

1 計画の基本的な考え方

■ 趣旨と計画期間

本計画は、松山市中小企業振興基本条例に示された基本方針に基づき、本市の中小企業の自主的な努力を基本とし、中小企業関係団体、金融機関、大企業、学校、市民、そして市が一体となって、中小企業振興の施策を総合的かつ計画的に推進することを目的として策定します。

計画期間は、2025（令和7）年度から2029（令和11）年度までの5年間とします。

■ 位置付け

本計画は、条例第12条第1項に基づき、中小企業の振興に関する目標と施策を示しています。

中小企業の振興は、「第7次松山市総合計画」（「松山市まち・ひと・しごと創生総合戦略」含む）に位置付けられた関連施策とも整合性を保ちながら取組を進めていきます。

2 中小企業を取り巻く現状と課題等

■ 現状

項 目	内 容
人 口	国勢調査での人口は、2010年頃までおおむね横ばいで推移 松山市の推計人口では、2013年以降は減少 国立社会保障・人口問題研究所の推計では、2050年には42.2万人まで減少する見通し
事業所数	市内の事業所20,990のうち、従業者数300人未満の事業所が全体の約99% それらの事業所に勤務する従業者は市内全従業者の約89% 市内に立地する事業所のほとんどが中小企業
労働力人口	松山市の労働力人口は2010年まで増加、2015年頃から減少 労働力人口に占める65歳以上の割合は、2015年以降大きく上昇
市内総生産	松山市の市内総生産は、2019年度までは増加傾向で、2020年度は新型コロナウイルス感染症の影響により大幅に減少（2015年度=100として、2021年は102.1）
給与所得者等一人当たりの所得	給与所得者等一人当たりの所得は、全国平均や愛媛県平均と同様に、2018年以降はほぼ横ばいで推移していたが、2020年以降は緩やかに上昇
産業別事業所数 従業者数	「卸売業、小売業」が事業所数、従業者数ともに全体の20%以上 次いで事業所数では「宿泊業、飲食サービス業」が、従業者数では「医療、福祉」が高い割合 松山市は事業所数で第三次産業が86.3%を占める、商業及びサービス業を主要産業とする都市

■ 課題

項 目	内 容	方 向 性
創業の促進	・創業を目指す際、適切な相談場所が不明 ・支援機関や各種サポート施策の情報が十分に行き届いていない	⇒効果的な支援情報の発信、 具体的なステップが学べる環境づくり
経営基盤強化	・人手不足・定着化や原材料・仕入れコストの上昇が経営上の課題 ・生産性向上のためのITツールやDX化	⇒適切な価格転嫁が進まなければ収益悪化 ⇒5割弱が今後もITツールの導入を予定しており、 推進のための支援が必要
事業承継	・事業を継続したいが後継者候補がいない事業者は1割割	⇒将来の事業承継に向けた支援体制等の強化
人材確保・育成	・市に期待する支援策の回答で「人材確保」が最多 ・社員を育成する仕組み・体制等がない	⇒賃金を含む、働きやすい職場環境、 働きがいのある職場環境への継続支援
販路拡大付加価値	・人口減少が進み、地域経済の圏域や国内市場規模が縮小	⇒デジタルマーケティングの手法を取り入れる など商品等の競争力強化による販路拡大等

3 基本施策

基本施策1	創業・経営基盤の強化	【中小企業の未来を築く】
基本施策2	人材の確保・育成	【中小企業とともに成長する】
基本施策3	受注・販路の拡大	【中小企業のチャンスを広げる】
基本施策4	推進組織・支援拠点の充実	【中小企業の発展につなげる】

4 推進施策と具体的な取組

推進施策1-1	創業促進 ○創業に関する相談・支援窓口の情報提供 ○創業に関する相談体制の強化 ○創業後の継続的な支援	推進施策2-1	外国人材、デジタル人材を含む多様な人材の確保支援 ○新卒人材、中途人材の確保 ○外国人材の確保 ○デジタル人材の確保 ○高齢者人材の活用
推進施策1-2	経営革新 ○イノベーションの加速化 ○生産性向上に係る先端設備の導入促進	推進施策2-2	職業能力・スキルアップ支援 ○従業者のキャリア・スキルアップの支援
推進施策1-3	デジタル化・DXの促進 ○市内中小事業者のデジタル化・DX支援	推進施策2-3	賃金・勤労者福祉サービス充実を含む働きやすい職場づくり ○賃上げの支援 ○福利厚生の実等
推進施策1-4	円滑な資金調達 ○各種融資制度の実施 ○地域振興に向けた融資制度の実施	推進施策2-4	女性活躍支援 ○女性の創業・就業支援 ○女性が働きやすい職場づくりの支援 ○男女ともに働きやすい事業所の認証
推進施策1-5	関係機関と連携した事業承継の促進 ○関係機関と連携した事業承継セミナー等の実施	推進施策2-5	キャリア教育の推進 ○若者の地元就職等の促進 ○学生のキャリア形成支援
推進施策3-1	中小企業・商品の競争力強化支援 ○商談を通じた商品等のブラッシュアップ ○ふるさと納税制度を利用した販路拡大の推進 ○適正な取引や価格転嫁の推進 ○官公需への配慮	推進施策4-1	中小企業振興に向けた組織の充実 ○中小企業振興円卓会議の活動支援 ○振興施策の実効性向上に向けた調査・検証
推進施策3-2	デジタルマーケティングの推進 ○ECを活用したデジタルマーケティング	推進施策4-2	支援拠点の充実 ○中小企業支援拠点の充実
推進施策3-3	圏域内連携の推進 ○圏域内連携をいかにした販路開拓支援		
推進施策3-4	海外展開の支援 ○海外への販路拡大支援		

5 推進体制と進捗管理

■ 推進体制

本計画の基本施策等の推進には、中小企業の自主的な努力を尊重し、関係機関等がそれぞれの役割を果たしながら、地域全体で連携・協力して取り組んでいく。

- (1) 松山市の責務・・・関係機関と連携し、本計画に位置付けられた施策を着実に実施
- (2) 中小企業の努力・・・自主的な努力による経営改善や経営基盤の強化に努める
- (3) 中小企業関係団体の役割・中小企業の自主努力、創意工夫による取組を支援
- (4) 大企業の役割・・・自社事業の発展で雇用の維持・拡大、投資の継続等
- (5) 金融機関の役割・・・円滑な資金供給・経営相談等
- (6) 学校の自主的な協力・・・専門的人材の育成、職場体験活動などでの地元起業の理解促進
- (7) 市民の理解及び協力・・・市内中小企業が生産する製品の利用、商品・サービスの購入

■ 進捗管理・効果検証

本市の中小企業振興を推進する組織である「中小企業振興円卓会議」で本計画の進捗状況を報告するとともに、客観的な検証を行い、必要な見直しを行います。

