



一般社団法人日本能率協会（JMA）

「2024年度（第45回）当面する企業経営課題に関する調査」結果

調査対象 JMAの法人会員ならびにサンプル抽出した全国主要企業の経営者（計5,074社）

調査方法 郵送調査法
（質問票を郵送配布し、郵送およびインターネットにより回答）

有効回答数 470社 調査時期 2024年9月13日～11月30日

（一社）日本能率協会は、1979年から経営者などを対象に、「日本企業の経営課題」調査を実施している。今回は、2025年3月7日に公表された「2024年度（第45回）当面する企業経営課題に関する調査」結果から、企業の経営課題についてみてみたい。

「人材の強化」……47.7%
「収益性向上」……47.0%

現在の経営課題については、経営者の半数近くが、「人材の強化（採用・定着・育成・多様化への対応）」（47.7%）、「収益性向上」（47.0%）を挙げている。

3番目に高かった「売上・シェア拡大（販売力の強化を含む）」（33.4%）に比べて10ポイント以上も高くなっており、「人材の強化」と「収益性の向上」は、経営課題として突出していることがわかる。

大企業の課題は“事業ポートフォリオの再構築”

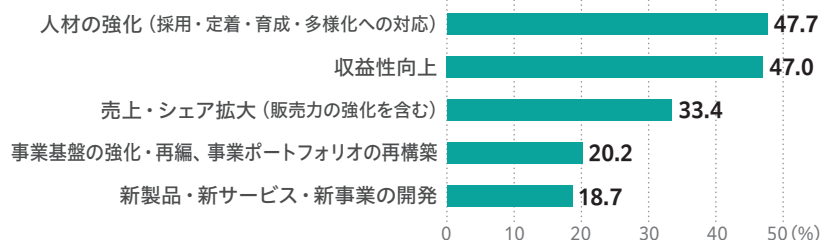
日本能率協会が着目したのは、企業の規模別にみた課題認識の違いである。

従業員数3,000人以上の大企業では「事業基盤の強化・再編、事業ポートフォリオの再構築」（33.0%）、300人から2,999人の中堅企業では「働きがい・従業員満足度・エンゲージメントの向上」（20.0%）の比率が相対的に高くなっている。

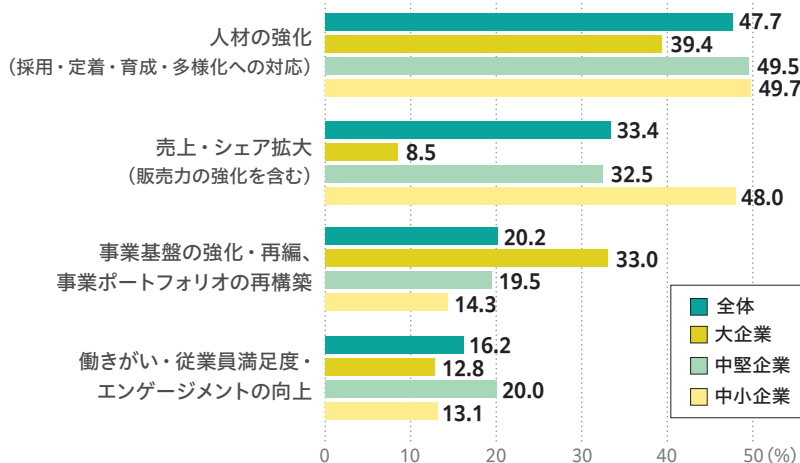
中小企業の当面の経営課題は「売上・シェア拡大」

48.0%

現在の経営課題（上位3つまでの回答の合計、5位まで）



現在の経営課題、企業規模別の特徴



また、300人未満の中小企業では、大企業、中堅企業に比べ、「売上・シェア拡大」（48.0%）が、「人材の強化」（49.7%）に次いで高くなっている。

事業の見直しや人材の強化に向けた対策など、自社内の課題克服

に目を向ける大企業や中堅企業と、売上自体が経営課題という中小企業。経営課題といっても、同じ土俵では語れないということだろう。

（インテリジェンスバリューコーポレーション株式会社 岩村克俊）