

**廿日市市の産業振興に関する  
市内事業者アンケート調査結果  
(最終版)**

令和 7 年 6 月

ランドブレイン株式会社

## 0.アンケート調査の実施要領

### (1)目的

次期産業振興ビジョンの策定に向けた基礎資料として、市内事業者の経営状況や人材確保の実態、設備投資を含む今後の拠点機能の方向性、本市の事業環境全般に対する評価、現行の産業振興ビジョンの戦略・戦術に対する満足度・重要度、現行の企業支援施策の認知度・利用実績、具体的な支援ニーズ等を把握することを目的とする。

### (2)対象者

市内に本社または事業所を置く企業及び個人事業主 1,223 社/者

\* 市の税務課が保有する事業者データに基づき、有意抽出・無作為抽出の組合せによって抽出・選定を行った。

### (3)対象業種

市内事業者の多様な意見を聴取するため、対象業種は設定せず、全業種を対象に実施した。

### (4)実施スケジュール

**発 送** : 令和 7 年 1 月 17 日(金)

**回答期限** : 令和 7 年 1 月 31 日(金) \*その後、未回答者に対し、ハガキによる督促を行うタイミングで、2 月 28 日(金)まで延長した。

**最終集計** : 令和 7 年 2 月 28 日(金)

### (5)回収結果

**発送総数** : 1,223 通

**不達件数** : 14 通

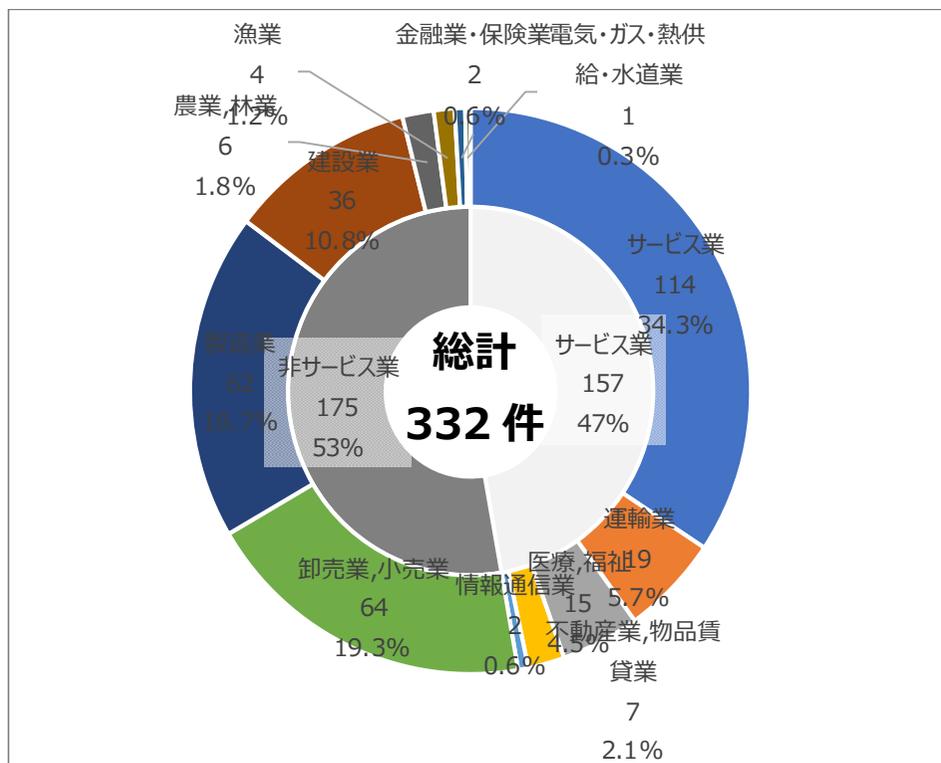
**有効発送数** : 1,209 通

**回答数** : 332 通

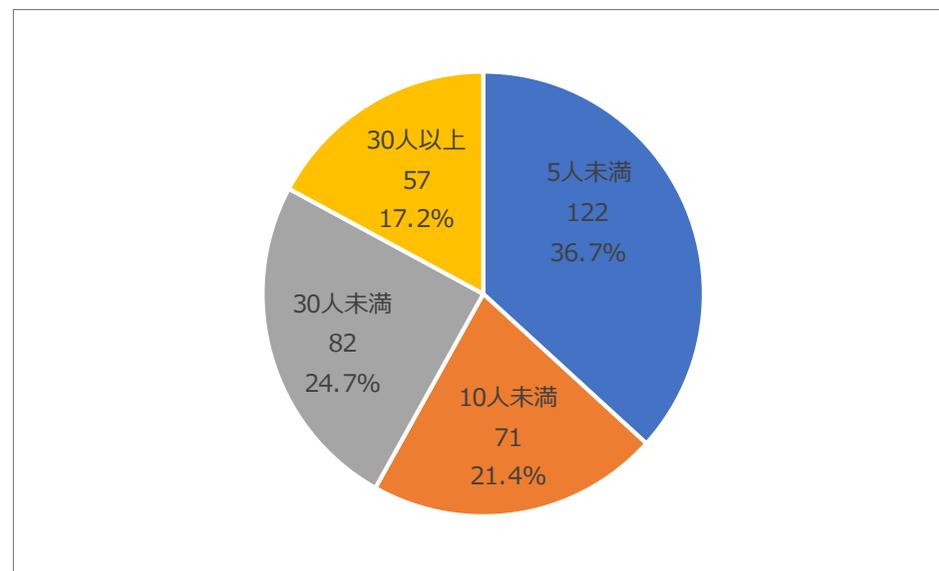
**回答率** : 27.5%

## (6)回答企業の属性

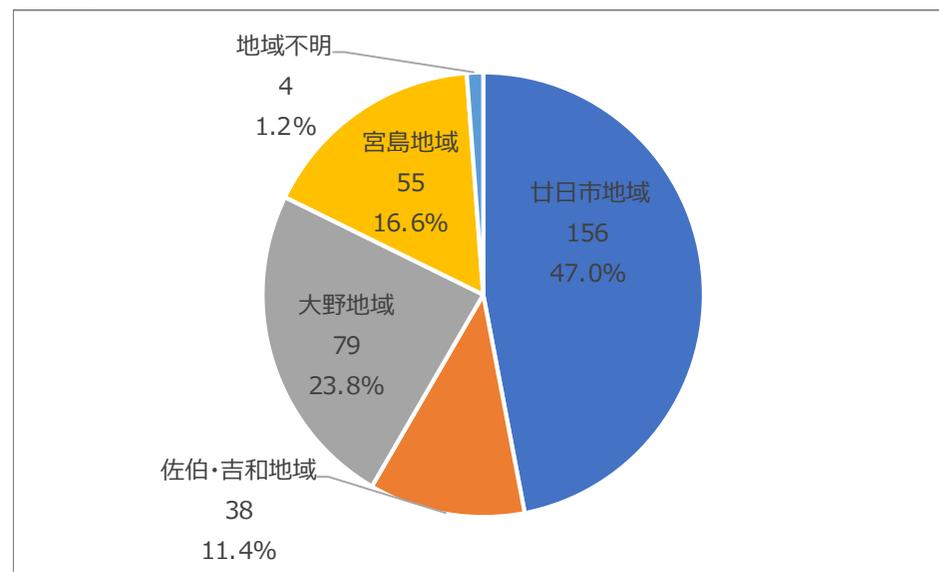
### ■業種別



### ■規模別



### ■地域別



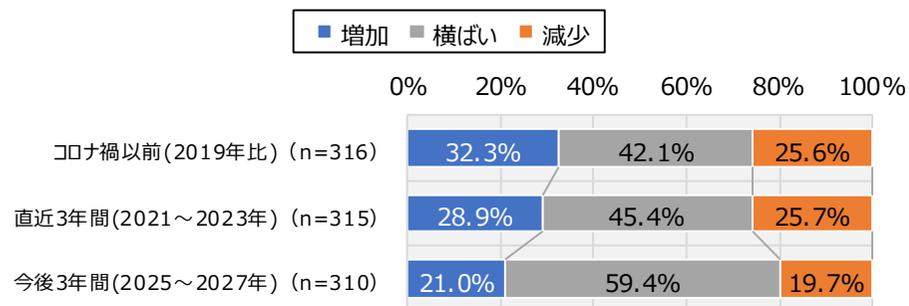
\* 佐伯・吉和の各地域は回答数が少なく、地域別分析の有意性の観点から統合して集計した。

業種	業種コード	業種大分類	件数	構成比	件数	構成比
サービス業	L	サービス業	114	34.3%	157	47.3%
	H	運輸業	19	5.7%		
	P	医療, 福祉	15	4.5%		
	K	不動産業, 物品賃貸業	7	2.1%		
	G	情報通信業	2	0.6%		
非サービス業	I	卸売業, 小売業	64	19.3%	175	52.7%
	E	製造業	62	18.7%		
	D	建設業	36	10.8%		
	A	農業, 林業	6	1.8%		
	B	漁業	4	1.2%		
	J	金融業・保険業	2	0.6%		
	F	電気・ガス・熱供給・水道業	1	0.3%		
総計			332	100%	332	100%

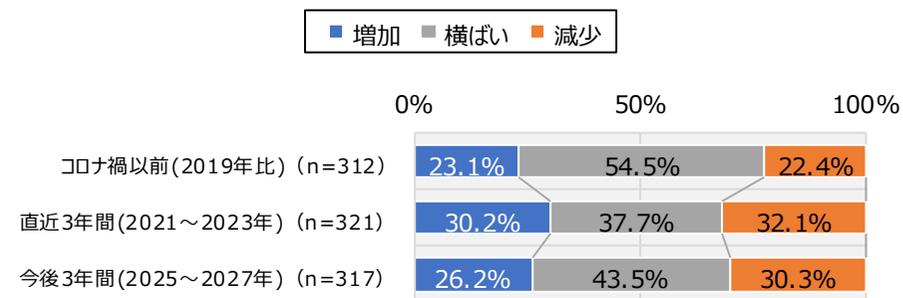
# 1.市内事業者の経営状況・事業方針

## (1)直近の動きと今後の見通し

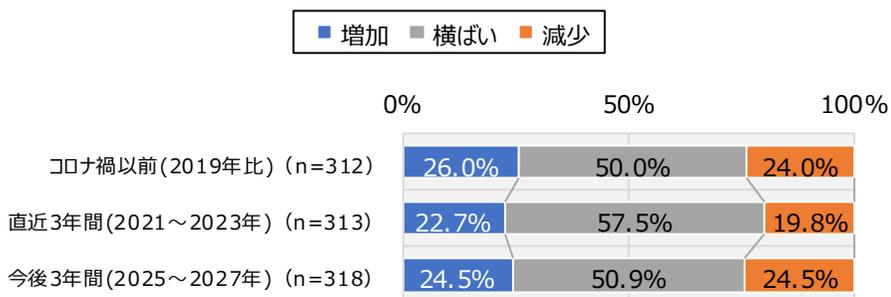
### ①売上高・生産高



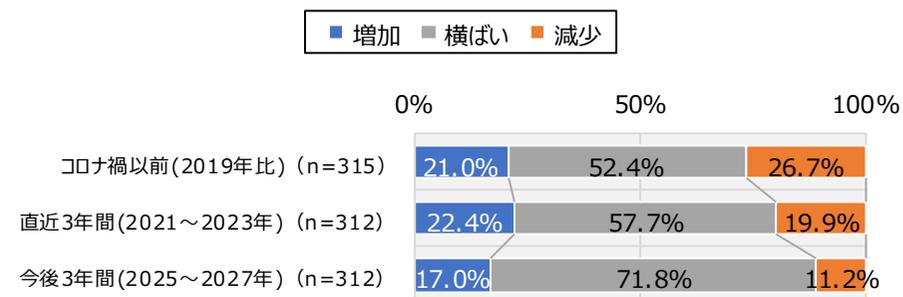
### ②営業利益



### ③設備投資額



### ④従業員数

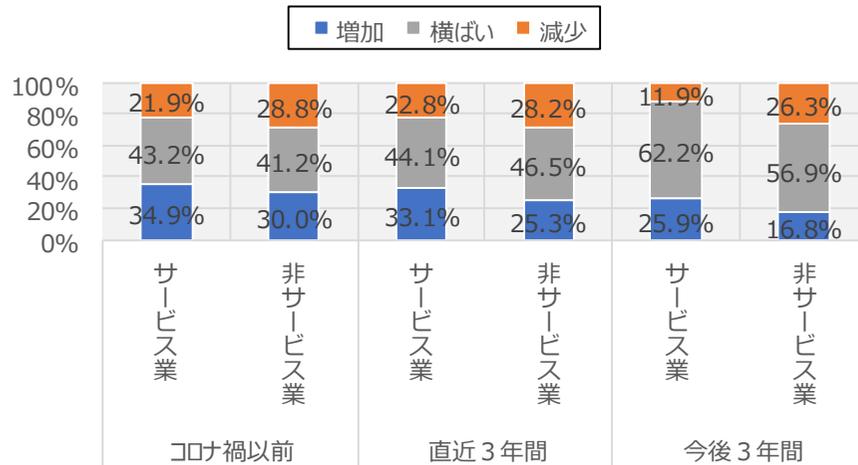


## <コメント>

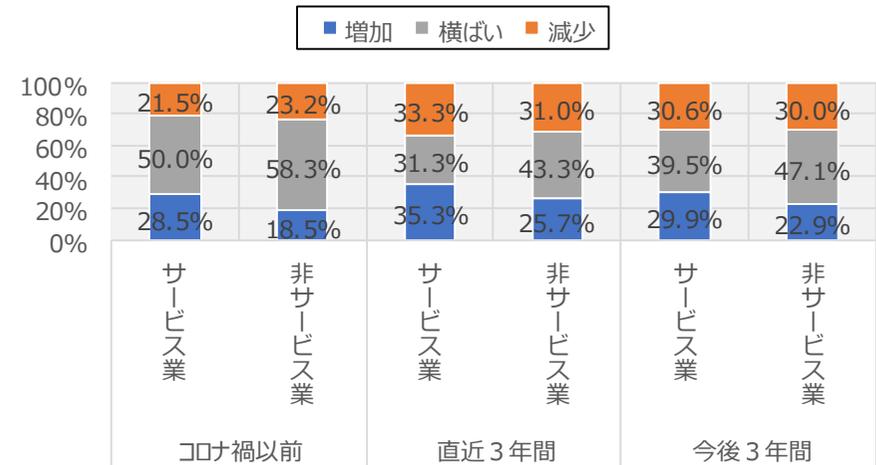
- 直近の動きと今後の見通しの比較において、売上高・生産高については、「増加」「減少」の割合が低下し、「横ばい」が6割近くに増加するなど、安定的・保守的な事業経営を予測・志向している企業が多い。背景には、人口減少や労働力不足、競争環境の変化など、中長期的な不確実性への対応、さらにはコロナ回復期からの正常化の過程における成長率の鈍化等があるものと推察される。同様の傾向は、営業利益における「横ばい」の増加、「増加」「減少」の微減といった動きからも感じられる。なお、今後の「減少」を予測する割合を見ると、売上高・生産高が約2割であるのに対し、営業利益は約3割と上回っている。目下の原材料価格やエネルギーコスト、人件費等の上昇による利益の圧迫、価格転嫁の難しさなどがうかがえる。
- 設備投資額に関しては、「増加」「減少」とも微増となり、売上高や営業利益の安定志向に比べると、設備投資は二極化が進んでいる。将来の事業環境に対する認識の差が、設備投資戦略の差に表れているものと考えられる。
- 従業員数に関しては、「横ばい」の割合が大幅増となっており、他の指標に比べても「横ばい(=現状維持)」を重視する傾向が顕著に見られる。現在の人材不足を踏まえて、売上高や営業利益の見通しが必ずしも明るくない中でも、従業員規模を維持しようとする姿勢の表れと取ることができる。

## ■業種別

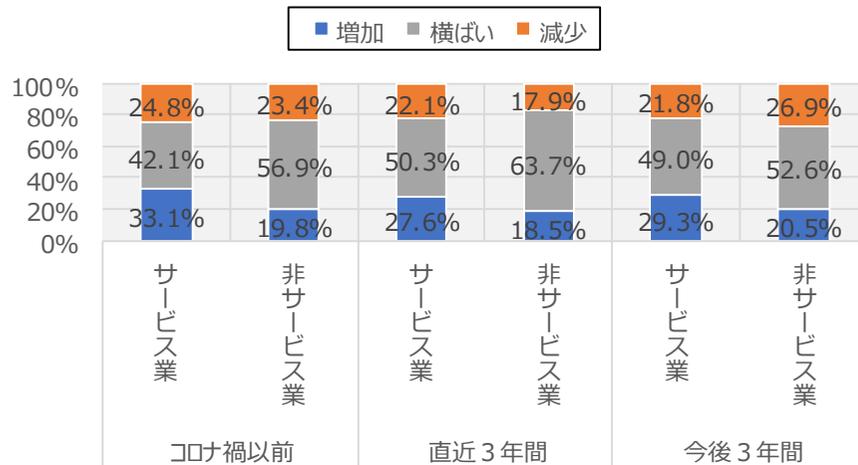
### ①売上高・生産高



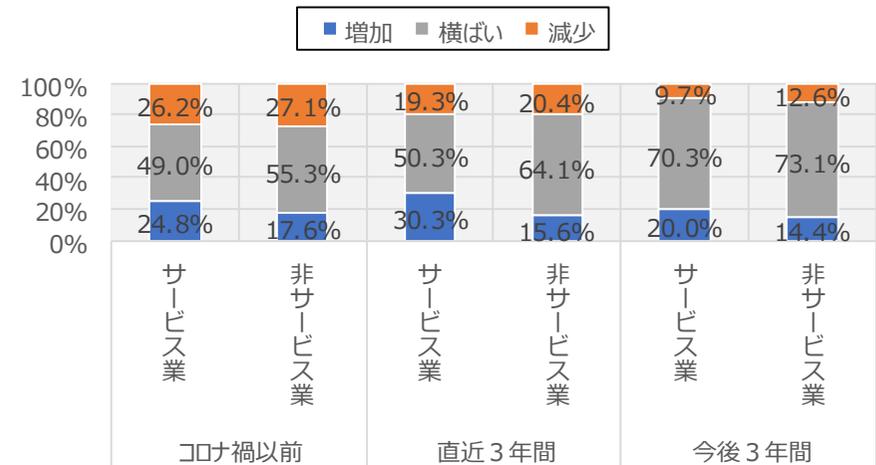
### ②営業利益



### ③設備投資額



### ④従業員数

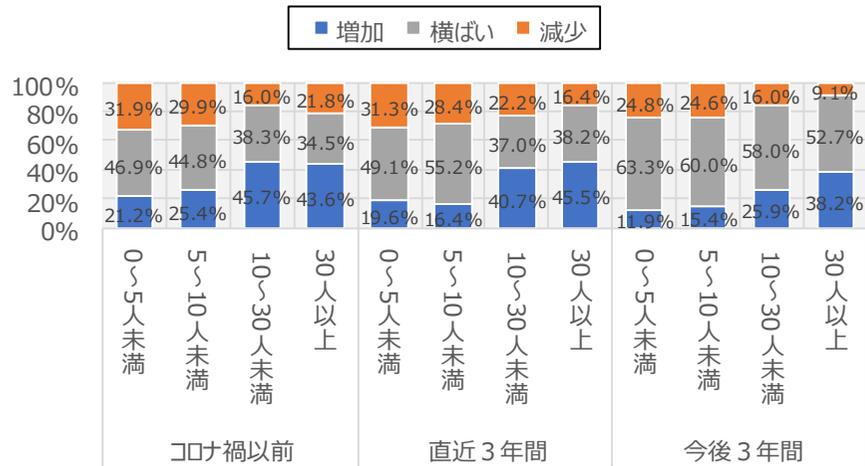


## <コメント>

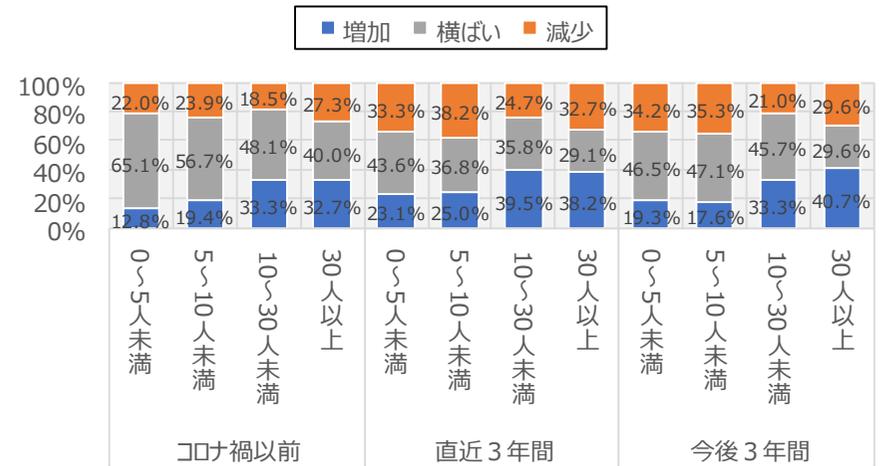
- いずれの要素でも、「増加」の割合においてサービス業が非サービス業を上回っている。直近3年間の動きはコロナ回復期を反映したものと思われるが、今後3年間についても、サービス業の方が相対的にやや楽観的な見通しを示している。

## ■規模別

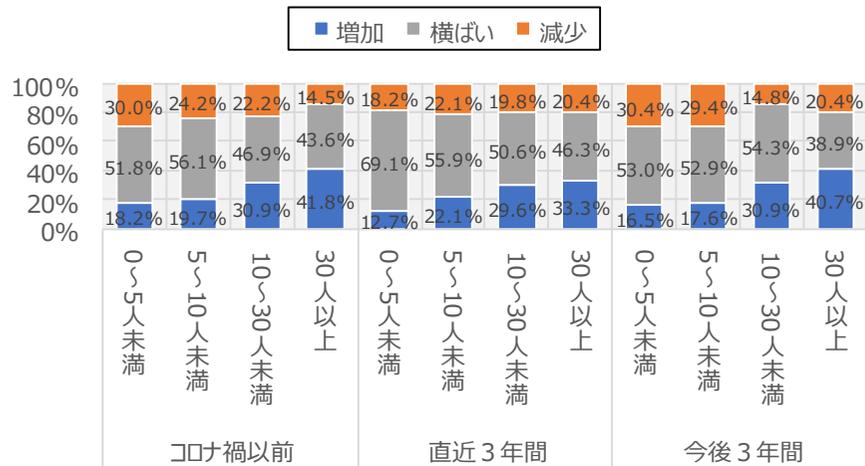
### ①売上高・生産高



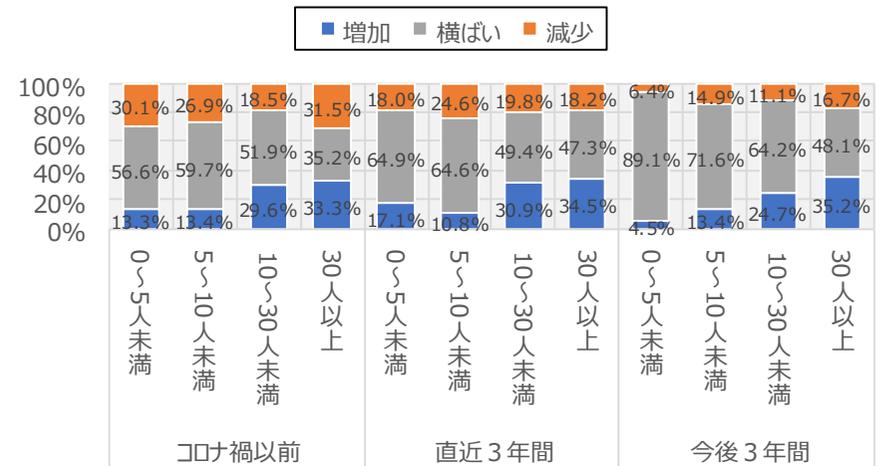
### ②営業利益



### ③設備投資額



### ④従業員数

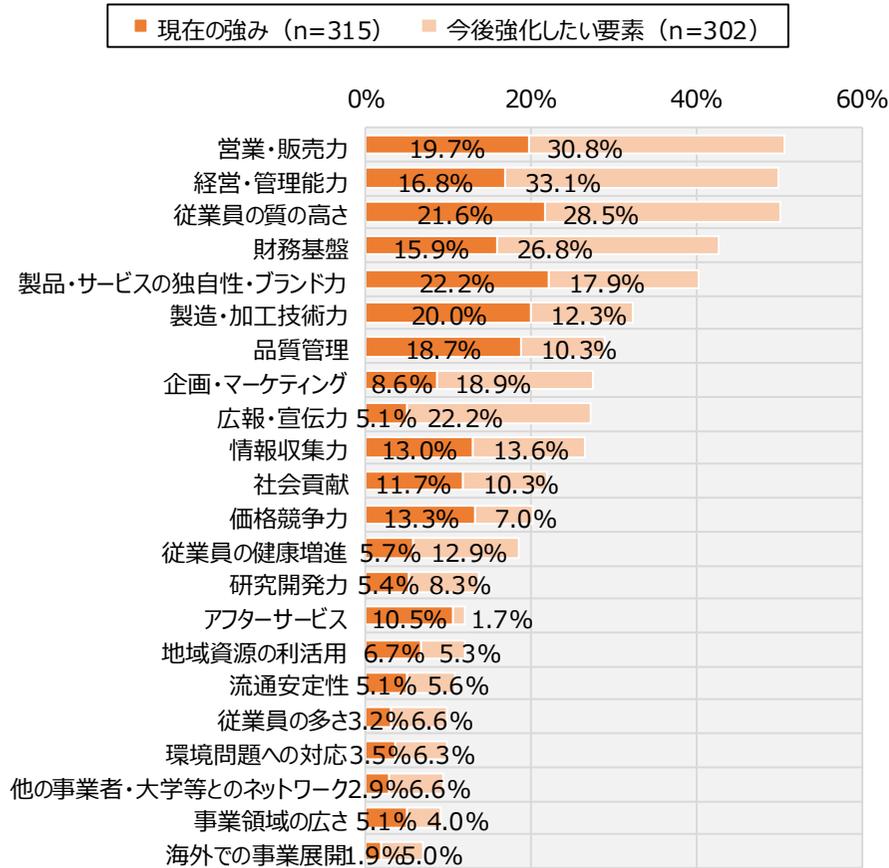


## <コメント>

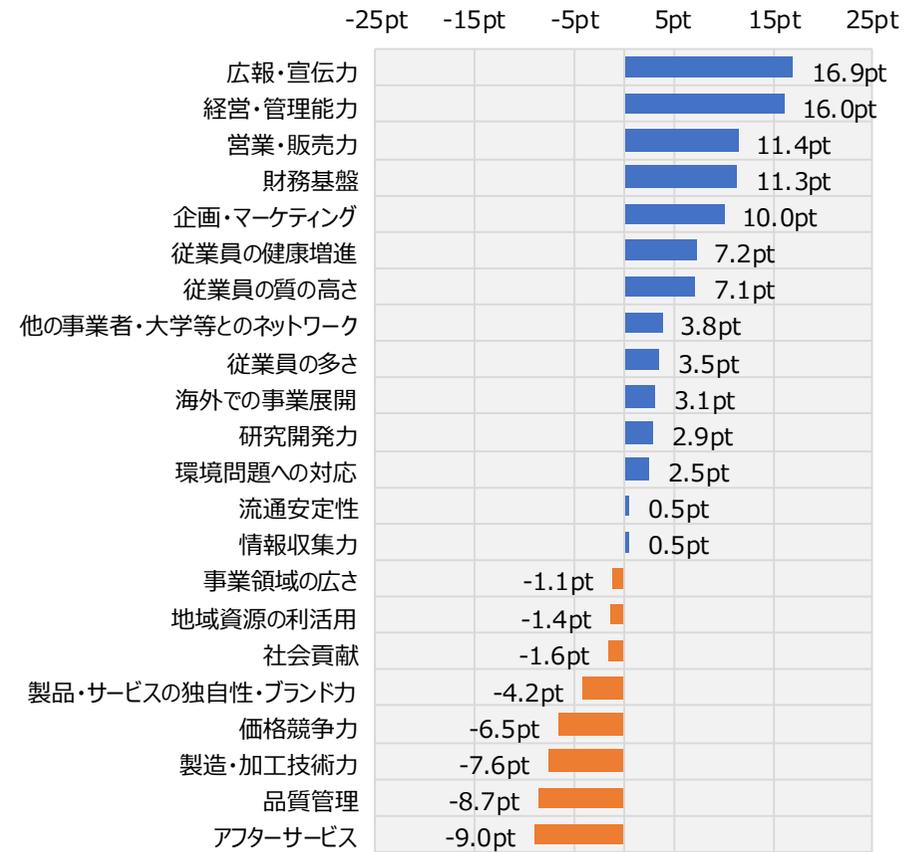
- いずれの要素においても、企業規模が大きいほど「増加」の割合が増加しており、経営の安定度の差が如実に表れている。とりわけ従業員数10人未満の中小零細企業では、今後3年間に於いて総じて「減少」が「増加」を上回っており、見通しの厳しさがうかがえる。

## (2)自社の事業上の強み・弱み

### ①現在の強みと今後強化したい要素



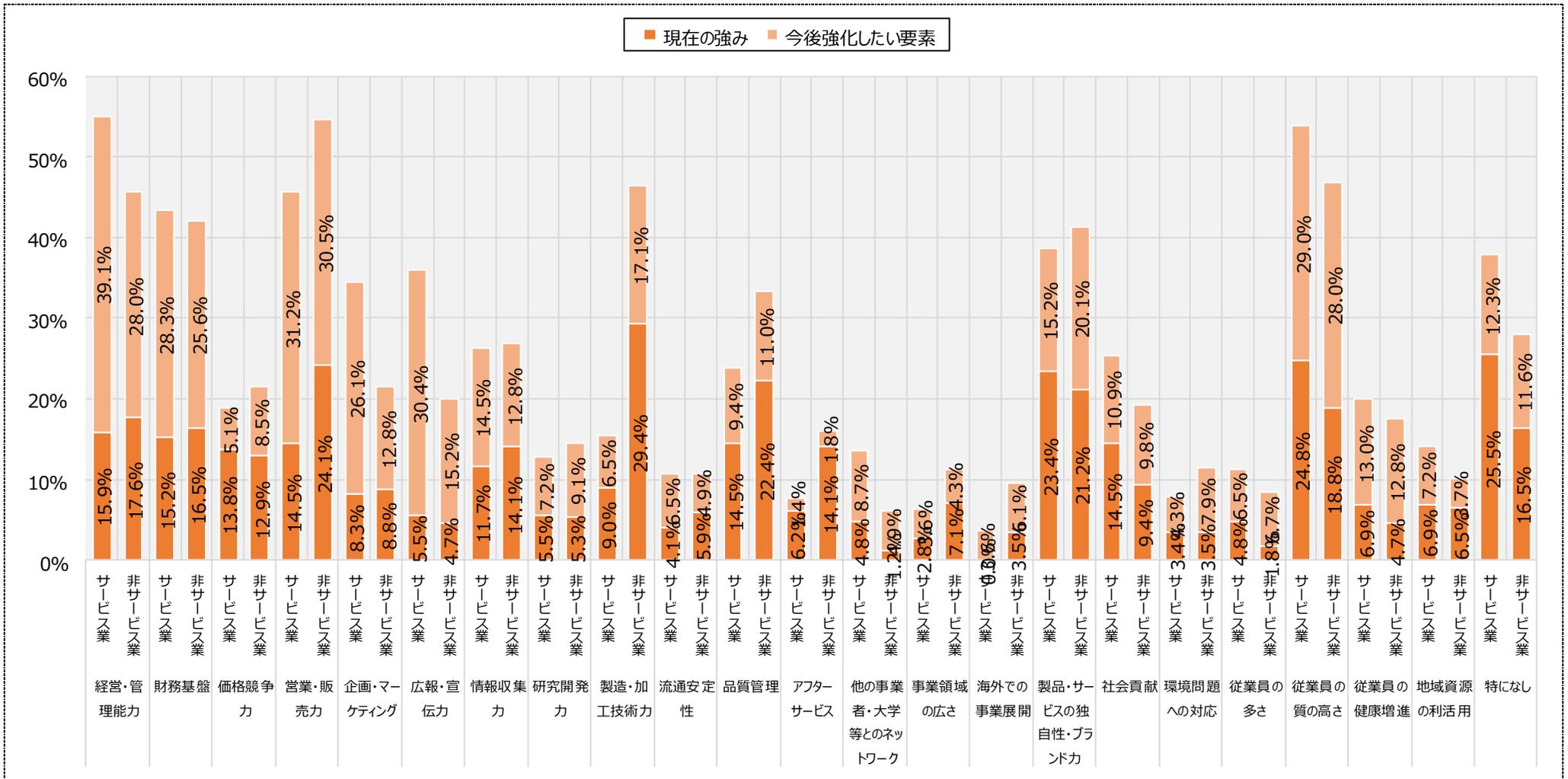
### ②強みと弱み(強化したい要素)のギャップ(今後強化したい－現在の強み)



### <コメント>

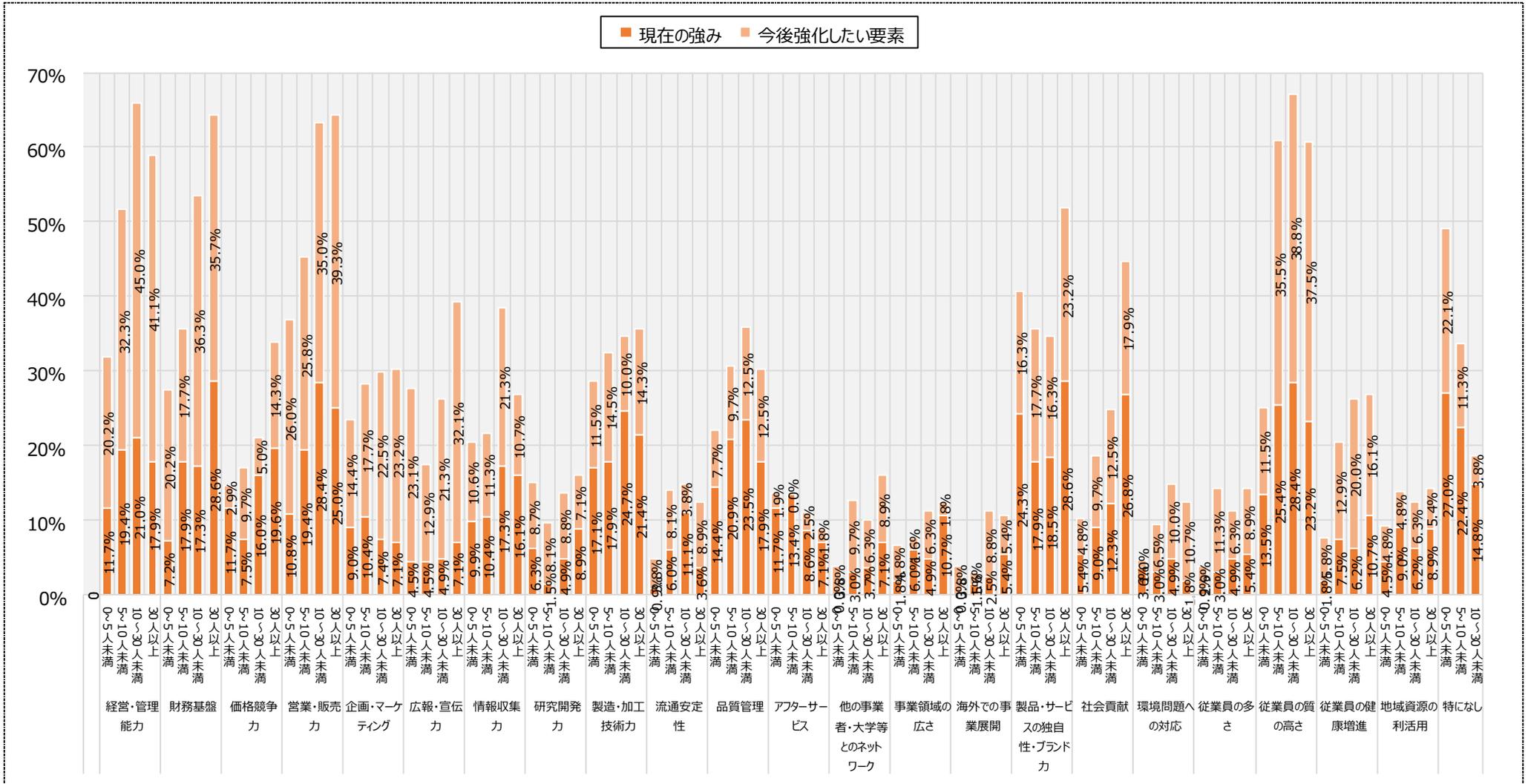
- 「現在の強み」「今後強化したい要素」については、左のグラフの通りとなった。回答率を足し合わせると、「営業・販売力」「経営・管理能力」「従業員の質の高さ」「財務基盤」「製品・サービスの独自性・ブランド力」など、基礎的な要素が上位を占めた。経済環境の不確実性や事業環境の変化を背景に、経営基盤の強化が急務と考えている企業の多さがうかがえる。「製品・加工技術力」「品質管理」なども比較的高いが、「今後強化したい要素」の割合は、経営基盤に関する上位の項目を大きく下回っており、強化の優先度は低い。
- 一方、「現在の強み」と「今後強化したい要素」の回答率のギャップに、経営課題に基づく優先度の違いが見てとれる。ギャップが大きい順に並べたのが右のグラフだが、「広報・宣伝力」「経営・管理能力」「営業・販売力」「財務基盤」「企画・マーケティング」などが上位に並ぶ。経営基盤に関する要素以外に、認知度の向上や市場でのプレゼンス強化、差別化戦略や市場開拓の必要性を重視する姿勢が表れている。加えて、「従業員の健康増進」「従業員の質の高さ」に対する関心度の高さから、人材の確保・維持に関する前項と共通した傾向が確認できる。

## ■業種別



- 製造業を中心とする非サービス業は、「製造・加工技術力」を強みとして認識している事業者が多く見られる。一方、サービス業は「製品・サービスの独自性・ブランド力」「従業員の質の高さ」を強みとする事業者が多く、人的資源と差別化要素に競争優位性を見出している。
- 今後強化したい要素については、両業種とも「営業・販売力」「経営・管理能力」が上位となっており、技術力や製品力を持ちながら、市場価値に転換できない実情がうかがえる。また、「従業員の質の高さ」に対する強化ニーズも高く、単なる人材の量的拡大ではない、質的向上への意識が表れている。
- 「企画・マーケティング」「広報・宣伝力」に対する強化ニーズにおいて、サービス業が非サービス業を大きく上回っており、サービス価値の可視化や顧客へのアピールの難しさを反映している。

■規模別

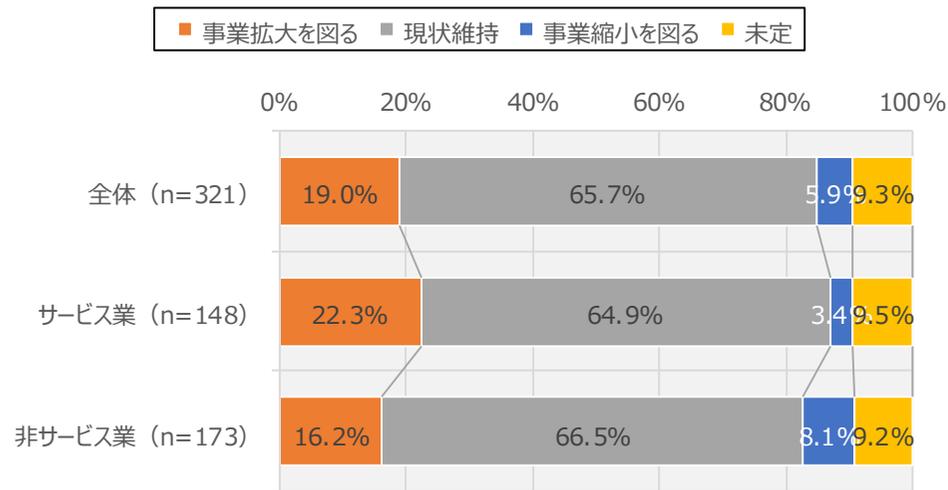


- 「経営・管理能力」の強化ニーズは、企業規模の拡大につれて増加している。組織規模の拡大に伴う管理の複雑化と、従来の属人的な経営手法の限界が表れている。
- 30人以上の3割弱が「財務基盤」を現在の強みとして認識している一方、5人未満では7%程度に留まり、企業規模による構造的格差が鮮明である。同時に中規模以上の企業では「財務基盤」の強化ニーズが高く、成長段階における資金調達・財務管理の重要性が表れている。
- 「営業・販売力」の強化ニーズは全ての規模で高い水準にあり、30人以上では4割弱が最重要課題と位置付けており、組織的な営業体制の構築を図ろうとしている。
- 現在の強みにおける「特になし」の割合は、企業規模が小さいほど大きい。中小企業の成長戦略においては、自社の強みの明確化が重要であることを示唆している。

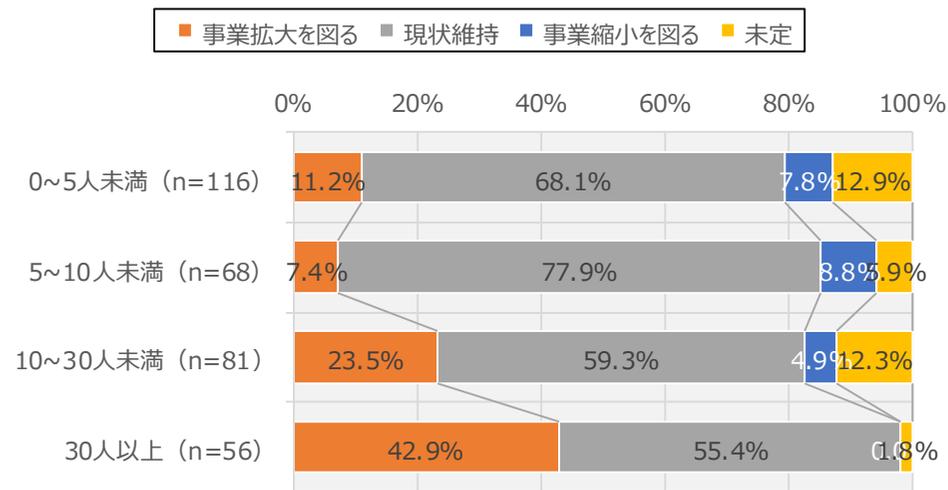
### (3) 既存事業・新規事業に対する方針

#### ① 既存事業

##### ■ 業種別



##### ■ 規模別

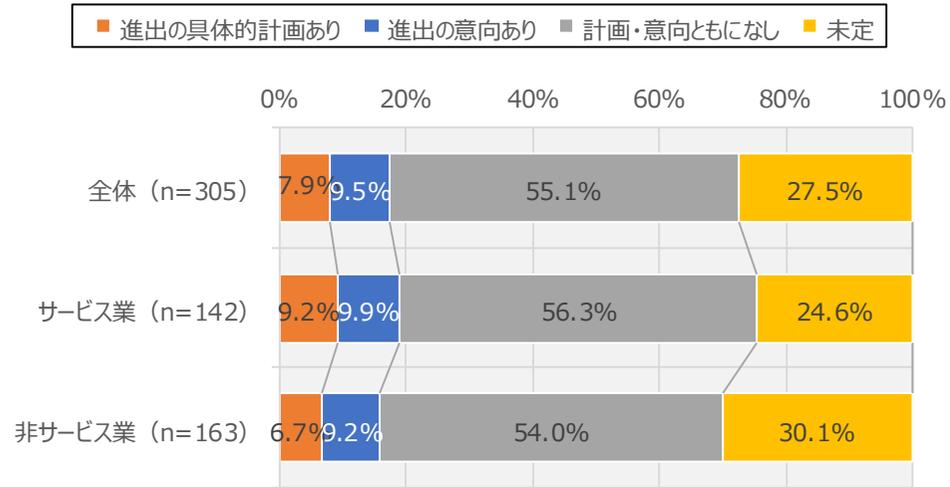


#### <コメント>

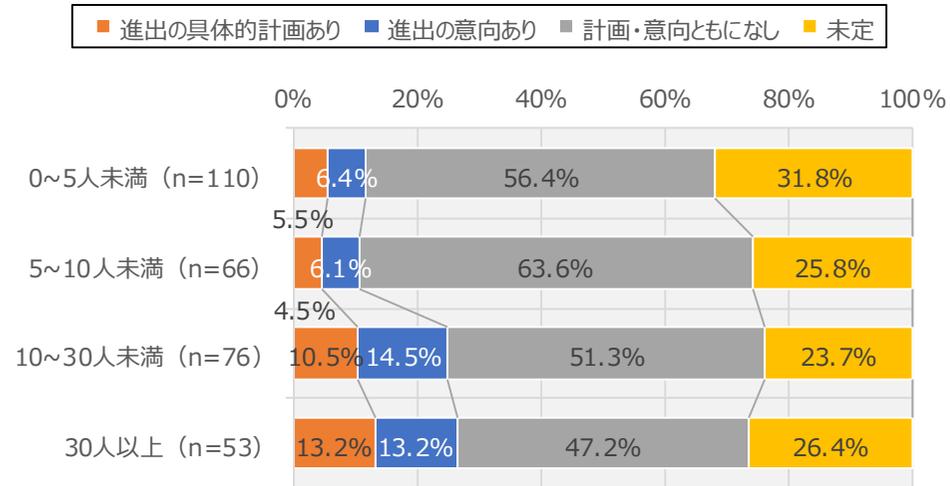
- 既存事業については、「現状維持」が6割強を占めるが、「事業拡大を図る」が2割近くで、「事業縮小を図る」を大きく上回っていることから、全体的には事業拡大に意欲的な姿勢が表れている。

## ②新規事業

### ■業種別



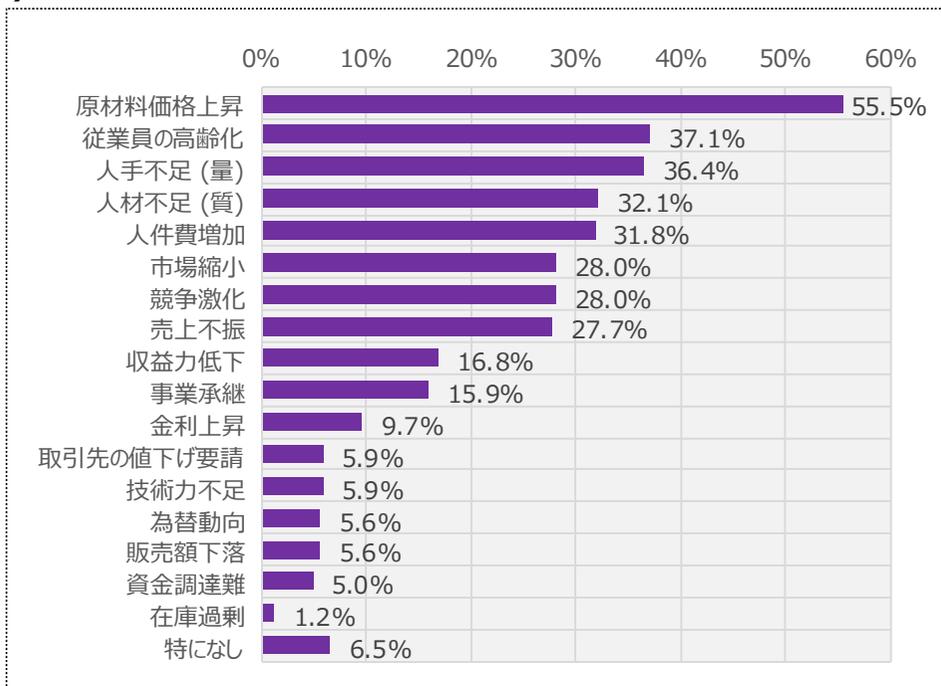
### ■規模別



## <コメント>

- 新規事業(既存事業とは別分野への進出)については、「計画・意向ともになし」が5割強を占める一方、「進出の具体的計画あり」「進出の意向あり」が2割近くに上り、すでに計画段階にある事業者も一定数見られる。また、「未定」とした事業者も3割近くいることから、さらなる増加が期待される。

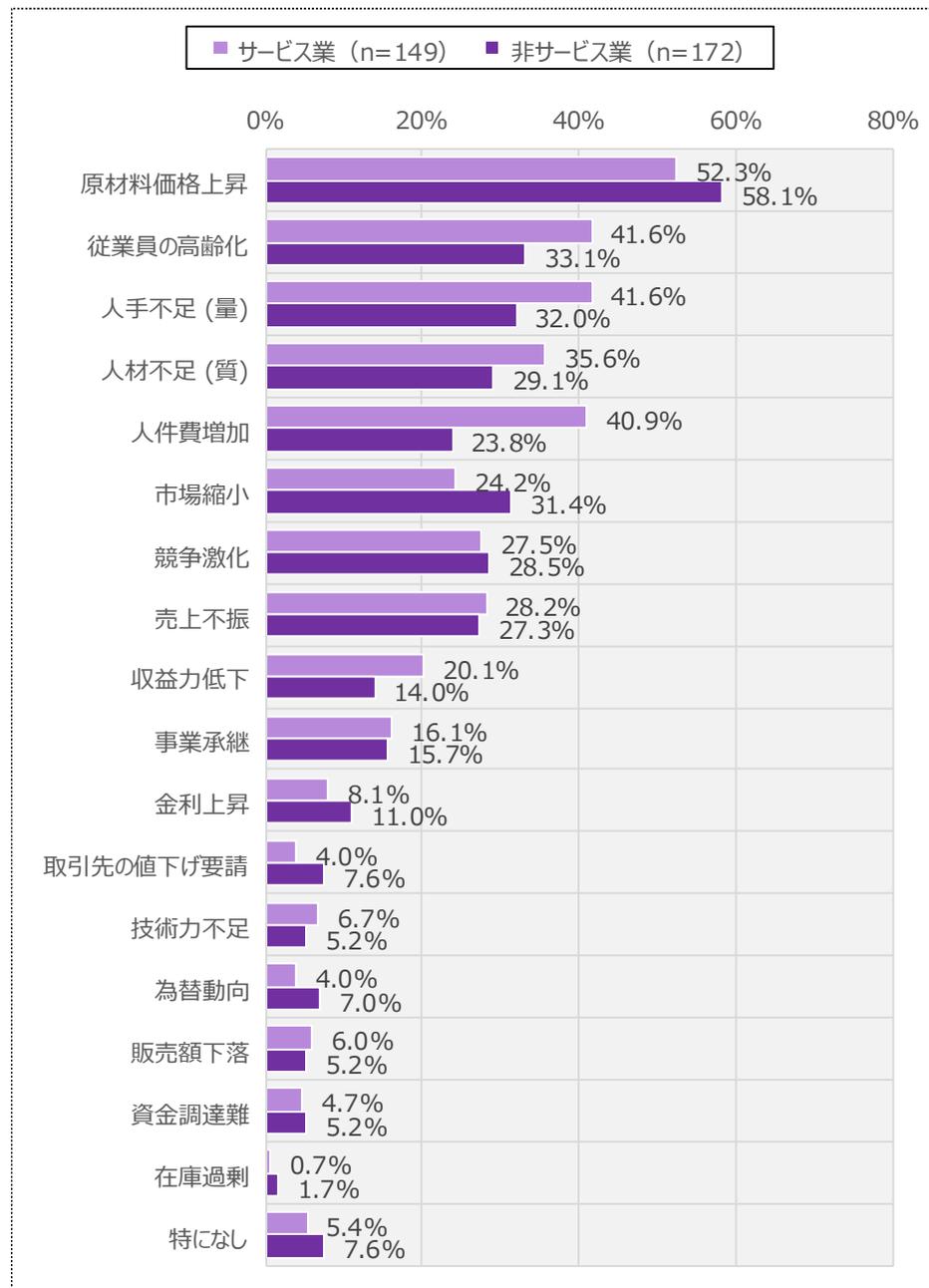
#### (4) 経営上の不安要素



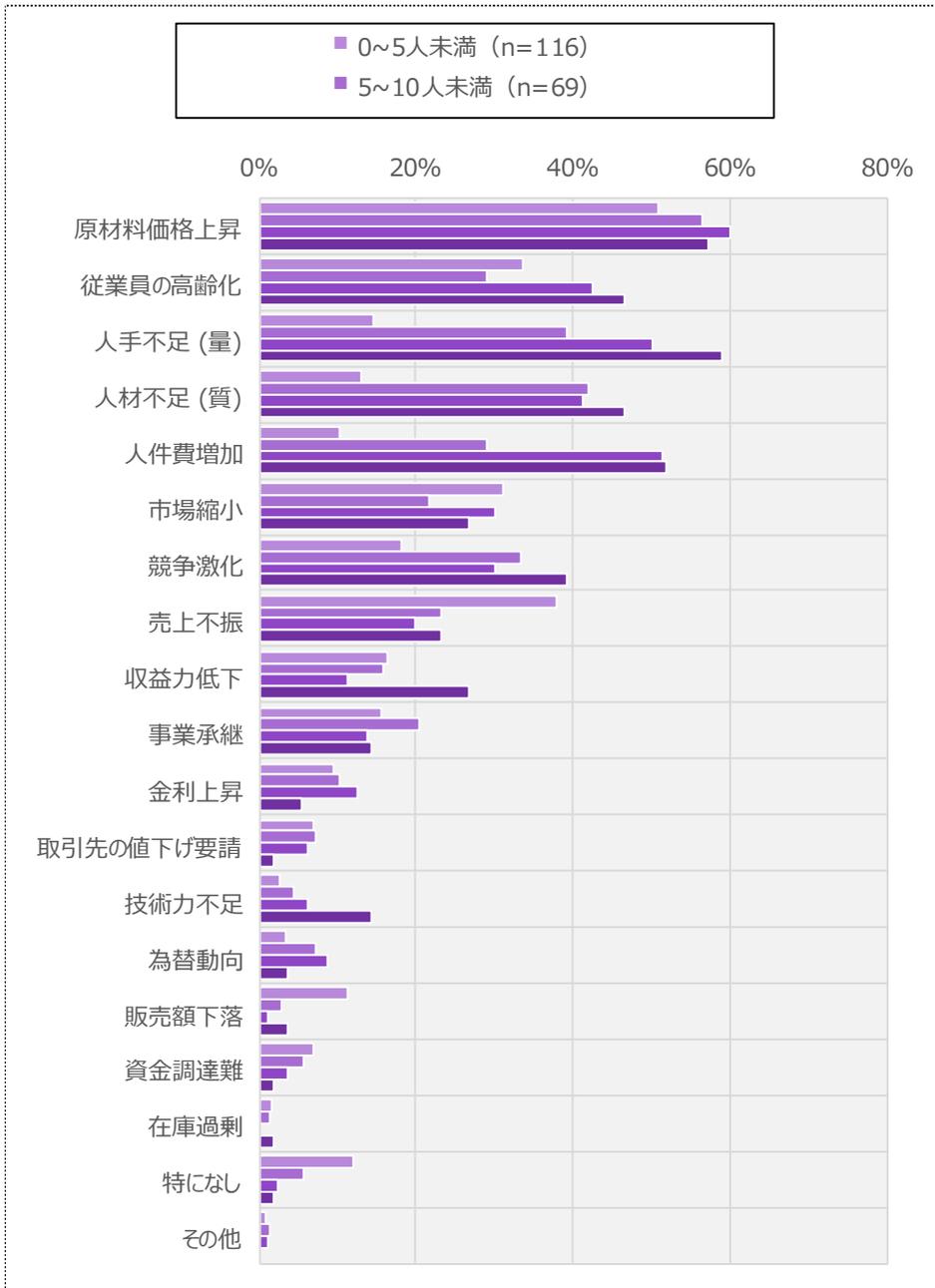
#### <コメント>

- 「原材料価格上昇」が回答率約 56%で突出し、事業者の多くが原価の増加による利益率の圧迫、並びに価格転嫁の難しさを深刻な問題と捉えている。同様に「人件費増加」も約 32%と高く、この 2 つが収益構造の圧力要因として認識されている。
- 一方、「従業員の高齢化」「人手不足(量)」「人材不足(質)」等も上位を占めており、労働力の量的・質的な確保が困難な状況がうかがえる。とりわけ「従業員の高齢化」の高さは、世代交代の問題にも繋がるもので、熟練労働者の退職に伴う技術・知識の喪失リスクもはらんでいる。
- 「市場縮小」「競争激化」「売上不振」など、市場環境に関する要素も 3 割弱に上り、価格競争の激化や利益率の低下といった市場環境の厳しさが、原材料価格の上昇や人件費増加と相まって、事業者の経営をいっそう圧迫していることが分かる。
- コスト上昇や人材確保、市場環境の変化に関する要素に比べて、財務面や技術面に関する要素は低く、前者の方がより優先度の高い課題であることを示唆している。

#### ■ 業種別



## ■規模別



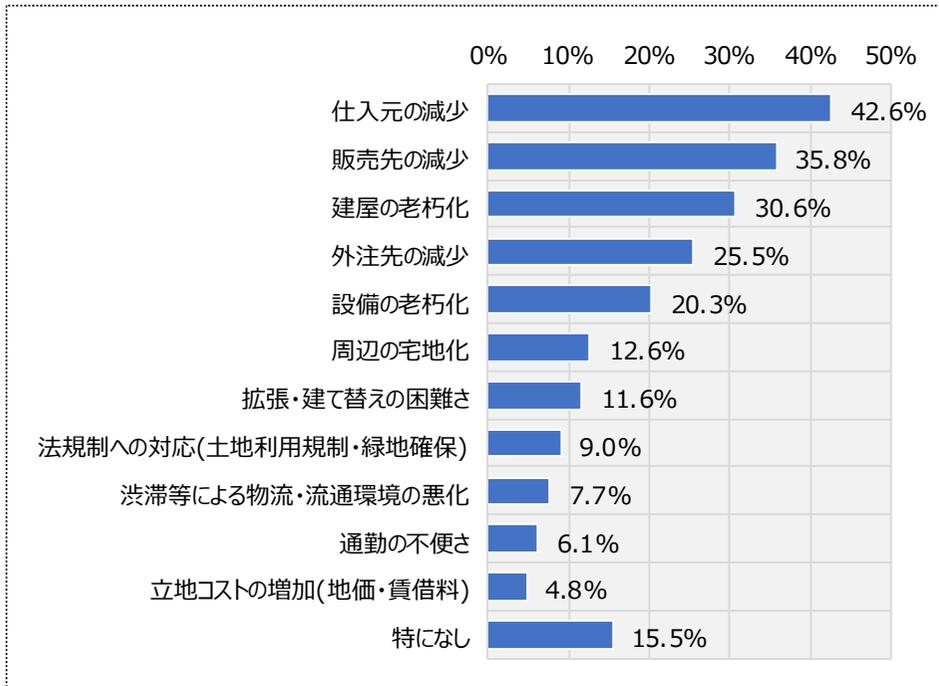
## <コメント：業種別>

- 両業種ともに「原材料価格上昇」が最大の不安要素となっており、昨今の状況が業種を問わず企業経営に深刻な影響を与えていることが分かる。
- サービス業では「従業員の高齢化」「人手不足(量)」「人件費増加」「人材不足(質)」など、人的資源に関する課題が相対的に高く、業種間の人材に関する課題の格差が表れている。特に「人件費増加」は大幅な差異があり、サービス業の収益構造における人件費比率の高さもあり、最低賃金の上昇や労働市場の逼迫が深刻な経営課題になっていると見られる。
- 「市場縮小」は非サービス業がサービス業を上回っており、製造業が直面する国内市場の人口減少等による構造的縮小への危機感が表れている。一方、サービス業は地域密着型の事業性により、市場縮小の影響を相対的に軽減できている可能性。

## <コメント：規模別>

- 「人手不足(量)」は、企業規模の拡大に伴い大きく増加し、「5人未満」と「30人以上」では約4倍の差がある。同様に「人材不足(質)」も、5人未満とそれ以外の差が大きく、組織規模の拡大が人材確保の困難さを増大させる傾向が見られる。
- 「人件費増加」も企業規模によって顕著な差異が見られ、大規模ほど組織的な賃金体系や労働条件改善に直面していることを示している。
- 「売上不振」は5人未満で4割弱と最高値を示し、規模拡大とともに低下している。小規模事業者の市場アクセスの制約や営業力不足による収益確保の困難さを反映している。
- 「従業員の高齢化」は30人以上で5割近くに達しており、10~30人未満の3割弱とは大きな開きがある。中~大規模の事業所における新陳代謝の困難さを示している。組織の持続性確保における世代交代の重要性が浮き彫りになっている。

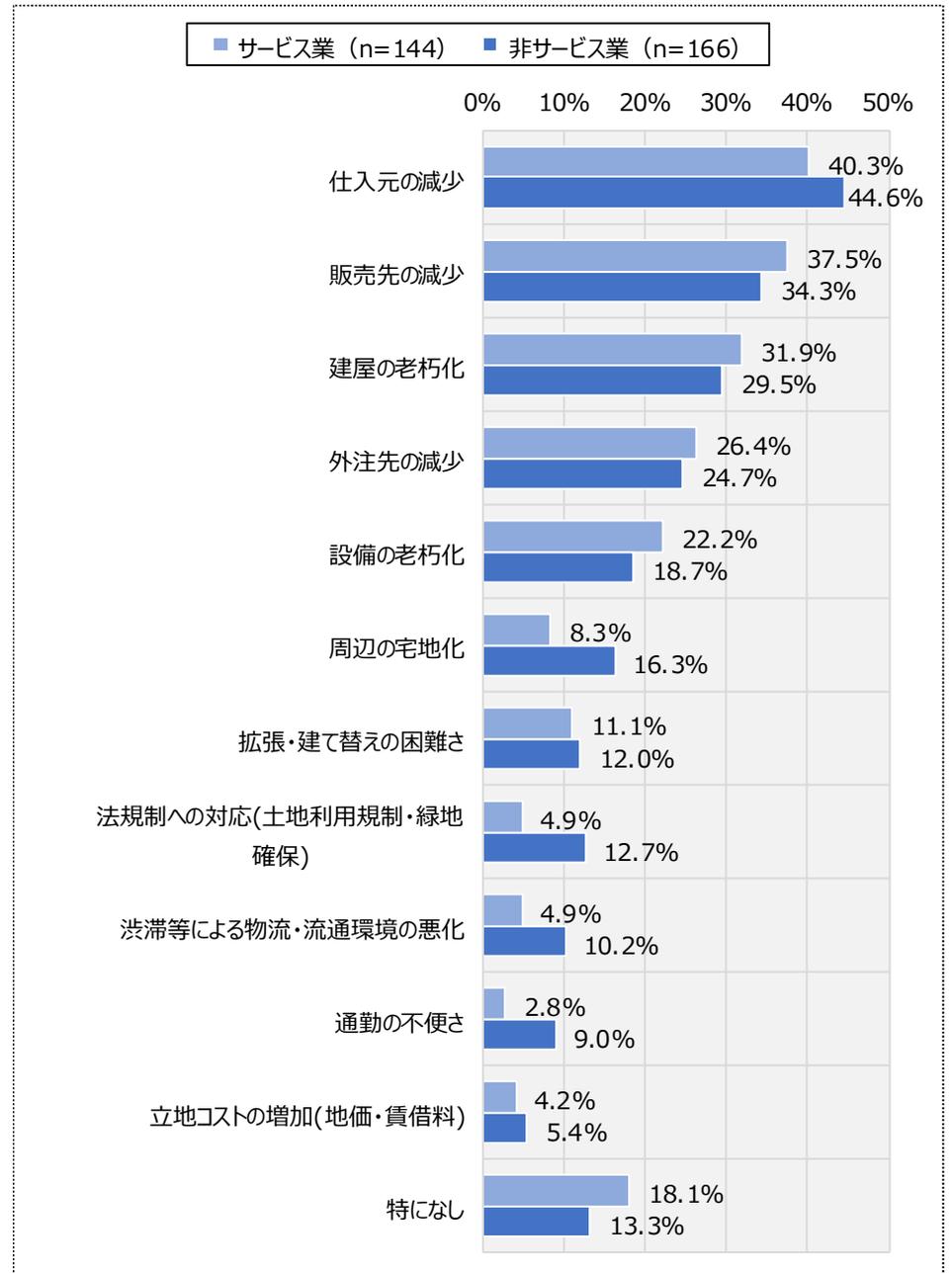
## (5)事業所の立地環境上の課題



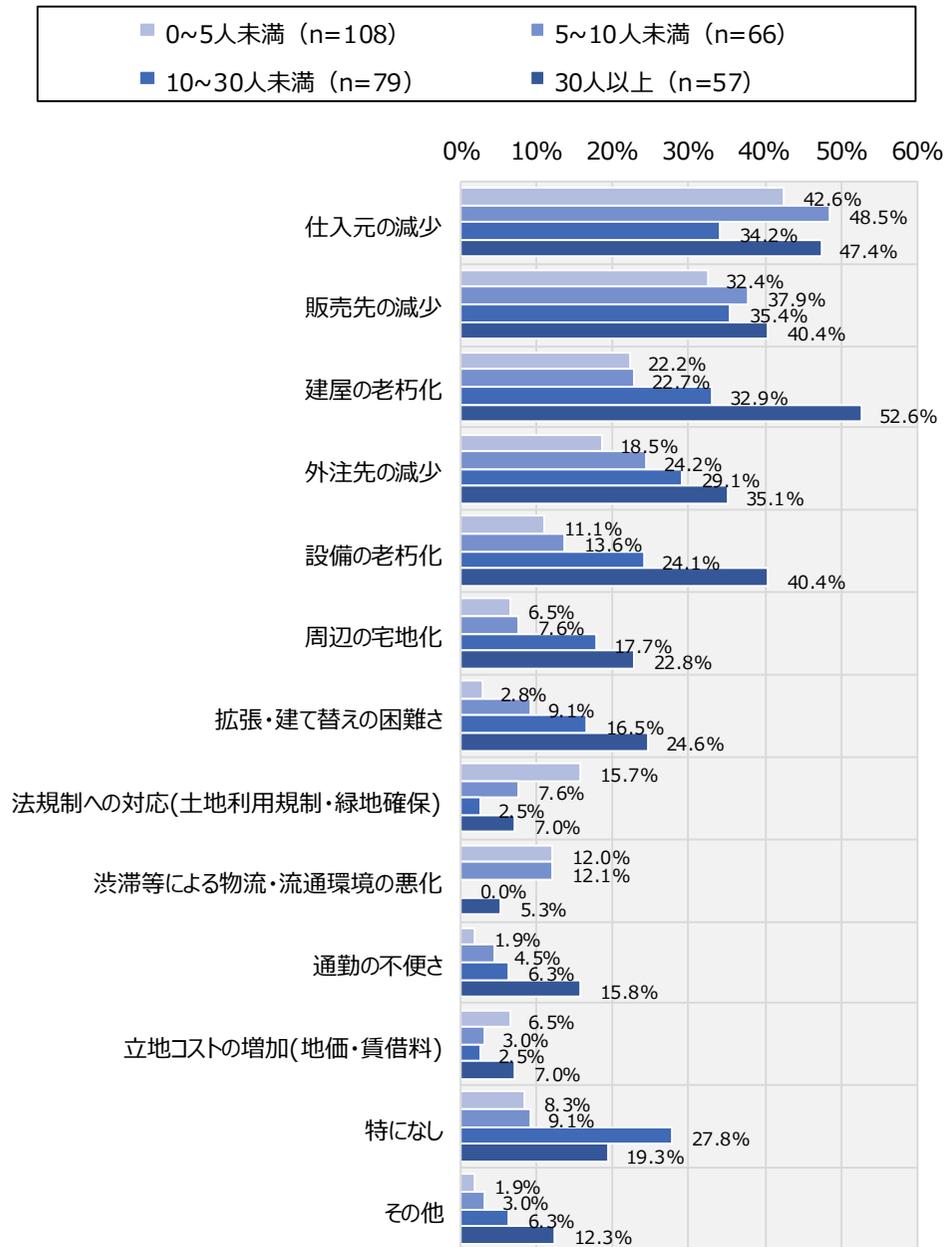
### <コメント>

- 上位の「仕入元の減少」「販売先の減少」「外注先の減少」は、いずれも事業ネットワークの縮小やサプライチェーンの脆弱化に関する要素であり、市内及び周辺における市場縮小、産業集積の希薄化を懸念する事業者が多い。市産業のエコシステム全体の弱体化、地域経済の活力低下を示唆する点で、注視すべき傾向と言える。
- 一方、「建屋の老朽化」「設備の老朽化」も上位となっている。施設・設備の老朽化は生産性や品質、競争力の低下だけでなく、安全性や景観にも関わる要素であり、設備更新や改修の必要性が今後高まるものと思われる。
- 「周辺の宅地化」「拡張・建て替えの困難さ」など、立地環境の変化に関する課題は、相対的に低い割合となっている。

## ■業種別



## ■規模別



## <コメント：業種別>

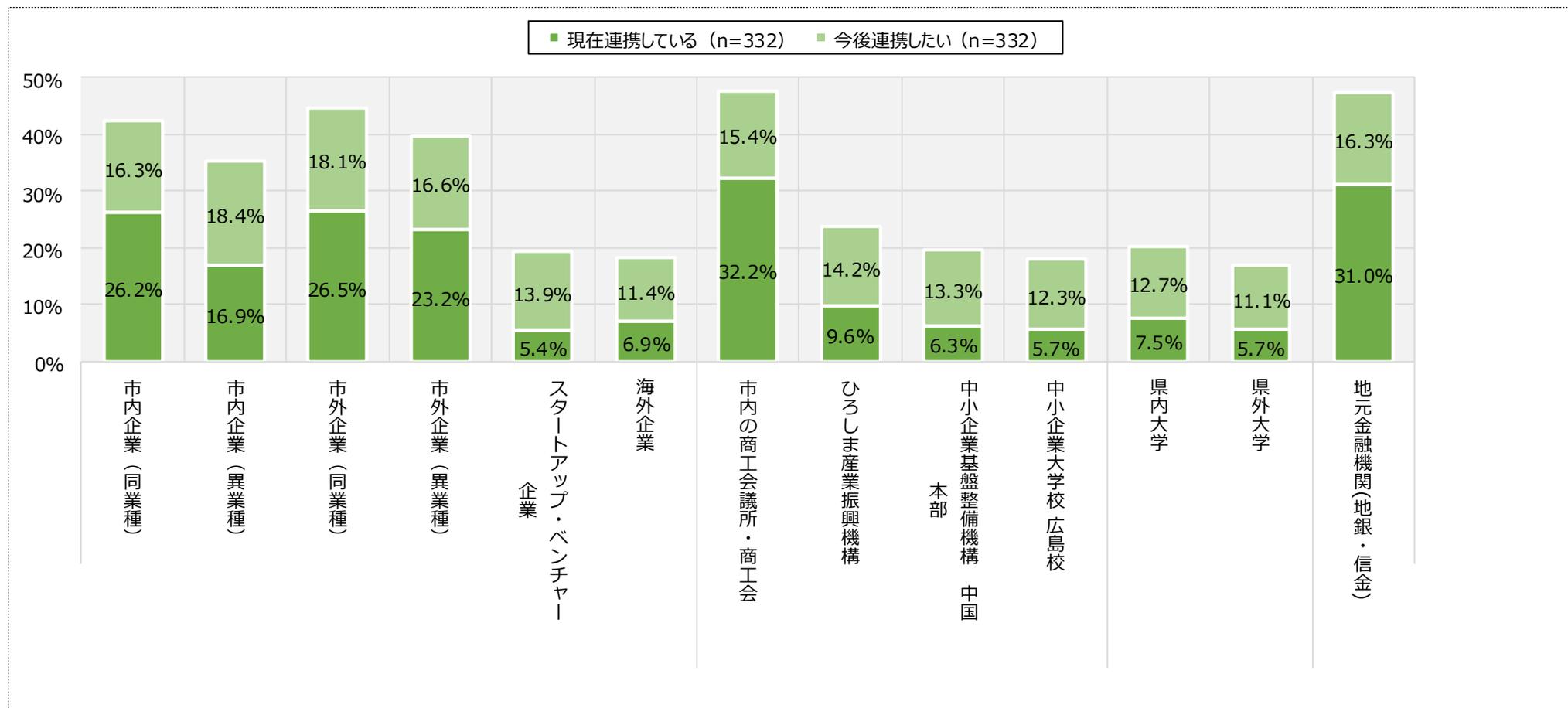
- 両業種とも「仕入元の減少」が最大の課題となっており、「販売先の減少」とともに、事業の両端における取引先の減少が深刻化している。地域の経済圏の縮小を示唆しており、個別企業の努力を超えた、地域全体のサプライチェーン維持が喫緊の課題となっている。
- 非サービス業では「周辺の宅地化」「法規制への対応」「渋滞等による物流・流通環境の悪化」に対する課題認識が、サービス業を大幅に上回っている。製造業等が直面する事業所周辺の住宅地化と、それに伴う操業環境の制約拡大が表面化している。
- 「建屋の老朽化」「設備の老朽化」も両業種で高い水準を示しており、特にサービス業でやや高い傾向が見られる。事業者の設備投資に対する余力のなさ、長期的な事業継続への不安を反映している。

## <コメント：規模別>

- 「建屋の老朽化」は企業規模に比例して急激に増加しており、5人未満の2割強から30人以上の50%強まで、倍以上の開きがある。同様に「設備の老朽化」も規模に比例して増加しており、大規模事業者ほど、長年使用してきた施設・設備の更新負担が深刻な経営課題として顕在化している。
- 「拡張・建て替えの困難さ」も5人未満の約3%から30人以上の約25%に急増している。大規模事業者ほど既存立地での事業継続・拡張に困難を抱えており、持続的成長の制約要因となっている。
- 「通勤の不便さ」も規模に比例して増加し、5人未満の約2%から30人以上の約16%まで拡大している。大規模事業者ほど郊外や産業団地等の交通利便性に劣る場所に位置することが多いため、立地条件の不利として表れているものと推察される。

## (7)社外連携(企業・産業支援期間・大学等)に関する取組状況・意向

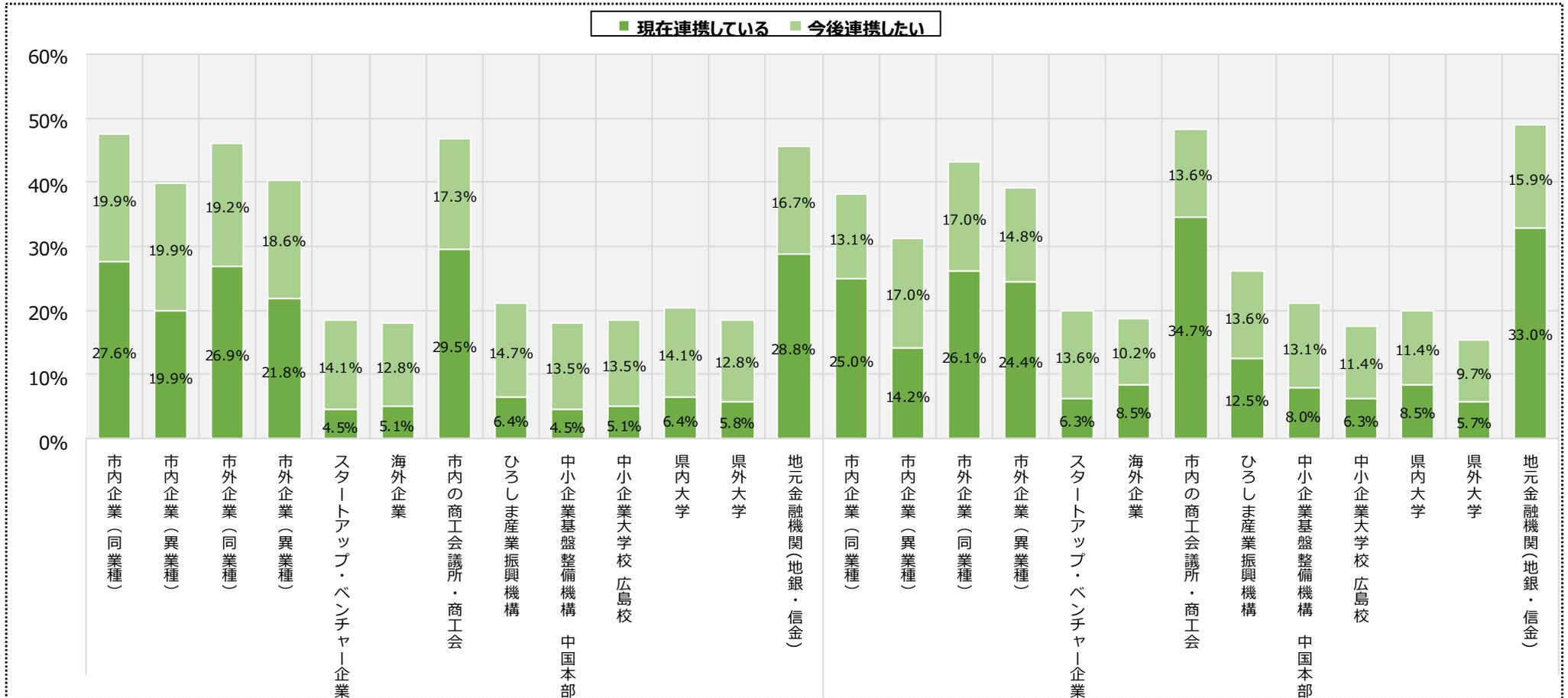
### ①現在の連携状況と今後の意向



### <コメント>

- 「現在連携している」を見ると、「市内の商工会議所・商工会」「地元金融機関(地銀・信金)」が回答率 3 割超となっており、「今後連携したい」と合わせると半数近くに達することから、事業者からの信頼度の高さがうかがえる。それ以外の産業支援機関や大学は、「現在連携している」は総じて 1 割未満にとどまるが、「今後連携したい」を合わせると 2 割前後に上り、潜在的な連携意向が確認できる。
- 「市外企業(同業種)」「市内企業(同業種)」「市外企業(異業種)」も 25%前後と高く、企業間連携がある程度進んでいる一方、「市内企業(異業種)」のみ約 17%とやや低い。ただし、「今後連携したい」の回答率は約 18%と、企業の中では最も連携意向が高いことから、異業種間のマッチング機会の創出が重要となる。また、「スタートアップ・ベンチャー企業」や「海外企業」との連携意向も、産業支援機関と同程度で存在する。

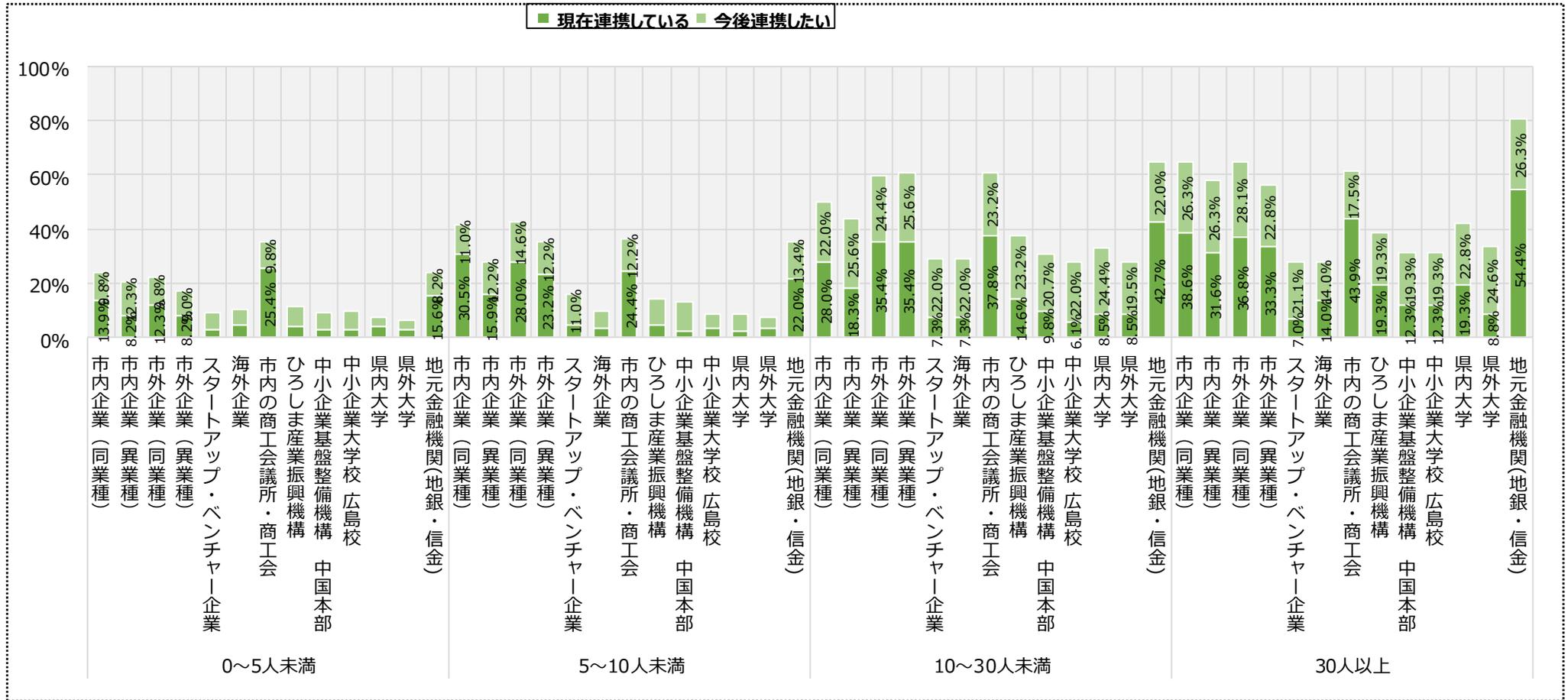
■業種別



<コメント>

- 「現在連携している」では、両業種とも「市内の商工会議所・商工会」「地元金融機関(地銀・信金)」が3割前後と高い回答率を示している。「今後連携したい」の多さから、まだ未連携の事業者も一定数あり、引き続き連携先の中核的存在として位置付けられる。
- 新たな連携先への関心については、サービス業で「スタートアップ・ベンチャー企業」や「海外企業」に対し、現在の連携に対し、今後の連携意向が大きく上回っている。これに対し、非サービス業は、これらとの今後の連携意向はやや控えめである。全体的にサービス業の方が今後の連携先への積極性が高い。
- 企業間連携については、両業種とも「市内企業 (同業種)」で「現在連携している」が25%前後と高いが、「今後連携したい」では「市内企業 (異業種)」の方が同業種を上回っており、連携による事業領域拡張への積極性がうかがえる。

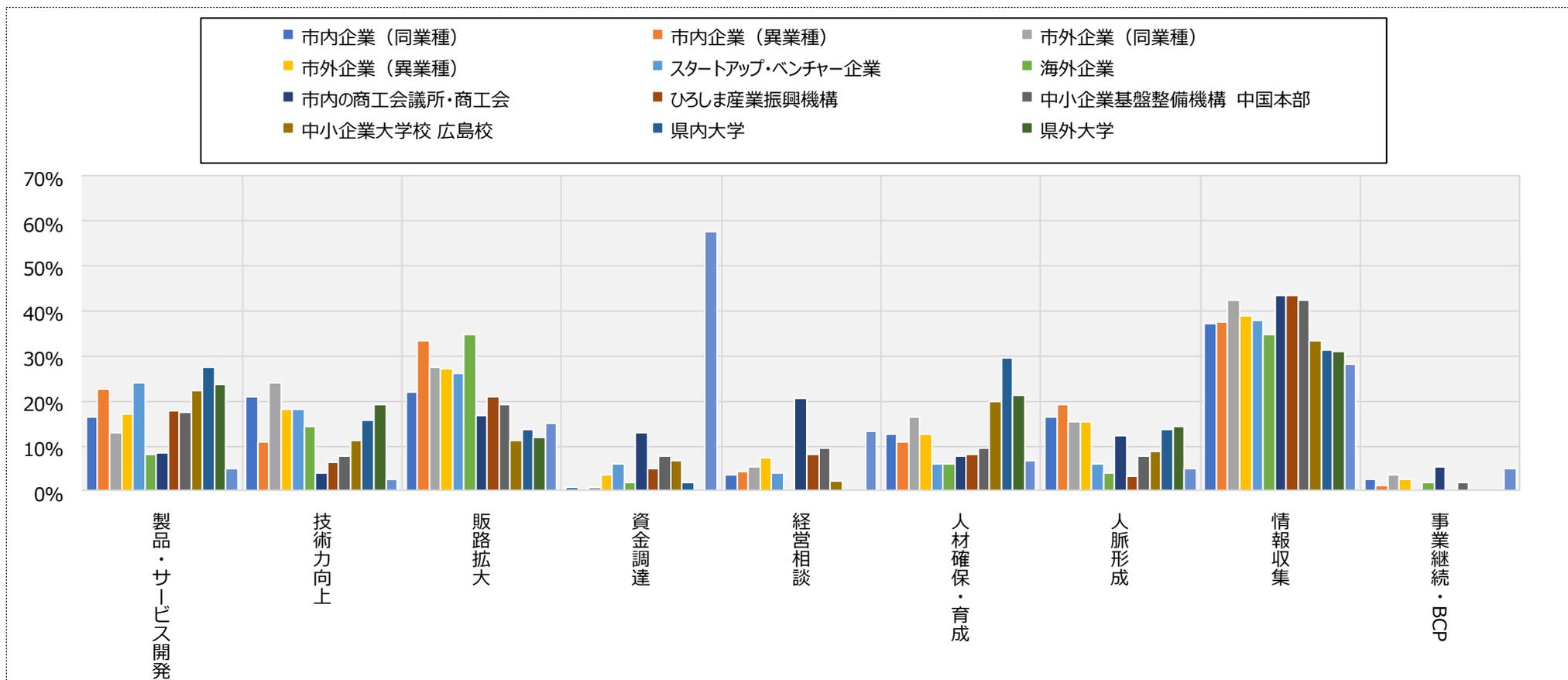
■規模別



<コメント>

- 「地元金融機関(地銀・信金)」との「現在連携している」の回答率は、0~5人未満の約16%から30人以上の約54%まで開きがあり、「市内の商工会議所・商工会」との連携も規模に比例して増加している。大規模事業者ほど組織的に外部との連携体制を構築しており、小規模事業者におけるアクセスの格差が深刻な課題として浮き彫りになっている。
- 今後の連携意向においても規模の格差は顕著で、「県内大学」では0~5人未満の約3%に対し、30人以上は約23%、「スタートアップ・ベンチャー企業」でも約67%から約21%と大幅な差異を示している。中規模以上の企業では「市内企業 (異業種)」や「県外大学」との連携の意向も高く、事業規模の拡大が連携先の多様化・高度化を促進している。
- 特に10~30人未満の企業群においては、ほぼ全ての連携先において、今後の意向が現在の連携を上回っており、この企業群が連携活動の拡充期にあるものと考えられる。一方で、小規模事業者は今後連携意向も相対的に低水準に留まり、格差の固定化が懸念される。

## ②連携に期待する効果



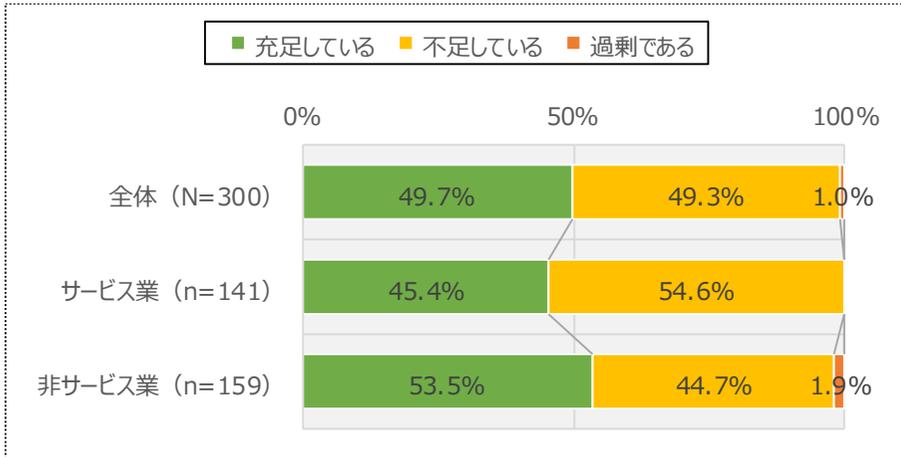
### <コメント>

- 連携先ごとに、事業者側が期待している効果を取りまとめた。特徴的な傾向を見ると、事業者側のニーズが最も高い「情報収集」については、幅広い連携先に期待されており、中でも「市内の商工会議所・商工会」「ひろしま産業振興機構」「中小企業基盤整備機構 中国本部」がひとときわ高い。
- 「資金調達」は「地元金融機関」が突出しており、連携先をほぼ一手に担う格好となっている。
- 上記以外は、「経営相談」は商工会議所・商工会、「技術力向上」は市内外の同業種、「製品・サービス開発」は「県内大学」や「スタートアップ・ベンチャー企業」「市内企業(異業種)」、「技術力向上」は「市外企業(同業種)」や「市内企業(同業種)」、「人材確保・育成」は「県内大学」など、効果別に一定の方向性が確認できる。なお、「事業継続・BCP」を目的とした連携のニーズは少なく、連携によって改善したいという事業者自体、限定的と思われる。

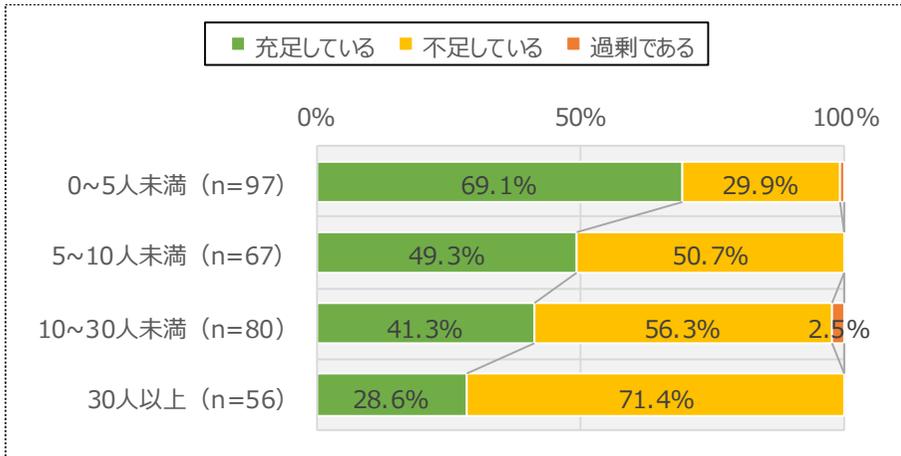
## 2.市内事業者の人材確保・育成に関する取組状況

### (1)人材確保の状況

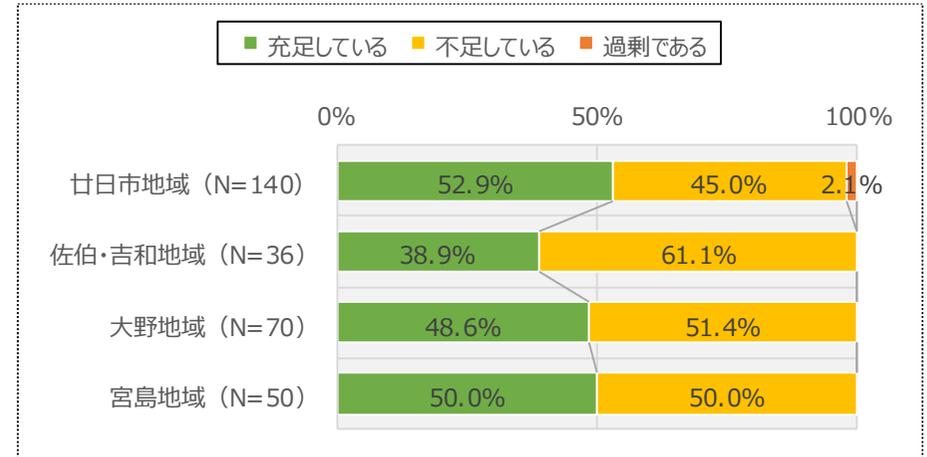
#### ■業種別



#### ■規模別



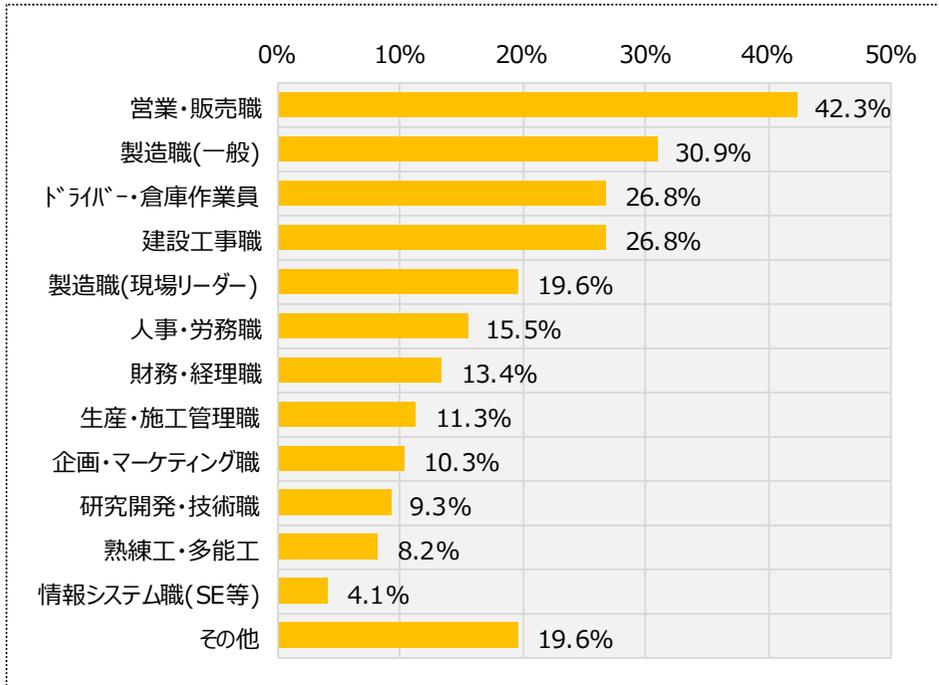
#### ■地域別



#### <コメント>

- 「不足している」と「充足している」がほぼ半々で分かれており、人材確保に関しては、二極化の傾向がうかがえる。
- 「不足している」とした企業に対し、具体的な不足人数を質問したところ、全体の平均値を取ると 1事業所あたり3.5人となった(最大30人・最少1人)。事業者によって開きはあるが、2人不足としている事業者が53件で最も多く、1人不足の27件が続く。1人不足の事業者も容易に確保できない部分に、人材不足の深刻さが表れている。

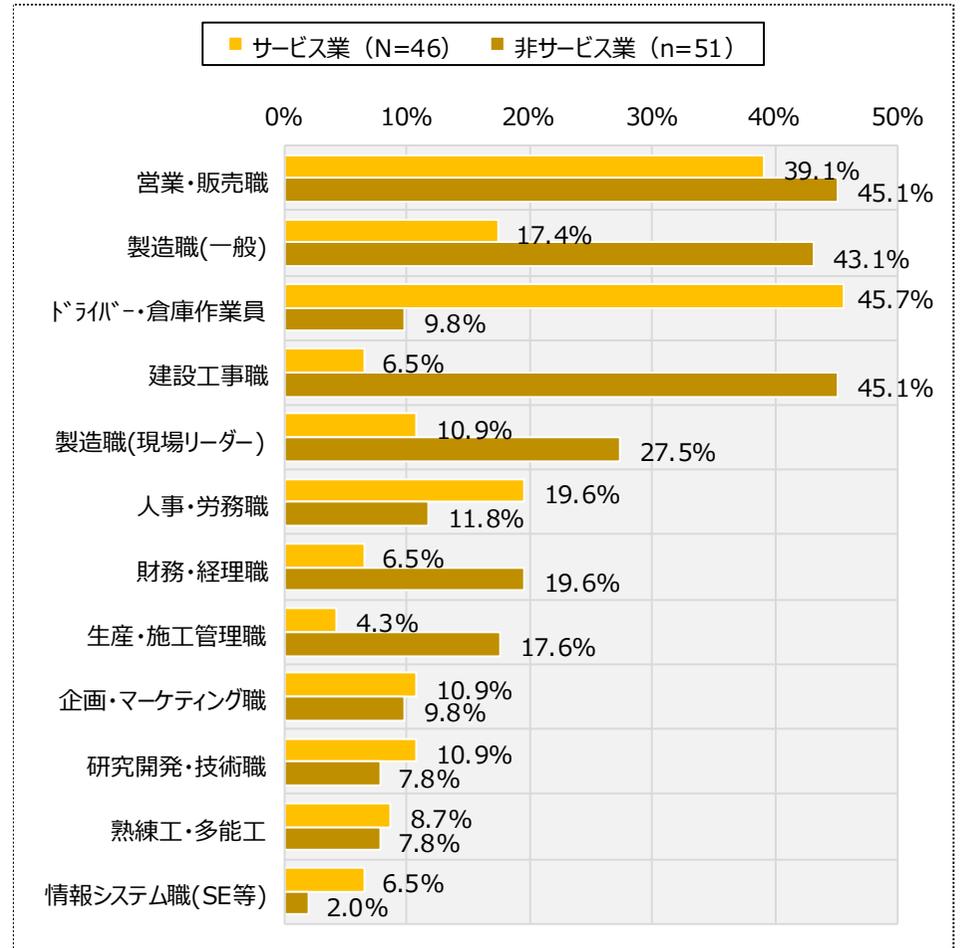
## (2)不足している職種



### <コメント>

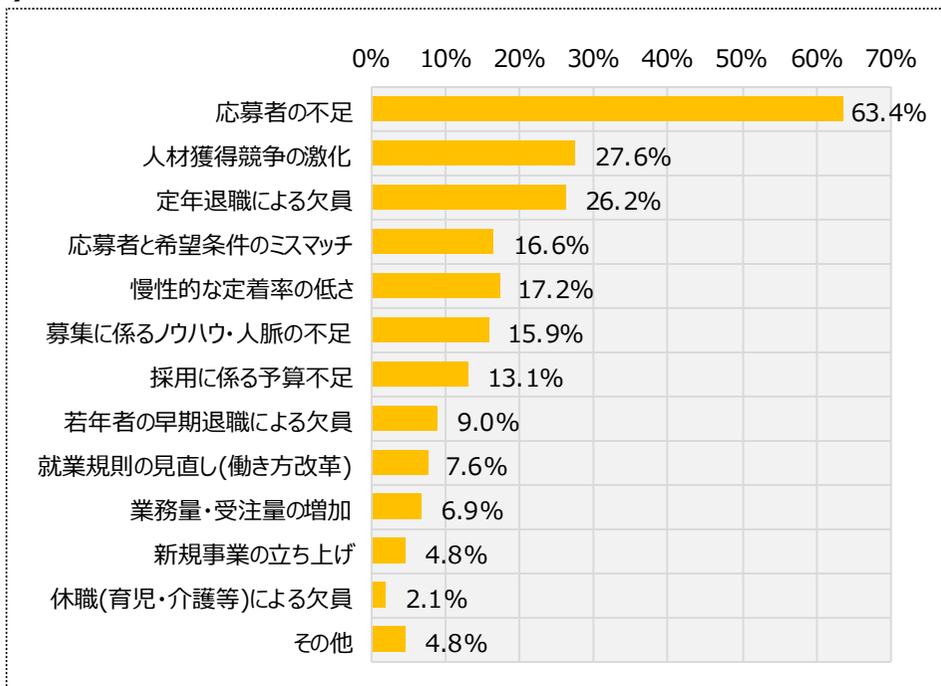
- 「営業・販売職」が回答率 4 割超で突出している。市の主要産業であるサービス業においては、直接的に収益の創出を担う職種であり、人材不足が続くと、売上確保・拡大の制約要因となりかねない現状がうかがえる。
- 「製造職(一般)」や「ドライバー・倉庫作業員」「建設工事職」など、現場で実務を担う職種も不足感が顕著で、今後、生産能力や納期対応に影響を与える可能性がある。
- 「研究開発・技術職」「熟練工・多能工」「情報システム職」など、専門性の高い職種の不足感は相対的に低い。ただ、目下のデジタルトランスフォーメーションの流れを踏まえると、「情報システム職」の低さは、デジタル化に対する消極性(必要性を認識していないか、コスト面から採用を見送っている)の表れと捉えることもできる。

## ■業種別



- 業種による労働需要の構造的差異が鮮明に表れている。非サービス業では、「製造職(一般)」「製造職(現場リーダー)」といった製造関連職種や「建設工事職」の需要が圧倒的に高く、特に製造プロセス全般にわたる深刻な人手不足が顕在化している。一方、サービス業では、「ドライバー・倉庫作業員」の不足が 5 割近くに上り、物流業の深刻な人材不足が反映されている。
- 「営業・販売職」については両業種ともに高く、市場開拓・顧客獲得における人材確保が業種を問わず共通課題となっている。

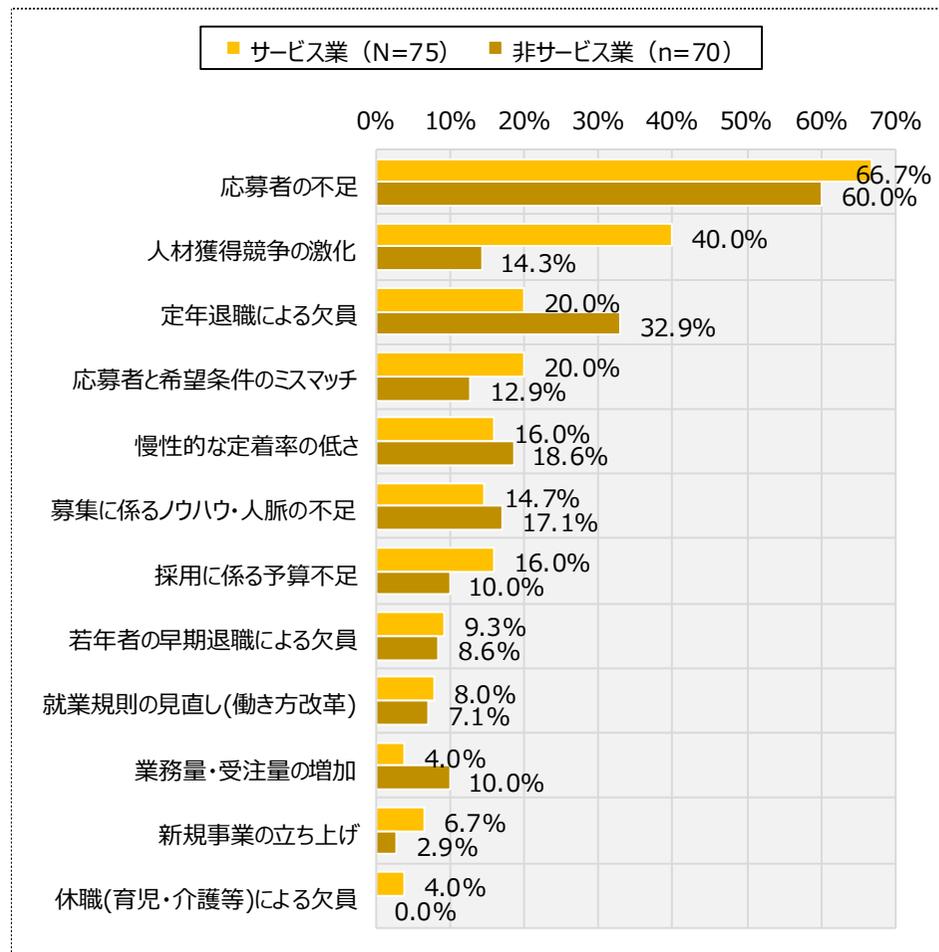
### (3)人材不足の要因



#### <コメント>

- 「応募者の不足」の回答率が6割超に上り、労働市場における需給バランスの不均衡が表面化している。これは廿日市市に限らず、全国共通の構造的要因によるものであり、短期的な解決策による対応は困難と考えられる。
- 上記の主要因に続く「人材獲得競争の激化」と「定年退職による欠員」も、回答率が3割弱と高い。前者は賃金の上昇、福利厚生改善、労働条件の向上といった形で、労働者にはプラスに働く可能性もあるが、経営を圧迫する要素でもある。加えて、後者は、厳しい労働市場の中で、熟練者の置き換えを迫られるという点で、質的な人材不足の問題もはらんでいる。
- 「募集に係るノウハウ・人脈の不足」「採用に係る予算不足」については別途、企業規模によるクロス分析も必要だが、特に小規模事業者が直面している可能性が高いと推察される。

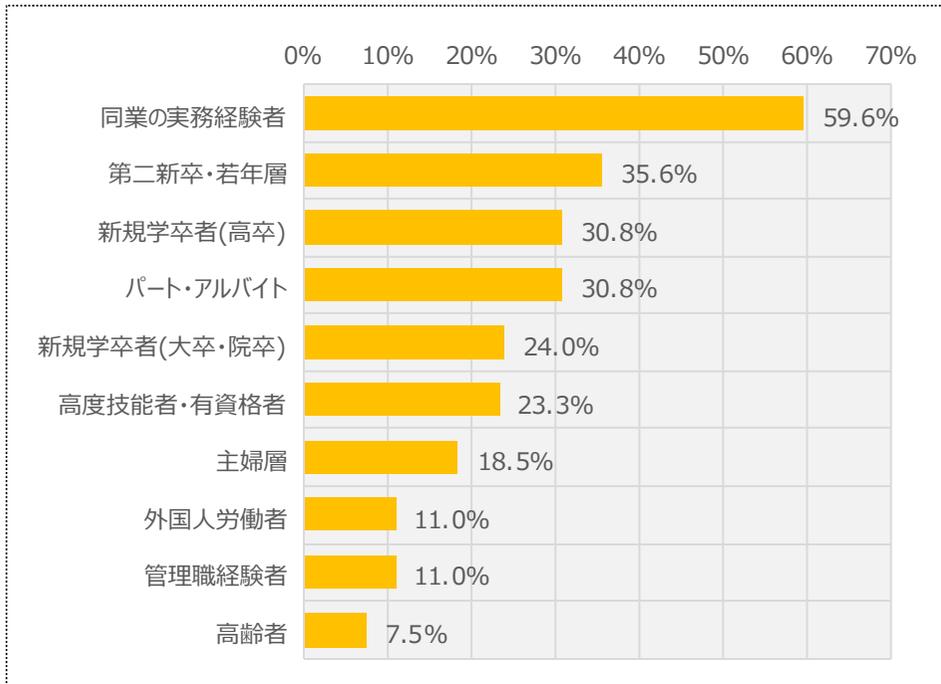
### ■業種別



#### <コメント>

- 両業種ともに「応募者の不足」が最も大きいですが、背景にある構造的課題は業種特性により異なる。サービス業では「人材獲得競争の激化」が40%と、非サービス業を大幅に上回り、同業他社との競合が深刻化している。また「応募者と希望条件のミスマッチ」もサービス業が上回っており、人材像との乖離も採用の阻害要因となっている。
- 非サービス業では「定年退職による欠員」が約33%と高く、従業員の高齢化と世代交代の遅れが人材不足の要因となっている。従業員高齢化への不安と整合しており、非サービス業が直面する人材の新陳代謝の深刻さを裏付けている。

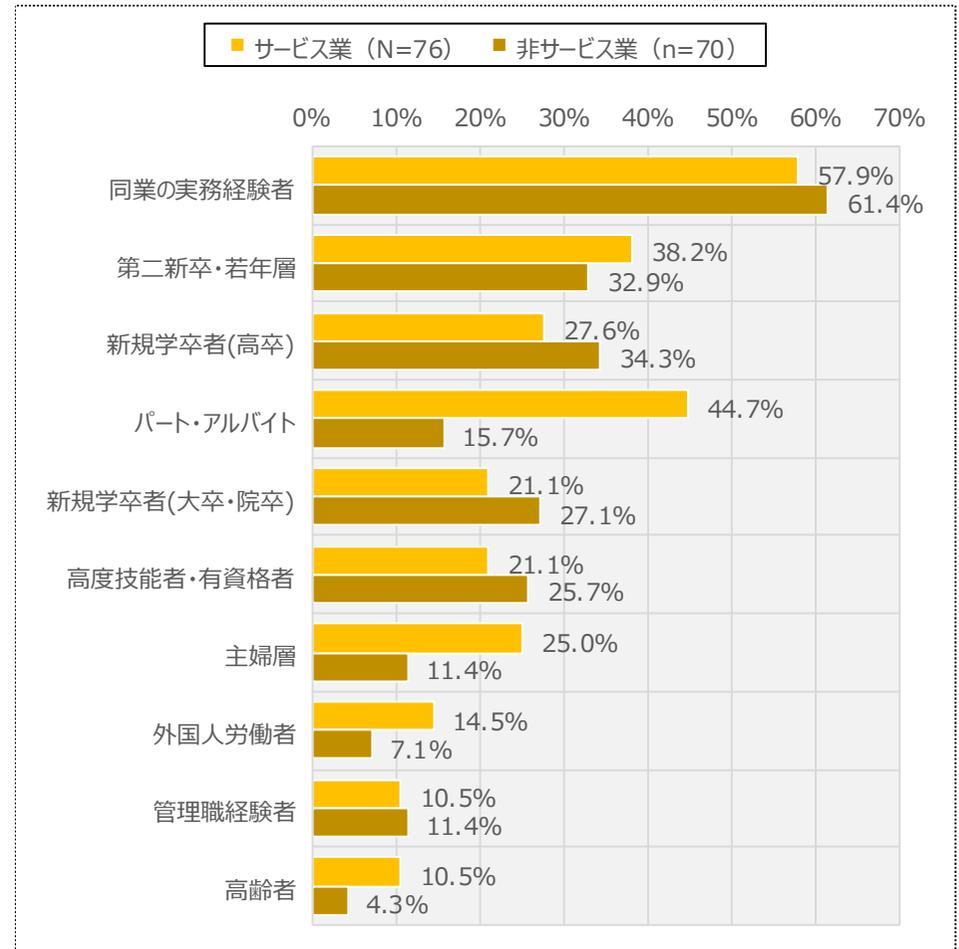
#### (4)採用したい人材層



#### <コメント>

- 「同業の実務経験者」が回答率約 59%と過半数を占め、即戦力志向が顕著に表れている。人材育成に投資する時間的・資金的余裕がなく、短期的な人材ニーズの充足を優先せざるを得ない状況がうかがえる。
- 「第二新卒・若年層」「新規学卒者(高卒)」も高く、将来的な成長の可能性や長期的な雇用を見据えた、若年層の採用ニーズを反映している。これに続く「パート・アルバイト」の高さは、特定の時間帯に人手を求める小売業・サービス業や繁閑の差の大きい業種など、柔軟な雇用形態で人材を確保したい意向の表れと見られる。
- 「新規学卒者(大卒・院卒)」や「高度技能者・有資格者」も 2 割強に達しており、専門知識や高度なスキルを持つ人材へのニーズも一定数存在する。一方、「主婦層」「外国人労働者」「高齢者」へのニーズは相対的に低い。多様な人材の活用に対する意識が十分浸透していないことを示している。
- 今回の分析からは読み取れないが、業種・業態による採用ニーズの違いが明確にあるものと推測される。

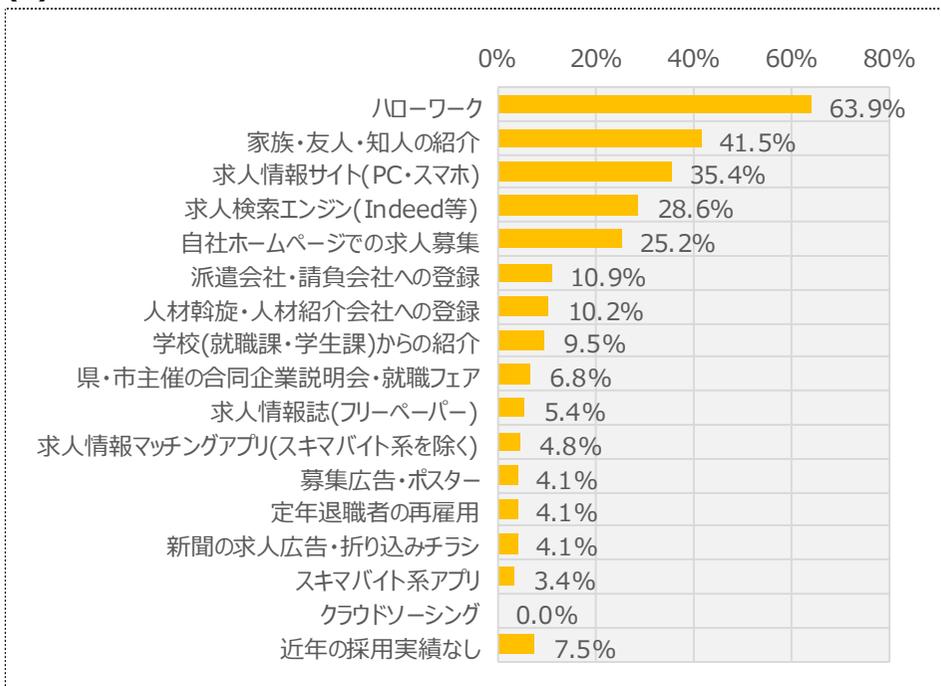
#### ■業種別



#### <コメント>

- 両業種ともに「同業の実務経験者」が最も高い需要を示しており、即戦力への期待度の高さは共通する。
- サービス業では「パート・アルバイト」が約 45%となり、非サービス業の約 16%を大きく回った。同様に「主婦層」「外国人労働者」「高齢者」でも倍以上の開きがあり、営業時間の長さや繁忙期の変動に対応するため、多様な人材活用を志向している。
- 非サービス業では「新規学卒者(高卒)」や「高度技能者・有資格者」でサービス業をやや上回り、技術習得や専門性重視の採用志向が表れている。

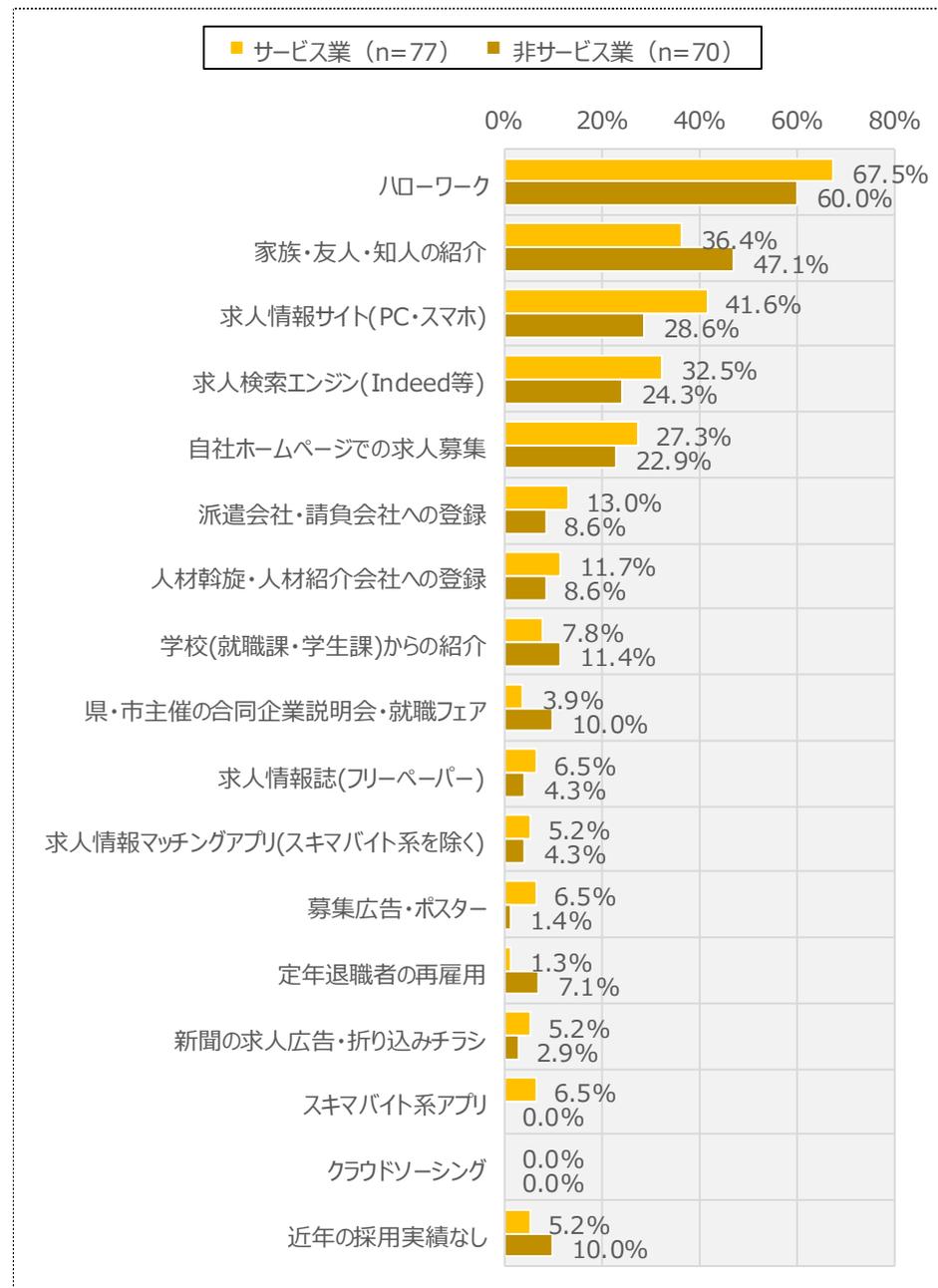
## (5)主な求人方法・採用ルート



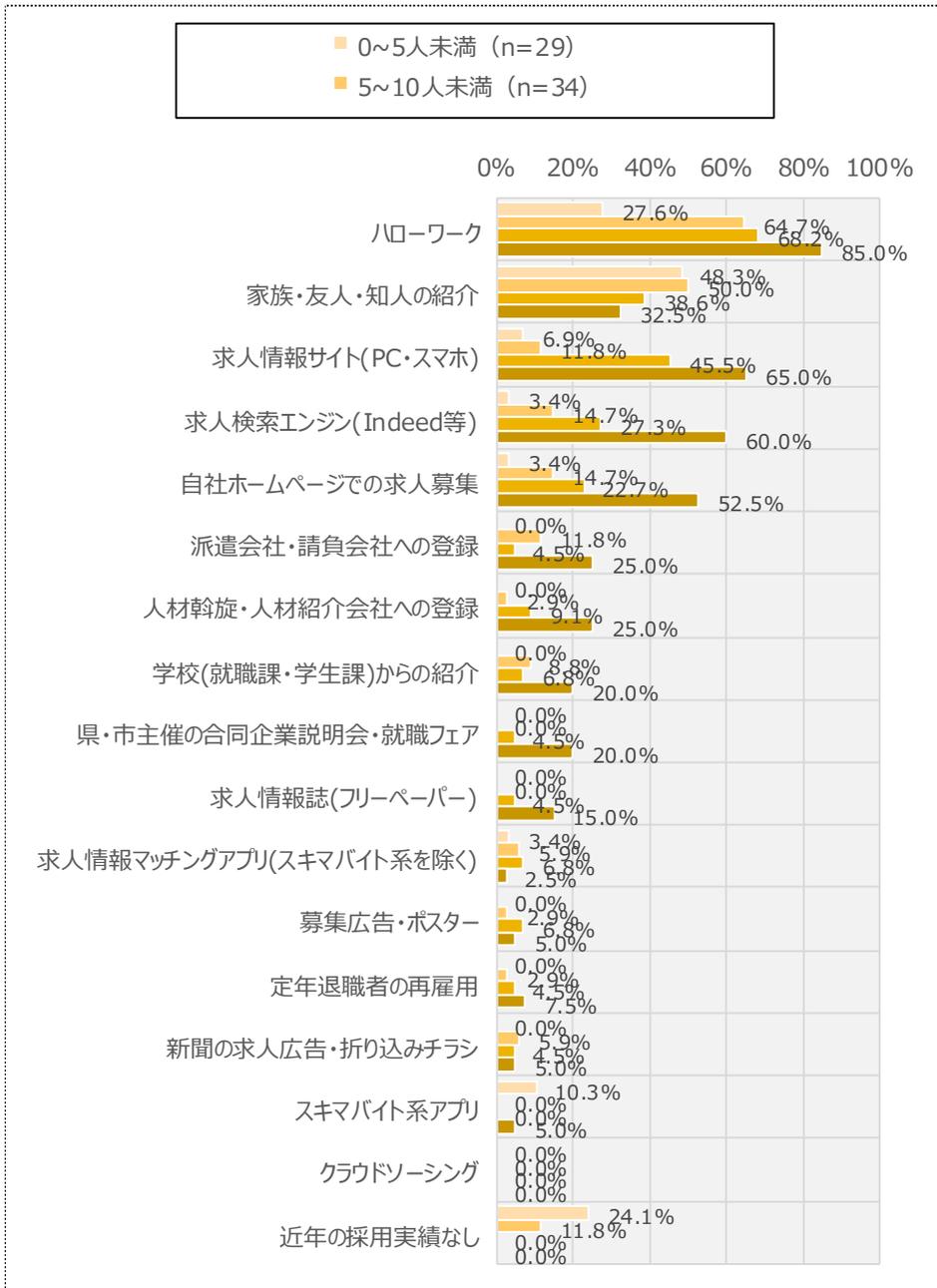
### <コメント>

- 「ハローワーク」の回答率が6割強で突出している。公的機関としての認知度や信頼性以上に、無料で利用可能な点が大いものと推察される。また、「家族・友人・知人の紹介」も4割超と高い。紹介による採用はミスマッチが少なく、定着率も高いことから、実効性の高い採用ルートとして重視されていると思われる。
- 「求人情報サイト」「求人検索エンジン」「自社ホームページでの求人募集」も30%前後と高い回答率を示しており、求人・採用活動のオンラインシフトの傾向が表れている。いまや即戦力人材や若年層へのアプローチには、オンライン媒体の活用が必須であり、これらを求める事業者ほど利用率が高いものと推察される。
- 「学校からの紹介」は10%弱と、高校・大学との関係性を構築できている事業者は限定的である。特に新卒採用を重視する事業者は、連携の確立が課題と思われる。
- 「県・市主催の合同企業説明会・就職フェア」の利用率は低く、行政や公的機関が主催するマッチングイベントは十分活用されていない。開催頻度や規模、対象者など、事業者のニーズに合致したものに改善を図る必要がある。

## ■業種別



## ■規模別



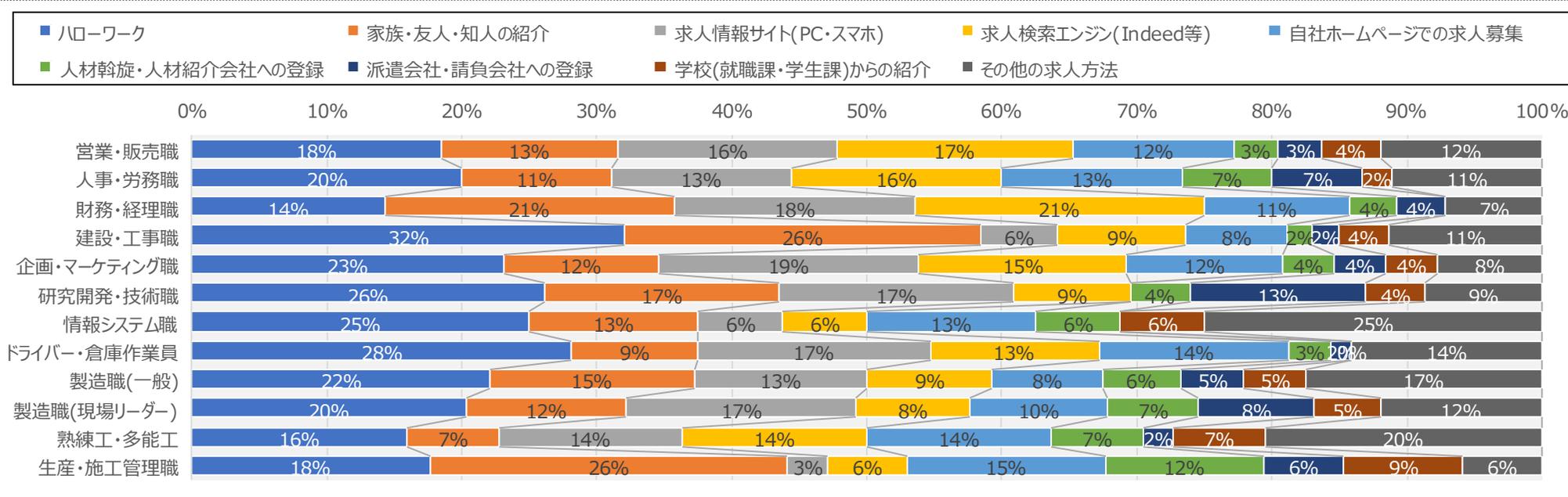
## <コメント：業種別>

- サービス業では「求人情報サイト(PC・スマホ)」や「求人検索エンジン(Indeed 等)」において非サービス業を大幅に上回っており、デジタル媒体を活用した積極的な求人活動を展開している。また「派遣会社・請負会社への登録」や「人材斡旋・人材紹介会社への登録」でも非サービス業を上回っており、多様な人材サービスを駆使した採用戦略を志向している。
- 非サービス業では「家族・友人・知人の紹介」が5割近くとサービス業を大きく上回っており、人的ネットワークを基盤とした採用活動への依存度が高い。また「学校(就職課・学生課)からの紹介」や「県・市主催の合同企業説明会・就職フェア」でもサービス業を上回っており、伝統的な採用ルートや公的機関を通じた人材確保を重視している。
- 両業種ともに「ハローワーク」が最も高い利用率を示しているが、その他の補完的な求人活動は業種によって異なり、サービス業のデジタル・多角化戦略、非サービス業の人的ネットワークや伝統的ルート重視という対照的なアプローチが浮き彫りになっている。

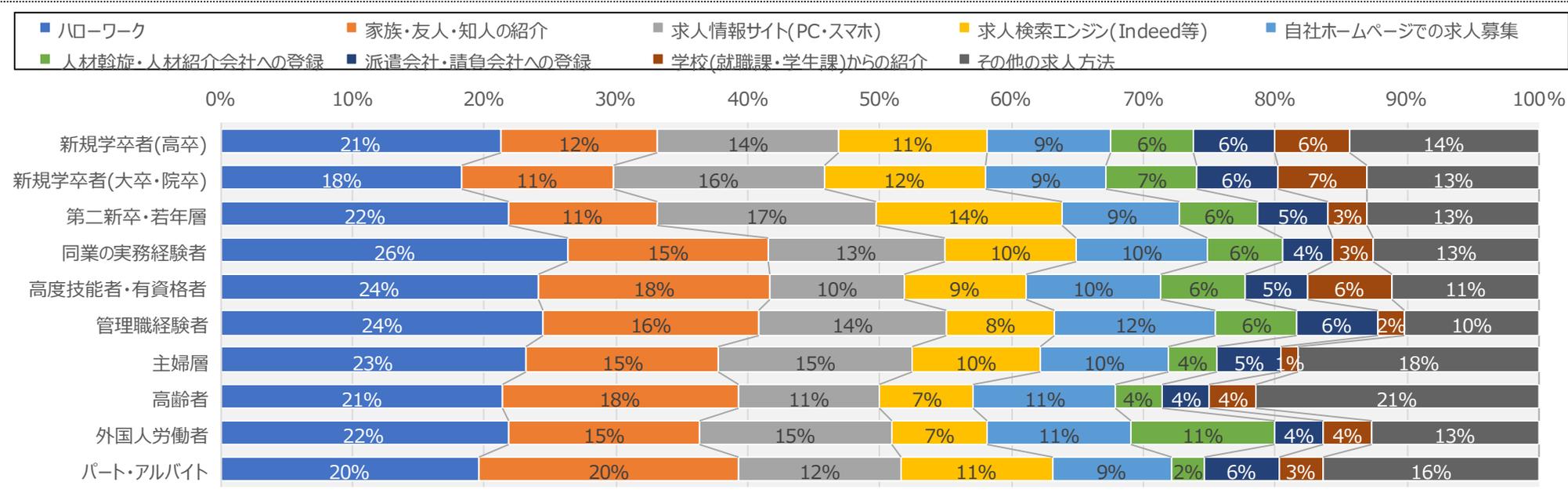
## <コメント：規模別>

- 「ハローワーク」の回答率は、企業規模に比例して増加し、0~5人未満の3割弱から30人以上の8割強まで開きがある。これに対し、「家族・友人・知人の紹介」は、0~5人未満の5割弱から30人以上では30%弱と、規模拡大に伴い減少している。小規模事業者ほど人的ネットワークに依存した採用活動を行っており、組織的な求人活動への移行が困難な状況が表れている。
- デジタル媒体の活用では規模格差が顕著で、「求人情報サイト(PC・スマホ)」は0~5人未満の約7%から30人以上では65%となっており、「求人検索エンジン(Indeed 等)」も約3%から60%まで開きがある。大規模事業者ほど、多様な採用チャネルを駆使している実態が確認できる。
- 「派遣会社・請負会社への登録」や「人材斡旋・人材紹介会社への登録」は、小規模事業者の利用は皆無で、中規模以上のみが活用している。また、「近年の採用実績なし」が0~5人未満で24.1%と高く、採用活動そのものの停滞が小規模事業者の深刻な課題として表れている。

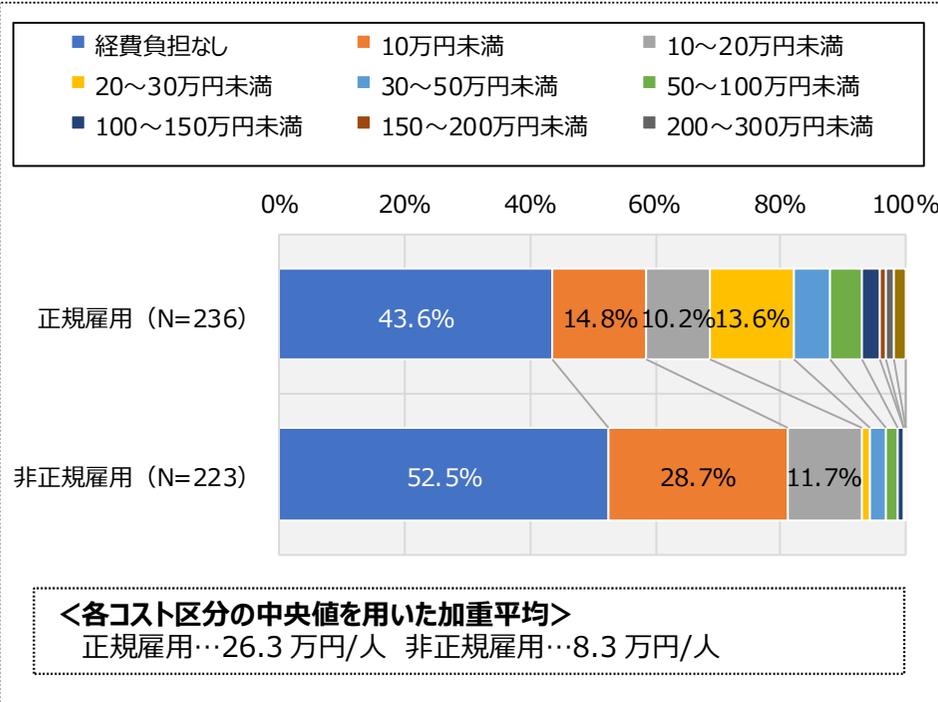
(6)クロス集計：現在不足している職種×主な求人方法・採用ルート



(7)クロス集計(採用したい人材層×主な求人方法・採用ルート)



## (8)人材募集に係るコスト負担(採用 1 名あたり)

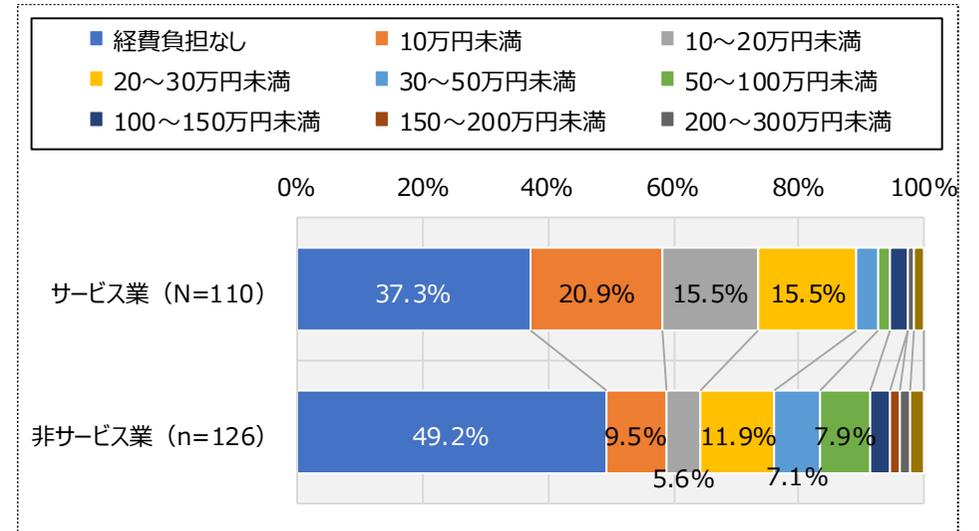


### <コメント>

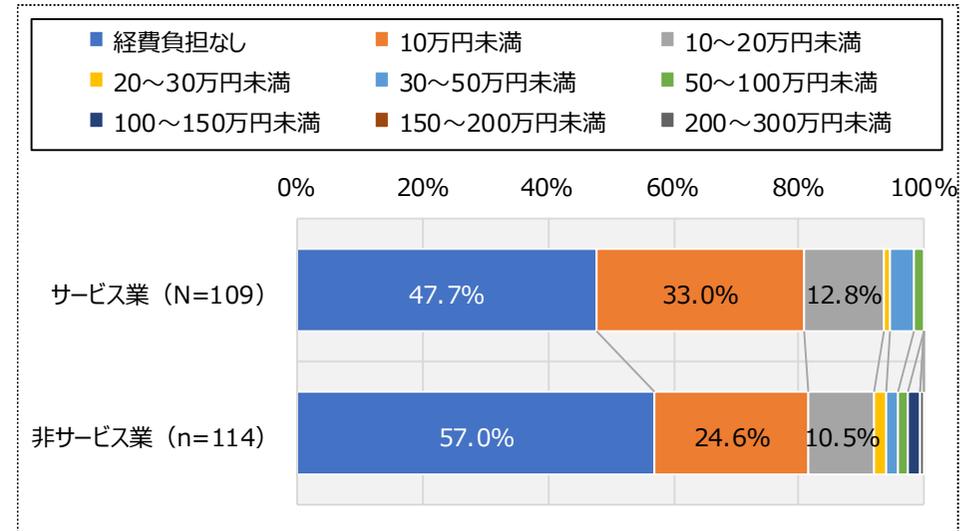
- 正規雇用・非正規雇用とも「経費負担なし」の構成比が最も大きく、正規雇用で4割強、非正規雇用で5割強と、いずれも事業者の半数近くを占める。前項における「ハローワーク」や「家族・友人・知人の紹介」の高さも合致している。厳しい人材不足に直面しながら、採用コストを切り詰めざるを得ないジレンマが感じられる。
- 当然ながら、非正規雇用の方が全体的に正規雇用よりも採用コストが低い傾向にあり、特に「10万円未満」の層は非正規雇用が3割弱と、正規雇用を大きく上回っている。採用コストの加重平均においても、正規雇用は非正規雇用の3倍と明確な差が見られる。
- 正規雇用の採用コストは幅広く分布しているが、20万円以上の層が3割近くを占めている。正規雇用者への長期的な人材投資の重要性を踏まえた、募集広告や人材紹介サービスの活用といった多様な採用チャネルの活用、選考過程の複雑さなどが一定額の投資に繋がっているものと考えられる。

## ①業種別

### ■ 正規雇用

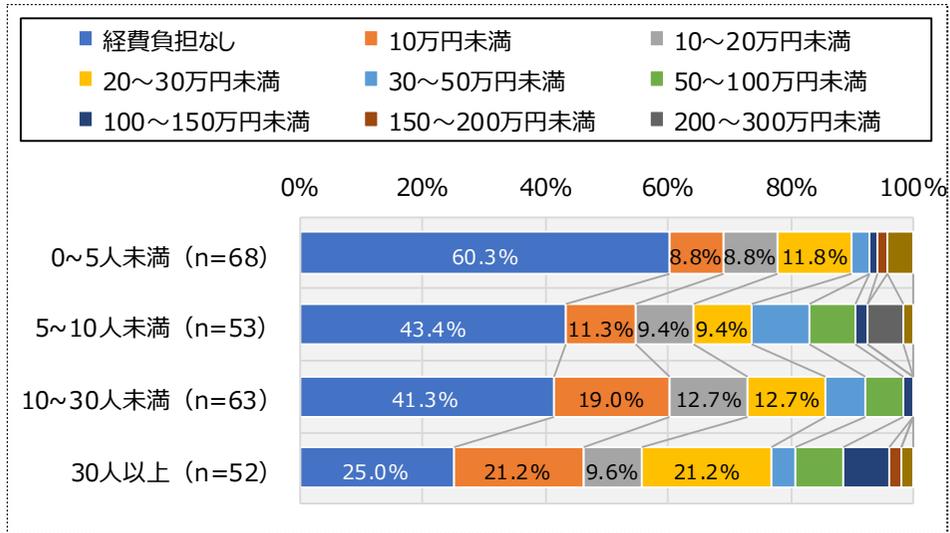


### ■ 非正規雇用

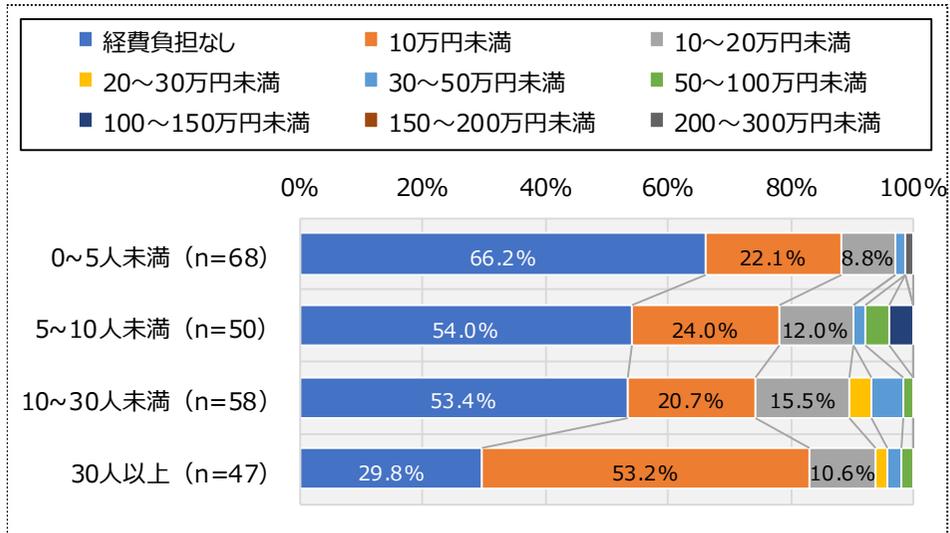


## ②規模別

### ■正規雇用



### ■非正規雇用



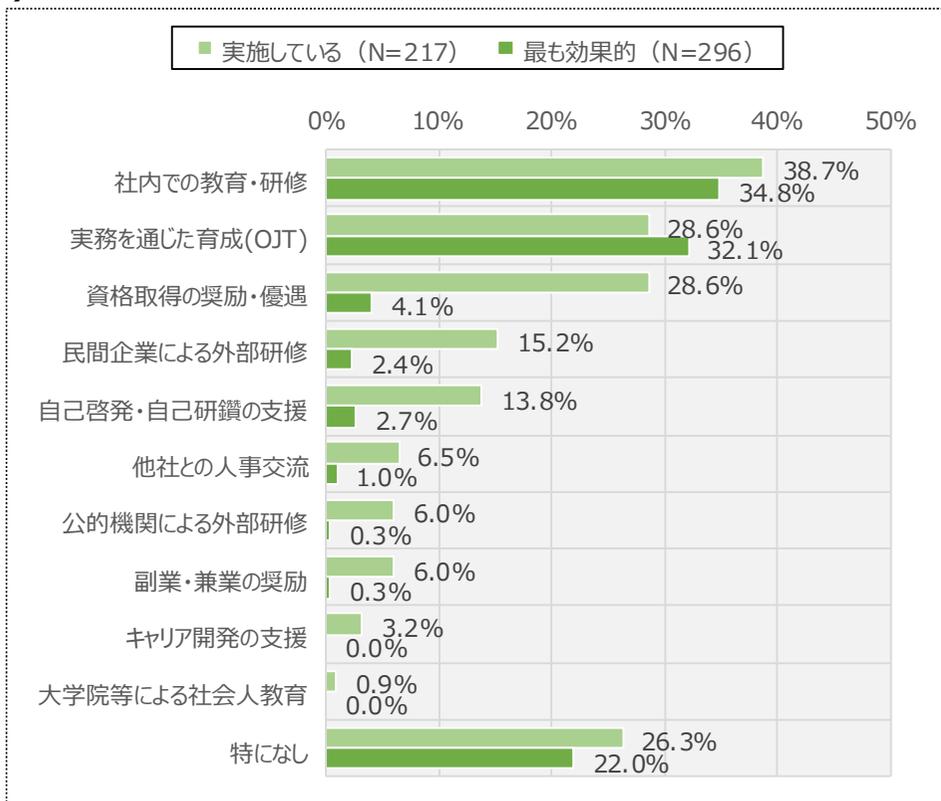
### <コメント：正規雇用・業種別>

- 正規雇用に関して、「経費負担なし」の割合は非サービス業がサービス業を大きく上回っている。先ほど見た通り、非サービス業において人的ネットワークへの依存度の高さや、有料の採用手段への投資抑制が反映されている。
- サービス業は、「10万円未満」「10~20万円未満」などの低額帯の経費負担率が非サービス業を上回っている人材獲得競争激化への対応として、求人サイトや人材紹介サービス等を活用しているものの、限られた予算内での採用活動を余儀なくされている実態を示している。
- 高額帯は非サービス業がサービス業を大幅に上回っており、製造業等における高度技術者や管理職等の希少人材獲得における投資の必要性を反映しているものと推察される。

### <コメント：正規雇用・規模別>

- 「経費負担なし」の割合は、規模に反比例して減少しており、0~5人未満の約60%から30人以上の25%まで開きがある。小規模事業者が採用予算の制約から、人的ネットワークや口コミに頼らざるを得ない構造的制約が確認できる。
- 「10万円未満」と「20~30万円未満」においては、30人以上が最も多く、大規模事業者でもコストパフォーマンスを意識した採用活動を展開している様子が見えてくる。

## (9)人材育成の手法

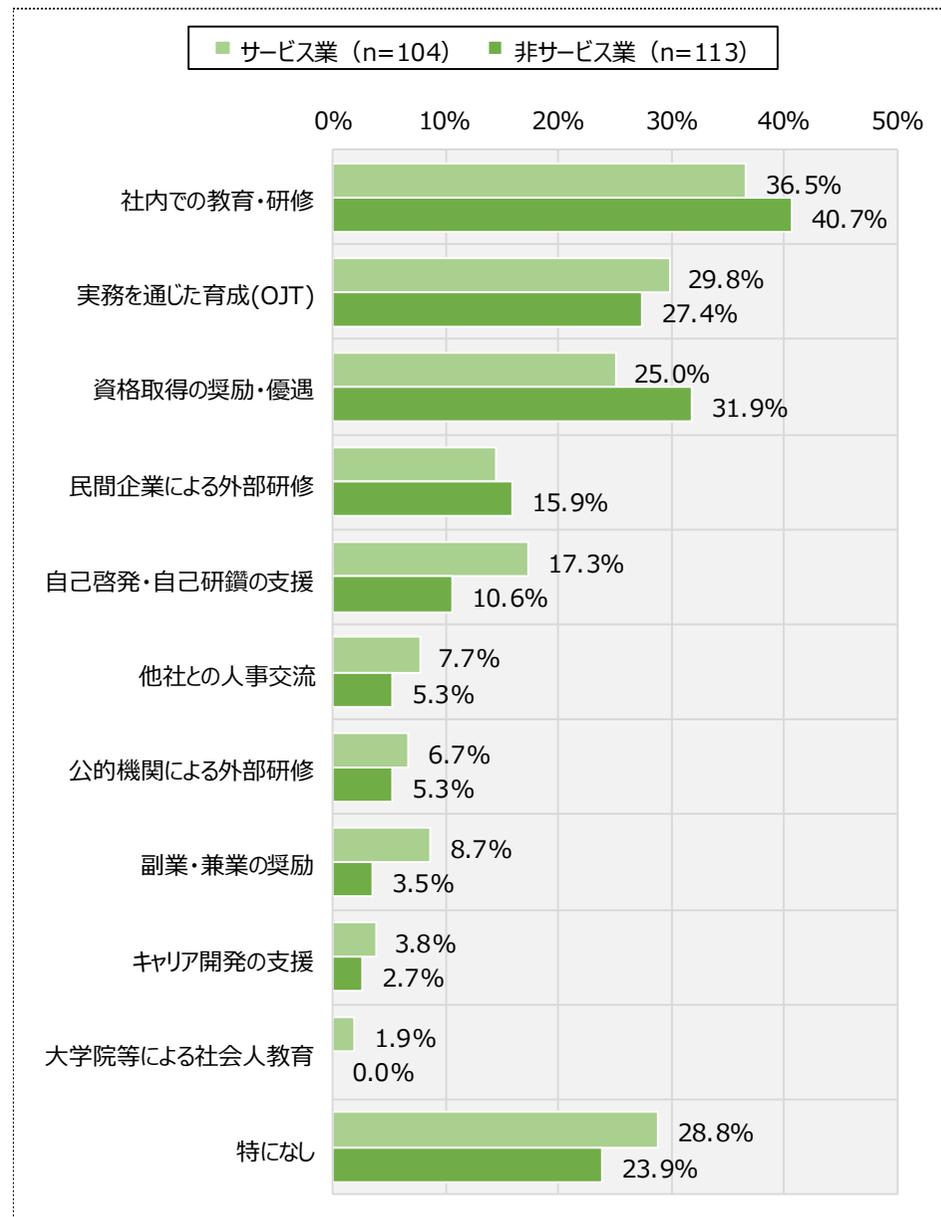


### <コメント>

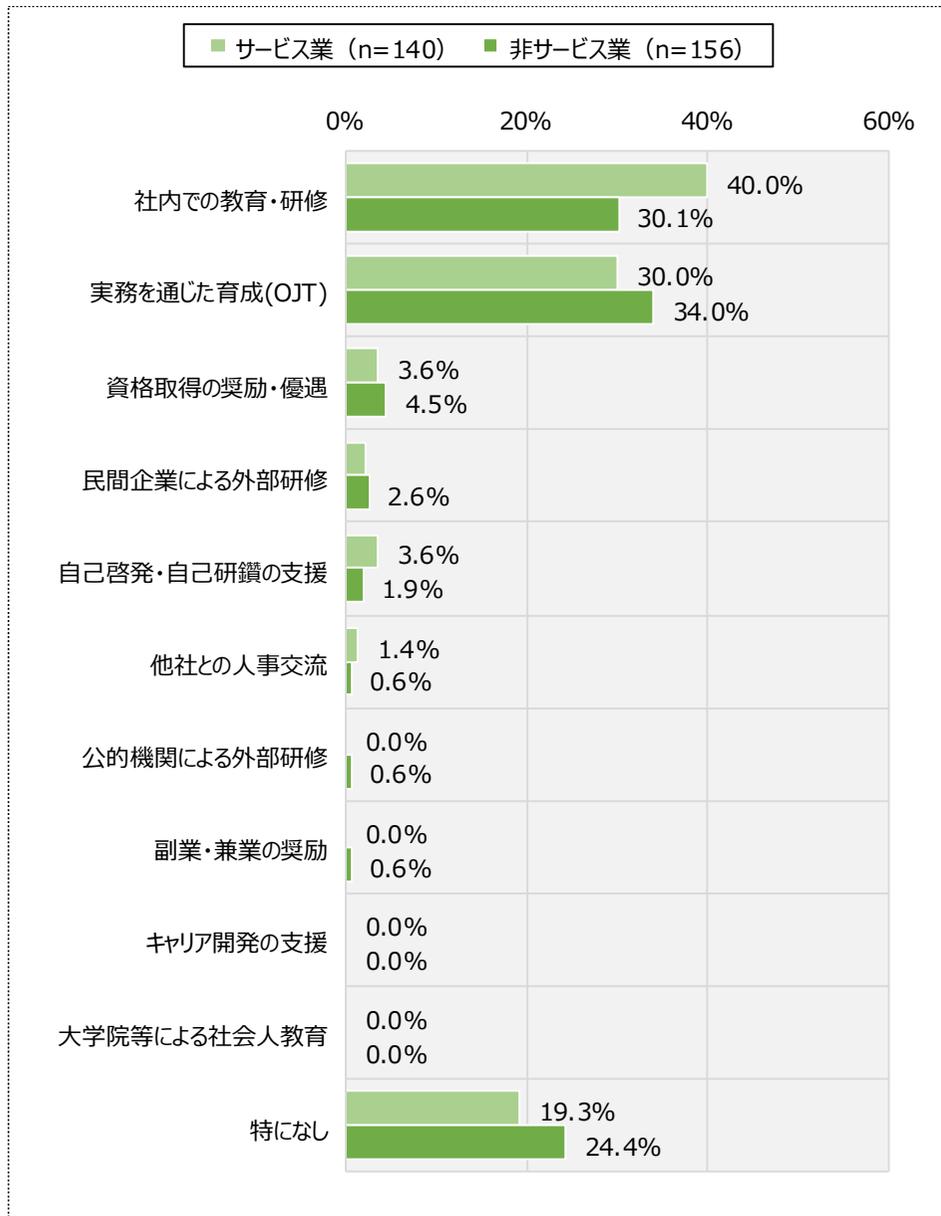
- 「社内での教育・研修」が回答率 4 割弱、「実務を通じた育成(OJT)」が 3 割弱と、最も広く実施されており、かつこの 2 つが「最も効果的な手法」として評価されている。職場密着型の実践的なアプローチを重視する姿勢がうかがえる半面、「習うより慣れよ」的な育成手法に、コスト上の制約も感じられる。
- 「特になし」が 3 割近くを占めており、特定の人材育成手法を実践していない事業者も多い。人材不足が深刻化する中において、人的投資は将来的な競争力維持に不可欠だが、人材育成の文化や意識が十分定着していない実態もうかがえる。
- 「資格取得の奨励・優遇」は実施率の 3 割強に対し、最も効果的とする割合は約 4%と差異が大きい。資格取得が必ずしも実務能力の向上に繋がっていないという認識があるのか、あるいは制度が形式的な運用にとどまっている可能性がある。

### ■業種別

## ①実施している

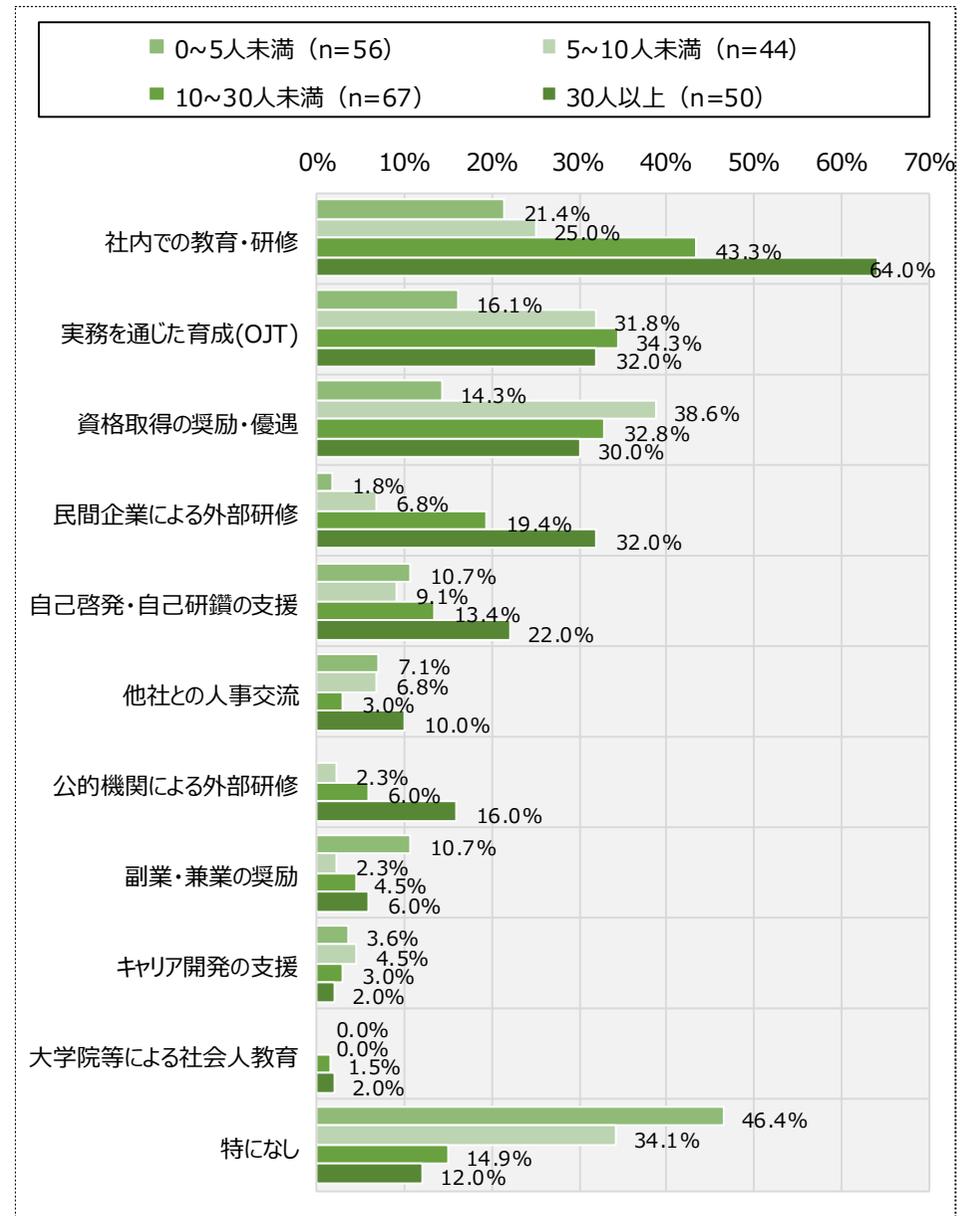


## ②最も効果的

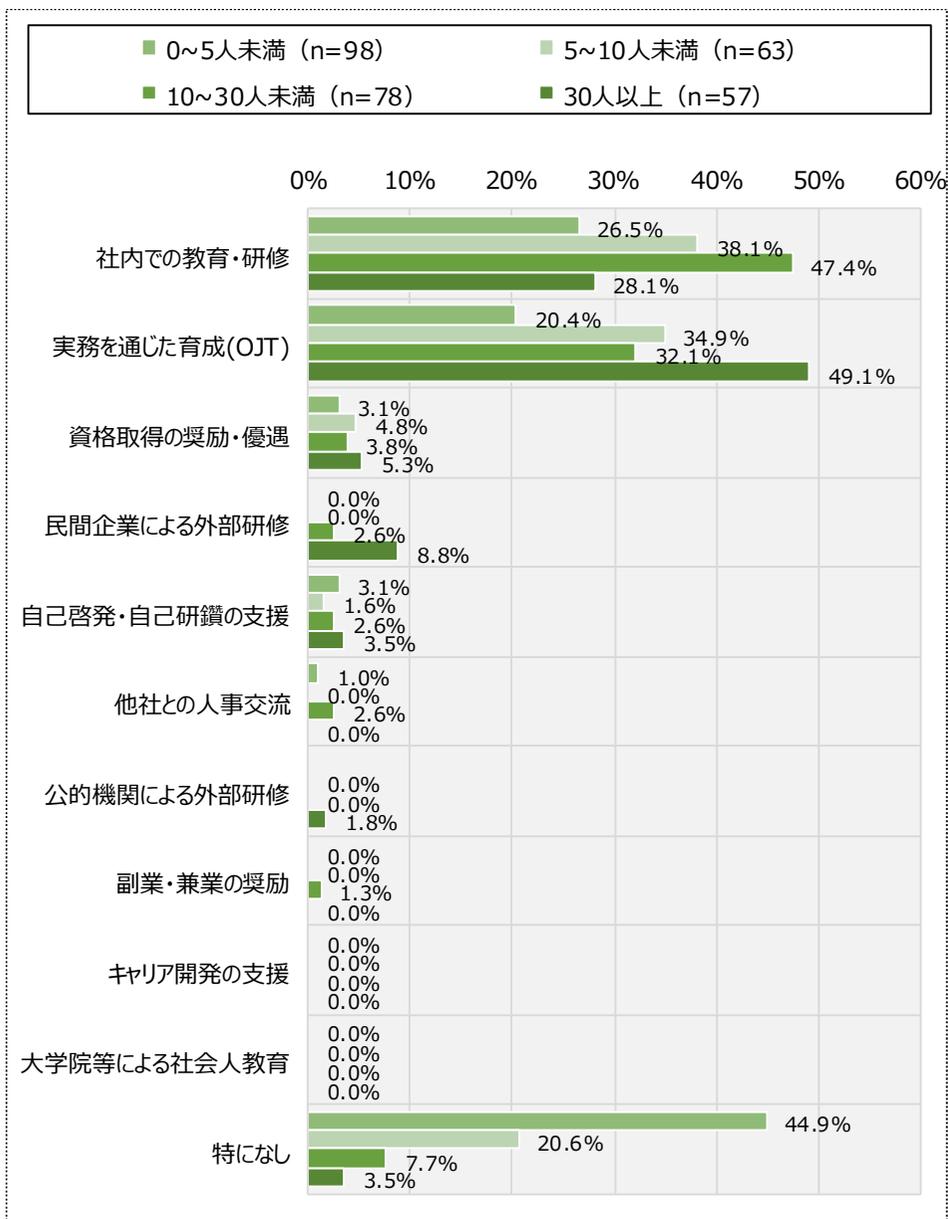


## ■規模別

### ①実施している



## ②最も効果的



### <コメント：業種別>

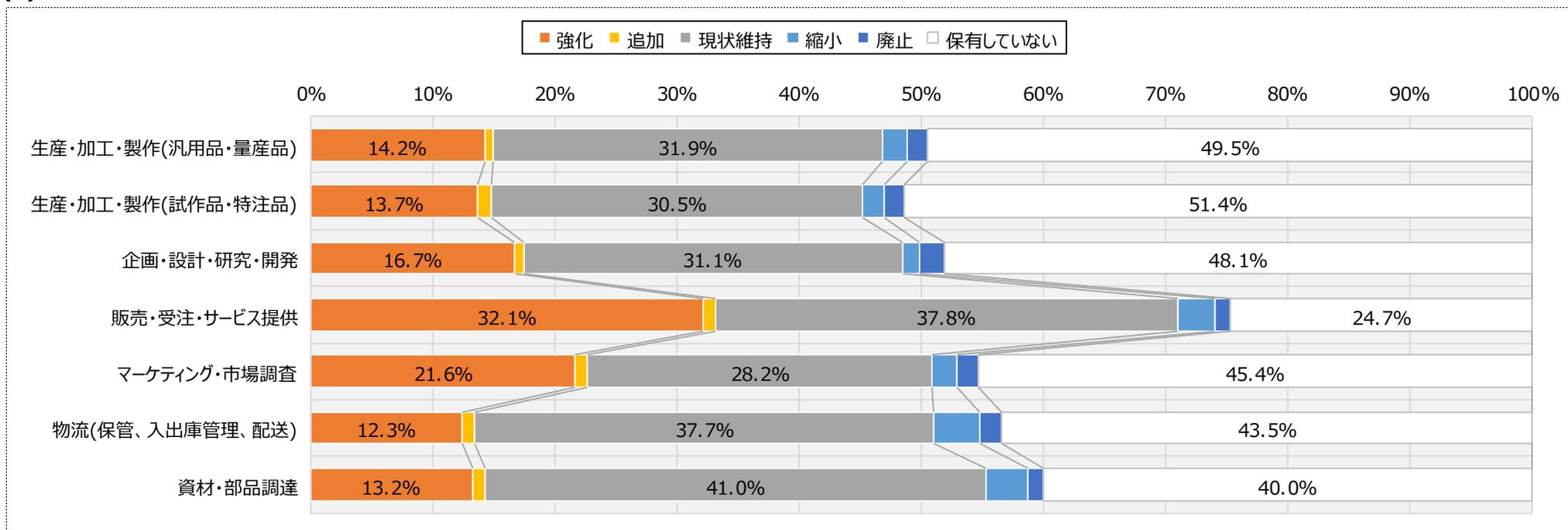
- 「資格取得の奨励・優遇」では非サービス業がサービス業を上回る回答率を示しており、技術系職種が多い非サービス業における専門性重視の育成方針が表れている。しかし、最も効果的とする割合は両業種ともに4%程度と低く、実施率と効果の認識に乖離が見られる。
- 「社内での教育・研修」については、非サービス業がサービス業をやや上回るものの、最も効果的とする割合はサービス業が非サービス業を大きく上回っている。顧客対応やコミュニケーション等のスキルが重視されるサービス業においては、内製化された研修プログラムの効果が高いものと推察される。
- 両業種ともに「特になし」が約2~3割を占めており、体系的な人材育成体制の構築が共通課題となっている。

### <コメント：規模別>

- 「社内での教育・研修」の回答率は規模に比例して増加し、0~5人未満の2割強から30人以上の6割強まで幅がある。しかし最も効果的とする割合は10~30人未満が5割弱%と最高値を示したのに対し、30人以上では3割弱に低下する。中規模事業者においては、組織的な研修体制と個別対応のバランスが最適化されている一方、大規模事業者では画一的な研修の限界も感じられる。
- 「民間企業による外部研修」では規模による格差が顕著で、0~5人未満の約2%から30人以上では32%まで増加する。効果の認識においても30人以上のみが約9%と相対的に高い評価を示している。外部研修の活用には、一定の組織規模と予算確保が不可欠であることが確認できる。
- 「実務を通じた育成(OJT)」については、30人以上で最も効果的とする割合が約5割と最も高い。大規模事業者においては、体系化されたOJTプログラムと指導体制が整備されており、実践的な人材育成手法として高い効果を発揮しているものと思われる。
- 「特になし」の回答は規模に反比例して急減し、0~5人未満の5割弱から30人以上の1割強まで大幅に減少している。小規模事業者では人材育成への組織的取組そのものが困難な状況にあると見られ、育成機会の格差の深刻さが浮き彫りになっている。

### 3.市内事業者の設備投資(機械・設備及び施設立地)に関する計画・意向

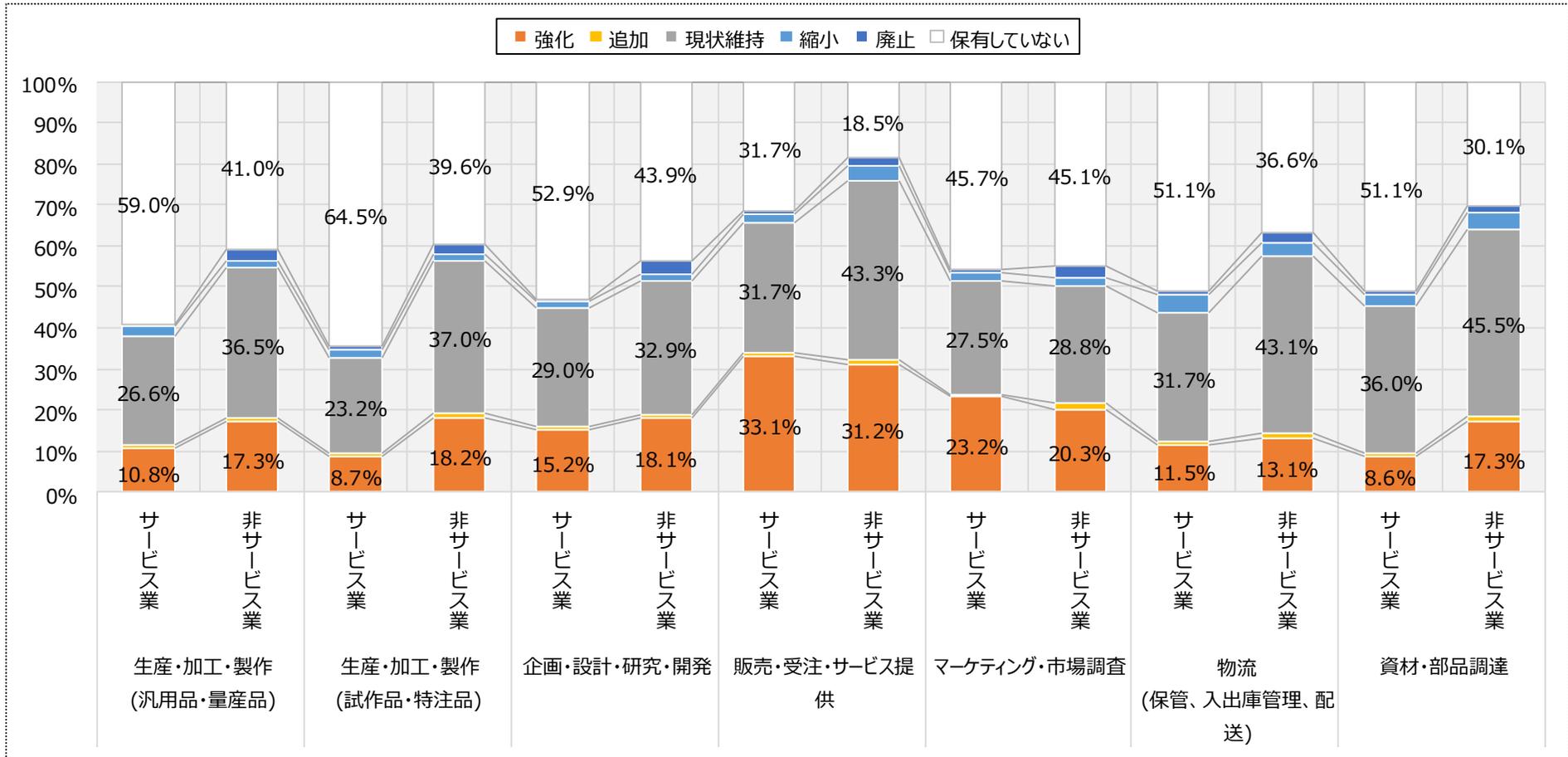
#### (1)事業者が保有する機能に関する方針



#### <コメント>

- 「販売・受注・サービス提供」の機能について、「強化」の割合が3割強と最も大きく、「現状維持」も4割近くに上ることから、多くの事業者にとって中核的な機能であることが分かる。「保有していない」の割合が最も低いことから、サービス業を中心とする本市の産業構造を反映している。
- 「マーケティング・市場調査」の機能も「強化」が2割を上回っており、「販売・受注・サービス提供」に次いで強化の志向性が高い。保有している事業者においては、市場環境の変化に応じた、戦略的なマーケティングの重要性が増しているものと思われる。
- 「生産・加工・製作」の機能については、汎用品・量産品/試作品・特注品といった異なる品目でも、ほぼ同割合を示している。縮小・廃止の意向を示した事業者は少ないことから、市内における製造業の基盤は当面堅持されるものと考えられる。
- いずれの機能も「追加」こそ少ないものの、「縮小」「廃止」の割合は5%未満にとどまり、縮小よりも維持・強化寄りの方向性を示している。上記の傾向から、今後もいっそうサービス産業化の流れが進むものと思われる。

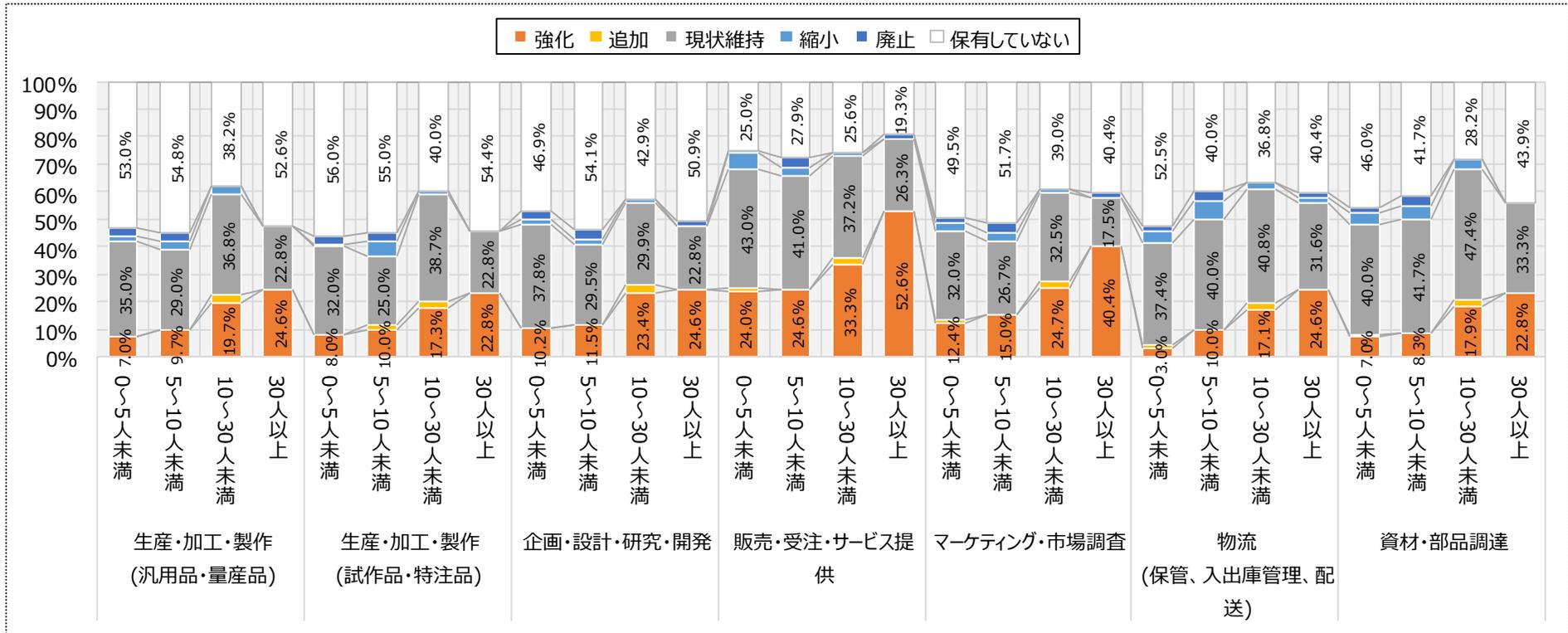
■業種別



<コメント>

- 製造機能に関しては、当然ながら業種間の保有状況に差異があり、「生産・加工・製作 (汎用品・量産品)」において、サービス業の約 6 割が「保有していない」としており、非サービス業の約 4 割とは開きがある。「生産・加工・製作 (試作品・特注品)」も同様の差異があり、業種特性による機能分化が表れている。
- 事業拡張の領域においても明確な方向性の違いが現れている。「販売・受注・サービス提供」の強化の意向では、サービス業・非サービス業とも 3 割強と最も高い水準を示しているが、保有していない割合はサービス業の 3 割強に対し、非サービス業の 2 割弱とやや差があり、サービス業では顧客接点機能の内製化の余地が大きい。
- サプライチェーン関連の機能では、「資材・部品調達」において、非サービス業の強化の意向がサービス業を上回っており、製造業等における調達機能の重要性が表れている。また、「物流(保管、入出庫管理、配送)」でも非サービス業の方が保有率が高い。

■ 規模別

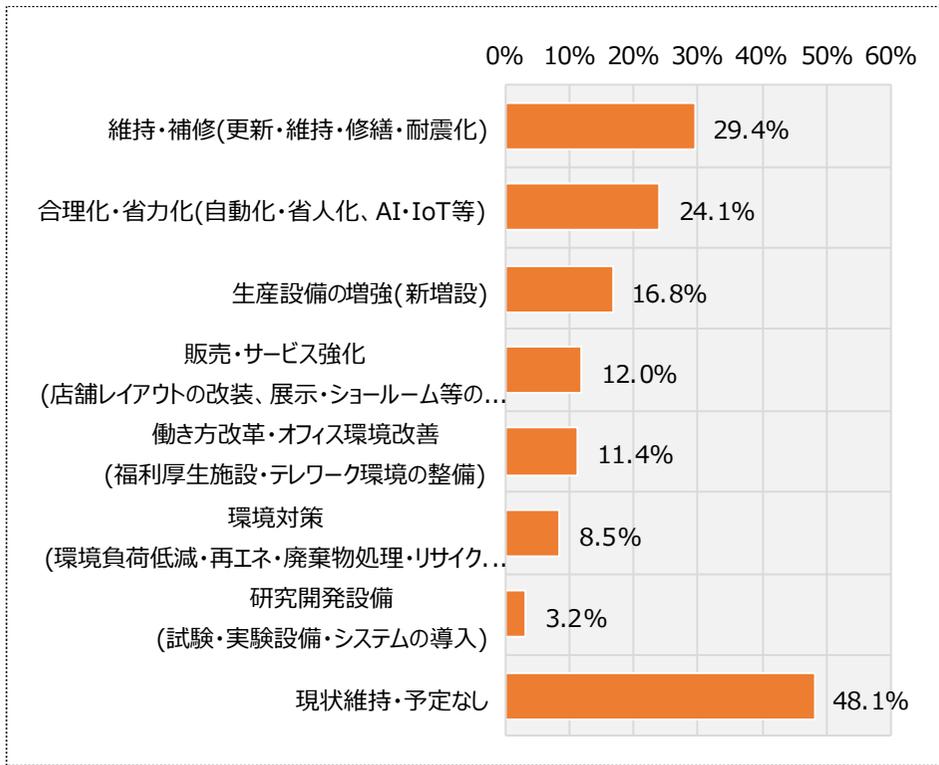


<コメント>

- 「販売・受注・サービス提供」機能の強化の意向は、企業規模に完全に比例して増加しており、顧客との接点機能が最重要と認識されている。特に30人以上では、過半数が強化を志向しており、市場競争力の確保における営業・販売機能の戦略的重要性が最大化している。
- 「生産・加工・製作（汎用品・量産品）」の強化の意向は10~30人未満で19.7%、30人以上で24.6%と中規模以上で高まっている。
- 「マーケティング・市場調査」機能では、規模による戦略格差が最も顕著に現れており、強化の意向が0~5人未満の1割強から30人以上の4割まで拡大する。規模の拡大に伴い、競合環境の複雑化や顧客ニーズの多様化に対応するため、戦略的なマーケティング手法の導入が不可欠となっている状況がうかがえる。

## (2) 今後の設備投資に関する計画・意向

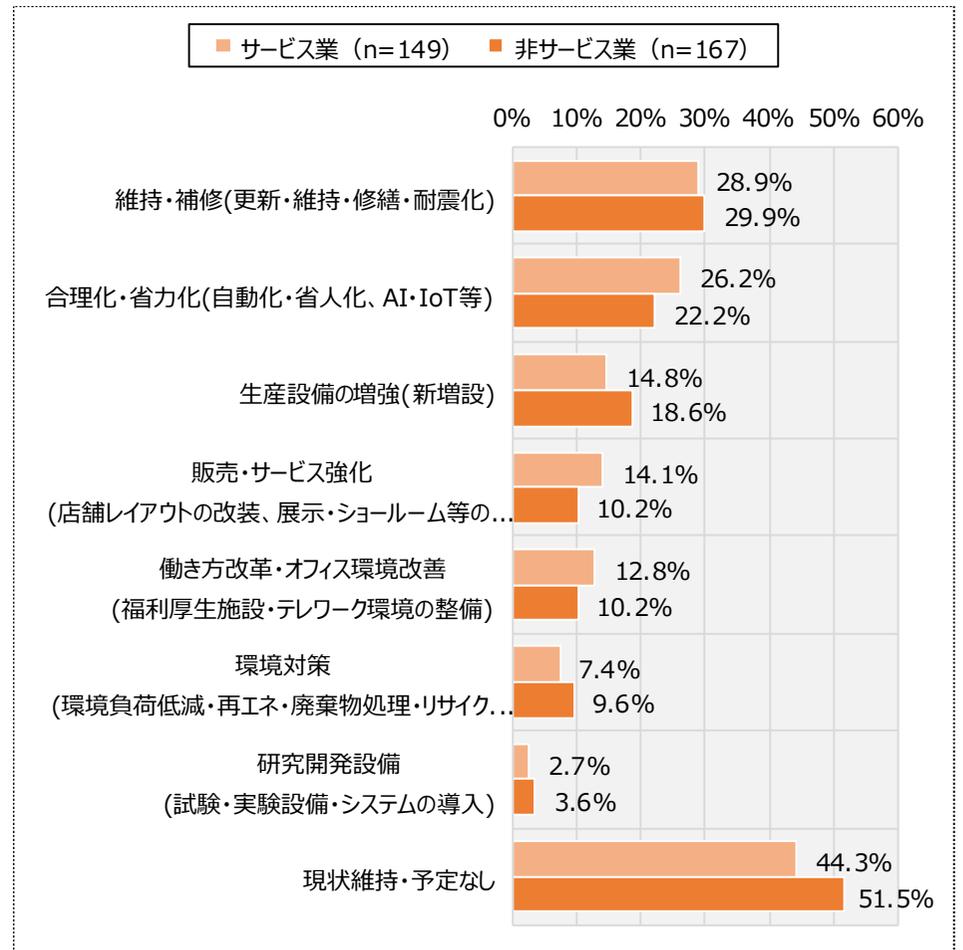
### ① 機械・設備等



#### <コメント>

- 「現状維持・予定なし」が回答率約 46%と最も高く、積極的な設備投資を計画していない事業者が大半を占める。背景には、経済の先行き不透明感や収益性に対する不安、資金調達の難しさなどが影響しているものと思われる。
- 投資計画を有する事業者では「維持・補修」が3割弱と最も高く、事業基盤の安定性・継続性を重視する慎重な姿勢が表れている。一方、「合理化・省力化」も2割強と高く、人材不足が深刻化する中で、デジタル技術等の導入による生産性向上・業務効率化の流れが波及していると思われる。
- 「生産設備の増強」や「販売・サービス強化」といった事業拡大や売上増を目的とした、攻めの投資は、維持・効率化に比べて低い水準にとどまる。事業拡大よりも効率性や安定性を優先する傾向が見られる。

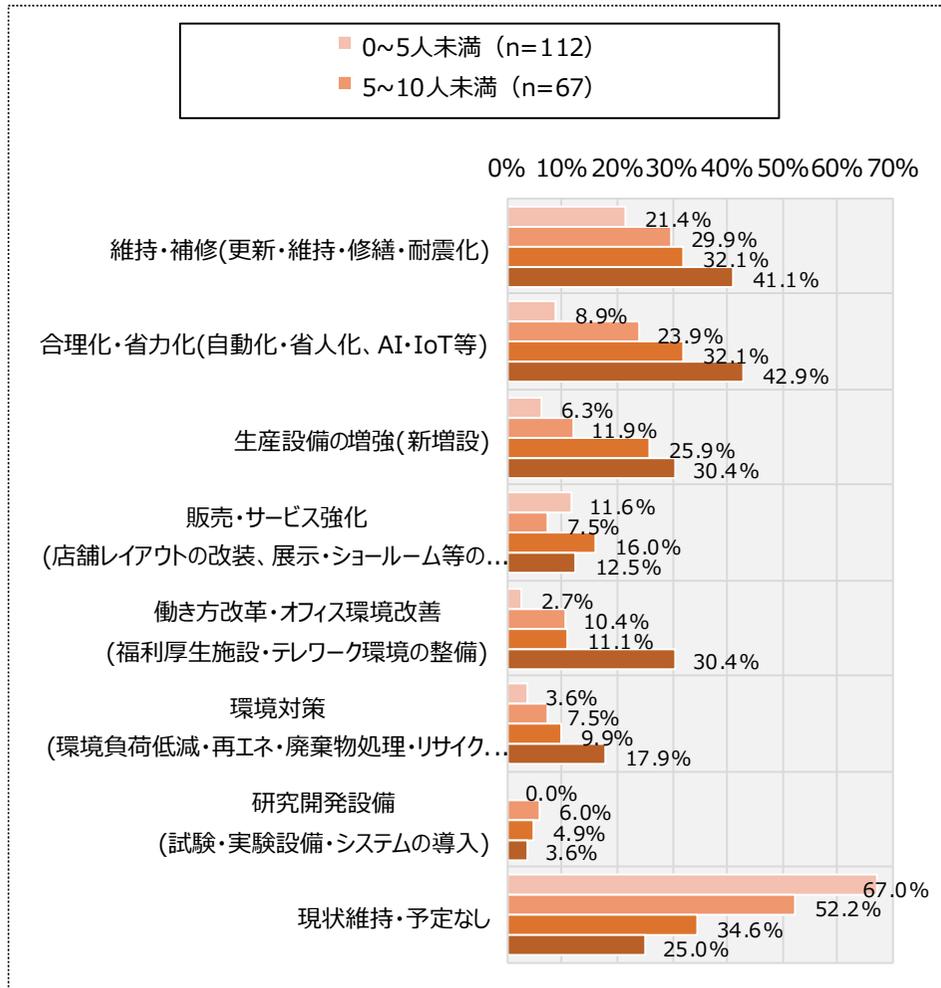
### ■ 業種別



#### <コメント>

- 「現状維持・予定なし」で、非サービス業がサービス業をやや上回っており、より慎重な投資姿勢を示している。ただし、両業種とも4~5割が設備投資を予定しておらず、業種横断的に、維持・効率化投資を重視する慎重な投資姿勢がうかがえる。
- 「維持・補修(更新・維持・修繕・耐震化)」は両業種とも約3割と最も高く、「合理化・省力化(自動化・省人化、AI・IoT等)」も20%台で大きな差はなく、両業種とも人手不足対応としての技術投資への関心が高まっている。

## ■規模別

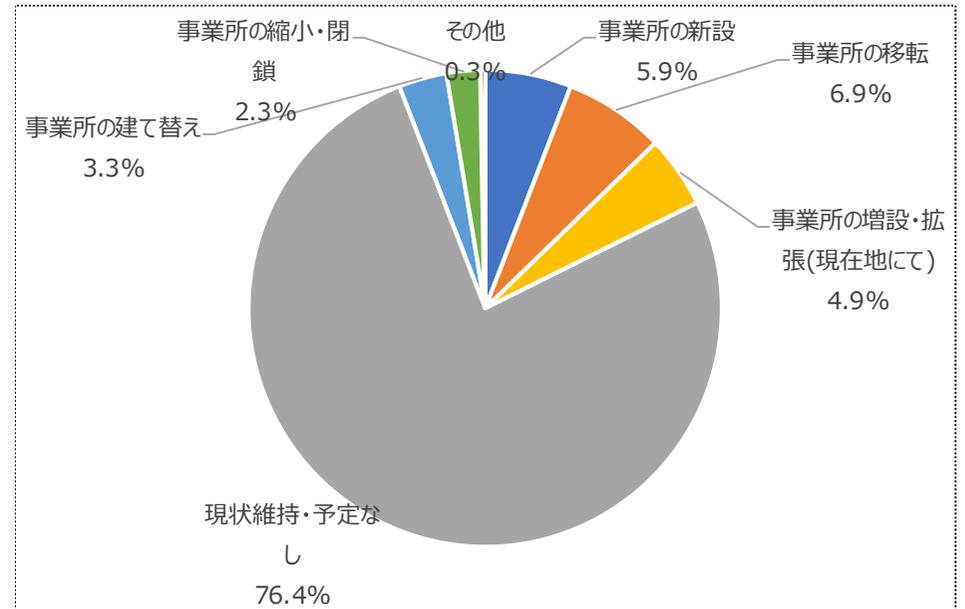


### <コメント>

「現状維持・予定なし」の割合が企業規模に反比例して劇的に減少しており、小規模事業者の投資余力の制約が深刻な課題として浮き彫りになっている。また、「合理化・省力化(自動化・省人化、AI・IoT等)」に格差が最も極端に表れており、人手不足に直面しながら、技術投資には踏み切れない小規模事業者の実態が確認できる。

「働き方改革・オフィス環境改善」も大幅な格差があり、大規模事業者では人材確保・定着のための職場環境投資を重視する傾向が見られる。

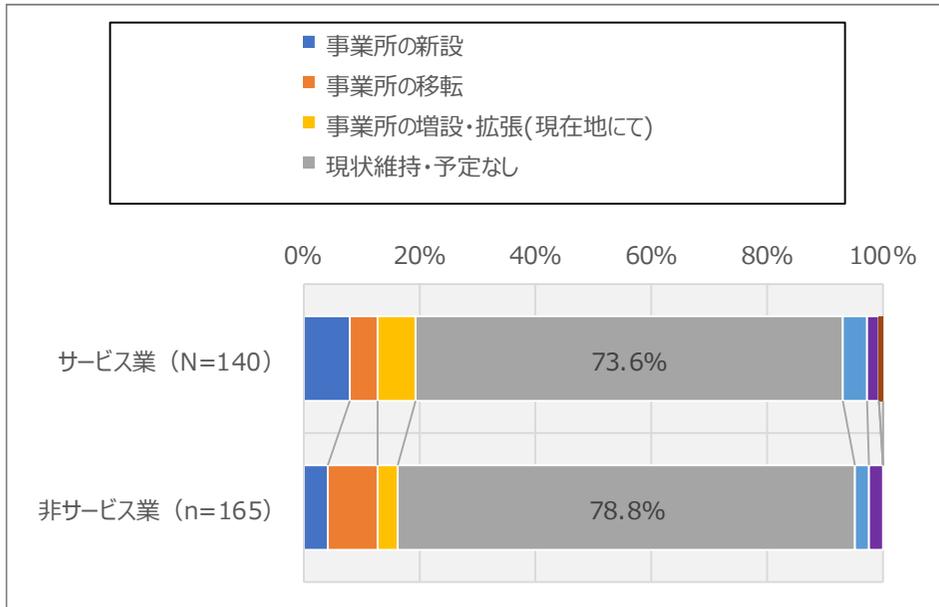
## ②施設立地



### <コメント>

- 「現状維持・予定なし」と回答した事業者が8割弱と圧倒的に多い。前項の「現状維持・予定なし」と同様の背景から、積極的な設備投資は難しいか、あるいは、現在の立地環境に大きな不満を抱えていないものと思われる。
- 「事業所の新設」「事業所の移転」「事業所の増設・拡張」を合わせると、2割弱が何らかの積極的な立地計画を持っており、事業拡大に意欲的な企業も一定数存在する。一方で、この中では「事業所の移転」が最も多く、先ほどの立地環境上の課題が影響していると見られる。なお、後述するが、移転先については「廿日市市内」としている事業者が大半を占める。
- 「事業所の縮小・閉鎖」を検討している企業も一部見られるが、「現状維持」が多数を占めることから、本市の産業基盤の急激な変化は見込まれない。

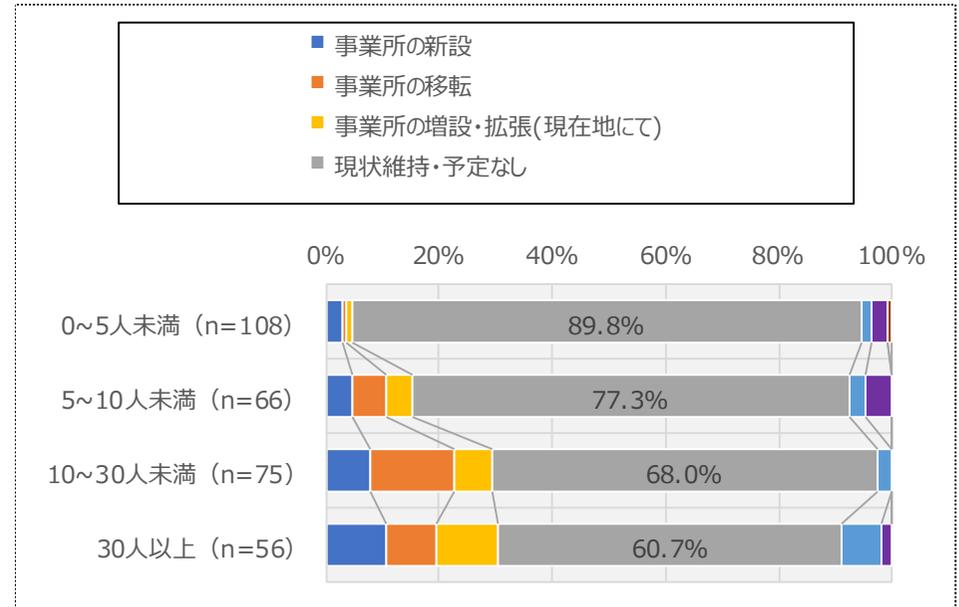
## ■業種別



### <コメント>

- 両業種とも「現状維持・予定なし」が8割弱を占めており、機械・設備投資以上に消極的な傾向が顕著である。初期投資の大きさへの懸念があると推察される。
- 業種間の差異が見られるのは「事業所の新設」と「事業所の移転」である。「事業所の新設」ではサービス業が非サービス業を上回っており、市場拡大や顧客接点強化への意欲や「販売・受注・サービス提供」機能への強化志向と整合している。
- 一方で「事業所の移転」については非サービス業 8.5%がサービス業 5.0%を上回っている。これは前述の立地環境課題分析で確認された非サービス業における周辺の宅地化や法規制への対応等の立地制約が、移転検討の背景にある可能性を示唆している。
- その他の項目については業種間の差異は軽微であり、全体として立地戦略においても現状維持を基調とした慎重なアプローチが両業種で共通している実態が明らかである。

## ■規模別



### <コメント>

- 「現状維持・予定なし」の割合は企業規模に反比例して減少している。機械・設備投資以上に顕著な格差であり、成長投資への余力と意欲の差が鮮明に表れている。同様に、「事業所の新設」でも0~5人未満の約3%から30人以上の約11%、「事業所の増設・拡張」でも約1%から11%と格差が見られる。
- 「事業所の移転」において10~30人未満が約15%と最も大きい点特徴的である。中規模事業者が成長に伴い、手狭感や立地条件の見直しの必要性に直面している可能性を示唆している。

### (3) 施設立地に係る計画の具体的内容

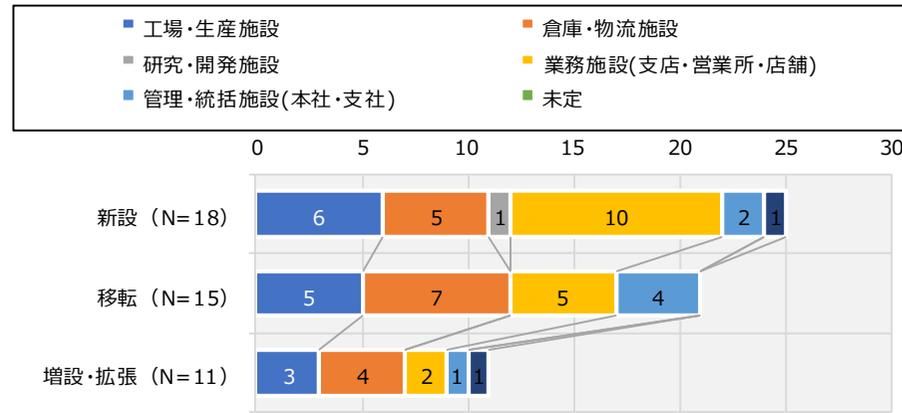
<「移転」とした事業者の移転先>

広島市、山口県柳井市 各1件  
\*その他は移転先無回答

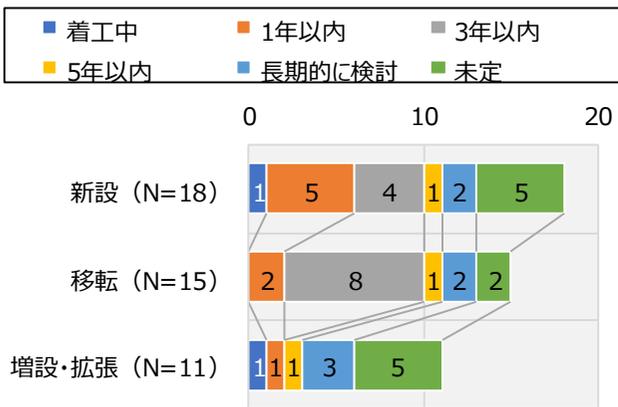
#### ① 新設・移転及び拡張先の地域



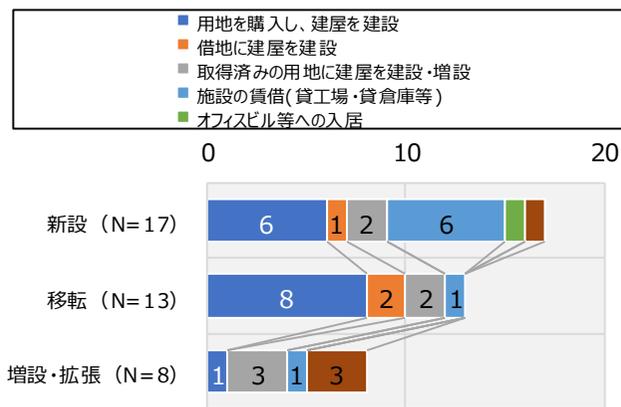
#### ② 対象施設(廿日市市内のみ)



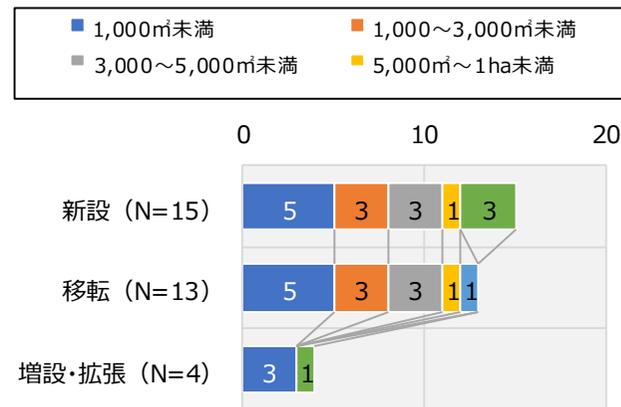
#### ③ 着工予定時期(廿日市市内のみ)



#### ④ 用地・施設等の取得形態(廿日市市内のみ)



#### ⑤ 用地の規模(用地取得を伴う場合・廿日市市内のみ)

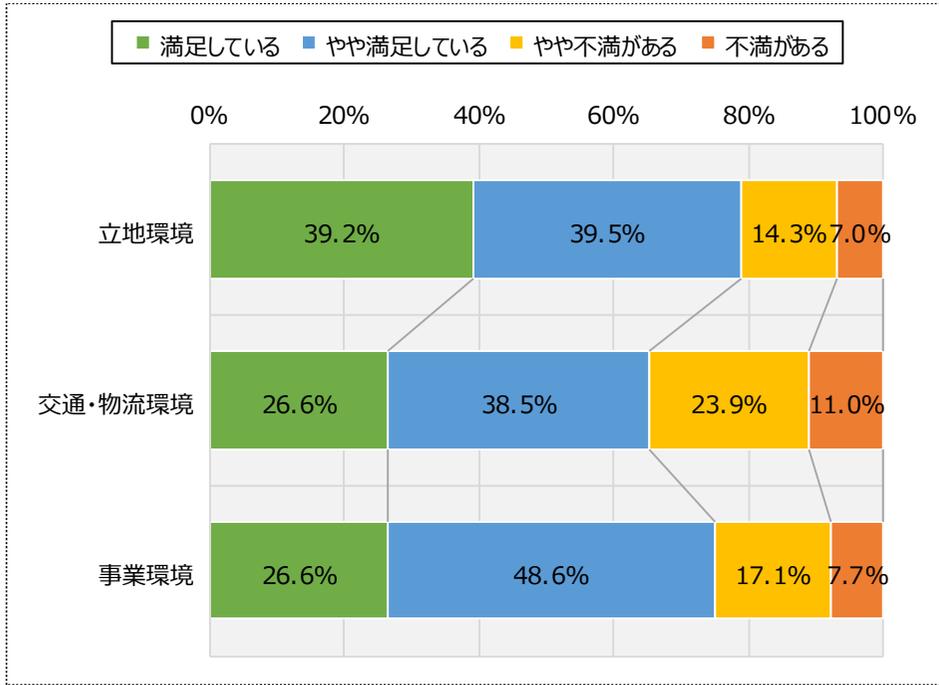


#### <コメント>

- 前項で「事業所の新設」「事業所の移転」「事業所の増設・拡張」を選択した事業者に対し、施設立地計画の詳細について回答を得た。母数が少ないため、実数で表記した。また、②以降の設問は、①で「廿日市市内」を選択した事業者の回答のみで集計している。
- 対象施設に関しては、新設こそ「業務施設」が最も多いものの、移転や増設・拡張では「倉庫・物流施設」が多く、既存の倉庫・保管設備に手狭感があるものと推察される。
- 着工予定時期について、新設及び移転では「着工中」「1年以内」「3年以内」で半数以上を占めるが、「未定」も一定数あり、慎重にタイミングを見極めていくと思われる。
- 用地・施設等の取得形態については、新設及び移転では「用地を購入し、建屋を建設」を想定している事業者が多く、計画を具体化する段階で新たに取得するものと思われる。
- 用地の規模については、1,000～5,000㎡未満の中小規模が大半を占めるが、わずかに5,000㎡や1haを超える規模も見られる。

## 4. 廿日市市の事業環境に対する評価

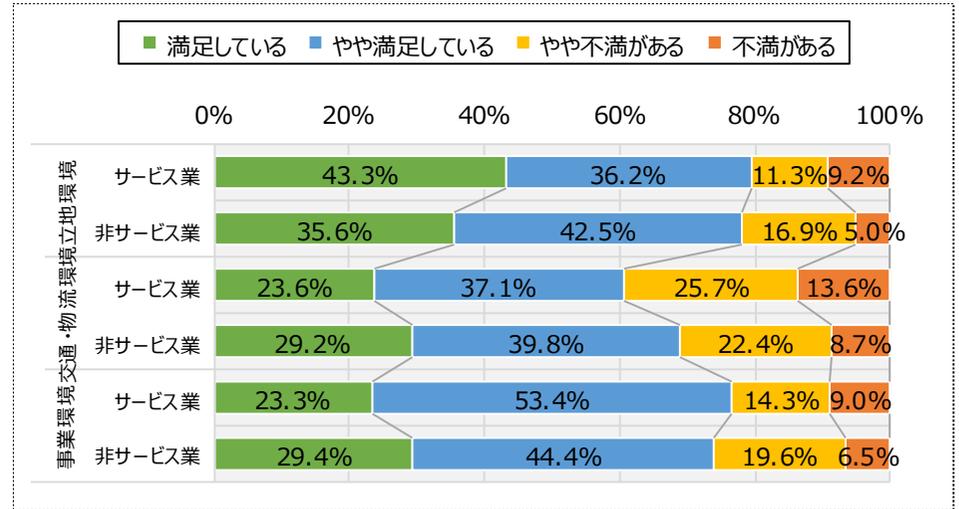
### ① 総合評価



#### <コメント>

- 全体的には、各環境に対する満足度(「満足している」と「やや満足している」の合計)は高い水準にある。とりわけ立地環境の満足度は最も高く、「満足している」が4割が占めており、深刻な不満を抱える事業者はごく限定的である。
- 交通・物流環境についても、6割強が肯定的に評価している一方、不満寄りの回答は3区分の中で最も高く、改善の余地が見られる。
- 事業環境については、「満足している」の割合こそ立地環境を下回ったが、8割近い事業者が肯定的な評価をしている。
- 上記の結果から、現状の立地環境の強みを維持しつつ、交通・物流環境の改善に重点的に取り組むことで、事業環境の魅力向上に繋げていくことが大きな方向性と考えられる。

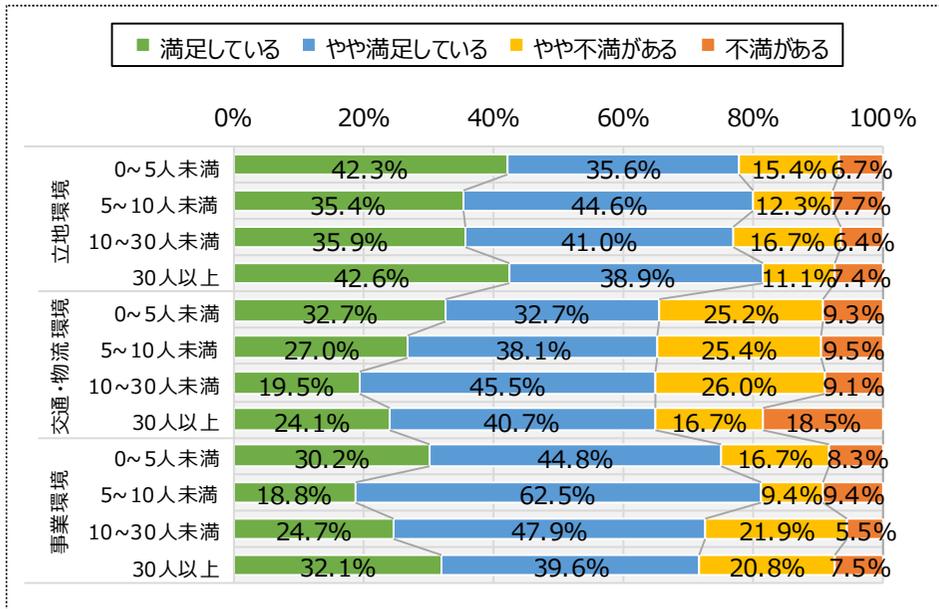
### ■ 業種別



#### <コメント>

- 両業種ともに廿日市市の事業環境に対し肯定的な評価を示しており、地域における事業継続への基盤的条件は整っていると認識されている。前述の様々な経営課題や不安要素が存在する中でも、廿日市市の立地先としての魅力が両業種に認識されている。
- 交通・物流環境の評価で、サービス業の満足度が非サービス業を下回っており、「不満がある」もサービス業で一定数見られる。配送・物流機能への依存度が高いサービス業においては、交通・物流環境への要求水準がより厳しいものと推察される。
- 立地環境については「満足している」でサービス業が非サービス業を上回っている。地域密着性や観光客を含めた顧客アクセス等の観点から、廿日市市の立地特性をより高く評価していることを示唆している。

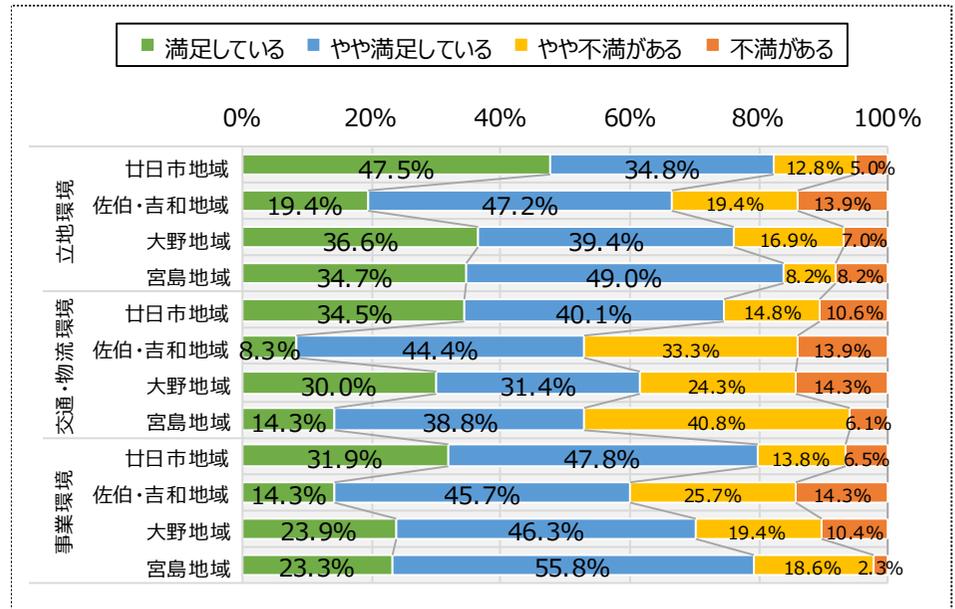
## ■規模別



### <コメント>

- 全体として、企業規模を問わず7割以上の満足度が維持されており、廿日市市の事業環境が幅広い企業層から支持されている。
- 立地環境については、全規模で約8割の満足度を維持しており、規模による評価の違いは見られない。小規模事業者では地域密着性の利点を、大規模事業者では事業展開における立地優位性をそれぞれ評価しているものと考えられる。
- 交通・物流環境では、30人以上において「不満がある」の割合が約19%と他の規模のほぼ倍となっている。大規模事業者特有の物流ニーズや交通アクセスへの要求水準が現状の環境では十分に満たされていない可能性がある。
- 事業環境については、5~10人未満で「やや満足している」が62.5%と突出しており、「やや不満がある」が9.4%と最も小さい。規模帯では各種分析においても、相対的に課題認識が軽微であり、初期の成長段階を脱却した中小企業にとって、本市の事業環境が最も適合している可能性がある。

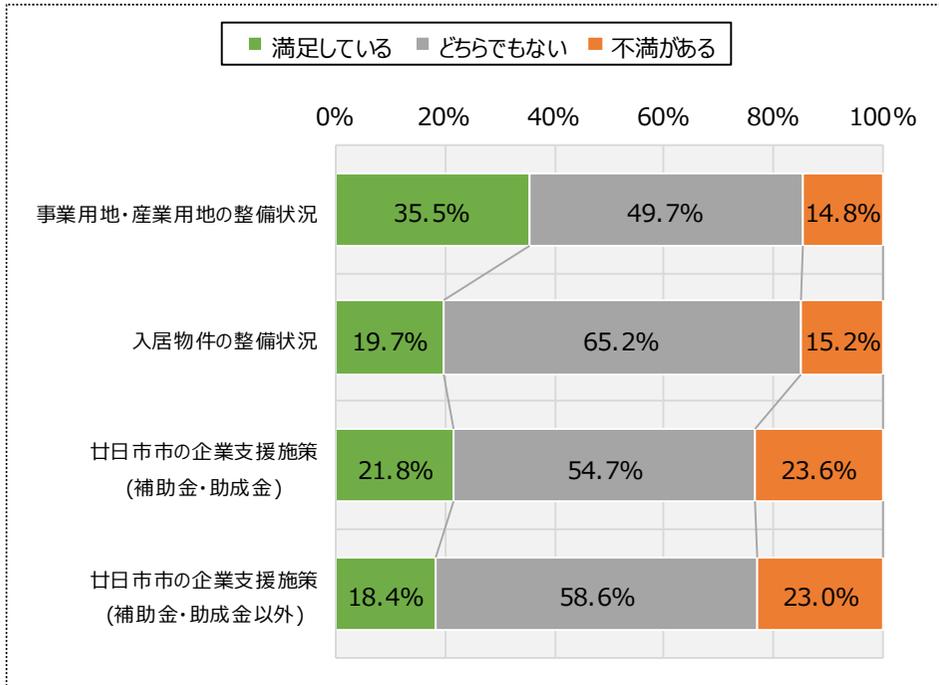
## ■地域別(参考)



### <コメント>

- 廿日市地域では全項目において最も高い評価を示しており、いずれも7~8割の満足度を維持している。都市機能の集積と交通アクセスの良好さが、幅広い業種の事業展開に適合しているものと考えられる。特に立地環境では「満足している」が47.5%と他地域を大幅に上回っており、優位性が明確に表れている。
- 一方、佐伯・吉和地域は母数が少なく、参考値扱いとなるが、全項目で最も厳しい評価となっており、特に交通・物流環境では不満度が5割近くに達している。山間部の地理的制約により、物流効率性や顧客・従業員のアクセシビリティに構造的な課題を抱えているものと思われる。
- 宮島地域は、立地環境こそ満足度8割強と最高水準にあるが、交通・物流環境では不満度が5割近くと佐伯・吉和地域に次ぐ低評価となっている。離島という特殊な環境による立地・事業上のプラスはあるものの、日常的な物流・交通アクセスには制約をもたらしている二面性を反映している。
- 大野地域は各項目とも中程度の評価に留まり、立地環境と事業環境への不満度は佐伯・吉和地域に次ぐ水準となっている。

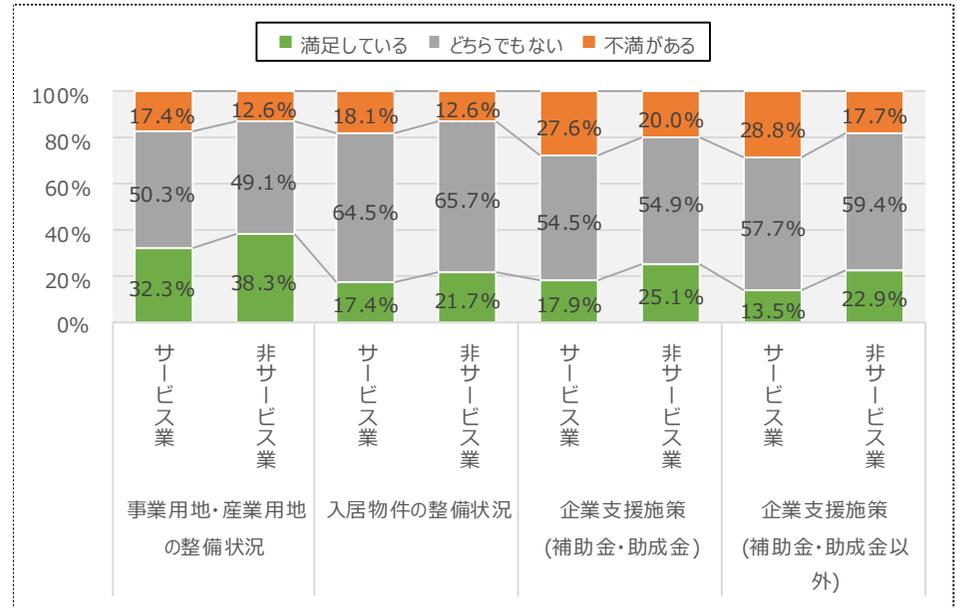
## ②個別評価(立地環境)



### <コメント>

- 全項目を通じて、「どちらでもない」の回答が5～6割を占めており、多くの事業者が立地環境の個別要素について明確な評価を持っていない。
- 事業用地・産業用地の整備状況について、4割近い事業者が「満足している」としており、不満度の低さも含めて、比較的良好な評価を得ている。ただし、約半数が「どちらでもない」としており、際立った満足度を得られてはいない。
- 入居物件の整備状況については、「どちらでもない」が6割強と最も大きく、満足・不満のいずれも少ない。市内移転を検討しない限り、入居物件に関心を持つことはなく、その点が「どちらでもない」の大きさに反映されていると見られる。
- 市の企業支援施策に関する2項目は、いずれも不満度が満足度を上回っており、改善の余地が大きい。不満の背景としては、補助額の不足、申請手続の煩雑さ、適用範囲の限定性、支援ニーズとの不一致など、様々な要素が考えられるが、後述する支援施策に対する認知度の低さも大きく影響しているものと推察される。

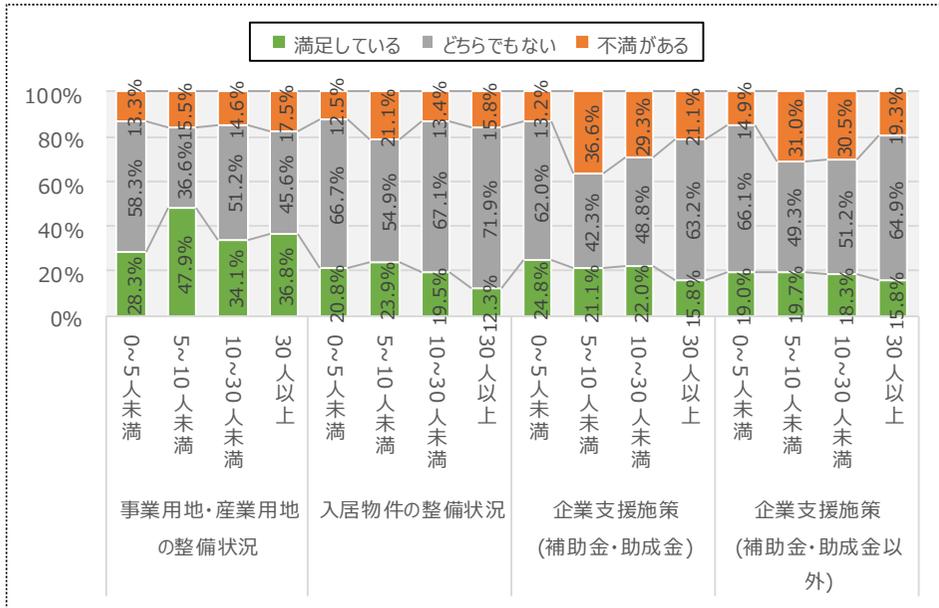
## ■業種別



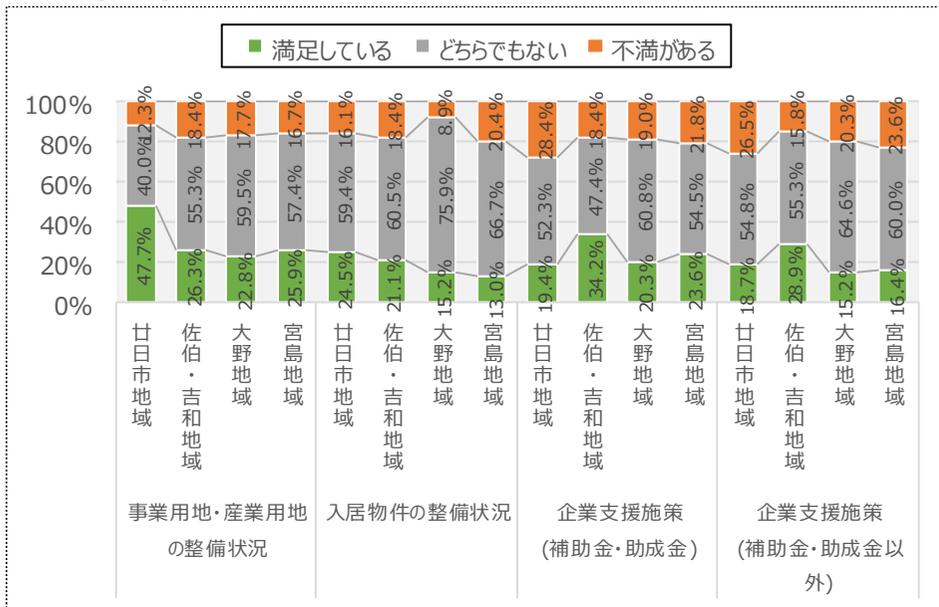
### <コメント>

- 「企業支援施策(補助金・助成金)」では、非サービス業がサービス業を上回る満足度を示しており、「企業支援施策(補助金・助成金以外)」でも同様の傾向がうかがえる。サービス業は不満度も相対的に高く、サービス業特有のニーズに対応した支援施策が不足している可能性を示唆している。
- 「事業用地・産業用地の整備状況」でも、非サービス業がサービス業をやや上回っており、製造業や建設業における産業用地への具体的ニーズと評価基準の明確さが反映されている。「入居物件の整備状況」についても同様の傾向が見られ、非サービス業の方が物理的な事業基盤に対する評価が前向きな傾向が確認できる。

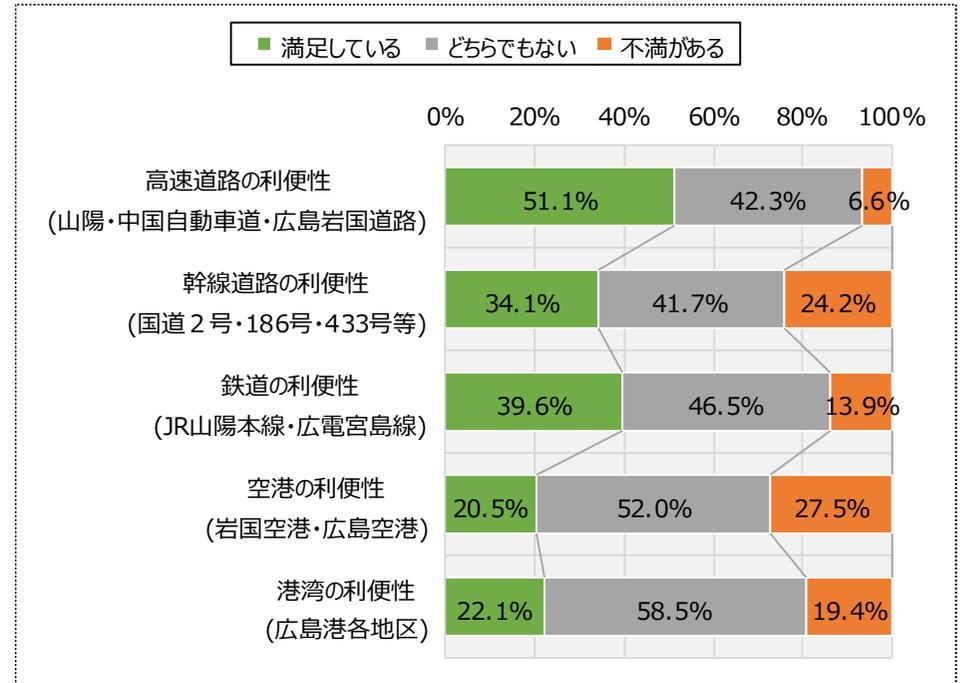
## ■ 規模別



## ■ 地域別(参考)



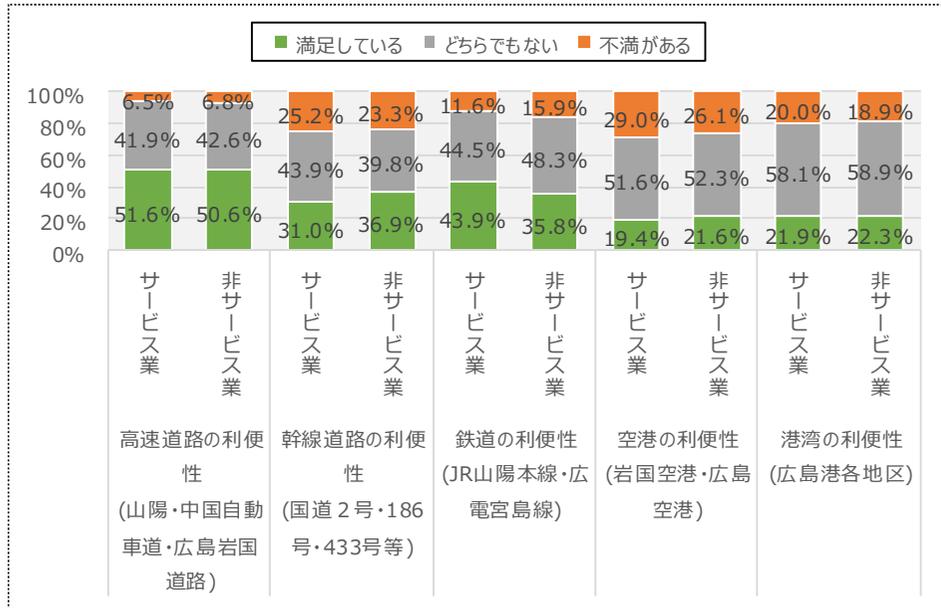
## ③交通・物流環境



### <コメント>

- 高速道路の利便性について、半数以上の事業者が「満足している」と回答しており、「不満がある」の少なさも含めて、非常に高い評価を得ている。広域物流や人の移動等における市の立地優位性を示す、特徴的な傾向と言える。
- 幹線道路の利便性については、満足が3割強に上るが、不満も2割強と評価は分かれる。所在地域ごとの高速道路ICへのアクセス性や渋滞の発生状況が評価の差に表れたものと見られる。また、鉄道の利便性については、「満足している」が4割近くと、一定の評価を得ている。
- 一方、空港の利便性は、満足が2割にとどまり、不満の方が上回った。広島・岩国の両空港を利用できる利点がありながら、アクセス性に不満を感じている事業者が多い。また、港湾の利便性も、不満こそ空港よりも小さいものの、満足とほぼ拮抗している。ただ、空港・港湾は事業内容によって利用実態が異なり、利用機会の少ない事業者の回答が「どちらでもない」の多さに繋がったものと見られる。

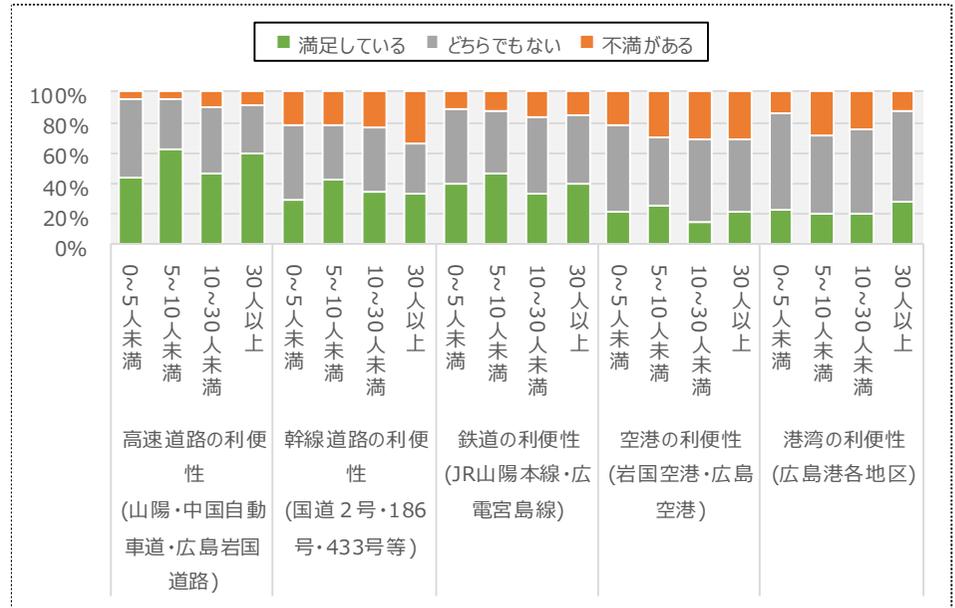
## ■業種別



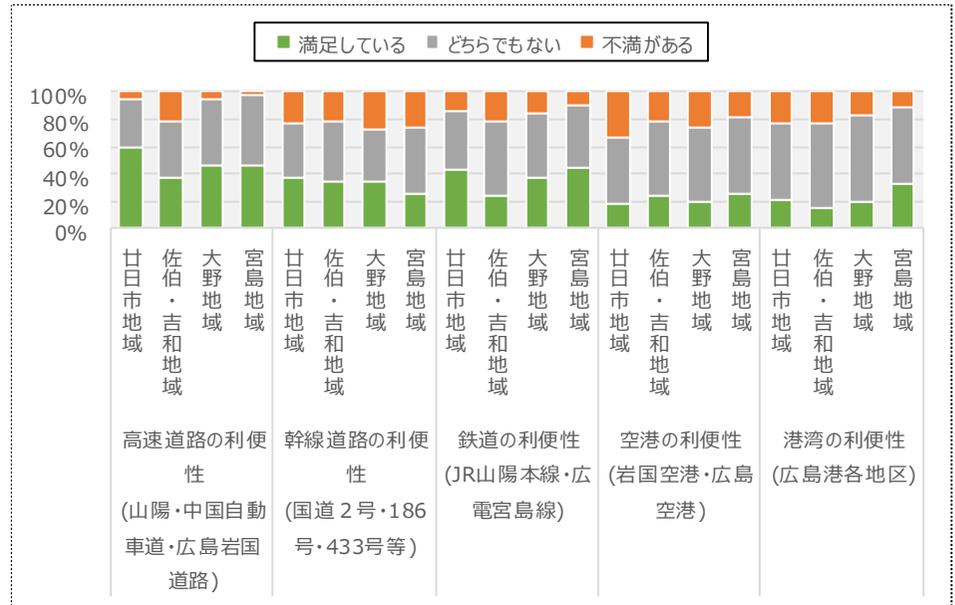
### <コメント>

- 「高速道路の利便性」であり、両業種ともに約5割の満足度となっており、不満度も6～7%と低く、広域物流や営業活動における基盤的な交通インフラとして高く評価されている。
- 業種間で相対的な差異が見られるのは「鉄道の利便性」で、サービス業が非サービス業を上回っている。顧客のアクセスや従業員の通勤における公共交通機関の重要性への認識が表れている。
- 一方、「空港の利便性」と「港湾の利便性」については、両業種ともに2割程度の低い満足度に留まり、特に空港については不満度が3割近くに達するなど、共通の傾向を示している。

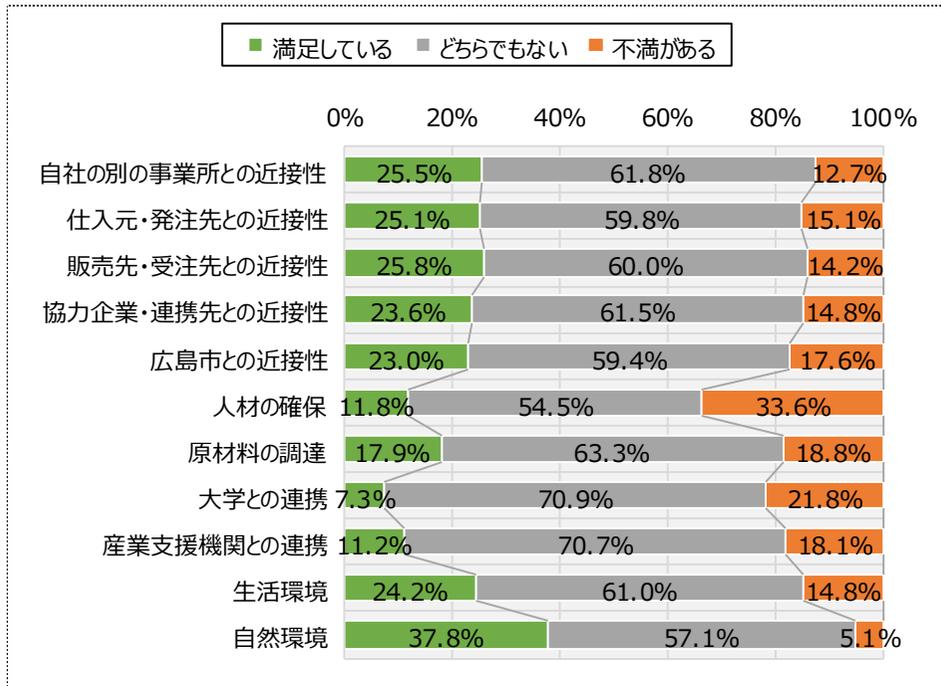
## ■規模別



## ■地域別(参考)



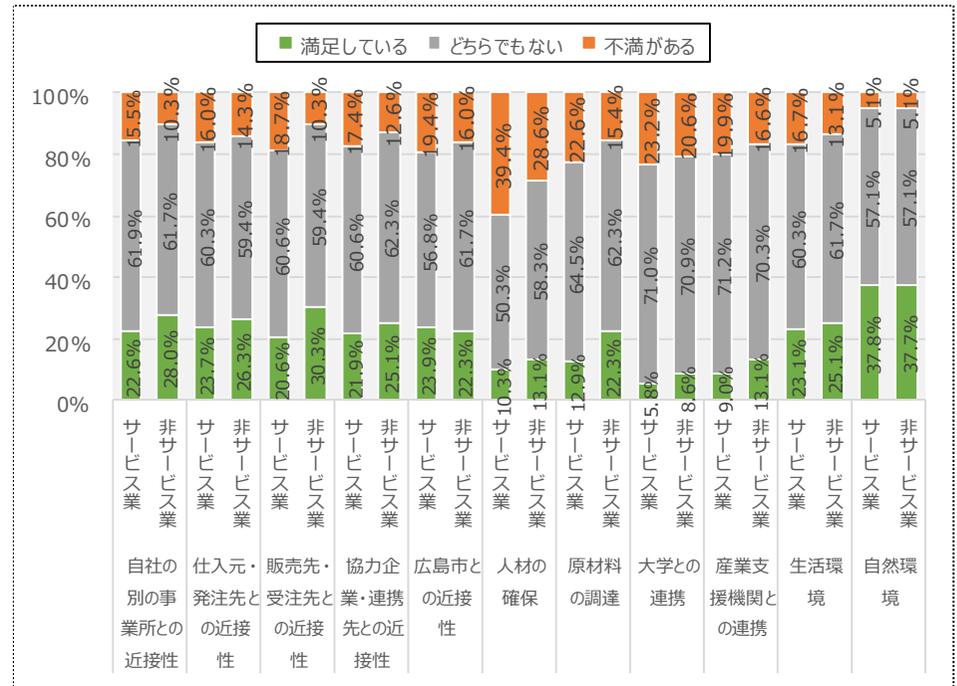
#### ④事業環境



#### <コメント>

- 立地や近接性に関する5項目(自社の別の事業所、仕入元・発注先、販売先・受注先、協力企業・連携先、広島市との近接性)はいずれも満足が25%前後となり、不満を上回った。
- 「人材の確保」は満足が1割強、不満が3割強と最も不満寄りの評価となっており、人材不足が最も深刻な課題であることを示している。また、「どちらでもない」の割合が最も低いことから、事業者の関心度の高さもうかがえる。
- 「大学との連携」と「産業支援機関との連携」はいずれも満足度が低い。ただ、両項目とも「どちらでもない」が7割超を占めており、事業者の多くが連携によるイノベーションや技術開発の可能性を十分理解していない可能性もある。
- 「自然環境」が最も満足が高く、不満が低い。従業員の生活の質や企業イメージの向上にも繋がる要素であり、環境関連産業の誘致や自然環境を活かした事業展開の可能性も示唆している。

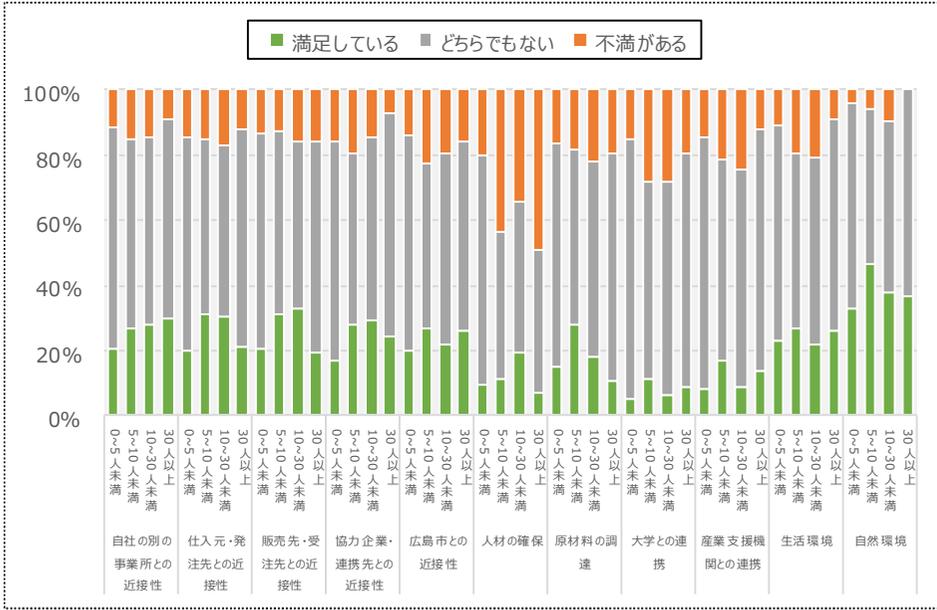
#### ■業種別



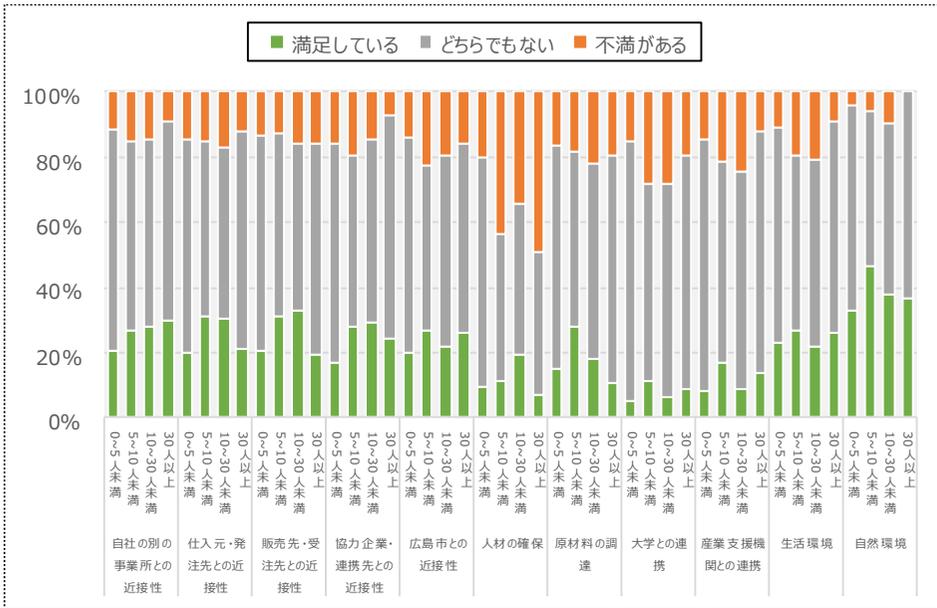
#### <コメント>

- 「人材の確保」に対する不満度はサービス業で約4割、非サービス業が約3割と高く、前述の人材不足に関する分析で確認された課題がここにも表れている。
- 業種間の差異が目立つのは「販売先・受注先との近接性」で、非サービス業がサービス業を上回る満足度を示している。サービス業は競争激化により顧客獲得が困難になっている状況もうかがえる。

■ 規模別



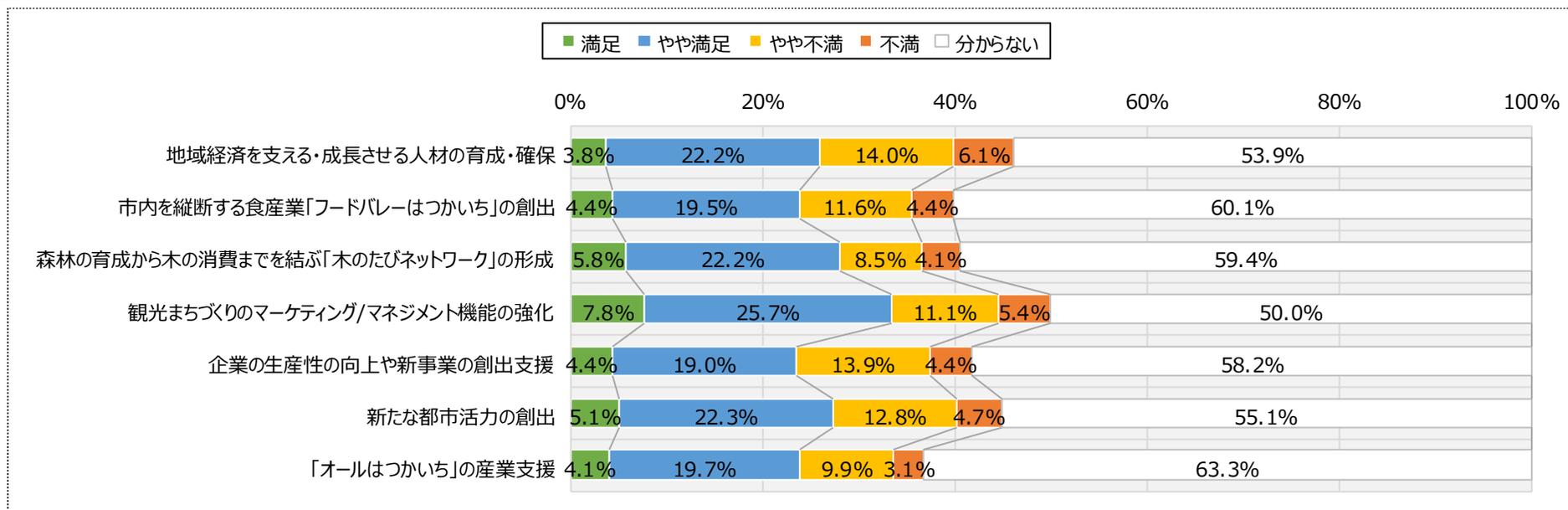
■ 地域別(参考)



## 5. 廿日市市の産業/企業支援施策に関する要望

### (1) 現行の「廿日市市産業振興ビジョン(後期期間)」の7つの戦略に関する満足度・重要度

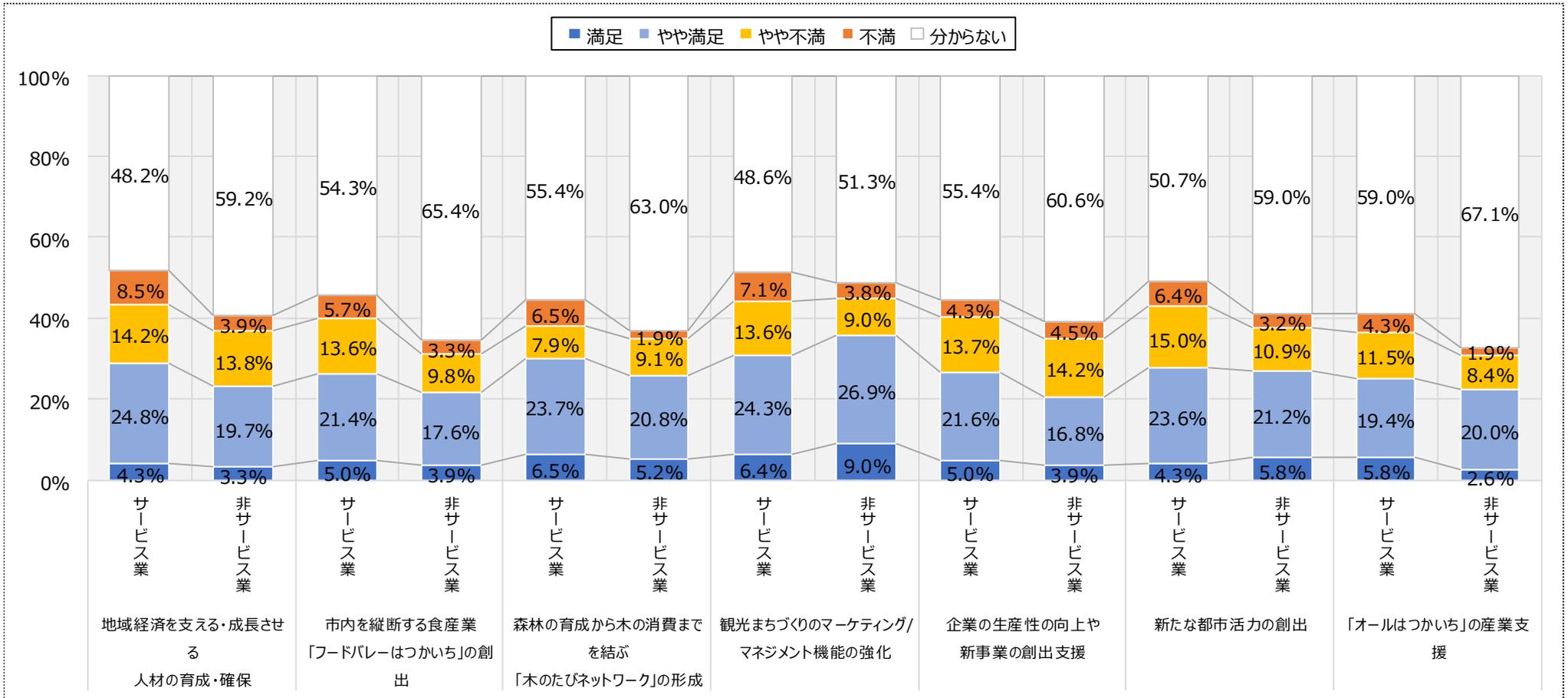
#### ① 満足度



#### <コメント>

- 全ての戦略において「分からない」が最も多く、50～60%前後と過半を占める。予想された結果ではあるが、戦略の認知度・浸透度の点で大きな課題がある。
- 満足度(「満足している」と「やや満足している」の合計)は、全ての戦略が3割未満にとどまる。また、不満度(「やや不満がある」と「不満がある」の合計)も全て2割未満と、戦略ごとの明確な違いは見られない。相対的に「観光まちづくりのマーケティング/マネジメント機能の強化」がやや高い評価を得ており、観光産業の担い手であるサービス業の関心の高さが反映されたものと推察される。
- 「地域経済を支える人材の育成・確保」についても、5割超の事業者が「分からない」と回答しており、不満度が他の戦略と比べてやや高い。これまで見てきた通り、人材育成・確保は多くの事業者にとって喫緊の課題だが、事業者の大半に戦略の内容や具体的施策が十分に伝わっておらず、あるいは認識していても、現行の施策が効果を上げていないと感じられている。同様に、「企業の生産性の向上や新事業の創出支援」も、生産性向上という多くの事業者に関係する内容でありながら、「分からない」が約6割を占めており、不満度も比較的高い。デジタル技術の導入やEC市場の活用など、具体的施策の認知度や利用状況にも課題があるものと考えられる。
- 「フードバレー(はつかいち)」や「木のたびネットワーク」に関する戦略は、食関連・木材関連産業を軸とし、当該業種以外の事業者には直接的な関係性が感じられないことから、「分からない」の多さに繋がったものと推察される。また、「オールはつかいちの産業支援」も「分からない」が多く、DMOやDMC、地域商社といった専門的な概念が理解されていない可能性が高い。取組がもたらす横断的な波及効果や連携可能性を明確に示すことが重要と思われる。

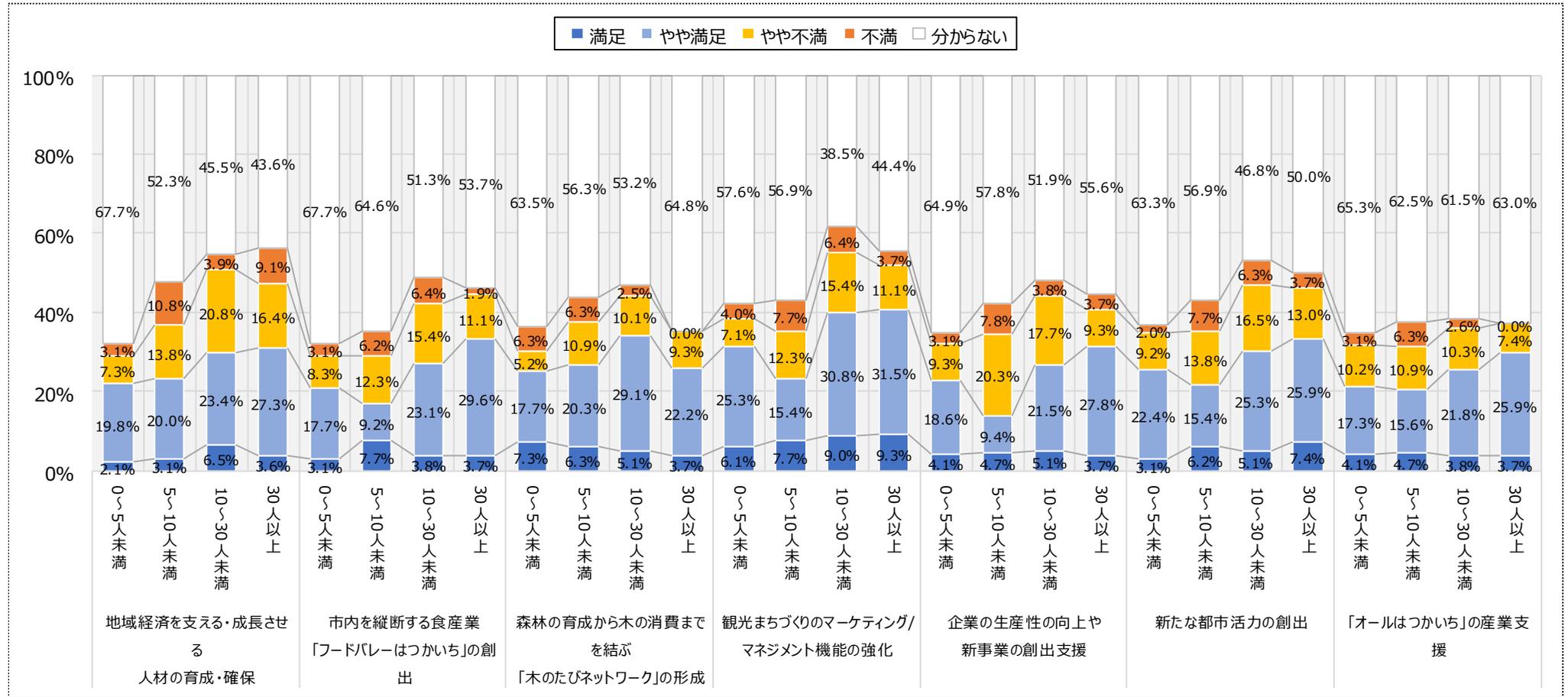
## ■業種別



## <コメント>

- 全ての戦略において、非サービス業の方がサービス業よりも「分からない」の割合で上回っており、製造業や建設業等の非サービス業において、行政の産業振興政策への接触機会や情報収集チャネルが相対的に限定されていることを示唆している。
- 「観光まちづくりのマーケティング/マネジメント機能の強化」において、観光振興が直接的に影響しやすいサービス業の方が、非サービス業の満足度を下回っている点が特徴的である。不満度も一定数見られ、観光サービス業間の競争激化や期待した効果を十分に享受できていない不満が反映された可能性がある。
- 「地域経済を支える・成長させる人材の育成・確保」では、サービス業の満足度が非サービス業 23.0%をやや上回っているが、不満度も高く、前述の人材不足分析で確認されたサービス業の切迫した人材不足の状況が表れている。
- 「フードバレーはつかいち」や「木のたびネットワーク」については、業種間の満足度に大きな差異は見られないが、いずれも認知度が低く、政策の浸透に課題を見られる。

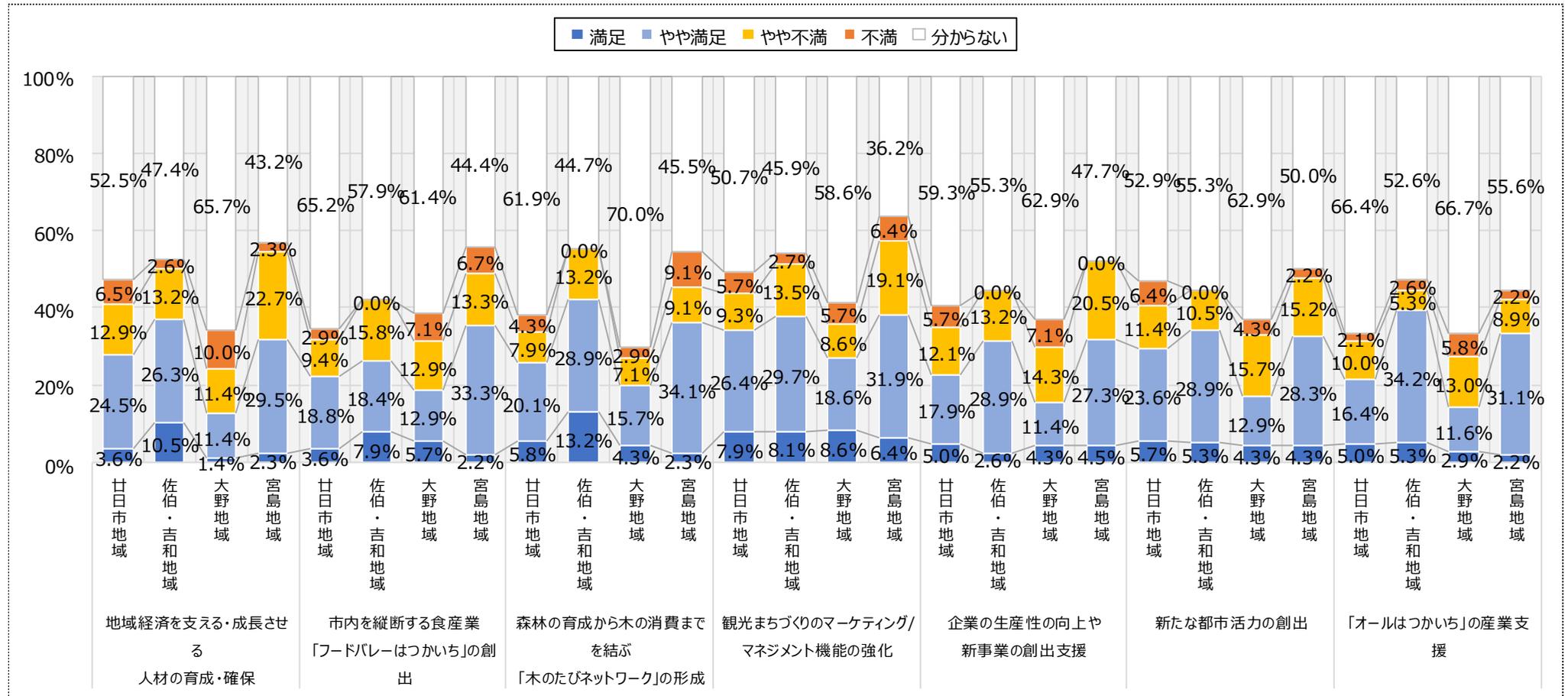
## ■規模別



## <コメント>

- 戦略の認知度が規模に反比例する傾向が見られ、「分からない」の割合は0～5人未満で概ね60～70%の高水準にある一方、30人以上では40～60%程度に低下している。この傾向は全戦略でほぼ一貫しており、小規模事業者ほど産業振興施策との接点が限定されている実態が浮き彫りになっている。
- 「観光まちづくりのマーケティング/マネジメント機能の強化」の満足度では、10～30人未満と30人以上で40%前後と中規模以上が高い一方、0～5人未満では31.4%にとどまる。観光振興による経済波及効果を中規模以上の企業がより実感していることを示唆している。
- 「人材の育成・確保」では、0～5人未満以外の規模で不満度が2割強に達している。前述の人材不足分析で確認された深刻な人手不足が、戦略に対する厳しい評価として反映されている。また、「企業の生産性の向上や新事業の創出支援」においては、5～10人未満で不満度が3割弱と高く、小規模事業者が期待する支援と実際の政策効果との間にギャップが存在している様子がうかがえる。

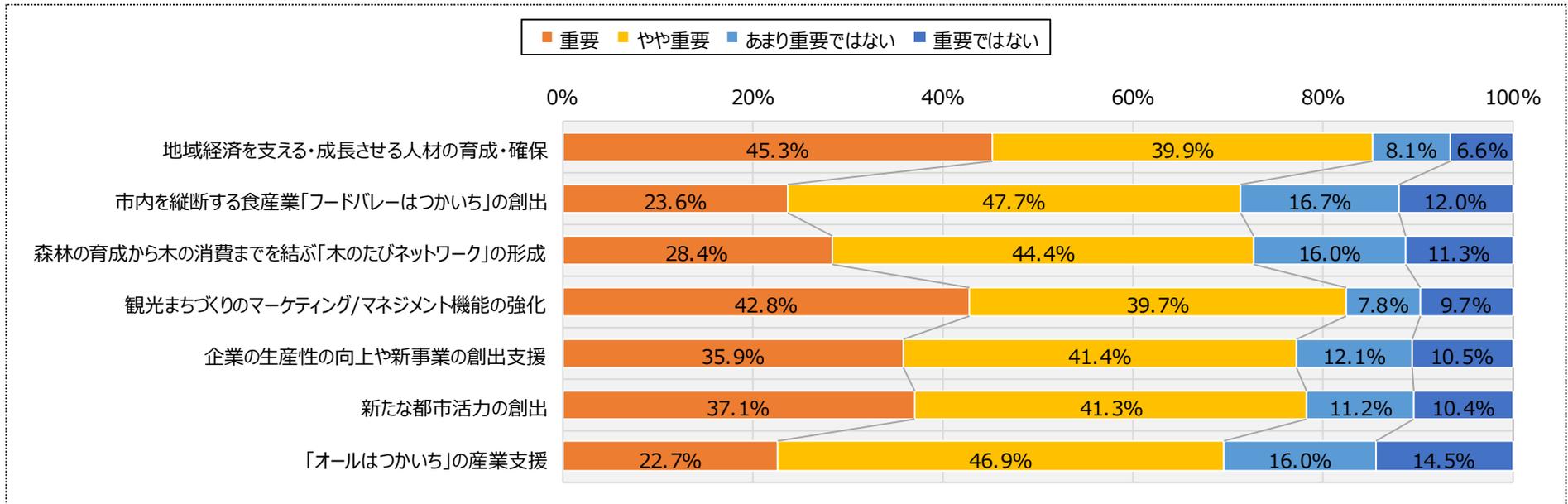
## ■地域別(参考)



## <コメント>

- 宮島地域が全ての戦略に対し、相対的に高い認知度を示しており、観光振興施策を含めた政策への関心と接触機会が他地域より高いことを示唆している。また、その他の戦略にも比較的高い満足度を示しており、他の政策分野による波及効果が宮島の観光産業にも還元されていると読み取ることもできる。
- 「森林の育成から木の消費までを結ぶ『木のたびネットワーク』の形成」において、佐伯・吉和地域が満足度 4 割強と最も高い。森林資源に恵まれた同地域の事業者が、この戦略による一定の成果を実感しているものと考えられる。
- 「人材の育成・確保」については、佐伯・吉和地域が満足度 4 割弱と最も高く、大野地域では 12.8%と最も低い評価となっている。山間部ではあるものの、事業者が人材確保や育成のシステムを確立しているものと思われる。
- これに対し大野地域では全般的に満足度が低く、住宅地に立地する多様な事業者の個別ニーズに対応した、よりきめ細かな政策展開の必要性が浮き彫りになっている。

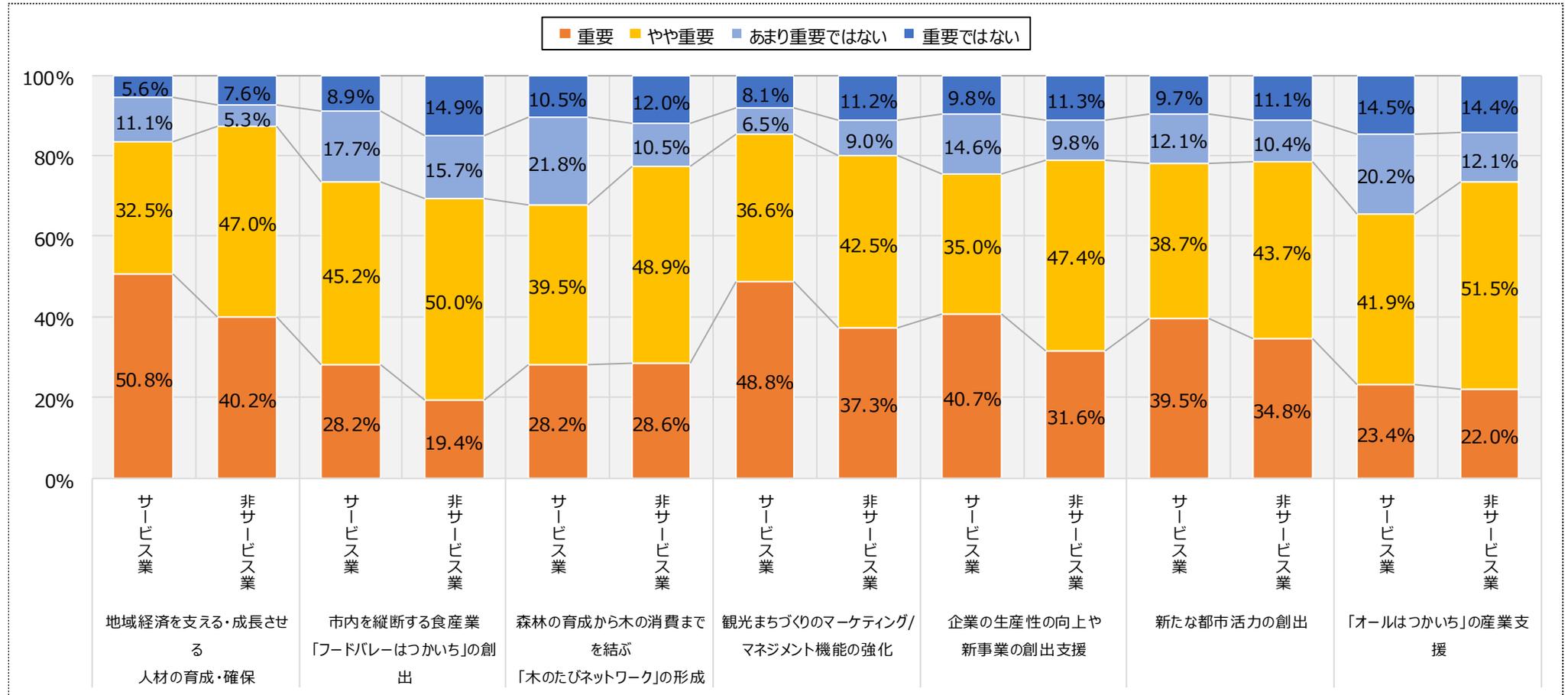
## ②重要度



### <コメント>

- 全ての戦略において、大多数の事業者が「重要である」または「やや重要である」と評価しており、重要度（「重要」と「やや重要」の合計）は最低で7割、最高で8割強に達している。前項の満足度とは別に、各戦略の方向性自体は事業者の視点と概ね一致していると思われる。ただ、仮に、本設問にも「分からない」の選択肢があった場合、大きな割合を占めたものと予想されることから、さらなる検証が必要と思われる。
- 「地域経済を支える・成長させる人材の育成・確保」の重要度が最も高く、「重要」のみで約45%に上る。これまで見てきた、人材関連を懸念事項とする事業者側の傾向とも一致しており、事業者側のニーズを踏まえれば、本戦略が今後も産業振興における最優先事項に位置付けられると思われる。
- 「観光まちづくりのマーケティング/マネジメント機能の強化」の重要度は僅差で2位となったが、前項の満足度との一貫性から、事業者の意向と合致した方向性が示されている。とりわけ、重要度の高さは、観光関連産業が市の産業・経済のエコシステムの牽引役であることをあらためて証明している。
- 「『フードバレーはつかいち』の創出」と『木のたびネットワーク』の形成』の2つは、上位の戦略と比べて「重要」の構成比が顕著に低い。前述の通り、業界特化的なイメージが強くあり、市のビジネスコミュニティ全体にとっては、普遍的に重要とは見なされず、暫定的な支持にとどまった感もある。
- 同様に『オールはつかいちの産業支援』も重要度が最も低く、また「重要ではない」の割合が最も大きい。DMO・DMC や地域商社の設立検討などを含めた本戦略の抽象性が、重要性の認識の低さに寄与している可能性がある。

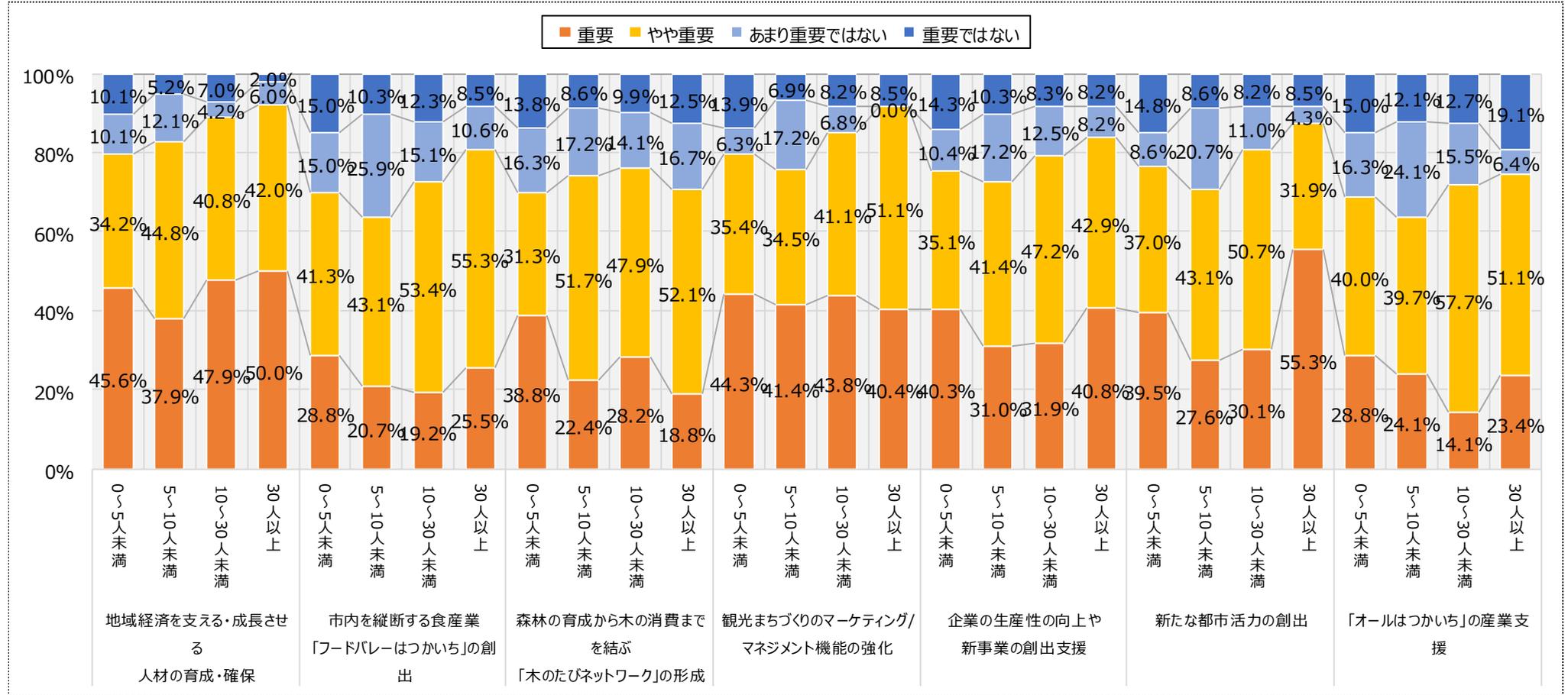
## ■業種別



## <コメント>

- 「観光まちづくりのマーケティング/マネジメント機能の強化」において、サービス業の約 5 割が「重要」と評価する一方、非サービス業では 4 割弱にとどまる。観光振興がサービス業にとってより直接的なビジネス機会をもたらすことを反映しており、観光まちづくりを自社の成長戦略と密接に関連づけて捉えている事業者も多いと推察される。
- 「地域経済を支える・成長させる人材の育成・確保」においても、サービス業の約 5 割が「重要」と評価する一方、非サービス業は 4 割と差異がある。前述のサービス業における深刻な人手不足とも整合しており、人材育成・確保戦略への期待と重要性の認識が非サービス業よりも切迫している。
- 「企業の生産性の向上や新事業の創出支援」では、サービス業が非サービス業を上回っており、自動化・AI・IoT 投資への関心の高さと一致することから、合理化・省力化への強いニーズを反映していると考えられる。
- 「フードバレーはつかいち」や「木のたびネットワーク」では両業種ともに 2~3 割程度の重要度評価となっており、地域全体の産業基盤強化として幅広く認識されていることを示している。

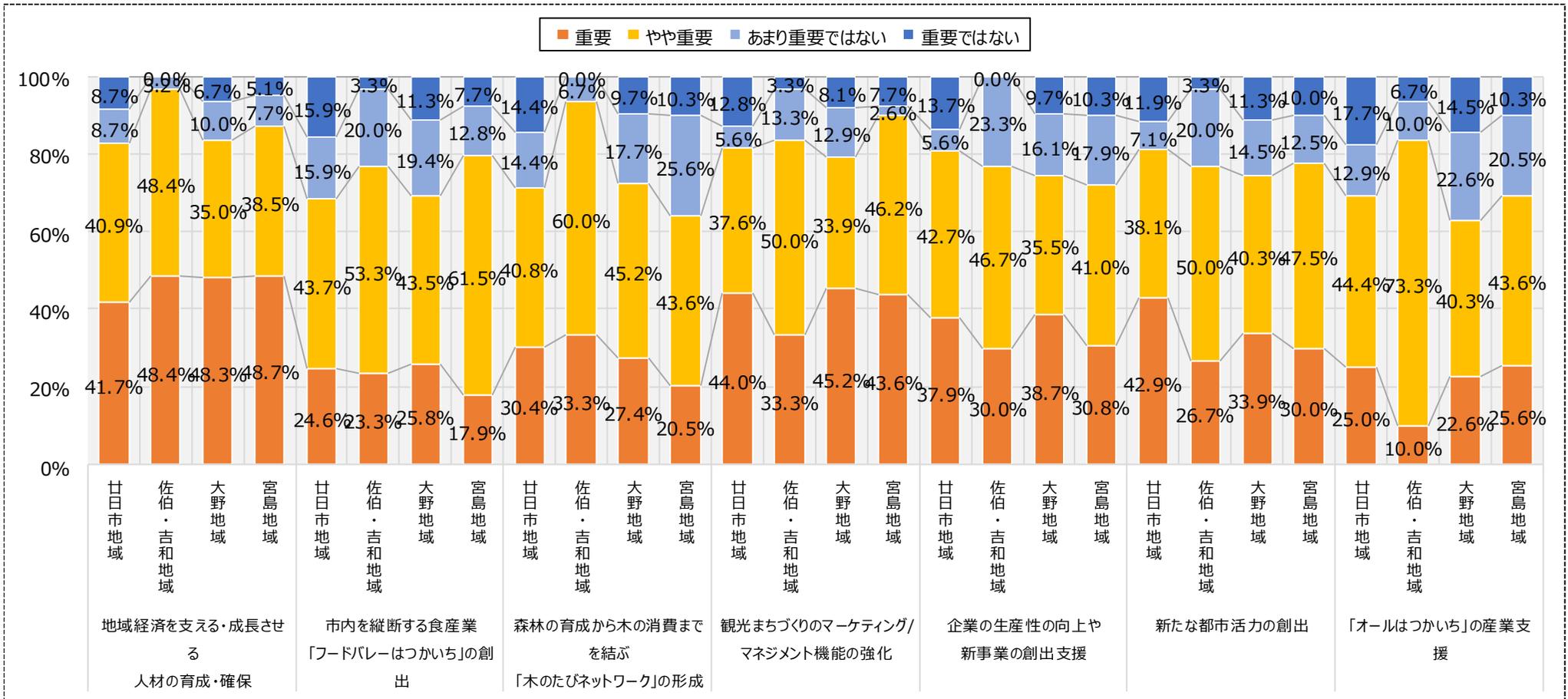
■規模別



<コメント>

- 「新たな都市活力の創出」において、30人以上では55.3%が「重要」と評価している一方、その他の規模とは格差が大きい。大規模事業者が地域全体の発展と自社の事業展開を戦略的に関連づけて捉えており、優秀な人材確保や取引先拡大等の事業環境向上に直結する、重要な要素として認識していることが読み取れる。
- 「地域経済を支える・成長させる人材の育成・確保」では、30人以上と10～30人未満で50%前後の高い重要度を示している一方、5～10人未満では37.9%と相対的に低い評価となっている。中規模以上の企業において組織的な人材育成や採用競争力の強化が喫緊の課題となっていることが反映されたものと考えられる。
- 「企業の生産性の向上や新事業の創出支援」においては、30人以上と0～5人未満で重要度が約4割であるのに対し、5～10人未満と10～30人未満では約3割と一段低い評価となっている。組織的な生産性向上や新事業開発への投資余力がある大規模事業者と、生存戦略として効率化や新分野開拓が必要な小規模事業者に対し、既存事業の安定化に重点を置いている中規模事業者の成長段階の違いの表れと捉えることもできる。

■地域別(参考)

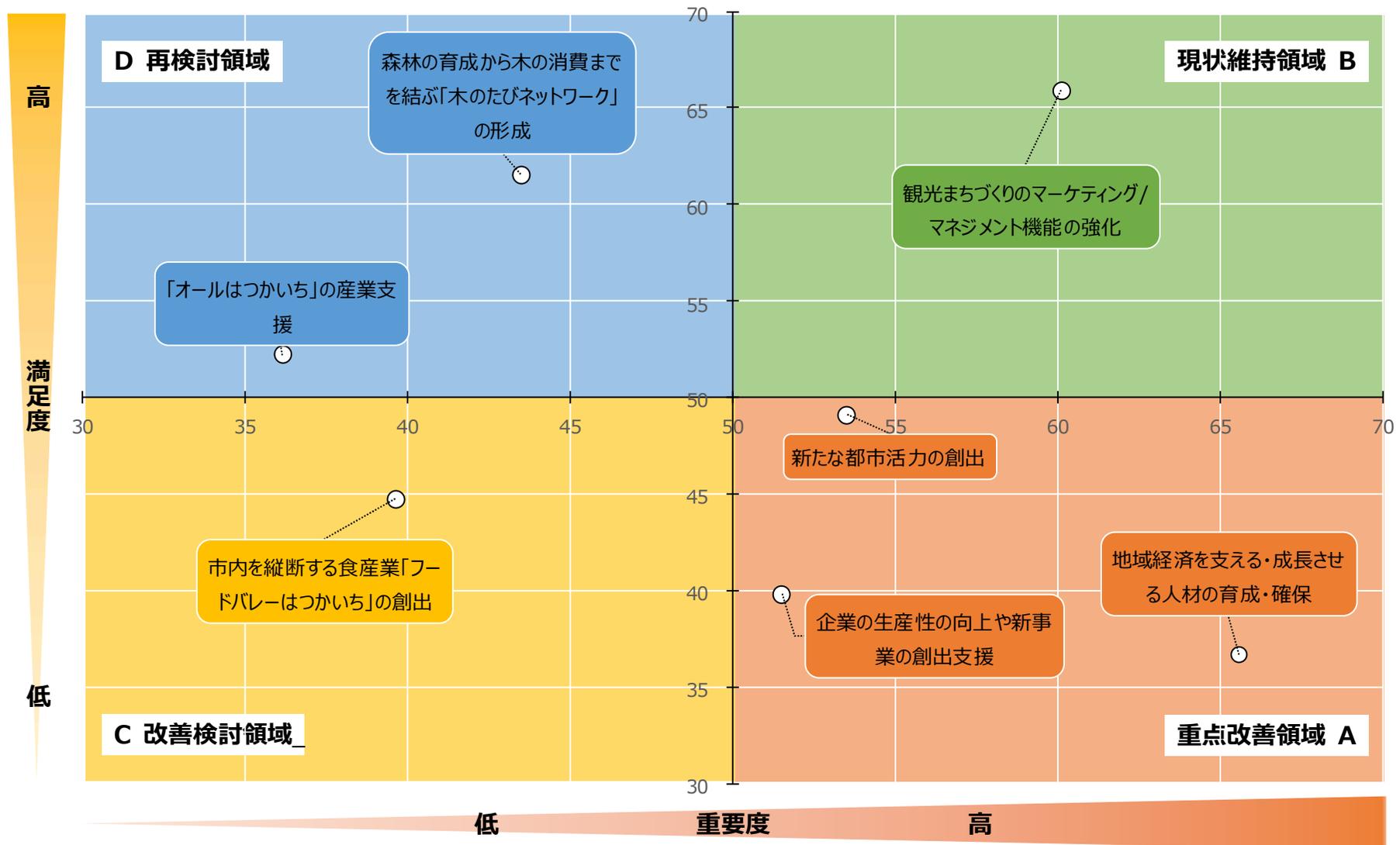


<コメント>

- 「森林の育成から木の消費までを結ぶ『木のたびネットワーク』の形成」において、佐伯・吉和地域の重要度が9割超と突出している。一方、宮島地域では6割超にとどまる。本戦略が自社の事業に直接的に関係する佐伯・吉和地域の事業者に対し、宮島地域の観光産業の事業者にとっては関係性が薄く、相対的な重要度が低いものと考えられる。
- 「新たな都市活力の創出」については、廿日市地域が42.9%と最も高い重要度を示している一方、佐伯・吉和地域では26.7%と最も低い評価となっている。都市機能の集積地であり、さらなる発展が期待される廿日市地域と、その恩恵を直接享受できない山間部の佐伯・吉和地域との認識の違いが表れている。
- 「市内を縦断する食産業『フードバレーはつかいち』の創出」は、宮島地域において「やや重要」が6割強と他地域を上回り、地域食材の活用が観光産業と密接に関連した重要な要素として認識されている。また、「オールはつかいちの産業支援」は、佐伯・吉和地域で「やや重要」が7割超と突出している。地理的に不利な条件を抱える山間部では、市全域での連携や支援体制の構築に対し、他の地域よりも重要視している様子がうかがえる。

### ③CS ポートフォリオ分析

7つの産業振興戦略について、前項の重要度と満足度を点数化し、偏差値に基づきCSポートフォリオ分析を行った結果、上図の通り分類された。



## <CS ポートフォリオ分析に基づく各戦略の方向性(仮説)>

### A 重点改善領域(最優先で改善すべき戦略)

#### ①地域経済を支える・成長させる人材の育成・確保

全戦略の中で最も重要度が高い一方、満足度は最も低い水準にある。事業者が最も必要としているにもかかわらず、現状の取組に対する評価が低いという深刻なギャップが存在しており、早急かつ抜本的な改善が求められる。

#### ②企業の生産性の向上や新事業の創出支援

重要度は平均をやや上回り、満足度は平均を大きく下回っている。現在、全産業において生産性向上が重要な課題とされているが、支援策の効果や企業ニーズとの齟齬があることが示唆されており、より実効性の高い施策が求められる。

#### ③新たな都市活力の創出

重要度は平均を上回る一方、満足度は平均をわずかに下回っている。都市活力創出基盤の整備や企業留置・誘致などの取組は重要視されているにもかかわらず、現状の取組に対する評価は十分ではないことから、重要度と満足度のギャップを埋めるための改善策が求められる。

### B 現状維持領域(強みを維持・発展させるべき戦略)

#### ④観光まちづくりのマーケティング/マネジメント機能の強化

重要度・満足度ともに高く、産業振興戦略の中で最も奏功している領域と言える。観光振興への取組が事業者から高く評価されており、この強みをさらに伸ばすとともに、他の戦略への波及効果や相互作用を高める取組が有効と考えられる。

### C 改善検討領域(中長期的に改善を検討すべき戦略)

#### ⑤市内を縦断する食産業「フードバレーはつかいち」の創出

重要度・満足度ともに平均を下回っている。食産業を軸に据えた戦略であり、業種によっては関心度が低く、また関連する事業者の期待にも応じられていない可能性がある。戦略の再設計や対象の明確化、または他の戦略との統合などを検討する必要がある。

### D 再検討領域(リソース配分や戦略の位置付けを再検討すべき戦略)

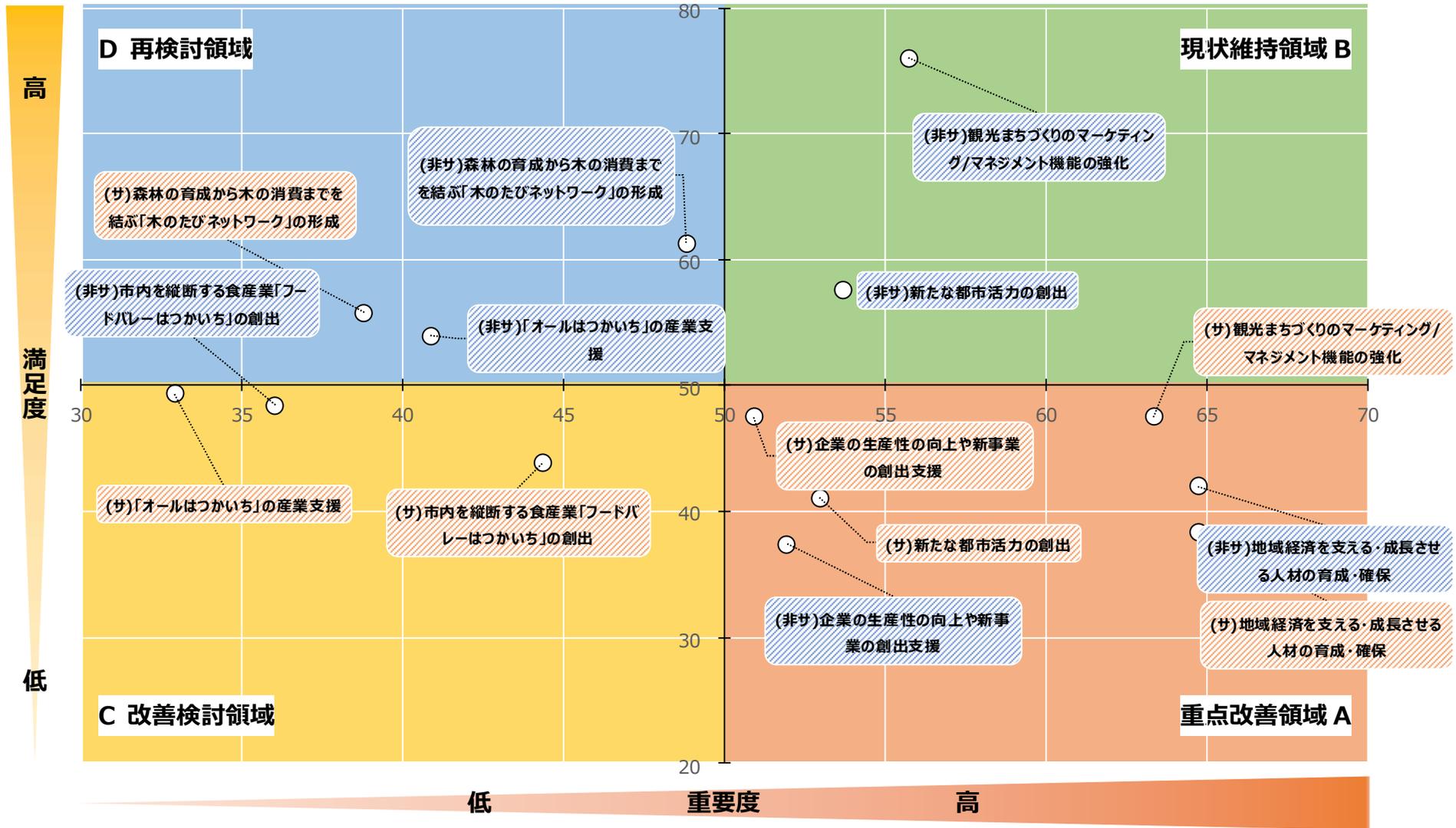
#### ⑥森林の育成から木の消費までを結ぶ「木のたびネットワーク」の形成

重要度は平均を下回る一方、満足度は高い水準にある。重要性の認識において、木材関連の事業者とそれ以外に乖離がある可能性がある。本戦略による効果をあらためて検証し、対象を明確にした上で、市の取組におけるリソースの配分を最適化することが望ましい。

#### ⑦オールはつかいちの産業支援

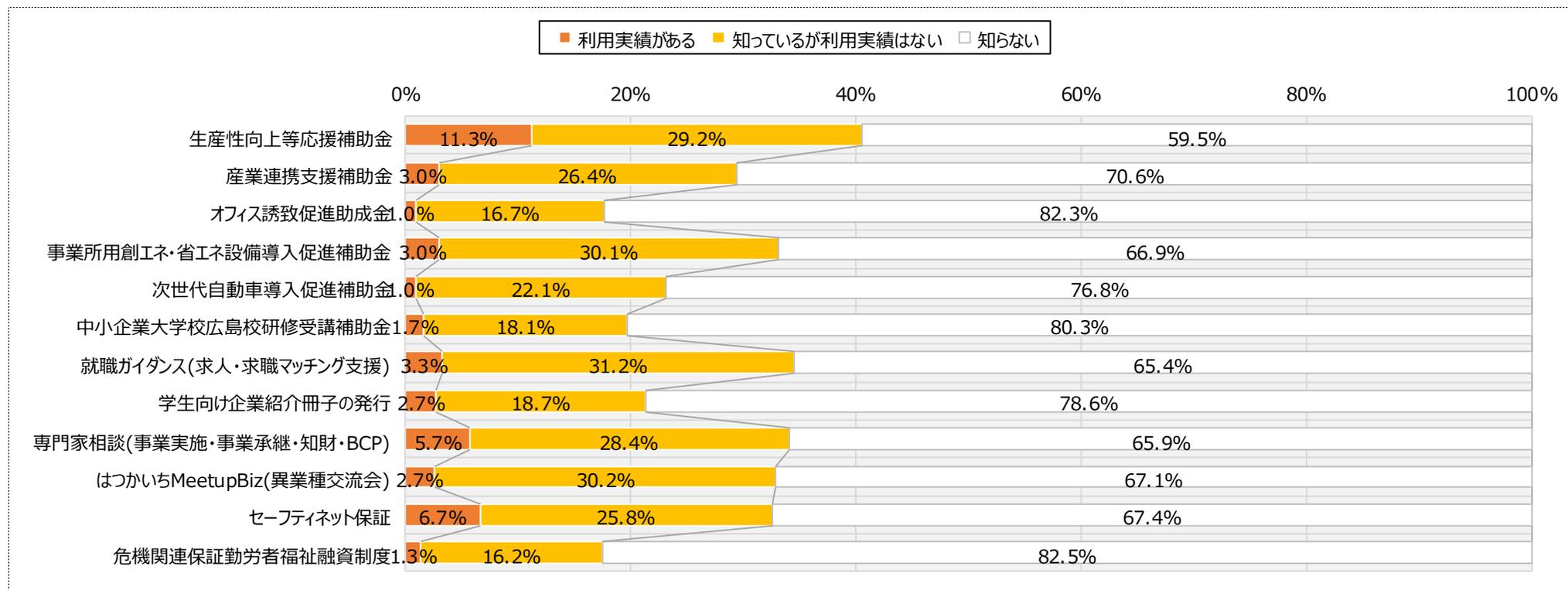
全戦略の中で最も重要度が低く、満足度は平均をやや上回る。新たな産業振興体制の構築、という事業者と直接関係しない取組であることから、重要性が認識されにくい可能性がある。戦略の具体化や事業者へのメリットの明確化、あるいは他の戦略との統合などを検討するべきと思われる。

■業種別



## (2) 現行の廿日市市の産業支援施策に関する認知度・利用実績等

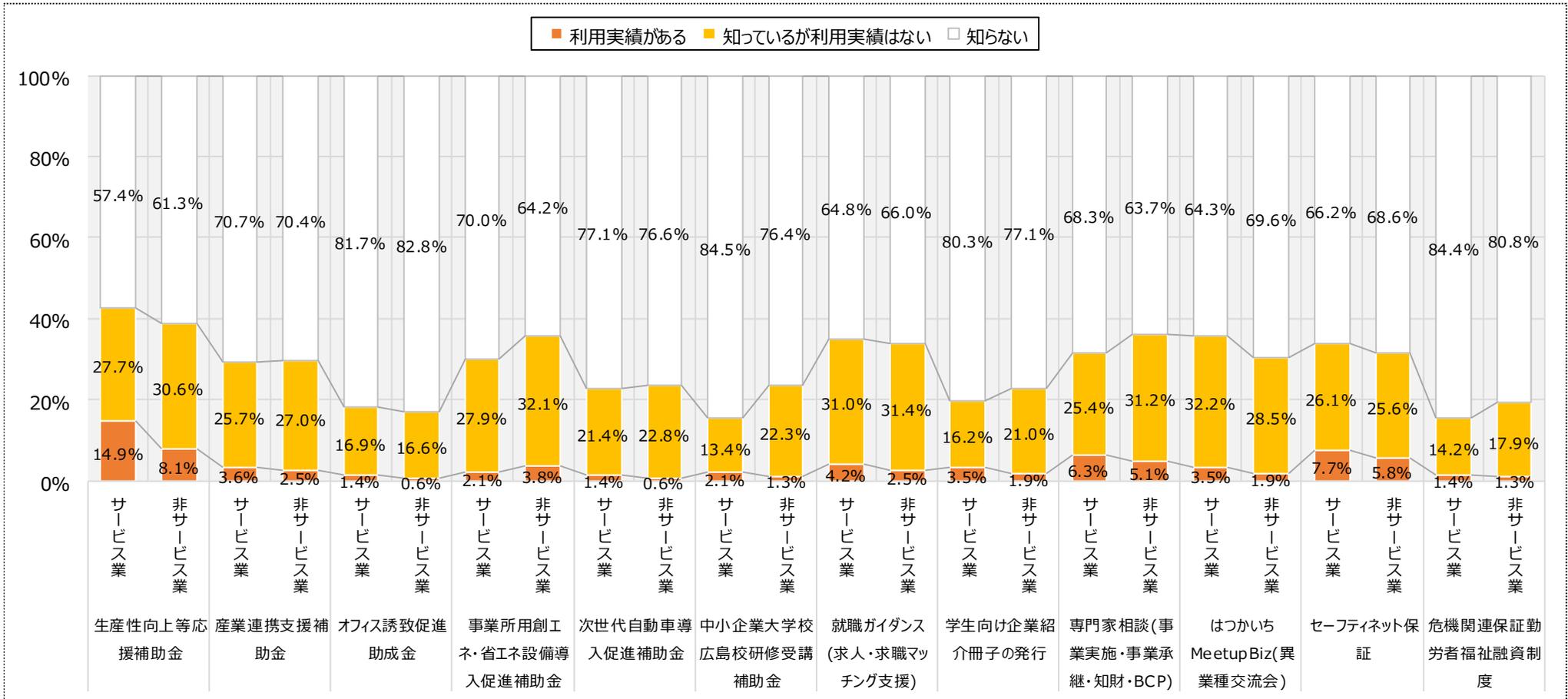
### ① 認知度・利用実績



### <コメント>

- 「生産性向上等応援補助金」を除くほぼ全ての支援制度において、「知らない」の構成比が6割以上に上り、個々の内容以前に、情報発信の部分に根本的な課題を抱えている。ターゲット層に応じて適切なチャネルを活用し、制度の目的やメリットを端的に伝えるといった工夫が必要である。
- 「利用実績がある」の割合も極めて低く、最も高い「生産性向上等応援補助金」でも1割強にとどまる。「知っているが利用実績はない」と回答した事業者が一定数存在することから、個々の支援制度が事業者のニーズに合致していないか、利用障壁が高い(あるいは高いという印象を持たれている)可能性があり、こうしたギャップの解消が求められる。
- 「生産性向上等応援補助金」は認知度・利用実績とも比較的高い。生産性向上は多くの事業者に通ずる課題であり、資金面への直接的な支援である点が、利用実績に寄与していると考えられる。ただ、「知っているが利用実績はない」が3割近くあり、本補助金の要件の低さを考慮すると、対象経費が幅広い事業者のニーズに合致していない可能性がある。
- その他の補助金は、目的や対象経費が限定的であるため、利用実績がいずれも3%以下となっており、情報発信と制度設計の両面の見直しが必要と見られる。
- 多くの事業者にとって、人材確保が喫緊の課題でありながら、「就職ガイダンス」「学生向け企業紹介冊子の発行」といった人材確保・育成支援に係る施策も低い利用実績となっている。認知度の低さは別にして、恒常的な利用の難しさや効果の不確実性が利用を躊躇する一因となっている可能性がある。

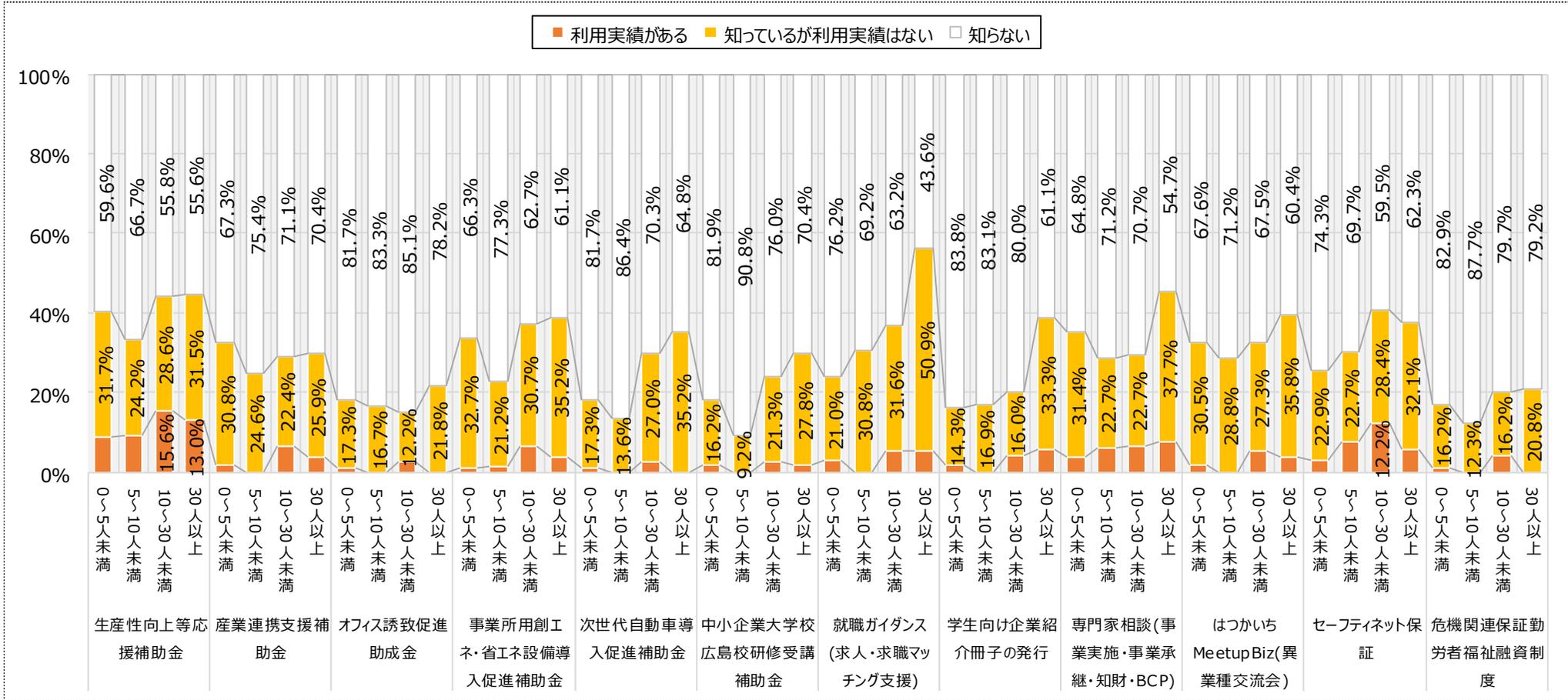
## ■業種別



## <コメント>

- 全体的な傾向で確認された、支援制度の認知度不足が業種を問わず共通課題となっている。利用実績についても大半の施策で10%未満に留まり、認知度向上とともに、制度の利用促進に向けた取組強化の必要性が浮き彫りになっている。ただし、利用実績の内訳については、回答企業に限られていることから、実際の利用者数とも照合する必要がある。
- 「中小企業大学校広島校研修受講補助金」では非サービス業の認知度がサービス業よりやや高く、技術研修や専門知識習得への関心の高さが反映されている。一方、「はつかいち MeetupBiz(異業種交流会)」ではサービス業の認知度がやや高く、人的ネットワーク構築や新規顧客開拓への関心が表れている。
- 「生産性向上等応援補助金」では、サービス業の利用実績が非サービス業を上回っている。前述の設備投資分析で確認された、サービス業における合理化・省力化へのニーズと整合しており、人手不足に直面する中で、生産性向上への投資が喫緊の課題として認識され、実際の支援制度活用につながっているものと推察される。「事業所用創エネ・省エネ設備導入促進補助金」において、非サービス業の認知度がサービス業を上回っている。環境対応への必要性が、本補助金への関心につながっていることを示唆している。

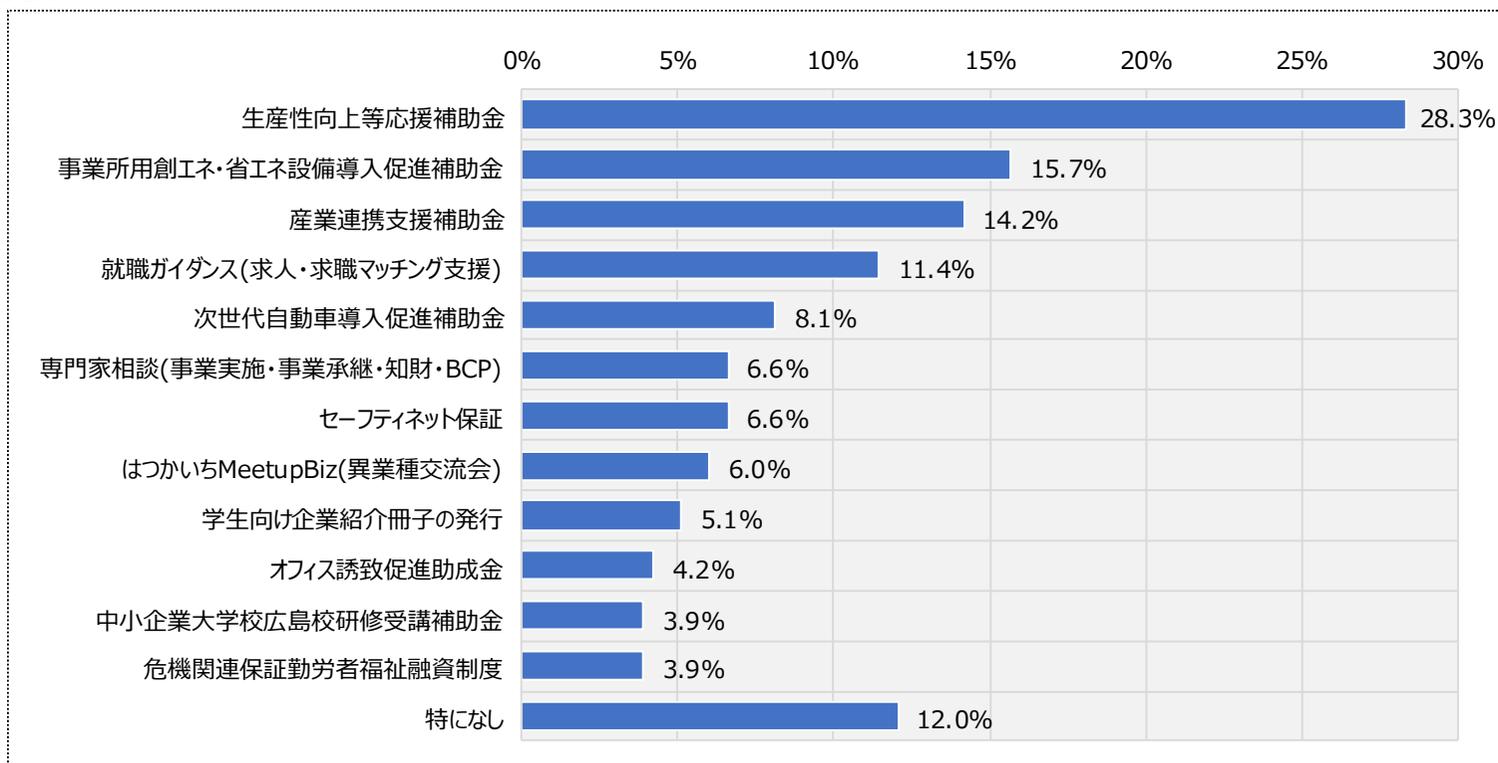
■規模別



<コメント>

- 人材関連支援制度で、最も顕著に規模の格差が表れている。「就職ガイダンス(求人・求職マッチング支援)」では30人以上の認知度が6割弱と他の規模を大きく上回っている。同様に、「学生向け企業紹介冊子の発行」でも、30人以上で4割弱に達する。大規模事業者ほど組織的な採用活動を展開する中で、支援制度との接点が多いことを示唆している。
- 補助金の利用実績では、10～30人未満で相対的に高い傾向が確認される。「生産性向上等応援補助金」では10～30人未満の約16%、「産業連携支援補助金」でも10～30人未満の約7%が最も高い。中規模事業者が成長投資への意欲と、補助金申請に対応できる余力を併せ持っていると考えられる。
- 「専門家相談」の認知度は、30人以上が約45%と、0～5人未満の約35%を上回っており、大規模事業者ほど高度な経営課題に直面し、専門的支援への需要が高いことが確認できる。一方、「中小企業大学校広島校研修受講補助金」では全規模で認知度が低く、特に5～10人未満では9割超が認知しておらず、情報発信に課題が感じられる。
- 「セーフティネット保証」は10～30人未満で利用実績が高く、事業拡大過程での資金需要や経営リスクに対し、本制度を活用している様子がうかがえる。

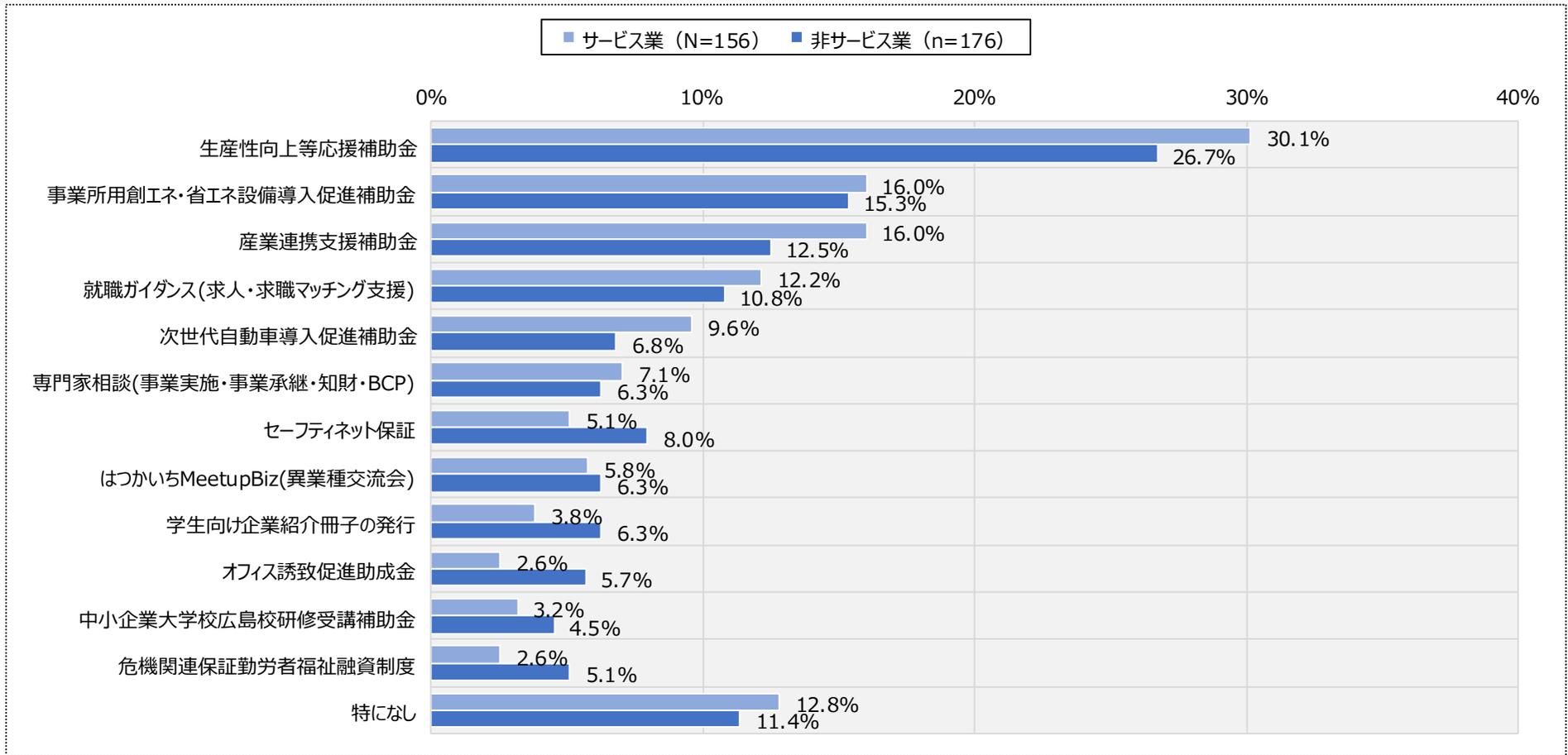
## ②継続・拡充を希望するもの



### <コメント>

- 「生産性向上等応援補助金」が回答率 3 割弱と継続・拡充のニーズが最も高く、前項の認知度と利用実績の相対的な高さが反映されたものと推察される。また、上位 3 項目を補助金が占めており、資金面への直接支援が重視されている。とりわけ「事業所用創エネ・省エネ設備導入促進補助金」は、前項の利用実績の割合を上回っており、潜在的なニーズを示唆している。ただし、前項の利用実績と同様に、特定条件に限定された補助金のニーズは相対的に低い傾向が見られる。
- 「就職ガイダンス」が回答率 1 割強ではあるが、比較的上位に位置することから、あらためて人材確保の優先度の高さがうかがえる。前項の利用実績の低さを踏まえると、潜在的なニーズが存在し、実施方法や内容の改善によって利用実績を高める余地があるものと推察される。
- 現行の支援制度に対して、特に継続・拡充を希望しない「特になし」も 1 割超と一定数見られる。現状で十分と感じられているか、あるいは支援制度全般に関心の低い層が存在すると考えられる。
- 前項の認知度及び利用実績の結果と合わせると、今後の支援施策の展開においては、比較的高いニーズが示された施策を中心に据えつつ、施策間の相互連携の強化や利用障壁の低減を図ることで、より多くの事業者にメリットをもたらす支援体系の構築が求められる。同時に、ニーズの低い施策についても、将来的な重要性の高まりや特定層のニーズを踏まえて、再設計を検討することも重要となる。加えて、経営環境が急速に変化する中において、定期的なニーズ調査と効果検証を通じて、支援体系の最適化を図ることが、市産業の持続的発展において不可欠と考えられる。

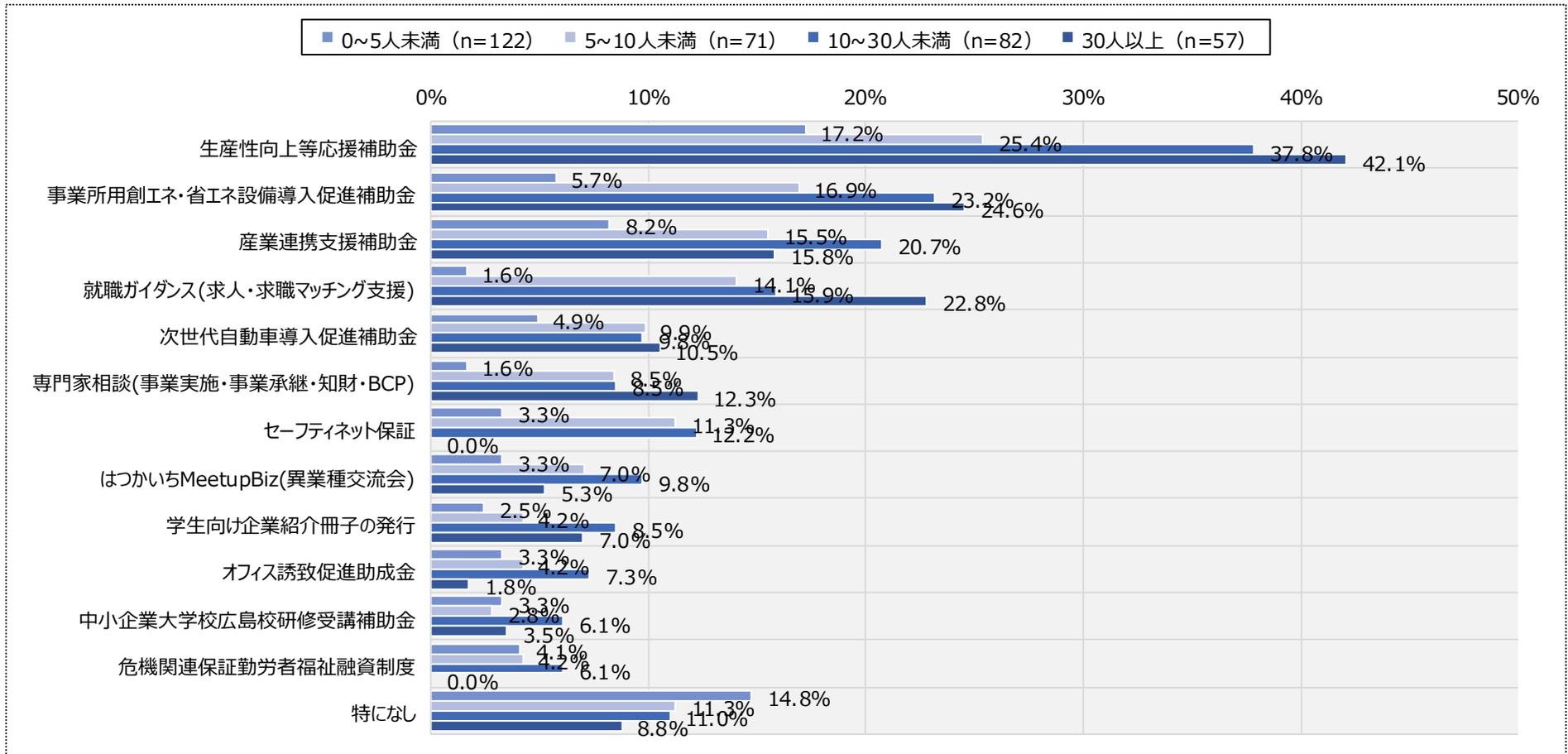
## ■業種別



### <コメント>

- 「生産性向上等応援補助金」に対する継続・拡充のニーズの高さは、両業種とも共通しており、合理化・省力化へのニーズとも整合している。サービス業がやや高いニーズを示しており、人手不足対応としての生産性向上に対する積極性が感じられる。直接的な人材確保支援については、「就職ガイダンス」でサービス業がやや高く、深刻な人材不足問題が継続的な支援制度への期待として現れている。一方、「学生向け企業紹介冊子の発行」は非サービス業の方が高く、製造業における新卒採用ニーズの高さが読み取れる。
- 「産業連携支援補助金」ではサービス業が非サービス業を上回っており、他社との連携による事業拡大や新サービス創出への関心の高さが表れている。前述の社外連携分析で確認されたサービス業の積極的な連携志向とも整合する。
- 「セーフティネット保証」「危機関連保証勤労者福祉融資制度」のいずれも非サービス業がサービス業を上回っている。資金需要の変動が大きい製造業や建設業における金融支援制度の重要性の高さが表れている。

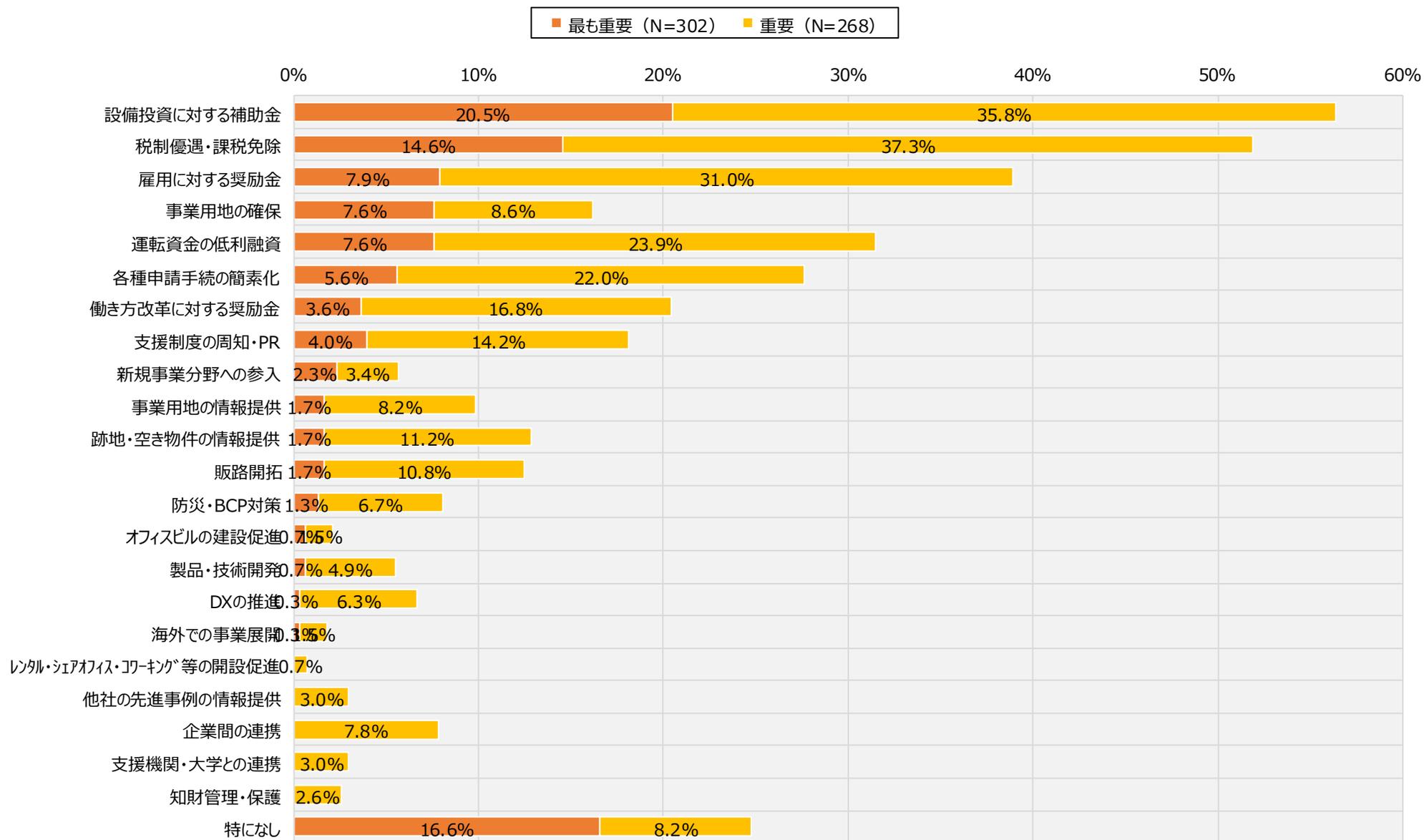
## ■ 規模別



### <コメント>

- 「生産性向上等応援補助金」において、最も顕著な規模格差が表れており、0~5人未満の2割弱から30人以上の4割強まで、企業規模に比例したパターンを示している。大規模事業者ほど生産性向上の投資に対する取組への余力があり、補助金を活用した戦略的投資を志向していると考えられ、前述の設備投資意欲と整合している。
- 人材確保支援については、「就職ガイダンス」では0~5人未満の約2%から30人以上の約23%まで幅がある。小規模事業者が人的ネットワークに依存した採用活動を行っている一方、大規模事業者は組織的な採用戦略の一環として、公的支援を重視している様子がうかがえる。採用手法の違いが支援制度への期待度に反映されている。
- 「産業連携支援補助金」は10~30人未満で最も高く、中規模事業者が他社との連携による事業拡大を積極的に志向しており、制度の恩恵を活用できることがうかがえる。日常の運営に専念している小規模事業者と、自社リソースで事業展開可能な大規模事業者との違いが見て取れる。
- 「特になし」の回答が企業規模に反比例して減少しており、小規模事業者においては支援制度そのものへの関心や接点が限定されていることを示している。

### (3)産業支援施策の整備・充実に関する重要度

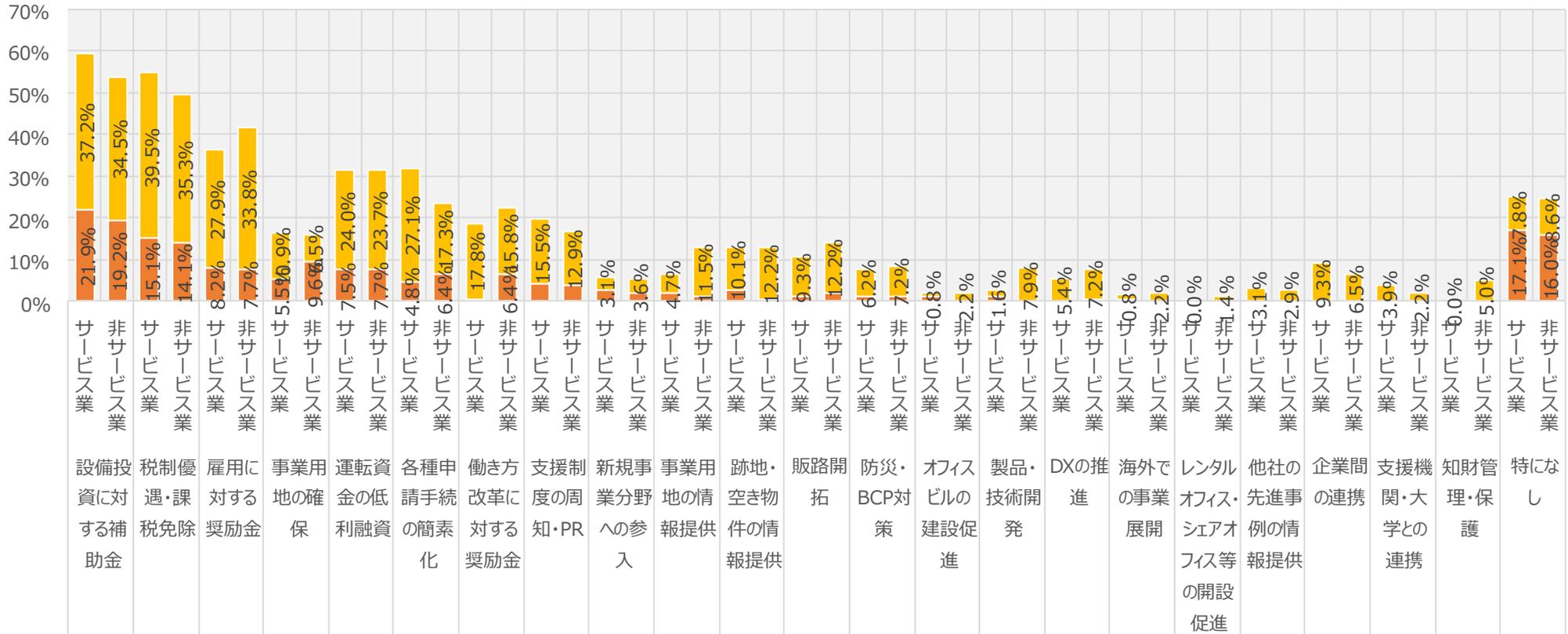


## <コメント>

- 「設備投資に対する補助金」と「税制優遇・課税免除」に対するニーズが最も高く、「最も重要」と「重要」のいずれも上位を占める。特に「設備投資に対する補助金」については、多くの事業者が「最も重要」の割合が2割超に達している。これに類する「雇用に対する奨励金」や「運転資金の低利融資」も比較的高いニーズを示しているが、「働き方改革に対する奨励金」のような特定のテーマに基づく支援はやや重要度が下がる。いずれにせよ、事業基盤に直接関わる資金面への支援がニーズの中核を形成している。
- 資金面の支援にも関係する「各種申請手続の簡素化」や「支援制度の周知・PR」も一定のニーズがあり、支援の充実だけでなく、その利用しやすさや施策情報へのアクセスも重要と考える事業者が相当数存在する。利用障壁を下げ、利便性を向上させるための取組として、オンライン申請の拡充や必要書類の削減、ワンストップサービスの提供などが求められる。
- 「事業用地の確保」は、「最も重要」が比較的高いものの、「重要」は相対的に低めのニーズとなっている。別の設問で見られた、用地取得を伴う施設立地を検討している一部の事業者にとっては最優先事項となり得るが、現状維持を想定している大半の事業者からのニーズは低いことから、そうしたギャップの表れと捉えることができる。同様に、「事業用地の情報提供」や「跡地・空き物件の情報提供」も、「最も重要」は少ないものの、「重要」は一定数存在しており、施設立地の有無によりニーズの差が生じていると見られる。
- 「DXの推進」「海外での事業展開」「製品・技術開発」「知財管理・保護」など、高度な経営課題に対する支援のニーズは総じて低い。ただし、「DXの推進」を筆頭に、いずれも将来的には重要性が高まる可能性が高く、先進的な事業者に対する選択的な支援と並行して、他の事業者に対する啓発や情報提供を進めることで、市産業の中長期的な競争力低下を未然に防ぐ取組が求められる。
- 「企業間の連携」「支援機関・大学との連携」「他社の先進事例の情報提供」などは「最も重要」とする回答が皆無であり、ニーズの少なさが明らかだが、事業者が連携のメリットを十分認識していない可能性もある。連携による成功事例の共有やメリットの可視化など、事業者の関心を高める取組を進めつつ、施策の位置付けや展開方法を再検討することが望ましい。

## ■業種別

■ 最も重要 ■ 重要

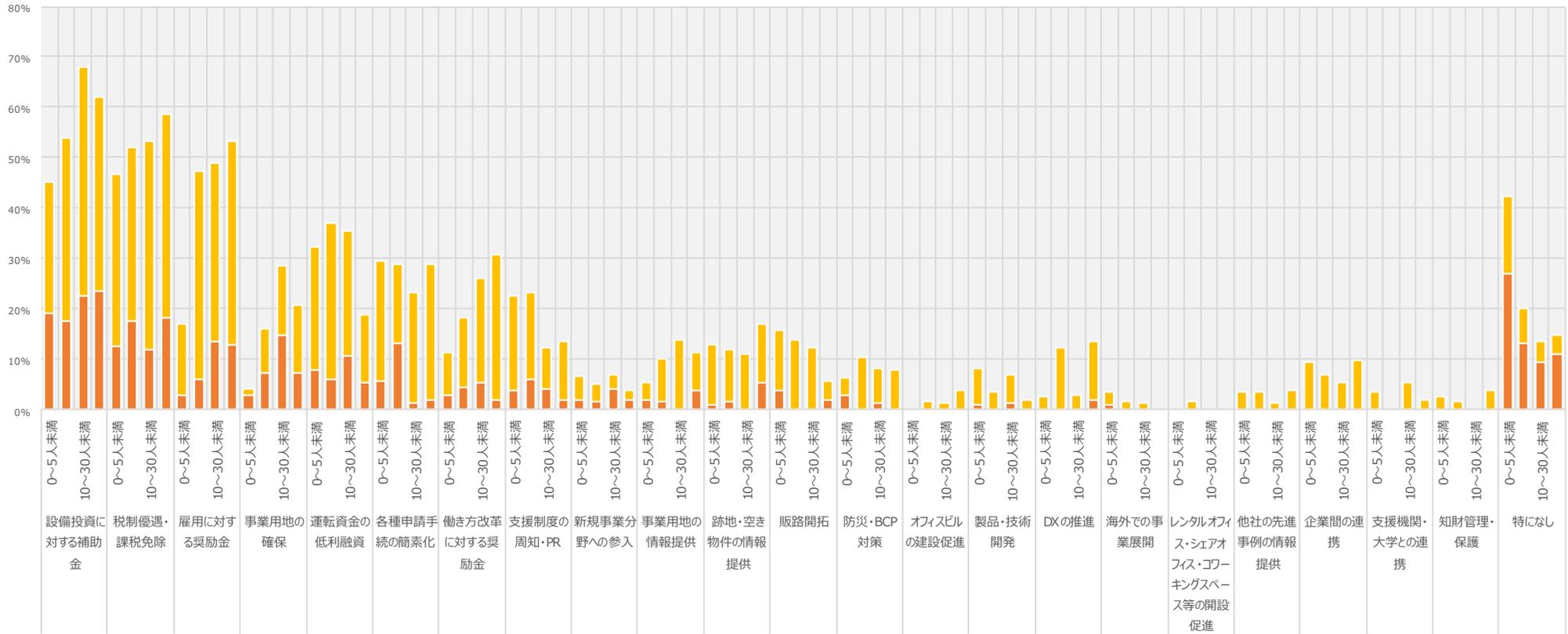


## <コメント>

- 「設備投資に対する補助金」「税制優遇・課税免除」のニーズの高さは両業種で共通しており、生産性向上や合理化・省力化に対する負担軽減への期待度が表れている。
- 業種間で最も顕著な差異が見られるのは、立地・施設関連の支援で、「事業用地の確保」の「最も重要」においては、非サービス業がサービス業を大幅に上回り、「事業用地の情報提供」でも倍以上の開きがある。前述の立地環境の課題で確認された非サービス業の立地制約の問題が、支援ニーズにも表れている。
- 「各種申請手続の簡素化」では、サービス業が高いニーズを示している一方、非サービス業ではやや低い。小規模事業者の多いサービス業における事務負担軽減に対するニーズの高さを示している。
- 「雇用に対する奨励金」では非サービス業におけるニーズがサービス業を上回っており、人材確保への制度的支援への期待の高さがうかがえる。

## ■ 規模別

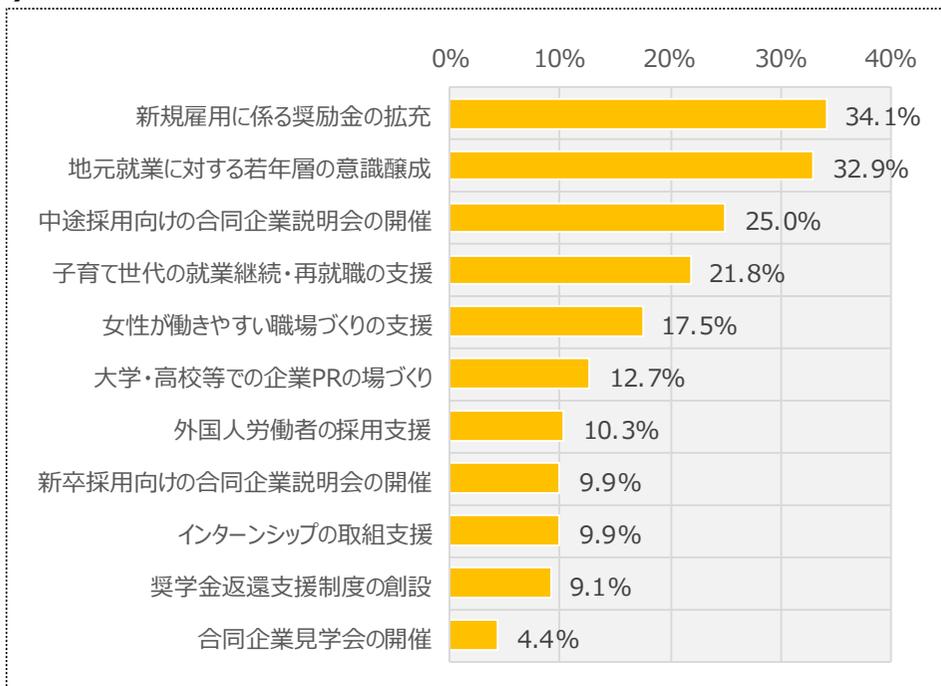
■ 最も重要 ■ 重要



## <コメント>

- 「雇用に対する奨励金」が規模に比例してニーズが増大している。前述の人材不足の分析で確認された深刻度の傾向が支援への期待度に反映されている。
- 「事業用地の確保」では、10~30人未満のニーズが突出しており、成長に伴う事業拡張や移転の必要性に直面していることを示唆している。前述の設備投資分析で確認された10~30人未満における「事業所の移転」の意向の高さとも一致しており、この規模帯が立地戦略の転換期にあるものと推察される。
- 「働き方改革に対する奨励金」は30人以上のニーズが最も高く、大規模事業者における労働法規制への対応や人材定着率向上のための職場環境整備の重要性を示している。
- 「支援制度の周知・PR」に対するニーズは10人を境に傾向が二分され、小規模事業者において相対的に高く、支援制度に関する情報との接点の少なさがうかがえる。
- 「特になし」の回答が企業規模に反比例して減少し、大規模事業者の9割以上が何らかの支援ニーズを有しているのに対し、小規模事業者では政策的支援への関心や期待が形成されていない構造的課題が浮き彫りになっている。

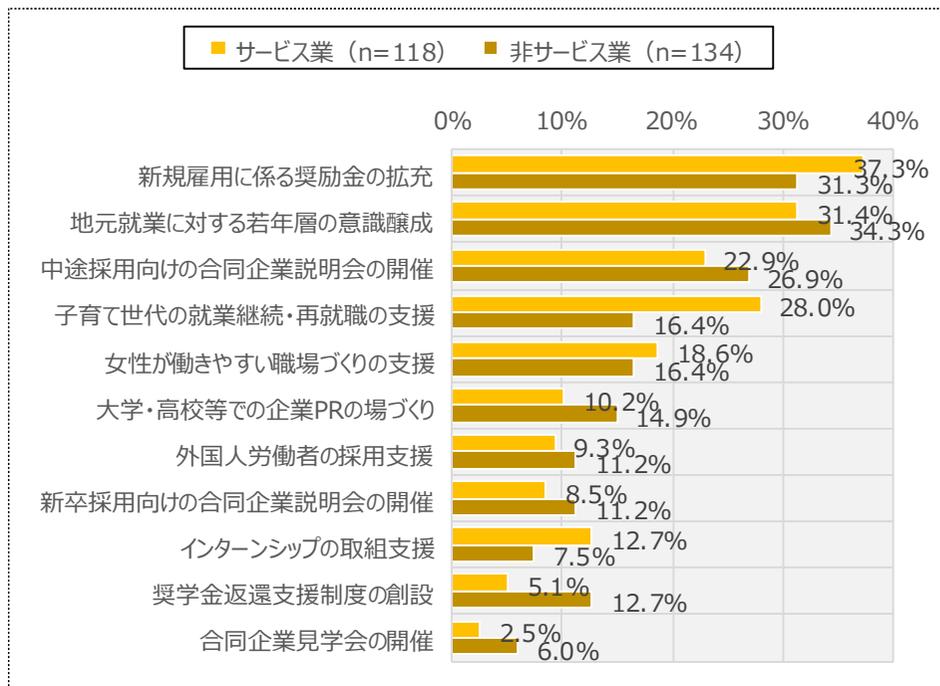
#### (4)人材確保・採用に関する支援施策に対する希望



#### <コメント>

- 「新規雇用に係る奨励金の拡充」と「地元就業に対する若年層の意識醸成」が25%程度と相対的に高いニーズを示しており、採用前後のコスト軽減と若年層の地元定着が求められている。後者については、地元で働くことの価値や魅力を高めるための単発的・短期的ではない取組に対するニーズと捉えることができる。
- 「中途採用向けの合同企業説明会の開催」「子育て世代の就業継続・再就職の支援」「女性が働きやすい職場づくりの支援」の回答率は中程度だが、新卒採用に限らない、多様な人材活用に対する関心の高まりを示している。一方で「外国人労働者の採用支援」の優先度は低い。合同企業説明会については、中途採用向けが新卒採用向けを上回っており、即戦力人材を求める傾向が反映されている。
- 教育機関との連携に関しては、「大学・高校等での企業PRの場づくり」が中程度のニーズを示している一方、「インターンシップの取組支援」「奨学金返還支援制度の創設」は低く、前述の意識醸成の方が優先されている。

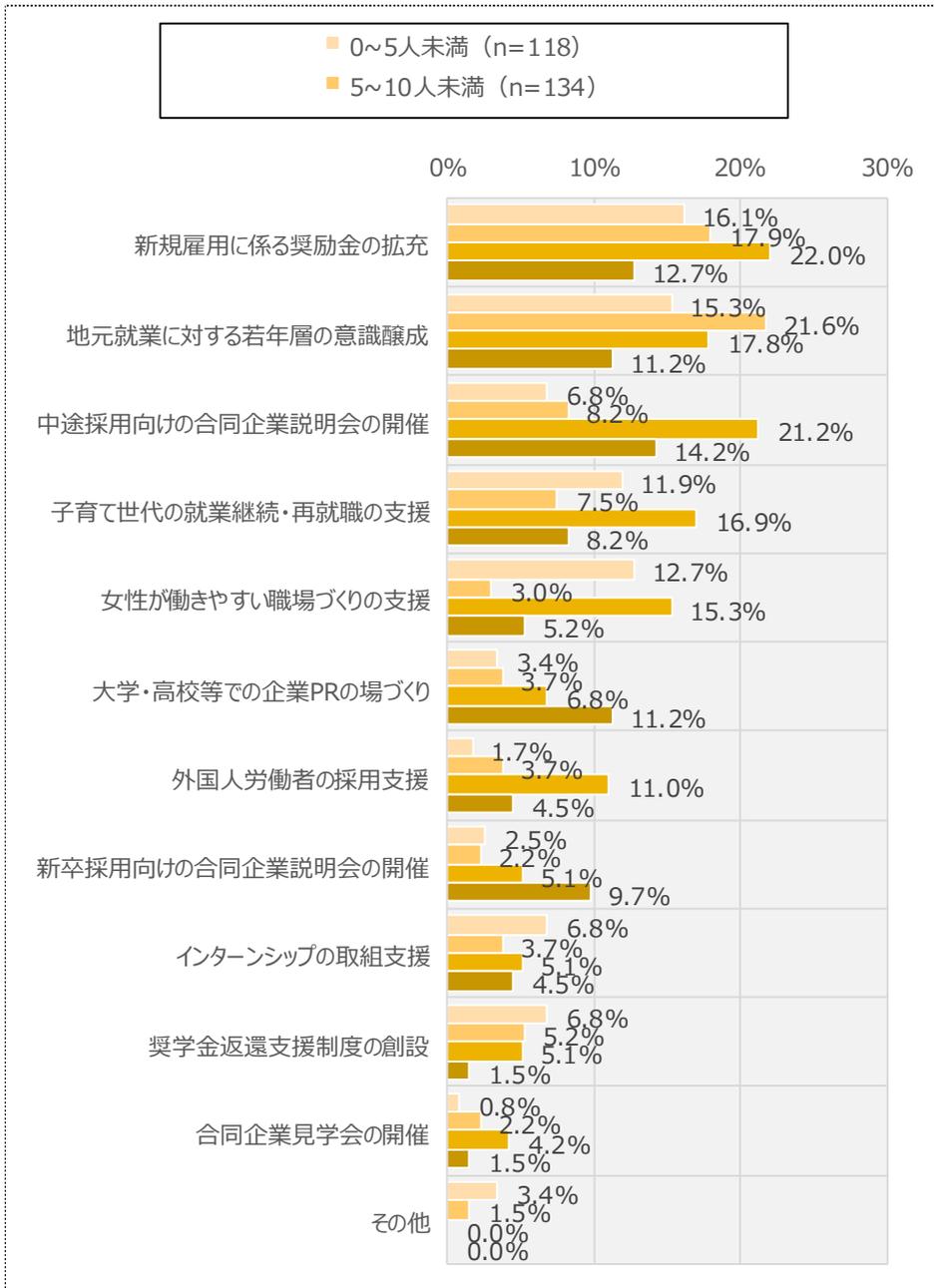
#### ■業種別



#### <コメント>

- 全体的に、サービス業は多様な働き方に対応した人材確保支援への期待が高い一方、非サービス業は新卒・専門人材確保に向けた制度的支援への関心が強い。
- 「子育て世代の就業継続・再就職の支援」でサービス業が非サービス業16.4%を大きく上回った。サービス業では柔軟な働き方を求める子育て世代が重要な人材源となっているため、就業継続や復職支援への期待が高いものと考えられる。
- 「新規雇用に係る奨励金の拡充」では、サービス業が非サービス業をやや上回り、人材確保の切迫感が支援への期待度として表れている。
- 「奨学金返還支援制度の創設」では非サービス業がサービス業を大きく上回った。長期的な人材育成を前提とした採用活動を展開しているため、中長期的なインセンティブ制度への関心が高いことが読み取れる。
- 同様に、「中途採用向けの合同企業説明会の開催」でも非サービス業がサービス業をやや上回っており、製造業等における即戦力確保への関心の高さが表れている。

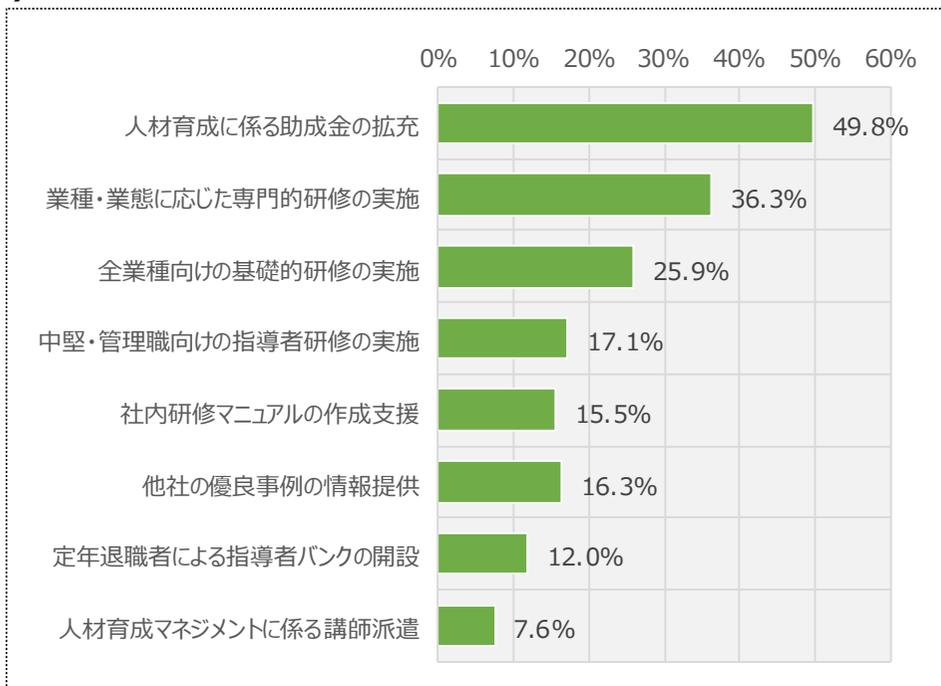
## ■規模別



## <コメント>

- 全体的に、10~30人未満におけるニーズが高く、「新規雇用に係る奨励金の拡充」や「中途採用向けの合同企業説明会の開催」「子育て世代の就業継続・再就職の支援」「外国人労働者の採用支援」などで突出している。前述の人材不足分析で確認された中規模事業者の深刻な人手不足が、多様な支援制度への期待として反映されている。
- 大規模事業者では、「大学・高校等での企業PRの場づくり」や「新卒採用向けの合同企業説明会の開催」のニーズが最も高く、新卒採用を中心とした計画的な人材確保戦略を展開している中で、公的な支援制度を戦略的に活用しようという姿勢がうかがえる。対照的に、小規模事業者では支援制度への期待が低水準にとどまる。
- 5~10人未満企業で支援制度への期待が相対的に低い傾向が見られる。組織的な人材確保体制が整わず、人的ネットワークによる採用が機能している過渡期にあると見られ、支援制度の活用よりも、既存の採用手法の延長で人材確保を図っているものと考えられる。

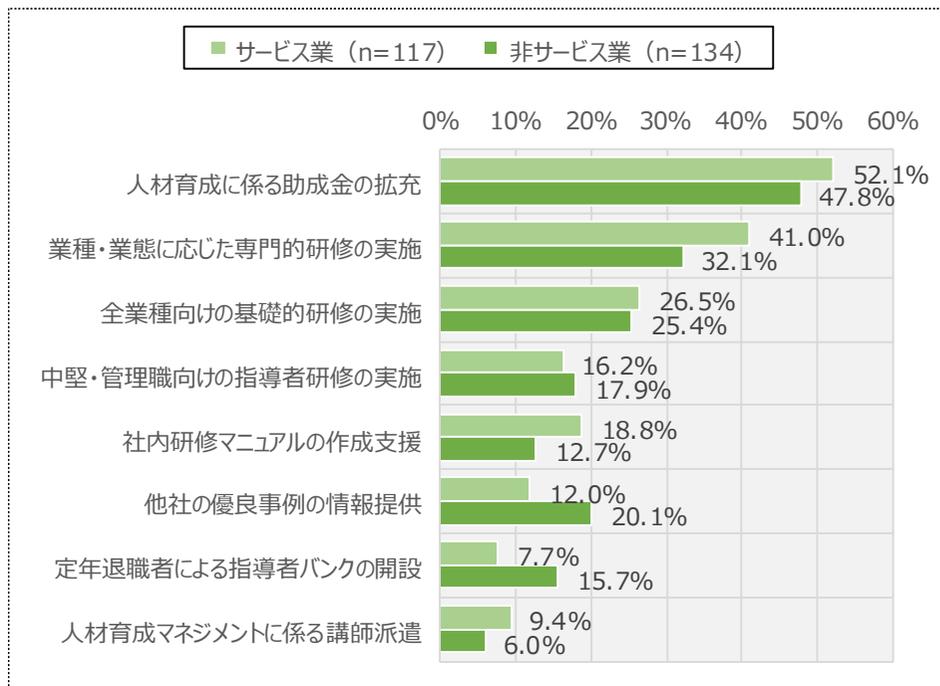
## (5)人材育成に関する支援施策に対する希望



### <コメント>

- 「人材育成に係る助成金の拡充」が回答率 4 割弱と突出しており、多くの事業者が費用負担の軽減を求めている。前項と合わせて、人材確保から育成まで一貫して資金面の支援が重視されていることが分かる。
- 「業種・業態に応じた専門的研修の実施」と「全業種向けの基礎的研修の実施」も比較的高い。特に専門的研修が基礎的研修を上回ったことから、実務のスキルアップに直結する、業種別の特性や課題に対応した、実践的な研修が求められていると思われる。
- 「定年退職者による指導者バンクの開設」と「人材育成マネジメントに係る講師派遣」は低く、外部人材の活用や専門的なマネジメント支援など、間接的な取組に対するニーズは限定的である。

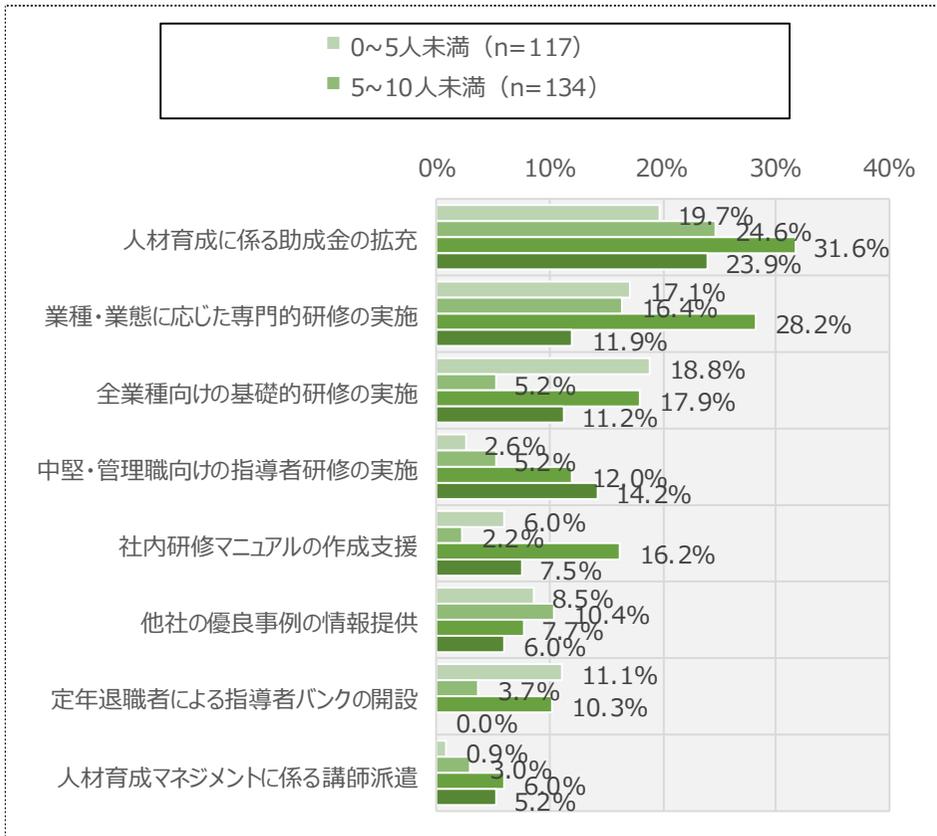
## ■業種別



### <コメント>

- 全体的に、サービス業では業種特化型・内製型の研修支援への期待が高く、非サービス業では技術継承・事例共有型の支援への関心が強い。業種ごとの課題に応じた、アプローチの差別化が必要と考えられる。
- 「業種・業態に応じた専門的研修の実施」において業種間の格差が顕著で、サービス業が非サービス業を上回っている。顧客対応や接客、コミュニケーション能力等の専門性を踏まえて、業種特性に応じてカスタマイズされた研修が求められている。
- 「社内研修マニュアルの作成支援」でもサービス業が非サービス業を上回っており、内製化された研修体系の構築が重要視されていることを示している。
- 非サービス業では、「定年退職者による指導者バンクの開設」では非サービス業がサービス業の倍以上となり、技術継承に対応したニーズが見られる。「他社の優良事例の情報提供」でも非サービス業の方が高い。

## ■規模別



### <コメント>

- 小規模事業者では基礎的スキルと外部指導者の活用、中規模事業者では専門研修と内製化の支援、大規模事業者では管理職の育成といった、成長段階に応じて差別化された支援アプローチの必要性が浮き彫りになっている。
- 前項同様、10~30人未満における支援制度へのニーズの高さが特徴的で、「人材育成に係る助成金の拡充」「業種・業態に応じた専門的研修の実施」「社内研修マニュアルの作成支援」のいずれも最も高い。組織的な人材育成体制の構築期にあり、体系的な人材育成への支援を必要とする規模帯にあると見られる。
- 「中堅・管理職向けの指導者研修の実施」では規模に比例してニーズも高まっており、組織・階層の拡大に伴い、管理職育成が重要な課題となることを反映している。

## (6)企業支援・産業振興施策に対する意見・要望(括弧内は事業内容)

- 廿日市市には何でもあると思っておりますが、「良さ」を生かしきれていないと思います。また、企業がもっと増えればと思います。(建築物の設計・監理)
- いっそう、明るい廿日市市になりますように願っています。(飼料製造)
- 長期の貸付が欲しい。(一般廃棄物収集運搬、産廃運搬、リサイクル)
- 新規企業の一気通貫窓口の設定。(貸し家業)
- 産業振興の具体的な取組が伝わってこない。(貸付業、不動産賃貸)
- 弱いものを助ける補助金ではなく、さらに高みを旨とする施策、補助金がほとんどないのが問題。(製造販売)
- 不動産賃貸収益のみで、年毎の変更等なし。(不動産賃貸収益)
- 価格転嫁できない医療福祉業界などの事業所に対する、光熱費補助、物価高騰、燃料費上昇、支援対策をお願い致します。(医療業、介護事業)
- 所有不動産賃貸収益のみで、特に変動なし。(不動産賃貸料)
- 地域(廿日市)らしさを生かした地域企業の育成にとりかかる前に、市内の風景を守るための建設の規制を進め、高さ制限などを設け、廿日市の町家や宮島からの風景など、世界的観光地として地盤をかためる。(園芸業)
- 建物の老朽化が進み、移動も考えたが、土地の価格が上がり、なかなか手がだせない。古い建物が多いと、火災や見た目の問題も生じると思うので、統一感のある町並みができるような支援をしてほしい。(賃貸)
- 新事業として使用済み太陽光パネルのリサイクル事業を始めるにあたり、土地の提供や施設建設費、機械導入等、行政の協力と支援をして頂きたいです。(運送)
- 商工会の支援等には非常に満足している。(菓子・パン製造販売)
- 廿日市市は、全ての施策で充実していると思います。日本及び世界の産業構造の変化が速いので、成功と失敗の明暗が顕著になる、失敗時のフォローを充実、スタートアップの応援。(工業用ゴム製品販売、加工)
- 入札制度(建設業)において、地元企業を優遇して欲しい。広島市内から業者がどんどん廿日市に入ってくる。(防水工事、塗装工事、左官工事)
- 廿日市駅、宮内串戸駅( JR )周辺にビジネスホテルを誘致してほしい。(商店建築)
- どのような支援施策があるのか分かりません。ホームページを見ても、よく分かりません。(木製品製造業)
- 弊社は林業を主として、木質バイオマス燃料の製造をし、出荷しておりますが、山林・幹線道路沿いの樹木等、かなり樹令も長く、倒木の危険性もあると思われます。それに対しての整備等に注力していただければ、雇用・運営の安定につながり、ありがたく思います。(林業全般、木質バイオマス燃料製造卸)
- 観光振興や小売業へ傾いた支援ではなく、産業を発展させる支援をすべき。(運送業)
- 将来の事を考えるなら、観光業に特化した学科を既存の学校に作るなど。具体的には英会話、宮島の歴史、業種別の職業体験、接遇など。工業の学校はあるのにこれだけの観光地があってそれを生かす学校がないのがまるでできてないのが残念。若者もだけど、観光業は再就職の人にも比較的入りやすいので、考えていただきたい。(飲食店)
- 社長 80 才と事務員 76 才でやっており、どのように閉じたらよいかを考えている(家具デザイン)
- 実施事業の効果の検証をしっかり行っていただき、効果のないものは廃止し、効果のあることを伸ばしていただければと思います。(宿泊業)

● JR 宮浜温泉駅の新設で渋滞緩和、観光客の誘致、企業誘致、雇用の創出をお願いします。(宿泊業)
● JR 宮浜温泉駅を造っていただきたい。ホームのみの無人駅で結構。タクシー、公共機関などどんどん減少しており、市内滞在延長にも効果的。高級宿泊施設誘致だけでなく既存の宿泊地を活かす施策を望む。(旅館業)
● 積極的な大企業誘致を望む。(輸出用、倉庫用パレット製造)
● IT 産業の誘致(コンピュータソフト開発)
● 数年で事業縮小、現状雇用者なしでの事業のため、支援・サポート希望等がないため、アンケートへの返答・要望が少なくなっています。現地で長年、事業できていることに感謝しているところです。(造園業、園芸小売)
● 立地環境整備として、レンタル倉庫や作業・加工・キッチンスペース等の試作品や商品開発ができる場所等あれば、廿日市独自の支援につながる気がする。(イベント企画・運営・レンタル業)
● 家賃(農地代)を下げて下さい。(農業・製造業)
● とにかく早くトイレの増設(紅葉谷付近)と、ゴミ箱(紅葉谷付近)の設置(シカ対応)。(おみやげ品販売)
● 廿日市市出身→県外の国公立大学、あるいは県内の国公立大学。この辺りの人材を雇用したいです。(飲料業)
● 自然を大切に。失われたものは戻ってきません。(飲食業)
● 廿日市市の補助金は分かりやすく告知しており、使いやすいです。来年も生産～補助金やって欲しいです。(レンタル業)
● 商品開発が重要と考えます。(サービス業)
● 人材派遣等に於ける、色々なネットワーク。(旅館業)
● 宮島の訪問税について。資材運搬の運転手、重機運搬の運転手、誘導など、宮島搬入の際の全ての人において、訪問税の徴収がされております。運転手さんなどは固定されていない場合が多く、弊社工事だけでない場合もあります。(生コン車とか)その訪問税は全て元請が支払っております。企業については個人に対しての訪問税ではなく、企業ごとの訪問税の徴収の方法及び申請方法を検討頂きたい。(建設業)
● 企業の規模によって、必要な支援の内容がまったく異なるかと思えます。市の活性化に最もつながる(小規模企業?)に支援を強化した方が良いかと思えます。(もみじまんじゅう)
● 廿日市の街づくりの方針が分からない。観光振興を目指すなら、宮島は切り分けて、特例的にスピーディに物事を進めて欲しい。特に観光客の平準化を目指すべき。(カフェ)
● 旧市街の活性化を図らないと、廿日市の活性化は困難。新しい青年会議所の結成、若者が喜んで働ける場所、廿日市駅周辺の活性化、まず駐車場の確保を。(医業)