

# 施策 5-1 商工業の振興

## ■ 施策の目指す姿

企業誘致や新規起業、既存企業継続経営の支援により、雇用が創出され、地域経済が活性化しています。

## ■ 目標指標

成果指標	現状値(R2)	目標値(R8)	説明
法人市民税額	734,683 千円	917,751 千円	市内の法人市民税額（均等割と法人税割の合計）であり、市内産業の経済的活性化度を測る指標です。
市内事業所数（確定申告に基づく法人登録件数）	2,153 件	2,195 件	確定申告に基づく市内の法人登録件数であり、市内の事業者動向を測る指標です。

## ■ 取り巻く現状・環境変化

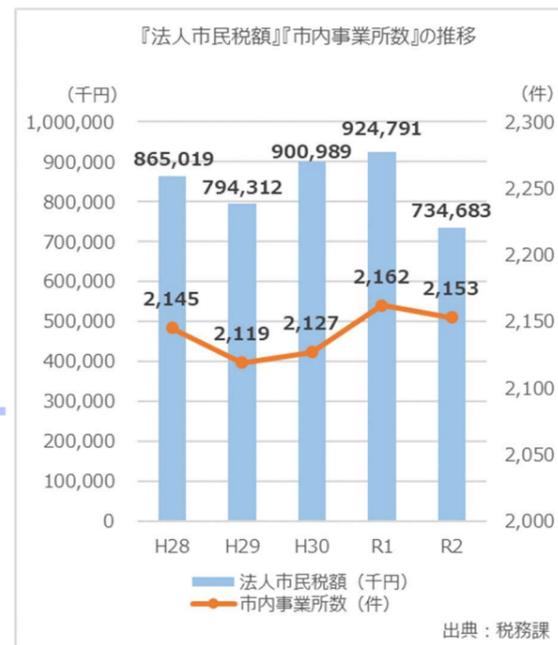
- ◆ 企業誘致による新たな雇用の確保や、それによる定住者の増加も見据え、埼玉県企業局と共同で「鴻巣箕田地区産業団地」の整備を進めています。
- ◆ 圏央道や国道 17 号上尾道路など、物流の主要となる道路整備が進むに伴い、企業進出の問い合わせが増加傾向にあり、埼玉県企業立地課や金融機関との連携に努めています。
- ◆ 平成 25 年に開設された、ジョブサポートこうのすを多数の相談者が利用しており、就労支援環境が整ってきています。

## ■ 課題と方向性

- ◆ バーチャルモールや web 販売など、従来とは違った販売手法、社会環境に適応する必要があることから、商工会の役割が益々重要となっています。商工会との情報交換を密に行い連携を強化していきます。
- ◆ 鴻巣市中小企業及び小規模企業振興基本条例制定に伴い、意欲的な起業家や事業者を積極的に支援することで、市内事業者数の増加に努め、まちのにぎわいや商工業の活性化を推進していきます。
- ◆ 少子高齢化に伴う生産年齢人口の減少や、厳しい労働環境による離職者の増加により、近年、労働力不足が深刻化しています。企業の人手不足の解消と生産性向上につながるよう、国や県と連携しながら多様な働き方に対する取組を支援していきます。

## ■ 部門別計画

鴻巣市創業支援等事業計画（H28～R7）  
 鴻巣市導入促進基本計画（H30～R4）



## SDGs との関連性



## ■ 施策を実現する手段

基本事業名・目指す姿	指標名	現状値(R2)	目標値(R8)
<b>1 事業所の経営支援と市内購買力向上</b> 戦略 強靱化 事業所の経営改善がされ、安定経営する事業所が増加するとともに、市内購買力が向上します。	黒字化している事業所割合（法人税割を納めている事業所）	41.0%	47.0%
	廃業事業所数	52 件	46 件
	日用品・食料品を市内で買う市民の割合	75.3%	81.0%
<b>2 企業誘致・定着の推進</b> 戦略 企業が進出・継続経営がされ、地域雇用の場が維持・増加します。	企業誘致件数（基本計画期間累計）	3 件	5 件
	市内法人従業者数	25,257 人	28,441 人
<b>3 起業・事業開発の支援</b> 戦略 企業間・産官学での事業研究・開発が進み、新規起業が増加しています。起業相談を受け、起業する方が増加します。	新規法人登録件数	126 件	156 件
	起業、研究等相談件数（基本計画期間累計）	31 件	95 件
<b>4 就労の促進と働きやすい職場づくり</b> 戦略 求人情報の拡充や企業支援により、市内の就労状況を向上させます。企業の協力・支援などにより、働く環境を向上させます。	市内企業の求人者数	2,448 件	3,000 件
	ジョブサポートこうのすにおける就職者数	280 人	430 人
	埼玉県多様な働き方実践企業数（累計）	53 企業	63 企業

## 用語解説

バーチャルモール	インターネット上で商品を販売する店舗が複数集まったウェブサイトのことをいいます。消費者はバーチャルモール内で商品を検索すれば、複数の店舗の中から商品を探ることができます。サイバーモール、オンラインモールともいいます。
web 販売	ホームページを通じて企業や個人が商品を販売することをいいます。
鴻巣市中小企業及び小規模企業振興基本条例	本市の事業所の多くを占める中小企業及び小規模業の振興に関し、基本となる事項を定めるとともに、市、中小企業等、商工会、金融機関、教育機関及び市民それぞれの責務や役割等を明らかにすることにより、中小企業等の振興に関する施策を総合的に推進し、もって地域経済と地域社会の発展を図るため、令和 4 年 4 月 1 日に施行する条例をいいます。
多様な働き方	男女問わず仕事と育児・介護を両立することや、テレワーク及びフレックスタイム制度を活用することなど、働く人々がそれぞれの事情に応じて柔軟に働き方を選択することをいいます。

## 施策 5-2 農業の振興

### ■ 施策の目指す姿

農業としての作付面積や生産規模を維持し、安定経営・付加価値化で農業所得が増加します。

### ■ 目標指標

成果指標	現状値(R2)	目標値(R8)	説明
遊休農地面積	8.5 ha	7.8ha	市内で遊休農地であった面積の総計であり、市内農地の活用状況を図る指標です。
農産物収穫量（米、麦、大豆）	11,236t	12,100t	埼玉県農林水産統計年鑑に示される米、麦、大豆の年間生産額であり、主要農産物の生産動向を測る指標です。
花き出荷額	1,608,654千円	1,895,000千円	鴻巣花き(株)及び川里花卉出荷協議会の取引にて市内生産者より卸された花きの出荷額であり、本市の主力産業である花き生産の動向を測る指標です。

### ■ 取り巻く現状・環境変化

- ◆ 農地には生産の場以外にも、やすらぎのある景観の創出、降雨時の貯水、多様な生物の生息環境など多面的な機能を担っています。
- ◆ 農業者の高齢化や後継者不足により、農家数が減少しています。農地中間管理事業等の促進により、担い手に農地を集積して、生産性の向上を図るとともに遊休農地対策を講じていきます。
- ◆ 本市が全国に誇る「花き栽培」においても、景気動向、市場価格や流通ルートの多様化などにより、売上への影響が懸念されています。

### ■ 課題と方向性

- ◆ 認定農業者などの意欲的な農業者に対して農地を集約し、経営改善指導や生産性の向上などを目指します。
- ◆ 生産性が高い優良農地の確保のため、圃場\*整備・水利施設の補修や更新など、必要な農業生産基盤の整備を進めます。
- ◆ 付加価値を生み出す質の高い生産体制の確立を支援するとともに、販促拠点としての「（仮称）道の駅こうのす」の整備を進め、農作物の流通・販路拡大に積極的に取り組みます。

### ■ 部門別計画

鴻巣市農業振興地域整備計画（H19～）  
 鴻巣市農業経営基盤の強化の促進に関する基本的な構想（R4～）



## SDGs との 関連性



### ■ 施策を実現する手段

基本事業名・目指す姿	指標名	現状値(R2)	目標値(R8)
1 担い手確保と農業経営継続への支援 <b>戦略 強靱化</b>	認定農業者数	173人	190人
	農業生産法人数	21法人	26法人
	農業法人税割額	1,412千円	1,600千円
経営安定への支援などを活用し、地域農業の担い手が確保されています。			
2 生産基盤の整備 <b>強靱化</b>	かんがい排水路整備率	79.4%	80.0%
	新たに圃場整備された面積（基本計画期間累計）	52.3ha	89.2ha
災害にも強く、生産効率の高い耕作環境になっています。			
3 地産地消の推進と競争力の強化 <b>戦略 強靱化</b>	学校給食における米の消費量	73.2 t	80.0 t
	鴻巣市産の農産物や花を、市内店舗や直売所で購入している市民の割合	78.0%	85.0%
地域で生産された農作物を知ってもらい、市内・市外を問わず積極的に消費される環境を整えます。			

### 用語解説

かんがい排水路	農業生産に必要な農業用の用水路や排水路のことです。
遊休農地	現に耕作の目的に供されておらず、かつ引き続き耕作の目的に供されないと見込まれる農地。またはその農業上の利用の程度がその周辺の地域における農地の利用の程度に比し、著しく劣っていると認められる農地のことです。
地産地消	地域で生産された農林水産物を、その地域で消費することです。
認定農業者	農業経営基盤強化促進法に基づく農業経営改善計画の市町村の認定を受けた農業者、又は法人のことです。
農地所有適格法人	農地法に定める一定の要件を満たし、農地を耕作する権利を有する法人、又は農地を保有できる法人のことです。
農地中間管理機構	耕作を続けることが難しい農地を借り受け、認定農業者や集落営農組織などの担い手に貸し付ける機関です。
圃場	農作物を栽培するための田畑・農園のことです。

# 施策 5-3 観光資源の活用と交流の促進

## ■ 施策の目指す姿

観光客数の増加や市民の交流により、まちのにぎわいが創出されています。

## ■ 目標指標

成果指標	現状値(R2)	目標値(R8)	説明
観光入込客数	307,932 人	1,700,000 人	主催者が発表する各イベントや観光での入込客の総計であり、市内の観光としての集客力を測る指標です。
イベント来訪者のレポート率	- (R4 新規取得)	70.0%	イベント来訪者へのアンケート調査にて、来訪回数が2回目以上と答えた人の割合であり、イベントにおけるレポート率を測る指標です。
まちのにぎわいが創出されていると思う市民の割合	- (R4 新規取得)	65.0%	まちづくり市民アンケートにて、5年前と比較してまちのにぎわいが向上していると思う「思う」「やや思う」と回答した市民の割合であり、にぎわい創出度を測る指標です。

## ■ 取り巻く現状・環境変化

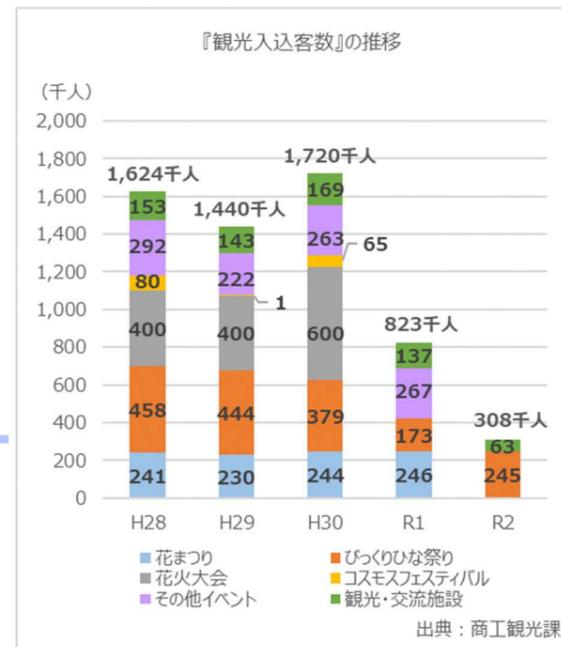
- ◆ 本市における観光は「このす花まつり」「このす花火大会」等のイベント観光が主体であり、気象や感染症等により、施策の展開に大きな影響を受けています。
- ◆ 本市ゆかりの著名人を「このす観光大使」に任命し、それぞれの活動を通して本市をPRしてもらうほか、市民観光大使「KONOSTagram 観光大使」を任命し、SNSを活用した市民目線での観光情報発信を行っています。
- ◆ 観光拠点である「ひなの里」や「花久の里」において、それぞれの特徴を活かしたイベントを開催し、観光情報を発信しています。

## ■ 課題と方向性

- ◆ イベント観光が主軸となる本市の観光施策ではリピーターの獲得が重要です。市内外に向けたPRを市民協働で継続的にを行い、繰り返し来訪してもらえるよう取り組みます。
- ◆ 令和4年4月開館の「にぎわい交流館」において市民等の交流を促進し、まちのにぎわい創出に取り組みます。施設の管理・運営をはじめ、観光・交流施策全般において官民連携による取組を推進します。
- ◆ 施策の効果的な展開には、他自治体との連携・協働による広域的な取組が有効です。地域の特徴や市の特性を活かした事業を協働で実施し、施策の充実を図ります。

## ■ 部門別計画

第2次鴻巣市観光戦略計画（R1～R5）



SDGs との  
関連性



## ■ 施策を実現する手段

基本事業名・目指す姿	指標名	現状値(R2)	目標値(R8)	
1 情報発信、魅力PRの強化 <span style="background-color: #008000; color: white; padding: 2px;">戦略</span>	市、観光協会のHPのイベント情報へのアクセス件数	205,999 件	470,000 件	
	マスコミでの露出件数 新聞（朝日、毎日、読売、埼玉） テレビ、ラジオ	21 件	35 件	
	鴻巣市の観光情報が分かりやすく整理され、多くの方が見えています。各種媒体を活用して、鴻巣市がPRされています。	KONOSTagram 観光大使年間発信回数 (2年間実績)	2,281 回	1,500 回/年
		連携・協働活動を実施している他自治体数	10 (R1)	15
2 観光・交流施設の活用の促進 <span style="background-color: #008000; color: white; padding: 2px;">戦略</span> <span style="background-color: #0000FF; color: white; padding: 2px;">強化</span>	観光・交流施設の年間利用者数	62,668 人	170,000 人	

## 用語解説

**KONOSTagram 観光大使** 観光スポットやグルメ、イベント等の市内の魅力を、Instagramを活用し広く情報配信する市民観光大使のこと