

第4章 第4次元気戦略を確実に実行していくための方策

元気戦略を効果的に運用し、中小企業振興をより確かなものとしていくためには、PDCAサイクル（計画（Plan）－実施（Do）－評価（Check）－改善（Action））による元気戦略の推進が重要である。元気戦略の策定はサイクルのスタートであり、県は、関係機関と連携を強化しながら、全庁横断的に元気戦略に基づく取組を実行していくとともに、取組の実行状況を定期的に検証し改善を図ることにより、元気戦略の実効性が確保される。加えて、第3章7に記載のとおり、支援策等の情報発信機能の充実も必要となる。

また、取組を推進するにあたっては、専門的かつ現場からの意見を踏まえることが必要であり、後述のとおり「中小企業振興に向けた研究会」における検証や「地域勉強会」における中小企業者等との意見交換を行うことが重要となる。

1 元気戦略における進行管理

第3章に掲げた各項目に関する取組については、毎年度、具体的な取組内容や予算額等を記載した「事業計画書」を策定し、着実な推進を図っていく。

事業計画書は、前年度事業実施状況と合わせて「中小企業振興に向けた研究会」に諮り、意見をいただきながら、各取組を効果的に進めていく。

各取組の進捗状況の評価にあたっては、以下のとおり進めていく。

- 施策の推進にあたり、進行管理に必要な補助指標を選定し、単年度ごとの目標値の設定と進捗状況の確認を行っていく。
- 併せて、平成29年10月に策定した千葉県総合計画「次世代への飛躍 輝け！ちば元気プラン」で掲げた社会目標のうち、元気戦略に関連する【別表 指標一覧】についても施策を推進する中で各年度ごとの状況について確認を行う。
- 事業実施状況や補助指標等の進捗状況については、「中小企業振興に向けた研究会」に毎年度報告し、各委員から意見をいただくとともに、その内容の公表を行う。

上記のとおり、定量的な指標等を活用して進捗状況を検証した結果は、事業の実施方法等の見直しに反映させるなど取組の改善につなげることにより、本戦略で掲げた施策の着実な推進を図っていく。

2 「中小企業振興に向けた研究会」における検証

中小企業の振興に関する基本的な方針を定めるにあたって、条例第11条3項は、中小企業者その他の関係者の意見を聴かなければならない旨を規定している。元気戦略の策定にあたっては、学識経験者、中小企業経営者、支援機関関係者で構成する「中小企業振興に向けた研究会」を中核的な組織と位置づけ、中小企業の現状や課題、支援ニーズ等について意見を伺うこととしている。

また、策定した元気戦略の進捗管理にあたっては、条例第17条第2項に、県の中小企業振興に関する主たる施策の実施状況について中小企業者や関係者の意見を聴く旨が規定されている。研究会においては、元気戦略における各事業の前年度実施状況及び次年度実施計画とともに、関係する補助指標の単年度ごとの進捗状況を報告し、委員から専門的かつ現場の視点に基づく意見をいただいて、事業の改善につなげていく。

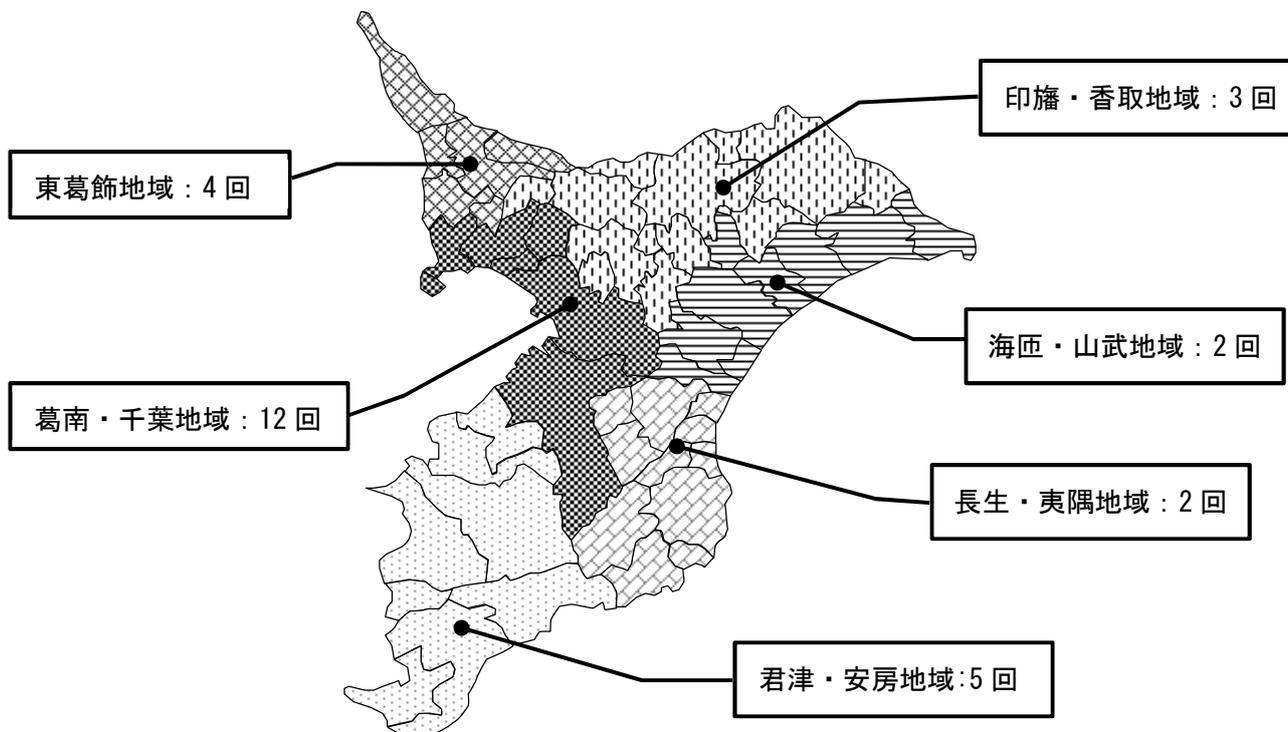
3 地域勉強会等の開催

元気戦略の策定にあたり、県内各地で中小企業・小規模企業等との「地域勉強会」や市町村・商工団体との「意見交換会」を開催している。

地域勉強会・意見交換会は、中小企業・小規模企業が抱える現場の問題認識を共有し対策の糸口を探るとともに、県の考え方・方針や各種施策を周知する機会としても機能している。また、地域勉強会は、中小企業・小規模企業の経営者等と直接対話する場として、県にとって大変有意義な機会ともなっている。平成29年度は、12月までに地域勉強会、意見交換会を合わせて28回開催している。(図表4-2-1)

今後も、地域勉強会、意見交換会を活用し、地域の中小企業から現場の生の声を伺い、寄せられた意見を踏まえた上で、元気戦略や各種施策の策定と検証を進めていく。

図表 4-2-1 平成 29 年度地域別地域勉強会等の開催状況（平成 29 年 4 月～12 月）



4 元気戦略の定期的な見直し

急激に変化する社会・経済情勢の中で、中小企業を取り巻く環境は絶えず変化している。

このため、国における法律改正や施策等の制度改定等の動きも的確に捉えつつ、研究会や地域勉強会等を通じて県内中小企業の現状を把握しながら、研究会や地域勉強会における議論も踏まえた上で、定期的に元気戦略の見直しを図る必要がある。



中小企業振興に向けた研究会

【別表 指標一覧】

指標名	現状	目標	指標の解説
県内製造品出荷額等	12兆6,688億円 (27年)	増加を目指します (32年)	従業員4人以上の事業所における、1年間の製造品出荷額、加工賃収入額、修理工料収入額及び製造工程から出たくず・廃物の出荷額とその他収入額の合計
県内年間商品販売額	10兆6,258億円 (26年)	増加を目指します (32年)	卸売業または小売業の商業において、一定の場所(一区画)を占める事業所における1年間の有体商品の販売額
県内への企業立地件数	54件 (25年～28年平均)	200件 (29年～32年合計)	各年1～12月の本県への立地件数 (1,000㎡以上)
若年者の就労支援施設を通じて就職した正規雇用の割合	41.9% (25～28年度平均)	増加を目指します (29～32年度平均)	ジョブカフェちばに新規登録した求職者に対する、正規雇用に就職が決定した者の割合
30歳代後半 (35～39歳) 女性の有業率	25～29歳 75.9% 35～39歳 62.9% 差13%(24年)	差8.2%以下 (32年)	女性は、出産・子育て期に離職することが多く、有業率は30歳代を谷とし、20歳代後半と40歳代後半が山になるM字型カーブを示すことから、その高低差
女性・中高年齢者の就労支援施設を通じた就職者の割合	13.1% (25～28年度平均)	増加を目指します (29～32年度平均)	千葉県ジョブサポートセンターに新規登録した求職者に対する、就職が決定した者の割合
観光入込客数	1億7,765.3万人 (28年)	1億9,000万人 (32年)	観光地点及び行祭事・イベント(※)を訪れた年間の観光入込客数 ※「観光入込客統計に関する共通基準」(観光庁策定)を満たす地点等
宿泊客数	1,755.3万人 (27年)	2,000万人 (32年)	観光客の利用が大半を占めると推察されるホテル・旅館・民宿等の年間の宿泊客数