

第3次 日立市商工振興計画

2024
▼
2028

多様な活力が
あふれる

産業

のまち

変化に**対応**する力

引き**継**ぐ力

集積の力

発信する力



いいね! がいっぱい
日立市

第3次

日立市商工振興計画

2024~2028 日立市

多様な活力があふれる産業のまち

はじめに

日立市の中小企業（小規模企業者を含む）を取り巻く状況は、人手不足や大規模な自然災害、新型コロナウイルス感染症の流行の影響、物価の高騰のほか、DXやGXといった構造変化など、取り巻く経営環境が激変し、大きな変革期にあると言えます。

日立市の中小企業が、そのような激変の時代を乗り越え、持続的かつ健全に発展していくためには、ものづくりのまちの歴史の中で市民と企業が守り築き上げてきた「ものづくりの精神」と「ものづくりの英知」を活かすとともに、全ての産業分野の中小企業が、その力を思う存分に発揮できる環境が提供されなければなりません。

そのため、日立市では、地域経済を牽引し、社会の主役と位置付けられる中小企業に対し、市民、企業及び日立市を含む行政機関等が一体となり、市を挙げた中小企業への支援体制を確立するとともに、未来を切り拓く中小企業の新たな挑戦を応援及び後押しするため、平成30年（2018年）12月に制定した日立市中小企業振興基本条例に基づき、中小企業振興の総合的な推進に力を注いでまいりる決意を新たにしたところであります。

今般策定いたしました第3次日立市商工振興計画は、向こう5か年を計画期間とし、日立市中小企業振興基本条例の理念や方針を基調としつつ、日立市前期基本計画（令和4年（2022年）～令和8年（2027年））において産業施策の方向性として掲げた「多様な活力が溢れる産業のまち」を本計画の基本理念とするとともに、「変化に対応する力」「引き継ぐ力」「集積の力」「発注する力」の強化を商工業共通の計画の柱とし、その具現化のための基本戦略や具体的施策を本計画に位置付けております。本計画の運用にあたっては、「未来を牽引する中小企業応援会議」、「日立市中小企業振興会議」による中小企業経営者のダイレクトな意見反映と、関係機関等と連携した機動的な運用を図ることで、振興施策の早期実現に向けて取り組んでまいります。

最後になりますが、計画策定にあたって、明治大学の森下正教授を委員長とする第3次日立市商工振興計画検討委員会の委員の皆様、アンケートやヒアリング調査に御協力をいただきました市内事業者の皆様、日立商工会議所をはじめとする多くの関係機関の皆様に御協力をいただきました。この場をお借りしまして、改めてお礼を申し上げます。



令和6年3月

日立市長 小川 春樹

第 3 次日立市商工振興計画の策定にあたって

第 3 次日立市商工振興計画検討委員会 委員長 森下 正

日立市民の皆様、また日立市に通勤・通学で毎日、通われている方々、そして理由はともあれ私を含め、日立を訪問する機会のある皆様にお伺いしたいことがございます。それは「地域とその産業の行く末を気にかけて、今、何か行動に移していることがありますか」です。

この度、令和 6 年度（2024 年 4 月）～令和 10 年度（2029 年 3 月）までの『第 3 次日立市商工振興計画』を策定いたしました。この計画は、日立の地域産業を支えている企業経営者ならびに支援機関の代表者が様々な角度から意見を出し合い、かつ市役所職員の精鋭が有する産業支援の経験知を盛り込み、そして私のようなよそ者で、四六時中、中小企業や産業の繁栄策を現場目線で探求しているマニアの見解を総動員して出来上がった、この世に一つだけの作品です。

この計画は向こう 5 カ年間の日立市における地域産業振興の道標となるものですが、おそらく時代の趨勢に応じて、改善・改良しながら実践されていくことになるでしょう。しかも、この計画で予定されている数々の地域産業振興の施策は、市内の事業者と市民、そして日立で事業を興したい人々による活用があってこそ、効力を発揮するものです。

とはいえ「計画書を読んでも、いったい何をしたらよいのかわからない。」

こうした声（悩み）は、どこの市町村でも、耳にタコが出来るほど私の耳に入ってきます。しかし、ことは簡単で、冒頭に掲げた人々が事業を通じてやりたいことや実現したいこと、あるいは事業展開上で困っていることがあれば、遠慮杓子なく市役所、支援センター、商工会議所、商工会に相談しに行くことで解決できます。必ずやこの計画で掲げられた施策をアレンジして提供してくれるはずです。また相談される方々は、事業に対する自身の情熱と覚悟を打ち明け、支援側の担当者を口説いて欲しいのです。

日立市の産業が維持・発展しない限り、地域社会の存続は怪しくなります。この計画で示された数々の施策を、日立市民の皆様によって存分に活用していただけることが、「検討委員会」の委員一同にとっての心からの願いです。

最後に、冒頭に掲げた問いかけにある「地域とその産業の行く末を気にかけて」、かつ「何か行動に移している」人々が日立市内で一人でも多くなるのが、自分たちの地域は自分たちの手で守り抜き、発展させていくことの本動力となります。近未来の日立市産業の発展を願って、計画策定にあたってのお礼の挨拶とさせていただきます。有難うございました。



令和 6 年 3 月

明治大学政治経済学部 専任教授 森下 正

目次

第1章 計画策定の趣旨	1
1 計画策定の趣旨	2
2 計画の位置付け	2
3 計画期間	3
4 計画の策定方法	3
第2章 日立市の商工業の現状と課題	5
1 日立市の概況	6
（1）人口動向	6
（2）産業構造	9
（3）日立市総合計画	11
2 日立市商業の現状	13
（1）日立市商業の歴史	13
（2）事業所数の推移	13
（3）従業者数の推移	14
（4）年間商品販売額の推移	14
（5）売場面積の推移	16
（6）商店街の分布状況	17
3 日立市工業の現状	18
（1）中小製造業の状況	18
（2）日立市工業の歴史	20
（3）日立市工業の特色と主要な工場・研究所	21
（4）事業所数の推移	24
（5）従業者数の推移	24
（6）製造品出荷額等の推移	25
4 日立市商工業者の課題	26
（1）激しい社会経済の変化と予想困難な事業環境への対応	26
（2）次世代への経営資源の継承	29
（3）地域の集積再構築と活性化	31
（4）自社の価値発掘と発信	32
5 日立市中小企業振興に関する実態	35
（1）事業の見通し等について	35
（2）売上・収益の状況について	37
（3）雇用について	42
（4）取引環境について	44
（5）IT・脱炭素について	49
（6）事業承継について	53
（7）産業支援について	55

第3章 振興の基本戦略	60
1 計画全体の方向性	61
(1) 日立市中小企業振興基本条例の制定	61
(2) 条例の構成と内容	61
(3) 計画の構成	63
2 本計画における基本戦略	64
(1) 「変化に対応する力」の強化	64
(2) 「引き継ぐ力」の強化	65
(3) 「集積の力」の強化	66
(4) 「発信する力」の強化	67
第4章 振興に向けた具体的施策	69
1 施策体系	70
(1) 「変化に対応する力」の強化	70
(2) 「引き継ぐ力」の強化	70
(3) 「集積の力」の強化	70
(4) 「発信する力」の強化	71
2 施策一覧	72
3 重点施策	74
(1) 魅力ある商業機能の実現	74
(2) 産業構造の変革への対応支援	74
(3) 人材の確保と定着	75
(4) 魅力の発掘、発信	75
4 具体的施策	76
(1) 「変化に対応する力」の強化	76
(2) 「引き継ぐ力」の強化	79
(3) 「集積の力」の強化	83
(4) 「発信する力」の強化	87
第5章 計画推進のために	90
1 これまでの動きと社会背景	91
2 日立市中小企業振興基本条例の制定にかかる理念と施策の基本方針	92
3 中小企業振興にかかる会議等の設置	93
4 理念の実践に向けた運用とOODAループの実施	93
資料編	94
第3次 日立市商工振興計画検討委員会 委員名簿	95
第3次 日立市商工振興計画策定経過	96
未来を牽引する中小企業応援会議 委員名簿	98
中小企業振興会議 委員名簿	99

日立市中小企業振興基本条例逐条解説	100
日立市内の産業支援機関と職員	118

第 1 章 計画策定の趣旨

1 計画策定の趣旨

本市は、日立製作所、日本鉱業（（現）JX 金属）の立地に端を発する我が国でも有数のものづくり産業の集積地として 100 年超の歴史を有し、多様な基盤的技術により電力、家電、自動車等の製品づくりを支える多くの中小企業が立地する、ものづくりを基幹産業とする茨城県県北の中心都市です。

工業の発展、活性化に連動するように市街地や都市基盤が整備される過程で、JR 常磐線の各駅前などを中心に商店街が形成され、商業機能も充実してきました。

しかし、変化する社会経済情勢の潮流の中で、本市の商工業を取り巻く社会環境は、人口減少や少子高齢化問題、技術革新や国際化の進展を背景に、大きな変革期を迎えています。今日では、心の豊かさや生活の質の向上を求める人々の意識変化と、急速に進む技術革新や多様化する社会ニーズへの対応とともに、生活者と商工業者の両方の視点に立った、よりきめ細かな施策の推進が求められています。

こうした中、『第3次日立市商工振興計画』は、前計画における施策検証や課題等の抽出結果を踏まえ、新たな基本戦略や具体的な施策を掲げる後継計画であるとともに、平成30年（2018年）12月に制定された『日立市中小企業振興基本条例』の理念を具現化すべく、『第4次日立市観光物産振興計画』『第3次日立市水産振興計画』とともに、各産業分野の今後5年間に取り組むべき施策を掲げた個別計画として策定しました。

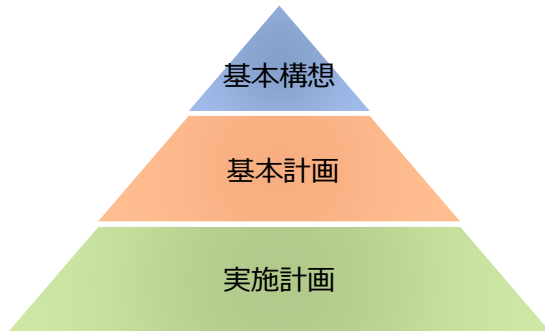
本計画の推進により、本市商工業者への計画的かつ持続的な支援を展開し、進化し続ける産業都市を目指すとともに、『次世代型みらい都市・ひたち』の実現に向けて取り組んでいきます。

2 計画の位置付け

『第3次日立市商工振興計画』は、中長期的ビジョンによる将来像と、これを実現するための基本的な考え方や施策、事業を示した、本市行政の最上位計画となる『日立市総合計画』をはじめ、総合計画の具体的施策、事業の体系を示す『日立市前期・後期基本計画』や、本市の地方創生の取組を示す、『日立市まち・ひと・しごと創生総合戦略』など、上位計画に掲げる施策、事業を体系的に整理し、「多様な活力があふれる産業のまち」の実現に向けた商工業者の戦略的な施策展開を図るために策定するものです。

また、中小企業振興の視点からみた本計画の位置付けは、平成22年（2010年）に閣議決定された『中小企業憲章』をはじめ、国の上位法である『中小企業基本法』、『小規模企業振興基本法』に掲げる中小企業振興の基本理念を受け継ぎ、本市中小企業振興についての理念や基本的事項を定めた『日立市中小企業振興基本条例』に基づき、具体的な施策を体現化し、商工業分野の振興の個別計画として策定しています。

総合計画の構成



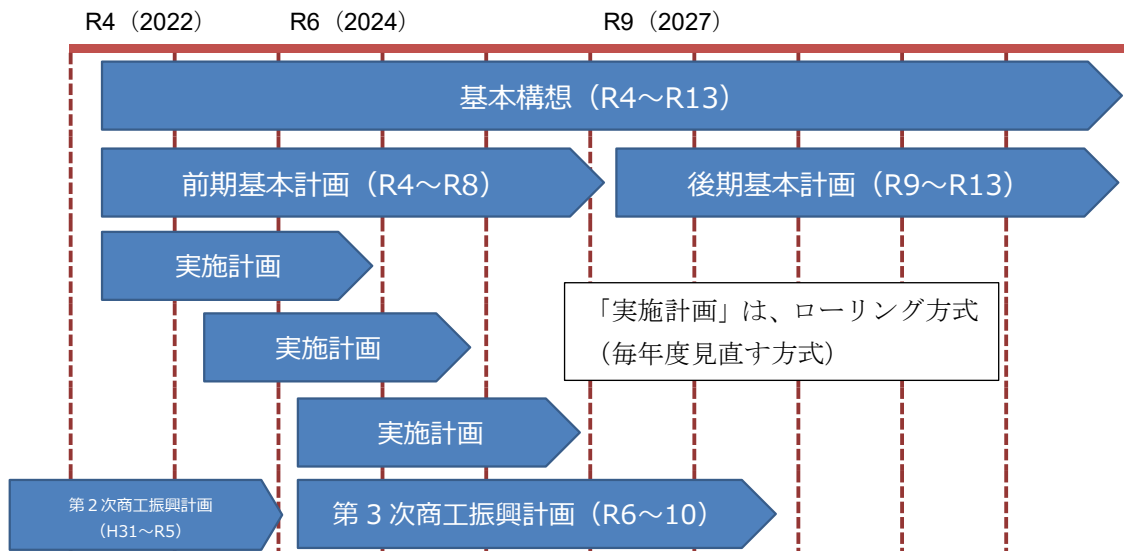
前期基本計画と総合戦略の関係



3 計画期間

本計画の期間は、令和 6 年度（2024 年度）から令和 10 年度（2028 年度）までの 5 年間とします。

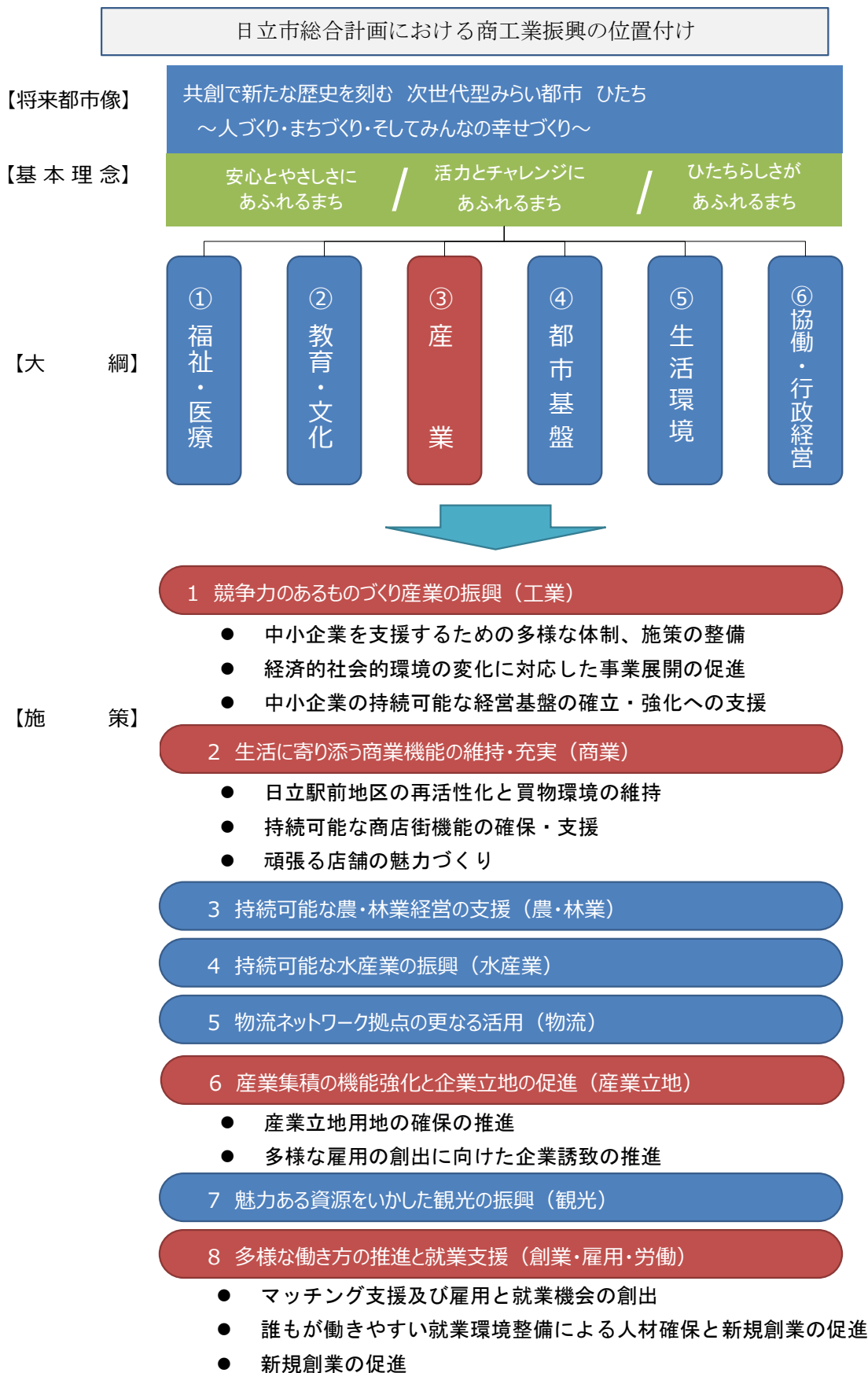
計画の期間



4 計画の策定方法

計画策定の方法については、令和 5 年に実施した商工業者へのアンケート及びヒアリング調査で抽出された現状や課題、前計画における施策の検証結果等を踏まえるとともに、専門的知識や経験を有する学識経験者、商工業の事業者代表、産業支援機関及び行政機関等で構成する『第 3 次日立市商工振興計画検討委員会』において、商工業振興施策の基本戦略と、向こう 5 か年で展開すべき具体的施策等を中心に議論を重ね、本計画を策定しました。

また、本計画の策定作業に当たっては「日立市中小企業振興基本条例」の制定を提言した「未来を牽引する中小企業応援会議」における意見についても、施策検討の参考としました。



第2章 日立市の商工業の現状と課題

1 日立市の概況

日立市は、関東平野の北端、茨城県の北東部に位置し、東は太平洋に面して風光明媚な海岸線を有し、西には阿武隈山地の支脈である多賀山地が連なり、温暖な気候と海・山の豊かな恵みを享受しながらも東京圏に近い、茨城県北部の中核都市です。

市内中心部には、株式会社日立製作所を始めとする多くの工場が立地しており、国内有数の工業都市として発展してきました。また、JR常磐線、国道6号、常磐自動車道などのネットワークで結ばれた交通条件に恵まれた地域であり、市域南部の久慈川河口付近の茨城港日立港区は、北関東における物流拠点として、国内外を結ぶ玄関口になっています。

日立市の歴史は、明治時代の日立鉱山開発に始まり、その後、同鉱山の電気機械の修理工場が株式会社日立製作所として独立し、その発展とともに人口の増加、産業の集積が進み、昭和14（1939）年に日立町と助川町が合併し、人口7万3,604人の鉱工業都市「日立市」が誕生しました。

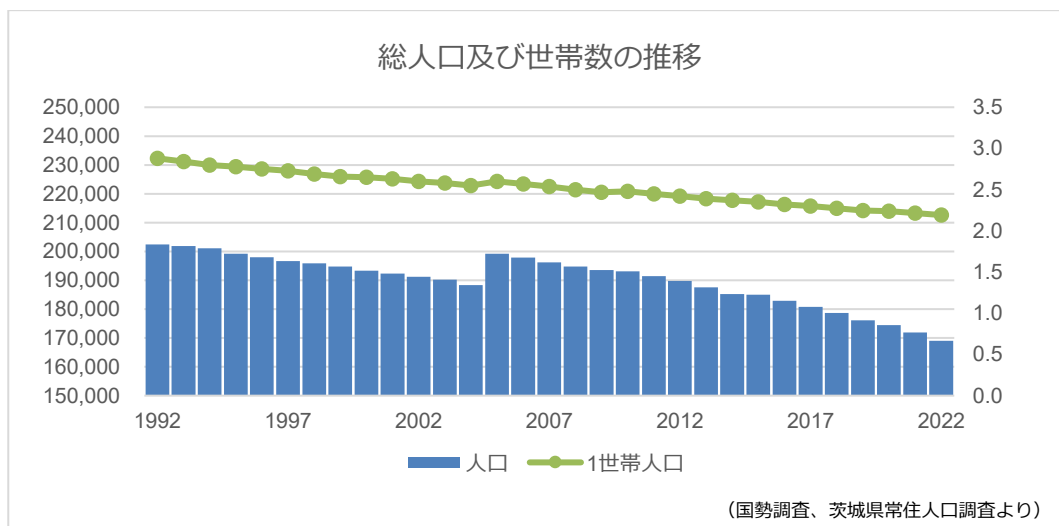
その後、高度経済成長の過程で、鉱工業を中心とした「ものづくりのまち」として復興、発展を遂げ、同時に、産業都市として独自の歴史や文化、コミュニティが育まれてきました。



(1) 人口動向

ア 総人口

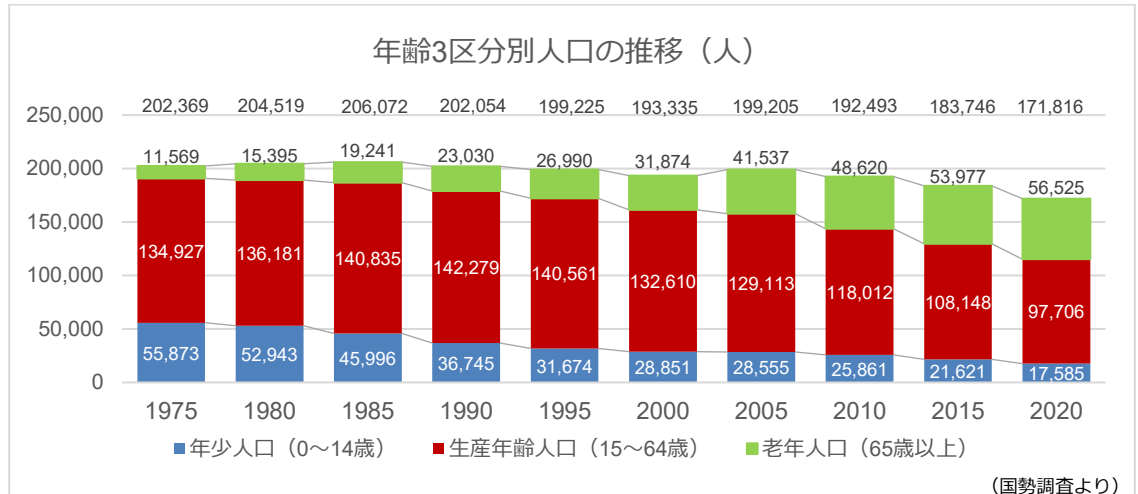
本市の人口は、昭和58（1983）年の20万6,260人をピークとして、その後は減少傾向が続いています。令和4（2022）年10月1日現在の人口は16万9,036人であり、10年前である平成2（2012）年の18万9,829人と比較すると、2万793人（11.0%）減少しています。



イ 年齢3区分別人口

令和2（2020）年の人口を年齢3区分別に見ますと、年少人口（0～14歳）は、10年前と比較して25,861人から32.0%減少して17,585人に、生産年齢人口（15～64歳）は118,012人から17.2%減少して97,706人となっています。

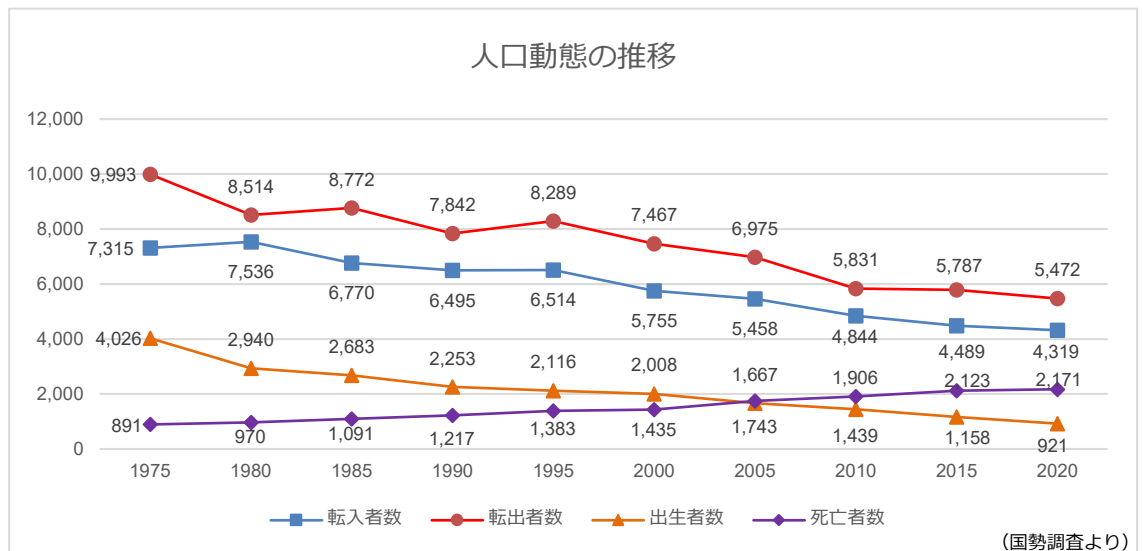
一方で、老年人口（65歳～）は、48,620人から16.3%増加して56,525人となっており、総人口に占める割合（高齢化率）は32.9%となっています。



ウ 人口動態

本市の人口動態は、自然動態に比べて社会動態の影響を大きく受けています。

社会動態は、昭和50（1975）年頃から、「社会減¹」の状態が続いており、平成17（2005）年以降は、「自然減²」の状態に転じ、人口減少に拍車がかかっています。



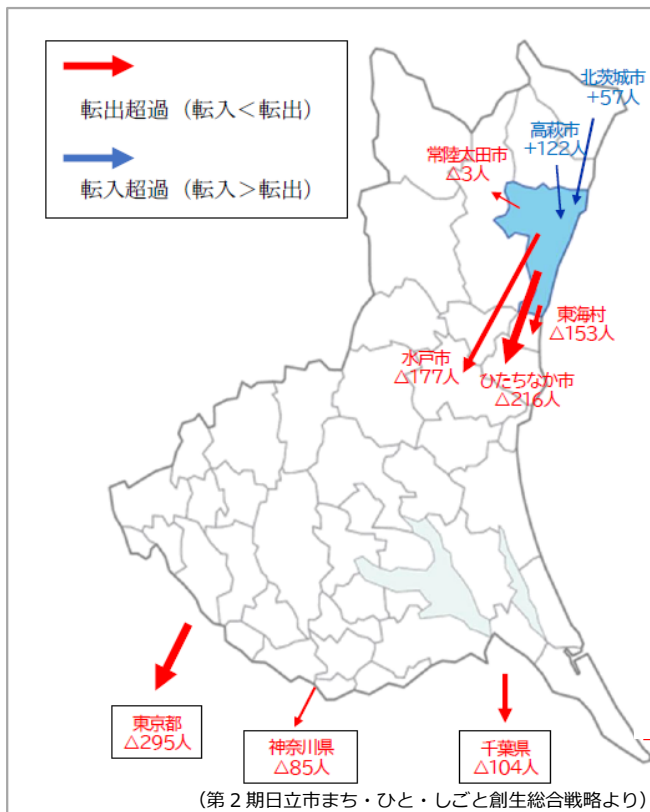
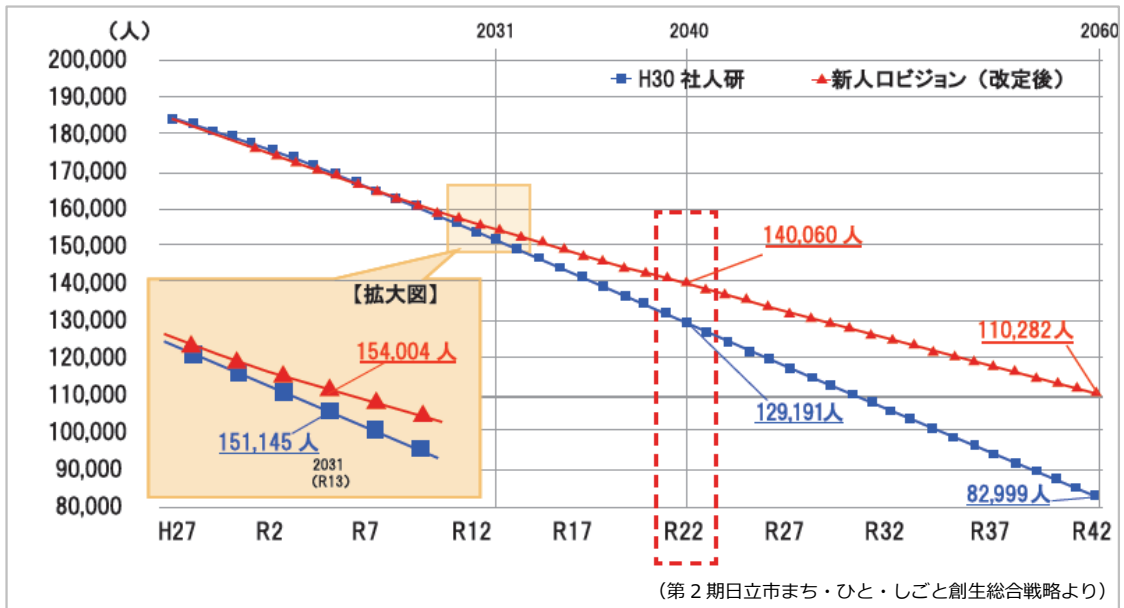
今後も本市の人口は減少が予想されます。本市では「第2期日立市まち・ひと・しごと

¹ 転出者が転入者を上回ることをいいます。

² 死亡者数が出生者数を上回ることをいいます。

と創生総合戦略」を策定するとともに、平成 27 (2015) 年に策定した「日立市人口ビジョン」との整合性を図る人口ビジョンの改訂を令和元 (2019) 年に行いました。

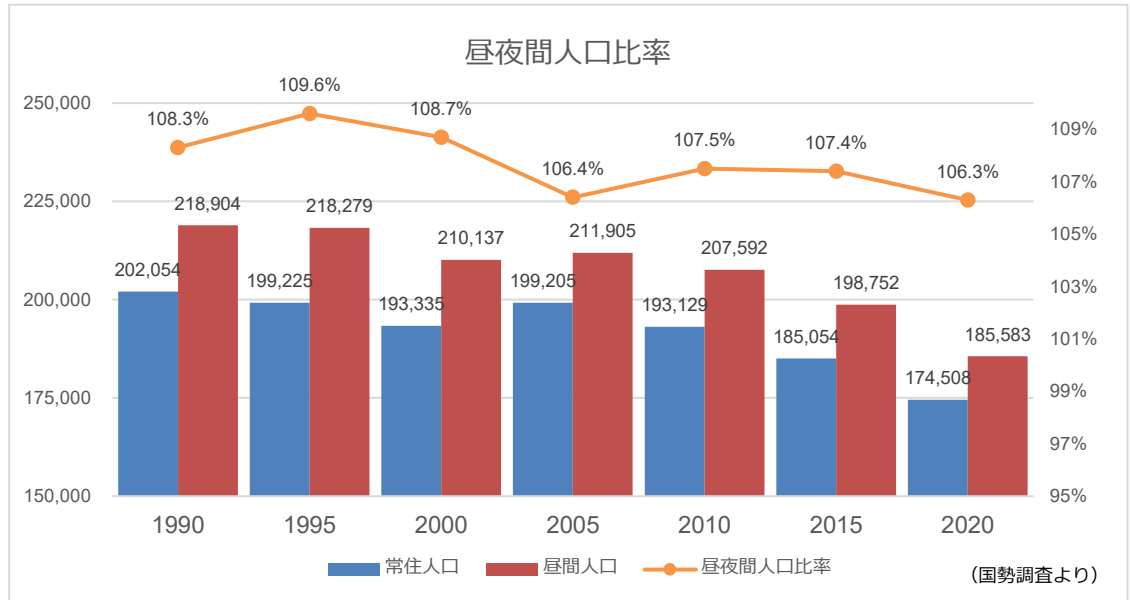
国立社会保障・人口問題研究所による日本の地域別将来推計人口 (平成 30 (2018) 年推計) によりますと、本市における人口の長期見通しとして令和 22 (2040) 年には 129,191 人、令和 42 (2060) 年には 82,299 人に総人口が減少する予想が立てられています。一方、令和元 (2019) 年改訂の本市人口ビジョンでは、本市の施策が実現されていくことで、総人口が令和 22 (2040) 年は 140,060 人、令和 42 (2060) 年は 110,282 人と減少を緩やかにすることが出来ると予想しています。



人口動態について、本市の地域別転入・転出超過状況に目を向けると、令和 4 (2022) 年の転出入合計は 1,148 人の転出超過になっています。地域別に見ると、「水戸市近隣」及び「東京圏」への転出超過の傾向があります。また、年齢別に見ると 15～39 歳の転出が顕著になっています。

エ 昼夜間人口比率

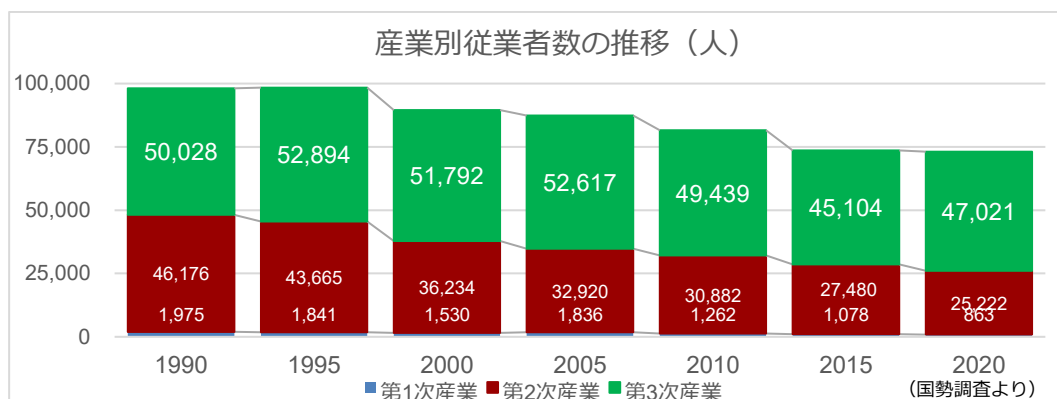
令和 2 (2022) 年の常住人口¹は約 17 万 4 千人、昼間人口²は約 18 万 5 千人と通勤等により市外に流出する人口よりも流入する人口が多い流入超過の状況となっており、昼夜間人口比率³は 106.3%となっています。



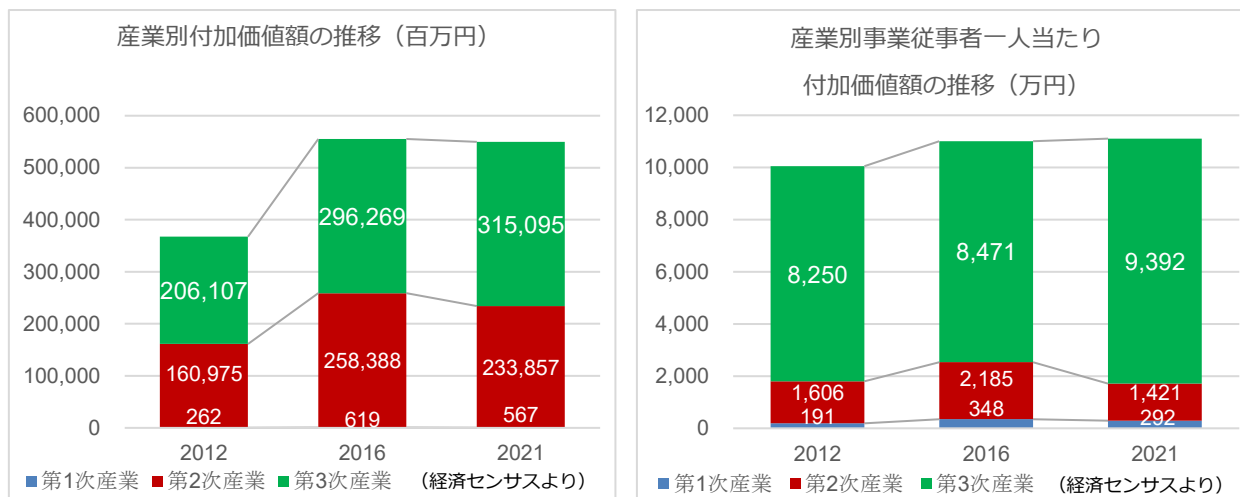
(2) 産業構造

本市の従業者数は、平成 7 (1995) 年の 9 万 8,400 人をピークに減少しており、令和 2 (2020) 年には 7 万 3,106 人と、25 年間で 25.7%減少しています。

産業別従業者数は、昭和 60 (1980) 年代までは第 2 次産業の従業者数が最も多く、4 万 6,000 人前後で推移していましたが、令和 2 (2020) 年には 2 万 5,222 人と減少しており、現在は第 3 次産業の従業者数が全体の 6 割以上を占めています。



- ¹ 国勢調査において、市内の現在の住所に 3 か月以上住んでいるか、住むことになっている人口のことをいいます。
- ² 常住人口から市外に通勤・通学している人口を除き、市外から通勤・通学してくる人口を加えた人口のことをいいます。
- ³ 夜間人口を 100 とした場合の昼間人口の指数 (昼間人口 ÷ 夜間人口) ことをいいます。



一方、産業別付加価値額を経済センサスで見ると、付加価値額の総額は令和3(2021)年では5,495億1千9百万円であり、そのうち第3次産業が57.3%と6割弱を占めます。また、平成28(2016)年と令和3(2021)年と比較すると、5,552億7千6百万円から僅かに減少が見られますが大きな変化はありませんでした。内訳をみると第2次産業が2,583億8千8百万円から2,338億5千7百万円に減少し、第3次産業が2,962億6千9百万円から3,150億9千5百万円に増加しています。

事業従事者一人当たり付加価値額の総額は令和3(2021)年では111億5百万円であり、そのうち第3次産業が84.6%と8割強を占めます。また、平成28(2016)年と令和3(2021)年で比較すると、付加価値額と同様に総額には大きな変化はありませんが、第2次産業は減少、第3次産業では増加が見られます。

(3) 日立市総合計画（令和4年度～令和13年度）

ア 基本計画における産業分野施策

本市では、日立市総合計画にて、前期5年間で取り組む施策や事業を「基本計画」に定めています。産業分野では、ものづくりのまちとして培ってきた知恵や技術をいかし、活力ある産業のまちづくりを進めることを目標としています。本市における産業の基盤となるものづくり企業の足腰を強化するため、産業構造の変革や本市特有の大企業の再編といった社会経済情勢の大きな変化にいち早く対応できる支援に取り組み、日立地区産業支援センターの活用や産学官連携による「ものづくりのまち」として更なる成長と新産業創出を推進します。

また、本市は豊かな自然や、特産の農水産物など、多様な産業資源に恵まれており、これらの磨き上げによる観光振興や商業の活性化、農林・水産業の担い手確保と地場産品の活用など、産業間の連携を強化することにより、活力ある産業のまちづくりを進めます。

【大綱3 産業】 多様な活力があふれる産業のまち
施策1 工業 「競争力あるものづくり産業の振興」
顕在化した技能の伝承や事業承継といった企業が抱える課題解決への支援を進めるほか、DXや脱炭素化、サプライチェーン再構築といった産業構造の変革へ対応するための支援により、社会経済情勢の大きな変化に対応できる競争力強化やイノベーションの創出を図ります。
施策2 商業 「生活に寄り添う商業機能の維持・充実」
多様化する消費者ニーズへの対応や、空き店舗等のリノベーションに対する支援を強化しながら、商店街の機能維持と魅力向上を図ります。また、超高齢社会を迎える中、地域や民間事業者と連携しながら、日常生活を支える買物環境の維持・充実に努めます。
施策3 農林業 「持続可能な農・林業経営の支援」
新たな担い手の育成や地域の特性に応じた経営基盤の強化を図りながら、地場産品を活用した付加価値の高い商品開発や産業間の連携などによる経営の多角化を推進し、農業経営の持続化と安定化を図ります。また、豊かな森林資源を次世代につないでいくため、森林所有者の意向を把握するとともに、森林の適切な保全・管理に努めます。
施策4 水産業 「持続可能な水産業の振興」
漁業協同組合を始めとする関係団体の支援や担い手の確保と育成、先端技術の活用による生産活動の省力化、産業間の連携などによる魅力的な水産物の供給により、経営の基盤強化と安定化を図ります。
施策5 物流 「物流ネットワーク拠点の更なる活用」
「茨城港日立港区」は、完成自動車の物流拠点としての機能に加え、エネルギー供給拠点として日立 LNG 基地を有しており、多様な物流拠点の機能にも対応できるよう、更なる活用を図ります。
施策6 産業立地 「産業集積の機能強化と企業立地の促進」
ものづくり産業の集積や物流ネットワークの強みをいかしながら、新たな立地環境の整備や、優遇制度を活用した企業誘致を促進し、地元若者や女性、本市への移住者等の新たな雇用の受け皿の創出を図ります。

施策7 観光 「魅力ある資源をいかした観光の振興」

市民が誇りとする「さくら」、「ものづくりの歴史」など本市が有する観光資源の磨き上げを始め、様々な観光拠点施設の魅力向上、積極的な観光情報発信の強化、特産品等の開発、さらには、海、山の豊かな自然環境を活用したサイクルツーリズムやロングトレイルなどのニューツーリズムの創出等により、魅力とにぎわいがあふれる観光地域づくりに取り組みます。

施策8 創業・雇用・労働 「多様な働き方の推進と就業支援」

きめ細かな就業支援などにより、雇用対策の充実を図るとともに、性別、年齢及び国籍等を問わず、様々な人材の多様な働き方を支援することで、市内企業の人材の確保や定着を図ります。また、若者や女性の起業支援を始め、事業者の創業支援を図るとともに、事業を安定的に継続できるよう、状況に応じた課題解決を支援する適格なサポートを実施します。

イ 「ひたち成長戦略プラン」による分野横断的課題への対応

新型コロナウイルス感染症流行の影響や、今後も進行が見込まれる人口減少・少子高齢化など、本市を取り巻く環境は、年々、多様化・複雑化しており、分野横断的な対応が求められる課題が増えています。そのため、全庁を挙げて分野横断的に解決すべき取組として、4つのプロジェクトを「ひたち成長戦略プラン」に位置付け、施策・事業を戦略的に推進していきます。

人財充実プロジェクト「まちの未来を担うアクティブ・パーソンズ戦略」

本市で人口減少・少子高齢化がこのまま進行すると、まちづくりを支える人的な基盤が弱体化し、「取り残される人々」が増えてしまい、まちの未来を担う人材が失われる恐れがあります。「持続可能なまちの未来」を創るため、人口減少対策を更に拡充しながら、子どもから高齢者までの全ての「まちの未来を担う人材」が安全に、安心して活躍できる取組を進めます。

産業強化プロジェクト「次代の産業をリードするイノベーション・シティ戦略」

人口減少の進行により、地域経済の縮小や雇用を生み出す力の低下など、経済活動の活力が失われることがないように、中小企業の持続的かつ健全な発展を促進する必要があります。産業の創出力を高めるため、今まで培ってきた産業・技術集積などの強みをいかしながら、常に新たな領域に挑戦し続けるとともに、「働く意欲」を持つ多彩な人材が活躍できる社会をつくりまします。

未来都市プロジェクト「豊かな暮らしと活力が持続するサステナブル・シティ戦略」

今後、気候の温暖化に伴う災害の激震化といった課題が、世界規模でより一層顕在化することが想定されており、温暖化対策として、特に脱炭素化の流れが世界的に加速しています。本市においても、将来にわたり、豊かな暮らしと活力が持続する未来を創るため、市民・行政・企業が一体となった脱炭素化に取り組むとともに、AI や ICT といった技術の革新的な進歩を積極的にいかすことで、環境と調和した効率的な暮らし・持続可能な都市の実現を目指します。

魅力・地域力強化プロジェクト「リスクをチャンスに変えるリカバリー戦略」

感染症、災害、人口減少など、様々なリスクを克服し、総合力を備えた魅力あふれるまちづくりを進めるとともに、市民、行政、企業が一体となって、本市の魅力・強みを共有、発信することにより、「ふるさとひたち」を愛する機運の醸成を図ります。また、自助・共助・公助による支え合いの仕組みづくりや各種の防災施設の整備等による、ソフト・ハード両面にわたる安全・安心なまちづくりを通して、都市全体としてのリスクへの対応力を高めます。

2 日上市商業の現状

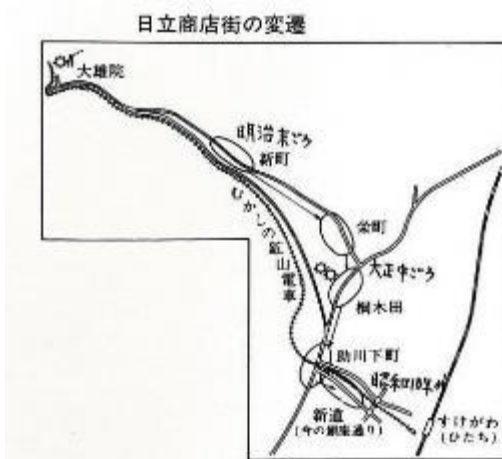
(1) 日上市商業の歴史

日上市の商業形成は、基幹産業である工業の発展と密接に関係しています。

明治末頃、(旧)日本鋳業の精錬所から搬出される製錬銅の輸送手段であった鋳山電車(トロッキ電車)の沿道に住宅街が形成されると、その周辺に鋳山労働者をターゲットにした商店が集積し、商店街が形成されていきました。大雄院、新町、栄町、桐木田、助川下町、新道へと現在のJR日立駅に向かって住宅地が広がるとともに商店街も移動し、現在の中心市街地は概ね第2次世界大戦前に形成されました。

戦後からバブル崩壊前までの期間は、百貨店や映画館の立地もあり、買物の場としてだけでなく週末の市民の社交場としても機能する、まさに中心市街地と呼ぶにふさわしい地域でした。

しかしながら、バブル崩壊後の景気の停滞は、百貨店と映画館の撤退、既存商店の閉店を誘発し、全国の他の地方都市と同様に「空き店舗」に悩む中心市街地へと変容してきました。

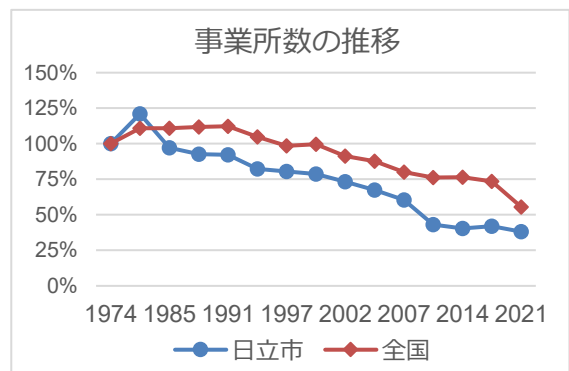


(2) 事業所数の推移

卸売・小売業の事業所数は、全国的に減少傾向にあり、日上市も例に漏れず減少しています。その減少率は全国より大きく、昭和54(1979)年の3,983件をピークに直近では1,256件と3分の1にまで減少しています。

事業所数の減少の一因として、周辺市町村の郊外型大規模店舗への進出やインターネット販売の台頭が考えられます。特に経営環境の厳しい個人事業者では、消費行動の多様化や社会背景の

変化への対応が難しく廃業を余儀なくされることも少なくありません。特に近年は、新型コロナ



(商業統計調査、経済センサスより独自に作成)

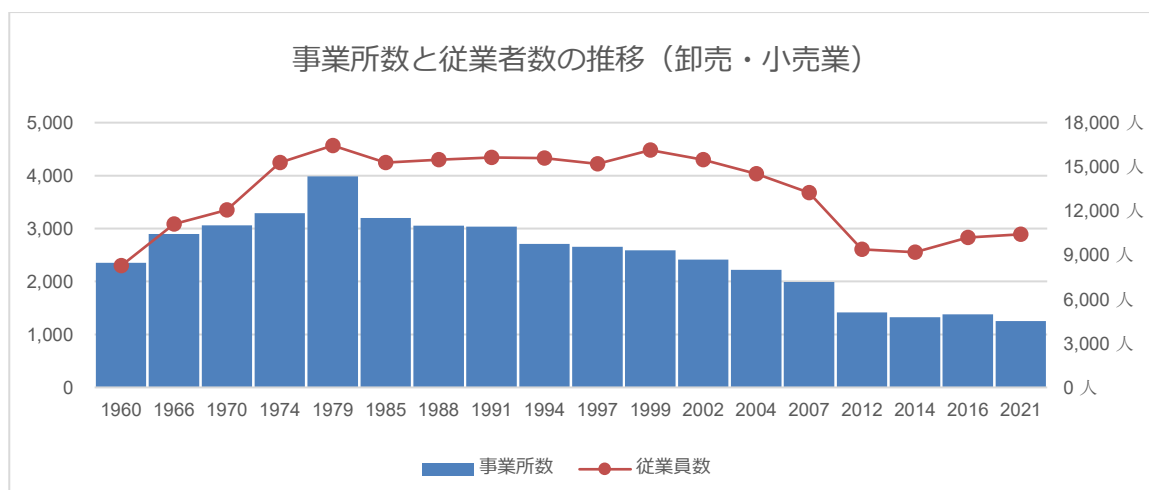
新型コロナウイルス感染症流行があり、社会の不確実性が更に高まるとともに、インターネット販売の活用増加など、消費者行動の変化も加速していると思われます。

さらに、商店街では後継者難も深刻で、担い手不足や資金不足によって共同施設の維持、イベント等のにぎわいづくりも困難となっています。経営者の高齢化も相まって、今後さらなる事業所数の減少が予想されます。特に、新型コロナウイルス感染症流行によって中心市街地への人出が減少し、街のにぎわいが減るとともに商店も大きな打撃を受けました。

中心市街地の商店数の減少は、空き店舗の増加だけでなく、店舗以外の土地利用への転用へとつながり、結果として商店街の魅力を奪ってしまいます。

(3) 従業者数の推移

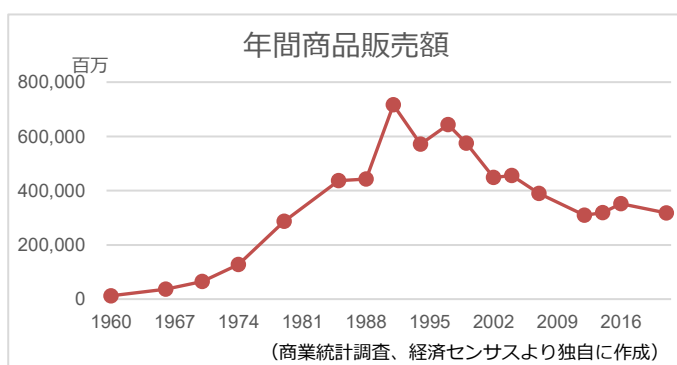
卸売・小売業の従業者数は、昭和49(1974)年から平成14(2002)年まで15,000人を維持していましたが、その後10年間で急激に減少し、平成26(2014)年には9,184人まで減少しました。事業所数の減少に伴って従業者数も減少傾向であり、事業所数の減少が雇用の場の消失に直結しています。しかし、平成26(2014)年以降の従業者数は増加傾向にあり、近年の大規模小売店や大型商業施設の新規開店が背景にあると考えられます。



(商業統計調査、経済センサスより独自に作成)

(4) 年間商品販売額の推移

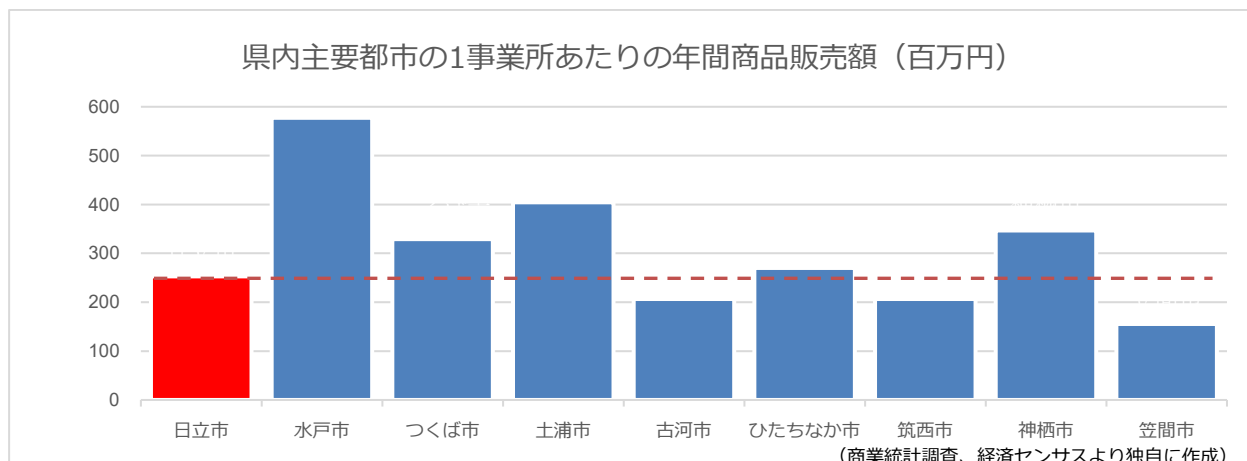
年間商品販売額は、平成3(1991)年の7,163億円をピークとし、直近では3,176億円と半減しています。要因として考えられるのは、バブル崩壊(平成3~5(1991~1993)年)による消費の低迷、平成17(2005)年の百貨店撤退、周辺市町村への郊外型大規模店舗の進出による影響が大きいと考えられます。また、平成20(2008)年のリーマンショックとそれに続く世界的不況、平成23(2011)年の東日本大震災もあり、景気の先行き不



(商業統計調査、経済センサスより独自に作成)

透明感による消費低迷も考えられます。なお、近年の販売額は一時期回復の兆しを見せましたが、新型コロナウイルス感染症流行もあって再び減少に転じています。

また、令和3(2021)年経済センサスで県内主要都市と比較しますと、日立市は1事業所当たりの販売額が少ない状況となっており、県下最大の商業都市である水戸市との比較においては、事業所数で水戸市の46.2%、販売額で20.2%となっています。



県内主要都市の年間販売額

	事業所数	従業者数（人）	年間商品販売額（百万円）
日立市	1,256	10,400	317,602
水戸市	2,717	25,745	1,568,693
つくば市	1,794	17,010	590,694
土浦市	1,257	11,595	508,729
古河市	1,184	8,972	244,513
ひたちなか市	1,136	10,531	307,221
筑西市	907	6,373	187,591
神栖市	706	6,373	244,648
笠間市	650	4,203	101,216

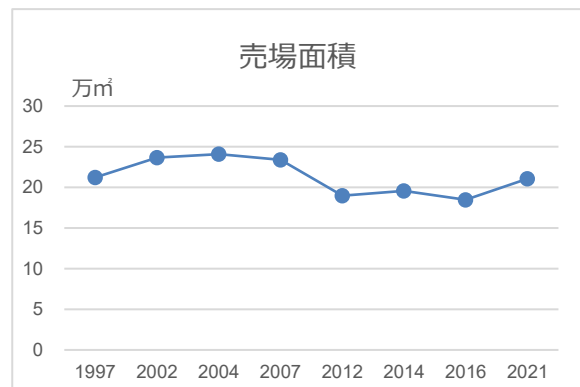
(令和3(2021)年経済センサスより独自に作成)

(5) 売場面積の推移

小売業の売場面積は、令和3(2021)年には210,671㎡となっています。

平成16(2004)年の240,856㎡をピークに減少傾向にあり、平成20(2008)年10月にさくらシティ日立(前ボンベルタ伊勢甚日立店)の閉店により、売場面積が約22,000㎡減少しました。しかし近年、大型小売店舗の新規開店¹や、公設地方卸売市場跡地に約16,700㎡の売場面積を持つ複合商業施設

「SEAMARK SQUARE」が令和2(2020)年3月に開店するなど、売場面積の回復傾向にあります。また、JR日立駅に隣接した大型商業施設「日立ショッピングセンター」に出店していた「イトーヨーカドー日立店」が令和4(2022)年に閉店しましたが、その後、ショッピングセンターの土地及び建物を本市が買い取り、令和5(2023)年4月に「ヒタチエ」としてリニューアル・オープンしました。



(商業統計調査、経済センサスより独自に作成)



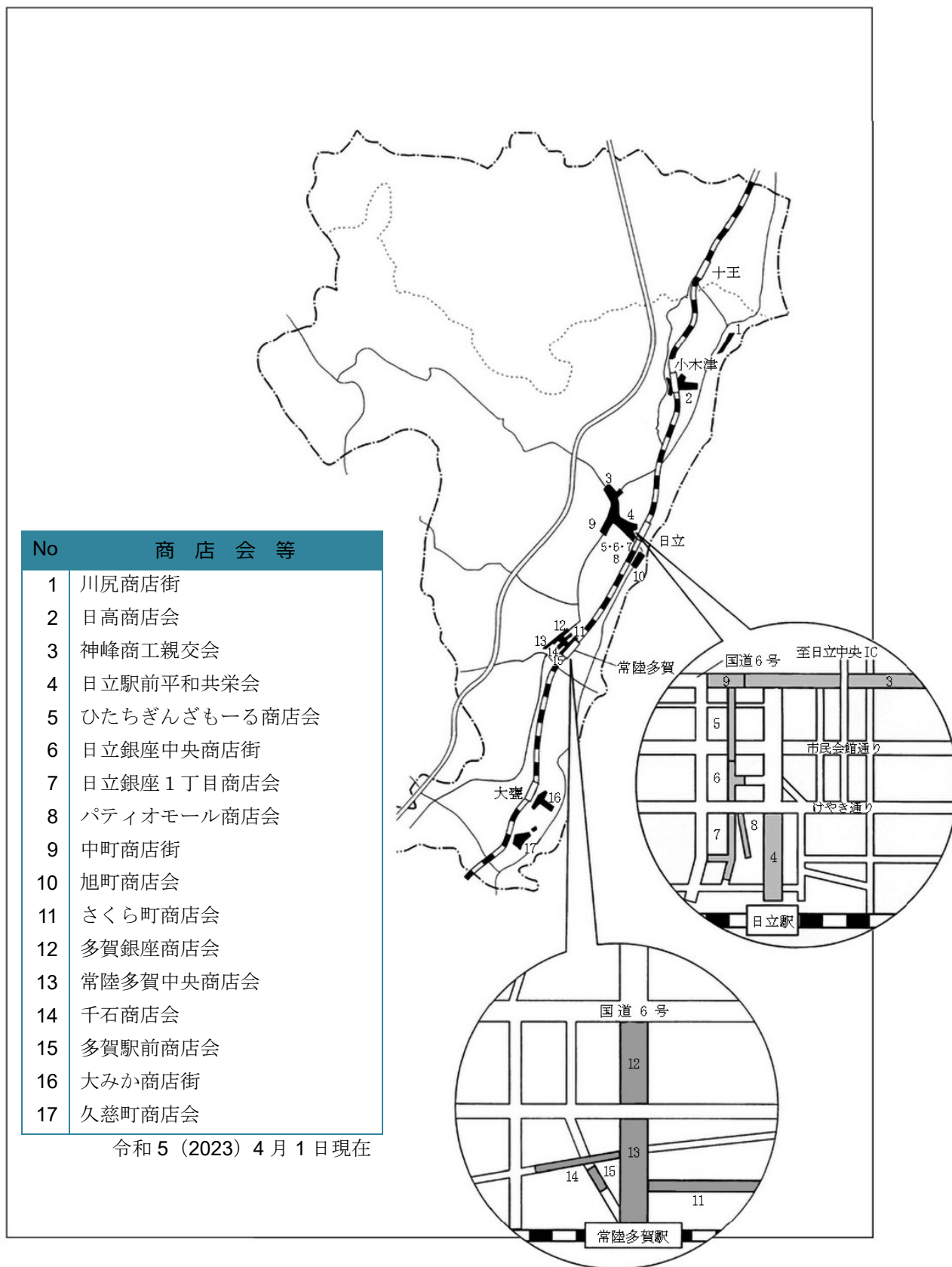
(駅前商業施設「ヒタチエ」)



(「ヒタチエ」内店舗の様子)

¹ 2016年以降で見れば、ヨークベニマル日立川尻町店(2016年)、MEGAドン・キホーテ日立店(2016年)、マルト日立塙山店(2017年)、ヨークタウン日立河原子(2017年)、ドラッグコスモス日立金沢店(2022年)がある。

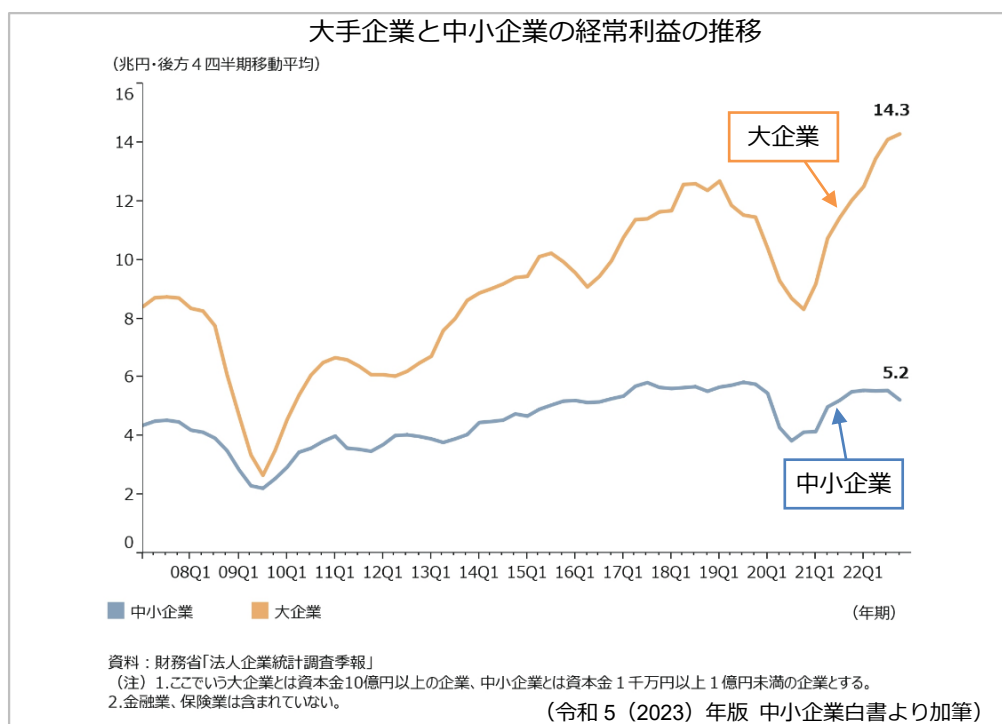
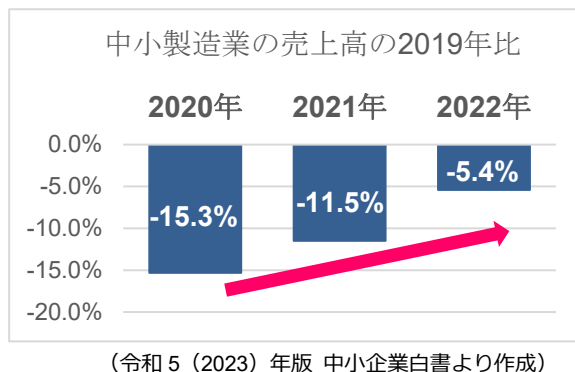
(6) 商店街の分布状況



3 日立市工業の現状と課題

(1) 中小製造業の状況

中小企業庁『令和5(2023)年版 中小企業白書』によりますと、足下の状況は業種によっては厳しい状況が続いているものの、中小製造業をはじめ中小企業は新型コロナウイルス感染症流行前の水準に戻りつつあるとしています。一方、中小企業の経常利益はリーマンショックで大きく落ち込んだ後に回復基調でしたが、令和2(2020)年に入ると新型コロナウイルス感染症流行の影響により再び減少に転じました。その後、大手企業の経常利益は令和3(2021)年以降大幅に増加傾向になりましたが、中小企業はおおむね横ばいが続いた後に減少へ転じています。



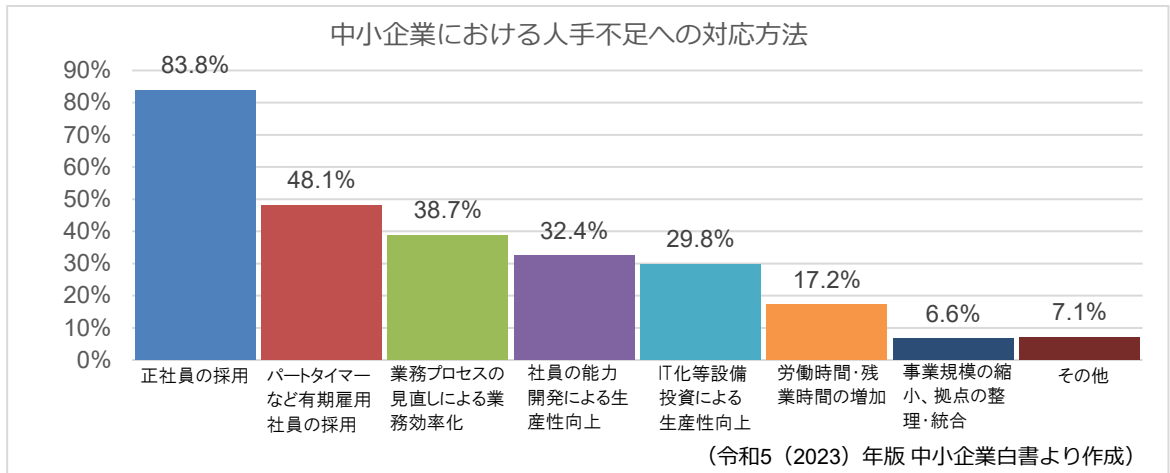
収益にも関係が深い価格転嫁力は、新型コロナウイルス感染症流行後に減少傾向であり、大手企業製造業と中小製造業間の規模間格差も開きつつあります。中小製造業はサービス業よりも原材料・仕入コストやエネルギーコストの上昇をより強く実感するとともに、価格転嫁力の低下が一人当たり名目付加価値額の低下につながっています。

中小企業の設備投資については、ほぼ横ばいで推移していたところ、令和3(2021)年から緩やかな増加傾向が続いています。生産・営業用設備判断DIは2020年当初に一旦過剰感が強まりましたが、令和2(2020)年第3四半期以降は再び過剰感が和らぎました。令和4(2022)年には中小企業の方が大手企業よりも設備の不足感が強くなっています。中小企業の設備投資計画においても、令和4(2022)年度9月調査以降、積極的な設備投資の動きが継続していま

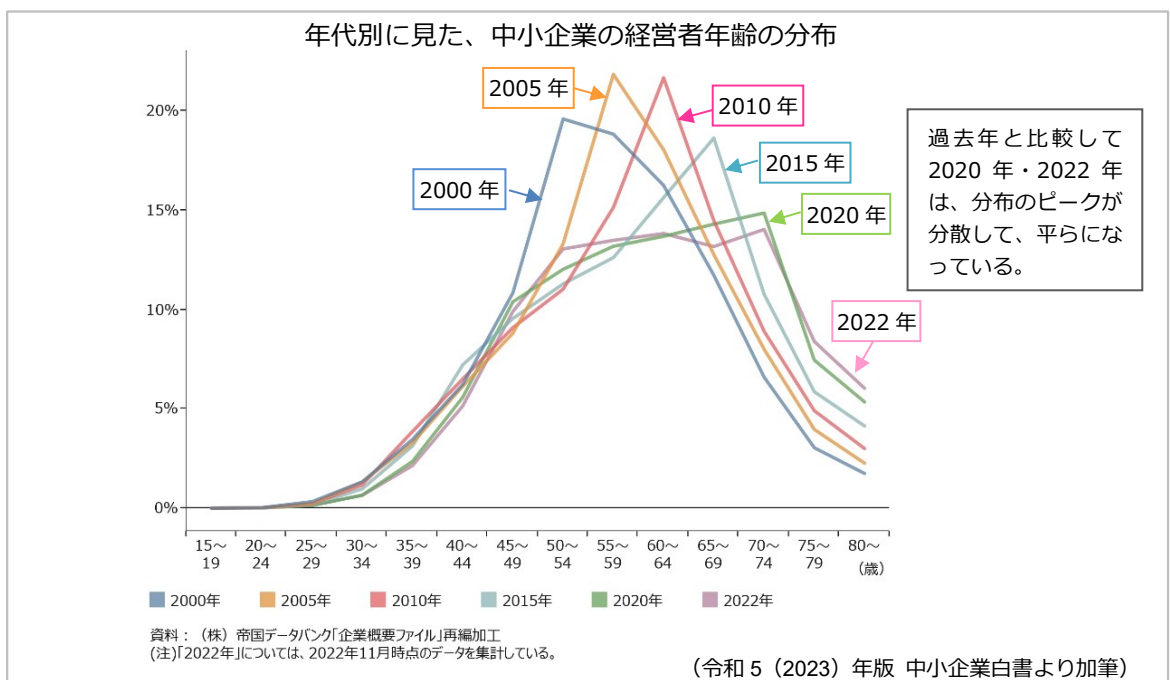
す。

中小企業の人手不足について、製造業の従業員過不足IDが令和2（2020）年第2四半期に一旦プラスに転じましたが、足元では再びマイナスとなり人手不足感が高まっています。人手不足の状況は、生産年齢人口の減少や少子高齢化といった構造的な問題もあり、今後も継続すると予想されます。

このような状況にて、中小企業における人手不足への対応は「正社員の採用」や「パートタイマーなど有期雇用社員の採用」等の人材採用自体を強化する動きが見られます。同時に「業務プロセスの見直しによる業務効率化」、「社員の能力開発による生産性向上」、「IT化等設備投資による生産性の向上」など人手不足に対して業務効率化や生産性向上に取り組むことも、今後ますます重要性が増していくと考えられます。



中小企業の事業承継につきましては、経営者年齢の分布によると経営者年齢の高齢化が進んでいます。しかし、令和2（2020）年・令和4（2022）年にはピーク（最も多い層）が「60～64歳」、「65～69歳」、「70～74歳」へ分散しています。これは、団塊世代の経営者が引退するとともに、経営者年齢の上昇に伴い事業承継を実施した企業と実施していない企業に二極化していると考えられます。



後継者の有無について、株式会社帝国データバンクの調査結果によりますと、後継者不在率は近年減少傾向にあります。50歳代と60歳代における後継者不在率の低下が、全体の後継者不在率の低下に大きく寄与していると考えられています。

事業承継を契機として、将来の成長に向けて事業再構築に取り組むケースも多く、売上高や付加価値額といった企業パフォーマンス向上につなげている企業も見られます。

(2) 日立市工業の歴史

日立市の工業は、(旧)日本鉱業の日立鉱山に深く関わっています。日立鉱山は明治38(1905)年に赤沢銅山と呼ばれていた小鉱山を久原房之助氏が買収、開発した銅山で、主に銅と硫化鉄鉱を産出していました。閉鉱となった昭和56(1981)年までの間、3,000万トンの粗鉱、44万トンの銅を産出するなど日本有数の銅鉱山の一つとなりました。

日立鉱山を核とした久原財閥は、日産コンツェルンへとつながり日本の産業近代化を推進する牽引役となりました。

当時の鉱山用掘削機械やモーター等は全てが外国製でしたが、その修理を専門に行っていたのが、当時、日立鉱山の工作課長であった日立製作所の創業者である小平浪平氏でした。外国品に頼らず純国産技術によってモーター(5馬力モーター)を製作し、(旧)日本鉱業の社内ベンチャーとして立ち上げた会社が「日立製作所」でした。これは今から100年以上も前のこととなります。日立製作所では、創業当時の想いを継承するという意を込め、創業当時の作業所「創業小屋」を復元、保存しています。

日立鉱山は当時、世界一の銅の採掘量を誇っており、これを支える一翼を担ったのが国産技術初の「5馬力モーター」だったのです。

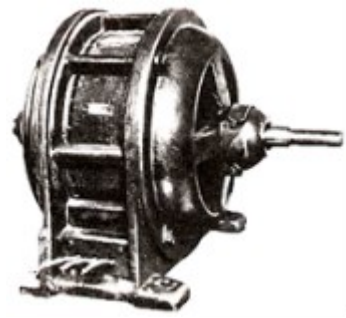
以降、日立製作所は国内の電力需要の増大と家庭の電化普及をビジネスチャンスとして捉え、電力、家電、自動車、情報、交通システム、産業機械などに事業を伸展し、世界的な総合電機メーカーとして成長を実現しました。



日立鉱山大雄院精錬所



創業小屋と5馬力モーター



小平浪平氏により誕生した日立製作所はこの創業小屋から発展を続け、日立市を中心とした茨城県北地域に、日立グループの関連会社、それを支える中小企業群の産業集積を形成していきました。

(3) 日立市工業の特色と主要な工場・研究所

日立市の工業の特色は、企業城下町と呼ばれる全国の他地域と同様に、特定の大手企業を頂点とした生産ピラミッド構造を有している点にあります。この生産ピラミッドは、製造コストの低減化と生産規模の拡大、生産調整といった機能を有しており、機械加工や製缶・板金、組立、めっきなどのものづくりの要素技術を有する地域中小企業に外注することで成立しています。

研究所機関については、日立製作所の日立研究所が市の南部、大みか地区に立地しています。

また、平成 26 (2014) 年には、日立製作所と三菱重工業が火力発電事業を統合し、三菱日立パワーシステムズが設立され、日立製作所の日立事業所（海岸工場）敷地内に立地しました。その後、三菱日立パワーシステムズは令和 2 (2020) 年には三菱重工業の完全子会社になり三菱パワーへ社名変更した後、令和 3 (2021) 年に三菱重工業に統合され、日立工場は三菱重工業の製造拠点として再編されています。

日立グループ内でも、日立製作所 電力ビジネスユニットおよびインダストリアルプロダクツビジネスユニット（日立事業所 山手工場）が、平成 31 (2019) 年に日立インダストリアルプロダクツへ、日立アプライアンス 多賀家電事業本部が平成 31 (2019) 年に日立グローバルライフソリューションズとなっています。

そのほか、日立グループであった日立化成は、令和 2 (2020) 年に昭和電工の連結子会社である昭和電工マテリアルズになり、令和 5 (2023) 年には昭和電工と統合、事業を承継してレゾナックとなっています。同じく、日立グループであった日立金属も親会社による株式売却によってプロテリアルとなっています。

上記のように、市内大手企業において、事業再編、事業転換が行われており、その動向は市内のものづくり中小企業に影響を与えています。

主要企業の概要

令和5（2023）年4月1日現在

企業名	製造品目	従業員数 (人)	資本金 (百万円)
(株)日立製作所 (日立事業所)	ガス絶縁開閉装置、変圧器、真空遮断機、原子力機器、核融合装置、加速器、風力発電システム、粒子線治療装置	2, 3 3 3	4 6 1, 7 3 1
(株)日立製作所 (大みか事業所) 社会ビジネスユニット 制御プラットフォーム統括本部	監視制御装置、その他の開閉制御装置、プログラマブルコントローラー等	2, 2 2 2	
(株)日立インダストリアルプロダクツ	一般産業用電動機、車両用電動機、風力用発電機、コージェネレーションシステム	4 3 2	1 0, 0 0 0
日立グローバルライフソリューションズ (株)多賀事業所	ドラム式洗濯乾燥機、タテ型洗濯乾燥機、クリーナー、井戸用自動ポンプ、換気扇、空気清浄機、電子レンジ、炊飯器、LED照明器具、LED電球、IHクッキングヒーター	1, 2 2 9	2 0, 0 0 0
三菱重工業(株) 日立工場 (4月30日現在)	蒸気・ガス・原子力タービン及びその発電機、水力発電機、AM(積層造形)用粉末・ワイヤ素材及び製品	1, 7 5 6	2 6 5, 6 0 0 (令和4年12月31日現在)
(株)リョウテック 山崎事業所 (3月31日現在)	電気絶縁材料、電子関連材料、カーボン製品、プリント配線板用感光性フィルム	9 2 0	1 8 2, 1 4 6
(株)プロテリアル 電線分工場 (4月30日現在)	自動車関連製品(ホース他)	4 1	3 1 0
(株)プロテリアル 日高分工場 (4月30日現在)	通信ケーブル、絶縁線、原子力設備用ケーブル、輸送用電線、電子機器用電線、ゴム製品	3 8 8	
(株)プロテリアル 茨城工場 (4月30日現在)	自動車関連製品、電子機器用電線、絶縁線、制御計装用ケーブル、輸送用電線	5 7 7	
(株)プロテリアル 豊浦分工場 (4月30日現在)	クラッド材、銅荒引線、巻線、製缶用溶接線	2 0 9	
JX金属(株) 日立事業所 【JX金属環境、JX金属製錬を含む】	電気銅、貴金属およびレアメタル、銅箔等の電子材料、産業廃棄物の無害化处理	8 1 7	7 5, 0 0 0
日立セメント(株)	普通セメント、高炉セメント、フライッシュセメント、低熱型混合セメント、地盤改良材、スラグ微粉末、無収縮グラウト材、無収縮モルタル、天端バレー、各種プレミックスモルタル、石灰石、他	1 4 5	5 3 7
住友電気工業(株) 茨城製作所(日高)	CVケーブル、配電線、送配電用機器	3 5 9	9 9, 7 3 7
住友電気工業(株) 茨城製作所(豊浦)	架空送電線、電力情報システム	1 3 2	
住友電気工業(株) 茨城製作所(みなと)	海底ケーブル	1 1 6	

(日立市商工会議所：日立市の経済動向より作成)

主要企業の分布

No	企業名
①	(株) 日立製作所 日立事業所 (海岸工場)
①	三菱重工業(株) 日立工場
②	(株) 日立インダストリアルプロダクツ
③	(株) 日立製作所 日立事業所 (臨海工場) 原子力ビジネスユニット
④	(株) 日立製作所 日立事業所 (埠頭工場)
⑤	(株) 日立製作所 日立事業所 (国分工場) パワーグリッドビジネスユニット
⑥	(株) 日立製作所 大みか事業所 社会ビジネスユニット 制御プラットフォーム統括本部
⑦	日立グローバルライフソリューションズ(株) 多賀事業所
⑧	(株) レゾナック 山崎事業所
⑨	(株) レゾナック 山崎事業所 (桜川)



No	企業名
⑩	(株) プロテリアル 電線分工場
⑪	(株) プロテリアル 日高分工場
⑫	(株) プロテリアル 茨城工場 ※旧高砂工場
⑬	(株) プロテリアル 豊浦分工場
⑭	JX 金属(株) 日立事業所
⑮	日立セメント(株)
⑯	住友電気工業(株) 茨城製作所 (日高)
⑰	住友電気工業(株) 茨城製作所 (豊浦)
⑱	住友電気工業(株) 茨城製作所 (みなと)

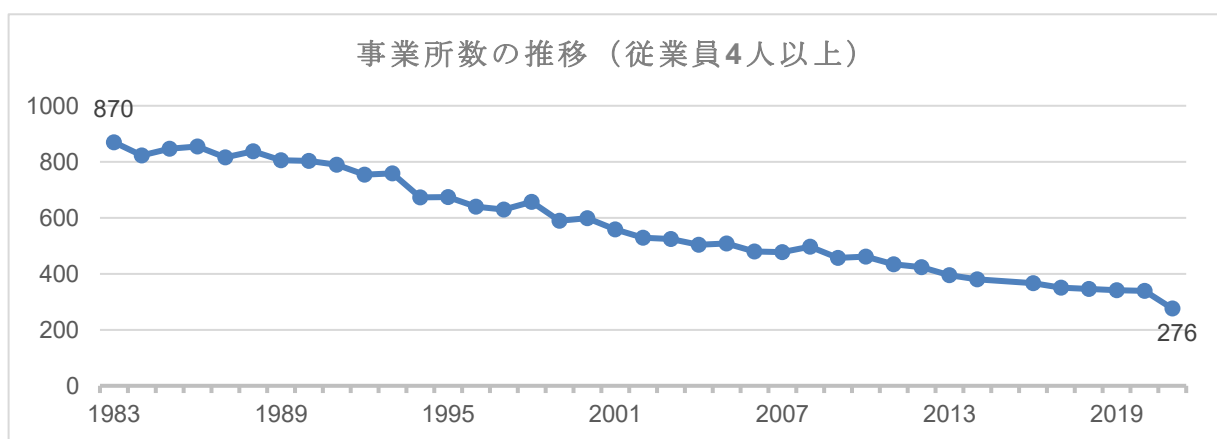
令和5年(2023年)4月1日現在
(日立市商工会議所：日立市の経済動向より作成)

(4) 事業所数の推移

昭和 62 (1987) 年の調査以降では、従業者数 4 人以上の製造事業所数は、昭和 63 (1988) 年の 838 件をピークに減少傾向です。その要因は平成 7~8 (1995~1996) 年の急激な円高による大手企業の海外展開や、平成 21 (2009) 年のアメリカの証券会社リーマンブラザーズの破綻に端を発した「リーマンショック」、平成 23 (2011) 年の東日本大震災、ヨーロッパの金融不安などによる円高を背景とした大手企業の海外展開などが起因していると考えられます。更に、新型コロナウイルス感染症流行の影響もあり、直近の令和 3 (2021) 年には 276 件まで落ち込み、ピーク時と比較すれば約 1/3 となっています。

また、新型コロナウイルス感染症流行以後も、人手不足による人件費高騰、エネルギーコストや原材料等の物価の高騰など、工業を取り巻く環境の先行き不透明感が高まってきており、厳しい情勢であることに変化はありません。

こうした中、市内の製造事業所では雇用維持を果たすべく懸命な経営努力を重ねていますが、大きな経営環境の変化に飲み込まれ、廃止・廃業となる事業所が顕在化しています。



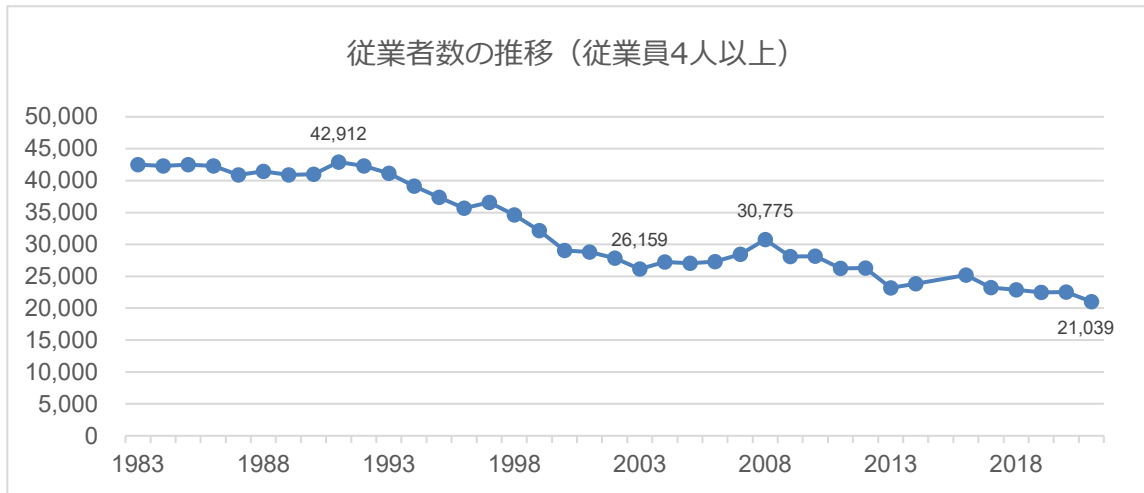
※平成 27 年 (2015 年) は調査を実施していないため、データなし

(工業統計調査、経済センサスより)

(5) 従業者数の推移

従業者 4 人以上の製造事業所の従業者数は、平成 3 (1991) 年の 42,912 人をピークに減少を続けましたが、平成 15 (2003) 年の 26,159 人を底に増加に転じ、平成 20 (2008) 年には 17 年ぶりに 30,000 人を超えるところまで回復しました。

しかしながら、その後はリーマンショックなどの経済環境の大きな変化の中、再び減少に転じ、一時回復基調になったものの、令和 2 (2020) 年には 21,039 人まで落ち込みました。



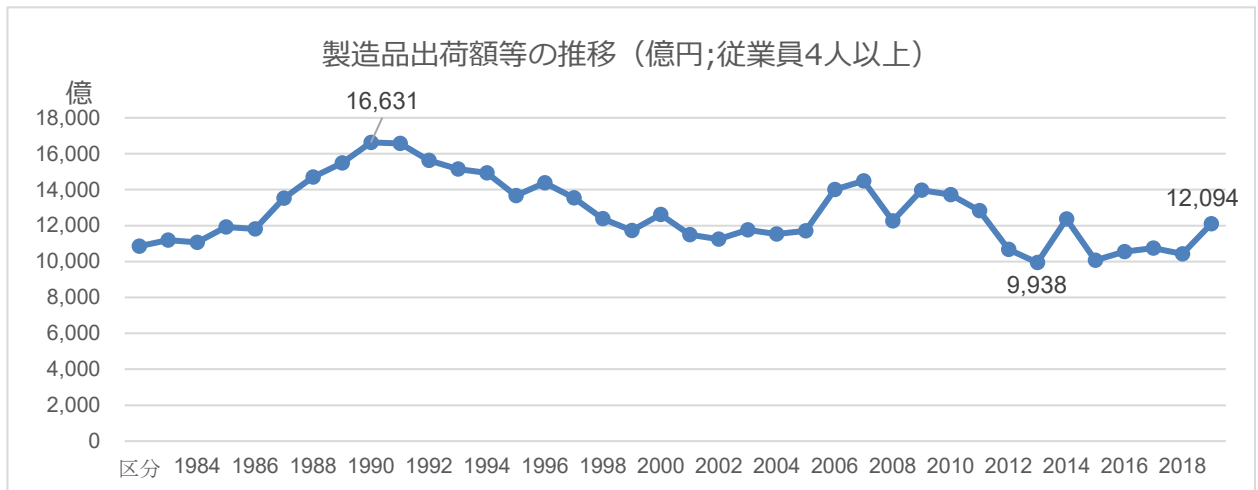
※平成 27（2015）年は調査を実施していないため、データなし

（工業統計調査、経済センサスより）

（6） 製造品出荷額等の推移

製造品出荷額等は平成 3（1991）年の 1 兆 6,631 億円をピークとし、リーマンショックやチャイナリスクによる経済停滞の影響を受け、平成 26（2014）年には、1 兆円を下回りましたが、直近の令和 2（2020）年現在では 1 兆 2,094 億円となっています。

基礎自治体の中で全国では 46 位、県内では神栖市に次いで 2 位となっています。



（工業統計調査、経済センサスより）

4 日立市商工業者の課題

(1) 激しい社会経済の変化と予想困難な事業環境への対応

人口減少をはじめとした従来からの外的要因のみならず、近年のコロナウイルス感染症流行とそれに続くエネルギー・物価高騰によって、中小企業の経営は更なる影響を受けました。こうした中、中小企業の売上・収益の回復・向上が求められており、取引適正化などを通じた価格転嫁とともに、既存事業にて生産性向上やコスト削減、売上拡大などが必要です。また、新商品・新サービスの開発・提供、新市場への進出、より高付加価値な事業への転換なども従前より重要性を増しています。

一方、中小企業の事業環境として、脱炭素経営などに代表される「誰一人取り残さない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現を目指す「持続可能な開発目標 (SDGs)」への対応をはじめ、デジタル技術の急速な発展など、変化が激しく不確実性が高い社会への対応が求められます。中小企業は、そのような変化をむしろ好機と捉えて、更なる投資やイノベーションを通じて自らの経営を向上させていくことも重要になります。

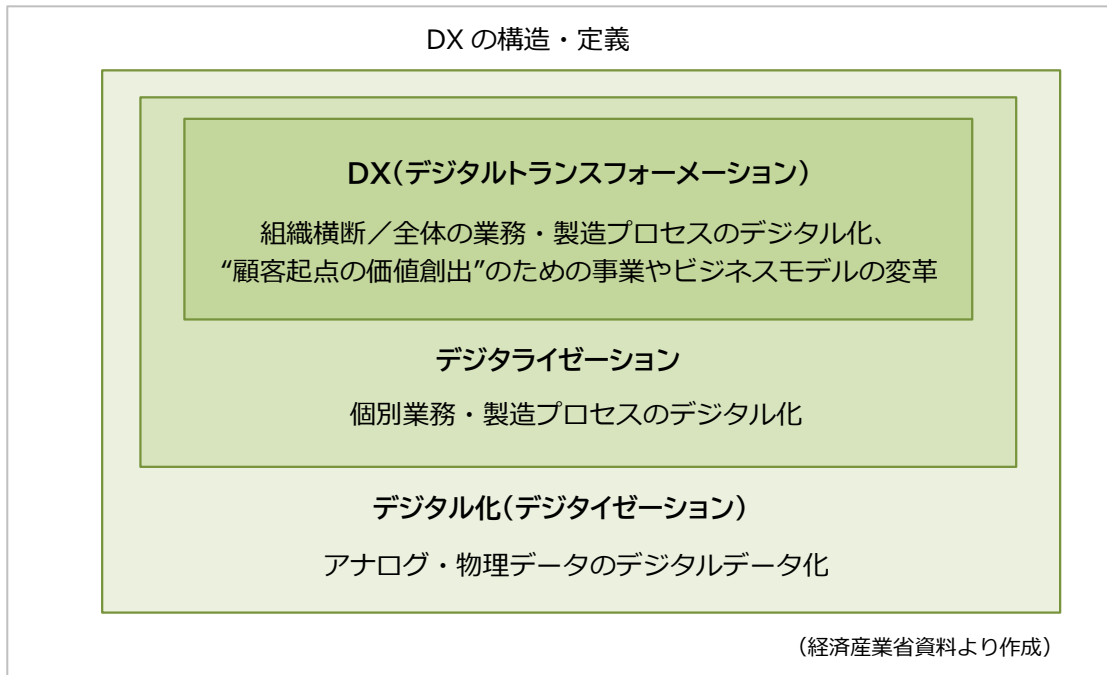
中小企業庁『令和5(2023)年版 中小企業白書』の分析でも示されているように、中小企業にとって競合との差別化、販路拡大のためにはプロダクト及びプロセスイノベーションへの取組が有効です。しかし同時に、中堅・大手企業と比較して、中小・小規模企業はイノベーション活動に取り組む企業の割合は大きくありません。本市中小企業へのアンケート回答でも、成長の要素として「新商品・新サービス等の開発、イノベーションの創出」は14.3%でした。また、社会経済とともに市場・業界自体が変化していき、自社事業の需要回復が当分見込まれないこともあります。その場合は自社の事業を見直して、新規販路や顧客開拓にとどまらない思い切った事業再構築も必要です。

ア DXによる生産性向上・利益増加

近年、企業経営におけるデジタル技術の利活用は、事業を継続・発展するために益々必要不可欠になっています。紙媒体資料や文書の電子化(デジタル化)、システム導入や自動化による業務・生産プロセスの一部または全体の効率化(デジタルライゼーション)のみならず、激しい社会経済・事業環境の変化を生き抜くため、より企業経営全体に生かすことに注目が集まっています。それは、AI、IoT、ビッグデータといった各種デジタル技術を用いた新商品・新サービス創出やビジネスモデルの根本的な転換、更には企業風土自体の改革も目指すものです(DX; デジタルトランスフォーメーション)。DXに取り組むことで、生産性向上のみならず、より高付加価値な企業経営を実現できる可能性があり、そのためには経営者の積極的な関与や、経営ビジョン・目標の明確化、業務の棚卸など、企業経営自体にメスを入れていくことが必要となります。

国全体では、中小企業においてデジタル化などの取組は進展しつつあると言われていますが、多くの中小企業にとっては、検討や導入のための人材をはじめとするリソース不足の問題を抱えており、また、どのように手を付けてよいか分からないのが現状と思われれます。経営者の高齢化などで、最新動向に理解が追いつかない、必要性を感じない問題もあろうかと思われれます。そのため、中小企業によって、DXはもちろんのこと、デ

デジタル化やデジタルイゼーションへの取組も促進余地もまだまだ大きいと思われます。本市中小企業へのアンケート回答でも、IT ツールの活用状況として「紙や口頭でのやり取りを IT に置き換えている」が 3 割弱で最も多く、「IT を活用して社内業務を効率化している」が 2 割程度です。「IT を差別化や競争力強化に積極活用している」は 1%程度に留まります。一方、「活用したいができない」と「そもそも活用する必要がない」の合計が 3 割を超えています。



イ 脱炭素への対応

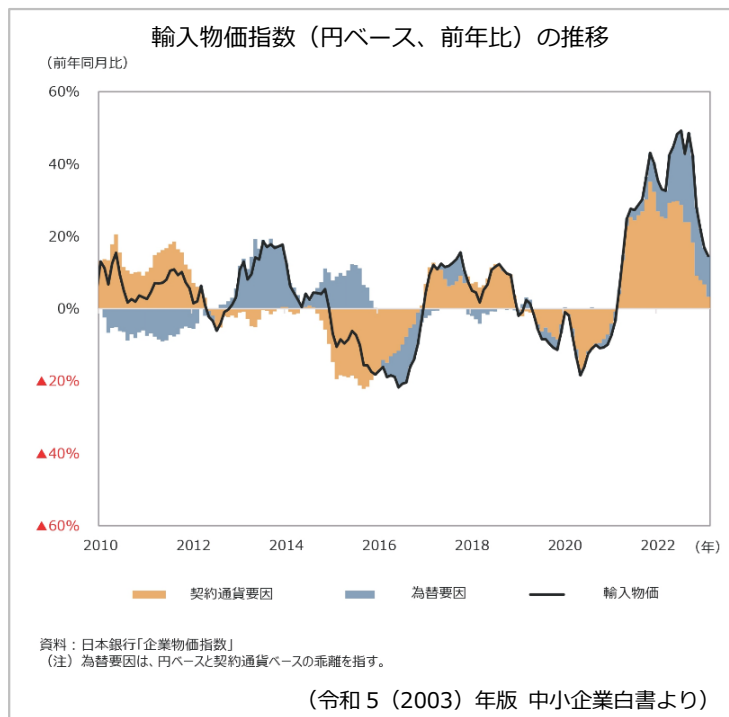
近年、特にグローバルに展開している企業を中心に脱炭素経営に向けた取組が急速に広がっています。我が国においても、令和 2（2020）年 10 月、政府が温室効果ガスの排出を令和 32（2050）年までに実質ゼロにする「カーボンニュートラル、脱炭素社会の実現」を目指すことを宣言し、令和 4（2022）年 3 月には、本市においても、ゼロカーボンシティを目指すことを表明しました。特に、サプライチェーン全体での脱炭素への対応が求められるため、大手企業のみならず、中小企業にとっても事業方針上の重要度が高まってきています。ここで、脱炭素経営へ取り組むことが、消費者や取引先からの信頼性獲得、大手企業などからの新たな需要に繋がる商機となるほか、エネルギーコスト削減で収益向上に繋がる可能性もあります。

しかし、DX 同様に中小企業にとっては、実際の検討や導入におけるリソース不足の問題を抱えています。現場での省エネ活動には取り組めていても、それ以上のことは自社に合わせて具体的にどのように取り組んだらよいか分からない、必要性を感じていない問題があります。そのため、脱炭素への取組が遅れてしまい、商機を逃す恐れがあります。本市中小企業のアンケート回答でも、脱炭素経営に対する取組として「運用による省エネ活動」で 2 割、「省エネ設備を導入」は 1 割強程度です。一方、「取り組みたいが何をすべきか分からない」と「取り組むつもりがない」がそれぞれ 2 割強あります。

ウ 物価高騰に対応した部素材の調達、価格転嫁

新型コロナウイルス感染症流行に続いた物価高騰は、調達する部素材の高騰により中小企業の経営悪化に更なる追い打ちをかけた形になりました。特に大手企業と比べて中小企業の価格転嫁力は強くありません。本市中小企業へのアンケート回答でも、価格転嫁が「半分未満」または「まったく転換できていない」企業の合計が一定割合（約4割）あり、対応が求められています。

一方、部素材の高騰はウクライナ情勢をはじめとする、海外情勢の変化や地政学リスクからも引き起こされます。そのため、サプライチェーンの多元化・見直しなども並行して取り組む必要があります。



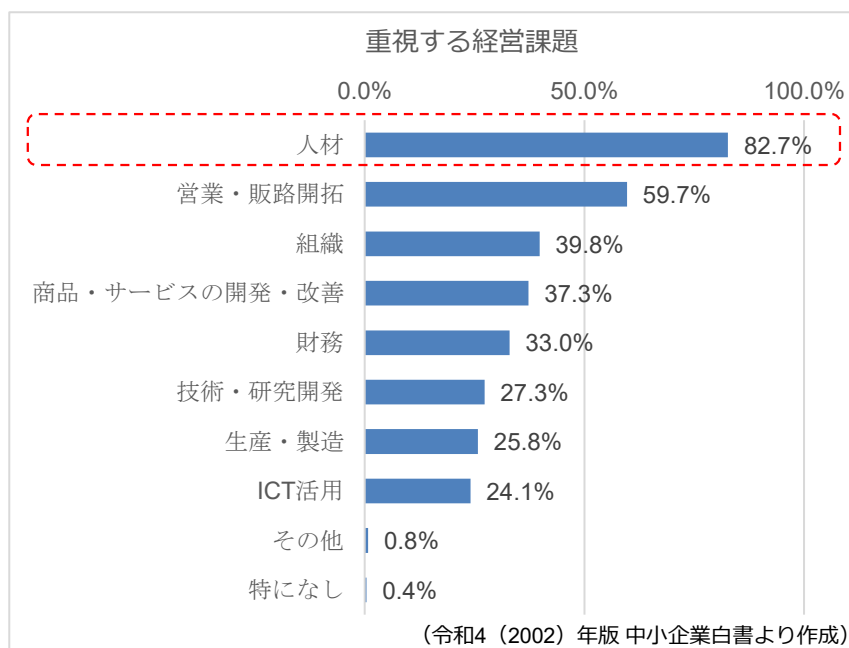
エ 感染症の流行や災害等の際の事業継続力

新型コロナウイルス感染症流行によって企業経営は大きな影響を受けましたが、我が国では近年、豪雨災害の発生など、自然災害の影響も増えてきています。本市でも、令和5（2023）年の台風13号に伴う豪雨により被害が発生しました。このような自然災害や感染症流行など、不測の事態は今後も起こりうる想定していく必要があります。

自然災害や感染症流行は自社の経営資源へ直接ダメージを与えるだけでなく、取引先やインフラ事業者などのダメージも自社経営に影響を与えます。事業停止期間が長引けば長引くほど、企業の経営も悪化していき、より大きな経営体力を有する大手企業と比べて、中小企業はより大きなダメージを受ける可能性が高いと考えられます。そのため、自然災害などは経営上のリスクと認識し、突発的な事象が起きても事業を継続する、早期に再開できるよう備えへの対応が近年益々重要になってきています。しかしながら、本市中小企業へのアンケート回答でも、新型コロナウイルス感染症流行以降の取組として、このような事業継続への備えであるBCP（事業継続計画）策定などに取り組んだ企業は必ずしも多くありません。

(2) 次世代への経営資源の継承

中小企業が抱える構造的な問題点として人手不足があります。新型コロナウイルス感染症流行による事業停滞などで人材過剰感もありましたが、本市中小企業へのアンケート回答でも、流行後の取組として「人材採用」は比較的多いです。業種によって異なりますが、嘱託・パートのみならず、正社員・新卒への採用希望が多いなど、雇用自体を強化する動きが見られます。同じく、本市中小企業へのアンケート回答でも、支援ニーズとして経営資源の確保とともに、人材の採用及び確保は比較的大きなウェイトを占めます。また、同様に人材育成も重要であり、中小企業庁『令和4（2022）年版 中小企業白書』でも、企業の抱える経営課題の最も重要なものとして



「人材」があり、従業員への能力開発の重要性が分析されています。

本市中小企業における経営者層も高齢化しており、本市中小企業へのアンケート回答でも、経営者の年齢層で70代が20.0%を占めるほか、80代も4.3%と、引退に差し掛かる、またはなかなか引退が出来ないとみられる層が一定数あることは明

白です。

また、ものづくり産業が多いことから、事務職、販売職などの女性が求める職種の求人の割合が少なく、女性雇用の推進や対策が急務です。令和2年度（2020年）における女性の就業率は40.0%であり、平成30（2018）年度に比べると県平均（47.5%）との差は小さくなりましたが、まだまだ低い状態であり、女性の能力をより活用する余地が大きいと言えます。

定年延長や再就職などによるシニア人材や、外国人技能実習生などを積極的に活用することで、人手不足に対応する中小企業も現れてきており、人口減少や少子高齢化が進展する中、多様な人材を活用する取組が今後も拡大・継続することが予想されます。

ア 現場の技術者の採用難

ものづくりのまちとして発展してきた本市では、製造業の強みの源泉であるものづくり技術を継承していくことは地域全体で重要な課題となっています。しかし、ものづくり技術の担い手である中小企業技術者の新規採用や雇用の力が弱ければ、この継承も難しくなるため、地域における受け皿・雇用を増やしていく必要があります。

更に近年は地域に採用枠や受け皿があるだけでは技術者の確保は難しく、そもそも、ものづくり分野の技術者として地元で働くこと自体を希望する若者が減少しているとの声があります。より働きやすい環境整備とともに就業希望者を増やしていく取組も必要です。



(ものづくりの現場と技術者)

イ 従業員の高齢化等による技能伝承

企業の経営・事業推進に必要な各種技能を社内で継承していくことは、新規の人材採用とともに課題となります。特にものづくり現場を中心に、個々の従業員の経験から技能は磨かれ、蓄積してきました。そのため、多くの中小企業にとって、技能はベテラン従業員による属人的なものであり、かつ「カンとコツ」を含めて言語化されていません。

現場でのOJT任せだけで技能を継承させようとしても、若手従業員が十分に育たないまま、ベテラン従業員が高齢化で引退してしまう恐れがあります。また、中小企業のベテラン従業員は、必ずしも「教える」ことが得意とは限りません。ドイツのマイスター制度では、後進に「教える」ことが必須です。卓越した技能についての学びと共有を形にして、効率的に継承していくことは、人材育成面においても大きな課題の一つになっています。

ウ 後継者の確保と育成、担い手の確保

中小企業の事業継続において、経営者の高齢化や引退に伴う事業承継は最も重要な課題です。事業承継は、中小企業が長年蓄積し磨いてきた強みである経営資源を失わず、次世代へ引き継ぐことでもあります。特に、令和2(2020)年頃は、団塊世代の創業経営者たちが70歳代を迎え、引退の時期に差し掛かった時期でした。続いて、令和7(2025)年は75歳以上の後期高齢者となります。

本市の中小企業にとって後継者不足への対応は従前からの課題であり、近年も円滑に事業承継が進んだところばかりではありません。実際に本市中小企業へのアンケート回答で、「後継者を決めていないが、事業承継をしたい」が一定割合存在します。また、新型コロナウイルス感染症流行など、大きな社会経済の変化によって売上等に打撃を受けた企業などは、後継者不在であると廃業を選択する可能性があります。本市中小企業へのアンケートでも、「自分の代で廃業予定」の回答が比較的多いのが実情でした。このような企業の業績は必ずしも赤字ではなく、黒字・収支トントンでも同様です。

中小企業庁『令和5(2023)年版 中小企業白書』によると、国全体でも事業承継がうまく出来ているところ、出来ていないところが二極化しているとの指摘があります。また、若手経営者による事業承継は企業の継続のみならず、新たな発展・イノベーションを引き起こすきっかけになりえます。本市でも若手経営者の育成と事業承継を進めることが今後より重要性を増していきます。個々の企業の事情を見ながら、それぞれ相応しい承継・引き継ぎを促進していく必要があります。

(3) 地域の集積再構築と活性化

本市は、大手製造業の主要な生産拠点が複数立地する企業城下町として発展してきました。しかし、大手製造業の事業再編や方針転換などにより、技術をもってその事業へ貢献してきた協力中小企業の売上利益は影響を受けてきました。その結果、地域内における技術の集積が薄くなることにより、地域内で完結できたものづくりの仕事が失われていく恐れがあります。

後継者不足による個人商店の閉店、空き店舗の増加による商店街機能の低下は従前から本市の課題でした。近年は、新型コロナウイルス感染症流行によって中心市街地等への人出減少とともに商店街の個人商店等が打撃を受けた形です。

製造業を含めて市内事業所数が減少しているなか、資源が集積することの優位性・効果も生まれにくくなっています。本市は工業と商業の集積で発展してきましたが、中小企業の雇用確保や技術の継承、売上収益の維持・向上のためにも、新たな企業間のつながり・ネットワークを生む取組が必要です。一方、工業・商業発展に伴い集積してきた現在の資源の強みや特長にも着目し、それらの連携や協業等が新たな集積活性化に繋がると考えられます。

ア 空き店舗の増加による商店街機能の低下

新型コロナウイルス感染症流行後、直接店舗へ出向いて外食や購買をする消費行動が復活しているとはいえ、インターネットによる販売と購買行動が普及していることから、そのまま従前と同水準まで戻るのは難しいと考えられます。また、昨今の人手不足は中小企業の事業継続を困難にして、ますます個人商店の閉店や空き店舗の増加に繋がっていきます。それにより、更に商店街機能が低下、集客や商店の売上に悪影響を与えて、閉店等が増える悪循環が生まれてしまいます。そのような悪循環が起きないように、積極的な集客策や地元買い物を促進する取り組みとともに、既存事業・業種に拘らず、中心市街地や商店街にある空き店舗の立地を生かして、社会経済の変化などに合わせた事業での利活用を促進するとともに、面的な賑わいを創出するソフト・ハード面の総合的かつ計画的な取組が求められます。

イ 駅前地区の活性化

本市では、JR 日立駅に隣接した大型商業施設「日立ショッピングセンター」を、令和 5 (2023) 年 4 月に「ヒタチエ」としてリニューアル・オープンしており、そのなかへ次々と新規店舗が出店していきました。併せて、日立駅前地区で各種地域活性化・PR イベントなど企画・実施されました。

従前の「日立ショッピングセンター」に入居していた「イトーヨーカドー日立店」の閉店は、周辺の商店街の人出にも影響を与えました。ヒタチエの土地と建物は本市の所有であり、今後は周辺の商店街も巻



(「ヒタチエ」リニューアル・オープン記念式典)

き込みつつ、駅前地区の活性化・賑わい創出を続けていくことが求められます。

ウ 大手企業の事業再編による売上利益の減少

地元大手企業の事業再編を通して、その協力企業であったものづくり中小企業の多くは自社の売上利益に大きな影響を受けました。地域に集積してきた、そのような同業種・異業種の中小企業にとって、新規顧客を開拓して新たな販売・受注を目指す必要があります。そのとき、大手企業のニーズに応えてきた本市中小企業の集積は、他地域の大手企業等のニーズに対して訴求力を発揮する可能性があります。しかしながら、このまま事業所数の減少が続き、地域で培われてきた技術も失われていくと、地域としての訴求力も失われる恐れがありますので、本市製造業の強みを維持していく取組が求められます。

また、売上収益減少への対応として、本章「(1) 激しい社会経済の変化と予想困難な事業環境への対応」で述べたように事業再構築などのイノベーションが求められることに他なりません。大手企業との取引におけるパートナー関係のなかでそのニーズに対応しつつ技術をはじめとする強みを磨いてきた協力企業にとっては、技術や製品を自ら課題設定して生み出し、磨いていく必要があります。そのときも、既存大手企業以外で地域に蓄積されてきたプレイヤーをパートナーとして捉えてイノベーションに繋げていくことが有効と考えます。

(4) 自社の価値発掘と発信

中小企業が新規販路開拓や新規顧客獲得、イノベーションの創出や事業再構築などを通して売上を回復・拡大して成長に繋げるためには、社会や顧客のニーズやウォンツに自分たちは何を提供・PRできるか、相手にとってどのような魅力があるのかなど、自ら強みや特長に基づく「価値」を改めて見直し、明確化することが重要です。イノベーション活動に取り組むときの経営戦略・計画の策定においても、自社の「価値」を明確化することは第一歩となります。

「価値」を生み出す企業の強みや特長は、有形の資産のみならず、人・技術・ネットワーク・のれん・ブランド・ノウハウといった無形の資産に基づくことも多く、それは中小企業が今までの経営を通して蓄積、磨き上げてきたものです。しかし、既存顧客と既存商品・サービスによる事業が中心であった中小企業にとって、新規販路開拓や新規顧客、新しい事業の立ち上げに向けて、自らの「価値」を改めて発掘する経験が乏しい問題があります。特に、自らの強み、価値は自分自身では気が付きにくいと言われてしています。

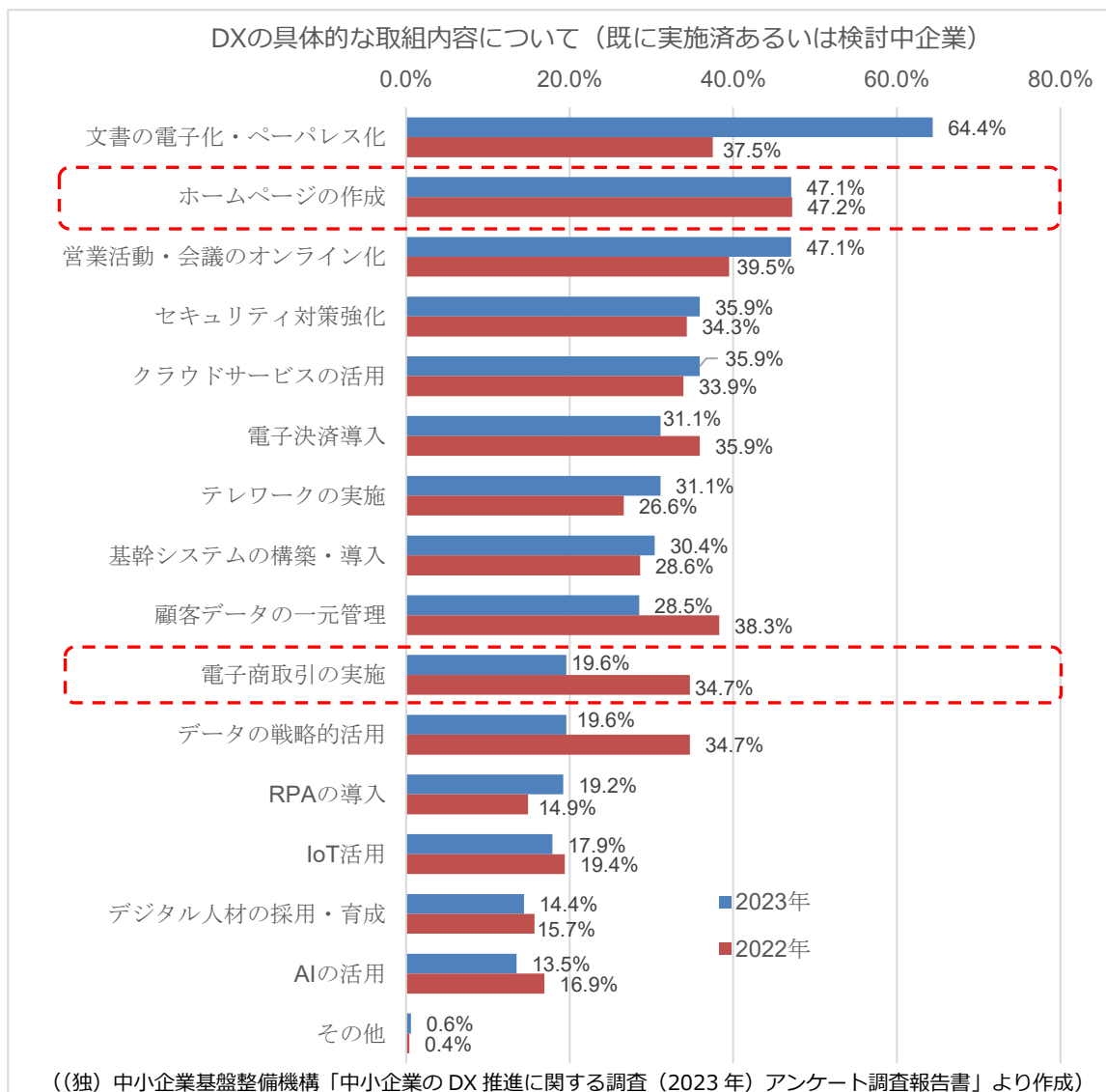
併せて、既存顧客との取引が中心であった多くの中小企業にとって、新規顧客の候補への営業活動を行うこと自体の経験が乏しいと思われれます。本市中小企業へのアンケート回答でも、過去5年間で「新規販路・顧客獲得を行っていない」企業が一定数あるのが現状です(2割程度)。最も多い新規販路・顧客獲得の方法も「従来からの取引先・お客様の紹介」(5割程度)であるため、大消費地である都市部や新規顧客候補がある他地域への積極的な開拓が不十分である可能性もあります。そのほか、より大きな市場が見込まれ、高付加価値な取引実現の可能性のある方策として海外展開がありますが、本市中小企業へのアンケート回答によると、取り組む企業は決して多くありません(1割程度)。本市企業における積極的な新規販路・顧客獲得の余地は大きいと思われれます。

ア EC サイトや HP への効果的な誘客手法の確立

現在、飲食・宿泊などの消費者向け（B to C）事業のみならず、事業者向け（B to B）事業に携わる企業でもホームページを作成し、情報を発信することが進んでいます。消費者は SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）でお店や商品の情報をリアルタイムで得るとともに、B to B 事業で新規取引先や必要な製品を求めるとき、ホームページで企業情報・製品情報を得るところから始めることも多いと考えられます。

新型コロナウイルス感染症流行を契機に、人々の生活様式の変化から、特に消費者向け（B to C）事業で EC サイト利活用が普及し、中小企業にとっても新規販路開拓・新規顧客獲得の手法の一つになっています。EC サイトは海外展開を実現する手法の一つとしても考えられます（越境 EC）。

しかし、独立行政法人 中小企業基盤整備機構「中小企業の DX 推進に関する調査（2023 年）アンケート調査報告書」によると、「ホームページの作成」の回答は 5 割弱、「電子商取引の実施」の回答は 2 割程度に留まっています。本市中小企業へのアンケート回答でも、過去 5 年間の新規販路・顧客獲得方法として「EC サイト、ビジネスマッチングサイト」は 2% 程度です。社内に対応できる人材がいらないことと併せて、既存顧客



との既存取引が事業の中心となっている中小企業は、外部への情報発信の必要性を必ずしも認識していないことが考えられます。更に、ホームページやECサイト構築が必ず認知度向上や新規顧客獲得に繋がるわけではなく、より効果的な見せ方やコンテンツ作成、SNSの併用などの対策が必要になります。新規販路開拓・新規顧客獲得に外部への発信が更に重要度を増しているなか、市内中小企業にとって、ホームページやECサイトをより有効な誘客手法とともに構築・展開していくことが求められます。

イ マーケティング・ブランディングの強化

企業が自らの「価値」を見直し、それに基づき狙う市場や顧客のターゲットを定め、顧客ニーズに応える商品・サービスを届けていく一連のプロセス・仕組みづくりがマーケティング活動になります。しかし、中小企業は必ずしもマーケティング活動について、十分に対応できる経営リソース・ノウハウを有しているわけではありません。特に、今まで特定大手企業の協力企業としての活動がメインであった企業、既存顧客のみで経営が成り立っていた企業など、新規販路開拓や新規顧客獲得、新規市場などの新たな事業に取り組む機会が乏しかった中小企業にとっては、その重要性をあまり感じていないこともあります。しかし、企業が存続していくためには、常にマーケティングによって顧客や市場を創造していくことが求められます。中小企業庁『令和5(2023)年版 中小企業白書』でも、ターゲットとする市場を分析して、より競合他社が少ない市場への参入や新たな市場を創出することが、企業の成長につながる可能性を示しており、マーケティング活動が中小企業における新規事業展開の成功要因として重要とされています。

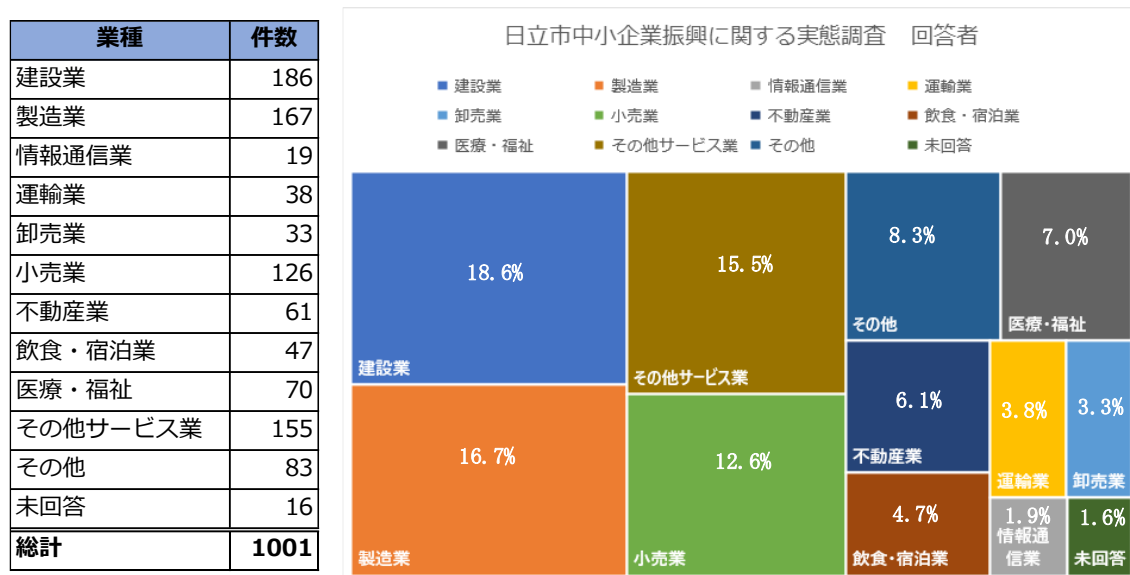
社会の変化、人々の価値観や消費行動の変化に伴って、マーケティングの概念自体も変化しつつあります。2020年代に入って、ロボティクス、ビッグデータやAIといった近年進展が著しいテクノロジーをより活用しつつ、商品・サービスで得られる顧客の体験価値(UX; ユーザー・エクスペリエンス)を高める「マーケティング5.0」が提唱されるようになりました。

マーケティングとともに、中小企業にとって競合との差別化や高付加価値な取引実現ためには、ブランディングも重要になります。ブランドはまさしく企業の「価値」を生み出す重要な無形資産です。中小企業庁『令和4(2022)年版 中小企業白書』の分析でも、ブランディングは消費者向け(B to C)事業の取組企業はもちろんのこと、事業者向け(B to B)事業においても一定数の取組があると分析されています。特に、自社ブランド立ち位置の把握、ブランドコンセプト(ターゲットや提供価値)、顧客・社会へのブランドメッセージ発信といったブランド構築・維持の取組が、中小企業の取引価格へ大きく寄与するという結果があります。

一方、本市中小企業へのアンケートでは、新型コロナウイルス感染症流行以降、何かしら取組を行っている企業の回答でも「マーケティング・ブランディング」は6.0%でしかありません。今後、ものづくりのまちとしての地域のブランドイメージを発信・強化する取組や、中小企業の技術・商品のブランディング、新事業展開に向けたマーケティングの取組などを強化していくことが必要になります。

5 日立市中小企業振興に関する実態

本計画の策定に先立ち、令和5(2023)年2月に市内中小企業に対するアンケート「日立市中小企業振興に関する実態調査」を実施して1,001社から回答がありました。



また、第2次日立市商工振興計画(前計画)にて計画推進の体制の一として設置した「日立市中小企業振興会議」や日立市中小企業振興基本条例制定の提言を行った「未来を牽引する中小企業応援会議」などを通して、本市中小企業経営者へのヒアリングを実施しました。

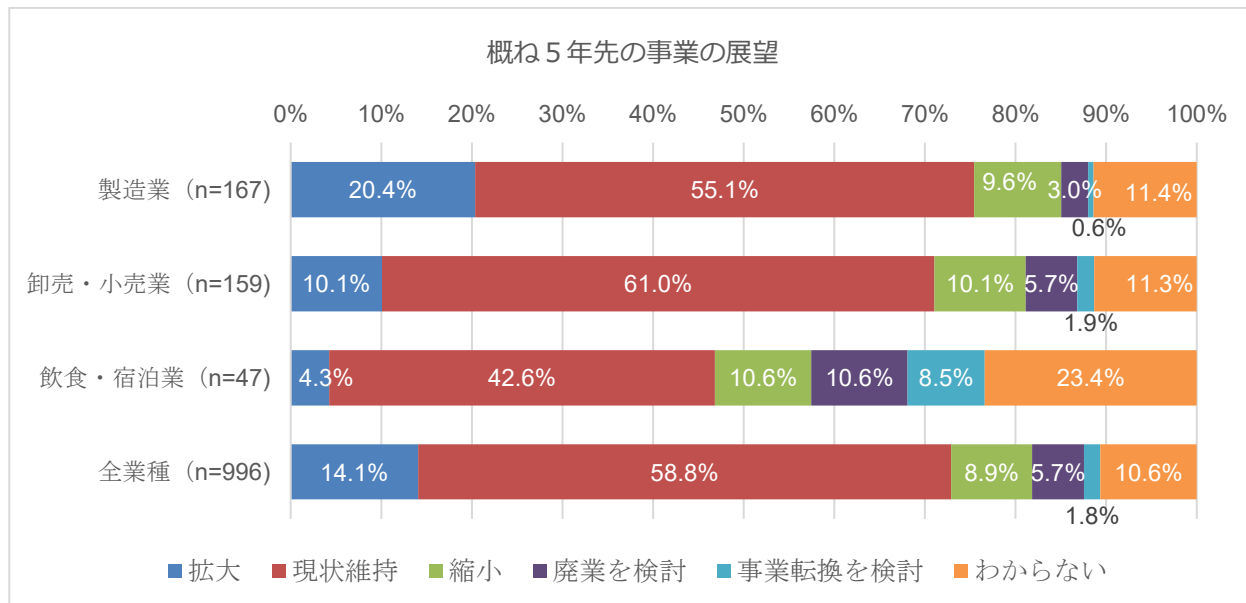
このように本市中小企業へアンケートやヒアリングの結果を本計画策定の基礎データとしています。

(1) 事業の見通し等について

ア 概ね5年後の展望

全業種では「現状維持」(55.8%)が最も回答割合が大きく、次いで「拡大」(20.4%)、「わからない」(11.4%)となっています。

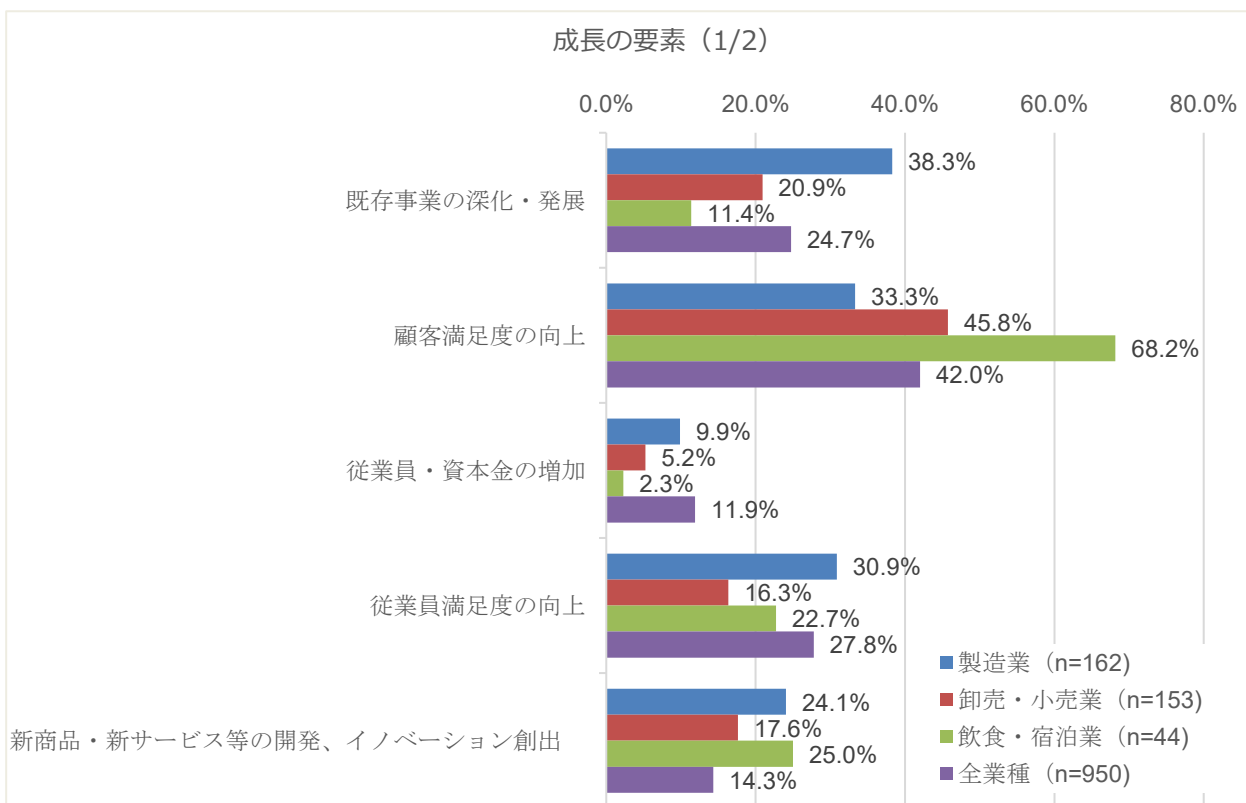
業種ごとで見通しに差異があり、「製造業」は「卸売・小売」や「飲食・宿泊業」と比べて、「拡大」の回答割合が大きくなっています。製造業より商業分野のほうがより厳しい状況に置かれていることが伺えます。特に、「飲食・宿泊業」は「製造業」と比べて、「廃業を検討」が3倍以上、「わからない」が2倍以上の回答割合になっています。

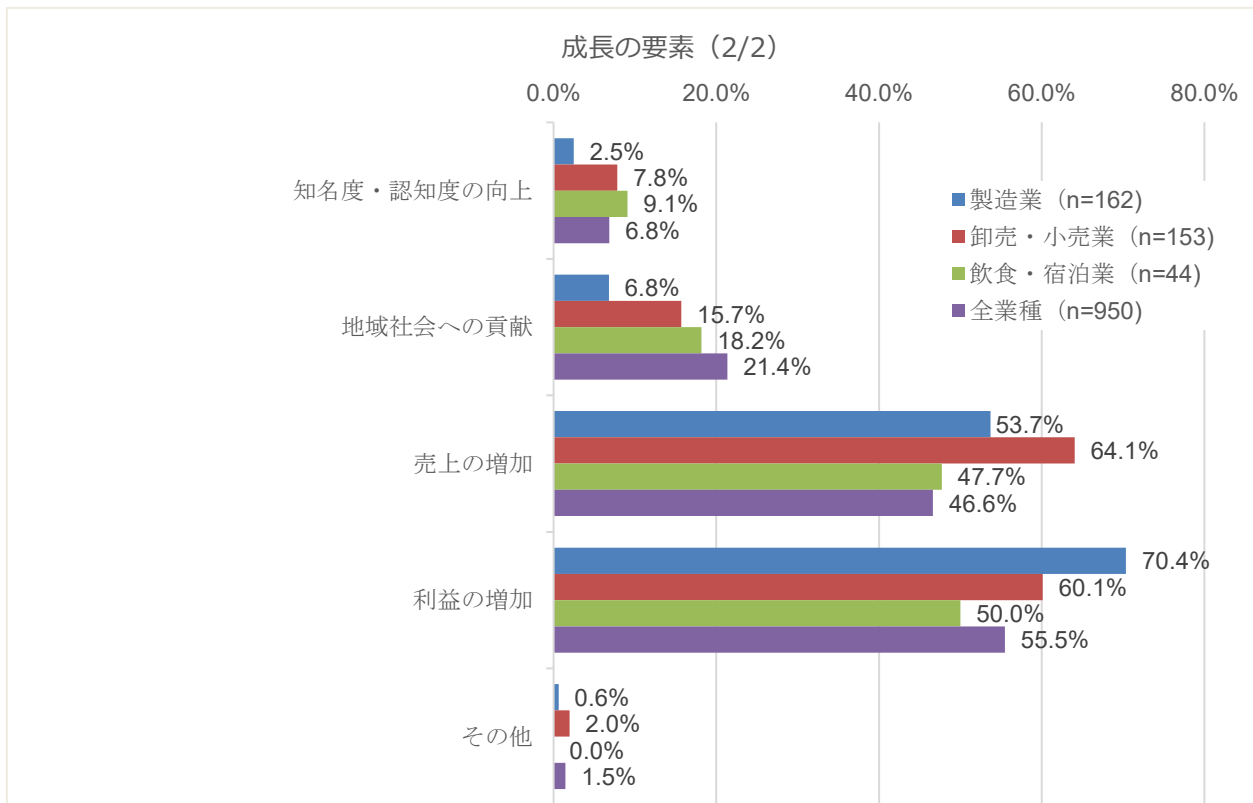


イ 成長の要素

全業種では「利益の増加」(55.5%)、「売上の増加」(46.6%)、「顧客満足度の向上」(42.0%)の順で回答割合が大きくなっています。多くの事業者にとって、新型コロナウイルス感染症流行の影響が残るなか、まずは売上や利益などの業績を回復、上げることが成長の要素になっています。

業種別や選択肢別で見ればそれぞれ違いがあり、今後支援する取組にも差異があることが分かります。



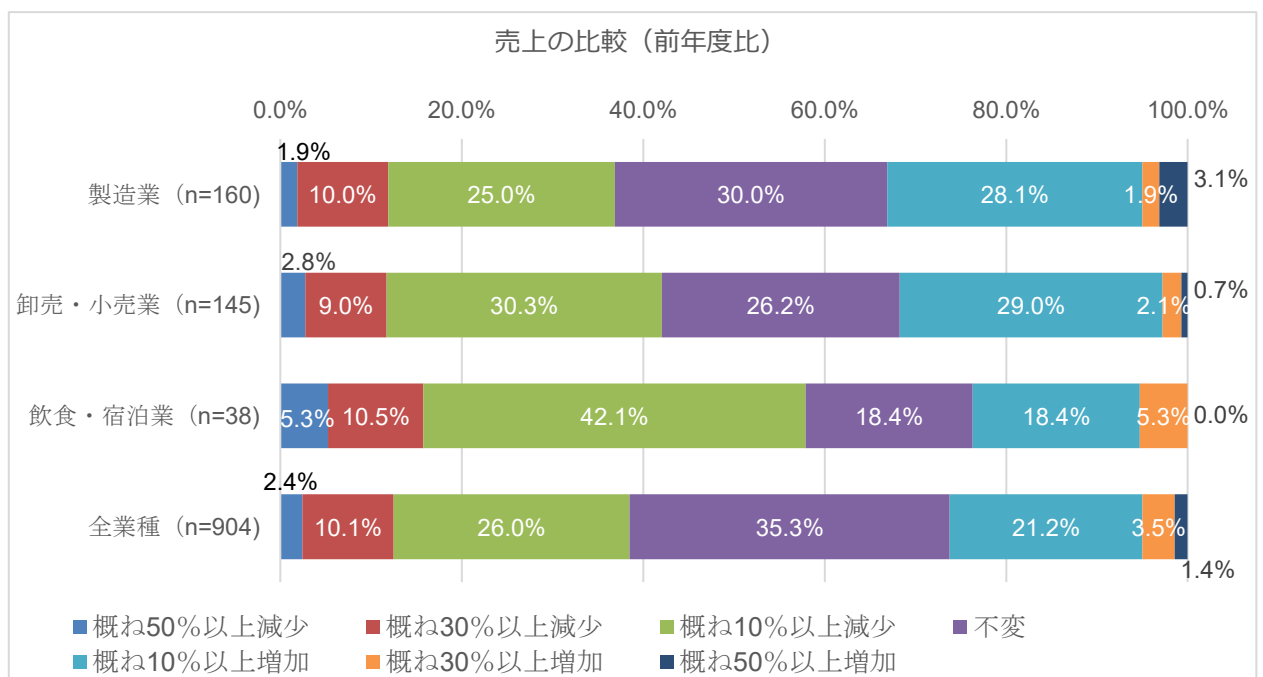


(2) 売上・収益の状況について

ア 売上の状況 (前年度比)

全業種では「不変」(35.3%)の回答割合が最も大きくなっています。「不変」または「増加」の回答割合を合計すると6割を超えています(61.4%)。

業種別に見ると「製造業」は「不変」または「増加」の回答割合合計が63.1%で、全業種平

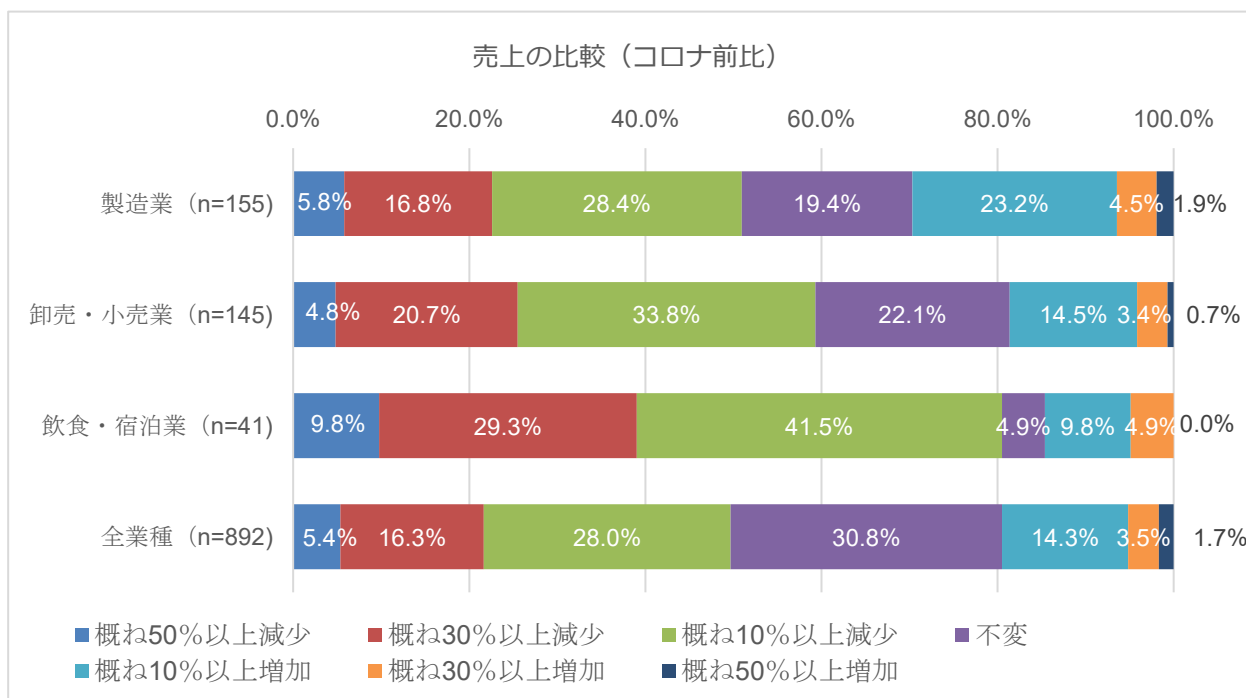


均と比べてほぼ同程度です。一方、「飲食・宿泊業」は「減少」の回答割合合計が6割弱を占めており（57.9%）、他業種と比べても大きくなっています。

イ 売上の状況（コロナ前比）

事業者の売上を新型コロナウイルス感染症流行前と比べると、全業種では「不変」（30.8%）の回答割合が最も大きいですが、一方で「減少」の回答割合が49.7%となっています。約半数の事業者にて、売上がコロナ前の水準まで回復していない回答です。

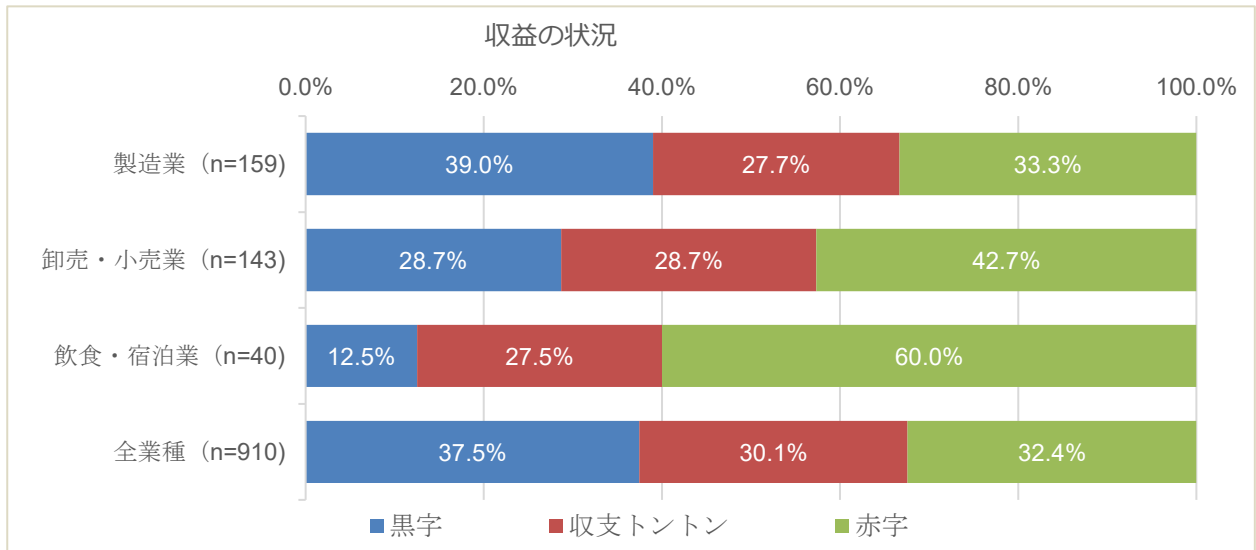
業種別に見ても、「製造業」（51.0%）、「卸売・小売業」（59.3%）、「飲食・宿泊業」（80.5%）にて「減少」の回答割合合計が5割を超え、特に「飲食・宿泊業」は8割を超えています。



ウ 収益の状況

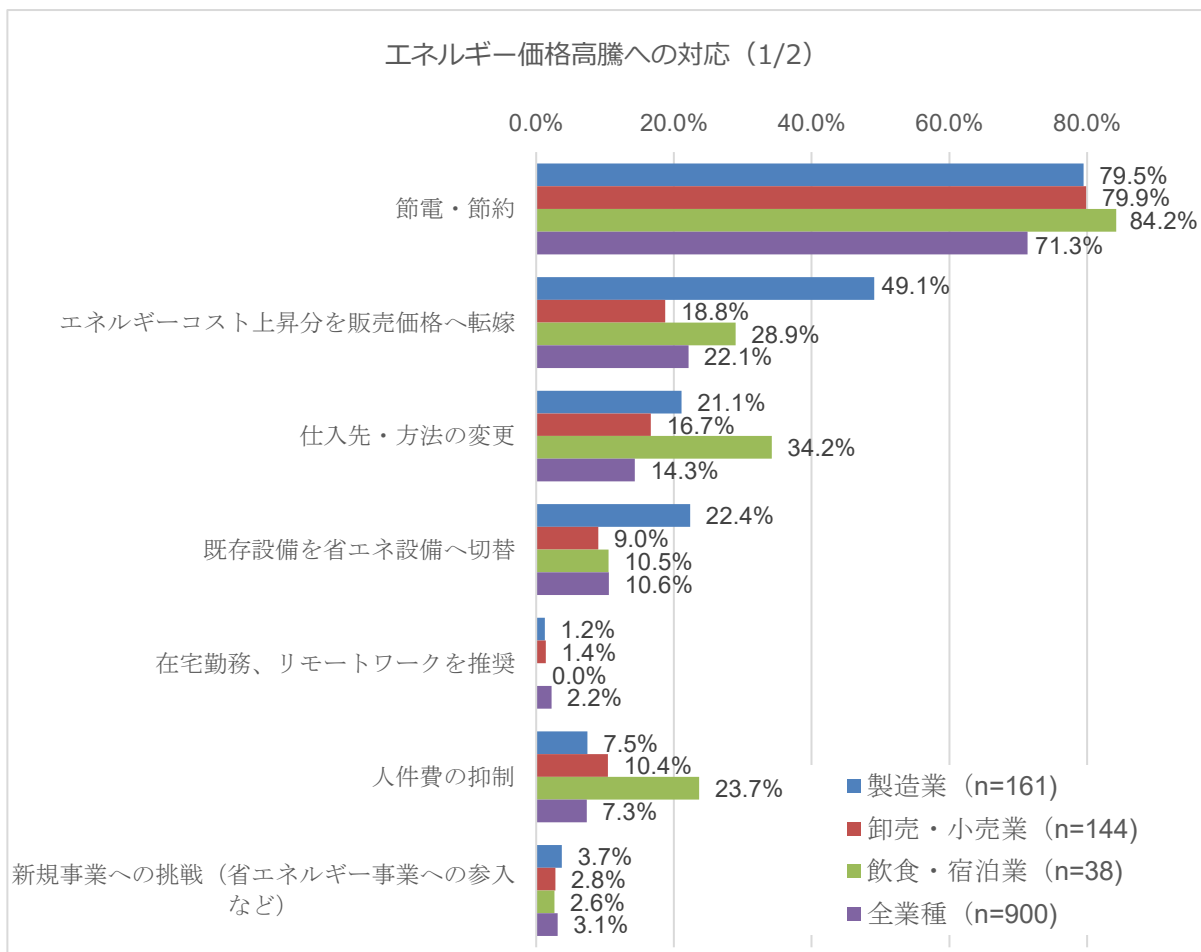
事業者の令和2（2022）年（または前期決算）の経常収益の状況を見てみると、全業種では「黒字」（37.5%）の回答割合が最も大きいですが、「赤字」（32.4%）も3割程度あります。

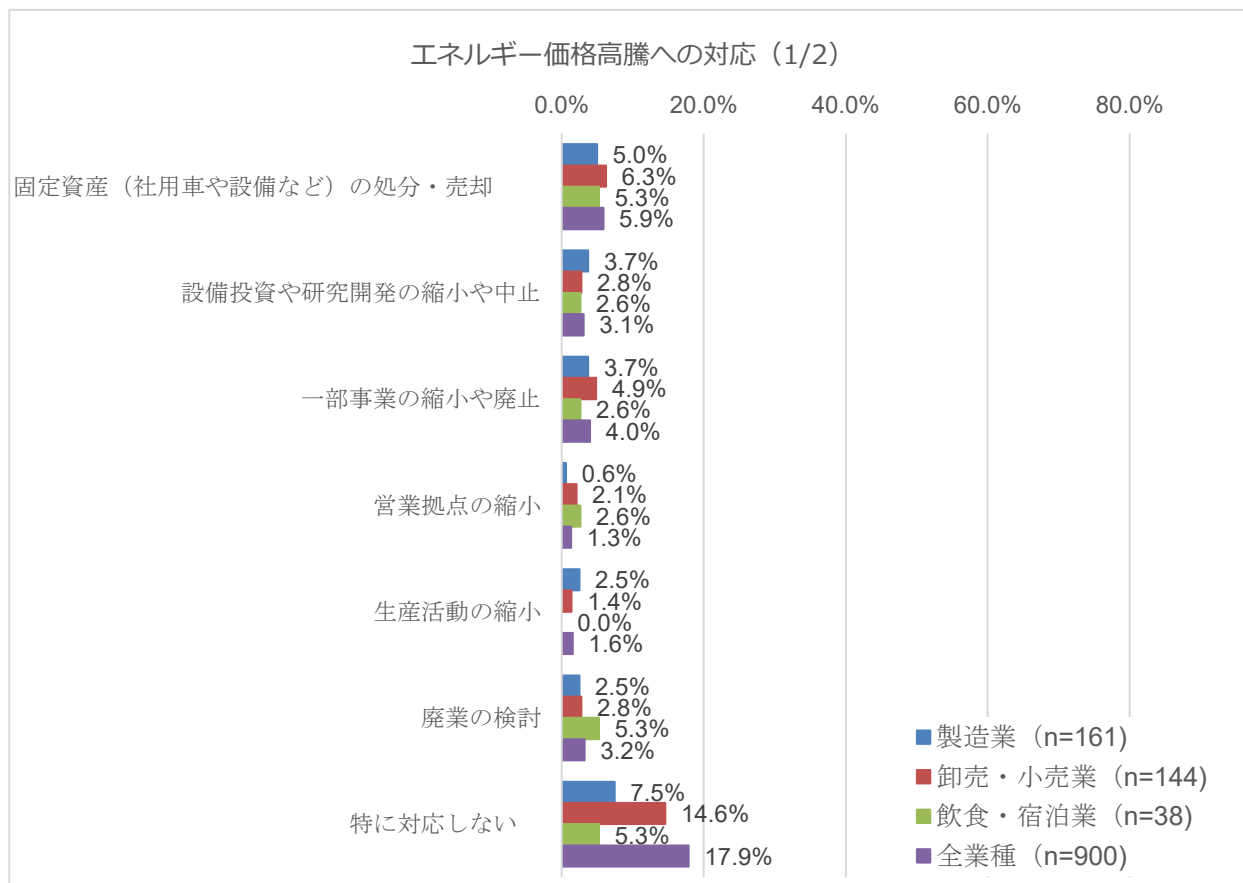
業種別に見ると、「製造業」（39.0%）では「黒字」の回答割合が全業種平均を超えています。一方、「飲食・宿泊業」では「赤字」（60.0%）が6割に達しています。



エ エネルギー価格高騰への対策（現在実施または予定）

事業者のエネルギー価格の高騰への対策を見ると、全業種では「節電・節約」(71.3%)の回答割合が最も大きく、次いで「エネルギーコスト上昇分を販売価格へ転嫁」(22.1%)、「既存設備を省エネ設備へ切替」(14.3%)となっています。一方、「特に対応しない」(17.9%)の回答割合が2割弱です。

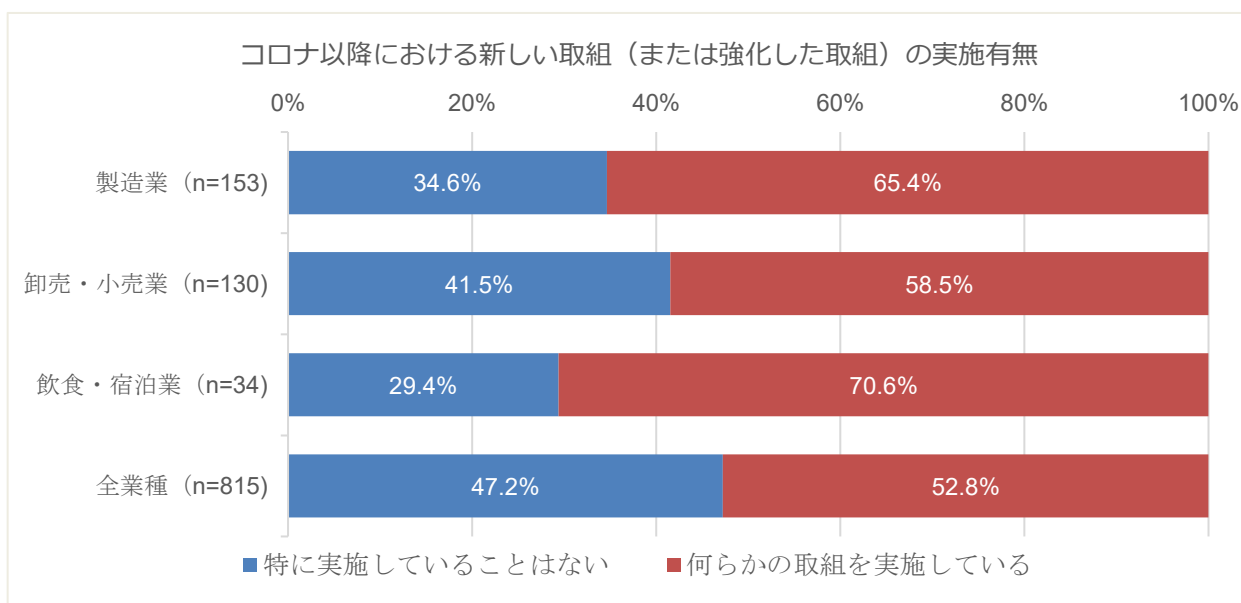




オ コロナ以降の新たな取組または強化した取組

全業種では新型コロナウイルス感染症流行後、何らかの新しい取組または強化した取組を実施していると回答した事業者は **52.8%** で約半数になっています。

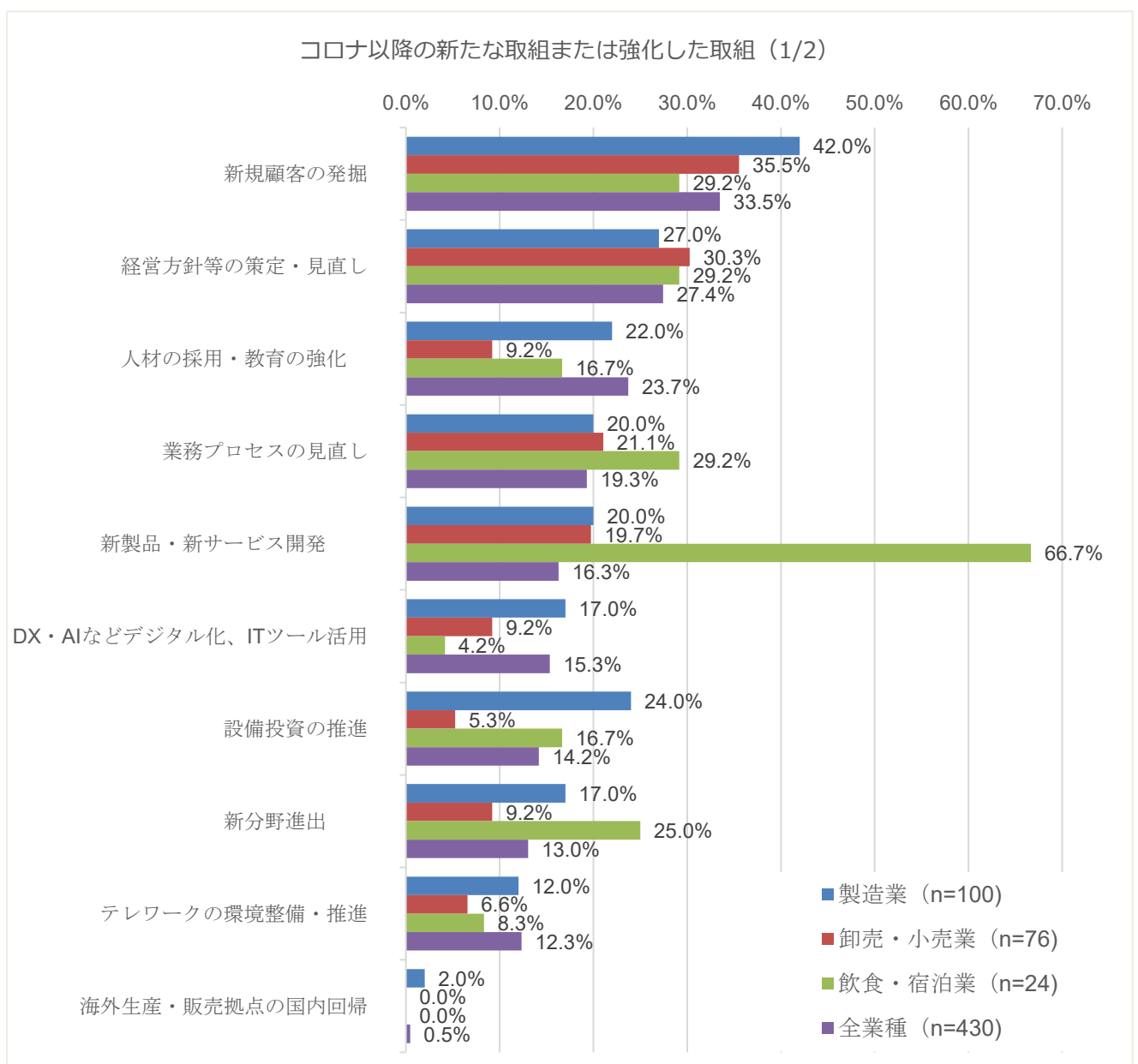
業種別にみると、「実施している」の回答割合は、「飲食・宿泊業」にて **7割** を超え、「製造」では **6割** を超えます。



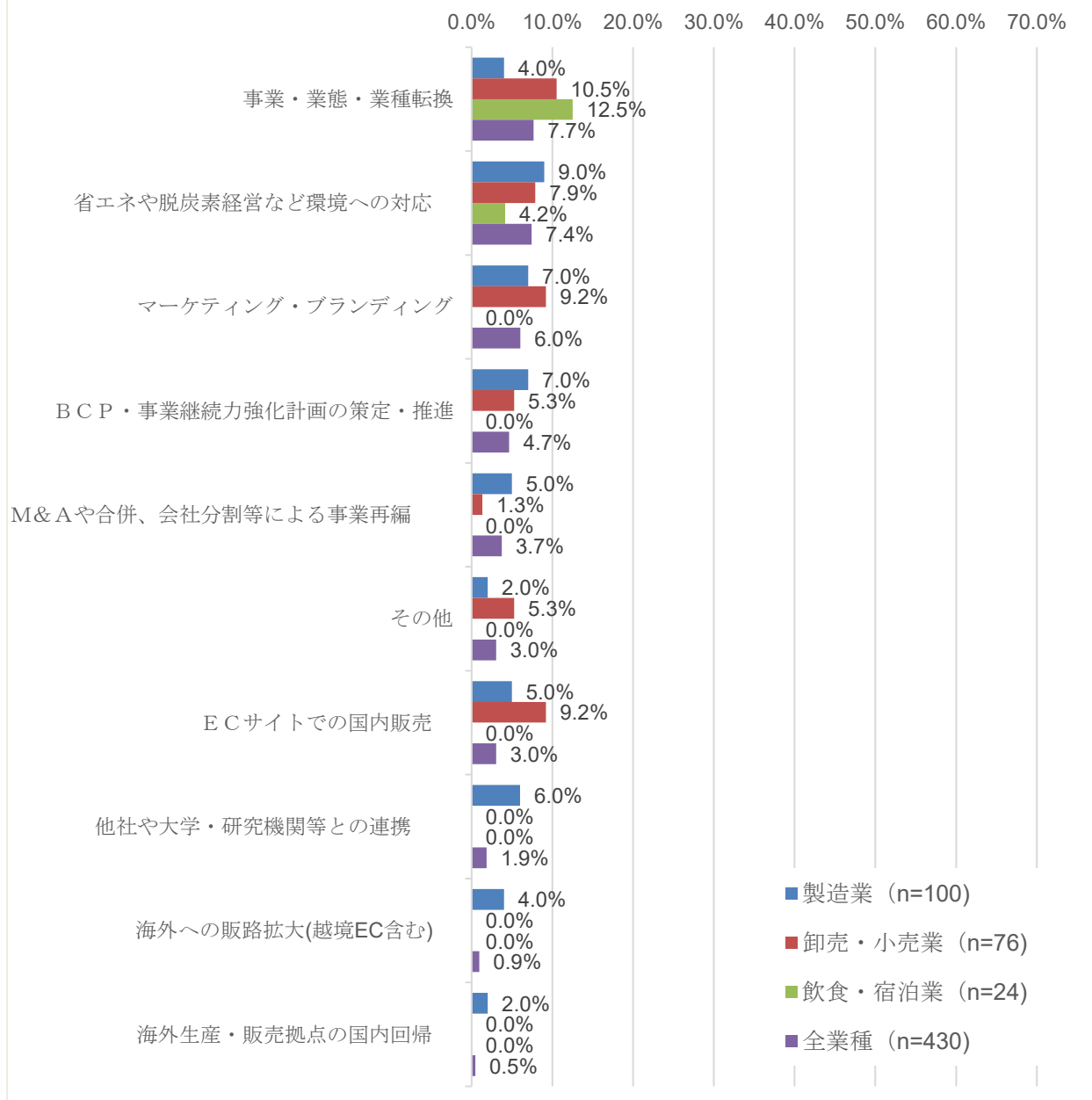
「何らかの取組を実施している」回答のみで集計すると、全業種では「新規顧客の発掘」(33.5%)、「経営方針等の策定・見直し」(27.4%)、「人材の採用・教育の強化」(23.7%)の順に回答割合が大きくなっています。

各取組選択肢を見ると、「新規顧客開拓」の回答割合は「製造業」(42.0%)が最も大きく、「新商品・新サービスの開発」の回答割合は「飲食・宿泊」(66.7%)が最も大きいなど、業種によって取組の差異が見られます。また、「製造業」ではすべての取組の選択肢に対して回答があり、様々な取組を実施されていることが伺えます。

一方、「事業・業種・業態転換」(7.7%)、「省エネや脱炭素経営など環境への対応」(7.4%)、「マーケティング・ブランディング」(6.0%)、「BCP・事業継続力強化計画の策定・推進」(4.7%)は全業種で見ると、回答割合は1割未満です。「DX・AIなどデジタル化、ITツール活用」(15.3%)も必ずしも高い回答割合ではありません。



コロナ以降の新たな取組または強化した取組 (2/2)

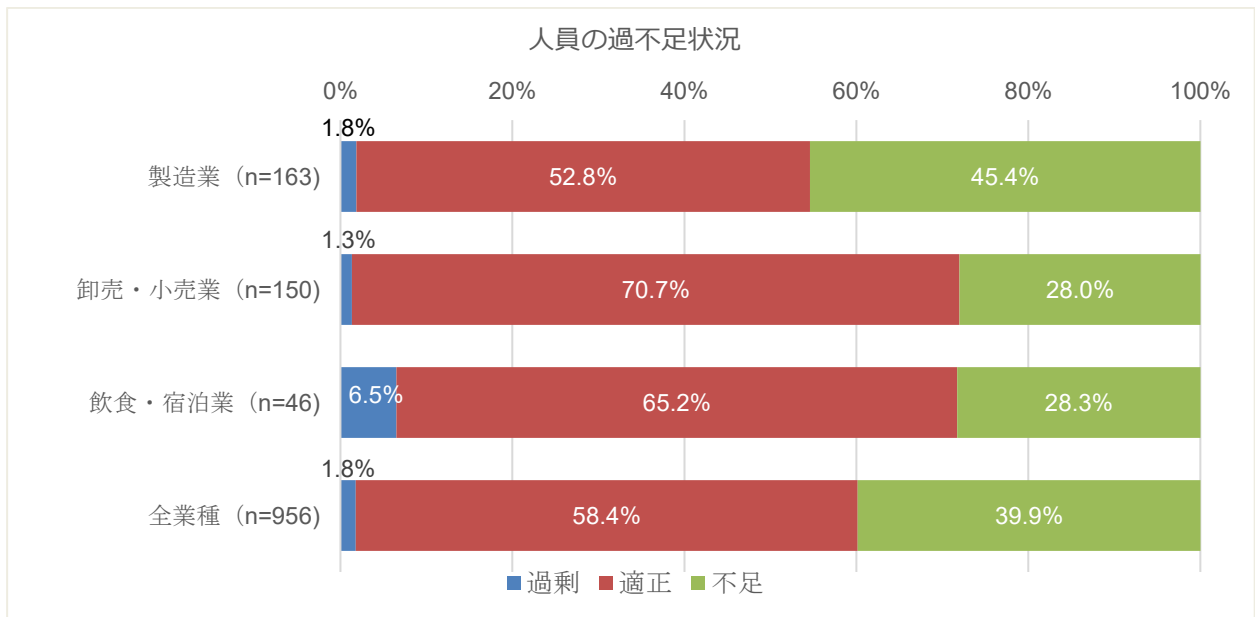


(3) 雇用について

ア 人員の過不足状況

全業種では人員は「適正」の回答割合が 58.4%で最も大きく、6割弱に達していますが、「不足」の回答割合も 39.9%で約4割を占めています。「過剰」は数%程度となっています。

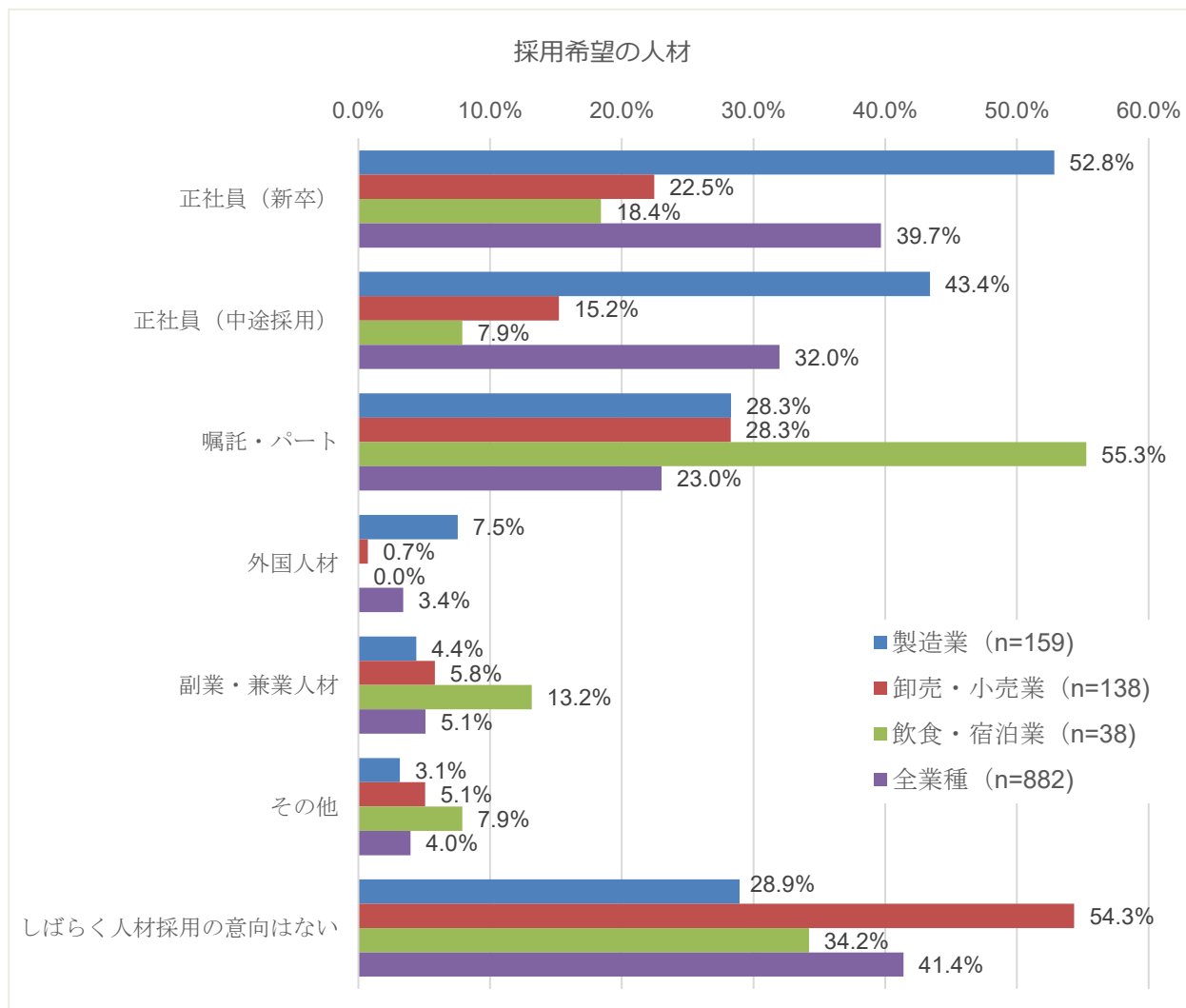
業種別で見ると、「運輸業」(68.4%)、「建設業」(60.8%)、「情報通信業」(57.9%)にて、「不足」への回答割合が5割を超えている状況です。



イ 採用希望の人材

全業種では「しばらく人材採用の意向はない」(41.4%)への回答割合が最も大きいですが、次いで「正社員(新卒)」(39.7%)、「正社員(中途採用)」(32.0%)になっています。人材採用の意向があるところは、正社員の採用強化を考えていることが伺えます。

業種別にみると、「卸売・小売業」(54.3%)は「しばらく人材採用の意向はない」への回答割合が5割を超えます。「正社員(新卒)」は「製造業」(52.8%)にて回答割合が5割を超え、「嘱託・パート」は「飲食・宿泊業」(55.3%)にて回答割合が5割を超えます。

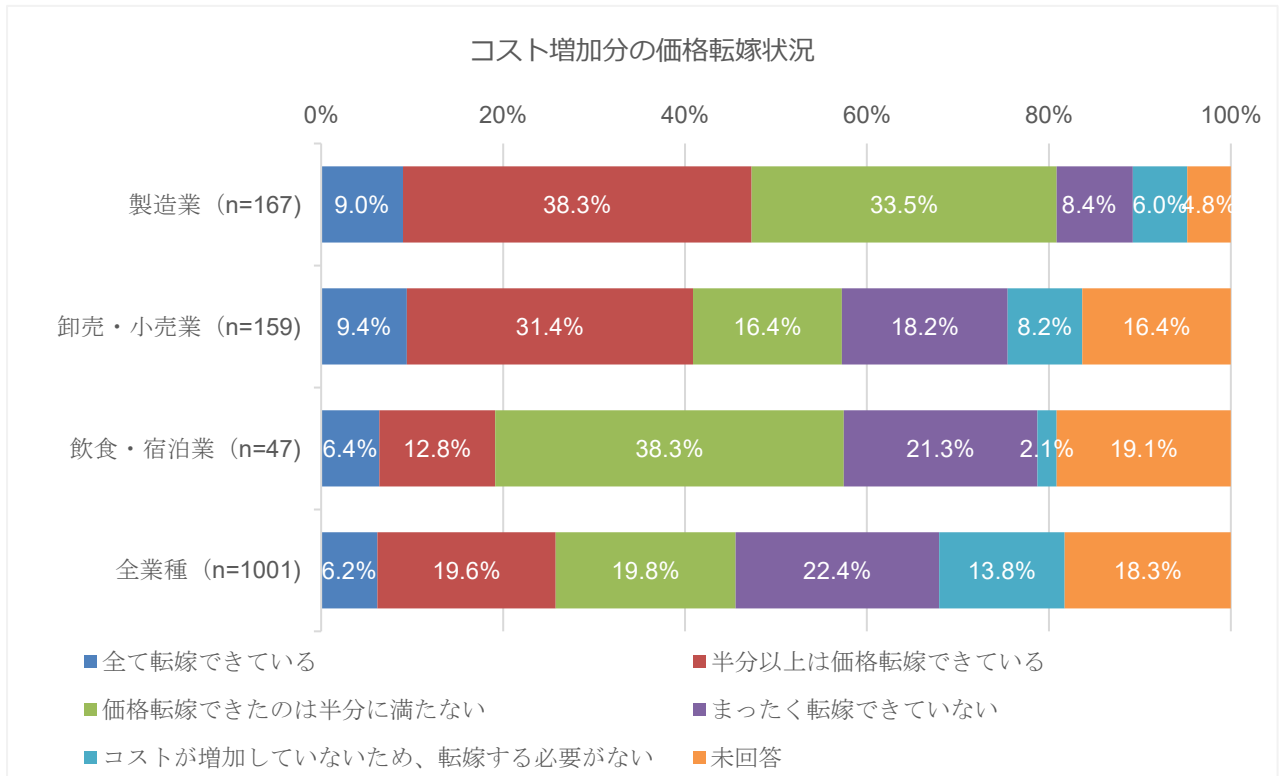


(4) 取引環境について

ア コスト増加分の価格転嫁状況

全業種では、「半分以上」または「全て価格転嫁できている」の合計が 25.8%であるの対して、「半分未満」または「まったく転嫁できていない」の合計は 42.2%になっています。

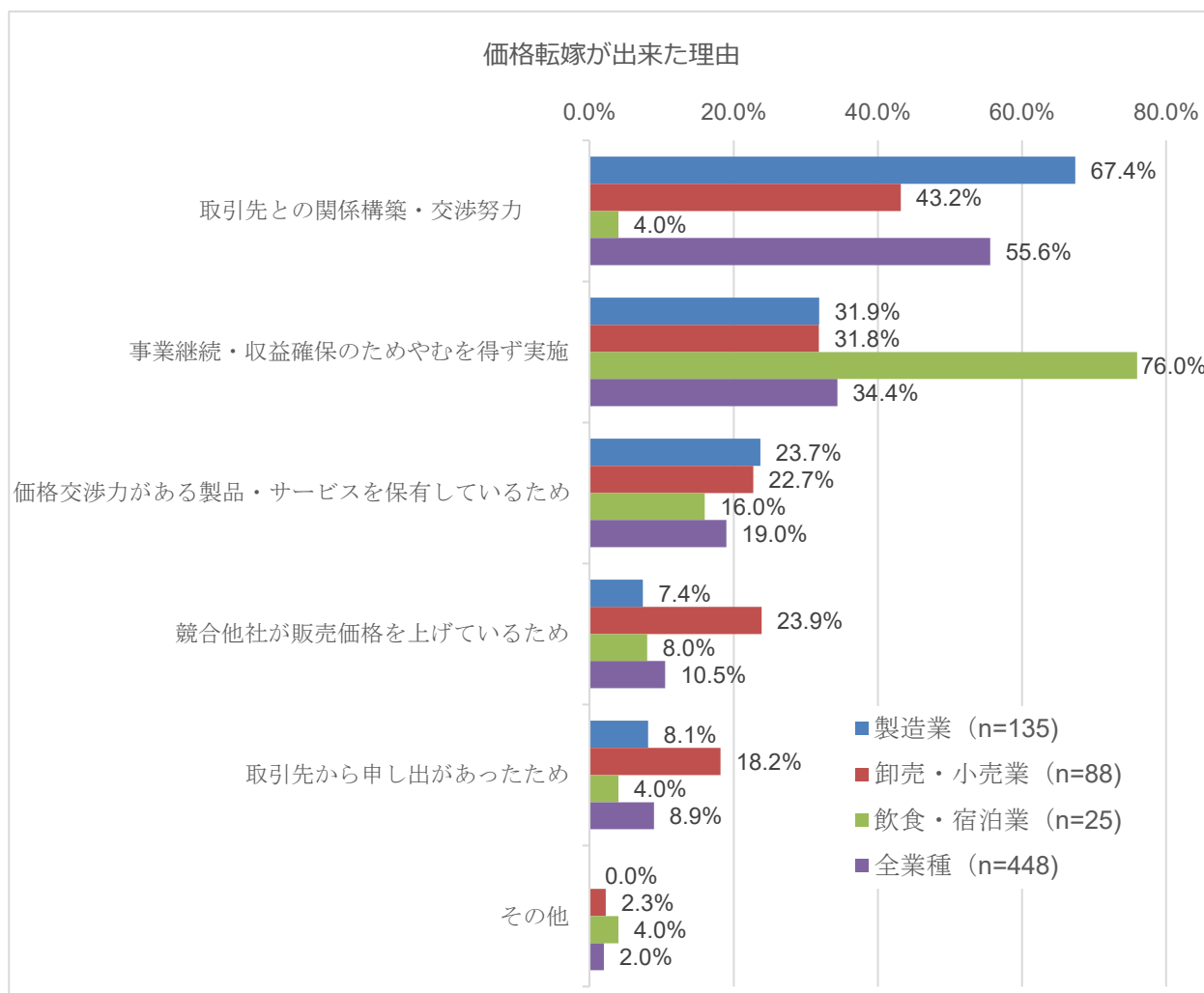
業種別にみると、製造業 (47.3%) では 5 割弱で全てまたは半分以上価格転嫁ができているとの回答ですが、「飲食・宿泊業」(59.6%) では 6 割弱で価格転嫁が「半分未満」または「まったく転嫁できていない」と回答しています。



イ 価格転嫁が出来た理由

全業種では「取引先との関係構築・交渉努力」(55.6%)への回答割合が最も大きく、5割を超えています。

業種別では「製造業」では「取引先との関係構築・交渉努力」(67.4%)の回答割合が最も大きく6割を超えています。一方、「飲食・宿泊業」では「事業継続・収益確保のためにやむを得ず実施」(76.0%)が7割を超えており、全業種と比べて40ポイント以上大きくなっています。また、「卸売・小売業」では「競合他社が販売価格を上げているため」(23.9%)及び「取引先から申し出があったため」(18.2%)の回答割合が全業種と比べて10ポイント以上大きくなっています。

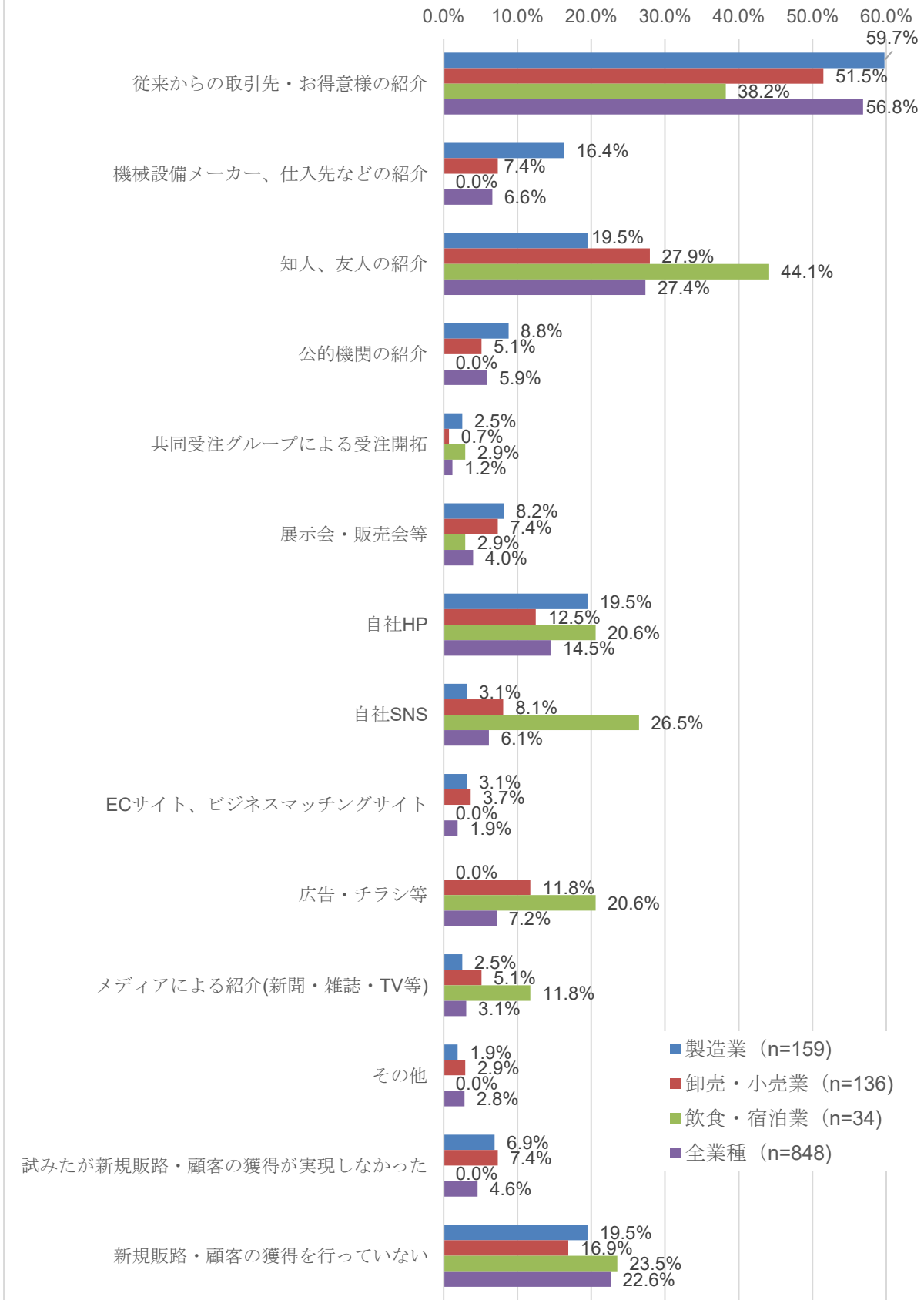


ウ 過去5年間の新規販路開拓・顧客獲得の取組

全業種では「従来からの取引先・お得意様からの紹介」(56.8%)の回答割合が最も大きく、次いで「友人・知人からの紹介」(27.4%)となっています。一方、「新規販路・顧客の獲得を行っていない」(22.6%)が3番目に回答割合が大きく、約2割を占めます。

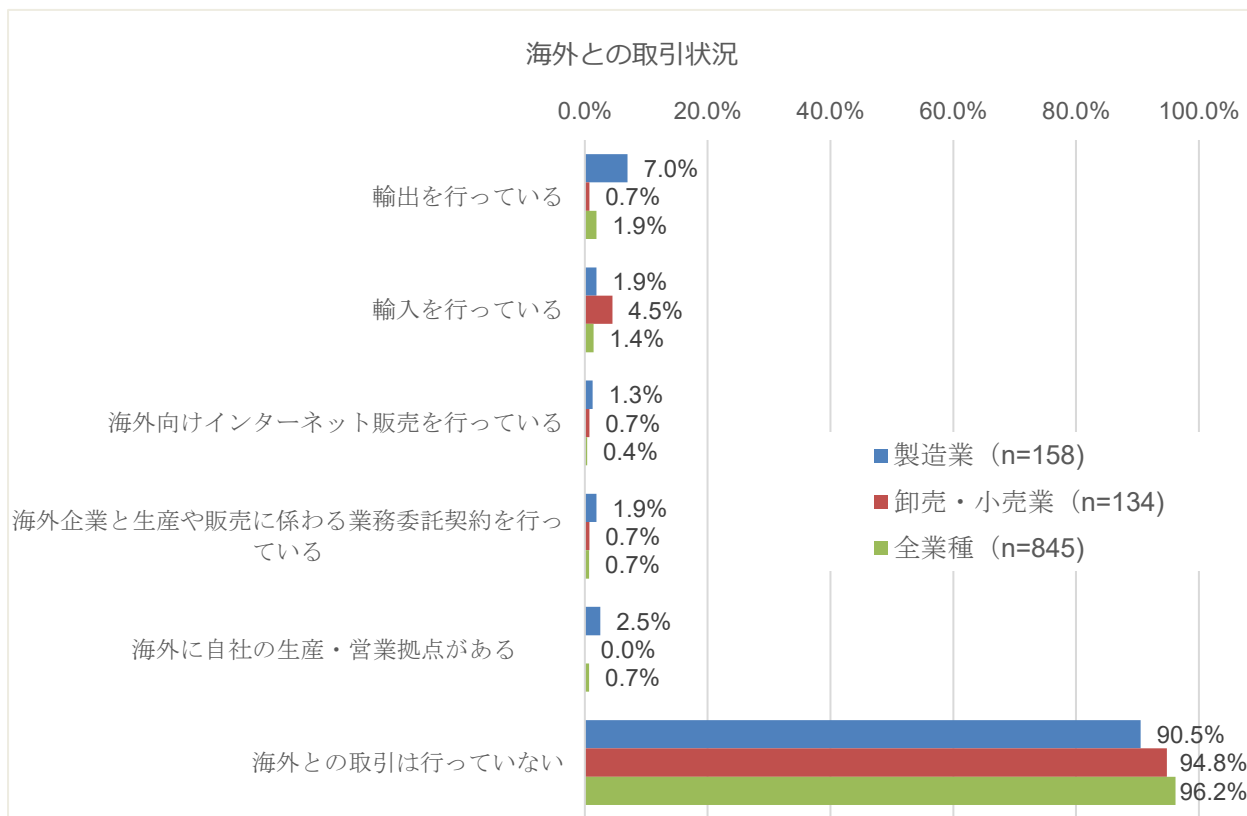
「飲食・宿泊業」は、「知人・友人の紹介」(44.1%)、「自社SNS」(26.5%)、「広告・チラシ等」(20.6%)、「メディアによる紹介」(11.8%)への回答割合が全業種と比較して大きくなっています。

過去5年間の新規販路開拓・顧客獲得の取組



エ 海外との取引状況

全業種では「海外との取引を行っていない」(96.2%)の回答割合が9割以上を占めます。業種別に「輸出を行っている」の回答割合をみると、「製造業」では7.0%、「卸売・小売業」では4.5%であり、それぞれ1割未満です。

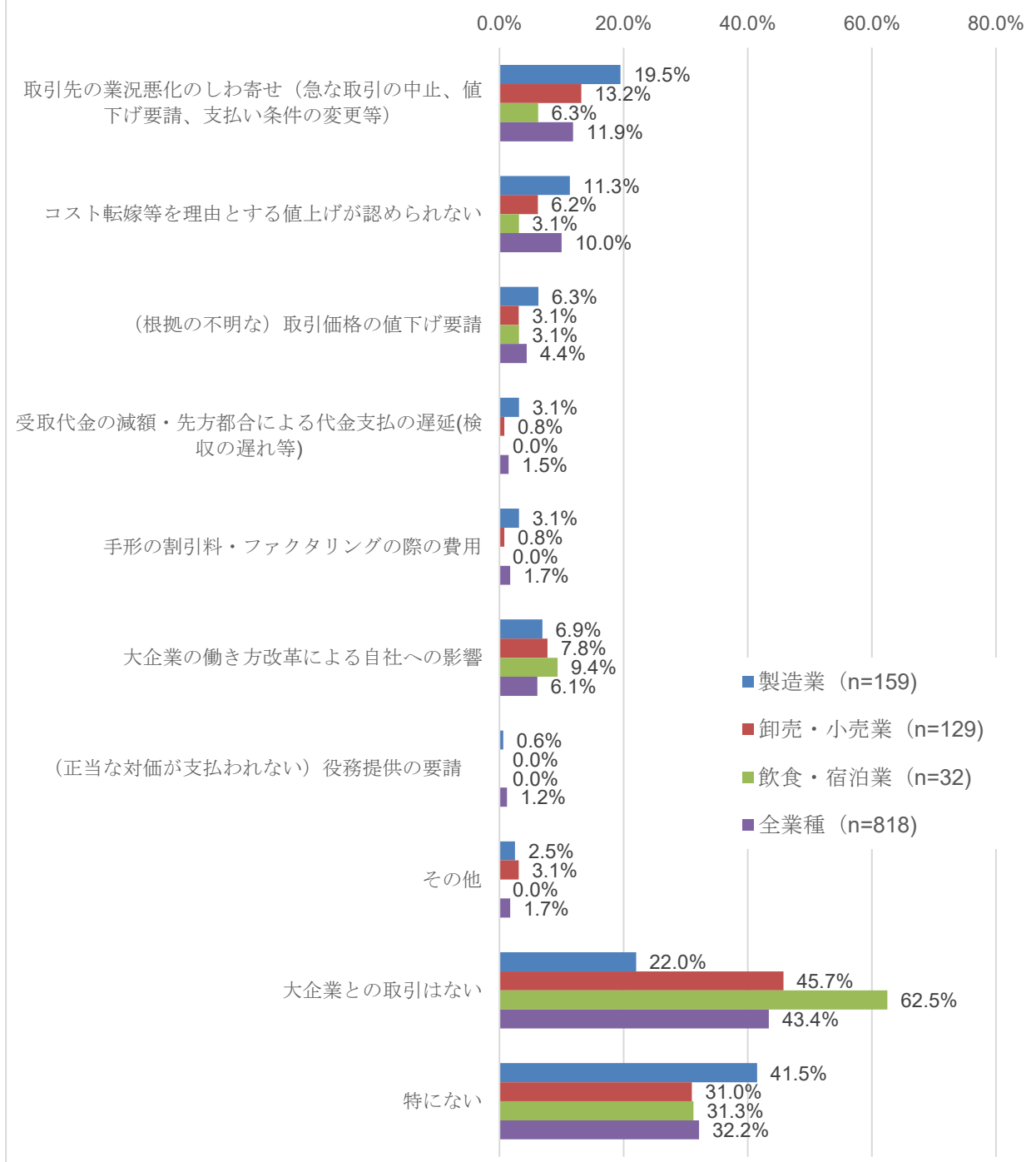


オ 大企業との取引条件における問題・課題

全業種では「大企業との取引はない」(43.4%)の回答割合が最も大きく、4割を超えます。また、「特にない」(32.2%)も3割程度を占めます。一方、「取引先の業況悪化のしわ寄せ(急な取引の中止、値下げ要請、支払い条件の変更等)」(11.9%)と「コスト転嫁等を理由とする値上げが認められない」(10.0%)の回答割合がそれぞれ1割程度あります。

業種別にみると「製造業」では「特にない」(41.5%)の回答割合が約4割を占めますが、「取引先の業況悪化のしわ寄せ(急な取引の中止、値下げ要請、支払い条件の変更等)」(19.5%)が2割弱、「コスト転嫁等を理由とする値上げが認められない」(11.3%)が1割程度あります。「卸売・小売業」では「取引先の業況悪化のしわ寄せ(急な取引の中止、値下げ要請、支払い条件の変更等)」(13.2%)が1割強あります。

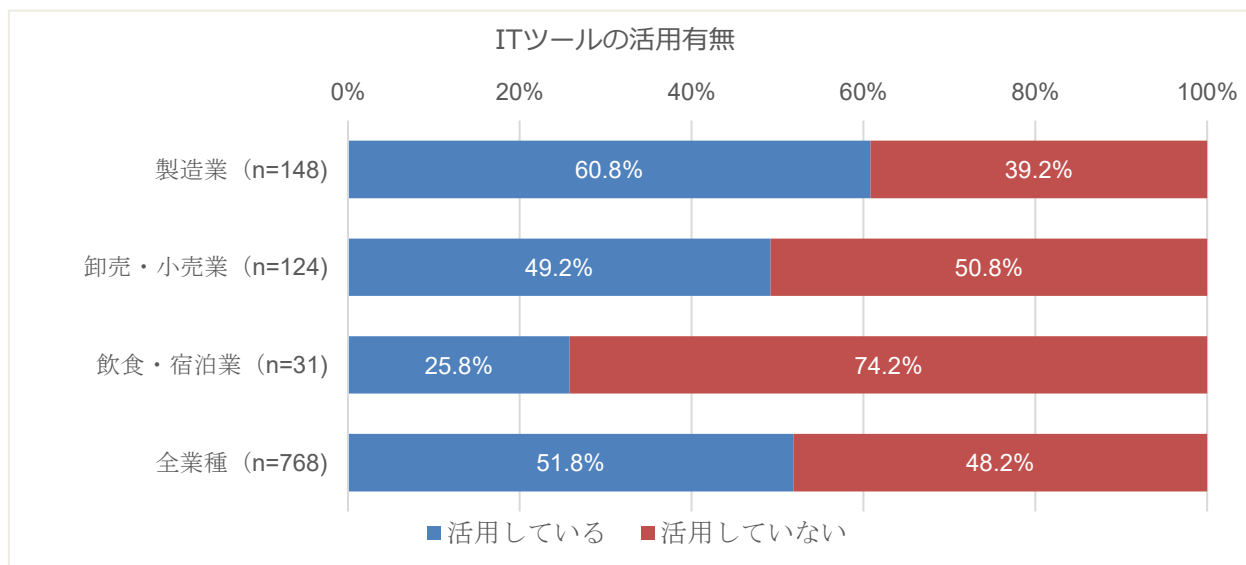
大企業との取引条件における問題・課題



(5) IT・脱炭素について

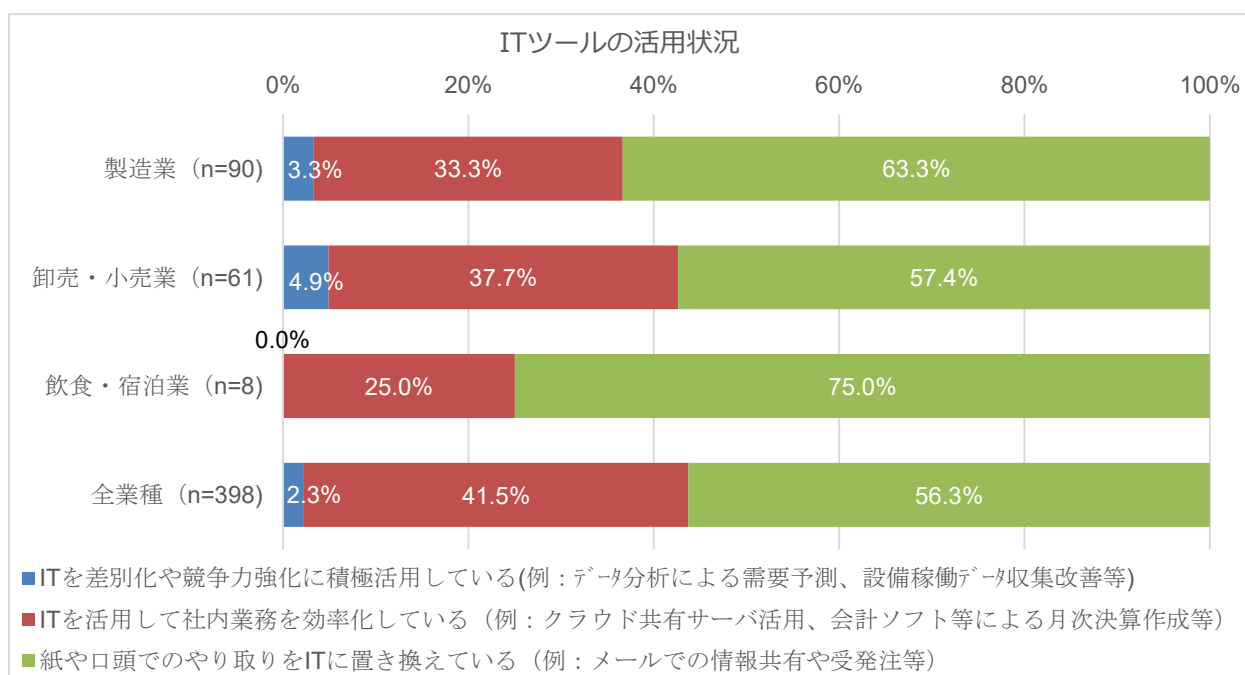
ア ITツールの活用状況

全業種では何らかのITツールを「活用している」との回答割合が51.8%で5割を占めます。業種別でみると「製造業」では「活用している」が60.8%と6割を占める一方、「飲食・宿泊業」では25.8%と3割未満です。



IT ツールを「活用している」回答者にてその内容を見ると、全業種では「紙や口頭でのやり取りをITに置き換えている」(56.3%)の回答割合が最も大きく、次いで「ITを活用して社内業務を効率化している」(41.5%)となっています。一方、「ITを差別化や競争力強化に積極活用している」は2.3%です。IT ツールを利活用していても、デジタル化やデジタルイノベーションが大部分を占めて、DXに該当する利活用はまだ少ないことが読み取れます。

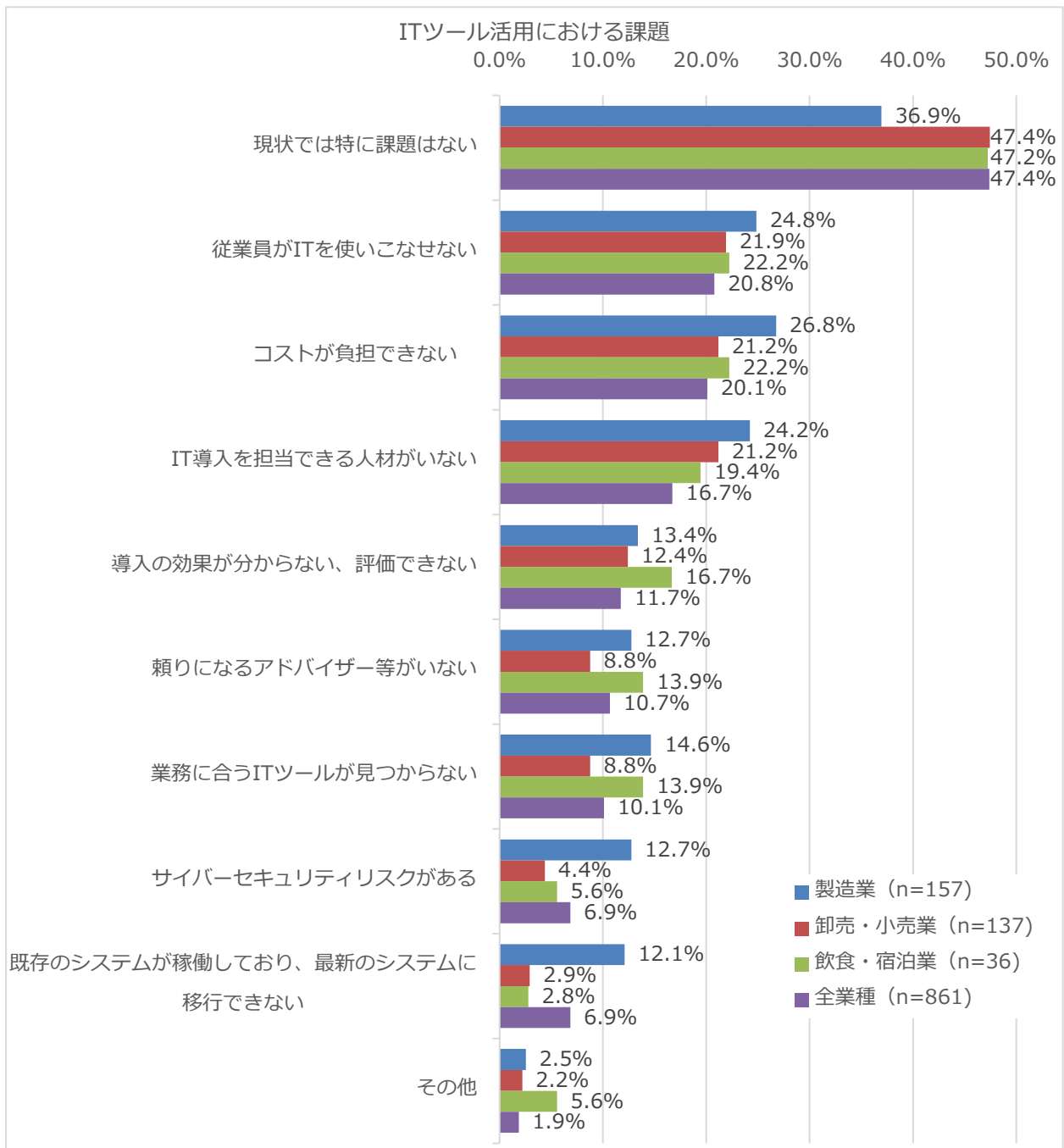
業種別でも大まかな傾向は変わらず、「飲食・宿泊」では「紙や口頭でのやり取りをITに置き換えている」(75.5%)が7割を超え、「ITを差別化や競争力強化に積極活用している」への回答はありませんでした。



イ IT ツール活用における課題

全業種では「現状では特に課題はない」(47.4%)の回答割合が最も大きく5割弱を占めます。課題への回答は「従業員がITを使いこなせない」(20.8%)の回答割合が最も大きく、「コストが負担できない」(20.1%)、「IT導入を担当できる人材がない」(16.7%)の順です

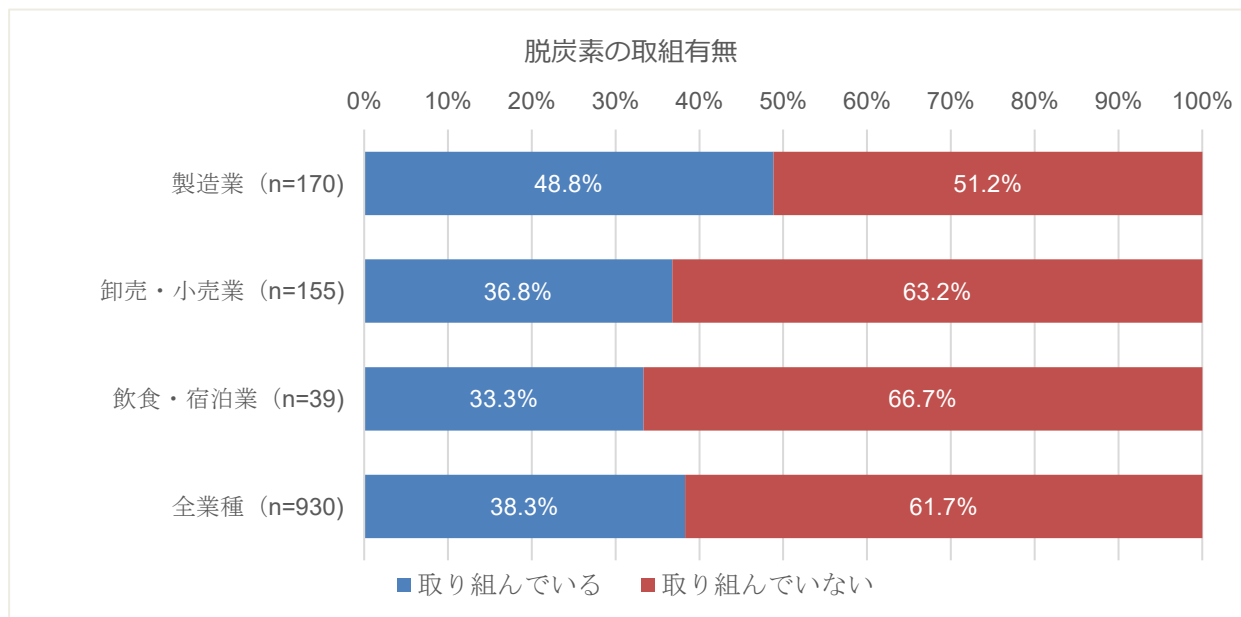
「製造業」は「従業員がITを使いこなせない」(24.8%)、「コストが負担できない」(26.8%)、「IT導入を担当できる人材がない」(24.2%)、「業務に合うITツールが見つからない」(14.6%)、「サイバーセキュリティリスクがある」(12.7%)、「既存のシステムが稼働しており、最新のシステムに移行できない」(12.1%)の回答割合が全業種より大きく、より多くの課題を認識していることが伺えます。



ウ 脱炭素の取組状況

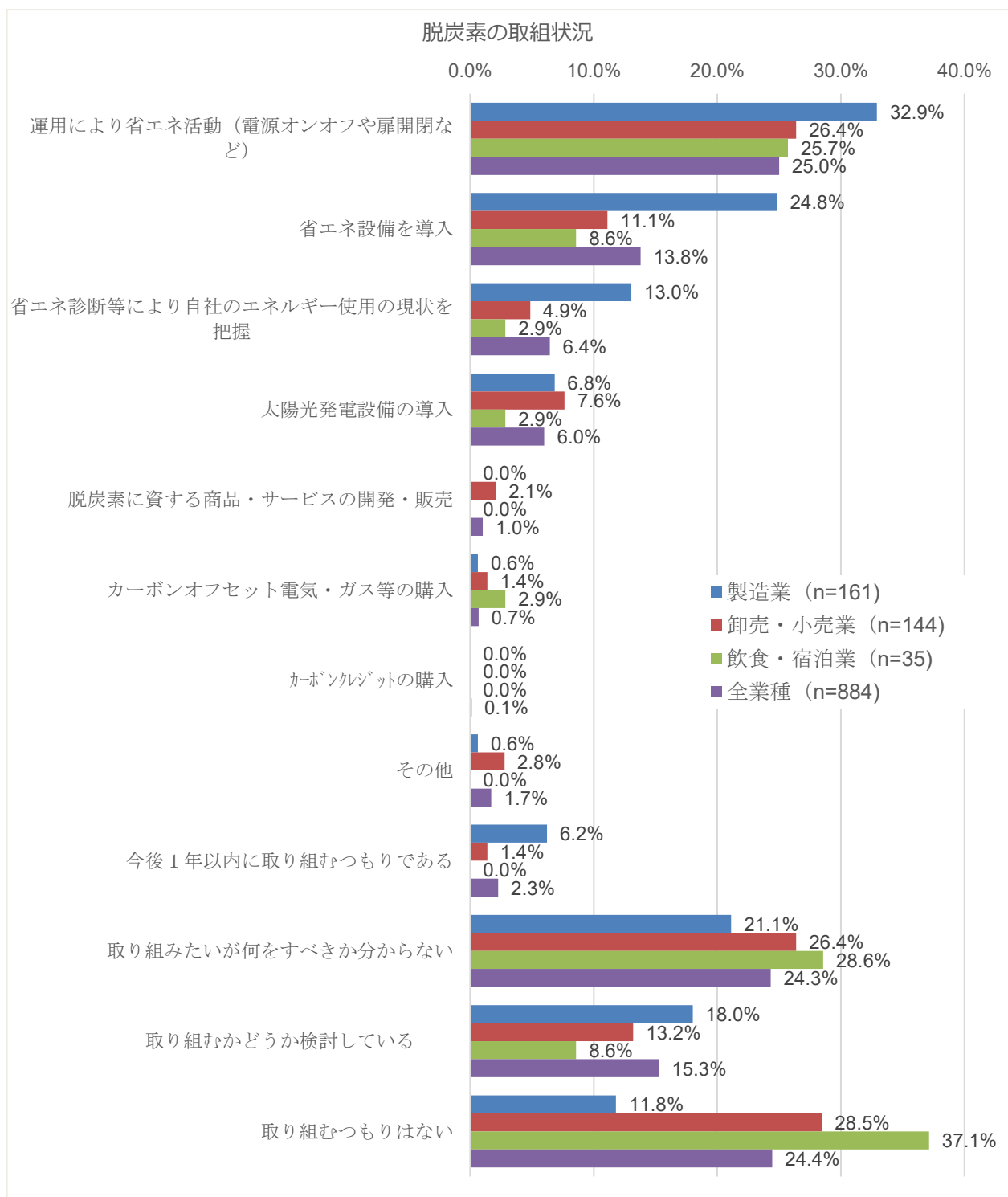
全業種では脱炭素に向けて何らか「取り組んでいる」と回答した企業は**38.3%**で、4割弱です。

業種別にみると「製造業」では「取り組んでいる」と回答した企業は**48.8%**と全業種と比較して大きですが、「卸売・小売業」(**36.8%**)や「飲食・宿泊業」(**33.3%**)は全業種と比較して小さくなっています。



脱炭素の取組状況について詳しく見てみると、全業種では「運用による省エネ活動」(**25.0%**)の回答割合が最も大きく、次いで「省エネ設備を導入」(**13.8%**)になります。一方、「取り組みたいが何をすべきか分からない」(**24.3%**)及び「取り組むつもりはない」(**24.4%**)の回答割合がそれぞれ**2割強**あります。

業種別にみると「製造業」では「運用による省エネ活動」(**32.9%**)、「省エネ設備を導入」(**24.8%**)、「省エネ診断等により自社エネルギー使用の現状を把握」(**13.0%**)の回答割合が全業種と比較して大きくなっています。一方、「飲食・宿泊業」では「取り組みたいが何をすべきか分からない」(**28.6%**)及び「取り組むつもりはない」(**37.1%**)回答割合が全業種と比較して大きくなっています。



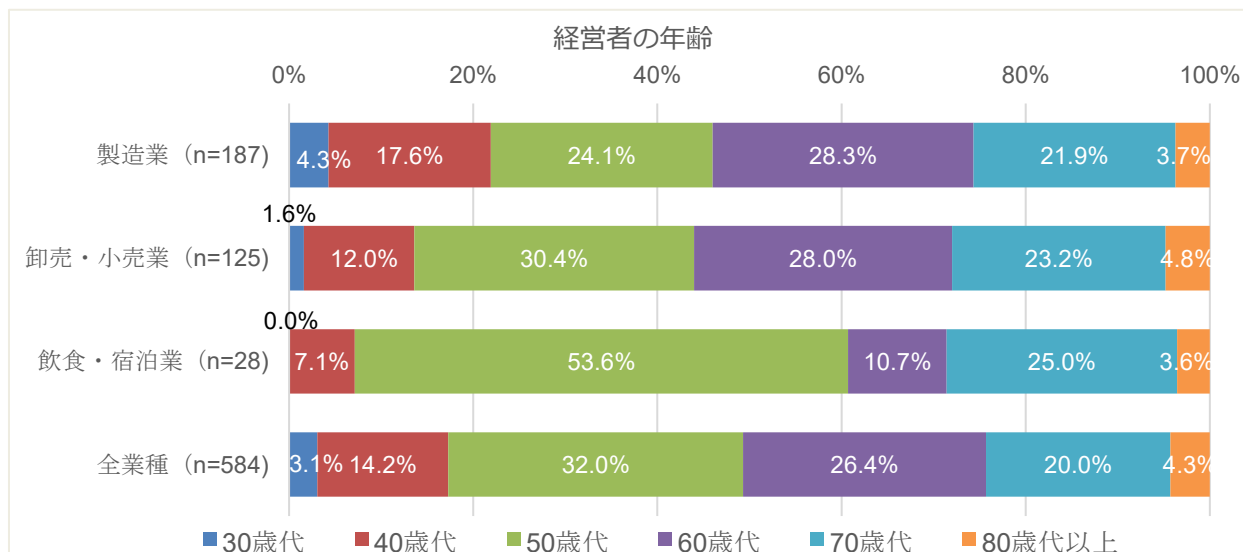
(6) 事業承継について

ア 経営者の年齢

全業種では「50歳代以下」の回答割合合計が49.3%で約5割です。一方、「70歳代以上」の回答割合合計が24.3%で2割強であり、そのうち「80歳代以上」が4.3%あります。

業種別でみると「製造業」では「40歳代以下」の回答割合合計が21.9%で全業種と比較して大きくなっています。また、「飲食・宿泊業」では「50歳代」のみでも53.6%と5割強を占め、

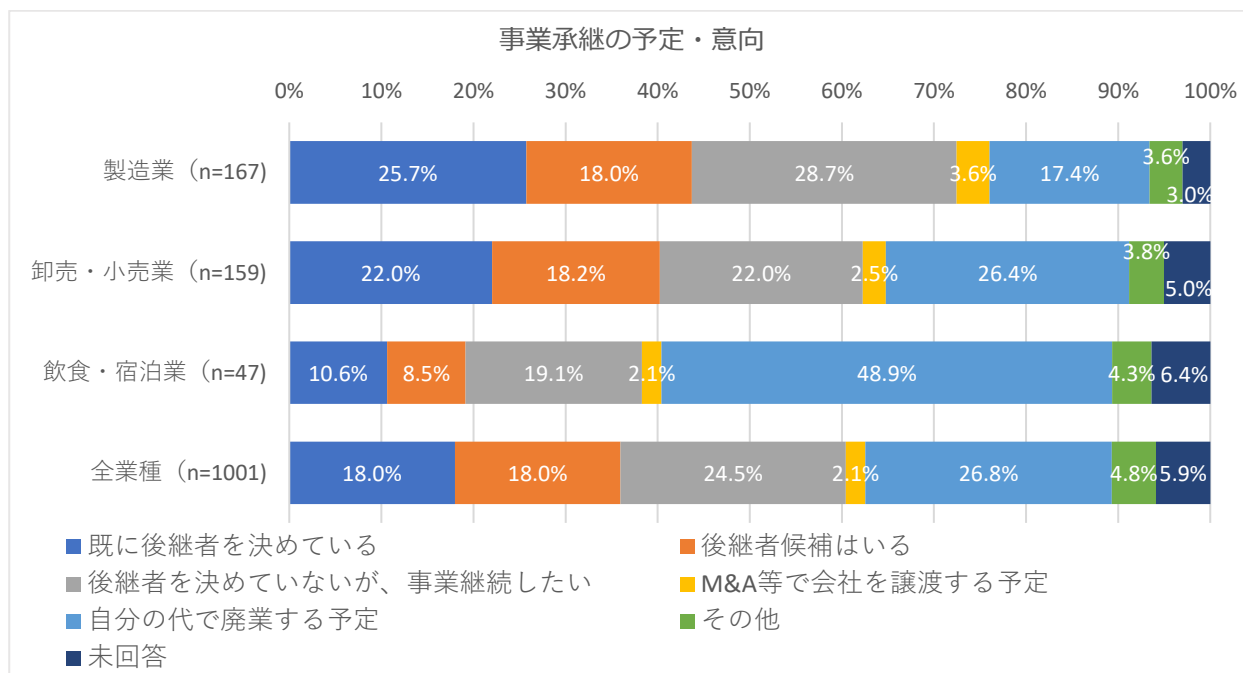
全業種と比較して20ポイント以上大きくなっています。



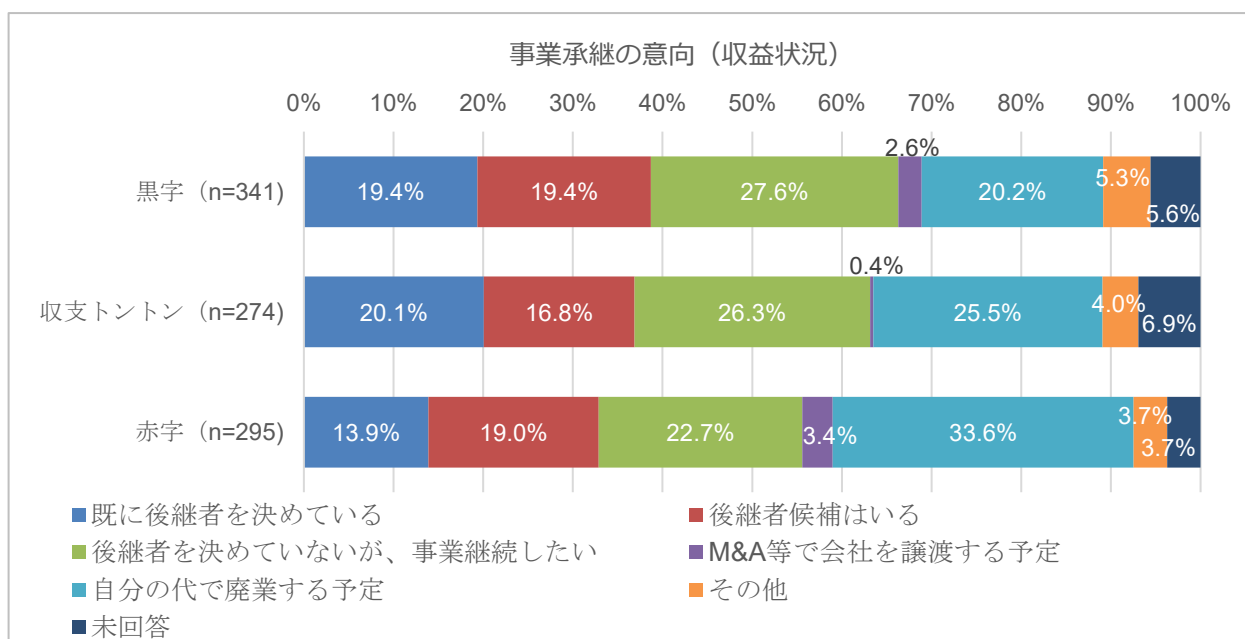
イ 事業承継の予定・意向

全業種では「既に後継者を決めている」(18.0%)と「後継者候補はいる」(18.0%)の回答割合合計は36.0%です。また、「後継者は決めていないが、事業継続したい」の回答割合は24.5%であり、何らかの支援が求められていると考えられます。一方、「自分の代で廃業する予定」(26.8%)の回答割合が最も大きくなっています。

業種別にみると「製造業」では「後継者を決めていないが、事業継続したい」(28.7%)の回答割合が最も大きくなっています。「飲食・宿泊業」では「自分の代で廃業する予定」(48.9%)が5割弱を占めます。



なお、「自分の代で廃業する予定」の回答割合は、収支状況が赤字以外（黒字・収支トントン）でも2割以上あります。

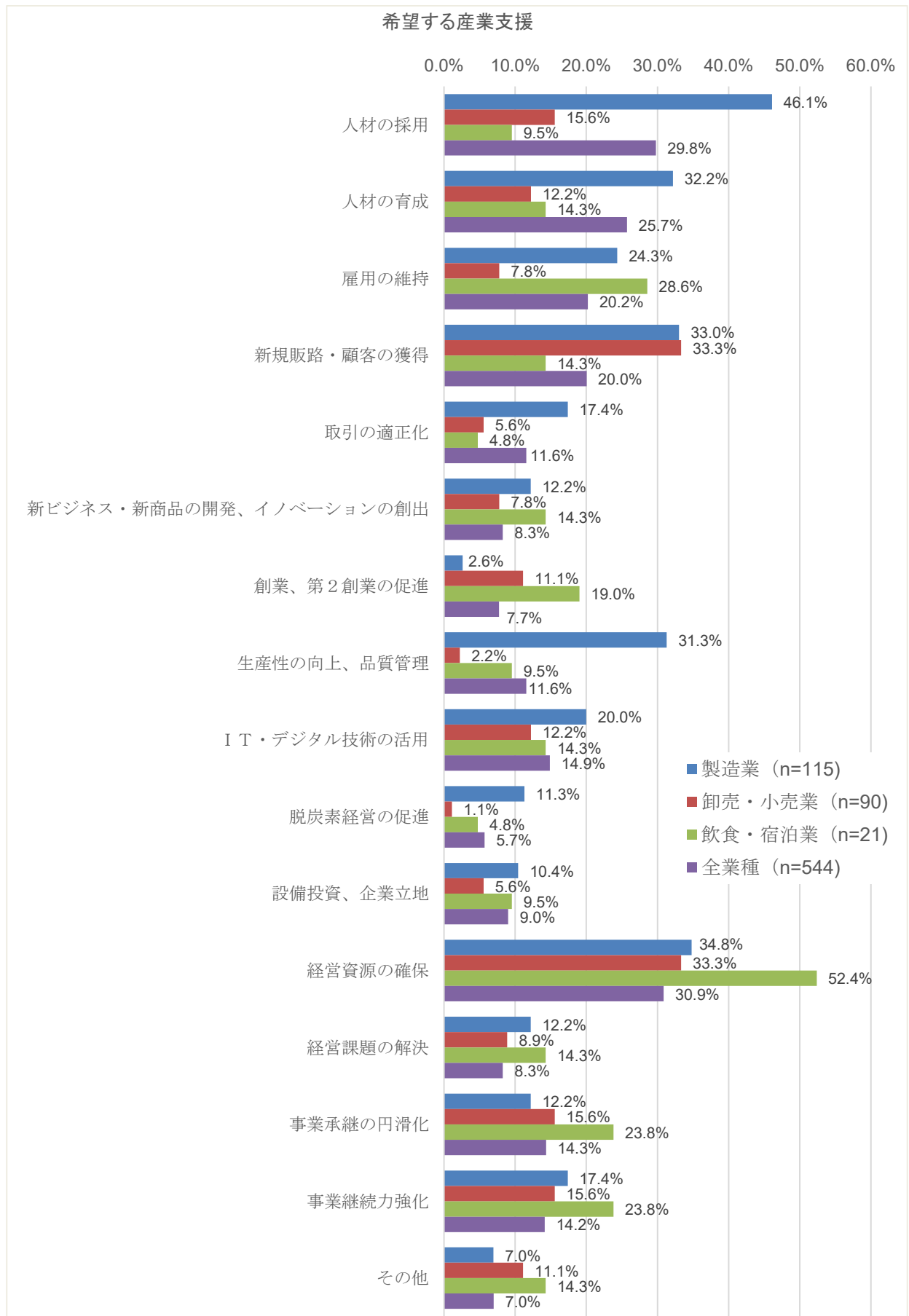


（7） 産業支援について

ア 希望する産業支援

全業種では「経営資源の確保」（30.9%）の回答割合が最も大きく、次いで「人材の採用」（29.8%）、「人材の育成」（25.7%）の順になっています。

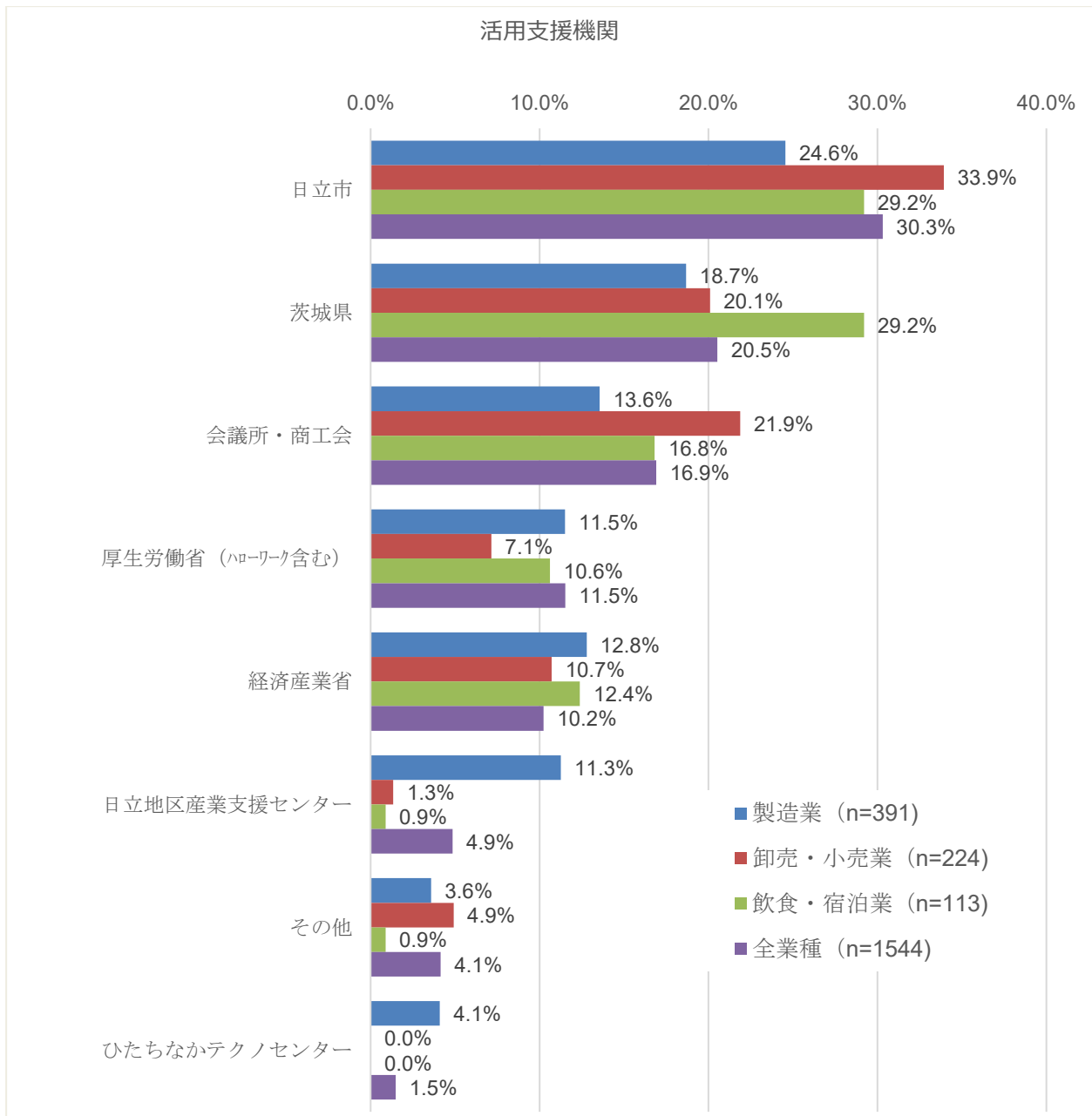
業種別にみると「製造業」では「人材の採用」（46.1%）が5割弱であるほか、全業種と比較して「新規販路・顧客の開拓」（33.0%）が10ポイント以上、「生産性の向上、品質管理」（33.3%）が20ポイント以上大きくなっています。「卸売・小売業」では「新規販路・顧客の開拓」（33.0%）が全業種と比較して10ポイント以上大きくなっています。「飲食・宿泊業」では「経営資源の確保」（52.4%）が5割強を占めるほか、「雇用の維持」（28.6%）、「新ビジネス・新商品の開発、イノベーションの創出」（14.3%）、「創業、第2創業の促進」（19.0%）、「事業承継の円滑化」（23.8%）、「事業継続力強化」（23.8%）の回答割合が全業種と比較して大きくなっています。



イ 活用支援機関

全業種では「日立市」(30.3%)の回答割合が最も大きく、次いで「茨城県」(20.5%)、「会議所・商工会」(20.5%)となっています。

「製造業」では「日立地区産業支援センター」(11.3%)の回答割合が全業種と比較して2倍以上大きくなっています。

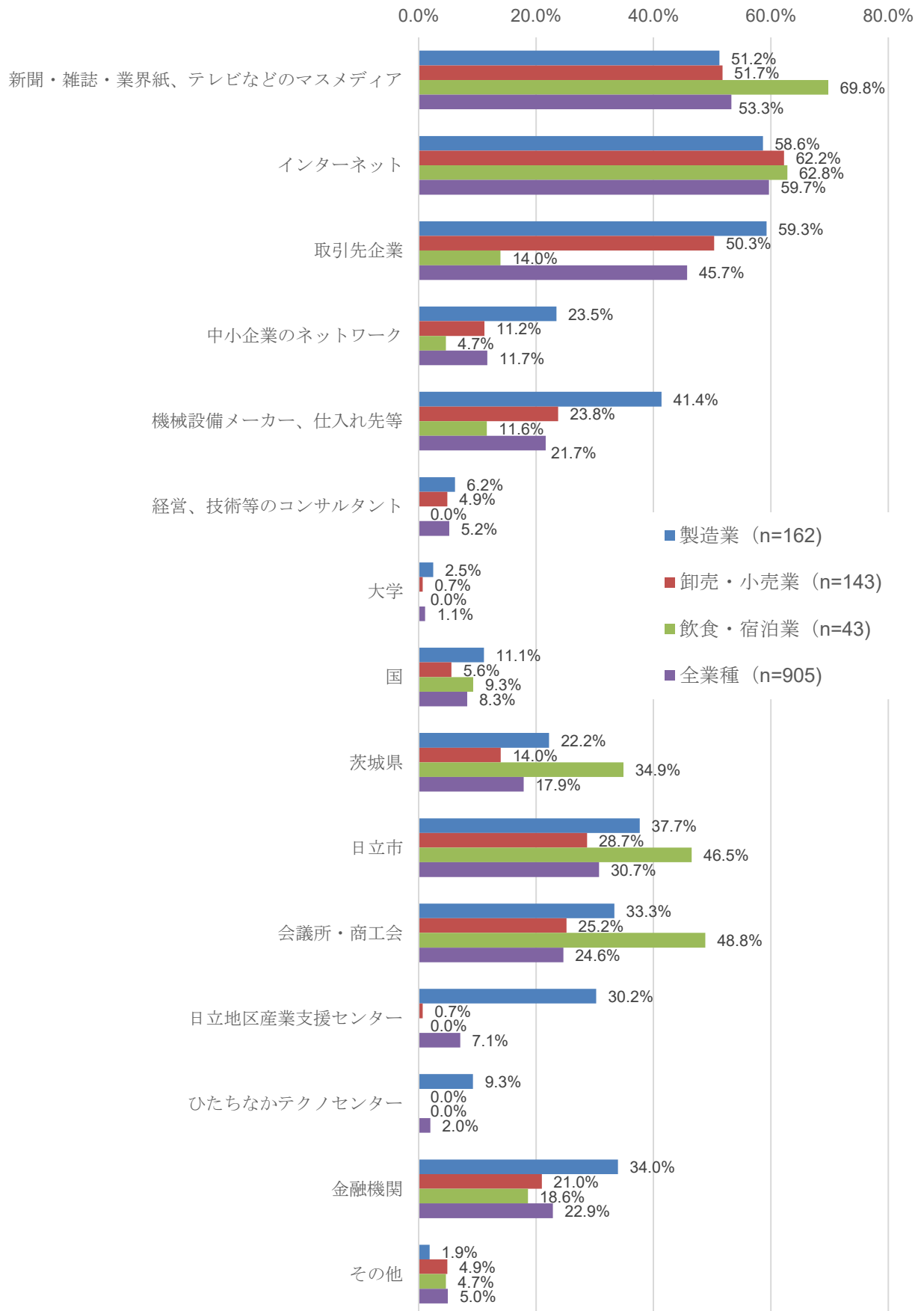


ウ 情報の入手先

全業種では「インターネット」(59.7%)の回答割合が最も大きく、次いで「新聞・雑誌・業界紙、テレビなどのマスメディア」(53.3%)、「取引先企業」(45.7%)、「日立市」(30.7%)の順になっています。

業種別にみると「飲食・宿泊業」は全業種と比較した回答割合が「新聞・雑誌・業界紙、テレビなどのマスメディア」(69.8%)、「茨城県」(34.9%)、「日立市」(46.5%)、「会議所・商工会」(48.8%)にて15ポイント以上大きくなっています。「会議所・商工会」では24ポイント以上の大きさです。自治体や会議所・商工会との付き合いが他業種と比べて多いとみられます。「製造業」では「取引先企業」(59.3%)の回答割合が最も大きいほか、「中小企業のネットワーク」(23.5%)、「機械設備メーカー、仕入れ先等」(41.4%)、「日立地区産業支援センター」(30.2%)「金融機関」(34.0%)にて全業種と比較して回答割合が10ポイント以上大きくなっています。

情報の入手先



第3章 振興の基本戦略

1 計画全体の方向性

(1) 日立市中小企業振興基本条例の制定

平成 30 (2018) 年 12 月、茨城県内の市町村では初めてとなる「日立市中小企業振興基本条例」が制定され、平成 31 (2019) 年 4 月から施行されました。この条例の制定は、本市の中小企業振興における基本的な理念や方針を定めた、いわゆる「理念条例」であり、本市の中小企業振興においても大きな転換を図るきっかけとなった条例です。

これまで、本市の中小企業振興は、昭和 62 (1987) 年に制定された「日立市中小企業等振興条例」に基づいて推進しておりましたが、制定当時の国の政策の方針であった、中小企業の高度化、集団化の促進や商店街の施設、設備の近代化などの施策を柱とし、本市の具体的な取組を規定した内容でありました。

ところが、国の政策方針は集団支援から個別支援にシフトし、また、中小企業の事業活動領域の拡大や支援メニューの多様化が進んでいる中で、これらの枠組だけではより迅速かつ機動的な行政の対応が困難になってきています。

このような状況において、市として中小企業の振興に関して、基本となる理念や方針を定めるとともに、中小企業を取り巻く社会的経済的環境が大きく変化する中で、具体的かつ機動的な施策を速やかに展開するため、「日立市中小企業振興基本条例」を制定しました。

本計画は、第 2 次日立市商工振興計画 (前計画) に続き、この「日立市中小企業振興基本条例」に規定する基本となる理念や方針に基づき、策定しています。

(2) 条例の構成と内容

ア 前文

本条例の大きな特徴は、前文を定めていることです。

前文とは一般的に法律や条例などの理念、基本原則、目的を具体的な条項の前に宣言する文章のことであり、日本国憲法の前文には「国民主権」、「基本的人権の尊重」、「平和主義」の基本原則が示されています。また、本市においては、日立市議会基本条例、日立市男女共同参画社会基本条例、日立市環境基本条例があり、いずれも本市政策における基本となる理念や方針を掲げているものです。

本条例の前文では、本市の特長や産業発展の歴史的な経緯、市民と企業が協働して幾多の困難に立ち向かい築き上げた市民プライドなど、国内有数の産業都市として発展してきた本市固有の要因を明らかにしております。また、中小企業が地域社会の主役であり、地域経済を支える役割を持つという重要性を、市民、企業及び行政が自覚して、それらが一体となり、全市を挙げて新たな支援体制を構築していくことで、未来を切り拓く中小企業の新たな挑戦を応援し、その持続的かつ健全な発展に向けた取組を、将来にわたり支援していく決意を表明しています。

イ 基本理念

条例では、中小企業の振興を推進するにあたって、基本となる理念を掲げております。国が掲げる中小企業振興の理念や本市の状況、更には商工団体や市内の事業者などからもご意見やご提言をいただき、以下の4項目を基本理念としています。

基本理念

- ① 中小企業者の創意工夫及び自主的な努力の下、新たな未来を開拓する挑戦を促すこと。
- ② 本市が培ってきた「ものづくり精神」、「ひたらしさ」などの地域特性を十分にいかすとともに、豊かな自然環境や歴史、文化など郷土に対する誇りや自信が醸成されること。
- ③ 中小企業が地域社会の活性化並びに市民生活の安定及び向上に重要な役割を果たすという認識の下、本市の周辺地域との共生を図りながら、市、中小企業者、大企業者、関係団体及び市民の相互の連携及び協働が推進されること。
- ④ 女性や青年を始めとする多様な人材が活躍できる社会の実現に寄与すること。

ウ 基本的事項

条例では、中小企業の振興にあたって本市が施策を推進するための基本となる事項や方向性を掲げております。基本理念と同様に国が掲げる中小企業振興の基本的事項や本市の状況、商工団体や市内の事業者などからのご意見やご提言を踏まえたものとなっております。

基本的事項

- ① 中小企業者の経営の革新及び創業の促進を図ること。
- ② 中小企業者の経営基盤の強化を図ること。
- ③ 中小企業者の経済的社会的環境の変化への対応の円滑化を図ること。
- ④ 中小企業者を支援するための体制の整備を図ること。
- ⑤ 中小企業者の持続的かつ健全な発展及び事業の承継を図ること。
- ⑥ 多様な主体による連携を図ること。
- ⑦ 多様な人材が活躍できる環境の整備を図ること。

エ 各主体の責務や役割

条例では、中小企業の振興を一丸となって推進していくため、各主体の役割や果たすべき責務を定めています。

各主体の責務や役割

- ① 市の責務
- ② 中小企業の責務と役割
- ③ 大企業者の責務
- ④ 関係団体の責務
- ⑤ 市民の理解と協力

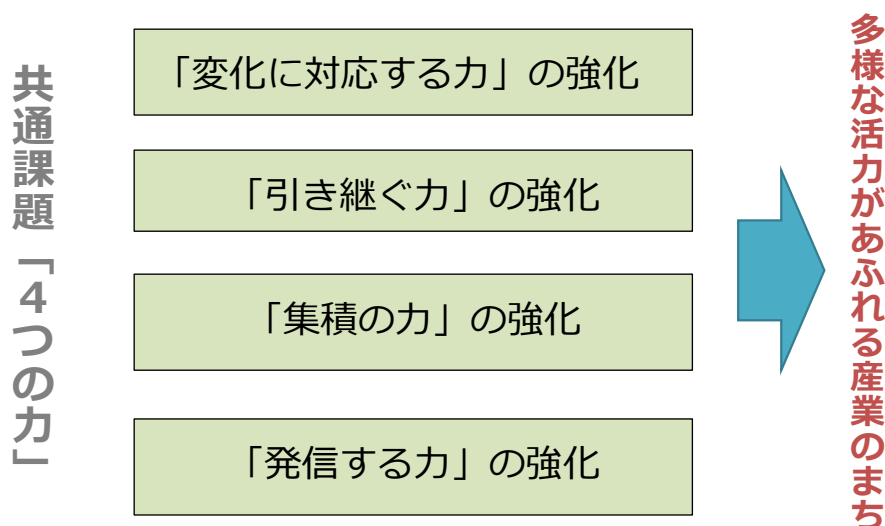
オ 関係機関と連携した施策の推進

中小企業の振興施策をより効果的に推進するために、中小企業や関係機関とともに施策の立案、評価、検証などを行います。

(3) 計画の構成

第2次日立市商工振興計画（前計画）の策定以降、従前からある人口減少や少子高齢化といった地域が直面してきた問題をはじめ、デジタル技術の進展や脱炭素経営の流れといった社会経済の変化のほか、新型コロナウイルス感染症流行や物価高騰など、本市産業を取り巻く外部環境の激変が重なりました。それらは人々の行動様式とともに本市中小企業の事業に大きな影響を及ぼし、地域での事業所数減少やにぎわいの喪失を加速させたとともに、業種・業態問わず中小企業が如何にして次世代へ生き残り、地域に蓄積されてきた経営資源を引き継ぎ、強化していくか、といった課題を一層露わにしています。本市中小企業へのアンケートやヒアリングの結果を分析すると、商業者・工業者それぞれ個別に強弱はあるものの、課題傾向の大枠は業種問わず産業横断的なものです。

中小企業振興基本条例においても、本市の中小企業振興は産業間の垣根を超えた連携や横断的な支援を行っていく旨が掲げられており、また、本計画の基本理念として「多様な活力があふれる産業のまち」を掲げ、本市中小企業が共通で直面する4つの課題傾向に対して「4つの力」の強化を柱とする展開を図ることとします。



2 本計画における基本戦略

第2次日立市商工振興計画（前計画）では「商業振興」、「工業振興」、「商工業共通の振興」の3つの柱にて基本戦略を展開しました。しかし、本市中小企業が直面する課題は、大きく「激しい社会経済の変化と予想困難な事業環境への対応」、「次世代への経営資源の継承」、「地域の集積再構築と活性化」、「自社の価値発掘と発信」の産業横断的な傾向が見られます。

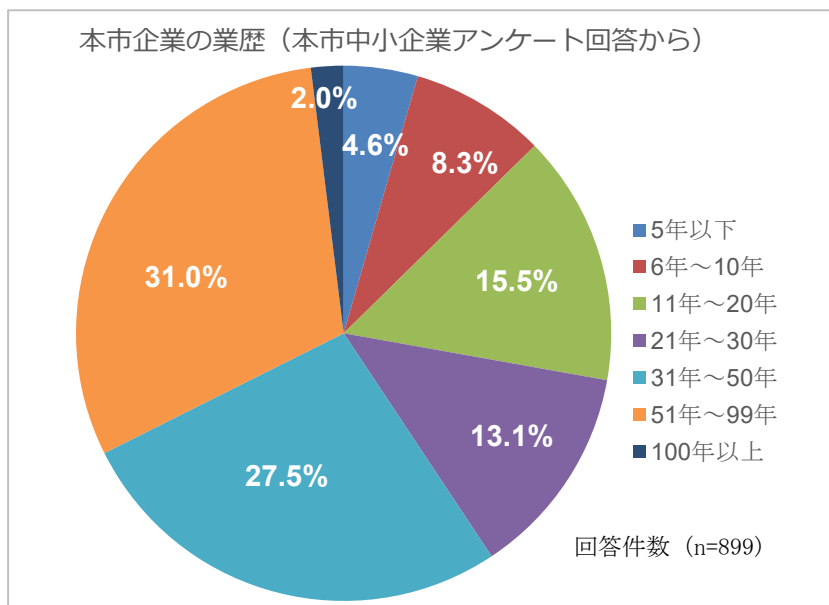
多くの中小企業の場合、「ヒト・モノ・金・情報」のリソースを十分に有しているわけではなく、条例でも掲げられているように企業への「個別支援」にてリソースの獲得・補完とともに課題への取組を支援していきます。併せて、個別中小企業単体で取り組むには限界があるような課題に対するより効果的な対応として、企業同士をはじめ地域の多様なプレイヤーが連携・協業する活動を積極的に生み出して支援するとともに、従来のような「集团的支援」や地域全体で中小企業の事業環境を向上させる、経営向上・成長の機会を増やす施策も適宜組み合わせさせていただきます。

日立市中小企業振興基本条例でも、中小企業の振興については総合的に推進することを定めていることから、本計画においても条例の理念に基づき、産業横断的な課題傾向を解決していく施策の展開を図ります。

(1) 「変化に対応する力」の強化

中長期的な構造変化も含めた社会経済の変化、災害や感染症といった突発的な変化などによる事業環境の変化に対して、本市中小企業が対応し、備えていく力を強化します。本市中小企業へのアンケート回答によると、業歴が長い企業が多いことが分かりました。100年以上続く「老舗企業」も20件程度（2.0%）あります。長い業歴を持つ企業はそれだけ多くの社会経済の変化を経験してきており、今後もより多くの本市中小企業が変化へ対応してく力を持つことが望まれます。

中小企業庁『令和4（2022）年版 中小企業白書』においても、新型コロナウイルス感染症流行や自然災害の瀬発、脱炭素経営やDXへの動きを含めた社会経済及び事業環境の変化に際して、



「先を見通すことが困難な時代においては、しっかりと経営課題を見極め、進むべき道を描いていくことが必要であり、第三者である中小企業支援機関や支援者が経営者に寄り添ってこの難しい課題に取り組むことが求められている」としています。あくまで企業自ら課題を認識し、自己改革へ取り組むことへの支援が重

要であり、経営環境の変化が激しい時代に、経営者の潜在力を引き出すための支援モデルとして、関東経済産業局と(公財)日立地区産業支援センターともに、本市において令和元年度から課題設定型の経営力再構築伴走支援を実施しております。今後も中小企業が自己改革にて変化に対応していく取組を積極的に生み出し、支援していきます。

そして、一時期の売上減少への対処的な対応に留まらず、中小企業庁『令和5(2023)年版中小企業白書』でも取り上げられているように、変化に対応して中小企業が経営を維持・発展していけるよう、企業のイノベーション促進や高付付加価値な事業展開を通して、成長に繋げる支援をしていきます。それによって、市内中小企業における賃上げ、従業員の所得向上にも繋がっていきます。

社会経済の変化を経営に上手く取り入れていくことは、中小企業の成長の好機になります。単なる既存事業の強化や売上回復に留まらない、「ポスト・コロナ時代」の社会経済変化に対応した新規事業や新規市場進出などの事業再構築やより高付加価値な経営に繋がる特許支援などを進めます。社会からの信頼獲得、サプライチェーンからの要望対応やエネルギーコスト対応など、実際に中小企業の売上収益に繋がるよう脱炭素経営への取組をはじめ、中小企業が維持・成長するための重要な事業インフラとしてデジタル化やデジタルイノベーションを引き続き支援するとともに、DXを目指す取組を支援いたします。

また、国でも令和元(2019)年に「商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律(小規模事業者支援法)」が改正され、経営改善普及事業の一類型として「事業継続力強化支援」の考えが整理されるとともに、中小企業が策定した事業継続力強化計画を経済産業大臣が認定する制度も始まりました。このように、中小企業が、災害や感染症などの突発的な変化にも対応し、事業を継続する力の強化に係る支援も本市で取り組んでいきます。

一方、中小企業は変化に対応できる人材などのリソースも不足しています。更に、取組への意思があってもどのように検討し、進めていったらよいか分からない経営者や、そもそも経営上の必要性や効果をあまり認識していない経営者もいる可能性があります。そのため、施策の普及啓発や課題意識の醸成とともに、実際に課題へ取り組めるよう知識・ノウハウを持つ人材など、個々の中小企業における事情に合わせてリソースを補強・補完しつつ、アドバイスを含めて伴走しつつ個別支援をしていきます。

(2) 「引き継ぐ力」の強化

本市の強みであるものづくり技術をはじめ、中小企業が長年の経営を通して蓄積、磨いてきた資源を次世代に引き継ぐ力を強化します。そのために、資源の受け皿自体を増やしていく・強化していく施策のほか、引継ぎ自体を円滑化・効率化していく施策等を展開していきます。

中小企業社内にて、若手従業員への技術や技能の継承を現場まかせにせず企業が取り組むことを支援するほか、人材確保への強いニーズに応えるため、人材の発掘と採用を希望する企業側とのマッチングや採用後円滑に働くことができる環境作りなどを支援していきます。同時に、地域内にて技術者自体の魅力や本市中小企業で働くことの魅力・環境を向上させて、就職希望や応募者自体を増やしていきます。

本市で中小企業の事業承継が円滑に進まなければ、円滑に行われているところとそうでない企業が二極化する恐れがあります。中小企業白書でも述べられているように、事業承継は単なる経営体制の変更だけではなく、成長戦略の一つとして見ることも出来るため、「変化に対

応する力」を生み出すことにも繋がります。そのため、事業承継について検討を促して相談に対応していくとともに、後継者は未決定であるが事業継続意思がある、または業績自体が好調である中小企業でも承継が円滑に行われるように支援します。若手経営者及びその候補がやるべきことなど人材の育成をはじめ、親族以外による事業承継やM&Aを含めた多様な方策をもって、せつかくの経営資源が失われることなく、地域で次世代に引き継がれていく支援を行います。

同時に、経営資源を引き継ぐ受け皿自体を増やすため、従前から本市でも取り組んできた創業支援を引き続き強化していくとともに、より大きな雇用創出効果や経営資源の積極的な活用ニーズが期待できる中核企業を地域に生み出していきます。そのため、地域の中堅企業またはその候補企業（地域未来牽引企業など）の成長を促進します。

創業や雇用支援は専門的な知見・ノウハウが求められるため、市内の創業支援機関である日立商工会議所、日本政策金融公庫日立支店、日立地区産業支援センターと連携した「日立創業支援ネットワーク」による創業支援、地域の実情に合わせた就労支援を行ってきた地方版ハローワークである「雇用センター多賀」による雇用支援を引き続き展開、強化していきます。

また、平成30（2018）年12月には出入国管理及び難民認定法の改正により、外国人労働者の受入が拡大されましたが、人口減少による人手不足対応とともに企業の更なる生産性向上やイノベーション加速のため、より地域社会の重要な構成要員として外国人材の活躍促進が方策の一つになりえます。企業の管理職・中核人材を含めて、外国人材の活用も支援していきます。



（高卒新卒予定者を対象とした企業説明会）

（3） 「集積の力」の強化

本市の強みの一つとして、工業及び商業の発展に伴い、面的に地域へ集積してきた企業などのプレイヤーの活動などが、そのほか個々の中小企業にとっても経営への貢献や経済的なメリットをもたらす、「集積」自体の力がありません。大手企業の事業再編や工業・商業ともに事業所数の減少が続く中、改めて本市の集積の力の維持・強化を図ります。

新型コロナウイルス感染症の流行は、人々の行動様式に大きな影響を与えました。特に、飲食や商業においては、人の集まる場や店舗の連坦といった「商いの場」が重要であるところ、従前から活性化への課題を抱えていた駅前商店街や中心市街地が打撃を受けており、引き続き既存店舗の魅力づくりやハード・ソフト面から商店街のにぎわい創出に係る支援を行います。特に、令和4（2022）年1月に核テナントが撤退して以降、大半が空き床となっていた日立駅前大型商業施設を市が取得し、令和5（2023）年4月に「ヒタチエ」としてリニューアル・オープンした結果、テナントも同年内にほぼ埋まる形になりました。大型店舗は人を呼び込んでいくサイクルを生み出すため、引き続きテナントや外部とも連携しつつ、集客に資するイベントなどの企画・実施に取り組みます。そして、駅前商店街を巻き込みつつ、一過性のイ

イベントに留まらない、継続的に人が訪れ買物促進に繋がる施策を地元商店主や地域住民、学生などの若者たちとも連携して検討・展開していきます。

一方、中心市街地の活性化における一過性のイベントに留まらない継続的な効果を生み出すことや、既存事業分野で空き店舗利活用を促進することには限界もあるところ、従来の取組に拘らない挑戦も必要になると考えます。空き店舗を活用して地域社会の課題を解決する新規事業やローカルベンチャーの創出を促進したり、本市内の学生における起業家教育の実践機会の場にしたりするなど、よりイノベーティブな挑戦の場とする支援を行います。

また、減少した事業所数の回復や大手企業などの新たな事業会社の立地、新しいビジネス創出の機会創出を目指して、事業所の移転や新たな産業立地に係る支援にも引き続き取り組んでいきます。特に、新型コロナウイルス流行以降、テレワークなどの環境が進んだ結果、自然災害や人口密集のリスクを避けるため、本社機能を地方に移転する企業の動きがあります。国としても都心にビジネス機能が一極集中している状況を緩和すべく取組を進めているところです。併せて、普段の職場と自宅を離れて、旅先でリフレッシュしながら仕事を行うワーケーションの動きも広がってきています。このような流れも踏まえ、本市でも本社機能、事業所、ビジネス拠点などの立地・移転を促進し、新たな集積の創出を支援します。

中小企業単体では新規販路開拓や新規顧客獲得、事業再構築やイノベーションのための強みを磨いたり、競合と差別化を図ったりするには限界があります。第2次商工振興計画（前計画）でも、本市では商工業共通の基本戦略として多様な主体による連携を掲げ、中小企業の持つノウハウや技術などの強みを組み合わせた新商品・新サービスの創出、農商工連携をはじめとする異業種連携、産学連携による新技術・新製品の開発などを支援してきました。引き続き、本市にて集積されてきた産学の多様なリソースは地域の強みであると認識し、その協業や連携を通して、新商品開発や技術高度化を支援するとともに、それだけでは留まらない、事業再構築やイノベーション、新規市場への進出など、より事業全体で価値を創出する取組を生み出し、展開することを支援していきます。社会経済の変化とともに、消費者や市場の価値観も多様化・複雑化して、社会課題解決への意識も向上してきています。中小企業もそのようなニーズに応える「価値」創造が求められますが、単純な企業規模・資本力よりも、提案力や創造力がより重要になります。大手企業をピラミッドの頂点とした既存の事業構造ではなく、実現したい「価値」を共有する大手・中堅・中小企業やスタートアップなどのプレイヤーが、業種やビジネス階層のポジション（Tier）などを超えて繋がる時代になっています。本市に集積してきた中小企業が既存取引関係とは異なる新たな繋がりを構築し、オープンイノベーションを生み出す支援も進めていきます。

（４） 「発信する力」の強化

中小企業が売上収益を回復するとともに、次世代に向けて発展成長するためには、自らの「価値」を今まで以上に外部へ発信することが求められます。既存事業の強化のみならず、新規販路開拓や新規顧客獲得、新規市場展開などで重要でありながら、必ずしも本市中小企業が十分に組み合わせていたわけではない発信する力を強化していきます。

第2次商工振興計画（前計画）でも、経営革新や新たなチャレンジなどを基本方針に掲げてきました。今後は更に「待ち」の姿勢から、発信を通じた積極的な「攻め」の姿勢への転換を強化するとともに、地域内外に自らを「知ってもらう」ことは、事業に必要な新たな連携パー

トナーや人材を含む経営資源の発掘と確保にも繋がる可能性があります。本市中小企業における発信への取組を促進するため、発信することの重要性の認識を醸成するとともに、実際の取組を支援していきます。関係して、ターゲットへしっかり届く発信を行うため、訴求力あるコンテンツ作成や発信方法を支援していきます。

同時に、本市中小企業が外部へ発信する機会も積極的に増やしていきます。本市中小企業の新規販路開拓活動が必ずしも積極的に取り組まれているわけではない中、より大きな受注や販路開拓機会、高付加価値な取引が見込める首都圏や海外への展開を支援します。そのときも、展示会出展などの発信機会を設けるのみならず、各社の伝える「価値」の明確化とともに「見せ方」強化などにも積極的に取り組んでいきます。また、ホームページや SNS を活用した情報発信や EC サイト



(展示会出展の様子)

構築も、普及啓発でその取組自体を増やしていくのみならず、中小企業の業績により繋がっていくよう効果的なコンテンツ作成と発信方法のアドバイス、アクセス数向上といった誘客方法へのアドバイスなどの支援を行います。

一方、中小企業にとっては、必ずしもマーケティングやブランディングへの知見・ノウハウ、対応可能な人材を有しているわけではなく、自ら取り組むことが難しいことが想定されます。経営者・従業員における知見・ノウハウを強化する人材育成支援とともに、必要な人材確保や専門家などの外部リソースの利活用促進など、個別中小企業の事情に合った形で実施体制の強化を図ります。

また、個社での取組のみならず、本市自体の強みや特長を伝える地域ブランディングやシテイプロモーションとも関係させて展開することで、より効果的なブランド形成を目指します。

第4章 振興に向けた具体的施策

1 施策体系

本計画は、日立市商工業の現状と課題の抽出に基づいて、「多様な活力があふれる産業のまち」を基本理念に掲げて、中小企業における4本の「力」の強化戦略プランを実現するため、具体的施策を提示しています。

(1) 変化に対応する力の強化

現状と課題	プロジェクト概要	具体的施策
<ul style="list-style-type: none"> ・DXによる生産性向上・収益力強化 ・脱炭素への対応 ・物価高騰に対応した部素材の調達、価格転嫁 ・感染症の流行や災害等に対応する事業継続力 	<p>変化が激しく、将来の予想が困難な事業環境に対応し、生き抜いていくための「力」を強化する</p>	<p>8の施策</p>

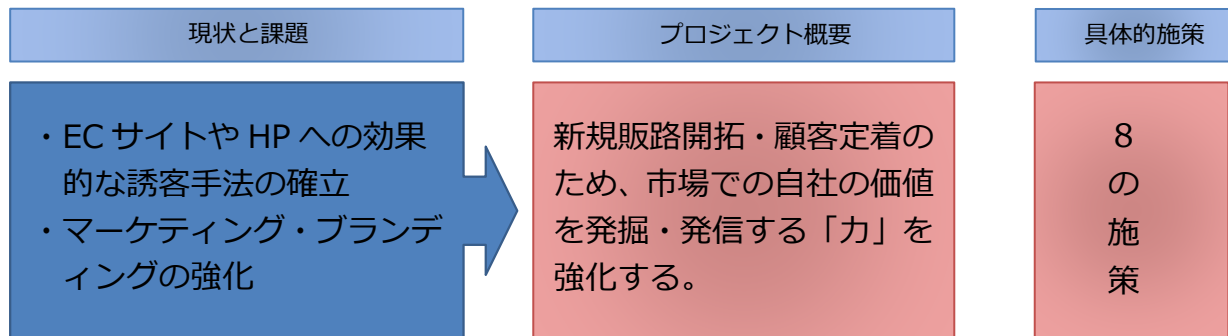
(2) 引き継ぐ力の強化

現状と課題	プロジェクト概要	具体的施策
<ul style="list-style-type: none"> ・現場の技術者の採用難 ・従業員の高齢化等による技能伝承 ・後継者の確保と育成、担い手の確保 	<p>経営資源・技能やノウハウなどを次の世代に引き継ぎ、事業を繋いでいく「力」を強化する。</p>	<p>10の施策</p>

(3) 集積の力の強化

現状と課題	プロジェクト概要	具体的施策
<ul style="list-style-type: none"> ・空き店舗の増加による商店街機能の低下 ・駅前地区の活性化 ・大手企業の事業再編による売上利益の減少 	<p>地域の事業者間の連携などの集積効果を活かした「力」を強化する</p>	<p>11の施策</p>

(4) 発信する力の強化



2 施策一覧

基本戦略及び具体的施策		日立市中小企業振興基本条例 第9条（施策の基本方針）各号						
		1号	2号	3号	4号	5号	6号	7号
【基本戦略1】 変化に対応する力の強化								
1 DXの取組促進	商工業	○		○				
2 脱炭素経営の促進	商工業	○		○	○			
3 新事業展開、新市場参入に向けた事業再構築支援	工業	○		○				
4 イノベーションの促進	工業	○		○				
5 副業兼業人材の活用支援	商工業	○	○	○				○
6 国際認証、特許技術等の取得支援	商工業		○	○				
7 事業継続力強化支援	商工業		○	○		○		
8 中核企業育成及び創出のための伴走型支援	商工業	○	○	○	○	○		
【基本戦略2】 引き継ぐ力の強化								
9 ものづくりの基礎となる技術の習得支援	工業		○			○		
10 若手経営者等人材育成支援	商工業		○			○		
11 円滑な事業承継支援	商工業		○		○	○		
12 ひとたちの味の伝承支援	商業					○		
13 働きやすい環境づくり支援	商工業		○			○		○
14 働き方改革への対応支援	商工業		○			○		○
15 地域雇用創出支援・人材確保支援	商工業		○			○		○
16 雇用センター多賀の運営	商工業		○		○	○		
17 外国中核人材活用支援	商工業		○			○		○
18 金融機関等との連携による創業支援	商工業	○			○			
【基本戦略3】 集積の力の強化								
19 日立駅前再活性化	商業				○		○	
20 地元買物推進	商業		○	○	○			
21 商店街にぎわい創出	商業		○					
22 商店街街路灯の保全	商業		○					
23 まちなか空き店舗活用支援	商業	○	○					
24 街なかMCO、MCOインキュベーションの運営	商工業	○						
25 産業団地整備	工業		○					
26 産業立地促進	商工業		○					
27 本社機能移転等促進	商工業		○					
28 産学官連携研究開発支援	工業	○	○	○			○	
29 新たな連携活動推進	商工業	○		○			○	

【基本戦略4】 発信する力の強化

30 首都圏受注の促進	工業	○	○				
31 展示会への出展支援	商工業	○	○				
32 非対面営業による販路開拓支援	商工業	○	○				
33 海外販路の開拓支援	商工業	○	○				
34 HP、SNS等による発信の支援	商工業	○	○				
35 域外企業とのマッチング等の促進	工業	○	○			○	
36 企業と地域の交流促進	商工業	○	○			○	
37 企業のブランディング支援	商工業	○	○				

【日立市中小企業振興基本条例第9条（施策の基本方針）各号の内容及び解説】

< 1号 中小企業者の経営の革新及び創業の促進を図ること >

中小企業者による経営の革新に加えて、創業しようという人材を発掘、育成することは、新たな価値を生み出す可能性が高い一方、多くの経営課題に直面することが多い。また、中小企業者の事業規模では、それらの課題を自らの力のみで解決することが非常に困難である。

そこで、6次産業化など新たな製品や新サービスの開発、生産及び販売、成長産業及び次世代産業分野等への進出並びに海外展開など創造的な事業活動に加えて、新規創業及び第二創業の促進を図るための施策を講じる。

< 2号 中小企業者の経営基盤の強化を図ること >

中小企業者は、事業規模が小さく、保有する経営資源が乏しいとともに、新たな経営資源を確保することも厳しく、経営基盤を自ら強化することが非常に困難である。

そこで、技術や技能、知識や情報の習得、人材の確保や育成、設備更新、資金の確保及び充実、商店街及び工業団地などの施設整備等を図るための施策を講じる。

< 3号 中小企業者の経済的社会的環境の変化への対応の円滑化を図ること >

中小企業者は産業構造の変革、経済状況の急激な変化及び大規模災害等による経済的社会的環境の変化に自ら対応することが困難である。

そこで、第4次産業革命による産業構造の変化への対応、緊急景気対策のための消費需要喚起、災害復興などの施策を講じる。

< 4号 中小企業者を支援するための体制の整備を図ること >

中小企業者を支援するためには、市及び関係団体が連携するとともに、各機関の支援体制を整備、強化することが必要となる。

そこで、関係団体等との情報交換及び連携を促進する仕組みづくり、関係団体が実施する中小企業振興に関する事業の支援等を図るための施策を講じる。

< 5号 中小企業者の持続的かつ健全な発展及び事業の承継を図ること >

農林水産業では担い手の確保、商工業では後継者の確保といったように事業承継が社会的な問題となっており、中小企業者が事業を継続することができる体制を整備し、持続的かつ健全に発展することができる環境を整備することが、地域社会の安定化には必要不可欠である。

そこで、中小企業者の親族承継、M&Aによる第三者承継等を円滑に進めるために必要となる施策を講じる。

< 6号 多様な主体による連携を図ること >

中小企業者と行政機関及び関係団体等の多様な主体による中小企業の振興に関する取組は、新たな産業の創出、革新的な技術やサービスを生み出す源泉となる可能性を秘めており、地域社会の活性化及び雇用機会の創出につながるものである。

そこで、中小企業者間の連携に留まらず、農商工連携等の異業種連携、共同受注体等の同業種連携、産学官連携、医工連携などの多様な主体による連携を促進する施策を講じる。

< 7号 多様な人材が活躍できる環境の整備を図ること >

女性、青年、高齢者、障害者、外国人等を始めとする多様な人材が活躍できる環境を整備することで、「住みやすさ」を実感し、「住みたいまち」「住み続けたいまち」として選ばれるまちづくりを目指さなければならない。

そこで、多様な人材が働きやすい環境を整えるために必要となる施策を講じる。

3 重点施策

1 魅力ある商業機能の実現

商業振興

背景・目的

日立市内の事業所数及び販売額は減少傾向にありますが、その要因として挙げられるのは、近隣自治体の大型商業施設への消費の流出です。本市では、令和5年4月に日立駅前大型商業施設「ヒタチエ」をオープンし、買い物人口の流入促進に取り組むとともに、「ヒタチエ」を核とした日立駅前地区の活性化を促進します。

具体的取組内容

- ① 日立駅前地区の活性化と買物環境の維持
- ② 既存商店、商店街活性化への取組（創業、空き店舗活用等）

目標指標

- ① 日立駅前大型商業施設「ヒタチエ」テナント数 40店舗
- ② 空き店舗活用創業定着率 60%

2 産業構造の変革への対応支援

商工業共通

背景・目的

新型コロナウイルス感染症や、物価の高騰、デジタル化の進展、脱炭素の要請等、めまぐるしく変転し予測困難な社会経済の状況、産業構造の変革へ対応することは、中小企業の事業継続において極めて重要です。市内中小企業の事業継続を後押しするため、経営環境の変化への様々な対応を支援します。

具体的取組内容

- ① 脱炭素経営の促進
- ② DXによる生産性向上への取組支援
- ③ 新事業、新市場への事業再構築支援

目標指標

- ① 脱炭素に新たに取り組む企業数 年間20社
- ② DXに新たに取り組む企業数 年間7社
- ③ 事業再構築補助金等、事業再構築に係る取組の相談件数 年間12社

3 人材の確保と定着

商工業共通

背景・目的

中小企業において大きな課題となっている人手不足の解消に向けては、新規高卒者の雇用機会の創出や定着を図る必要があります。ハローワーク日立やいばらき就職支援センターなどと連携して市内中小企業に対して、新規高卒者等とのマッチングの機会を提供するとともに、新規高卒者へ就職祝金を支給するなど、日立市独自の支援により人材の確保と定着の促進を図ります。

具体的取組内容

- ① 就業体験、企業説明会等による企業情報の発信、マッチング支援
- ② 職場環境の改善に取り組む中小企業への支援
- ③ 人材の育成及び技能習得支援

目標指標

- ① 企業説明会参加事業所数
高校2年生向け：50社、オンライン説明会：30社
- ② 職場環境の改善に取り組む中小企業数 年間20社
- ③ 人材の育成に取り組む企業数 年間30社

4 魅力の発掘、発信

商工業共通

背景・目的

新たな販路の開拓を実現するためには、展示会への出展やHP・SNSによる自社の情報発信が有効です。そこで、展示会への出展支援やHP・SNSによる効果的な発信を促進するためのセミナーの開催や専門家の派遣等、事業者の魅力や地域産業のポテンシャルを発掘・発信する取組を支援します。

具体的取組内容

展示会への出展、HP・SNSによる発信、域外企業とのマッチング等による営業力の強化支援

目標指標

営業力の強化に取り組む企業数 年間20社

4 具体的施策

(1) 変化に対応する力の強化

1 DXの取組促進

商工業共通

背景・目的

中小企業においては、生産性の向上はもとより新たな価値の創出が必要とされており、その手段の一つとしてIT技術を活用した経営革新が有効です。そこで、DX牽引人材の確保と育成、専門家によるアドバイス等、DXの取組推進に係る支援を行います。

取組内容

DXツールの紹介やセミナーの開催により、DXの普及啓発を図るほか、DX診断からツール導入まで、専門家によるハンズオン支援を実施し、中小企業のDXを促進します。

条例の基本方針

- ① 中小企業者の経営の革新及び創業の促進を図ること。
- ③ 中小企業者の経済的社会的環境の変化への対応の円滑化を図ること。

2 脱炭素経営の促進

商工業共通

背景・目的

世界的な脱炭素の要請に対応し、競争力のあるものづくり産業の振興を図るため、市内中小企業のエネルギー使用量の削減、再生可能エネルギー活用など、脱炭素経営を促進する必要があります。産学官のコンソーシアムにより、各所から知見を持ち寄り、地域ぐるみの支援を実施します。

取組内容

CO2排出量の測定、省エネルギー設備導入等による中小企業自身のカーボンニュートラル達成に向けた取組や、脱炭素社会に応じた事業展開など、中小企業の脱炭素経営を促進します。

条例の基本方針

- ① 中小企業者の経営の革新及び創業の促進を図ること。
- ③ 中小企業者の経済的社会的環境の変化への対応の円滑化を図ること。
- ④ 中小企業者を支援するための体制の整備を図ること。

3 新事業展開、新市場参入に向けた事業再構築支援

工業振興

背景・目的

ポストコロナ・ウィズコロナ時代の経済社会の変化に対応し、産業構造の変革の中で新たな需要の獲得や売上の確保ができるよう、市内中小企業の思い切った事業再構築を支援します。

取組内容

新事業展開や新市場参入に向けて事業を再構築するための技術開発、商品開発、販路開拓等の取組を支援します。

条例の基本方針

- ① 中小企業者の経営の革新及び創業の促進を図ること。
- ③ 中小企業者の経済的社会的環境の変化への対応の円滑化を図ること。

4 イノベーションの促進

工業振興

背景・目的

時代の流れに対応するための技術革新や経営革新などといったイノベーションに取り組むことは、新たな販路の開拓、価値の創造及び自社のブランドを高めることにつながります。そこで、中小企業のイノベーションを推進するとともに、取組意識の醸成や域外企業とのマッチングを促進する取組を行います。

取組内容

技術開発の支援、域外企業やスタートアップ企業とのマッチングイベント及びセミナーの開催等により、中小企業におけるイノベーション創出を支援します。

条例の基本方針

- ① 中小企業者の経営の革新及び創業の促進を図ること。
- ③ 中小企業者の経済的社会的環境の変化への対応の円滑化を図ること。

5 副業兼業人材の活用支援

商工業共通

背景・目的

中小企業が経営環境の変化に対応し、成長・発展するためには、付加価値の拡大や労働生産性を向上させる多様な人材の活用が不可欠です。既存の自社の正社員だけでは対応しきれない多様化する経営課題の解決を図るため、高い専門性や豊富な経験を持つ「副業・兼業人材」を上手に活用することを促進し、企業の成長を支援する取組を行います。

取組内容

副業兼業人材の活用促進により、新事業展開、営業力強化、人事管理等を強化し、企業の成長を後押しします。

条例の基本方針

- ① 中小企業者の経営の革新及び創業の促進を図ること。
- ② 中小企業者の経営基盤の強化を図ること。
- ③ 中小企業者の経済的社会的環境の変化への対応の円滑化を図ること。
- ⑦ 多様な人材が活躍できる環境の整備を図ること。

6 国際認証、特許技術等の取得支援

商工業共通

背景・目的

市場の国際化が進む中で、取引先の信頼を得て、顧客拡大を図っていくため、安定した製品やサービスの供給及び不良発生の抑制を図る管理体制を取引先に示せるよう、ISOなどの国際標準規格の認証取得を促進します。同様に、取引先の信頼や市場での優位性を得るために、特許等の知的財産を有効に活用できるよう、特許等の取得を促進するとともに、適切な維持管理の支援を行います。

取組内容

ISO等の国際認証や開発技術に係る特許取得等の取組を支援することにより、中小企業の商取引に係る競争力を強化します。

条例の基本方針

- ② 中小企業者の経営基盤の強化を図ること。
- ③ 中小企業者の経済的社会的環境の変化への対応の円滑化を図ること。

7 事業継続力強化支援

商工業共通

背景・目的

度重なる自然災害や、新型コロナウイルス感染症などを契機に、中小企業においてBCP（事業継続計画）に基づく災害対策等の必要性が高まっています。災害等の緊急時においても、事業の継続・早期復旧を可能とすることで、倒産や事業縮小を回避するだけでなく、顧客の信用を維持し、企業価値の維持・向上を図れるよう、BCP策定や緊急時に備える取組を支援します。

取組内容

事業継続力強化計画等の認定取得及び計画に基づく災害対策等の取組を支援することにより、中小企業のレジリエンス（困難をしなやかに乗り越え回復する力）強化を支援します。

条例の基本方針

- ② 中小企業者の経営基盤の強化を図ること。
- ③ 中小企業者の経済的社会的環境の変化への対応の円滑化を図ること。
- ⑤ 中小企業者の持続的かつ健全な発展及び事業の承継を図ること。

8 中核企業育成及び創出のための伴走型支援

商工業共通

背景・目的

中小企業が事業を高付加価値モデルに転換していくためには、経営構造の転換に向けた自己変革力を高める必要がありますが、様々なしがらみや認知バイアス、知見不足等が障壁となり、経営者単独での対応は困難です。そこで、自己変革を妨げる障壁を自立的かつ持続的に乗り越えられる状態に導けるよう、中小企業の経営及び支援の専門家による伴走型支援を通して、中小企業自身の自主発動力を意識しながら、課題設定力と課題達成力を高める支援を実施します。

取組内容

自ら本質的な課題を見つけ、課題設定からその解決法まで能動的に行動できる、高い自己変革力を有する地域の中核となる企業の育成・創出に向けて、プロセス・コンサルティングの考え方を応用しながら、伴走型の支援を実施します。

※プロセス・コンサルティング：支援者が被支援者との対話と傾聴を通じ、目に見えている課題の水面下に潜んでいる真因への気づきと自己変革を促す支援方法

条例の基本方針

- ① 中小企業者の経営の革新及び創業の促進を図ること。
- ② 中小企業者の経営基盤の強化を図ること。
- ③ 中小企業者の経済的社会的環境の変化への対応の円滑化を図ること。
- ④ 中小企業者を支援するための体制の整備を図ること。
- ⑤ 中小企業者の持続的かつ健全な発展及び事業の承継を図ること。

(2) 引き継ぐ力の強化

9 ものづくりの基礎となる技術の習得支援

工業振興

背景・目的

本地域の強みでもあるものづくり産業の集積を支えるのは、現場の技術力や技能です。汎用技術を習得できる講座や研修の実施等により、多くのものづくり中小企業において必要となる、基盤技術の習得や高度化のための人材育成を支援します。

取組内容

「図面の見方」、「測定器の取扱」、「マシニングセンタ操作」などの現場で必要となる技術を習得するための基礎的な研修を実施するほか、社内研修や外部機関での実習訓練受講等を支援します。

条例の基本方針

- ② 中小企業者の経営基盤の強化を図ること。
- ⑤ 中小企業者の持続的かつ健全な発展及び事業の承継を図ること。

10 若手経営者等人材育成支援

商工業共通

背景・目的

市内中小企業の経営力向上においては、若手経営者の人材育成が重要です。そこで、若手経営者が自ら経営課題を発掘し、その解決策を見出すことで時代の変化に即応できる力を醸成するため、経営者・後継者の育成塾を運営します。

取組内容

若手経営者塾「ひたち立志塾」の運営等により、若手経営者人材の育成を図ります。

条例の基本方針

- ② 中小企業者の経営基盤の強化を図ること。
- ⑤ 中小企業者の持続的かつ健全な発展及び事業の承継を図ること。

11 円滑な事業承継支援

商工業共通

背景・目的

中小企業の経営者の高齢化や黒字廃業する企業の増加が進んでおり、本市商工業にとってもシビアな未来が見えてきています。中小企業が長年蓄積・磨いてきた強みである経営資源を失わず、次世代へ引き継いで行けるよう、各支援機関と連携した体制を構築し、中小企業の円滑な事業承継に向けた支援を行います。

取組内容

事業承継個別相談会やセミナーの開催、専門家の活用支援など、各支援機関と連携した体制により円滑な事業承継を支援します。

条例の基本方針

- ② 中小企業者の経営基盤の強化を図ること。
- ④ 中小企業者を支援するための体制の整備を図ること。
- ⑤ 中小企業者の持続的かつ健全な発展及び事業の承継を図ること。

1 2 ひたちの味の伝承支援

商業振興

背景・目的

飲食店経営者の高齢化や後継者不足等により、市民等に愛されてきた「ひたちの味」が年々失われつつあります。飲食店は小売店に比べ独自性が強く、その味を求めて来街する機会にもなっているお店が閉店すると、味とともに来街機会も喪失されます。そこで、後継者不在の飲食店における「味」を伝承するための支援を実施します。

取組内容

日立駅前大型商業施設「ヒタチエ」に出店している「ぐるなび」と連携し、味や魅力を伝承できるシステムの構築とともに、ヒタチエで市内の懐かしいメニューを再現し提供することで、集客や更なるにぎわい創出を図ります。

条例の基本方針

- ⑤ 中小企業者の持続的かつ健全な発展及び事業の承継を図ること。

1 3 働きやすい環境づくり支援

商工業共通

背景・目的

深刻な人手不足に対応するため、若者、女性、障がい者、外国人などの多様な人材を活用する傾向が進んでいますが、中小企業ではこれらの人材を受け入れる環境の整備が十分に進んでいません。そこで、多様な人材が働きやすい環境の整備を促進し、人手不足解消や人材定着を図ります。

取組内容

年齢・性別・国籍等に関わらず従業員の働きやすい環境をつくるため、事業所内の改修等の取組を支援します。

条例の基本方針

- ② 中小企業者の経営基盤の強化を図ること。
- ⑤ 中小企業者の持続的かつ健全な発展及び事業の承継を図ること。
- ⑦ 多様な人材が活躍できる環境の整備を図ること。

1 4 働き方改革への対応支援

商工業共通

背景・目的

平成 31 (2019) 年 4 月から働き方改革関連法が順次施行され、労働時間・休暇・賃金といった労働条件の根幹の見直しが必要となっています。「生産年齢人口の減少」、「育児や介護との両立など、働く方のニーズの多様化」などの状況に対応するため、投資やイノベーションによる生産性向上とともに、就業機会の拡大や意欲・能力を存分に発揮できる環境を作ることが、重要な課題と認識されています。そこで、中小企業においても「働き方改革」への対応に向けた支援を行います。

取組内容

「魅力ある職場づくり」→「人材の確保」→「業績の向上」の好循環をつくるため、「働き方改革」に対応したより魅力ある職場づくりを中小企業が推進できるよう、啓発や支援を行います。

条例の基本方針

- ② 中小企業者の経営基盤の強化を図ること。
- ⑤ 中小企業者の持続的かつ健全な発展及び事業の承継を図ること。
- ⑦ 多様な人材が活躍できる環境の整備を図ること。

15 地域雇用創出支援・人材確保支援

商工業共通

背景・目的

全国的な人口減少・少子高齢化の中にあつて、本市が抱える「就労を契機とした若者の市外流出」は非常に深刻な問題であり、市内中小企業の人材確保の観点からも早急に取り組むべき最重要課題となっています。そこで、高校卒業者等の「若者」を始めとする雇用創出に向けて、企業と求職者とのマッチングや、中小企業の人材確保の促進に向けた支援を行います。

取組内容

合同企業説明会、企業見学会の開催及びインターンシップ受入支援等による求職者とのマッチングや、就職に対する祝金等のインセンティブの設定により、市内中小企業の人材確保を支援します。

条例の基本方針

- ② 中小企業者の経営基盤の強化を図ること。
- ⑤ 中小企業者の持続的かつ健全な発展及び事業の承継を図ること。
- ⑦ 多様な人材が活躍できる環境の整備を図ること。

16 雇用センター多賀の運営

商工業共通

背景・目的

平成 29（2017）年 7 月に開設した地方版ハローワークである「雇用センター多賀」において、独自に求人情報を収集、提供するとともに、地域就労コーディネーターによる求職者に寄り添ったきめ細かな就労支援を展開します。

取組内容

日立市版ハローワーク「雇用センター多賀」の運営及び地域就労コーディネーターによる専門的な就労支援により、市民の就職活動のサポート及び地域雇用の確保・創出を図ります。

条例の基本方針

- ② 中小企業者の経営基盤の強化を図ること。
- ④ 中小企業者を支援するための体制の整備を図ること。
- ⑤ 中小企業者の持続的かつ健全な発展及び事業の承継を図ること。

17 外国中核人材活用支援

商工業共通

背景・目的

中小企業等の深刻な人手不足に対応するため、国では「特定技能制度」による新たな外国人材の受入を可能とし、加えて県では「外国人材支援センター」を設立するなど、外国人材の受け入れ体制が整備されてきています。本市においても、中小企業の深刻な人材不足を解消し、競争力を維持・強化していくため、優秀な外国中核人材を活用できる企業の社内体制構築や、外国人材の活用方法の啓発等の支援を行います。

取組内容

外国人材活用セミナーや、外国人材向けの市内企業のスタディツアー等により外国人材とのマッチング、外国人材を受け入れる社内体制構築等を支援します。

条例の基本方針

- ② 中小企業者の経営基盤の強化を図ること。
- ⑤ 中小企業者の持続的かつ健全な発展及び事業の承継を図ること。
- ⑦ 多様な人材が活躍できる環境の整備を図ること。

18 金融機関等との連携による創業支援

商工業共通

背景・目的

地域産業や中小企業の活性化を図るためには、地域の金融機関や産業支援機関と連携した施策の展開が効果的です。「日立創業支援ネットワーク」として、市内金融機関、商工会議所等と連携した支援体制を構築することにより、各機関のノウハウと支援施策を共有した円滑な支援を行います。

取組内容

日立創業支援ネットワークの各機関の支援施策を共有しながら、創業者のサポートを行うとともに、創業セミナーや創業塾等による創業者の創出・育成を行います。

条例の基本方針

- ① 中小企業者の経営の革新及び創業の促進を図ること。
- ④ 中小企業者を支援するための体制の整備を図ること。

(3) 集積の力の強化

19 日立駅前再活性化

商業振興

背景・目的

日立駅前大型商業施設「ヒタチエ」の核テナント、パティオモール商店会、近隣企業及びコミュニティ団体等で組織する日立駅前地区活性化委員会が実施する各種イベントを継続して実施し、日立駅前のにぎわいの創出を図ります。

取組内容

日立駅前大型商業施設「ヒタチエ」において、新規テナントを誘致するとともに、既存テナントと連携したイベント等を開催し、にぎわいの創出及び買物環境の維持を図ります。

条例の基本方針

- ④ 中小企業者を支援するための体制の整備を図ること。
- ⑥ 多様な主体による連携を図ること。

20 地元買物推進

商業振興

背景・目的

地元の店舗が存続するためには、店舗の営業努力だけでなく、地域の住民が買い支えることも重要であることで、生活者や消費者に対して市内での購買が地域経済を活性化し、雇用の創出など市民生活の向上に寄与することを理解してもらう機運醸成の取組を実施します。

取組内容

FM ひたちを活用した市内買物情報の発信等により、消費者の地元での買物を促進します。

条例の基本方針

- ② 中小企業者の経営基盤の強化を図ること。
- ③ 中小企業者の経済的社会的環境の変化への対応の円滑化を図ること。
- ④ 中小企業者を支援するための体制の整備を図ること。

21 商店街にぎわい創出

商業振興

背景・目的

商店街の魅力向上や活性化を図るためには、市内外からの誘客を目的としたイベントの企画等により来街を促す仕掛けづくりを行う必要があります。そこで、商店街のにぎわいを創出する取組に対して支援を行います。

取組内容

さくらまつりやドリンクラリー等、商店街を会場とするイベントの開催を支援し、商店街のにぎわいを創出します。

条例の基本方針

- ② 中小企業者の経営基盤の強化を図ること。

2.2 商店街街路灯の保全

商業振興

背景・目的

市内の各商店街にある街路灯は、昭和から平成初期にかけて商店会等が設置し、必要に応じて、国や市の補助を活用し改修やLED化しながら維持・管理しています。しかしながら、商店会の解散や休止、会員数減少などの問題が生じ、街路灯の維持管理が困難な状況になっていることから、商店会等による街路灯の維持管理を支援します。

取組内容

商店会等の電気料金や維持管理費などの負担軽減を図り、安心して商店街を利用できる環境を作ります。

条例の基本方針

- ② 中小企業者の経営基盤の強化を図ること。

2.3 まちなか空き店舗活用支援

商業振興

背景・目的

まちのにぎわいや商店街の買物機能を維持するためには、空き店舗対策が不可欠です。そこで、新規創業などによって、市内各駅周辺や商業地域等の空き店舗へ出店する者を支援し、商業機能の維持やまちなかの活性化を図ります。

取組内容

駅前等の空き店舗を活用した出店を促進し、駅前地区や商店街の活性化を図ります。

条例の基本方針

- ① 中小企業者の経営の革新及び創業の促進を図ること。
- ② 中小企業者の経営基盤の強化を図ること。

2.4 街なか MCO、MCO インキュベーションの運営

商工業共通

背景・目的

常陸多賀駅前に整備した MCO かどや、MCO ひたちたが、晴耕雨読や、大甕駅前に整備したミカケルは、新規創業者や創業後間もない者、他地域からの転入企業などに安価で良好なワーキングスペースを提供するとともに、地域住民と連携した活動の推進拠点として機能しています。これらの拠点機能を維持するため、MCO を適正に管理運営するとともに、創業希望者、創業後間もない者や市外からの転入企業等の受け入れを促進します。

取組内容

MCO かどや、MCO ひたちたが、晴耕雨読（常陸多賀駅前）、ミカケル（大甕駅前）及び日立地区産業支援センター内 MCO（マイクロクリエイションオフィス）の施設、入居者の管理運営を実施し、本社機能移転や新規創業者の増加を図ります。

条例の基本方針

- ① 中小企業者の経営の革新及び創業の促進を図ること。

2 5 産業団地整備

工業振興

背景・目的

日立北部工業団地が令和 3 (2021) 年に完売して以降、本市が提供できる産業立地用地がない状況が続いています。その間、市内外の企業から、本市への進出や移転、拡張を前提とした問合せが寄せられていたことから、これらの企業立地ニーズに時機を逸せずに応えられる新たな産業団地の整備を行います。

取組内容

新たな企業を誘致し、若者や女性の雇用創出を図るため、日立南太田 IC 周辺などに新たな産業団地の整備を推進します。

条例の基本方針

- ② 中小企業者の経営基盤の強化を図ること。

2 6 産業立地促進

商工業共通

背景・目的

本市への商工業等に係る事業所の立地促進に資する措置を講ずることにより、本市産業の活力の強化、まちのにぎわい創出及び雇用機会の拡大を図ります。

取組内容

市内への企業の立地を促進するため、工場、店舗、事務所の新增設等の取組を支援します。

条例の基本方針

- ② 中小企業者の経営基盤の強化を図ること。

2 7 本社機能移転等促進

商工業共通

背景・目的

平成 27 年 6 月に地域再生法が改正され、地方への本社移転、地方にある企業の本社機能を強化した事業者に対し、税制特例（オフィス減税、雇用促進税制）が適用されました。本市への本社機能移転等を促進するため、既存の復興特区制度などの優遇策を活用することに加え、本社機能移転のための支援策を講じます。

取組内容

若年女性層に魅力のある雇用の場の創出のため、本社機能を有する業務施設を整備する取組を支援します。

条例の基本方針

- ② 中小企業者の経営基盤の強化を図ること。

28 産学官連携研究開発支援

工業振興

背景・目的

中小企業がものづくり技術を活用したイノベーションに取り組み、開発力や提案力のある企業を目指していくためには、連携が有効な手段のひとつであり、効果的な事業化を目的とした産学官連携を積極的に推進していくことが重要です。産学官連携に係る取組を支援し、開発力や提案力のある企業を創出します。

取組内容

中小企業が大学等と連携して行う研究開発等の取組を支援します。

条例の基本方針

- ① 中小企業者の経営の革新及び創業の促進を図ること。
- ② 中小企業者の経営基盤の強化を図ること。
- ③ 中小企業者の経済的社会的環境の変化への対応の円滑化を図ること。
- ⑥ 多様な主体による連携を図ること。

29 新たな連携活動推進

商工業振興

背景・目的

農商工連携など異業種が連携して実施する取組は、新たな価値の創造につながることを期待されます。そこで、異業種の連携活動を支援し、新たな商品やサービスの開発など付加価値の創出を図ります。

取組内容

異なる業種・業界の事業者や団体等が連携し、それぞれの経営資源やアイデアから新事業創出や新規販路開拓を目指す活動を支援します。

条例の基本方針

- ① 中小企業者の経営の革新及び創業の促進を図ること。
- ③ 中小企業者の経済的社会的環境の変化への対応の円滑化を図ること。
- ⑥ 多様な主体による連携を図ること。

(4) 発信する力の強化

30 首都圏受発注の促進

工業振興

背景・目的

経営基盤の安定化を図るためには、地域外からの新たな仕事の確保など取引先の多角化が必要となるため、地域中小企業の首都圏からの受注獲得に向けた取組を支援し、新規顧客の開拓を図ります。

取組内容

首都圏受発注コーディネーターによる受注案件開拓など、首都圏の需要獲得を支援します。

条例の基本方針

- ① 中小企業者の経営の革新及び創業の促進を図ること。
- ③ 中小企業者の経済的社会的環境の変化への対応の円滑化を図ること。

31 展示会への出展支援

商工業共通

背景・目的

新たな販路の開拓や、市場動向を調査するためには、展示会への出展や商談会への参加等が有効です。そこで、展示会や商談会等に参加し、新規顧客の開拓、新規受注の獲得、市場ニーズの動向を調査する取組などを促進します。

取組内容

(公財) 日立地区産業支援センターによる共同出展やセミナーの開催等、各種専門展示会への出展を支援します。

条例の基本方針

- ① 中小企業者の経営の革新及び創業の促進を図ること。
- ③ 中小企業者の経済的社会的環境の変化への対応の円滑化を図ること。

32 非対面営業による販路開拓支援

商工業共通

背景・目的

新型コロナウイルス感染症の流行以降、オンライン営業など非対面による販路開拓活動が活性化されました。新たな受注を獲得し、取引先の多角化を図ることができるよう、非対面営業に取り組む企業を支援します。

取組内容

オンライン営業を効率的に進めるためのセミナーの開催等により、時間や場所に縛られない販路開拓活動を支援します。

条例の基本方針

- ① 中小企業者の経営の革新及び創業の促進を図ること。
- ③ 中小企業者の経済的社会的環境の変化への対応の円滑化を図ること。

3.3 海外販路の開拓支援

商工業共通

背景・目的

国内需要の減少や海外市場の拡大などに対応し、中小企業が持続的に発展するためには、海外展開は有効な戦略です。そこで、ジェトロ茨城貿易情報センターや(公財)いばらき中小企業グローバル推進機構等との連携により、中小企業の海外展開を支援します。

取組内容

ジェトロ茨城貿易情報センターや(公財)いばらき中小企業グローバル推進機構等と連携し、海外関連のセミナーや相談会の開催等を通して中小企業の海外展開の取組を支援します。

条例の基本方針

- ① 中小企業者の経営の革新及び創業の促進を図ること。
- ③ 中小企業者の経済的社会的環境の変化への対応の円滑化を図ること。

3.4 HP、SNS 等による発信の支援

商工業共通

背景・目的

無料で発信できるなどコストが抑えられるとともに、拡散力により多くのユーザーをターゲットにサービスや商品購入までの導線を構築できる SNS マーケティングは、有効なマーケティング手法の一つです。HP や SNS 等による情報発信により、新規顧客の獲得や認知拡大に取り組む中小企業を支援します。

取組内容

SNS 等の活用促進セミナーや勉強会の開催等、企業の発信力を強化する取組を支援します。

条例の基本方針

- ① 中小企業者の経営の革新及び創業の促進を図ること。
- ③ 中小企業者の経済的社会的環境の変化への対応の円滑化を図ること。

3.5 域外企業とのマッチング等の促進

工業振興

背景・目的

市内中小企業が直面する受注の減少に対応するための販路開拓は、市内企業にとって重要な課題です。そこで、大手・中小企業、起業家、投資家、研究所など、様々な分野の方が集い、新事業展開や新たな投資の呼び込みなどを目指すイベント等を開催します。

取組内容

域外企業等とのマッチングイベントの開催等により、域外の需要の獲得を支援します。

条例の基本方針

- ① 中小企業者の経営の革新及び創業の促進を図ること。
- ③ 中小企業者の経済的社会的環境の変化への対応の円滑化を図ること。
- ⑥ 多様な主体による連携を図ること。

36 企業と地域の交流促進

商工業共通

背景・目的

市内中小企業や事業者・学生の交流できるeスポーツイベント等の開催を通じて、市内中小企業が学生に向けて企業の魅力を発信して人材採用などにつなげるとともに、事業者同士のビジネスマッチングの機会創出を図るなど、市内中小企業のビジネスチャンス拡大に貢献する取組を行います。

取組内容

eスポーツイベント等、多世代が交流できるイベントの開催により、中小企業と地域との交流を促進します。

条例の基本方針

- ① 中小企業者の経営の革新及び創業の促進を図ること。
- ③ 中小企業者の経済的社会的環境の変化への対応の円滑化を図ること。
- ⑥ 多様な主体による連携を図ること。

37 企業のブランディング支援

商工業共通

背景・目的

企業ブランディングは、マーケティングと密接にかかわっており、売上にも大きく影響を与えます。徹底的な自社分析を行い、自社の強み、経営理念や行動指針を明確にしたうえで、ブランドコンセプトを設定し、コンセプトに基づき、社内外へ浸透・発信する取組を支援します。

取組内容

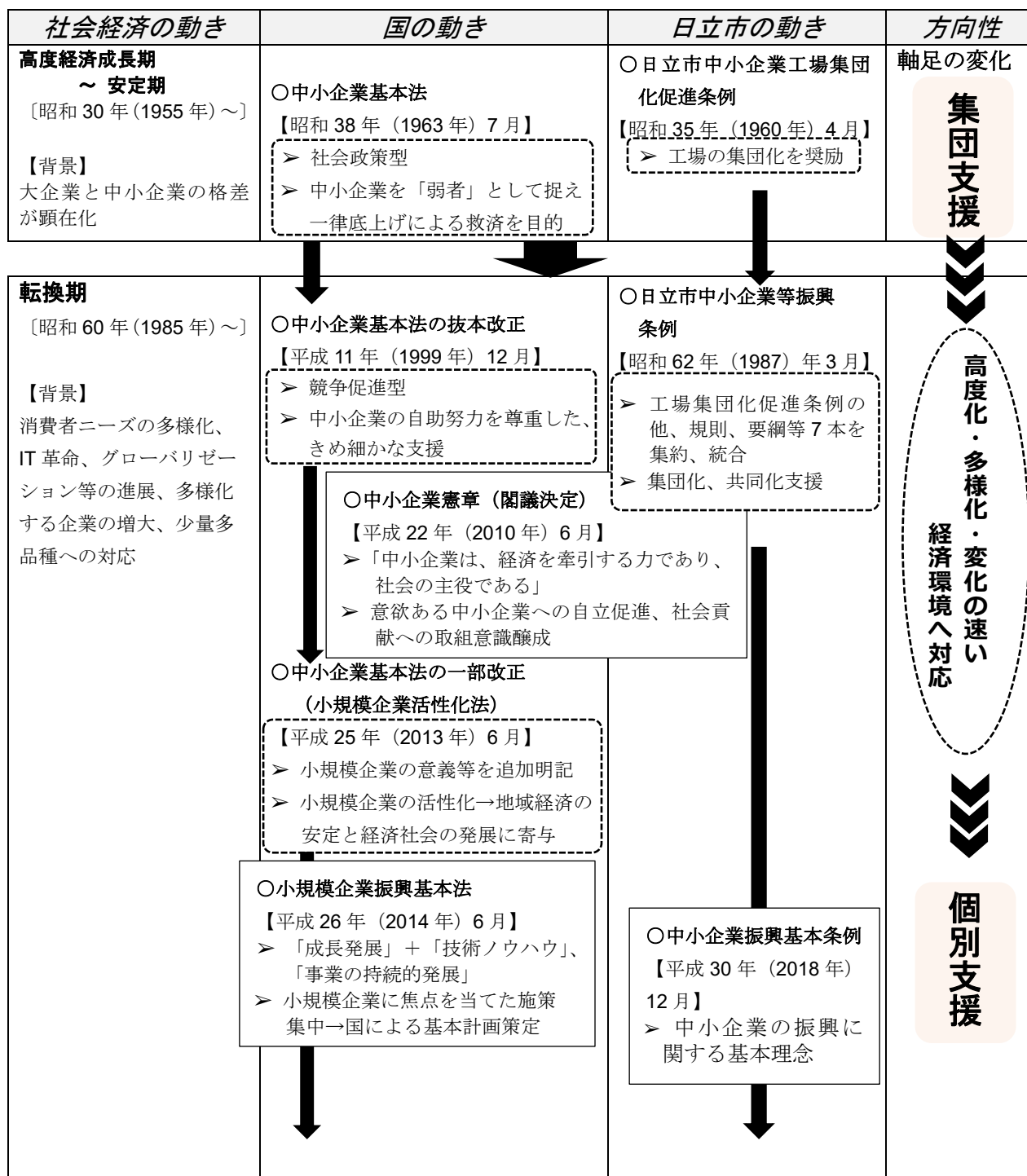
ブランディングを促進するためのセミナーの開催や、経費の補助などにより、ブランディングに取り組む企業を支援します。

条例の基本方針

- ① 中小企業者の経営の革新及び創業の促進を図ること。
- ③ 中小企業者の経済的社会的環境の変化への対応の円滑化を図ること。

第5章 計画推進のため

1 これまでの動きと社会背景



2 日立市中小企業振興基本条例の制定にかかる理念と施策の基本方針

趣旨・目的

本市は、中小企業を取り巻く、国をはじめとする社会情勢等の動きや、本市における地域課題を踏まえ、未来を切り拓く中小企業の新たな挑戦を促すとともに、地域経済の活性化と、社会の主役となる中小企業の持続的な発展を目指します。

そのため、「日立市中小企業振興基本条例」の制定により、市民生活の安定及び向上に寄与する中小企業振興の基本理念や基本方針を定めるとともに、各主体の連携・協働による新たな中小企業支援体制を築き上げ、中小企業振興施策の総合的な取組を推進します。

基本理念

中小企業者自らの
創意工夫、自主的
な努力を尊重

地域特性の活用、
郷土への誇りと自
信を醸成

各主体の連携・協
力、周辺地域との
共生・協働

多様な人材が活躍
できる社会の実現

各主体の役割・責務

市民

・中小企業者への理解と協力

関係団体

・施策の推進、中小企業者の
健全な発展への協力

中小企業者

・経営の持続的で健全な発展
への自主的努力
・社会的責任の自覚と地域社
会への貢献

大企業

・施策の推進、中小企業者の
健全な発展への協力
・中小企業者との共存共栄
・社会的責任の自覚と地域社
会への貢献

市

・中小企業振興施策の策定、
実施
・関係団体等との連携による
施策推進

施策の基本方針

経営の革新
創業の促進

経営基盤の
強化

変化への対
応の円滑化

支援体制の
整備

持続的かつ健
全な発展、
事業の承継

多様な主体
による連携

多様な人材が
活躍できる環
境の整備

地域経済の要である中小企業の持続的発展

3 中小企業振興にかかる会議等の設置

商工業をはじめとする中小企業の実情を知り、現場の声を吸い上げるとともに、多様化する社会ニーズに対応した施策を展開するためには、中小企業者及び関係者の意見を広く聴取した上で、施策に反映させることが必要です。

そのため、学識経験者、中小企業者、関係者等による「日立市中小企業振興会議」において、本市が実施する施策の提案と検証、推進方法等について議論することで、より効率的な施策の推進と実効性を確保します。

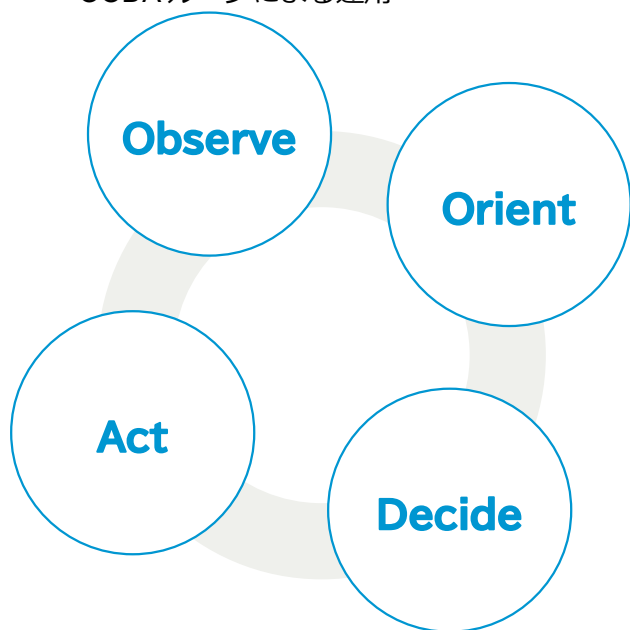
加えて、日立市中小企業振興基本条例制定に関する提言を行った「未来を牽引する中小企業応援会議」を活用し、時代のニーズに応じたタイムリーでダイレクトな意見を反映していくことで、より中小企業の実情に即した施策の機動的運用が図れるよう取り組んでいきます。

4 理念の実践に向けた運用と OODA ループの実施

日立市中小企業振興基本条例は、本市中小企業振興の指針となる理念条例として制定され、条例に基づく理念の実践と、商工業の支援施策を機動的かつ持続的に推進するためには、原動力と推進力を兼ね備えた運用体制の構築が必要です。

そこで、本市では、下図に示す OODA ループ（※）による運用の仕組みづくりを進めるとともに、中小企業振興を推進するために組織された『日立市中小企業振興会議』や『未来を牽引する中小企業応援会議』からの意見を吸い上げ、社会的経済的環境の変化にも対応しつつ機動的な運用を図ってまいります。

OODA ループによる運用



Observe（観察）

未来を牽引する中小企業応援会議等による中小企業からの現状把握、意見の収集

Orient（方向づけ）

中小企業振興会議等における学識経験者、産業支援機関等による施策・事業の評価検証

Decide（意思決定）

基本計画、商工振興計画、予算等による実施施策の決定

Act（行動）

施策の執行

（※）状況等に変化が無い時の改善活動に適している「PDCA サイクル（計画、実行、評価、改善）」と異なり、状況等の「観察」を起点にしつつ、適宜前のステップへループさせることで、臨機応変且つ迅速な意思決定に適した手法。

資料編

第3次日立市商工振興計画検討委員会 委員名簿

(敬称略)

区分	所属・職名	委員名	備考
学識経験者	明治大学 政治経済学部 教授	森下 正	委員長
商工団体	日立商工会議所 副会頭 有限会社カメブ呉服店 代表取締役	前島 康	商業 (常陸多賀)
	日立商工会議所 工業部会長 株式会社旭製作所 代表取締役会長	武士 洋一	工業
	日立商工会議所 商業部会長 有限会社やまがた屋 代表取締役	山縣 敏史	商業 (日立)
	日立商工会議所 女性会会長 社会保険労務士法人 葵経営	皆川 摩澄	雇用
	日立商工会議所 産業振興対策委員長 吉野電業 (株) 代表取締役会長	吉野 邦彦	工業
	日立市十王商工会 副会長 いばそう企画 (有) 代表取締役	林 三弘	商業 (十王)
事業者	相鐵 (株) 代表取締役社長	三村 泰洋	工業
	(株) 今橋製作所 代表取締役	今橋 正守	工業
	(有) 内山味噌店 代表取締役	内山 庄栄	商業 (大みか)
	(株) 若美屋 代表取締役	古河 普	商業 (日立、常陸多賀)
	(株) ARMK 専務取締役	荒蒔 義嗣	商業 (常陸多賀)
	ベストパートナー介護 (株) 代表取締役	山本 美穂	商業 (日立)
	(有) 小菌江商事 専務取締役	小菌江 政勝	商業 (日立)
	合同会社 Emmagination 代表社員	大川 貴世美	商業 (常陸多賀) 若者かがやき会議
産業支援機 関	(公財) 日立地区産業支援センター 常務理事 兼 センター長	菊野 洋二	
行政	経済産業省関東経済産業局地域経済部 地域経済課長	門田 靖	
	日立公共職業安定所 所長	生天目 智幸	
	日立市 産業経済部長	小山 修	

【事務局】日立市 産業経済部 商工振興課

第3次 日上市商工振興計画策定経過

年月日	内容等
令和5年2月 ～令和5年3月	中小企業振興に関する実態調査（アンケート）実施
令和5年7月13日	第1回 未来を牽引する中小企業応援会議 ・市内企業を取り巻く環境の変化 ・中小企業振興施策の検討に向けたアンケートの実施状況について ・産業経済部各課の令和5年度重点事業 ・令和5年度中小企業振興に係る施策の実施計画及び実施状況
令和5年7月28日	第1回 中小企業振興会議 ・市内企業を取り巻く環境の変化 ・中小企業振興施策の検討に向けたアンケートの実施状況について ・令和5年度第1回未来を牽引する中小企業応援会議での主なご意見 ・産業経済部各課の令和5年度重点事業 ・令和5年度中小企業振興に係る施策の実施計画及び実施状況
令和5年9月25日	第1回 商工振興計画検討委員会 ・本市中小企業を取り巻く現状の分析及び課題の抽出について ・新規施策展開に向けたキーワードの抽出について
令和5年10月23日	日立商工会議所 商業部会との意見交換
令和5年10月24日	日立商工会議所 工業部会との意見交換
令和5年11月15日	第2回 商工振興計画検討委員会 ・第2次商工振興計画の実績評価について ・第3次商工振興計画の方向性の検討について
令和5年12月22日	第3回 商工振興計画検討委員会 ・第3次商工振興計画の具体的施策の検討について
令和6年2月6日	第2回 未来を牽引する中小企業応援会議 ・令和5年度中小企業振興に係る施策の実施状況について ・第3次商工振興計画、第4次観光物産振興計画及び第3次水産振興計画の策定状況について ・令和6年度中小企業振興に係る施策の方向性について
令和6年2月14日	第4回 商工振興計画検討委員会 ・第3次商工振興計画の原案について

令和6年3月28日	第2回 中小企業振興会議 ・令和5年度中小企業振興に係る施策の実施状況について ・第3次商工振興計画、第4次観光物産振興計画及び第3次水産振興計画の策定状況について ・令和6年度中小企業振興に係る施策の方向性について
-----------	---

未来を牽引する中小企業応援会議委員 名簿

(敬称略)

区分	所属・職名	委員名	備考
学識経験者	(有) つくばインキュベーションラボ 取締役	上原 健一	座長
商工団体	日立商工会議所 商業部会長 (有) やまがた屋 代表取締役	山縣 敏史	商業
	日立商工会議所 産業振興対策委員長 吉野電業(株) 代表取締役	吉野 邦彦	工業
	日立商工会議所 事務局長	根本 伸一	
事業者	相鐵(株) 代表取締役	三村 泰洋	工業
	(株) 今橋製作所 代表取締役	今橋 正守	工業
	(有) 志お屋 代表取締役	井上 和裕	商業
	(株) 白土工務店 営業部 課長	櫻岡 佳太	建設業
	ベストパートナー介護(株) 代表取締役	山本 美穂	商業
	合同会社 Emmagination 代表社員	大川 貴世美	創業
	ひたち湯海の宿 はぎ屋 支配人	萩庭 徹	観光業
	(株) あかつ水産 代表取締役	赤津 康晴	水産業
(株) 檜村ふぁーむ 専務取締役	檜村 健生	農業	
産業支援機関	(公財) 日立地区産業支援センター 常務理事 兼 センター長	菊野 洋二	
日立市	産業経済部長	小山 修	

【事務局】 日立市 産業経済部 商工振興課

中小企業振興会議委員 名簿

(敬称略)

区 分	所属・職名	委 員 名	備 考
学識経験者	早稲田大学 名誉教授	鵜飼 信一	座長
	茨城大学 人文社会科学部 教授	今村 一真	副座長
経済団体	茨城県経営者協会 日立支部 支部長	家次 晃	
	日立商工会議所 副会頭	前島 康	
	日立商工会議所 工業部会長	武士 洋一	
	日立商工会議所 女性会会長	皆川 摩澄	
	日立商工会議所 専務理事	鈴木 昇	
	日立市十王商工会 副会長	林 三弘	
その他	日立青年会議所 理事長	宇佐美 大輔	
金融機関	日本政策金融公庫 日立支店長	飛知和 謙一	
産業支援機関	(公財) 日立地区産業支援センター 常務理事 兼 センター長	菊野 洋二	
行政機関	茨城県 政策企画部 県北振興局 次長	植田 朋弘	
	茨城県 産業戦略部 技術振興局 技術革新課長	宇都宮 隆広	
	日立市 産業経済部長	小山 修	

【事務局】 日立市 産業経済部 商工振興課

日立市中小企業振興基本条例逐条解説

(題名)

昭和 62 年に制定した日立市中小企業等振興条例は、国の政策方針や展開と合わせて、中小企業の高度化及び集団化の促進や、商店街の施設及び設備の近代化など、施策の柱となる事項を具体的に規定し、これに基づき中小企業の振興施策の展開を進めてきた。

しかし、国による中小企業の振興施策が、集团的・全体的な政策から、新たな分野に挑戦する中小企業者などに個別の支援を進める政策にシフトしてきていること、条例の施行から約 30 年が経過し、時代の変化や、技術革新の進展などに伴う中小企業の事業活動領域の拡大や支援メニューの多様化に関し、行政としてより迅速かつ機動的な対応が必要となっていることから、市として、中小企業の振興に関し、基本となる理念や方針を定める新たな条例の制定が必要となった。

中小企業を取り巻く社会的経済的環境が大きく変化する中、具体的かつ機動的な施策を速やかに展開できることを目指し、その施策の基本となる事項等を定めるため、題名を「日立市中小企業振興基本条例」とする。

(前文)

本市は、明治時代の銅山開発により、本格的な近代産業の幕が開き、これを契機に創業した企業の飛躍的な発展とともに、人口増加及び産業集積が促進され、国内有数のものづくりのまちとしての歴史を築き上げてきた。

この時の流れは、地域の様々な産業に息づく不断の「ものづくり精神」を今に伝えるとともに、国内外から多様な人材を呼び込む働くまちとして、独自の文化「ひたちらしさ」を育んできた。とりわけ、大煙突に象徴される煙害問題など、幾多の困難に立ち向かい、これらを克服してきた先人たちの英知と歩みは、時代の変化に対応した、市民と企業による協働の精神の礎であり、郷土に対する誇りや自信となって、今なお市民の心に生き続けている。

しかしながら、変化を遂げる時代の潮流は、本市においても人口減少や少子高齢化、国際化の進展などを背景とした急速な経済的社会的変化をもたらし、中小企業の経営に大きな影響を及ぼしている。

このような中、本市が持続的に発展していくためには、これまで地域経済を支えてきた中小企業の新たな挑戦を、市民、企業及び行政が一体となり応援及び支援するとともに、共生及び協働を図りながら、中小企業の振興に総合的に取り組まなければならない。

また、全ての産業分野における中小企業の挑戦は、一人一人が輝く社会の実現に貢献するとともに、より多くの市民が本市の住みやすさを実感し、住みたいまち、住み続けたいまちとして選ばれる、新時代の産業都市日立市へと進化するための希望となる。

ここに、一世紀を越えて培ってきた知恵と技術を次代につなげつつ、商業、工業、観光業、農業、林業、水産業など様々な産業間の連携を促進し、豊かな地域資源を活用した新たな産業を創出するとともに、次代が求める革新的な技術やサービスを生み出すことにより、地域経済の要である本市の中小企業の持続的かつ健全な発展を促進するため、この条例を制定する。

【趣旨】

- 1 前文は、本条例を制定する背景や趣旨等を述べた文章である。
- 2 前文は、具体的な規範を定めたものではないため、直接的な効力を生ずるものではないが、条例

の一部を構成するものであり、各条項の解釈の基準を示すものである。

- 3 前文は、本市の特長や産業発展の歴史的な経緯、市民と企業が協働して幾多の困難に立ち向かい築き上げた市民プライドなど、国内有数の産業都市として発展してきた本市固有の要因を明らかにするとともに、中小企業が地域社会の主役であり、地域経済を支える役割を持つという重要性を、市民、企業及び行政が自覚し、それらが一体となり、全市を挙げて新たな支援体制を構築していくことで、未来を切り拓(ひら)く中小企業の新たな挑戦を応援し、その持続的かつ健全な発展に向けた取組を、将来にわたり支援していく決意を表明したものである。

【解釈】

- 1 本市は、西に日本列島の起源となり太古から連なる多賀山地を抱き、東に太平洋を臨み、にぎわいと海の幸をもたらす恵まれた自然環境と、温暖な気候を背景に、いにしえから受け継がれてきた、豊かな農水産物や多種多様で特色ある地域資源を作り出していく「ものづくり精神」が、市民の精神性の中に連綿と息づいている。
- 2 明治時代の後半になり、全国各地においては官主導による鉱山開発が進められたのに対し、民間資本の主導による稀有な事例として、日立銅山の開発が進められてきた。
その後、開発に伴い煙害問題が発生すると、先人たちは、甚大な環境被害に立ち向かい、市民と企業による対話と協働により、当時世界一の高さを誇る大煙突を建設し、これを克服するなど、歴史に残る一大偉業を成し遂げてきた。
市民の心の中に息づく郷土に対する誇りや自信は、こうした取組により培われ、独自の市民プライドを醸成してきた。
- 3 一方で、日立銅山で働く労働者の間では「一山一家」の共同体が出現し、独自のコミュニティが形成されるとともに、国産としては初めての5馬力誘導電動機(モーター)を開発した日立製作所が誕生した。
日立製作所は国内の電力需要増大の波に乗り、発電設備の供給を通じた飛躍的な成長と発展を遂げることで、周辺にはその成長を支える多くのものづくり中小企業が立地し、本市には製造業を基幹産業とする産業基盤が形成されていった。
- 4 なお、「ものづくり精神」とは、工業分野に限らず、商業、観光業、農業、林業及び水産業といった、様々な産業分野において、一世紀を越える都市形成の過程で脈々と受け継がれ、コトを生み出す精神性を象徴的に表現しているものである。
- 5 新たな都市基盤の集積が進む中、本市には、国内外や周辺地域から、ものづくりの伝統を担う多くの技術者を始めとした多様な人材と、それに伴い様々な地域の異なる文化が流入し、都市人口が急速に増加した。
また、高度経済成長期には働くまちとして進化し、多文化の融合と共生によって、市民による新たな地域コミュニティが形成される一方、中心市街地には商店街やサービス施設等が集積され、県北地域の中核都市として目覚ましい発展を遂げることになる。
- 6 なお、「ひたちらしさ」とは、前述までの都市形成の変遷過程において、日立市民が培ってきた「ものづくり精神」、困難な課題に対しても諦めることなく立ち向かう姿勢によって醸成された市民プライド、更には多様な文化を受け入れ、協働の在り方を深化させ、今日の地域コミュニティ活動へと昇華してきた精神性など、日立市民の持つ固有の精神性や、本市の歴史的風土を背景として築き上げられてきた独自の精神文化を表現するものである。
- 7 本市の中小企業を取り巻く経済社会情勢をみると、プラザ合意(1985年(昭和60年))後の急激

な円高による不況、バブル景気の崩壊（1991年(平成3年)）、リーマンショック（2008年(平成20年)）及び東日本大震災（2011年(平成23年)）による影響など、社会情勢の変化により、都度それらへの対応を迫られる中小企業にとっては、厳しい経営環境が続いている。

さらに、大企業との取引関係の変化、国際化の進展による他地域又は海外との競争の激化や、IoTや人工知能などの先端技術の活用による急速な産業構造の変革に加えて、人口減少や少子高齢化が急速に進行し、人手不足や後継者不足などの課題を抱えている。

このような中、地域社会の活性化と市民生活の安定及び向上を図るためには、地域経済において重要な役割を担う中小企業の発展が必要不可欠である。

しかしながら、小規模企業を含む多くの中小企業は、経営規模が小さく、経営基盤が脆弱であるため、時代の変化への対応力を強化し、持続的な成長に向けた取組を加速化していく必要がある。

8 そのため、中小企業の経営基盤の強化を支援し、地域経済の発展を牽引する中小企業を支援するとともに、国が定める「中小企業基本法」、「中小企業憲章」及び「小規模企業振興基本法」の趣旨を踏まえ、より実効性のある施策を推進するためには、市民、企業及び本市を含む行政機関等が業種業態や地域の垣根を越えて連携し、総合的に中小企業の振興に取り組んでいく必要がある。

9 本市における人口減少による需要の収縮や雇用問題等の構造的課題に対応し、本市が将来的に新時代の産業都市として進化していくためには、多様な人材（女性、青年、中高年、高齢者、障害者、外国人等）の就業、定着を促進し、市民一人一人が生きがいをもって輝くことのできる社会を実現することで、より多くの市民が本市の「住みやすさ」を実感し、住みたい、住み続けたいまちに選ばれ、魅力あふれる産業都市として支持され続ける必要がある。

10 さらに、産業の分野の垣根を越えた異業種連携や、6次産業化・農商工連携事業及び産学官連携の推進などにより、それぞれが有する技術、サービス、ノウハウなどの融合が促進され、豊かな地域資源を活用した新産業、多様な産業を創出されるとともに、中小企業者が個々の持つ技術や開発力の優位性を生かしながら、中小企業の新たな挑戦による次代が求める革新的な技術やサービスを生み出す取組を推進し、新時代の産業都市に相応しい産業基盤の構築と中小企業を取り巻く地域経済の活性化など、産業全体の持続的発展を目指すものである。

11 本条例は、商工団体及び各産業界を牽引している中小企業者とともに、今後向かうべき中小企業振興施策の方向性や体制づくり等の課題について、総合的に検討を行うために設置した「未来を牽引する中小企業応援会議」（以下「応援会議」という。）からの提言を受けて制定するものである。

本条例で掲げる基本理念や基本方針は、応援会議において十分議論を重ね、検討を加えたものであり、本市が長い間育んできた協働の精神を体現したものである。

（目的）

第1条 この条例は、本市における中小企業の果たす役割の重要性に鑑み、中小企業の振興に関し、基本理念を定め、及び市の責務、中小企業者が努めるべき事項等を明らかにするとともに、市の施策の基本となる事項を定めることにより、中小企業の振興を総合的に推進し、もって地域社会の活性化並びに市民生活の安定及び向上に寄与することを目的とする。

【趣旨】

この条は、条例の目的を明らかにしたものであって、条例の解釈指針となるものである。したがって、各条項の解釈及び運用は、常に本条に照らして行わなければならない。

【解釈】

- 1 この条は、中小企業の振興に関する基本的な方向性や姿勢を示すものである。
- 2 中小企業基本法及び小規模企業振興基本法において、地方公共団体は「国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の自然的、経済的及び社会的諸条件に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。」とされている。

また、平成 22 年 6 月 18 日に閣議決定された中小企業憲章においても「中小企業は、経済を牽引する力であり、社会の主役である。」とされており、地域社会の活性化を図るためには、中小企業の振興が必要不可欠なものである。

- 3 「中小企業の果たす役割」とは、中小企業が雇用の確保、人材の育成、従業員の労働環境の向上などの事業活動を通じて市民の生活を支えていること、中小企業の活発な経済活動がまちのにぎわいや地域社会の活性化など市民生活に潤いをもたらすことなどをいう。
- 4 本市では、昭和 62 年に日立市中小企業等振興条例を制定し、中小企業の振興に関する施策を進めてきたものの、中小企業の事業環境の変化などにより、中小企業の振興に必要な施策も時代に応じて変化してきている。

これらの変化に対応し、地域社会の活性化並びに市民生活の安定及び向上を図っていくため、本市の特性を踏まえた上で、本市の責務、中小企業者が努めるべき事項等を明らかにし、中小企業の振興に関する市の基本理念及び施策の基本となる事項を定めることとするものである。

【参考】

中小企業基本法

(地方公共団体の責務)

第六条 地方公共団体は、基本理念にのっとり、中小企業に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の自然的経済的社会的諸条件に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。

小規模企業振興基本法

(地方公共団体の責務)

第七条 地方公共団体は、基本原則にのっとり、小規模企業の振興に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の自然的経済的社会的諸条件に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。

- 2 地方公共団体は、小規模企業が地域経済の活性化並びに地域住民の生活の向上及び交流の促進に資する事業活動を通じ自立的で個性豊かな地域社会の形成に貢献していることについて、地域住民の理解を深めるよう努めなければならない。

中小企業憲章

(前文)

中小企業は、経済を牽引する力であり、社会の主役である。常に時代の先駆けとして積極果敢に挑戦を続け、多くの難局に遭っても、これを乗り越えてきた。戦後復興期には、生活必需品への旺盛な内需を捉えるとともに、輸出で新市場を開拓した。オイルショック時には、省エネを進め、国全体の石油依存度低下にも寄与した。急激な円高に翻弄されても、産地で連携して新分野に挑み、バブル崩壊後もインターネットの活用などで活路を見出した。

我が国は、現在、世界的な不況、環境・エネルギー制約、少子高齢化などによる停滞に直面

している。中小企業がその力と才能を発揮することが、疲弊する地方経済を活気づけ、同時にアジアなどの新興国の成長をも取り込み日本の新しい未来を切り拓く上で不可欠である。

政府が中核となり、国の総力を挙げて、中小企業の持つ個性や可能性を存分に伸ばし、自立する中小企業を励まし、困っている中小企業を支え、そして、どんな問題も中小企業の立場で考えていく。これにより、中小企業が光り輝き、もって、安定的で活力ある経済と豊かな国民生活が実現されるよう、ここに中小企業憲章を定める。

(定義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- (1) 中小企業者 中小企業基本法（昭和38年法律第154号）第2条第1項の中小企業者及び同条第5項の小規模企業者並びに中小企業団体の組織に関する法律（昭和32年法律第185号）第3条第1項の中小企業団体並びに商店街振興組合法（昭和37年法律第141号）第2条第1項の商店街振興組合及び商店街振興組合連合会その他これらに類する団体であって、市内に事務所又は事業所を有するものをいう。
- (2) 大企業者 中小企業者以外の事業者であって、市内に事務所又は事業所を有するものをいう。
- (3) 関係団体 商工会議所等の経済団体、銀行等の金融機関、大学等の教育機関その他中小企業の振興に関係する団体をいう。

【趣旨】

この条は、条例における中心的な用語である、中小企業者、大企業者及び関係団体について定義をしたものである。

【解釈】

- 1 「中小企業者」とは、中小企業基本法に規定される個別具体の事業者及び中小企業者を構成員とする団体であって、市内に事務所又は事業所を有するものをいう。
- 2 「その他これらに類する団体」とは、中小企業者を構成員とする団体で、事業の共同経営及び構成員の事業の統合等を事業として実施する団体をいい、農業協同組合、森林組合、漁業協同組合及び水産加工組合等を含む。

なお、「中小企業」とは中小企業者を、「小規模企業」とは小規模企業者を、それぞれ包括的、総称的に指す場合に用いる。

- 2 「経済団体」とは、商工会議所及び商工会をいう。
- 3 「金融機関」とは、銀行、信用金庫、信用組合、政府系金融機関、信用保証協会等をいう。
- 4 「教育機関等」とは、大学、高等専門学校、専修学校、高等学校、職業訓練校、職業能力開発校等及び国立研究開発法人、公設試験研究機関等の研究機関をいう。
- 5 「その他中小企業の振興に関係する団体」とは、産業支援機関、認定経営革新等支援機関、認定情報処理支援機関等中小企業の振興に関係する団体及び中小企業の従業員等の労働環境の改善又は経済的地位の向上に関係する団体をいう。

【運用】

- 1 条例は、日立市の区域において適用されるものであるから、市内に事務所又は事業所を有するものを対象とする。

- 2 しかしながら、企業の誘致など、政策の目的又は手段等によっては、本条で定める中小企業者の定義と本条例に基づいて実施する個別の事業及び支援制度で定める中小企業者の定義は必ずしも一致しない場合が想定される。この場合においては、第1条の目的、第3条の基本理念及び第9条の施策の基本方針並びに本条例に基づく計画等を総合的に勘案して、個別に判断するものとする。

【参考】

中小企業基本法

(中小企業者の範囲及び用語の定義)

第二条 この法律に基づいて講ずる国の施策の対象とする中小企業者は、おおむね次の各号に掲げるものとし、その範囲は、これらの施策が次条の基本理念の実現を図るため効率的に実施されるように施策ごとに定めるものとする。

- 一 資本金の額又は出資の総額が三億円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が三百人以下の会社及び個人であつて、製造業、建設業、運輸業その他の業種（次号から第四号までに掲げる業種を除く。）に属する事業を主たる事業として営むもの
- 二 資本金の額又は出資の総額が一億円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が百人以下の会社及び個人であつて、卸売業に属する事業を主たる事業として営むもの
- 三 資本金の額又は出資の総額が五千万円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が百人以下の会社及び個人であつて、サービス業に属する事業を主たる事業として営むもの
- 四 資本金の額又は出資の総額が五千万円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が五十人以下の会社及び個人であつて、小売業に属する事業を主たる事業として営むもの
- 五 この法律において「小規模企業者」とは、おおむね常時使用する従業員の数が二十人（商業又はサービス業に属する事業を主たる事業として営む者については、五人）以下の事業者をいう。

中小企業団体の組織に関する法律

(中小企業団体等の種類)

第三条 この法律による中小企業団体は、次に掲げるものとする。

- 一 事業協同組合
- 二 事業協同小組合
- 三 削除
- 四 信用協同組合
- 五 協同組合連合会
- 六 企業組合
- 七 協業組合
- 八 商工組合
- 九 商工組合連合会

中小企業団体の組織に関する法律

(中小企業団体等の種類)

第三条 この法律による中小企業団体は、次に掲げるものとする。

- 一 事業協同組合
- 二 事業協同小組合

- 三 削除
- 四 信用協同組合
- 五 協同組合連合会
- 六 企業組合
- 七 協業組合
- 八 商工組合
- 九 商工組合連合会

商店街振興組合法

第二章 商店街振興組合及び商店街振興組合連合会

第一節 通則

(人格及び住所)

第二条 商店街振興組合及び商店街振興組合連合会（以下「組合」と総称する。）は、法人とする。

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律

(生活衛生同業組合)

第三条 営業者は、自主的に、衛生措置の基準を遵守し、及び衛生施設の改善向上を図るため、政令で定める業種ごとに、生活衛生同業組合(以下「組合」という。)を組織することができる。

商店街振興組合法

第二章 商店街振興組合及び商店街振興組合連合会

第一節 通則

(人格及び住所)

第二条 商店街振興組合及び商店街振興組合連合会（以下「組合」と総称する。）は、法人とする。

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律

(生活衛生同業組合)

第三条 営業者は、自主的に、衛生措置の基準を遵守し、及び衛生施設の改善向上を図るため、政令で定める業種ごとに、生活衛生同業組合(以下「組合」という。)を組織することができる。

商工会議所法

(法律の目的)

第一条 この法律は、国民経済の健全な発展を図り、兼ねて国際経済の進展に寄与するため、商工会議所及び日本商工会議所の組織及び運営について定めることを目的とする。

(人格及び住所)

第二条 商工会議所又は日本商工会議所(以下この章及び第五章において「商工会議所等」という。)は、法人とする。

商工会法

(法律の目的)

第一条 この法律は、主として町村における商工業の総合的な改善発達を図る等のための組織として商工会及び商工会連合会を設け、もつて国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。

(目的)

第三条 商工会は、その地区内における商工業の総合的な改善発達を図り、あわせて社会一般の福祉の増進に資することを目的とする。

中小企業経営力強化支援法

(認定経営革新等支援機関)

第二十一条 主務大臣は、主務省令で定めるところにより、次項に規定する業務（以下「経営革新等支援業務」という。）を行う者であつて、基本方針に適合すると認められるものを、その申請により、経営革新等支援業務を行う者として認定することができる。

2 前項の認定を受けた者（以下「認定経営革新等支援機関」という。）は、次に掲げる業務を行うものとする。

一 経営革新若しくは異分野連携新事業分野開拓を行おうとする中小企業又は経営力向上を行おうとする中小企業等の経営資源の内容、財務内容その他経営の状況の分析

二 経営革新のための事業若しくは異分野連携新事業分野開拓に係る事業又は経営力向上に係る事業の計画の策定に係る指導及び助言並びに当該計画に従って行われる事業の実施に関し必要な指導及び助言

(認定情報処理支援機関)

第三十八条 経済産業大臣は、経済産業省令で定めるところにより、ソフトウェア業又は情報処理サービス業に属する事業を行う者であつて、情報処理（情報処理促進法第二条第一項に規定する情報処理をいう。以下同じ。）に関する高度な知識及び経験を有するもののうち、次項に規定する業務（以下「情報処理支援業務」という。）を行うものであつて、基本方針に適合すると認められるものを、その申請により、情報処理支援業務を行う者として認定することができる。

2 前項の認定を受けた者（以下「認定情報処理支援機関」という。）は、経営能率の相当程度の向上を行おうとする中小企業者等に対する情報処理を行う方法（サイバーセキュリティ（サイバーセキュリティ基本法（平成二十六年法律第百四号）第二条に規定するサイバーセキュリティをいう。第四十条において同じ。）の確保を含む。）に係る指導、助言、情報の提供その他の情報処理に関する支援を行うものとする。

(基本理念)

第3条 中小企業の振興は、次に掲げる基本理念に従って推進されなければならない。

- (1) 中小企業者の創意工夫及び自主的な努力の下、新たな未来を開拓する挑戦を促すこと。
- (2) 本市が培ってきた「ものづくり精神」、「ひたちらしさ」などの地域特性を十分にいかすとともに、豊かな自然環境や歴史、文化など郷土に対する誇りや自信が醸成されること。
- (3) 中小企業が地域社会の活性化並びに市民生活の安定及び向上に重要な役割を果たすという認識の下、本市の周辺地域との共生を図りながら、市、中小企業者、大企業者、関係団体及び市民の相互の連携及び協働が推進されること。
- (4) 女性や青年を始めとする多様な人材が活躍できる社会の実現に寄与すること。

【趣旨】

この条は、中小企業の振興の推進に当たって、市、中小企業者、大企業者、関係団体、市民等全ての主体が認識すべき基本的な理念について規定するものである。

【解釈】

- 1 本条例における基本理念は、中小企業基本法、小規模企業者振興基本法及び中小企業憲章の趣旨並びに応援会議における中小企業者からの提言等を踏まえたものとしている。
- 2 中小企業の振興は、行政が主導して実施するのではなく、中小企業者自らによる創意工夫と自主的な努力の下に推進されるという、中小企業基本法の規定を基本としている。
- 3 中小企業の振興は、前文で述べている「ものづくり精神」や「ひたちらしさ」といった本市独自の地域特性を十分にいかすとともに、企業と市民が協働して築き、守ってきた豊かな自然環境や歴史、文化など郷土に対する思いが育まれ、中小企業者が本市に対する誇りや自信を持てるように推進しなければならないこととする。
- 4 中小企業の振興は、市や中小企業者のみが努力するのではなく、大企業者、関係団体及び市民の多様な主体が、中小企業の果たしている役割の重要性を理解し、本市の周辺地域との共生を図りながら、それぞれの主体が相互に連携するとともに、協働して推進しなければならないこととする。

なお、本市の周辺地域とは、公益財団法人日立地区産業支援センター定款に定める茨城県県北の臨海地域や、地域未来投資促進法に基づく茨城県の基本計画の区域とされている茨城県北9市町村（日立市、高萩市、北茨城市、常陸太田市、ひたちなか市、那珂市、常陸大宮市、大子町及び東海村）などの地域を指すものとする。

- 5 人口減少等の影響による人手不足が社会問題になっており、中小企業においても生産年齢人口の急激な減少の影響を大きく受けている。

中小企業振興の推進に当たっては、女性、青年、高齢者、外国人、障害者等多様な人材が活躍できる環境を整備することで、様々な人が、「働きやすい」、「住みやすい」ことを感じることでできる社会の実現に寄与することに配慮する。

【参考】

中小企業基本法

(基本理念)

第三条 中小企業については、多様な事業の分野において特色ある事業活動を行い、多様な就業の機会を提供し、個人がその能力を發揮しつつ事業を行う機会を提供することにより我が国の経済の基盤を形成しているものであり、特に、多数の中小企業者が創意工夫を生かして経営の向上を図るための事業活動を行うことを通じて、新たな産業を創出し、就業の機会を増大させ、市場における競争を促進し、地域における経済の活性化を促進する等我が国経済の活力の維持及び強化に果たすべき重要な使命を有するものであることにかんがみ、独立した中小企業者の自主的な努力が助長されることを旨とし、その経営の革新及び創業が促進され、その経営基盤が強化され、並びに経済的社会的環境の変化への適応が円滑化されることにより、その多様で活力ある成長発展が図られなければならない。

- 2 中小企業の多様で活力ある成長発展に当たっては、小規模企業が、地域の特色を生かした事業活動を行い、就業の機会を提供するなどして地域における経済の安定並びに地域住民の生活の向上及び交流の促進に寄与するとともに、創造的な事業活動を行い、新たな産

業を創出するなどして将来における我が国の経済及び社会の発展に寄与するという重要な意義を有するものであることに鑑み、独立した小規模企業者の自主的な努力が助長されることを旨としてこれらの事業活動に資する事業環境が整備されることにより、小規模企業の活力が最大限に発揮されなければならない。

小規模企業振興基本法

(基本原則)

第三条 小規模企業の振興は、人口構造の変化、国際化及び情報化の進展等の経済社会情勢の変化に伴い、国内の需要が多様化し、若しくは減少し、雇用や就業の形態が多様化し、又は地域の産業構造が変化する中で、顧客との信頼関係に基づく国内外の需要の開拓、創業等を通じた個人の能力の発揮又は自立的で個性豊かな地域社会の形成において小規模企業の活力が最大限に発揮されることの必要性が増大していることに鑑み、個人事業者をはじめ自己の知識及び技能を活用して多様な事業を創出する小企業者が多数を占める我が国の小規模企業について、多様な主体との連携及び協働を推進することによりその事業の持続的な発展が図られることを旨として、行われなければならない。

第四条 小規模企業の振興に当たっては、小企業者がその経営資源を有効に活用し、その活力の向上が図られ、その円滑かつ着実な事業の運営が確保されるよう考慮されなければならない。

中小企業憲章

1. 基本理念

中小企業は、経済や暮らしを支え、牽引する。創意工夫を凝らし、技術を磨き、雇用の大部分を支え、暮らしに潤いを与える。意思決定の素早さや行動力、個性豊かな得意分野や多種多様な可能性を持つ。経営者は、企業家精神に溢れ、自らの才覚で事業を営みながら、家族のみならず従業員を守る責任を果たす。中小企業は、経営者と従業員が一体感を発揮し、一人ひとりの努力が目に見える形で成果に結びつき易い場である。

中小企業は、社会の主役として地域社会と住民生活に貢献し、伝統技能や文化の継承に重要な機能を果たす。小規模企業の多くは家族経営形態を採り、地域社会の安定をもたらす。

このように中小企業は、国家の財産ともいふべき存在である。一方で、中小企業の多くは、資金や人材などに制約があるため、外からの変化に弱く、不公平な取引を強いられるなど数多くの困難に晒されてきた。この中で、大企業に重きを置く風潮や価値観が形成されてきた。

しかし、金融分野に端を発する国際的な市場経済の混乱は、却って大企業の弱さを露わにし、世界的にもこれまで以上に中小企業への期待が高まっている。国内では、少子高齢化、経済社会の停滞などにより、将来への不安が増している。不安解消の鍵となる医療、福祉、情報通信技術、地球温暖化問題を始めとする環境・エネルギーなどは、市場の成長が期待できる分野でもある。中小企業の力がこれらの分野で発揮され、豊かな経済、安心できる社会、そして人々の活力をもたらす、日本が世界に先駆けて未来を切り拓くモデルを示す。

難局の克服への展開が求められるこのような時代にこそ、これまで以上に意欲を持って努力と創意工夫を重ねることに高い価値を置かなければならない。中小企業は、その大い

なる担い手である。

2. 基本原則

中小企業政策に取り組むに当たっては、基本理念を踏まえ、以下の原則に依る。

一. 経済活力の源泉である中小企業が、その力を思う存分に発揮できるよう支援する。

資金、人材、海外展開力などの経営資源の確保を支援し、中小企業の持てる力の発揮を促す。その際、経営資源の確保が特に困難であることの多い小規模企業に配慮する。中小企業組合、業種間連携などの取組を支援し、力の発揮を増幅する。

二. 起業を増やす。

起業は、人々が潜在力と意欲を、組織の枠にとらわれず発揮することを可能にし、雇用を増やす。起業促進策を抜本的に充実し、日本経済を一段と活性化する。

三. 創意工夫で、新しい市場を切り拓く中小企業の挑戦を促す。

中小企業の持つ多様な力を発揮し、創意工夫で経営革新を行うなど多くの分野で自由に挑戦できるよう、制約の少ない市場を整える。また、中小企業の海外への事業展開を促し、支える政策を充実する。

四. 公正な市場環境を整える。

力の大きい企業との間で実質的に対等な取引や競争ができず、中小企業の自立性が損なわれることのないよう、市場を公正に保つ努力を不断に払う。

五. セーフティネットを整備し、中小企業の安心を確保する。

中小企業は、経済や社会の変化の影響を受け易いので、金融や共済制度などの面で、セーフティネットを整える。また、再生の途をより利用し易いものとし、再挑戦を容易にする。

(市の責務)

第4条 市は、前条に定める基本理念にのっとり、本市の実情に応じた中小企業の振興に関する施策を総合的かつ計画的に策定し、及び実施しなければならない。

2 市は、前項の施策を実施するに当たっては、国、茨城県、中小企業者、大企業者、関係団体及び市民と連携し、及び協力して効果的に実施するよう努めるものとする。

【趣旨】

この条は、本条例の目的を達成するために、市が果たすべき責務を定めたものである。

【解釈】

- 1 市は、基本理念にのっとり、情報の提供や収集を通じて中小企業を取り巻く経済的社会的環境の変化を的確に捉え、本市の実情に応じた中小企業の振興に関する施策を総合的、計画的に企画立案し、効果的に実施しなければならない。
- 2 市は、中小企業の振興に関する施策を実施するに当たっては、本条例に役割を掲げる主体はもとより、国や茨城県と連携及び協力に努めることとする。
- 3 市の「責務」とすることで、中小企業者等の「努力」や関係する他の主体の役割等と比較し、強い位置付けとする。

地方公共団体である日立市が団体として責務を負うこととすることとし、中小企業の振興に関して日立市全体で取り組むため、「市長」ではなく「市」の責務としている。

【運用】

- 1 中小企業の振興に関する施策の推進を図るためには、本市の実情に応じた施策を策定し、実施しなければならない。また、施策の実施に当たっては、市と中小企業者、大企業者、関係団体及び市民が相互に連携することに加えて、国及び茨城県とも連携して施策を策定し、実施することが中小企業振興に関する施策の推進につながるものである。
- 2 市は、中小企業の振興に関する施策の実施に当たっては、国及び県の動向を注視しながら、中小企業、大企業、関係団体及び市民と連携し、時期を的確に捉えた、社会経済状況の変化に柔軟に対応することができる体制を整備するものとする。
- 3 中小企業の振興に関する施策は、市の各種計画（商工振興計画、観光振興計画、水産振興計画等）に掲げ、その実効性の確保に努めるとともに、緊急的又は臨時的な措置が必要となった場合は、個別に対応を図っていくこととする。
- 4 なお、計画の策定に当たっては、中小企業基本法及び小規模企業振興基本法の規定による地方公共団体の責務に基づく計画とするほか、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（平成19年法律第40号）に基づく茨城県北地域9市町村の基本計画、茨城県産業活性化条例（平成16年茨城県条例第17号）に基づく県の「産業活性化に関する指針」等との整合性を図るものとする。

（中小企業者の責務及び役割）

第5条 中小企業者は、経営基盤の強化、雇用機会の確保、人材の育成、労働環境の向上等を図るとともに、中小企業の振興に関する施策及び関係団体が行う事業を積極的に活用し、自らの経営の持続的かつ健全な発展に努めるものとする。

2 中小企業者は、地域社会の一員として、豊かで住みよいまちの実現に配慮するとともに、社会的責任を自覚し、地域社会に貢献するよう努めるものとする。

【趣旨】

この条は、本条例の目的を達成するためには中小企業者の自主的な取組が不可欠であるから、中小企業者が果たすべき責務及び役割を定めたものである。

【解釈】

- 1 「経営基盤」とは、中小企業者内における経営環境、組織内体制、経営資源（人材、物資、資金及び情報）などをいう。
- 2 「労働環境」とは、職場の物理的な作業の環境、職場における人間関係など、従業員が労働する周囲の環境をいう。
- 3 「社会的責任」とは、コンプライアンス（法令順守）、消費者保護、環境保護、人権擁護等、中小企業者が社会において果たすべき責任のことをいう。
- 4 中小企業者は、雇用機会の確保、人材の育成、労働環境の向上等を通じて、市民でもある従業員の生活の安定を図る責務を有する。また、自らが持続的で健全に発展することで、地域社会の活性化に寄与するよう努めるものとする。
そのために、本市の施策及び関係団体が実施する事業を積極的に活用するものとする。
- 5 中小企業者は、地域社会の一員でもあり、社会的責任を自覚することが求められる。
市民とともに豊かで住みよいまちを実現するため、事業活動による地域経済の活性化や雇用の確保を始め、消費者保護、環境保護などを通じ、地域社会への貢献に努めるものとする。

【運用】

- 1 中小企業の振興に関する施策を推進し、地域社会の活性化を図るためには、中小企業者は、地域

社会の一員であることを自覚した上で、自らの取組を進めることが必要である。

- 2 中小企業の振興に関する施策及び関係団体が行う事業の積極的な活用を図りながら、中小企業者が自らの経営基盤を強化し、持続的かつ健全に発展することで、地域経済が活性化するとともに、雇用機会が確保されることになり、まちのにぎわいや地域社会の活性化につながる。

(大企業者の役割)

第6条 大企業者は、その事業活動が地域社会に及ぼす影響を常に意識し、事業活動を行うに当たっては、中小企業者との連携に努めるとともに、中小企業の振興に関する施策の推進及び中小企業の持続的かつ健全な発展に協力するよう努めるものとする。

- 2 大企業者は、地域社会の一員として、中小企業者との共存共栄の下、社会的責任を自覚し、地域社会に貢献するよう努めるものとする。

【趣旨】

この条は、本条例の目的を達成するために、大企業者が果たすべき役割を定めたものである。

【解釈】

- 1 大企業者は、中小企業者と比較し企業数は少ないものの、多くの労働者を雇用し、大企業からの受注により仕事を確保している中小企業者等があるなど、その事業活動は、地域社会や中小企業に対し大きな影響力を有していることから、中小企業の振興に関し、一定の役割を求めることとする。
- 2 大企業者は、地域社会において中小企業の果たす役割を理解した上で、事業活動を行うに当たり、中小企業との連携に努めるとともに、中小企業の振興に関する施策の推進を通じて、中小企業の持続的かつ健全な発展に協力するものとする。

【運用】

- 1 この条の規定は、大企業の事業活動の自由を強制的に制限するものではない。しかし、中小企業の振興に関する施策を推進し、地域経済の安定及び向上を図るためには、大企業者と中小企業者との共存共栄の下、市、中小企業者、大企業者が連携協力することが必要となる。
- 2 大企業者は、自らも地域社会を構成する一員としての社会的責任を自覚した上で、中小企業者の商品やサービスを利用することなどで地域経済の安定及び向上に資するよう配慮するなど、中小企業者との連携に努めるとともに、市が実施する中小企業の振興に関する施策の推進に協力しながら、その事業活動を行うよう努めることとする。

(関係団体の役割)

第7条 関係団体は、中小企業者の経営の改善及び向上のための支援に積極的に取り組むとともに、中小企業の振興に関する施策の推進及び中小企業の持続的かつ健全な発展に協力するよう努めるものとする。

【趣旨】

この条は、本条例の目的を達成するために、関係団体が果たすべき役割を定めたものである。

【解釈】

- 1 中小企業の振興を図るためには、中小企業者の振興に関係する、経済団体、金融機関、教育機関等との連携及びそれぞれの役割に応じたきめ細やかな支援が必要不可欠である。関係団体は、市と連携して施策の推進や中小企業者の経営の改善及び向上のための支援に積極的に取り組むものとする。
- 2 「中小企業者の経営の改善及び向上のための支援」とは、中小企業の振興のために経済団体が行

う相談、融資あっせんなどの事業や、金融機関が事業として行う融資、教育機関が中小企業と共同して行う研究開発等の取組等をいう。

【運用】

- 1 市が実施する中小企業振興施策は、地域活性化及び雇用の確保に関して最大限の効果が得られなければならない。そのためには、市は、「産学官連携」など、関係団体と常に緊密な連携を図りながら、相互に協力して、中小企業の振興に関する施策に取り組むことが重要である。
- 2 商工会議所等の経済団体は、中小企業の振興のために団体が行う相談、融資あっせんなどの事業を通じ、中小企業の振興に関する施策の推進等に協力するよう努めるものとする。
- 3 銀行等の金融機関は、事業資金の融資などの業務を通じ、中小企業の振興に関する施策の推進等に協力するよう努めるものとする。
- 4 大学等の教育機関及び研究機関は、中小企業における新技術の研究開発への協力などの取組を通じ、中小企業の振興に関する施策の推進等に協力するよう努めるものとする。

(市民の理解及び協力)

第8条 市民は、中小企業の振興が地域社会の活性化並びに市民生活の安定及び向上に寄与することを理解し、中小企業の持続的かつ健全な発展に協力するよう努めるものとする。

【趣旨】

この条は、本条例の目的を達成するために、市民の理解及び協力を定めたものである。

【解釈】

- 1 市民は、中小企業の振興が、雇用の創出、人材育成、労働環境の向上など、市民生活の安定及び向上並びに地域社会の活性化に寄与し、地域経済の好循環を生み出すことについて十分に理解し、中小企業の振興に関する施策の実施に協力するものとする。
- 2 「市民」とは、市内に居住する者、市内に通勤又は通学する者とする。

【運用】

- 1 中小企業の振興に関する施策の推進を図るためには、市と市民が連携して施策を推進することが必要となる。
- 2 市民は、中小企業の振興が地域社会を活性化させ、市民生活の安定と向上に寄与することを理解した上で、市と市民がお互いに協力し助け合い、中小企業の振興を推進するよう努めるものとする。具体的には、中小企業の従業員の努力を始め、市民が地産地消の実践などを通じ市内の中小企業者を応援することで、地域の活性化につなげていくものとする。
- 3 なお、市は、小規模企業振興基本法第7条第2項の規定により、中小企業の振興が地域社会を活性化させ、市民生活の安定と向上に寄与することについて、市民の理解を深めるよう努めなければならない。

(施策の基本方針)

第9条 市は、中小企業の振興に関する施策を策定し、及び実施するに当たっては、次に掲げる事項を基本として、これを総合的かつ計画的に行わなければならない。

- (1) 中小企業者の経営の革新及び創業の促進を図ること。
- (2) 中小企業者の経営基盤の強化を図ること。
- (3) 中小企業者の経済的社会的環境の変化への対応の円滑化を図ること。

- (4) 中小企業者を支援するための体制の整備を図ること。
- (5) 中小企業者の持続的かつ健全な発展及び事業の承継を図ること。
- (6) 多様な主体による連携を図ること。
- (7) 多様な人材が活躍できる環境の整備を図ること。

【趣旨】

この条は、本条例の目的を達成するために、市が推進すべき施策の基本的な事項を定めたものである。

【解釈】

- 1 この条の規定は、中小企業基本法、小規模企業者振興基本法及び中小企業憲章の趣旨並びに応援会議における中小企業者からの提言等を踏まえたものとしている。
- 2 第1号は、中小企業者の経営の革新及び創業の促進を図ることを基本事項としている。
 - (1) 中小企業者による経営の革新に加えて、創業しようという人材を発掘、育成することは、新たな価値を生み出す可能性が高い一方、多くの経営課題に直面することが多い。また、中小企業者の事業規模では、それらの課題を自らの力のみで解決することが非常に困難である。
 そこで、6次産業化など新たな製品や新サービスの開発、生産及び販売、成長産業及び次世代産業分野等への進出並びに海外展開など創造的な事業活動に加えて、新規創業及び第二創業の促進を図るための施策を講じる。
 - (2) 「経営の革新」とは、新商品の開発及び生産、新サービスの開発及び提供、新規事業分野への進出等による新たな取組を行い、経営の向上を図ることをいう。
 - (3) 6次産業化とは、1次産業の農林漁業者が農産物などの生産物の元々持っている価値を更に高め、農畜産物・水産物の生産に留まらず、食品加工（2次産業）、流通・販売（3次産業）にも事業を展開し、それによって農林水産業を活性化させ、農山漁村の経済を豊かにしていこうとする取組のことをいう。
 - (4) 成長産業及び次世代産業とは、成長率の高い又は成長性のある産業分野のことであり、医療・介護産業、EV（電気自動車）・FCV（燃料電池自動車）等の次世代自動車産業、風力発電・太陽光発電等の再生可能エネルギー産業、航空・宇宙産業、AI（人工知能）・IoT等によるロボット産業などのことをいう。
 - (5) IoTとは、Internet of Things（モノのインターネット）の略語であり、様々なものをインターネットに接続させて、情報交換することにより相互に制御を行う仕組みのことをいう。
 - (6) 第二創業とは、比較的規模の小さい中小企業者が事業承継による経営者の交代又は経営方針の転換等により、既存事業とは別の分野に参入することをいう。
- 3 第2号は、中小企業者の経営基盤の強化を図ることを基本事項としている。
 - (1) 中小企業者は、事業規模が小さく、保有する経営資源が乏しいとともに、新たな経営資源を確保することも厳しく、経営基盤を自ら強化することが非常に困難である。
 そこで、技術や技能、知識や情報の習得、人材の確保や育成、設備更新、資金の確保及び充実、商店街及び工業団地などの施設整備等を図るための施策を講じる。
 - (2) 経営資源とは、設備、技術、個人の有する知識及び技能その他の事業活動に活用される資源のことをいう。
- 4 第3号は、中小企業者の経済的社会的環境の変化への対応の円滑化を図ることを基本事項としている。

-
- (1) 中小企業者は産業構造の変革、経済状況の急激な変化及び大規模災害等による経済的社会的環境の変化に自ら対応することが困難である。
そこで、第4次産業革命による産業構造の変化への対応、緊急景気対策のための消費需要喚起、災害復興などの施策を講じる。
 - (2) 第4次産業革命とは、AI、IoT、ビッグデータ等の情報の利活用に関連した技術革新のことをいう。
- 5 第4号は、中小企業者を支援するための体制の整備を図ることを基本事項としている。
- (1) 中小企業者を支援するためには、市及び関係団体が連携するとともに、各機関の支援体制を整備、強化することが必要となる。
 - (2) そこで、関係団体等との情報交換及び連携を促進する仕組みづくり、関係団体が実施する中小企業振興に関する事業の支援等を図るための施策を講じる。
- 6 第5号は、中小企業者の持続的かつ健全な発展及び事業の承継を図ることを基本事項としている。
- (1) 農林水産業では担い手の確保、商工業では後継者の確保といったように事業承継が社会的な問題となっており、中小企業者が事業を継続することができる体制を整備し、持続的かつ健全に発展することができる環境を整備することが、地域社会の安定化には必要不可欠である。
そこで、中小企業者の親族承継、M&Aによる第三者承継等を円滑に進めるために必要となる施策を講じる。
 - (2) 事業承継とは、中小企業の経営を後継者等に引き継ぐことをいう。
 - (3) M&Aとは、Merger And Acquisition（合併と買収）の略であり、企業の合併や買収のことをいう。
- 7 第6号は、多様な主体による連携を図ることを基本事項としている。
- (1) 中小企業者と行政機関及び関係団体等の多様な主体による中小企業の振興に関する取組は、新たな産業の創出、革新的な技術やサービスを生み出す源泉となる可能性を秘めており、地域社会の活性化及び雇用機会の創出につながるものである。
そこで、中小企業者間の連携に留まらず、農商工連携等の異業種連携、共同受注体等の同業種連携、産学官連携、医工連携などの多様な主体による連携を促進する施策を講じる。
 - (2) 農商工連携とは、農林水産業者と商工業者が連携し、それぞれの有する経営資源を互いに持ち寄り、新商品・新サービスの開発等に取り組むことをいう。
 - (3) 共同受注とは、複数の中小企業が連携して受注を獲得し、構成員及び取引関係のある中小企業等へ発注する事業のことをいう。
 - (4) 産学官連携とは、産（産業）、学（教育機関及び研究機関）、官（行政機関）が連携して新技術の研究開発及び新事業の創出を図る取組のことをいう。
 - (5) 医工連携とは、大学などの教育機関・研究機関、民間企業の医療関係者と工学関係者が連携して医療に関わる新技術の研究開発や、新事業の創出を図ることをいう。
- 8 第7号は、多様な人材が活躍できる環境の整備を図ることを基本事項としている。
- (1) 女性、青年、高齢者、障害者、外国人等を始めとする多様な人材が活躍できる環境を整備することで、「住みやすさ」を実感し、「住みたいまち」「住み続けたいまち」として選ばれるまちづくりを目指さなければならない。そこで、多様な人材が働きやすい環境を整えるために必要となる施策を講じる。

【運用】

- 1 本条例の理念を、実効性のある施策として推進するため、日上市商工振興計画、日上市観光物産振興計画及び日上市水産振興計画に具体的な施策を位置付けることとする。
- 2 資金の融資あっせんによる中小企業者の経営基盤の強化については、日上市中小企業事業資金融資条例を活用して対応する。

【参考】

中小企業基本法

(基本方針)

第五条 政府は、次に掲げる基本方針に基づき、中小企業に関する施策を講ずるものとする。

- 一 中小企業者の経営の革新及び創業の促進並びに創造的な事業活動の促進を図ること。
- 二 中小企業の経営資源の確保の円滑化を図ること、中小企業に関する取引の適正化を図ること等により、中小企業の経営基盤の強化を図ること。
- 三 経済的社会的環境の変化に即応し、中小企業の経営の安定を図ること、事業の転換の円滑化を図ること等により、その変化への適応の円滑化を図ること。
- 四 中小企業に対する資金の供給の円滑化及び中小企業の自己資本の充実を図ること。

小規模企業振興基本法

(基本方針)

第六条 政府は、次に掲げる基本方針に基づき、小規模企業の振興に関する施策を講ずるものとする。

- 一 国内外の多様な需要に応じた商品の販売又は役務の提供の促進及び新たな事業の展開の促進を図ること。
- 二 小規模企業の経営資源の有効な活用並びに小規模企業に必要な人材の育成及び確保を図ること。
- 三 地域経済の活性化並びに地域住民の生活の向上及び交流の促進に資する小規模企業の事業活動の推進を図ること。
- 四 小規模企業への適切な支援を実施するための支援体制の整備その他必要な措置を図ること。

(意見の聴取)

第10条 市は、中小企業の振興に関する施策の推進に当たっては、中小企業の実態等を把握し、当該施策を検証するため、中小企業者を始めとする関係者の意見を広く聴く機会を設けるものとする。

【趣旨】

この条は、中小企業の実態等を把握するとともに、中小企業の振興に関する施策を検証するため、中小企業及び関係者の意見を広く聴く機会を設けることを規定するものである。

【運用】

- 1 中小企業の現場に即した意見を施策に反映するなど、中小企業のニーズに対応した施策を適時適切に策定し、及び実施していくためには、中小企業者及び関係者の意見を広く聴取した上で、施策に反映させることが必要である。

-
- 2 そのため、学識経験者、中小企業者、関係者等による「中小企業振興会議」を設置し、市が実施する施策の検証及び効果的な施策について議論することで、より効果的かつ効率的で、中小企業の実態に合った施策の推進及び実効性の確保に努めることとする。
 - 3 加えて、本条例に関する提言をした応援会議も活用することにより、現場の意見を反映できる体制を構築し、施策の更なる実効性の確保に努めていく。

(委任)

第11条 この条例の施行に関し必要な事項は、市長が別に定める。

【趣旨】

この条は、委任に関して定めたものである。

【解釈】

本条例に基づく、中小企業の振興に関する具体的な施策（日立市商工振興計画、日立市観光物産計画及び日立市水産振興計画）及び施策の実施に必要な事項（中小企業振興会議に関する要綱、個別の施策に関する要綱等）については、市長に委任し、市長が別に定めることとする。

日立市内の産業支援機関と職員

日立商工会議所

専務理事	鈴木 昇
理事（兼）事務局長（兼）中小企業相談所長	根本 伸一
総務部長	鈴木 聡司
総務部総務課長	山口 和子
総務部総務課長代理	鈴木 均
総務部総務課長代理	大場 沙織
総務部総務課	大森 友梨香
総務部会員サービス並びに工業課長	四倉 佳子
総務部会員サービス並びに工業課	山田 芳靖
総務部会員サービス並びに工業課	菌部 政輝
中小企業相談所経営支援課長	谷中 信一
中小企業相談所経営支援課主任	根本 可奈
中小企業相談所経営支援課	山形 奈々
中小企業相談所経営支援課	渡部 真尋
中小企業相談所商業観光課長	橋本 正大
中小企業相談所商業観光課	根本 康寛
中小企業相談所商業観光課	小松 麻子

日立市十王商工会

事務局責任者	佐々木 徹
事務局 主事	熊倉 里花

公益財団法人日立地区産業支援センター

常務理事（兼）センター長	菊野 洋二
事務局長	小林 康一
チーフコーディネーター	日比野 昭一
コーディネーター	川野辺 直
コーディネーター	六田 守人
コーディネーター	安藤 敏之
コーディネーター	日向 晃一
コーディネーター	砂押 泰久
コーディネーター	田中 正浩

コーディネーター	南	好	隆
コーディネーター	見	田	まどか
事務局係長	荻	谷	裕 樹
事務局係員	志	和	響
事務局係員	岩	見	彩 子

日立市

産業経済部長	小	山	修
産業経済部 参事補（兼）商工振興課長	杉	山	靖
産業経済部 商工振興課課長（工業振興係担当）	稲	垣	博 司
産業経済部 商工振興課 副参事（ヒタチエ担当）	白	土	慎一郎
産業経済部 商工振興課 商業振興係長	片	平	淳 一
産業経済部 商工振興課 商業振興係 主幹	柳	生	めぐみ
産業経済部 商工振興課 商業振興係 主事	田	所	拓 也
産業経済部 商工振興課 商業振興係 主事	中	野	海 里
産業経済部 商工振興課 課長補佐（兼）工業振興係長	樫	村	裕 也
産業経済部 商工振興課 工業振興係 係長	高	岡	弘 樹
産業経済部 商工振興課 工業振興係 主事	中	村	遼 太
産業経済部 商工振興課 工業振興係 主事	草	野	友 敦
産業経済部 商工振興課 雇用労働対策室長	小	又	修
産業経済部 商工振興課 雇用労働対策室 係長	宮	村	武 志
産業経済部 商工振興課 雇用労働対策室 主幹	丹		勲
産業経済部 商工振興課 雇用労働対策室 主事	山	崎	貴 史
産業経済部 商工振興課 雇用労働対策室 主事	牛	島	萌 香

令和6年（2024年）3月1日現在

第3次 日立市商工振興計画

発行：令和6年（2024年）3月

発行者：日立市 産業経済部 商工振興課

〒317-8601

茨城県日立市助川町1丁目1番1号

TEL：0294-22-3111（代） FAX：0294-24-1713

MAIL：shoko@city.hitachi.lg.jp

URL：http://www.city.hitachi.ibaraki.jp



Hitachi city Commerce and Industry Promotion Plan

