

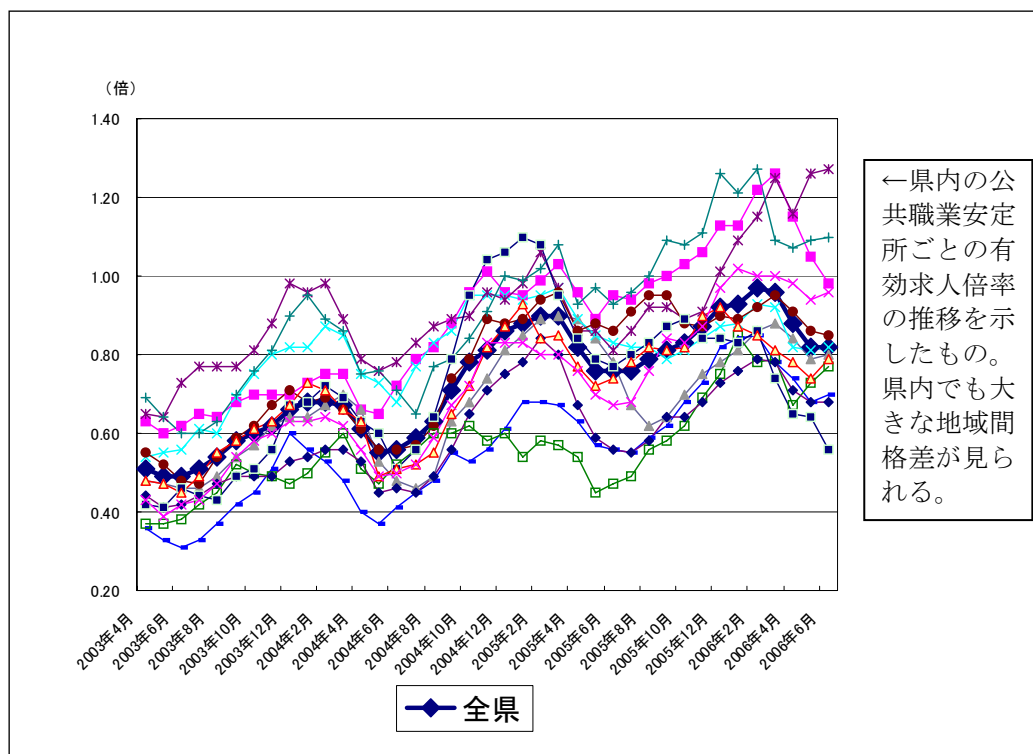
## 第5 地域づくり、まちづくりと連携した中小企業の活性化

### 1 現状と課題

#### (1) 地域格差への懸念と地域資源の活用の必要性

我が国経済が全体として景気回復基調にある一方で、地域に目をやると、商店街や地域産業の動向を反映して、回復力に力強さが見られない地域も存在し、地域格差の発生が新たな課題となりつつある。こうした中、県内の各公共職業安定所管内の有効求人倍率を見ると、緩やかに改善しつつあるものの県内各地域間で大きな格差が見られる。

図表 3-5-1 県内各公共職業安定所管内の有効求人倍率（原数値）推移（千葉労働局）



県内各地には、その地域固有の自然、歴史、文化などに根ざした観光資源、伝統技術、農林水産品など、様々な有望資源が存在している。公共事業の大幅な伸びが今後も当分の間期待できない状況の中で、これらの資源を生かした地域産業を、地域の知恵と工夫でいかに活性化するかが、地域の持続的発展にとって大きな課題となっている。

このため、産学官民の連携協力のもと、特色ある地域資源の企業化、高付加価値化と地域ブランドの確立に向けた取組を幅広く進めることが必要である。このためには、中小企業の有する技術・ノウハウやネットワークを積極的に活かして、技術開発、国内外の市場を見据えた戦略的なマーケティングの展開などを進め、農工連携による機能性食品の開発や体験観光サービスの提供など、様々な地域産業の担い手の連携による地域資源活用型の産業を創出、育成していくことが求められている。

## (2) まち全体の郊外化

商業や生活関連サービス業などの立地基盤となるまちづくりも大きく変化している。

戦後、モータリゼーションの進展と相俟って、宅地の郊外化が進展してきた。公共公益施設についても、病院や高校・大学等の多くが郊外への立地を進め、特に病院の郊外移転は未だ増加傾向にある。大型小売店の立地状況を見ても、商業地域への大型店の立地が減少する傾向にある一方で、工業系地域や非線引き白地地域への立地が増加する傾向にある。

この結果、都市機能の拡散、まち全体の郊外化が進展し、全国各地で中心市街地の空洞化を招き、また、機能拡散に伴うインフラ投資やその維持管理コストの増大などの影響が出ている。

## (3) まちづくり三法の見直し

国では、今後、人口減少・高齢社会が到来する中では、都市機能の無秩序な拡散を防止し、都市の既存ストックを有効に活用しつつ、生活、活動、交流の拠点である中心市街地を再生し、様々な都市機能をコンパクトに集約した、「歩いて暮らせるまちづくり」に転換すべきであるとの考えの下にまちづくり三法の改正を行った。

○都市機能の市街地集約（都市計画法）：郊外での規制強化、広域的な調整の仕組み

○にぎわいの回復（中心市街地活性化法）

- ・ 市町村が策定する中心市街地活性化の計画を国が認定、集中的な支援を実施
- ・ まちづくりに関わる幅広い主体が参加する活性化協議会を法制化

## (4) 千葉県の小売業の状況

地域経済を支え、地域の生活を支えてきた商業の状況を見ると、本県の平成16年の商業統計調査では、小売業の事業所数は42,857店、従業者数は332,204人、販売額は5兆4千億円となっている。

全体の事業所数は、平成3年以降、一貫して減少しており、特に100㎡未満の事業所の減少幅が大きくなっている。

販売額は、平成9年をピークとして減少が続いている。この傾向は全国の推移と同様の動きを示しており、原因としては、バブル崩壊以降の景気悪化による個人消費の低下、デフレによる価格低下等によるものと考えられる。

業態別では、個店や百貨店が低迷、総合スーパーがおおむね横ばい程度で推移しているのに対して、コンビニエンスストアやドラッグストア、ホームセンターといった業態の販売額が拡大している。

また、本県における大型店の新設届出件数は、全国的にも上位の水準にあり、工場予定地やニュータウンなどの大規模開発用地への出店が顕著となっている。

○大型店の新設届出件数：

平成15年度 36(4位)、平成16年度 31(5位)、平成17年度 29(6位)

(5) 商店街実態調査での消費者等アンケート結果（千葉県）

平成 16 年度に県が実施した商店街実態調査によると、3 年前と比べて商店街の利用頻度が増えたと回答した人は 12%、利用頻度が減ったとする人は 34%、変わらないとした人が 47%という結果となっている。

商店街の利用頻度が少ない理由としては、「魅力ある商品や欲しい商品がない」や「商店が少なく 1 カ所で買い物が済まない」との回答が多く、大型店で買い物をする理由では、「品揃えが豊富」、「駐車場や駐輪場が十分ある」、「業種が揃っていて 1 カ所で買い物が済む」などの回答が多かった。

消費者は、大型店と比べると、現在の商店街が持つ買い物の場としての機能に満足していないといえる。

利用頻度の少ない理由		大型店で買い物をする理由	
魅力ある商品や欲しい商品がない	31.7%	品揃えが豊富	75.4%
商店が少なく 1 カ所で買い物が済まない	25.7%	駐車場や駐輪場が十分ある	54.4%
品揃えが不十分	19.8%	業種が揃っていて 1 カ所で買い物が済む	54.0%
駐車場がない(少ない)	18.6%	価格が安い	32.9%
空き店舗が多く街全体に活気がない	15.5%	家から近い	29.6%

また、県内市町村に対して、商店街の支援に対する関係機関の役割分担について聞いたところ、「県と市町村が連携して行うべき」とした回答が 51.0%、「市町村が行うべき」との回答が 41.5%であった。

(6) 中心市街地の果たしている社会的役割

国の審議会（※）においては、「中心市街地には、歴史、文化、伝統等を含めた広い意味での社会資本が蓄積されており、そこに住む人々の多くは、中心市街地において日々暮らす中で歴史・文化・伝統等に愛着心を持ち、日々地元の人々と触れ合う中で顔なじみとなり、ひいては共に助け共に楽しむという人間関係を築く。中心市街地の衰退は、これまで中心市街地が培ってきた世代を越えた交流の機会や場の喪失につながっていく。」と中心市街地が担う地域コミュニティ機能を評価している。

しかし、商店街の衰退と共に商店街が担ってきた地域コミュニティ機能もまた、低下してきているといえる。

※産業構造審議会流通部会・中小企業政策審議会経営支援分科会商業部会 合同会議

## 2 地域勉強会での意見、研究会での提案

- |  |
|--|
| ○ 県産水産物を活用した新たな製品について、技術は完成しているが、販路や資金不足が課題となっている。<br>→ 施策①で対応 |
|--|

- 繁盛しているところはリーダーシップを取る人がいる。また、商工会・商工会議所、大型店、NPOなどと連携して集客のための横のつながりが必要である。地域づくりの視点から商店街振興を考えるため、住民や学識経験者を交えた議論の場を設けてはどうか。 → 施策②③⑤で対応
- 消費者からみると、大型店を選ぶか商店街を選ぶかは選択の自由の問題である。街づくりという観点から議論すべき。 → 施策②で対応
- 商店街というまとまりではなく、やる気のある事業者の集まりを対象とする補助制度が必要ではないか。 → 施策②で対応
- 県には、商店街・事業者の役割・立場をもっと認識して欲しい。商店街は文化の育つ場所であり、子どもを育むところであり、治安を保つためにも必要性は高い。 → 施策②で対応
- 大型店出店に際して、まちづくりの観点から地域活性化での貢献策を提案するようにしてはどうか。 → 施策⑤で対応
- 大型店もチェーン店には商店会に入って応分の負担のもとに地域振興活動に参加するようにして欲しい。 → 施策⑤で対応

～地域勉強会・研究会の意見から～

商店街の衰退は、お客さんを大事にしてこなかったことが原因。商店街は「何をやってもだめだ」という意識や意見も多く、商店街の意識改革を進める必要がある。

商店街は、それぞれの店主が一家の主であるので、合意形成が難しい。

### 3 基本的な施策

特色ある地域資源を活用した地域ぐるみによる新事業の創出は、少子高齢・人口減少時代において、豊かな地域づくりを進める上で極めて重要である。このため、産学官民の連携協力を強化し、地域資源の高付加価値化をもたらす技術開発や地域ブランドの確立を目指した戦略的なマーケティングなどに取り組み、観光分野、農林水産分野、健康医療福祉分野などにわたる多様な地域産業を創出育成する。

また、地域コミュニティの顔とも言うべき商店街の振興は、単に商業振興のみにとどまらず、地域と連携し、まちづくりと一体となった総合的取組が不可欠である。商店街については、事業者自身や市町村、地域の住民、地元の商工会・商工会議所が主体的に取り組むべき課題であるが、より幅広くまちづくりを進めるにあたっては、大学やNPOなど地域におけるあらゆる主体の参加が期待される。県としても、意欲のある市町村・地域の取組に対して支援・協力していく。

なお、まちづくり三法改正に伴い、土地利用規制や活性化支援策の大幅な制度変更がなされているので、これを十分に踏まえながら支援していくことが必要である。

また、商店街側においても変化する地域の消費者ニーズを踏まえ、これに的確に対応し、大型店との差別化につながる新たな事業展開の芽を育てていくことも必要である。

施 策	概 要
①地域資源を活用した新たなビジネスの展開の支援	地域の農工連携による地域ブランドの商品化等、地域にある資源を活用して、市場ニーズにあった新たなビジネスの育成支援や地域ぐるみによる魅力向上に取り組み、地域の活性化を図る。
②まちづくりと一体となった商店街活性化の取組への支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 中心市街地の新たな振興 地域密着型産業である小売商業の原点を踏まえ、商店街と地域住民や団体とが連携・協働してまちづくりに取り組むための、中心市街地活性化協議会のような組織・体制づくりを支援する。</li> <li>○ まちづくりに向けた取組の支援 商店街が地域の住民や団体と連携して行うまちづくりと一体となった斬新で意欲的な商店街活性化に向けた取組に対して積極的に支援する。 長期的なまちづくりの観点から商工会・商工会議所、商店街団体ややる気のある事業者のグループが取り組む商店街振興への取組を支援する。</li> <li>○ 魅力ある多機能型の商店街づくりへの支援 歴史・文化や地場産業等の地域資源の活用や観光と商業の連携、高齢者に優しいまちづくりなど、他の地域にはない魅力・特色のある商店街づくりに向けた取組を支援する。 また、商店街の衰退につながる空き店舗をコミュニティ施設として活用するなどの商店街、事業者の取組を支援する。</li> </ul>
③商店街活動をリードする人材づくり	商店街の活性化のためには、商店街の運営をリードする中心的な存在が不可欠であるため、次代の商店街を担う優れた人材を育成していく。また、事業者間の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。
④県内商業環境の実態把握のための調査	小売商業の振興に向けた事業者、商業団体、市町村の取組の基礎となる商業環境の実態を明らかにするため必要な基礎調査を実施する。

<p>⑤大型店と地域商業の共生の促進</p>	<p>大型店は、まちづくりに大きな影響力を有するため、大型店の地域づくりへの参加を促進する。</p> <p>地域商業と大型店の共生策の促進 大型店のまちづくりへの貢献</p>
<p>⑥地域と大学の幅広い連携の促進</p>	<p>千葉大学をはじめとする県内に立地する大学と企業、地域住民・団体、市町村等との連携により、バイオ・ITなどの先端的な研究開発や「環境・健康」に関する研究開発と一体となった、新産業の創出と地域づくりを幅広く促進する。</p> <p>県内大学と県との包括連携協定の締結など</p>

## 第6 経済発展とバランスをとった規制、規制緩和の取組

### 1 千葉県の現状と課題

#### (1) 構造改革特別区域制度

構造改革特別区域(特区)は、地域の特性に応じた規制の特例を導入する特定区域を設け、産業の集積や新規産業の創出等を通じた地域経済の活性化を図るとともに、その成功事例を全国的な規制改革へと波及させることにより、我が国全体の経済活性化を図ろうとするもので、国は「構造改革特別区域推進本部」を設置し、これを推進している。

構造改革特別区域法では、政府は施行後5年(19年12月)以内に施行状況を検討の上、必要な措置を講ずるものとされており(法附則第2条)、現在、政府内で見直し論議が行われている。

県では地域経済を活性化し、県民の豊かな生活につながる地域づくりを進めるため、様々な分野にわたる特区構想を全庁的に検討、推進し、現在、県内では8件の特区が認定されている。また、認定を受けた特区で、規制の特例措置が全国展開されたものも5件ある。しかしながら、新たな特区提案は減少しており、市町村との連携、産業界のニーズの積極的な聴取などが必要となっている。

図表 3-6-1 県の特区認定状況(新規分のみ)

認定回	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	計
認定数(千葉)	6	1	1	0	2	3	1	0	6	4	1	25
内市町村	1	-	-	-	1	2	1	-	6	1	0	12
〃 (全国)	117	47	72	88	70	90	74	51	100	138	31	878

第1回は15年4月21にと5月23日に認定以降、年に3回のペースで認定市町村数は、市町村単独の場合のみ

#### (2) 「規制改革に関する基本方針」に基づく取組

県では、「規制改革に関する基本方針」に基づいて全庁的に規制改革に取り組んでおり、平成16年度からは、規制改革に係る相談窓口(県総務部総務課行政改革推進室内)を設け、推進を図っている。

## 2 地域勉強会での意見、研究会での意見

- 規制緩和は重要なことであり、市場のニーズを十分に勘案して行うべき。また、施策と規制の整合を考え、横の連携をとり、一貫性のある施策を進めるべき。
  - 新たな規制を行う場合は
    - 経済活性化とのバランスを考慮すべき
    - 中小企業が負担を負う場合は、公平な補助制度などを実施すべき
    - 中小企業に負担を強いていることについて広報すべき
    - 不公平な取扱いにならないよう規制に関する調査や取締りをしっかり実施すべき
    - 効果を検証し、公表すべき
  - 環境規制をクリアするための設備投資については、補助制度を設けるべき
  - 規制緩和でも、規制強化でもビジネスチャンスは出てくる。具体的な緩和の内容等の広報をしていくことが必要。
  - 行政は民間が要する時間や従業員のコストを考えるべきで、許認可手続きの迅速化、申請書類の削減、簡素化、わかりやすい窓口の設置などに対応すべき
- 施策①②で対応

## 3 基本的な施策

規制改革については、県において、引き続き積極的に取り組むこととし、内容によって、構造改革特別区域制度の活用、国への要望・提案、市町村への提案等を実施していく。また、改革の内容等を迅速に周知していく。なお、新たな規制、規制改革等に当たっては、関係機関、庁内関係部局との連携を密にし、対応を進める。

施策	概要
① 構造改革特区制度の活用による規制緩和の促進	<p>県経済の一層の発展を目指し、産業、物流、観光、NPO活動など、様々な分野にわたる構造改革特区を展開し、市町村と連携した千葉発の地域活性化策を推進する。</p> <p>また、特区提案実現率の低下、全国展開に伴う特区計画の減少等の課題がある中、特区制度の再活性化を目指し、県、市町村が連携して制度改善の要望などを検討する。</p>
② 県及び市町村の規制改革の推進	<p>県所管の規制の緩和や事務手続きの迅速化、書類の簡素化などの改革については、中小企業のニーズに応えるとともに、特定の規制緩和等が新たな弊害を生じることがないように配慮することが必要である。このため、経済活性化推進会議の下部組織である「規制緩和部会」と中小企業関係団体との連携のもとで、中小企業の事業展開に有効な規制改革の実現に向けて、規制の内容の把握やこれを緩和した場合の弊害の有無等について検討を行い、実効ある規制改革を進めていく。また、市町村の所管の項目については、規制緩和部会から規制改革について提案を行う。</p>



## 第7 技術力の向上、企業連携の促進

### 1. 現状と課題

#### (1) 人材育成について

中小企業庁「中小企業白書」(2005年版)によると、企業が人材育成のためにかける教育訓練費は企業規模によって格差があり、大企業ほど教育訓練に費用をかけている傾向がある。

また規模が大きい企業で働いている者ほど基礎的な業務のスキル及び専門的な業務のスキルを身に付けている割合が高い。

人材教育に関する問題点としては、教育のための時間的余裕がないと考える企業が多い。

#### (2) 技術開発について

県商工労働部が平成14年度に実施した「中小企業ニーズ調査報告書」によると中小製造業の約7割が技術開発に取り組んでいる。

また、資金規模別にみると、小規模企業の技術開発は非常に低調なものとなっているが、規模が大きくなるにつれて、技術開発に対する取り組みは活発になっている。

中小製造業にとっては、技術開発をする上での最も重要な課題は、人材確保(研究者・技術者の確保)と認識されている。

また、資金面の制約も技術開発の大きな課題となっている。技術開発資金の調達方法は、間接金融の依存度が非常に高くなっている。技術開発のための資金を外部調達することが必ずしも容易でないことがうかがえる。

#### (3) 企業連携について

中小企業庁「中小企業白書」(2005年版)によると、企業連携の状況を見ると連携を意識して取り組む中小製造業は3割程度にとどまっている。事業連携に関心がない理由としては、全て自社で対応できるため、連携の必要性を感じていないと考える企業が多い。

その一方で、事業連携により高付加価値化を期待している企業は多い。高度な技術化を図る産学連携、市場ニーズに結びつく販売先との連携は、経営革新の効果を高めると考える企業も多くなっている。

## 2 地域勉強会、中小企業振興に向けた研究会での意見

<p>(1) 技術力の向上</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 技術者が高齢化し、技術の承継が重要。</li> <li>○ 技術支援等のアドバイザーは高度の専門性が必要であり、人選が重要。個別企業に対する向き、不向きもあり、マッチングが重要。</li> </ul> <p>(2) 生産から販売までの一貫した支援体制の確立</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 技術開発支援は販路の開拓までの支援が必要。</li> <li>○ ものづくりでは、生産体制、人材、設備、販路などトータルに支援していくことが必要。</li> <li>○ アドバイザーは経営経験がある人が望ましい。</li> </ul> <p>(3) 企業連携の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 技術開発等のために新たな出会いの場が必要。</li> <li>○ ハイテク分野などでは、かずさアカデミアパークや東葛テクノプラザなどを活かし、政策的な産業クラスターを作っていくことが重要。</li> </ul>	<p>→ 施策①で対応</p> <p>→ 施策②③で対応</p> <p>なお第2 創業及び再生支援参照</p> <p>→ 施策④で対応</p>
--	---

## 3. 基本的な施策

技術力の向上は、企業、特に製造業にとって不可欠である。このため、千葉県産業支援技術研究所、東葛テクノプラザ等を中心に、県内の理工系大学、研究機関等との連携を図りながら、中小企業の技術的な支援や新製品の販路開拓、技術力向上のための交流・連携の促進などの施策を進めていく。

施 策	概 要
<p>① 技術力向上のための支援策</p>	<p>ア 産業支援技術研究所による技術支援</p> <p>千葉県産業支援技術研究所は、中小企業の活性化、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、そのニーズに応えるため研究開発、技術相談・支援、依頼試験、技術情報の提供、人材育成等の支援を行う。</p> <p>また、新たにものづくり技術の高度化に対する支援研修を実施する。</p>

	<p>イ 東葛テクノプラザによる支援</p> <p>県内理工系大学や地域の企業との産学官連携を軸に、新たな事業分野に進出しようとする企業への貸し研究室の提供、共同研究のコーディネート、設備利用、依頼試験、各種研修会の開催等の総合的インキュベート事業を行う。</p> <p>ウ 研究開発等のための資金の提供</p> <p>研究開発型中小企業の創出及び育成を図るため、中小・ベンチャー企業が行う新製品・新技術の研究開発を支援する。</p> <p>また、21世紀型新産業を担うベンチャー企業の創出や育成を図るため、中小企業基盤整備機構、民間のベンチャーキャピタル、地元金融機関、県内有力企業などと連携した投資事業有限責任組合による支援を行う。</p>
<p><b>②地域ブランドの推進</b></p>	<p>県内中小企業が開発・製造する優れた製品、独創的な製品を「千葉ものづくり認定製品」として認定し、広く情報発信し、県内のものづくり産業の高い技術力を全国にPRする。</p> <p>また、埋もれている地域資源を活用し、地域の農工連携による地域ブランドの商品化等といった新たな地域資源活用ビジネスを開発・育成し、地域活性化を図る。</p>
<p><b>③知的財産戦略の支援</b></p>	<p>知的財産の専門家等を短期集中的に派遣し、特許戦略や知的財産による事業化計画の策定に向けた特許分析や研究開発計画、ビジネスプランの作成支援を行う。また、千葉県知的所有権センターでは、特許技術の移転・仲介支援、特許情報の検索・活用方法支援を行う。</p>
<p><b>④企業連携のための支援</b></p>	<p>ア 産業クラスター戦略の推進</p> <p>本県が持つ独自の産業資源や産業集積など特徴や強みを分析し、ポテンシャルのある重点産業分野を見出し、企業・関係機関の連携・競争により、高付加価値の製品やサービスを生み出す「産業クラスター」の形成を促進する。このため、重点産業分野のネットワークを構築するための推進体制を強化するとともに、産学・産産連携や知的財産戦略による技術開発・新製品開発等を推進することで、産業クラスターの形成と発展の担い手となる中小・ベンチャー企業の創出・育成を支援する。</p>

	<p>イ 2社以上の異分野の中小企業等の連携支援【新連携】 事業化・市場化を目的とした2社以上の異分野の中小企業等による連携の構築及び事業化・市場化を支援する。</p> <p>ウ ものづくりネットワークの構築 ものづくり産業の川上・川下企業間のネットワークを軸とした新たな連携・情報交換を支援するため、新たにものづくりネットワークを構築する。</p> <p>エ 産学官の連携の推進 各分野における産学官の連携を推進し、新事業の創出やベンチャー起業等を支援する。また、今後成長が見込まれるロボット関連産業分野において産学官共同研究を推進する。</p>
--	--

## 第8 中小企業のIT（情報通信技術）利活用の促進

### 1. 現状と課題

～(財)千葉県産業振興センター「中小企業 IT 化実態・ニーズ調査結果報告書」(2005年)による本県におけるIT利活用状況～

#### (1) インターネット導入・ホームページ開設状況

IT利活用の代表例であり、情報収集やメールによる連絡などに使用するインターネットの導入状況は86.8%であり、概ね対応済みとなっている。

しかし、企業の商品や事業内容などを紹介するホームページの開設状況は42.7%であり、全国の64.1%(※1)の開設状況と比較すると低調となっており、インターネットを介した情報収集や取引が増えている中、より多くの企業がホームページを開設し積極的に外部に情報発信をすることが求められる。

※1：商工中金調査部「中小企業のIT（情報技術）活用状況等に関する調査」(2003年8月)

#### (2) ITの活用目的

ITを活用している目的は、「文書作成・管理」が81.2%、「外部とのメール等」が72.6%、「財務・経理管理」が71.7%など、ITの活用例としては基本的・事務合理化目的が多くなっている。他方、「生産・在庫管理」が34.4%、「設計・開発・製造」が31.8%、「商用データベース利用」が23.9%と戦略的な目的にITを活用している企業は相対的に少ない状況である。

No.	IT活用目的	割合	No.	IT活用目的	割合
1	文書作成・管理	81.2%	7	仕入管理	41.7%
2	外部とのメール等	72.6%	8	生産・在庫管理	34.4%
3	財務・経理管理	71.7%	9	設計・開発・製造	31.8%
4	顧客管理	58.6%	10	商用データベース利用	23.9%
5	販売管理	57.0%	11	その他	3.8%
6	受注・発注管理	52.2%			

#### (3) IT活用の効果

ITを活用していることの効果は、「文書作成・管理」、「外部とのメール等」、「財務・経理管理」などの基本的・事務合理化目的について6割以上が大いに効果があるとしている。また、「生産・在庫管理」や「設計・開発・製造」、「商用データベース」など戦略的な活用目的についても6割前後が大いに効果があるとしており、ITを活用している企業はその効果を評価している。

#### (4) 今後活用したい目的

ITの今後の活用目的は、「顧客管理」が40.3%、「受・発注管理」が35.7%、「財務・経理管理」が35.0%と多いが、「設計・開発・製造」が16.3%、「商用データベース利用」が15.7%と少なくなっている。

#### (5) ITの活用に関する課題

ITを活用する上での課題は、「知識・技能の不足」が60.5%と多く、「人材の不足」(30.9%)や「資金面での負担」(29.6%)を大きく上回っており、ITに関する知識の不足を多くの企業が認識していることを示している。これは、ITに専門用語が多く難解であることもあるが、企業が具体的なITの活用方法を明確化できていないことが多いためと考えられる。

今後、中小企業のIT活用を促進するうえでは、経営の効率化やスピード化などへのIT活用法に関する情報を提供するとともに、経営における戦略的なIT活用法は企業により異なることから、個別にアドバイスを実施する必要がある。

No.	課題	割合	No.	課題	割合
1	知識・技能の不足	60.5%	6	管理者層の認識不足	13.8%
2	人材の不足	30.9%	7	IT化を進めたいが、方法がよくわからない	9.9%
3	資金面での負担	29.6%			
4	セキュリティの確保	28.0%	8	他企業の取組状況等情報の不足	7.9%
5	従業員の認識不足	17.8%	9	その他	4.6%

## 2. 地域勉強会、中小企業振興に向けた研究会での意見

- 中小企業の多くはITを活用することの必要性や自社が必要としているレベルがわかっていない。こうした中小企業にITを活用することの重要性を気づかせる施策として、ITを活用した成功事例を多くの企業に紹介する方法を工夫すべき。  
→ 施策①で対応
- ITを活用することによる管理面の向上やITの利用価値がわかるような経営者のためのIT活用講座があると良い。講座を実施する際には、セキュリティに関する内容も必要。  
→ 施策①で対応
- 製造業、飲食業など業種によって原価計算、在庫管理が異なるため、IT活用に関しては業種に分け、きめ細かい指導が必要  
→ 施策②で対応
- ITの活用は段階を無理矢理押し上げるのではなく、必要な時に必要なものを提供できるようなシステムの方がいい。  
→ 施策②で対応

～地域勉強会・研究会の意見から～

ITを活用することは必要であり、特殊なソフトなどは高額な場合もあるが、ある程度のコストはやむをえない。

ホームページの開設は、企業概要がわかることで取引先が安心感をもてるなどのメリットがある。

### 3. 基本的な施策

中小企業の中には、営業効率の向上に必要なデータを社内で共有するなど経営戦略と結びついたIT活用を積極的に進め、大きく成長している企業がある。しかし、多くの中小企業は、「経営目標を実現するためにどのようにITを活用すべきか」など戦略的にITを活用することについて多くの疑問や悩みを抱えている。また、IT活用の方法は業種により異なり、また同じ業種の中でもITの活用状況は企業によって異なる。

そこで、中小企業におけるIT活用の支援は、各企業の経営課題、IT活用の状況に応じて、(財)千葉県産業振興センターを中心に、商工会議所、商工会等の支援機関と連携を図り進めていく。

施策	概要
① 経営におけるIT活用の普及促進	企業内における経営戦略とIT活用戦略との融合など、ITの戦略的活用方法に関する解説と、ITを活用し経営革新に成功した実践例を紹介するセミナーを、製造業や小売業、観光業などの業種別に実施する。
② 経営課題解決に向けたIT活用の促進	県内中小企業にITの専門家を派遣し、経営目標の実現に向けた現在の経営課題とIT活用度を明らかにするとともに、解決指針の作成を支援する。また、売上拡大や工期短縮、セキュリティ対策など個別具体的な課題の解決に向け、IT利活用に関する提案や技術的なアドバイスなどを行う。
③ IT活用促進に向けた人材の育成	中小企業のIT活用支援環境を更に充実するため、経営におけるITの活用方法や活用すべきITなどについてアドバイスを行うITコーディネータ(※)向けに、戦略的IT活用レベルの診断方法に関する講座などを実施する。  ※ITコーディネータ 経営とITの両面に精通し、企業経営に最適なIT投資・開発・運用等を支援・推進することができる専門家で、特定非営利活動法人ITコーディネータ協会が認定。