

さらなる地域経済循環のための企業立地施策の検討 ～RESASを活用した施策立案支援事業～



埼玉県 川越市 令和5年2月9日

構成

川越市基本情報

市勢概要
都内へのアクセス
観光のまち川越
川越市人口推移
人口の推移(社会増と自然増)
産業集積の状況(全体図)
産業集積の状況(詳細)
市内基幹企業の市外移転等
市内企業のアンケート調査結果(全体)
市内企業のアンケート調査結果(詳細)

なぜ、今、企業立地を進めるのか

背景1:本市の財政危機
背景2:少子高齢化社会における本市の税収構造
背景3:川越市の商業・工業・農業の推移
川越市は企業立地を推進します
企業立地を推進する上での留意点
企業立地目標の再確認

川越市の地域経済循環

川越市の地域経済循環分析
地域経済循環を向上させる

川越市の産業構造

付加価値額(総額)移輸出入カラー表示
本市の主要な産業の変化
本市の産業構造①(全産業中分類)
本市の産業構造②(全産業中分類)
製造業の内訳(2019年)
製造品出荷額と従業者数の変遷
他地域と比較優位の確認 卸売業・小売業
他地域と比較優位の確認 製造業
産業別付加価値額構成比
影響力・感応度係数
本市の産業間取引構造
牽引する産業はどれか
絞り込んだ産業のSWOT分析

各産業のSWOT分析

化学工業(医薬品)
資料①埼玉県の企業誘致戦略
化学工業(その他)
業務用機械器具製造業

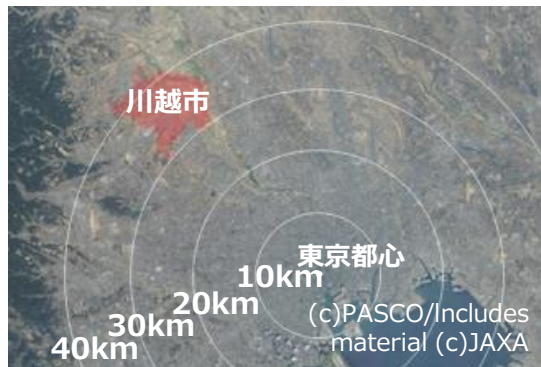
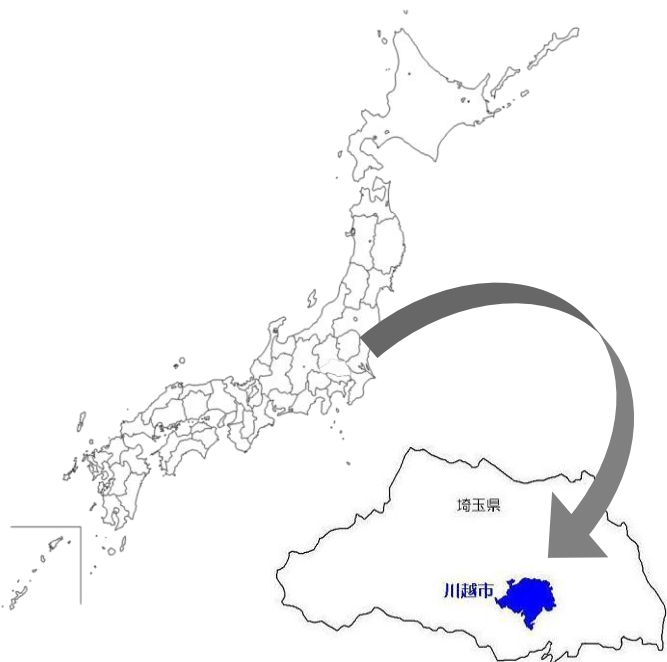
資料②新規企業の企業立地や既存企業の
域内設備投資・業務拡大等の支援
資料③「川越ものづくりブランドKOEDO E
-PRO」認定制度
生産用機械器具製造業
飲食料品小売業
飲食料品卸売業
金属製品製造業
輸送用機械器具製造業
情報通信機械器具製造業
情報通信業
飲食店(宿泊業、飲食サービス業)
食料品製造業関連産業

施策評価

重点的に活性化させる産業の絞り込み
具体的な施策を検討する上での産業の絞り込み
絞り込んだ産業
具体的な施策の検討と評価
具体的な施策の評価
具体的な施策の検討①～⑤
具体的な施策の評価のまとめ
施策のまとめ

川越市基本情報

市勢概要



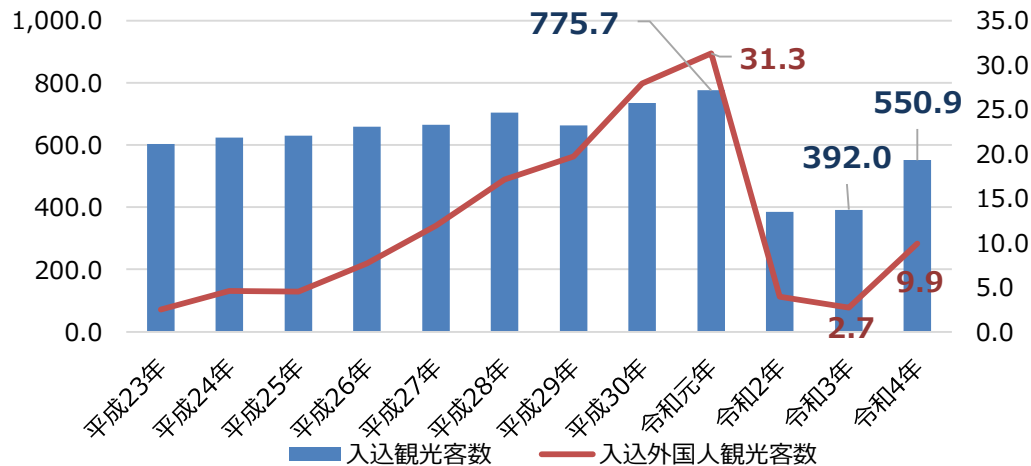
立地・産業

川越市は、埼玉県の中央部よりやや南部、武蔵野台地の東北端に位置し、109.13平方キロメートルの面積と35万人を超える人口を有する都市です。

川越市は、都心から30キロメートルの首都圏に位置するベッドタウンでありながら、商品作物などを生産する近郊農業、交通の利便性を生かした流通業、伝統に培われた商工業、豊かな歴史と文化を資源とする観光など、充実した都市機能を有しています。現在も、埼玉県南西部地域の中心都市として発展を続けています。

観光のまち川越

入込観光客数の推移（単位：万人）



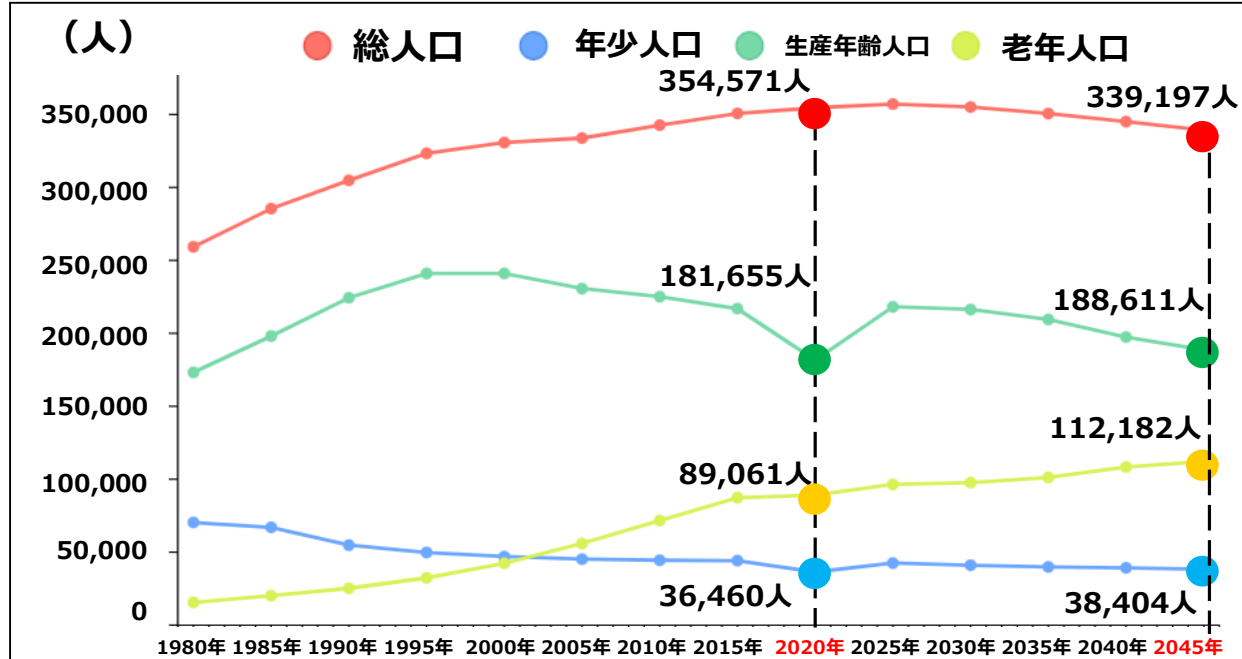
【出典】川越市入込観光客数統計資料



川越氷川祭の山車行事
(平成28年ユネスコ無形文化遺産登録)

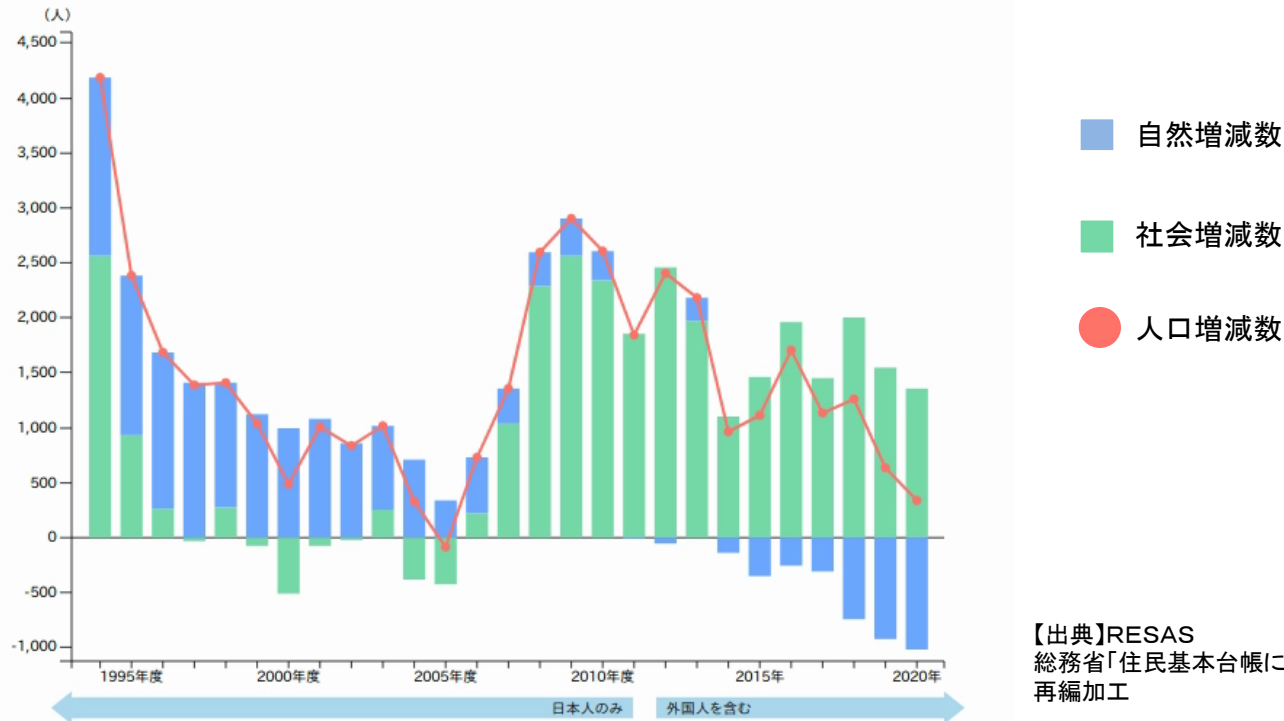
新型コロナウイルス感染症流行直前の令和元年は、入込観光客数が775万7千人を記録。入込外国人観光客数も同年に、31万3千人と過去最高を記録した。令和4年は、入込観光客数が550万9千人、入込外国人観光客数が9万9千人となり、回復基調にある。

川越市人口推移



2045年の川越市の総人口・年少人口・生産年齢人口は緩やかに減少し、老年人口は緩やかに増加すると予測されている。

人口の推移(社会増と自然増)



【出典】RESAS
総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」
再編加工

社会増減は、2006年に社会増となり、これ以降、社会増が続いている。
自然増減は、2012年に初めて自然減となる。2014年以降は、自然減が続いている。

産業集積の状況(全体図)

- 川越工業団地
- 川越第二産業団地
- 川越狭山工業団地
- 富士見工業団地
- 川越増形地区産業団地(造成中)
- 埼玉川越総合地方卸売市場
- 協同組合川越バンテアン



産業集積の状況(詳細)

年代	団地名 (市内企業数)	分譲面積	特徴
昭和55年 (1980年)	川越工業団地(109社)	約72万㎡	化学工業や一般機械器具製造業など製造業が主に立地
	川越第二産業団地(13社)		
昭和41年 (1966年)	川越狭山工業団地 (33社)	約158万㎡	狭山市側に大手自動車製造業が存在しており、自動車関連製造業や化学製造業が多く立地
昭和55年 (1980年)	川越富士見工業団地 (8社)	約96万㎡	3市に跨る工業団地であり、川越市側の企業は8社。大規模な製造業等が立地
令和4年度完成予定	川越増形地区産業団地 (2社)	約11万㎡	令和6年操業予定
平成6年(営業開始)(1994年)	埼玉川越総合地方卸売市場(44社)	約20万㎡	第3セクター市場で、埼玉県内に2か所ある総合卸売市場のひとつ
昭和47年(営業開始)(1972年)	協同組合 川越バンテアン (46社)	約14万㎡	卸売業の共同団地

市内基幹企業の市外移転等

老朽化による工場等の建替えは、従前の社屋で操業しながら新たな場所に建設することで営業停止による損失や得意先損失のリスクを回避するが、市内に立地できる適地が無ければ市外に転出してしまう。

また、市内に設備投資の適地が無く、市外に設備投資を行う事例もみられる。

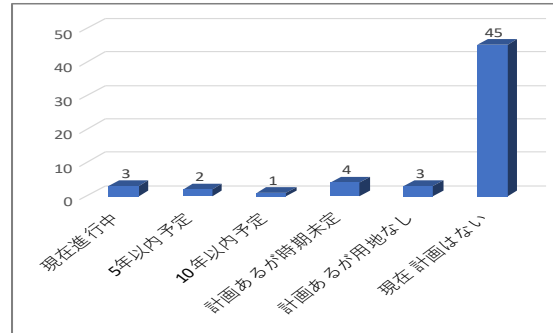
市内企業のアンケート調査結果(全体)

企業立地動向アンケート集計結果

- 1 調査目的 産業支援施策を検討するための市内企業の意向確認
- 2 調査対象 川越狭山工業会（32社）
富士見工業団地工業会（8社）
東部工業会協同組合（114社）
- 3 実施期間 令和4年1月下旬～2月上旬
- 4 対象数 154社
- 5 回答数 58件 （回答率37.7%）

Q1. 社屋（又は施設等）の新設・建替・拡張・移転の計画はありますか？

選択項目	件数	構成比
現在進行中	3	5%
5年以内予定	2	3%
10年以内予定	1	2%
計画あるが時期未定	4	7%
計画あるが用地なし	3	5%
現在 計画はない	45	78%
合計	58	100%



**アンケートに回答した企業の22%が建替等を計画している。
市内で適切な土地が見つからない場合、市外転出の可能性がある。**

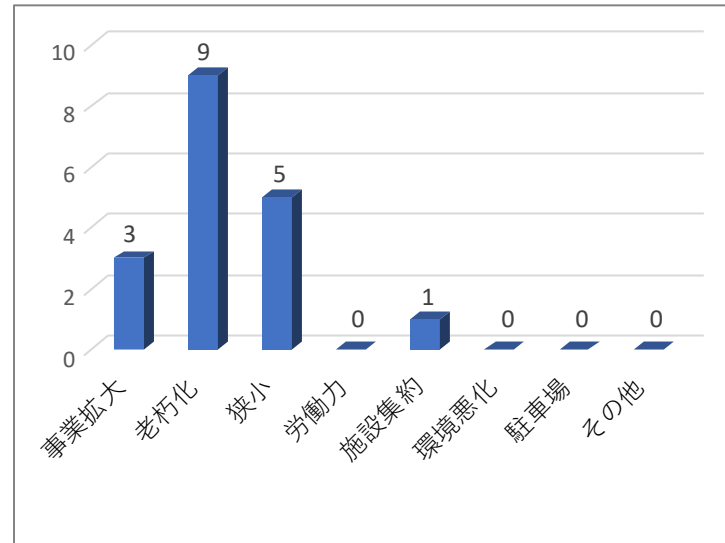
市内企業のアンケート調査結果（詳細）

Q2. 施設等を計画する理由は何ですか？

【複数回答】

選択項目	件数	構成比
事業拡大	3	17%
老朽化	9	50%
狭小	5	28%
労働力	0	0%
施設集約	1	6%
環境悪化	0	0%
駐車場	0	0%
その他	0	0%
合計	18	100%

【複数回答】

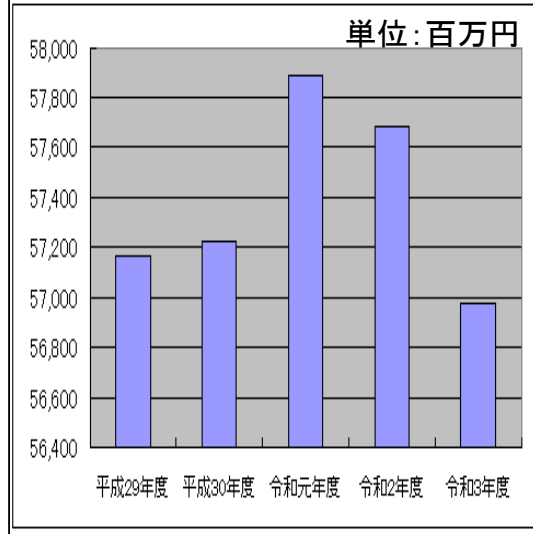


市内工業団地の造成から相当年数が経過しており、建替等を検討している企業の50%が施設の老朽化を主な理由として挙げている。

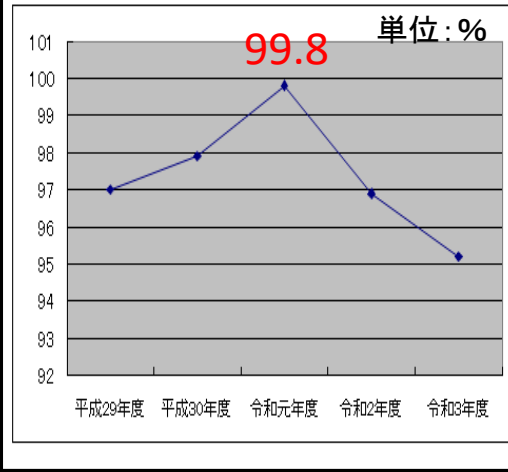
なぜ、今、企業立地を進めるのか

背景1:本市の財政危機

川越市の税収の推移



川越市の経常収支比率の推移



近隣中核市 経常収支比率 2019 (R1)

八王子市	87.3
柏市	91.2
宇都宮市	94.0
高崎市	95.6
船橋市	96.1
水戸市	96.9
前橋市	97.9
横須賀市	102.4
上記平均	95.2

県内近隣市町 経常収支比率 2019 (R1)

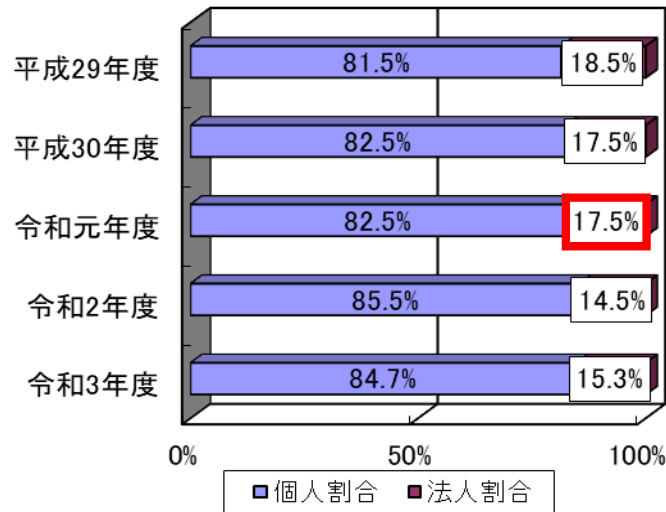
川島町	85.6
富士見市	91.7
狭山市	93.4
鶴ヶ島市	94.1
所沢市	94.5
日高市	95.1
ふじみ野市	96.7
さいたま市	98.9
上記平均	93.8

【出典】総務省 全市町村の主要財政指標、市町村別決算状況調

川越市の税収は近年減少傾向にあり、令和元年度には経常収支比率が99.8%に上った。このままでは政策的な経費が0となってしまう。

背景2：少子高齢化社会における本市の税収構造

川越市の法人市民税・個人市民税の割合の推移



【出典】総務省 市町村別決算状況調

近隣中核市 法人市民税・個人市民 税の割合 (令和元年度)

市名	法人割合
高崎市	23.1%
水戸市	23.1%
宇都宮市	21.8%
前橋市	20.4%
横須賀市	15.1%
八王子市	13.3%
柏市	12.8%

県内近隣市町 法人市民税・個人市民 税の割合 (令和元年度)

市名	法人割合
川島町	22.2%
日高市	17.3%
さいたま市	14.3%
狭山市	14.1%
所沢市	12.3%
鶴ヶ島市	11.9%
ふじみ野市	9.2%
富士見市	8.3%

今後人口減少と高齢化が進み、個人住民税の増加が見込まれない状況が予想されるが、法人市民税の割合が高い自治体もある。





背景3：川越市の商業・工業・農業の推移

卸売・小売業 年間商品販売額

年	販売額 (百万円)	県内 順位
2013	639,515	4位
2015	 766,096	4位

2015
1位:さいたま市 2位:川口市 3位:越谷市

製造品出荷額等

年	出荷額等 (百万円)	県内 順位
2015	1,097,537	1位
2016	 954,301	2位
2017	 878,384	2位
2018	 874,896	4位
2019	 840,797	4位

2019
1位:狭山市 2位:熊谷市 3位:さいたま市

農業産出額

年	産出額 (百万円)	県内 順位
2015	11,850	2位
2016	 11,930	2位
2017	 11,610	2位
2018	 10,450	2位
2019	 7,480	6位

2019
1位:深谷市 2位:羽生市 3位:さいたま市
3位:本庄市 5位:加須市

年間商品販売額は上昇しているが、製造品出荷額等、農業産出額はいずれも下降傾向にある。

川越市は企業立地を推進します

人口減少と高齢化に伴う個人住民
税収の減少を見据え、法人市民税
の税収増加を図る。

令和7年度までに、企業立地奨励金
の対象となる企業を2社以上誘致す
る。
(川越市行財政改革推進計画アクションプラン)

目標を達成する手段

- ① 市を牽引する産業を分析する
→地域経済を循環させる施策を検討する
- ② 牽引産業に対するアプローチ
- ③ 用地を生み出す手法、企業立地候補地の選定

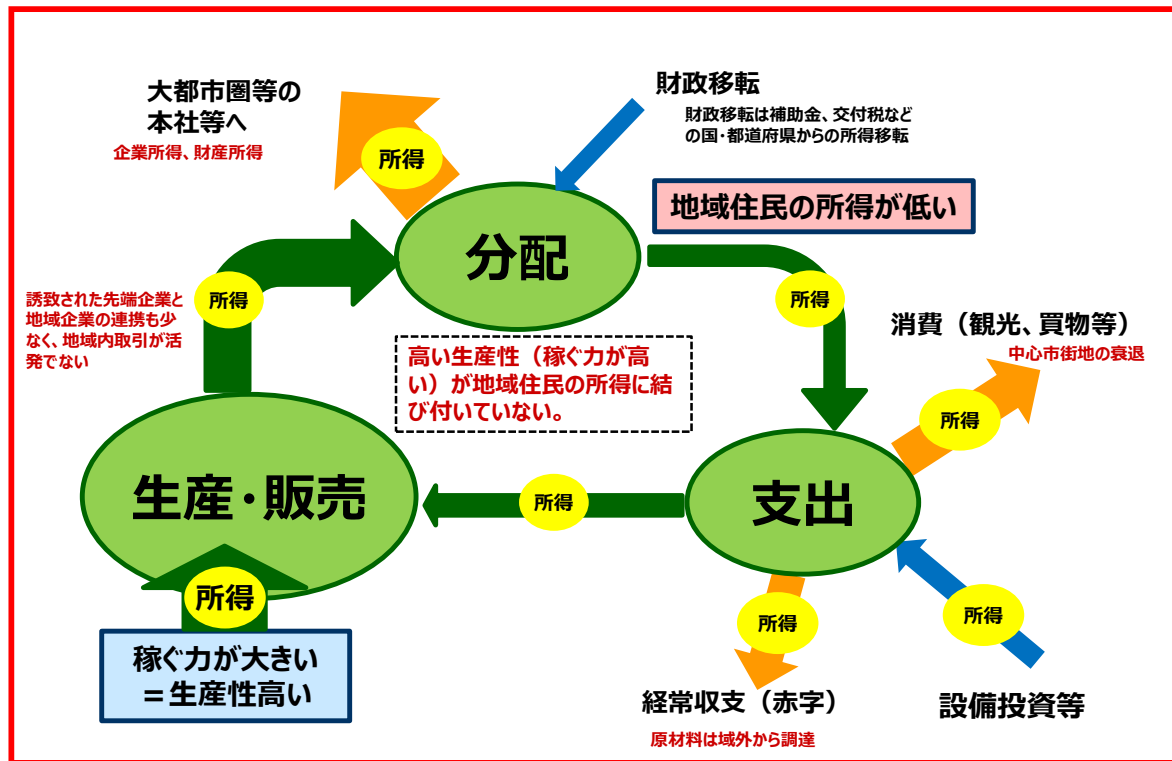
今回のワークショップは
ここを中心に議論します

企業誘致の推進による産業競争力
の強化
(川越市産業振興ビジョン)

ものづくりによるまちの活性化と、
雇用による安定した市民生活に資
すること
(第四次川越市総合計画)

企業立地を推進する上での留意点

付加価値が高い先端企業等を誘致しても経済が活性化しない事例



地域経済が循環型構造になっていないため、経済施策が地域住民の所得向上に貢献していない

企業立地目標の再確認

税収が増えればよいのか？

製品出荷額が増えればよいのか？

付加価値額が向上すればよいのか？



企業立地に成功しても、
地域経済が活性化しなければ
目標は達成されない

川越市の地域経済循環

川越市の地域経済循環分析

地域経済循環率

88.5%

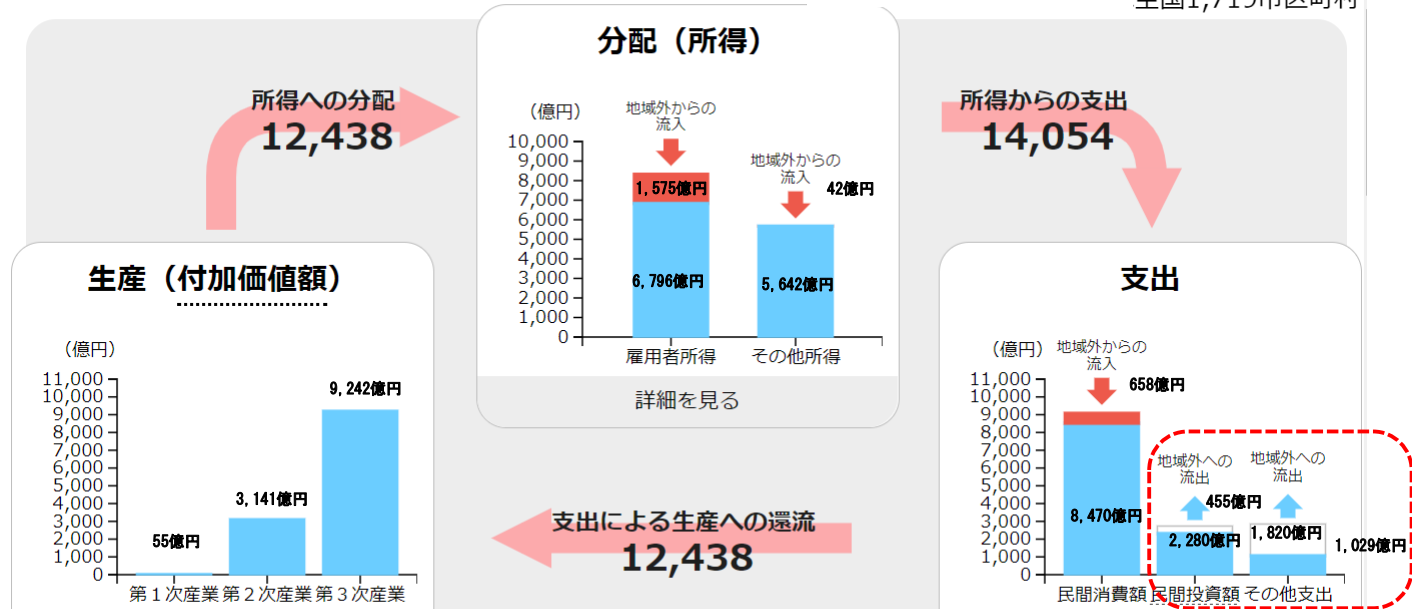
「生産（付加価値額）÷分配（所得）」で算出され、地域経済の自立度がわかる。

さいたま市 83.8 %
川口市 58.9 %
熊谷市 122.1 %
越谷市 63.2 %
所沢市 61.5 %
日高市 97.5 %
川島町 103.8 %

宇都宮市 117.9 %
前橋市 92.1 %
高崎市 96.1 %
水戸市 99.7 %
船橋市 72.7 %
柏市 76.0 %

地域経済循環図 2018年

全国1,719市区町村



- ・「生産」では第3次産業が最も付加価値が高く、第3次産業の労働生産性（一人当たり付加価値額）も全国平均を上回る。
- ・「分配」では、域外への通勤者が多く（雇用者所得の流入）、また、其他所得が域外から若干流入している。
⇒ベッドタウンの一面を持っており、交付金や補助金の依存度はそれほどないと推察される。
- ・「支出」では、地域内で買い物や観光消費などがされているが（民間消費の流入）、域外へ設備投資され（民間投資の流出）、かつ、政府支出と地域産業移輸出入収支額等が含まれる「其他支出が」-63.9%と流出過多となっている。
⇒観光産業が強い一方で、公共事業などの政府支出が域外業者に支払われ、また、移輸入が移輸出を上回っていることから地域として貿易赤字状態である。

地域経済循環を向上させる

- 本市の地域経済循環図を見ると、「支出」において、民間投資やその他支出(地域産業の移輸出入収支)が地域外に流出している。
- これは、地域で稼ぎ、地域で得た所得が他地域へ流出していることになり、域内企業の新たな生産販売活動に繋がらず、地域の経済循環がうまく機能していない可能性があり、改善する必要がある。
- 産業構造を分析し、地域経済循環を向上させ、経済全体を活性化させる施策を考える。

川越市の産業構造

付加価値額（総額）移輸出入カラー表示

埼玉県川越市 2018年 中分類

移輸出入収支額がプラス
の産業（中分類）



移輸出入収支額がマイナス
の産業（中分類）



全産業（中分類）では、はん用・生産用・業務用機械と化学において、移輸出入収支額がプラスであり、域外から稼いでいることがわかる。



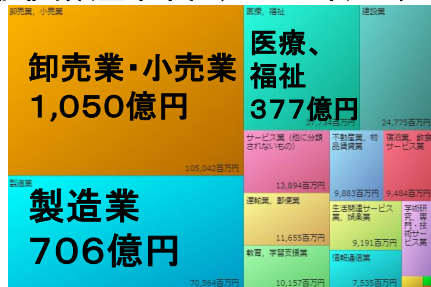
本市の主要な産業の変化

全産業を大分類で見ると卸売業・小売業及び製造業が主要産業。また産業全体的に売上高、付加価値額は増加している。

売上高(企業単位、2012年) 1兆4,107億円



付加価値額(企業単位、2012年) 3,222億円



3,203億円増加

売上高(企業単位、2016年) 1兆7,310億円



付加価値額(企業単位、2016年) 4,095億円

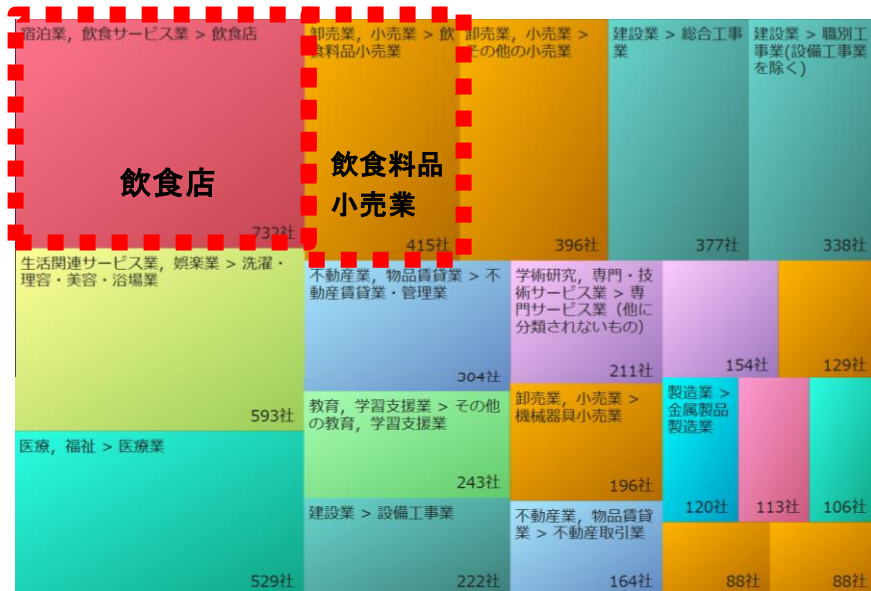


873億円増加

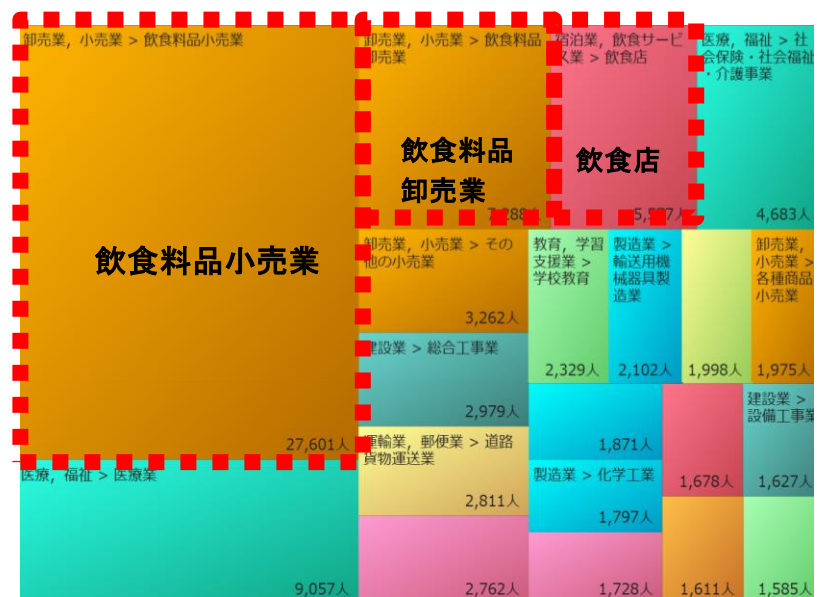
本市の産業構造②(全産業中分類)

全産業を中分類で見ると、企業数と従業員数が大きな産業は、飲食店、飲食料点小売業、飲食料品卸売業である。

企業数(企業単位) 2016年 川越市



従業員数(企業単位) 2016年 川越市



【出典】

総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工

製造業の内訳(2019年)

製造業を中分類で見ると、化学工業、業務用機械器具製造業、食料品製造業が製造品出荷額、付加価値額の割合が大きい。また化学工業や食料品製造業については従業者数も多いことから雇用面でも地域を支えている産業といえる。

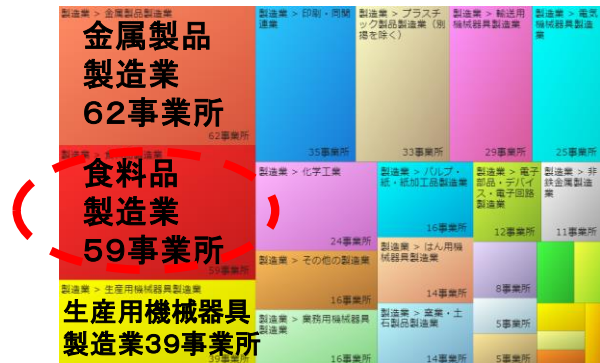
製造品出荷額等(実数)2019年 8,408億円



付加価値額(実数)2019年 3,580億円



事業所数(実数)2019年 441事業所



常用従業者数(実数)2019年 22,801人

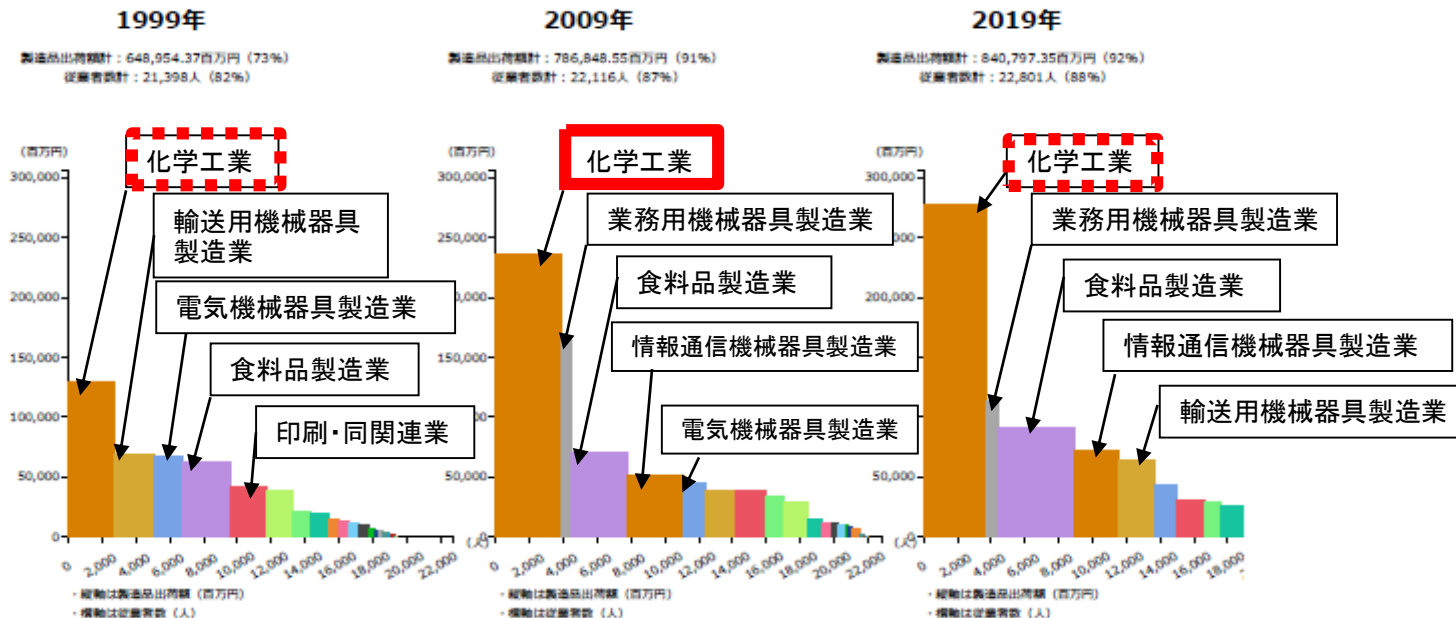


製造品出荷額と従業者数の変遷

- ・1999年から2019年にかけて、製造品出荷額は約1,918億円増加している。
- ・従業者数も、1999年から2019年にかけて約1,400人増加している。
- ・この20年において、「化学工業」は製造品出荷額、従業者数とも上位となっており、域内の中核企業といえる。

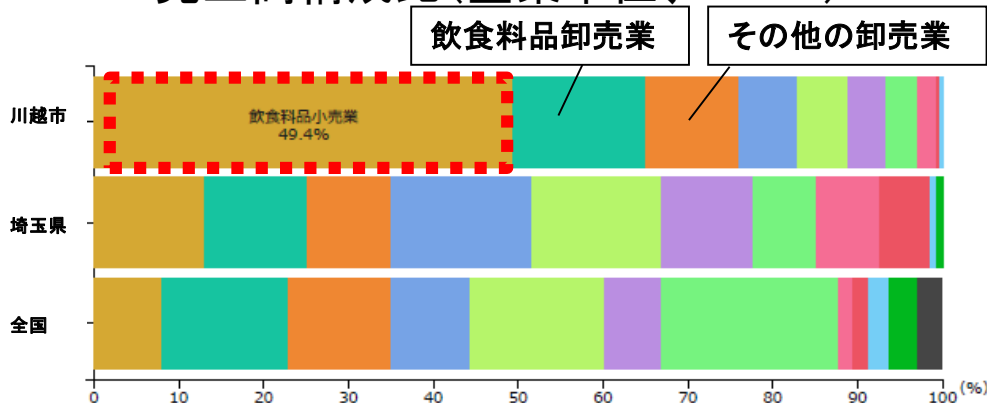
製造業における製造品出荷額と従業者数の変遷

指定地域：埼玉清川郡市
() 内は上位10業種の占める割合

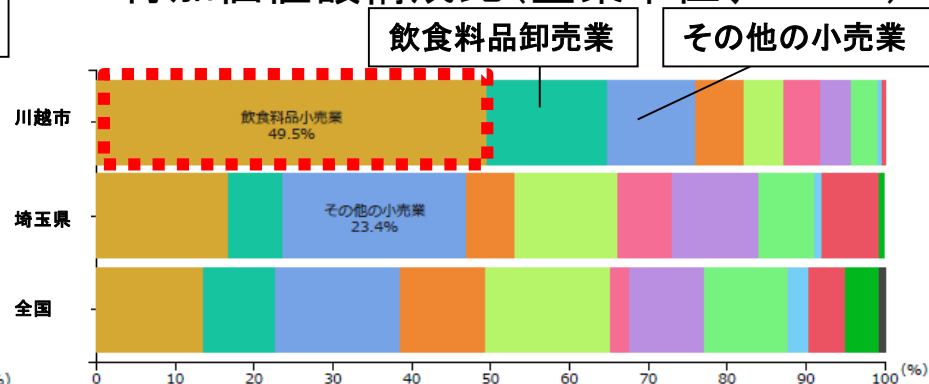


他地域と比較優位の確認 卸売業・小売業

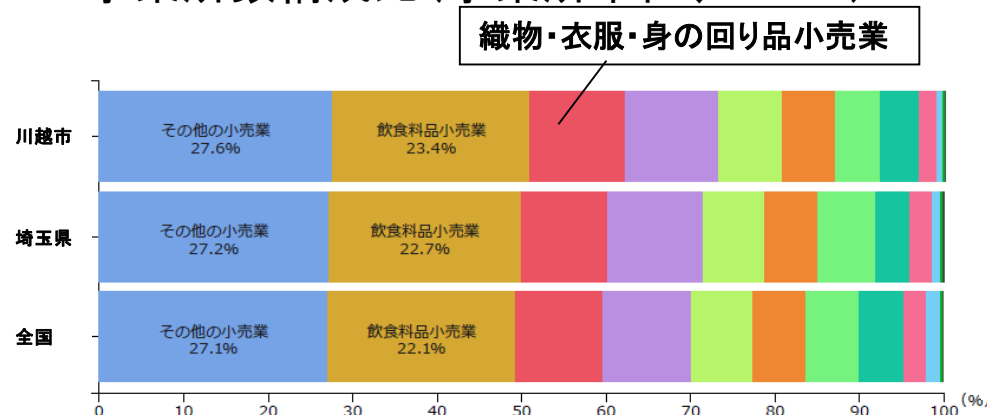
売上高構成比(企業単位、2016)



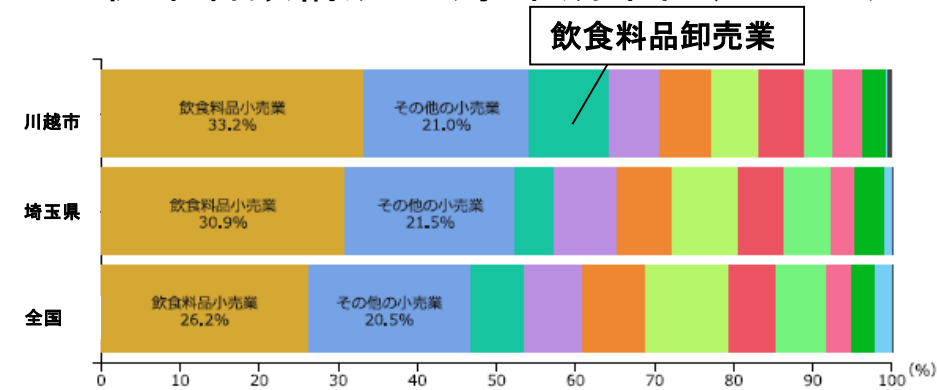
付加価値額構成比(企業単位、2016)



事業所数構成比(事業所単位、2016)

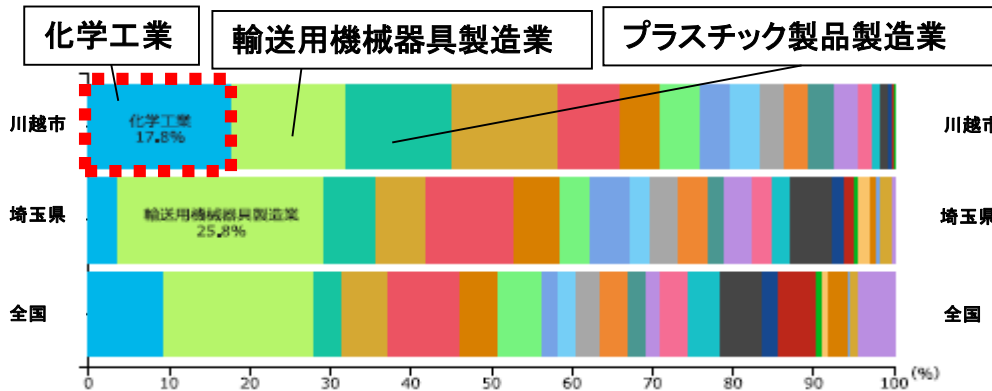


従業者数構成比(事業所単位、2016)

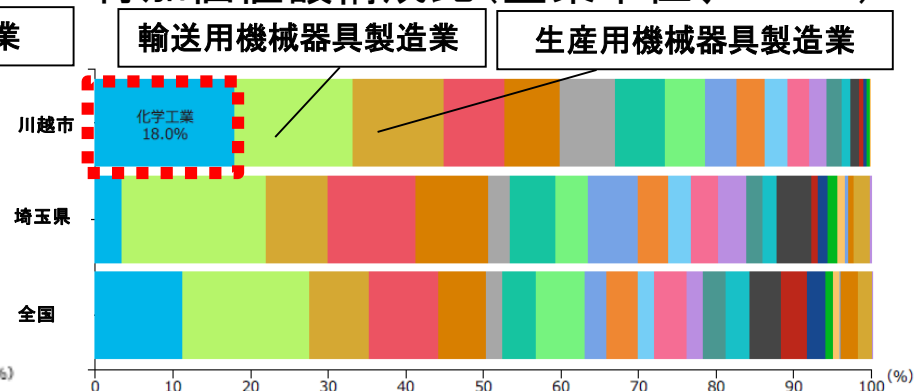


他地域と比較優位の確認 製造業

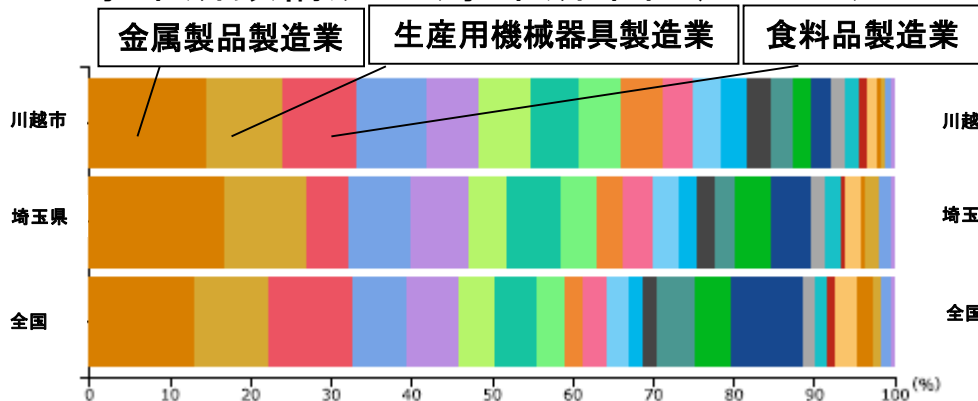
売上高構成比(企業単位、2016)



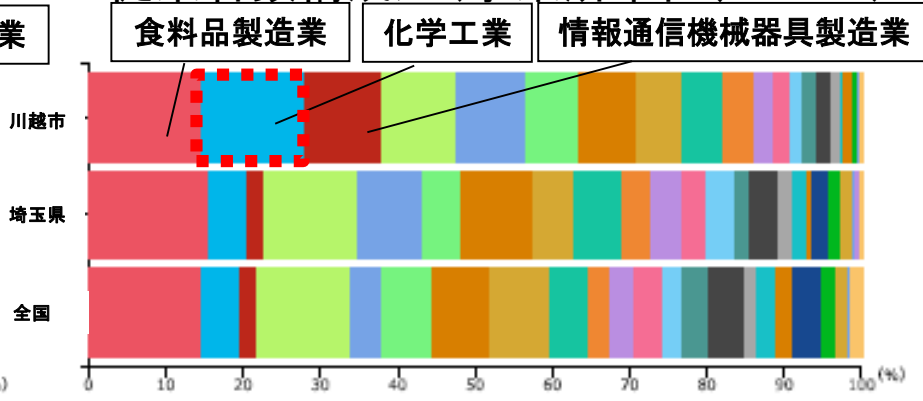
付加価値額構成比(企業単位、2016)



事業所数構成比(事業所単位、2016)



従業者数構成比(事業所単位、2016)

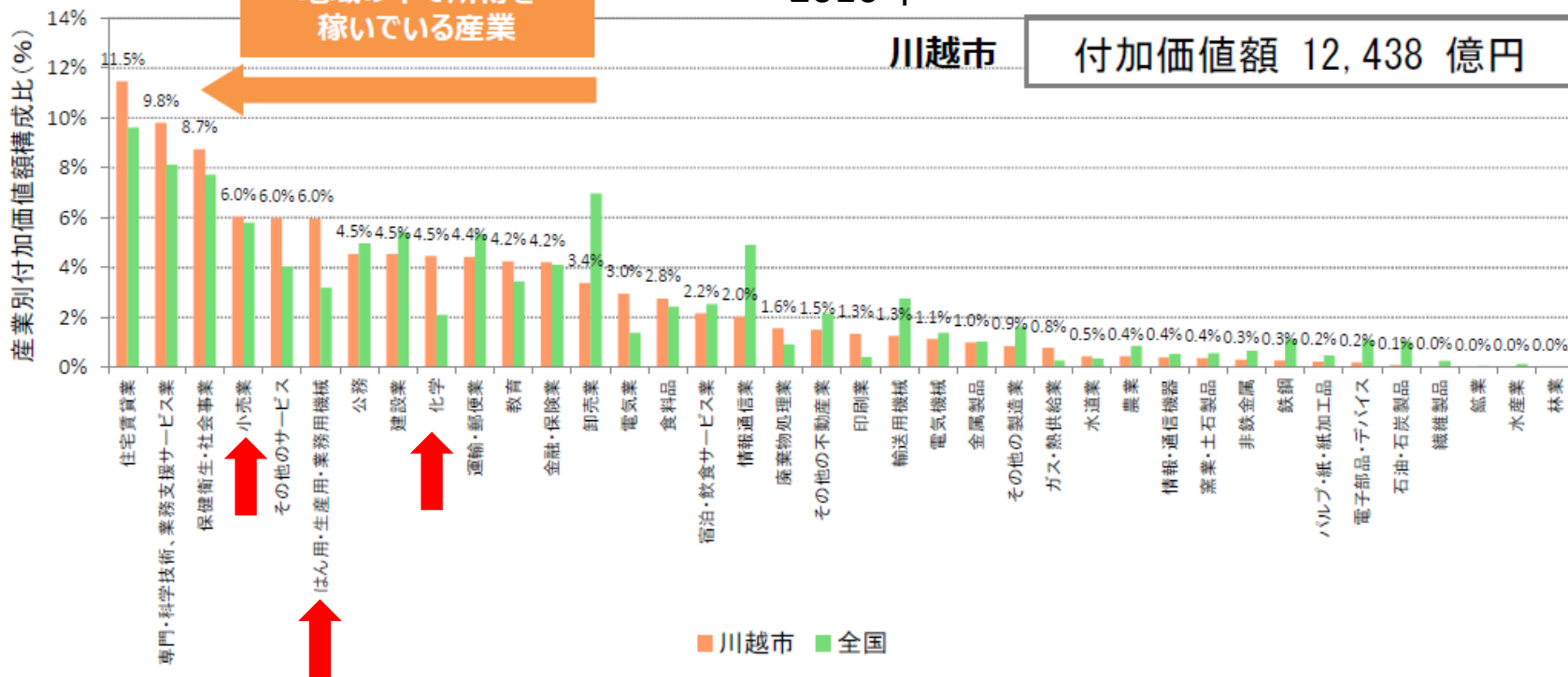


産業別付加価値額構成比

2016年

川越市

付加価値額 12,438 億円



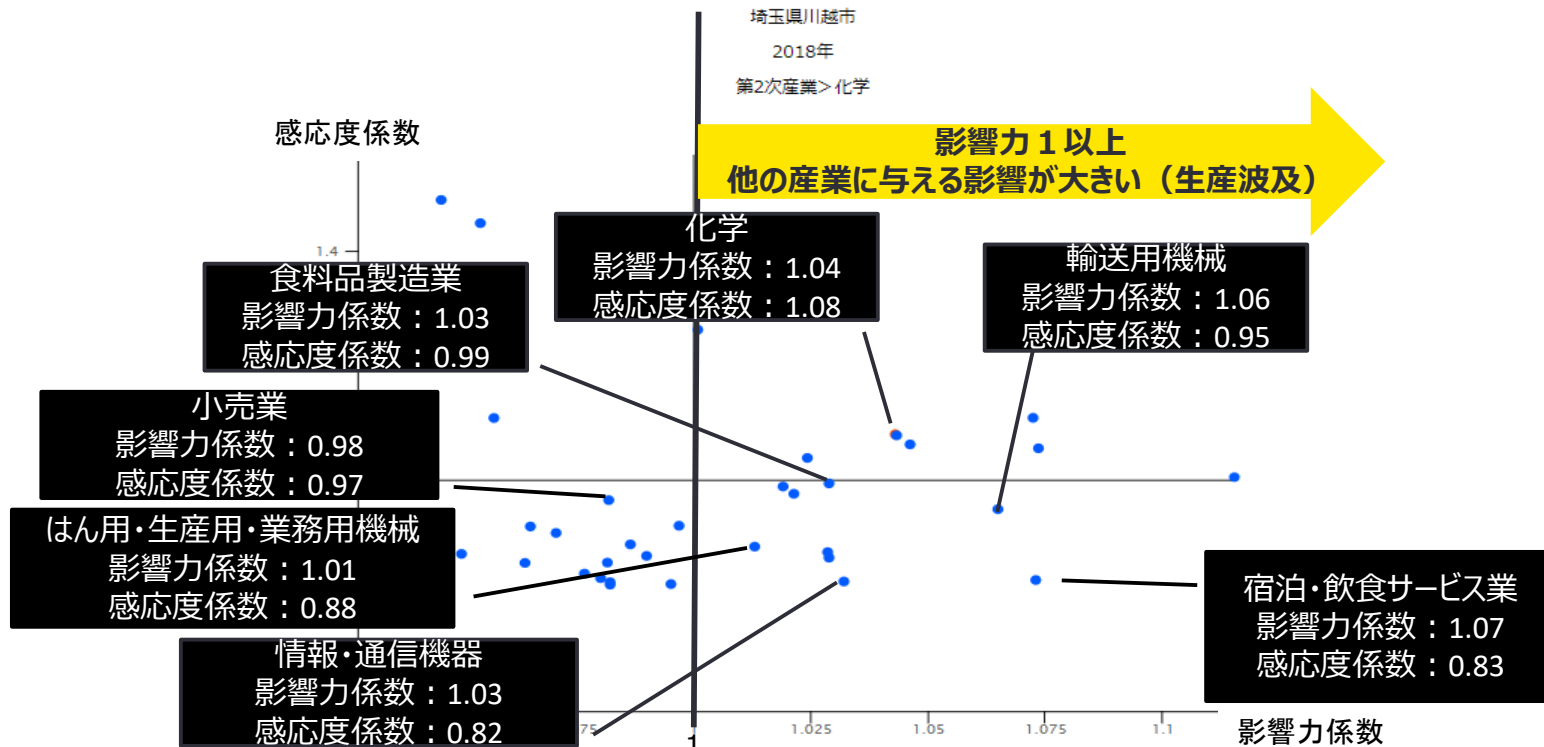
【出典】

総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」再編加工

産業別付加価値額の構成比を全国平均と比較して、地域の中で所得を稼いでいる産業は、小売業（飲食料品小売業を含む）、はん用・生産用・業務用機械、化学である。

影響力・感応度係数

影響力・感応度分析（産業別）

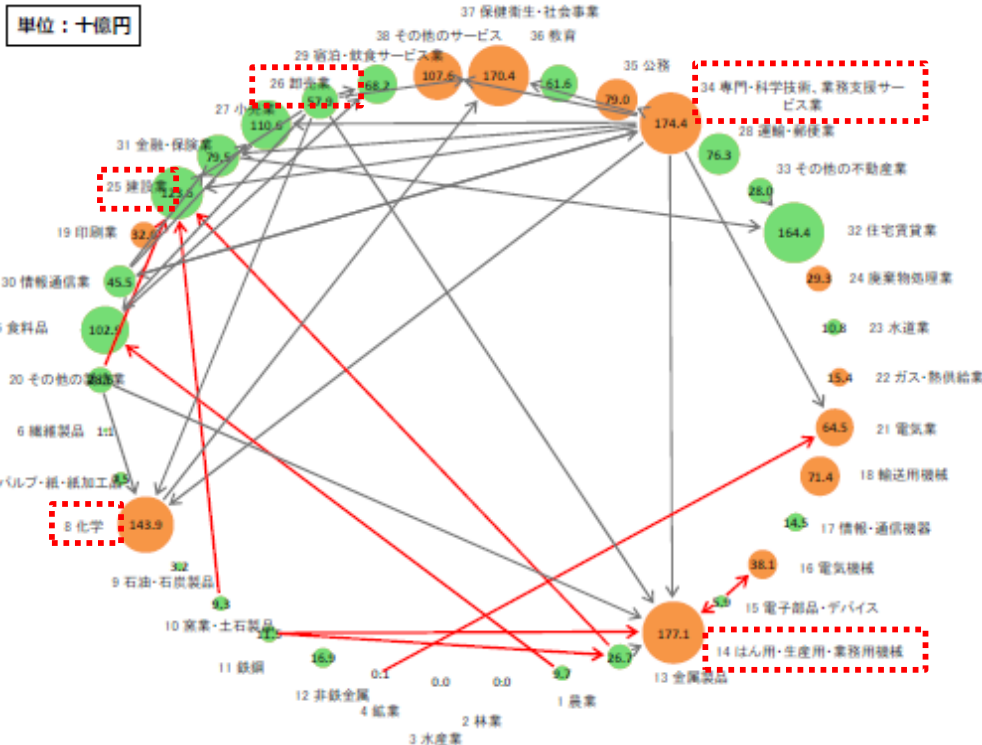


【出典】環境省「地域産業連関表」、「地域経済計算」(株式会社価値総合研究所(日本政策投資銀行グループ)受託作成)

地域経済循環分析 <http://www.env.go.jp/policy/circulation/index.html>

宿泊・飲食サービス業や輸送用機械、化学、情報・通信機器、食料品製造業などでは、影響力係数が1を超えており、生産波及として他産業に与える影響が大きい産業である。

本市の産業間取引構造



- ### 産業間での取引が多い業種ベスト5
- 1位：専門・科学技術・業務支援サービス業（10産業）
 - 2位：はん用・生産用・業務機械（6産業）
 - 3位：卸売業（6産業）
 - 4位：建設業（5産業）
 - 5位：化学（4産業）

- 純移輸出額がプラスの産業
(数値及び円の大きさは当該産業の地域内生産額)
- 純移輸出額がマイナスの産業
(数値及び円の大きさは当該産業の地域内生産額)
- 当該産業(矢印始点)が他の産業(矢印終点)に販売した財・サービスの総額が地域内総生産額の0.2%以上を占める取引
- 当該産業(矢印始点)が他の産業(矢印終点)に販売した財・サービスの総額が地域内総生産額の0.2%以上を占める、かつ当該産業の地域内生産額の30%以上を占める取引

産業間の取引構造をみると、製造業では、はん用・生産用・業務機械と化学が他産業との取引が多いことがわかる。また、食料品製造業は小売業、卸売業、飲食店との取引の関係性が高いと推察される。

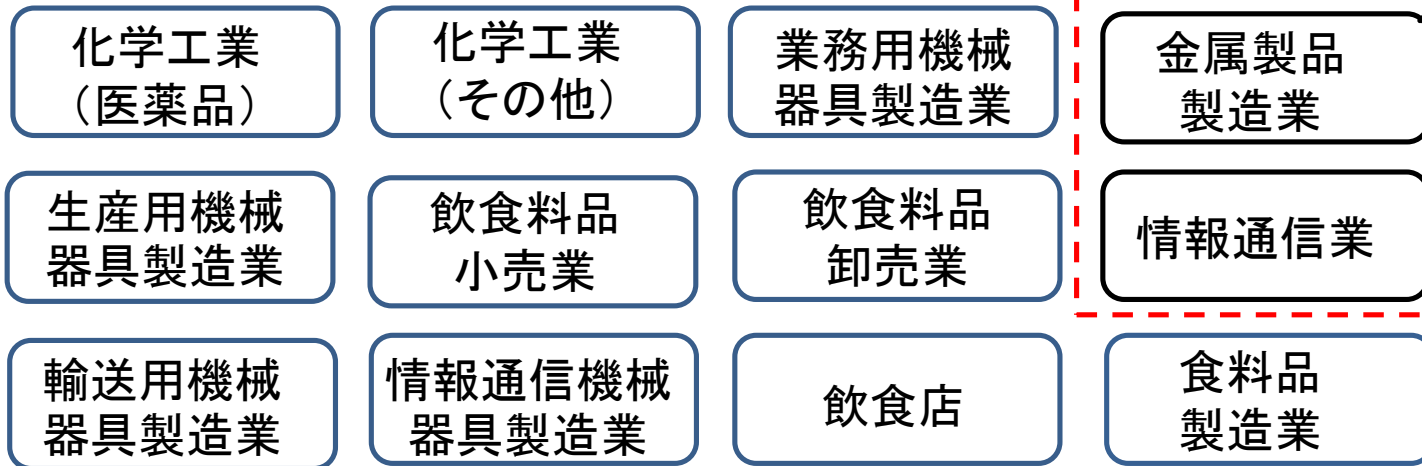
牽引する産業はどれか

RESAS等のデータ分析で各産業の強みを確認した結果、本市を牽引する産業の候補は以下のとおり

産 業	強 み
化学工業	化粧品工場、医薬品工場等 移輸入移輸出額、付加価値額構成比、製造品出荷額、影響力係数、従業者数、産業間取引構造
輸送用機械器具製造業	自動車工場、航空機工場等 製造品出荷額、影響力係数
生産用機械器具製造業	農業用機械、建設機械、繊維機械等 移輸入移輸出額、付加価値額構成比、事業所数、影響力係数、産業間取引構造
食料品製造業	洋・和菓子製造、カップ麺製造等 影響力係数、事業所数、従業者数、製造品出荷額
業務用機械器具製造業	事務用機械器具、計量・測定機器、光学レンズ等 移輸入移輸出額、付加価値額構成比、製造品出荷額、産業間取引構造
情報通信機械器具製造業	ラジオ放送装置、レーダー装置、携帯電話機等 製造品出荷額、従業者数、影響力係数
飲食料品小売業	売上高、付加価値額構成比
飲食料品卸売業	売上高、産業間取引構造
飲食店	影響力係数、従業者数、事業所数

絞り込んだ産業のSWOT分析

ここまでの資料で絞り込んだ9産業のうち、化学工業を医薬品関係とその他に分け、さらに金属製品製造業・情報通信業を加えた12産業について、SWOT分析を行い、各産業の方向性と施策を導き出しました



製造業で事業所数が一番多い

あまり用地を必要としない産業

各産業のSWOT分析

RESASワークショップにおける分析、議論の過程を掲載したもので、資料に掲載された施策は、実行することが決定されたものではありません。

化学工業（医薬品） クロスSWOT分析

強み

<地域特性>

- ▶ けん引する大手企業の存在
- ▶ 市内大学理工学部との連携・提携
- ▶ 大手臨床検査受託企業が立地して研究試料があるので連携できるのでは。（医薬品）
- ▶ 市内医学系大学関連医療施設との連携
- ▶ 医療ベンチャーのインキュベーション施設が平成31年4月より近隣に開設

<データからわかる強み>

- ▶ 全国と比較して、売上高、付加価値額、従業者数構成比が高い
- ▶ 雇用の面でも地域の主要産業
- ▶ 移輸出入収支がプラス
- ▶ 影響力指数が高く、他の産業に与える影響が大きい

弱み

<地域特性>

- ▶ 域内に仕入れ取引先が少ない
- ▶ 域内の関連産業とのネットワークが希薄では
- ▶ まとまった産業用地が無い
- ▶ 売上高・付加価値額が高く、従業者数が多いのは数社の大手企業によるもの
- ▶ ハザードエリアが多い

<データからわかる弱み>

- ▶ 労働生産性が低い
- ▶ 売上高は少数の企業の業績に左右される
- ▶ 市内医薬品製造業は医薬品製造受託企業（CDMO）が中心
- ▶ 近年製造品出荷額は減少している

外部環境

機会

- ▶ 埼玉県による企業誘致施策第2章が始まった。（県が引き続き企業誘致に力を入れている）【資料①】
- ▶ 医薬品の重量はミリグラム単位であるため、鉄鋼、機械、化学といった業種に比べ工場の規模ははるかに小さい
- ▶ 製薬メーカーの適性立地の要件は、「情報収集が行いやすいこと」「品質保持の環境づくりが容易な地区であること」であり、医薬品製剤製造業の都道府県別事業数数は富山県に次ぐ2位であるが、製造品出荷額は埼玉県が1位（H30工業統計調査結果）

脅威

- ▶ 原材料費・燃料価格の上昇
- ▶ 円安の短期的な影響として、原材料費及びエネルギー費用など製造コストが上がり経営を苦しめる大きな要因
- ▶ 日本の医薬品市場は現在世界3位であるが、市場規模の推移は横ばいで2026年には4位に転落する。
- ▶ 医薬品製造業の売上高に対する研究費比率（9.9%）は、輸送用機械器具製造業に次いで高い水準にある。
- ▶ 市外（海外）設備投資や施設老朽化に伴う建て替えを契機に市外移転

化学工業（医薬品）の方向性（案）

産官学連携強化・新規誘致製薬会社とCDMOの取引強化による
医薬品製造業のコンソーシアムの構築

【施策例】

<強み×機会>

市内・県内医薬品製造業の連携、市内医学系大学・大手臨床検査受託企業等との連携や提携による、
製薬会社の誘致と新薬開発

医療ベンチャーのインキュベーション施設を卒業した企業の受け入れと支援

<弱み×機会>

▶ まとまった産業用地が無いゆえ、比較的小規模で済む医薬品製造研究機関・工場（製薬会社）の誘致

<強み×脅威>

- ▶ 製薬会社の誘致・製薬会社とCDMOの取引強化
- ▶ 大学・医療機関や大手臨床検査受託企業との連携によるイノベーション
- ▶ 既存企業の流出防止

化学工業（その他） クロスSWOT分析

強み

<地域特性>

- ▶ 補修・補強工事で使用する接着剤、注入材、シール材、充てん材、ライニング材など多品種の合成樹脂材料を製造・販売している企業の存在
- ▶ 市内大学理工学部が存在しているので関連できる。

<データからわかる強み>

- ▶ 全国と比較して、売上高、付加価値額、従業者数構成比が高い
- ▶ 雇用の面でも地域の主要産業
- ▶ 移輸出入収支がプラス
- ▶ 影響力指数が高く、他の産業に与える影響が大きい

弱み

<地域特性>

- ▶ 域内に仕入れ取引先が少ない
- ▶ まとまった産業用地が無い
- ▶ ハザードエリアが多い
- ▶ 売上高・付加価値額が高く、従業者数が多いのは数社の大企業によるもの

<データからわかる弱み>

- ▶ 労働生産性が低い
- ▶ 少数の企業の業績に左右される

外部環境

機会

- ▶ 半導体、自動車向け製品の需要
- ▶ 埼玉県による企業誘致施策第2章が始まった。（県が引き続き企業誘致に力を入れている）
- ▶ 基礎化学品について、世界需要は順調に伸長する見込み。
- ▶ 2050カーボンニュートラル実現のためEV普及が強く要請されている。今後、蓄電池で主軸になるのは全个体電池と言われている。
- ▶ 化粧品において他業種の参入
- ▶ 化粧品の国内需要減少、海外需要増加

脅威

- ▶ 原材料費・燃料価格の上昇
- ▶ 安価な海外製品
- ▶ 原材料費・燃料価格の上昇
- ▶ 円安の短期的な影響として、原材料費及びエネルギー費用など製造コストが上がり経営を苦しめる大きな要因
- ▶ 内需の緩やかな減少が継続しており、拡大する生産能力と内需の乖離が進んでいる。
- ▶ 経済成長期に開発した公共インフラの老朽化

化学工業（その他）の方向性（案）

産官学連携強化による、社会ニーズに対応した既存分野（補修工事資材）の充実と蓄電池（バッテリー）産業等の新分野の開拓

【施策例】

<強み×機会>

- ▶ 大手企業の半導体等の製造や先端技術開発等に対して助成金を支給
- ▶ 蓄電池産業全体の活性化を目的とした、材料開発のための共通基盤技術開発
市内大学理工学部と複数企業による研究開発を促進する。
市内大学関連研究所にて行っている太陽電池や蓄電池系の研究と企業のマッチング。

<弱み×機会>

- ▶ 域内取引先となる先進分野の企業を呼び込む
- ▶ 大学研究機関との連携による労働生産性の向上

<強み×脅威>

- ▶ 既存企業の流出防止

業務用機械器具製造業 (事務用機械器具、計量・測定機器、医療用機器、 光学レンズ等) クロスSWOT分析

強み

<地域特性>

- ▶ ICが近く、首都圏へのアクセスが良い
 - ▶ 光学機械系が多く立地。
 - ▶ 市内大学などの産学連携が図れる。
 - ▶ 川越ものづくりブランド「KOEDO E-PRO」認定制度による工業製品・技術のブランディング体制があり、同製造業の認定製品数も多い。
 - ▶ JETRO埼玉の活用
- #### <データからわかる強み>
- ▶ 産業間取引構造で、多くの産業と取引をしている。
 - ▶ 移輸入収支額から市外から多くの所得を稼いでいる産業である
 - ▶ 事業所の付加価値額では市内トップである(2020年)
 - ▶ 企業単位での成長率は高い

弱み

<地域特性>

- ▶ 立地可能な工業用地が乏しい
- ▶ ハザードエリアが多い

<データからわかる弱み>

- ▶ 労働生産性は県平均、全国平均と比較して低い水準である

外部環境

機会

- ▶ 円安の長期的影響として、メイドインジャパン製品を安く買えるチャンスとなり、ヨーロッパやアメリカなどのサプライチェーンに入り、モノづくり日本の再興が期待できる
- ▶ オーダーメイド製品の需要の増加。⇒即納や多品種小ロット生産などユーザー企業の細かなニーズに対応することで、コストの安い海外企業に対する優位性を維持
- ▶ 生産性向上に向けたDX化の動き
- ▶ 国がSociety5.0を進めている。
- ▶ 専門性(研究機関、医療機関)の高い製品製造が多い。

脅威

- ▶ 原油高、原材料費の高騰
- ▶ 円安の短期的な影響として、原材料費及びエネルギー費用など製造コストが上がり経営を苦しめる大きな要因
- ▶ 業界全体の生産額は2009年のリーマンショック後落ち込んでいるが医療用機械器具の生産額は増加している。
- ▶ グローバルな設備投資の潮流
- ▶ 社屋または生産施設老朽化に伴う建て替えを契機に市外移転

業務用機械器具製造業の方向性(案)

DX推進を図ることでこれまでの高い付加価値額に加えて労働生産性も高める。新規企業立地に併せ、優れた製品や技術力を持つ既存企業の域内設備投資や業務拡大・転換と販路拡大を支援

- ①埼玉県の「設備投資促進資金」や「企業立地貸付」などの融資に対する利子補助【資料②】
- ②川越ものづくりブランド「KOEDO E-PRO」認定制度の充実【資料③】とJETRO埼玉の活用による販路拡大

<施策例>

<強み×機会>

- ▶ エンドユーザーの業界動向を捉えた製品製造が可能となるネットワークの構築
- ▶ 「KOEDO E-PRO」認定制度やJETRO埼玉の活用による販路拡大
- ▶ 産学連携による新技術の創出による付加価値額等向上
- ▶ 他の産業との取引をさらに深めて域内産業の活性化を図る(建設業、専門・科学技術・業務支援サービス業など)

<弱み×機会>

- ▶ DX化の推進による労働生産性の向上

<強み×脅威>

- ▶ 強みである光学機械系業界のさらなる域内設備投資の支援
- ▶ 医療用機械器具にシフトするなど製造品転換に向けた支援

資料② 新規企業の企業立地や既存企業の域内設備投資・業務拡大等の支援

① 企業立地奨励金制度

○市内に新規事業所を設置した製造業者に対して、設置した事業所の土地・家屋・償却資産に係る固定資産税・都市計画税相当額の一部を3年間支援する制度。

県計画で定める地域経済牽引企業や本社・研究機能を有する立地 ⇒ 補助率60%~100%
 上記以外の立地 ⇒ 補助率50%

② 資金繰り需要に対する融資制度

○現行の融資制度

本市の制度融資は新規創業者支援資金融資、特別小口無担保無保証人融資、中小企業中口事業資金融資（同融資の事業承継枠）、小規模企業者セーフティ融資であり、新規企業立地や大規模な設備投資などに特化した融資ではない

○「企業立地」や「設備投資」に特化した市独自の融資制度の創設

○県や日本政策金融公庫が実施する「企業立地」や「設備投資」に関する融資利用者に対する利子の補助
 参考1：所沢市中小企業設備投資融資利子補給事業（他市事例）

市内の中小企業者が、市内に設置・利用するための設備を購入するにあたり、埼玉県制度融資（設備資金）を利用した場合に、支払利子額の30%（一部40%）を5年間補助

参考2：埼玉県中小企業制度融資（抜粋）

資金名	資金の対象者	資金用途	期間(据置) ※1 (以内)	限度額(以内)		融資利率(年 以内) ※利子補給後の利用者借入利率				
				設備・運転 合計	1年 以内	1年超 3年以内	3年超 5年以内	5年超 10年以内	10年超 15年以内	
⑤ 設備投資促進資金	次のいずれかに該当する設備投資を行う中小企業者・中小企業組合（8は特定事業者※4） 1 成長分野（※5）への進出又は成長分野における事業の拡大のための設備投資 2 人手の省力化につながる設備投資 3 シニア、女性、障害者等の職場環境の整備・活躍の場の拡大のための設備投資 4 新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止策を実施するための設備投資 5 カーボンニュートラルの実現につながる設備投資 6 DXの推進のための設備投資 7 事業再構築の推進のための設備投資 8 地域未来投資促進法に基づく地域経済牽引事業の実施に必要な設備投資	設備	10(2)年 土地又は建物取得 15(2)年	1億5,000万円 土地・建物は2億円	1億5,000万円 土地・建物は2億円	0.9%	1.0%	1.1%	1.3%	土地・建物有
		運転	7(2)年	5,000万円 (運転)対象設備の新設等に伴うものに限る ※6						
【エネルギー対策特例】	上記5に該当する対象者のうち、カーボンニュートラル実現を目指した取組の進捗状況について、定期的に県に報告する者					0.7%	0.8%	0.9%	1.1%	土地・建物有
⑥ 経営革新計画促進融資	経営革新計画の承認を受けて実行に取り組む特定事業者※4 ※3	設備 運転	10(2)年 7(1)年	1億円 (組合4億円) 1億円	1億円 (組合4億円)	0.9%	1.0%	1.1%		
⑪ 産業立地貸付	県内に立地を計画し、次のいずれかに該当する方 ※2、3は土地の取得を含む 1 新しく本社機能・支社機能・ホテルを設置 2 工業団地等に工場・研究所・物流施設を建築・取得（一部、面積要件あり） 3 工場適地への工場・物流施設の全面移転 又は 公共事業に伴う事業所の移転・改築をする方	設備	12(2)年 10億円超の場合 15(2)年	20億円 対象経費の70%以内 【工場等移転のみ】2億円	信用保証 付き→ 信用保証 なし→	1.2%	1.3%	1.4%		
						1.3%	1.4%	1.5%		

資料③ 「川越ものづくりブランドKOEDO E-PRO」認定制度

<目的>

川越市内で生産された工業製品・技術の優位性や潜在能力の高さを市内外へ情報発信し、及びその販路の拡大を支援し、川越市内の製造業の競争力向上を目的としている。

<制度>

市内に事業所を有する中小企業者が開発・製造した工業製品および技術を有識者による審議を経て川越市・川越商工会議所が連名で「ものづくりブランドKOEDO E-PRO」として認定し、認定製品の中で特に優れている製品に対しては「大賞」・「奨励賞」として「かわごえ産業フェスタ」（市内の様々な産業の魅力を紹介する祭典）で表彰している。また、認定製品については川越市HP及び特設サイトに掲載してPRをしているほか、認定製品のPRにかかる費用の一部を補助している。

<これまでの認定件数>

制度開始の平成25年度から令和4年度までの10年間で、47件の製品（技術が）認定された。

業 種	件 数
業務用機械器具製造業	18
電気機械器具製造業	5
金属製品製造業	3
生産用機械器具製造業	3
その他製造業	2
建設業	2
紙加工品製造業	2
化学業	2
その他	8

<主な認定製品>

平成27年度	平成29年度	令和元年度	令和3年度
大賞	大賞	大賞	大賞
ニッカ電測機	備チェック東理社	新報国マテリアル機	ヒーハリスト機
「微小金属検出機」	液化窒素容器「スーパー」	高剛性ゼロ膨張インバー「IC-ZX」	クサビ式減速機構を搭載した超精密1軸ステージ及び超精密XYθステージ
			

生産用機械器具製造業

(農業用機械、建設機械、繊維機械、半導体、
フラットパネルディスプレイ等)

クロスSWOT分析

強み

<地域特性>

- ▶ ICが近く、首都圏へのアクセスが良い
- ▶ 市内大学等との産学連携が図れる。
- ▶ 川越ものづくりブランド「KOEDO E-PRO」認定制度による工業製品・技術のブランディング体制があり、同製造業の認定製品数も多い。
- ▶ JETRO埼玉の活用
- ▶ 牽引企業として農業用機械の大手メーカーがある

<データからわかる強み>

- ▶ 産業間取引構造で、多くの産業と取引をしている。
- ▶ 移輸出入収支額から市外から多くの所得を稼いでいる産業である
- ▶ 生産用機械器具製造業は全国と比べても稼働力が強い。
- ▶ 事業所の付加価値額では市内トップである (2020年)

弱み

<地域特性>

- ▶ まとまった産業用地が無い
- ▶ ハザードエリアが多い

<データからわかる弱み>

- ▶ 事業所単位では年平均成長率がこの6年間で平均 1.3%減少している
- ▶ 市内企業は下請け企業が多い。

外部環境

機会

- ▶ 円安の長期的影響として、メイドインジャパン製品を安く買えるチャンスとなり、ヨーロッパやアメリカなどのサプライチェーンに入り、モノづくり日本の再興が期待できる
- ▶ オーダーメイド製品の需要の増加。⇒即納や多品種小ロット生産などユーザー企業の細かなニーズに対応することで、コストの安い海外企業に対する優位性を維持
- ▶ 生産性向上に向けたDX化の動き
- ▶ 産業用ロボットにより、生産工程の自動化・コスト削減が進んでいる
- ▶ 部品の摩耗等による継続的メンテナンスや買い替え需要がある
- ▶ 建設機械において、レンタル・リース業者への販売が伸長している
- ▶ 半導体需要に伴う半導体製造装置の需要増加
- ▶ 新興国市場の急速に進むインフラ整備を背景に堅調に推移している

脅威

- ▶ 原油高、原材料費の高騰
- ▶ 円安の短期的な影響として、原材料費及びエネルギー費用など製造コストが上がり経営を苦しめる大きな要因
- ▶ 大手メーカーの受注に左右される
- ▶ グローバルな設備投資の潮流
- ▶ 社屋または生産施設老朽化に伴う建て替えを契機に市外移転

生産用機械器具製造業の方向性（案）

新規企業立地に併せ、優れた製品や技術力を持つ既存企業の域内設備投資や業務拡大・転換と販路拡大を支援

①埼玉県の「設備投資促進資金」や「企業立地貸付」などの融資に対する利子補助

②川越ものづくりブランド「KOEDO E-PRO」認定制度の充実とJETRO埼玉の活用による販路拡大

【施策例】

<強み×機会>

- ▶ エンドユーザーの業界動向を捉えた製品製造が可能となるネットワークの構築
- ▶ 首都圏の新規取引先の獲得
- ▶ 生産効率向上のための産業用ロボットの導入 ← 業務用機械器具製造業との相乗効果
- ▶ 「KOEDO E-PRO」認定制度やJETRO埼玉の活用による販路拡大
- ▶ 産学連携による新技術の創出
- ▶ JETRO埼玉の活用による新興国市場を中心とした海外需要への対応

<弱み×機会>

- ▶ DX化の推進による低コストでの高品質製品の生産（付加価値の増加）
- ▶ 既存企業の流出防止
- ▶ 販路拡大による成長率向上

RESASワークショップにおける分析、議論の過程を掲載しています。

資料に掲載された施策は、実行することが決定されたものではありません。

飲食料品小売業 クロスSWOT分析

内部環境

強み

<地域特性>

- ▶ 都心から近く、交通アクセスがいい
- ▶ 古くから商業が栄えた街であり、現在38の商店街がある。(商店街数は、埼玉県内で4位：R4・4月現在)
- ▶ 一番街をはじめとした中心市街地商店街には観光客も多く訪れにぎわっている。

<データからわかる強み>

- ▶ 地域での雇用を多く生んでいる。
- ▶ 付加価値額、従業員数の特化係数がそれぞれ高い。
- ▶ けん引する大手企業が存在

弱み

<地域特性>

- ▶ 立地可能な土地が少ない。
- ▶ 既に一定程度の集積がなされているので、既存企業との競合が起きる可能性がある。
- ▶ 中心市街地周辺の商店街の衰退

<データからわかる弱み>

- ▶ 労働生産性について、県全体と比較すると同水準だが、全国と比較すると低い。
- ▶ 労働生産性が2012～2016年で、2割弱減少している。

外部環境

機会

- ▶ DXの導入による商品在庫のデジタル管理など労働生産性向上の余地がある。
- ▶ コロナ禍によってネットスーパー需要が高まり、今後定着する可能性もあり、以前より供給方法が増えることで利用者が多くなる可能性がある。
- ▶ 商店街の地域コミュニティの核としての評価と国を始めとした各機関による商店街補助メニューの充実

脅威

- ▶ 食料品価格の高騰による買い控え。
- ▶ 少子化による将来的な市場規模の縮小。
- ▶ With コロナへの移行に伴う内食需要の減少
- ▶ コロナ過によるECサイト利用者の増加
- ▶ 商店街の衰退

飲食料品小売業の方向性（案）

既存優良企業の流出防止と市内商店街の振興（共存）

【施策例】

<強み×機会>

- ▶ 既存大手企業の成長が見込めるような企業（取引先など）を誘致する。
- ▶ 国、県及び各種団体の補助メニューも活用した中で、商店街の実情に合った振興策の実行

<弱み×機会>

- ▶ フードデリバリー事業展開支援

<強み×脅威>

- ▶ 企業のニーズを把握し、市外流出を防ぐ

飲食料品卸売業 クロスSWOT分析

強み

<地域特性>

- ▶ 埼玉川越総合地方卸売市場がある。
(埼玉県内に総合卸売市場は2か所)
- ▶ 都心から近く、交通アクセスがいい。
- ▶ 川越のブランドが確立できている。

<データからわかる強み>

- ▶ 製造と販売をつなぐ卸売業が集積しており、付加価値額・従業者数の特化係数が高い。
- ▶ 地域での雇用も多く生んでいる。
- ▶ 取引先となり得る飲食料品小売業が多く集積している。

弱み

<地域特性>

- ▶ まとまった産業用地が無い
- ▶ ハザードエリアが多い
- ▶ 既に一定程度の集積がなされているので、既存企業との競合が起きる可能性がある。

<データからわかる弱み>

- ▶ 労働生産性がほかの産業に比べ低い。
(同業と比較しても県、全国より低い)
- ▶ 将来的に人口が減少し域内の食料品需要は落ち込む可能性がある。

外部環境

機会

- ▶ 食料品関連であるため市場規模が急激に大きく変動しない。
- ▶ DXの導入による商品在庫のデジタル管理など労働生産性向上の余地がある。
- ▶ コロナ禍によるオンライン取引等の進展により海外との取引が増え、外貨獲得機会が国内にとどまらなくなる。

脅威

- ▶ コロナ禍にて成長率がマイナスになっている。
- ▶ 輸送に伴う原油価格の高騰。
- ▶ 食料品価格の高騰による買い控えの影響。
- ▶ 少子化による将来的な市場規模の縮小。
- ▶ 大手小売店などの直接仕入れ・プライベートブランドへの注力、ECの普及による需要減退
- ▶ 食の安全等の観点からトレーサビリティシステムの必要性が高まっている

飲食料品卸売業の方向性（案）

倉庫・トレーサビリティシステムの共同利用等による経費削減・生産性向上

【施策例】

<強み×機会>

- ▶ DX導入による生産性向上の後押し
- ▶ 川越市の観光関連商品の販売拡大、オンラインによる取引拡大

<弱み×機会>

- ▶ 地域に眠っている農産物や食料品を見出し、日本食の需要が高い海外への販路拡大（国内需要の減退⇒海外需要の獲得）

<強み×脅威>

- ▶ 集積している卸売業者同士の倉庫、トレーサビリティシステムの共同利用による経費の軽減

金属製品製造業 クロスSWOT分析

強み

<地域特性>

- ▶ 大手メーカーの工場などが川越工業団地に多く立地している。
- ▶ 日本のものづくり産業を支える高い技術力を持った企業が多く立地している。
- ▶ JETRO埼玉の活用
- ▶ 市内大学理工学部などの産学連携が図れる。
- ▶ 川越ものづくりブランド「KOEDO E-PRO」認定制度による工業製品・技術のブランディング体制がある。

<データからわかる強み>

- ▶ 事業所数が製造業の中ではトップの産業。
- ▶ 産業間取引構造をみると、全産業のなかで売上高・付加価値共に上位の建設業に対して、当該産業の地域内生産額の30%以上の材・サービスの販売をしている。

弱み

<地域特性>

- ▶ まとまった産業用地が無い
- ▶ ハザードエリアが多い
- ▶ 中小・零細企業の割合が高い。

<データからわかる弱み>

- ▶ 付加価値額などの特化係数を見ると特に目立って特徴がない。
- ▶ 1986-2019の事業所数の推移をみると、約4割減少している。
- ▶ 産業別純移主出額をみると、域外に所得が流出している。

外部環境

機会

- ▶ 建設業、自動車産業、海運業と密接な繋がりがあ
- ▶ リフォーム需要による安定的な需要が見込め、急激な衰退等はない。(全国各地でまちづくり×リノベーションの動きがある)
- ▶ 円安の長期的影響として、メイドインジャパン製品を安く買えるチャンスとなり、ヨーロッパやアメリカなどのサプライチェーンに入り、モノづくり日本の再興が期待できる
- ▶ オーダーメイド製品の需要の増加。⇒即納や多品種小ロット生産などユーザー企業の細かなニーズに対応することで、コストの安い海外企業に対する優位性を維持

脅威

- ▶ 業績は住宅・自動車などの最終消費業界の動向に左右されやすいため、将来的に需要が伸び悩む可能性がある。
- ▶ 円安の短期的な影響として、原材料費及びエネルギー費用など製造コストが上がり経営を苦しめる大きな要因
- ▶ 市外（海外）設備投資や施設老朽化に伴う建て替えを契機に市外移転

金属製品製造業の方向性（案）

これ以上流出・撤退させない

これまでの高い技術力にDX推進を図り、ユーザー企業のニーズに対応したものづくり日本の再興「KOEDO E-PRO」認定制度の充実やJETRO埼玉の活用による販路拡大市内設備投資に対する資金繰り需要に対応した支援の創出

【施策例】

<強み×機会>

- ▶ 「KOEDO E-PRO」認定制度やJETRO埼玉の活用による販路拡大
 - ▶ 域内建設業×中小零細企業連合体による空き家リフォーム等による街づくり
- #### <弱み×機会>

- ▶ 零細企業同士が連携するシステム構築（DX導入）によるオーダーメイド製品の需要増加に対応

<強み×脅威>

- ▶ エネルギー費用等の製造コストに対する公的支援の実施
- ▶ 「KOEDO E-PRO」認定制度の充実による高い技術職を持つ市内企業の流出防止
- ▶ 市内設備投資に対する資金繰り需要に対応した支援 ⇒埼玉県の「設備投資促進資金」や「企業立地貸付」などの融資に対する利子補助

RESASワークショップにおける分析、議論の過程を掲載しています。

資料に掲載された施策は、実行することが決定されたものではありません。

輸送用機械器具製造業 クロスSWOT分析

内部環境

強み

<地域特性>

- ▶ 川越狭山工業団地に、同事業の企業が集積
- ▶ 市内大学が存在しているので関連できる。

<データからわかる強み>

- ▶ 事業所数、製造品出荷額、付加価値額のいずれも市内ではやや上位（5～6位）の位置にいる
- ▶ 影響力指数が高く、他の産業に与える影響が大きい

弱み

<地域特性>

- ▶ 立地企業はあるものの、近隣の大手メーカーが撤退するなど、地域をけん引するような大企業が少ない。
- ▶ まとまった産業用地が無い
- ▶ ハザードエリアが多い

<データからわかる弱み>

- ▶ 全国と比較して労働生産性、付加価値額、従業員数がいずれも低い

外部環境

機会

- ▶ コロナ禍の宅配利用増加
- ▶ 電気自動車、自動運転技術などの新たな形態の登場
- ▶ 輸送形態の多様化によりドローン等での個別配送実現の可能性あり。規制レベル4解禁の流れがある。大手流通関連企業が実証実験中。
- ▶ SAITAMAロボティクスセンター（仮称）
中小企業等のドローン、自動運転やロボットなどの研究開発を支援する近未来技術実証フィールドとオープンイノベーションを促進する拠点（鶴ヶ島市内 R8オープン）

脅威

- ▶ 車離れによる自動車販売の落ち込み
- ▶ 近隣の近隣市から大手メーカーの工場が撤退したことによる需要減少
- ▶ 半導体不足、原材料高騰
- ▶ EVシフトに乗り遅れた時のリスク高い。研究開発費負担が大きい。

輸送用機械器具製造業の方向性（案）

SAITAMAロボティクスセンター（埼玉県ロボット試験場）との連携を活用したドローン関連企業の誘致

【施策例】

<強み×機会>

- ▶ 産学官連携等で研究協力を促進し共通基盤開発等を行う。
- ▶ 地場企業×市内大学等×SAITAMAロボティクスセンターによる観光事業Maasの実証実験（川越市内の渋滞緩和）

<弱み×機会>

- ▶ 労働生産性を高めるための技術導入支援策

<強み×脅威>

高額なEVシフトにかかる費用について、産学官連携等で共同開発していくことで、企業側の費用負担を縮減する。

輸送用機械器具製造業の心臓部として、「EV蓄電池関連産業」誘致することで、蓄電池産業を必要とする輸送用機械器具産業も集積していく流れを作る。

RESASワークショップにおける分析、議論の過程を掲載しています。

資料に掲載された施策は、実行することが決定されたものではありません。

情報通信機械器具製造業 クロスSWOT分析

内部環境

強み

<地域特性>

- ▶ 都心から近く、交通アクセスがいい。

<データからわかる強み>

- ▶ 地域での雇用を多く生んでいる。
- ▶ 仕入れ取引先として非鉄金属製造業などが多く、本市が得意とする業種と相性が良い。

弱み

<地域特性>

- ▶ まとまった産業用地がない。
- ▶ ハザードエリアが多い。

<データからわかる弱み>

- ▶ 労働生産性が同業種の埼玉県平均・全国平均に比べ低い。

外部環境

機会

- ▶ コロナ禍によるオンライン取引等の進展・定着化で新たな販路ができる可能性がある。
- ▶ 円安の影響で、海外との取引が外貨獲得機会が増える可能性がある。
- ▶ 5G技術を生かした高価格・高品質・高性能志向への回帰の可能性
- ▶ ソサエティ5.0として多品種・少量生産が可能になり、また、社会から要請されている。現状の日本の中小製造業でもAI等の導入の機運が高まっている。

脅威

- ▶ 海外企業が低コスト生産を実現しているため、国産品の国内シェアは低下推移となっている。
- ▶ 世界的な半導体不足
- ▶ 2011年から2018年の間で国内シェアが半減している。
- ▶ 中小の企業では、DX導入のコストが高すぎてDX化の進展が脅威なのではないか。

情報通信機械器具製造業の方向性（案） 高品質製品製造と域内企業のDX推進のコロナ

【施策例】

<強み×機会>

- ▶ 円安を活かした地域の雇用の推進、域内設備投資による国内高品質製造の推進
- ▶ 次世代通信規格の製造による地域雇用の創出拡大

<弱み×機会>

- ▶ DX化導入済み企業の誘致
- ▶ 地域の雇用の促進
- ▶ 海外取引の支援
- ▶ オンライン取引の推進

RESASワークショップにおける分析、議論の過程を掲載しています。

資料に掲載された施策は、実行することが決定されたものではありません。

情報通信業 クロスSWOT分析

内部環境

強み

<地域特性>

- ▶ 都心から近く、交通アクセスがいい。
- ▶ 産業用地がない中で、事業に要する用地は比較的小規模ですむ。

<データからわかる強み>

- ▶ 労働生産性の特化係数が2012年から2016年で二倍に増えている。
- ▶ 影響力係数が高い。

弱み

<地域特性>

- ▶ まとまった産業用地がない。
- ▶ ハザードエリアが多い。

<データからわかる弱み>

- ▶ 労働生産性が同業種の埼玉県平均・全国平均に比べかなり低い。

外部環境

機会

- ▶ コロナ禍においてテレワークの需要が増大し、それに付随したサービスに需要も増大した。
- ▶ 業界内でテレワークが先行しており、住む場所を選ばない人の割合が高いと考えられる。
- ▶ 世間では、AI活用・DX化といった動きが加速している。
- ▶ ICTを活用した医療、教育への期待

脅威

- ▶ 海外企業とのシェアの取り合いもあるため、実質的に国内企業の共有が増えるかはわからない。
- ▶ 中堅・中小企業は新型コロナの影響を受け、投資案件の中止・先送り

情報通信業の方向性（案）

データセンター等立地とデジタル人材派遣業の相乗効果

【施策例】

<強み×機会>

- ▶ 働く場所を選ばないため、家賃等が高い東京よりも川越に立地してもらうように誘致策を促進。テレワーク活用による地域の雇用の推進
- ▶ デジタル田園都市国家構想交付金等の活用

<弱み×機会>

- ▶ DX化を促進することに助成金を出す。

<強み×脅威>

- ▶ DX人材育成支援
- ▶ 労働生産性の低い中堅・中小企業に対してDX化を進める（投資額以上の効率化の実現と付加価値の提案）

飲食店 (宿泊業、飲食サービス業) クロスSWOT分析

強み

<地域特性>

- ▶ 都心から近く、交通アクセスがよい
- ▶ 資源が豊富（うなぎ、ビールなど）
- ▶ 「川越」「小江戸」ブランドが確立されている
- ▶ 1.2kmにわたる商店街「クリアモール」、大正浪漫夢通り「川越一番街」など、多様な商店街があり、にぎわいに貢献している（「日本のがんばる商店街77選」にも選定）
- ▶ 旧市街ではカフェが集積。
- ▶ 歴史的建造物や古い建築物が残り、リノベーションでの活用が盛ん。
- ▶ 市内での農業が盛んで、川越産農産物を利用したメニューを提供する「おいしい川越農産物提供店」の認定制度により、市が地産地消を後押ししている。

<データからわかる強み>

- ▶ 地域での雇用を多く生んでいる。
- ▶ 観光客数が県内他市に比べ多い。
- ▶ 付加価値額、従業者数の特化係数がそれぞれ高い。
- ▶ 事業所数が多い。従業者数も多い。

弱み

<地域特性>

- ▶ 中心市街地に立地する場合、賃料が高い。
- ▶ 既に一定程度の集積がなされているので、既存企業との競合が激しい。

<データからわかる弱み>

- ▶ 移輸出入収支額では、マイナス。

RESASワークショップ[®]における分析、議論の過程を掲載しています。

資料に掲載された施策は、実行することが決定されたものではありません。

外部環境

機会

- ▶ DXの導入による商品在庫のデジタル管理など労働生産性向上の余地がある。
- ▶ コロナ禍によって配達サービスの発達、テイクアウト需要が高まり、今後定着する可能性もある。以前より供給方法が増えることで利用者が多くなる可能性がある。
- ▶ タブレットによる注文、ロボットによる給仕等による効率化の可能性

脅威

- ▶ 食料品価格の高騰
- ▶ 少子化による将来的な市場規模の縮小。
- ▶ With コロナへの移行に伴う内食需要の増加。会社等での懇親の機会の減少

飲食店（宿泊業、飲食サービス業）の方向性（案）

がんばる飲食店を応援 地域活性化策

【施策例】

<強み×機会>

- ▶ 飲食店の市外進出支援（例 本店：川越市、2店舗目：市外）
- ▶ 川越ブランド
- ▶ 飲食店経営者、商業者、農業者等、異業種マッチングの開催

<弱み×機会>

- ▶ 中心市街以外における、サービス提供の支援（例 配達サービスの利用促進、郊外への出店等への制度融資活用等）

<強み×脅威>

- ▶ 大人数の宴会対応からの業態変更支援（例 農産物提供レストランへの業態変更）

RESASワークショップ[®]における分析、議論の過程を掲載しています。

資料に掲載された施策は、実行することが決定されたものではありません。

食料品製造業関連産業 クロスSWOT分析

内部環境

強み

<地域特性>

- ▶ 都心から近く、交通アクセスが良い
- ▶ 川越のブランドが確立できている

<データからわかる強み>

- ▶ 飲食料品卸売・小売業の特化係数（付加価値）が高く、得意としている

弱み

<地域特性>

- ▶ 立地可能な工業用地が乏しい

<データからわかる弱み>

- ▶ 食料品製造業の特化係数（付加価値）が比較的低く、得意ではない
- ▶ 1次産業（農業・漁業）の特化係数（付加価値）が低く、得意ではない

外部環境

機会

- ▶ Withコロナへの移行に伴う食品需要（業務用）の高まり
- ▶ 生産性向上に向けたデジタル技術活用の動き（DX）

脅威

- ▶ 原油高、原材料費の高騰
- ▶ 周辺自治体の積極的な企業誘致

食料品製造業関連産業の方向性（案）

食料品製造業の付加価値向上及び 食料品関連のバリューチェーンの強化

【施策例】

<強み×機会>

- ▶ 首都圏近郊の消費者ニーズを捉えた食料品の製造

<弱み×機会>

- ▶ 食料品製造業の企業誘致
- ▶ DXによる食料品製造業の稼働力向上

<強み×脅威>

- ▶ 食料品関連企業の流出防止

施策評価

RESASワークショップにおける分析、議論の過程を掲載したもので、資料に掲載された施策は、実行することが決定されたものではありません。

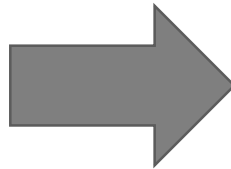
重点的に活性化させる産業の絞り込み

SWOT分析の結果を踏まえ、さらに具体的な数値による定量的な評価を加え、産業の絞り込みを行いました。

定性的な評価
(SWOT分析の結果)



定量的な評価
(移輸入移輸出額など)



地域経済循環を向上させる
ため、重点的に活性化させる
産業は何か？

具体的な施策を検討する上での産業の絞り込み

SWOT分析をした産業	定量的評価(2018)					定性的評価	評価
	移輸入移輸出額	産業間取引構造	影響力指数	付加価値額(総額)	産業別付加価値額構成比		
化学工業(医薬品)	458億円	2位(3)	3位(1.04)	1位(684億円)	3位(4.5%)	けん引する大手製薬メーカーの存在 大手臨床検査受託企業が立地して研究試料があるので連携できるのではないが。	◎
化学工業(その他)	458億円	2位(3)	3位(1.04)	1位(684億円)	3位(4.5%)	補修・補強工事で使用する合成樹脂材料を製造・販売している大手メーカーの存在	◎
業務用機械器具製造業	228.8億円	1位(6)	5位(1.01)	3位(497億円)	2位(6.0%)	光学機械系が多く立地。 川越ものづくりブランド「KOEDO E-PRO」認定制度による工業製品・技術のブランディング体制があり、同製造業の認定製品数も多い。	◎
生産用機械器具製造業	743.6億円	1位(6)	5位(1.01)	10位(102億円)	2位(6.0%)	ICが近く、首都圏へのアクセスが良い 市内大学理工学部などの産学連携が図れる。 川越ものづくりブランド「KOEDO E-PRO」認定制度による工業製品・技術のブランディング体制があり、同製造業の認定製品数も多い。 JETRO埼玉の活用 牽引企業として農業用機械大手メーカーの存在	◎
輸送用機械器具製造業	3億円	4位(0)	2位(1.06)	6位(258億円)	8位(1.3%)	川越狭山工業団地に、同事業の企業が集積 市内大学理工学部が存在しているので関連できる。	△
金属製品製造業	-22億円	2位(3)	6位(1)	8位(194億円)	9位(1.0%)	日本のものづくり産業を支える高い技術力を持った企業が多く立地している。 川越ものづくりブランド「KOEDO E-PRO」認定制度による工業製品・技術のブランディング体制がある。	△
情報通信機械器具製造業	-73億円	4位(0)	4位(1.03)	11位(30.6億円)	10位(0.4%)	都心から近く、交通アクセスが良い。	△
情報通信業関連産業	-678億円	2位(3)	1位(1.07)	7位(253億円)	7位(2.0%)	都心から近く、交通アクセスが良い。 産業用地がない中で、事業に要する用地は比較的小規模で済む。	△
飲食料点小売業	-265億円	3位(2)	7位(0.98)	2位(579.6億円)	1位(6.0%)	都心から近く、交通アクセスが良い。 地域をけん引する大企業がある。 古くから商業が栄えた街であり、現在38の商店街がある。 (埼玉県内で4位：R4・4月)	△
飲食料品卸売業	-561億円	1位(6)	8位(0.95)	9位(175.6億円)	4位(3.4%)	埼玉川越総合地方卸売市場がある。(埼玉県内において「総合」卸売市場は2か所) 都心から近く、交通アクセスが良い。	△
食料品製造業	-202億円	2位(3)	4位(1.03)	4位(343億円)	5位(2.8%)	川越ブランドの商品が確立している。 観光業と連携した食料品製造企業が立地している。	◎
飲食店(宿泊業、飲食サービス業)	-308億円	3位(2)	1位(1.07)	5位(271億円)	6位(2.2%)	資源が豊富(うなぎ、ビールなど) 「川越」「小江戸」ブランドが確立されている 市内での農業が盛んで、川越産農産物を利用したメニューを提供する「おいしい川越農産物提供店」の認定制度により、市が地産地消を後押ししている。	△

※飲食料点小売業と飲食料品卸売業の付加価値額については、2018年の合計付加価値額に2016年の構成比をそれぞれ乗じた金額

上記のとおり、◎と評価した4産業及び◎評価の食料品製造業と密接に関係する飲食料品小売業・飲食料品卸売業をまとめて食料品関連産業として、具体的な施策を検討した。

RESASワークショップにおける分析、議論の過程を掲載しています。

資料に掲載された施策は、実行することが決定されたものではありません。

絞り込んだ産業

産業の絞り込みの結果、以下の産業について、新規企業立地・付加価値向上・企業流出防止のための具体的な施策の検討を行った。

注力すべき産業

化学工業
(医薬品)

化学工業
(その他)

業務用機械
器具製造業

生産用機械
器具製造業

食料品関連産業
(食料品製造業・小売業・卸売業)

輸送用機械
器具製造業

金属製品
製造業

情報通信機械
器具製造業

情報通信業

飲食店

具体的な施策の検討と評価

以下の手順で、施策の検討と評価を行います。

施策の 検討

- ①SWOT分析から、産業ごとに目指す方向性を決める
- ②目指す方向性に向けて実施する具体的な施策を検討する

評価

具体的な施策をそれぞれ評価し、特に重視して取り組む施策がどれかを決めます。

評価は、**重要性** × **期間** の2点で行います。

具体的な施策の評価

以下の視点から、施策ごとに評価を行います。

重要性

- ①自治体が行うべき施策か……………「No」は重要度「低」
- ②本市の地域特性に合っているか…「No」は重要度「中」
- ③地域経済にインパクトを与えるか…「Yes」は重要度「高」
(環境省 地域経済波及効果ツールを使用)

期間

- ①施策を実行するのに課題となることを
「ヒト」「モノ」「カネ」「情報」の区分ごとに取り上げる
- ②課題を踏まえて、施策の実行にかかる想定期間を設定する
「1年から3年」→短期、「3年から10年」→中期、
「10年以上」→長期

具体的な施策の検討① 化学工業(医薬品)

絞り込んだ産業	方向性	施策の骨子	施策カテゴリ	具体的な施策	施策実行の重要性			重要性	施策の実行に当たり最も解決に時間の要する課題				期間	評価 重要性×期間	採用 施策
					自治体 施策	注力 施策	インパ クト		ヒト	モノ	カネ	情報			
化学工業 (医薬品)	産官学連携強化・新規誘致製薬会社とCDMOの取引強化等による医薬品製造業のコンソーシアムの構築	市内・県内医薬品製造業の連携、市内医療系大学・大手臨床検査受託企業等との連携や提携による、製薬会社の誘致と新薬開発	新規企業立地	既存CDMOや市内医療系大学・大手臨床検査受託企業へのヒアリングにより連携の方向性を探る	yes	yes	yes	高	コーディネーター	一(既存の施設で対応可能)	人材確保費用(報償費、業務委託費)	市内外対象企業のニーズ不動産情報のシース	短	高×短	○
				業務委託による、域外企業へのヒアリングなどのアプローチ	yes	yes	yes	高	業務委託先となるシンクタンク適切なヒアリング項目を作成できる人材	—	委託料	市内外対象企業のニーズ	短	高×短	○
				不動産業界との連携による既存の産業系用地の情報提供とマッチング	yes	yes	yes	高	一(職員が不動産業界との間でマッチング可能)	—	—	市内外対象企業のニーズ不動産情報のシース	短	高×短	○
				本市都市計画サイドとの連携による新規産業系用地の創出	yes	yes	yes	高	一(庁内を横断した組織で対応)	まとまった規模の用地	(土地確保費用・分担内訳)開発手法による	先進他市の開発手法	長	高×長	○
		市内・県内医薬品製造業の連携、市内医療系大学・大手臨床検査受託企業等との連携や提携による、医療ベンチャーのインキュベーション施設を卒業した企業の受け入れと支援	付加価値向上	不動産業界との連携による既存の産業系用地の情報提供とマッチング	yes	yes	yes	高	一(企業が不動産業界との間でマッチング可能)	—	—	市内外対象企業のニーズ不動産情報のシース	短	高×短	○
				ベンチャー企業の経営支援	yes	yes	yes	高	専門知識のある人材	—	一(他機関の支援を活用)	他機関の支援情報	短	高×短	○
				既存中核企業とベンチャー企業のマッチング	yes	yes	yes	高	一(職員がマッチング可能)	一(既存の施設で対応可能)	それほどかからない	対象企業間のニーズとシース	短	高×短	○

具体的な施策の検討② 化学工業(その他)

絞り込んだ産業	方向性	施策の骨子	施策カテゴリ	具体的な施策	施策実行の重要性			重要性	施策の実行に当たり最も解決に時間の要する課題				期間	評価 重要性 ×期間	採用施策
					自治体施策	注力施策	インパクト		ヒト	モノ	カネ	情報			
化学工業(その他)	産官学連携強化による、社会ニーズに対応した既存分野(補修工事資材)の充実と充電池(バッテリー)産業等の新分野の開拓	化粧品業界の海外需要の増加に対応したオンライン販売促進に係るJETROとの連携	付加価値向上	JETRO埼玉の活用講演会の実施や市内の海外展開希望会社へアンケートを行い、説明会等を実施する	yes	no	yes	中	説明会講師(JETRO職員)	一(既存の施設で対応可能)	それほどかからない	企業のJETROに対するニーズ	短	中×短	×
		補修材産業の販路開拓を目的とした建設業のハブ度の向上	付加価値向上	産学官金交流組織の立ち上げと定期的なマッチングイベント開催による、関係機関との連携やBtoBの促進	yes	yes	yes	高	市内産業界の有力者	一(既存の施設で対応可能)	それほどかからない	企業ニーズ	短	高×短	○
		蓄電池バッテリー等の新規先端産業の研究マッチング支援及び同産業の誘致	新規企業立地	市内大学にて研究連携を行っている旨の広報を行う。研究所にヒアリングを行い、具体的な研究連携可能な企業を検討し、個別企業にアプローチをかける。	yes	yes	yes	高	専門的知識を有するコーディネーター	またまった規模の用地	連携研究に対する費用補助・研究機材に対する補助	大学の研究方針 大学の方針に対応可能な企業の情報	長	高×長	○

具体的な施策の検討③ 業務用機械器具製造業・生産用機械器具製造業 その1

絞り込んだ産業	方向性	施策の骨子	施策カテゴリ	具体的な施策	施策実行の重要性			重要性	施策の実行に当たり最も解決に時間の要する課題				期間	評価重要性×期間	採用施策	
					自治体施策	注力施策	インパクト		ヒト	モノ	カネ	情報				
業務用機械器具製造業・生産用機械器具製造業 その1	新規企業誘致と併せ、優れた製品・技術を有する既存企業の育成と産業を超えた企業間連携の強化	DX推進により付加価値額を高め、労働生産性向上を図る	付加価値向上	埼玉県「設備投資促進資金」などの融資に対する利子補助	yes	no	no	中	—（職員のノウハウあり）	—	利子補助に係る費用	類似制度のある他市及び他機関の実施内容	短	中×短	○	
				各企業におけるDX推進計画の策定	yes	yes	no	中	—（国及び県にノウハウあり）	—	制度の周知費用	国や県の支援内容の情報	短	中×短	○	
		優れた製品や技術力を持つ既存企業の域内設備投資促進や業務拡大（転換）	企業流出防止	埼玉県「設備投資促進資金」などの融資に対する利子補助	yes	no	no	中	—（職員のノウハウあり）	—	利子補助に係る費用	類似制度のある他市及び他機関の実施内容	短	中×短	○	
				企業立地奨励金制度の見直しと拡充（市内既存企業の土地の新規取得を伴わない生産設備の新設も対象とするなど）	yes	yes	no	中	—（職員のノウハウあり）	—	奨励金の費用	類似制度のある他市の実施内容	短	中×短	○	
	「KOEDO E-PRO」認定制度やJETRO埼玉の活用による販路拡大	付加価値向上	JETRO埼玉の活用による販路拡大	JETRO埼玉の活用 E-PRO認定製品のPR補助金制度の拡充	中核企業カルテの作成や専門家による経営相談	yes	yes	no	中	専門知識のある人材	—	—（他機関の支援の活用）	類似制度のある他市及び他機関の実施内容 利用希望の有無 他市の実施内容	中	中×中	×
					JETRO埼玉の活用 E-PRO認定製品のPR補助金制度の拡充	yes	yes	yes	高	—（E-PROは職員のノウハウあり、JETRO埼玉が事業に前向き）	—（既存の施設で対応可能）	PR補助金に係る費用	JETRO埼玉の支援内容と、企業の二重	短	高×短	○

具体的な施策の検討④ 業務用機械器具製造業・生産用機械器具製造業 その2

絞り込んだ産業	方向性	施策の骨子	施策カテゴリ	具体的な施策	施策実行の重要性			重要性	施策の実行に当たり最も解決に時間の要する課題				期間	評価 重要性 ×期間	採用 施策		
					自治体 施策	注力施 策	インパ クト		ヒト	モノ	カネ	情報					
業務用機械器具製造業・生産用機械器具製造業 その2	新規企業誘致と併せ、優れた製品・技術を有する既存企業の育成と産業を超えた企業間連携の強化	他の産業との取引をさらに深めて域内産業の活性化を図る（建設業、専門・科学技術・業務支援サービス業など）	付加価値向上	産学官交流組織の立ち上げと定期的なマッチングイベント開催による、関係機関との連携やBtoBの促進	yes	yes	no	中	市内産業界の有力者	一（既存の施設で対応可能）	それほどかからない	企業二ス	短	中×短	×		
		産学連携による新製品・新技術の創出	企業流出防止	産学連携事業による新技術創出事業	no	no	no	低								×	
		新規企業誘致	新規企業立地	業務委託による、域外企業へのヒアリングなどのアプローチ		業務委託先となるシンクタンク適切なヒアリング項目を作成できる人材	yes	yes	no	中		—	委託料	市内対象企業の二ス	短	中×短	×
				不動産業界との連携による既存の産業界との間でマッチング可能		—（職員が不動産業界との間でマッチング可能）	yes	yes	no	中		—	—	市内対象企業の二ス 不動産情報の二ス	短	中×短	×
				本市都市計画サイトとの連携による新規産業界用地の創出		—（企業が不動産業界との間でマッチング可能）	yes	yes	no	中		まとまった規模の用地	—	市内対象企業の二ス 不動産情報の二ス	長	中×長	×
				埼玉県「企業立地貸付」などの融資に対する利子補助		—（職員のノウハウあり）	yes	yes	no	中		—	利子補助に係る費用	類似制度のある他市及び他機関の実施内容	短	中×短	×
企業立地奨励金制度の見直しと拡充		—（職員のノウハウあり）	yes	yes	no	中		—	奨励金の費用	類似制度のある他市の実施内容	中	中×中	×				

具体的な施策の検討⑤ 食料品関連産業

絞り込んだ産業	方向性	施策の骨子	施策カテゴリ	具体的な施策	施策実行の重要性			重要性	施策の実行に当たり最も解決に時間の要する課題				期間	評価重要性×期間	採用施策
					自治体施策	注力施策	インパクト		ヒト	モノ	カネ	情報			
食料品関連産業	既存優良企業の流出防止と川越ブランド確立による域外販路拡大とデジタル化等による効率化への取り組み	既存大手企業の成長が見込めるような企業（取引先など）を誘致する。	新規企業立地	既存中核企業へのヒアリングによる、ターゲット企業の絞り込みとアプローチ	yes	yes	yes	高	調査能力のある人材	—	調査費用	市内対象企業のニーズ	短	高×短	×
				本市都市計画サイドとの連携による新規産業系用地の創出	yes	yes	yes	高	—（庁内を横断した組織で対応）	まとまった規模の用地	（土地確保費用・分担内訳） 開発手法による	先進他市の開発手法	長	高×長	×
		観光関連商品など地域の食品を見出し、販売拡大、オンラインによる取引拡大	付加価値向上	芋菓子等、食品保存方法の改良による賞味期限の延長	no	no	yes	低							×
				JETRO埼玉の活用	yes	yes	yes	高	—（JETRO埼玉が事業に前向き）	—（既存の施設で対応可能）	—	JETRO埼玉の支援内容と、企業のニーズ	短	高×短	○
				EC企業との連携	no	no	yes	低							×
		食料品小売業におけるDX化	企業流出防止	小売業に対する電子決済システム等の導入支援	yes	yes	no	中	—（国及び県にノウハウ有）	—	支援費用	市内対象企業のニーズ	短	中×短	×
		食料品製造業におけるDX化	企業流出防止	生産性向上のための生産用機械器具の導入支援	yes	yes	no	中	—（国及び県にノウハウ有）	—	支援費用	市内対象企業のニーズ	中	中×中	×
		集積している卸売業者同士の倉庫、トレーサビリティシステムの共同利用による経費の軽減	企業流出防止	事業展開意向調査（希望企業の取りまとめ）	yes	yes	no	中	調査員共同利用に伴う利益調整者	共同倉庫用地の確保	用地確保費用（建設費用）	調査先費用軽減効果 適切な場所情報	長	中×長	×

具体的な施策の評価のまとめ

重要性が「高」のものを中心に、産業ごとに施策を整理します。



評価の結果を、施策のカテゴリごとにまとめます。

新規企業立地

付加価値向上

企業流出防止

施策のまとめ

RESASワークショップにおける分析、議論の結果を掲載しています。
資料に掲載された施策は、実行することが決定されたものではありません。

現状の問題点

地域で稼ぎ、地域で得た所得が他地域へ流出しており、域内企業の新たな生産販売活動に繋がらず、地域の経済循環がうまく機能していない。

実現
したい姿

地域経済循環の向上による経済全体の活性化

産業全体の
方向性

各産業の特性に合わせた「企業立地の促進」、「域外への販路開拓」、「域内調達の増加」を目指す

中核産業の
方向性

化学工業（医薬品）	化学工業（その他）	業務・生産用機械器具製造業	食品関連産業
医薬品製造業の コンソーシアムの構築	産官学連携強化による、既存 分野の充実と充電池産業等 の新分野の開拓	優れた製品・技術を有する既存企業 の育成 産業を超えた企業間連携強化	既存優良企業の流出防止 川越ブランド確立で域外販路拡大 DX化等による効率化への取り組み

取組内容

<p>新規 企業 立地</p> <ul style="list-style-type: none"> 域内企業等へのヒアリングによる方向性の検討 域外企業へのヒアリング等のアプローチ 既存の用地の情報提供とマッチング 新規産業用地の創出（長期） 	<p>域内企業の連携強化・製薬会社の新規誘致と新薬開発</p> <ul style="list-style-type: none"> 市内大学等にて研究連携を行っている旨の広報(長期) 市内大学等の研究所へのヒアリング(長期) 研究連携可能な企業の検討(長期) 該当企業へのアプローチ(長期) 	<p>既存企業の域内設備投資促進・業務拡大（転換）</p> <ul style="list-style-type: none"> 融資に対する利子補助 企業立地奨励金制度の見直しと拡充 	<p>企業 流出 防止</p>
	<p>域内企業との連携強化とベンチャー企業の受け入れ</p> <ul style="list-style-type: none"> 既存の用地の情報提供とマッチング 市内大学等の関連研究施設を卒業したベンチャー企業の経営支援 既存中核企業とベンチャー企業のマッチング 	<p>DX推進による付加価値額・労働生産性の向上</p> <ul style="list-style-type: none"> 融資に対する利子補助 各企業におけるDX推進計画の策定 <p>「KOEDO E-PRO」認定制度やJETRO埼玉活用による販路拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> JETRO埼玉の活用 KOEDO E-PRO認定製品のPR補助金制度の拡充 	
<p>付加 価値 向上</p>	<p>補修材産業の販路開拓を目的とした建設業のハブ度向上</p> <ul style="list-style-type: none"> 産学官金交流組織の立ち上げ マッチングイベント開催による関係機関との連携やBtoBの促進 	<p>地域の食品の域外への販売拡大、オンラインによる取引拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> JETRO埼玉の活用 	