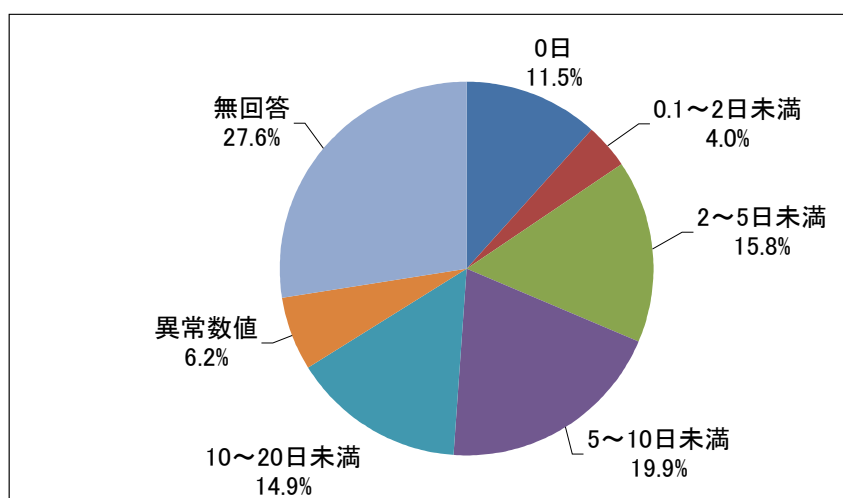


問 6－1. 正社員の有給休暇の取得実績についておうかがいします。昨年度（平成 26 年度）の一人当たりの年間取得日数を記入してください。（計算方法：有給休暇取得総日数／正社員数）※平成 26 年度の途中で採用した方を除く。

結果	件数	構成比率
1. 0日	148 件	11.5%
2. 0.1～2日未満	51 件	4.0%
3. 2～5日未満	203 件	15.8%
4. 5～10日未満	255 件	19.9%
5. 10～20日未満	191 件	14.9%
6. 異常数値	80 件	6.2%
無回答	354 件	27.6%
合計	1,282 件	100.0%



正社員の有給休暇の取得実績は、「5～10 日未満」が 19.9% ともっとも高く、「2～5 日未満」が 15.8%と続く。「0 日」と回答した企業は 11.5%あり、有給休暇の取得が進んでいないことがうかがえる。

問6-2. 育児休業の取得実績についておうかがいします。昨年度（平成26年度）の取得比率を記入してください。（計算方法：育児休業取得者数／育児休業対象者数）

<男性>

結果	件数	構成比率
1. 0%	809 件	63.1%
2. 1～10%未満	3 件	0.2%
3. 10～20%未満	1 件	0.1%
4. 20～30%未満	0 件	0.0%
5. 30～40%未満	1 件	0.1%
6. 40%以上	5 件	0.4%
無回答	463 件	36.1%
合計	1,282 件	100.0%

<女性>

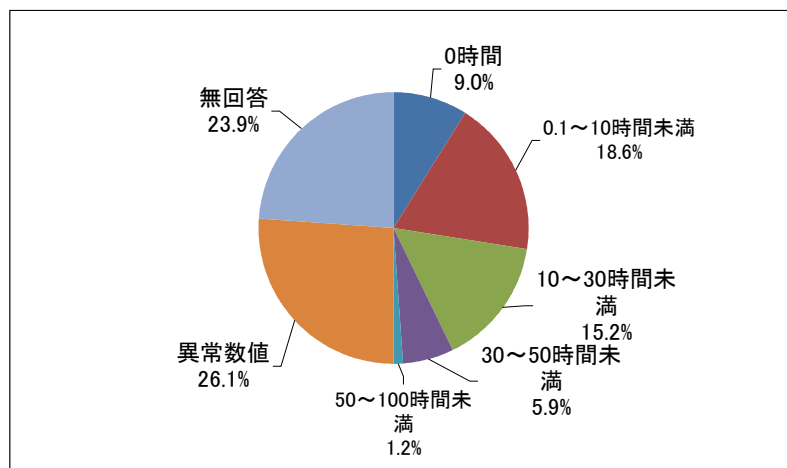
結果	件数	構成比率
1. 0%	717 件	55.9%
2. 1～10%未満	9 件	0.7%
3. 10～20%未満	2 件	0.2%
4. 20～30%未満	2 件	0.2%
5. 30～40%未満	3 件	0.2%
6. 40%以上	72 件	5.6%
無回答	477 件	37.2%
合計	1,282 件	100.0%

育児休業の取得比率は、「1%以上」の企業を累計しても男性では0.8%、女性では6.9%の企業しか取得した実績がなく、育児休業の活用が進んでいないことがわかる。一方で、男性で育児休業を取得した企業が10社あり、明るい兆しと言える。

問6-3. 正社員の所定外労働時間についておうかがいします。昨年度（平成26年度）の一人当たりの月間労働時間を記入してください。（計算方法：平成26年度所定外労働総時間／正社員数／12月）※平成26年度の途中で採用した方を除く。

※平成26年度の途中で採用した方を除く。

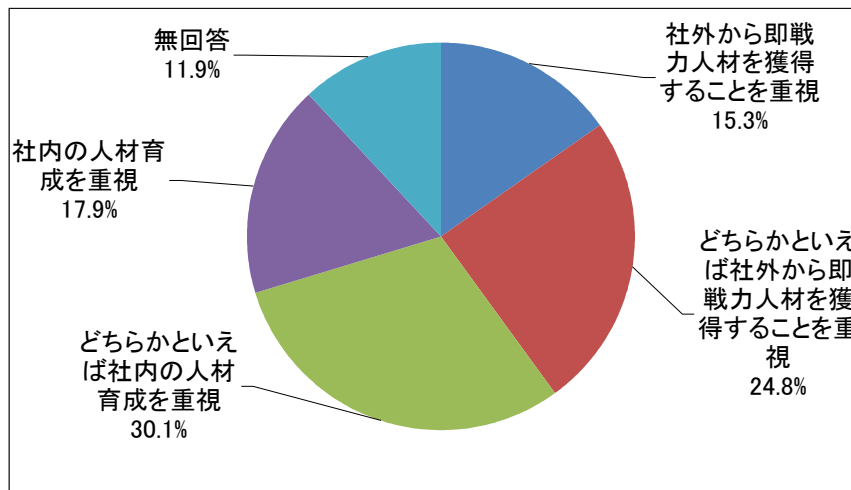
結果	件数	構成比率
1. 0時間	115 件	9.0%
2. 0.1～10時間未満	239 件	18.6%
3. 10～30時間未満	195 件	15.2%
4. 30～50時間未満	76 件	5.9%
5. 50～100時間未満	16 件	1.2%
6. 異常数値	334 件	26.1%
無回答	307 件	23.9%
合計	1,282 件	100.0%



正社員の所定外労働時間については、「0.1～10 時間未満」が 18.6% ともっとも高く、「10～30 時間未満」が 15.2%と続き、人材不足・採用難の中で、正社員の残業に頼る傾向がうかがえる。なお、月間所定外労働時間が 100 時間を越えた回答は、年間数値、もしくは所定労働時間と過誤している可能性があり、異常数値として集計した。

問 7. 採用の考え方について、あてはまるもの 1 つに○をおつけください。

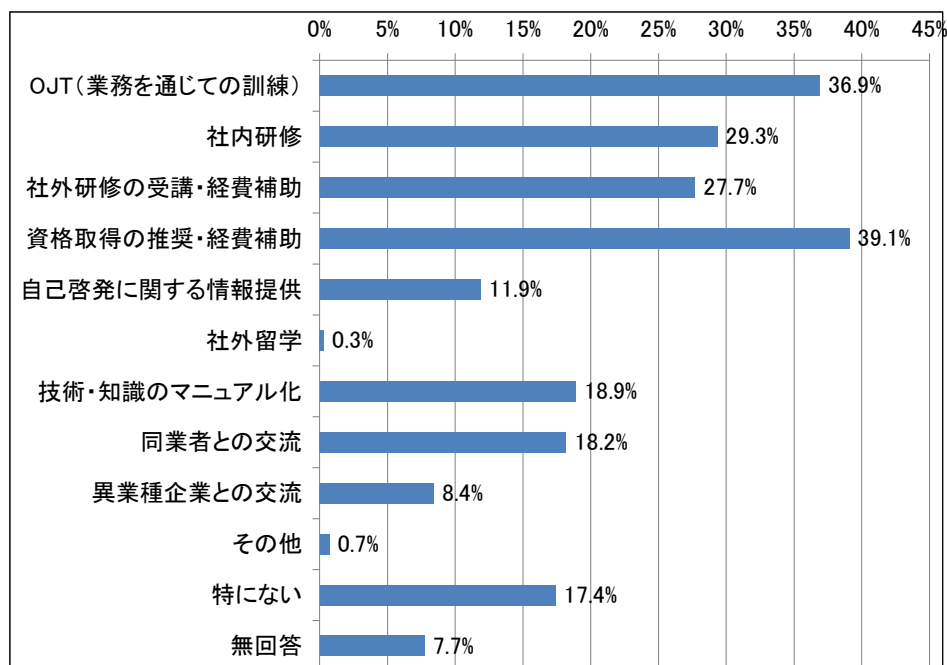
結果	件数	構成比率
1. 社外から即戦力人材を獲得することを重視	196 件	15.3%
2. どちらかといえば社外から即戦力人材を獲得することを重視	318 件	24.8%
3. どちらかといえば社内の人材育成を重視	386 件	30.1%
4. 社内の人材育成を重視	230 件	17.9%
無回答	152 件	11.9%
合計	1,282 件	100.0%



採用の考え方について、「どちらかといえば社内の人材育成を重視」が 30.1%ともっとも多く、「どちらかといえば社外から即戦力人材を獲得することを重視」が 24.8%、「社内の人材育成を重視」が 17.9%で続いた。新たに社外から優秀な人材を採用するより、社内での人材育成を重視する姿勢がうかがえる。

問 8. 人材育成のために実施している取り組みについて、あてはまるものすべてに○をおつけください。

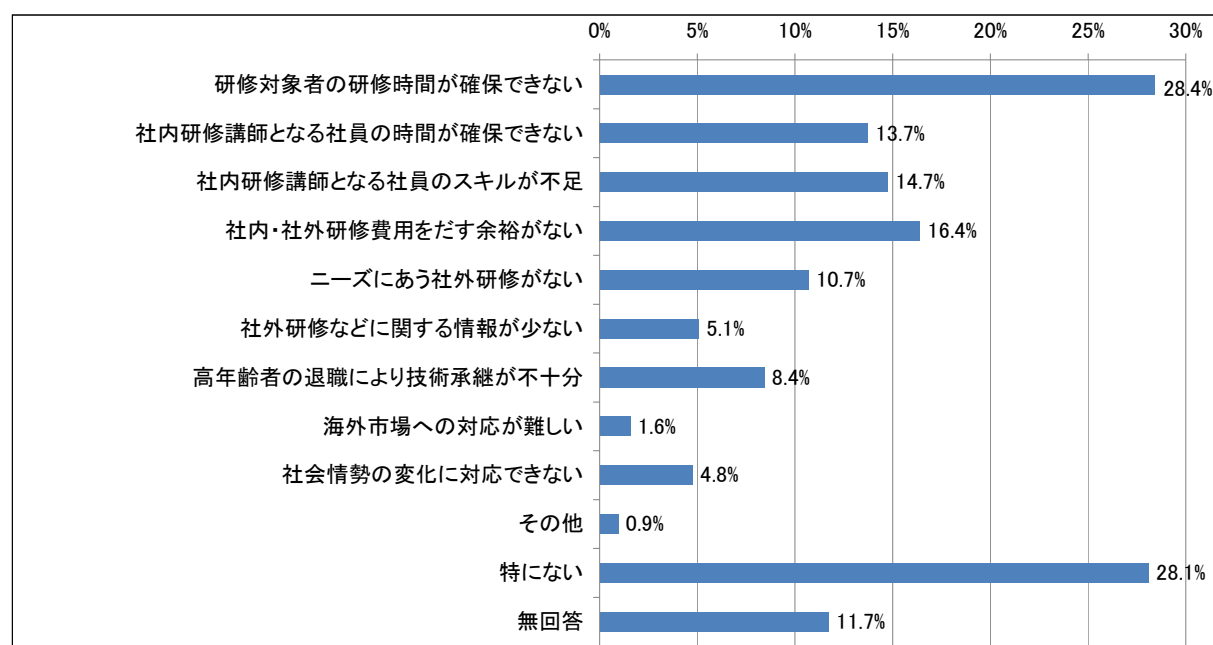
結果	件数	構成比率
1. OJT(業務を通じての訓練)	473 件	36.9%
2. 社内研修	376 件	29.3%
3. 社外研修の受講・経費補助	355 件	27.7%
4. 資格取得の推奨・経費補助	501 件	39.1%
5. 自己啓発に関する情報提供	152 件	11.9%
6. 社外留学	4 件	0.3%
7. 技術・知識のマニュアル化	242 件	18.9%
8. 同業者との交流	233 件	18.2%
9. 異業種企業との交流	108 件	8.4%
10. その他	9 件	0.7%
11. 特にない	223 件	17.4%
無回答	99 件	7.7%
合計	1,282 件	—



人材育成のために実施している取り組みについては、「資格取得の推奨・経費補助」が 39.1% ともっとも多く、「OJT（業務を通じての訓練）」が 36.9%、「社内研修」が 29.3%と続く。

問9. 貴社の人材育成における課題について、あてはまるものすべてに○をおつけください。

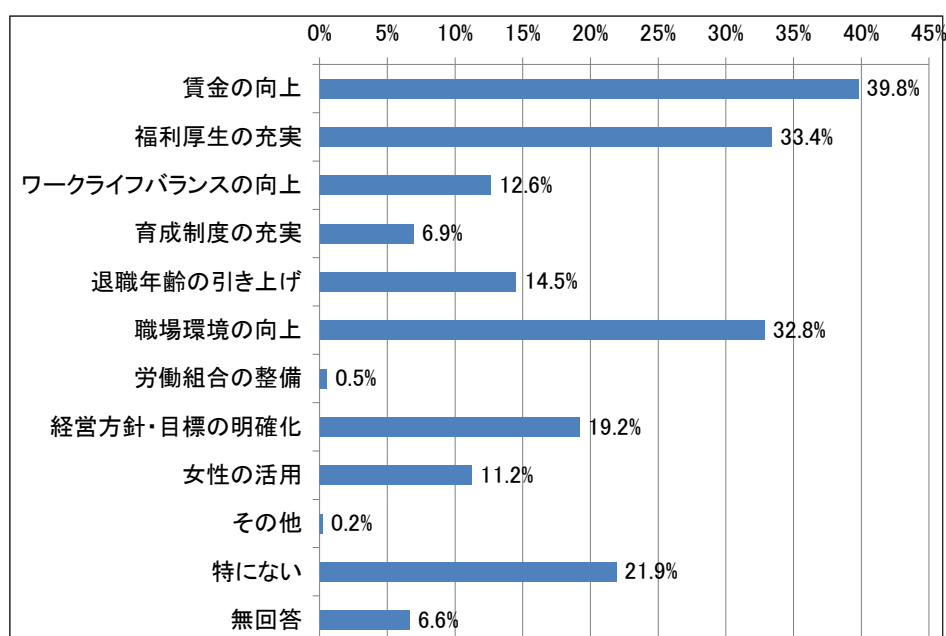
結果	件数	構成比率
1. 研修対象者の研修時間が確保できない	364 件	28.4%
2. 社内研修講師となる社員の時間が確保できない	176 件	13.7%
3. 社内研修講師となる社員のスキルが不足	189 件	14.7%
4. 社内・社外研修費用をだす余裕がない	210 件	16.4%
5. ニーズにあう社外研修がない	137 件	10.7%
6. 社外研修などに関する情報が少ない	65 件	5.1%
7. 高年齢者の退職により技術承継が不十分	108 件	8.4%
8. 海外市場への対応が難しい	20 件	1.6%
9. 社会情勢の変化に対応できない	61 件	4.8%
10. その他	12 件	0.9%
11. 特にない	360 件	28.1%
無回答	150 件	11.7%
合計	1,282 件	-



人材育成における課題は、「研修対象者の研修時間が確保できない」が28.4%と突出して高く、「社内・社外研修費用をだす余裕がない」が16.4%、「社内研修講師となる社員のスキルが不足」が14.7%、「社内研修講師となる社員の時間が確保できない」が13.7%と続いた。多忙な業務の中で、研修対象者、研修講師の時間確保が課題であるといえる。

問 10. 人材定着のために実施している取り組みについて、あてはまるものすべてに○をおつけください。

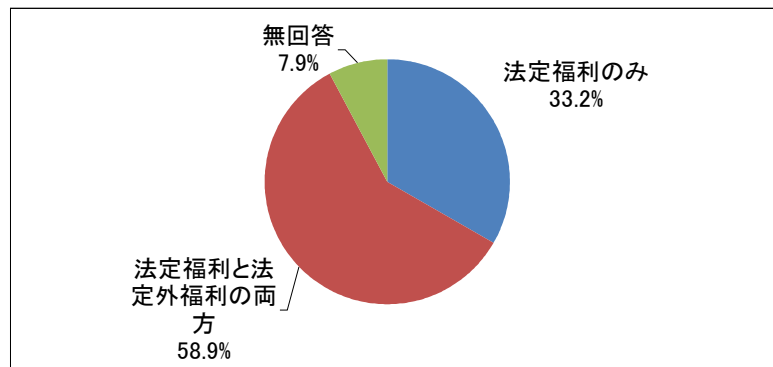
結果	件数	構成比率
1. 賃金の向上	510 件	39.8%
2. 福利厚生の充実	428 件	33.4%
3. ワークライフバランスの向上	162 件	12.6%
4. 育成制度の充実	89 件	6.9%
5. 退職年齢の引き上げ	186 件	14.5%
6. 職場環境の向上	421 件	32.8%
7. 労働組合の整備	7 件	0.5%
8. 経営方針・目標の明確化	246 件	19.2%
9. 女性の活用	144 件	11.2%
10. その他	3 件	0.2%
11. 特にない	281 件	21.9%
無回答	85 件	6.6%
合計	1,282 件	-



人材定着のために実施している取り組みとしては、「賃金の向上」が 39.8%と最も多く、「福利厚生 of 充実」が 33.4%、「職場環境の向上」が 32.8%と続く。

問 11. 貴社の福利厚生制度の実施状況について、あてはまるものに○をおつけください。

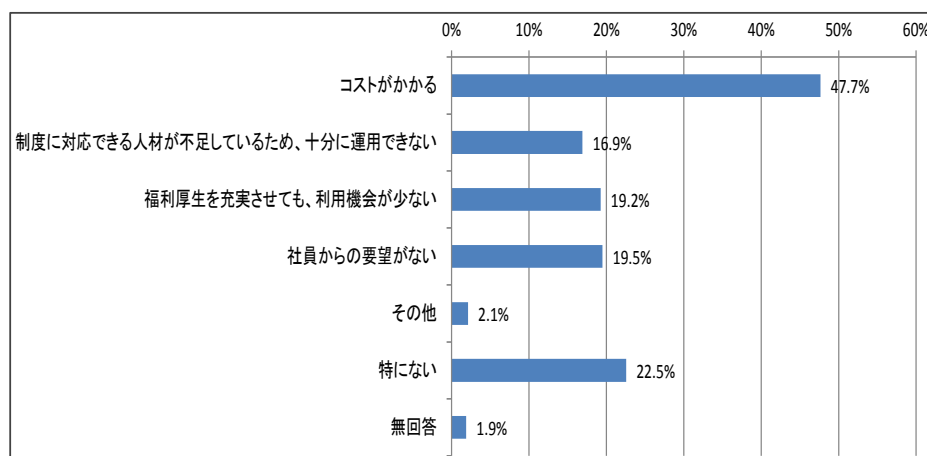
結果	件数	構成比率
1. 法定福利のみ	426 件	33.2%
2. 法定福利と法定外福利の両方	755 件	58.9%
無回答	101 件	7.9%
合計	1,282 件	100.0%



福利厚生制度の実施状況としては、「法定福利と法定外福利（慶弔見舞金、住宅手当など使用者が任意で行う福利厚生措置）の両方」が 58.9%に対し、「法定福利（健康保険料など法律によって使用者に実施が義務付けられている福利厚生）のみ」が 33.2%であった。法定外の福利厚生を提供する企業が上回っており、企業の手厚い支援の姿勢がうかがえる。

副問. 問 11 において「法定福利のみ」と回答した方におうかがいします。理由について、あてはまるものすべてに○をおつけください。

結果	件数	構成比率
1. コストがかかる	203 件	47.7%
2. 制度に対応できる人材が不足しているため、十分に運用できない	72 件	16.9%
3. 福利厚生を充実させても、利用機会が少ない	82 件	19.2%
4. 社員からの要望がない	83 件	19.5%
5. その他	9 件	2.1%
6. 特にない	96 件	22.5%
無回答	8 件	1.9%
合計	426 件	—

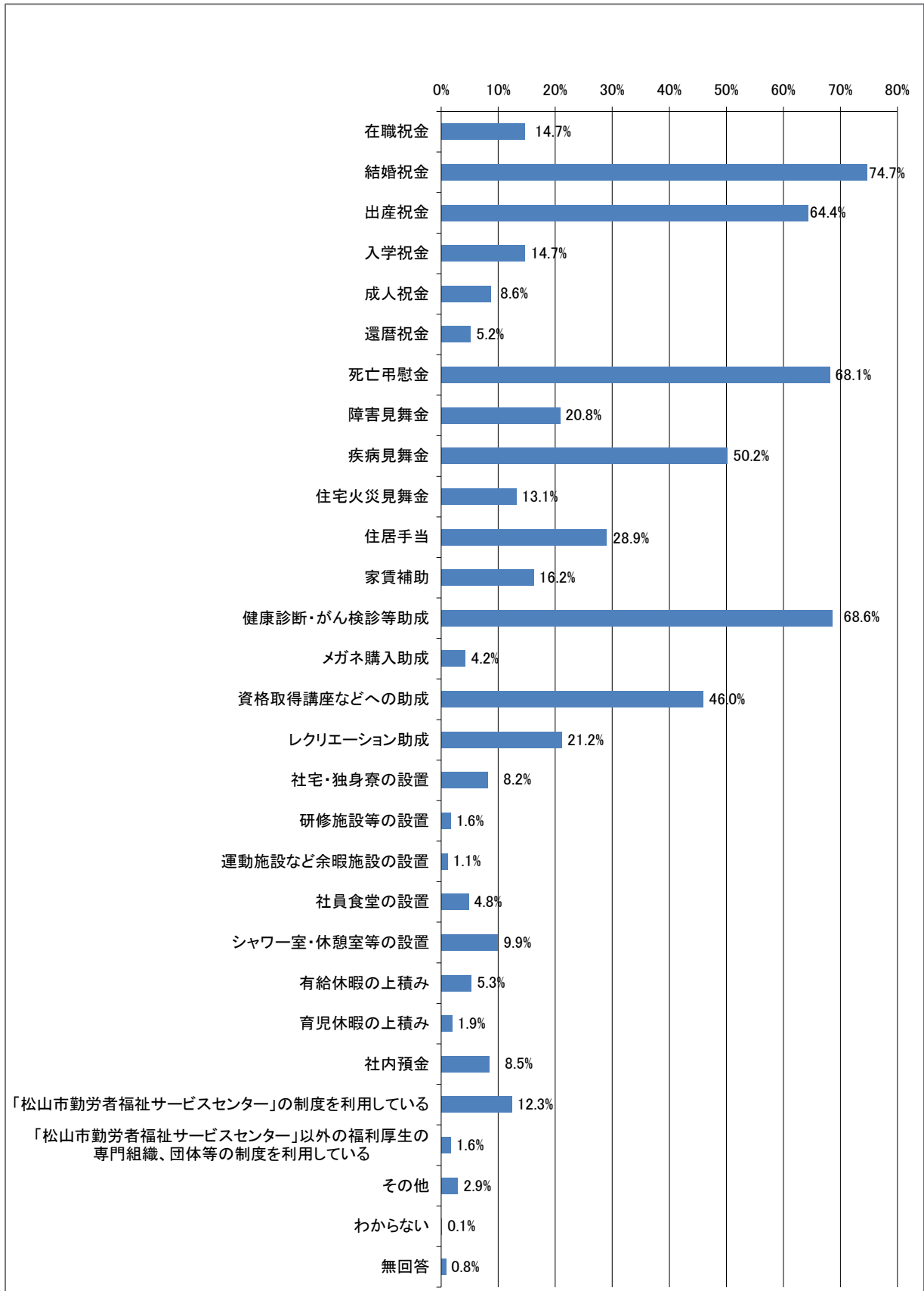


法定福利のみしか提供していない理由としては、「コストがかかる」が 47.7%と突出しており、

「特になし」と必要性を感じていない企業は 22.5%であった。

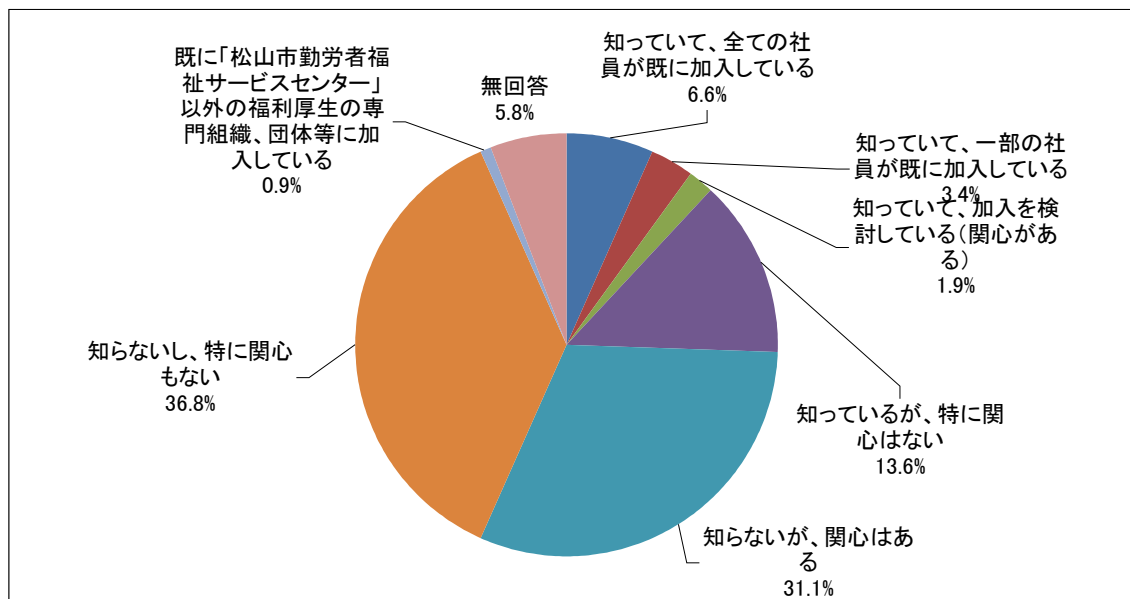
副問. 問 11 において「法定福利と法定外福利の両方」と回答した方におうかがいします。貴社が行っている福利厚生メニューについて、あてはまるものすべてに○をおつけください。

結果	件数	構成比率
1. 在職祝金	111 件	14.7%
2. 結婚祝金	564 件	74.7%
3. 出産祝金	486 件	64.4%
4. 入学祝金	111 件	14.7%
5. 成人祝金	65 件	8.6%
6. 還暦祝金	39 件	5.2%
7. 死亡弔慰金	514 件	68.1%
8. 障害見舞金	157 件	20.8%
9. 疾病見舞金	379 件	50.2%
10. 住宅火災見舞金	99 件	13.1%
11. 住居手当	218 件	28.9%
12. 家賃補助	122 件	16.2%
13. 健康診断・がん検診等助成	518 件	68.6%
14. メガネ購入助成	32 件	4.2%
15. 資格取得講座などへの助成	347 件	46.0%
16. レクリエーション助成	160 件	21.2%
17. 社宅・独身寮の設置	62 件	8.2%
18. 研修施設等の設置	12 件	1.6%
19. 運動施設など余暇施設の設置	8 件	1.1%
20. 社員食堂の設置	36 件	4.8%
21. シャワー室・休憩室等の設置	75 件	9.9%
22. 有給休暇の上積み	40 件	5.3%
23. 育児休暇の上積み	14 件	1.9%
24. 社内預金	64 件	8.5%
25. 「松山市勤労者福祉サービスセンター」の制度を利用している	93 件	12.3%
26. 「松山市勤労者福祉サービスセンター」以外の福利厚生の専門 組織、団体等の制度を利用している	12 件	1.6%
27. その他	22 件	2.9%
28. わからない	1 件	0.1%
無回答	6 件	0.8%
合計	755 件	—



問 12. 松山市が運営している、中小企業向けの福利厚生組織「松山市勤労者福祉サービスセンター（ワーク Com 松山）」について、あてはまるもの 1 つに○をおつけください。

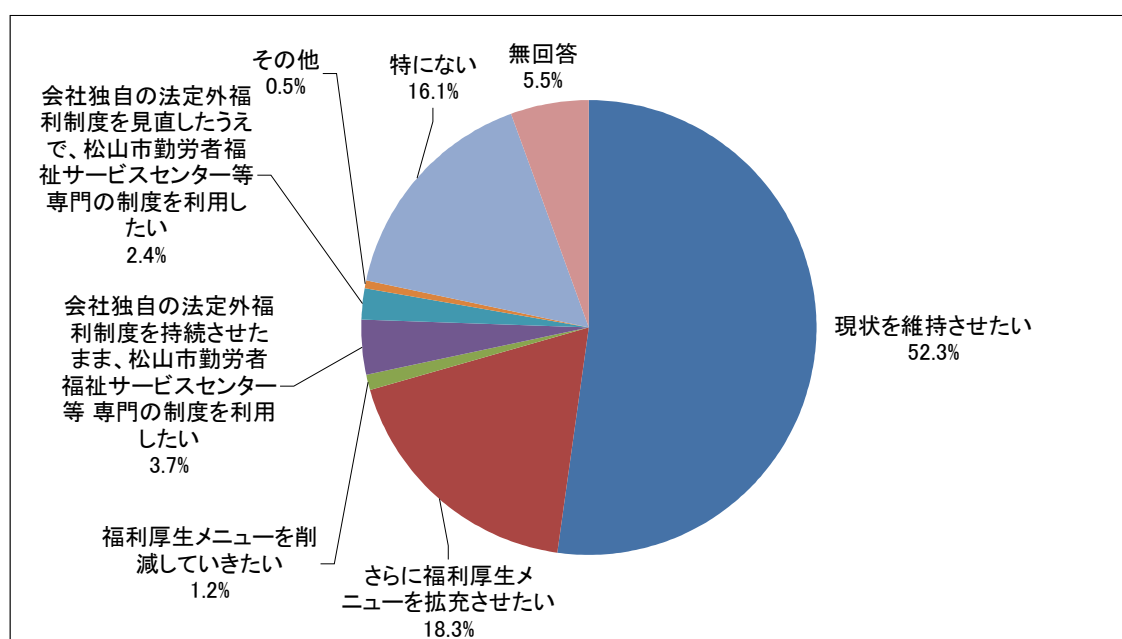
結果	件数	構成比率
1. 知っていて、全ての社員が既に加入している	84 件	6.6%
2. 知っていて、一部の社員が既に加入している	44 件	3.4%
3. 知っていて、加入を検討している（関心がある）	24 件	1.9%
4. 知っているが、特に関心はない	174 件	13.6%
5. 知らないが、関心はある	399 件	31.1%
6. 知らないし、特に関心もない	472 件	36.8%
7. 既に「松山市勤労者福祉サービスセンター」以外の福利厚生の専門組織、団体等に加入している	11 件	0.9%
無回答	74 件	5.8%
合計	1,282 件	100.0%



松山市勤労者福祉サービスセンター（ワーク Com 松山）の認知度と関心については「知らないし、特に関心もない」が 36.8%と最も多かったが、「知らないが、関心がある」が 31.1%と続く。「知っている」との回答は、約 26%にとどまり、今後、認知度を上げるための活動が必要となる。

問 13. 貴社の今後の福利厚生制度の展望について、あてはまるもの 1 つに○をおつけください。

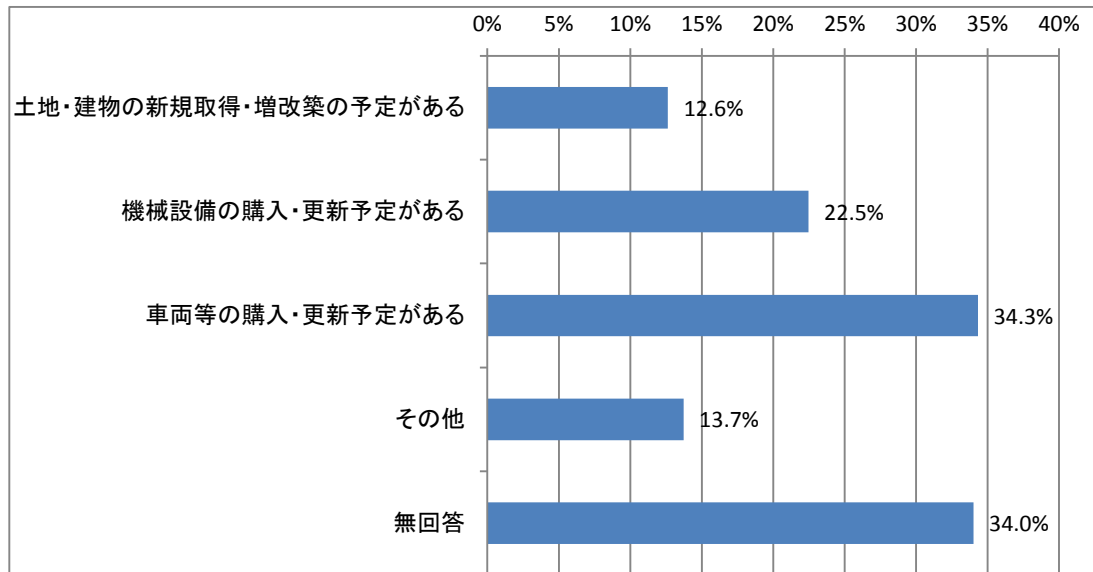
結果	件数	構成比率
1. 現状を維持させたい	670 件	52.3%
2. さらに福利厚生メニューを拡充させたい	234 件	18.3%
3. 福利厚生メニューを削減していきたい	15 件	1.2%
4. 会社独自の法定外福利制度を持続させたまま、松山市勤労者福祉サービスセンター等 専門の制度を利用したい	48 件	3.7%
5. 会社独自の法定外福利制度を見直したうえで、松山市勤労者福祉サービスセンター等 専門の制度を利用したい	31 件	2.4%
6. その他	7 件	0.5%
7. 特にない	207 件	16.1%
無回答	70 件	5.5%
合計	1,282 件	100.0%



今後の福利厚生制度の展望については、「現状を維持させたい」が 52.3%と過半数を占めるが、「さらに福利厚生メニューを拡充させたい」と考える企業は 18.3%、「会社独自の法定外福利制度を持続させたまま、松山市勤労者福祉サービスセンター等 専門の制度を利用したい」は 3.7% あった。

問 14. 今後、設備投資のご予定はありますか？あてはまるものすべてに○をおつけください。

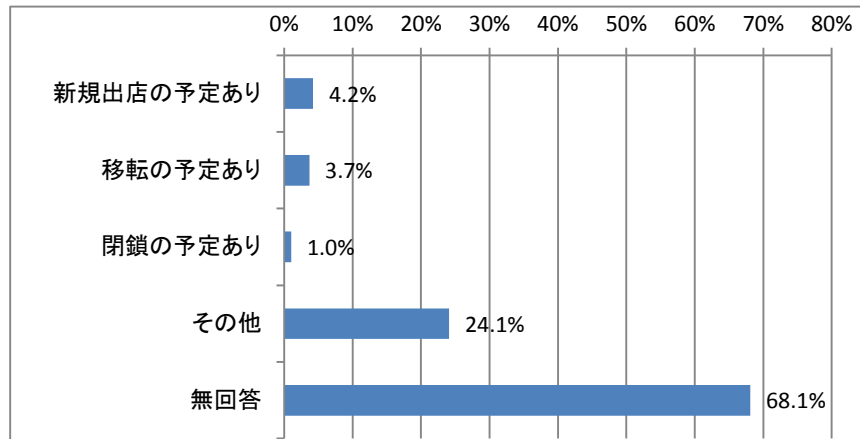
結果	件数	構成比率
1. 土地・建物の新規取得・増改築の予定がある	162 件	12.6%
2. 機械設備の購入・更新予定がある	288 件	22.5%
3. 車両等の購入・更新予定がある	440 件	34.3%
4. その他	176 件	13.7%
無回答	436 件	34.0%
合計	1,282 件	117.2%



今後の設備投資予定については、「車両等の購入・更新予定がある」が 34.3%と最も多く、「機械設備の購入・更新予定がある」が 22.5%と続き、設備投資に対する積極的な姿勢がうかがえる。

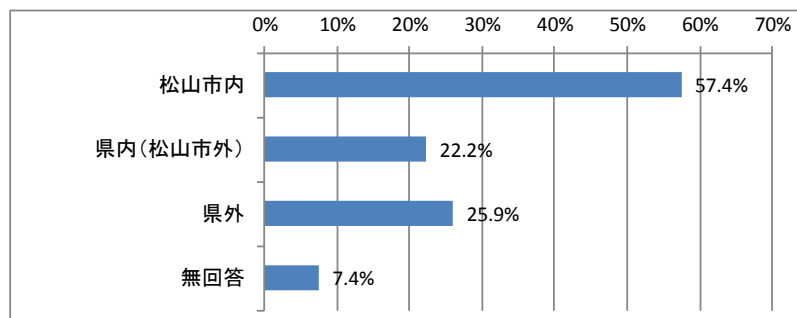
問 15. 今後、新規出店・移転等のご予定はありますか？あてはまるものすべてに○をおつけください。

結果	件数	構成比率
1. 新規出店の予定あり	54 件	4.2%
2. 移転の予定あり	47 件	3.7%
3. 閉鎖の予定あり	13 件	1.0%
4. その他	309 件	24.1%
無回答	873 件	68.1%
合計	1,282 件	-



<1.新規出店の予定あり>

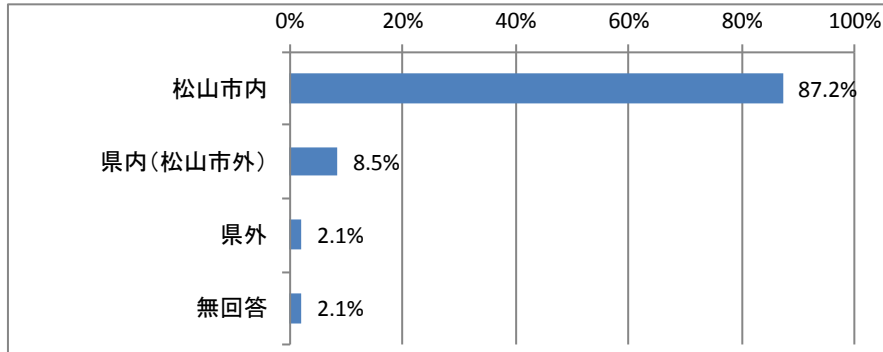
結果	件数	構成比率
a. 松山市内	31 件	57.4%
b. 県内(松山市外)	12 件	22.2%
c. 県外	14 件	25.9%
無回答	4 件	7.4%
合計	54 件	-



今後の新規出店・移転閉鎖については、「新規出店の予定あり」が 4.2%あり、大半が松山市内の出店を予定しているが、県外への出店を予定している企業は 25.9%あった。

<2.移転の予定あり>

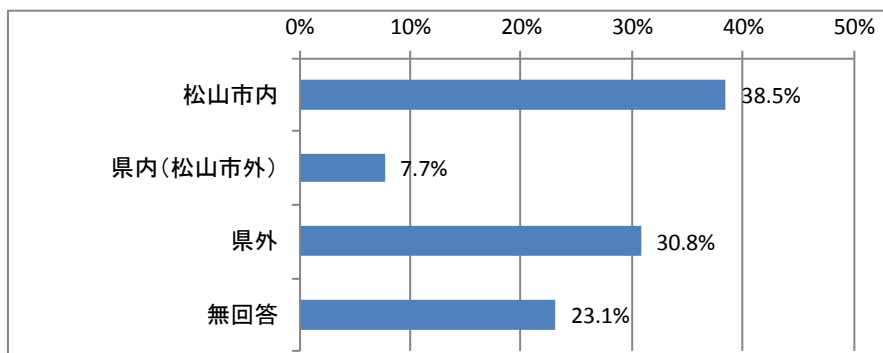
結果	件数	構成比率
a. 松山市内	41 件	87.2%
b. 県内(松山市外)	4 件	8.5%
c. 県外	1 件	2.1%
無回答	1 件	2.1%
合計	47 件	-



「移転の予定あり」とした企業は 3.7%あり、大半の企業が松山市内での移転を予定しているが、「松山市外」の県内が 8.5%、県外が 2.1%あり、移転を予定する企業の背景については、別途検証する必要がある。

<3.閉鎖の予定あり>

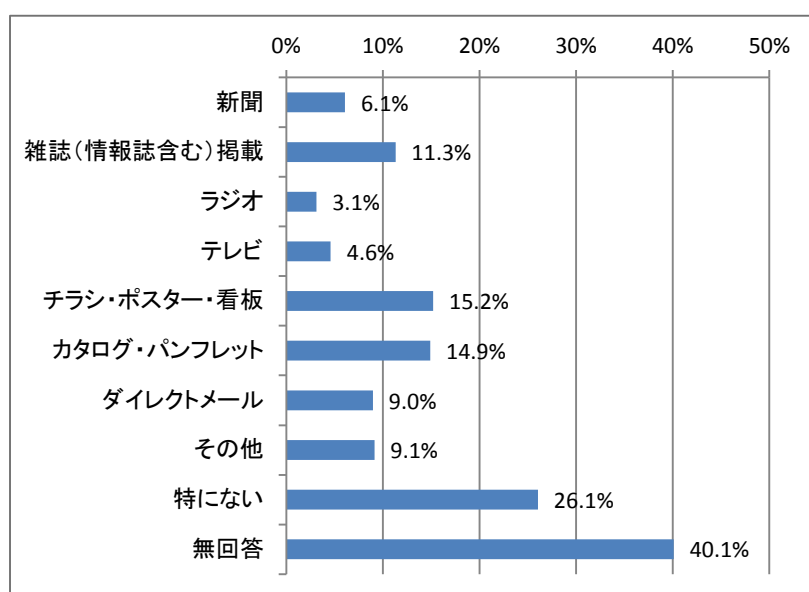
結果	件数	構成比率
a. 松山市内	5 件	38.5%
b. 県内(松山市外)	1 件	7.7%
c. 県外	4 件	30.8%
無回答	3 件	23.1%
合計	13 件	-



「閉鎖の予定あり」がある企業は 13 社、1.0%で構成比は低いが、閉鎖の背景については後継者難、業績低迷など別途検証する必要がある。

問 16. 会社案内や貴社商品をPRする際、どのような広告媒体を使用されますか？あてはまるものすべてに○をおつけください。

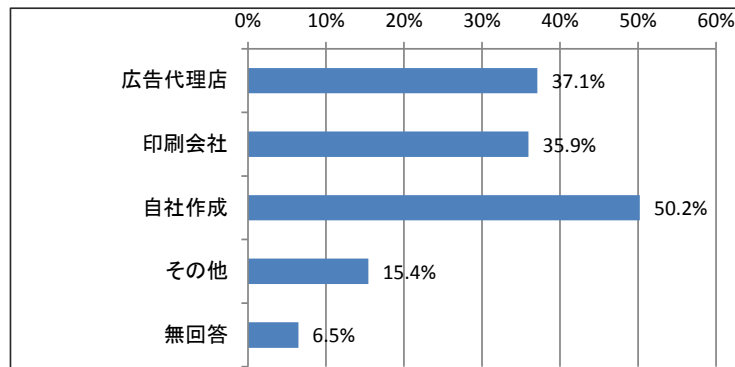
結果	件数	構成比率
1. 新聞	78 件	6.1%
2. 雑誌(情報誌含む)掲載	145 件	11.3%
3. ラジオ	40 件	3.1%
4. テレビ	59 件	4.6%
5. チラシ・ポスター・看板	195 件	15.2%
6. カタログ・パンフレット	191 件	14.9%
7. ダイレクトメール	115 件	9.0%
8. その他	117 件	9.1%
9. 特にない	334 件	26.1%
無回答	514 件	40.1%
合計	1,282 件	-



会社案内や貴社商品をPRする広告媒体としては、「チラシ・ポスター・看板」が15.2%、がもっとも多く、「カタログ・パンフレット」が14.9%、「雑誌(情報誌含む)掲載」11.3%、「ダイレクトメール」が9.0%、「新聞」が6.0%と続く。広告宣伝を「特に行っていない」企業は、26.1%であった。

副問. 問 16 で広告媒体を使用されている企業におうかがいします。制作を依頼している先であてはまるものすべてに○をおつけください。

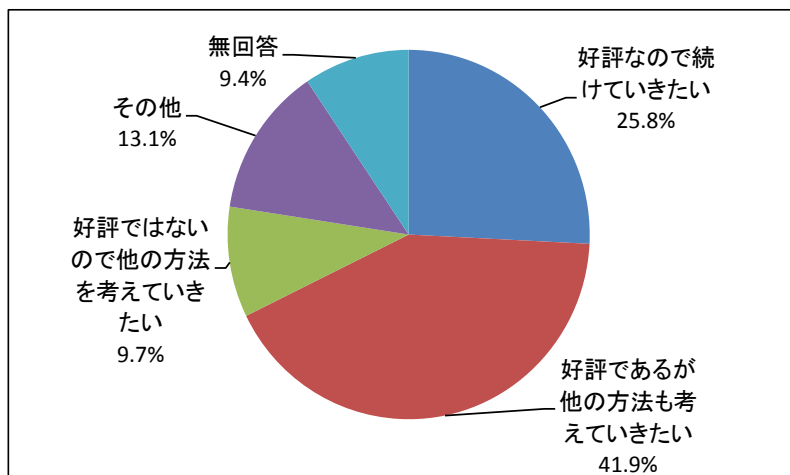
結果	件数	構成比率
1. 広告代理店	161 件	37.1%
2. 印刷会社	156 件	35.9%
3. 自社作成	218 件	50.2%
4. その他	67 件	15.4%
無回答	28 件	6.5%
合計	434 件	-



広告制作の依頼先としては、「自社作成」が 50.2%と大半を占め、「広告代理店」が 37.1%、「印刷会社」が 35.9%と続く。

副問. 問 16 で広告媒体を使用されている企業におうかがいします。広告の効果と今後の活用についてあてはまるもの 1 つに○をおつけください。

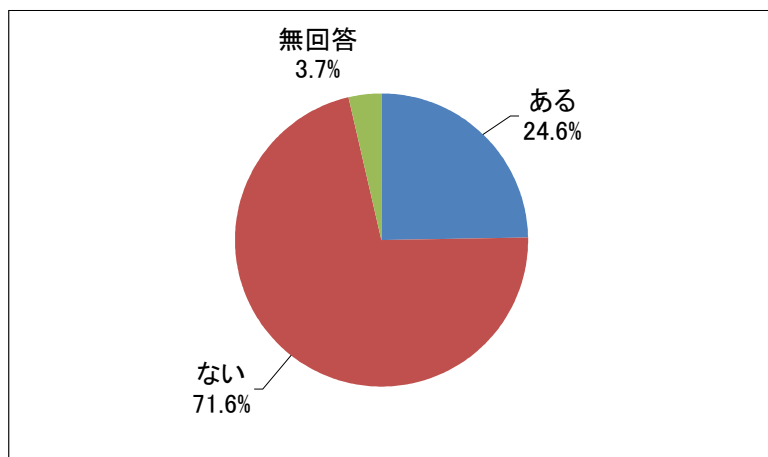
結果	件数	構成比率
1. 好評なので続けていきたい	112 件	25.8%
2. 好評であるが他の方法も考えていきたい	182 件	41.9%
3. 好評ではないので他の方法を考えていきたい	42 件	9.7%
4. その他	57 件	13.1%
無回答	41 件	9.4%
合計	434 件	100.0%



広告の効果と今後の活用については、「好評であるが他の方法も考えていきたい」が41.9%と最も多く、「好評なので続けていきたい」が25.8%と続き、67.7%の企業が現在の広告手法に満足していた。好評・不評に関わらず「他の方法も考えていきたい」とした回答は、「好評であるが他の方法も考えていきたい」の41.9%と「好評ではないので他の方法を考えていきたい」の9.7%を合わせると、約半数の企業が広告の仕方について新たな手法を探っていた。

問 17. 貴社では、インターネットを通じた商品の販売、もしくはサービスの提供はありますか？

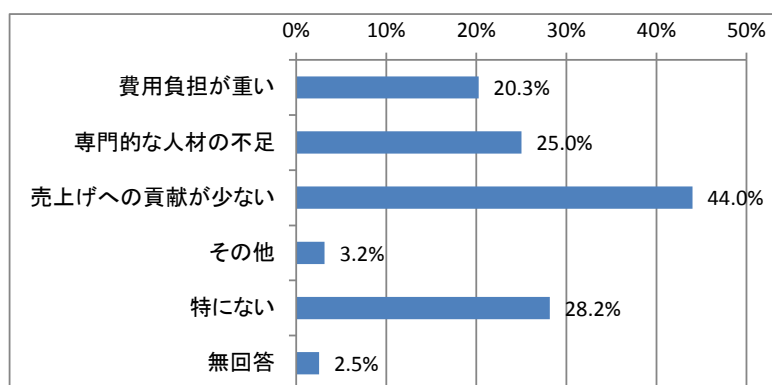
結果	件数	構成比率
1. ある	316 件	24.6%
2. ない	918 件	71.6%
無回答	48 件	3.7%
合計	1,282 件	100.0%



インターネットを通じた商品の販売がある企業は24.6%あり、近年のインターネット通販の拡大傾向を反映し、販売経路の多様化が進んでいる。

副問. 問 17 において「ある」と回答した方におうかがいします。インターネットを通じた商品の販売・サービス提供で、課題と感じていることであてはまるものすべてに○をおつけください。

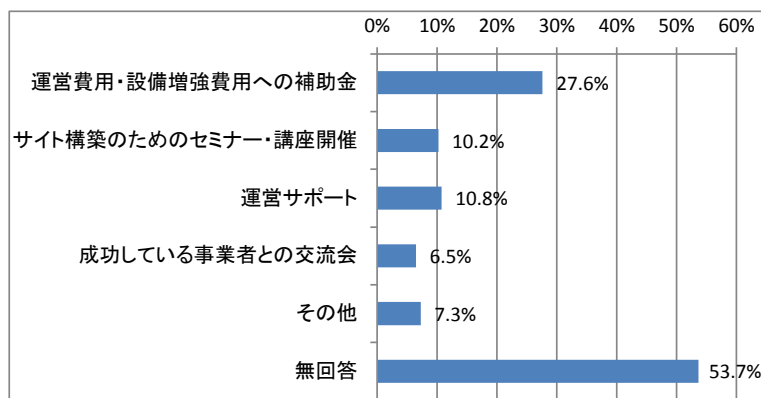
結果	件数	構成比率
1. 費用負担が重い	64 件	20.3%
2. 専門的な人材の不足	79 件	25.0%
3. 売上げへの貢献が少ない	139 件	44.0%
4. その他	10 件	3.2%
5. 特にない	89 件	28.2%
無回答	8 件	2.5%
合計	316 件	-



インターネットを通じた商品の販売・サービス提供している企業にとっての課題としては、「売上げへの貢献が少ない」が 44.0%と半数近くを占め、「専門的な人材の不足」が 25.0%、「費用負担が重い」が 20.3%と続いた。売上げへの貢献度を高めるためには、インターネットサイトへの誘導や検索しやすい環境を整えたり、サイト内での購買を促す工夫が必要となる。その対策を高めるためには、専門的な人材の確保や費用負担の問題から、自社ホームページ上でのインターネット通販をためらう経営者も少なくないが、大手通販サイトへの掲載や、一部ではあるが自治体が主体となった地域ブランド商品の通販サイトなどでの販促を模索する企業が増えている。

問 18. インターネットを使った販促活動において、松山市に期待する支援策についてあてはまるものすべてに○をおつけください。

結果	件数	構成比率
1. 運営費用・設備増強費用への補助金	354 件	27.6%
2. サイト構築のためのセミナー・講座開催	131 件	10.2%
3. 運営サポート	138 件	10.8%
4. 成功している事業者との交流会	83 件	6.5%
5. その他	93 件	7.3%
無回答	688 件	53.7%
合計	1,282 件	-

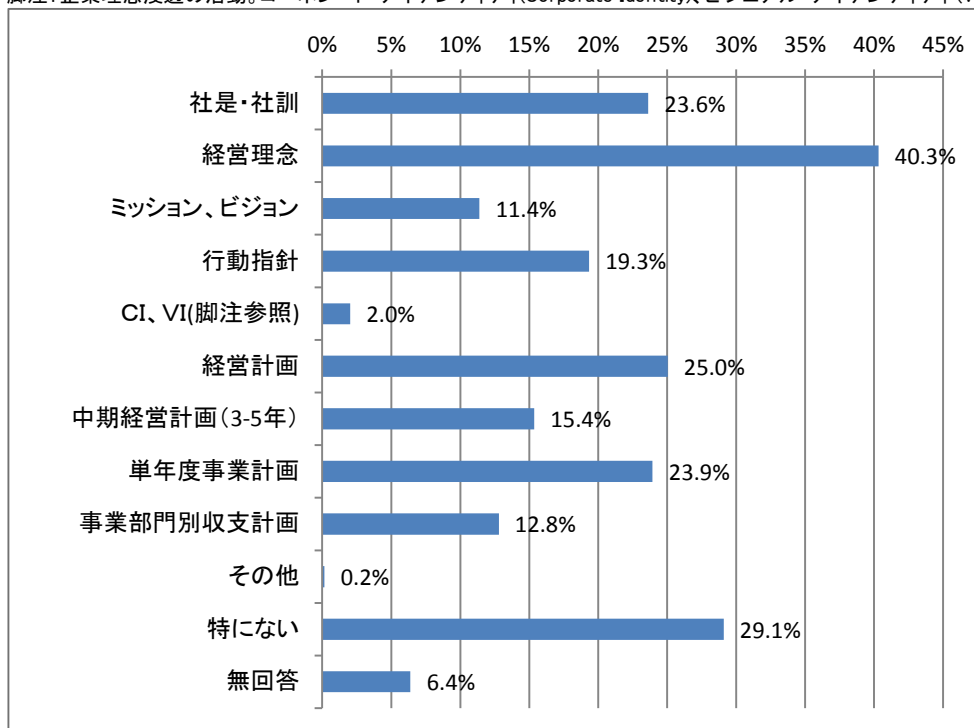


インターネットを使った販促活動における松山市に期待する支援策としては、「運営費用・設備増強費用への補助金」が27.6%と最も多く、「運営サポート」が10.8%、「サイト構築のためのセミナー・講座開催」が10.2%と続いた。

問 19. 貴社では、企業としての姿勢や経営戦略・事業計画を示すために、以下のものがありますか？あてはまるものすべてに○をおつけください。

結果	件数	構成比率
1. 社是・社訓	303 件	23.6%
2. 経営理念	517 件	40.3%
3. ミッション、ビジョン	146 件	11.4%
4. 行動指針	248 件	19.3%
5. CI、VI(脚注参照)	26 件	2.0%
6. 経営計画	321 件	25.0%
7. 中期経営計画(3-5年)	197 件	15.4%
8. 単年度事業計画	307 件	23.9%
9. 事業部門別収支計画	164 件	12.8%
10. その他	2 件	0.2%
11. 特にない	373 件	29.1%
無回答	82 件	6.4%
合計	1,282 件	-

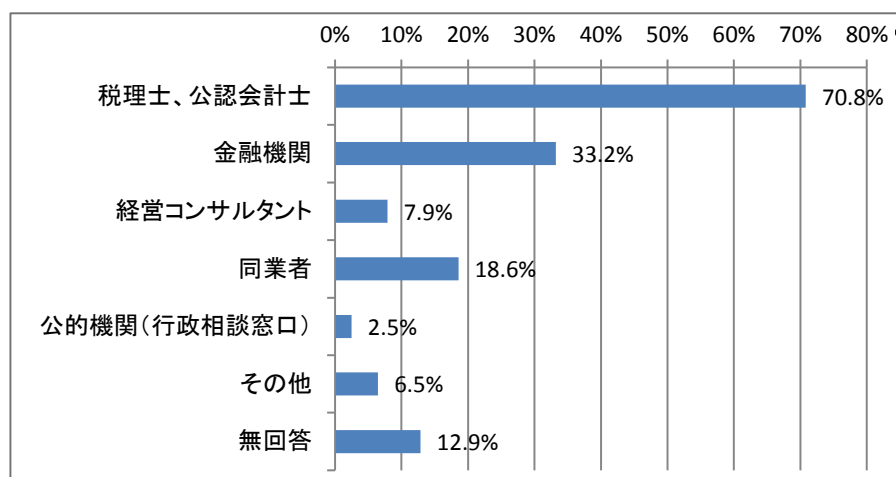
脚注：企業理念浸透の活動。コーポレート・アイデンティティ(Corporate Identity)、ビジュアル・アイデンティティ (Visual Identity)



企業としての姿勢や経営戦略・事業計画を示す指針として、「経営理念」がある企業は 40.3%、「経営計画」がある企業は 25.0%、「単年度事業計画」がある企業は 23.9%、「社是・社訓」がある企業は 23.6%であった。

問 20. 経営戦略策定の際、社外で相談する相手についてあてはまるものすべてに○をおつけください。

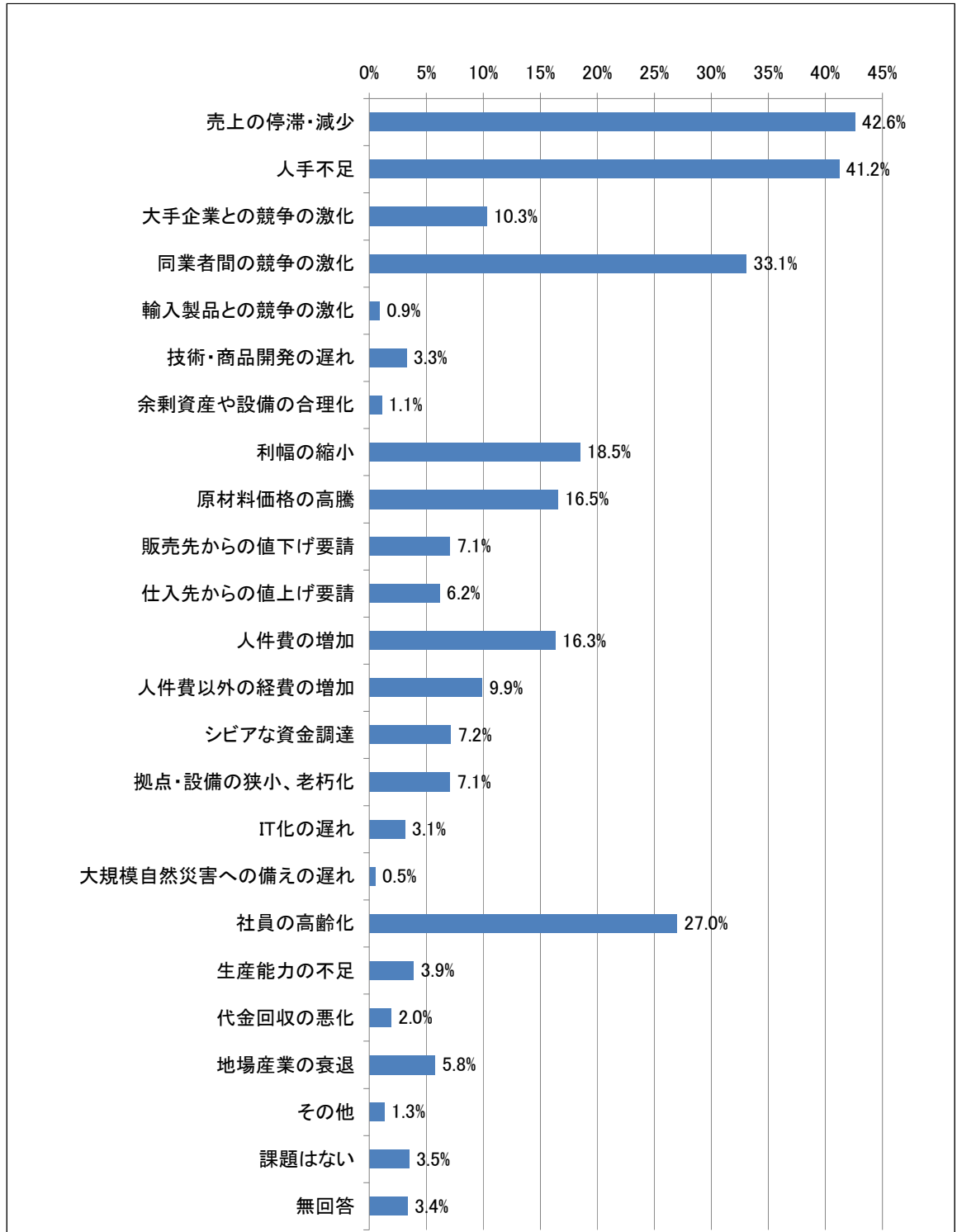
結果	件数	構成比率
1. 税理士、公認会計士	908 件	70.8%
2. 金融機関	426 件	33.2%
3. 経営コンサルタント	101 件	7.9%
4. 同業者	238 件	18.6%
5. 公的機関(行政相談窓口)	32 件	2.5%
6. その他	83 件	6.5%
無回答	165 件	12.9%
合計	1,282 件	—



経営戦略策定の際、社外で相談する相手については、「税理士・公認会計士」が70.8%と最も高く、「金融機関」が33.2%、「同業者」が18.6%、「経営コンサルタント」が7.9%と続いた。公的機関（行政窓口）は、2.5%にとどまっている。

問 21. 貴社が事業を行う上での課題として、あてはまるもの最大3つに○をおつけください。

結果	件数	構成比率
1. 売上の停滞・減少	546 件	42.6%
2. 人手不足	528 件	41.2%
3. 大手企業との競争の激化	132 件	10.3%
4. 同業者間の競争の激化	424 件	33.1%
5. 輸入製品との競争の激化	12 件	0.9%
6. 技術・商品開発の遅れ	42 件	3.3%
7. 余剰資産や設備の合理化	14 件	1.1%
8. 利幅の縮小	237 件	18.5%
9. 原材料価格の高騰	212 件	16.5%
10. 販売先からの値下げ要請	91 件	7.1%
11. 仕入先からの値上げ要請	79 件	6.2%
12. 人件費の増加	209 件	16.3%
13. 人件費以外の経費の増加	127 件	9.9%
14. シビアな資金調達	92 件	7.2%
15. 拠点・設備の狭小、老朽化	91 件	7.1%
16. IT化の遅れ	40 件	3.1%
17. 大規模自然災害への備えの遅れ	7 件	0.5%
18. 社員の高齢化	346 件	27.0%
19. 生産能力の不足	50 件	3.9%
20. 代金回収の悪化	25 件	2.0%
21. 地場産業の衰退	74 件	5.8%
22. その他	17 件	1.3%
23. 課題はない	45 件	3.5%
無回答	43 件	3.4%
合計	1,282 件	—

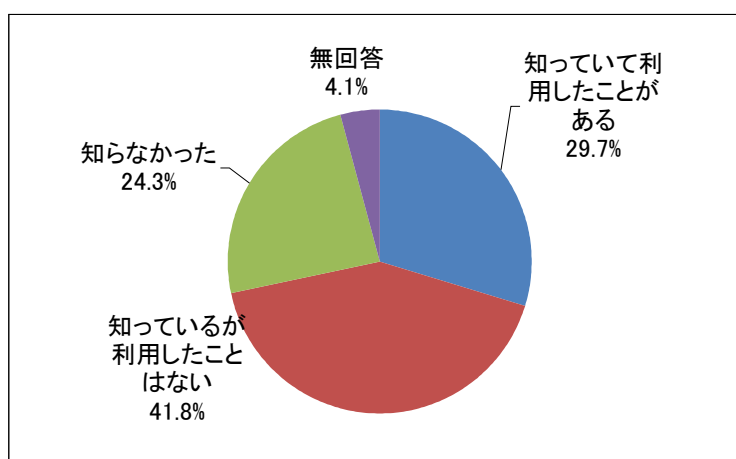


事業を行う上での課題としては、「売上停滞・減少」が42.6%と最も高く、「人手不足」が41.2%、「同業者間の競争の激化」33.1%、「社員の高齢化」が27.0%と続く。経営環境が厳しくなる中、「売上停滞・減少」への対策は緊急の課題であるが、「人手不足」、「社員の高齢化」といった人員の問題は、雇用環境が悪化するなかで中長期的な課題として取り組む必要がある。

問 22. 松山市では、中小企業の方々の支援をするために、各種支援制度を設けています。これらの制度について御存知でしたか。該当の番号に○をしてください。また、利用経験、今後の利用希望についても併せてお答えください。

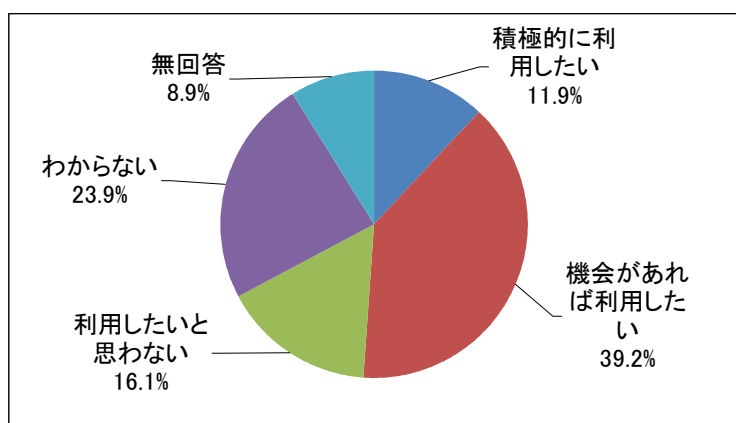
① 松山市中小企業資金融資制度／認知度・利用経験

結果	件数	構成比率
1. 知っていて利用したことがある	381 件	29.7%
2. 知っているが利用したことはない	536 件	41.8%
3. 知らなかった	312 件	24.3%
無回答	53 件	4.1%
合計	1,282 件	100.0%



① 松山市中小企業資金融資制度／今後の利用希望

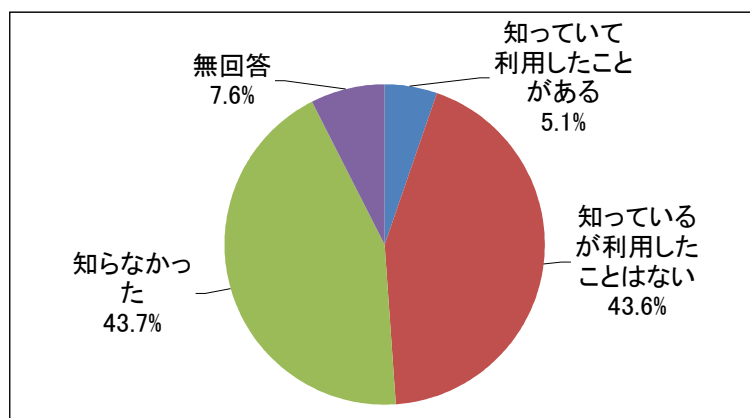
結果	件数	構成比率
1. 積極的に利用したい	153 件	11.9%
2. 機会があれば利用したい	502 件	39.2%
3. 利用したいと思わない	206 件	16.1%
4. わからない	307 件	23.9%
無回答	114 件	8.9%
合計	1,282 件	100.0%



「松山市中小企業資金融資制度」については、「知っていて利用したことがある」と「知っているが利用したことがない」を合わせた 71.5%の企業が認知しており、「積極的に利用したい」と「機会があれば利用したい」を合わせた 51.1%の企業が利用を希望している。

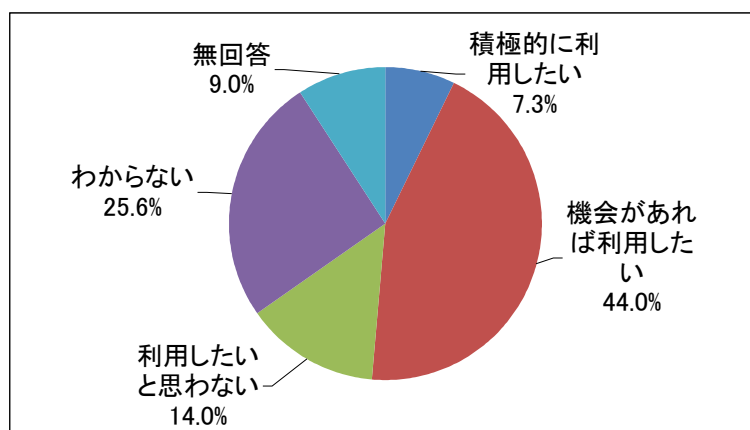
② 松山市人材育成事業補助金／認知度・利用経験

結果	件数	構成比率
1. 知っていて利用したことがある	66 件	5.1%
2. 知っているが利用したことはない	559 件	43.6%
3. 知らなかった	560 件	43.7%
無回答	97 件	7.6%
合計	1,282 件	92.4%



② 松山市人材育成事業補助金／今後の利用希望

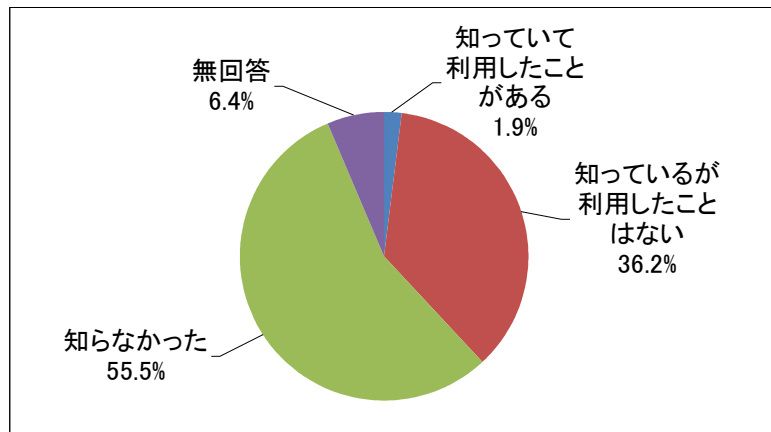
結果	件数	構成比率
1. 積極的に利用したい	94 件	7.3%
2. 機会があれば利用したい	564 件	44.0%
3. 利用したいと思わない	180 件	14.0%
4. わからない	328 件	25.6%
無回答	116 件	9.0%
合計	1,282 件	65.4%



「松山市人材育成事業補助金」については、「知っていて利用したことがある」と「知っているが利用したことがない」を合わせた 48.7%の企業が認知しており、「積極的に利用したい」と「機会があれば利用したい」を合わせた 51.3%の企業が利用を希望している。

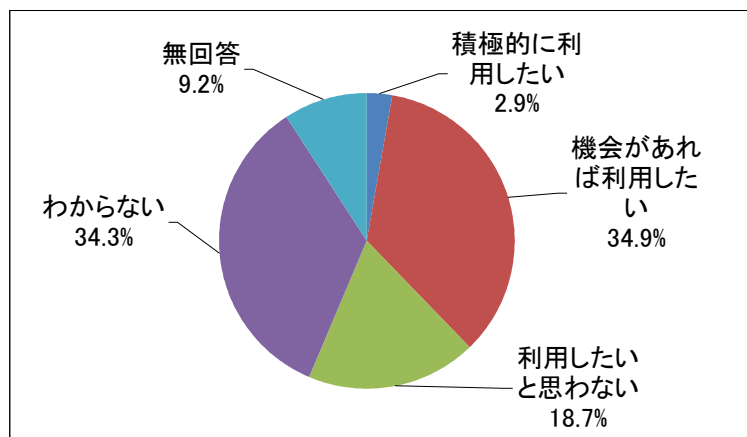
③ まつやま経営交流プラザ／認知度・利用経験

結果	件数	構成比率
1. 知っていて利用したことがある	24 件	1.9%
2. 知っているが利用したことはない	464 件	36.2%
3. 知らなかった	712 件	55.5%
無回答	82 件	6.4%
合計	1,282 件	93.6%



③ まつやま経営交流プラザ／今後の利用希望

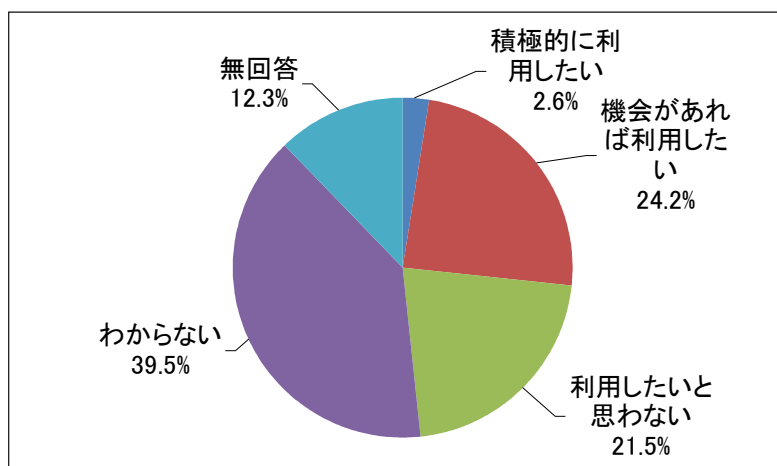
結果	件数	構成比率
1. 積極的に利用したい	37 件	2.9%
2. 機会があれば利用したい	447 件	34.9%
3. 利用したいと思わない	240 件	18.7%
4. わからない	440 件	34.3%
無回答	118 件	9.2%
合計	1,282 件	56.5%



「まつやま経営交流プラザ」については、「知っていて利用したことがある」と「知っているが利用したことがない」を合わせた 38.1%の企業が認知しており、「積極的に利用したい」と「機会があれば利用したい」を合わせた 37.8%の企業が利用を希望している。また、「知らなかった」と回答した企業が 55.5%あり、利用希望についても「わからない」と回答する企業が 34.3%あり、「まつやま経営交流プラザ」の活動内容の周知がのぞまれる。

④ 中小企業販路拡大マッチング事業／今後の利用希望

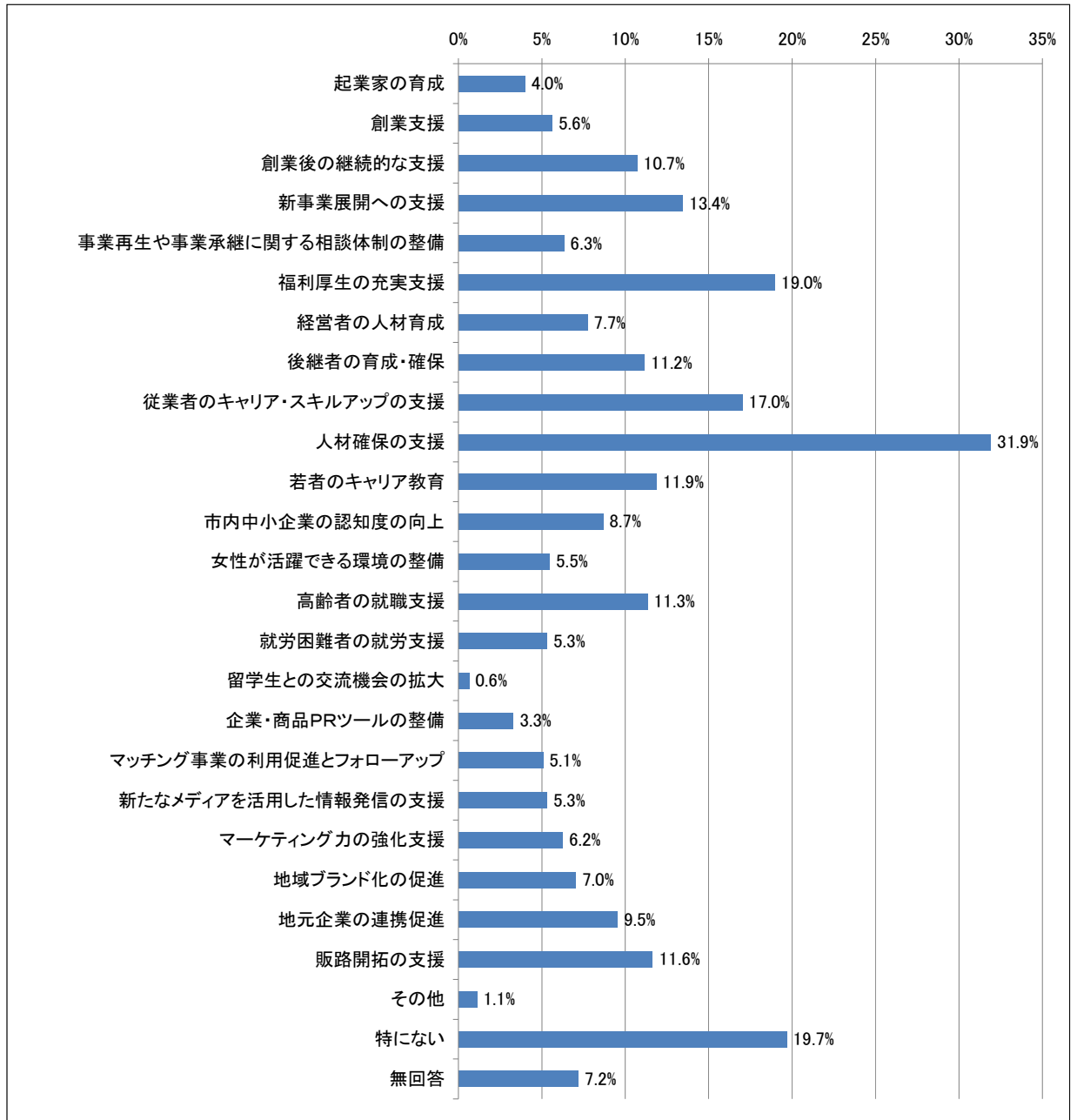
結果	件数	構成比率
1. 積極的に利用したい	33 件	2.6%
2. 機会があれば利用したい	310 件	24.2%
3. 利用したいと思わない	275 件	21.5%
4. わからない	506 件	39.5%
無回答	158 件	12.3%
合計	1,282 件	100.0%



「中小企業販路拡大マッチング事業」の今後の利用希望については、「積極的に利用したい」と「機会があれば利用したい」を合わせた 26.8%の企業が利用を希望している。「わからない」と回答する企業が 39.5%あり、「中小企業販路拡大マッチング事業」の具体的な活動内容や成果について、積極的に周知していく必要がある。

問 23. 松山市に期待する支援策について、あてはまるものすべてに○をおつけください。

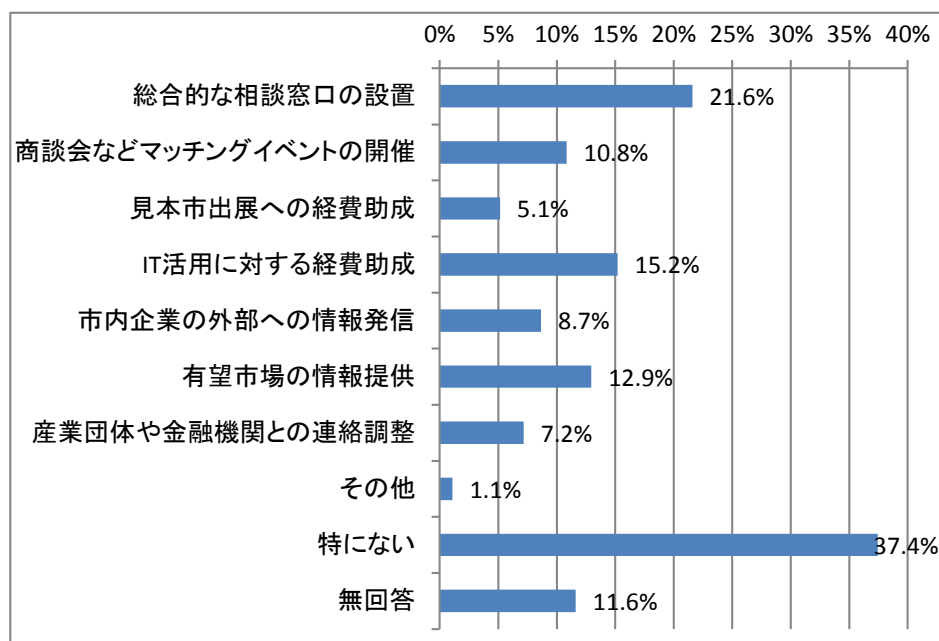
結果	件数	構成比率
1. 起業家の育成	51 件	4.0%
2. 創業支援	72 件	5.6%
3. 創業後の継続的な支援	137 件	10.7%
4. 新事業展開への支援	172 件	13.4%
5. 事業再生や事業承継に関する相談体制の整備	81 件	6.3%
6. 福利厚生の実施支援	243 件	19.0%
7. 経営者の人材育成	99 件	7.7%
8. 後継者の育成・確保	143 件	11.2%
9. 従業員のキャリア・スキルアップの支援	218 件	17.0%
10. 人材確保の支援	409 件	31.9%
11. 若者のキャリア教育	152 件	11.9%
12. 市内中小企業の認知度の向上	111 件	8.7%
13. 女性が活躍できる環境の整備	70 件	5.5%
14. 高齢者の就職支援	145 件	11.3%
15. 就労困難者の就労支援	68 件	5.3%
16. 留学生との交流機会の拡大	8 件	0.6%
17. 企業・商品PRツールの整備	42 件	3.3%
18. マッチング事業の利用促進とフォローアップ	65 件	5.1%
19. 新たなメディアを活用した情報発信の支援	68 件	5.3%
20. マーケティング力の強化支援	80 件	6.2%
21. 地域ブランド化の促進	90 件	7.0%
22. 地元企業の連携促進	122 件	9.5%
23. 販路開拓の支援	149 件	11.6%
24. その他	14 件	1.1%
25. 特になし	252 件	19.7%
無回答	92 件	7.2%
合計	1,282 件	—



松山市に期待する支援策としては、「人材確保の支援」が 31.9%と突出して高く、「特にない」が 19.7%、「従業員のキャリアアップ・スキルアップの支援」が 17.0%、「若者のキャリア教育」が 11.9%、「販路開拓の支援」が 11.6%、「高齢者の就職支援」が 11.3%、「後継者の育成・確保」が 11.2%と続く。問 21 の「事業を行う上での課題」でも明らかになった「人」に起因する課題解決には、人材確保と人材の強化が必須であり、松山市に期待する支援として要望が多かった。

問 24. 貴社が松山市に期待する販路開拓に関する支援策について、あてはまるものすべてに○をおつけください。

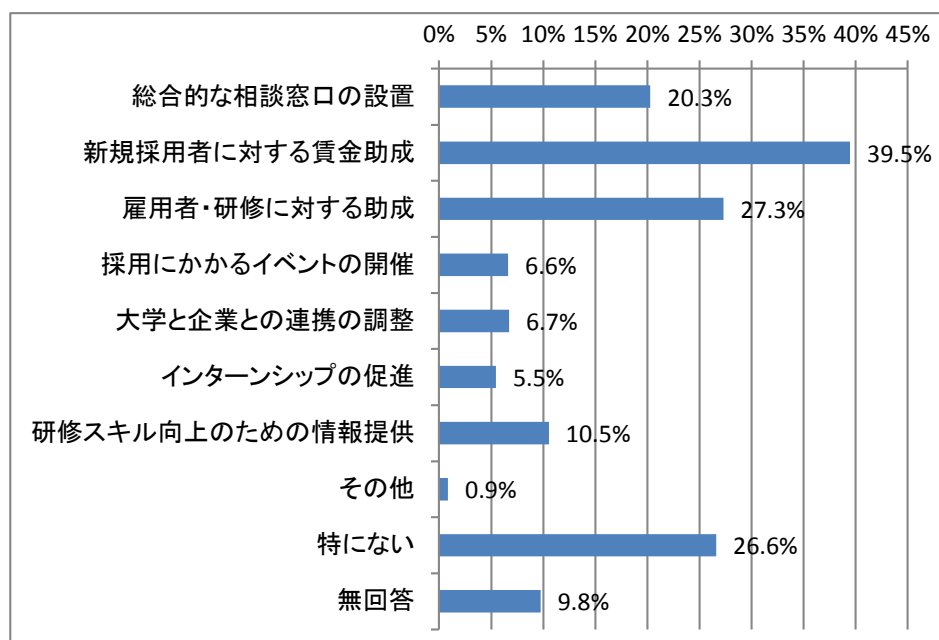
結果	件数	構成比率
1. 総合的な相談窓口の設置	277 件	21.6%
2. 商談会などマッチングイベントの開催	139 件	10.8%
3. 見本市出展への経費助成	66 件	5.1%
4. IT活用に対する経費助成	195 件	15.2%
5. 市内企業の外部への情報発信	111 件	8.7%
6. 有望市場の情報提供	166 件	12.9%
7. 産業団体や金融機関との連絡調整	92 件	7.2%
8. その他	14 件	1.1%
9. 特にない	480 件	37.4%
無回答	149 件	11.6%
合計	1,282 件	—



松山市に期待する販路開拓に関する支援策としては、「総合的な相談窓口の設置」が 21.6% ともっとも高く、「IT 活用に対する経費補助」が 15.2%、「有望市場の情報提供」が 12.9%、「商談会などマッチングイベントの開催」が 10.8%と続いた。

問 25. 貴社が松山市に期待する人材確保・育成に関する支援策について、あてはまるものすべてに○をおつけください。

結果	件数	構成比率
1. 総合的な相談窓口の設置	260 件	20.3%
2. 新規採用者に対する賃金助成	506 件	39.5%
3. 雇用者・研修に対する助成	350 件	27.3%
4. 採用にかかるイベントの開催	85 件	6.6%
5. 大学と企業との連携の調整	86 件	6.7%
6. インターンシップの促進	70 件	5.5%
7. 研修スキル向上のための情報提供	135 件	10.5%
8. その他	11 件	0.9%
9. 特にない	341 件	26.6%
無回答	125 件	9.8%
合計	1,282 件	—



松山市に期待する人材確保・育成に関する支援策としては、「新規採用者に対する賃金助成」が 39.5%と最も高く、「雇用者・研修に対する助成」が 27.3%、「総合的な窓口の設置」が 20.3%と続く。

問 26. 松山市の産業施策について、ご要望、ご意見などがあればお聞かせ下さい。

- 受注は順調ですが、仕入金額上昇等で利益が見込めない入札が増えている
- 三津浜港周辺の産業を見直してほしい。JA えひめ中央の産直をもっとアピールすべきである。松山市内から松山空港へ電車を走らせる必要はないと考える
- 各業界との意見交換が必要。今後の松山市の人口減を少しでもなくすように循環型の松山市が仕事の出し方を考える必要あり。地元企業に若者が残り生活できるような教育体制や発注方法も考える必要あり
- 空港、港、駅、道後、市街地をどうつなげていくか広報で見ましたが、範囲が人口などのわりに少し広く感じられ、結局どういう街づくりをしていくのか現実的に感じられませんでした。街づくりだけでなく、地域福祉をどうしていくのかなどもう少し明確にし、事業所・法人を越えて取り組んでいけるようにして頂きたいし協力したいです
- 市街地中心部活性化の為に施策をお願いしたいです
- 人を増やす為の策だけでなく、個々の人材のスキルアップをして生産性を上げないと所得向上につながりません
- 海岸エリアで事業を行っているが、企業誘致を積極的に行ってほしい。電気料金を下げる等の優遇策が必要。中心街地活性化でコンパクトシティへ移行が必要
- 人材育成事業の手続きをもう少し簡略化していただきたいです
- 松山市に本社を置く企業と、その他の企業との差別化を図る施策を実施していただきたいと思います
- 松山城周辺の堀之内、丸之内等を再開発して、こちら側からロープウェイを城と繋ぎ、倉敷のような美観地区にして、お店を並べ特産物を販売したらどうか
- 女性の活用と保育所、小学生の休日の預かりを充実させる
- 島での通信インフラ整備
- 観光産業において「道後温泉一辺倒」でない、「松山市の魅力発信」をどんどん行っていただきたい。道後温泉本館改装は観光に大打撃を与えかねない
- 商店街の活性化
- 入札時の予定価格廃止
- 地域助成等いろいろ考えてもらっている。これからも継続してほしい
- 公共事業の執行に関して今後、少子高齢化が進むと共に、又、公共事業者の伸びが期待出来ない将来に向け、若者の新規採用、雇用がより難しくなっていくことが予測される。縮小化が進んでも技術継承が不可欠。行政側も人材育成、技術継承と併せてプロパーの意義、育成が重要と考える。（背景に技術力、専門性を持った人材確保を）
- 会社維持における行政支援は特に期待しておりません。弊社においては販路開拓より資金確保です。資金があれば販路開拓も比較的容易になるであろう
- 補助金の枠を拡げて、継続できる支援をしてほしい
- 特に若者の雇用を確保できる企業誘致をして、活性化してもらいたい
- 流通団地、物流団地の再開発
- 産・官・学が一体となり、元気な松山を構築する元気な企業の育成が一番大切と考えている。雇用・消費拡大・少子化対策全て連動している
- 長距離運転手の減少が課題。免許の補助等の助成があると良い
- 案内板の増設・明文化。観光地周辺の駐車場・公共交通等の整備
- 近年、医療機関が老人ホーム・特養等の高齢者施設併設の動きが活発化している。人的な訪問介護サービス等人的な対応による場合は、詳細チェック体制が必要と思われるが、介護製品のレンタルについては、定期巡回や口頭報告にとどめていただき、簡便にしてほしい

- 松山市内の企業が全国、世界に向けて発信できる商品、製品、サービス等の開発取得ができるように支援してほしい
- 融資制度及び限度額の更なる拡充
- 近隣都市との連携を強め百万都市をつくるイメージで、情報産業が活性化する素地を作って欲しい。人口や集客力を高める取り組みをお願いしたい
- 人口の流出を防ぐ施策をお願いします
- 助成よりも減税
- ごみ収集の法人・個人の平等化、有料化の実施
- 道の駅に対する助成などよりも技術の向上に努めてほしい。又、専門職に対する助成をお願いしたいと思います。技術職を守ってほしいと思います
- 融資への支援に関して、結局のところ銀行の貸し渋りはまったく改善されない。建設業に関しては、いつまでも渋い対応のままである。災害時には必要な業種なので手厚い支援を要望する
- 助成や新たな制度などの情報を発信して欲しい。必要なときにホームページ等を見れば良いと思うが、今回のアンケートで初めて知った情報もあったので、もっと発信するようにすれば多くの方が制度を利用出来ると思います
- 大企業を中予地区へ誘致してほしい
- 新規採用者（新卒者）の早期入社時の賃金助成
- 商取引における法律相談（国際的な事も含め）の窓口があれば便利
- 県をあげて何らかの活性化やブランド化に取り組もうという時、安易に県外の事業者を頼ろうとするところがある気がする。もっと県内の事業者・アーティストなど目を向けてはどうかと思う
- 農林水産事業として機械・施設に対する助成、人材確保と人件費の助成、販路開拓情報の提供
- 雇用を創出できる産業の育成、市内での工業の発展
- 駐車場（松山域近辺）の確保、都市計画の見直し（調整地域の縮小、中心地の容積率のアップ）