

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	四街道市商工会（法人番号 8040005007129） 四街道市（地方公共団体コード 122289）
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目標	<p>(1) 伴走型支援による事業計画策定を支援する。(継続)</p> <p>(2) 創業・第二創業、事業承継を支援し地域経済の維持・発展を図る。(継続)</p> <p>(3) 商圈調査を実施しデータを提供することで戦略立案を支援する。(新規)</p> <p>(4) 中心市街地のにぎわい創出を図る。(新規)</p>
事業内容	<p><b>3-1. 地域の経済動向調査に関すること</b></p> <p>① 「RESAS」(地域経済分析システム)を活用した地域の経済動向分析の実施</p> <p>② 四街道市景気動向調査の実施</p> <p><b>3-2. 需要動向調査に関すること</b></p> <p>① 四街道市産業まつり出店事業者に対する需要動向調査の実施</p> <p>② 四街道市ふるさと返礼品に選ばれた事業者に対する需要動向調査の実施</p> <p><b>4. 経営状況の分析に関すること</b></p> <p>① jSTAT MAP+家計調査年報を活用した商圈分析の実施</p> <p>② 「財務分析」と「SWOT分析」の実施</p> <p><b>5. 事業計画策定支援に関すること</b></p> <p>① 事業計画策定セミナーの開催</p> <p>② 創業塾の開催</p> <p><b>6. 事業計画策定後の実施支援に関すること</b></p> <p>・ 四半期に一度以上のフォローアップ</p> <p><b>7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</b></p> <p>・ 「四街道市産業まつり」への出展支援</p>
連絡先	<p>四街道市商工会 〒284-0003 千葉県四街道市鹿渡 895-14 TEL：043-422-2037 FAX：043-423-6941 E-mail：info@yotsukaido.or.jp</p> <p>四街道市 環境経済部産業振興課 〒284-8555 千葉県四街道市鹿渡無番地 TEL：043-421-6133 FAX：043-424-2013 E-mail：ysangyo@city.yotsukaido.chiba.jp</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) 地域の現状および課題

① 現状

ア 四街道市の概要

四街道市は千葉県の北部に位置し、県都千葉市へ8キロメートル、都心へ40キロメートルの圏内にある。

昭和30年3月、千代田町と旭村が合併し、四街道町として町制を施行。昭和40年代～50年代前半には大型団地が整備され、首都圏の住宅都市として急速に人口が増加し、昭和56年4月、県下28番目の市として市制を施行した。

市域は東西7キロメートル、南北9キロメートル、面積34.52平方キロメートルであり、千葉市、佐倉市に隣接している。

広域幹線道路の国道51号線、東関東自動車道、鉄道ではJR総武本線が横断し、乗車人員は千葉駅以东において最多である。

また、成田国際空港や千葉港、幕張新都心に近接するという地理的条件に加え、緑豊かな自然環境に恵まれた地域となっている。



イ 人口

○ 総人口及び年齢3区分別人口の推移

国勢調査による平成27年の四街道市の総人口は、89,245人であり、昭和40年の19,778人と比べ、4.5倍(69,467人増)と大きく増加している。

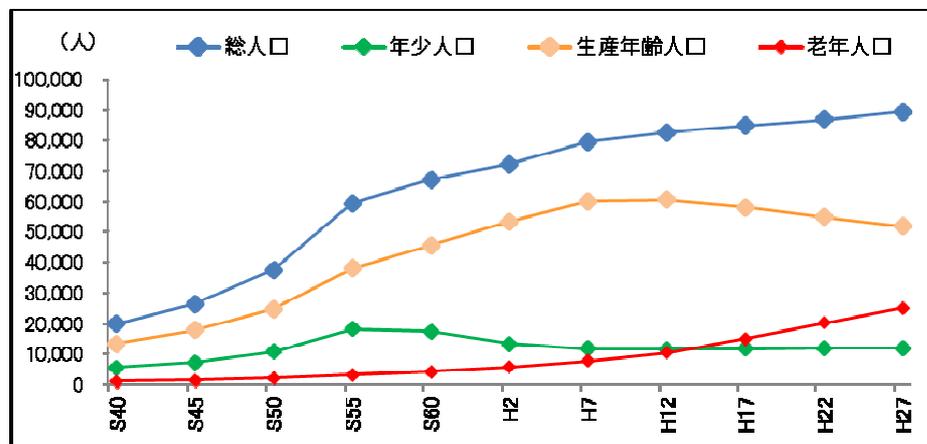
その間の増減率をみると、昭和40年～45年に33.4%(6,597人増)、昭和45年～昭和50年に41.8%(11,026人増)、昭和50年～55年に58.4%(21,835人増)ときわめて高い水準で推移し、昭和40年(19,778人)から昭和55年(59,236人)までの15年間で約3倍と大きく増加しているのが特徴的といえる。

また、昭和40年以降の人口構成を、年少人口(0～14歳)、生産年齢人口(15～64歳)、老年人口(65歳以上)の年齢3区分別でみると、生産年齢人口は平成12年(60,487人)まで増加を続けるが、以降は減少に転じ、平成27年は51,765人となっている。

年少人口は昭和55年の18,132人をピークに減少を続け、平成27年には、11,888人まで落ち込んでいる。一方、老年人口は、昭和40年の1,097人から一貫して増え続け、平成17年の時点で年少人口を上回り、平成27年には24,975人となるなど、増加傾向が続

いている。

尚、令和2年7月1日現在の住民基本台帳人口は94,988人（外国人2,571人含む）となっている。



	総人口	年少人口	生産年齢人口	老年人口
S40	19,778	5,442	13,239	1,097
S45	26,375	7,116	17,764	1,495
S50	37,401	10,678	24,657	2,066
S55	59,236	18,132	37,997	3,092
S60	67,008	17,308	45,566	4,122
H2	72,157	13,192	53,252	5,627
H7	79,495	11,792	59,932	7,651
H12	82,552	11,575	60,487	10,453
H17	84,770	11,739	57,997	14,851
H22	86,726	11,833	54,781	20,093
H27	89,245	11,888	51,765	24,975

【出典】総務省 国勢調査及び国立社会保障・人口問題研究所

## ウ 産業

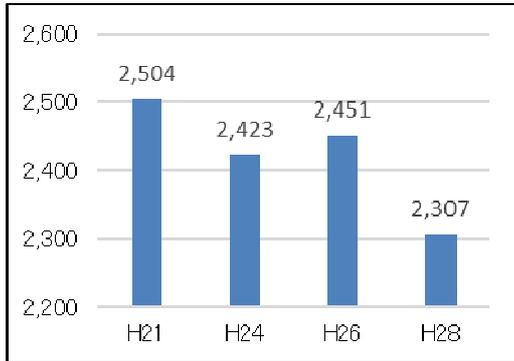
### (ア) 全産業

四街道市の事業所数は事業所・企業統計調査及び総務省・経済産業省「経済センサス」によれば、平成21年調査をピークに平成24年から平成26年は微増したものの、平成28年経済センサスー活動調査では2,307事業所となっている（図（ア）-1）。産業大分類の構成比では卸売業、小売業が25.62%と最も高く、次いで建設業の12.01%、以降、生活関連サービス業、娯楽業並びに医療、福祉の10.45%、宿泊業、飲食サービス業の10.10%と続き（図（ア）-2）、また、全従業者22,166人の構成比においても、卸売業、小売業が23.33%と最も高く、次いで医療、福祉の19.33%、以降、宿泊業、飲食サービス業の9.30%、運輸業、郵便業の8.70%、建設業の7.78%となっている。

平成26年調査と平成28年調査を比較すると、ほぼ全産業で事業所数、従業者数の両方、又はどちらかで数値を減少させている中で医療、福祉は事業所数、従業者数とも増加しており、最も大きい付加価値額を創出している（図（ア）-3）。

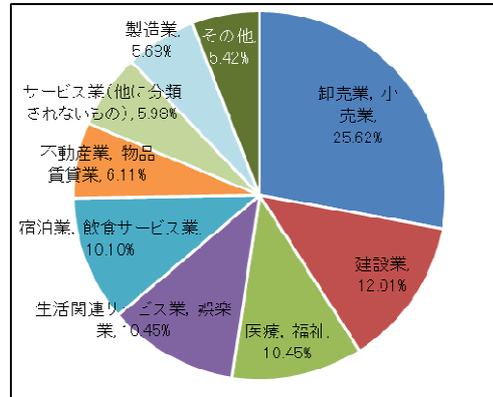
特に、医療、福祉の中分類、社会保険・社会福祉・介護事業においては平成26年調査と平成28年調査比較では、事業所数で15事業所、17.44%の増加しており、従業者数では280人、15.15%増となっている。これは「イ人口」で示した老年人口の増加が影響していると思われる。

図(ア)-1 事業所数の推移



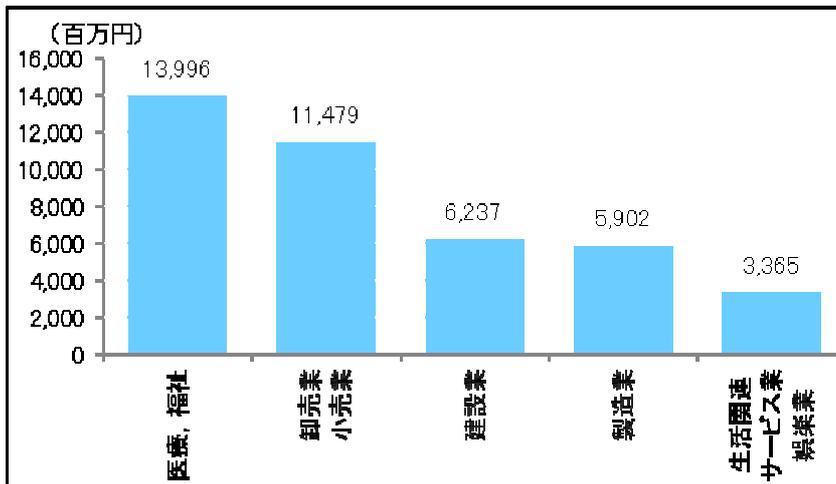
【出典】 経済センサス

図(ア)-2 主な産業の構成比



【出典】 H28 経済センサスより抜粋

図(ア)-3 産業大分類別に見た主な産業の付加価値額(企業単位)

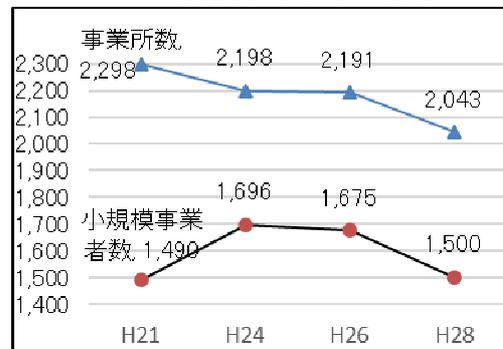


【出典】 RESAS H28 経済センサスより抜粋

(イ) 商工業<sup>(注)</sup>

四街道市の商工業者数は事業所・企業統計調査及び総務省・経済産業省「経済センサス」によれば、平成 21 年調査時点以降、減少を続け平成 28 年調査では平成 21 年調査と比較すると 255 事業所、11.1%の減少となっている。また、その間の小規模事業者数は平成 24 年までは増加し、平成 24 年から平成 26 年まではほぼ横ばいで推移するものの平成 26 年から平成 28 年では 175 事業所、10.4%の減少に転じている(図(イ)-1)。

図(イ)-1 商工業者数及び小規模事業者数の推移



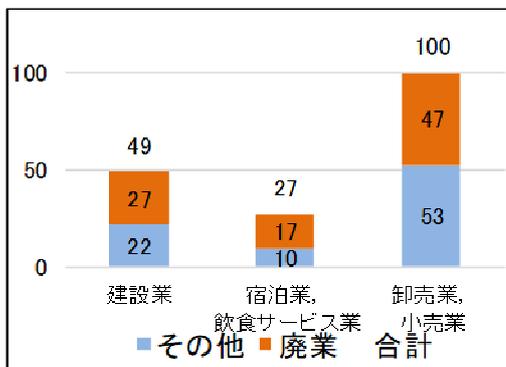
【出典】 経済センサスより抜粋、千葉県

平成 21 年数値で 200 事業所以上あった産業で 10%以上数を減らしたのは、建設業△69 事業所・19.9%、宿泊業、飲食サービス業△43 事業所・15.6%、卸売業、小売業△66 事業所・10.0%の 3 業種となっている。

この間に商工会を脱退した脱退理由を見ると廃業が全体では 50%以上（図（イ）-3）を占めており、廃業理由も高齢による廃業が最も多い。

（株）帝国データバンクの「全国・後継者不在企業動向調査（2019 年）」によると、2019

図（イ）-3 商工会脱退者と理由（H21～H28）



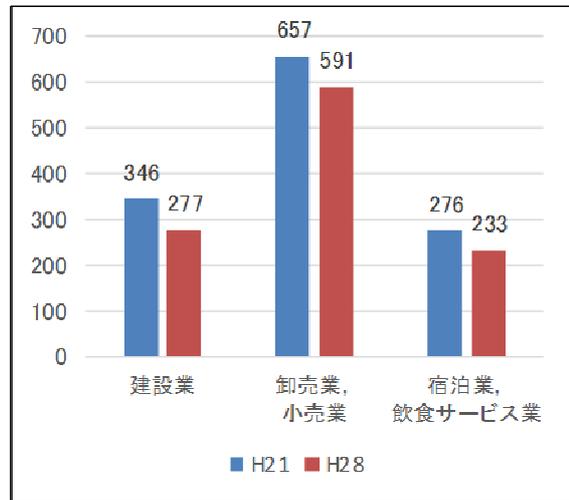
いて 60 歳以上の経営者に尋ねた結果、回答があった 9 事業所では「事業は継続したいが後継者はいない」、「自分の代で廃業するつもり」が 7 事業所を占めている。

次に、従業者数を平成 21 年から平成 28 年の経済センサスで見ると、総数では平成 26 年調査の 18,323 人が最も多く、直近の平成 28 年調査では 17,313 人となっており、約 1,000 人減少している。

また、平成 28 年経済センサスによれば従業者数は「卸売業、小売業」が 5,171 人で最も多く、続いて「宿泊業、飲食サービス業」の 2,062 人となっており、この 2 業種で全体の 41.7%を構成している。

（図（イ）-4）

図（イ）-2 10%以上数を減らした業種

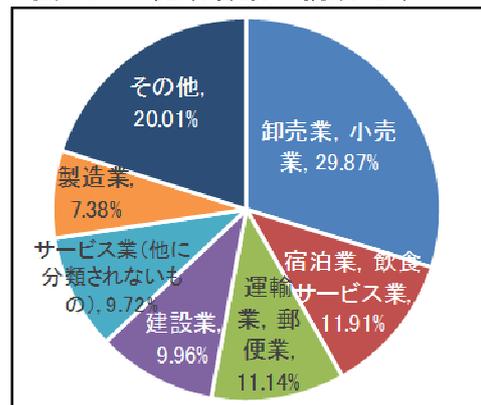


【出典】経済センサスより抜粋

年における後継者不在率は 65.2%となり全ての年代で後継者不在率が低下したほか、「40 代」以降で後継者不在率は調査開始以来最低を記録した点が特徴となった。

四街道市においては、令和元年 10 月に中心市街地活性化委員会（事務局：四街道市商工会）が実施した商業アンケート調査（商工会員対象 208 事業者、回収率 9%）によれば、後継者につ

図（イ）-4 従業者数の構成比率



【出典】平成28年経済センサスより抜粋

（注）商工業

全産業から「A 農業、林業」、「0 教育、学習支援業のうち学校教育」、「P 医療、福祉」、「Q 複合サービス事業のうち農林水産業協同組合」を除いた値を用いている。

従業者数・事業所数一覧

調査年	H21		H24		H26		H28	
	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数
計	17,797	2,298	17,119	2,198	18,323	2,191	17,313	2,043
D 建設業	2,400	316	2,330	312	1,562	294	1,725	277
E 製造業	1,422	143	1,400	144	1,582	151	1,275	131
F 電気・ガス・熱供給・水道業	2	2	12	3				
G 情報通信業	62	12	57	17	76	16	56	10
H 運輸業、郵便業	1,590	73	1,559	70	1,550	65	1,929	66
I 卸売業、小売業	5,600	657	5,143	620	5,391	630	5,171	591
J 金融業、保険業	331	31	295	29	271	27	336	22
K 不動産業、物品賃貸業	762	160	519	150	583	155	505	141
L 学術研究、専門・技術サービス業	623	93	600	50	514	79	576	72
M 宿泊業、飲食サービス業	1,957	276	1,954	257	1,990	250	2,062	233
N 生活関連サービス業、娯楽業	1,251	253	1,213	257	1,153	249	1,155	241
O 教育、学習支援業	541	117	455	114	573	121	553	111
Q 複合サービス事業	91	10	95	10	247	10	225	10
R サービス業(他に分類されないもの)	523	123	1,121	135	1,901	135	1,653	135

【出典】・経済センサスより抜粋

② 課題

【商業】

四街道市は「①イ 人口」で述べたとおり、人口は昭和 40 年から昭和 55 年までの 15 年間で約 3 倍と大きく増加し、日々の住民ニーズ<sup>(注1)</sup>に応える形で四街道駅及び団地開発地区を中心として商業が集積した。

特に、四街道駅を中心とする区域は「人、もの、情報、資本」が集積し、地域経済、文化、コミュニティの中核的役割を担っていた。しかし、徐々に消費者需要<sup>(注1)</sup>に応えられなくなり、また 1990 年代からの急激なモータリゼーションの進展に道路や駐車場などの都市基盤整備が追いつかず、消費行動パターンの変化等により、商業機能の減退を招いた。

空き店舗数も増え、平成 26 年には商工会が「にぎわい補助金」を活用して活性化に取り組んだが劇的な結果は得られているとは言えず、平成 27 年以降の空き店舗数(表②-1)は減少しているとは言え、店舗から住居に転換したケースや駐車場に転用したケースも少なくない(実数未把握)。

表②-1 空き店舗数調査結果

実施年月	H27.11	H28.11	H29.11	H30.11	R1.11
空き店舗数	52	45	42	37	32

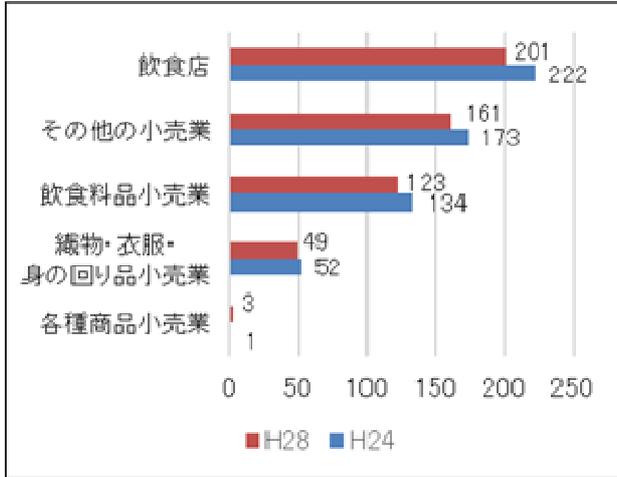
次に県の実施する消費者購買動向調査(千葉県<sup>(注2)</sup>の商圈)を見ていくと、平成 24 年度調査において四街道市は単独商圈都市を形成している。

しかし、平成 30 年度調査では地元購買率が 8.7 ポイント減少して 60%未満(59.8%)となり、商圈を形成しなくなり、代わって商圈形成のなかった隣接市の佐倉市が新たに単独商圈都市になっている。

また、四街道市は千葉市の第 2 次商圈に組み込まれており、平成 24 年度調査時では 18.7%であった被吸引率は平成 30 年度調査では 21.2%(19,374 人)に上昇しており、品目別では、食料品で 9.1%(H24 5.9%)、飲食 37.9%(H24 44.0%)、贈答品 51.2%(H24 55.3%)となっている。尚、四街道市の地元購買率は衣料品 59.8%、食料品 85.4%、飲食 56.5%となっている。

平成 24 年と平成 28 年の調査関連事業所数(図②-1)を見ると全業種で減少し、総数で平成 28 年は 24 事業所の減少。大型店は平成 24 年の 16 店舗 67,282 m<sup>2</sup>から平成 26 年には 13 店舗 57,342 m<sup>2</sup>となっている。(消費者購買動向調査(千葉県<sup>(注2)</sup>の商圈))

図 2-1 調査関連事業所数



【出典】・経済センサスより抜粋

人口動態は平成 24 年から現在まで微増ながら増加しており、中心市街地において平成 27 年から令和元年まで実施した通行量調査（表②-2）では通行量は増加している。

特徴的なのは、近年、市内の大学が積極的に留学生を受入れていることもあり、外国人歩行者が増加している点と言える。

表 2-2 通行量調査結果

地点名称	駅前、大日										
	H27.11		H28.11		H29.11		H30.11		R1.11		
実施年月	歩	自	歩	自	歩	自	歩	自	歩	自	
時間	10:00	213	155	244	204	213	212	242	230	235	233
	11:00	213	152	253	225	230	175	247	185	375	221
	12:00	201	155	254	155	202	155	240	173	307	135
	13:00	175	125	233	175	223	155	235	155	250	153
	14:00	157	133	213	154	201	153	213	137	244	174
	15:00										
計	357	733	1,243	842	1,373	805	1,154	834	1,507	853	
合計	1,732		2,157		1,850		2,135		2,430		

※歩：歩行者 自：自転車

(注 1) ニーズと需要は主に下記の意味合いで使用する。

- ニーズ : 必需品
- 需要 : 欲求品

(注 2) 消費者購買動向調査（千葉県の商圈）

(1) 調査目的

県内消費者の直近の購買行動の実態や、その相互に関連する県内商圈を把握するとともに、商店街に対する消費者の認識を明らかにし、今後の商業振興施策を検討するための基礎資料とする。

(2) 調査方法

- ア 調査対象者 県内の公立中学校に通う中学生の子供を持つ世帯
- イ 調査対象品目 買回品（衣料品、靴・カバン・時計・眼鏡・書籍など文化用品、電化製品・家具・インテリア類・寝具類など耐久品）、最寄品（クスリ・化粧品・文具など日用品、食料品）、贈答品、飲食、レジャー、高級品、理美容サービス

(3) 商圈設定の基準

- 第 1 次商圈 ①消費需要の 30%以上を吸引していると目される市町村  
②地元購買率が 30%以上である商圈の中心都市となる市町村

第2次商圏	①消費需要の10%以上30%未満を吸引していると目される市町村 ②地元購買率が10%以上30%未満である商圏の中心都市となる市町村
第3次商圏	①消費需要の5%以上10%未満を吸引していると目される市町村 ②地元購買率が5%以上10%未満である商圏の中心都市となる市町村
(4) 商業中心都市・準商業中心都市・単独商圏都市	
商業中心都市	①地元購買率70%以上で外部5市町村以上からそれぞれ10%以上吸引している市町村 ②地元購買率80%以上で外部3市町村以上からそれぞれ10%以上吸引している市町村
準商業中心都市	①地元購買率60%以上で外部2市町村以上からそれぞれ10%以上吸引している市町村のうち、商業中心都市に該当しない市町村 ②地元購買率70%以上で外部1市町村以上からそれぞれ10%以上吸引している市町村のうち、商業中心都市に該当しない市町村
単独商圏都市	地元購買率60%以上で、外部特定都市への流出率が20%未満の市町村のうち、商業中心都市及び準商業中心都市に該当しない市町村

### 【観光、特産品等】

平成30年千葉県観光入込調査報告書によると、四街道市の平成30年の観光入込客数は101,793人となっており、観光入込客数は県下54市町村中52番目となっている。

また、主な入込先は四街道ふるさとまつり・4万人、四街道市産業まつり・3万人、四街道ゴルフ倶楽部・3万人となっており、四街道ふるさとまつり及び四街道市産業まつりの主な来場者は市民であることから、市外からの観光入込客数は非常に小さい。

尚、市内に観光ホテルは立地しておらず、宿泊者数は0人の状況にある。(表②-3)

四街道市総合計画によると特産品であるメロンやカラーピーマンの生産を推進しているが、認知度が低いため、情報発信を強化するとともに生産拡大を図ること及び新たな販路拡大に対する検討を課題としている。

前述のとおり、メロンやカラーピーマンは認知度が低く生産量も僅かであるため、加工品等の利用もされていない。

### 【工業】

四街道市には特定の業種が集積している等の特徴がなく、平成28年工業統計調査の事業所数(従業者4人以上の事業所)を基準として見ると、事業所数は38事業所、製造品出荷額等は5,253,211万円となっている。

総合計画によると建設業や流通業などの工業は、都心や成田空港への交通アクセスが良好な本市の立地特性を活かした企業立地が十分に進んでいない。千葉市に隣接し成田空港にも近接する本市の立地条件を活かした企業誘致など、本市の産業強化が必要とある。

以上のことから四街道市総合計画(後期基本計画策定方針、平成31年度から平成35年度)基本目標「にぎわいと活力にあふれるまち」の達成に向け以下の3点を課題として捉え本計画に取り組む。

- 事業者数の減少を止め、維持することが必要
- 消費者需要を捉え躍動する小規模事業者の増加が必要
- 小規模事業者が地域のリーダーとして躍動する中心市街地の活性化が必要

表②-3 市町村別の観光入込状況

NO	市町村名	入込客数	宿泊客総数
1	浦安市	48,098,788	7,918,404
2	千葉市	28,733,841	2,500,020
3	木更津市	20,180,770	555,407
4	成田市	18,892,033	3,431,234
5	香取市	8,839,777	88,838
52	四街道市	101,793	0
	計	198,831,878	19,233,379

【出典】平成30年千葉県観光入込調査報告書

(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

現計画（平成28年4月1日～令和3年3月31日）では「印旛地区6商工会連携事業」として（1）域外需要の取り込みを図る小規模事業者を徹底支援（関与度別支援）（2）成田国際空港の通過地点ではなく、印旛地域をブランド化するための徹底支援（3）創業や第二創業の促進を徹底支援の3点を中長期的な振興方針として取組んでいる。

計画遂行に当たってはセミナーを中心として、また、必要に応じて専門家派遣を活用する等して計画策定支援を行っている。域外に販路を拡大したことで大幅に業績が改善される等、目立った成果は確認されてはいないものの、計画を策定した事業者には計画策定の意義と重要性は伝わっていると感じられる。

尚、小規模事業者持続化補助金等、支援施策を前提とした事業計画策定支援に注力しがちになっており、計画策定後のフォローアップの実施方法に課題があると言える。

印旛地域のブランド化については、前述したとおり観光産業と特産品の土壌が弱く、効果的な支援事業等は実施できていない。

現計画では域外需要の取り込みを図る小規模事業者に対して積極的な支援を展開することを振興のあり方として計画を実行してきた。

しかし、平成30年度消費者購買動向調査（千葉県の商圏）では域内消費が流出し、単独商圏を形成しなくなっている。また、千葉市に隣接し成田空港にも近接する立地条件を活かしきれていないことから、経営状況を分析し、「強み」、「弱み」、「外部環境」に対する知見を深め成長を後押しする。

特に市内商工業者数の38%強を占める卸・小売り、飲食業にあつてはjSTAT MAP+家計調査年報により推定市場規模を算出し、ビジネスの妥当性を評価することにより、需要を捉えた事業計画を策定し手厚いフォローアップを展開する。

現計画の重点支援先である域外需要の取り込みを図る小規模事業者に対する支援に加え、地元購買率を高める取り組みを支援することで持続的発展を目指す。

また、経営分析と事業計画策定において、成長志向の事業承継の支援や創業塾の開催等により創業を支援し新陳代謝を図ることで地域コミュニティを維持する。

また、連携協定を結んでいる金融機関、市所管課及び商工会では毎年、支援機関等連携会議を開催しているところであり、金融機関には創業塾のビジネスプラン発表会においてコメンテーターとして“金融機関の視点”からコメントを寄せていただき、受講生には好評を得ている。

着実に支援機関相互の距離感は縮まっており、継続することが小規模事業者に対する長期的な振興にとって有用であると感じているところであり、今後も引き続き連携の強化を図る。

## ② 四街道市総合計画との連動性・整合性

四街道市総合計画（後期基本計画策定方針、平成 31 年度から平成 35 年度）基本目標「にぎわいと活力にあふれるまち」では、市街地形成として中心市街地として発展してきた四街道駅周辺地区を都市核として位置づけ、また市域の均衡ある発展のためには、都市核 1 か所に都市機能を集中させるだけでなく、都市核を補完する地域の発展が必要であるとしている。また同目標「産業・就業支援」における具体的な取り組みは次のとおり。

### (1) 地域産業の振興

- ・ 中心市街地等の活性化を図る空き店舗等活用事業補助制度を活用し、地域産業の振興を図ります。
- ・ 地域で行う地域活性化イベントや安心して買い物ができる環境づくりに対する支援などを通じて、中小企業者と地域との連携強化に取り組みます。また、この取り組みを通じて、商店会などに対する地域経済の担い手育成に努めます。
- ・ 農業者の所得向上につながる 6 次産業化に向けた取り組みを支援するとともに、商工会などが取り組む地域振興事業を支援します。
- ・ 生産者・商工業者と消費者との相互理解を深めるため、産業まつりを開催します。
- ・ 民間事業者などが行うイベント等を支援し、その効果を検証しながら、にぎわいある地域づくりと地域産業の振興を図ります。

### (2) 中小企業の支援

- ・ 中小企業者の経営基盤安定を図るとともに、新製品開発や技術革新などに前向きに取り組む中小企業者を支援します。
- ・ 商工会などと連携しながら、中小企業の経営者が抱える課題を共有し、経営相談や地域産業に関する情報提供を行うとともに、「創業塾」などによる新たなビジネスプランの創出を支援します。

### (3) 企業誘致環境の整備と創業への支援

- ・ 企業誘致の促進に向け、金融機関などと連携してニーズの把握や企業とのネットワークの構築を図ります。また、特定地域において、進出企業に対する優遇措置となり得る制度を研究します。
- ・ 市外の中小企業者などに対して、空き店舗等活用事業補助制度を活用した積極的な誘致活動を行います。また、本市における創業を促進するため、コワーキングスペース等の環境を整備します。

### 取り組みごとの主な事業

事業名	内容
中心市街地等活性化事業	空き店舗などを活用した出店に対する補助や中心市街地活性化に向けた関係者の連携強化、情報発信、イベント開催への支援などを実施します。
中小企業資金融資事業	中小企業者の資金調達を支援します。
企業誘致事業	特定地域において、進出企業への優遇措置を研究します。
労働行政事業	関係機関と連携し、セミナーなどを開催します。

### ③ 四街道市商工会としての役割

四街道市商工会は主に小規模事業者の経営改善普及事業を巡回・窓口相談を通じて実施している。そして、小規模企業振興基本法の制定によって、小規模企業支援の中核という位置づけになったことにより、経営発達支援にも注力し、小規模事業者の持続的な発展を支援している。

本計画においては、課題解決に取り組むにあたり「ローカルベンチマーク」を活用し、企業の現状（内部環境）を把握し、jSTAT MAP+家計調査年報の活用により推定市場規模（外部環境）を算出する。

そして、上記をベースとして「強み」をさらに活かすためのアクションプラン及び「弱み」を克服するためのアクションプランを立てた事業計画の策定を支援する。

また、各種支援施策の情報を提供するとともに計画実行に有効な施策を活用するなどして計画の実行を支える。

それにより、地域の雇用の維持を図るとともに小規模事業者が地域のリーダーとして躍動することで四街道市総合計画の基本目標「にぎわいと活力にあふれるまち」の創出に貢献する。

### (3) 経営発達支援事業の目標

#### ○ 事業者数の減少を止め、維持することが必要

##### 目標① 伴走型支援による事業計画策定を支援する。（継続）

四街道市の商工業者は減少し続けており、小規模事業者においても、ほぼ全業種で減少している。また、商工会の脱退理由も廃業が全体の50%以上であり、廃業理由も高齢による廃業が最も多いことから、成長志向の高い小規模事業者及び社会貢献性が高いが収益力の低い小規模事業者が抱える、販路開拓、情報発信力及び人材獲得等の課題に対し経営指導員が伴走型支援を通し、事業計画の策定を支援することで経営基盤の強化を図り事業の継続を支援する。

##### 目標② 創業・第二創業、事業承継を支援し地域経済の維持・発展を図る。（継続）

経営分析と事業計画策定において、成長志向の事業承継の支援や創業塾の開催等により創業・第二創業を支援し新陳代謝を図ることで地域経済の維持・発展を図る。

#### ○ 消費者需要を捉え躍動する小規模事業者の増加が必要

##### 目標③ 商圈調査を実施しデータを提供することで戦略立案を支援する。（新規）

市内商工業者数の38%を占める卸・小売り、飲食業にあつてはjSTAT MAP+家計調査年報により商圈分析に取り組むことで、域内消費の流出を防止するとともに売上拡大戦略等の立案を支援する。

#### ○ 小規模事業者が地域のリーダーとして躍動する中心市街地の活性化が必要

##### 目標④ 中心市街地のにぎわい創出を図る。（新規）

事業計画の実行をフォローアップし成長を実現することで地域の雇用維持を図るとともに小規模事業者が地域のリーダーとして躍動し“にぎわいの創出”を実現することに貢献する。

競争力の源泉を「発見する」、「活用する」、「伝える」を意識した経営分析

- ◆ ローカルベンチマーク等の活用

事業計画作成支援

- ◆ 需要を取込む

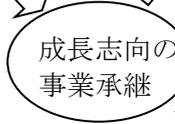
・ 推定市場規模の確認と目標シェア (注)

- 創業塾の開催等による創業支援



フォローアップ

- 販路開拓
- 情報発信
- 資金調達
- 人材獲得
- 商品開発
- 各種施策の活用
- その他



成長志向の  
事業承継

- ・ 他の支援機関との連携支援
- ・ 専門家派遣

(注) 推定市場規模の確認と目標シェア

消費者購買動向調査（千葉県）の調査結果を踏まえ、jSTAT MAP+家計調査年報により推定市場規模を算出しビジネスの妥当性を評価する。

【商圈の範囲とシェア】

商圈		
距離	時間	代表的な業種
500m以内	徒歩 5分	飲食店 (駐車場なし)
1,000m以内	徒歩 10分 自転車	理美容室 (駐車場なし)
2,000m以内	自転車 自動車 5分	駐車場付店舗

シェア		
シェア率		状況
1~3%	開業シェア	開業当初(創業者は3%確保を!)
4~7%	存在シェア	知っているお客様が増えてきた状況
8~10%	市場認知シェア	競合店に影響を与えられる状況
11~20%	地域トップ3	商圈内認知度「高」、事業が安定的
21~30%	地域1番店	最終目標
31~40%	安定的シェア	圧倒的有利な状況・多店舗化も考慮
41%以上	独占的シェア	独占しすぎて競合店の参入が...

## 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内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和3年4月1日～令和8年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

目標① 伴走型支援による事業計画策定を支援する。（継続）

[方針] 経営指導員等が伴走型支援を通じた日々の相談業務やセミナーを通じ、現状を分析し、今後進むべき方向性を導き出し手厚いフォローアップを実施する。

そして、事業計画のフェーズに合わせ、有効な小規模企業施策の情報を提供し、活用を支援する。新たに生じた専門的な課題については、他の支援機関と連携した支援を実施し、また専門家派遣を活用するなどして目標達成に取り組む。

主な対象者は経営指導員の窓口・巡回時の支援業務を通じた掘り起しのほか四街道市産業まつりの出店者及び四街道市ふるさと返礼品の提供事業者とする。また、個人事業者の決算支援時、労働保険年度更新時、金融相談時並びに個別の創業相談時にも働きかけを行う。

目標② 創業・第二創業、事業承継を支援し地域経済の維持・発展を図る。（継続）

[方針] 経営指導員の窓口・巡回時の支援業務を通じた掘り起しのほか、創業塾の開催を通して、創業・第二創業の希望者を募り着実な開業に向けた支援を展開する。また目標①、目標③の支援を通じ成長志向の事業承継を支援する。

目標③ 商圈調査を実施しデータを提供することで戦略立案を支援する。（新規）

[方針] 小売り、飲食業を中心に経営指導員が伴走型支援を通じ、jSTAT MAP+家計調査年報により推定市場規模を算出し、商圈分析に取り組むことで域内消費の流出を防止するとともに売上拡大戦略等の立案を支援し、需要を捉えた事業計画策定につなげる。

経営指導員の窓口・巡回時の支援業務を通じた掘り起しのほか、四街道市産業まつりの出店者及び四街道市ふるさと返礼品の提供事業者とする。また個人事業者の決算支援時、労働保険年度更新時、金融相談時並びに個別の創業相談時に働きかけを行う。

目標④ 中心市街地のにぎわい創出を図る。（新規）

[方針] ①～③の支援事業で策定した、事業計画の実行をフォローアップし成長を実現することで地域の雇用維持を図るとともに小規模事業者が地域のリーダーとして躍動し“にぎわいの創出”を実現することに貢献する。

市の支援施策である空き店舗等活用事業補助制度を活用し、新規出店を図る事業者の支援を行う。

また、中心市街地活性化委員会を開催し、にぎわい創出に有用な事業を見定め展開する。

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 継続的・体系的に地域の経済動向等を調査し公表する活動は行っておらず、ピンポイントのアンケート調査や経営指導員が相談支援業務の中で景況感を把握したり、必要に応じて統計データを活用・提供したりする程度にとどまっている。

[課題] 調査結果を地域の活性化に資する有効な事業の立案や小規模事業者の課題の認識と課題解決のための戦略の立案に有効利用する。

(2) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
①地域の経済動向分析の公表回数	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②景気動向分析の公表回数	—	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回

(3) 事業内容

① 国が提供するビッグデータを活用した地域の経済動向分析の実施

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員により「RESAS」(地域経済分析システム)を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回、公表する。

【分析手法】

- ・「地域経済循環マップ・生産分析」→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

⇒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。地域経済分析システム (RESAS) を活用した地域の経済動向分析

② 四街道市景気動向調査の実施

四街道市内の景気動向を把握するため年2回調査し分析する

【調査対象】 小規模事業者 115 者 (工業 21、商業 46、サービス業 48)

※母集団 1,500 (小規模事業者数) 信頼水準 95% 許容誤差±10%で算出

業種	① 構成比	② 必要サン プル数	③ 回収率 80% ②÷0.8	調査票数 ①×③
工業	19%	91	≒115	21
商業	38%			46
サービス業	43%			48

【調査項目】 売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、業況 等、

【調査手法】 調査票をメールで送受信する

【分析手法】 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

- 情報収集・調査、分析した結果はホームページに掲載し周知する。
- 経営指導員等が相談指導を行う際の参考資料とする。
- 事業計画策定時の資料として提供する。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 各種統計資料に基づいたデータを活用するのみで、収集・分析はこれまで実施していない。

〔課題〕 アンケートを実施し、調査結果を分析した上で当該事業者にフィードバックすることで、新商品開発や改良に資する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

(2) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
① 四街道市産業まつり出店事業者に対する需要動向調査	—	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
② 四街道市ふるさと返礼品に選ばれた事業者に対する需要動向調査	—	選ばれた事業者数	選ばれた事業者数	選ばれた事業者数	選ばれた事業者数	選ばれた事業者数

(3) 事業内容

① 四街道市産業まつりにおいて出店事業者の出展品に対するアンケート調査を実施し、調査結果を分析した上で当該 4 店にフィードバックすることで、改良及び新商品開発に資する。

【サンプル数】 来場者 25 人×4 品目

【調査手段・手法】 四街道市産業まつりにおいて来場客に試食してもらい、経営指導員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入する。

【分析手段・手法】 調査結果は、販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【調査項目】 味、容量・大きさ、価格、見た目、パッケージ、性別、年齢、電子マネーの利用状況等

【調査・分析結果の活用】 分析結果は、経営指導員等が当該出店者に直接説明する形でフィードバックし、改良及び新商品開発に活かす。

② 四街道市ふるさと返礼品として選ばれた事業者において返礼品に対するアンケート調査を実施し、調査結果を分析した上で当該事業者にフィードバックすることで、改良及び新商品開発に資する。

【サンプル数】 選ばれた事業者の発送数（全数調査）

《参考》 令和元年度実績

登録事業者数 40 事業者

品目数 90 品目

返礼品点数 402 点

【調査手段・手法】 返礼品にアンケート用紙を同封し、寄付者から返信用封筒にて商工会へ郵送してもらう。

【分析手段・手法】 調査結果は、販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【調査項目】 選んだ理由、リピート回数、味、容量・大きさ、価格、見た目、パ

パッケージ、性別、年齢、電子マネーの利用状況等

【調査・分析結果の活用】 分析結果は、経営指導員等が当該出店者に直接説明する形でフィードバックし、改良及び新商品開発に活かす。

#### 4. 経営状況の分析に関すること

##### (1) 現状と課題

【現状】 マル経融資をはじめとする各種融資制度及び小規模事業者持続化補助金等の補助金申請時に、申請者を対象として経営指導員が経営分析を実施してきた。しかし、未だ多くの小規模事業者にとって経営分析の重要性が浸透していない状況である。また、フィードバックが十分とは言えない。

【課題】 これまで実施しているものの、高度・専門的な知識が不足しているため、外部専門家と連携するなど、改善した上で実施する。

##### (2) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
① 商圏分析数	—	30	30	30	30	30

		現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
② セミナー開催件数	集団	—	2	2	2	2	2
	個別	—	6	6	6	6	6
経営分析件数		—	30	30	30	30	30

##### (3) 事業内容

###### ① 商圏分析

市内商工業者数の 38%を占める卸・小売り、飲食業にあつては、3-2 の対象事業者並びに巡回・窓口相談等において、決算書の準備が容易な場面を捉えて経営指導員 1 人当たり 10 件程度（計 30 件）について jSTAT MAP+家計調査年報を活用した商圏分析を実施しビジネスの妥当性を評価した上で②セミナーへと誘導する。

###### ② 専門家によるセミナーの開催内容

経営指導員等の商圏分析を介した掘り起こしのほか、専門家による経営分析セミナーを開催し対象者を募る。集団セミナーにおいて、経営分析の意義と分析ツールである「ローカルベンチマーク」の使い方を解説し、個別セミナーにおいて個々の経営分析を支援する。

###### (ア) 集団

- 【募集方法】 個別案内、ホームページで周知
- 【回数】 集団 2 回
- 【カリキュラム】 ・経営分析の意義と重要性  
・「ローカルベンチマーク」の解説
- 【参加者数】 20 名/1 回

###### (イ) 個別

- 【募集方法】 (ア) の受講者に個別案内

【回数】 個別相談会 6回  
【参加者数】 個者×7コマ/日×6回（延べ42人分）

③ 経営分析の内容

【対象者】 集団セミナーは広く参加者を募るとともに、3-2. 需要動向調査に関する  
ことにおいて目標に掲げた対象事業者40事業者のうち4割の16事業者程  
度と、商圈分析を実施した事業者の3割の9件程度をセミナーへと誘導し  
一般募集を含め40名程度の参加を見込む。  
そして、集団セミナー参加者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い  
30事業者を選定し、個別セミナーに誘導する。

【分析項目】 定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「SWOT分析」の双方を行  
う。  
《財務分析》売上高増加率、営業利益率、労働生産性、EBITDA有利子負債  
倍率、自己資本比率  
《SWOT分析》強み、弱み、脅威、機会

【分析手法】 「ローカルベンチマーク」を活用し、必要に応じてjSTAT MAP+家計調査  
年報の活用をする等して、専門家と経営指導員が連携して分析を行う。

(4) 分析結果の活用

- 分析結果は、当該事業者フィードバックし、事業計画の策定等に活用する。
- 分析結果は、データベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用する。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】 従来の巡回・窓口相談を介した支援に加え、事業計画書作成セミナーや創業塾の開催  
を通じて、作成支援等を行っている。

【課題】 これまで実施しているものの、事業計画策定の意義や重要性の理解が浸透していない  
ため、セミナー開催方法を見直すなど、改善した上で実施する。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変  
化を促せる訳ではないため、4.で経営分析を行った事業者を主な対象者として長期的な視点に立  
った事業計画作成セミナーを開催する。それにより経営分析を行った事業者の7割程度/年の策  
定を目指す。

計画の策定にあたっては、事業者の要望に応じた事業計画期間を設定し、状況に応じて事業承  
継計画を組み込む。

創業予定者、第二創業者及び事業承継者等については、創業塾（定員15者）の開催を通して支  
援する。過去の実績においては、創業塾終講時において、創業希望者のおよそ8割が創業を断念  
している。

創業希望者を受講者の9割程度（13者）と見込み、その2割程度（3者）と第二創業者及び事  
業承継者等の2者の計5者を目標値とする。

目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
①事業計画策定件数(セミナー受講者) ※ 事業承継計画を含む	—	21	21	21	21	21
②事業計画策定件数(創業塾受講者)	—	5	5	5	5	5

(3) 事業内容

① 事業計画策定セミナーの開催

【募集方法】 個別案内、ホームページで周知

【回数】 集団 1 回、個別相談会 4 回

【カリキュラム】

- ・経営理念
- ・戦略立案
- ・戦術の決定
- ・目標の数値化
- ・事業承継
- ・個別相談会(担当経営指導員と専門家による計画策定支援)

} 等について講師と相談の上、決定する。

【対象者】 経営分析を行った事業者

【参加者数】 21 名

【手段・手法】 事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、外部専門家も交えて確実に事業計画の策定につなげていく。

② 創業塾の開催

【募集方法】 市広報、チラシ、ポスター、ホームページで周知

【回数】 5 回

【カリキュラム】

- 第 1 回 創業への心構え  
経営戦略・マーケティング戦略
- 第 2 回 ビジネスプラン(事業コンセプト編)  
ビジネスプラン作成(ビジネスモデル編)
- 第 3 回 経理・税務についての基礎知識  
創業者向け融資制度について  
労務管理の基礎知識
- 第 4 回 会社を強くする法務  
ビジネスプラン作成と個別相談
- 第 5 回 経営を支える販路と営業戦略  
ビジネスプラン発表とフィードバック  
四街道市空き店舗等活用事業補助制度について

【対象者】 四街道市内で創業予定または創業後 5 年未満の方

【参加者数】 15 名程度

【手段・手法】 セミナーを通して事業計画書の作成を支援する。  
創業に至るまで経営指導員等が伴走型支援によるフォローアップを実施することで着実な創業へとつなげていく。  
また、開業後間もない方へは経営指導員等の伴走型支援のほか、専門家を派遣する等、課題解決への取組を支援する。

6. 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] 課題が発生した都度、課題解決の支援を行っているのが現状であり、計画的なフォローアップは実施できていない。

[課題] 上述のとおり、これまで実施しているものの、計画的なフォローアップは実施できていない。今後は、改善した上で実施する。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とし、四半期に一度を標準とする。尚、事業計画の進捗状況等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。

(3) 目標

① 事業計画策定セミナー受講による事業計画策定者

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
フォローアップ対象事業者数	—	21	21	21	21	21
頻度 (延回数)	—	84	84	84	84	84
売上増加事業者数	—	3	5	12	15	15
利益率 3%以上増加の事業者数 (1%/年)	—	1	3	5	10	10

② 創業塾受講による事業計画策定者

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
フォローアップ対象事業者数	—	5	5	5	5	5
頻度 (延回数)	—	20	20	20	20	20

(4) 事業内容

フォローアップ

① 事業計画策定セミナー受講による事業計画策定者

- ・ 四半期に1度の継続したフォローアップを実施していく。ただし、状況により臨機応変にフォローアップ頻度の変更等を行う。  
アクションプラン等の実施状況の確認のほか、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、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とともに必要に応じて変更計画書の策定を支援する。

② 創業塾受講による事業計画策定者

- ・ 四半期に1度の継続したフォローアップを実施していく。ただし、状況により臨機応変にフォローアップ頻度の変更等を行う。

7. 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〕 四街道市の経済基盤の確立と一層の発展を図るため、市内の農産物、商工業製品等の展示及び即売等を通じて産業の発展状況を広く市民へ紹介することにより、生産者及び商工業者、消費者との相互理解を深めることを目的として「四街道市産業まつり」が実行委員会により開催されている。

実行委員会には市産業振興課、千葉みらい農業協同組合及び四街道市商工会が事務局となっており、実行委員長は千葉みらい農業協同組合の委員及び四街道市商工会の委員（会長）が交代（任期2年）で就任している。

令和元年度は商工業では25者が出展。2日間計33,000人の来場があった。

〔課題〕 これまで実施しているものの、来場者への自社、出展品目等のPRが積極的とは言えないため、出展にあたっては、改善した上で実施する。

(2) 支援に対する考え方

消費者購買動向調査（千葉県の商圈）結果では平成24年度調査において四街道市は単独商圈都市を形成しているが、平成30年度調査では地元購買率が8.7ポイント減少して60%未満（59.8%）となり、商圈を形成しなくなっていることから、3-2. 需要動向調査に関すること及び4. 経営状況の分析結果を出展品に反映させることで、外部に流出している需要を取込む。出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後のきめ細かな伴走支援を行う。

(3) 目標

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
四街道市産業まつり出展事業者数	—	25	25	25	25	25
売上額／者	—	15万円	18万円	20万円	25万円	25万円

(4) 事業内容

四街道市産業まつり出展事業（B to C）

4.5.において支援した事業者を優先的に出展事業者として推薦し、内需の取り込みを図る。

また、強みを活かしたパンフレット等の作成を支援し、来場者へ配布することにより店舗の周知を図り域内需要の取込みを図る。

8. 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〕 事業評価については、年1回、評価報告書を作成し外部有識者の評価を得、アクションプランの変更などの見直しを行い理事会へ報告している。

〔課題〕 事業評価については、見直しが年1回にとどまっていることから、評価見直しの回数を増やすなど、改善した上で実施する。

(2) 事業内容

○ 四街道市産業振興課長、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士、地域金融機関支店長等をメンバーとする「協議会」を半期ごとに開催し、経営発達支援事業の目標値に対する進捗状況を定量的に確認し、評価を行う。

○ 当該協議会の評価結果は、役員会にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させるとともに、HPへ掲載（年2回）することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

## 9. 経営指導員等の資質向上等に関すること

### (1) 現状と課題

[現状] 経営指導員等については職位に応じて千葉県商工会連合会が実施する商工会等職員業務分担別研修会に参加したり、専門家を招聘した個別相談に同席したりすることでスキルアップに取り組んでいる。

[課題] 知識の習得に加え、本計画の目標の達成のためには本計画に携わる全ての職員が小規模事業者の事業内容に興味を持ち、尊敬し、共感する「傾聴」の意識を持つことが重要であり、「傾聴」の意識を持って、また易しい言葉で接することを心掛け、日々の相談業務を実施することが重要であると認識している。

### (2) 事業内容

#### ① 外部講習会等の積極的活用

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、千葉県商工会連合会が実施する商工会等職員業務分担別研修会及び中小企業大学校東京校等が実施する「事業計画策定」に関する研修及び課題解決に向けた「コミュニケーション能力」向上のための研修会に計画的に経営指導員等を派遣する。

#### ② OJTの導入

巡回指導や窓口相談の機会を活用したOJTを積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

#### ③ 職員間の定期ミーティングの開催

毎月1回、職員によるミーティングを開催し進捗状況を共有するとともに、経営指導員等が出席した研修会の内容については、出席職員が詳細な報告を行い、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

担当経営指導員等が基幹システム上のデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにする。

## 10. 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] 本会では行政並びに県内に本店を置く市内金融機関と年1回、中小企業支援機関等連携会議を年1回開催し情報の交換を行っている。

また、「印旛地区6商工会連携事業」として、現計画（平成28年4月1日～令和3年3月31日）に取り組む中で北部ブロック連携会議を開催し情報交換を行っている。

[課題] 両会議とも限られた時間の中での開催であるため、支援ノウハウを組織的に蓄積し、また、支援ノウハウを支援に活かしきれていない状況であることから、開催方法を改善する等して実施する。

### (2) 事業内容

#### ① 中小企業支援機関等連携会議の開催（年2回）

本会議の金融機関は地域密着型金融として、「顧客企業に対するコンサルティング」、「地域の面的再生への積極的な参画」、「地域や利用者への積極的な情報発信」等に積極的に取り組んでいることから、経済社会情勢の変化に即応してその事業の持続的発展を図るべく、小規模企業振興の方針として認識を共有した上で、情報の交換を図り支援ノウハウの一層の向上に努める。

[構成メンバー]

株式会社 千葉銀行四街道支店  
株式会社 京葉銀行四街道支店  
株式会社 京葉銀行四街道南支店  
株式会社 京葉銀行千代田支店  
株式会社 千葉興業銀行四街道支店  
千葉信用金庫 四街道支店  
四街道市環境経済部産業振興課  
四街道市商工会

- ② 北部ブロック連携会議への出席（年４回）  
印旛地区６商工会の経営指導員と情報交換に主眼を置き開催している。  
本会議では、支援事例、管内の動向等を積極的に交換し、支援に活かす。
- ③ その他、以下の機関が開催する支援ノウハウ等の情報交換に資する会議等への出席
- ・ 千葉県商工会連合会（年２回）
  - ・ 株式会社日本政策金融公庫（年１回）
  - ・ 千葉県事業引継ぎ支援センター（年１回）
  - ・ 千葉県税理士会成田支部（年１回）

11. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 中心市街地活性化委員会の事務局として、四街道市総合計画で都市核として位置づけられている四街道駅周辺地区の活性化を図ることを目的として、委員会を開催している。

[課題] 委員会の内部組織である「地域活性化部会」及び「ポイントカード事業部会」を中心に事業を展開しているが、参加事業者を増やすことが課題となっている。

(2) 事業内容

○ 中心市街地活性化委員会の開催（年２回）

商工会が事務局として四街道市が策定した四街道市中心市街地活性化基本計画に基づき商工会会員、NPO関係者、地域住民、大規模小売店舗関係者、四街道市職員等から選出された委員会を開催する。

また、委員会の内部組織である「地域活性化部会」、「ポイントカード事業部会」の意見を委員会に報告する。

(別表2)

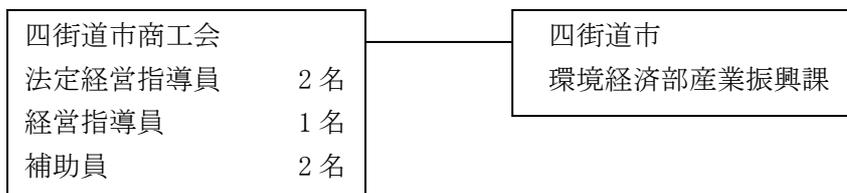
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和2年11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)

本会の事務局体制は、経営指導員3名、補助員2名、記帳指導員2名で構成される。その中で経営指導員3名と補助員2名が本事業に携わる。



(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 三股 勲  
佐倉 光洋

連絡先 四街道市商工会 TEL: 043-422-2037

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/商工会議所、関係市町村連絡先

①四街道市商工会

〒284-0003  
千葉県四街道市鹿渡 895-14  
四街道市商工会  
TEL: 043-422-2037 / FAX: 043-423-6941  
E-mail: info@yotsukaido.or.jp

②四街道市役所

〒284-8555  
千葉県四街道市鹿渡無番地  
四街道市 環境経済部産業振興課  
TEL: 043-421-6133 / FAX: 043-424-2013  
E-mail: ysangyo@city.yotsukaido.chiba.jp

(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3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
必要な資金の額	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200
・ 需要動向調査費	100	100	100	100	100
・ 経営分析セミナー開催費	400	400	400	400	400
・ 事業計画策定セミナー開催費	300	300	300	300	300
・ 創業塾開催費	800	800	800	800	800
・ 専門家派遣費	450	450	450	450	450
・ 研修会等派遣費	100	100	100	100	100
・ 会議費	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
国補助金、県補助金、市補助金、自己財源（会費、手数料収入等）

(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。

