

経営発達支援計画の概要

実施者名	我孫子市商工会（法人番号 7040005013854） 我孫子市（地方公共団体コード 122220）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目 標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>(1) 事業計画策定・実行を支援することにより経営力強化を図り、小規模事業者の持続的発展を促し地域経済の基盤強化を図る</p> <p>(2) 地域資源を活かした新商品・新製品の開発支援、ふるさと産品による地域ブランド力の強化と域外需要・交流人口の創出を図る</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること 地域経済分析システム「RESAS」を活用した消費動向等地域経済の情報収集・提供を行う。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること ふるさと産品の発掘とイベント会場での需要動向調査を実施する。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者の経営課題を抽出するため千葉県内の商工会統一で使用されている経営問診票を用いて経営目標の明確化、財務分析等を行う。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 経営分析を行った小規模事業者に対して、商売繁盛窓口相談を活用した事業計画策定や国の施策に則った事業計画策定を支援する。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 巡回指導により定期的・計画的なフォローアップを実施するとともに、専門家による高度で専門的なフォローアップを実施する。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること イベント等への出店支援を通じ、新たな販路開拓支援を実施する。</p>
連 絡 先	<p>我孫子市商工会 〒270-1152 千葉県我孫子市寿1丁目13番27号 TEL:04-7182-3131 FAX:04-7182-1900 E-mail:info@abiko.or.jp</p> <p>我孫子市 環境経済部商業観光課 〒270-1192 千葉県我孫子市我孫子1858番地 TEL:04-7185-1111(代表) FAX:04-7185-2215</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①現状

i) 立地及び地域の特徴

千葉県我孫子市は、海拔約 20 メートル、南北延長は最長部で約 4 キロメートル、東西延長約 14 キロメートル、面積はおよそ 43.15 平方キロメートルである。地理的には千葉県の北西部に位置し、東に印西市、南と西は手賀沼を隔てて柏市があり、北は利根川をはさんで、茨城県取手市・北相馬郡利根町と隣接し、手賀沼と利根川にはさまれた細長い馬の背状の土地となっている。

昭和 30 年 4 月に我孫子町、布佐町、湖北村が合併して我孫子町となり、昭和 45 年 7 月に市制を施行した。豊かな水と緑に恵まれ、都心から約 40 キロメートル圏に位置し、平成 27 年 3 月に JR 上野東京ラインが開業し、我孫子—東京間は最速 38 分の近距離にあることから、首都圏へ通勤する人々の住宅地としての役割が大きくなっている。



【我孫子市ホームページより引用】

ii) 人口と世帯数

ここ十年の推移では 1.6%の人口減少率(2,190人の減少)となっているが、世帯数は増加しており単身者世帯が増えているような状況である。

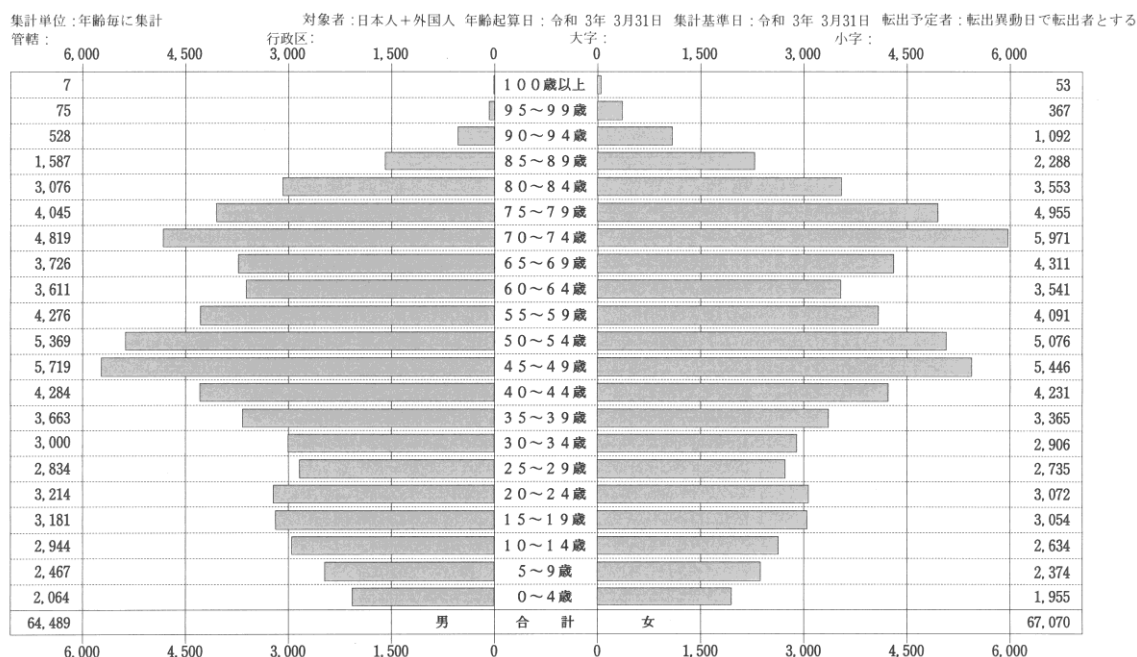
年月	人口(住民基本台帳)	世帯数
平成24年4月	133,749	55,327
平成25年4月	133,923	55,959
平成26年4月	133,558	56,466
平成27年4月	133,044	56,845
平成28年4月	132,715	57,362

平成29年4月	132,401	57,822
平成30年4月	132,231	58,539
平成31年4月	132,167	59,160
令和2年4月	132,002	59,643
令和3年4月	131,559	60,114

[DAR01061]

住民記録 人口ピラミッド

作成年月日：令和3年4月1日 1頁



出典：我孫子市統計

iii) 商工業者数の推移

年度	建設業	製造業	卸・小売業	飲食業	サービス業	その他	合計
H25	320	105	742	405	581	142	2,295
H30	310	85	701	393	645	125	2,259
対比	96.8%	80.9%	94.4%	97.0%	111.0%	88.0%	98.4%

出典：商工会実態調査

②課題

【商業の現状及び課題】

我孫子市内外での大型店の進出に伴い、消費者が大型店へ流れていることなどから、個店の販売力が低下し、徐々に商店数が減少している。また、これまで地元商店を支えてきた商店会組織は、事業主の高齢化や個店の後継者不足により活力が低下している。

商業の活性化を図るため、個店の専門性の強化や我孫子市ふるさと商品の開発などによる特色ある商店づくり、買い物しやすい環境づくりなど、消費者ニーズにあった商業展開が行えるよう支援し商業活性化を図る必要がある。

## 【工業の現状と課題】

市内の工業者の多くが従業員 30 人未満の零細企業で、事業所数や従業員数は減少傾向にある。また、工場や作業場が住宅に隣接して点在し、騒音や振動、臭気などの生活環境問題の発生を防ぐために操業時間等の制限があることから、住工混在の解消が長年の課題となっている。しかし、市内には移転可能な土地が不足しており市外への転出が大きな問題となっている。

地元企業が活性化するよう必要な支援策の整備に取り組むとともに、支援機関と連携し経営の安定化や設備の拡充を支援する必要がある。また、住工混在の解消を図る企業集団化などにも取り組む必要がある。

## (2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

### ① 10 年程度の期間を見据えて

我孫子市の地域経済を支える小規模事業者が継続的に発展していくことが地域振興において重要である。このため、商工会では既存の事業者への支援と共に新たな起業を促進する創業支援及び事業承継の推進により事業者数を維持し、市の企業誘致事業を連携させて地域全体で経済の活性化を目指す。また、小規模事業者の経営環境が変化しても事業が継続できる経営基盤をつくれるよう支援体制を構築する。

### ② 我孫子市総合計画との連動性・整合性

我孫子市は第三次総合計画第三次基本計画の中で「地域に密着した商業展開への支援」、「地元企業の活性化に向けた支援」、「新たな企業立地や起業・創業の支援」を掲げている。地域の資源や特性を活かした創意工夫ある取り組みを支援し、地域に必要とされる企業を増やすことは新たな雇用を増やし、就労を安定させることになる。また新たな企業の進出が新規経済活動の創出につながるため、既存の事業者の事業活動にも波及し好影響を与えることから、これらはいずれも経営発達支援計画に据える目標と連動性・整合性を有する。市内企業を積極的に支援し経営力を強化させ、産業を活性化させることが豊かなまちづくりにつながるため、計画の持つ意義は大きい。

### ③ 我孫子市商工会としての役割

我孫子市の問題点と課題を鑑み、地域唯一の経済団体（商工会）として地域経済を活性化するため、商工会は行政と連携し、市内小規模事業者の経営基盤強化を推進する。また、金融機関・日本政策金融公庫・中小企業基盤整備機構・千葉県商工会連合会等と連携して、小規模事業者等の持続的発展を目標にした伴走型の支援を行う。

我孫子市商工会の会員数の推移

	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度	令和 2 年度
会員数	1, 195	1, 130	1, 102	1, 076	1, 064

※各年度の基準日は 3 月 31 日

## (3) 経営発達支援事業の目標

- ① 事業計画策定・実行を支援することにより経営力強化を図り、小規模事業者の持続的発展を促し地域経済の基盤強化を図る。
- ② 地域資源を活かした新商品・新製品の開発支援、ふるさと産品による地域ブランド力の強化と域外需要・交流人口の創出を図る。

## 経営発達支援事業の内容及び実施期間

### 2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和4年4月1日 ～ 令和9年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

**① 事業計画策定・実行を支援することにより経営力強化を図り、小規模事業者の持続的発展を促し地域経済の基盤強化を図る。**

地域の経済動向調査や需要動向調査、経営分析等を行い、得られた情報（経営環境や消費動向の変化、強み・弱み等）について小規模事業者への提供を強化する。こうした各種調査や経営分析の結果をもとに、小規模事業者の経営力強化のため事業計画策定を支援するとともに、計画の実行、効果の検証、検証結果に基づく計画の見直し等についても、必要に応じて専門家や他の支援機関と連携し効果的な支援となるよう、伴走型の支援を実施する。

また、国・県・市の実施する小規模事業者向け支援施策についての情報発信を併せて実施することにより、小規模事業者が効果的かつ効率的に事業展開できる体制を整え、小規模事業者の持続的な発展を促し地域経済の基盤強化を図る。

**② 地域資源を活かした新商品・新製品の開発支援、ふるさと産品による地域ブランド力の強化と域外需要・交流人口の創出を図る。**

市内の農産物や地域資源を活かした新商品や新製品の開発に取り組む意欲ある事業者を発掘し、我孫子市ふるさと産品に推奨することにより地域のブランド力を強化し、ふるさとあびこのイメージアップを図り地域外へのアピールや交流人口を増やしていく。

## I. 経営発達支援事業の内容

### 3. 地域の経済動向調査に関すること

#### (1) 現状と課題

##### 【現状】

経営相談の内容に応じて経営指導員が個々にインターネット等を活用し情報収集・提供をしている。

##### 【課題】

経営指導員が収集した情報が相談・指導のみに使用され一過性のものとなっており地区内事業者への周知がされていなかった。また、収集した情報の整理・ビッグデータ等を活用した専門的な分析がされていなかったため、小規模事業者が有効活用できるよう地域の経済動向に関する情報の収集・分析・整理を行い定期的に提供する必要がある。

#### (2) 目標

	公表方法	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
地域の経済動向分析の公表回数	HP 掲載	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
景気動向分析の公表回数	HP 掲載	未公表	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

#### (3) 事業内容

##### ①国が提供するビッグデータの活用

当市の事業者が効果的で効率の良い事業活動を行えるよう、地域経済分析システム「RESAS」を活用した経済動向分析を行い、年1回公表する。

【分析方法】・「地域経済循環マップ」→何で稼いでいるか等を分析

- ・「まちづくりマップ・From-to 分析」→人の動き等を分析
- ・「産業構造マップ」→産業の現状等を分析
- ・「企業活動マップ」→中小・小規模企業財務比較等を分析

⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②管内の景気動向調査等についてより詳細な実態を把握するため、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」に独自の調査項目を追加し、管内小規模事業者の景気動向等について、年4回調査・分析を行う。

【調査対象】管内小規模事業者30者

(製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業から6者ずつ)

【調査項目】売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資、取引状況等

【調査方法】調査票を郵送し返信用封筒で回収する

【分析方法】経営指導員等が外部専門家と連携し分析を行う

#### (4) 成果の活用

①分析結果は、当該事業者等に郵送等で報告を行うとともに、当商工会ホームページに掲載し管内事業者等に周知する。

②経営指導員等が行う相談指導業務の参考資料として活用する。

#### 4. 需要動向調査に関すること

##### (1) 現状と課題

【現状】 未実施

【課題】 これまで実施できていなかったため、調査対象となる支援先を掘り起こし実施する。

##### (2) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
新商品開発の調査対象事業者数	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
試食、アンケート調査対象事業者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

##### (3) 事業内容

①農産物をはじめとする地域資源を活用した新商品（料理やスイーツ等）を開発するため、農業者と事業者の連携を支援し対象事業者を絞り込んで新商品を開発する。市内の産業まつりやふるさと産品まつりなどイベント開催時に模擬店での出店や試食会場を設置して来場者アンケートを実施する。調査結果を分析し、事業者にフィードバックすることで、新商品開発に資する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

###### 【サンプル数】

来場者 50 人（1 者あたり）※但し、重複あり

###### 【調査方法】

我孫子市産業まつりや我孫子市ふるさと産品まつりの会場で、来場者に開発中の新商品を試食してもらいアンケートに記入してもらう。

###### 【分析方法】

調査結果は、フードコーディネーター等、開発された新商品の分野により専門家と経営指導員等が分析を行う。

###### 【調査項目】

①新商品の名称、②見た目（色・形状・大きさ等）、③味（甘い・辛い等）

④食感（固い・やわらかい等）、⑤パッケージ等

###### 【調査・分析結果の活用】

調査・分析結果は、経営指導員が専門家等と連携し当該飲食店等事業者に直接説明することによりフィードバックし、必要な改良を行う。

②ニッポン全国物産展等地域外で開催される展示会等にて新商品の開発に取り組む小規模事業者が、来場者やバイヤーにヒアリングによるアンケート調査を行い、消費者やバイヤーの声に直接触れることにより策定する事業計画に取り入れ、新商品の開発に反映させる。

###### 【サンプル数】

来場者・バイヤー等 10 名（1 者あたり）※但し、重複あり

###### 【調査方法】

開発に取り組む小規模事業者が来場する消費者やバイヤーにヒアリングにて直接アンケートを実施する。

###### 【分析方法】

調査結果は、フードコーディネーター等、開発された新商品の分野により適した専門家等と経営指導員が分析を行う。

【調査項目】

- ①新商品の名称、②見た目（色・形状・大きさ等）、③味（甘い・辛い等）
- ④食感（固い・やわらかい等）、⑤パッケージ等

【調査・分析結果の活用】

調査・分析結果は、経営指導員等が当該飲食店等事業者に対して直接説明することによりフィードバックし、より付加価値等が高い商品開発となるよう必要な改良を行う。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

千葉県内の商工会では、経営状況の把握・分析に「経営問診票」という統一されたツールを用いてSWOT分析、経営理念や経営目標、財務分析等を経営指導員によるヒアリングにより作成している。財務分析については、中小企業基盤整備機構の「経営自己分析システム」、中小企業庁会計ツール集「CF計算書」を利用している。当商工会では、経営改善貸付や小規模事業者持続化補助金等の各種施策利用者を中心に経営問診票を作成している。

【経営問診票】



【課題】

経営問診票の作成が資金繰りや販路開拓に悩む事業者等、既に経営上の課題を抱えた事業者に偏りがちで日々の経営状態の点検を行うツールとしての活用ができていないことや、小規模事業者側も融資の実行等で当面の課題が解決されると経営リスクを回避し、持続的経営を行うための経営状態把握の必要性や重要性についての認識が希薄になってしまうことから、必要性・有用性を広く周知する必要がある。また、毎年度定期的な分析を実施する必要がある。

(2) 目標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
経営分析事業者数	29者	60者	60者	60者	60者	60者

経営指導員間で経験値や支援能力の違いがあるため、目標値は経営指導員4名の合計値とする。なお、支援にあたっては、1者につき経営指導員1名の担当制とし、経営分析から事業計画策定及び実行までを伴走して支援する。

(3) 事業内容

①対象事業者の掘り起こし

巡回・窓口相談を通じた対象事業者の掘り起こしの他、商工会で実施する経営等に関するセミナー開催で対象となる事業者の掘り起こしを行う。

②経営分析の内容

【対象者】



巡回・窓口相談及び経営に関する各種セミナー参加者の中から分析が必要と考えられる事業者及び自社の経営状況の把握に努め経営力を高めていこうとする意欲ある事業者20者

**【分析項目】**

SWOT分析、財務分析等分析

＜SWOT分析＞強み、弱み、脅威、機会 等

＜財務分析＞売上高、粗利益率、経常利益、損益分岐点 等

**【分析方法】**

独自ツール経営問診票 SWOT分析、財務分析等分析については、中小企業基盤整備機構の「経営自己分析システム」、中小企業庁会計ツール集「CF 計算書」を活用し経営指導員が行う。

(4) 分析結果の活用

分析結果は、当該事業者にはフィードバックするとともに、経営指導員間でデータを内部共有し事業計画策定支援等に有効に活用する。

**6. 事業計画策定支援に関すること**

(1) 現状と課題

**【現状】**

小規模事業者等経営改善貸付推薦時に作成する経営改善計画、小規模事業者持続化補助金等各種支援施策の活用支援時に施策に対応した様式での作成・支援が中心となっていて、事業計画の策定ができていない状況である。

**【課題】**

小規模事業者は、日々の業務と資金繰り対策等直面する課題への対応に追われる傾向にあり、自社の経営分析や事業計画の策定についての必要性や有効性について理解してもらう必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者の支援は、発生した経営課題に対する対症療法的な支援になることも多く、中・長期的な助言を行っても次の経営課題が発生するまで何も手を打たない事業者も少なくないため、個々の事業者の経営スキルに合わせた「達成可能な事業計画」となるよう「事業計画策定セミナー」を開催するなど策定支援を行い、計画の達成度により段階的に計画のレベルを上げることとし、5. で経営分析を行った事業者の「8割程度/年」の事業計画策定を目指す。

また、事業計画の策定前段階においてDXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

(3) 目標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
DX推進 セミナー開催回数	—	2回	2回	2回	2回	2回
事業計画策定 セミナー開催回数	—	2回	2回	2回	2回	2回
事業計画策定 事業者数	24者	48者	48者	48者	48者	48者

#### (4) 事業内容

##### ①巡回・窓口相談による支援事業者の掘り起こし

巡回・窓口相談による支援として経営問診票を用いた経営分析を行った事業者の中から短期的な解決に至らない課題を有する小規模事業者の掘り起こしを行い、専門家による経営相談の窓口である商売繁盛窓口相談、専門家派遣事業等を活用した事業計画策定支援を行う。

##### ②DX推進セミナー開催・IT専門家派遣の開催

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進していくために、セミナーを開催する。

【募集方法】ホームページ、個別案内により周知。定員20名

【開催回数】集団による開催2回

【カリキュラム】

- ・DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、AI等）や具体的な活用事例
- ・クラウド型顧客管理ツールの紹介
- ・SNSを活用した情報発信方法
- ・ECサイトの利用方法 等

また、セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じてIT専門家派遣を実施する。

##### ③事業計画策定セミナーの開催

事業計画策定セミナーを開催することにより、事業計画策定の必要性や有益性を理解した上で事業計画策定まで支援する。

【募集方法】ホームページ、個別案内により周知。定員20名

【開催回数】集団による開催2回、終了後の個別相談3回

【カリキュラム】

- 1回目 ○なぜ事業計画が必要か
- 事業計画を作成するメリット
- 事業計画書作成の留意点
- 2回目 ○グループワーク  
(意見交流を図りながら各自事業計画の策定を行う。)

##### ④個別相談会の開催

セミナー終了後、フォローアップを予約制にて1人1時間程度を3回、経営指導員と専門家が実施する。

## 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

策定した事業計画の進捗状況の確認を行い、状況に応じて追加支援を行うなどフォローアップを実施している。また、商工会では商売繁盛相談窓口として専門家による経営相談の窓口を設置して、経営指導員も同席し事業計画策定支援を含め策定後のフォローアップの場としても小規模事業者を活用されている。

#### 【課題】

フォローアップの支援事業者が限定的になっており、事業計画を策定した全事業者に対して計画的に実施する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した小規模事業者が計画に添って予定通り実施されているか、計画達成に向けた課題が発生していないか等を確認し対応するため、年3回を目途に定期的なフォローアップを実施する。

(3) 目標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
フォローアップ対象事業者数	—	48者	48者	48者	48者	48者
頻度(延回数)	—	144回	144回	144回	144回	144回
売上増加事業者数	—	24者	24者	24者	24者	24者
利益率増加の事業者数	—	12者	12者	12者	12者	12者

(4) 事業内容

経営指導員による年3回のフォローアップに加えて、事業計画を策定した事業者は、毎月1回開催している専門家相談(商売繁盛相談窓口)の際に計画の進捗状況、計画達成のための課題等発生の有無を確認し、課題等有る場合は今後の対応策等を検討する。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、他地区の経営指導員や外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

## 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

地域のイベント(産業まつり、産品まつり)での展示・出店支援やふるさと産品マップを作成し配布するなどに限定されている。

地域内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓等に関心があるものの、「高齢化」、「知識不足」、「人材不足」等の理由により、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取組が進んでおらず、商圏が近隣の限られた範囲にとどまっている。

【課題】

イベントへの展示や出店だけでは効果が限定的なため、新たな購入層を発掘するため、産品まつりや産品まつりに限らず市内外のイベントに参加する必要がある。

今後、新たな販路の開拓にはDX推進が必要であることを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

市内には、産品まつりや産品まつりの他に各地区の事業者が主催する市民まつりなどが開催されており、新たな需要の開拓と販路拡大のために、積極的にイベントへの参加・出店やチラシによる商品のPRを行う。また、新産品開発のための需要動向調査も併せて実施する。

DXに向けた取組として、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイトの利用等、IT活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてIT専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。

(3) 目標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①産業まつり出展事業者数	2者	5者	5者	5者	5者	5者
売上額/社	—	20万円	20万円	20万円	20万円	20万円
②産品まつり出展事業者数	5者	5者	5者	5者	5者	5者
売上額/社	—	20万円	20万円	20万円	20万円	20万円
③その他イベントへの出展事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
売上額/社	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
④SNS活用事業者	—	10者	10者	10者	10者	10者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
⑤ECサイト利用事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
⑥ネットショップの開設者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

①展示イベント出展事業 (BtoB)

市内で行われるイベントへの積極的な参加を呼び掛け、新たな需要の開拓と販路拡大を図る。イベント来場者に対して既存商品のPRはもちろんのこと、新規商品開発のための需要動向調査も併せて実施する。

【参考】「産業まつり」は、毎年10月に行われる市内からのべ1万3千人の一般市民が来場するイベントで、事業者と市民との交流を図り商品のPR及び販売、サービスの提供を行う場で、商品・サービスの発展と新たなビジネスチャンス創出を狙いとして開催されている。

【参考】「産品まつり」は、我孫子市ふるさと産品の認知度向上を目的に、毎年3月1日(『さんぴんの日』)に実施されるイベントで、一般消費者およそ200名の来場がある。販売はもちろんのこと、産品にちなんだセミナーや体験イベントなどが行われ、一般市民に親しみをもってもらい商品が長く、広く定着させ市内の産業を繁栄させることを目的とする。

②SNS活用

現状の顧客が近隣の商圈に限られていることから、より遠方の顧客の取込のため、取り組みやすいSNSを活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。

③ECサイト利用 (BtoC)

ショッピングサイト等の提案を行いながら、効果的な商品紹介のリード文・写真撮影、商品構成等の伴走型の支援を行う。

④自社HPによるネットショップ開設 (BtoC)

ネットショップの立ち上げから、商品構成、ページ構成、PR方法等WEB専門会社やITベンダーの専門家等と連携し、セミナー開催や立ち上げ後の専門家派遣を行い継続した支援を行う。

## Ⅱ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

### 9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

#### (1) 現状と課題

##### 【現状】

年に1回ブロック会議の場で、各商工会（4商工会）の経営指導員による連携会議を開催し実施状況の報告、確認、改善策等を協議している。

##### 【課題】

前回の発達支援計画は、ブロックとして共同申請し認定を受け実施してきたが、商工会全体の業務の中で経営発達支援事業について4商工会で共通認識を持ち実施することが困難となっている。また、法改正により関係市町村と共同で計画を作成することになったため、当市の実状に則した新たな評価が必要となる。

#### (2) 事業内容

①市商業観光課長、中小企業診断士、法定経営指導員等で構成する「事業評価委員会」を年1回開催し、経営発達支援事業の実施状況、評価、見直しを行い、見直し案を作成した上で実施状況、評価結果を商工会の正副会長、専務理事で構成する三役会に報告し、承認を得て理事会に報告し、次年度の事業計画に反映させる。

②報告された見直し案に基づき事業方針等に反映させ、評価結果をホームページに掲載し地域の小規模事業者等が常に関覧可能な状態にする。

### 10. 経営指導員の資質向上等に関すること

#### (1) 現状と課題

##### 【現状】

①事例発表等による支援能力の向上

支援ノウハウの共有と支援能力の向上を目的として年1回、千葉県商工会連合会主催による経営支援事例発表会へ参加し、支援ノウハウの習得と資質向上を図っている。

②経営指導員向けの研修実施

経営指導員に対する OFF-JT として、千葉県商工会連合会が年7回開催する「業務分担別研修（1回あたり6時間程度）」に参加し、支援ノウハウの習得に努めている。また、中小企業基盤整備機構が中小企業大学校で実施する「中小企業支援担当者等研修」に経営指導員を毎年1名参加させ、支援ノウハウの習得に努めている。

③補助員等向けの研修実施

補助員等に対する OFF-JT として、千葉県商工会連合会が年7回開催する「業務分担別研修（1回あたり6時間程度）」に補助員等が参加し、支援ノウハウの習得に努めている。

④経営指導員向けのeラーニング研修システム受講

経営指導員に対する OFF-JT として、eラーニングを活用した研修システム「経営指導員等 WEB 研修」を全経営指導員が受講することで、支援ノウハウの習得に努めている。

⑤経営問診票（千葉県商工会の独自ツール）の作成を通じた支援能力の向上

平成25年度に千葉県商工会連合会が独自ツールとして開発した経営問診票を用いて、SWOT

分析などを実施し、小規模事業者の経営課題の洗い出しを行っており、経営指導員のヒアリング能力と経営課題解決のための支援能力の向上にも繋がっている。  
経営問診票の情報はデータベースとして蓄積し、国や県の補助金申請や経営革新計画等の案件発掘に有効活用している。また、人事交流等（退職を含む）により職員に異動があった場合でも、商工会に蓄積した経営問診票の情報データを活用し、継続的な経営支援を実施することができるようになっている。

#### 【課題】

- ①上記④の経営指導員向けの e ラーニング研修システムについて、支援ノウハウの知識習得に有効であるものの、有効活用ができていない。
- ②上記⑤の経営問診票を活用した経営情報の蓄積について、支援対象事業者全員の問診票作成ができていないため、従来から経営指導員が使用している経営カルテ作成時に経営問診票も同時に作成することが必要である。

#### (2) 事業内容

##### ①外部講習会等の積極的活用

中小機構が中小企業大学校で実施する「中小企業支援担当者等研修」に経営指導員を毎年1名参加させ、支援ノウハウの習得に努める他、経営指導員は千葉県商工会連合会が年7回開催する「業務分担別研修（1回あたり6時間程度）」に積極的に参加し経営指導員としての資質の向上に努める。

##### 【DX推進に向けたセミナー】

喫緊の課題である地域の事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のようなDX推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。  
(例) 千葉県商工会連合会主催 商工会等職員業務分担別研修会（販路開拓コース）

<DXに向けたIT・デジタル化の取組>

##### ア) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組

RPAシステム、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のITツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等

##### イ) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組

ホームページ等を活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用  
オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム等

##### ウ) その他取組

オンライン経営指導の方法等

##### ②OJT 制度の導入

経営指導員として支援経験が豊富なOBが県内の商工会を定期的に巡回し、若手指導員の指導ノウハウの向上や商工会組織の支援能力向上を図る制度を活用する。

##### ③職員間の定期ミーティングの開催

経営指導員研修会等へ出席した者が講師を務め、IT等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、経営支援の基礎から話の引出し術に至るまで、ミーティングを開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

##### ④データベース化

全会員を含む支援対象事業者の支援経過は、経営カルテへの入力、経営問診票の作成によりデータとして蓄積され支援経過等を経営指導員全員が共有できるようにする。

## 1 1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

支援対象者の支援内容により、金融機関や専門家等他の支援機関と連携し支援している。金融支援については、日本政策金融公庫、民間金融機関等との協調融資における申込事業者の事業計画策定に商工会が支援する等連携を通じて情報交換が行われている。

#### 【課題】

支援対象事業者に対して複数の支援機関が異なった方針での支援にならないよう、地域支援機関の連携を強化し効率的に支援する必要がある。

### (2) 事業内容

#### ①千葉県商工会連合会が開催する経営支援事例発表会への参加（年1回）

千葉県内商工会経営指導員による経営支援事例発表会に参加することで、経営問診票を活用した支援ノウハウ等の一層の向上に努める。

#### ②西部ブロック商工会連絡会議への参加（年1回）

我孫子市商工会、鎌ヶ谷市商工会、柏市沼南商工会、野田市関宿商工会の4商工会で構成される西部ブロック商工会連絡会議に参加することで、より効果的な支援方法に関する情報収集・情報共有に努める。

#### ③日本政策金融公庫松戸支店が開催する小規模事業者等経営改善資金推薦団体連絡協議会への参加（年1回）

日本政策金融公庫松戸支店管内商工会（我孫子・柏市沼南・野田市関宿）商工会議所（松戸・柏・流山・野田）の経営指導員等を対象とした小規模事業者等経営改善資金推薦団体連絡協議会へ参加することで、金融支援をはじめ、管内の景況あるいは事業者への支援方法、地域活性化の取り組み、課題等に関する情報収集・情報共有に努める。

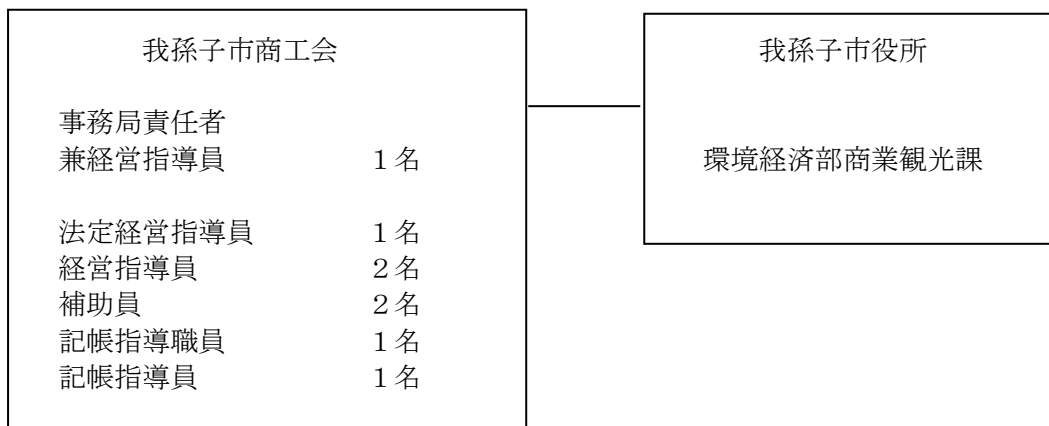
(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和5年4月現在)

(1) 実施体制(商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制/関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制/商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制/経営指導員の関与体制等)



(2) 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第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

①当該経営指導員の氏名、連絡先

氏名: 小池 潤

連絡先: 我孫子市商工会 (電話04-7182-3131)

②当該経営指導員による情報の提供及び助言(手段、頻度等)

経営発達支援事業の実施、実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

(3) 商工会、関係市町村連絡先

①商工会

名称: 我孫子市商工会

住所: 千葉県我孫子市寿1丁目13番27号

電話: 04-7182-3131 FAX: 04-7182-1900

E-mail: info@abiko.or.jp

②関係市町村

名称: 我孫子市 環境経済部商業観光課

住所: 千葉県我孫子市我孫子1858番地

電話: 04-7185-1111 (代表) FAX: 04-7185-2215



(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
必要な資金の額	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400
専門家派遣費	550	550	550	550	550
セミナー開催費	600	600	600	600	600
チラシ作成費	200	200	200	200	200
調査関係費	50	50	50	50	50

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費、手数料収入、国補助金、千葉県補助金、我孫子市補助金、各種事務委託手数料など

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表4)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等