

中小企業庁
経営支援課 御中

令和2年度
中小企業・小規模事業者ワンストップ総合支援事業
（専門家派遣関係調査及び
事務処理等実施機関の運営事業）
調査報告書

専門家による支援への同行に関する調査
（派遣可能機関向け）

令和3年3月31日

株式会社 パソナ

調査概要

【調査方法】

- ・ 専門家派遣事務局より対象派遣可能機関へ電話連絡し、直接担当者にヒアリングを実施。

【調査実施日】

- ・ 2020 年 11 月 16 日（月）～ 2020 年 11 月 25 日（水）

【ヒアリング内容】

1. 同行率が低い理由
2. 改善案
3. 制度に対する要望

【調査対象派遣可能機関】

令和2年度に10回以上の派遣申請があった派遣可能機関のうち、同行率が低かった25機関

【ヒアリング結果】

1. 同行率が低い理由
 - ・ 少人数のため、同行が困難。支援に同行すると数時間とられるため、他の業務に支障がでてしまう。
 - ・ 持続化給付金対応に職員の稼働がとられており、同行まで手が回らない。さらにコロナ禍による、ウイルスをもらってしまう、蔓延させてしまう懸念により、今年度の支援には支援機関として同行しないという決断をした。
 - ・ 同行率が低いのはコロナの影響である。密を避けていた。基本的に新規顧客には最初は同行せよと指示をしているが、今年はなかなかまならなかった。
2. 改善案
 - ・ 同行できなくても事後に事業者および専門家から支援状況をヒアリングしているので、管理体制は十分に確立されており、同行率を増やすことは念頭にない。
 - ・ 今後は極力、スケジュール調整して支援の同行率を高めるよう改善する。
 - ・ 特に検討はしていない。基本、信頼関係のある専門家を派遣している。派遣実績のない専門家の場合は同行せざるを得ないと考えている。
3. 制度に対する要望
 - ・ 中小企業者が担う作業が多すぎることで、高齢でシステムに疎い方も多いのでその点を改善してもらえると利用しやすくなるのではないだろうか。
 - ・ 不正防止ということは理解はできるが、中小企業者にとっては開始終了時間および相談支援時の写真撮影は手間であるとの声をもらっている。簡素化してほしい。ミラサポ利用申し込みは、今日相談したら明日支援実施できるようなスピーディーな対応ができるシステムであってほしい。
 - ・ 「ミラサポ」の制度設計自体がおかしいのではないかと。支援機関に対しての支払いがないのはおかしい。支援機関はボランティア施設ではない。支援に同行をせよというのであれば支援機関に対する費用面も検討すべきではないか。

【総括】

1. 同行率が低い理由

人員が足りないことを理由に上げている派遣可能機関が大半を占めた。また、本年度においては新型コロナウイルス感染症の影響により、三密を避けるためあえて同行しない決断をした派遣可能機関もあった。その他商工会議所等では各種補助金対応に人員を割かれているため同行できない等の回答もあった。いずれにしてもメイン業務に支障をきたさない範囲での対応スタンスが目立った。
2. 改善案

ほとんどの派遣可能機関がマンパワー不足を理由と考えているため、根本的な改善策を示した派遣可能機関はなかった。それでも専門家派遣の報告とは別にメッセージ等を使って専門家より支援開始・終了報告を受けるなど、工夫して支援を管理している機関も見受けられた。基本、信頼関係が構築できている専門家を派遣することでトラブル回避を図っているケースが多く感じられた。
3. 制度に対する要望

中小企業者では報告業務（支援開始及び終了、支援時写真等）、派遣可能機関では事務処理業務、ともに負担が大きいとの回答が多かった。特に派遣可能機関からは事務負担の重さが制度利用の障害となっているとの声も上がった。一方で少数ながら不正防止を考えると仕方ないと理解している機関もあった。その他の意見では「派遣可能機関はボランティア施設ではない、費用面も検討すべき」と事務手数料や交通費（同行）支給を訴える機関も見受けられた。

中小企業庁
経営支援課 御中

令和2年度
中小企業・小規模事業者ワンストップ総合支援事業
（専門家派遣関係調査及び
事務処理等実施機関の運営事業）
調査報告書

派遣可能機関調査

令和3年3月31日

株式会社 パソナ

令和2年度中小企業・小規模事業者ワンストップ総合支援事業 派遣可能機関調査報告書

N0	拠点	支援機関区分	代表機関
1	05近畿	01.商工会連合会・商工会	
2	06中国	01.商工会連合会・商工会	○
3	04中部	01.商工会連合会・商工会	
4	05近畿	02.商工会議所	○
5	06中国	02.商工会議所	○
6	05近畿	02.商工会議所	○
7	01北海道	02.商工会議所	○
8	04中部	02.商工会議所	
9	04中部	04.都道府県等支援センター	○
10	02東北	04.都道府県等支援センター	○
11	03関東	04.都道府県等支援センター	○
12	03関東	07.金融機関	○
13	06中国	07.金融機関	
14	03関東	07.金融機関	
15	03関東	07.金融機関	
16	07四国	07.金融機関	
17	05近畿	14.よろず支援拠点	○
18	02東北	14.よろず支援拠点	○
19	08九州	14.よろず支援拠点	○
20	02東北	08.大学・高専	○

No.1

拠点 近畿

支援機関区分： 商工会連合会・商工会

●自機関の相談対応業務に占める専門家派遣事業の位置づけ

ミラサボ専門家派遣利用数： 192件

当商工会は、会員の6割以上が家族経営の零細企業である。そのような中小企業者は、営業時間中である平日日中の時間帯に相談窓口を訪問したり、支援を受ける時間的余裕はない。そのため、早朝・夜間・休日にも支援対応可能なミラサボ専門家派遣事業（以降ミラサボ）を主に利用している。ちなみに、本年度は自治体の専門家制度も40回の枠をフルに活用している。

・上位課題：①IT活用：165件、②販路拡大：20件、③経営革新：5件

・注力課題：IT活用：165件

●ミラサボ専門家派遣の同行、事業者へのフォローアップについて

支援場所を当機関にすることにより同行率が向上した。同行した場合は、支援機関の経営指導員が全体の進行を管理し、支援のサポートを行っている。同行ができない場合、チャットなどを活用し、リアルタイムに中小企業者と連絡(支援の開始/終了報告や支援内容等)を取っている。ミラサボはあくまで経営支援の一環の中にあり、支援終了後もテーマに連動した内容(不明な点はその後、都度専門家へ確認)を経営指導員が事業者に対してフォローアップしている。

●ミラサボ専門家派遣事業を利用した効果

当商工会が税務・労務・金融・販路などの支援から企業の経営全体を把握しており、早期に対応が可能な内容を選択し、かつ、最適な専門家へ相談・斡旋することから経営相談の成果を出しやすい。今年度、コロナ禍ではあったが12月期決算においてミラサボ専門家派遣の支援を受けた10社で売上げが増加している結果となった。特に建設業や美容業においてSNSを活用し、名簿型集客を採用することにより顧客が拡大し売上増加に結びついた事例があった。

●IT導入に係る課題について

ITリテラシーが全体的に低く、メールの送信やスマホの使用すら十分にできない事業者が多いのが現状である。

従業員がゼロの零細企業のIT課題については対応できていない印象を受ける。人材確保する目的で、SNSを活用して求人を募ったが双方向でのコミュニケーションということもあり、効果的かつ生産性向上にも寄与したケースを紹介された。

●事業承継に係る課題について

例年だと当商工会の会員の7割が65歳以上であるため事業承継に係る経営相談は多かったが今年はコロナの影響で相談は少なかった。小規模事業者から事業承継の相談があった場合、まずは承継するための経営を立て直す必要があり、借入金の問題/資金改善/販路開拓/BCP等の経営支援をまず実施している。

●ミラサボ専門家派遣の有料化もしくは支援回数減になった場合、どう考えるか？

小規模事業者の支援において、支援の有料化はその事業者の成長を止めてしまうと考えている。資金力に余裕がある中規模企業にとっては、それほど大きな負担にならないかもしれない。支援の有料化対応は、企業規模などで分ける必要がある。基本的にはミラサボ専門家派遣には、あくまでも小規模事業者の無料のステップアップツールというスタンスに徹してほしい。

●ミラサボ専門家派遣制度へのご要望

特にIT関連では昨今、テクノロジーの進歩や市場変化が激しく、要求されている支援内容もどんどん高度化されている。専門家には自らのスキル向上に励んでいただき、新しい技術動向への対応について積極的に行っていただきたい。

●システム関連のご要望等(操作面、機能、地域PF検索画面でのメールアドレス公表について等)

当機関では派遣件数が非常に多いためかなりの頻度で検索するが、ミラサボ画面での検索確認の表示数が10件しかない。過去全体の支援実績の確認作業が困難なため表示数を増やしてほしい。また、企業検索を検索する場合、屋号・代表者等が半角で検索できないので改善してほしい。

No.2

拠点 中国

支援機関区分： 商工会連合会・商工会

●自機関の相談対応業務に占める専門家派遣事業の位置づけ

ミラサボ専門家派遣利用数： 171件

まずは窓口である各商工会が事業者の相談にのっている。そこから専門家を派遣した相談件数は現段階でミラサボ以外も含めて230回である。商工会の相談員が相談されている件数は膨大で把握しきれていない。県の専門家派遣制度についても補助金がついているので無料である。商工会独自の専門家派遣もあり、どの制度を使うのかというのは商工会独自のもの、県の制度、ミラサボという使いやすさで判断している。また専門家派遣の開始時期にもどの専門家派遣を使うのかという判断をする。今年度の派遣件数が少なくなっているのは、コロナで専門家派遣を自粛していたことが影響している。

・上位課題：①販路拡大：130件、②IT：17件、③その他の経営課題：7件

・注力課題：IT活用：17件

●ミラサボ専門家派遣の同行、事業者へのフォローアップについて

支援時の同行は商工会の相談員が実施している。連合会の担当者が同席するという事はない。連合会は報告書と支援の内容を確認し、相違がなければ支援の承認している。商工会の相談員には派遣時間や場所などについて都度確認を行っている。同行できなかった場合の報告は担当指導員が専門家に連絡（電話やメール）などで支援内容の確認を取り、本部である連合会に報告がなされている。

●ミラサボ専門家派遣事業を利用した効果

以下、効果的な事例が報告された。SNS を活用した販路開拓やチラシ・HP の訴求について支援を受け、新規顧客・売上増加につながった。コロナ禍において飲食業では来店客数減少や営業時間短縮の影響でテイクアウト事業についてのノウハウの支援を受けた結果、売上の確保が可能になった。EC サイトの商品写真をレベルアップするため写真撮影方法の支援を受け、「商品の特徴を的確に伝えること」や「商品を買うと得られるメリットを伝えること」が実現できアクセス数が増加した。対面型営業が困難な状況でWEB 会議機能を活用した営業提案についてご教授いただき、コロナ禍での対策に講じることが出来た。

●IT導入に係る課題について

IT導入に係る経営課題は全体的に少ない。今年度の事例としては原価管理ソフトの活用（指導工事案件の入力確認・支援指導・日報入力・月末処理）により、社内運用ルールや体制が強化された支援があった。また、原価管理システムを導入し、予実管理（建設業部門の人件費を勘案した原価管理）を行い、全従業員にコスト意識を持たせ収益改善につながったケースも報告されている。事業者とは経営相談時にヒアリングをしっかりと行い、本来の趣旨である「生産性向上」や「人手不足解消」などにつながるもののみITとして扱うこととしている。

●事業承継に係る課題について

そもそも当地では事業承継に関する相談件数が少ないのではないかと見える。相談があった場合は各商工会での相談対応やミラサボを利用することもあるが、具体的な取り組みとなった場合は、事業引継支援センターや事業承継ネットワークと連携して対応している。

●ミラサボ専門家派遣の有料化もしくは支援回数減になった場合、どう考えるか？

金額にもよるが有料になるのは悪いことではないと思う。回数減になった場合は困る。1回目の支援時は専門家が事業者から聞き取りをし現状把握で終わってしまうのが常であり、2回目以降で具体的な支援につながっているというケースが多い。

●ミラサボ専門家派遣制度へのご要望

支援機関で登録を希望する専門家の面談を実施しているが、判断基準をどうしたらいいのかわかってしまうところがある。次回から「中小企業119」になることにより、再度登録を希望する専門家と面談を行わなくてはいけないのは年度末という時期でもあるため、いまだに次年度のアプリなどが不明であり専門家派遣がどうなるのか手続きはどうするのかなどの説明会日程が決定していないということは不安である。

●システム関連のご要望等(操作面、機能、地域PF検索画面でのメールアドレス公表について等)

現在のミラサボへの申請、登録、報告など記入項目が多く手間がかかって困っている。

No.3

拠点 中部

支援機関区分： 商工会連合会・商工会

●自機関の相談対応業務に占める専門家派遣事業の位置づけ

ミラサボ専門家派遣利用数： 64件

県の専門家派遣制度の費用は会員数に応じて予算がつくため、商工会が負担する。3回の支援までは無料だが越えそうな場合はミラサボ専門家派遣制度と併用している。ミラサボは去年と比べて相談件数が10件ほど増えている。当地は観光業が主力産業であるためコロナの打撃は非常に大きく、支援を必要とされる事業者が多かったことに起因している。

・上位課題：①IT：60件、②ものづくり：3件、③販路拡大：1件

・注力課題：IT活用：60件

●ミラサボ専門家派遣の同行、事業者へのフォローアップについて

同行できなかった場合は直接事業者の元へ出向いて聞き取りをしたり、支援後に事業者と専門家に電話でヒアリングをして内容確認を実施している。相談員が同行できない場合は必ず電話や事業者に赴いて内容を確認をしている。専門家も地域周辺の方が多く、密にコミュニケーションを図り、支援の実態はすべて把握するよう心掛けている。

●ミラサボ専門家派遣事業を利用した効果

サトウキビを使った商品開発で支援を利用した事例がある。補助金の申請から商品開発など多岐にわたって指導いただき事業者から感謝されている。目標ターゲットを富裕層にするという案もアドバイスしてもらい今後のビジネスに繋げていただいている。

●IT導入に係る課題について

コロナの中で情報発信をしていくという支援で利用している。SNSやYouTubeでの支援例があり、実際に宿泊業を一人でやっている事業者には、IT活用を通して人手不足解消が実現され業務効率化の恩恵を受けたという事例がある。

●事業承継に係る課題について

情報を吸い上げて、中小企業・小規模事業者の事業引継ぎの課題解決の支援を行い、スムーズな事業の引継ぎを図る事業引継ぎ支援センターに紹介をしている。また、産業支援センターより月に2回来訪してもらい、よろず相談を設けている。

●ミラサボ専門家派遣の有料化もしくは支援回数減になった場合、どう考えるか？

有料化は実施されると困る。零細企業が多数存在するため、商工会の相談員では到底解決できない事案もあるため、費用を事業者負担することになると相談は減ると思う。

●ミラサボ専門家派遣制度へのご要望

支援機関が同行をした場合、終了時刻まで同席していなくてはならないのか。

●システム関連のご要望等(操作面、機能、地域PF検索画面でのメールアドレス公表について等)

事務局から様々なメールが送信されるが、支援機関宛てメールアドレスが一つだけだと連絡が来るたびに担当者たちに振り分けしているので不便だ、複数アドレスを登録できないものか。

No.4

拠点 近畿

支援機関区分： 商工会議所

●自機関の相談対応業務に占める専門家派遣事業の位置づけ

ミラサボ専門家派遣利用数：125件

コロナ関連で使える補助金、融資についての相談が多いが、全体では去年より相談件数は減っている。事業者の相談はまず職員による窓口での経営相談などから始まる。その結果、専門家による高度な支援が必要と判断した場合に、エキスパートバンク又はミラサボ専門家派遣の申請を行っている。個別にエキスパートバンクがあるが、回数は決まっていないものの、一事業者につき1回の利用としているため、相談回数が増えそうなもの、または担当相談員ではカバーできない専門的な相談ではミラサボ専門家派遣を利用している。

- ・上位課題：①IT：81件、②販路拡大：36件、③創業：7件
- ・注力課題：IT活用：81件

●ミラサボ専門家派遣の同行、事業者へのフォローアップについて

当機関の相談員は3名と少なく人員が限られていることや窓口での経営相談や事務処理に支障をきたすため支援の同行はしていない。ただし、事業者の状況は普段から把握しており、専門家に対しても実績報告書を見て聞き取りを実施している。また、従事証明承認の際にも相談内容、進捗状況、次の支援のことなどを聞くように心掛けている。

●ミラサボ専門家派遣事業を利用した効果

ミラサボ専門家派遣を行ったことによる具体的な効果測定はできていない。しかし無料の相談であることが、事業者が相談に至るハードルを下げていて、結果として事業者支援につながっていると考える。

●IT導入に係る課題について

IT導入に関してはほとんどの相談がSNS・HPの整備、ECサイトの立ち上げなどが主である。従来は企業内でSNS等についてルールを決めておらず、専門家の支援を受けた結果、社員にも情報が共有され運用ルールや役割分担が明確になり効率的なオペレーションが実現された事例があった。生産性向上はIoT視察会や各種説明会を行っているが、中小企業においてはまだまだ戸惑いの段階であり、気づきの場を設ける必要があるレベルである。

●事業承継に係る課題について

当機関内に事業引継ぎ支援センターがあるため、基本的に事業承継の案件は事業引継ぎ支援センターが担当している。

●ミラサボ専門家派遣の有料化もしくは支援回数減になった場合、どう考えるか？

有料になると利用者は確実に激減するだろう。無料だから利用している事業者がほとんどである。また、有料になって料金の回収まで支援機関の負担となると、現状でも事務処理を負担に感じているので、これ以上の協力は困難になる。

●ミラサボ専門家派遣制度へのご要望

ミラサボ専門家派遣は事業者にとっては使いやすく良い制度と考えるが、支援機関にとっては事務処理の負担が多いと感じている。支援機関の負担を軽減していただきたい。

●システム関連のご要望等(操作面、機能、地域PF検索画面でのメールアドレス公表について等)

ミラサボ専門家派遣の会員登録、企業情報を1ステップで済むように改善してほしい。

●自機関の相談対応業務に占める専門家派遣事業の位置づけ

ミラサボ専門家派遣利用数： 76件

IT関連の相談等、当機関の経営指導員が対応できない支援はミラサボ専門家派遣を活用している。例えば、販路拡大や創業等の一般的な課題でも単純に計画を作ることだけであれば、当機関の経営指導員だけでも十分対応できると思うが、計画を具現化するためにはやはりプロの専門の先生の力が必要と考えている。支援の方針やミラサボ以外の制度との選択は個々の経営指導員に委ねている。

・上位課題：①販路拡大：48件、②IT：27件、③知的資産：1件

・注力課題：IT活用：48件

●ミラサボ専門家派遣の同行、事業者へのフォローアップについて

今年度は新型コロナウイルスの感染防止の観点からに同行はしないこととしたため、昨年と比較して同行率が下がっているのはそのためである。3月の年度末まで「同行しない」というルールには変更はない。ただし、派遣している専門家および事業者からは支援の開始と終了の時間に電話連絡をもったり、実施内容について電話でヒアリングを実施することは商工会議所として徹底している。

●ミラサボ専門家派遣事業を利用した効果

専門家を派遣して評判が悪ければ、商工会議所の信用は落ちると考えているため、専門家の選定については一番気を遣うところである。新規事業者からの相談の半数程度が過去にミラサボ専門家派遣の支援を受けた事業者からの紹介（口コミ）であることから、支援を受けた事業者の満足度の高さがうかがえる。

●IT導入に係る課題について

当機関としては、IT事業を重点課題としているため、継続的にIT経営活用塾やセミナーを行っているが、小規模事業者に関しては、ITを導入して業務改善を図りたい等の話はほぼ入ってこない。現状、相談の中で指導員からIT導入を切り出して、提案をさせていただく場合がほとんどである。

●事業承継に係る課題について

事業引継ぎ支援センターに取り次ぎ対応をすることとなっている。昨年度から変更がない。

●ミラサボ専門家派遣の有料化もしくは支援回数減になった場合、どう考えるか？

過去に県の専門家派遣制度（初回無料、2回目有料）の担当をしていた際、初回の利用に対して、2回目を利用する事業者の割合が1割程度にとどまった。おそらくミラサボ専門家派遣を有料化した場合でも、同様の結果になると思う。

●ミラサボ専門家派遣制度へのご要望

現状で特になし。

●システム関連のご要望等(操作面、機能、地域PF検索画面でのメールアドレス公表について等)

次年度からシステムが変わると聞いており、新しいものを使用するために登録をすでに実施済である。

●自機関の相談対応業務に占める専門家派遣事業の位置づけ

ミラサボ専門家派遣利用数： 114件

「エキスパートバンク」（利用料金無料・利用回数上限5回まで）を主に利用している。経営課題がこの「エキスパートバンク」で賄えるものであればこちらから使用し、それ以外の専門家がふさわしい場合はミラサボを利用するという位置づけである。また、他県の事業者には「エキスパートバンク」には対応できないためミラサボを利用している。「販路開拓」に特化した専門家が「エキスパートバンク」の中で少ないため、当機関では必然的にミラサボを使い支援を受けているため、上位課題としてあがっているのではないかと考える。

・上位課題：①販路拡大：50件、②創業：21件、③IT：16件

・注力課題：IT活用：16件

●ミラサボ専門家派遣の同行、事業者へのフォローアップについて

相談員の通常業務に支障をきたすため、毎回同行するのは困難である。そのため、同行できなかった場合は相談員が報告書を必ず確認し、場合によっては専門家及び事業者が来所し、支援内容、進捗、次回支援が必要かなど確実にフォローする体制は確立している。支援回数を絞りこんでいるため十分な対応はできている。

●ミラサボ専門家派遣事業を利用した効果

事業者にとっては当機関の支援とミラサボ専門家派遣の支援での区別は特に意識されずに専門家支援を受けている。専門家派遣による効果測定は難しいが、効果が見えやすい例として、今年度はコロナの影響で教室などを運営していた事業者がオンライン授業などに切り替えるための動画撮影の手段や手法などの相談が多くなっており、助かったという声をもらっている。

●IT導入に係る課題について

当機関ではITスペシャリストの相談員が1名いるため、クラウド化やレジと会計ソフトを連動させるための支援などは対応できている。このような課題以外でのITを使った支援でミラサボを利用することが多くなる。例えば、コロナ禍ということもあり飲食店などは商品販売方法を変更しなくてはならないという販路拡大課題によるネットショップの運営方法や準備などの支援実績があった。

●事業承継に係る課題について

大阪府事業承継ネットワークのブロックコーディネーターがおり、月に4回当機関にて相談を受けている。当機関でも関連のセミナーを実施している。セミナーでは「事業承継」というテーマを明白にしてしまうと敬遠されてしまうため、経営者向けセミナーとして様々なテーマを用意し、セミナー時にアンケートに回答していただくなど事業承継に落とし込めるような仕組みをつくっている。入手した情報より、当機関で「事業承継」の掘り起こしをしている。

●ミラサボ専門家派遣の有料化もしくは支援回数減になった場合、どう考えるか？

よりチャレンジする事業者に支援を集中させることは有効であり、有償支援は税金の正しい使い方としては良いのではないかと考える。「中小企業デジタル化応援隊事業」というものを行っているが、これは相談に1時間500円が発生する。まずは当施設の指導員に相談し、専門家を派遣するというステップを踏むのであるから、相談するステージにより有料となるのは問題ないかと考える。

●ミラサボ専門家派遣制度へのご要望

今回のシステムでは改善されると思うが、相談時に写真を撮ってミラサボに添付する、入力された時間の確認などを実施し承認するなど、支援を受けるための事務手続きが多すぎる。支援機関に対して国から支払いが無いなかでこの事務量はもう少し削減できないか検討していただきたい。また、専門家の処理が怠っているために謝金が出ないものに対して支援機関が声がけをするのはいかがなものかとも考えている。専門家が処理すべきことや提出すべき書類も提出期限を明確に定め、それを過ぎたら支払いはしないなどペナルティを科してもよいのではないかと考える。また事務が煩雑でそもそも不備が出ないような仕組みを検討いただきたい。

●システム関連のご要望等(操作面、機能、地域PF検索画面でのメールアドレス公表について等)

できるだけ早く新しいシステムはどのようなものであるかを知りたい。専門家派遣事業は単年度で行っているものであるというのは理解しているが、2・3月が中小企業にとって決算もあり次年度に向けて支援を受けたいと言ってくる時期である。そのため、2月で専門家派遣が終了してしまうのではなく、中小企業が最も望む3月も支援を受けることができるように検討してほしい。

No.7

拠点 北海道

支援機関区分： 商工会議所

●自機関の相談対応業務に占める専門家派遣事業の位置づけ

ミラサボ専門家派遣利用数： 87件

ミラサボ以外の専門家派遣制度（北海道独自のものや補助金が絡むもの）などは必ずしも新年度開始と同時に申請できず専門家派遣の時期が遅れることがある。その点ミラサボは新年度早々から利用可能なため優先的に使用している。また、ミラサボはありがたいことに本州からも専門家を派遣できることや幅広い分野でのエキスパートが揃っているためニッチな経営課題についても対応可能であり使用頻度が高い。

・上位課題：①販路拡大：26件、②IT：20件、③創業：19件

・注力課題：IT活用：20件

●ミラサボ専門家派遣の同行、事業者へのフォローアップについて

コロナ禍であるため同行できていないケースはあった。今年度同行率はかなり低いが、同行できなかった場合には専門家及び事業者から支援内容・支援開始/終了時刻の報告を適宜メールや電話で報告を受けている。フィードバックを受け、支援の進捗、問題点の把握、今後の支援の有無などをフォローしている。ミラサボのシステムへの支援時間の入力失念が何度かあったため(誓約書が必要なケース)、再度入力について失念なきよう周知徹底いただくことを事務局よりお願い申し上げた。

●ミラサボ専門家派遣事業を利用した効果

コロナ禍での事例として、従来は対面でセミナーを実施し、配布物も紙であった事業者が、オンラインセミナーや紙のツールをパワーポイントに様式変更するなど、デジタル化に移行するための支援を受けた。専門家からの指導がなければ、オンラインセミナーの手順や必要な準備物も分からず、非常にありがたかったという声をいただいている。

●IT導入に係る課題について

小規模事業者は相対的にITリテラシーが低く当商工会議所でも各種セミナー（例：企業にシステムを導入するには・MS OFFICEの使い方を学ぶ・テレワークの実施方法など）を行っているが、スキル向上に至っていないのが現状である。従って、課題自体は生産性向上や働き方改革に繋がる支援はなく、ホームページやSNSの実施方法などの支援が多くなっている。

●事業承継に係る課題について

今年度件数は延べ6件の実績があった。例えばある店の店長が自立して支店としてではなく自分の店にするためにはどのような手続きや書類が必要かといった支援を専門家に相談し解決するというものであった。第三者への承継としてのM&Aなどの相談はほとんどない。仮にあったとしても事業引継ぎ支援センターに依頼することになると思う。今後、このコロナ禍である企業を廃業するのではなく別の人に引継ぐにはどうしたらよいのかという相談は増える可能性が高いと考えている。

●ミラサボ専門家派遣の有料化もしくは支援回数減になった場合、どう考えるか？

市内の専門家をお願いするにはさほど影響がないと考えるが、本州など遠方から当地に専門家を派遣するとなると、依頼件数は少なくなると考える。

●ミラサボ専門家派遣制度へのご要望

専門家派遣に当たって、事業者と面談をし専門家派遣の可否判断するというステップを踏まなくてはいけないのは負担がかかる。コロナ禍なので緩和されたとはいえ、面談するのが難しい状況にある。今でこそ慣れてはきたが、経営相談時の写真を撮って報告書を確認して承認するという事務作業が煩雑であり大変である。

●システム関連のご要望等(操作面、機能、地域PF検索画面でのメールアドレス公表について等)

零細企業などはITリテラシーが低く、まず個人登録のあと企業登録してそれを連結させるというステップが難しく、自身の登録をただで満足してしまっているようだ。支援機関としても案内のPDFを渡し実施するようにお願いしているが、なかなかうまくいかない現状があった。新システムでは事業者の負荷が減るとは聞いているが不安である。ただ、無料で専門家を派遣するためにはこのステップを踏まなくてはいけないというのはいたしかたないのかなと考えるところもある。

●自機関の相談対応業務に占める専門家派遣事業の位置づけ

ミラサボ専門家派遣利用数：69件

専門家派遣についてはミラサボ専門家派遣のほかに県からの補助金で専門家を派遣するエキスパートバンクという制度がある。第一回目は県の制度を使うようにしているが、二回目以降の利用が有料になるため、さらに相談が必要な場合はミラサボ専門家派遣を勧めている。相談先の一つとしてミラサボがあるという認識。事業者が最初からミラサボ専門家派遣を使いたいということであれば紹介している。

・上位課題：①IT：47件、②販路拡大：10件、③雇用労務：7件

・注力課題：IT活用：47件

●ミラサボ専門家派遣の同行、事業者へのフォローアップについて

同行しないといけない、という認識であるため、100パーセントの同行率になっている。土・日はなしで平日も業務時間内に実施するよう派遣スケジュール調整するよう指導している。同行率をキープするため商工会議所としての業務が疎かにならない程度に派遣件数をコントロールしている。

●ミラサボ専門家派遣事業を利用した効果

特段の効果のフィードバックは目に見える形ではいただいてないが、経営指導員として効果があると確実に認識している。

●IT導入に係る課題について

自機関でもITによる業務効率化をテーマにセミナーを開催しており、受講者の満足度も高い。しかし現状ではSNSやHP、ECなどでの販路拡大に関する支援がほとんどで、本格的なIT導入による生産性向上に取り組んでいる事業者は少ない。IT導入となると業務の棚卸しから始まるため、支援に時間がかかり、支援回数が5回に増えることは良い。

●事業承継に係る課題について

相談に対しては主に事業承継ネットワークや事業引継ぎ支援センターで対応している。国の方針に沿い、会議所としても事業承継セミナー開催などに取り組んでいる。

●ミラサボ専門家派遣の有料化もしくは支援回数減になった場合、どう考えるか？

県の専門家派遣は1回目無料で2・3回目は有料（事業者1/3負担）だが、現状は1回目だけの利用にとどまり、2回目以降の対応は無料であるミラサボ専門家派遣で対応しているケースが多い。事業者にとって、有料での専門家派遣の利用は難しいだろう。支援機関が料金回収の手間を負うのであれば、支援機関として確実に利用しなくなるだろう。仮に有料にするなら、あえて支援機関を介さずに、事業者が直接ミラサボで専門家派遣を申し込めるようにしたほうが良い。

●ミラサボ専門家派遣制度へのご要望

専門家派遣そのものは良い制度だと思う。しかし申込みから事務手続きが煩雑で、支援機関に負担が多いのでそれを解消してほしい。同行しなければいけない、ということで同行しているが、本来の商工会議所での業務以外の負担の多いため支援機関にとっては何のメリットもない。

●システム関連のご要望等(操作面、機能、地域PF検索画面でのメールアドレス公表について等)

知らない専門家の素性、バックボーンがわからないので依頼しにくいことがある。逆に企業からの専門家を逆指名することが全面的に禁止されているが、ルールをきちんと守り公正に専門家制度を利用しているケースには認めるなど再考を要望する。また専門家の評価も公開するか否かでいつも悩んでいる。非公開だと何かあるのではないかとと思われるので公開にすると結局は評価を最高の「5」につけざるを得ないので無意味な評価だと思う。

●自機関の相談対応業務に占める専門家派遣事業の位置づけ

ミラサボ専門家派遣利用数：90件

ミラサボ専門家派遣は年に3回まで無料であるため、最初にミラサボの利用を事業者に勧めている。それでも支援が足りない場合は有料になるが県のアドバイザー派遣があるので利用してもらっている。当地では超精密部品加工の会社が多く点在している。コロナの影響で当該業界の不振が関連企業にも響き受注量が下がったことは大きな痛手である。このような状況において当機関への相談件数は顕著に増えている。

・上位課題：①IT：17件、②販路拡大：9件、③ものづくり：8件

・注力課題：IT活用：17件

●ミラサボ専門家派遣の同行、事業者へのフォローアップについて

同行が基本であることは承知しているが、事業者によってはコロナ禍なので遠慮してほしい、と言われることがある。相談員が週に2日出勤なので、新しい企業開拓に時間を割かれ、同行できないことがある。同行できない場合は終了時に事業者には電話をかけ、内容確認と次回支援の確認をしている。

●ミラサボ専門家派遣事業を利用した効果

ある企業でISO9001を認証取得することを課題に掲げていた。ミラサボを年度を跨り6回、さらに県のアドバイザー支援を併せて利用することにより厳格な審査をパスすることができた。ミラサボ支援が無料であったことより、ISO取得までの費用は県のアドバイザー支援の40,000円強で、本来ならコンサルタント費用が200万円かかるところを費用を大きく削減でき、効率的に取得できたことは大きな効果であったと思う。

●IT導入に係る課題について

相談員の中にプログラマー出身者と、かつてミラサボの専門家をしていた経歴を持つという2名のITスペシャリストが在籍している。当機関では生産性向上を含めてIT活用の支援をしている。支援によって人事評価システムや原価計算等の企業経営に生かされている。また、セミナーは当機関で年5回、それぞれの担当者の強みを生かして開催している。

●事業承継に係る課題について

地域経済の維持・発展のためには廃業を食い止めることが必要であり、当機関の経営相談員が企業訪問をして、高齢の経営者にお会いするときには事業承継について積極的にお声がけしている。ミラサボでは支援がゼロであるが、掘り起しをして、よろず支援拠点のコーディネーターに繋いでいる。

●ミラサボ専門家派遣の有料化もしくは支援回数減になった場合、どう考えるか？

金額にもよるが、企業の負担にならないようにしてほしい。コロナ禍で財政が逼迫をしている企業もあるため、無料をできれば続けてほしい。

●ミラサボ専門家派遣制度へのご要望

不正を防止する意味で運用が厳格化しているのは理解しているが、支援開始・終了時間の入力をプラスマイナス20分の間に登録というのを延ばしてほしい。写真の添付と同じ3日以内にしてもらえるとありがたい。また、派遣申請において依頼日が3営業日前になっているが2日に短縮できないか検討してほしい。

●システム関連のご要望等(操作面、機能、地域PF検索画面でのメールアドレス公表について等)

システムに登録する際、企業登録だけ実施して連結を忘れる企業が多いためステップを簡素化してほしい。専門家が些細な変更をした場合でも支援機関が承認しなくてはならず、その対応に時間を取られる。

●自機関の相談対応業務に占める専門家派遣事業の位置づけ

ミラサボ専門家派遣利用数：52件

当機関で対応できない案件や、専門的な知識が必要な案件の場合には県独自の専門家派遣制度とミラサボ専門家派遣を平行して利用している。基本はミラサボを優先的にお勧めしている。ちなみに県の制度は専門家への謝金と交通費の半額を事業者負担、最大10回までの利用が可能であるが、申請書・報告書等は簡素化されているので使いやすい利点はある。

- ・上位課題：①販路拡大：26件、②経営革新：16件 ③IT/ものづくり：3件
- ・注力課題：IT活用：3件

●ミラサボ専門家派遣の同行、事業者へのフォローアップについて

初回の派遣時には必ず同行するようにしている。支援開始・終了時刻登録・支援時の写真登録を事業者が確実に行うためのサポートの役割もあり必須としている。同行できないときのフォローアップに関しては、支援終了後に事業者と専門家に必ず連絡を取り、支援内容及び進捗確認を行うようにし、今後の支援継続の必要性を検討するようにしている。当機関のミラサボ専門家派遣に携わる相談員には徹底している。

●ミラサボ専門家派遣事業を利用した効果

効果を求めるなら単年支援や数で言うなら3回は少ないと思う。数か月で効果が出るものではない。うまくいった例として某ピアノ研究所の例が挙げられる。本来はピアノ教室であり、ご家族が別に催事場で婦人服の販売をされていたが、コロナで販売がうまくいかないということで、ピアノ教室の傍らで販売もされるようアドバイスをいただいてピアノ教室とブティックのシナジー効果が顕著に表れた事例であった。

●IT導入に係る課題について

まだIT活用に頼るより人の活用を重要視する傾向がある。ITを導入することで、人手不足や生産性向上など、働き方改革に繋がるような支援依頼はない。相談内容のほとんどは、HP作成やSNS活用についてである。また、人手不足の問題は深刻ではあるが、人手不足の解消には、ITを導入することで解決するより外国人を教育し、定着させていこうと考えている事業者が多い。しかし、今後ITを導入し、人手不足や生産性向上させていくことは非常に大事であると考えており、関連したセミナーなども年に数回開催している。関心を寄せ、参加する事業者も少しずつ増えている状況にある。

●事業承継に係る課題について

事業引継ぎ支援センターとプッシュ型事業承継ネットワークがあり、当機関が受け皿になって活動している。相談者に対するマッチングがあり、事業承継自体は短期間では解決できない問題のため支援も時間と労力もかかる。そもそもミラサボでの支援は想定にない。

●ミラサボ専門家派遣の有料化もしくは支援回数減になった場合、どう考えるか？

ミラサボ専門家派遣が有料化になった場合は活用頻度は減ると考える。企業が初めて専門家を使う場合、マッチングを含めてミラサボを使っている状況である。それが有料になれば、使う必要もなくなるし、確実に回数は減ると思う。

●ミラサボ専門家派遣制度へのご要望

IT活用を除き、支援の回数が3回というのは少ない。また単年度支援では成果を追うことは大変難しい。長期的な視点からもう少し回数を増やすか、会計年度を跨いでの支援が必要と考える。

●システム関連のご要望等(操作面、機能、地域PF検索画面でのメールアドレス公表について等)

システムの入力がわかりづらい。そのためにミラサボを敬遠される事業者がいた。会員登録と企業登録の2回もしなくてはならず、それがネックだと思う。

●自機関の相談対応業務に占める専門家派遣事業の位置づけ

ミラサボ専門家派遣利用数：32件

今年度は新型コロナウイルス感染拡大の影響で県の専門家派遣の開始が遅れたこともあり、まずはミラサボを使ってその後に県の専門家派遣制度を使用するようにした。県の専門家派遣は相談内容の区分が3つにあり事業者の費用負担が異なる。コロナ禍ではあるがミラサボ専門家派遣を利用した支援はすべて対面で行っている。

- ・上位課題：①IT：16件、②ものづくり：10件、③その他の経営課題：3件
- ・注力課題：IT活用：16件

●ミラサボ専門家派遣の同行、事業者へのフォローアップについて

基本的に同行するようにしている。一部同行がほとんどであるが、途中退席した場合は終了時刻の確認・支援内容などは相談員が専門家と電話などでコンタクトを取り、フォローを行っている。また、支援の進捗管理を行い、次の支援が必要かどうかの判断も行っている。同行できないケースでも同様な対応を全相談員が徹底している。

●ミラサボ専門家派遣事業を利用した効果

すでに自社ホームページやSNSなどで発信を行っていた企業であったが、連動制がなかった。情報が古いものとなっていたため、WEBマーケティングにつながるような見直しを行い、若年層を取り込むための魅力的なホームページ改修を企業の考えを盛り込んだ状態で行うことができた。県内の専門家ではここまで知識やテクニックを持つ専門家が探せなかったため非常に助かったという声をいただいた。

●IT導入に係る課題について

コロナ禍のため、在宅勤務をしながらクラウドを使って経理処理ができるようなシステム作りを行い、効率化をはかることができたという支援があった。当県は東京ほど在宅勤務が多くはないが、県民の働き方とその考え方が変わってきていると見受けられ、今年度は動画作成支援やWEB会議でのセミナー実施方法などの専門家支援依頼があり、これらは人員削減など働き方改革につながる支援であったと考える。

●事業承継に係る課題について

当機関に事業引継ぎ支援センターや事業承継ネットワーク事務局があり、事業承継に係る相談があれば連携を取って引き継ぐようにしている。

●ミラサボ専門家派遣の有料化もしくは支援回数減になった場合、どう考えるか？

有料になれば使い勝手が変わるのは間違いない。「とりあえず専門家に聞いてみよう」という軽い相談は無くなると考える。また、個人事業主は有料となると創業以外での支援を必要としている事業主は相談しなくなるのではと思う。有料になってみないとどうなるのかは不明だが、専門家を派遣し支援を受ける姿勢が今以上に真剣なものになるのではないかと考える。

●ミラサボ専門家派遣制度へのご要望

今年度はコロナ禍ということもあり、特にITに関わる支援が多かった。当機関で解決できない専門性の高い課題に対応していただき、ミラサボの利用を通じて専門家と繋がりができて感謝している。

●システム関連のご要望等(操作面、機能、地域PF検索画面でのメールアドレス公表について等)

特になし

●自機関の相談対応業務に占める専門家派遣事業の位置づけ

ミラサボ専門家派遣利用数： 210件

当機関では数名が総合的な相談窓口を担当しており、経営課題の相談はまず当機関内で解決を試みる。ビジネスマッチングや事業承継、M & Aは専門部署で対応している。内部対応できないものをミラサボ専門家派遣などの外部機関へ依頼している。相談全体の約1割ほどが外部への依頼になる。主に販路開拓やIT関係などの支援でミラサボ専門家派遣を利用している。これまでミラサボ専門家派遣を利用してきた中で、すでに当機関内での課題別専門家ネットワークはできているので、派遣する専門家のパターンは構築できている。

・上位課題：①IT：136件、②販路拡大：44件、③創業：18件

・注力課題：IT活用：136件

●ミラサボ専門家派遣の同行、事業者へのフォローアップについて

本部担当者が営業店担当者より「専門家派遣依頼」を受けて、システム申請など事務処理を行っている。支援には職員の同行を原則としているが、事業者と専門家とのスケジュールを優先しているため、職員の日程が合わなかったり、信頼できる専門家でサポート内容を把握できているような場合には同行をしていないため同行率はかなり低いものになっている。同行できなかった場合のフォローに関しては営業店担当者が実施しているが、同行率も含めフォローアップ体制については具体的に改善をはかる必要がある。

●ミラサボ専門家派遣事業を利用した効果

創業をテーマに将来の計画・目標を明確に定められるようにしたいと派遣利用があった。専門家よりコンセプト、設備、運営方法はもとより、長期的な視野に立った経営方針・事業計画等の策定支援、熱心なアドバイスにより成功裡に美容室の開業につながったことが効果的な事例であったと認識している。

●IT導入に係る課題について

ホームページの作り方など、初歩的なITに対する相談は事業者同士が「ホームページを作ってほしい人」と「作ることができる人」でマッチングを実施し解決しているようだ。現段階では働き方改革につながるものは少なく、ホームページをどのように改善をしたら集客につながるのかといったような、販路拡大や販路開拓といった支援依頼が多いと感じている。

●事業承継に係る課題について

当機関内の別部署に事業承継の専門部署があり、そこで相談全体の約9割が解決している。外部のコンサル会社や事業引継ぎ支援センターに対応をお願いするケースもある。またM&Aに関しても通常の事業承継とは別に7名の担当者がおり事業者から相談が来た場合には営業担当者がその部門につなぐという仕組みができている。

●ミラサボ専門家派遣の有料化もしくは支援回数減になった場合、どう考えるか？

有料化を行うと申請件数は減と思うが、事業者の本気度は上がり制度の主旨としては正しいのではないかと。ただし、当機関の有料専門家派遣はあまり利用していない。金銭のやりとりが発生し、支援機関の事務手続などが増えるのであれば、有料化には容易に賛成できない。

●ミラサボ専門家派遣制度へのご要望

当機関本部の担当者として専門家と顔を合わせたことがあるのは数回のため、支援機関が専門家を選ぶという流れに戸惑いを感じている。支援機関として専門家の評判や強みなどを読み込む手間を考えると、事業者が専門家を選択していただくのが満足度につながるのではないかと考えている。また、支援機関としては事務局から届くメールが膨大でひとつひとつ解決をすることが大変である。

●システム関連のご要望等(操作面、機能、地域PF検索画面でのメールアドレス公表について等)

中小企業・小規模事業者だからなのかITリテラシーが低い方も多く、ミラサボ登録時の方法や、ログインなど基本的操作が難しいという声があり、事業者としての支援であるからこれらはもっと簡単にできるよう改善いただきたい。

●自機関の相談対応業務に占める専門家派遣事業の位置づけ

ミラサボ専門家派遣利用数：216件

当機関では対応できない課題については積極的に外部の支援制度を活用している。その中でもミラサボ専門家派遣は、専門家のラインナップも充実していること、専門家の機動力があること、ピンポイントの専門知識を持っている方が多い等の利点があるため他の専門家派遣制度に比べ活用頻度は高い。

・上位課題：①IT：175件、②販路拡大：22件、③経営革新：9件

・注力課題：IT活用：175件

●ミラサボ専門家派遣の同行、事業者へのフォローアップについて

営業店の地区別に相談者が担当分けされている。同行については事業者の営業担当が同席しているがすべての支援時間同席をするというのは難しく一部同行になっているケースもある。同行できない場合又は一部同行になった場合は営業担当者が訪問や電話で支援内容などの確認を行っている。ミラサボ専門家派遣支援はすべて社内のシステムに「コンタクト登録」をすることにより、営業担当者も本部担当者も支援内容や時間など確認することが可能である。ミラサボ利用が初めてであるという顧客に対しては支援確定時に事務局作成の「運用ガイドブック」を担当営業支店に郵送し営業担当が事業者をフォローした上で、支援開始できるように周知徹底している。

●ミラサボ専門家派遣事業を利用した効果

事業者より経営課題を営業担当者がヒアリングを行い、その解決策の一つとしてミラサボを利用している。効果検証は特に行ってはいないが、幅広い顧客ニーズに対応できる専門家派遣のため、ほかの専門家派遣制度に比べ、営業店担当者としても事業者への「提案ツール」としてのプレゼンスが高く、また事業者からは「無料で質の高い支援をうけることができた」という声もいただき、評価が高い。

●IT導入に係る課題について

SNS等を利用した販促等の相談が多い中、「原価管理ソフト」の活用とコンサルティング支援をした結果、従業員の残業削減などにつながり、生産性向上や働き方改革になったという支援もいくつかあった。評判の良い専門家や支援事例が出てくると営業店同士でも情報交換するので、その影響でこのケースの支援が増えている。

●事業承継に係る課題について

当機関内に事業承継サポートチームがある。また事業引継ぎ支援センターやよろず支援拠点にも事業承継の相談窓口があるため、事業者のケースによってどの部門に引き継ぐかという形式をとっている。ちなみに事業引継ぎ支援センターには当機関をはじめとした金融機関OB/OGが多数在籍しており、質の高い支援を受けられると聞いている。

●ミラサボ専門家派遣の有料化もしくは支援回数減になった場合、どう考えるか？

現状無料であるから、事業者にも紹介しやすく、利用回数が多くなっている。これが有料になったとしたら、利用件数も減ると考える。IT支援に関しては5回の支援回数でも少ないという声があるので、有料となっても回数減となっても困ってしまう。

●ミラサボ専門家派遣制度へのご要望

次年度から「中小企業119」に名称変更されるが説明会はいつ実施されるのか。慣れ親しんだミラサボの名前がなくなるの残念だ。新しい名称はどのような経緯で決まったのか。

●システム関連のご要望等(操作面、機能、地域PF検索画面でのメールアドレス公表について等)

当行の環境システムも影響があると思うのだが、ミラサボのサイトがとても重く、操作をしているうちに画面がフリーズしてしまったり、途中で画面が落ちてしまうことがあるので困っている。事業者がPC操作に慣れている方や専門家派遣を何度か利用しているのであればミラサボの登録など操作に関しては問題がないと考えるが、初めてミラサボを利用する事業者にとって登録そのものが難しいという声もある。

●自機関の相談対応業務に占める専門家派遣事業の位置づけ

ミラサボ専門家派遣利用数：222件

コロナの影響で事業者からの相談対応に関わる体制強化に取り組んできたことにより去年の倍以上、相談件数が増えている。ミラサボ専門家派遣制度は無料であり、専門家を決める際に目安となる評価があること、支援機関が直接選定し派遣できることがことが利点であると言える。他の専門家派遣では事務局が専門家を選定するため希望が通らないケースがある。そのためミラサボ専門家派遣制度を主に利用している。コロナ禍において飲食業やサービス業では売上が期待できない中、どのようにして販路拡大するか事業者自身で考えていることを具現化するための支援として専門家時派遣を活用するケースが多かった。

・上位課題：①販路拡大：160件、②IT：26件、③事業継承：12件

・注力課題：IT活用：26件

●ミラサボ専門家派遣の同行、事業者へのフォローアップについて

初めての専門家を派遣するときや、営業店の担当者が不慣れな場合には本部の担当者が同行する。2時間くらいの支援の場合は最後まで同席して、相談内容、支援進捗、次回の予定などもその場で決める。同行できなかったのはこれまで2回ほどであるが、その場合は事業者に当日の支援をヒアリングして内容の把握は実施している。支援当日に事業者がミラサボを操作するが、事前に事業者にログインできるか確認させたり、初めての担当者が付く場合は本部から事業者の元へ同行して必ずサポートすることを徹底している。

●ミラサボ専門家派遣事業を利用した効果

ある水産加工業者が経営改善を要する状況で特に売上管理の課題を抱えていた。在庫管理表、原価管理、製造日報の作成などに関するアドバイスを受け、事業者自身が成果物を作成した。一ヶ月分のデータを蓄えた後に、運用状況をヒアリングした上でブラッシュアップすることにより、正確な原価管理が可能になり、かつ、収支管理が迅速にできたことで原価計算に関する意識の向上及び経営の再建につながった事例があった。

また、コロナ関係では販路拡大に向けた施策として様々な補助金の紹介もしていただき、その結果、小規模事業者持続化補助金申請に繋がった事業者が80件ぐらいあり当機関としては成果があったと認識している。

●IT導入に係る課題について

働き方改革、生産性向上、人手不足解消などに直接関わる支援はなかった。コロナ禍で多くの企業でSNSやFacebookを有効に活用することにより、販路拡大に繋げるための支援は実施された。相対的にITスキルはさほど高くないため、TOOLを導入するまでの結果に進んだ事業者はいない。

●事業承継に係る課題について

当機関の地域サポート部で創業支援、本業支援、経営改善支援、事業承継支援すべてを担当しているため、事業承継の相談には対応できる体制はできている。ケースに応じてミラサボ専門家派遣と県の事業引継ぎ支援センターをそれぞれ使い分けて利用している。

●ミラサボ専門家派遣の有料化もしくは支援回数減になった場合、どう考えるか？

無料ということで利用されているので特に小規模事業者にとっては負担が大きいためかなり相談は減ると推測する。当機関はミラサボ専門家派遣に依存しているため大きな影響を受けると思う。

●ミラサボ専門家派遣制度へのご要望

当機関の今年度ミラサボ専門家派遣利用回数の順位(全国/県/支援機関属性単位)を知りたいので数字が確定した時点で教えてほしい。

●システム関連のご要望等(操作面、機能、地域PF検索画面でのメールアドレス公表について等)

特になし。

●自機関の相談対応業務に占める専門家派遣事業の位置づけ

ミラサボ専門家派遣利用数：171件

今年度開始時はコロナの影響もあり、支援自体を控えていた。県の専門家派遣制度は、無料で回数制限もないが、利用基準が厳しく、予算など制約があるなか、ミラサボ専門家派遣は通年安定して利用できる制度なので利用している。従って、ミラサボ専門家派遣を第一の位置づけにしている。しかし、相談内容が不明確な場合は、よろず支援拠点へ依頼するようにしている。

・上位課題：①IT：140件、②販路拡大：12件、③雇用労務：8件

・注力課題：IT活用：140件

●ミラサボ専門家派遣の同行、事業者へのフォローアップについて

今年度はコロナ禍ということもあり、同行を義務付けていない。はじめてミラサボの支援を受ける場合などは、営業店担当者が支援時同行するようには伝えている。支援時に同行できなかった場合は営業店担当者から事業者支援内容の確認を行い、本部からは専門家の報告書を印刷し郵送している。そこで、実施内容を共有し確実にフォローを行っている。

●ミラサボ専門家派遣事業を利用した効果

ITに関する素晴らしいスキルをもった専門家を派遣していただき、その方から支援をうけることができ非常にありがたいという声を事業者からいただいている。当機関では問題解決ができない課題もミラサボの専門家派遣制度を使うことにより事業者のサポートをすることができ助かっている。他の金融機関に先立って専門家派遣を取引先に提案し差別化を図るツールとして利用している。

●IT導入に係る課題について

コロナ禍ということもあり、主にネットショッピングの魅せ方や作り方などを専門家から支援いただいた。支援後は業務が効率化され他の業務への人員シフトも可能になり生産性向上につながりになっているのではないかと考えている。

●事業承継に係る課題について

当機関でも重要課題と捉えており、事業者からニーズを引き出したタイミングで営業店担当者は必ず本部に引き継ぎ、本部の担当者が事業者を訪問し対応している。たとえばミラサボの支援実施時に事業承継が課題として出くると本部が動くという図式ができている。ただし、長期的に支援が必要となりそうな案件は県のプッシュ型事業承継高度化事業の窓口を使っている。

●ミラサボ専門家派遣の有料化もしくは支援回数減になった場合、どう考えるか？

専門家を派遣するには費用が必要となると、今までよりは敷居が高くなると考える。ただし、一つの考え方として使用頻度が高い方は有料、初めて使用する方は無料といった方法や隔年でしか無料で専門家の派遣ができないなどの差別化を図るというのがあるのかなと思う。

●ミラサボ専門家派遣制度へのご要望

ITなど経営課題の需要が高いものについて支援回数を多くしてくださっているのはありがたいことである。課題解決のスペシャリストを無料で派遣いただける制度である上、不正防止の観点から「経営相談時と支援時の写真を撮って添付する」「支援開始・終了時刻を忘れずに入力する」などは仕方のないことであると思うし、現状その業務に慣れてきたところである。

●システム関連のご要望等(操作面、機能、地域PF検索画面でのメールアドレス公表について等)

特になし。

●自機関の相談対応業務に占める専門家派遣事業の位置づけ

ミラサボ専門家派遣利用数：176件

当機関では年金や相続に関する相談は契約している「弁護士」「司法書士」「税理士」「社会保険労務士」と行っている。その他の相談に関してはまずは「ミラサボ専門家派遣」を利用しその後、県の制度を使う流れとなっている。今年度はコロナ禍ということで、夏までは支援するか否か様子を見ていたが、当県でクラスター発生後10月以降このコロナの影響を受け支援を希望する企業が増大したことが理由である。県内では飲食店の営業時間制限などは設けてはいないが、外食の需要が非常に落ち込んでしまっているため、メニューを改善しテイクアウトにシフトしたいという希望が増えたという印象がある。

- ・上位課題：①IT：103件、②ものづくり：43件、③販路拡大：18件
- ・注力課題：IT活用：103件

●ミラサボ専門家派遣の同行、事業者へのフォローアップについて

初めての専門家や事業者の場合、営業店担当者だけではなく本部担当者も支援に同行することとしている。同行時はITにかかわる支援は開始時、途中のどこかのタイミング、終了時に同席しているが、課題がIT以外はすべての時間同席をしている。万が一同席できなかった場合でも、支援時間の確認は営業店担当者が訪問し確認を行っている。今年度、時刻登録失念が数件発生したが営業店担当者に対しては支援当日に事業者への登録フォローを周知徹底するよう指導していきたい。

●ミラサボ専門家派遣事業を利用した効果

理髪店がSNSを利用し、写真及び動画発信サービスをするための専門家派遣支援を受けたところ市内だけではなく、県外からも顧客が訪問するようになり成果があったとの声があった。他にも宿泊業を営む事業者が専門家から海外の旅行サイトを活用するようの助言を受け、一棟貸しの民宿を「AIRbnb（<https://www.airbnb.jp/>）」に登録を行ったところ海外からのアクセス件数や利用者が予想外に増え、非常によい結果をもたらした。

●IT導入に係る課題について

フレンチレストランシェフが支援を受け、ホームページのアクセス解析を実施し顧客ターゲットの絞り込みを行うことが可能となった。今までこの事業者はITには疎く、重要ではないとの考えではあったが、この支援により事業者の意識を変えることとなった。さらに新商品の開発を行い、ネット販売を実施するということまで至った。実際にはオーナーの娘たちがITのブレーンとなり販路開拓まで行きついたという非常に喜ばしい事例であると考えている。

●事業承継に係る課題について

相談を受けた場合は、県の事業承継ネットワークや商工会議所の事業引継ぎ支援センターに繋ぐようにしている。当機関にも相談はあるがその場合はミラサボを使用せず、前出の土業である方々に対応を依頼することとなっている。

●ミラサボ専門家派遣の有料化もしくは支援回数減になった場合、どう考えるか？

まずはミラサボ専門家派遣からスタートするという流れであるから、費用が発生するのは困る。支援時に専門家と事業者の会話から支援機関である我々が金融機関としてのヒアリングする以上の情報を得ることができるからである。事業者の経営課題から当機関のビジネスチャンスにつながるヒントが多々あるうえに、金融機関として新規顧客開拓ツールの一つとしてこのミラサボ専門家派遣制度を利用していると側面もあるからである。県の制度を利用するにも費用が発生するため、事業者に気軽に勧められない。

●ミラサボ専門家派遣制度へのご要望

専門家と連絡を取りたくても、ミラサボに専門家の連絡先が登録されておらず、困る場合がある。（何年も尽力くださっている専門家であっても、新しく支援をしてくださる専門家であっても登録していない人はしていない。）
無料でスペシャリストに相談できるこの「ミラサボ」のシステムはぜひこのままかわらず継続していただきたい。

●システム関連のご要望等(操作面、機能、地域PF検索画面でのメールアドレス公表について等)

システムを簡素化してほしい。写真や時間の登録など、支援前後でやるべきことが多く煩雑で困っている。

●自機関の相談対応業務に占める専門家派遣事業の位置づけ

ミラサボ専門家派遣利用数：175件

ＩＴ活用に関するものやデザイン面での支援など、当機関で対応できない課題については、ミラサボ専門家派遣を選択することが多い。別途利用可能な専門家派遣制度は最大支援時間が3時間だがミラサボは最長6時間あるのでじっくり相談することが可能である。費用の点からも事業者が謝金と交通費を3分の1負担しなくてはならないため無料のミラサボを優先的に利用している。

- ・上位課題：①IT：136件、②販路拡大：18件、③ものづくり：15件
- ・注力課題：IT活用：136件

●ミラサボ専門家派遣の同行、事業者へのフォローアップについて

できる限り同行するようにしているが、遠隔地などは同行が難しい状況にある。同行しても相談が終わるまで同席することはなく、最初の1時間くらい同席して退席することが多い。そのため、支援時写真の登録や、開始時間の入力是指示できても終了時間の入力は支援企業に任せるために忘れられることがある。同行できない場合には専門家と事業者から事後に電話で連絡をもらうように徹底しており、内容確認もしているためフォローアップの体制はできている。

●ミラサボ専門家派遣事業を利用した効果

特に目に見えて際立った効果はなかったが、ミラサボ専門家派遣を受けた事業者は、支援機関や自助努力では解決できない状況にあり、専門家の支援を受けた結果、活路を見出してくれることに有益な効果を感じている。

●IT導入に係る課題について

HPやSNSなどに関する相談では、事業者個人でも入手可能な情報は十分にある上、実務のできないミラサボ専門家派遣での回数増は必要ないと考える。反面、POSレジを導入し、クラウド会計と連動し、その後の販路拡大につなげるといったＩＴを利用した会計導入支援や生産性向上などの支援では5回になることは好ましい。働き方改革ということで、販路開拓で利用されている。ホームページの刷新、SEOでの利用もある。

●事業承継に係る課題について

事業承継に関する相談については事業承継ネットワークで対応することが多い。実施機関でもこの課題には力を入れており、支援予算もついているため、ミラサボ専門家派遣をあまり使っていない。時間的に急ぐ支援申請手続が必要な場合はミラサボ専門家派遣を利用する。

●ミラサボ専門家派遣の有料化もしくは支援回数減になった場合、どう考えるか？

ミラサボ専門家派遣の支援では、専門家が具体的な作業を行うのではなく、アドバイスに限られるため有料化は難しいと考える。現状では専門家のアドバイスにお金を払う感覚がある事業者もまだまだ少ない。専門家の支援レベルのばらつきも問題になるだろう。有料化するなら、実務的なサポートもお願いしたい。

●ミラサボ専門家派遣制度へのご要望

専門家により支援の差が大きいため、そのあたりの質やレベルをある程度揃えてほしい。ただ多様な専門家がいることはミラサボ専門家派遣のメリットと考える。

●システム関連のご要望等(操作面、機能、地域PF検索画面でのメールアドレス公表について等)

全体的に入力項目が多いためシステムを簡素化してほしい。検索する際にはオプションを増やしたり、キーワードを広げてほしい。

●自機関の相談対応業務に占める専門家派遣事業の位置づけ

ミラサボ専門家派遣利用数：124件

当機関での相談件数は年々増加傾向にあり、現在、コーディネーター9名で対応している。当拠点では、県内3ヶ所にサテライトを開設し、週2回（10:00～16:00）予約制で相談会を実施している。今年はやはりコロナに紐づいた相談が多かったと記憶している。コーディネーターで対応困難な経営課題は、県支援センターの専門家制度やエキスパートバンクなどの選択肢があるが、無料のミラサボ専門家派遣をメインで利用している。事業者からの主な相談内容はIT活用と販路拡大の2つである。

- ・上位課題：①IT：99件、②販路拡大：24件、③その他の経営課題：1件
- ・注力課題：IT活用：99件

●ミラサボ専門家派遣の同行、事業者へのフォローアップについて

支援が初めての場合はできるだけ同行するようにしているが、2回目以降はコーディネーターのスケジュールの兼ね合いで同行できていない場合がある。県内は山間部も多いため、片道2～3時間の移動を伴う同行は現実的に厳しい状況にある。同行できない場合のフォローに関しては専門家・事業者と連絡を取り、支援時間、支援内容、進捗管理、問題点、支援継続の有無の確認を徹底している。

●ミラサボ専門家派遣事業を利用した効果

今年度は学習塾やエステティックなど対面をしなくてはならない事業において、コロナによる影響がとて大きく販売促進やブランドイメージアップのため、魅せるホームページに改修したり、SNSを活用した案件などの支援が受けられてとても助かったという声があった。

●IT導入に係る課題について

ホームページやSNS作成が多いが、在庫管理や工程管理で専門家派遣支援を受けて生産性向上に結びついた事例があった。当拠点が主催するIT関連のセミナーは定期的に開催している。直近では令和2年11月に「何から始める？わが社のIT～IT活用でこんなに効率化～」という初歩的なIT案内ではあるがセミナーを実施した。

●事業承継に係る課題について

事業承継に係る相談はミラサボ専門家派遣としては無かった。基本的に「事業承継」というテーマは事業承継ネットワークや事業引継ぎ支援センターに一任している。相談していくうちに他の経営課題と並行して解決しなければならない場合には互いに協力して問題解決するよう心掛けている。

●ミラサボ専門家派遣の有料化もしくは支援回数減になった場合、どう考えるか？

有料化になったらどうするかという回答はうまくできない。受け入れるのみである。ただし、中小企業者を救う制度であるから、事業者の費用負担が厳しいことを理解いただき、このまま無料で支援を受けられる制度であるとありがたい。

●ミラサボ専門家派遣制度へのご要望

事業者からは支援の回数が3回（ITは5回）ではなくもう少し回数を増やしてほしいという話をもらっている。課題解決は3回では終了しない。支援機関としての同行について、他の支援機関はすべての時間帯で同席しているのか、あるいは、どのように対応しているのか教えてほしい。

●システム関連のご要望等(操作面、機能、地域PF検索画面でのメールアドレス公表について等)

支援機関・事業者ともに今のミラサボのシステムについてようやく使い慣れてきたところである。制度が変わって最初はとても大変だった。事業者からはミラサボに事業者情報を登録した後に、別途企業登録を行い、更に事業者情報と企業登録を連結するという手順が複雑で難しいという声が今もある。

●自機関の相談対応業務に占める専門家派遣事業の位置づけ

ミラサボ専門家派遣利用数：106件

専門家派遣制度は県独自の制度(10回コースで予算が組まれている)もある。どちらかと言えば長期に診断助言を行うものであり、さらに費用の3分の1が事業者負担である。また、商工会や商工会議所のエキスパートはよろず支援拠点でハンドリングできないこともあり、使い勝手を考慮してミラサボを活用している。

・上位課題：①IT：54件、②ものづくり：22件、③販路拡大：7件

・注力課題：IT活用：54件

●ミラサボ専門家派遣の同行、事業者へのフォローアップについて

基本的には同行を原則としている。また、離島の支援の場合はミラサボの専門家と当拠点の相談員と一緒に島へ渡り同行している。当日の支援が円滑に実施されるように見守る必要があり、最低1時間は一緒するよう義務付けている。相談員の日程調整がつかず同行できない場合は事業者に対して専門家から受けた支援内容や支援時間、進捗状況を確認した上で次の支援はどうかなど電話で確認している。

●ミラサボ専門家派遣事業を利用した効果

ある漬物屋工場の事例だが製造工程の見直しを図り、収益増を図りたいがどのようにして現場改善をおこなえば良いか具体的な活動が判らないため専門家の支援を受けた。プロジェクトを進めるための推進組織の体制作りや役割分担、キックオフの方法など事業者に寄り添い現場改善を3回支援した結果、仕組みが構築され、収益に好影響を与える事が可能となる道筋ができた。また、6月に義務化されるHACCPに沿った衛生管理の制度化について食品に携わる事業者が多いため、どうしていいかわからないという声が多く、それらをミラサボ専門家派遣で対応しており事業者からは好評を博している。

●IT導入に係る課題について

Web集客についての問い合わせがコロナ禍で増えている傾向にある。当拠点では初歩的なITに関するセミナーは随時開催されている。所属するコーディネーター(ITスペシャリスト)はホームページやYouTubeを制作するには長けているが、Webを活用した販売促進等は対応できないのでミラサボ専門家派遣でそこを補ってもらっている。

●事業承継に係る課題について

原則は、事業承継ネットワークに繋いでいる。ただ、単発で税理士の先生と相談したいときはミラサボの支援を使っている。

●ミラサボ専門家派遣の有料化もしくは支援回数減になった場合、どう考えるか？

仮に有料であっても3分の1程度であれば使う事業者もいると思う。ただし、当県は移動距離が長いせめて旅費交通費だけは負担していただきたい。

●ミラサボ専門家派遣制度へのご要望

専門家に年度更新の案内が期末にアナウンスされるが、支援機関にも連携してほしい。専門家のフォローをするために必要だ。

基本的に年間の支援は3回までだが、可能であればIT活用以外の支援も5回にしてほしい。

●システム関連のご要望等(操作面、機能、地域PF検索画面でのメールアドレス公表について等)

緊急事態宣言を受けてのWebでのミラサボ支援について利用実績や使い勝手はどうか教えてほしい

●自機関の相談対応業務に占める専門家派遣事業の位置づけ

ミラサボ専門家派遣利用数：36件

当プラットフォームは、大学の持つ「学術的な知」と金融機関が持つ「地域密着型の知」を結びつけることにより、新しい地域産業価値を「共創」する基盤となる人材育成を行っている。育成された人材が組織の枠を超えて活躍できる緩やかな連携環境を提供することを目的としている。専門家派遣までの流れは連携している12の金融機関の担当者やコーディネーターが事業者からの相談の一時窓口として対応し、専門家の支援が必要と判断した案件について派遣申請している。県内には別の専門家派遣制度があるが有料ということもありミラサボを優先に使用するようになっている。

・上位課題：①IT活用：28件、②ものづくり/その他の経営課題：3件、③販路拡大：1件

・注力課題：IT：28件

●ミラサボ専門家派遣の同行、事業者へのフォローアップについて

当機関は令和2年度において12の金融機関と連携して活動している。そのため、支援時の同行は基本的に金融機関のコーディネーターや営業担当者が行っている。土日や営業時間外の支援については同行ができないのでその時は専門家に支援終了後連絡を取り、時間や支援内容の確認を取る。その後、支援を受けた企業に担当者が訪問や電話連絡などを行い、専門家からの支援内容および時刻の確認を実施し、齟齬がないか再度支援が必要かなどのヒアリングを実施している。これはどこの金融機関も同一のフォローを行っている。

●ミラサボ専門家派遣事業を利用した効果

支援を依頼する企業はコロナの有無にかかわらず経営に関してうまくいっていないところが多いように見受けられる。

県内の建設関係の企業では外国人労働者を採用・就労をしているが、外国人労働者のコミュニケーションについて深刻な問題を抱えていた。「どうしたら話を聞いてもらえるか」という視点で事業者へアドバイスをを行った結果、就労姿勢や生活態度に変化が見られ、外国人労働者との関係が改善されたという事例があった。

●IT導入に係る課題について

販売促進に向けて情報発信についての支援を受けるといった事例が多い。情報発信の手法は専門家から学んだが、発信回数を増やすといったことなど、支援を受けた内容を継続して行っている企業が少なく見受けられる。そもそも県内の金融機関はIT化が進んでいないのが実情である。当機関ではコーディネーター育成のために数多くの研修プログラムが企画されているが、その中にIT関連も含まれており、まずはコーディネーターのITスキルの向上に努めている。

●事業承継に係る課題について

当プラットフォーム傘下の金融機関の活動内容の一つに「事業承継」があり、地方銀行においては行内に事業承継専門の担当者を置き取り組んでいるところがある。当機関に相談があった場合は、県の事業承継センターに引き継いだというケースがあった。

●ミラサボ専門家派遣の有料化もしくは支援回数減になった場合、どう考えるか？

現在のミラサボ専門家派遣は無料で受けることが可能だが、それも良し悪しだと考えている。その理由として事業をよくするために積極的に取り組もうという姿勢を感じられる事業者に対しては負担なく専門家の支援を受けてもらいたいと思うが、こちらが良いと考える専門家を派遣したとしても聞き入れる姿勢がない事業者に対しては無料ではもったいないと思っている。そのため支援時に効果が見受けられるのであれば有料でもよいのではないかなと思う。

●ミラサボ専門家派遣制度へのご要望

専門家の一部からは「謝金が高い」「融通が効かない」という声があがっている。そのため、当該支援機関が「ミラサボの専門家」として推薦をしようとお願いをしてもこれらの問題で断られるケースもあるので困っている。やはり専門分野がバラエティに富んだ専門家が多いほうが支援の選択肢が広がるので、この部分を考慮いただきたい。

●システム関連のご要望等(操作面、機能、地域PF検索画面でのメールアドレス公表について等)

支援を受ける事業者がITスキルが無く、時刻入力や写真添付などができないということが多く見受けられる。同行の金融機関がフォローをしても難しいという事象が起きている。そのため、たとえマイナーチェンジであってもシステムややり方が変わるとせっかく操作に慣れたところにまたすべて覚えなおしということになり、変更があった時点で現場で混乱が起きている。次年度からシステムが変わると聞いているが、今の状態からどのようなことが起こり混乱するのかが不安である。

令和 2 年度専門家派遣事例

令和 3 年 3 月

目次

都道府県	支援機関名 企業名	支援テーマ	支援課題	ページ
兵庫県	株式会社但馬銀行		販路拡大・販促支援	3
	Low Carb House	糖質オフのノウハウを用いた新サービスによる販路開拓支援		
北海道	浜中町商工会		地域資源活用	4
	マルキ平川水産株式会社	地域資源（川を遡上した鮭）を活用した食品加工支援		
愛媛県	松野町商工会		ＩＴを活用した経営力強化	5
	BBQ侍（快援隊）	イベント性を持たせた施設の認知度アップ		
岐阜県	関市西商工会		創業	6
	兼松 茂美(café mof)	ドッグランを併設したカフェ（café mof）の創業支援		
茨城県	茨城県信用組合		経営革新	7
	有限会社太陽産業社	エコ飼料製造におけるウイルス対策を強化した生産体制の確立		
静岡県	静岡信用金庫		販路拡大・販促支援	8
	有限会社 谷口工芸	自社サイトの改善（EC機能追加）による販路拡大支援		
鳥取県	境港商工会議所		ものづくり	9
	有限会社大味研	クロザコエビ（モサエビ）を使ったレトルトカレーの開発		
石川県	小松商工会議所		販路拡大・販促支援	10
	G & NessCrepes	効果的な売場作りで店舗の売上げアップを図る販促支援		
滋賀県	大津商工会議所		創業	11
	カフェ・レストラン インティ	びわ湖の景観が楽しめるカフェの創業支援		
青森県	青森県よろず支援拠点		ＩＴを活用した経営力強化	12
	キープレイス株式会社	在庫管理業務のＩＴ化による業務効率化支援		
奈良県	奈良中央信用金庫本店		ものづくり	13
	葛城工業株式会社	「起立補助椅子」開発に伴うプロダクトデザインに係る支援		
富山県	富山信用金庫		ＩＴを活用した経営力強化	14
	株式会社楽家	オンライン三味線教室の収益化支援		
千葉県	千葉信用金庫		事業承継	15
	株式会社ブラントベース	共同代表制による事業承継の円滑な進め方		
福島県	いわき商工会議所		知的資産経営	16
	メディカルハーブのお店oluolu	登録商標への権利侵害対応と今後の対策		
神奈川県	藤沢商工会議所		雇用・労務	17
	東湘印版株式会社	従業員満足度調査で労使納得の人事制度を構築		

支援体制

専門家

今井 秀司 氏

支援依頼

地域PF

中小企業支援ネットひょうごプラットフォーム

構成機関

株式会社但馬銀行

支援

相談

企業

Low Carb House

- 業種 : 製造業
- 従業員 : 1人
- 資本金 : - 万円
- 創業 : 平成29年
- 住所 : 兵庫県豊岡市弥栄町2-8
- 企業概要 : 食料品製造業
- HP : <https://www.lch2015.com/>

支援概要

■支援の経緯

本企業は、現代人が摂り過ぎている「糖質」を控え、美容と健康のために、血糖値をコントロールすることの大切さを伝え、糖質オフ商品を製造・販売している。糖質オフによる健康増進が脚光をあびて市場が飽和状態にあるなか、本企業の友田氏がインターネットで公開した糖質オフレシピは、糖質量を抑えるだけでなく栄養価が高いと実践者の間で評判となった。様々な取引先から協業依頼があったが、適切なパートナー選択ができず販路拡大に悩んでいた。売上増加に向けた効果的な対策を講じる必要があるため、当機関に相談があった。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

販路拡大のためのサービス内容の精査、営業方法、ビジネスパートナーとの付き合い方について当機関でヒアリングを実施した。プロテインを用いた新商品の販路開拓、糖質オフレシピ開発サービスの確立という課題を中心に絞り込み、販路拡大・販促支援に関して高い専門性を有し、支援実績も豊富で評価も高かったため当専門家を選定した。

■専門家による具体的な支援内容

本企業の友田氏が独自に考案した糖質オフによる健康増進のノウハウを著書による紹介やスイーツ販売以外に、更に展開できるサービスを考えることで、販路開拓を実現できるように支援した。具体的にはそのノウハウを企業や団体向けにセミナーや講演会として実施する講師サービス、そして個人向けには*noteを用いた情報提供サービス、更には糖質オフスイーツを製造販売したい菓子店に対するレシピ提供サービスの3つのアイデアを提案した。また、自社で製造するスイーツも外注製造にすることで販売量の拡大が実現できるため、OEM製造先の開拓も勧め、量産体制を構築するようにもアドバイスした。これらの新サービスを周知していくために、HPの刷新も依頼し、ウェブサイトからの問合せを発生させ、新規開拓に繋げるように指示した。

*noteとは文章、写真、イラスト、音楽、映像などの作品を配信するウェブサイト。



支援の様子

成果

今回の支援のあと、人工甘味料や小麦粉不使用のハイプロテインスコーンのネット販売を開始した。セット販売でリピート率が高く評判になっている。以前から積極的にSNSを活用して宣伝活動を実施してきたが、読者限定のオンラインサロンの運営も開始した。月額980円で価格を設定し、購読者数を広げていく予定である。さらに、地道な営業活動、PR活動が波及効果を生んでおり、事業者自ら執筆した「心の不調は食事による 薬に頼らない「藤川式栄養療法」50レシピ」が11月に刊行された。すでに増刷もされ好評を博している。商品の売上げにも少なからず貢献することを期待している。



ハイプロテインスコーン

専門家の声

- 氏名 : 今井 秀司
- 保有資格 : MBA
- 専門分野 : 創業、販路拡大・販促支援

友田氏が自身の経験や学びから得られた糖質オフによる健康に対する考え方は、非常に造詣が深く、結果的に4冊の著書が出版されるまでに至っていたため、この分野における競合優位性を強く感じたのと同時に、様々なサービスとして展開できると確信し、アドバイスした。



事業者の声

これまで糖質オフスイーツや著書のファンを獲得していたものの、事業の収益性はまだまだでした。経験や実績を活かした事業を展開し、安定的な収益化を目指して相談しました。今井先生にはノウハウのサービス化に対する企画やアイデアをご提案いただいた他、スイーツ監修に関わる契約まで丁寧にサポートいただきました。アドバイスは無理なく即実践できることばかりで大変ありがたかったです。体やメンタルの不調に悩む方々に必要な情報・知識をお届けできるよう、アドバイスを基に販路を広げていきます。

支援体制

専門家

米増 昭尚 氏

地域PF

北海道中小企業・小規模事業者支援
プラットフォーム

構成機関

浜中町商工会

企業

マルキ平川水産株式会社

- 業種 : 製造業
- 従業員 : 38人
- 資本金 : 1,000万円
- 創業 : 平成5年
- 住所 : 北海道厚岸郡浜中町琵琶瀬484番地
- 企業概要 : 生ウニの加工販売、生鮮品販売事業・乳製品他食品加工販売
- HP : <http://www.hirakawa.store/>

支援

相談

支援概要

■支援の経緯

本企業は北海道厚岸郡浜中町で、「生ウニ」を中心に全国規模の販売を行っている。浜中町で地域経済を支えているのは農業と漁業の第一次産業である。その中で本企業は同町の名産品を加工した食品を販売しようとしている。そのために浜中町周辺で捕獲することができる「いくら」や「鮭」などの海産物の加工技術を学び、新商品開発のための支援をしてほしいと当機関に相談があった。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

本企業にヒアリングを行った結果、魚の鮮度保持冷凍方法、解凍方法や、様々な食品のさらなる熟成方法の技術を習得する必要があると、専門家の見地からのアドバイスが必要と判断したため、地域資源活用や食品加工・製造・開発などの実績がある本専門家に支援を依頼した。

■専門家による具体的な支援内容

今回の支援では、まず地元の海産物として、近場で捕れる川を遡上した鮭にフォーカスした。これまで食材としてはあまり活用されていない食材だが、上手に塩を使うと粘りがでるなどの特徴があるので、加工技術を駆使して商品開発の支援を実施した。「添加物を使わずに塩を使ってオンリーワンの鮭加工商品を作る」をコンセプトに、まずは2種類のアルカリ水を使った熟成と冷凍、解凍方法等、鮮度保持方法についての技術指導を実施した。商品開発（食品加工）については、川を遡上した鮭を原料にした餃子、生ハム、塩漬け、いくら無添加醤油漬け等の製造方法を支援した。餃子については餡の包み方から焼き方までアドバイスをを行い、試食と改善を何度も繰り返し、商品化に向けて支援を行った。



川を遡上する鮭で試作を繰り返す支援の様子

成果

この度、3回の支援を受け、目的とした地域資源を活用した食品加工品を複数開発することができた。もともと食材については地域資源の活用を考えていたが、専門家のアドバイスで、その中でもこれまで未使用の資源であった川を遡上した鮭を使い、余すことなく地元の食材を有効活用することができた。その他、次亜塩素酸水を使っている殺菌方法、アルカリ溶液を使っている鮮度保持溶液の製造方法と使い方について学ぶことができ、この方法で加工品を冷凍・解凍すると、製造コストや食品ロスの削減につながるなど、指導いただいたノウハウが大きな財産となった。



今回の支援で商品開発に至った「鮭餃子」

専門家の声

- 氏名 : 米増 昭尚
- 保有資格 : 食品衛生監視員
- 専門分野 : 有効活用しにくい魚や肉等の新商品開発/地域資源活用



魚種により、練り製品に適する物と、そうでないものがあるが鮭は練り製品に都合が良い魚である。北海道らしくて地域性があり、かつ美味しい食品を考えた。餃子にすることで、色も食感も良い感じになったので、是非とも商品化まで頑張りたい。

事業者の声

弊社は熟成肉の特許を取得していて、今回、米増先生に色々ご指導いただき、全ての浜中町の産品に応用が可能であり、いくらを含め鮭のおいしさを一段と引き出した商品ができることを学びました。また、浜中町は水産業と酪農業の町としてまだまだ素晴らしい産品があるので、他にない技術と融合させた、浜中町でしかできない農水産品を開発して、世界に発信していきたいです。今後の取組として進めているのは、乳製品の開発、熟成肉の商品開発、ウニ・昆布の商品開発であり、これらを通して、浜中町に貢献していきたいです。

支 援 体 制

専門家

中村 一昭 氏

支援依頼

地域PF

えひめビジネスサポートネットワーク
(チームえびす)

構成機関

松野町商工会

支援

相談

企業

BBQ侍 (快援隊)

- 業種 : サービス業
- 従業員 : - 人
- 資本金 : - 万円
- 創業 : 令和2年
- 住所 : 愛媛県北宇和郡松野町大字松丸244
- 企業概要 : 体験型グランピング施設運営
- HP : <http://www.bbqsamurai.com>

支 援 概 要

■支援の経緯

本企業はバーベキュー体験ができる施設やテントを使った民宿事業を営んでいる。新型コロナウイルスの感染拡大により“密”を避けて楽しめる趣味として、これらのアクティビティに注目が高まってきたことを受け、本企業の沖野氏自身でホームページなどの改修を図った。より効果的に施設の魅力を愛媛県内外に伝えることをテーマに、写真や動画撮影のノウハウ、そしてホームページ作成におけるSEO対策などをプロの知識や技術でアドバイスいただきたいと当機関に相談があった。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

ホームページの改修やSNSの発信及びチラシ作成指導を当機関が行ったが、全国にむけた更なる認知度アップを狙い、インターネットを活用した情報発信ツールの改善が必要であると考えた。その結果、IT関連の支援実績が豊富で、ホームページ改修やSNSなど情報発信ツールの効果的な活用方法・「魅せる」写真撮影方法・販促用の動画撮影指導など、トータルアドバイスができる本専門家に支援を依頼した。

■専門家による具体的な支援内容

最初に、Googleマイビジネスでのオーナー登録及び認証支援を行った。次に、ホームページで検索する際に『BBQ』か『バーベキュー』どちらのワードを選択するのかといった、トレンドワードの確認と共有を実施した。専門家より本企業・沖野氏にヒアリングを行いながら、コンテンツを精査し、集客が見込める言葉を中心にSEO対策指導を行った。さらに、顧客に訴求することをテーマに、ホームページ及びSNS発信をするために、屋外や屋内、時間帯別などシチュエーションの違いにおいて、「魅せる」写真撮影のテクニックなど、注目を集めるための知識の伝授やクオリティアップのための指導を行った。



バーベキューの様子

成 果

専門家からの撮影やホームページ及びSNSの「魅せる」写真撮影の指導を受け、SEO対策も行ったうえで、ホームページの改修を実施した結果、支援前は月平均500閲覧だったアクセス数が、6,000閲覧と支援後には約12倍もの閲覧数の伸びがあった。今回、この支援を受けてホームページを改善したことにより、過去には問合せが無かった、愛媛県外の地区から本企業に対しての問合せが、ホームページを通じて入るようになった。また、テレビやラジオなど複数のメディアから取材の申込みが入るなど、支援後に非常に注目度が上がった。現在もホームページは引き続き改修中であり、3月末に完成予定である。

グランピング施設
夜景画像

専門家の声

- 氏名 : 中村 一昭
- 保有資格 : 全日本ブライダル協会シビルウェディングディレクター
- 専門分野 : ITを活用した経営力強化、販路拡大など



地理や環境に恵まれているがその良さが全く伝わっていなかったため、まずはGoogleマイビジネスの登録から始め、検索ワードの設定も行った。サイトにとって写真は重要なので、撮影指導を行い、インパクトのある画像作成に力を入れた。沖野さんは積極的にSNSを活用されており、それらをサイト連携し今後も力を入れていくと良いと思う。

事業者の声

今まで使いこなせていなかったインターネットの機能を有効に活用できるようになりました。SEO対策を自分で行うようになったので、その対策に経費をかけることもしなくてよくなった。また、ネットでの検索数が大幅に上がったことにより、新規の予約や問合せが増え、コロナ禍の中でも来年度に向けて明るい気持ちで新しいホームページの準備に取り組むことができた。料理の写真の撮り方も上手くなり、映える写真がたくさん撮れるようになり、それをGoogleなどに投稿する度に検索数がアップするので、ミラサポを利用して本当に良かったと思います。

支援体制

専門家

服部 司 氏

支援依頼

地域PF

がんばる企業応援ネットワークぎふ

構成機関

関市西商工会

支援

相談

企業

兼松 茂美(café mof)

- 業種 : 宿泊・飲食業
- 従業員 : 2人
- 資本金 : - 万円
- 創業 : 令和3年4月予定（準備中）
- 住所 : 岐阜県関市武芸川町高野
- 企業概要 : ドッグランを併設したカフェ
- HP : 作成中

支援概要

■支援の経緯

長年ドッグランを併設したカフェの創業を検討している兼松茂美氏は、ビジネスモデルをはじめ、創業時期、創業地、施設の内外装等の構想を固めていたが、一方で資金面や収益に関して不安を感じていたため、事業を成功に導くために専門的見地からアドバイスが欲しいと当機関に相談があった。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

当機関がヒアリングを行った結果、創業に関して数値計画をはじめ、整理されていない点も多く、あらためて事業計画が必要と判断した。また、雇用計画の支援も求めていることから、中小企業診断士及び社会保険労務士の両資格を保有し、創業支援において豊富な支援実績のある本専門家に依頼した。

■専門家による具体的な支援内容

①現状把握のためのヒアリング

現在までに行ってきた事前準備等、計画策定に必要なヒアリングを実施した。

②創業計画と必要経費の整理

ヒアリングで得た情報を整理して創業計画書（雇用計画含む）の作成を支援した。また、創業者が不得意な市場性等の情報収集、販売戦略作成等をサポートした。加えて、事前に準備いただいた収支計画を客観的に見直し、現実的な数値に修正しながら融資審査の添付書類作成のアドバイスを実施した。

③資金繰り表の作成とその後のサポート

収支計画から資金繰り表を作成し、損益分岐点を示すことで売上高を把握できるようにした。また、創業後には定期的に商工会が伴走型支援を行い計画値と実績値を確認・見直しができるようサポート体制を提案した。

事業計画資料
（作成を支援）

成果

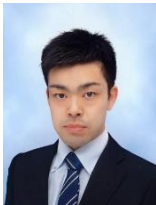
長年練り上げてきた創業に対する熱い思い（夢）を、この度、関市西商工会と服部専門家が汲み取って支援してくださり、しっかりとした事業計画書を完成させることができた。特に収支計画においては、専門的見地から色々とアドバイスをくださり、当初、融資に難色を示された金融機関からも最終的に希望額の融資を受けることができた。現在、開業に向けて着々と準備を進めているところである。また、開業後も関市西商工会には引き続き伴走型支援を行っていただけるとのことで、サポート体制にも大変満足している。

ドッグランのイメージ画像と
カフェのロゴ

専門家の声

- 氏名 : 服部 司
- 保有資格 : 社会保険労務士・中小企業診断士
- 専門分野 : 創業、事業承継、雇用・労務関係、販路拡大・販促支援

創業を決意してから数年間の思いを整理し、飲食業にとって厳しい状況も加味しながら創業期に実現可能なレベルで創業者様と金融機関の納得を得られる計画書作成を支援するように意識してサポートさせていただきました。



事業者の声

飲食店での長年の経験と愛犬家であることから「カフェとドッグラン」を併設したお店を持つことが夢でした。その夢がいよいよ現実味を帯び、地域の方々（愛犬家の皆様）よりオープンを心待ちにする声を多くいただいています。開業を夢見て数十年。関市西商工会に相談し、この「ミラサボ」の支援制度を紹介いただき、開業（事業）計画の立案から資金計画まで、熱心に話を聞いていただき、一つ一つ夢を形にさせていただきました。

支 援 体 制

専門家

大和田 正 氏

支援依頼

地域PF

いばらき中小企業サポートネットワーク

構成機関

茨城県信用組合

支援

相談

企業

有限会社太陽産業社

- 業種 : 飼料製造業
- 従業員 : 20人
- 資本金 : 300万円
- 創業 : 平成10年
- 住所 : 茨城県古河市仁連2037-44
- 企業概要 : 未利用資源・食品副産物の飼料化

支 援 概 要

■ 支援の経緯

本企業は飼料製造業を営んでおり、食品産業廃棄物を有効活用した*エコフィードの開発・製造・供給を行っている。エコフィードの利用は、食品リサイクルによる資源の有効利用のみならず、農林水産省も提唱しており、飼料自給率の向上等を図る上で重要な取組である。新型コロナウイルス等感染拡大の影響を受け、エコフィードの加熱基準が改訂され、令和3年4月より運用が開始されることから、早急な対応が求められている。安全で衛生的な新飼料づくりへ向け、技術や戦略などの対策が急務であるため、当機関に相談があった。*エコフィード(ecofeed)とは、環境にやさしい“ecological”や節約する“economical”を意味する“エコ”と飼料“フィード”を併せた造語。売れ残った食品、調理残さ、農場残さを利用して製造された家畜用飼料。

■ 派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

当機関がヒアリングを実施したところ、豚熱(CSF)・新型コロナウイルス等への感染防止・殺菌等のために省令で規定された国の加熱基準が厳格になり、基準をクリアする必要があること、エコフィード生産体制の改善等に向けた経営革新計画の方向性や策定の支援が必要と判断し、経営革新・その他の経営課題に関して高い専門性を有する本専門家を選定した。

■ 専門家による具体的な支援内容

現在の経営・生産状況を分析し、豚熱(CSF)・新型コロナウイルス感染防止・殺菌等の為、エコフィード生産体制の改善、向上等への助言等支援を行った。新型コロナウイルス等への対策が必要なため、エコ飼料製造時の高温熱処理によるウイルス等殺菌・不活化の厳格化に向けた計画策定を支援した。本企業独自の仕様で設計した高温熱処理乾燥装置により、国の基準を満たす、製造時に90℃60分の熱処理殺菌・不活化を行って(最終的には基準を上回る、105℃で9分)、新エコ飼料の試作開発やさらなる生産性向上に向けた取組などについて助言等の支援を行った。



高温熱処理後の飼料製造の様子

成 果

新型コロナウイルス等対策のため、独自仕様で開発設計された高温熱処理乾燥装置の作成を開始した。これにより食品産業廃棄物を有効活用したエコ飼料の製造時、高温熱処理で殺菌・不活化等を強化して、安価で衛生的、安心・安全な新飼料を開発・製造、供給することが可能となる見込みである。食品廃棄物から飼料を製造する際の熱殺菌・不活化の強化等、ウイルス対策を含む事業計画が策定された。今後3年間での経営目標として売上7,000万円以上、付加価値約3,000万円(40%増)、経常利益2,000万円以上(140%増)となる計画策定ができた。また、更なる未利用資源の活用・畜産飼料化を含む新事業の展開により、業績改善・向上につながることが期待されている。

従来の高温熱処理乾燥装置
(カスタマイズして開発予定)

専門家の声

- 氏名 : 大和田 正
- 保有資格 : 中小企業診断士
- 専門分野 : 創業、経営革新、事業継続・承継・再生等

環境に配慮したエコ飼料製造というニッチ分野に特化した企業に対し、新種ウイルス不活化等への早急な対応を支援しました。100℃以上6分の基準を満たす独自の高温熱処理乾燥技術によって安価で衛生的な新飼料が可能となり、業績向上が期待できます。



事業者の声

昨今、コロナ禍において社会生活形態が大きく変わり、仕事の仕方でも新しい方法を模索し始めています。私共の仕事も菌等に対して深く関わりを持っていて、鳥インフルエンザや豚熱・新型コロナ等、従来より菌等の処理に関して安全で低コストながら安定した菌等の抑制が可能な方法を探していたところ、専門家の方の意見を参考に独自仕様の乾燥装置及び新飼料開発に取り組むことができました。菌やウイルスは人も国も超え徘徊します、今後もより安全な製品を提供できるよう励んでいきます。

支援体制

専門家

達川 千晴 氏

支援依頼

地域PF

ふじのくに中小企業支援センター

構成機関

静岡信用金庫

支援

相談

企業

有限会社 谷口工芸

- 業種 : 製造業
- 従業員 : 14人
- 資本金 : 300万円
- 創業 : 昭和57年
- 住所 : 静岡県静岡市駿河区下川原4丁目23-10
- 企業概要 : 家具や木工品の製造・組立・販売
- HP : <http://www.tanigutikogei.com>

支援概要

■支援の経緯

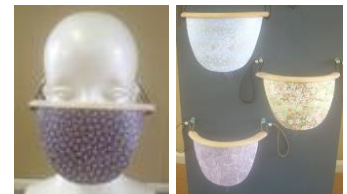
本企業は静岡県内に本社と工場を持つ、木工事業者である。家具製作一筋のベテラン職人が技術開発に積極的に取り組み、和家具・洋家具をはじめ、時代のニーズにも対応して、あらゆる分野の木製品の製造・販売を行っており、度々独自のアイデア製品が新聞をはじめとしたメディア等にも取り上げられている。しかし、現状、販売チャネルが問屋しかないことから、新たにネット販売を立ち上げ、販路拡大を図りたいと当機関に相談があった。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

当機関の職員がヒアリングを行った結果、本企業は長引くコロナ禍の中、広く普及している「フェイスマスク」に着目し、新商品（木製マスク）の開発をきっかけに、他のラインナップも含めてインターネットでの販売を検討していることがわかった。そこでWEBを活用したマーケティングに強く、販路拡大・販売促進に関して支援実績の豊富な本専門家に依頼した。

■専門家による具体的な支援内容

まずは、自社通販事業を立ち上げるにあたり、決済代行者選別・発送方法など、事前に準備しなくてはならない環境と、受注業務フローについて説明を行った。また、楽天などECモールに出店する方法と自社サイトで商品販売する方法を挙げ、コスト面と企業の個性を拡散するためにも、自社サイト（商品紹介ページ）にカート機能を追加してサイトの充実を図る展開の方が効果的であると助言した。一方で、課題となるのは自社サイトへの集客方法（誘導）であり、多くの人に訪れていただくために、今後ブログやInstagramを新たに開設して、本企業の認知度をさらに上げるための施策が必要である旨のアドバイスも行った。



本企業が開発した「木製フレームマスク」。静岡県産ヒノキを使用し、重さは17g。

成果

この度の支援で、自社サイト（商品紹介ページ）にショッピングカート機能を追加することが叶い、新商品の「木製フレームマスク」をはじめ、本企業の木製品をネットで販売できるように改善することができた。その結果、新たな販売チャネルと新たなターゲット（消費者）を獲得することができ、支援の目的であった販路拡大を実現することができた。次のステップとして、現在、自社サイトへの集客を図るために、ブログとInstagramの立ち上げ準備を行っている。直近では、6月に行われる静岡家具メッセ等のイベントへの参加を控えており、SNSとの連動を図っていく予定である。



自社サイト（商品紹介ページ）のショッピングカート画像

専門家の声

- 氏名 : 達川 千晴
- 保有資格 : なし
- 専門分野 : ITを活用した経営力強化、販路拡大・販促支援



通信販売を開始する場合、必要な法表記や発送までの全フローの計画が大切となります。同時にブログを開始することで、自社製品のこだわりや高度な加工技術、静岡の木工産業に関する専門的な知識など、匠の想いに納得してご購入いただくことができると思います。

事業者の声

ホームページにカート機能を追加して商品を販売するというのは当社だけでは難しいことでした。先生からインターネットショッピングモールを使った販売方法と自社ホームページを使った販売方法を比較しての説明など具体例をもったの説明を実施いただき、こちらの話も傾聴いただき双方向のコミュニケーションを行いつつ支援をうけることができました。

支 援 体 制

専門家

前 俊雄 氏

支援依頼

地域PF

鳥取県中小企業支援プラットフォーム

構成機関

境港商工会議所

企業

有限会社大味研

- 業種 : 食品製造業
- 従業員 : 3人
- 資本金 : 300万円
- 創業 : 昭和60年
- 住所 : 鳥取県境港市福定町1-13
- 企業概要 : カレールウなどの製造

支援

相談

支 援 概 要

■ 支援の経緯

本企業は昭和60年にカレールウ専門工場として事業を開始した。平成19年には鳥取県境港市に工場を移転し化学調味料不使用の固形カレールウなどの製造を開始し、有機野菜や自然食品を提供している会社へ供給を行っていた。今回このカレールウを使用したレトルト食品の開発に着手したが、自然派食品と市販用商品とは調味料等に使用規制と味覚上の課題があり、レトルト商品製造の壁を打破すべく、当機関に相談があった。

■ 派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

レトルトカレーでは鳥取県産品を活用した野菜・果実・農産物等を活用した多くの商品が発売されている中で、商品の市場調査の手法・分析・商品開発・販路などが課題である。商品開発や販路の支援において鳥取県産品の活用に精通し、県内食品製造企業の支援に多くの実績を持つ本専門家に依頼した。

■ 専門家による具体的な支援内容

本企業は自然食品会社に対して固形のカレールウを販売していた実績があったが、レトルトカレー商品開発に関するノウハウが乏しかった。そのため、中小企業の連携が成功の鍵と考え、連携先の選定を実施した。本企業のような小規模事業者との製造連携には、需要に合わせ生産を依頼できることが重要と判断し、小規模ロットのレトルトカレー製造が可能な企業1社に連携先を絞り製品製造に取り組んだ。鳥取県ではクロザコエビのことを「モサエビ」と呼び、弾力のある食感や旨味が強く甘味は甘エビ以上であるが、鮮度劣化が早いと遠隔地への出荷は難しく地元の飲食店でしか味わえない幻のエビである。この理由によりレトルトカレーに使用する素材は、地域資源として「モサエビ」を使用してはどうかと提案し、商品化を行うこととした。



今回商品化した
「もさ海老」カレー

成 果

商品化にあたりレトルトカレーでは具材の見え目が加熱方法によって変わってしまったり、形が崩れて溶け込んだりすることなどを考慮して試行錯誤をした結果、エビの殻を剥き食感を損なわずに「もさ海老カレー」の商品化にこぎつけることができた。ご当地カレーは多く販売されている中でどのようにしたらお客様に選んでいただけるかを検討し、鳥取県の評判の金持神社との連携を実施し公認商品申請を行い、認定を得て「金持神社の縁起物 もさ海老カレー」として神社売店や道の駅、そして米子自動車道大山PAにて販売を行っている。また、令和2年10月から令和3年1月までの期間で読売新聞（近畿・中四国版）に通信販売の広告を掲載し合計1,000個の売上げを上げることができた。



金持神社承認
「もさ海老カレー」

専門家の声

- 氏名 : 前 俊雄
- 保有資格: MBA経営学修士
- 専門分野: ものづくり、地域資源活用

経営資源の乏しい中小企業が商品開発・販売を行う場合、自社だけでなく中小企業連携が重要であると考え。今回は、商品開発・製造・ブランド化について、それぞれの理解をいただき、企業連携が商品販売に繋がったと感謝しています。



事業者の声

試作では「モサエビ」そのものをレトルトカレーに入れ調理したがエビの殻が食べにくく、食感も課題となった。そこでエビの殻を剥いて調理した。エビの姿がルウに残るかどうかが不安であったが、何回かの試作で課題が解決できた。また、ルウを取り寄せ試食し最終的に1種に絞った。今回、本企業が開発した「もさ海老カレー」は県内の皆様は勿論、県外から鳥取県を訪れる観光客に評判になると確信している。最後にミラサボ専門家派遣事業にご協力いただいた関係者に謝意を申し上げます。

支援体制

専門家

東野 奈津恵 氏

支援依頼

地域PF

かが能登かなざわ中小企業支援
プラットフォーム

構成機関

小松商工会議所

支援

相談

企業

G&NessCrepes

- 業種 : 卸売・小売業
- 従業員 : 一人
- 資本金 : 一万円
- 創業 : 平成30年
- 住所 : 石川県小松市園町ハ23-1
アルブラザ小松
- 企業概要 : ジェラート・クレープ店
- HP : <https://nesscrepes.thebase.in>

支援概要

■支援の経緯

本企業は商業施設アル・プラザ小松の1階イベントホールの一角に店舗を構え、ジェラート・クレープ等の販売を営んでいる。平成30年度に前経営者から店舗を引き継ぎ、改装も行って売上改善を図ってきたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、大きく売上げを落としている。また、商業施設の集客にも影響が出ていることから、抜本的な対策として、ターゲットの見直し（拡大）と、より集客と売上げ増を図るための店舗ディスプレイについてアドバイスが欲しいと当機関に相談があった。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

まずは、本企業に当機関が主催している「POPセミナー」に参加していただき、POP制作と売り場における展開方法について学んでいただいた。店舗のトータルディスプレイの支援に関しては、本セミナー講師であり、VMD（ビジュアル・マーチャンダイジング）のコンサルタントとして幅広い知識を有し、店舗ディスプレイやマネジメントに関して豊富な支援実績を持つ本専門家に依頼した。

■専門家による具体的な支援内容

最初に店舗の状況を把握するため「店舗診断」を実施した。具体的には専用のチェックシートを使って問題点を数値（点数）化し、比較・管理をやすくした。次に売場作りのフレームワーク（売場ブランディング、品揃えの明確化、陳列方法、売場ゾーニング、見やすい・選びやすい商品ディスプレイ）を当該店舗に置き換えて項目ごとに指導した。特に利益率の高いクレープの売上げ増を図るために人気のコーヒーと合わせて購買意欲を高めるディスプレイをアドバイスした。また、新たなターゲット（子供や高齢者）の取り込みも踏まえ、より多くの人に訴求できるよう、店舗全体のトータルディスプレイを提案した。



インパクトと季節感を演出するディスプレイ（撮影時は、ハロウィン期間）

成果

この度の支援で店舗のディスプレイを一新し、外観はもとより、のぼり旗やパネル類もショップコンセプトに合わせて設置したことで、1階イベントスペースのどこからでも店舗の存在をアピールできるようになった。商品説明のPOPにおいては、カラーやフォントを揃え統一感を出し、メニューも人気順に並び変えたことで商品が選びやすくなり、接客時間の短縮にも貢献した。主力商品となるクレープについてはディスプレイを目立たせたことで特別感を演出した結果、令和2年12月の販売点数は前年同月比40%増加、売上げも60%増加した。人気のコーヒーもレジ前のコーナーにディスプレイし、クレープ購入客の視界に入るようにしたところ、セットで購入するケースが増加し客単価も全体で前年同期比15%増になった。現在、コロナ禍で客数が減っているにも関わらず、前年の売上げをキープできており、支援の効果を実感している。今後は若い層の新規顧客を獲得するために「インスタ映えスポット」の設置を検討している。



レジ前に設置したコーヒーの展示

専門家の声

- 氏名 : 東野 奈津恵
- 保有資格 : シニアVMDインストラクター
- 専門分野 : 店舗ディスプレイ、販路拡大・販促支援

ショップのブランド管理を徹底したことで、お店の印象が改善されました。これは効果的なショップサイン・POP・ディスプレイを実践したこと、また、クレープの価格設定を見直したことです。その結果、売上げが伸びており、オーナーは新しい取組にも積極的で今後も楽しみです。



事業者の声

当店のコンセプトを更に分かりやすく分析していただき、進むべき事業内容が明確になりました。ターゲットを絞ったディスプレイの配置や装飾などでお店全体の導線や華やかさが作られたことによって、お客様自ら誘導～商品購入に結び付くようになりました。また、POPの作り方においても、ジャンプ率を意識し、売りたい商品を目立たせるなど、客単価UPに繋がりました。これからも東野先生のご指導をいただきながらお客様にジェラートやクレープを通じて「幸せ」を届けていきたいと思っています。

支援体制

専門家

目片 智子 氏

支援依頼

支援

地域PF

滋賀県商工会議所連合会等支援ネットワーク

構成機関

大津商工会議所

相談

企業

カフェ・レストラン インティ

- 業種 : 飲食業
- 従業員 : 8人
- 資本金 : 一万円
- 創業 : 令和2年
- 住所 : 滋賀県大津市御陵町2番3号
- 企業概要 : カフェレストラン
- HP : <https://inti.shiga.jp/>

支援概要

■支援の経緯

本企業はオーナー夫妻と6人のパートで店舗運営を行うカフェレストランである。オーナーは前職の百貨店勤務で培った接客ノウハウや営業スキルを活かし、景色の良い場所でカフェを開きたいという理想を実現すべく2020年7月のオープンに向けて準備を行っていたが、飲食店経営の経験もないことから、オープンまでに行うべき必要なタスクが山積していた。そのため、飲食店経営における店舗運営全般について支援してほしいと当機関に相談があった。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

当機関の担当者がヒアリングを実施したところ、看板メニューが確立できていない、飲食店経営の経験もない、従業員の体制や指導ができていないなどの問題を抱えていた。現状の問題点をひとつひとつ抽出することで必要なタスクの整理を行い、課題を明確にした。備品の確認、準備作業に無駄はないか等、基本的な部分に関しては当機関担当者よりアドバイスをし、具体的な店舗運営支援については栄養士、調理師及びフードコーディネーターの資格を有し、飲食店に対する指導経験が豊富な本専門家に依頼した。

■専門家による具体的な支援内容

まずは、オープンまでのスケジュールとタスクを明確にして、事業者と進捗状況について共有した。そして店舗運営の支援として、調理場におけるキッチンオペレーション、接客を行うホールオペレーション、在庫管理等事務全般を行うバックヤードオペレーションについてアドバイスをを行った。近江牛のすじ肉カレーがメインメニューであるので、特に仕込みの段取り、すじ肉の管理方法、味付けの提案、手早く提供するための段取りや手順について支援した。衛生管理面については、HACCP(ハサップ)に沿って、調理場における清潔な環境の維持、害虫駆除の対策、調理器具の殺菌方法や管理等について細かくアドバイスをし、徹底するよう指導を行った。



店舗の様子

成果

今回、3度の支援をいただき、びわ湖を望む景観が素晴らしい湖都大津の丘陵地に無事カフェレストランをオープンすることができた。オープン初日は専門家の立ち合いもあったが、事前に各オペレーションについて何度もシミュレーションした結果、調理場もホールも手際良く作業することができ、オープン初日を終わられた。また、令和3年6月から適用されるHACCP(ハサップ)対策として行っていた指導の影響もあり、衛生管理に対してスタッフ全体の意識が高まったこともこの度支援の収穫である。



近江牛すじ肉カレー

専門家の声

- 氏名 : 目片 智子
- 保有資格 : 栄養士、調理師、フードコーディネーター
- 専門分野 : ものづくり、地域資源活用

近江牛すじ肉カレーをメインメニューに考えられていましたが、味が一定しないということで業務用ルーを紹介して味の安定を図りました。依頼者の思い、考えに寄り添ったアドバイスや調理場で一緒に作業することで、開店に向けてお役に立てたと思います。



事業者の声

派遣元機関担当者及び専門家の先生の御指導により、当初の課題を克服して、無事オープンを果たすことができました。今後は経験を積んでいく中で新たに発生する課題にも積極果敢に対処していきたいと思っています。更なるブラッシュアップの折には、また、お世話になりたいと思っています。一方、HACCP(ハサップ)も6月からの本格実施に向けて再徹底を図っていきます。

支援体制

専門家

長谷川 直宏 氏

支援依頼

企業

キープレイス株式会社

- 業種 : 製造業
- 従業員 : 3人
- 資本金 : 500万円
- 創業 : 平成17年
- 住所 : 青森県北津軽郡板柳町福野田実田30-5
- 企業概要 : 木箱の製造・販売
- HP : <http://keyplace.co.jp/>

構成機関

青森県よろず支援拠点

支援

相談

支援概要

■支援の経緯

本企業は青森県を拠点に天然木の可能性を追求したモノづくりで木箱の製造・販売、インテリア家具・雑貨の販売を行っている。主力商品となる木箱の製造においては全製品を唯一の職人が担当しており、商品在庫は顧客からの問合せの都度、同一人物が目視で確認している。このため、問合せに即答することが困難であり、製造効率の悪化の原因にもなっていた。主要な商品の在庫状況を事務所で随時確認できるようにするため、在庫管理業務（入庫・製造・販売の月次集計と在庫数データの把握）をIT化したいと当拠点に相談があった。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

当機関がヒアリングした結果、効率的に在庫状況を管理するために本企業にIT導入の支援を提案した。在庫管理をIT化するための必要な機能要件をまとめ、具体的支援については、ITを活用した経営力強化・販路拡大・販促支援において、豊富な実績のある本専門家に依頼した。

■専門家による具体的な支援内容

まずは、製造工程の作業フローを調査し、代表的在庫管理システムの機能を2種類紹介した上でどちらかを適用できないか討議した。次に在庫管理に必要な機能(商品を材料毎に分類し、材料ロス数と製品ロス数の管理)を明確化するための洗い出しを指示した。その後、実際の材料入庫データや生産数、販売数に基づき在庫状況を把握するための資料を作成する助言を行った。その結果、作業性と保守性を考慮し、エクセルの自動化機能を利用してデータ入力作業をする仕組みを構築することに決定した。データの処理手順を確認し、以下に掲げる5つのエクセルの自動化機能を利用して(①集計対象期間内のデータを抽出する、②商品別にデータを分ける、③さらに月別に分ける、④細分したデータを集計する、⑤集計値を表にまとめる)作業負担を軽減する仕組みを構築するための支援を行った。



趣のある店舗の外観

成果

今回の支援で、材料在庫数と製品在庫数を日次単位で把握できるシステムを構築することができ、必要な情報の管理及びデータ処理の手順を可視化することができた。早速、在庫数の登録作業から着手し、順次各詳細データの登録を行っている。これにより各推移データの集計が自動化され、以前は職人ひとりで数日要していた集計作業が職人以外の他のスタッフでも数分でできるよう改善された。結果、入庫・製造・販売の月次集計と在庫数データの把握が容易になり生産性が向上し、在庫管理に費やされた時間が大幅に削減できた分、基幹業務に注力することが大きな成果となった。



ナチュラルな天然木の書棚

専門家の声

- 氏名 : 長谷川 直宏
- 保有資格 : 情報処理技術者、パソコン整備士1級
- 専門分野 : ITを活用した経営力強化

従来から販売管理や会計業務のIT化に積極的に取り組んでおられる。今回、経営の見える化と作業効率アップを目的として製造業務についてもIT化を進めたいとの意向であったため、過大投資にならないように配慮しながら提案を行った。



事業者の声

市販の在庫管理ソフトは多数有りますが、当社にぴったりと合うものが無く、オーダーメイドでは高額となり困っていました。よろず支援拠点に相談したところ、専門家のアドバイスを聞いてみてはと提案され、本制度を活用しました。どの端末にも入っているエクセルを利用しての在庫管理に関するアドバイスをいただき、現在の作業のどの箇所をIT化すればよいか見直すきっかけにもなり、製品在庫や仕掛在庫を把握することができ、タイムリーな営業提案を行うことができるようになりました。

支援体制

専門家

岸田 すみ子 氏

支援依頼

支援

地域PF

奈良県地域産業振興プラットフォーム

構成機関

奈良中央信用金庫本店

相談

企業

葛城工業株式会社

- 業種 : 金属製品製造販売業
- 従業員 : 180人
- 資本金 : 2,000万円
- 創業 : 昭和49年
- 住所 : 奈良県北葛城郡広陵町沢338
- 企業概要 : 金属加工品の生産・販売
- HP : <http://ktrg.co.jp/>

支援概要

■支援の経緯

本企業は奈良県に2つの工場（本社工場、王寺工場）を構え、鉄・ステンレスの加工品の製造販売を行っている。社内一貫生産の体制を整えクライアントへ製品の安定供給を実現している一方で、OEM生産から脱却する目的で、2018年から新規事業として、地域資源を活用した自社製品「起立補助椅子」の開発にも取り組んでいる。しかし、ターゲット（高齢な富裕層）とコンセプト（奈良県の吉野杉を使用した高級な椅子）は明確になったものの、椅子のデザインを自助努力で設計するのは困難であるため、当機関に相談があった。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

自社製品の開発を目指すにあたり、近畿経済産業局が主催する「知財ビジネスマッチング事業」にて（株）M.T.Cと（株）イトーキの開放特許の共同ライセンス契約を結んだ。2社協業により互いの技術を生かし、試作品製作や販売戦略を検討する段階で当機関も会議に参加し、製品アイデアの発案などの支援をした。更なる具体的なデザインが必要と判断したため地域資源活用、販路拡大へのデザイン戦略において経験豊富な本専門家を選定した。

■専門家による具体的な支援内容

「起立補助椅子」の市場で一定の評価を得るために、当社製品（共同開発）の独自性と、商品のストーリー性の必要性についてのアドバイスを行った。高度な金属加工技術を活用した起立補助椅子製品の開発、製品デザインに向けての考察（現状製品の分析、想定ユーザー、想定使用イメージ、製品イメージなど）を提示し、椅子デザイナーへ繋げるための必要なデザインの方向性の確認を行い、製品デザインに造詣の深い2名のデザイナー候補を本企業へ提案した。さらに、デザイナーの最終決定のために選択会議にアドバイザーとして参加し、最適なデザイナー選択への支援を実施した。



新商品制作会議の風景

成果

これまでの本企業が行ってきた既存事業とは全く違う新市場・新ジャンルで、製品化・生産・販売への布石ができた。市場への新規参入に当たっては、当初の価格設定では高価であったが、リビング用・ダイニング用・介護用などが存在する「起立補助椅子」の中から、市場の動向を見据え、用途を絞りこむことで、より具体的な新商品開発目標ができた。専門家の尽力でデザイナー選択会議を通して、企業の開発意図を理解し、建設的なデザイン提案ができるデザイナーを決定することができた。デザイナーを中心にプロジェクトチームを編成して、試作品を完成させた。さらに、「起立補助機構の軽量化」「吉野杉と金属が融合したデザイン」等、商品完成に向けて順調に進捗している。



起立補助椅子 試作品

専門家の声

- 氏名 : 岸田 すみ子
- 保有資格 : 日本インダストリアルデザイナー協会会員
- 専門分野 : ものづくり、地域資源活用

開放特許をベースに機能メカのコンパクト化、軽量化を可能にした事業者の開発力と、吉野杉を熟知したデザイナーのデザイン力、さらに、派遣元機関が取組を整理・提案することで起立補助椅子の製品化へと繋げることができました。地域の取組の成果と感じております。



事業者の声

今回新製品開発において、プロジェクトメンバーの声で、デザインが決め手になるとの意見からデザイナーの派遣をお願いしました。

専門的な観点から具体的な意見とアドバイスをいただき、今回の案件に合致する2名の実質デザイナーの紹介と今後の流れの道筋を立てていただき、スムーズなプロジェクト運営ができました。

支援体制

専門家

太田 直充 氏

支援依頼

地域PF

しんきん「とやま」
ビジネス応援プラットフォーム

構成機関

富山信用金庫

支援

企業

株式会社楽家

- 業種 : 卸売・小売業
- 従業員 : 1人
- 資本金 : 333万円
- 創業 : 平成25年
- 住所 : 富山県富山市東岩瀬町303
- 企業概要 : 三味線販売、三味線教室
- HP : <http://shami1000rakuya.com>

相談

支援概要

■支援の経緯

本企業は平成25年に創業した三味線販売及び三味線教室である。三味線は江戸時代から続く日本の伝統的な楽器であるが、近年は若手演奏家の伝統芸能の枠を超えた活躍やYouTube等の影響により、若年層にも楽器としての人気が高まっていることから、安価な簡易三味線（特許第6704571号）を開発し、新たなターゲットの開拓を図っている。しかし、もうひとつの柱である三味線教室（対面式）に関しては、コロナ禍の影響で収益が減少していた。そのため、今後、本格的にオンライン教室を展開し、収益の柱へと発展させたいと当機関に相談があった。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

当機関職員がオンライン三味線教室の構築と収益化についてヒアリングを行ったところ、顧客管理を行っておらず、三味線技術のレベルに応じていない画一的な三味線教室であることや、オンライン教室から物販までを通した体系的な戦略が明確でないことが明らかになった。そこで、体系的な戦略を立案するため、IT等を活用したマーケティング支援実績が豊富な本専門家に依頼した。

■専門家による具体的な支援内容

CRM(顧客管理)システムの導入及び三味線販売と連動したECサイトの構築並びにWEBマーケティング手法についてアドバイスした。具体的には、①インターネットを活用し、若い世代向けに現代曲のオリジナル楽譜や教本を訴求することで、新たな三味線ファンの掘り起こしを支援した。②三味線オンライン教室と販売サイトが連動した会員登録により、顧客の三味線技術レベルに応じたレッスンの実施を提案した。③顧客分析により優良顧客向けのコンテンツを提供するなど顧客ロイヤリティ強化を図れるようアドバイスした。④オンライン教室においても顧客同士のコミュニティ環境を充実させることで、顧客満足度を向上させる提案をした。



(上)若年層への訴求テキスト
(下)しゃみせんBox
(特許取得三味線)

成果

オンライン教室を収益の柱とする施策として、教室以外にオンライン上で生徒同士のコミュニケーションが図れる環境の整備や、生徒の習熟度に合わせた楽譜や道具の情報等の付加価値を提供した。これにより、全国の三味線ファンを囲い込み、顧客ロイヤリティ管理を徹底していくことで、収益を確保していくことになった。現在、初夏を目途にオンライン教室、販売サイトと会員サイトを連携させた自社HPの制作を目指し、取り掛かっている。また、先行してインターネットにて訴求した現代曲のオリジナル楽譜や教本については、県外在住の10～40代女性からの反響が高いことがわかり、今後、この層に対してのアプローチ強化も検討している。将来的には全国の三味線ファンを獲得したのち、師匠制度（のれん分け制度）を導入し、全国から海外に向けて販路拡大に繋げていきたい。



和やかなムードで発信する
店舗からのオンライン教室

専門家の声

- 氏名 : 太田 直充
- 保有資格 : 中小企業診断士
- 専門分野 : ものづくり、創業、海外展開
農商工等連携、ITを活用した経営力強化

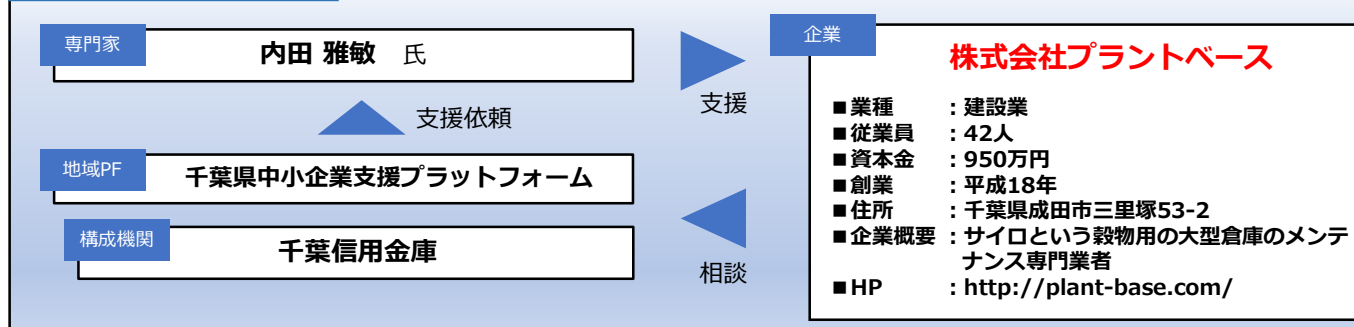
支援を実施する際、事業者の思いを大切に、既存の経営資源を最大限に活用したアドバイスを行いました。今後も改善を重ね、より一層の販路拡大を期待しています。



事業者の声

太田先生に相談させていただき、それまでコロナ禍で三味線のオンライン教室を展開していきたいと考えていた中で、実行までのプロセスだけでなく、顧客との関係性を強化する方法や三味線販売へつなげるためなど、具体的にわかりやすい提案をしていただき、感謝しています。今後も太田先生のアドバイスを参考にし、オンライン三味線教室を成功させ、三味線ファンを増やしていきます。ありがとうございました。

支 援 体 制



支 援 概 要

■ 支援の経緯

本企業は日本では数少ないサイロメンテナンス事業に特化した企業である。独自開発したステータワーを使用して、サイロ気密補修工事、サイロブリッジ工事、サイロ清掃工事などを安心安全に施工している。2021年6月末日に現在の代表取締役が退任し、親族内承継で2名に事業承継をする予定である。本企業にとって、この事業承継が最重要課題であるが、詳細な留意事項がわからず、共同代表での事業承継について支援してほしいと当機関に相談があった。

■ 派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

当機関の担当者がヒアリングを実施したところ、そもそも共同代表制度が本企業の現状に対して適切であるかどうか、権限や役割はどのようになるか、体制や環境は整っているか、その他の事務手続関連の届出問題などについて相談を受けた。一般的な内容については当機関にてアドバイスを行い、実務に即した具体的な内容については、事業承継に造詣が深く当該課題解決に最も適していると判断した本専門家に依頼した。

■ 専門家による具体的な支援内容

経営状況及び事業承継の現状について、親族内、社内、社外のそれぞれに対しヒアリングを実施した。一年後の事業承継に向け、共同代表制で進めていくことを念頭に、様々な課題を計画的に解決していけるように事業承継計画を立案することを支援した。具体的には、①株式の受け渡し形態、②内部管理体制、③これからの営業方針、④顧問税理士と相談しながら事業承継税制を活用することなどのアドバイスを行った。後継者の2人に対しては、新規事業なども視野に入れながら、新経営体制での方針を検討していくように支援した。



支援実施時の様子

成 果

共同代表での事業承継について、専門家の支援により多くの課題を一つずつ解決することで、親族内承継で経営を引き継ぐ道筋を立てることができた。資産の承継も様々な公的支援策を活用することで実現に向け、現実味を帯びてきた。さらに事業承継という節目をきっかけに、内部管理体制や、これからの営業方針など企業全体の方針の見直しについてアドバイスを受け、新規事業なども視野に入れた新経営体制での方針を確立した。具体的な営業目標として、サイロメンテナンス市場の国内シェアの70%以上を獲得することや、新規事業・海外事業の売上げを現在の2倍以上の数字にすることが事業計画として立案された。



本企業の社屋

専門家の声

- 氏名 : 内田 雅敏
- 保有資格 : 行政書士、社会保険労務士、中小企業診断士
- 専門分野 : ものづくり、事業承継、創業

事業承継を契機として、内部管理の整備、新規事業への進出等を進めている前向きな事業者様である。経営権の引継ぎ、親族内の役割分担などを長期で計画しスムーズな承継に心がけている好例。様々な側面からご支援できて満足している



事業者の声

今回、ミラサボの専門家派遣制度のおかげで、新しい経営体制をスムーズに構築することができた。複数回の相談や専門家の適切なアドバイスにより、共同代表の留意事項だけでなく、新しい課題やその対策も事前に検討できた。更には、より長期的な課題についても検討する機会となり、あらゆる業務・計画を再確認するきっかけにもなった。本制度のスキームと専門家のコミュニケーション力や適切なアドバイス、きっかけを作っていたいただいた派遣元機関に改めて感謝申し上げたい。

支援体制

専門家

鈴木 賢一 氏

支援依頼

地域PF

ふくしま中小企業支援プラットフォーム

構成機関

いわき商工会議所

支援

相談

企業

メディカルハーブのお店oluolu

- 業種 : 卸売・小売業
- 従業員 : - 人
- 資本金 : - 万円
- 創業 : 平成29年
- 住所 : 福島県いわき市中央台高久三丁目31-5
- 企業概要 : オリジナルハーブティーの製造販売
- HP : <http://oluolu-herb.jp/>

支援概要

■支援の経緯

本企業は自然の力で「もっと元気に」「もっと心地よく」をコンセプトに、ハーブの薬理作用に着目したオリジナルブレンドハーブティーの実店舗やWEBによる販売及び使い方講座等を開催している。創業時から知的財産によるブランド保護に留意しており「oluolu」（ハーブ製品他）と「お守りハーブ」（小売等役務、情報提供他）の商標登録を行っていた。

しかし、SNSにおいて交流のある同業者が「お守りハーブ」と類似する商標を使用して同様のサービス展開を始め、本企業の事業と誤認混同される事態も発生した。そのため、今後の対応について当機関に相談があった。

■派遣元機関によるヒアリング内容と専門家選定理由

当機関によるヒアリングを実施し、今回のケースが商標権の侵害に該当するのか、侵害の場合の対処方法はどうすべきかについて、専門的見地からのアドバイスが必要であると判断した。そのため、創業時に商標登録について相談を行い、本企業の事情にも精通していて、弁理士として知財関連の支援経験が豊富である本専門家に依頼した。

■専門家による具体的な支援内容

始めに本件が商標権の侵害に該当するかを称呼・外観・観念の三点と使用の実態を考慮して総合的に判断した。その結果、本企業の登録商標と同業者の使用商標は類似し、商標を使用する役務も同一又は類似するものであり、実際の誤認混同も確認できる状況であるため、同業者の行為は商標権の侵害に該当する可能性が極めて高い旨を説明した。同業者への対処方法として、本企業は同業者とSNS上の友好的な交流が過去にあり、必ずしも警告状の送付等は希望せず、可能な限り穏やかに解決することを望んでいた。そのため、本企業の意向に沿った解決策についてアドバイスを行った。

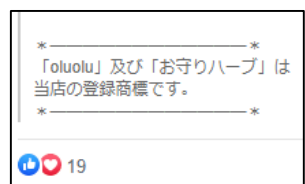
「oluolu」
店舗の様子

お守りハーブ



成果

専門家のアドバイスに従って、本企業から同業者に対して類似商標の不使用について申し入れを行った。その際には、商標権の侵害については個人的な思い込みではなく専門家に相談した上での判断であることと、登録商標が本企業にとって非常に思い入れがあり大切なものであることを冷静に伝えた。同業者は商標権やその侵害についての認識が無かったため、WEBサイトから類似商標の表示を即座に削除する対応をしていただくことができた。本企業が望んでいた円満な解決となり、同業者との交流も継続している。また、専門家から同様のトラブルを未然に防止するためには、登録商標である旨を積極的に表示するようにアドバイスがあったため、早速WEBサイトをはじめ、ブログやFacebookに対策を講じている。



Facebookに投稿した文末に表示

専門家の声

- 氏 名：鈴木 賢一
- 保有資格：弁理士、行政書士
- 専門分野：知的資産経営、契約、地域資源活用、創業

商標登録はブランド構築の基礎であり、事業の花を咲かせるための種時きです。大切に育てるべき事業とそのブランドを保護するため、登録商標の適正管理には十分な注意を払いましょう。無用なトラブル防止のためには登録商標表示を積極的に行うことも大切です。この度の相談案件では、同業者の方の理解も得られたようで、円満な解決を得られたことは非常に良かったと思います。今後も事業の発展とブランド構築のため、知的財産を有効に活用して頂ければ幸いです。



事業者の声

創業時より大切に使用してきた「お守りハーブ」について、主にWEBにて販売や普及啓発活動していることから、平成30年にアドバイスをいただき、商標登録をしました。この時も鈴木弁理士にお世話になっています。ハーブを生活に取り入れ「お守り」代わりに身近な存在にしていきたいという思いは、同業者には通じるものがあり、似た表現は多く見受けられましたが、今回は、呼称・外観・概念が酷似していたことがとても気になりました。しかしながら、先方にどのようにお話しすべきか？全く分からない中で、専門家のアドバイスをいただき、手順を踏んで先方にお話できたことで円満解決に至りました。そもそも3年前の適切なアドバイスで商標登録を行なっていたよかったですと感謝しています。

支援体制

専門家

千葉 峰広 氏

支援依頼

地域PF

かながわ中小企業支援プラットフォーム

構成機関

藤沢商工会議所

支援

相談

企業

東湘印版株式会社

- 業種 : 製造業
- 従業員 : 34人
- 資本金 : 1,000万円
- 創業 : 昭和44年
- 住所 : 神奈川県藤沢市長後1343-3
- 企業概要 : 印刷業
- HP : <http://tosho-inban.co.jp/>

支援概要

■支援の経緯

本企業は印刷物を通じてお客様と社会のつながりを良くする「印刷を用いたソリューションビジネス企業」を目指している。企画、デザイン、商品製造までを一貫して行い、クライアントの様々な要望に対応できる、企画力に定評がある総合印刷企業である。

現在の人事制度は数年前に人事コンサルに依頼して作成した。しかし、社員を実績面だけで評価するものであり、人事制度によって人材を育成し、本企業のソリューション力を向上させたいという社長の思いとは大きな隔たりがあった。そのため、新しい人事制度の構築について当機関に相談があった。

派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

当機関職員がヒアリングを行い、社員に何を期待し、どう評価し、どう処遇に結び付けるかを明確にした人事制度に作り変えるべきと判断した。そのため、長年企業の人事部で労務管理に携わり、中小企業の人事制度に知見がある本専門家に依頼を行った。

■専門家による具体的な支援内容

現状把握を行い、人事制度改定は単なる管理的思考を強化するのではなく、会社と従業員のベクトルを一致させ、やりがいや幸せを感じられるものにするという方向性を明確にした。

具体策としては、等級制度の作り直しを中心にそれに関連する評価制度や報酬制度を改定することとした。管理職は部門運営や部下育成を重視した役割等級とすること、非管理職は全社共通の期待する人物像に加え職種別に等級ごとの着目する能力を個別設定するように指導した。

また、従業員の気持ちを把握し新しい人事制度に反映するために従業員満足度調査を行うことを提案し、その実施方法について検討を行った。



専門家による指導

成果

従業員満足度調査は現行の制度や会社に対する意見を無記名のアンケート形式で行った。現状の仕事や職場に対する満足度は約70%と高く、フリーコメントも多く寄せられたが「結局は現状のまま変わらないだろう」といったネガティブなものもあった。しかしながら、この調査を行ったことにより「会社が意見を聞いてくれる」ことを従業員が認識し、社長の人材育成に対する思いも伝わることとなった。また、会社運営に係る従業員の心情を社長が把握できたのも大きな効果であった。

人事制度は等級制度における評価基準を見直し、年2回の賞与の工夫、年次評価の実施とそれを昇給・昇格に結び付けるように変更し、説明会を全社員向けに実施した。

新しい人事制度によって個々人の行動基準が明確になったことにより、こうすれば評価されるといった各ポジションで責任を持った行動がみられるようになってきた。



アンケート集計

専門家の声

- 氏名 : 千葉 峰広
- 保有資格 : キャリアコンサルタント
- 専門分野 : 人事制度設計・運用/労務管理改善

経営者の「給与や福利厚生の改善だけでなく働く幸せを実感できる人事制度」を構築したいというニーズに対し、手間はかかりましたが、従業員満足度調査を実施し、会社の全員で一緒に良い会社にしていこうという取組姿勢がうまくいったと思っています。



事業者の声

支援にあたっては、単なるランク付けではない、そして社員にとってわかりやすい人事制度に改善したいと千葉先生にお願いしました。

社内組織の把握から始まり現状の処遇に関する制度などを整理していくなかで、それぞれの課題が明確になり、どのような手法で改善・対応していくか、具体的なアドバイスいただきました。

これまでの管理的制度ではなく、会社の使命にリンクし、かつ社員のやりがいを大切にする制度として、安定運用を目指すべく今後も改善に取り組んでいきたいです。

令和2年度
中小企業・小規模事業者ワンストップ総合支援事業
(専門家派遣関係調査及び
事務処理等実施機関の運営事業)調査報告書

満足度調査

令和3年3月31日

株式会社 パソナ

I. 調査概要

I. 調査概要

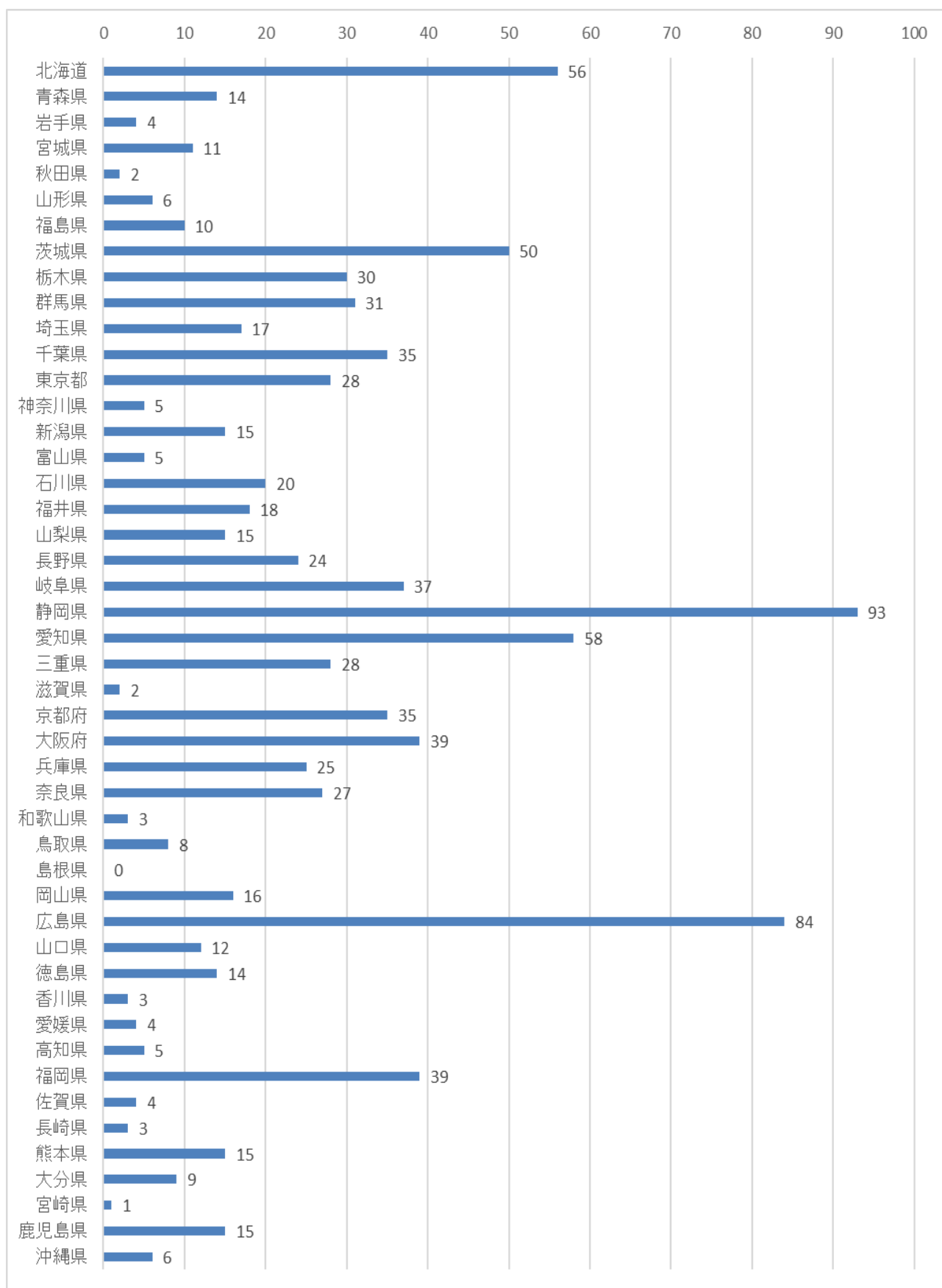
調査目的	令和2年度中小企業・小規模事業者ワンストップ総合支援事業（専門家派遣事業）において、専門家による支援を受けた事業者の満足度等を把握し、本制度の改善点等を把握する。
調査手法	インターネット調査
本調査対象者の条件	本事業において専門家による支援を受け、かつ満足度調査への協力に承諾いただいた事業者（3,320事業者）
有効回収サンプル数	981サンプル
調査期間	2021年2月24日（水）～2021年3月14日（日）

II. 回答者プロフィール

回答者プロフィール ①

【住所(都道府県単位)】

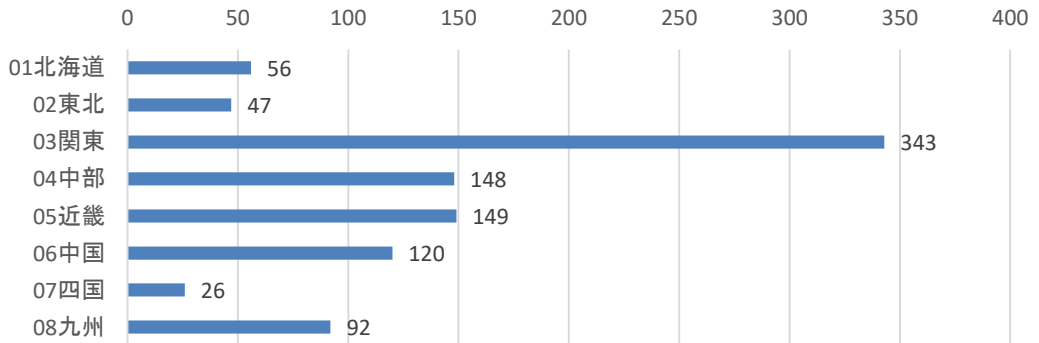
(n=981)



回答者プロフィール ②

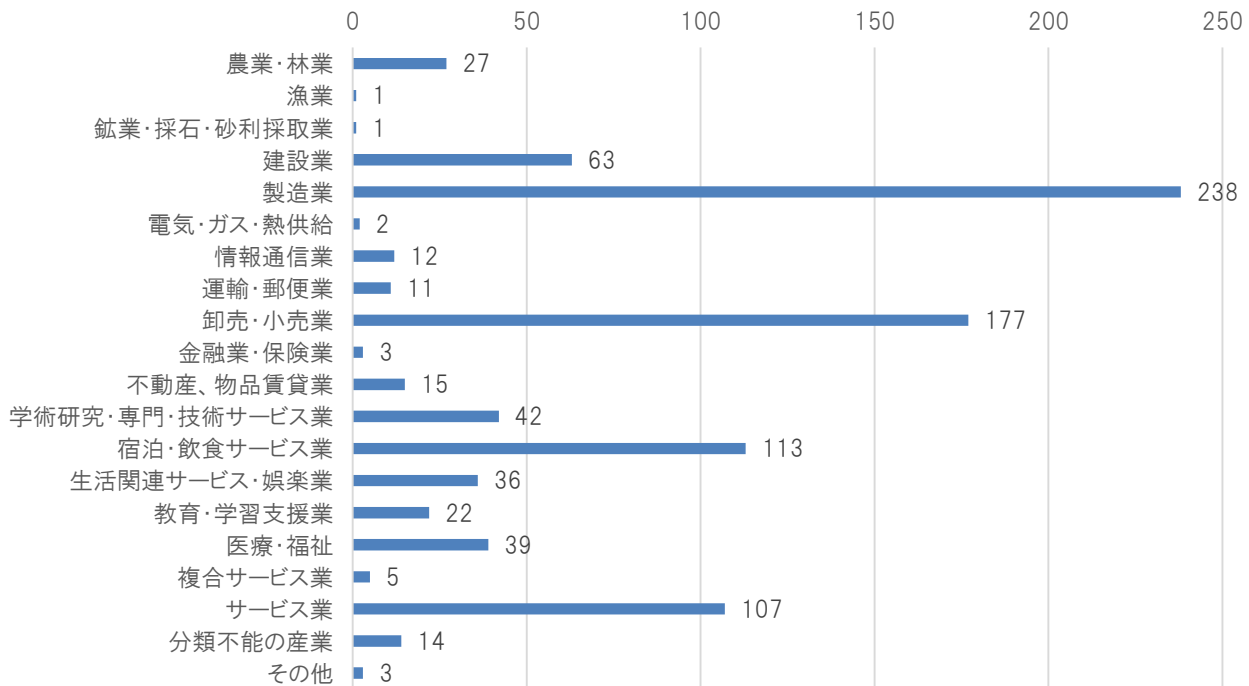
【住所(経済産業局単位)】

(n=981)



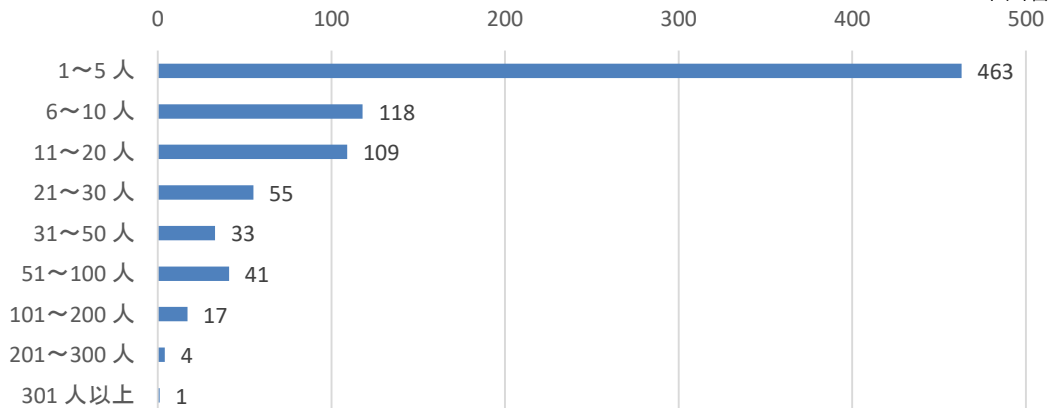
【業種】

(n=931)
未回答者は除く



【従業員数】

(n=841)
未回答者は除く



III. 詳細編

企業属性とクロス集計表のカラーマーキング

←薄い (構成比) 濃い→

←低い 高い→

1. 専門家派遣事業の認知導線

➡ HPやチラシではなく、人から勧められて利用する事業者が多い。

- 専門家派遣を知ったきっかけは、「よろず支援拠点・地域プラットフォームの職員から直接話を聞いた」が57%で圧倒的に多く、「元々付き合いのある専門家から話を聞いた」が22%、「他の企業経営者・取引先から話を聞いた」が15%となっていて、人から勧められて利用している事業者が多い。

エリア区分、業種区分、従業員数区分、支援課題、派遣回数とのクロス分析の結果にも大きな有意差はみられない。

➤ 「他の企業経営者・取引先から話を聞いた」の構成比が次の項目で若干高くなっている。

エリア区分 : 北海道、東北、四国

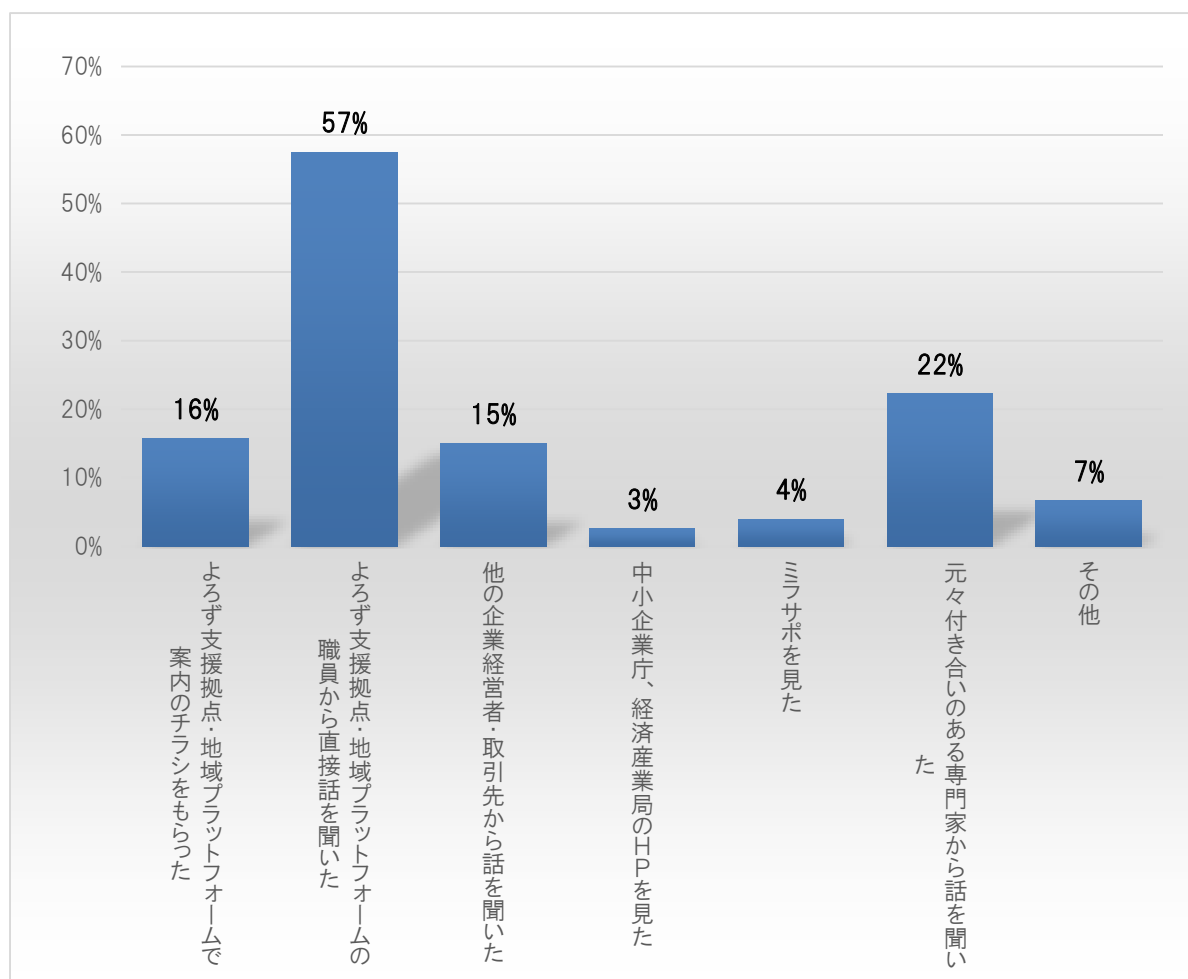
業種区分 : 不動産・物品賃貸業、学研究・専門・技術サービス業、宿泊・飲食サービス業、教育・学習支援業

従業員数区分: 1～5人

支援課題 : 農商工連携、海外展開、創業

問7. ワンストップ総合支援事業の専門家派遣を知ったきっかけに当てはまるものをお選びください。

【複数回答可】



(n=981)

小数点以下、四捨五入

1. 専門家派遣事業の認知導線(企業属性とのクロス集計)

		チャットをもらった フォームで案内した よう支援拠点・ 地域プラットフォーム	よう支援拠点・ 地域プラットフォーム の職員から聞いた	他の企業経営者・ 取引先から話を聞 いた	中小企業庁、経済 産業局のHPを見 た	ミツサポを見た	元々付き合いのあ る専門家から話を 聞いた	その他
	全体(回答者数)	981	154	147	25	39	218	65
	比率		15.7%	15.0%	2.5%	4.0%	22.2%	6.6%
エリア区分	01北海道	64	6.3%	32.8%	17.2%	0.0%	21.9%	20.3%
	02東北	62	16.1%	38.7%	17.7%	3.2%	17.7%	4.8%
	03関東	422	13.7%	50.0%	10.7%	2.1%	16.6%	4.3%
	04中部	180	11.1%	47.8%	12.8%	2.2%	16.1%	4.4%
	05近畿	184	12.5%	44.6%	10.3%	3.8%	20.7%	5.4%
	06中国	148	12.2%	45.9%	12.2%	0.7%	20.9%	5.4%
	07四国	32	18.8%	40.6%	15.6%	0.0%	12.5%	6.3%
	08九州	120	12.5%	49.2%	12.5%	1.7%	17.5%	2.5%
業種区分	01農業・林業	35	11.4%	45.7%	14.3%	2.9%	17.1%	8.6%
	02漁業	1	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	03鉱業・採石・砂利採取業	1	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	04建設業	81	16.0%	46.9%	8.6%	3.7%	4.9%	18.5%
	05製造業	297	11.8%	54.5%	6.7%	3.0%	3.4%	15.8%
	06電気・ガス・熱供給	2	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	07情報通信業	15	6.7%	33.3%	13.3%	6.7%	6.7%	26.7%
	08運輸・郵便業	13	15.4%	53.8%	7.7%	7.7%	0.0%	7.7%
	09卸売・小売業	225	16.4%	53.3%	9.3%	0.9%	2.2%	15.1%
	10金融業・保険業	4	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%	0.0%	50.0%
	11不動産・物品賃貸業	15	6.7%	20.0%	26.7%	0.0%	0.0%	40.0%
	12学術研究・専門・技術サービス業	52	5.8%	28.8%	21.2%	1.9%	5.8%	28.8%
	13宿泊・飲食サービス業	136	11.0%	50.0%	15.4%	1.5%	3.7%	13.2%
	14生活関連サービス・娯楽業	47	19.1%	40.4%	12.8%	2.1%	4.3%	17.0%
	15教育・学習支援業	28	10.7%	42.9%	28.6%	0.0%	0.0%	14.3%
	16医療・福祉	46	17.4%	45.7%	17.4%	0.0%	2.2%	15.2%
	17複合サービス業	9	11.1%	22.2%	11.1%	11.1%	11.1%	22.2%
	18サービス業	130	13.1%	39.2%	14.6%	1.5%	3.8%	17.7%
	19分類不能の産業	17	11.8%	52.9%	11.8%	0.0%	0.0%	23.5%
	20その他	4	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%
従業員数区分	回答なし	54	5.6%	22.2%	14.8%	0.0%	1.9%	40.7%
	①1～5人	574	14.5%	43.9%	14.6%	2.3%	3.1%	16.7%
	②6～10人	141	14.2%	50.4%	9.2%	2.1%	5.0%	15.6%
	③11～20人	133	13.5%	54.9%	10.5%	1.5%	4.5%	12.8%
	④21～30人	68	7.4%	52.9%	7.4%	1.5%	1.5%	22.1%
	⑤31～50人	44	15.9%	56.8%	6.8%	0.0%	4.5%	9.1%
	⑥51～100人	53	7.5%	56.6%	3.8%	3.8%	3.8%	17.0%
	⑦101～200人	23	0.0%	52.2%	8.7%	8.7%	4.3%	17.4%
	⑧201～300人	6	16.7%	50.0%	0.0%	16.7%	0.0%	16.7%
	⑨301人以上	1	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
支援課題	回答なし	169	9.5%	36.1%	14.2%	0.6%	1.2%	29.6%
	ア. 経営革新	406	15.0%	46.1%	11.6%	3.2%	3.0%	16.5%
	イ. 地域資源活用	94	10.6%	41.5%	16.0%	4.3%	3.2%	19.1%
	ウ. 農商工連携	20	10.0%	45.0%	25.0%	0.0%	0.0%	10.0%
	エ. 新連携	38	7.9%	47.4%	15.8%	0.0%	2.6%	23.7%
	オ. 海外展開	40	15.0%	35.0%	17.5%	5.0%	5.0%	22.5%
	カ. 創業	76	11.8%	38.2%	17.1%	0.0%	1.3%	22.4%
	キ. 事業再生・再チャレンジ	153	16.3%	46.4%	14.4%	2.0%	1.3%	17.6%
	ク. 事業承継	68	17.6%	52.9%	10.3%	1.5%	0.0%	16.2%
	ケ. ものづくり	212	11.3%	48.1%	11.8%	3.3%	4.2%	16.5%
	コ. ITを活用した経営力強化	457	12.5%	45.5%	14.0%	1.3%	3.9%	18.6%
	サ. 知的資産経営	42	9.5%	54.8%	9.5%	2.4%	4.8%	19.0%
	シ. 雇用・労務管理	51	21.6%	51.0%	13.7%	0.0%	0.0%	11.8%
	ス. 資金繰り	77	16.9%	49.4%	13.0%	1.3%	3.9%	14.3%
	セ. 販路拡大・販促支援	525	13.1%	44.4%	13.0%	2.1%	2.9%	19.2%
	ソ. 債権保全・債権回収	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	タ. 契約・取引	27	18.5%	48.1%	7.4%	3.7%	7.4%	7.4%
	チ. B C P (事業継続計画)	51	7.8%	43.1%	13.7%	0.0%	7.8%	23.5%
	ツ. IT補助金	84	13.1%	54.8%	11.9%	1.2%	2.4%	13.1%
	テ. その他	148	12.8%	43.9%	7.4%	3.4%	3.4%	18.2%
派遣回数	1回	428	14.5%	47.2%	10.0%	2.8%	3.5%	17.1%
	2回	246	12.2%	50.4%	13.0%	2.0%	2.4%	16.3%
	3回	343	12.0%	42.0%	12.8%	1.7%	3.2%	21.0%
	4回	69	10.1%	55.1%	14.5%	0.0%	1.4%	13.0%
	5回	126	11.1%	44.4%	14.3%	1.6%	4.8%	19.0%

2. 普段の情報収集手段

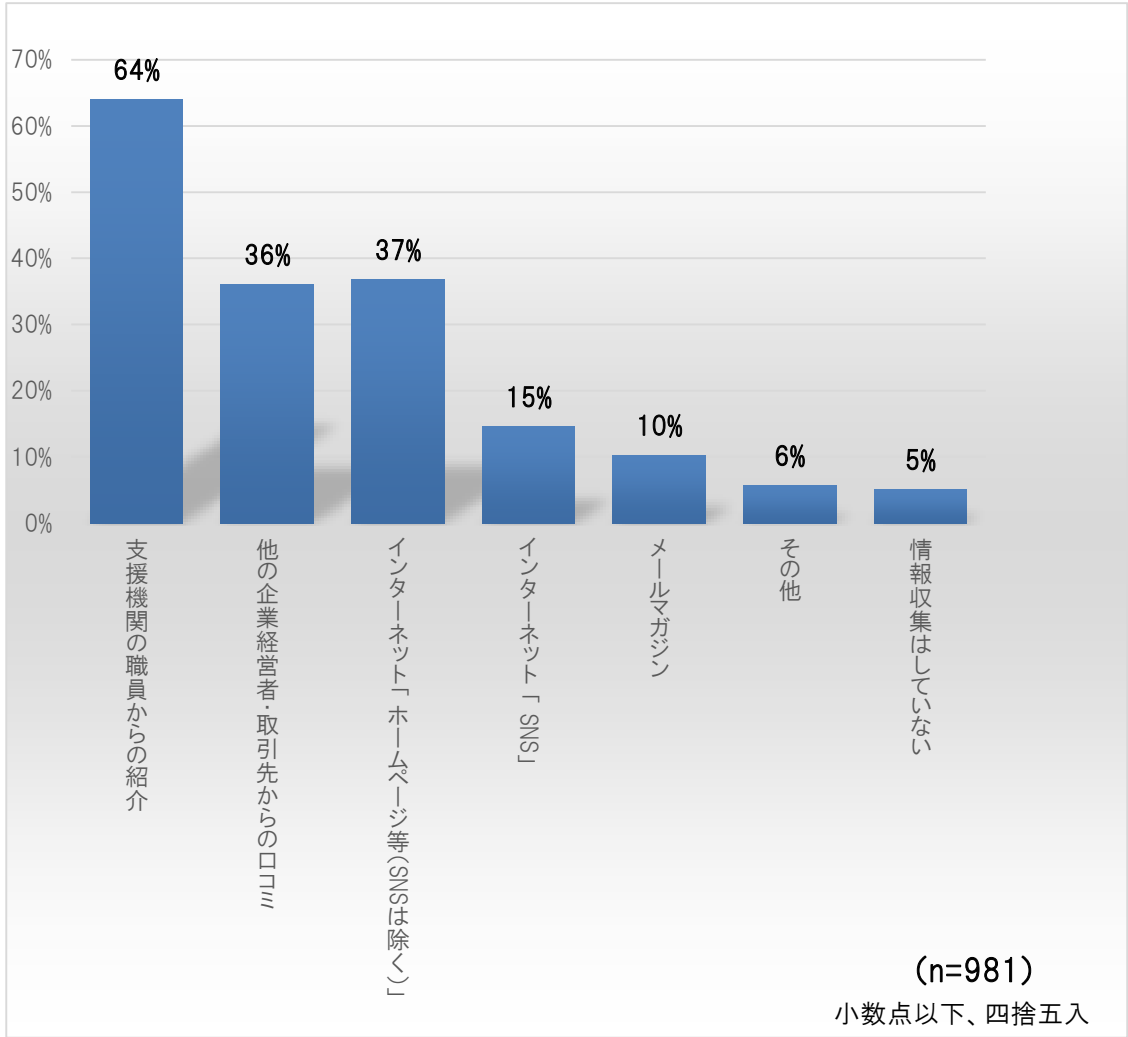
➡ 専門家派遣の認知と同様に人を介しての情報収集が主流。

- 普段の情報収集手段は、「支援機関の職員からの紹介」が64%といちばん多く、「他の企業経営者・取引先からの口コミ」のが36%であり、専門家派遣の認知と同様に人を介するものが多い。
- しかしながら、「インターネット(ホームページ等(SNSは除く))」は37%、「インターネット(SNS)」が15%、「メールマガジン」が10%とインターネット系による情報収集もかなりの事業者で行われている。

エリア区分、業種区分、従業員数区分、支援課題、派遣回数とのクロス分析の結果にも大きな有意差はみられない。

- 「インターネット(ホームページ等(SNSは除く))」は次の項目で構成比がやや高くなっている。
業種区分 : 情報通信業、教育・学習支援業
従業員数区分: 51～100人、101～200人
支援課題 : 創業
- 「インターネット(SNS)」は次の項目で構成比がやや高くなっている。
業種区分 : 不動産・物品賃貸業、学術研究・専門・技術サービス業、生活関連サービス・娯楽業

問8. 普段から支援施策等の情報収集に使う手段をお選びください【複数回答可】



2. 普段の情報収集手段(企業属性とのクロス集計)

		支援機関の職員 からの紹介	他の企業経営者・ 取引先からの □□□	インターネット 「ホームページ等 (SNSは除く)」	インターネット [SNS]	メールマガジン	その他	情報収集は していない
全体 (回答者数)		981	628	354	361	143	101	56
比率			64%	36%	37%	15%	10%	5%
エリア区分	01北海道	92	31.5%	27.2%	16.3%	9.8%	4.3%	3.3%
	02東北	80	35.0%	21.3%	21.3%	8.8%	6.3%	5.0%
	03関東	580	38.4%	20.5%	22.1%	7.9%	4.7%	3.6%
	04中部	267	40.8%	20.2%	19.1%	9.0%	5.6%	1.5%
	05近畿	275	33.8%	20.0%	23.6%	9.8%	9.8%	1.5%
	06中国	203	36.5%	20.2%	22.2%	7.9%	5.9%	2.5%
	07四国	44	36.4%	25.0%	18.2%	9.1%	2.3%	4.5%
	08九州	152	36.8%	21.1%	21.1%	6.6%	6.6%	4.6%
業種区分	01農業・林業	49	42.9%	24.5%	16.3%	8.2%	0.0%	2.0%
	02漁業	1	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	03鉱業・採石・砂利採取業	1	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	04建設業	106	37.7%	23.6%	17.9%	6.6%	7.5%	4.7%
	05製造業	417	42.2%	16.8%	22.3%	5.3%	8.4%	2.2%
	06電気・ガス・熱供給	3	66.7%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	07情報通信業	20	30.0%	20.0%	40.0%	0.0%	5.0%	0.0%
	08運輸・郵便業	19	42.1%	31.6%	15.8%	0.0%	5.3%	0.0%
	09卸売・小売業	316	40.5%	19.9%	20.9%	8.2%	5.7%	2.8%
	10金融業・保険業	5	20.0%	20.0%	20.0%	0.0%	0.0%	40.0%
	11不動産・物品賃貸業	22	22.7%	31.8%	27.3%	13.6%	0.0%	4.5%
	12学術研究・専門・技術サービス業	79	17.7%	22.8%	22.8%	13.9%	10.1%	6.3%
	13宿泊・飲食サービス業	195	37.4%	21.5%	19.0%	10.8%	3.6%	3.6%
	14生活関連サービス・娯楽業	63	34.9%	20.6%	19.0%	15.9%	4.8%	3.2%
	15教育・学習支援業	43	30.2%	27.9%	25.6%	11.6%	4.7%	0.0%
	16医療・福祉	54	38.9%	20.4%	22.2%	7.4%	5.6%	1.9%
	17複合サービス業	9	22.2%	22.2%	22.2%	11.1%	0.0%	22.2%
	18サービス業	185	35.1%	22.2%	21.6%	10.3%	6.5%	2.7%
	19分類不能の産業	24	37.5%	20.8%	25.0%	4.2%	4.2%	4.2%
	20その他	4	25.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	25.0%
従業員数区分	回答なし	78	24.4%	26.9%	21.8%	11.5%	2.6%	6.4%
	①1～5 人	788	36.7%	21.1%	21.6%	9.1%	5.2%	3.0%
	②6～10 人	201	38.3%	21.4%	18.4%	7.5%	8.5%	4.0%
	③11～20 人	187	40.1%	21.4%	21.4%	4.3%	7.0%	2.7%
	④21～30 人	93	43.0%	18.3%	21.5%	6.5%	4.3%	4.3%
	⑤31～50 人	64	42.2%	20.3%	18.8%	4.7%	7.8%	4.7%
	⑥51～100 人	74	40.5%	13.5%	27.0%	6.8%	9.5%	0.0%
	⑦101～200 人	31	41.9%	16.1%	25.8%	9.7%	3.2%	3.2%
	⑧201～300 人	9	44.4%	22.2%	22.2%	11.1%	0.0%	0.0%
支援課題	⑨301 人以上	2	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	回答なし	244	29.5%	23.8%	20.9%	12.3%	5.3%	4.5%
	ア. 経営革新	556	37.1%	22.1%	21.2%	8.3%	6.3%	2.5%
	イ. 地域資源活用	135	31.1%	25.2%	23.0%	11.9%	6.7%	1.5%
	ウ. 農商工連携	35	40.0%	25.7%	17.1%	5.7%	5.7%	0.0%
	エ. 新連携	73	28.8%	24.7%	20.5%	13.7%	8.2%	1.4%
	オ. 海外展開	48	29.2%	31.3%	20.8%	8.3%	10.4%	0.0%
	カ. 創業	111	33.3%	23.4%	25.2%	12.6%	1.8%	1.8%
	キ. 事業再生・再チャレンジ	202	37.6%	23.8%	18.3%	8.9%	7.4%	2.0%
	ク. 事業承継	89	40.4%	24.7%	22.5%	4.5%	6.7%	1.1%
	ケ. ものづくり	289	38.4%	18.3%	22.1%	8.3%	6.9%	3.1%
	コ. I T を活用した経営力強化	622	34.6%	19.9%	24.3%	8.5%	6.3%	3.7%
	サ. 知的資産経営	65	35.4%	21.5%	18.5%	7.7%	12.3%	3.1%
	シ. 雇用・労務管理	64	48.4%	25.0%	14.1%	3.1%	4.7%	1.6%
	ス. 資金繰り	117	40.2%	23.9%	17.1%	6.8%	6.0%	2.6%
	セ. 販路拡大・販促支援	745	34.9%	22.4%	21.2%	9.7%	6.0%	3.0%
	ソ. 債権保全・債権回収	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
派遣回数	タ. 契約・取引	33	39.4%	30.3%	18.2%	6.1%	6.1%	0.0%
	チ. B C P (事業継続計画)	68	38.2%	22.1%	17.6%	7.4%	7.4%	4.4%
	ツ. IT補助金	101	37.6%	23.8%	17.8%	10.9%	5.9%	4.0%
	テ. その他	214	33.6%	19.2%	19.2%	10.3%	7.9%	6.5%
	1回	600	37.2%	20.5%	20.5%	8.3%	7.7%	3.3%
	2回	337	37.7%	20.5%	21.4%	8.9%	5.3%	2.7%
	3回	487	36.1%	21.1%	22.0%	8.6%	5.5%	3.5%
	4回	96	39.6%	16.7%	27.1%	8.3%	2.1%	3.1%
	5回	173	37.0%	24.9%	19.1%	7.5%	4.6%	4.0%

3. 専門家派遣の利用理由

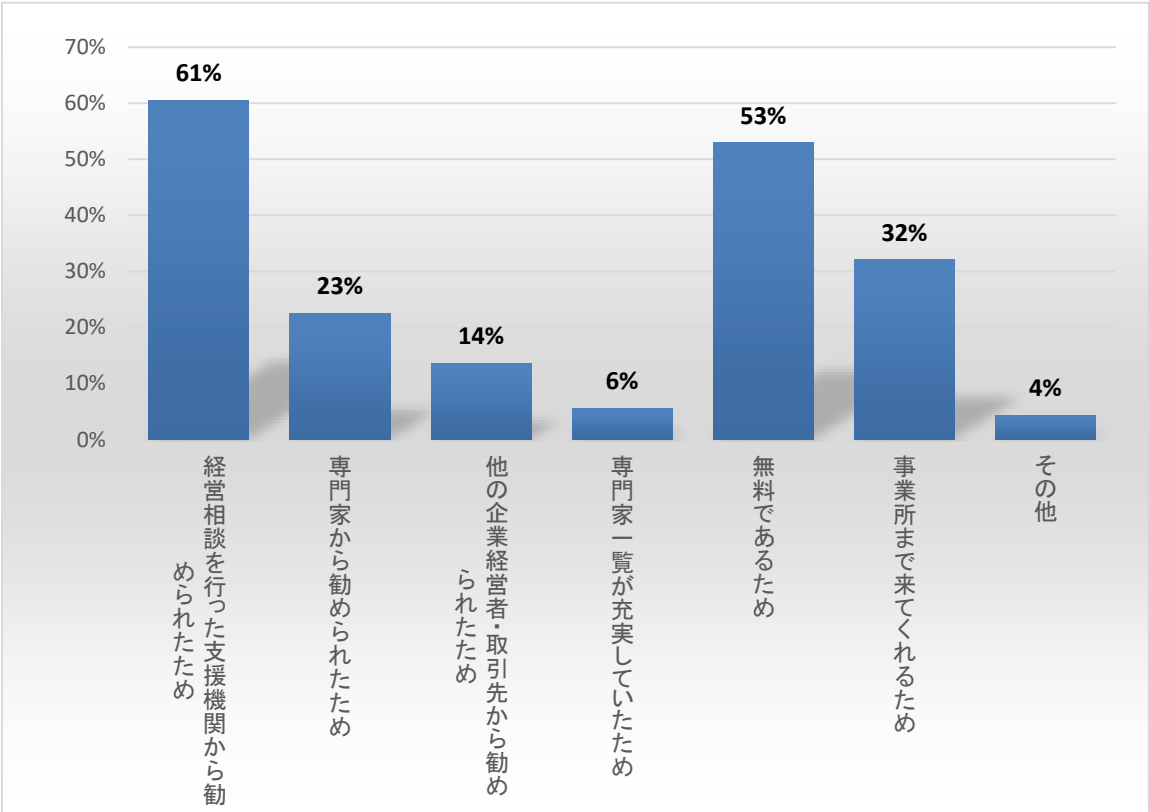
➡ 支援機関などから勧められての利用が6割を超えている。

- 専門家派遣を利用に至った理由は、「経営相談を行った支援機関から勧められた」が61%でトップ。以下、「無料であるため」が53%、「事務所まで来てくれるため」が32%、「専門家から勧められた」が23%、「他の企業経営者・取引先から勧められた」が14%。

エリア区分、業種区分、従業員数区分、支援課題、派遣回数とのクロス分析の結果にも大きな有意差はみられない。

- エリア区分別でみると、東北が「事業所まで来てくれるため」の構成比がやや高くなっている。
- 業種区分別でみると、建設業では「事務所まで来てくれるため」が、情報通信業では「専門家から勧められたため」、運輸・郵便業では「経営相談を行った支援機関から勧められたため」の構成比がやや高くなっている。
- 従業員区分では、6～10人で「事務所まで来てくれるため」、51～100人で「経営相談を行った支援機関から勧められたため」、101～200人で「無料であるため」の構成比がやや高くなっている。
- 支援課題でみると、農商工連携、資金繰り、BCPで「事務所まで来てくれるため」の割合が高くなっている。

問9. ワンストップ総合支援事業の専門家派遣を利用した理由をお選びください【複数回答可】



(n=981)

小数点以下、四捨五入

3. 専門家派遣の利用理由(企業属性とのクロス集計)

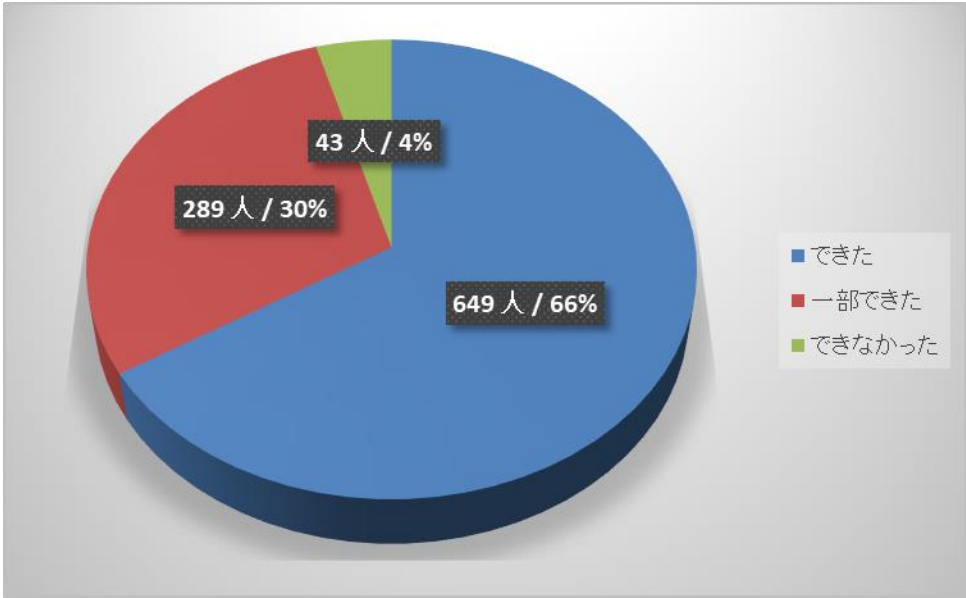
		経営相談を 行った支援機 関からためら れたため	専門家から勤 められたため	他の企業経営 者・取引先か ら勧められた ため	専門家一覧が 充実していた ため	無料であるた め	事業所まで来 てくれるため	その他
	全体 (回答者数)	981	594	221	134	55	519	315
	比率		60.6%	22.5%	13.7%	5.6%	52.9%	32.1%
エリア区分	01北海道	107	20.6%	15.0%	11.2%	2.8%	29.9%	15.0%
	02東北	93	22.6%	14.0%	11.8%	3.2%	28.0%	20.4%
	03関東	660	33.6%	10.2%	5.3%	2.3%	28.6%	17.3%
	04中部	269	36.1%	11.5%	5.9%	3.3%	26.0%	14.9%
	05近畿	295	29.5%	14.9%	7.1%	3.4%	28.5%	15.9%
	06中国	232	31.0%	12.5%	9.9%	1.7%	24.6%	17.7%
	07四国	47	31.9%	2.1%	6.4%	6.4%	31.9%	19.1%
	08九州	177	32.8%	11.3%	7.3%	4.5%	26.0%	16.4%
業種区分	01農業・林業	47	31.9%	12.8%	8.5%	6.4%	27.7%	12.8%
	02漁業	2	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%
	03鉱業・採石・砂利採取業	2	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	04建設業	122	34.4%	10.7%	4.1%	4.1%	23.8%	20.5%
	05製造業	472	35.0%	10.6%	3.6%	2.3%	28.0%	18.9%
	06電気・ガス・熱供給	7	28.6%	14.3%	14.3%	14.3%	14.3%	14.3%
	07情報通信業	21	23.8%	23.8%	4.8%	4.8%	28.6%	9.5%
	08運輸・郵便業	23	43.5%	4.3%	4.3%	0.0%	30.4%	17.4%
	09卸売・小売業	362	34.5%	8.8%	6.4%	2.2%	27.6%	17.7%
	10金融業・保険業	3	0.0%	66.7%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%
	11不動産・物品賃貸業	22	13.6%	31.8%	22.7%	0.0%	27.3%	0.0%
	12学術研究・専門・技術サービス業	76	22.4%	13.2%	10.5%	3.9%	27.6%	18.4%
	13宿泊・飲食サービス業	212	30.7%	9.9%	10.8%	2.4%	26.4%	18.4%
	14生活関連サービス・娯楽業	68	32.4%	14.7%	10.3%	5.9%	25.0%	11.8%
	15教育・学習支援業	43	27.9%	11.6%	14.0%	0.0%	32.6%	14.0%
	16医療・福祉	73	30.1%	11.0%	4.1%	1.4%	34.2%	17.8%
	17複合サービス業	7	28.6%	14.3%	14.3%	0.0%	14.3%	14.3%
	18サービス業	195	31.8%	10.3%	9.2%	4.1%	26.7%	13.3%
	19分類不能の産業	28	25.0%	14.3%	10.7%	3.6%	28.6%	17.9%
	20その他	5	0.0%	60.0%	0.0%	0.0%	20.0%	20.0%
従業員数区分	回答なし	90	18.9%	23.3%	6.7%	4.4%	32.2%	12.2%
	①1～5 人	889	30.9%	11.0%	9.1%	3.3%	27.4%	15.9%
	②6～10 人	225	31.6%	11.1%	4.0%	1.3%	26.7%	23.1%
	③11～20 人	208	37.5%	10.1%	6.7%	1.4%	24.5%	18.8%
	④21～30 人	107	29.9%	14.0%	3.7%	0.9%	27.1%	20.6%
	⑤31～50 人	69	36.2%	1.4%	2.9%	4.3%	29.0%	18.8%
	⑥51～100 人	81	38.3%	11.1%	1.2%	3.7%	25.9%	18.5%
	⑦101～200 人	34	32.4%	8.8%	5.9%	2.9%	38.2%	11.8%
	⑧201～300 人	5	40.0%	20.0%	0.0%	20.0%	20.0%	0.0%
	⑨301 人以上	3	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%
支援課題	回答なし	259	26.3%	18.5%	8.1%	4.2%	30.5%	10.8%
	ア. 経営革新	628	31.2%	13.4%	7.5%	3.2%	24.8%	18.3%
	イ. 地域資源活用	153	22.2%	14.4%	11.8%	3.9%	27.5%	19.0%
	ウ. 農商工連携	37	24.3%	10.8%	13.5%	5.4%	24.3%	21.6%
	エ. 新連携	73	23.3%	9.6%	12.3%	6.8%	26.0%	19.2%
	オ. 海外展開	61	21.3%	9.8%	14.8%	6.6%	24.6%	19.7%
	カ. 創業	117	27.4%	15.4%	9.4%	6.0%	30.8%	8.5%
	キ. 事業再生・再チャレンジ	231	30.7%	11.7%	7.8%	3.5%	26.4%	17.3%
	ク. 事業承継	107	34.6%	10.3%	6.5%	1.9%	23.4%	19.6%
	ケ. ものづくり	334	29.0%	12.0%	6.6%	3.0%	29.3%	18.9%
	コ. I Tを活用した経営力強化	721	29.5%	11.7%	7.5%	3.1%	28.0%	18.4%
	サ. 知的資産経営	67	32.8%	14.9%	6.0%	4.5%	25.4%	14.9%
	シ. 雇用・労務管理	81	39.5%	9.9%	7.4%	2.5%	22.2%	18.5%
	ス. 資金繰り	123	34.1%	10.6%	3.3%	3.3%	26.8%	21.1%
	セ. 販路拡大・販促支援	845	29.1%	12.7%	8.0%	2.8%	28.4%	16.8%
	ソ. 債権保全・債権回収	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	タ. 契約・取引	37	37.8%	8.1%	2.7%	0.0%	32.4%	10.8%
	チ. B C P (事業継続計画)	85	29.4%	9.4%	10.6%	3.5%	24.7%	21.2%
	ツ. IT補助金	115	36.5%	13.9%	8.7%	1.7%	22.6%	16.5%
	テ. その他	235	27.7%	11.5%	3.8%	4.7%	29.8%	17.0%
派遣回数	1回	632	33.9%	11.1%	6.5%	2.7%	27.2%	16.8%
	2回	381	31.0%	11.8%	7.1%	2.6%	28.6%	16.5%
	3回	520	31.0%	11.9%	8.5%	2.9%	28.1%	15.4%
	4回	127	32.3%	13.4%	6.3%	3.9%	26.8%	14.2%
	5回	220	27.3%	12.3%	6.4%	3.6%	26.4%	21.8%

4. 解決策の立案有無

➡ 9割強の事業者が何らかの解決ができている。

- 経営課題の解決が「できた」が66%、「一部できた」が30%で、ほとんどの事業者で課題解決が進んでいる。
- 「できなかった」という回答は、運輸郵便業で27.3%あり、やや高い傾向にある。
- 業種区分別でみると、製造業では「ものづくり」がトップになっている。また、不動産・物品賃貸業、学術研究・専門・技術サービス業では、「ITを活用した経営力強化」がトップになっている。
- 従業員数区分では、101人～200人で一部できたが58.8%と多く、完全解決に至っていない傾向がある。

問12. 専門家の支援(助言)により、経営課題の解決に向けた対策を立てることができましたか



(n=981)

小数点以下、四捨五入

4. 解決策の立案有無(企業属性とのクロス集計)

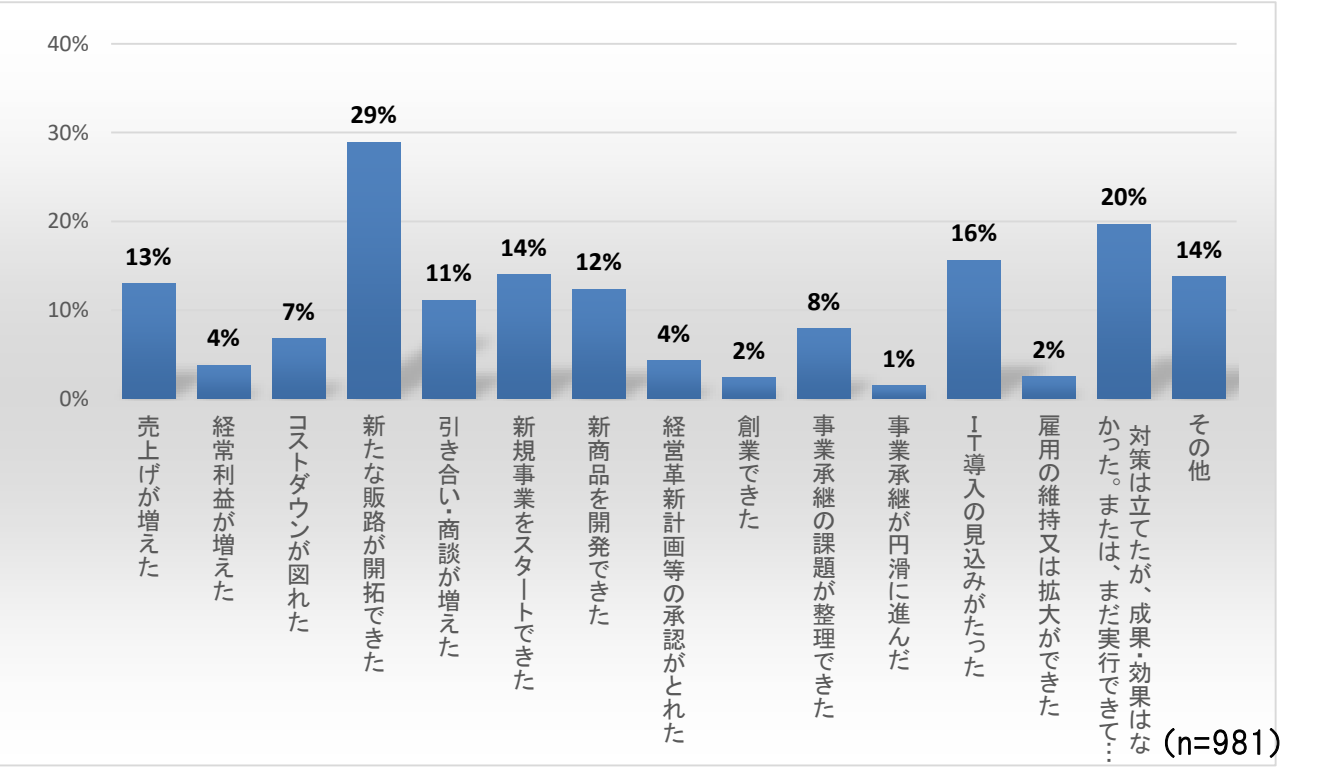
			できた	一部できた	できなかった
	全体(回答数)	981	649	289	43
	比率		66.2%	29.5%	4.4%
エリア区分	01北海道	56	48.2%	42.9%	8.9%
	02東北	47	68.1%	25.5%	6.4%
	03関東	343	67.6%	27.1%	5.2%
	04中部	148	66.2%	31.8%	2.0%
	05近畿	149	69.8%	28.2%	2.0%
	06中国	120	65.8%	30.8%	3.3%
	07四国	26	73.1%	15.4%	11.5%
	08九州	92	63.0%	32.6%	4.3%
業種区分	01農業・林業	27	66.7%	33.3%	0.0%
	02漁業	1	100.0%	0.0%	0.0%
	03鉱業・採石・砂利採取業	1	0.0%	100.0%	0.0%
	04建設業	63	68.3%	28.6%	3.2%
	05製造業	238	63.4%	33.2%	3.4%
	06電気・ガス・熱供給	2	100.0%	0.0%	0.0%
	07情報通信業	12	58.3%	25.0%	16.7%
	08運輸・郵便業	11	45.5%	27.3%	27.3%
	09卸売・小売業	177	66.7%	29.4%	4.0%
	10金融業・保険業	3	100.0%	0.0%	0.0%
	11不動産・物品賃貸業	15	66.7%	26.7%	6.7%
	12学術研究・専門・技術サービス業	42	69.0%	28.6%	2.4%
	13宿泊・飲食サービス業	113	73.5%	20.4%	6.2%
	14生活関連サービス・娯楽業	36	69.4%	25.0%	5.6%
	15教育・学習支援業	22	54.5%	40.9%	4.5%
	16医療・福祉	39	71.8%	23.1%	5.1%
	17複合サービス業	5	60.0%	20.0%	20.0%
	18サービス業	107	64.5%	31.8%	3.7%
	19分類不能の産業	14	71.4%	28.6%	0.0%
	20その他	3	66.7%	33.3%	0.0%
	回答なし	50	60.0%	36.0%	4.0%
従業員数区分	①1～5人	463	68.7%	28.1%	3.2%
	②6～10人	118	70.3%	28.0%	1.7%
	③11～20人	109	63.3%	27.5%	9.2%
	④21～30人	55	60.0%	34.5%	5.5%
	⑤31～50人	33	60.6%	33.3%	6.1%
	⑥51～100人	41	56.1%	34.1%	9.8%
	⑦101～200人	17	35.3%	58.8%	5.9%
	⑧201～300人	4	75.0%	0.0%	25.0%
	⑨301人以上	1	100.0%	0.0%	0.0%
	回答なし	140	66.4%	30.0%	3.6%
支援課題	ア.経営革新	312	65.7%	30.1%	4.2%
	イ.地域資源活用	68	66.2%	27.9%	5.9%
	ウ.農商工連携	17	52.9%	41.2%	5.9%
	エ.新連携	34	61.8%	32.4%	5.9%
	オ.海外展開	26	57.7%	38.5%	3.8%
	カ.創業	63	61.9%	34.9%	3.2%
	キ.事業再生・再チャレンジ	114	61.4%	34.2%	4.4%
	ク.事業承継	48	79.2%	20.8%	0.0%
	ケ.ものづくり	159	62.3%	35.2%	2.5%
	コ. ITを活用した経営力強化	350	68.9%	27.4%	3.7%
	サ.知的資産経営	30	76.7%	23.3%	0.0%
	シ.雇用・労務管理	39	69.2%	25.6%	5.1%
	ス.資金繰り	64	65.6%	29.7%	4.7%
	セ.販路拡大・販促支援	411	65.9%	30.9%	3.2%
	ソ.債権保全・債権回収	0	0.0%	0.0%	0.0%
	タ.契約・取引	18	77.8%	22.2%	0.0%
	チ. B C P (事業継続計画)	36	75.0%	22.2%	2.8%
	ツ. IT補助金	58	65.5%	27.6%	6.9%
	テ.その他	117	65.8%	29.9%	4.3%
派遣回数	1回	350	66.0%	26.9%	7.1%
	2回	197	58.4%	36.5%	5.1%
	3回	271	70.5%	27.7%	1.8%
	4回	58	63.8%	34.5%	1.7%
	5回	105	71.4%	26.7%	1.9%

5. 専門家の支援による成果

➡「新たな販路が開拓できた」が2割程。

- 専門家の支援による成果は、「新たな販路が開拓できた」が29%でトップ、「IT導入の見込みがたった」が16%、「新規事業をスタートできた」が14%、「売上げが増えた」が13%、「新商品を開発できた」が12%となっている。
- その反面「対策は立てたが、成果・効果はなかった。または、まだ実行できていない」も20%となっている。
- エリア区分別でみると、近畿が「新規事業をスタートできた」、中国が「新規販路が開拓できた」の比率が高くなっている。
- 「対策は立てたが、成果・効果はなかった。または、まだ実行できていない」は、業種では運輸・通信業、従業員数区分では51～100人、101～200人別で割合がなっている。

問13. 問12で「できた」、「一部できた」と答えた方に質問します。
専門家の支援(助言)を受けたことにより、得られた成果・効果について、当てはまるものをお選びください。【複数回答可】



“具体的内容”をお聞かせください。 小数点以下、四捨五入

沖縄県	宿泊・飲食サービス業	6～10人	日々の経営の中、頭の中でイメージしている事業立案や目標を整理し形にするとところまでなんとかたどり着けました。とても助かり感謝しております。
岡山県	製造業	1～5人	助言を元に経営革新計画の承認を受けるため、現在書類の作成を進めています。
広島県	卸売・小売業	6～10人	小規模特続化補助金を活用して店舗の改装が行え飲食店経営の許可が下り、新しい事業ができた。
千葉県	宿泊・飲食サービス業	1～5人	飲食業しかやってこなかったもので、そのほかの分野の知識が無いので専門家のご意見はとても参考になった。
広島県	教育・学習支援業	1～5人	資金繰りや、経理のことが全く分からない状態だったのですが、劇的に数字が読めるようになりました。

5. 専門家支援による成果(企業属性とのクロス集計)

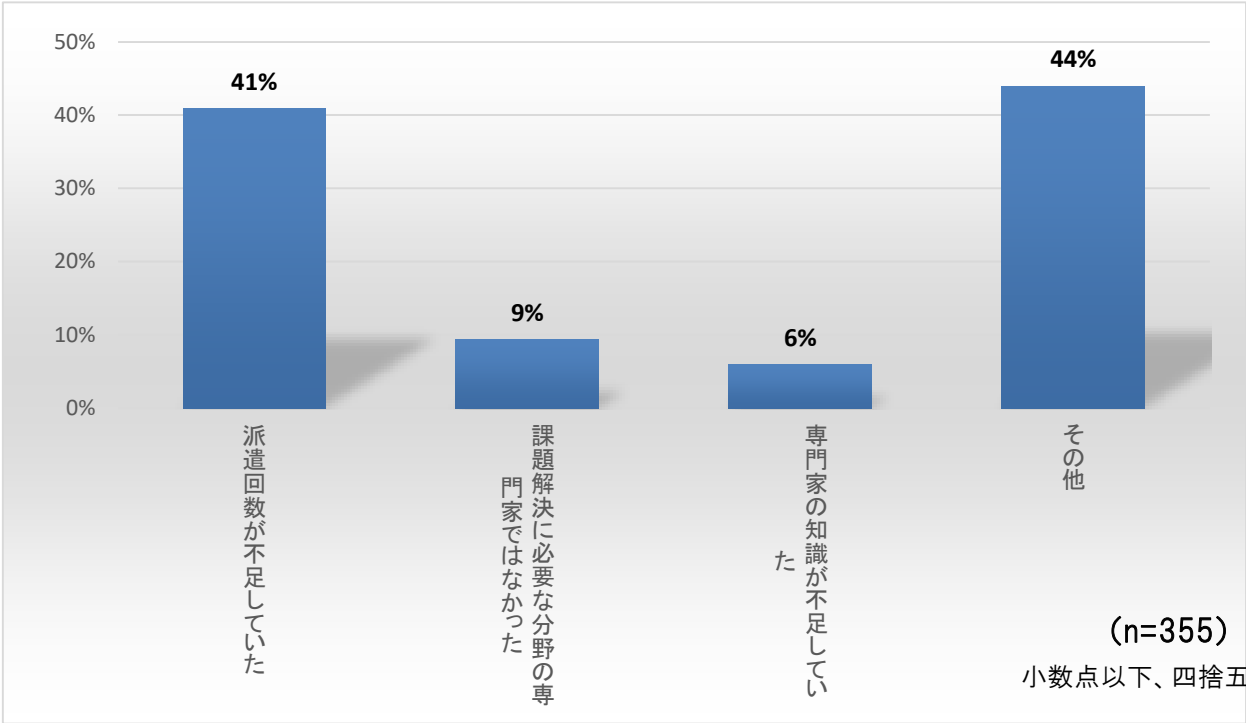
			売上げが増えた	経常利益が増えた	コストダウンが図れた	新たな販路が開拓できた	引き合い・商談が増えた	新規事業をスタートできた	新商品を開発できた	経営革新計画等の承認がとれた	創業できた	事業承継の課題が整理できた	事業承継が円滑に進んだ	I T導入の見込みがたつた	雇用の維持又は拡大ができた	対価はどうか、効果はどうか、または、まだ実効はきていない	その他
	全体（回答数）	981	127	37	66	284	109	137	121	42	23	77	14	153	24	193	135
	回答者数比率		12.9%	3.8%	6.7%	29.0%	11.1%	14.0%	12.3%	4.3%	2.3%	7.8%	1.4%	15.6%	2.4%	19.7%	13.8%
エリア区分	01北海道	82	7.3%	2.4%	3.7%	15.9%	4.9%	4.9%	17.1%	0.0%	3.7%	2.4%	0.0%	6.1%	3.7%	19.5%	8.5%
	02東北	65	12.3%	1.5%	3.1%	12.3%	10.8%	7.7%	9.2%	1.5%	0.0%	6.2%	0.0%	4.6%	6.2%	10.8%	13.8%
	03関東	539	8.3%	1.9%	5.0%	18.6%	7.4%	8.7%	6.3%	4.3%	1.5%	4.6%	1.3%	10.9%	1.1%	12.2%	7.8%
	04中部	235	9.4%	4.7%	4.3%	18.3%	6.4%	7.2%	4.3%	2.1%	2.1%	6.0%	0.4%	12.8%	1.7%	8.9%	11.5%
	05近畿	229	3.9%	2.2%	2.6%	17.9%	7.4%	14.0%	7.9%	2.6%	1.7%	5.2%	0.4%	11.8%	0.4%	14.8%	7.0%
	06中国	197	8.6%	2.5%	3.6%	23.4%	6.1%	8.6%	8.1%	1.5%	0.0%	4.6%	1.0%	7.1%	2.0%	13.7%	9.1%
	07四国	35	14.3%	0.0%	5.7%	11.4%	5.7%	5.7%	8.6%	0.0%	2.9%	5.7%	2.9%	11.4%	0.0%	11.4%	14.3%
	08九州	160	9.4%	1.9%	5.6%	18.1%	7.5%	8.1%	12.5%	2.5%	1.3%	5.6%	1.3%	6.9%	1.3%	11.3%	6.9%
業種区分	01農業・林業	50	10.0%	2.0%	2.0%	22.0%	10.0%	8.0%	14.0%	2.0%	2.0%	2.0%	0.0%	10.0%	0.0%	14.0%	2.0%
	02漁業	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	03鉱業・採石・砂利採取業	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100%
	04建設業	98	5.1%	2.0%	4.1%	14.3%	11.2%	7.1%	2.0%	3.1%	0.0%	10.2%	3.1%	9.2%	5.1%	9.2%	14.3%
	05製造業	341	4.1%	2.3%	5.6%	13.5%	8.2%	7.0%	8.5%	4.1%	0.3%	7.6%	1.8%	6.7%	0.9%	15.8%	13.5%
	06電気・ガス・熱供給	4	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	25.0%	25.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	07情報通信業	14	7.1%	7.1%	0.0%	14.3%	21.4%	14.3%	7.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	7.1%	0.0%	14.3%	7.1%
	08運輸・郵便業	12	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	8.3%	16.7%	41.7%	0.0%
	09卸売・小売業	314	9.6%	2.9%	2.9%	19.4%	7.6%	7.0%	9.6%	3.2%	1.6%	3.5%	1.0%	12.7%	1.9%	11.8%	5.4%
	10金融業・保険業	4	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%
	11不動産・物品賃貸業	20	10.0%	5.0%	10.0%	15.0%	10.0%	20.0%	0.0%	5.0%	0.0%	0.0%	0.0%	15.0%	0.0%	10.0%	0.0%
	12学術研究・専門・技術サービス業	67	4.5%	0.0%	1.5%	19.4%	7.5%	17.9%	1.5%	0.0%	6.0%	3.0%	0.0%	16.4%	3.0%	13.4%	6.0%
	13宿泊・飲食サービス業	181	13.3%	2.2%	5.0%	23.8%	3.3%	7.2%	11.0%	1.7%	1.1%	4.4%	0.0%	8.8%	1.1%	10.5%	6.6%
	14生活関連サービス・娯楽業	53	11.3%	1.9%	11.3%	20.8%	5.7%	7.5%	5.7%	1.9%	0.0%	3.8%	0.0%	13.2%	1.9%	9.4%	5.7%
	15教育・学習支援業	29	6.9%	6.9%	3.4%	13.8%	3.4%	17.2%	6.9%	0.0%	3.4%	6.9%	0.0%	10.3%	0.0%	17.2%	3.4%
	16医療・福祉	54	16.7%	3.7%	3.7%	20.4%	5.6%	7.4%	7.4%	0.0%	1.9%	1.9%	0.0%	3.7%	1.9%	14.8%	11.1%
	17複合サービス業	8	0.0%	0.0%	0.0%	37.5%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	25.0%
	18サービス業	174	9.2%	2.9%	2.9%	21.3%	6.3%	13.2%	5.2%	4.0%	1.7%	4.6%	1.1%	8.6%	1.1%	7.5%	10.3%
	19分類不能の産業	20	10.0%	0.0%	5.0%	25.0%	5.0%	5.0%	5.0%	0.0%	0.0%	5.0%	0.0%	30.0%	0.0%	5.0%	5.0%
	20その他	5	20.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	20.0%
回答なし	91	7.7%	1.1%	4.4%	18.7%	4.4%	11.0%	7.7%	1.1%	5.5%	3.3%	0.0%	12.1%	0.0%	15.4%	7.7%	
従業員数区分	①1～5人	778	9.4%	2.8%	3.7%	21.0%	6.7%	10.0%	8.4%	2.3%	1.5%	4.2%	1.0%	10.7%	1.2%	10.9%	6.2%
	②6～10人	184	7.1%	2.7%	3.8%	13.0%	9.8%	4.3%	8.7%	5.4%	0.0%	6.5%	1.1%	10.3%	3.3%	13.0%	10.9%
	③11～20人	154	5.2%	4.5%	7.1%	17.5%	8.4%	5.2%	3.2%	4.5%	0.0%	9.1%	1.3%	6.5%	3.2%	11.7%	12.3%
	④21～30人	75	2.7%	0.0%	2.7%	16.0%	8.0%	8.0%	10.7%	1.3%	0.0%	6.7%	0.0%	10.7%	1.3%	16.0%	16.0%
	⑤31～50人	45	6.7%	4.4%	11.1%	8.9%	4.4%	6.7%	8.9%	2.2%	0.0%	6.7%	2.2%	8.9%	0.0%	15.6%	13.3%
	⑥51～100人	48	2.1%	0.0%	6.3%	8.3%	2.1%	10.4%	8.3%	4.2%	0.0%	4.2%	2.1%	8.3%	6.3%	25.0%	12.5%
	⑦101～200人	17	0.0%	0.0%	5.9%	0.0%	5.9%	5.9%	5.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	41.2%	35.3%
	⑧201～300人	4	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%
	⑨301人以上	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100%	0.0%	0.0%	0.0%
回答なし	236	11.0%	0.4%	3.4%	21.2%	6.8%	11.9%	7.6%	0.8%	4.7%	3.0%	0.0%	10.2%	0.0%	11.9%	7.2%	
支援課題	ア. 経営革新	577	9.0%	3.3%	4.9%	19.2%	6.9%	8.3%	7.8%	5.5%	0.7%	7.1%	1.0%	8.0%	2.4%	9.9%	5.9%
	イ. 地域資源活用	154	11.7%	3.9%	1.9%	18.2%	9.1%	11.0%	17.5%	3.9%	0.0%	5.2%	0.6%	5.2%	1.3%	7.1%	3.2%
	ウ. 農商工連携	48	10.4%	4.2%	4.2%	14.6%	12.5%	12.5%	14.6%	2.1%	0.0%	4.2%	2.1%	6.3%	4.2%	8.3%	0.0%
	エ. 新連携	74	6.8%	2.7%	1.4%	24.3%	13.5%	12.2%	6.8%	4.1%	1.4%	6.8%	1.4%	5.4%	1.4%	8.1%	4.1%
	オ. 海外展開	57	5.3%	3.5%	0.0%	19.3%	10.5%	15.8%	14.0%	5.3%	1.8%	7.0%	0.0%	5.3%	0.0%	10.5%	1.8%
	カ. 創業	117	7.7%	3.4%	3.4%	13.7%	3.4%	17.9%	7.7%	0.9%	14.5%	3.4%	0.0%	6.0%	0.0%	13.7%	4.3%
	キ. 事業再生・再チャレンジ	237	6.3%	3.8%	6.8%	17.7%	4.6%	10.1%	5.5%	5.1%	0.8%	8.9%	1.7%	8.9%	2.1%	11.8%	5.9%
	ク. 事業承継	121	7.4%	4.1%	6.6%	7.4%	3.3%	5.0%	5.8%	8.3%	0.0%	28.1%	6.6%	5.8%	5.0%	3.3%	3.3%
	ケ. ものづくり	286	4.5%	2.8%	5.6%	14.7%	8.0%	9.4%	16.4%	5.2%	0.3%	4.2%	0.7%	5.2%	0.7%	14.0%	8.0%
	コ. I Tを活用した経営力強化	636	10.2%	3.0%	4.1%	20.8%	6.8%	7.4%	5.7%	0.9%	1.4%	3.6%	0.2%	20.9%	1.1%	9.3%	4.7%
	サ. 知的資産経営	76	5.3%	2.6%	3.9%	14.5%	3.9%	11.8%	17.1%	2.6%	0.0%	9.2%	1.3%	9.2%	3.9%	9.2%	5.3%
	シ. 雇用・労務管理	68	2.9%	4.4%	8.8%	4.4%	5.9%	2.9%	2.9%	4.4%	2.9%	11.8%	1.5%	5.9%	17.6%	14.7%	8.8%
	ス. 資金繰り	137	6.6%	6.6%	8.8%	11.7%	5.8%	10.9%	5.1%	6.6%	1.5%	9.5%	2.9%	5.8%	4.4%	7.3%	6.6%
	セ. 販路拡大・販促支援	747	10.7%	2.5%	2.7%	23.3%	9.1%	9.1%	8.7%	1.7%	1.3%	4.4%	0.8%	7.9%	1.3%	10.4%	5.9%
	ソ. 債権保全・債権回収	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	タ. 契約・取引	55	5.5%	3.6%	5.5%	18.2%	9.1%	9.1%	12.7%	3.6%	3.6%	7.3%	1.8%	5.5%	1.8%	5.5%	7.3%
	チ. B C P（事業継続計画）	92	8.7%	2.2%	2.2%	16.3%	7.6%	5.4%	7.6%	5.4%	1.1%	12.0%	3.3%	7.6%	1.1%	9.8%	9.8%
ツ. IT補助金	122	8.2%	3.3%	5.7%	18.0%	5.7%	6.6%	5.7%	4.1%	1.6%	4.9%	0.8%	18.0%	1.6%	12.3%	3.3%	
テ. その他	167	7.8%	3.0%	3.6%	12.0%	4.2%	8.4%	7.8%	1.8%	2.4%	1.2%	0.6%	4.2%	1.2%	12.6%	29.3%	
派遣回数	1回	485	7.4%	2.1%	5.2%	16.9%	7.6%	7.0%	8.7%	2.3%	1.0%	5.6%	0.4%	8.5%	1.4%	16.9%	9.1%
	2回	283	8.8%	1.8%	3.5%	19.4%	7.8%	9.9%	7.1%	2.8%	0.7%	3.5%	1.4%	8.8%	0.7%	12.4%	11.3%
	3回	438	7.5%	2.1%	4.3%	18.5%	6.6%	10.3%	8.7%	4.1%	1.6%	5.7%	1.4%	5.7%	2.1%	11.0%	10.5%
	4回	114	14.0%	4.4%	4.4%	16.7%	7.0%	9.6%	3.5%	0.9%	1.8%	4.4%	0.0%	17.5%	0.0%	10.5%	5.3%
	5回	222	7.7%	3.6%	3.2%	21.2%	5.9%	8.6%	7.7%	1.8%	3.2%	4.5%	0.9%	18.9%	2.7%	7.2%	3.2%

6. 解決策が立案できなかった理由

➡ 「派遣回数が不足していた」が4割。

- 対策の立案ができなかった理由は「派遣回数が不足していた」が41％でトップ、以下、「課題解決に必要な分野の専門家ではなかった」が9％、「専門家の知識が不足していた」が6％である。
- エリア区分別でみると、大きな有意差は見られなかった。
- 業種区分別でみると、大きな有意差は見られなかった。
- 従業員数区分別でみると、大きな有意差は見られなかった。

問14 問12で「一部できた」、「できなかった」と答えた方に質問します。経営課題の解決に向けた対策を立てるにあたり、できなかった(一部しかできなかった)理由をお選びください【複数回答可】



”具体的内容”をお聞かせください。

新潟県	製造業	6～10 人	方向性を示してもらえたが具体的に成果として出る前に派遣回数が終了。
福井県	宿泊・飲食サービス業	1～5 人	1回目は非常に役に立ったが、2回目は食品の方は専門ではないみたいなのと言われたので、あまり解決には至らなかった。
北海道	運輸・郵便業	51～100 人	コロナにより経理状況が少し変わり忙しくなったため実施できていない。
栃木県	製造業	6～10 人	コロナ対策で半数の人間を交代で出勤させている為、対応が追いついていない。
静岡県	情報通信業	1～5 人	課題が多く、今回の実施結果をもとに進めている途中。ただし、有意義な対応をスタートできたと感じています。

6. 解決策が立案できなかった理由(企業属性とのクロス集計)

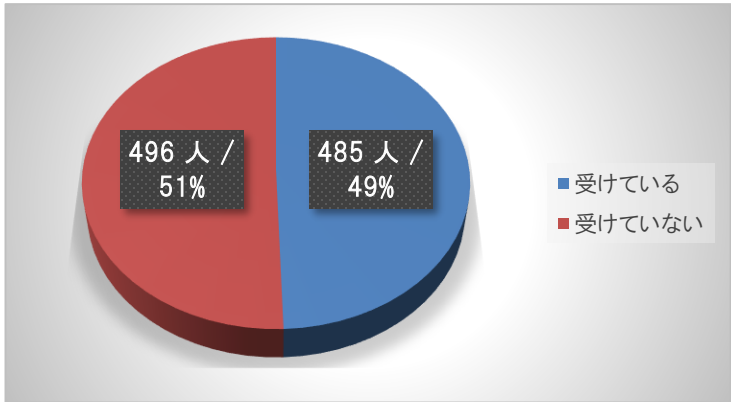
			派遣 回数 が不足 していた	課題 解決に必要 な分野の専門 家でなかつた	専門家の知識が 不足していた	その他
全体（回答数）		355	145	33	21	156
比率			40.8%	9.3%	5.9%	43.9%
工業 区分	01北海道	30	36.7%	10.0%	10.0%	43.3%
	02東北	17	29.4%	23.5%	11.8%	35.3%
	03関東	119	38.7%	9.2%	7.6%	44.5%
	04中部	51	49.0%	3.9%	0.0%	47.1%
	05近畿	48	39.6%	8.3%	2.1%	50.0%
	06中国	45	35.6%	11.1%	8.9%	44.4%
	07四国	8	62.5%	0.0%	0.0%	37.5%
	08九州	37	48.6%	10.8%	5.4%	35.1%
業 種 区 分	01農業・林業	10	40.0%	10.0%	10.0%	40.0%
	02漁業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	03鉱業・採石・砂利採取業	1	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	04建設業	20	45.0%	5.0%	0.0%	50.0%
	05製造業	94	46.8%	9.6%	7.4%	36.2%
	06電気・ガス・熱供給	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	07情報通信業	5	40.0%	0.0%	0.0%	60.0%
	08運輸・郵便業	6	33.3%	0.0%	0.0%	66.7%
	09卸売・小売業	63	41.3%	9.5%	4.8%	44.4%
	10金融業・保険業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	11不動産・物品賃貸業	5	20.0%	0.0%	20.0%	60.0%
	12学術研究・専門・技術サービス業	15	26.7%	13.3%	13.3%	46.7%
	13宿泊・飲食サービス業	34	47.1%	11.8%	5.9%	35.3%
	14生活関連サービス・娯楽業	11	36.4%	18.2%	9.1%	36.4%
	15教育・学習支援業	11	36.4%	9.1%	9.1%	45.5%
	16医療・福祉	13	30.8%	7.7%	7.7%	53.8%
	17複合サービス業	2	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%
	18サービス業	40	37.5%	10.0%	5.0%	47.5%
	19分類不能の産業	4	50.0%	0.0%	0.0%	50.0%
	20その他	1	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	回答なし	20	30.0%	5.0%	0.0%	65.0%
従 業 員 数 区 分	①1～5人	151	42.4%	11.3%	6.6%	39.7%
	②6～10人	40	45.0%	7.5%	2.5%	45.0%
	③11～20人	43	39.5%	7.0%	4.7%	48.8%
	④21～30人	22	54.5%	4.5%	0.0%	40.9%
	⑤31～50人	14	35.7%	0.0%	0.0%	64.3%
	⑥51～100人	18	33.3%	16.7%	5.6%	44.4%
	⑦101～200人	12	58.3%	0.0%	8.3%	33.3%
	⑧201～300人	1	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
	⑨301人以上	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	回答なし	54	29.6%	11.1%	9.3%	50.0%
支 援 課 題	ア. 経営革新	116	40.5%	11.2%	5.2%	43.1%
	イ. 地域資源活用	24	50.0%	4.2%	8.3%	37.5%
	ウ. 農商工連携	8	62.5%	12.5%	0.0%	25.0%
	エ. 新連携	15	53.3%	20.0%	6.7%	20.0%
	オ. 海外展開	11	45.5%	9.1%	0.0%	45.5%
	カ. 創業	24	37.5%	8.3%	0.0%	54.2%
	キ. 事業再生・再チャレンジ	53	54.7%	9.4%	9.4%	26.4%
	ク. 事業承継	10	60.0%	0.0%	0.0%	40.0%
	ケ. ものづくり	66	54.5%	10.6%	3.0%	31.8%
	コ. I Tを活用した経営力強化	121	42.1%	9.9%	8.3%	39.7%
	サ. 知的資産経営	7	71.4%	0.0%	14.3%	14.3%
	シ. 雇用・労務管理	12	33.3%	0.0%	0.0%	66.7%
	ス. 資金繰り	22	45.5%	4.5%	9.1%	40.9%
	セ. 販路拡大・販促支援	154	37.7%	11.0%	7.8%	43.5%
	ソ. 債権保全・債権回収	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	タ. 契約・取引	5	40.0%	0.0%	20.0%	40.0%
	チ. B C P（事業継続計画）	11	72.7%	9.1%	0.0%	18.2%
	ツ. IT補助金	23	39.1%	4.3%	4.3%	52.2%
	テ. その他	41	39.0%	7.3%	4.9%	48.8%
	派 遣 回 数	1回	128	34.4%	10.2%	4.7%
2回		90	41.1%	11.1%	8.9%	38.9%
3回		83	48.2%	7.2%	2.4%	42.2%
4回		23	34.8%	13.0%	13.0%	39.1%
5回		31	51.6%	3.2%	6.5%	38.7%

7. 支援の継続性

➡ 派遣終了後の継続的な支援は、5割弱が受けている。

- 派遣終了後の継続的な支援は、「受けている」が49%、「受けていない」が51%。
 - エリア区分別でみると、東北・九州で「受けている」、四国で「受けていない」割合が多くなった。
 - 業種区分別でみると、「受けている」は農業・林業、分類不能の産業で、「受けていない」は建設業、運輸・郵便業、生活関連サービス業・娯楽業で高い割合となっている。
 - 支援課題では農商工連携、海外展開、知的資産経営、契約・取引で「受けている」割合が高くなっている。

問15. 派遣終了後も当該専門家から支援を受けていますか。



(n=981)
小数点以下、四捨五入

①受けている → 受けた支援について”具体的内容”をお聞かせください。

新潟県	製造業	6～10 人	まだまだ経営課題が解決してないため引き続き支援を受けている。
高知県	製造業	51～100 人	指導回数が足りないと感じたため、自社負担で指導を受けている。
宮城県	医療・福祉	21～30 人	毎月の顧問料を支払い経営コンサルをお願いしている。
愛知県	学術研究・専門・技術サービス業	1～5 人	私や女性起業家を集めて、グループで商品のメニュー作りのセミナー講師をお願いしています。

②受けていない→支援を受けていない理由をお聞かせください。

山梨県	学術研究・専門・技術サービス業	1～5 人	自分のコツコツ発信を続けることを、自立してやっていけるようにご指導いただいたので、引き続き発信に取り組んでいるので。
石川県	卸売・小売業	1～5 人	有料で依頼できるほどの財政状況にないため。
京都府	サービス業	1～5 人	コロナ禍により今年度計画事業の達成に忙しかった。
東京都	建設業	6～10 人	課題は整理できたが、下準備等の時間が取れていない。また、社内で話し合う必要があると、代表が判断。まだ、その話し合いが行われていないため。
静岡県	卸売・小売業	1～5 人	ご教授いただいたことを全て応用するのに時間が必要なので、課題をこなした後に考えたいと思います。

7. 支援の継続性(企業属性とのクロス集計)

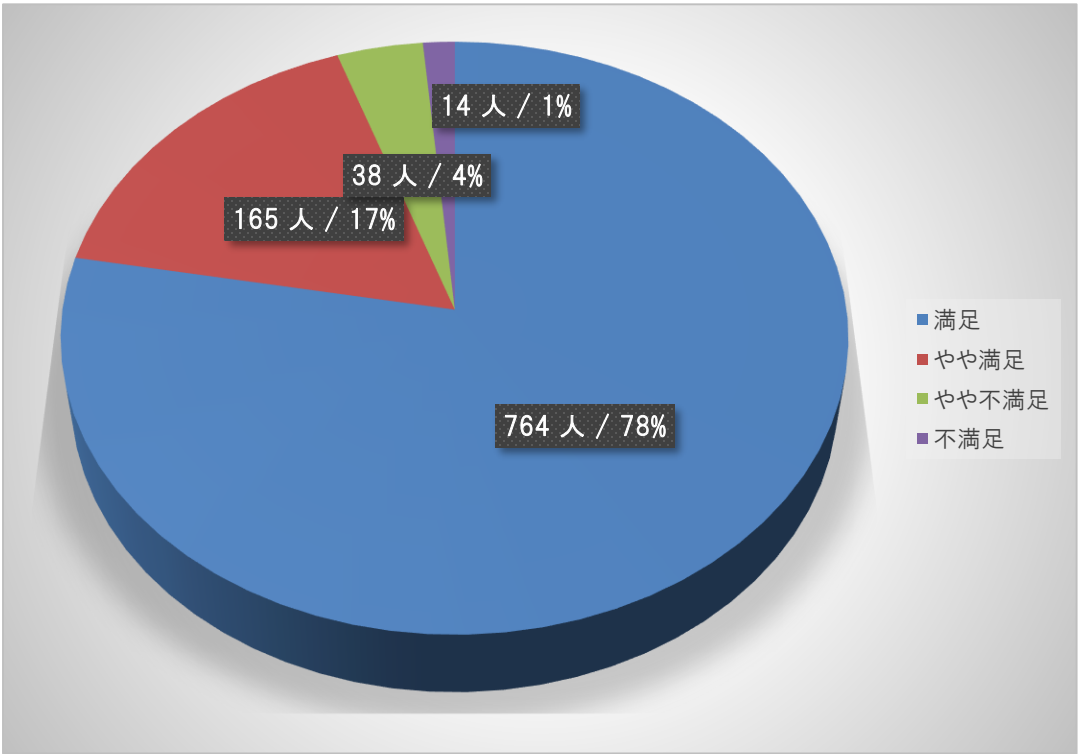
		受 け て	受 け な い
	全体(回答数)	485	496
	比率	49.4%	50.6%
工 リ ア 区 分	01北海道	50.0%	50.0%
	02東北	61.7%	38.3%
	03関東	47.5%	52.5%
	04中部	45.3%	54.7%
	05近畿	52.3%	47.7%
	06中国	45.0%	55.0%
	07四国	38.5%	61.5%
	08九州	60.9%	39.1%
業 種 区 分	01農業・林業	74.1%	25.9%
	02漁業	100.0%	0.0%
	03鉱業・採石・砂利採取業	100.0%	0.0%
	04建設業	39.7%	60.3%
	05製造業	50.8%	49.2%
	06電気・ガス・熱供給	100.0%	0.0%
	07情報通信業	50.0%	50.0%
	08運輸・郵便業	27.3%	72.7%
	09卸売・小売業	54.8%	45.2%
	10金融業・保険業	66.7%	33.3%
	11不動産・物品賃貸業	53.3%	46.7%
	12学術研究・専門・技術サービス業	42.9%	57.1%
	13宿泊・飲食サービス業	41.6%	58.4%
	14生活関連サービス・娯楽業	36.1%	63.9%
	15教育・学習支援業	40.9%	59.1%
	16医療・福祉	59.0%	41.0%
	17複合サービス業	60.0%	40.0%
	18サービス業	44.9%	55.1%
	19分類不能の産業	64.3%	35.7%
	20その他	66.7%	33.3%
従 業 員 数 区 分	回答なし	54.0%	46.0%
	①1～5人	48.8%	51.2%
	②6～10人	53.4%	46.6%
	③11～20人	48.6%	51.4%
	④21～30人	60.0%	40.0%
	⑤31～50人	36.4%	63.6%
	⑥51～100人	46.3%	53.7%
	⑦101～200人	35.3%	64.7%
支 援 課 題	⑧201～300人	75.0%	25.0%
	⑨301人以上	100.0%	0.0%
	回答なし	49.3%	50.7%
	ア. 経営革新	54.8%	45.2%
	イ. 地域資源活用	66.2%	33.8%
	ウ. 農商工連携	76.5%	23.5%
	エ. 新連携	58.8%	41.2%
	オ. 海外展開	76.9%	23.1%
	カ. 創業	49.2%	50.8%
	キ. 事業再生・再チャレンジ	60.5%	39.5%
	ク. 事業承継	68.8%	31.3%
	ケ. ものづくり	52.8%	47.2%
	コ. ITを活用した経営力強化	50.6%	49.4%
	サ. 知的資産経営	70.0%	30.0%
	シ. 雇用・労務管理	59.0%	41.0%
	ス. 資金繰り	48.4%	51.6%
	セ. 販路拡大・販促支援	53.5%	46.5%
	ソ. 債権保全・債権回収	0.0%	0.0%
	タ. 契約・取引	72.2%	27.8%
	チ. BCP(事業継続計画)	69.4%	30.6%
派 遣 回 数	ツ. IT補助金	67.2%	32.8%
	テ. その他	100.0%	0.0%
	1回	46.6%	53.4%
	2回	43.7%	56.3%
	3回	54.2%	45.8%
課 題 解 決	4回	51.7%	48.3%
	5回	56.2%	43.8%
	できた	54.1%	45.9%
	一部できた	43.3%	56.7%
	できなかった	20.9%	79.1%

8. 支援全体の満足度

➡ 9.5割が、支援を受け満足しているという評価。

- 支援全体の満足度は「満足」が78%、「やや満足」が17%となり合計で9.5割となる。「やや不満足」が4%、「不満足」が1%である。
- エリア区分別でみると、北海道、東北、四国で「やや不満足」「不満足」の傾向がやや強くなる。
- 業種区分別で「やや不満足」「不満足」の傾向が強いのは、運輸・郵便業、学研究・専門・技術サービス業、教育・学習支援業。
- 従業員数区分別、支援課題、派遣回数でみると、大きな有意差は見られなかった。
- 課題解決が「一部できた」「できなかった」企業では満足度は低くなる。

問16. 専門家から受けた支援全体の満足度について、当てはまるものをお選びください。



(n=981)
小数点以下、四捨五入

8. 支援全体の満足度(企業属性とのクロス集計)

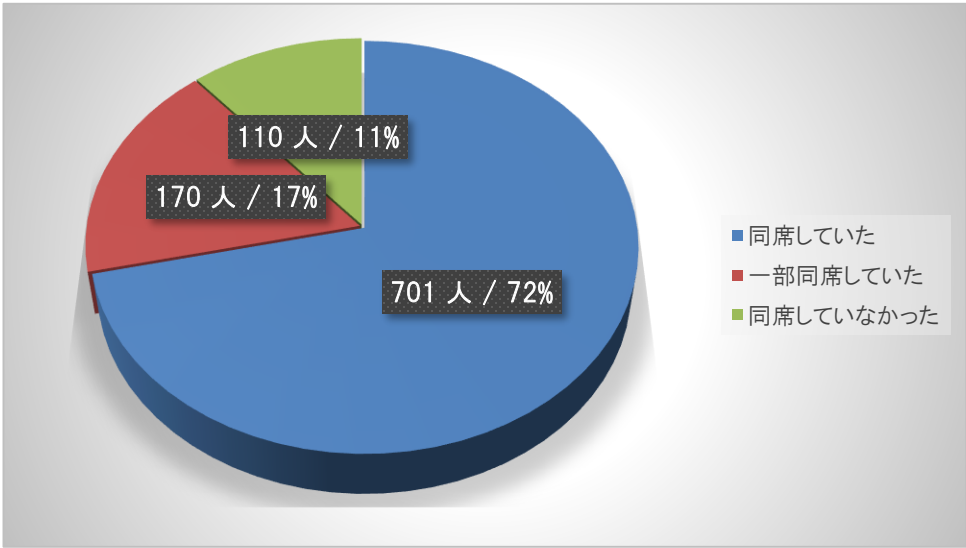
			満足	やや満足	やや不満足	不満足
	全体 (回答数)	981	764	165	38	14
	比率		77.9%	16.8%	3.9%	1.4%
エリア区分	01北海道	56	64.3%	23.2%	7.1%	5.4%
	02東北	47	76.6%	10.6%	12.8%	0.0%
	03関東	343	79.0%	15.7%	3.5%	1.7%
	04中部	148	81.1%	16.9%	1.4%	0.7%
	05近畿	149	80.5%	17.4%	2.0%	0.0%
	06中国	120	75.8%	18.3%	5.0%	0.8%
	07四国	26	65.4%	23.1%	7.7%	3.8%
	08九州	92	79.3%	15.2%	3.3%	2.2%
業種区分	01農業・林業	27	77.8%	18.5%	3.7%	0.0%
	02漁業	1	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	03鉱業・採石・砂利採取業	1	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	04建設業	63	82.5%	15.9%	0.0%	1.6%
	05製造業	238	74.8%	19.7%	4.6%	0.8%
	06電気・ガス・熱供給	2	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	07情報通信業	12	66.7%	25.0%	0.0%	8.3%
	08運輸・郵便業	11	54.5%	27.3%	9.1%	9.1%
	09卸売・小売業	177	76.3%	19.8%	2.8%	1.1%
	10金融業・保険業	3	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	11不動産・物品賃貸業	15	80.0%	13.3%	0.0%	6.7%
	12学研究・専門・技術サービス業	42	76.2%	11.9%	9.5%	2.4%
	13宿泊・飲食サービス業	113	80.5%	14.2%	3.5%	1.8%
	14生活関連サービス・娯楽業	36	75.0%	13.9%	8.3%	2.8%
	15教育・学習支援業	22	72.7%	9.1%	18.2%	0.0%
	16医療・福祉	39	76.9%	15.4%	5.1%	2.6%
	17複合サービス業	5	80.0%	0.0%	20.0%	0.0%
	18サービス業	107	82.2%	16.8%	0.9%	0.0%
	19分類不能の産業	14	85.7%	14.3%	0.0%	0.0%
	20その他	3	66.7%	0.0%	33.3%	0.0%
従業員数区分	回答なし	50	86.0%	12.0%	0.0%	2.0%
	①1～5 人	463	78.8%	16.2%	4.1%	0.9%
	②6～10 人	118	78.8%	17.8%	2.5%	0.8%
	③11～20 人	109	72.5%	19.3%	7.3%	0.9%
	④21～30 人	55	72.7%	20.0%	5.5%	1.8%
	⑤31～50 人	33	78.8%	21.2%	0.0%	0.0%
	⑥51～100 人	41	75.6%	14.6%	4.9%	4.9%
	⑦101～200 人	17	58.8%	29.4%	11.8%	0.0%
	⑧201～300 人	4	75.0%	25.0%	0.0%	0.0%
	⑨301 人以上	1	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
支援課題	回答なし	140	82.9%	12.9%	0.7%	3.6%
	ア. 経営革新	312	77.2%	17.9%	4.2%	0.6%
	イ. 地域資源活用	68	80.9%	13.2%	5.9%	0.0%
	ウ. 農商工連携	17	82.4%	17.6%	0.0%	0.0%
	エ. 新連携	34	73.5%	20.6%	5.9%	0.0%
	オ. 海外展開	26	76.9%	15.4%	3.8%	3.8%
	カ. 創業	63	81.0%	15.9%	1.6%	1.6%
	キ. 事業再生・再チャレンジ	114	75.4%	16.7%	7.0%	0.9%
	ク. 事業承継	48	87.5%	12.5%	0.0%	0.0%
	ケ. ものづくり	159	79.2%	16.4%	4.4%	0.0%
	コ. ITを活用した経営力強化	350	79.4%	13.7%	4.3%	2.6%
	サ. 知的資産経営	30	90.0%	10.0%	0.0%	0.0%
	シ. 雇用・労務管理	39	79.5%	17.9%	2.6%	0.0%
	ス. 資金繰り	64	75.0%	21.9%	3.1%	0.0%
	セ. 販路拡大・販促支援	411	76.2%	20.0%	2.9%	1.0%
	ソ. 債権保全・債権回収	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	タ. 契約・取引	18	88.9%	11.1%	0.0%	0.0%
	チ. B C P (事業継続計画)	36	86.1%	8.3%	5.6%	0.0%
	ツ. IT補助金	58	72.4%	24.1%	1.7%	1.7%
	テ. その他	117	82.9%	13.7%	1.7%	1.7%
派遣回数	1回	350	72.3%	20.3%	5.7%	1.7%
	2回	197	74.6%	19.3%	4.1%	2.0%
	3回	271	85.6%	12.2%	1.1%	1.1%
	4回	58	74.1%	17.2%	6.9%	1.7%
	5回	105	84.8%	12.4%	2.9%	0.0%
課題解決	できた	649	91.5%	8.0%	0.5%	0.0%
	一部できた	289	56.7%	34.9%	7.3%	1.0%
	できなかった	43	14.0%	27.9%	32.6%	25.6%

9. 支援機関の同席

➡ 支援機関は一部同席を含めて9割弱が支援に同席している。

- 「同席していた」が72%、「一部同席していた」が17%と、89%の企業から、派遣時に支援機関の同席があったとの回答があった。
- 「同席していなかった」割合が高いのは、エリア区分では北海道、業種区分では学研究・専門・技術サービス業、支援課題では農商工連携であった。

問17. 専門家の支援時に経営相談を行った支援機関(よろず支援拠点・商工会・商工会議所・金融機関等)は同席していましたか



(n=981)
小数点以下、四捨五入

9. 支援機関の同席(企業属性とのクロス集計)

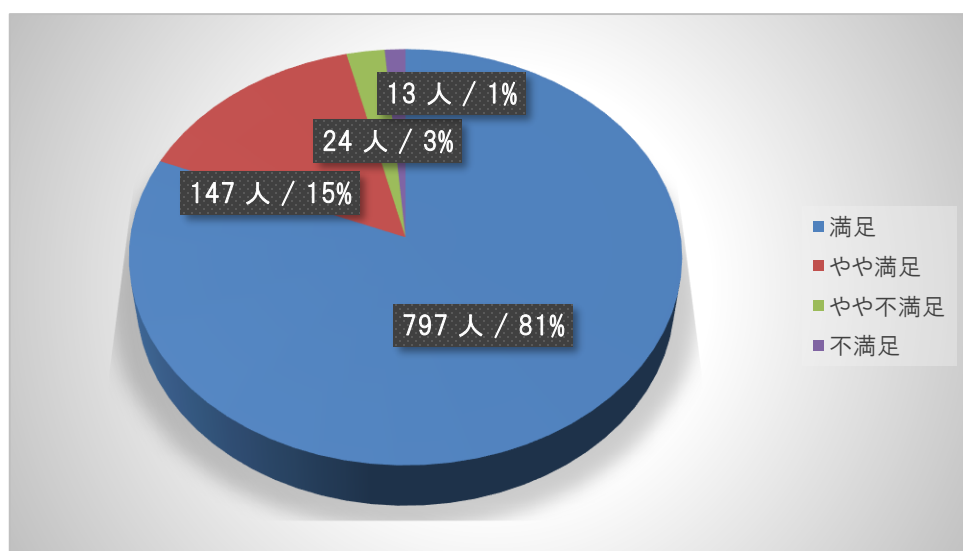
		同席していた	一部同席していた	同席していなかった
エリア区分	全体(回答数)	981	701	110
	比率	71.5%	17.3%	11.2%
	01北海道	56	42.9%	32.1%
	02東北	47	66.0%	4.3%
	03関東	343	75.2%	7.0%
	04中部	148	85.1%	4.1%
	05近畿	149	65.8%	18.1%
	06中国	120	65.0%	15.0%
	07四国	26	73.1%	15.4%
業種区分	08九州	92	72.8%	12.0%
	01農業・林業	27	74.1%	14.8%
	02漁業	1	100.0%	0.0%
	03鉱業・採石・砂利採取業	1	0.0%	100.0%
	04建設業	63	76.2%	7.9%
	05製造業	238	79.8%	9.7%
	06電気・ガス・熱供給	2	100.0%	0.0%
	07情報通信業	12	75.0%	0.0%
	08運輸・郵便業	11	90.9%	9.1%
	09卸売・小売業	177	70.6%	18.6%
	10金融業・保険業	3	100.0%	0.0%
	11不動産・物品賃貸業	15	73.3%	20.0%
	12学術研究・専門・技術サービス業	42	47.6%	33.3%
	13宿泊・飲食サービス業	113	77.0%	15.9%
	14生活関連サービス・娯楽業	36	75.0%	13.9%
	15教育・学習支援業	22	45.5%	36.4%
	16医療・福祉	39	61.5%	20.5%
	17複合サービス業	5	60.0%	0.0%
	18サービス業	107	69.2%	19.6%
	19分類不能の産業	14	71.4%	21.4%
従業員数区分	20その他	3	66.7%	33.3%
	回答なし	50	50.0%	26.0%
	①1～5人	463	69.3%	19.0%
	②6～10人	118	78.0%	14.4%
	③11～20人	109	81.7%	11.9%
	④21～30人	55	76.4%	16.4%
	⑤31～50人	33	72.7%	21.2%
	⑥51～100人	41	82.9%	14.6%
	⑦101～200人	17	88.2%	5.9%
	⑧201～300人	4	100.0%	0.0%
支援課題	⑨301人以上	1	100.0%	0.0%
	回答なし	140	56.4%	20.7%
	ア.経営革新	312	75.6%	14.4%
	イ.地域資源活用	68	70.6%	23.5%
	ウ.農商工連携	17	58.8%	23.5%
	エ.新連携	34	61.8%	23.5%
	オ.海外展開	26	61.5%	26.9%
	カ.創業	63	54.0%	30.2%
	キ.事業再生・再チャレンジ	114	71.9%	18.4%
	ク.事業承継	48	87.5%	6.3%
	ケ.ものづくり	159	79.2%	15.1%
	コ. ITを活用した経営力強化	350	68.6%	18.0%
	サ.知的資産経営	30	83.3%	16.7%
	シ.雇用・労務管理	39	82.1%	12.8%
	ス.資金繰り	64	65.6%	26.6%
	セ.販路拡大・販促支援	411	69.3%	18.7%
	ソ.債権保全・債権回収	0	0.0%	0.0%
	タ.契約・取引	18	77.8%	16.7%
	チ. B C P (事業継続計画)	36	69.4%	22.2%
	ツ. IT補助金	58	72.4%	22.4%
派遣回数	テ.その他	117	74.4%	14.5%
	1回	350	80.0%	11.1%
	2回	197	66.0%	20.8%
	3回	271	67.2%	21.0%
	4回	58	69.0%	19.0%
	5回	105	65.7%	21.0%

10. 支援機関への満足度

➡ ほとんどの事業者が支援機関のサポートに満足している。

- 「満足」が81%、「やや満足」が15%と、ほとんどの事業者は支援機関のサポート・フォローアップに満足している。
- 大きな有意差はみられなかったが、エリア区分で四国がやや不満足傾向が高くなっている。

問18. 今回専門家派遣における経営相談を行った支援機関(よろず支援拠点・商工会・商工会議所・金融機関等)からのサポート・フォローアップの満足度をお選びください



(n=981)
小数点以下、四捨五入

10. 支援機関への満足度(企業属性とのクロス集計)

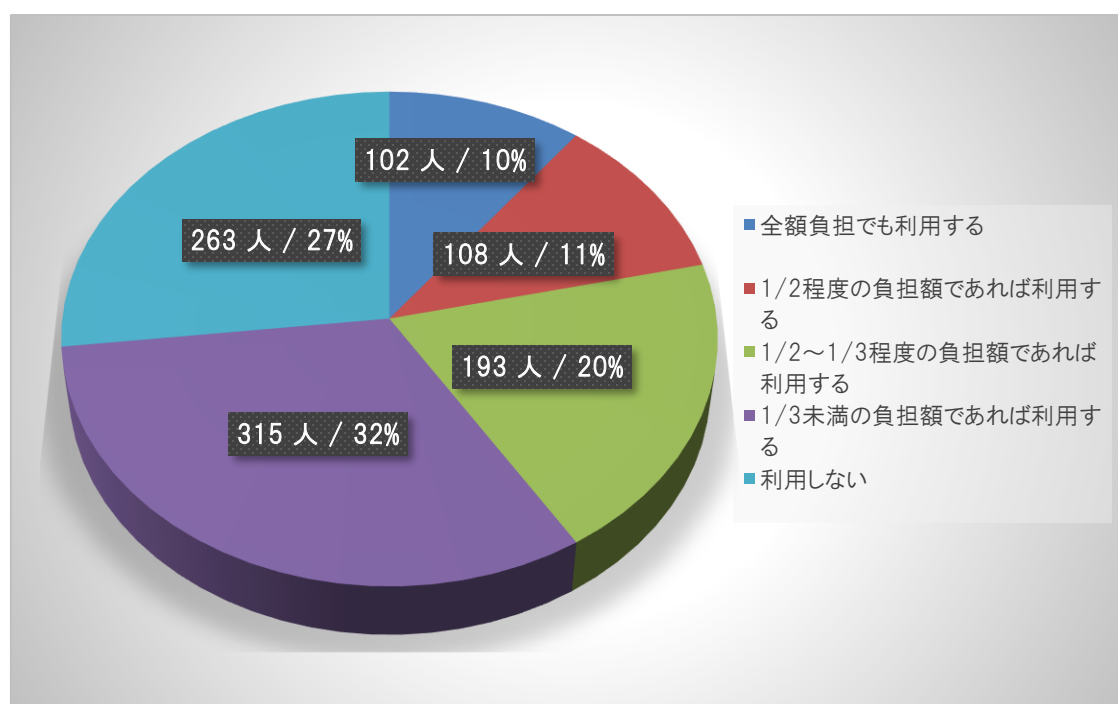
		満足	やや満足	やや不満足	不満足
全体(回答数)		797	147	24	13
回答数比率		81.2%	15.0%	2.4%	1.3%
工業 区分	01北海道	56	71.4%	23.2%	1.8%
	02東北	47	72.3%	19.1%	8.5%
	03関東	343	83.1%	13.4%	2.0%
	04中部	148	83.1%	14.2%	1.4%
	05近畿	149	81.9%	14.8%	2.7%
	06中国	120	80.0%	18.3%	0.8%
	07四国	26	76.9%	11.5%	7.7%
	08九州	92	83.7%	12.0%	3.3%
業 種 区 分	01農業・林業	27	88.9%	7.4%	3.7%
	02漁業	1	100.0%	0.0%	0.0%
	03鉱業・採石・砂利採取業	1	100.0%	0.0%	0.0%
	04建設業	63	84.1%	12.7%	1.6%
	05製造業	238	80.3%	16.8%	2.5%
	06電気・ガス・熱供給	2	100.0%	0.0%	0.0%
	07情報通信業	12	91.7%	8.3%	0.0%
	08運輸・郵便業	11	72.7%	9.1%	9.1%
	09卸売・小売業	177	76.8%	18.6%	2.8%
	10金融業・保険業	3	100.0%	0.0%	0.0%
	11不動産・物品賃貸業	15	80.0%	6.7%	6.7%
	12学術研究・専門・技術サービス業	42	92.9%	7.1%	0.0%
	13宿泊・飲食サービス業	113	79.6%	16.8%	1.8%
	14生活関連サービス・娯楽業	36	88.9%	8.3%	2.8%
	15教育・学習支援業	22	81.8%	9.1%	4.5%
	16医療・福祉	39	79.5%	12.8%	5.1%
	17複合サービス業	5	60.0%	40.0%	0.0%
	18サービス業	107	77.6%	18.7%	2.8%
	19分類不能の産業	14	85.7%	14.3%	0.0%
	20その他	3	100.0%	0.0%	0.0%
従 業 員 数 区 分	回答なし	50	88.0%	10.0%	0.0%
	①1～5人	463	78.8%	16.2%	4.1%
	②6～10人	118	78.8%	17.8%	2.5%
	③11～20人	109	72.5%	19.3%	7.3%
	④21～30人	55	72.7%	20.0%	5.5%
	⑤31～50人	33	78.8%	21.2%	0.0%
	⑥51～100人	41	75.6%	14.6%	4.9%
	⑦101～200人	17	58.8%	29.4%	11.8%
	⑧201～300人	4	75.0%	25.0%	0.0%
	⑨301人以上	1	100.0%	0.0%	0.0%
支 援 課 題	回答なし	140	82.9%	12.9%	0.7%
	ア. 経営革新	312	77.2%	17.9%	4.2%
	イ. 地域資源活用	68	80.9%	13.2%	5.9%
	ウ. 農商工連携	17	82.4%	17.6%	0.0%
	エ. 新連携	34	73.5%	20.6%	5.9%
	オ. 海外展開	26	76.9%	15.4%	3.8%
	カ. 創業	63	81.0%	15.9%	1.6%
	キ. 事業再生・再チャレンジ	114	75.4%	16.7%	7.0%
	ク. 事業承継	48	87.5%	12.5%	0.0%
	ケ. ものづくり	159	79.2%	16.4%	4.4%
	コ. ITを活用した経営力強化	350	79.4%	13.7%	4.3%
	サ. 知的資産経営	30	90.0%	10.0%	0.0%
	シ. 雇用・労務管理	39	79.5%	17.9%	2.6%
	ス. 資金繰り	64	75.0%	21.9%	3.1%
	セ. 販路拡大・販促支援	411	76.2%	20.0%	2.9%
	ソ. 債権保全・債権回収	0	0.0%	0.0%	0.0%
	タ. 契約・取引	18	88.9%	11.1%	0.0%
	チ. BCP(事業継続計画)	36	86.1%	8.3%	5.6%
	ツ. IT補助金	58	72.4%	24.1%	1.7%
	テ. その他	117	82.9%	13.7%	1.7%
派 遣 回 数	1回	350	72.3%	20.3%	5.7%
	2回	197	74.6%	19.3%	4.1%
	3回	271	85.6%	12.2%	1.1%
	4回	58	74.1%	17.2%	6.9%
	5回	105	84.8%	12.4%	2.9%
同 行	同席していた	701	85.6%	12.1%	1.7%
	一部同席していた	170	70.6%	22.9%	4.1%
	同席していなかった	110	70.0%	20.9%	4.5%

11. 有料化した場合の利用意欲

➡ 負担割合が高くなるにつれ、利用意欲は減少している。

- 「1/3未満の負担額であれば利用する」が32%とトップで、「利用しない」が27%、「1/2～1/3程度の負担であれば利用する」が20%、「1/2程度の負担額であれば利用する」が11%、「全額負担でも利用する」が10%である。
- 業種区分別でみると、建設業、不動産・物品賃貸業、宿泊・飲食サービス業、教育・学習支援業、医療・福祉で「全額負担でも利用する」の傾向がやや強くなった。
- 従業員数区分別でみると、51～100人、101～200人、201人～300人で「全額負担でも利用する」の傾向がやや強い。
- 支援の満足度が低いほど「利用しない」傾向が強くなる。

問19. 専門家派遣が有料化された場合、どの程度の負担額であれば利用しますか。



(n=981)

小数点以下、四捨五入

11. 有料化した場合の利用意欲(企業属性とのクロス集計)

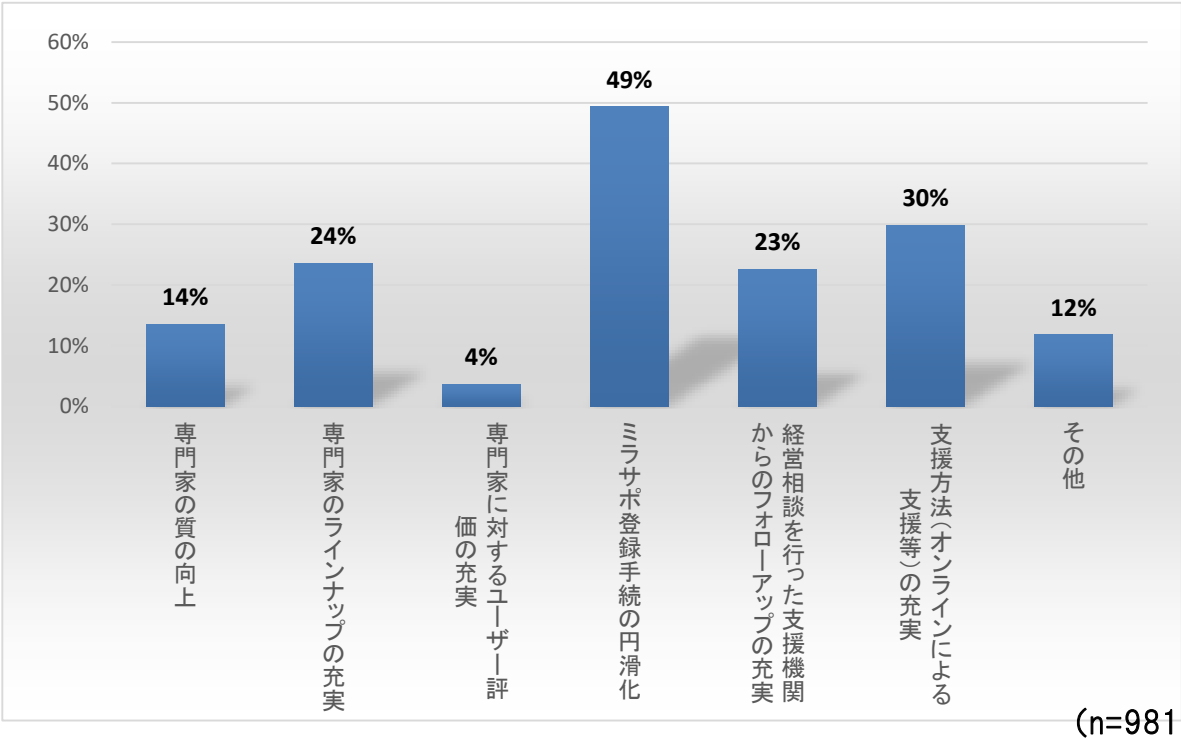
			全額負担でも利用する	1／2程度の負担額であれば利用する	1／2と1／3程度の負担額であれば利用する	1／3未満の負担額であれば利用する	利用しない
	全体（回答数）	981	102	108	193	315	263
	比率		10.4%	11.0%	19.7%	32.1%	26.8%
業種区分	01農業・林業	27	7.4%	7.4%	25.9%	37.0%	22.2%
	02漁業	1	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
	03鉱業・採石・砂利採取業	1	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
	04建設業	63	19.0%	15.9%	12.7%	33.3%	19.0%
	05製造業	238	9.2%	13.4%	23.9%	31.1%	22.3%
	06電気・ガス・熱供給	2	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	07情報通信業	12	8.3%	0.0%	25.0%	25.0%	41.7%
	08運輸・郵便業	11	9.1%	9.1%	9.1%	27.3%	45.5%
	09卸売・小売業	177	7.9%	6.2%	19.8%	35.6%	30.5%
	10金融業・保険業	3	0.0%	33.3%	33.3%	0.0%	33.3%
	11不動産、物品賃貸業	15	20.0%	13.3%	20.0%	33.3%	13.3%
	12学術研究・専門・技術サービス業	42	9.5%	14.3%	19.0%	33.3%	23.8%
	13宿泊・飲食サービス業	113	12.4%	12.4%	15.0%	31.9%	28.3%
	14生活関連サービス・娯楽業	36	5.6%	19.4%	13.9%	38.9%	22.2%
	15教育・学習支援業	22	18.2%	9.1%	18.2%	31.8%	22.7%
	16医療・福祉	39	17.9%	15.4%	12.8%	17.9%	35.9%
	17複合サービス業	5	0.0%	0.0%	40.0%	20.0%	40.0%
	18サービス業	107	9.3%	7.5%	22.4%	32.7%	28.0%
	19分類不能の産業	14	7.1%	14.3%	14.3%	35.7%	28.6%
	20その他	3	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%
従業員数区分	①1～5人	463	9.1%	9.7%	17.5%	35.0%	28.7%
	②6～10人	118	16.1%	11.9%	15.3%	34.7%	22.0%
	③11～20人	109	11.9%	11.9%	28.4%	24.8%	22.9%
	④21～30人	55	9.1%	20.0%	25.5%	27.3%	18.2%
	⑤31～50人	33	6.1%	21.2%	24.2%	30.3%	18.2%
	⑥51～100人	41	17.1%	19.5%	31.7%	17.1%	14.6%
	⑦101～200人	17	17.6%	5.9%	5.9%	47.1%	23.5%
	⑧201～300人	4	50.0%	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%
	⑨301人以上	1	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
	回答なし	140	6.4%	6.4%	19.3%	30.7%	37.1%
支援課題	ア.経営革新	312	10.6%	15.1%	19.9%	30.1%	24.4%
	イ.地域資源活用	68	11.8%	5.9%	25.0%	26.5%	30.9%
	ウ.農商工連携	17	5.9%	5.9%	23.5%	29.4%	35.3%
	エ.新連携	34	5.9%	11.8%	14.7%	38.2%	29.4%
	オ.海外展開	26	7.7%	0.0%	15.4%	34.6%	42.3%
	カ.創業	63	4.8%	7.9%	27.0%	31.7%	28.6%
	キ.事業再生・再チャレンジ	114	11.4%	5.3%	19.3%	36.8%	27.2%
	ク.事業承継	48	16.7%	16.7%	16.7%	27.1%	22.9%
	ケ.ものづくり	159	11.9%	10.7%	21.4%	30.8%	25.2%
	コ.ＩＴを活用した経営力強化	350	7.7%	9.1%	18.0%	35.4%	29.7%
	サ.知的資産経営	30	13.3%	16.7%	26.7%	30.0%	13.3%
	シ.雇用・労務管理	39	20.5%	20.5%	15.4%	23.1%	20.5%
	ス.資金繰り	64	14.1%	7.8%	12.5%	31.3%	34.4%
	セ.販路拡大・販促支援	411	8.8%	9.7%	19.5%	33.1%	29.0%
	ソ.債権保全・債権回収	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	タ.契約・取引	18	5.6%	16.7%	22.2%	27.8%	27.8%
	チ.ＢＣＰ（事業継続計画）	36	5.6%	13.9%	19.4%	50.0%	11.1%
	ツ.IT補助金	58	13.8%	13.8%	12.1%	41.4%	19.0%
	テ.その他	117	6.8%	8.5%	29.1%	24.8%	30.8%
	課題解決	できた	649	13.1%	12.6%	19.6%	31.7%
一部できた		289	4.8%	8.3%	19.7%	34.9%	32.2%
できなかった		43	7.0%	4.7%	20.9%	18.6%	48.8%
支援継続	受けている	485	14.4%	10.7%	21.2%	31.3%	22.3%
	受けていない	496	6.5%	11.3%	18.1%	32.9%	31.3%
満足度	満足	764	12.0%	12.2%	19.9%	32.1%	23.8%
	やや満足	165	4.2%	7.3%	21.2%	34.5%	32.7%
	やや不満足	38	7.9%	7.9%	13.2%	28.9%	42.1%
	不満足	14	0.0%	0.0%	7.1%	14.3%	78.6%

12. 改善を望む点

➡ 手続や支援方法といった運用についての改善を求める意見が多い。

- 改善を望む点は、「ミラサポ登録手続の円滑化」が49%でトップで、「支援方法(オンラインによる支援等)の充実」が30%と続く。
- エリア区分別でみると、四国以外のエリアで「ミラサポ登録手続の円滑化」がトップの回答であった。
- 業種区分別でみると、大きな有意差は見られなかった。
- 従業員数区分別でみると、50人以下の企業ほど「ミラサポ登録手続の円滑化」を望む回答となった。

問20. 今後、専門家派遣事業の実施に当たって改善を望む点をお選びください【複数回答可】



小数点以下、四捨五入

具体的にお聞かせください。

岡山県	生活関連サービス・娯楽業	1～5 人	ミラサポの申込みが手間がかかる（特に支援機関へ出向いて写真を撮ること） また、支援を受けた内容について、簡単でも支援機関と共有し更に助言などももらえたらうれしい。
群馬県	分類不能の産業	1～5 人	支援機関には事業の改善をトータル的にフォローアップしていただけるとうれしい。また、多方面からの改善を考えると、色々な専門家がいたら助かる。
東京都	卸売・小売業	1～5 人	オンライン以外の手続があってもよいのでは。
福岡県	複合サービス業	21～30 人	当日のメールや写真など、証拠を残すためとは理解しているが、一度、うっかり送信ボタンを押し忘れたら、証明書などがあり、手間がかかった。また、手順のマニュアルもわかりにくいので、もっと簡素化させると嬉しいです。
静岡県	情報通信業	1～5 人	今後も無料で、専門家派遣回数を増やしてほしいです。
京都府	卸売・小売業	1～5 人	専門家のアドバイスとよろず支援拠点等のフォローが連動していると、次の行動に繋がる。

12. 改善を望む点(企業属性とのクロス集計)

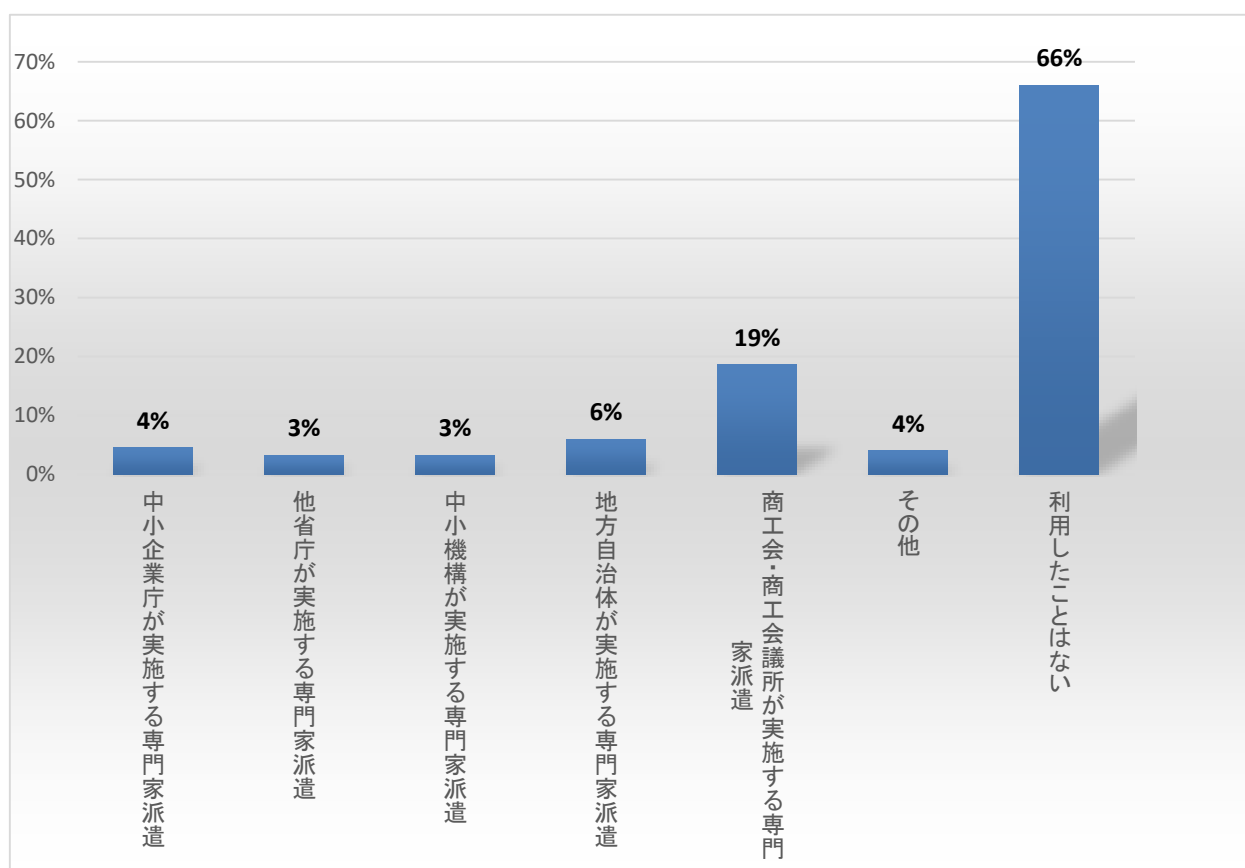
		専門家の質の向上	専門家のラインナップの充実	専門家に対するユーザー評価の充実	ミラサボ登録手続の円滑化	経営相談を行った支援機関からのフォローアップの充実	支援方法（オンラインによる支援等）の充実	その他
全体（回答者数）		981	133	231	36	484	221	116
比率			13.6%	23.5%	3.7%	49.3%	22.5%	11.8%
エリア区分	01北海道	80	10.0%	8.8%	1.3%	35.0%	10.0%	11.3%
	02東北	75	5.3%	14.7%	2.7%	33.3%	17.3%	5.3%
	03関東	524	10.5%	15.8%	2.7%	34.0%	12.2%	7.4%
	04中部	222	6.8%	13.5%	1.4%	33.8%	18.5%	8.1%
	05近畿	237	9.7%	12.7%	3.0%	32.9%	15.6%	6.8%
	06中国	189	7.4%	21.7%	2.6%	21.7%	15.9%	9.0%
	07四国	43	4.7%	18.6%	2.3%	16.3%	20.9%	14.0%
	08九州	144	8.3%	14.6%	2.1%	36.1%	13.2%	4.9%
業種区分	01農業・林業	39	7.7%	15.4%	0.0%	35.9%	12.8%	15.4%
	02漁業	2	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
	03鉱業・採石・砂利採取業	1	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
	04建設業	96	10.4%	19.8%	4.2%	20.8%	13.5%	21.9%
	05製造業	346	8.7%	15.3%	2.3%	30.9%	14.5%	19.4%
	06電気・ガス・熱供給	4	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%
	07情報通信業	24	4.2%	12.5%	4.2%	37.5%	16.7%	20.8%
	08運輸・郵便業	16	6.3%	0.0%	0.0%	37.5%	12.5%	31.3%
	09卸売・小売業	292	11.3%	15.4%	3.4%	28.4%	17.8%	16.4%
	10金融業・保険業	6	16.7%	16.7%	0.0%	50.0%	0.0%	16.7%
	11不動産・物品賃貸業	24	8.3%	12.5%	12.5%	33.3%	8.3%	16.7%
	12学術研究・専門・技術サービス業	65	7.7%	12.3%	0.0%	40.0%	12.3%	23.1%
	13宿泊・飲食サービス業	162	7.4%	14.8%	1.2%	29.6%	20.4%	19.1%
	14生活関連サービス・娯楽業	60	6.7%	18.3%	1.7%	36.7%	15.0%	16.7%
	15教育・学習支援業	34	11.8%	8.8%	0.0%	47.1%	8.8%	17.6%
	16医療・福祉	59	8.5%	18.6%	1.7%	28.8%	11.9%	18.6%
	17複合サービス業	8	0.0%	37.5%	12.5%	25.0%	12.5%	12.5%
	18サービス業	173	7.5%	17.3%	2.9%	32.9%	11.6%	21.4%
	19分類不能の産業	28	10.7%	17.9%	0.0%	32.1%	14.3%	21.4%
	20その他	4	0.0%	0.0%	0.0%	75.0%	25.0%	0.0%
	回答なし	71	8.5%	7.0%	0.0%	45.1%	7.0%	25.4%
従業員数区分	①1～5人	728	8.7%	15.1%	2.3%	30.5%	15.7%	20.5%
	②6～10人	169	7.7%	18.9%	3.6%	29.0%	12.4%	17.8%
	③11～20人	159	8.8%	11.3%	1.9%	32.7%	17.0%	17.6%
	④21～30人	80	7.5%	16.3%	2.5%	38.8%	16.3%	12.5%
	⑤31～50人	57	8.8%	19.3%	5.3%	28.1%	15.8%	15.8%
	⑥51～100人	67	10.4%	20.9%	0.0%	35.8%	13.4%	16.4%
	⑦101～200人	28	17.9%	10.7%	7.1%	32.1%	7.1%	17.9%
	⑧201～300人	5	0.0%	20.0%	0.0%	20.0%	20.0%	20.0%
	⑨301人以上	1	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
	回答なし	220	9.1%	13.2%	1.4%	35.9%	11.4%	22.7%
支援課題	ア. 経営革新	505	8.9%	17.8%	2.4%	30.5%	15.8%	16.8%
	イ. 地域資源活用	118	11.0%	15.3%	2.5%	30.5%	14.4%	19.5%
	ウ. 農商工連携	27	18.5%	7.4%	0.0%	37.0%	18.5%	14.8%
	エ. 新連携	60	6.7%	15.0%	8.3%	31.7%	8.3%	20.0%
	オ. 海外展開	45	8.9%	11.1%	6.7%	33.3%	13.3%	24.4%
	カ. 創業	103	5.8%	11.7%	2.9%	36.9%	8.7%	31.1%
	キ. 事業再生・再チャレンジ	209	9.1%	16.3%	4.3%	26.8%	17.2%	18.7%
	ク. 事業承継	82	3.7%	19.3%	1.2%	31.7%	23.2%	19.5%
	ケ. ものづくり	242	7.4%	15.3%	0.8%	36.4%	12.8%	19.0%
	コ. ITを活用した経営力強化	559	8.6%	14.0%	2.3%	32.9%	14.7%	20.2%
	サ. 知的資産経営	55	7.3%	18.2%	1.8%	29.1%	16.4%	23.6%
	シ. 雇用・労務管理	64	12.5%	9.4%	1.6%	29.7%	17.2%	18.8%
	ス. 資金繰り	94	7.4%	13.8%	2.1%	33.0%	12.8%	17.0%
	セ. 販路拡大・販促支援	661	7.9%	15.1%	2.4%	31.9%	15.1%	20.1%
	ソ. 債権保全・債権回収	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	タ. 契約・取引	33	6.1%	18.2%	3.0%	33.3%	18.2%	12.1%
	チ. BCP（事業継続計画）	69	13.0%	17.4%	2.9%	29.0%	17.4%	15.9%
	ツ. IT補助金	99	8.1%	14.1%	5.1%	30.3%	16.2%	19.2%
	テ. その他	176	11.9%	15.3%	1.7%	31.3%	11.4%	21.0%
派遣回数	1回	554	10.6%	16.6%	2.7%	28.9%	15.7%	17.9%
	2回	310	10.0%	13.2%	2.9%	29.7%	14.5%	21.6%
	3回	394	6.1%	15.5%	1.3%	34.0%	14.5%	20.6%
	4回	97	9.3%	15.5%	3.1%	34.0%	10.3%	18.6%
	5回	159	6.3%	13.8%	2.5%	40.9%	13.8%	17.6%
課題解決	できた	943	7.0%	15.0%	1.9%	35.7%	13.9%	18.9%
	一部できた	491	9.8%	15.7%	1.8%	27.9%	17.1%	21.2%
	できなかった	80	23.8%	16.3%	11.3%	12.5%	7.5%	13.8%
	満足	1,192	7.9%	15.6%	1.8%	33.8%	13.2%	20.1%
満足度	やや満足	248	11.3%	14.1%	4.0%	26.6%	19.0%	17.3%
	やや不満足	45	15.6%	15.6%	4.4%	24.4%	22.2%	13.3%
	不満足	29	13.8%	10.3%	6.9%	13.8%	24.1%	17.2%

13. 他事業での専門家派遣の利用

➡ 7割弱の事業者は他事業による専門家派遣を利用していない

- 他事業による専門家派遣は「利用したことはない」が66%と圧倒的で、利用した事業者で多いのは「商工会・商工会議所が実施する専門家派遣」が19%となっている。
- エリア区分別でみると、東北で「中小企業庁が実施する専門家派遣」で12.5%の回答があった。
- 支援課題では、「中小企業庁が実施する専門家派遣」が契約・取引で15%、「商工会・商工会議所が実施する専門家派遣」が農商工連携33.3%、知的資産経営29%の回答となった。

問21. 本事業以外の専門家派遣事業を利用したことがありますか【複数回答可】



(n=981)

小数点以下、四捨五入

13. 他事業での専門家派遣の利用(企業属性とのクロス集計)

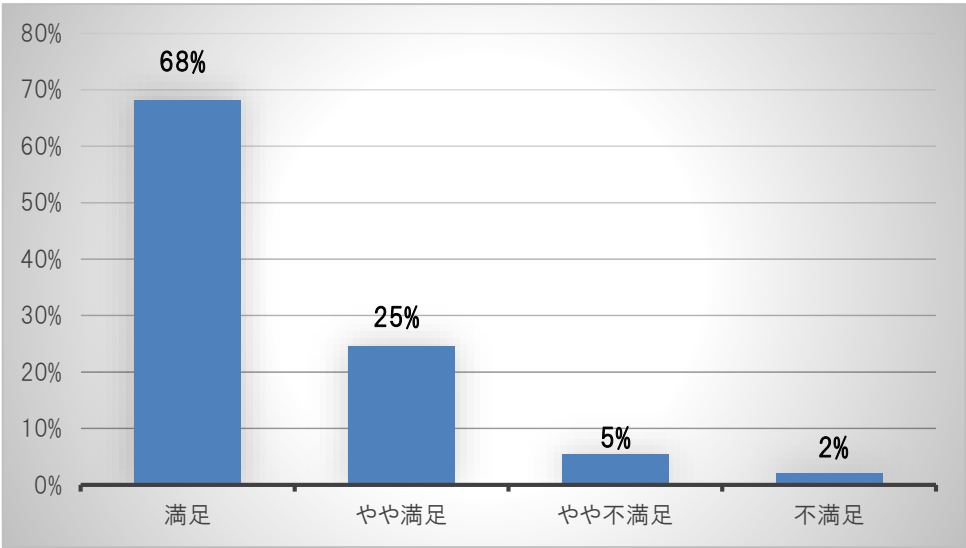
		中小企業 が実施する 専門家派遣	他省庁が実 施する専門 家派遣	中小機構が 実施する専 門家派遣	地方自治体 が実施する 専門家派遣	商工会・商 工会議所が 実施する専 門家派遣	その他	利用したこ とはない
全体 (回答者数)		981	44	32	58	182	39	648
比率			4.5%	3.3%	3.3%	5.9%	18.6%	4.0%
エリア区分	01北海道	57	1.8%	3.5%	1.8%	0.0%	14.0%	1.8%
	02東北	48	12.5%	8.3%	2.1%	10.4%	14.6%	6.3%
	03関東	356	4.2%	2.8%	2.2%	5.6%	15.4%	3.9%
	04中部	159	4.4%	1.9%	6.3%	8.2%	20.1%	3.1%
	05近畿	158	4.4%	2.5%	1.9%	6.3%	21.5%	5.1%
	06中国	126	1.6%	4.0%	1.6%	2.4%	15.1%	2.4%
	07四国	27	0.0%	3.7%	3.7%	3.7%	18.5%	3.7%
	08九州	104	5.8%	2.9%	5.8%	5.8%	21.2%	3.8%
業種区分	01農業・林業	28	3.6%	14.3%	0.0%	3.6%	17.9%	10.7%
	02漁業	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	03鉱業・採石・砂利採取業	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	04建設業	68	4.4%	5.9%	4.4%	0.0%	22.1%	7.4%
	05製造業	263	4.6%	4.2%	7.2%	11.8%	20.2%	3.4%
	06電気・ガス・熱供給	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%
	07情報通信業	12	8.3%	0.0%	8.3%	8.3%	8.3%	8.3%
	08運輸・郵便業	11	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	9.1%
	09卸売・小売業	185	5.9%	2.2%	2.2%	3.8%	20.5%	4.3%
	10金融業・保険業	3	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	11不動産・物品賃貸業	15	6.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	12学術研究・専門・技術サービス業	44	6.8%	0.0%	0.0%	9.1%	15.9%	2.3%
	13宿泊・飲食サービス業	119	2.5%	3.4%	1.7%	2.5%	15.1%	2.5%
	14生活関連サービス・娯楽業	36	2.8%	2.8%	0.0%	11.1%	13.9%	0.0%
	15教育・学習支援業	24	4.2%	0.0%	0.0%	4.2%	20.8%	0.0%
	16医療・福祉	39	7.7%	5.1%	2.6%	0.0%	12.8%	2.6%
	17複合サービス業	5	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	20.0%
	18サービス業	110	1.8%	0.9%	0.0%	2.7%	18.2%	2.7%
	19分類不能の産業	14	0.0%	7.1%	0.0%	0.0%	14.3%	7.1%
	20その他	3	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
従業員数区分	回答なし	52	0.0%	0.0%	3.8%	5.8%	9.6%	1.9%
	①1～5人	483	4.3%	2.3%	2.1%	3.1%	17.8%	3.3%
	②6～10人	123	8.9%	4.1%	2.4%	6.5%	21.1%	3.3%
	③11～20人	123	4.1%	6.5%	8.9%	10.6%	19.5%	4.9%
	④21～30人	57	1.8%	3.5%	1.8%	5.3%	17.5%	8.8%
	⑤31～50人	39	2.6%	7.7%	7.7%	7.7%	20.5%	7.7%
	⑥51～100人	44	4.5%	4.5%	4.5%	6.8%	13.6%	4.5%
	⑦101～200人	17	11.8%	0.0%	0.0%	17.6%	5.9%	0.0%
	⑧201～300人	4	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	⑨301人以上	1	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
支援課題	回答なし	144	0.7%	0.7%	1.4%	6.3%	14.6%	2.1%
	ア.経営革新	334	6.3%	4.2%	5.1%	5.4%	18.6%	2.7%
	イ.地域資源活用	76	2.6%	11.8%	6.6%	5.3%	23.7%	3.9%
	ウ.農商工連携	18	5.6%	11.1%	5.6%	5.6%	33.3%	0.0%
	エ.新連携	36	5.6%	5.6%	0.0%	2.8%	27.8%	0.0%
	オ.海外展開	29	3.4%	10.3%	3.4%	6.9%	20.7%	3.4%
	カ.創業	64	3.1%	3.1%	1.6%	3.1%	12.5%	3.1%
	キ.事業再生・再チャレンジ	120	6.7%	3.3%	3.3%	4.2%	22.5%	2.5%
	ク.事業承継	56	8.9%	3.6%	8.9%	3.6%	25.0%	5.4%
	ケ.ものづくり	173	4.0%	4.6%	3.5%	8.1%	23.1%	3.5%
	コ.ＩＴを活用した経営力強化	367	4.9%	1.9%	1.1%	5.4%	19.1%	3.8%
	サ.知的資産経営	31	3.2%	9.7%	3.2%	12.9%	29.0%	0.0%
	シ.雇用・労務管理	43	4.7%	4.7%	7.0%	7.0%	14.0%	2.3%
	ス.資金繰り	70	7.1%	2.9%	1.4%	4.3%	22.9%	1.4%
	セ.販路拡大・販促支援	437	3.7%	3.0%	3.2%	5.9%	19.7%	3.7%
	ソ.債権保全・債権回収	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	タ.契約・取引	20	15.0%	0.0%	10.0%	5.0%	15.0%	0.0%
	チ.ＢＣＰ(事業継続計画)	40	7.5%	5.0%	5.0%	5.0%	25.0%	10.0%
派遣回数	ツ.IT補助金	62	6.5%	0.0%	3.2%	8.1%	16.1%	3.2%
	テ.その他	121	4.1%	1.7%	4.1%	5.0%	14.9%	6.6%
	1回	372	3.8%	3.5%	3.5%	4.3%	17.2%	4.0%
	2回	205	3.9%	2.0%	1.5%	6.8%	18.5%	2.9%
	3回	292	4.1%	3.8%	4.1%	7.2%	17.1%	5.1%
課題解決	4回	60	5.0%	3.3%	3.3%	3.3%	25.0%	5.0%
	5回	106	6.6%	1.9%	1.9%	4.7%	14.2%	0.0%
	できた	680	4.7%	2.9%	2.6%	5.0%	17.4%	3.2%
	一部できた	309	3.2%	3.6%	4.2%	6.8%	18.8%	3.6%
	できなかった	46	4.3%	2.2%	2.2%	6.5%	13.0%	13.0%

14. ほかの専門家派遣と比較しての満足度

➡ 9割の事業者が本事業に満足している。

- 「満足」が68%、「やや満足」が25%と、他の事業と比べての満足度は高い。
- エリア区分別でみると、北海道で不満足傾向がやや高い。
- 支援課題では事業再生・再チャレンジとIT補助金で不満足の傾向が弱くみられる。

問22. 問21でア～オのいずれかを選択された方に質問します。選択された事業と本事業を比較して本事業の満足度をお選びください



(n=302)

小数点以下、四捨五入

”具体的内容”をお聞かせください。

静岡県	学術研究・専門・技術サービス業	1～5 人	家まで来てくれるし、時間がたっぷり取れるので、焦らなくじっくり相談できる。
大阪府	医療・福祉	未回答	専門家が多く困りごとにピンポイントでヒットする専門家がいること。
兵庫県	宿泊・飲食サービス業	11～20 人	手続が煩雑：一カ月前の予約、当日の写真送付、日程調整が、支援機関と専門家と当方と3者になるのでより複雑になることなど。
東京都	卸売・小売業	11～20 人	専門家の知識分野が多少ずれていたので、十分な支援を受けられなかった。専門家を選ぶことはできないからこのようなミスマッチが発生すると思う。
兵庫県	製造業	6～10 人	商工会の専門家派遣を利用させていただきました。手続も早く、簡単（商工会さんが手続してくれるので言えばいい）です。

14. ほかの専門家派遣と比較しての満足度(企業属性とのクロス集計)

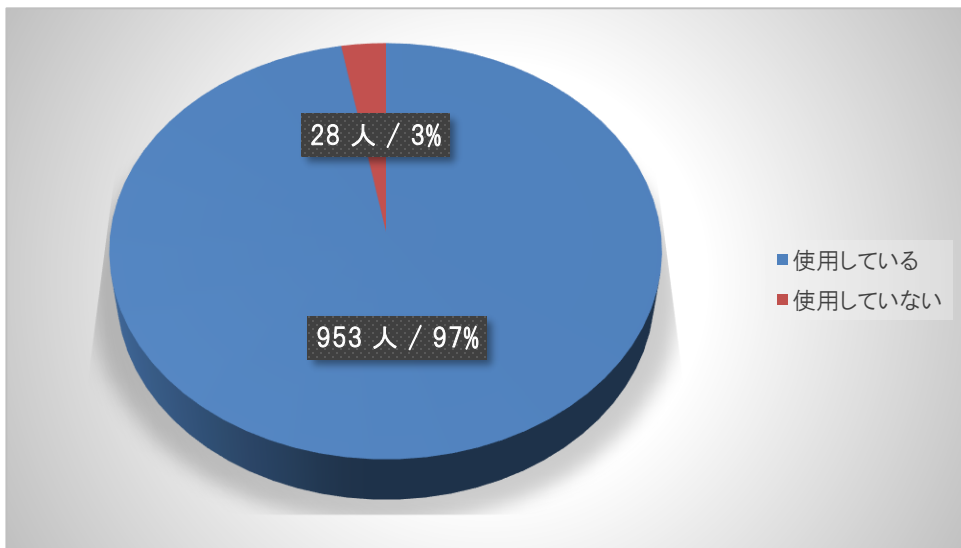
			満 足	やや 満足	やや 不満足	不 満 足
全体(回答数)		302	206	74	16	6
比率			68.2%	24.5%	5.3%	2.0%
工業 リー ア 区 分	01北海道	11	54.5%	18.2%	18.2%	9.1%
	02東北	22	63.6%	31.8%	4.5%	0.0%
	03関東	97	64.9%	24.7%	7.2%	3.1%
	04中部	54	74.1%	18.5%	5.6%	1.9%
	05近畿	51	72.5%	23.5%	3.9%	0.0%
	06中国	27	77.8%	22.2%	0.0%	0.0%
	07四国	7	57.1%	42.9%	0.0%	0.0%
	08九州	33	63.6%	30.3%	3.0%	3.0%
	09その他	10	80.0%	20.0%	0.0%	0.0%
業 種 区 分	01農業・林業	10	80.0%	20.0%	0.0%	0.0%
	02漁業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	03鉱業・採石・砂利採取業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	04建設業	21	61.9%	28.6%	4.8%	4.8%
	05製造業	106	59.4%	31.1%	7.5%	1.9%
	06電気・ガス・熱供給	1	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	07情報通信業	4	75.0%	25.0%	0.0%	0.0%
	08運輸・郵便業	2	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	09卸売・小売業	56	71.4%	25.0%	3.6%	0.0%
	10金融業・保険業	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	11不動産・物品賃貸業	1	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	12学術研究・専門・技術サービス業	12	83.3%	8.3%	8.3%	0.0%
	13宿泊・飲食サービス業	26	76.9%	19.2%	3.8%	0.0%
	14生活関連サービス・娯楽業	11	81.8%	18.2%	0.0%	0.0%
	15教育・学習支援業	5	60.0%	20.0%	20.0%	0.0%
	16医療・福祉	11	81.8%	9.1%	9.1%	0.0%
	17複合サービス業	1	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	18サービス業	23	73.9%	26.1%	0.0%	0.0%
	19分類不能の産業	3	66.7%	33.3%	0.0%	0.0%
	20その他	1	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
従 業 員 数 区 分	回答なし	8	62.5%	12.5%	12.5%	12.5%
	①1～5人	126	76.2%	19.0%	4.0%	0.8%
	②6～10人	48	68.8%	27.1%	2.1%	2.1%
	③11～20人	49	55.1%	30.6%	10.2%	4.1%
	④21～30人	16	68.8%	18.8%	12.5%	0.0%
	⑤31～50人	13	53.8%	46.2%	0.0%	0.0%
	⑥51～100人	13	61.5%	23.1%	7.7%	7.7%
	⑦101～200人	6	33.3%	50.0%	16.7%	0.0%
	⑧201～300人	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	⑨301人以上	1	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
支 援 課 題	回答なし	30	70.0%	23.3%	3.3%	3.3%
	ア. 経営革新	113	68.1%	26.5%	4.4%	0.9%
	イ. 地域資源活用	32	53.1%	37.5%	9.4%	0.0%
	ウ. 農商工連携	10	60.0%	30.0%	10.0%	0.0%
	エ. 新連携	13	61.5%	30.8%	7.7%	0.0%
	オ. 海外展開	11	72.7%	27.3%	0.0%	0.0%
	カ. 創業	14	64.3%	28.6%	0.0%	7.1%
	キ. 事業再生・再チャレンジ	44	63.6%	22.7%	9.1%	4.5%
	ク. 事業承継	22	72.7%	18.2%	4.5%	4.5%
	ケ. ものづくり	63	66.7%	27.0%	6.3%	0.0%
	コ. ITを活用した経営力強化	106	71.7%	22.6%	3.8%	1.9%
	サ. 知的資産経営	17	70.6%	23.5%	5.9%	0.0%
	シ. 雇用・労務管理	12	75.0%	16.7%	0.0%	8.3%
	ス. 資金繰り	21	57.1%	33.3%	4.8%	4.8%
	セ. 販路拡大・販促支援	134	65.7%	27.6%	5.2%	1.5%
	ソ. 債権保全・債権回収	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	タ. 契約・取引	7	57.1%	28.6%	14.3%	0.0%
	チ. BCP(事業継続計画)	16	81.3%	12.5%	6.3%	0.0%
	ツ. IT補助金	19	73.7%	15.8%	10.5%	0.0%
	テ. その他	33	75.8%	18.2%	6.1%	0.0%
派 遣 回 数	1回	102	64.7%	30.4%	2.9%	2.0%
	2回	60	66.7%	25.0%	5.0%	3.3%
	3回	88	75.0%	17.0%	5.7%	2.3%
	4回	22	54.5%	36.4%	9.1%	0.0%
	5回	30	73.3%	16.7%	10.0%	0.0%

15. スマートフォン活用の有無

➡ スマートフォンはほとんどの事業者で使用されている。

- 97%とほとんどの事業者がスマートフォンを使用している。
- エリア区分、業種区分、従業員数区分、支援課題、派遣回数などの区分でも有意差はない。

問23. 普段からスマートフォンは使用しますか



(n=981)

小数点以下、四捨五入

15. スマートフォン活用の有無(企業属性とのクロス集計)

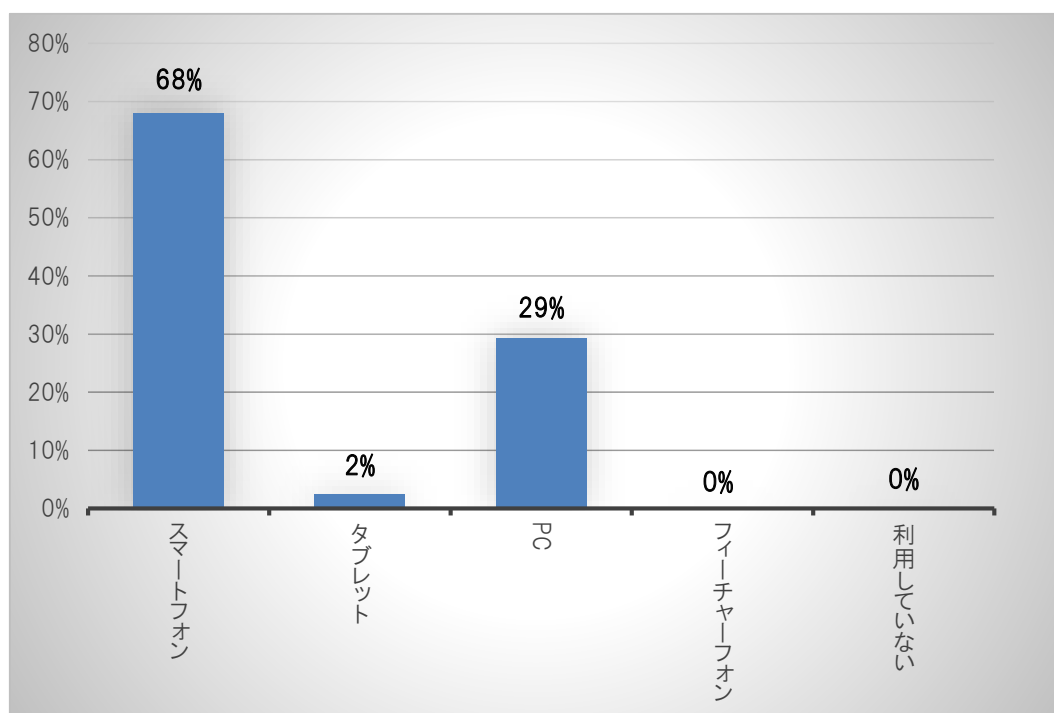
		使用 している	使用 していない
	全体 (回答数)	981	953
	比率	97.1%	2.9%
地域区分	01北海道	56	100.0%
	02東北	47	95.7%
	03関東	343	97.7%
	04中部	148	93.9%
	05近畿	149	98.0%
	06中国	120	96.7%
	07四国	26	96.2%
	08九州	92	98.9%
業種区分	01農業・林業	27	96.3%
	02漁業	1	100.0%
	03鉱業・採石・砂利採取業	1	100.0%
	04建設業	63	98.4%
	05製造業	238	97.5%
	06電気・ガス・熱供給	2	100.0%
	07情報通信業	12	100.0%
	08運輸・郵便業	11	90.9%
	09卸売・小売業	177	97.2%
	10金融業・保険業	3	100.0%
	11不動産・物品賃貸業	15	86.7%
	12学術研究・専門・技術サービス業	42	100.0%
	13宿泊・飲食サービス業	113	95.6%
	14生活関連サービス・娯楽業	36	100.0%
	15教育・学習支援業	22	100.0%
	16医療・福祉	39	97.4%
	17複合サービス業	5	100.0%
	18サービス業	107	95.3%
	19分類不能の産業	14	100.0%
	20その他	3	100.0%
従業員数区分	回答なし	50	98.0%
	①1～5 人	463	97.2%
	②6～10 人	118	99.2%
	③11～20 人	109	96.3%
	④21～30 人	55	98.2%
	⑤31～50 人	33	84.8%
	⑥51～100 人	41	100.0%
	⑦101～200 人	17	88.2%
	⑧201～300 人	4	100.0%
	⑨301 人以上	1	100.0%
支援課題	回答なし	140	98.6%
	ア. 経営革新	312	97.1%
	イ. 地域資源活用	68	94.1%
	ウ. 農商工連携	17	100.0%
	エ. 新連携	34	100.0%
	オ. 海外展開	26	92.3%
	カ. 創業	63	96.8%
	キ. 事業再生・再チャレンジ	114	97.4%
	ク. 事業承継	48	97.9%
	ケ. ものづくり	159	98.1%
	コ. I Tを活用した経営力強化	350	96.9%
	サ. 知的資産経営	30	96.7%
	シ. 雇用・労務管理	39	92.3%
	ス. 資金繰り	64	98.4%
	セ. 販路拡大・販促支援	411	97.3%
	ソ. 債権保全・債権回収	0	0.0%
	タ. 契約・取引	18	100.0%
	チ. B C P (事業継続計画)	36	91.7%
	ツ. IT補助金	58	96.6%
	テ. その他	117	96.6%
派遣回数	1回	350	97.4%
	2回	197	96.4%
	3回	271	97.8%
	4回	58	98.3%
	5回	105	95.2%

16. 電子機器の利用

➡ スマートフォンを最も利用している事業者が7割弱。

- 普段からよく利用する電子機器は「スマートフォン」が68%でトップ、次いで「PC」が29%となっていて、フィーチャーフォンはまったくなく、タブレットも2%とほとんど使われていない。
- 業種区分別でPCの利用傾向が高いのは、建設業、製造業、情報通信業、分類不能の産業。
- 従業員区分では、1～5人がPCの使用率が低い。

問24. 普段から最もよく利用する電子機器はどれですか



(n=981)

小数点以下、四捨五入

16. 電子機器の利用(企業属性とのクロス集計)

		スマートフォン	タブレット	PC	フィーチャーフォン	利用していない
	全体(回答数)	981	667	287	0	3
	回答数比率	68.0%	2.4%	29.3%	0.0%	0.3%
工業地区分	01北海道	56	69.6%	0.0%	28.6%	0.0%
	02東北	47	59.6%	2.1%	38.3%	0.0%
	03関東	343	68.8%	1.5%	29.7%	0.0%
	04中部	148	69.6%	3.4%	26.4%	0.7%
	05近畿	149	61.1%	3.4%	35.6%	0.0%
	06中国	120	69.2%	3.3%	26.7%	0.8%
	07四国	26	73.1%	3.8%	23.1%	0.0%
	08九州	92	73.9%	3.3%	22.8%	0.0%
業種区分	01農業・林業	27	81.5%	0.0%	18.5%	0.0%
	02漁業	1	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	03鉱業・採石・砂利採取業	1	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	04建設業	63	60.3%	4.8%	34.9%	0.0%
	05製造業	238	58.4%	1.3%	40.3%	0.0%
	06電気・ガス・熱供給	2	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%
	07情報通信業	12	58.3%	0.0%	41.7%	0.0%
	08運輸・郵便業	11	72.7%	9.1%	18.2%	0.0%
	09卸売・小売業	177	65.5%	2.3%	32.2%	0.0%
	10金融業・保険業	3	66.7%	0.0%	33.3%	0.0%
	11不動産・物品賃貸業	15	80.0%	0.0%	20.0%	0.0%
	12学術研究・専門・技術サービス業	42	73.8%	4.8%	21.4%	0.0%
	13宿泊・飲食サービス業	113	79.6%	1.8%	17.7%	0.9%
	14生活関連サービス・娯楽業	36	75.0%	0.0%	22.2%	2.8%
	15教育・学習支援業	22	68.2%	9.1%	22.7%	0.0%
	16医療・福祉	39	71.8%	2.6%	25.6%	0.0%
	17複合サービス業	5	40.0%	0.0%	60.0%	0.0%
	18サービス業	107	74.8%	2.8%	21.5%	0.9%
	19分類不能の産業	14	57.1%	0.0%	42.9%	0.0%
	20その他	3	66.7%	0.0%	33.3%	0.0%
従業員数区分	回答なし	50	74.0%	6.0%	20.0%	0.0%
	①1~5人	463	70.6%	2.6%	26.8%	0.0%
	②6~10人	118	61.9%	3.4%	34.7%	0.0%
	③11~20人	109	59.6%	0.0%	39.4%	0.9%
	④21~30人	55	58.2%	0.0%	41.8%	0.0%
	⑤31~50人	33	63.6%	6.1%	30.3%	0.0%
	⑥51~100人	41	63.4%	2.4%	34.1%	0.0%
	⑦101~200人	17	52.9%	5.9%	41.2%	0.0%
	⑧201~300人	4	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	⑨301人以上	1	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
支援課題	回答なし	140	78.6%	2.9%	17.1%	1.4%
	ア.経営革新	312	69.9%	1.9%	27.9%	0.3%
	イ.地域資源活用	68	58.8%	1.5%	39.7%	0.0%
	ウ.農商工連携	17	76.5%	0.0%	23.5%	0.0%
	エ.新連携	34	82.4%	0.0%	17.6%	0.0%
	オ.海外展開	26	53.8%	3.8%	42.3%	0.0%
	カ.創業	63	76.2%	4.8%	19.0%	0.0%
	キ.事業再生・再チャレンジ	114	66.7%	3.5%	29.8%	0.0%
	ク.事業承継	48	60.4%	4.2%	35.4%	0.0%
	ケ.ものづくり	159	67.3%	1.3%	31.4%	0.0%
	コ.ＩＴを活用した経営力強化	350	66.0%	2.3%	31.4%	0.3%
	サ.知的資産経営	30	70.0%	0.0%	30.0%	0.0%
	シ.雇用・労務管理	39	66.7%	7.7%	25.6%	0.0%
	ス.資金繰り	64	71.9%	3.1%	25.0%	0.0%
	セ.販路拡大・販促支援	411	66.9%	3.2%	29.7%	0.2%
	ソ.債権保全・債権回収	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	タ.契約・取引	18	83.3%	0.0%	16.7%	0.0%
	チ.ＢＣＰ(事業継続計画)	36	61.1%	5.6%	33.3%	0.0%
	ツ.IT補助金	58	67.2%	1.7%	31.0%	0.0%
	テ.その他	117	66.7%	2.6%	30.8%	0.0%
派遣回数	1回	350	67.7%	2.0%	30.3%	0.0%
	2回	197	69.0%	3.0%	27.4%	0.5%
	3回	271	68.6%	2.2%	28.8%	0.4%
	4回	58	69.0%	1.7%	29.3%	0.0%
	5回	105	64.8%	3.8%	30.5%	1.0%
スマホ	使用している	953	69.7%	2.2%	28.0%	0.1%
	使用していない	28	10.7%	10.7%	71.4%	7.1%