

群馬経済同友会 会員意識調査報告書

2022年3月

◎調査について

1. 調査の目的

群馬経済同友会の活動について、会員の意見を調査し、多くの会員が参加できるように活動の見直しの材料とする。

2. 調査概要

- (1)調査対象・・・群馬経済同友会の会員
- (2)調査期間・・・2021年11月15日～2021年11月25日
- (3)調査方法・・・調査票を郵送にて発送・回収（紙またはWEBによる回答）

3. 調査項目

- (1)群馬経済同友会の活動への参加状況
- (2)会員になった当初に期待していたこと
- (3)現在、当初の期待を下回っていること
- (4)参加しにくい要因・参加していない要因と解決策
- (5)今後、実施して欲しい「新たな活動」
- (6)会員所属企業が抱える経営上の課題

4. 回答状況

- (1)調査票配布数・・・282人
- (2)有効回答者数・・・181人（回収率64.2%：うち紙35.8%、WEB28.4%）
有効回答社数の内訳は以下のとおりである。

		件数	割合 (%)			件数	割合 (%)
全体		181	100	全体		181	100
地域別 ※1	前橋	52	28.7	所属企業 の業種別	製造業	42	23.2
	高崎	56	30.9		建設業	34	18.8
	東毛	23	12.7		卸・小売業	28	15.5
	その他中毛	9	5.0		サービス業	57	31.5
	その他西毛	13	7.2		運輸・倉庫業	5	2.8
	北毛	9	5.0		その他	14	7.7
	その他	18	9.9	所属する 委員会別 ※2	総務企画委員会	22	12.2
年齢別	40代	35	19.3		経済活性化委員会	23	12.7
	50代	62	34.3		次世代育成委員会	15	8.3
	60代	51	28.2		地域創生委員会	37	20.4
	70代	27	14.9		未来探索委員会	25	13.8
	80歳以上	5	2.8		交流親睦委員会	19	10.5
					所属している委員会 はない	77	42.5

※1 会員が所属する企業の本社所在地別

※2 複数の委員会に所属している会員がいるため、
全体の回答者数と一致しない。

1. 群馬経済同友会の活動への参加状況と期待

(1) 群馬経済同友会の活動への参加状況

【Q1】 あなたは活動に参加していますか？

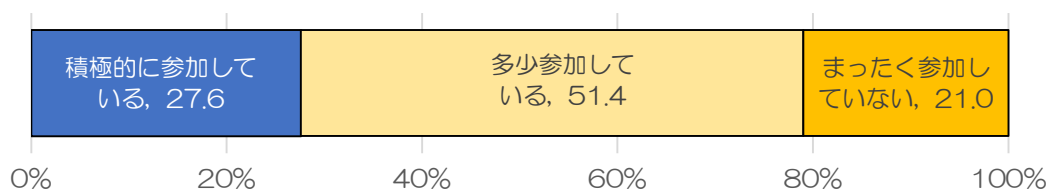
【調査結果】

①全体

「積極的に参加している」会員が27.6%、「多少参加している」会員が51.4%、「まったく参加していない」会員が21.0%であった（図表1-1）。

図表1-1 活動への参加状況（全体）

（回答数：181）



②属性別の状況

○年齢別

『50代』『70代』は、「まったく参加していない」会員が25%前後と比較的高い割合であった（図表1-2）。

図表1-2 活動への参加状況（年齢別）

		回答者計	積極的に参加している	多少参加している	まったく参加していない
		(人)	(%)	(%)	(%)
全体		181	27.6	51.4	21.0
年齢別	40代	35	25.7	54.3	20.0
	50代	62	24.2	51.6	24.2
	60代	52	32.7	51.9	15.4
	70代	27	29.6	44.4	25.9
	80歳以上	5	20.0	60.0	20.0

○地域別

高崎を除く『その他西毛』および『北毛』は、「まったく参加していない」会員が30%を超えた（図表1－3）。

図表1－3 活動への参加状況（地域別）

		回答者計 (人)	積極的に 参加して いる (%)	多少参加 している (%)	まったく 参加して いない (%)
全体		181	27.6	51.4	21.0
地域別	前橋	52	32.7	46.2	21.2
	高崎	56	30.4	50.0	19.6
	東毛	24	20.8	62.5	16.7
	その他中毛	9	22.2	55.6	22.2
	その他西毛	13	15.4	53.8	30.8
	北毛	9	11.1	55.6	33.3
	その他	18	33.3	50.0	16.7

○所属企業の業種別

『製造業』は「積極的に参加している」会員が少なく、「まったく参加していない」会員がやや多かった（図表1－4）。

図表1－4 活動への参加状況（所属企業の業種別）

		回答者計 (人)	積極的に 参加して いる (%)	多少参加 している (%)	まったく 参加して いない (%)
全体		181	27.6	51.4	21.0
所属企 業の業 種別	製造業	42	16.7	57.1	26.2
	建設業	34	32.4	44.1	23.5
	卸・小売業	28	32.1	42.9	25.0
	サービス業	58	31.0	53.4	15.5
	運輸・倉庫業	5	20.0	80.0	0.0
	その他	14	28.6	50.0	21.4

○所属している委員会別

『所属している委員会はない』会員、『経済活性化委員会』に所属する会員では、「まったく参加していない」が30%を超えた。（図表1－5）。

図表1－5 活動への参加状況（所属する委員会別）

		回答者計 (人)	積極的に 参加して いる (%)	多少参加 している (%)	まったく 参加して いない (%)
全体		181	27.6	51.4	21.0
所属する委員会別	総務企画委員会	22	45.5	45.5	9.1
	経済活性化委員会	23	30.4	39.1	30.4
	次世代育成委員会	15	53.3	46.7	0.0
	地域創生委員会	37	35.1	45.9	18.9
	未来探索委員会	25	44.0	52.0	4.0
	交流親睦委員会	19	42.1	52.6	5.3
	所属している委員会はない	77	13.0	54.5	32.5

○以上から、年齢では『50代』『70代』、地域では『その他西毛』『北毛』、所属企業の業種では『製造業』の会員、さらには『所属している委員会はない』会員の参加を促す必要がある。

○特に『所属している委員会はない』会員については、いずれかの会に所属してもらうことで、当事者意識が生まれ、同友会の活動への参加が増える可能性があると考えられる。

(2) 会員になった当初期待していたこと

【Q2】 入会当初、どのようなことを期待していましたか？（複数回答）

【調査結果】

①全体

当初期待していたことは、「地元企業とのネットワーク構築」（75.6%）とする会員が多く、「見識の習得・拡充」（56.7%）、「地域貢献」（49.4%）が続いた（図表2）。

図表2 入会当初、期待していたこと（複数回答）

	回答者計	各種提言活動	地元企業とのネットワーク構築	見識の習得・拡充	地域貢献	その他	特にない
	(人)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
全体	180	15.6	75.6	56.7	49.4	0.0	3.9
活動への参加状況別	積極的に参加している	50	28.0	82.0	68.0	66.0	0.0
	多少参加している	92	10.9	79.3	53.3	48.9	1.1
	まったく参加していない	38	10.5	57.9	50.0	28.9	15.8

②活動への参加状況別

○積極的に参加している会員

「地元企業とのネットワーク構築」（82.0%）をはじめ、「見識の習得・拡充」（68.0%）、「地域貢献」（66.0%）が多かった。どの項目も他の会員よりも高い割合であった。

○多少参加している会員

「地元企業とのネットワーク構築」（79.3%）が最も多かった。

○まったく参加していない会員

他の会員と比べて、全体的に回答割合が低く、「特にない」（15.8%）が高かった。

入会当初から、『積極的に参加している会員』は、同友会の活動への期待が大きく、『まったく参加していない会員』は期待が小さい。

(3) 現在、当初の期待を下回っていること

【Q3】 現在の活動において、期待を下回っていると感じるのはどのようなことですか？（複数回答）

【調査結果】

①全体

期待を下回ったのは、「地元企業とのネットワーク構築」（33.0%）や「地域貢献」（25.9%）とする会員が多かった（図表3）。

②活動への参加状況別

○積極的に参加している会員

「すべて期待通り、あるいは期待を上回った」（61.8%）が過半数を占めた。一方、「地域貢献」（23.5%）もみられた。

○多少参加している会員

「地元企業とのネットワーク構築」（44.6%）をはじめ、「地域貢献」（28.6%）もみられた。

○まったく参加していない会員

「地元企業とのネットワーク構築」「見識の習得・拡充」（各31.8%）をはじめ、「地域貢献」（22.7%）もみられた。

図表3 現在、当初の期待を下回っていること（複数回答）

		回答者計	各種提言活動	地元企業とのネットワーク構築	見識の習得・拡充	地域貢献	その他	すべて期待通り、あるいは期待を上回った
		(人)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
全体		112	7.1	33.0	12.5	25.9	0.0	42.9
活動への参加状況別	積極的に参加している	34	5.9	14.7	2.9	23.5	0.0	61.8
	多少参加している	56	7.1	44.6	10.7	28.6	0.0	30.4
	まったく参加していない	22	9.1	31.8	31.8	22.7	0.0	45.5

○以上から、活動への参加を増やすには、「地元企業とのネットワーク構築」をはじめ、「地域貢献」の期待に応えることが必要である。

2. 参加しにくい要因・参加していない要因と解決策（各活動の状況）

【Q4①】 同友会の活動について「参加しにくい」あるいは「参加していない」要因はありますか？（複数回答）

【Q4②】 それ（①で回答された要因）は、どのようにすれば解消できるとお考えですか？（自由回答）

【調査結果】

（1）文化講演会

①参加しにくい要因・参加していない要因

a) 全体

「参加しにくい日時である」（28.9%）、「活動内容に興味がない」（10.0%）とする会員がみられた（図表4）。

b) 活動への参加状況別

○積極的に参加している会員

「参加しやすくまったく問題ない」がほとんどを占めた。

○多少参加している会員

「参加しにくい日時である」（33.3%）といった意見がみられた。

○まったく参加していない会員

「参加しにくい日時である」（36.4%）をはじめ、「活動内容に興味がない」（18.2%）、「参加しにくい雰囲気である」「その他」（各 13.6%）といった回答がみられた。ちなみに「その他」はコロナ禍による自粛という内容であった。

図表4 「文化講演会」に参加しにくい要因・参加していない要因（複数回答）

	回答者計	活動内容に興味がない	活動の成果がない	参加しにくい日時である	参加しにくい場所である	参加しにくい雰囲気である	自分の意見が反映されない	活動を知らなかった	その他	参加しやすくまったく問題ない
	(人)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
全体	90	10.0	2.2	28.9	1.1	5.6	1.1	4.4	5.6	45.6
活動への参加状況別										
積極的に参加している	17	0.0	0.0	5.9	0.0	5.9	0.0	0.0	0.0	88.2
多少参加している	51	9.8	3.9	33.3	2.0	2.0	2.0	5.9	3.9	43.1
まったく参加していない	22	18.2	0.0	36.4	0.0	13.6	0.0	4.5	13.6	18.2

②解決策（自由回答）

参加しにくい、あるいは参加していない要因の解決策として、「テーマ次第で参加可否判断」との意見が複数あった（図表5）。

- 以上から、文化講演会への参加を増やすには、開催日時を再考し、併せて興味を惹くテーマの選定が必要であると考えられる。
- 開催日時の問題の解決策として、インターネットによる動画配信を積極的に活用する必要があると考えられる。

図表5 文化講演会に対する解決策（自由回答、活動への参加状況別）

解決策の記述を求める設問であったが、参加できない理由の記述が多かった。

○多少参加している会員

テーマ次第
テーマ本位で参加検討
12月以外の実施を希望
入会して日が浅く活動内容を理解していません

○まったく参加していない会員

現状の経済動向を知りたい
コロナの状況が改善されることにより参加意欲が湧いてくるものと思う
引き継いだばかりであり参加できていない
予定が合わなかった
自社業務とのスケジュールが合わず参加できず申し訳ございません
なかなか都合がつかない

(2) 公開講演会

① 参加しにくい要因・参加していない要因

a) 全体

「参加しにくい日時である」(30.2%)とする会員が多く、「活動内容に興味がない」(11.6%)とする会員もみられた(図表6)。

b) 活動への参加状況別

○積極的に参加している会員

「参加しやすくまったく問題ない」がほとんどを占めた。

○多少参加している会員

「参加しにくい日時である」(34.0%)をはじめ、「活動内容に興味がない」(10.0%)といった意見がみられた。

○まったく参加していない会員

「参加しにくい日時である」(40.0%)をはじめ、「活動内容に興味がない」(20.0%)、「その他」(15.0%)といった意見がみられた。ちなみに「その他」はコロナ禍による自粛という内容であった。

図表6 「公開講演会」参加しにくい要因・参加していない要因 (複数回答)

	回答者計	活動内容に興味がない	活動の成果がない	参加しにくい日時である	参加しにくい場所である	参加しにくい雰囲気である	自分の意見が反映されない	活動を知らなかった	その他	参加しやすくまったく問題ない
	(人)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
全体	86	11.6	2.3	30.2	1.2	2.3	1.2	3.5	7.0	45.3
活動への参加状況別	積極的に参加している	16	6.3	0.0	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	87.5
	多少参加している	50	10.0	4.0	34.0	2.0	2.0	4.0	6.0	42.0
	まったく参加していない	20	20.0	0.0	40.0	0.0	5.0	5.0	15.0	20.0

② 解決策 (自由回答)

「テーマ次第」や「都合がつかない」との意見があった(図表7)。

○以上から、公開講演会への参加を増やすには、文化講演会と同様に、開催日時を再考し、併せて興味を惹くテーマの選定が必要であると考えられる。

○開催日時の問題の解決策として、インターネットによる動画配信を積極的に活用する必要があると考えられる。

図表 7 公開講演会に対する解決策 （自由回答、活動への参加状況別）

解決策の記述を求める設問であったが、参加できない理由の記述が多かった。

○多少参加している会員

入会して日が浅く活動内容を理解していません
テーマ次第
例えばベイシア文化ホールのように駐車が入れ込み（縦列駐車）はさけてほしい
会員代理も含めて参加検討
入会后、コロナ禍にあり開催されていないため。

○まったく参加していない会員

予定が合わなかった
コロナの状況が改善されることにより参加意欲が湧いてくるものと思う
自社業務とのスケジュールが合わず参加できず申し訳ございません

(3) 勉強会

①参加しにくい要因・参加していない要因

a) 全体

「参加しにくい日時である」(39.1%)という会員が多くみられた(図表8)。

b) 活動への参加状況別

○積極的に参加している会員

「参加しやすくまったく問題ない」(70.6%)という意見が多かった。一方、「参加しにくい日時である」(23.5%)もみられた。

○多少参加している会員

「参加しにくい日時である」(42.3%)をはじめ、「参加しにくい場所である」(11.5%)もみられた。

○まったく参加していない会員

「参加しにくい日時である」(43.5%)をはじめ、「活動内容に興味がない」(26.1%)、「参加しにくい雰囲気である」(21.7%)という意見がみられた。

図表8 「勉強会」参加しにくい要因・参加していない要因 (複数回答)

		回答者 計	活動内 容に興 味がわ かない	活動の 成果が ない	参加し にくい 日時で ある	参加し にくい 場所 である	参加し にくい 雰囲気 である	自分の 意見が 反映さ れない	活動を 知らな かった	その他	参加し やすく まった く問題 ない
		(人)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
全体		92	9.8	2.2	39.1	6.5	8.7	1.1	6.5	5.4	30.4
活動へ の参加 状況別	積極的に参加している	17	0.0	5.9	23.5	0.0	0.0	5.9	0.0	0.0	70.6
	多少参加している	52	5.8	1.9	42.3	11.5	5.8	0.0	9.6	5.8	28.8
	まったく参加していない	23	26.1	0.0	43.5	0.0	21.7	0.0	4.3	8.7	4.3

②解決策 (自由回答)

自由回答では、各種講演会と同様に「テーマによる」との意見があった(図表9)。また、「録画をHPに掲載希望」との意見もあった。

○以上から、勉強会への参加を増やすには、開催日時を再考することが必要であると考えられる。

○開催日時の問題の解決策として、インターネットによる動画配信を積極的に活用する必要があると考えられる。自由意見にあるように、同友会のホームページを活用することも1つの手段であると考えられる。

図表 9 勉強会に対する解決策 （自由回答、活動への参加状況別）

解決策の記述を求める設問であったが、参加できない理由の記述が多かった。

○積極的に参加している会員

週始めの月曜火曜を除外して頂く

○多少参加している会員

録画をHPに掲載してほしい

コロナ禍もあり自粛

テーマ本位で参加検討

○まったく参加していない会員

コロナの状況が改善されることにより参加意欲が湧いてくるものと思う

予定が合わなかった

自社業務とのスケジュールが合わず参加できず申し訳ございません

努力します

(4) 国内視察

①参加しにくい要因・参加していない要因

a) 全体

「参加しにくい日時である」(38.4%)をはじめ、「活動内容に興味がない」(12.1%)、「参加しにくい雰囲気である」(11.1%)とする会員がみられた(図表 10)。

b) 活動への参加状況別

○積極的に参加している会員

「参加しにくい日時である」(31.6%)の他、「参加しにくい場所である」(10.5%)もみられた。

○多少参加している会員

「参加しにくい日時である」(31.6%)をはじめ、「活動内容に興味がない」(15.8%)、「参加しにくい雰囲気である」(10.5%)、「その他」(10.5%)といった意見がみられた。「その他」では参加費用が高額との指摘があった。

○まったく参加していない会員

「参加しにくい日時である」(60.9%)をはじめ、「参加しにくい雰囲気である」「その他」(各 17.4%)もみられた。「その他」では参加費用が高額との指摘があった。

図表 10 「国内視察」参加しにくい要因・参加していない要因 (複数回答)

	回答者計	活動内容に興味がない	活動の成果がない	参加しにくい日時である	参加しにくい場所である	参加しにくい雰囲気である	自分の意見が反映されない	活動を知らなかった	その他	参加しやすくまったく問題ない
	(人)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
全体	99	12.1	2.0	38.4	8.1	11.1	2.0	6.1	11.1	21.2
活動への参加状況別										
積極的に参加している	19	5.3	5.3	31.6	10.5	5.3	5.3	0.0	5.3	42.1
多少参加している	57	15.8	0.0	31.6	7.0	10.5	1.8	7.0	10.5	21.1
まったく参加していない	23	8.7	4.3	60.9	8.7	17.4	0.0	8.7	17.4	4.3

②解決策 (自由回答)

「新型コロナの影響」という意見が多く、他にも「土曜日の日帰りにする」や「リモートを活用する」といった意見もみられた(図表 11)。

- 以上から、国内視察への参加を増やすには、開催日時を再考し、内容、参加しやすい雰囲気づくりが必要である。また費用面でも低コストでの企画・費用対効果の高い企画が必要であると考えられる。
- 開催日時の問題の解決策として、自由回答にある様に「土曜日」や「日帰り」での開催、「リモート視察」などを活用することも1つの手段であると考えられる。

図表 1 1 国内視察に対する解決策（自由回答、活動への参加状況別）

解決策の記述を求める設問であったが、参加できない理由の記述が多かった。

○積極的に参加している会員

自分のようなサラリーマンはいけない
スケジュールの関係
コアメンバーでの視察の傾向があり、さらなる工夫が必要。

○多少参加している会員

コロナ禍もあり自粛
コロナ禍であった為
入会后、コロナ禍により開催されていないため。
土曜日の日帰りにする（現下の状況では不可能）
平日は会社を空けづらい
現状勘案からの判断。リモート活用。
自社の目的とのマッチング
人が増えれば解消の可能性

○まったく参加していない会員

コロナ以前は参加
コロナの状況が改善されることにより参加意欲が湧いてくるものと思う
時間制約大
自社業務とのスケジュールが合わず参加できず申し訳ございません
今後はタイミングが合えば参加したい

(5) 海外視察

①参加しにくい要因・参加していない要因

a) 全体

「参加しにくい日時である」(44.8%)をはじめ、「参加しにくい場所である」(20.0%)、「参加しにくい雰囲気である」(13.3%)、「活動内容に興味がない」(11.4%)とする会員がみられた(図表 12)。

b) 活動への参加状況別

○積極的に参加している会員

「参加しにくい日時である」(40.9%)をはじめ、「参加しにくい場所である」(13.6%)もみられた。

○多少参加している会員

「参加しにくい日時である」(41.7%)をはじめ、「参加しにくい場所である」(20.0%)、「参加しにくい雰囲気である」「活動内容に興味がない」(各 15.0%)、「その他」(10.0%)もみられた。「その他」では参加費用が高額との指摘があった。

○まったく参加していない会員

「参加しにくい日時である」(56.5%)が半数を超え、「参加しにくい場所である」(26.1%)、「活動内容に興味がない」「参加しにくい雰囲気である」「その他」(各 13.0%)もみられた。「その他」では参加費用が高額との指摘があった。

図表 12 「海外視察」参加しにくい要因・参加していない要因 (複数回答)

	回答者計	活動内容に興味がない	活動の成果がない	参加しにくい日時である	参加しにくい場所である	参加しにくい雰囲気である	自分の意見が反映されない	活動を知らなかった	その他	参加しやすくまったく問題ない
	(人)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
全体	105	11.4	3.8	44.8	20.0	13.3	1.9	5.7	10.5	13.3
活動への参加状況別										
積極的に参加している	22	0.0	4.5	40.9	13.6	9.1	4.5	0.0	9.1	22.7
多少参加している	60	15.0	3.3	41.7	20.0	15.0	1.7	6.7	10.0	13.3
まったく参加していない	23	13.0	4.3	56.5	26.1	13.0	0.0	8.7	13.0	4.3

②解決策 (自由回答)

期間を短くしたり特定時期を外すといった「日程調整」や、視察先の決め方の再考といった意見に加え、費用が高すぎるなどの費用面の問題との意見が国内視察以上にあった(図表 13)。

○以上から、海外視察への参加を増やすには、開催日時、視察場所、視察内容、参加しやすい雰囲気づくりが必要である。また費用面でも低コストでの企画・費用対効果の高い企画が必要であると考えられる。

○視察場所と内容について、「何を目的」に、「どの場所」に視察するのか、会員の要望を反映する必要があると考えられる。

図表 13 海外視察に対する解決策（自由回答、活動への参加状況別）

解決策の記述を求める設問であったが、参加できない理由の記述が多かった。

○積極的に参加している会員

価格が下がるようにする
スケジュール・費用の関係
行ったことのない場所を希望
日程を少し短縮して頂く
国内視察と同様の課題がある。視察先を決めるのに会員が関わられるような工夫も1案か？
自分のようなサラリーマンはいけない

○多少参加している会員

コロナ禍もあり自粛
コロナ禍であった為
入会后、コロナ禍にあり開催されていないため。
現状不可能
平日は会社を空けづらい
お盆休み明けの時期だと会社を休みにくい
現状勘案からの判断
自社の目的とのマッチング
人が増えれば解消の可能性
日程の確保が難しいが工夫してみたい
日程調整ができない為

○まったく参加していない会員

時間制約大
コロナの状況が改善されることにより参加意欲が湧いてくるものと思う
自社業務とのスケジュールが合わず参加できず申し訳ございません
なかなか参加できる環境にない

(6) インターンシップ

①参加しにくい要因・参加していない要因

a) 全体

「活動を知らなかった」(20.4%)、「参加しにくい日時である」(17.2%)とする会員がみられた(図表 14)。

b) 活動への参加状況別

○積極的に参加している会員

「その他」(31.6%)が多かった。「その他」には、受け入れ体制が取れないという意見がみられた。

○多少参加している会員

「活動を知らなかった」(28.3%)、「その他」(22.6%)、「参加しにくい日時である」(20.8%)がみられた。「その他」には、受け入れ体制が取れないなどの意見が多かった。

○まったく参加していない会員

「参加しにくい雰囲気である」(28.6%)、「参加しにくい日時である」(23.8%)、「活動を知らなかった」(19.0%)がみられた。

図表 14 「インターンシップ」参加しにくい要因・参加していない要因 (複数回答)

	回答者計	活動内容に興味がない	活動の成果がない	参加しにくい日時である	参加しにくい場所である	参加しにくい雰囲気である	自分の意見が反映されない	活動を知らなかった	その他	参加しやすくまったく問題ない
	(人)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
全体	93	7.5	5.4	17.2	2.2	7.5	1.1	20.4	22.6	19.4
活動への参加状況別										
積極的に参加している	19	5.3	5.3	0.0	5.3	0.0	5.3	0.0	31.6	47.4
多少参加している	53	7.5	7.5	20.8	1.9	1.9	0.0	28.3	22.6	13.2
まったく参加していない	21	9.5	0.0	23.8	0.0	28.6	0.0	19.0	14.3	9.5

②解決策 (自由回答)

自由回答では、「社内の受け入れ体制が整っていない」、「指定の高校を希望」、「興味がわからない」、「参加方法がわからない」などがあった(図表 15)。

- 以上から、インターンシップへの参加を増やすには、活動内容と参加方法を会員に知らせること、会員が所属する企業が受入れやすい活動内容とすること、参加しやすい日時を設定することが必要である。
- 自由回答からは、対象となる学校、活動内容について、会員の声を聞くことにより、同友会全体の活動にしていけることが必要と考えられる。

図表 15 インターンシップに対する解決策 （自由回答、活動への参加状況別）

解決策の記述を求める設問であったが、参加できない理由の記述が多かった。

○積極的に参加している会員

工業高校を希望
当社としてWebで採用・インターンシップ関係の窓口を一元化している
受け入れる学校側に対する、さらなるアプローチが必要。

○多少参加している会員

コロナ禍もあり自粛
コロナ禍にあるため
社内の人員体制が整えば可
会社の業務内容によっては受入れしにくい場合がある
受入体勢が、整っていない。
状況に応じて対応判断
高崎北・渋川・太田高校にて実施
運送会社で、各事務所で学生に見せられる内容が少ないため、参加していない。
今のところ興味がわかない為

○まったく参加していない会員

参加方法が分からない
地元企業でないため
残念ながら受け入れる環境ではないと思う

(7) 社会人講師派遣

① 参加しにくい要因・参加していない要因

a) 全体

「活動を知らなかった」(23.0%)、「参加しにくい日時である」(21.8%)とする会員がみられた(図表 16)。

b) 活動への参加状況別

○積極的に参加している会員

「参加しやすくまったく問題ない」が7割近くを占めた。一方、「その他」(25.0%)も多かった。「その他」には、受け入れ体制が取れないという意見がみられた。

○多少参加している会員

「活動を知らなかった」(29.4%)、「参加しにくい日時である」(25.5%)、「その他」(11.8%)がみられた。「その他」には、受け入れ体制が取れないという意見がみられた。

○まったく参加していない会員

「参加しにくい日時である」(30.0%)、「活動を知らなかった」(25.0%)、「その他」(20.0%)、「活動内容に興味がない」「参加しにくい雰囲気である」(各 10.0%)がみられた。「その他」には、受け入れ体制、講師の選定基準がよく分からないという意見がみられた。

図表 16 「社会人講師派遣」参加しにくい要因・参加していない要因 (複数回答)

	回答者計	活動内容に興味がない	活動の成果がない	参加しにくい日時である	参加しにくい場所である	参加しにくい雰囲気である	自分の意見が反映されない	活動を知らなかった	その他	参加しやすくまったく問題ない
	(人)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
全体	87	3.4	5.7	21.8	1.1	3.4	0.0	23.0	16.1	28.7
活動への参加状況別										
積極的に参加している	16	0.0	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	68.8
多少参加している	51	2.0	7.8	25.5	2.0	2.0	0.0	29.4	11.8	23.5
まったく参加していない	20	10.0	0.0	30.0	0.0	10.0	0.0	25.0	20.0	10.0

② 解決策 (自由回答)

「この活動が役に立つかわからない」、「参加方法がわからない」といった意見があった(図表 17)。

○以上から、社会人講師派遣への参加を増やすには、先述のインターンシップと同様に、活動内容と参加方法を会員に知らせること、参加しやすい日時を設定すること、会員が所属する企業が参加しやすい活動内容とすることが必要である。

○加えて、なぜこの活動が必要なのか、実際に参加した人の感想（自社や地域にどう役に立ったかなど）などの情報を共有することも必要と考えられる。

図表 17 社会人講師派遣に対する解決策 （自由回答、活動への参加状況別）

解決策の記述を求める設問であったが、参加できない理由の記述が多かった。

○積極的に参加している会員

コロナ禍で具体的に検討する機会がなかった

○多少参加している会員

コロナ禍もあり自粛

気持ちや時間に余裕ができれば可

状況に応じて対応判断

どのような内容かわからないが、当社の仕事内容を話すことが学生の役に立つのか分からない。

○まったく参加していない会員

参加方法が分からない

自分に自信がないので人前では・・・

(8) 懇親行事

① 参加しにくい要因・参加していない要因

a) 全体

「参加しにくい日時である」(28.4%)、「参加しにくい雰囲気である」(11.4%)とする会員がみられた(図表 18)。

b) 活動への参加状況別

○積極的に参加している会員

「参加しやすくまったく問題ない」が8割近くに達した。一方、「活動の成果がない」「参加しにくい雰囲気である」(各 10.5%)といった意見もみられた。

○多少参加している会員

「参加しにくい日時である」(34.0%)が多かった。

○まったく参加していない会員

「参加しにくい日時である」(36.4%)をはじめ、「活動内容に興味がない」「参加しにくい雰囲気である」(各 18.2%)という意見もみられた。

図表 18 「懇親行事」参加しにくい要因・参加していない要因 (複数回答)

	回答者計	活動内容に興味がない	活動の成果がない	参加しにくい日時である	参加しにくい場所である	参加しにくい雰囲気である	自分の意見が反映されない	活動を知らなかった	その他	参加しやすくまったく問題ない
	(人)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
全体	88	8.0	3.4	28.4	2.3	11.4	0.0	3.4	6.8	45.5
活動への参加状況別	積極的に参加している	19	0.0	10.5	5.3	0.0	10.5	0.0	0.0	78.9
	多少参加している	47	6.4	2.1	34.0	2.1	8.5	0.0	4.3	44.7
	まったく参加していない	22	18.2	0.0	36.4	4.5	18.2	0.0	4.5	18.2

② 解決策 (自由回答)

「新型コロナのため」や「平日(昼間)は会社を空けづらい」といった意見があった(図表 19)。

- 以上から、懇親行事への参加を増やすには、開催日時について会員に希望をとる、参加しやすい雰囲気づくりをすることが必要だと考えられる。
- 普段からの、会員同士の親睦を高める工夫、様々な活動に参加を促すことによって会員の関係強化が図られ、懇親行事も有意義なものとなると考えられる。

図表 19 懇親行事に対する解決策（自由回答、活動への参加状況別）

解決策の記述を求める設問であったが、参加できない理由の記述が多かった。

○積極的に参加している会員

自分のようなサラリーマンはいけない

○多少参加している会員

コロナ禍にあり参加することが難しいため

コロナ禍もあり自粛

平日（昼間）は会社を空けづらい

状況に応じて対応判断

○まったく参加していない会員

コロナの状況が改善されることにより参加意欲が湧いてくるものと思う

まずは勉強会に参加できる様にしたい

3. 今後、実施して欲しい「新たな活動」

【Q5】 今後、実施して欲しい「新たな活動」はありますか？ （自由回答）

【調査結果】

a) 全体

「交流の場を増やしてほしい」という意見が比較的多くみられた（図表 20）。新型コロナで人的交流の機会が減ったことが背景にあると考えられる。中には異業種交流、年代別交流といった具体的な意見もあった。また、「視察」に期待する声も複数みられた。

b) 活動への参加状況別

○積極的に参加している会員

政策提言や視察、交流といったものから、他の経済同友会の活動を参考にする、地域貢献の実例を見せていく、長期的視点による課題解決、デジタル社会実験（例：観光）など、様々な意見があった。

○多少参加している会員

交流を望む意見が多かった。ほかには、提言活動、行政を巻き込んだ地域活性化、実務に繋がる視察、オンライン講演会、協定大学への奨学金制度といった意見があった。また、気軽に参加できる場にして欲しい、懇親会の内容についての意見、議論や討論が必要だとの意見もあった。

○まったく参加していない会員

交流（年代別）、講演会、勉強会（階層別）といった意見に加え、人材、現場改善、働き方改革等に繋がる内容を求める意見がみられた。

○今後の同友会の「新たな活動」については、既存の活動の改善、見直しに関する意見が大半であった。なかでも「交流の場」を望む声が多く、新型コロナの状況次第ではあるが、何かしらの形で期待に応える必要がある。

図表 20 今後、実施して欲しい「新たな活動」 (自由回答、活動への参加状況別)

○積極的に参加している会員

1、スポーツ・文化芸術立県（産業化も含めて）群馬にむけての政策提言活動 2、群馬県内の大学院・大学・短大・専門学校・高専の視察。特色ある高校の視察。
社会貢献活動やその他、他の経済同友会の活動実績を参考にしたらどうだろうか。
経済同友会の会合で話し合い方針を出すことは非常に重要であるが、実務レベルでもっと目に見えた成果がアウトプット出来ると思っています。インターン制度の活性化は目に見えた成果だと思しますので、他にも地域貢献の実例をだしていきたいです。
コロナ対応が落ち着けば、集合の会を増やしていただきたい。
特にありません。まずは、今までの内容の復活に期待しております。特に視察関連
10年くらい時間をかけてでも行う課題に対する取り組み
まだ始めて日が浅いので
産官学でデジタルを活用した社会実験を企画・推進する活動。特に、観光で稼ぐ仕組みを作るためのデジタル活用など。

○多少参加している会員

コロナでお会いする機会がなかったので、まずはお会いできる機会をお作りいただきたい。
異業種交流会
行政を巻き込んでの地域経済の活性化、地元企業への派生効果を期待。
コロナの感染状況を踏まえつつ、リアル開催での交流機会を増やして頂けると有難く存じます。
私は経営者ではありますが、まだまだ甘い考えで経営していると感じています。素晴らしい経営者がいるこの会で、気軽に参加でき、勉強できる場があると嬉しいです。
現在はコロナ禍で出来ていないですが、各会の後ろにある懇親会の時間を長くして頂きたい。1時間だけしかなく、昼の時間帯のため、なかなか懇親を深めることができません。また、知っている人同士で固まっている印象があり、新しく入った者が話しにくい印象があります。
特にないです。魅力的なので、参加できずに申し訳ないと思っています。
企業間の交流、技術分野での意見交換等
現状の活動でも十分だと思う
会員交流
提言活動をより推進して欲しい
国内視察・海外視察において、企業・事業所の見学や経済・市場の理解に役立つものを増やして欲しい。

○多少参加している会員

現状で満足、まず積極的に参加できるよう努力します。
講演会はオンラインも出来るようにしてほしい
今後の参加次第
協定大学の大学生に対する経済同友会冠奨学金制度などはいかがでしょう？ ○地域での活動をしている学生を大学が選定 ○年度末に活動報告を学生自身がプレゼンする ○県内企業に就職することを条件など・・・
もっと議論や討論が必要ではないか

○まったく参加していない会員

現場に直結した生産効率向上の為に熟年者の現場指導・人材紹介
GDP向上のための働き方改革と経営
ロータリーが忙しいのでひと区切りしたら同友会に出ます
年代別の会員交流会
講演会の充実
入会〇年、入会〇年以内とかで区切った、勉強会の開催。ほかの会合に参加する為のきっかけになるのでは。

4. 会員所属企業が抱える経営上の課題

【Q6】 貴社が抱える経営上の課題は、どのようなことがありますか？

(複数回答)

【調査結果】

a) 全体

経営の課題として最も多かったのは、「人材育成」(65.0%)、「人材確保」(61.0%)と人材関連であった(図表 21)。その他の回答では、「新たな市場の開拓」(49.2%)、「企業間の関係強化」(42.4%)、「環境対策」(35.6%)、「新たな製品・商品・サービスの導入」(33.3%)がみられた。

b) 活動への参加状況別

○積極的に参加している会員

「人材育成」「新たな市場の開拓」「人材確保」を中心に、「企業間の関係強化」「環境対策」「業務プロセスの効率化」「社会活動」「新たな製品・商品・サービスの導入」で多くの回答がみられた。

○多少参加している会員

「人材育成」「人材確保」を中心に、「新たな市場の開拓」「企業間の関係強化」「新たな製品・商品・サービスの導入」「環境対策」で多くの回答がみられた。

○まったく参加していない会員

「人材確保」「人材育成」を中心に、「新たな市場の開拓」「企業間の関係強化」「新たな製品・商品・サービスの導入」「行政との関係強化」で多くの回答がみられた。ちなみに「人材確保」への回答は8割近くにのぼった。

○以上から、会員所属企業の経営上の課題は、参加状況に関わらず、「人材育成」「人材確保」を中心に、「新たな市場の開拓」「企業間の関係強化」「新たな製品・商品・サービスの導入」が多く挙げられていた。

○その他、『積極的に参加している会員』では「業務プロセスの強化」「社会活動」、『積極的に参加している会員』『多少参加している会員』では「環境対策」、『まったく参加していない会員』では「行政との関係強化」が挙げられていた。

○同友会において、各活動を企画する際には、これらの事項を反映させる必要があると考えられる。

図表 2 1 会員所属企業が抱える経営上の課題 (複数回答)

		全体	活動への参加状況別		
			積極的 に参加 してい る	多少参 加して いる	まったく参加 してい ない
回答者計 (人)		177	49	91	37
マーケティングに関する こと	既存の製品・商品・サービスの強化 (%)	27.7	26.5	28.6	27.0
	新たな製品・商品・サービスの導入 (%)	33.3	30.6	34.1	35.1
	価格設定の方法 (%)	5.1	6.1	4.4	5.4
	販売促進の方法 (%)	18.6	16.3	17.6	24.3
	販売方法 (%)	6.2	8.2	6.6	2.7
	新たな市場の開拓 (%)	49.2	57.1	46.2	45.9
マネジメン トに関する こと	業務プロセスの効率化 (%)	29.9	36.7	28.6	24.3
	新規事業の実施 (%)	24.9	24.5	23.1	29.7
	人材確保 (%)	61.0	55.1	57.1	78.4
	人材育成 (%)	65.0	69.4	62.6	64.9
	資産運用 (%)	2.8	2.0	1.1	8.1
	節税対策 (%)	6.2	4.1	8.8	2.7
	後継者問題 (%)	11.9	10.2	12.1	13.5
	相続対策 (%)	4.5	10.2	2.2	2.7
	事業資金の確保 (%)	5.6	6.1	4.4	8.1
外部との関 係強化に関 すること	行政との関係強化 (%)	27.7	26.5	25.3	35.1
	企業間との関係強化 (%)	42.4	46.9	40.7	40.5
	大学や研究機関との関係強化 (%)	19.8	28.6	17.6	13.5
その他	環境対策 (%)	35.6	46.9	34.1	24.3
	社会活動 (%)	20.3	32.7	15.4	16.2
	その他 (%)	1.1	2.0	0.0	2.7
特になし		0.6	0.0	1.1	0.0

【Q7】 Q6（経営上の課題）で挙げた課題について、特に重視する内容をご記入ください。（自由回答）

【調査結果】

a) 全体

経営上の課題において特に重視する内容は、「人材育成」「人材確保」といった人材関連が半数近くを占めた。人材育成については、DX化を行うため、新事業を展開するためといった目的が明確な回答が複数みられた（図表 22）。

b) 活動への参加状況別

○積極的に参加している会員

「人材育成」「人材確保」を中心とした人材関連の意見が多くみられた。その内容は、中核・幹部人材の育成という意見がみられた。また、事業関連においては、「新たな市場開拓」をはじめ様々な意見があった。

○多少参加している会員

「人材育成」「人材確保」を中心とした人材関連の意見が多くみられた。その内容は、若手、後継者、管理職、専門人材などの育成・確保に関するものがみられた。また、事業関連においては、新たな製品・商品開発、次の時代のための事業育成、既存の商品やサービスの見直し、地元の優位性活用など様々な意見があった。

○まったく参加していない会員

「人材育成」「人材確保」を中心とした人材関連の意見が大半を占めた。その内容では、専門知識の保有者や有資格者といった即戦力となる人材の確保といったニーズがみられた。

○以上から、経営上の課題で特に重視する内容は、参加状況によらず、「人材育成」「人材確保」といった人材関連の意見が多く挙げられていた。

○一口に人材関連といっても、新卒採用、中途採用、幹部育成、専門分野での育成、スキルアップ、新事業分野などの意見がみられたことから、広く浅くではなく目的を絞った勉強会や視察を行うことが有効ではないかと考えられる。

図表 2 2 会員所属企業が抱える課題の中で、特に重視する内容（自由回答、活動への参加状況別）

○積極的に参加している会員

人材 関 連	新卒採用（男子）に特に苦戦している
	業務プロセスの効率化・人材確保
	人材の確保
	人材育成（次世代幹部の育成）
	中核人材の育成
	地域社会への貢献と人材育成
	D×化と人材育成
	人材育成プログラム
	人材育成について
	人材確保と育成 業務の半自動化、自動化の推進
	人材の確保・育成
	デジタル技術を活用し業務の効率化と生産性の向上を図りたいが、任せられる人材が育っていないこと。
	人口が減少局面の中における足元の売上与将来の産業構造変革をも見据えた売り上げの維持・向上、そのための最大の経営課題は「自ら考え、（失敗を恐れずに）前向きに行動・挑戦する人材」の育成と企業文化の醸成と考えそうといったています。
	D×の推進、人材の確保・育成、環境美化、社会奉仕
	人材確保・育成
事業 関 連	環境対策関係の技術開発と工事及び事業への進出
	新たな市場の開拓
	新たな市場の開拓
	事業内容の変革・変化への対応
	官民の連携について、現状より積極的な御支援を賜ればありがたいです。
	変化の時代における事業継承後の戦略
	自動車の電動化対策
	地域企業との連携を深めていきたいと考えている。
	顧客の高齢化
	次世代へ持続可能な経営（お客様・人材・ビジネス・存在意義等々）
社会 関 連	当所の課題ではないが、カーボンニュートラルに向けた取組みが今後益々重要になると思う。

○多少参加している会員

人材 関 連	人材確保
	なかなか良い人材が集まらない→理系大卒
	後継者問題・人材確保
	人材確保
	人材確保
	脱炭素活動、有能な人材確保
	人材確保
	建設業界における人材不足、関連資材の高騰、働き方改革が進めにくい職場（建設現場）環境など。
	人材確保
	人材育成
	ＡＩやＤＸによる業務体制の再構築。社会環境変化に伴う経営基盤強化。それに見合う人材育成。
	組織力向上も含めた人材育成
	人材育成
	人が育たない
	人材育成・営業力の強化
	人材育成。特に若手の育成を円滑にできる環境整備。
	人材教育、社内風土の向上
	人材の育成
	新規事業を実施するための人材育成
	人材確保及び育成 特に管理者
	人材育成
	研究開発とか社内教育の実施
	専門人材（技術畑）の確保・育成（世代交代）が課題。業務のＤＸ化も。
	人材確保・人材育成
	人材確保と育成
	人材確保と人材能力強化、原料高騰による体質変化と体制構築、独自戦略を突き進む為の新たなマネジメントとマーケット戦略
	人材の確保と育成
	人材確保と育成

○多少参加している会員

事業 関 連	企業間の関係強化
	既存の製品・商品・サービスの強化
	新たな製品・商品開発
	次の時代に柱となる事業を育てること
	地元に生産拠点がある企業としての優位性が訴求できていない
	価格競争だけに推移しない営業戦略
	集中と選択の進め方（国内・海外とも）
	運送業への労働時間制限の適用が近づいています。適正な運賃をもらわなければ、人材を確保した上での労働時間短縮は実現できませんが、とても低い運賃水準が続いているため改善の目途が立っていません。行政への働きかけも含めて改善が喫緊の課題です。
	コロナが終息宣言しない
	新規事業の実施、新規市場の開拓 特に従来のプロダクト（製品）を中心とする「モノ売り」「単品商売」から、「コト売り（ソリューションビジネス）」「課題解決起点の商売」へ如何に変容するか、ビジネスモデルを含めた変革が課題。
	アフターコロナにおける「新たな商売方法の模索」
	群馬エリアでの競争環境が厳しい中、群馬エリアだからこそ注視しなければいけない前提条件が存在するのか否か
	社会課題と当社商材を訴求力ある形でマッチングさせ、更なる改良を図ること
	世界の変化にいかに対応していくか、です。
社会 関 連	業務のデジタル化推進
	社会貢献活動
	環境対策をはじめ、SDGSを通じた社会貢献をしていければと思っています。
	デジタル化・脱炭素への対応（自社・地域経済）、規制緩和（新事業）への対応
	環境対策
	社会活動（地域貢献）
	会食や宴会などの食べ残しに関して積極的に活動していく

○まったく参加していない会員

人材 関 連	人材確保
	企業発展のための人材確保・育成
	鉱業で専門的知識を要求されるだけに人材の確保と効率化が困難である
	有資格者を含む人材確保について
	社員の能力アップ
	人材育成が一番と考えます
	中間管理職の育成環境整備
	人材育成の仕組みづくり
	従業員の高年齢化に伴う、人材の確保と人材育成。
	人材
事業関連	企業との連携、地域への情報発信を進めていきたい。