

第6 地域づくり・まちづくりと連携した中小企業の活性化

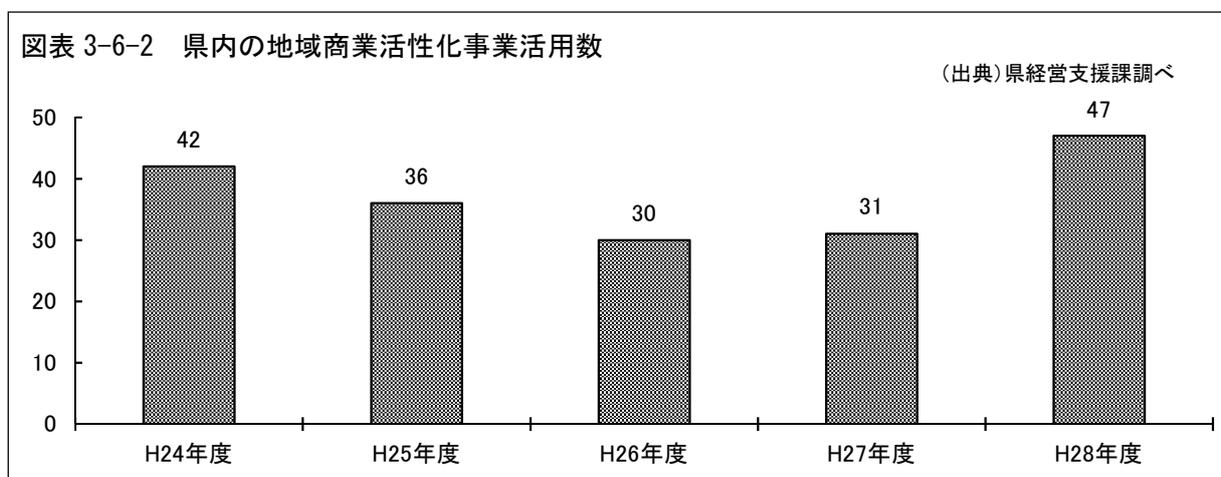
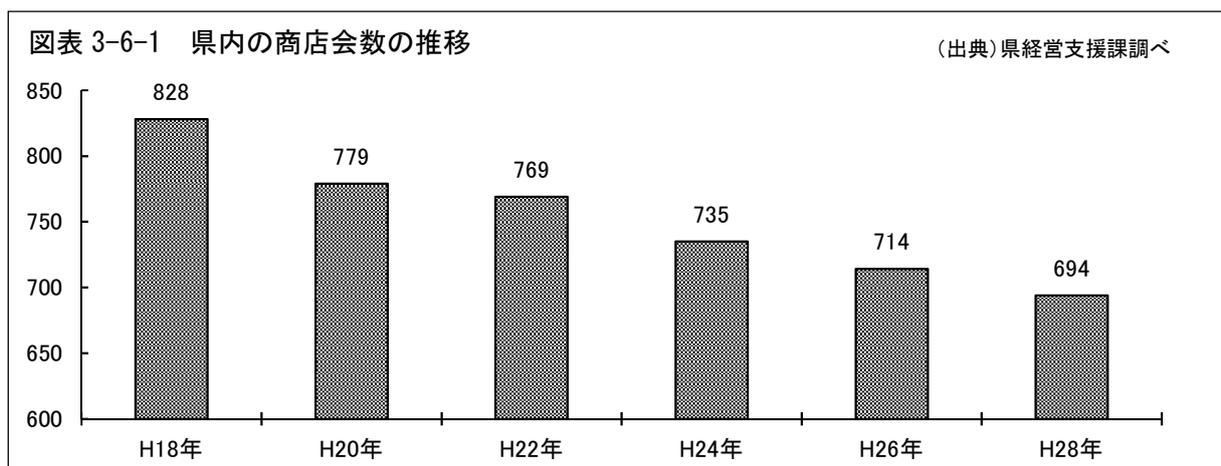
1 主な取組事項における基本的考え方

(1) 地域と連携した商店街活性化

商店街は、地域住民の暮らしに必要な商品・サービスを提供する「買い物の場」であると同時に「地域住民のコミュニティの場」でもあるため、商店街の活性化は地域経済の発展にとどまらず、地域づくりの視点からも重要となっている。

しかしながら、近年の少子高齢化や人口減少、需要動向の変化等により商店会数は減少傾向にあり、地域商業の衰退によるコミュニティ機能の低下や、住民の日常生活への支障が懸念されている。（図表 3-6-1）

県では、商店街をはじめとする地域商業の機能の活性化を図るため、地域住民の意向を踏まえて商店街等が作成した計画に基づくイベントや施設整備など、意欲ある取組を行う商店街等に対して支援を行った。（図表 3-6-2）



今後も、地域の商業機能を確保するため、商店街のみにとどまらず、多様な地域商業の担い手が行う地域の課題解決や、にぎわいづくり、消費者のニーズに応じた取組など、地域の意欲ある取組を支援するほか、次代を担う若手商業者の育成に向けた講座の開催やネットワークづくりへの支援を通じて商店街活動の活性化を図る。

また、商店街にも地域差があり、置かれている環境も様々であるため、引き続き、地域の実情を把握している市町村と連携していくとともに、それぞれの商店街の特性や実態等を踏まえた支援を今後検討する。

今後も引き続き、市町村や商工団体等との意見交換を重ねて、地域ごとの課題を把握するとともに、地域独自の優良事例を県内他地域に普及・働きかけを行う。（平成29年度は意見交換会を27回開催した。）

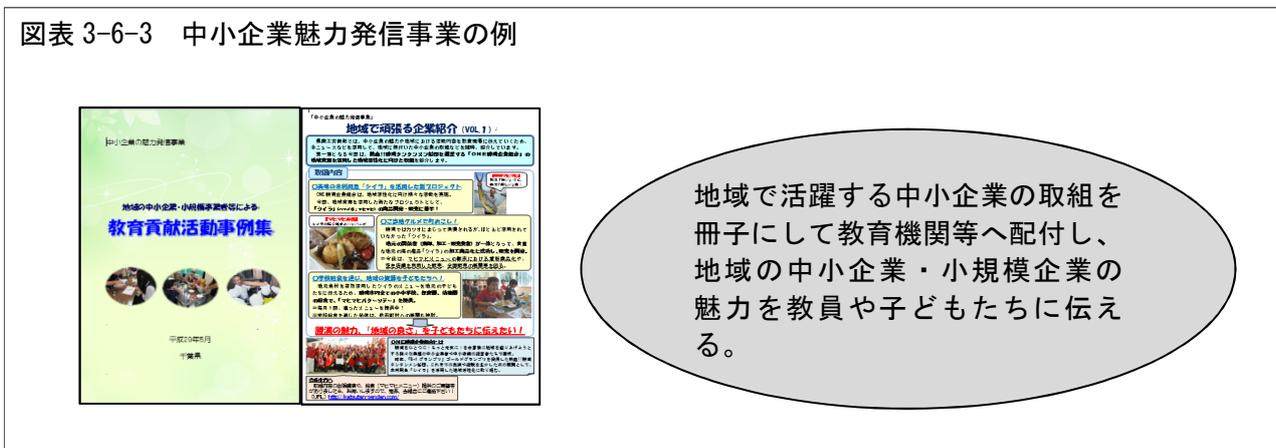
(2) 中小企業と地域住民・大学等の教育機関との交流・連携の促進

地域には、独創性を発揮しながら地域に根付いた事業展開を行ったり、地域住民の交流拡大に貢献する活動を行うなど、魅力あふれる中小企業が数多く存在しているにもかかわらず、地域住民や子どもたちに中小企業の魅力が十分に認知されていない状況にある。

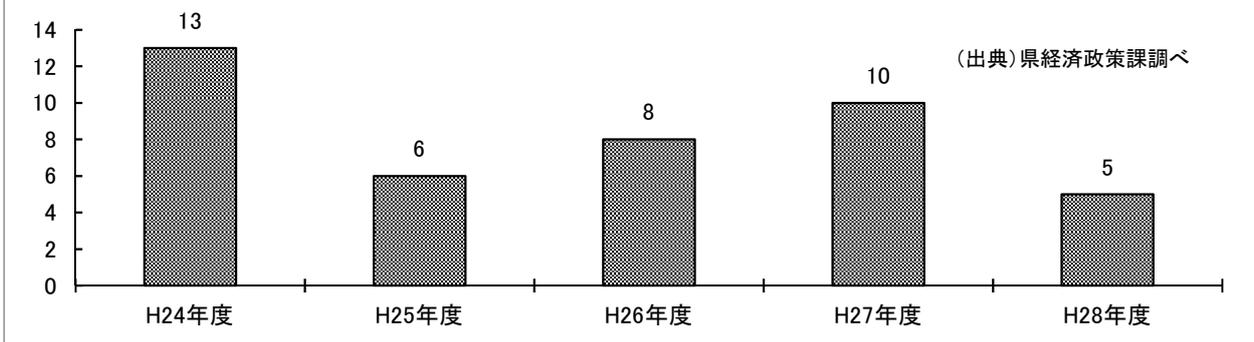
そこで県では、職場体験等を積極的に受け入れるなど、中小企業の地域に根付いた取組を伝える冊子を作成し、教育機関をはじめとした地域の関係団体へ配付した上で、その活用を促すことにより、中小企業の認知度の向上に注力してきた。（図表3-6-3）

また、中小企業による地域活性化へ向けた取組を促進するため、中小企業や商工団体等が中心となった地域資源を活用して行うイベント等の取組に対して支援を行った。（図表3-6-4）

図表 3-6-3 中小企業魅力発信事業の例



図表 3-6-4 ちば中小企業元気づくり基金による地域活性化事業助成件数の推移



地域における中小企業の認知度を高めることは、中小企業の人材確保や、地域住民による地元中小企業の活用などにつながり、中小企業振興の重要な手段となる。特に、将来の担い手となる子どもたちに地域の中小企業の存在や魅力を知ってもらうことは、中小企業にとって大きな意義があると言える。

そこで、中小企業と地域の教育機関との接点を設け、学校における職場体験等を後押しするため、教育現場で活用できる中小企業情報（職場体験等の受け入れ企業、出張講演が可能な企業等）を集約した上で、県ホームページ等により広く情報を発信する取組を今後検討する。

(3) 農商工連携等による地域産業の振興

農産物等の地域資源を活用し、商工業と連携を図ることで付加価値を高め、地域の新たな産業として振興を図り、地域経済の活性化につなげることが重要となっている。

このため、県は、地域の中小企業による地域資源を活用した商品開発や農商工連携・6次産業化による新たな製品・サービスを提供する取組に対して支援を行っており、県内各地で、小さいながら地域を支える製品・サービスを提供し、豊かな地域づくりに不可欠な存在となっている企業や、地域の資源や特性を生かした地域密着型の事業を進める企業など、多様な中小企業が活躍している。(図表 3-6-5、3-6-6、3-6-7)

図表 3-6-5 ちば中小企業元気づくり基金による新商品開発等支援事業件数（累計）

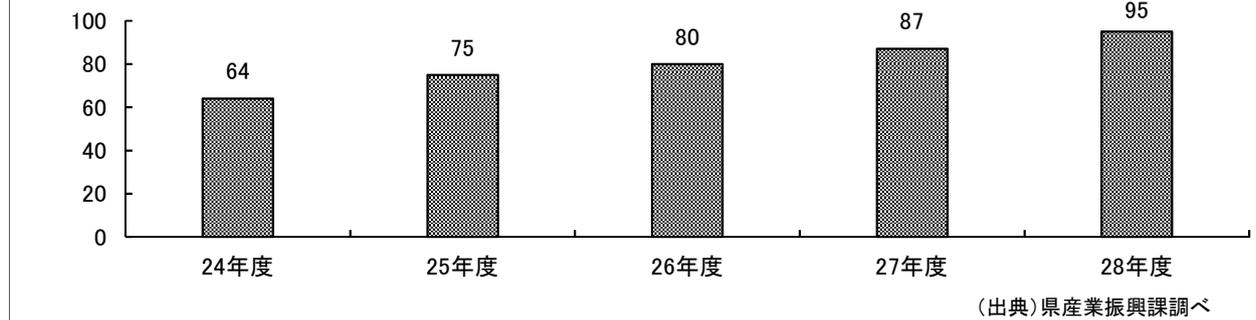
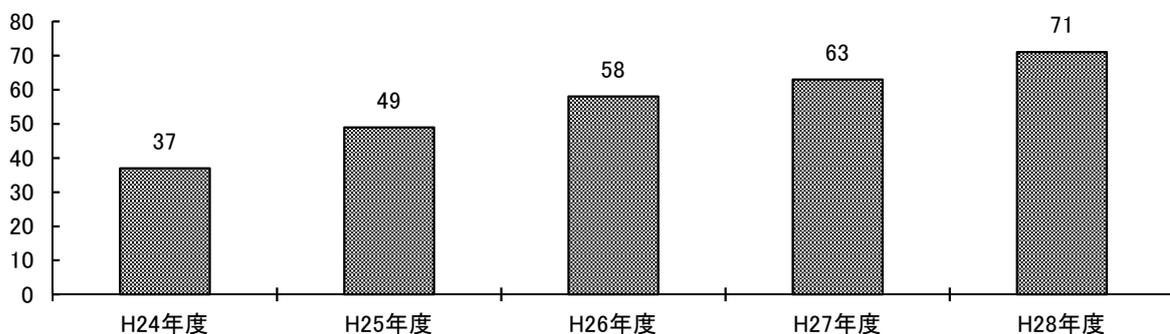
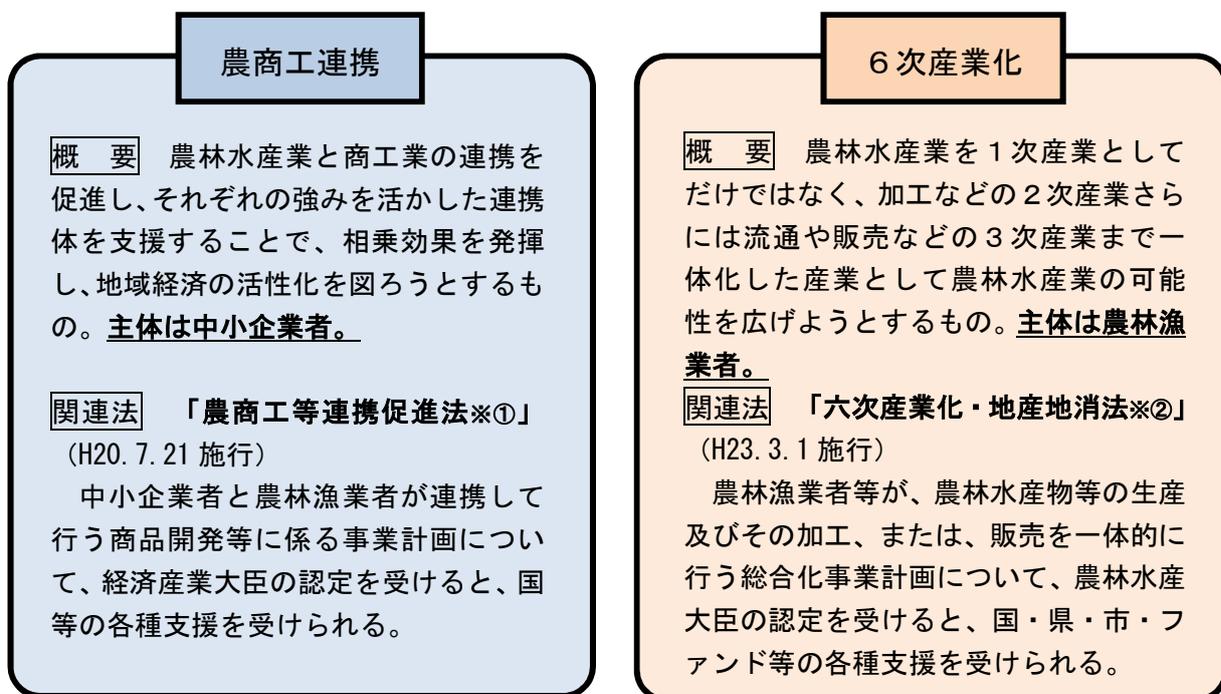


図 3-6-6 ちば農商工連携事業支援基金により助成を行った新商品開発等支援事業件数（累積）



(出典) 県経済政策課調べ

図表 3-6-7 農商工連携と6次産業化の概念図



※①：中小企業者と農林漁業者との連携による事業活動の促進に関する法律

※②：地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律

近年、本県の農林漁業を取り巻く環境は、国際化の進展、消費形態の変化、産地間競争の激化や資材費高騰による生産コストの上昇などにより、厳しい状況にさらされている。そのような状況において、地域資源を活用する事業や農商工連携・6次産業化の促進は新たな付加価値を創出することから、中小企業の新たなビジネスチャンスの拡大につながり、地域経済の好循環を生む効果が期待できる。

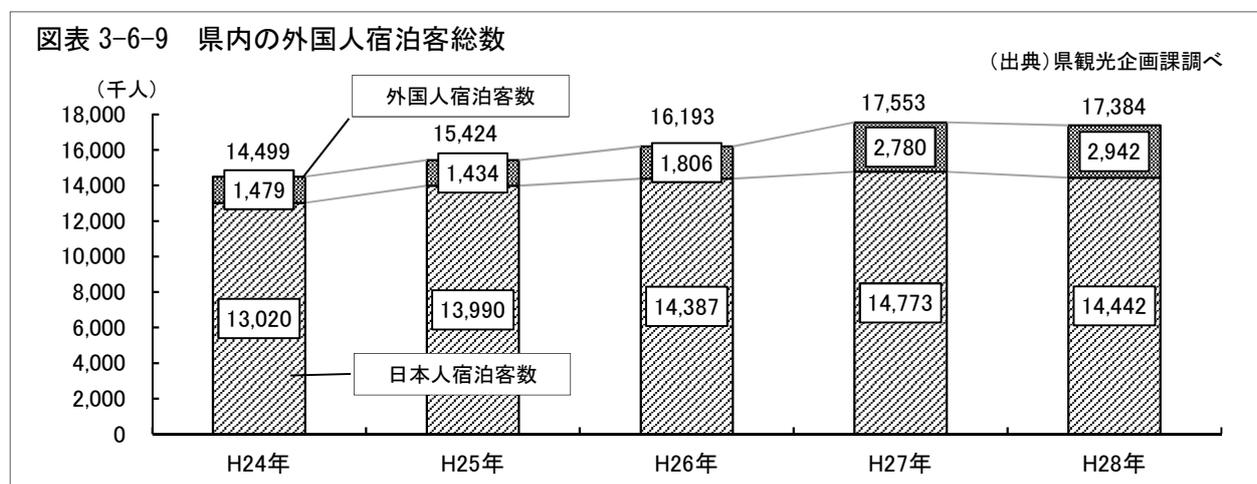
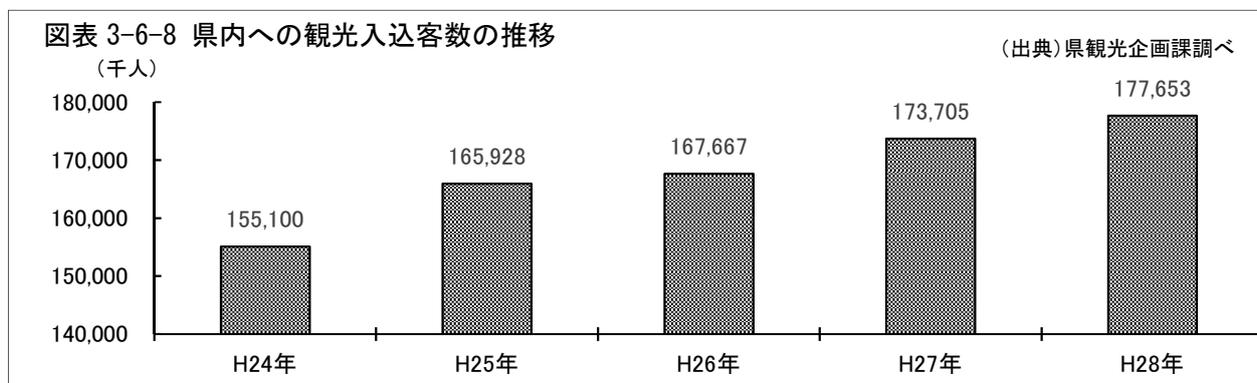
今後も、庁内関係部局（商工労働部、農林水産部）が連携を密にし、県産業振興センターや県6次産業化サポートセンターによる専門家派遣等を活用しながら、地域資源を活用した取組の発掘、農商工連携に向けた中小企業と農林漁業者とのマッチング促進、農林漁業者の6次産業化の促進など、事業者のニーズに応じた支援を進めていく。

（４）おもてなし力の向上による観光振興を通じた地域の活性化

本県は、首都圏に位置しながら、温暖な気候と「花」や「海」をはじめとする豊富な自然に恵まれ、さらには、新鮮な海の幸・山の幸の「食」や数多くの歴史的・文化的資源を有するなど、多様な「宝」や「ポテンシャル」を秘めており、こうした財産を観光振興の切り口で活用し、中小企業振興につなげることが重要である。

本県の観光振興を取り巻く環境は、本格的な少子高齢化・人口減少社会の到来による国内観光市場の縮小や地域間競争の激化など、非常に厳しい状況に置かれている。

このため、県は、何度でも訪れたい魅力ある観光地づくりに向けて、観光インフラの整備や観光資源の磨き上げを促進した結果、県内への観光入込客数・外国人宿泊客の増加を達成した。（図表3-6-8、3-6-9）



引き続き、本県が有する資源を十分に生かした魅力的な観光地づくりを推進するとともに、観光事業者をはじめとして観光振興を支える関係者等のおもてなし力の向上のための取組や、効果的なプロモーション活動により観光入込客・宿泊客をはじめとする交流人口の拡大を目指す。

2 地域勉強会・研究会等での意見

- 商店街は地域貢献をしているが、地域差があり商店街ごとに客層等が異なるため、市町村と連携しつつ、それぞれの商店街の違いを踏まえた取組が必要。(研究会)
- 商店街が活性化しないと人が集まらないので、コトづくりやイベント等の魅力を作り商店街振興を図ることが必要。(研究会)
- 企業が学校に様々なことを提案しても学校教育にも限界があるので、地域として子供にしてあげられることという視点で考えてみるとよいのではないか。(研究会)
- 地域の中小企業を知らない学生が多く、職業体験を通じ中小企業に興味を持ってもらうことが必要。(研究会、意見交換会：千葉・葛南)
- 道路網の整備により観光客が増えたが、高速道路で通過されてしまう地域は宿泊・飲食業など厳しい状況なので、県内の周遊・回遊ルートのPRや、地域ならではの特産品などの魅力アップが必要。(研究会)
- 外国人観光客の接客経験がないことなどが原因で、受入体制の整備が進んでいないが、IT等の活用で言葉の問題を解決し、外国人観光客の増加を地域活性化につなげる取組が必要。(地域勉強会：千葉)

3 具体的な取組事項

施策	概要
<p>①地域と連携した商店街活性化</p>	<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や、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に対して必要経費の一部を支援する。特に、空き店舗対策に係る取組への助成率の見直しを検討する。</p> <p>○地域商業が抱える課題に対応するため、商店街組織を超えた商業者グループ等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。</p> <p><u>イ) コーディネーターによる支援</u></p> <p>○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</p>

	<p>のアドバイスを行うコーディネーターを商店街等に派遣する。</p> <p>ウ) 子育て支援と商店街活性化との連携</p> <p>○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「子育て応援！チーパス事業」を行う。</p> <p>エ) 商店街リーダーの養成</p> <p>○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。</p> <p>○上記講座への参加者や修了者間の交流会等を開催し、商業に関する最新情報の共有や商店街活性化に関する意見交換等を促進することにより、商店街相互のネットワーク作りを推進する。</p> <p>オ) 商業者の「地域貢献ガイドライン」の推進</p> <p>○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」等の公表、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。</p> <p>カ) 中小企業の魅力等発信 [再掲]</p> <p>○「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>キ) 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>ク) 訪日外国人受入に向けた支援</p> <p>○東京オリンピック・パラリンピック開催に向けて訪日外国人などを</p>
--	--

	<p>迎え入れるため、商店街が行う多言語による接客講習会や情報発信等の取組を支援する。</p> <p>ケ) 表彰等による中小企業の魅力発信及び経営革新や技能向上に向けた機運の醸成 [再掲]</p> <p>○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地道に努力を重ねてきた従業員等に対し、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。</p> <p>なお、小規模企業の持続的な発展を後押しするため、小規模企業枠の創設を検討する。</p>
<p>②中小企業と地域住民・大学等の教育機関との交流・連携の促進</p>	<p>ア) 中小企業の魅力等発信 [再掲]</p> <p>○「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(職場体験等の受け入れ企業、出張講演が可能な企業等)の集約化及び県ホームページを通じた情報発信を検討する。</p> <p>○インターンシップのマッチング等に取り組む「千葉県インターンシップ推進委員会」の活動に対する支援を検討する。</p> <p>イ) キャリア教育の推進 [再掲]</p> <p>○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の段階に応じたキャリア教育を推進する。</p> <p>○子供たちの安全・安心な活動拠点として、地域の人々の参画を得て実施している放課後子供教室において、企業との一層の連携を促進する。</p> <p>ウ) 消費者教育の推進</p> <p>○地域貢献や環境への配慮などに取り組む中小企業等を応援することや地産地消に配慮した消費活動を行うことが地域の活性化等につながるについて、消費者教育を通じた理解の促進を図っていく。</p>

	<p>エ) 「工業系高校人材育成コンソーシアム千葉」による連携</p> <p>○工業分野で求められる人材育成等の観点から、県内工業系高校と企業、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。</p>
<p>③農商工連携等による地域産業の振興</p>	<p>ア) 地域資源を活用した事業展開に対する助成</p> <p>○「ちば中小企業元気づくり基金事業」を活用し、新商品・新技術開発等に必要な事業経費の一部を助成する。</p> <p>イ) 地域資源を活用した事業展開に対する専門人材による支援</p> <p>○地域産業の活性化を図るため、本県の恵まれた地域資源を活用し、新商品の開発やブランド化に取り組む地域や中小企業等に対し、専門人材による支援を行う。</p> <p>また、東京オリンピック・パラリンピックを見据え、訪日外国人向け県産土産品の開発等への支援も行う。</p> <p>ウ) デザイン力の強化</p> <p>○地域資源をデザイン力で活性化するため、デザイナー等の「専門家派遣」を行い、地域ブランド力の強化を支援するとともに支援した商品・地域の情報を展示会やホームページ等で広く周知する。また、中小企業のデザイン実践力を強化し、商品のブランド力を高めるためのセミナーを開催する。</p> <p>エ) 「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。</p> <p>○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を実施する。</p> <p>オ) 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</p>

	<p>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>○地域資源アドバイザーや専門家派遣等により、地域資源を活用した地域ブランド化を支援する。</p> <p>○庁内関係部局（商工労働部、農林水産部）が連携を密にし、県産業振興センターや県6次産業化サポートセンターによる専門家派遣等を活用しながら、地域資源を活用した取組の発掘、農商工連携に向けた中小企業と農林漁業者とのマッチング促進、農林漁業者の6次産業化の促進など、事業者のニーズに応じた支援を進めていく。</p>
<p>④おもてなし力の向上による観光振興を通じた地域の活性化</p>	<p><u>ア) 観光地の魅力アップにつながる取組への助成</u></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><u>イ) 宿泊・滞在型観光を推進する取組への助成</u></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（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）に対し、経費の一部を助成する。</p> <p><u>ウ) 大規模イベントの開催に対する助成</u></p> <p>○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。</p> <p><u>エ) 観光を支える人づくりのための支援講座の開催への助成</u></p> <p>○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、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。</p>

	<p>オ) オール千葉県による観光プロモーション等の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ○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。 ○知事のトップセールスを今後のプロモーション展開に活かすため、過去のトップセールス先の旅行会社と本県観光事業者を集めた観光商談会を開催する。 ○県産品や観光をはじめとした、本県の魅力を幅広く情報発信するとともに、市場動向調査を行うため、都心に期間限定のアンテナショップを出店する。 また、外国人旅行者の増加に対応するため、成田国際空港内にミニアンテナショップを設置する。 ○外国人観光客向けの千葉県周遊コースについて、ガイドブックの作成・配布、SNS等の活用により、PRを行う。 <p>カ) 観光事業者の経営基盤強化のための資金調達</p> <ul style="list-style-type: none"> ○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。 <p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ○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。

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。
- 地域で観光振興の中心となる人材等を対象に、ICTを活用した外国人観光客への対応の紹介や、おもてなしの考え方、接客・サービスを行うために必要な知識や技能を学ぶ講習会を実施する。
- 千葉県を訪れる多くの方々に、また千葉に行きたいと心から思っただけのように、シンポジウムの開催やリーフレットの活用等により、オール千葉でのおもてなし機運の醸成を図る。

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）またはEvent（イベント）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。