

経営発達支援計画の概要

実施者名	横須賀商工会議所（法人番号 1021005007655） 横須賀市（地方公共団体コード 142018）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	<p>（1）小規模事業者の事業計画策定と策定後の伴走による経営力の強化          （2）創業を増やし廃業を減らす支援を行ない、地域経済の活力創出と維持          （3）多種多様な人材の活用支援と育成による経営基盤の安定を向上          （4）地域特性を活用した小規模事業者の市場開拓と販路拡大</p>
事業内容	<p>3. 地域の経済動向調査に関すること          ①国の提供するビッグデータの活用          ②景況調査（独自調査）</p> <p>4. 需要動向調査に関すること          ①地域内消費者アンケートに実施（よこすか産業フェス来場者）          ②地域外消費者アンケートの実施（小規模事業者の見本市          Feel NIPPON 来場者）</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること          ①経営状況分析の実施</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること          ①事業計画策定セミナー・個別相談会の開催          ②DXセミナーの開催          ③スタートアップ塾（創業塾）の開催          ④事業承継相談会の開催</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること          ①事業計画策定後のフォローアップ</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること          ①ビジネスマッチング支援（BtoB）          ②販路開拓のための展示会の開催及び出展支援（BtoB）（BtoC）          ③メディアを活用した販路拡大・需要開拓支援（BtoC）          ④新商品開発支援（BtoC）          ⑤生産性向上・業務効率化支援（所内DX支援）</p>
連絡先	<p>横須賀商工会議所 産業・地域活性課          〒238-8585 神奈川県横須賀市平成町2-14-4          TEL：046-823-0402 / FAX：046-823-0401          e-mail：ycci@yokosukacci.com</p> <p>横須賀市 経済部 経済企画課          〒232-8550 横須賀市小川町11          TEL：046-822-9523 / FAX：046-822-7795          e-mail：cco-ec@city.yokosuka.kanagawa.jp</p>

(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) 地域の現状及び課題

##### ① 現状

###### (ア) 横須賀市の風土・地理

横須賀商工会議所が管轄している横須賀市(全域)は神奈川県南東、三浦半島の中央部にあり、東は東京湾、西は相模湾に面している中核市である。(面積 100.81 km<sup>2</sup>)横浜市が隣接自治体となっており都心部も通勤圏内であることから、戦後、ベッドタウンとして発展してきた。東京湾と相模湾に三方を囲まれた豊かな自然と1年を通じ温暖な気候に恵まれている。三浦半島の周囲の海には、暖流黒潮が流れているため、冬は暖かく、夏は涼しく、気温の高低が比較的少ない、過ごしやすい土地である。また、標高100~200mの起伏の多い丘陵や山地で構成されている。



明治40年(1907年)2月15日に県内2番目の市制施行となり、平成13年(2001年)4月1日には、県内初の中核市に移行した。(人口371,930人:令和6年4月1日現在)

###### (イ) 横須賀市の歴史的な背景と観光

東京湾の入口に位置することから、1853年のペリー提督による黒船来航以来、1865年の江戸幕府による横須賀製鉄所(造船所)の開設、1884年の横須賀鎮守府設置等、日本の近代化における軍港都市として発展。現在も、米海軍横須賀基地、海上自衛隊横須賀地方総監部、陸上自衛隊武山駐屯地・久里浜駐屯地などの基地が置かれている。

戦後、アメリカ文化発信の地として、音楽や“スカジャン(横須賀ジャンパー)”などのファッション等が大きな注目を集め、現在でも市外からの来街者にとって軍港やドブ板通りに代表される米海軍横須賀基地軍人との交流場所は、魅力的な素材となっている。

横須賀市は近代歴史遺産を観光振興の柱として「世界三大記念艦三笠」や「よこすか海軍カレー」「ヨコスカネイビーバーガー」「YOKOSUKA 軍港めぐり」等、海上自衛隊横須賀地方総監部や米海軍横須賀基地と連携した観光振興を強化している。

また、「艦隊これくしょん」「ハイスクール・フリート」「スローループ」等、横須賀市を舞台としたアニメの聖地巡礼や、ジブリ映画に出てくる世界を彷彿させるとインスタグラム等で話題の東京湾唯一の自然島である猿島(令和元年と令和5年比較83.2%、年間観光客18.8万人)や記念艦「三笠」(年間来艦者数19.2万人、累計1000万人突破2024.5.1)に若年層が訪れる他、米海軍横須賀基地、海上自衛隊横須賀地方総監部の艦船を間近で見ることが出来る、クルージングツアー「YOKOSUKA 軍港めぐり」(令和元年と令和5年を比較すると79.4%の年間乗客数18.5万人)は観光の核として位置付けられている。



▲東京湾唯一の自然島「猿島」

しかしながら、コロナ感染の影響を多大に受け、令和2年以降大幅な観光客数の減少が続いたが、令和6年度に入り市内の主要な観光施設における入込観光客数も順調に増加傾向を示している。

■主な観光スポットの観光客数（単位：万人）

※参考 横須賀市観光立市推進アクションプラン

番号	名称	令和元年	令和3年	令和5年	増加率 (R1→R5)
1	三笠公園	205.0	72.8	197.7	96.4%
2	観音崎公園	105.1	71.8	99.6	94.8%
3	ヴェルニー公園	161.3	121.5	133.3	82.6%
4	東京湾フェリー	74.7	52.3	67.6	90.5%
5	ソレイユの丘	72.4	67.0	87.6	121.0%
6	すかなごっそ（野菜直売所）	44.2	42.5	40.9	92.5%
7	くりはま花の国	32.3	19.0	22.3	69.0%
8	YOKOSUKA 軍港めぐり	23.3	8.4	18.5	79.4%
9	猿島	22.6	12.7	18.8	83.2%
10	世界三大記念艦「三笠」	22.0	10.0	19.2	87.3%

（ウ）交通網

国道16号線、国道134号を幹線道路とし、横浜横須賀道路（高速道路）は、横浜まで約30分で到着する利便性の高い高速道路となっている。

しかし、三浦半島全体が三方を海に囲まれているため、他都市への迂回が困難であり、幹線道路の国道16号線、国道134号は慢性的な渋滞が課題となっている。

鉄道は、京浜急行線、JR横須賀線の2本により中心市街地から東京まで約50分で到着するなど、東京への通勤圏内として利便性の高い立地となっており、羽田空港へも横浜横須賀道路、京浜急行により直行可能となっている。

また、横須賀市久里浜港から千葉県富津市金谷港間を約40分で結ぶ東京湾フェリーも運行している。

（エ）人口の推移

令和6年（2024年）4月1日現在の人口は総数371,930人（男184,682人、女187,248人）となっており、世帯数は165,975世帯となっている。

戦後、経済の復興、旧軍港市転換法に基づく旧軍施設の産業施設への転活用、丘陵地帯の団地造成などによる社会増とそれらを上回る自然増に支えられ、昭和46年12月の推計人口では、過去最高を上回る358,857人となったが、オイルショックを始めとした経済情勢等の変動や住宅供給の停滞、出生率の低下などの影響により昭和55年以降は人口の増加率が鈍化し、平成4年をピークに減少傾向にある。

人口の過去最高は平成4年5月の437,170人であり、平成30年以降30万人台で推移しており、2030年には約35万人に、2040年には約31万になることが見込まれている。

（参考）人口密度（令和6年4月1日現在）3,689人/㎢ 県内9位

【人口の推移（推計値含）】



出所) 国立社会保障・人口問題研究所推計および国税調査

(オ) 産業構造の推移

横須賀市内の事業所数は11,677事業所、従業者数は118,198人となっている。(令和3年経済センサス基礎調査)。

戦後、造船業、自動車産業を中心とした第2次産業の都市として成長してきたものの、大手造船企業や自動車製造企業の市外移転の影響に伴い第2次産業は衰退し、第3次産業が基幹産業となっている。

少子高齢化による生産年齢人口の減少により、産業の担い手が不足しているとともに、人口減少と産業構造の変化により、市内の産業は停滞傾向にあり、平成28年度と令和3年度の経済センサス基礎調査を比較すると1,555事業所減少しており、従業者数も5,273人減少している。

産業大分類	平成24年		平成28年		令和3年		平成24年と令和3年の比較	
	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数
総数	13,410	124,125	12,816	120,811	11,677	118,198	▲ 1,733	▲ 5,927
1次産業計	19	256	21	269	34	527	15	271
2次産業計	2,072	24,645	1,876	22,582	1,881	23,727	▲ 191	▲ 918
3次産業計	11,317	99,217	10,919	97,960	9,762	93,944	▲ 1,555	▲ 5,273

出所) 経済センサスー活動調査

従業員規模別の事業所数を平成24年と令和3年で比較すると、従業員規模1~4名で1,258社の減少、従業員規模5~9名で460社の減少となり、規模の小さい小規模事業者ほど、減少傾向が著しい。

■従業員数規模別の事業者数の推移

従業員規模	平成 24 年	令和 3 年	差異
1-4 名	8,100	6,842	▲1,258
5-9 名	2,646	2,186	▲460
10-29 名	1,962	1,902	▲60
30-99 名	545	572	27
100 名以上	124	123	▲1
出向・派遣のみ	33	52	19

出所) 経済センサスー活動調査

また、横須賀市の主要産業である卸売業・小売業の従業員数規模別の事業所数を平成 24 年と令和 3 年で比較すると、従業員数規模 1~4 名で 515 社の減少、従業員数規模 5~19 名で 204 社の減少となり、規模の小さい小規模事業者ほど、減少傾向が著しく、従業員数規模 9 名以下の事業所数は 16% の減少となっている。

■従業員数規模別の卸売業・小売業の推移

従業員規模	平成 24 年	令和 3 年	差異
1-4 名	1,921	1,406	▲515
5-19 名	1,065	861	▲204
20-49 名	216	227	11
50 名以上	58	53	▲5

出所) 経済センサスー活動調査

令和 3 年の経済センサスを基に、産業別で事業所数を見ると、最も多いのは「卸売業、小売業」2,564 事業所 (構成比 22.0%)、次いで「宿泊業、飲食サービス業」1,514 事業所 (同 13.0%)、「建設業」1,402 事業所 (同 12.0%)、「医療、福祉」1,389 事業所 (同 11.9%) となっており、この 4 産業で全体の約 6 割を占めています。また、従業者数で見ると、最も多いのは「医療、福祉」24,691 人 (同 20.9%)、次いで「卸売業、小売業」22,906 人 (構成比 19.4%)、「製造業」14,882 人 (同 12.6%)、「宿泊業、飲食サービス業」11,765 人 (同 10.0%) となっており、この 4 産業で全体の 6 割強を占めている。

■産業別事業所数と従業員数の推移

令和 3 年経済センサスー活動調査結果	事業所数	従業者数	事業所数割合	従業者数割合
<b>総数</b>	<b>11,677</b>	<b>118,198</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>
卸売業、小売業	2,564	22,906	22.0%	19.4%
宿泊業、飲食サービス業	1,514	11,765	13.0%	10.0%
建設業	1,402	8,401	12.0%	7.1%
医療、福祉	1,389	24,691	11.9%	20.9%
生活関連サービス業、娯楽業	1,229	5,492	10.5%	4.6%
不動産業、物品賃貸業	996	3,115	8.5%	2.6%
サービス業(他に分類されないもの)	674	6,715	5.8%	5.7%

製造業	459	14,882	3.9%	12.6%
学術研究, 専門・技術サービス業	433	4,930	3.7%	4.2%
教育, 学習支援業	414	4,445	3.5%	3.8%
運輸業, 郵便業	198	5,482	1.7%	4.6%
金融業, 保険業	182	2,587	1.6%	2.2%
情報通信業	110	851	0.9%	0.7%
複合サービス事業	59	965	0.5%	0.8%
農業, 林業, 漁業	34	527	0.3%	0.4%
電気・ガス・熱供給・水道業	20	444	0.2%	0.4%

■主要産業における事業所数、従業者数、年間商品販売額等

・商業（令和3年経済センサス-活動調査結果）

事業所数	2,160 事業所
従業者数	19,864 人
年間商品販売額	502,168 百万円

・工業（令和2年工業統計調査結果）

事業所数	187 事業所
従業者数	13,124 人
年間製造品出荷額等	640,130 百万円
主な出荷品目	輸送用機械（構成比 58.8%）（県内 6 位）

・農業（令和2年農林業センサス結果）

総農家数	573 戸（県内 2.7%）
耕地面積	508ha（県内 2.8%）
主な生産品目	キャベツ、かぼちゃ、大根

・漁業（平成30年漁業センサス結果）

経営体数	318 経営体（県内 31.6%）
漁船隻数	645 隻（県内 36.3%）
主な漁獲量	イワシ類、サバ類、わかめ、のり

（カ）特産品

1) 地産地消の推進

横須賀市の水産物は、東京湾、相模湾の2つの海に囲まれ、沿岸漁業として、県内有数の漁獲量を誇っており、イワシ類、サバ類のほか、数多くの種類を味わうことが出来る。

農作物は、全国8位の出荷量を誇るキャベツのほか、大根やかぼちゃなどが京浜地区に出荷されている。また、市内の2大直売所（よこすかポートマーケット、すかなごっそ）に出荷するため、多くの品種を生産している他、農産物・水産物の朝市や直売も積極的に展開している。

更に、観光農園ではイチゴ狩りやみかん狩り、いも掘りなど、楽しみながら農業にふれあい、味わうことも出来る。また、横須賀市と横須賀商工会議所の連携により、横須賀産食材の提供を行なっている飲食店等を紹介する「横須賀地場ものグルメガイド」（令和6年度7万部）の発行や、横須賀商工会議所が運営する地域のお店探しポータルサイトで「地産地消ショップ」の推進を行なっている。



■よこすかポर्टマーケット、すかなごっその観光客数の推移

番号	名称	令和元年	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	増加率 (R4→R5)
1	よこすかポर्टマーケット	(リニューアル中)	(リニューアル中)	(リニューアル中)	18.8万	74.6万	396.8%
2	すかなごっそ	(30ヶ閉鎖)	42.9万	42.5万	39.6万	40.9万	103.3%

2) カレーの街よこすかの推進 (海上自衛隊横須賀地方総監部との連携)

明治時代に日本海軍の軍隊食として取り入れられた「カレーライス」は、現在も海上自衛隊では毎週金曜日にカレーライスを食べる習慣がある。明治41年に発行された日本海軍の「海軍割烹術参考書」には、日本海軍で調理されていたカレーライスのレシピが記されており、このレシピを基に、横須賀市役所、横須賀商工会議所、海上自衛隊横須賀地方総監部の3機関で、平成11年5月20日、「カレーの街宣言」を行い、「カレーの街よこすか推進委員会」を発足。事業者を中心とした「カレーの街よこすか事業者部会」(事務局：横須賀商工会議所)を中心に「よこすか海軍カレー(105店舗参加)」「海上自衛隊カレー(16店舗認定)」を展開している。

3) ネイビーバーガーとヨコスカチェリーチーズケーキ (米海軍横須賀基地との連携)

米海軍の伝統的なハンバーガーのレシピが、平成20年11月に米海軍横須賀基地から横須賀市へ提供された。海上自衛隊とともに長く横須賀にある米海軍基地が、本市との友好の象徴として、地元の活性化を共同で推進するために提供されたもので、このレシピを基にしたハンバーガーを「ヨコスカ ネイビー バーガー」と名づけた新しいご当地グルメブランドとして展開し、横須賀を訪れた方にいつでも本場のハンバーガーを味わえるよう、米海軍横須賀基地周辺の14店舗で販売している。また、米海軍横須賀基地が、本物のニューヨークスタイルのチーズケーキ(ヨコスカチェリーチーズケーキ)をプロデュースし、平成21年11月にレシピ提供され、現在は、米海軍横須賀基地周辺の11店舗で販売されている。

(キ) 研究機関の集積地

横須賀市は、国立研究開発法人海洋研究開発機構、一般財団法人電力中央研究所、株式会社グローバル・ニュークリア・フュエル・ジャパンをはじめとした、世界に誇る研究機関の集積地であり、平成9年10月に横須賀市光の丘に建設された「横須賀リサーチパーク」は、NTT、NTTドコモ、国立研究開発法人情報通信研究機構等をはじめ、電波・情報通信技術を中心としたICT技術の研究開発拠点となっている。更には、令和9年4月には「中央医療大学(仮称)」の開校が予定されており、企業・研究機関等との連携、イノベーションの創出による横須賀市の活性化、医療福祉の充実が期待されている。また、横須賀市内研究機関の相互交流を目的として昭和61年に発足した、「横須賀地域研究機関等連絡協議会」は、横須賀市内に拠点を持つ20の研究機関が参加し、横須賀商工会議所が事務局となり連携を推進している。

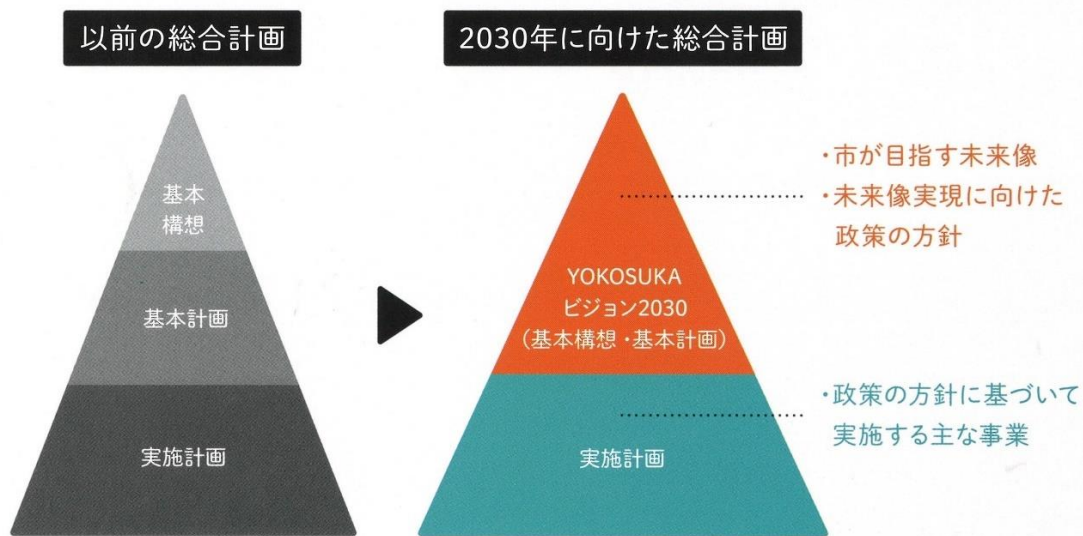
(ク) 横須賀市の総合計画

令和4年(2022年)3月に、2030年を目標とした目指すべき未来像「変化を力に進むまち。横須賀市」に向けた政策方針である「YOKOSUKA ビジョン 2030 (基本構想・基本計画)」を発表。

このYOKOSUKA ビジョン 2030 で示された未来を実現するために実施する具体的な事業計画として実施計画 (横須賀再興プラン)が示されている。

以前までの総合計画は、「基本構想」「基本計画」「実施計画」の3層で構成していたが、YOKOSUKA ビジョン 2030 では、「基本構想」「基本計画」を一体とした2層構成とし、YOKOSUKA ビジョン 2030 は、その2層構成の上部に位置付け、横須賀市の未来像を掲げ、全ての政策の基礎としている。また、下部に位置する実施計画(横須賀再興プラン)は、主な事業を具体的に示すものである。

【総合計画の構成と YOKOSUKA ビジョン 2030 の位置付け】



【10 分野の分野別未来像】





### 【計画の期間】

YOKOSUKA ビジョン 2030 は、2030 年の横須賀を見据え、計画期間を 8 年間としている。  
また、実施計画はその間を 2 期に分け、計画期間はそれぞれ 4 年間としている。  
※計画期間中に社会情勢が大きく変化した場合は、見直しを検討する。



#### 1) YOKOSUKA ビジョン 2030：分野別未来像：産業振興 ※抜粋

地域に根差した農水産業、企業、商店を支えていくとともに、新しい技術の活用や人材育成などによって、既存事業者の生産性や新事業の展開など、新たな一步を踏み出す支援を行ないます。

横須賀には「Society5.0 時代」において、社会実装などに必要不可欠な技術を持つ先端技術施設、研究開発機関及び企業が集結しており、国内外の最先端の研究が行われ、多くの優れた研究者が集積しています。このようなフィールドで、まだ誰も挑戦していない未開のビジネスや実験的なプロジェクトへの挑戦を積極的に後押しし、連携の手助けをします。

横須賀の産業を持続可能なものにするため、産業を支える人材の育成、確保を支援します。さらに、多様化する働き方や生き方に合わせた労働環境の整備も支援します。

#### 2) 実施計画：横須賀再興プラン：産業・観光

横須賀市の YOKOSUKA ビジョン 2030 (基本構想・基本計画) に基づく実施計画である「横須賀再興プラン 2022-2025」では、「目指すまちづくりの 3 つの方向性」の下、5 つの政策分野と具体的施策を「最重点施策」と位置付け、重点的・戦略的に取り組んでいる。

柱 1)： 地域で支え合う福祉のまちの再興

柱 2)： 子育て・教育環境の再興(整備・充実)

**柱 3)： 経済・産業の再興**

**柱 4)： 歴史や文化、スポーツを生かしたにぎわいの再興～「観光立市よこすか」の実現～**

柱 5)： 未来につなぐ環境の保全・創出

この 5 つの柱の中で、「経済」・「産業」・「観光」に係る柱としては、「柱 3：経済・産業の振興」「柱 4：歴史や文化、スポーツを生かしたにぎわいの再興」が挙げられる。

■横須賀再興プラン抜粋

『(柱1) 経済・産業の再興』	
<p>&lt;施策の方向性&gt;            市内企業への経営支援を継続するとともに、人材不足や後継者問題への対応や、デジタル化・多様な働き方など、挑戦する事業者への支援に取り組みます。            また、物流拠点としての地位をさらに向上させ、外部からの投資を呼び込み、地域経済への好循環を生み出していきます。</p>	
主な取り組み	
①物流関連企業の誘致	横須賀インター周辺地区に物流関連企業を誘致し、経済の好循環を図る。
②新港地区のさらなる整備・活用	新港地区において埋立てを行い、新たなふ頭の整備に着手。完成後は、東京湾口部の物流拠点を目指す。また、埋立地の一部は企業向けに売却する予定。
③人材の確保	働き方改革が進み、多様な働き方が広がる中、市内中小企業が効率的に経営課題の解決に取り組めるよう、副業人材活用のセミナーの開催やマッチングサイトの利用にかかる経費の一部を助成するなど、副業人材の活用を推進する。 また、合同企業就職説明会のオンライン開催や横須賀市が運営する求人情報サイトの機能を強化するなどの効率化を進め、企業の人材確保を支援する。
④テレワーク環境の整備	テレワークのニーズは今後も高まると予測されるため、民間のテレワーク拠点やサテライトオフィスの整備を促す。 また、横須賀の自然・歴史などの豊富な地域資源を生かし、民間企業と連携してソレイユの丘にワーケーションの環境を整えるなど、多様な働き方ができるまちとして、関係人口の増加を図る。
⑤新たなチャレンジに対する支援	ICT、IoTの導入など、経営改革に取り組む企業や、中小製造業者の新製品・新技術の開発や新分野への進出を支援する。 また、創業・新事業展開に取り組む方を支援するスタートアップオーディションの入賞奨励金を最大100万円から200万円に引き上げる。 さらに、横須賀リサーチパークを中心に、スマートモビリティ（賢い移動運搬手段）を活用した新規ビジネス創出を通じて社会的課題解決を図る、ヨコスカ×スマートモビリティ・チャレンジに引き続き取り組む。
⑥追浜駅周辺のまちづくり	国とともに進めている国道16号追浜駅前交通ターミナルの整備や、国が進める国道16号追浜駅前交差点の改良、市道追浜夏島線の拡幅、鷹取川の整備などを行う。

	<p>併せて、権利者組織による追浜駅前の市街地再開発の取り組みを支援するとともに、自転車等駐車場の整備や、北図書館の移転を進めます。</p> <p>これらを進めるうえでは、地域住民や企業、交通事業者をはじめとする、様々な地域主体による「えき・まち・デザインセンター」の設立に向けて取り組み、将来的なエリアマネジメントを見据えた連携体制を構築する。</p>
⑦追浜駅前図書館の整備	<p>北図書館を追浜駅前の再開発ビルに移転し、再開発事業者を始めとする民間事業者と連携し、地域全体の価値を向上させる図書館を目指して整備する（令和9年度オープン予定）。</p>
⑧西地区の活性化	<p>県内でも有数の集客施設であるソレイユの丘では、グランピング施設やカフェレストランなど、新たな魅力を生むリニューアルを行い、さらに人を呼び込む。</p> <p>これと併せて、美しい海岸線などのロケーションを生かすため土地利用の規制緩和を行った地域に、民間企業等の進出を誘導する。</p>

#### 『(柱4) 歴史や文化を生かしたにぎわいの再興 ～「観光立市よこすか」の実現～』

##### <施策の方向性>

ティボディエ邸の開館により本格化した「ルートミュージアム」などの地域資源と、「音楽・スポーツ・エンターテイメント」を生かした様々なコンテンツを融合させ、点を線につなげ、線を面として展開することで、さらなる集客を図り、観光消費額の増加を目指します。

また、2つのホームタウンチームとの連携をはじめ、これまで以上にアートや音楽、ダンス、マリンスポーツ、アーバンスポーツなどをまちづくりに生かすことで、新たな魅力を創造し、強く発信していきます。

##### 主な取り組み

##### ①ティボディエ邸と周辺の仕掛けづくり

ルートミュージアムのはじまりの場所となるヴェルニー公園内のティボディエ邸では、館内の装飾を強化し、当時の雰囲気をもよりリアルに再現するほか、横須賀の歴史を3DCGの大型スクリーンで体感できる新作ムービーを公開する。

また、ウインターイルミネーションや、ティボディエの母国であるフランスにちなんだフェアなど、ヴェルニー公園全体を面として盛り上げる賑わい創出企画をはじめ、公園内に新しくオープンするレストランや、周辺の海での夜間クルーズ、猿島でのイベント開催など、民間事業者とも連携・協力することで、集客の促進を図る。

近隣のポートマーケットは、飲食・お土産などが揃った観光集客の核として、令和4年（2022年）にオープンした。

<p>②浦賀地区の活性化</p>	<p>レンガ造りのドライドックとして世界最大級の希少な施設である浦賀レンガドックは、ルートミュージアムのサテライト施設として位置づけており、新たな観光拠点として活用する。</p> <p>護岸補修など適切な保存を行うとともに、民官による浦賀レンガドックを活用したイベントなどで知名度を高め、近隣の千代ヶ崎砲台跡などと併せて集客を図る。また、浦賀の渡船について、管理・運航を民営化し、民間事業者が行う様々な取り組みとの相乗効果により、集客力向上を図る。隣接する浦賀警察署の跡地を神奈川県から取得し、行政センターに続く狭あいな道路に歩行者用通路を整備するとともに、その活用を検討する。こうした取り組みにより地域全体を活性化し、民間投資を呼び込んでいく。</p>
<p>③未来への平和と安寧を願う場所 「平和中央公園」</p>	<p>横須賀の平和の象徴として存在してきた平和中央公園では、音楽やアートなどの力も活用し、公園が持つ平和への思い・願いを多くの方に伝えていく。</p>
<p>④美術館の集客力の向上</p>	<p>多くの方がアートに触れ、美術館に親しんでいただく機会を増やすため、著名な民間美術館との連携による知名度の高い作品の展示や、市内にある運慶仏像をはじめとした国指定重要文化財を含む仏像の展示など、新たな分野にもチャレンジし、より魅力的な展覧会を展開する。</p> <p>また、野村萬斎氏らによる能楽の上演やデジタルアート展の実施など、新たな美術館としてチャレンジングで先進的な取り組みを進める。</p> <p>児童生徒造形作品展など、地域に根差した取り組みも、これまでと同様に進める。</p>
<p>⑤音楽によるにぎわいづくり</p>	<p>市内の様々な場所で、ロックやジャズなど様々なジャンルの音楽が楽しめる大規模なイベントを開催します。また、音楽をより身近に感じられる「街なかピアノ」を増設するなど、横須賀のまち全体を“音楽”で楽しめる「街なかミュージック」の取り組みのさらなる充実を図る。</p>
<p>⑥ダンスによるにぎわいづくり</p>	<p>ヒップホップダンスなどのストリートダンス大会を誘致して、まち全体を盛り上げます。</p> <p>また、屋外ダンス練習場所を整備し、街なかで誰もがダンスを楽しめる環境をつくるほか、夢に向かって努力する若い才能を応援するため、高校生ダンス大会の東日本大会の誘致や、市内中高生の活動を応援する。</p>
<p>⑦うみかぜ公園周辺のにぎわいづくり</p>	<p>うみかぜ公園では、民間企業と連携した新たなエンターテインメントの仕掛けづくりを進め、隣接する、よこすか海岸通りのイベントやアート、リニューアルと併せてにぎわいを創出する。</p>

⑧海上自衛隊「国際観艦式」との連携	海上自衛隊創立70周年を記念した国際観艦式にあわせて、音楽イベントの開催を検討する。
⑨プロスポーツチームとの連携	<p>(横浜DeNAベイスターズとの連携)  現役選手やチアリーダーが小学校や幼稚園などを訪れ、野球を通して子どもたちとふれあう機会を設けるなど、様々な取り組みを行っていきます。</p> <p>また、DOCK OF BAYSTARS YOKOSUKA などで行われる秋季トレーニング時には、市内の子どもたちを対象としたイベントなどを実施し、トップアスリートを身近に感じることのできる環境づくりを推進するとともに、地域のにぎわいを創出します。</p> <p>(横浜F・マリノスとの連携)  令和4年度（2022年度）に練習場がオープンし、小学校等での訪問サッカー教室などを通じて、選手やコーチとふれあい、スポーツの楽しさを子どもたちに伝える活動を展開している。</p> <p>さらに、久里浜の街なかをマリノスのチームカラーであるトリコロールで装飾するほか、パブリックビューイング観戦を実施するなど、市民や地元商店街、事業者などと協力しながら様々な取り組みを行い、スポーツを核としたまちづくりを進めていく。</p>
⑩アーバンスポーツ、eスポーツによるにぎわいづくり	BMXフリースタイルジャパンカップの誘致や、eスポーツにおける市内高校の部活動支援および大会の開催などに取り組み、若者に人気のあるアーバンスポーツや、eスポーツの力を生かしたまちづくりを進める。

## ② 課題（YOKOSUKA ビジョン 2030 より抜粋）

経済の進展や社会環境の変化に加え、昨今の自然災害やいまだに残る新型コロナウイルスの影響、原材料費・人件費の高騰など、人・もの・資金・情報等、大企業に比べて少ない資源で経営を行っていかねばならない中小・小規模事業者にとって課題は多い。市内事業者が抱えている課題について以下記載する。

### （ア）事業継続・発展に関する課題

人口の減少・高齢化に伴う市場規模の縮小や従来の大型店・チェーン店に加え、EC事業者の出現など、市内小規模事業者は厳しい競争にさらされています。

さらに、コロナ禍によって新しい生活様式が定着されるなど市場環境が変化する中で、利益確保に苦勞している現状があります。

当所で実施している景気動向調査等の結果からは、経営課題として、需要の縮小、新規顧客の開拓があげられ、競争の激化に伴う販売単価の下落や仕入れ価格、賃金などのコストの上昇を売価に転嫁しにくいなどの声も寄せられています。

このような厳しい状況の中、競争力を維持・強化していくために、魅力的で付加価値の高い商品・サービスの開発や競争が少ない分野への進出・転換のほか、地域資源の活用や企業間の連携に



よる新たな市場開拓・販路の拡大などの支援を行っていく必要があります。また、海外に向けたECなどで海外の需要を取り込むなど、地域中小企業の経済活性化を図る必要があります。

**(イ) 人材に関する課題**

小規模事業者は、大企業と比べると知名度や待遇などの面で不利な状況に置かれ、人手不足が深刻な経営課題となっています。

横須賀市の統計データからは、人口の高齢化と働き手の中心となる生産年齢人口の減少が進行しています。

生産年齢人口の減少に伴い、人材獲得競争が激しくなることが見込まれています。

また、中小企業経営者の高齢化が進む中、事業の承継や将来性、後継者の確保・育成に不安を抱えている事業者も多く、人手不足や人材育成、従業員の高齢化・経験不足への懸念も多い現状にあります。

人手不足・従業員の経験不足の解消に向けては、従業員のスキルアップや市内中小企業と求職者とのマッチング支援やシニア層などの潜在的な労働力の活用に加え、新しい労働力として期待される副業人材や外国人材の活用など、企業と求職者の双方に対して支援していく必要があります。

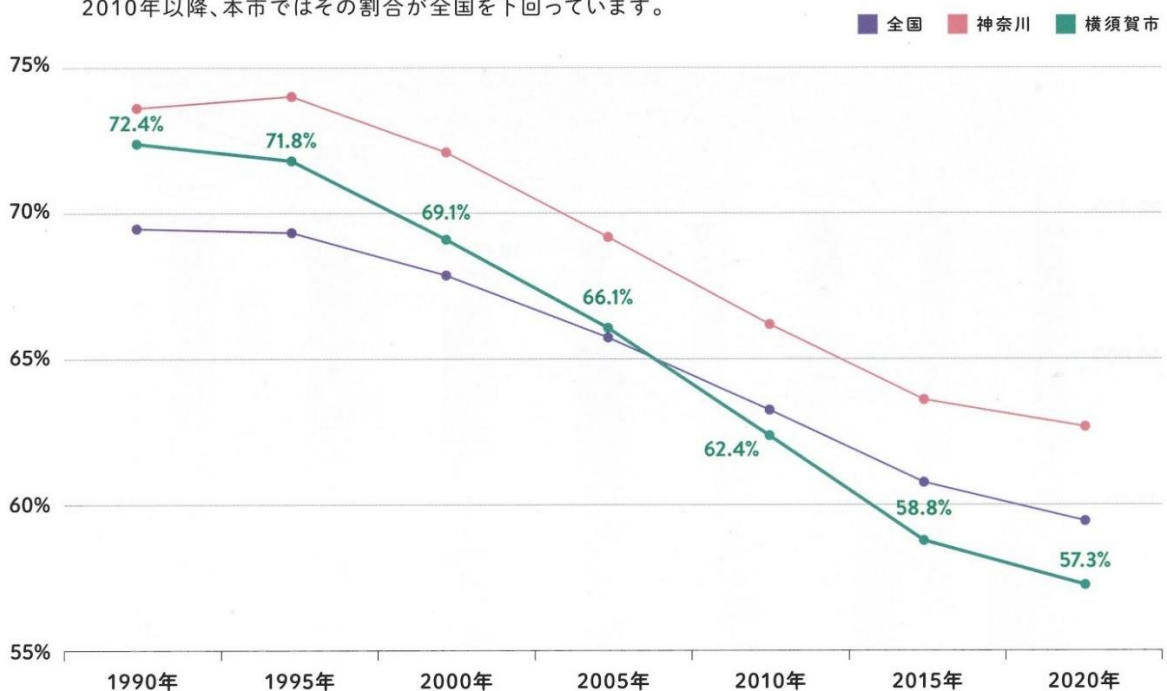
図4:生産年齢人口の年齢定義を変えた場合の人口比率の参考推計

生産年齢人口の年齢定義	2015年	2020年	2030年	2040年
15歳～64歳(現在の定義)	58.8%	57.3%	56.8%	52.0%
15歳～69歳	67.2%	63.9%	63.4%	61.3%
15歳～74歳	74.6%	72.2%	69.2%	69.3%

**07 生産年齢人口率の推移(全国・神奈川県・横須賀市)**

出典:国勢調査

生産年齢人口率は全国的に減少傾向にあります。  
2010年以降、本市ではその割合が全国を下回っています。



### (ウ) 外部環境の変化に関する課題

コロナ禍による生活様式の変化、デジタル化の急速な進展のほか、SDGs、脱炭素社会の実現といった社会や環境に対する意識の高まりなどを受けて、これまで以上に多様な要素や価値観を持つ事業主体が、イノベーションや持続的な発展に向けた活動を活発化させていくと想像され、このことに対応した支援事業の実施が見込まれます。

多くの市内小規模事業者において、コロナ禍の影響が現在も継続し、顧客の外出抑制や取引先の業務縮小、原材料費の高騰などの理由により、売り上げ、利益ともに厳しい現状が続いております。めまぐるしく変化する市場や顧客ニーズに対応し、選ばれる製品やサービスを提供するためには、業務プロセスへのICT、IoTの導入という個社の課題もありますが、デジタル技術やデータ活用が必須となり、それを生かすためのデジタルトランスフォーメーション（DX）が必要という考え方も広がっています。

このような状況において、コロナ禍で生まれた「新しい生活様式」、SDGs、脱炭素社会の実現やDXを意識した業務プロセスの見直しなどによる新たな経営戦略を打ち出し、危機を乗り越え、成長軌道に乗っていくことができるよう支援策を講じる必要があります。

## **(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方**

### **①10年程度の期間を見据えた取り組み**

横須賀市がYOKOSUKAビジョン2030（基本構想・基本計画）で掲げる市の未来像である「変化を力に進むまち。横須賀市」の中で位置づけられている「産業振興～失敗を恐れない挑戦者を応援するまち～」「観光・文化～ワクワクがあふれ出すまち～」の方向性と合わせ、小規模事業者の発展支援と、地域産業の活性化を図るためには、以下の「中長期活動目標」を掲げ地域の課題を解決するために、切れ目のない支援策を講じ取り組んでいく。

### (ア) 事業計画策定による経営力強化支援

小規模事業者が自社の経営環境を把握し、地域の経済動向や経営実態を踏まえながら経営基盤強化に向けた具体策に取り組む。改めて、自社のビジョンや目標を明確にすることで、「内部環境」「外部環境」を整理し事業継続を維持し、強い中小企業者を作る。

### (イ) 創業・事業承継支援

横須賀市の経済力を維持するために、創業者向けの支援を強化し、新規創業を成功に導く支援事業を行なう。また、小規模事業者の廃業を回避し存続させるための支援事業を実施し、横須賀市内における事業者の減少を回避し、増加を目指す。

### (ウ) 人材活用・育成支援

小規模事業者の人手不足は慢性的な経営問題となっている。加えて、横須賀市内の生産年齢人口の減少が進行している中、益々人材獲得競争が激しくなることが見込まれている。そこで、横須賀市等と連携し求職者とのマッチング支援や新しい労働力として期待されている外国人材の活用支援を行なう。

### (エ) 地域資源の活用や企業間連携による市場開拓と販路拡大支援

歴史遺産・観光資源・農水産物など、横須賀には沢山の人を引き付ける地域資源が多くある。それらの地域資源を活用し、地域の特性を活かした、集客支援、販路開拓支援、マッチング支援を行なう。

### (オ) 新たな社会環境ニーズに対応した経営支援

コロナ禍で生まれた生活の新様式、SDGs、脱炭素社会の実現、DXなどの先進的事業に取り組む事業者に対する経営支援を行なう。

横須賀市が直面する地域課題は、今後 10 年間を見据えた支援の取り組みによっても、一朝一夕に解決するものではないが、「対話と傾聴」を常に意識し小規模事業者のニーズに合わせ、多角的方面から支援メニューを実践し、小規模事業者の伴走支援を行なっていく。

それにより、昨今の目まぐるしく変化する経済の進展や社会環境の変化に強い小規模事業者を多く輩出することで、横須賀市内経済の活性化に向けて、取り組みを実践していく。

## ②横須賀再興プランとの連動性・整合性

YOKOSUKAビジョン2030（基本構想・基本計画）の実施計画として位置づけられている横須賀再興プランの最重点施策として、「柱3）経済・産業の再興」「柱4）歴史や文化、スポーツを生かしたにぎわいの再興」が掲げられており、人材不足や後継者問題への対応やデジタル化・多様な働き方などに挑戦する事業者への支援に取り組むこと。また、ティボディエ邸の開館により本格化した「ルートミュージアム」などの地域資源と、「音楽・スポーツ・エンターテインメント」を生かした様々なコンテンツを融合させ、点を線につなげ、線を面として展開することで、さらなる集客を図り、観光消費額の増加を目指すことについても、横須賀市の目指す方向性に沿った事業展開となっている。

## ③商工会議所としての役割

### （ア）横須賀商工会議所の概要

三浦半島地域の「核」となる地域総合経済団体である当商工会議所は、昭和3年11月に神奈川県下2番目の商工会議所として発足。現在会員数4,555件（令和5年3月末現在）、38.4%の会員組織率となっている。

令和6年10月末現在、職員数は21人で、経営指導員は8人となっている。

### （イ）横須賀商工会議所としての役割

地域の総合経済団体として国や自治体が行う施策への提言・要望活動をはじめ、中小企業の経営力向上と地域の課題解決に向け、従来の税務指導、事業資金融資といった経営改善普及事業をはじめ、小規模事業者の所内IT化支援事業や将来の働き手となる人材育成事業など地域活性化のための各種事業に取り組んでいる。今後も日常業務である経営改善普及事業の中で小規模事業者の声に耳を傾け、当所の支援業務の改善に活かすとともに、行政等への提言・要望として伝えていく役割を担っている。また、小規模事業者の事業計画の策定支援や、既存・創業事業者に対する事業継続・発展に向けた支援、経営基盤の安定に向けた人材確保支援、事業所内効率化に向けたICT・IoT活用支援などを充実させ、元気で強い事業者づくり、元気で強い地域づくりを目指した取り組みを実践することが重要な役割と考える。さらに、各種事業を実施するため、横須賀市、関係機関、金融機関、専門家等との連携を密接に保ち、当所が地域総合経済団体のリーダーとしての役割を果たし、経営発達支援事業に取り組んでいく。

## （3）経営発達支援事業の目標

上記「（1）地域現状及び課題」「（2）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」を踏まえ、小規模事業者の「持続的な経営の安定化」と「稼ぐ力」の強化を目指し、経営発達支援計画の目標を下記のとおり設定した。

### ①小規模事業者の事業計画策定と策定後の伴走による経営力の強化

### ②創業を増やし廃業を減らす支援を行ない、地域経済の活力創出と維持

### ③多種多様な人材の活用支援と育成による経営基盤の安定を向上

### ④地域特性を活用した小規模事業者の市場開拓と販路拡大

以上の目標を掲げ、対話と傾聴を通じて小規模事業者の支援に取り組むことにより、経営基盤の強化と安定がなされ、事業を継続する事業者が増加することで地域経済が活性化することを地域への裨益目標とする。

## 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7年4月1日～令和12年3月31日）

(2) 目標達成に向けた方針

### ①小規模事業者の事業計画策定と策定後の伴走による経営力の強化

当所が独自で行う景気動向調査（よこすかHOT景気）や当所独自の地理情報システム等を活用し、小規模事業者を取り巻く環境をフィードバックする。その後、事業者との対話と傾聴を通じて気づきを与え、経営課題を設定した上で事業者の自走化を促す事業計画策定支援を行なう。計画策定後には、フォローアップを行ない、計画の取り組み経過を確認し、事業者の課題に対して必要な情報の提供や専門家相談支援を行ないながら、事業の継続的発展を目指す。

※【定量的達成目標】事業計画策定事業者及びフォローアップ対象事業者 40者

### ②創業を増やし廃業を減らす支援を行ない、地域経済の活力創出と維持

創業者（予定者含む）を支援するため、「スタートアップ塾（創業塾）」を実施する。創業予定者や創業後間もない方々が対象。創業計画書等の作成支援、創業融資金、持続化補助金、税務支援、専門家による創業相談等について、創業後のフォローアップまでを一気通貫で支援し、経営の安定～発展までを支援する。

※【定量的達成目標】スタートアップ塾開講3回、創業計画書策定事業者数45者

事業承継においては、スムーズな承継ができるよう専門家（神奈川県事業引継ぎ支援センター）による伴走支援を行なう中で、事業承継計画書の策定支援や円滑な承継支援を実施する。また、後継者不在等により承継が難しい小規模事業者に対しては、SNS等を活用した引継ぎ者を募集する支援を実施するなど、地域活力の減少となる廃業件数の減少を目指す。

※【定量的達成目標】事業承継計画策定事業者数6者

### ③多種多様な人材の活用支援と育成による経営基盤の安定を向上

本市が人口減少と生産年齢人口の減少に直面している状況を踏まえ、横須賀地域の経済力を減退させないためにも、小規模事業者の外国人労働者の受け入れ環境を支援するための「外国人材活用セミナー」や生活支援、言語サポートを充実させる「外国人材日本語講座」を実施する。これらを行なうことによって、労働力不足による経営の縮小を防ぎ、経営基盤の安定の向上を目指す。

※【定量的達成目標】外国人材活用セミナー1回・外国人材日本語講座1回

### ④地域特性を活用した小規模事業者の市場開拓と販路拡大

本市は、黒船来航以降の歴史・近代遺産による観光資源や豊富な農水産物による食資源、海上自衛隊や米海軍基地と連携した業務のマッチングなど、他地域にはない魅力あふれるモノが溢れている。この資源をビジネスチャンスとして捉え、「食のブランド化」「土産物の開発」「プロモーション」「マッチング支援」を実施し、新たな市場開拓と販路拡大支援を行なう。

※【定量的達成目標】8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること（3）目標 参照

## 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

(現状) 地域経済動向については、当所独自の地理情報システムである「GIS」をワーキンググループにより支援に活用していたが、全職員が「GIS」を活用すること並びに情報提供することは出来ていない。また、景気動向調査においても「商工会議所 LOBO 調査」「中小企業景況調査」に加え、当所独自で実施している横須賀地域最大規模（500 社以上の回答を得ることを必須としている）の景気動向調査「よこすか HOT 景気」を年 4 回行ない発信している。

(課題) 経済動向調査を実施し、取り纏め、発信することまでは行なっているが、調査分析までは実施できていない。その理由として、専門的な分析知識が不足しているため深掘りが出来ていないことが課題としてある。今後は、専門家等による分析や関係機関等への情報提供による意見徴収、AI を活用した分析等を取り入れ改善を図っていきたい。

#### (2) 目標

	公表方法	現行	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
国の提供するビッグデータ等を活用した地域の経済動向分析 公表回数	HP 会報	-	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
横須賀商工会議所景況調査（独自調査） 公表回数	HP 会報	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

#### (3) 事業内容

##### ①国の提供するビッグデータ等の活用

###### 【調査手法】

当地域において、横須賀市における様々なビッグデータ（地域経済、産業、人口の推移、観光動向など）を、地図やグラフで可視化し、小規模事業者に提供するとともに、専門家と内容を分析し、小規模事業者の事業計画に反映する。なお、「RESAS」については、地理情報システム「GIS」と共に、経営指導員等が活用し地域の経済動向分析を半期毎に年 2 回実施し、分析結果については、HP や会報紙への折込みにより公表する。

###### 【調査項目】

- ・「地域経済循環マップ」による地域産業の分析
- ・「産業構造マップ」による産業構造、雇用、売上等の把握
- ・「観光マップ」による観光客の動向把握
- ・「まちづくりマップ」による人の動きの把握

※必要に応じて、事業計画策定支援や補助金申請支援等にも活用する。



## ②景況調査（独自調査）

管内小規模事業者の詳細な営業活動の状況を把握するため、中小企業・小規模企業約 2,500 社を対象に 4 半期毎に年 4 回実施。回収 500 社以上を目標数値とする。調査結果は会報、ホームページ、メディアへの投込み等で広く情報提供していたが、関係支援機関や専門家への提供により、より高度な分析による経営分析、事業計画策定の参考データとして活用する。

### 【調査対象】

- ・管内小規模事業者 2,500 社（建設業 710 社、製造業 210 社、卸売 145 社、小売業・飲食 480 社、サービス業 615 社、不動産業 150 社、その他 190 社）

### 【調査項目】

- ・景況感、売上、収益、今後の見通し（すべて過去 3 カ月と今後 3 カ月との比較）、経営課題

### 【調査手法】

- ・年 4 回、FAX による調査、経営指導員等による聞き取り調査、インターネットを活用した調査

## ③日本商工会議所「LOBO 調査」、中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」への協力

日本商工会議所、中小企業基盤整備機構による調査協力により、全国の景況と横須賀市の景況を比較・分析するとともに、企業の分析・事業計画策定の参考とする。回収 15 社を目指す。

なお、公表については、日本商工会議所、中小企業基盤整備機構が全国で集計した結果をブロック毎に分析し、ホームページ、メディア等で公表しているため、公表結果を当所の景気動向調査結果と併せて、年 4 回、会報、ホームページ、メディアへの投込み等で広く情報提供するとともに、当所の小規模事業者支援の参考とする。

### 【調査対象】

- ・管内小規模事業者 15 社（建設業 4 社・製造業 3 社・卸売業 1 社・小売業 4 社・サービス業 3 社の 5 業種）

### 【調査項目】

- ・景況感、売上、収益、今後の見通し、経営課題、時宜に即した調査を付加

### 【調査手法】

- ・日本商工会議所「LOBO 調査」（毎月）、中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」（年 4 回）
- ・FAX による調査、経営指導員等による聞き取り調査

## （４）調査結果の活用

・情報収集、調査・分析結果はメディアへの投込み、ホームページでの公表等、広く管内事業者等へ提供する。

- ・小規模事業者の事業計画策定支援等の参考とする。
- ・経営指導員等が支援業務を行う際の参考資料とする。

## 4. 需要動向調査に関すること

### （１）現状と課題

（現状）当所において実施してきた調査は、景気動向調査の他、事業後における効果検証を目的とするもので、事業者を対象としたものが多く、消費者を対象とした需要動向に関する調査を行う機会はなかった。しかしながら、小規模事業者にとって需要動向を把握することは、安定した経営を継続していく上で重要である。この観点から需要動向調査を行い事業計画策定に反映させることは、小規模事業者にとって有益な経営支援と考える。

(課題) 小規模事業者が、需要動向を理解することで、商品の開発や在庫管理、価格設定、販売戦略などを効果的に行うことができ、無駄なコストを抑えるだけでなく、顧客のニーズに応じた商品やサービスを提供することが可能となる。しかしながら、多くの小規模事業所の経営者は、自らが先頭に立って業務に従事することが多く、日々の業務に追われるため、需要動向などの情報収集については弱い面を持っている。そこで、支援機関である当所が、横須賀地域における小規模事業者が安定した事業を継続していくための、顧客ニーズの情報収集や調査を実施し経営支援に繋げていく。

## (2) 目標

	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
商品改善・新商品開発の 調査対象事業者数	-	5者	5者	5者	5者	5者
地域内消費者アンケート調査	-	1回	1回	1回	1回	1回
地域外消費者アンケート調査	-	1回	1回	1回	1回	1回

## (3) 事業内容

### ①地域内消費者アンケートの実施（よこすか産業フェス来場者）

当所が主催している横須賀市の産業界を盛り上げる会員企業による文化祭「よこすか産業フェス」において来場者（R6年度は5,000人）に対してアンケート調査を実施する。調査結果を分析し事業者へフィードバックをすることにより、商品の改善や新商品開発の参考とする。

【支援対象】よこすか産業フェスに出店した、商品等の開発に取り組む事業者。

【調査手段・方法】フェス会場において、来場者を対象とした記入方式のアンケート調査を実施。

【サンプル数】よこすか産業フェス来場者500人

【調査項目】来場者の属性（年齢・性別・住所）、商品等に対する味・内容量・販売価格・購入理由等の意見や感想。

【分析手法】専門家と連携し、集計データの分析を行う。

【分析結果の活用】分析結果を基に出店事業者に対し、商品開発・改善、販路開拓等の事業展開に活かす。

### ②地域外消費者アンケートの実施（小規模事業者の見本市 feel NIPPON 来場者）

地域資源を活用した特産品や観光商品の開発、商品の販路拡大等を目的とした見本市において、来場者を対象としたアンケート調査を実施する。調査結果を分析し事業者へフィードバックすることにより、商品の改善や新商品開発の参考とする。

【支援対象】feel NIPPON 等の見本市に出展した、商品等の開発に取り組む事業者。

【調査手段・方法】見本市会場において、バイヤー、来場者を対象とした記入方式のアンケート調査を実施。

【サンプル数】見本市に来場したバイヤー、来場者(50人)

【調査項目】来場者の属性（年齢・性別・住所）、商品等に対する味・内容量・販売価格・購入理由等の意見や感想。

【分析手法】専門家と連携し、集計データの分析を行う。

【分析結果の活用】分析結果を基に出店事業者に対し、商品開発・改善、販路開拓等の事業展開に活かす。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

(現状) 経営指導員等は、巡回・窓口支援にあたり、支援状況を会員管理システムに入力し、支援の傾向等を確認している。また、持続化補助金等に係る申請書類やマル経融資の推薦等において、「財務分析」「SWOT分析」を実施している。

(課題) 補助金申請支援や金融支援の中で経営分析を絡めること以外の「経営状況の分析」という単独での支援サービスを提供できていないのが現状である。小規模事業者が自社の経営状況を把握すること。また、経営課題を把握することは非常に重要なことであることから、巡回・窓口における個別相談等の中で、経営に意欲的な小規模事業者の掘り起こしを行ない専門家等と連携しながら支援を進めていく。

### (2) 目標

	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
経営分析事業者数	115者	135者	135者	135者	135者	135者

令和7年度以降：経営指導員等9名×15者を目標として設定する

### (3) 事業内容

【目的】 小規模事業者の経営状況を把握・分析し、結果をフィードバックすること。

【対象者】 経営指導員等による巡回・窓口相談時において、経営課題等を確認した際に、経営分析に積極的な事業者に対して提案する。

上記4. 需要動向調査に関することに記載の見本市等に出店した事業者

【実施手法】 経営指導員等が事業者との対話と傾聴を通じて本質的な課題を抽出し実施する。また、高度な分析が必要な場合は専門家と連携し、詳細な経営分析を実施する。分析にあたっては、事業者の状況に合わせて、経済産業省「ローカルベンチマーク」や中小機構「経営計画つくるくん」等の分析ツールを活用する。

【経営分析を行う項目】

財務分析：財務諸表を用いて、「収益性」「成長性」「効率性」「安全性」を分析

非財務分析：財務分析の数値では表れない要素については、対話と傾聴を通じて本質的な課題を抽出し、SWOT分析等の支援ツールを活用して、小規模事業者がおかれている状況（強み・弱み・機会・脅威）を把握する。

### (4) 分析結果の活用

分析結果は小規模事業者にフィードバックし、事業計画策定等に活用する。また、経営分析により経営課題が顕在化した場合は、経営指導員が伴走支援を行なうが、高度な支援が必要な場合は、専門家等と連携して経営課題の解決を図る。

分析結果は、データベース化し内部共有を図る。そのことにより、組織としての支援能力の向上を図る。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

(現状) 小規模事業者持続化補助金等の申請時において、事業計画策定の支援を実施しているが、補助金申請に係るものであり、事業計画策定の重要性や経営戦略のための計画策定を理解している事業者は少ない。

(課題) 補助金の申請時だけでなく、経営の持続的発展を図る上で、事業計画策定の必要性・重要性を理解させ、小規模事業者と共に計画を策定し、この計画に基づいた経営をしてもらうことが必要である。

## (2) 支援に対する考え方

事業計画策定にあたり、以下に示すセミナーや個別相談会を実施し、「景気動向調査」「需要動向調査」「経営分析」等の結果を踏まえ、事業者との徹底した対話と傾聴を通じて、事業者と協同しながら本質的課題を抽出し、経営者自身の内発的な動機に基づく計画策定へ繋げる。

経営状況の分析を行なった小規模事業者に対し、「事業計画策定セミナー・個別相談会」を開催する。

小規模事業者の競争力の維持・強化に向けて事務の効率化や生産性の向上を図るための「DX セミナー」を開催する。

スタートアップ塾（創業塾）の塾生を対象に、経済動向調査や需要動向調査の分析結果を活用し、創業計画書の策定支援を実施する。

事業承継の啓蒙と事業承継計画策定を目的とした「事業承継相談会」を開催し、具体的な事業承継計画策定に繋げる。

## (3) 目標

	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
①②事業計画策定事業者数	-	40者	40者	40者	40者	40者
①事業計画策定セミナー	-	1回	1回	1回	1回	1回
②DX セミナー	-	1回	1回	1回	1回	1回
③スタートアップ塾	-	3回	3回	3回	3回	3回
③創業計画書策定事業者数	-	45者	45者	45者	45者	45者
④事業承継計画策定事業者数	-	6者	6者	6者	6者	6者

※事業計画策定事業者数は、経営分析件数の30%を目標とする

## (4) 事業内容

### ①事業計画策定セミナー・個別相談会の開催

「景気動向調査」「需要動向調査」「経営分析」等を含めた経営分析支援を行なった小規模事業者等を対象に、経営指導員等と専門家の連携支援による、事業計画策定セミナーと個別相談会を実施し、事業計画の策定支援に繋げていく。

【支援対象】経営分析支援を実施した事業者や補助金申請を行なう事業者

【支援手法】対話と傾聴を通じて、事業者に経営に対する本質的課題を認識・納得させ、内発的動機づけに導く

【募集方法】会報紙による広報、ホームページ、同報FAX、SNS

【開催回数】セミナー1回、個別相談会6回

【参加者数】セミナー10社、個別相談会5社/回

【カリキュラム】・事業計画について ・SWOT分析について ・経営方針 ・経営課題抽出  
・数値目標 ・補助金活用 など

## ②DX セミナーの開催

デジタルの力を活用した「変革」が求められている昨今ではありますが、具体的な DX 推進の進め方や導入方法が分からないといった小規模事業者が多い。そこで、最新の導入事例を通じて、DX 推進に必要な知識と実践的なアプローチを分かりやすく説明するセミナーを開催し、小規模事業者の競争力の維持・強化に向けた事務の効率化や生産性の向上に寄与する。

【募集方法】会報紙による広報、ホームページ、同報 FAX、SNS

【開催回数】年 1 回

【参加者数】20 社

【カリキュラム】・DX とは ・DX 戦略の立案とロードマップ作成 ・DX 導入事例  
・DX 推進における課題 ・最新の DX トレンド など

## ③スタートアップ塾（創業塾）の開催

当所は、令和 5 年度に国の創業支援事業計画の認定を受け、スタートアップ塾（創業塾）を開講している。令和 7 年度以降も引き続きスタートアップ塾を開講し、創業者（創業後間もない・予定者含む）に対し、経済動向調査や需要動向調査の分析結果を活用した創業計画書の策定支援を実施する。

それにより、小規模事業者の減少を防ぎ、地域経済の活性化を図る。

【募集方法】会報紙による広報、ホームページ、同報 FAX、SNS

【開催回数】年 3 回

【参加者数】30 社/回

【カリキュラム】全 6 回 ・創業計画書作成 ・税務相談 ・創業融資 ・補助金申請  
・従業員の雇用 ・マーケティング ・プロモーション など

## ④事業承継相談会の開催

事業承継の啓蒙と円滑な事業承継を実現すべく、経営分析を実施した小規模事業者の中で、事業承継支援が必要な小規模事業者に対し、神奈川県事業承継・引継ぎ支援センター他と連携し、事業承継相談会（個別支援）を開催し、事業承継計画策定に繋げていく。

【募集方法】会報紙による広報、ホームページ、同報 FAX、SNS

【開催回数】年 6 回

【参加者数】2 社/回

【カリキュラム】・承継の基礎知識 ・事業承継戦略プラン ・事業承継における財務・税務対策  
・法的手続きとリスクマネジメント など

## 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

### （1）現状と課題

（現状）創業融資や補助金申請を目的とした事業計画策定支援にとどまっており、事業計画の進捗状況や成果の検証を含めたフォローアップが出来ていない事業者もある。

（課題）補助金採択後の事業計画の進捗状況や成果の検証に係る継続支援は、一部の事業者に限られており、全ての事業者を対象としたフォローアップが出来ていないのが課題としてある。事業計画を策定・実施する上で発生した経営課題等に対し、事業者・経営指導員等・専門家が連携し課題解決を図る必要がある。

### （2）支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象にフォローアップを実施する。フォローアップ手法については、事業者との徹底した対話と傾聴を通じて、事業者と協同しながら本質的な課題を抽出し、事業者への内発的動機づけを行ない自走化に向けて事業者自身の潜在力を引き出す支援とする。事業計画の進捗状況が思わしくない事業者は、支援回数を増やし、事業計画の進捗が順調と判断する事業



者は支援回数を減らすなどを見定め、フォローアップ回数を設定する。事業計画の進捗管理については、定期的な巡回や窓口相談により管理する。

事業計画を進める上で、専門的な課題が生じた場合は、経営指導員等と専門家の連携によるフォローアップを強化することで、競争力の維持・強化に向けた事業の持続的な発展を目指す。

### (3) 目標

	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
フォローアップ 対象事業者数	20者	40者	40者	40者	40者	40者
頻度（延回数）※①	-	120回	120回	120回	120回	120回
売上増加事業者数※②	-	4者	4者	4者	4者	4者
売上利益率3%以上 増加事業者数※②	-	4者	4者	4者	4者	4者

※①フォローアップ対象事業者数×年3回

※②フォローアップ対象事業者数の10%を目標とする

### (4) 事業内容

フォローアップについては、補助金申請支援、金融支援等において経営分析を行なった者の内、事業計画を策定した全ての小規模事業者を対象とする。事業計画の進捗状況については、経営指導員等が定期的にチェックし、進捗状況が思わしくない事業者は、支援回数を増やし、事業計画の進捗が順調と判断する事業者は支援回数を減らすなどを見定め、フォローアップ回数を増減する。

具体的には、年3回の進捗状況の確認を基本とするが、事業者からの申し出については、優先して対応する。また、専門的な課題が生じた場合は、経営指導員等と専門家の連携によるフォローアップを強化することで、事業の持続的な発展を目指す。

## 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

(現状) 小規模事業者が持続的な発展を目指して経営を行うには、新たな需要の開拓が必要である。

しかしながら、小規模事業者の多くは、販路開拓におけるノウハウやネットワークが不十分であり、新たな需要の情報収集や販路開拓を行うには限界がある。また、ITやSNS等を活用した販路開拓等に興味・関心があるものの、「知識」「人材」「資金」等が不足している理由により取組が遅れており、商圏が限られた範囲となってしまう。

(課題) これまで、EC開設による販路拡大やテクニカルショウヨコハマ（工業見本市）への出展、米海軍基地等との取引拡大によるマッチング支援、百貨店への催事出展への売上拡充・プロモーション支援等、多岐にわたる支援策を行ってきた。しかしながら、その後のフォローアップが十分にできていないことが課題としてある。経営指導員等だけでは不十分な課題解決能力を補うために専門家や関係支援機関等と連携し伴走型支援を実施する。

## (2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象に支援する。小規模事業者にとって新たな需要の情報収集・販路開拓・販路拡大等におけるノウハウの蓄積やネットワークの構築はハードルが高いことから、当所で主催する事業を中心として支援を実施する。

## (3) 目標

	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
(4) ① (ア) よこすか創業者大交流会 参加事業者数	-	100者	100者	100者	100者	100者
(4) ① (ア) マッチング支援事業者数	-	5件	5件	5件	5件	5件
(4) ① (イ) 大商談会 参加事業者数	20者	20者	20者	20者	20者	20者
(4) ① (イ) 成約達成支援事業者数	3件	5件	5件	5件	5件	5件
(4) ① (ウ) 米海軍基地等との取引 希望新規登録支援事業者数	19者	10者	10者	10者	10者	10者
(4) ① (ウ) 米海軍基地等との 取引案件落札支援事業者数	5件	5件	5件	5件	5件	5件
(4) ① (ア) よこすか産業フェス 参加事業者数	-	20者	20者	20者	20者	20者
(4) ② (ア) 売上額/社	-	20万円	20万円	20万円	20万円	20万円
(4) ② (イ) feel NIPPON 参加事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者
(4) ② (イ) 成約達成支援事業者数	-	3件	3件	3件	3件	3件
(4) ③ (ア) ブランディング塾 参加事業者数	-	10者	10者	10者	10者	10者
(4) ③ (ア) 売上前年対比 5%以上 増加事業者数	-	5者	5者	5者	5者	5者

(4) ③ (イ) プロモーション動画制作 支援事業者数	-	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
(4) ③ (イ) 実施前売上対比 5%以上 増加事業者数	-	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
(4) ④ (ア) 商品開発に取り組んだ 事業者数	-	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
(4) ④ (ア) 売上前年対比 5%以上 増加事業者数	-	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
(4) ⑤ (ア) よこすか現場カイゼン塾 生産性向上・業務改善 取組事業者数	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
(4) ⑤ (ア) よこすか現場カイゼン塾 生産性向上前年対比 5% 以上増加事業者数	-	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
(4) ⑤ (イ) 外国人材活用セミナー 参加事業者数	10 者	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者
(4) ⑤ (イ) 外国人労働者活用事業者数	1 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者

#### (4) 事業内容

##### ①ビジネスマッチング支援 (BtoB)

(ア) よこすか創業者大交流会

当所の他、横須賀地域で支援機関等が主催している経済産業省認定の起業セミナーを受講した者の他、横須賀地域で創業（予定者・間もない者含む）した者を一堂に会する異業種交流会を開催する。

起業間もない同じような境遇にある事業者を一堂に会することにより、事業者・商品等の PR、人的・情報の交流も期待でき、横須賀地域経済の活性化にも寄与するものと期待する。

【対象者】 起業セミナー受講者及び創業者

【開催数】 令和 7 年度～11 年度 年 1 回

【参加人数】 100 者

(イ) よこすか大商談会

横須賀地域の特産品や地域資源を活用した商品等を販売する事業者の販路拡大支援を目的に開催する。事業計画書を策定した出展事業者に対し、商談会の際に重要な資料となる FCP シートの作成、バイヤーへの PR、WEB プロモーション支援など、商談件数・取引拡充に向けた支援と共にフォローアップを行なう。

【対象者】 地域資源を活用した商品や特産品を販売する事業者

【開催数】 令和7年度～11年度 年1回

【出店事業者】 20事業者

【来場バイヤー等】 100社

(ウ) 米海軍横須賀基地・海上自衛隊横須賀地方総監部からの入札案件に係る受注促進

小規模事業者の新たな取引先の開拓支援として、米海軍横須賀基地・海上自衛隊横須賀地方総監部が発注する案件に対し、入札参加資格登録から入札・契約等に関わるノウハウ・受注に必要な資格取得サポート等を経営指導員等により実施する。また、応札に係るポイントやノウハウ提供を、米海軍横須賀基地・海上自衛隊横須賀地方総監部に依頼し、事業者と共有する。

【対象者】 当所管内小規模事業者

## ②販路開拓のための展示会の開催及び出展支援 (BtoB) (BtoC)

(ア) よこすか産業フェス

当所が主催する「よこすか産業フェス」は、横須賀商工会議所会員事業所による文化祭と位置付け、会員事業所間のマッチングや横須賀市民への認知度UPを目的に、当市の産業界の振興を図ることを目的に開催している。本イベント以降、既存店舗等での新規顧客の獲得や来客数の増加、売上の増加に寄与することを期待する。

【対象者】 当所管内小規模事業者

【開催数】 令和7年度～11年度 年1回

【出店事業者】 20事業者

【来場者】 5,000人

(イ) feel NIPPON

feel NIPPON への出展支援。全国のバイヤーとの情報交換ができる場を小規模事業者に提供する。商談時の意見を基に、商品の販売方法の見直しや新商品づくりに向けた販売計画の策定およびフォローアップ支援を行う。

「feel NIPPON」とは、日本商工会議所が行う、各地の商工会議所および小規模事業者が中心となって開発した特産品や観光商品等のPR支援やバイヤーとのマッチング商談会。

【対象者】 地域資源を活用した商品や特産品を販売する事業者

【効果】 新規取引先の獲得とバイヤーの意見を参考に、新たな需要の拡大と商品のブラッシュアップを図る。

## ③メディアを活用した販路拡大・需要開拓支援 (BtoC)

(ア) ブランディング塾

自社の価値を高め、ブランド発信をすることを目的に、自社のペルソナ設定からブランドプロミス作りまでの実践的なブランド理論を提供し、小規模事業者の価値向上に寄与する塾を開講する。

ブランド力を高めることによって、集客や売上向上に留まらず、顧客・従業員・経営全体にポジティブな影響をもたらす戦略的な経営ができるようになる。

【対象者】 当所管内小規模事業者

【開催数】 令和7年度～11年度 年1回

(イ) メディア活用プロモーション動画制作

JCOM が全国視聴者に向けて放送している特別番組「ニッポン全国お買い物ジャーニー」を活用し、小規模事業者が取扱う地域資源を活用した商品や特産品のプロモーション支援を行なう。

プロモーションを行なう商品については、消費者の需要動向等を探りながら、番組制作者・経営指導員等と共に決定しブラッシュアップを重ね「売れる商品」として全国発信する。

【対象者】 地域資源を活用した商品や特産品を販売する事業者

【開催数】 令和7年度～11年度 年1回

【連携先】 JCOM

#### ④新商品開発支援 (BtoC)

(ア) 吉本興業連携商品開発セミナー

吉本興業に所属するお笑い芸人(当所特命職員)をアドバイザーに据え、お笑い芸人の発想による商品開発、プロモーション、SNS 活用に向けたセミナーや個別相談会を実施する。

お笑い芸人の発想による商品開発やプロモーションの提案は、斬新かつキャッチーでインパクトがあり、話題性も含めたプロモーション支援としての効果が期待できる。

加えて、吉本興業が自社で展開するBS番組やSNSでの発信も約束されており、事業者のプロモーションの後方支援にも期待できる。

【対象者】 当所管内小規模事業者

【参加者】 20者

【開催数】 令和7年度～11年度 セミナー 年1回 ・ 個別相談会 年10回

【連携先】 吉本興行

#### ⑤生産性向上・業務効率化支援 (所内DX支援)

(ア) よこすか現場カイゼン塾

労働力の多様化、資源高騰、環境対応、リスク対応など企業を取り巻く課題は厳しい状況にあります。このような状況で会社の競争力・収益力を高めていくには、業務の付加価値を見極め、作業や管理の仕組みを改善することが必要です。そこで、日産自動車が進めてきたカイゼン活動のノウハウを伴走支援で伝授する塾を開講し、小規模事業者の競争力の維持・強化に向けた事務の効率化や生産性の向上を図ります。

【対象者】 当所管内小規模事業者

【開催数】 令和7年度～11年度 年1回

【連携先】 日産自動車(株)追浜工場

(イ) 外国人材活用セミナー・外国人材日本語講座

小規模事業者が抱える人手不足問題に加えて、横須賀市内の生産年齢人口の減少問題を解決し、横須賀地域の経済力を減退させないためにも、外国人労働者の受け入れ環境を支援するためのセミナー等を開催します。これらにより、労働力不足による経営の縮小を防ぎ、経営基盤の安定向上を図ります。

【対象者】 当所管内小規模事業者

【開催数】 令和7年度～11年度 年1回

【連携先】 横須賀市、IHS 事業協同組合 (外国人技能実習生受入優良監理団体)

## Ⅱ. 経営発達支援事業の内容

### 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

(現状) 経営発達支援計画に基づく評価会議として、地域で活躍する外部有識者(経営コンサルタント・中小企業診断士等)の専門家による評価会議を年1回開催し、小規模事業者の支援事業に基づく評価と専門家から事業推進に係るアドバイスをいただいている。

(課題) 外部有識者等のアドバイスを基に、事業の評価・検証を行ないPDCAサイクルを適切に回す仕組みづくりの構築が必要である。

#### (2) 事業内容

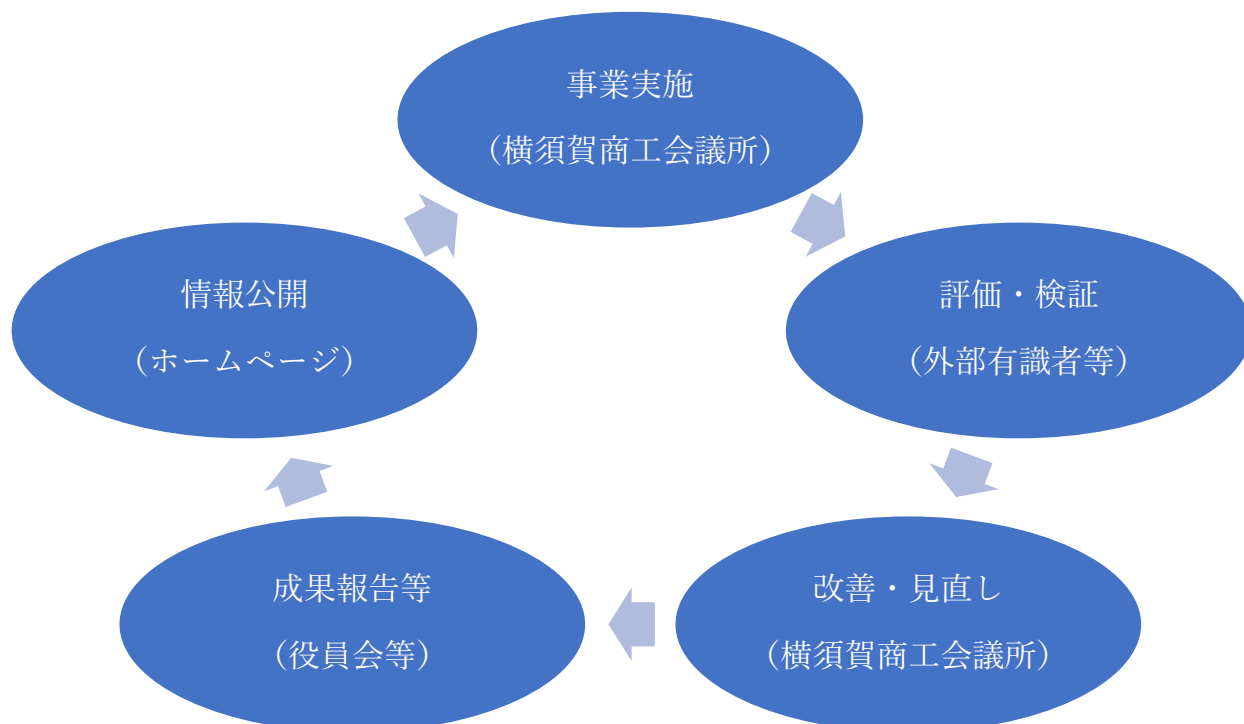
##### ①事業の実施状況を定量的に把握する仕組み、評価の手法、評価・見直しの頻度

(ア) 毎年1回、計画申請者である当所の法定経営指導員・横須賀市経済企画課の担当者と、外部有識者(経営コンサルタント・中小企業診断士等)をメンバーとする「評価会議」を開催し、本計画の事業の実施状況等について、5段階評価(A:達成、B:概ね達成、C:半分程度達成、D:未達成、E:未実施)にて定量的に評価・検証を行う。

(イ) 役員会となる正副会頭会議・常議員会にて、各事業の実施状況、成果の評価・検証・見直し案の提示を行う。

##### ②評価結果の公表方法

事業の進捗・成果・評価・見直しの結果について報告書として取り纏め閲覧出来るように事務所に設置すると共に当所会報、Webサイト(<http://www.yokosukacci.com>)にて公表する。



《事業実施に際して行なう年間のPDCAサイクルの流れ》

## 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

(現状) 日本商工会議所、神奈川県商工会議所連合会、中小企業大学校等が主催する各研修会への参加に加え、「伴走型支援」をテーマに、独自研修会を年 10 時間企画・受講し、経営発達支援に係る支援能力を向上させている。また、ベテラン経営指導員による OJT などにより、経営指導員等の資質向上にも努めている。

#### 【令和 6 年度独自研修会】

- ・ 知財経営支援の基礎
- ・ Air シリーズ各種サービスを活用した DX 支援の手法
- ・ 爆速クリエイティブを実現する Canva 活用の基礎・応用
- ・ 公庫融資担当者による“出せる融資”と“出せない融資”の判断基準
- ・ 令和 6 年度税務申告のポイント

(課題) 上記のように支援能力の向上を目的とした研修等は、実施しているものの、経営指導員等によって支援能力に偏りがある。担当してきた業務や経験年数も異なるため、得意分野・不得意分野があることは否めない。昨今、経営上の課題も細分化・複雑化しているため、経営指導員だけでなく地域活性化事業に関わる、他の職員も含めた当所全体として支援能力を向上させる必要がある。

### (2) 事業内容

#### ①外部研修会等の積極的な活用

経営指導員等を中心に、支援スキル向上に係る内部研修会の企画・実施や日本商工会議所、神奈川県商工会議所連合会が主催する各種研修会、中小企業大学校東京校主催の経営指導員向け研修会等へ積極的に参加し、支援能力の向上を図る。

#### ②OJT による支援スキルの向上

専門家（中小企業診断士）を活用した、個別相談会（売上確保や販路拡大、資金繰り、各種補助金新鋭支援等）を実施している。その場に、若手やキャリアの浅い経営指導員等を同席させ、OJT を実施し、本質的な課題の抽出方法や自走化させるための内発的動機づけの促し方等について専門家のノウハウや支援方法を学び、「経営力再構築伴走支援」の基本姿勢である「対話と傾聴」の習得・向上を図る。

#### ③職員間の定期ミーティングの開催

現在、会議を月に 2 回実施し情報の共有を行なっている。この会議の内容を情報共有の場だけではなく、研修等へ参加した経営指導員等による研修内容の共有や研修で得た最新の支援ノウハウや知識を共有する場とする。内容によっては、一般職員にも共有し、意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

#### ④データベース化

支援状況の共有化を図るため、学び得たノウハウや支援事例は、グループウェア内の掲示板等を利用して組織内で常時、閲覧可能な状況とする。これにより支援ノウハウを蓄積し、組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

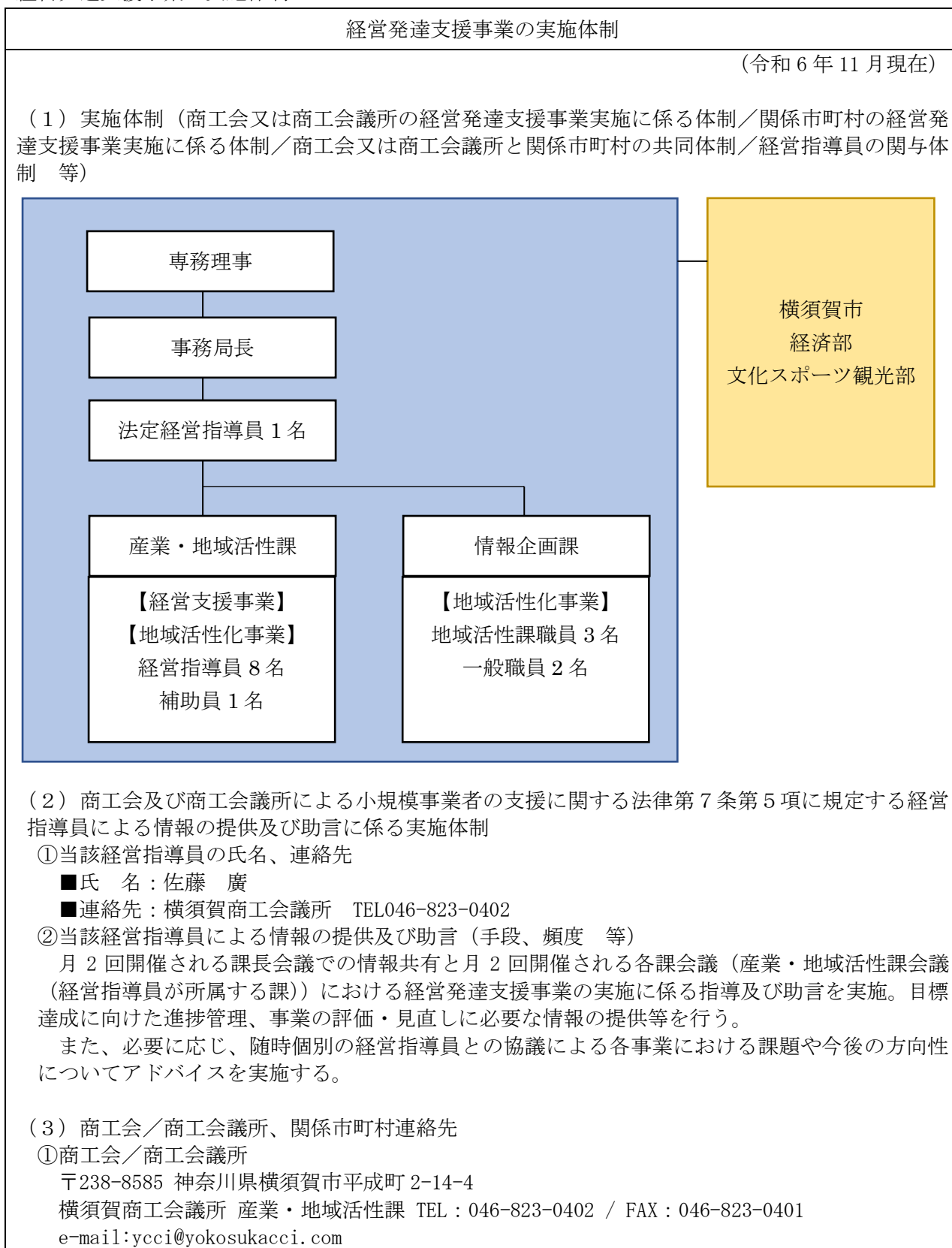
#### ⑤DX に向けた ICT ツール活用

事業者の課題解決に繋がる ICT ツールを提供するための情報収集と手法を学ぶ研修会等を実施する。主に事業者が取り組みやすいキャッシュレス取引やクラウド会計システム、SNS の活用方法など、所内の DX 化、自身の業務の DX 化も含めた研修会を企画・実施し、事業者にとっても商工会議所にとっても有益となるようにする。



(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



②関係市町村

〒232-8550 神奈川県横須賀市小川町 11

横須賀市 経済部 経済企画課 TEL : 046-822-9523 / FAX : 046-822-7795

e-mail: cco-ec@city.yokosuka.kanagawa.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 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
必要な資金の額	151,400	151,400	151,400	151,400	151,400
1. 産業振興費 ・新商品開発 ・ビジネスマッチング ・集客促進事業 ・地域活性化事業	81,000	81,000	81,000	81,000	81,000
2. 経営支援事業費 ・事業計画策定支援 ・分析支援 ・金融、税務支援	61,500	61,500	61,500	61,500	61,500
3. 小規模企業専門指導費 ・専門家連携	2,800	2,800	2,800	2,800	2,800
4. 経営資源強化支援事業費 ・創業支援 ・事業承継支援 ・伴走型支援	6,100	6,100	6,100	6,100	6,100

(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
会費収入、国補助金、県補助金、市補助金、各種事業収入、受託事業収入

(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
名称：公益財団法人神奈川産業振興センター 住所：神奈川県横浜市中区尾上町5丁目80番地 理事長：武井 政二 氏
連携して実施する事業の内容
①よろず支援拠点コーディネーターとの連携による 「経済動向分析」「経営状況分析」「事業計画策定支援」「フォローアップ支援」「販路拡大支援」  ②神奈川県事業承継・引継ぎ支援センター専門家との連携による「事業承継支援」
連携して事業を実施する者の役割
①よろず支援拠点コーディネーターとの連携 ・地域経済動向に係る分析（地域特性・傾向） ・専門家としての経営状況に係る分析（強み・弱み・機会・脅威） ・専門家としての事業計画策定に係る支援（分析結果・地域特性を鑑みた計画策定） ・経営指導員・職員等との伴走型による支援（フォローアップにおけるOJT） ・専門家としての商品開発・販路拡大に向けた支援（販路拡大に向けた戦略支援）  ②神奈川県事業承継・引継ぎ支援センター ・神奈川県事業承継・引継ぎ支援センター専門家との連携 ・事業承継に係る計画策定・マッチング支援（円滑な事業承継を目指した支援）
連携体制図等
①② <div style="text-align: center;"> </div>