

# 第2次 上尾市 産業振興ビジョン

令和8(2026)年度～令和17(2035)年度

～豊かな暮らしと産業の持続的な発展を支える  
活力のあるまち あげお～ を目指して



## 第2次上尾市産業振興ビジョンの策定にあたって

本市では、平成26年に「上尾市産業振興ビジョン」を策定し、地域産業の活性化と持続可能な発展を目指して取り組んでまいりました。しかしながら、人口減少や少子高齢化、デジタル技術の急速な進展、さらには新型コロナウイルス感染症の拡大や不安定な国際情勢など、この10年間で社会経済環境は大きく変化し、産業を取り巻く課題は複雑化しています。こうした変化に対応し、地域の強みを活かしながら未来を切り拓くため、このたび、今後10年間を見据えた「第2次上尾市産業振興ビジョン」を策定いたしました。

本市の産業は、交通利便性に優れた立地を背景に、製造業を中心に発展してきました。特に金属製品や輸送用機械などの産業は、市内経済を支える重要な柱であり、その技術力と品質は全国的にも高く評価されています。また、商業やサービス業の集積が進んだことにより、生活利便性が向上し、都市としての魅力も高まっています。これらは、本市の産業の強みであり、未来への挑戦を支える確かな基盤です。

今後の10年間は、さらなるデジタル化の進展や、カーボンニュートラルへの対応、グローバル競争の激化など、企業にとって大きな転換期を迎えます。本市では、こうした変化を新たな成長の機会と捉え、今回の改定にあたっては、「豊かな市民生活を支える産業振興」「新たな分野へのチャレンジと持続的発展を支える産業基盤の整備」「地域資源を活用した魅力とにぎわいの創出」を基本方針とし、本市の目指すべき姿である「豊かな暮らしと産業の持続的な発展を支える活力のあるまち あげお」の実現に向け、本市産業のさらなる発展に資する施策を全力で推進してまいります。

結びに、本ビジョンの策定にご尽力いただきました上尾市産業振興会議委員の皆様をはじめ、策定にあたり貴重なご意見をお寄せいただいた市民ならびに事業者の皆様から心から感謝申し上げます。

令和8年3月

上尾市長 畠山 稔





# 目次

第1章 新たなビジョンの策定にあたって	2
①第2次上尾市産業振興ビジョン策定の趣旨	2
②産業の定義	2
③本ビジョンの位置付け	3
④本ビジョンの計画期間	4
⑤前ビジョンの実績及び評価・検証	4
第2章 本市を取り巻く現状と課題	5
①社会・産業環境	5
②産業構造	11
③産業別の現状と課題	22
第3章 体系骨子の立案	26
①目指すべき姿（将来像）の設定	26
②SWOT分析の実施	27
③基本方針の精査	31
④第2次上尾市産業振興ビジョンの体系	32
第4章 目指すべき姿（将来像）と基本方針	34
①目指すべき姿（将来像）	34
②基本方針	34
第5章 施策	35
①基本方針（1）豊かな市民生活を支える産業振興	35
②基本方針（2）新たな分野へのチャレンジと持続的発展を支える産業基盤の整備	40
③基本方針（3）地域資源を活用した魅力とにぎわいの創出	49
第6章 ビジョンの実現に向けた推進体制	53
資料	56
■ 第2次上尾市産業振興ビジョン策定の経過	56
■ 名簿	58
■ 用語解説	60

## 1 第2次上尾市産業振興ビジョン策定の趣旨

本市では、農業、商業、工業、観光における産業振興の将来像と方向性を定めた「上尾市産業振興ビジョン」を平成26年3月に策定し、地域経済の安定化や産業競争力の強化、新たなまちの魅力の創出などを図ってまいりました。前ビジョンの策定から10年が経過し、コロナ禍を契機に消費活動やビジネス形態の変化、デジタル化の加速など、産業構造は大きく変化しました。また、労働力不足やSDGs、カーボンニュートラルなど、事業者には新たな社会課題への対応も求められています。こうした状況を踏まえ、あらためて産業振興の将来像を定めるため、新たなビジョンを策定しました。

本市の産業が持続的な発展を続け、魅力的なまちであり続けるためには、事業者・市民・関係団体・各支援機関など、産業に関わる様々な主体同士が連携し、変化し続ける多様なニーズに対応していくことが重要です。

本ビジョンでは、前計画で取り組んできた目標や施策を整理するとともに、新たな目標を設定しました。本市の産業が目指すまちの姿を明らかにするとともに、各主体がその目標を共有し、市内産業の持続的な発展を図っていくため、本市の産業振興の体系及び施策案・方向性を示します。

## 2 産業の定義

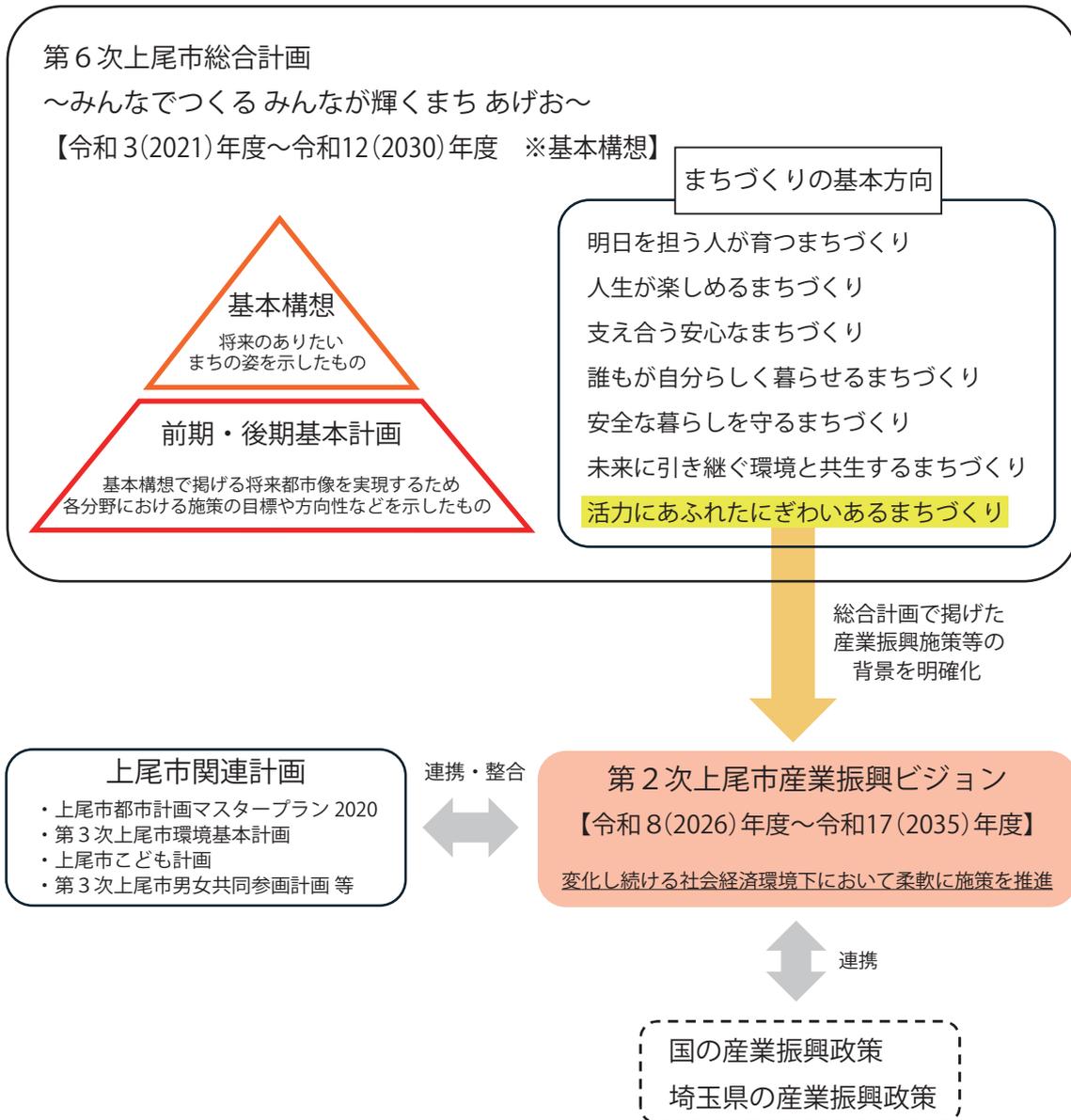
本ビジョンでは、前ビジョンと同様に産業の範囲を広くとらえ、農業、商業、工業、観光とそれに関連する産業分野をすべて対象とします。





### 3 本ビジョンの位置付け

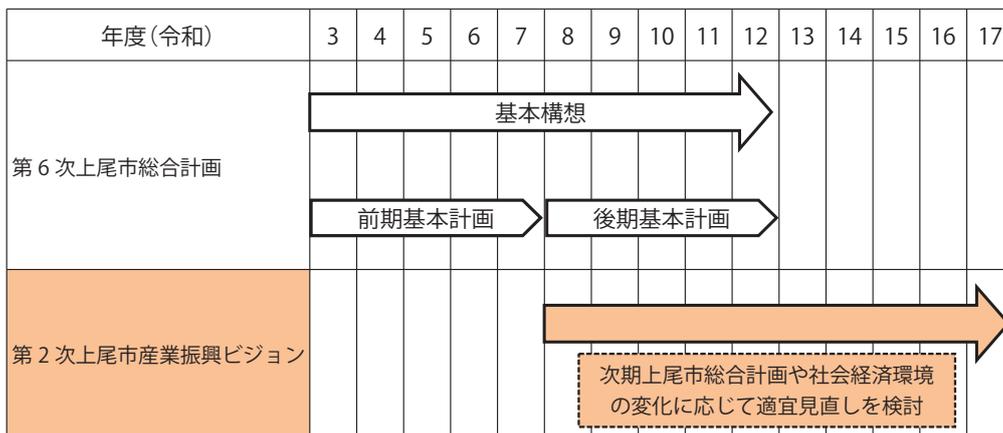
本ビジョンは、第6次上尾市総合計画における将来都市像「みんなで作る みんなが輝くまち あげお」の実現に向けた、産業振興における個別のビジョンとして策定します。



## 4 本ビジョンの計画期間

本ビジョンの計画期間は10年間（令和8年度～令和17年度）とします。

なお、次期上尾市総合計画や社会経済環境の変化に応じて、適宜見直しを検討します。



## 5 前ビジョンの実績及び評価・検証

前ビジョンでは、第5次上尾市総合計画におけるまちづくりの基本方向「たくましい都市活力づくり」の実現に向け、①既存の産業のバージョンアップ、②新たな交流・連携の推進、③ブランド化の推進、の3つの基本方針を定め、取り組むべき施策を推進するための130の個別事業を掲げました。

また、経済状況や社会情勢の変化、国や県の動向などを踏まえ、ビジョンの実現に向けた産業振興の方策を検討するため、学識経験者や地域の産業振興に関わる市、市内事業者、市民、産業関連団体、産業支援機関などで構成される上尾市産業振興会議を組織し、農・商・工・観の各産業に係る様々な施策について協議してきました。

前ビジョンに提示した施策や事業について、①各産業（農・商・工・観）の課題についてアプローチの方向性は合っていたか、②産業振興の基本方針と各産業（農・商・工・観）の目指すべき姿に寄与したか、③次期ビジョンにおいても必要か、以上の3点について、令和5（2023）年度の上尾市産業振興会議において評価・検証を行いました。

その結果は、①アプローチの方向性は合っている、②寄与度は高い、という意見が多くを占め、③についても引き継ぐ事業は多い、という内容でした。

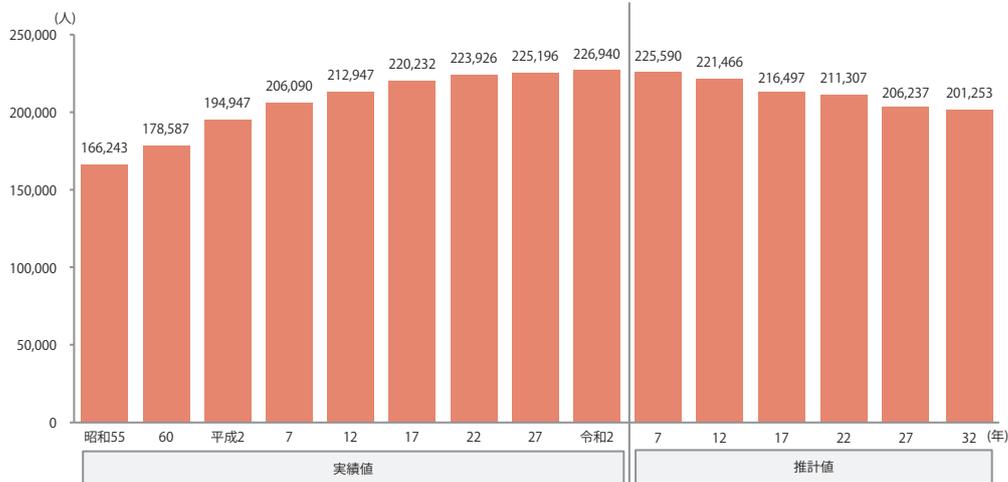
このことから、前ビジョンにおいて掲げた施策や事業の多くは、時代に即した内容にブラッシュアップし、本ビジョンへ引き継ぐものとなりました。

1 社会・産業環境

1 | 人口構造

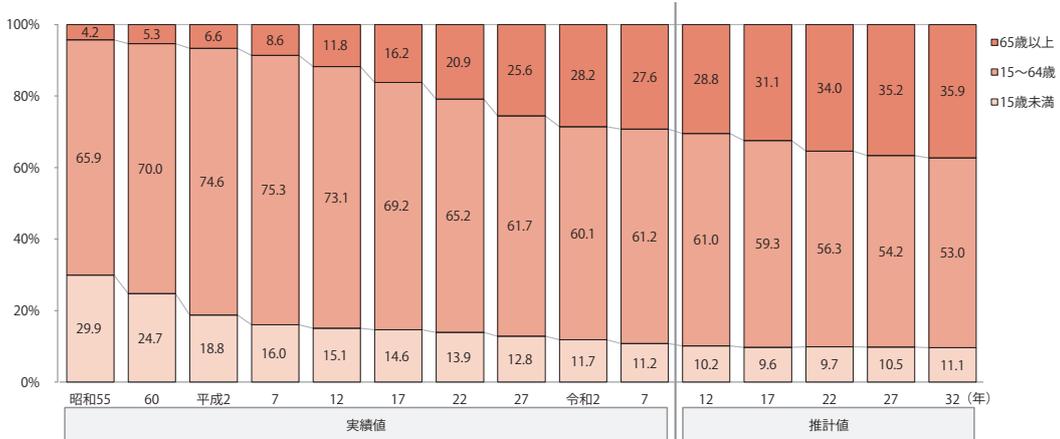
国勢調査の人口推計を見ると、本市の人口は、令和2（2020）年は226,940人となっており、今後は、令和32（2050）年にかけて緩やかに減少を続けていくことが予想されています。このうち、65歳以上の高齢者の割合は令和7（2025）年時点で27.6%となっており、平成22（2010）年に20%を超えて以降、増加を続けています。一方、生産年齢人口（15～64歳）は、令和7（2025）年時点で61.2%であり、今後、令和32（2050）年にかけて減少が続いていくことが予想されます。

■本市の人口の推移



出典：国勢調査、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」（※推計値）

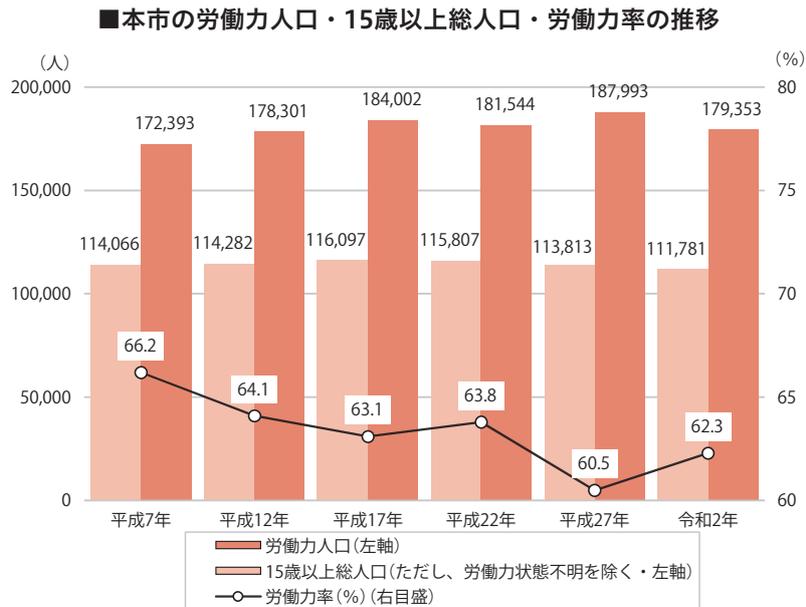
■本市の年齢階級別人口構成比の推移



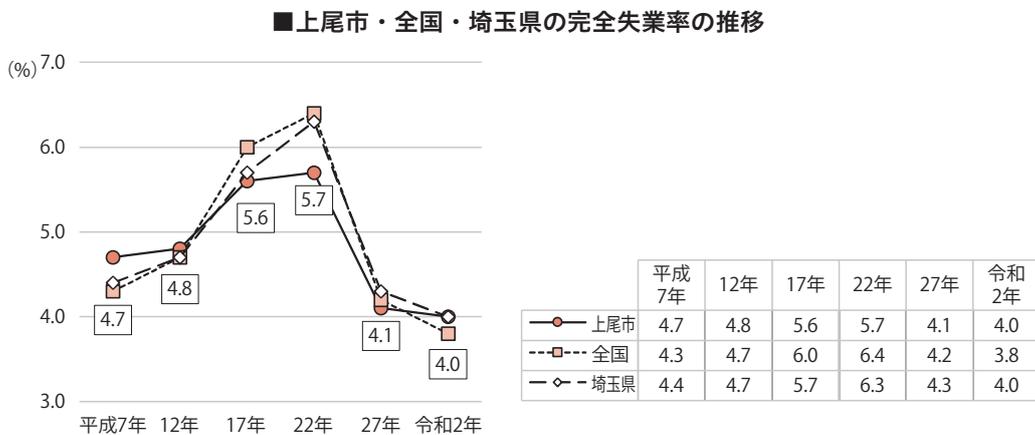
出典：国勢調査、第6次上尾市総合計画後期基本計画（※推計値）

## 2 | 就業と雇用動向

本市の労働力人口（15歳以上で、労働の意思と能力を持つ就業者と、意思と能力はありながらも何らかの都合で就業できずにいる完全失業者との合計）は、平成7（1995）年以降、増加を続けてきましたが、平成22（2010）年には減少に転じ、以降減少が続いています。今後は、少子高齢化及び人口減少の影響から、さらに労働力人口が減少することが予測されます。



本市の完全失業率（労働力人口に占める完全失業者の割合）は、平成12（2000）年までは4%台にとどまっていたが、平成17（2005）年以降増加し、平成22（2010）年には、5.7%まで進みました。しかし、その後は平成27（2015）年には4.1%まで下がり、全国や埼玉県と同様の動きを見せています。





### 3 | 税収の推移

本市の税収入は、コロナ禍の影響を受けながらも、平成29（2017）年度から令和5（2023）年度にかけて、緩やかながら増加傾向を見せていましたが、令和6（2024）年度は減少に転じました。これは、個人市民税の減収が影響しています。企業活動による法人市民税の税収は堅調な一方、個人市民税については、生産年齢人口の減少などによる税収減が今後懸念されます。

■上尾市税の推移



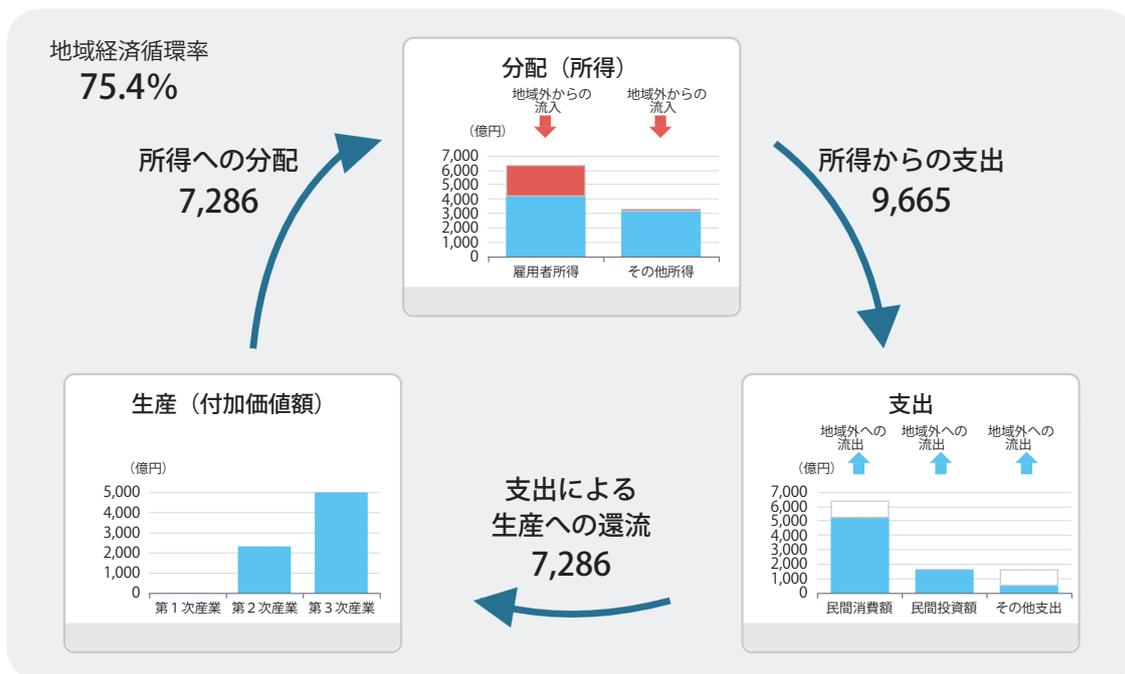
出典：埼玉県「市町村税財政資料集」

### 4 | 経済・産業情勢

地域経済や産業の状況を把握する一つの手法として、地域経済循環図があります。地域経済循環図とは、地域のお金の流れを①「生産（付加価値額）」、②「分配（所得）」、③「支出」の3つの経済活動を通じて可視化するものです。地域外へのお金の流出や、地域外からのお金の流入のほか、地域の経済活動を俯瞰して把握することができます。市内企業が創出した付加価値のうち、どの程度が市内を循環し、再投資に回っているか（域内循環率）を見ると、令和4（2022）年の市内における付加価値の域内循環率は75.4%で、24.6%が市外に流出しています。地域経済循環図から本市の産業の特徴を見ると、上尾市の「生産（付加価値額）」は、第三次産業が突出しており、「支出」面では民間消費額、民間投資額ともに地域外へ流出しています。また、「分配（所得）」を見ると、雇用者所得の流入が目立っています。このことから、本市から市外へ多くの人が働きに出ていることがわかります。

本市の経済を継続的に維持、活性化していくためには、地域経済循環率をさらに高める必要があります。地域で生産される農産物、工業製品の部品等を地域内で調達し、出来上がったモノを地域で消費する活動を高めることなどが必要ですが、そのためには、地域で生まれ育った若者が地域内で就職する割合を高めることや、地域外から生産年齢人口を地域内に取り込むことが重要です。

## ■地域経済循環図 令和4（2022）年 上尾市



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）

本市では、地域経済、産業の現状を把握する目的から、令和7（2025）年1月に、市内に事業所を有する商工業者と、農業収入50万円以上の市内の販売農家を対象にしたアンケートを実施しました。調査の結果では、経営環境面における課題として、「仕入れコストの上昇」、「人材採用・確保」、「人件費の高騰」、「設備（店舗）の老朽化」、「事業承継・後継者」の順番で高い回答割合を得ました。原材料、エネルギーコストの上昇を背景に、物価上昇の影響を本市の多くの企業が受けています。また、生産年齢人口の減少が進む中、中小・小規模事業者が多い市内企業では慢性的な人手不足が懸念されています。アンケートの調査結果では、事業承継についても、「継続するつもりがない（廃業予定）」と回答した企業が28.5%に達しています。

一方、販売農家を対象にしたアンケートにおいても、後継者について、38%が「家族内又は家族外にいる」と回答を得た一方で、「いない・決まっていない」が62%と6割を超えました。さらに、現在の農業の担い手について、回答者の半数近い45%が「いない」、42%が「わからない」と回答しています。

地域経済循環率を高めるためには、これら事業者の足元の課題解決に真に向き合うことが求められます。特に人材対策については、経営の新陳代謝も念頭に、行政はもとより、関連するステークホルダーによる様々な支援が求められます。



## 5 | 都市環境

都市環境の形成に必要な条件として、交通利便性の高さが求められます。本市は、都心から約35km圏内に位置しており、交通利便性に優れています。市の中心をJR高崎線が通り、1970年代から急速に宅地開発が進み、現在では、広い道路と整然と区画された市街地が広がっています。また、市の東部を走る東北新幹線の高架軌道に沿って埼玉新都市交通が通り、沿線において住宅・商業開発が進んでいます。平成13（2001）年には、湘南新宿ラインが運行を開始したことで、乗り換えなしで池袋、新宿、渋谷などの都心ターミナルへ直通で行けるようになり、都心部の主要ターミナルに直結された環境にあります。道路網については、平成28（2016）年に上尾道路が開通したほか、高速埼玉中央道路（新大宮上尾道路）延伸が計画されています。また上尾南インターチェンジや上尾北インターチェンジの設置構想や圏央道への直結が予定されており、今以上に利便性が高まることが予想されています。本市はこうした交通利便性に優れていることから、人口移動に基づく都市形成に必要な機能を備えており、今後も商業、工業などにおける継続的な発展が見込まれます。

## 6 | 前ビジョン策定以降の国の産業振興政策の展開

### ① 産業競争力強化

平成25（2013）年12月に制定された「産業競争力強化法」は、平成26（2014）年より本格運用されました。法の目的は、日本企業の競争力の強化と新事業創出を促進することであり、具体的には、新技術や新サービスの実証実験（フィールドテスト）を可能にする規制特例や、ベンチャー企業及び中小企業への投資促進、官民ファンドの活用、製造業や先端産業の国際競争力向上を目的とした設備投資、技術開発支援の施策が講じられました。

これらの施策により、企業の新事業展開やイノベーション創出を後押しし、日本経済の成長基盤強化が図られました。

### ② 地域未来投資促進法による地方創生

平成29（2017）年に施行された「地域未来投資促進法」に基づき、自治体が国の同意を得て地域経済牽引事業計画を策定し、企業の立地や設備投資を支援する仕組みが整備されました。これにより、補助金や税制優遇措置を通じて、産業集積の形成や高度製造技術の地域展開が進展しました。

### ③ 産業競争力強化法の改正

令和6（2024）年9月の産業競争力強化法改正では、従業員2,000人以下の「中堅企業」を対象に、事業再構築や成長投資を促進するための支援策が強化されました。改正の背景には、人口減少や国際競争力の激化に対応し、中堅企業の生産性向上と事業拡大を後押しする狙いがあります。具体的には、M&A支援、設備投資補助、税制優遇措置などの制度が拡充され、地域経済の中核を担う中堅企業の競争力強化が図られています。

#### ④ 基本政策2025と経済安全保障の重視

令和7（2025）年6月に策定された「基本政策2025」は、政府の成長戦略と経済安全保障を統合し、地方創生の加速を図るものです。国際的な供給網リスクや地政学的課題への対応を背景に、企業の国内回帰や戦略的産業の誘致を推進し、半導体・蓄電池など重要物資の安定的供給の強化を重点課題としています。また、地域経済の自立性を高めるため、地方への投資促進や産業集積の形成を支援する施策が盛り込まれています。

## 7 | 前ビジョン策定以降の埼玉県の産業振興政策の展開

### ① 地域未来投資促進計画と製造業支援

埼玉県は、平成29（2017）年12月に国の同意を得て「地域未来投資促進法」に基づく基本計画を策定し、令和元年以降、製造業や流通加工業の集積推進を重点に、地域産業の高度化を進めています。具体的には、デジタル化やカーボンニュートラル対応、観光産業の付加価値向上など、多様な分野で企業の設備投資や新拠点整備を支援する施策を展開しています。

### ② ものづくり産業支援の強化

埼玉県は、令和7（2025）年度に向けて「次世代ものづくり産業支援」を拡充し、製造業の競争力強化と環境対応を推進し、DXやカーボンニュートラル対応、カーボンフットプリント導入支援、これらに加えて、実証実験や専門研修を組み合わせ、県内企業のGX・DX対応を総合的に後押しする体制を整備しています。

### ③ 産業支援機関の統合と充実

埼玉県は、令和6（2024）年に技術総合センター、産学連携機関、知財支援機関など複数の産業支援機能を統合し、「ものづくりイノベーション支援センター埼玉」を開設しました。

この統合により、技術開発支援、知的財産活用、産学官連携をワンストップで提供する体制を構築し、県内企業の研究開発力強化と新製品創出を総合的に後押ししています。

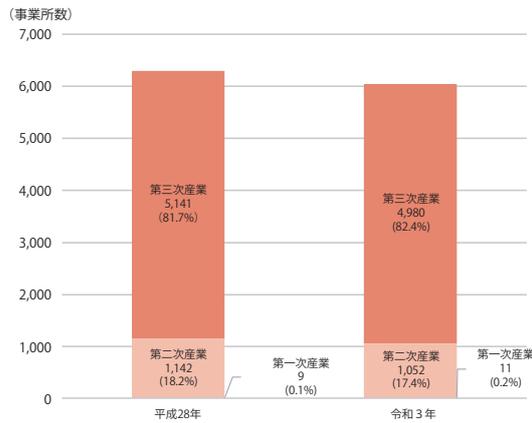


## 2 産業構造

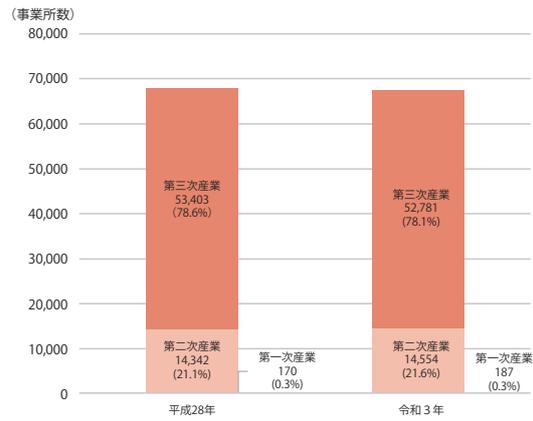
### 1 | 本市の産業構造

本市の産業構造を見ると、第三次産業（卸売業・小売業、飲食店、サービス業など）が事業所数、従業者数ともに全体の約8割を占めており、主要な産業となっています。

■産業分類別事業所数比率



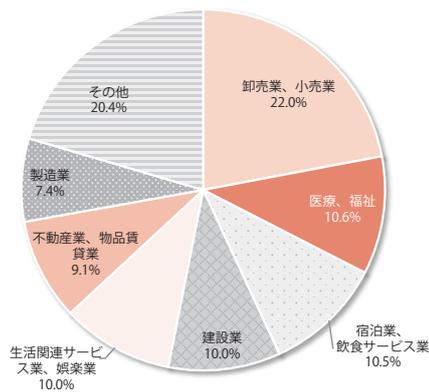
■産業分類別市内従業者数比率



出典：平成28（2016）年、令和3（2021）年 経済センサス

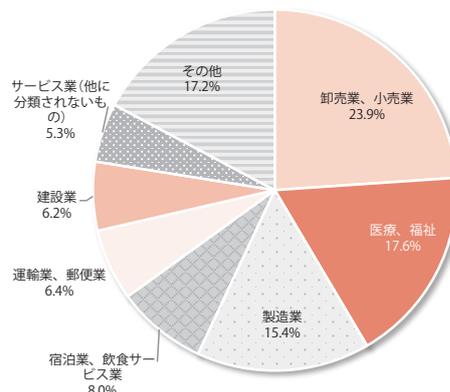
市内事業所の状況を見ると、事業所数は、卸売業・小売業、医療・福祉、宿泊・飲食サービス業、建設業、生活関連サービス業・娯楽業の順に多くなっています。また、従業者数では、卸売業・小売業、医療・福祉、製造業、宿泊・飲食サービス業、運輸業・郵便業の順となっています。

■産業分類（中分類）別事業所数比率



出典：令和3（2021）年 経済センサス

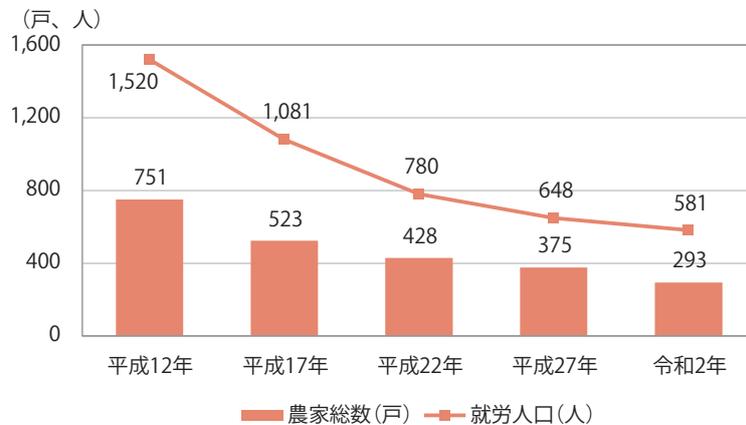
■産業分類（中分類）別従業者数比率



## 2 | 農業

本市の農業を見ると、農家総数、就労人口はともに減少傾向にあります。農家総数は、平成12（2000）年の751戸が令和2（2020）年には293戸となり、過去20年間で458戸が減少し、61.0%の減少率となっています。就労人口は、平成12（2000）年の1,520人が令和2（2020）年には581人となり、過去20年間で939人が減少し、61.8%の減少率となっています。また、農業従事者の平均年齢を見ると、平成12（2000）年の56.5歳が令和2（2020）年には66.8歳となり、20年間で10.3歳の高齢化が進んでいることがわかります。農業の担い手不足が深刻化していくなか、次代の農業を担う多様な後継者の育成や、農業に取り組みやすい環境の整備が求められます。

■ 農家総数と就労人口の推移

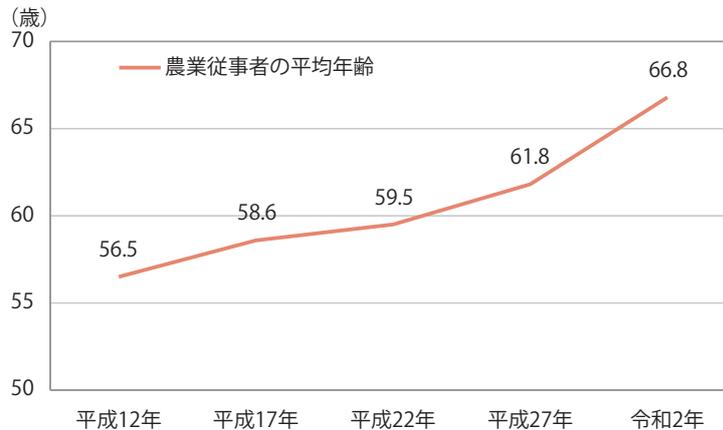


出典：農林業センサス

※農家総数は、販売農家のみ。

就労人口は、平成12、17、22、27年は販売農家、令和2年は農業経営体（総数）において、農業に60日以上従事した世帯員、役員・構成員（経営主を含む）数。

■ 農業従事者の平均年齢の推移



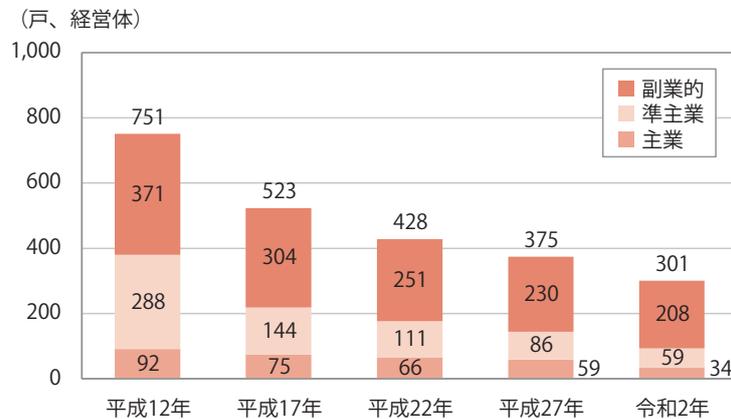
出典：農林業センサス

※平成12、17、22、27年は販売農家、令和2年は農業経営体における農業従事者。



令和2（2020）年の農業を主業とする主業農家数は、34経営体あり、全301経営体に占める割合は11.3%となっています。また、準主業は59経営体で19.6%、副業的農家が208経営体で69.1%となっています。

### ■経営体別農家数の推移

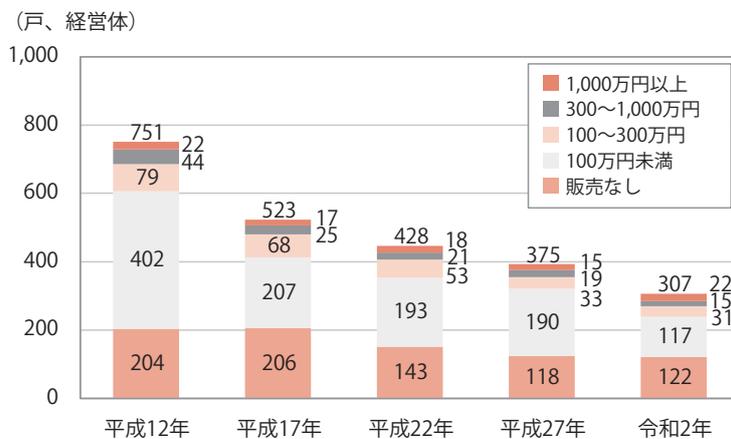


出典：農林業センサス  
 ※平成12、17、22、27年は販売農家（戸）、令和2年は農業経営体（個人経営体）。

※主業農家は、販売農家のうち、農業所得が主（農家所得の50%以上が農業所得）で、調査期日前1年間に自営農業に60日以上従事している農家。  
 準主業農家は、販売農家のうち、農外所得が主（農家所得の50%未満が農業所得）で、調査期日前1年間に自営農業に60日以上従事している農家。  
 副業的農家は、販売農家のうち、調査期日前1年間に自営農業に60日以上従事している65歳未満の世帯員がいない農家。

令和2（2020）年の農業経営体の農産物販売金額規模別を見ると、「販売なし」が最も多く122経営体あり、全体の39.7%を占めています。次いで販売金額100万円未満の農業経営体が117経営体となっており、この2区分で全体の77.9%を占めています。一方、販売金額1,000万円以上の農業経営体は22経営体と、全体の1割未満にとどまります。

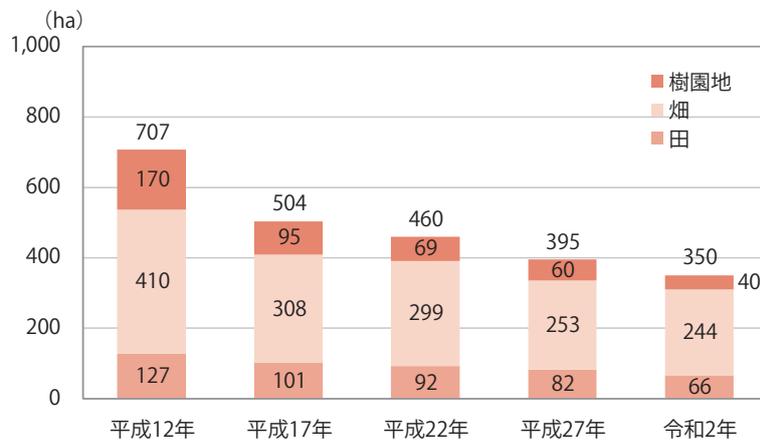
### ■販売金額規模別農業経営体の推移



出典：農林業センサス  
 ※平成12、17、22、27年は販売農家（戸）、令和2年は農業経営体（個人経営体）。

令和2（2020）年の農業経営体の経営耕地面積を見ると、畑が244haで、全体の69.7%を占めています。また、田は66ha（18.9%）、樹園地は40ha（11.4%）となっています。

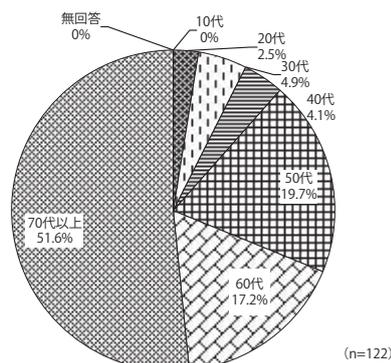
■ 農業経営体の経営耕地面積の推移



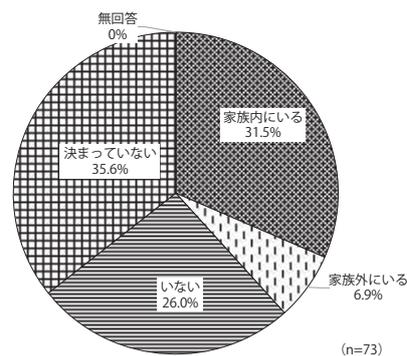
出典：農林業センサス

※平成12年は総農家数、平成17年以降は農業経営体。

■ 農業従事者の年齢



■ 農業後継者の有無



出典：市内農業者アンケート（令和7年）

令和7（2025）年1月に市内農家を対象に実施した「農業者アンケート」の結果を見ると、農業従事者の過半数（51.6%）が70代以上となっています。一方、後継者がいる農家は4割弱にとどまっており、後継者がいない、もしくは決まっていない農家が半数以上を占めています。



### 3 | 商業

本市の商業は、平成16（2004）年以降、事業所数は減少傾向にあります。一方、年間商品販売額は平成16（2004）年から平成24（2012）年まで減少傾向にありましたが、平成26（2014）年以降は増加に転じています。また、売場面積も平成24（2012）年以降増加を見せており、このことから、大型商業施設の出店が影響しているものと考えられます。

■事業所数と年間商品販売額の推移

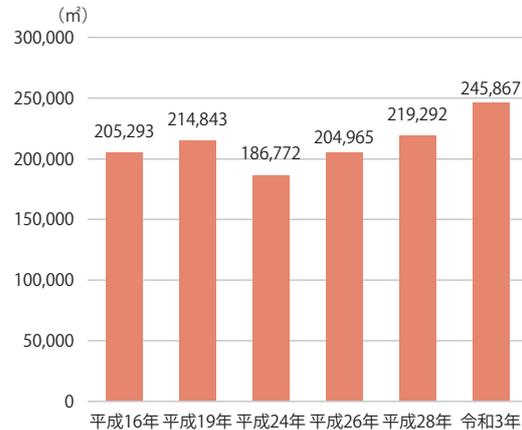


出典：平成16（2004）年、19（2007）年、26（2014）年は商業統計。平成24（2012）年、28（2016）年、令和3（2021）年は経済センサス。

■従業者数の推移



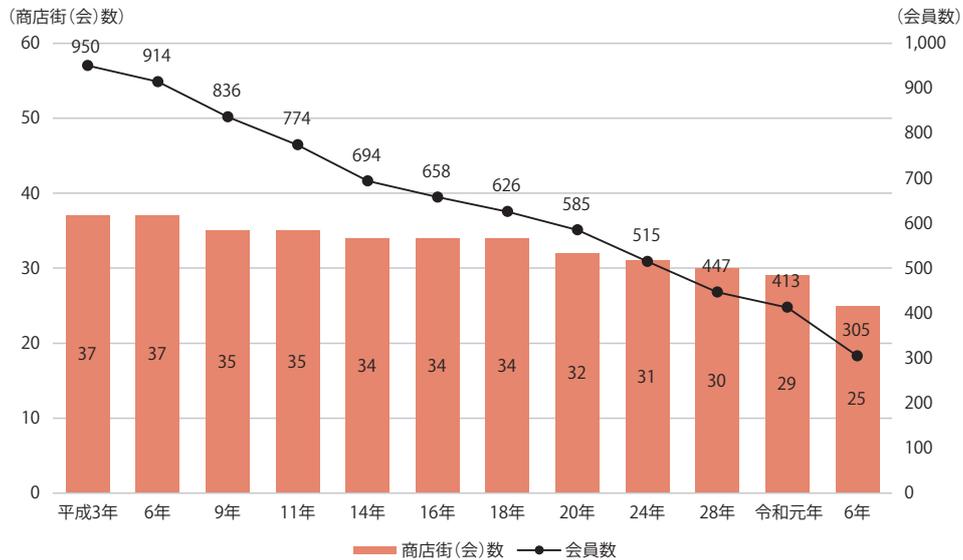
■売場面積の推移



出典：平成16（2004）年、19（2007）年、26（2014）年は商業統計。平成24（2012）年、28（2016）年、令和3（2021）年は経済センサス。

本市の商店街（会）数は、高度経済成長期の人口増加とともに増加しましたが、消費者のライフスタイルの変化や少子高齢化の影響、また、近年、増加傾向にある郊外型ショッピングセンターとの競争などから、減少傾向が続いています。

■商店街（会）数と会員数の推移



出典：上尾商店街連合会

■市内大型小売店舗（令和6（2024）年時点）

No.	店舗名	売場面積 (㎡)	No.	店舗名	売場面積 (㎡)
1	上尾ショッピングアヴェニュー PAPA	19,796	19	マルエツ上尾井戸木店	1,548
2	丸広百貨店上尾店 (上尾東口ショッピングセンター)	19,763	20	でんきち上尾店	1,499
3	バリュープラザ上尾愛宕店	18,868	21	ライコランド埼玉店	1,496
4	イトーヨーカドー上尾駅前店	17,100	22	サンドラッグ上尾春日店	1,479
5	ショーサンプラザ専門店会		23	タカハシ上尾店	
6	セキチュー上尾店	14,002	24	ヤオヒ口浅間台店	1,418
7	ビバホーム上尾店	6,049	25	生活協同組合コープみらい コープ今泉店	1,362
8	(株)ベイシア上尾平塚店	5,608	26	ファッションセンターしまむら西上尾店	1,325
9	ベルク上尾春日店	2,842	27	パシオス上尾店	1,265
10	いなげや上尾沼南店	2,794	28	紳士服コナカ上尾店	1,153
11	生活協同組合コープみらい コープニツ宮店	2,525	29	A-GEO タウン	1,917
12	エディオン西上尾店	2,466	30	アリオ上尾 (DCM ホームマック上尾店を含む)	31,010
13	ベルク上尾東店	2,167	31	ケーズデンキ上尾店	6,262
14	ケーヨーデイツー上尾店	1,976	32	ヤマダデンキテックランド上尾店	4,978
15	コジマ×ビックカメラ上尾春日店	1,820	33	西上尾第二団地中心施設	1,051
16	ヤオヒ口上尾東店	1,793	34	イオンモール上尾	22,650
17	生鮮市場 TOP 小敷谷店	1,708	35	ダイレックス上尾今泉店	1,755
18	ドラッグストアセキ平塚店	1,597			

出典：上尾市調べ



■商店街連合会会員一覧（令和6（2024）年時点）

地区	商店街（会）名	平成24年 会員数	令和6年 会員数	増減数
上尾西	(協)上尾モンシェリー	15	17	2
	上尾柏四繁栄会	15	6	▲9
	谷津一番街	3	3	0
	ショーサン通り商店街	19	16	▲3
	ショーサンプラザ専門店会	53	44	▲9
	柏座三丁目商店会	3	0	▲3
	計	108	86	▲22
上尾東	上尾仲町商店会	33	26	▲7
	すずらん通り商店会	15	9	▲6
	上尾市役所通り商店街	25	5	▲20
	上尾愛宕商店会	38	34	▲4
	アリオベール上尾デパート館出店者会	12	8	▲4
	アリオベール上尾サロン館出店者会	20	20	0
	中山道第一のれん街	19	11	▲8
	アッピー通り商店街	8	0	▲8
	東口駅前大通り商店会	24	0	▲24
計	194	113	▲81	
平方	平方商店会	20	18	▲2
大石	夕日が丘通り商店会	12	7	▲5
	西上尾第二団地名店会	8	7	▲1
	西上尾商友会	16	7	▲9
	弁財商栄会	22	11	▲11
	小敷谷商友会	10	6	▲4
	井戸木商店会	8	5	▲3
	東急ショッピングセンター会	15	0	▲15
	計	91	43	▲48
原市	原市団地北口商店会	6	6	0
	尾山台商栄会	11	8	▲3
	原市大通り商店会	14	4	▲10
	原市団地西口商店会	5	4	▲1
	原市南商栄会	23	16	▲7
	原市六区北商店会	16	7	▲9
	計	75	45	▲30
大谷	今泉中央商店会	10	0	▲10
-	上尾サービスシール(協)	17	0	▲17
	合計	515	305	▲210

出典：上尾商店街連合会

## 4 | 工業

平成23（2011）年から令和5（2023）年の本市の製造品出荷額等は増加傾向にあるものの、平成27（2015）年以降は上位10位圏外にあります。また、工場数及び従業員数は同期間において概ね維持しています。

■製造品出荷額等の上位10市町村（埼玉県内）

単位：万円

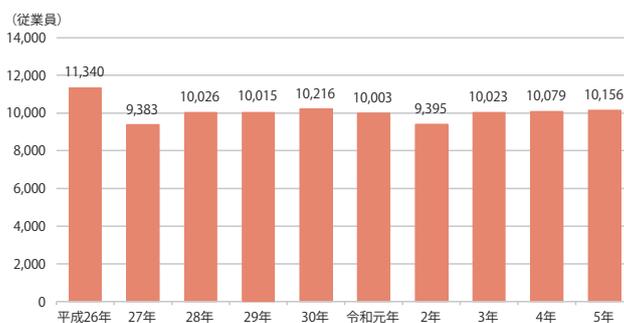
	平成23年	平成27年	令和元年	令和5年
1	川越市 93,703,632	川越市 109,753,688	狭山市 107,565,958	狭山市 130,233,114
2	狭山市 92,599,426	さいたま市 87,936,729	熊谷市 96,078,988	熊谷市 106,531,404
3	さいたま市 81,617,518	熊谷市 86,456,997	さいたま市 88,919,557	川越市 87,815,076
4	熊谷市 78,896,420	狭山市 83,032,078	川越市 84,079,735	さいたま市 87,290,829
5	深谷市 61,264,694	久喜市 54,330,165	川口市 52,078,335	草加市 59,875,310
6	川口市 50,251,628	川口市 48,722,578	久喜市 51,155,299	入間市 59,270,107
7	草加市 42,802,002	草加市 43,914,537	加須市 47,994,177	川口市 56,220,108
8	入間市 40,948,894	入間市 41,934,476	深谷市 47,498,176	久喜市 54,432,192
9	<b>上尾市 38,308,276</b>	深谷市 40,235,153	入間市 47,479,540	加須市 52,391,263
10	久喜市 37,450,775	本庄市 39,316,290	草加市 46,895,767	寄居町 50,429,946
	⋮	⋮	⋮	
	上尾市(13位) 35,427,776	上尾市(11位) 43,612,368	上尾市(13位) 42,367,944	

出典：平成23（2011）年、平成27年（2015）年は経済センサス-活動調査。  
令和元（2019）年は工業統計、令和5（2023）年は経済構造実態調査。

■工場数の推移



■従業員数の推移



出典：平成26（2014）年、28（2016）年～令和元（2019）年は工業統計、平成27（2015）年、令和2（2020）年は経済センサス、令和3（2021）年～令和5（2023）年は経済構造実態調査。



■平成22（2010）年と令和元（2019）年の比較で見た本市の工業製品出荷額の変化

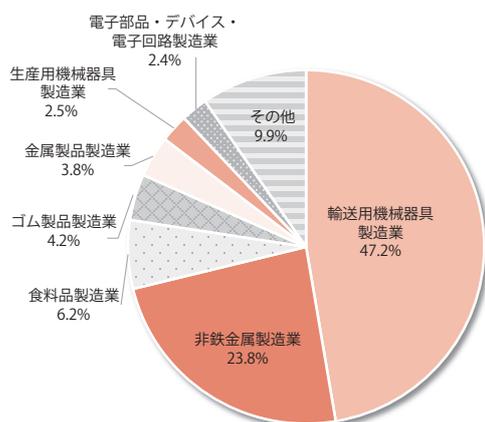
	2011年統計 (調査年2010年)	事業所数			従業者数 (人)	原材料 使用額等 (万円)	製造品 出荷額等 (万円)	粗付加 価値額 (万円)	製造業全 体の製造 品出荷額 等に占め る割合
		計	内従業者	内従業者					
			30人～ 299人	300人以上					
1	輸送用機械器具製造業	33	8	2	4,066	16,629,828	23,090,206	6,215,348	59.09%
2	非鉄金属製造業	8	2	1	638	4,469,230	5,908,619	1,409,126	15.12%
3	食料品製造業	17	5	2	1,609	1,102,115	2,147,079	996,647	5.49%
4	ゴム製品製造業	9	3	-	692	415,205	1,612,535	1,155,382	4.13%
5	金属製品製造業	39	8	-	908	856,001	1,561,789	678,546	4.00%
6	電子部品・デバイス・電子回路製造業	6	-	1	552	683,591	912,251	219,024	2.33%
7	化学工業	7	4	-	277	215,866	843,175	597,808	2.16%
8	電気機械器具製造業	18	1	-	301	165,203	324,184	151,411	0.83%
9	印刷・同関連業	17	4	-	281	91,452	314,890	212,848	0.81%
10	プラスチック製品製造業(別掲を除く)	17	2	-	250	183,987	312,728	122,819	0.80%
	製造業計	270	44	6	10,813	25,882,109	39,076,580	12,696,288	

	2020年統計 (調査年2019年)	事業所数			従業者数 (人)	原材料 使用額等 (万円)	製造品 出荷額等 (万円)	粗付加 価値額 (万円)	製造業全 体の製造 品出荷額 等に占め る割合
		計	内従業者	内従業者					
			30人～ 299人	300人以上					
1	輸送用機械器具製造業	21	5	2	3,100	15,238,018	25,617,592	10,118,327	58.74%
2	非鉄金属製造業	4	1	2	912	4,564,792	5,841,116	1,304,317	13.39%
3	食料品製造業	16	8	1	1,474	1,239,228	2,139,801	836,024	4.91%
4	ゴム製品製造業	8	1	2	960	640,413	1,711,785	1,014,747	3.92%
5	電子部品・デバイス・電子回路製造業	6	2	-	378	1,055,929	1,501,891	411,946	3.44%
6	金属製品製造業	27	4	-	656	704,697	1,401,012	646,498	3.21%
7	プラスチック製品製造業(別掲を除く)	15	3	-	423	810,943	1,368,413	516,644	3.14%
8	はん用機械器具製造業	12	3	-	372	524,120	870,661	321,903	2.00%
9	生産用機械器具製造業	18	2	-	278	274,789	504,088	212,024	1.16%
10	電気機械器具製造業	13	3	-	250	237,968	397,479	147,348	0.91%
	製造業計	202	43	7	10,003	26,399,808	43,612,368	16,591,304	

出典：平成23（2011）年、令和2（2020）年 工業統計 ※製造業種のうち、上位10業種のみ掲載。製造業計は総計を表示。

上記の平成22（2010）年と令和元（2019）年の比較で見た本市の工業製品出荷額等は、輸送用機械器具製造業が第1位で全体の約6割を占めています。また、令和6（2024）年の統計を見ても同業種は全体の5割近くを占め、本市は輸送用機械器具製造業を中心としたものづくりの集積の高さが強みになっています。

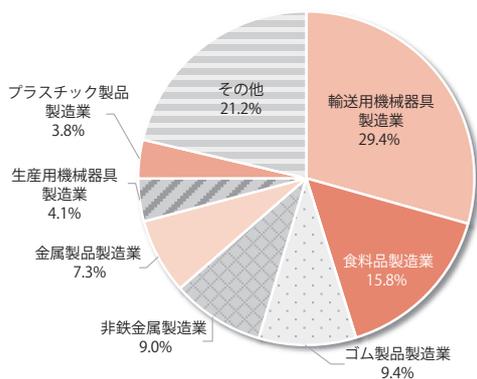
■本市の工業製品出荷額と割合（令和6（2024）年）



	製造品出荷額等 (億円)
輸送用機械器具製造業	1,999
非鉄金属製造業	1,007
食料品製造業	264
ゴム製品製造業	178
金属製品製造業	159
生産用機械器具製造業	108
電子部品・デバイス・電子回路製造業	102
その他	420
合計	4,237

出典：令和6（2024）年 経済構造実態調査

■本市の製造業における従業員数の割合と人数（令和6（2024）年）



	従業員数
輸送用機械器具製造業	2,985
食料品製造業	1,607
ゴム製品製造業	950
非鉄金属製造業	910
金属製品製造業	741
生産用機械器具製造業	421
プラスチック製品製造業	381
その他	2,161
合計	10,156

出典：令和6（2024）年 経済構造実態調査

本市の工業について、業種別に見ると、製造品出荷額では、輸送用機械器具製造業、非鉄金属製造業、食料品製造業の順に多く、また従業員数では、輸送用機械器具製造業、食料品製造業、ゴム製品製造業の順に多くなっています。

■産業分類別の事業所の増減（平成25（2013）年・令和5（2023）年）

業種	平成25年	令和5年	増減数
食料品製造業	14	20	6
飲料・たばこ・飼料製造業	1	2	1
繊維工業	10	6	▲4
木材・木製品製造業（家具を除く）	1	0	▲1
家具・装備品製造業	3	3	0
パルプ・紙・紙加工品製造業	5	5	0
印刷・同関連業	16	20	4
化学工業	5	5	0
石油製品・石炭製品製造業	0	1	1
プラスチック製品製造業	18	22	4
ゴム製品製造業	9	8	▲1
なめし革・同製品・毛皮製造業	0	0	0
窯業・土石製品製造業	10	7	▲3
鉄鋼業	0	5	5
非鉄金属製造業	5	6	1
金属製品製造業	34	37	3
はん用機械器具製造業	12	8	▲4
生産用機械器具製造業	16	29	13
業務用機械器具製造業	12	20	8
電子部品・デバイス・電子回路製造業	4	4	0
電気機械器具製造業	14	17	3
情報通信機械器具製造業	3	3	0
輸送用機械器具製造業	33	23	▲10
その他の製造業	12	12	0
製造業計	237	263	26

出典：平成25（2013）年 工業統計、令和5（2023）年 経済構造実態調査



平成25（2013）年と令和5（2023）年の本市の製造業分野の事業所数の変化を見ると、製造業全体では26社増えています。生産用機械器具製造業、業務用機械器具製造業、食料品製造業などで事業所が増えている一方、輸送用機械器具製造業では10社が減少するなど業種によって増減の違いが見られます。

## 5 | 観光

本市には、「上尾夏まつり」や「平方のどろいんきょ」をはじめ、地元住民が楽しむだけでなく、観光資源として観光客が住民との一体感を通じて、地域文化を体験、経験できる祭事があります。また、季節に応じたイベントとして、「上尾さくらまつり」や「あげお花しょうぶ祭り」があり、季節の花・風景などを都市近郊で楽しめる本市は、日帰り観光の需要を取り込める潜在的な観光コンテンツを揃えています。

このほか、体験型の牧場や観光農園などもあり、市内だけではなく、市外からも多くの方が訪れています。さらには、上尾運動公園、埼玉アイスアリーナ、県立武道館などの施設があり、年間を通じて数多くの利用者が来場しています。

### ■通年の観光関連イベント

4月	畔吉の万作踊り
6月	あげお花しょうぶ祭り
	あげお駅からハイキング
7月	上尾夏まつり
	平方のどろいんきょ
8月	あげお花火大会(令和2年から休止)
10月	AGE バル
	藤波のささら獅子舞
	畔吉ささら獅子舞
11月	あげお産業祭
	上尾シティハーフマラソン
	あげおイルミネーション（～1月）
1月	藤波の餅つき踊り
3月	上尾さくらまつり

### 3 産業別の現状と課題

#### 1 | 産業全般に関する主な現状と課題

本市は、歴史的に中山道の宿場町として栄え、明治以降は都心部に近いことから、早くから産業立地が進み、首都圏のベッドタウンとして成長してきた側面があります。上尾道路の整備の進展など、今後も交通利便性が高まることで、産業全般の優位性は続くと考えられます。一方で、人口減少や高齢化に伴う労働力人口の減少が進んでいくことが予想され、地域の産業をどのように継続、発展させていくのかが大きな課題です。商業、工業など分野を問わず、本格的な人口減少局面に入る前に産業振興政策を講じることが急務となっています。こうした現状から、産業全般に係る課題として、次のような点があげられます。

##### ① 生産年齢人口減少への対応

人口減少社会を迎えるわが国では、労働力の確保について多面的な取組みが進められています。女性をはじめ高齢者や外国人の活用などが各地で進められていますが、地域活性化を進める上で重要な考え方としては、地域で生まれ育った若者が地域内で就職する割合を高めること、また、地域外の若者を地域内に取り込むことです。若者の定住促進や子育て世帯の獲得、交流人口の増加を進めながら、住みよい街の創出が求められます。

##### ② 新規創業者支援

埼玉県内で事業所数が多い自治体の開業率データを見ると、令和3（2021）年時点で本市は県内で事業所数が9番目に多く、事業活動が活発な地域であることが分かります。また、事業所数全体に占める新設事業所数の割合（開業率）は28.8%となっており、県内で最も開業率の割合が高い自治体となっています。引き続き、新規創業しやすい街として創業希望者支援の推進が求められます。併せて創業後の持続的経営のための相談体制や支援を充実するとともに、企業の付加価値の向上など、更なる成長を目指す事業者への積極的な支援が重要です。

■埼玉県内で事業所数が多い自治体の開業率データ

	事業所総数	新設事業所	廃業事業所	新設事業所/事業所総数
1	上尾市 6,043	1,742	2,037	28.8%
2	さいたま市 40,233	10,854	12,318	27.0%
3	戸田市 5,202	1,392	1,476	26.8%
4	越谷市 10,579	2,784	3,373	26.3%
5	川越市 10,770	2,701	2,679	25.1%
6	所沢市 9,413	2,328	2,610	24.7%
7	草加市 7,081	1,708	1,962	24.1%
8	川口市 19,059	4,580	6,505	24.0%
9	熊谷市 7,800	1,657	2,058	21.2%
10	春日部市 6,882	1,447	2,136	21.0%

出典：令和3（2021）年 経済センサス



### ③ 企業立地への対応

本市には、複数の工業団地が立地していますが、新たな企業の立地や既存企業の拡張のニーズに対応していくためには、立地・拡張ニーズの把握とニーズに即した土地の有無の把握が必要です。

### ④ 事業承継支援（後継者支援）

中小・小規模事業者の課題の一つに事業承継が見られます。市内企業でも経営者の高齢化が進んでおり、事業を安定的に継続、成長させていくためには、スムーズな事業承継が必要になります。そうした課題に対して、関係機関と連携しながら、経営者の悩み相談、後継者育成に取り組むことが必要です。

## 2 | 農業分野に関する主な現状と課題

本市の農業は、野菜や果樹を中心に都市近郊農業が営まれています。農家人口、農家戸数（農業を生業とする家）、耕地面積ともに減少が続いています。特に、一定規模《0.5ha（5,000㎡）》以上耕作している農家の減少が顕著となっています。背景としては、農家の高齢化や、後継者不足があげられます。また、経営耕作面積が減少しており、増加した遊休農地の農地としての活用が課題となっています。こうした現状から、農業に係る課題として、次のような点があげられます。

### ① 担い手の育成（後継者・新規就農者）

本市の農業は都市型農業であり、耕作地面積が大きな地方の農業との差別化が求められます。農家が安定して収益をあげられる魅力ある農業への変革を通して、後継者の支援、新規就農者支援が必要です。

### ② 遊休農地の農地としての活用

都市型農業に相応しい農作物の品種の活用の検討や、市民農園・体験農園の利用促進、生産性の高い農家や法人への集約、多様な就農スタイルへの支援も検討する必要があります。

### ③ 農業経営の改革

農家が安心して働ける環境整備が重要です。農業経営指導をはじめ、高付加価値農産物の栽培農家の育成・支援など、稼げる農業への支援も求められます。

## 3 | 商業分野に関する主な現状と課題

本市の商業は、商店街（会）の解散や個人経営店の廃業等に伴い、継続的な減少傾向にあります。一方で、大型商業施設の立地などにより、売場面積は拡大傾向にあり、また、従業員数は概ね維持し、商品販売額は近年増加傾向となっています。本市は交通の利便性が高いため、商業にとっては恵まれた地域ですが、近隣のさいたま市や川越市、都心部へのアクセスが容易なため、業種間における競争が激しく、購買力が流出しやすい都市構造となっています。また、生活者のライフスタイルの変化や電子商取引の普及により、若年層を中心に、実店舗における購買からオンライン購買への移行が進んでいます。その結果、空き店舗の増加や商店街活動の低迷などが課題となっています。こうした現状から、商業に係る課題として、次のような点があげられます。

## ① 大型商業施設と小規模店舗（商店街）との共存共栄

中心市街地では、上尾駅の東西に商店街とともに大型商業施設が立地していますが、郊外に出店が続いている大型商業施設による購買力の影響や、全国チェーン店、フランチャイズ店の増加により、地域商店数の売上減少、廃業が継続的に見られます。こうした傾向が続けば、中心市街地の停滞や、徒歩圏以外へのアクセスが困難な買い物難民の発生が懸念されます。こうした課題解決に向けて、大型商業施設と小規模店舗が共存できる仕組みづくりや支援が求められます。

## ② 小規模店舗の活性化

事業者の高齢化や後継者不足による廃業、会員の減少により、商店街の解散や活動が困難となっている商店会が見られます。地域商店街の活性化は、地域の“にぎわい創出”との相関性が高く、地域活性化の取組みの中心になるものです。まちづくりの主体となる地域商業活動の主体性・自立性を高めるため、商店街や事業者同士の連携による組織課題の解決や、地域住民など多様な主体の参画による地域の活性化への取組みなど、地域商業への支援が求められます。

# 4 | 工業分野に関する主な現状と課題

本市の製造業における事業所数、従業員数、製造品出荷額は近年、概ね横ばいの傾向にあります。本市は、歴史的に輸送用機械器具製造業、金属加工製造業などを中心として発展してきました。特に、輸送用機械器具製造業については、市内製造業全体の工業製品出荷額等に占める割合では、全体の約5割を占めている主力産業になっています。一方、市内製造業で大きな比重を占める中小・小規模事業者は、二次・三次下請け加工型の事業所が多く、経済変動や技術革新・グローバル化の影響を受けやすい状況にあります。こうした現状から、工業に係る課題として、次のような点があげられます。

## ① 販路拡大支援

本市には二次加工・三次加工の中小・小規模事業者が多く、元請企業の動向や経済動向に影響を受けやすいため、安定した経営を目指す上では、新規市場、新規取引先の開拓が大きな課題です。そうした課題に対応するため、企業情報のデータベース化や、同業種または異業種のネットワーク形成の強化、販路拡大を念頭にしたビジネス商談会の実施や、製品展示会など新たなビジネスチャンス創出の場への出展支援、ものづくり関連企業が研究会等を組織し、技術を高める取組みへの支援などが求められます。

## ② 中小企業の交流支援

中小・小規模事業者が単独でできることは限られており、新たなチャレンジを実現するためには、信頼できるパートナーの存在が不可欠です。そうした課題解決を目指す上で、同業種または異業種によるネットワーク形成が欠かせません。対面、オンラインの両面から、新たな出会いの場や関連する勉強会や交流会の創出が求められます。



## 5 | 観光分野に関する主な現状と課題

本市では、昭和57（1982）年の上尾市観光協会の設置以来、自然や歴史・文化などを基本とした地域観光の発展を目指してきました。上尾シティハーフマラソンは、箱根駅伝常連校の現役トップランナーの走りを直に体感できる大会であることから、全国各地より多くの参加があります。近年では、公園や史跡、文化財などを巡り、上尾の豊かな自然や歴史文化に触れることができる「あげお駅からハイキング」、また、食べ歩きを通じてまちの魅力を再発見してもらう「AGEバル」も好評を得ています。さらに、ご当地グルメの「上尾串ぎょうざ」は、近年コンセプトを刷新することでメディアに取り上げられるようになり、認知度が向上しました。こうした様々なイベントの開催やご当地グルメの開発は、一定程度の集客効果をもたらしていますが、川越市、さいたま市など近隣都市との競争から「観光」のイメージが弱いと考えられます。こうした現状から、観光に係る課題として、次のような点があげられます。

### ① 本市の地域性を活かしたPR強化

地域の観光資源や魅力を对外発信していくためには、近隣地域との違いを明確に打ち出し、首都圏に近い地理的特性を活かして、日帰り需要やインバウンド対策の強化が必要です。SNS発信の強化など、観光マーケティングの視点の強化が課題です。こうした現状を踏まえて、市内事業者と連携を強化しながら既存イベントのブラッシュアップや、集客力がある新規イベントの開催、観光資源を生かした産業観光の促進が求められます。

新ビジョンの体系骨子の立案に際しては、まず、前ビジョンの評価・検証、総合計画等の基幹計画や現行施策との照合をもとに、目指すべき姿（将来像）を設定しました。次に、前章で提示した各種統計データや現状と課題、市内事業者アンケート・ヒアリングの結果を踏まえたSWOT分析を行い、その結果と設定した目指すべき姿（将来像）を突合し、体系骨子を導き出しました。

## 1 目指すべき姿（将来像）の設定

前ビジョンでは、3つの基本方針——「既存の産業のバージョンアップ」、「新たな交流・連携の推進」、「ブランド化の推進」——のもと、9つの基本施策が掲げられ、スタートアップ（立ち上げ）、短期、中長期という時間軸のもとで多くの施策を実施しました。その中でも、令和3（2021）年に開設した上尾中小企業サポートセンターは、刻々と変化する社会・経済情勢に対応するため、不断の機能強化が求められており、本市の産業振興施策の推進において不可欠な拠点となっています。このように、前ビジョンにて提示し、現在も実施している施策には、新ビジョンにおいても継続すべき施策が少なくありません。

こうした継続、またはブラッシュアップして取り組んでいくべき施策の方向性と、第6次上尾市総合計画（後期基本計画）や上尾市都市計画マスタープラン2020などの各計画の施策を照合し、以下のような「目指すべき姿（将来像）」を設定しました。

### ◎目指すべき姿（将来像）

【豊かな暮らしと産業の持続的な発展を支える活力のあるまち あげお】

### ◎基本方針

- ①豊かな暮らしを支える産業振興
- ②持続的発展を支える産業基盤の整備
- ③にぎわいの創出



## 2 SWOT分析の実施

### 1 | SWOT分析とは

SWOT分析とは、①分析対象（上尾市）の持つ内部要因である「強み」・「弱み」と、分析対象を取り巻く外部環境である「機会」・「脅威」を洗い出し、現在置かれている状況を多面的に理解し、その上で、②「強みによって機会を活かす」など、各要素を組み合わせ、的確な施策を導き出す手法です。SWOTのSは「強み（Strength）」、Wは「弱み（Weakness）」、Oは「チャンス（Opportunity）」、Tは「脅威（Threat）」の頭文字です。今回、新ビジョンの策定にあたり、市内事業者（農・商・工）に対するアンケートとヒアリング、各種統計調査の結果を踏まえ、本市について多くのSWOTを洗い出しました。

### 2 | 市内事業者（農・商・工）アンケート

市内事業者（農・商・工）アンケートの実施概要は下表のとおりです。

	市内農業者	市内商工業者
基準日	令和7（2025）年1月1日	
調査方法	郵送およびオンライン	
調査実施期間	令和7（2025）年1月10日～2月28日	
アンケート対象	111件	5,638件
有効回答数 （有効回答率）	73件（65.8%）	1,076件（19.1%）

農業者に対するアンケートでは、農作物の販路、後継者の有無、今後の地域農業の担い手、そして遊休農地への対応など、本市の現在の営農状況と今後の方針・見込みについて調査しました。また、商工業事業者に対するアンケートでは、業況と経営上の課題、本市での事業展開、各種企業行動（事業承継、省力化、SDGsへの取組みなど）、行政の施策（経営支援・相談、産業振興政策など）、現在の経営全般における課題や社会課題、本市の施策における課題を把握するための多岐にわたる項目を設け調査しました。

### 3 | 事業者（農・商・工）ヒアリング

事業者（農・商・工）向けヒアリングは、令和7（2025）年3月～4月に実施しました。農業者については上尾市農業委員会において聴取し、本市の農業の現状と課題や10年先の農業のイメージなどについて聞き取りました。商工業者については、上尾商工会議所をはじめ、各団体の代表企業や事務局、各団体からの推薦事業者を対象に、事業経営の現状や今後の事業展開への意欲・希望、行政への支援要望・新しいビジョンにおける施策提案などをポイントに実施しました。

## 4 | SWOT分析結果

各種統計データの分析や事業者アンケートやヒアリングを踏まえて、本市の産業のSWOTを抽出しました。内部要因である本市の「強み (S)」と「弱み (W)」は下表のとおりです。

内部要因 (上尾市の産業の特性・課題)	強 み (S)	S-1	交通利便性の良さ
		S-2	自然災害の少なさ
		S-3	生活環境の満足度の高さ
		S-4	事業者（農業者）支援の充実
		S-5	製造業の集積度の高さ
		S-6	各産業団体や組織の強固な結束力
		S-7	大型施設（商業・スポーツ）による集客
		S-8	創業環境の整備
		S-9	積極性を保つ起業家意欲
		S-10	商圈人口の多さ
		S-11	イベント開催への積極的な取り組み姿勢
		S-12	潜在的産業資源の存在
	弱 み (W)	W-1	工業製品出荷額の停滞
		W-2	中心市街地（駅周辺）の空き店舗の増加、商店街（会）の減少
		W-3	農業振興地域の整備に関する法律、都市計画法による土地利用制限
		W-4	企業ニーズに対する産業用地の不足
		W-5	経営耕作面積と農家数の減少
		W-6	観光資源・地域ブランド不足
		W-7	中小製造業の経営基盤の不安定さと後継者不足
		W-8	にぎわいスポットの少なさ



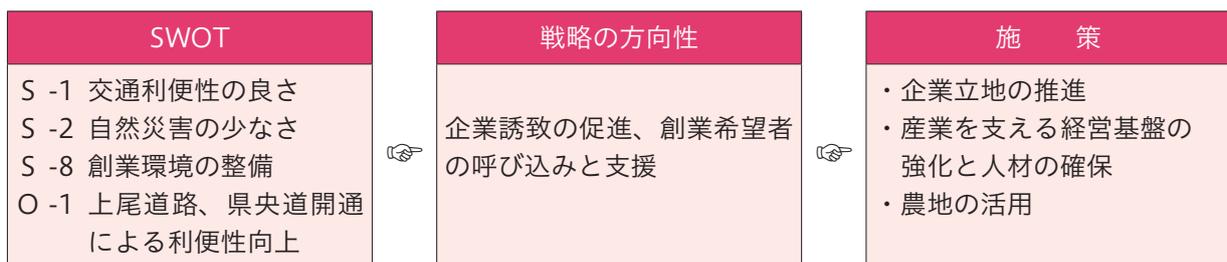
外部環境である「機会 (O)」と「脅威 (T)」を洗い出すと、下表のようになります。

外部環境 (社会情勢の変化・時代の潮流)	機 会 (O)	O- 1 上尾道路、県央道開通による利便性向上
		O- 2 働き方、生活様式、取引手法の多様化
		O- 3 産業構造の変化 (情報化・グローバル化・第三次産業拡大)
		O- 4 AI などデジタル技術の急速な進歩
		O- 5 ゼロカーボンシティへの取組みの推進
		O- 6 スポーツ科学拠点施設開設による交流人口の増加
		O- 7 地域農業の目標地図 (地域計画) の策定
	脅 威 (T)	T- 1 生産年齢人口の減少と高齢化率の上昇
		T- 2 周辺自治体の企業との競争激化
		T- 3 技術や競争力の企業間格差の拡大
		T- 4 事業者の市外への流出
		T- 5 事業者の高齢化、後継者不足、人材不足
		T- 6 営農の後継者不足による遊休農地の増加
		T- 7 実店舗での購買機会の減少
		T- 8 農業機械、資材の高額化による農業収益の圧迫
		T- 9 収益環境の悪化

以上のようにSWOTを整理すると、各要素を組み合わせた施策を考案することができるようになります。組み合わせ方により、①「強み (S) と機会 (O)」から導かれる積極化・成長戦略、②「弱み (W) と機会 (O)」を受けた弱点強化・改善戦略、③「強み (S) と脅威 (T)」を反映した差別化・克服戦略などを考えることができます。それぞれについて一例を示します。

### ① 強み (S) × 機会 (O) (積極化・成長戦略)

本市の強みとして交通の利便性や創業環境が整っていることなどがありますが、これらはさらなる道路整備と相まって、当市の魅力を高めます。こうした中、企業誘致や起業の促進は有望な戦略であり、そのための施策として、企業立地の推進や産業を支える人材の確保などが考えられます。



## ② 弱み (W) × 機会 (O) (弱点強化・改善戦略)

本市のウイークポイントとして、中心市街地（駅周辺）の空き店舗の増加や商店街（会）の減少、経営耕作面積の減少などがあります。しかし、道路交通網の整備が進むことを追い風に、「にぎわいスポットの創出」などの方向性を打ち出せば、現在の弱みを強みに変えることができます。施策としては生活と産業の連動や地場農産物に触れる機会の創出などが考えられます。

SWOT	戦略の方向性	施策
W-2 中心市街地（駅周辺）の空き店舗の増加、商店街（会）の減少 W-5 経営耕作面積と農家数の減少 O-1 上尾道路、県央道開通による利便性向上	にぎわいスポットの創出	<ul style="list-style-type: none"> <li>生活と産業の連動</li> <li>多様な商業形態の調和と発展</li> <li>地場農産物に触れる機会の創出</li> <li>魅力創出イベントの展開</li> <li>上尾ブランドの推進・開発</li> </ul>

## ③ 強み (S) × 脅威 (T) (差別化・克服戦略)

製造業の集積度の高さと潜在的な産業資源の存在は本市の強みですが、同時に事業者の高齢化や後継者不足などの脅威にも晒されています。こうした状況下、「ものづくりのまち上尾」をアピールし、市民に製造業を身近に感じてもらうことは有効な取組みです。取り組むべき施策としては、産業観光の推進、新たな技術への対応力と稼ぐ力の向上、官民連携による情報発信の強化、幅広い交流・連携の促進などが考えられます。

SWOT	戦略の方向性	施策
S-5 製造業の集積度の高さ S-12 潜在的産業資源の存在 T-5 事業者の高齢化、後継者不足、人材不足	「ものづくりのまち上尾」のアピール	<ul style="list-style-type: none"> <li>産業観光の推進</li> <li>新たな技術への対応力と稼ぐ力の向上</li> <li>官民連携による情報発信の強化</li> <li>幅広い交流・連携の促進</li> </ul>



### 3 基本方針の精査

前述のSWOT分析の結果より、戦略の方向性や考えられる施策が見えてきたことから、「1. 目指すべき姿（将来像）の設定」において提示した基本方針（①豊かな暮らしを支える産業振興、②持続的発展を支える産業基盤の整備、③にぎわいの創出）を、次のとおり精査しました。

#### ◎基本方針

- ①豊かな暮らしを支える産業振興  
⇒ 豊かな市民生活を支える産業振興
- ②持続的発展を支える産業基盤の整備  
⇒ 新たな分野へのチャレンジと持続的発展を支える産業基盤の整備
- ③にぎわいの創出  
⇒ 地域資源を活用した魅力とにぎわいの創出

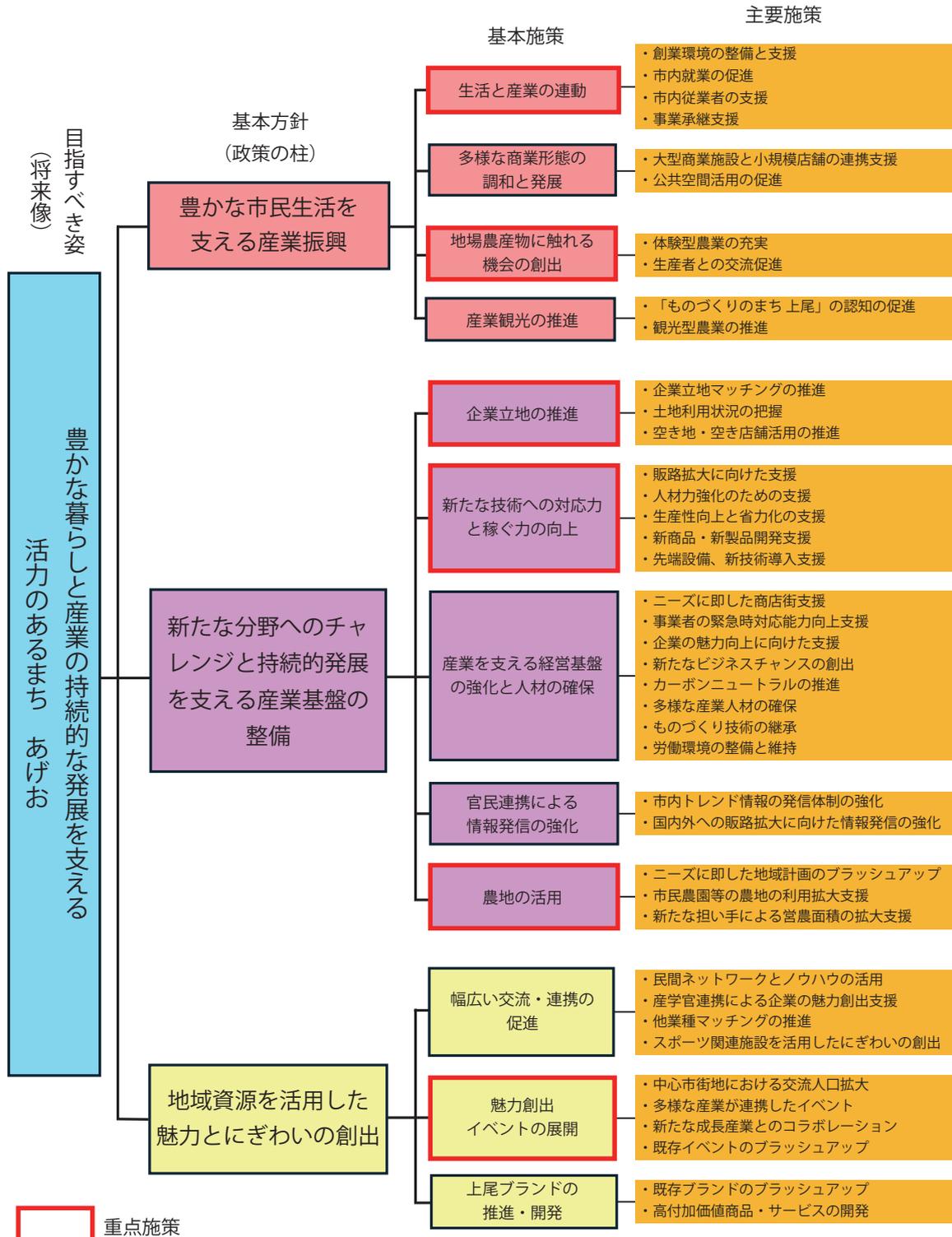
#### 精査のポイント

- ①当方針で求める「豊かな暮らし」は、所得や雇用を生み出す経済的な豊かさに加えて、本市に居住する多くの市民生活の質的な豊かさにも重きを置いていることをより分かりやすく表現するため、「豊かな暮らし」を「豊かな市民生活」に改めました。
- ②産業基盤の整備においては、企業の持続的な発展を支えるとともに、時代のニーズに即した様々な新しい分野への意欲的な取組みを行政がサポートする点も重要であるため、「新たな分野へのチャレンジ」を加えました。
- ③地域のにぎわいづくりにおいては、地域の特産物や自然、人材などの資源を活用することが重要であること、また、にぎわいとともに関心の創出も重要であることから、「地域資源を活用した魅力」を加えました。

## 4 第2次上尾市産業振興ビジョンの体系

### 1 | 体系図

「1. 目指すべき姿（将来像）の設定」と「2. SWOT分析の実施」結果の突き合わせ、「3. 基本方針の精査」により、新ビジョンの体系を導き出しました。



※第6次上尾市総合計画（後期基本計画）に掲げる産業振興施策の推進に寄与する施策



## 2 | こども・若者アンケートによる将来を担う世代の意見との突合

新ビジョンの体系及び各施策を定めるにあたり、将来の上尾市を担うこどもや若者の声を集めるため、小・中・高校生を対象に、消費行動、産業とのかかわり、地域イベント参加、就業意識など生活に密着した項目についてアンケートを実施しました。

	市内小学校 5年生	市内中学校 2年生	市内高等学校 2年生
調査方法	オンライン		
調査実施期間	令和7(2025)年 7月17日～7月31日		令和7(2025)年 10月3日～10月13日
アンケート回答数	198件	150件	649件

アンケートの結果から、「消費行動」については、小・中・高校生ともに大型商業施設志向が強いことから、商業集積の維持と個人経営店とのバランスが課題であるため、基本施策「多様な商業形態の調和と発展」との関連が確認されました。

「ものづくり見学」については、小学生の約7割が興味ありであったことから、産業観光の潜在的な需要があると考えられるため、基本施策「産業観光の推進」との関連が確認されました。

「農業体験」については、小学生の9割以上、中学生の8割以上が興味ありであったことから、農業体験ニーズが高く、都市農業の活用の余地が大きいこと、また、「農業の興味ある働き方」について、高校生の約4割が兼業や半農半Xに関心があったことから、基本施策「農地の活用」との関連が確認されました。

その他、「産業を支える経営基盤の強化と人材の確保」や「上尾ブランドの推進・開発」などの基本施策とも関連が確認されたことから、こども・若者の考えと新ビジョンの体系及び各施策に大きな乖離がないことが確認できました。

## 1 目指すべき姿 (将来像)

本市は、住宅都市としての特性を大切にしつつ、地域産業の潜在力を活かしながら、以下に掲げる「目指すべき姿(将来像)」の実現に向け、産業振興に向けた取組みを推進します。

豊かな暮らしと産業の持続的な発展を支える活力のあるまち あげお

## 2 基本方針

上記の「目指すべき姿(将来像)」を実現するため、本市における産業振興の基本方針について、以下の3点を定め、これに沿った産業振興施策を推進します。

### 1 | 豊かな市民生活を支える産業振興

「令和5年度 上尾市市民意識調査」によれば、本市を「住みよい」とする市民は69.8%と過去最高に達しており、市民の暮らしの豊かさを裏付けています。豊かな生活を守り、さらに向上させるうえで、生活と産業のつながりは非常に重要です。そのため、市民がいきいきと働くことができる環境の整備、多様な商業の発展などを通じた日常的な生活サービスの充実、そして、農産物をはじめとする地産地消の推進といった取組みの重要性は非常に高いと考えられます。

### 2 | 新たな分野へのチャレンジと持続的な発展を支える産業基盤の整備

産業基盤の整備は、前ビジョンにおいても産業全体を支えるために不可欠な施策となっています。本ビジョンにおいても、①新しい分野に対して意欲的に取り組む動きを手厚く支援し育てること、②これまで本市の経済を支えてきた企業の持続的な発展をサポートすること、という両方の目的を念頭に置き施策を展開していきます。特に、企業の活動規模の拡大に向けた企業立地や上尾中小企業サポートセンターを中心とした稼ぐ力の向上に向けた各種事業者支援、農地の有効活用に向けた取組みがポイントになります。

### 3 | 地域資源を活用した魅力とにぎわいの創出

第6次上尾市総合計画(後期基本計画)では、「活力にあふれたにぎわいあるまちづくり」が基本的な方向性として掲げられていますが、それを実現するためには地域資源の活用は欠かせません。本市の地域資源は、ブランドを確立している果実やグルメにとどまらず、交通の利便性の良さなどの地理的特性、自然、歴史・文化、そしてその中で育まれた企業、さらには地元を愛する市民の皆様も含まれます。こうした地域資源を一層充実させ、事業者間交流や各種イベントの展開、上尾ブランドの開発・推進などの取組みを通じて「にぎわいづくり」につなげていくことが強く求められます。

「目指すべき姿（将来像）」を実現するため、本市における産業振興の基本方針について、以下の3点を定め、産業振興施策を推進します。また、特に本市の産業を持続的に成長させるために取り組むべき産業振興施策として第6次上尾市総合計画（後期基本計画）で掲げている産業振興に係る施策の推進に寄与する施策を重点施策とします。

基本方針（1） 豊かな市民生活を支える産業振興

基本方針（2） 新たな分野へのチャレンジと持続的発展を支える産業基盤の整備

基本方針（3） 地域資源を活用した魅力とにぎわいの創出

各基本方針の基本施策及び主要施策については、以下のとおり定めます。

## 1 基本方針（1） 豊かな市民生活を支える産業振興

基本方針（1）「豊かな市民生活を支える産業振興」の下には、以下の4つの基本施策—【生活と産業の連動】、【多様な商業形態の調和と発展】、【地場農産物に触れる機会の創出】、【産業観光の推進】—があります。

### 1 | 基本施策【生活と産業の連動】 重点施策



産業は市民の暮らしを支える商品やサービスを生み出し、一方で、ライフスタイルやニーズが新たな産業の成長を促すことから、生活と産業は密接に関係していると考えられます。産業の振興は、雇用や所得を生み出す目的もありますが、地域の持続性と生活の質の豊かさを創出する面も持ち合わせていることから、創業や就業、事業の継承に対する支援は重要です。

また、地域で生産される農産物などを地域で調達、消費する活動を広げることや、市民が地元で就業する割合を高めることにより、地域経済循環率を向上させることも重要です。

基本施策【生活と産業の連動】では、以下4つの主要施策—「創業環境の整備と支援」、「市内就業の促進」、「市内従業員の支援」、「事業承継支援」—を軸に取り組みます。

### ①「創業環境の整備と支援」

---

事業者の集積を促し、活発な産業環境を整えるには、上尾中小企業サポートセンターや関係支援機関と連携し、女性や若者、障がい者、シニア層の方でも創業にチャレンジできる土壌や風土の形成が重要です。また、新たに創業する人だけでなく、第二創業、事業承継を行う人への支援の充実を図る必要があります。まちの活性化には空き店舗への創業者の引き込みも効果的と考えます。

具体的な施策案・方向性としては、創業希望者向けセミナーの開催、スクールやゼミなどによる創業者のコミュニティ形成支援などが考えられます。

### ②「市内就業の促進」

---

企業や農家の人手不足を解消するため、学生に対する企業への就職支援や就農支援、また、「ワークプラザあげお」の運営等を通じた女性や若者、障がい者、シニア層の就業支援のほか、将来的な就農者の確保も念頭に置いた高校生や大学生等の若年層に対する農業体験や交流などの推進も重要です。

具体的な施策案・方向性としては、合同企業面接会の開催、就農支援制度の充実のほか、新規企業等の誘致を含む市内雇用の確保などが考えられます。

### ③「市内従業者の支援」

---

産業の持続的な発展のためには、産業を支える労働者に対して、ワーク・ライフ・バランスが図られ、誰もが安心して意欲と能力を発揮し活躍できる労働環境づくりが大切です。また、市内で同一の職種に永く従事することや技能向上の取組みへの支援も重要です。

具体的な施策案・方向性としては、労働環境整備に係る専門家による伴走型支援、技能向上のための支援などが考えられます。

### ④「事業承継支援」

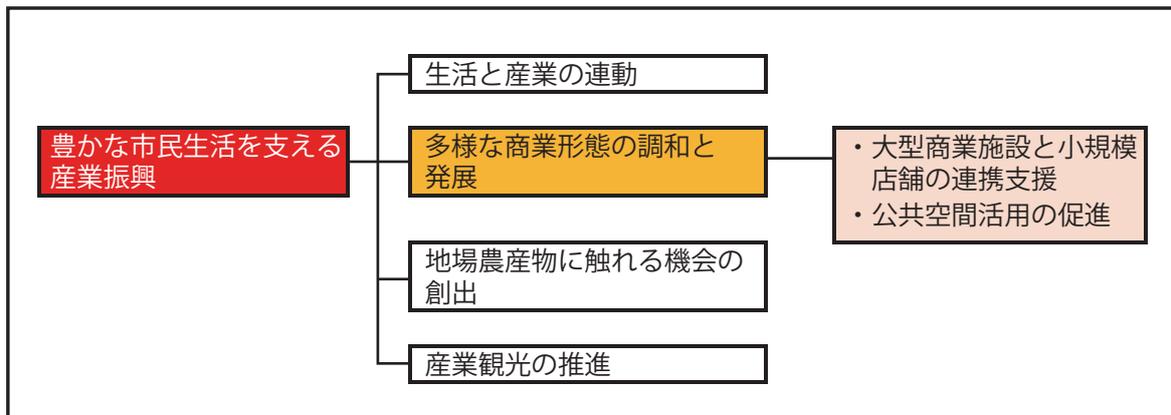
---

中小・小規模事業者の廃業はまちの活気が衰退し、市民生活に直結する大きな課題です。市が事業承継に係る専門的知見を有する機関との「ハブ」となり、支援ニーズが高い事業者を橋渡しする連絡体制を構築することが重要です。また、事業承継の重要性や自社の価値に対する気づきの機会を積極的に提供し、事業承継の機運を高めていくための啓発活動が必要です。なお、事業承継を支援するにあたっては、市の産業の持続的な発展を支えるため、成長が見込める産業への承継を促していく観点も重要です。

具体的な施策案・方向性としては、事業承継セミナーの開催、県事業承継・引継ぎ支援センターとの連携強化などが考えられます。



## 2 | 基本施策【多様な商業形態の調和と発展】



多様な商業形態が共存する現代にあっては、競争だけではなく、連携・協調を促進する戦略が不可欠です。大型商業施設や昔ながらの商店街、中小店舗がそれぞれの強みを活かし、相互に連携することで、地域全体の活性化や消費者の多様なニーズに応えることができます。

また、販売形態や販売スタイルも多様化しているため、実店舗に限らず公共空間を活用した臨時出店やイベントの開催は、市民の生活の質の向上にも寄与すると考えられます。

基本施策【多様な商業形態の調和と発展】では、以下2つの主要施策—「大型商業施設と小規模店舗の連携支援」、「公共空間活用の促進」—を軸に取り組みます。

### ①「大型商業施設と小規模店舗の連携支援」

大型商業施設と小規模店舗が並立する現代にあっては、両者が共益関係を構築するための支援が求められます。商店街による「大型商業施設と連携した販売促進活動」への支援や地域に根差した共同イベントへの支援等により地域活力を生み出す取組みを推進します。

具体的な施策案・方向性としては、商店街による活力再生事業への補助、大型商業施設と個人経営店のコラボイベントへの支援などが考えられます。

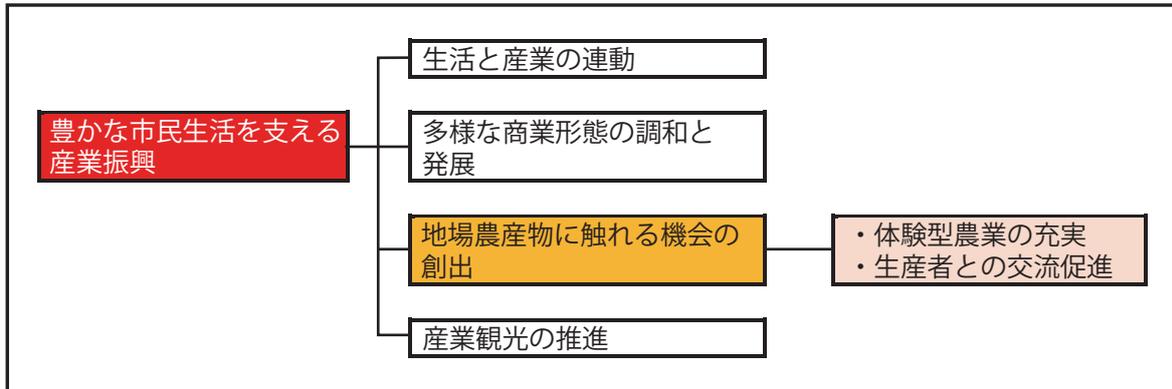
### ②「公共空間活用の促進」

商業スペースに限らず、人が集う公共的な空間を活用することで、にぎわいの拠点を創出することが期待できます。歩行者中心の道路空間や道路・公園などのオープンスペースの利活用を促進し、商店街や商業グループ、地域の事業者が独自のイベント等を自発的に企画、展開できるよう支援します。

具体的な施策案・方向性としては、歩行者利便増進道路（ほこみち）制度の活用や官民連携イベントの推進などが考えられます。

### 3 | 基本施策【地場農産物に触れる機会の創出】

重点施策



地場農産物に触れることは、地域経済の活性化はもとより、地域のつながりの強化、食文化の継承や環境負荷の低減といった多角的な側面から、市民生活をより豊かにする効果が期待できます。生産者の顔が見えることは、消費者にとって安心感にもつながります。

基本施策【地場農産物に触れる機会の創出】では、以下2つの主要施策—「体験型農業の充実」、「生産者との交流促進」—を軸に取り組みます。

#### ①「体験型農業の充実」

市民が農業に親しむことができる機会を増やすことで、農業をより身近に感じ、地域農業への興味と関心を育むことができます。手軽に農に触れることができる市民農園や体験農園など、市民が農作業に関わりながら農業の楽しさを感じてもらい体験型農業の充実を図ります。

具体的な施策案・方向性としては、市民が農産物のオーナーとなるオーナー制度、市民農園・体験農園の充実などが考えられます。

#### ②「生産者との交流促進」

新鮮な地場農産物を口にする機会は、地元への愛着につながります。市民や市内事業者と地場農産物の生産者が触れ合う機会を増やすことで、地産地消の促進を目指します。

具体的な施策案・方向性としては、地場農産物の活用促進（学校給食、飲食店等）、市民や来訪者が多く集う場における生産者による農産物販売機会の開拓などが考えられます。



## 4 | 基本施策【産業観光の推進】



産業観光は、地域経済循環を高め、経済構造を安定させる効果が期待できます。また、商品・製品の製造体験や農に触れる体験は、地域の文化や歴史の情報発信につながるとともに、培ってきたものづくり精神や生産技術に触れることで地域への愛着や誇りが育まれ、地域のアイデンティティの醸成につながります。

基本施策【産業観光の推進】では、以下2つの主要施策—「『ものづくりのまち 上尾』の認知の促進」、 「観光型農業の推進」—を軸に取り組みます。

### ①『ものづくりのまち 上尾』の認知の促進

伝統ある工業都市としての歴史を持つ本市の「ものづくり」について、市内外に広くPRし、企業と地域の魅力を高めます。地域への愛着を育み、市内就業の増加につながることや、企業間の交流が深まることで新たなビジネスの創出につながることが期待できます。

具体的な施策案・方向性としては、オープンファクトリーの実施、ものづくり体験機会の創出などが考えられます。

### ②「観光型農業の推進」

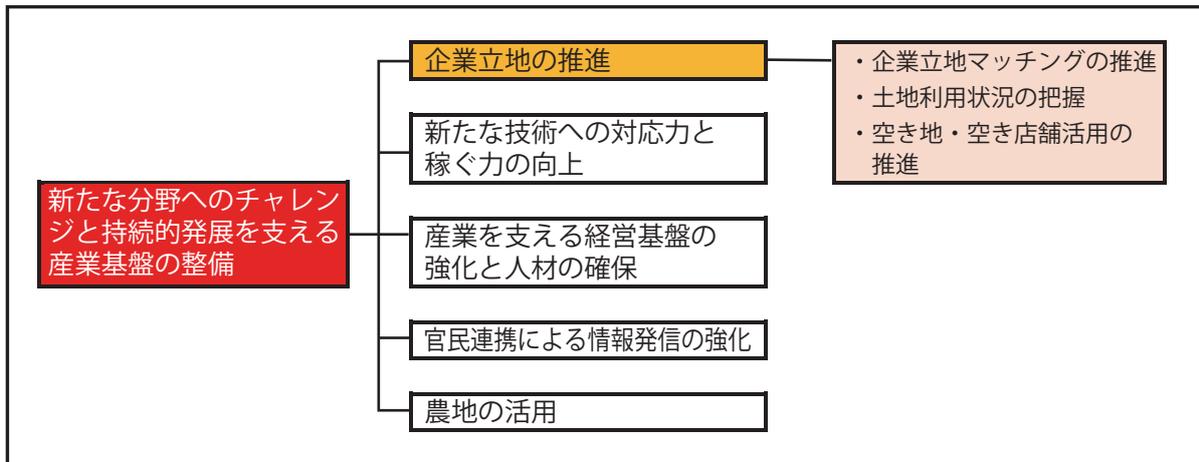
農業の楽しさや醍醐味を体験できる観光型農業により、農業を知る機会や触れる機会を増やすことで、市内外の上尾産農産物のファンを増やすとともに、農地の利用の促進が期待できます。

具体的な施策案・方向性としては、観光農園の情報発信強化の支援、市民農園・体験農園の充実（再掲）などが考えられます。

## 2 基本方針（2）新たな分野へのチャレンジと持続的発展を支える産業基盤の整備

基本方針（2）「新たな分野へのチャレンジと持続的発展を支える産業基盤の整備」の下には、以下の5つの基本施策—【企業立地の推進】、【新たな技術への対応力と稼ぐ力の向上】、【産業を支える経営基盤の強化と人材の確保】、【官民連携による情報発信の強化】、【農地の活用】—があります。

### 1 | 基本施策【企業立地の推進】 重点施策



企業の集積、活動規模の拡大は、雇用や税収の増加、産業競争力の強化につながるなど、本市の産業全体の発展において重要な要素です。交通の利便性を考慮した広域幹線道路沿いの土地利用など、産業立地の優位性を生かした本市の土地利用の条件に見合う産業振興のあり方を検討するとともに、新規企業はもとより、既存企業の市内移転や事業地の拡張に対応するために受け皿となる産業用地の創出や交通・生活インフラの整備に取り組む必要があります。また、企業立地にあたっては、農業との調和やゼロカーボン推進との調整を図りながら展開する必要があります。

基本施策【企業立地の推進】では、以下3つの主要施策—「企業立地マッチングの推進」、「土地利用状況の把握」、「空き地・空き店舗活用の推進」—を軸に取り組みます。

#### ①「企業立地マッチングの推進」

本市への立地を希望する企業と市内の土地・建物の活用を希望する物件所有者とのマッチングを支援することにより、企業立地の推進が期待できます。なお、マッチングにあたっては、立地を希望する企業のニーズの把握や条件に合う物件の掘り起こし、また、立地による周辺環境への配慮も必要です。

具体的な施策案・方向性としては、立地ニーズ調査、企業立地推進体制の強化などが考えられます。



## ②「土地利用状況の把握」

---

税収や雇用を増加させ、市内の産業振興に寄与する企業立地の推進が求められます。立地ニーズ調査の結果を踏まえ、ニーズに即した土地の確保に向けた土地利用状況の把握が必要です。

具体的な施策案・方向性としては、空き地・空き店舗・物件所有者等の調査、活用意向のヒアリングなどが考えられます。

## ③「空き地・空き店舗活用の推進」

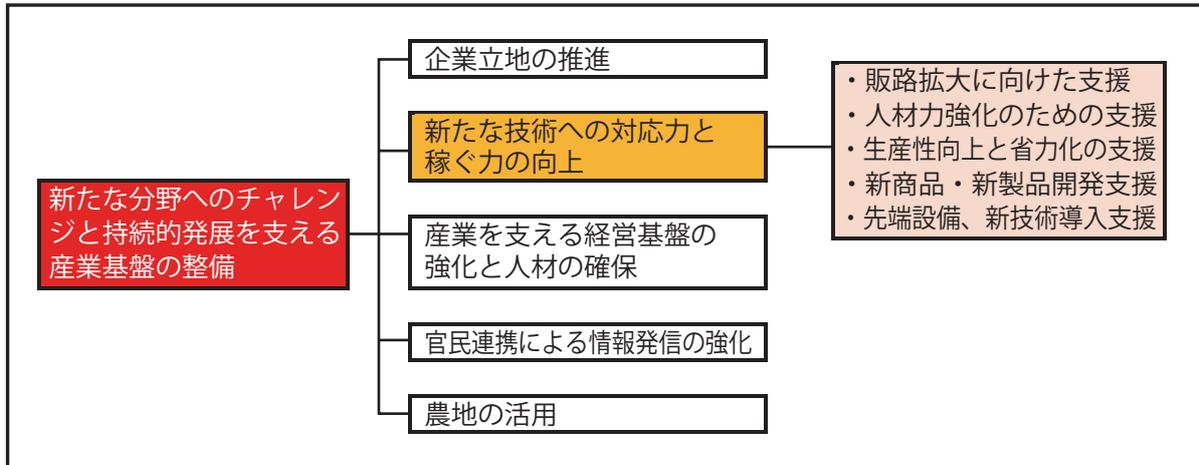
---

産業の集積と連携を維持するため、企業と物件所有者とのマッチングの推進が求められます。また、市街地においては、空き店舗を減らすことで、街並みにのぎわいを確保し、市内外から幅広い世代が集うにぎわいあるまちの創出につなげていくことが必要です。

具体的な施策案・方向性としては、創業に要する資金の支援、空き店舗を活用したチャレンジショップへの支援などが考えられます。

## 2 | 基本施策【新たな技術への対応力と稼ぐ力の向上】

### 重点施策



少子高齢化による人手不足やAI・自動化技術の進展など、急速に変化する社会経済にあっては、新たな技術を活用し稼ぐ力を強化することは、競争優位性の確保や生産性の向上、ニーズへの対応など、企業の持続的な成長のためには不可欠です。また、これまでのコストカット型の思考から、投資と賃上げが牽引する成長思考への転換も必要です。

基本施策【新たな技術への対応力と稼ぐ力の向上】では、以下5つの主要施策—「販路拡大に向けた支援」、「人材力強化のための支援」、「生産性向上と省力化の支援」、「新商品・新製品開発支援」、「先端設備、新技術導入支援」—を軸に取り組みます。

### ①「販路拡大に向けた支援」

販路拡大には各々の業種における専門的なノウハウや知識が不可欠であるため、各専門家に気軽に相談できる環境づくりが求められます。また、インターネットやSNSなどの活用による新たな取引や商談の創出に向け、国内外への市内企業の情報発信に対する支援が必要です。

具体的な施策案・方向性としては、ものづくり企業ガイド（企業情報検索サイト）の作成、農業経営改善に向けた相談体制の充実などが考えられます。

### ②「人材力強化のための支援」

刻々と変化する経済環境に対応するため、従業員の技術力を強化するなど、人材育成につながる支援が求められます。また、企業として人材の確保・定着・活躍に向け、職場の魅力向上や魅力ある情報の発信に対する取組み支援も考えられます。

具体的な施策案・方向性としては、専門家による人材育成支援、企業の魅力発信支援などが考えられます。



### ③「生産性向上と省力化の支援」

---

労働力不足や人材不足に対応するため、産業全般において、効率化と省力化に取り組む必要があります。業務や作業工程の整理・見直しに向けた支援、AIやロボットなどのデジタル技術導入による業務の効率化に向けた取組みへの支援が求められます。

具体的な施策案・方向性としては、業務改善の専門家による伴走型支援、デジタル技術などの活用により省力化を図る取組みへの支援などが考えられます。

### ④「新商品・新製品開発支援」

---

近年、新商品・新製品とサービスを組み合わせることにより独自性や希少性を備えた付加価値の高いビジネスの展開が注目されており、商品や製品の価値を高める取組みを支援することが効果的であると考えられます。また、地域課題・社会課題の解決につながる商品や製品の開発に対する支援も重要です。

具体的な施策案・方向性としては、高付加価値商品や製品の開発に係る支援、産業財産権の取得に係る支援などが考えられます。

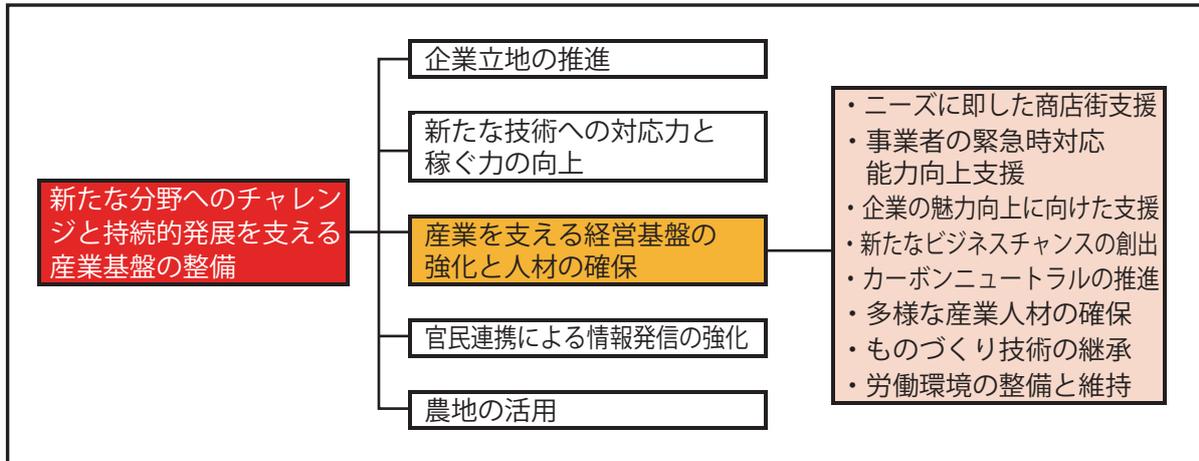
### ⑤「先端設備、新技術導入支援」

---

最新の設備や新たな技術を導入し、他社との差別化や競争力の向上を図ることは、事業の持続的な成長を促すための重要な要素であるため、導入に係る支援が有効です。導入支援にあたっては、企業価値の向上や新たなビジネスチャンスの獲得につながる可能性もあることから、太陽光エネルギー等の再生可能エネルギー利用設備や技術の導入を促すなど、環境への配慮も必要です。

具体的な施策案・方向性としては、経営支援の専門家による先端設備導入計画の策定支援、先端設備導入に係る資金の支援などが考えられます。

### 3 | 基本施策【産業を支える経営基盤の強化と人材の確保】



経営基盤の強化は、企業の持続的な成長や外部環境の変化への対応力向上に不可欠です。持続的な経営の実現や財政基盤の安定化、組織力・経営管理能力・競争力などの向上につながります。また、経営基盤の中でも「人材」は経営資源の中核となるものであり、経営戦略の実現に不可欠な要素であるため、人材の確保に向けた取組みが必要です。

基本施策【産業を支える経営基盤の強化と人材の確保】では、以下8つの主要施策—「ニーズに即した商店街支援」、「事業者の緊急時対応能力向上支援」、「企業の魅力向上に向けた支援」、「新たなビジネスチャンスの創出」、「カーボンニュートラルの推進」、「多様な産業人材の確保」、「ものづくり技術の継承」、「労働環境の整備と維持」—を軸に取り組みます。

#### ①「ニーズに即した商店街支援」

地域の暮らしを支える拠点である商店街では、様々なアイデアを出し合い日々集客に努めています。また、商店街のイメージアップや安全管理などの環境整備にも注力しています。多様化する消費者ニーズに各商店街が柔軟に対応するための支援が必要です。

具体的な施策案・方向性としては、商店街による主催イベントへの支援、イメージアップ等につながる環境整備への支援などが考えられます。

#### ②「事業者の緊急時対応能力向上支援」

自然災害や感染症などの緊急事態発生時に事業継続を支える取組みを全市的に展開できるよう、市内農工商関係団体等との強固な連携体制の推進が重要です。また、事業者にとっては、影響を最小限に抑え早期に復旧させるための計画と準備が必要です。

具体的な施策案・方向性としては、関係団体等との緊急連絡体制の定期的な点検、事業継続計画の策定支援などが考えられます。



### ③「企業の魅力向上に向けた支援」

---

人材を確保し定着させ活躍につなげるためには、他社と差別化できる魅力の発信や労働環境の改善など、職場の魅力を向上させる取組みが有効であると考えられます。自社の強みを生かし、魅力を向上させるための創意工夫に対する支援が求められます。

具体的な施策案・方向性としては、企業の魅力アップに関する知識の支援、魅力向上への取組みに対する資金の支援などが考えられます。

### ④「新たなビジネスチャンスの創出」

---

新たなビジネスチャンスの獲得は、売上の拡大や既存事業への依存リスクの回避、競争力の強化など、経営の持続的な発展のために重要です。新規事業の立ち上げや自社の強みを生かせる企業との連携による新たなビジネスモデルの構築なども考えられます。

具体的な施策案・方向性としては、新事業の立ち上げプロセスの検討支援、ビジネス商談会・展示会参加への支援などが考えられます。

### ⑤「カーボンニュートラルの推進」

---

ゼロカーボンシティの実現に向け、温室効果ガスの削減目標達成のためには、温室効果ガス排出量の多くを占める産業部門の協力が必要不可欠です。社会全体として産業の持続的発展と環境の保全が共に成り立つように留意し、推進する必要があります。

具体的な施策案・方向性としては、事業者向けの省エネ設備等の導入に係る支援、地産地消の推進などが考えられます。

### ⑥「多様な産業人材の確保」

---

人口減少で人手が不足する中においては、性別、年齢、国籍、障がいの有無、キャリア、働き方など、様々な違いを持つ人材の活用が不可欠です。特に人材確保が難しい中小・小規模事業者については多様な人材の活用が必要であり、人材確保のための支援が求められます。

具体的な施策案・方向性としては、多様な人材の雇用に係る支援、受け入れ環境の整備に係る支援などが考えられます。

### ⑦「ものづくり技術の継承」

---

本市は伝統ある工業都市としての歴史を持ち、数多くの中小・小規模事業者が地域のものづくりを支えてきましたが、少子高齢化や労働力人口の減少に伴い、ものづくりの担い手も減少しており、技術の継承と専門人材の育成が必要です。また後継者がいない事業者においては、第三者も含めた事業の円滑な承継も求められます。

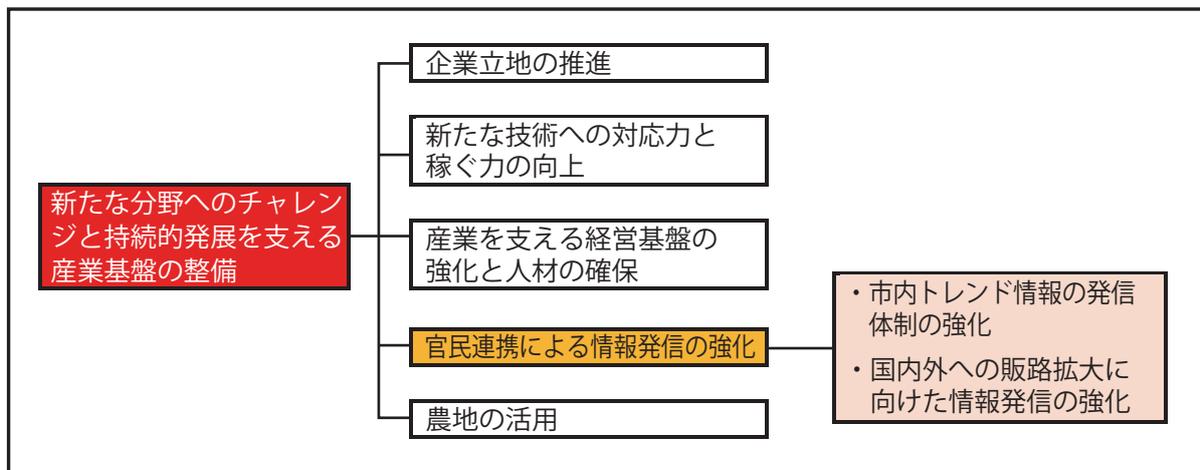
具体的な施策案・方向性としては、技術や技能の習得に対する支援、事業承継に係る支援などが考えられます。

## ⑧「労働環境の整備と維持」

企業が事業を円滑に進め、持続的に成長するためには、社内の労働環境を整え、従業員の働きやすさや生産性の向上を目指すことが重要です。労働環境の向上は企業価値や社会的信用の向上にもつながることが期待できます。

具体的な施策案・方向性としては、現場改善の専門家による伴走型支援、福利厚生に係る支援などが考えられます。

## 4 | 基本施策【官民連携による情報発信の強化】



基本施策【官民連携による情報発信の強化】では、以下2つの主要施策—「市内トレンド情報の発信体制の強化」、「国内外への販路拡大に向けた情報発信の強化」—を軸に取り組みます。

地域産業に関する魅力的な情報の発信は、地域経済の活性化や定住の促進、地域ブランド価値の向上、地域コミュニティの活性化など、多様な面で産業と地域の持続的発展に寄与する有効な手段です。情報発信の強化にあたっては、発信媒体の検討とともに、発信力の強化に向けた官民が連携した発信体制の検討も必要です。また、ストーリー性を意識した情報構成や発信媒体の活用も求められます。

## ①「市内トレンド情報の発信体制の強化」

地域の各産業（農・商・工・観）の最新情報や魅力を市内外に効果的に発信することは、市民の満足度の向上や地域経済の活性化、地域コミュニティの強化にもつながります。情報の発信・拡散力がある担い手の発掘と市の広報誌やホームページ以外の情報発信媒体の活用が必要です。

具体的な施策案・方向性としては、SNSを活用した情報発信に長けた担い手との連携、企業のプレスリリースへの支援などが考えられます。

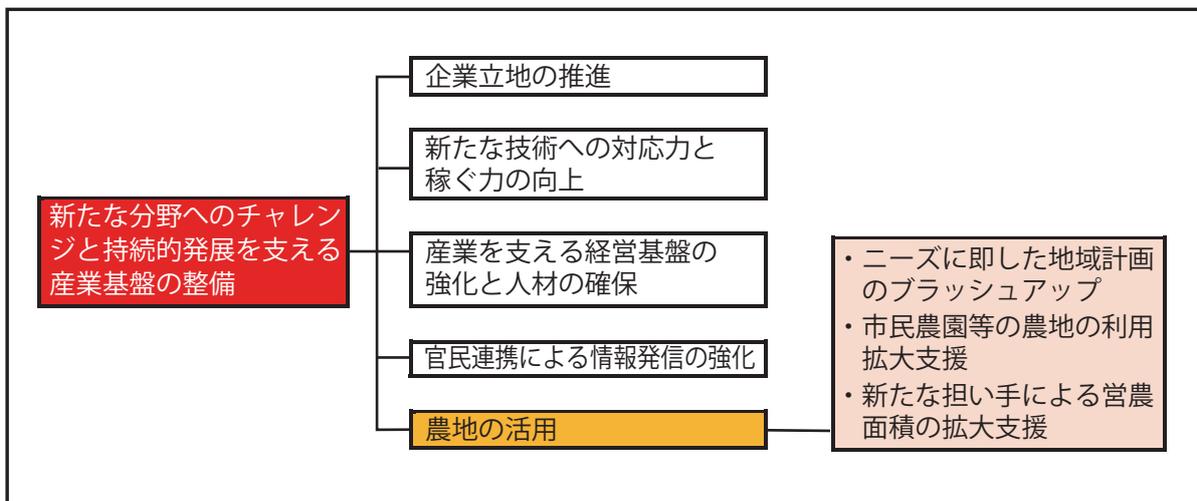


## ②「国内外への販路拡大に向けた情報発信の強化」

新たな顧客層との接点を増やし、多様な販売チャネルを確保するためには、情報発信の強化は不可欠です。市内物産を多く取り扱う「あげお お土産・観光センター」をはじめ、上尾市観光協会からの情報発信は、市内外への販路拡大に大きな影響を与えます。また、市内企業情報のデータベースの構築は、販路拡大を効率的に進めるうえで有効な手段です。

具体的な施策案・方向性としては、ものづくり企業ガイド（企業情報検索サイト）の作成（再掲）、あげお お土産・観光センターの情報発信力の強化などが考えられます。

## 5 | 基本施策【農地の活用】 **重点施策**



基本施策【農地の活用】では、以下3つの主要施策—「ニーズに即した地域計画のブラッシュアップ」、「市民農園等の農地の利用拡大支援」、「新たな担い手による営農面積の拡大支援」—を軸に取り組みます。

農業の持続的発展のためには、農地の有効活用が不可欠です。自営で耕作するだけでなく、市民農園や体験農園としての活用も考えられます。また、安定的な農業経営を維持するためには農地の集積・集約を図り、利用効率を高めることも重要です。そのためには、地域農業の将来の在り方を示した「地域計画」の継続的な見直しも必要です。

## ①「ニーズに即した地域計画のブラッシュアップ」

後継者や新規就農者等の農業の新たな担い手が耕作しやすいように農地を集約化させ活用していくことを支援する必要があります。各地区で策定された地域計画の内容について、地域のニーズを反映した具体的な取組みの検討が求められます。

具体的な施策案・方向性としては、各地域のニーズの整理、具体的な取組方針の検討などが考えられます。



## ②「市民農園等の農地の利用拡大支援」

---

専業・兼業・半農半Xなど、農業に触れるライフスタイルは様々です。また、市民農園や体験農園など、ベッドタウンである本市であるからこそニーズが高い農地の活用方法もあります。市営に限らず、民間の市民農園の利用を拡大することで遊休農地の解消が期待できます。

具体的な施策案・方向性としては、市民農園や体験農園の制度や開設方法の周知強化、制度活用のメリットや効果の発信強化などが考えられます。

## ③「新たな担い手による営農面積の拡大支援」

---

営農面積を拡大するためには、市内での就農希望者や規模拡大を希望する農業事業者と、耕作を続けることが難しくなった農地所有者の間を取り持つ支援が必要です。また、新たな担い手の発掘も求められます。

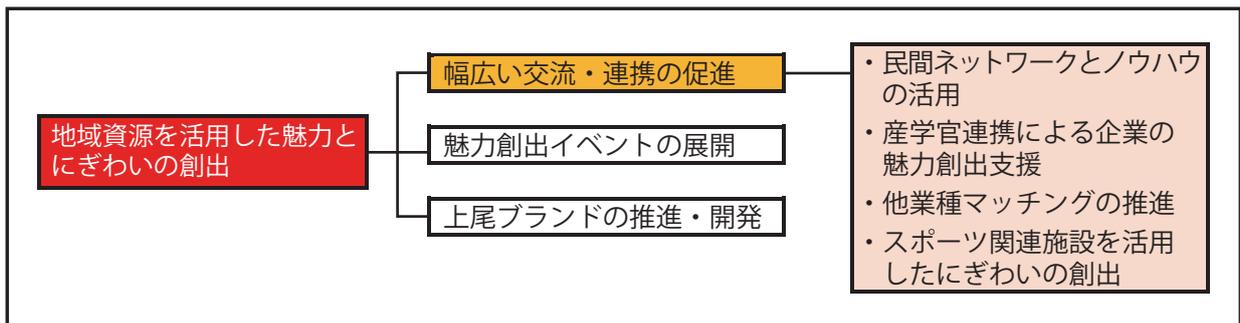
具体的な施策案・方向性としては、農業法人等の誘致、営農者と農地所有者との間を取り持つ支援などが考えられます。



### 3 基本方針（3）地域資源を活用した魅力とにぎわいの創出

基本方針（3）「地域資源を活用した魅力とにぎわいの創出」の下には、以下の3つの基本施策—【幅広い交流・連携の促進】、【魅力創出イベントの展開】、【上尾ブランドの推進・開発】—があります。

#### 1 | 基本施策【幅広い交流・連携の促進】



基本施策【幅広い交流・連携の促進】では、以下4つの主要施策—「民間ネットワークとノウハウの活用」、「産学官連携による企業の魅力創出支援」、「他業種マッチングの推進」、「スポーツ関連施設を活用したにぎわいの創出」—を軸に取り組みます。

本市には、人材を含め、有形・無形の多くの地域資源が存在しています。様々な地域資源を共有し、交流や連携を図ることによって、資源の価値の再認識や魅力の再発見、新たなにぎわいの創出につながることが期待できます。

#### ①「民間ネットワークとノウハウの活用」

地域の特産物や自然、施設、街並みなどの資源を活用し、民間の強い情報発信力によって知名度の向上やにぎわいづくりを図ることができます。また、地域に潜在する志のある担い手や事業者の強固なネットワークとノウハウを活用した自主的なにぎわい創出イベントに対する支援も重要です。

具体的な施策案・方向性としては、多様な地域資源を活用したフィルムコミッションの推進、有志の事業者による自主事業への支援などが考えられます。

#### ②「産学官連携による企業の魅力創出支援」

産学官連携は、企業にとって研究開発の促進や新規事業の創出、また、若い世代の価値観や発想などを理解することで組織の活性化やダイバーシティの推進などにもつながり、企業の魅力の創出が期待されます。

具体的な施策案・方向性としては、学生と企業による新商品開発、新ビジネスのアイデア創出への支援などが考えられます。

### ③「他業種マッチングの推進」

他業種とのマッチングは、人脈拡大による新たなビジネスチャンスの創出や技術・アイデアの組み合わせにより、自社だけでは難しいイノベーションの促進、コストの削減や情報収集の効率化など、多くのメリットを生み出す可能性があります。

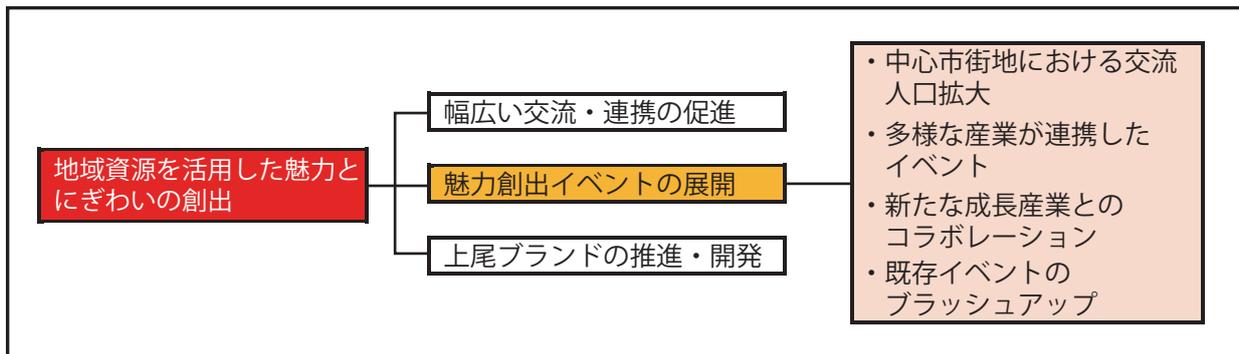
具体的な施策案・方向性としては、マッチング希望事業者のデータベース化、マッチング事例紹介などによる新たな取組みへの波及などが考えられます。

### ④「スポーツ関連施設を活用したにぎわいの創出」

県内有数の大型スポーツ拠点が集中する本市の強みを生かし、県内外からの来訪者に、本市の特産品や飲食店をPRし、また、提供する機会を増やすことで、これまで以上に商業・観光の活性化によるにぎわいづくりにつなげていくことが重要です。

具体的な施策案・方向性としては、スポーツイベントにおける特産品販売、グルメイベントの共同開催などが考えられます。

## 2 | 基本施策【魅力創出イベントの展開】 **重点施策**



基本施策【魅力創出イベントの展開】では、以下4つの主要施策—「中心市街地における交流人口拡大」、「多様な産業が連携したイベント」、「新たな成長産業とのコラボレーション」、「既存イベントのブラッシュアップ」—を軸に取り組みます。

地域資源を活用し、魅力の創出につなげるイベントの開催は、地域経済の活性化や本市の認知度とイメージの向上、地域コミュニティの強化などにつながることが期待できます。魅力創出イベントの立案にあたっては、独自性や継続性、市民参加や市外からの来訪者を呼び込む仕掛けづくりなども考慮し、イベントを展開することが重要です。

### ①「中心市街地における交流人口拡大」

駅を中心とした必然的に人が集まる空間を活用し、世代を超えて楽しむことができるイベントの開催や、立ち寄りポイントを設けることにより、さらなる交流人口の増加によるにぎわいづくりを目指します。イベントをきっかけとした地域内での消費を促進し、周辺の商店街や飲食店等への経済波及効果が期待できます。



具体的な施策案・方向性としては、駅周辺の公共空間を活用した地場農産物や特産品の直売イベント、店舗や施設を巡る参加型イベントなどが考えられます。

## ②「多様な産業が連携したイベント」

---

本市では、地域産業のPRと活性化、地域住民との交流促進、そして地域の食文化の継承などを目的として、上尾の産業が一堂に会する「あげお産業祭」を開催しています。

VUCA（変動的、不確実、複雑、曖昧）の時代にあっては、単独の業界の知識や常識だけでは対応できない課題が増加しています。多様な産業が連携するイベントは、こうした課題に立ち向かう上で重要な役割を果たすと考えます。

具体的な施策案・方向性としては、異業種が集まるテーマ別のワークショップ、交流会を契機とした新たなイベントの創出などが考えられます。

## ③「新たな成長産業とのコラボレーション」

---

年齢や性別、国籍を問わず多様な人々の交流から生まれるコミュニティの活性化は、にぎわいづくりの大きな要素となります。e-スポーツやVR、デジタルマッピングなどのデジタルツールを活用したイベントは、新たなコミュニティとにぎわい創出の可能性を含んでいます。イベントの実施にあたっては、デジタルデバイドへの配慮も必要です。

具体的な施策案・方向性としては、新たな成長産業の体験イベント、最新のデジタル技術を活用したイベントなどが考えられます。

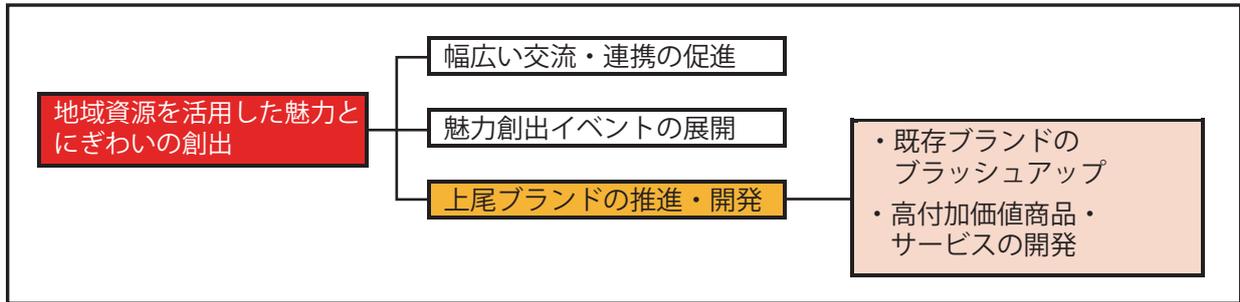
## ④「既存イベントのブラッシュアップ」

---

本市では、豊かな自然や歴史・文化に触れることができるイベントや食べ歩きを通じてまちの魅力を再発見してもらうためのイベントなど、観光に関連する様々なイベントを実施してまいりました。今後も引き続き新規参加者とリピーターを増やし、さらなるにぎわいの創出を目指すためには各イベントのブラッシュアップが必要です。

具体的な施策案・方向性としては、新たなにぎわいスポットの創出、体験型イベントの充実などが考えられます。

### 3 | 基本施策【上尾ブランドの推進・開発】



基本施策【上尾ブランドの推進・開発】では、以下2つの主要施策—「既存ブランドのブラッシュアップ」、「高付加価値商品・サービスの開発」—を軸に取り組みます。

地域資源を活用した地域ブランドの推進・開発は、地域の魅力的な価値を国内外に発信し、地域経済の活性化と地域社会の持続的な発展の実現が期待できます。地域ブランドの推進・開発にあたっては、独自性を踏まえながら地域資源を掘り起こすとともに、ブランドコンセプトの設定や高付加価値化の検討が必要です。

#### ①「既存ブランドのブラッシュアップ」

地場産業の既存ブランドをブラッシュアップすることは、顧客の価値観やニーズ、時代の変化に対応した新たな価値を創造するため、また、ブランドの鮮度を保ち、価値を維持・向上させるために不可欠です。

具体的な施策案・方向性としては、既存ブランドの調査・研究、上尾串ぎようざや上尾市観光協会の推奨土産品・推奨料理などの既存商品の価値を向上させるためのリブランディングなどが考えられます。

#### ②「高付加価値商品・サービスの開発」

地域に素晴らしい資源があったとしても、消費者が「魅力的」と思わなければ「ブランド」としては評価されず、イメージの向上や地域活性化につながりません。地域ブランドの構築には、地域にある様々な資源を消費者視点で「魅力的」なものに磨き上げ、居住や観光、商品購入など、消費者行動に結びつける必要があります。そのためには、商品や製品、サービスに対する高付加価値化への支援が必要です。

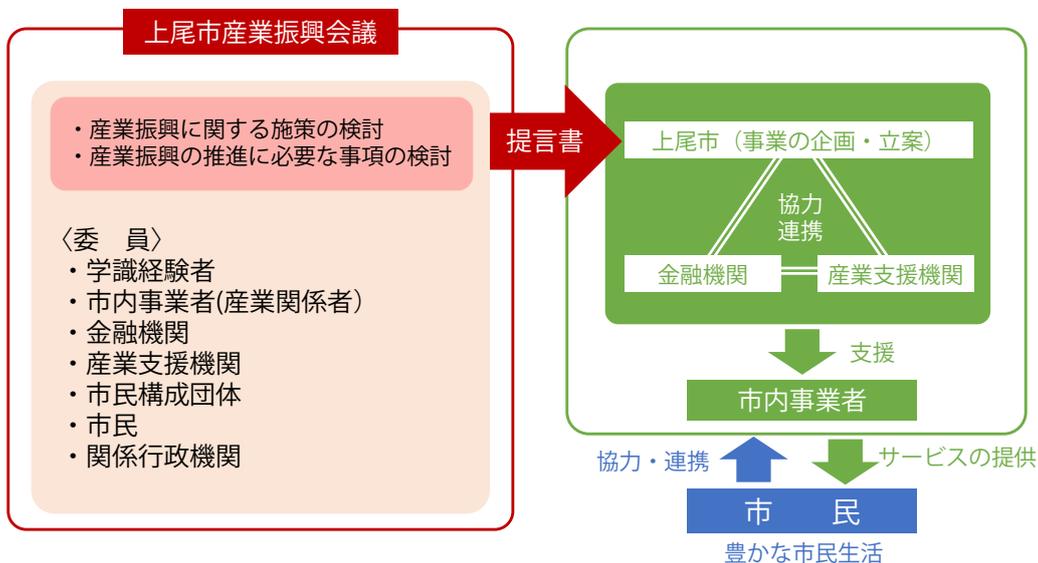
具体的な施策案・方向性としては、農産品および加工品のブランド化支援、地域限定商品やふるさと納税限定商品の開発支援などが考えられます。

## 1 | 上尾市産業振興会議における施策の協議・検討及び市への提言

本市では、平成26（2014）年に上尾市産業振興ビジョンの実現に向けた推進体制として、「上尾市産業振興会議」を設置しました。当会議は、学識経験者をはじめ、市内事業者や市民、産業支援機関等から組織されており、実現可能な産業振興施策を協議・検討するため、年に複数回の会議を開催し意見交換を行っています。取りまとめた施策は提言書として毎年、市に提出されています。

新ビジョンの実現に向けても、当会議を推進体制の核とし、前章で掲げた各施策における具体的な事業内容について協議・検討してまいります。

また、社会経済状況の変化や、国・県の施策の動向、事業者や市民のニーズなど、時代の変化に合わせて、柔軟かつ丁寧に対応していく必要があります。特に注力すべき時勢に沿った施策については、当会議にて毎年協議・検討し、その結果を提言に反映させることで、効果的な施策の実現に努めてまいります。



## 2 | 産業振興に関わる各主体の役割

ビジョンを実現するための方針とそれに関連する各施策は、本市の産業振興に関わるあらゆる主体がそれぞれの役割を認識し、連携・協働しながら進めていくことが重要です。市は、本ビジョンを推進するにあたり、各主体とつながりや連携の場を作りながら、まちが一体となって産業の振興を図れるように進めていきます。

### ① 市

- ・本ビジョンの内容について、積極的に周知・啓発を行い、事業者、産業関連団体、市民、産業支援機関などと相互に連携・協力して産業振興を図る体制づくりに努め、産業振興施策を推進する。
- ・産業振興に関連した諸施策（まちづくり・カーボンニュートラル・福祉・教育など）との調整や連携を図る。
- ・上尾市産業振興会議の事務局として、会議における意見が市への提言に反映されるよう調整を図るとともに、提言が実現するよう努める。

- ・国、県、他市町村、各種関係機関などから産業振興に関する情報の収集及び提供を行うとともに、諸制度の活用及び促進を図る。

## ② 事業者

---

- ・本市の地域経済を支える重要な担い手として、市や産業関連団体との連携を図りながら、自らの事業の発展や次代への技術の継承などに努める。
- ・市民や来街者とともにまちの魅力を高め、市民の生活を支える商品やサービスの提供に努める。
- ・上尾市産業振興会議に、産業関連団体を通じて意見や現況を伝え、市への提言に反映させるよう努める。
- ・地域社会の一員として、雇用の創出や産業間のネットワークの構築、ゼロカーボンシティの実現に向けた取組みなど、地域社会への貢献に向けた活動を積極的に行うよう努める。
- ・産業活動と周辺環境、市民生活との調和を図ることに努める。

## ③ 産業関連団体

---

- ・事業者の自主的な努力と創意工夫への支援を行うとともに、本市の産業振興を担う中核的な主体として、事業者や関係機関との連携や交流の促進に努める。
- ・上尾市産業振興会議において、事業者を代表する団体として事業者の意見を集約し、市への提言に反映させるよう努める。
- ・本ビジョン及び上尾市産業振興会議の提言の実現に向け、実施主体として事業を行うとともに、事業者に働きかけるよう努める。

## ④ 産業支援機関

---

- ・地域経済の活性化を引き出し、促進する役割として、本市の事業者や関係機関との連携を積極的に進めるとともに、本市の産業振興に寄与する研究開発支援や技術的及び人的支援などに努める。

## ⑤ 市民

---

- ・産業を振興することが地域を活性化し、より良い暮らしをもたらすことを理解し、産業振興への取組みに協力することに努める。
- ・労働者、地域活性化の担い手として、自らが地域産業に与える影響や効果を認識するとともに、地域の消費者として、自身の消費行動が地域経済に与える影響について理解するとともに、地産地消や地域商店の利用に配慮する。
- ・市内産業の魅力を全国に発信したり、産業振興に関する情報交換の場に参加したりするなど、主体的にまちづくりに関わるよう努める。

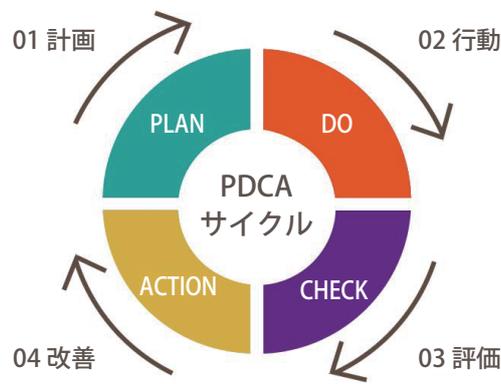


### 3 | ビジョンの進捗管理及び評価・検証

#### ① 進捗管理

本ビジョンの推進にあたっては、市が本市の目指すべき姿（将来像）と基本方針に基づき（PLAN）、着実に事業を実施していくとともに（DO）、各施策の進捗状況や成果を定期的に管理し（CHECK）、本市と連携する関係者と密に情報共有を図りながら、ビジョン推進における課題の発見と解消（ACTION）を継続的に行っていく、「PDCAサイクル」の考え方を活用していきます。

PDCAサイクルによる進捗管理の状況については、市が上尾市産業振興会議にて報告するものとします。



#### ② 評価・検証

本ビジョンの評価・検証については、先述のPDCAサイクルによる進捗管理の中で随時行うとともに、次期上尾市総合計画や次期上尾市産業振興ビジョンの策定時において、本ビジョンで設定した各産業（農・商・工・観）の課題に対する施策の方向性や、産業振興の基本方針や基本施策、及び主要施策が目指すべき姿（将来像）に寄与したかなどについて振り返り、評価・検証を行うものとします。

## ■ 第2次上尾市産業振興ビジョン策定の経過

### (1) 上尾市産業振興会議

年度	回	月	検討内容
令和5(2023)年度	第1回	7月	○上尾市産業振興ビジョンの進捗確認について
	—	9~10月	○上尾市産業振興ビジョンの評価・検証作業について
	第2回	11月	○上尾市産業振興ビジョンの評価・検証結果について
	第3回	3月	○各産業分野の課題について ○新ビジョンの在り方(計画期間、推進体制、ビジョン体系等)について ○新ビジョン策定に必要な情報について
令和6(2024)年度	第1回	5月	○策定スケジュールについて
	第2回	7月	○事業者アンケート・ヒアリング(概要)について
	第3回	11月	○事業者アンケート・ヒアリング(詳細)について
	第4回	3月	○事業者アンケート結果(暫定)について ○本市の現状と課題及び産業に関するSWOT分析について
令和7(2025)年度	第1回	6月	○事業者アンケート・ヒアリング結果(最終)について ○目指すべき姿(将来像)について ○新ビジョン体系骨子案について① ○こども・若者アンケートについて
	第2回	8月	○新ビジョン構成案について ○新ビジョン体系骨子案について②
	第3回	11月	○新ビジョン素案について
	第4回	2月	○新ビジョン最終案について

### (2) 第2次上尾市産業振興ビジョン策定作業部会

年度	回	月	検討内容
令和6(2024)年度	第1回	11月	○上尾市産業振興ビジョン及び上尾市産業振興会議について ○ビジョン改定の経緯及び策定作業部会の作業内容について ○事業者アンケート及びヒアリングについて
	第2回	3月	○事業者アンケート結果(暫定)について ○本市の現状と課題及び産業に関するSWOT分析について
令和7(2025)年度	第1回	5月	○事業者アンケート・ヒアリング結果(最終)について ○SWOT分析及び新ビジョン体系骨子案について ○新規施策について①
	第2回	7月	○新規施策について②
	第3回	10月	○新ビジョン構成案について ○新ビジョン体系骨子案について



### (3) 市内事業者（農・商・工）アンケート

	市内農業者	市内商工業者
基準日	令和7（2025）年1月1日	
調査方法	郵送およびオンライン	
調査実施期間	令和7（2025）年1月10日～2月28日	
アンケート対象	111件	5,638件
有効回答数 （有効回答率）	73件 (65.8%)	1,076件 (19.1%)

### (4) 市内事業者（農・商・工）ヒアリング

年月	ヒアリング先
令和7（2025）年3月	上尾ものづくり協同組合、領工会、上尾市工業連絡協議会、上尾商店街連合会、上尾商工会議所（工業振興委員会・商業振興委員会・中小企業振興委員会）、岡野園、イオンモール上尾、UDトラックス株式会社
令和7（2025）年4月	上尾商工会議所青年部、上尾ものづくり協同組合青年部会、領工会青年部、上尾法人会上尾支部青年部会、有限会社寿司長、株式会社サイタマ・ユウセイ、上尾商工会議所、上尾市農業委員、農地利用最適化推進委員

### (5) こども・若者アンケート

	市内小学校 5年生	市内中学校 2年生	市内高等学校 2年生
調査方法	オンライン		
調査実施期間	令和7（2025）年 7月17日～7月31日		令和7（2025）年 10月3日～10月13日
アンケート回答数	198件	150件	649件

### (6) 市民コメント（パブリックコメント）

○募集期間

令和7（2025）年12月22日～令和8（2026）年1月21日

○提出方法

Eメール、郵送、ファクス、持参

○結果

意見提出者4名、件数5件

## ■ 名簿

### (1) 上尾市産業振興会議【令和5（2023）年度～令和7（2025）年度】

(敬称略・順不同)

氏名	所属・役職名等	備考
河藤 佳彦	専修大学経済学部 教授	会長
飯田 裕之	上尾商工会議所 副会頭	副会長
大澤 哲也	上尾ものづくり協同組合 副理事長	R7 就任
大木 保司	上尾商店街連合会 会長	
松本 猛	アリオ上尾 営業販促マネージャー	
松村 稔	さいたま農業協同組合 北部営農経済課長	
神田 明美	上尾市農業女性連絡協議会 副会長	R6 就任
福岡 大介	埼玉りそな銀行上尾支店 支店長	R7 就任
五十嵐 康行	埼玉縣信用金庫上尾支店 支店長	R6 就任
井上 克典	上尾商工会議所 総務委員長	
高野 正則	埼玉県産業振興公社創業・取引支援部 部長	R6 就任
安藤 由美	上尾市消費者団体連絡会 会長	R6 就任
松本 弘子	女性フォーラムあげお 副会長	R6 就任
市倉 育江	市民	R6 就任
幸物 正晃	経済産業省関東経済産業局地域経済部地域振興課 課長	R6 就任
坂田 直人	埼玉県県央地域振興センター 所長	R6 就任
藤田 悟	上尾市環境経済部 部長	R6 就任

### 【前任者】

石川 泰正	上尾ものづくり協同組合 理事長 ※	R5 ~ R6
池上 卓郎	埼玉りそな銀行上尾支店 支店長 ※	R5 ~ R6
田中 宏幸	埼玉縣信用金庫上尾支店 支店長 ※	R5 ~ R6
吉澤 ひろ子	上尾市農業女性連絡協議会 会長 ※	R6
北川 景子	上尾市農業女性連絡協議会 会長 ※	R5
塚田 隆史	埼玉県産業振興公社創業・取引支援部 部長 ※	R5
石川 由貴	上尾市消費者団体連絡会 事務局長 ※	R5
樽井 花子	女性フォーラムあげお	R5
室住 敬寛	経済産業省関東経済産業局地域経済部地域振興課 課長 ※	R5
西岡 利浩	埼玉県県央地域振興センター 所長 ※	R5
堀口 慎一	上尾市環境経済部 部長 ※	R5

※在任時の所属・役職名等



(2) 第2次上尾市産業振興ビジョン策定作業部会【令和6（2024）年度～令和7（2025）年度】

(敬称略・順不同)

氏名	所属・職名	備考
吉永 広樹	環境経済部商工課 課長	部会長・R7 就任
小川 博史	環境経済部農政課 課長	副部会長・R7 就任
白石 裕一	市長政策室広報広聴課 主査	R7 就任
沢辺 司	行政経営部行政経営課 副主幹	
大山 祐輝	都市整備部都市計画課 主査	R7 就任
猪川 真悟	都市整備部都市計画課 主査	
金田 美智	環境経済部環境政策課ゼロカーボン推進室 主任	
互井 一成	環境経済部農政課 主幹	
今村 公紀	環境経済部商工課 副主幹	

【前任者】

小川 紀之	環境経済部商工課 課長 ※	部会長・R6
東 邦彦	環境経済部農政課 課長 ※	副部会長・R6
吉備 則子	市長政策室広報広聴課 主幹 ※	R6
只野 修平	都市整備部都市計画課 主任 ※	R6

※在任時の所属・職名

## ■ 用語解説

### あ行

#### 上尾市市民意識調査

市民の行政全般に対する意向・要望等を的確に把握し、今後の市政推進に反映させるための資料を収集することを目的に、上尾市が行うアンケート調査。

#### 上尾市都市計画マスタープラン2020

都市計画法に基づき上尾市における都市計画の基本方針を定めたもの。土地利用や都市基盤整備等の方針を定めており、都市整備事業の基本となる。

#### 上尾中小企業サポートセンター

令和3（2021）年度に上尾市と上尾商工会議所との連携により開設した機関。中小企業診断士やITコーディネーター等の専門家が、事業者が抱える経営課題の解決に向けて無料で相談に応じ、伴走型の支援を行う。

#### 域内循環率

生産（付加価値額）を分配（所得）で除した値。値が低いほど他地域から流入する所得に対する依存度が高いことを意味し、地域経済の自立度を表す。

#### インバウンド対策

インバウンドとは外国人旅行者のことで、日本を訪れやすく、楽しみやすくするために行う受け入れ環境づくりやサービス改善の取組み。

#### オープンファクトリー

工場や生産現場を外部に公開し、来場者に製造過程を見学させたり、組立や検査などの体験を提供する取組み。

### か行

#### カーボンニュートラル

温室効果ガス（主に二酸化炭素）の排出量と吸収・除去量を差し引きゼロにすることを意味する。

#### カーボンフットプリント

製品やサービスのライフサイクル全体で排出される温室効果ガスをCO<sub>2</sub>換算で示す指標。

#### 観光型農業

農業者が、観光客に対して自ら生産した農産物の収穫体験などを提供し、料金を得る事業。農業と観光を結びつけ、地域活性化や収益増加を目指す新たなビジネスモデル。

#### 官民ファンド

国の政策に基づき、国と民間の資金をまとめ、企業の成長や地域の活性化を支援するために投資する仕組み。

#### 基本政策2025

「経済財政運営と改革の基本方針2025（骨太方針2025）」のこと。賃上げを軸とした成長型経済への転換、人口減少下での持続可能な社会づくり、GX・DX推進などを示した政府の経済・財政運営の最重要方針。



### 高付加価値商品

他社との競争や自社の既存ビジネスの延長線上で、新たな機能やサービスの提供、差別化につながる商品。

### 高付加価値農産物

高い品質を有する品種の開発や、付加価値の高い品目の輸出促進など、様々な取組みにより価値を高めた農産物のこと。

### 国際的な供給網リスク

世界に広がる生産・輸送のつながり（サプライチェーン）が、紛争や災害、政策変更などで途切れたり不安定になるなどの危険性。

## さ行

### 産業競争力強化法

企業の成長支援、イノベーションの促進、事業再生の円滑化など、日本の産業競争力を強化することを目的に制定された法律。

### 産業財産権

特許権、実用新案権、意匠権、商標権の4つの権利の総称。特許庁に出願し登録されることによって、一定期間、独占的に実施（使用）できる権利となる。

### 事業継承

現在の経営者から後継者に事業を引き継ぐこと。引き継ぐ対象は有形・無形の資産に及び、技術やノウハウ、従業員も含まれる。

### 事業継続計画

企業が自然災害、大火災、テロ攻撃などの緊急事態に遭遇した際に、損害を最小限にとどめ、中核事業の継続あるいは早期復旧を可能とするために、平常時から行うべき行動や事業継続のための方法などを取り決めておく計画のこと。

### 地場農産物

特定の地域で生産・収穫された農産物のこと。

### ステークホルダー

企業やプロジェクトの活動に影響を受けたり、逆に影響を与えたりする関係者や組織全体を指す言葉。顧客・従業員・取引先・地域社会・株主などが含まれる。

### 税制優遇措置

企業や個人による社会的に望ましい活動を後押しするために、特定の条件を満たすことで、国や自治体が税負担を軽減する制度の総称。

### 製造品出荷額等

1年間の「製造品出荷額」、「加工賃収入額」、「修理料収入額」、「製造工程から出たくず及び廃物」の出荷額と「その他の収入額」の合計で、消費税等の内国消費税を含んだ額のこと。

### 製品展示会

企業が自社の製品やサービスを紹介し、顧客や業界関係者と接点を創出し、商談を行うイベント。

### ゼロカーボン

二酸化炭素などの温室効果ガスの排出をできる限り減らし、排出した分は森林などで吸収・除去して、実質排出量が0になることを目標とした地球温暖化を防ぐ取組みのこと。

### 専業・兼業・半農半X

農林水産省の定義では、世帯員の中に兼業従事者が1人もいない農家のことを専業農家といい、世帯員のなかに兼業従事者が1人以上いる農家のことを兼業農家という。一方、半農半Xは農業とそのほかの仕事「X」を組み合わせたライフスタイルのことを指す。

### 潜在的産業資源

現時点では十分に活用されていないが、活用次第で産業的・経済的価値を生み出す可能性を持つ資源のこと。

### 先端製造業

デジタル技術や新素材など、新たな技術を活用し、技術的な革新性が高い、国際競争力が強いなど、高付加価値製品を生み出す製造業を指す。

### 先端設備導入計画

中小企業が設備投資を通じて労働生産性の向上を図るための計画。

### 専門家による伴走型支援

中小企業診断士などの専門家が利用者に寄り添い、課題解決に向けて計画づくりから実行まで継続的に支援すること。

### 戦略的産業

国家や地域の安全保障・経済成長・技術主権にとって特に重要で、政策的に重点支援される産業分野。

## た行

### ダイバーシティ

性別・人種・年齢・障害の有無・性的指向・宗教・文化など、異なる背景や特性を持つ個人が共存し、その違いを尊重し合うこと。

### 第6次上尾市総合計画（後期基本計画）

令和3～12年度の上尾市の行政運営の最上位計画。「みんなでつくる みんなが輝くまち あげお」を将来都市像に掲げる。令和3（2021）年度～7（2025）年度が前期、令和8（2026）年度～12（2030）年度が後期に該当。

### 地域経済牽引事業計画

各事業者が地方公共団体の基本計画に沿って策定した地域経済牽引事業に関する事業計画のこと。承認を受けた事業者は、法人税減免（特別償却・税額控除）、金融支援、土地利用の規制緩和などの支援措置を受けることができる。

### 地域資源

特定の地域内に存在し、その地域ならではの価値や競争力の源泉となる人・モノ・文化・自然・技術などの総体または特定の対象を指す。

### 地域ブランド

その土地ならではの魅力や特色をわかりやすく伝え、地域の産品や観光の価値を高める取組みのこと。

### 地域未来投資促進計画

地域の特性を生かして、高い付加価値を創出し、地域の事業者に対する相当の経済的効果を及ぼす「地域経済牽引事業」を促進する目的で制定された「地域未来投資促進法」に基づき市町村・都道府県が作成した基本計画。



### 地域未来投資促進法

「地域経済牽引事業の促進による地域の成長発展の基盤強化に関する法律」のこと。地域特性を活用した事業が生み出す経済効果を最大化しようとする地方公共団体の取組みを支援することを目的に制定された。

### 地政学的課題

地理的な位置関係による国対国の対立や資源争い、国境問題など、国際関係や国際経済が不安定になる問題。

### 知的財産活用

企業・組織が技術、デザイン、ブランドなどの知的財産を、単に保有・保護するだけでなく、自社の経営戦略に組み込み、企業価値向上や差別化、収益化等に活かすこと。

### チャレンジショップ

商店街や空き店舗を活用し、新規起業者や事業拡大を目指す人が一定期間、低コストで実際に店舗運営を体験できる仕組み。

### 中堅企業

中小企業者を除く従業員数2,000人以下の企業を指す。

### デジタルデバイド

パソコンやスマートフォンなどの機器やインターネットなどの情報通信技術（ICT）を利用できる人とできない人との間に生じる情報格差のこと。

### デジタルマッピング

コンピューター技術を活用して、デジタル形式の電子地図を作成する作業のこと。

### 都市近郊農業

都市の消費者向けに、都市に近い地域で行われる農業のこと。消費地が近いため、農作物の鮮度を保ちやすく、輸送費用も少なく済むというメリットがあるほか、災害時の避難場所や、農業体験や交流活動の場、教育・学習・体験の場などとしての活用も注目される。

## な行

### 農地の集約化

農地の利用権を交換するなどにより、農地の分散を解消し、農作業を効率的に行えるようにすること。

## は行

### 販売チャネル

商品やサービスが「生産者」から「消費者」へ届くまでの経路やルートのこと。

### 販売農家

経営耕地面積が30a以上、または調査期日前1年間の農産物販売金額が50万円以上の農家のこと。

### ビジネス商談会

出展企業と参加企業がビジネスマッチングを目指し、一度に多くの商談を行うイベント。

### フィルムコミッション

地域での映画・ドラマ・CMなどの撮影を支援し、ロケ誘致や調整を通じて地域活性化を図る公的な窓口・団体。

### 付加価値額

売上から原材料費など外部に支払う費用を差し引いた金額。企業が事業活動によってどれだけ価値を生み出したかを示す。

### ブランドコンセプト

「このブランドは誰に、どんな価値や魅力を届けるのか」を示す軸となる概念で、商品づくりや発信の方向性を決める指針。

### 歩行者利便増進道路（ほこみち）制度

歩行者の利便性を高めるために道路空間を柔軟に活用することを目的に、道路法等を改正して創設された制度。

## ま行

### 民間消費額

地域内の一般家庭などが、商品やサービスを買うために支出した金額。

### 地域内の民間投資額

地域内の企業が、機械や建物、ITシステムなど事業のために行う設備投資等に支出した金額。

### ものづくりイノベーション支援センター埼玉

令和6年（2024年）、埼玉県が複数の産業支援機関を統合して開設した組織。県内中小企業の経営支援を目的に、デジタル、バイオ、マテリアル、カーボンニュートラルの支援に取り組んでいる。

### ものづくり企業ガイド

地域内の製造業の技術や製品等に関するデータをガイド形式で一覧化した企業データブック。

## ら行

### リブランディング

企業・商品・地域などのブランドイメージや価値認識を再構築すること。

## わ行

### ワークプラザあげお

JR上尾駅東口のふるさとハローワーク内で、求職者に対し、大宮公共職業安定所やキャリアに関する専門家と連携して、就職に関する継続的な支援を行う窓口。

## 英数字

### eスポーツ

Electronic Sports（エレクトロニック・スポーツ）の略称。広義では、電子機器を用いて行う娯楽、競技、スポーツ全般のことを指し、狭義では、コンピューターゲーム、ビデオゲームを使った対戦のことを意味する。

### M&A支援

企業のM&A（合併・買収）を成功させるため、検討・実行・M&A成立後の経営統合プロセス等の過



程において、仲介会社、ファイナンシャル・アドバイザー、士業などの専門家が売り手・買い手をサポートするサービス。

### PDCAサイクル

計画（Plan）、実行（Do）、評価（Check）、改善（Action）の4つのステップから成るサイクルを繰り返すことで、継続的な業務改善や目標達成につなげるフレームワーク・手法。

### SDGs

2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals）」の略称。2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標（17のゴール・169のターゲット）から構成されている。

### VR

Virtual Reality / 仮想現実の略称。コンピュータが生成した三次元の仮想空間に、自分が入り込んだかのような体験を可能にする技術。

### VUCAの時代

VUCA（ブーカ）とは、Volatility（変動性）、Uncertainty（不確実性）、Complexity（複雑性）、Ambiguity（曖昧性）の頭文字を組み合わせた造語。先行き不透明で、予測不可能な時代であることを意味する。

## 第2次上尾市産業振興ビジョン

令和8（2026）年3月 発行

発行編集 上尾市環境経済部商工課

〒362-0042 上尾市谷津2-1-50 上尾市プラザ22

TEL 048-777-4441

FAX 048-775-5024

<https://www.city.ageo.lg.jp>

# 第2次 上尾市 産業振興ビジョン

令和8(2026)年度～令和17(2035)年度

