

# 札幌市産業振興ビジョン改定に係る基礎調査 結果報告書

SAPP\_00

# 目次

調査実施要領 .....	1
<b>1. 経営状況、市場等</b>	
問1. 直近5年における業績（売上高）の推移についてお尋ねします。 .....	2
問2. 事業を行っていく上での課題は何ですか。（複数回答） .....	3
問3-1. 売上が大きい国内市場の地域はどこですか。（複数回答） .....	5
問3-2. 今後、販売強化・進出を考えている国内市場の地域はどこですか。（複数回答） .....	6
問4. 『道外』を対象としたビジネスを行う上での課題は何ですか。（3つまで複数回答） .....	7
問5. 海外取引を行っていますか。売上が大きい『海外』市場の地域はどこですか。（複数回答） .....	9
問5-2. 今後販売強化・進出を考えている『海外』市場の地域はどこですか。（複数回答） .....	11
問6. 『海外』を市場としたビジネスを行う上での課題は何ですか。（3つまで複数回答） .....	13
<b>2. 今後の事業展開に係る基本的な方向性</b>	
問7. 現在取り組んでいる事業分野について、市場規模の将来展望をどのようにお考えですか。 .....	15
問8. 問7を踏まえて、どのような対応を検討していますか。（3つまで複数回答） .....	16
問9. 新分野、新業務への取組みを行っていますか。 .....	18
問10. 新分野、新業務はどの分野ですか。（複数回答） .....	19
<b>3. 海外観光客に対するビジネス</b>	
問11-1. 海外観光客向けの取組みを行っていますか。 .....	21
問11-2. 海外観光客による売上の変化がありましたか。（5年前との比較） .....	22
問12. 海外観光客向けにどのような取組みを実施、計画、検討していますか。（3つまで複数回答） .....	23
問13-1. 海外観光客をターゲットにする際の課題は何ですか。（3つまで複数回答） .....	25
問13-2. 海外観光客（インバウンド）をターゲットにする際の課題解決に向けた具体的な取組み .....	27
<b>4. 人材確保等</b>	
問14. 5年前と比較して従業員数に変化はありましたか。 .....	28
問15. 人材確保（採用）の状況はいかがですか。 .....	30
問16. どのような人材を求めていますか。 .....	31
問17. 人材確保の手段は何ですか。（3つまで複数回答） .....	32
問18. 人材確保の課題は何ですか。（3つまで複数回答） .....	34
問19. 5年前と比較して女性社員の数に変化はありましたか。 .....	36
問20. 就業経験はあるが子育てなどで離職した女性の採用状況についてお伺いします。 .....	37
問21. 女性が働きやすい職場環境整備の取組みを実施していますか。（複数回答） .....	38
問22. 女性の活躍の場を職場内で広げていく上での課題は何ですか。（3つまで複数回答） .....	40
問23. 高齢者（65歳以上）の就業（採用）状況についてお伺いします。（複数回答） .....	42
問24. 高齢者（65歳以上）の就業（採用）における課題は何ですか。（3つまで複数回答） .....	43
<b>5. 行政への要望等</b>	
問25-1. 事業活動において課題となる規制や制度はありますか。 .....	44
問25-2. 事業活動において課題となる具体的な規制や制度 .....	45
問26. 今後の事業活動の実施にあたって行政に望む支援策等（3つまで複数回答） .....	46
<b>調査票</b> .....	48

## 調査実施要領

### (1) 調査の目的

市内企業へのアンケート調査を実施することにより、平成23年1月に策定した「札幌市産業振興ビジョン」を現状の社会経済情勢等を踏まえた内容に改定するための基礎的な資料とする。

### (2) 調査時期

平成27年11月～12月（調査票回収期間：27年11月25日～12月10日）に実施した。

### (3) 調査方法

調査票の郵送によるアンケート調査

### (4) 調査対象

市内企業、10,000社

### (5) 回答状況

有効回答 2,527社

### (6) 回答企業の概要

#### ①企業規模 ※中小企業基本法の分類に基づく

大企業	98社（3.9%）
中小企業	2,324社（92.0%）
小規模企業（中小企業の内数）	1,440社（57.0%）
不明（従業員数等未記入）	105社（4.2%）

#### ②業種構成 ※構成比は四捨五入の関係で100%に合致しない場合がある。

業種	社数	構成比（%）
農林水産業	14	0.6
鉱業	2	0.1
建設業	310	12.3
食料品製造業	69	2.7
印刷業	47	1.9
製造業（食料品、印刷以外）	113	4.5
卸売業	299	11.8
小売業	270	10.7
金融・保険業	53	2.1
不動産業	210	8.3
運輸業	53	2.1
情報通信業	121	4.8
医療・福祉	280	11.1
飲食業	66	2.6
宿泊サービス業	12	0.5
サービス業（飲食・宿泊以外）	311	12.3
その他	270	10.7
業種不明（業種欄未記入）	27	1.1
計	2,527	100.0

# 1. 経営状況、市場等

## 問1. 直近5年における業績（売上高）の推移についてお尋ねします。

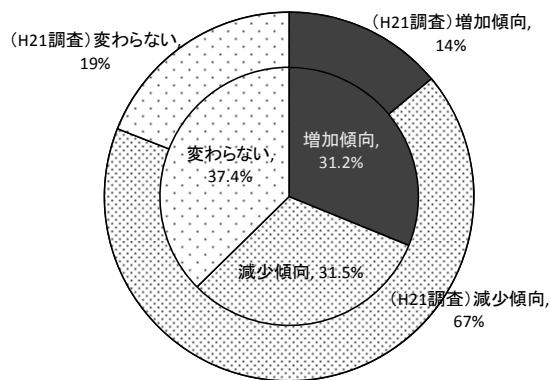
直近5年における業績（売上高）の推移は、「変わらない（横ばい）」（37.4%）が最も多く、次いで「減収減益」（26.9%）、「増収増益」（24.6%）の順となっている。

業種別にみると、「増収増益」の割合が全業種平均を上回っているのは、農林水産業（35.7%）、鉱業（50.0%）、建設業（34.8%）、食料品・印刷以外の製造業（28.7%）、金融・保険業（35.8%）、情報通信業（30.0%）、医療・福祉（26.3%）、飲食業（28.6%）の各業種である。

一方、「減収減益」の割合が全業種平均を上回っているのは、農林水産業（42.9%）、食料品製造業（28.4%）、印刷業（41.3%）、小売業（36.3%）、医療・福祉（29.2%）、飲食業（27.0%）、宿泊サービス業（33.3%）、飲食・宿泊以外のサービス業（29.9%）、その他（29.1%）の各業種である。

なお、平成21年度に実施した調査結果と比較すると、売上高が「増加傾向」と答える企業の割合は14%から31.2%に増加した一方、売上高が「減少傾向」と答える企業の割合は67%から31.5%と大幅に減少した。

図表 1-1 直近5年における業績（売上高）の推移 (N=2481)



(注)

1. 今回の調査（H27年度実施）の結果は、内側の円グラフに表示。比較のため、前回の調査（H21年度実施）の結果を、外側の円グラフに表示した。  
 2. 前回の調査では、直近5年における売上高について「増加傾向」「減少傾向」「変わらない」の3項目のいずれに該当するかを尋ねた。左図においては、比較のため、今回の調査の結果のうち「増収増益」及び「増収減益」の合計を「増加傾向」、「減収増益」及び「減収減益」の合計を「減少傾向」として表示した。

(単位：%)

		増収増益	増収減益	減収増益	減収減益	変わらない
全業種 (N=2481)		24.6	6.6	4.6	26.9	37.4
業種別	農林水産業 (N=14)	35.7	14.3	0.0	42.9	7.1
	鉱業 (N=2)	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	建設業 (N=302)	34.8	6.3	2.6	16.6	39.7
	食料品製造業 (N=67)	16.4	13.4	7.5	28.4	34.3
	印刷業 (N=46)	15.2	2.2	10.9	41.3	30.4
	製造業（食料品、印刷以外） (N=108)	28.7	3.7	7.4	24.1	36.1
	卸売業 (N=295)	21.0	7.5	7.8	26.4	37.3
	小売業 (N=267)	21.3	6.0	6.4	36.3	30.0
	金融・保険業 (N=53)	35.8	5.7	5.7	22.6	30.2
	不動産業 (N=207)	24.6	2.9	2.9	18.8	50.7
	運輸業 (N=53)	24.5	13.2	3.8	24.5	34.0
	情報通信業 (N=120)	30.0	4.2	2.5	21.7	41.7
	医療・福祉 (N=274)	26.3	8.0	3.6	29.2	32.8
	飲食業 (N=63)	28.6	12.7	7.9	27.0	23.8
	宿泊サービス業 (N=12)	16.7	0.0	0.0	33.3	50.0
	サービス業（飲食・宿泊以外） (N=308)	20.5	6.5	5.2	29.9	38.0
	その他 (N=268)	20.1	6.7	0.7	29.1	43.3
規模別	大企業 (N=96)	36.5	10.4	5.2	21.9	26.0
	中小企業 (N=2290)	24.1	6.4	4.6	26.6	38.3
	うち小規模企業 (N=1417)	19.2	5.8	3.6	29.9	41.6

(注) 網掛けは、各業種・規模の最上位項目。

## 問2. 事業を行っていく上での課題は何ですか。(複数回答)

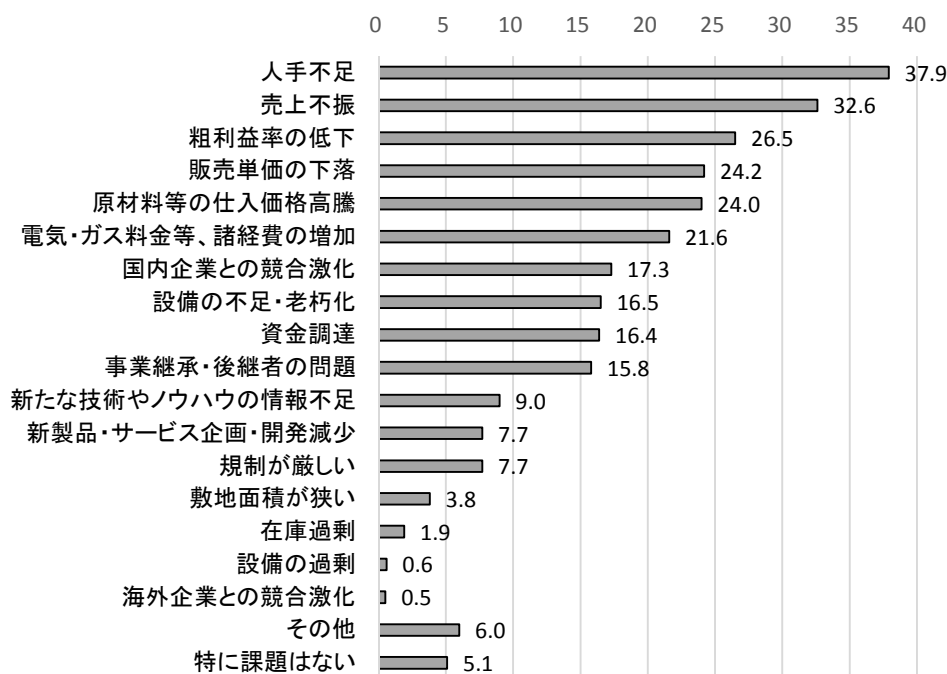
事業を行っていく上での課題は、「人手不足」(37.9%)が最も多く、次いで「売上不振」(32.6%)、「粗利益率の低下」(26.5%)、「販売単価の下落」(24.2%)、「原材料等の仕入価格高騰」(24.0%)、「電気・ガス料金等諸経費の増加」(21.6%)の順となっている。

業種別にみると、「人手不足」の割合は、情報通信業(61.2%)が最も高く、次いで建設業(61.0%)、運輸業(58.8%)、農林水産業(57.1%)、飲食業(56.9%)、宿泊サービス業(54.5%)の順となっており、これらの各業種では「人手不足」の割合が半数を超えている。

他の項目では、食料品製造業における「原材料等の仕入価格高騰」(65.2%)、「電気・ガス料金等、諸経費の増加」(56.5%)、印刷業における「販売単価の下落」(63.8%)、飲食業における「原材料等の仕入価格高騰」(70.8%)、「電気・ガス料金等、諸経費の増加」(53.8%)、宿泊サービス業における「電気・ガス料金等、諸経費の増加」(54.5%)の割合が高くなっていることが目立つ。

企業規模別にみると、大企業では「人手不足」(63.9%)の割合が他の項目に比べて圧倒的に高いのに対し、中小企業では「人手不足」(36.6%)の割合は「売上不振」(32.9%)に比べてやや高い程度となっている。小規模企業では「売上不振」(36.4%)が「人手不足」(29.1%)を上回っている。

図表 1-2 事業を行っていく上での課題 (単位：%、N=2491)



図表 1-3 事業を行っていく上での課題（業種別、企業規模別）

(単位：%)

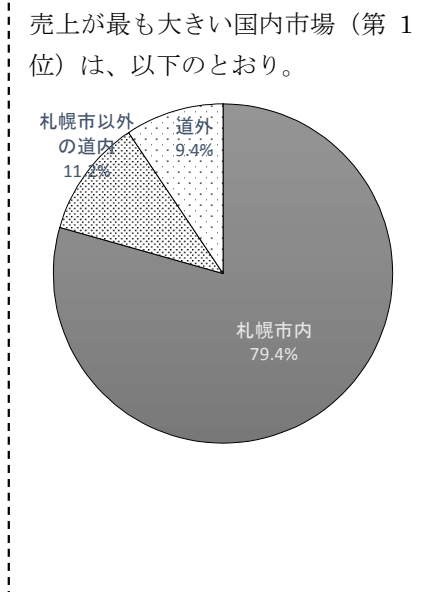
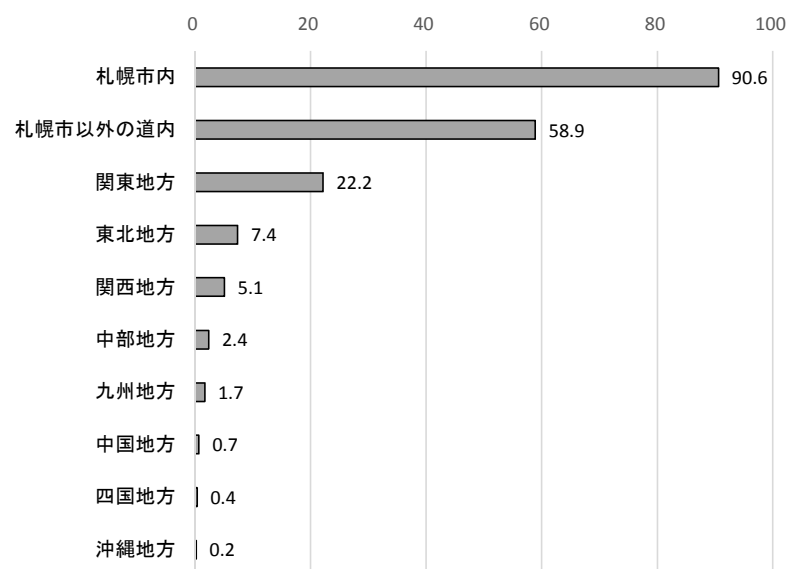
		人手不足	売上不振	粗利益率の低下	販売単価の下落	原材料等の仕入価格高騰	電気・ガス料金等、諸経費増加	国内企業との競合激化	設備不足・老朽化	資金調達	事業継承・後継者問題
全業種 (N=2491)		37.9	32.6	26.5	24.2	24.0	21.6	17.3	16.5	16.4	15.8
業種別	農林水産業 (N=14)	57.1	21.4	7.1	14.3	28.6	28.6	14.3	21.4	35.7	28.6
	鉱業 (N=2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	建設業 (N=308)	61.0	23.7	29.9	25.0	25.0	12.0	17.9	9.7	12.0	19.8
	食料品製造業 (N=69)	34.8	33.3	44.9	23.2	65.2	56.5	20.3	37.7	20.3	21.7
	印刷業 (N=47)	23.4	48.9	48.9	63.8	44.7	23.4	23.4	44.7	14.9	17.0
	製造業（食料品、印刷以外） (N=111)	39.6	35.1	25.2	18.9	44.1	29.7	15.3	30.6	18.0	14.4
	卸売業 (N=296)	17.2	43.2	42.9	31.8	39.5	21.6	27.0	9.1	16.6	18.6
	小売業 (N=269)	32.7	49.1	35.7	32.7	25.4	23.0	20.8	13.0	17.1	13.8
	金融・保険業 (N=53)	26.4	24.5	26.4	9.4	1.9	5.7	28.3	3.8	9.4	22.6
	不動産業 (N=201)	19.9	25.4	12.4	12.9	11.9	15.9	15.9	11.4	22.4	12.4
	運輸業 (N=51)	58.8	27.5	15.7	17.6	17.6	11.8	11.8	31.4	17.6	15.7
	情報通信業 (N=121)	61.2	25.6	22.3	24.0	4.1	8.3	17.4	5.8	16.5	16.5
	医療・福祉 (N=275)	42.5	17.8	16.7	21.5	17.1	30.2	9.5	26.5	10.5	13.1
	飲食業 (N=65)	56.9	35.4	32.3	10.8	70.8	53.8	7.7	27.7	18.5	15.4
	宿泊サービス業 (N=12)	54.5	36.4	27.3	9.1	45.5	54.5	27.3	36.4	27.3	9.1
	サービス業（飲食・宿泊以外） (N=307)	40.9	34.4	22.0	24.7	12.7	23.4	15.1	15.8	18.2	13.7
その他 (N=269)	28.0	33.1	16.9	22.8	11.4	15.4	14.2	14.6	15.7	14.6	
規模別	大企業 (N=97)	63.9	21.6	26.8	25.8	26.8	32.0	32.0	23.7	11.3	5.2
	中小企業 (N=2297)	36.6	32.9	26.8	24.2	24.0	21.4	16.9	16.2	16.4	16.1
	うち小規模企業 (N=1415)	29.1	36.4	24.6	23.8	21.1	16.4	13.7	13.9	19.0	16.9
		新たな技術やノウハウの情報不足	新製品・サービス企画・開発の減少	規制が厳しい	敷地面積が狭い	在庫過剰	設備の過剰	海外企業との競合激化	その他	特に課題はない	
全業種 (N=2491)		9.0	7.7	7.7	3.8	1.9	0.6	0.5	6.0	5.1	
業種別	農林水産業 (N=14)	28.6	7.1	7.1	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	鉱業 (N=2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	
	建設業 (N=308)	9.4	5.2	4.9	2.9	0.0	0.3	0.3	3.9	2.9	
	食料品製造業 (N=69)	10.1	15.9	11.6	17.4	5.8	1.4	0.0	2.9	1.4	
	印刷業 (N=47)	10.6	8.5	2.1	8.5	0.0	0.0	0.0	8.5	0.0	
	製造業（食料品、印刷以外） (N=111)	12.6	13.5	5.4	7.2	3.6	0.0	1.8	2.7	5.4	
	卸売業 (N=296)	7.8	12.8	4.7	2.4	4.7	0.3	1.7	4.4	2.7	
	小売業 (N=269)	5.6	8.6	4.5	4.1	5.2	0.4	0.0	4.5	2.2	
	金融・保険業 (N=53)	3.8	3.8	30.2	1.9	1.9	0.0	0.0	11.3	5.7	
	不動産業 (N=201)	12.4	2.0	4.5	0.5	0.0	0.5	0.0	5.0	13.9	
	運輸業 (N=51)	2.0	0.0	27.5	3.9	0.0	2.0	0.0	3.9	3.9	
	情報通信業 (N=121)	19.8	19.0	1.7	0.0	0.0	0.0	1.7	1.7	5.0	
	医療・福祉 (N=275)	6.2	1.5	16.7	5.8	0.7	2.2	0.0	10.2	6.2	
	飲食業 (N=65)	4.6	4.6	7.7	4.6	1.5	0.0	0.0	4.6	1.5	
	宿泊サービス業 (N=12)	9.0	8.3	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	サービス業（飲食・宿泊以外） (N=307)	10.1	9.4	7.5	3.3	0.7	0.7	0.3	6.2	5.9	
その他 (N=269)	7.8	5.6	6.7	3.7	2.2	0.7	0.7	11.9	7.1		
規模別	大企業 (N=97)	7.2	4.1	10.3	0.0	4.1	0.0	0.0	7.2	2.1	
	中小企業 (N=2297)	9.2	7.9	7.5	4.0	1.9	0.7	0.6	5.9	5.2	
	うち小規模企業 (N=1415)	8.8	7.3	7.7	2.7	1.1	0.8	0.8	5.6	6.5	

(注) 網掛けは各業種・規模の上位3項目。

問3-1. 売上が大きい国内市場の地域はどこですか。(複数回答)

売上が大きい国内市場の地域(上位3地域、複数回答)は「札幌市内」(90.6%)、及び「札幌市以外の道内」(58.9%)が多い。業種別、企業規模別にみても、同様の傾向がみられる。

図表 1-4 売上が大きい国内市場の地域(上位3地域)(単位:%、N=2146)



(単位:%)

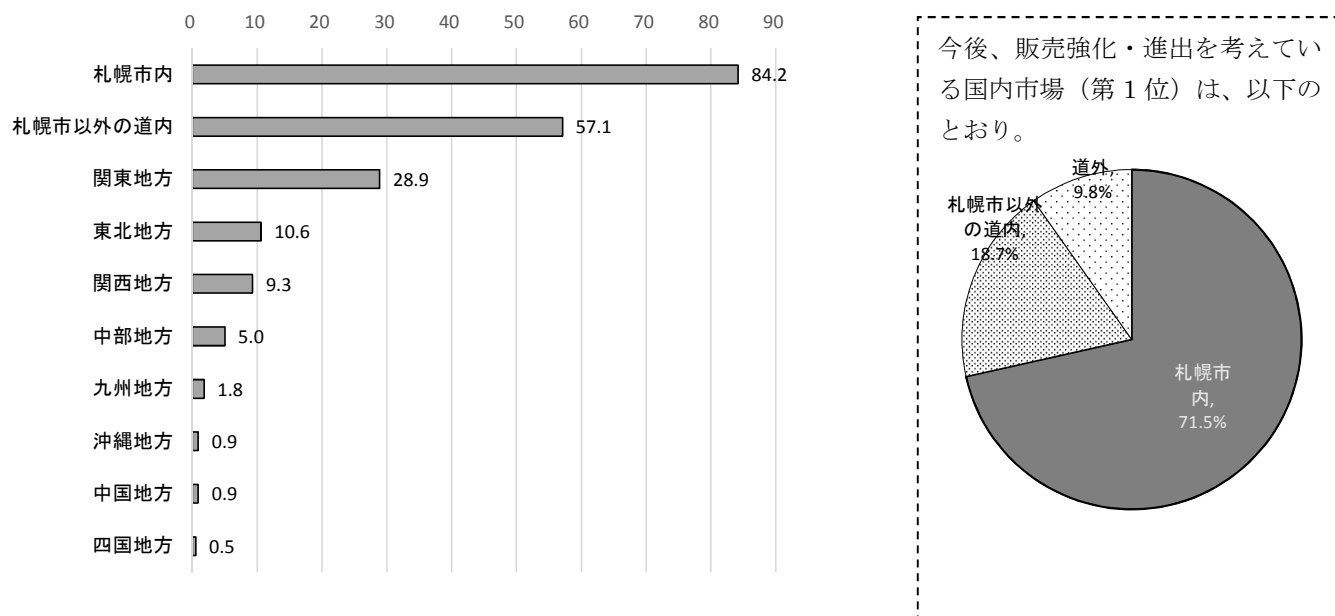
		札幌市内	札幌市以外の道内	関東地方	東北地方	関西地方	中部地方	九州地方	中国地方	四国地方	沖縄地方
全業種 (N=2146)		90.6	58.9	22.2	7.4	5.1	2.4	1.7	0.7	0.4	0.2
業種別	農林水産業(N=14)	85.7	71.4	35.7	7.1	0.0	7.1	7.1	0.0	0.0	0.0
	鉱業(N=2)	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	建設業(N=280)	90.7	76.8	13.9	12.9	0.7	1.8	0.7	0.4	0.0	0.0
	食品製造業(N=63)	85.7	57.1	55.6	4.8	20.6	6.3	4.8	4.8	0.0	0.0
	印刷業(N=44)	95.5	68.2	34.1	4.5	2.3	2.3	0.0	2.3	0.0	0.0
	製造業(食品、印刷以外)(N=101)	81.2	69.3	35.6	18.8	14.9	5.0	0.0	1.0	1.0	1.0
	卸売業(N=254)	84.6	79.9	28.7	13.8	7.1	3.1	2.8	0.8	0.8	0.0
	小売業(N=230)	91.3	56.5	13.9	6.5	5.2	2.2	3.9	0.4	0.4	0.0
	金融・保険業(N=45)	100.0	68.9	6.7	2.2	0.0	2.2	0.0	0.0	2.2	0.0
	不動産業(N=177)	95.5	44.6	13.0	1.7	2.3	0.0	0.6	0.0	0.0	0.0
	運輸業(N=44)	88.6	65.9	22.7	2.3	4.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	情報通信業(N=113)	89.4	43.4	65.5	8.8	13.3	5.3	4.4	1.8	0.9	0.0
	医療・福祉(N=214)	97.7	41.1	3.7	0.9	0.5	0.9	0.5	0.0	0.5	0.5
	飲食業(N=49)	95.9	42.9	24.5	2.0	4.1	2.0	2.0	0.0	0.0	2.0
	宿泊サービス業(N=9)	66.7	44.4	33.3	11.1	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
サービス業(飲食・宿泊以外)(N=267)	92.1	53.2	20.6	3.7	4.1	1.5	0.4	0.7	0.4	0.4	
その他(N=217)	88.5	53.9	23.0	6.9	5.1	3.2	2.3	1.4	0.0	0.0	
規模別	大企業(N=91)	93.4	74.7	19.8	7.7	3.3	1.1	0.0	0.0	0.0	1.1
	中小企業(N=1980)	90.5	58.4	22.1	7.4	5.3	2.5	1.8	0.8	0.4	0.2
	うち小規模企業(N=1214)	90.9	54.6	19.4	6.7	4.0	2.4	1.7	0.9	0.3	0.1

(注) 網掛けは各業種・規模の上位3項目。

問3-2. 今後、販売強化・進出を考えている国内市場の地域はどこですか。(複数回答)

今後販売強化・進出を考えている国内市場の地域(上位3地域、複数回答)も、「札幌市内」(84.2%)、及び「札幌市以外の道内」(57.1%)が多い。業種別、企業規模別にみても、概ね同様の傾向がみられるが、食料品製造業、及び、情報通信業では「関東地方」が比較的多い。

図表 1-5 今後販売強化・進出を考えている国内市場の地域(上位3地域)(単位: %、N=1100)



(単位: %)

		札幌市内	札幌市以外の道内	関東地方	東北地方	関西地方	中部地方	九州地方	沖縄地方	中国地方	四国地方
全業種 (N=1100)		84.2	57.1	28.9	10.6	9.3	5.0	1.8	0.9	0.9	0.5
業種別	農林水産業 (N=9)	88.9	66.7	44.4	11.1	11.1	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0
	鉱業 (N=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	建設業 (N=157)	93.0	71.3	19.7	18.5	1.9	3.2	0.6	0.6	0.0	0.0
	食料品製造業 (N=38)	76.3	47.4	65.8	7.9	31.6	13.2	5.3	0.0	5.3	2.6
	印刷業 (N=22)	72.7	63.6	40.9	9.1	4.5	0.0	4.5	0.0	0.0	0.0
	製造業(食料品、印刷以外) (N=52)	71.2	63.5	36.5	21.2	21.2	7.7	0.0	0.0	3.8	1.9
	卸売業 (N=148)	75.7	65.5	39.9	14.9	14.9	7.4	4.1	0.0	1.4	0.7
	小売業 (N=100)	84.0	61.0	18.0	11.0	5.0	3.0	4.0	2.0	1.0	0.0
	金融・保険業 (N=18)	100.0	72.2	15.7	0.0	0.0	5.6	0.0	0.0	0.0	0.0
	不動産業 (N=87)	100.0	42.5	10.3	6.9	1.1	0.0	0.0	1.1	0.0	0.0
	運輸業 (N=25)	84.0	64.0	32.0	4.0	8.0	4.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	情報通信業 (N=69)	81.2	43.5	63.8	10.1	23.2	8.7	2.9	0.0	1.4	1.4
	医療・福祉 (N=83)	95.2	33.7	7.2	0.0	4.8	1.2	0.0	2.4	1.2	0.0
	飲食業 (N=25)	88.0	48.0	40.0	0.0	8.0	4.0	4.0	4.0	0.0	0.0
	宿泊サービス業 (N=5)	60.0	60.0	40.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	サービス業(飲食・宿泊以外) (N=150)	80.0	56.0	25.3	8.0	8.7	4.7	0.0	0.0	0.0	0.0
その他 (N=105)	77.1	58.1	27.6	8.6	6.7	7.6	1.9	2.9	1.0	1.0	
規模別	大企業 (N=45)	86.7	68.9	28.9	11.1	13.3	4.4	0.0	2.2	2.2	0.0
	中小企業 (N=1026)	84.2	56.5	28.7	10.5	9.2	5.1	1.9	0.8	0.9	0.5
	うち小規模企業 (N=592)	85.3	55.4	24.2	8.6	8.1	4.6	2.0	1.2	1.4	0.5

(注) 網掛けは各業種・規模の上位3項目。



#### 問4. 『道外』を対象としたビジネスを行う上での課題は何ですか。(3つまで複数回答)

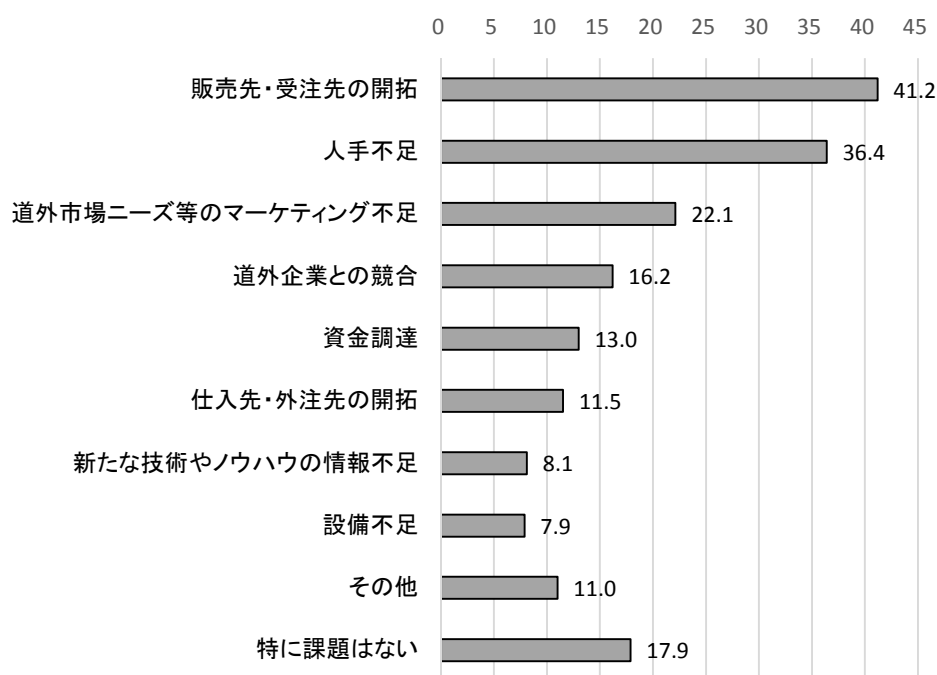
道外を対象としたビジネスを行う上での課題は「販売先・受注先の開拓」(41.2%)が最も多く、次いで「人手不足」(36.4%)、「道外市場等ニーズ等のマーケティング不足」(22.1%)の順となっている。

業種別にみると、「販売先・受注先の開拓」が特に多いのは、印刷業(66.7%)、卸売業(64.1%)、食料品製造業(58.7%)、情報通信業(50.9%)、建設業(50.4%)などである。また、「人手不足」が特に多いのは、飲食業(60.0%)、建設業(51.2%)、情報通信業(50.0%)、運輸業(48.8%)などである。

企業規模別にみると、大企業では「人手不足」(39.7%)が最も多く、次いで「販売先・受注先の開拓」(26.9%)、「道外企業との競合」(26.9%)の順となっているのに対し、中小企業では「販売先・受注先の開拓」(42.0%)が最も多く、次いで「人手不足」(36.2%)、「道外市場等ニーズ等のマーケティング不足」(21.9%)の順となっている。小規模企業でも、中小企業と同様の傾向がみられる。

以上の結果からは、道外でビジネスを継続的に展開していくためには、安定的な販売先・受注先の開拓や確保が欠かせないが、そのために必要な人材が不足であると感じている企業が多いことが推察される。

図表 1-6 道外を対象としたビジネスを行う上での課題 (単位：%、N=1919)



図表 1-7 道外を対象としたビジネスを行う上での課題（業種別、企業規模別）

(単位：%)

		販売先・受注先の開拓	人手不足	道外市場ニーズ等のマーケティング不足	道外企業との競合	資金調達	仕入先・外注先の開拓	新たな技術やノウハウの情報不足	設備不足	その他	特に課題はない
全業種 (N=1919)		41.2	36.4	22.1	16.2	13.0	11.5	8.1	7.9	11.0	17.9
業種別	農林水産業 (N=10)	40.0	20.0	10.0	20.0	10.0	0.0	0.0	10.0	30.0	30.0
	鉱業 (N=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	建設業 (N=260)	50.4	51.2	17.3	9.6	7.7	24.2	6.5	10.8	8.1	15.0
	食料品製造業 (N=63)	58.7	22.2	14.3	22.2	12.7	1.6	9.5	12.7	11.1	15.9
	印刷業 (N=45)	66.7	31.1	37.8	26.7	11.1	20.0	8.9	15.6	11.1	4.4
	製造業（食料品、印刷以外） (N=102)	47.1	29.4	29.4	20.6	7.8	8.8	15.7	5.9	7.8	14.7
	卸売業 (N=251)	64.1	25.9	25.1	21.5	15.1	15.1	6.0	6.4	10.4	10.0
	小売業 (N=178)	40.4	39.3	27.5	18.5	16.9	8.4	4.5	5.6	10.7	15.7
	金融・保険業 (N=43)	41.9	30.2	18.6	25.6	16.3	2.3	2.3	4.7	9.3	23.3
	不動産業 (N=157)	21.0	33.8	29.9	13.4	13.4	14.6	10.2	3.8	7.6	26.8
	運輸業 (N=41)	39.0	48.8	19.5	9.8	7.3	17.1	7.3	26.8	9.8	17.1
	情報通信業 (N=114)	50.9	50.0	19.3	14.9	14.0	7.0	11.4	4.4	7.0	12.3
	医療・福祉 (N=162)	12.3	29.6	18.5	6.2	14.8	3.7	5.6	9.9	16.0	35.8
	飲食業 (N=40)	17.5	60.0	15.0	5.0	17.5	17.5	12.5	2.5	17.5	15.0
	宿泊サービス業 (N=7)	14.3	0.0	28.6	14.3	28.6	0.0	0.0	14.3	14.3	42.9
	サービス業（飲食・宿泊以外） (N=222)	36.0	38.3	23.0	20.3	15.3	6.3	9.5	8.6	9.5	18.9
その他 (N=211)	33.6	31.8	16.6	17.1	10.9	8.5	8.5	6.2	17.1	18.0	
規模別	大企業 (N=78)	26.9	39.7	23.1	26.9	3.8	7.7	6.4	2.6	17.9	19.2
	中小企業 (N=1774)	42.0	36.2	21.9	15.4	13.1	11.8	8.0	8.0	10.7	18.1
	うち小規模企業 (N=1088)	39.1	33.7	20.8	12.6	15.0	11.7	8.1	8.5	11.0	20.0

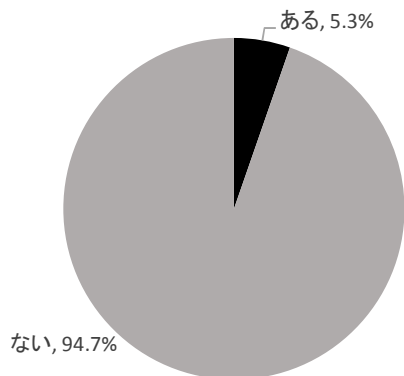
(注) 網掛けは各業種・規模の上位3項目。

問5. 海外取引を行っていますか。売上が大きい『海外』市場の地域はどこですか。(複数回答)

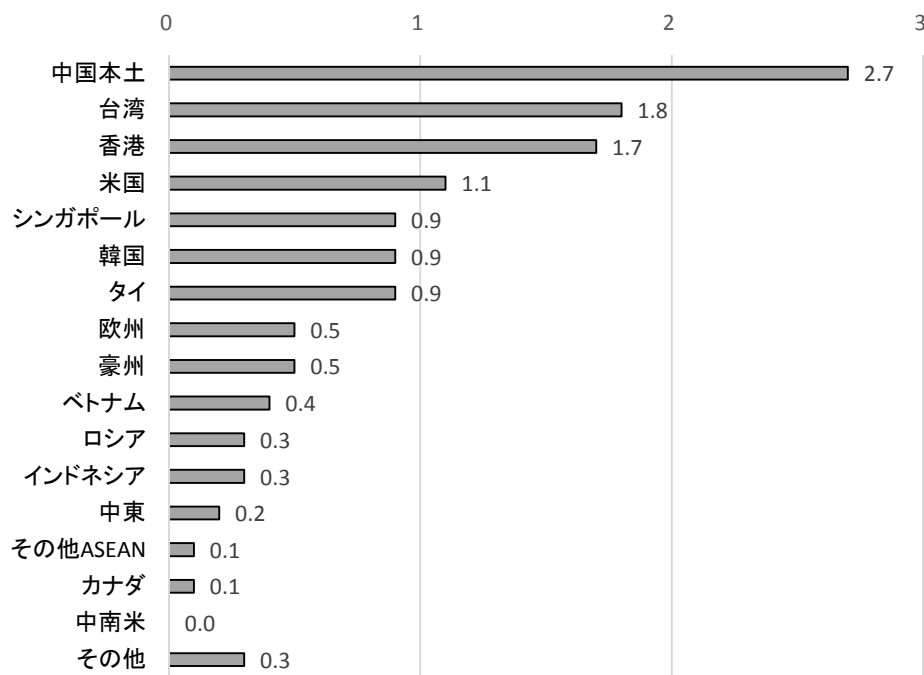
売上が大きい海外市場の地域(上位3地域、複数回答)については、「海外取引はない」が94.7%であり、海外取引があるのは5.3%であった。

海外取引がある中で最も回答が多かったのは「中国本土」(2.7%)であり、次いで「台湾」(1.8%)、「香港」(1.7%)であった。業種別、企業規模別でも、同様の傾向がみられる。

図表 1-8 海外取引の有無(単位: %、N=1496)



図表 1-9 売上が大きい海外市場の地域(上位3地域)(単位: %、N=1496)



図表 1-10 売上が大きい海外市場の地域（上位3地域、業種別、企業規模別）

(単位：%)

		中国本土	台湾	香港	米国	シンガポール	韓国	タイ	欧州	豪州
全業種 (N=1496)		2.7	1.8	1.7	1.1	0.9	0.9	0.9	0.5	0.5
業種別	農林水産業 (N=9)	0.0	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	鉱業 (N=2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	建設業 (N=197)	1.5	0.0	0.0	1.0	0.5	0.5	0.5	0.0	0.5
	食料品製造業 (N=42)	14.3	2.4	7.1	2.4	4.8	9.5	0.0	0.0	2.4
	印刷業 (N=35)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	製造業（食料品、印刷以外） (N=78)	9.0	2.6	2.6	1.3	0.0	2.6	2.6	1.3	1.3
	卸売業 (N=174)	1.7	2.9	2.9	1.1	1.1	0.6	0.0	0.6	0.0
	小売業 (N=142)	3.5	3.5	1.4	2.8	0.7	1.4	0.0	1.4	0.7
	金融・保険業 (N=33)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	不動産業 (N=122)	1.6	0.8	2.5	0.0	0.8	0.0	0.0	0.0	0.8
	運輸業 (N=34)	2.9	0.0	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.9
	情報通信業 (N=92)	2.2	2.2	1.1	1.1	2.2	0.0	2.2	0.0	0.0
	医療・福祉 (N=144)	0.7	0.0	0.0	0.0	0.7	0.0	0.7	0.0	0.0
	飲食業 (N=32)	6.3	3.1	9.4	3.1	3.1	3.1	6.3	0.0	0.0
	宿泊サービス業 (N=7)	28.6	28.6	0.0	0.0	14.3	14.3	0.0	0.0	0.0
	サービス業（飲食・宿泊以外） (N=187)	1.1	0.5	0.5	1.1	0.0	0.0	1.1	1.1	0.5
	その他 (N=155)	3.2	3.9	1.9	1.3	1.3	1.3	2.6	0.0	0.7
規模別	大企業 (N=70)	2.9	4.3	5.7	1.4	0.0	1.4	1.4	0.0	0.0
	中小企業 (N=1375)	2.6	1.7	1.5	0.9	0.9	0.9	0.9	0.4	0.4
	うち小規模企業 (N=838)	2.4	1.1	1.4	0.7	1.0	0.6	0.7	0.1	0.4
		ベトナム	ロシア	インドネシア	中東	その他ASEAN	カナダ	中南米	その他	海外取引はない
全業種 (N=1496)		0.4	0.3	0.3	0.2	0.1	0.1	0.0	0.3	94.7
業種別	農林水産業 (N=9)	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	88.9
	鉱業 (N=2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	建設業 (N=197)	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	97.5
	食料品製造業 (N=42)	0.0	0.0	0.0	2.4	0.0	0.0	0.0	0.0	76.2
	印刷業 (N=35)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	製造業（食料品、印刷以外） (N=78)	3.8	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	88.5
	卸売業 (N=174)	0.6	1.1	0.6	0.6	0.0	0.0	0.0	0.6	94.3
	小売業 (N=142)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.7	0.0	0.0	0.7	94.4
	金融・保険業 (N=33)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	不動産業 (N=122)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0	97.5
	運輸業 (N=34)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	97.1
	情報通信業 (N=92)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.1	92.4
	医療・福祉 (N=144)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	99.3
	飲食業 (N=32)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	84.4
	宿泊サービス業 (N=7)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	71.4
	サービス業（飲食・宿泊以外） (N=187)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5	0.0	0.0	0.5	96.8
	その他 (N=155)	0.6	1.3	1.9	0.6	0.0	0.6	0.0	0.0	89.0
規模別	大企業 (N=70)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	92.9
	中小企業 (N=1375)	0.4	0.4	0.3	0.2	0.1	0.1	0.0	0.2	94.9
	うち小規模企業 (N=838)	0.6	0.5	0.4	0.1	0.0	0.2	0.0	0.2	96.1

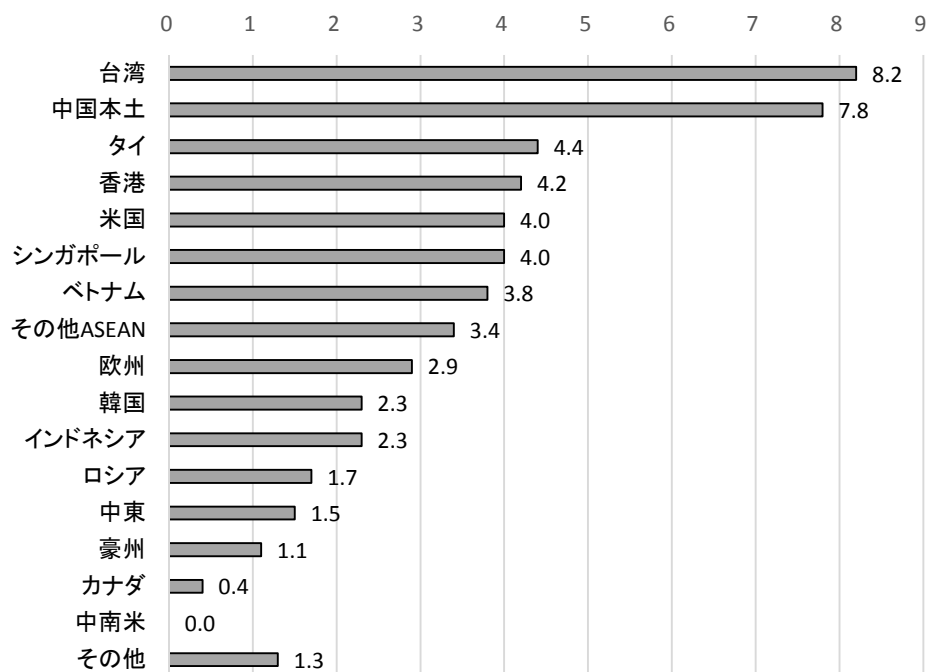
(注) 網掛けは各業種・規模の上位3項目。

問5-2. 今後販売強化・進出を考えている『海外』市場の地域はどこですか。(複数回答)

今後販売強化・進出を考えている海外市場の地域(上位3地域、複数回答)は「台湾」(8.2%)、「中国本土」(7.8%)、「タイ」(4.4%)、「香港」(4.2%)の順となった。業種別、企業規模別でも、概ね同様の傾向がみられる。

ただし、本問については、2,527社のうち81.2%が無回答であり、これらの企業は海外市場への販売強化・進出についての意向がないものと推察される。

図表 1-11 今後販売強化・進出を考えている海外市場の地域(上位3地域)(単位: %、N=475)



図表 1-12 今後販売強化・進出を考えている海外市場の地域（上位3地域、業種別、企業規模別）

(単位：%)

		台湾	中国本土	タイ	香港	米国	シンガポール	ベトナム	その他ASEAN	欧州
全業種 (N=475)		8.2	7.8	4.4	4.2	4.0	4.0	3.8	3.4	2.9
業種別	農林水産業 (N=5)	20.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	鉱業 (N=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	建設業 (N=58)	5.2	3.4	1.7	0.0	1.7	0.0	1.7	0.0	0.0
	食料品製造業 (N=18)	22.2	16.7	11.1	27.8	5.6	11.1	11.1	5.6	5.6
	印刷業 (N=8)	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	12.5	0.0
	製造業（食料品、印刷以外） (N=24)	16.7	16.7	8.3	4.2	4.2	0.0	4.2	8.3	4.2
	卸売業 (N=65)	7.7	12.3	4.6	3.1	1.5	3.1	4.6	1.5	3.1
	小売業 (N=37)	13.5	10.8	5.4	8.4	5.4	10.8	5.4	8.1	2.7
	金融・保険業 (N=9)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	不動産業 (N=42)	7.1	7.1	0.0	2.4	2.4	0.0	2.4	0.0	0.0
	運輸業 (N=7)	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0
	情報通信業 (N=36)	11.1	13.9	8.3	2.8	8.3	11.1	2.8	5.6	5.6
	医療・福祉 (N=36)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	飲食業 (N=13)	23.1	15.4	15.4	15.4	7.7	7.7	15.4	0.0	7.7
	宿泊サービス業 (N=1)	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	サービス業（飲食・宿泊以外） (N=71)	5.6	4.2	5.6	4.2	5.6	2.8	4.2	5.6	2.8
その他 (N=41)	4.9	0.0	4.9	2.4	9.8	7.3	2.4	4.9	7.3	
規模別	大企業 (N=16)	6.3	6.3	12.5	0.0	0.0	6.3	0.0	6.3	0.0
	中小企業 (N=439)	8.2	8.0	4.1	4.1	3.9	3.9	3.9	3.0	2.7
	うち小規模企業 (N=239)	6.7	7.1	3.3	3.8	4.2	3.3	3.3	3.3	2.9
		韓国	インドネシア	ロシア	中東	豪州	カナダ	中南米	その他	
全業種 (N=475)		2.3	2.3	1.7	1.5	1.1	0.4	0.0	1.3	
業種別	農林水産業 (N=5)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	鉱業 (N=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	建設業 (N=58)	0.0	1.7	0.0	0.0	1.7	0.0	0.0	0.0	
	食料品製造業 (N=18)	5.6	5.6	0.0	5.6	5.6	0.0	0.0	0.0	
	印刷業 (N=8)	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	製造業（食料品、印刷以外） (N=24)	4.2	8.3	8.3	4.2	0.0	4.2	0.0	0.0	
	卸売業 (N=65)	3.1	3.1	6.2	6.2	0.0	0.0	0.0	1.5	
	小売業 (N=37)	2.7	2.7	2.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	金融・保険業 (N=9)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	不動産業 (N=42)	0.0	2.4	0.0	0.0	2.4	0.0	0.0	4.8	
	運輸業 (N=7)	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	
	情報通信業 (N=36)	5.6	2.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.8	
	医療・福祉 (N=36)	0.0	0.0	2.8	0.0	0.0	0.0	0.0	2.8	
	飲食業 (N=13)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0	
	宿泊サービス業 (N=1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	サービス業（飲食・宿泊以外） (N=71)	2.8	0.0	0.0	0.0	1.4	0.0	0.0	1.4	
その他 (N=41)	2.4	2.4	0.0	2.4	0.0	0.0	0.0	0.0		
規模別	大企業 (N=16)	0.0	6.3	0.0	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	
	中小企業 (N=439)	2.5	2.3	1.8	1.4	1.1	0.5	0.0	1.1	
	うち小規模企業 (N=239)	2.1	3.3	1.7	1.7	1.3	0.4	0.0	2.1	

(注) 網掛けは各業種・規模の上位3項目。

問6. 『海外』を市場としたビジネスを行う上での課題は何ですか。(3つまで複数回答)

海外を市場としたビジネスを行う上での課題は「有力な海外パートナーが不足」(25.1%)が最も多く、次いで「グローバル人材・語学力が不足」(23.9%)、「海外市場ニーズ等のマーケティング不足」(16.3%)の順となっている。また、「業種的に海外展開に馴染まない」(40.7%)も多い。

業種別にみると、「有力な海外パートナーが不足」が特に多いのは、食料品製造業(46.5%)、農林水産業(42.9%)、飲食業(40.9%)、情報通信業(40.0%)、卸売業(35.8%)などである。また、「グローバル人材・語学力が不足」が特に多いのは、情報通信業(46.3%)、飲食業(36.4%)、食料品製造業(34.9%)などである。このほか、食料品製造業では「手続き・書類等が煩雑」(34.9%)、情報通信業では「海外の法制度などの知識不足」(32.5%)がいずれも30%を上回っているのが目立つ。

企業規模別にみると、大企業では「グローバル人材・語学力が不足」(32.1%)が最も多く、次いで「海外の法制度などの知識不足」(24.5%)となっているのに対し、中小企業では「有力な海外パートナーが不足」(25.5%)が最も多く、次いで「グローバル人材・語学力が不足」(23.5%)、「海外市場ニーズ等のマーケティング不足」(16.1%)の順となっている。小規模企業でも、中小企業と同様の傾向がみられる。

図表 1-13 海外を市場としたビジネスを行う上での課題 (単位：%、N=1193)



図表 1-14 海外を市場としたビジネスを行う上での課題（業種別、企業規模別）

(単位：%)

		有力な海外パートナーが不足	グローバル人材・語学力が不足	海外市場マーケティング不足	海外の法律制度などの知識不足	手続き・書類等が煩雑	海外との代金決済が煩雑・不安	物流に関するコスト・技術・時間	海外での商品や店舗等の知名度不足	その他	特に課題はない	業種的に海外展開に馴染まない
全業種 (N=1193)		25.1	23.9	16.3	15.9	14.0	10.8	8.0	3.6	5.2	12.3	40.7
業種別	農林水産業 (N=7)	42.9	14.3	0.0	28.6	14.3	28.6	28.6	0.0	0.0	14.3	28.6
	鉱業 (N=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	建設業 (N=143)	22.4	14.0	16.8	14.7	9.1	8.4	4.2	2.9	7.0	14.7	47.6
	食料品製造業 (N=43)	46.5	34.9	23.3	11.6	34.9	25.6	27.9	9.3	4.7	2.3	11.6
	印刷業 (N=27)	11.1	14.8	18.5	25.9	22.2	11.1	14.8	7.4	3.7	3.7	44.4
	製造業（食料品、印刷以外） (N=58)	24.1	22.4	19.0	12.1	19.0	19.0	12.1	5.2	0.0	13.8	43.1
	卸売業 (N=148)	35.8	26.4	18.2	19.6	20.3	20.9	20.9	4.7	4.7	10.8	29.1
	小売業 (N=115)	22.6	27.0	13.9	18.3	14.8	15.7	9.6	5.2	7.0	7.0	40.9
	金融・保険業 (N=22)	13.6	13.6	9.1	9.1	4.5	9.1	0.0	4.5	0.0	4.5	77.3
	不動産業 (N=103)	21.4	23.3	18.4	12.6	10.7	7.8	0.0	1.0	5.8	22.3	43.7
	運輸業 (N=21)	9.5	4.8	9.5	4.8	4.8	9.5	4.8	0.0	19.0	4.8	57.1
	情報通信業 (N=80)	40.0	46.3	27.5	32.5	15.0	7.5	5.0	5.0	5.0	5.0	21.3
	医療・福祉 (N=113)	7.1	11.5	5.3	8.0	8.8	0.0	0.0	1.8	5.3	16.8	61.9
	飲食業 (N=22)	40.9	36.4	13.6	27.3	18.2	4.5	13.6	0.0	4.5	22.7	13.6
	宿泊サービス業 (N=4)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0
	サービス業（飲食・宿泊以外） (N=147)	29.9	29.9	17.0	15.0	15.0	8.8	4.8	2.0	2.7	9.5	41.5
その他 (N=130)	20.8	22.3	14.6	12.3	9.2	6.2	5.4	4.6	6.2	16.2	40.8	
規模別	大企業 (N=53)	17.0	32.1	11.3	24.5	17.0	9.4	5.7	3.8	13.2	9.4	30.2
	中小企業 (N=1097)	25.5	23.5	16.1	15.2	13.7	10.8	8.1	3.6	4.6	12.7	41.4
	うち小規模企業 (N=677)	23.8	23.2	15.4	14.8	13.1	11.4	6.9	3.2	4.7	13.4	43.4

(注) 網掛けは各業種・規模の上位3項目。



## 2. 今後の事業展開に係る基本的な方向性

問7. 現在取り組んでいる事業分野について、市場規模の将来展望をどのようにお考えですか。

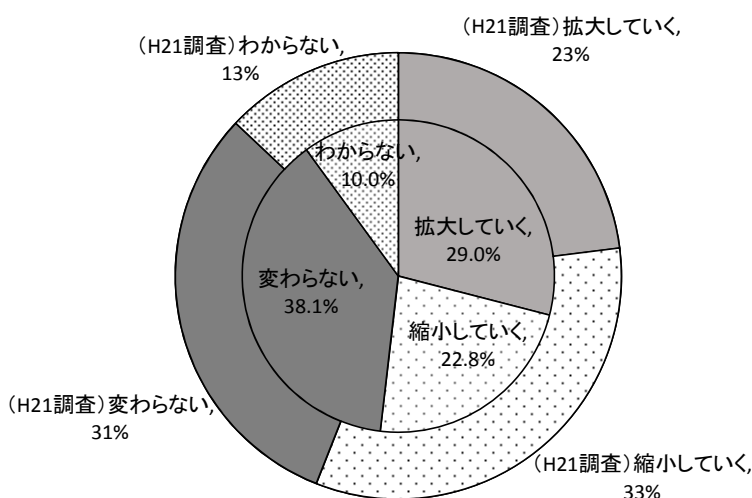
現在取り組んでいる事業分野についての市場規模の将来展望は「変わらない」(38.1%)が最も多く、次いで「拡大していく」(29.0%)、「縮小していく」(22.8%)の順となっている。

業種別にみると、「拡大していく」が特に多いのは、農林水産業(57.1%)、情報通信業(49.2%)、食料品製造業(40.6%)、金融・保険業(36.7%)などである。一方、「縮小していく」が特に多いのは、印刷業(40.5%)、卸売業(32.7%)などである。

企業規模別には、各規模とも「拡大していく」が「縮小していく」を上回り、概ね全体と同様の傾向である。

なお、平成21年度に実施した調査結果と比較すると、「拡大していく」と答える企業の割合は23%から29.0%に増加した一方、「縮小していく」と答える企業の割合は33%から22.8%に減少した。

図表 2-1 現在取り組んでいる事業分野についての市場規模の将来展望 (単位：%、N=2353)



(注) 今回の調査 (H27 年度実施) の結果は、内側の円グラフに表示。比較のため、前回の調査 (H21 年度実施) の結果を、外側の円グラフに表示した。

(単位：%)

		拡大していく	縮小していく	変わらない	わからない
全業種 (N=2353)		29.0	23.0	38.1	10.0
業種別	農林水産業 (N=14)	57.1	0.0	35.7	7.1
	鉱業 (N=2)	0.0	0.0	50.0	50.0
	建設業 (N=293)	27.0	17.7	45.4	9.9
	食料品製造業 (N=64)	40.6	14.1	34.4	10.9
	印刷業 (N=42)	28.6	40.5	23.8	7.1
	製造業 (食料品、印刷以外) (N=105)	27.6	22.9	39.0	10.5
	卸売業 (N=272)	28.3	32.0	32.7	7.0
	小売業 (N=251)	21.5	26.7	41.4	10.4
	金融・保険業 (N=49)	36.7	28.6	32.7	2.0
	不動産業 (N=193)	27.5	22.8	40.9	8.8
	運輸業 (N=51)	19.6	15.7	49.0	15.7
	情報通信業 (N=120)	49.2	12.5	30.0	8.3
	医療・福祉 (N=265)	27.2	17.7	42.6	12.5
	飲食業 (N=59)	33.9	15.3	39.0	11.9
	宿泊サービス業 (N=12)	0.0	33.3	58.3	8.3
	サービス業 (飲食・宿泊以外) (N=289)	31.5	24.9	34.6	9.0
	その他 (N=249)	28.5	23.3	35.3	12.9
規模別	大企業 (N=91)	30.8	29.7	27.5	12.1
	中小企業 (N=2172)	29.1	22.5	38.7	9.8
	うち小規模企業 (N=1343)	26.1	22.6	40.0	11.3

(注) 網掛けは各業種・規模の最上位項目。

問8. 問7を踏まえて、どのような対応を検討していますか。(3つまで複数回答)

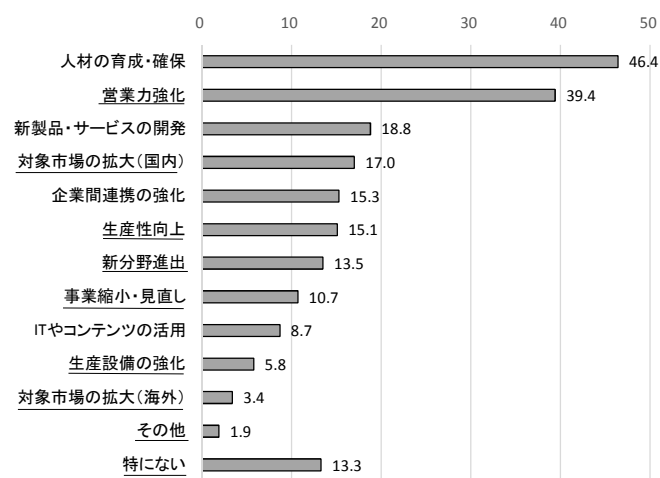
現在取り組んでいる事業分野の市場規模についての将来展望を踏まえ、検討している対応策は、「人材の育成・確保」(46.4%)、「営業力の強化」(39.4%)の2項目が特に多い。

業種別にみると、「人材の育成・確保」が特に多いのは、建設業(62.8%)、金融・保険業(60.4%)、飲食業(60.4%)、情報通信業(51.3%)、医療・福祉(54.9%)などである。また、「営業力強化」が特に多いのは、金融・保険業(70.8%)、卸売業(50.4%)、印刷業(53.5%)などである。

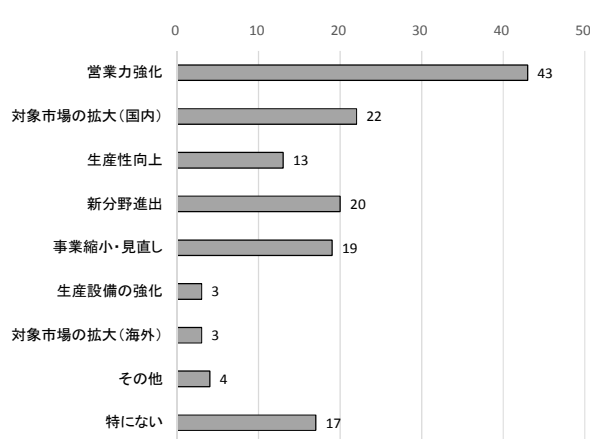
その他の項目では、「新製品・サービスの開発」が食料品製造業(51.6%)及び情報通信業(39.5%)において、また、「生産性向上」が農林水産業(64.3%)、食料品・印刷以外の製造業(43.7%)において、それぞれ多いのが目立つ。

企業規模別にみると、いずれの規模でも「人材の育成・確保」が最も多く、次いで「営業力強化」の順となっているが、大企業では「人材の育成・確保」(67.4%)が特に多いのが目立つ。

図表 2-2 市場規模の将来展望への対応  
(単位：%、N=2312)



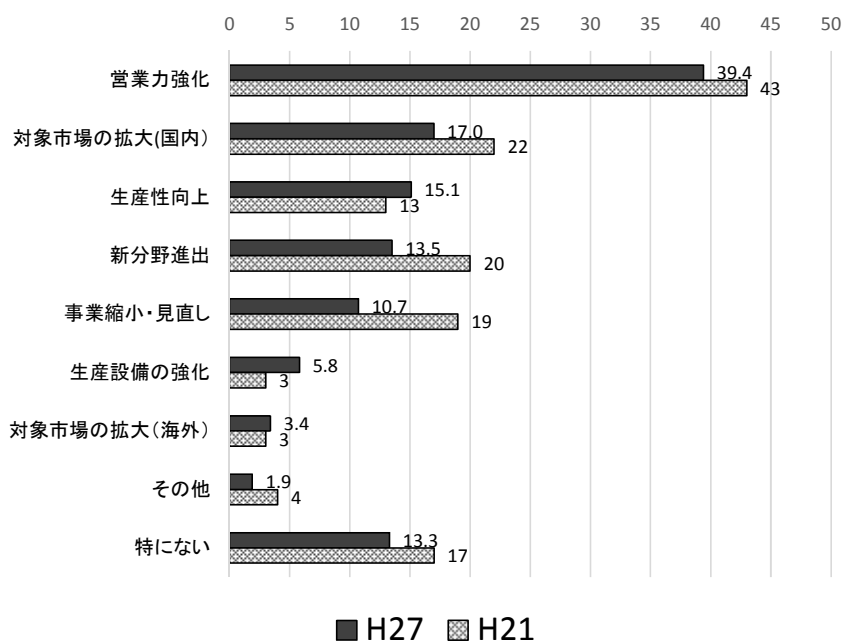
図表 2-3 (参考) [平成 21 年度調査]  
(単位：%、N=2224)



※下線は平成 21 年度調査と比較可能な選択肢。

平成 21 年度に実施した調査でも同様の質問を行っているが、選択肢が今回調査とは異なるため、参考資料として以下に示す。

図表 2-4 (参考) 平成 27 年度と 21 年度の比較 (単位：%)



図表 2-5 市場規模の将来展望への対応（業種別、企業規模別）

(単位：%)

		人材の 育成・確保	営業力 強化	新製品・ サービスの 開発	対象市場の 拡大(国内)	企業間連携 の強化	生産性向上	新分野進出
全業種 (N=2312)		46.4	39.4	18.8	17.0	15.3	15.1	13.5
業 種 別	農林水産業(N=14)	50.0	7.1	7.1	21.4	21.4	64.3	35.7
	鉱業(N=2)	100.0	0.0	50.0	0.0	100.0	0.0	50.0
	建設業(N=290)	62.8	43.8	9.3	15.5	20.7	15.5	11.0
	食料品製造業(N=62)	32.3	37.1	51.6	25.8	6.5	35.5	9.7
	印刷業(N=43)	27.9	53.5	23.3	23.3	9.3	34.9	16.3
	製造業(食料品、印刷以外)(N=103)	39.8	42.7	30.1	18.4	7.8	43.7	9.7
	卸売業(N=270)	35.2	50.4	28.9	24.4	20.0	13.3	15.2
	小売業(N=247)	41.7	45.7	20.6	15.4	9.7	10.1	16.6
	金融・保険業(N=48)	60.4	70.8	10.4	6.3	16.7	4.2	14.6
	不動産業(N=195)	34.4	41.0	8.2	15.4	16.9	5.6	17.9
	運輸業(N=50)	46.0	34.0	6.0	10.0	28.0	8.0	8.0
	情報通信業(N=119)	51.3	37.8	39.5	28.6	13.4	16.8	10.1
	医療・福祉(N=255)	54.9	24.7	6.3	5.5	15.3	9.8	10.6
	飲食業(N=53)	60.4	30.2	20.8	15.1	3.8	11.3	7.5
	宿泊サービス業(N=12)	41.7	8.3	8.3	0.0	8.3	8.3	8.3
	サービス業(飲食・宿泊以外)(N=286)	49.7	36.0	19.6	19.6	15.7	14.0	16.8
その他(N=239)	43.9	31.8	18.8	18.0	14.6	17.2	11.3	
規 模 別	大企業(N=92)	67.4	50.0	12.0	18.5	15.2	30.4	19.6
	中小企業(N=2131)	45.7	39.3	19.4	17.1	15.5	14.6	13.4
	うち小規模企業(N=1308)	36.7	35.9	15.8	15.1	16.4	11.8	12.9
		事業縮小・ 見直し	ITやコン テンツの 活用	生産設備の 強化	対象市場の 拡大(海外)	その他	特にな	
全業種 (N=2312)		10.7	8.7	5.8	3.4	1.9	13.3	
業 種 別	農林水産業(N=14)	0.0	0.0	21.4	7.1	0.0	7.1	
	鉱業(N=2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	建設業(N=290)	8.3	2.8	5.9	1.0	0.3	11.7	
	食料品製造業(N=62)	3.2	6.5	24.2	12.9	0.0	6.5	
	印刷業(N=43)	2.3	14.0	18.6	2.3	0.0	9.3	
	製造業(食料品、印刷以外)(N=103)	8.7	1.9	19.4	7.8	0.0	6.8	
	卸売業(N=270)	11.1	7.8	4.8	5.9	2.6	9.3	
	小売業(N=247)	15.0	13.4	3.6	2.4	1.6	9.7	
	金融・保険業(N=48)	8.3	10.4	0.0	0.0	4.2	6.3	
	不動産業(N=195)	11.3	8.7	0.5	2.6	2.6	25.6	
	運輸業(N=50)	10.0	8.0	2.0	0.0	2.0	20.0	
	情報通信業(N=119)	5.0	16.8	1.7	4.2	0.8	10.1	
	医療・福祉(N=255)	12.9	6.7	4.3	0.4	3.5	19.2	
	飲食業(N=53)	13.2	1.9	3.8	5.7	5.7	17.0	
	宿泊サービス業(N=12)	25.0	0.0	16.7	0.0	0.0	33.3	
	サービス業(飲食・宿泊以外)(N=286)	10.5	12.2	4.2	4.9	1.7	11.5	
その他(N=239)	12.1	12.1	5.9	3.3	2.5	13.8		
規 模 別	大企業(N=92)	8.7	4.3	2.2	2.2	2.2	5.4	
	中小企業(N=2131)	10.6	9.1	5.9	3.5	1.9	13.3	
	うち小規模企業(N=1308)	12.7	9.2	4.7	2.9	2.1	18.1	

(注) 網掛けは各業種・規模の上位3項目。

問9. 新分野、新業務への取り組みを行っていますか。

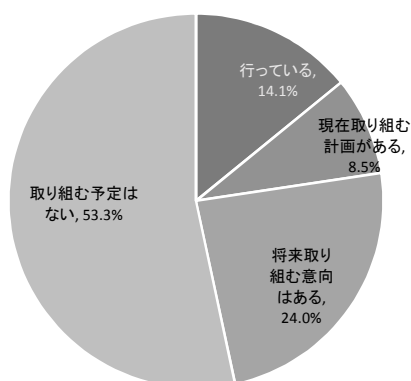
新分野、新業務への取り組み状況は、全体の半数以上が「取り組む予定はない」(53.3%)としている。次いで「将来取り組む意向はある」(24.0%)、「行っている」(14.1%)、「現在取り組む計画がある」(8.5%)の順となっている。

業種別にみると、「行っている」が比較的多いのは、農林水産業(28.6%)、印刷業(23.3%)、飲食・宿泊以外のサービス業(20.5%)、情報通信業(18.6%)などである。

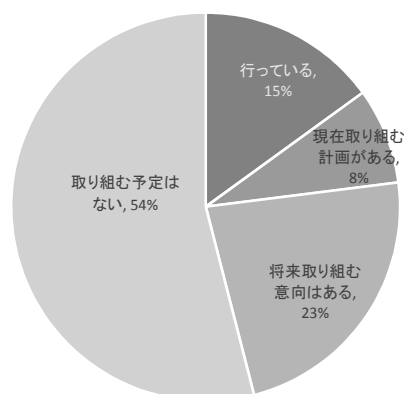
企業規模別でも、「取り組む予定はない」が最も多く、概ね全体の傾向と同様である。

なお、平成21年度に実施した前回の調査においても、今回の調査と同じ内容を質問しているが、前回、今回とも、結果はほとんど変わっていない。

図表 2-6 新分野、新業務への取り組み状況  
(単位：%、N=2351)



図表 2-7 (参考) [平成21年度調査]  
(単位：%、N=2226)



(単位：%)

		行っている	現在取り組む計画がある	将来取り組む意向はある	取り組む予定はない
全業種 (N=2351)		14.1	8.5	24.0	53.3
業種別	農林水産業 (N=14)	28.6	7.1	28.6	35.7
	鉱業 (N=2)	0.0	50.0	0.0	50.0
	建設業 (N=296)	14.2	6.1	19.6	60.1
	食料品製造業 (N=62)	11.3	4.8	27.4	56.5
	印刷業 (N=43)	23.3	9.3	20.9	46.5
	製造業 (食料品、印刷以外) (N=104)	17.3	5.8	30.8	46.2
	卸売業 (N=275)	14.2	8.0	30.5	47.3
	小売業 (N=248)	12.9	8.5	27.0	51.6
	金融・保険業 (N=50)	6.0	4.0	26.0	64.0
	不動産業 (N=196)	9.2	6.1	27.6	57.1
	運輸業 (N=50)	12.0	10.0	18.0	60.0
	情報通信業 (N=118)	18.6	19.5	25.4	36.4
	医療・福祉 (N=263)	8.0	9.5	19.8	62.7
	飲食業 (N=57)	15.8	7.0	12.3	64.9
	宿泊サービス業 (N=12)	8.3	0.0	8.3	83.3
サービス業 (飲食・宿泊以外) (N=288)	20.5	10.8	24.7	44.1	
その他 (N=251)	15.5	8.0	20.7	55.8	
規模別	大企業 (N=94)	12.8	9.6	26.6	51.1
	中小企業 (N=2167)	14.4	8.7	24.0	53.0
	うち小規模企業 (N=1332)	11.6	8.6	24.5	55.3

(注) 網掛けは各業種・規模の最上位項目。

問 10. 新分野、新業務はどの分野ですか。(問9で「行っている」「取り組む計画がある」「取り組む意向はある」と回答した方対象、複数回答)

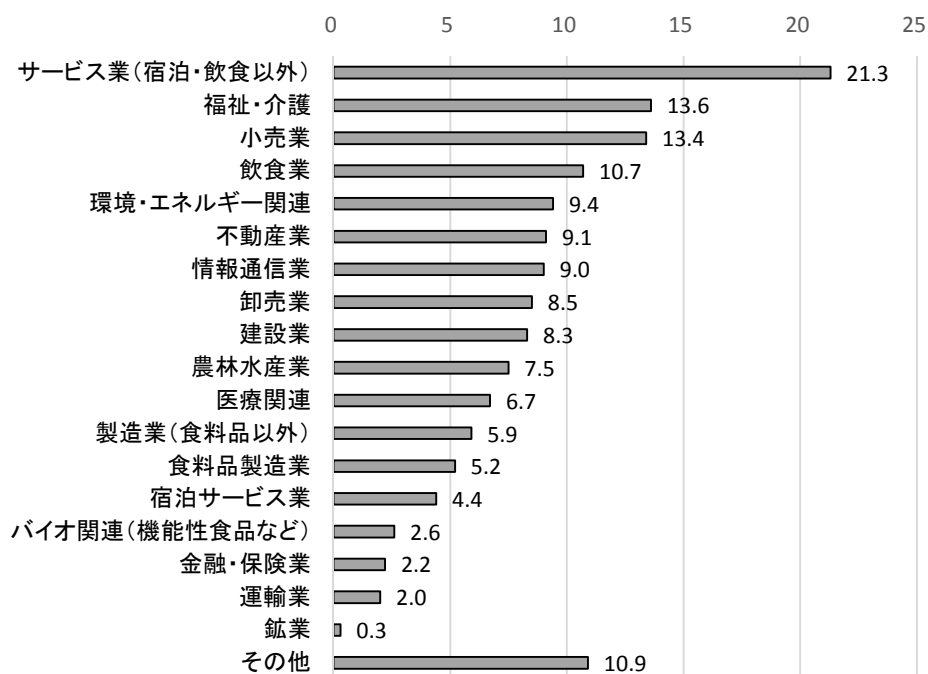
新分野、新業務への取り組みについて「行っている」「現在取り組む計画がある」「将来取り組む意向はある」と回答した企業に対し、新分野、新業務の具体的な分野を尋ねたところ、最も多かったのは「サービス業（飲食・宿泊以外）」（21.3%）であり、次いで「福祉・介護」（13.6%）、小売業（13.4%）の順であった。

業種別にみると、「サービス業（飲食・宿泊以外）」が特に多いのは、飲食・宿泊以外のサービス業（57.4%）、金融・保険業（44.4%）、運輸業（36.8%）などである。また、「福祉・介護」が特に多いのは、医療・福祉（57.4%）、不動産業（19.0%）、情報通信業（17.8%）など、「小売業」が特に多いのは、小売業（33.1%）、卸売業（32.1%）、農林水産業（25.0%）などである。

以上の結果からは、業種に関わらず全般的な傾向として、自社の現在の業務に近い分野、もしくは、現在の業務に関連のある分野への取り組みを行っている、または計画している企業が多いことがうかがえる。

企業規模別にみると、大企業では「小売業」（17.8%）、「サービス業（飲食・宿泊以外）」（15.6%）の順であるのに対し、中小企業では「サービス業（飲食・宿泊以外）」（22.0%）、「福祉・介護」（13.7%）、小売業（13.3%）の順となっている。小規模企業でも、中小企業と同様の傾向がみられる。

図表 2-8 新分野、新業務の分野（単位：%、N=1055）



図表 2-9 新分野、新業務の分野（業種別、企業規模別）

（単位：％）

		サービス業 (宿泊・飲食 以外)	福祉・介護	小売業	飲食業	環境・ エネルギー 関連	不動産業	情報通信業	卸売業	建設業	農林水産業
全業種 (N=1055)		21.3	13.6	13.4	10.7	9.4	9.1	9.0	8.5	8.3	7.5
業種別	農林水産業(N=8)	0.0	0.0	25.0	0.0	12.5	12.5	0.0	0.0	0.0	62.5
	鉱業(N=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	建設業(N=112)	10.7	8.9	2.7	11.6	17.0	12.5	6.3	5.4	39.3	9.8
	食料品製造業(N=24)	8.3	0.0	8.3	33.3	4.2	0.0	0.0	8.3	0.0	12.5
	印刷業(N=23)	13.0	13.0	0.0	0.0	4.3	4.3	30.4	8.7	0.0	8.7
	製造業（食料品、印刷以外）(N=55)	7.3	9.1	10.9	7.3	25.5	5.5	9.1	5.5	14.5	10.9
	卸売業(N=140)	8.6	7.9	32.1	14.3	6.4	3.6	3.6	27.1	7.9	7.9
	小売業(N=118)	16.1	8.5	33.1	11.0	8.5	9.3	1.7	16.1	5.9	6.8
	金融・保険業(N=18)	44.4	0.0	11.1	0.0	0.0	33.3	0.0	5.6	0.0	0.0
	不動産業(N=79)	26.6	19.0	3.8	19.0	5.1	27.8	5.1	1.3	3.8	3.8
	運輸業(N=19)	36.8	15.8	5.3	10.5	5.3	5.3	0.0	0.0	5.3	10.5
	情報通信業(N=73)	23.3	17.8	5.5	0.0	8.2	0.0	49.3	5.5	1.4	6.8
	医療・福祉(N=94)	11.7	57.4	5.3	6.4	1.1	3.2	5.3	0.0	1.1	1.1
	飲食業(N=19)	15.8	0.0	10.5	42.1	0.0	5.3	0.0	5.3	5.3	0.0
	宿泊サービス業(N=2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	サービス業（飲食・宿泊以外）(N=155)	57.4	6.5	11.0	12.3	11.0	11.0	9.7	3.9	1.3	7.7
	その他(N=107)	15.9	7.5	7.5	4.7	11.2	8.4	8.4	5.6	6.5	7.5
規模別	大企業(N=45)	15.6	13.3	17.8	2.2	13.3	2.2	2.2	4.4	4.4	4.4
	中小企業(N=979)	22.0	13.7	13.3	11.1	9.1	9.2	9.3	8.8	8.5	7.7
	うち小規模企業(N=569)	21.4	15.5	13.2	10.7	9.0	10.4	9.1	8.4	8.3	8.8
		医療関連	製造業 (食料品 以外)	食料品 製造業	宿泊 サービス業	バイオ関連 (機能性食 品など)	金融・保険業	運輸業	卸売業	その他	
全業種 (N=1055)		6.7	5.9	5.2	4.4	2.6	2.2	2.0	0.3	10.9	
業種別	農林水産業(N=8)	0.0	0.0	25.0	12.5	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	
	鉱業(N=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	
	建設業(N=112)	1.8	7.1	1.8	2.7	6.3	0.9	2.7	0.9	7.1	
	食料品製造業(N=24)	0.0	8.3	37.5	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	8.3	
	印刷業(N=23)	0.0	30.4	8.7	0.0	4.3	0.0	0.0	0.0	13.0	
	製造業（食料品、印刷以外）(N=55)	5.5	40.0	5.5	1.8	1.8	0.0	1.8	0.0	7.3	
	卸売業(N=140)	2.1	7.9	15.7	2.1	2.9	0.0	1.4	0.0	6.4	
	小売業(N=118)	1.7	2.5	2.5	4.2	0.0	0.8	1.7	0.8	10.2	
	金融・保険業(N=18)	0.0	0.0	5.6	11.1	5.6	16.7	0.0	0.0	5.6	
	不動産業(N=79)	1.3	0.0	0.0	19.0	0.0	6.3	1.3	0.0	12.7	
	運輸業(N=19)	0.0	0.0	5.3	5.3	0.0	5.3	15.8	0.0	5.3	
	情報通信業(N=73)	12.3	1.4	0.0	2.7	0.0	4.1	1.4	0.0	8.2	
	医療・福祉(N=94)	45.7	0.0	1.1	3.2	0.0	3.2	1.1	0.0	5.3	
	飲食業(N=19)	0.0	0.0	15.8	10.5	0.0	0.0	0.0	0.0	21.1	
	宿泊サービス業(N=2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	サービス業（飲食・宿泊以外）(N=155)	3.2	3.2	2.6	2.6	2.6	2.6	3.2	0.0	9.0	
	その他(N=107)	1.9	2.8	1.9	3.7	3.7	3.7	1.9	0.0	31.8	
規模別	大企業(N=45)	4.4	4.4	13.3	0.0	0.0	0.0	2.2	0.0	20.0	
	中小企業(N=979)	6.9	6.1	4.9	4.5	2.5	2.2	2.0	0.3	10.2	
	うち小規模企業(N=569)	6.9	6.5	4.2	6.2	2.8	2.6	2.1	0.5	9.8	

（注）網掛けは各業種・規模の上位3項目。

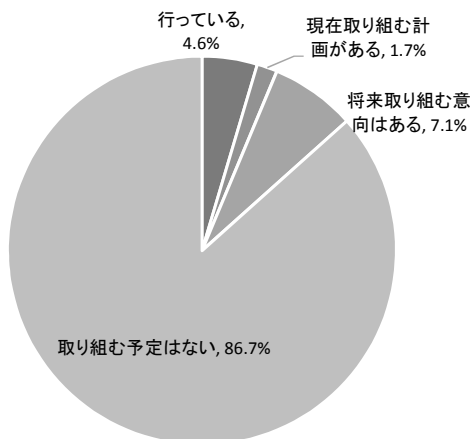
### 3. 海外観光客に対するビジネス

#### 問 11-1. 海外観光客向けの取組みを行っていますか。

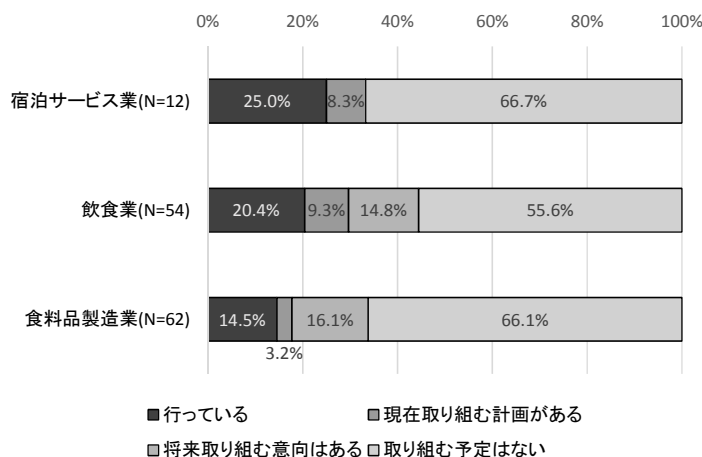
海外観光客（インバウンド）向けの取組みは、全業種では「取り組む予定はない」（86.7%）が大多数を占めるが、業種別にみると、宿泊サービス業、飲食業、食料品製造業では「行っている」「現在取り組む計画がある」「将来取り組む意向はある」の合計が3割を超える。

企業規模別にみると、大企業では「行っている」が比較的多いが、中小企業及び小規模企業では「行っている」に比べて「将来取り組む意向はある」が比較的多い。

図表 3-1 海外観光客（インバウンド）向けの取組み（単位：％、N=2150）



取組みを行っている上位3業種（単位：％）



(単位：％)

		行っている	現在取り組む計画がある	将来取り組む意向はある	取り組む予定はない
全業種 (N=2150)		4.6	1.7	7.1	86.7
業種別	農林水産業 (N=12)	8.3	8.3	8.3	75.0
	鉱業 (N=2)	0.0	0.0	0.0	100.0
	建設業 (N=261)	0.8	0.0	2.3	96.9
	食料品製造業 (N=62)	14.5	3.2	16.1	66.1
	印刷業 (N=40)	2.5	2.5	7.5	87.5
	製造業（食料品、印刷以外） (N=96)	3.1	1.0	9.4	86.5
	卸売業 (N=254)	5.1	2.0	9.4	83.5
	小売業 (N=226)	8.8	0.4	12.4	78.3
	金融・保険業 (N=48)	2.1	0.0	6.3	91.7
	不動産業 (N=182)	2.7	2.2	6.6	88.5
	運輸業 (N=46)	2.2	0.0	2.2	95.7
	情報通信業 (N=111)	3.6	4.5	8.1	83.8
	医療・福祉 (N=236)	0.8	0.0	3.0	96.2
	飲食業 (N=54)	20.4	9.3	14.8	55.6
	宿泊サービス業 (N=12)	25.0	8.3	0.0	66.7
	サービス業（飲食・宿泊以外） (N=270)	5.2	3.0	6.7	85.2
その他 (N=221)	3.6	1.4	5.4	89.6	
規模別	大企業 (N=92)	13.0	3.3	3.3	80.4
	中小企業 (N=1980)	4.2	1.7	7.3	86.8
	うち小規模企業 (N=1211)	2.6	1.2	6.6	89.5

(注) 網掛けは各業種・規模の最上位項目。

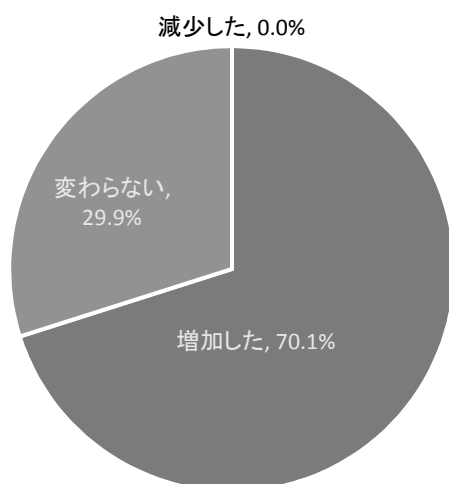
問 11-2. 海外観光客による売上の変化がありましたか。(問 11-1 で「行っている」と回答した方が対象、5年前との比較)

海外観光客（インバウンド）向けの取り組みについて「行っている」と回答した企業に対して、5年前と比較した海外観光客（インバウンド）による売上の変化を尋ねたところ、「増加した」（70.1%）が多数を占め、「減少した」との回答はゼロであった。

業種別にみると、各業種とも概ね「増加した」が多いのに対して、飲食・宿泊以外のサービス業では「変わらない」（57.1%）が「増加した」（42.9%）を上回っている。

企業規模による大きな違いはみられない。

図表 3-2 海外観光客（インバウンド）による売上の変化（単位：％、N=97）



(単位：％)

		増加した	変わらない	減少した
全業種 (N=97)		70.1	29.9	0.0
業種別	農林水産業 (N=1)	0.0	100.0	0.0
	鉱業 (N=0)	0.0	0.0	0.0
	建設業 (N=2)	50.0	50.0	0.0
	食料品製造業 (N=8)	62.5	37.5	0.0
	印刷業 (N=1)	100.0	0.0	0.0
	製造業（食料品、印刷以外） (N=3)	66.7	33.3	0.0
	卸売業 (N=13)	76.9	23.1	0.0
	小売業 (N=20)	70.0	30.0	0.0
	金融・保険業 (N=1)	100.0	0.0	0.0
	不動産業 (N=5)	100.0	0.0	0.0
	運輸業 (N=1)	100.0	0.0	0.0
	情報通信業 (N=4)	75.0	25.0	0.0
	医療・福祉 (N=2)	50.0	50.0	0.0
	飲食業 (N=11)	81.8	18.2	0.0
	宿泊サービス業 (N=3)	100.0	0.0	0.0
	サービス業（飲食・宿泊以外） (N=14)	42.9	57.1	0.0
その他 (N=8)	75.0	25.0	0.0	
規模別	大企業 (N=11)	81.8	18.2	0.0
	中小企業 (N=84)	67.9	32.1	0.0
	うち小規模企業 (N=32)	68.8	31.3	0.0

(注) 網掛けは各業種・規模の上位3項目。



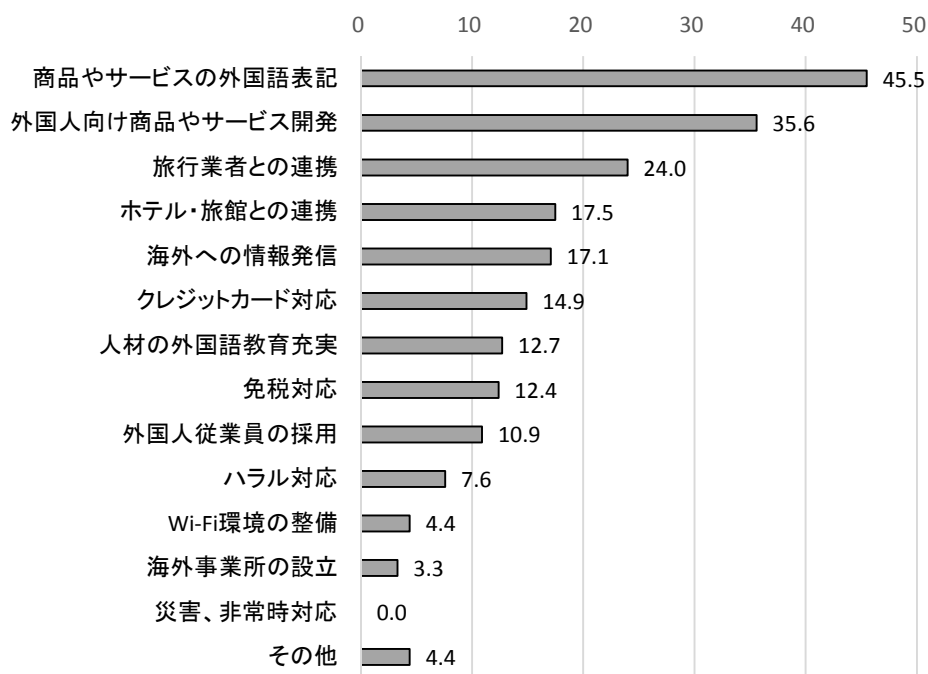
問 12. 海外観光客向けにどのような取組みを実施、計画、検討していますか。(問 11-1 で「行っている」「取り組む計画がある」「取り組む意向はある」と回答した方対象、3 つまで複数回答)

海外観光客（インバウンド）向けの取組みについて「行っている」「取り組む計画がある」「取り組む意向はある」と回答した企業に対して、実施、計画、検討している取組み内容を尋ねたところ、「商品やサービスの外国語表記」（45.5%）が最も多く、次いで「外国人向け商品（お土産等）やサービス開発」（35.6%）、「旅行者との連携」（24.0%）の順となっている。

業種別にみると、比較的サンプル数の多い小売業では「商品やサービスの外国語表記」（44.9%）及び「免税対応」（34.7%）が、また、卸売業では「外国人向け商品（お土産等）やサービス開発」（53.8%）及び「商品やサービスの外国語表記」（41.0%）が、それぞれ多い。

企業規模別にみると、大企業では「商品やサービスの外国語表記」（72.2%）が圧倒的に多く、次いで「クレジットカード対応」（27.8%）、「ハラル対応」（22.2%）の順となっているのに対し、中小企業では「商品やサービスの外国語表記」（44.6%）が最も多いのは同様だが、次いで、「外国人向け商品（お土産等）やサービス開発」（37.8%）、「旅行者との連携」（24.9%）の順となっており、顕著な違いがみられる。小規模企業についても、中小企業と同様の傾向である。

図表 3-3 海外観光客（インバウンド）向けの取組みの実施内容、計画（単位：%、N=275）



図表 3-4 海外観光客（インバウンド）向けの取り組みの実施内容、計画（業種別、企業規模別）

（単位：％）

		商品やサービスの外国語表記	外国人向け商品やサービス開発	旅行者との連携	ホテル・旅館との連携	海外への情報発信	クレジットカード対応	人材の外国語教育充実
全業種 (N=275)		45.5	35.6	24.0	17.5	17.1	14.9	12.7
業種別	農林水産業 (N=2)	100.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	鉱業 (N=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	建設業 (N=8)	37.5	25.0	50.0	12.5	37.5	0.0	12.5
	食料品製造業 (N=18)	44.4	55.6	16.7	0.0	27.8	0.0	5.6
	印刷業 (N=5)	40.0	60.0	20.0	20.0	20.0	0.0	0.0
	製造業（食料品、印刷以外） (N=13)	53.8	61.5	15.4	30.8	15.4	7.7	0.0
	卸売業 (N=39)	41.0	53.8	17.9	17.9	15.4	15.4	10.3
	小売業 (N=49)	44.9	28.6	14.3	12.2	10.2	28.6	26.5
	金融・保険業 (N=3)	0.0	33.3	0.0	33.3	0.0	33.3	33.3
	不動産業 (N=20)	30.0	15.0	45.0	25.0	20.0	0.0	20.0
	運輸業 (N=2)	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	情報通信業 (N=18)	50.0	38.9	22.2	27.8	27.8	5.6	5.6
	医療・福祉 (N=9)	44.4	22.2	33.3	22.2	0.0	11.1	11.1
	飲食業 (N=23)	73.9	17.4	26.1	8.7	13.0	21.7	8.7
	宿泊サービス業 (N=4)	50.0	75.0	25.0	0.0	25.0	25.0	25.0
	サービス業（飲食・宿泊以外） (N=38)	47.4	34.2	28.9	18.4	26.3	13.2	7.9
	その他 (N=23)	34.8	30.4	26.1	30.4	8.7	13.0	13.0
規模別	大企業 (N=18)	72.2	11.1	11.1	0.0	0.0	27.8	5.6
	中小企業 (N=249)	44.6	37.8	24.9	19.3	17.3	13.7	13.3
	うち小規模企業 (N=121)	41.3	32.2	26.4	25.6	19.8	11.6	16.5
		免税対応	外国人従業員 の採用	ハラル対応	Wi-Fi 環境の 整備	海外事業所の 設立	災害・非常時 対応	その他
全業種 (N=275)		12.4	10.9	7.6	4.4	3.3	0.0	4.4
業種別	農林水産業 (N=2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	鉱業 (N=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	建設業 (N=8)	0.0	12.5	12.5	0.0	12.5	0.0	0.0
	食料品製造業 (N=18)	16.7	5.6	16.7	0.0	5.6	0.0	5.6
	印刷業 (N=5)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	製造業（食料品、印刷以外） (N=13)	0.0	23.1	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	卸売業 (N=39)	20.5	2.6	15.4	0.0	0.0	0.0	2.6
	小売業 (N=49)	34.7	12.2	4.1	2.0	2.0	0.0	0.0
	金融・保険業 (N=3)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7
	不動産業 (N=20)	0.0	15.0	5.0	5.0	0.0	0.0	5.0
	運輸業 (N=2)	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	情報通信業 (N=18)	0.0	16.7	0.0	5.6	11.1	0.0	5.6
	医療・福祉 (N=9)	0.0	0.0	0.0	11.1	11.1	0.0	11.1
	飲食業 (N=23)	4.3	17.4	17.4	4.3	4.3	0.0	8.7
	宿泊サービス業 (N=4)	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0
	サービス業（飲食・宿泊以外） (N=38)	7.9	13.2	2.6	7.9	2.6	0.0	2.6
	その他 (N=23)	8.7	13.0	8.7	4.3	4.3	0.0	8.7
規模別	大企業 (N=18)	11.1	16.7	22.2	5.6	0.0	0.0	11.1
	中小企業 (N=249)	12.4	9.6	5.6	4.0	3.6	0.0	4.0
	うち小規模企業 (N=121)	9.9	10.7	5.8	4.1	2.5	0.0	5.0

（注）網掛けは各業種・規模の上位3項目。

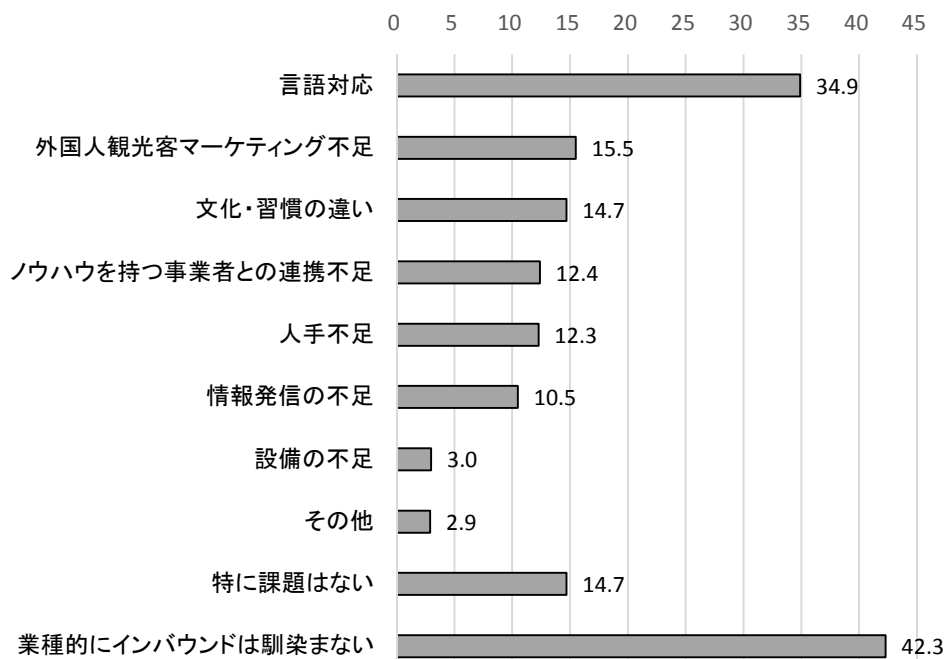
問 13-1. 海外観光客をターゲットにする際の課題は何ですか。(3つまで複数回答)

海外観光客（インバウンド）をターゲットにする際の課題は、「言語対応」（34.9%）が最も多く、次いで「外国人観光客のニーズ等のマーケティング不足」（15.5%）、「文化・習慣の違い」（14.7%）の順となっている。

業種別にみると、「言語対応」が特に多いのは、農林水産業（60.0%）、飲食業（56.1%）、小売業（52.1%）、印刷業（46.4%）、食料品製造業（42.6%）などである。その他の項目では、食料品製造業において「外国人観光客のニーズ等のマーケティング不足」（33.3%）及び「ノウハウを持つ事業者との連携不足」（31.5%）が、また、飲食業において「人手不足」（26.8%）が、それぞれ、他の業種に比べて多いのが目立つ。

企業規模別にみると、大企業、中小企業、小規模企業とも、概ね全体と同様の傾向であるが、「文化・習慣の違い」は大企業（4.3%）に比べて中小企業（15.0%）及び小規模企業（16.5%）が多い。

図表 3-5 海外観光客（インバウンド）をターゲットにする際の課題（単位：%、N=1583）



図表 3-6 海外観光客（インバウンド）をターゲットにする際の課題（業種別、企業規模別）

（単位：％）

	言語対応	外国人観光客のニーズ等のマーケティング不足	文化・習慣の違い	ノウハウを持つ事業者との連携不足	人手不足	情報発信の不足	設備の不足	その他	特に課題はない	業種的にインバウンドは馴染まない	
全業種 (N=1583)	34.9	15.5	14.7	12.4	12.3	10.5	3.0	2.9	14.7	42.3	
業種別	農林水産業 (N=10)	60.0	10.0	30.0	0.0	10.0	10.0	10.0	0.0	10.0	30.0
	鉱業 (N=2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	建設業 (N=177)	20.9	8.5	11.9	9.0	13.6	3.4	2.3	4.0	20.3	53.1
	食料品製造業 (N=54)	42.6	33.3	16.7	31.5	14.8	20.4	0.0	1.9	11.1	25.9
	印刷業 (N=28)	46.4	25.0	14.3	14.3	10.7	17.9	0.0	0.0	21.4	32.1
	製造業（食料品、印刷以外） (N=74)	29.7	13.5	5.4	12.2	10.8	9.5	1.4	2.7	12.2	48.6
	卸売業 (N=185)	30.3	22.2	11.4	16.2	10.3	11.9	2.7	3.8	13.0	42.2
	小売業 (N=169)	52.1	24.3	10.7	13.0	16.0	18.3	5.3	1.2	14.2	26.6
	金融・保険業 (N=36)	27.8	8.3	11.1	5.6	8.3	0.0	5.6	8.3	8.3	63.9
	不動産業 (N=139)	42.4	14.4	28.1	15.8	9.4	16.5	2.2	1.4	16.5	36.7
	運輸業 (N=33)	30.3	3.0	6.1	9.1	21.2	3.0	6.1	9.1	6.1	48.5
	情報通信業 (N=95)	37.9	21.1	18.9	18.9	14.7	5.3	1.1	0.0	9.5	43.2
	医療・福祉 (N=167)	28.7	4.2	12.6	5.4	7.8	1.8	1.2	1.8	18.6	53.9
	飲食業 (N=41)	56.1	17.1	22.0	14.6	26.8	22.0	12.2	4.9	12.2	17.1
	宿泊サービス業 (N=12)	33.3	8.3	25.0	0.0	8.3	16.7	8.3	8.3	33.3	8.3
	サービス業（飲食・宿泊以外） (N=191)	37.7	14.7	18.3	13.6	12.6	12.0	1.6	2.6	8.9	46.6
その他 (N=158)	26.6	14.6	10.8	7.6	11.4	11.4	5.1	5.1	17.7	42.4	
規模別	大企業 (N=70)	32.9	14.3	4.3	7.1	14.3	8.6	2.9	5.7	11.4	50.0
	中小企業 (N=1464)	35.2	15.5	15.0	12.8	12.3	10.7	3.0	2.9	14.6	41.8
	うち小規模企業 (N=890)	36.6	14.2	16.5	12.7	11.1	10.2	2.5	2.8	14.9	42.7

（注）網掛けは各業種・規模の上位3項目。

## 問 13-2. 海外観光客（インバウンド）をターゲットにする際の課題解決に向けた具体的な取組み

海外観光客（インバウンド）をターゲットにする際の課題の解決に向けて、具体的な取組みを実施している場合の取組み内容について、自由記入欄で回答を求めた。

### <回答内容の抜粋>

- ・ 年間 2～3 回現地調査に行っている。
- ・ 免税店とのコラボ企画。
- ・ 取引先を通じたインバウンド対応サイトの構築。
- ・ HP の外国語対応（英・中・韓）スマホ・タブレット用の HP 作成。外国語対応。
- ・ 道外、海外現地事業者との連携を強化している。
- ・ 外国人の方にも、安心して食べて頂ける北海道の味を提供すべく、産学連携で食品開発に取り組み。
- ・ 日本らしい製法やパッケージ、味などを提供して差別化を図る。
- ・ 外国人観光客に好まれる新商品の開発。
- ・ 外国語メニューの作成。
- ・ インバウンド対応設備の確保に向けて不動産購入を検討中。
- ・ 空きスペースを有効活用しようと考えている。
- ・ 人材育成、旅行業者との連携。
- ・ 外国人留学生への対応、日本語留学生の受入れ。
- ・ 大学等教育機関との連携による人材確保。
- ・ 留学生のアルバイト採用。
- ・ 海外観光客を集客している得意先の開拓。
- ・ 免税店への開拓、販売。
- ・ 海外向けパンフレットの制作。
- ・ 海外での展示会などへの参加。
- ・ 宗教・風習を充分理解すること。
- ・ 週に 1 度、英語の研修を実施している。

## 4. 人材確保等

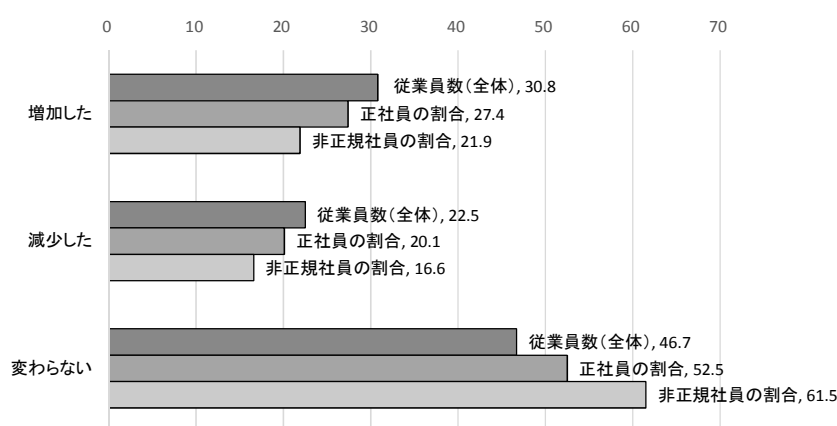
### 問 14. 5年前と比較して従業員数に変化はありましたか。

5年前と比較した従業員数の変化は、「増加した」(30.8%)が「減少した」(22.5%)を上回っている。増加の内訳を、正社員と非正規社員に分けてみると、「正社員の割合が増加した」(27.4%)が、「非正規社員の割合が増加した」(21.9%)を上回っている。

業種別にみると、従業員数全体で「増加した」が特に多いのは、農林水産業(46.2%)、情報通信業(44.2%)、医療・福祉(39.9%)などである。これらの業種について、正社員と非正規社員に分けてみると、農林水産業では「非正規社員の割合が増加した」(33.3%)が多いのに対し、情報通信業では「正社員の割合が増加した」(39.1%)が多い。また、医療・福祉では、「正社員の割合が増加した」(34.7%)「非正規社員の割合が増加した」(31.9%)がともに多く、企業により異なる対応がなされていることがうかがえる。

従業員数全体の変化を企業規模別にみると、大企業、中小企業では、「増加した」が「減少した」を上回っているが、小規模企業では「減少した」が「増加した」を上回っている。

図表 4-1 5年前と比較した従業員数の変化



図表 4-2 5年前と比較した従業員数の変化 [全体] (業種別、企業規模別)

(単位: %)

		増加した	減少した	変わらない
全業種(N=2366)		30.8	22.5	46.7
業種別	農林水産業(N=13)	46.2	15.4	38.5
	鉱業(N=2)	50.0	0.0	50.0
	建設業(N=291)	34.7	22.0	43.3
	食料品製造業(N=65)	23.1	29.2	47.7
	印刷業(N=42)	16.7	23.8	59.5
	製造業(食料品、印刷以外)(N=108)	38.9	20.4	40.7
	卸売業(N=272)	24.6	25.7	49.6
	小売業(N=247)	27.1	21.1	51.8
	金融・保険業(N=51)	35.3	17.6	47.1
	不動産業(N=192)	22.9	15.1	62.0
	運輸業(N=51)	35.3	25.5	39.2
	情報通信業(N=120)	44.2	27.5	28.3
	医療・福祉(N=273)	39.9	19.4	40.7
	飲食業(N=60)	28.3	38.3	33.3
	宿泊サービス業(N=11)	18.2	18.2	63.6
	サービス業(飲食・宿泊以外)(N=290)	29.7	24.1	46.2
その他(N=255)	27.5	21.2	51.4	
規模別	大企業(N=94)	54.3	26.6	19.1
	中小企業(N=2183)	29.7	22.2	48.1
	うち小規模企業(N=1339)	20.2	23.2	56.5

(注) 網掛けは「増加した」「減少した」いずれかのうちで多い項目。

図表 4-3 5年前と比較した従業員数の変化〔正社員〕（業種別、企業規模別）

(単位：%)

		増加した	減少した	変わらない
全業種 (N=2231)		27.4	20.1	52.5
業種別	農林水産業 (N=11)	18.2	18.2	63.6
	鉱業 (N=2)	50.0	0.0	50.0
	建設業 (N=273)	34.1	17.9	48.0
	食料品製造業 (N=63)	27.0	19.0	54.0
	印刷業 (N=42)	16.7	16.7	66.7
	製造業（食料品、印刷以外） (N=101)	34.7	18.8	46.5
	卸売業 (N=257)	20.6	26.1	53.3
	小売業 (N=228)	22.8	19.3	57.9
	金融・保険業 (N=50)	32.0	22.0	46.0
	不動産業 (N=176)	19.3	13.6	67.0
	運輸業 (N=49)	28.6	20.4	51.0
	情報通信業 (N=115)	39.1	25.2	35.7
	医療・福祉 (N=265)	34.7	17.0	48.3
	飲食業 (N=58)	27.6	31.0	41.4
	宿泊サービス業 (N=11)	9.1	27.3	63.6
	サービス業（飲食・宿泊以外） (N=274)	25.5	20.1	54.4
その他 (N=235)	25.1	19.6	55.3	
規模別	大企業 (N=92)	41.3	30.4	28.3
	中小企業 (N=2061)	26.6	19.5	53.9
	うち小規模企業 (N=1256)	18.8	20.1	61.1

(注) 網掛けは「増加した」「減少した」いずれかのうちで多い項目。

図表 4-4 5年前と比較した従業員数の変化〔非正規社員〕（業種別、企業規模別）

(単位：%)

		増加した	減少した	変わらない
全業種 (N=1996)		21.9	16.6	61.5
業種別	農林水産業 (N=12)	33.3	16.7	50.0
	鉱業 (N=2)	0.0	0.0	100.0
	建設業 (N=226)	13.7	13.3	73.0
	食料品製造業 (N=61)	13.1	31.1	55.7
	印刷業 (N=36)	8.3	22.2	69.4
	製造業（食料品、印刷以外） (N=94)	29.8	18.1	52.1
	卸売業 (N=220)	20.5	17.3	62.3
	小売業 (N=207)	24.6	18.4	57.0
	金融・保険業 (N=44)	27.3	15.9	56.8
	不動産業 (N=151)	15.9	9.9	74.2
	運輸業 (N=44)	18.2	20.5	61.4
	情報通信業 (N=107)	16.8	12.1	71.0
	医療・福祉 (N=251)	31.9	19.5	48.6
	飲食業 (N=57)	26.3	36.8	36.8
	宿泊サービス業 (N=12)	25.0	25.0	50.0
	サービス業（飲食・宿泊以外） (N=253)	24.5	11.5	64.0
その他 (N=203)	20.2	13.8	66.0	
規模別	大企業 (N=93)	43.0	28.0	29.0
	中小企業 (N=1836)	21.1	15.9	63.0
	うち小規模企業 (N=1080)	15.4	15.0	69.6

(注) 網掛けは「増加した」「減少した」いずれかのうちで多い項目。

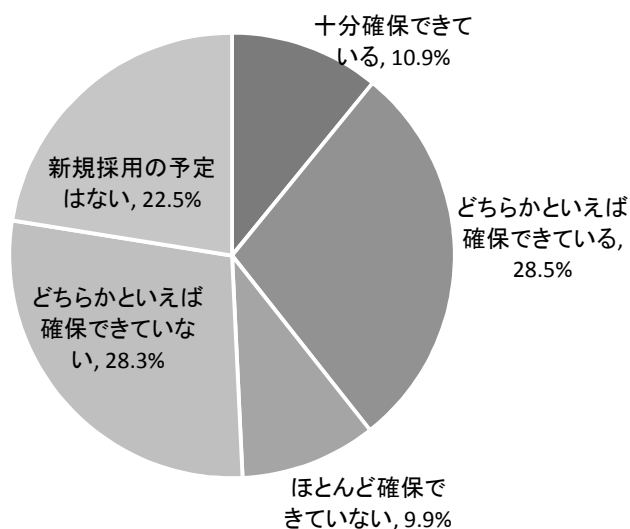
問 15. 人材確保（採用）の状況はいかがですか。

人材確保の状況は「十分確保できている」（10.9%）及び「どちらかといえば確保できている」（28.5%）の合計（39.4%）が、「ほとんど確保できていない」（9.9%）及び「どちらかといえば確保できていない」（28.3%）の合計（38.2%）を、わずかに上回っている。

業種別にみると、農林水産業、建設業、運輸業で「十分確保できている」が他の業種に比べて少ない。

企業規模別にみると、「どちらかといえば確保できている」は大企業（50.5%）が中小企業（28.0%）及び小規模企業（21.0%）に比べて多いのが目につく。

図表 4-5 人材確保（採用）の状況（単位：%、N=2396）



（単位：%）

		十分確保できている	どちらかといえば確保できている	ほとんど確保できていない	どちらかといえば確保できていない	新規採用の予定はない
全業種 (N=2396)		10.9	28.5	9.9	28.3	22.5
業種別	農林水産業 (N=14)	0.0	28.6	21.4	28.6	21.4
	鉱業 (N=2)	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	建設業 (N=298)	5.4	24.2	17.1	35.9	17.4
	食料品製造業 (N=65)	9.2	36.9	13.8	29.2	10.8
	印刷業 (N=44)	9.1	31.8	6.8	25.0	27.3
	製造業（食料品、印刷以外） (N=108)	7.4	32.4	11.1	31.5	17.6
	卸売業 (N=276)	12.7	29.7	5.1	23.6	29.0
	小売業 (N=252)	10.7	27.8	7.9	26.6	27.0
	金融・保険業 (N=51)	11.8	25.5	9.8	29.4	23.5
	不動産業 (N=195)	15.4	24.6	4.6	15.4	40.0
	運輸業 (N=51)	0.0	35.3	19.6	33.3	11.8
	情報通信業 (N=119)	6.7	25.2	20.2	32.8	15.1
	医療・福祉 (N=276)	15.6	36.6	9.4	29.3	9.1
	飲食業 (N=60)	8.3	35.0	8.3	45.0	3.3
	宿泊サービス業 (N=11)	9.1	36.4	0.0	18.2	36.4
サービス業（飲食・宿泊以外） (N=293)	9.2	25.3	11.3	30.0	24.2	
その他 (N=257)	16.0	26.8	4.7	25.7	26.8	
規模別	大企業 (N=95)	5.3	50.5	6.3	36.8	1.1
	中小企業 (N=2207)	11.3	28.0	10.1	27.8	22.9
	うち小規模企業 (N=1360)	12.4	21.0	10.1	22.7	33.8

（注）網掛けは各業種・規模の最上位項目。



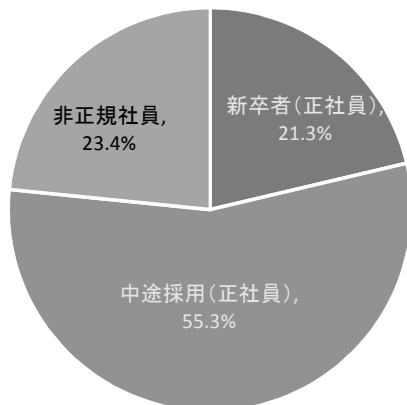
問 16. どのような人材を求めていますか。

求めている人材は、「中途採用（正社員）」（55.3%）が最も多く、次いで「非正規社員」（23.4%）、「新卒者（正社員）」（21.3%）の順となっている。

業種別にみると、「中途採用（正社員）」が特に多いのは、運輸業（80.4%）、金融・保険業（64.4%）、情報通信業（60.9%）などである。そのほかでは、「非正規社員」が、宿泊サービス業（54.5%）、飲食業（54.4%）、農林水産業（46.2%）、食料品製造業（42.4%）で他の業種に比べて多いのが目立つ。

企業規模別にみると、大企業では「新卒者（正社員）」（50.0%）が最も多いのに対し、中小企業では「中途採用（正社員）」（56.5%）が最も多く、「新卒者（正社員）」（20.1%）は最も少ない。小規模企業でも、中小企業と同様の傾向がみられる。

図表 4-6 求めている人材（単位：%、N=2075）



(単位：%)

		新卒者（正社員）	中途採用（正社員）	非正規社員
全業種 (N=2075)		21.3	55.3	23.4
業種別	農林水産業 (N=13)	7.7	46.2	46.2
	鉱業 (N=2)	0.0	100.0	0.0
	建設業 (N=262)	32.8	57.3	9.9
	食料品製造業 (N=59)	18.6	39.0	42.4
	印刷業 (N=39)	30.8	56.4	12.8
	製造業（食料品、印刷以外） (N=100)	30.0	49.0	21.0
	卸売業 (N=224)	18.3	60.3	21.4
	小売業 (N=205)	18.0	45.9	36.1
	金融・保険業 (N=45)	20.0	64.4	15.6
	不動産業 (N=156)	11.5	61.5	26.9
	運輸業 (N=46)	13.0	80.4	6.5
	情報通信業 (N=110)	26.4	60.9	12.7
	医療・福祉 (N=260)	22.7	53.1	24.2
	飲食業 (N=57)	10.5	35.1	54.4
	宿泊サービス業 (N=11)	18.2	27.3	54.5
	サービス業（飲食・宿泊以外） (N=254)	18.1	57.5	24.4
	その他 (N=214)	21.0	57.0	22.0
規模別	大企業 (N=94)	50.0	31.9	18.1
	中小企業 (N=1904)	20.1	56.5	23.5
	うち小規模企業 (N=1090)	14.4	59.9	25.7

(注) 網掛けは各業種・規模の最上位項目。

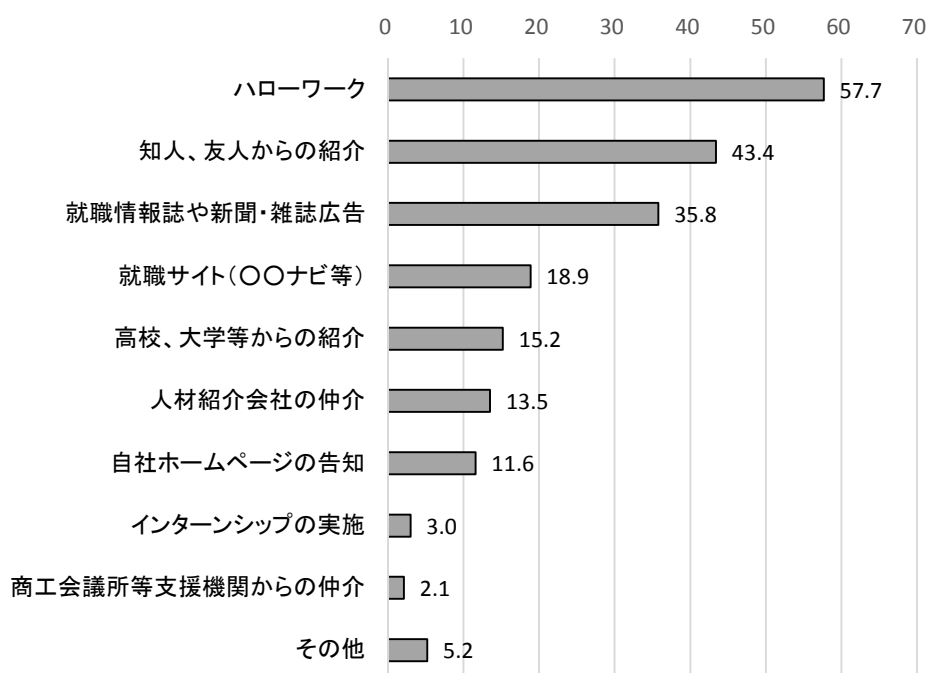
### 問 17. 人材確保の手段は何ですか。(3つまで複数回答)

人材確保の手段は「ハローワーク」(57.7%)が最も多く、次いで「知人、友人からの紹介」(43.4%)、「就職情報誌や新聞・雑誌広告」(35.8%)の順となっている。

業種別にみると、「ハローワーク」が特に多いのは、印刷業(75.0%)、医療・福祉(73.4%)、食料品・印刷以外の製造業(64.2%)などである。その他の特徴的な事項としては、「知人、友人からの紹介」では農林水産業(61.5%)が、「就職情報誌や新聞・雑誌広告」では飲食業(76.7%)、宿泊サービス業(66.7%)、運輸業(63.3%)が、「就職サイト(〇〇ナビ等)」では情報通信業(41.2%)が、それぞれ、他の業種に比べて多い。

企業規模別にみると、大企業では「ハローワーク」(70.5%)、「就職情報誌や新聞・雑誌広告」(53.7%)、「就職サイト(〇〇ナビ等)」(49.5%)の順となっているのに対し、中小企業では「ハローワーク」(57.0%)が最上位であることは大企業と同様だが、次いで「知人、友人からの紹介」(45.0%)、「就職情報誌や新聞・雑誌広告」(35.2%)の順である。小規模企業では「知人、友人からの紹介」(51.4%)が「ハローワーク」(51.2%)をわずかに上回っている。

図表 4-7 人材確保の手段(単位: %、N=2238)



図表 4-8 人材確保の手段（業種別、企業規模別）

（単位：％）

		ハローワーク	知人、友人からの紹介	就職情報誌や新聞・雑誌広告	就職サイト（〇〇ナビ等）	高校、大学等からの紹介	人材紹介会社の仲介	自社ホームページの告知	インターンシップの実施	商工会議所等支援機関からの仲介	その他
全業種 (N=2238)		57.7	43.4	35.8	18.9	15.2	13.5	11.6	3.0	2.1	5.2
業種別	農林水産業 (N=13)	61.5	61.5	53.8	23.1	15.4	7.7	15.4	0.0	0.0	0.0
	鉱業 (N=2)	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	建設業 (N=281)	63.3	50.2	29.2	16.0	26.0	8.9	6.0	4.6	2.1	3.6
	食料品製造業 (N=63)	60.3	31.7	54.0	27.0	12.7	20.6	9.5	0.0	4.8	3.2
	印刷業 (N=40)	75.0	25.0	32.5	12.5	27.5	20.0	2.5	2.5	2.5	2.5
	製造業（食料品、印刷以外） (N=106)	64.2	37.7	18.9	14.2	24.5	11.3	6.6	8.5	3.8	2.8
	卸売業 (N=247)	60.7	49.4	34.4	17.8	11.7	13.8	7.7	2.0	1.6	5.7
	小売業 (N=227)	45.8	41.4	42.7	22.5	7.0	14.5	14.5	2.2	1.3	6.6
	金融・保険業 (N=47)	48.9	57.4	10.6	17.0	10.6	12.8	8.5	2.1	2.1	12.8
	不動産業 (N=172)	55.8	49.4	27.9	16.3	5.2	12.2	8.7	1.2	1.2	6.4
	運輸業 (N=49)	59.2	46.9	63.3	24.5	2.0	6.1	10.2	2.0	2.0	2.0
	情報通信業 (N=114)	57.0	31.6	14.9	41.2	14.9	19.3	41.2	6.1	3.5	2.6
	医療・福祉 (N=274)	73.4	33.9	44.9	14.2	18.2	25.5	12.0	1.5	1.8	4.0
	飲食業 (N=60)	41.7	36.7	76.7	33.3	16.7	3.3	11.7	0.0	0.0	3.3
	宿泊サービス業 (N=12)	50.0	58.3	66.7	8.3	8.3	16.7	0.0	0.0	0.0	8.3
	サービス業（飲食・宿泊以外） (N=275)	54.2	45.8	36.4	18.9	12.7	10.9	14.2	2.9	2.5	5.5
その他 (N=236)	46.6	46.2	33.1	14.0	18.2	8.5	9.3	4.7	2.1	8.1	
規模別	大企業 (N=95)	70.5	11.6	53.7	49.5	35.8	20.0	23.2	5.3	1.1	1.1
	中小企業 (N=2060)	57.0	45.0	35.2	17.6	14.2	13.3	11.1	2.9	1.9	5.3
	うち小規模企業 (N=1219)	51.2	51.4	30.3	13.1	8.7	10.7	8.5	2.6	1.9	6.6

（注） 網掛けは各業種・規模の上位3項目。

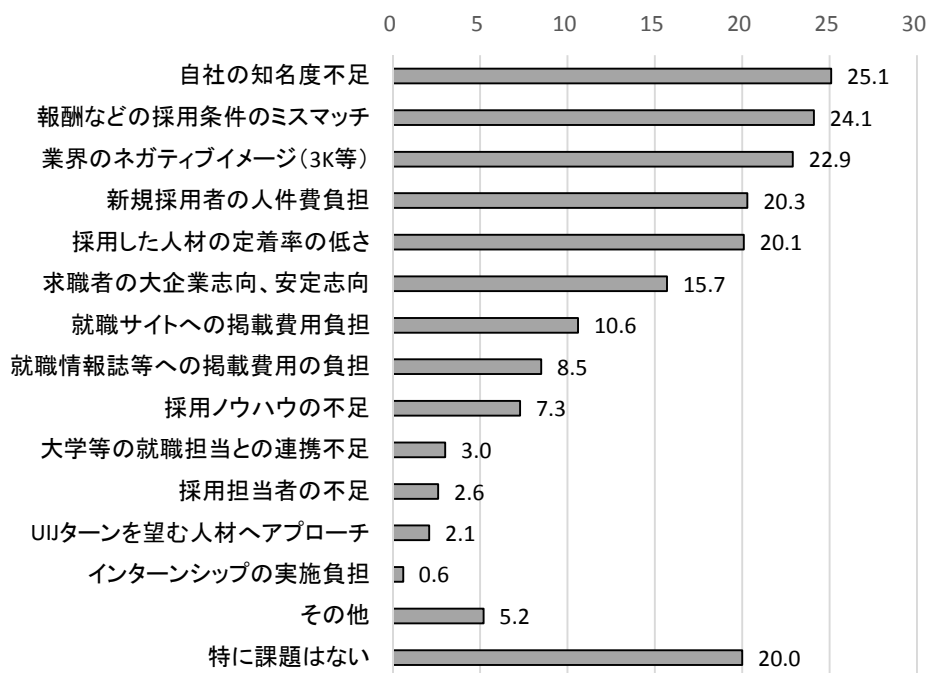
問 18. 人材確保の課題は何ですか。(3つまで複数回答)

人材確保の課題は、「自社の知名度不足」(25.1%)が最も多く、次いで「報酬などの採用条件のミスマッチ」(24.1%)、「業界のネガティブイメージ(3K等)」(22.9%)の順となっている。

業種別にみると、「自社の知名度不足」は情報通信業(44.0%)で非常に多い。また、「報酬などの採用条件のミスマッチ」は宿泊サービス業(41.7%)、食料品製造業(40.3%)、及び農林水産業(38.5%)で、「業界のネガティブイメージ(3K等)」は運輸業(55.3%)、建設業(54.5%)及び飲食業(42.9%)で、それぞれ多いが目立つ。

企業規模別にみると、大企業では「報酬などの採用条件のミスマッチ」(32.3%)が「自社の知名度不足」(31.3%)を上回っているが、中小企業では「自社の知名度不足」(25.0%)が「報酬などの採用条件のミスマッチ」(23.8%)を上回っている。小規模企業では「新規採用者の人件費負担」(25.0%)が多い。

図表 4-9 人材確保の課題(単位: %、N=2192)



図表 4-10 人材確保の課題（業種別、企業規模別）

(単位：%)

		自社の知名度不足	報酬などの採用条件のミスマッチ	業界のネガティブイメージ(3K等)	新規採用者の人件費負担	採用した人材の定着率の低さ	求職者の大企業志向、安定志向	就職サイトへの掲載費用負担	就職情報誌等への掲載費用の負担
全業種(N=2192)		25.1	24.1	22.9	20.3	20.1	15.7	10.6	8.5
業種別	農林水産業(N=13)	15.4	38.5	23.1	38.5	38.5	15.4	7.7	7.7
	鉱業(N=2)	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	建設業(N=275)	31.3	21.5	54.5	14.5	25.1	21.1	6.9	6.2
	食料品製造業(N=62)	25.8	40.3	17.7	21.0	29.0	16.1	12.9	17.7
	印刷業(N=49)	15.0	35.0	17.5	40.0	15.0	17.5	7.5	10.0
	製造業(食料品、印刷以外)(N=103)	35.0	24.3	25.2	24.3	19.4	20.4	2.9	1.9
	卸売業(N=238)	29.8	20.2	16.4	28.2	18.9	12.6	5.9	4.6
	小売業(N=223)	23.8	27.4	18.4	20.6	20.6	14.3	14.3	11.7
	金融・保険業(N=49)	30.6	22.4	10.2	30.6	12.2	10.2	10.2	2.0
	不動産業(N=170)	27.1	17.6	7.1	20.6	11.2	12.4	10.0	9.4
	運輸業(N=47)	21.3	29.8	55.3	4.3	27.7	17.0	12.8	12.8
	情報通信業(N=116)	44.0	26.7	13.8	12.9	13.8	22.4	19.0	10.3
	医療・福祉(N=266)	15.4	29.3	19.2	15.8	25.2	13.2	15.8	10.2
	飲食業(N=56)	12.5	19.6	42.9	16.1	28.6	17.9	21.4	26.8
	宿泊サービス業(N=12)	8.3	41.7	33.3	16.7	41.7	0.0	8.3	16.7
	サービス業(飲食・宿泊以外)(N=265)	23.8	23.0	18.9	22.6	19.6	15.5	10.2	9.4
その他(N=235)	18.7	20.4	14.0	20.9	14.9	15.3	8.1	4.3	
規模別	大企業(N=96)	31.3	32.3	28.1	7.3	29.2	18.8	15.6	12.5
	中小企業(N=2013)	25.0	23.8	22.8	21.2	19.4	15.4	10.2	8.5
	うち小規模企業(N=1194)	24.2	22.4	17.4	25.0	16.2	12.7	7.6	6.4
		採用ノウハウの不足	大学等の就職担当との連携不足	採用担当者の不足	UIJターンを望む人材へアプローチ	インターンシップの実施負担	その他	特に課題はない	
全業種(N=2192)		7.3	3.0	2.6	2.1	0.6	5.2	20.0	
業種別	農林水産業(N=13)	23.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7	
	鉱業(N=2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	
	建設業(N=275)	5.1	3.6	3.3	3.3	0.4	3.6	12.4	
	食料品製造業(N=62)	11.3	3.2	0.0	0.0	0.0	6.5	9.7	
	印刷業(N=40)	7.5	10.0	0.0	0.0	0.0	5.0	7.5	
	製造業(食料品、印刷以外)(N=103)	5.8	4.9	4.9	2.9	0.0	4.9	15.5	
	卸売業(N=238)	10.5	2.1	3.4	2.9	1.3	5.9	23.9	
	小売業(N=223)	7.2	0.0	3.6	0.9	0.0	3.1	20.2	
	金融・保険業(N=49)	8.2	2.0	6.1	4.1	2.0	2.0	20.4	
	不動産業(N=170)	8.8	0.6	0.6	1.8	0.6	1.8	35.3	
	運輸業(N=47)	6.4	0.0	0.0	0.0	0.0	10.6	12.8	
	情報通信業(N=116)	11.2	6.9	4.3	8.6	2.6	1.7	12.9	
	医療・福祉(N=266)	3.0	4.1	1.9	0.4	1.1	9.4	18.4	
	飲食業(N=56)	7.1	0.0	1.8	0.0	0.0	3.6	12.5	
	宿泊サービス業(N=12)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	
	サービス業(飲食・宿泊以外)(N=265)	9.8	2.3	2.3	1.5	0.4	4.5	19.6	
その他(N=235)	5.5	4.7	2.6	2.1	0.4	8.5	29.4		
規模別	大企業(N=96)	7.3	5.2	6.3	4.2	2.1	1.0	7.3	
	中小企業(N=2013)	7.5	2.7	2.4	2.1	0.5	5.4	20.5	
	うち小規模企業(N=1168)	6.5	1.3	2.0	1.6	0.8	5.5	26.2	

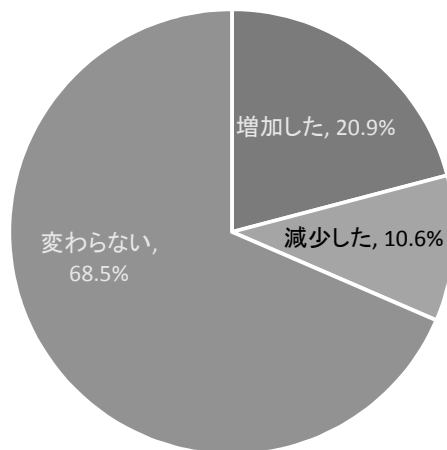
(注) 網掛けは各業種・規模の上位3項目。

問 19. 5年前と比較して女性社員の数に変化はありましたか。

5年前と比べた女性社員の数の変化は、「増加した」（20.9%）が「減少した」（10.6%）を上回っている。業種別にみると、「増加した」が特に多いのは、情報通信業（34.2%）、金融・保険業（33.3%）、医療・福祉（27.5%）などである。一方、「減少した」が特に多いのは、宿泊サービス業（36.4%）、飲食業（20.3%）などである。

企業規模別にみると、大企業、中小企業及び小規模企業のいずれも、「増加した」が「減少した」を上回っているが、大企業のほうがその割合が大きい。

図表 4-11 5年前と比較した女性社員の数の変化（単位：％、N=2339）



(単位：％)

		増加した	減少した	変わらない
全業種 (N=2339)		20.9	10.6	68.5
業種別	農林水産業 (N=13)	0.0	0.0	100.0
	鉱業 (N=2)	0.0	0.0	100.0
	建設業 (N=281)	16.4	5.7	77.9
	食料品製造業 (N=66)	18.2	13.6	68.2
	印刷業 (N=43)	18.6	16.3	65.1
	製造業（食料品、印刷以外） (N=104)	21.2	10.6	68.3
	卸売業 (N=268)	13.8	14.9	71.3
	小売業 (N=247)	22.3	10.5	67.2
	金融・保険業 (N=51)	33.3	13.7	52.9
	不動産業 (N=194)	18.0	5.2	76.8
	運輸業 (N=50)	12.0	4.0	84.0
	情報通信業 (N=120)	34.2	12.5	53.3
	医療・福祉 (N=276)	27.5	10.1	62.3
	飲食業 (N=59)	18.6	20.3	61.0
	宿泊サービス業 (N=11)	18.2	36.4	45.5
	サービス業（飲食・宿泊以外） (N=284)	24.3	11.6	64.1
	その他 (N=247)	19.8	10.1	70.0
規模別	大企業 (N=96)	37.5	12.5	50.0
	中小企業 (N=2156)	20.3	10.5	69.2
	うち小規模企業 (N=1313)	18.4	10.3	71.3

(注) 網掛けは「増加した」「減少した」いずれかのうちで多い項目。

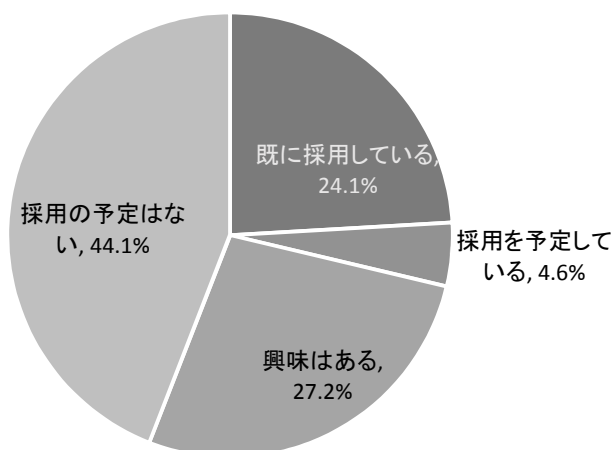
問 20. 就業経験はあるが子育てなどで離職した女性の採用状況についておうかがいします。

就業経験はあるが子育てなどで離職した女性の採用状況は、「既に採用している」(24.1%)、「採用を予定している」(4.6%)、「興味はある」(27.2%) の合計で半数を超えている。

業種別にみると、「既に採用している」が特に多いのは、医療・福祉(55.8%)、飲食業(46.6%)、農林水産業(38.5%) などである。

企業規模別にみると、大企業では「既に採用している」(38.5%)が多いのに対し、中小企業では「既に採用している」(23.5%)に比べて「採用の予定はない」(44.7%)が2倍近くとなっている。小規模企業では「既に採用している」(17.2%)がさらに少なくなる一方、「採用の予定はない」(54.2%)が3倍以上となっている。

図表 4-12 就業経験はあるが子育てなどで離職した女性の採用状況 (単位：%、N=2235)



(単位：%)

		既に採用している	採用を予定している	興味はある	採用の予定はない
全業種 (N=2235)		24.1	4.6	27.2	44.1
業種別	農林水産業 (N=13)	38.5	7.7	23.1	30.8
	鉱業 (N=2)	0.0	0.0	0.0	100.0
	建設業 (N=287)	15.3	4.2	22.3	58.2
	食料品製造業 (N=64)	23.4	9.4	45.3	21.9
	印刷業 (N=43)	7.0	4.7	34.9	53.5
	製造業 (食料品、印刷以外) (N=104)	18.3	5.8	27.9	48.1
	卸売業 (N=267)	16.9	2.2	30.0	50.9
	小売業 (N=241)	24.9	6.6	28.2	40.2
	金融・保険業 (N=50)	24.0	2.0	26.0	48.0
	不動産業 (N=185)	14.1	1.6	22.7	61.6
	運輸業 (N=51)	11.8	5.9	25.5	56.9
	情報通信業 (N=120)	14.2	1.7	39.2	45.0
	医療・福祉 (N=278)	55.8	5.4	22.7	16.2
	飲食業 (N=58)	46.6	1.7	31.0	20.7
	規模別	大企業 (N=96)	38.5	9.4	29.2
中小企業 (N=2138)		23.5	4.3	27.6	44.7
うち小規模企業 (N=1296)		17.2	3.3	25.3	54.2
サービス業 (飲食・宿泊以外) (N=286)		23.4	6.6	31.1	38.8

(注) 網掛けは各業種・規模の最上位項目。

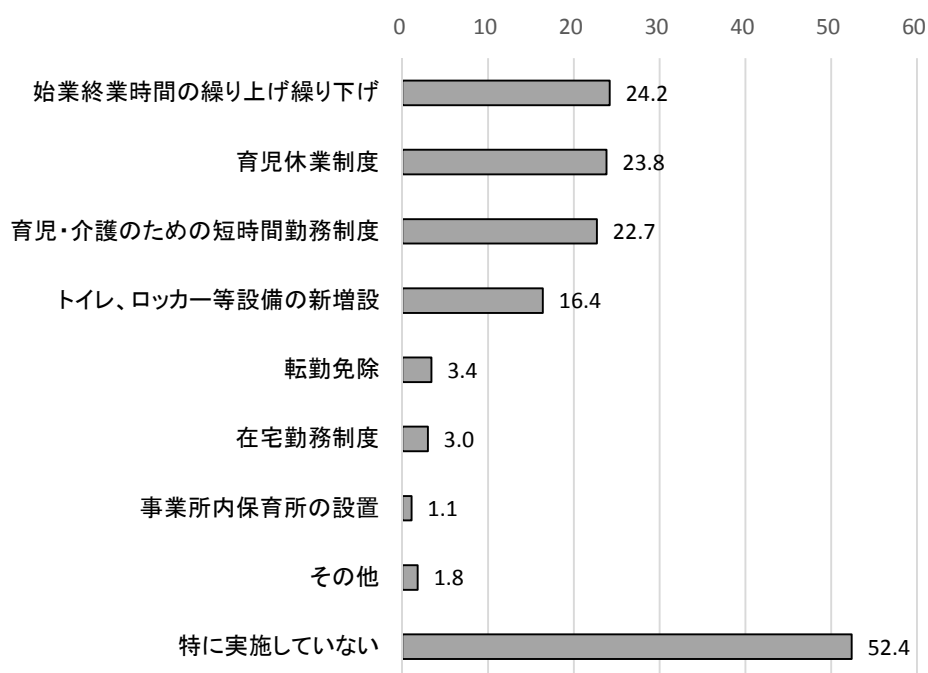
問 21. 女性が働きやすい職場環境整備の取り組みを実施していますか。(複数回答)

女性が働きやすい職場環境整備の取り組みは「始業、就業時間の繰り上げ、繰り下げ」(24.2%)が最も多く、次いで「育児休業制度」(23.8%)、「育児・介護のための短時間勤務制度」(22.7%)の順となっている。

業種別にみると、医療・福祉は「始業、就業時間の繰り上げ、繰り下げ」(35.4%)、「育児休業制度」(38.7%)、「育児・介護のための短時間勤務制度」(39.1%)のいずれも、他の業種に比べて多い。また、情報通信業では、「始業、就業時間の繰り上げ、繰り下げ」(28.1%)、「育児休業制度」(36.4%)、「育児・介護のための短時間勤務制度」(35.5%)、「在宅勤務制度」(9.1%)の各項目が、他の業種に比べて多い。

企業規模別にみると、大企業では「育児休業制度」(73.2%)が最も多く、次いで「育児・介護のための短時間勤務制度」(62.9%)、「始業、就業時間の繰り上げ、繰り下げ」(33.0%)の順であり、「特に実施していない」(17.5%)は少ない。これに対して、中小企業では、実施項目の中では「始業、就業時間の繰り上げ、繰り下げ」(23.9%)が最も多いが、「特に実施していない」(53.6%)が半数を超えている。小規模企業においても、中小企業と同様の傾向がみられるが、各項目の導入割合は概して低い。

図表 4-13 女性が働きやすい職場環境整備の取り組み (単位：%、N=2366)





図表 4-14 女性が働きやすい職場環境整備の取り組み（業種別、企業規模別）

(単位：%)

		始業終業時間の繰り上げ繰り下げ	育児休業制度	育児・介護のための短時間勤務制度	トイレ、ロッカー等設備の新增設	転勤免除	在宅勤務制度	事業所内保育所の設置	その他	特に実施していない
全業種 (N=2366)		24.2	23.8	22.7	16.4	3.4	3.0	1.1	1.8	52.4
業種別	農林水産業 (N=13)	38.5	15.4	30.8	46.2	0.0	0.0	0.0	0.0	46.2
	鉱業 (N=2)	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	建設業 (N=289)	19.4	24.2	19.4	21.5	4.2	1.0	0.3	3.5	55.7
	食料品製造業 (N=66)	33.3	25.8	18.2	19.7	1.5	0.0	1.5	0.0	47.0
	印刷業 (N=43)	25.6	27.9	25.6	20.9	0.0	2.3	0.0	0.0	53.5
	製造業（食料品、印刷以外） (N=103)	24.3	18.4	12.6	20.4	2.9	2.9	0.0	1.9	51.5
	卸売業 (N=275)	17.1	16.7	16.0	15.3	3.3	1.8	0.0	1.5	60.4
	小売業 (N=248)	26.2	18.5	19.8	15.3	3.2	3.2	0.8	0.8	56.0
	金融・保険業 (N=52)	23.1	32.7	28.8	7.7	3.8	3.8	0.0	5.8	42.3
	不動産業 (N=192)	17.2	15.6	15.6	15.6	3.6	2.6	0.0	2.1	61.5
	運輸業 (N=53)	15.1	17.0	18.9	17.0	3.8	1.9	1.9	0.0	64.2
	情報通信業 (N=121)	28.1	36.4	35.5	9.9	3.3	9.1	0.0	0.0	47.1
	医療・福祉 (N=274)	35.4	38.7	39.1	22.3	2.9	1.8	5.5	2.2	31.0
	飲食業 (N=60)	30.0	13.3	18.3	15.0	5.0	1.7	1.7	0.0	53.3
	宿泊サービス業 (N=11)	9.1	9.1	9.1	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	81.8
	サービス業（飲食・宿泊以外） (N=294)	27.2	20.7	24.1	12.2	3.4	4.8	1.0	2.4	52.0
その他 (N=250)	22.0	27.2	21.6	13.2	4.8	4.4	1.2	2.0	54.4	
規模別	大企業 (N=97)	33.0	73.2	62.9	33.0	6.2	0.0	11.3	0.0	17.5
	中小企業 (N=2181)	23.9	21.6	21.0	15.9	3.4	3.2	0.7	1.9	53.6
	うち小規模企業 (N=1326)	19.8	12.8	15.5	11.5	2.6	4.1	0.5	2.0	63.4

(注) 網掛けは各業種・規模の上位3項目。

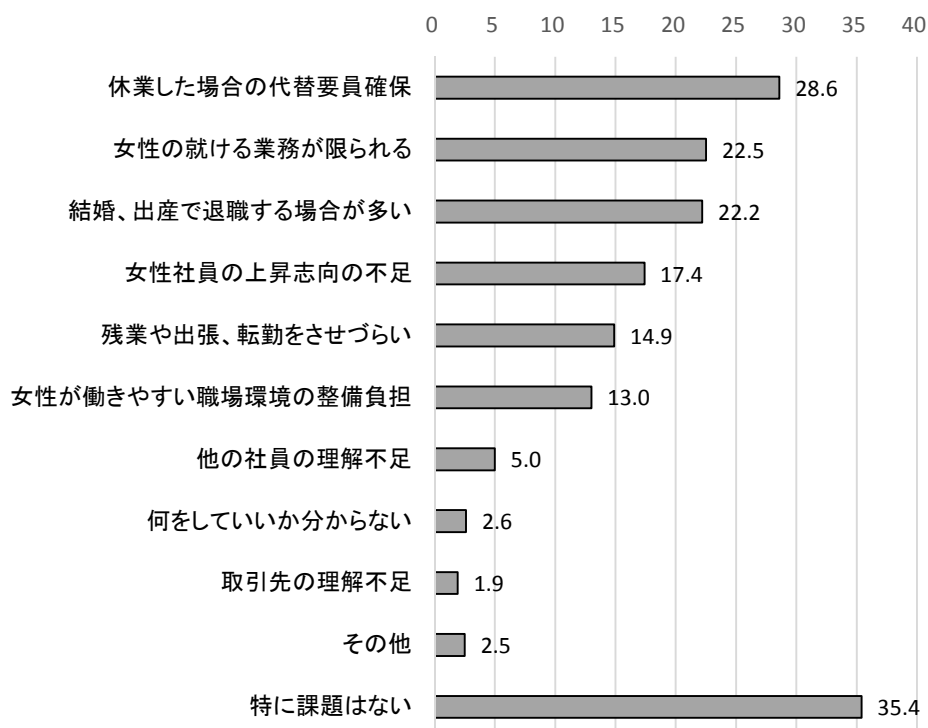
問 22. 女性の活躍の場を職場内で上げていく上での課題は何ですか。(3つまで複数回答)

女性の活躍の場を職場内で上げていく上での課題は「休業した場合の代替要員確保」(28.6%)が最も多く、次いで「女性の就ける業務が限られる」(22.5%)、「結婚、出産で退職する機会が多い」(22.2%)の順となっている。

業種別にみると、「休業した場合の代替要員確保」が特に多いのは医療・福祉(46.2%)、「女性の就ける業務が限られる」が特に多いのは建設業(43.2%)及び運輸業(43.1%)、「結婚、出産で退職する機会が多い」は飲食業(33.9%)、医療・福祉(32.2%)である。また、他の項目では、情報通信業において「残業や出張、転勤をさせづらい」(31.4%)が多いのが目立つ。

企業規模別にみると、大企業では「休業した場合の代替要員確保」(43.3%)、「結婚、出産で退職する機会が多い」(39.2%)、「女性社員の上昇志向の不足」(35.1%)が多く、「特に課題はない」(10.3%)は少ない。これに対し、中小企業では休業した場合の代替要員確保(28.2%)が最上位であることは大企業と同様だが、次いで「女性の就ける業務が限られる」(22.6%)、「結婚、出産で退職する機会が多い」(21.8%)の順となっており、さらに「特に課題はない」(36.3%)がそれらよりも多い。小規模企業でも、中小企業と概ね同様の傾向がみられる。

図表 4-15 女性の活躍の場を職場内で上げていく上での課題 (単位：%、N=2270)



図表 4-16 女性の活躍の場を職場内で広げていく上での課題（業種別、企業規模別）

（単位：％）

		休業した場合の代替要員確保	女性の就ける業務が限られる	結婚、出産で退職するが多い	女性社員の上昇志向の不足	残業や出張、転勤をさせづらい	事業所内保育所の設置等女性が働きやすい職場環境の整備負担	他の社員の理解不足	何をしたいかわからない	取引先の理解不足	その他	特に課題はない
全業種 (N=2270)		28.6	22.5	22.2	17.4	14.9	13.0	5.0	2.6	1.9	2.5	35.4
業種別	農林水産業 (N=12)	33.3	25.0	8.3	25.0	25.0	25.0	0.0	0.0	8.3	0.0	33.3
	鉱業 (N=2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	建設業 (N=278)	19.4	43.2	15.5	11.5	14.0	10.4	6.8	4.0	2.9	4.3	33.8
	食料品製造業 (N=63)	36.5	30.2	19.0	27.0	9.5	9.5	4.8	6.3	0.0	3.2	30.2
	印刷業 (N=43)	30.2	25.6	18.6	25.6	23.3	16.3	4.7	4.7	0.0	0.0	32.6
	製造業（食料品、印刷以外） (N=100)	27.0	31.0	14.0	14.0	23.0	14.0	4.0	3.0	2.0	4.0	32.0
	卸売業 (N=267)	24.0	33.8	23.2	14.2	16.1	11.6	4.5	2.6	3.0	2.2	38.2
	小売業 (N=230)	31.3	24.8	22.2	20.4	17.0	12.2	9.1	3.9	1.3	0.9	32.6
	金融・保険業 (N=51)	33.3	9.8	23.5	25.5	7.8	17.6	3.9	0.0	2.0	3.9	35.3
	不動産業 (N=187)	20.3	15.0	18.7	16.6	9.6	12.8	3.7	3.7	2.1	3.2	45.5
	運輸業 (N=51)	23.5	43.1	19.6	11.8	17.6	15.7	3.9	2.0	3.9	0.0	27.5
	情報通信業 (N=121)	26.4	12.4	24.8	20.7	31.4	14.9	4.1	1.7	3.3	0.0	32.2
	医療・福祉 (N=264)	46.2	3.4	32.2	17.0	8.3	18.6	5.3	1.5	0.4	2.3	29.9
	飲食業 (N=56)	32.1	8.9	33.9	30.4	14.3	10.7	3.6	0.0	0.0	0.0	41.1
	宿泊サービス業 (N=9)	44.4	22.2	11.1	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	55.6
サービス業（飲食・宿泊以外） (N=280)	27.9	15.7	26.1	17.1	14.6	12.5	2.9	1.1	1.8	2.9	34.6	
その他 (N=237)	27.8	19.4	19.0	18.6	13.9	10.5	4.6	3.0	1.7	3.4	40.1	
規模別	大企業 (N=97)	43.3	21.6	39.2	35.1	22.7	25.8	6.2	2.1	0.0	0.0	10.3
	中小企業 (N=2088)	28.2	22.6	21.8	16.8	14.6	12.4	4.9	2.7	2.0	2.6	36.3
	うち小規模企業 (N=1255)	24.5	19.1	19.4	15.1	13.2	10.8	3.5	3.2	1.9	3.3	42.5

（注）網掛けは各業種・規模の上位3項目。

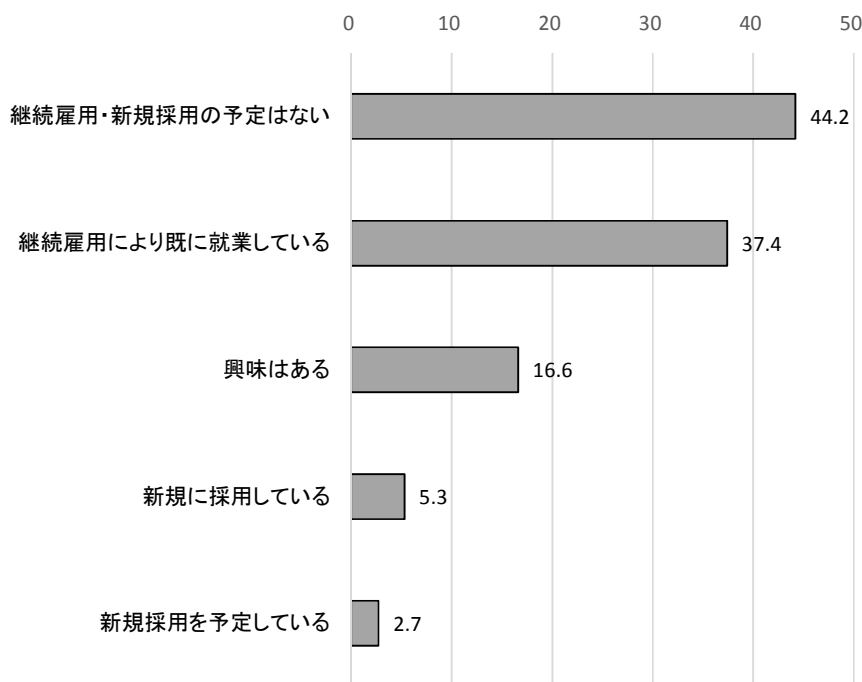
問 23. 高齢者（65 歳以上）の就業（採用）状況についてお伺いします。（複数回答）

高齢者（65 歳以上）の就業（採用）状況は「継続雇用・新規採用の予定はない」（44.2%）が最も多く、次いで「継続雇用により既に就業している」（37.4%）、「興味はある」（16.6%）の順となっている。

業種別にみると、「継続雇用により既に就業している」が運輸業（62.3%）、食料品製造業（59.4%）、宿泊サービス業（54.5%）で半数を超えているのが目立つ。

企業規模別にみると、大企業では「継続雇用により既に就業している」（64.3%）が多いのに対し、中小企業では「継続雇用・新規採用の予定はない」（45.6%）が多い。小規模企業も中小企業と同様である。

図表 4-17 高齢者（65 歳以上）の就業（採用）状況（単位：%、N=2364）



(単位：%)

		継続雇用・新規採用の予定はない	継続雇用により既に就業している	興味はある	新規に採用している	新規採用を予定している
全業種 (N=2364)		44.2	37.4	16.6	5.3	2.7
業種別	農林水産業 (N=12)	16.7	41.7	41.7	16.7	0.0
	鉱業 (N=2)	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	建設業 (N=296)	36.5	50.3	13.9	5.1	3.4
	食料品製造業 (N=64)	32.8	59.4	9.4	4.7	1.6
	印刷業 (N=44)	29.5	50.0	18.2	4.5	2.3
	製造業（食料品、印刷以外） (N=105)	29.5	51.4	16.2	4.8	2.9
	卸売業 (N=273)	48.7	32.6	15.0	5.9	2.2
	小売業 (N=251)	43.0	34.3	20.3	5.2	4.0
	金融・保険業 (N=52)	57.7	21.2	19.2	1.9	3.8
	不動産業 (N=197)	50.3	28.9	19.3	5.1	2.5
	運輸業 (N=53)	28.3	62.3	7.5	9.4	5.7
	情報通信業 (N=119)	54.7	12.6	20.2	2.5	2.5
	医療・福祉 (N=268)	41.4	38.4	15.7	9.3	3.0
	飲食業 (N=61)	45.9	36.1	16.4	11.5	1.6
	宿泊サービス業 (N=11)	27.3	54.5	18.2	9.1	0.0
	サービス業（飲食・宿泊以外） (N=290)	47.9	32.8	19.3	3.4	1.4
その他 (N=245)	48.6	35.9	14.3	3.3	2.4	
規模別	大企業 (N=98)	15.3	64.3	17.3	14.3	2.0
	中小企業 (N=2088)	45.6	36.2	16.5	5.0	2.6
	うち小規模企業 (N=1324)	55.6	26.4	17.0	3.1	2.5

(注) 網掛けは各業種・規模の最上位項目。

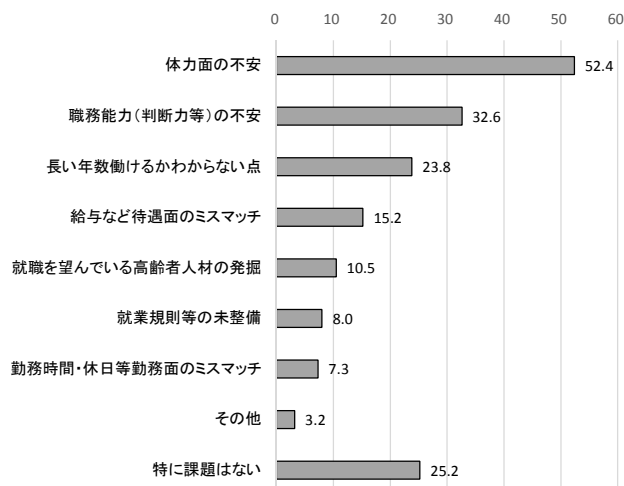
問 24. 高齢者（65 歳以上）の就業（採用）における課題は何ですか。（3 つまで複数回答）

高齢者（65 歳以上）の就業（採用）についての課題は「体力面の不安」（52.4%）が最も多く、次いで「職務能力（判断力等）の不安」（32.6%）、「長い年数働けるかわからない点」（23.8%）の順である。

業種別にみると、「体力面の不安」が特に多いのは、運輸業（84.3%）、食料品製造業（73.1%）などである。運輸業では、「職務能力（判断力等）の不安」（47.1%）、「長い年数働けるかわからない点」（37.3%）など、他の項目についても、他の業種に比べて多いのが目立つ。

企業規模別には、大きな傾向の違いはみられないが、中小企業及び小規模企業では「体力面の不安」及び「職務能力（判断力等）の不安」が比較的少ない一方、「特に課題はない」は大企業に比べて多い。

図表 4-18 高齢者（65 歳以上）の就業（採用）についての課題（単位：%、N=2315）



(単位：%)

		体力面の不安	職務能力(判断力等)の不安	長い年数働けるかわからない点	給与など待遇面のミスマッチ	就職を望んでいる高齢者人材の発掘	就業規則等の未整備	勤務時間・休日等勤務面のミスマッチ	その他	特に課題はない
全業種 (N=2315)		52.4	32.6	23.8	15.2	10.5	8.0	7.3	3.2	25.2
業種別	農林水産業 (N=13)	69.2	38.5	38.5	7.7	0.0	0.0	15.4	0.0	15.4
	鉱業 (N=2)	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	建設業 (N=292)	62.7	29.1	26.0	15.8	9.6	5.8	6.8	4.1	22.3
	食料品製造業 (N=67)	73.1	26.9	32.8	14.9	11.9	13.4	3.0	1.5	10.4
	印刷業 (N=41)	48.8	36.6	31.7	9.8	14.6	4.9	0.0	0.0	31.7
	製造業（食料品、印刷以外） (N=105)	54.3	26.7	21.9	14.3	12.4	11.4	4.8	1.0	28.6
	卸売業 (N=271)	52.4	28.0	27.3	17.3	7.0	11.8	6.3	3.0	26.9
	小売業 (N=241)	56.8	36.5	32.0	14.1	12.0	7.5	10.8	1.7	19.9
	金融・保険業 (N=51)	31.4	45.1	19.6	19.6	5.9	5.9	3.9	5.9	29.4
	不動産業 (N=191)	33.5	25.1	23.0	15.2	14.7	7.3	8.4	1.6	38.2
	運輸業 (N=51)	84.3	47.1	37.3	3.9	7.8	3.9	7.8	0.0	9.8
	情報通信業 (N=115)	33.0	44.3	12.2	26.1	11.3	13.0	6.1	3.5	19.1
	医療・福祉 (N=264)	57.2	39.8	24.6	11.7	9.8	6.4	8.7	2.3	22.3
	飲食業 (N=59)	76.3	33.9	20.3	11.9	13.6	6.8	18.6	6.8	16.9
	宿泊サービス業 (N=11)	63.6	45.5	18.2	9.1	9.1	9.1	0.0	0.0	27.3
	サービス業（飲食・宿泊以外） (N=280)	44.6	31.8	20.4	16.8	13.9	7.5	6.1	4.6	26.1
その他 (N=241)	47.3	28.2	14.9	13.3	6.6	7.9	6.6	6.6	33.6	
規模別	大企業 (N=96)	64.6	39.6	24.0	20.8	12.5	11.5	9.4	2.1	14.6
	中小企業 (N=2131)	51.9	32.1	24.1	14.8	10.3	7.9	7.4	3.3	25.6
	うち小規模企業 (N=1289)	45.5	31.6	22.1	14.4	10.1	7.1	7.1	3.4	30.9

(注) 網掛けは各業種・規模の上位3項目。

## 5. 行政への要望等

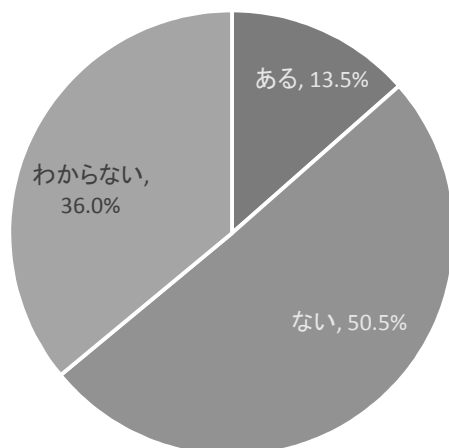
### 問 25-1. 事業活動において課題となる規制や制度はありますか。

事業活動において課題となる規制や制度の有無は、「ある」(13.5%)よりも「ない」(50.5%)が多い。

業種別にみると、すべての業種において「ない」が「ある」よりも多いが、その中で「ある」が特に多いのは、医療・福祉(25.1%)、運輸業(20.5%)、金融・保険業(20.0%)などである。

企業規模別にみると、大企業は「ある」(19.0%)が比較的多い。

図表 5-1 事業活動において課題となる規制や制度の有無 (単位：%、N=2215)



(単位：%)

		ある	ない	わからない
全業種(N=2215)		13.5	50.5	36.0
業種別	農林水産業(N=12)	0.0	75.0	25.0
	鉱業(N=2)	0.0	50.0	50.0
	建設業(N=277)	8.7	52.7	38.6
	食料品製造業(N=64)	17.2	35.9	46.9
	印刷業(N=41)	12.2	36.6	51.2
	製造業(食料品、印刷以外)(N=95)	7.4	50.5	42.1
	卸売業(N=264)	9.8	53.8	36.4
	小売業(N=226)	10.6	53.1	36.3
	金融・保険業(N=50)	20.0	50.0	30.0
	不動産業(N=191)	9.4	56.0	34.6
	運輸業(N=44)	20.5	36.4	43.2
	情報通信業(N=112)	9.8	51.8	38.4
	医療・福祉(N=243)	25.1	44.0	30.9
	飲食業(N=55)	18.2	36.4	45.5
	宿泊サービス業(N=11)	0.0	54.5	45.5
	サービス業(飲食・宿泊以外)(N=273)	17.6	55.3	27.1
その他(N=236)	14.0	49.2	36.9	
規模別	大企業(N=84)	19.0	50.0	31.0
	中小企業(N=2131)	13.3	50.3	36.4
	うち小規模企業(N=1282)	13.0	50.7	36.3

(注) 網掛けは「ある」「ない」いずれかのうちで多い項目。

## 問 25-2. 事業活動において課題となる具体的な規制や制度

事業活動において課題となる規制や制度の具体的内容について、自由記入欄で回答を求めた。

<回答内容の抜粋>

- ・ 電気工事施工規則・消防法 [建設業]
- ・ 抽選ばかりの札幌市の入札制度 [建設業]
- ・ 自動車リサイクル法で求められる要件（屋根等）が厳しくなってきた、既存の土地で（調整区域等）で事業を継続するのが難しくなっている。解体業の免許更新の時にたたむ所がある。[卸売業]
- ・ 労働契約法、有期雇用特別措置法における継続雇用の高齢者の運用ハードルが高すぎる。認定の必要性、60歳前の有期労働契約書の取扱い、など。[卸売業]
- ・ 補聴器フィッティングに携る医療行為に対する柔軟性。総合支援法による交付・修理に対する基準が厳しすぎる（札幌市のみ）[小売業]
- ・ 雇用に関する規制や制度に沿った型に100%は、合わせられない。[小売業]
- ・ 日本国内に安全な自転車道路がない、自転車は軽車両扱い [小売業]
- ・ 医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（旧薬事法）[小売業]
- ・ 保険業法など [金融・保険業]
- ・ 不動産に関する税金等（手続きに掛る諸費共）が高すぎる。[不動産業]
- ・ オープンハウス等の開催する際の仮設誘導看板の設置が条例に反すること。[不動産業]
- ・ 空家・空地の不動産業者への公開を望みます。[不動産業]
- ・ 中型運転免許等などの免許制度が増え運転手不足 [運輸業]
- ・ 運転免許制度（新普免でトラック乗務不可問題）[運輸業]
- ・ 貸切バスに関する法律等の見直し全搬 [運輸業]
- ・ 道路運送法と関連法令。障がい者総合支援法 [運輸業]
- ・ 下請法。改正派遣法 [情報通信業]
- ・ 二重派遣、派遣法。（請け負っている業務において自社の従業員だけでは不足している場合、パートナー会社の技術者を使えない）[情報通信業]
- ・ 介護保険制度 [医療・福祉]
- ・ 介護事業は報酬単価が低く人材確保が困難 [医療・福祉]
- ・ 医療機関であるがデイケア（認知症専門）の行政よりの配置基準、定員を守らなければならない点。特に認知症デイケア（25名定）を増員してもらいたい。[医療・福祉]
- ・ 医療制度が2年毎に大きく変わる事により設備投資や人員配置に対しての費用の予算が不安定で組めない。収支に関する制度が頻繁に変わる。経営計画困難。[医療・福祉]
- ・ 建築基準法（昭和57年より前の物件はほとんど再利用不可能）[医療・福祉]
- ・ 介護事業で収入が少ないにも拘らず、色々な面の規制が強い、その上に書類が多過ぎる。[医療・福祉]
- ・ 移動販売の保健所申請 [飲食業]
- ・ 理容師法・美容師法及び消毒法 [サービス業（飲食・宿泊以外）]
- ・ 社会保険。厚生年金加入の強制 [サービス業（飲食・宿泊以外）]
- ・ 従業員100名以上になると身体障害者の雇用問題が発生する。業務的に無理がある。雇用しなければ金銭的に負担しなければならないことにも不満。なんとかならないか [サービス業（飲食・宿泊以外）]
- ・ 労働者派遣法の改正 [サービス業（飲食・宿泊以外）]
- ・ 容積率：住宅街で住宅は40/80に緩和されている地域でも幼稚園は40/60のまま 市街化調整区域：旧制度により認められていた公共性の高い施設→市街化区域に偏入して欲しい [幼稚園]
- ・ 幼保連携型認定子ども園に移行する際に厨房の設置が義務、外部搬入も認める規制緩和が必要 [幼稚園]

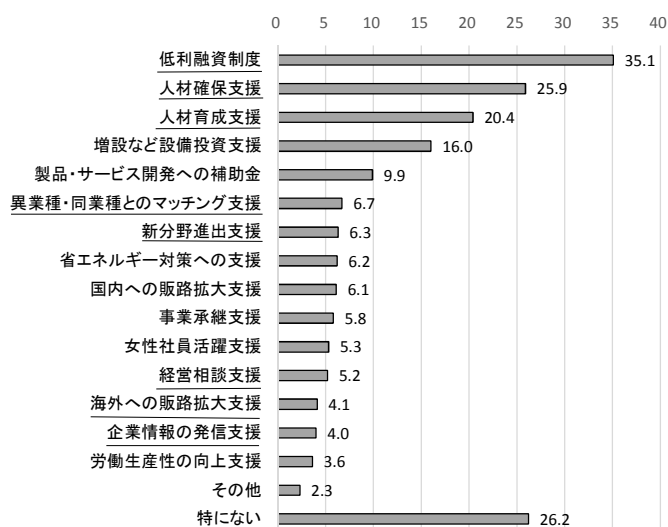
問 26. 今後の事業活動の実施にあたって行政に望む支援策等（3つまで複数回答）

今後の事業活動の実施にあたって行政に望む支援策等は、「低利融資制度」（35.1%）が最も多く、次いで「人材確保支援」（25.9%）、「人材育成支援」（20.4%）の順となっている。

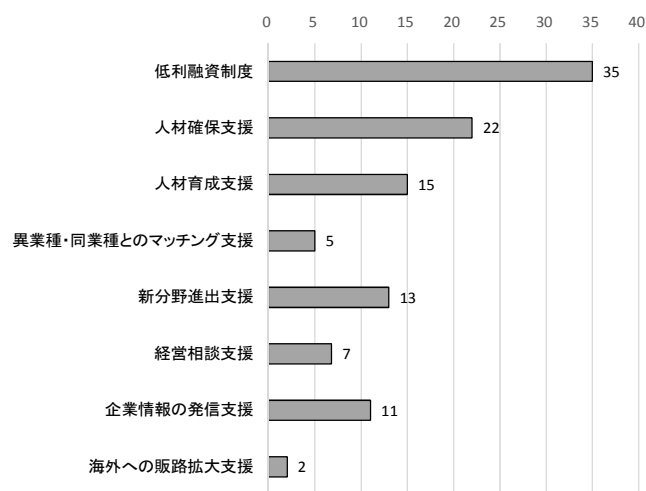
業種別にみると、「低利融資制度」が特に多いのは、印刷業（55.8%）、運輸業（54.9%）、農林水産業（50.0%）などである。また、「人材確保支援」が特に多いのは、飲食業（42.3%）、運輸業（39.2%）、情報通信業（38.5%）、医療・福祉（37.4%）、建設業（36.3%）などである。「人材育成支援」が特に多いのは、情報通信業（32.5%）、農林水産業（28.6%）、建設業（28.5%）などである。その他の項目では「増設など設備投資支援」が農林水産業（42.9%）、印刷業（41.9%）、宿泊サービス業（40.0%）で多く、また、「製品・サービス開発への補助金」が情報通信業（26.5%）、食料品製造業（25.8%）、農林水産業（21.4%）で多いのが目立つ。

企業規模別にみると、大企業では「人材確保支援」（43.7%）が圧倒的に多いのに対し、中小企業では「低利融資制度」（36.2%）が、小規模企業でも「低利融資制度」（39.0%）が最も多い。

図表 5-2 今後の事業活動の実施にあたって行政に望む支援策等（単位：％、N=2305）



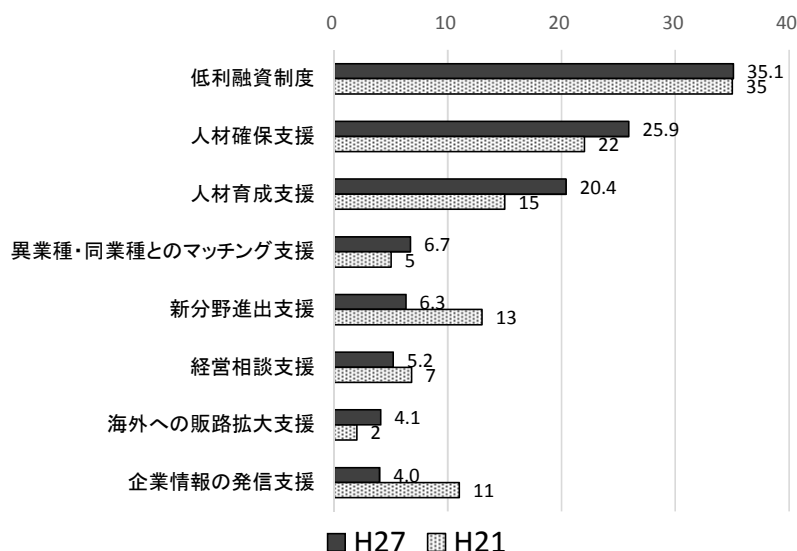
図表 5-3 (参考) [平成 21 年度調査] (単位：％、N=1540)



※下線は平成 21 年度調査と比較可能な選択肢。

平成 21 年度調査でも同様の質問を行っているが、選択肢が今回の調査とは異なっているため、参考資料として以下に示す。

図表 5-4 今後の事業活動の実施にあたって行政に望む支援策等 平成 27 年度と 21 年度の比較（単位：％）





図表 5-5 今後の事業活動の実施にあたって行政に望む支援策等（業種別、企業規模別）

（単位：％）

		低利融資 制度	人材確保 支援	人材育成 支援	増設など 設備投資 支援	製品・ サービス 開発への 補助金	異業種・ 同業種との マッチング 支援	新分野進出 支援	省エネルギー 対策への 支援	国内への 販路拡大 支援
全業種 (N=2305)		35.1	25.9	20.4	16.0	9.9	6.7	6.3	6.2	6.1
業 種 別	農林水産業(N=14)	50.0	7.1	28.6	42.9	21.4	0.0	14.3	14.3	7.1
	鉱業(N=2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	建設業(N=295)	34.9	36.3	28.5	11.2	6.8	4.4	7.8	5.8	5.1
	食料品製造業(N=52)	35.5	21.0	14.5	32.3	25.8	4.8	3.2	9.7	8.1
	印刷業(N=43)	55.8	14.0	20.9	41.9	9.3	7.0	2.3	4.7	9.3
	製造業（食料品、印刷以外）(N=106)	33.0	20.8	19.8	23.6	17.0	3.8	3.8	6.6	8.5
	卸売業(N=2680)	35.1	11.2	10.4	16.4	11.9	9.7	9.3	5.6	13.4
	小売業(N=240)	37.1	24.2	15.4	15.0	7.1	7.9	6.7	7.1	5.8
	金融・保険業(N=52)	21.2	30.8	23.1	5.8	1.9	7.7	5.8	0.0	9.6
	不動産業(N=190)	45.8	18.4	18.4	11.1	4.2	11.1	5.8	4.7	4.2
	運輸業(N=51)	54.9	39.2	15.7	27.5	3.9	0.0	0.0	5.9	2.0
	情報通信業(N=117)	41.9	38.5	32.5	6.0	26.5	7.7	10.3	0.9	8.5
	医療・福祉(N=257)	23.7	37.4	26.1	14.4	1.9	2.7	4.3	9.7	0.4
	飲食業(N=52)	44.2	42.3	17.3	19.2	7.7	3.8	1.9	7.7	3.8
	宿泊サービス業(N=10)	50.0	20.0	10.0	40.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0
	サービス業（飲食・宿泊以外）(N=277)	31.4	27.8	22.0	18.1	14.4	6.9	6.9	5.1	4.7
その他(N=247)	31.2	17.8	18.6	14.6	10.5	9.3	5.7	6.5	6.5	
規 模 別	大企業(N=87)	12.6	43.7	23.0	18.4	10.3	3.4	4.6	12.6	4.6
	中小企業(N=2124)	36.2	25.2	20.4	15.9	10.1	6.9	6.5	5.8	5.2
	うち小規模企業(N=1309)	39.0	19.9	17.6	14.5	8.0	7.2	6.3	3.9	5.4
		事業承継 支援	女性社員 活躍支援	経営相談 支援	海外への販 路拡大支援	企業情報の 発信支援	労働生産性 の向上支援	その他	特にな	
全業種 (N=2305)		5.8	5.3	5.2	4.1	4.0	3.6	2.3	26.2	
業 種 別	農林水産業(N=14)	7.1	7.1	0.0	7.1	7.1	0.0	7.1	0.0	
	鉱業(N=2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	
	建設業(N=295)	6.1	2.7	4.1	1.4	4.1	7.1	1.7	24.7	
	食料品製造業(N=62)	3.2	4.8	8.1	9.7	1.6	9.7	1.6	27.4	
	印刷業(N=43)	2.3	4.7	7.0	2.3	2.3	2.3	0.0	18.6	
	製造業（食料品、印刷以外）(N=106)	2.8	1.9	2.8	9.4	3.8	4.7	3.8	21.7	
	卸売業(N=268)	7.1	1.5	9.3	7.5	4.5	4.5	1.1	29.5	
	小売業(N=240)	5.0	4.6	7.5	4.6	5.0	3.3	1.3	29.6	
	金融・保険業(N=52)	11.5	11.5	3.8	0.0	7.7	1.9	3.8	28.8	
	不動産業(N=190)	6.8	5.3	6.8	2.1	3.2	1.6	0.5	27.9	
	運輸業(N=51)	7.8	0.0	3.9	0.0	0.0	3.9	5.9	13.7	
	情報通信業(N=117)	5.1	4.3	5.1	8.5	3.4	1.7	0.0	16.2	
	医療・福祉(N=257)	3.1	11.7	4.3	1.2	0.8	0.8	5.8	30.0	
	飲食業(N=52)	7.7	9.6	0.0	5.8	0.0	3.8	1.9	26.9	
	宿泊サービス業(N=10)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	30.0	
	サービス業（飲食・宿泊以外）(N=277)	5.8	7.6	4.3	4.3	7.2	4.0	1.4	23.8	
その他(N=247)	7.7	4.9	3.6	4.0	5.3	2.4	3.2	27.9		
規 模 別	大企業(N=87)	1.1	13.8	2.3	6.9	5.7	10.3	0.0	25.3	
	中小企業(N=2124)	5.8	5.0	5.5	4.0	4.0	3.4	2.4	26.1	
	うち小規模企業(N=1309)	5.6	4.7	6.5	3.7	4.4	2.3	2.4	29.3	

（注）網掛けは各業種・規模の上位3項目。

# 札幌市産業振興ビジョン改定に係る基礎調査

秘

## ◆貴社（貴事業所）の企業概要についてお尋ねします。

貴社の概要について下欄にご記入ください。選択項目については該当するもの1つに○印をおつけください。

①貴社名			
②本社所在地	1. 札幌市 2. その他の道内市町村 → (市町村名: ) 市・町・村 3. 道外 → (都府県名: ) 都・府・県 (市区町村名: ) 市・区・町・村		
③主たる業種	1. 農林水産業 2. 鉱業 3. 建設業 4. 食料品製造業 5. 印刷業 6. 製造業（食料品、印刷以外） 7. 卸売業 8. 小売業 9. 金融・保険業 10. 不動産業 11. 運輸業 12. 情報通信業 13. 医療・福祉 14. 飲食業 15. 宿泊サービス業 16. サービス業（飲食・宿泊以外） 17. その他 (具体的に: )		
④資本金規模 ※支社・支店の場合は、 企業全体の資本金	1. 1,000万円未満 2. 1,000万円～3,000万円未満 3. 3,000万円～5,000万円未満 4. 5,000万円～1億円未満 5. 1億円～3億円未満 6. 3億円～5億円未満 7. 5億円以上		
⑤従業員数 ※非正規社員とはパート、アルバイト、契約・派遣社員	正社員 ( ) 人 正社員のうち女性社員 ( ) 人 正社員のうち高齢者（65歳以上）社員 ( ) 人 正社員のうち外国籍社員 ( ) 人		
	非正規社員 ( ) 人 非正規社員のうち女性社員 ( ) 人 非正規社員のうち高齢者（65歳以上）社員 ( ) 人 非正規社員のうち外国籍社員 ( ) 人		

## ◆貴社（貴事業所）の経営状況、市場等についてお尋ねします。

問1 直近5年における業績（売上高）の推移について、当てはまるもの1つに○印をおつけください。

1. 増収増益  
2. 増収減益  
3. 減収増益  
4. 減収減益  
5. 変わらない(横ばい)

問2 事業を行っていく上での課題は何ですか。該当するもの全てに○印をおつけください。

1. 販売単価の下落	8. 海外企業との競合激化	15. 新たな技術やノウハウの情報不足
2. 売上不振	9. 敷地面積が狭い	16. 新製品・サービスの企画・開発の減少
3. 粗利益率の低下	10. 設備の不足・老朽化	17. 規制が厳しい
4. 電気・ガス料金等、諸経費の増加	11. 設備の過剰	18. その他 ( )
5. 原材料等の仕入価格高騰	12. 資金調達	19. 特に課題はない
6. 在庫過剰	13. 人手不足	
7. 国内企業との競合激化	14. 事業継承・後継者の問題	

問3 貴社の売上が大きい『国内』市場の地域、及び今後販売強化・進出を考えている地域について、大きい順に枠内に番号を記入してください。また、現在の全売上に占める概算割合をお答え願います。

	1位	2位	3位
現在売上が大きい国内市場とその割合	( 割程度)	( 割程度)	( 割程度)
今後販売強化・進出を考えている市場 ※現在と変わらない場合は同番号を記入			

以下から番号をお選びください


1. 札幌市内	5. 中部地方	9. 九州地方
2. 札幌市以外の道内	6. 関西地方	10. 沖縄地方
3. 東北地方	7. 中国地方	
4. 関東地方	8. 四国地方	

問4 『道外』を対象としたビジネスを行う上での課題は何ですか。主なもの3つまで○印をおつけください。

1. 設備不足	5. 販売先・受注先の開拓	9. その他 ( )
2. 人手不足	6. 仕入先・外注先の開拓	10. 特に課題はない
3. 道外市場ニーズ等のマーケティング不足	7. 道外企業との競合	
4. 新たな技術やノウハウの情報不足	8. 資金調達	

問5 貴社の売上が大きい『海外』市場の地域及び今後販売強化・進出を考えている地域について、大きい順に枠内に番号を記入してください。 ※海外取引がない場合は「18」を1位の枠内に記入願います また、現在の全売上に占める海外売上の概算割合をお答え願います。

	1位	2位	3位
現在売上が大きい海外市場とその割合	( 割程度)	( 割程度)	( 割程度)
今後販売強化・進出を考えている市場 ※現在と変わらない場合は同番号を記入			

 以下から番号をお選びください

1. 中国本土	7. ベトナム	13. カナダ
2. 香港	8. インドネシア	14. 中南米
3. 台湾	9. その他 ASEAN( )	15. 豪州
4. 韓国	10. 中東	16. 欧州
5. シンガポール	11. ロシア	17. その他( )
6. タイ	12. 米国	18. 海外取引はない

問6 『海外』を市場としたビジネスを行う上での課題は何ですか。主なもの3つまで○印をおつけください。

1. 有力な海外パートナーが不足	5. 海外との代金決済が煩雑・不安	9. その他
2. 手続き・書類等が煩雑	6. 海外の法制度などの知識不足	( )
3. 海外市場ニーズ等のマーケティング不足	7. 海外での商品や店舗等の知名度不足	10. 特に課題はない
4. グローバル人材・語学力が不足	8. 物流に関するコスト・技術・時間に問題	11. 業種的に海外展開に馴染まない

◆今後の貴社（貴事業所）の事業展開に係る基本的な方向性についてお尋ねします。

問7 貴社が現在取り組んでいる事業分野について、市場規模の将来展望をどのようにお考えですか。1つだけ○印をおつけください。

1. 拡大していく	2. 変わらない	3. 縮小していく	4. わからない
-----------	----------	-----------	----------

問8 上記問7を踏まえて、貴社はどのような対応を検討していますか。主なもの3つまで○印をおつけください。

1. 新製品・サービスの開発	6. 生産性向上	11. 事業縮小・見直し
2. ITやコンテンツ※の活用	7. 生産設備の強化	12. その他
3. 対象市場の拡大(国内)	8. 新分野進出	( )
4. 対象市場の拡大(海外)	9. 人材の育成・確保	13. 特にない
5. 営業力強化	10. 企業間連携の強化	

※コンテンツ:デザイン、音楽、キャラクター等

問9 現在、貴社は新分野、新業務への取り組みを行っていますか。1つだけ○印をおつけください。

1. 行っている	2. 現在取り組む計画がある	3. 将来取り組む意向はある	4. 取り組む予定はない → 問11へ
----------	----------------	----------------	---------------------


問10 上記問9で「1. 行っている」「2. 取り組む計画がある」「3. 取り組む意向はある」と回答した方にお尋ねします。新分野、新業務はどの分野ですか。該当するもの全てに○印をおつけください。

1. 農林水産業	8. 金融・保険業	15. 宿泊サービス業
2. 鉱業	9. 不動産業	16. サービス業(飲食・宿泊以外)
3. 建設業	10. 運輸業	17. 環境・エネルギー関連
4. 食料品製造業	11. 情報通信業	18. バイオ関連(機能性食品など)
5. 製造業(食料品以外)	12. 医療関連	19. その他
6. 卸売業	13. 福祉・介護	( )
7. 小売業	14. 飲食業	

◆貴社（貴事業所）の海外観光客に対するビジネスについてお尋ねします。

問11 現在、貴社は海外観光客（インバウンド）向けの取り組みを行っていますか。行っている場合、5年前と比較して海外観光客（インバウンド）による売上に変化がありましたか。それぞれ1つだけ○印をおつけください。

1. 行っている	2. 現在取り組む計画がある	3. 将来取り組む意向はある	4. 取り組む予定はない → 問13へ
----------	----------------	----------------	---------------------

 『行っている場合』、海外観光客（インバウンド）の売上の変化についてお答え願います

1. 増加した	2. 変わらない	3. 減少した
---------	----------	---------

問 12 上記問 11 で「1. 行っている」「2. 取り組む計画がある」「3. 取り組む意向はある」と回答した方にお尋ねします。どのような取り組みを実施、計画、検討していますか。主なものを3つまで○印をおつけください。

1. 商品やサービスの外国語表記	5. ハラル対応	10. クレジットカード対応
2. 人材の外国語教育充実	6. 旅行者者との連携	11. Wi-Fi 環境の整備
3. 外国人従業員の採用	7. ホテル・旅館との連携	12. 災害、非常時対応
4. 外国人向け商品(お土産等)やサービス開発	8. 海外への情報発信	13. 海外事業所の設立
	9. 免税対応	14. その他( )

問 13 海外観光客をターゲットにする際の課題は何ですか。主なものを3つまで○印をおつけください。また、その課題解決に向けた取り組みを実施していましたら具体的にご教示願います。

1. 言語対応	5. 外国人観光客のニーズ等のマーケティング不足	8. その他 ( )
2. 文化・習慣の違い	6. 情報発信の不足	9. 特に課題はない
3. 人手不足	7. 設備の不足	10. 業種的にインバウンドは馴染まない
4.ノウハウを持つ事業者との連携不足		

↓ 課題解決に向けた具体的な取り組みを記載願います

◆貴社（貴事業所）の人材確保等についてお尋ねします。

問 14 5年前と比較して従業員数に変化はありましたか。また、正社員、非正規社員の割合に変化はありましたか。それぞれ1つだけ○印をおつけください。

従業員数	1. 増加した	2. 変わらない	3. 減少した
正社員の割合	1. 増加した	2. 変わらない	3. 減少した
非正規社員の割合	1. 増加した	2. 変わらない	3. 減少した

問 15 人材確保（採用）の状況はいかがですか。1つだけ○印をおつけください。

1. 十分確保できている	3. ほとんど確保できていない	5. 新規採用の予定はない
2. どちらかといえば確保できている	4. どちらかといえば確保できていない	

問 16 どのような人材を求めていますか。最も当てはまるものを1つだけ○印をおつけください。

1. 新卒者(正社員)	2. 中途採用(正社員)	3. 非正規社員
-------------	--------------	----------

問 17 貴社の人材確保の手段について、主なものを3つまで○印をおつけください。

1. ハローワーク	5. 就職情報誌や新聞・雑誌広告	9. 知人、友人からの紹介
2. 高校、大学等からの紹介	6. 人材紹介会社の仲介	10. その他 ( )
3. 商工会議所等支援機関からの仲介	7. 自社ホームページの告知	
4. 就職サイト(○○ナビ等)	8. インターンシップの実施	

問 18 人材確保の課題は何ですか。主なものを3つまで○印をおつけください。

1. 自社の知名度不足	7. 就職サイト(○○ナビ等)への掲載費用負担	12. 採用した人材の定着率の低さ
2. 業界のネガティブイメージ(3K 等)	8. 採用担当者の不足	13. 新規採用者の人件費負担
3. 報酬などの採用条件のミスマッチ	9. 採用ノウハウの不足	14. その他 ( )
4. 求職者の大企業志向、安定志向	10. 大学等の就職担当との連携不足	15. 特に課題はない
5. 就職情報誌等への掲載費用の負担	11. UIJ ターンを望む人材へのアプローチ	
6. インターンシップの実施負担		

問 19 5年前と比較して女性社員の数に変化はありましたか。1つだけ○印をおつけください。

1. 増加した	2. 変わらない	3. 減少した
---------	----------	---------

問 20 就業経験はあるものの、子育てなどで離職した女性の採用状況について1つだけ○印をおつけください。

1. 既に採用している	2. 採用を予定している	3. 興味はある	4. 採用の予定はない
-------------	--------------	----------	-------------

問 21 女性が働きやすい職場環境整備の取組を実施されていますか。該当するもの全てに○印をおつけください。

1. トイレ、ロッカー等設備の新增設	4. 育児・介護のための短時間勤務制度	7. 在宅勤務制度
2. 事業所内保育所の設置	5. 始業、終業時間の繰り上げ、繰り下げ	8. その他( )
3. 育児休業制度	6. 転勤免除	9. 特に実施していない

問 22 女性の活躍の場を職場内で上げていく上での課題は何ですか。主なもの3つまで○印をおつけください。

1. 女性の就ける業務が限られる	5. 女性社員の上昇志向の不足	8. 取引先の理解不足
2. 休業した場合の代替要因確保	6. 事業所内保育所の設置など、女性が働きやすい職場環境の整備負担	9. 何をしたいか分からない
3. 残業や出張、転勤をさせづらい	7. 他の社員の理解不足	10. その他( )
4. 結婚、出産で退職する人が多い		11. 特に課題はない

問 23 高齢者（65歳以上）の就業（採用）状況について、該当するものすべてに○印をおつけください。

1. 継続雇用によりすでに就業している	3. 新規採用を予定している	5. 継続雇用・新規採用の予定はない
2. 新規に採用している	4. 興味はある	

問 24 高齢者（65歳以上）の就業（採用）についての課題は何ですか。主なもの3つまで○印をおつけください。

1. 就業規則等の未整備	4. 長い年数働けるかわからない点	7. 就職を望んでいる高齢者人材の発掘
2. 職務能力(判断力等)の不安	5. 給与など待遇面のミスマッチ	8. その他( )
3. 体力面の不安	6. 勤務時間・休日など勤務面のミスマッチ	9. 特に課題はない

◆行政への要望等についてお尋ねします。

問 25 貴社の事業活動において課題となる規制、制度はありますか。1つだけ○印をおつけください。

1. ある	2. ない	3. わからない
-------	-------	----------



具体的な規制、制度(法律、制度の名称など)

問 26 貴社が今後事業活動を実施していくにあたり、行政に望む支援策等がありますか。

主なもの3つまで○印をおつけください。

1. 低利融資制度	7. 海外への販路拡大支援	13. 労働生産性の向上支援
2. 増設など設備投資支援	8. 新分野進出支援	14. 省エネルギー対策への支援
3. 経営相談支援	9. 人材育成支援	15. 企業情報の発信支援
4. 異業種・同業種とのマッチング支援	10. 人材確保支援	16. その他
5. 製品・サービス開発への補助金	11. 事業承継支援	( )
6. 国内への販路拡大支援	12. 女性社員活躍支援	17. 特にない

◆その他、行政に望む支援策の具体的な内容や、札幌市の産業をより発展・活性化させるために必要なアイデア等について以下にご自由にご記入ください。

■ご連絡先をご記入ください。

ご記入者情報	所属・役職	氏名
ご連絡先	TEL :	Email :

以上です。アンケートにご協力いただき、誠にありがとうございました。

12月10日(木)までに同封封筒にてご返送ください(切手不要)

札幌市産業振興ビジョン改定に係る基礎調査  
結果報告書

平成 28 年 3 月 28 日現在



札幌市経済局 産業振興部 経済企画課