



アフターコロナ成長支援 「トラスト」による創業支援の取り組み

山形県信用保証協会
企業支援部 経営支援課 次長 剣持 聡

1. はじめに

山形県では、人口減少に伴い、社会経済の構造変化が顕在化しつつあり、中小企業・小規模事業者（以下、「中小企業者等」という。）の企業数の減少に加え、幅広い業種で人手不足が深刻化している。

また、厚生労働省発表の「雇用保険事業年報」によると、山形県の令和元年度の開業率は2.8%で全国44位と下位に低迷しており、雇用の確保と地域経済の活性化のためには、新規創業や新事業の創出を促進させることが必要となっている。

このような状況下、山形県信用保証協会（以下、「当協会」という。）は、中小企業者等の事業継続と持続可能な地域経済の発展に貢献するため、令和4年度の年度経営計画の業務運営方針を、「中小企業者等のさまざまなライフステージに合わせ、金融機関や支援機関と連携し経営支援の強化を図る」と定め、創業から事業承継までの支援に取り組んでいる。

当協会が取り組む経営支援の中で、プッシュ型経営支援として、令和4年度から新たに取り扱いを開始した、アフターコロナ成長支援「トラスト」による創業支援の取り組みについて紹介する。

2. アフターコロナ成長支援 「トラスト」について

(1) 背景

山形県では、国の補助により金利・信用保証

料が実質ゼロとなる新型コロナウイルス感染症対応資金（以下、「ゼロゼロ融資」という。）に先駆けて、令和2年3月に最大2億円、10年間において金利・信用保証料ゼロとなる山形県商工業振興資金「地域経済変動対策資金」（以下、「地域経済変動対策資金」という。）の取り扱いを開始した。当協会においても新型コロナウイルス感染症（以下、「新型コロナ」という。）の影響を受けた県内中小企業者等の資金繰り支援を進め、令和2年度の保証承諾額は3,382億円（前年比274.8%）、保証債務残高は4,838億円（前年比165.5%）と過去最高の実績となった。

地域経済変動対策資金は据置期間の上限を2年間としており、ゼロゼロ融資と合わせて令和4年度に返済据置期間の終了がピークを迎える状況にあった。

このような状況を踏まえ、当協会では、課題を抱えている中小企業者等に対して返済が開始される前に能動的に働きかけるプッシュ型の経営支援を実施し、経営者との対話を通じて、資金繰り状況の把握、経営課題や将来目標の共有化を図ることが必要と判断し、アフターコロナ成長支援「トラスト」の取り組みを開始した。

(2) 概要

①目的

山形県内中小企業者等への訪問・面談によるプッシュ型経営支援の実施により、新型コロナの影響や経営上の本質的課題の共有化を促進し、企業のライフステージに合わせた経営改善・成長発展・事業承継支援に繋げることで、山形

県内中小企業者等の事業継続と発展に寄与することを目的とする。

②名称

正式名称は、山形県信用保証協会プッシュ型経営支援アフターコロナ成長支援「トラスト」とした。

名称中の「トラスト」は、当協会のコーポレートカラーであるトラストブルーから引用し、県内の中小企業者等から、当協会の経営支援が信頼感を得るという意味を込めたネーミングとしている。

③具体的な支援内容

中小企業者等のライフステージや課題にあわせて、各営業店にて3つのチームを組成し支援を行っている。

創業応援チーム「トラストS」(Sは、スタートアップサポートのS)では、創業前から創業時の資金調達、創業後のフォローアップまでトータルサポートを行っている。

資金繰り応援チーム「トラストF」(Fは、ファイナンスのF)では、資金繰り予定表の作成を支援し、自社の資金繰り状況を把握できるようにすることで、経営上の本質的課題への気づきを促し、経営改善に向けた支援を行っている。

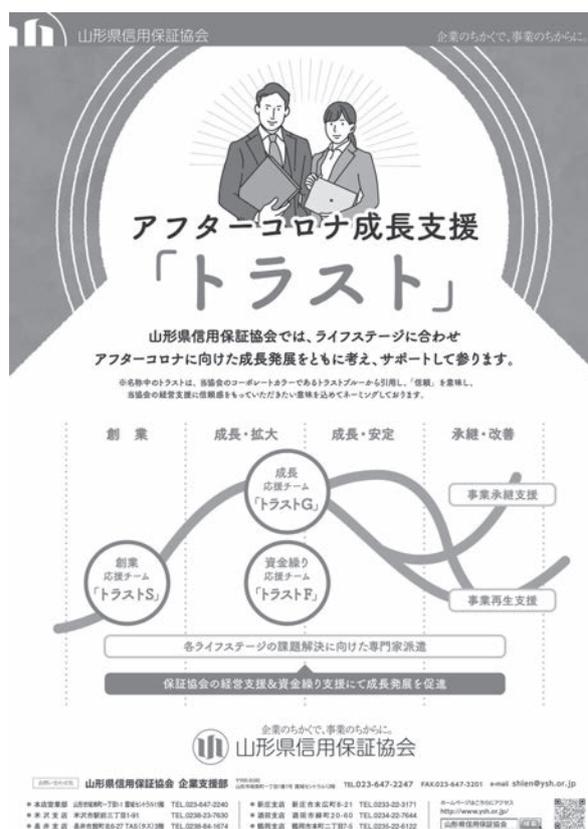
成長応援チーム「トラストG」(Gは、ゴール(目標)のG)では、ローカルベンチマーク、経営デザインシートの作成を支援し、経営課題と将来目標を共有化することにより、事業機会の創出に繋げる支援を行っている。

④周知方法

アフターコロナ成長支援「トラスト」の支援は、新たな取り組みとなるため、中小企業者等や金融機関をはじめとした支援機関へのPRツールとして、パンフレットを作成し、周知に努めている。パンフレットのデザインは、中小企業者等の皆さまに信頼して当協会の経営支援を受けていただきたいとの思いをイメージし作成した。

また、創業応援チーム「トラストS」については、名刺用シールを作成し、PRするとともに、各営業店で組成するチームメンバーの一体感の醸成を図っている。

【パンフレット】



【名刺用シール】



3. 創業応援チーム「トラストS」の取り組みについて

創業応援チーム「トラストS」の具体的な取り組み内容について説明する。

(1) 目的

山形県内の創業予定者や創業後3年以内の中小企業者等を対象に創業前、創業時、創業後の

各ステージに合わせた支援を行うことで、山形県内の創業の促進と創業した中小企業者等の事業発展に寄与し、地域経済の活性化に繋げることを目的としている。

(2) 実施体制

統括部署を企業支援部経営支援課とし、本店営業部・各支店の経営支援担当者を中心にメンバーを選定のうえ、創業前から創業後のフォローアップまで支援を行っている。

創業応援チームは、特定部署に設置する形ではなく、各営業店において組成する体制としている。

理由としては、当協会の経営支援体制が特定部署のみではなく、職員全員で経営支援に取り組んでいることに起因する。

以前は、各営業店に選任の経営支援担当者を設置し、保証担当者との役割を明確に分けていたが、平成30年4月から、信用保証協会の基本業務に経営支援が加わったことを受けて、中期経営計画に全社的な経営支援の取り組みを推進すると定め、保証担当者も含め、職員全員で取り組んでいる。

営業店には、中小企業診断士の資格を有している職員（以下、「協会内診断士」という。）を

配置しており、創業応援チームも協会内診断士が中心となり、若手職員も含め、全社的に創業支援を行う体制としている。

(3) 支援内容

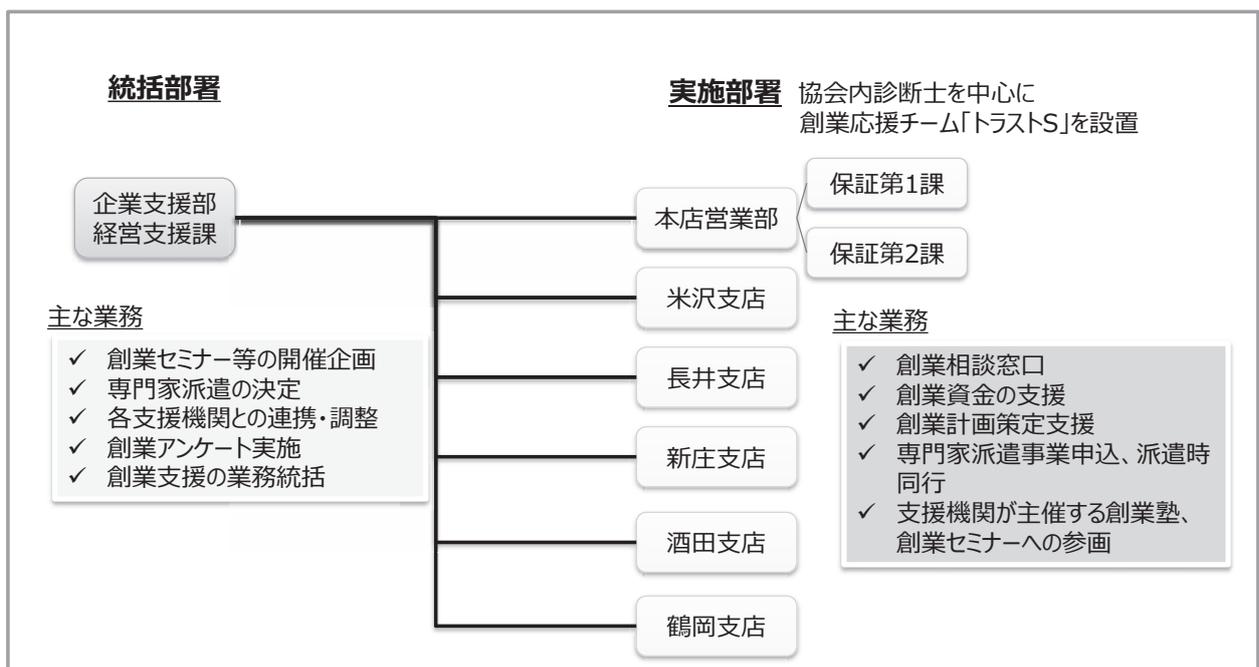
① 創業相談

創業前の相談窓口として、各営業店に創業相談窓口を設置し、常時相談対応を行っている。定期的な相談窓口としては、日本政策金融公庫山形支店国民生活事業（以下、「政策公庫」という。）との共催による創業者向け金融相談会を山形県の創業支援拠点であるスタートアップステーション・ジョージ山形（以下、「ジョージ山形」という。）にて毎月第3水曜日に開催している。政策公庫との金融相談の共催は、新たな取り組みとなるが、令和4年5月から9月までの期間で16企業からの創業相談を受け、連携した支援に繋がっている。

ここで、ジョージ山形について説明する。

ジョージ山形は、令和3年11月にオープンした山形県の新たな創業支援拠点である。山形県より委託を受けた山形県企業振興公社が運営し、創業に関するワンストップ窓口、コワーキングスペース、イベントの開催を通じた県内外

【トラストS実施体制】



の起業家やビジネスパーソン、行政、大学等、さまざまな分野の「人」の関わりから新たなビジネスが生まれるオープンイノベーション拠点の機能をもつ。施設名称は、山形県の非公式Vチューバーである、常時、山形のスタートアップシーンと世界をつなぐ男「ジョージ・ヤマガタ」から引用されている。

新たな創業支援拠点ができたことで、金融機関や支援機関、大学等との連携した支援が進めやすくなり、創業を予定している方との接点も増え、効果が現れている。

【スタートアップステーション・ジョージ山形】



②創業計画策定支援

創業計画策定支援として、協会内診断士を中心に、創業計画の助言を実施している。

創業時の収支計画から、資金計画を中心とした数値面の助言に加え、店舗コンセプトや販売促進等の事業面についての助言も行い、創業計画の作成を支援している。

起業家の支援にあたり、起業家がどのステージにいるのかを確認したうえで適切な支援に繋げていくことが大切であり、創業計画のブラッシュアップが必要な場合には、各支援機関で実施している創業塾や当協会の専門家派遣事業等の支援と連携することで、より確実な創業に繋げている。

③機運醸成・啓発

各支援機関や自治体で開催する創業塾や創業セミナーに参加し、当協会の創業支援施策の説明を行い、機運醸成・啓発に努め、起業家との関係性を高めている。

山形県では、平成25年から「やまがたチャレンジ創業応援事業」による創業助成金や創業塾による取り組みのほか、各市町村単位でのビジネスプランコンテストや大学によるアントレプレナーシップ教育等の取り組みが行われている。

当協会では、**図表1**のとおり、県、市町村、各機関の取り組みに協賛、共催する形で、起業家支援を進めている。

【図表1】

主催	支援内容
山形商工会議所	創業支援セミナーにて創業支援施策を説明
米沢商工会議所	米沢創業塾にて創業支援施策を説明
鶴岡商工会議所	創業塾 創業時の資金調達をテーマに講義
酒田商工会議所	創業塾 創業時の資金調達をテーマに講義
天童商工会議所	創業塾 創業時の資金調達をテーマに講義
山形市	山形市創業アワード 協賛 創業プラン審査員として参画
東北芸術工科大学	ベンチャービジネス論 創業時の資金調達をテーマに講義

具体的な支援として、各商工会議所の創業塾、創業セミナーにおいて、当協会の創業支援や経営支援の案内を行い、起業家との関係構築を図るとともに、当協会の創業支援施策の周知に取り組んでいる。

山形市主催の創業アワードは、平成29年から開催され、令和4年度で6回目の開催となる創業プランコンテストである。当協会を利用された起業家への創業アワードへの参加の斡旋や創業プランの審査員として、協賛、参画し、創業機運の醸成、起業家の育成に取り組んでいる。

あわせて、当協会では、ジョージ山形にて、**図表2**のとおり、時世やニーズにあわせて、トークセッション等のイベントを開催し、機運醸成を図っている。

【図表2】

イベント名	内容	連携先
山形起業家スタートアップトークセッション	当協会利用の起業家2名と中小企業庁金融課の課長補佐を招いたトークセッション	山形県企業振興公社
創業者向け金融相談会 in ジョージ山形	毎月第3水曜日に開催する創業者向け金融相談会	日本政策金融公庫
金融機関職員向け創業支援セミナー in ジョージ山形	県内金融機関職員向けの創業支援セミナー	日本政策金融公庫 山形県企業振興公社
スタートアップ企業向け資金調達セミナー 「ここが知りたい!! スタートアップ企業の資金調達のリアル」	ベンチャーキャピタル、株式投資型クラウドファンディング、政策公庫、当協会の各担当者によるパネルディスカッション	日本政策金融公庫 山形県企業振興公社

【山形起業家スタートアップトークセッションの様子】



図表2のとおり、ジョージ山形を運営する山形県企業振興公社・政策公庫と連携する機会が増えている。

創業者支援に関する勉強会、創業者向け金融相談会、創業セミナーの共催を通じて、各機関の創業支援メニューを共有し、ノウハウを蓄積することで、各機関の強みを活かしたシームレスな創業支援に繋げている。

経営支援全般に当てはまる点ではあるが、当協会単独では不足している経営資源や支援ノウハウを、他支援機関との連携により補うことでより効果的な支援に繋げることができる。

当協会としては、引き続き、従前から実施されている支援機関の創業支援の取り組みと連携を深めながら、時世やニーズに合わせて、トークセッション等のイベントを開催することで、メリハリのある取り組みに繋げ、山形の創業を盛り上げていきたい。

④資金調達支援

創業関連保証と山形県の融資制度である商工業振興資金開業支援資金を利用することで、低金利、信用保証料の利用者負担なしの取り扱いとなり、創業者の資金調達時のコスト低減に繋げている。

あわせて、事業内容や資金調達額に応じて、政策公庫との協調支援に取り組んでいる。政策公庫と信用保証協会が連携した資金調達の支援に取り組むことで、創業者にとって、大きなハードルとなる資金調達を円滑に進め、創業しやすい環境を整えている。

⑤創業後のフォローアップ支援

創業保証融資後3年間において、実地・面談調査を実施し、フォローアップを行っている。毎年、前年度に創業関連保証を利用した企業への面談を実施し、創業後の決算状況や課題等をヒアリングしたうえで、希望がある場合は、専門家派遣等の経営支援に繋げている。

あわせて、創業者アンケートにより適宜、状況確認をすることで経営支援に繋げている。創業者アンケートは平成22年から開始し、延べ5,091企業を対象に実施し、1,547企業から回答を受け、創業後の経営課題の把握に繋げている。平成30年からは、経営支援の希望がある企業には、フォローアップの面談を実施し、専門家派遣による支援を行い、創業後の経営安定に向け取り組んでいる。

創業後のフォローアップ支援は、創業者の事業継続・経営安定に向けて、当協会としても注

力している支援である。政策公庫や民間金融機関の担当者にヒアリングしたところ、創業後のフォローアップ支援については、内部の経営資源の関係から、支援が行き届きにくいステージである旨確認しており、当協会としては、引き続きフォローアップの面談を強化し、創業後の経営安定に向けて支援を進めていきたい。

4. 創業支援事例

創業応援チーム「トラストS」による支援事例について紹介する。

(1) 企業概要

業種	フィットネスジム
創業年月	令和4年3月
事業内容	24時間営業のフィットネスジム 高性能酸素カプセル、整体、 つば療法等
事業コンセプト	顧客ターゲットを店舗周辺顧客に絞り、あえてシャワーを設置しない等の最低限の設備とすることで、大手フィットネスジムと比較し、低価格でのサービスを提供している。
差別化ポイント	別途会員向けサービスとして、経営者が陸上競技を行ってきた経験に基づくパーソナルトレーニングや高性能酸素カプセル、整体等も行うことで、他店との差別化を図っている。
業態	個人事業主
従業員	2名

(2) 経営支援に至った経緯・相談内容

当社より、会員の増加に向けた販売促進に関する経営相談を受け、創業応援チーム「トラストS」による支援を実施した。

相談内容は、創業時のオープン割引やSNS広告の活用により20代～40代を中心に会員数200名を獲得したが、目標会員数の300名に到達するためのシニア層の会員獲得に向けた販売促進にかかる相談であった。

(3) 支援内容

創業応援チームの支援体制は、当社の担当部

署にて、協会内診断士2名と担当職員1名の計3名により支援を実施した。

当社からの相談内容は、会員数の増加に向けた販売促進であったが、販売促進に取り組む前に事業内容の深堀と再確認が必要と判断し、創業応援チームによる「トラストG」のローカルベンチマークの作成支援をしたうえで、販売促進の提案を実施した。

①第1回面談（現状ヒアリング）

職員による現状ヒアリングを行った。

顧客ターゲットは、10:00～15:00の間はシニア層、それ以降は、会社員や若者層としている。開業後2カ月で、会員数200名弱であり、スタートダッシュとしては順調と捉えている。なお、会員の構成としては、20代～40代が大半であり、シニア層が少ない状況にある。

今後の入退会を考慮し、会員数は300名を目標としている。参考として、近隣の大手フィットネスジムの会員数は600名程度である。

知名度向上のため、地域のコミュニティ紙に広告を掲載したがあまり効果がみられず、自社ホームページやSNSで入会金無料キャンペーンを知った若者の問い合わせはあることから、会員数増加のための販売促進が課題と捉えている。

②第2回面談（現状ヒアリング）

職員による現状ヒアリングを行った。

当社の立地は、山形県内陸部の人口4万人の中堅市の国道沿いにあり、大手家電量販店や飲食チェーン店があり、店舗前の交通量も多い環境にある。あわせて、隣地にはゴルフ練習場があり、フィットネスジムとの親和性が高い施設もあり、集客を見込める立地環境にある。

トレーニング設備は、東京オリンピックの選手村などで使用されていたマシンを導入し、一般的なマシンより斤量を重くできる点特徴となっている。大胸筋下部だけを鍛えるマシンも導入しており、経営者としてこだわっている部分である。

当社の強みである高性能酸素カプセルは、県内でも数カ所しか設置しておらず、怪我の治療

にも効果が高いため、高校の運動部への利用推進も検討している。

③第3回面談（ローカルベンチマークによる現状分析と経営課題）

第1～2回の面談を受け、トラストGによるローカルベンチマークを活用した、現状把握と課題整理の支援を実施。

他社の大手フィットネスジムと比較しても価格設定が低く、パーソナルトレーニングや医療用にも使える高性能酸素カプセルを備えている点が当社の強みとしている。

一方、弱みとしては、大手フィットネスジムと比較し知名度が低く、平日昼の時間帯の来客が少なく、効果的なPRが不足しているとした。

現状認識は1回目の面談で把握したとおり、スタートダッシュは順調だがシニア層の獲得と効果的なPRができていないこととした。

経営課題としては、シニア層からの知名度を

向上させ、平日の稼働率向上と高性能酸素カプセルとパーソナルトレーニング指導を前面に押し出し、知名度、収益力の強化を図ることを課題とした。

④第4回面談（経営課題にあわせた改善提案）

シニア層の顧客獲得については、地域性により、支援を実施した初夏の時期はさくらんぼの収穫時期にあり、平日の集客は季節柄難しい。農閑期になれば、シニア層の集客も見込めるものと分析し、シニア層が集まりやすい場所（スーパー等）へのチラシによるPRを提案。

また、高性能酸素カプセルとパーソナルトレーニングの周知については、顧客ターゲットに合わせたチラシを作成し、料金プランについても、高性能酸素カプセルやパーソナルトレーニングの利用料も含めた3つの価格帯（松竹梅）を設定し、顧客の平均単価アップに繋げていけないかを提案。

【ローカルベンチマーク】



商号	
売上高	(千円)
営業利益	(千円)
従業員数	2(人)

① 経営者	経営理念・ビジョン 経営哲学・考え・方針等	細やかなトレーニング指導やコミュニケーションを通して、会員様同士の交流や健康づくりの機会を創出する。会員様の健康、喜びとともに事業発展を実現する。	③ 企業を取り巻く環境・関係者	市場動向・規模・シェアの把握 競合他社との比較	【市場動向】健康意識高まり、大手FCの地方進出、特化型ジム（ヨガ、女性専用等）の普及 【競合比較】安値でパーソナルトレーニングが可能、酸素カプセル・整体等のオプション充実
	経営意欲 ※成長志向・現状維持など	令和4年3月のオープンから2カ月で会員数200名を達成。将来的には2店舗目を出店し、会員数300名を目標とする。平日昼を中心に、さらなる集客を図っている。		顧客リピート率・新規開拓率 主な取引先企業の推移 顧客からのフィードバックの有無	【新規開拓】HP・SNS活用により、オープン2カ月で会員数約200名に到達 【顧客からのフィードバック】パーソナルトレーニングを通して、直接顧客の感想や反応を見る事が可能
② 事業	後継者の有無 後継者の育成状況 承継のタイミング・関係	オープン初年度であり、代表者子息も学生である事から、後継者は未定。	④ 内部管理体制	従業員定着率 勤続年数・平均給与	令和4年3月のオープンより、代表者夫妻メインで営業している。
	企業及び事業沿革 ※ターニングポイントの把握	学生時代より陸上競技を行っており、県縦断駅伝にも出場。開業のきっかけは、会員として通っていたジムで、トレーニングの楽しさを人に伝える喜びを知った事。他の会員へのアドバイス等を通して、多くのトレーニング仲間を得る事が出来た。		取引金融機関開数・推移 メインバンクとの関係	信用組合がメインバンク。
	強み 技術力・販売力等	・価格力（24h利用月額：当社4,950円、●●フィットネス 7,260円） ・代表者によるトレーニング指導、整体、ツボ療法ノウハウ ・最新マシン（高圧酸素カプセル、東京五輪選手村モデルの最新マシン）		組織体制 品質管理・情報管理体制	日中は代表者夫妻が滞在している。 夫妻ともに、顧客に合わせたトレーニング指導が可能。 24h監視カメラが作動しており、夜間は無人で営業している。
	弱み 技術力・販売力等	・大手FC店舗と比べると知名度が低い ・平日昼の時間帯の来客が少ない ・効果的なPRが出来ていない		事業計画・経営計画の有無 従業員との共有状況 社内会議の実施状況	創業計画書あり。
③ 現状認識	ITに関する投資、活用の状況 1時間当たりの付加価値（生産性） 向上に向けた取り組み	・代表者自身がHP、Instagram等を活用し、宣伝活動を行っている ・セムのセキュリティシステム導入により、無人の時間帯も営業可能。	研究開発・商品開発の体制 知的財産権の保有・活用状況	【保有する知的財産】パーソナルトレーニング、整体、ツボ療法のノウハウ 代表者夫妻常駐時は、無料でパーソナルトレーニングを実施。 オープン前引も、安価・無料で積極的なサービスを行っている。	
	将来目標	目標会員数は300名。将来的には2店舗目をオープンする事を目標としている。事業の発展を通して、お客様の喜びと従業員の幸せを実現したいと考えている。	人材育成の取り組み状況 人材育成の仕組み	従業員を雇用していない事から、人材育成の仕組みは特に設けていない。	

対話内容の総括

現状認識	オープン後2カ月で約200名に達しており、スタートダッシュは順調であると認識。会員数獲得の要因は、HPやSNSを活用した割引キャンペーン実施にあると考えている。当社の強みである、高圧酸素カプセルやパーソナルトレーニング対応が可能点を十分に活用出来ていない。	将来目標	目標会員数は300名。将来的には2店舗目をオープンする事を目標としている。事業の発展を通して、お客様の喜びと従業員の幸せを実現したいと考えている。
------	--	------	---

現状と目標のギャップ



課題	(当社の強みを活用した集客力・客単価向上) ・高圧酸素カプセル、パーソナルトレーニング指導を前面に押し出し、知名度、収益力の強化を図る事	対応策	・新価格プランの作成 例) 酸素カプセル使用（月3回）+ ジム24h利用で〇〇円 ・平日の集客力強化 例) HPにてカプセルの予約状況開示（平日や安値設定し、来客数平準化） ・顧客のモチベーション向上 ・ダイエット/筋力成果の見える化（体重、体脂肪率、酸素濃度をカレ化）
----	---	-----	--

あわせて、現状集客できている若年層に対して、昼間のパーソナルトレーニング利用を促進し、昼間の集客が図れないか提案した。

上記提案内容を踏まえ、広告用チラシの原案を提示し、経営者からの要望を確認。チラシとダイレクトメール用チラシと具体的な設置場所、ポスティングエリア等の要望があり、次回までに検討することとした。

⑤第5回面談（具体的な改善提案）

メイン金融機関も同席し、チラシ案と設置場所、広告管理について提案を実施。

チラシについては、設置型と郵便広告用の2種類を作成した。設置型については、店舗に隣接しているゴルフ練習場用と地元スーパー用を作成し、定期的（2週間程度）に枚数が減っているかを確認するなど広告の管理についてもあわせて提案した。

郵便広告用は、はがきサイズで作成し、ダイ

レクトメールの送付については、日本郵便のタウンプラスサービスを利用し、シニア層が多い地域限定で配達をすることを提案した。

メイン金融機関とチラシデータを共有し、必要に応じてチラシの編集等継続支援を行うとともに、金融機関店舗内の取引先のPRコーナーにチラシを設置することで、金融機関への来店客に向けた周知も行うこととした。

本支援を実施したところ、経営者から「創業後自分の考えで事業を進めてきたが、ローカルベンチマークを作成したことで、改めて事業実態を確認でき、今後の事業の方向性を確認することができた。チラシ案も自分だけでは、作成できなかったことから、たいへんありがたい。今後の集客に向けて、活用していきたい。」との感想をいただいた。

メイン金融機関もモニタリングを継続し、経営状況を共有しながら、支援を進めていく方針である。

【チラシ（ゴルフ練習場用）】

【チラシ（はがきサイズ）】

5. おわりに

当協会の創業応援チーム「トラストS」の取り組みについてご紹介させていただいた。ここで、当協会の創業関連保証の実績について、**図表3**と**図表4**をご覧ください。

平成29年から、創業関連保証（開業支援資金含む）の件数と承諾額、企業数の推移をみると、令和2年度は新型コロナの影響から減少したが、令和3年度から増加の兆しが見られる。

図表4のとおり、各年度の上期の推移をみても、新型コロナ発生前の令和元年度の同時期と比較して件数と承諾額、企業数は増加傾向にある。新型コロナの影響を受けて創業を控えていた飲食業を含め、全体的にも新規創業される方

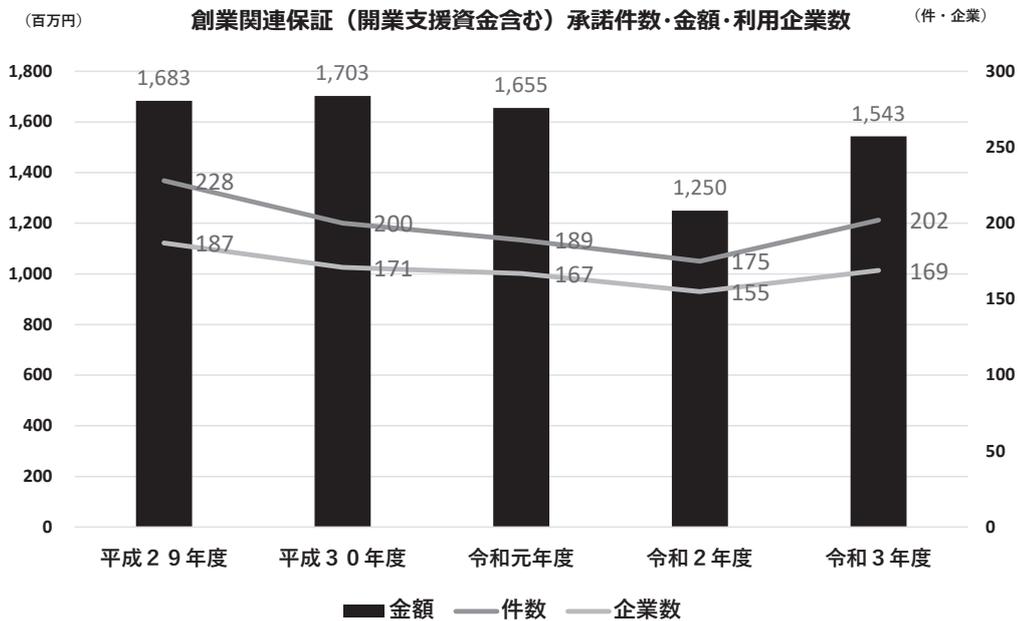
が増えていることが数字としても表れている。

この点については、県・市町村・支援機関による各支援施策の浸透や、前述した県の創業支援拠点である「ジョージ山形」ができたことで、相談会やセミナー等で創業者と接する機会が増え、各支援機関とも連携がより進めやすくなったことも大きな要因であると考えられる。

また、令和元年度から、創業関連保証について、山形県と全市町村から信用保証料の補助を受け、創業関連保証利用者の信用保証料負担がなくなったことも増加を後押ししている要因として考えられる。

今回ご紹介した、創業応援チーム「トラストS」については、従前から実施している創業支援を強化する形で取り組み、実施体制も各営業店単位でチームを組成し、各営業店の判断で企業の実情にあわせた支援を進めている。

【図表3】



【図表4】

令和4年9月末				令和3年9月末		令和2年9月末		令和元年9月末	
件数	前年比	金額 (百万円)	前年比	件数	金額 (百万円)	件数	金額 (百万円)	件数	金額 (百万円)
122	141.9%	952	144.5%	86	659	89	534	103	791
企業数				企業数		企業数		企業数	
114				76		80		93	

※創業関連保証、県開業支援資金。なお、令和3年8月1日までは創業等関連保証を含む。

ご紹介した支援事例についても、トラストSとしての創業支援に加え、ローカルベンチマークの作成も支援し、独自のチラシ案による販売促進の提案も行い企業の課題解決に繋げている。

初めての取り組みとなるため、試行錯誤を続けながら支援を進めている段階ではあるが、各営業店において、企業の実情にあわせて、支援内容を決定し、能動的に支援を進めている点が大きな成果であるとともに、協会内診断士を中心にチームを組成し、若手職員も加えて支援を

進めることで、経営支援ノウハウの蓄積や職員のモチベーション向上にも繋がっている。

このような取り組みについては、内部共有を図りながら、各営業店に横展開するとともに、ノウハウを蓄積し、より充実した支援に繋げていきたい。

今後とも国・県・市町村の支援施策に呼応しながら、各支援機関との連携を深め、山形県内の創業機運醸成、創業者の事業発展に向けて、当協会としてもチャレンジしていきたい。