

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	館山商工会議所 (法人番号) 9040005015007 館山市 (地方公共団体) 122050
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日 (5年間)
目標	経営発達支援事業の目標 館山市の地域経済を支えている小規模事業者に対して、下記① ② ③のきめ細やかな伴走型支援を実施し、事業所の売上・利益増加を目指し、持続的発展を推進することにより、地域経済活性化や雇用創出につなげる。 ①付加価値を付けた商品・サービス開発による売上増加の事業者数を増やす。 ②生産性向上による小規模事業者の利益率増加を目指す。 ③観光客の増加を機会とし小規模事業者の売上を増やす。
事業内容	経営発達支援事業の内容 3. 地域経済動向調査 館山市の経済動向分析、小規模事業者への景気動向調査を実施し、情報提供を行うことにより、事業計画策定等を通じた経営力強化に役立ててもらおう。 4. 地域の需要動向調査 新商品・新サービスに対してイベントでの需要動向調査を実施する。 5. 経営状況分析 巡回・窓口相談・セミナーを通じて、小規模事業者の経営分析を実施する。 6. 事業計画策定支援 小規模事業者が経営課題を解決する為、事業計画策定を支援する。また、事業リスクに備える力を強化する為、事業継続力強化計画策定を支援する。 7. 事業計画策定後の実施支援 フォローアップで定期的に進捗状況を把握し、PDCAサイクルの支援を行う。また、事業継続力強化計画後の小規模事業者に対して助言を行う。 8. 新たな需要の開拓支援 展示会やIT活用による新たな需要開拓を実施する
連絡先	館山商工会議所 (住 所) 〒294-0047 千葉県館山市八幡 821 (電 話) 0470-22-8330 (FAX) 0470-23-4011 (E-mail) info@tateyamacity.or.jp 館山市 雇用商工課 (住 所) 〒294-0036 千葉県館山市館山 1564-1 (電 話) 0470-22-3136 (FAX) 0470-24-2404 (E-mail) shoukan@city.tateyama.chiba.jp

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1 目標

(1) 館山市の現状と課題

① 立地

館山市は千葉県南部に位置し、県庁所在地である千葉市から約 70 キロメートルの距離である。東京都の都心から 100 キロメートル圏内である。なお、東京都（特に東京国際空港）や神奈川県からは東京湾アクアラインを利用した場合が最短の移動距離となる。

関東平野に含まれ、概ね洲崎（岬）と大房岬（南房総市）を結んだ線より東側の海域は館山湾（内房）となっており、広義には東京湾の浦賀水道に含まれる。浦賀水道に突き出た洲崎は東京湾の南端に位置し、主に南側は太平洋（外房）に面している。内陸は房総丘陵の山間部となっている。

館山湾は別名鏡ヶ浦とも呼ばれ、日本百景、日本の夕陽百選、東京湾 100 選、房総の魅力 500 選、恋人の聖地に選定されている景勝地に市街地が面している。市中心部は内房線沿線、特に館山駅周辺に住宅地や商店街が立ち並ぶ。安房地域における人口・商業・産業集積の場となっており、政治・経済・文化の中心都市としての性質をもつ。館山商工会議所の管轄区域は館山市全域である。

館山市の位置



② 人口

【館山市人口の現状】

館山市の総人口は、昭和 25 年の 59,424 人をピークに減少傾向となり、ここ数年は減少幅が大きくなってきている。令和 5 年 1 月 1 日現在の人口で 43,935 人となり、前年の同月比で 588 人の人口減となった。

◆館山市の人口推移（各年 1 月 1 日現在）

	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年
館山市	46,349 人	45,779 人	45,165 人	44,771 人	44,523 人	43,935 人
前年比較 人口減少数		-570 人	-614 人	-394 人	-248 人	-588 人

資料：館山市の統計データより

下記表の国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、2045 年には館山市人口は 33,318 人になることが予想されており、2015 年と比較すると 14,146 人、約 29.8%の人口減少になると推測されている。

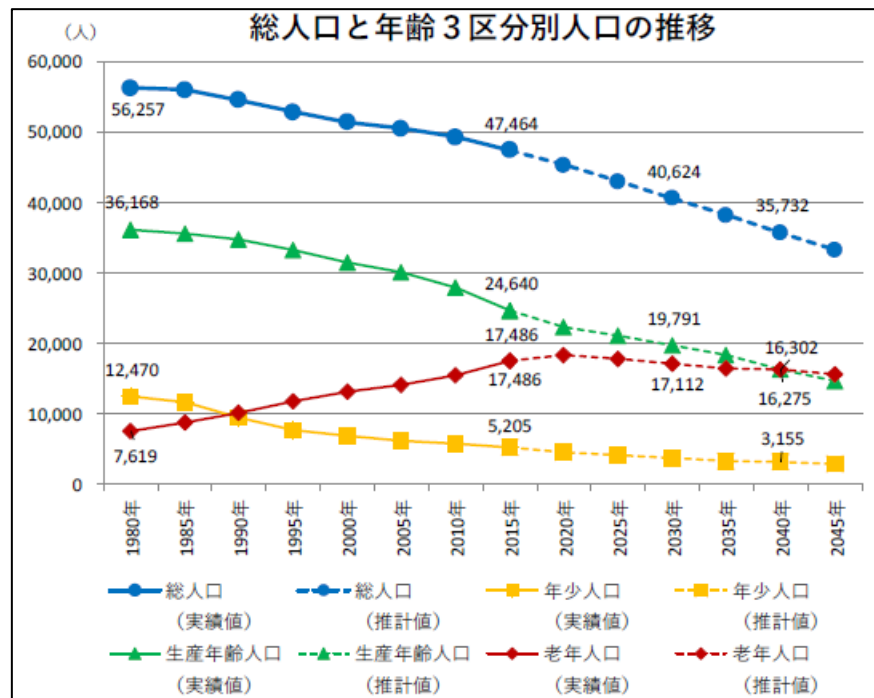
◆館山市の予想される人口の推移

男女計	2015 年	2020 年	2025 年	2030 年	2035 年	2040 年	2045 年
総数	47,464 人	45,332 人	43,005 人	40,624 人	38,209 人	35,732 人	33,318 人

資料：国立社会保障・人口問題研究所『日本の地域別将来推計人口（平成 30 年 3 月推計）』より

下記グラフのとおり、年少人口と生産年齢人口の減少が著しく、2040 年の高齢化率は 45.6%に達するが、老年人口そのものは、2020 年をピークに減少に転じるものと推計されている。

総人口と年齢3区分別人口の推移

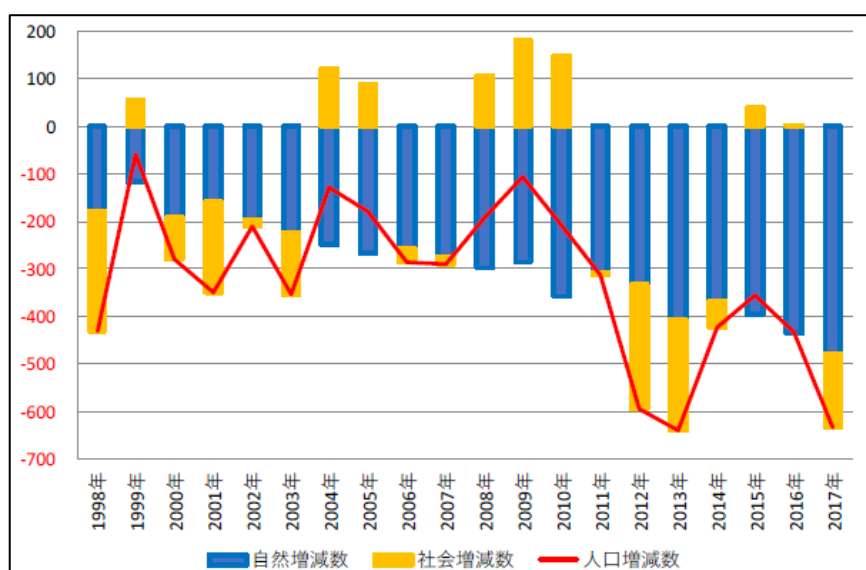


資料：総務省「国勢調査」

国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（平成 30（2018）年 3 月推計）」

人口の自然増減と社会増減の合計をみると、20 年以上にわたり自然減（出生数＜死亡数）の状態にあることが影響し、社会増（転入数＞転出数）の年でも自然減を補えず、結果的に人口減少が続いている状況である。2012 年以降は、東日本大震災の影響により、減少幅が大きくなっていると考えられる。

自然増減・社会増減の推移

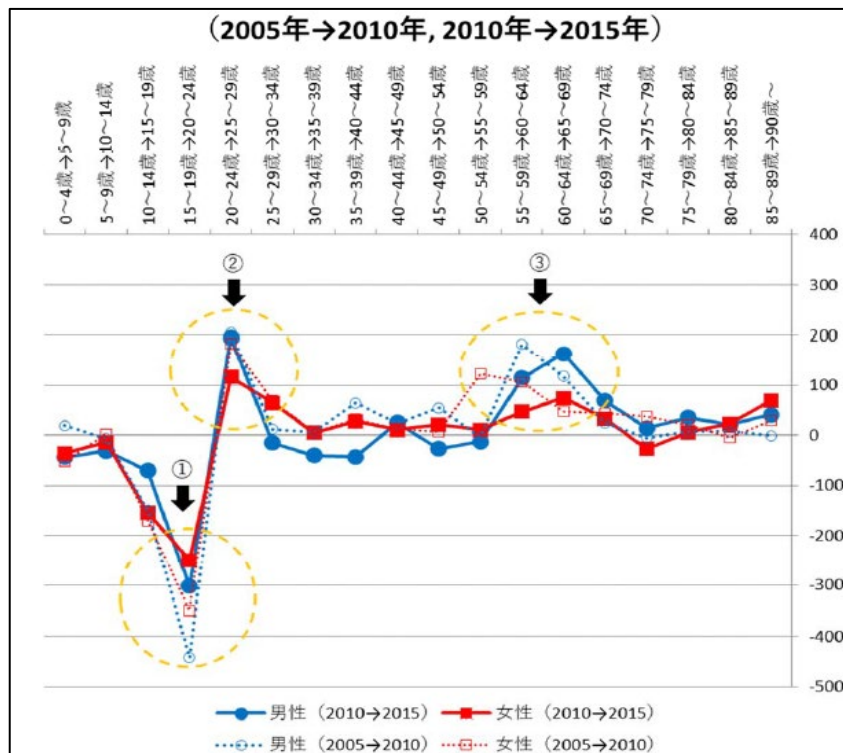


資料：総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数に関する調査」

人口移動を性別・年齢5歳階級別の純移動（転入－転出）でみると、特に、進学や就職期にあたる15～19歳→20～24歳の転出超過が顕著である（①の箇所）。

他方、20～24歳→24～29歳（②の箇所）、及び60～64歳→65～69歳（③の箇所）では転入超過となっている。これは、大学卒業や定年退職後のUターン等と、それに伴う配偶者の転入が考えられる。

年齢階級別人口移動



資料：第2期館山市まち・ひと・しごと創生総合戦略（2019年12月）より

【館山市の人口からみる課題】

- ・20年後には2015年と比較して3割人口減と推測されている。
- ・年少人口と生産年齢人口の減少が著しく、2040年の高齢化率は45.6%に達する。
- ・20年以上にわたり自然減（出生数＜死亡数）の状態にあることが影響し、社会増（転入数＞転出数）の年でも自然減を補えず、結果的に人口減少が続いている。
- ・進学や就職期にあたる15～19歳→20～24歳の転出超過が顕著である。

③商工業

【商工業の現状】

館山市の事業所数は、これまでは減少傾向で、令和3年には2,373社へ減少に転じている。

館山市の産業的には特化した基幹産業はなく、次表の業種分類のように小売・サービス業の分野が事業所数、従業員数9割近くを占めている。

館山市の事業所数と従業者数の推移

平成24年		平成28年		令和3年	
事業所数	従業員数	事業所数	従業員数	事業所数	従業員数
2,924社	20,188人	2,776社	19,351人	2,373社	17,726人

資料：平成24, 28, 令和3年 総務省統計局 経済センサス 活動調査 より作成

◆ 館山市の産業大分類別 事業所数及び従業員数

産業大分類	平成24年				平成28年			
	事業所数	割合	従業員数	割合	事業所数	割合	従業員数	割合
第1次産業（農業）	17社	0.6%	171人	0.9%	20社	0.8%	230人	1.3%
第2次産業（建設・製造）	423社	14.5%	3,284人	16.3%	365社	13.2%	2,064人	10.6%
第3次産業（小売・サービス）	2,484社	84.9%	16,733人	82.8%	2,391社	86.1%	17,057人	88.1%
合計	2,924社	100%	20,188人	100%	2,776社	100%	19,351人	100%

資料：平成 24、28 年 総務省統計局 経済センサス 活動調査 より作成

館山市には、館山銀座振興会・渚銀座振興会・長須賀商業会・六軒町本通り商業会・館山中央振興会・那古商店連盟の6つの商業会があるが、駐車場も少なく環境整備の対応ができない事業者は廃業しているものも少なくない。一方、国道127号館山バイパス沿いは、道路交通網の優位性から、大型店・ファミリーレストラン等が立ち並び、モータリゼーションに対応した広い駐車場を完備し来客数を増やしている。





大型店がならぶ国道 127 号線



館山駅周辺の商店街の様子

【館山市の商工業の課題】

- ・ 商工業の事業所数及び従業員数の数が減少傾向にある。
- ・ 下記表の「館山市小売業の事業所数・従業員数・年間商品販売額」の表から、小売業の事業所数は減少（-7.2%）しているにも関わらず、年間販売額（+19.6%）は増加し、売り場面積（+0.6%）は横ばいの状況となっている。このことから、中小小売店の廃業が多く、売り場面積の広い大型店が出店し、市内で消費されていることがわかる。

館山市小売業の事業所数・従業員数・年間商品販売額等

	事業所数	従業員数	年間販売額	売り場面積
平成 19 年調査	702 社	4,150 人	5,678,961 万円	103,238 m ²
平成 28 年調査	511 社	3,651 人	6,792,956 万円	103,893 m ²
2 期比較	-7.2%	-12.0%	19.6%	0.6%

資料：平成 21 年及び平成 30 年 千葉県統計年鑑より

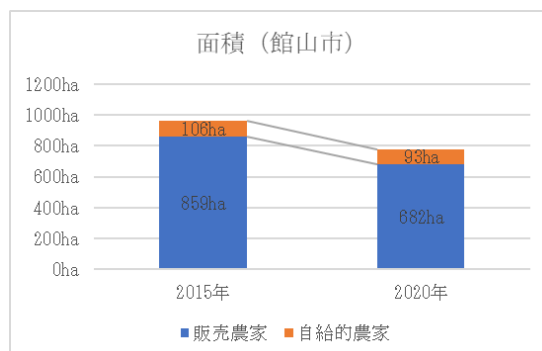
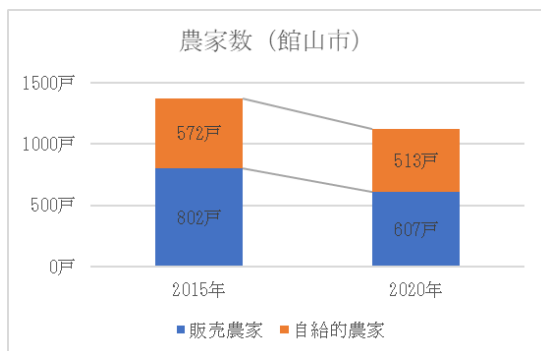
④ 農業

【館山市の農業の現状】

館山市の農業産出額は、県内 28 位となっている。（農林水産省「令和 3 年農林業センサス」より）

恵まれた温暖な気候を活かし、水稻作を中心に、房州ビワ、レタス、イチゴ、セロリなどの果樹・野菜栽培、ストック、キンギョソウ、ヒマワリなどの花卉栽培などが行われている。『野菜』の中で、セロリ、カリフラワー、『果物』の中で、びわの生産量が全国の市町村で上位にランクインされている。

農家数、耕作面積は減少傾向にある。（農林水産省「農林業センサス」より）



【館山市の農業の課題】

- ・近年の高齢化や若者の農業離れなどの理由により、意欲的に農業に取り組む担い手が不足しており、農業生産力の衰退や耕作放棄地が増加傾向にある。
- ・需要のマッチする生鮮野菜が主体で食品加工業の発達は少ない。
- ・特産品としてのブランド形成ができておらず、「館山ブランド」として認知されている農作物が少ない。

⑤労働・雇用

【館山市の労働・雇用の現状】

下記の表でみると、館山市は、第3次産業の従業員数が約88%を占めている。事業所数の減少が増加しているにも関わらず、従業員数については、第1次産業は横ばい、第2次産業は減少しており、第3次産業が増加している。

◆ 館山市の産業大分類 事業所数及び従業員数

産業大分類	平成 24 年				平成 28 年			
	事業所数	割合	従業員数	割合	事業所数	割合	従業員数	割合
第1次産業（農業）	17 社	0.6%	171 人	0.9%	20 社	0.8%	230 人	1.3%
第2次産業（建設・製造）	423 社	14.5%	3,284 人	16.3%	365 社	13.2%	2,064 人	10.6%
第3次産業（小売・サービス）	2,484 社	84.9%	16,733 人	82.8%	2,391 社	86.1%	17,057 人	88.1%
合計	2,924 社	100%	20,188 人	100%	2,776 社	100%	19,351 人	100%

資料：平成 28 年 総務省統計局 経済センサス活動調査 より作成(平成 30 年 9 月公表)

館山市の従業員規模別の事業所数・従業員数を下記の表でみると、49 人以下の事業者が 98%、従業員は 76%を占めており館山市の雇用の要を中小企業が担っているのがわかる。

◆ 館山市組織、従業者規模別事業所数及び従業者数

民営総数	平成 24 年				平成 28 年			
	事業所数	割合	従業員数	割合	事業所数	割合	従業員数	割合
1-4 人	1,928 社	65.9%	4,007 人	19.8%	1,820 社	65.6%	3,672 社	19.0%
5-9 人	540 社	18.5%	3,495 人	17.3%	484 社	17.4%	3,093 社	16.0%
10-19 人	257 社	8.8%	3,454 人	17.1%	264 社	9.5%	3,535 社	18.3%
20-29 人	95 社	3.2%	2,263 人	11.2%	94 社	3.4%	2,194 社	11.3%
30-49 人	51 社	1.7%	1,893 人	9.4%	61 社	2.2%	2,266 社	11.7%
50-99 人	32 社	1.1%	2,185 人	10.8%	32 社	1.2%	2,328 社	12.0%
100 人以上	16 社	0.5%	2,891 人	14.3%	11 社	0.4%	2,263 社	11.7%
派遣従業者	5 社	0.2%	-	-	10 社	0.4%	-	-
合計	2,924 社	100%	20,188 人	100%	2,776 社	100%	19,351 社	100%

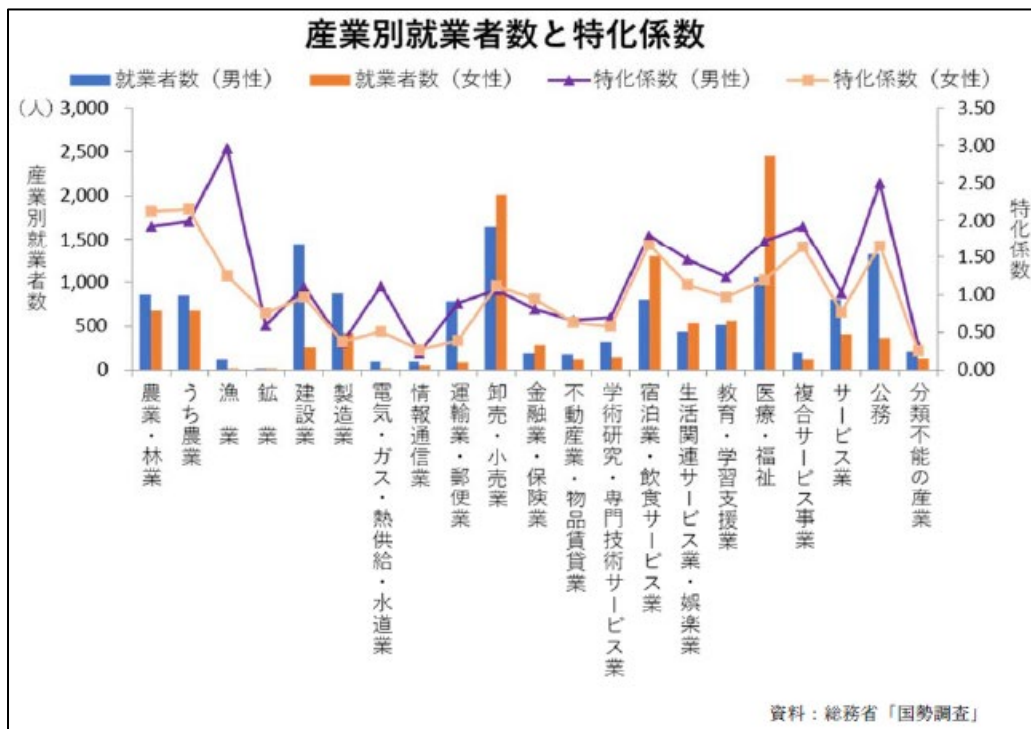
※中小企業規模の従業員数（上記 統計の1人-49人の合計）

1-49合計	2,871社	98.2%	15,112人	74.9%	2,723社	98.1%	14,760人	76.3%
--------	--------	-------	---------	-------	--------	-------	---------	-------

資料：平成24・28年「経済センサス活動調査」より

男女別産業人口を業種別でみると、

- ・男女とも卸売・小売業の産業人口が高い。
 男性：1 位 「卸売・小売業」 2 位 「建設業」 3 位 「公務」
 女性：1 位 「医療・福祉」 2 位 「卸売・小売業」 3 位 「宿泊業・飲食サービス業」



資料：「館山市まち・ひと・しごと創生 人口ビジョン」（2019 年 12 月 発行）より

【館山市の労働・雇用の課題】

・15 歳から 64 歳の生産年齢人口についての下記の数値が示すとおり、2010 年には 2.5 万人いる生産年齢人口が 2045 年には 1.5 万人となり約 41%も減少する予測がたてられている。今後、生産年齢人口の減少による生産性低下による売上減が予想される。

◆館山市の生産年齢（15 歳-64 歳）の人口推移

生産年齢	2015 年	2020 年	2025 年	2030 年	2035 年	2040 年	2045 年
15-64 歳	24,706 人	22,405 人	21,063 人	19,791 人	18,324 人	16,275 人	14,679 人

資料：国立社会保障・人口問題研究所『日本の地域別将来推計人口（平成 30 年 3 月推計）』より

⑥観 光

【館山市の観光の現状】

観光面に関して、令和２年・令和３年の観光入込客は新型コロナウイルスによる自粛の影響で大幅に減少していたが、現在、コロナ禍前のにぎわいを取り戻しつつある。また、本市は、環境の美化と観光開発に力を注ぎ、一地方の中心都市から、広く首都圏内の休養文化都市として、特色ある個性豊かなまちづくりを着実に進め、将来都市像「笑顔あふれる自然豊かな“あったかふるさと” 館山」の実現を目指している。

館山市観光入込客数

平成 29 年	平成 30 年	令和元年	令和 2 年	令和 3 年
1, 949, 522 人	2, 066, 520 人	1, 946, 397 人	1, 296, 143 人	1, 268, 178 人

資料：平成 28～令和 3 年千葉県観光入込調査報告書

館山市内の観光地入込客数としては、下記表のとおりである。館山市立博物館分館を交流拠点として、館山湾を活用した海辺のまちづくりを進めて観光業の振興を図っており、館山市立博物館分館の来館者数や、体験の観光入込客数は年々増加傾向にある。

◆館山市の観光地点への入込客数

館山市の主な観光地点	平成 28 年	平成 29 年	平成 30 年	令和元年	令和 2 年	令和 3 年
館山市立博物館分館	18 万人	17 万人	19 万人	21 万人	15 万人	16 万人
平砂浦海岸	13 万人	14 万人	14 万人	11 万人	11 万人	13 万人
南房パラダイス	－	－	5 万人	6 万人	4 万人	5 万人
館山市立博物館	－	－	－	5 万人	3 万人	5 万人
CAMP MANAVIS（2020 年 6 月開業）					2 万人	4 万人

資料：平成 28 年～令和 3 年 千葉県観光入込調査報告書

南総里見まつり実行委員会では、「里見」による観光誘客の促進、観光消費の拡大を促す事業を実施している。また、商工会議所・観光協会は、市のブランドイメージを創出する特産品及びサービスの P R により、観光客からの消費機会を増やそうと努力している。

【館山市の観光の課題】

- ・道路交通網の整備が進み、首都圏からの移動時間が短縮されたことにより、観光客の通過・日帰り型への移行が見受けられるが、宿泊・滞在型観光促進の効果もあり、宿泊客数も微増している。滞在時間の減少は消費金額の減少にも影響するため、引き続き宿泊・滞在型の観光客増加を図る必要がある。
- ・海や山といった館山市固有の自然フィールドを活かした体験を取り入れた顧客の確保や、豊かな自然を活用したスポーツ合宿の誘致などに力を入れ、ターゲット層も社会情勢に合わせて対応する必要がある。
- ・訪日外国人の誘客を促進し、観光業の活性化を図る。

(2) 館山市の小規模事業者への中長期的な振興のあり方

① 人口減による小規模事業者への中長期的な振興

①-1 館山市の人口減に対応した中長期的な振興

館山市第4次館山市総合計画「後期基本計画」では、人口減からの小規模事業者への取り組みとして、生産年齢人口を増加するために、館山市は、中小企業を下記のとおり、中長期で振興していく。

- ・多様な職種選択等に対応できる雇用対策を推進し、魅力ある安定した雇用の場の創出に努める。
- ・各介護施設、福祉施設等で不足する人材の確保を支援することにより、高齢者福祉・介護サービスの充実を図る。
- ・ハローワークや近隣市町、事業者と連携・協力し、地域の雇用ニーズを捉えた求職セミナーの開催や求人情報の提供等により求人・求職のマッチングの機会を増やす。

①-2 館山商工会議所の人口減による小規模事業者支援の役割

- ・人口減など小規模事業者を取り巻く経営環境が激変していることを踏まえ、小規模事業者が社会情勢の変化に対応し、自らがビジネスモデルを再構築し経営課題を解決してゆくことが重要である。当所は、顧客ニーズを正確に分析や経営状況の分析結果に基づき、自らの強みを踏まえた事業計画書の策定や販路開拓についての支援を行う。
- ・生産人口が減っていく中、これまでの売上を維持するためには、生産性の効率化が必要不可欠となる。当所は、現場の改善計画、IT化支援の事業計画作成をすすめ、小規模事業者の生産効率と利益率の増加を支援する。
- ・人口が減ることで、商圈が先細りになるため、IT（SNS）による販路開拓、電子商取引の活用の手法を支援し、商圈を広げ、売上増加につなげる。

② 事業所数が減少していることへの中長期的な振興

②-1 館山市の事業所数が減少していることの小規模事業者への中長期的な振興

館山市第4次館山市総合計画「後期基本計画」では新たに産業をおこすことを中長期的な検討事業にしている。

- ・企業誘致を推進するため、企業訪問や市内企業の情報収集、市内進出希望企業へのフォローアップを行うとともに、事業者に対して支援する。
- ・ワンストップ相談窓口の充実や創業支援セミナーの開催、起業支援補助金や融資制度などによる支援を行い企業者数の増加を目指す。
- ・農漁業従事者が主体となり加工や販売等を行う事業者と連携しながら、地域資源である農水産物等の付加価値向上を図る6次産業化を積極的に推進する。
- ・農業の効率化や経営規模拡大のためにIoTやAIなどの先進技術を導入することによりスマート農業の普及を推進する。

②-2 館山商工会議所の事業所数減少の対応に向けた役割

当所は、事業所数が減っていることに対し、既存の企業が継続できるように、売上増加、利益率向上についての支援を行う。また、事業承継による企業継続の支援、創業支援を行い、事業所数減少に歯止めをかける役割を果たす。

- ・売上増加、利益率向上に向けて、既存企業の商品開発や販路開拓支援を実施する。館山市において歴史的文化的に大きな関りを持つ「戦国大名里見氏」及び「南総里見八犬伝」に地域の名産品、伝統工芸品、伝統行事等を交えながら館山でしか手に入らない特産品の開発、地元の食品にこだわった商品開発を進め、開発した商品を既存企業での新商品として販売し売上増加になるよう支援する。

- ・業種の垣根を超えた事業者同士の連携の機会づくりを行う。
- ・企業の事業承継に向けた事業承継計画策定の支援を行い、事業所数減少の役割を果たす。
- ・館山市と連携し、スタートアップセミナー等の創業支援を行い新たな市内の事業数を増やしていく。

③観光による小規模事業者への中長期的な振興

③-1 館山市の観光への中長期的な振興

館山市第4次館山市総合計画「後期基本計画」では、観光資源の活用と設備の充実により、観光客の呼び込みを行い、小規模事業者の活性化を下記のとおり、館山市では中長期的に実施していく。

- ・館山湾をはじめ、「“渚の駅” たてやま」、「館山夕日栈橋」等を活かした観光施策の充実を図り、来訪者の増加につなげる。
- ・海水浴場の利用者が安心・安全に楽しめる海・浜空間の確保に努める。
- ・リピーターや宿泊客の増加を目的として、市内の事業者や各種団体、近隣市町等の多様な主体と連携し、来訪者のニーズに対応した満足度の高い観光地を目指す。
- ・外国人旅行客の受入態勢の促進を図る。
- ・農産物や海産物のブランド化を推進するとともに、様々な観光資源を組み合わせたPRにより、「観光地としての」館山ブランドの魅力向上を図る。
- ・特色ある観光イベントの実施やパブリシティによる効果的・戦略的な情報発信により、館山市の知名度向上や交流人口の増加に努める。

③-2 館山商工会議所の観光による小規模事業者支援の役割

- ・道路交通網の整備が進み、首都圏からの移動時間が短縮されたことにより、観光客の通過・日帰り型への移行が見受けられるが、当所は、館山市と連携し、「鏡ヶ浦」等の館山市の誇る資源を活用することにより、観光客が、市内を回遊し消費するための仕掛けづくり、そして、小規模事業者が自社の商品サービスを観光客にとって魅力あるものにし、売上を増加させるための取り組みを行う。
- ・観光客の需要調査をし、館山市内で購入したい商品サービスの情報を提供する。

(3) 経営発達支援事業の目標

館山市の地域経済を支えている小規模事業者に対して、下記① ② ③のきめ細やかな伴走型支援を実施し、事業所の売上・利益増加を目指し、持続的発展を推進することにより、地域経済活性化や雇用創出につなげる。

① 付加価値を付けた商品・サービス開発による売上増加の事業者数を増やす。

館山市内の8割6分を小売・サービス事業者が占めている。また、市内で雇用されている約88%の従業員が小売・サービス業であるとおり、館山市の経済は商業・サービス業で支えられている。人口減からの消費低迷は今後、大きく館山市経済に影響を及ぼすものと思われる。館山商工会議所は、多くの人にモノを売って売上を伸ばすのではなく、新たな商品・サービスを開発し、付加価値を付け単価を高くして売上を伸ばす企業体質にし、販路開拓支援から市外からも新規顧客で売上増加ができる企業支援をきめ細やかに進めていき、現状の事業所数や年間小売業売上高を維持することを目標にする。

② 生産性向上による小規模事業者の利益率増加を目指す。

生産年齢人口が20年後には30%減少することが予想され、小規模事業者がこれまでの売上を維持するには生産性の向上が必要不可欠となる。IT化支援や生産性向上計画の策定支援などを実施し、少ない社員でもこれまで通りの利益を確保できるよう利益率増加企業を増やす。

③ 観光客の増加を機会とし小規模事業者の売上を増やす。

館山市経済観光部に協力して観光資源を活用したイベントを開催し、市外からの来街者を増やし、市内の小規模事業者の売上増加に貢献できるようなPRの場にしていく。

「鏡ヶ浦」等の館山市の誇る資源を活用することにより、小規模事業者が自社の商品サービスを観光客にとって魅力あるものにし、売上増加させるための事業計画作成支援を行う。

2 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和6年4月1日～令和11年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①付加価値を付けた商品・サービス開発による売上増加の事業者数を増やす。

- ・経産省推奨の経営リスクの見える化に役立つ、ローカルベンチマークを活用し、事業者の強みと市場との需要動向を調査分析し、事業内容を整理する。これにより、現状認識と将来目標とのギャップを浮き彫りにして、課題と対応策を明確にし、事業計画策定支援、販路開拓支援を実施する。
- ・経営者や従業員との対話を通じて、本質的な課題を認識し潜在力を引き出すことにより、自己変革していく機運を醸成する。
- ・フォローアップとして、財務状況、業務フロー・商流に合わせて事業計画を修正したりするなど、毎年の動きを把握し、事業計画と照らし合わせ、課題の掘り起し、事業計画の遂行状況の確認による利益増を支援する。
- ・千葉県中小企業診断士協会などと連携し、市場動向や新商品開発の支援を実施する。
- ・「館山市産業振興促進計画」に基づき、館山市との連携と情報の共有化を行い、道の駅グリーンファーム館山等を活用した、売上増加を目指す。
- ・館山市と連携し、中小企業情報の発信や商談会や展示会の参加支援を実施する。

②生産性向上による小規模事業者の利益率増加を目指す。

- ・今後、生産人口が減少していくことを企業に認知させるために、巡回指導で普及する。
- ・千葉県中小企業診断士協会等の専門家を活用し、生産効率・利益率を向上する事業計画作成の支援をする。
- ・IT化が必要な場合は、事業計画を作成し、融資やIT補助金などを活用し支援していく。
- ・中小機構の「経営自己診断システム」等を活用し、労働生産性向上の目標が毎年できているかどうか遂行状況確認をし、利益率をあげていく。（フォローアップ）
- ・労働年齢人口の維持・増加は館山市の雇用政策でも重要なものであるため、連携し、政策面での企業の雇用維持、労働生産性向上に向けた支援をおこなっていく。

③観光客の増加を機会とし小規模事業者の売上を増やす。

- ・館山市経済観光部と連携し、観光客への需要動向調査、ビッグデータ「RESAS」による地域動向調査を行い、企業へ公表、新商品開発を進める支援をおこなう。
- ・観光地として年間16万人以上が来場する渚の博物館（館山市立博物館分館）等と連携し、新商品の開発、需要調査、販売機会の創出などを実施する。
- ・観光客の需要にマッチした商品開発を行い、ローカルベンチマークを活用した売上増加のための事業計画作成や販路開拓支援を実施する。
- ・企業の新商品の供給先の情報提供や販路開拓支援ができる展示会や販売会の参加をすすめ、契約成立に向けた、プレゼンテーション、販促方法の支援を実施する。
- ・ITによる情報発信、販促、電子商取引、通販などを支援し、販路開拓につなげる。

I. 経営発達支援事業の内容

3 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

地域の小規模事業者が入手できる経済動向情報には限りがあり、これまでの情報を経営に生かすことができていない。当商工会議所においても、日本商工会議所が実施している「L O B O調査」等の情報収集及び提供のみであった。

小規模事業者が持続的発展を遂げるために、経営環境を正しく把握する必要があり、経済を取り巻く環境に加え、地域の経済動向に関する情報を提供することで、事業計画策定等を通じた経営力強化に役立ててもらおう。

(2) 目標

支援内容	公表方法	現状	R 6 年度	R 7 年度	R 8 年度	R 9 年度	R10 年度
① 公表回数 (RESAS 関連)	HP 掲載	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
② 公表回数 (景気動向調査)	HP 掲載	0 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

(3) 事業の内容

①地域経済分析システム「RESAS」の活用

経営指導員が地域経済分析システム「RESAS」を活用した館山市の経済動向分析を行い、年1回、公表する。

【調査手法】

経営指導員等が「RESAS」(地域経済分析システム)を活用し、地域の経済動向分析を行う。

【調査項目】

・「人口分析」

→消費者の年齢別の移動数などを把握分析する。新商品開発で世代によるニーズを取り組む際に活用する。消費者行動を把握し、販売計画に活用する。

・「地域経済循環マップー生産分析」

→生産付加価値額、所得の分配状況などを分析し、新商品開発の際に、活用する。事業計画策定などに反映させる。

・「まちづくりマップーFrom-to 分析」

→滞在人口の分析、市外からの流入人口は「何月頃に一番くるか」、「平日か休日か」、「どこから来るか」など、新たな交流人口に販路をもとめる事業者へ、流入人口の5W1Hを分析し情報提供を行う。この分析から一年を通した事業計画、どの地域に販路開拓の営業を集中していくかなど販売計画に役立てる。

・「産業構造マップ」

→販売金額比較や競合する市町村の販売金額比較などを分析する。この分析から、販売計画、ニーズの分析結果を新商品開発などに活用する。

② 管内の小規模事業者 60 社に景気動向調査を行う。

日本商工会議所の商工会議所早期景気観測の設問に合わせたものと当所で知りたい情報について設問を設定する。(年4回 管内企業 60 社)

【調査回数】 年4回

- 【調査対象】管内 60 社（製造 7 社・建設 10 社・卸売 7 社・小売 12 社・サービス 24 社）
- 【調査項目】業況・売上・採算・資金繰り・仕入単価・販売単価・従業員の状況および、自社が直面している経営上の問題などについて調査。
- 【調査手法】商工会議所の各部会（業種別の部会）担当職員が、調査票をメールや窓口、FAX 等で回収する。
- 【分析手法】経営指導員等が外部専門家と連携して分析を行う。

（４） 調査成果の活用

- ・情報収集・調査、分析した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者にも周知する。
- ・経営指導員等が巡回指導の際の参考資料にする。
- ・館山市と情報を共有化し、館山市の中小企業施策等に活用する。

4 需要動向調査に関すること

（１） 現状と課題

多くの小規模事業者は販売する商品や提供するサービスの需要動向に対する調査をしておらず、取引事業者からの情報の入手にとどまっている。また、当所としても需要動向に関する調査は実施しておらず、関連情報の収集・整理、個別相談案件に対応するときに分析、提供を行うだけにとどまってきた。

小規模事業者が商品の販売・サービス・技術等の提供を行う上で、消費者ニーズを把握するための需要動向は重要であることから、販路開拓に意欲のある小規模事業者が提供する商品やサービス等の詳細な顧客ニーズの把握を行うため、イベントにてアンケート調査を行うほか、需要動向を把握するための各種データを収集して事業計画に反映させる。

（２） 目標

支援内容	現状	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度
調査対象事業者数 (渚の駅)	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
調査対象事業者数 (南房パラダイス)	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
調査対象事業者数 (グリーンファーム館山)	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者

（３） 事業内容

①道の駅等におけるアンケート調査

館山の人気の観光スポットである渚の駅・南房パラダイスは、館山市を訪れた人々の「安らぎの場所」「憩いの場」として整備された交流拠点施設であり、年間 20 万人以上の来場客数が想定できる。また、令和 6 年 2 月オープン予定のグリーンファームは、館山の“食のまちづくり”を進める拠点とした交流施設である。3 施設で扱う商品の需要動向を把握したい事業者、開発した新商品・新サービス（開発品を含む）の需要動向調査を個社支援として行う。

【サンプル数】3つの施設それぞれで来場者 50 人に対して実施

【アンケート】経営指導員が作成

【調査方法】出展者及び経営指導員等が新商品・新サービス内容についての需要動向を調査するためアンケートを実施

【調査項目】新商品：味・甘さ・硬さ・色・大きさ・見た目・価格・包装等
新サービス：内容・見た目・効果・価格等

【分析内容】分析は、経営指導員等が行い、その結果を千葉県中小企業診断士協会等の販路開拓等の専門家の意見をうかがう

【結果の活用】分析結果は経営指導員が巡回して、事業者对新商品・新サービス内容についてのアンケート分析結果を直接説明し、改良点があれば提案を行う。

5 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

現在は、小規模事業者経営改善資金貸付（マル経）調査時に、返済能力を把握するための決算内容の確認、所得税確定申告時には、税務申告のための決算指導に留まり、決算書の財務状況等の分析などは行っておらず、また、小規模事業者の多くは自社の強みや弱みを理解しておらず、経営知識が乏しいなど事業主の経験や勘で長年事業を続けている状況である。

今後は、需要を見据えた事業計画とするため、財務分析のみならず、非財務分析についても実施し、経営状況や経営課題を確認し小規模事業者と情報を共有して行くものとする。

(2) 目標

支援内容	現状	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度
セミナー開催件数	—	2回	2回	2回	2回	2回
①経営分析セミナーからの分析事業者数	—	3者	3者	4者	4者	4者
②巡回窓口相談からの分析事業者数	0者	3者	6者	8者	8者	8者
経営分析事業者数合計 ①+②	—	6者	9者	12者	12者	12者

(3) 事業内容

① 経営分析セミナー時の経営分析

【募集方法】会議所ニュース、会議所ホームページ、館山市ホームページ等に掲載

【参加者数等】セミナー1回につき20名の参加を目指す。

【対象者】1回のセミナーにつき参加者の中から販路拡大・事業継続に意欲的な企業3者を選定。年2回開催する。

【情報収集する項目】

＜財務分析＞決算書類からの財務分析

売上高・経常利益・損益分岐点・粗利益率・労働生産性等

＜非財務分析＞SWOT分析

下記の項目について、対話を通じて事業者の強み、弱み、機会、脅威を整理する。

内部環境	外部環境
・技術力・設備の充実・財務状況・ブランド力 ・社員の高齢化・人材不足・設備の老朽化 ・DX化/働き改革推進の遅れ など	・ニーズの増加・ライバル企業の台頭・燃料費/電気代などのコスト増など

【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営自己システム」等を活用し、経営指導員が分析を行う。

なお、専門的な課題等の専門相談支援については、中小企業診断士等の専門相談員や日本政策金融公庫、市内金融機関と連携し、小規模事業者の抱える経営上の悩みに対してより丁寧にサポートを行い、企業の育成を目指す。

② 巡回・窓口相談時の経営分析

経営指導員による巡回時、窓口相談時に環境変化による経営分析の必要性を説明し、財務分析に必要な財務関係書類を提出してもらう。また、非財務分析のための職員統一のヒアリングシートを作成し記入してもらう。

【対象者】巡回・窓口相談の際に販路拡大、事業継続に意欲的な企業3者（R6年度）

【情報収集する項目】

＜財務分析＞決算書類からの財務分析

売上高・経常利益・損益分岐点・粗利益率・労働生産性等

＜非財務分析＞SWOT分析

自社の強み、弱み、脅威等

【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営自己診断システム」等を活用し、経営指導員が分析を行う。

（4）分析結果の活用

- ・分析結果は、当該事業者にわかりやすく説明し、活用方法等も提示する。
- ・事業所ごとに、データベース化し、継続的にかつ、中長期的に分析できるようにする。
- ・財務分析、非財務分析共に、経営指導員間で同じフォーマットで作成し、データベース化することにより、情報共有しやすくし、効率良く分析に取り組む。

6 事業計画策定に関すること

（1）現状と課題

これまでは、事業計画策定等のセミナーはほとんど実施していない。

事業計画等作成支援において、小規模事業者がかかえている課題は、中長期的な事業計画が無く、「成り行き任せ」の経営が浸透している状況であり、この問題を解決するために確実に実行できる事業計画等の作成を行い、小規模事業者に事業計画等を作成することの重要性を認識してもらう事を目指す。

（2）支援に対する考え方

これまでは、小規模事業者持続化補助金をはじめとする各種補助金申請の際の経営計画策定に取り組んできたものの、知事の認定や補助金採択を目的としたものに限られ、本来すべき事業者にとっての持続的発展や、経営課題解決を目的としての事業計画策定は実施していない。

小規模事業者が抱える経営課題を解決するため、「事業計画策定セミナー（DX活用含む）」を開催し3.で経営分析を行った事業者の5割程度の事業計画策定を目指す。また、持続化補助金の申請を契機として経営計画の策定を目指す事業者の中から、実現可能性の高い事業者を選定し支援していく。

（3）目標

支援内容	現状	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度
事業計画セミナー（DX活用含む）開催回数	—	2回	2回	2回	2回	2回
事業計画策定事業者数	—	3者	3者	6者	6者	6者

（4）事業内容

① 事業計画の策定

経営分析を行った事業者や過去に小規模事業者持続化補助金の申請を考えている事業所を対象とした「事業計画策定セミナー」を開催する。

【募集方法】 会議所ニュース、会議所ホームページ、館山市ホームページ等に掲載

【回数】 年1～2回程度

【カリキュラム】

DXに関する意識の醸成や基礎知識、実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の推進、事業計画作成の重要性、作成のポイント、実務に役立てる事業計画等のセミナー内容にする。

【参加者数等】 1回につき20名位の参加を目指す。

【支援対象】 経営分析を行った事業者を対象とする。

【手段・手法】

セミナーに参加してもらい、習得してもらう。終了後は、指導員でフォローアップを行い継続して支援し、事業者が本質的課題を認識、納得した上で、内発的動機づけを促し、確実な事業計画策定につなげる。

また、高度な経営課題は千葉県中小企業診断士協会などの専門家の活用で対応する。

7 事業計画等策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

事業計画策定が補助金を申請するきっかけであり、必ずしも経営力向上のための計画策定になっていないことから、事業者自身も策定後の支援を求めることなく、策定後の実施・検証・改善につながっていないケースが多かった。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定を支援した小規模事業者に対し、経営指導員が巡回訪問・窓口相談においてその計画が着実に実行されるよう定期的に進捗状況を把握し、PDCAサイクルの支援を行う。

(3) 目標

支援内容	現状	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度
事業計画フォローアップ対象事業者数	—	3者	3者	6者	6者	6者
頻度（延回数）	—	12回	12回	24回	24回	24回
売上増加事業者数	—	1者	1者	2者	2者	3者
利益率3%以上増加の事業者数	—	1者	1者	2者	2者	3者

(4) 事業内容

①事業計画策定事業所へのフォローアップ

経営指導員が四半期に一度の頻度で巡回訪問を行い、事業者への内発的動機づけを行い、自主化に向けて潜在力を引き出しながら事業計画の進捗状況の確認を行う。

また、チェックシートのフォーマットを作成し、訪問時に事業計画の変更や新たな課題・問題点がないかを確認し、事業計画と事業進捗状況にズレがでてくる場合は、原因を究明するため、専門家の派遣等で解決し、適宜修正を実施し、個社の状況に合わせたフォローアップを行うことで、事業計画の実効性を高める。

8 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

これまでは、商談会、展示会開催の情報提供のみで、販路開拓の手法、その後のフォローアップは行っていなかった。今後は、経営指導員の販路開拓指導のスキルの向上を図って行く。

(2) 支援に対する考え方

経営状況の分析・事業計画策定支援を行った意欲ある土産小売店、食品製造業、飲食店等を重点的に支援する。

会議所が自前で展示会を開催するのは困難なため、首都圏で開催される既存の展示会への出展を目指す。

出展に当たっては、各事業所で、出展料を負担していただき、経営指導員が、事前、事後の出展支援を行う。

人口減少により商圈が縮小していくなかで、下記①と②の事業を実施し、市内外に新たな販路を開拓する。

①市の地域資源等を活用し、自身で開発した特産品・観光品等の新たな販路を求める。

② I T (SNS 等) を活用し、市内外に新たな販路を求める。

(3) 目標

①首都圏の展示会出展による新たな需要開拓事業

支援内容	現状	R 6 年度	R 7 年度	R 8 年度	R 9 年度	R10年度
プレゼン術・交渉術セミナー・個別相談会	—	1回	1回	1回	1回	1回
セミナー参加事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者



feel NIPPON 等 参加事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
成約件数/者	—	1件	1件	1件	1件	1件

※BtoB 商談会を想定しているため、成約件数の目標を設定

② I T 活用による新たな需要開拓事業

支援内容	現状	R 6 年度	R 7 年度	R 8 年度	R 9 年度	R10年度
IT活用による需要開拓 セミナー開催回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
セミナー参加事業者数	—	10者	10者	10者	10者	10者
IT活用による需要開拓 個別相談会 開催回数	—	2回	2回	2回	2回	2回
個別相談 参加事業者数	—	6者	6者	6者	6者	6者



売上増加企業	—	3者	3者	3者	3者	3者
売上増加率/者	—	月商5% の売上増	月商5% の売上増	月商5% の売上増	月商5% の売上増	月商5% の売上増

(4) 事業内容

① 首都圏の展示会出展による新たな需要開拓事業

- ・小規模事業者のプレゼン術、交渉術のスキルを身に着けるセミナーを開催し、展示会・商談会に出展を促す。
- ・館山商工会議所として「feel NIPPON」等に出展する事業者を上記セミナー参加者から募り、新たな需要の開拓を支援する。

【参考】「feel NIPPON」のコンセプトは、「日本全国・海外に PR したい地域ブランドプロジェクト」であり、毎年春に3日間にわたり開催され、約30,000名が来場する。

- ・事後フォローとして、商談成立への営業活動支援、取引条件の専門的な支援をおこなう。
- ・専門性の高い需要開拓支援には千葉県中小企業診断士協会・中小企業119等を活用する。

② IT活用による新たな需要開拓事業

- ・ITによる需要開拓を行うセミナーを実施する。
- ・よろず支援拠点の専門家による個別相談会を開催する。
- ・事後フォローとして、商談成立に向けた営業活動支援、電子取引決済の支援を行う。

Ⅱ．経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

9 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

(1) 現状と課題

事業の評価及び見直しをするための仕組みは現状では実施していないが、毎年度、計画に記載の事業の実施状況及び成果について、実務レベルでの評価・検証を行う必要がある。

(2) 事業内容

毎年度、本計画に記載の事業の実施状況及び成果については、PDCAサイクルを基本とし、以下の方法により実施する。

- ①館山市担当職員、当所の法定経営指導員、中小企業診断士等をメンバーとする「協議会」を半期ごとに開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について5段階評価を行い、その結果を受けて、次年度への改善対応を図る。
- ②事業の成果・評価・見直しの結果については常議員会（当所役員会）へ報告し、事業実施方針等に反映させるとともに、館山商工会議所のHP及び会議所ニュースへ掲載（年2回）することで、地域の小規模事業者等が常に関覧可能な状態とする。

10 経営指導員の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

当所では管内小規模事業者の持続的発展に資する支援を行うために、千葉県商工会議所連合会、日本商工会議所、中小企業基盤整備機構が主催する各種研修会を通して、経営指導員を始め、全職員の資質向上を図っているが、小規模事業者が事業計画に基づいた経営を進めるためには、経営指導員等一人ひとりの経営に関する知識や情報力、目利きなどを備えたマンパワーによる指導力に頼るところが多く、それぞれの支援能力に差があるのが現状であり、経営指導員等一人ひとりの支援能力の向上が急務である。

また、経営発達支援事業の適切な遂行および不足能力の向上を図るため、外部講習会等の積極的活用により資質向上を図る。また、これらの研修・セミナーへの参加は、今までは経営指導員が中心に参加していたが、今後は、補助員や一般職員も含めて積極的に参加する。

(2) 事業内容

① OJT制度の導入

ア) 職員間の定期ミーティングの開催

指導員研修会等へ出席した経営指導員が中心となり、経営支援の基礎について定期的なミーティング（月1回、年間12回）を開催し、意見交換等を行うことで、職員全体の支援能力の向上を図る。

イ) 専門家への同行、同席

千葉県中小企業診断士協会専門家派遣・サテライトの相談、中小企業119専門家派遣、一日公庫（日本政策金融公庫）に同行・同席して専門家の支援スキルを習得する。習得したスキル等は相談所会議で情報を共有する。

ウ) 相談への同席

知識・経験の少ない経営指導員・補助員および業務に関連する一般職員を相談に同席させて支援スキルの向上を図る。

エ) 指導履歴の情報共有

経営指導員は日々の指導実績をできるだけ詳細に基幹システム（TOAS）の経営カルテに入力し、職員全員が必要に応じ指導履歴を確認することで相互共有を図り、一定レベル以上の対応ができるようにする。

②外部講習会等の積極的活用

ア) 経営支援能力向上にむけて

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、中小企業大学校が主催する「経営指導員研修」及び千葉県商工会議所連合会主催の「経営支援能力向上セミナー」に対し、計画的に経営指導員等を派遣する。

イ) DX推進に向けて

喫緊の課題である地域事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員等のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にする必要があるため、各所機関が実施しているDX推進の取組セミナーについて積極的に参加する。

- ・業務効率化を目的とした、RPA・クラウドソフト・キャッシュレスなどのITツールの導入、情報セキュリティ対策等
- ・需要開拓等の取組としての、ホームページやSNSを活用した自社PRや情報発信方法、ECサイト構築・運用など

ウ) 経営力再構築伴走支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上に向けて

中小企業大学校、千葉県商工会議所連合会、民間企業等の研修に参加する他、独自に外部講師を招聘し、「コミュニケーション能力向上」や「小規模事業者課題設定力向上」のようなテーマで研修を開催する。

1.1 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

当所の関係する支援機関との支援ノウハウ等の情報交換会は、千葉県商工会議所連合会、千葉県、日本商工会議所の開催する情報交換会に参加をしていただけて、既存の経営改善普及事業の推進を図るためのものであった。

(2) 事業内容

経営支援事業の効果的な推進を図るため、各地域の小規模事業者の需要動向、支援策やノウハウ等に対して情報交換を行っていく。

(事業計画)

①千葉県中小企業診断士協会との連絡会議（新規事業）

国・県・市の補助金をはじめとした経営支援メニューを活用するために、千葉県中小企業診断士協会と定期的な情報交換会を実施し、新商品開発・事業承継・経営革新・販路開拓のノウハウについて情報収集を行い、支援能力を高める。

②金融機関との情報交換（既存事業の改善）

日本政策金融公庫や地域の金融機関（千葉銀行、京葉銀行、千葉興業銀行、館山信用金庫、君津信用組合の5行）と情報交換会を開催し、中小企業の金融動向を把握する。日本政策金融公庫とは年1回以上、地元金融機関とは年1回を目標とする。

又、担当者間での訪問等による情報交換は各行1回以上を目標にする。

効果として、事業計画策定支援側の会議所と金融機関の連携で、効果的な金融施策や融資が小規模事業者に行われる。

③館山市との情報交換会

地方創生に向けた地域活性化策をこれから行う中で、当所の地域経済の情報、需要動向調査の分析結果をもとに、小規模事業者への施策の改善や新規支援策の要望などを行っていく。また行政側からの小規模事業者への支援策のノウハウを情報交換し、地域活性化と小規模事業者への経営改善の効果を高める。

(3) 目標

(目標件数)

	現状	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度
千葉県中小企業診断士協会 (会議)	0回	2回	2回	2回	2回	2回
日本政策金融公庫 (会議)	1回	2回	2回	2回	2回	2回
日本政策金融公庫 (訪問)	12回	12回	12回	12回	12回	12回
市内金融機関(5行個別) (会議)	0回	1回	1回	1回	1回	1回
市内金融機関(5行合計) (訪問)	2回	5回	5回	5回	5回	5回
館山市との情報交換会 (会議)	2回	6回	6回	6回	6回	6回

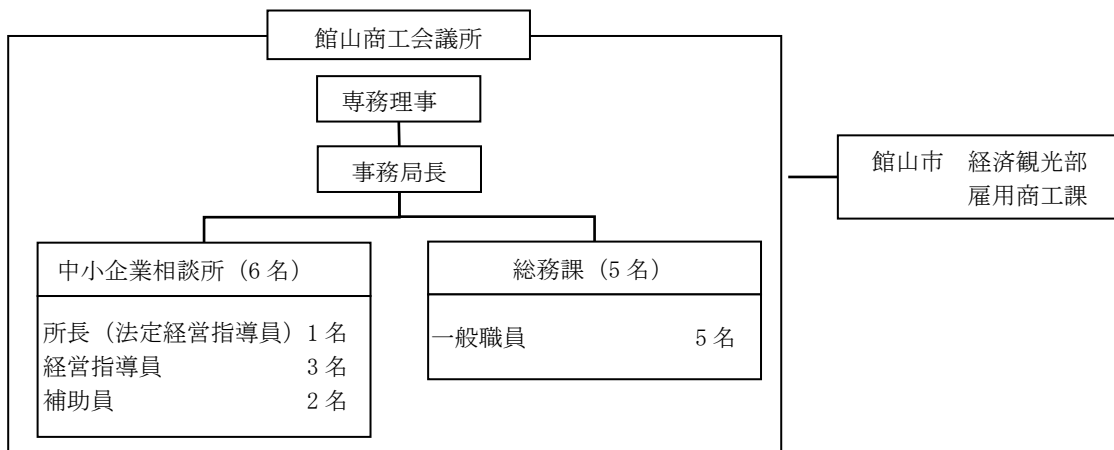
(別表 2) 経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和 5 年 1 1 月現在)

(1) 実施体制 (経営発達支援事業に係る体制)

現在当所の中小企業支援は中小企業相談所 (6 名 指導員 : 4 名・補助員 : 2 名)で行っている。情報収集に関しては中小企業相談所 (6 名) だけではなく各部会を職員全員が担当でもっており、職員全員 (13 名) で小規模事業者からの情報収集の収集にあたる。



(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第 7 条第 5 項に規定する経営指導員による情報提供及び助言に係る実施体制

① 法定経営指導員の氏名・連絡先

■氏名 : 小谷 忠

■連絡先 : 館山商工会議所 電話 0470-22-8330

② 法定経営指導員による情報提供及び助言

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等を行う。

(3) 連絡先

① 館山商工会議所

(住所) 〒294-0047 千葉県館山市八幡 821

(電話) 0470-22-8330 (FAX) 0470-23-4011

(URL) <https://tateyamacity.or.jp/>

(E-mail) info@tateyamacity.or.jp

② 館山市

(住所) 〒294-0036 千葉県館山市館山 1564-1

(担当部署) 館山市経済観光部 雇用商工課

(電話) 0470-22-3136 (FAX) 0470-24-2404

(E-mail) shoukan@city.tateyama.chiba.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)

	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
必要な資金の額	2,650	2,650	3,350	3,350	3,350
セミナー謝金	1,050	1,050	1,200	1,200	1,200
個別相談謝金	300	300	300	300	300
専門家派遣	450	450	900	900	900
相談会出席	200	200	200	200	200
アンケート実施	450	450	450	450	450
通信費・印刷費他	200	200	300	300	300

(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
◆国補助金、県補助金、市補助金、受講料収入、会費

(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
連携者なし
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等