

# 『業種別支援の着眼点』 勉強会開催に向けた 勉強会KIT/TIPS

※本資料（勉強会KIT/TIPS）は、「業種別支援の着眼点」の勉強会の企画や運営におけるヒントやアイデアをTIPSとして取りまとめたものです。今後、皆様が勉強会の企画・開催する際の参考になれば幸いです。

## ■ 勉強会開催の目的について:

事業者支援における状況や課題に応じて勉強会の目的を設定し、企画づくりを進めましょう  
(ターゲットとする参加者の設定等を含む)。

項目	
目的の設定	<p>開催目的として、例えば、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 事業者支援のツールとして現場職員の理解と活用促進</li> <li>② 支援を担う若手・中堅職員の育成</li> <li>③ 顧客とのコミュニケーションに対する不安・疑問の解消</li> <li>④ 地域内の他の金融機関や関係機関との連携強化・目線合わせ</li> <li>⑤ 他組織との間の事業者支援に関する知見・ノウハウの共有</li> </ul> <p>などが考えられます。</p> <p>⇒ 目的に合わせ、組織内の事業者支援担当や営業店融資・渉外担当、若手・中堅職員等向けに勉強会を行う(①~③)、他の金融機関や関係機関と合同の勉強会を行う(④~⑤)といった企画づくりに繋がっていきます。</p>

### TIPS



## ■ 勉強会の企画例



コロナ禍前後に採用された職員は、顧客と直接対面で会話できるような機会が少なかったため、「顧客と何を話せばよいのか」という悩みや業種特性を知りたいといったニーズが存在

「着眼点」を活用して若手職員の対話力・目利き力を養うため、「着眼点」の内容を理解し、活用に向けたトレーニングを行う勉強会を開催



地域の関係機関(金融機関・信用保証協会・支援機関)が同じ目線で事業者支援を行っていく必要を認識

他組織の間でお互いを意識し合い足並みをそろえて事業者支援に取り組んでいく目的で、地域の関係機関の事業者支援担当が集まり、「着眼点」の講義や意見交換を行う勉強会を開催



資金面での支援だけでなく、地域の金融機関と信用保証協会が連携しながら企業支援をしていく必要が増している中、担い手となる若手職員の育成に課題

地域の金融機関と信用保証協会の若手職員が、今後の連携に向け、知見を学び、お互いの顔が見えるようになることを目的として、若手職員向け合同勉強会を開催

## ■ 勉強会の構成について:

勉強会開催の目的や状況に合わせて、勉強会の構成（形式）を選んでいきましょう。

項目	
勉強会の構成	<p>ケースに応じ、各種形式を組み合わせる勉強会の構成を決定します。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 講義形式</li> <li>2. グループワーク形式</li> <li>3. 動画視聴会</li> </ol> <p>※参加者の状況等により、必要に応じてオンライン環境の組み合わせも検討                  ※「着眼点」関連動画等を、eラーニングに展開・活用することも可能</p>

### TIPS



## ■ 各開催形式の特徴

### 講義形式

講師から参加者に対し、「着眼点」の内容やポイントを説明。知見を伝達したい場合などに有効。

→ 実例や経験、「着眼点」に関連する情報を交える、重要な内容や興味湧きやすいポイントを強調する、一方向とならないように問いかけ型の説明を挟む、といった工夫が効果的



### グループワーク形式

「着眼点」を材料として、参加型のケーススタディや意見交換等を実施。知識の定着や実践に向けたトレーニング、参加者間の情報交換による気づきや共有を狙う場合などに有効。

→ 参加者の属性・習熟度やニーズに合わせたテーマ・事例の工夫がポイント



### 動画視聴会

日時と参加者を設定し、「着眼点」関連動画コンテンツ（AI読上げ動画・事業者インタビュー動画）を視聴。まずは「着眼点」を知ってもらいたい場合に有効。

※事業者インタビュー動画は、企業経営者が自ら業種特性やビジネス内容を語る動画

→AI読上げ動画（1本約10分）を活用することで、準備の負担なく、柔軟な時間設定で開催可能



講義とグループワークを組み合わせると、講義で得た知識を、他の参加者と話し合いながら、現場での実践イメージに落とし込むことが可能

※（参加者の負担を勘案の上、）事前に「着眼点」を一読しておくことで、理解が深まりやすく、円滑に勉強会が運営できる場合もあります。

## ■ 勉強会の開催時間について:

勉強会の開催時間については、対象となる現場職員の方などが参加しやすいよう、営業時間や参加者の業務時間なども考慮して設定しましょう。短時間の勉強会を、複数回開催することも一案です。

項目	
開催時間の設定	勉強会開催は、講師や運営側にとって準備に時間がかかるうえ、参加者の時間をある程度拘束することになります。そのため、より多くの方に参加してもらえよう、勉強会の実施時間や回数を工夫すると良いかもしれません。

### TIPS



#### ■ 講義＋グループワークを実施した場合のスケジュール例（短めの時間設定イメージ）

例えば講義とグループワークをセットで開催する場合、以下のような各実施項目の所要時間（過去の勉強会実績をベースにした目安）を参考に構成を検討することが考えられます。 ※テーマ等を最小単位とした勉強会を想定したものであり、テーマ内容の充実やグループ数に応じて時間を追加していくイメージです。

#### ■ テーマを1業種だけに絞り、ワークを各グループ5～6名×6グループで実施するような場合の時間目安（1.5時間強）

大項目	中項目	時間目安	備考
開会挨拶・趣旨説明等		5分	
講義（1業種）		30分	
グループワーク（1業種）	テーマ説明	10分	※与件・グループ内分担・議論の進め方等
	アイスブレイク	5分	
	ワーク	30分	
	発表・講評	15分	※1グループ約2分程度が発表の持ち時間
閉会挨拶・事務連絡		5分	

グループワークでは、分担の仕方や議論の進め方をまとめた資料を示しておく、スムーズに運営しやすい

開催時間は、営業時間を考慮して15時以降にする、もしくは支店に戻る時間など考慮したうえで、午後に開催するなど工夫している例も見られます。

## ■ 勉強会の講師について:

勉強会実施のカギとなる講師役を選定しましょう。

項目	
講師の選定	<p>講師は、本部支援部署から選出することや、事業者支援の知見を有する職員にお願いすることが一案として考えられますが、若手職員が講師を務めることで、若手の参加者が講義内容を身近に感じられる場合もあり、実際にそうした例もあります。</p> <p>また、例えば、日頃から特定の業種の支援・対話に知見を有する中小企業診断士と関係を有している場合などは、そうした外部有識者などを招き、特定業種に特化した講義を企画することも考えられます。</p> <p>⇒ 他組織と合同で勉強会を開催するなどの場合、各組織から講師を選定する事で、他組織の事例や知識の共有にも有効です。</p>

### TIPS



複数講師により、各組織の知見を学び合うことが可能  
(準備負担も軽減)

若手職員がグループワークの講師を担当した例もあり  
(参加者が親近感や現実味を感じられる効果も)

### 例：複数人で講師を分担するケース

講義①  
講師① (地域銀行所属)

- 内容：  
飲食業・建設業の「着眼点」ポイントについて、自身の経験談や知見を織り交ぜながら講義
- 時間：1時間

+

講義②  
講師② (協同組織金融機関所属)

- 内容：  
・協同組織金融機関にできる対話のアプローチを講義  
・飲食店の支援事例や外部専門家活用のコツを、「着眼点」を用いながら解説
- 時間：30分

+

グループワーク  
講師③ (信用保証協会所属)

- 内容：  
建設業について、企業訪問前の仮説設定、ヒアリング後の課題設定を行い、改善の方向性を議論
- 時間：90分

協同組織金融機関ならではの知見やリソース不足への対応の工夫などを共有

グループワークのファシリテーターを置けば、円滑な議論進行や知見伝承も可能

### ・ 講師が不要の場合も

■ 例えば、着眼点関連の動画視聴会では、動画を視聴した後に、気づきを参加者同士で意見交換するなどにより、講師不要または負担軽減できます。  
営業店内や若手職員同士で、自主的な勉強会を開催することも考えられます。

## ■ 勉強会で使用する資料/内容について:

『業種別支援の着眼点』は、パワーポイント形式でダウンロード可能（金融庁HP）であり、自由に加工し、オリジナルの勉強会資料を作成することができ、そうした例も出てきています。  
AI読上げ動画や事業者インタビュー動画等のコンテンツもあり、是非活用してみてください。

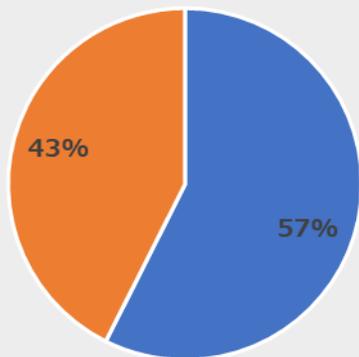
項目	
勉強会資料/内容	金融庁より公表された「着眼点」をそのまま活用するケースだけでなく、開催形式等にあわせつつ、組織や講師によって内容をアレンジして活用するケースもあります。 図表や画像等によりポイントを強調した資料の方が、講師は説明がしやすく、参加者はより理解・イメージしやすくなる場合があります。

### TIPS



#### ■ 金融機関による勉強会で使用された資料

(n=54)



- ① 公開資料をそのまま活用
- ② アレンジして活用

#### ■ 『着眼点』の提供方法

①

##### 【PDF】 個別ファイル



- ・必要部分のみDL可能（タブレット端末）
- ・訪問前の目線の確認
- ・経営者と対話のツール

②

##### 【PowerPoint®】



- ・編集が可能
- ・組織等の知見を組合せ
- ・オリジナル資料

ご利用に関してはウェブサイトの利用規約を遵守ください

③

##### 【動画】 AI音声による読み上げ動画

AIによる読み上げ動画（1本10分以内）は共通+各業種を用意  
スマートフォンなどでも視聴可能です。  
金融庁チャンネル（YouTube）

<https://www.youtube.com/watch?v=fM9gtIB9F3U>

これらのファイル及び動画は、金融庁のウェブサイトより入手・視聴いただけます。

<https://www.fsa.go.jp/policy/chuukai/index.html#gyousyubetu>

## 「着眼点」をアレンジした資料で講義

講義スライドでは、細かな文章は読みにくいいため、内容をマライズした形で読みやすさやポイントを明確にするとよいでしょう。

### 「着眼点」(原文)

### 勉強会用に資料を簡易的にアレンジ

The image shows two versions of a presentation slide titled '中小小売業の目利き(基本原則・商圏) その1'. The left version is the original, dense text-heavy slide. The right version is a simplified, rearranged version with a red border. The simplified version features a central diagram with '大手競合' (Large Competitors) on the left and '地域企業' (Local Businesses) on the right. The '大手競合' side lists '低価格' (Low Price), '安い' (Cheap), and '好立地' (Good Location). The '地域企業' side lists '近しい' (Close), '専門性' (Specialty), and 'サービス' (Service). A central box contains the text: '企業の強み・特徴を知る。・小売業は大手企業やインターネット販売業者などの競争相手が多い業種。・大手の“安からう悪からう”は昔の話。大手は、全てのコストを徹底的に削減する強敵。・競争相手に対抗するためには、地域企業ならではの“こだわり”=“強み”が必要(差別化が必要。)'.

### 実際の現場で考えることを問いかけ

The image shows a simplified presentation slide titled '小売業(中小企業の資金繰り)'. It includes a financial flow diagram. On the left, '前月末 現預金 (100万円)' (End of previous month cash) and '今月の入金 前月の売上高 (300万円)' (This month's income, previous month's sales). An arrow points to the right, where '今月末 現預金 (100万円)' (End of this month cash) is shown. Below this, '今月の支払① 仕入れ原価 (150万円)' (This month's payment 1: Purchase cost) and '今月の支払② 固定費 (150万円)' (This month's payment 2: Fixed costs) are listed. A red box at the bottom asks: '本当に資金繰りは回るのか? 追加でヒアリングすべきことは?' (Will the cash flow really turn? What should be asked in addition?).

## 支援の実例等を追加

「着眼点」の内容を補足する意味で、実際の支援事例などを写真付きで挿入すると、業務での活用イメージが付きやすくなるという意見もあります。

### 「着眼点」内容：飲食業

The image shows a simplified presentation slide titled '中小飲食業の目利き(決算資料編)'. It features a diagram showing the cost breakdown of a bowl of ramen. The total cost is 350 yen. The breakdown is: 20% (40 yen) for 'ドム粉砕材' (Domo powder), 30% (90 yen) for 'ドム粉砕材' (Domo powder), 30% (90 yen) for '平均的飲食業' (Average food industry), and 35% (125 yen) for '高値・こだわり' (High price/commitment). A plus sign is placed below the diagram.

### 飲食店舗の具体例や原価率等、実際の数値を差し込み、説明を補足

The image shows a detailed presentation slide titled '地域飲食店の事例紹介' (Introduction of local food shop cases). The case is '〇〇一番ラーメン店' (Oo Ichiban Ramen Shop), which opened in 2019 with 20 shops. It includes a photo of a bowl of ramen and a photo of the shop's interior. The financial data is as follows: 'しょうゆラーメン' (Soy sauce ramen) price 650 yen, with a cost breakdown: 'スープ11% (70円)', '麺9% (60円)', 'トッピング3% (20円)', and 'チャーシュー5% (30円)'. The '食材原価率28%' (Food cost rate 28%) is also noted. Monthly sales are 240 million yen, monthly personnel costs are 70 million yen, and monthly management fees are 65 million yen.

## 別冊「教えて、ノウハウ先生」を活用

(参考) 企業支援に必要な“4つのスキル”～別冊「教えて、ノウハウ先生」より

### その6 支援に必要なスキルとその養成方法①

- |                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| 相手の話を<br><b>その1 傾聴</b><br>するスキル     | <ul style="list-style-type: none"> <li>□ 企業支援は支援現場（企業）のヒアリングに限る</li> <li>□ 創業したい、創業前の社長の思い、会社業歴期の頃の会話等にも大きなヒントが隠れている</li> <li>□ 経路の延長線上に、音役は聞けない「真実」「心の奥底の気持ち」を聞くチャンスがある</li> </ul>                                    |
| 現実・事実を<br><b>その2 素直に</b><br>突入れるスキル | <ul style="list-style-type: none"> <li>□ 財務分析では解り得ない、様々な視察・事業に直面した時に「あるべき論」に固執するのは危険である</li> <li>□ 特に要支援企業は経営資源が十分にないため、重要度の高い課題から先に着手できるとは限らない</li> <li>□ 時として「やるべきこと」ではなく「今すぐできること」を優先しなくてはならない視察にも直面する</li> </ul>   |
| 不十分な資料から<br><b>その3 推計</b><br>できるスキル | <ul style="list-style-type: none"> <li>□ 中小企業は常に必要な資料や数値が、管理・保管されているとは限らない</li> <li>□ 補助的な資料や数値を事業主に発見も作成も求めて、本業に必要とする時間を費やすのは本来目的である</li> <li>□ 不完全な情報とヒアリング結果・外部の統計資料等を組み合わせ、分析や目標設定をする場合もある</li> </ul>              |
| 物事に<br><b>その4 興味</b><br>持てるスキル      | <ul style="list-style-type: none"> <li>□ 要支援企業には課題が山積しているため、どのような事象でも「悪いこと」「怠慢なこと」のみで見えてしまう</li> <li>□ 現時点では「失敗」と思われることも、始めた時には「良かれと思って」いたことがほとんどである</li> <li>□ なぜ始めたか？なぜ続かなかったか？善悪の審判ではなく、興味を持って読むことは重要である</li> </ul> |

別冊「教えて、ノウハウ先生」のポイントを示しつつ、体験談を交え、事業者の話の“傾聴”や事業者を知ることの大切さなど、支援に当たる姿勢やコミュニケーションのスキルをベテラン講師が伝授することもできます。

## 事業者支援に関する情報・意見交換

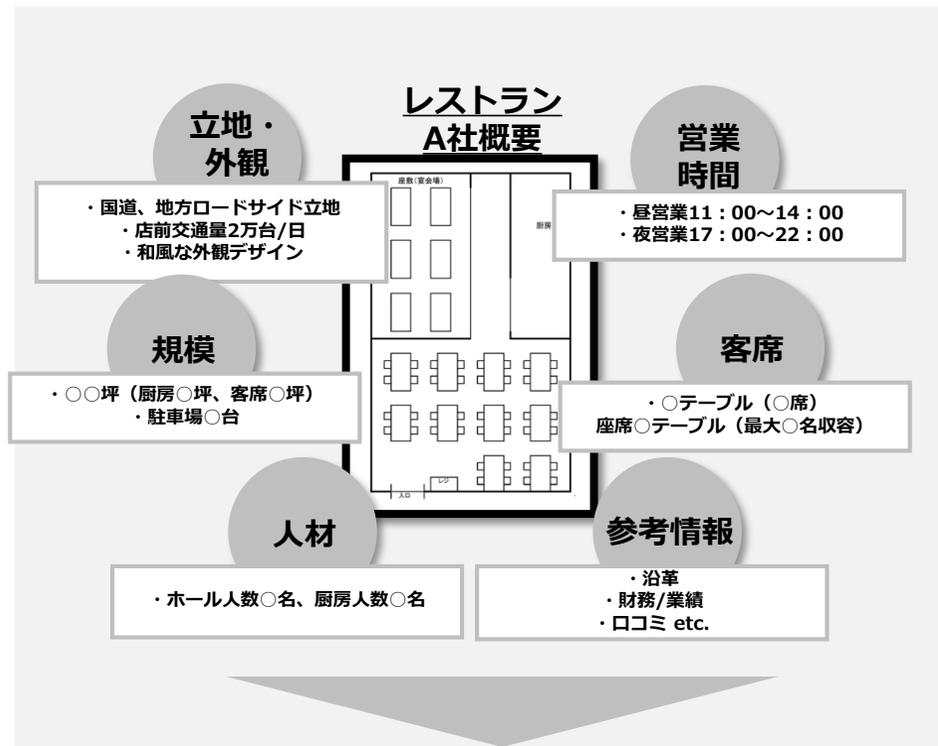


勉強会は、他店の職員や他金融機関と一緒に学習する貴重な機会です。講義やグループワークに合わせて、事業者との対話・支援の実践やOJT等に向けた取組・悩みについて、参加者同士で情報・意見交換を行う時間を設けると効果的です。

※事前にアンケートで意見をまとめておくと、円滑に議論が進みやすいケースもあります。



## 図表・写真をベースにワーク



「着眼点」の内容に関連する図表・写真、例えば飲食店のレイアウト(面積・席数)等を示し、課題や対応の方向感を類推・議論すると、理解・イメージが深まります。

※他に、建設業の施工イメージ、スーパーマーケットの棚割り、運送業の車両の写真等を用いたワークの例もあります。

## 支援に向けた課題設定を体感するケーススタディ

**STEP 1** 架空の企業情報シート(例:建設業)をベースに、企業訪問前の仮説を議論



企業概要	財務内容	その他
<ul style="list-style-type: none"> <li>・業種</li> <li>・事業内容</li> <li>・資本金</li> <li>・代表者情報</li> <li>・沿革</li> <li>・取引先金融機関</li> <li>・金融支援状況</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・貸借対照表</li> <li>・損益計算書</li> <li>・固定資産台帳</li> <li>・経営指標</li> <li>※3~5期分</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・組織情報</li> <li>役員・社員(正社員/パート)の数や役割等</li> <li>・取引先情報</li> <li>仕入れ先/外注先/販売先</li> </ul>

**STEP 2** 仮想ヒアリング結果を追加で提示

→想定される課題のうち優先度が高いと思われるものを選択し、支援の方向性を議論。

※課題の例:営業力強化、原価管理による利益確保、人材確保etc.

### 建設業 ヒアリング内容例

#### 売上・利益構造

- ・売上主品目(新築/リフォーム)
- ・自社規格/FC規格
- ・施工単価
- ・施工数

#### 経営動向

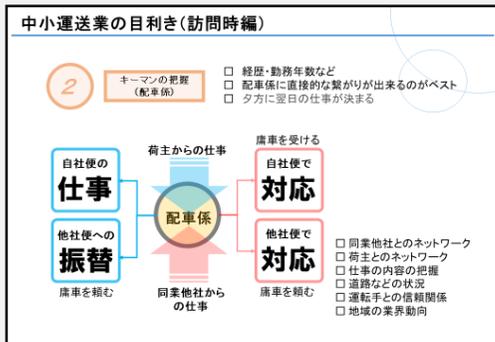
- ・受注経路の変化
- ・需要の変化
- ・原材料価格の上昇
- ・人材確保・育成
- ・事業承継

#### 経営者の不安

- ・販売チャネル
- ・事業構造の変化
- ・原価管理体制
- ・取引先との価格交渉

<講義形式>

地域性を加味した講義 (運送業の例)



地域性を加味した着眼点

●●地域の運賃表	××地域の運賃表

例えば、当県の運送業者は、■▲方面へ運送した帰りの便では、▲▲県から荷物を載せた方が経済的

→配車係の腕の見せ所は多い

各業種の内容について、地域別の運送料、地場産業の見方などを深掘りし、各地域ならではの着眼点を付加して講義するような例が出てきています。

<グループワーク形式>

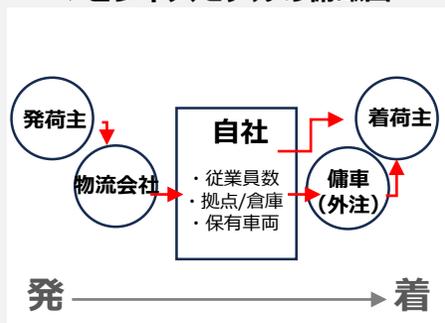
若手職員を想定したシナリオのケーススタディ (運送業の例)

シナリオ例：支店長から若手職員に対し、経営改善ニーズのある(仮想)取引先への支援を行うよう指示があった。「着眼点」を見ながら、訪問時にヒアリングするポイントなどをまとめる。

▼事例企業の概要

企業概要	財務内容	その他
<ul style="list-style-type: none"> <li>業種</li> <li>事業内容・沿革</li> <li>資本金</li> </ul> <p>&lt;金融関係情報&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>債権状況</li> <li>取引先金融機関</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>貸借対照表</li> <li>損益計算書</li> <li>固定資産台帳</li> <li>経営指標</li> </ul> <p>※3~5期分</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>組織情報</li> <li>役員・社員(正社員/パート)</li> <li>取引先情報</li> <li>拠点</li> </ul>

▼ビジネスモデルの俯瞰図



▼企業ホームページ

HPの業務案内や代表挨拶等  
(業務内容、セールスポイント、保有車両・特殊車両、営業範囲、得意分野、営業ポリシー等.)

→ 企業情報に基づき、ROAや固定長期適合率、庸車費比率等の財務指標とその推移を分析し、課題を類推。そして訪問時には、どんな狙いで、何をどのようにヒアリングするかを議論。

## ■ アンケート

勉強会の参加者に対するアンケートの実施によって、勉強会の効果を測り、現場のニーズ・意見を直接聞く機会にもなります。

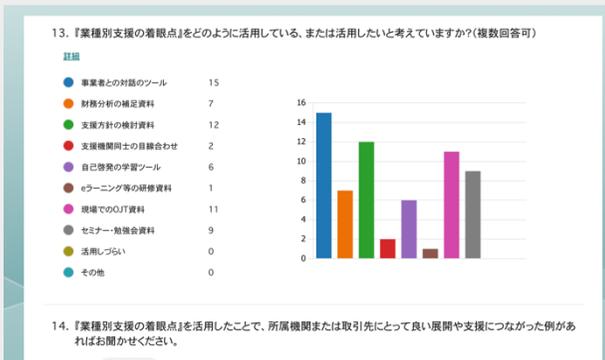
項目	
アンケートの作成・実施	選択式の質問項目は、収集した内容をグラフで定量的にまとめやすくなります。より具体的な意見を収集する場合は、自由記述式の質問項目を組み合わせましょう。

### TIPS



### ■ オンラインのアンケートフォームは集計の手間を省くことができます

オンラインのアンケートフォームは、自動でアンケートを集計、グラフ化するため集計の必要がありません。また、複数の組織が集まる勉強会において、参加者の役職や経験年数などの属性情報を収集、集計するような場合でも、オンラインのアンケートフォームは簡単にグラフ化がされるので、非常に便利です。



■ 記述式の質問：(選択式では収集が難しい) 課題や新しい観点・気づきを発見するために実施します。

- ① 質問意図：勉強会実施に対する具体的な感想や改善点を把握するため  
本勉強会のよかった点or工夫するとよい点をお聞かせください。
- ② 質問意図：好事例や、実践に向けた課題、異なった観点の意見を模索するため
  - ・『業種別支援の着眼点』を現場で使った感想や好事例を教えてください。
  - ・活用されないとすれば、その理由は何でしょうか？(活用(勉強会や現場での対話・支援等)に向けた課題等)
- ③ 質問意図：勉強会参加者のニーズを把握するため  
今後どのようなセミナーや勉強会を開催してほしいですか？

## ■ オンラインアンケートの手順 : 参考

誰でも簡易に作成できるオンラインアンケートは、各手順においてメリットがあります。

### STEP1

#### ■ アンケートの作成

有料/無料を含めオンラインのアンケートフォームは多数存在しています（各サービスのアカウント取得は必要）。WEB上の簡単な操作により、選択式・テキスト式・評価式といった各種の設問を作成することが可能です。

#### ■ アンケート作成 タイトルの入力例



※上記図はMicrosoft Formsを利用しています。

### STEP2

#### ■ アンケートの回答収集

アンケートを作成すると、アンケートURLが自動で生成されます。そのURLを、資料への記載やメール等で参加者へ発信することで、アンケートに回答することが可能になります。また、QRコードを生成することで、スマートフォンなどからアンケートへ回答できます。

※回答率を上げるには、**勉強会中に回答の協力をアナウンス、勉強会最後に回答のための時間を設ける**などの工夫が有効。

#### ■ アンケートQRコードの生成例



### STEP3

#### ■ 回答結果の自動集計

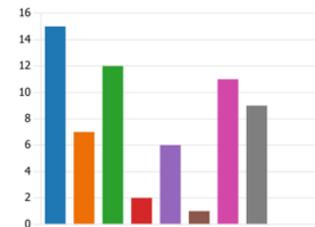
オンラインアンケートの利点は、収集された回答結果を自動集計・グラフ化・出力してくれるサービスが多いことです。これによって、集計の手間がなくなり、アンケート結果を即時に確認・分析することが可能です。

#### ■ アンケートのグラフ例

13. 『業種別支援の着眼点』をどのように活用している、または活用したいと考えていますか?(複数回答可)

詳細

● 事業者との対話のツール	15
● 財務分析の補足資料	7
● 支援方針の検討資料	12
● 支援機関同士の自練合わせ	2
● 自己啓発の学習ツール	6
● eラーニング等の研修資料	1
● 現場でのOJT資料	11
● セミナー・勉強会資料	9
● 活用しづらい	0
● その他	0



## ■ オンラインアンケート設問作成例 : 参考 ( Microsoft Formsの場合 )

+  選択肢  テキスト  評価  日付  選択肢、テキスト、評価のいずれかを選択し、下の様な設問が簡単に作成できます。

### ■ 選択肢 (ラジオボタン) 単一選択

複数を選択すると切り替わります。

### ■ 選択肢 (チェックボックス) 複数選択

### ■ テキスト式

### ■ 評価式

## ■ 勉強会のチラシ作成（他組織との合同勉強会開催の場合）

他組織と合同勉強会で参加者を集める際は、メール等の連絡だけでなく、チラシの作成が効果的なことがあります。

項目	
チラシの作成	簡単な概要やスケジュール、参加要件・方法等を記載したチラシの作成をすると、勉強会の情報をよりわかりやすく伝える事ができます。 参加募集にオンラインフォームを活用しQRコードを発行・記載することで、WEB上で応募可能とする工夫も考えられます。

### TIPS



### ■ チラシの項目例：

第〇回  
業種別支援の着眼点勉強会

若手職員向けの事業者支援と組織間連携の強化を目的とした勉強会を開催します。

- 開催日時：  
令和●年●月●日(月)  
13:30~16:30 (受付時間 13:00~)
- 開催場所：  
着眼点大会議室 (住所記載)
- 参加対象：  
地域金融機関・信用保証協会の事業者支援実務担当者 (1 機関につき 2 名まで)

- カリキュラム：
  - ・ 13:30~13:45  
開講挨拶・『着眼点』の概略
  - ・ 13:45~14:45  
業種ごと(飲食業・運送業)のポイントについて
  - ・ 14:50~16:30  
グループワーク  
(事業者支援フローの説明・ケーススタディ)
  - ・ 16:30~16:35  
閉講挨拶
- 申込方法：

- 参加対象：  
地域金融機関・信用保証協会の事業者支援実務担当者 (1 機関につき 2 名まで)
- 定 員：  
50 名 (先着順) (定員に達し次第、募集を締め切りますので、予めご了承ください。)
- 参加費：  
無 料 (交通費等は自己負担)
- 講 師：  
A氏 ○○銀行審査部

(事業者支援フローの説明・ケーススタディ)

- ・ 16:30~16:35  
閉講挨拶
- 申込方法：
- 留意点：  
『業種別支援の着眼点』を、ご一読いただいたうえでご参加ください。

主催：  
○○銀行・○○信金・○○信組

お問い合わせ