

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

■地域の現状と課題

(1) 君津市の概要

君津市（以下、当市という）は、房総半島のほぼ中央に位置し、東京から 50km 圏内にあって、東京湾アクアラインにより 1 時間以内で都心までアクセスできる、水と緑に囲まれた豊かな自然と歴史的な文化遺産などを数多く有する街である。四季折々に姿を変える亀山湖や、インスタグラムなど SNS で有名になった清水溪流広場（濃溝の滝、亀岩の洞窟）、県内で唯一「平成の名水百選」に選ばれた久留里の名水、多数の酒蔵、雄大な景色を眺められる九十九谷展望公園、関東最古の古寺である鹿野山神野寺など様々な景勝地がある。



北西部は東京湾に面しており市域は内陸部に向かって広がっているのが特徴で、面積は千葉県下で市原市に次いで第 2 位となる。東京湾沿いは日本製鉄君津製鉄所を中心とする重工業地域であり、市街地も君津駅を中心とした沿岸部に集中している。工業・製造業に関しては当製鉄所に関連する小規模事業者が多く集積しており、それぞれ高い技術力を有している。

(2) 人口

当市の人口は社会保障・人口問題研究所の予測によると、令和 1 年 10 月 84,032 人あった人口が令和 27 年には 58,796 人と 25,236 人減少し、年少人口（15 歳未満）は 5,501 人（3,375 人減）となる。一方、老年人口（65 歳以上）は 24,056 人（2,111 人減）となり、年少人口の著しい減少が予想される。これに準じて、小規模事業者の高齢化が進み、年少人口の減少から後継者不足による廃業も増加が予測される。

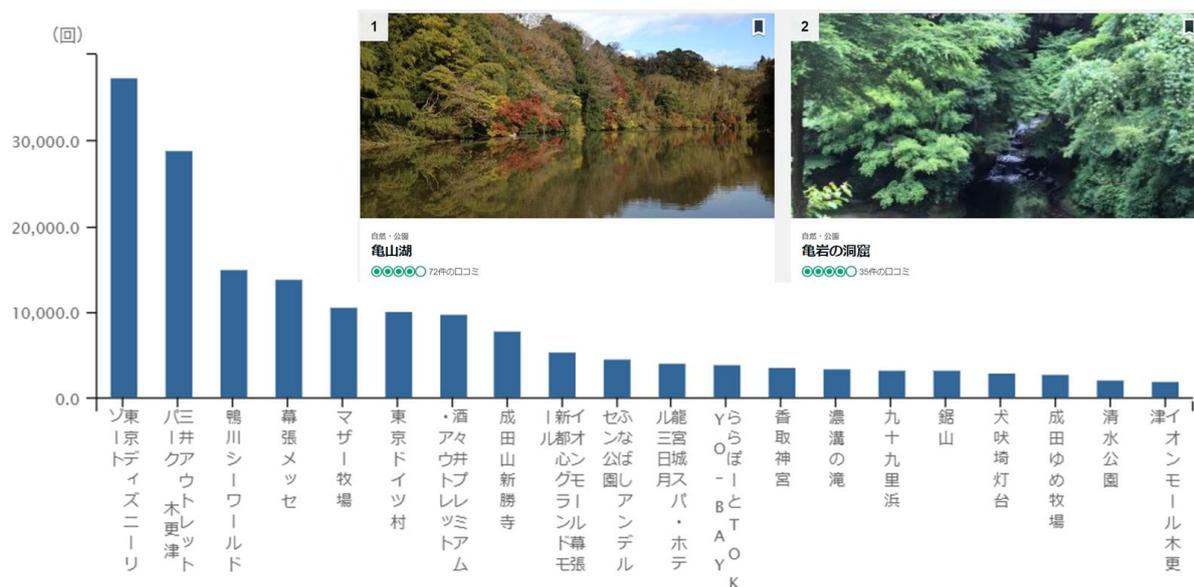


人口	平成 27 年	令和 2 年	令和 7 年	令和 12 年	令和 17 年	令和 22 年	令和 27 年
0-14 歳	9,845	8,904	8,029	7,215	6,542	6,030	5,501
15-64 歳	51,691	46,816	43,059	39,735	36,188	32,158	29,239
65 歳以上	24,497	26,490	26,800	26,352	25,749	25,451	24,056
75 歳以上	11,442	13,638	15,702	16,740	16,364	15,628	15,033
人口合計	86,033	82,210	77,888	73,302	68,479	63,639	58,796

(出典：社会保障・人口問題研究所 「平成 30 年地域別将来推計人口」)

(3) 観光

平成30年における千葉県の延べ宿泊者数は25,105,957人で全国第4位。うち、浦安市が9,868,534人で4割を占めるが、君津市は197,500人となる。(株)ナビタイムジャパンの分析によると、インターネットで検索される回数が多い千葉県内の観光地・施設は、東京ディズニーリゾートや三井アウトレットパーク木更津であるが、君津市では、清水溪流広場（濃溝の滝、亀岩の洞窟）や亀山湖が人気である。首都圏からの交通インフラ（アクアライン高速道路）を利用した観光客取り込みなど更なる経済活動を整える必要が求められる。



(出典：(株)ナビタイムジャパン「平成30年経路検索条件データ」)

■ 商工業者の現状と課題

(1) 事業者数

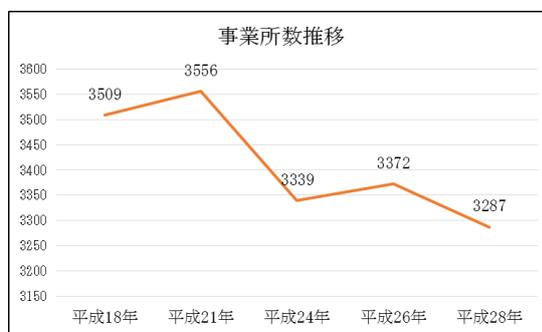
当市は昭和46年に君津町、小糸町、清和村、小櫃村、上総町の5町村が合併してできた自治体である。大きくは工業と商業が盛んな西部沿岸部の君津地区と、農業と観光業が盛んな東部山間部の小糸・清和・小櫃・上総地区に区分される。沿岸部と山間部の事業所数及び従業員数を見ると、急激な過疎化などにより大きな格差が見られる。経営環境の変化に対応した粘り強い格差解消の必要がある。

平成21年地区別事業所・従業員数

	事業所数	従業員数
君津地区	2,478	32,234
小糸地区	327	2,586
清和地区	155	1,086
小櫃地区	274	1,591
上総地区	433	3,444
総数	3,667	40,941

(出典：平成21年経済センサ基礎調査)

※平成21年時資料となり、現在最新版はない。



(出典：平成28年経済センサ活動調査)

総務省経済センサス活動調査によれば、平成 28 年の当市の地域内事業所数は 3,287 事業所、うち 2,015 の小規模事業者が事業活動をおこなっており、37,439 人の従業員が従事していると見られる。平成 26 年 3,372 事業所から 85 事業所の減少となり、平成 26 年従業者数 38,555 人から 1,116 人の減少となる。また、業種構成として飲食・サービス業 49.3%、卸売・小売業 20.9%、建設業 12.0%の順である。平成 27 年の国勢調査によると、本市の産業別就業人口は一次産業（農林業）が 3.7%、二次産業（工業）が 28.4%、三次産業（卸売・小売・サービス業）が 64.5%となっている。

当市の業種構成は大多数が小規模な卸売業、小売業、飲食サービス業のため、きめ細かい強力な経営支援による更なる小規模事業者対策が求められる。また、県下で 2 番目に広い面積となり巡回指導などには支援対象エリアが広く時間的制約があるため、踏み込んだ経営支援が出来ていない現状がある。

君津市の産業別事業所数及び従業者数

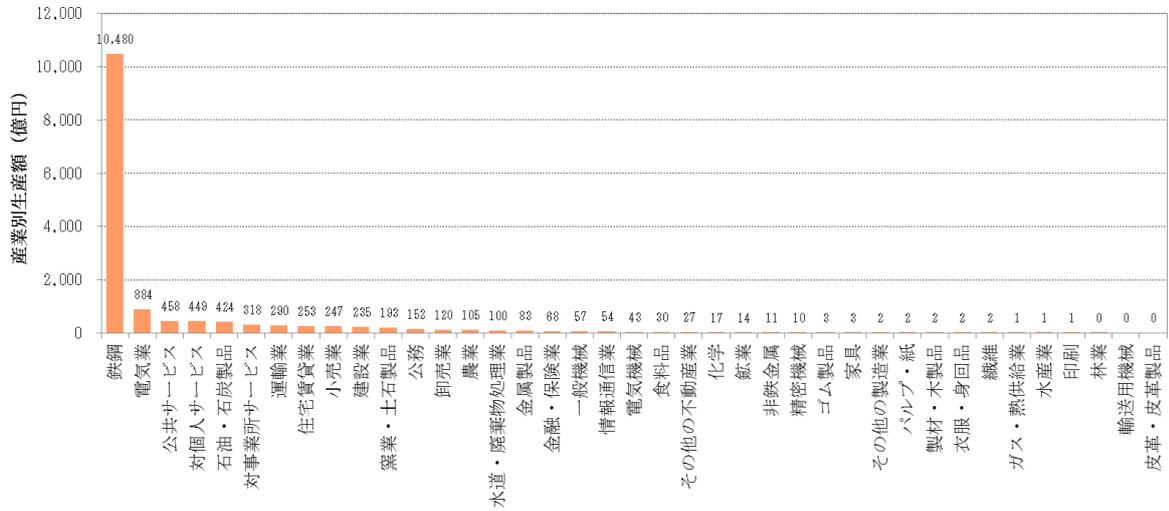
	事業所数	割合	従業者数	小規模事業者数
飲食サービス業	1,621	49.3%	14,185	
卸売業、小売業	688	20.9%	6,045	
建設業	395	12.0%	4,654	
不動産業、物品賃貸業	239	7.3%	744	
製造業	157	4.8%	7,793	
運輸業、郵便業	78	2.4%	2,671	
金融業、保険業	48	1.5%	540	
農業、林業	40	1.2%	446	
鉱業、採石業、砂利採取業	14	0.4%	220	
情報通信業	5	0.2%	21	
漁業	1	0.0%	4	
電気・ガス・熱供給・水道業	1	0.0%	116	
全産業（公務を除く）	3,287	100%	37,439	2,015

（出典：平成 28 年経済センサス活動調査）

（2）工業

RESAS（地域経済分析システム）の分析によると、平成 25 年における産業別生産額のうち第一次産業が 0.7%、第 2 次産業が 76.7%、第 3 次産業が 22.7%となり、「鉄鋼業」が 7 割を占めている。また、産業別付加価値額については、第一次産業が 1.2%、第 2 次産業が 56.2%、第 3 次産業が 42.6%となり、「鉄鋼業」は全体の 5 割を占めている。以上から日本製鉄君津製鉄所を中心とする鉄鋼業が地域の基幹産業であり、地域の雇用及び消費を生み出し地域経済の潤滑油となっている。もっとも、平成 22 年から平成 25 年における鉄鋼業の付加価値額は 4,090 億円から 2,183 億円に半減しており、リーマンショックや東日本大震災以降に産業構造の脆弱性が表面化した。地域の特長である鉄鋼関連業の多さを活かしつつも、単なる下請けにとどまらない多様な事業者の育成が必要である。

君津市の平成 25 年産業別生産高（生産総額 15,142 億円）



（出典：環境省「地域産業連関表」、「地域経済計算」（株式会社総合研究所受託作成））

君津市の産業別付加価値額（付加価値総額 4,493 億円）



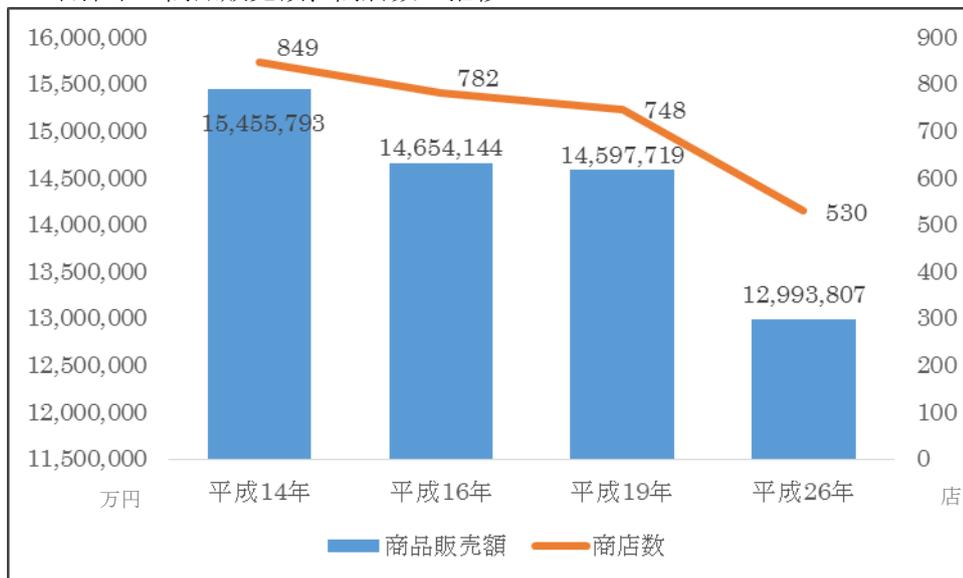
（出典：「地域経済循環分析用データ」、総務省統計局「平成 25 年国勢調査」より作成）

(3) 商業

業種構成で多くを占める市内商店の商品販売額の推移をみると、平成 14 年の 1,545 億円から減少に転じ、平成 26 年には 1,299 億円となっている。この間、店舗数についても減少しており平成 26 年には 530 店舗（平成 14 年比 319 店舗減）となっている。

近隣市への大型商業施設やチェーン店の進出などによる競争激化により、買い物客が流出している。よって、地域に根差した商店街づくりや、消費者ニーズを捉えた魅力ある個店づくりを進める必要がある。

君津市の商品販売額、商店数の推移



(出典：経済産業省平成29年「商業統計調査」)

(4) 君津市の計画

①まちづくり構想 (平成25年～令和4年)

当市では、令和4年度を目標年次とする「まちづくり構想」において、「人が集い 活力あふれる 健康都市きみつ ～夢と誇りの持てるまち～」を将来都市像に掲げている。商工業振興においては、新たなふるさと産品をつくりだす地場産業の活性化に取り組み、地域の産業基盤の強化に取り組む。また、かずさアカデミアパークや君津インターチェンジ周辺等の高度利用を図り、幅広い分野の産業を誘致する方針を掲げている。観光振興においては、豊富な観光資源を活用して、多様なニーズに応える観光メニューを創出すると共に、おもてなしの心で観光客を迎える仕組みの構築をうたっている。

②第3次まちづくり実施計画 (令和1年～令和4年)

「まちづくり構想」の具体的な手段を示す「まちづくり実施計画」は、環境の変化や多様化・複雑化する市民ニーズ等を捉えながら、持続可能な行財政運営を目指している。市内の産業構造の多角化や雇用機会の拡大を図るため、君津市企業誘致条例や施行規則の見直しを行い、立地奨励金対象業種の拡大や要件緩和など、積極的な企業誘致活動の必要性を明記している。

平成30年9月、君津商工会議所(以下、当所という)が当市から委託を受け、資金調達や販路拡大、事業承継などの課題を抱える中小企業者や創業者の総合窓口として、君津市産業支援センター(通称：きみつの未来活力支援センター)を開所。今後は当市と当所との連携強化が求められる。

③君津市産業振興アクションプラン (平成27年～令和1年)

産業の発展と地域経済の活性化を図るため平成26年に施行された「君津市産業振興条例」に基づき、戦略的で実効性のある施策展開をするため「君津市産業振興アクションプラン」が策定された。「地域のでで築く活力あふれるまち」を実現するため、ア) 商業の振興、イ) 工業等の振興、ウ) 農業の振興、エ) 林業の振興、オ) 観光業の振興、カ) 新産業の振興の6項目において基本方針を定めている。経営発達支援事業においては、ア) 商業の振興、イ) 工業等の振興、オ) 観光業の振興、カ) 新産業の振興の4項目について考察する。

1. 小規模事業者の長期的な振興のあり方

(1) これまでの現状と課題を踏まえ小規模事業者振興について

「持続可能な稼げる企業と稼げる地域の創出」を10年後のあるべき姿とする。

民間企業の設備投資は底堅く内需は比較的堅調にあると報道されているが、当市ではその実感は薄く、人口減少と高齢化により市場の縮小が予想されるなど先行きの不透明感は拭えない状況である。

このような環境のなかで、目まぐるしく変化する社会経済情勢に対応しつつ地域経済が健全かつ堅実に発展するためには、地域経済の土台を担っている小規模事業者の事業発展なくして地域経済の活性化はなく、また地域経済の活性化なくして事業発展はないと考える。両者が車の両輪のごとくバランスよく一体となったビジネスモデルを構築することが地域全体の発展につながる。

当市の商工業者の現状を見ると、依存度が高い大手鉄鋼メーカーと取引関係の小規模事業者は商売に対する危機意識が薄く、自社の強みを十分見出していないケースが見受けられる。また、近隣大型商業施設に顧客を奪われている小規模の小売店は価格競争に巻き込まれてしまい事業縮小を余儀なくされている。そういった状況において、これからの小規模事業者は大手企業に負けないオリジナルの商品やサービス、技術を創り出し、競争の少ないブルーオーシャンで稼げる力を養う必要がある。

よって、人口減少による消費の低迷や環境の変化により、さらに過酷な時代を迎えるであろう10年後の小規模事業者振興のビジョンを、自社の商売で確実に稼ぎ、また地域全体でも観光業などを主に域外の外貨を稼ぐ仕組みを創造する事とする。

そして、事業者がその商売を通じて確実に利益を生めることが健全な経済循環を生み出すだけでなく、当市で暮らす市民のより豊かな暮らしと明るい未来を実現できる手段の1つであると考えている。

(2) 君津市総合計画との連動性・整合性

君津市総合計画（「まちづくり構想」及び「第3次まちづくり実施計画」、「君津市産業振興アクションプラン」）においては、人口減少社会と経済環境の悪化、情報化社会の進展など時代の潮流を踏まえた上で、当市の将来都市像を明らかにしている。その中で、規制緩和による企業誘致や賑わいある中心市街地の形成、情報発信の強化、産学官連携の推進など企業と地域が「稼げる力」の源泉となる施策が多数あることから、連動性・整合性は非常に高いと言える。

(3) 君津商工会議所としての役割

私たちは、東南アジアのように急激に発展が期待される経済社会から成熟社会へと移りその先へ進むもうとしている。国内外においてはグローバル化が一層進み、商工会議所は地域社会を代表する総合経済団体から、環境変化に対応した役割と活力溢れる経済社会創出の牽引役として、その軸足を「運営」から「経営を踏まえた行動」（企業経営マインド）へ移行することが求められている。そのうえで、地域の小規模事業者がこれからの時代の中で生きていける「稼げる力」を養えるようにすることが、私たち君津商工会議所に課せられた使命だと考える。

■経営発達支援計画の目標および目標達成のための方針

(1) **鉄鋼業依存からの自立による「稼ぐ力」の醸成**

世界有数の鉄鋼メーカー日本製鉄君津製鉄所に依存している小規模事業者が当市には多数いる。しかしながら、国内マーケットの縮小、グローバル競争の激化などにより、多くの小規模事業者は厳しい経営環境が続いている。そのような中、大手鉄鋼メーカーは地域社会や他産業との連携に基づく、鉄づくりという動脈産業とリサイクルという静脈産業のいわば結節点の役割を果たしつつ、地球温暖化対策の推進、新たな循環型社会の構築など21世紀の社会システムを提唱している。

小規模事業者においても、その経営方針に合わせたリサイクル、次世代エネルギーに対応する技術革新の必要がある。さらに、鉄鋼業関連で得た自社技術、ノウハウを新たな事業に転用することができないか、小規模事業者は経営革新をはじめとした自社の強みについて分析する必要がある。

(目標達成のための方針)

鉄鋼業に従事する工業の小規模事業者を対象に、経営分析や事業計画策定、その後のフォローアップ、需要動向調査、新たな需要の開拓を通して事業者の「稼ぐ力」を磨く伴走型支援を行う。

(2) 魅力ある個店づくりによる「稼ぐ力」の支援

近隣の大型商業施設やチェーン店の進出などによる競争激化により、今後ますます消費者ニーズに対応した個店の質やサービス向上が求められる。そのために、個店においては顧客に支持されるための魅力を総合的に向上させるための経営改善を行っていくことが必要である。

(目標達成のための方針)

小規模の商店を対象に、経営分析や事業計画策定、その後のフォローアップ、需要動向調査、新たな需要の開拓を通して事業者の「稼ぐ力」を磨く伴走型支援を行う。

(3) ITを活用した情報発信による「稼ぐ力」の支援

情報ネットワーク社会（IT、AI、IOT）が進展する中、国内における地域の垣根が低くなり、相互の参入が活発化してボーダレスになっている昨今、低コストで自社PRや各種マッチング、情報交流が可能となっている。人口減少や過疎化による経済収縮の解消および自社のビジネスチャンス創出のためにIT活用を推進する。

(目標達成のための方針)

IT活用の需要の掘り起こしを行い、対象事業所にIT専門家による専門家派遣および当所が用意しているIT情報発信ツール（ホームページやSNS、プレスリリースなど）を提供し、「稼ぐ力」を磨く伴走型支援を行う。

(4) 地域資源を活用した「稼ぐ力」の創出

久留里城や鹿野山神野寺などの歴史・文化的施設、豊かな自然環境のほか、カラーなどの特産品や名水で仕込んだ酒類など数多くの観光資源がある。このような資源を活用し、全国有数の鶏卵生産高を誇る食品産業をはじめとする様々な産業と連携して地域ビジネスを創出する「6次産業化」に代表されるような、新たな産業の展開を進める。そして、首都圏からの交通インフラ（アクアライン高速道路）を利用した観光客を対象に地域で稼げる仕組みづくりを構築する必要がある。

(目標達成のための方針)

行政と連携して各分野の専門家を集めたプロジェクトチームを結成し、地域資源の掘り起こしとブランディングを行い、継続して「稼ぐ力」を備える君津ブランドの形成を推進する。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和2年4月1日～令和7年3月31日）

(2) 経営発達支援事業の内容

I. 経営発達支援事業の内容

2. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者が環境変化に対応し経営を継続する上で、地域の経済動向を把握することは大変重要であるが、小規模事業者はそういったデータを十分に活用していないのが現状である。また、公表されている経済・市場動向等の調査結果は内容が多岐に亘り、小規模事業者にとって分析活用が難しいものとする。

当所では、日本商工会議所の「CCILOBO調査」や㈱日本政策金融公庫の「中小企業景況調査」を活用しているが、いずれも全国的規模の調査であり、地域に特化したものではなく、地域性に即した効果的な情報データの提供が出来ていない。さらに、当所独自の調査を現在行っておらず、今後は地域経済に適した動向調査を実施すると共に、経営指導員がその情報を共有することが課題である。

さらに、RESAS（地域経済分析システム）など最新の経済動向調査ツールを活用し、この分析結果も反映させるようにする。

(2) 事業内容

① RESAS（地域経済分析システム）の活用（新規）

国が公表する各種データが横断的にまとめられている「RESAS（地域経済分析システム）」を活用する事で、当市の経済動向を確認できる。また、分析結果から施策を検討するヒントとして「施策検討例」等の情報も取得でき、事業計画策定等で積極的に活用していく。

調査	RESAS（地域経済分析システム）の活用
目的	小規模事業者に外部環境に関する情報を提供することで、市場の把握、経営判断、事業計画の策定等への活用を促す。
時期	年1回（9月）
項目	地域経済循環マップ、まちづくりマップ、産業構造マップなど
分析方法	経営指導員がこれらの情報を網羅的にみて、特に事業者の役に立つデータを抽出。どのように活用すべきかについて簡単なコメントを付し、事業者が見やすいフォーマットにまとめる。分析にあたっては、中小企業診断士等の専門家の意見を聞く。

② 小規模事業者景況調査の実施（新規）

独自の景況調査を実施する。対象事業者、調査項目、分析方法などを外部専門家と連携し、効果的に実施できるようにする。

調査	小規模事業者景況調査
目的	管内の小規模事業者の景況感を反映した総合的な指標になる資料を作成する。
時期	年1回（9月）
対象	管内小規模事業者100社（製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業から各20社）

項目	売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資など
手法	調査票を郵送し返信用封筒で回収する。
分析方法	経営指導員がこれらの情報を網羅的にみて、特に事業者の役に立つデータを抽出。どのように活用すべきかについて簡単なコメントを付し、事業者が見やすいフォーマットにまとめる。分析にあたっては、中小企業診断士等の専門家の意見を聞く。

(3) 成果の活用方法

RESAS（地域経済分析システム）及び小規模事業者景況調査ともに、その成果の活用方法については、情報収集・調査、分析した結果を当所ホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。また、経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料として持参する。

(4) 目標

	現行	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
RESAS分析結果の公表回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
小規模事業者景況調査の公表回数	—	1回	1回	1回	1回	1回

3. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者の持続的発展には、自社の経営状況の分析を行い、その結果を踏まえて事業計画を策定することが不可欠であるが、管内の大半の小規模事業者は過去の経験や感覚で経営を行っており、自社の現状把握（売上、損益、資金繰り、在庫等）すら出来ていないケースが少なくない。経営状況の分析により自社の現状を理解し、事業計画を策定・実施していくことの重要性を小規模事業者に訴える必要がある。

当所は現在約300事業所の記帳指導税務支援を行っており、既に財務内容に踏み込んだ指導を実施しているのが強みである。また、マル経資金推薦等の経営改善普及事業からも各種の経営データが得られカルテ等に記入している。しかしながら、各事業を通じた系統だった分析が行われてなく、また経営指導員等の共有体系化が出来ていないのが課題である。

本計画において、小規模事業者に経営分析の動機付けとして、会報誌や当所ホームページで周知するだけでなく、各種セミナーや巡回・窓口相談の際にもその必要性を啓蒙し意識改革を図る。また、クラウドサーバーを活用して経営分析状況の共有フォルダを介することで経営指導員等の情報共有を実現する。

(2) 事業の内容

① 経営に関するセミナーからの分析（新規）

対象	セミナー参加者の中から意欲的で販路拡大の可能性の高い10社を選定。
項目	定量分析たる「財務分析」や定性分析たる「SWOT分析」などを行う。 「財務分析」…売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率など 「SWOT分析」…強み、弱み、脅威、機会など
手法	経済産業省の「ローカルベンチマーク」や中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、経営指導員が分析を行う。

② 巡回・窓口相談からの分析（新規）

対象	巡回・窓口相談の中から意欲的で販路拡大の可能性の高い15社を選定。
----	-----------------------------------

項目	定量分析たる「財務分析」や定性分析たる「SWOT分析」などを行う。 「財務分析」…売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率など 「SWOT分析」…強み、弱み、脅威、機会など
手法	経済産業省の「ローカルベンチマーク」や中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、経営指導員が分析を行う。

③ 記帳指導税務支援からの分析（新規）

対象	記帳指導税務支援の中から意欲的で販路拡大の可能性の高い15社を選定。
項目	定量分析たる「財務分析」や定性分析たる「SWOT分析」などを行う。 「財務分析」…売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率など 「SWOT分析」…強み、弱み、脅威、機会など
手法	経済産業省の「ローカルベンチマーク」や中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、経営指導員が分析を行う。

（3）成果の活用方法

分析結果は、当該事業者にはフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。また、データベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用する。

（4）目標

	現行	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
経営に関するセミナーの開催回数	—	2回	2回	2回	2回	2回
巡回・窓口相談の実施件数	2574件	2600件	2600件	2600件	2600件	2600件
記帳指導税務支援の実施件数	300件	300件	300件	300件	300件	300件
分析件数	—	40社	40社	40社	40社	40社

※売上増加・利益率向上を図るためのきめ細かな個社支援を実践するため、基本指針第4条で規定する「経営指導員一人当たりが継続的に指導及び助言できる小規模事業者20社程度」を下回る分析件数目標となる。

4. 事業計画策定支援に関すること

（1）現状と課題

当所では、これまで施策普及及び金融、税務、記帳代行事務についての支援が主体であり、売上並びに利益増加に主眼を置く支援が手薄であった。小規模事業者の経営革新、経営分析、情報化、金融、税務、雇用の各分野においていかにもう一步踏み込んだ伴走型のアドバイス支援を行っていかねば課題となっている。

前述の市場調査、経営分析の結果を踏まえ、各分野の専門家と連携し経営力向上や販促等のための事業計画策定支援を行うとともに、地元金融機関や各支援機関等とも協力し合い、長期にわたり実効性のある伴走型の指導・助言を行い、小規模事業者の継続的経営発展に寄与する。

とりわけ、平成30年9月に当所内に開設された君津市委託事業「きみつの未来活力支援センター」は、相談窓口の一本化、明確化、相談体制や支援メニューの充実を強化したワンストップ支援窓口となり、中小企業のライフステージに合わせた事業計画策定を支援できる専門家を配している。

今後、当所としては当センターの中小企業診断士や社会保険労務士等の専門家と有効的に連携をとり、事業計画策定セミナーの開催やその他事業計画策定支援等に臨むことが期待される。

また、毎月第2水曜日に(株)日本政策金融公庫の定例金融相談会を実施し、毎月第1火曜日に(公財)千葉県産業振興センターのサテライト相談所を開設している。今後は、両支援機関と連携し、事業計

画策定支援の際には各定例相談会を利用して支援強化を図る。

さらに、事業承継支援については関連アンケートや事業承継セミナーを実施しているものの、特段の実績も出ていないのが現状である。平成 31 年より千葉県事業引継ぎ支援センター及びプッシュ型事業承継支援高度化事業地域事務局と協力し、毎月第 4 火曜日に定例相談会をスタートしている。今後は当センターの専門家とも連携し管内における事業承継の掘り起しと事業承継計画策定支援が求められる。

(2) 事業内容

① 事業計画策定セミナーの開催（新規）

対象	<ul style="list-style-type: none"> ・経営分析を行った事業者 ・各種補助金や助成金の申請支援を行い、経営分析を経た事業者 ・マル経融資をはじめとする各種融資制度の申請支援を行い、経営分析を経た事業者 ・未だ経営分析は経ていないが、計画経営に積極的な事業者など
募集	会報誌および当所ホームページによる周知 巡回・窓口相談等で事業者と接触する機会に紹介
回数	年 1 回
内容	小規模事業者が「稼げる力」を強化するため、「機会」や「強み」を活かした取り組みを策定するなど、きみつの未来活力支援センターと連携してカリキュラムを考察する。
人数	セミナー参加者 20 名

② 事業承継計画策定セミナーの開催（新規）

対象	巡回・窓口相談などを介して経営分析を行い、「事業承継診断」をした事業者 その他事業承継の準備を検討中の事業者
募集	会報誌および当所ホームページによる周知 巡回・窓口相談等で事業者と接触する機会に紹介
回数	年 1 回
内容	「事業承継診断」の活用方法、各種税制度、株式譲渡など
人数	セミナー参加者 10 名

(3) 目標

	現行	2 年度	3 年度	4 年度	5 年度	6 年度
事業計画策定件数	—	20 件				
事業承継計画策定件数	—	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件

5. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

現在はニーズがあった場合のみ事後支援を行っている。今後は定期的、体系的な事後支援を実施していくことが求められる。具体的には、策定した事業計画が計画通り実施されているか定期的な状況確認により、早期の課題発見・改善策の提案などフォローアップの充実が求められる。そのためには、対象事業所の進捗度に応じた綿密な巡回計画を立て、それに基づく攻めの姿勢のフォローアップを実施する。実施にあたってはきみつの未来活力支援センター及び千葉県事業引継ぎ支援センターの専門家と同行し、より効果的な支援策を検討する。

(2) 事業内容

事業計画を策定したすべての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障のない事業者とを見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。

具体的なフォローアップ頻度については、事業計画策定 21 社のうち、5 社は毎月 1 回、5 社は四半期に 1 回、他の 11 社は年 2 回最低でも実施する。ただし、事業者からの申出等により臨機応変に対応する。

なお、進捗状況が思わしくない、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、担当外の経営指導員や外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応策を検討のうえ、フォローアップ頻度の修正等を行う。

(3) 目標

① 事業計画

	現行	2 年度	3 年度	4 年度	5 年度	6 年度
フォローアップ対象事業者数	—	20 件				
頻度 (延数)	—	100 回				
売上 5 %以上増加の事業者数	—	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
営業利益 3 %以上増加の事業者数	—	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社

② 事業承継計画

	現行	2 年度	3 年度	4 年度	5 年度	6 年度
フォローアップ対象事業者数	—	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
頻度 (延数)	—	8 回	8 回	8 回	8 回	8 回

6. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者にとって外部環境や商品サービスの客観的な需要予測等について調査する時間を確保することは難しい。一方、当所でも個社レベルにおける商品やサービスの需要動向を図ることは過去にしてこなかった。

しかし、小規模事業者の事業計画策定をするうえでその販売する商品又はサービスの需要動向を分析することは根底にあるもので、効果的な販路開拓を実施するためにも個社レベルの需要動向調査を試みる必要がある。

そこで、専門家の知見を活かした的確な調査を実施するためにきみつの未来活力支援センターと連携し地域資源を活用した以下の需要動向調査を実施する。

(2) 事業内容

当市内では全国有数の鶏卵生産高を誇る新鮮な鶏卵を使用した「卵かけごはん」(TKG) 専門店が過去にオープンしたものの継続出来ずに終わった経緯がある。ターゲットをどうするのか、付加価値をどう付けるか、商品自体はシンプルなためそれ自体が主役級の食材にはなりにくいかと考える。

そこで、個店での「卵かけごはん (TKG)」メニューの開発・販売促進を前提に需要動向調査を試みる。この調査結果は地元鶏卵生産者や鶏卵商品を扱う小売店、飲食店の事業計画策定にあたって新商品・新サービス開発のための資料として積極的に活用していく。

週末朝限定「卵かけごはん」(TKG)のビジネスモデル(仮定)

対象	週末に房総へ遊びに来る観光客
消費動機	都内を早朝に出発し房総へ向かう通過点である君津市内で朝ごはんを検討
商品	地元特産の卵と炊きたてごはん、付加価値とし数種類の卵食べ比べ、朝採れ野菜やお新香、東京湾産の初海苔、浅利の佃煮もセレクト可能
効果	ついでに君津で食べた卵かけご飯が意外にも美味しく、 “君津=究極の卵かけごはん朝食”が定着。滞在時間30分の新たなビジネス創出

上記ビジネスモデル(仮定)を前提に以下の需要動向調査を実施する。

サンプル数	週末に房総へ遊びに来るため君津に立ち寄る観光客100名
調査手段・手法	君津インターから房総スカイライン入口の県道92号線沿いの小売店や飲食店、商業施設等の店頭で卵かごはんを試食または有料販売し経営指導員等が聞き取りのうえアンケート票へ記入する。 実施時期は初夏または秋頃の過ごしやすく安定した天候の日の早朝を選ぶ。
分析手段・手法	調査結果はきみつの未来活力支援センター等の専門家に意見を聞き、経営指導員等が分析を行う
調査項目	①味、②量、③見た目、④価格、⑤時間帯、⑥場所、⑦観光目的地など
分析結果の活用	経営指導員等が市内の鶏卵生産者や鶏卵商品を扱う小売店、飲食店に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う

(3) 目標

	現行	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
調査対象事業者数 (市内の鶏卵生産者や鶏卵商品を扱う小売店、飲食店)	—	10社	10社	10社	10社	10社

※次年度以降の調査対象物については「卵かけごはん」に限ることはせず、対象物を適宜検討し、地場産品などを最大限に活かしたものなど様々な角度から需要調査を実施する。

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

前述の経営分析や事業計画策定支援だけでなく、販路拡大に係る支援が必要な事業所が多数存在すると考えられる。また、小規模事業者の中にも、大手企業にはないオリジナルの商材やサービス・潜在的顧客ニーズの高い商材・サービスを保有している企業も散見される。しかし、資金不足により十分な宣伝広告費を捻出できない事業者が多く、またそれ以上に販路開拓に関するノウハウも欠けているのが現状である。現在、個社支援の展示会として「きみつ産業フェア」、異業種交流会として「ビジネス交流会」を開催しているが、今後はアクアライン高速道路の交通インフラを活用することによる首都圏への販路拡大支援が求められる。数年前から出店している「自由が丘女神まつり」への事業協力が都心への販路拡大のチャンスになると考える。

また、昨今の経営環境をみるとITの活用は必須である。当所が運営する簡易ホームページ「ポータルサイトきみなび」やSNSなど低コストで高パフォーマンスを実現するウェブコンテンツの活用を小規模事業者へ提案し、リアルな情報拡散とのクロスメディア戦略を図る必要もある。

さらに、平成29年より実施している「プレスリリースサービス」は事業者の新商品や新サービスなどを当所が事業者へ代わって報道各社にリリースすることで事業者の需要の開拓に寄与している。

今後も販路開拓支援のメニューとして強化していく必要があると考える。

(2) 事業内容

①「きみつ産業フェア」事業 (B t o C)

きみつ産業フェアは当所が主催する地域産業の展示・即売会であり令和1年で17回目となる、来場者約3,000名規模の地域イベントである。当地域内でも広く浸透しており、当イベントに新たな需要開拓を求める小規模事業者が出展することで広く事業PRが可能となり、消費者のニーズ掘り起しの機会を獲得できる場となる。

支援対象	全業種
訴求対象	イベントに来場する市内外の居住者約3,000名
実施内容	毎年11月上旬に君津市民文化ホールで年1回開催し、地元企業約15社の産業PRや展示・即売会を実施する。
支援内容	新商品を開発した事業者や創業間もない事業者のPRを主眼に、展示・即売会における販売方法や接客の仕方などの助言を経営指導員等が行う。
効果	地元市民の顧客拡大が見込める。

②「ビジネス交流会」事業 (B t o B)

ビジネス交流会は当所工業部会が主催し、地元企業が一同に会してビジネスアイデア発表などを行う異業種交流会である。取引先や人脈の拡大に意識の高い経営者が集まる場となる。当市の市長や経済部などの行政関係者、㈱日本政策金融公庫、(公財)千葉県産業振興センター、木更津工業高等専門学校、市内金融機関等の方々とも会することができ、産学官を含めた企業認知度の向上に大変寄与している。これまでは全業種を対象にした異業種交流会の性格が強かったが、今後は商談会の内容を追加することで小規模事業者の販路開拓支援のさらなる強化を図る。

支援対象	全業種(年度別に業種を分ける)
訴求対象	イベントに来場する経営者や行政関係者(産学官連携)50名
実施内容	毎年10月頃を目安に君津市内で年1回開催し、地元企業約5社の企業PRや展示・即売会を実施する。
支援内容	出展する事業者の業種を毎年変えることで当事業のテーマ性を持たせ、出展者と参加者がより効果的にマッチングできるように工夫し、業種別のプレゼン方法や商談後の課題洗い出し等の支援を経営指導員等が行う。
効果	新規取引先の獲得、商談先の開拓が見込める。

③「自由が丘女神まつり」事業協力 (B t o C)

東京都の自由が丘振興組合(会員1,300店の日本最大級の商店街組織)が主催する地域イベントとなり、当所が(一社)君津市観光協会と連携し数年前より出展している。

支援対象	首都圏へ販路開拓を目論む食品・物販関係の事業者
訴求対象	自由が丘という都内一等地に居住する都民数十万人がイベント来場
実施内容	毎年10月頃に東急東横線 自由が丘駅周辺で土日2日間かけて開催され、地元12商店街が一同に出店する。(一社)君津市観光協会の協力で、特別に君津市ブースを設けてもらい、当市内の事業者約5店舗が出展している。
支援内容	需要動向調査の結果を踏まえ、地域資源を活かした商品作りから事前・事後の出展支援について経営指導員等が行うとともに、出展期間中には陳列や接客などきめ細かな伴走型支援を行う。
効果	都心方面の新規顧客獲得が見込める。

④ 「ポータルサイトきみなび」活用支援（BtoC、BtoB）

当所が運営する地域総合ポータルサイトきみなびは、登録店の最新情報をインターネット上に簡単に投稿できるだけでなく、自社ホームページを持たない事業者が安価に簡易ホームページを所有できる。ITについて敬遠する傾向がある小規模事業者を対象に、ITの活用を浸透させて登録店が自立して容易に情報の更新を行い市内外に需要の開拓ができるよう、成功事例を交えて活用支援を行う（平成31年4月時点で453事業者が登録）。

支援対象	全業種
訴求対象	君津市内外の飲食店やサービス、イベント情報に興味のある一般市民
実施内容	小規模事業者が安価で自社ホームページを所有し、ウェブによるPRが出来る。
支援内容	当サイトのCMS操作の指導及びウェブにおける自社PRの仕方やIT活用について経営指導員等が行う。
効果	自社ホームページを所有することで事業者の信用性が高められ、全国のウェブ閲覧者が新規顧客及び新規取引先の見込みとなる。

⑤ 「プレスリリースサービス」事業（BtoC、BtoB）

事業者が販路拡大を目指す際、マスコミ等のメディア活用は有効である。一方、事業者の多くはメディアに取り上げてもらうためのプレスリリースの方法を知らず、機会損失が生まれている。そこで、当所はプレスリリースの活用支援を実施する。

支援対象	全業種
訴求対象	当市を含めた周辺4市広域の一般市民
実施内容	事業者の新商品や新サービス、各種イベントの情報について、大手新聞社や地域広報誌、ウェブメディア会社等約30社に当所が不定期でプレスリリースを出す。
支援内容	情報発信のノウハウがない小規模事業者に代わって、経営指導員等が情報を配信するだけでなく、プレスリリースの作成方法やメディア掲載率向上などの指導を行う。
効果	メディアに取り上げられることで認知度向上・集客アップに繋がり、小規模事業者にとって大きな需要開拓の効果が期待できる。

(3) 目標

	現行	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
きみつ産業フェア出展数	15社	15社	15社	15社	15社	15社
(BtoC) 売上額	40万円	40万円	40万円	40万円	40万円	40万円
ビジネス交流会出展企業数	-	5社	7社	8社	10社	10社
(BtoB) 成約件数	-	1件	2件	2件	3件	3件
自由が丘女神まつり出展数	5社	5社	5社	5社	5社	5社
(BtoC) 売上額	20万円	20万円	20万円	20万円	20万円	20万円
ポータルサイトきみなび登録数	453社	460社	465社	470社	475社	480社
(BtoC/BtoB) 成約件数	-	30件	30件	30件	35件	35件
プレスリリースサービス配信件数	30件	30件	30件	30件	30件	30件
(BtoC/BtoB) 成約件数	-	5件	5件	5件	5件	5件

II. 地域経済の活性化に資する取組

8. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

当市は、内陸部に豊かな自然や歴史・文化があり、臨海部には世界有数の鉄鋼メーカーである日本製鉄君津製鉄所が立地するなど、産業の持続的発展のために必要な数多くの資源を有している。また、交通インフラにおいてもアクアライン高速道路や圏央道の開通により羽田・成田の両空港及び都心からのアクセスが飛躍的に向上し、当市の観光入込客数は概ね右肩上がりでも推移している。当所でも行政や観光協会、商店会、その他支援機関等関係者と連携し地域経済の活性化に取り組んでいる。

一方で当市は、人口減少、少子高齢化、地域経済の低迷等の構造変化に直面しており、これらが地域内の小規模事業者には大きな影響をもたらしている。これに加えて、経営者の高齢化、後継者不足、近隣地域への大型店進出等も小規模事業者の経営に大きく影響しており、今までの地域活性化の主役であった小規模事業者は厳しい経営環境に置かれている。

こうした状況を鑑み、行政と一体となり地域資源の活用施策や商店街の活性化、当市の高速道路玄関口である君津インターチェンジ周辺の商業開発、外国人材の活用による労働力確保など地域の稼ぐ力を創出する必要がある。

(2) 事業内容

① 君津市産業振興アクションプラン推進委員会（年1回開催）

当所と君津市、(公財)千葉県産業振興センター、久留里商店街振興組合、君津市農業協同組合、君津市認定農業者協議会、(一社)君津市観光協会、消費者会のメンバーから成り、君津市産業振興アクションプランの個別施策ごとに目標の達成に向けた取組内容等の計画や見直し、達成状況等の評価を行う進行管理シートを作成し、P D C Aサイクルによる進行管理を行う。

② 「まち・ひと・しごと創生」有識者会議（年3回開催）

当所と君津市、(公財)千葉県産業振興センター、日本製鉄君津製鉄所、君津市農業協同組合、千葉大学、(株)日本政策金融公庫、市内金融機関のメンバーから成り、産学官金連携による地方創生に係る地域活性化の意見交換をする場となる。

③ 金融機関・大型店会議（年1回開催）

当所と(株)京葉銀行君津支店、(株)千葉銀行君津支店、千葉信用金庫君津支店、(株)千葉興業銀行君津支店、館山信用金庫君津支店、君津信用組合君津支店、ユニー(株)アピタ君津店、(株)ジョイフル本田君津店のメンバーから成り、商店街や個店との共存共栄、中心市街地の活性化について協議する。

④ 君津インターチェンジ周辺まちづくりプロジェクト（仮称）※創設予定（年数回開催）

当所と君津市、千葉県、(株)新昭和等の土地開発事業者と連携し、君津インターチェンジ周辺の土地開発や企業誘致、商業開発を協議するプロジェクトとなる。都市からの良好なアクセスを活かした観光交流人口の増加と都心への通勤者定住地域確保、民間投資の誘発など地域活性化を含む総合的なまちづくりを目指す。

⑤ 「外国人技能実習生受入事業」特別委員会（仮称）※創設予定（年数回開催予定）

市内で外国人材を活用している企業及び当業界の有識者をメンバーに募り、当所が外国人技能実習生の監理団体となり、適正な外国人技能実習生の教育・管理、受入れ先企業の支援を行う。労働力不足に悩む企業の人材支援だけでなく、労働力を求める企業の市内誘致、外国人の定住人口増加など企業の経営支援だけでなく当地域全体の活性化を目論む。

Ⅲ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援向上のための取組

9. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状と課題

各支援機関とは各々の事業ごとに協力は行っているが、組織としてシステム化された連携を図っていないのが課題である。定期的な情報交換会等からスタートし連携システムを構築する。

(2) 事業内容

① 4市商工団体 経営指導員連絡会への出席

相手先	木更津商工会議所、木更津市富来田商工会、富津市商工会、袖ヶ浦市商工会 (オブザーバーとして㈱日本政策金融公庫や(公財)千葉県産業振興センターなど)
頻度	年2回
内容	小規模事業者伴走型支援事業の進捗状況や成功事例の共有、支援機関との連携について、各市の施策などその時々トレンドを交えて、各単会の経営指導員が一堂に会して意見交換を行う。近隣商工団体の経営指導員が情報を共有し、地域の垣根を超えた支援体制づくりが小規模事業者の販路拡大に寄与できると考える。

② 内房商工会議所連絡協議会への出席

相手先	木更津商工会議所、市原商工会議所、館山商工会議所、浦安商工会議所
頻度	年2回
内容	各単会の局長および経営指導員が経営発達支援事業の進捗状況や支援機関との連携について、各市の施策などその時々トレンドを交えて、意見交換を行う。局長クラスの管理職と経営指導員がお互いの意見を共有することで、より円滑な支援体制の運営が実現できると考える。

③ 「きみつの未来活力支援センター」コーディネーター会議への出席

相手先	きみつの未来活力支援センター登録専門家8名
頻度	月1回
内容	登録専門家である中小企業診断士や社会保険労務士、行政書士から最新の支援ノウハウ及び各種補助金など支援施策の指導を受ける。地元出身の登録専門家ならではの独自の市場分析や取引先情報、地域別の業界動向などを照会することができ、小規模事業者の伴走型支援にあたって経営指導員等の有力な手助けとなる。

④ 君津地域技能振興交流会への出席

相手先	木更津工業高等専門学校、㈱千葉銀行、市内企業および高校など
頻度	年2回
内容	工業分野における技術向上等の人材育成支援や、産学官金連携事業、専門性の高い経営相談に応じるための支援体制づくりについて意見交換する。産学官金の連携において、学術研究の評価は小規模事業者の需要動向調査および地域経済動向調査の考査に大変有効である。

⑤ 千葉県よろず支援拠点連絡会議への出席

相手先	県内商工会議所及び金融機関、㈱日本政策金融公庫、(公財)千葉県産業振興センター
-----	---

頻度	年2回
内容	県内の支援機関が一堂に会し、よろず支援拠点との連携および活用方法、専門家派遣の内容について意見交換を行う。県内全域をカバーする支援体制を構築することは、県内外への販路開拓を目論む小規模事業者にとって大きな支援策となる。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

当所では、指導歴の浅い若手経営指導員が大半を占める体制となっていることから、指導能力の向上を図ることが課題となる。そこで、経営分析や事業計画策定支援の方法とコーチングを強化するため、関連分野の研修会に積極的に参加しスキルアップを図る。併せてOJTとOff-JT連動による情報共有のしくみを作り、経営指導員だけでなく一般職員も含めた総合的な組織力向上を目指す。

(2) 事業内容

① 定例会（毎週月曜朝）

管理職と経営指導員が現在取り組んでいる事業の進捗状況や問題点を洗い出し、情報共有と共に解決策を検討する定例会を開催。小規模事業者の伴走型支援を実現するための事務局全体の舵を取るポジションになっており、効果的な経営発達支援事業の実行を実現させるために重要な会議となる。

② 指導員会議（定例会に準じて開催）

相談所長やきみつの未来活力支援センター長、経営指導員を含めた6名で月数回開催している。経験豊富な管理職上司およびきみつの未来活力支援センター長から、小規模事業者の売上・利益向上やマーケティング、IT支援、地域活性化などのノウハウを惜しみなく享受できる機会となり、経験が浅い経営指導員にとって大変有意義な会議となっている。

③ グループ会議（毎朝5分程度）

総務課および中小企業相談所それぞれ計3つのグループが各自の当日行動予定及び来訪予定者情報、企業支援の進捗状況を毎朝共有する。この会議では一般職員が経営指導員の支援状況を把握でき、かつ必要な支援補助のアドバイスを経営指導員から受けられる環境が整えられており、職員間のコミュニケーション向上と組織力強化につながっている。

④ 専門家・ベテラン経営指導員との同行・同席によるOJT（随時）

きみつの未来活力支援センターの専門家やベテラン経営指導員との同行・同席により、若手経営指導員の支援能力を向上させる。専門家派遣においては、事業者からの相談案件を専門家に丸投げするのではなく、経営指導員も同席することで、問題点のヒアリング手法や問題解決までの道筋の付け方などを習得でき、専門家に依存しない支援体制を構築する。

⑤ 中小企業大学校主催研修会への参加（年間1回以上）

若手経営指導員の育成を目的に、経営革新や事業承継等の専門性の高い長期研修に経営指導員が少なくとも年1回以上参加する。また、支援能力の向上だけでなく他単会との情報交換も期待する。

⑥ 当所役職員との意見交換会（随時）

当所の正副会頭と経営指導員および一般職員が不定期で意見交換会を開催する。執行部の考える運営方針と指導業務に関する職員レベルの方向性のすり合わせと意思統一を図ることで、役員と職員が一体となって経営発達支援事業を遂行できる体制を整える。

⑦ IT活用による情報共有と支援体制

全国の商工団体に先駆け、当所はクラウドサーバーを数年前から導入している。支援企業の情報や支援メニュー、進捗状況はこのクラウドサーバーで全職員が共有出来ており、遠隔地にある支所との情報交換も図られている。また、S k y p eなどの通信手段を利用して支所にいる職員と迅速な意思疎通も行われている。

11. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

本計画に記載した事業の実施状況及び成果について、下記の方法により評価・見直しを行う。

- ① 本計画について評価検討委員会を設置する。
- ② 評価検討委員会は法定経営指導員と君津市経済部経済振興課、外部有識者（(公財)千葉県産業振興センター、(株)日本政策金融公庫等）から構成する。
- ③ 評価検討委員会は年1回開催し、事業の進捗状況及び成果について評価・見直しを行う。
- ④ 事業の成果・評価・見直しの結果は正副会頭会議で方針決定、承認を受ける。
- ⑤ 事業の成果・評価・見直しの結果は当所のホームページにおいて公表する。
(<https://www.kimitsucci.or.jp/>)

(別表2)

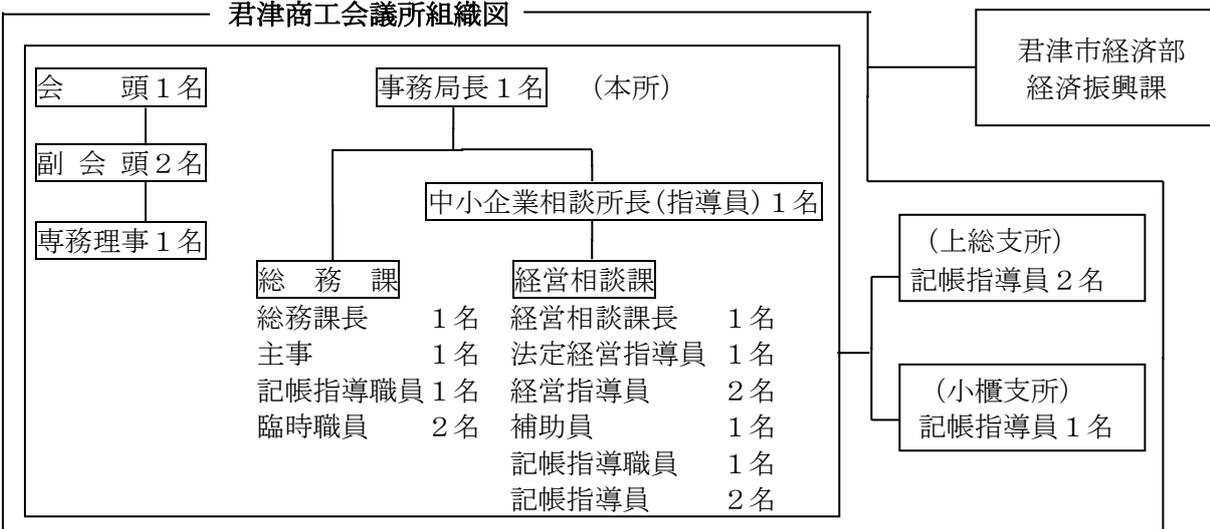
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和1年11月現在)

(1) 実施体制

君津商工会議所組織図



経営指導員4名、事務局職員数18名。

(2) 法定経営指導員の関わり

① 当該経営指導員の氏名、連絡先

■氏名：鈴木大輔

■連絡先：君津商工会議所 TEL：0439-52-2511

② 当該経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供を行う。

(3) 連絡先

① 君津商工会議所

〒299-1163 千葉県君津市杵師1丁目11番10号

君津商工会議所 中小企業相談所 経営相談課

TEL：0439-52-2511 / FAX：0439-52-0177

E-mail：kcci@kimitsucci.or.jp

② 君津市

〒299-1192 千葉県君津市久保2丁目13番1号

君津市 経済部経済振興課

TEL：0439-56-1531 / FAX：0439-56-1314

E-mail：keizai@city.kimitsu.lg.jp

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
必要な資金の額	15,500	15,500	15,500	15,500	15,500
I. 経営発達支援事業の内容	4,400	4,400	4,400	4,400	4,400
① 講習会等開催費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
② 金融指導事務費	200	200	200	200	200
③ 小規模事業施策普及費	100	100	100	100	100
④ 金融税務対策事業費	800	800	800	800	800
⑤ 地域経済動向調査費	500	500	500	500	500
⑥ 経営計画策定セミナー開催費	500	500	500	500	500
⑦ 事業承継計画策定セミナー開催費	500	500	500	500	500
⑧ 需要動向調査費	500	500	500	500	500
⑨ 評価検討委員会謝金	300	300	300	300	300
II. 地域経済の活性化に資する取組	10,600	10,600	10,600	10,600	10,600
① 地域振興事業費	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000
② 商業振興事業費	500	500	500	500	500
③ サービス業振興事業費	300	300	300	300	300
④ 飲食業振興事業費	300	300	300	300	300
⑤ 工業振興事業費	600	600	600	600	600
⑥ 観光振興事業費	400	400	400	400	400
⑦ 調査広報事業費	500	500	500	500	500
III. 支援力向上のための取組	500	500	500	500	500
① 経営指導員等の資質向上	500	500	500	500	500

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法

県交付金、市補助金、国等事業費補助金、会費等

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表4)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
<ul style="list-style-type: none"> ・(公財)千葉県産業振興センター 千葉県美浜区中瀬2丁目6番1号WBGマリブイースト23階 理事長 板倉 正典 ・千葉商工会議所 千葉県千葉市中央区中央2丁目5番地1号千葉中央ツインビル2号館13階 会頭 佐久間 英利 ・(一社)君津市観光協会 千葉県君津市久保2丁目13番地1号 会長 川名 正志
連携して実施する事業の内容
①事業計画策定支援の計画策定方法について ・(公財)千葉県産業振興センターの「千葉県よろず支援拠点」を連携事業として活用する。 ・千葉商工会議所が受託する「千葉県事業引継ぎ支援センター」を連携事業として活用する。 (別表1(2)-I-4-(2)) ②事業計画策定後の実施支援について ・千葉商工会議所が受託する「千葉県事業引継ぎ支援センター」を連携事業として活用する。 (別表1(2)-I-5-(2)) ③新たな需要開拓に寄与する事業「自由が丘女神まつり」出展について ・(一社)君津市観光協会と連携 (別表1(2)-I-7-(2)-③)
連携して事業を実施する者の役割
①事業計画策定支援の計画策定方法について当2機関の専門家から指導をもらうことで、より高度で専門的な事業計画と経営改善策を立案できる。 ②事業計画策定後の実施支援について千葉商工会議所が受託する「千葉県事業引継ぎ支援センター」の専門家と同行しながらフォローアップすることで課題のさらなる洗い出しや迅速な解決策を提案できる。 ③新たな需要開拓に寄与する事業「自由が丘女神まつり」出展について(一社)君津市観光協会と連携することで、観光業に関する販路開拓支援の強化が図れる。
連携体制図等
小規模事業者の伴走型支援
<p> (経営発達支援事業) 君津商工会議所 ■ 中小企業相談所 (経営指導員 4名) </p> <p> ③ 新たな需要開拓に寄与する 観光業の販路開拓の強化支援 </p> <p> (一社)君津市観光協会 </p> <p> ② 事業計画策定後の実施支援 専門家を活用して適格な フォローアップを実現 </p> <p> 千葉商工会議所 </p> <p> ① 事業計画策定支援 専門家を活用して 更なる経営改善 </p> <p> (公財)千葉県 産業振興センター </p>