

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） 長門市（地方公共団体コード 352110）
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目標	経営発達事業の目標 （1）地域資源を活用した需要の創出と販路拡大の促進 （2）小規模事業者の経営基盤強化による事業継続の実現 （3）創業・事業承継の支援による事業者数の維持
事業内容	I. 経営発達支援事業の内容 1. 地域経済動向調査に関すること ①景気動向分析 ②地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用） 2. 需要動向調査に関すること ①特産品販売事業者に関わる動向調査 ②購買動向調査 3. 経営状況の分析に関すること ①経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催） ②経営分析の内容 4. 事業計画策定支援に関すること ①DX推進セミナーの開催 ②事業計画策定支援の実施 ③創業セミナーの開催 ④創業計画書策定支援の実施 ⑤事業承継セミナーの開催 ⑥事業承継計画策定の支援 5. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した事業所に対し、定期的な巡回指導等を行い進捗状況の確認を行うとともに、個別の状況に応じたフォローアップを実施する。 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①展示会等出展 ②ECサイト利用
連絡先	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 長門市経済観光部産業政策課 〒759-4192 山口県長門市東深川 1339-2 TEL:0837-23-1136 FAX:0837-22-8458 メールアドレス：shoko.bussan@city.nagato.lg.jp

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①現状

(ア)立地・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エリア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。



(イ)人口推移

長門市の人口は令和 5 年 9 月 30 日現在 31,091 人、そのうち旧長門市は 17,927 人である。

国勢調査によると H27～R2 の 5 年間で 35,439 人から 32,519 人へ 2,920 人減、人口減少率は県内 19 市町中高い方から 6 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 44.1%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。



(ウ)地域資源

○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。

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」に選ばれた元乃隅神社の人気は高い。

○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。

○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、仙崎トロあじ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。

(エ) 商工業者数、小規模事業者数の推移

管内事業者数、小規模事業者数は（表 1）の通り

令和 5 年 9 月現在、管内事業者数 1262、管内小規模事業者数 883 であり、事業者の 70%が小規模事業者となっている。

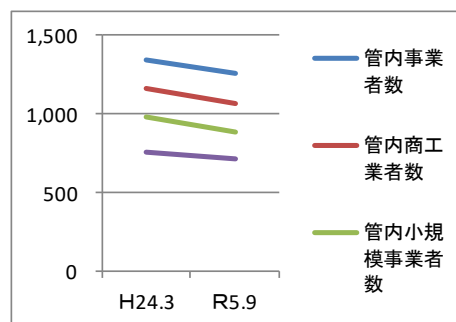
（表 1）

	H24.3	R5.9	R5.9対 H24.3 増減率	H24.3～ R5.9 年平均増 減数
管内事業者数	1,345	1,262	-6%	-7.2
管内商工業者数	1,166	1,062	-9%	-9.0
管内小規模事業者数	978	883	-10%	-8.3
当所会員数	753	713	-5%	-3.5

※長門商工会議所調べ

	H24.3	R5.9
管内小規模事業者数/管内事業者数	73%	70%

※長門商工会議所調べ



(オ) 産業の動向

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。令和 5 年 9 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 302 で、次に宿泊業、飲食サービス業 202、建設業 116 となっている。

また、平成 24 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 372 で、次に宿泊業、飲食サービス業 227、製造業 138 となっている。

よって、H24～R5 の管内事業者減少数は多い順に卸売業、小売業が 70、製造業が 43、複合サービス事業が 27 事業所減であった。

また、平成 24 年 3 月の事業所数の多い方から 3 業種と令和 5 年 9 月現在の事業所数が多い方から 3 業種を比較すると、製造業が大きく減少し、建設業は微減となったため、事業者数が逆転した。

また、表 3 の RESAS データによると、業種ごとに生産額ベースで全国平均と比較したところ、水産業、食料品などが上位に並んだ。

(表2)
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 %
06	電気・ガス・熱供給・水道業	0	0.0 %	0	0.0 %
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）	82	6.1 %	30	3.3 %
	合 計	1,335	100.0 %	972	100.2 %

※長門商工会議所調べ

業種別状況表

	名 称	R5. 9. 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	51	4.0 %	10	1.1 %
02	漁業	17	1.3 %	7	0.8 %
03	鉱業，採石業，砂利採取業	4	0.3 %	2	0.2 %
04	建設業	116	9.2 %	91	10.3 %
05	製造業	95	7.5 %	81	9.2 %
06	電気・ガス・熱供給・水道業	2	0.2 %	2	0.2 %
07	情報通信業	12	1.0 %	10	1.1 %
08	運輸業，郵便業	42	3.3 %	24	2.7 %
09	卸売業，小売業	302	23.9 %	215	24.3 %
10	金融業，保険業	20	1.6 %	6	0.7 %
11	不動産業，物品賃貸業	45	3.6 %	40	4.5 %
12	学術研究，専門・技術サービス業	57	4.5 %	52	5.9 %
13	宿泊業，飲食サービス業	202	16.0 %	183	20.7 %
14	生活関連サービス業，娯楽業	104	8.2 %	85	9.6 %
15	教育，学習支援業	27	2.1 %	17	1.9 %
16	医療，福祉	57	4.5 %	18	2.0 %
17	複合サービス事業	2	0.2 %	1	0.1 %
18	サービス業（他に分類されないもの）	107	8.5 %	39	4.4 %
	合 計	1,262	100.0 %	883	100.0 %

※長門商工会議所調べ

(表 3)

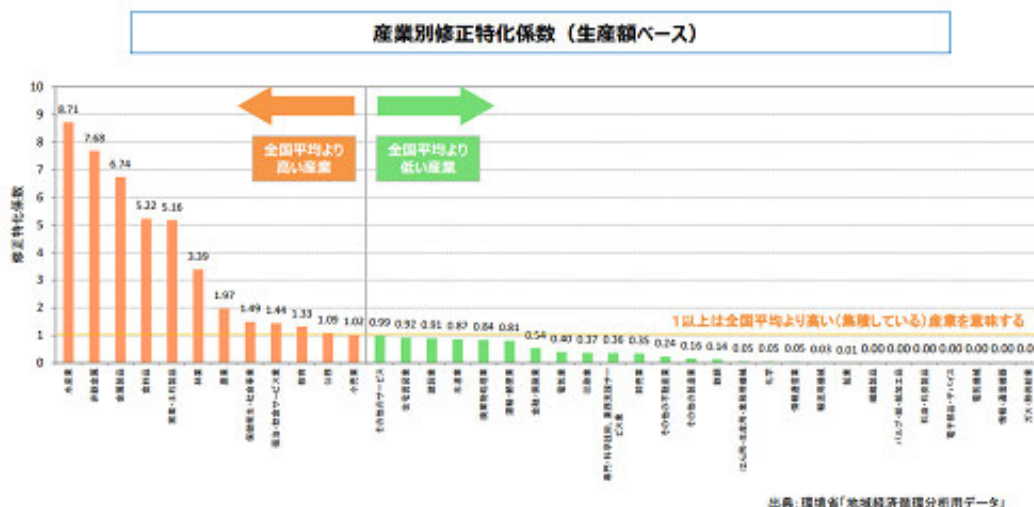


表 2 で事業所数が多かった業種「卸売業、小売業」、「宿泊業、飲食サービス業」に関して記載する。

(1 位) 卸売業、小売業

かつて昭和初期には正明市本通り、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 H24 から R5 の間に最も事業所数が減少（19%、70 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。今後長門市駅南地区の再開発、大型店との競争に耐えられる個店の改善や道の駅センザキッチンを観光の呼び水とし、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 位) 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、長門湯本温泉においては、昭和 58 年の年間宿泊者数 39 万人をピークに下降傾向が続いている。特に平成 20 年以降は低迷を続け、平成 26 年には 20 万人を割る水準まで低下したが、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た。

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」に取り組み、表 4 の長門市の観光客数の推移では H24 比 R4 の俵山地区は 121%、湯本地区は 133%、青海島・仙崎地区は 329%となっている。ただし、事業者数は 10 年間で 11%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。

なお、管外ではあるが、元乃隅神社の集客効果もあり、市全体の観光客数は増えている。元乃隅神社については、長門市調べで H27 年比 629%、市全体の観光客数もそれに伴い約 163%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。

長門湯本温泉の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。

飲食店の新規創業希望者の相談は増加傾向にあり、空き店舗の活用とマッチングが今後の課題となる。

(表 4)

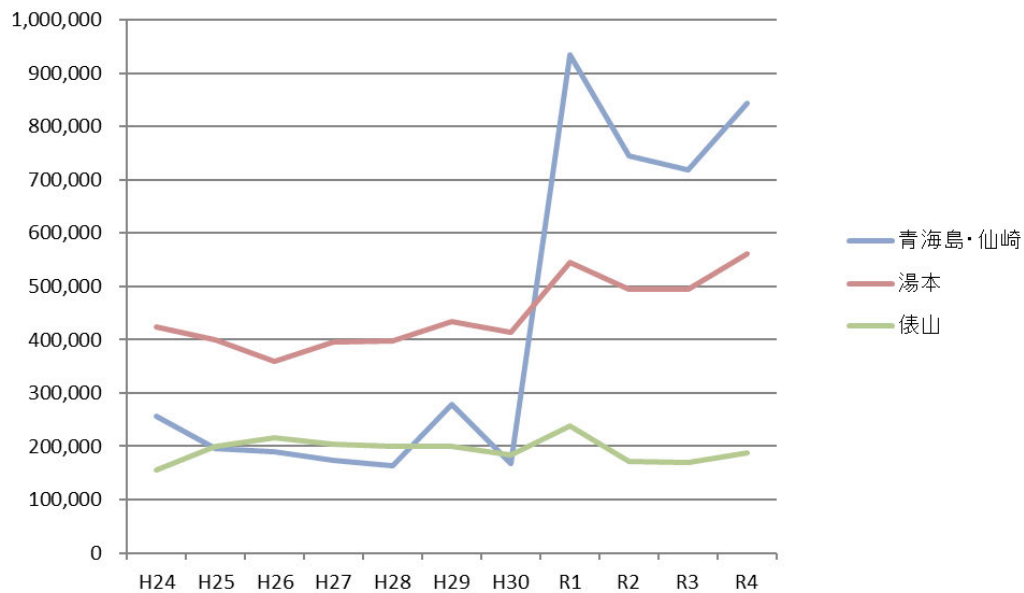
長門市観光客数

	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			
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
H29	2,147,999	1,333,475	814,524	520,895	1,627,104	279,412	433,328	200,015
H30	2,538,014	1,400,941	1,137,073	487,869	2,050,145	168,455	414,268	184,426
R1	2,410,986	1,370,742	1,040,244	485,803	1,925,183	935,245	544,621	238,308
R2	1,636,299	818,457	817,842	336,143	1,300,156	744,429	494,251	172,465
R3	1,628,301	780,457	847,457	321,894	1,306,407	718,345	495,188	170,644
R4	1,963,162	1,030,096	933,066	375,175	1,587,987	844,558	561,258	187,739

※長門市調べ

※イベント集客人数除く

管内観光地別観光客数推移



(カ)長門市の取組

○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く、当所と情報交換、相互連携を図る。

○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 200 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。

○第 2 次長門市総合計画後期基本計画

長門市は、令和 4 年度から令和 8 年度までの 5 年間を計画期間とする第 2 次長門市総合計画後期基本計画を策定した。当所に関連する取り組みとして、基本目標 4「地場産業が活躍する、活力あるまち」の施策の中にある「商工業の振興」及び「産業連携による活性化促進」が挙げられる。「商工業の振興」においては、賑わいが再生され、活気溢れる商工業の実現のため、長門市からの運営支援を受け、金融支援、創業支援等を実施してきた。特に、当所管内では毎年 7～9 件の創業があるため、長門市創業支援事業に力を入れ、創業者には個別に伴走支援を行っている。「産業連携による活性化促進」においては、市内の人口減少、基幹産業における従業員の高齢化や後継者不在、さらには消費減退による地域経済への悪影響など、年々厳しさを増す環境に対応するため、道の駅「センザキッチン」との連携及びふるさと応援寄附推進事業等により、長門市の特色ある農林水産物の販路拡大や認知度向上に取り組んできた。

施策の体系



また、基本計画で位置づけた具体的な基本施策を束ね、まちづくりの実現性と推進力を一層高めるため、4つの重点施策が設定されている。4つの重点施策とは、下記の通りとなる。

1. 地域の産業や資源を市民・市内事業者が育み、「さんぎょう・こよう」の振興・活性化を図ります。これが産業に「こだま」し、新たな雇用や交流人口をいつでも受け入れる、「やさしさ」の土壌をつくります。
2. 新たな雇用や交流人口を受け入れる「やさしさ」の土壌を活かし、本市出身の若者や移住希望者が本市に「いじゅう・ていじゅう」し、本市の産業を担う人材となります。
3. 定住する若者が本市で子どもを産み、育てやすい環境を整備し、「しゅっさん・こそだて」の不安を解消することで、出生率の改善と、生き活きとした子どもの育ちを応援します。
4. 本市の持つ地域の魅力的な資源を活かし、市民が「やさしさ」の精神を受け継ぐ「ひとづくり」へ「こだま」させます。

②課題

長門市では、第2次長門市総合計画を上位計画とし、10年先の将来を見据えた市内産業全体の基本方針、産業間・関係団体の連携による取組の方向性を示す「ながと6G構想」を令和3年3月に策定した。本構想は、関連計画と連携し、新たな産業や事業等の創出、既存事業の見直しを行うなど、各施策を効果的に推進する役割を持つ。

「ながと6G構想」では、長門市の「地場産業が活躍する、活力あるまち」の実現に向け、長門市産業が抱える課題として以下の3つが挙げられている。

1. 生産性の向上

市内産業の生産額及び付加価値額は増加傾向にあるものの、労働生産性が県平均を下回っていること、今後益々人口減少の進展が予想されること等から、人材不足対策や事業継承等が喫緊の課題である。地域一体となって若手人材の確保及び育成に係る仕組みを構築するとともに、徹底してIoT・AI等の先端技術を導入し、それらを日常的に使用することにより産業全体のスマート化を推進し、生産性を向上させる必要がある。

2. 域内循環の促進

他地域より秀でた地場産業があり、この業種に関係する産業も集積しながらも、域内での取引が希薄であることから、域外への資金流出や域内経済の縮小等負のスパイラルに陥っている。シームレスな（継ぎ目のな）連携を促すことで強固なサプライチェーンを構築し地域資源の付加価値を高めるとともに、域内取引を活発化させ域内経済の好循環化につなげる必要がある。

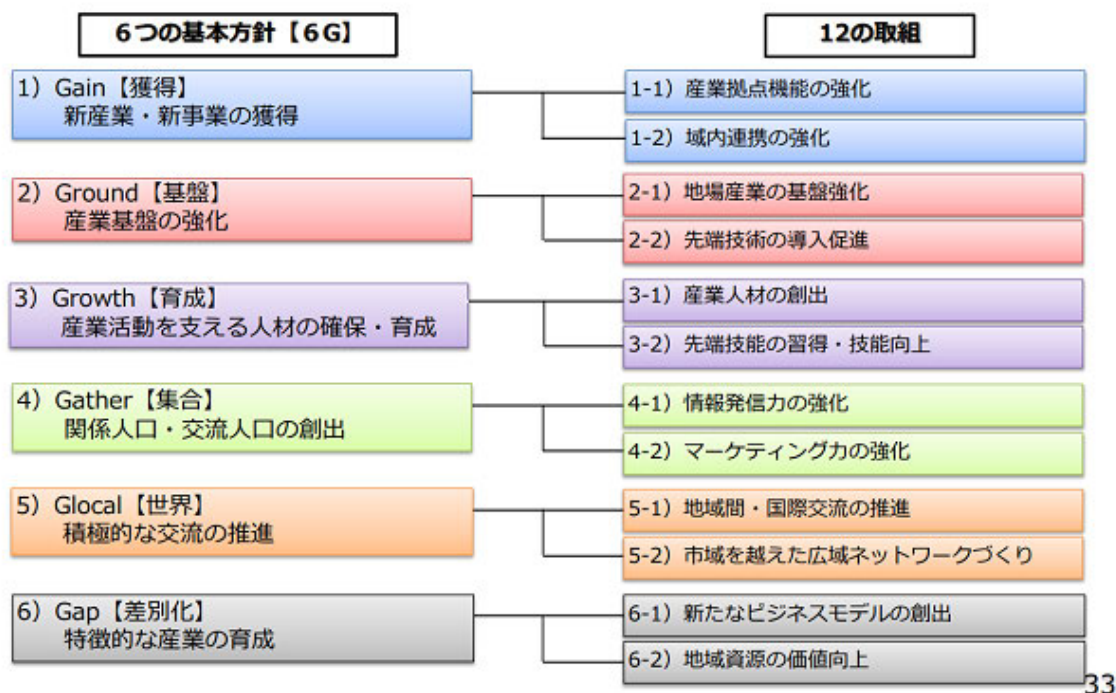
3. 外部活力の活用

新たな日常（ニューノーマル）が浸透しつつある激変する社会情勢の中、これまでどおりの考えにとらわれた経営方法や市場展開では、柔軟かつスピーディーに対応することが難しくなっている。域外のノウハウや資金を有する企業を誘致する等、外部活力と地元事業者とのベストミックス（最適なバランス）によりリスクを恐れない攻めの姿勢で経営の多角化（市場拡大）を図り、域外からの資金を呼び込むことで持続的な経済成長につなげる必要がある。

【課題に対する方向性】

激変する社会情勢や環境変化に柔軟かつスピーディーに対応するためには、長門市産業が競争力を強め、「稼ぐまち・稼げるまち」に生まれ変わる必要がある。人口減少により市場が縮小するなかでも、「稼ぐ力」を高め、成長し続けることが重要である。そのためには、地域資源の有効利用を加速させることに加え、先端技術の積極活用による「生産性の向上」及び域内循環の促進による「高付加価値化・域内取引の活発化」を図り、さらに、「外部活力と地元事業者とのマッチング」による「経営の多角化」や域外市場への販路開拓により域外から資金を呼び込み、それを域内に留め好循環させることが急務となる。

体系図



33

（２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

長門市が抱える最も大きな課題として、人口減少、高齢化、若者の流出に伴う市場の縮小や労働人口減少による生産性および競争力低下がある。それに加え、近年は新型コロナウイルスの長期化、原材料や燃料費の高騰、DX化の推進など小規模事業者を取り巻く状況は大きく変わり、厳しい経営環境が続いている。これらの社会変化に対応するため、IT活用による生産性向上や地域資源活用、商品開発や販路拡大などを積極的に支援する。伴走型の個社支援により経営分析に基づく現状把握と事業計画策定等を行い、事業者の経営基盤の強化を目指していく。

② 第2次長門市総合計画及び産業振興構想「ながと6G構想」との連動性・整合性

長門市の「第2次長門市総合計画後期基本計画」（令和4年度から令和8年度）における基本方針で、商工業の振興分野において、「成長分野での事業創出やIoT、AI等のイノベーションの活用」「中小企業の成長支援と経営基盤の安定」「地域資源の活用や農商工連携による新商品開発への支援」「地域資源の付加価値を高めることによる新規事業の展開と販路拡大」等を具体的施策として掲げており、商工会議所の取り組みを支援することが明記されている。

また、令和3年に策定された「ながと6G構想」では「生産性の向上」「域内循環の促進」「外部活力の活用」を課題としている。当所が本計画で実施する事業においても上記に連動・整合させたうえで取り組んでいく。

③ 商工会議所としての役割

当所は地域の総合経済団体として、地方自治体や関係団体、専門家等と連携して商工業の振興に取り組んでいる。経営指導員は小規模事業者の身近な相談相手として、経営課題の解決や事業計画の策定・実行等小規模事業者の売上・利益の維持・拡大を目指した個社の取り組みへ地道に伴走支援を行っていく。多様化する支援ニーズに対応するために、他の支援機関との連携を強化するとともに、職員の資質向上に努める。

(3) 経営発達事業の目標

長門市が抱える人口減少、市場の縮小、労働生産性の低下といった課題を解決するため以下について重点的に取り組む。伴走型支援を柱に対話と傾聴を通じて小規模事業者の課題を設定し、経営基盤強化と持続的発展、収益力強化により地域経済の活性化に貢献することを目指す。

①地域資源を活用した需要の創出と販路拡大の促進

農林水産物や観光資源等地域資源を活用した新商品・新サービス開発による新たな需要創出と、DX化により経営資源を補完し、販路拡大を促進することで地域経済全体の活性化を図る。

②小規模事業者の経営基盤強化による事業継続の実現

小規模事業者に対して課題解決を図るための経営計画策定支援とフォローアップにより、持続的発展と経営基盤強化を図る。小規模事業者は地域の経済活動を支えるとともに、雇用の創出を支える重要な役割を果たしており、売上・収益性向上と自走化が重要となるため、経営者との対話と傾聴を通じ課題解決に向けた伴走型支援により、稼ぐ力をつけることで地域活性化に貢献する。

③創業・事業承継の支援による事業者数の維持

長門市では経営者の高齢化が進んでおり、後継者不足による廃業が増えている。事業者数の確保は地域経済の活力を維持するために重要であることから、新規創業、事業承継を積極的に支援し、地域の雇用を支える産業の振興と地域経済の活性化を目指す。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和6年4月1日～令和11年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①地域資源を活用した需要の創出と販路拡大の促進

長門市にはイワシや仙崎かまぼこや仙崎ぶとイカ、仙崎トロあじといった他魚種の水揚げと長門ゆずきち、長門和牛など豊富な農林水産資源があり、他地域より秀でた食品製造業や水産加工業、養鶏業などの地場産業がありながら、知られていないものも多い。それらを活用した新商品開発や付加価値向上等を支援し、地場産品の魅力を向上させるとともに、販路拡大支援やDX支援により需要者に周知し地域経済の活性化を図る。

- ・知名度の低い水産加工物などの地域資源を活用した新商品の開発やブランド開発の支援による地場産品の魅力向上。
- ・地場産業の支援に注力し、小規模事業者のビジネスモデルの再構築を支援する。
- ・DXを活用した提供方法や情報発信を売上・利益増大等の波及効果に繋げ、地域の活性化と産業の発展に取り組む。
- ・DXセミナー等により、事業所内でDXに取り組む人材育成を支援する。

②小規模事業者の経営基盤強化による事業継続の実現

長門市の人口は1980年から一貫して減少しており、人口減少率は県内19市町中6番目の高さで、人口に占める65歳以上の割合は44.1%と県内4番目の高さであり、人口減少と少子高齢

化は将来的に続くと予想され、慢性的な労働力不足に伴う市場の縮小、競争力低下が危惧される。一方、観光客の増加等に伴い企業収益は増加しており、人手不足対策などを行うことで成長に繋がる可能性もある。小規模事業者にとって経営環境の変化等に対して柔軟に対応できるビジネスモデルの構築が必要であることから、事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置き、経営基盤強化の取り組みを支援する。

- ・小規模事業者の経営状況の把握に努め、経営分析を行い事業計画策定の資料とする。
- ・経営分析により抽出された課題を解決するための事業計画策定を支援し、事業の持続的発展に繋がるよう、適切な間隔での進捗確認を行い、必要な修正が行われるように対話と傾聴に基づく伴走支援を行い、事業者の自己変革力を高めることで、売上拡大や販路拡大等を図る。
- ・事業計画策定にあたっては地域の経済動向調査等の結果を踏まえ、ケースに応じて金融機関等と連携して金融支援を行う。
- ・経営指導員等によるフォローアップを実施し、中長期を見越した経営力の向上、利益の確保、持続的発展と将来的な自走化を目指す。

③創業・事業承継の支援による事業者数の維持

経営者の高齢化が進み、後継者不在による廃業も増加している。事業者数の減少は地域経済の活力と雇用情勢にも大きく影響することから、創業や事業承継支援により水産加工業や観光関連業等の地域産業振興と地域経済活性化を目指す。

- ・長門市の産業競争力強化法における創業支援等事業計画と連携を図り、創業セミナーを開催することで、創業希望者の掘り起こしと支援を行う。
- ・創業希望者に対して、創業計画書の策定支援、計画的経営の推進、販路拡大や新たな需要開拓支援等、売上および利益増加に直結する支援を重点的に実施し、新規創業者の継続的な発展を支援する。
- ・事業承継に向けた早期取組を啓発するとともに、現在の経営状況を把握するため山口県事業承継・引継ぎ支援センターや法律や税務に関する専門知識を有する「山口エキスパートバンク」の専門家といった各支援機関と連携を図りながら事業承継計画策定支援を実施し、円滑な事業承継の実現を図る。
- ・事業承継・創業支援を実施した小規模事業者の進捗状況や資金繰り状況の把握に重点を置いた巡回訪問を強化し、伴走型支援を行う。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

平成31年度より地区内の小規模事業者を対象に個社の経営課題発見・解決に役立てるとともに、独自に地域内の経済状況の情報収集および分析を実施することを目的に、3か月に1度（毎年4月、7月、10月、1月）の頻度で「長門市内事業所 景況アンケート」を実施している。

【課題】

現状の「景況アンケート」は、個社の経営課題把握と短期的な景況感把握を目的として実施しているが、景況感など調査対象者の主観的な回答項目が多いため事業計画策定の際の資料としては活用しづらい。そのため客観的なデータに基づく地域の経済動向を取り纏め事業計画策定の際の資料となるよう、経営指導員が「RESAS」を活用した「地域経済動向分析」を行い、年1回公表する。

(2) 目標

「景況アンケート」の結果を基に経営指導員が分析を行い、調査結果は年4回、当所ホームページ

へ掲載するとともに当所の会報にも掲載する。また、経営指導員が地域情報分析システムRESAS（以下、「RESAS」）を活用した「地域経済動向分析」を行い、年1回当所ホームページへ掲載するとともに当所の会報にも掲載する。

	公表方法	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
① 景気動向分析の公表回数	HP掲載	4回	4回	4回	4回	4回	4回
② 地域経済動向分析の公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回

（3）事業内容

①景気動向分析

小規模事業者の経営実態やニーズを把握し、経営状況分析の基礎データとして活用することを目的に、管内の景気動向等について年4回調査・分析を行う。

【調査方法】調査票を郵送し、返信用封筒（料金受取人払い）で回収する。

【調査対象】管内小規模事業者 150 社

【調査項目】売上、採算、仕入、雇用、設備投資、資金繰り、直面している課題等

②地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

地域内における経営状況の調査結果を提供することで、小規模事業者が売上拡大や販路拡大に向け、事業計画書の策定や経営戦略を立案する際の判断材料として活用することを主たる目的として経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回公表する。

【調査手法】経営指導員等が「RESAS」を活用し、地域の経済動向分析を行う。

【調査項目】・「地域経済循環マップ・生産分析」→何で稼いでいるか等进行分析

・「まちづくりマップ・From-to 分析」→人の動き等进行分析

・「産業構造マップ」→産業の現状及び売上動向等进行分析

（4）調査結果の活用方法

①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、当所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）。調査結果は経営指導員等が小規模事業者の経営状況分析や事業計画策定支援を行う際の基礎資料として活用する。

②総合的に分析し、ホームページに掲載して情報提供するとともに、経営の方向性や各種支援策を方向付けるデータとして事業計画策定支援等に反映し、販路拡大や売上拡大に向けた支援に活用する。

4. 需要動向調査に関すること

（1）現状と課題

【現状】

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。

長門市の主力産業の一つである観光産業に関係する食品製造業、飲食・宿泊業、その他観光関連事業者の持つ商品やサービスについてのアンケート調査を実施した。

【課題】

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。

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はフィードバックできる体制を整える。

(2) 目標

	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
① 特産品販売に関わる 調査対象事業者数	—	2者	2者	3者	3者	3者
② 購買動向調査	—	2者	2者	2者	2者	2者

(3) 事業内容

①特産品販売事業者に関わる事項（イベント来場者動向調査）

市内で開催されるやきとり祭り等のイベントで特産品の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。

【調査目的】 地域資源を活用した商品・サービスを開発する事業者の事業計画策定支援を効果的に行うため

【調査手法】 職員が聞き取り

【調査対象】 同一イベント来場客 100 人

【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

②購買動向調査

道の駅「センザキッチン」でアンケート調査を実施し、消費者の購買意欲、消費トレンド、消費者動向など、新商品・新サービスの開発及び消費者ニーズの把握を目的とした需要・意識調査を行う。

【調査目的】 地域購買力が低下する中、小規模事業者が事業を継続するためには近郊からの観光客需要を取り込むことが重要である。地域資源を活用した商品やサービスを開発する事業者の事業計画策定や販路開拓支援を効果的に行うため、観光客のニーズを把握する。

【調査手法】 職員が聞き取り

【調査対象】 道の駅「センザキッチン」来場者 100 人

【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

(4) 調査結果の活用

①地域資源を活用した商品・サービスを開発する事業者には調査結果をフィードバックし、販路開拓や事業計画策定に活用する。

②分析結果は、地域資源を活用した商品・サービスを開発する事業者又は創業者等で、新たな地域資源を活用する事業者には提供する。今後の新商品・新サービス開発を行う際の基礎資料として活用を促し効率的な経営戦略策定に寄与し、事業者の売上向上に繋げる。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

現状では金融相談、税務指導、各種補助金申請をされた事業者を対象に経営分析を行っている。主に経済産業省の「ローカルベンチマーク」や中小企業基盤整備機構の経営自己診断システムを利用し経営分析を行っているが、その数値の要因分析には至っていない。

【課題】

現在は各種申請のための分析となっており、小規模事業者が抱える本来の問題解決になっているとは言い難く、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い。事業者に対し、「対話と傾聴」を通じて経営の本質的課題の把握と経営環境の急激な変化に対応出来る自己変革力を身に付けてもらうことを前提とする必要がある。

(2) 目標

	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①セミナー開催件数	0回	1回	1回	1回	1回	1回
③ 経営分析事業者数	8者	15者	20者	20者	20者	20者

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催）

持続的な経営のために特に支援が必要な、売上低下や利益率の悪化が懸念される小規模事業者、新商品開発や販路開拓等に取り組もうとする小規模事業者、事業承継が見込まれる事業者等に経営分析セミナーへの参加を提案し、経営分析による経営課題把握と事業計画策定による経営課題解決に意欲的な事業者の掘り起こしを行う。

【募集方法】チラシを作成し会報に折込、ホームページで広く周知、巡回・窓口相談時に案内

【開催回数】年1回

【参加人数】10名

②経営分析の内容

事業者が事業計画の策定に繋げる経営分析を行うためには、現状での「結果と要因」を経営者自身が納得する必要がある。対話と傾聴により事業者自身の気付きを導くとともに、一般的な財務分析に加え、SWOT分析等非財務分析により事業計画の策定に繋げる。

【支援対象】経営分析セミナー参加者、巡回・窓口相談者

【分析項目】

○定量分析・・・収益性・効率性・生産性・安全性・成長性の分析

○定性分析・・・下記項目について、対話を通じて事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する。

内部環境		外部環境
・商品、製品、サービス	・技術・ノウハウなどの知的財産	・商圈内の人口
・仕入先、取引先	・デジタル化、IT活用の状況	・競合
・人材、組織	・事業計画の策定・運用状況	・業界動向

【分析手法】

事業の経営改善、創業、事業承継等における支援状況や局面に合わせて、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、「経営デザインシート」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、経営体質の改善に役立てるため、経営指導員等が収益性・効率性・生産性・安全性・成長性を整理分析することで事業計画策定の基礎資料とする。

非財務分析はSWOT分析で既存事業の改善点や競合他社と比較した自者の現状、市場の動向や成長性などの経営問題を整理する。対話と傾聴を通じて、事業者の内部環境・外部環境における強み、弱み、機会、脅威を整理し可視化して事業者へ示す。事業の規模や内容によっては中小企業診断士などの専門家を活用し、事業者へ外部環境分析で可視化した課題を提示し、適切な対応ができるように経営支援を行う。

(4) 分析結果の活用

経営分析によって判明した経営課題を事業者にフィードバックし、対話と傾聴を通じて自社の経営資源や経営課題を共に考え、事業計画策定の動機付けに繋げる。分析結果は事業者管理システム上にデータベース化し経営指導員等で内部共有を行い、組織的に支援するとともに経営指導員等の経営支援力の向上に繋げ事業者の自走化を目指す。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【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、事業者の多くは事業計画に基づく経営の重要性を認識できていない。地域経済の縮小、販路拡大や人手不足の解消のためのDX化に向けた取組が必要となっているものの、計画的に取り組んでいる事業者は少ない。

【課題】

これまでは融資や補助金申請のために事業計画を策定している事業者しかおらず、事業者の多くは事業計画に基づく経営の重要性を認識できていなかった。事業計画の策定の意義や重要性の理解が浸透していないため、事業の持続的発展を目的とした事業計画の策定支援はできていない。地域経済の縮小、販路拡大や人手不足の解消のためのDX化に向けた取組が必要となっているものの、計画的に取り組んでいる事業者は少ない。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が実質的な行動や意識変化に繋がるよう、各セミナーのカリキュラムを工夫していく。また、各種補助金申請を契機として経営計画の策定を目指す事業者の中から、実現可能性の高いものを選定し、事業計画の策定につなげていく。

事業計画の策定の前段階においてDX推進セミナーを行い、DX計画の策定や小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。創業者に対しては、創業セミナーにおいて創業に必要な知識の習得と創業計画書策定の支援を行う。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、具体的解決提示に繋がる事業承継計画の策定を支援する。

経営分析および各セミナーを通じて、事業者が自社の強み・弱みなどの気づきを得て、現状を正しく認識した上で分析に基づき課題に向き合い事業計画策定に取り組むため、対話と傾聴を通じて自発的な計画的経営による経営力強化のために最適な意思決定のサポートを行う。

(3) 目標

	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
① DX推進セミナー開催回数	1回	1回	2回	2回	2回	3回
② 事業計画策定事業者数	8者	12者	12者	16者	16者	16者
③ 創業セミナー開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
④ 創業計画書策定数	5件	6件	6件	7件	7件	7件
⑤ 事業承継セミナー開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回

⑥ 事業承継計画策定事業者数	1 者	1 者	1 者	1 者	2 者	2 者
----------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----

(4) 事業内容

経営分析により抽出された事業者の経営課題解決を図るため、経営指導員を中心に事業計画を策定する。DX 推進セミナー、創業セミナー、事業承継セミナーの開催を通じて、内発的動機づけを行い、計画的な事業を実施する必要性の理解を深め、実現性の高い事業計画を策定することで事業者の業務効率化や生産性向上を図る。

① DX 推進セミナーの開催

DX 化に関する基礎知識の習得を目的に DX 化支援セミナーを開催する。セミナーは、小規模事業者の競争力維持・強化のために DX 推進を支援する DX 活用事例と各種情報ツールの紹介を中心としたセミナーとする。セミナー受講者の中から DX の取り組みを積極的に行う事業者に対して、IT 専門家派遣や山口エキスパートバンクといった専門家派遣等を行うことで事業者の DX 化を支援する。

【支援対象】DX(I Tツールの活用)に取り組む意欲のある管内小規模事業者

【募集方法】当所会報にチラシを同封、ホームページにて掲載

【カリキュラム】「データ活用」「業務効率化」「労務管理」「会計システム」「IT ツールを活用した営業力強化」等

【開催回数】年1～2回

【参加人数】10名程度（1回あたり）

② 事業計画策定支援の実施

経営分析およびセミナー開催を通じて経営課題を認識した小規模事業者に対し、対話と傾聴を通じた伴走型支援により事業計画策定の意義や重要性の意識向上を図り、小規模事業者が腹落ちした目標を実現するために事業計画策定を行い、持続的発展を支援する。

【支援対象】経営分析を実施した事業者

【支援手法】経営指導員等が指導し、必要な場合は専門家派遣等を活用して事業計画の策定につなげる。

③創業セミナーの開催

新規創業者や創業希望者に対して4日間程度の創業セミナーを開催し、創業・起業に必要な心構えや基礎知識の習得から創業計画の策定まで、スムーズに事業を開始できるように計画的に支援する。

【支援対象】創業予定者

【募集方法】当所会報にチラシを同封、長門市広報誌に掲載、ホームページにて掲載、新聞折込チラシを入れる

【カリキュラム】「創業に必要な基礎知識」「創業計画書策定」等

【開催回数】年1回

【参加人数】20名程度

④創業計画書策定支援の実施

新規創業者に対して、経営環境に応じた創業計画書を作成支援し、作成された事業計画書に基づき、計画的に創業後も持続的発展できるように支援する。

【支援対象】創業セミナー参加者および創業相談者

【支援手法】経営指導員等が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。
必要な場合は専門家による支援も行うほか、必要に応じて市の補助制度や創業資金の斡旋等を実施する。

⑤事業承継セミナーの開催

事業承継に関するセミナーを開催することで、支援対象者の掘り起こしを行うとともに、事業承継時に必要な基礎知識等の情報を提供し、円滑な事業承継を実現させる。

【支援対象】事業譲受、事業譲渡希望者

【募集方法】当所会報にチラシを同封、当所ホームページにて掲載、地域タウン誌広告に掲載

【カリキュラム】事業承継に必要な知識の習得

【開催回数】年1回

【参加人数】10名程度

⑥事業承継計画策定の支援

事業承継については長時間を要する場合が多く早期の対応が重要となるため、経営指導員等および経営課題診断員の巡回や窓口相談時や経営分析を機に積極的に働きかけを行っていく。

【支援対象】事業承継セミナー参加者および承継相談者

【支援手法】経営指導員等が支援対象となる事業者に対して事業承継計画書の策定等伴走型の支援を行うとともに、山口県事業承継・引継ぎセンターや山口エキスパートバンク等による外部専門家による相談支援を併用していく。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

現状では主に事業者の求めに応じ、融資や補助金申請に直結する事業計画作成の支援を行っている。事業計画作成後は十分なフォローアップができておらず、計画が遂行されているかの確認ができていないことが多い。

【課題】

経営指導員等による定期的なフォローアップによる策定した事業計画の遂行状況の確認ができておらず、事業計画との乖離による修正や改善に至っていないことが課題である。また、計画的に事業の進捗状況を確認し、対話と傾聴を通じて事業の持続的発展に係る的確な支援や助言を行っていくことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象として徹底した対話と傾聴によるフォローアップを行い、進捗状況を確認しながら、事業者に寄り添った伴走支援をすることで、潜在的な力が引き出し、成長および持続的な経営が行えるようにする。

進捗状況が思わしくない事業所など集中的に支援すべき事業者と、順調な進捗で支援回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。事業者との対話と傾聴を通じ、一方的な解決策の提示ではなく経営者が主体となり課題を設定し、企業自らの課題解決プロセスを側面支援することにより、企業の経営力向上・自走化に繋げていく。

(3) 目標

	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
フォローアップ対象事業者数	—	19者	19者	24者	25者	25者
※うち重点支援先	—	6者	6者	7者	8者	8者
頻度（延べ回数）	—	37回	37回	45回	49回	49回
売上目標達成事業者数	—	6者	6者	7者	8者	8者
利益目標達成事業者数	—	6者	6者	7者	8者	8者

※重点支援先に関しては年4回、その他支援先は年1回のフォローアップを実施する。

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業所に対し、経営指導員等が定期的（四半期ごとに1回、年1回）な巡回指導等を行い進捗状況の確認を行うとともに、事業者が自らの経営資源を使って事業計画を達成できるよう個別の状況に応じたフォローアップを実施する。進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にずれが生じている事業所については、再度、経営状況の分析及び事業計画の見直しを行い、フォローアップ頻度を変更するなどの伴走型支援を行う。また、専門知識が必要な場合には「山口エキスパートバンク」等の専門家派遣制度を活用して課題解決を支援する。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者の多くは新たな商品・サービスの開発、新たな需要の開拓は人材、財源面からハードルが高いのが現状である。近隣の市場は縮小傾向であるため、より遠方の顧客の取込のため IT を活用した販路開拓に興味はあるものの人材不足等により取り掛かれていない事業者も多い。

【課題】

物産展、商談会のほか、オンラインビジネスマッチングサイト等の取り組みがあるものの、まだまだ周知されているとはいえず、オンラインに対する不安を抱く事業者も多い。新たな需要の開拓にはDXの取組が必要であることの認識をしてもらうとともに、セミナー等を通じて理解を深める必要がある。

(2) 支援に対する考え方

地域資源等を活用して販路拡大を希望する小規模事業者を対象にスーパーマーケットトードショーや地産地消フェアといった県内外のビジネスフェア、商談会、物産展の情報提供をし、出展を促す。出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行う。山口県商工会議所連合会が運営するオンラインマッチングサイト「ビジネスドラフトやまぐち」に関する情報を提供しエントリーを呼び掛けるとともに、マッチング後の商談が効果的に行えるよう、事前研修など商談成立に向けた支援を行う。

DXに向けた取り組みとして、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS 情報発信、EC サイトの利用等、IT 活用による営業・販路開拓について、先述の6. で実施するDXセミナーにおいて理解度を深めるとともに、導入にあたっては必要に応じてIT専門家派遣を利用するなど事業者の段階に合った支援を行う。

(3) 目標

	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
① 展示会等出展支援事業者数	7 者	10 者	10 者	10 者	12 者	12 者
成約件数	0 件	1 件	2 件	2 件	3 件	3 件
③ EC サイト利用事業者数	—	2 者	2 者	2 者	3 者	3 者
売上目標達成事業者数	—	1 者	1 者	1 者	2 者	2 者
売上増加率	—	10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

①展示会等出展（BtoB）

販路拡大や新たな仕入れ先を希望している小規模事業者を対象に全国の商工会議所・商工会が共同で運営する「ザ・ビジネスモール」、山口県商工会議所連合会が運営する「ビジネスドラフトや

まぐち」など、ビジネスマッチングサイトやオンライン商談会に関する情報を提供し、参加を呼び掛ける。また、ビジネスフェアや商談会等の情報を当所会報やホームページ、巡回指導を通じて情報提供を行う。

展示会・商談会名	商圏	展示会・商談会の概要
ザ・ビジネスモール	全国	1999 年サービス開始。日本全国 550 以上の商工会議所・商工会が共同で運営する会員限定の商取引支援サイト。企業情報データベース検索、ビジネスマッチング、販路拡大、商談機会を提供する。自社 PR ページは簡易ホームページとしても活用できる。 登録事業者 288,796 社 (R5.10.12 現在)
ビジネスドラフトやまぐち	山口県内	2021 年サービス開始。山口県商工会議所連合会が運営し、山口県内 14 商工会議所と 20 商工会が連携してマッチング支援に取り組む会員限定のオンラインマッチングサイト。 商工会議所・商工会の担当者が登録、マッチングのサポートを行う。 登録事業者 146 社 (R5.10.12 現在)

②EC サイト利用 (B to C)

IT を活用した販路開拓を実施する小規模事業者を対象とする。web サイト (簡易なホームページを含む)・SNS 利活用・EC サイトの開設などの活用経験や活用ノウハウを持たない事業者への支援を充実させる。専門性が必要なものについては外部専門家を利用して実施する。

9. 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

(1) 現状と課題

【現状】

年 1 回、前年度の経営発達支援計画の実施状況及び成果について中小企業診断士による評価・検証を行い、次年度へ経営発達支援計画の改善対応を図っている。

【課題】

経営発達支援事業評価委員会 (仮称) の評価で、経営発達計画の目標が達成できない項目があったとしても、次年度の経営発達計画事業方針の見直しにつながっていないケースもある。PDCA サイクルに基づき経営発達支援事業の検証を行い、円滑に経営発達支援事業が進むように徹底することで継続的に経営に係る指導及び助言が実施できる仕組みを構築することが課題である。

(2) 事業内容

長門市産業政策課、長門商工会議所会頭、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士をメンバーとした経営発達支援事業評価委員会 (仮称) を年 1 回開催し、経営発達支援計画の進捗状況の検証と評価を 5 段階評価で実施し、経営発達支援計画の次年度への改善対応を図ることで円滑に経営発達支援事業を進めることを目指す。

評価結果は議員総会 (6 月) で報告したうえで、次年度の経営発達支援計画の事業実施方針等

に反映させるとともに当所ホームページに掲載することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当所では職員の資質向上のために山口商工会議所広域応援センターが実施する経営指導員研修、中小企業基盤整備機構が実施する研修会をはじめ様々な研修に積極的に参加している。

【課題】

研修等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十分にできていない。また、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。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

経営指導員等の支援能力向上のため、山口商工会議所広域応援センターが実施する経営指導員研修、山口県主催の「パワーアップセミナー」への参加のほか、中小企業基盤整備機構が行う事業環境変化に即したセミナーに積極的に参加し、支援能力を向上させる。また、対話力向上等のコミュニケーション能力を高める研修へ参加することにより、支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上をはかり、事業者との対話を通じた信頼の構築、本質的課題の掘り下げの実践につなげ、経営力再構築伴走支援につながる支援力を強化し、事業者の課題解決につなげる。

喫緊の課題である地域の事業者のDX推進を支援のため、経営指導員等のITスキル（クラウド会計ソフト、電子決済システム、オンライン会議、業務のデジタル化、情報セキュリティ、ECサイト構築・運用、SNS活用等）を向上させる必要がある。外部で行われる関連セミナーに積極的に参加し、相談対応能力の向上を図ることで、DX化に向けた支援力強化に繋げる。

②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、資料の回覧等で情報の共有を行う。相談・支援内容の情報管理は基幹管理システム「TOAS」に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行われるよう支援内容の把握と情報の共有を図り、相互フォローする。

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経営指導員等の支援能力の向上に努める。

経営支援は経営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について、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。

11. 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) 現状と課題

【現状】

他の支援機関との連携は次のような場で行っている。

- ・創業者支援ネットワーク会議（長門市・ながと大津商工会・金融機関（山口銀行・西京銀行・萩山口信用金庫・日本政策金融公庫）・長門商工会議所）で情報共有を行っている。（年2回）
- ・日本政策金融公庫主催「経営改善貸付推薦団体連絡協議会」で下関・小野田・山陽商工会議所、ながと大津・下関市・美祢市・くすのき商工会との連携を深めている。（年1～2回）
- ・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。（各年1回）
- ・ながと大津商工会とは申告事務担当者を対象に開催される研修会で情報交換を行い、市内の

情報を共有する。(年 1 回)

【課題】

情報共有の場で得た支援ノウハウ・事例や他の商工会議所との情報交換について内部で共有、反映させる機会を設けていない。他の支援機関・商工会議所や専門家との情報交換を通じ、各々が保有している支援ノウハウを習得する。

(2) 事業内容

①長門市創業支援ネットワーク会議での情報交換 (年 2 回)

長門市・ながと大津商工会・金融機関(山口銀行、西京銀行、萩山口信用金庫、日本政策金融公庫)・長門商工会議所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情報交換を行う。長門市の創業支援の方針や各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、所内で情報を共有し、創業支援スキルの向上に努める。

②金融機関との情報交換 (年 1～2 回)

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。(年 1～2 回)

③経営改善普及事業推進会議、相談所長会議 (各年 1 回)

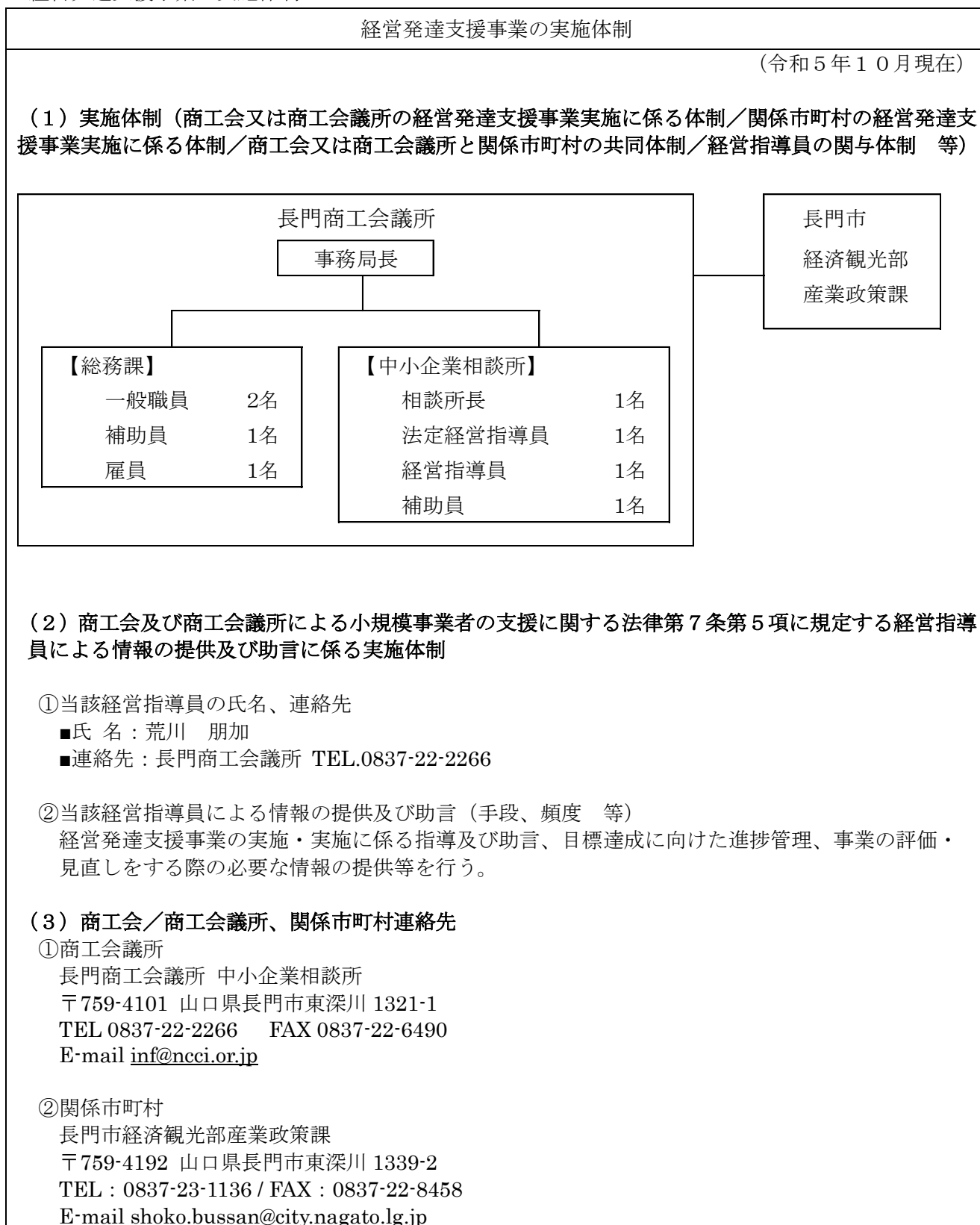
県内 14 商工会議所の相談所長等が集い、各地域の状況、支援内容等の情報交換を行い、他商工会議所の優れた取り組みを学ぶとともに他の商工会議所が持つ、小規模事業者支援に関する情報やノウハウを学び、所内で情報共有を図り支援スキルの向上に努める。

④ながと大津商工会との情報交換 (年 1 回)

申告事務担当者を対象に開催される研修会で情報交換を行い、市内の情報を共有する。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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)

	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
必要な資金の額	2, 670	2, 670	2, 670	2, 670	2, 670
各種調査事業	150	150	150	150	150
専門家派遣	1, 050	1, 050	1, 050	1, 050	1, 050
セミナー開催	1, 300	1, 300	1, 300	1, 300	1, 300
販路開拓支援	10	10	10	10	10
研修会・会議参加	160	160	160	160	160

(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
会費収入、山口県補助金、長門市補助金、日本商工会議所委託金等

(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)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等