

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	八千代商工会議所（法人番号 6040005003484） 八千代市（地方公共団体コード 122211）
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 【目標①】小規模事業者が経営の現状分析・事業計画策定・販路開拓を行い、事業領域を拡大し、収益を増加させることを目指す 【目標②】小規模事業者がITを積極的に活用し、顧客サービスや業務プロセスの向上を実現することを旨す 【目標③】小規模事業者が地域資源を活かした新商品・サービスを開発することや、新商品開発に向けて小規模事業者と農業者が連携したうえでそれぞれが持つ強みを活用することを旨す 【目標④】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
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 小規模事業者が外部環境の変化を捉えるための支援として、「経営状況アンケート調査」や「八千代市産業のしおりの活用」を実施し、結果を公表する。 4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者の地域資源を活かした新商品・サービスの開発・販売に向けて、「やっちブランドセクションを活用した小規模事業者の商品調査」を実施する。また、調査結果を活用し、商品のブラッシュアップを支援する。 5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者が事業領域を拡大し、収益を増加させるために、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（財務分析・非財務分析の双方）を支援する。 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」の結果を踏まえたうえで、小規模事業者の事業計画の策定を支援する。 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。 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に、「展示会・商談会・交流会の出展支援」や「ITを活用した販路開拓の個社支援」を実施する。
連絡先	八千代商工会議所 中小企業相談所 〒276-0033 千葉県八千代市八千代台南 1-11-6 TEL: 047-483-1771 FAX: 047-483-1773 E-mail: info@yachiyocci.jp 八千代市 経済環境部 商工観光課 商工班 〒276-8501 千葉県八千代市大和田新田 312-5 新館 5 階 TEL: 047-421-6761 FAX: 047-484-8824 E-mail: syoukoul@city.yachiyo.chiba.jp

(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 八千代市の概況

八千代市（以下、当市）は、東京都心から約 31km、千葉市中心部から約 13km、成田国際空港から約 26km の千葉県北西部に位置し、面積は 51.39 km²（東西 8.1km、南北 10.2km）である。

地勢は、標高 5～30m のなだらかな台地が広がり、市域のほぼ中央を新川（印旛放水路）が南北に流れている。

当市は、古くは成田・佐倉への宿場町として栄え、現在は、京成本線（大正 15 年開業）と東葉高速鉄道（平成 8 年開業）の 7 駅がある。また、首都圏を環状に結ぶ国道 16 号線が、市域を貫いている。

鉄道アクセスでは、日本橋駅から八千代中央駅まで東西線・東葉高速線で約 40 分、京成上野駅から八千代台駅（快速特急・特急停車）まで約 40 分、京成成田空港駅から勝田台駅（快速特急・特急停車）まで約 35 分となっている。

八千代商工会議所（以下、当所）は、当市唯一の商工団体である。



イ 人口

令和 5 年 8 月 31 日時点の人口は 205,392 人である（住民基本台帳）。

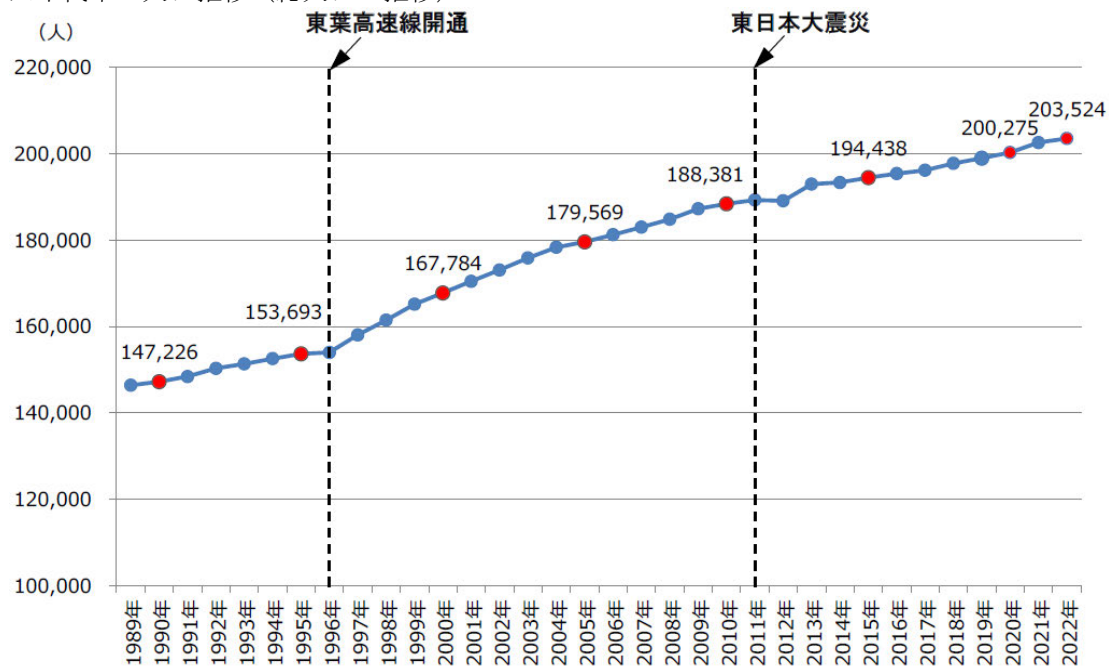
当市は、昭和 42 年に市制施行されて以降、首都圏のベッドタウンとして京成本線及び東葉高速線の鉄道沿線を中心とした宅地造成に伴う急速な都市化が進み、人口 20 万人を超える都市に成長した。

総人口は、東日本大震災を受けた平成 23（2011）年から平成 24（2012）年を除き、増加を続けている。また、平成元（1989）年以降の総人口の推移を見ると、東葉高速線が開通した平成 8（1996）年以降の増加傾向が強くなっている。

年齢 3 区分別人口の推移を見ると、老年人口（65 歳以上）が増加傾向を続ける一方、年少人口（0～14 歳）は 2010 年をピークに増加から減少に転じ、生産年齢人口（15 歳～64 歳）は、平成 17（2005）年をピークに減少に転じていたが、平成 17（2015）年以降は増加に転じている。

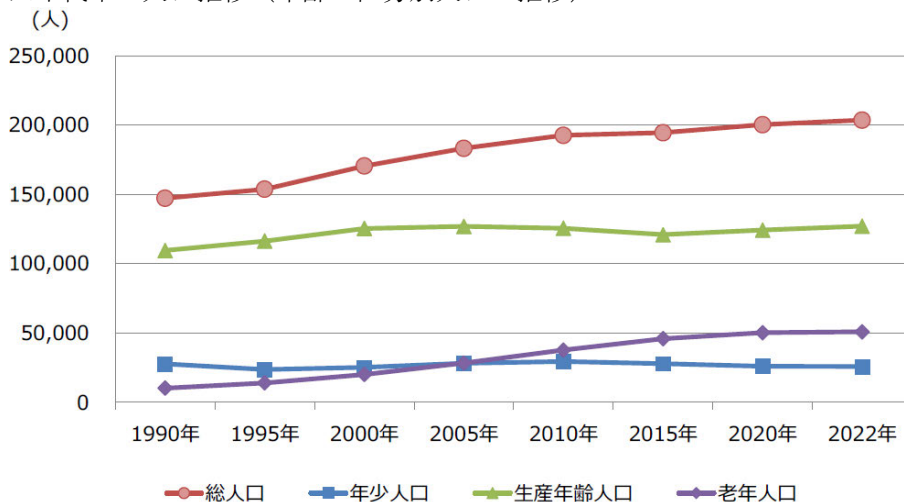
また、老年人口は、平成 7（2005）年には年少人口を上回ることとなり、総人口に占める割合が令和 4（2022）年には 25%にまで高まっていることから、高齢化の進展が顕著となっている。

■ 八千代市の人口推移（総人口の推移）



出典：八千代市「八千代市人口ビジョン（令和 5 年改訂版）」（各年 3 月 31 日現在）

■ 八千代市の人口推移（年齢 3 区分別人口の推移）



出典：八千代市「八千代市人口ビジョン（令和 5 年改訂版）」（各年 3 月 31 日現在）

ウ 特産品

(a) 特産品

当市には、100年の歴史がある梨や、国の指定産地となっている人参、ニッポン全国鍋グランプリで殿堂入りを果たした「源右衛門鍋 やご当地グルメの「八千代カレー」などの特産品がある。

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
梨	100年の歴史を誇る「もぎたての完熟梨」は、太陽の光をたっぷり浴びていて、とっても甘くてジューシーな梨である。香水・豊水・新高・あきづきが主であるが、その他にも珍しい品種も生産している。
人参	当市では春夏ニンジンの生産が盛んで、国の指定産地になっている。主な品種は、彩誉、翔彩である。また、6次産業として人参を使った商品の開発・販売なども行われている。
ほうれんそう	市内全域で栽培に取り組んでいるハウレンソウ。市内の野菜の中では栽培面積が最大である。葉色が濃いのが特徴で、秋から冬にかけて収穫最盛期を迎える。
ねぎ	市内各地で栽培されており、当市において栽培面積第3位を誇る。

(b) やっちブランドセレクション

当所及び八千代市では、当市の地域資源や自然・歴史・文化・景観等を活用して考案され、なおかつ当市のイメージアップにつながる品を「やっちブランドセレクション」として認定している。

さらに認定品に選ばれた品のなかから1品を一般投票および認定委員会による審査の結果で、グランプリを決定している。



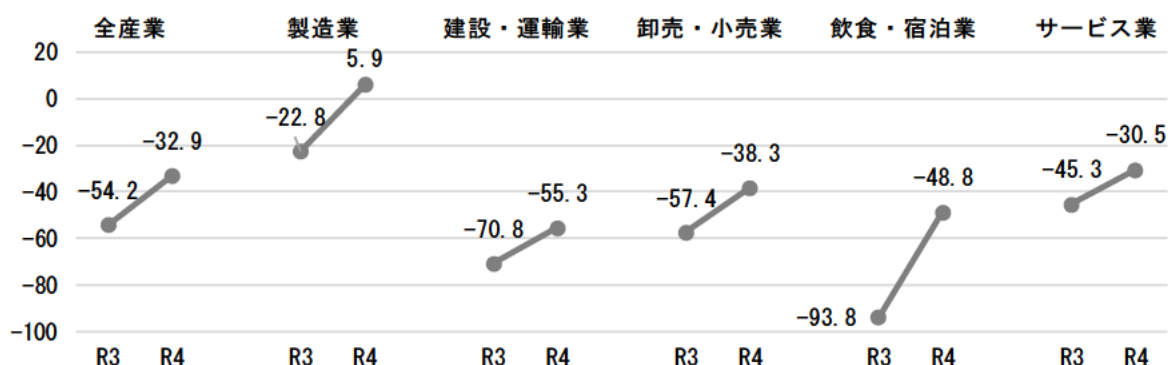
エ 産業

(a) 業種別の景況感

当所が実施した「経営状況アンケート」より景況感（売上高DI）を確認する。

売上高DIをみると、全産業では令和3年度から令和4年度にかけて好転傾向がみられる。また、業種別でもすべての業種で好転傾向となっている。一方、令和4年度の売上高DIをみると、製造業を除くすべての業種でマイナス値となっており、依然厳しい状況が続いていることが読み取れる。

■ 売上高DI（前年同期比）



※令和3年度調査の調査期間：令和4年1月11日～1月28日

令和4年度調査の調査期間：令和4年12月21日～令和5年1月20日

出典：八千代商工会議所「経営状況アンケート」

(b) 業種別の事業所数（小規模事業所数）の推移

当市の平成24年の事業所数は5,157社、令和3年の事業所数は4,832社である。
小規模事業所数は平成24年が3,505者、令和3年が3,119者であり、9年間で11.0%減少している。
産業別にみると、製造業（△19.7%）、宿泊・飲食業（△19.4%）、卸・小売業（△18.9%）の減少率が高くなっている。一方、情報通信業や医療、福祉など、小規模事業所数が増加している業種もみられる。

■業種別の事業所数及び小規模事業所数

	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	483	350	39	1,222	738	480	1,346	499	5,157
小規模事業所数	460	269	25	715	449	198	991	398	3,505
平成28年									
事業所数	447	310	39	1,211	741	563	1,349	444	5,104
小規模事業所数	421	235	25	696	440	230	966	350	3,363
令和3年									
事業所数	442	289	49	1,043	594	596	1,337	482	4,832
小規模事業所数	419	216	38	580	362	208	907	389	3,119
増減（令和3年-平成24年）									
事業所数	△41	△61	10	△179	△144	116	△9	△17	△325
増減割合	△8.5%	△17.4%	25.6%	△14.6%	△19.5%	24.2%	△0.7%	△3.4%	△6.3%
小規模事業所数	△41	△53	13	△135	△87	10	△84	△9	△386
増減割合	△8.9%	△19.7%	52.0%	△18.9%	△19.4%	5.1%	△8.5%	△2.3%	△11.0%

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

(c) アンケートからみる管内事業者の取組

前述の「経営状況アンケート」より管内事業者の取組を確認する。
令和3年度、令和4年度の両年度において、「商品・サービスの提供方法の見直し」が最も高くなっている。また、「既存事業の拡大」の回答割合も高い。
新型コロナウイルス感染症の拡大に対し商品やサービスの提供方法を見直す事業者や、アフターコロナの局面において既存事業をさらに拡大させていく意欲のある事業者が多いことが読み取れる。

■今後1年間で事業に関して予定している取組

	令和3年度	令和4年度
商品・サービスの提供方法の見直し	25.3%	24.2%
インボイス対応	—	24.0%
既存事業の拡大	17.6%	18.8%
資金調達による資金繰りの改善	14.6%	14.6%
原油・資材価格高騰への対応	—	11.3%
新たな事業への業態転換	12.0%	8.8%
新規設備投資	10.7%	8.4%
設備投資の縮小・延期	7.4%	5.8%
事業の撤退（一部含む）	4.0%	4.6%
商談会や展示会への出展	—	4.2%
BCP（事業継続計画）作成	4.1%	4.0%
その他	3.4%	2.7%
なし	32.2%	26.9%

出典：八千代商工会議所「経営状況アンケート」

(d) 業種別の現状と課題（経営課題）

i_商業

当地域の現状は、モータゼーションの普及により大規模な駐車場を持つ郊外型の商業施設の進出が活発になっている。商店数は減少しているが、売場面積・販売額は増加している。

課題は、既成市街地を中心とした小規模店舗では、住民の高齢化に伴う既存顧客の購買力の減少を要因とした売上低下が見られることから、売上拡大である。また小規模事業者は IT の利活用が遅れていることから、IT を使った販売促進も課題である。

ii_工業

現状は、一定規模を持った工業団地が 3 つあり、事業所数や従業者数は県内でも上位にランクされ、規模の大きな事業所が立地していることが特徴である。

課題は、規模の小さな事業所の廃業が多く、経営者の高齢化と円滑な事業承継が行われていないことが挙げられる。

iii_観光

現状は、海や山があるわけではなく、知名度のある建造物や遺跡等も少ないが、八千代市の 3 大祭りをはじめとする賑わいの創出事業を行っている。

課題は、現在行っている地域資源の掘り起こしや、商工業と農業など産業間の連携をさらに進めていくことである。

オ 八千代市第 5 次総合計画

「八千代市第 5 次総合計画（令和 3 年度～令和 10 年度）」の商工・観光部分は下表のとおりである。

前期基本計画を小規模事業者支援の視点でみると、①商業では、身近な買い物の場、交流の場としての商店街の存続のため、消費者ニーズに対応できるよう、時代に促した商業の振興を図る、②工業では、商工業会議所などの関連機関と連携し産学官連携などを通じた産業基盤の強化や技術開発力の向上を図ることを掲げている。

■基本構想（令和 3 年度～令和 10 年度）

将来都市像	人がつながり 未来につなぐ 緑豊かな 笑顔あふれるまち やちよ
基本理念	『誇りと愛着』 『共生と自立』 『安心と安全』
将来都市像の実現に向けた 5 つの柱 （商工・観光部分）	5 産業が元気なまちづくり 本市の産業振興を図るため、経営基盤の強化や地域との連携を図りながら、様々な地域資源を活用して各産業が発展することで地域経済の活性化を図るとともに、誰もが生きがいを持って働くことができる就業・雇用機会の確保に努め、「産業が元気なまちづくり」を推進します。

■前期基本計画（令和 3 年度～令和 6 年度）

第 5 章 産業が元気なまちづくり

第 2 節 商工業

1 商業の振興

- ①新たな事業展開や経営力強化に向けた支援
- ②にぎわいのある商店街の形成
- ③商店街環境整備の促進

2 工業の振興

- ①既存工業の活性化の促進
- ②新たな事業展開や経営力強化に向けた支援
- ③異業種交流の促進
- ④良好な操業環境の促進

カ 八千代市産業連携ビジョン

八千代市では観光を農商工の架け橋とする「農商工観の連携により相乗効果を得る」ことを目標に、「八千代市産業連携ビジョン（令和３年度～令和１０年度）」を作成している。

■八千代市産業連携ビジョン（令和３年度～令和１０年度）

ビジョンの目標

農商工観の連携により相乗効果を得る

施策の実現に向けた５つの柱

施策の柱① 産業間のコミュニケーションの活性化

施策の柱② 地域産業資源の活用

施策の柱③ 既存施設等の活用

施策の柱④ 後継者対策

施策の柱⑤ 各種支援制度の活用

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、当市は、昭和４２年に市制施行されて以降、首都圏のベッドタウンとして京成本線及び東葉高速線の鉄道沿線を中心とした宅地造成に伴う急速な都市化が進み、人口約４万人から２０万人を超える都市に成長した。一方、八千代市の推計によれば、令和１１（２０２９）年に、人口減少局面に転じることが予測されている。小規模事業者においても、この人口減少局面に対応するための事業の見直しが課題となる。

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、この変化への対応が課題となる。また、近い将来に生産年齢人口が減少傾向に転じ、働き手が不足することが予測されることから、生産性向上などによる人手不足への対応が課題である。

特産品をみると、当市には、１００年の歴史がある梨や、国の指定産地となっている人参、その他農作物等の特産品がある。また、当所及び八千代市では、当市の地域資源や自然・歴史・文化・景観等を活用して考案され、なおかつ当市のイメージアップにつながる品を「やっちブランドセレクトション」として認定している。小規模事業者においてもこれら特産品を活用した商品の開発・販売や、「やっちブランドセレクトション」に関する商品開発などが期待されている。

業種別の景況感をみると、全体として新型コロナウイルス感染症の影響から回復傾向にはあるものの、それでも売上高 DI 値がマイナス値となっており、売上高が減少している事業者が多いことが読み取れる。小規模事業者のなかには環境の変化に合わせたビジネスモデルの転換等を行えていない事業者も多く、この結果、管内全体として売上高が減少している事業者の割合が高くなっている状況であると推測できるため、小規模事業者の環境の変化に応じたビジネスモデルの転換等による経営力強化が課題となる。

業種別の事業所数をみると、小規模事業所数は平成２４年が３,５０５者、令和３年が３,１１９者であり、９年間で１１.０％減少している。また、産業別にみると、製造業（△１９.７％）、宿泊・飲食業（△１９.４％）、卸・小売業（△１８.９％）の減少率が高くなっている。規模の小さな事業所の廃業が多く、経営者の高齢化と円滑な事業承継が行われていないことから、地域の活力維持のために、事業承継が課題となる。また、新規創業の促進も地域の課題となっている。

アンケートからみる管内事業者の取組をみると「既存事業の拡大」との回答が、令和３年度で１７.６％、令和４年度で１８.８％と高くなっている。事業拡大に意欲的な事業者が２割程度みられることから、これらの事業者がしっかりと事業拡大できるように支援することが、当所としての課題となる。

当所が考える業種別の課題をみると、①商業では売上拡大や IT の利活用、②工業では経営力強化による事業継続、事業承継、③観光では地域資源の掘り起こしや商工業と農業など産業間の連携が課題である。

(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

八千代市第 5 次総合計画では、まちづくりの基本目標となる将来都市像を「人がつながり 未来につながる 緑豊かな 笑顔あふれるまち やちよ」と定め、「誇りと愛着」「共生と自立」「安心と安全」を基本理念としているほか、八千代市産業振興基本条例においては、「産業の振興は市・事業者・産業経済団体及び市民が協力して推進する」を基本方針としている。

また、当地域では少子高齢化が進み、これに伴い需要低下による売上減少に直面している小規模事業者が多く、後継者不足により廃業する事業所も増えている。以上の現状を踏まえ、当所では、10 年後の小規模事業者のあるべき姿を以下のとおり定める。

当所としてもこれを実現すべく支援を実施する。

- 1 経営の現状分析・事業計画策定・販路開拓を行い、事業領域を拡大し、収益を増加させていること
- 2 IT を積極的に活用し、効率的な業務プロセスや顧客サービスの向上を実現していること
- 3 社会的・環境的な責任を果たすため、長期的な展望を持ち、持続可能な成長を遂げていること
- 4 商工業者と農業者との連携を活発化し、それぞれが持つ資源を活かした新商品を開発し、観光と結びつけることにより、地域ブランドの活性化が行われていること
- 5 管内で円滑な事業承継が活発に行われていること
- 6 管内で事業計画に基づく創業が活発に行われていること

②八千代市第 5 次総合計画との連動性・整合性

前項「①10 年程度の期間を見据えて」で示した 10 年後の小規模事業者のあるべき姿と「八千代市第 5 次総合計画」の関係は下表のとおりであり、連動性・整合性がある。

■八千代市第 5 次総合計画と前項の比較表

八千代市第 5 次総合計画	10 年後の小規模事業者のあるべき姿
商業では、身近な買い物の場、交流の場としての商店街の存続のため、消費者ニーズに対応できるよう、時代に即した商業の振興を図る	1 経営の現状分析・事業計画策定・販路開拓を行い、事業領域を拡大し、収益を増加させていること 2 IT を積極的に活用し、効率的な業務プロセスや顧客サービスの向上を実現していること 3 社会的・環境的な責任を果たすため、長期的な展望を持ち、持続可能な成長を遂げていること 4 商工業者と農業者との連携を活発化し、それぞれが持つ資源を活かした新商品を開発し、観光と結びつけることにより、地域ブランドの活性化が行われていること 5 管内で円滑な事業承継が活発に行われていること 6 管内で事業計画に基づく創業が活発に行われていること
工業では、商工業会議所などの関連機関と連携し産学官連携などを通じた産業基盤の強化や技術開発力の向上を図る	1 経営の現状分析・事業計画策定・販路開拓を行い、事業領域を拡大し、収益を増加させていること 4 商工業者と農業者との連携を活発化し、それぞれが持つ資源を活かした新商品を開発し、観光と結びつけることにより、地域ブランドの活性化が行われていること

③商工会議所としての役割

当所は、先行きが見通しにくく、日々変化する経営環境において直面する様々な課題に対し、経営者の一番身近な相談相手として、生産性の向上や事業の再構築等の経営基盤強化へ向けて、各種支援機関や専門家と連携しながら、幅広い分野の経営相談を行い、小規模事業者の持続的発展を支援する。

第 1 期経営発達支援計画では、以下の目標を掲げ、小規模事業者支援を実施してきた。今後は第 2 期経営発達支援計画を定め、小規模事業者の活性化に向けて全職員一丸となり取り組む。

目標（第 1 期経営発達支援計画）

八千代商工会議所は、企業のライフサイクルのステージに応じてきめ細やかな支援を行っていく。

そして、事業を次世代に継承していくために必要なプラットフォーム的な役割も担う。

そのために①小規模事業者との連携強化、②創業者の育成強化、③次世代への事業の円滑な引継ぎ支援、④事業者と事業者、大学、支援機関など連携支援強化を実施するとともに、⑤地域ブランドの育成強化により地域振興にも努める、そして⑥商工会議所内の情報共有化をすることにより、組織一丸で対応していく。

これらは、きめ細やかな伴走型支援の実施の上に成り立つものであり、同時に行政や他の支援機関等と連携を深め、地域一丸となって取り組んでいき、地域経済の振興並びに小規模事業者の持続的発展の推進を通じて、地域全体に賑わいを創出していく。

(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下記の 4 つの目標を設定する。

〈目標〉

- 【目標①】 小規模事業者が経営の現状分析・事業計画策定・販路開拓を行い、事業領域を拡大し、収益を増加させることを目指す
- 【目標②】 小規模事業者が IT を積極的に活用し、顧客サービスや業務プロセスの向上を実現することを目指す
- 【目標③】 小規模事業者が地域資源を活かした新商品・サービスを開発することや、新商品開発に向けて小規模事業者と農業者が連携したうえでそれぞれが持つ強みを活用することを目指す
- 【目標④】 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

〈地域への裨益目標〉

上記【目標①】～【目標④】により、小規模事業者の経営基盤の強化を図ることや、地域ブランドの活性化を図ること、就業・雇用機会を確保することで、「産業が元気なまちづくり」の実現に寄与する。

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6年4月1日～令和11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】

小規模事業者が事業領域を拡大し、収益を増加させるために、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。

次に、分析結果を活用しながら、事業領域を拡大させるための方向性を定め、結果を事業計画にまとめる。さらに、策定後は伴走型でフォローアップを行い、事業計画を実現させる。

また、「展示会・商談会・交流会の出展支援」等により販路開拓を支援する。

【目標②達成のための方針】

小規模事業者がITを積極的に活用し、顧客サービスや業務プロセスの向上を実現するために、前項の各支援段階においてITの利活用支援を実施する。具体的には、①経営分析支援の際に、事業者のデジタル化・IT活用の状況を分析する、②事業計画策定支援の際に、IT関連セミナーやIT専門家派遣を実施する、③販路開拓支援の際に、「ITを活用した販路開拓の個社支援」を実施する。

また、効果的な支援に向けて、当所内においてもIT・デジタル化支援能力の資質向上を図る。

【目標③達成のための方針】

小規模事業者が地域資源を活かした新商品・サービスを開発（ブラッシュアップ）するために、「やっちブランドセレクションを活用した小規模事業者の商品調査」での需要動向調査を実施する。調査結果を活用した商品の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。

また、「展示会・商談会・交流会の出展支援」等により販路開拓を実施するなど、開発から販路開拓までワンストップで支援を行う。

【目標④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】

現在、管内の小規模事業者を取り巻く経営環境は常に変化している。小規模事業者が経営環境の変化に適応するためには、まずはこの外部環境の変化を捉える必要がある。当所ではこれまでも、市内の経済動向に関するデータ収集をしてきたが、分析・公表が十分でなく、小規模事業者にそのデータが届いていなかったという現状がある。

【課題】

収集したデータの分析・公表が十分でなかったため、今後は収集したデータの分析を通じて外部環境を整理し、広く小規模事業者提供に必要がある。

(2) 目標

項目	公表方法	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10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
②八千代市産業のしおり 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	経営状況アンケート調査
目的	管内の小規模事業者の景況感や取組内容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	調査は年1回、郵送法にて実施する。対象は、管内の事業者約2,000者とする。なお、アンケート結果の分析において、サービス業（娯楽含む）、建設業、小売業、飲食・宿泊業、製造業、卸売業、理美容業、運輸業の8業種でクロス分析を行うため、有効な分析に向けてこれら8業種からバランスよくアンケート票を回収することを目指す。
調査項目	景況感（売上）、事業に関して取り組んだこと、事業に関して今後取り組む予定のこと、労務に関し取り組んだこと、その他トピック等
分析の手段・ 手法	当所職員がデータを集計・分析（業種別分析や経年分析等）し、分析結果に対し簡単なコメントを付ける。分析にあたっては、必要に応じて専門家と連携する。
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、広く管内事業者へ周知する。また、当所でも、結果を経営相談・経営支援に役立てるだけでなく、支援施策の検討に活用する。

②「八千代市産業のしおり」の活用

事業名	「八千代市産業のしおり」の活用
目的	地域の小規模事業者へ管内の状況（経営環境の変化等）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	八千代市が年1回とりまとめている「八千代市産業のしおり」を活用し、地域産業、人口、交通等の現状等を把握する。
調査項目	◇産業統計 産業別による就業者数の推移 / 産業大分類別の事業所数、従業者数、売上（収入）金額、付加価値額 / 商業（小売業、卸売業）の推移等 / 工業（製造業）の推移等 / 観光地点等分類別入込客数の推移（延べ人数）等 ◇人口統計 世帯数及び人口の推移 / 流出入人口の推移 / 外国人数の推移 ◇鉄道乗降客数の推移 京成本線各駅1日平均乗降客数の推移 / 東葉高速線各駅1日平均乗降客数の推移
分析の手段・ 手法	八千代市が上記項目のデータを収集、表やグラフを用いて「八千代市産業のしおり」を作成する。当所内においても、「八千代市産業のしおり」の内容を網羅的に確認し、経営環境の変化に繋がりそうな項目を共有する。
調査結果の 活用方法	「八千代市産業のしおり」を八千代市や当所ホームページで公表し、広く管内事業者へ周知するだけでなく事業計画作成時の基礎資料としても活用する。また、前項で記載した「経営環境の変化に繋がりそうな項目」と関連が深い業種（影響が大きいと考えられる業種）に対しては、個別に伝達する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当所及び八千代市では、「やっちブランドセクション」の認定事業を行っている。一方、ブランド認定は行いが、その結果を支援に活かせていなかった。

【課題】

「やっちブランドセクション」の認定委員会により出た声を商品のブラッシュアップに活かす必要がある。また、調査結果を基にした商品のブラッシュアップ支援を伴走型で行い、将来的に地域ブランドの活性化を図ることが課題である。

(2) 目標

項目	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
やっちブランドセクションを活用した 小規模事業者の商品調査 調査対象事業者数	-	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者

(3) 事業内容

事業名	やっちブランドセクションを活用した小規模事業者の商品調査
目的	当所及び八千代市は、市のイメージアップにつながる商品・製品を「やっちブランドセクション」として認定しており、管内の小規模事業者のなかにも、認定に向けた新商品の開発を行う事業者がみられる。一方、小規模事業者はプロダクトアウトの視点で商品開発を行っており、マーケットインの視点が欠けていることが多い。そこで、「やっちブランドセクション」の認定委員会による審査の結果から、商品の改良点をまとめ当該事業者にフィードバックすることで、商品のブラッシュアップを目指す。
対象	「やっちブランドセクション」に応募した小規模事業者の商品など、3 商品/年（1 者あたり 1 商品）を対象とする。
調査の手段・手法	「やっちブランドセクション」の認定委員会による審査を活用し、商品の評価を実施。多面的な評価を得るため、1 つの商品について、5 名以上から評価を得る。
調査項目	☐ 製造・加工技術 ☐ 同業他社と比較したオリジナリティ ☐ 品質等安全性 ☐ 商品の見た目の良さ ☐ 商品 1 個あたりの大きさ ☐ 商品/パッケージの形・デザイン ☐ 商品の味（食品の場合） ☐ 商品の価格 ☐ 商品の取扱意向（バイヤーの場合） ☐ 取引条件 ☐ その他改善点 等
分析の手段・手法	収集した評価は経営指導員が分析を行う。具体的には、5 名以上の審査員から得た評価のなかで、共通して評価が低かった項目や共通して指摘された改善項目などを簡易レポートにまとめる（審査員には大型店のバイヤーもいるため、バイヤー目線での改良点も別途まとめる）。これにより改善の優先順位付けを行う。
調査結果の活用方法	前項の簡易レポートを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、商品等のブラッシュアップに活用する。ブラッシュアップの実行にあたっては、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。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者が事業領域を拡大し、収益を増加させるために、まずは経営分析により各事業者の現状（経営状況）を明らかにすることが重要である。当所ではこれまでも経営分析の支援を実施してきたが、表面的な分析に留まっていることも多く、必ずしも事業者の本質的な課題までは抽出できていなかった。

【課題】

これまで表面的な分析もみられたことから、今後は小規模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必要がある。また、管内小規模事業者の多くは IT を活用した顧客サービスや業務プロセスの向上が遅れていることから、IT の活用状況や IT を活用した場合の有効性を分析することが課題である。

(2) 目標

伴走型支援の導入部として年間 60 者の経営分析を行うことを目標とする。60 者/年の内訳は、経営指導員 5 名×12 者/年＝60 者/年である。

項目	現行	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
経営分析事業者数	47 者	60 者	60 者	60 者	60 者	60 者
経営力強化塾の開催回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

事業名	小規模事業者の経営分析	
目的	小規模事業者が事業領域を拡大し、収益を増加させるため、小規模事業者の経営状況を把握・分析し、結果を当該事業者にフィードバックする。	
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	当所ホームページでの周知、巡回訪問・窓口相談、記帳代行支援、金融支援、補助金支援などの個社支援の際や、各種セミナー開催時において周知を図る。	
分析の手段・手法・項目	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。具体的な分析内容は下表のとおりである。	
	■経営分析を実施する項目	
	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
	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 <機会・脅威> 商圏内の人口・人流、競合、業界動向 など <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
	分析にあたっては、事業者の状況や局面に合わせて、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「経営計画つくるくん」、クラウド型支援サービス（Biz ミル等）、SWOT 分析シート※1などを活用し、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実施する。非財務分析では、事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題の把握を目指す。 また、経営力強化塾（経営分析をテーマにした塾）を行うことで、小規模事業者自身が経営分析を実施し、自社の経営状態を客観的に把握することを目指す。	
	■経営力強化塾	
対象事業者	すべての事業者を対象とする。	
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（全 5 日）	
講師	TKC 千葉会所属税理士を想定	
カリキュラム	第 1 回 開講式、オリエンテーション 第 2 回 自社の沿革（創業から現在） 第 3 回 内部環境と外部環境（自社の経営資源と市場動向・変化） 第 4 回 数値計画（損益分析、経営分析、キャッシュフロー）	

	第5回 自社のあるべき姿へのアクションプラン、終講式 ※令和5年度のカリキュラムより
	想定参加者数 15人
分析結果の活用方法	・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八千代商工会議所専門家派遣事業※2等の専門家派遣により解決を図る。 ・分析結果は、クラウド型支援サービス（Bizミル等）に集約し、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。

※1 SWOT分析シート

SWOT分析は、支援者側としては一般的な分析手法であるが、小規模事業者にとっては馴染みがないと経営者側から耳にすることも多い。SWOT分析シートは、小規模事業者でも理解しやすいよう、「外部環境」については環境要因として、業界の動向・得意先の変化・仕入先の変化・同業他社の動き・法律の改正、「内部資源」についてはヒト（経営者・管理者・従業員・組織風土）・モノ（商品力・技術力・生産力・営業力）・カネ・情報と分類したシートである。このシートを使用して分析することで、支援者側と経営者側の双方が理解できる分析ができる。

※2 八千代商工会議所専門家派遣事業

当所が平成25年から実施している専門家派遣事業である。具体的な用途としては、対応に緊急を要する案件、解決までに時間を要する案件、地元で支援が必要な案件などへの対応・解決となっている。

SWOT分析シート		
経営「外部環境」の変化		
機会・チャンス	環境要因	脅威・ピンチ
	業界の動向	
	得意先の変化	
	仕入先の変化	
	同業他社の動き	
	法律の改正	
経営「内部資源」の確認		
強み・自信・自慢	経営資源	弱み・不安・心配
	商品力	
	技術力	
	生産力	
	営業力	
	経営者	
	管理者	
	社員	
	組織風土	
	財務	
	情報	

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者が事業領域を拡大し、収益を増加させるためには、事業計画策定を通じた各種取組の多面的な検討が重要である。当所ではこれまでも事業計画の策定支援を実施してきたが、多面的な検討まで実施できているとはいえなかった。また、ITを活用した課題解決に対する支援が十分でなかった。

【課題】

これまでも事業計画の策定支援は実施しているが、事業領域を拡大し、収益を増加させることを目指した各種取組の多面的な検討まではできていなかったため、経営指導員等が支援力を向上させ、これまで以上の精度での支援を行う必要がある。また、経営分析で顕在化した課題に対し、ITの利活用で課題解決を図ることができないか検討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。事業計画の策定支援では、経営分析件数の約7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、IT関連セミナーやIT専門家派遣を行い、事業計画にIT利活用の視点を織り込むことで、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 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
事業計画策定事業者数	25 者	40 者	40 者	40 者	40 者	40 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 関連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。 また、IT 利活用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 IT 利活用に向けた 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、事業計画の策定を希望する事業者に対し、IT 関連セミナーの開催や IT 専門家派遣を実施する。														
支援対象	原則として経営分析を実施した事業者を対象とする。														
対象事業者の掘り起こし	・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。 ・上記以外にも、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。 ■事業計画策定セミナー <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。</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>講師</td><td>千葉県中小企業診断士協会に所属する診断士を想定</td></tr> <tr> <td>カリキュラム</td><td>事業計画の必要性や活用方法、事業計画の作成方法 など</td></tr> <tr> <td>想定参加者数</td><td>15 人</td></tr> </table>	対象事業者	すべての事業者を対象とする。	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	千葉県中小企業診断士協会に所属する診断士を想定	カリキュラム	事業計画の必要性や活用方法、事業計画の作成方法 など	想定参加者数	15 人		
対象事業者	すべての事業者を対象とする。														
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	千葉県中小企業診断士協会に所属する診断士を想定														
カリキュラム	事業計画の必要性や活用方法、事業計画の作成方法 など														
想定参加者数	15 人														
支援の手段・手法	事業計画策定支援にあたっては、小規模事業者が本質的課題を認識、納得した上で、内発的動機づけ（当事者意識を持ち自らが課題に取り組む）を促す。そのため、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。 なお、事業計画に IT 利活用の視点を織り込むことを目的として、主に事業計画策定に意欲的な事業者を対象に IT 関連セミナーの開催や IT 専門家派遣を実施する。 ■IT 関連セミナー <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に対しては個別に周知を行う。</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>講師</td><td>日商に登録する IT 関連講師、講師派遣会社の講師等を想定</td></tr> <tr> <td>カリキュラム</td><td>チャット GPT や DX など、毎回、時流に合った IT 関連テーマを定める。なお、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）、各種 IT ツール紹介等の総論的な内容も紹介する。</td></tr> <tr> <td>想定参加者数</td><td>15 人</td></tr> <tr> <td>その他</td><td>本セミナーを受講のうえ、実際に IT を活用した販路開拓に取り組む事業者に対しては、『8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること』にて個社支援を実施する。</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	日商に登録する IT 関連講師、講師派遣会社の講師等を想定	カリキュラム	チャット GPT や DX など、毎回、時流に合った IT 関連テーマを定める。なお、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）、各種 IT ツール紹介等の総論的な内容も紹介する。	想定参加者数	15 人	その他	本セミナーを受講のうえ、実際に IT を活用した販路開拓に取り組む事業者に対しては、『8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること』にて個社支援を実施する。
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	日商に登録する IT 関連講師、講師派遣会社の講師等を想定														
カリキュラム	チャット GPT や DX など、毎回、時流に合った IT 関連テーマを定める。なお、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）、各種 IT ツール紹介等の総論的な内容も紹介する。														
想定参加者数	15 人														
その他	本セミナーを受講のうえ、実際に IT を活用した販路開拓に取り組む事業者に対しては、『8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること』にて個社支援を実施する。														

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】

現状、事業計画策定後の実施支援が不十分であり、事業計画が形骸化することもあった。また、売上増加や利益増加といったアウトカムにまで着目したフォローアップを実施してこなかった。

【課題】

事業計画のフォローアップを徹底することで、実行を阻害する課題に対し事業者と一緒に解決する必要がある。また、フォローアップ支援を通じて、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対する売上増加事業者が4割、フォローアップ対象事業者に対する経常利益増加事業者の割合が3割(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)になることを目指す。

(3) 目標

項目	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
フォローアップ対象事業者数	25 者	40 者	40 者	40 者	40 者	40 者
頻度 (延回数)	-	四半期毎 (160 回)	四半期毎 (160 回)	四半期毎 (160 回)	四半期毎 (160 回)	四半期毎 (160 回)
売上増加事業者数	-	16 者	16 者	16 者	16 者	16 者
経常利益増加事業者数	-	12 者	12 者	12 者	12 者	12 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、訪問回数の増加や専門家派遣を行い、軌道に乗せるための支援を実施する。 なお、事業計画のPDCAは、事業者自身ができるようになる（自走化すること）ことが好ましい。そのため、フォローアップ支援においては、事業者への内発的動機づけを行い、自走化に向けて潜在力を引き出すような支援を実施する。

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、小規模事業者の多くはITを利活用した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という課題がある。

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を利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 IT を利活用した販路開拓等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ことが課題である。

(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、小規模事業者のなかには独自で IT を活用した販路開拓を行うのが困難な場合が多いことから、「IT を活用した販路開拓の個社支援」を実施する。

(3) 目標

項目	現行	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
①展示会・商談会・交流会の出展支援 出展事業者数	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
成約件数/者	-	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
②IT を活用した販路開拓の個社支援 支援事業者数	-	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
売上増加率/者	-	10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

①展示会・商談会・交流会の出展支援（BtoB）

事業名	展示会・商談会・交流会の出展支援
目的	対企業取引の事業者にとって、展示会・商談会・交流会は新たな取引先の獲得に有効である。一方、小規模事業者は独自に展示会・商談会・交流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展示会・商談会・交流会の出展支援を実施する。
展示会等の概要/ 支援対象	年度によって支援テーマを定め、以下のいずれか（もしくは複数）の展示会・商談会・交流会の出展支援を行う。 ア ビジネス交流会 支援対象：すべての業種 訴求相手：近隣の事業者 県内の 5 つの商工会議所（千葉・船橋・習志野・八千代・浦安）が主催する交流会である。近場でのビジネスチャンスの創出や若手社員の交流を目的としている。交流会では、第 1 部で事業所 PR、第 2 部で交流会が行われる。また、自社製品等の展示スペースや商談スペースがある。令和 4 年 11 月の開催では 68 者（うち当所管内から 14 者）が参加した。 イ 産業交流展 支援対象：首都圏（東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県）に事業所を有し、情報、環境、医療・福祉、機械・金属のいずれかの分野に属する中小企業・団体など 訴求相手：首都圏（東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県）の事業者 東京ビッグサイトを会場に、産業交流展実行委員会（東京都、東京商工会議所等）が主催する展示・商談会である。個性あふれる中小企業などの優れた技術や製品を一堂に展示し、販路拡大、企業間連携の実現、情報収集・交換などのビジネスチャンスを提供することを目的としている。令和 4（2022）年 10 月はリアル＋オンラインのハイブリッドで開催され、出展者数はハイブリッド出展 555 者・団体、オンライン限定出店 63 者・団体、来場者数は 32,928 名、オンライン展のログイン数は 9,824 であった。 ウ 東京インターナショナルギフトショー 支援対象：「やっちブランドセレクション」の認定商品を販売する事業者が中心

	訴求相手：パーソナル・ギフト・マーケットに携わる国内外の小売・卸売業者・商社など 東京ビッグサイトで開催される日本最大のパーソナルギフトと生活雑貨の国際見本市である。様々な商品を売りたい出展社と、新商品を求める来場者が集まり、ビジネスに繋がる商談を行うトレードショーとなっている。令和5年2月の開催では、出展社数1,476社（うち海外15の国と地域より292社）、来場者数149,844人であった。 エ FOODEX JAPAN 支援対象：「やっちブランドセレクション」の認定商品を販売する事業者が中心 訴求相手：国内外の食品・飲料のバイヤー 東京ビッグサイトで開催される日本全国、世界の食品・飲料が揃うアジア最大の総合展示会である。令和5年3月の開催では、出展者数2,562社、来場者数73,789人であった。
支援の手段・手法	当所でブースを設け、複数の事業者で共同出展する。または、個社支援として、参加事業者が、展示会等に出展し、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。

②ITを活用した販路開拓の個社支援（BtoB, BtoC）

事業名	ITを活用した販路開拓の個社支援
目的	現代において、ITを使った販路開拓は有効な手段であるが、小規模事業者の多くは取組が遅れている。そこで、自社独自でIT活用が難しい事業者に対してオーダーメイド型の支援を実施し、新規取引先の獲得を目指す。
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	ITを活用した販路開拓といっても、実施したい内容は各事業者で異なる。そこで、各事業者の実施したい内容を基にオーダーメイド型の支援を実施する。具体的には、ITを活用した販路開拓手法（ホームページ制作、EC販売、SNSの活用等）から事業者が選択した内容について、経営指導員やIT専門家派遣によるハンズオン支援を実施する。
支援の手段・手法	①『6.事業計画策定支援に関すること』で実施する「IT関連セミナー」の参加者、②経営分析で顕在化した経営課題に対してITを活用した課題解決に意欲的な事業者、③事業計画のなかでITを活用した販路開拓の取組を記載した事業者を中心に、支援対象者を掘り起こす。その後、実際に取り組む事業者に対し、経営指導員やIT専門家派遣による個社支援を実施する。また、導入後も成果があがるまでフォローアップを実施する。なお、本事業は経営指導員とIT専門家が連携して実施するが、本来は経営指導員が単独で支援できることが望ましい。そこで、IT専門家を派遣する際は、経営指導員が同行し、そのノウハウを吸収する。
期待効果	BtoBの場合：新たな取引先の獲得を狙う、BtoCの場合：売上拡大を狙う。

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】

現状、経営発達支援事業の支援状況は、所内で評価するに留まっており、第三者（外部有識者）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、当所や八千代市だけでなく、第三者（外部有識者）を入れた「経営発達支援事業 評価会議」により本事業の成果を確認し、PDCA 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	以下の取組により、経営発達支援事業の PDCA を回す。 【PLAN】 （事業の計画・見直し） (a) 前年度の 【ACTION】 を受け、事業内容や目標を設定（修正）する。 【DO】 （事業の実行） (b) 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。 (c) 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。 【CHECK】 （事業の評価） (d) 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。 (e) 月 1 回の経営指導員等会議にて、法定経営指導員や経営指導員等が相互に進捗状況の確認および評価を行う。 (f) 年 1 回の「経営発達支援事業 評価会議」にて、外部有識者等からの評価を受ける。 ※「経営発達支援事業 評価会議」の実施の流れ i 八千代市商工観光課長（もしくは担当者）、法定経営指導員、外部有識者（中小企業診断士等）をメンバーとする「経営発達支援事業 評価会議」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。 ii 当該「経営発達支援事業 評価会議」の評価結果は事業実施方針に反映させるとともに、事務所への常時備え付けすることで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。 【ACTION】 （事業の見直し） (g) 「経営発達支援事業 評価会議」の評価及び常議員会の意見等を参考に、年 1 回、次年度の事業の見直しを行い 【PLAN】 に戻る。

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】

現状、経営発達支援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。また、本計画で目標とする「小規模事業者の IT 支援」や「経営力再構築伴走支援」に関する知識・ノウハウが不足している。

【課題】

本計画の成果をあげるために、補助員や一般職員も含めた組織全体の支援力向上を図る必要がある。また、不足能力を特定し、外部・内部研修を通じて資質向上を図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	法定経営指導員、経営指導員、補助員、記帳指導員、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	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。 [小規模支援法改正により新たに求められる能力] ・ 伴走型支援により、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 ・ 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 [近年の支援環境の変化に対して求められる能力] ・ 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）の習得・向上
内容	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、補助員等も含めて積極的に参加する。 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、中小企業大学校の専門研修、日本政策金融公庫や千葉県中小企業診断士協会、TKC 等が主催する外部研修に参加する。 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。 ＜DXに向けたIT・デジタル化の取組＞ 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 オンラインによる経営指導、事例のオンライン共有、チャットツール導入等 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 中小企業基盤整備機構の「経営力再構築伴走支援研修」を受講する他、千葉県中小企業診断士協会やTKC等の外部団体が「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」のようなテーマの研修会を開催する場合は積極的に参加する。

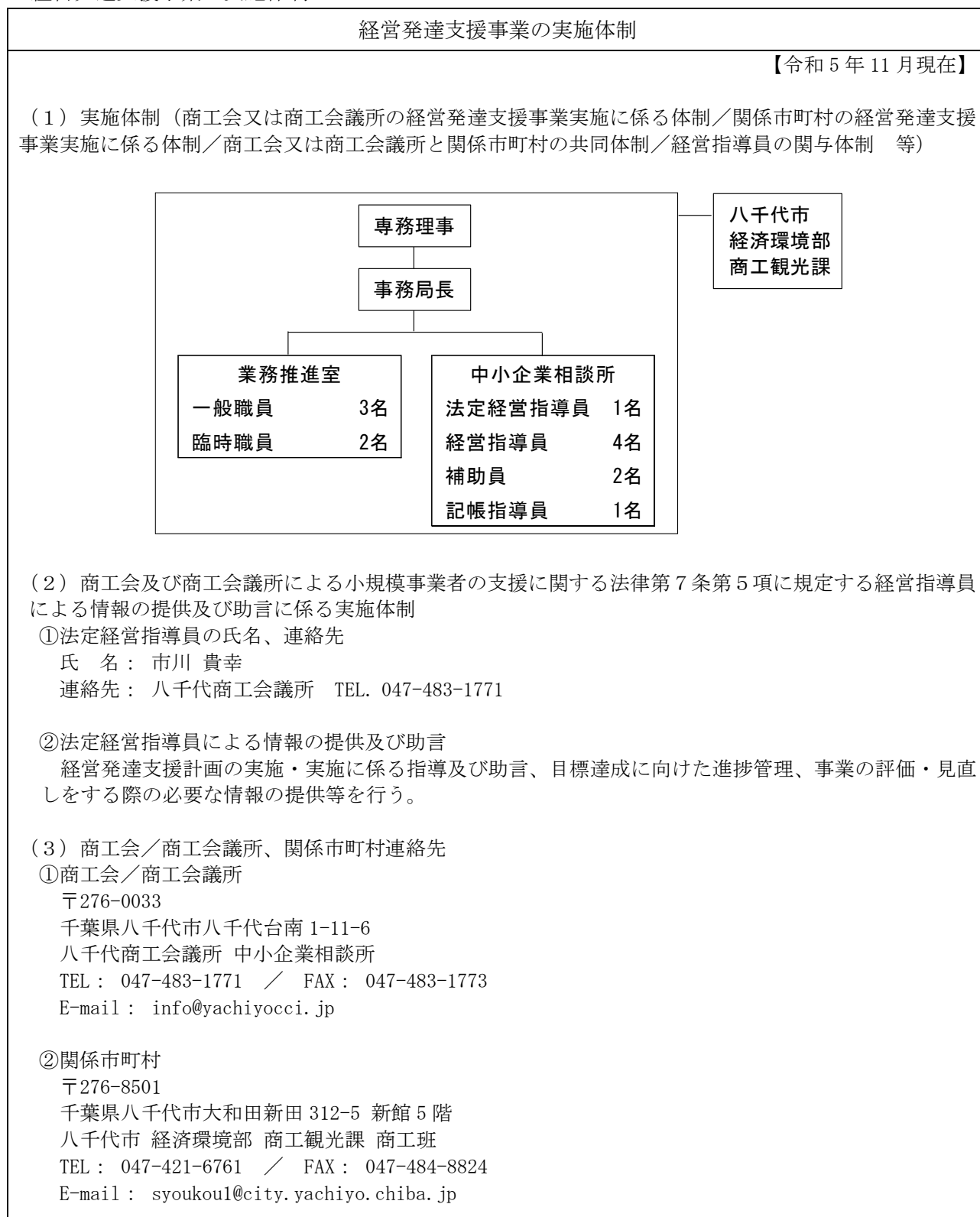
②個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する仕組み

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	ア OJT ベテラン職員と経験の浅い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 情報共有 月1回の経営指導員等会議のなかで前述の研修内容や支援状況を共有する。具体的には、①研修等へ参加した経営指導員等による研修内容の共有、②支援のなかで発見した経営支援手法やIT等の活用方法、具体的なITツール等の共有を実施する。また、各人の支援状況等を確認し、経営発達支援計画の進捗管理を実施する。 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



(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 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
必要な資金の額	14, 030	14, 030	14, 030	14, 030	14, 030
1 指導事業費	500	500	500	500	500
2 地域産業活性化事業費	6, 450	6, 450	6, 450	6, 450	6, 450
3 経営強化支援事業費	4, 170	4, 170	4, 170	4, 170	4, 170
4 販路開拓支援事業費	2, 910	2, 910	2, 910	2, 910	2, 910

(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、千葉県補助金、八千代市補助金、商工会議所会費 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