補足資料５

山口県産業技術センター認知度等調査結果概要

１　アンケート調査

（1）**調査方法**　アンケート用紙を郵送(令和７年３月)　→　Web、郵送、FAX、持参で回答

（2）**調査対象**　県内の製造業者 1,274 社（回答 339 社、回答率 26.6%）

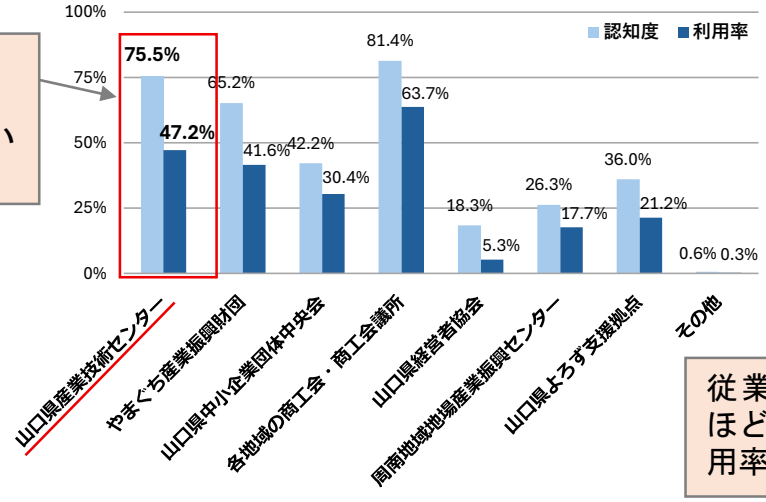
※本調査は当センター利用者からの回答率が高いことが予想されるため、認知度、利用率が実態よりも高く算出されている可能性があります。

（3）**調査結果**

① 認知度、利用率

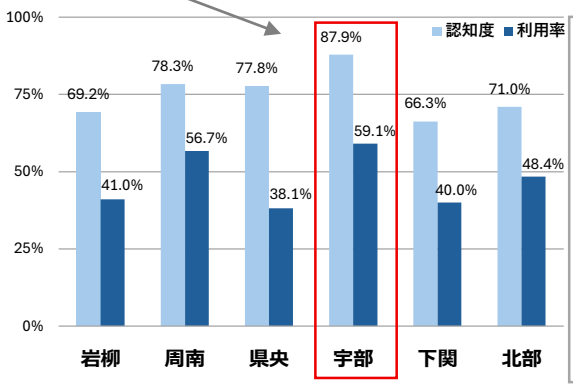
認知度は約 76%、
利用率は約 47%、
商工会・商工会議所に次いで高い

＜機関別＞



認知度、利用率ともに、宇部地域が最も高く、次いで周南地域

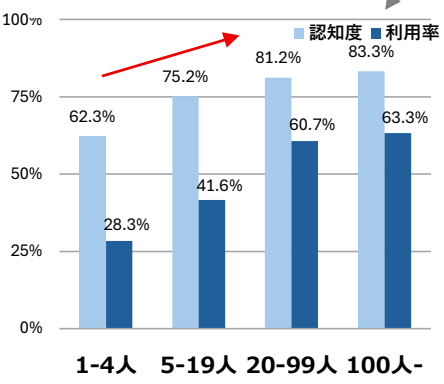
＜地域別＞



岩柳
　岩国、柳井、周防大島、和木、上関、田布施、平生
周南
　下松、光、周南
県央
　山口、防府
宇部
　宇部、美祢、山陽小野田
下関
　下関
北部
　萩、長門、阿武

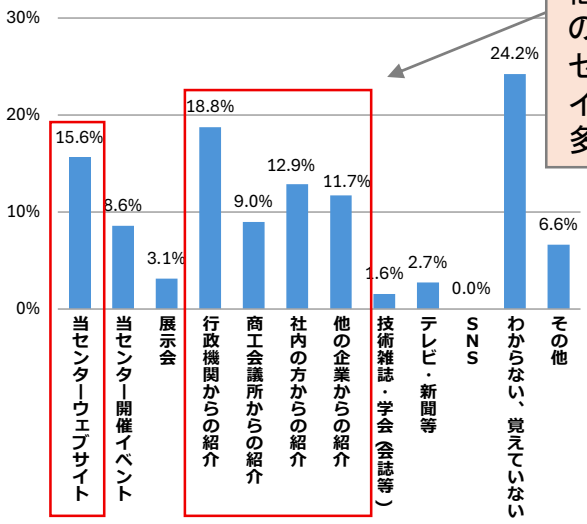
従業員数が多いほど、認知度、利用率ともに高い

＜従業員数別＞

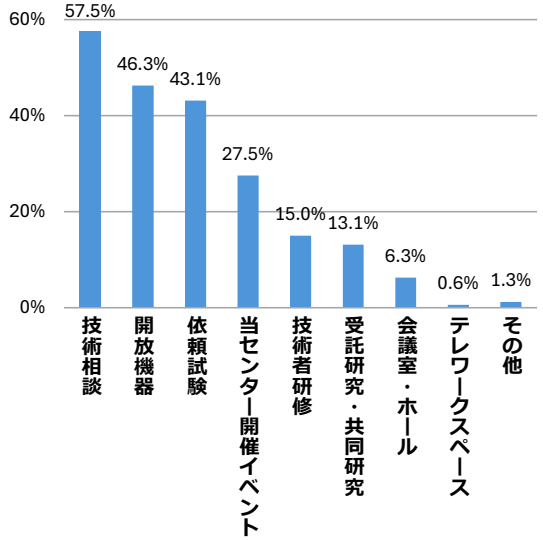


② 認知経路

他機関や社内からの紹介が多く、当センターウェブサイトからも比較的多い



③ 利用サービス



2　ヒアリング調査

(1) 調査方法　対面によるヒアリング

(2) 調査対象　県内の企業支援機関（8 機関）

周南地域地場産業振興センター、やまぐち産業振興財団、山口商工会議所、宇部商工会議所、下関市産業振興部、下関商工会議所、萩市商工観光部、萩商工会議所

(3) 調査結果（コメント等）

▽産業技術センターのイメージ

・敷居が高い
・相談レベルがわからない（相談レベルが低過ぎるかと思い相談に行けない）
・小規模食品製造業者は産業技術センターのことを知らない
・位置的に遠い
・支援担当者以外の職員はあまり産業技術センターのことを知らない
・相談、紹介しやすい

▽産業技術センターの利用率向上案、要望

・まず連れて行くのが一番
・企業の新入社員研修の一環で複数社集めての見学ツアー
・「何ができるのか」という情報を発信する
・企業に配りやすいリーフレットの作成（特に食品の支援メニュー）
・プロムナードの展示を定期的に入れ替えてはどうか（企業の訪問動機につながる）
・ホームページを見やすく、検索に引っ掛かりやすく
・海外に食品を売るための賞味期限延長方法等の技術情報がほしい

▽企業支援機関が行っている広報施策

・公式 LINE でイベント等の紹介（フォロワー1 年で 300 人、宇部商工会議所）
・県立山口博物館で企業の製品展示（やまぐち産業振興財団）
・井筒屋で宇宙イベントに出展（やまぐち産業振興財団）
・メールマガジン、メーリングリスト