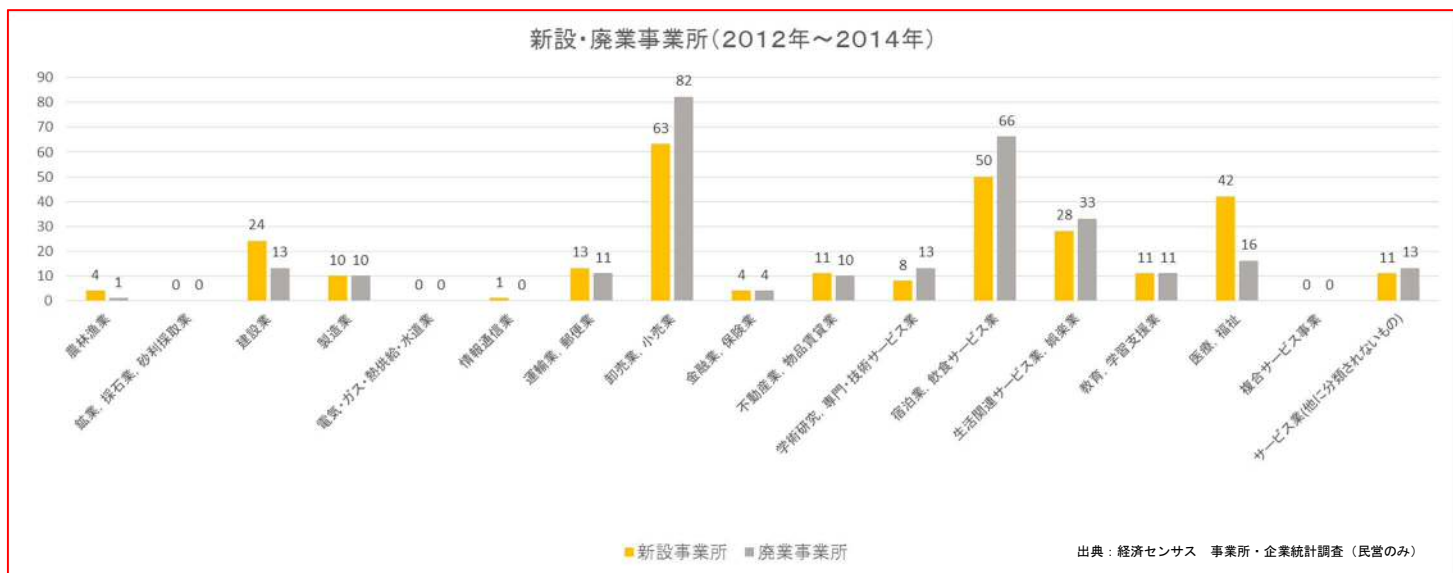
小売業の事業所数は1991年の501社から減少しており、2016年には300社となっています。販売額については、1999年の601億円から2014年には490億円まで減少したものの、再び上昇し2016年には578億円となっています。

卸売業の事業所数は2009年の93社から減少し、2016年には58社と35社減少しています。販売額は2002年から上昇を続け、2014年に減少に転じたものの、2016年は641億円と大きく上昇しています。



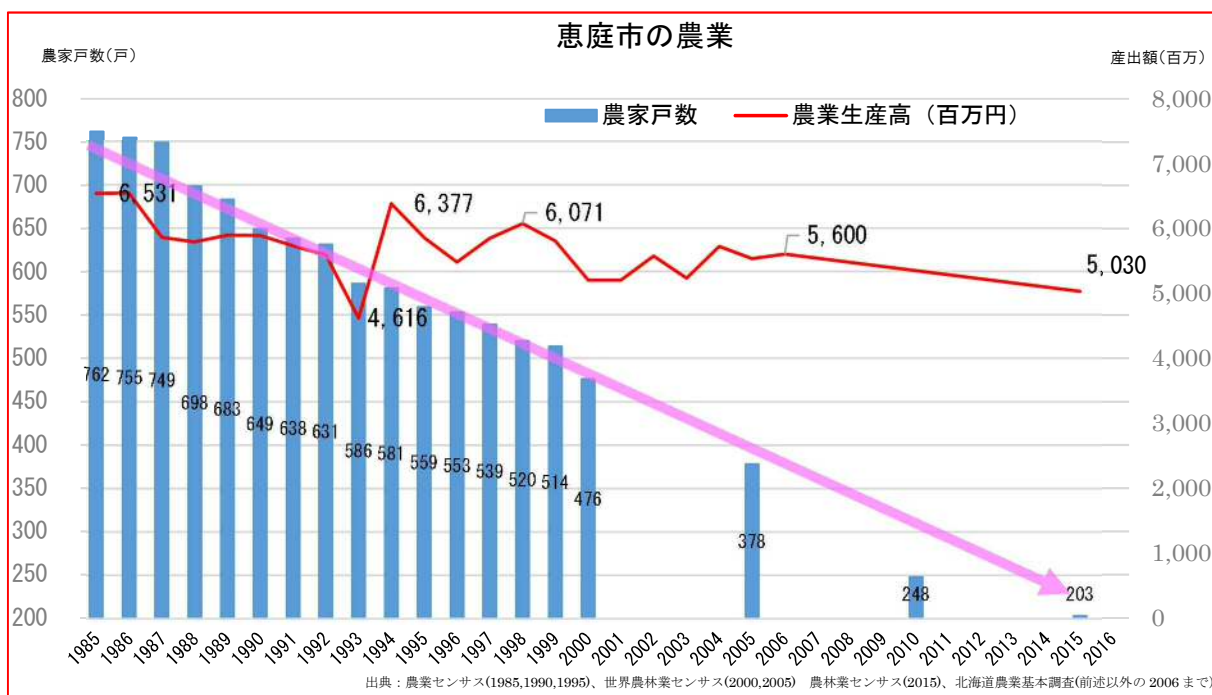
■「新設・廃業事業所の推移」

2009年から2012年までの新設事業所は99社、廃業事業所数は280社となっていました。2012年から2014年までの新設事業所は280社、廃業事業所数は283社となり、比較すると新設事業所が大幅に増加していますが、依然として廃業事業所が多い状況です。新設・廃業ともに「卸売業・小売業」、「宿泊業・飲食サービス業」が多くなっています。



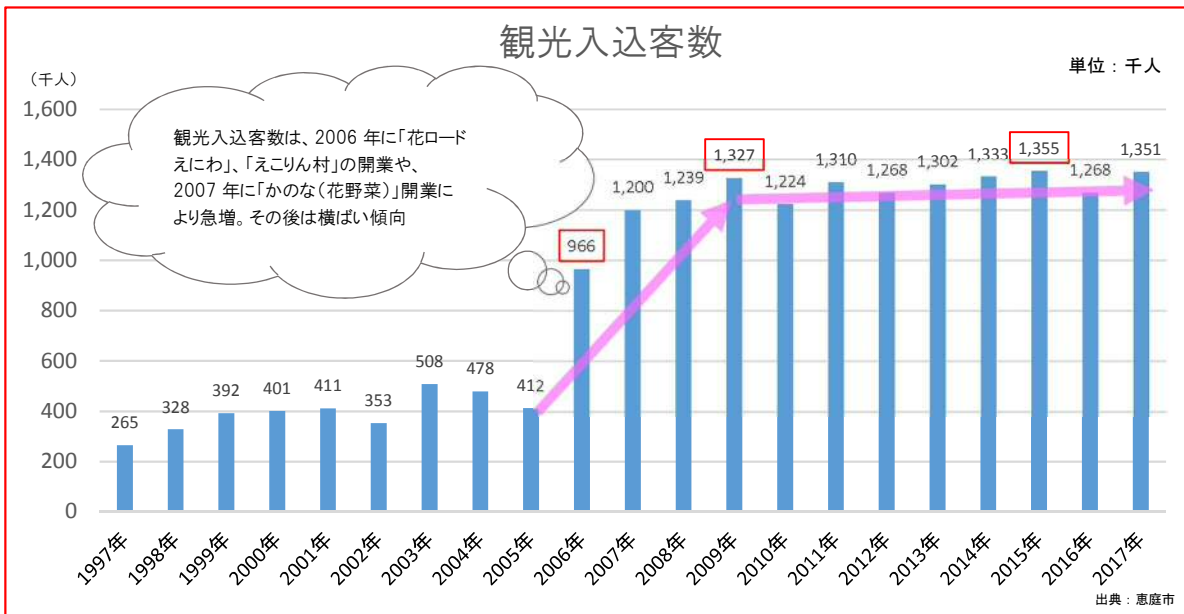
■「農業産出額と農家戸数の推移」

農家戸数は1985年から2015年までに大きく減少（▲73%）していますが、農業生産高は横ばいを保っています。



■「観光入込客数の推移」

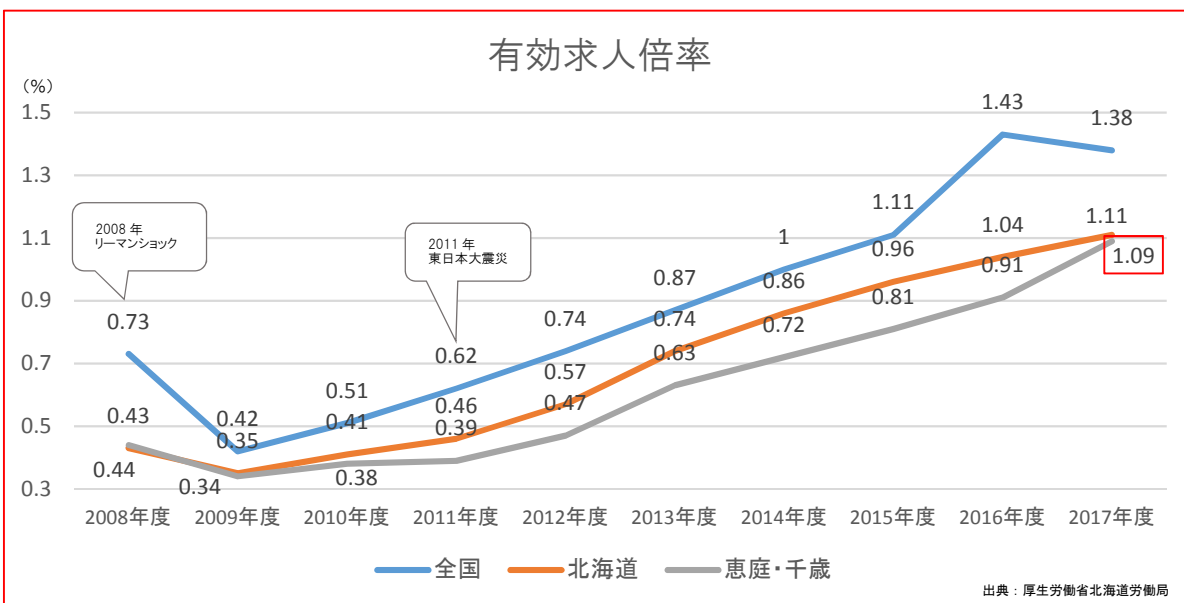
観光入込客数は、2006年以降大幅に増加し、2009年には132万人に達しています。これは、2006年の「道と川の駅 花ロードえにわ」や「えこりん村」の開業、2007年の「恵庭農畜産物直売所 かのな（花野菜）」の開業により、観光入込客数が増加したと考えられます。2009年以降は、ほぼ横ばいで推移しています。



(3) 雇用情勢

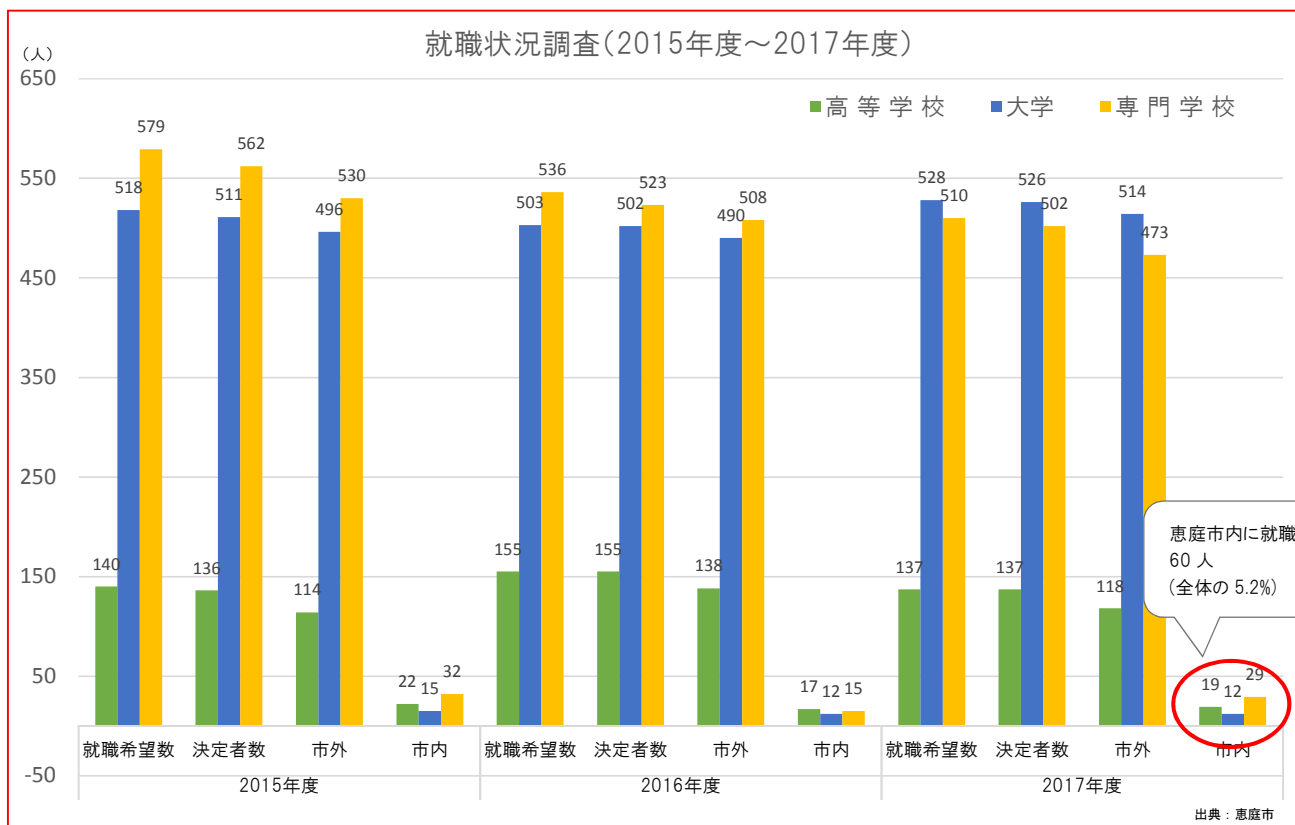
■「有効求人倍率の推移」

有効求人倍率については、全国、全道、恵庭・千歳、いずれも2009年から上昇を続け、2017年には1.09と有効求人倍率が1を上回る人手不足の状態となっております。



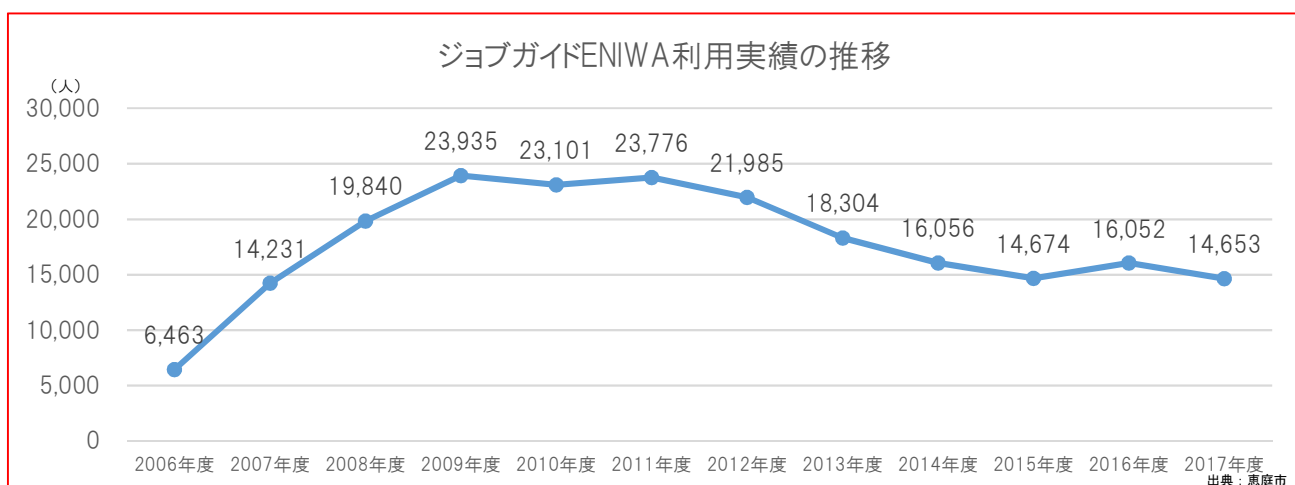
■「新規学卒者の就職状況」

2017年度の恵庭市内の新規学卒者の就職先は、就職決定者1,165人のうち市外が1,105人、市内は60人（5.2%）に留まっています。



■「地域職業相談室の利用実績(ジョブガイド ENIWA)」

有効求人倍率が2009年度から上昇していることもあり、地域職業相談室(ジョブガイド ENIWA)の利用は、2009年度から横ばい、もしくは減少しており、2017年度は14,653人となっています。

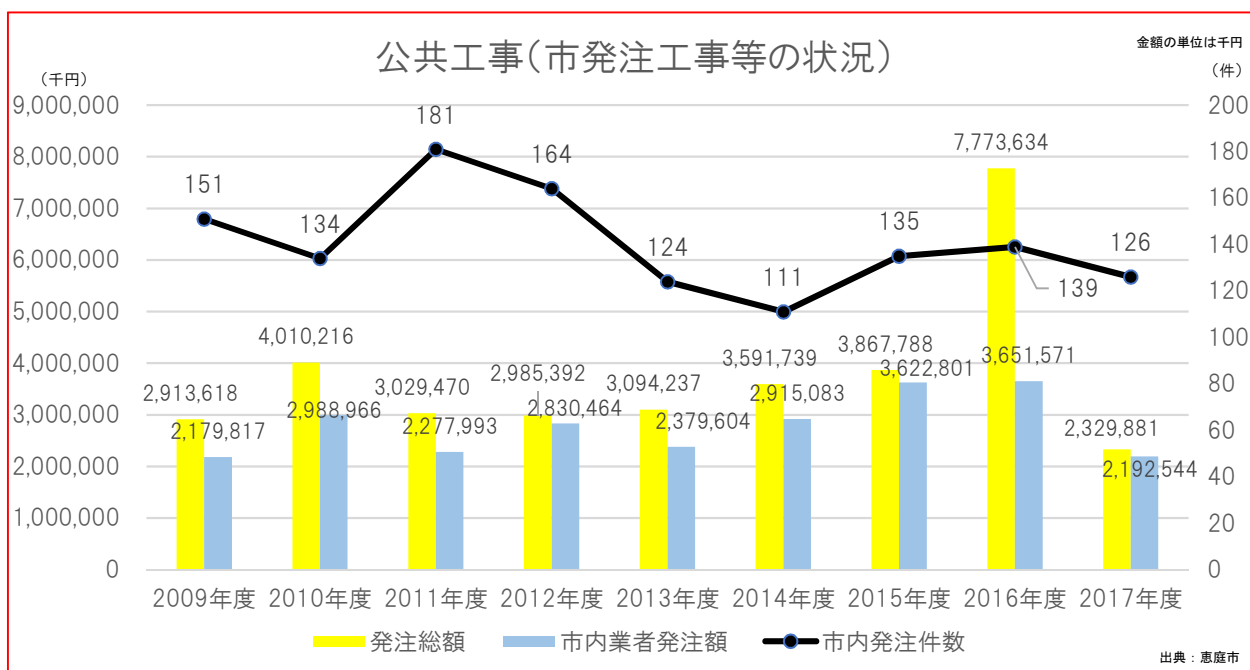


(4) 公共工事(市発注工事等の状況)

■「発注総額と市内企業の受注額、発注件数割合の推移」

発注総額は2010年度を除いて30億円前後で推移していましたが、2014・2015年度と連続で建築工事、設備工事の発注により増額し、2016年度は焼却施設の建設費用で大幅な増額となりました。2017年度は減少し、30億円を下回りました。

また、市内の発注件数も2015年に大きく増加し、2016年度には139件となりました。2017年度は微減し、126件となりました。



第3章 中小企業・事業者の現状と課題

本計画策定に向けた基礎調査として、本市の中小企業・事業者を対象に、経営上の課題解決を支援するための基礎資料作成を目的としてアンケートや聴き取りを実施した「市内中小企業・事業者実態調査(2014年度)」の調査結果を踏まえたうえで、本市の中小企業・事業者が直面する現状と課題を明らかにし、「恵庭市中小企業経営改善調査(2016年度)」の調査結果を踏まえて、さらに見直しを行いました。

なお、第3章、第4章はアンケート調査の結果を踏まえ、専門家からの意見をまとめた内容となっています。

■ 市内中小企業・事業者実態調査の概要(2014年度調査)

区 分	内 容																																																																																																							
調査の実施概要	○アンケート調査 ◇業種別・事業所数																																																																																																							
	<ul style="list-style-type: none"> 調査対象企業：恵庭市内事業所 1,024 社、うち回答数 459 社(回収率：44.8%) 調査期間：2014年7月1日～7月15日 調査項目：企業概要、売上状況、取引状況、経営展望、支援策など <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">業 種 別</th> <th colspan="2">アンケート調査</th> <th colspan="2">経済センサス(H24)</th> </tr> <tr> <th>企業数</th> <th>割合(%)</th> <th>企業数</th> <th>割合(%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>全体</td> <td>456</td> <td>100.0</td> <td>1,878</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>農林水産業</td> <td>3</td> <td>0.7</td> <td>21</td> <td>1.1</td> </tr> <tr> <td>鉱業、砕石業、砂利採取業</td> <td>0</td> <td>0.0</td> <td>2</td> <td>0.1</td> </tr> <tr> <td>建設業</td> <td>93</td> <td>20.4</td> <td>169</td> <td>9.0</td> </tr> <tr> <td>製造業</td> <td>42</td> <td>9.2</td> <td>109</td> <td>5.8</td> </tr> <tr> <td>電気・ガス、熱供給、水道業</td> <td>21</td> <td>4.6</td> <td>2</td> <td>0.1</td> </tr> <tr> <td>情報通信業</td> <td>3</td> <td>0.7</td> <td>9</td> <td>0.5</td> </tr> <tr> <td>運輸業、郵便業</td> <td>18</td> <td>3.9</td> <td>77</td> <td>4.1</td> </tr> <tr> <td>卸売業、小売業</td> <td>79</td> <td>17.3</td> <td>441</td> <td>23.5</td> </tr> <tr> <td>金融業、保険業</td> <td>12</td> <td>2.6</td> <td>35</td> <td>1.9</td> </tr> <tr> <td>不動産業、物品賃貸業</td> <td>14</td> <td>3.1</td> <td>101</td> <td>5.4</td> </tr> <tr> <td>学術研究、専門・技術サービス業</td> <td>14</td> <td>3.1</td> <td>62</td> <td>3.3</td> </tr> <tr> <td>宿泊・飲食業</td> <td>42</td> <td>9.2</td> <td>290</td> <td>15.4</td> </tr> <tr> <td>教育、学習支援業</td> <td>8</td> <td>1.8</td> <td>82</td> <td>4.4</td> </tr> <tr> <td>医療、福祉業</td> <td>13</td> <td>2.9</td> <td>138</td> <td>7.3</td> </tr> <tr> <td>生活関連サービス業、娯楽業</td> <td>45</td> <td>9.9</td> <td>220</td> <td>11.7</td> </tr> <tr> <td>複合サービス業</td> <td>4</td> <td>0.9</td> <td>11</td> <td>0.6</td> </tr> <tr> <td>サービス業</td> <td>45</td> <td>9.9</td> <td>109</td> <td>5.8</td> </tr> <tr> <td>不明</td> <td>3</td> <td>-</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	業 種 別	アンケート調査		経済センサス(H24)		企業数	割合(%)	企業数	割合(%)	全体	456	100.0	1,878	100.0	農林水産業	3	0.7	21	1.1	鉱業、砕石業、砂利採取業	0	0.0	2	0.1	建設業	93	20.4	169	9.0	製造業	42	9.2	109	5.8	電気・ガス、熱供給、水道業	21	4.6	2	0.1	情報通信業	3	0.7	9	0.5	運輸業、郵便業	18	3.9	77	4.1	卸売業、小売業	79	17.3	441	23.5	金融業、保険業	12	2.6	35	1.9	不動産業、物品賃貸業	14	3.1	101	5.4	学術研究、専門・技術サービス業	14	3.1	62	3.3	宿泊・飲食業	42	9.2	290	15.4	教育、学習支援業	8	1.8	82	4.4	医療、福祉業	13	2.9	138	7.3	生活関連サービス業、娯楽業	45	9.9	220	11.7	複合サービス業	4	0.9	11	0.6	サービス業	45	9.9	109	5.8	不明	3	-	
業 種 別	アンケート調査		経済センサス(H24)																																																																																																					
	企業数	割合(%)	企業数	割合(%)																																																																																																				
全体	456	100.0	1,878	100.0																																																																																																				
農林水産業	3	0.7	21	1.1																																																																																																				
鉱業、砕石業、砂利採取業	0	0.0	2	0.1																																																																																																				
建設業	93	20.4	169	9.0																																																																																																				
製造業	42	9.2	109	5.8																																																																																																				
電気・ガス、熱供給、水道業	21	4.6	2	0.1																																																																																																				
情報通信業	3	0.7	9	0.5																																																																																																				
運輸業、郵便業	18	3.9	77	4.1																																																																																																				
卸売業、小売業	79	17.3	441	23.5																																																																																																				
金融業、保険業	12	2.6	35	1.9																																																																																																				
不動産業、物品賃貸業	14	3.1	101	5.4																																																																																																				
学術研究、専門・技術サービス業	14	3.1	62	3.3																																																																																																				
宿泊・飲食業	42	9.2	290	15.4																																																																																																				
教育、学習支援業	8	1.8	82	4.4																																																																																																				
医療、福祉業	13	2.9	138	7.3																																																																																																				
生活関連サービス業、娯楽業	45	9.9	220	11.7																																																																																																				
複合サービス業	4	0.9	11	0.6																																																																																																				
サービス業	45	9.9	109	5.8																																																																																																				
不明	3	-																																																																																																						
○ヒアリング調査	<ul style="list-style-type: none"> 実施企業：14社 実施日：2014年9月10日、9月22日、9月30日 																																																																																																							

<p>(1) 流通・商業、サービス業での取引先や販売先などの販路拡大支援の必要性</p>	<p>小売業を中心に業態の多様化が定着したことに伴い、厳しい経営環境が続いている。特に、個人商店が営業しづらい状況であり、駅前などの商店街では個人商店の廃業が目立つようになっている。取引先や販売先の販路拡大、情報力、マーケティングに関する支援策などを展開する必要がある。</p>
<p>(2) 人材の確保(質・量とも)、人材育成に対する具体策の検討が求められている</p>	<p>人材の質、量ともに不足している状況である。特にヒアリング調査では、恵庭・千歳地域はハローワーク(公共職業安定所)を利用しても人が集まりにくい状況である。また、業種によって必要としている人材の質は異なるが、人材確保に向けた具体的な展開が必要である。建設業では、企業内で人材育成を行う時間的・資金的余裕がないため従業員の年齢が上がっている。また、製造業では、人材育成の効果が期待どおりに表われてこない実情もある。</p>
<p>(3) 廃業可能性企業に対する支援策の検討が必要</p>	<p>売上が下降している事業所のうち、代表者の年齢が60歳以上の事業所は約6割にもものぼる。また、それらの代表者のほとんどが創業者である。他方、売上が上昇している企業は、世代交代が比較的進んでいるものの、全体として事業承継などが進んでおらず、後継者がいない状況であるといえる。また、後継者がいない企業のうち、3割が廃業を検討している。</p>
<p>(4) 地域内での企業間の連携、産業連関を構築する仕組みづくり、具体的施策の検討が必要</p>	<p>売上が上昇している企業は、恵庭市内からの仕入れ、恵庭市内への販売がともに増加している一方で、売上が下降している企業は、仕入れ、販売ともに減少している。このことから、恵庭市内の取引関係、販路開拓を事業所間で構築することが、市内事業所の業績好転に繋がると考えられる。いかにして域内連関の仕組みを創出するか、具体的に検討する必要があるだろう。また、調査から明らかとなったのは、工業団地に立地している事業所と、それ以外に立地している事業所との間で、取引関係、交流がほとんど無いことである。どのような点(業種、技術分野等)で連携することが可能なのか、探り出すことも必要である。</p>
<p>(5) 製造業での設備老朽化に対する支援策の検討</p>	<p>主にアンケート調査で見られた点であるが、製造業での施設や設備の老朽化が進んでおり、これらの更新を経営上の課題として認識している割合が高い。施設、設備面の更新等における具体的なニーズを探り出すことに加え、現行の補助金・助成金制度での対応検討の他、新たな助成金制度の創出等を検討する必要があると考えられる。</p>
<p>(6) 公共事業依存型企業の民間シフトへの支援対策の検討</p>	<p>主にヒアリング調査で聞かれた内容であるが、主に建設業、製造業等において、公共事業のウェイトが大きい企業では、民間市場への事業転換を模索しているものの、なかなか活路が見い出せていない状況である。公共事業費の長期的な削減傾向において、市場シフトを模索している企業群に対して、情報提供をはじめ市場開拓のための施策を展開していく必要があるように思われる。</p>
<p>(7) 恵庭市内3地域間の不均等を是正していくための施策の検討</p>	<p>恵庭市内の恵庭、恵み野、島松の地域間の不均等を是正していくための方策を検討する必要がある。現在でも恵み野駅周辺で再開発事業が進行中であるが、地域間によって住民、商業施設等の偏りが見られている。開発が進むと年齢バランス、地域環境が大きく変化することが考えられる。</p>

<p>(8) 地域貢献型企業に対する施策的支援の検討</p>	<p>恵庭市内には、地域に密着し、地域貢献と事業目標を同一線上に捉え、事業を展開している「地域貢献型企業」の存在が、本調査を通じて明らかになった。しかし、同時にそれらの取り組みがあまり知られていないことも明らかとなった。地域に密着した企業をアピールし、地域住民に知ってもらえるような施策があっても良いだろう。</p>
<p>(9) 観光振興に関し、その展開の是非を含めた具体的施策の検討</p>	<p>観光に関しては、恵庭溪谷などの自然資源を活用することで、恵庭市の認知度を上げることや観光客の流入等に繋がるのが期待できる。しかし、観光開発に関しては、ヒアリング調査のみではあるが賛否が分かれている。観光振興について、根本から議論検討を重ねていく必要があるだろう。</p>
<p>(10) 施策担当者への情報集約、並びに市内事業所との情報共有できる具体的施策の検討</p>	<p>足元からの中小企業振興を行うためには、行政の施策担当者が、市内中小企業の状況を把握することが前提条件になる。自治体による具体的な産業施策が展開されているところでは、定期的な市内企業への調査を行っている。これは負担が大きいものであるが、調査を通じて市内事業所のデータベースを独自に作成、定期的に更新しているほか、事業所のニーズを直接的に把握し、ニーズに見合った現行の施策プランの紹介や、地域の実態に見合った新たな施策プランの創出などにも繋げている。また、情報を施策担当者が集約しているため、市内企業同士のマッチングなどにも繋がる可能性がある。</p>

■ 恵庭市中小企業経営改善調査の概要（2016年度調査）

区 分	内 容																																																																																																							
調査の実施概要	○アンケート調査 <ul style="list-style-type: none"> 調査対象企業：恵庭市内事業所 1,545 社、うち回答数 398 社（回収率：25.7%） 調査期間：2016年8月5日～10月31日 調査項目：企業概要、業況、取引状況、経営展望（事業承継）など 																																																																																																							
	◇業種別・事業所数 <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">業 種 別</th> <th colspan="2">アンケート調査</th> <th colspan="2">経済センサス(H28)</th> </tr> <tr> <th>企業数</th> <th>割合%</th> <th>企業数</th> <th>割合%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>全体</td> <td>398</td> <td>100</td> <td>1,881</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>農林水産業</td> <td>6</td> <td>1.5</td> <td>22</td> <td>1.2</td> </tr> <tr> <td>鉱業、砕石業、砂利採取業</td> <td>0</td> <td>0.0</td> <td>1</td> <td>0.1</td> </tr> <tr> <td>建設業</td> <td>56</td> <td>14.3</td> <td>175</td> <td>9.3</td> </tr> <tr> <td>製造業</td> <td>45</td> <td>11.5</td> <td>115</td> <td>6.1</td> </tr> <tr> <td>電気・ガス、熱供給、水道業</td> <td>12</td> <td>3.1</td> <td>1</td> <td>0.1</td> </tr> <tr> <td>情報通信業</td> <td>2</td> <td>0.5</td> <td>8</td> <td>0.4</td> </tr> <tr> <td>運輸業、郵便業</td> <td>20</td> <td>5.1</td> <td>81</td> <td>4.3</td> </tr> <tr> <td>卸売業、小売業</td> <td>68</td> <td>17.4</td> <td>432</td> <td>23.0</td> </tr> <tr> <td>金融業、保険業</td> <td>14</td> <td>3.6</td> <td>32</td> <td>1.7</td> </tr> <tr> <td>不動産業、物品賃貸業</td> <td>22</td> <td>5.6</td> <td>89</td> <td>4.7</td> </tr> <tr> <td>学術研究、専門・技術サービス業</td> <td>16</td> <td>4.1</td> <td>59</td> <td>3.1</td> </tr> <tr> <td>宿泊・飲食業</td> <td>36</td> <td>9.2</td> <td>260</td> <td>13.8</td> </tr> <tr> <td>教育、学習支援業</td> <td>9</td> <td>2.3</td> <td>217</td> <td>11.5</td> </tr> <tr> <td>医療、福祉業</td> <td>21</td> <td>5.4</td> <td>84</td> <td>4.5</td> </tr> <tr> <td>生活関連サービス業、娯楽業</td> <td>27</td> <td>6.9</td> <td>183</td> <td>9.7</td> </tr> <tr> <td>複合サービス業</td> <td>4</td> <td>1.0</td> <td>13</td> <td>0.7</td> </tr> <tr> <td>サービス業</td> <td>40</td> <td>10.2</td> <td>109</td> <td>5.8</td> </tr> <tr> <td>無回答</td> <td>7</td> <td>-</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>※7社が複数回答</p>	業 種 別	アンケート調査		経済センサス(H28)		企業数	割合%	企業数	割合%	全体	398	100	1,881	100	農林水産業	6	1.5	22	1.2	鉱業、砕石業、砂利採取業	0	0.0	1	0.1	建設業	56	14.3	175	9.3	製造業	45	11.5	115	6.1	電気・ガス、熱供給、水道業	12	3.1	1	0.1	情報通信業	2	0.5	8	0.4	運輸業、郵便業	20	5.1	81	4.3	卸売業、小売業	68	17.4	432	23.0	金融業、保険業	14	3.6	32	1.7	不動産業、物品賃貸業	22	5.6	89	4.7	学術研究、専門・技術サービス業	16	4.1	59	3.1	宿泊・飲食業	36	9.2	260	13.8	教育、学習支援業	9	2.3	217	11.5	医療、福祉業	21	5.4	84	4.5	生活関連サービス業、娯楽業	27	6.9	183	9.7	複合サービス業	4	1.0	13	0.7	サービス業	40	10.2	109	5.8	無回答	7	-	
業 種 別	アンケート調査		経済センサス(H28)																																																																																																					
	企業数	割合%	企業数	割合%																																																																																																				
全体	398	100	1,881	100																																																																																																				
農林水産業	6	1.5	22	1.2																																																																																																				
鉱業、砕石業、砂利採取業	0	0.0	1	0.1																																																																																																				
建設業	56	14.3	175	9.3																																																																																																				
製造業	45	11.5	115	6.1																																																																																																				
電気・ガス、熱供給、水道業	12	3.1	1	0.1																																																																																																				
情報通信業	2	0.5	8	0.4																																																																																																				
運輸業、郵便業	20	5.1	81	4.3																																																																																																				
卸売業、小売業	68	17.4	432	23.0																																																																																																				
金融業、保険業	14	3.6	32	1.7																																																																																																				
不動産業、物品賃貸業	22	5.6	89	4.7																																																																																																				
学術研究、専門・技術サービス業	16	4.1	59	3.1																																																																																																				
宿泊・飲食業	36	9.2	260	13.8																																																																																																				
教育、学習支援業	9	2.3	217	11.5																																																																																																				
医療、福祉業	21	5.4	84	4.5																																																																																																				
生活関連サービス業、娯楽業	27	6.9	183	9.7																																																																																																				
複合サービス業	4	1.0	13	0.7																																																																																																				
サービス業	40	10.2	109	5.8																																																																																																				
無回答	7	-																																																																																																						
	○ヒアリング調査 <ul style="list-style-type: none"> 実施企業：事業承継について「廃業」、「譲渡」と回答した企業 22 社（うち 19 社より回答） 実施日：2016年9月21日～9月28日 																																																																																																							
(1) 製造、流通・商業、サービス業での高付加価値型の商品・サービス開発による市場開拓・取引先や販売先など既存商品・サービスの販路拡大支援の必要性	小売業を中心とした流通・商業サービス業の業況格差が拡大し、売上が下降した企業が増加している。売上減少の主な要因は競合店出店や規制緩和による外部環境の変化に伴う下降要因を挙げる事業者が最も多い。特に外部環境の変化によるものは自社の強みや地域資源を活用した新たな商品・サービスの開発とブランディングといった新規市場開拓や取引先や販売先の販路拡大とセールスプロモーションの課題に対する検討が必要であり、業務効率化などのコスト削減による価格競争力の強化など、付加価値を高めるための支援策を検討する必要がある。																																																																																																							

<p>(2) 人材の確保が難しい地域、業種ごとの課題に対応した具体的人材育成・採用策の検討が必要</p>	<p>業種問わず人材不足が深刻化している。特に建設業では、8割弱の事業所が人材不足となっており、その他の業種でも半数以上が人材不足である。一方で、サービス業の一部には、人員過剰となっているところもあり、全国と同様に雇用のミスマッチによる需給ギャップが存在している。</p> <p>恵庭・千歳地域は、札幌に比べてハローワーク（公共職業安定所）による求人を利用して人材が集まりにくいという地域的な課題もあり、建設業など肉体労働系職種では特にその傾向は顕著である。さらに、建設業従事者の年齢も年々高齢化している状況にある。</p> <p>質的な面での課題としては、建設業では自社内で技術者育成を行う時間的・資金的な余裕がない中、近隣には工業を中心に履修する学科が設置されている高等学校もないため、若年層の新規採用も難しく、人材育成環境の整備とともに職場定着に向けた継続的な取り組みが必要となっている。</p> <p>また、製造業では専門化、分業化の影響もあり人材育成の効果が期待どおりに表われてこないという実情や、サービス業では専門的知識や技術、資格を必要とする場合も多いなど、業界によって取り組むべき課題もそれぞれ異なるなど人材育成ニーズも多様化している。</p>
<p>(3) 廃業可能性企業に対する支援及び廃業後の空き店舗活用策の検討が必要</p>	<p>すべての業種において廃業事業所数が新設事業所数を上回る現状の中で、特に小売業、飲食サービス業の廃業数は開業数のおよそ2倍、建設業ではおよそ8倍となっている。経営者が高齢化するのに伴い、既存顧客も高齢化しているため、年々売上が減少している事業所も多く、廃業・譲渡の理由に経営者の高齢化を挙げる事業所も多い。さらに5年後には、潜在的に市内事業者の約10%が廃業、事業譲渡を検討している。一方で、廃業を検討している事業者のほとんどは、店舗を所有しているが、廃業後は自宅としての利用を希望し、営業権譲渡の希望も低いことから、さらなる商業地区のシャッター化進展による衰退が懸念される。</p> <p>他方、廃業や事業譲渡を検討している事業所の過去2年間の売上高は、ほとんどが下降もしくは横ばいであり、業績改善も含めた総合的な事業承継の新たな枠組みによるアイデアと取り組みが必要である。</p>
<p>(4) 地域内での企業間の連携、産業連関を構築する仕組みづくり、具体的施策の検討が必要</p>	<p>市内企業からの取引は、増加した事業所より減少した事業所が多く、2年前の調査からは大きな変化はない。したがって、地域循環型経済の構築を目指すためにも、引き続き、市内取引を増やすための取り組みが求められている。また、今回のアンケート結果からは、市内事業者が知り合う機会や、各事業者の商品やサービスを知る機会の提供を全事業所の半数以上が希望しており、企業間連携施策のニーズが非常に高いことが示されていることから、農商工等連携や交流機会の場を提供する施策は引き続き重要だといえる。</p> <p>市内企業の取引は仕入、販売ともにサービス業全体で2割程度増加しているが、市内企業からの仕入、販売が減少している事業所も全業種の中では一番多く、取引環境の変動が大きい業種といえる。これは、サービス業が近隣市外事業者との競争にさらされやすく、景気変動の影響を受けやすいことなども一つの要因として考えられる。</p> <p>地域循環分析の視点から、地域経済を安定的かつ持続的に発展させていくためには、外部の景気変動の影響が少ない地域産業構造を確立することが非常に重要であり、そのために地産地消、市内消費を促すことが頑健な地域産業構造にとっても有効な施策の一つである。しかし、アンケート結果からは、技術力、価格競争力の観点から市外との取引を選択している場合や、市内に必要な卸売業者が存在しないなどの市内取引が難しいとする回答もあり、その周知徹底は決して簡単ではない。市内消費を推奨することは循環効果の面で有効ではあるが、行き過ぎることで</p>

	<p>高コスト構造になり、消費者の効用を低下させる懸念もあり、逆効果の場合もある。したがって、正しい経済循環の実現には、市内で供給できないものは市外での調達に依存した上で、市外に比べて劣位のもは他市に比べて優位となるよう産業を強化・育成し、市内消費を促すとともに市内の事業者の競争力を高める取り組みも重要といえる。</p> <p>したがって、市内の産業連関を十分に分析、検討した上で、地域循環向上に対して、より効果的で波及効果の高い業種、事業者の絞り込みによる連携強化が必要であり、工業団地の利活用を引き続き推進した上で、地域中核企業と地域内中小企業との連携及び取引拡大を図るための事業の検討が必要である。また、具体的に、工業団地に立地している事業所と、それ以外に立地している事業所との間で、取引関係、交流がほとんど無いことから、異業種交流イベントや商談会、工場見学などの交流機会に対する要望もアンケートでは多く回答があり、今後も取り組んでいく必要がある。</p>
<p>(5) 製造業での設備老朽化に対する支援策の継続的な支援の検討が必要</p>	<p>前回のアンケート調査では、製造業での施設や設備の老朽化を指摘する事業者が多く、これらの更新を経営上の課題として認識し、売上も下降している事業者も多かった。しかし、今回の調査で施設や設備の老朽化を指摘している事業者は減少し、売上も下降から横ばい、上昇へと転じている企業も多くなった。このことは、企業立地促進条例に基づく助成制度などの助成効果が表れていることが一つの要因として推察される。しかしながら、施設や設備の老朽化は依然として製造業における経営課題の上位に挙げられる重要な課題の一つであり、雇用創出に対して影響が大きい製造業の設備投資など経営基盤強化は地域経済に対する貢献も大きい。したがって、製造業における施設、設備面の更新等における具体的なニーズを探り出すことに加え、現行の補助金・助成金制度で対象とならない企業規模、業態での助成対応の必要性を検討する他、新たな助成金制度の創出等を引き続き検討していく必要があると考えられる。</p>
<p>(6) 公共事業依存型企業の人材確保の課題への支援対策の検討</p>	<p>公共事業費の長期的な削減傾向がひと段落し、民間シフトへのニーズも調査では話題に上がっていない。したがって、公共事業依存型企業のうち、特に建設業における経営課題が民間シフトから人材確保へとその問題意識が変化してきている。調査結果からは、従来の建設関連事業における技術者の人材確保が難しく、雇用のミスマッチなどにより定期採用ができていない企業が増加している。採用での教育機関との連携や恵庭市立地企業の魅力を発信する機会の創出など新たな人材育成や人材確保のための施策を展開していく必要があるように思われる。</p>
<p>(7) 恵庭市内3地域間の不均等を是正していくための施策の検討</p>	<p>前回の平成26年のアンケート調査では、恵庭市内の恵庭、恵み野、島松の地域間の不均等の是正についての検討が課題として示されている。特に恵み野地域の再開発事業が進行中であり、恵庭、島松地域の停滞が問題となっていた。しかしながら、ここ1年程度で島松地域に新たにショッピングセンターがオープンし、恵庭地域は恵庭駅西口土地区画整理事業などもあり改善の傾向が見えている。このような状況もあり今回のアンケートでは、不均衡を指摘する意見は見られなかったが、恵庭や島松地域は依然として廃業による空き店舗も多く存在していることから他施策と連携した商店街活性化の取り組みは継続して検討していく必要がある。</p>

<p>(8) 観光振興に向けた積極的な検討と地域の魅力向上を図るための具体的施策の検討</p>	<p>恵庭は、観光資源となるような施設やイベントが多数あるものの、ほとんど外国人が訪れていない地域であり、観光産業のみならず商店街の活性化にも繋がる可能性のあるインバウンドをターゲットにした効果的かつ継続的な取り組みが必要である。また、恵庭市単独で完結させるのではなく、恵庭市が主体性を発揮して、千歳や北広島など他自治体や事業者との広域連携で札幌圏域全体の付加価値向上に取り組むことで、結果的に恵庭の魅力向上につながるよう、観光振興については引き続き、根本から議論や検討を重ねていく必要がある。一方で、特に今回のアンケート結果からは求人面でも恵庭市そのものの知名度不足を指摘する声はいくつかあり、地域の魅力向上に向けた取り組みとして、観光振興に期待する声は少なくない。</p>
<p>(9) 高齢化の進展による生産年齢人口低下に対応した小規模事業者の起業支援と起業後の持続的成長に向けた具体的施策の検討</p>	<p>恵庭市としては、ここ数年人口が増加しているものの、その構成として高齢者人口比率の伸びが大きく、生産年齢人口比率の低下が進んでいる。したがって、今後の地域経済活力の低下が懸念されることから、小規模事業者を中心とした企業の発展を支えることは地域の活性化に重要な施策となる。従来取り組んできた行政の施策担当者が、市内中小企業の状況を把握することは引き続き重要な取り組みではあるが、それぞれの小規模事業者が、成長するために利用できる助成制度など、国や道、関係機関が提供する制度を横断的にワンストップで情報提供し活用を促す仕組みが行政サイドで準備する必要がある。既に支援を行っている商工会議所などと情報を共有し、相互に連携した小規模事業者の支援体制を強化していくことが重要である。</p>

第4章 課題解決に向けた4つの視点

市内中小企業・事業者実態調査（2014年度）で明らかになった様々な課題に対し、さらに、恵庭市中小企業経営改善調査（2016年度）で見直しを行ったうえで、課題解決に向けて次の視点を掲げ、中小企業振興基本計画の見直しに向けた検討を行った。

❖ 視点1：魅力的な就労環境の整備

恵庭市の就労環境の課題として、雇用のミスマッチによる人材不足が最も多い意見として挙げられている。労働者の確保のために、フレキシブルな労働環境や子育て世帯への支援といった総合的な働きやすい労働環境を整備し、住みよい住宅環境を整えるなどの支援は引き続き重要なことではあるが、雇用のミスマッチという現状を踏まえたうえで、さらに一歩踏み込んだ具体的な対応を検討することが望ましいといえる。

具体的には、就労環境の魅力をより高めることが必要であり、さらに恵庭市という「まち」そのものの認知度を高め、就労環境の魅力を幅広く市内外の求職者へと認知させることが重要となる。

就労環境の魅力を高めるためには、大きくは3つの課題に取り組む必要がある。一つ目の課題は、求人側が必要とする資格やスキルを持った人材をどのようにして確保するのかという課題である。これは、企業内で資格取得を目指すための教育訓練を促すとともに、既に資格を取得した人材を教育機関などと連携して採用するための仕組みづくりが必要となる。二つ目の課題は、求人側が必要とする資格やスキルなどの具体的なニーズや、資格やスキルを活かすことのできる企業が恵庭に立地しているのかなど、求人側と求職者側、双方の情報非対称性を解消する必要性がある。三つ目の課題は、恵庭市のそのものの認知度が低く、恵庭で働くという選択がされていない現状についてである。

一つ目と二つ目の課題を解決するためには、恵庭市立地企業の魅力伝える認知機会を増やすことが重要であり、インターン制度などの就労体験の機会を提供することや合同企業説明会などの取り組みの充実が重要となる。三つ目の課題については、総合的な魅力度を高める取り組みが必要となることから、恵庭という「まち」そのものの認知度を高めるため、観光振興にも積極的に取り組むことが必要ではないかと考えられる。観光振興における成功要因の鍵としては、恵庭市の知名度向上を目的としたブランド力向上戦略にあるといえるため、恵庭市の全部門横断的かつ民間を巻き込んだ全市的なシティセールスが行える体制の検討が望ましい。

また、観光事業者サイドの一方的なプロダクトアウト型マーケティングの視点から脱却し、地元在住者目線での恵庭の魅力の向上とともに、インバウンド観光客目線での恵庭の魅力の発掘と開拓を通じて情報発信できる仕組み作りの検討が必要ではないかといえる。

❖視点2：地元企業の成長を支援する仕組みづくり

アンケートとヒアリング調査を通じて、製造・流通・商業、サービス業の経営環境の悪化と個人商店などの商店街の廃業の進展が急速に進展している。このためには商店街や個人商店を維持・支援するためのアイデアの立案とアクションプランの実施が急務となっている。また、企業の成長を担う人材の確保と育成の課題に対応するため、前述の就労環境の魅力を向上し、市外の商業・工業高校や大学等の高等教育機関とも連携した人材獲得や育成支援を行う機能や組織も検討すべきである。

これまで起業支援を実施したことで成果が出てきているが、地域経済活力を高めるためにも地元の小規模事業者を中心とした企業の成長を支えることが地域活性化にも重要となる。したがって、恵庭市の立地企業が地元調達を可能とするための新たな新規参入支援など、企業間連携の実現と地元の小規模事業者が持続的に成長するために利用できる制度や、新規参入分野の情報提供など関係機関が提供するさまざまな制度や情報をワンストップで情報提供し、活用を促す仕組みも重要となるのではないかと見える。

したがって、引き続き、産業の連関等への調査の実施と、恵庭市全体として廃業の可能性のある企業の実態を把握し、スムーズな事業の継続・承継を支援するための施策やネットワーク等を創設するための検討や、公共部門から民間受注へのシフトを志向する企業など、地元企業の経営維持や改善を促進する仕組みづくりも重要である。

また、地域資源を活用した商品開発は、恵庭市特産のえびすカボチャや藤枝市との連携による抹茶を用いた商品など、具体的に進められてはいるものの市民の認知度は高いとは言えず、アイテム数も決して多いわけではない。したがって、より効果的なシティセールスの取り組みとともに開発した商品をいかにして全国規模で認知させるのかなど、官民一体となった取り組みが急務である。

❖ 視点 3 : 起業・創業への支援

今回の企業アンケート調査結果から廃業事業者数が新設事業者数を上回り、特に小売業や飲食店、建設業の廃業が深刻化している。また、廃業後のシャッター店舗の増加による商業地区の停滞を防ぐためにも、事業承継や空き店舗活用のニーズは高く、チャレンジショップなどによる起業支援として、これらの空き店舗活用を積極的に取り組んでいく必要がある。また、他自治体では朝市や夜市などのイベントが、地元商店街の空き店舗活用への貢献や起業のきっかけとなっている場合もあり、「恵庭マルシェ」などのイベントの拡充なども検討していく必要があるだろう。

空き店舗や出店イベントを活用する起業の機会を提供するとともに、事業承継など廃業を予定する事業者の経営資源を引き継ぐ施策の検討と併せて、開業のための事業計画づくりや資金調達のサポートをはじめ、地域での創業支援策を創出し、また国等の施策も複合的に紹介するワンストップ窓口を設置するなど、恵庭市内での創業を促進するためのインキュベーションの役割を果たす環境の整備も必要である。

❖ 視点 4 : 地域内での産業間連携の強化

アンケート調査結果から、恵庭市内の取引関係、販路開拓を事業所間で構築することが市内事業所の業績好転に繋がり、さらには、産業間の連携を強化することで、受注拡大、新製品開発、販路拡大などの具体的な成果に加え、新事業推進ノウハウの獲得や従業員のモチベーション向上等、経営力向上につながると考えられる。また、調査結果から明らかとなったのは、工業団地に立地している事業所と、それ以外に立地している事業所との間で、取引関係、交流がほとんど無いことである。このことから、産業間の連携が強化されることで域内の好循環がもたらされると考えられる。

しかし、一方で、新たなアンケート結果からは技術力、価格競争力の観点から市外との取引を選択している場合や市内に必要な卸売業者が存在しないなど、市内取引が難しいとする回答があり、その実現は難しい場合もある。したがって、市内の産業連関を十分に分析、検討した上で、地域循環の向上に対して、より効果的で波及効果の高い業種、事業者の絞り込みによる連携強化や新規参入促進など、より現在の立地企業のニーズに合った対策の強化が必要である。

第5章 中小企業振興の戦略と具体的な施策

産業構造が大きく変化している中、従来の手法による産業振興を図っていくことは非常に厳しい状況にあります。そこで、本市の商工業における強みや弱みなどを的確につかみながら、効果的な方法や仕組みを準備し、実効性の高い事業や取り組みを図っていく必要があります。振興計画策定に向けて実施したアンケート調査や企業ヒアリングなどの結果を踏まえて、柱となる戦略をSWOT分析の方法により探ってみました。

1) SWOT分析と6つの推進方針の展開

<p>□強み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地理的優位性(JR や高速道路の結節点、港湾や空港、大消費地に近接) ・ 食料品製造業は道内トップクラスの出荷額を誇る ・ 製造工場が多く立地し働く場がある ・ 道の駅は道内有数の高い集客力を誇る ・ 多様な農産物が生産されている ・ 豊富な地下水と緑豊かな自然がある ・ 充実した文教施設環境(えにあす等) 	<p>□弱み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 市有の工業団地に分譲可能地がない ・ 大手製造業の地域経済への波及効果がない ・ 伝統的・個性的なものづくり企業が少ない ・ 地元企業の対外的な営業力が弱い ・ 地元企業の従業員確保が難しい ・ 観光客を受け入れる宿泊施設が少ない ・ 観光は日帰り客が中心で花や豊かな自然を生かしきれていない ・ 全国から見て恵庭は知名度が低い ・ 公的需要への依存構造 ・ 大規模な商圏が近い
<p>□機会</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 震災後の企業の活動拠点の分散化 ・ 道産の1次産品に着目した工場の立地 ・ 海外からの道内観光客の増加 ・ 恵み野や恵庭駅周辺の再開発による都市整備の進展 ・ 札幌恵庭自転車道路の整備(サイクリング観光) ・ 農商工連携・6次産業化の高まり ・ 食の北海道ブランドの高まり ・ LCCの就航によるインバウンド観光客増加 ・ 新工業団地の造成 ・ JR快速便の増便 ・ 民間による新規高等学校・幼稚園の設立 	<p>□脅威</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 人口減少・少子高齢化による生産労働人口の減少 ・ 事業主(特に創業者)の高齢化 ・ 企業の生産拠点の道外集約による撤退 ・ 空き家や商店街の空き店舗の増加 ・ 市内に駐屯する自衛隊の縮小による人口減 ・ 社会情勢の変化に対応する危機感が希薄 ・ 消費税増税・軽減税率に対する対応

以上の、強みを生かして、弱みを克服するためには、地元の中小企業などが地域内で投資を繰り返す「地域内再投資力」を強化する必要があります。これを実現するためにも、地域を支える持続的な生産・経営基盤の確立と底力のアップが重要であり、そのためには地域における人づくりと雇用の確保、人材の育成、地域商業の活性化、ものづくり力のアップ、さらには、魅力ある観光地づくりのための食や観光情報の発信など様々に取り組んでいく必要があります。これらを機動的に推進するため、次の6本の柱を基本戦略として掲げることになります。

- ① 持続的な生産・経営基盤の確立支援
- ② 恵庭の魅力向上の取組
- ③ 雇用の確保と人材育成の支援
- ④ 地域循環型経済の確立と産業間連携の強化
- ⑤ 起業・第二創業・円滑な事業承継等による地域経済の活性化
- ⑥ 恵庭市内中小企業の継続的な経済環境の調査研究の推進

2) 基本戦略と施策の方針

本市の中小企業・事業者を取り巻く現状と課題を解決するため、次の6つの基本戦略を柱として掲げ中小企業振興を図る。

基本戦略 ① 持続的な生産・経営基盤の確立支援

今日の厳しい経済状況を乗り越えていくために、経営基盤の安定と強化は不可欠である半面、変化を恐れず果敢に挑戦する姿勢も求められています。市内企業の大多数を占めている中小企業・事業者は、顔の見える信頼関係に基づいた取引が強みであり、消費者ニーズを開拓する潜在的な対応力を最大限に発揮できるよう振興策を講じます。

□施策の方針

- ①資金繰りや経営の効率化に向けた支援
(国や道の補助、支援制度の周知を含む)
- ②需要を見据えた経営プラン等に基づく支援

◎具体的施策

- ・市制度融資の実施
- ・恵庭商工会議所による中小企業相談
- ・農商工等連携推進ネットワークによる商品開発

基本戦略 ② 恵庭の魅力向上の取組

地域経済の活性化を進めるためには、地域における魅力度の向上や、にぎわいの創出による地域経済の波及効果を高める必要があります。地域に存在する魅力を掘り起こし、地域資源を活用した特徴的な商品・サービスの開発や、観光振興による認知度の向上により、地域の持つ良好なイメージを、観光交流人口の増加、定住者の増加、特産品の販路拡大や企業誘致に繋がるよう施策を講じます。こうした取組みを通じて、域内の経済循環のほか、域外への波及が期待されます。また、地域の賑わいづくりや、地域振興の視点を意識しながら中小企業の振興に取り組みます。

□施策の方針

- ①農商工等連携・6次産業化の推進
- ②地域資源を活用した商品・サービスの開発、
販路拡大の推進
- ③観光資源を活用した交流人口の拡大
- ④シティセールスの推進
- ⑤SNS や観光HP を活用した観光情報発信
- ⑥海外からの投資ニーズに対応した官民体制の構築

◎具体的施策

- ・えにわん産業祭の開催による企業・製品PR
- ・対恵庭台湾直接投資事業
- ・花の拠点整備

基本戦略 ③ 雇用の確保と人材育成の支援

企業にとって人材は貴重な資源です。経営の安定を確実なものとするためには、雇用の確保と人材の育成が重要になります。勤労者の労働環境の向上、及び、優れた人材育成のための支援を講じるとともに、現在、本市には立地希望企業に分譲できる土地を有していないことから、新たな工業団地の開発整備を検討し就労機会の確保を図ります。

□施策の方針

- ①企業誘致による雇用の場の確保
- ②新たな工業団地の選定と開発の推進
- ③多様な人材の確保、育成の支援
- ④技能労働者の技術、技能承継の円滑化の推進
- ⑤恵庭市人材確保計画の策定・推進

◎具体的施策

- ・新たな工業団地(戸磯南工業団地)の造成
- ・市内の人材の確保の推進
- ・事業者の人材育成のための支援

基本戦略 ④ 地域循環型経済の確立と産業間連携の強化

市内企業同士の取引を促進し、地域内での経済循環を促進します。また、市内には多様な業種の企業が存在しており、立場の異なる企業との連携は、新たな発見や機会をもたらしてくれるものと思われまます。企業の壁を乗り越えた産業間連携による地域内の経済循環を意識した施策を講じます。

□施策の方針

- ①市内企業同士の取引活性化及び地産池消による地域循環型経済の確立
- ②業種を越えた地元企業の連携による新商品の開発(地元企業と進出企業の連携を含む)
- ③国など産業支援機関や研究機関との連携による新たな技術獲得支援の推進
- ④付帯サービスなども含めた地域循環の可能性の情報共有の仕組み

◎具体的施策

- ・市内企業同士のマッチング(ビジネスマッチング)
- ・農商工等連携推進ネットワークの運営
- ・新商品開発に関する補助金

基本戦略 ⑤ 起業・第二創業・円滑な事業承継等による地域経済の活性化

起業・創業を促進するため、恵庭市や商工会議所等による創業支援体制を整備し、起業前後における課題解決や経営資源の確保等を行なうことで起業・創業を推進する。また、後継者難の中小企業と創業希望者とのマッチングや人材育成を促進する。

□施策の方針

- ① 起業や創業の段階に応じた継続的な支援の推進
- ② 新たな事業展開に挑戦する第二創業の推進
- ③ 円滑な事業承継等の支援推進
- ④ 商店街の空き店舗対策の推進
- ⑤ 起業者の成長に合わせた支援のワンストップ相談の推進

- ◎具体的施策**
- ・ 起業支援事業補助金
 - ・ 起業塾の実施
 - ・ 起業支援・事業承継支援相談員の配置

基本戦略 ⑥ 恵庭市内中小企業の継続的な経済環境の調査研究の推進

企業実態調査などにより中小企業・事業者の企業情報のデータベース化を進めるとともに、今後の本市の産業構造や経済環境の継続的な調査研究に努め、中小企業振興施策へ反映します。

□施策の方針

- ① 中小企業・事業者のデータベース化の推進
- ② 継続的な経済環境の調査研究の推進

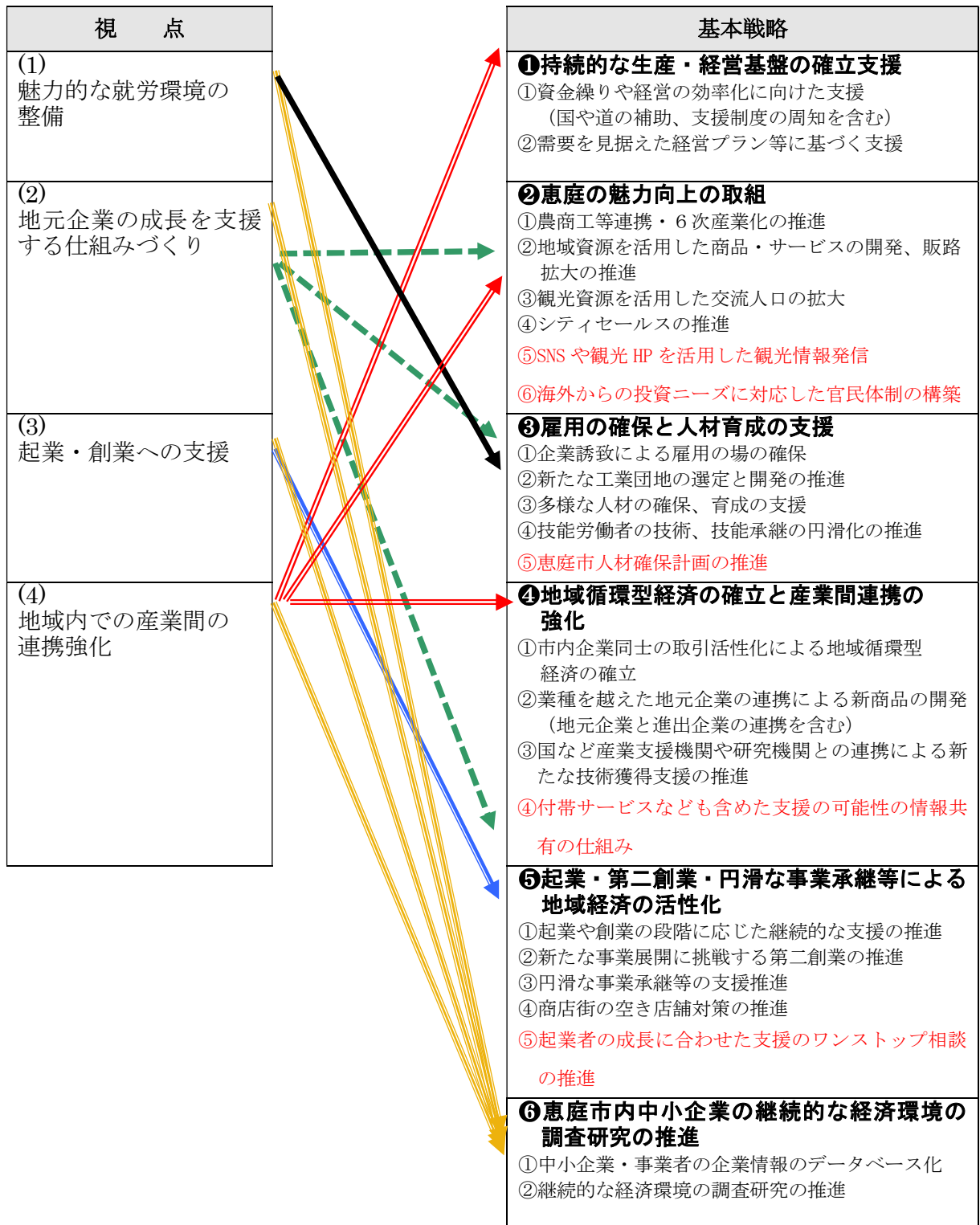
- ◎具体的施策**
- ・ 中小企業振興審議会専門部会での検証
 - ・ 中小企業経営改善調査の実施
 - ・ 恵庭商工会議所による景況調査

■ 継続的な経済環境や地域資源の調査研究

恵庭市の地域経済は、多くの地域において直面している地域経済・社会の縮小とは異なり複合的な要素があるため、必ずしも他地域で行われている政策を模倣することによってより良い地域経済環境を作れるとは限らない。むしろ、恵庭市独自の課題が多数あることから、それらの地域課題について、正確に認識し解決していく必要がある。特にこれらの課題は、時代の変化や札幌圏の環境の変化にともなって大きく変化していくことから、不断に調査研究を継続する重要性があるといえよう。

また、地域資源についても、地元の視点だけでなく、道内外の視点も交えて改めて良さを発見していく必要がある。特に、恵庭市の地域資源は、他の北海道にはない（あるいは、他の北海道よりも優れている）資源であるかどうかについて、更なる調査研究が必要と考える。

■ 戦略と重点取組みの関係



■ 施策の体系

基本戦略1 持続的な生産・経営基盤の確立支援

施策の方針	実施年度					
	現行	計画期間				
	2015 (H27)	2016 (H28)	2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (H31)	2020 (H32)
① 資金繰りや経営の効率化に向けた支援 (国や道の補助、支援制度の周知を含む)	実施	拡充				
	企業実態調査(ヒアリング)による個別課題の把握					
② 需要を見据えた経営プラン等に基づく支援	実施	拡充				
	企業実態調査(ヒアリング)による個別課題の把握					

事業名	年度	事業費 (千円)	事業概要	備考		
市中小企業振興融資利子補給金	H27	127	市制度融資における利子の一定割合を補助 起業家育成資金融資の利子補給	①		既
	H28	10				
	H29	10				
	H30	10				
信用保証協会保証料補給金	H27	1,633	市制度融資における信用保証料の一定割合を補助	①		既
	H28	1,371				
	H29	1,356				
	H30	1,054				
市中小企業振興融資預託金	H27	135,000	低利な市制度融資を実施するため、原資を金融機関へ預託	①		既
	H28	109,000				
	H29	100,000				
	H30	93,000				
中小企業相談業務補助金	H27	23,320	商工会議所の中小企業相談業務経費への補助	①		既
	H28	22,320				
	H29	21,423				
	H30	21,928				
駅まちプラザ賑わい創出事業	H27	3,430	地域特産品のアンテナショップ機能、駅周辺の賑わいの創出	① ②		27新
	H28	3,080				既
	H29	3,097				
	H30	3,569				
地域産業活性化事業	H27	3,782	公財)道央産業振興財団の運営に係る負担金	① ②		既
	H28	3,811				
	H29	3,849				
	H30	3,867				

※次ページへ

事業名	年度	事業費 (千円)	事業概要	備考		
プレミアム付商品券発行事業費	H27	663,120	プレミアム付き商品券を発行し、地域消費の喚起を図る	②		27新
中小企業案内パンフレット作成	H27	167	中小企業案内パンフレットの作成費	②		既
商店街活力再生促進事業補助金	H27	1,800	商店街における集客事業に対する補助 商店街の調査研究、計画策定、集客事業費、設備助成	②		既
	H28	1,800				
	H29	1,800				
	H30	1,800				
農商工等連携促進事業	H27	4,832	えにわん産業祭の開催経費、農商工連携ネットワーク事業費 H29産業祭開催経費8,586千円は「交流都市連携事業」において計上	②		27拵
	H28	*7,000				既
	H29	1,515				
	H30	1,966				
商店街振興対策補助金	H27	608	商店会連合組合への集客事業や研修に係る経費に対する補助	②		既
	H28	608				
	H29	608				
	H30	608				

～H28事業について予算の横に「*」がついている場合は、財源の一部もしくは全部に加速化交付金を充当

～H29事業について予算の横に「*」がついている場合は、財源の一部もしくは全部に推進交付金を充当予定

～H30事業について予算の横に「*」がついている場合は、財源の一部もしくは全部に推進交付金を充当予定

基本戦略2 恵庭の魅力向上の取組

施策の方針	実施年度					
	現行	計画期間				
	2015 (H27)	2016 (H28)	2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (H31)	2020 (H32)
① 農商工等連携・6次産業化の推進	実施	拡充				
	農商工連携ネットワークによる取組みの充実					
② 地域資源を活用した商品・サービスの開発、販路拡大の推進	実施	拡充				
	農商工連携ネットワークによる取組みの充実					
③ 観光資源を活用した交流人口の拡大	実施	拡充				
	観光振興計画に基づく施策の着実な推進					
④ シティセールスの推進	実施					

事業名		事業費 (千円)	事業概要	備考			
企業立地促進補助金	H27	46,589	工業団地等の進出企業により構成、情報の共有化などを図る	①			既
	H28	99,374					
	H29	114,565					
	H30	143,333					
農商工等連携促進事業	H27	4,832	えにわん産業祭の開催経費、農商工連携ネットワーク事業費 H29産業祭開催経費8,586千円は「交流都市連携事業」において計上	①	②	③	27拡
	H28	*7,000					既
	H29	1,515					
	H30	1,966					
市民参加型・えにわ版マルシェ推進事業	H27	968	イベント「えにわマルシェ」開催に係る広告等PR費	②	③		既
	H28	996					
	H29	860					
	H30	801					
首都圏シティセールス	H27	504	「北海道産直フェア」(於東京・代々木)出展による市・地域特産品のPR 「北海道産直フェア」(於東京・代々木)、「北海道うまいもんサミット」(於函館)、「商品PRイベント」(於東京)による市・地域特産品のPR 「北海道産直フェア」(於東京・代々木)出展による市・地域特産品のPR 「ツーリズムEXPOジャパン」出展による観光PR	②	④		既
	H28	499					
	H29	376					
	H30	150					

※次ページへ

事業名		事業費 (千円)	事業概要	備考			
花のまちづくり推進事業	H27	10,818	公共施設への花苗植栽、花苗購入費助成、花とくらし展補助、啓発事業	③		既	
	H28	*17,003					
	H29	*29,522	公共施設への花苗植栽(H29より各課事業集約)、花苗購入費助成、花とくらし展補助、啓発事業			29拡	
	H30	*28,664					
緑のまちづくり推進事業	H27	484	緑のまちづくりの推進のため、市民植樹及びそのPR等を実施	③		既	
	H28	440					
	H29	482					
	H30	421					
えにわ湖周辺レク施設管理	H27	11,445	恵庭溪谷「えにわ湖周辺レクリエーション施設」維持管理費	③		既	
	H28	11,936					
	H29	12,455					
	H30	13,768					
観光関係事業	H27	*40,169	観光PR・情報発信事業、恵庭溪谷イベント事業、花の観光拠点整備計画の策定等	③		27拡	
	H28	*25,018	観光PR・情報発信事業、恵庭溪谷イベント事業			既	
	H29	*32,703	観光PR・道の駅修繕・恵庭溪谷イベント事業			29新	
	H30	*35,356	観光PR・道の駅修繕・恵庭溪谷イベント事業			既	
ルルマップ自然公園ふれらんど環境整備	H27	7,311	ルルマップ自然公園ふれらんどにおける環境整備	③		27新	
	H28	6,318				既	
	H29	6,318					
	H30	7,128					
台湾投資家のニーズを踏まえた対恵庭投資拡大事業(直接投資に関する事業)	H28	25,921	台湾投資家のニーズを踏まえた対恵庭投資拡大	②	③	④	28新
対恵庭直接投資継続拡大に係る推進事業	H29	*28,632	台湾などによる対恵庭投資の推進	②	③	④	29拡
	H30	*17,700					既
交流都市連携事業	H29	*14,285	藤枝市との商品開発等の産業連携の推進	①	②		29新
	H30	*13,923					既
花の拠点整備事業	H27	5,346	基本計画策定	③			27新
	H28	33,657	基本設計、用地確定測量等				
	H29	321,716	基本設計、用地買収				既
	H30	151,152	実施設計等				

～H28事業について予算の横に「*」がついている場合は、財源の一部もしくは全部に加速化交付金を充当

～H29事業について予算の横に「*」がついている場合は、財源の一部もしくは全部に推進交付金を充当予定

～H30事業について予算の横に「*」がついている場合は、財源の一部もしくは全部に推進交付金を充当予定

基本戦略3 雇用の確保と人材育成の支援

施策の方針	実施年度					
	現行	計画期間				
	2015 (H27)	2016 (H28)	2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (H31)	2020 (H32)
① 企業誘致などによる雇用の場の確保	実施					
② 新たな工業団地の選定と開発の推進	実施					
③ 多様な人材の確保、育成の支援	企業の人材確保・育成の支援 実施 拡充 障がい者・高齢者の雇用促進					
④ 技能労働者の技術、技能継承の円滑化の推進	実施					

事業名	事業費 (千円)	事業概要	備考				
企業立地促進補助金	H27	46,589	固定資産税相当額(家屋・償却資産)、新規雇用者に対する助成	①	②	既	再掲
	H28	99,374					
	H29	114,565					
	H30	143,333					
就職促進事業(求職者就業支援事業)	H27	4,000	就職相談事業、就職セミナー・企業座談会、合同企業就職説明会の実施	①	③	既	
就職促進事業	H28	*5,575	就職相談事業、就職セミナー、バスツアー、合同企業就職説明会の実施				
	H29	*4,000	*就職相談事業、就職セミナー、合同企業就職説明会の実施を予定				
	H30	*4,000	*就職セミナー、採用担当者向けセミナー、合同企業就職説明会の実施を予定				
地域職業相談室事業費	H27	3,091	国の業務との相乗効果が期待される労働相談業務の実施 *H29.9より市の施設に入居したことで、事業費としての計上はなくなった。	①	③	既	
	H28	3,000					
	H29	2,586					
	H30	0					
恵庭地方職業能力開発協会事業費補助金	H27	2,020	認定職業訓練に係る事業費の補助	③	④	既	
	H28	2,020					
	H29	2,020					
	H30	2,020					
恵庭市シルバー人材センター事業費補助金	H27	8,780	シルバー人材センターへの運営費、事業費の補助	③	④	既	
	H28	9,380					
	H29	9,380					
	H30	10,157					
技能功労者表彰	H27	128	市の産業の発展に功労顕著な者の表彰経費	④		既	
	H28	165					
	H29	141					
	H30	123					
農福連携に関する取り組み	H28	0	農業分野における障がい者等の就労促進の取り組み	③		28新	既
	H29	0					
	H30	68					
恵庭市人材確保計画の策定	H30		「企業の人材確保」、「働く意欲のあるすべての人への就労機会の提供」を基本理念とした『恵庭市人材確保計画』を策定	③		新	

～H28事業について予算の横に「*」がついている場合は、財源の一部もしくは全部に加速化交付金を充当

～H29事業について予算の横に「*」がついている場合は、財源の一部もしくは全部に推進交付金を充当予定

～H30事業について予算の横に「*」がついている場合は、財源の一部もしくは全部に推進交付金を充当予定

基本戦略4 地域循環型経済の確立と産業間連携の強化

施策の方針	実施年度					
	現行	計画期間				
	2015 (H27)	2016 (H28)	2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (H31)	2020 (H32)
① 市内企業同士の取引活性化による地域循環型経済の確立	実施	拡充 マッチング(商談会・情報交換会)の促進				
② 業種を越えた地元企業の連携による新商品の開発を促進 (地元企業と進出企業の連携を含む)	実施	拡充 ビッグデータの活用、異業種交流の促進				
③ 国など産業支援機関や研究機関との連携による新たな技術獲得 支援の推進	実施					

事業名	事業費 (千円)	事業概要	備考						
			①	②	③				
恵庭工業クラブの運営	H27	工業団地等の進出企業により構成、情報の共有化などを図る	①			既			
	H28								
	H29								
	H30								
恵庭市中小企業振興審議会基本計画推進管理 専門部会の開催※	H27	経済環境の調査分析、具体的な施策の検討、異業種間の連携の推進など	①	②		既			
	H28	98 中小企業振興協議会の開催に係る経費							
	H29	391 専門部会開催に係る委員の報償費等の経費							
	H30	481							
農工商等連携促進事業	H27	えにわん産業祭の開催経費、農工商連携ネットワーク事業費 H29産業祭開催経費8,586千円は「交流都市連携事業」において計上	②			H27	27	拡	再掲
	H28					*7,000	既		
	H29					1,515			
	H30					1,966			
駅まちプラザ賑わい創出事業	H27	地域特産品のアンテナショップ機能、駅周辺の賑わいの創出	②	③		H27	27	新	再掲
	H28					3,080	既		
	H29					3,097			
	H30					3,569			
交流都市連携事業	H29	*14,285	①	②		H29	29	新	再掲
	H30	13,923				既			
市内企業ビジネスマッチング事業	H28	市内の中小企業と工業団地立地企業での取引の促進	①			H28	28	新	再掲
	H29					既			
	H30								

※恵庭市中小企業振興基本条例の改正により恵庭市中小企業振興協議会から名称変更

～H28事業について予算の横に「*」がついている場合は、財源の一部もしくは全部に加速化交付金を充当

～H29事業について予算の横に「*」がついている場合は、財源の一部もしくは全部に推進交付金を充当予定

～H30事業について予算の横に「*」がついている場合は、財源の一部もしくは全部に推進交付金を充当予定

基本戦略5 起業・第二創業・円滑な事業承継等による地域経済の活性化

施策の方針	実施年度					
	現行	計画期間				
	2015 (H27)	2016 (H28)	2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (H31)	2020 (H32)
① 起業や創業の段階に応じた継続的な支援の推進	実施	拡充 企業実態調査(ヒアリング)による個別課題の把握				
② 新たな事業展開に挑戦する第二創業の推進	実施					
③ 円滑な事業承継等の支援推進	実施	拡充 ヒアリング調査に基づくマッチング				
④ 商店街の空き店舗対策の推進	実施					

事業名	事業費 (千円)	事業概要	備考				
			①	②	③	④	
○新規出店支援補助金	H27	1,750	商店街空き店舗への新規出店者に対する補助(家賃・改装費・広告費等)	①	④	既 28抃 29抃 30抃	
	H28	*2,500					
	H29	4,000					
	H30	5,000					
○起業家支援事業補助	H27	500	起業家セミナーなどの事業実施団体への補助	①	④	27抃 既	
	H28	*500					
	H29	*600					
	H30	*600					
駅まちプラザ賑わい創出事業	H27	3,430	地域特産品のアンテナショップ機能、駅周辺の賑わいの創出	①	②	③ 27新 既 再掲	
	H28	3,080					
	H29	3,097					
	H30	3,569					
経営改善実態調査	H28	*3,000	市内中小企業の事業承継など経営上の課題解決等を支援するためのニーズ調査	①	③	④	既
○起業支援・事業承継支援相談員の配置	H29	*234	起業を支援するため専門家である中小企業診断士による個別相談会を開催	①	②	③	29新
	H30	*234					既

～H28事業について予算の横に「*」がついている場合は、財源の一部もしくは全部に加速化交付金を充当

～H29事業について予算の横に「*」がついている場合は、財源の一部もしくは全部に推進交付金を充当予定

～H30事業について予算の横に「*」がついている場合は、財源の一部もしくは全部に推進交付金を充当予定

○は恵庭市創業支援等支援事業計画に基づく事業。(このほかに関係団体による連絡調整会議を設置し起業や事業承継などの支援を行っている。)

基本戦略6 恵庭市内中小企業の継続的な経済環境の調査研究の推進

施策の方針	実施年度					
	現行	計画期間				
	2015 (H27)	2016 (H28)	2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (H31)	2020 (H32)
① 中小企業・事業者の企業情報のデータベース化						
② 継続的な経済環境の調査研究の推進						

事業名		事業費 (千円)	事業概要	備考		
恵庭市中小企業振興審議会基本計画推進管理 専門部会の開催※	H27	—	経済環境の調査分析、具体的な施策の検討、異業種間の連携の推進など	②	既	再掲
	H28	98	中小企業振興協議会の開催に係る経費			
	H29	391	専門部会開催に係る委員の報償費等の経費			
	H30	481				

■数値目標

本計画の成果指標を次のとおり設定します。

項目	現在値 2014年度 (平成26年度)	目標値 2019年度 (平成31年度)	備考
業況 (直近5カ年の売上動向)	増加と回答した 事業者の割合 24.9%	増加と回答した 事業者の割合 27.0%	平成28に実施した経営改善調査では 23.4%
市内取引状況 (市内企業からの仕入れの増減)	増加と回答した 事業者の割合 7.6%	増加と回答した 事業者の割合 10.0%	平成28に実施した経営改善調査では 9.0%

※ 上記の指標は、「市内中小企業・事業者実態調査（2014年度）」におけるアンケートによるものであり、計画中間年（2018年度）及び最終年度の前年（2019年度）に同様のアンケート調査を実施し効果測定を行います。

※ また、各基本戦略に対応した数値目標の検討や、数値として現れない成果等についても、「恵庭市中小企業振興審議会基本計画推進管理専門部会」で協議して参ります。

■推進管理

計画策定後は、「恵庭市中小企業振興審議会基本計画推進管理専門部会」により、進捗管理を毎年行うとともに、社会情勢の変化など必要に応じて計画内容の見直しを行います。

また、上記の「施策の体系」に位置づけた拡充施策等の新年度に向けた検討や、統計情報の更新による現状分析など調査研究を継続します。

加えて、本計画の取組みを通じて、中小企業の役割や、中小企業の発展が地域の持続的な成長に不可欠なことなど、中小企業振興の重要性についてPRします。

第6章 中小企業振興を推進するそれぞれの役割

今日の中小企業・事業者を取り巻く社会経済状況は日々変化しています。このような中、本市経済の要である中小企業・事業者の振興を目的に、2013年4月「恵庭市中小企業振興基本条例」を制定し、中小企業・事業者をはじめ、市、経済団体、市民などが産業振興に向けて取り組むことを確認しました。条例制定の趣旨に基づき、それぞれの立場で、中小企業振興が地域経済、市民生活の向上に寄与することを理解し、中小企業の健全な発展に協力することを求めるものです。

■ 中小企業者等

近年の社会経済構造の変化により、中小企業の経営環境は厳しい状況にあります。このようななか、中小企業はその多様性を生かし、経済環境の変化に適応する必要があります。そのためには、中小企業者等が自らの創意工夫により経営安定に向けた努力を通じて、経営改善に取り組むことが重要です。

中小企業者等の役割は、経済的な範疇にのみとどまるものではありません。中小企業者等は、地域経済社会の主要な担い手でもあります。自らが地域経済社会の担い手としての社会的責任を自覚し、豊かな地域社会の実現に向け努力することが求められます。

また、中小企業の振興に基づく地域経済の活性化を図るためには、市が検討・実施する中小企業振興施策に対して、中小企業者等が積極的に協力することに加え、自らも地域経済循環をより強固にしていくための努力が必要になります。事業者同士の交流を強化し、異業種を含めた連携可能性を探ることや、地域で生産された商品やサービスを積極的に活用するよう努めることが求められます。地域経済団体や消費者である地域住民とも交流し、その意見に基づいた製品やサービスの開発を進めることも必要です。

■ 市

市は、恵庭市中小企業振興基本条例に定める基本理念に則り、中小企業振興に関する施策の策定、及び実施について、国、北海道、経済団体、支援機関などの関係諸団体や、市民と密接な連携を図るとともに、市の持つ支援制度の拡充やコーディネーターとしての役割を果たしていく必要があります。

■ 大企業者

大企業者は、事業を行うに当たっては、中小企業者等と同様に、地域社会の一員としての社会的責任を果たすよう努力することが求められます。大企業者は、恵庭市経済の発展において中小企業の振興が果たす役割の重要性を理解し、基本理念に基づいて市の施策に協力するよう努めることが必要です。また、大企業者は、大きな影響力を有していることから、本市の中小企業・事業者などとの連携及び協力に努め、生産活動において、特に、地域にお

いて生産、製造又は加工された製品の積極的な調達を通じて地域経済の活性化に一定の役割を求めるものです。

■ 市民

市民は、中小企業振興が市民生活の向上に果たす役割の重要性を理解し、地域において生産、製造又は加工された製品を消費し、地域で提供される商品及びサービスを積極的に利用するなど、中小企業の健全な成長発展に協力するよう求めるものです。条例が目指している生産から消費に至る地域内経済循環を実現するため、消費者でもある市民の協力を期待するものです。

恵庭市経済部商工労働課

平成28年1月発行

平成31年2月中間見直し