

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	木更津商工会議所（法人番号 3040005007851） 木更津市（地方公共団体コード122068）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	経営発達支援計画の目標 ビジョン：「個が輝き・地域が輝く木更津の実現」 当所では支援の目標として、「個者の自立」、「廃業率の低下」、「開業率の増加」、「域内経済活性化」に向けて、下記①～④を支援の目標として掲げる。 ①既存事業者の持続的発展と業績向上、経営力強化 ②事業承継の円滑化による廃業率の低下 ③地域内での創業者輩出と事業継続 ④域内経済活性化に向けた取引振興とDXの活用
事業内容	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「RESAS」を活用した地域の経済動向分析 ② 小規模事業者向け「景気動向調査」の実施 4. 需要動向調査に関すること ふるさと納税返礼品寄付者への、商品・サービスのアンケート調査等を実施 5. 経営状況の分析に関すること 窓口・巡回相談の機会に掘り起こしを行い、支援者に対する定量分析・定性分析を行い、事業計画の作成に活用する 6. 事業計画策定支援に関すること 経営課題を解決するため、経営分析結果を踏まえ持続的発展につながる事業計画および事業承継計画・創業計画の策定支援を行う 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 策定した事業計画の進捗状況に応じ、計画的にフォローアップを伴走的に行い、事業計画の実効性を高める 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ビジネスマッチングサイト等の活用による域内事業者への取引振興支援と電子地域通貨「アクアコイン」等DXの推進を行い域内経済活性化に繋げる
連絡先	木更津商工会議所 中小企業相談所 292-0838 木更津市潮浜 1-17-59 TEL:0438-37-8700 FAX:0438-37-8705 E-mail: info@kisarazu-cci.or.jp 木更津市経済部 産業振興課 292-8501 木更津市富士見 1-2-1 TEL:0438-23-8460 FAX:0438-23-8519 E-mail: sangyou@city.kisarazu.lg.jp

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木更津市の現状

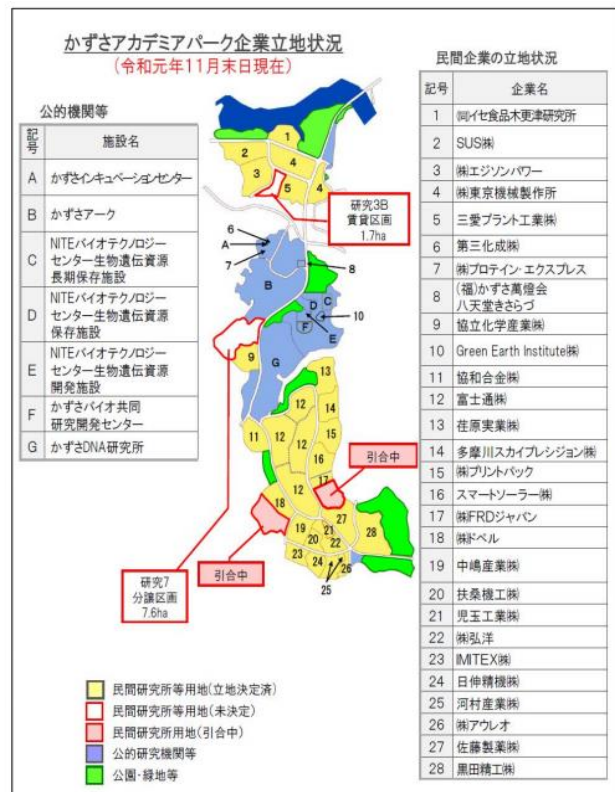
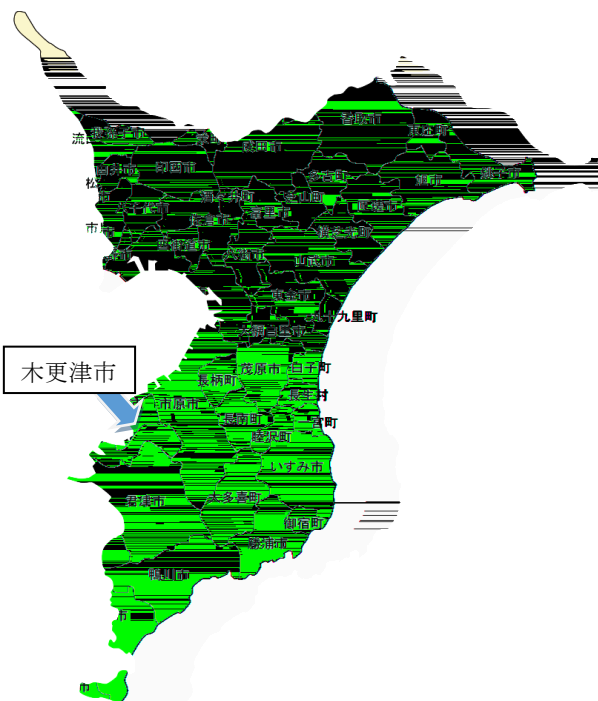
【立地と概要】

千葉県木更津市は、東京湾に面した千葉県中西部に位置する市で、北側は袖ヶ浦市や市原市、南側は君津市が接し、海を挟んで対岸の神奈川県川崎市とは東京湾アクアラインで結ばれている。交通アクセスにも非常に恵まれており、市の交通の要衝となるのは JR 木更津駅で、千葉駅までは最短 40 分程度。アクアラインを高速バスが通っており、羽田空港までは 35～50 分程度、横浜・川崎はもちろん、新宿・品川など都心の各方面へのアクセスも 1 時間程度とスムーズである。

面積は 138.90 ㎢ で千葉県内では 11 番目に面積の大きい市である。このような恵まれた立地を活かし、人と自然が調和した持続可能な「オーガニックなまち」として、次世代に継承していくことを目的とする活力あるまちづくりを進めている。

三井アウトレットパークや高速バスターミナルのある金田地区は、コストコホールセールジャパンが 2020 年 7 月にオープンし、その後本社誘致も決まるなど、今後木更津市のもう一つの中心になると期待されている。一方、内陸側には上総丘陵が控えるなど海と山に挟まれた豊かな自然に恵まれており、かずさアカデミアパークも立地している。

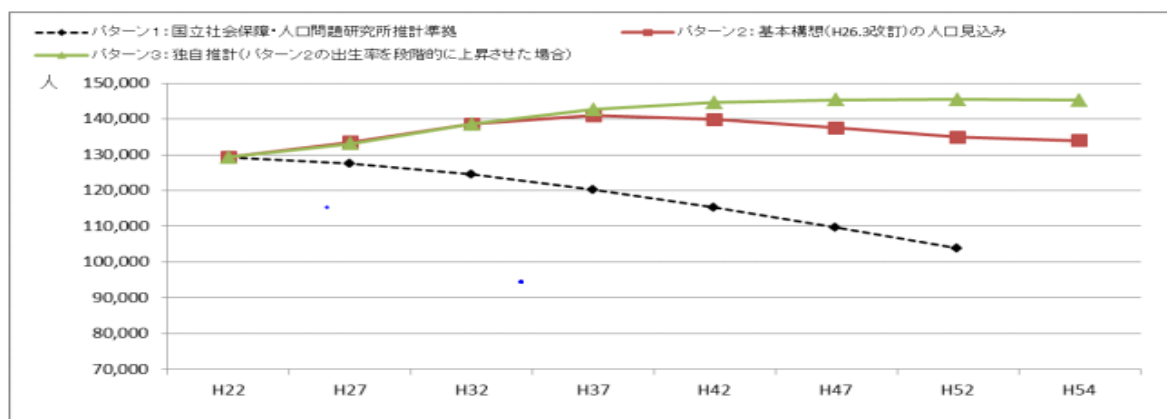
かずさアカデミアパークには、公益財団法人かずさ DNA 研究所や独立行政法人製品評価技術基盤機構 (NITE) バイオテクノロジーセンターなどの公的な研究開発機関と民間企業が集積しており、近年では、たんぱく質生産に係る研究開発企業やトラウトサーモンの研究・生産施設及び食用卵の研究開発施設等の民間企業 28 社が進出している。またかずさアカデミアパークに近い伊豆島地区には、ポルシェの試乗施設 (ポルシェエクスペリエンスセンター東京) を誘致 2021 年 10 月にオープンした。



【人口】

令和3年4月1日現在の木更津市の人口は 135,634 人で、木更津市人口ビジョンによる将来人口見込みは、次項パターン2の基本構想 (H26.3 改訂) によると、令和7年 (2025) 年をピークに減少に転じ、以降は大幅な減少はないものの、微減傾向で推移すると見込んでいる。

図表 3-1-1 将来人口



		2010年 H22	2015年 H27	2020年 H32	2025年 H37	2030年 H42	2035年 H47	2040年 H52	2042年 H54
パターン1: 国立社会保障・人口問題研究所推計準拠	実数(人)	129,312	127,426	124,435	120,270	115,254	109,666	103,874	-
	増減率(%)	-	▲ 1.5	▲ 2.3	▲ 3.3	▲ 4.2	▲ 4.8	▲ 5.3	-
	対H22年指数	-	99	96	93	89	85	80	-
パターン2: 基本構想(H26.3改訂)の人口見込み	実数(人)	129,312	133,506	138,530	140,976	139,814	137,499	134,944	133,933
	増減率(%)	-	3.2	3.8	1.8	▲ 0.8	▲ 1.7	▲ 1.9	▲ 0.7
	対H22年指数	-	103	107	109	108	106	104	104
パターン3: 独自推計(パターン2の時点修正+国の仮定した出生率)	実数(人)	129,312	133,064	138,551	142,649	144,610	145,328	145,464	145,263
	増減率(%)	-	2.9	4.1	3.0	1.4	0.5	0.1	▲ 0.1
	対H22年指数	-	103	107	110	112	112	112	112

出典：総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成 25 年 1 月推計）」

注 1）全パターン H22 は国勢調査の値。パターン 3 の H27 は住民基本台帳人口（1 月 1 日）の値。

2）パターン 1・2 は H27 以降、パターン 3 は H32 以降が推計及び見込み。

※出展：木更津市人口ビジョン

【観 光】

令和元年における千葉県観光調査報告書によると千葉県の観光入込客数は 185,898,319 人で、木更津市は 19,133,157 人、宿泊客総数は千葉県総数 20,100,902 人のうち、木更津市は 604,189 人となっている。観光入込客数（延べ人数）の多かった観光地点の上位 20 位には、木更津市からは「海ほたるパーキングエリア」「道の駅 木更津うまくだの里」がランクインしている。当市においては、アクアラインという交通インフラの強みを生かし、これらの観光入込客等の域外需要をしっかりと取り込むことが重要と考えられる。

②商工業者の現状と課題

【事業者数】

管内事業者は 2009 年→2016 年で、総数は 5 者増加（5,246 者→5,251 者）、小規模事業者は 262 者減少（3,784 者→3,522 者）している。小規模事業者数の推移は、2009 年から 2016 年にかけて、全体の事業者数は微増したものの、小規模事業者数は減少した。産業別にみると、情報通信、製造、宿泊・飲食サービス、金融・保険業の減少が目立つ。医療・福祉、教育・学習支援、運輸・郵便、学術研究・専門・技術サービスは増加している。

また、小規模事業者が全体に占める割合は、2016 年の小規模事業者数は 67.1%で、2009 年の 72.1%に比較すると事業者数も比率も低下した。産業別にみると、建設、生活関連サービス・娯楽、不動産・物品賃貸小規模事業者が占める割合が高い。

商工業者数			小規模事業者数		
2009 年	2016 年	増減比率	2009 年	2016 年	増減比率
5,246	5,251	0.1%	3,784	3,522	▲6.9%

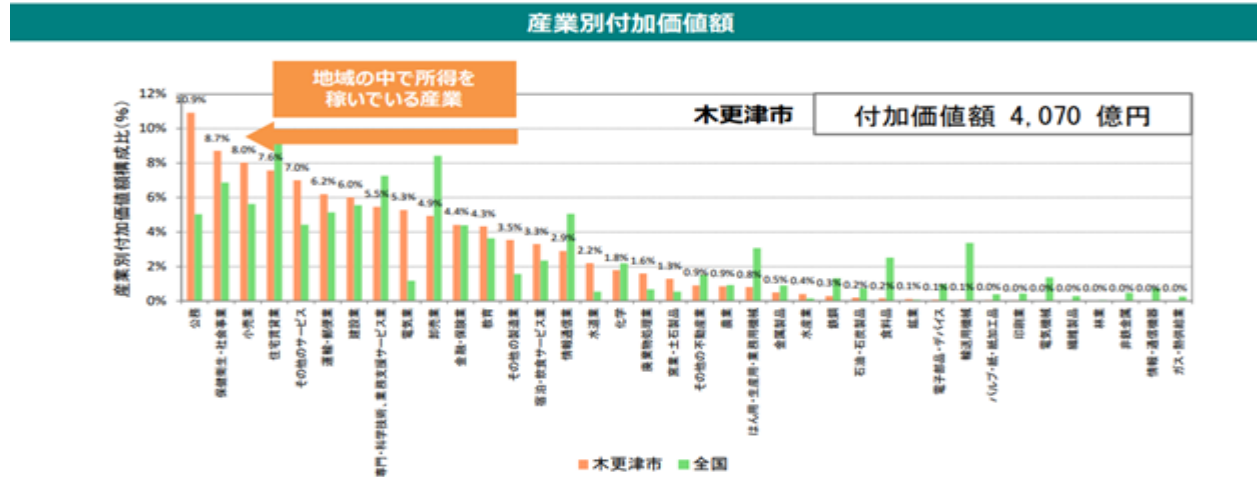
RESAS（地域経済分析システム）の分析によると平成 28 年の当市の地域内事業所数は 5,251 事業所うち 3,522 の小規模事業者が経済活動をおこなっている。また事業所単位では 51,054 人が従事している。平成 21 年と比較すると商工業者数は 5 者増加。小規模事業者は 262 者減少している。小規模事業者数の割合は卸売業、小売業が 23.6%、建設業が 16.0%、宿泊、飲食サービス業が 14.0%の順である。このことから卸売業、小売業、宿泊業、飲食サービスで 37.6%を占めるため、それらの業種を中心とした経営支援体制の構築が重要である。

○木更津市の産業別事業者数及び従業員数、小規模事業者数

	事業所数	従業員数	小規模事業者数	割合
卸売業、小売業	1,480	12,611	830	23.6%
宿泊業、飲食サービス	778	6,621	493	14.0%
建設業	610	4,930	565	16.0%
生活関連サービス業、娯楽業	524	2,451	426	12.1%
医療、福祉	380	5,945	154	4.4%
サービス業（他に分類されない）	340	4,292	25	0.7%
不動産、物品賃貸	223	1,058	181	5.1%
学術研究、専門技術サービス	215	1,348	160	4.5%
製造業	200	4,241	161	4.6%
教育、学習支援業	168	1,888	96	2.7%
運輸業、郵便業	133	2,919	99	2.8%
金融業、保険業	105	1,308	82	2.3%
その他	95	1,442	250	7.1%
総数	5,251	51,054	3,522	100.0%

出典：総務省・経産省「平成21年・平成28年経済センサス（事業所ベース）」

- 付加価値額が大きな産業は、公務、保健衛生・社会事業、小売業、住宅賃貸業で、これらの産業が地域を支えている。
- 付加価値額のうち、第1次産業が1.4%、第2次産業が22.2%、第3次産業が76.4%を占める。
（全国平均：1次産業：1.1%、2次産業：26.6%、3次産業：72.3%）



【工業】

RE S A Sの分析によると、生産額のうち、第1次産業が1.4%、第2次産業が22.2%、第3次産業が76.4%を占める都市型構造であり、工業の生産額の占める割合は高くない。

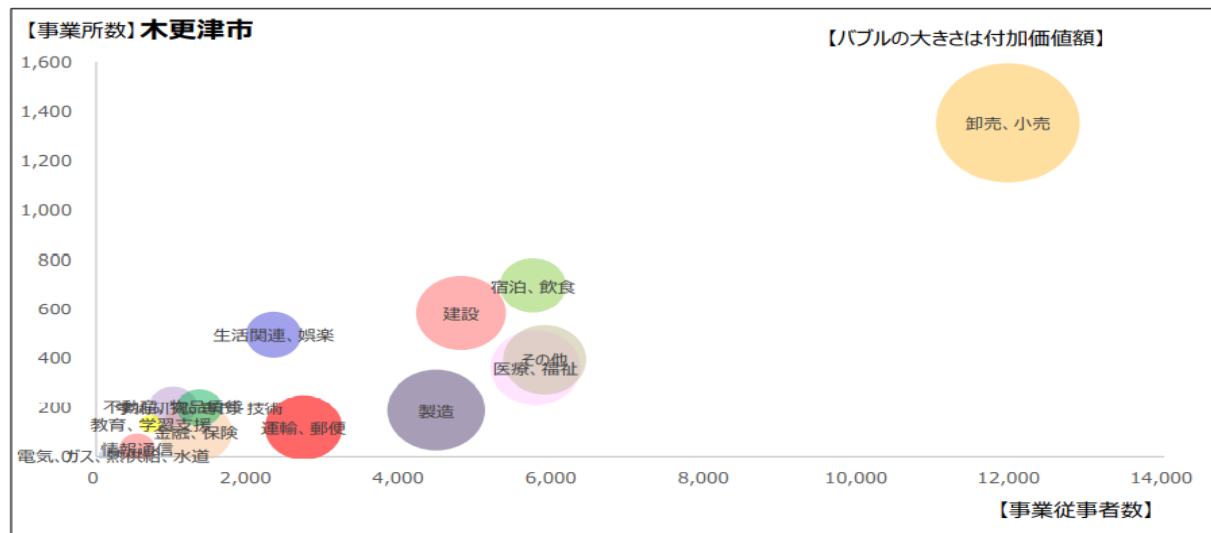
また木更津市商工業振興計画（計画期間：平成26年～令和5年まで）によると本市の工業は小規模事業所が多く隣接都市に比べて1事業所当たりの出荷額は低い。また、かずさアカデミアパークは、もともとバイオ関連先端産業の集積地となっていたが、近年は工業団地として活用する立地企業が増えて来ている。企業交流、情報交流機能を有しており、地元企業に対して産業情報の提供や交流機能の活用による新しい取引機会の提供が可能であり、かずさアカデミアパーク内の企業間はもとより、かずさアカデミアパークと地元企業との実際の取引も深耕している。

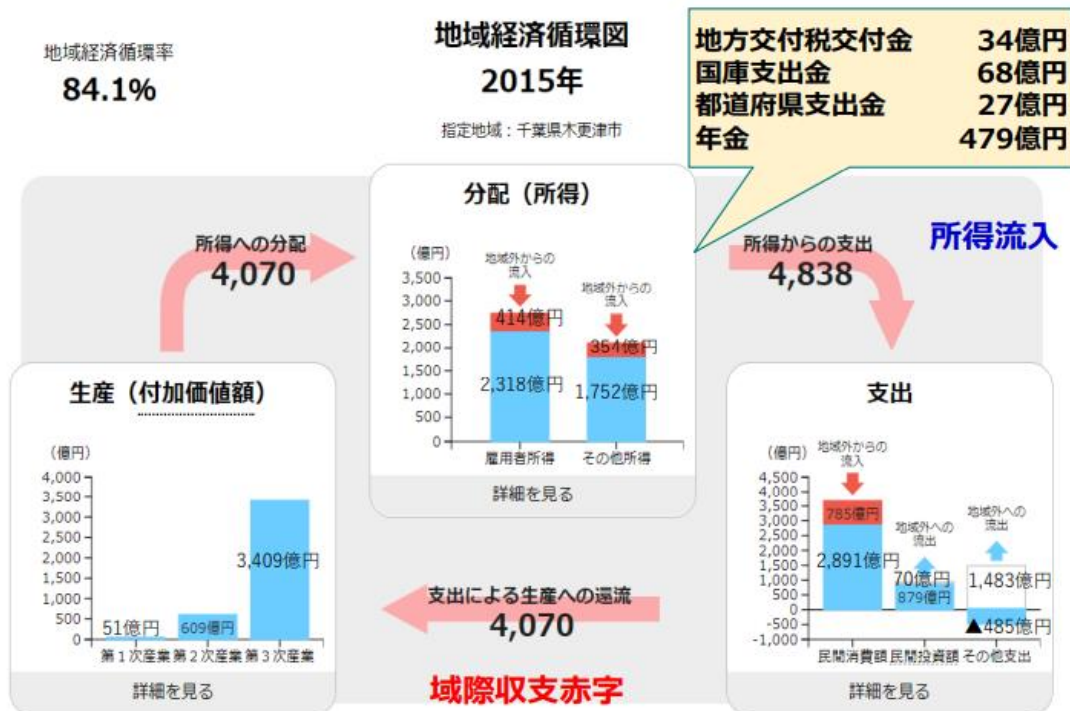
【商業】

生産額のうち 76.4%を占め地域の中で存在感がある第 3 次産業であるが、木更津市商工業振興計画によると、市内卸売業の年間商品販売額の推移は平成 24 年 13,381,154 万円→平成 28 年 13,861,900 万円、小売業の年間商品販売額の推移は、平成 24 年 11,528,003 万円→平成 28 年 19,119,800 万円と増加している。アウトレットなど商業拠点への来訪もあることから、地域外からの民間消費流入があるが、地域内外の消費ニーズを満たしきることができず、産業の域際収支は赤字となっている。そのため、(1)消費者・来訪者ニーズを満たす個店の魅力向上 (2) 経営環境の変化への対応 (3) 大型店との連携推進、中心市街地活性化 (4) IT 化への対応、情報発信、キャッシュレスの推進等の支援が重要と考えられる。特に、木更津市が推進する電子地域通貨「アクアコイン」の普及推進を図り、商店街等の身近な地域での消費活動を高め、地域内にある所得を地域内に留める経済構造を形成することも重要な施策として捉えている。

年次	事業所数			年間商品販売額 (万円)		
	総数	卸売業	小売業	総数	卸売業	小売業
平成 19 年	1,306	290	1,016	29,166,790	16,144,527	13,022,263
平成 24 年	1,258	305	953	-	-	-
(注 3)	944	227	717	24,909,157	13,381,154	11,528,003
平成 26 年	1,357	327	1,030	-	-	-
(注 3)	1,005	236	769	28,065,379	13,205,419	14,859,960
平成 28 年	1,480	305	1,175	-	-	-
(注 3)	1,144	239	905	32,981,700	13,861,900	19,119,800

(注 3) 管理、補助的経済活動のみを行う事業所、産業細分類が格付不能の事業所、卸売の商品販売額、小売の商品販売額及び仲立手数料のいずれの金額も無い事業所は含まない。





※RESASでの算出上、所得流入は域際収支とバランスするという仮定だが、現実の地域経済ではプラス・マイナスが生じる点に注意。

出典：環境省「地域産業連関表」、「地域経済計算」
（株式会社価値総合研究所（日本政策投資銀行グループ）受託作成）

出展：日本商工会議所地域診断サービス

【地域の特徴と課題】

地域の特徴としては、東京湾を望む房総半島のベッドタウンであり、卸売、小売業や住宅賃貸業は存在感が大きい。ニーズはそれ以上に大きく、地域住民や地域産業の消費ニーズを満たしきることができず、産業の域際収支は赤字となっている。

また市外への通勤者のベッドタウン的な性格を持っており（住宅賃貸業の特化係数が高く、かつ地域外から輸入）、地域外への通勤者が持ち帰ることにより、雇用者所得は流入している。その他所得は、年金等の財政移転によって、流入傾向にある。アウトレットなど商業拠点への来訪もあることから、地域外からの民間消費流入がある。一方で、民間投資額は、域外に流出している。域際収支が赤字となっていることから、その他支出は地域外に流出している。それらの要因から分析すると、

①東京湾を望む房総半島のベッドタウンとして地域外からの所得流入が著しく、消費主体の産業構造となっている。地域住民や地域産業の消費ニーズを満たしきることができず、産業の域際収支は赤字である。

② 地元住民の消費を喚起する商品・サービスの開発、交流人口の拡大により、地域内にある所得を地域内に留める経済構造を形成すべきである。

【木更津市の計画】

①木更津市基本構想（平成26年～令和12年）

当市は「魅力あふれる 創造都市 きさらづ ～東京湾岸の人とまちを結ぶ 躍動するまち～」を将来都市像とし、商業振興においては本市の活力向上に貢献する企業誘致の推進、商店街への支援や魅力ある個店の育成・強化、中小店舗と大規模店舗との共存共栄など、工業については、社会変化に対応した工業を振興するため、経営基盤の強化や経営革新、事業の高度化等に取り組む事業者を支援、産学官連携や異業種交流等の推進、将来を担う人材の育成・確保に努めるとしている。観光振興においては、観光資源の掘り起こしや磨き上げにより、海ほたるパーキングエリアや大型集客施設への来訪者のまちなかへの回遊の促進などを掲げている。

②第2次基本計画（平成元年～令和4年）

第2次基本計画は、2019年度～2022年度の4か年を対象年次とし、基本構想に掲げる将来都市像

の実現に向けた土台を築くため、諸施策に取り組んできた第1次基本計画を引き継ぎ、未来への変革期に対応する重要な計画であると捉え、今後のまちづくりの展望や重点テーマ、基本政策別の施策の方向性を示している。

○木更津市産業・創業支援センター事業 ○アクアコイン普及推進事業 ○木更津版DMO推進事業
○みなとの賑わい創出事業 ○パークベイプロジェクト推進事業などが施策として掲げられている。

③木更津市商工業振興計画（平成26年～令和5年）

木更津市産業振興基本条例に基づいた本計画では、商業振興においては将来像を「地域に根ざした魅力ある商店・商店街づくり」とし、3つの基本目標「地域に密着した商業機能の展開」、「個店と商店街の商業活動の強化」、「地域特性を活かした魅力ある商業機能の強化」を定め、目標を達成するために10の基本方針と44の施策を定めており、工業振興においては将来像を「地域の特性を活かした工業振興」とし、3つの基本目標を「変化に対応した工業（ものづくり）活動の推進」、「多様な主体との連携・協働の推進」、「ものづくり人材の育成と確保」と定め、目標達成のため8つの基本方針と23の施策を定めている。

④木更津市まち・ひと・しごと創生総合戦略（平成28年3月）

木更津市は同戦略の中で新たな視点として「オーガニックなまちづくり」を掲げた。「オーガニック(organic)」は、「有機」や「有機的な」と訳され、人間の体のように、一つ一つの細胞がつながりあって、バランス良く連携・補完しあい、全体を形成している様子を意味するが、この様子は「まち」のあり方にも通じ、一人ひとりが自立し、つながり、循環しながら、まちを形成していくことを強くイメージさせるための、市民に対してのキャッチフレーズであり、メッセージでもある。そして本市では、「オーガニック」を「持続可能な未来を創るため、地域、社会、環境等に配慮し、主体的に行動しようとする考え方」と捉え、「オーガニックをまちづくりの視点として、地域社会を構成する多様な主体が一体となり、本市を、人と自然が調和した持続可能なまちとして、次世代に継承しようとする取組」を「オーガニックなまちづくり」と定義付けしている。

（2）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

木更津市における人口推計では、2025年をピークに緩やかな減少に転じる可能性があり、市外の大資本店舗の出店もより多くなってくると考えられる。そのため小規模事業者の強みである顧客との距離の近さや地域に根付いた事業活動などで顧客ニーズを把握し、ニーズに応じた商品やサービスの提供、充実したアフターサービスの提供、DXの推進などによりニューノーマルに対応した販売への転換や地域商圈に限定されないボーダレスな販路の開拓や拡大など、価格競争に巻き込まれない、高付加価値を生み出せる事業者になるための支援が重要である。

また創業者の支援においては、専門家とも連携しながら、特に創業後5年以内の事業者へのフォローアップの強化、事業承継においては関係機関と連携しながら、円滑な事業承継に寄与できるように、かつしっかりとした経営基盤を作れるように伴走型支援を行う。

②木更津市総合計画等との連動性・整合性

木更津市総合計画等（「木更津市基本構想」「第2次基本計画」「木更津市商工業振興計画」）においては、人口減少社会、経済的社会的環境の変化への対応、情報化社会の進展など時代の潮流を踏まえた上で、「個店・商店街の魅力づくりの推進」「情報化への対応」「経営革新の支援」「中心市街地の活性化」「空き店舗の活用」「インキュベーション施設の活用」「展示会などへの出展支援」など企業と地域が活性化する施策が多数含まれており、当所の第1期経営発達支援計画の「個の輝き」の中で進めてきた小規模事業者の自立的に繋がるビジョンと連動性・整合性は非常に高い。

③木更津商工会議所としての役割

当所は平成29年3月に「経営発達支援計画」と「経営革新等認定支援機関」の認定を受け、小規模事業者持続化補助金、経営革新、経営力向上計画、事業承継補助金などの支援を通じて、小規模事業者に寄り添いながら経営改善普及事業による支援から経営発達支援事業による支援にシフトして来た。しかしながら、小規模事業者の売上や利益の向上といった業績に直結する支援にはまだまだ繋がっておらず、特にコロナ禍においては多くの小規模事業者は売上の減少や収益性の悪化に苦しんでいる現状がある。商工会議所の役割は、小規模事業者や中小企業の経営支援機関として、気軽に相

談でき、経営課題を専門家と連携しながら解決できる機関として、1社でも多く地域の小規模事業者へきめこまやかな伴走型の支援を行うことで、地区内事業者の持続的な発展に寄与し、地域経済の活性化に繋げていくことが商工会議所に求められている役割と認識している。

（３）経営発達支援事業の目標

木更津商工会議所の第１期の経営発達支援計画では、ビジョンとして「個が輝き・地域が輝く 木更津の実現」を目指して地域の経済動向調査と域内事業所の経営分析に重きを置き、５年間の事業を推進してきた。その中で見えてきたことは、この地域の持続可能な未来の創造のために必要不可欠なことは「域内経済活性化」と「主体的に自立した企業」を生み出すことを意識した経営支援を進めていくことだと考える。

第２期の経営発達支援計画では、より主体的な自立に繋がる事業計画の策定支援、特に売上高や営業利益など業績の向上に対する目標数値の設定と、DXなどを活用した業績に直結する出口支援や地域への裨益^{ひえき}目標として、域内事業者の取引振興や電子地域通貨「アクアコイン」等の推進等による域内経済活性化への取組みなどを通じて、地区内事業所と地域が持続的に発展できるように、また主体的に自立した企業の育成に寄与できるような支援体制の構築と強化を目標とする。そのためには、既存事業者の事業計画策定支援を中心としながらも、廃業率の抑制と開業率の向上に寄与する支援を含めた目標を下記の通り掲げる。

経営発達支援計画の目標

ビジョン：「個が輝き・地域が輝く木更津の実現」

当所では、第１期の経営発達支援計画に掲げたビジョンを引続き継続しながら、具体的な支援の目標としては、「個者の自立」、「廃業率の低下」、「開業率の増加」、「域内経済活性化」に向けて、下記①～④を支援の目標として掲げる。

①既存事業者の持続的発展と業績向上、経営力強化

小規模事業者（既存事業者）が持続的発展を図るための経営基盤の強化に向けた事業計画の策定支援を通じ、事業者が自社の未来像として目標設定し、明確なビジョンを描くことで、主体的に自立できる企業の創出に寄与する。また、経営力向上計画や事業継続力強化計画、その他の各種支援などを通じて持続的発展や経営力強化につながる伴走型支援を実施する。

②事業承継の円滑化による廃業率の低下

地区内事業所の代表者の高齢化により廃業が増えていくことが想定されるが、円滑な事業承継を進めるためには、早期着手と計画策定が重要であるため事業承継計画などの策定支援を実施する。

③地域内での創業者輩出と事業継続

創業早期の事業者に対して創業計画の策定支援や各種フォローアップにより、特に創業５年以内の廃業率低下に寄与できるような寄り添った支援を展開する。

④域内経済活性化に向けた取引振興とDXの活用

地域への裨益目標として、域内事業所同士の取引開始（BtoB）や域内事業者と市民との取引開始（BtoC）に繋がるようなビジネスマッチング支援、域内事業者の電子地域通貨「アクアコイン」等の活用による域内経済の活性化や所得、消費の流出を抑え域内循環にも寄与する。

これらの目標により小規模事業者が持続的な発展を実現できるような伴走型支援体制を確立し支援を行い、その結果、廃業率の低下と開業率の増加に寄与する。またこの他にも、関係機関との連携と情報共有を密接に行いながら中心市街地の活性化、市内の活性化に取り組んでいく。

2. 経営発達支援計画の実施期間、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自立できる小規模企業の創出と持続的発展、経営力強化に繋がる事業計画の策定支援

既存事業者に対し、経営指導員が巡回や面談などの際、地域の経済動向調査などの指標を用いながら、経営状況の分析や事業計画の策定などを通じて、小規模事業者の課題の発見、問題の解決などを支援していく。また、経営力向上計画や事業継続力強化計画、その他の各種支援などを行い、持続的発展や経営力強化に繋がる伴走型支援を行う。

②事業承継の円滑化と早期着手に向けた「事業承継計画」の策定を含む伴走型支援

小規模事業者の事業承継は早い段階で気付きを与えることが特に重要であり、小規模事業者の事業承継を円滑に進めるために専門機関である「千葉県事業承継・引継ぎ支援センター」などと連携しながら、啓蒙や状況把握のための、「事業承継アンケート」の実施と「事業承継サテライト相談会」において、専門家を活用しながらの事業承継計画の策定支援を行う。

③「創業者のフォローアップ支援」のさらなる拡充と強化に向けた伴走型支援

創業塾の修了者を対象に、創業後の廃業率を低下させるため、特に創業5年以内の企業を対象にフォローアップ講座を開設し、経営に対する基本を学ぶとともに、創業計画や事業計画の策定支援も行う。

④域内経済活性化に向けた取引振興支援と電子地域通貨「アクアコイン」等DXの推進

域内経済活性化に繋がるビジネスマッチング支援の一環として、域内事業所同士の取引開始や域内事業者を市民に紹介できるような（BtoBやBtoC）に繋がる、木更津商工会議所独自の「ビジネスモールサイト」を構築し、域内事業所の紹介や情報発信をすることで、取引振興を積極的に支援する。また電子地域通貨「アクアコイン」等の推進により域内経済の活性化や所得、消費の流出を抑え域内循環にも寄与する。

電子地域通貨「アクアコイン」は令和3年8月末現在712店舗の事業者が加盟しているが、更に木更津市、君津信用組合と連携しながら域内経済の活性化と循環に繋げていく。また、その他のECサイトの活用やネットショップへの出展支援などを通じて売上拡大支援をしていく。

以上、達成に向け「経営発達支援計画」を遂行し、地域経済の動向把握・伴走型支援、職員の資質向上、PDCAサイクルの実践と適正な事業評価のもとで、小規模事業者の経営力向上と持続的発展のために必要な支援策を提案・実行する。

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]

木更津商工会議所では日本商工会議所の「LOBO調査」を四半期ごとに市内の事業者に対して行い、地域経済の動向を把握するとともに、関東財務局千葉財務事務所が公表している「県内情勢報告」、日本政策金融公庫の「小企業の決算状況調査」、日本商工会議所地域推進部の作成した「木更津市経済レポート」、木更津市公表「市内の新築建築物確認受付件数」、当所が独自に実施した「新型コロナウイルス感染症による影響についてのアンケート調査」などを、ホームページや新聞折込チラシ全戸

配布、会報誌などで周知、公表してきた。

〔課題〕

これまで地域の経済動向調査と情報の提供を実施しているものの、ビッグデータ等を活用した専門的な分析が出来ていなかったため、上記の情報提供も引き続き実施しつつ、RESAS（地域経済分析システム）など最新の経済動向調査ツールも新規で活用することでこの分析結果も提供し、事業計画策定の際にも積極的に活用していく。

（２）目標

	公表方法	現行	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
①地域の経済動向分析 （木更津市経済レポート）の公表回数	HP 掲載	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②景気動向分析の公表回数	HP 掲載	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

（３）事業内容

①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用） 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を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため「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。

【調査手法】「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う。

【調査項目】・「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。

②景気動向分析 管内の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、日本商工会議所が行う「LOBO 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。

【調査手法】調査票を FAX などを送り、経営指導員等が回収したデータを整理し、分析を行う

【調査対象】管内小規模事業者 70 社（製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業 から選出）

【調査項目】売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資のほかに、独自の調査項目として、コロナウイルスの影響、事業再構築の意向、インボイス制度の影響など旬のトレンドと言える質問項目を追加する。

（４）調査結果の活用

○調査した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。

○経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。等

４．需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

〔現状〕

「日経テレコン」や市場情報評価ナビ「Miena」を活用して業界内のトレンドや、域内の商圈調査の提供は個社に対して行っているものの、木更津商工会議所独自での需要動向調査は実施していない。

〔課題〕

現在の情報提供の内容では、ビッグデータの提供となっており、域内事業者が必要としている、具体的な消費者ニーズが拾えているとは言い難く、個社の新商品開発や新サービスの開発、事業計画に繋がる情報は提供出来ていない。

(2) 目標

	現行	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
①市場情報の提供事業者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
②ふるさと納税ニーズ調査結果提供事業者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

※木更津市ふるさと納税返礼品の登録状況（参考）

2020 年 3 月 31 日現在：登録事業者 81 社、返礼品登録数 242 品

2021 年 3 月 31 日現在：登録事業者 110 社、返礼品登録数 316 品

2020 年度 3,366 件 寄附金額 95,364,000 円

(3) 事業内容

①「日経テレコン」や市場情報調査ナビ「Miena」クラウドファンディング「Makuke」や「CAMPFIRE」などの集客状況、矢野経済研究所などが提供しているレポート等を活用分析して、業界内のトレンドや市場動向、ニーズ調査の情報を提供する。

【調査手法】

（情報収集）「日経テレコン」や市場情報調査ナビ「Miena」クラウドファンディング「Makuke」や「CAMPFIRE」の集客状況、矢野経済研究所のレポート等から事業者には有益なデータを抽出して年間 5 者を目標に新商品を開発する際に、業界内のトレンド、市場動向やニーズ、類似品の有無や代替品などの情報を提供する。

（情報分析）経営指導員が分析するほか、必要に応じて千葉県よろず支援拠点などの専門家にも協力を要請する。

【サンプル数】2 つ以上のレポートや提供データから抽出し、調査分析する

【調査項目】

①市場ニーズと業界動向②競合他社の情報や代替品の有無③クラウドファンディングでの集客状況④その他事業者が必要とする情報

【調査結果の活用】

新商品開発、新サービス開発、新たな販路開拓計画に活用する。調査結果は該当事業者に経営指導員が直接説明する形でフィードバックし、ニーズを説明することでマーケットイン型の商品開発と新たな販路開拓計画に活用する

②木更津商工会議所では、域内事業者の販路開拓、商品開発支援の一環として、2019 年度より木更津市財政課と連携しながら「木更津市ふるさと納税返礼品」の登録事業者の募集と返礼品登録の周知協力や商品開発支援を進めてきた。この木更津市ふるさと納税に寄付をし、実際に返礼品を受け取られた方を対象に返礼品の満足度や返礼品のニーズに関するアンケート調査を年 1 回実施する。その結果を個社にフィードバックすることで、マーケットイン型の商品開発に繋がる情報提供をし、また当該調査の分析結果を活用した新商品や新サービスの開発を個社の事業計画にも反映することを目標イメージとする。

【調査手法】

（情報収集）「ふるさと納税寄付のお礼状」を市より発送する際に、Google フォームを活用したアンケート回答フォームに繋がる QR コードを付けてスマートフォンなどから回答出来るようにする。

（情報分析）調査結果は、木更津市役所財政課担当職員および、経営指導員等が分析する。

【サンプル回答数】50 人

【調査項目】①規格②内容③金額④見た目⑤パッケージ⑥満足度⑦寄付したい返礼品

【調査結果の活用方法】調査結果は、経営指導員等が返礼品登録者や経営分析を行った同業種などに直接説明する形でフィードバックし、ニーズを説明することでマーケットイン型の商品開発に繋げ、更なる商品の改良、アドバイス等を行う。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

第1期の経営発達支援計画では、小規模事業者の持続的発展に繋げるために基幹システムBIZミルを活用して「簡易版訪問シート」「詳細版経営分析シート」「財務分析」により情報収集を行うとともに、現状分析結果を踏まえた経営支援を展開した。

[課題]

台風やコロナ対応などで当初掲げた数値の達成が出来ないケースがあったため、数値目標を見直し、基幹システムBIZミルの「経営状況調査分析表」若しくは改修後の新TOASなどを活用しての分析を行う。

(2) 目標

	現行	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
①セミナー開催件数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②経営分析事業者数	40者	40者	40者	40者	40者	40者

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催）

セミナーの開催を通じて、経営分析によって自社の経営課題等を把握し、事業計画の策定等への活用について理解を深めるとともに、対象事業者の掘り起こしを行う。

【募集方法】チラシを作成し、ホームページ、SNSなどで広く周知、巡回・窓口相談時に案内

②経営分析の内容

【対象者】セミナー参加者（20者を想定）や融資、補助金などの支援先の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い40者を選定

【分析項目】定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「非財務分析」の双方を行う

《財務分析》直近2期分の成長性、収益性、生産性、安全性（流動比率）、安全性（借入金月商倍率）の分析。

《非財務分析》下記項目について、事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の機会、脅威をSWOTにより整理する。

(内部環境の強み・弱み)		(外部環境の機会・脅威)
・商品、製品、サービス	・技術、ノウハウ等の知的財産	・商圏内の人口、人流 ・競合 ・業界動向
・仕入先、取引先	・デジタル化、IT活用の状況	
・人材、組織	・事業計画の策定・運用状況	

【分析手法】BIZミルの「経営状況詳細分析表」等を活用し、経営指導員等が分析を行う。

非財務分析はSWOT分析のフレームで整理する。

(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。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

第1期の経営発達支援計画では、「事業計画策定セミナー」を実施したが、実状としては「持続化補

助金」「経営力向上計画」などの計画書の策定が中心であった。小規模事業者自身も事業計画の策定を補助金申請書類の一部としか捉えておらず、補助金申請時の事業計画の策定＝提出で支援が終わっていたのが現状であった。また、自社の商品、サービスのマーケットイン型の開発に繋がるニーズに関わる情報提供やD Xの推進、活用の観点は入っていなかった。

〔課題〕

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、自社の経営課題の解決に繋がるような、地域の経済動向調査、需要動向調査、自社の経営状況の分析結果をも踏まえた事業計画の策定により、実際に役に立つ（真の課題解決に繋がる）事業計画を策定支援する。

（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、「事業計画策定セミナー」のカリキュラムを工夫するなどにより、５．で経営分析を行った事業者の50%の事業計画策定を目指す。使用するシステムとしては、BIZミルの「事業計画書」もしくは、改修された新T O A Sなどのシステムを使用する。また、並行して事業承継サテライト相談会参加者と創業塾の修了者、持続化補助金、経営力向上計画、各種補助金などの申請を契機として経営計画の策定を目指す事業者の中から、実現可能性の高いものを選定し、事業計画の策定に繋げていく。また事業計画の策定前段階においてD Xに向けたセミナーを行い、より小規模事業者の生産性の向上、販路拡大、競争力の維持・強化を目指す。

（３）目標

	現行	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
①DX 推進セミナー	—	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
②事業計画策定セミナー	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
事業計画策定事業者数	—	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者
③事業承継個別相談会	随時	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
上記相談者数	10 人	10 人	10 人	10 人	10 人	10 人
事業承継計画策定件数	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
④創業者向けフォローアップセミナーの開催	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
創業計画策定事業者数	—	7 者	7 者	7 者	7 者	7 者

（４）事業内容

①「D X推進セミナー開催」の開催

D X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D Xに向けたI Tツールの導入やW e bサイト構築、E Cサイトを活用した販路開拓、動画の活用による売上拡大等の取組を推進していくためのセミナーを木更津市や千葉県よろず支援拠点、木更津市産業・創業支援センター（らぶBiz）等と協力し開催する。

【カリキュラムの例】

- ・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
- ・生産性向上に繋がるバックオフィスに活用できるツールの紹介
- ・SNSを活用した情報発信方法
- ・ECサイトの構築、活用方法
- ・プロモーション動画の作り方

などのカリキュラムを、セミナー実施の際のアンケートのレビューなどを踏まえて、ニーズの高いものを企画、実施する。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・経営支援を行う中で必要に応じて、IT専門家派遣やITベンダーとの個別相談会を実施する。

②「事業計画策定セミナー」の開催

【カリキュラムの例】

- ・経営計画の必要性・重要性
なぜ経営計画を作る必要があるのか
- ・経営計画の作成手順・考え方
どのような流れで経営計画を作成するのか
- ・現状分析・課題の抽出
自社がどのような環境に置かれているのか（内部・外部環境から）
克服すべき課題の検討と抽出、問題の主要因
- ・行動計画
課題の克服に向けた具体的な行動計画の設定
ニーズを把握した新たな販路拡大計画や新商品、新サービスの開発
- ・損益計画の作成
行動計画を踏まえた損益計画の作成
損益計画を作成する際に注意すべきポイント

【支援対象】

自社の経営を改善したい地域の事業者、経営分析、補助金申請を行った事業者などを対象とする。

【支援手法】

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、事業計画の策定に繋げていく。

③「事業承継個別相談会」の開催

当所の会員の登録代表者の高齢化が進んでいることから事業承継対策は喫緊の課題である。当所は親族内承継を中心に、事業承継アンケートの実施、サテライト形式の相談会を行い、ホームページやSNSも活用して周知しながら、早期の気づきを与えるとともに、案件の掘り起こしや事業承継計画の策定に繋がる支援を行う。

【支援対象】

原則として50歳以上の経営者を対象とし、事業承継アンケートの実施先を中心とする

【支援手法】

経営指導員等が担当制で張り付き、中小企業診断士、税理士などの専門家と同席し、事業承継計画の策定の重要性を啓蒙しながら計画策定に繋げていく。

④創業者向けフォローアップセミナーの開催と創業者への事業計画策定支援

木更津市産業・創業支援センター（らぶBiz）で開催している創業塾の修了者や、創業早期の事業者を対象に経営力の強化を目的に「確定申告」、「資金繰り」、「売上拡大のための補助金活用」等をテ

ーマとし、フォローアップセミナーを実施するとともに、その参加者を対象に事業計画の策定の重要さを啓蒙し伴走型支援していく。

【支援対象】

創業塾の修了者（特に創業5年以内）

【支援手法】

参加者に対し経営指導員が担当制で張り付き、創業塾のワークシートや日本政策金融公庫の創業計画書、BIZミルなどを活用しながら、事業計画の策定を行う。また、5年計画による既存事業、新規事業を含めたビジョン、目標、事業イメージの構築を目標としながら、売上計画、損益計画、キャッシュフロー計算書など財務諸表の理解を高めることも同時に進めていく。

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

これまでは補助金採択後の実績報告などを目的としたフォローアップが中心となっており、通常の面談や訪問とフォローアップを分けて数値の実績管理をしておらず、また支援内容も経営力向上のためのフォローアップも十分とは言えず、訪問頻度も不定期的のため目標設定し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するが、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。またフォローアップを行うことで計画と実績の差異原因を分析し、計画の見直しを行って行く習慣を身に付け、計画達成に向けたPDCAサイクルを回していく。

（3）目標

	現行	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
フォローアップ対象 事業者数	—	30者	30者	30者	30者	30者
頻度（延回数）	—	120回	120回	120回	120回	120回
売上増加事業者数	—	10者	10者	10者	10者	10者
営業利益率増加の事 業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者

（4）事業内容

事業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員が巡回訪問等を実施し、策定した計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。その頻度については、事業計画策定先（既存事業者20社、事業承継支援先3社、創業支援先7者）に対して四半期に1度とする。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。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]

観光客向けグルメサイト「きさうま」の整備と登録事業者数の増加、「しんきん食の商談会」等への出展支援を行っている。また、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、商圈が近隣の限られた範囲にとどまっている。

〔課題〕

コロナ禍において、実際に展示会に出展するだけでなく、域内事業者同士の取引振興、域内事業者と市民の取引開始に繋がる支援の観点を持ち、域内経済活性化に繋がるような施策が必要と考える。またウイズコロナ、アフターコロナにおいては、ボーダレスな新たな販路の開拓にはD X推進とE Cサイトの活用やオンラインショップの開設が必須であるということを理解・認識してもらい、実際に売上増加に繋がる出口戦略の支援を強化していく必要がある。

（２）支援に対する考え方

第１期の経営発達支援計画の特にコロナ禍において、当所の経営指導員が出展の直接的支援や展示会に同行までの対応をすることは困難であったため、当所は展示会・商談会情報の周知とE Cサイトの活用やネットショップの開設支援に特化する。また、木更津市、君津信用組合、木更津商工会議所で連携して推進している電子地域通貨「アクアコイン」を推奨し新規事業者の登録を増加させることで、地区内のキャッシュレス決済の推進を図っていく。

またD Xに向けた取組として、E Cサイトの活用やネットショップの開設のセミナー開催や個別相談対応を行い、理解度を高めた上で、必要に応じて千葉県よろず支援拠点、木更津市産業・創業支援センター（らぶBiz）等と連携しながら、事業者の段階に合った支援を行う。

（３）目標

	現行	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
①EC サイト新規登録事業者数	—	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者
売上増加数	—	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者
②ネットショップ等の開設者数	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
売上増加先数	—	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
③展示会・商談会の出展支援	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
成約件数		1 社	1 社	1 社	1 社	1 社
④※アクアコインの新規登録事業者数	—	100 者	100 者	100 者	100 者	100 者
売上増加先数	—	10%	10%	10%	10%	10%

参考：アクアコイン市内参加者数：令和３年８月末現在 712 店舗

※アクアコインの新規登録事業者数は木更津市、君津信用組合、当所の合計での推進目標

（４）事業内容

①E Cサイト利用（B toB）に向けた支援

「ザ・ビジネスモール」や「日本政策金融公庫インターネットビジネスマッチングサービス」の活用のほかに、新たに「木更津商工会議所ビジネスモールサイト（仮称）」を構築し、市内事業者をジャンルごとに分け、「売りたい」「買いたい」「業種別」での検索を可能とし掲載する。この掲載ページは登録事業所が自身で掲載情報を更新可能とする。また経営指導員が掲載支援、効果的な商品紹介のリード文・写真撮影、商品構成等の伴走支援を行う。

②ネットショップ等の開設者数（B toC）

B A S Eなどのネットショップの立ち上げから、商品構成、ページ構成、P R方法等を専門家等と連携し、セミナー開催や立ち上げ後の個別相談、専門家派遣を行い継続した支援を行う。また、自社

でネットショップの開設が難しい場合は、「木更津市ふるさと納税返礼品」の登録支援をすることでECサイトを活用した販路拡大の支援を行う。

③展示会・商談会の情報提供・出展支援・フォローアップ

小規模事業者が少しでも商談の機会を増やし、販路拡大に繋がれるように、期間限定アンテナショップ「K I T T E」「しんきん食の商談会」など、展示会、商談会の情報を当所ホームページなどで周知し、県や市と連携しながら出展支援をする。また成約に繋がれるようにエントリーシートの書き方、商談などのフォローアップを行う。

④電子地域通貨「アクアコイン」の新規登録の推進

木更津市、君津信用組合と連携しながら、新規事業者の登録の推進を引き続き進めて行く。また、年に1度参加事業所に対してのアンケート調査を実施し、売上増加状況やシステムの利便性やプロモーションなどについて調査を実施する。

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]

現在は年に1回、外部評価委員会（公益財団法人千葉県産業振興センター、日本政策金融公庫、木更津市の外部評価委員合計3名から構成）を開催し、経営発達支援計画の年度報告を実施し、事業に関しての評価を受け、ホームページに掲載し、常時閲覧可能としている。

[課題]

本計画においては、事業の進捗状況及び成果について評価・見直しを行いより効果的に運用するために、外部有識者と実施主体者である法定経営指導員、市町村を含めた新たな委員の選定が必要である。

(2) 事業内容

①本計画においては、「評価検討委員会」を設置する。

②「評価検討委員会」は、法定経営指導員、木更津市経済部産業振興課、外部有識者（公益財団法人千葉県産業振興センター、日本政策金融公庫）から構成する。

③当該委員会にて年に1回事業の進捗状況を報告するとともに成果について評価・見直しを行う。

④評価結果については、木更津商工会議所正副会頭会議で方針を決定し、承認を受ける。

⑤事業の成果・評価・見直しの結果は当所ホームページに掲載（年1回）することで、地域の小規模事業者等が常に関連可能な状態とする。

10. 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]

経営指導員向けの研修は千葉県商工会議所連合会が主催する経営指導員研修をテーマにより振り分け、年間2講座以上の受講を義務研修と位置付けて参加させている。また、中小企業大学校の専門研修もテーマにより、経営指導員が各自、強化したい分野のコースを希望制にて受講をさせている。また、経営指導業務に従事した経験のない職員を経営指導員に配置する場合は中小企業大学校の中小企業支援担当者等研修「基礎1」・「基礎2」の受講を義務付けている。

[課題]

経営指導員の経験年数によって支援スキルやレベルに違いがある。また、DXに関する相談・指導能力の向上を図る取組みは記載していない。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

【経営支援能力向上のための千葉県商工会議所連合会研修への参加】

経営指導員及び一般職員の支援能力の向上のため、千葉県商工会議所連合会主催の「経営指導員研修」「補助員研修」「一般職員向け研修」に対し、年間1講座以上の参加を義務付ける。

【中小企業大学校の専門研修への参加】

コロナ禍において地区内事業所の相談ニーズとして、それぞれの経営指導員に基本的な知識を習得したゼネラリストであると同時に、「業種別」や「支援分野別」に明確な強みを持つ専門性が強く求められている。そのため中小企業大学校東京校が実施する「専門研修」への参加を本人の希望によりオンラインも活用しながら積極的に参加させる。

【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させる。

<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、キャッシュレス決済、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

支援経験の豊富な経営指導員と一般職員とがチームを組成し、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中小企業相談所会議の開催

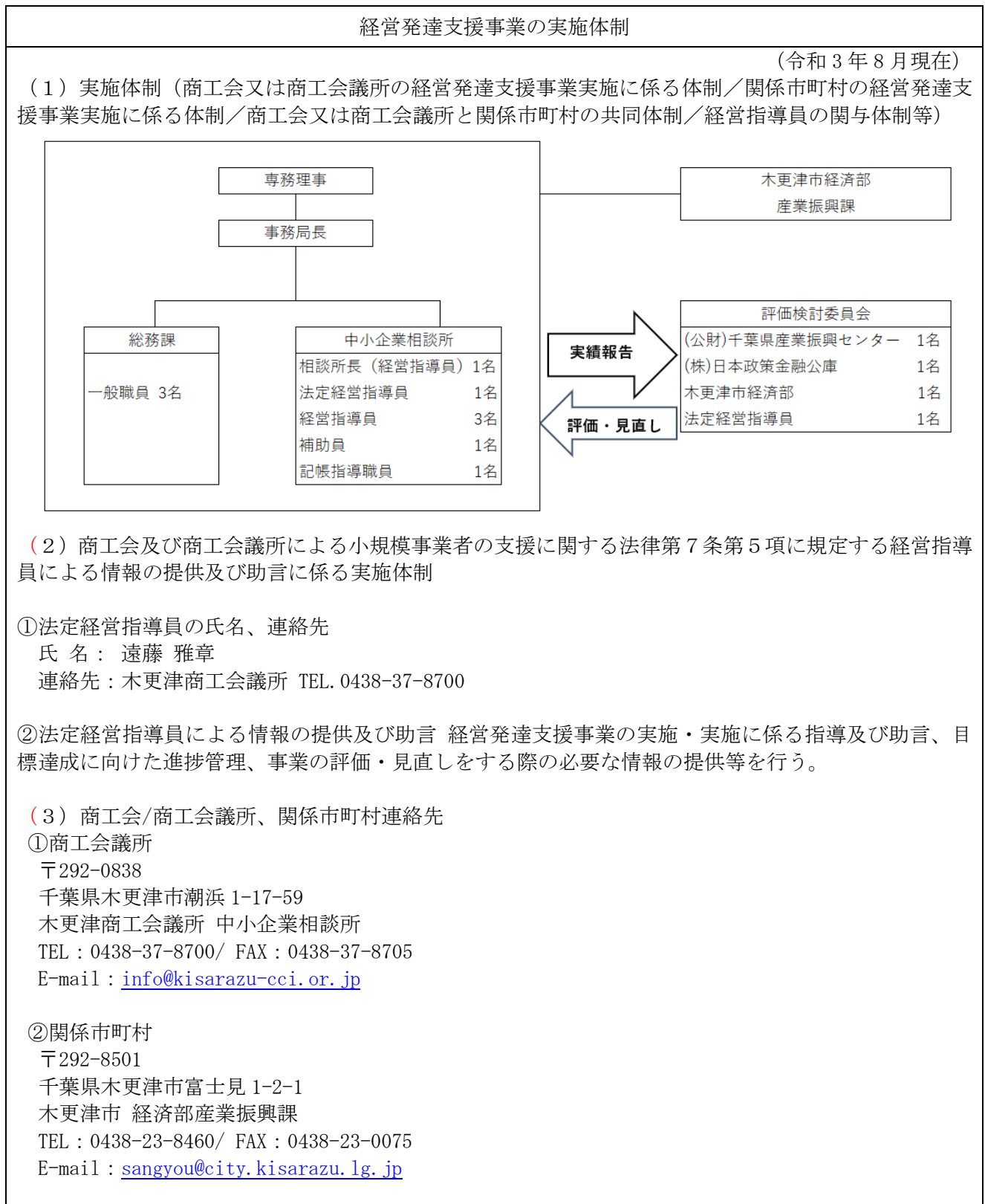
経営指導員研修会等へ出席した経営指導員などが中心となり、IT等の活用方法や具体的なツール等についての紹介まで、定期的なミーティング（月1回、年間12回程度）を開催し、意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上や均一的なレベルアップを図る。

④データベース化

担当経営指導員等が基幹システムBIZミルや経営支援システム（TOAS）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とともに、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



(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	3,500	2,800	2,800	2,800	2,800
○専門家派遣費 (謝金)	600	600	600	600	600
○Bizミル導入 費	500	500	500	500	500
○M i e n a 導入費	400	400	400	400	400
○セミナー謝金	300	300	300	300	300
○チラシ作成費	400	400	400	400	400
○需要動向調査 費	300	300	300	300	300
○ビジネスモー ル制作更新費用	1,000	300	300	300	300

(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
会費収入、国補助金、千葉県補助金、木更津市補助金、委託事業費

(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
・(公財) 千葉県産業振興センター 千葉県美浜区中瀬 2 丁目 6 番 1 号 W B G マリブイースト 23 階 ・千葉商工会議所 千葉県千葉市中央区中央 2-5-1 千葉中央ツインビル 2 号館 13 階
連携して実施する事業の内容
①事業計画策定支援の実施について「千葉県よろず支援拠点（委託先：(公財) 千葉県産業振興センター）」を連携事業として活用する。 ②事業承継計画の策定を含む支援の実施について「千葉県事業承継・引継ぎ支援センター（委託先：千葉商工会議所）」を連携事業として活用する。
連携して事業を実施する者の役割
①事業計画策定支援について「千葉県よろず支援拠点（委託先：(公財) 千葉県産業振興センター）」の専門家と連携して対応することで、より高度で専門的な事業計画と経営改善策を立案、策定が出来る。 ②事業承継計画の策定について「千葉県事業承継・引継ぎ支援センター（委託先：千葉商工会議所）」の専門家と連携して対応することで、より高度で専門的な計画の立案やフォローアップが可能になる。
連携体制図等