

『9割超の企業が拱手傍観 外国人観光客の増加に無対応』

日本政策金融公庫が、訪日外国人観光客の増加を受けて小企業を対象に行ったインバウンド対応に関する調査で、外国人観光客の増加を売りに結び付ける取り組みを「現在しておらず、今後もする予定はない」と回答した企業の割合が9割以上にのぼった。「取り組みたいができないから」の割合も7.6%あった。大きなビジネスチャンスの前に、小企業が拱手傍観し、むざむざチャンスを見逃している実態が浮き彫りになった。同公庫は取り組み事例を紹介、その強化に努めていく姿勢を示した。

それによると、外国人観光客の増加で売りにプラスの影響が「大いにある」または「多少ある」と回答した企業の割合は7.3%だった。業種別にみると、運輸業が19.7%と最も高く、次いで飲食店・宿泊業15.8%、情報通信業7.7%の順。都道府県別にみると、和歌山県14.7%、京都府14.5%、奈良県14.3%など関西圏で高かった。売りに結び付けるための取り組みを「している」または「現在はしていないが今後する予定」と回答した企業の割合は7.8%に過ぎなかった。「取り組みたいができない」理由は、非製造業では「知識・ノウハウ不足」の割合が56.6%と最も多く、製造業では「資金不足」の割合が46.2%と最も高かった。



『従業員の能力向上に 一般教育訓練給付制度』

従業員の能力向上はすべての経営者にとって永遠の課題だ。従業員本人の自覚に任せたままではなかなかうまくいかず、一方で会社が高額な費用を負担してまではやりたくないという声もある。

そのような企業にとって検討したい制度が一般教育訓練給付制度だ。これは雇用保険の被保険者が対象となる制度で、厚生労働大臣が指定する教育訓練講座を受講し修了した場合、本人が支払った経費の一部を負担する制度だ。対象となる講座は厚生労働省のホームページで確認できる。

受講開始日現在で、被保険者期間が3年以上あることが支給の条件となるが、初めて支給を受ける被保険者の場合、1年以上で要件を満たす。支給可能な額は支払った経費の20%に相当する額で、10万円超の場合は10万円、4,000円を超えない場合は支給なしだ。

社員教育を担当する部署などで、この制度を従業員に周知することで、自発的な自己啓発を促すことも可能となるだろう。また、たとえば企業として従業員に修了してもらいたい講座を指定し、修了を条件に別途一定額の補助を行うことなども考えられる。少ない経費でいかにして従業員を戦力化するか、難題ではあるが、知恵を絞って施策を講じることが求められている。

出典元：日本中小企業経営支援専門家協会(JPBM) ※本記事・内容の無断転載を禁じます