

稲美町事業所調査結果報告書

令和2年11月

稲美町

目次

I	調査概要	1
1.	調査の目的	1
2.	調査項目	1
3.	調査の設計	1
4.	回収状況	1
5.	報告書を見る際の注意事項	1
II	調査結果	2
1.	回答事業所の属性	2
2.	雇用について	4
3.	事業所の拡張・移転について	6
4.	稲美町の事業環境、都市機能整備の評価について	8
5.	ワーク・ライフ・バランスについて	10
6.	新型コロナウイルス感染拡大に伴う影響について	11
7.	その他	11

I 調査概要

1. 調査の目的

稲美町が目標とするまちの姿を明らかにするとともに、実現に向けた施策を示す「第6次稲美町総合計画」の策定にあたり、住民の現在の生活環境や将来に向けたまちづくりについての意見を把握し、町の施策や計画の基礎資料とするために実施した。

2. 調査項目

- (1) 回答事業所のことについて
- (2) 雇用について
- (3) 事業所の拡張・移転について
- (4) 稲美町の事業環境、都市機能整備の評価について
- (5) ワーク・ライフ・バランスについて
- (6) 新型コロナウイルス感染拡大に伴う影響について
- (7) その他

3. 調査の設計

- ・調査対象：稲美町内の事業所 597 事業所
- ・調査方法：郵送配布・郵送回収
- ・調査期間：令和2年10月13日（火）～ 令和2年10月30日（金）

4. 回収状況

対象者数	有効回収数	有効回収率
597 事業所	249 事業所	41.7%

5. 報告書を見る際の注意事項

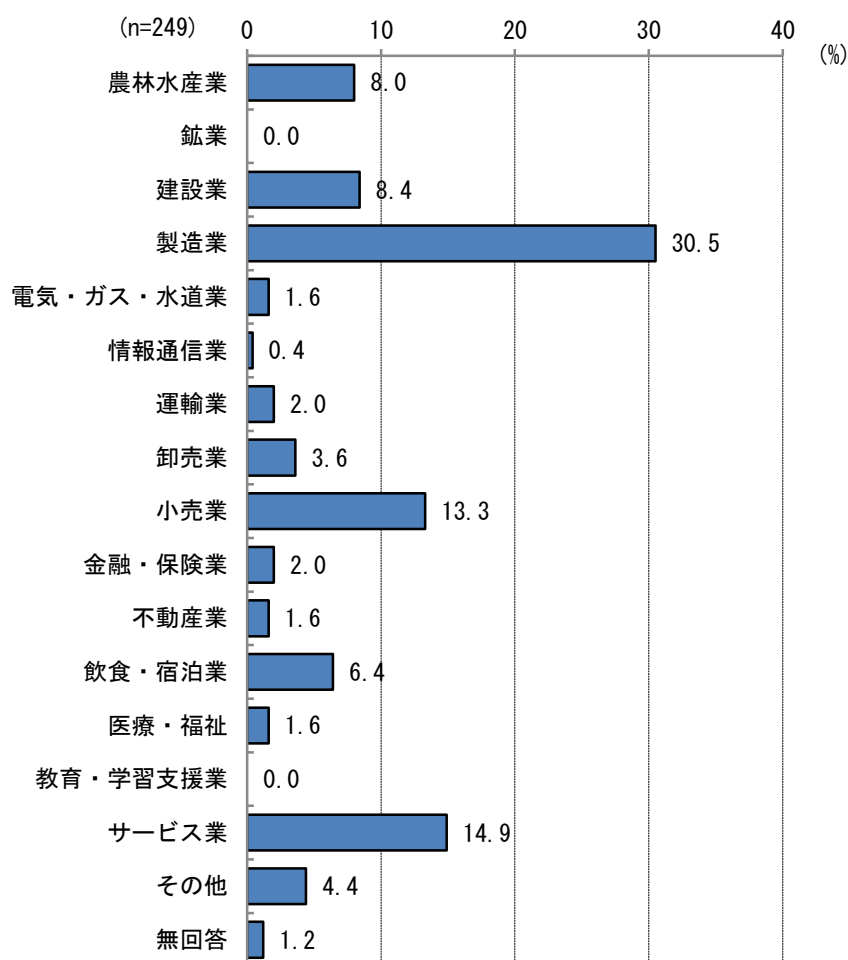
- 回答は各質問の回答者数（n）を基数とした百分率（％）で示してある。
- 百分率は小数点以下第2位を四捨五入して算出した。このため、百分率の合計が100%にならないことがある。
- 1つの質問に2つ以上答えられる“複数回答可能”の場合は、回答比率の合計が100%を超える場合がある。
- グラフ等の記載にあたっては、調査票の選択肢の文言を一部省略している場合がある。
- サンプル数が少ないものについては、コメントを割愛している。

II 調査結果

1. 回答事業所の属性

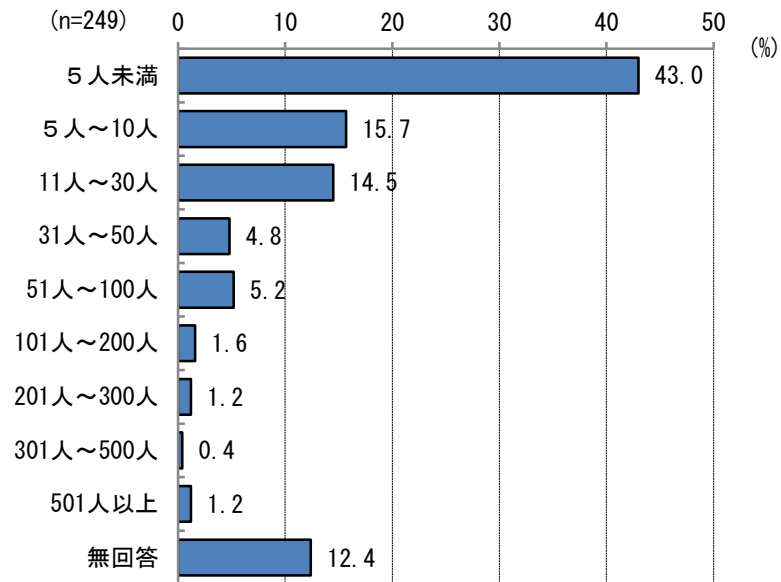
(1) 事業所の業種

- ・回答事業者の業種は、「製造業」が 30.5%と約3割を占めて最も高く、次いで「サービス業」(14.9%)、「小売業」(13.3%)、「建設業」(8.4%)、「農林水産業」(8.0%) の順となっている。



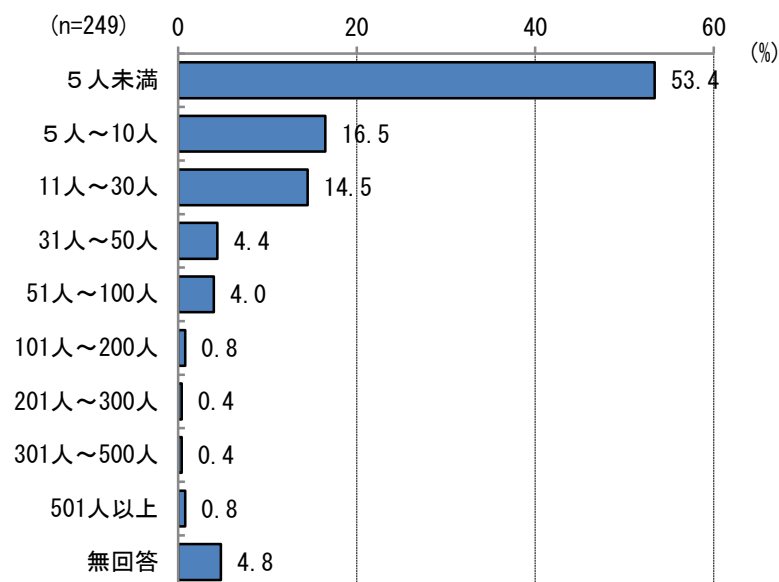
(2) 全職員の人数

- 全職員の人数は、「5人未満」が43.0%と4割以上を占めて最も高く、次いで「5～10人」(15.7%)、「11～30人」(14.5%)の順となっている。



(2-1) うち、正社員・正職員の人数

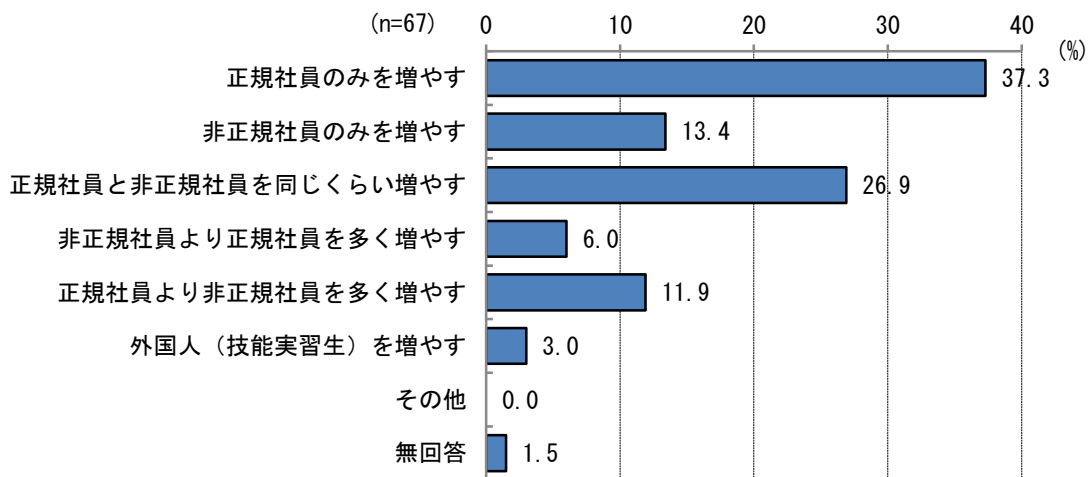
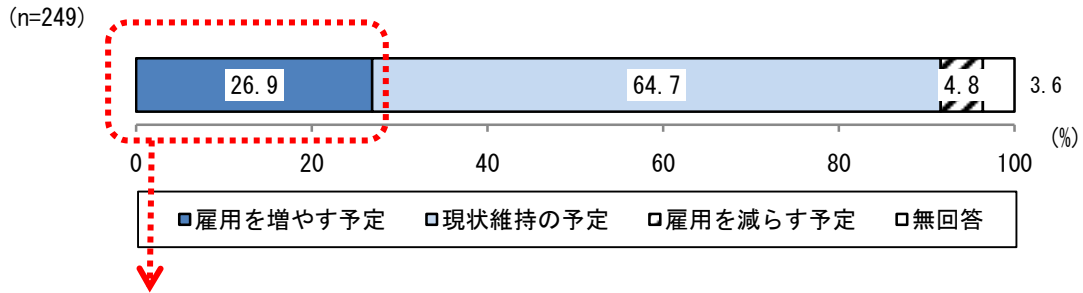
- 正社員・正職員の人数は、「5人未満」が53.4%と半数以上を占めて最も高く、次いで「5～10人」(16.5%)、「11～30人」(14.5%)の順となっている。



2. 雇用について

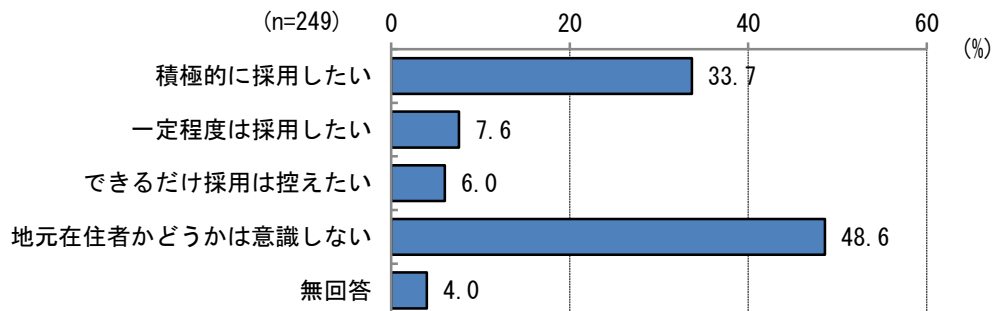
(1) 今後の労働者の雇用人数についての意向

- 今後の労働者の雇用人数についての意向については、「現状維持の予定」が64.7%と6割以上を占めており、「雇用を増やす予定」が26.9%となっている。
- 雇用を増やす予定と回答した事業所で、増やしていく雇用形態については、「正規社員のみを増やす」が37.3%と4割近くを占めて最も高く、次いで「正規社員と非正規社員を同じくらい増やす」(26.9%)、「非正規社員のみを増やす」(13.4%)、「正規社員より非正規社員を多く増やす」(11.9%)の順となっており、正規社員を増やす事業所が多くなっている。



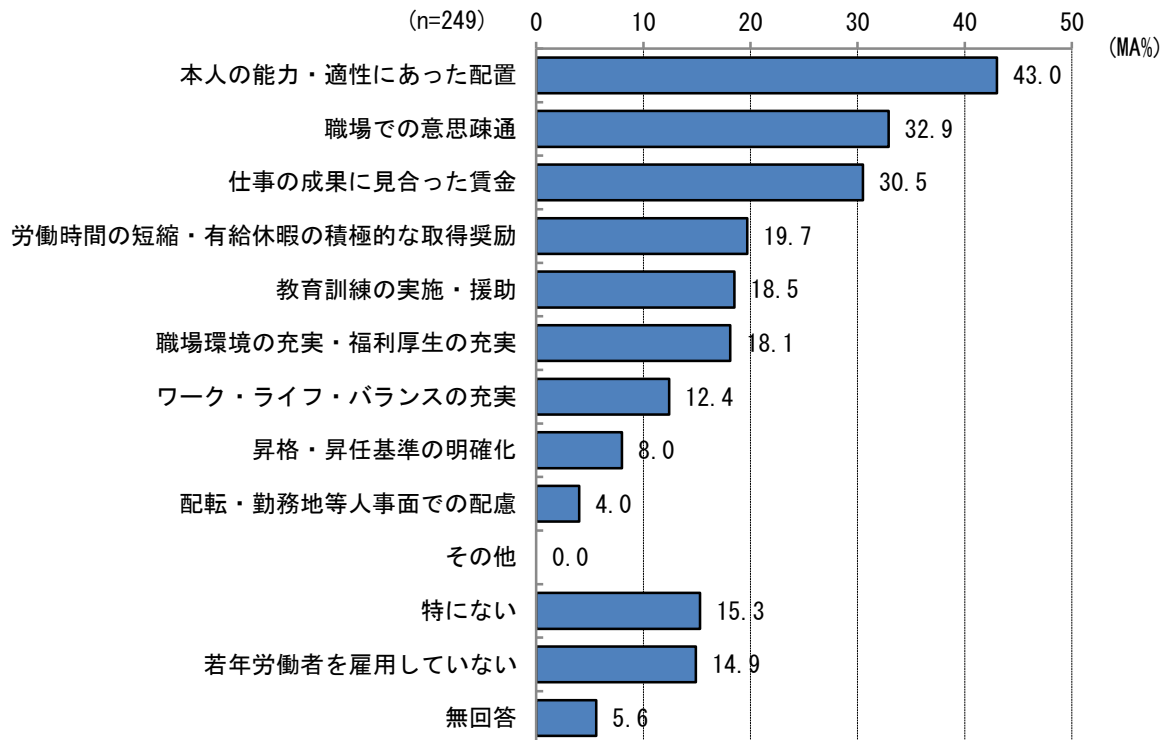
(2) 地元稲美町在住者の採用に対する考え方

- 地元稲美町在住者の採用に対する考え方については、については、「地元在住者かどうかは意識しない」が48.6%と半数近くを占めて最も高くなっている。
- 次いで「積極的に採用したい」が33.7%となっており、3割以上を占めている。



(3) 若年労働者に対して力を入れてきた支援や方針

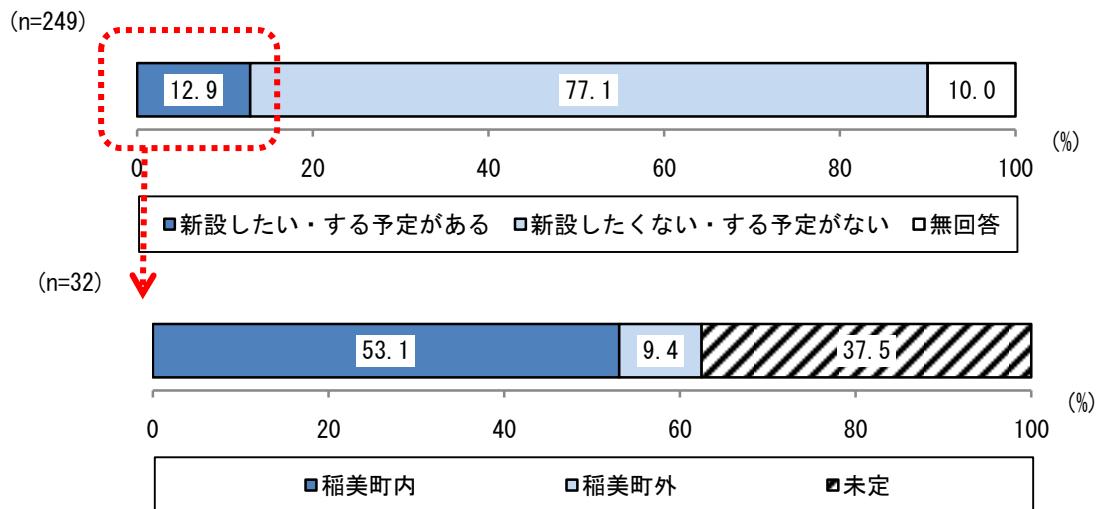
・若年労働者に対して力を入れてきた支援や方針については、「本人の能力・適性にあった配置」が43.0%と4割以上を占めて最も高く、次いで、「職場での意思疎通」(32.9%)、「仕事の成果に見合った賃金」(30.5%)の順となっている。



3. 事業所の拡張・移転について

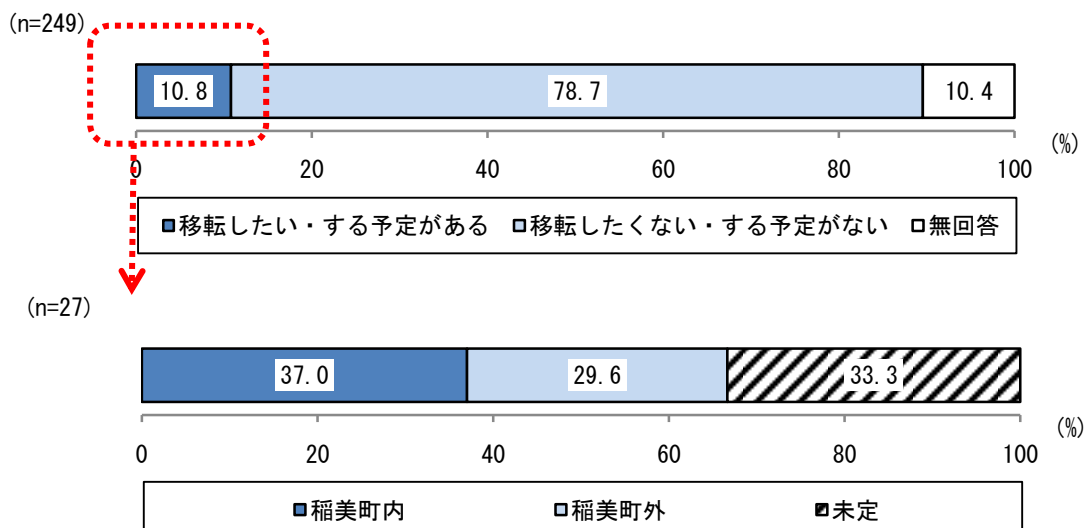
(1) 新設の意向・予定について

- ・今後の新設の意向・予定については、「新設したい・する予定がある」は 12.9%となっている。
- ・新設の意向・予定のある事業所の、新設希望場所については、「稲美町内」が 53.1%と半数以上を占めて最も高く、「稲美町外」は 9.4%と約 1 割となっている。
- ・町外での希望のある事業所（3 事業所）の理由は、「市場へのアクセスがしやすいから」が最も高く、その他「物流等のインフラが充実しているから」、「周辺環境からの制約が少ないから」、「公共交通が充実しているなど、従業員の通勤に便利だから」、「地価が安いから」などの回答があがっている。



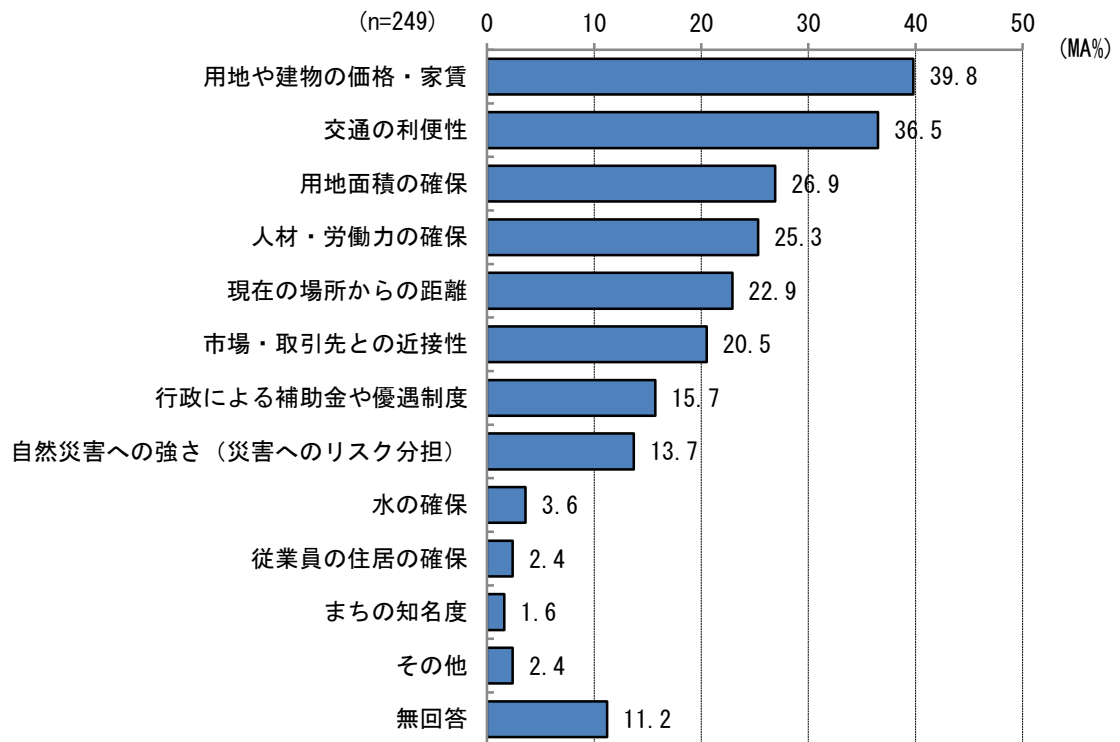
(2) 移転の意向・予定について

- ・今後の移転の意向・予定については、「移転したい・する予定がある」は 10.8%となっている。
- ・移転の意向・予定のある事業所の、移転希望場所については、「稲美町内」が 37.0%と 4 割近くを占めて最も高く、「稲美町外」は 29.6%と約 3 割となっている。
- ・町外での希望のある事業所（8 事業所）の理由は、「市場へのアクセスがしやすいから」が最も高く、次いで「物流等のインフラが充実しているから」、「周辺環境からの制約が少ないから」、「行政機関の助成・協力が期待できるから」などの回答があがっている。



(3) 新設・拡張・移転を検討する際に重視すること

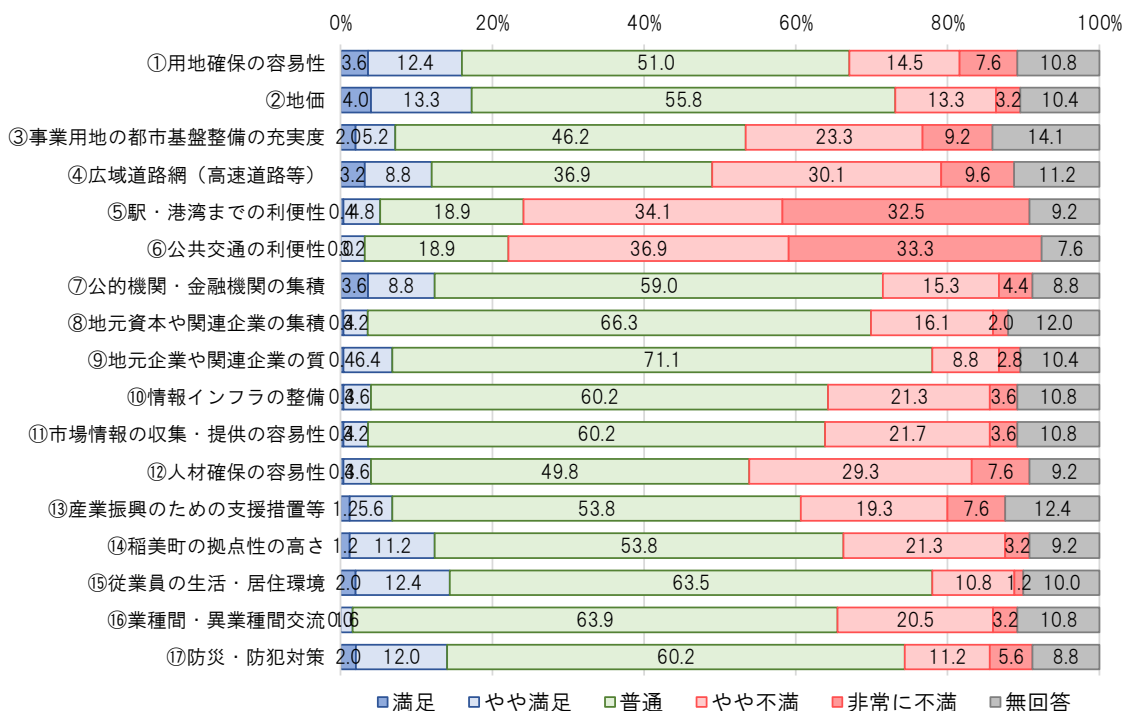
- ・新設・拡張・移転を検討する際に重視することについては、「用地や建物の価格・家賃」が39.8%と約4割を占めて最も高く、次いで、「交通の利便性」(36.5%)、「用地面積の確保」(26.9%)、「人材・労働力の確保」(25.3%)の順となっている。



4. 稲美町の事業環境、都市機能整備の評価について

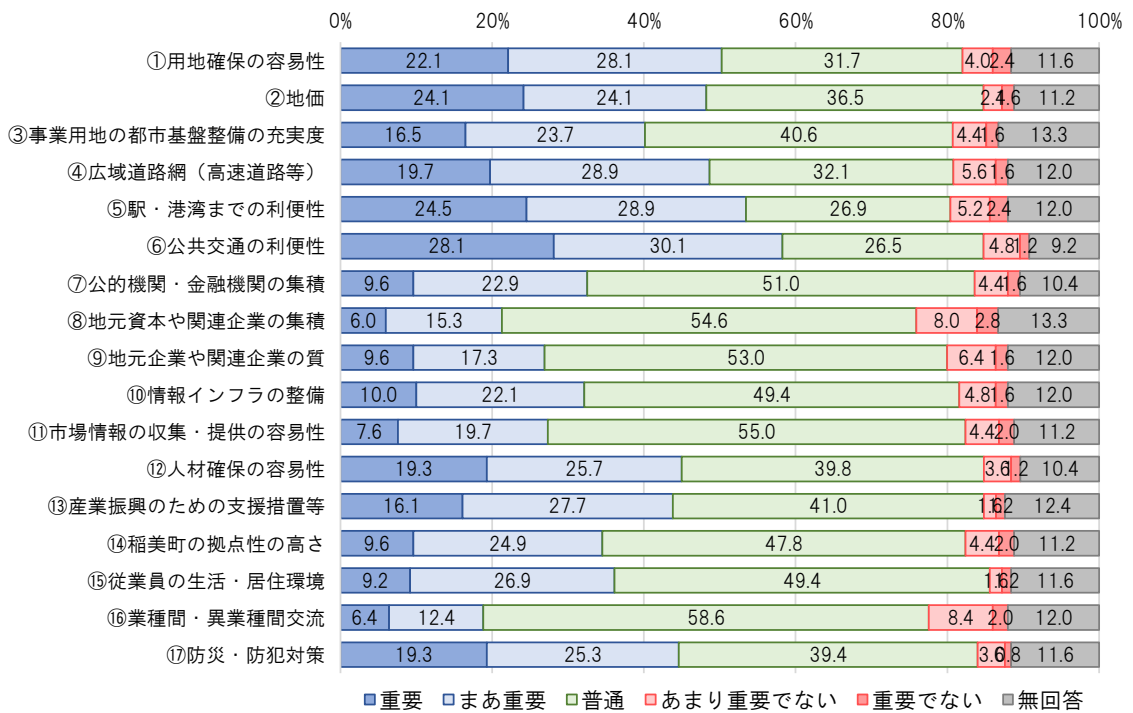
(1) 稲美町の事業環境・都市機能整備の満足度

- ・稲美町の事業環境・都市機能整備の満足度では、「満足」と「やや満足」を合わせた『満足』の割合をみると、“②地価”で17.3%と最も高く、次いで、“①用地確保の容易性”（16.0%）となっているものの、すべての項目で2割未満と低くなっている。
- ・一方で、「やや不満」と「非常に不満」を合わせた『不満』の割合をみると、“⑥公共交通の利便性”で70.2%と約7割を占めて最も高く、次いで、“⑤駅・港湾までの利便性”（66.6%）の順となっており、交通面での不満が高い傾向となっている。



(2) 稲美町の事業環境・都市機能整備の重要度

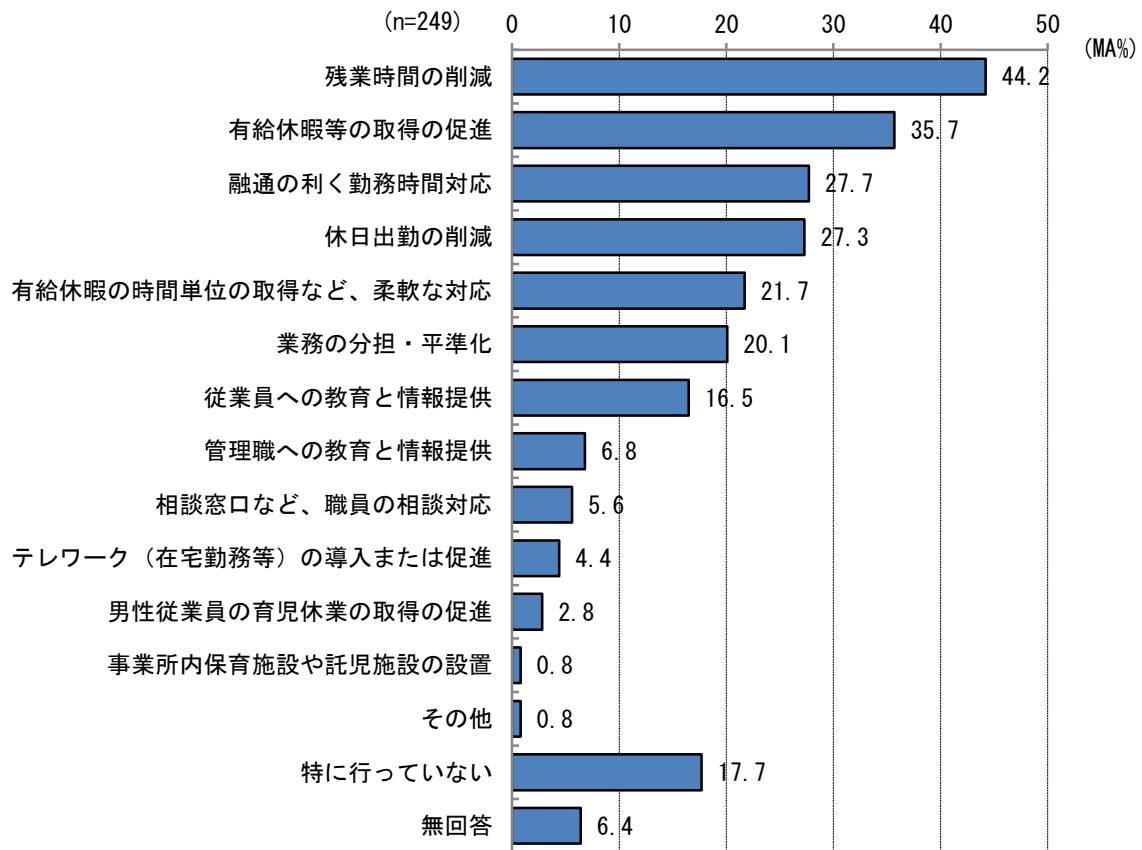
- ・稲美町の事業環境・都市機能整備の重要度では、「重要」と「まあ重要」を合わせた『重要』の割合をみると、“⑥公共交通の利便性”で58.2%と6割近くを占めて最も高く、次いで、“⑤駅・港湾までの利便性”（53.4%）、“①用地確保の容易性”（50.2%）の順となっている。
- ・(1)と比較すると、不満の高い交通面の施策について重要性が高いと感じている人が多い結果となっている。



5. ワーク・ライフ・バランスについて

(1) ワーク・ライフ・バランスのために行っている取り組み

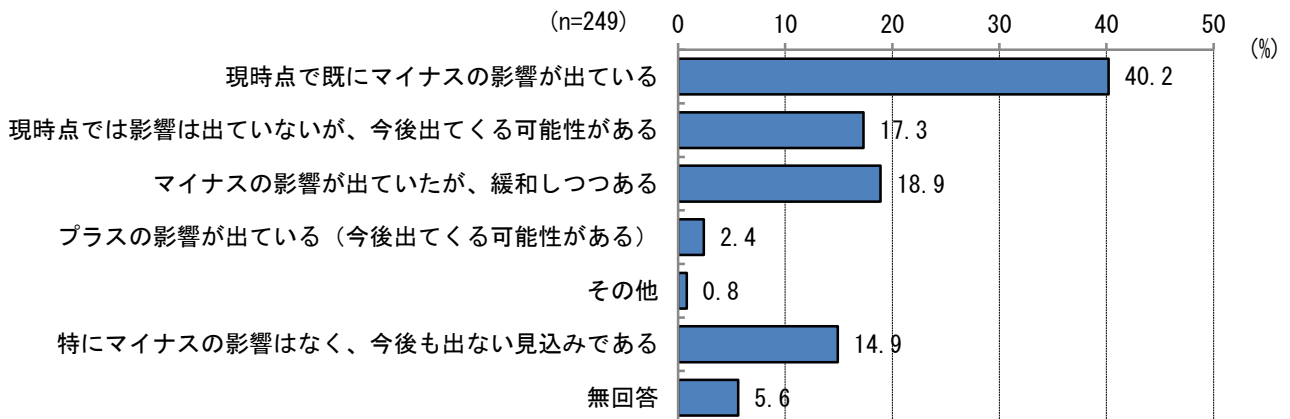
- ワーク・ライフ・バランスのために行っている取り組みについては、「残業時間の削減」が44.2%と4割以上を占めて最も高く、次いで、「有給休暇等の取得の促進」(35.7%)、「融通の利く勤務時間対応」(27.7%)、「休日出勤の削減」(27.3%)の順となっている。
- また、「特に行っていない」が17.7%と2割近くを占めている。



6. 新型コロナウイルス感染拡大に伴う影響について

(1) 新型コロナウイルス感染拡大に伴う活動への影響

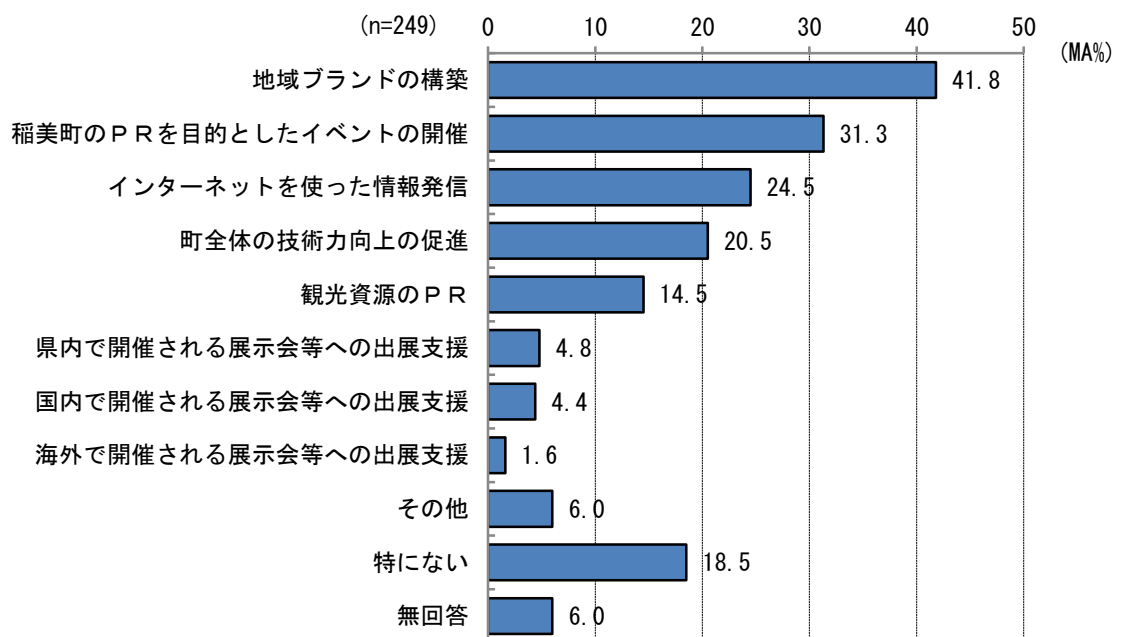
- 新型コロナウイルス感染拡大に伴う活動への影響については、「現時点で既にマイナスの影響が出ている」が40.2%と約4割を占めて最も高く、次いで、「マイナスの影響が出ていたが、緩和しつつある」(18.9%)、「現時点では影響は出ていないが、今後出てくる可能性がある」(17.3%)の順となっており、マイナスの影響が出ている（出る可能性がある）事業所が7割以上を占めている。



7. その他

(1) 行政機関や支援機関に期待すること

- 行政機関や支援機関に期待することについては、「地域ブランドの構築」が41.8%と4割以上を占めて最も高く、次いで、「稲美町のPRを目的としたイベントの開催」(31.3%)、「インターネットを使った情報発信」(24.5%)、「町全体の技術力向上の促進」(20.5%)の順となっており、稲美ブランドの構築と、PRを含めた情報発信への要望が高くなっている。



(2) 行政機関や支援機関に望む支援策

- 行政機関や支援機関に望む支援策については、「融資等資金支援」が27.7%と3割近くを占めて最も高く、次いで、「雇用助成」(26.9%)、「販売促進支援」(19.3%)、「情報発信」(15.3%)の順となっており、経済的な支援とともに、販促やPRなどを含めた情報発信への支援を望む事業所が多くなっている。

