

本調査結果の特徴

- ①新たな「雇用(しごと)」づくりの考え方
「販路開拓(海外含む)の強化」33.5%、「増産・営業力の強化」23.6%
- ②今後の人材の確保への対応について
「中途採用の拡充」23.0%、「新規採用の拡充」16.2%
- ③子育て世代に対応した今後の職場環境づくりについて
「勤務時間面での子育て支援の拡充」24.2%、「出産休暇・育児休暇の取得促進」14.3%
- ④今後の地域づくりで自治体に期待すること
「助成金等補助制度の拡充」32.1%、「医療・福祉等生活サービスの拡充」23.8%
- ⑤東京一極集中是正・地方中核都市の機能強化についての考え方
東京一極集中の是正について『期待していない』45.1%、『期待している』26.6%
地方中核都市の機能強化について『期待していない』42.3%、『期待している』28.6%

問1. 新たな「雇用(しごと)」づくりの考え方

平成26年12月、政府から地方創生のための「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」および「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が公表された(以下、「まち・ひと・しごと」にかかるビジョンと戦略)。この政策の基本目標の一つには「地方における安定した雇用(しごと)を創出する」が盛り込まれ、「力強い地域産業の競争力強化」の必要性が掲げられた中で、都内中小企業は新たな「しごと」づくりとはどのようなものと捉えているか、その考え方を調査した。

その結果、回答割合が高かった順に、「販路開拓(海外含む)の強化」(33.5%)、「増産・営業力の強化」(23.6%)、「新商品・サービスの開発」(18.7%)、「地元金融機関との連携強化」(18.3%)、「企業間連携への参加・強化」(12.2%)、「新規事業の立ち上げ(起業)」(4.2%)、「不採算部門の縮小等による業態転換」(3.6%)、「産学官連携への参加・強化」(3.1%)、その他「検討していない」は32.0%であった。

業種別に見ると、「販路開拓(海外含む)の強化」とした割合は高い順に、「卸売業」(47.0%)、「製造業」(41.0%)、「建設業」(34.3%)、「サービス業」(28.3%)、「不動産業」(24.2%)、「小売業」(22.1%)であった。

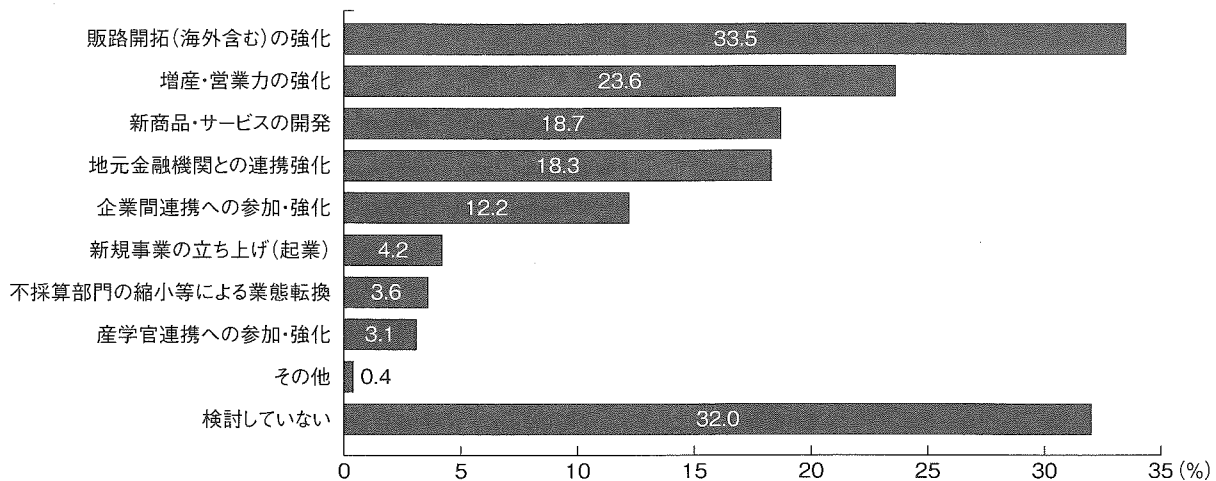
また、「増産・営業力の強化」とした割合は高い順に、「卸売業」(29.6%)、「製造業」(27.3%)、「建設業」(26.5%)、「不動産業」(23.6%)、「サービス業」(21.0%)、「小売業」(15.7%)であった。

「新商品・サービスの開発」とした割合は高い順に、「卸売業」(23.8%)、「製造業」(22.2%)、「小売業」(19.5%)、「サービス業」(18.3%)、「不動産業」(10.3%)、「建設業」(7.3%)であった。

「地元金融機関との連携強化」とした業種は、「不動産業」(36.7%)、「建設業」(25.5%)以外は15~16%前後であり、「不採算部門の縮小等による業態転換」「産学官連携への参加・強化」は、すべての業種で5%未満であった。

一方、「検討していない」とした割合は高い順に、「小売業」(43.9%)、「サービス業」(36.6%)、「不動産業」(29.2%)、「建設業」(28.1%)、「製造業」(26.2%)、「卸売業」(22.9%)であった。

新たな雇用(しごと)の創出(複数回答につき、各回答の比率の合計は100%にならない)



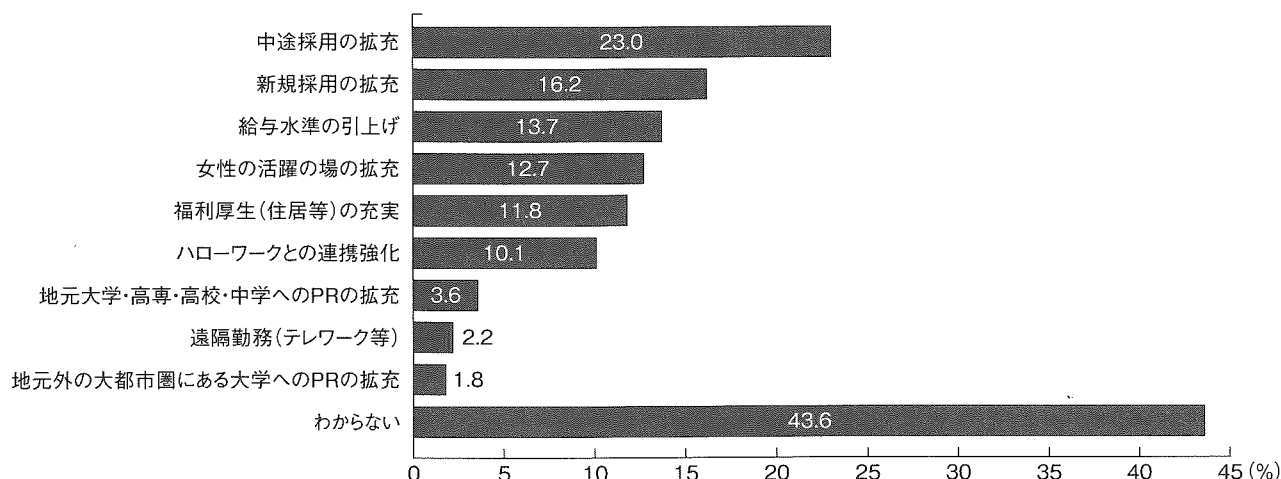
従業者規模別で見ると、「企業間連携への参加・強化」は従業者規模による傾向があまり見られず10~15%前後で分散しており、「検討していない」は従業者規模が小さくなるほど回答割合が高い傾向が見られた。これら2つを除き、各選択肢とも従業者規模が大きくなるほど回答割合が高い傾向が見られた。

問2. 今後の人材の確保への対応

「まち・ひと・しごと」にかかるビジョンと戦略では、基本目標の一つとして「地方への新しいひとの流れをつくる」が掲げられている。そのような中、都内中小企業としての今後の人材の確保に向けた方針についてうかがった。

回答した割合が高かった順に、「中途採用の拡充」(23.0%)、「新規採用の拡充」(16.2%)、「給与水準の引上げ」(13.7%)、「女性の活躍の場の拡充」(12.7%)、「福利厚生(住居等)の充実」(11.8%)、「ハローワークとの連携強化」(10.1%)、「地元大学・高専・高校・中学へのPRの拡充」(3.6%)、「遠隔勤務(テレワーク等)」(2.2%)、「地元外の大都市圏にある大学へのPRの拡充」(1.8%)、その他「わからない」は43.6%であった。

今後の人材の確保への対応(複数回答につき、各回答の比率の合計は100%にならない)



業種別に見ると、「中途採用の拡充」とした割合は高い順に、「建設業」(33.4%)、「卸売業」(29.4%)、「製造業」「サービス業」(いずれも24.7%)、「不動産業」(20.3%)、「小売業」(11.3%)であり、小売業が他業種に比べ低い結果となった。

また、「新規採用の拡充」とした割合は高い順に、「建設業」(21.9%)、「サービス業」(17.9%)、「製造業」(17.5%)、「卸売業」(17.2%)、「不動産業」(14.3%)、「小売業」(10.0%)であった。

「給与水準の引上げ」とした割合は高い順に、「建設業」(17.4%)、「不動産業」(16.5%)、「卸売業」(15.1%)、「製造業」(13.9%)、「サービス業」(12.5%)、「小売業」(10.9%)であり、これらの選択肢についても小売業が他の業種に比べ低い結果であった。

「女性の活躍の場の拡充」とした業種は、「建設業」(8.3%)が最も低く、その他の業種については12~16%前後であった。

一方、「わからない」とした割合は高い順に、「小売業」(58.8%)、「不動産業」(43.5%)、「サービス業」(40.4%)、「製造業」(40.2%)、「卸売業」(37.4%)、「建設業」(34.4%)であった。

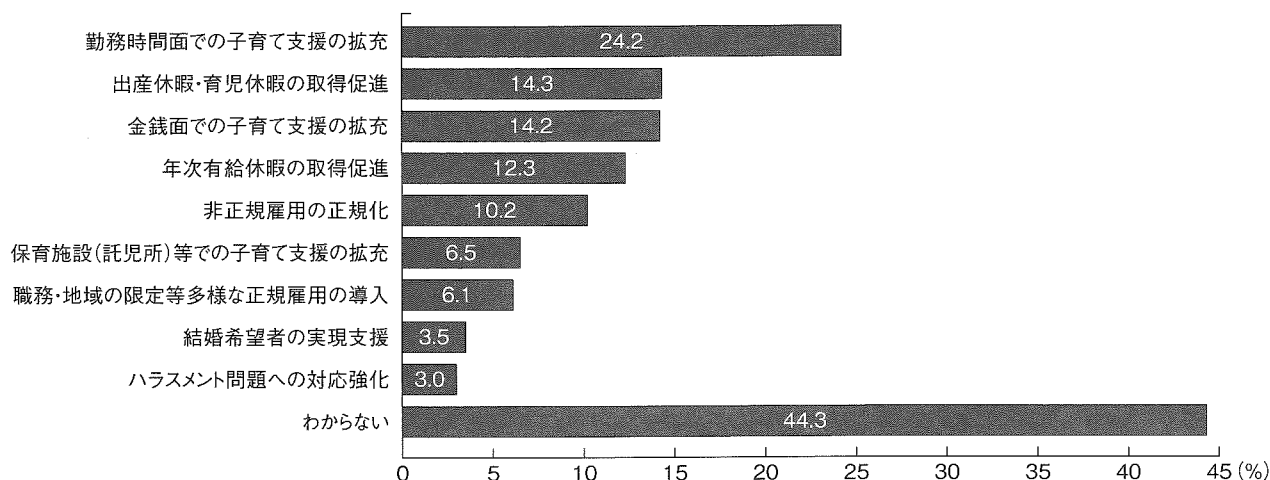
従業者規模別では、「新規採用の拡充」「中途採用の拡充」「女性の活躍の場の拡充」「給与水準の引上げ」「福利厚生(住居等)の充実」においては、従業者規模が大きくなるほど高い回答割合となる傾向が見られた。一方で、「わからない」とした割合は従業者規模が小さくなるほど高くなっており、「1人~4人」規模では61.3%と、次に高い「5人~9人」規模の35.0%を大きく上回り、「1人~4人」規模の過半数の企業では今後の人材の確保への対応に明確な方針がないことがうかがえる。

問3. 子育て世代に対応した今後の職場環境づくり

「まち・ひと・しごと」にかかるビジョンと戦略では、「若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる」が基本目標の一つに掲げられているが、子育て世代の従業員に対し、今後の職場環境づくりでどのような対応を考えているか、都内の中小企業を対象に意見をうかがった。

その結果、「勤務時間面での子育て支援の拡充」(24.2%)との回答割合が最も高く、以下「出産休暇・育児休暇の取得推進」(14.3%)、「金銭面での子育て支援の拡充」(14.2%)、「年次有給休暇の取得促進」(12.3%)、「非正規雇用の正規化」(10.2%)、「保育施設(託児所)等での子育て支援の拡充」(6.5%)、「職務・地域の限定等多様な正規雇用の導入」(6.1%)、「結婚希望者の実現支援」(3.5%)、「ハラスメント問題への対応強化」(3.0%)が続いた。なお「わからない」は44.3%であった。

子育て世代に対応した今後の職場環境づくり(複数回答につき、各回答の比率の合計は100%にならない)



業種別に見ると、「勤務時間面での子育て支援の拡充」とした割合は高い順に、「不動産業」(30.3%)、「卸売業」(27.7%)、「サービス業」(25.6%)、「製造業」(25.1%)、「建設業」(23.8%)、「小売業」(18.9%)であり、小売業が他業種に比べ、低い結果となった。

また、「出産休暇・育児休暇の取得促進」とした割合は高い順に、「不動産業」(17.7%)、「卸売業」(16.4%)、「サービス業」(15.9%)、「製造業」(15.4%)、「建設業」(14.1%)、「小売業」(9.9%)であり、ここでも小売業が他の業種に比べ低い結果であった。

一方、「わからない」とした割合は高い順に、「小売業」(54.1%)、「サービス業」(41.9%)、「製造業」(41.8%)、「建設業」(41.2%)、「卸売業」(41.0%)、「不動産業」(39.7%)であり、以上から小売業における子育て世代に対応した環境づくりの難しさがうかがえた。

従業者規模別では、「非正規雇用の正規化」「勤務時間面での子育て支援の拡充」「年次有給休暇の取得促進」「出産休暇・育児休暇の取得促進」「職務・地域の限定等多様な正規雇用の導入」においては、従業者規模が大きくなるほど高い回答割合となる傾向が見られた。一方で、「わからない」とした割合は、従業者規模が小さくなるほど高く、「1人~4人」規模では58.0%と、次に高い「5人~9人」規模の39.8%を大きく上回り、「1人~4人」規模の過半数の企業では子育て世代に対応した今後の職場づくりについて明確な方針がないことがわかった。

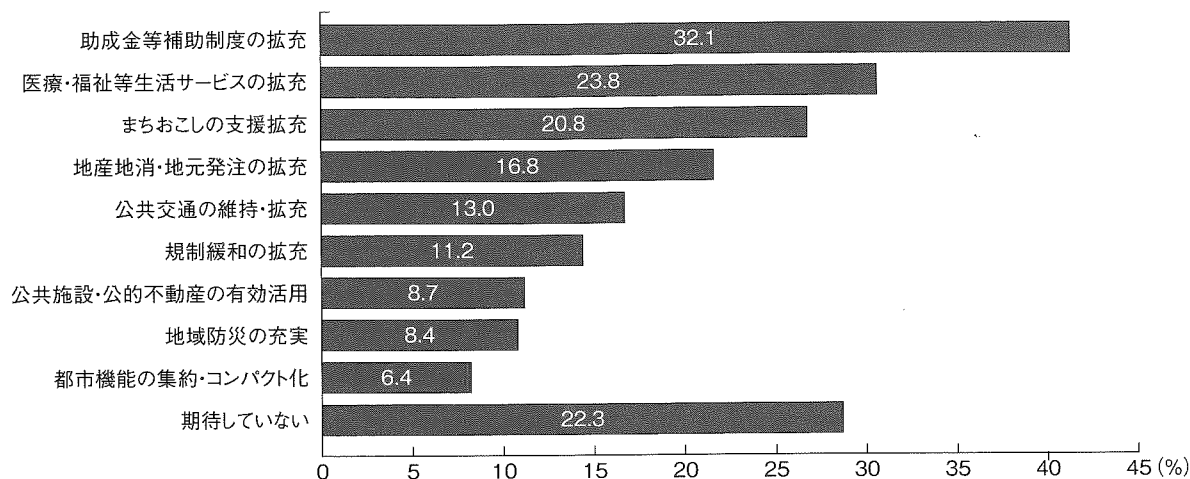
特別調査

問4. 今後の地域づくりで自治体に期待すること

「まち・ひと・しごと」にかかるビジョンと戦略では、「時代にあった地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する」ことが基本目標の一つに掲げられており、その中で地域の課題は地域で解決する観点からの各種施策が示されています。こうした施策全般について、地元自治体に対してどのようなことを期待しているか、都内の中小企業を対象に意見をうかがった。

その結果、「助成金等補助制度の拡充」(32.1%)との回答割合が最も高く、以下「医療・福祉等生活サービスの拡充」(23.8%)、「まちおこしの支援拡充」(20.8%)、「地産地消・地元発注の拡充」(16.8%)、「公共交通の維持・拡充」(13.0%)、「規制緩和の拡充」(11.2%)、「公共施設・公的不動産の有効活用」(8.7%)、「地域防災の充実」(8.4%)、「都市機能の集約・コンパクト化」(6.4%)が続いた。なお「期待していない」は22.3%であった。

今後の地域づくりで自治体に期待すること(複数回答につき、各回答の比率の合計は100%にならない)



業種別に見ると、「助成金等補助制度の拡充」とした割合は高い順に、「製造業」(39.7%)、「卸売業」(37.2%)、「建設業」(33.8%)、「サービス業」(30.5%)、「不動産業」(23.2%)、「小売業」(21.2%)であった。

また、「まちおこしの支援拡充」とした割合は高い順に、「小売業」(32.6%)、「不動産業」(22.9%)、「サービス業」(19.2%)、「建設業」(17.5%)、「製造業」(16.1%)、「卸売業」(15.2%)であり、小売業が他の業種に比べ高い結果であった。

一方、「期待していない」とした割合は高い順に、「小売業」(25.1%)、「サービス業」(23.8%)、「卸売業」(22.5%)、「製造業」(21.4%)、「不動産業」(19.1%)、「建設業」(18.2%)であった。

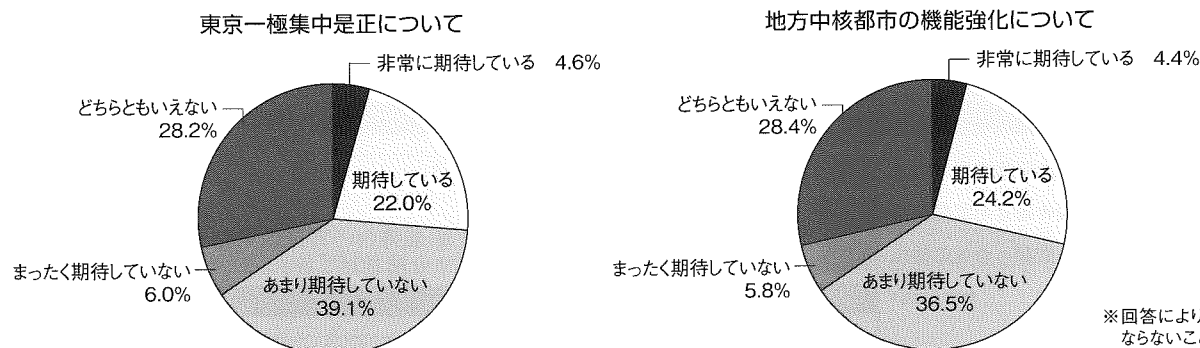
従業者規模別では、「公共交通の維持・拡充」「助成金等補助制度の拡充」「規制緩和の拡充」においては、従業者規模が大きくなるほど高い回答割合となる傾向が見られた。一方で、「まちおこしの支援拡充」「期待していない」とした割合は、従業者規模が小さくなるほど高い傾向が見られた。

問5. 東京一極集中是正・地方中核都市の機能強化

「まち・ひと・しごと」にかかるビジョンと戦略では、「東京一極集中の是正」が大きな克服課題の一つとされるとともに、「地方中核都市」には大都市圏への人口流出を食い止める機能が期待されている。本件に対する都内中小企業としての感想をうかがった。

その結果、「東京一極集中の是正」については、「非常に期待している」、「期待している」を合わせた『期待している』は26.6%であった。一方、「あまり期待していない」、「まったく期待していない」を合わせた『期待していない』は45.1%であった。

また、「地方中核都市の機能強化」については、「非常に期待している」、「期待している」を合わせた『期待している』は28.6%であった。一方、「あまり期待していない」、「まったく期待していない」を合わせた『期待していない』は42.3%であった。



業種別に見ると、「東京一極集中の是正」については、『期待している』とした割合は、「不動産業」(30.3%)が最も高く、続いて「卸売業」(29.2%)、「製造業」(27.2%)、「サービス業」(26.6%)、「建設業」(25.7%)、「小売業」(23.8%)であった。一方、『期待していない』とした割合については、「卸売業」(47.8%)が最も高く、続いて「建設業」(46.1%)、「不動産業」(45.6%)、「小売業」(45.4%)、「サービス業」(44.8%)、「製造業」(43.8%)であった。

「地方中核都市の機能強化」については、『期待している』とした割合については、「卸売業」(34.4%)が最も高く、続いて「不動産業」(32.3%)、「建設業」(29.4%)、「製造業」(29.3%)、「サービス業」(28.3%)、「小売業」(23.9%)であった。一方、『期待していない』とした割合については、「不動産業」(44.7%)が最も高く、続いて「小売業」(44.4%)、「製造業」(41.4%)、「建設業」(41.3%)、「サービス業」(41.9%)、「卸売業」(40.9%)であった。

従業者規模別では、「東京一極集中の是正」「地方中核都市の機能強化」ともに『期待している』とした割合について、従業者規模が小さくなるほど低い傾向が見られ、『期待していない』とした割合は従業者規模が小さくなるほど高い傾向が見られた。