

第3章 第三次元気戦略の取組方向及び講じる施策

第1 創業等への意欲的な取組の促進

1 主な取組事項における基本的考え方

(1) 起業・創業の促進

地域において多くの中小企業が多様な事業活動を展開していることが、地域経済の活力につながる。しかし残念ながら、中小企業数は減少の一途を辿っている。

地域を支えてきた中小企業の市場からの退出が進んでいる一方で、新たに参入する企業が少なく、本県における企業数減少の一因となっていることがうかがえる。

特に、本県における急激な生産年齢の減少と高齢者の増加を踏まえると、例えば、都会勤務をリタイアし生まれ育った地域で起業したいというシニアや、子育てをしながら起業したい女性などによるビジネスが多く立ち上がり、こうした方々が生産者となり、地域経済のプレイヤーとして社会に参加することの意義も大きい。

また、若者が都会から地域に拠点を移し、地域密着型のビジネスを立ち上げながら地域づくりに関わる事例も散見されるようになっている。

「東葛テクノプラザ」などのインキュベーション施設を核としたベンチャー企業の創業支援とあわせ、必ずしも企業規模の拡大を追い求めるものではないが、地域特有の需要を掘り起こし、地域に根付いていく起業・創業を市町村や支援機関とともに支援し、地域経済の活性化につなげる必要がある。また、起業・創業そのもののハードルを乗り越えられるよう支援するだけでなく、起業・創業後の事業継続、育成につながるハンズオン（寄り添い型）支援に心がけていく視点も重要である。

(2) 成長産業への参入

人口減少や少子高齢化など、国内市場の縮小の流れが避けられない中であって、将来の成長産業に焦点を当て、逆に、拡大していく市場へ向けて中小企業の積極的な参入を促していく取り組みは大変重要である。

昨年度に策定した「明日のちばを創る！産業振興ビジョン」の中でも、成長が見込める重点分野として、医療・介護需要の増大や健康志向の高まり等を踏まえた「健康医療ものづくり産業」と「機能性食品産業」を位置づけたところである。

本県には、高い技術力を持つ中小企業が数多くあり、また、「産業支援技術研究所」「東葛テクノプラザ」「かずさ DNA 研究所」など、技術の磨き上げを支援する公的な試験研究機関も多く存在する。

中小企業の持つ技術力と市場ニーズのマッチングを通じ、異業種参入を進めることにより、成長市場における新たな需要を中小企業が獲得していく取組を支援していく必要がある。

(3) 経営革新への挑戦

経済・社会環境が大きく変化していく中、企業が存続・発展していくためには、変化する市場ニーズに応じて、○新たな製品の開発を行う ○新たな商品を提供する ○販売方式を変える ○業態を変えるなど、柔軟な対応により経営の革新を図っていく必要がある。

中小企業新事業活動促進法に基づく「経営革新計画制度」は、経営革新に取り組む企業を支援する仕組みであり、県知事が計画を承認する制度である。

承認企業は、低利融資、保証枠の拡大等の支援が受けられるというメリットがあることもさることながら、「計画作りを通じて自社の経営を見つめ直し、社内で『見える化』できたことも大きい」等、そのプロセスにおける効果にも意義があるとの声が寄せられている。

また、県商工労働部の調査によると、計画承認された中小企業のその後の経営状況は好転しているところが多く、平成 25 年度では、「経営革新計画期間中の付加価値額が年率 3%以上増加した企業」の割合は約 27%に上っており、この制度が中小企業の経営基盤の強化のために一定の役割を果たしていることがわかる。

県においては、計画の策定支援のみではなく、計画の遂行に向けての問題や計画策定

後の新たな経営課題の発生への対応など、その後のフォローアップも含め、計画実現に向けたトータル支援が求められる。

(4) 海外展開への挑戦

経済のグローバル化が進み、また、少子高齢化の進行と人口の減少に伴って国内市場の縮小が避けられない中で、貿易・投資・技術提携など、企業の海外展開による新たな需要獲得の必要性が高まっている。

2012年版「中小企業白書」では、海外に直接投資を行っている企業の方が国内での雇用を増やしていること、また、「輸出による増益効果がある」とアンケートに答えた中小企業が全体の過半数を超えていることなどが紹介されている。

海外展開を図る中小企業は増加しているが、特に、販路開拓先として成長が著しいアジア市場の取り込みを睨んだ動きや、不安定な日本の大企業との下請け関係を乗り越え、価格より「オンリーワンの技術」を重視する欧米企業との取引を志向する企業などが今後も増えていくものと考えられる。

日本貿易振興機構千葉貿易情報センター（ジェトロ千葉）における貿易投資相談についても、昨年度は500件を超える相談が寄せられており、前年度と比べて約50件程度件数が増えている。海外展開を行う上で、専門人材や情報の不足など、中小企業が乗り越えるべきハードルやリスクは多岐に渡り、行政に対する支援ニーズも高い。

本県には、成田空港や幕張メッセなど、わが国を代表する国際ビジネスの拠点があり、また、中小企業の海外展開支援の専門機関であるジェトロが存在することなど、海外ビジネスを進めていく上での大きなアドバンテージを有する。

関係機関が緊密に連携しながら、積極果敢に海外展開に打って出ることによって成長発展を目指す中小企業を支援していく必要がある。

2 地域勉強会・研究会等での意見

- 挑戦をして伸びる企業を支援して、税収を増やしていくという考え方も必要。(研究会)
- 後継者不足は明白。企業が減ると活力を失うので、起業・創業を徹底的にやるしかない。(研究会)
- 起業・創業そのものより、創業したが独り立ちには少し早い、と言う所に重点を置くという姿勢も面白い。(研究会)
- 事業承継をすることも起業・創業とみなし、同様のサポートをすべき。(研究会)
- 経営革新制度は、計画作りだけでなく、フォローアップが必要。(勉強会・千葉)
- 経営革新制度について、県の職員とは普段接点がないので、日ごろ接している商工会から情報が入ってくる方が良い。(勉強会・千葉)
- 海外展開では、人材確保に大変苦労した。公的機関に相談をして紹介を頂いた。(勉強会・千葉)

3 具体的な取組事項

施策	概要
<p>① 起業・創業の促進</p>	<p>[起業・創業に向けた取組]</p> <p>ア) 起業・創業に対する助成及びノウハウの支援</p> <p>○起業・創業に必要な事業経費の一部を「ちば中小企業元気づくり基金事業」を活用し、助成する。特に、女性・若者・シニアの起業・創業支援を視野に、制度設計を見直す。</p> <p>○上記事業における助成対象者に対して、資金面のみならず、「専門家派遣」による相談・助言を通じたノウハウ支援を組み合わせる。</p> <p>イ) 起業・創業に対する制度融資による資金調達</p> <p>○起業・創業に必要な設備資金等について、制度融資の「創業資金」により資金調達を支援する。</p> <p>特に、産業競争力強化法に基づく「特定創業支援（市町村等が行う継続的な創業支援）を受けた者」に対しては「融資枠を拡大」する。</p>

ウ) 起業・創業に対する支援体制の強化

○チャレンジ企業支援センター内に「創業支援チーム」を設置し、「起業・創業希望者の掘り起こし」から「創業後のフォローアップ」までの一貫支援として、

[セミナー開催] [相談] [事業可能性評価]
[専門家派遣]

等の取組を行う。

○県産業振興センターを中核とした商工団体や金融機関等との連携体である「地域プラットフォーム」において、

[セミナー開催] [支援策の情報共有・斡旋]
[専門家派遣]

等の取組を行う。



起業・創業セミナー

エ) 起業・創業支援策情報の発信

○（公財）千葉県産業振興センターのホームページ内に「起業・創業ポータルサイト」を設け、起業・創業を目指す意欲ある希望者等に対し、県及び県内市町村における起業・創業支援策情報を一元的に提供する。

オ) 起業・創業の活発化に向けた啓発活動

○起業・創業により地域課題を解決した例の紹介など、起業・創業の意欲向上につながる啓発活動を行う。

カ) 起業・創業メンター（※「良き指導者」「優れた助言者」）制度等の構築

- 起業・創業分野におけるメンター人材等とのネットワークを構築し、社会起業家を含む起業・創業者に対し、相談・指導が行える環境を整備する。

キ) 起業・創業の促進に向けた市町村との連携

- 「産業競争力強化法」において、市町村が主体となり地域の起業・創業支援計画を策定し、国の認定を受けることで支援が得られる仕組みが設けられたことから、これに係る市町村への助言・協力、市町村同士の情報交換の場づくり等の支援を行い、「認定市町村」数の増加を目指す。

ク) 起業・創業希望者等の交流の創出

- 東葛テクノプラザにおいて、起業・創業希望者に対する準備段階における事務スペースや、入居者同士の交流を深める機会を設けるなど、創業前の支援を行う。
- 既存の民間起業・創業支援団体と連携し、
 - [公的支援機関の支援情報サービスの周知]
 - [セミナー等の開催]
 - [空き店舗等を活用した交流スペースの創出支援]等を行う。

ケ) 事業承継を通じた起業・創業に向けた支援体制等の強化

- 事業承継に関する助言や情報提供を行う「事業引継ぎ相談窓口」を設置している千葉商工会議所と連携し、後継者がいない事業者と、その経営資源を活用して起業・創業を希望する人材のマッチング支援の充実を図る。
- 事業承継の際、地域資源や経営資源を活用して新事業進出等を図る取組（第二創業）に対して「ちば中小企業元気づくり基金」で助成する。

	<p>[創業後の育成支援]</p> <p>コ) インキュベーション施設によるトータル支援</p> <p>○東葛テクノプラザ、かずさインキュベーションセンター等の公的インキュベーション施設において、</p> <p> [貸事務所等の提供]</p> <p> [インキュベーションマネージャー（IM）による経営相談、産学共同研究・企業間連携のコーディネート]</p> <p>等、起業後の成長に向けたトータルサポートを行う。</p> <p>サ) 起業・創業後の事業展開に対する助成及びノウハウの支援</p> <p>○創業後の第二ステージ（創業後5年まで）における事業費の一部について、「ちば中小企業元気づくり基金事業」を活用し、助成を行う。特に、女性・若者・シニアの起業・創業支援を視野に、制度設計を見直す。</p> <p>○上記事業における助成対象者に対して、資金面のみならず「ノウハウ支援」（専門家派遣による相談・助言）を組み合わせる。</p> <p>シ) ファンドによる支援</p> <p>○起業・創業後の中長期的な成長に不可欠な投資資金について、「ちば新産業育成ファンド」を活用し、供給する。</p> <p>※ファンド規模：10億円</p>
<p>②成長産業への参入</p>	<p>[健康医療ものづくり分野]</p> <p>ア) 健康医療ものづくり分野における研究開発への助成</p> <p>○医療・健康・福祉関連の機器等の研究開発に必要な経費の一部について、「ちば中小企業元気づくり基金事業」を活用し、助成を行う。</p> <p>イ) 「ちば健康・医療ものづくり産業支援推進会議」（構成：千葉県、支援機関等）の設置による支援</p> <p>○中小企業の新規参入や医工連携による製品開発を促進する。</p>

○医療機関や医工系大学等のニーズと中小企業のシーズを結び付けるプロジェクトを実施する。

○健康・医療ものづくり産業に進出している中小企業や、参入意欲を持つ中小企業をネットワーク化し、必要な情報を提供する。

ウ) コーディネーターの配置

○臨床現場とものづくり現場の双方を熟知した「医工連携コーディネーター」を配置し、

[薬事法等に関する相談・アドバイス]

[医療機関や大学等のニーズ、中小企業のシーズのデータベース化]

[商談会や個別面談によるマッチング]

[新規参入に関するセミナー]

等を行う。



医工連携プロジェクト
(C-square)

[機能性食品分野]

エ) 機能性食品分野における研究開発への助成

○医療機関等と連携して行う高付加価値食品等の研究開発に必要な経費の一部について、「ちば中小企業元気づくり基金事業」を活用し、助成を行う。

オ) 異業種連携ネットワークによる機能性食品開発・販路開拓等の支援

○食料品製造業者、生産者、大学、流通事業者などとのネットワーク

	<p>を構築し、 [機能性食品の開発] [ブランド化] [販路開拓] 等を行う。</p> <p>カ) 中小企業向け機能性食品の開発に対する支援</p> <p>○中小企業が、自社製品の機能性等に関するデータを取得するにあたり、公的支援機関（かずさ DNA 研究所や産業支援技術研究所）が中心となり、 [試験分析] [技術講習] [情報提供] 等を行う。</p> <p>[農商工連携（農産品分野）]</p> <p>キ) 農商工連携による事業展開に対する助成・ノウハウの支援 [再掲]</p> <p>○県産農林水産物等を生かし、農林漁業者と商工業者等が連携して行う、 [新商品・新サービスの開発] [販路開拓] [研究開発] [関係機関等が行う支援事業（販路開拓支援等）] に要する経費の一部について、「農商工連携事業支援基金」を活用して助成する。</p> <p>○上記助成対象者に対して、資金面のみならず「専門家派遣」による相談・助言を通じたノウハウ支援を組み合わせる。</p>
<p>③経営革新の促進</p>	<p>ア) 経営革新の取組促進に向けた普及・啓発</p> <p>○経営革新計画制度により、他のモデルとなるような取組を行った企業に対する「表彰」を行うとともに、「事例集」を作成・配布する。</p> <p>○「経営革新セミナー」を開催し、経営革新計画制度の説明や承認企業の事例紹介等を行う。</p> <p>○「経営革新計画制度」の普及を図るため、多くの中小企業を顧客に持つ金融機関への制度説明や情報交換を行う。</p> <p>○地域商工団体との連携により、「経営革新計画制度」の普及を図る。</p>

	<p>特に経済活動の活性化が期待できる「アクアライン接岸地域や圏央道沿線地域」における活動を重点化する。</p> <p>イ) 経営革新計画の策定支援及びフォローアップ</p> <ul style="list-style-type: none"> ○経営革新計画策定の意欲がある中小企業に対し、「計画作成から承認後のフォローアップ」まで個別的・継続的に支援し、計画の実現を目指す。 ○経営革新計画承認企業に対して「フォローアップ調査」を実施し、計画遂行上抱える様々な課題の解決に向けたアドバイスを実施していく。 ○経営革新計画承認企業に対して、 <ul style="list-style-type: none"> [県制度融資] [信用保証協会の保証枠の拡大] [政府系金融機関の融資] 等の支援策を講じる。 ○商工会議所・商工会の経営指導員が中小企業の経営革新計画づくりを適切に指導できるよう、「指導員研修」等を行う。 ○「経営革新承認企業交流会」などにより、新たな企業連携や事業拡大の機会を提供する。
<p>④海外市場取引の促進</p>	<p>ア) 海外展開に対する助成等各種支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ○「海外展示会」への出展費用の一部について、ちば中小企業元気づくり基金事業を活用し、助成する。 ○海外展示会や幕張メッセで行う国際展示会において「千葉県ブース」を設け、中小企業の共同出展を行う。 出展を効果的に商談につなげるため、事前の出展情報の周知、商談のセッティング、その後のフォローアップをパッケージ化して提供する。 ○本県の産業支援技術研究所を含む首都圏1都10県の公設試験研究機関が連携し、中小企業の海外展開を支援するため、 <ul style="list-style-type: none"> [海外規格情報の閲覧] [専門相談員による技術相談]

[規格適合性評価試験サービス] [海外規格適合設計支援]
等を行う。

イ) 中小企業の海外展開に関する相談支援

○日本貿易振興機構（ジェトロ）との連携により、海外ビジネスに関する専門家による、

[貿易実務等のアドバイス]

[相手国バイヤー情報・相手国情報の提供]

等を行う。

ウ) 海外におけるトップセールス

○成長著しいアジア市場の活力を取り込むことなどを目的とし、県内企業等の海外販路開拓や外客誘致を図るため、知事の「トップセールス」を行う。



タイにおける
観光プロモーション活動

エ) 国際化セミナーの開催

○国際展開に関する諸問題などのセミナーの開催、貿易実務の人材育成を目的とした「貿易実務講座」を行う。

第2 産学官・企業間連携の促進と技術開発力の強化

1 主な取組事項における基本的考え方

(1) 産学官連携、企業間連携の促進

企業が成長発展を目指していく上で、刻々と変化する市場のニーズに対応するため、製品やサービスの開発を追求し続けていくことが不可欠である。

一方、中小企業は、専門人材・設備・資金等の経営資源が大企業に比べ不足する場合があります。大学や自治体等の産業支援機関、あるいは他の企業と連携し、それぞれが持つ資源や互いの強みを組み合わせて相乗効果を生み出していくことの必要性は高い。

平成 25 年度に県商工労働部が実施したアンケート調査によると、「産学連携・企業間連携の取組実績がある」と回答した中小企業は、全体の 9.8%にとどまる。

他との連携は、製品開発や技術レベルの向上といった本来の目的に加え、自社にはない刺激を外部から受けることで、人材面でのスキルアップが図られることも重要な視点であるとの指摘がある。

特に、本県には、千葉大学、千葉工業大学、東京大学、東京理科大学、日本大学等の多くの理工系大学、研究機関や高い技術を持つ中小企業が集積しており、これらを積極的につないでいく取組により、新製品・新技術の開発、ひいては経営の向上に結びつけることが期待される。



「大学等研究交流サロン」における研究シーズの発表（電気自動車関連技術）

(2) ベンチャー企業・研究開発型企業の支援

成長意欲溢れるベンチャー企業や研究開発型企業の活力は、雇用を生み出すとともに、情報通信、環境、医療・福祉等、次世代を支える分野でのイノベーションを担うなど、本県経済の活性化に幅広い好影響をもたらすものとなる。

県内には、これらの企業群の創出をはじめ、企業の成長段階に応じ、産学連携による共同開発のコーディネーターや、販路開拓、資金調達等の経営相談に応じるトータルサポートを視野に、「東葛テクノプラザ」「かずさインキュベーションセンター」及び「ベンチャープラザ船橋」などの公的インキュベーション施設が整備されている。

現在、その数は、施設数が 13、貸室数が 251 となっているが、過去、この中から、超小型衛星や再生医療関係などのユニークなビジネスモデルも数多く生まれてきた。

本県の技術開発力をリードするような企業が、さらに他の企業を刺激し、牽引することで、県内にベンチャー企業の成長の輪が広がっていくような循環を生み出していくことが重要である。

多くのインキュベーション施設や、連携のパートナーとなる理工系大学、研究機関を有する本県の優位性を十分に活かし、成長発展に果敢に挑戦する企業の取組みを支援していく。

(3) 技術力の向上と新技術の導入促進

中小企業においても、多様化・高度化する市場ニーズや、顧客である大企業の海外展開などの外部環境の変化に対応するため、常に、技術の高度化や付加価値の高い製品づくり、納期のスピード化といった面での優位性を追求し続けなければならない。

他方、高額の試験研究機器や専門的な人材を常に確保しておくこと等が困難な場合も多く、県では、こうした中小企業のニーズに応えるために、「産業支援技術研究所」や「東葛テクノプラザ」等の技術支援機関を設置し、中小企業の研究開発、技術相談、人材育成等、多岐に渡る支援を行っている。

こうした機関を、ものづくり中小企業に十分活用して頂くため、各機関においては、積極的な PR 活動はもとより、保有する試験研究機器の更新・充実や、施設の再編・統合

の検討など、不断の機能向上に努めていく必要がある。

(4) 知的財産の保護及び活用

厳しい市場競争にさらされている中小企業は、他との差別化のため、常に付加価値の高い製品・商品、サービスの開発を続けている。

こうした過程で生み出される新技術や独自技術等は、中小企業にとってかけがえのない財産であり、その技術を、特許等の知的財産権として、適切に保護、活用する必要がある。

また、オープンイノベーションという視点から、大企業や大学等の研究機関と中小企業との技術交流を進め、中小企業への開放特許などの技術移転等により、新事業の展開を図っていくことができるような環境を作りだしていくことも欠かせない。

他方、人的・資金的に余裕のない中小企業が知的財産の保護等について専門的に取り組もうとする場合、どうしても一定の限界が生じてしまうことがある。

これらの課題に、個別的・専門的に丁寧な相談に応じるとともに、基礎知識の研修等を通じた支援を行っていく。

(5) デザイン力の強化

製品や商品の競争力の強化の上では、企画・開発段階、宣伝・販売促進段階における製品等の「デザイン戦略」をどうするかといった課題はもとより、コーポレートアイデンティティ（C I）の展開やブランディングといった企業全体のイメージの向上に関わる活動など、企業活動全般において「デザイン」を有効に活用していくことが求められる。

中小企業は専門人材が不足しがちであるが、そのような中でも、デザイン活用に向けた前向きな取組みを行うことで販路拡大につなげようとする企業に対し、ポイントにおいて専門人材を派遣するなど、公的機関ならではの機動的なフォローを行っていく。

2 地域勉強会、研究会等での意見

- 産学連携での成功企業、経営革新計画による成功事例、新サービスの成功事例を広めれば良い。(研究会)
- 1社だけでは出来ないことを、いかに連携して解決していくか。(研究会)
- 研究開発助成などの募集回数は、年に一回ということではなく増やした方が良い。(勉強会・葛南)
- 産学官連携と言われ続けているが、企業、行政、研究機関がそれぞれどのような役割を果たすべきか、他への要求だけでなく企業自身何ができるか考えるべき。(勉強会・千葉)
- 産学官のそれぞれが、視点を変えて交流しあうことが大事。(勉強会・印旛)
- 異業種交流会等でネットワークを作り、できるという所に繋ぐことが大事。(勉強会・印旛)
- 自分がやるのか、誰かに頼むか、知恵を借りるか。中小企業にはネットワークが大事。(勉強会・印旛)

3. 具体的な取組事項

施策	概要
① 産学官連携・中小企業間連携による研究開発等の促進	<p>ア) 産学官連携による共同研究に対する助成</p> <p>○公的研究機関や大学と共同で行う「高度研究開発」に要する経費に対し、「ちば中小企業元気基金事業」を活用し、助成を行う。</p> <p>イ) コーディネーターによる産学連携の促進</p> <p>○産業振興センターに、産学官の連携による技術開発・新製品開発等を推進するための「研究開発コーディネーター」を配置し、</p> <p>[企業ニーズ・研究シーズのマッチング]</p> <p>[研究資金の獲得支援] [共同研究プロジェクトの進捗管理]</p>

[研究成果の事業化支援]

等を行う。

ウ) コーディネーターによる中小企業間連携の促進

- 中小企業間の連携による技術開発・新製品開発等を推進するための「コーディネーター」を配置し、企業連携による技術開発や事業化に向けた支援を行う。

エ) ネットワーク活動による産学官連携の促進

- 新事業や新製品開発に意欲的な企業と大学等の研究機関が参画する「ちば新事業創出ネットワーク」において、産学官交流の場を設けるとともに、セミナーの開催等を通じ、連携を促進する。

オ) 千葉大学サイエンスパークセンターの活用

- 「千葉大学サイエンスパークセンター」を核とし、県内大学と中小企業との共同研究促進として、
[研究スペースの提供] [技術講習会] [技術相談]
等を行う。

カ) バイオ関連産業における連携の推進

- 企業、大学、研究機関、経済団体等で構成される「千葉県バイオ・ライフサイエンス・ネットワーク会議」が中心となり、情報交換や交流を図ることで、共同開発や事業高度化等を支援する。

[健康医療ものづくり分野] [再掲]

キ) 「ちば健康・医療ものづくり産業支援推進会議」(構成：千葉県、支援機関等)の設置による支援

- 中小企業の新規参入や医工連携による製品開発を促進する。
- 医療機関や医工系大学等のニーズと中小企業のシーズを結び付けるプロジェクトを実施する。

○健康・医療ものづくり産業に進出している中小企業や、参入意欲を持つ中小企業をネットワーク化し、必要な情報を提供する。

ク) コーディネーターの配置 [再掲]

○臨床現場とものづくり現場の双方を熟知した「医工連携コーディネーター」を配置し、

[薬事法等に関する相談・アドバイス]

[医療機関や大学等のニーズ、中小企業のシーズのデータベース化]

[商談会や個別面談によるマッチング]

[新規参入に関するセミナー]

等を行う。

【機能性食品分野】 [再掲]

ケ) 異業種連携ネットワークによる機能性食品開発・販路開拓等の支援

○食料品製造業者、生産者、大学、流通事業者などのネットワークを構築し、

[機能性食品の開発] [ブランド化] [販路開拓]

等を行う。

コ) 中小企業向け機能性食品の開発に対する支援

○中小企業が、自社製品の機能性等に関するデータを取得するにあたり、公的支援機関（かずさ DNA 研究所や産業支援研究所）が中心となり、

[試験分析] [技術講習] [情報提供]

等を行う。

<p>②ベンチャー企業・研究開発型企業の育成支援</p>	<p>ア) インキュベーション施設によるトータル支援</p> <p>○東葛テクノプラザ、かずさインキュベーションセンター等の公的インキュベーション施設において、 [貸事務所等の提供] [インキュベーションマネージャー（IM）による経営相談、産学共同研究・企業間連携のコーディネート] 等、ベンチャー企業の成長段階に応じたトータルサポートを行う。</p> <p>イ) ファンドによる資金調達支援</p> <p>○成長企業への投資資金を供給するため「ちば新産業育成ファンド」を活用した資金供給を行う。 ※ファンド規模：10億円</p> <p>ウ) 官民一体となったベンチャー企業の育成</p> <p>○「ベンチャー企業と投資家とのマッチングの場」を創出するため、経済団体・銀行・投資会社等と連携して運営するベンチャー企業支援組織「ベンチャークラブちば」の主催による「ビジネスプラン発表会」等を開催する。</p> <div data-bbox="453 1256 940 1608" data-label="Image"> </div> <p>ビジネスプラン発表会</p>
<p>③技術力の向上と新技術の導入支援</p>	<p>ア) 研究開発に対する助成</p> <p>○中小・ベンチャー企業の「新技術の研究開発」等に要する経費に対し、ちば中小企業元気づくり基金事業を活用し、助成を行う。</p>

イ) 県産業支援技術研究所、東葛テクノプラザによる技術支援

○「産業支援技術研究所」及び「東葛テクノプラザ」において、中小企業の技術開発力向上、ベンチャー企業の創出・育成、産学官連携による新産業の創出等を目指し、

[依頼試験] [機器設備使用] [技術相談]

[研究開発] [技術情報の提供] [人材育成]

等の支援を行う。

ウ) 認定制度による支援

○「千葉ものづくり認定製品」制度により、中小企業の優れた製品や独創的な製品を認定し広く紹介し、技術開発に対する評価の周知を図る。

また、認定製品は「販路拡大」のための助成（ちば中小企業元気づくり基金事業）対象とし、資金面での支援をあわせて行う。



千葉ものづくり認定製品
手間をかけずに野菜が作れる
インテリア照明
(有) 葉っぱ屋

**④知的財産の
保護及び活用
支援**

ア) 知的財産に関する相談支援

○（公財）千葉県産業振興センター内に「知財に関する専門家」を配置し、

[特許等に関する課題解決]

[大企業や大学等研究機関の開放特許導入と自社特許の流通移転]

[特許出願のための技術調査アドバイス]

等の支援を行う。

○弁理士などによる「専門家相談会」を県内各所で実施する。

	<p><u>イ) 知的財産に関するセミナー等の実施</u></p> <p>○中小企業が知的財産を戦略的に活用して事業展開できるように、知財契約や海外特許出願の基礎知識等に関する「知的財産セミナー」等を開催する。</p>
<p>⑤ デザイン 活用の支援</p>	<p><u>ア) デザイン活用に関する相談支援</u></p> <p>○販路拡大において重要なデザイン活用について、デザイナー等の「専門家派遣」を行い、支援する。</p> <p><u>イ) デザイン活用事例を紹介する展示会の開催</u></p> <p>○既存製品に活用できる、県内大学の知見を活かした新規デザインの提案を募集し、事例として大型店舗等に展示して効果を確認するとともに、広くデザインの魅力を紹介する。</p> <p><u>ウ) セミナーの開催</u></p> <p>○中小企業のデザイン実践力を強化するための「ワークショップ形式のセミナー」を開催する。</p> <p><u>エ) ホームページを活用した普及啓発</u></p> <p>○デザインを活用して実績を挙げている中小企業情報をホームページで発信し、デザイン活用の重要性の普及啓発に取り組む。</p>

第3 経営基盤の強化

1 主な取組事項における基本的考え方

(1) 資金調達の円滑化

中小企業が事業活動を行う上で真っ先に直面する課題は資金調達であるが、信用力や担保力が不足している等の理由により、民間金融機関からの資金調達が困難な場合がある。また、景気の影響を受けやすいことから、景況が悪化すると資金繰りに支障を来しやすい。

そこで、県では、中小企業に必要な事業資金を円滑に供給するため、低利かつ長期固定の融資制度を設けている。

県制度融資の利用状況は、平成 20 年秋の世界的な金融・経済危機や東日本大震災を受けて、経営が悪化している企業を対象とした「セーフティネット資金」の需要が急増したことから、融資残高は過去最大規模の水準で推移している。

しかし、現在、景気の持ち直しに呼応するように、資金需要は、「セーフティネット資金」から一般的な資金使途である「事業資金」にシフトしてきている。

デフレ脱却の正念場を迎えている中で、中小企業が円滑な資金調達を行えるよう、今後も適切な融資枠を確保するとともに、経済環境や中小企業のニーズの変化を踏まえ、より利用しやすくなるよう、制度融資の内容を見直していく必要がある。

(2) 販路開拓の促進

中小企業は、高い技術力や革新的なサービスを有しながらも、知名度が低い、販売ルートがないなどの理由から、大企業に比べて、販路の確保・拡大が難しい面がある。

平成 25 年度に県商工労働部が調査したアンケート調査によると、県産業振興センターの支援制度を活用した企業において、「販路開拓」は「資金調達」に次いで多くの企業が支援策を活用しているという結果であった。

特に、現在動いている東京湾アクアラインの低料金化や圏央道の開通など、本県の主要プロジェクトの効果を中小企業の販路開拓に結び付けていく視点から、取組を強化していくべきである。

中小企業は、少ない従業員の中で、日々のルーティンな活動に忙殺されている場合も多いが、それでも、販路開拓に向けた取組を戦略的に展開し、景気の影響を大きく受けやすい「下請け依存構造からの脱却」を図っていくことが重要である。

そこで、融資や助成などによる支援はもとより、専門家によるノウハウの提供、受発注をつなぐ情報支援、商談や交流の場づくり、IT化や海外への挑戦など次のステップへの移行の後押しなど、トータルサポートを心掛けながら、支援を進めていく。



展示会における販売促進活動

(3) 事業承継と事業再生支援

中小企業の事業承継問題の深刻さが増している。

2014年版「中小企業白書」によると、1982年に自営業主の年齢構成のうち、最も多くを占めていたのは45～49歳であったが、2012年にはそれが60～64歳となり、70歳以上の割合も過去最高となった。

また、中小企業庁の調査によると、特に小規模企業においては、事業継続を希望する経営者が5割以上いるにもかかわらず、「後継者がいない、見つからない」という後継者難により廃業を余儀なくされているケースが半数以上（約55%）ある、という結果が出ている。

中小企業の廃業は、地域における雇用の場の喪失があるだけでなく、地域経済圏の中の一部を構成していた経済活動が丸ごと地域から流出していくことを意味し、取引関係のあった近隣の企業にとっても、大きな痛手となる。

子どもが都会に出てサラリーマンとなり事業を継ぐ気がない、という声も多いが、最近では、都会から地域に拠点を移したいという若者もあり、親族への承継のみならず、こうした第三者への承継を視野にしたマッチングなどの可能性もある。

事業承継に向けた早期の準備を促すための啓発活動などを含め、関係機関と連携しながら、対応をしていく。

また、事業再生については、企業の大切な経営資源を喪失することなく、再チャレンジの機会を生み出すとともに、中長期的な視点に立てば、今後の県経済の生産性を維持・向上させるための企業再編の手法としても重要であり、再生の可能性を見極めたうえで、対応を図っていくべきである。

現在、本県を含む全国の都道府県に「中小企業再生協議会」が設置されており、各種相談に応じているところであるが、事業の将来性の見通しが立つ場合には、負債などの財務上の問題があったとしても、ファンドなどの資金的な支援を含め、積極的な取組みを講じていくことが必要である。

(4) リスクマネジメント支援

企業取引の複雑化、多様化により、国内のみならず海外の環境変化など、リスクに遭遇する確率は上昇している。また、情報化による取引のスピード化は、短期間の取引停止がもたらす影響を増大させている。

東日本大震災の教訓も踏まえ、緊急事態の場合でも、中小企業が力強く継続し、県の経済的損失を最小化するためにも、事業継続計画（BCP）の策定をはじめとした取組体制を整えておくことが大切である。

平成 25 年度に県商工労働部が行ったアンケート調査によると、BCPを認知している企業は全体の約 3 割、BCPを策定した企業は 6.2%という結果であった。

策定ができていないのは、「ノウハウがない」、「人員や資金に余裕がない」等との理由

からであるが、企業の自助努力をベースにしながら、負担軽減を図るための支援を講じていく。

(5) 環境負荷低減・再生可能エネルギー活用促進に向けた取組

低炭素社会へ向けた社会の要請を背景として、中小企業においても省エネ・省資源等への取組を進めていく必要がある。

省エネ・省資源は、経費節減効果があり、経営基盤の強化につながるものであるが、企業の地域貢献・社会貢献という側面もあり、中小企業が取り組む意義は大きい。

しかし、資金・人材の不足等の要因もあり、大企業に比べて中小企業の取組は遅れているのが現状である。

国においても、中小企業に対する省エネ・省資源等に関する各種支援施策が拡充されつつあるが、併せて、県においても重層的な支援に取り組んでいく。

また、いわゆるエネルギーシフトにより、再生可能エネルギーの活用を進める動きがある中で、中小企業にとっての新たな市場参入の機会が生じてきている。

地域の中小企業が、地域資源を活用し、発電事業等に関わっていくことにより、地域内の資金循環が高まっていくことが期待されることから、この分野への中小企業の進出に着目した取組も重要となってくる。

(6) IT 利活用による生産性の向上

IT の利活用も、中小企業の経営革新のために大切な視点である。

IT は、サービスの高付加価値化、業務プロセスの効率化、販促ツールの多様化など、戦略的に活用していくことで企業の生産性や利益向上に結び付けていくことができる。

近年は、ブログや SNS、Twitter などのソーシャル・メディアやビッグデータの活用等により、今までは考えられなかったようなマーケティングも可能となってきている。

また、IT の利活用は、生産性や利益の向上だけではなく、これにより、新たなビジネスモデルを作り出すことができるという視点にも着目すべきである。

一方で、中小企業においては、IT の利活用を進める上で、知識・技能の不足、人材の不足を課題に挙げる所が多い。

専門家派遣による丁寧なハンズオン（寄り添い型）支援と併せ、中小企業が IT 化に向けた一歩を踏み出すための普及啓発などを行っていく。

（7）小規模事業者の経営基盤強化

小規模企業は、本県の中小企業のうち約 87%を、また、常用雇用者数では約 19%を占めるが、その数は大きく減少している。

他方、地域の創生が課題となる中、地域社会に根付いて活動しているケースは多く、小規模企業の「地域経済・地域社会の担い手」としての存在意義について再評価が進んでいる。

県が昨年度に行った地域勉強会や研究会でも、「中小企業を一くくりに考えるべきではない」、「規模の拡大を求めずとも地域で持続する企業支援の考え方が今までの戦略では漏れ落ちていた」等の指摘を受けているところである。

小規模企業は、地域において雇用の受け皿となっているほか、仕入れや販売を同一・近隣市町村内で行っていることが多く、地域経済の主要なプレイヤーとなっている。

また、地域の支援機関をはじめ、様々な主体との連携などによる地域活動を通じ、「地域づくり」にも欠かせない重要な存在である。

こうしたことから、地域特有の需要を的確に捉え、それに機動的に対応するための創意・工夫を行っていく小規模企業を積極的に支援していく。

2 地域勉強会、研究会等での意見

- 融資の際の物的人的保証について、それ以外の採用努力などの目に見えない資産も評価対象にして欲しい。担保主義からの脱却が必要。(勉強会・千葉)
- 「販路拡大したい」と言う時に資金がない。マーケティングへの補助金は大きい。(研究会)
- 知事のトップセールスは大事。経済人と一緒に積極的に行うべき。(研究会)
- 事業承継を課題に思っているところは非常に多い。何から手をつけたらよいかわからないところが多い。(勉強会・印旛)
- 事業承継が大きな課題。第二創業等とみなして起業・創業同様のサポートをすべき。また、中規模企業ではM&Aという必要性が出てくる。(研究会)
- 事業承継はやってみる気がある若者と後継者のない事業者をつなぐ窓口が欲しい。(研究会)
- 小規模零細企業と中小企業を一くくりにするべきではない。(研究会)
- 小企業である個人事業主のサポートが必要。今まで抜け落ちていたこと。(研究会)
- 県では、中小企業向けに設備投資のマイレージ制度を考えているようだが、これは良い。(勉強会・千葉)

3 具体的な取組事項

施 策	概 要
①資金調達の円滑化・設備投資の支援	<p>ア) 制度融資による資金調達</p> <p>○中小企業の様々なニーズに対応し、低利かつ長期固定の融資を行う。</p> <p><資金メニュー></p> <p>◇一般的な資金使途の資金</p> <p>[事業資金 (長期資金)] [サポート短期資金 (短期資金)]</p> <p>[小規模事業資金 (小規模事業者向けの長期資金)]</p> <p>[創業資金 (創業する方向けの資金)]</p> <p>[挑戦資金 (経営革新計画等を受けた方向けの資金)]</p> <p>[経営力強化資金 (経営改善等に取り組む方向けの資金)]</p>

[セーフティネット資金（経営が悪化した方向けの資金）]

[再生資金（事業再生を図る方向けの資金）]

◇県の施策を特に推進するための資金

[障害者雇用資金] [観光施設資金] [環境保全資金]

[企業立地資金]

特に、中小企業の活性化に向けて「創業」「事業再生」に対する資金繰り支援を充実させる。

[創業資金]

創業者を積極的に支援するため、融資枠の拡大や、融資限度額を自己資金までとする制限の緩和

[再生資金]

事業の再生局面にある企業を積極的に支援するため、保証料の軽減や金利の引き下げなど借入負担の軽減

イ) 信用保証料の助成

○小規模事業者の借り入れ負担の軽減を図るため、売上の減少など経営が悪化している場合に、信用保証料の一部を助成する。

ウ) 経営者保証に依存しない融資制度の推進

○経営者の個人保証に依存しない融資の推進を図るため「経営者保証に関するガイドライン」の周知を行うとともに、本ガイドラインを利用できるよう、経営改善に向けた指導を行う。

○制度融資において、経営者保証に依存しない融資手法による資金調達を検討する。

エ) 中小企業の設備投資を支援するための助成・融資

○中小企業の再投資向け補助制度の創設

（3年間の累計の投資額が2億円以上の場合、1回の投資とみなし

	<p>補助対象とする)</p> <p>○上記補助制度と制度融資（企業立地促進資金）を組み合わせで一体的な支援を行う。</p>
<p>②販路開拓に向けた支援</p>	<p>ア) 販路開拓に対する助成</p> <p>○「ちば中小企業元気づくり基金事業」により、 [市場開拓を図るための展示会出展に要する費用] [市場調査に要する費用] の一部を助成する。</p> <p>イ) 商談会等の開催による支援</p> <p>○中小企業の販路拡大を支援するため、商談会や物産展等を開催する。 特に、県内大手企業の立地効果を中小企業への波及、圏央道等のインフラ整備の効果を活かした広域的な取引拡大、地域の小規模企業の販路拡大等を視野に、関係機関と連携しながら実施していく。</p> <p>[新技術、新製品展示商談会] ※対象：開発型中小企業 大手企業に対し、自社の技術や製品を提案する</p> <p>[広域商談会] ※対象：下請中小企業 近接都県と連携して開催し、首都圏域での取引拡大を図る</p> <p>[個別マッチング商談会] ※対象：下請中小企業 発注企業1社に対する商談会を開催する</p> <div data-bbox="459 1563 983 1944" data-label="Image"> </div> <p>展示会の開催</p>

ウ) 受発注取引（下請取引）の斡旋

○企業訪問による受発注企業間の斡旋

（公財）千葉県産業振興センター内に発注開拓員及び下請け取引専門指導員を配置し、企業訪問による下請け取引の斡旋や経営上の問題の相談に応じる。

○インターネットを活用した情報提供

取引斡旋を希望する企業を登録し、月に 1 回、FAX やメールで受発注情報を提供する。

エ) 専門家による総合的なアドバイスの実施

○（公財）千葉県産業振興センター内にマーケティングの専門人材を配置し、中小企業の抱える販路開拓における課題解決に向けたアドバイスを行う。

また、併せて販売策の紹介や製品仕様に関する技術的なアドバイスを行う。

オ) 認定制度の活用によるプロモーション支援

○「千葉ものづくり認定製品制度」により、中小企業の優れた製品や独創的な製品を認定し、プロモーション支援と販路拡大のための助成（ちば中小企業元気づくり基金事業）を行う。

カ) ポータルサイトによる情報発信

○中小ものづくり企業の販路開拓を支援するため、県ホームページ内で「千葉県ものづくりネットワーク」というポータルサイトを運営し、「セールスポイント」や「技術の強み」などの情報を発信する。

○中小企業のインターネットによる販路拡大を促進するため、IT 専門家等による相談支援を行う。

**③事業承継と
事業再生支援**

ア) 事業承継に向けた支援体制の強化 [再掲]

○事業承継に関する助言や情報提供を行う「事業引継ぎ相談窓口」を設置している千葉商工会議所と連携し、後継者がいない事業者と、事業引き継ぎを希望する企業間のマッチングや M&A に関する支援の充実を図る。

イ) 事業承継に向けたセミナーの開催

○関係機関と連携し、事業承継に必要な早期の準備や後継者対策等に関するセミナーを行う。

ウ) 市町村・金融機関との連携の強化

○特に事業承継、後継者対策が深刻な地域において、市町村や地域金融機関との連携を強化するため、共通認識を図るための合同勉強会等を行う。

エ) 助成による支援 [再掲]

○事業承継の際、地域資源や経営資源を活用して新事業進出等を図る取組（第二創業）に対して「ちば中小企業元気づくり基金」で助成する。

オ) 事業再生の支援

○金融機関が保有している債権の買取りなどにより債務の軽減を図るとともに継続的な経営支援を行う「千葉中小企業再生ファンド」や「千葉県中小企業再生支援協議会」、「中小企業支援ネットワーク会議」構成機関と連携し、事業再生に向けた取組を支援する。

※ファンド規模 20億円

○事業の再生局面にある企業を支援するため、制度融資の「再生資金」により低利かつ長期固定の融資を行うとともに、保証料を軽減し、借入負担を軽減する。

<p>④リスクマネジメント支援</p>	<p><u>ア) 事業継続計画（BCP）策定の支援</u></p> <p>○災害や新型インフルエンザなどの緊急事態への対応として、 [チャレンジ企業支援センターにおける相談及び専門家派遣] [支援機関向け手引書の作成] 等により、事業継続計画（BCP）の策定の取組を支援する。</p> <p><u>イ) 事業継続計画（BCP）策定に向けた啓発活動</u></p> <p>○事業継続計画（BCP）策定の重要性の理解が進むよう、 [事業所向け啓発リーフレットの作成、配布] [HP やメールマガジンによる周知] [BCP セミナーの開催] 等により、啓発活動を行う。</p>
<p>⑤ 環境負荷低減に向けた取組</p>	<p><u>ア) 環境保全の取組への融資</u></p> <p>○制度融資（環境保全資金）による融資を通じ、資金調達を行う。 [地球温暖化防止] [水質汚濁防止] [環境管理システム認証の取得] [容器包装廃棄物の再商品化] 等</p> <p><u>イ) 融資に対する利子補給</u></p> <p>○「環境保全資金」による融資を受けた事業所に対する利子補給を行う。</p> <p><u>ウ) ちばエネルギーエコ宣言事業所登録制度の推進</u></p> <p>○省エネ対策や再生可能エネルギーの導入に積極的な事業者を登録し、登録事業所をホームページなどで広く紹介することを通じ、事業者の取組を促進する。</p>

	<p>エ) 再生可能エネルギー事業への参入促進</p> <p>○地域の資産（土地や建物）の有効活用を図るとともに、地域における資金循環を高めていくため、中小企業の再生可能エネルギー事業への参入支援を図る。</p> <p>[ワンストップ相談窓口]</p> <p>[ちば中小企業元気づくり基金による助成]</p> <p>[制度融資による資金調達]</p> <p>[公有資産（土地・建物）の貸し付け]</p>
<p>⑥ IT利活用向上のための支援</p>	<p>ア) 経営課題解決に向けた IT 活用の促進</p> <p>○IT の専門家を派遣し、IT を活用した売上拡大、工期短縮、セキュリティ対策等について、提案や技術的なアドバイスなどを行う。</p> <p>イ) 経営における IT 活用セミナーの開催</p> <p>○IT の戦略的活用方法や、IT を活用したことにより経営革新に成功した実践例等を紹介するセミナーを開催する。</p> <p>ウ) 起業・創業に対する支援 [再掲]</p> <p>○IT を利活用して行う起業・創業や第二創業に必要な事業経費に対し、助成や融資による資金調達のほか、「専門家派遣」による相談や助言を通じたノウハウの支援を行う。</p>
<p>⑦小規模事業者の経営基盤強化</p>	<p>ア) 制度融資による資金調達 [再掲]</p> <p>○特に経営基盤の弱い小規模事業者に対し、通常の事業資金より低利で借りられる融資を行う。</p> <p>イ) 信用保証料の助成 [再掲]</p> <p>○小規模事業者の借り入れ負担の軽減を図るため、売上の減少など経営が悪化している場合に、信用保証料の一部を助成する。</p>

ウ) よろず支援拠点における総合支援機能の強化

- 全国の産業支援機関に設けられた「よろず支援拠点」において、特に地域の小規模企業支援に着目しながら、
[攻めの相談支援：地元の金融機関や支援機関などと連携を図り、地域に出かけて企業の支援ニーズを掘り起こす]
[商工会等地域支援機関の支援能力向上のための勉強会・情報提供]などを行う。

エ) 小規模事業者を支える市町村との連携

- 県と市町村の連携を深め、地域に根付く小規模事業者の支援を検討実施するため「(仮) 県・市町村ラウンドテーブル」を設置する。

オ) 小規模事業者を支える地域支援機関の機能強化

- 地域の総合的な支援機関であり、小規模事業者を支えている「商工会議所」・「商工会」の意欲的な企業支援の取組が、適正に反映される補助制度の仕組みを構築する。
- 商工会議所や商工会が、地域経済の活性化に積極的に取り組むため、自ら企画提案する地域の特性を踏まえた特色のある創造的な事業に対し、助成を行う。

カ) 小規模企業者等の設備導入に対する支援

- 千葉県産業振興センターが行う設備貸与事業の根拠法令である「小規模企業者等設備導入資金助成法」が平成 27 年 3 月に廃止されるが、引き続き、小規模企業者等が設備導入を円滑に行う事ができるよう、新たな設備導入支援制度を検討する。

キ) OB 人材やシニア人材による支援

- 地域に戻ってきた企業 OB やシニア人材の知識・経験を活かし、小規模事業者等に伴走的な経営支援を行うための取組を検討する。

第4 地域づくり、まちづくりと連携した中小企業の活性化

1 主な取組事項における基本的考え方

(1) 地域と連携した商店街活性化、住民・大学等との連携の促進

商店街は、地域と共に歩み、商いを通じて地域に貢献し、発展してきた。地域住民の暮らしに必要な商品・サービスを提供する「買物の場」とすると同時に、「コミュニティの場」であり「まちの顔」でもある。

一方、商店街をはじめとする中小小売商業を取り巻く経営環境は、消費者ニーズの多様化、中心市街地の空洞化、インターネットに代表される IT 化の進展等の中で大きく変化しており、弛まない自己変革が求められている。平成 24 年度に県商工労働部が行った「商店街あり方検討会」では、今商店街活性化に向けての支援の方向性として、

- 中長期的なビジョン（方向性）に基づく事業の実施
 - 商店街の枠を超えた「まち単位」「地域単位」の取り組み
 - 活動を牽引するリーダーの育成
- 等を取組みの柱として整理した。

商店街を取り巻く経営環境の変化に対応するためには、商いを通じた地域への貢献が、存続・発展していく上での原点と考えられ、地域と連携した取組が成果を挙げる事例が散見されるようになってきている。商店街が地域社会の共感を得ながら、商店街自身の活性化と地域の活性化とが循環していくような取組みを進めていくことが重要である。



谷津遊路商店街（秋まつり）

また、中小企業の中には、地域の課題を受けとめ、住民等と一緒に改善に取り組む姿も見られる。こうした姿勢や取り組みには、行政としても頭の下がる思いであり、

その感謝の輪を広げていくことが必要である。

「地域づくり」における中小企業の主体的な役割と、その重要性に対する理解を深めていく、という視点も忘れてはならない。

さらに、例えば「地域活動を通じて地域に貢献したい」という元気な高齢者も多く、また、若者をはじめ、あらゆる世代で、地域再生の思いを持ち、行動する人々が増えてきている。そういう方たちの力と地域における企業活動、観光プロモーション、商店街活動などが結び付き、地域の活性化につながっていく可能性もある。

こうした結び付きを、県ならではのネットワークを活かしながら、いかに作っていくか、という視点も必要である。

(2) 地域資源の掘り起こし、農商工連携などの活用による地域産業の振興

近年、地域の「強み」となる地域資源（農林水産物、鉱工業品とその生産に係る技術、観光資源等）を活用して新商品や新サービスを開発し、全国や海外への市場に打って出る取組が活発化している。

こうした資源を活用した事業は、地域の中小企業等の知恵とやる気を活かし、地域活性化を進めていく上での原動力となり得る。

2014年版「中小企業白書」では、地方経済の厳しさが続く中で、地域資源を活用していくことこそが「地域活性化の切り札」とであると位置付けている。

地域資源という場合、「農林水産物」や「観光資源」を挙げる自治体が多い。

本県も、三方を海に囲まれた自然豊かな地理的条件を有し、年間を通じて温暖な気候に恵まれており、これらの資源が豊富であることに加え、また、首都圏の一大消費地に近接するというメリットも強みである。

商品化された地域資源を、東京湾アクアラインや圏央道、外環道、成田空港など、本県が誇るネットワークを最大限に活用し、全国そして海外にまで販路を拡大させていく視点は大変重要である。

また、地域に埋もれている資源を掘り起こして光をあて、事業化を進めていく上では、農商工連携など、分野を超えた、地域の様々な担い手の連携と役割分担の下で、創意と

工夫を結集させながら取り組んでいくことが有効である。

産学官民の連携協力のもと、特色のある商品化と地域ブランドの確立を目指し、事業化までの各段階に応じた支援を提供しながら、地域からの幅広い新事業の創出を促していくことが重要である。

さらに、少子高齢化と人口減少といった中長期的な社会の趨勢の中で、地域社会で発生する様々な社会的ニーズや課題へ対応するため、コミュニティビジネスなど、新たな事業形態の創出も進めていくべきである。

(3) 観光による地域の活性化

本県は「花」や「海」をはじめとする豊かな自然に囲まれ、数多くの歴史的・文化的資源、新鮮な海や大地の恵みなど、多様な魅力に溢れている。

観光は幅広い分野に影響を及ぼす裾野の広い産業であり、観光産業に関わる中小企業も大変多い。

特に海外からの観光客誘致に関して、平成 25 年に「年間訪日観光客数が 1 千万人」が達成され、政府はさらに 2020 年に向けて 2 千万人の高みを目指すとしており、この動きに呼応するように、様々な自治体が取組を強化させるなど、自治体間競争も活発化している。

本県でも、平成 26 年 3 月に「第 2 次観光立県ちば推進基本計画」を策定し、「おもてなし半島・ちば」をキャッチフレーズに、様々な観光振興施策を展開していくこととしている。

この計画では、特に、観光誘客に大きな影響を及ぼすインフラの整備が本県において着々と進んでいることの効果を戦略的に活用する視点が盛り込まれている。

「東京湾アクアライン」は、平成 25 年度に終了とされていた通行料金の大幅な料金引き下げが継続し、また、交通渋滞が頻発する都心を通過せずに本県と東・西日本を結び付ける「圏央道」の整備の進展、「成田空港」の発着回数 30 万回化合意等による LCC の就航増加など国内からのアクセス向上、さらに、「東京オリンピック・パラリンピック」の開催決定も観光振興の起爆剤として期待される場所である。

こうしたプロジェクト等の効果を最大限に生かし、着実に県内各地への観光誘客につなげ、観光振興と絡めた中小企業の活性化を図っていく必要がある。

2 地域勉強会・研究会等での意見

- 新しい需要の掘り起こしが重要だが、地域の中で話し合われなくなっている。
(研究会)
- 地域密着型最大企業は市町村。市町村は事業者と共通目的を持ち連携できる。(研究会)
- 地域振興と企業の活性化を共に議論すべき。両方を考える場を作ってほしい。(研究会)
- 外部から見たその地域の良さを発信し、地域自身を再認識してもらう流れが必要。
(研究会)
- 地域活動を頑張りたいと思っている高齢者と議論をする場を設けることで、中小企業、観光、商店街の活性化に結びつくかもしれない。(研究会)
- 商店主でイベントを行おうとしても参加するのは一部。住民を巻き込み、商店の活性化やまちづくりを行わないと。(勉強会・印旛)
- 専門家に客観的に商店街の現状分析をしてもらい、後に活かしたい。(勉強会・夷隅)
- 古い街路灯の撤去が必要だが費用がない。補助してくれればありがたい。(勉強会・印旛)
- 特に観光が重要。県、市町村、中小企業も含めコラボレーションできれば良い。
(研究会)
- 東京オリンピック・パラリンピックの開催で千葉や成田への滞在時間を延ばすような施策が必要。(研究会)

3 具体的な取組事項

施 策	概 要
①商店街活性化の取組への支援、住民・大学等との地域連携の促進	<p><u>ア) 商店街活性化の取組に対する助成</u></p> <p>○商店街活性化に向けた、 [地域住民のニーズ把握・調査・現状分析等、中長期的な商店街の活性化策をまとめるための取組] [街路灯LED化、空き店舗対策、買い物弱者支援、集客イベント等の取組等、中長期的な活性化計画に基づいて実施する取組]</p>

[商店街単位で解決できない課題に対応するため、新たな担い手が取り組む「提案型」事業]
の実施に対し、必要経費の一部を助成する。

イ) コーディネーターによる支援

○地域商業の課題解決に向けた計画づくりの支援や、事業を行う上で
のアドバイスを行う「コーディネーター」を商店街に派遣する。

ウ) 子育て支援と商店街活性化との連携

○企業（商店）等の協賛により、子育て家庭が商店街等で各種割引等
のサービスを受けられる子育て支援事業（子育て家庭優待カード
チーパス）を行う。

エ) 講座による商店街リーダーの養成

○商店街の運営をリードする、次代の商店街を担う人材を育成する
ための「講座」を開催する。
○上記講座への参加者間の「交流会」を開催し、交流を深めることに
より、商店街相互のネットワーク作りを推進する。

オ) 商業者の「地域貢献ガイドライン」の推進

○商業者の地域貢献や、商業者と大型店との協働の進め方をまとめた
「商業者の地域貢献に関するガイドライン」に基づき、
[商業者からの「地域貢献計画書」の公表]
[大型店やコンビニエンスストアなどとの「包括協定」の締結
（地域貢献活動の促進等）]
などの取組を進める。

カ) 企業等と住民の連携による地域活性化に対する助成

○企業、大学（学校）、地域住民、地域団体等が連携・協働して取り
組む「コミュニティの再生」や「新たなコミュニティづくり」など
の取組に対する助成を行う。

	<p>キ) 中小企業の魅力等発信 [再掲]</p> <p>○「(仮) 地域で頑張る企業紹介」等、中小企業の魅力を伝える冊子を作成し、学校等地域の関係機関に配布する。</p> <p>ク) 生涯大学校との連携</p> <p>○高齢者を地域活動のリーダーや地域の担い手として育成する場である「生涯大学校」の活動と中小企業との連携を図る。</p>
<p>②地域資源の掘り起こし、農商工連携などの活用による地域産業の振興</p>	<p>ア) 農商工連携による事業展開に対する助成・ノウハウの支援</p> <p>○県産農林水産物等を生かし、農林漁業者と商工業者等が連携して行う、</p> <p>[新商品・新サービスの開発] [販路開拓]</p> <p>[研究開発] [関係機関等が行う支援事業(販路開拓支援等)]</p> <p>に要する経費の一部について、「農商工連携事業支援基金」を活用して助成する。</p> <p>○上記助成対象者に対して、資金面のみならず「専門家派遣」による相談・助言を通じたノウハウ支援を組み合わせる。</p> <p>イ) 地域資源を活用した事業展開に対する助成</p> <p>○地域資源を活用し、中小企業者、地域住民、NPO、商工団体等が連携して行う新商品・新サービスの開発に要する経費、企画の実践やイベント実施等に要する経費の一部について、「ちば中小企業元気づくり基金」を活用して助成する。</p> <p>ウ) 地域の経済団体による地域活性化の事業展開に対する助成</p> <p>○商工会議所、商工会、中小企業団体中央会その他の支援機関による、地域資源を活かした企画の実施やントを通じた地域活性化への取組に要する経費の一部について、「ちば中小企業元気づくり基金」を活用して助成する。</p>

	<p>エ) アクアライン・圏央道を活かした地域産業の活性化 <u>(専門コーディネーターの配置、各種助成)</u></p> <p>○アクアラインや圏央道の開通効果を踏まえ、地域の特色ある農林水産物、鉱工業製品、観光資源などの事業化を進めるため、 [地域資源活用アドバイザーによる商品化、事業化に向けたアドバイス、連携先の紹介 等] [試作品開発、市場開拓等への助成] 等を行う。</p> <p>オ) 「中小企業地域資源活用プログラム」の活用促進</p> <p>○地域資源を活かした事業計画として、国の認定により助成や融資等の支援対象となる「地域資源活用プログラム」の活用促進を図る。 [新規案件の掘り起こし] [認定に向けた計画のブラッシュアップ、認定後のフォローアップ]</p>  <p style="text-align: right;">地域資源を活かした商品</p>
<p>③観光振興による中小企業の活性化</p>	<p>【魅力ある観光地づくり、競争力のある観光産業の創出等】</p> <p>ア) 観光地の魅力アップにつながる取組への助成</p> <p>○観光地の魅力向上に向けて、トイレ、駐車場、観光案内所等の関連施設の整備費用に対し、経費の一部を助成する。</p> <p>イ) 宿泊・滞在型観光を推進する取組への助成</p> <p>○滞在時間の長い宿泊・滞在型観光に取り組む地域が行うソフト事業に対し、経費の一部を助成する。 [観光コースの開発] [観光情報提供システム構築] [情報発信キャンペーン] [イベント開催] 等の経費の一部を助成する。</p>

ウ) 大規模イベントの開催に対する助成

○多数の観光客の来訪が見込め、地域の観光振興と経済波及につながる大規模イベントの開催経費の一部を助成する。

エ) 観光を支える人づくりのための支援講座の開催

○地域の観光振興の担い手である「観光人材」の育成を図るため、大学生も含む幅広い層を対象とし、講義やワークショップ、先進地視察等を組み合わせた実践型講座を開催する。

オ) オール千葉県による観光プロモーション等の実施

○官民連携組織である「ちばプロモーション協議会」を推進母体とし、市町村とも連携しながら、季節に応じた観光キャンペーンを、1年を通じて行う。

○県内を6ブロックに分け、市町村、観光協会、商工会議所・商工会、民間事業者等から構成される「ちばの観光掘り起こし隊」が主体となり、地域の観光資源の掘り起こし、磨き上げを通じ、観光による地域づくりを進める。

カ) 観光事業者の経営基盤強化のための資金調達

○観光施設整備を通じて観光客増加等に結び付けるため、
[制度融資（観光施設資金）による資金の低利貸し付け]
[「立地企業補助金制度」と制度融資（企業立地促進資金）による設備投資への補助]
を行う。

【アクアラインや圏央道の開通効果の活用】

キ) アクアラインや圏央道を活かした誘客促進のためのプロモーション

○ネットワークの拠点である、海ほたるパーキングエリア、三井アウトレットパーク木更津内「チーバくんプラザ」、道の駅などを活用した戦略的・効果的な観光情報の発信を行う。

○アクアラインマラソンの開催効果を活用し、地域の観光振興に

つなげるため、大会開催に併せた観光物産展や参加ランナーへの宿泊観光優待キャンペーンを行う。

- 圏央道開通効果を踏まえ、自動車で訪れる観光客の増加を図るため、千葉県道路公社所管の有料道路の無料通行券を活用したプロモーションを行う。

【外客の誘致促進】

ク) 東京オリンピック・パラリンピックを見据えた受け入れ体制の充実

- 観光案内板の多言語化や公衆無線LANの整備を進める。
- 「おもてなし」の向上を図る上で、食文化等に関するPRや外国語ボランティアガイドの養成・確保等を行う。

ケ) トップセールス等による現地観光プロモーション

- 経済発展の著しい東アジア・東南アジアを重点市場とし、知事等のトップセールスによる観光プロモーション活動を行う。
- 現地で千葉県主催の商談会・交流会を開催し、観光客誘致を図る。

コ) 訪日教育旅行の推進

- 単なる観光地訪問にとどまらず、学校交流を通して国際理解を深め、千葉県の魅力を人的交流により発信し、地域を訪問するリピーター育成にも期待が出来る「教育旅行」を推進するため、
[現地の学校や旅行会社へのプロモーション活動]
[訪日教育旅行関係者の本県誘致]
等を行う。

サ) MICEの推進に対する補助制度の活用

- 開催地域を中心に大きな経済効果が期待できるMICE（Meeting（会議・研修）、Incentive tour（報奨・招待旅行）、Convention またはConference（大会・学会・国際会議）、Exhibition（展示会）の頭文字）の誘致を市町村とも連携しながら促進するため、開催経費の一部を助成する。

第5 人材の確保及び育成の支援

1 主な取組事項における基本的考え方

(1) 中小企業の人材確保

国の経済対策や金融政策の効果などを背景に景気は回復基調にあり、雇用情勢を示す各種の指標も改善傾向にある。

本県における有効求人倍率は、平成 21 年に 0.42 まで落ち込んだ後回復を続け、平成 26 年 7 月には 0.91 まで上昇しているが、こうした動きに呼応するように、中小企業においては人材確保に苦勞する状況も見られるようになり、県商工労働部が行った中小企業との意見交換会でも「景気が良くなるにつれ人材確保が難しくなってきた」という声が寄せられている。

2014 年版「中小企業白書」によると、中小企業の「大学卒業予定者求人数」と中小企業への「大学卒業予定者就職希望者数」を比べると、約 3.26 倍の開きがあり、中小企業にとって大卒人材の確保が大変難しい状況となっていることが窺える。

求人・求職のマッチングをはじめ、就職先としての中小企業が持つ「魅力」や「特色」等を、若者はもとより、就職観の醸成等に当たる教育現場や、大企業 OB の中小企業における活用等も視野にしたシニア層などにもきめ細かく伝えていく取組の強化なども求められている。

また、本県では、高度成長期に大量に転入した世代が一斉に高齢化を迎えるという人口構造の影響を受け、今後、急速に高齢者が増えていき、生産年齢人口との比率が縮小していく。

こうした現象が進んでいくことが避けられない状況にあっては、若年者のみならず、高齢者や女性、障害のある人など、潜在している労働力に生産者として参加して頂くことを進めていくことも、重要な視点になってくる。



ジョブカフェちばでの就職支援

(2) 企業のニーズに応じた人材育成

本県では、全国水準を上回る急速なスピードで高齢化が進んでいくと予測されており、中長期的には、労働力人口が大きく不足するという懸念が指摘されている。

労働力確保は産業活動の必須条件であることから、企業ニーズに対応する産業人材を育成していくことは、中小企業支援にとっても、重要な課題である。

このような背景を踏まえ、特に次代のものづくり産業を担う人材を育成するため、企業ニーズを十分に踏まえながら高等技術専門校における職業訓練の充実を図っていくほか、離職者や障害のある人の就職を進める上で、民間の教育機関等も活用した職業訓練を行っていく必要がある。

特に、障害者雇用については、平成 25 年 4 月から障害者雇用促進法における法定雇用率が 2.0%（改正前 1.8%）に引き上げられたことから、中小企業等における雇用促進を進めるための取組みについても支援を強化していくべきである。



実践的な職業訓練（デュアルシステム）

2 地域勉強会、研究会等での意見

- 中小企業にはネームバリューの問題から優秀な人材が来ず、面接にも来てくれない。
(勉強会・千葉)
- 中小企業は人手不足。中小企業の魅力を若者のみならず、子、親、教員に伝えるべき。
(研究会)
- 中小企業の魅力をアピールするDVDを作成し、小中高校に配布するなどできないか。
(勉強会・千葉)
- 「大企業は悪く中小企業が良い」ではないが、多様な就職観・勤労観があることが自然と考えると、ミスマッチが極端かもしれない。(勉強会・千葉)
- 大企業OBが中小企業にシフトしていくという視点も必要ではないか。(研究会)
- 中小企業と学生が一堂に会する場があれば参加したい。今は大手の状況が良い。「この人はいいな」と思っても「もう決まった」ということが多く、本当に大変。
(勉強会・千葉)
- 中小企業が単独又は共同で実施する保育所・託児所への支援がほしい。(勉強会・千葉)
- インターンシップの派遣先に大企業が多いのは、中小企業の情報が少ないからでは。
(勉強会・印旛)
- ジョブカフェのパンフレット作成事業は良かった。コスト削減にもなり助かった。
(勉強会・千葉)

3 具体的な取組事項

施策	概要
①中小企業の人材確保	<p>ア) 中小企業の若者採用・定着支援</p> <p>○若者と地元中小企業とのマッチングを促すため、「ジョブカフェちば」を核に、中小企業に向けたサービスの強化を図り、</p> <p>[若年人材確保に苦慮する中小企業に対する情報発信支援 (パンフレット作成等) や相談、人材定着セミナー 等]</p> <p>[若年求職者に対する個別相談、適職診断 等]</p> <p>[若者と中小企業が対話を通じ相互理解を深めるマッチング事業]</p> <p>等を実施する。</p>

- 「ジョブカフェちば」と「千葉県産業振興センター」との連携により県内企業の求人開拓を行い、求職者・求人側双方のマッチングを図る。



ジョブカフェちば

イ) 中小企業の魅力等発信

- 「(仮) 地域で頑張る企業紹介」等中小企業の魅力や地域に根付いた取組を伝える冊子を作成し、学校等地域の関係機関に配布する。
- 教育現場で活用できる中小企業情報（インターンシップの受け入れ企業、出張講演が可能な企業等）をとりまとめ、提供する。

ウ) キャリア教育の推進

- 学校、家庭、地域社会、中小企業の連携による、小学校から高等学校までの発達段階に応じたキャリア教育を推進する。

エ) 潜在する人的資源の就業支援

- 若年無業者（ニート）等の職業的自立を図るため、「ちば地域若者サポートステーション」において、
 - [各種相談支援（出張相談含）] [自立支援プログラムの提供]
 - [保護者セミナー]等を行う。

オ) 女性・中高年者の就業支援

- 子育て中の女性や中高年齢者等に対する就職支援の拠点である「千葉県ジョブサポートセンター」において、
 - [各種相談支援（出張相談含）] [セミナー]
 - [交流会] [会社見学会]

等を行う。

- 専用サイト「ちば女性のチャレンジサイト」を運営し、再就職等を希望する女性に対し、相談窓口や講座など、支援策情報を提供する。
- 高齢者雇用安定法に基づく「千葉県シルバー人材センター連合会」の運営を支援する。

カ) 障害のある人の就業支援

- 「障害者就業支援キャリアセンター」や「障害者就業・生活支援センター」において、
 - [障害のある人の就業相談]
 - [継続雇用・日常生活の助言]
 - [特例子会社や障害者多数雇用事業所の設立促進]等を行う。
- 企業支援員を配置し、企業への障害者雇用支援を行う。
 - ※平成 26 年度から支援員を増員（8 名⇒16 名）
- 障害者雇用経験のない企業等を対象に、障害のある人を雇用している企業の見学や事業主同士の意見交換等を行う。

キ) 雇用管理改善計画策定の促進

- 中小企業労働力確保法に基づく「雇用管理改善計画」の認定を促進することにより、
 - [労働時間の短縮] [職場環境の改善] [福利厚生の充実]等の取組を促進し、中小企業の労働力の安定的な確保と定着を図る。

ク) 表彰等による経営革新や技能向上に向けた気運の醸成

- 積極的な事業展開による地域経済への貢献や地域活動への取組などを行う中小企業や卓越した技量やサービスを有する従業員等に対し、「千葉のちから」中小企業表彰（中小企業・商店街・従業員）を行う。
- 技能について県内の業界において第一人者と目される者を、千葉県の卓越した技能者「千葉県の名工」として表彰を行う。

- 「技能グランプリ」や「技能五輪大会」等への参加を推進し、技能の一層の向上を図る。



「千葉のちから」中小企業表彰

②企業のニーズに応じた人材育成

ア) 産業人材の育成に対する助成

- 「ちば中小企業元気づくり基金」により、商工団体等が主体となり行う産業人材育成のための研修経費の一部を助成する。

イ) 高等技術専門校の運営

- 高等技術専門校を運営し、企業ニーズを踏まえた職業能力を有する人材を育成・輩出する。
※高等技術専門校6校（市原、船橋、我孫子、旭、東金、障害者）
- 施設、設備の老朽化や指導員の高齢化等の課題を踏まえ、「再編整備も含めた高等技術専門校の機能強化」について検討を進める。

ウ) 中小企業のニーズに応じた訓練の推進

- 中小企業の人材育成を支援するため、高等技術専門校が有する人材、機械設備を活用し、「企業に在職している者を対象とする短期の各種職業訓練」
（溶接・機械加工・冷凍空調機器等設備・電気系・情報系・建築等住空間 等）
を実施する。

エ) 実践的な職業訓練（デュアルシステム）の実施

- 中小企業等における人材定着を図るため、若年者を対象に、高等技術専門校での知識・実技の習得と企業現場での就労実習を組み合わせた「デュアルシステム訓練」を行う。

オ) ものづくりの担い手養成

○若年者のものづくり離れを解消し、ものづくりの担い手を育てるため、高等技術専門校において、小中学生・高校生等を対象に「ものづくり体験コース」による体験学習を実施する。



「未来の名工」

カ) 教育訓練機関を活用した職業訓練等の推進

○離職者等の円滑な再就職を支援するため、大学、専修学校、NPO 法人、企業等の教育訓練機関を活用した委託訓練を実施する。

キ) 地域における産業人材の育成

○（独）高齢・障害・求職者雇用支援機構が中心となり、県、労働局、企業、事業主団体、民間教育訓練機関等との連携体（地域レベルのコンソーシアム）を構築し、地域ニーズ、企業ニーズ等を踏まえ「就職可能性を高める観光分野の職業訓練モデル」を開発し、県の委託訓練に活用する。

ク) 「工業系高校人材育成コンソーシアム千葉」による連携

○工業分野で求められる人材育成等の観点から、県内工業高校と企業、大学、研究機関等との連携組織により、情報の共有化や連携事業の推進等を図る。

③働きやすい環境の整備

ア) ワーク・ライフ・バランスの推進

○従業員の定着や有能な人材を確保する経営戦略として「ワーク・ライフ・バランス」を推進するため、柔軟な働き方の導入や多様な人材活用などに取り組む中小企業を、

[啓発セミナーの開催]

〔“社員いきいき！元気な会社” 宣言企業の募集・登録（仕事と育児・介護の両立支援や残業の削減など働きやすい職場環境づくりに取り組む企業や取組内容を県ホームページで紹介）〕
〔仕事と育児・介護等の「両立支援アドバイザー」の企業への派遣〕等により支援する。

イ) 企業内保育所整備に関する調査

○企業内保育所の整備に関するモデルケースの構築に向けた調査・検証を行い、検証結果の情報を提供する。

ウ) 労働教育講座の開催

○労働関係法の基礎知識や労働問題の専門的な知識の習得を目的として、県内労働者、使用者及び県民を対象とした講座「労働大学」を開催する。

エ) メンタルヘルス対策の推進

○労働者のメンタルヘルス問題等に対応するため、労働相談センターに「相談員」を配置し、本人及びその家族や職場の同僚等関係者からの相談に応じる。

オ) 障害者雇用優良事業所認定事業の推進

○障害のある人を積極的に雇用し、障害のある人もない人も共に働きやすい職場づくりに努めている企業を「笑顔いっぱい！フレンドリーオフィス」として認定し、その企業や取組内容を紹介する。
○「笑顔いっぱい！フレンドリーオフィス」として認定されている中小企業を対象とし、一般的な事業資金より低利な「障害者雇用推進資金」による融資を行う。

第6 相談支援体制の充実と官公需施策の推進

1 主な取組事項における基本的考え方

(1) 関係機関による相談支援

中小企業の経営課題に対応するため、多くの機関が相談支援活動を行っている。

主なものとして、地域の身近な相談については「商工会」や「商工会議所」等が、また、県全域を対象にした総合的な相談については（公財）千葉県産業振興センター内に「チャレンジ企業支援センター」が担っている。なお、商工会・商工会議所・県産業振興センターを合わせて年間の相談件数は132,431件（平成25年度）に及ぶ。

県内にはこのほかに、雇用、技術、知財・発明、海外展開等の専門分野についてそれぞれ支援機関があるほか、市町村や国にも相談窓口がある。

平成25年度に行ったアンケート調査によれば、（公財）千葉県産業振興センターの利用者のうち約72%が「満足」といった回答があり、公的相談窓口に対する一定の評価を頂いているところである。

一方で、利用者である中小企業からは「適切な相談窓口がどこかわかりにくい」、「相談をしたが、たらい回しをされた」等の指摘も受けているところである。

各種相談支援をはじめ、支援機関として行うサービスの利用者満足度の「モニタリング」を続けるなど、不断に検証作業を行うことが必要である。

県では、「チャレンジ企業支援センター」を経営全般のワンストップ相談窓口と位置付けている。「チャレンジ企業支援センター」を中心に、それぞれの機関が適切に連携をし、「たらい回し」などとならないよう、時間的・人的な制約のある中小企業の負担の軽減に努めなければならない。

特に、国、県、市町村、地域経済機関などが多様な中小企業支援策を有しているが、それぞれの間で情報が共有されていない、あるいは連携が図れていないことにより、中小企業の活用機会が失われることがあってはならない。

県は、金融機関等も含め、支援に携わるすべての機関が「オール千葉県」で中小企業を盛り立てていく上でのコーディネーター役を務めていく必要がある。

(2) 情報提供による支援

中小企業を支援する取組は数多くあるが、その一方で、それらの支援策を「知らない」という企業も多い。2014年版「中小企業白書」によると、都道府県の施策情報の入手先について「あまり明確ではない」、「明確ではない」とした企業は、約55%に上る。

県で行っている「地域勉強会」でも、「県の施策情報を知らなかった」という企業の声は少なくない。

現在、アベノミクスによる経済対策など、中小企業を支援する助成制度や税制優遇等の施策が矢継ぎ早に打ち出されているが、補助金等の申請期間が短い場合も多い。

したがって、こうした情報を、いかに迅速かつ幅広く周知していくかという視点が大変重要である。

県では、タイムリーな情報提供の視点からメールマガジンを発行しているところであるが、これで十分なのか、また、情報発信の内容について、中小企業から見て分かりやすいものとなっているのかなど、支援策の活用に結び付けるための情報提供という観点から、一歩踏み込んだ検討も進めていくべきである。

さらに、中小企業の魅力や特色が伝わりきれていない、といった声がある一方で、中小企業のイメージがあまり良いものではない形で画一化されている面もあり、中小企業への雇用が進まなかったり、地域住民と中小企業との交流があまりないという現実も指摘されているところである。

地域経済を支えている中小企業に光をあて、その魅力を積極的に伝えていく取組を進めていくことが必要である。

(3) 官公需施策の推進

国や自治体などによる物品やサービスの購入、工事の発注など「官公需」については、中小企業の発展に資することを目的として、「官公需についての中小企業者の受注の確保に

関する法律」(官公需法)が制定されており、本県では、「中小企業者に対する県の官公需契約の方針」を定め、中小企業の受注機会の増大を積極的に推進している。

本県における平成 25 年度の官公需総額 2,142 億円のうち、中小企業に発注した額は 1,529 億円 (71.4%) となっている。

10 年前の平成 15 年度の官公需総額 2,396 億円のうち中小企業への発注額は 1,616 億円 (67.2%) となっており、平成 25 年度と平成 15 年度を比べると、中小企業への発注率は下回っているものの、当時は、官公需総額が高かったことが分かる。

特に、県内の中小企業の受注機会の増大に向けて、①(建設業の競争入札における)地域要件の設定、②県内事業者への優先的な下請け発注を行う旨の落札者への要請、③総合評価方式において県内事業者の下請け活用を地域貢献度として評価するなど、県内事業者の活用促進を図っているところである。

一方で、官公需施策については、

○発注側においては、官公需制度への認識が低いこと。

○受注側においては、受注能力や官公需への過度な依存姿勢があること

○分離・分割発注と管理費等におけるコスト増加との関係や、少額随意契約と競争性や透明性に配慮した一般競争入札との関係などについて均衡点の模索が必要であることなどの問題点が指摘されている。

また、現在、全国的に公共工事の入札が成立しない「入札不調」が増えているが、これは、景気回復に伴う資材価格の高騰や人手不足が広がっていることが背景と思われ、国においては、積算基準の適正化や外国人研修制度の変更などの動きがある。

今後とも「中小企業者に対する県の官公需契約の方針」を徹底しつつ、必要な見直しを行っていくとともに、国の動きを迅速に捉え、その周知をしていく等、適切な対応が必要である。

2 地域勉強会、研究会等での意見

- ワンストップの窓口に行けば全部わかるという機能と、その周知が大切。(研究会)
- 八尾市の中小企業支援は良い。ポイントは「親身な相談・アドバイス」。(勉強会・千葉)
- 県のサポートについて話を聞きに来たが担当者の態度が素っ気なかった。(勉強会・千葉)
- 「ものづくり補助金」について、他県の職員は企業の話聞き、申請書の基本的な所を書いてくれるほどの丁寧さがあった。千葉県は及第点と言えない。(勉強会・葛南)
- 税理士や社会保険労務士等専門家集団との連携が図れないか。(研究会)
- アドバイザーやコーディネーターの「雇用の場」になっている気がする。(研究会)
- 経営者は毎年県税事務所に行く。そういう所に支援策一覧を置けばどうか。(研究会)
- 制度融資などの情報が浸透していない。周知不足でもある。(勉強会・夷隅)
- 長く続けてくれていることを感謝できる関係が地域と行政があれば、企業にとって地域を支えていることだという自覚になる。(研究会)
- 情報発信手段としてメルマガは良くない。情報を取りに行くのは大変な労力。効果的なのはフェイスブック。(勉強会・千葉)
- 商工会等、地域の支援機関が、施策を企業にうまく伝えていくべき。(勉強会・千葉)
- 官公需では安定的受注が一番だが難しい。入札になるので、年間を通じての受注計画が立てられない。(勉強会・印旛)
- 発注時期と設計時期がずれる。物価は動くのが当然で時期に応じて単価見直しをすべき。(勉強会・印旛)
- 地元建設業者は人手不足で大変厳しい。海外の労働者を入れて行く政策が必要では。(勉強会・葛南)

3 具体的な取組事項

施策	概要
① 総合的な支援機能の充実	<p>ア)「チャレンジ企業支援センター」におけるワンストップ支援</p> <p>○千葉県産業振興センターの中に設置されている「チャレンジ企業支援センター」において、経営の専門家などの相談員を配置し、</p> <p>[窓口相談] [専門家派遣]</p> <p>[情報提供(セミナー、相談会)]</p> <p>を柱とした事業を行う。</p>

窓口相談では、経営・技術・金融・法律などの各種相談にワンストップで対応し、必要に応じ専門家を派遣するなど、経営課題の解決に向けた支援を行う。



チャレンジ企業支援センター

イ) よろず支援拠点における総合支援機能の強化 [再掲]

- 全国の産業支援機関に設けられた「よろず支援拠点」において、
「チャレンジ企業支援センター」と連携しながら、
[チーム編成によるトータル支援（企業の複数の経営課題に対し、
相談指導員がチーム組みをして迅速な解決を図る）]
[攻めの相談支援（地元の金融機関や支援機関など連携を図り、地域
に出かけて企業の支援ニーズを掘り起こす）]
などを行う。

ウ) 県・地域経済機関・地域金融機関等との連携による支援機能強化

- 県・商工会議所、商工会等・地域金融機関の連携体である「地域プラットフォーム」の構成団体が協働して、
[専門家派遣] [構成員の支援能力向上のための勉強会]
[中小企業施策の発信] [セミナーの共同開催]
等の経営支援を行う。
- 「よろず支援拠点」において、商工会等の地域支援機関に対する支援能力向上支援や情報発信を行う。
[支援能力向上のための勉強会・情報提供]
[中小企業施策の情報発信]

	<p>○中小企業の身近な相談先である「税理士会」「社会保険労務士会」等との連携を図り、支援策情報の周知等を行う。</p> <p>エ) 小規模事業者を支える地域支援機関の機能強化 [再掲]</p> <p>○地域の総合的な支援機関であり、小規模事業者を支えている「商工会議所」・「商工会」の意欲的な企業支援の取組が、適正に反映される補助制度の仕組みを構築する。</p> <p>○商工会議所や商工会が、地域経済の活性化に積極的に取り組むため、自ら企画提案する地域の特性を踏まえた特色のある創造的な事業に対し、助成を行う。</p>
<p>② 支援情報、中小企業情報の提供機能の強化</p>	<p>ア) 情報発信ツールの拡充</p> <p>○国、市町村、経済関係団体と連携し、融資や助成などの各種支援情報など、中小企業の経営に役立つ情報を編集したメールマガジン「千葉県産業情報ヘッドライン」をタイムリーに配信するとともに、配信登録者の増加を目指す。</p> <p>○「千葉県産業情報ヘッドライン」に加え、フェイスブック等SNSの活用を行い、重層的な情報提供活動を行う。</p> <p>イ) あらゆる機会を捉えた広報・周知</p> <p>○元気戦略普及のための地域勉強会を県内各地で開催するほか、商工会議所・商工会等における講演等を通じて、施策の周知に努める。</p> <p>○県税事務所や地域振興事務所など、中小企業の経営者等が比較的訪問する機関に「中小企業支援策一覧」を備える。</p> <p>○「地域プラットフォーム」(構成員：(公財)千葉県産業振興センター、県、商工会議所・商工会・中小企業団体中央会等の経済機関、信用金庫等の地域金融機関)を活用し、幅広い情報発信を行う。</p> <p>○「産業情報ヘッドライン」等を活用し、国、県、市町村の施策が一覧でわかる中小企業庁のポータルサイト「施策マップ」の周知に努める。</p>

	<p>ウ) 起業・創業支援策情報の発信 [再掲]</p> <p>○(公財)千葉県産業振興センターのホームページ内に「起業・創業ポータルサイト」を設け、起業・創業を目指す意欲ある希望者等に対し、県及び県内市町村における支援策情報を一元的に提供する。</p> <p>エ) 中小企業の魅力等発信 [再掲]</p> <p>○「(仮)地域で頑張る企業紹介」等中小企業の魅力や地域に根付いた取組を伝える冊子を作成し、学校等地域の関係機関に配布する。</p> <p>○教育現場で活用できる中小企業情報(インターンシップの受け入れ企業、出張講演が可能な企業等)をとりまとめ、提供する。</p>
<p>③官公需施策の推進</p>	<p>ア) 中小企業者の受注機会増加への配慮</p> <p>「県の契約の方針」を踏まえ、以下の点に配慮する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・入札参加者に係る「地域要件」を適切に設定し、地域における事業者の受注機会の増大を図る。 <p><総合評価方式></p> <ul style="list-style-type: none"> ・当該管内での施工実績を評価するなど「地域精通度」を適切に評価する。 ・地域の雇用促進、災害協定や県産品の活用などを評価する「地域貢献度」を適切に評価する。 <p><適正価格による発注></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ダンピング防止等を図るため、「低入札価格調査制度」及び「最低制限価格制度」を適切に運用する。 ・原材料価格の動向や需給の状況等を勘案し、適正価格での発注に配慮する。(現行の運用例：資材単価は年2回、変動が著しい場合は随時改定) <p><分離・分割発注の推進></p> <ul style="list-style-type: none"> ・経済合理性や公平性を十分検討した上で、可能な限り「分離・分割発注」を行うよう努める。

- ・「分離・分割発注」に関する国の好事例等を紹介して、発注者の知識の向上に努める。

イ) 入札参加資格審査手続きの利便性の向上

- 県と市町村のシステムを統合した「ちば電子調達システム」により、県と市町村への入札参加資格の登録申請を一括で行えるよう統合したシステムを、引き続き運用する。

ウ) 受発注等の情報公開の促進

- 県ホームページ（ちば電子調達システム）において、入札契約情報（発注見通し、入札予定、入札結果等）の公開を行う。
- 入札制度の制度改善の取組を県ホームページにおいて公表し、周知を行う。

エ) 官公需施策（県の契約の方針等）の普及啓発

- 県関係課、官公需関係出先機関などに「県の契約の方針」や官公需施策の概要、官公需適格組合の活用促進について普及啓発を行う。
特に市町村の発注担当者に対して、各種会議などの機会を通じ、官公需施策の必要性等について普及啓発を行う。