

第5章

産業・観光

地域資源をいかした、にぎわいと活力にあふれるまち

- 施策番号28 産業間の連携と中小企業支援
- 施策番号29 就労の支援と労働環境の改善
- 施策番号30 農業の振興
- 施策番号31 商業の振興
- 施策番号32 工業の振興
- 施策番号33 観光の振興

施策番号

28

産業間の連携と中小企業支援

目的

農業・商業・工業・観光産業間の流通が市内外で増加するとともに、中小企業が活性化すること。

施策を取り巻く状況

現 状

- ・「2020年版中小企業白書」によると、人口が減少傾向にあるとともに、生産年齢人口が減少していることにより、人手不足が深刻化しています。
- ・本市は、農業、商業、工業、観光産業など、多様な産業がバランスよく発展しています。
- ・経営者の高齢化や後継者不足等により廃業する事業所が増加しています。
- ・市内企業の多くを占める中小企業の振興に関する基本理念や、施策の基本となる事項等を定めた「川越市中小企業振興基本条例」を平成27（2015）年に制定しています。

課 題

- ・農業、商業、工業、観光産業が連携し、川越産の商品の市外流通を増加させる取組や、ヒト・モノ・カネ・情報といった地域資源を、これまで以上に地域で活用・循環させる取組が必要です。
- ・事業所の廃業を防ぐため、事業承継等の取組が必要です。
- ・中小企業等による新規事業や創業に結びつくような環境の充実が必要です。

市内の産業大分類別 民営の事業所数、従業者数

産業大分類	事業所数		従業者数（人）	
	実数	構成比	実数	構成比
農業、林業	15	0.1%	192	0.1%
鉱業、採石業、砂利採取業	1	0.01%	6	0.004%
建設業	1,092	10.2%	7,774	5.5%
製造業	992	9.3%	23,885	16.9%
電気・ガス・熱供給・水道業	9	0.1%	630	0.4%
情報通信業	89	0.8%	911	0.6%
運輸業、郵便業	267	2.5%	8,813	6.2%
卸売業、小売業	2,735	25.7%	29,962	21.2%
金融業、保険業	172	1.6%	3,156	2.2%
不動産業、物品賃貸業	582	5.5%	2,960	2.1%
学術研究、専門・技術サービス業	438	4.1%	4,976	3.5%
宿泊業、飲食サービス業	1,236	11.6%	12,812	9.1%
生活関連サービス業、娯楽業	1,008	9.5%	5,710	4.0%
教育、学習支援業	429	4.0%	5,412	3.8%
医療、福祉	926	8.7%	17,679	12.5%
複合サービス事業	46	0.4%	1,689	1.2%
サービス業（他に分類されないもの）	620	5.8%	14,515	10.3%
合 計	10,657	100.0%	141,082	100.0%

出典：総務省・経済産業省「平成28年経済センサス活動調査」

施策の目的を達成するために取り組むこと（取組施策）

1 産業間連携の推進と地域経済の振興（産業振興課）

- ① 異業種交流会、6次産業化*等、市内の農業、商業、工業、観光産業が連携した取組を進めます。
- ② 関係団体等と連携し、川越ブランドの推奨に努めます。 ●関連 [No.52 時勢に応じた施策の推進]
- ③ 川越産農産物を活用した川越の「食」を市民や観光客に提供する取組を推進します。
- ④ 市民が市内で消費する機会を増やす取組として、飲食店と連携したイベント等を行います。

2 中小企業への支援の充実（産業振興課）

- ① 中小企業診断士による相談事業を実施するなど、事業を次世代に引き継ぐ事業承継の推進を図ります。
- ② 融資制度等の充実により、中小企業の経営基盤の強化等を図ります。
- ③ 高度な専門知識を持つ大学や公設試験研究機関等と連携し、新製品開発や新分野進出など、企業の経営革新が促進される環境づくりを進めます。
- ④ 生産性向上のための設備投資を支援し、人手不足の克服と経営力の強化を図ります。

3 創業支援の充実（産業振興課）

- ① 関係機関と連携し創業スクールを開催するなど、創業や第二創業*に対して支援を行います。
- ② 働く人が自ら出資し、運営し、働く、ワークーズコレクティブの設立支援を行います。



関係機関と連携した創業スクールの様子

指標	実績値（R1）	目標値（R7）
市内総生産額（億円／年）	12,523 (H29)	13,008
開設事業所数（事業所／年）	229 (H27)	265

* 6次産業化：1次産業者である農林漁業者が、加工等2次産業、流通・販売といった3次産業と一体化または連携して、自らが生産する農林水産物の付加価値を高める取組のこと。

* 第二創業：過去の経営を見直し、企業の構造を変えていくことで、現在の事業に何か工夫を加えることや新市場に進出すること、新事業に取り組むことなどを指す。

施策番号

29

就労の支援と労働環境の改善

目的

働きたい市民が就労することと、働きやすい環境を整えること。

施策を取り巻く状況

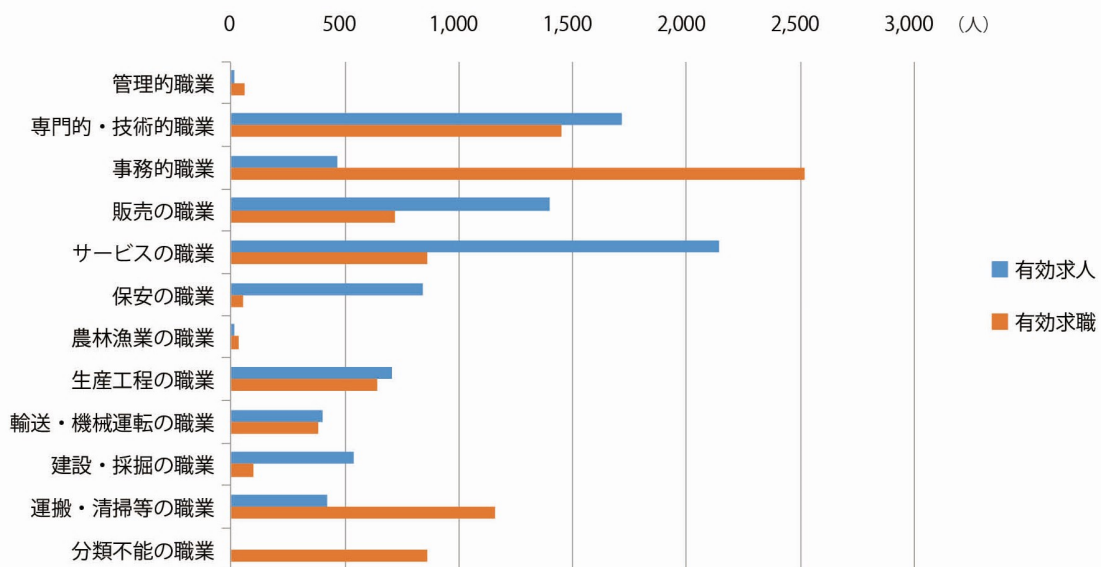
現 状

- ・雇用情勢は、職種によって差があるものの、令和元（2019）年度の本市の有効求人倍率の平均が県平均を上回るなど、高水準で推移してきました。なお、新型コロナウイルス感染症の拡大により、雇用情勢に影響が生じるものと考えられます。
- ・国は、長時間労働の是正、同一労働同一賃金の実現に向けた待遇改善など、働き方改革を推進しています。
- ・女性や高齢者、障害のある人の社会進出が進んでいます。
- ・埼玉労働局との協定により、川越しごと支援センターを設置し、職業相談、就職支援セミナー、就職面接会等の就労支援事業を一体的に実施しています。

課 題

- ・若者、女性、高齢者、障害のある人など、さまざまな求職者に対応した就労支援が必要です。
- ・求職者の仕事に対するさまざまなニーズと、企業の雇用に対するニーズのミスマッチを解消するための取組が必要です。
- ・働くことに踏み出せない若者やおおむね平成5年（1993）年から平成16年（2004）年までに学校卒業期を迎えた就職氷河期世代等に対する支援が必要です。
- ・安心して働くことができる労働環境と勤労者福祉の充実が求められています。

職業間ミスマッチの状況（川越公共職業安定所管内）



川越公共職業安定所調べ（令和2年10月）

施策の目的を達成するために取り組むこと（取組施策）

1 就労の支援（雇用支援課）

- ① 市と埼玉労働局、県等の関係機関が連携し、職業相談体制の充実を図ります。
- ② 関係機関と連携し、就職氷河期世代など、年齢層や職種等に応じた就労支援や資格取得等のセミナーの実施など、さまざまな求職者のニーズに対応した就労支援を行います。
- ③ 市内の大学等の教育機関や人材育成機関等と協力し、職業能力の向上や開発によって、就職を希望する人への支援に努めます。 ●関連 [No.1 少子化対策の推進]

2 労働環境の改善（男女共同参画課、雇用支援課）

- ① 労働トラブルの身近な窓口として、労働相談の充実を努めます。
- ② 労働に関する法律や労働安全衛生に関する知識の普及・啓発に努めます。
- ③ 仕事と家庭の両立が図られるよう、短時間労働や再雇用制度の普及、育児・介護休業の取得の促進等の啓発に努めます。

●関連 [No.1 少子化対策の推進、No.5 高齢者福祉の推進、No.41 男女共同参画の推進]

3 勤労者福祉制度の充実・促進（雇用支援課）

- ① 勤労者が豊かに暮らすことができるよう、文化・教養の向上、健康の増進や余暇活動の促進を図り、勤労者の総合的な福利厚生に努めます。
- ② 中小企業勤労者の退職金制度等の普及に努め、雇用の安定と福祉の充実を図ります。

4 川越でのしごと支援（産業振興課、雇用支援課）

- ① 地元で働きたい市民が川越で職を得られるよう必要な情報を提供し、地元産業への就業により職住近接につながる支援に努めます。 ●関連 [No.1 少子化対策の推進、No.5 高齢者福祉の推進]



川越しごと支援センター



相談員による就労相談の様子

指標	実績値（R1）	目標値（R7）
川越しごと支援センターが実施するセミナー参加者数（人／年）	1,274	1,800
川越しごと支援センターでの就職件数／紹介件数（％）	17.0	17.0

施策番号

30

農業の振興

目的 市民をはじめとした消費者に、安全で安心な農産物を安定的に供給するとともに、本市農業が活性化すること。

施策を取り巻く状況

現 状

- ・北部から東部にかけては水稲、南部には野菜、西部には水稲、野菜、果樹が主に栽培されているほか、市内では畜産業や花き栽培も行われています。
- ・本市の農産物は、大消費地である首都圏に供給されているほか、直売所等を通じて、市民等にも提供されています。
- ・「2015年農林業センサス」によると、農業就業人口は3,058人、平均年齢は65.4歳で前回調査に比べ農業就業人口の減少と高齢化が進んでいます。
- ・令和2（2020）年3月現在、市内の農業振興地域*内の農地は3,451haで、毎年減少が続いています。
- ・本市の農業者の多くが経営耕地面積1ha未満、農業収入100万円未満の小規模な農業者となっています。
- ・平成28（2016）年4月に「農業委員会等に関する法律」の一部が改正され、新たに「農地等の利用の最適化*の推進」が農業委員会の必須事務となっています。
- ・消費者の食の安全・安心や健康志向が高まっているほか、都市住民等から農業とのふれあいの機会が求められています。



田園風景



畑（小松菜）

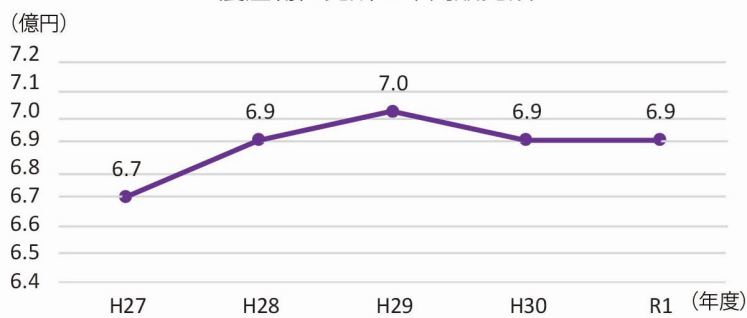
課 題

- ・後継者不足や農地の減少等、農業振興のうえでの課題の解決には、農業所得の向上のための取組が必要です。
- ・多数を占める小規模な農業者の営農活動や農地の維持に向けた施策を推進していく必要があります。
- ・本市の農業とふれあえる地域性を生かし、「農のあるまち川越」を充実させていく施策を進めていく必要があります。



果樹園

農産物直売所の年間販売額



川越市農政課調べ

* 農業振興地域：「農業振興地域の整備に関する法律」に基づき、都道府県が指定を行う、農業の健全な発展のために農業振興を図るべき地域。

* 農地等の利用の最適化：「担い手への農地利用の集積・集約化」、「遊休農地の発生防止・解消」、「新規参入の促進」による、農地等の利用の効率化及び高度化の促進を行うことをいう。

施策の目的を達成するために取り組むこと（取組施策）

1 食料の安定供給の確保（農政課）

- ① 水田農業、畑作農業、畜産業等を支援し、農業経営の安定化を図ります。
- ② 直売所や朝市、庭先販売等、地産地消を推進する取組を支援します。

●関連 [No.13 教育環境の整備・充実]

2 農産物のブランド化の推進（農政課）

- ① 伝統的手法や農薬・化学肥料を削減して栽培した野菜等、付加価値のある農産物の生産を支援します。
- ② PR やイベント等を通じて、川越産農産物のイメージアップと消費拡大を図ります。



川越産農産物
ロゴマーク

3 多様な担い手の育成・確保の推進（農政課）

- ① 人・農地プラン*の充実を図るとともに、認定農業者*等の中核的な担い手の育成を支援します。
- ② 地域単位での新たな営農組織等の設立を支援します。
- ③ 新規就農者や女性農業者、高齢農業者等、さまざまな農業の担い手を支援します。
- ④ 新たな担い手として、企業による農業参入の支援に努めます。

4 農地の有効活用（農政課）

- ① 農地の保全に努め、効率的な土地利用を促進します。
- ② 農業の有する多面的機能を維持・発揮できるよう、地域の共同活動等を支援します。
- ③ ほ場整備や農地の集積等を実施し、効率的な営農を図ります。
- ④ 農業集落排水処理施設を維持・管理し、農業用排水の水質保全と生活環境の改善を図ります。

●関連 [No.38 生活環境の保全]

5 農業とのふれあいの推進（農政課）

- ① 蔵 in ガルテン川越*において、グリーンツーリズム拠点の整備、運営を推進するとともに、本市グリーンツーリズムの推進体制の充実を図ります。
- ② 市民農園の設置や運営を支援し、市民等が農業とふれあう機会を創出します。

指標	実績値（R1）	目標値（R7）
農産物直売所の年間販売額（億円）	6.9	7.6
農業産出額（千万円／年）	1,045	1,500

*人・農地プラン：農業における人と農地の問題を解決するため、地域の話し合いを基に地域における農業プラン（未来設計図）を市が作成するもの。

*認定農業者：「農業経営基盤強化促進法」に基づき、市町村が策定した基本構想に示す効率的かつ安定的な農業経営を目指して、農業経営のための計画を作成し、市町村の認定を受けた者。

*蔵 in ガルテン川越：農業ふれあいセンターを中心に、伊佐沼や田園等の周辺の自然的景観や農業とのふれあいをコンセプトとしたグリーンツーリズムを推進するプロジェクトのこと。

施策番号

31

商業の振興

目的

市民の日常生活を支える商店街をはじめとした商業の発展と、川越の魅力を高める中心市街地の活性化を図ること。

施策を取り巻く状況

現 状

- ・「平成28年経済センサス活動調査」によると、市内には2,735件の小売業と卸売業の事業所がありますが、近年は経営者の高齢化が進行し、事業を引き継ぐ人材が不足しています。
- ・大規模小売店舗やインターネットでの買い物、決済のキャッシュレス化など、消費スタイルが多様化しています。
- ・生活に身近な商店が減少し、空き店舗が増加することで、商店街の衰退のほか、買い物が困難な状況になる市民の増加も想定されます。
- ・中心市街地は、商店街を中心とした商業機能や事務所等の業務機能が集積しているばかりではなく、歴史や文化の中心ともなっています。
- ・外国人観光客が増加しており、多くの外国人が商店街を訪れるようになってきました。ただし、新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大により、本市を訪れる外国人観光客数に影響が生じています。

課 題

- ・商店街の空洞化の背景にある経営者の高齢化や後継者不足、販売額の低迷等への対応が必要です。
- ・商店街には市民の日常生活を支える基盤としての機能や地域コミュニティの場としての役割のほか、地域経済の中心としてにぎわいを創出することが求められています。
- ・観光客の回遊性の向上など、中心市街地全体のさらなる活性化を進める必要があります。
- ・決済のキャッシュレス化等による販路拡大や外国人観光客への多言語対応が求められています。



川越市産業観光館（小江戸蔵里）



店頭に並ぶ川越ブランド商品等

施策の目的を達成するために取り組むこと（取組施策）

1 商店街への支援（産業振興課）

- ① 商店街の抱える経営者の高齢化や、後継者不足等の解決等に向けた取組を推進します。
- ② 商店街の空き店舗の活用を支援するなど、商店街の空洞化の解消に努めます。
- ③ さまざまなイベントやPR等の支援により、商店街のにぎわいを高めることで活性化を図ります。
- ④ 防犯カメラや街路灯の設置等の支援により、商店街の安全で安心な環境づくりを促進します。
●関連 [No.44 防犯対策の推進]
- ⑤ 霞ヶ関、新河岸、南大塚、南古谷の各駅周辺地域等については、地域住民に密着した商業地の形成につながる商店街等への支援を行います。
●関連 [No.19 市街地整備の推進]
- ⑥ 消費者のニーズを捉え、購買に結びつくような工夫がある魅力的な店舗を育成・支援し、商店街全体の魅力と活力の向上を図ります。

2 中心市街地の活性化（産業振興課、都市景観課）

- ① 回遊性の向上を図り、観光客を分散化させることで、中心市街地全体での活性化を図ります。
- ② 川越市産業観光館（小江戸蔵里）の機能を生かした管理・運営を推進するとともに、旧川越織物市場など、歴史的・文化的価値がある建物を活用するための手法について関係機関と検討を進めます。
●関連 [No.20 景観まちづくりの推進]

3 商業の発展と商業団体等への支援（産業振興課）

- ① 各種商業団体と連携するとともに、これらの団体が行う事業を支援します。
- ② 各地域の商業集積の現状を明らかにし、地域に見合った商業施策を検討します。



商店街でのイベントの様子

指標	実績値（R1）	目標値（R7）
小売業商品販売額（百万円／年）	347,887 (H28)	347,887
中心市街地の空き店舗数（か所／年）	62	60

施策番号

32

工業の振興

目的

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。

施策を取り巻く状況

現 状

- ・本市は、川越狭山工業団地、富士見工業団地、川越工業団地、川越第二産業団地等を有し、平成30年の製造品出荷額等が8,749億円と県内第4位の工業都市としての一面を有しています。
- ・「2019年工業統計調査」によると、市内工業事業所の従業者数は23,205人で、近年では横ばいで推移しています。また、従業者規模別の事業所数をみると、従業者30人未満の事業所が全体の約70%を占めています。
- ・都心に近く、また関越自動車道（関越道）や首都圏中央連絡自動車道（圏央道）からのアクセスがよいという利点があり、企業誘致を行う環境に恵まれています。
- ・市街地においては住宅と工場が混在した地域が存在し、また、既存工業団地等では用地が不足しています。
- ・市内に立地を希望する企業や、敷地の拡張を希望する市内事業所に対応できる工業用地が不足しています。

課 題

- ・市民等の雇用を担う、既存事業所の流出防止策や振興策が必要です。
- ・企業誘致を進めるに当たり、新たな工業用地の確保を積極的に進める必要があります。
- ・業種間の連携や創業支援等を通じて、ビジネスのしやすい環境整備を進める必要があります。
- ・事業所の廃止が増加する中、ものづくりの魅力を広め、優れた技術や技能を継承するための取組が求められています。



関越自動車道川越インターチェンジ

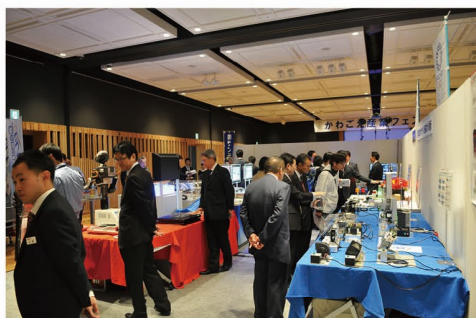
施策の目的を達成するために取り組むこと（取組施策）

1 企業・工業団体等への支援（産業振興課）

- ① 工業製品のブランド認定や、優れた技術が生かされた商品に対し、販路拡大等を支援します。
- ② 公的機関の産業支援情報や工場の立地情報など、企業の事業展開に役立つ産業情報の発信を行います。
- ③ 市内の工業団体の研修会や講習会等の活動を支援します。
- ④ 市内の事業所等に対して、経営相談等を通して支援に努めます。

2 企業誘致の推進（産業振興課）

- ① 優遇助成制度等の活用により、雇用創出効果や市内経済への波及効果の高い企業の誘致を進めます。
- ② 工業用地の確保と情報の発信を行います。 ●関連 [No.18 協働による計画的なまちづくりの推進]



かわごえ産業フェスタ



川越ものづくりブランド
認定マーク

指標	実績値（R1）	目標値（R7）
製造品出荷額等（百万円／年）	874,895（H30）	1,050,000
企業立地支援事業所*の累計数（事業所）	8	10
ものづくりブランド認定の累計数（件）	42	70

*企業立地支援事業所：川越市企業立地奨励金等制度の認定を受けた事業所。

施策番号

33

観光の振興

目的 観光による地域経済の活性化と、市民が誇りを持てる魅力ある観光都市を形成すること。

施策を取り巻く状況

現 状

- ・令和元（2019）年の訪日外国人旅行者数は3,188万人、訪日外国人旅行消費額は4兆8,135億円と、いずれも過去最高を記録しました。
- ・平成28（2018）年3月に、国は、観光を我が国の基幹事業へと成長させるべく「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、令和12（2030）年には訪日外国人旅行者数を6,000万人、訪日外国人旅行消費額を15兆円とする「観光先進国」の実現に向けた基本的な方針を示していますが、新型コロナウイルス感染症の影響から、国の動向を注視する必要があります。
- ・本市の令和元（2019）年の観光客数は775万7千人、そのうち外国人観光客数は31万3千人といずれも過去最高を記録しました。
- ・鉄道各社による相互直通運転、首都圏中央連絡自動車道（圏央道）や東京外環自動車道（外環道）の整備により、関東近県からのアクセスが向上しています。
- ・観光客のほとんどが日帰り観光客であり、平均滞在時間は約4時間となっています。

課 題

- ・年間を通して観光客が訪れる、魅力があふれる持続可能な観光都市を形成していく必要があります。
- ・観光情報の提供について、多種多様な方法を検討・実施していく必要があります。
- ・歩行者の安全性の確保など、観光客の受入環境の整備が必要です。
- ・市内中心部に集中している観光客の分散化を図る取組が必要です。
- ・川越の魅力を世界に発信する機会となる東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催を契機として、外国人観光客の誘致や、リピーターを増やす取組が必要です。
- ・観光を通じた地域経済の振興や観光振興に対する市民の理解を深め、協力や参加を得ることが必要です。

施策の目的を達成するために取り組むこと（取組施策）

1 戦略的な観光事業の推進（観光課）

- ① 農業、商業及び工業との連携を深め、ターゲットを明確にし、観光による地域経済の振興を見据えた特色ある事業を関係機関と推進します。 ●関連 [No.52 時勢に応じた施策の推進]
- ② 体験型観光を推進し、観光消費額の増加や満足度の向上を図ります。
- ③ 地域の特性を生かし、観光資源の発掘と有効活用を図るとともに、観光エリアの拡大、観光客の分散、リピーターの確保、滞在時間の延長、満足度の向上につながる事業を推進します。
- ④ 川越まつりなど、既存の観光事業の内容を充実させるとともに、郷土芸能の伝承、保存及び活用に取り組みます。 ●関連 [No.15 文化財の保存・活用]
- ⑤ ICTを活用したデジタルコンテンツによる観光情報の提供を行い、「小江戸川越」のPRを行います。 ●関連 [No.52 時勢に応じた施策の推進]
- ⑥ AIやIoT等の技術を生かした観光案内を提供するとともに、関係機関と協力して、国内外からの観光客へのおもてなしの向上を図ります。

2 外国人観光客の誘致（観光課）

- ① 外国人観光客に向けた効果的な観光情報の提供を行い、誘客を促進します。
- ② 訪日外国人旅行者数6,000万人(2030年)の目標を掲げる国の各施策との連携を図りながら、受入環境の整備を進めます。 ●関連 [No.52 時勢に応じた施策の推進]

3 観光環境の整備（観光課）

- ① 歴史的価値がある建物の活用を関係機関と調整を図りながら推進します。
- ② 商店街等の関係団体と協力し、観光客のマナー啓発に取り組むとともに、誘客に起因する課題の解決に取り組みます。
- ③ 観光サイン、公衆トイレ等の維持管理等に努めることで、快適で安心な観光ができる環境づくりを図ります。 ●関連 [No.22 交通ネットワークの充実]
- ④ 多様なニーズに対応した観光案内サービスの提供を進めます。



川越駅観光案内所

4 広域観光の推進（観光課）

- ① 他の地方公共団体や観光関係者等とのネットワークを積極的に構築し、関係する地域の特性を生かした広域観光に取り組めます。 ●関連 [No.51 広域的な連携の推進]

5 市民参加型観光の推進（観光課）

- ① まつりやイベント等への市民の参加を通じて、地域や市民のつながりを強めるとともに、観光客との交流を促進します。 ●関連 [No.39 地域コミュニティ活動の推進]

指標	実績値 (R2)	目標値 (R7)
観光客数 (万人/年)	385.0	750.0
観光客のリピーターの割合 (%)	64.5	60.0
外国人観光客数の割合 (%)	1.0	3.0
観光時間半日以上観光客割合 (%)	69.5	65.0

