

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	長門商工会議所（法人番号 4250005004744）
実施期間	平成31年4月1日～平成36年3月31日の5年間
目標	<ol style="list-style-type: none"> 1. 観光資源を活用した地域の魅力訴求 2. ながとブランド高付加価値型商品の開発及び販路拡大の促進 3. 創業・事業承継事業者数の増加
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> ①地域の経済動向調査に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・地域経済動向調査の実施と情報提供を行う。 ②経営分析に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・巡回、金融支援、決算指導時等に各種分析を行う ・エキスパートバンク登録専門家等と連携し、分析内容を深める ③事業計画策定支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・巡回訪問や窓口相談による対象事業者の掘り起こしと経営課題の見える化 ・創業セミナー開催や専門家・金融機関との連携支援 ④事業計画策定後の実施支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・職員の巡回訪問等によるアドバイス等の実施 ・創業フォローアップセミナーの開催 ⑤需要動向調査に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・長門市観光客数・宿泊客数の推移 ・山口県の宿泊者及び観光客の動向 ・観光庁が実施する「旅行・観光消費動向調査」 ・県内及び近隣地域の大型イベント等の把握 ・収集データの活用と提供 ⑥新たな需要の開拓に寄与する事業 <ul style="list-style-type: none"> ・各種商談会・展示会等への出展による販路開拓支援（BtoB） ・新商品・新サービス発表会の開催（BtoB、BtoC） ・インターネットを活用した販路開拓支援（BtoC） <p>II. 地域経済の活性化に資する取り組み（観光、まちづくり）</p> <ol style="list-style-type: none"> ①観光資源を活用した地域の魅力訴求による交流人口の増加 ②ながとブランド高付加価値型商品の開発及び販路拡大の促進
連絡先	<p>長門商工会議所 〒759-4101 山口県長門市東深川 1321-1 TEL：0837-22-2266 FAX：0837-22-6490 メールアドレス：inf@ncci.or.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 地域の現状と課題について

(1) 沿革

長門市は山口県の西北部に位置しており、面積は 357.29 km²、北側には北長門海岸国定公園に指定された日本海の風景が広がる。

平成 17 年に旧長門市、大津郡三隅町・日置町・油谷町が合併し、現在の長門市が形成された。

日本海沿岸では古くから捕鯨や漁業が盛んに行われ、捕獲した鯨の子を祀った鯨墓や、かまぼこ等の水産加工品の発達など文化産業の両面で海の恩恵にあずかり影響を受けてきた。

長門商工会議所の管内は合併前の旧長門市であり、旧大津郡 3 町はながと大津商工会の管轄となっている。



(2) 人口推移

長門市の人口は平成 30 年 8 月 31 日現在 34,417 人、そのうち旧長門市は 19,674 人である。

国勢調査によると H22～H27 の 5 年間で 38,349 人から 35,439 人へ 2,910 人減、人口減少率は県内 19 市町中高い方から 5 番目で、商工会議所の存在する行政区単位では萩市に次ぐ 2 番目の高さである。

人口に占める 65 歳以上の割合は 39.7%と県内 4 番目の高さである。これらの要因としては、若者の都市部への流出等による人口減少と、少子高齢化の進行が挙げられる。

(3) 地域資源

①観光資源

市内には県内最古の歴史を誇る名湯「湯本温泉」、「俵山温泉」、「湯免温泉」、「黄波戸温泉」、「油谷湾温泉」の 5 つの温泉郷が存在し、多くの人々が訪れている。

また、市北部に存在する青海島は、北長門海岸国定公園の中心に位置し、国の名勝・天然記念物に指定されている。

最近では、日本の棚田百選に選ばれた東後畑の棚田や、CNNの「日本の最も美しい場所 31 選」に選ばれた元乃隅稻成神社の人気の高まっている。

②人物

童謡詩人「金子みすゞ」、画家「香月泰男」、劇作家「近松門左衛門」の出身地としても語り継がれ、彼らにちなんだ町おこし等も行っている。

歴史の舞台では室町時代の武将大内氏終焉の地として語り継がれ、楊貴妃伝説など浪漫溢れる物語も数多い。

③特産品

水産加工品では仙崎かまぼこが特産品であるほか、仙崎ぶとイカ、アカモクなど仙崎港に水揚げされる新鮮な魚介類の恩恵にあずかっている。

その他、人口1万人あたりのやきとり店舗数が全国トップクラスで、やきとりのまちとしてPRしている。全国的にも珍しい養鶏専門の農業協同組合「深川養鶏農業協同組合」があり、西日本有数のブロイラー生産量を誇る。

(4) 商工業者数、小規模事業者数の推移

小規模事業者数、業種別の構成等は(表1)の通り

平成29年7月現在、管内事業者数1247、管内小規模事業者数931であり、事業者の75%が小規模事業者となっている。

(表1)

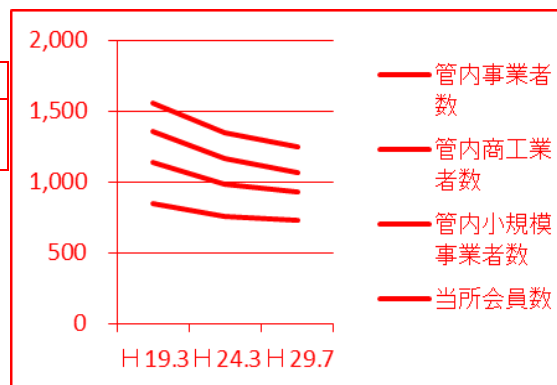
	H19.3	H24.3	H29.7	H24.3対 H19.3増減率	H29.7対 H24.3増減率
管内事業者数	1,551	1,345	1,247	-13%	-7%
管内商工業者数	1,357	1,166	1,060	-14%	-9%
管内小規模事業者数	1,136	978	931	-14%	-5%
当所会員数	847	753	729	-11%	-3%

※長門商工会議所調べ

	H19.3	H24.3	H29.7
管内小規模事業者数 /管内事業者数	73%	73%	75%

※長門商工会議所調べ

- ・事業者数はいずれの項目においても減少している
- ・10年前～5年前より、5年前～現在の方が減少のスピードが緩い



業種ごとの管内事業者数とその構成比、かつ業種ごとの管内小規模事業者数とその構成比を(表2)に示した。平成19年3月時点で当所管内事業者数が一番多い業種は、卸売業、小売業の442で、次に宿泊業、飲食サービス業254、最後に製造業158となっている。H19～H29の管内事業者減少数は多い順に卸売業、小売業が115、宿泊業、飲食サービス業が73、建設業が51事業所減であった。

また、平成29年7月現在で当所管内事業者数が一番多い業種は、卸売業、小売業の327で、次に宿泊業、飲食サービス業181、最後に製造業149となっている。平成19年3月の事業所数の多い方から3業種と平成29年7月現在の事業所数が多い方から3業種が全く同じで、10年間産業構成にそれほど変化がないことが読み取れる。

(表2)

業種別状況表

	名 称	H19. 3. 22			
		管内事業者数	構成比	小規模事業者数	構成比
01	農業，林業	9	0.6 %	9	0.8 %
02	漁業	13	0.8 %	5	0.4 %
03	鉱業，採石業，砂利採取業	2	0.1 %	0	0.0 %
04	建設業	153	9.9 %	136	12.0 %
05	製造業	158	10.2 %	136	12.0 %
07	情報通信業	11	0.7 %	5	0.4 %
08	運輸業，郵便業	52	3.4 %	37	3.3 %
09	卸売業，小売業	442	28.7 %	313	27.7 %
10	金融業，保険業	26	1.7 %	7	0.6 %
11	不動産業，物品賃貸業	46	3.0 %	45	4.0 %
12	学術研究，専門・技術サービス業	31	2.0 %	28	2.5 %
13	宿泊業，飲食サービス業	254	16.5 %	220	19.5 %
14	生活関連サービス業，娯楽業	117	7.6 %	95	8.4 %
15	教育，学習支援業	30	1.9 %	21	1.9 %
16	医療，福祉	60	3.9 %	24	2.1 %
17	複合サービス事業	31	2.0 %	0	0.0 %
18	サービス業（他に分類されないもの）	116	7.5 %	55	4.9 %
	合 計	1,551	100.6 %	1,136	100.6 %

※長門商工会議所調べ

業種別状況表

	名 称	H24. 3. 30			
		管内事業者数	構成比	小規模事業者数	構成比
01	農業，林業	8	0.6 %	8	0.8 %
02	漁業	5	0.4 %	2	0.2 %
03	鉱業，採石業，砂利採取業	2	0.1 %	0	0.0 %
04	建設業	121	9.1 %	105	10.8 %
05	製造業	138	10.3 %	122	12.6 %
07	情報通信業	7	0.5 %	5	0.5 %
08	運輸業，郵便業	44	3.3 %	28	2.9 %
09	卸売業，小売業	372	27.9 %	257	26.4 %
10	金融業，保険業	22	1.6 %	8	0.8 %
11	不動産業，物品賃貸業	53	4.0 %	49	5.0 %
12	学術研究，専門・技術サービス業	45	3.4 %	39	4.0 %
13	宿泊業，飲食サービス業	227	17.0 %	197	20.3 %
14	生活関連サービス業，娯楽業	101	7.6 %	83	8.5 %
15	教育，学習支援業	23	1.7 %	15	1.5 %
16	医療，福祉	56	4.2 %	20	2.1 %
17	複合サービス事業	29	2.2 %	4	0.4 %
18	サービス業（他に分類されないもの）	92	6.9 %	36	3.7 %
	合 計	1,345	100.7 %	978	100.6 %

※長門商工会議所調べ

業種別状況表

	名 称	H29. 7. 1			
		管内事業者数	構成比	小規模事業者数	構成比
01	農業, 林業	51	4.1 %	10	1.1 %
02	漁業	10	0.8 %	6	0.6 %
03	鉱業, 採石業, 砂利採取業	2	0.2 %	0	0.0 %
04	建設業	102	8.1 %	88	9.4 %
05	製造業	149	11.9 %	137	14.6 %
07	情報通信業	10	0.8 %	9	1.0 %
08	運輸業, 郵便業	43	3.4 %	26	2.8 %
09	卸売業, 小売業	327	26.1 %	248	26.5 %
10	金融業, 保険業	18	1.4 %	7	0.7 %
11	不動産業, 物品賃貸業	46	3.7 %	42	4.5 %
12	学術研究, 専門・技術サービス業	50	4.0 %	46	4.9 %
13	宿泊業, 飲食サービス業	181	14.4 %	172	18.4 %
14	生活関連サービス業, 娯楽業	91	7.3 %	84	9.0 %
15	教育, 学習支援業	16	1.3 %	8	0.9 %
16	医療, 福祉	56	4.5 %	20	2.1 %
17	複合サービス事業	26	2.1 %	3	0.3 %
18	サービス業 (他に分類されないもの)	69	5.5 %	25	2.7 %
	合 計	1,247	99.5 %	931	99.4 %

※長門商工会議所調べ

(5) 産業の動向

表2で事業所数が多かった順1位から3位の業種に関して記載する。

①卸売業, 小売業

かつて昭和初期には正門市本通り、高度経済成長期は新長門通りという商店街があったが、昭和50年代に長門ショッピングプラザ、平成に入りウェーブとアトラス(現フジ)という複合型商業施設に移行した。

当所管内でH19からH29の間に最も事業所数が減少(24%、115社減)した業種であり、その原因としては人口減少に加え、大規模小売店の出店やインターネット販売の浸透による利便化や価格競争の激化があげられる。加えて事業承継が進まず廃業を選ぶ事業所も多く長門市の商業の中心である長門市駅周辺地区や複合型商業施設にも空き店舗が散見される。今後大型店との競争に耐えられる個店の改善や30年4月に完成した長門市初の道の駅を観光客の呼び水とし、地域全体での集客力向上の取組みが課題となってくる。

②宿泊業, 飲食サービス業

長門市は観光資源に恵まれているが、表3の長門市の観光客数の推移ではH19比H28の俵山地区は19%増、湯本地区は16%減、青海島・仙崎地区は50%減となっている。事業者数も10年間で29%減少しており、特に宿泊業に関しては建物の老朽化による耐震化費用の負担や後継者不在が原因による廃業が増加している。

長門湯本温泉においては、昭和58年の年間宿泊者数39万人をピークに、以後は

下降傾向が続いている。特に平成 20 年以降は低迷を続けており、平成 26 年には 20 万人を割る水準まで低下している。

星野リゾートの温泉旅館ブランド「界」進出決定や 12 月 15 日に開催された日露首脳会談による知名度の向上とそれを活用した情報発信の効果により、宿泊客数が 202,356 人となり、NHK 大河ドラマ「花燃ゆ」などの効果があった前年と同水準（対 H28 年比 100.1%）となった。

なお、管外ではあるが、元乃隅稻成神社の集客効果もあり、市全体の観光客数は増えている。元乃隅稻成神社については、長門市調べで H27 年比 700%増、市全体の観光客数もそれに伴い約 129%増となっている。今後も引き続き集客と波及効果が期待できる。

また、平成 26 年に湯本温泉の大型旅館が倒産して以降、市を中心に長門湯本温泉マスタープランの策定と星野リゾートの温泉旅館ブランド「界」の誘致といった振興策を進めている。

星野リゾートの星野代表が現在全国 86 位の温泉地人気ランキングを 10 位以内にと目標を掲げ、全国的にも類を見ない「まちづくり」が始まろうとしている。

人気温泉地としての地位を高めた場合の効果として、観光客数の増加効果と、一人当たりの観光消費額の増加を見込むことができる。

周辺の飲食店、旅館、商店など B to C の店舗も H19.3 月時点 40 事業所から H29.7 月現在 27 事業所へ減少し、しばらく新規出店も見られなかったが、平成 29 年 8 月には当所の支援を受けた地元自営業者等が中心となりカフェがオープンした。

飲食店の新規創業希望者の相談は増加傾向にあり、長門市が重点地域に設定する湯本地区・仙崎地区への創業支援に加え、長門市駅周辺での新規創業を増やすため、空き店舗の活用とマッチングが今後の課題となる。

③製造業

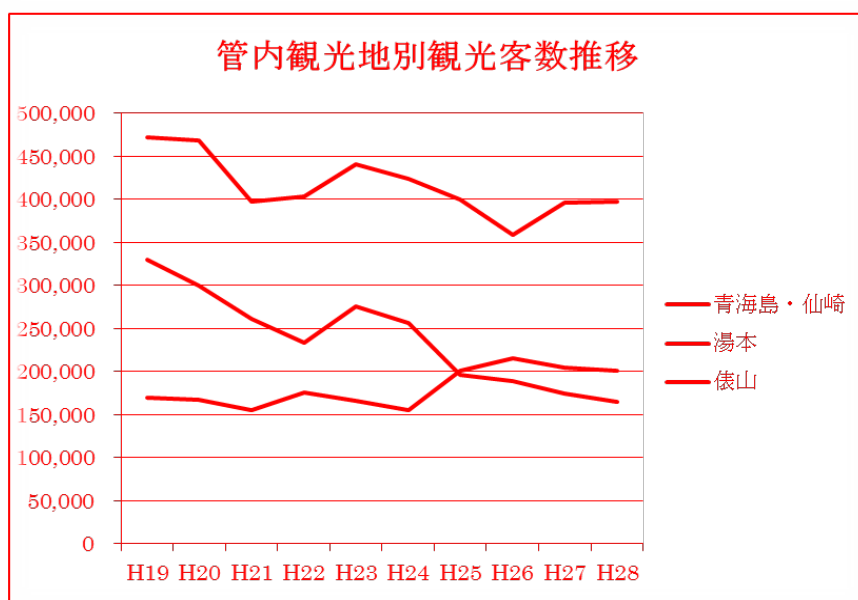
長門市の主要産業である水産食料品製造業をはじめとする食品製造業者が全体の 6 割を占める。表 4、平成 26 年経済産業省の工業統計によると 79 事業所、従業員数 2,103 人、出荷額 6,169,994 万円、付加価値額 2,649,495 万円で、10 年前と比較すると事業者数は減少しているものの、従業員数、出荷額、付加価値額は大きく増加している。

製造業における人材の確保は大きな課題で特に技術人材の不足は深刻である。現在は定年延長などの人材活用で補っているが、今後は IT 活用による業務プロセスの効率化、ロボット導入による省力化などによる人手不足対策が必要とされる。

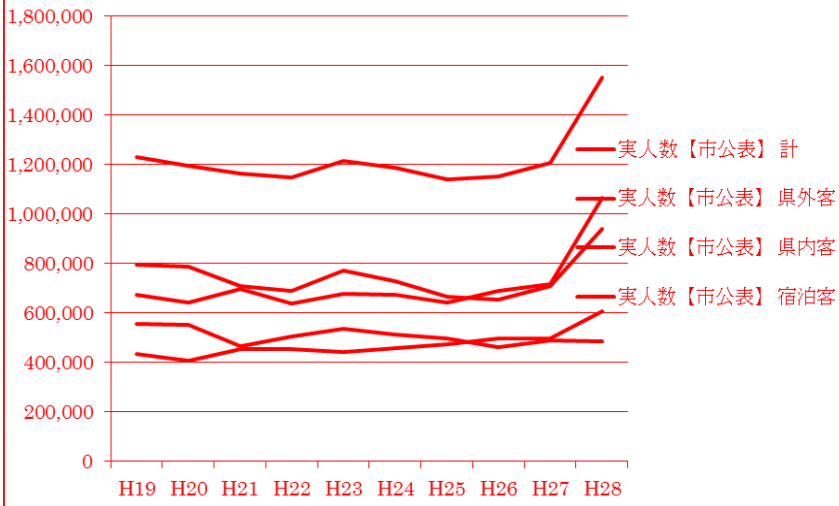
(表 3) 長門市観光客数

	実人数【市公表】					青海島・ 仙崎	湯本	俵山
	計	県外客	県内客	宿泊客	日帰り客			
H19	1,229,205	794,828	434,377	555,349	673,856	329,922	471,982	169,052
H20	1,194,274	786,015	408,259	552,582	641,692	300,235	467,983	167,168
H21	1,163,471	709,358	454,113	465,187	698,284	261,697	396,759	155,035
H22	1,146,131	690,421	455,710	507,293	638,838	233,498	403,668	175,621
H23	1,215,995	773,423	442,572	536,720	679,275	275,846	440,922	165,848
H24	1,187,670	729,436	458,234	513,064	674,606	256,557	423,386	154,781
H25	1,141,258	666,262	474,996	497,174	644,084	195,808	399,707	200,563
H26	1,151,732	653,400	498,332	460,733	690,999	189,031	359,011	215,817
H27	1,204,928	707,281	497,647	489,902	715,026	173,980	396,279	204,104
H28	1,549,700	941,773	607,927	485,973	1,063,727	164,482	397,192	200,406

※長門市調べ
イベント集客人数を除く



観光客動向推移



(表 4)

	平成 16 年	平成 26 年
事業所数	84	79
従業員数 (人)	1,365	2,013
製造品出荷額 (万円)	1,627,389	6,169,994
付加価値額 (万円)	239,408	2,649,495

経済産業省工業統計調査 (市町村別)

(6) 長門市の取組

①ながとラボ

平成 29 年 4 月にオープンした官民連携型 6 次産業化支援施設で、将来にわたって長門市の商品を輸出にも対応できるよう衛生品質管理 (HACCP) に取り組み、加工場ブランドとして長門産加工品の高品質化をめざし、地域産業発展、一次生産事業者の所得向上や次世代担い手・雇用の創出、観光事業の活性化を目的としている。入会金、年会費、施設利用料を払うことでフリーズドライ等商品化の際の様々なニーズに応じた機械を使用可能。

これから 6 次産業化に取り組む人が、各分野の専門家にアドバイスを受けながら企画・製造・販売が連動した商品開発が可能。これにより「ながとブランド」を市内外に発信していき、当所とも情報交換、相互連携を図っていく。

②長門市創業支援事業費補助金

市は雇用創出などの面から創業支援に力を入れており、当所をはじめとする長門市認定支援機関の支援を受けて創業計画書を作成すること等の条件を満たせば開業資金で上限 100 万円の補助が受けられる長門市創業支援事業補助金を平成 27 年度より実施している。

③ひとしごとオーガナイズ事業

当所では長門市の委託事業としてセミナーを開催している。若者が望むかたちで地元への就職・創業が実現できる環境を整え、多種多様な「ひと」と「しごと」が上手く循環する地域社会を実現して、生産年齢人口の流出防止と魅力ある地場産業を育成することを目的としている。

2. 中長期的な振興のあり方

今後、長門湯本温泉の再開発や地域製品の需要拡大が見込める道の駅センザキッチンが誕生したため、現在ある魅力をさらに発信すること、新しい魅力を創造して発信すること、創業増・廃業減・業績向上を図ることが大切ではないかと考え、以下に中長期的な振興のあり方3項目を設定する。それを活用して他の支援機関とのネットワークや、経営資源を有効に活用するとともに、当所職員の資質向上を図ることで支援能力も向上させる。

【10年後の長門商工会議所管内の小規模事業者や地域のあるべき姿】

①観光資源を活用した地域の魅力訴求による交流人口の増加

少子高齢化による人口減少が進む中、地域経済の活性化を図るためには、観光振興を推進し観光客をはじめとする交流人口をいかに増加させていくかが課題となる。観光振興を推進して魅力を訴求、観光客増加に伴い新規出店者が増加し始め、取り組みの継続と魅力の浸透・拡散の両輪で更なる交流人口の増加を目指す。

②「ながとブランド」高付加価値型商品の開発及び販路拡大の促進による地域内企業の業績向上と雇用創出

長門市が策定した総合計画等の方針と同調しながら、地域経済活性化のため、現状の課題解決を図る取り組みを行っていく。

伴走型の個社支援を中心に各事業者の発展を支援し、地域産業の活性化を図る。道の駅の商品の半数以上が長門市産の製品になり、安定的な売上となり投資を促進し雇用の創出につなげる。

③創業・事業承継事業者数の増加と持続化

廃業者数が増加しているので、支援することで廃業者数が減少、持続的に事業が発展し、事業所数が増え地域経済が好循環するよう、創業や事業承継支援に取り組んでいく。支援後も事業所の持続化を図るアフターフォローの取り組みを行っていく。

3. 期間の目標（5年）

目標1. 観光資源を活用した地域の魅力訴求

行政等と協力しながら、湯本温泉の再開発や道の駅、元乃隅稻成神社等の地域資源の魅力を市内外へ情報発信していく。情報発信と同時に中身をブラッシュアップし魅力を創出する取り組みも行っていく。5年後に観光客数をH28比5%以上増加させ

る。

目標 2. 「ながとブランド」高付加価値型商品の開発及び販路拡大の促進
道の駅の出店者は決定しているが、売店の商品等に関しては商談会等が開催されており、地元の小規模事業者にとって大変なチャンスである。開店後も商品の納入増につながるよう、支援を行っていく。

当地域は農水産品が豊富なので、地場産品の魅力を向上させ提供する絶好の機会として重点的に支援し、5年後に新商品開発を2件以上推進する。

また、国等の補助事業の活用を行い、個社支援を実施し、小規模事業者のビジネスモデルの再構築を支援する。

目標 3. 創業・事業承継事業者数の増加

起業塾やセミナー開催により支援希望者を掘り起こし、創業後、事業承継後の事業者に対して巡回指導を行い、円滑な事業活動を支援する。創業・事業承継事業者数を平成28年度比で各5件増にする。(28年度実績は創業8件、事業承継事業者数0件)

4. 実施方針

山口県・長門市の行政機関や団体、地元の金融機関等と連携し、職員が一丸となって以下の通り小規模事業者の魅力訴求、販路拡大、経営力強化等を支援する。

- ①湯本温泉などの観光資源を活かして地域の魅力を創出する。行政が策定した施策と同調し、市内の関係機関や団体と協力しながら観光振興を進めていく。
- ②当地域は農水産品が豊富なので、地場産品の魅力を向上させ提供する絶好の機会として「ながとブランド」高付加価値商品の開発や販路開拓に取り組む事業者に対し、ながとラボなども活用しながら新商品の開発や食材そのもののブランド開発等を支援する。
- ③持続的発展のため創業や経営革新、事業承継等に取り組む積極的な事業者への支援を強化する。
事業計画策定等内容によってはエキスパートバンク等を活用し専門家の助言を受けながら支援する。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間

平成31年4月1日～平成36年3月31日

(2) 経営発達支援事業の内容

I. 経営発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

当所では、データの収集、整理等が十分にできておらず、経営支援に活かせていないことが課題となっていた。

本事業で調査を行い、地域の経済動向や小規模事業者の状況を把握する。

そして、整理と分析を進め、巡回指導の際に小規模事業者へ情報提供を行うほか、経営支援時に適宜資料を提供する。さらに、得られた調査結果は会報やホームページに掲載し、小規模事業者に広く周知する。

又、県や市など関係機関が行い公開する調査も収集し、整理分析の上、ホームページなどで情報を提供する。

(事業内容)

長門商工会議所が行う地域経済動向調査

調査名	地域経済動向調査
調査目的	管内の全エリア・全業種の景況と業界の傾向を把握する
調査頻度	四半期毎
調査先	150社
調査方法	郵送により実施。料金受取人払いで回収 未回答先には経営指導員が回答を促し、100社を目標とする
調査項目	売上、採算、仕入れ、在庫、雇用、資金繰り
活用方法	業種別に集計し、整理分析を行う。調査先に報告書をフィードバックすると共に、ホームページで公開する（調査ごとに公開、ホームページにバックナンバーを蓄積する）

(目標回数)

項目	現状	H31	H32	H33	H34	H35
地域経済動向調査	0回	4回	4回	4回	4回	4回
HP公表回数	0回	4回	4回	4回	4回	4回

2. 経営分析に関すること【指針①】

(1) 現状と課題

現状では、金融相談や経営改善計画作成時に経営分析をしていたが、金融相談の際の借入金状況返済余力に関する分析にとどまり、その後の経営状況の分析や経営問題の抽出、課題提起が十分ではなかった。

また、分析手法は個々人に委ねられていたが、今後は統一し、適切な分析結果や経営課題を事業者に提示できる体制にするため、中小企業基盤整備機構が提供している経営自己診断システムや経営計画チェックシートを活用する。SWOT分析においても同様に統一し、今後は職員の資質向上を図る。

(2) 企業の選定

小規模事業者への巡回訪問や金融支援、決算指導等の際に経営分析と事業計画策定の重要性を説明し、対象となる小規模事業者の選定を行う。

また、特に事業主が高齢で今後事業承継が見込まれる小規模事業者をリストアップし、計画的に巡回し、事業者の意思を確認した上でヒアリングを行い、決算書などの提出を受けて、経営状況の分析を行う。

(3) 分析の方法、内容

○定量分析

事業者から収集した決算書情報を基に、中小企業基盤整備機構の経営自己診断システムおよびローカルベンチマーク等を活用し、収益性・効率性・生産性・安全性・成長性を分析する。

○定性分析

事業者ヒアリングで収集した事業者の基本情報を収集するほか、経営計画チェックシートを活用し、経営能力や業務管理能力、リスク管理能力等を分析する。

分析項目	収集情報
財務分析	収益性・効率性・生産性・安全性・成長性
SWOT分析	内部環境（強み・弱み）外部環境（機会・脅威）
ヒアリング	経営者・従業員・保有設備・主力商品・技術・競合・販路・業界動向等

上記の分析を行うほか、相談内容の深度に応じてエキスパートバンク登録専門家など各分野の専門家とも連携し分析内容を深める。

(4) 成果の活用方法

経営分析によって判明した事業者の経営課題解決に繋がる事業計画策定や経営支援に活用し、ニーズに合った支援を行う。

(5) 目標数値

項目	現状	H31	H32	H33	H34	H35
経営分析件数	4件	7件	10件	15件	21件	27件

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

(1) 事業計画策定支援

①現状

現在も事業計画策定支援は行っているが、事業資金の調達や補助金申請に関するものにとどまり、事業経営の持続的発展や抜本的改善に導くものではなかった。

今後は前項の経営分析により抽出された経営上の問題点を改善するため、経営指導員を中心に事業計画を策定する。また、状況によって金融機関等と連携し金融支援を行う。

また、事業承継支援については、山口県の事業で事業承継に関する意識喚起、ニーズの掘り起こし等を行っている。当所も H28 には会員事業所に対するアンケートを実施、必要な事業所に対し個者支援を行っている。今後も県の方針に沿った取り組みをしていく。

②支援内容

(ア)経営分析を実施した事業者に対して、事業計画の策定を支援する。

(イ)巡回・窓口相談時に、事業計画策定を必要とする事業者の掘り起こしを行う。

(ウ)金融相談については、経営分析の結果を利用し必要に応じて経営改善計画を作成するほか、金融機関等の利用を斡旋する。

(エ)事業計画策定の必要性を意識付けるため、セミナーを年1回開催する。

(オ)事業承継については、財務状況をしっかり把握し、専門家の知識を活用しながら具体的解決策の提示に繋がる事業承継計画の策定を支援する。

③目標数値

項目	現状	H31	H32	H33	H34	H35
事業計画策定セミナー ※ () 内は参加者数	1回 (5名)	1回 (10名)	1回 (13名)	1回 (15名)	1回 (18名)	1回 (20名)
事業計画策定件数	2件	3件	5件	7件	8件	10件
事業承継計画策定件数	2件	4件	5件	7件	8件	10件

(2) 創業支援

①現状

地域経済の活性化及び雇用の促進を図るため、創業者増加を目的に行政、市内金融機関、市内商工団体が連携して、「長門市創業支援ネットワーク会議」を組織し、年2回情報交換を行っている。長門市創業支援事業補助金や創業セミナーの開催等で創業希望者の支援を行う。

対象者の掘り起こしに関しては、新聞折込やHPなどを活用し、周知を徹底していく。

当所窓口では、創業希望者に対して随時相談に対応できるよう、職員のスキル向上に努め、支援体制を強化し、創業者の増加に取り組む。

②支援内容

- (ア)創業相談に対し、創業計画の策定から各種届出等段階に応じた支援を行う。
また、専門家による支援も行うほか、市の補助制度や創業資金の斡旋等を必要に応じて実施する。
- (イ)創業セミナー「ながと起業塾」(開催日程4日程度のコース)を開催し、創業希望者や創業予定者を対象に、創業・起業に必要な心構えや基礎知識の習得支援、創業計画書の作成支援などを身につけるよう支援する。
- (ウ)当所会報、インターネット等を活用して、創業支援の取り組みを周知する。

③目標数値

項目	現状	H31	H32	H33	H34	H35
創業セミナー開催回数 ※ () 内は参加者数	1回 (12名)	1回 (13名)	1回 (14名)	1回 (15名)	1回 (15名)	1回 (15名)
創業計画策定件数	4件	5件	5件	6件	6件	7件

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

(1) 現状

これまでの事業計画策定支援は、融資や補助金申請に直結するものが中心で、計画作成そのものに重点を置いており、作成後の進捗状況確認や見直しなどのフォローアップは十分に行われていなかった。今後は事業者が経営課題を解決するために策定した事業計画を確実に実施し、事業の持続的発展を図るために計画的なヒアリングにより進捗状況を確認し助言や支援を行っていく。

また、場合によっては金融機関と連携した金融支援や専門家を派遣したより専門的な支援を行う。

創業支援を行った事業者に対しては、計画との乖離による経営の悪化、資金ショートなどが起こらないよう経営状況の把握につとめ、必要に応じて専門家や金融機関と連携して重点的なフォローアップを行う。また、創業セミナーの受講者を対象とした創業フォローアップセミナーを開催し、創業者同士の情報交換や人脈形成を促していく。

経営革新、事業承継の支援を行った事業者については、定期的に巡回して計画の進行状況を確認する。ただし、変更が必要と認められる時には必要に応じて見直しを図るなど、状況を見極めて対応する。

(2) 支援内容

- ①四半期に1度、事業計画を策定した小規模事業者を対象に巡回訪問を実施し、進捗状況の確認を行うとともに、専門家派遣等を活用しながら、個別の状況に応じたフォローアップを実施する。
- ②金融支援を実施して事業計画を作成・遂行した案件については、経営状況、財務面を把握した上で必要なアドバイスを行っていく。

- ③国や県、各種団体等が交付する補助金に対し申請した事業者に対しては進捗状況の確認をするとともに、採択された事業者については、事業計画に則した遂行となるよう助言をするほか、支出内容の精査など事業・事務処理等、総合的なフォローアップを行う。
- ④創業段階から四半期に1度巡回し状況に応じて巡回頻度を変更、必要に応じて専門家派遣等を活用しながら3年間を目途にフォローアップを実施。
- ⑤創業フォローアップセミナーを開催し、経営・税務知識の提供や人脈形成を図る。
- ⑥長門市創業支援事業補助金（補助額100万円・補助率1/3）に採択された創業者は、④に加えて、補助事業の遂行状況を確認し、事業計画に即するようアドバイスを行う。

(3) 目標数値

項目	現状	H31	H32	H33	H34	H35
事業計画に関するフォローアップ回数	8回	12回	20回	28回	32回	40回
事業承継計画に関するフォローアップ回数	8回	12回	20回	28回	32回	40回
創業フォローアップセミナー開催回数 ※ () 内参加者数	0回 (0名)	1回 (10名)	1回 (11名)	1回 (12名)	1回 (13名)	1回 (15名)
創業計画に関するフォローアップ回数	16回	36回	56回	64回	68回	76回

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

小規模事業者は経営資源に限りがあることから独自での情報収集をする余裕がなく、消費者ニーズやトレンドを把握することが難しい。現在当所では事業所からの要望を受けた職員が必要な情報を調査し提供しているが、所内全体で需要動向を共有できていない。大手に比べて柔軟性と機敏性が強みである小規模事業者にとって買い手のニーズに対応した商品およびサービス提供は大きなビジネスチャンスになる可能性がある。

本事業により需要動向や市場の調査を分析した結果を共有フォルダで整理・共有し、販路拡大や新商品や新サービス開発を行う事業者にフィードバックできる体制を整える。

(1) 調査内容、方法

①観光産業に関わる事項（観光客を対象）

地域の観光動向について以下の項目を調査分析し、トレンド等を把握することで、事業者にも最新動向を提供するとともに、新たなサービスの提供等のヒントとなるようデータベースを構築する。

調査名	湯本温泉宿泊客動向調査
調査対象	宿泊客 100人

調査目的	観光客のニーズを把握し、新商品・サービスの開発に繋げる
調査方法	経営分析で整理した既存顧客データ等を基に事業者と職員がターゲットを想定し、専門家や支援機関とも協議の上ターゲット・調査項目・手法を決定。アンケート又はヒアリングシートを作成し、宿泊や施設・サービス利用時に実施。更に顧客名簿により郵送でも実施。
調査項目	商品・サービスの満足度（価格・味・機能・雰囲気等） 地域ブランド、好みや従来商品・競合他社・競合他地域との比較、他のニーズ、トレンド
活用方法	性別・年代別・地域別、リピーター・非リピーター別等で分析し、巡回により事業者にはフィードバック。 宿泊業・・・サービスの改善、新サービスの導入 小売業・・・商品改良、価格設定

②特産品販売事業者に関わる事項（観光客を対象）

市内観光地でアンケート調査を実施し、市場動向を分析し事業者にはフィードバックする。

・イベント来場者動向調査

調査名	イベント来場者動向調査
調査対象	同一イベント来場客 100 人
調査目的	来客のニーズを把握し、新たな商品やサービスを開発しようとする事業者や新規創業・進出を目指す事業者の事業計画策定を効果的に行うため
調査方法	職員が聞き取り
調査項目	来訪者情報（住所・年齢・同伴者）、来訪理由、満足度（味・価格・接客）、立寄先、長門で体験したいこと
活用方法	イベント出店者の他、体験型サービス業を営む事業者には観光客ニーズを提供する 飲食業・・・メニュー開発、サービスの改善 サービス業・・・新サービス導入、次回イベントの企画

・購買動向調査

調査名	購買動向調査
調査対象	道の駅来場者 100 人
調査目的	新たな商品やサービスを開発しようとする事業者の事業計画策定や販路開拓を効果的に行うため、観光客のニーズを把握する
調査方法	職員が聞き取り
調査項目	来訪者情報（住所・年齢・同伴者）、来訪理由、消費動向（購入単価・数量）、店舗ニーズ（滞在時間・時間帯・業種別ニーズ）、飲食したメニュー、評価など
活用方法	道の駅の出店者の他、周辺地区の事業者や創業予定者に情報を提供する。 飲食業・・・メニュー開発、サービスの改善 製造業・・・新商品開発、価格設定、ターゲット設定 小売業・・・商品構成、価格設定

(2) 調査項目

- ・長門市観光客数・宿泊客数の推移（市内の観光客の年間、季節ごとの動向を分析）
- ・山口県の宿泊者及び観光客の動向（県内の観光客の年間、季節ごとの動向を分析）
- ・観光庁が実施する「旅行・観光消費動向調査」（国内需要や動向・トレンドを分析）
- ・県内及び近隣地域の大型イベント等の把握（開催期間、入場者数、時期等を分析）

(3) 活用方法

収集した各種データの分析結果は、巡回相談や窓口相談にて適宜提供する。また、創業者や、新商品開発など新たな事業に取り組む事業者に対しては、積極的に情報提供を行い、分析したデータを最大限活用していく。

(4) 目標数値（情報提供・個社支援数）

項目	現状	H31	H32	H33	H34	H35
観光産業関連	0社	1社	1社	1社	1社	1社
地域イベント調査	0社	1社	1社	1社	2社	2社
道の駅アンケート調査	0社	1社	1社	1社	2社	2社

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

小規模事業者の多くは既存の商品・サービスや商圏を守る事に追われて、新たな商品・サービスを模索しても、それを開発して、新たな需要を開拓することは人材、財源面からハードルが高いのが現状である。

本事業において、改めて経済動向・経営分析などから新たな需要の開拓の必要性を説明し、小規模事業者と一緒に、需要動向を踏まえた販路開拓事業を実施し、新商品・新サービスを消費者に周知し、小規模事業者の売上増を図ることを目標とする。

当所だけではノウハウが不足しているので、専門家派遣制度を活用する。

(1) 各種商談会・展示会等への出展による販路開拓支援（BtoB）

商工会議所・商工会が運営し、インターネット上で販路開拓、商談機会等を提供できるサービス「ザ・ビジネスモール」の登録を推進し新規販路開拓に繋げる。

また、事前調整型商談会「ビジネスドラフトやまぐち」への参加勧奨を行う。事業者にとっては、他地域の事業者との商談による販路拡大や、逆に他事業者の商品サービスを取り入れることにより、自社の商品力強化に繋がるのが期待される。

また、展示会についても、山口県が主催する「やまぐち総合ビジネスメッセ」等への出展斡旋を行う。

(注)「ビジネスドラフトやまぐち」とは、山口県商工会議所連合会（県下14商工会議所）が、山口県商工会連合会と連携して開催している事業で、今年度で6回目を迎える。昨年度はエントリー386社、商談参加161社。中小企業

の販路拡大のために行う事前調整型の商談会である。

①支援対象

「ザ・ビジネスモール」はインターネット上のサービスのため全国の企業との取引が可能であり、「ビジネスドラフトやまぐち」は山口県内の企業とのBtoB取引を希望する小規模事業者。

また、「やまぐち総合ビジネスメッセ」は県内企業の優れた製品・技術等の利用促進などを図るための展示会なので、それらの技術をPRしたい小規模事業者。

②支援の効果をあげる工夫

- ・商談を希望する小規模事業者の取扱商品、事業規模に応じた適切な商談会や展示会の情報を提供するなど、新たな需要開拓に繋がるよう個社支援を行う。
- ・商談した小規模事業者へ聞き取りをし、成功要因と失敗要因を把握・共有することで次回の商談会や他の小規模事業者の成約率の向上を目指す。
- ・出展申込書や商品企画書の作成支援等も含めた伴走型支援を行う。
- ・海外販路開拓については、ジェトロ山口など関係機関と連携しながら伴走型支援を行っていく。
- ・その他、国内規模で開催される商談会等の情報を、会報やホームページ、巡回訪問を通じて提供する。

③訴求対象

取り扱う商品・サービスに対し需要があり、商談会などに積極的に出展する事業者

④目標数値

(目標)

項目	現状	H31	H32	H33	H34	H35
商談会・展示会出展数	6社	9社	11社	12社	13社	14社
商談件数	14件	17件	18件	20件	21件	22件
商談成立件数	0件	1件	2件	4件	4件	6件

(2) 新商品・新サービス発表会の開催 (BtoB、BtoC)

長門商工会議所主催による、小規模事業者等の新商品・新サービス発表会を年1回開催する。

個店ではプレスリリースするノウハウが無く、マスメディアに取り上げられるのは難しいが、長門商工会議所が主催することにより新聞やTV等のマスメディアに掲載されやすくなる。マスメディアが広報することで消費者に周知し、発表会参加事業者の新規受注獲得、売上増加を図る。

(注)「新商品・新サービス発表会」とは、「新商品を開発したものの知名度がないため売り上げが伸びない。」「事業規模が小さいためにマスメディアに情報提供を行っても取材に来てくれない。」等の小規模事業者の声に対応するため、長門商工会議所の呼びかけによりマスメディア(地元新聞社、地元ケーブルテレビ局、大手新聞社、県内テレビ局、県内経済誌等)を集め、事業者が自ら商品プレゼンテーションによるアピールを行い、取材に結び付け、消費者の認知度を高め売上増加に繋げるための発表会。

①支援対象

意欲的に地域資源を活用した商品開発に取り組み、販路拡大・売上増加を目指す小規模事業者。

②支援の効果을あげる工夫

開催に当たっては、書類審査による予選会を行い、上位10社が発表会に参加できるようにし、発表会の質を高める。

また、事前に事業者に対し専門家によるプレゼンテーション手法の講習会を行う。事後にはマスメディアにヒアリングを行い、反響・反応を整理し、巡回指導を行うなど伴走型支援をして商品・サービスの改良及び売上増加に繋げる。また、会報とホームページで発表各社の新商品・新サービスを掲載し、更に周知する。

③訴求対象

マスメディア、消費者、卸売業・流通業等の事業者

④目標数値

(目標)

項目	現状	H31	H32	H33	H34	H35
新商品・新サービス発表会 (予選会) 応募事業所数	9社	11社	12社	13社	15社	17社
新商品・新サービス発表会 (本選) 参加事業所数	9社	10社	10社	10社	10社	10社
メディア掲載事業所数	1社	2社	3社	3社	4社	5社
マスメディア、広報により新 規受注を獲得した事業所数	0社	1社	2社	2社	3社	3社

(3) インターネットを活用した販路開拓支援 (BtoC)

インターネットで全国の消費者に直接販売することにより、新たな顧客を開拓し、販売先の増加を図る。その手法を習得するため、要望のあった事業所に専門家を派遣し、個社支援を行うほか、セミナーを開催し事後も伴走型支援を行いインターネット販売ができるよう支援する。

①支援対象

現在は、インターネット販売を行っていない、またはインターネット販売の効果が十分出していないが、地域資源を活用して魅力的な商品開発に取り組む小規模事業者。

②支援の効果을あげる工夫

導入コストを抑えつつ効率的な販路開拓が出来るような伴走型支援を行う。当所で成功事例のデータを蓄積しホームページで公開する等により地域で情報共有を行う。

③訴求対象

地域の産品に関心があり、購買が見込める消費者

④目標数値

(目標)

項目	現状	H31	H32	H33	H34	H35
セミナー開催回数	0回	1回	1回	1回	1回	1回
セミナー参加事業所数	0社	5社	6社	7社	8社	10社
インターネット販売実践事業所数	0社	1社	2社	2社	3社	3社

II. 地域経済の活性化に資する取り組み

1. 観光資源を活用した地域の魅力訴求による交流人口の増加

<地域の課題>

管内には湯本、仙崎・青海島等の観光地が存在するが、「経営発達支援事業の目標」の(表3)の通り減少傾向にある。人口減少が続く長門市において経済活性化のためにも交流人口の増加は喫緊の課題である。

<関係者との意識合わせ>

「第2次長門市総合計画」「長門湯本温泉観光まちづくり計画」「仙崎地区交流拠点施設事業計画書」等長門市の方針に協調し、長門市観光課および長門市観光コンベンション協会と連携しながら地域全体で活性化に取り組む。

<取組内容>

長門市において観光による交流人口の増加は、地域の消費拡大に繋がり、経済波及効果も高いことから、観光情報の発信強化と地域の魅力向上を支援する。今後、更に観光集客力を向上させるために、さまざまな情報発信やイベント開催等に取り組み、事業実施後の検証を行い評価改善しながら次年度事業に繋げる。

2. 「ながとブランド」高付加価値型商品の開発及び販路拡大の促進

<地域の課題>

当所においてはこれまでも新商品開発支援を行ってきたが、安定的な需要が見込めず、具体的な取り組みに至らなかった。

<関係者との意識合わせ>

長門市や6次産業化支援施設『ながとラボ』、長門市の地域総合商社的役割を果たす『ながと物産合同会社』と連携しながら取り組む。

<取組内容>

今後、長門湯本温泉の再開等観光客増が見込め、道の駅の影響で特色ある地場産品の需要増が期待できることから、需要調査や専門家の助言を踏まえた新商品開発の支援を行う。

また、開発した商品は当所およびながと物産合同会社が販路拡大を支援し、さらに高付加価値型商品の開発によって事業者の収益力向上と長門市のブランド力向上を目指し地域経済の活性化に繋げる。

III. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上の為の取組

1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 金融機関との情報交換

日本政策金融公庫下関支店主催による経営改善貸付推薦団体連絡協議会（当支店及び管轄内の当所を含む5商工会議所、4商工会）で、各地域の経済動向や経営改善の成功事例、金融支援のあり方について幅広く意見交換を行い、支援能力の向上に繋げる。（毎年6月、10月頃）

(2) ながと大津商工会との情報交換

申告事務担当者を対象に年1回開催される研修会で情報交換を行い、市内の情報を取得する。（毎年1月頃）

(3) 長門市創業支援ネットワーク会議での情報交換

長門市と長門商工会議所、ながと大津商工会の2商工団体及び(株)山口銀行、(株)西京銀行、萩山口信用金庫の市内3金融機関で構成される長門市創業支援ネットワーク会議において年2回情報交換を行う。長門市の創業支援の方針や各認定支援機関の創業支援状況および支援策について情報収集を行い、創業希望者に対して、スムーズな支援ができる体制の構築を目指す。（毎年7月、12月頃）

(4) 経営改善普及事業推進会議、相談所長会議

県内14商工会議所の相談所長等が集い、各地域の状況、支援内容等の情報交換を行い、他商工会議所の優れた取り組みを学ぶ。（各1回・推進会議5月頃、所長会議3月頃）

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

当所では職員の資質向上のために様々な研修に積極的に参加しているが、その成果は個人に蓄積され、それに基づいた支援ノウハウの共有ができていない。

また、支援経験の浅い職員が増え個々の能力や経験に差があるため、相談者に対して幅広く質の高い支援ができる体制を整える必要がある。

(1) 山口商工会議所 広域応援センターの研修会

・経営支援コース（2日間）

中小企業新事業活動促進法の概要、融資・税制等の支援策、「経営改善」や「新事業展開」、また「創業」を支援するための関連知識、ノウハウ、情報を習得すると共に、創業・経営革新支援の実践に結びつけるためのスキルアップを図ることを目的とする。

・経営革新支援能力コース（4日間）

経営革新の必要性、認定支援、計画書の策定のために必須の関連知識、ノウハウや着眼点を学ぶとともに実企業に対して現地研修を行い、実際に経営革新計画書を策定し、実践支援能力の取得とスキルアップを図ることを目的とする。

・補助員研修会（2日間）

経営改善普及事業の基本問題、窓口相談指導の手法など業務に必要な基礎知識の習得。国及び県等の行う施策、制度の把握を目的とする。

- ・ 県外研修（2～3日間）
経営指導員の資質の向上と広域的視点に立った指導のあり方等、経営改善普及事業の効果的運用を図ることも目的とする先進地視察。

(2) 中小企業基盤整備機構の研修会

- ・ 経営診断基礎（旧基礎Ⅰ・Ⅱ20日間）
伴走型支援を行う上での必要な基礎知識や経営分析、事業計画の策定、コミュニケーション力等を習得させる。また、面的支援で求められる地域支援の取り組み方等を学ぶことを目的とする。

(3) 所内での情報共有と所内研修体制

- ・ 研修を受けた職員は重要事項を報告し、情報の共有を行う。また基幹管理システム「TOAS」には経営相談内容を速やかに詳細に記録し、担当者不在時の相談対応が円滑にできる仕組みづくりを行う。
- ・ 専門家派遣事業などによる経営支援相談に同席し、助言・指導内容、情報収集方法などの支援ノウハウを学び支援能力の向上に努める。
- ・ 経営支援は指導員を中心に行うが、その際若手職員を同席させ、事業所への指導・助言・対応の仕方や情報収集の方法をOJTを通じて学ぶことで相談対応力を向上させ、支援能力の向上を図る。

3. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

事業においてはPDCAサイクルを図り、円滑に事業が進むよう徹底する。

事業の成果、見直しは議員総会（6月）で報告し承認を受ける。

また、中小企業診断士、税理士、長門市経済観光部商工水産課幹部等により構成された委員会で年1回事業評価を実施し、事業の検証、見直しを図る。

事業の成果や報告は当所ホームページで閲覧できるようにする。

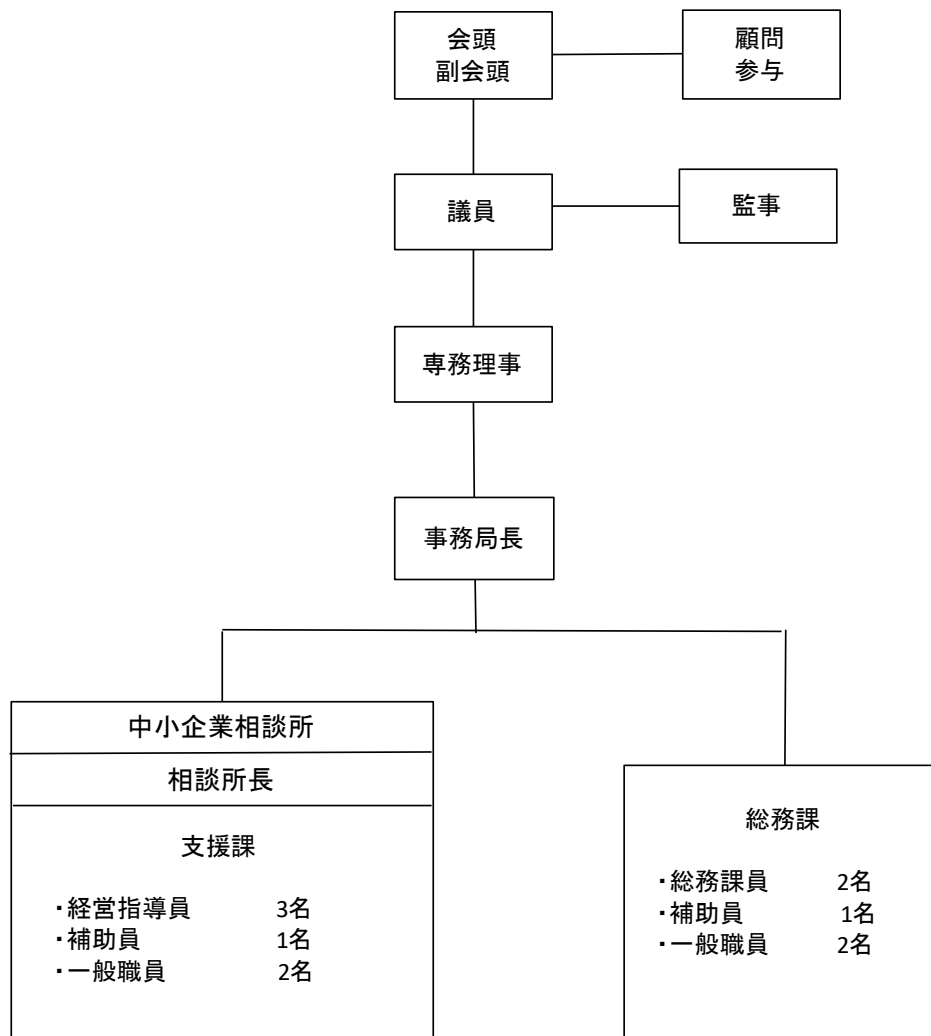
(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(平成30年9月現在)

(1) 組織体制



当所は昭和29年12月に設立され、今年で64年目を迎える。
役議員57名（会頭1名、副会頭2名、専務理事1名、常議員15名、監事3名、
議員35名）

(2) 連絡先

長門商工会議所 支援課
〒759-4101 山口県長門市東深川 1321-1
TEL 0837-22-2266 FAX 0837-22-6490
E-mail inf@ncci.or.jp

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	31年度 (31年4 月以降)	32年度	33年度	34年度	35年度
必要な資金の額	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600
1. 一般会計					
・商工振興費	2,550	2,550	2,550	2,550	2,550
・調査事業費	50	50	50	50	50
2. 中小企業相談 所会計					
・研修旅費	200	200	200	200	200
・事務費	350	350	350	350	350
・指導事業費等	500	500	500	500	500
・エキスパートバ ンク促成事業費	100	100	100	100	100

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費、山口県補助金、長門市補助金、事業収入

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表4)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容
経済動向調査事業 経営状況分析事業 事業計画策定支援・創業支援・事業承継事業 需要動向調査事業 販路開拓事業
連携者及びその役割
<ul style="list-style-type: none">・山口県（創業支援・経営革新支援・県内経済動向等に関する情報提供） 代 表／知事 村岡 嗣政 所在地／〒753-8501 山口県山口市滝町1-1 TEL／083-922-3111・長門市（創業支援・市内経済動向等に関する情報提供） 代 表／市長 大西 倉雄 所在地／〒759-4192 山口県長門市東深川1339-2 TEL／0837-22-2111・公益財団法人やまぐち産業振興財団（専門家派遣・事業計画策定支援・創業支援・経営革新支援・事業承継支援・販路開拓支援・情報提供） 代 表／理事長 楠 正夫 所在地／〒753-0077 山口県山口市熊野町1-10 TEL／083-922-3700・日本政策金融公庫下関支店（融資・事業計画策定支援・創業支援・経営革新支援・情報提供） 代 表／支店長 沢田 昭弘 所在地／〒750-0016 山口県下関市細江町2-4-3 TEL／083-222-6225・長門地域金融機関（融資・事業計画策定支援・創業支援・経営革新支援・情報提供）・JETRO山口（海外展開、販路開拓支援・情報提供） 代 表／所長 藤原 雅樹 所在地／〒750-0018 山口県下関市豊前田町3-3-1 TEL／083-231-5022

- 山口県商工会議所連合会（販路開拓支援・県内経済動向等に関する情報提供）
（県下商工会議所）
代表／会頭 川上 康男
所在地／山口県下関市南部町21-19
TEL／083-234-1104
- 山口エキスパートバンク（専門家派遣）
（山口商工会議所）
代表／会頭 河野 康志
所在地／〒753-0086 山口県山口市中市町1-10
TEL／083-925-2300

連携体制図等

