

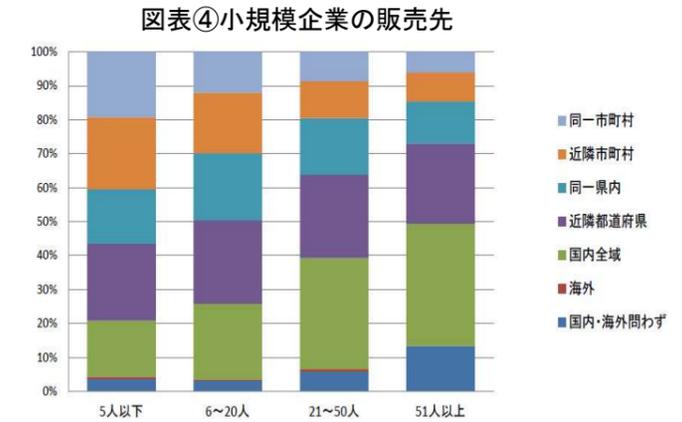
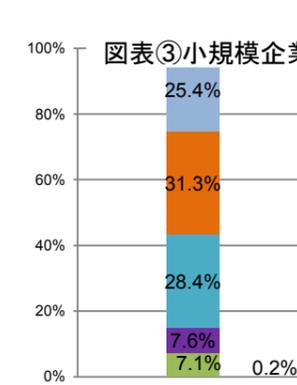
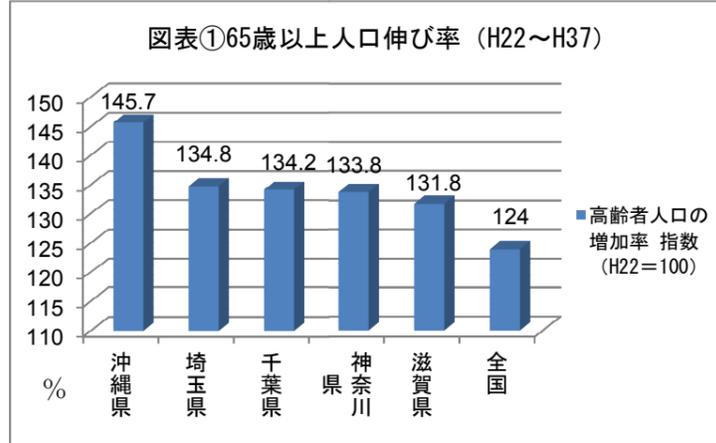
# 第三次ちば中小企業元気戦略 概要

## 第一章（2） 中小企業を取り巻く現状

- ①人口減、急激な高齢者増 → 生産人口の減少と非生産人口の増加
- ②企業数の減少 → 特に小規模企業の数が大幅に減少
- ③小規模企業は経済活動を地域内で行う傾向 → 地域の資金循環に貢献する存在

- 生産年齢人口の流出防止と非生産層の生産者参入が重要
- 新陳代謝等により企業の絶対数を減らさないことが重要
- 地域に根付いた中小企業のトータルサポートにより地域の資金循環を高めることが重要

小規模企業の多くが近接地域内に仕入れ先、販売先を持つ  
→小規模企業は地域で資金を循環させ、地域経済を支える存在



## 第一章（3） 中小企業を取り巻く動き

- 新たな中小企業政策の展開、アベノミクスによる経済政策
  - 小規模企業振興基本法の制定、小規模企業支援法の改正
  - アベノミクス・日本再興戦略の実現等に向けた助成事業等の拡充
- 新・総合計画のスタート
  - 中小企業の経営基盤強化
  - 地域づくり・まちづくりと連携した地域産業の活性化
  - \*総合計画を支える個別計画の見直し：産業振興、企業立地、観光
- インフラ整備の進行と東京オリンピック・パラリンピック
  - 成田空港・圏央道・東京湾アクアライン・外環道・北千葉道路等の整備（効果の県内波及）
  - 2020年東京オリンピック・パラリンピック開催（効果の県内波及）

## 第二章 第三次戦略における強化ポイント



## 第三章 第三次元気戦略の取組方向及び講じる施策・・・（別紙）

## 第四章 戦略を確実に実行していくための方策

「中小企業の振興に関する研究会」「地域勉強会」の開催を通じて PDCA サイクルを検証し、戦略の実効性を確保する

### 第三章 第三次元気戦略の取組方向及び講じる施策（主なもの：実施可否を今後検討するもの含む）

#### 第一 創業等への意欲的な取組の促進

【意見】 ○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  
○知事のトップセールスを継続的に行うべき 等

##### ①起業・創業の促進

- 創業経費の「助成」 ○創業経費への「制度融資（融資枠拡大、自己資金制限要件緩和）」（強化①）
- 「創業ポータルサイト」の開設による施策情報発信（強化① 強化③）
- 市町村の創業支援計画策定を支援する「情報交換会議」の開催（強化① 強化②）

##### ②成長産業（医療、食品）への参入

- 「医工連携コーディネーター」による臨床現場とものづくり企業のマッチング（強化①）
- 企業・大学・研究機関ネットワーク会議による関係者の情報共有等の促進（強化①）

##### ④海外市場取引の促進

- 海外トップセールスを通じたプロモーション（強化④）
- 海外で製品販売する際に不可欠な製品技術の「国際規格」との適合を図るための技術支援（強化④）

#### 第二 産官学・企業間連携の促進と技術開発力の強化

【意見】 ○1社だけではできないことを連携してやっていくことが大事  
○産学官のそれぞれが視点を変えて交流していくべき 等

##### ①産官学連携・中小企業間連携による研究開発等の促進

- 「研究開発コーディネーター」による企業ニーズと開発シーズのマッチング（強化①）
- 公的研究機関や大学と行う研究開発経費に対する「助成」（強化①）

##### ②ベンチャー・研究開発型企業の育成支援

- インキュベーション施設における貸事務所の提供、経営相談、技術指導等（強化①）
- 「ビジネスプランコンテスト」を通じた投資家とのマッチング（強化①）

##### ③技術力の向上と新技術の導入支援

- 技術開発経費に対する「助成」（強化①）
- 公的試験研究機関における「依頼試験」「機器等貸出」「技術相談」「人材育成」等（強化①）

#### 第三 経営基盤の強化

【意見】 ○販路拡大したい時に資金がない。マーケティングへの補助効果は大きい。  
○小規模企業と中小企業を一緒にするべきではない。 等

##### ①資金調達の円滑化

- 低利・長期固定の「制度融資」（創業資金、事業再生資金→融資枠拡大や保証料軽減等）（強化①）
- 中小企業向けの設備投資に対する「助成（マイレージ制度創設等）」（強化①）
- 中小企業向けの設備投資に対する「制度融資（助成にあわせた融資対象の見直し）」（強化①）

##### ②販路開拓に向けた支援

- 展示会出展や市場調査の経費に対する「助成」（強化④）
- 販路開拓を支援する「商談会」開催（強化④） ○取引斡旋希望企業への「受発注情報」の発信（強化④）

##### ③事業承継と事業再生支援

- ちば商工会議所と連携し、後継者がいない事業者と事業引継ぎの希望者間のマッチング支援（強化③）

##### ⑦小規模事業者の経営基盤・経営力強化

- 商工会等支援機関の意欲的な小規模企業支援の取組が補助金に反映される仕組みの構築（強化②）
- 地域の小規模企業に身近な市町村との連携を深める「円卓会議」の開催（強化②）
- 全国の産業支援機関に設置された「よろず支援拠点」による地域相談（商工会等と連携し地域に出かけ小規模企業の支援ニーズを掘り起こす「攻め」の相談）（強化② 強化③）

#### 第四 地域づくり・まちづくりと連携した中小企業活性化

【意見】 ○地域での新たな需要の掘り起こしが必要だが、地域でそれが話し合われてなくなっている  
○地域振興と中小企業の活性化を共に議論していくべき 等

##### 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

- 調査や分析等を通じた中長期の「商店街活性化計画」策定や「活性化計画」に基づく空き店舗活用等の取組み経費に対する「助成」
- 次代の商店街リーダー「養成講座」の開催
- 地域リーダーを育成する生涯大学校と地域の中小企業との交流の場づくり（強化②）

##### ②地域資源の掘り起こし・農商工連携などによる地域産業の振興

- 地域資源を活用して行う新商品化等の経費に対する「助成」（強化②）
- （アグリや圏央道も視野）「地域資源活用アドバイザー」による新商品化等に向けた助言、連携先紹介（強化②）

##### ③観光振興による中小企業の活性化

- 観光地関連施設（トイレ、駐車場、案内所等）整備経費に対する「助成」「制度融資」
- 外客誘致のための観光案内板多言語化や公衆無線LAN整備

#### 第五 人材の確保及び支援

【意見】 ○中小企業の魅力を若者のみならず親や教師にも伝えるべき  
○中小企業が単独又は共同で実施する保育所・託児所への支援が欲しい 等

##### ①中小企業の人材確保

- 事業所内保育所に係るモデルケースの調査・情報発信（強化②）
- 「(仮) 地域で頑張る企業紹介」等啓発誌作成等による中小企業の魅力発信（強化② 強化③）
- 「企業支援員」による障害者雇用支援（支援員の増員）
- ジョブカフェによる求職者と求人側双方のマッチング支援

##### ②企業のニーズに応じた人材育成

- 「高等技術専門学校」における産業人材の育成（企業在籍者向け各種訓練含む）
- 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費用等経費に対する「助成」

#### 第六 相談支援体制の充実と官公需施策の推進

【意見】 ○ワンストップの窓口に行くとすべてわかるという機能と、その周知が大事  
○制度融資などの情報が浸透しておらず、周知不足でもある 等

##### ①総合的な支援機能の充実

- 全国の産業支援機関に設置された「よろず支援拠点」による地域相談（商工会等と連携し地域に出かけ小規模企業の支援ニーズを掘り起こす「攻め」の相談）[再掲]（強化② 強化③）
- 中小企業の身近な相談先である「税理士」「社会保険労務士」会等との連携（強化③）

##### ②支援情報、中小企業情報の提供機能の強化

- フェイスブック等 SNS を活用した情報発信ツールの拡充（強化③）
- 「元気戦略」普及のための地域勉強会の開催（強化③） 等
- 「(仮) 地域で頑張る企業紹介」等啓発誌作成等による中小企業の魅力発信（強化② 強化③）

##### ③官公需施策の推進

- 総合評価方式における入札参加者に対する「地域要件」の適切な設定、「地域精通度」「地域貢献」の適切な評価