

## 3 産業振興ビジョン改定に係る1万社アンケート

### 1) 調査概要

#### ① 調査の目的

平成23年(2011年)1月に策定した「札幌市産業振興ビジョン」を、社会経済情勢等を踏まえた内容に改定するため、市内企業へのアンケート調査を実施し、調査結果を基礎資料とする。

#### ② 調査方法(及び調査時期)

調査票の郵送によるアンケート調査(平成27年(2015年)11月25日~12月10日)

#### ③ 回答状況(及び調査対象)

有効回答 2,527社(市内企業10,000社、無作為抽出)

#### ④ 回答企業の概要

##### 1. 企業規模

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

※中小企業基本法の分類に基づく。

##### 2. 業種構成

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

※構成比は四捨五入の関係で100%に合致しない場合がある。

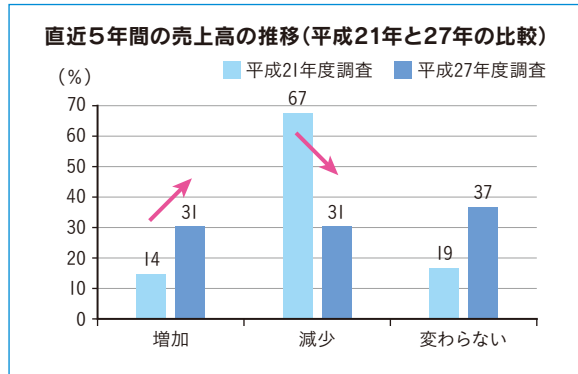
## 2) 調査結果

### 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。

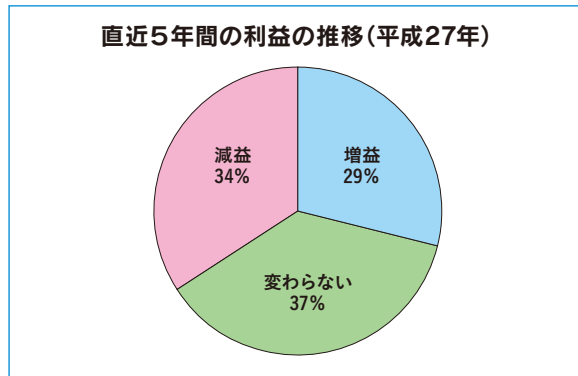
直近5年における業績(売上高)の推移は「変わらない(横ばい)」(37%)が最も多く、次いで「増加傾向」(31%)と「減少傾向」(31%)がほぼ同数となっています。

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」と答えた企業の割合は14%から31%と2倍以上に増加した一方、売上高が「減少傾向」と答えた企業の割合は67%から31%と大幅に減少しました。



※平成27年度調査の選択肢「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」と表示。

なお、利益については、増益(29%)と答えた企業よりも、減益(34%)と答えた企業の割合が高くなっています。



#### 直近5年間の利益の推移(平成27年、規模別)

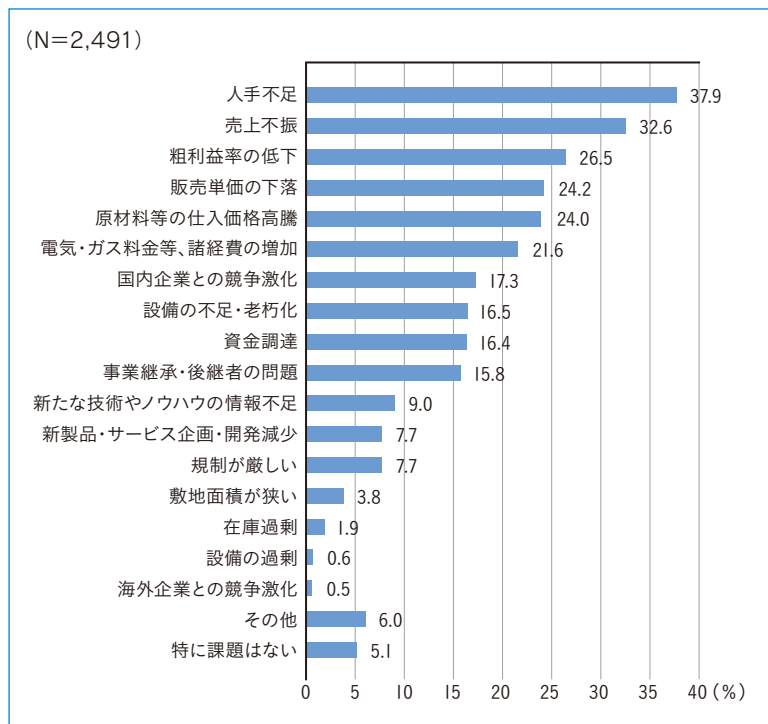
規模別	増益	変わらない	減益
全体(N=2,481)	29%	37%	34%
大企業(N=96)	42%	26%	32%
中小企業(N=2,290)	29%	38%	33%
うち小規模企業(N=1,417)	23%	42%	36%

## 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%)の順となっています。

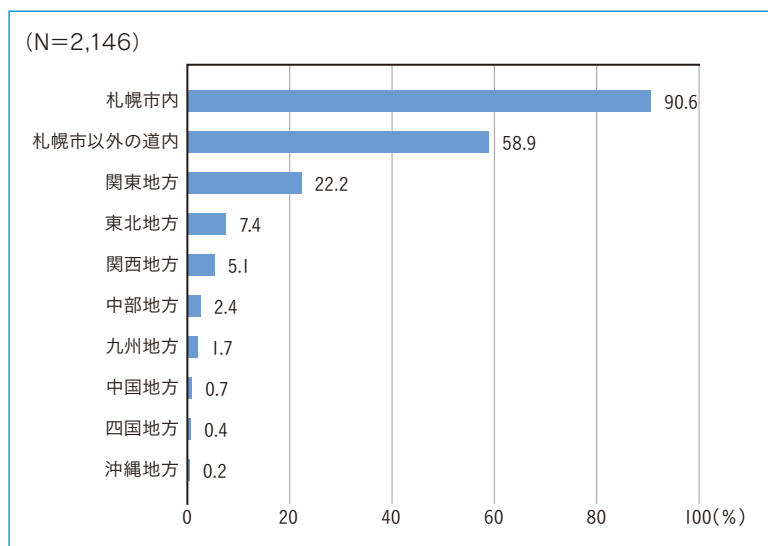
業種別では、「人手不足」と回答した企業の割合が半数を超えたのは、情報通信業(61.2%)、建設業(61.0%)、運輸業(58.8%)、農林水産業(57.1%)、飲食業(56.9%)、宿泊サービス業(54.5%)となりました。

企業規模別では、大企業は「人手不足」(63.9%)の割合が「売上不振」(21.6%)など、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%)の割合が「売上不振」(32.9%)に比べてやや高い程度となり、小規模企業では「売上不振」(36.4%)が「人手不足」(29.1%)を上回っています。

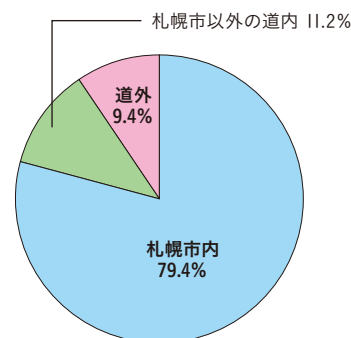


### 問3-1. 売上が大きい国内市場の地域はどこですか。(複数回答)

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%)が多く、業種別、企業規模別においても同様の傾向がみられます。

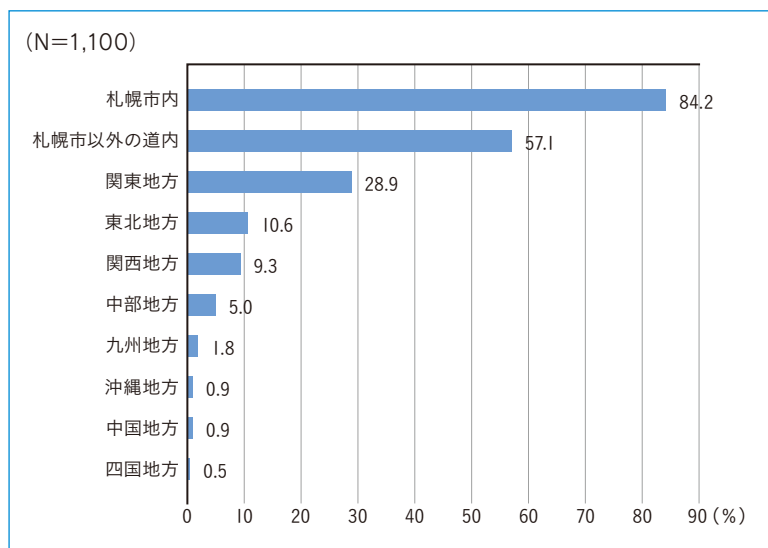


売上が最も大きい市場(第1位の市場)は、以下のとおり。



### 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)

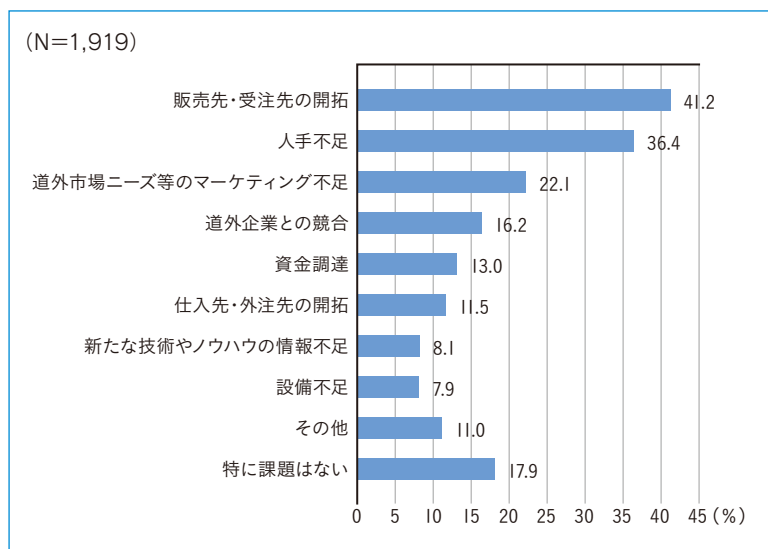
今後販売強化・進出を考えている国内市場の地域(上位3地域、複数回答)も、「札幌市内」(84.2%)及び「札幌市以外の道内」(57.1%)が多く、業種別、企業規模別にみても、概ね同様の傾向がみられますが、「関東地方」と回答した割合が半数を超えた業種もあります(食料品製造業65.8%、情報通信業63.8%)。



### 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%)、「道外市場ニーズ等のマーケティング不足」(22.1%)の順となっています。

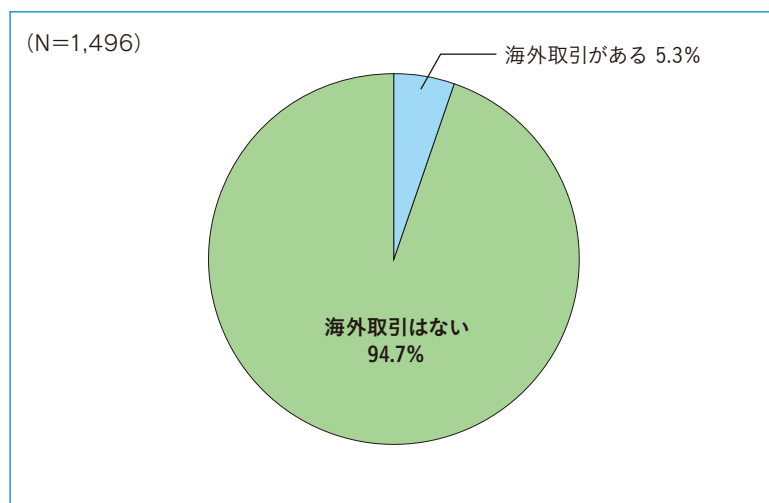
企業規模別では、大企業は「人手不足」(39.7%)が最も多く、次いで「販売先・受注先の開拓」(26.9%)、「道外企業との競合」(26.9%)の順となるのに対し、中小企業では「販売先・受注先の開拓」(42.0%)が最も多く、次いで「人手不足」(36.2%)、「道外市場ニーズ等のマーケティング不足」(21.9%)の順となっています。小規模企業でも中小企業と同様の傾向がみられます。



## 問5-1. 海外取引を行っていますか。

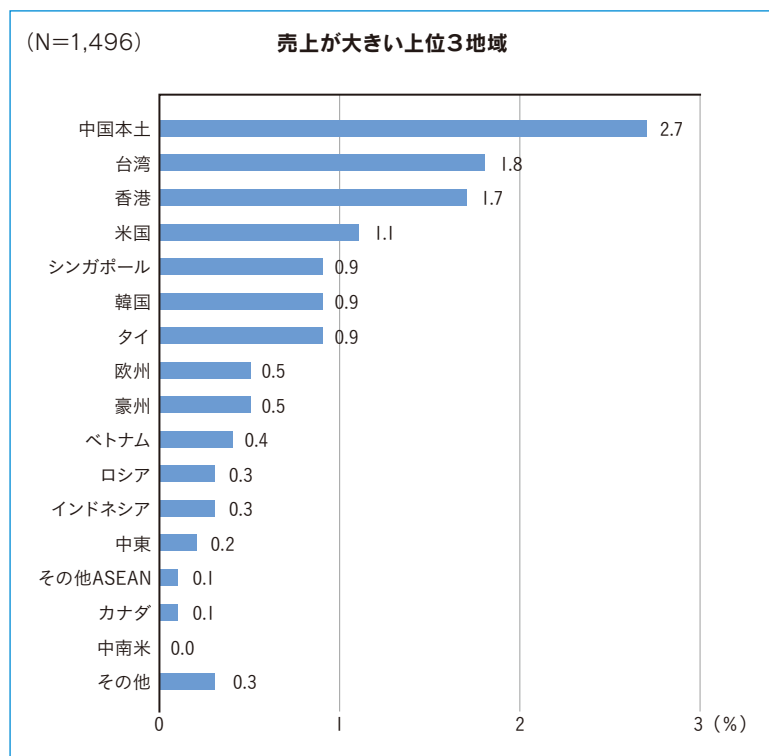
### 売上が大きい『海外』市場の地域はどこですか。(複数回答)

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、「海外取引がある」は5.3%でした。



「海外取引がある」との回答の中で最も売上が大きい取引地域は「中国本土」(2.7%)で、次いで「台湾」(1.8%)、「香港」(1.7%)でした。

業種別、企業規模別でも同様の傾向がみられます。

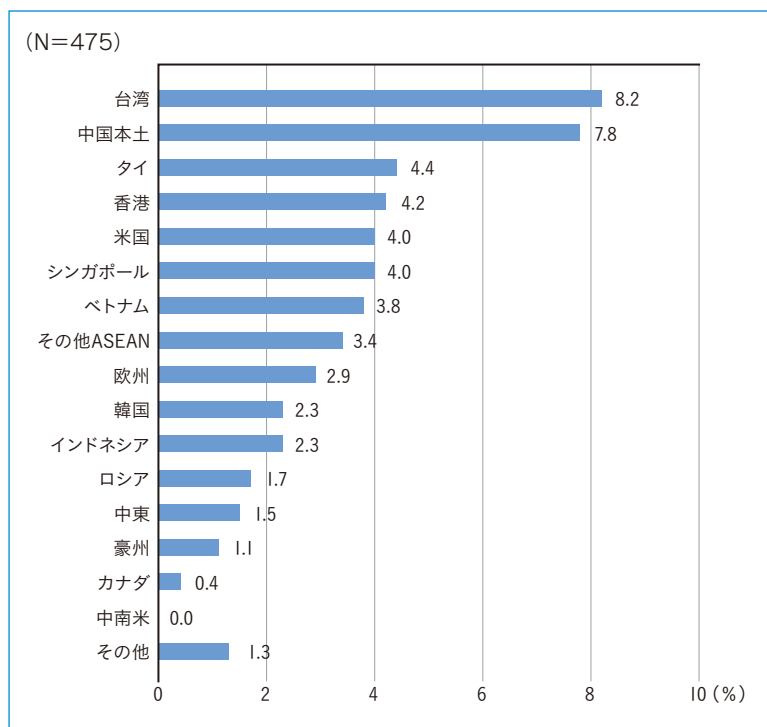


## 問5-2. 今後販売強化・進出を考えている『海外』市場の地域はどこですか。(複数回答)

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%)の順となりました。

業種別、企業規模別でも同様の傾向が見られます。

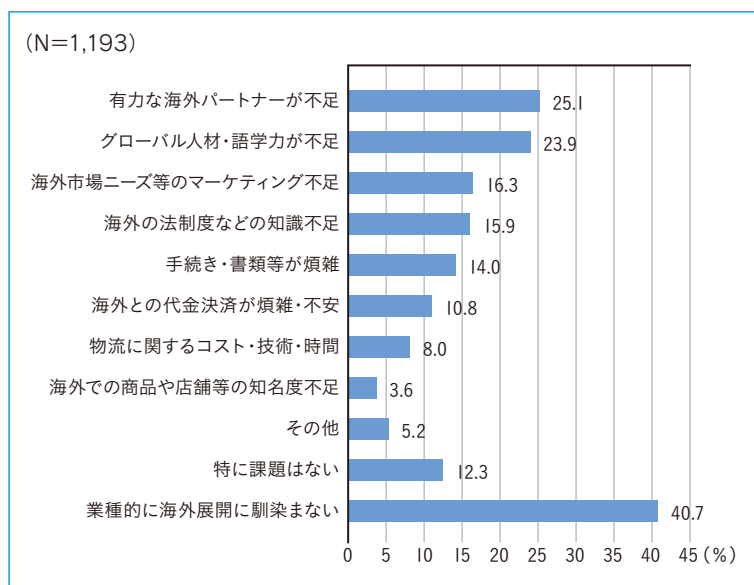
ただし、本問については、2,527社のうち81.2%が無回答であり、これらの企業は海外市場への販売強化・進出についての意向がないものと推察されます。



## 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%)の順となっています。

企業規模別では、大企業は「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%)の順となっています。小規模企業でも中小企業と同様の傾向がみられます。

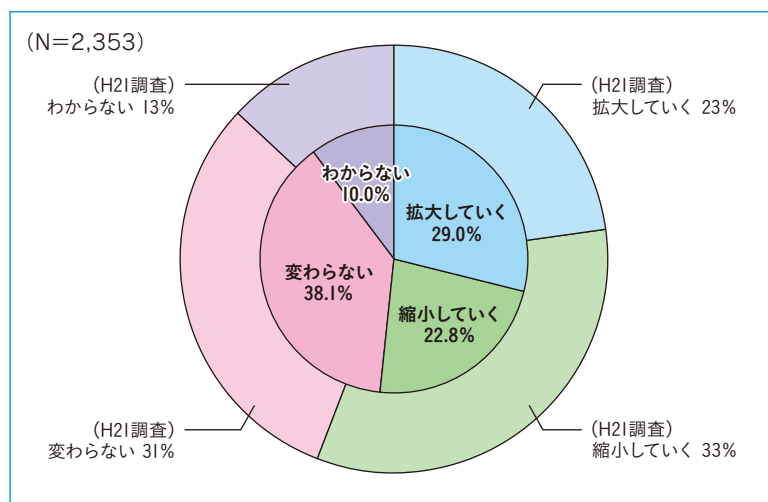
## ② 今後の事業展開に係る基本的な方向性

### 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、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%)の順となりました。

業種別では、「拡大していく」と回答した割合が最も多かったのは、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%)となった一方、「縮小していく」と回答した割合が最も多かったのは印刷業(40.5%)でした。

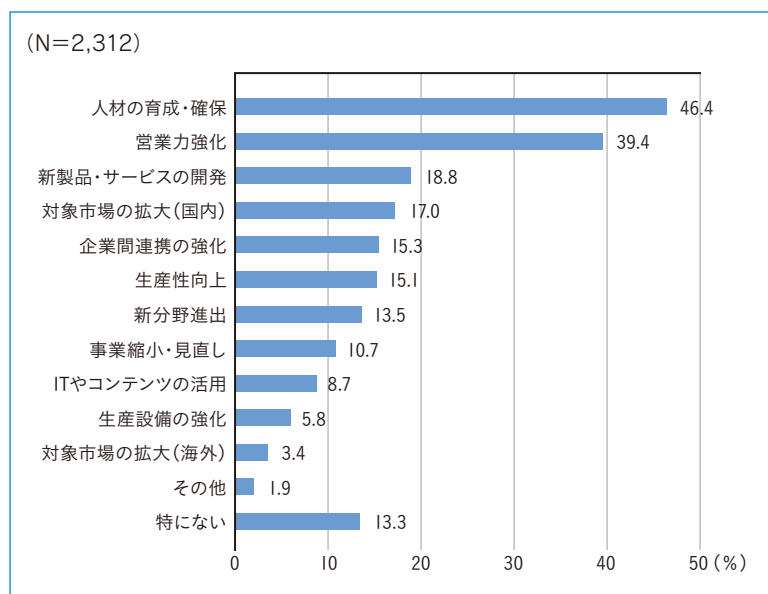
なお、平成21年度に実施した調査結果と比較すると、「拡大していく」と答えた企業の割合は23%から29.0%に増加した一方、「縮小していく」と答えた企業の割合は33%から22.8%に減少しました。



※今回の調査(平成27年度)の結果は内側に、前回の調査(平成21年度)の結果は外側の円グラフに表示。

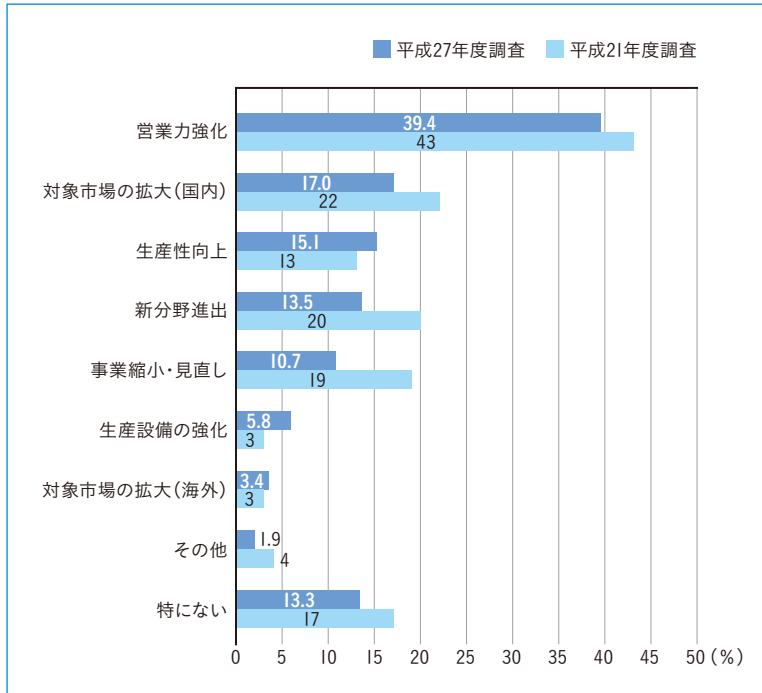
### 問8. 問7を踏まえて、どのような対応を検討していますか。(3つまで複数回答)

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%)、「営業力強化」(39.4%)の2項目が特に多くなっています。



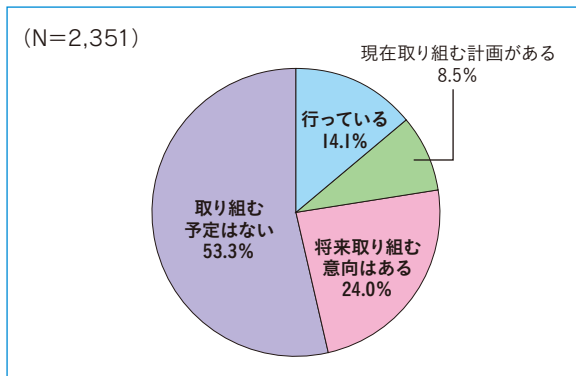
企業規模別では、いずれの規模でも「人材の育成・確保」が最も多く、次いで「営業力強化」の順となりましたが、大企業では「人材の育成・確保」(67.4%)が特に多くなりました(中小企業45.7%、小規模企業36.7%)。

## 〔参考〕 前回調査(平成21年度)と比較可能な選択肢での比較

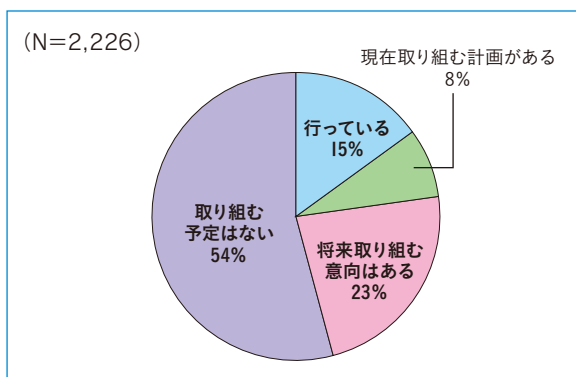


## 問9. 新分野、新業務への取組を行っていますか。

新分野、新業務への取組状況は、全体の半数以上が「取り組む予定はない」(53.3%)と回答しました。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%)の順となりました。



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の質問をしていますが、ほぼ同様の結果となっています。

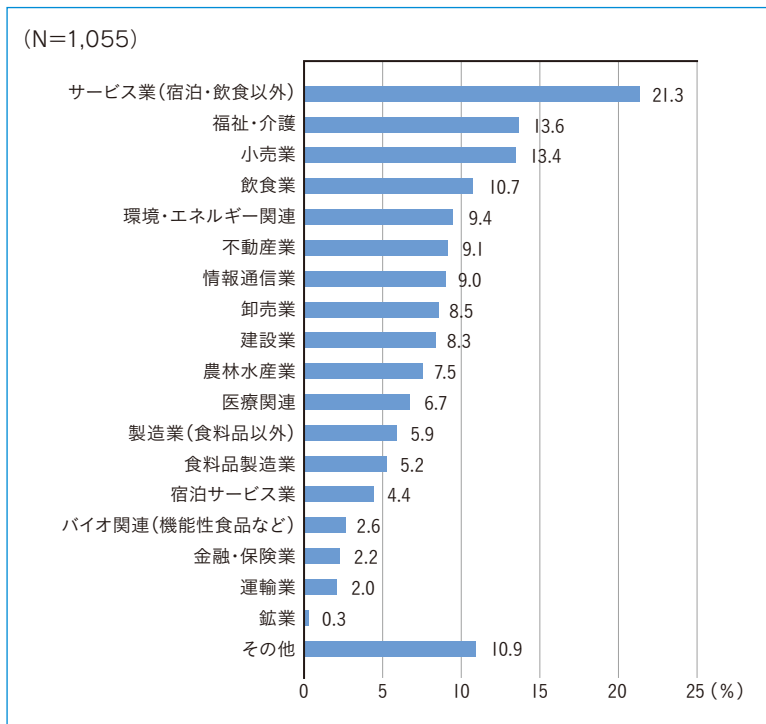




## 問10. 新分野、新業務はどの分野ですか。

(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)

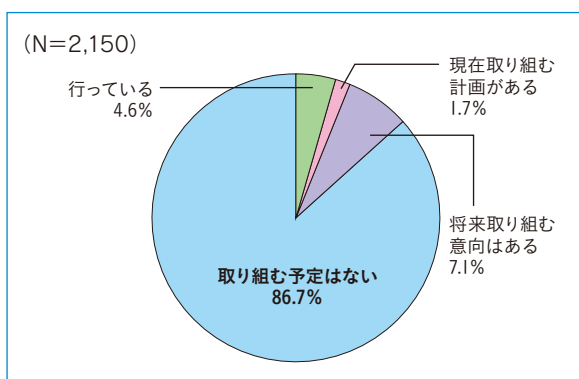
新分野、新業務への取組について「行っている」「現在取り組む計画がある」「将来取り組む意向はある」と回答した企業に対し、新分野、新業務の具体的な分野を尋ねたところ、最も多かったのは「サービス業(宿泊・飲食以外)」(21.3%)で、次いで「福祉・介護」(13.6%)、小売業(13.4%)の順でした。



業種別の結果もあわせてみると、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組を行っている、または計画している企業が多いことがうかがえます。

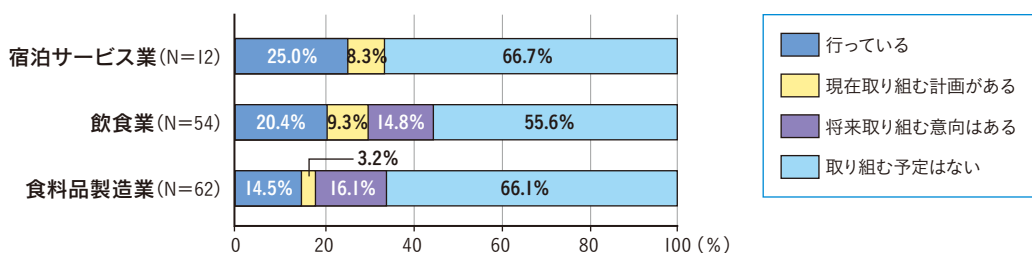
## ③ 海外観光客に対するビジネス

### 問11-1. 海外観光客向けの取組を行っていますか。



海外観光客向けの取組は、全業種では「取り組む予定はない」(86.7%)が大多数を占めていますが、業種別にみると「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」と回答した企業の割合が3割を超えたのは、宿泊サービス業(33.3%)、飲食業(44.5%)、食料品製造業(33.8%)となっています。

#### 〔参考〕取組を行っている上位3業種

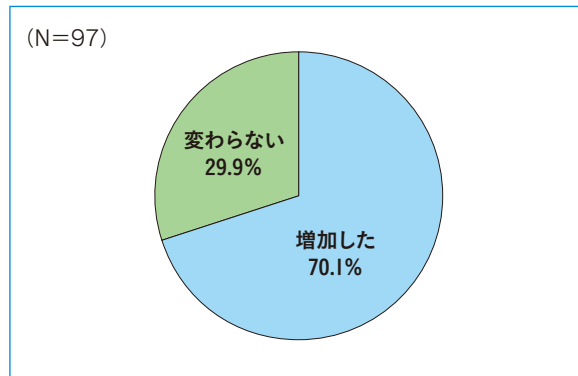


## 問11-2. 海外観光客による売上の変化がありましたか。

(問11-1で「行っている」と回答した方対象、5年前との比較)

海外観光客向けの取組について「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」との回答はゼロでした。

業種別では、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%)を上回りました。企業規模による大きな違いはみられませんでした。

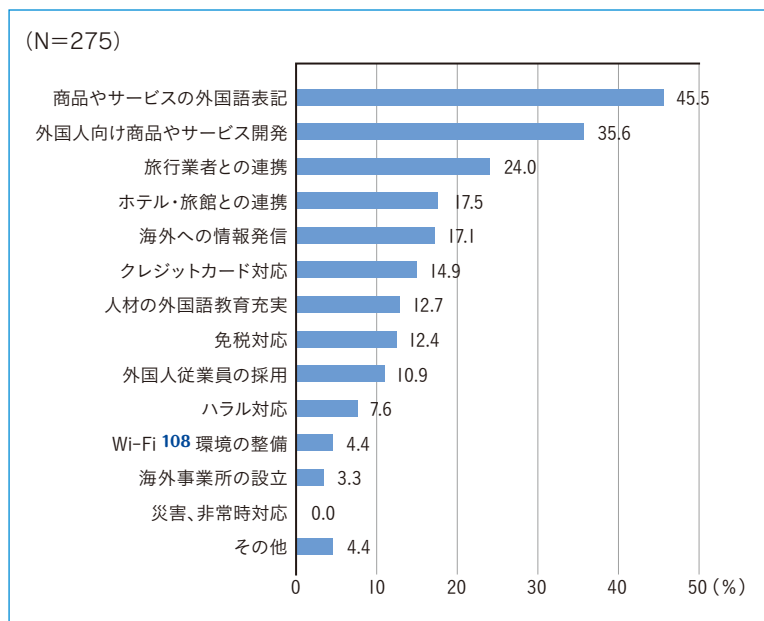


## 問12. 海外観光客向けにどのような取組を実施、計画、検討していますか。

(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)

海外観光客向けの取組の実施、計画、検討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%)の順となりました。

企業規模別では、大企業は「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<sup>107</sup>」(22.2%)の順となったのに対し、中小企業では「商品やサービスの外国語表記」



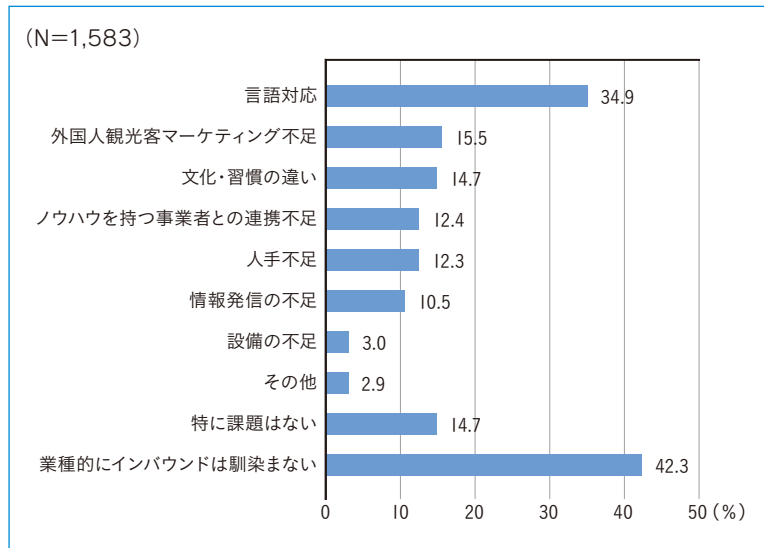
(44.6%)が最も多いのは同様でしたが、次いで「外国人向け商品(お土産等)やサービス開発」(37.8%)、「旅行者との連携」(24.9%)の順となり、顕著な違いがみられました。小規模企業についても中小企業と同様の傾向となりました。



<sup>107</sup>ハラル対応 … ハラルとは、イスラムの教えに基づき「合法なもの」「許されたもの」を意味し、ここではイスラム教徒の観光客に対して宗教上の習慣に配慮した取組を行うことを指す。

<sup>108</sup>Wi-Fi … Wi-Fi(“ワイファイ”と読む)は、ケーブルを使わず無線通信を利用してデータをやり取りする仕組みであり、インターネットに接続することなどができる。一般的には無線LANとも呼ばれており、正式には、無線LAN機器を普及しやすくするために、米国の団体が定めた無線LANの規格の一つを指す。

### 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%)の順となりました。

企業規模別では、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すが、「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%)で多い結果となりました。

### 問13-2. 海外観光客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

海外観光客をターゲットにする際の課題の解決に向けて、具体的な取組を実施している場合の内容について、自由記入欄で回答を求めました。

#### 回答内容の抜粋

- 年間2～3回現地調査に行っている。
- 免税店との連携企画。
- 取引先を通じた海外観光客対応サイトの構築。
- HPの外国語対応(英、中、韓)スマートフォン・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んでいる。
- 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。
- 海外観光客対応設備の確保に向けて不動産購入を検討中。
- 人材育成、旅行業者との連携。
- 外国人留学生への対応、日本語留学生の受け入れ。
- 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製作。
- 海外での展示会などへの参加。
- 宗教・風習を十分理解すること。
- 週に1度、英語の研修を実施している。

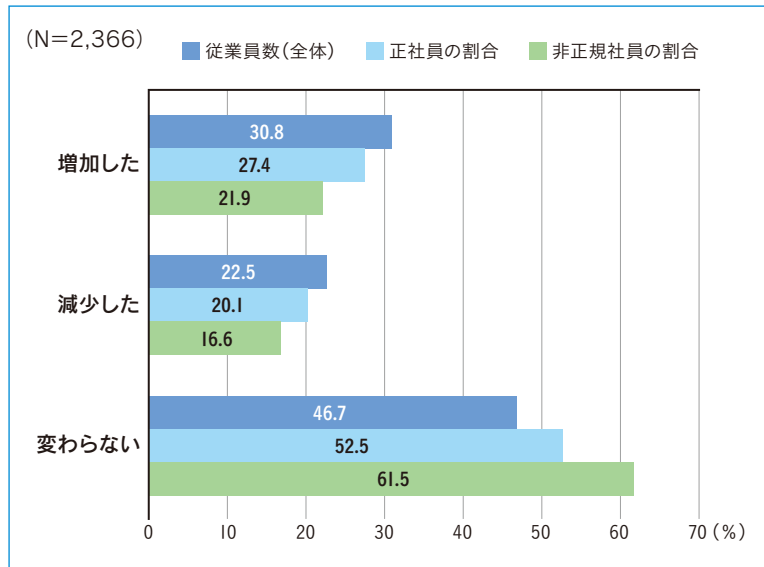
## ④ 人材確保等

### 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は、「増加した」(30.8%)が「減少した」(22.5%)を上回りました。

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%)を上回りました。

従業員数全体で「増加した」と回答した企業の割合が3割を超えた業種は、農林水産業(46.2%)、情報通信業(44.2%)、医療・福祉(39.9%)、製造業(食料品、印刷以外)(38.9%)、金融・保険業(35.3%)、運輸業(35.3%)、建設業(34.7%)となっています。



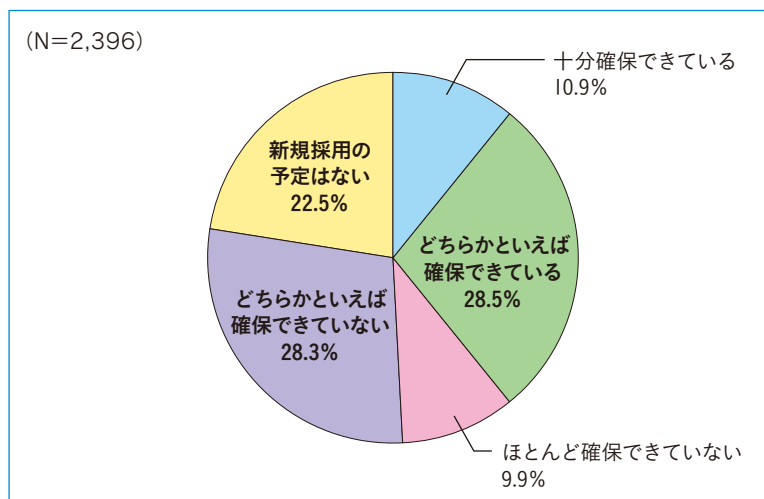
逆に、従業員全体で「減少した」が「増加した」の割合を上回った業種は、食料品製造業(増加23.1%、減少29.2%)、印刷業(増加16.7%、減少23.8%)、卸売業(増加24.6%、減少25.7%)、飲食業(増加28.3%、減少38.3%)となりました。

企業規模別では、大企業、中小企業では、「増加した」が「減少した」を上回り、小規模企業は「減少した」(23.2%)が「増加した」(20.2%)を上回りました。

### 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ます。

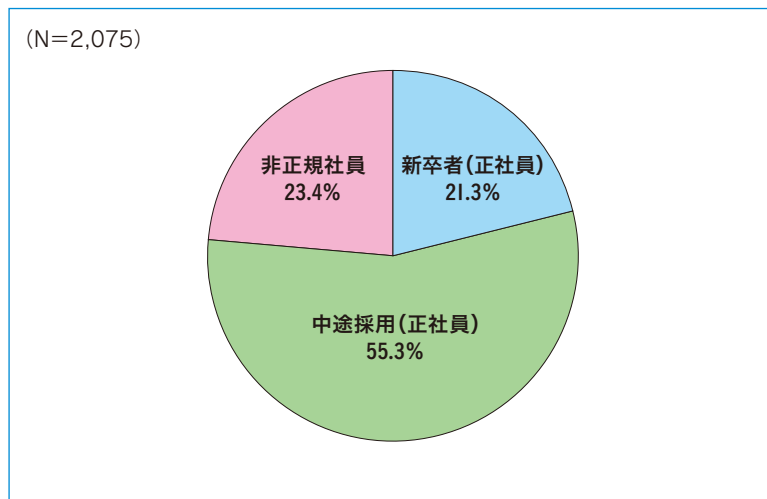
「ほとんど確保できていない」「どちらかといえば確保できていない」の回答が半数を超える業種は、建設業(53.0%)、運輸業(52.9%)、情報通信業(53.0%)、飲食業(53.3%)の4業種となりました。



## 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%)の順となっています。

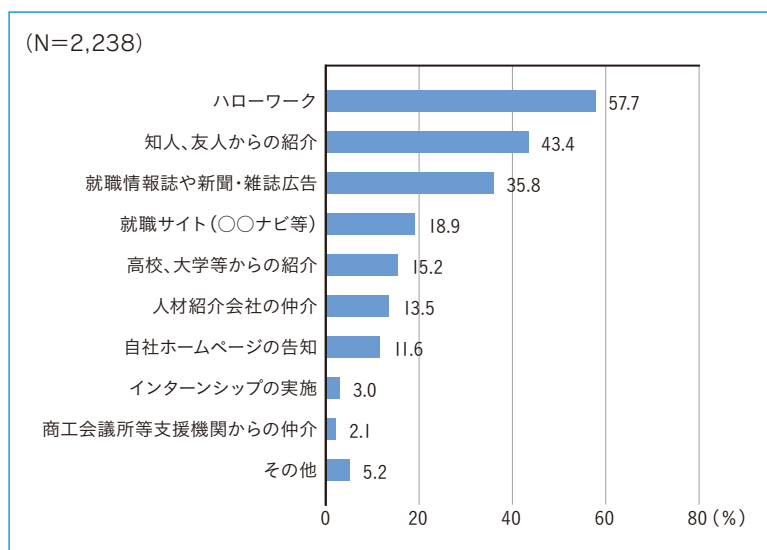
企業規模別では、大企業は「新卒者(正社員)」(50.0%)が最も多いのに対し、中小企業では「中途採用(正社員)」(56.5%)が最も多く、小規模企業でも中小企業と同様の傾向がみられます。



## 問17. 人材確保の手段は何ですか。(3つまで複数回答)

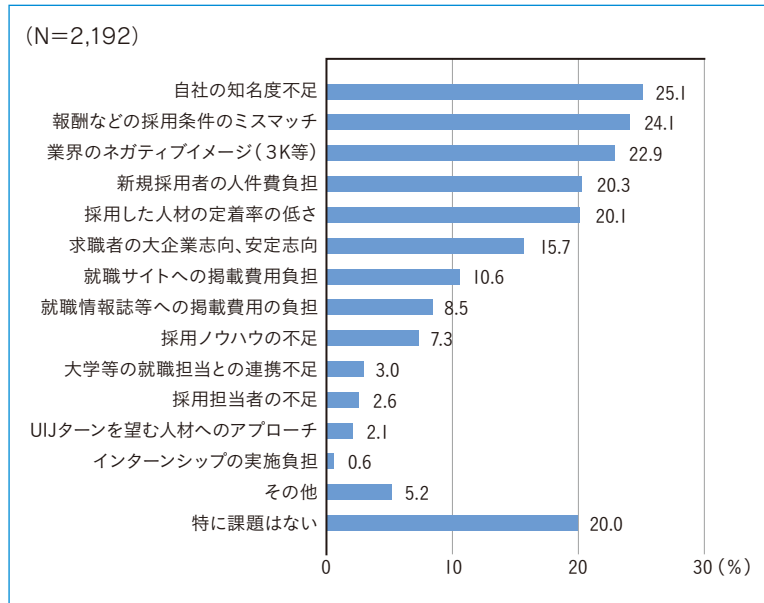
人材確保の手段は「ハローワーク」(57.7%)が最も多く、次いで「知人、友人からの紹介」(43.4%)、「就職情報誌や新聞・雑誌広告」(35.8%)の順となっています。

企業規模別では、大企業は「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(○○ナビ等)」(49.5%)の順となっています。これに対し、中小企業では大企業と同様に、「ハローワーク」(57.0%)が最上位ですが、それに次ぐ手段は「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%)の順となっています。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%)をわずかに上回りました。



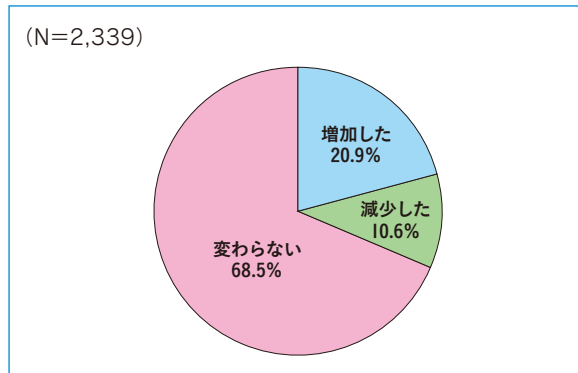
## 問18. 人材確保の課題は何ですか。(3つまで複数回答)

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%)の順となっています。



業種別では、「自社の知名度不足」は情報通信業(44.0%)が唯一4割を超えました。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%)及び食料品製造業(40.3%)で4割を超え、「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%)で回答割合が4割以上となりました。

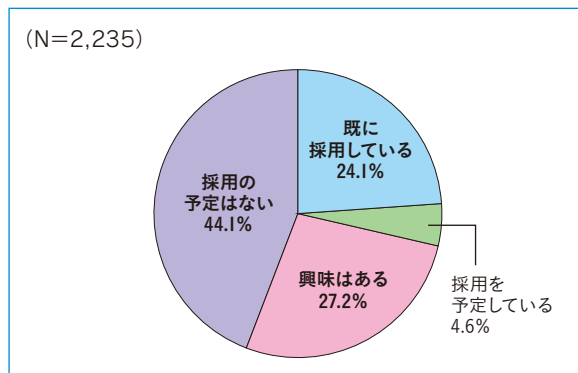
## 問19. 5年前と比較して女性社員の数に変化はありましたか。



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%)を上回りました。

企業規模別では、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」を上回りました。なかでも、大企業のほうがその割合が大きくなっています(「増加した」と回答した企業の割合:大企業37.5%、中小企業20.3%、小規模企業18.4%)。

## 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。



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ました。

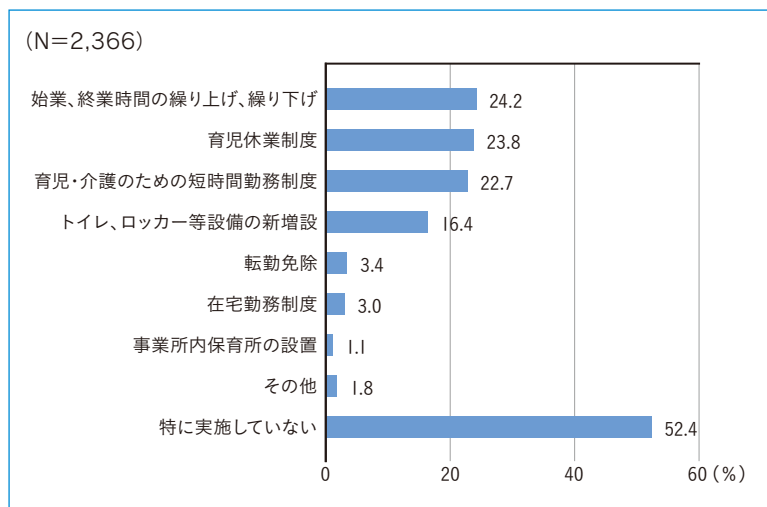
企業規模別では、大企業は「既に採用している」(38.5%)が多いのに対し、中小企業では「既に採用している」(23.5%)に比べて「採用の予定はない」(44.7%)が2倍近くとなりました。また小規模企業では「既に採用している」(17.2%)がさらに少なくなる一方、「採用の予定はない」(54.2%)が3倍以上となりました。

## 問21. 女性が働きやすい職場環境整備の取組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組は「始業、終業時間の繰り上げ、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%)の順となりました。

企業規模別では、大企業は「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」

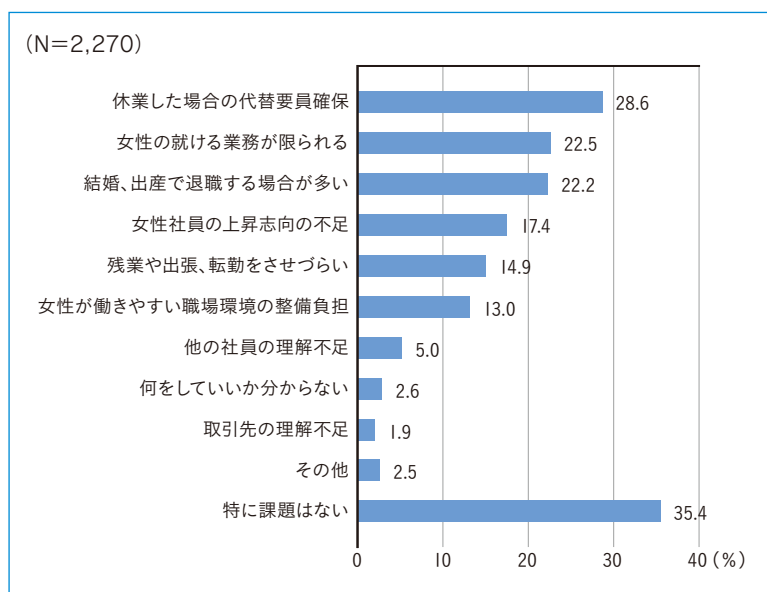
(62.9%)、「始業、終業時間の繰り上げ、繰り下げ」(33.0%)の順で、「特に実施していない」(17.5%)と回答した企業は少数となっています。これに対して中小企業では、実施項目の中では「始業、終業時間の繰り上げ、繰り下げ」(23.9%)が最も多くなりましたが、「特に実施していない」(53.6%)が半数を超えました。小規模企業においても、中小企業と同様の傾向となっています。



## 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)

女性の活躍の場を職場内で広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、出産で退職する人が多い」(22.2%)の順となりました。

業種別では、「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、出産で退職する人が多い」は飲食業(33.9%)及び医療・福祉(32.2%)、「残業や出張、転勤をさせづらい」が多いのは情報通信業(31.4%)となっています。

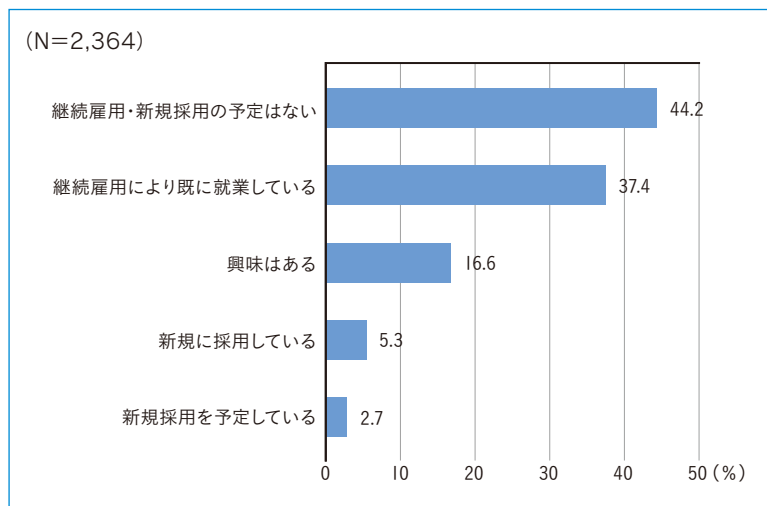


### 問23. 高齢者(65歳以上)の就業(採用)状況についてお伺いします。(複数回答)

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%)の順となりました。

業種別では、「継続雇用により既に就業している」が半数を超えているのは、運輸業(62.3%)、食料品製造業(59.4%)及び宿泊サービス業(54.5%)となっています。

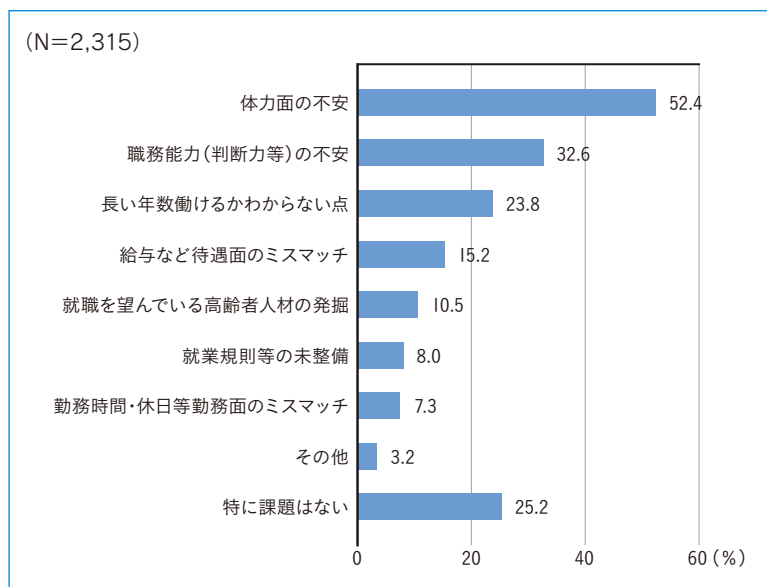
企業規模別では、大企業は「継続雇用により既に就業している」(64.3%)が多いのに対し、中小企業では「継続雇用・新規採用の予定はない」(45.6%)が多く、小規模企業も中小企業と同様の傾向となっています。



### 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)における課題は「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%)の順となりました。

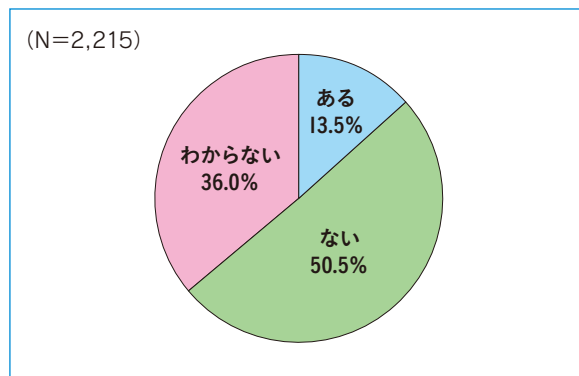
企業規模別による大きな傾向の違いはみられませんが、中小企業及び小規模企業では「特に課題はない」と回答した企業の割合が大企業に比べて多くなりました。(「特に課題はない」と回答した企業の割合:大企業14.6%、中小企業25.6%、小規模企業30.9%)





## 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%)と回答した企業の割合が多くなりました。

### 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な内容について、自由記入欄で回答を求めました。

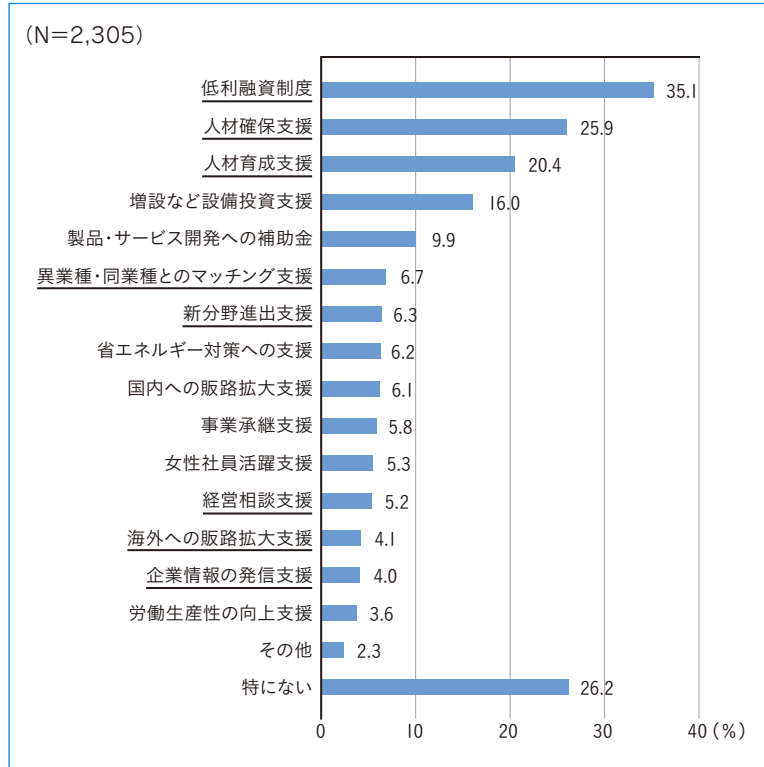
#### 回答内容の抜粋

- 同額抽選が多い札幌市の入札制度 [建設業]
- 自動車リサイクル法で求められる要件(屋根等)が厳しくなり、既存の土地(調整区域等)での事業継続が難しくなっている。解体業の免許更新時に廃業する事業所が出てきている。 [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]
- 不動産に関する税金等(手続きにかかる諸費用等)が高すぎる。 [不動産業]
- オープンハウス等を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]
- 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]
- 二重派遣禁止(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でもパートナー会社の技術者を使えない) [情報通信業]
- 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)のスタッフの配置基準、利用者の定員を守らなければならない点。特に認知症デイケア(25名定員)を増員してほしい。 [医療・福祉]
- 医療制度が2年毎に大きく変わる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。収支に関わ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かかわらず色々な面の規制が強くなり書類が多すぎる。 [医療・福祉]
- 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。 [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→市街化区域に編入して欲しい [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がありますか。(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%)の順となりました。

企業規模別では、大企業は「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%)が最も多くなりました。



※下線は21年度調査と比較可能な選択肢。

### 〔参考〕 前回調査(平成21年度)と比較可能な選択肢での比較

