

平成 28 年度
松山商工会議所 経営発達支援計画
事業評価書

平成 29 年 3 月 31 日

評価にあたって

市内の小規模事業者は、平成 24 年経済センサス基礎調査によると、全事業所のうち、72.5%を占めている。小規模事業者は、地域に根差した事業活動を行い、地元の需要に応え雇用を担っており、その振興は地域経済の活性化につながることから、極めて重要な存在である。

平成 26 年 6 月、国は小規模支援法を改正し、商工会議所が作成する小規模事業者の需要開拓に向けた事業計画策定や実施支援等を「経営発達支援計画」として認定する制度を創設した。

当会議所が策定した「経営発達支援計画」は、平成 27 年 11 月 17 日に国の認定を受けたことから、今期は、5 カ年計画の 2 年目として、経営発達支援計画を本格的に展開するため、小規模事業者への伴走型支援に必要な各事業を実施した。その事業実績について評価を行う。

1. 評価の目的

経営発達支援計画に基づいて実施した事業の客観的な評価を行い、次年度以降の各事業の見直し等につなげることを目的とする。

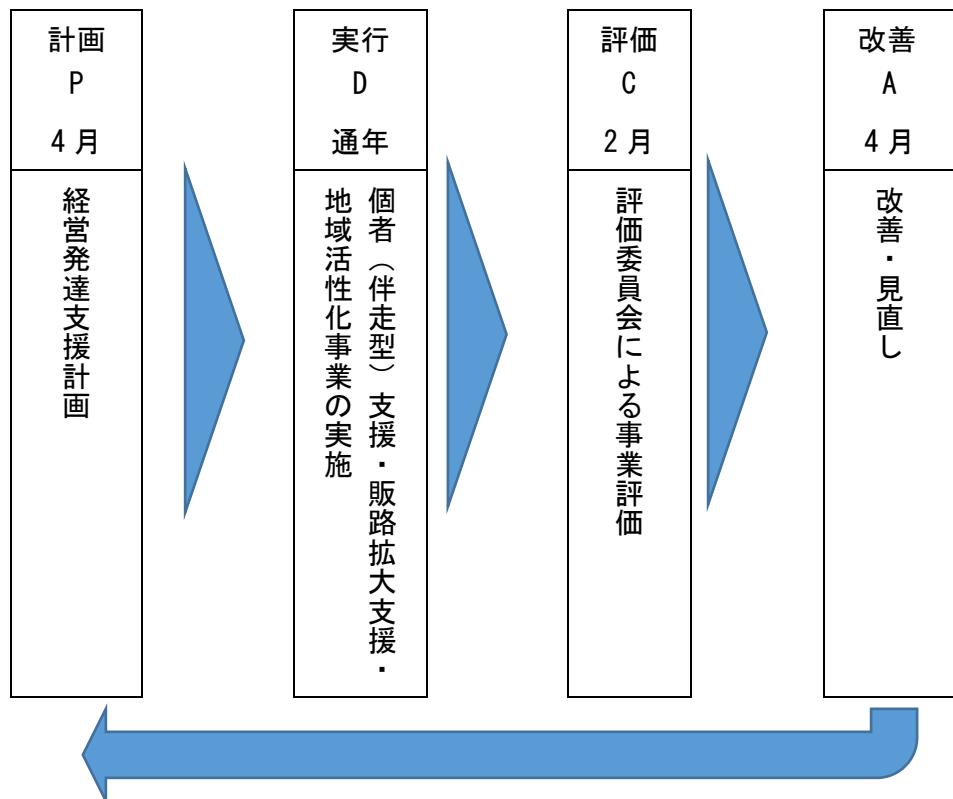
2. 評価の手法

各評価事項における今年度実施した事業実績について、定量及び定性的観点から評価する。

3. 評価の反映

評価委員会からの提言をもとに改善案を検討し、翌年度の事業計画等に反映する。

4. 事業評価及び見直しに関するスケジュール



I. 経営発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向調査に関すること

地区内の経済動向、企業が持つ経営課題などを調査・分析することにより、経営発達に必要な支援策を検討するとともに、小規模事業者に必要な情報を提供する。

現状の課題と対応 現在の情報収集や調査は内部資料止まりとなっており、十分活かされていない。

小規模事業者が活用できるよう加工し提供数を増やすとともに、その「声」については、常に収集してとりまとめる。ニーズに合った事業が展開できる体制の構築を目指す。

5. 需要動向調査に関すること

小規模事業者が取り扱う商品やサービスに関する特定の情報を調査・分析することにより、新商品の開発や需要を見据えた事業計画策定及び販路開拓に役立てる。

現状の課題と対応 小規模事業者は、自社が取り扱う商品・サービスに関する情報を経営に有効活用できていないケースが多い。そこで、販路開拓につながる需要動向を適切なタイミングで分かりやすく整理・分析して提供する。

【目標及び実績】

項目	27年度		28年度		29年度	30年度	31年度
	目標	実績	目標	実績	目標	目標	目標
中小企業景況調査実施回数	4	4	4	4	4	4	4
ニーズ調査実施回数	6	3	6	5	6	12	12
各種調査分析・報告回数	2	2	3	5	4	5	6
新データ提供回数	2	2	2	1	4	4	5
情報発信媒体数	4	4	5	4	5	6	6

【実施した事業内容】

(1) 調査・分析による現状把握

経営指導員が事業者へヒアリング形式で行う「中小企業景況調査」のほか、「人材確保」・「企業防災」・「海外取引」の付帯調査や「会員ニーズ調査」を実施し、小規模事業者の経営課題及び支援ニーズ等の把握に努めた。また、日本商工会議所の伴走型補助金を活用し、地域の経済動向や流通・観光・建設など業種別の需要動向に関する情報を収集し、「松山つばきレポート」として年4回取りまとめた。

(2) 情報提供及び活用方法

中小企業景況調査及び付帯調査の結果は、当会議所会報誌に都度掲載し約7,000先に配布した。また、当会議所ホームページに掲載するとともに約5,000先にメールマガジンとして配布した。そのほか、「松山つばきレポート」については、巡回や経営分析時に幅広く活用した。また、「RESAS」などの新しいデータについては、当会議所の部会などで、講話形式で情報提供を行った。

【評価】

実施回数などの目標数値は概ね達成、また、幅広い対象への情報提供も行った。一方、経営分析や計画策定時にこれらの収集したデータを十分活用できておらず、今後は、さらに踏み込んだ形での情報提供及び活用が必要であり、コーディネータ役の職員の資質向上も求められる。

また、RESASや他のビッグデータなどの活用、集積したデータの経年比較、さらには、有効化のための分析・加工などにも取り組むことがよりよい支援につながるものと考えられる。

2. 経営状況の分析に関するここと

小規模事業者の経営実態を的確に把握し、経営分析を行った上で、小規模事業者の利益の確保に資する新たな事業活動の取組みに結び付ける。

現状の課題と対応 新たな事業活動の妨げになっている理由のひとつとして、小規模事業者が、自らの実態を把握できていないことがある。そこで、経営指導員が経営状態の把握及び分析によるアドバイスを行うことで、自社の経営実態を的確に把握し、事業計画策定につなげていく方法を確立する。

【目標及び実績】

項目	27年度		28年度		29年度	30年度	31年度
	目標	実績	目標	実績	目標	目標	目標
巡回訪問件数	6,600	6,989	6,700	6,948	6,800	6,900	7,000
窓口相談件数	1,000	1,138	1,000	1,272	1,000	1,000	1,000
セミナー開催件数	65	69	65	66	70	70	70
経営分析件数	400	430	410	439	420	430	440

【実施した事業内容】

(1) 分析対象者の掘り起し

経営指導員等が担当校区を中心に 6,948 件の巡回を行うとともに、窓口では 1,272 件の相談に対応した。その中で、職員一人当たり 50 件の重点関与先を選定し、分析対象者としての掘り起しを集中的に実施した。

また、経営力強化や販売促進など幅広いテーマのセミナーを 66 回開催したほか、日本政策金融公庫との連携事業等を通して対象者を発掘した。こうした取り組みにより、経営分析だけではなく、当会議所が運営する事業引継ぎ支援センターにも 4 件が登録した。

(2) 経営分析

金融・税務指導、補助金申請支援、また経営支援センターにおける個別指導などを通じて、439 件の経営分析を行った。保有する商品・サービス、技術・ノウハウ、財務状況などを把握するとともに課題を抽出し、課題解決に向けた事業計画策定の動機づけに努めた。なお、分析結果を職員間で共有するための機会を月 2 回程度設けた。

(3) 専門家・外部支援機関との連携

よろず支援拠点との連携により、当会議所の「経営支援センター」に専門家を設置し、複雑な経営分析に対応した。

【評価】

巡回や窓口相談、セミナーに関しては、目標値を達成し、十分な活動や事業が出来たものと考えられる。分析件数についても目標値を上回っており、経営者への気づきの機会提供につながった。しかしながら、その後の事業計画策定につながる案件が少ない結果となっており、分析から計画策定へのスムーズな移行が難しいことも判明した。今後は、こうした結果を踏まえ、分析の質を高めるとともに、課題解決法やるべき姿を明示するなど、計画策定につなげる取り組みを強化していくことが必要である。

3. 事業計画策定支援に関するここと

◆小規模事業者の計画策定支援（第二創業・経営革新含む）

経営状況に関する分析の結果を踏まえ、外部支援機関や専門家等と連携しながら、新たな経営目標の確立や販売戦略を具体化するなど、事業計画の策定支援を行う。更に、国等の施策の活用を踏まえながら、事業計画の実施から完了まで伴走型の支援を行い、小規模事業者の事業の持続的な発展を図る。

現状の課題と対応 現在は対症療法的な支援が中心となっている。小規模事業者の経営向上のため、事業計画の策定から実施まで、伴走型で支援できる体制の構築を目指す。

【目標及び実績】

項目	27年度		28年度		29年度	30年度	31年度
	目標	実績	目標	実績	目標	目標	目標
セミナー（個別相談） 開催回数	4 (28)	4 (31)	4 (32)	4 (117)	5 (36)	5 (40)	5 (44)
事業計画策定事業者数	35	47	40	112	45	50	50

【実施した事業内容】

(1) 事業計画の策定支援

気づきから計画策定までを体系的に支援する3回シリーズのセミナー等を開催し、143名が参加した。また、事業計画策定のための個別指導を117回実施した。結果、112件の事業計画策定につながった。また、経営革新計画2件、経営力向上計画1件の承認にもつながった。

(2) 外部支援機関や専門家等との連携による支援

当会議所の「経営支援センター」では523件の相談を行うとともに、17者に対して、経営アドバイザー派遣を行い、専門家と連携した実現性の高い計画策定に努めた。

(3) 国の施策等の活用支援

小規模事業者が売上拡大や販路開拓の取組みを行う際に上限50万円までが補助される「小規模事業者持続化補助金」や、「ものづくり・商業・サービス新展開支援補助金」などについて、195件の申請支援を行った。

【評価】

セミナー開催回数、事業計画策定事業者数とともに目標数値は達成した。内容的には、「小規模事業者持続化補助金」に付随するものが多く、補助金は恒久的な制度ではないため、補助金を目当てとしない計画策定事業者を増やしていくことが、本発達計画の実現と継続につながるものと考えられる。そこで、計画策定のハードルを下げるため、小規模事業者にも分かりやすい計画フォーマットの開発や成功事例のモデル化と啓発が必要である。

◆創業者の計画策定支援

地域経済の活力の源泉となる創業を後押しするため、創業に関するセミナーや個別相談会を開催し、創業予定者の掘り起しを行うとともに、準備段階から創業後の経営が安定するまで伴走型支援を実施する。また、地域の創業支援機関が連携体制を構築し、地域一体となって支援する。

現状の課題と対応 創業者は、経験が浅く経営ノウハウが不足がちであることから、会計や税務などの基本的な経営知識の習得支援に重点を置くとともに、計画策定から経営が安定するまで、他の支援機関との連携を強化して、伴走型で支援できる体制の構築を目指す。

【目標及び実績】

項目	27年度		28年度		29年度	30年度	31年度
	目標	実績	目標	実績	目標	目標	目標
創業塾開催回数	3	3	3	3	4	4	4
受講者数	97	97	100	126	120	120	120
創業計画策定数	25	32	30	49	35	35	35

【実施した事業内容】

(1) 創業予定者の掘り起し

「創業塾」のほか、地域支援機関との共催による「創業セミナー」、「いよぎんみらい起業塾」の3講座を実施し、延べ126名が受講した。

また、地元金融機関主催の創業セミナーやNPO主催の女性起業家育成セミナー、市の「まつやま創業クラブ」等において、広報活動を行い、創業者の掘り起し拡大に努めた。

(2) 創業計画の策定支援

経営指導員が経営支援センターの専門家と連携して49件の計画策定を支援、あわせて、金融、税務面でのサポートも行い、円滑な創業につなげた。

また、「創業補助金」についても2件の申請支援を行った。一方、創業塾の受講者に対しては、専門家による個別指導を集中的に行い、「経営・財務・人材育成・販路開拓」の4項目に関する所定の講義を受講することで優遇措置の適用が受けられる松山市特定創業支援事業に基づく証明書を5件発行し、うち2件については法人設立に伴う優遇施策の活用につなげた。

【評価】

創業塾の開催回数や創業計画策定数などの目標数値を達成するとともに、22件が実際に創業したほか、市証明書発行においては、市内で全8件(29.2.20現在)のうち5件が当会議所の支援先であったことから、一定程度の成果があったものと考えられる。また、事業継続性を高めるため、創業者同士の仲間意識の醸成や事業継続の励みにつながる少人数業種別研修の機会拡充なども必要である。

4. 事業計画策定後の実施支援に関するこ

事業計画（創業計画含む）を策定した小規模事業者の経営にP D C Aを定着させて、環境変化に対応できる経営の自立を目指して、着実な取組みが行えるよう伴走型で支援する。

現状の課題と対応 経営環境の変化等により新たな課題が生じることで、計画の遂行が困難になったり、必ずしも予定通り進まないケースがある。そこで、経営指導員が寄り添って親身にアドバイスを行い、進捗を把握して課題解決策を提案するなど、円滑な実施支援が行える方法を確立する。

【目標及び実績】

項目	27年度		28年度		29年度	30年度	31年度
	目標	実績	目標	実績	目標	目標	目標
フォローアップ件数	165	246	230	213	260	290	300
市創業資金利子補助金 支援事業所数	65	89	65	88	70	70	70
交流会開催回数	1	1	1	1	1	1	1

【実施した事業内容】

（1）フォローアップ時の支援

事業計画を策定支援した事業所に対して、フォローアップを213回行い、特に、課題解決に向けた個別指導19件行った。また、事業計画を実現するため、販路開拓セミナーへの誘導や、当会議所事業である「松山ブランド新製品コンテストNEXT ONE」への応募や、「ハイブリッド商談会2016」への出展、「プレスリリース支援事業」の活用、その他展示会・商談会の情報等を提供し、計画の実効性を高めた。

（2）創業者への支援

事業計画を策定した創業者に対して、フォローアップを行うとともに、経営安定に向け、当会議所のサムライ交流会による「創業ワンストップ相談会」において、課題解決に向けたアドバイスや士業との交流機会を提供した。また、地域ぐるみでの支援を行うため、「まつやま創業マルシェ事業」に参画する13支援機関の連絡会議を2回開催し、事業の情報共有及び創業者の利便性向上を図った。

【評価】

フォローアップ件数等の数値目標は概ね達成したが、支援の内容は、補助金に関する実行確認が多数を占めた。今後は、経営分析から計画策定・フォローアップまで体系的な支援方法を見直し、小規模事業者にわかりやすく、活用しやすいモデルを構築する必要がある。その中で、PDCAサイクルを定着させる取り組みが必要である。こうした取り組みを軌道に乗せ、実際に需要開拓につながった企業の件数を本計画の達成目標とすることを検討する必要がある。

創業者については、計画策定先のフォローアップに取り組めていない案件が見られるため、支援を強化する必要がある。

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

地域における小規模事業者の販路開拓を支援するため、保有する製品やサービスに関する情報収集を拡充し効果的に発信する。あわせて、地域資源を活用した魅力的な製品やサービスの発掘を図る。更には、小規模事業者が首都圏や海外の販路を開拓できるような支援を展開する。

現状の課題と対応 現状は情報発信に重点が置かれているが、関係機関と連携を強化し積極的なマッチングを支援するなど、小規模事業者が新しい市場にチャレンジできる仕組みを構築して、販路拡大を目指す。

【目標及び実績】

項目	27年度		28年度		29年度	30年度	31年度
	目標	実績	目標	実績	目標	目標	目標
企業DB登録数	2,600	2,833	2,700	2,936	2,800	2,900	3,000
管内商談会等開催数	3	4	3	5	5	5	7
販路開拓支援企業数	20	68	20	123	20	20	20
広報実施回数	10	21	10	19	15	15	15
インバウンド支援企業数	30	54	30	58	35	35	40

【実施した事業内容】

(1) 小規模事業者の情報収集・発信

企業間のマッチング機会を提供するため、企業の取扱商品やサービス内容を 2,936 件収集し DB に登録、当会議所ホームページ及びスマートフォン向けのアプリの「まつけん」システムにより幅広く情報発信したほか、大阪商工会議所が運営する全国の商工会議所会員マッチングサイトの「ビジネスモール」へ登録し、マッチングの支援を行った。さらに、小規模事業者の新商品や新サービスなどを当会議所がとりまとめて、19 回のプレスリリースを行った。

(2) 販路開拓支援

小規模事業者の展示会への出展を支援するため、「商談会等出展補助金」を創設し 13 事業所が利用した。また、当会議所が行政や関係団体と連携して実施した「松山圏域中小企業販路開拓市」に 37 事業所、「産直市チャレンジコーナー」に 3 事業所、「メッセナゴヤ」に 8 事業所、「えひめ・まつやま産業まつり」に 12 事業所など延べ 76 事業所の出展支援を行った。また、当会議所独自で会員ネットワークを活かした「ハイブリッド商談会」を開催し、小規模事業者など 65 事業所（内、小規模事業者 47 者）が参加した。加えて日本百貨店「しそくひんかん」での販売会に 4 事業所、「ビジネスフェア中四国」に 2 事業所、「スーパーマーケット・トレードショー2017」に 5 事業所、「FOODEX JAPAN2017」に 5 事業所が出店し、販路開拓支援を行った。

また、松山で外国人のニーズを収集することができないため、外国人留学生のテストマーケティングを行った。

さらに、サイクリングに関連したサイトを構築する中で、多言語対応した店舗のおもてなし情報を 58 事業所掲載することで、増加する海外サイクリストの需要取り込みを図った。

（3）支援機関との連携

「産直市チャレンジコーナー」では農業団体、「松山圏域中小企業販路開拓市」では、松山市、東温市、伊予市、砥部町、松前町、久万高原町の行政や商工団体、地域金融機関と連携し、バイヤー招聘、出展支援、広報活動などを協力して実施し、相乗効果を図った。

【評価】

当会議所の事業方針もあり、販路開拓に関する支援を集中的に行っており、販路開拓の支援企業数は、目標値を大きく上回る結果となった。次年度に向けて、さらに事業を拡大していくほか、海外展開の支援も重要であり、ネットを活用した海外販路開拓の支援などのセミナーを開催しているが、具体的な支援につなげていきたい。

支援企業数は増加しているが、本事業の鍵は実際に販路を広げ、売上を向上させることにあり、この部分に関しては、検証が十分でない状況にある。事業のブラッシュアップを行う中で、伴走型支援とも連動しながら、実際の売上向上につながる支援モデルと成果指標をつくりあげていく必要がある。

II. 地域経済活性化に資する取組

愛媛県・松山市と定期的な意見交換を行い、交流人口拡大につながる観光振興策を展開するほか、商業集積の核となっている中心市街地の活性化を図る。

現状の課題と対応 現状はイベントの実施に注力しているが、小規模事業者のイベントへの積極的な参加を求め、経営力の向上を図る。

【目標及び実績】

項目	27年度		28年度		29年度	30年度	31年度
	目標	実績	目標	実績	目標	目標	目標
観光客数（万人）	570	570	575	580	580	585	590
観光客消費額（億円）	650	650	675	660	700	725	750
松山まつり観客数（万人）	35	33.5	30	30	32	34	35
観光商品コース造成数	3	16	4	7	4	5	5
コンシェルジエ初級認定者数	90	119	100	58	110	120	130
ふれあい塾参加数	175	187	175	169	180	180	180
商店街通行量	130,000	128,324	140,000	141,139	150,000	160,000	170,000

※商店街通行量は、11月の平日・休日（2日間）、10時～20時の数値。中心市街地8地点の合計。

【実施した事業内容】

（1）観光振興関連事業の実施

「松山まつり」を例年通り8月に開催。野球拳おどり、野球サンバには83参加連・チーム、総勢6,600名が参加、踊りコースの変更など内容のブラッシュアップを行い、30万人の観客が訪れた。また、県内7市町が連携して着地型観光旅行商品を7コース造成して販売、観光客の滞在時間の延長及び消費拡大につなげるとともに、今回は、外国人留学生をモニターとして招へいし、インバウンドへの波及について可能性を模索した。

さらに、「接客・電話対応研修」をはじめ、「観光文化コンシェルジエ検定」、松山大学と連携した「ふるさとふれあい塾」等を実施し、交流人口拡大に向けた『おもてなし』の向上に努めた。

（2）中心市街地活性化事業の実施

当会議所が事務局を担う、松山市中心市街地活性化協議会において、松山市の中心市街地活性化基本計画に基づいた事業を官民協働で実施した。特に、民間の小規模型再開発への個別支援や中央商店街における空間を活用した賑わい創出調査、個店の魅力向上のため「まちゼミ事業」や市内全域での販促事業などを幅広く実施した。

【評価】

松山市の観光客数、観光客消費額は、目標に到達していないものの、前年比プラスで推移しており、当会議所の事業も含めて、地域全体の需要拡大に、一定程度の効果があるものと考えられる。当会議所事業としては、観光文化コンシェルジエ検定、ふるさとふれあい塾が目標値を下回っており、長く継続している事業のため、マンネリ化が要因と考えられる。今後、愛媛国体や2020東京オリンピックの需要を取り込むため、事業の見直しを図りたい。

商店街の通行量は増加しており、当会議所が展開する中心市街地活性化事業も寄与しているものと考えられる。

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

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

地域金融機関、外部支援機関及び専門家等と連携し、各地域の小規模事業者や需要の動向、支援ノウハウ等を情報交換・共有することで、新たな需要の開拓を進める基盤の構築を図る。

現状の課題と対応 他の支援機関との会議等の機会で、小規模事業者の経営発達をテーマにした意見交換や情報・ノウハウの共有を強化する。

【実施した事業内容】

経営指導員をはじめ当所職員が、日商主催の研修会や行政、専門家との意見交換を行う諸会議など計 95 回参加した。その中で、小規模事業者との接触時に知っておくべき事項や支援時に活用できる施策、助成金等について、職員間で情報共有した。

【参加した会議、研修会等】

① 商工会議所間での支援ノウハウ・情報共有

中小企業相談所長会議、中小企業担当者研修、商工会議所経営指導員等（計 33 回）

② 県内支援機関との連携及び情報共有と支援体制の構築

チームえびす支援機関連絡会議、創業マルシェ参画支援機関連絡会議等（計 9 回）

③ 行政との情報共有

愛媛県中小企業支援ネットワーク会議、松山市中小企業振興円卓会議等（計 9 回）

④ 専門家との連携及び情報共有

サムライ交流会全体会・ISO 分科会等（計 18 回）

⑤ 地域経済活性化を担う機関との連携及び情報共有と事業展開

中心市街地活性化協議会、銀天街 L 字地区再開発検討会等（計 26 回）

【評価】

商工会議所間及び行政、専門家、関係機関との情報交換の機会を数多く持つことができ、事業情報の共有の面では、一定程度の成果が見られた。しかしながら、個別の支援に関するノウハウの共有までは踏み込めておらず、支援力の向上につながる情報交換の方法を検討する必要がある。

2. 経営指導員等の資質向上等に関するここと

経営発達計画をマネジメントできる経営指導員を最終モデルとし、当計画に基づき、経営指導員の求められる資質を段階化するとともに、OJT及びOFF-JTの研修を行い、資質の向上を図る。

現状の課題と対応 現状の経営指導員の研修は、専門的な知識向上が中心となっている。経営発達計画のマネジメントを最終モデルに、一貫した資質向上策と評価システムを構築し、経営指導員の資質向上を図る。

【実施した事業内容】

○経営指導員に求められる資質モデルに関する評価

ステップ1：10名　　ステップ2：7名　　ステップ3：1名

☆研修（OFF-JT）

（1）中小企業庁、中小企業大学校、日商、中小機構等開催研修会・セミナーの受講

日商主催の小規模企業の伴走型支援研修会等のほか、中小企業大学校の研修などを受講した。主な研修内容は以下の通り。

【中小機構主催】 小規模事業者の伴走型支援研修【販路開拓編】

【中小企業大学校主催】 中小企業支援担当者研修 計3回

【日本商工会議所主催】 販路開拓×震災復興 視察研修

消費税軽減税率対策窓口相談事業ブロック別研修会

商工会議所ものづくり担当者連絡会議 計2回

マル経等基礎研修会

経営支援分析力向上特別研修

女性経営指導員・支援力向上研修

（2）愛媛県内経営指導員が一堂に会する研修会

【経営指導員研修（一般コース）】 講師：関西学院大学専門職大学院 経営戦略研究科
教授 佐竹 隆幸 氏 他

【経営指導員研修（特別コース）】

＜販路開拓支援研修＞ 講師：高知商工会議所 専門経営指導員 茂井 康宏 氏 他

＜伴走型支援研修＞ 講師：同上

（3）階層別、職種別研修会の開催

【経営指導員向け】

経営支援力向上研修 講師：中小企業診断士 川上 正人 氏

受講者数：13名（若手経営指導員、記帳専任職員、補助員）

経営診断基礎研修I（税務・財務診断コース）・II（商業コース）

受講者数：各1名（経営指導員）

【管理職向け】

論理性（ロジック）向上研修 講師：マネジメントプランニング 奥野 嘉夫 氏

受講者数：6名（局長・所長・部長・課長）

【リーダー向け】

マネジメント研修 講師：マネジメントプランニング 奥野 嘉夫 氏

受講者数：6名（係長）

☆研修（OJT）

（1）中小企業診断士など専門家との協働支援

事業計画書等の作成にあたり、中小企業診断士と課題抽出や目標設定を協働して検討するなど実践的なスキル習得につなげた。

（2）経営指導員の共同支援

上位ステップの経営指導員が、下位指導員の巡回や相談業務に同席し、必要な知識や指導手順のアドバイスを行った。

☆事例・ノウハウ共有

（1）職員連絡会

経営指導員が行った経営分析と事業計画について、月2回程度共有した。また、経営指導員が受講した研修内容の報告や、国の施策・制度等について月1回程度情報交換を行った。

（2）企業管理システムによる情報共有

当会議所の企業管理システムを活用して、約3,000社の事業所の取扱い商品やサービス、技術、ノウハウのほか、地域動向に関する情報などを共有し、支援時に役立てた。

【評価】

本計画の目的達成及び商工会議所の機能強化のため、職員の資質向上に関する研修機会は、昨年度より拡充するとともに、各職員の能力を棚卸し、階層別、役割別に不足する部分について、集中的な支援を行った。基本スキル、マネジメント力の向上にはつながったが、計画策定から実行支援に関する経営指導員の能力に関しては、基礎知識固めに止まっており、実際の活用にまでは至っていない。今後は、座学の研修機会は現状程度を確保しながら、OJTでのスキルアップに注力し、経営指導員の現場力を向上させる必要がある。