

鳥取県経営革新計画審査実施要領

この要領は、中小企業等経営強化法（平成 11 年法律第 18 号）に基づく経営革新計画（以下「経営革新計画」という。）の承認に係る審査を実施するため、次のとおり必要な事項を定める。

1 審査方針

経営革新計画は、中小企業等経営強化法及び別紙 1、2 に定める計画の審査基準に基づき、厳正、公正かつ迅速に審査する。

2 審査等

- (1) 審査は原則として、鳥取県附属機関条例（平成 25 年鳥取県条例第 53 号）に基づき設置する審査会により行い、審査時期、審査委員等については、産業成長応援補助金（成長・挑戦ステージ）採択審査要領の定めによる。
- (2) 商工労働部長は、審査に先立って、各支援機関から別に定める「経営革新計画総括シート」の提出を求めるとともに、策定支援を行なった経営革新計画の内容について説明を求めることができる。
- (3) 商工労働部長は、経営状況等を適格に判断するため、部内関係者から意見を聴取することができる。

3 審査内容

- (1) 審査の内容は、次のとおりとする。
 - ア 経営革新の目標
 - イ 経営革新による経営の向上の程度を示す指標
 - ウ 経営革新の内容及び実施時期
 - エ 経営革新を実施するために必要な資金の額
 - オ 組合等のその構成員に対する負担金の賦課基準
- (2) 各支援機関は、必要に応じて、事業をより円滑なものとするため、申請計画実施に当たっての課題を整理して申請者に提示するものとする。

4 事務局

審査に係る事務を処理するため、商工労働部企業支援課に事務局を置く。

5 その他

この要領に定めるもののほか、必要な事項は商工労働部長が定める。

附 則

- 1 この要領は、平成 16 年 6 月 23 日から施行する。
- 2 「鳥取県中小企業経営革新計画及び鳥取県中小企業創造的研究開発等事業計画審査実施要領」は、平成 16 年 6 月 22 日限りで廃止する。

附 則

この要領は、平成 19 年 7 月 5 日から施行する。

附 則

この要領は、平成 21 年 5 月 21 日から施行する。

附 則

この要領は、平成 25 年 4 月 1 日から施行する。

附 則

この要領は、平成 25 年 10 月 11 日から施行する。

附 則

この要領は、平成 27 年 5 月 1 日から施行する。

附 則

この要領は、平成 27 年 7 月 14 日から施行する。

附 則

この要領は、平成 28 年 7 月 11 日から施行する。

附 則

この要領は、令和元年 7 月 4 日から施行する。

別紙 1

〔経営革新計画の審査基準〕

経営革新計画の審査は、中小企業庁の示した承認基準のほか、下記に示した基準にしたがって実施するものとする。

■新規性

- 申請計画の内容が、企業にとって新たな取り組みであり、地域の同業他社において相当程度普及しており、陳腐化している技術、サービス、経営手法等でないこと。

■実現可能性

- 計画の実行によって、「経営の相当程度の向上」が見込まれること。（別紙2参照）

■その他

- 申請計画が公序良俗に反するもの、または、その恐れがあるものでないこと
- 申請計画が関係法令違反、又は、その恐れがあるものでないこと
- 県による許認可が関係する事業計画については、事前に関係機関に内容を照会し、許認可を受けられることが確実又は可能性が高いものであることが確認できること
- 申請計画に虚偽の内容や重大な過誤がないこと（虚偽の事実や重大な過誤が発見された場合は、計画を承認しないか、これを取り消す）
- 共同で申請を行う場合は、その各々が事業に参加していること
- 組合等が実施する場合においては、当該組合等の運営が公正かつ適正に行われているとともに、実施する事業が法令、定款等で定められる当該組合等の事業に含まれていること
- 組合等が経営革新計画や研究開発事業に係る試験研究等のために充てるため、構成員に対し、負担金の賦課をしようとする場合、その賦課基準が不公平なものではなく、かつ過大な負担金、または経費を徴収するものではないこと

【参考】経営革新計画の審査基準における「実現可能性」の主な着眼点

■市場・顧客・競合他社の分析

- ターゲット顧客は明確か。そのニーズを適切に把握できているか。
- 市場規模が相当程度あり、成長性が期待できるか。
- 競合他社（製品・サービス）の状況・特徴を把握できているか。（競合の問題点・限界も含む）

■新たな取組みの優位性・対処すべき課題

- 新たな取組みが、競合他社（製品・サービス）と比べて優位性のあるビジネスモデル（製品・サービス・生産方式・販売方式等）になっているか。ビジネスモデルには自社の強みが活かされているか。
- 上記の優位性は、顧客に、自社製品・サービスを購入してもらう重要な動機付けとなるか。
- 新たな取組みを行うにあたって対処すべき重要な課題について認識し、対応方針が検討されているか。

■実施体制

- 新たな取組みに対する経営者の熱意があり、社内の実施体制も整っているか。
- 事業協力者（他企業、研究機関等）との連携が適切に図られているか。
- 販路が確保できる見込みが大きい。また、販路開拓の実効性・精度を高めるための戦略が練られているか。

■実施スケジュール

- 申請計画（別表2～4）に記された設備投資等の項目についての実施時期が、適切に設定されているか。

■収支計画・資金

- 新たな取組みによる売上高、費用等の積算額が妥当か。
- 申請計画の実施に必要な資金（設備・運転）の額が適切か。
- 金融機関との事前相談等により、申請計画の実施に必要な資金が確保できる見込みがあるか。