

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	野田商工会議所 (法人番号 4040005014483) 野田市 (地方公共団体コード 122084)
実施期間	令和5年4月1日～令和10年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>【目標①】小規模事業者の、自立的な経営環境の変化に応じた事業の修正・再構築や、それぞれの強みを活かした魅力的な事業の展開といった、新たな経営スタイルへの転換を支援することにより、地域産業基盤の向上や地域の雇用環境の充実を目指す</p> <p>【目標②】小規模事業者の、IT等の活用による業務効率化や販路拡大、地域資源(特産品や観光資源等)を活用した新商品・新サービスの開発による観光客需要(インバウンド含む)の獲得や域外への商品販売などの新たなチャレンジを支援することにより、地域に新たな活力を創出する</p> <p>【目標③】上記を実現するために、小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組を図る</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 小規模事業者自身が経営環境の変化を把握した上で、最適な経営判断を行うことを目的に、「経営状況アンケート調査」や「商圈分析」の結果をホームページで公表する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること しょうゆ、せんべい、枝豆等といった特産品を活用した新商品等の開発を支援することを目的に、観光客・地元客向けのマーケティング調査を実施し、結果を商品のブラッシュアップに繋げる。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者自身が自社の現状(課題や強み)を把握することを目的に、経営分析(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)を支援する。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、事業計画の策定支援を実施する。支援にあたっては、事業者自身が自走化できるよう内発的動機付けを行いながら事業者が主体となった事業計画の策定支援を目指す。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 前項で策定したすべての事業計画を四半期毎にフォローアップすることで、事業者の売上や利益の増加を実現する。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 小規模事業者の新たな需要開拓を目的として、「しんきん食の商談会(食のカタログ商談 in CHIBA)への出展支援」や「ECサイトの開設・運用支援」を実施する。</p>
連絡先	<p>野田商工会議所 中小企業相談所 〒278-0035 千葉県野田市中野台168-1 TEL: 04-7122-3585 FAX: 04-7122-7185 E-mail: info@nodacci.or.jp</p> <p>野田市 自然経済推進部 商工労政課 〒278-8550 千葉県野田市鶴奉7-1 TEL: 04-7125-1111 FAX: 04-7122-1557 E-mail: syoukouka@mail.city.noda.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) 地域の現状及び課題

① 現状

ア 野田市の概況

野田市（以下、当市）は、千葉県北西部に位置し、東京都心から約30km、県庁所在地千葉市から約45kmの距離に位置している。

北は五霞町・境町（茨城県）、幸手市（埼玉県）、南は流山市・柏市、東は坂東市・常総市・守谷市（茨城県）、西は杉戸町・春日部市・松伏町・吉川市（埼玉県）にそれぞれ隣接しており、市域面積は103.55km²、南北間約21km、東西間約16kmとなっている。

旧野田市は、利根川、江戸川及び利根運河の河川に囲まれ、その水運をいかして古くから醤油醸造のまちとして発展してきた。旧関宿町は、江戸時代に整備された利根川及び江戸川の水上交通により栄えたが、時代の推移により水運の要所としての役割を終え、純農村地帯としての道を歩んできた。

公共交通については、都心から約30kmにあるものの直結する鉄道がない。道路網については、広域的な道路として東西方向に主要地方道つくば野田線、越谷野田線及び境杉戸線、一般県道岩井関野田線、南北方向には、国道16号、主要地方道結城野田線、松戸野田線、我孫子関宿線及び市道山崎野田線が機能し、市街地の主要な交通動線としての役割を果たしている。

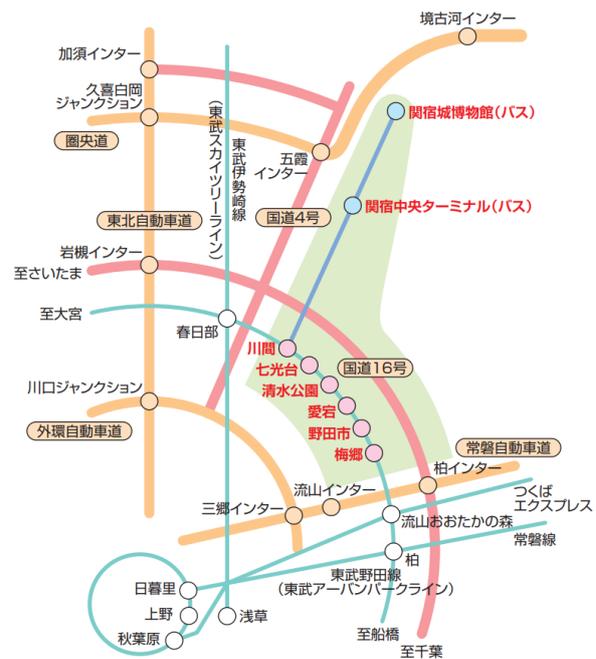
平成15（2003）年6月6日に、旧野田市と旧関宿町が合併し、新しい野田市が誕生したため、当市には、野田商工会議所（以下、当所）と野田市関宿商工会の2つの商工団体がある。

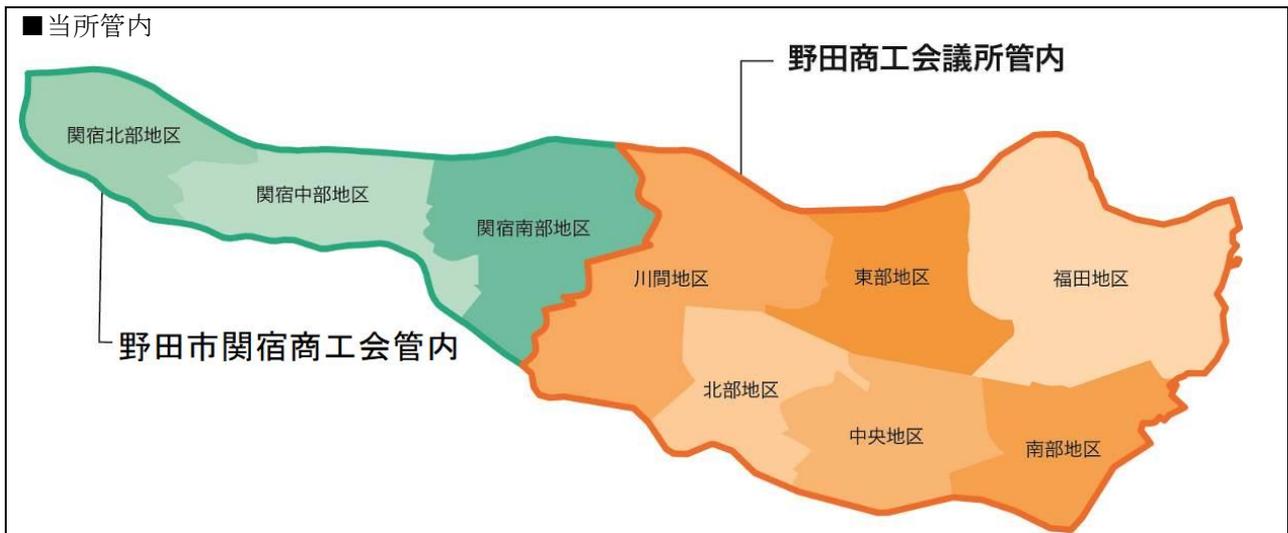
■ 位置図



■ アクセス

JR常磐線	柏	野田市約20分	常磐自動車道	柏インターから約20分
JR総武本線	船橋	野田市約60分	東北自動車道	岩槻インターから約50分
東武伊勢崎線 (東武スカイツリーライン)	春日部	野田市約25分	圏央道	五霞インターから約35分
JR京浜東北線	大宮	野田市約50分		
つくばエクスプレス	流山おたかの森	野田市約15分		

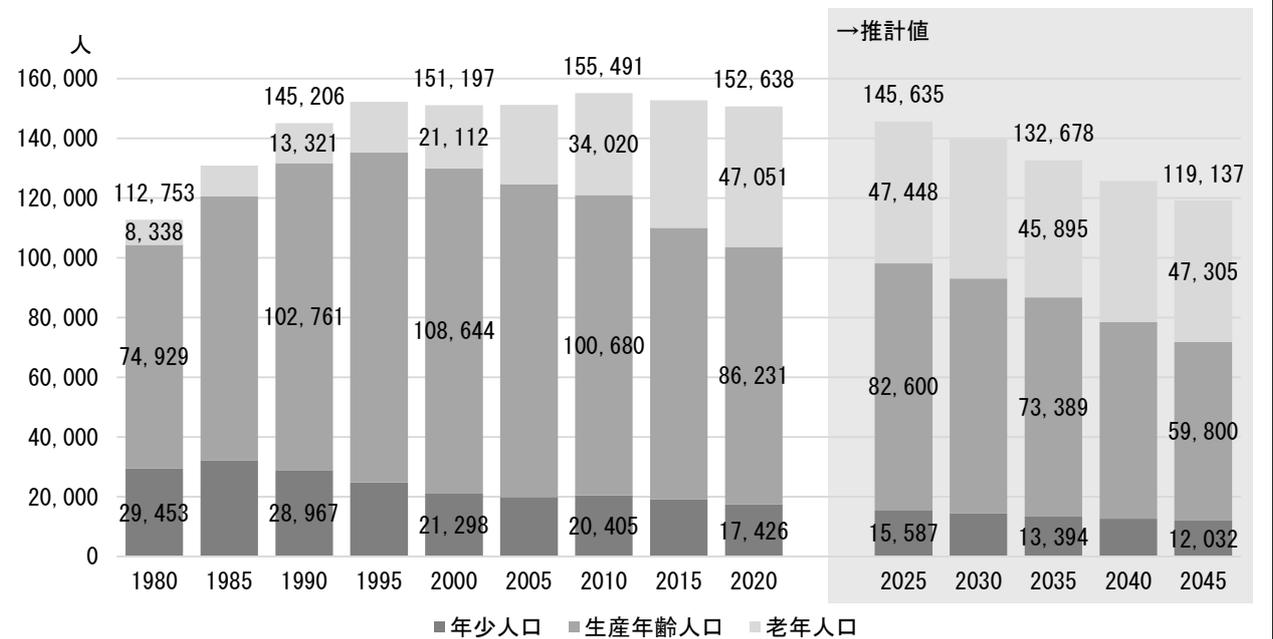




イ 人口

(a) 当市全体の人口推移

令和 4 年 9 月 1 日時点の人口は 153,622 人である（住民基本台帳）。
 国勢調査の結果を基に人口推移をみると、近年は横ばい～微減傾向で推移していたが、今後は減少傾向が加速することが見込まれている。年齢別人口について将来の推移をみると、年少人口と生産年齢人口は減少傾向、老年人口は増加傾向で推移することが予測されている。
 高齢化率は、令和 2（2020）年の 30.8%から令和 27（2045）年には 39.7%に上昇する見込みである。生産年齢人口比率は、令和 2（2020）年の 56.5%から令和 27（2045）年には 50.2%に低下する見込みである。



出典：総務省「国勢調査」および国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

(b) 当所管内の人口推移

令和 4（2022）年 9 月 1 日時点の当所管内の人口は 128,794 人であり、当所管内の人口はこれまで微増～横ばいで推移している。
 将来を推計すると、当所管内の人口は当市全体の 83.8%と、大部分を占めることから、前項の当市全体の傾向と当所管内の傾向は概ね同一と考えることができる。



出典：野田市「住民基本台帳」より一部加工（各年9月1日時点）

ウ 特産品

当市は、しょうゆの町として知られ、市内にはしょうゆメーカーが多く存在する。また、しょうゆを使ったせんべいなどの米菓も多くある。また、農業も盛んに行われており、枝豆の産地として有名である。当所管内における主な特産品は下表のとおりである。

■主な特産品

特産品名	概要
しょうゆ	しょうゆは「こいくちしょうゆ」「うすくちしょうゆ 淡口」「たまりしょうゆ」「さいしこみしょうゆ」「しろしょうゆ」という5種類があるが、各メーカーではそれぞれ特徴のあるしょうゆが作られている。
せんべい	厳選された「うるち米」と野田特産の「しょうゆ」を使った風味豊かなせんべいである。1枚1枚でいねいに焼き上げた職人の技・味が楽しめる。
枝豆	当市の枝豆栽培は、昭和20年代後半から、自家製味噌作りのための大豆栽培から切り替わる形で始まり、現在、枝豆の出荷量は全国でもトップクラスとなっている。

エ 観光資源

当市は、自然や歴史、文化が調和しながら発展してきた背景から、多くの名所や史跡、豊かな自然を生かした公園やサイクリングなどアクティブに楽しめるコース、こうのとりの里や文化遺産、工場見学のできる企業など見どころが多くある。

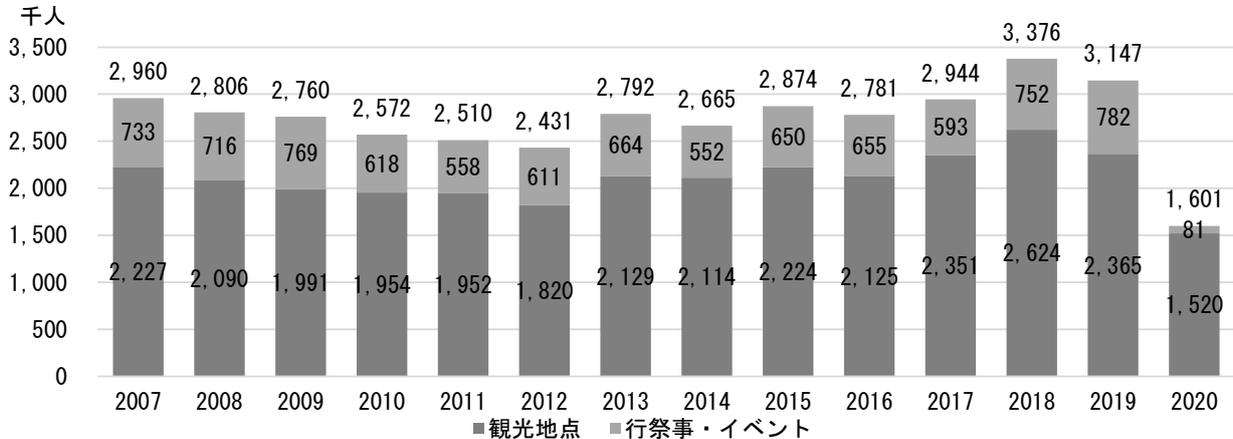
当所管内における主な観光資源は下表のとおりである。

■主な観光資源

観光資源名	概要
清水公園	自然と触れ合える入場無料の公園である。日本さくら名所100選に選ばれる桜やツツジなど関東有数の名所として知られている。また、園内にはフィールドアスレチック、キャンプ、バーベキュー場など、子どもから大人まで、年間を通じてアウトドア・レジャーが楽しめる。
まつり	毎年3月下旬から4月上旬に清水公園で開催するさくらまつり、市制施行40周年を記念してスタートした野田みこしパレード、江戸川河川敷にある関宿ふれあい広場を会場に開催される野田市関宿まつり花火大会など、毎年多くの人で賑わう。
武神館	武神館道場は忍法をはじめ実践武道を身に付けることができる道場である。アメリカやスペイン、ドイツ、アルゼンチンなどの世界各地から修行者が集まっており、その門下生は世界に30万人とも言われている。そのため、当道場は、当市にインバウンドを惹きつけるひとつの要因となっている。

オ 観光入込客数の推移（当市全体）

令和 2（2020）年の観光入込客数は 160 万人である。推移をみると、コロナ前までは増加傾向であり、平成 30（2018）年には約 340 万人に達している。



出典：千葉県「千葉県観光入込調査報告書」

カ 産業

(a) 業種別の事業所数（小規模事業所数）の推移

i_ 当市全体

	建設	製造	情報通信	卸・小売	宿泊・飲食	医療、福祉	他サービス	その他	計
平成24年									
事業所数	607	648	20	1,166	491	277	1,104	496	4,809
小規模事業所数	589	518	17	738	314	110	837	393	3,516
平成28年									
事業所数	575	611	12	1,158	466	355	1,076	532	4,785
小規模事業所数	563	477	10	715	294	125	811	425	3,420

出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」より一部加工

ii_ 当所管内

前項の当市全体の事業所数をもとに、人口比率（83.8%）より当所管内の事業所数を推計すると下表のとおりとなる。

当所管内の事業所数は、平成 24 年が 4,030 者、平成 28 年が 4,010 者である。

小規模事業所数は、平成 24 年が 2,946 者、平成 28 年が 2,866 者であり、4 年間で 2.7%減少している。産業別にみると、製造業で減少数が多くなっている。一方、医療、福祉では増加がみられる。

	建設	製造	情報通信	卸・小売	宿泊・飲食	医療、福祉	他サービス	その他	計
平成24年									
事業所数	509	543	17	977	411	232	925	416	4,030
小規模事業所数	494	434	14	618	263	92	701	329	2,946
平成28年									
事業所数	482	512	10	970	391	297	902	446	4,010
小規模事業所数	472	400	8	599	246	105	680	356	2,866
増減(H28年-H24年)									
事業所数	△27	△31	△7	△7	△21	65	△23	30	△20
増減割合	△5.3%	△5.7%	△40.0%	△0.7%	△5.1%	28.2%	△2.5%	7.3%	△0.5%
小規模事業所数	△22	△34	△6	△19	△17	13	△22	27	△80
増減割合	△4.4%	△7.9%	△41.2%	△3.1%	△6.4%	13.6%	△3.1%	8.1%	△2.7%

出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」及び人口比率より推計

(b) 業種別の現状

i_商業

当市は、かつて東葛地域の商都として賑わっていたが、近年では近隣市の都市化、交通網の整備による発展などにより、周りに取り残された感がある。また、管内の商業は、郊外型大型店等の集客力が高い一方で、商業者の高齢化や担い手不足が進む商店街では空き店舗の増加等、衰退傾向にあるところが多くなっている。

今後の管内商業を取り巻く環境の変化を見据えると、野田市駅前の再開発、本町通りや愛宕通りの空き店舗などを活用した商店街の活性化、そして愛宕駅前の整備などのインフラの再整備が進められている。このなかで小規模事業者においても、高齢者の買い物場所の確保や、地域コミュニティの核としての商店街の活性化、消費者の生活スタイルの変化（ECによる購買の増加等）に伴う消費者ニーズの多様化への対応などが課題となっている。

ii_工業

当市は、三方を利根川、江戸川、利根運河に囲まれ、その水運を活かし古くから醤油醸造業を中心に大いに発展を遂げてきた。また、金属・機械・物流を中心とした6つの工業団地が造成され、多くの優れた企業が進出している。また近年では首都圏から東日本エリアへのアクセスに優れていることから、物流施設も建設されている。

管内工業事業者を取り巻く環境をみると、新型コロナウイルス感染症によるサプライチェーンへの影響が経済を停滞させているだけでなく、ロシアによるウクライナ侵攻がエネルギー問題等を引き起こし、事業者の経営に影響を与えている。また、生産年齢人口の減少への対応などの課題もある。

これらの現状を踏まえ、管内の工業を今後も振興させるためには、IT化等による生産性向上や人手不足への対応に加え、優れた立地を活かした商圏・販路の拡大、異業種交流や産学官連携による技術革新などが課題となっている。

ク 野田市総合計画

「野田市総合計画」（平成28年度～令和12年度）の商工・観光部分は下表のとおりである。

小規模事業者支援の視点からみると、①商業では、地域の身近な商店街の活性化に向けて空き店舗の活用や付加価値の高い品揃え等、商店街の魅力創出、②工業では、産業構造が大きく変化している中で、更なる発展に向けて、異業種交流、産学官連携による技術革新、グローバル化への対応等を促進、③観光では、交流人口の拡大に向けて、市民、市民団体、企業等と連携した観光資源の開発や掘り起こしなどが方針として掲げられている。

■基本構想（平成28年度～令和12年度）

将来都市像

～人のつながりがまちを変える～

みんなでつくる 学びと笑顔あふれる コウノトリも住めるまち

基本目標（商工・観光部分）

基本目標6 活力とにぎわいに満ちた都市

商店街は、高齢者の買物の場の確保や地域コミュニティの核としての機能も求められることから、新たな魅力を創出することで商店街の活性化を図ります。また、野田市に存在する豊かな自然環境や農業、地場産業、大学等の多くの資源との連携を促進させて、起業支援や新たな事業の創出へつなげます。

野田市には、多くの歴史、文化的資源が存在しており、豊かな自然環境や生物多様性の保全、再生、利活用に向けた取組も進めています。このような多様な資源を市民、市民団体、企業等と連携を図り、まつり、イベント等の開催を通じてにぎわいを創出し、観光資源として磨き上げ、それらを効果的に結び付けて観光資源の魅力を高めていくことで、野田市独自の観光振興を図ります。

■基本計画（平成28年度～令和12年度）

基本目標6 活力とにぎわいに満ちた都市

基本方針1 地域産業の振興

◎商業の魅力向上による商店街等の活性化

- ◎新たな事業創出や起業を通じたまちの活性化と人材育成
- 基本方針2 観光・イベントの振興
- ◎まつりやイベントの活用
- ◎地域資源を活用した交流人口の拡大

②課題

これまで記述した内容から小規模事業者にとって対策が必要な地域の課題をまとめる。

まず、人口をみると、当所管内の人口はこれまで微増～横ばいで推移していたが、今後は減少傾向に転じることが見込まれている。小規模事業者においては、人口減少による消費の減衰への対応が課題となる。

さらに、年齢3区分別人口をみると、高齢化率が上がり消費構造が変化していくことから、この変化への対応（買い物弱者への対応含む）が課題となる。また、生産年齢人口の減少が見込まれ、働き手が不足することが予測されることから、IT化等による生産性の向上が課題である。

特産品では、当市は、しょうゆの町として知られ、市内には醤油メーカーが多く存在する。また、醤油を使ったせんべいなどの米菓も多くある。また、農業も盛んに行われており、枝豆の産地として有名である。小規模事業者においても、これら特産品を活用した高付加価値商品の開発が期待されている。

観光面では、当市は、自然や歴史、文化が調和しながら発展してきた背景から、多くの名所や史跡、豊かな自然を生かした公園やサイクリングなどアクティブに楽しめるコース、こうのとりの里や文化遺産、工場見学のできる企業など見どころが多くある。この結果、新型コロナウイルス感染症の拡大前は観光客数が増加傾向にあり、平成30（2018）年には約340万人に達している。また、「武神館」を起点にインバウンド観光客もコロナ前までは増加している。一方、小規模事業者に目を向けると、この観光需要の獲得（インバウンド需要の獲得含む）が十分に行われているとはいえない状況にある。そのため、小規模事業者においても、この観光需要の拡大をビジネスチャンスと捉えた取組が課題となる。

業種別の事業所数の推移をみると、当所管内の小規模事業者数は平成24年が2,946者、平成28年が2,866者であり、4年間で2.7%減少している。産業別にみると、製造業、建設業、卸・小売業で減少数が多くなっている。近年の創業希望者の状況をもみても、製造業や卸・小売業での創業はほとんどみられないことから、地域の活力維持のために、既存の製造業や卸・小売業の経営改善や事業承継による事業所数の維持がひとつの課題となっている。

業種別の課題をみると、①商業では、高齢者の買い物場所の確保や、地域コミュニティの核としての商店街の活性化、消費者の生活スタイルの変化（ECによる購買の増加等）に伴う消費者ニーズの多様化への対応など、②工業では、IT化等による生産性向上や人手不足への対応に加え、優れた立地を活かした商圏・販路の拡大、異業種交流や産学官連携による技術革新などが課題となっている。

(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

これまで記述してきたとおり、当所管内の現状をみると、人口が微増～横ばい傾向で推移するなど、小規模事業者は比較的安定した経営環境のなかで事業を展開してきたといえる。一方、今後を見据えると、人口減少や少子高齢化の進行だけでなく、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴うテレワークやオンラインによる会議・商談といった新たなビジネス手法の導入、事業継承や人材確保、IoTやAIに代表される技術革新への対応など、大きな転換期を迎えている。

この転換期を迎えた今、小規模事業者においても、これまでどおりの経営スタイルを維持するのではなく、時代に応じた新たな経営スタイルに“転換”していくことが必要である。当所としても、管内小規模事業者が、将来に向かって大きく目を見開いて、新しい「夢」をみて、それを実現させるための、いわゆる「夢に向けた転換への支援」を拡充させることが必要であると考え。そこで、小規模事業者がそれぞれの夢に向かって経営スタイルを転換させている姿を、10年後の小規模事業者のあるべき姿と定める。

具体的な「新たな経営スタイル」とは以下（主に以下「ア」～「ウ」）を想定している。

ア 小規模事業者が、自立的に経営環境の変化（人口減少や少子高齢化といったマクロ環境の変化、消費者ニーズの変化といった市場環境の変化、郊外型大型店等の進出といった競争環境の変化など）に応じて事業を修正・再構築していること

イ 小規模事業者が、それぞれの強みを活かした魅力的な事業を展開していること

- ウ 小規模事業者が、IT 等を活用しながら、業務効率化や販路拡大を実現していること
- エ 小規模事業者が、地域資源（特産品や観光資源等）を活用した新商品・新サービスを開発し、観光客需要（インバウンド含む）の獲得や、市外・全国への商品販売を実施していること
- オ 少子高齢化や生活スタイルの変化等に伴う消費者ニーズの多様化、環境や健康等に対する意識の高まりといった社会環境の変化に伴う、起業や新たな事業創出が行われていること
- カ 事業承継が活発に行われ、事業所数の減少が緩やかになっていること

②野田市総合計画との連動性・整合性

「野田市総合計画」の商工・観光部分では、商業振興として、「空き店舗の活用」「付加価値の高い品揃え等」「商店街の魅力創出」など、工業振興として、「異業種交流、産学官連携による技術革新」「グローバル化への対応」など、観光振興として「市民、市民団体、企業等と連携した観光資源の開発や掘り起こし」などを掲げている。

前項「10年程度の期間を見据えて」で記載した、「オ」は「空き店舗の活用」、「イ」や「エ」は「付加価値の高い品揃え等」、「ア」「イ」「オ」「カ」は「商店街の魅力創出」、「ア」や「ウ」は「異業種交流、産学官連携による技術革新」や「グローバル化への対応」、「エ」は「市民、市民団体、企業等と連携した観光資源の開発や掘り起こし」に寄与する目標であり、連動性・整合性がある。

③商工会議所としての役割

当所は、昭和27年11月の創立以来、地域の総合経済団体として、国・県・市の施策を企業に周知するとともに、小規模事業者の声を新たな施策に反映すべく提言を行うなど、国・県・市と企業のパイプ役としての役割を担ってきた。加えて、イベントの開催などによる地域振興や、経営改善普及事業を通じた地域産業の育成・振興を行ってきた。

また、今般の新型コロナウイルス感染症の影響により、飲食店のみならず多くの業界が非常に苦しい状況にあるなか、地域の事業者を支援するため、資金面、さらには事業面において必要な施策を講じている。

今後は、本経営発達支援事業を通じて、管内小規模事業者が、将来に向かって大きく目を見開いて、新しい「夢」をみて、それを実現させるための支援を、全職員一丸となって実施する。

(3)経営発達支援事業の目標

(1)地域の現状及び課題、(2)小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえた上で、今後5年間の事業実施期間で取り組む目標を以下のとおり定める。

【目標①】

小規模事業者の、自立的な経営環境の変化に応じた事業の修正・再構築や、それぞれの強みを活かした魅力的な事業の展開といった、新たな経営スタイルへの転換を支援することにより、地域産業基盤の向上や地域の雇用環境の充実を目指す

【目標②】

小規模事業者の、IT等の活用による業務効率化や販路拡大、地域資源（特産品や観光資源等）を活用した新商品・新サービスの開発による観光客需要（インバウンド含む）の獲得や域外への商品販売などの新たなチャレンジを支援することにより、地域に新たな活力を創出する

【目標③】

上記を実現するために、小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組を図る

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5年4月1日～令和10年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

【目標①達成のための方針】

小規模事業者の、経営環境の変化に応じた事業の修正・再構築や、それぞれの強みを活かした魅力的な事業の展開を実現するため、まずは経営分析により各事業者の現状（経営状況）を明らかにする。経営分析では、財務データ等からみえる表面的な経営課題だけでなく、事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置く。同時に、「経営状況アンケート調査」や「商圏分析」等を通じて外部環境を把握する。これらの分析結果を活用しながら、小規模事業者が今後の取組を事業計画にまとめる支援を行い、さらに計画を伴走型でフォローアップすることで、売上や利益の拡大を実現する。

【目標②達成のための方針】

小規模事業者のIT等の活用に関しては、DX（デジタルトランスフォーメーション）に関する意識の醸成や基礎知識を習得させること、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ことを目的にITセミナーを開催する。また、管内にはECを活用した販路拡大に意欲的な事業者もみられるため、「ECサイトの開設・運用支援」を実施する。

地域資源（特産品や観光資源等）を活用した新商品・新サービスの開発に関しては、需要動向調査を通じて商品の改善点を抽出し、結果を商品のブラッシュアップに繋げる支援を行う。また、「しんきん食の商談会（食のカatalog商談 in CHIBA）への出展支援」を通じて、販路開拓を支援する。

【目標③達成のための方針】

経営分析、事業計画の策定、策定後の実施支援の各局面で、経営力再構築伴走支援モデルによる支援を実施する。具体的には、経営課題の設定から課題解決を支援するにあたり、経営者や従業員との対話を通じて、事業者の自走化のための内発的動機付けを行い、潜在力を引き出す。

また、これを実現するために、経営指導員等の資質向上を実施する。

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】

小規模事業者が自立的に経営環境の変化に応じた事業の修正・再構築を行うためには、事業者自身が経営環境の変化を把握した上で、都度、最適な経営判断を行う必要がある。この経営環境の変化を把握するためには、データの活用が有効であるが、当所ではこれまで十分なデータ提供ができていなかった。

【課題】

これまで十分なデータ提供ができていなかったことから、今後は、「経営状況アンケート調査」や「商圏分析」を活用したデータ提供を行う必要がある。

(2) 目標

項目	公表方法	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①経営状況アンケート調査 公表回数	HP 掲載	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②商圈分析 公表回数	HP 掲載	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

①経営状況アンケート調査

事業名	経営状況調査（アンケート調査）
目的	管内の中小企業（小規模事業者）の経営課題等を把握することで、効果的な施策の立案に活用する。
調査の内容/ 調査の手段・ 手法	年 1 回、アンケート調査を実施する（郵送法、WEB アンケートも併用）。広く各業種のデータを収集するため、管内 150 者（製造業 30 者、建設業 30 者、小売業 30 者、飲食業 30 者、その他サービス業 30 者）よりアンケート票を回収することを目指す。
調査を行う 項目	事業承継等の経営課題、世情による時事的課題（トピック）、施策の利用状況・利用意向、当所の活動（当所に求める支援）等
分析の手段・ 手法	当所職員（経営指導員含む）がデータを集計し、専門家と連携して業種別分析や経年分析などを行う。また、分析結果に対し簡単なコメントを付ける。
調査結果の 活用方法	分析結果は当所ホームページで公表し、広く管内事業者に周知する。また、当所でも、結果を支援施策の検討に活用する。

②商圈分析

事業名	商圈分析
目的	地域の小規模事業者に商圈情報を周知することで、小規模事業者が今後の事業展開を検討する際の基礎資料とする。
調査の内容/ 調査の手段・ 手法	当所では「野田まちゼミ」を開催しており、毎回まちゼミの受講者より「来場者アンケート」を収集している。当該アンケートには住所の記入欄があるため、住所を集計することで、商圈情報を収集する。
調査を行う 項目	参加者の住所、参加店舗、地区別人口の 3 つの情報より、商圈情報を収集する。具体的には、「△地区の店舗は商圈が半径〇km であるため商圈人口は xx 人」という情報をまとめる（「△」「〇」「xx」部分が調査を行う項目となる）。
分析の手段・ 手法	経営指導員が上記の商圈分析を実施。簡単なコメントを付し、事業者が見やすいレポートにまとめる。
調査結果の 活用方法	調査報告は当所ホームページで公表し、広く管内事業者に周知。特に分析結果と関連が深い業種については、巡回訪問を通じて直接説明する。また、事業計画作成時の基礎資料としても活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当所管内には、しょうゆ、せんべい、枝豆等といった特産品があり、小規模事業者にもこれらの特産品を活用した商品開発等が期待されている。小規模事業者が消費者ニーズに適合した商品開発を実施するためには、マーケティング調査が必要であるが、当所ではこれまで個社の商品に関する調査を支援できていなかった。

【課題】

しょうゆ、せんべい、枝豆等といった特産品を活用した新商品の調査を実施する必要がある。特に、観光客や域外への販売を促進するために、これらのターゲットに向けた調査を行う点が課題である。

(2) 目標

項目	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
商品調査 調査対象事業者数	-	5者	5者	5者	5者	5者

(3) 事業内容

事業名	商品調査
目的	小規模事業者のなかには、新商品の開発に取り組む事業者もいる。一方、小規模事業者は経営資源が少なく、マーケティング調査などが不十分であることが多い。そこで、当所でマーケティング調査を支援することで、顧客の声を取り入れた商品ブラッシュアップに繋げる。
対象	小規模事業者の商品（食品、飲食店のメニュー等）、5商品/年（1者あたり1商品）を対象とする。 ※主に、特産品（しょうゆ、せんべい、枝豆等）を活用した加工食品の調査を想定しているが、それ以外の地元消費者をターゲットにした商品（特産品を活用していない商品）も調査対象とする。
調査の手段・手法	商品ごとに調査テーマを定め、①市外（観光客含む）向けに販売を強化したい商品の調査は「NODA産FOODフェスタ※」等の観光客が集まる場、②地元客向けに販売を強化したい商品の調査は当所女性会（消費の大半は女性であるため、当所の女性会を活用する）、でアンケート調査を実施する。アンケート調査は、事業者と当所職員が協力して行う。調査結果に有意性を持たせるため、1商品あたり30名以上からアンケート票を回収する。
調査を行う項目	<input type="checkbox"/> 商品の総合評価（直感的な評価） <input type="checkbox"/> 味 <input type="checkbox"/> パッケージ <input type="checkbox"/> 独自性（野田らしさ） <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> 購入意向 <input type="checkbox"/> その他改善点等
分析の手段・手法	アンケート収集後は経営指導員が専門家と連携しながら分析を行う。分析では、各項目について男女別、年齢別、居住地別（地元客 or 観光客）にクロス集計を実施。結果から商品のターゲット顧客や改良点などを抽出する。
調査・分析結果の活用	分析結果は、経営指導員が簡易なレポートにまとめ事業者にフィードバックする。その後、事業者とともに改善点を抽出し、商品のブラッシュアップに活用する。ブラッシュアップにあたっては、経営分析や事業計画策定を実施し、経営指導員が伴走型で支援する。

※NODA産FOODフェスタ

野田市の飲食店を応援するイベントであり、野田の名店が勢ぞろいする。特設ステージでは音楽イベント。清水公園・花ファンタジアではウォークラリーも開催される。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者が、経営環境の変化に応じた事業の修正・再構築や、それぞれの強みを活かした魅力的な事業の展開を実施するためには、まずは小規模事業者自身が自社の現状（課題や強み）を把握する必要がある。当所ではこれまでも小規模事業者の経営分析を支援してきたが、事業計画策定支援や金融支援の際に実施するに留まっており、財務分析のみ、非財務分析のみといった部分的な経営分析もみられた。そのため、表面的な分析に留まっていることもあり、事業者の本質的な課題までは抽出できていないこともあった。

【課題】

小規模事業者が客観的に自社の現状を把握するために財務分析および非財務分析の多面的な経営分析を実施する必要がある。また、これまで表面的な分析もみられたことから、今後は事業者との対話と傾聴

を通じて、経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置いた経営分析を実施することが課題である。

(2) 目標

項目	現行	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
経営分析事業者数	40者	44者	48者	52者	56者	60者

(3) 事業内容

事業名	小規模事業者の経営分析
目的	小規模事業者の、経営環境の変化に応じた事業の修正・再構築や、それぞれの強みを活かした魅力的な事業の展開に向け、事業者自身が自社の現状（課題や強み）を把握することを目指す。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず）
対象事業者の掘り起こし	チラシの配布やホームページにより広く周知するだけでなく、巡回訪問・窓口相談、各種セミナー開催時に訴求する。また、記帳代行支援や金融支援、補助金支援の際などの個社支援の際に経営分析を提案する。
分析の手段・手法・項目	<p>経営分析は、経営指導員が事業者からのヒアリング・提供資料を基に実施する。また、経営指導員のみでは十分な分析を行うことができない場合は専門家派遣を行う。具体的な分析内容は以下のとおりである。分析にあたっては、事業者の状況や局面に合わせて、クラウド型支援サービス（BIZミル等）、経済産業省の「ローカルベンチマーク」「経営デザインシート」、中小機構の「経営計画つくる君」等のソフトを活用する。</p> <p>■経営分析を実施する項目</p> <p>財務分析：直近3期分の収益性・生産性・安全性および成長性の分析</p> <p>非財務分析：強み・弱み（商品・製品・サービス、仕入先・取引先、人材・組織、技術・ノウハウ等の知的財産 など）</p> <p>機会・脅威（商圏内の人口・人流、競合、業界動向 など）</p> <p>その他（デジタル化・IT活用の状況、事業計画の策定・運用状況 など）</p> <p>※非財務分析は事業者との対話を通じて実施する</p>
分析結果の活用方法	<ul style="list-style-type: none"> 経営分析の結果は事業者にフィードバックする。また、事業計画策定の際に活用する。経営分析により経営課題が顕在化した場合は、経営指導員が解決策を提案する。専門的な経営課題の場合は専門家派遣により解決を図る。 分析結果は、クラウド型支援ツール（BIZミル等）上にを集約し、すべての経営指導員・職員が内容を確認できるようにする。これらの取組により、経営指導員以外も含めた組織としての支援能力の向上を図る。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当会ではこれまでも事業計画の策定支援を行ってきたが、目先の課題解決に偏重する支援である、いわゆる「課題解決型」の支援に留まっており、事業者の自立的な変革を実現する支援が行えていなかった。

【課題】

小規模事業者が課題解決に能動的に取り組み、将来的に自立的な経営改善ができるよう、「経営力構築型（課題設定型）」の事業計画策定支援を実施する必要がある。具体的には、事業者自身が自走化できるよう内発的動機付けを行いながら事業者が主体となった事業計画の策定支援を実施することが課題である。

(2) 支援に対する考え方

「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、事業計画の策定支援を実施する。特に、事業計画の策定前には必ず経営分析を実施し、事業者との対話と傾聴を通じて、事業者自らが自社の強みや弱みなどの現状を正しく把握した上で当事者意識を持って課題に向き合い、能動的に事業計画策定に取り組むことを目指す。

事業計画の策定支援では、経営分析件数の4割の事業計画の策定を目標とする。

また、事業計画の策定に意欲的な事業者を対象に、DXに向けたセミナーやIT専門家派遣を行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

(3) 目標

項目	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
事業計画策定事業者数	15者	18者	19者	21者	22者	24者
事業計画策定セミナーの開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
ITセミナーの開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回

(4) 事業内容

事業名	事業計画策定支援												
目的	「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、小規模事業者の持続的発展や成長発展を目的とした事業計画の策定を支援する。なお、事業計画策定事業者に対して、DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得させるため、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、ITセミナーの開催やIT専門家派遣を実施する。												
支援対象	経営分析を実施した事業者の他、金融相談において事業計画策定の必要性が顕在化した事業者や、補助金やDX支援において事業計画策定支援を必要とする事業者等を支援対象とする。												
対象事業者の掘り起こし	<p>対象事業者の掘り起こしは、経営分析のフィードバック時に事業計画策定を提案する方法を中心とする。また、これ以外にも、補助金・助成金を契機とした事業計画策定の提案や事業計画策定セミナーによる掘り起こしを実施する。</p> <p>■事業計画策定セミナー</p> <table border="1"> <tr> <td>対象事業者</td> <td>小規模事業者の、経営環境の変化に応じた事業の修正・再構築や、それぞれの強みを活かした魅力的な事業の展開に向け、事業者自身が自社の現状（課題や強み）を把握することを目指す。</td> </tr> <tr> <td>募集方法</td> <td>チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>年1回</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td>1. 事業計画とは、2. SWOT分析の方法、3. 経営方針、4. 経営課題ごとの取組、5. アクションプラン、6. 数値目標、7. 補助金の活用 等</td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>20人/回</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>事業計画策定セミナーを契機に事業計画策定にチャレンジする事業者に対しては、事前に経営指導員が経営分析を実施する。</td> </tr> </table>	対象事業者	小規模事業者の、経営環境の変化に応じた事業の修正・再構築や、それぞれの強みを活かした魅力的な事業の展開に向け、事業者自身が自社の現状（課題や強み）を把握することを目指す。	募集方法	チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知	回数	年1回	カリキュラム	1. 事業計画とは、2. SWOT分析の方法、3. 経営方針、4. 経営課題ごとの取組、5. アクションプラン、6. 数値目標、7. 補助金の活用 等	想定参加者数	20人/回	その他	事業計画策定セミナーを契機に事業計画策定にチャレンジする事業者に対しては、事前に経営指導員が経営分析を実施する。
対象事業者	小規模事業者の、経営環境の変化に応じた事業の修正・再構築や、それぞれの強みを活かした魅力的な事業の展開に向け、事業者自身が自社の現状（課題や強み）を把握することを目指す。												
募集方法	チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知												
回数	年1回												
カリキュラム	1. 事業計画とは、2. SWOT分析の方法、3. 経営方針、4. 経営課題ごとの取組、5. アクションプラン、6. 数値目標、7. 補助金の活用 等												
想定参加者数	20人/回												
その他	事業計画策定セミナーを契機に事業計画策定にチャレンジする事業者に対しては、事前に経営指導員が経営分析を実施する。												
支援の手段・手法	<p>事業計画策定支援は、①小規模事業者が作成した事業計画に対し経営指導員がアドバイスする方法、②小規模事業者と経営指導員が協力して作成する方法の2つの方法で実施する。策定にあたっては、必要に応じて専門家派遣を実施する。</p> <p>なお、事業計画において、DXやITツールの活用を促進するため、主に事業計画策定に意欲的な事業者を対象にITセミナーの開催やIT専門家派遣を実施する。</p> <p>■ITセミナー</p> <table border="1"> <tr> <td>対象事業者</td> <td>すべての事業者を対象とするが、事業計画策定に意欲的な事業者や経営分析を実施した事業者に対しては個別に周知を行う。</td> </tr> </table>	対象事業者	すべての事業者を対象とするが、事業計画策定に意欲的な事業者や経営分析を実施した事業者に対しては個別に周知を行う。										
対象事業者	すべての事業者を対象とするが、事業計画策定に意欲的な事業者や経営分析を実施した事業者に対しては個別に周知を行う。												

募集方法	チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知
回数	年1回
講師	地元 IT 事業者、IT 専門家 等
カリキュラム	年度ごとにテーマを決め IT 活用のためのセミナーを開催する。また、カリキュラムのなかで、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といった総論的な内容も取り上げる。
想定参加者数	20 人/回

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】

現状、組織的な統一ルールを設けた事業計画のフォローアップが実施できておらず、経営指導員個人の裁量によるフォローアップが中心であった。そのため、事業計画を遂行した結果、どのような成果が上がったのかについて確認できていなかった。

【課題】

事業計画を策定したすべての事業者を対象に、原則四半期ごとにフォローアップを実施する。そのなかで、事業計画を実施する上で発生した経営課題等に対し、事業者と一緒に解決を図る。これらの支援を通じて、支援事業者の売上や利益の増加を実現することが課題である。

(2) 支援に対する考え方

計画策定を支援したすべての事業者を対象に、四半期ごとのフォローアップを実施する。これにより、フォローアップ対象事業者に占める、売上が増加する事業者の割合が 25%、経常利益が増加する事業者の割合が約 20%（売上増加事業者と経常利益増加事業者は重複する場合もある）になることを目標とする。

フォローアップにあたっては、自走化を意識し、小規模事業者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、事業者と従業員と一緒に作業を行うことで当事者意識を持って取り組むことなどに重点をおいた支援を行い、計画の進捗フォローアップを通じて事業者への内発的動機付けを行い、潜在力の発揮に繋げる。

(3) 目標

項目	現行	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
フォローアップ対象事業者数	15 者	18 者	19 者	21 者	22 者	24 者
頻度 (延回数)	-	四半期毎 (72 回)	四半期毎 (76 回)	四半期毎 (84 回)	四半期毎 (88 回)	四半期毎 (96 回)
売上増加事業者数	-	5 者	5 者	5 者	6 者	6 者
経常利益増加事業者数	-	4 者	4 者	4 者	4 者	5 者

(4) 事業内容

事業名	事業計画のフォローアップ（計画策定の全事業者を対象）
目的	計画を伴走型支援することで、計画どおりの成果を上げる。
支援対象	事業計画の策定を支援したすべての事業者
支援内容/ 支援の手段・ 手法	四半期ごとのフォローアップを実施する。ただし、ある程度計画の推進状況が順調であると判断できる事業者に対しては訪問回数を減らす。一方、事業計画と進捗状況とがズレている場合（計画実施が何らかの理由により遅れている、停滞している等）は、訪問回数を増やししながら軌道に乗せるための支援を実施する。

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】

小規模事業者が持続的に経営を行うためには、新たな需要の開拓が必要である。一方、小規模事業者の多くは経営資源が少なく、独自での取組には限界がある。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、「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。当所では、これまでも事業者の販路開拓を支援してきたが、支援が事業者の販路拡大に寄与してきたかという実績までは確認できていなかった。また、ITを活用した販路開拓等の支援ができていなかった。

【課題】

各事業の成果が明確でなかったことから、今後は、その成果目標を明確にし、成果がでるまで継続的な支援を実施する必要がある。また、これまでDXに関する支援が十分でなかったことから支援を強化する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が独自に実施することが難しく、かつ売上拡大効果（新たな需要獲得効果）が高い取組の支援をする。特に、地域内の小規模事業者の多くはITを使った販路開拓等が遅れていることから、ITを活用した販路開拓として、ECサイトの開設・運用支援を実施する。

(3) 目標

項目	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①しんきん食の商談会（食のカタログ商談 in CHIBA）への出展支援 出展事業者数	-	2者	2者	2者	2者	2者
成約件数/者	-	1件	1件	1件	1件	1件
②ECサイトの開設・運用支援 支援事業者数	-	3者	3者	3者	3者	3者
売上増加率/者	-	3%	3%	3%	3%	3%

(4) 事業内容

①しんきん食の商談会（食のカタログ商談 in CHIBA）への出展支援（BtoB）

事業名	しんきん食の商談会（食のカタログ商談 in CHIBA）への出展支援
目的	対企業取引の事業者にとって、商談会は新たな取引先の獲得にとって有効である。一方、小規模事業者は独自に商談会に出展できていないことも多い。そこで、新たな取引先の獲得を支援することを目的に商談会の参加支援を実施する。
支援対象	一般消費者向けの一次産品や加工食品等を提供可能な企業等
訴求相手	千葉県内外で店舗を展開する小売業者、百貨店、商社、ホテル、ネットショッピング、モールおよび飲食店等
展示会等の概要	千葉県内5信用金庫（千葉、銚子、東京ベイ、館山、佐原）が連携して実施する商談会である。例年、幕張メッセで会場開催されていた「しんきん食の商談会」が、新型コロナウイルス感染症の影響で中止されたことにより、現在は「食のカタログ商談 in CHIBA」として事業が継続されている（今後、どちらの方式で開催されるかは不明）。2021年の開催では、サプライヤー87社、バイヤー34社が参加し、「取引したい/商談を継続したい」の合計が221件という結果となっている。
支援の手段・手法	本支援は、自社独自で商談会に出展が難しい小規模事業者を支援する目的で実施する。そのため、これまで商談会への出展経験がない（少ない）事業者を重点支援先とし、これらの事業者が、商談会に出展し、新たな取引先を獲得するまで伴走型で支援を行う。具体的には、出展者の募集だけでなく、出展前に、効果的な展示方法、短時間での商品等アピール方法、商談シート（FCPシート）の作成、パンフレット等の整備、商談相手の事前アポイント等、出展後の商談相手に対するフォロー方法等をワンストップで指導する。これらの支援により

	成約数の拡大を目指す。
期待効果	新たな取引先の獲得を狙う。

②ECサイトの開設・運用支援 (BtoC)

事業名	ECサイトの開設・運用支援
目的	管内にはECを活用した販路拡大に意欲的な事業者もみられるが、そのなかには、①ノウハウが少なく、独自にECサイト開設を行うことができない事業者や、②既にECサイトを保有しているが、十分な成果が上がっていない事業者がいる。そこで、当所にてECサイトの開設や運用支援を行い、成果をあげることを目指す。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず） ※事業計画を策定した事業者を重点的に支援
訴求相手	各事業者の訴求相手
支援内容	ECへ取り組む事業者に対してハンズオンで支援を行う。特に、特産品を活用したECへ意欲的な事業者に対しては「おもてなしギフトショップ※」への掲載支援を実施する。
支援の手段・手法	掘り起こしとして、チラシの配布やホームページにより広く周知するだけでなく、巡回訪問・窓口相談、各種セミナー開催時に訴求する。また、個社支援の際に、個別に周知する。①ECサイトの開設に意欲的な事業者に対しては、ECの立ち上げから、商品構成、ページ構成、PR方法等を支援する。支援にあたっては、IT専門家や地元IT事業者と連携する。②既にECサイトを保有しているが、十分な成果が上がっていない事業者に対しては、IT専門家や地元IT事業者による専門的な分析を基に改善を行う。その後、アクセス数や購入数を定期的にフォローし、PDCAサイクルを回すような継続支援を行うことで売上拡大を実現する。また、ECにチャレンジしてみたいが独自での開設を不安に思う事業者に対しては、テストマーケティングの機会として、おもてなしギフトショップへの掲載を提案する。提案の際は、単に商品を掲載するだけでなく、『4.需要動向調査に関すること』を通して商品の磨き上げを行い、しっかりと売上をあげることを目指す。
期待効果	売上拡大を狙う。

※おもてなしギフトショップ

横須賀商工会議所がPayPayモールのなかに立ち上げたECショップである。日本全国のギフト商品を取り扱っている。事業者は、年間1万円で参加でき、最大5商品をECショップ内で販売できる。



店舗TOP	会社概要	お支払い・配送について	よくある質問	お問い合わせ	おもてなしギフトとは
-------	------	-------------	--------	--------	------------

おもてなしギフトで想いを届ける。
おもてなしギフトで笑顔を届ける。
お世話になったあの人へあなたの故郷をおくりませんか？

おもてなしギフト×全国の商工会議所
全国の商工会議所からお贈りするギフトですので安全・安心。
全国各地の特産品・隠れた名産品を産地直送でお届けします。

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】

現状、経営改善普及事業の支援状況は、所内で評価するに留まっており、第三者の視点を入れた評価・事業の見直しなどはなされていなかった。

【課題】

今後は、当所や野田市だけでなく、第三者として外部有識者を入れた「経営発達支援事業評価委員会」により本事業の成果を確認し、PDCA サイクルを回しながら事業を推進する必要がある。

(2) 事業内容

事業名	事業の評価及び見直し
目的	経営発達支援事業の改善のために、PDCA を回す仕組みを構築する。
事業評価 の手段・ 手法	<p>以下の取組により、経営発達支援事業のPDCA を回す。</p> <p>【PLAN】（事業の計画・見直し）</p> <p>(a) 前年度の【ACTION】を受け、事業内容や目標を設定（修正）する。</p> <p>(b) 上記目標を個人（経営指導員等）ごとに落とし込み、個々の成果目標を設定する。</p> <p>【DO】（事業の実行）</p> <p>(c) 経営指導員等は、個々の成果目標を達成するために事業を実施する。</p> <p>(d) 経営指導員等は、実施した内容をクラウド型支援ツール（BIZ ミル等）に適時入力する。</p> <p>【CHECK】（事業の評価）</p> <p>(e) 日々の業務の中で、法定経営指導員は、クラウド型支援ツール（BIZ ミル等）により各経営指導員等の指導状況を確認する。</p> <p>(f) 月1回の定期ミーティングにて、法定経営指導員や経営指導員が相互に進捗状況の確認および評価を行う。</p> <p>(g) 年1回の「経営発達支援事業評価委員会」にて、外部有識者等からの評価を受ける。</p> <p>※「経営発達支援事業評価委員会」の実施の流れ</p> <p>i 野田市商工労政課長、法定経営指導員、外部有識者（税理士等）をメンバーとする「経営発達支援事業評価委員会」を年1回開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について「A」～「E」の評価を付ける方法（A：達成、B：概ね達成、C：半分程度達成、D：未達成、E：未実施）にて定量的に評価を行う。</p> <p>ii 当該「経営発達支援事業評価委員会」の評価結果は、常議員会にフィードバックした上で、事業実施方針に反映させるとともに、当所ホームページ（http://www.nodacci.or.jp/）へ掲載（年1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。</p> <p>【ACTION】（事業の見直し）</p> <p>(h) 「経営発達支援事業評価委員会」の評価を受け、年1回、次年度の事業の見直しを行い【PLAN】に戻る。</p>

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】

現状、経営改善普及事業における事業者の支援は、経営指導員が中心となり実行している。

【課題】

本計画の成果をあげるためには、補助員・一般職員も含めた組織全体の支援力向上が必要である。このために、補助員・一般職員も含めた資質向上、支援ノウハウの共有を実施することが課題である。

(2) 事業内容

① 経営指導員のみならず一般職員も含めた支援能力の向上に向けた取組

参加者	経営指導員、補助員、一般職員
目的	経営発達支援計画の実行に必要な知識・ノウハウを習得する
不足能力の特定	<p>経営発達支援事業の適切な遂行のために特に以下の能力向上が必要である。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 経営分析、事業計画策定、フォローアップにより、小規模事業者の売上向上や利益向上といった成果を実現する能力 ・ 展示会等や IT を活用した販路開拓支援により、小規模事業者の需要開拓を実現する能力 ・ DX に向けた IT・デジタル化の支援を行う能力 ・ 経営力再構築伴走支援の基本姿勢（対話と傾聴）
内容	<p>経営発達支援事業の適切な遂行および上記の不足能力の向上を図るため、以下の手段・手法により資質向上を図る。また、これらの研修・セミナーへの参加は、今までは経営指導員が中心に参加していたが、今後は、補助員や一般職員も含めて積極的に参加する。</p> <p>ア 小規模事業者の売上向上や利益向上、販路開拓支援等の資質向上に向けて千葉県商工会議所連合会の経営指導員研修などの上部団体等が主催する研修に参加する他、県・民間企業等が主催する関連研修に参加する。また、独自に外部講師を招聘し所内研修を開催する。</p> <p>イ DX に向けた IT・デジタル化の支援を行う能力の資質向上に向けて DX 関連の動向は日々進化していることから、以下のような、DX 関連の相談・指導能力向上に資するセミナー・研修会等の開催情報の収集を行い、資質向上に繋がるものがある場合は、積極的に参加する。</p> <p><DX に向けた IT・デジタル化の取組></p> <ul style="list-style-type: none"> i) 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 ii) 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 iii) その他の取組 オンライン経営指導の方法 等 <p>ウ 経営力再構築伴走支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上に向けて千葉県商工会議所連合会、千葉県、民間企業等の研修に参加する他、独自に外部講師を招聘し、「コミュニケーション能力向上」や「小規模事業者課題設定力向上」のようなテーマで研修を開催する。</p>

② 個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する仕組み

目的	個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する
内容	<p>ア OJT 制度</p> <p>ベテラン経営指導員とその他職員がチームで小規模事業者を支援することを通じて OJT を</p>

実施し、組織としての支援能力の底上げを図る。また、専門家を活用した支援を行う際は、経営指導員等の同行を徹底させ、ノウハウを習得する。

イ 定期ミーティング

月1回の定期ミーティングのなかで各人の支援状況を共有し、経営発達支援計画の進捗管理を実施する。また、ミーティング内で情報交換を行い、組織としての支援ノウハウ共有を図る。

ウ データベース化

担当経営指導員等がクラウド型支援ツール（BIZ ミル等）に支援に関するデータ入力を適時・適切に行う。これにより、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員で相互共有し、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。

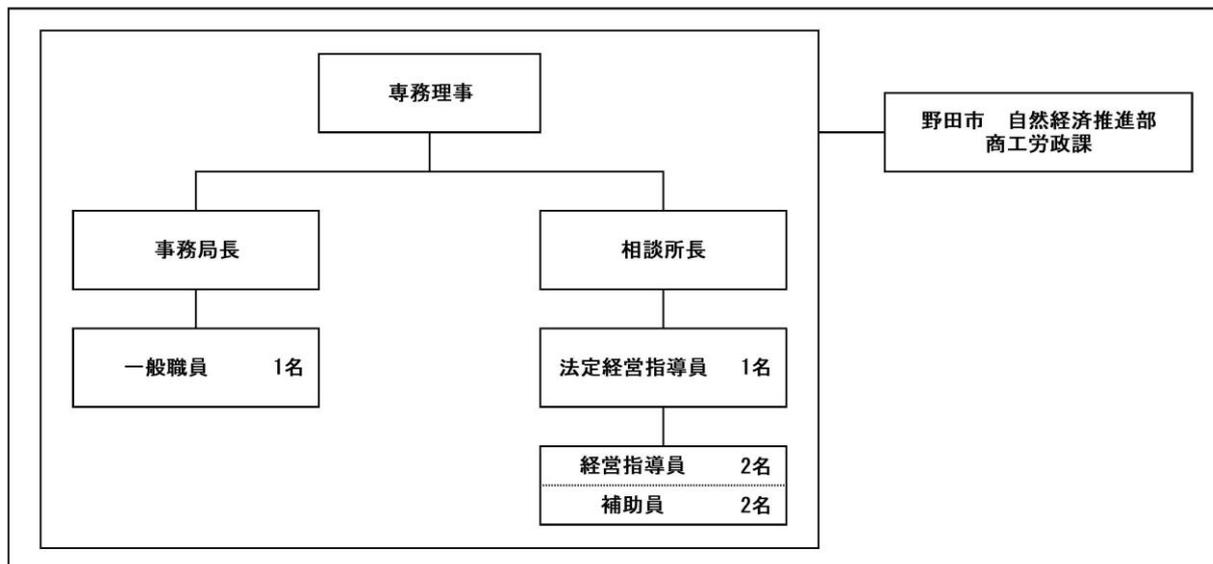
(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

【令和6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法定経営指導員の氏名、連絡先

氏名：高倉 信和

連絡先：野田商工会議所 TEL. 04-7122-3585

②法定経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援計画の実施・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商工会／商工会議所

〒278-0035

千葉県野田市中野台 168-1

野田商工会議所 中小企業相談所

TEL：04-7122-3585 / FAX：04-7122-7185

E-mail：info@nodacci.or.jp

②関係市町村

〒278-8550

千葉県野田市鶴奉 7-1

野田市 自然経済推進部 商工労政課

TEL：04-7125-1111 / FAX：04-7122-1557

E-mail：syoukouka@mail.city.noda.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 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
必要な資金の額	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
地域の経済動向調査	100	100	100	100	100
需要動向調査	50	50	50	50	50
経営状況の分析	500	500	500	500	500
事業計画策定支援	500	500	500	500	500
事業計画策定後の実施支援	100	100	100	100	100
新たな需要の開拓に寄与する事業	500	500	500	500	500
事業の評価及び見直し	50	50	50	50	50
経営指導員等の資質向上等	200	200	200	200	200

(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
自主財源・国補助金・県補助金・市補助金 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。

(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