

第3期 恵庭市中小企業振興基本計画 (案)

(令和8年～令和12年)

恵庭市中小企業振興基本条例「キヤッチフレーズ」

「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中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、少子高齢化の進行や人口減少に加え、原材料・エネルギー価格の高騰、深刻な人手不足、急速なデジタル化の進展やグリーン化への対応、さらには国際情勢の不確実性など、社会経済情勢は大きく変化しており、中小企業を取り巻く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くかなければなりません。そのためには、中小企業自らが、創意工夫や業態転換など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改めて認識し、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。

こうした状況を踏まえ、平成 28 年度から令和 2 年度までを第 1 期、令和 3 年度から令和 7 年度までを第 2 期として推進してきた本計画について、令和 8 年度から令和 12 年度までを計画期間とする第 3 期計画として改訂しました。

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。

令和 8 年 3 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 | 5 |
| 1. 計画策定の目的 | 5 |
| 2. 計画の期間と位置づけ | 5 |
| 第2章 恵庭市の産業構造 | 6 |
| (1) 人口構造 | 6 |
| ■「人口の推移」 | 6 |
| ■「外国籍市民の推移」 | 6 |
| ■「生産年齢人口の推移と見込み」 | 7 |
| ■「通勤流出・流入地域の状況」 | 7 |
| (2) 産業構造 | 8 |
| ■「産業3部門別の事業所数及び従業者数」 | 8 |
| ■「産業分類別の事業所数及び従業者と構成比」 | 8 |
| ■「事業所数・従業者数の推移」 | 9 |
| ■「産業分類別特化係数の地域間比較」 | 10 |
| ■「製造業の事業所数と出荷額の推移」 | 11 |
| ■「卸売業・小売業の事業所数と販売額の推移」 | 11 |
| ■「新設・廃業事業所の推移」 | 12 |
| ■「農業産出額と農家戸数の推移」 | 12 |
| ■「観光入込客数の推移」 | 13 |
| (3) 雇用情勢 | 13 |
| ■「有効求人倍率の推移」 | 13 |
| ■「新規学卒者の就職状況」 | 14 |
| ■「地域職業相談室の利用実績(ジョブガイド ENIWA)」 | 14 |
| (4) 公共工事(市発注工事等の状況) | 15 |
| ■「発注総額と市内企業の受注額、発注件数割合の推移」 | 15 |

| | |
|------------------------------|----|
| 第3章 中小企業・事業者の現状と課題..... | 16 |
| 第4章 課題解決に向けた4つの視点 | 20 |
| 第5章 中小企業振興の戦略と具体的な施策 | 24 |
| 1) SWOT分析と6つの推進方針の展開 | 24 |
| 2) 基本戦略と施策の方針 | 25 |
| ■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

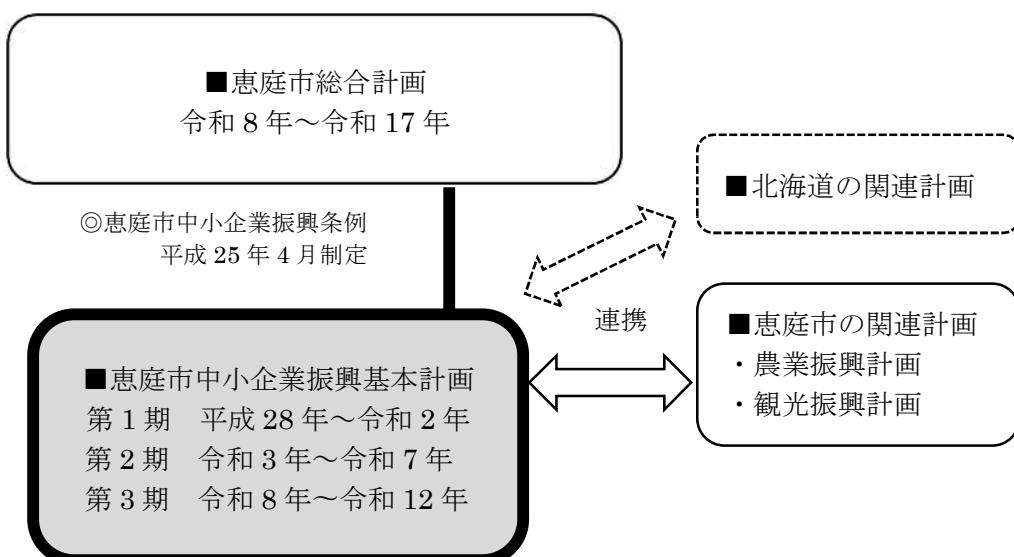
1. 計画策定の目的

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、国立社会保障・人口問題研究所（以下、「社人研」という）の推計（令和5（2023）年）では、令和2（2020）年の70,331人から令和32（2050）年には、59,483人となることが推計されています。



出典：国勢調査、令和5年国立社会保障・人口問題研究所

■「外国籍市民の推移」

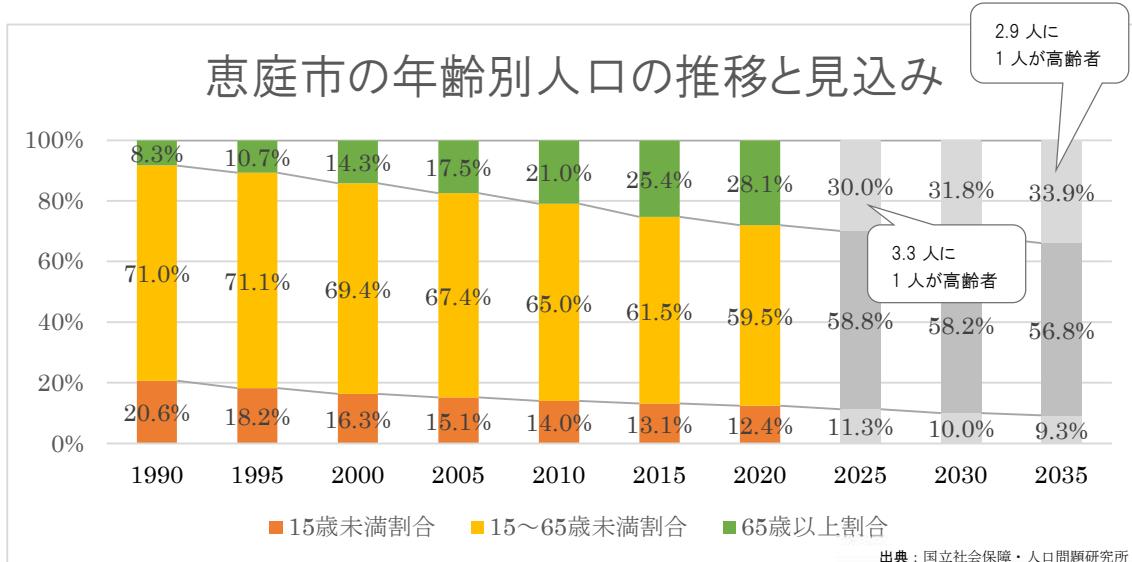
恵庭市に住む外国籍市民は、平成28（2016）年の243人から、令和2（2020）年には471人、令和7（2025）年9月末には1,308人と急増しています。全人口に占める外国籍市民は1.86%となり、特に20代は約1割が外国籍市民となっています。在留資格では、技能実習や特定技能1号、技術・人文知識・国際業務、留学などが多くの割合を占めています。



出典：恵庭市

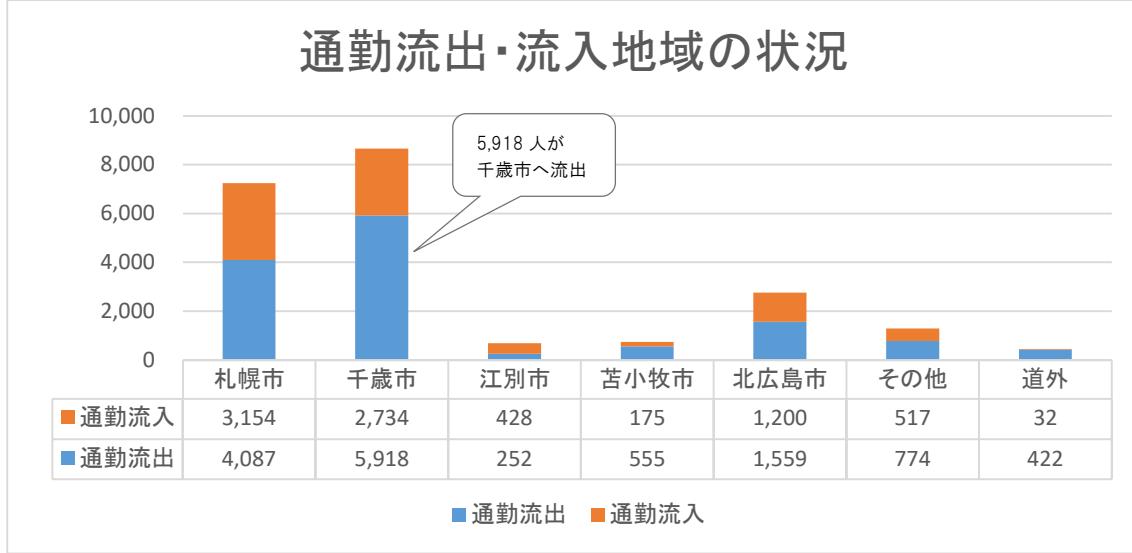
■「生産年齢人口の推移と見込み」

2020年の65歳以上の人口が総人口に占める割合は28.1%となり、2015年と比較して5年で2.7%増加しました。国立社会保障・人口問題研究所の推計では、2035年には33.9%となり、人口の約3.3人に1人が高齢者になる見込みです。生産年齢人口（15歳以上65歳未満）についても、2025年から2035年の10年間では2.0ポイント（58.8%から56.8%へ）と減少し、実人数では約3,000人減少する見込みです。



■「通勤流出・流入地域の状況」

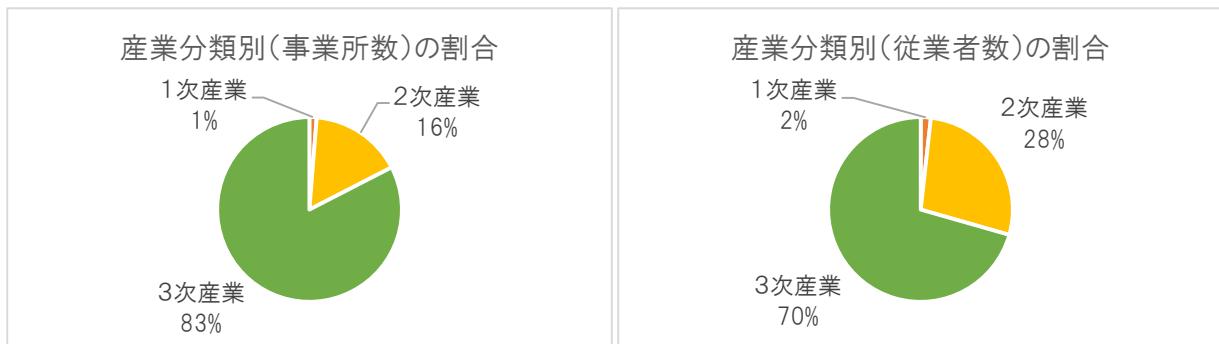
通勤における1日の流出・流入状況をみると、千歳市に約5,900人、次いで札幌市に約4,100人が流出しています。恵庭市内で通勤する人は約16,700人となっており、全体の通勤者数約30,200人のうち、約13,500人（約45%）が恵庭市以外に通勤している状況となります。特に千歳市への通勤者が最も多く、千歳・札幌両市で流出者全体の約7割を占めています。



(2) 産業構造

■「産業3部門別の事業所数及び従業者数」

産業分類別でみると事業所・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16%、従業者数は28%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。



出典：2021年 経済センサス

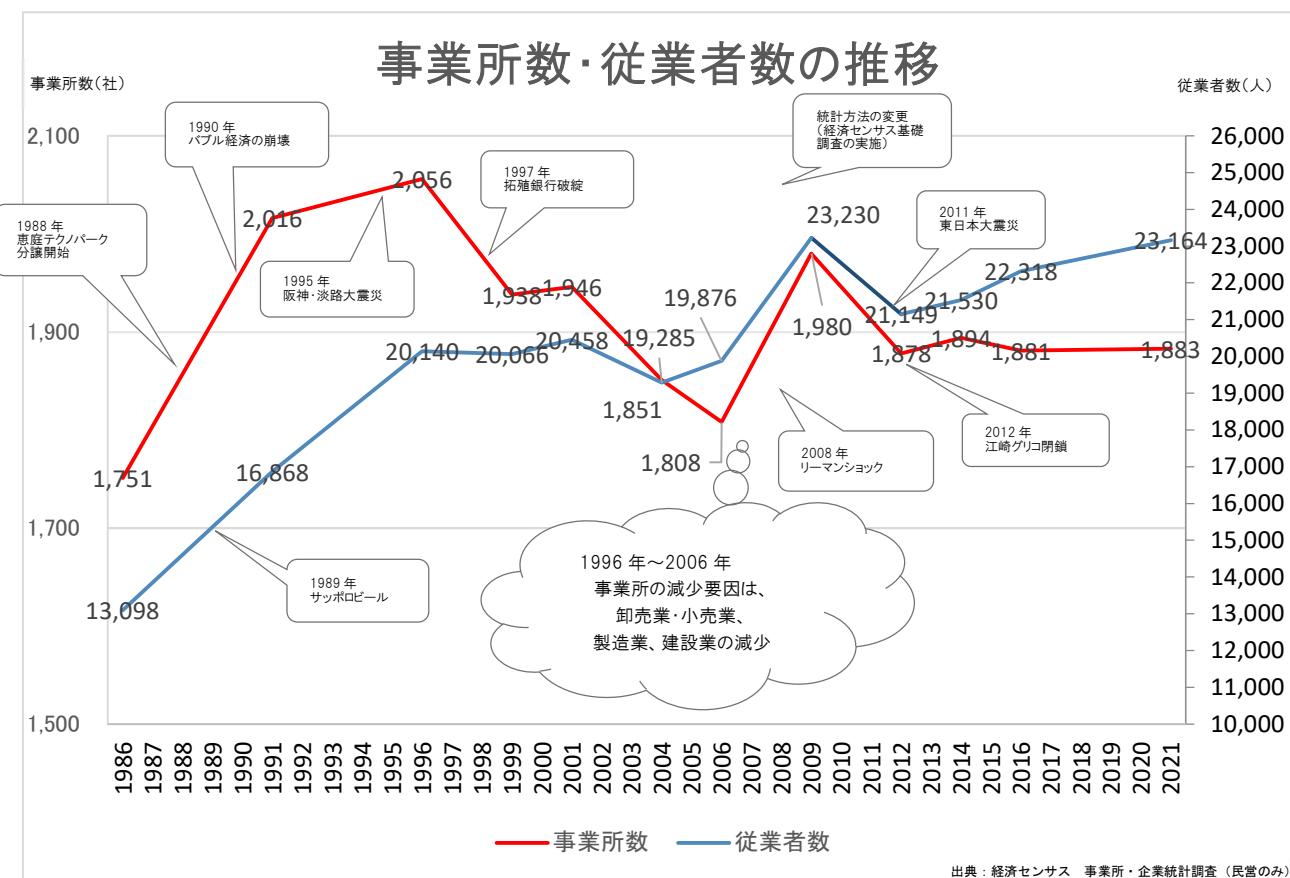
■「産業分類別の事業所数及び従業者と構成比」

市内の事業所数は1,883社、従業者数は23,164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みると事業所数では卸売業・小売業が404事業所(21.5%)、従業者数では製造業が4,901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(%) | 構成比(%) | |
| 全体 | 1,883 | | 23,164 | |
| 一次産業 | | | | |
| 農林・漁業 | 23 | 1.2% | 411 | 1.9% |
| 二次産業 | | | | |
| 鉱業・採石業・砂利採取業 | 2 | 0.1% | 15 | 0.1% |
| 建設業 | 184 | 9.8% | 1,461 | 6.3% |
| 製造業 | 116 | 6.2% | 4,901 | 21.2% |
| 電気・ガス・熱供給・水道業 | 4 | 0.2% | 30 | 0.1% |
| 三次産業 | | | | |
| 情報通信業 | 6 | 0.3% | 50 | 0.2% |
| 運輸業・郵便業 | 77 | 4.1% | 1,490 | 6.4% |
| 卸売業・小売業 | 404 | 21.5% | 4,592 | 19.8% |
| 金融業・保険業 | 33 | 1.8% | 243 | 1.0% |
| 不動産業・物品賃貸業 | 122 | 6.5% | 339 | 1.5% |
| 学術研究・専門・技術サービス業 | 66 | 3.5% | 315 | 1.4% |
| 宿泊業・飲食サービス業 | 208 | 11.0% | 1,750 | 7.6% |
| 生活関連サービス業・娯楽業 | 222 | 11.8% | 1,260 | 5.4% |
| 教育・学習支援業 | 84 | 4.5% | 1,015 | 4.4% |
| 医療・福祉 | 207 | 11.0% | 3,826 | 16.5% |
| 複合サービス業 | 13 | 0.7% | 199 | 0.9% |
| サービス業(他に分類されないもの) | 112 | 5.9% | 1,267 | 5.5% |

■ 「事業所数・従業者数の推移」

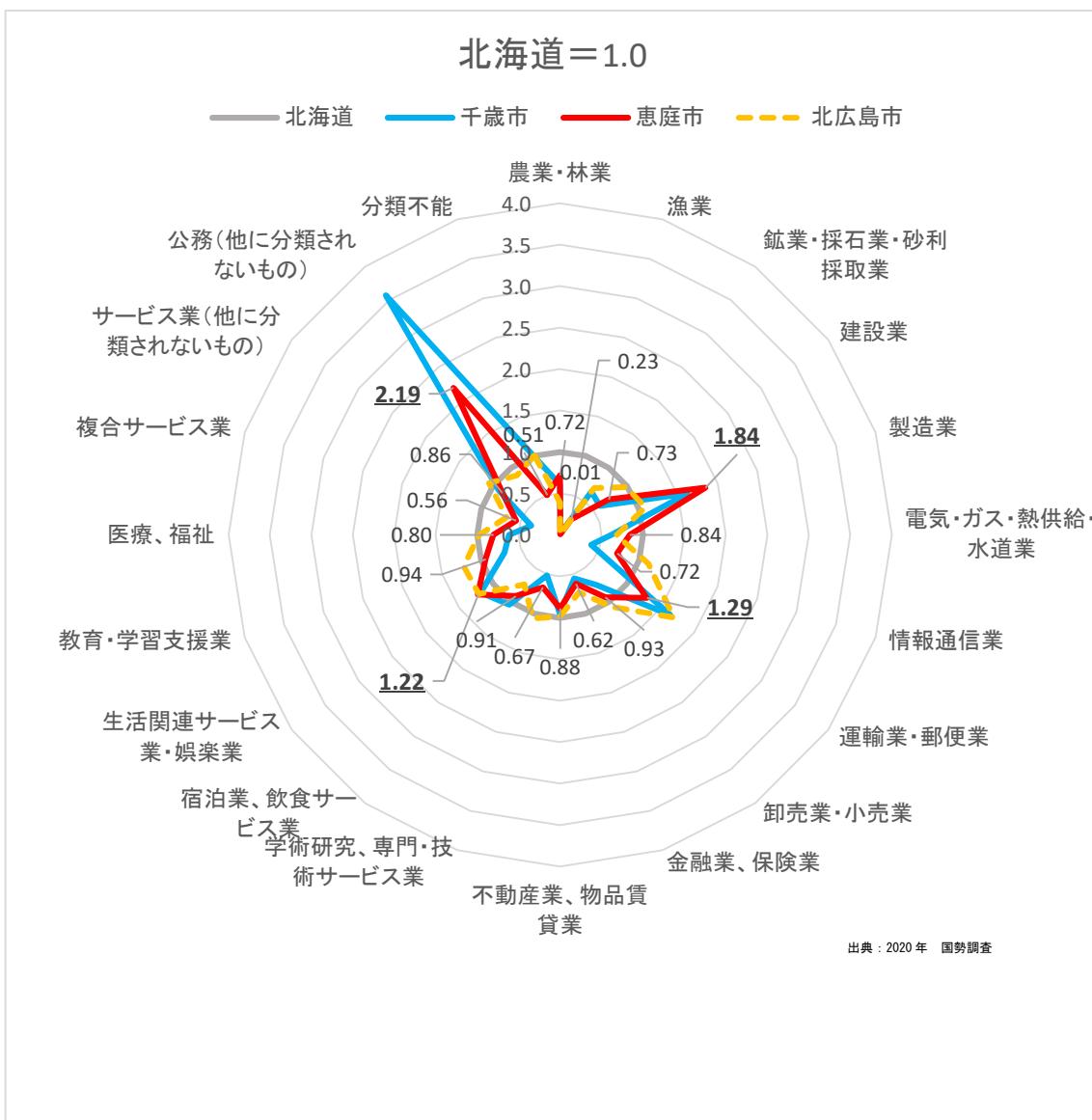
市内事業所数については、1981年から1996年にかけて1988年の工業団地・恵庭テクノパーク分譲の影響もあり増加を続けました。その後は2006年まで減少を続けましたが、その要因として考えられるのは「卸売業・小売業」、「製造業」、「建設業」の減少によるものと考えられます。2009年に再び上昇し、その後は減少に転じたものの2013年に再上昇、2021年には1,883社となっており、従業者数は23,164人となっています。



■ 「産業分類別特化係数の地域間比較」

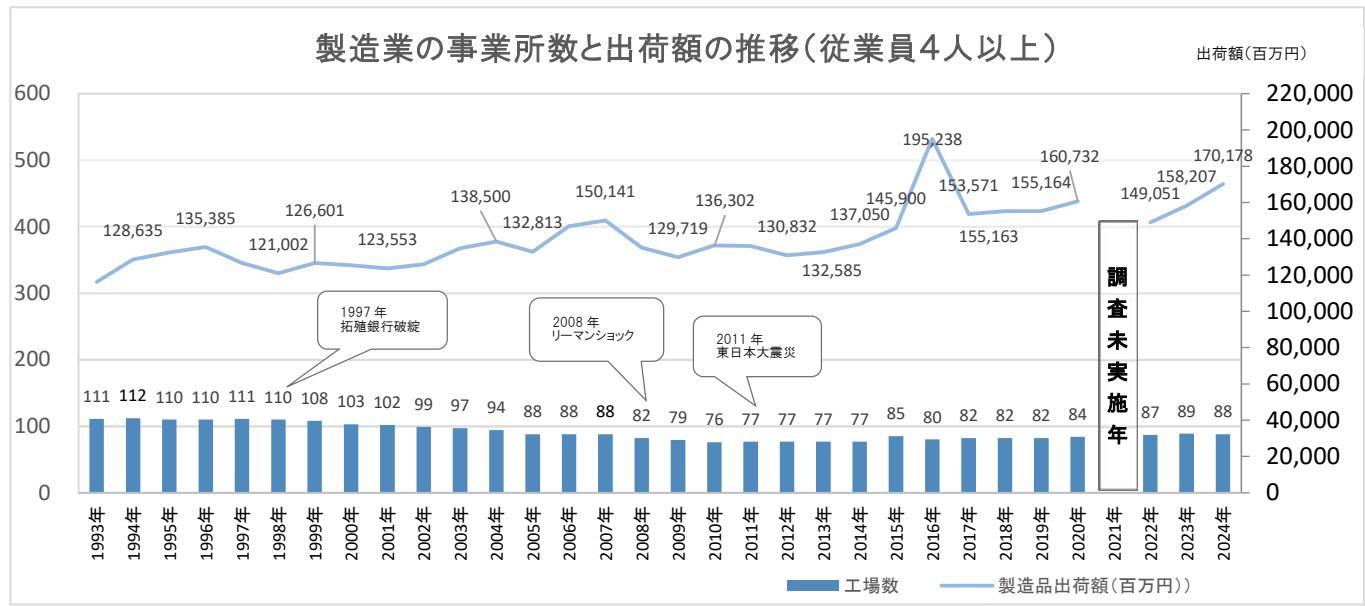
産業分類別特化係数（就業者）をみると恵庭市、千歳市、北広島市とともに製造業・運輸業が比較的高い値を示しています。北広島市は「運輸業・郵便業」(1.69)、「教育・学習支援業」(1.22)、「生活関連サービス業・娯楽業」(1.21)が高い値となっています。恵庭市で北海道の平均(=1.0)を超える業種は「製造業」(1.84)、「運輸業・郵便業」(1.29)、「生活関連サービス業・娯楽業」(1.22)となっています。

「公務」(2.19)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」

全体的には、多少の増減を経ながらも、30年程度で、1,000億円前後から1,500億円前後まで、順調に出荷額が伸びています。事業所数は1994年の112社をピークに2009年には80社を下回るもの、その後微増し、2024年には88社となっています。

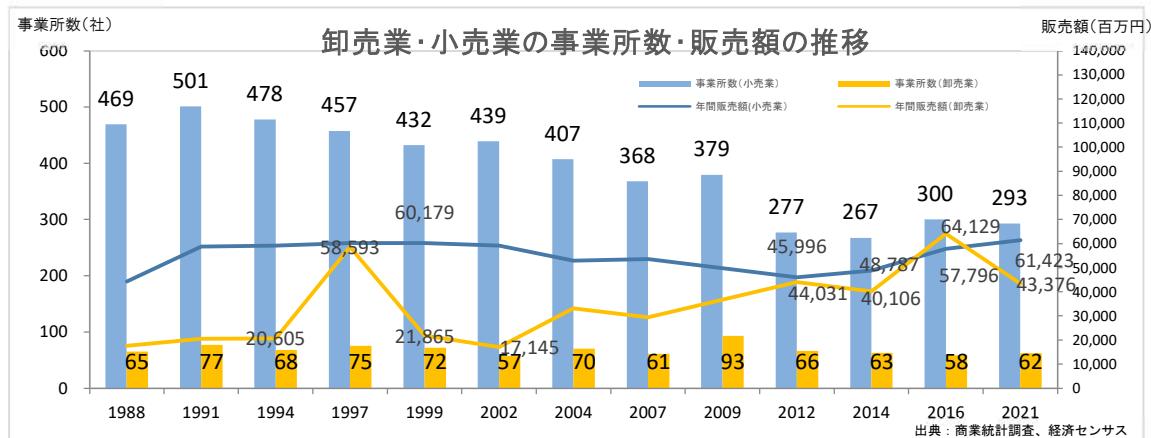


出典：工業統計調査、経済センサス、経済構造実態調査

■ 「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平成3年(1991年)の501社をピークに減少が続き、平成24年(2012年)には277社まで減少しました。その後やや持ち直し、令和3年(2021年)には293社となっています。販売額については、平成11年(1999年)の約602億円をピークに減少傾向が続き、平成24年(2012年)には約460億円まで落ち込みましたが、その後回復基調に転じ、令和3年(2021年)には約614億円と過去最高を更新しました。

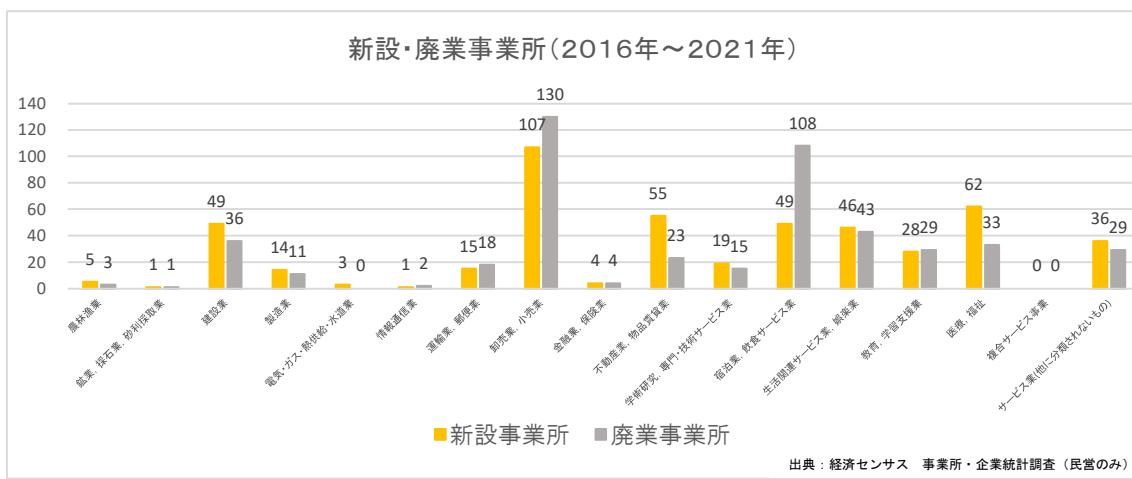
卸売業の事業所数は平成21年(2009年)の93社から減少し、平成28年(2016年)には58社まで減少しましたが、令和3年(2021年)には62社とやや持ち直しています。販売額については、平成9年(1997年)の約586億円をピークに増減を繰り返しており、令和3年(2021年)には約434億円となっています。



出典：商業統計調査、経済センサス

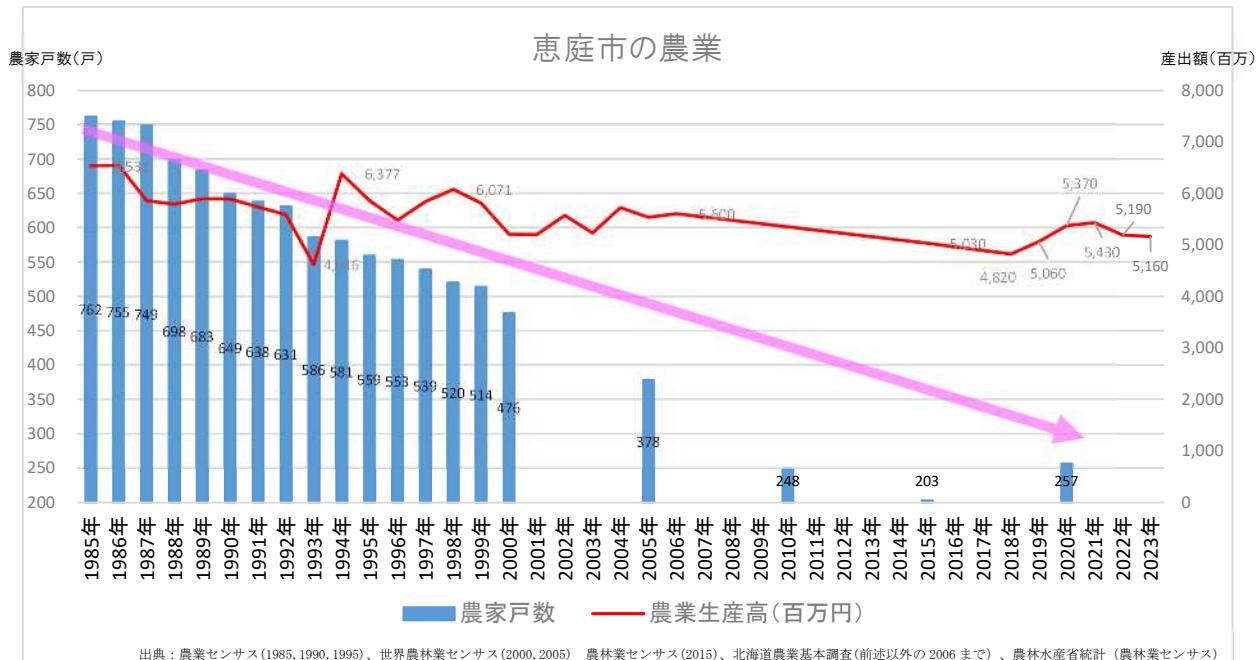
■ 「新設・廃業事業所の推移」

平成28年(2016年)から令和3年(2021年)までの期間において、市内の新設事業所は494社、廃業事業所数は485社となり、ほぼ均衡しています。産業別にみると、「卸売業・小売業」(新設107社、廃業130社)、「宿泊業・飲食サービス業」(新設49社、廃業108社)が多くなっています。特に「宿泊業・飲食サービス業」では廃業が新設を大きく上回り、コロナ禍の影響も考えられます。一方、「製造業」(新設14社、廃業11社)、「生活関連サービス業・娯楽業」(新設46社、廃業43社)では新設が廃業をやや上回る健全な状況となっています。



■ 「農業産出額と農家戸数の推移」

農業戸数は1985年から2015年に大幅に減少(▲73%)しましたが、2020年にはやや持ち直しています。近年(2019~2023年)の農業産出額は500~540億円台で安定して推移しており、野菜(特にだいこん)を中心とした生産効率の向上が見られます。



■「観光入込客数の推移」

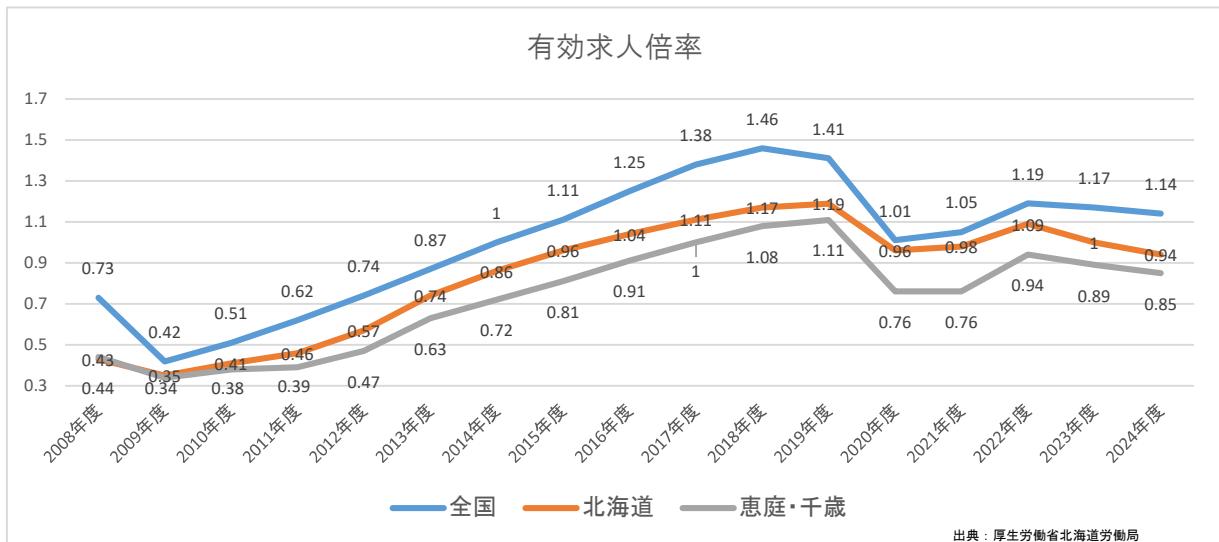
観光入込客数は、2006年の「道と川の駅 花ロードえにわ」や「えこりん村」の開業、2007年の「恵庭農畜産物直売所 かのな」のオープンにより大幅に増加し、2009年には132万人に達しました。その後はほぼ横ばいで推移しましたが、2024年には約182万人となっています。恵庭市の観光入込客数は2005年以前の約40万人から最大で約5倍に増加し、コロナ禍を経た現在も高い水準を維持しています。



（3）雇用情勢

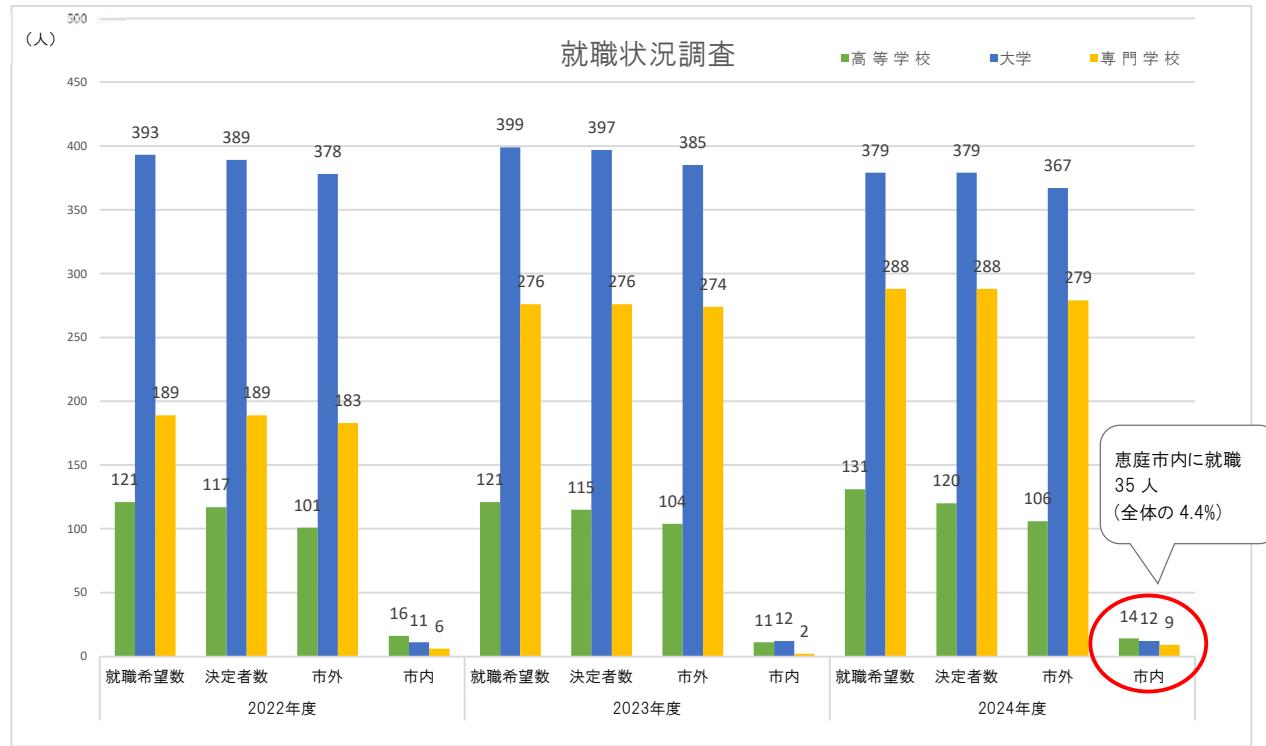
■「有効求人倍率の推移」

有効求人倍率は2009年から上昇を続け、2017年には恵庭・千歳が1.00となり人手不足の状態となりました。2019年のピーク時には1.11を記録しましたが、コロナ禍で2020年は0.76まで低下し、2024年は0.85と回復傾向にあります。



■ 「新規学卒者の就職状況」

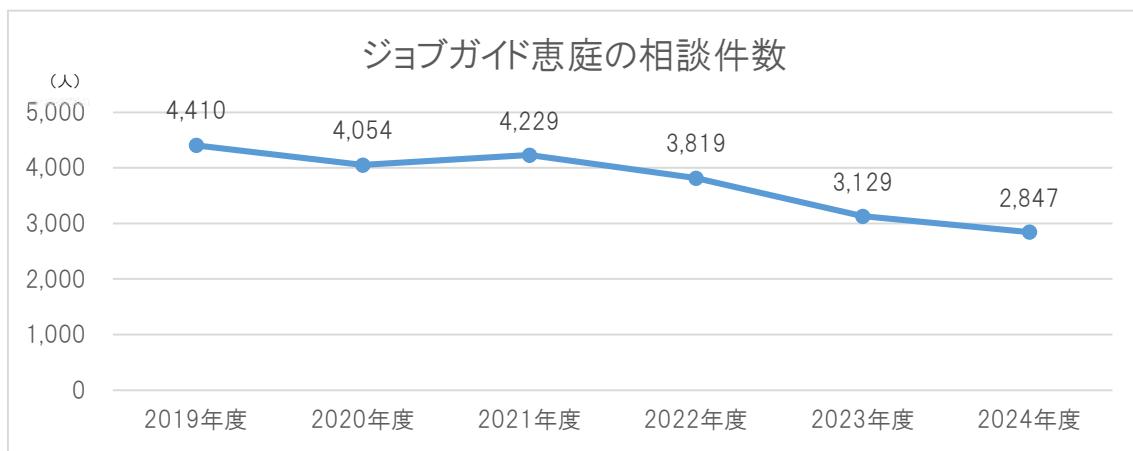
2019年度の恵庭市内の新規学卒者の就職先は、就職決定者 787 人のうち市外が 752 人、市内は 35 人（4.4%）に留まっています。



出典：恵庭市

■ 「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2019年度以降上昇傾向にあること、また、民間の職業紹介サービスやインターネットを利用したサービスの増加に伴い全国的にハローワークの利用が減少していることもあり、地域職業相談室（ジョブガイド ENIWA）の相談実績は横ばい、もしくは減少しており、2024年度には2,847件となっています。



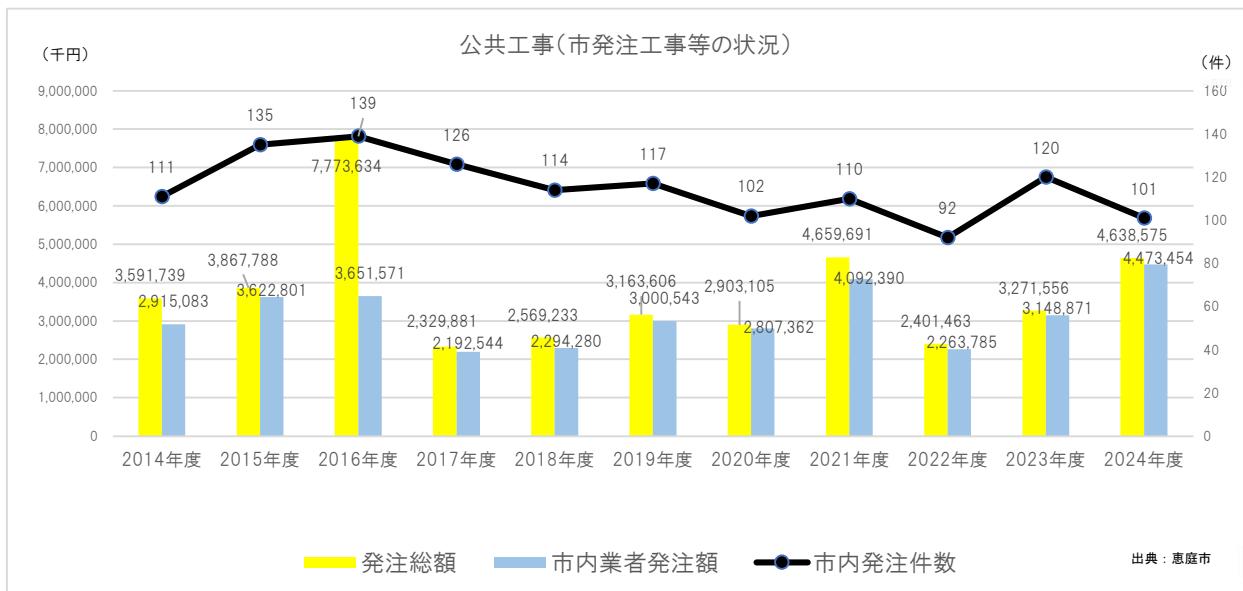
出典：恵庭市

(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が、その後増減を経ながらも2024年度には46億円となっています。

また、市内の発注件数も2015年に大きく増加後、2016年度には139件となりました。2017年度は減少傾向にあり、2024年度には101件となっています。



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「恵庭市中小企業経営改善調査（令和6年度（2024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、中小企業振興審議会専門部会などの専門家からの意見をまとめた内容となっています。

| 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 1,719 社、うち回答数 426 社（回収率：25.6%） 調査期間：2024年6月3日～8月30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>426</td><td>100</td><td>1,883</td><td>100</td></tr> <tr> <td>農林水産業</td><td>12</td><td>2.8</td><td>23</td><td>1.2</td></tr> <tr> <td>鉱業、碎石業、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>74</td><td>17.5</td><td>184</td><td>9.8</td></tr> <tr> <td>製造業</td><td>42</td><td>10.0</td><td>116</td><td>6.2</td></tr> <tr> <td>電気・ガス、熱供給、水道業</td><td>12</td><td>2.8</td><td>4</td><td>0.2</td></tr> <tr> <td>情報通信業</td><td>5</td><td>1.2</td><td>6</td><td>0.3</td></tr> <tr> <td>運輸業、郵便業</td><td>19</td><td>4.5</td><td>77</td><td>4.1</td></tr> <tr> <td>卸売業、小売業</td><td>67</td><td>15.9</td><td>404</td><td>21.5</td></tr> <tr> <td>金融業、保険業</td><td>10</td><td>2.4</td><td>33</td><td>1.8</td></tr> <tr> <td>不動産業、物品賃貸業</td><td>22</td><td>5.2</td><td>122</td><td>6.5</td></tr> <tr> <td>学術研究、専門・技術サービス業</td><td>13</td><td>3.1</td><td>66</td><td>3.5</td></tr> <tr> <td>宿泊・飲食業</td><td>30</td><td>7.1</td><td>208</td><td>11.0</td></tr> <tr> <td>教育、学習支援業</td><td>4</td><td>0.9</td><td>84</td><td>4.5</td></tr> <tr> <td>医療、福祉業</td><td>26</td><td>6.2</td><td>207</td><td>11.0</td></tr> <tr> <td>生活関連サービス業、娯楽業</td><td>34</td><td>8.1</td><td>222</td><td>11.8</td></tr> <tr> <td>複合サービス業</td><td>1</td><td>0.2</td><td>13</td><td>0.7</td></tr> <tr> <td>サービス業</td><td>51</td><td>12.1</td><td>112</td><td>5.9</td></tr> <tr> <td>無回答</td><td>4</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(H28) | | 企業数 | 割合% | 企業数 | 割合% | 全体 | 426 | 100 | 1,883 | 100 | 農林水産業 | 12 | 2.8 | 23 | 1.2 | 鉱業、碎石業、砂利採取業 | 0 | 0.0 | 2 | 0.1 | 建設業 | 74 | 17.5 | 184 | 9.8 | 製造業 | 42 | 10.0 | 116 | 6.2 | 電気・ガス、熱供給、水道業 | 12 | 2.8 | 4 | 0.2 | 情報通信業 | 5 | 1.2 | 6 | 0.3 | 運輸業、郵便業 | 19 | 4.5 | 77 | 4.1 | 卸売業、小売業 | 67 | 15.9 | 404 | 21.5 | 金融業、保険業 | 10 | 2.4 | 33 | 1.8 | 不動産業、物品賃貸業 | 22 | 5.2 | 122 | 6.5 | 学術研究、専門・技術サービス業 | 13 | 3.1 | 66 | 3.5 | 宿泊・飲食業 | 30 | 7.1 | 208 | 11.0 | 教育、学習支援業 | 4 | 0.9 | 84 | 4.5 | 医療、福祉業 | 26 | 6.2 | 207 | 11.0 | 生活関連サービス業、娯楽業 | 34 | 8.1 | 222 | 11.8 | 複合サービス業 | 1 | 0.2 | 13 | 0.7 | サービス業 | 51 | 12.1 | 112 | 5.9 | 無回答 | 4 | - | | |
| 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 | 426 | 100 | 1,883 | 100 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 農林水産業 | 12 | 2.8 | 23 | 1.2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 鉱業、碎石業、砂利採取業 | 0 | 0.0 | 2 | 0.1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 建設業 | 74 | 17.5 | 184 | 9.8 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 製造業 | 42 | 10.0 | 116 | 6.2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 電気・ガス、熱供給、水道業 | 12 | 2.8 | 4 | 0.2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 情報通信業 | 5 | 1.2 | 6 | 0.3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 運輸業、郵便業 | 19 | 4.5 | 77 | 4.1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 卸売業、小売業 | 67 | 15.9 | 404 | 21.5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 金融業、保険業 | 10 | 2.4 | 33 | 1.8 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 不動産業、物品賃貸業 | 22 | 5.2 | 122 | 6.5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 学術研究、専門・技術サービス業 | 13 | 3.1 | 66 | 3.5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 宿泊・飲食業 | 30 | 7.1 | 208 | 11.0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 教育、学習支援業 | 4 | 0.9 | 84 | 4.5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 医療、福祉業 | 26 | 6.2 | 207 | 11.0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 生活関連サービス業、娯楽業 | 34 | 8.1 | 222 | 11.8 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 複合サービス業 | 1 | 0.2 | 13 | 0.7 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| サービス業 | 51 | 12.1 | 112 | 5.9 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 無回答 | 4 | - | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| 調査結果の考察 | 課題検討に向けたポイント |
|---|---|
| (1) 物価上昇により 55.5%の企業がコスト増加を最重要課題とする中、単なる新商品開発支援から一歩進んで、既存事業の高付加価値化による収益性改善と、コスト増加を吸収できる競争力強化を実現する商品・サービス開発への緊急かつ積極的な支援が必要 | <ul style="list-style-type: none"> 物価高騰により 55.5%の企業がコスト増加を最重要課題とする状況への即応策検討 既存商品・サービスの高付加価値化による収益性改善支援策を検討することが必要 コスト増加を吸収できる競争力強化のための新商品・サービス開発支援策を検討することが必要 原材料費・人件費・エネルギーコスト上昇に対応した経営効率化支援策を検討することが必要 |
| (2) 人材確保の課題が「募集困難」から「定着困難」へと質的に変化し、過半数の企業が応募すらない状況に直面。特に若年層の定着率低下(32.2%、過去最高)が深刻化する中、給与増額余裕のない企業(26.6%)が多数を占めており、従来の待遇改善を前提とした人材確保策では限界が明確化。全業種で若年層を求める(81.4%)状況下、企業の魅力度向上と恵庭地域全体の定住・就労魅力の発信強化、さらに業種別特性(建設業の現在不足45.6%、製造業の将来不足32.5%)に応じた戦略的な人材育成・定着促進策の構築が急務。 | <ul style="list-style-type: none"> 「求人を出しても応募がない」状況への抜本的対策検討 若年層の定着率低下(32.2%、過去最高)に対応した定着促進策を検討することが必要 若年層人材確保のための地域全体の魅力向上策を検討することが必要 「給与増額の余裕がない」中での人材確保・定着支援策を検討することが必要 業種別特性(建設業の現在不足45.6%、製造業の将来不足32.5%)に応じた人材育成・確保戦略を検討することが必要 |
| (3) 事業承継への消極的姿勢が過去最高の51.5%に達し、従来の「後継者不足」から「承継意欲の低下」へと根本的課題が変化。後継者がいる企業は約3割のみで、適切な人材がいない(41.1%)・後継者育成ができない(37.5%)状況が並存する中、業種別では製造業の消極性(32.3%)と建設業の積極性(41.9%)に二極化が進行。事業承継を促進するための意識改革・啓発活動と併せて、第三者承継・M&A等の多様な承継手法への対応、さらに承継に至らない企業への計画的廃業支援と地域資源の有効活用策の検討が急務 | <ul style="list-style-type: none"> 「事業承継を考えていない」状況に対する意識改革・啓発活動を検討することが必要 「適切な人材がいない」「後継者育成ができない」課題への支援策を検討することが必要 「後継者の教育」に対応した育成プログラムを検討することが必要 第三者承継・M&A等の多様な承継手法に対応した支援制度を検討することが必要 |
| (4) 市内企業間取引で仕入・販売とも「減った」が「増えた」を大幅に上回り地域内経済循環が縮小。32.5%が「取引を増やしたい」意向を示すが現状維持志向(67.5%)が強く、意欲と実現手段にミスマッチ。企業間マッチング機会不足と連携支援策欠如が課題で、コスト増加圧力下での競争力強化と持続可能性確保のため、商談機会創出・産業連関活用・地域外企業との戦略的連携による産業エコシステム構築が急務 | <ul style="list-style-type: none"> 市内企業間取引で「減った」が「増えた」を上回る状況への対策に対する検討が必要 「取引を増やしたい」意向を実現する具体的マッチング支援策を検討することが必要 地域内の調達・販売促進による経済循環拡大の仕組みづくりを検討することが必要 |

| | |
|---|---|
| <p>(5) 製造業において設備老朽化が過去最高の26.3%に達し、利益減少と並ぶ第3位の経営課題として深刻化。他業種（建設業4.3%、流通・商業6.5%、サービス業11.6%）と比較して突出して高い水準にあり、製造業特有の設備投資負担と更新サイクルの長期化が課題として顕在化。コスト増加圧力(52.6%)が最重要課題となる中で、老朽化設備の更新投資への資金確保がより困難となっており、生産性向上と競争力維持のための設備近代化支援策の検討が急務。</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・製造業の設備老朽化率26.3%(他業種比で突出)への緊急対応策を検討することが必要 ・コスト増加圧力最大(52.6%)の製造業における設備投資による生産性向上支援を検討することが必要 ・老朽化設備による競争力低下を防ぐデジタル化・IoT導入を含む設備近代化支援を検討することが必要 ・設備投資負担軽減のための融資・補助制度の拡充と設備更新計画策定支援を検討することが必要 |
| <p>(6) 建設業は最も深刻な人材不足（現在不足45.6%、全業種中最高）で「人材不足」が経営課題第2位(41.4%)。同時に市内取引縮小が最顕著(仕入17.6%減、販売19.7%減)で地域経済循環機能が低下。公共事業依存が高く民間需要開拓が課題の中、特殊技能・資格を要する建設業特性により従来の一般の人材確保策では対応困難。技能継承・資格支援を含む長期人材育成戦略、公共事業計画的発注による雇用安定化、民間分野展開支援による収益多様化が急務。</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・建設業の深刻な現在人材不足(45.6%、全業種中最高)への緊急対策を検討することが必要 ・「人材不足」が第2位課題(41.4%)となっている建設業の人材確保・定着支援策を検討することが必要 ・市内取引縮小が最も深刻(仕入17.6%減、販売19.7%減)な建設業の地域循環機能回復策を検討することが必要 ・技能・資格を要する建設業特性に応じた人材育成・技能継承支援制度を検討することが必要 ・公共事業の計画的発注による雇用安定化と民間分野展開支援による収益多様化を検討することが必要 |
| <p>(7) 企業間取引停滞(市内仕入13.1%減、販売17.1%減)と地域経済循環縮小により、恵庭・恵み野・島松3地域間の事業者分布・商業集積格差が住民利便性と地域活性化に影響。「新規施設オープン等改善傾向」がある一方で「廃業による空き店舗も多数存在」が継続し、各地域特性を活かした商業・サービス機能適正配置と地域間連携による相互補完的発展モデル構築が急務。</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・市内企業間取引の縮小(13.1%減、17.1%減)が地域間商業機能格差に与える影響への対策を検討することが必要 ・恵庭・恵み野・島松3地域の事業者分布・商業集積格差の実態把握と是正策を検討することが必要 ・各地域の特性を活かした商業・サービス機能の適正配置による住民利便性向上を検討することが必要 ・地域間連携による相互補完的発展と空き店舗解消の具体的取組みを検討することが必要 ・地域住民のニーズに応じた商業・サービス業の誘致・育成による地域間バランス改善を検討することが必要 |
| <p>(8) 「交流人口の増加」(27.5%、第3位)と「恵庭市の知名度向上」(31.6%、第2位)が企業の求める市の取組み上位にランクイン。「コロナ後観光客が戻ってきた」「スポーツイベント増加要望」等の具体的な声がある一方、「市民会館・体育館の物販使用料が高い」等の制度的阻害要因も浮上。企業連携促進要望(34.4%)と合わせ、観光振興を通じた地域内事業者連携と交流人口増加による地域経済波及効果創出が急務。</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・スポーツツーリズム(野球やサイクリング等)による年間継続集客策の検討(27.5%の企業要望対応) ・新千歳空港15分・札幌快速30分の道央圏最優位アクセスを活かした日帰り観光・出張客誘致 ・ファイターズブランド×恵庭知名度向上(31.6%要望)による道外認知度拡大と観光プロモーション戦略の検討 ・空港近接国際アクセス優位性を活かしたインバウンド誘致とアジア圏観光客向けサービス開発 |

| | |
|---|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> ・企業連携促進要望（34.4%）と連動した観光商品開発・宿泊飲食サービス向上による地域一体集客 ・施設使用料適正化による民間主導イベント開催促進と観光事業の持続可能性確保 ・スポーツ合宿・大会誘致による宿泊・飲食・小売業への直接経済効果と雇用創出の検討 ・コロナ後観光回復期における継続的誘客システム構築と市内全事業者への波及効果拡大の検討 |
| (9) 代表者 40～60 歳代が 74.1%と最高割合を占め今後 10～20 年での大量引退期が到来する一方、創業 3 年未満企業が 7.5%（H28 年 4.8%、R1 年 2.5%から急増）と新規創業が活発化。正規社員 5 人以下 66.1% の小規模事業者中心の産業構造下で、生産年齢人口減少期における事業継続と新陳代謝の両立が急務。高齢者人材活用ニーズ（9.5%）や従業員高齢化、「年齢のため」の経営課題に対応した小規模事業者支援と起業促進による地域経済活力維持が不可欠。 | <ul style="list-style-type: none"> ・代表者 40～60 歳代 74.1%の大量引退期に向けた事業承継支援の強化 ・創業 3 年未満企業 7.5%と急増していることへの起業支援から成長期までの一貫支援体制構築 ・正規社員 5 人以下 66.1%の小規模事業者向け生産性向上・デジタル化支援 ・事業承継・M&A・計画的廃業等の多様な選択肢提示と支援制度整備 |

第4章 課題解決に向けた4つの視点

恵庭市中小企業経営改善調査（令和6年度（2024年度））及び近年の社会情勢からで明らかになった様々な課題に対し、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：持続可能な雇用・人材確保システムの構築

全業種において人材確保の困難さが深刻化しており、雇用のミスマッチによる需給ギャップが年々悪化している。特に、会社の知名度不足による求人応募数の減少、工業系学科を設置する高等学校がないことによる若年層新規採用の困難、新卒・若年層の定着率の低さが顕著な課題となっている。

この背景には、札幌市・千歳市という大きな雇用市場に隣接する立地特性があり、優秀な人材の市外流出と人材獲得競争の激化が構造的問題となっている。製造業が多く立地するにも関わらず、工業系専門教育を受けた人材の供給源が市内にないことで、スキルマッチした人材確保がより困難となっている。

デジタル化の進展により働き方が多様化し、地理的制約を超えた人材獲得が可能になる一方、全国規模での人材獲得競争のリスクも高まっている。Z世代をはじめとする若年層は、ワークライフバランス、企業の社会的意義、成長機会を重視し、より柔軟で自律的なキャリア形成を志向している。人口減少・少子高齢化により労働力人口が絶対的に減少する中、多様な人材の活用が不可欠だが、これらの人材が能力を最大限発揮できる職場環境の整備は十分とは言えない。

こうした複合的な課題に対応するため、従来の人材確保手法から脱却し、デジタル技術を活用した効率的なマッチングシステム、恵庭市全体の魅力向上による定住促進、企業の働き方改革支援、教育機関との連携強化など、包括的で持続可能な雇用・人材確保システムの構築が急務である。

以上を踏まえ、具体的な課題解決に向けては、次のポイントについての検討が必要となる。
人材育成・確保の体系化：業種・業態・職位・職種それぞれのニーズに対応した教育機関連携による人材育成戦略の確立

企業認知度向上：恵庭立地企業の魅力発信機会の創出、インターンシップ制度の拡充、合同企業説明会の充実

多様な働き方への対応：フレックス制度、副業・兼業制度など柔軟な労働環境の推進

まち全体の魅力向上：住環境、子育て支援、文化・娯楽施設の充実による総合的な定住魅力の向上

学生向け支援、高等教育機関連携：観光振興分野や経営教育分野での協働プログラム開催

❖ 視点2：コスト増加対応と競争力強化による収益性改善支援

物価高騰により55.5%の企業がコスト増加を最重要課題として挙げており、これは過去調査と比較して大幅な増加を示している。原材料費・人件費・エネルギーコストの急激な上昇に対し、単なる新商品開発支援から一歩進んで、既存事業の高付加価値化による収益性改善と、コスト増加を吸収できる競争力強化を実現する緊急かつ積極的な支援が必要となっている。

一方で、前年度比で売上増加を記録した企業が29.2%に達しており、外部環境変化に対応した新たな市場ニーズを捉えた商品・サービス開発により業績向上を実現している企業も存在する。これは、適切な支援により、コスト増加圧力を克服し、新たな成長を実現できる可能性を示している。

この背景には、コロナ禍を契機とした消費者行動の変化、eコマース市場の急拡大、非対面サービスへの需要シフトなど、従来のビジネスモデルの見直しを迫る構造的変化がある。また、デジタル変革(DX)の加速により、顧客との接点のデジタル化、データ活用による経営判断の高度化、AI・IoT技術を活用した製品・サービスの付加価値向上が可能となっているが、中小企業におけるDX推進は資金面、人材面での制約が大きく、段階的かつ実効性の高い支援策が求められている。

さらに、ESG経営¹への注目、カーボンニュートラルへの対応など、持続可能性を重視した経営への転換が企業価値向上の必須要件となっている一方、環境配慮型製品への需要増加、ESG投資の拡大など、新たなビジネス機会を創出する側面も持っている。恵庭の強みである食品製造業においては、安全・安心な日本製品への海外需要の高まりを背景に、輸出市場開拓の可能性が広がっている。

これらの複合的な環境変化を機会として捉え、地元企業の競争力強化と新たな成長を支援する包括的な仕組みづくりが重要である。単発的な支援ではなく、企業の成長段階に応じた継続的な伴走支援、異業種間の連携促進、産学官連携による技術革新支援など、エコシステム全体の底上げを図る戦略的アプローチが求められる。

以上を踏まえ、具体的な課題解決に向けては、次のポイントについての検討が必要となる。

高付加価値化支援：新市場ニーズを捉えた製品・サービス開発、技術革新・DX導入支援

異分野連携促進：業種を超えた企業間連携による新商品・サービス、イノベーション創出

販路拡大支援：EC活用、オンライン販売、非対面ビジネスモデルの構築支援

経営基盤強化：コスト削減、生産性向上、デジタル化、持続可能な経営体制の確立

地域資源活用：恵庭特産品のブランド化、シティセールスとの連携、官民一体での全国展開

¹ 環境(Environment)、社会(Society)、ガバナンス(Governance)の3つの要素を重視する経営

❖ 視点3：事業承継・起業による事業活性化

アンケート調査からは5年後に市内事業者の約10%が廃業・事業譲渡を検討しており、特に小規模事業者の高齢化と後継者不足が深刻化している。廃業検討事業者の多くが廃業後の店舗を自宅利用予定としており、商業地区のさらなるシャッター化が懸念される。一方で、業績改善を含めた総合的な事業承継への関心も高まっている。

この背景には、戦後復興期から高度成長期にかけて創業した企業経営者の引退時期到来という構造的要因がある。創業者やその後継者が70歳代を迎えることにより、事業継続への意欲が低下している。特に、家族経営が多い小規模事業者では、子どもの東京圏や札幌圏への流出が進み、後継者候補そのものが地域に存在しないケースが増加している。

コロナ禍による経営環境の激変により、売上減少や資金繩り悪化で廃業を選択する経営者が増加する一方、デジタル化や新ビジネスモデルへの転換に成功した企業では事業承継への前向きな姿勢が見られる。

超高齢社会の進展、働き方の多様化により、事業承継の形態も多様化している。従来の親族内承継に加え、第三者承継、M&A、従業員承継、カーブアウト、共同承継など柔軟な承継スキームの活用が増加し、起業においても副業起業、シニア起業、女性起業、社会課題解決型起業などが増加している。

事業承継と起業を地域経済活性化の両輪として捉え、相互に連携させることで、より大きな効果が期待できる。例えば、廃業予定企業の設備や顧客基盤を起業家が引き継ぐ「事業継承型起業」、複数の小規模事業者が統合して効率化を図る「統合型承継」など、新たな事業活性化モデルの構築が可能である。

さらに、空き店舗の増加は課題であると同時に、リノベーションや短期出店による事業検証、コワーキングスペースなどの共有型施設活用により、低コストでの起業機会を提供する機会でもあり、これらとりまく環境変化に対応した包括的な支援体制の構築が必要である。

以上を踏まえ、具体的な課題解決に向けては、次のポイントについての検討が必要となる。

事業承継支援の強化：後継者教育、承継スキーム周知、第三者承継マッチング支援

空き店舗活用促進：チャレンジショップ運営、短期出店イベント、リノベーション支援

起業支援の拡充：伴走型支援、起業家メンタリング、資金調達支援、ワンストップ相談窓口

地域イベント活用：恵庭マルシェ拡充、朝市・夜市開催、起業体験機会の提供

経営資源継承支援：技術・ノウハウ承継、顧客基盤引継ぎ、設備・立地活用

❖ 視点4：スマートな地域経済循環システムの構築

アンケート調査結果から地域内での企業間連携の重要性が改めて確認された一方で、市内事業者間の連携による競争力向上の取り組みは十分とは言えない状況にある。異業種交流イベント、商談会、工場見学などの交流機会増加への要望が高く、新たな市場ニーズに対応するための異分野連携による新商品・サービス開発の期待も大きい。特に、地域外への販

路拡大を目指す事業者が約4割存在する中で、個社単独では困難な大型案件への対応や、技術・ノウハウの相互補完による競争力強化が求められている。

市内での調達を「増やしたい」と回答した事業者は7.1%の増加を示しており、地域内循環への意識は着実に高まっている。しかし、実際の取引では、品質・価格・納期面での課題や、適切な取引先情報の不足により、域外調達に依存している現状がある。

デジタル技術の活用により、従来困難だった地域内での精密なマッチング、リアルタイムでの需給調整、効率的な物流・決済システムの構築が可能となっている。また、SDGsやカーボンニュートラルの観点から、地域内循環への注目も高まっており、恵庭市の豊富な農産品、製造業の技術力、サービス業のホスピタリティを有機的に結びつけた「スマートな地域経済循環システム」の構築が求められる。

特に、北海道日本ハムファイターズの本拠地「エスコンフィールド HOKKAIDO」に隣接する地理的優位性を活用し、スポーツツーリズムと地域経済の好循環を実現することが可能である。このシステムは、単なる域内取引の促進にとどまらず、異業種間の技術融合による新たな価値創造、地域課題解決型ビジネスの育成を通じて、恵庭市独自の競争優位を構築することが可能となる。

以上を踏まえ、具体的な課題解決に向けては、次のポイントについての検討が必要となる。

デジタル基盤活用：マッチングプラットフォーム構築、サプライチェーン可視化、決済システム統合、取引データ分析基盤整備

戦略的連携促進：効果的で波及効果の高い業種・事業者の重点的連携強化、新規参入促進、共同受注体制構築

観光・スポーツ連携強化：道の駅・はなふる等を起点とした市内周遊促進、個店誘客による経済効果拡大、体験型コンテンツ開発、エスコンフィールド来場者向けサービス充実

産学官連携深化：教育機関・研究機関との技術開発連携、新たな技術獲得支援、人材育成プログラム共同実施

地産地消推進：市内調達促進、地元産品の販路拡大、ブランド価値向上、品質・コスト競争力強化支援

データ活用促進：取引データ分析による最適化、市場動向把握、政策効果測定、予測分析による戦略立案支援

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。中小企業振興審議会・専門部会での議論などを踏まえて、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

| □強み | □弱み |
|---|--|
| <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、ファイターズ本拠地に近接)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）道内有数の人口増加都市花のまちのブランド力新規創業増加による産業の新陳代謝はなふるの継続的イベント開催による集客力 | <ul style="list-style-type: none">市有の工業団地に分譲可能地がない地元企業の対外的な営業力が弱い地元企業の若年層の定着率が低く、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圈が近い域内取引が少ない |
| □機会 | □脅威 |
| <ul style="list-style-type: none">震災後・コロナ禍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恵み野や恵庭駅周辺の再開発による都市整備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J R 快速エアポートの増便インバウンド観光客増加新工業団地の造成ラピダス進出に伴う半導体産業集積の契機ファイターズ新本拠地移転相乗効果DX（デジタル技術活用）や生成AI技術の発展 | <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少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円安・物価高騰・コスト増加の急速な環境変化 |

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します。

- 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。

また、令和7年度から市制度融資の利率改定や保証料補給も拡大し、近年の物価高騰・コスト増加対策等への支援策を講じます。

□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
- ③自然災害や感染症など不測の事態にも対応できる経営体制の構築に向けた支援

◎具体的な施策

- ・信用保証協会保証料補給金
- ・市中小企業振興融資預託金
- ・中小企業相談業務補助金
- ・地域産業活性化事業
- ・商店街活力再生促進事業補助金
- ・農商工等連携促進事業（農商工等連携推進ネットワークによる商品開発）
- ・商店街振興対策補助金
- ・新型コロナウイルス感染症に係る金融対策事業
- ・事業継続力強化支援計画、経営発達支援計画の推進

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

- ・企業立地促進補助金
- ・農商工等連携促進事業（産業祭の開催による企業・製品PR等）
- ・市民参加型・えにわ版マルシェ推進事業（花の拠点（はなふる）を活用した観光推進等）
- ・首都圏シティセールス
- ・花のまちづくり推進事業
- ・緑のまちづくり推進事業
- ・えにわ湖周辺レク施設管理
- ・観光関係事業
- ・ルルマップ自然公園ふれらんど環境整備
- ・交流都市連携事業
- ・花の拠点整備事業
- ・移住・定住促進事業

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、建設・介護など慢性的な人手不足となっている業種などの雇用のミスマッチの改善を図ります。また、市内の企業の労働環境や奨学金制度などの情報発信を支援し、恵庭で働く魅力の認知機会を増加させます。

□施策の方針

- ①新たな工業団地の整備や企業誘致による雇用の場の確保
- ②多様な人材の確保、育成の支援
- ③技能労働者の技術、技能承継の円滑化の推進
- ④恵庭市人材確保計画の推進
- ⑤女性の社会進出支援の実現

◎具体的施策

- ・企業立地促進補助金
- ・就職促進事業（合同企業就職説明会の開催、企業情報発信の支援など）
- ・地域職業相談室事業（ジョブガイドENIWA）
- ・恵庭市シルバー人材センター事業費補助金
- ・技能功労者表彰
- ・恵庭市人材確保計画の推進（市内の人材確保の推進、事業者的人材育成のための支援、地元高校と企業のマッチング、さっぽろ圏奨学金返還支援事業）
- ・女性デジタル人材育成事業
- ・外国人材の活用・共生支援

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が新たな発見や機会を生み出すと考え、産学官連携を強化し、地域内経済循環を意識した施策を講じていきます。さらに、地域内での経済循環を実現するために、産業連関表を活用した分析などの手法を活用し、施策を効果的に推進していきます。

□施策の方針

- ①市内企業同士の取引活性化及び地産地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開発商品などの地元産品の販路拡大支援
- ④国など産業支援機関や研究機関、地元教育機関との連携による新たな技術獲得支援の推進
- ⑤産業連関表を活用した分析及び施策への反映

◎具体的施策

- ・恵庭工業クラブの運営
- ・農商工等連携促進事業（農商工等連携推進ネットワークの運営、勉強会及び勉強会における事業者同士のマッチング機会の提供、他の支援機関が実施する商談会などの事業の情報発信やサポート）
- ・エニマルシェ賑わい創出事業

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ほか、事業承継に関する意識啓発などを行う。

□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
- ⑥若年層の起業啓発支援

◎具体的施策

- ・起業支援事業補助金（起業時の経費を対象とした補助）
- ・起業家支援事業（起業塾の開催、起業メンター（先輩起業家の相談支援）の実施、ビジネスコンテストの実施、大学等と連携したアントレプレナーシップ教育の実施）
- ・経営改善実態調査
 - ・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

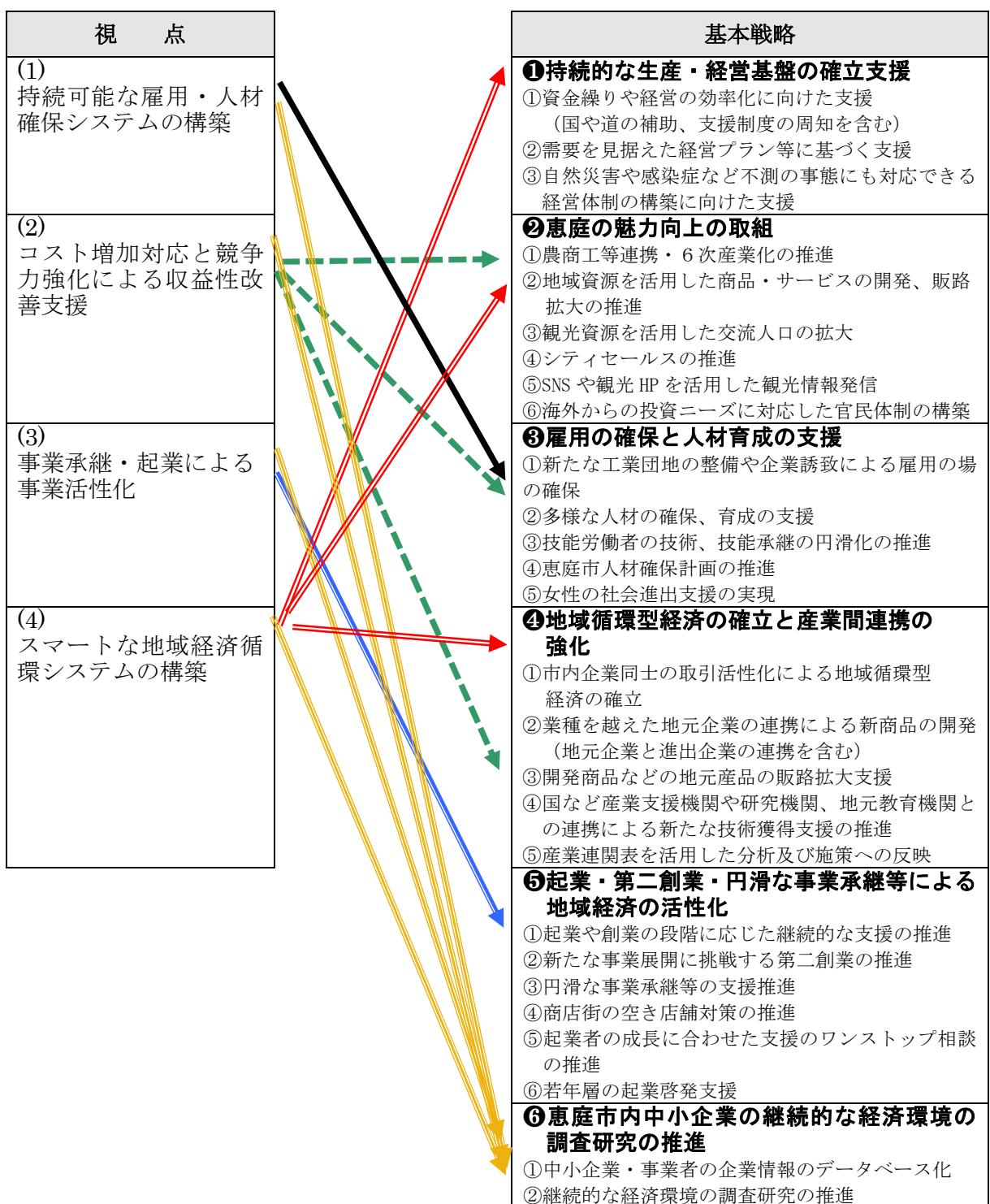
- ・恵庭市中小企業振興審議会基本計画推進管理専門部会の開催
- ・経営改善調査

■ 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とともに大きく変化していくことから、不斷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 | | | | | | |
|---------------------------------------|--|--|--|--|--|--|
| 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 | | | | | | |
| ③自然災害や感染症など不測の事態にも対応できる経営体制の構築に向けた支援 | | | | | | |

| 事業名 | 年度 | 事業費 (千円) | 事業概要 | 備考 | | |
|-----------------------|----|-------------|--|-----|---|-----|
| 信用保証協会保証料補給金 | R3 | 372 | 市制度融資における信用保証料の一定割合を補助 | ① | 既 | R7拡 |
| | R4 | 411 | | | | |
| | R5 | 385 | | | | |
| | R6 | 368 | | | | |
| | R7 | 9,620 | | | | |
| 市中小企業振興融資預託金 | R3 | 50,000 | 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 | R7拡 |
| | R4 | 38,000 | | | | |
| | R5 | 29,000 | | | | |
| | R6 | 28,000 | | | | |
| | R7 | 114,513 | | | | |
| 中小企業相談業務補助金 | R3 | 22,047 | 商工会議所の中小企業相談業務経費への補助 | ① ② | 既 | |
| | R4 | 22,739 | | | | |
| | R5 | 23,111 | | | | |
| | R6 | 22,585 | | | | |
| | R7 | 24,244 | | | | |
| 地域産業活性化事業 | R3 | 3,921 | (公財)道央産業振興財団の運営に係る負担金 | ① ② | 既 | |
| | R4 | 3,883 | | | | |
| | R5 | 4,207 | | | | |
| | R6 | 4,210 | | | | |
| | R7 | 4,208 | | | | |
| 商店街活力再生促進事業補助金 | R3 | 1,000 | 商店街の調査研究、計画策定、集客事業、設備導入費への助成 | ② | 既 | R7拡 |
| | R4 | 1,000 | | | | |
| | R5 | 1,000 | | | | |
| | R6 | 1,000 | | | | |
| | R7 | 1,200 | | | | |
| 農商工等連携促進事業 | R3 | 5,443 | 産業祭の開催、農商工等連携推進ネットワークの運営、商品開発、勉強会、勉強会による個別マッチング機会の提供、他の支援機関が実施する商談会などの事業の情報発信やサポート、等 | ② | 既 | |
| | R4 | 6,606 | | | | |
| | R5 | 6,695 | | | | |
| | R6 | 6,048 | | | | |
| | R7 | 6,063 | | | | |
| 商店街振興対策補助金 | R3 | 608 | 商店会連合会が実施する集客事業や研修に係る経費に対する補助 | ② | 既 | |
| | R4 | 608 | | | | |
| | R5 | 608 | | | | |
| | R6 | 608 | | | | |
| | R7 | 608 | | | | |
| 新型コロナウイルス感染症に係る金融対策事業 | R3 | 7,255 | 新型コロナウイルス感染症の影響を受ける市内事業者を対象に、新たな融資制度の創設、利子・信用保証料の補給を実施 | ① ③ | 既 | |
| | R4 | 4,930 | | | | |
| | R5 | 4,587 | | | | |
| | R6 | 5,498 | | | | |
| | R7 | 1,673 | | | | |

| | | | | | |
|-------------------------|----|---|--|-------------|---|
| 事業継続力強化支援計画、経営発達支援計画の推進 | R3 | 0 | <p>●事業継続力強化支援計画 災害に備えて、小規模事業者の防災・減災対策と事業継続力を強化し、経営の強靭化を図ることを目的とした計画。</p> <p>●経営発達支援計画 小規模事業者が持続的に発展できるよう、商工会・商工会議所が専門的かつ伴走型の経営支援を計画的に実施することを目的とした計画。</p> | ① ② ③ | 既 |
| | R4 | 0 | | | |
| | R5 | 0 | | | |
| | R6 | 0 | | | |
| | R7 | 0 | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

※事業費の横に「*」がついている場合は、財源の一部もしくは全部にデジタル田園都市国家構想交付金(旧地方創生推進交付金)を充当

基本戦略2 恵庭の魅力向上の取組

| 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 | | | | | | |

| 事業名 | 年度 | 事業費(千円) | 事業概要 | 備考 | | |
|--------------------|----|---------|--|-----|------------|------|
| 企業立地促進補助金 | R3 | 117,165 | 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) | (4) | (6)既 |
| | R4 | 85,739 | | | | |
| | R5 | 149,213 | | | | |
| | R6 | 68,107 | | | | |
| | R7 | 120,367 | | | | |
| 農商工等連携促進事業 | R3 | 5,443 | 産業祭の開催、農商工等連携推進ネットワークの運営、商品開発、勉強会、勉強会による個別マッチング機会の提供、他の支援機関が実施する商談会などの事業の情報発信やサポート、等 | (2) | (3)既 再開 | |
| | R4 | 6,606 | | | | |
| | R5 | 6,695 | | | | |
| | R6 | 6,048 | | | | |
| | R7 | 6,063 | | | | |
| 市民参加型・えにわ版マルシェ推進事業 | R3 | 385 | イベント「えにわマルシェ」開催に係る広告費 | (2) | (3)既 | |
| | R4 | 385 | | | | |
| | R5 | 433 | | | | |
| | R6 | 418 | | | | |
| | R7 | 461 | | | | |
| 首都圏シティセールス | R3 | *2940 | 札幌圏・首都圏への恵庭市のPR | (4) | | 既 |
| | R4 | *2940 | | | | |
| | R5 | *2940 | | | | |
| | R6 | *2940 | | | | |
| | R7 | *2940 | | | | |
| 花のまちづくり推進事業 | R3 | 21,920 | 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 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、市内各駅前花装飾・花壇管理 | (3) | (4)既 | |
| | R4 | 26,971 | | | | |
| | R5 | 25,868 | | | | |
| | R6 | 29,621 | | | | |
| | R7 | 27,427 | | | | |
| 緑のまちづくり推進事業 | R3 | 374 | 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) | (4)既 | |
| | R4 | 374 | | | | |
| | R5 | 523 | | | | |
| | R6 | 763 | | | | |
| | R7 | 1,097 | | | | |
| えにわ湖周辺レクリエーション施設管理 | R3 | 8,142 | 恵庭渓谷「えにわ湖周辺レクリエーション施設」維持管理費 | (3) | | 既 |
| | R4 | 9,226 | | | | |
| | R5 | 10,151 | | | | |
| | R6 | 9,078 | | | | |
| | R7 | 12,737 | | | | |

| | | | | | | | |
|--------------------|----|---------|---|-----|-----|-----|---|
| 観光関係事業 | R3 | 3,086 | 観光PR・道の駅修繕・恵庭渓谷イベント事業 観光PR関係・情報発信事業・パンフレット関係・WEBサイト更新関係 | (3) | (4) | (5) | 既 |
| | R4 | 2,657 | | | | | |
| | R5 | 2,989 | | | | | |
| | R6 | 3,026 | | | | | |
| | R7 | 3,653 | | | | | |
| ルルマップ自然公園ふれらんど環境整備 | R3 | 13,044 | ルルマップ自然公園ふれらんどにおける環境整備 | (3) | | | 既 |
| | R4 | 13,044 | | | | | |
| | R5 | 16,833 | | | | | |
| | R6 | 14,862 | | | | | |
| | R7 | 22,989 | | | | | |
| 交流都市連携事業 | R3 | 557 | 友好都市との産業交流によるPR、広域ネットワーク(藤枝市)による連携事業 | (1) | (2) | | 既 |
| | R4 | 593 | | | | | |
| | R5 | 618 | | | | | |
| | R6 | 552 | | | | | |
| | R7 | 52 | | | | | |
| 花の拠点整備事業 | R3 | 88,070 | 公園整備、松園線改良舗装、緊急貯水槽整備、農畜産物直売所整備、道と川の駅・センターハウス改修 公園整備、松園線改良舗装、緊急貯水槽整備、農畜産物直売所・道と川の駅外構工事等 | (3) | (4) | | 既 |
| | R4 | 37,250 | | | | | |
| | R5 | 8,393 | | | | | |
| | R6 | 542 | | | | | |
| | R7 | 23,568 | | | | | |
| 移住・定住促進事業 | R3 | *8321 | 移住・定住サイトの運営、移住相談会への出展、オーダーメイドツアー等 | (4) | | | 既 |
| | R4 | *8,449 | | | | | |
| | R5 | *11,020 | | | | | |
| | R6 | *22,977 | | | | | |
| | R7 | *13981 | | | | | |

※事業費の横に「*」がついている場合は、財源の一部もしくは全部にデジタル田園都市国家構想交付金(旧地方創生推進交付金)を充当

基本戦略3 雇用の確保と人材育成の支援

施策の方針

- ①新たな工業団地の整備や企業誘致などによる雇用の場の確保
- ②多様な人材の確保、育成の支援
- ③技能労働者の技術、技能継承の円滑化の推進
- ④恵庭市人材確保計画の推進
- ⑤女性の社会進出支援の実現

| 事業名 | 年度 | 事業費(千円) | 事業概要 | 備考 | | | | | | | |
|---------------------|-----|---------|---|-------------|--|----------|----|--|--|--|--|
| 企業立地促進補助金 | R3 | 117,165 | 固定資産税相当額(家屋・償却資産)、新規雇用者数に対する助成 | (1) | | 既 | 再掲 | | | | |
| | R4 | 85,739 | | | | | | | | | |
| | R5 | 149,213 | | | | | | | | | |
| | R6 | 68,107 | | | | | | | | | |
| | R7 | 120,367 | | | | | | | | | |
| 就職促進事業 | R3 | *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 | (2) (4) (5) | | 既 | | | | | |
| | R4 | *3,758 | 合同企業説明会、採用力向上支援事業委託、企業情報発信委託、企業情報発信webサイト更新 | | | | | | | | |
| | R5 | *3,758 | ・合同企業説明会、採用力向上支援事業、企業情報発信を委託 | | | | | | | | |
| | R6 | *3,758 | | | | | | | | | |
| | R7 | 4,285 | | | | | | | | | |
| 地域職業相談事業費 | H29 | 2,586 | 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 ※H29.10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し | (2) (4) | | 既 | | | | | |
| 恵庭市シルバー人材センター事業費補助金 | R3 | 12,129 | シルバー人材センターへの運営費、事業費の補助 | (2) (3) | | 既 | | | | | |
| | R4 | 14,129 | | | | | | | | | |
| | R5 | 19,304 | | | | | | | | | |
| | R6 | 11,534 | | | | | | | | | |
| | R7 | 15,650 | | | | | | | | | |
| 技能功労者表彰 | R3 | 115 | 市の産業の発展に功労顕著な者への表彰に係る経費 | (3) | | 既 | | | | | |
| | R4 | 114 | | | | | | | | | |
| | R5 | 120 | | | | | | | | | |
| | R6 | 111 | | | | | | | | | |
| | R7 | 125 | | | | | | | | | |
| 恵庭市人材確保計画の推進 | R3 | 0 | 「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』に係る各種事業の推進 | (2) (3) (4) | | 既 | | | | | |
| | R4 | 0 | | | | | | | | | |
| | R5 | 0 | | | | | | | | | |
| | R6 | 0 | | | | | | | | | |
| | R7 | 0 | | | | | | | | | |
| 外国人材の活用・共生支援 | R3 | 1,076 | 技能実習生受入支援、関係機関との連絡協議会の実施 | (2) (4) | | R2新 既 | | | | | |
| | R4 | 1,362 | 地域の日本語教室の開設による技能実習生支援、関係機関との連絡協議会の実施 | | | | | | | | |
| | R5 | 613 | | | | | | | | | |
| | R6 | 3,447 | | | | | | | | | |
| | R7 | 3,803 | | | | | | | | | |
| 女性デジタル人材育成事業 | R7 | 3,867 | デジタルスキル習得のための講座の開催、受講者の就労支援 | (5) | | R7新 | | | | | |

※事業費の横に「*」がついている場合は、財源の一部もしくは全部にデジタル人材育成事業費(旧地方創生推進交付金)を充当

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

- ①市内企業同士の取引活性化及び地産地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開発商品などの地元産品の販路拡大支援
- ④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
- ⑤産業連関表を活用した分析及び施策への反映

| 事業名 | 年度 | 事業費 (千円) | 事業概要 | 備考 | | | |
|---------------|----|-------------|--|-----|---|----|--|
| 恵庭工業クラブの運営 | R3 | 0 | 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 | |
| | R4 | 0 | | | | | |
| | R5 | 0 | | | | | |
| | R6 | 0 | | | | | |
| | R7 | 0 | | | | | |
| 農商工等連携促進事業 | R3 | 5,443 | 産業祭の開催、農商工等連携推進ネットワークの運営、商品開発、勉強会、勉強会による個別マッチング機会の提供、他の支援機関が実施する商談会などの事業の情報発信やサポート、等 | ①②③ | 既 | 再開 | |
| | R4 | 6,606 | | | | | |
| | R5 | 6,695 | | | | | |
| | R6 | 6,048 | | | | | |
| | R7 | 6,063 | | | | | |
| エニマルシェ賑わい創出事業 | R3 | 3,589 | 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 | ①③ | 既 | | |
| | R4 | 2,318 | | | | | |
| | R5 | 1,118 | | | | | |
| | R6 | 2,114 | | | | | |
| | R7 | 2,114 | | | | | |

※事業費の横に「*」がついている場合は、財源の一部もしくは全部にデジタル田園都市国家構想交付金(旧地方創生推進交付金)を充当

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ほか、事業承継に関しての意識啓発などを行う。

| 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 | | | | | | |
| ⑥若年層の起業啓発支援 | | | | | | |

| 事業名 | 年度 | 事業費 (千円) | 事業概要 | 備考 | | | |
|--------------------|----|-------------|--|---------|---|---|---|
| | | | | ① | ④ | ⑥ | 既 |
| ○起業支援事業補助金 | R3 | 5,500 | 市内で起業する者に対する補助(家賃・店舗改修費・広告費等) | | | | |
| | R4 | 5,500 | | | | | |
| | R5 | 7,000 | | | | | |
| | R6 | 7,000 | | | | | |
| | R7 | 7,000 | | | | | |
| ○起業家支援事業補助 | R3 | *1,197 | 起業家セミナーなどの起業家支援を行う団体への補助、起業セミナーの開催 | ① ② ⑤ ⑥ | 既 | | |
| | R4 | *1,305 | | | | | |
| | R5 | *1,384 | | | | | |
| | R6 | *1,384 | | | | | |
| | R7 | 1,395 | | | | | |
| 経営改善実態調査 | R1 | 2,993 | 市内中小企業の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 | | |
| | R6 | 3,652 | | | | | |
| ○起業支援・事業承継支援相談員の配置 | R3 | *208 | 起業・事業承継支援を目的とした専門家(中小企業診断士)による個別相談会を開催 | ① ③ ⑤ | 既 | | |
| | R4 | *208 | | | | | |
| | R5 | *208 | | | | | |
| | R6 | *208 | | | | | |
| | R7 | 208 | | | | | |

※事業費の横に「*」がついている場合は、財源の一部もしくは全部にデジタル田園都市国家構想交付金(旧地方創生推進交付金)を充当

※事業名の横に「○」がついている事業は、恵庭市創業支援等事業計画に基づく事業

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 | 年度 | 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 | R3 | 200 | 専門部会開催に係る委員の報償費等の経費 | | | | |
| | R4 | 210 | | ② | | | 既 |
| | R5 | 193 | | | | | |
| | R6 | 186 | | | | | |
| | R7 | 268 | | | | | |
| 経営改善実態調査 | R1 | 2,993 | 市内中小企業の経営上の課題解決等を支援するためのニーズ調査 | ① | ② | | 既 |
| | R6 | 3,652 | | | | | 再掲 |

※事業費の横に「*」がついている場合は、財源の一部もしくは全部にデジタル田園都市国家構想交付金(旧地方創生推進交付金)を充当

■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 2024年度 (令和6年度) | 目標値 2030年度 (令和12年度) | 備考 |
|---------------------------|----------------------------|----------------------------|--------------------------------|
| 業況 (直近2カ年の売上動向) | 増加と回答した 事業者の割合 29.2% | 増加と回答した 事業者の割合 30.0% | 令和2年に実施 した経営改善調 査では27.3% |
| 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 7.1% | 増加と回答した 事業者の割合 10.0% | 令和2年に実施 した経営改善調 査では9.5% |
| 開業数 | 494件 (2016～2021年) | 530件 | 経済センサス |
| 廃業数 | 485件 (2016～2021年) | 480件 | |

- ※ 本計画の最終年度の前年（令和11年（2029年度））に恵庭市中小企業経営改善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。このような中、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、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すことや、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產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產品を消費し、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に期待するものです。

恵庭市経済部商工労働課

令和 8 年 3 月