

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	浦安商工会議所 (法人番号 8040005004571) 浦安市 (地方公共団体コード 122271)
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	<p>経営発達支援計画の目標</p> <p>【目標①】 小規模事業者が経営環境の変化に対応できるよう、経営課題の解決に資するセミナー・相談会の実施を通じて、自己変革に取り組む事業者を支援し、持続的に事業を継続・発展できる環境を創出する</p> <p>【目標②】 小規模事業者が IT・DX を活用した業務効率化や生産性向上、オンラインを活用した販路拡大、事業者間連携による新たな付加価値創出、地域特性を生かしたビジネス展開などを通じて、持続的な成長と競争力の強化を図る</p> <p>【目標③】 経営指導員が市内会員事業者への巡回や対話を通じて経営課題を把握し、課題に応じたきめ細やかな伴走型支援を行うことで、小規模事業者の力を引き出し、生産性向上と持続的発展を支援する</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 小規模事業者がデータに基づいた経営判断を行うこと、また当所が地域経済の実態を的確に把握し、効果的な支援を実施することを目的として「景気動向調査」を実施する。</p> <p>4. 動向調査に関すること マーケティング分析が不十分な創業者や小規模事業者が市場ニーズやトレンドを把握し、商品・サービスの改良や新規開発に取り組めるよう、専門家を活用した商品調査を実施する。また、調査結果を事業者へフィードバックすることで、商品・サービスのブラッシュアップや販路開拓、マーケティング施策の検討に活用する。</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経営状況を把握するための「経営分析（財務分析及び非財務分析）」を支援する。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 「景気動向調査」や「経営分析」等の結果を踏まえ、小規模事業者が自社の現状を的確に把握し、持続的な成長や競争力強化に向けた事業計画を策定できるよう支援する。また、創業者や創業希望者に対しては、創業計画の策定支援を行う。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 策定された事業計画及び創業計画について、フォローアップを実施し、計画の進捗状況や課題を確認する。フォローアップでは、経営指導員による伴走型支援や専門家派遣を組み合わせることで事業計画の着実な実行を後押しする。</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と販路拡大を目的に市内の消費者や事業者との接点を創出する取組を実施する。具体的には近隣商工会議所との連携によるビジネスマッチングを目的とした「ビジネス情報交流会」を開催し、取引機会の創出と販路の拡大を図る。</p>
連絡先	<p>浦安商工会議所 中小企業相談所 経営支援課 〒279-0004 千葉県浦安市猫実 1-19-36 TEL: 047-351-3000 FAX: 047-350-6698 E-mail: soudan@urayasu-cci.or.jp</p> <p>浦安市 市民経済部 商工観光課 〒279-8501 千葉県浦安市猫実 1-1-1 TEL: 047-712-6295 FAX: 047-351-8600 E-mail: shoukoukankou@city.urayasu.lg.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 浦安市の概況

浦安市（以下、当市）は、千葉県の北西部に位置し、市域の東と南は東京湾に面しており、北は陸続きで市川市と、西は旧江戸川をはさんで東京都江戸川区と接している。地形は、東京湾の湾奥、旧江戸川の河口部デルタ地帯に位置する平坦地であり、河口部の三角州や広大な干潟を公有水面埋立事業によって造成された土地が市域全体の約4分の3を占め、市域の三方を海と河川に囲まれている。

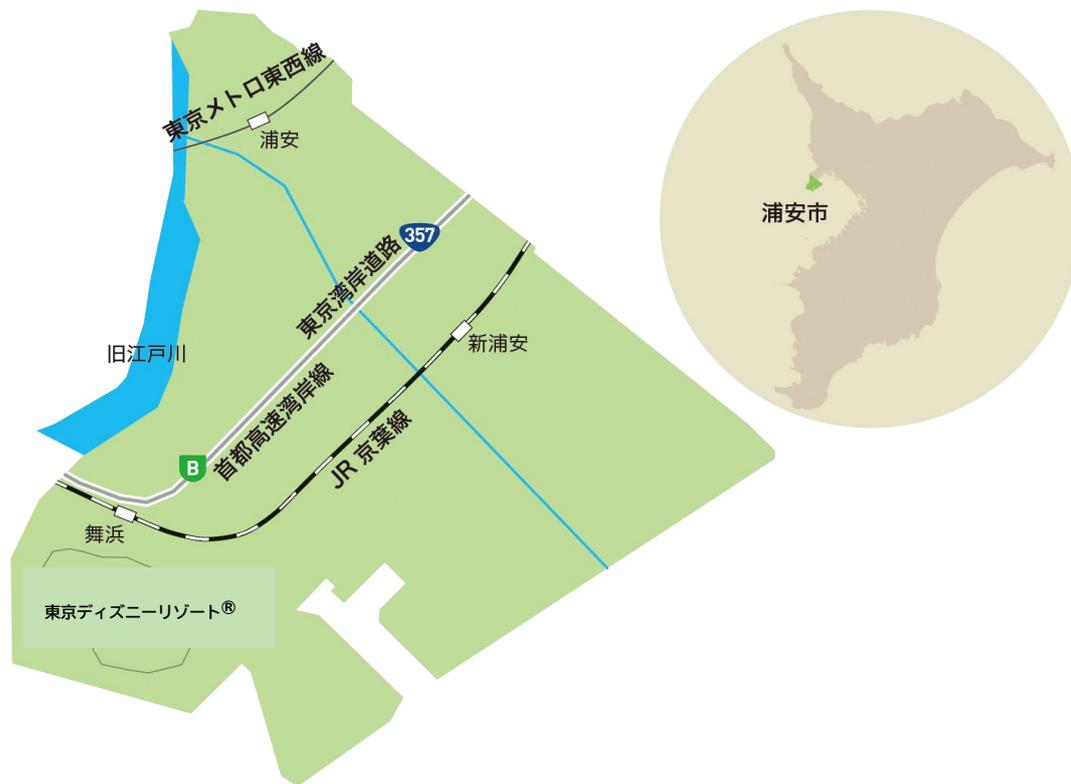
市域は東西6.06km、南北6.23km、面積は18.79km²であり、面積は県内54市町村のなかで最小となっている。

鉄道では、北部を東京メトロ東西線、中央部をJR京葉線がいずれも東西方向に、また、広域幹線道路では、中央部を千葉市や神奈川県横浜市・川崎市など、東京湾に面する主要な都市間を結ぶ首都高速道路湾岸線と国道357号東京湾岸道路が並行して東西方向に伸びているほか、都市計画道路が市内各所を東西南北に結んでいる。

東京駅までは直線で約10kmの距離にあり、JR京葉線で新浦安駅から東京駅までは約18分、また、東京メトロ東西線で浦安駅から大手町駅までは約16分と東京都心部から至近の位置にある。さらに、首都高速道路湾岸線を利用して羽田の東京国際空港までは約20km、東関東自動車道で成田国際空港までは約60kmで結ばれており、交通アクセスの面で極めて優れた立地条件を有している。

浦安商工会議所（以下、当所）は、当市唯一の商工団体である。

■ 浦安市の立地・交通



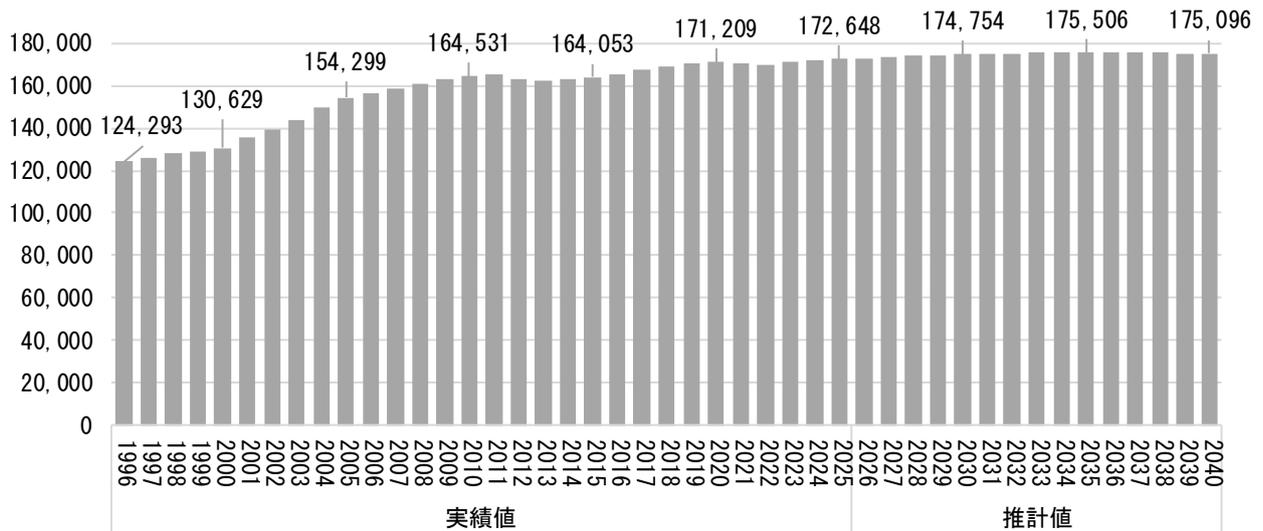
イ 人口推移

令和 7 (2025) 年 3 月 31 日時点の常住人口は 172,648 人である。

人口推移をみると、概ね増加傾向で推移している。一方、将来推計では令和 18 (2036) 年に 175,529 人でピークを迎え、その後は減少に転じると予想されている。

小規模事業者においては、今後 10 年程度は人口増加傾向のもとで事業を展開でき、とりわけ商業事業者の経営環境は安定していると考えられる。

■人口推移 (単位：人)

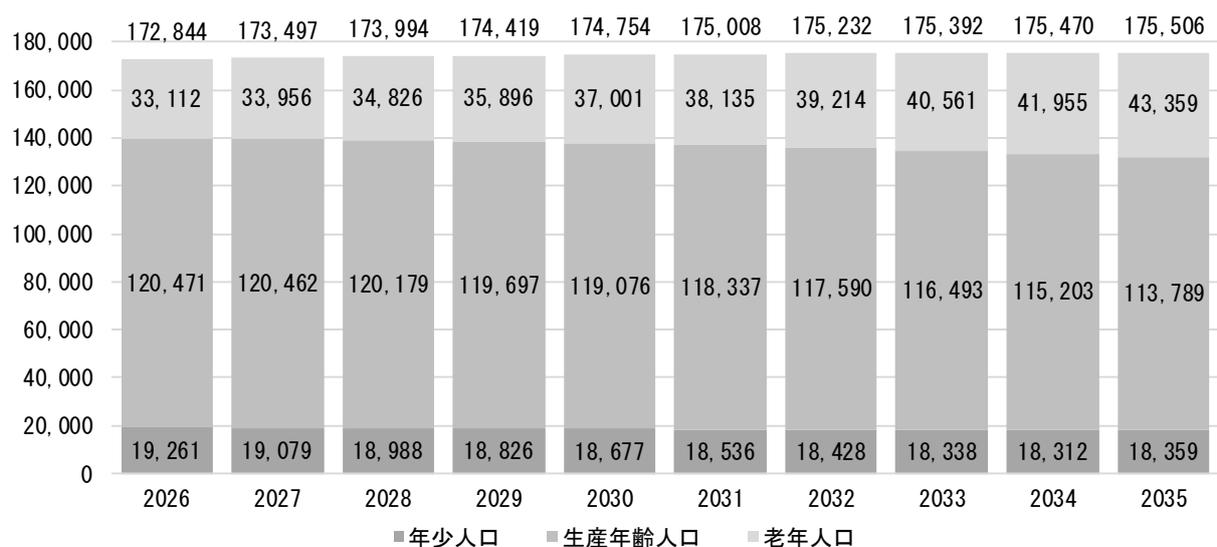


出典：浦安市提供資料 (実績値は各年 3 月 31 日時点、推計値は各年 4 月 1 日時点)

年齢 3 区分別人口の推計をみると、今後、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 8 (2026) 年の 19.2%から令和 17 (2035) 年には 24.7%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和 8 (2026) 年の 69.7%から令和 17 (2035) 年には 64.8%に低下する見込みである。

■年齢 3 区分別人口の推計 (単位：人)



出典：浦安市提供資料 (推計値は各年 4 月 1 日時点)

ウ 観光資源

当市は、東京ディズニーリゾート®を核とした都市型リゾートと、漁師町時代の面影を伝える歴史・文化資源が共存する観光都市である。旧江戸川の屋形船では夜景や食事が楽しめ、浦安市総合公園では、海と緑の開放的な空間でのレジャーが楽しめる。郷土博物館や旧家・旧医院などの文化財、浦安三社祭といった伝統行事も魅力である。

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	概要
東京ディズニーリゾート®	昭和 58 (1983) 年の東京ディズニーランドオープンから始まり、東京ディズニーシー、複合型商業施設イクスピアリ、ディズニーアンバサダーホテル、東京ディズニーシー・ホテルミラコスタなどが次々と開業。今では、一大アーバンリゾートとなっている。
屋形船	千葉県では唯一浦安にしかない屋形船である。都心の夜景を眺めながら、天ぷら、鍋、刺身などの食事が楽しめる。タイミングがよければ花火が見られることもある。
浦安市総合公園	シンボルロードの先、海に面したエリアには、東京湾を一望する広大な総合公園がある。デイキャンプ場などの施設を完備し、人々の憩いの場となっている。
浦安三社祭	4年に1度行われる、浦安三社合同の例大祭である。80基を超える神輿や山車が町を練り歩く。最大の見せ場「地すり」と呼ばれる独特の担ぎ方は、観客のかけ声、手拍子で盛り上がる。

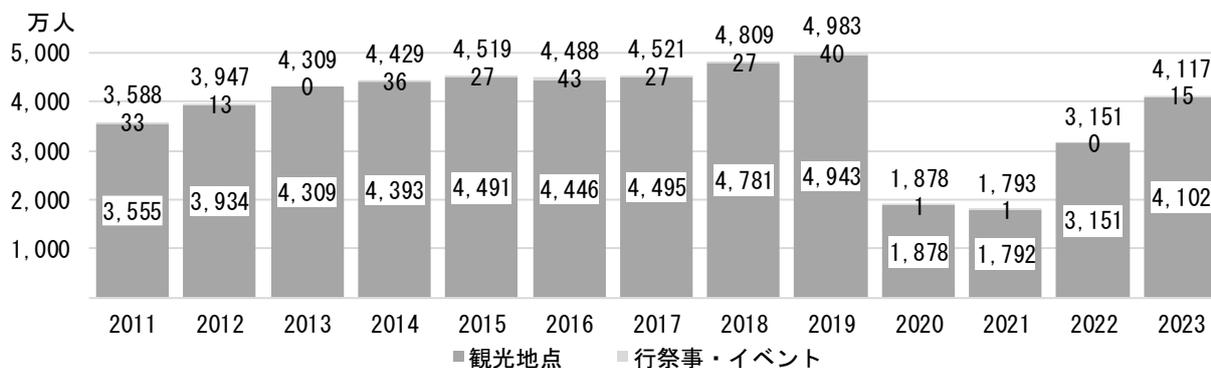
エ 観光入込客数の推移

令和 5 (2023) 年の当市の観光入込客数は 4,117 万人である。

推移をみると、平成 23 (2011) 年以降、増加傾向で推移しており、令和元 (2019) 年に 4,983 万人となったが、令和 2 (2020) 年に新型コロナウイルス感染症の拡大の影響で急減。その後、回復傾向にある。

また、観光客の属性をみると、行祭事・イベントが少なく、観光地点が多くを占めている。

■観光入込客数の推移



出典：千葉県「千葉県観光入込調査報告書」

オ 産業

(a) 産業の概況

当市では、東京に隣接する地理的優位性と高い交通利便性を活かした商業・サービス業、アーバンリゾートゾーンを中心とした観光業、そして浦安鉄鋼団地を核とする工業が主要産業となっている。

観光分野では、日本を代表するリゾートである東京ディズニーリゾート®を中心に、ホテルや商業施設、浦安市総合公園などが整備されており、市民をはじめ国内外から多くの来訪者を迎えている。

工業については、昭和 39 (1964) 年以降の海面埋立地の土地利用として鉄鋼流通基地を誘致し、現在では「鉄鋼団地」として知られる地区が形成されている。鉄鋼団地における年間の鉄の取扱量は約 450 万トンに達しており、当市の産業基盤を支える重要な拠点となっている。

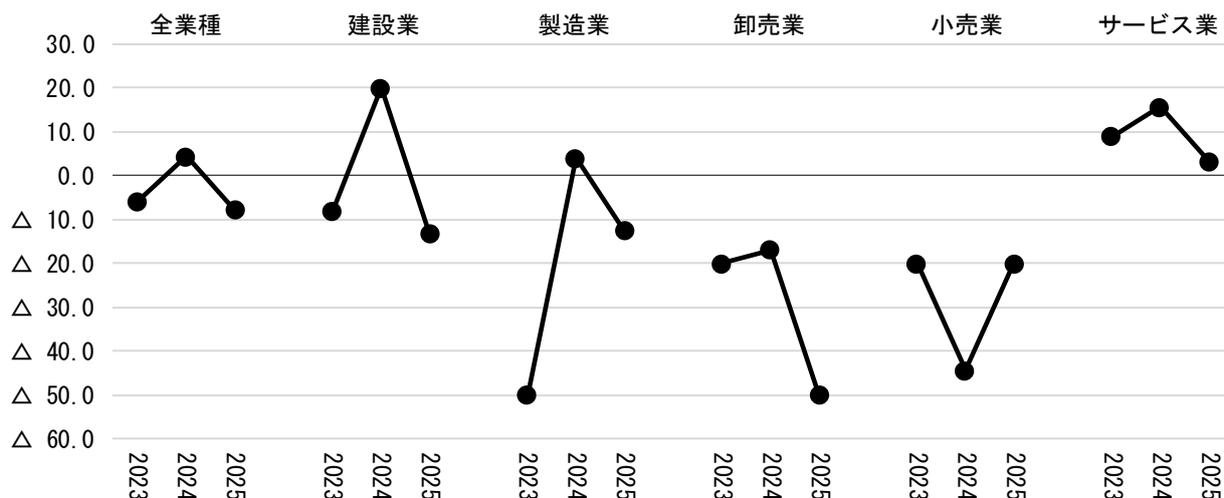
(b) 業種別の景況感

当所の「景気動向調査」より、地域内事業者の景況感を確認する。ただし、業種によっては回答数が少なく、統計的に有意なデータとならない場合があるため、参考値として扱う。

全業種の業況DIをみると、令和7(2025)年は△7.9ポイントとマイナス値になっている。これは、業況が「悪化」したと感じている事業者の割合が、「好転」したと感じている事業者の割合を上回っている状況を示している。

推移をみると、全業種、業種別いずれも概ねマイナス値で推移しており、経営環境の厳しさがうかがえる。特に、卸売業や小売業はプラス値がみられない。一方、サービス業ではプラス値で推移している。

■業況DI (前年同期比、調査期間：各年8月)



※令和5(2023)年の卸売業と小売業のDI値は、いずれも卸・小売業のDI値を採用している。

出典：浦安商工会議所「景気動向調査」

(c) 業種別の商工業者数(うち、小規模事業者数)の推移

当市の事業所数は、平成24(2012)年が4,273者、令和3(2021)年が4,387者である。

上記のうち小規模事業者数は、平成24(2012)年が2,564者、令和3(2021)年が2,647者であり、9年間で3.2%増加している。

小規模事業者数の増減を産業別にみると、卸・小売業(△93者)、宿泊・飲食業(△31者)の減少数が多い。一方、他サービス業(+123者)、情報通信業(+50者)では増加がみられる。

■業種別の事業所数及び小規模事業者数

	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	259	228	69	1,144	574	337	1,057	605	4,273
小規模事業者数	239	180	50	597	259	124	618	497	2,564
平成28年									
事業所数	251	219	61	1,116	574	388	1,086	510	4,205
小規模事業者数	226	170	47	558	268	137	645	406	2,457
令和3年									
事業所数	269	215	116	1,020	493	453	1,209	612	4,387
小規模事業者数	241	169	100	504	228	143	741	521	2,647
増減(令和3年-平成24年)									
事業所数	10	△13	47	△124	△81	116	152	7	114
増減割合	3.9%	△5.7%	68.1%	△10.8%	△14.1%	34.4%	14.4%	1.2%	2.7%
小規模事業者数	2	△11	50	△93	△31	19	123	24	83
増減割合	0.8%	△6.1%	100.0%	△15.6%	△12.0%	15.3%	19.9%	4.8%	3.2%

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

(d)業種別にみた小規模事業者の現状と課題（経営課題）

i_全業種

当市は東京都に隣接する好立地にありながら、市民の消費行動において買回品・贈答品の市外流出が依然として顕著である。加えて、市内には大規模小売店舗が多数存在し、最寄品の購買もワンストップで済ませられるショッピングセンターやスーパーマーケットへの依存が高まっている。

近年では、以下のような新たな課題も浮き彫りになっている。

人材不足の深刻化	都心部への通勤志向や賃金格差により、若年層の地元離れが進行。後継者不在による廃業リスクが高まり、事業継続の障壁となっている。
商店街の空洞化と地域の魅力低下	駅周辺ではチェーン店の進出が加速し、地域独自の店舗が減少。駅から離れたエリアでは空き店舗が集合住宅や駐車場に転用され、地域の回遊性や魅力が低下している。
地域密着型店舗の売上減少と活力低下	コロナ禍を経て消費者の購買行動がオンライン化・非接触化する中、地域密着型の小売・飲食店は客足の減少と売上の落ち込みに直面している。
デジタル対応の遅れ	他地域ではECやSNS活用による販路拡大が進む一方、市内の小規模事業者ではデジタル化への対応が遅れており、競争力の格差が広がっている。

このような状況下で、地域の商業基盤を維持・再生するためには、地域資源の再評価、デジタル活用支援、後継者育成、空き店舗の利活用など、総合的かつ持続可能な支援が急務である。

ii_商業（小売業・卸売業・飲食業）

市内の小規模事業者のうち約4割が商業を占めている。大型商業施設やチェーン店の進出により個店への客足が減少している。また、EC（ネット通販）の利用増加も個店への来店客数減少につながっている。

課題は、商店街の衰退である。さらに、パート・アルバイトの確保が難しく、営業時間の短縮や休業日の増加を余儀なくされる店舗ある。また、コロナ以降のライフスタイルの変化により、飲食店では2回転することが無くなっている。

iii_工業（製造業・鉄鋼団地など）

市内には日本最大級の鋼材加工・流通基地「浦安鉄鋼団地」があり、約220社が操業している。一方、製造業の出荷額や従業員数は減少傾向にあり、経営環境は厳しい状況にある。また、製造品出荷額・付加価値額の減少や市内在住の従業員比率が低く、地域雇用への貢献が限定的である。

課題は、DX（デジタル化）や設備投資への対応が遅れである。

iv_建設業

市内の建設業比率は約10%を占め、小規模事業者比率は90%と非常に高い。

課題は、高齢化による後継者不足や若年層の地元就業意欲の低さがあげられる。

v_サービス業

サービス業は市内事業者の約4割を占め、最も多い業種となっている。特に、生活関連サービス業の従業者数は増加傾向にある。また、観光施設が地域経済に大きく貢献している。

課題は、高齢化社会への対応（介護・福祉人材の確保）やデジタル化・IT活用の遅れである。

カ 浦安市総合計画

「浦安市総合計画（令和2年度～令和21年度）」の商工・観光部分は下表のとおりである。

■基本構想（令和2年度～令和21年度）

〈将来都市像〉

人が輝き躍動するまち・浦安
～すべての市民の幸せのために～

〈まちづくりの基本姿勢〉

- 【基本姿勢1】安全・安心
- 【基本姿勢2】共生・尊重
- 【基本姿勢3】自主・連携

〈基本目標（商工・観光部分）〉

【基本目標4】多様な機能と交流が生み出す魅力あふれるまちへ
本市が持つ観光資源や立地特性などを活かし、社会環境の変化に応じ、観光・リゾート、商業、工業、業務機能など多様な都市機能を持つにぎわいや創意と活力にあふれたまちを目指します。

■第1期基本計画（令和2年度～令和11年度）（商工・観光部分を抜粋）

基本目標4 多様な機能と交流が生み出す魅力あふれるまちへ

- 4-1 魅力あふれる観光・リゾートを振興する
 - 1 観光・リゾート
 - (1)アーバンリゾートゾーンの振興とMICEなどの誘致
 - (2)地域資源を活用した観光振興の推進
- 4-2 新しい時代に対応した地域産業を振興する
 - 1 地域産業
 - (1)時代に対応した地域産業の振興
 - (2)産業を支える人材の育成・確保
 - (3)経営基盤の安定・強化
- 4-3 まちのにぎわいと活力を創出する拠点を整備する
 - 1 拠点整備
 - (1)都市拠点の整備・充実
 - (2)シビックセンター地区の整備・充実
 - (3)海辺の交歓エリアの整備・充実

キ 浦安市産業振興ビジョン

当市では、総合計画で掲げた「多様な機能と交流が生み出す魅力あふれるまちへ」の実現に向けて、地場産業の振興や観光の魅力向上、人材育成など産業振興の取組みをまとめた、「浦安市産業振興ビジョン」を令和2（2020）年3月に策定している。

■浦安市産業振興ビジョン（令和2年度～令和11年度）

〈産業都市像〉

多様な機能と交流が生み出す魅力あふれるまちへ

〈基本目標〉

- 基本目標1 時代に対応した地場産業の振興
- 基本目標2 魅力あふれる観光の振興
- 基本目標3 産業を支える人材の育成・確保
- 基本目標4 産業基盤の強化

②課題

当市は、(ア)東京に隣接する地理的優位性と高い交通利便性、(イ)人口の増加傾向、(ウ)年間4,000万人超の観光客による観光消費といった特徴を有し、商業活動が活発である。一方で、大規模小売店舗との競争激化、商店街の空洞化に伴う地域の魅力低下、インターネットショッピングの増加等の消費者の購買活動の変化などの要因により、商業基盤の脆弱化が進行している。そのため、小規模事業者が持続的に経営できる商業基盤を育むような環境の整備が課題である。

また、事業者の状況を見ると、人手不足が深刻化している。年齢3区分別人口の将来推計では生産年齢人口が減少傾向で推移すると見込まれており、今後は一層の人手不足が予想される。そのため、若者・女性・高齢者・外国人等の多様な人材が活躍できる環境を整備することが課題となる。

さらに、とりわけ小規模事業者ではデジタル対応が遅れており、活用事業者と未活用事業者の間で競争力の格差が拡大している。そこで、デジタル化を促進させ、販路拡大と業務効率化を実現することも重要な課題のひとつとなっている。

当市の小規模事業所数は平成24(2012)年が2,564者、令和3(2021)年が2,647者であり、9年間で3.2%増加している。一方、後継者不在による廃業リスクの高まりが顕在化しているという状況もみられる。そこで、円滑な事業承継の促進と廃業時のソフトランディング、あわせて起業・創業の活発化により、新陳代謝を繰り返しながら、今後も緩やかに事業所数の増加を実現させること、さらにこれにより地域経済を活性化させることが課題である。

(2)小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①地域における商工会議所の役割

当所は、浦安市の総合計画と連動し、小規模事業者の成長と地域経済の活性化を支える中核的役割を担う。具体的には、経営指導員による巡回や評価シートを活用した診断を通じて課題を可視化し、地域経済の伴走者として提案から実行まで一貫した支援を行う行政・金融・支援機関等との連携により、創業・事業承継・デジタル化など多様な課題にも対応し、多様な人材の活躍も促進していく。さらに、地域経済の動向を整理・発信することで、行政施策との連携を促進し、事業者支援の質と広がり高める。

②商工会議所の長期ビジョン(10年程度)

当市は、東京都に隣接する都市として高い生活利便性と都市機能を有しており、今後も多様な人材・産業が集積する可能性を秘めている。一方で、少子高齢化や生産年齢人口の減少、経済・産業のグローバル化、デジタル化の進展など、事業環境は大きく変化している。

このような時代の潮流を的確に捉え、地域の持続的な発展を支えるため、当所は以下の長期的視点に立った振興方針を掲げる。

■浦安商工会議所の長期ビジョン(振興方針)

〈基本理念〉

地域に根ざし、未来を拓く事業者の伴走者として、持続可能な商業基盤を育む

〈基本方針〉

- ・地域密着型の小規模事業者が持続的に経営できる環境の整備
- ・起業・創業支援の強化による新陳代謝の促進
- ・デジタル技術の活用による競争力の向上
- ・多様な人材(若者・女性・高齢者・外国人等)の活躍支援

また、これを実現するため、地域資源としての人材・事業者ネットワークや生活利便施設を活かし、商業振興や販路拡大を支援する。併せて、デジタル化による小規模店舗の競争力強化を推進し、若者・女性・シニア層等の創業・就業支援、地元教育機関との連携による人材育成も展開していく。このように事業者の成長段階に応じた伴走支援体制と、地域経済の可視化を通じて持続可能な都市経営に寄与する。

③浦安市総合計画との連動性

当市では、「浦安市総合計画」の産業振興に向けた計画として、「浦安市産業振興ビジョン」を策定している。

前項で示した当所の長期ビジョンと「浦安市産業振興ビジョン」の関係は下表のとおりであり、連動性がある。

■「浦安市産業振興ビジョン」と「商工会議所の長期ビジョン（10年程度）」の連動比較表

浦安市産業振興ビジョン 〈基本目標〉	商工会議所の長期ビジョン 〈基本方針〉
基本目標 1 時代に対応した地場産業の振興	・地域密着型の小規模事業者が持続的に経営できる環境の整備 ・デジタル技術の活用による競争力の向上
基本目標 2 魅力あふれる観光の振興	－
基本目標 3 産業を支える人材の育成・確保	・多様な人材（若者・女性・高齢者・外国人等）の活躍支援 ・起業・創業支援の強化による新陳代謝の促進
基本目標 4 産業基盤の強化	・地域密着型の小規模事業者が持続的に経営できる環境の整備 ・デジタル技術の活用による競争力の向上

(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うえで、以下の3つの目標を定める。

〈支援対象〉

当市は、サービス業・小売業・飲食業の比率が高いことが特徴である。一方で、大型店の割合が高いことや経営環境の変化への対応が十分でないことから、小規模事業者の経営状況は厳しい。そこで、経営環境の変化に対応し、自己変革に意欲的に取り組む小規模事業者（とりわけ商業事業者）を重点的に支援する。

〈目標〉

【目標①】

小規模事業者が経営環境の変化に対応できるよう、経営課題の解決に資するセミナー・相談会の実施を通じて、自己変革に取り組む事業者を支援し、持続的に事業を継続・発展できる環境を創出する。

【目標②】

小規模事業者が IT・DX を活用した業務効率化や生産性向上、オンラインを活用した販路拡大、事業者間連携による新たな付加価値創出、地域特性を活かしたビジネス展開などを通じて、持続的な成長と競争力の強化を図る。

【目標③】

経営指導員が市内会員事業者への巡回や対話を通じて経営課題を把握し、課題に応じたきめ細やかな伴走型支援を行うことで、小規模事業者の力を引き出し、生産性向上と持続的発展を支援する

〈地域への裨益目標〉

上記【目標①】～【目標③】により、小規模事業者の経営基盤を強化し、持続可能な商業基盤を育むことを目指す。また、小規模事業者の中から、新しい時代に対応した地域産業を生み出し、若者・女性・高齢者・外国人などを含めた多様な人材が活躍できる雇用を創出することを目指す。

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8年4月1日～令和13年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

【目標①】小規模事業者が経営環境の変化に対応できるよう、経営課題の解決に資するセミナー・相談会の実施を通じて、自己変革に取り組む事業者を支援し、持続的に事業を継続・発展できる環境を創出する。

〈達成に向けた方針〉

小規模事業者が経営環境の変化に対応した事業展開を行えるよう、まず経営分析を実施して課題を明確化する（年間30者）。次に、経営分析により顕在化した課題を解決するための事業計画の策定を支援する（年間8者）。策定後はフォローアップにより計画に沿った事業展開を後押しし、売上の増加（年間4者）及び経常利益の向上（年間4者）を実現する。

これらの支援を通じ、将来的には事業者自らが経営分析や事業計画策定等に主体的に取り組み、経営環境の変化に応じた自己変革に取り組むことを目指す。

また、年1回「景気動向調査」を実施し、事業者の経営環境の変化に適応した支援策を立案・実行できるようにする。

【目標②】小規模事業者がIT・DXを活用した業務効率化や生産性向上、オンラインを活用した販路拡大、事業者間連携による新たな付加価値創出、地域特性を活かしたビジネス展開などを通じて、持続的な成長と競争力の強化を図る。

〈達成に向けた方針〉

経営分析の際、小規模事業者との対話と傾聴を通じ、IT・DXを活用した業務効率化や生産性向上、オンラインを活用した販路拡大、事業者間連携による新たな付加価値創出、地域特性を活かしたビジネス展開の必要性及び実現可能性を検討する。

また、「地域特性を活かしたビジネス展開」において商品の開発・改良に取り組む事業者には、「専門家を活用した商品調査」（年間3者）を実施し、市場動向やトレンドの把握を支援する。

さらに、「事業者間連携による新たな付加価値創出」を目指す事業者には、「6商工会議所合同ビジネス情報交流会等を活用したビジネスマッチング支援」（年間5者）を実施する。

【目標③】経営指導員が市内会員事業者への巡回や対話を通じて経営課題を把握し、課題に応じたきめ細やかな伴走型支援を行うことで、小規模事業者の力を引き出し、生産性向上と持続的発展を支援する。

〈達成に向けた方針〉

経営分析、事業計画の策定、事業計画策定後の実施支援の各局面で、経営力再構築伴走支援を実施する。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、事業者の自己変革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、経営指導員等が経営力再構築伴走支援に係る資質向上を図る。

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】

当所では、地域経済の実態を的確に把握し、支援施策の基礎資料とするために「景気動向調査」を実施している。調査結果については、会報誌に掲載するとともに、会報誌自体をホームページに掲載している。しかし、会報誌の制作スケジュールの都合上、調査実施時期と掲載時期との間にタイムラグが生じているため、タイムリーな情報提供ができていない。

【課題】

調査結果の公表におけるタイムラグを解消し、より迅速かつ効果的に地域経済情報を発信する必要がある。そこで今後は、調査実施後、速やかにホームページに結果を掲載するなど、タイムリーな情報提供を行う。

(2) 目標

項目	公表方法	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
景気動向調査 公表回数	HP 掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

事業名	景気動向調査
目的	地域経済の動向を把握することで、経営支援施策への反映を目指す。
調査内容・調査の手法	年1回（8月）、アンケート調査を実施する。調査対象は市内の事業所であり、約2,000社にアンケート票を配布し、150社からの回収（FAX、E-mail、ヒアリングによる回収）を目指す。
調査項目	<input type="checkbox"/> 景気の動向（売上高、採算、仕入単価、販売単価、従業員、業況、資金繰り等） <input type="checkbox"/> 経営課題（自由記述） <input type="checkbox"/> その他トピック等
分析の手法	経営指導員（またはその他の職員）が、業種別・規模別などのクロス分析を通じてデータを集計・分析し、景況感や経営課題を明らかにする。また、今後の支援に向けて「調査総括」をまとめる。分析にあたっては、必要に応じて外部専門家と連携する。
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し、広く市内の小規模事業者にも周知する。また、当所でも、経営支援施策に反映させる。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

市内の小規模事業者の多くは、マーケティングに関する専門人材を確保できておらず、自社で十分な市場調査や分析を行うことが難しい状況にある。また、外部委託による調査やコンサルティングを依頼するだけの資金的余裕も限られている。一方で、オンライン販売や新しい生活様式に対応した商品・サービスをいち早く導入した事業者は、販路拡大や業績向上に成果を上げている傾向がみられる。

【課題】

小規模事業者が自社の経営判断に必要な市場ニーズやトレンドを把握し、商品・サービスの改良や新規開発に活かせるように支援を行う必要がある。専門家を活用して商品調査を実施し、その結果を個々の事業者にもフィードバックする仕組みを強化することで、マーケティング能力の向上と販路開拓の推進を図ることが課題である。

(2) 目標						
項目	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
専門家を活用した商品調査 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	専門家を活用した商品調査
目的	創業者の商品・サービスや、小規模事業者が新たに開発した商品・サービスについて、第三者の評価を得ることで、商品・サービスのブラッシュアップにつなげることを目指す。
対象	年間3者（1者あたり1商品）の商品・サービスを調査対象とする。 ※創業者の商品・サービスや小規模事業者が新たに開発した商品・サービスを優先的に調査する。
調査の手法	1つの商品・サービスに対し、以下の調査チームによる評価を実施する。なお、商品・サービスによって専門家の追加を実施する（たとえば飲食店のメニューの場合、味の評価をするためにフードコーディネーターを追加するなど）。なお、本事業は調査の性質上、多数の評価を収集することが難しく、統計的に有効な評価は困難である。このため、評価は自由記述形式で行う。 〈調査チーム〉 ・調査統括及びマーケティングの専門家：中小企業診断士等 ・一般消費者の目線：当所職員（多面的な評価のため、性別・年齢を分けて3名程度）
調査項目	商品特性に応じて調整するが、一般的には以下の項目を基本的な評価項目とする。 〈商品（食品・雑貨・飲食店のメニュー等）の場合〉 □味（食品の場合） □見た目 □パッケージ □独自性 □価格 □その他改善点 等 〈サービスの場合〉 □サービスの内容 □独自性 □価格 □その他改善点 等
分析の手法	経営指導員（またはその他の職員）が中小企業診断士等の専門家と連携し、評価内容を整理したうえで、改善の優先順位を簡易なレポートとしてまとめる。
調査結果の活用方法	前項のレポートを対象事業者にフィードバックする。その後、事業者との対話と傾聴を通じて改善点を抽出し、商品・サービスのブラッシュアップに活用する。なお、これらの支援にあたっては、必要に応じて、経営分析や事業計画策定支援もあわせて実施する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者のなかには経営環境の変化に対応できていない事業者もみられる。この理由のひとつとして、事業者自身が客観的に外部の経営環境や内部の経営状況を把握できていないことが考えられる。当所でも巡回や対話を通じてこれら进行分析するための支援を行っているが、十分とはいえなかった。

【課題】

経営分析支援を通じて、小規模事業者自身が自己変革に取り組むことを促進することが課題である。分析においては、その課題解決策として、現在の経営環境で重要度が高い、IT・DXを活用した業務効率化や生産性向上、オンラインを活用した販路拡大、事業者間連携による新たな付加価値創出、地域特性を活かしたビジネス展開などを事業者と同じ目線で検討することが必要である。

(2) 目標

項目	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
経営分析事業者数	30者	30者	30者	30者	30者	30者

※当所の経営指導員は4名であるが、うち1名は管理職（中小企業相談所長）である。そのため、経営分析は年間30者（＝経営指導員3名×年間10者）を目標値とする。

(3) 事業内容

事業名	小規模事業者の経営分析
目的	小規模事業者が本質的課題に気づき、自ら納得することを目指す。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず）
支援対象の掘り起こし	当所では毎年、市内の会員事業所を経営指導員が訪問している（全件訪問）。そこで、全件訪問の際に、経営分析サービスを訴求する。また、非会員事業所に対しては、ホームページによる周知を行う。 その他、巡回訪問・窓口相談・個社支援・各種セミナー開催時などに、訴求を行う。
分析の実施手法	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。ヒアリングにあたっては、対話と傾聴を通じて、小規模事業者自身が本質的課題に気づき、腹落ちすることを重視する。 分析は、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」や「経営自己診断システム」、クラウド型支援ツール（Bizミル等）などを活用する。
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実施する。 <財務分析> 収益性・安全性・生産性・成長性の分析 <非財務分析（SWOT分析等）> 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） <その他の分析> 当市では、事業承継が地域全体の課題となっている。このため、経営分析においては、前述の財務分析・非財務分析に加え、「事業承継の必要性」についても確認を行う。
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、内発的動機付けにより事業者の潜在力を発揮させ、課題解決に至るよう支援する。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。 事業承継の必要性が確認された場合は、「千葉県事業承継・引継ぎ支援センター」と連携し、事業承継支援を実施する。 分析結果は、クラウド型支援ツール（Bizミル等）に集約。経営指導員個人の保有する知識・ノウハウを他の職員に共有することで、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】

当市の小規模事業者においても、物価高騰や人手不足などの経営環境の変化に対応するため、「販路開拓」や「新分野進出」を志向する事業者が増加している。当所では、こうした事業者の動きを支援するために、経営分析の結果や景気動向調査のデータを活用しながら、経営課題の整理と事業計画の策定支援を実施している。また、創業希望者に対しては、創業支援セミナーや個別相談を通じて、創業計画書の作成支援なども行っている。

【課題】

一方で、小規模事業者の多くは、日常業務に追われるなかで中長期的な事業計画を策定する余裕がなく、

事業計画の重要性が十分に認識されていないのが現状である。計画策定を行っても、補助金申請など短期的な目的にとどまるケースも多い。今後は、日常の窓口相談や経営指導員による巡回訪問の際に、事業計画の重要性を啓蒙し、計画的経営の意識醸成を図るとともに、必要に応じて計画策定支援を行うことで、事業者の主体的な経営改善を促進していくことが課題である。

(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、事業計画策定を支援。経営分析を行った事業者の約3割の事業計画策定を目指す。支援では、事業者が当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むため、対話と傾聴を通じて最適な意思決定のサポートを行う。

事業計画策定にあたっては、デジタル関連セミナーや IT 専門家派遣を行い、小規模事業者のデジタル活用（IT を活用した販売促進、IT を活用した業務改善や生産性向上）の促進や、これによる競争力の維持・強化を目指す。

また、市内で創業を活性化させるため、創業計画の策定支援も実施する。

(3) 目標

項目	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
①事業計画策定事業者数	8者	8者	8者	8者	8者	8者
②創業計画策定事業者数	5者*	5者*	5者*	5者*	5者*	5者*

※当所が開催する「創業支援セミナー」は、年間でおおよそ60名が受講。カリキュラムの一環として創業計画の策定を行うため、すべての受講者が計画書を作成する。一方、実際にセミナー受講後すぐに開業に至るのは例年5者程度であることから、目標値もこれに合わせて5者と設定している。

(4) 事業内容

①事業計画策定支援

事業名	事業計画策定支援												
目的	経営分析により顕在化した本質的課題を解決することを目指す。												
支援対象	原則として経営分析を実施した事業者												
支援対象の掘り起こし	経営分析のフィードバック時に事業計画の策定を提案する方法を中心とする。また、補助金を契機とした事業計画策定の提案も実施する。												
支援の手法	<p>①小規模事業者が作成した事業計画に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行う方法の2つの方法で支援する。また、必要に応じて専門家派遣を実施する。支援では、経営者が取り組むべきことに自ら納得し、当事者意識を持って能動的に行動を起こすことに重点を置く。</p> <p><DXに向けた取組> 事業計画策定に意欲的な事業者を対象にデジタル関連セミナーを実施する。また、セミナーを受講した事業者のなかで、取組意欲の高い事業者に対しては、経営指導員による個社支援や IT 専門家派遣を行う。これにより、事業計画中の取組のひとつとして DX やデジタル活用を促進する。</p> <p>■デジタル関連セミナー</p> <table border="1"> <tr> <td>支援対象</td> <td>すべての事業者（特に事業計画策定に意欲的な事業者）</td> </tr> <tr> <td>募集方法</td> <td>ホームページ、チラシ、巡回訪問・窓口相談での周知</td> </tr> <tr> <td>講師</td> <td>IT 専門家、中小企業診断士 等</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>年1回</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td>毎年時流にあったテーマをメインテーマに定める。その他、デジタル活用による販売促進や業務改善・生産性向上の手法などを紹介する。</td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>30人/回</td> </tr> </table>	支援対象	すべての事業者（特に事業計画策定に意欲的な事業者）	募集方法	ホームページ、チラシ、巡回訪問・窓口相談での周知	講師	IT 専門家、中小企業診断士 等	回数	年1回	カリキュラム	毎年時流にあったテーマをメインテーマに定める。その他、デジタル活用による販売促進や業務改善・生産性向上の手法などを紹介する。	想定参加者数	30人/回
支援対象	すべての事業者（特に事業計画策定に意欲的な事業者）												
募集方法	ホームページ、チラシ、巡回訪問・窓口相談での周知												
講師	IT 専門家、中小企業診断士 等												
回数	年1回												
カリキュラム	毎年時流にあったテーマをメインテーマに定める。その他、デジタル活用による販売促進や業務改善・生産性向上の手法などを紹介する。												
想定参加者数	30人/回												

②創業計画策定支援															
事業名	創業計画策定支援														
目的	創業期の事業展開が円滑に進むことを目指す。														
支援対象	創業者・創業希望者														
支援対象の掘り起こし	<p>当市では、起業を目指す人への支援を強化するため、産業競争力強化法に基づく創業支援事業計画を策定し、国の認定を受けている。そこで、当該計画に基づいて開催する「創業支援セミナー」を契機として支援対象者を掘り起こす。また、必要に応じて「創業者交流会」を開催する。</p> <p>■創業支援セミナー</p> <table border="1"> <tr> <td>支援対象</td> <td>創業に関心を持つ方、創業準備中の方、または創業したばかりの方</td> </tr> <tr> <td>募集方法</td> <td>ホームページ、チラシ、関係機関での周知</td> </tr> <tr> <td>講師</td> <td>税理士等</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>年2回（全5日）</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td> 1日目：販路開拓、経営戦略、マーケティング 他 2日目：経営の基礎、事業計画（資金計画と収支計画） 他 3日目：労務、経理、事業計画（利益計画・損益計算の試算） 他 4日目：事業計画発表会 他 ※令和7年度第1回カリキュラムより </td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>30人/回</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>上記1日目の前に「創業支援プレセミナー」あり</td> </tr> </table> <p>■創業者交流会</p> <p>当所が年1回開催する交流会である。創業を目指す方や創業後5年以内の方が集まり、新たな発見やアイデア、事業のヒントを得ることを目指している。</p>	支援対象	創業に関心を持つ方、創業準備中の方、または創業したばかりの方	募集方法	ホームページ、チラシ、関係機関での周知	講師	税理士等	回数	年2回（全5日）	カリキュラム	1日目：販路開拓、経営戦略、マーケティング 他 2日目：経営の基礎、事業計画（資金計画と収支計画） 他 3日目：労務、経理、事業計画（利益計画・損益計算の試算） 他 4日目：事業計画発表会 他 ※令和7年度第1回カリキュラムより	想定参加者数	30人/回	その他	上記1日目の前に「創業支援プレセミナー」あり
支援対象	創業に関心を持つ方、創業準備中の方、または創業したばかりの方														
募集方法	ホームページ、チラシ、関係機関での周知														
講師	税理士等														
回数	年2回（全5日）														
カリキュラム	1日目：販路開拓、経営戦略、マーケティング 他 2日目：経営の基礎、事業計画（資金計画と収支計画） 他 3日目：労務、経理、事業計画（利益計画・損益計算の試算） 他 4日目：事業計画発表会 他 ※令和7年度第1回カリキュラムより														
想定参加者数	30人/回														
その他	上記1日目の前に「創業支援プレセミナー」あり														
支援の手法	創業者が作成した創業計画を基に、経営指導員がアドバイスをを行う方法で支援する。また、必要に応じて専門家派遣を実施する。														

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】

事業計画は策定することが目的ではなく、実行し、成果を上げることが本来の目的である。当所では、事業計画を策定した事業者に対して、経営指導員によるフォローアップ訪問や電話・メールでの進捗確認を行い、計画に基づいた取組の定着を支援している。特に、補助金申請や販路拡大、業務改善に取り組む事業者に対しては、計画の実施段階に応じた助言や専門家派遣を組み合わせた伴走支援を実施している。

一方で、フォローアップの頻度や支援の深度は事業者によって差があり、策定後の支援が一過性に終わるケースも見受けられるのが実情である。

【課題】

今後は、事業計画策定後の支援をより体系的に行い、定期的な進捗確認のサイクルを確立することが課題である。特に、売上高や売上総利益の増加といった定量的な成果指標を意識しながら、事業計画の実行状況を四半期ごとに確認し、必要に応じて専門家と連携して改善策を提示する体制の強化が求められる。また、フォローアップ結果を内部で共有し、成功事例を蓄積・展開することで、支援の質をさらに向上させていくことが重要である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定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や売上総利益増加事業者の割合が5割（売上増加事業者と売上総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。

フォローアップでは、事業計画実行上の課題に対し、課題解決を図るための支援を実施する。支援では、

自走化に向けた内発的動機付けを行うことで、支援期間中の事業者の一連の取組を一過性の取組とさせず、事業者が事業環境の変化に合わせて、持続的に発展できる蓋然性を高める。

また、創業計画を策定した事業者に対しても、策定後に四半期毎のフォローアップを実施し、計画に沿って事業が着実に進むよう支援する。

(3) 目標

① 事業計画のフォローアップ

項目	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
フォローアップ対象事業者数	1者	8者	8者	8者	8者	8者
頻度 (延回数)	四半期毎 (4回)	四半期毎 (32回)	四半期毎 (32回)	四半期毎 (32回)	四半期毎 (32回)	四半期毎 (32回)
売上増加事業者数	-	4者	4者	4者	4者	4者
売上総利益増加事業者数	-	4者	4者	4者	4者	4者

② 創業計画のフォローアップ

項目	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
フォローアップ対象事業者数	3者	5者	5者	5者	5者	5者
頻度 (延回数)	四半期毎 (12回)	四半期毎 (20回)	四半期毎 (20回)	四半期毎 (20回)	四半期毎 (20回)	四半期毎 (20回)
売上増加事業者数	-	2者	2者	2者	2者	2者
売上総利益増加事業者数	-	2者	2者	2者	2者	2者

(4) 事業内容

事業名	事業計画・創業計画のフォローアップ
目的	事業計画・創業計画とおりの成果を上げることを目指す。
支援対象	事業計画を策定したすべての事業者
支援の手法	経営指導員が、事業計画・創業計画を策定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。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、訪問回数を増やす、専門家派遣を実施するなどにより、軌道に乗せるための支援を実施する。 フォローアップでは、各種計画の進捗状況の確認、売上・利益等の経営指標の把握を行う。また、計画実行上の課題に対し、課題解決を図る。課題解決にあたっては、単に「答え」を提供するような支援を行うのではなく、事業者自身が「答え」を見出すこと、対話を通じて事業者もよく考えること、事業者内のチームと一緒に作業を行うことにより、事業者が事業環境の変化に合わせて自ら変革を続けていける力（自走化する力）を付けられるようにする。

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】

市内の小規模事業者の多くは、営業専任の人員を配置する余裕がなく、販路拡大や新規顧客獲得に向けた取組が十分でないのが現状である。そのため、既存顧客への依存度が高く、新たな販売機会の創出や市場開拓が課題となっている。

当所では、こうした状況を踏まえ、近隣商工会議所と連携した「6商工会議所合同ビジネス情報交流会」などを開催し、地域内外の事業者との接点を創出してきた。これにより、一定の新規取引やネットワーク構築につながった事例も見られるが、参加者層の固定化や成果の見える化といった課題も残っている。

【課題】

今後は、単に取引機会を提供するだけでなく、マッチング後のフォローアップや成果検証を行い、売上向上や新規顧客獲得といった具体的な成果に結び付ける支援体制を構築することが課題である。また、参加事業者の業種・規模に応じた最適なマッチング機会の提供や、販路開拓支援の継続的な仕組化を図ることが求められる。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者は経営資源が少ないため、新たな需要の開拓においても自社独自の取組みには限界がある。そこで、当所において販路拡大の補完を行う。

事業の実施目的、期待する効果等は次のとおりである。

- ・小規模事業者が付加価値を創出する際、事業者間連携は有効な手段である。一方、小規模事業者が独自に連携先を探すことは難しい。そこで、「6 商工会議所合同ビジネス情報交流会」等によるビジネスマッチング支援を実施。新たな連携先や取引先の獲得を目指す。

上記を実現するための具体的な手法は、以下『(4) 事業内容』のとおりである。

(3) 目標

項目	現行	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度	令和 12 年度
「6 商工会議所合同ビジネス情報交流会」等によるビジネスマッチング支援 支援事業者数	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者
成約件数 (延べ)	-	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件

(4) 事業内容

「6 商工会議所合同ビジネス情報交流会」等によるビジネスマッチング支援 (BtoB)

事業名	「6 商工会議所合同ビジネス情報交流会」等によるビジネスマッチング支援
目的	新たな取引先を獲得することを目指す。
支援対象	すべての小規模事業者
訴求相手	近隣市区の事業者
情報交換会の概要	「6 商工会議所合同ビジネス情報交流会」は、当所サービス業部会が主催する情報交換会である。毎年7月に開催している。東京商工会議所江戸川支部、船橋、習志野、八千代、千葉、浦安の6 商工会議所管内の事業者が参加し、業種の垣根を越えたネットワークづくりやビジネスパートナーの発掘、顧客獲得の場となっている。令和7(2025)年7月の開催では、87社が参加し、約40件の商談が行われた。
支援内容	「6 商工会議所合同ビジネス情報交流会」を開催し、参加事業者のビジネスマッチングを支援する。
支援の手法	参加を希望する事業者の掘り起こしを行うとともに、参加事業者に対しては、交流会においてどのような出合いや連携を希望しているかを事前にヒアリングし、当日のビジネスマッチングにつなげる。さらに、交流会終了後には、名刺交換をした相手に対するフォローアップの方法などについても指導を行い、実際の取引や連携に発展するよう支援する。

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、当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、当所や当市だけでなく、第三者（外部有識者）を入れた「事業評価協議会」により事業の成果を確認し、PDCAを回しながら経営発達支援事業を推進することで、小規模事業者の売上・利益拡大に寄与することが課題である。

(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成果を拡大させることを目指す。
事業評価の手法	<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) 日々の業務のなかで、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) 経営支援課内の朝礼で、法定経営指導員や経営指導員が相互に進捗状況の確認及び評価を行う。</p> <p>(g) 年1回（6月）の「事業評価協議会」にて、外部有識者等からの評価を受ける。なお評価は、経営発達支援計画に記載したすべての事業を対象とする。</p> <p>※「事業評価協議会」の実施の流れ</p> <p>i 浦安市商工観光課長（または担当者）、法定経営指導員、外部有識者（税理士等）をメンバーとする「事業評価協議会」を年1回（6月）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）で定量的に評価する。</p> <p>ii 当該「事業評価協議会」の評価結果は、常議員会に報告する。また、当所ホームページ（https://www.urayasu-cci.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) 「事業評価協議会」の評価を受け、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、千葉県商工会議所連合会や中小企業大学校等の研修に参加し、資質向上に取り組んでいる。一方、研修で得た知識・ノウハウを組織全体で体系的に共有する仕組みは十分に整備されていない。また、日常業務のなかで培われた個々の職員の経験値や支援ノウハウ（暗黙知）が属人的になりやすく、職員間での情報共有や活用は限定的である。

【課題】

研修で得た知識・ノウハウを組織全体で体系的かつ効率的に共有する仕組みを構築することが必要である。また、個々の能力を属人的にしないため、支援事例のデータベース化を通じてノウハウを組織的に共有・蓄積する体制を整えることが課題である。

(2) 事業内容

①経営指導員（法定経営指導員含む）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	経営指導員等
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ことを目指す。
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。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 経営分析支援や事業計画策定支援を行う能力 ・ 伴走型支援により、小規模事業者の売上・利益向上といった成果を実現する能力 ・ 小規模事業者の新たな需要開拓を実現する能力 ・ 経営力再構築伴走支援の基本姿勢 等
内容	経営発達支援事業を適切に遂行し、上記の不足能力を補うために、以下の手段・手法により経営指導員等の資質向上を図る。経験のある経営指導員だけではなく、経験の浅い経営指導員や補助員も含め、今後は所内全体で取り組む体制とする。 <p>ア 中小企業大学校「WEBee Campus（ウェビーキャンパス）」の支援機関向け研修 中小企業大学校の「WEBee Campus」は、支援機関向けの研修コースが充実しており、不足能力の補完に網羅的に対応できるため、積極的に参加する。なお、職員に共通して不足している「経営力再構築伴走支援」に関するカリキュラムも整備されており、組織全体の支援力向上に資する内容となっている。</p> <p>イ 独自に講師を招聘して研修会を開催（近隣の商工会議所と連携する場合もある） 資質向上の手段として外部研修への参加も考えられるが、当所における不足能力の強化を図るうえでは、独自の研修会を開催することも有効である。そこで、法定経営指導員が職員の不足能力を網羅的に把握したうえでテーマを設定し、所内研修会（または近隣の商工会議所と連携した研修会）を実施する。所内研修とすることで、職員が参加しやすく、組織全体の底上げにつながるという利点がある。</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

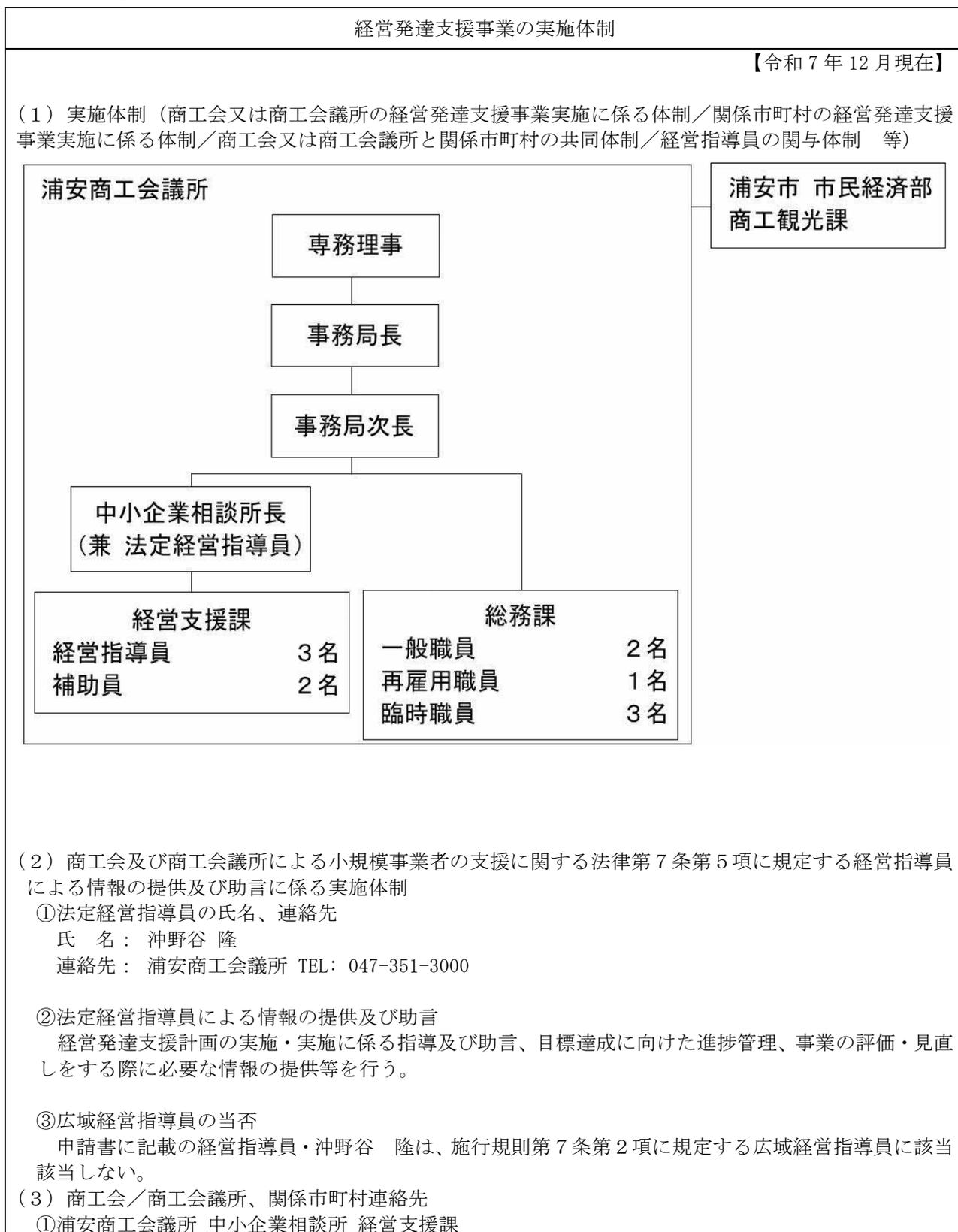
目的	個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有することを目指す。
内容	ア OJT 経験のある職員と経験の浅い職員がチームで小規模事業者を支援することを通じてOJTを実施し、組織としての支援能力の底上げを図る。また、専門家を活用した支援を行う際は、経営指導員等の同行を徹底させ、ノウハウを習得する。 <p>イ 職員間の定期ミーティング 経営支援課内の朝礼のなかで前述の研修内容や支援状況を共有する。具体的には、①研修等へ参加した経営指導員等による研修内容の共有、②支援のなかで発見した経営支援手法やデジタル活用の方法、具体的なデジタルツール等の共有を実施する。また、各人の支援状況等を確認し、経営発達支援事業の進捗管理を実施する。</p>

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



〒279-0004
 千葉県浦安市猫実 1-19-36
 TEL: 047-351-3000
 FAX: 047-350-6698
 E-mail: soudan@urayasu-cci.or.jp

②浦安市 市民経済部 商工観光課
 〒279-8501
 千葉県浦安市猫実 1-1-1
 TEL: 047-712-6295
 FAX: 047-351-8600
 E-mail: shoukougankou@city.urayasu.lg.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 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
必要な資金の額	1,381	1,381	1,381	1,381	1,881
BIZミル運営費用	430	430	430	430	430
専門家講師謝金(24回×@2.2万)	528	528	528	528	528
専門による調査研究費(14回×@2.2万)	308	308	308	308	308
広報費	100	100	100	100	100
調査費	15	15	15	15	15
事業計画更新(専門家費用)					500

(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

(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