

中小・小規模企業の課題

(1) 外部環境の変化に関する課題

① 経済・社会情勢への迅速な対応

新型コロナウイルス感染症や物価の高騰を背景とした「仕入単価の上昇」や「需要の停滞」、「取引先の減少」などが経営上の課題として上位を占めています。新型コロナウイルス感染症は特に「宿泊業、飲食サービス業」、「小売業」、「生活関連サービス業、娯楽業」などの売上に深刻な影響を与えています。「仕入単価の上昇」による営業利益への影響は幅広い業種に見られます。それらの影響を比較的受けていない業種も、「従業員の不足」や「同業他社との競争激化」に晒されており、業種ごとの主な課題に対してそれぞれ対応が求められています。(資料1 P18、P22)

② 市内中小・小規模企業の多様性による地域活力の向上

市内産業の総生産額は、製造業がけん引しています。その中でも特に、電子部品・デバイスの製造品出荷額は突出して高く、出雲市の特長となる一方で、一部の製造産業へ依存している構造が見えます。伝統工芸で培った技術や地域特有の資源を更に活かしながら、市内の多様な業種の総生産額を底上げする必要があります。(資料3 P5、P7)

③ 新たな取組に対する支援

「新規事業展開補助金などの新規向け補助金」が効果的であったと回答した事業所は2.3%にとどまっています。(資料1 P34)

(2) 事業発展に関する課題

① デジタル化等の経営基盤整備、生産性向上

費用対効果や対応人材の不足を課題として挙げている企業が多くなっています。特に、コロナ禍や仕入単価減少による営業利益が減少する業種は、積極的に投資できるような状況ではなく、デジタル化推進に向けた経営体制の立て直し、もしくはDX推進による経営課題の解決が求められています。(資料1 P23-P27)

② 販路開拓の推進

市内企業の今後強化したい点として、「市場開拓・販路開拓」が最も多くなっています。主な理由として、一部の業種では、仕入単価の上昇が営業利益を圧迫しているため、従来の市場のみでは営業利益の確保が難しく、このことから「市場開拓・販路開拓」の動きが活発化していると考えられます。(資料1 P21、P22)

③ 今後の事業展開（新業種等）SDGs、カーボンニュートラルなど

カーボンニュートラルへの取り組みについて、関心の低さが課題となります。また、取り組む上でも、資金不足やノウハウ不足を挙げる事業所が多くなっています。傾向として、第1次産業、第2次産業ではコスト面への課題が、第3次産業ではどの程度まで対応すべきかの明確な指標がないことが課題となっています。（資料1 P38、P39）

（3） 人材に関する課題

① 高校生及び市外進学者への就職支援

市内高校卒業者のうち、概算で約7割強が県外へ流出しています。一方、市内企業の有効求人倍率は依然高い値を推移しており、慢性的な人材不足に陥っています。（資料3 P9、P10）

② 市内中小・小規模企業の人材確保、育成、定着

中小・小規模企業の人材不足が顕著であり、特に情報通信業、建設業、運輸業・郵便業において人材不足と回答した事業所の割合が高くなっています。一方、中途採用及びパート・アルバイトの採用は昨年度と比較して大きく減少しています。人材定着に向けた課題は「賃金の向上」が全体の主要な課題として挙げられる他に、業種ごとに異なる背景があります。（資料1 P15、P16）

③ 多様な働き方の促進

全国の傾向と同様に、出雲市の非正規労働者数のうち、約7割を女性が占めています。男女格差の是正が課題となります。

外国人雇用の状況を見ると、転職・就職の意向がある外国人が一定数いるにもかかわらず、外国人の雇用に対する意識が低いことが課題として挙げられます。また、それは主に言葉や生活習慣の違いがネックになっています。

障がい者雇用の状況を見ると、例年求職者数に対して就職件数が少なく、積極的な雇用を生み出すことが課題として挙げられます。（資料1 P28-P31）

④ 経営者の意識・行動改革

「経営に関する勉強会があれば参加したい」と回答した事業所は約4割にとどまっています。個人企業は約3割、法人企業は約5割で、正社員数が少ない事業所ほど割合が低くなっています。従って、社員間のコミュニケーションが学ぶ意識にプラスの影響を及ぼしていると考えられます。社員数の少ない事業所がいかに関外部とコミュニケーションを図り、学びの啓発に結び付けられるかが課題となります。（資料1 P19、P20）

(4) 事業継続に関する課題

① 事業承継の支援

後継者不足により事業継続が困難になる事業所が増えています。特に「小売業」は他業種と比較して高齢化が進む中、「現在の事業を継続する予定はない」の回答割合が高く、経済規模の縮小が懸念されます。また、「農業、林業、漁業」についても半数以上が60歳以上となる中、「後継者は決まっておらず、候補もいないが、事業を継続(承継)したい」と回答した事業所が37.0%にのぼります。事業継承をおこなうにあたり、後継者の迅速な獲得、育成が課題となっています。

次いで「取引先との関係維持」を挙げている事業所が多くなっています。高齢化や人口減少が進む中でいかに地域の繋がりを次の世代に渡していくか、地域全体で考えていく必要があります(資料1 P40-P43)