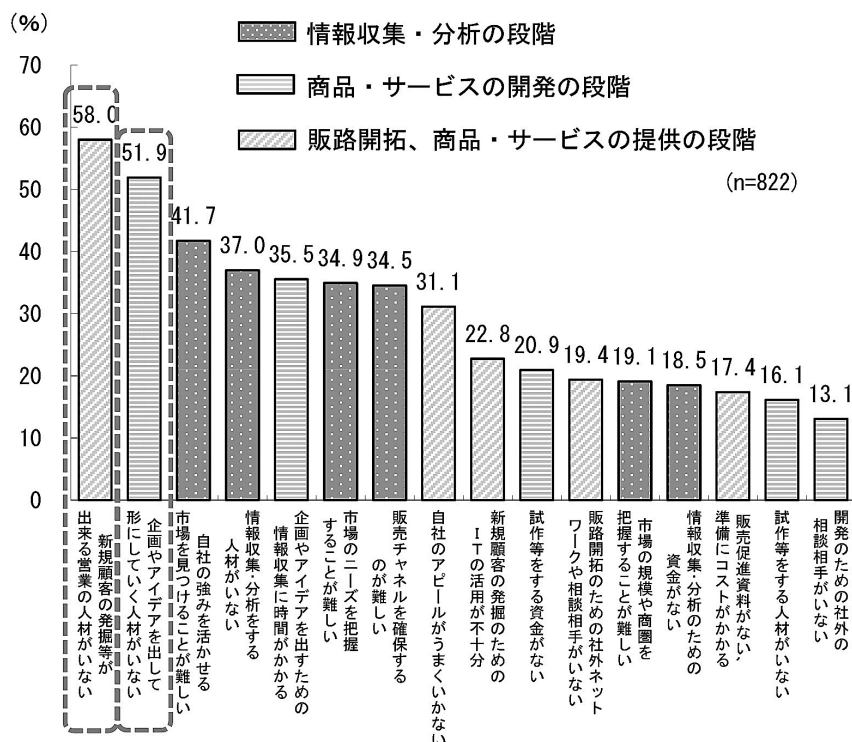


また、今後の市場開拓に向けたマーケティングに関する意識を見てみると、6割超の企業で市場調査の意思がある。さらに、開拓市場を「既存市場」、「新規市場」に分けると、新規市場開拓の方が市場調査を行う意思が強くなっている。

新規市場開拓の売上目標未達成企業が抱える課題



資料：中小企業庁委託「「市場開拓」と「新たな取り組み」に関する調査」
(2014年12月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株))
(注) 複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

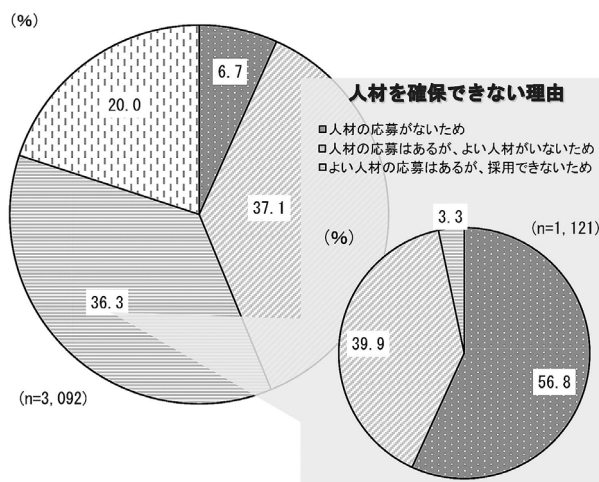
人材の確保

中小企業・小規模事業者の従業員の不足感は、全国的に高まっている。

アンケート調査でも、人材の確保状況について、「十分確保できている」や「十分ではないが確保できている」と回答した者の割合は5割に満たず、中小企業・小規模事業者は人材を十分確保できていない状況。人材が「確保できていない」理由を見ると、「人材の応募がないため」が6割弱を占める一方で、「人材の応募はあるが、よい人材がいないため」という回答も4割存在し、質・量両面での「人材不足」に直面していることがうかがわれる。

中小企業・小規模事業者の人材の確保状況

- 十分確保できている
- 十分ではないが確保できている
- 確保できていない
- 確保していない



資料：中小企業庁委託「中小企業・小規模事業者の人材確保と育成に関する調査」
(2014年12月、(株)野村総合研究所)

人材の採用

中小企業・小規模事業者において、経営の中核となる人材の不足感が強い。先に取り上げた販路開拓（営業）のための人材にとどまらず、研究開発・製造、IT 関連、経営等、多岐にわたる中核人材の不足感も強い。