

平成 29 年度文部科学省委託事業
「専修学校による地域産業中核的人材養成事業」

**「第 4 次産業革命に対応し地域振興に寄与できる経営管理人材育成の
実施モデル構築」事業**

調査② 経営管理人材の要件に関する調査報告書

本調査報告書は、文部科学省の生涯学習振興事業委託費による委託事業として、学校法人秋葉学園千葉情報経理専門学校が実施した平成 29 年度「専修学校による地域産業中核的人材養成事業」の成果物です。

平成 30 年 3 月

学校法人秋葉学園

千葉情報経理専門学校

○調査概要

調査目的：実証を行うための教育プログラム開発の参考資料として活用する

調査対象：千葉県内で勤務する中小企業の経営層・マネジメント層人材（会長、副会長、代表取締役（社長）、副社長、役員・取締役クラス、顧問・監査役クラス、事業本部長クラス、部長クラス、支店長・工場長クラス）

調査件数：100件

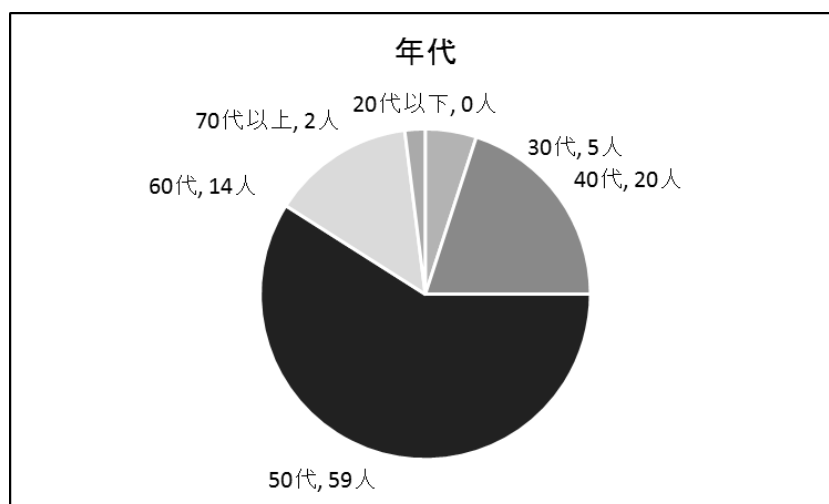
調査項目：経営管理人材の過不足感、経営管理人材の採用方法・登用方法・育成方法、経営管理人材に求める知識・スキル、クラウドやデータ分析の経営への活用状況等

本アンケートでは、次の経営層を目指す人材を「経営管理人材」と定義して調査を行った。

○回答者属性

1. 年代

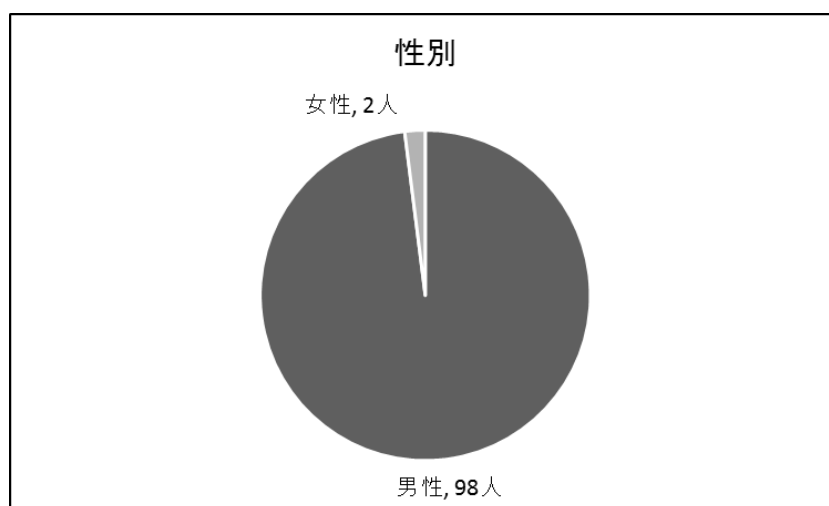
年代	人数
20代以下	0
30代	5
40代	20
50代	59
60代	14
70代以上	2



※ 最年長 78 歳、最年少 32 歳、平均 53.3 歳

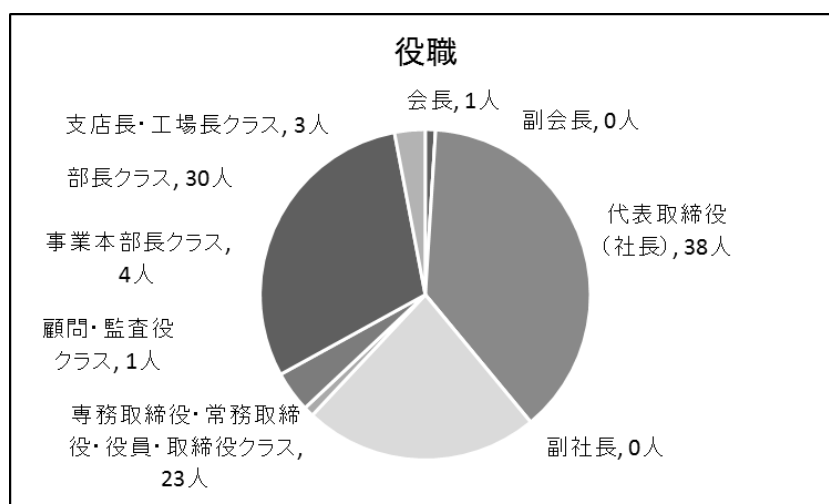
2. 性別

性別	人数
男性	98
女性	2



3. 役職

役職	人数
会長	1
副会長	0
代表取締役（社長）	38
副社長	0
専務取締役・常務取締役 ・役員・取締役クラス	23
顧問・監査役クラス	1
事業本部長クラス	4
部長クラス	30
支店長・工場長クラス	3

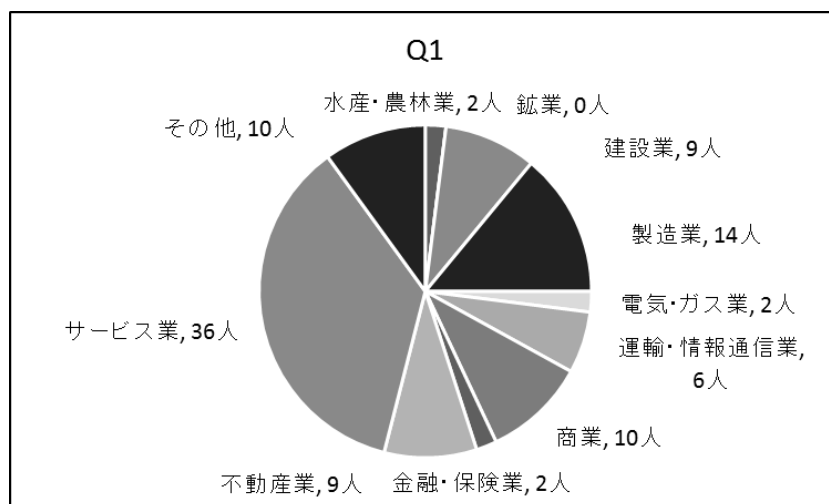


○所属企業について

Q1 貴社の業種について該当するものをお選びください。

※複数当てはまる場合は、最も中心となるもの1つだけをお選びください。

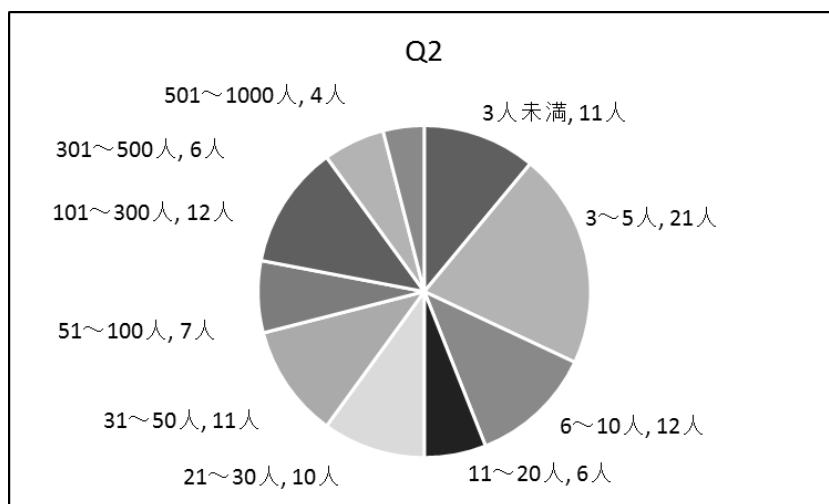
回答	人数
水産・農林業	2
鉱業	0
建設業	9
製造業	14
電気・ガス業	2
運輸・情報通信業	6
商業	10
金融・保険業	2
不動産業	9
サービス業	36
その他	10



※その他：卸売業（3件）、分類されないサービス業、海外開発援助、商標権の管理、小売業、学習塾、ソフトウェア販売、不動産管理

Q2 貴社の企業全体での従業員は何人ですか。（おおよその人数でもかまいません。）

回答	人数
3人未満	11
3～5人	21
6～10人	12
11～20人	6
21～30人	10
31～50人	11
51～100人	7
101～300人	12
301～500人	6
501～1000人	4

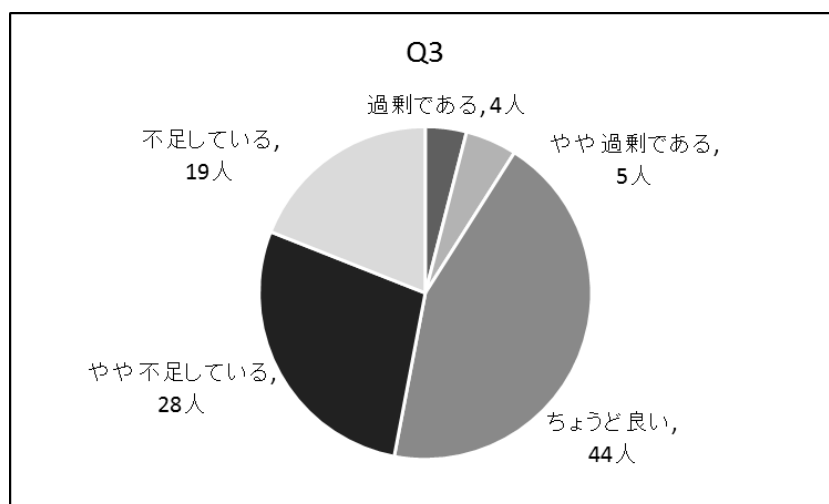


※最多 1,000 人、最少 1 人、平均 96.6 人

○経営管理人材の状況や考え方

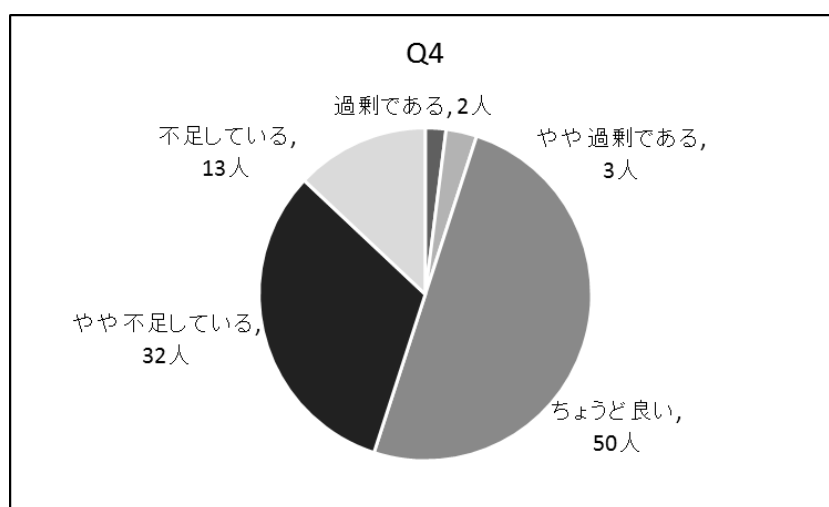
Q3 貴社における経営管理人材の「人数」について、過不足感はいかがですか。

回答	人数
過剰である	4
やや過剰である	5
ちょうど良い	44
やや不足している	28
不足している	19



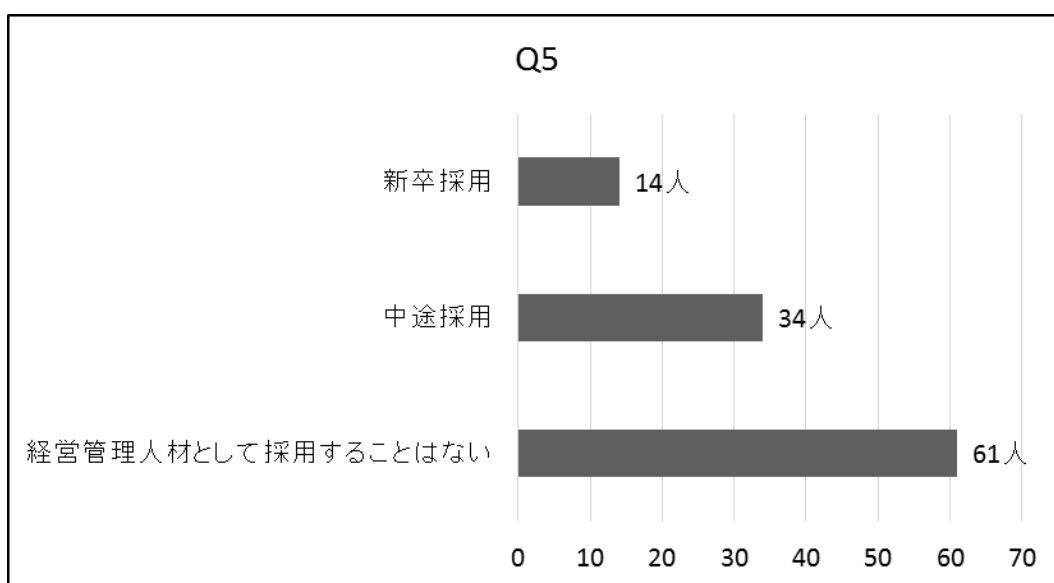
Q4 貴社における経営管理人材の「質」について、過不足感はいかがですか。

回答	人数
過剰である	2
やや過剰である	3
ちょうど良い	50
やや不足している	32
不足している	13



Q5 貴社では、経営管理人材を主にどのように採用していますか。(いくつでも)

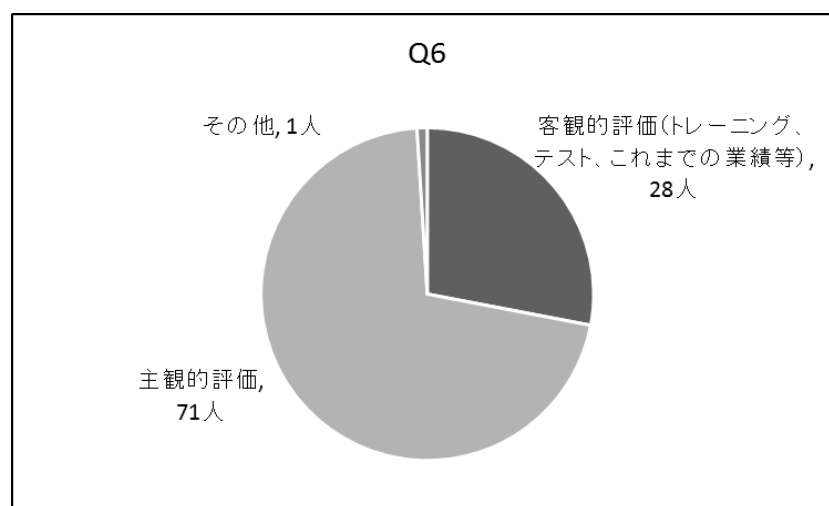
回答	人数
新卒採用	14
中途採用	34
経営管理人材として採用することはない	61



※「新卒採用」「中途採用」は両方選んでも良い。「経営管理人材として採用することはない」は他2つと排他。

Q6 貴社では、社員から経営管理人材を登用する際、主にどのように行っていますか。

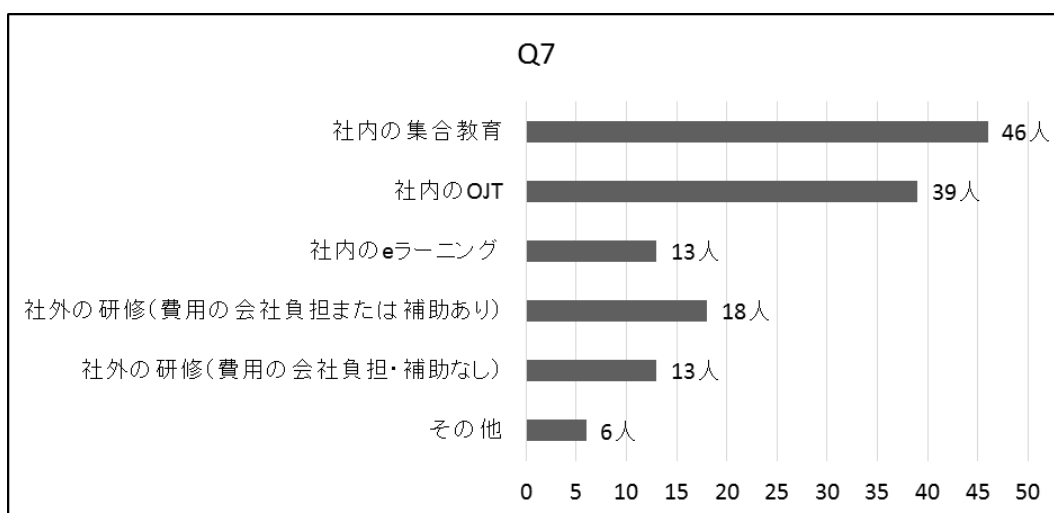
回答	人数
客観的評価（トレーニング、テスト、これまでの業績等）	28
主観的評価	71
その他	1



※その他：登用はしない

Q7 貴社では、経営管理人材をどのように育成していますか。(いくつでも)

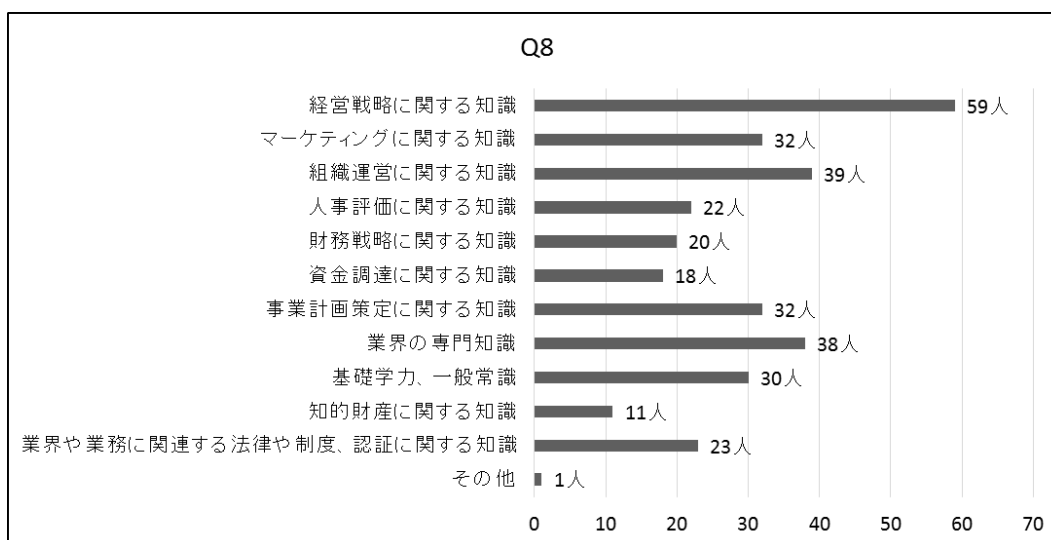
回答	人数
社内の集合教育	46
社内のOJT	39
社内のeラーニング	13
社外の研修(費用の会社負担または補助あり)	18
社外の研修(費用の会社負担・補助なし)	13
その他	6



※その他：特になし(2件)、経験による評価、情報収集、雇わない、していない

Q8 貴社では、経営管理人材にどのような知識を求めていますか。(いくつでも)

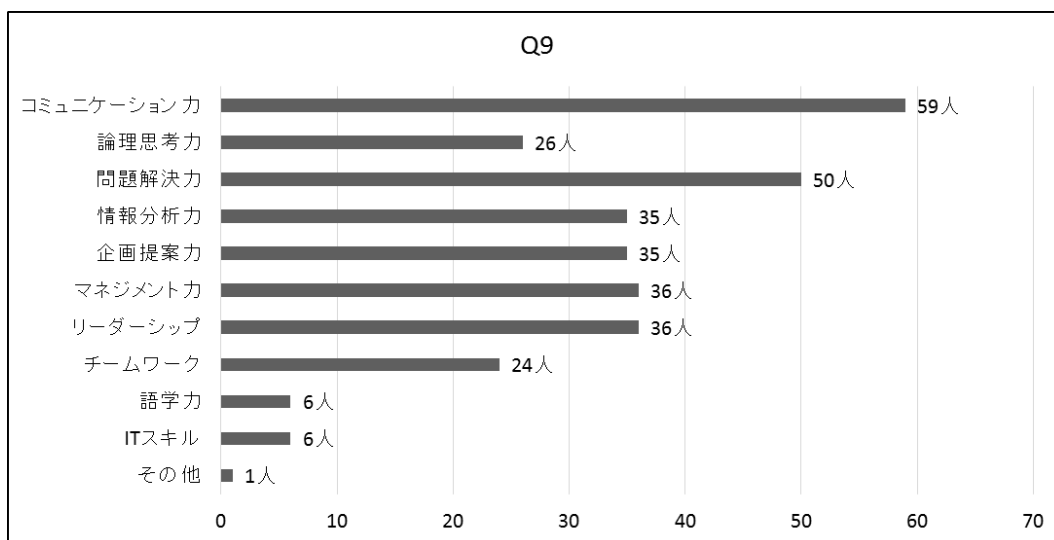
回答	人数
経営戦略に関する知識	59
マーケティングに関する知識	32
組織運営に関する知識	39
人事評価に関する知識	22
財務戦略に関する知識	20
資金調達に関する知識	18
事業計画策定に関する知識	32
業界の専門知識	38
基礎学力、一般常識	30
知的財産に関する知識	11
業界や業務に関連する法律や制度、認証に関する知識	23
その他	1



※その他：雇わない

Q9 貴社では、経営管理人材にどのようなスキル（業務遂行能力）を求めていますか。
（いくつでも）

回答	人数
コミュニケーション力	59
論理思考力	26
問題解決力	50
情報分析力	35
企画提案力	35
マネジメント力	36
リーダーシップ	36
チームワーク	24
語学力	6
ITスキル	6
その他	1



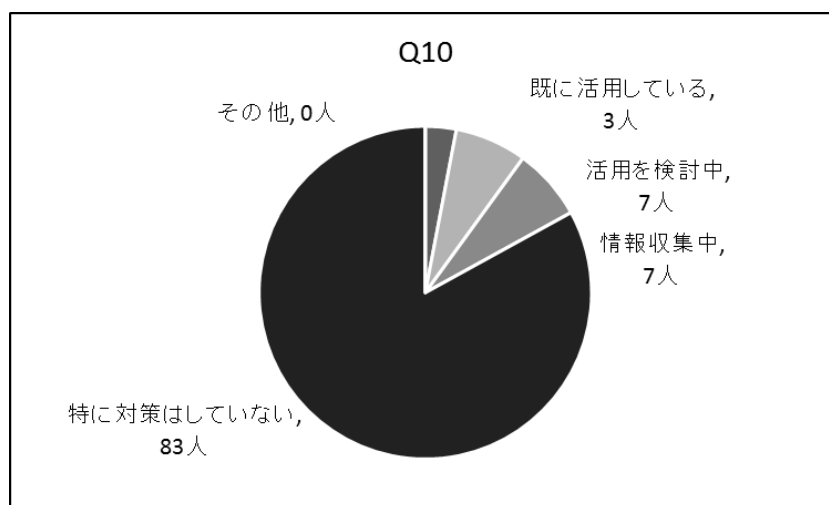
※その他：雇わない

○クラウドやデータ分析の経営への活用について

※クラウドソーシング：発注者がインターネット上のウェブサイト上で受注者を公募し、仕事を発注する手法。ある業務に対して専門的なスキルを備えている人材を不特定多数から見つけ出すことが容易になるため、従来よりも人的リソースを確保しやすい。

Q10 貴社では、クラウドソーシングが普及していることに対し、どのような対策を取っていますか。

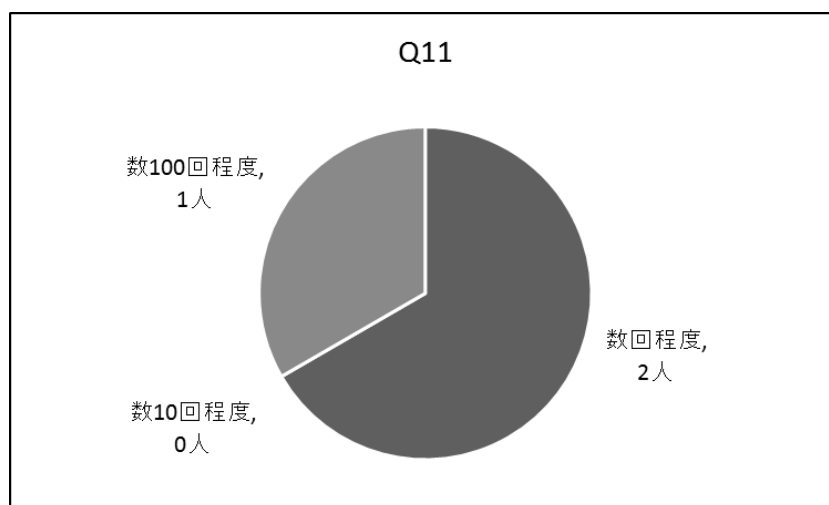
回答	人数
既に活用している	3
活用を検討中	7
情報収集中	7
特に対策はしていない	83
その他	0



Q11 (Q10で「既に活用している」と回答した人のみ)

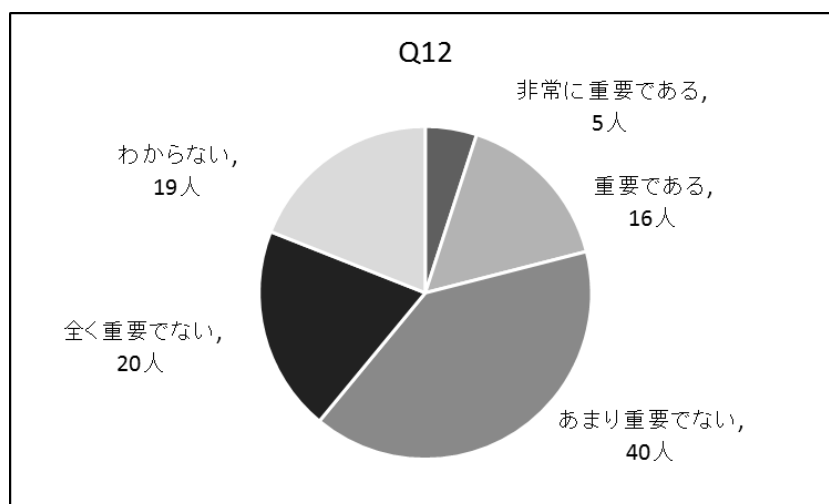
貴社では、クラウドソーシングをこれまでにどれくらい活用していますか。

回答	人数
数回程度	2
数10回程度	0
数100回程度	1



Q12 貴社では、経営にクラウドソーシングを活用することについてどの程度重要だと考えていますか。

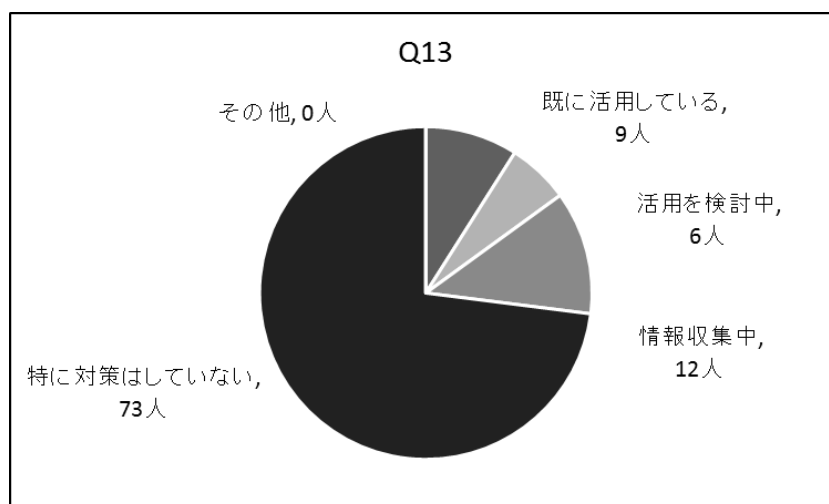
回答	人数
非常に重要である	5
重要である	16
あまり重要でない	40
全く重要でない	20
わからない	19



SNS マーケティング：SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）を利用してマーケティング活動を行う手法。マスメディアを利用した大々的な広告・宣伝を行う場合よりも費用を抑えられる。さらに、個別の消費者等とも相互にコミュニケーションが図りやすくなるので、より効果的なマーケティング活動を展開することが可能となる。SNS マーケティングでよく使われている SNS には、Facebook、Twitter、LINE、Instagram などがある。

Q13 貴社では、SNS マーケティングが普及していることに対し、どのような対策を取っていますか。

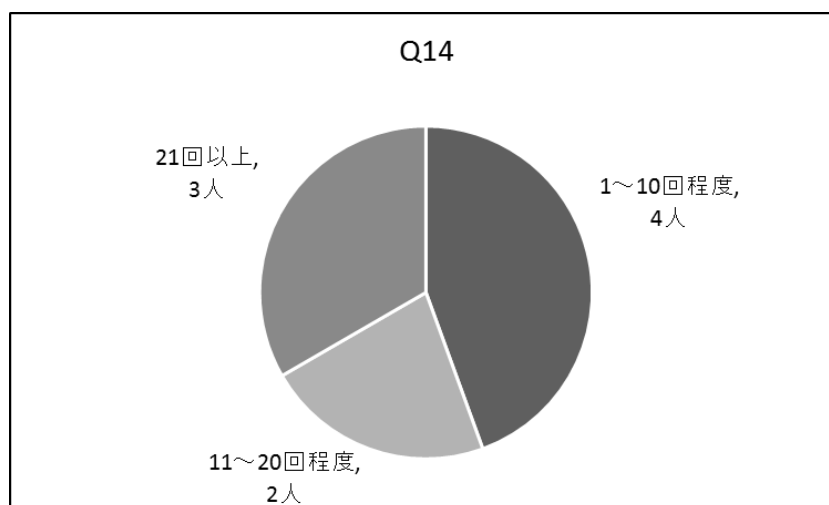
回答	人数
既に活用している	9
活用を検討中	6
情報収集中	12
特に対策はしていない	73
その他	0



Q14 (Q13で「既に活用している」と回答した人のみ)

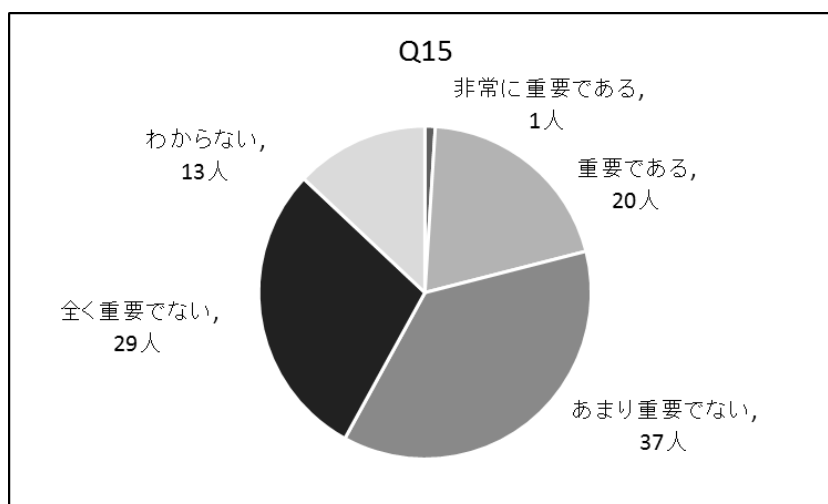
貴社では、SNS マーケティングをこれまでにどれくらい活用していますか。

回答	人数
1～10 回程度	4
11～20 回程度	2
21 回以上	3



Q15 貴社では、経営に SNS マーケティングを活用することについてどの程度重要だと考えていますか。

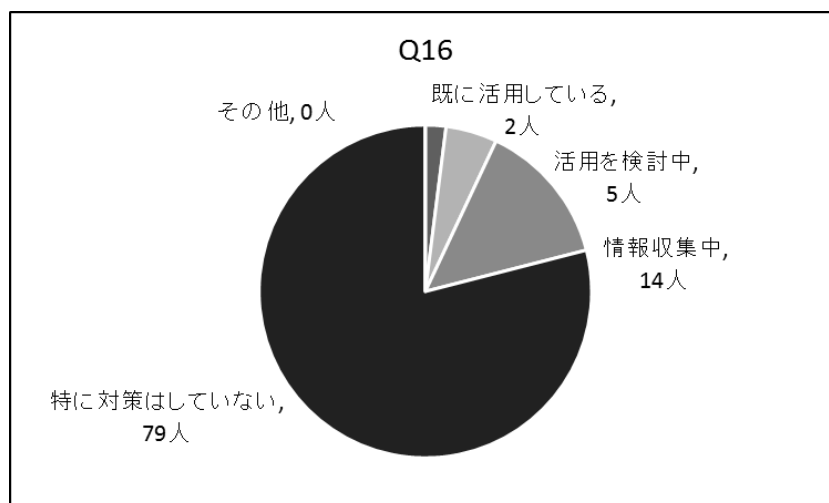
回答	人数
非常に重要である	1
重要である	20
あまり重要でない	37
全く重要でない	29
わからない	13



※クラウドファンディング：不特定多数の人たちが、主にインターネット経由で人や組織に資金提供を行う手法。コンセプトに共感を持った多数の人から少額ずつでも資金を集めることができるため、金融機関からの融資や公的な補助金等を受けることが難しい場合でも、必要な資金を確保しやすくなる。

Q16 貴社では、クラウドファンディングが普及していることに対し、どのような対策を取っていますか。

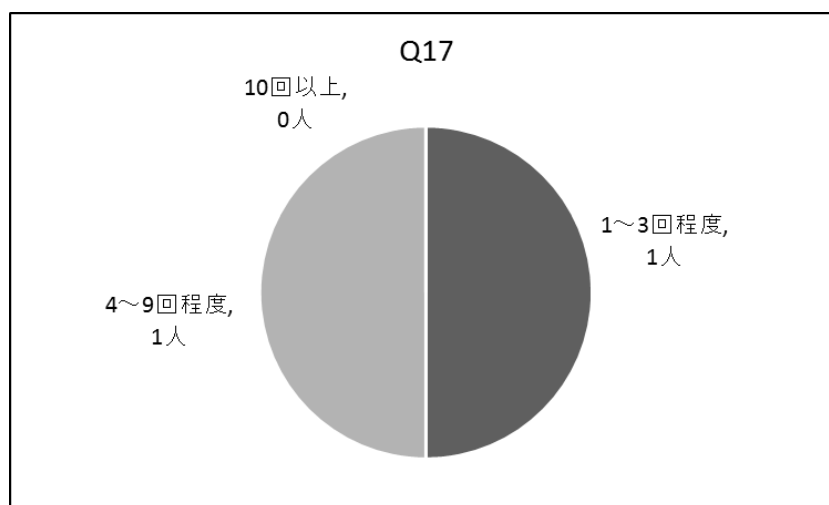
回答	人数
既に活用している	2
活用を検討中	5
情報収集中	14
特に対策はしていない	79
その他	0



Q17 (Q16で「既に活用している」と回答した人のみ)

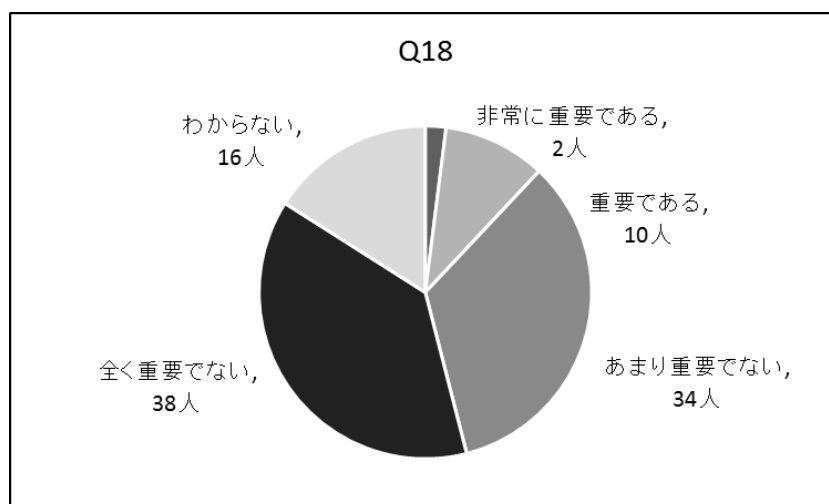
貴社では、クラウドファンディングをこれまでにどれくらい活用していますか。

回答	人数
1～3回程度	1
4～9回程度	1
10回以上	0



Q18 貴社では、経営にクラウドファンディングを活用することについてどの程度重要だと考えていますか。

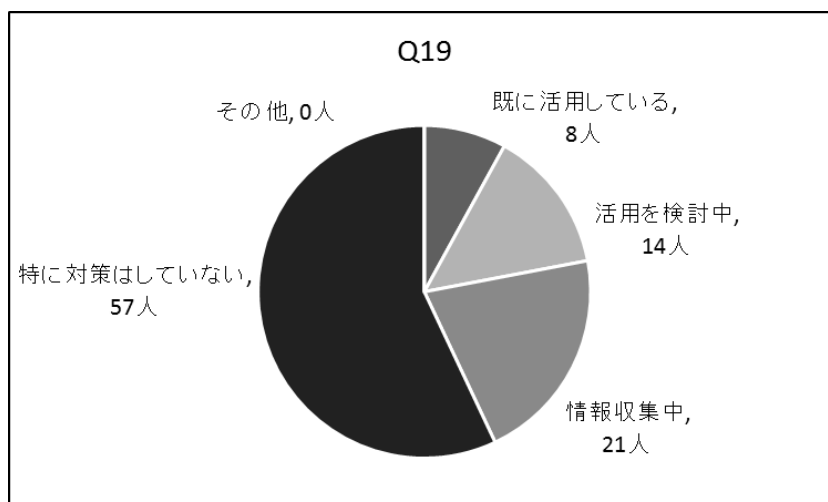
回答	人数
非常に重要である	2
重要である	10
あまり重要でない	34
全く重要でない	38
わからない	16



※データ分析：顧客に関する情報、自社の業績に関する情報、社内の状況に関する情報等、様々な情報を取得し、それを分析することで課題解決や将来の予測を行うこと。

Q19 貴社では、データ分析が普及していることに対し、どのような対策を取っていますか。

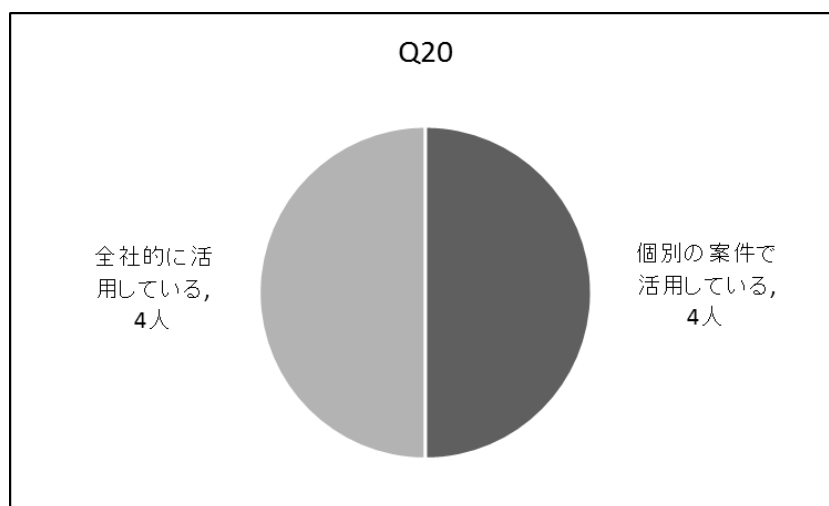
回答	人数
既に活用している	8
活用を検討中	14
情報収集中	21
特に対策はしていない	57
その他	0



Q20 (Q19で「既に活用している」と回答した人のみ)

貴社では、データ分析をこれまでにどれくらい活用していますか。

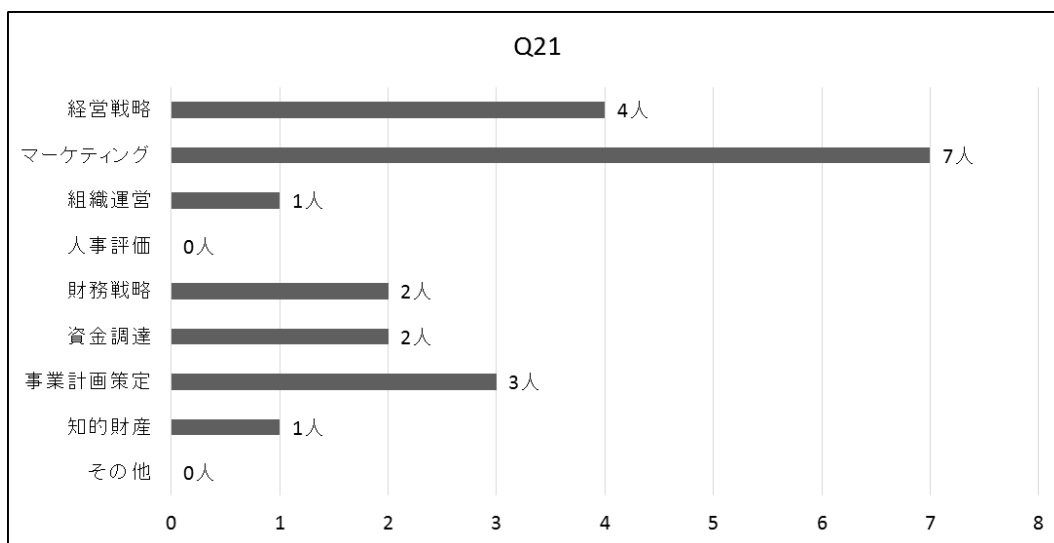
回答	人数
個別の案件で活用している	4
全社的に活用している	4



Q21 (Q19で「既に活用している」と回答した人のみ)

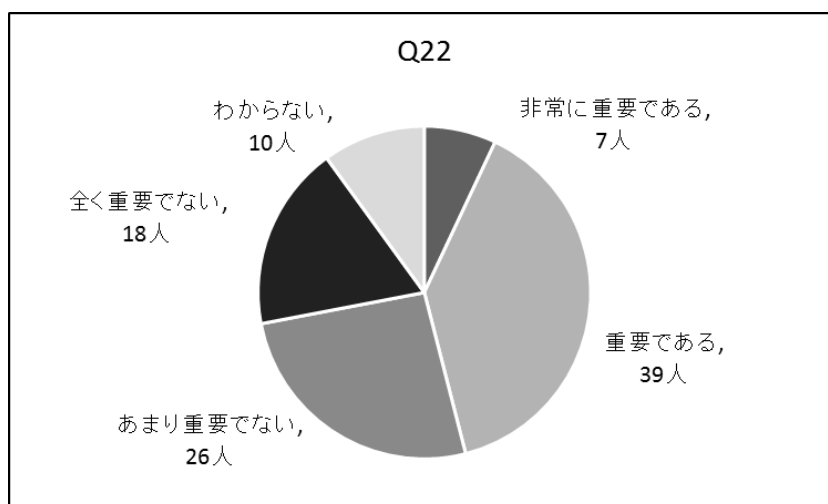
貴社では、データ分析をどのようなことに活用していますか。

回答	人数
経営戦略	4
マーケティング	7
組織運営	1
人事評価	0
財務戦略	2
資金調達	2
事業計画策定	3
知的財産	1
その他	0



Q22 貴社では、経営にデータ分析を活用することについてどの程度重要だと考えていますか。

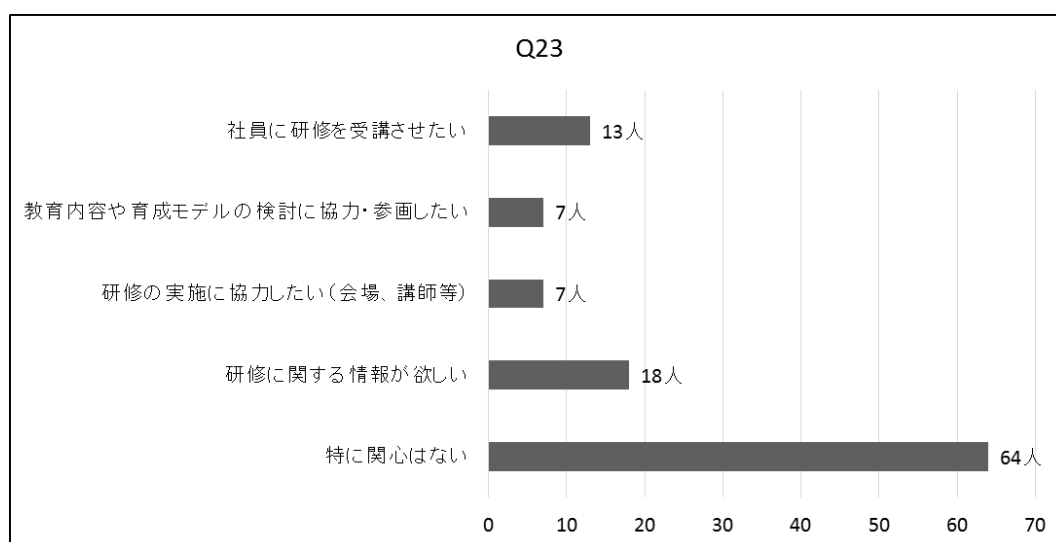
回答	人数
非常に重要である	7
重要である	39
あまり重要でない	26
全く重要でない	18
わからない	10



○本事業の取組や経営管理人材の育成について

Q23 千葉情報経理専門学校では、本事業においてeラーニングを積極的に活用した経営管理人材の育成モデルの構築に取り組んでいます。このことについてお考えの近いものをお選びください。(いくつでも)

回答	人数
社員に研修を受講させたい	13
教育内容や育成モデルの検討に協力・参画したい	7
研修の実施に協力したい(会場、講師等)	7
研修に関する情報が欲しい	18
特に興味はない	64



※「特に興味はない」は他の選択肢と排他。

Q24 経営管理人材の育成について、課題になっていることや対策として取り組んでいること等、ご意見をご自由にご記入ください。

①人材不足に関する内容（9件）

- ・人材不足が根本原因
- ・中小企業なので、とにかく人材が不足している。
- ・育成人員の不足
- ・まずは有望な人員確保が必要
- ・そもそも候補人材が確保できない
- ・まともな人間が少ない。
- ・質量とも不足
- ・人手不足
- ・そもそも、若い世代の社員が少ない

②後継者不足に関する内容（2件）

- ・後継者がいない
- ・後継をつくるのは難しい。

③知識・スキル等に関する内容（8件）

- ・実務経験を如何に積むことができるかが重要。
- ・関連業務に対してスキルが不足している。
- ・経営管理人材の育成をしているが、人材の質が伴っていません、経営管理人材の中途採用を検討している。
- ・小さい会社なので、現場との連携をとっていける人材がいいと思う。
- ・コミュニケーション能力の強化
- ・考え方に偏り
- ・営業力
- ・自分自身のスキルアップ

④研修に関する内容（3件）

- ・社外研修
- ・研修
- ・研修制度

⑤社内の環境等に関する内容（4件）

- ・同族会社なので、現在の経営を研鑽していく
- ・社員の年齢バランスがうまく取れないこと
- ・高齢化対策
- ・社内の透明化

⑥外部との関係に関する内容（2件）

- ・客先の予算状況が十分に把握できるようにする必要がある。
- ・外部との人材交流

⑦取り組んでいない（2件）

- ・特に取り組んでいるものはない
- ・取り組んでいることはありません

⑧特になし（65件）

- ・経営管理人材として登用する予定がないので特になし。
- ・今のところはない
- ・特になし（63件）

⑨わからない（2件）

- ・よくわかりません、
- ・わからない

⑩その他（3件）

- ・取り組める余裕がない
- ・検討中
- ・こっちが望んでいる事と 相手が望んでいる事に 合致する部分が少なすぎる。

抽出集計

1. クラウドソーシングを「既に活用している」と回答した回答者（3人）について

（1）所属企業の業種

回答	人数
サービス業	2
その他	1

※その他：小売業

（2）所属企業の従業員数

4人
110人
300人

（3）クラウドソーシングを経営に活用することの重要性

回答	人数
非常に重要である	2
重要である	1
あまり重要でない	0
全く重要でない	0
わからない	0

2. SNS マーケティングを「既に活用している」と回答した回答者（9人）について

（1）所属企業の業種

回答	人数
製造業	2
サービス業	5
その他	2

※その他：学習塾、ソフトウェア販売

（2）所属企業の従業員数

1人
5人
6人
25人
80人
110人
120人
300人
1,000人

（3）SNS マーケティングを経営に活用することの重要性

回答	人数
非常に重要である	1
重要である	6
あまり重要でない	1
全く重要でない	1
わからない	0

3. クラウドファンディングを「既に活用している」と回答した回答者（2人）について

(1) 所属企業の業種

回答	人数
サービス業	2

(2) 所属企業の従業員数

5人
110人

(3) SNS マーケティングを経営に活用することの重要性

回答	人数
非常に重要である	1
重要である	1
あまり重要でない	0
全く重要でない	0
わからない	0

4. データ分析を「既に活用している」と回答した回答者（8人）について

(1) 所属企業の業種

回答	人数
建設業	1
製造業	2
サービス業	3
その他	2

※その他：海外開発援助、卸売業

(2) 所属企業の従業員数

2人
6人
20人
25人
140人
330人
400人
1,000人

(3) データ分析を経営に活用することの重要性

回答	人数
非常に重要である	3
重要である	5
あまり重要でない	0
全く重要でない	0
わからない	0

5. 複数を「既に活用している」と回答した回答者の人数

(1) クラウドソーシング、SNS マーケティング、クラウドファンディング、データ分析の内、いずれか2つを「既に活用している」と回答した人数

	クラウド ソーシング	SNS マーケ ティング	クラウド ファンディング	データ分析
クラウド ソーシング	—	2	1	0
SNS マーケ ティング	—	—	2	3
クラウド ファンディング	—	—	—	0
データ分析	—	—	—	—

(2) クラウドソーシング、SNS マーケティング、クラウドファンディング、データ分析の内、いずれか3つを「既に活用している」と回答した人数

「クラウドソーシング×SNS マーケティング×クラウドファンディング」
の組み合わせのみ 1人