

平成30年度 経営発達支援事業の事業報告

経済産業省より平成30年3月に小規模事業者の事業計画策定および実施支援や技術の向上、新たな事業の分野の開拓などを行い、小規模事業者の持続的発展を支援するための経営発達支援計画が認定され、この計画に基づき小規模事業者への支援を行った。その事業実績について外部有識者からの評価は以下のとおりです。

【評価の目的】

経営発達支援計画の実施状況および成果について客観的な評価を行い、次年度以降の事業の見直し方針を決定することを目的とする。

総合評価における基準は、各項目の目標に対する達成度合いで概ね評価している。

- A：目標を達成することができた。(100%以上)
- B：目標を概ね達成することができた。(80%～99%)
- C：目標を半分程度しか達成することができなかった。(30%～79%)
- D：目標を全く達成することができなかった。(30%未満)

1. 地域の経済動向調査

【計画内容】※以下、計画内容は一部抜粋

(1) 光市中小企業景況調査

市内275事業者(製造業・建設業・卸売業・小売業・サービス業)に対して年2回(6月・12月)、光市中小企業景況調査を行う。調査方法としては、調査用紙を郵送し、FAXまたは同封の返信用封用にて回収する。調査項目としては、「業況」、「売上額」、「客単価」、「資金繰り」、「仕入れ価格」、「利益」、「在庫」、「従業員数」、「所定外労働時間」、「資金調達難度」の10項目。前年同時期との比較や半年後の先行き見通しについて調査を行い、業種別にクロス集計し、これまでの調査結果と比較分析を行う。

(2) 各種調査情報の収集

山口県の統計情報、光市の統計情報(統計情報については、県・市ともにHPから年1回収集)について収集を行い、クロス分析等を用いて分析し、他地域と比較した際の光市の現状・課題等についても分析を行う。収集項目は、世代別人口、所得、所得分析指標、消費者物価指数、購入先別金額割合、産業別市内総生産など。

(3) 分析結果の活用

(1)、(2)での調査・分析を通じて収集した情報は、ホームページや会議所会報等で積極的に発信する他、職員会議等を通じて職員間でも共有し、光市の業況・課題について理解を深める。また、巡回時や窓口相談時の経営相談の際に、分析結果を配布することで、業況の把握・今後の経営活動の参考資料としてもらう。

創業予定者および創業間もない小規模事業者にとって「光」という市場における地域の経済動向の情報は、圧倒的に不足しており、創業当初の計画を策定していく上で必要不可欠な

情報である。そのため、「創業支援窓口」を開設している光市商工観光課とも情報交換会を開催するなどして情報を共有し、小規模事業者に適切な支援が行える体制を構築していく。

【目標と実績】

事業実績及び目標	H30 年度 目標	実績
光市中小企業景況調査	2 回	2 回
光市中小企業景況調査 回収率	47%	50.5%
統計情報の調査・分析	1 回	0 回
光市商工観光課との情報交換会	2 回	2 回
情報公開数（会報、ホームページ掲載）	2 回 ※会報 HP 共	会報 2 回 HP 2 回
情報提供回数（巡回、窓口相談）	100 回	65 回

【結果】 ※項目合計の達成率 81.8%

光市中小企業景況調査、回収率、光市商工観光課との情報交換会、情報公開数については、目標を達成できたが、情報提供回数は目標値を下回り、統計情報の調査・分析については、未実施となった。

【外部有識者評価、コメント】・・・B

光市中小企業景況調査の結果分析、現状の課題抽出や今後の対応等については今後の検討課題と考えるが、計画的に調査を実施し、目標を上回る回収率を達成できたことや、調査結果の情報公開、行政との情報交換会の開催等については一定の評価ができる。

2. 経営状況の分析に関すること

【計画内容】

（1）経営状況分析シートによる現状把握

巡回時や窓口相談等の際に、経営状況分析シートを用いたヒアリング調査を行い、小規模事業者の経営状況を把握する。経営状況分析シートを用いることで、より容易に分かりやすい形で自社の現状について認識したうえで、経営課題の把握や今後の経営の方向性を見極めることを目的に、詳細な経営分析の利用を提案する。

（2）経営分析

経営状況分析シートを、経営状況や課題を把握する上での入口として活用しつつ、事業発展を前向きに考えている事業者や技術の伝承を含め事業承継を検討している事業者に対

して、財務分析・SWOT分析等を行い、経営課題の解決・経営計画策定に活用する。

内部・外部要因について分析を行い、企業の成長要因・衰退要因をきちんと把握することで、今後の経営の方向性・事業計画策定の資料として活用する。

【目標と実績】

支援内容	H30年度 目標	実績
経営分析件数	19件	32件

【結果】 ※項目の達成率 168.4%

経営分析の件数としては達成できたが、従前からの財務分析が中心となり、SWOT分析、内部・外部要因の分析については、事業計画策定を行った事業所のみの実施となった。

【外部有識者評価、コメント】・・・B

経営分析の趣旨は、分析により経営課題の解決を図り、経営計画に反映、活用できるように繋げていくことにあるが、分析件数は目標値を大きく上回り評価できる。

3. 事業計画策定支援に関すること

【計画内容】

(1) 事業計画の必要性の意識啓発

当所の会報（毎月）やホームページ（常時）、市広報（年3回）、地元メディアなどを活用して、地域の小規模事業者に対して、事業計画策定の必要性を訴え、事業計画策定の意識啓発を図る。

(2) 経営分析支援を行った事業者に対する事業計画策定支援

①経営分析支援を行った事業者に対して、中小企業診断士等専門家による「経営計画作成セミナー」を開催し、事業計画策定の有用性を説明し、専門家が個別相談対応形式で事業計画策定の支援を行う。セミナー終了時点で未完成の計画書については、経営指導員が事業者の経営分析結果等を踏まえ、完成まで導く。

②事業計画策定に当り、専門的な知見等による課題対応を要する場合には、ミラサポ等専門家を活用しながら事業計画策定を支援する。

③新分野への展開を計画している事業者には、いち早く経営革新計画策定の重要性・意義を事業主に投げかけ、制度のしくみと申請にいたる手続きなどを細かく説明し、経営革新計画策定の支援を行う。支援に際しては、中小企業診断士等専門家による経営革新塾を開催し、経営革新計画策定のポイント等を説明し、以降、経営指導員等が①面談聞き取り、②現地訪問、③取り組み内容の精査、④申請書着手、⑤申請書推敲、完成といった5段階指導を行い、計画策定の支援を行う。必要に応じて専門家派遣を実施し、事業計画策定を支

援する。

- ④円滑な事業承継、技術の伝承を実現し、後継者不足等による廃業に歯止めをかけるため、親族後継者や事業所内従業員等への事業承継計画の策定支援を行う。身近な関係者による事業承継が困難な場合や事業承継を進めるに際し専門的な知見からの助言等が必要な場合は、山口県事業引継ぎ支援センター（やまぐち産業振興財団）や税理士等専門家などと連携し、円滑な事業承継を推進する。

（3）創業者に対する事業計画策定支援

①創業希望者に対する支援

当所において、年1回開催している「ひかり創業塾」及び、その後月1回定期開催している「創業フォーラム」をきっかけに、新たな受講者を都度獲得しながら1年サイクル（ひかり創業塾 → 創業フォーラム → 経営計画作成）を繰り返し実行していく。

【目標と実績】

支援内容	H30年度 目標	実績
経営計画作成セミナー開催回数 ※（）内は参加者数	4回 (30人)	2回 (8人)
事業計画策定件数	15人	16人
経営革新計画策定件数	2人	1人
事業承継計画策定件数	2人	2人
創業計画策定件数	4人	7人

【結果】 ※項目合計の達成率 84.7%

概ね各項目で目標件数を達成することができた。特に平成30年7月豪雨被災事業者の事業再生計画策定の件数が多く、事業者に寄り添う伴走型支援ができたのではないだろうか。課題としては、経営計画作成セミナーの参加者数が少なく、開催回数も当初予定の半分しか開催できなかった。

【外部有識者評価、コメント】・・・B

経営革新計画以外の事業計画、事業承継計画、創業計画については、目標を上回る計画策定となっているが、経営計画作成セミナーは、目標を下回る開催及び参加者数に留まり、セミナー開催方法の見直しや周知方法等受講者増加に向けた方策の検討が必要である。

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること

【計画内容】

（1）事業計画・経営革新計画・事業承継計画実施支援

- ①事業計画を策定した小規模事業者に対し4半期に1回のペースで、電話での問い合わせや

巡回・来所等の方法で進捗状況の確認等フォローアップ支援を行う。

- ②事業計画の進捗に遅れがある事業者に対してはフォローアップの回数を増やして対応する。また、計画修正あるいは課題等への対応が必要な場合は、経営指導員が主体となり、地域の診断士や金融機関などと協力して適切な指導を行う。
- ③円滑な計画実施のため、必要に応じて、行政や各支援機関が行う支援策等を掲載したパンフレットなどで情報の提供を行うと同時に、課題解決に活用できる支援策については積極的に利用を促す。
- ④経営革新計画を策定した事業者へは、実施項目の進捗状況を確認するため、4半期に1回のペースでフォローアップ支援を行う。また、計画修正や変更が必要な場合は、ミラサポ等の専門家派遣を活用し、現状に合わせて計画修正の支援を行う。
- ⑤事業承継計画を策定した事業者へは、4半期に1回のペースで進捗状況の確認等フォローアップ支援を行う。計画期間中に新たな課題が出てきた場合は、山口県事業引継ぎ支援センター（やまぐち産業振興財団）などの支援機関や専門家と連携し、計画修正の支援を行う。

(2) 創業計画実施支援

- ①創業計画を策定した小規模事業者に対し、経営状況の把握、労務、金融、税務指導まで事業者の状況に応じた巡回訪問（フォローアップ）を4半期に1回のペースで行い、長期的な伴走型支援を行っていく。なお、計画修正が必要であれば、経営指導員が主体となり、地域の診断士などと協力して適切な指導を行う。また月次試算表のチェックや資金繰り表の作成支援も行い、資金不足が生じる前に金融機関とも連携支援をしていく。

(3) 各種セミナーの開催

創業後のフォローアップセミナー（年2回）、事業承継セミナー（年1回）、経営革新塾（年1回）、税務相談会（年2回）やその他経営課題に即したセミナーを開催し、事業計画を策定したことの意識づけを継続させていく。

【目標と実績】

支援内容	H30 年度 目標	実績
事業計画策定事業者に対するフォローアップ件数	60 回	106 回
経営革新塾開催回数 ※（）内は参加者数	1 回 (3 人)	1 回 (2 人)
経営革新計画策定事業者に対するフォローアップ件数	8 回	8 回

事業承継セミナー開催回数 ※ () 内は参加者数	1回 (20人)	1回 (29人)
事業承継計画策定事業者に対するフォローアップ件数	8回	20回
創業者フォローアップセミナー開催回数 ※ () 内は参加者数	1回 (5人)	0回 (0人)
創業計画策定事業者に対するフォローアップ件数	16回	24回

【結果】 ※項目合計の達成率 108.8%

事業計画策定、経営革新計画策定、事業承継計画策定、創業計画策定、各計画策定支援件数は概ね目標件数を達成することができた。ひかり創業塾受講者を対象に開催する予定であった「創業フォローアップセミナー」については参加希望者がいなかったため開催できなかった。

【外部有識者評価、コメント】・・・B

事業計画、経営革新計画、事業承継計画策定者に対するフォローアップ件数は、目標を上回る結果となっている。しかし、創業者フォローアップセミナーでは、参加希望者がいなかったとのことだが、創業の機運の醸成を図るとともに一層の創業支援に向けた取組みが必要である。

5. 需要動向調査に関すること

【計画内容】

(1) アンケートの作成支援・調査分析支援

多くの小規模事業者では需要動向調査に取り組んでおらず、事業主自身の視野で顧客のニーズを想像し、自分本位の商品や役務を提供しがちである。また、「現在売っているもの」＝「求められているもの」とは必ずしも言えず、事業主の固定観念が新たな商品開発の妨げになっているというケースも考えられる。そういった小規模事業者が消費者のニーズを洗い出し、新たな需要を掘り起こすために、小規模事業者が既存の顧客に対し実施する顧客アンケートの作成・実施を支援する。

支援対象：小売業、飲食業、サービス業の事業計画策定事業者又は新サービス等を検討する事業者

【目標と実績】

支援内容	H30年度 目標	実績
調査結果情報提供・個社支援数	5者	0者

支援対象：製造業の事業計画策定事業者又は新商品開発等を検討する事業者

【目標と実績】

支援内容	H30 年度 目標	実績
調査結果情報提供・個社支援数	1 者	0 者

(2) 商圈分析支援

支援対象：全業種（主に小売業、飲食業、サービス業）の事業計画策定事業者、創業計画策定事業者又は新店舗出店等を検討する事業者

多くの小売業、飲食業、サービス業者は、新規出店や事業戦略の決定を行う上で、店舗物件の価格であったり、競合他社の有無であったりと断片的な条件のみで判断してしまいがちである。新規出店した後になって、「競合店が近くにないと思い、出店したが人通りも少なかった」「人通りはあるものの、ターゲットとなる客層の人通りが少なかった」等の後悔の声を聞くことがしばしばあるが、そうならないためには、新規出店や新商品の販売戦略の決定を行う前に、しっかりとした商圈分析が必要である。上記支援対象のうち、希望者を支援対象とするが、特に（1）顧客アンケートの作成支援・調査分析のアドバイスを実施した小売業、飲食業、サービス業者については、全事業者に対し、総務省が提供する j S T A T M A P（地図による小地域分析）を活用した商圈分析の支援を行う。

【目標と実績】

支援内容	H30 年度 目標	実績
商圈分析結果情報提供個社支援数	5 者	0 者

(3) 個社のニーズに応じた業種別・品目別の需要動向調査

支援対象：（1）、（2）の支援対象者

経営指導員が小規模事業者に対して新商品・役務の開発や新規出店に関するアドバイスや提案を行う上で、業種別・品目別の成功事例や消費者の流行、好み、嗜好などを把握しておく必要がある。そのため、経営指導員は中小企業庁が毎年発表する「小規模企業白書」をはじめ、内閣府の消費動向調査や、山口県の山口県買物動向調査、民間企業が発行する情報誌等から情報収集を行う。

【目標と実績】

支援内容	H30 年度 目標	実績
業種別・品目別の需要動向調査結果提供社数	5 者	0 者

【結果】 ※項目合計の達成率 0%

本項目は光まつりにおいてアンケート調査を行うなど計画していたが、台風により光まつり自体が中止となったため、実施できなかった。本事業における一番の課題となった。

【外部有識者評価、コメント】・・・D

新商品開発や販路開拓等に取り組む際、様々な情報を得るため消費者の需要動向や商圈分析などマーケティングに関する調査は大変重要となる。昨年度本計画に掲げた取組みは実施することができていない。この原因を分析し、次年度以降の取組みに反映することが必要である。

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

【計画内容】

(1) 新製品・サービス化の広報支援

新製品の開発・サービス化を実現した小規模事業者へ広報支援を実施することで販路開拓につなげる。

①支援対象

事業計画策定事業者のうち、新製品・サービスを開発した事業者

②支援方法

小規模事業者の新製品・サービスについて、当所ホームページ、会議所会報への掲載をはじめ、当所から発信するプレスリリースなどを通して地元のケーブルテレビ、地方新聞など各種メディアへ取り上げてもらう広報支援を実施する。

③成果を上げるための工夫

新製品・サービスの名称やロゴマークとして、「光」という文言をネーミング戦略として活用することを提唱し、地元色をアピールすることで地元マスコミに話題性を提供するようしていく。「光」という文言を活用することで、光市からも広報支援を呼びかける。また各支援機関が行う支援策については積極的に活用しつつ、個社の販路開拓を支援する。

(2) インターネットモール「ほっとショップひかり」でのPR・販路開拓支援

自らのホームページやネット販売ツールを持たない小規模事業者に対し、当所が運営するインターネットモール「ほっとショップひかり」への参加登録を促す。その上で、当モールの機能（参加店情報、商品PR、ネット販売）を活用し、販路開拓支援を行う。

①支援対象

「ほっとショップひかり」参加事業所のうち、販路開拓に前向きな小規模事業者

②支援方法

ネット販売と来店による新規顧客獲得のため、当所職員と事業者委員が販路開拓に前向きな参加店を巡回し、参加店情報の効果的な見せ方や商品のPR方法、ネット販売のサポ

ートを行う。

③成果を上げるための工夫

毎月開催している「ほっとショップひかり実行委員会」において、事業者委員から支援が必要な事業者の生の声を拾い上げ、支援項目（店舗・商品のPR方法、来店を促すためのモール全体のイベント内容など）を委員会内で検討した上で支援を行う。

(3) 各種ITセミナー等の開催による販路開拓支援

SNSやIoTを活用した新たな販路開拓の手法を学ぶセミナーを開催し、販路開拓支援を行う。

①支援対象

販路開拓に前向きな小規模事業者

②支援方法

小規模事業者を対象にSNS活用セミナー（内容：Facebookやブログ掲載の文章力、写真掲載技術向上など）、IoT活用セミナー（内容：ICタグを利用した受発注システムなど）を開催する。事業者がITの重要性和新たな可能性を認識した上で、専門家と連携して、売りたい商品やサービスを絞り込み、情報発信力を高めて販路開拓支援を行う。

③成果を上げるための工夫

セミナー後のフォローとして、実際にSNSを活用して来店数や売上を増やしている事業者との情報交換会を開催し、相乗効果を図っていく。また、経営指導員が研修やセミナーで得た成功事例の情報については、当セミナー参加者へ積極的に情報提供をしていく。

(4) 商談会・展示会への参加による需要開拓支援

県内外にて取引先を探す小規模事業所に対し、商談会（山口県商工会議所連合会が毎年開催する商談会「ビジネスドラフトやまぐち」等）や展示会（山口県が主催する「やまぐち総合ビジネスメッセ」等）への出展斡旋を行うことにより、需要開拓支援を行う。

①支援対象

県内外企業とのB to Bを希望する小規模事業者

②支援方法

商談会や展示会の情報を収集し、巡回訪問や窓口相談の際に情報提供をしていく。特に業種や業態、規模などにかかわらず参加できる商談会「ビジネスドラフトやまぐち」への参加を促す。エントリーの手続きから商談会へ臨むにあたっての準備などをサポートし、新たな取引先開拓の支援を行う。経営指導員も商談会の現場に赴き、来場者のニーズの把握に努め、商談参加事業者へのフォローアップに繋げていく。

③成果を上げるための工夫

参加事業者へは商談シートの作成やプレゼンテーションの準備などの支援をしていく。

具体的には、「商品のセールスポイント整理」「キャッチコピーの作り方」、「ご当地（光）を意識した商品名のつけ方」「ブースの作り方」、「交渉の仕方」等について、専門家を活用しながら経営指導員が支援していく。

（５）新規事業の取組み

まちゼミ事業の実施

「新たな需要の開拓に寄与する事業」として、個社の販路開拓・拡大を目的に「まちゼミ事業」を実施。27店舗が参加、受講者数は延べ320人。参加店舗、受講者アンケート結果共に満足度が非常に高く、次年度以降も継続実施することとなった。

【目標と実績】

支援内容	H30年度 目標	実績
広報支援社数 ※（）内は売上アップ社数	3社 (2社)	2社 (0社)
ほっとショップひかりネット販売注文件数	20件	15件
ほっとショップひかりネット売上額（万円）	130	7.5
ほっとショップひかり新規顧客来店による売上増加社数	8社	1社
SNS活用セミナー開催数	1回	1回
IoT活用セミナー開催数	1回	1回
セミナー参加者のうち販路拡大事業者数	1社	1社
商談会・展示会参加事業所数	14社	2社
商談会における成約件数	4件	0件

【結果】 ※項目合計の達成率 47.4%

セミナー開催数など一部は目標達成できたが、ほっとショップひかりにおける売上額、商談会・展示会への参加事業所数などは目標を大きく下回った。需要動向調査同様に実施方法も含め計画の見直しを検討する必要がある。しかしながら、新規事業として実施した「まちゼミ事業」は、参加店舗、受講者からの満足度も高く、新規顧客獲得、売上増につながったケースも見られ、新たな需要の開拓として成果を上げることができた。

【外部有識者評価、コメント】・・・D

新たに開発された新商品や新製品の販路拡大に向けては、様々な流通チャネルを開拓、活用する必要がある。インターネットを活用した取組みやITを活用したセミナーの実施など一定の実績はあるが、商談会や展示会においては十分な成果に繋げることができていない。原因究明と今後の支援の工夫が必要である。

また、本計画に掲げた事業ではないが、新たな需要の開拓に寄与する事業として実施された

「第1回まちゼミ事業」については、事後アンケートによると、参加店、受講者ともに高い満足度を示していることから、当初の実施目的を達成したと考えられる。次回以降の参加を希望する事業者も多く、また受講者からも講座の希望内容（曜日、時間帯、分野 etc.）も得られている状況であり、事務局として実施方法、PR方法等を検証され、まずは「第2回」の実施につなげていただきたい。

こうした地道で息の長い取組みは必要であり、長期的に見ても有効な販路開拓事業であると思うので、継続実施されることを期待する。

II. 地域経済活性化に資する取組み

【計画内容、実績】

1. 地域イベントの企画・運営（光プレミアム付市内共通商品券発行事業）

※平成29年度から光市の予算化が見送られたため取りやめ

2. 地域イベント（光まつり）の企画・運営

※台風接近のため中止

市、地元小規模事業者、大手企業、観光協会、当所青年部と協議を重ね、9月にまつりを開催する予定であったが、台風接近のため中止となった。

【結果】

当初予定の計画を実施することができなかった。

【外部有識者評価、コメント】・・・D

プレミアム付商品券事業の廃止や西日本豪雨災害の影響さらには台風接近により光まつりが中止になるなど、成果を残すことができていない。

III. 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み

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

他の商工会議所、商工会や支援機関等との間で、各地域の小規模事業者や需要の動向、支援の現状とノウハウ等に関する情報・意見交換を行い、経営指導員等と支援機関において情報の共有化とスキルアップを図る。得られた情報、習得したスキルについては、事業者への巡回訪問等の個別指導において積極的に活用し、質の高い支援に繋げていく。

【計画内容】

(1) 山口県内支援機関との連携会議

- ・主 催：山口県
- ・開催頻度：年2回
- ・参加機関：山口県中央会、中小企業団体中央会、県商工会連合会および県内商工会、県内商工会議所
- ・目 的：意見交換等を通じての経営指導員等の資質向上

- ・内 容：取組事例発表、意見交換、グループ発表

【実績】

パワーアップセミナー（1回）、事業承継ネットワーク会議（2回）、店舗活用創業ネットワーク会議（2回）へ出席

【計画内容】

（2）周南地域商工会議所との連携会議

- ・周南地域の新南陽、徳山、下松商工会議所との連携会議を行う。
- ・開催頻度：年4回
- ・目 的：共通の課題解決、情報の共有化
- ・内 容：事業の共同実施、情報提供と周知、地域における先進事例や販促事例、関係機関への提言内容の共有化・意見交換、広域事業における要望活動

【実績】

マル経協議会（1回）、周南地域専務理事会議（2回）、周南地域事務局長会議（2回）へ出席

【計画内容】

（3）大和商工会との連携会議

- ・平成16年の合併で光市となった旧大和町との連携会議を行う。
- ・開催頻度：月1回
- ・目 的：同一行政区内における課題解決、情報の共有化
- ・内 容：事業の連携実施、情報提供と周知、両団体における先進事例や販促事例、関係機関への提言内容の共有化・意見交換、要望活動

【実績】

光市制度融資審査会終了後を中心に年18回開催

【計画内容】

（4）日本政策金融公庫 徳山支店との連携会議

- ・主 催：日本政策金融公庫 徳山支店
- ・開催頻度：年1回
- ・目 的：市内企業における融資の促進と経営指導員等の資質向上
- ・内 容：融資申請書の記載注意点および融資メニューに関する研修、融資案件の効果測定、融資状況の把握、意見交換

【実績】

マル経勉強会（1回）を開催

【計画内容】

(5) 光市、山口県信用保証協会 周南支店との連携会議

- ・主 催：光商工会議所
- ・開催頻度：年1回
- ・目 的：市融資制度の促進と制度の改善協議
- ・内 容：市融資制度の改善に向けて問題点など協議、他市制度の状況および情報交換

【実績】

光市、山口県信用保証協会、大和商工会と情報交換会（1回）を開催

【結果】

概ね計画通りの実績を残すことができた。

【外部有識者評価、コメント】・・・A

他の支援機関とは、それぞれ計画的に連携会議や勉強会、情報交換会等の開催により、初期の目的は達成できていると考える。今後も継続的に実施し、そこで得られたノウハウや情報については、積極的に支援活動に活かしていただきたい。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

経営発達支援事業を実施するには、経営指導員が中心となって取り組むことを前提とするが、経営指導員も指導員歴が浅い者とベテラン指導員では指導力に差があるため、指導力と資質の向上を目的に以下の内容を実施する。また、個人対応では限界があるため支援力を向上するために中小企業相談所が一つのチームとなって支援していく仕組みづくりを行う。

【計画内容】

(1) 山口商工会議所広域応援センターが実施する経営指導員等研修会、経営支援コース2日間、経営革新支援能力コース4日間に経営指導員が参加、補助員研修会にも当該職員が参加。また日本商工会議所が主催する各種研修会へも参加する。研修会終了後は、受講者が講師となり、研修内容について報告を兼ねて講習を行い、受講者自身のスキルアップと情報の共有化を図る。

【実績】

山口商工会議所広域応援センター実施の経営指導員等研修会、経営革新研修、補助員等研修会、日本商工会議所主催による消費税軽減税率対策ブロック別研修会、中国ブロック所長会議、オンラインセミナーへ参加。

【計画内容】

(2) 他支援機関が実施している「中小企業白書説明会（経産局）」により中小企業の置かれている環境や実態をマクロ的に学び、「6次産業化農商工連携セミナー（農林振興公社）」により商工業の枠にとらわれない幅広い事業方向性を学ぶ。「事業承継支援者向け研修（中小

企業基盤整備機構)」や中小企業庁、「中小企業大学校が主催する研修会」に積極的に参加し、グループワークにて事業者との協調性を養い、自らの指導力を高め、事業承継など難易度の高い課題を実現可能なものとする。中小企業大学校主催の研修へは、可能な限り経営指導員（最低1名）が年1回以上参加して資質向上を図る。

【実績】

中小企業白書説明会、6次産業化農商工連携セミナー、中小企業基盤整備機構主催による小規模事業者支援研修、中小企業大学校主催による専門研修へ参加。

【計画内容】

(3) 光税務署主催の税務指導連絡協議会には、経営指導員、補助員、記帳専任職員、記帳指導員が参加。市内の税務指導団体である税理士会などと歩調を合わせ、小規模な事業者への税務相談に必要な知識向上を図る。

【実績】

税務指導研修会に参加。

【計画内容】

(4) 事業所カンファレンスの実施。個人で支援が困難な事業所については、支援の方向性、手段を経営指導員、補助員全員（内容によっては記帳専任職員も対象）が協議をして決めるようにする。また、巡回指導についてはベテラン経営指導員と経験が浅い経営指導員等がペアで訪問し、チームとしてのレベルアップを図る。

事業所カンファレンスについては、支援案件が出る都度随時開催とするが、過去の支援内容を勉強する会、また情報を共有する会として月1回は開催することとする。

【実績】

年7回開催

【計画内容】

(5) 今までの図書購入は、必要性が生じたときだけの場当たりのなものであった。今後は、経営指導員が上記の研修会やセミナーで得た知識や技術の定着に必要と思われるものを体系的に購入することとする。図書は、記帳税務のもの、経営全般に資するものなど分野ごとに整理し、職員だれもが、閲覧できるようにする。

【実績】

計画に基づき必要な図書を購入

【計画内容】

(6) 当所は毎週専門家による相談会を開催しており、会合で得た情報を基により具体的な支援ノウハウ等の意見交換を定期的に行うこととする。また相談に経営指導員が同席し、専門家の指導内容を学び、職員だけで事業計画、経営革新計画などを作成できるようにする。

【実績】

山口県補助事業の内容変更により専門家による相談会が派遣事業となったため、相談依頼事業所へ経営指導員等が専門家に同行し、ノウハウ等を学び事業計画の作成方法や指導方法についてスキルアップを図った。

【結果】

概ね計画通りの実績を残すことができた。

【外部有識者評価、コメント】・・・A

経営指導員の資質向上に向けては、計画的に各種研修会へ参加し、専門知識の習得や指導技術等のスキル向上に努めていると考える。今後も継続的に取り組んでいただきたい。

以上