

令和4年度（2022年度）

練馬区事業所実態調査

報告書

令和5年（2023年）3月

練馬区

目次

1	調査概要	1
(1)	調査目的	1
(2)	調査内容	1
ア	プレヒアリング調査	1
イ	アンケート調査	1
(ア)	調査対象	1
(イ)	抽出方法	1
(ウ)	調査実施期間	1
(エ)	調査方法	1
(オ)	主な調査項目	2
(カ)	配布数、回収数、有効回答率	3
(キ)	表記方法について	3
ウ	ヒアリング調査	3
(ア)	調査対象・抽出方法	3
(イ)	調査実施期間	3
(ウ)	調査方法	3
(エ)	調査項目	3
2	事業所実態調査結果（アンケート調査およびヒアリング調査）	4
(1)	事業所の概要	4
(2)	販売・販路拡大	22
(3)	デジタル化への取組	28
(4)	人材の確保・育成	36
(5)	事業承継	46
(6)	新型コロナウイルス感染症の影響	50
(7)	ウィズコロナ・アフターコロナを見据えた今後の事業展開	60
(8)	物価上昇の影響と対応	66
(9)	産業振興施策への意見	74
3	調査総括	76
4	アンケート調査票	83

1 調査概要

(1) 調査目的

本調査は、アンケート調査およびヒアリング調査等を通じて、新型コロナウイルス感染症や原油価格・物価高騰の影響等、区内事業者の現状や経営課題等を把握し、調査結果を今後の事業者支援策の検討に資する基礎資料として活用することを目的に実施した。

(2) 調査内容

ア プレヒアリング調査

区内産業の現況を把握し、アンケート調査の調査票設計等の参考とするため、練馬ビジネスサポートセンターおよび区内経済団体に対して、プレヒアリング調査を実施した。

イ アンケート調査

(ア) 調査対象

練馬区内事業所

(イ) 抽出方法

総務省の経済センサス等により構成された「事業所母集団データベース」（令和2年次フレーム）から業種および従業員規模別に5,000件を無作為抽出した。

(ウ) 調査実施期間

令和4年9月6日～9月22日

(エ) 調査方法

郵送配布・回収

(オ) 主な調査項目

項目	設問内容
I 事業所の概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 創業年 ・ 企業形態 ・ 資本金 ・ 従業員数（うち、パート・アルバイト人数） ・ 従業員の区内居住者数 ・ 代表者の年齢 ・ 従業員の平均年齢 ・ 他事業所の有無 ・ 主な顧客・取引先 ・ 主な商圈・取引先の地域 ・ 直近決算の経営状況 ・ 業種 ・ 直近決算の年間売上高 ・ 現在の経営上の課題
II 販売・販路拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・ 拡大したい販売先・取引先 ・ 販売・販路の拡大における課題 ・ 販売・販路の拡大に向けて必要な支援策
III デジタル化への取組	<ul style="list-style-type: none"> ・ デジタル化への取組状況 ・ 重点的に取り組んでいきたいデジタル化 ・ デジタル化に取り組むに当たっての課題 ・ デジタル化に向けて必要な支援策
IV 人材の確保・育成	<ul style="list-style-type: none"> ・ 人材確保状況 ・ 不足している人材の職種 ・ 過去3年間に採用した従業員のうち、現在も雇用している従業員の割合 ・ 人材の確保・育成における課題 ・ 人材の確保・育成に向けて必要な支援策
V 事業承継	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業承継における課題 ・ 事業承継に向けて必要な支援策
VI 新型コロナウイルス感染症の影響	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新型コロナウイルス感染症の発生前の経営状況 ・ 新型コロナウイルス感染症の発生前と現在の比較（売上高等） ・ 経営や事業活動への影響 ・ 回復の見通し
VII ウィズコロナ・アフターコロナを見据えた今後の事業展開	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業等の見直し・変更 ・ ウィズコロナ・アフターコロナを見据えた主な事業方針 ・ 今後の主な事業展開 ・ 今後の事業展開に向けて必要な支援策
VIII 物価上昇の影響と対応	<ul style="list-style-type: none"> ・ 物価上昇の影響 ・ 前年同月と現在の比較（仕入価格等） ・ 価格転嫁の見通し ・ 価格転嫁できない場合の対応

(カ) 配布数、回収数、有効回答率

総配布数：5,000 件（有効配布数（A）：4,548 件）

回収数：1,694 件（有効回答数（B）：1,603 件） 有効回答率（B/A）：35.2%

(キ) 表記方法について

- ・ 図表内の「n」は、設問に対する回答の合計数である。
- ・ 集計は、小数点第 2 位を四捨五入し、小数点第 1 位までを表示しているため、単一回答の設問であっても、割合の合計が 100.0%とならない場合がある。
- ・ 複数回答を求めた設問では、設問に対する回答者数を分母として選択肢ごとの割合を算出しているため、割合の合計が 100.0%を上回る場合がある。
- ・ 選択肢の語句が長い場合、簡略化して表現している場合がある。
- ・ 調査結果の数値に関する文章表記においては、次の表現を用いている。

(例)		(表現)
80.1%～80.9%	⇒	約 8 割
81.0%～82.9%	⇒	8 割強
83.0%～84.9%	⇒	8 割台半ば近く
85.0%～85.9%	⇒	8 割台半ば
86.0%～87.9%	⇒	8 割台半ば超え
88.0%～88.9%	⇒	9 割近く
89.0%～89.9%	⇒	9 割弱

- ・ 各設問に関する文章表記においては、次のようにカッコを用いている。

「***」	設問の回答、クロス集計の項目について言及する場合 例：「増加」、「減少」等
『***』	設問の回答をまとめて言及する場合 例：「1人」と「2～3人」をまとめて『3人以下』等

ウ ヒアリング調査

(ア) 調査対象・抽出方法

アンケート回答事業者のうち、ヒアリング調査への協力に同意した事業者から、業種別に 15 事業者を無作為抽出した。

(イ) 調査実施期間

令和 4 年 11 月 18 日～12 月 8 日

(ウ) 調査方法

事業所への訪問または Web 会議システムを利用した方法により、ヒアリングを行った。

(エ) 調査項目

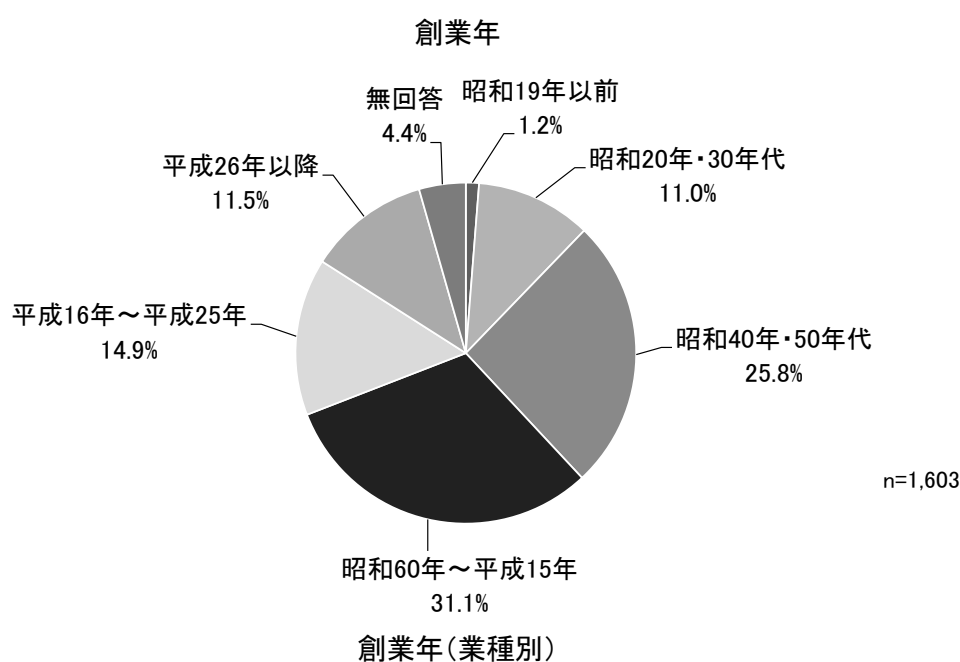
- 1 事業所・事業概要、練馬区で事業を実施している経緯
- 2 事業活動において工夫している点、強みとなっている点
- 3 事業を取り巻く環境の変化に伴う課題点、克服に向けて取り組んでいること
・ 新型コロナウイルス感染症拡大の影響、物価高騰、調達 等
- 4 経営に関する課題点、克服に向けて取り組んでいること
・ 販売・販路拡大、デジタル化、人材の確保・育成、事業承継 等
- 5 今後の事業展開・方針
- 6 練馬区に求めたい支援
- 7 その他

2 事業所実態調査結果（アンケート調査およびヒアリング調査）

(1) 事業所の概要

創業年

- 創業年は、「昭和60年～平成15年」（31.1%）が最も高く、「昭和40年・50年代」（25.8%）、「平成16年～平成25年」（14.9%）の順で続く。
- 業種別にみると、「製造業」は「昭和20年・30年代」（34.2%）が最も高い。他の業種に比べて「情報通信業」は「平成26年以降」（29.6%）が、「社会福祉・介護事業」は「平成16年～平成25年」（36.0%）が高い。「運輸業」は「昭和60年～平成15年」（40.9%）が約4割である。

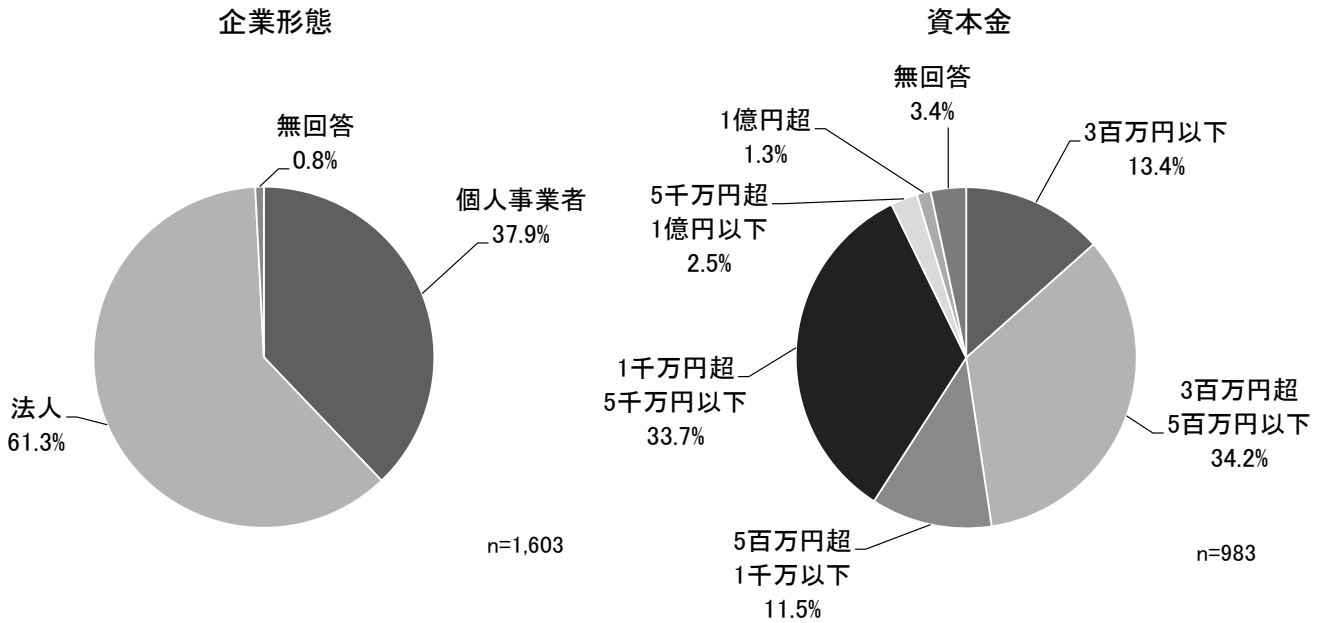


		合計(n)	昭和19年以前	昭和20年代	昭和30年代	昭和40年代	昭和50年代	平成16年～平成25年	平成26年以降	無回答
全体		1,603	1.2	11.0	25.8	31.1	14.9	11.5	4.4	
業種別	建設業	267	1.5	10.5	28.5	29.6	15.4	9.7	4.9	
	製造業	79	2.5	34.2	29.1	21.5	3.8	6.3	2.5	
	情報通信業	27	0.0	0.0	7.4	37.0	18.5	29.6	7.4	
	運輸業	44	0.0	15.9	20.5	40.9	9.1	11.4	2.3	
	卸売業	76	2.6	19.7	34.2	26.3	10.5	5.3	1.3	
	小売業	176	4.0	20.5	31.8	23.9	10.8	4.5	4.5	
	金融業、保険業	8	0.0	12.5	25.0	37.5	0.0	12.5	12.5	
	不動産業、物品賃貸業	211	0.9	10.4	24.2	34.1	10.0	14.2	6.2	
	学術研究、専門・技術サービス業	90	0.0	0.0	16.7	34.4	26.7	17.8	4.4	
	宿泊業、飲食サービス業	112	0.0	3.6	31.3	31.3	18.8	9.8	5.4	
	生活関連サービス業、娯楽業	87	1.1	6.9	26.4	35.6	17.2	9.2	3.4	
	教育、学習支援業	46	0.0	4.3	19.6	39.1	21.7	15.2	0.0	
	医療業	103	0.0	3.9	12.6	35.9	22.3	21.4	3.9	
	社会福祉・介護事業	25	0.0	0.0	8.0	32.0	36.0	24.0	0.0	
	その他サービス業	108	0.0	13.0	31.5	28.7	13.0	9.3	4.6	
	その他	114	0.0	7.9	27.2	30.7	15.8	12.3	6.1	
無回答	30	6.7	3.3	23.3	36.7	13.3	13.3	3.3		

■ 構成比の上位3位

企業形態、資本金

- 企業形態は、「法人」(61.3%) が6割強、「個人事業者」(37.9%) が3割台半ば超えである。法人における資本金は、「3百万円超5百万円以下」(34.2%) が最も高く、「1千万円超5千万円以下」(33.7%)、「3百万円以下」(13.4%) の順で続く。
- 業種別にみると、「運輸業」、「小売業」、「宿泊業、飲食サービス業」、「生活関連サービス業、娯楽業」、「教育、学習支援業」、「医療業」は「個人事業者」が「法人」を上回る。
- 今後の主な事業展開別にみると、「廃業の予定」は「個人事業者」(56.3%) が5割台半ば超えを占める。



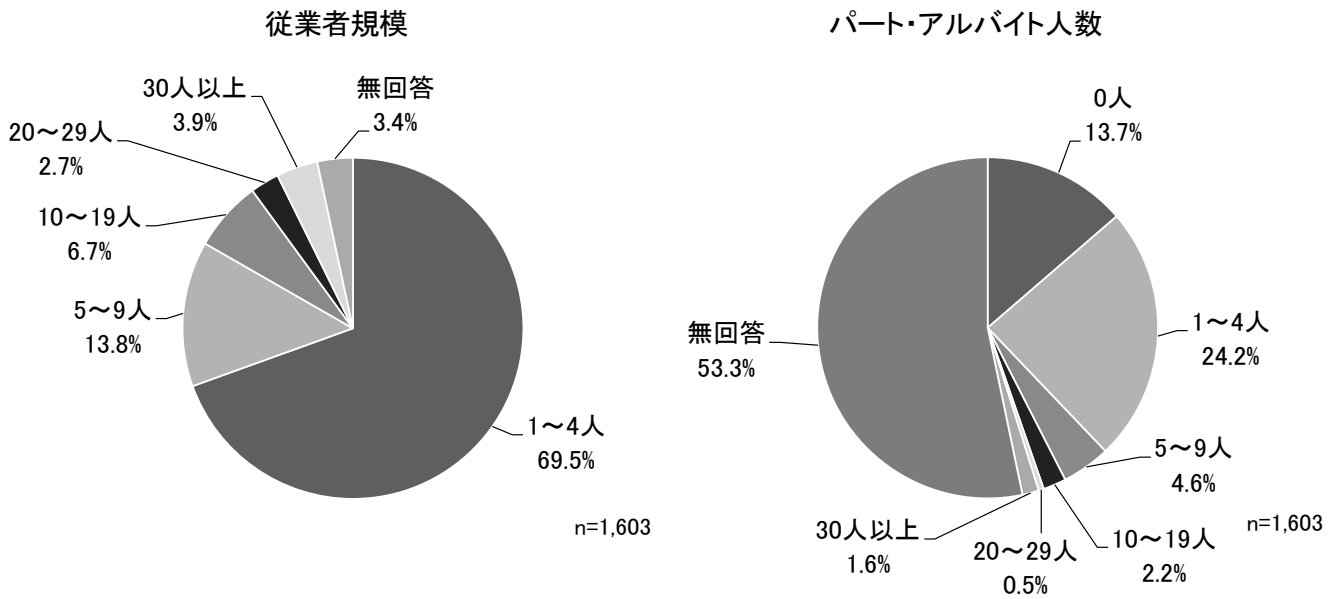
企業形態(業種別、今後の主な事業展開別)

		合計(n)	個人事業者	法人	無回答
全体		1,603	37.9	61.3	0.8
業種別	建設業	267	9.4	90.3	0.4
	製造業	79	30.4	68.4	1.3
	情報通信業	27	0.0	92.6	7.4
	運輸業	44	52.3	47.7	0.0
	卸売業	76	9.2	89.5	1.3
	小売業	176	54.0	45.5	0.6
	金融業、保険業	8	12.5	87.5	0.0
	不動産業、物品賃貸業	211	19.4	79.1	1.4
	学術研究、専門・技術サービス業	90	41.1	58.9	0.0
	宿泊業、飲食サービス業	112	75.9	24.1	0.0
	生活関連サービス業、娯楽業	87	70.1	29.9	0.0
	教育、学習支援業	46	67.4	32.6	0.0
	医療業	103	83.5	15.5	1.0
	社会福祉・介護事業	25	8.0	92.0	0.0
	その他サービス業	108	23.1	75.9	0.9
	その他	114	46.5	51.8	1.8
	無回答	30	36.7	63.3	0.0
別今後の主な事業展開	現状維持	1,053	40.1	59.3	0.7
	事業の拡大	196	12.8	86.2	1.0
	事業の縮小	97	43.3	55.7	1.0
	業種を転換	23	13.0	87.0	0.0
	譲渡・売却・統合(M&A)	15	6.7	93.3	0.0
	廃業の予定	96	56.3	42.7	1.0
	その他	25	44.0	56.0	0.0
無回答	98	50.0	48.0	2.0	

■ 構成比が最も高い

従業者規模、パート・アルバイト人数

- 従業者規模は、「1～4人」(69.5%)が最も高く、「5～9人」(13.8%)、「10～19人」(6.7%)の順で続き、『19人以下』(90.0%)は9割を占める。パート・アルバイト人数は、「1～4人」(24.2%)が最も高く、「0人」(13.7%)、「5～9人」(4.6%)の順で続く。
- 業種別にみると、「社会福祉・介護事業」を除くすべての業種で「1～4人」が最も高い。
- 今後の主な事業展開別にみると、「事業の縮小」、「業種を転換」、「譲渡・売却・統合(M&A)」、「廃業の予定」は「1～4人」が7割以上を占める。



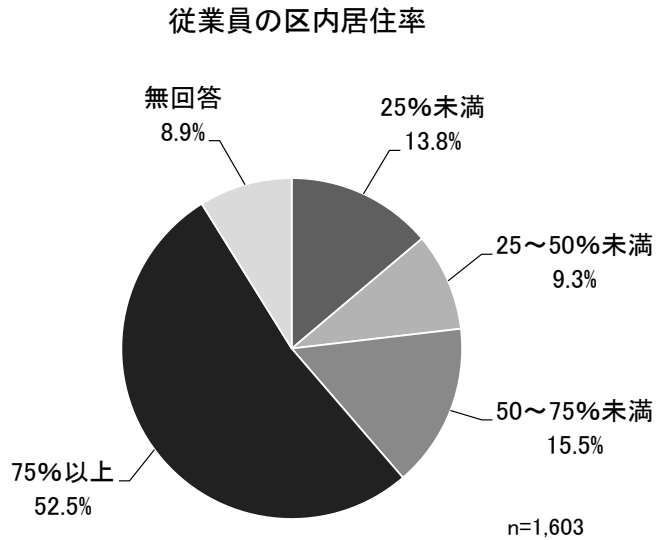
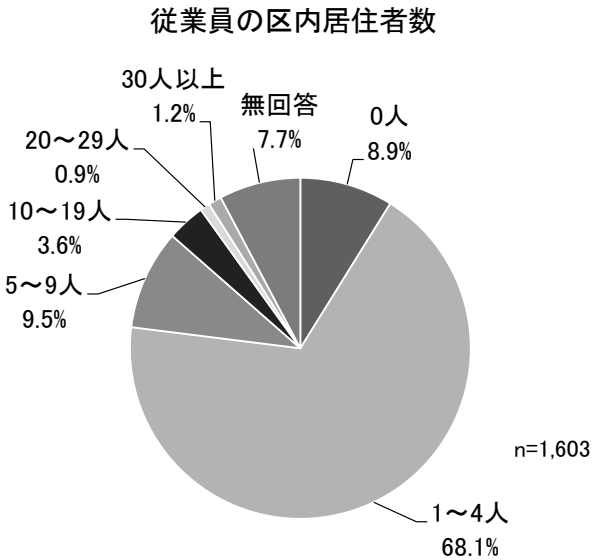
従業者規模(業種別、今後の主な事業展開別)

		合計(n)	1 ～ 4 人	5 ～ 9 人	1 0 ～ 1 9 人	2 0 ～ 2 9 人	3 0 人 以 上	無 回 答
全体		1,603	69.5	13.8	6.7	2.7	3.9	3.4
業 種 別	建設業	267	58.1	21.0	9.4	4.1	3.7	3.7
	製造業	79	55.7	13.9	11.4	8.9	5.1	5.1
	情報通信業	27	74.1	14.8	3.7	3.7	3.7	0.0
	運輸業	44	56.8	4.5	9.1	9.1	13.6	6.8
	卸売業	76	55.3	18.4	15.8	1.3	6.6	2.6
	小売業	176	73.9	9.7	6.3	0.6	5.1	4.5
	金融業、保険業	8	62.5	12.5	0.0	0.0	12.5	12.5
	不動産業、物品賃貸業	211	85.3	11.8	0.5	0.0	0.9	1.4
	学術研究、専門・技術サービス業	90	84.4	11.1	2.2	0.0	1.1	1.1
	宿泊業、飲食サービス業	112	70.5	12.5	4.5	1.8	3.6	7.1
	生活関連サービス業、娯楽業	87	86.2	4.6	2.3	0.0	2.3	4.6
	教育、学習支援業	46	54.3	19.6	8.7	8.7	8.7	0.0
	医療業	103	54.4	30.1	10.7	1.9	1.0	1.9
	社会福祉・介護事業	25	12.0	12.0	20.0	28.0	24.0	4.0
その他サービス業	108	73.1	12.0	6.5	1.9	5.6	0.9	
その他	114	85.1	5.3	5.3	1.8	0.0	2.6	
無回答	30	76.7	3.3	6.7	0.0	3.3	10.0	
別 今 後 の 主 な 事 業 展 開	現状維持	1,053	68.3	15.2	6.9	2.8	3.7	3.1
	事業の拡大	196	52.0	17.3	12.2	5.6	10.7	2.0
	事業の縮小	97	79.4	15.5	1.0	0.0	2.1	2.1
	業種を転換	23	87.0	4.3	8.7	0.0	0.0	0.0
	譲渡・売却・統合(M&A)	15	73.3	6.7	13.3	0.0	0.0	6.7
	廃業の予定	96	86.5	4.2	1.0	0.0	0.0	8.3
	その他	25	84.0	12.0	4.0	0.0	0.0	0.0
	無回答	98	82.7	3.1	3.1	4.1	1.0	6.1

構成比が最も高い

従業員の区内居住者数

- 従業員の区内居住者数は、「1～4人」(68.1%) が最も高く、「5～9人」(9.5%)、「0人」(8.9%) の順で続く。従業員の区内居住率は、「75%以上」(52.5%) が最も高く、「50～75%未満」(15.5%)、「25%未満」(13.8%) の順で続く。
- 業種別にみると、「社会福祉・介護事業」を除くすべての業種で「1～4人」が最も高い。「社会福祉・介護事業」は「10～19人」(32.0%) が最も高い。



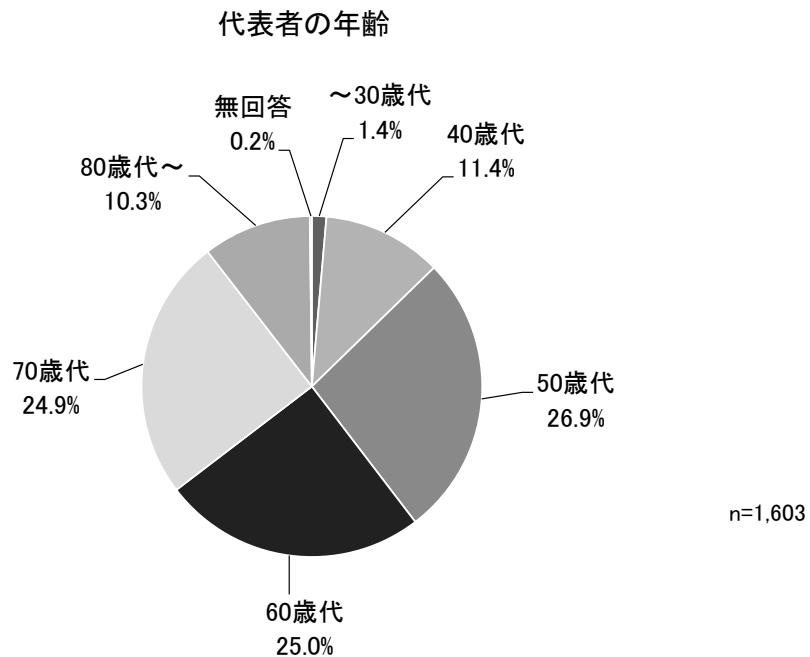
従業員の区内住居者数(業種別)

		合計(n)	0人	1人	5人	10人	20人	30人以上	無回答
全体		1,603	8.9	68.1	9.5	3.6	0.9	1.2	7.7
業種別	建設業	267	6.0	70.0	13.9	2.6	1.1	0.0	6.4
	製造業	79	3.8	67.1	6.3	11.4	1.3	0.0	10.1
	情報通信業	27	7.4	88.9	0.0	0.0	0.0	3.7	0.0
	運輸業	44	9.1	47.7	11.4	11.4	2.3	4.5	13.6
	卸売業	76	6.6	72.4	14.5	3.9	1.3	1.3	0.0
	小売業	176	6.8	61.9	9.7	4.5	0.6	4.5	11.9
	金融業、保険業	8	0.0	62.5	25.0	0.0	0.0	0.0	12.5
	不動産業、物品賃貸業	211	7.6	80.6	6.6	0.9	0.0	0.0	4.3
	学術研究、専門・技術サービス業	90	15.6	77.8	4.4	0.0	0.0	0.0	2.2
	宿泊業、飲食サービス業	112	9.8	68.8	3.6	2.7	1.8	1.8	11.6
	生活関連サービス業、娯楽業	87	14.9	67.8	2.3	2.3	1.1	0.0	11.5
	教育、学習支援業	46	6.5	47.8	21.7	8.7	4.3	2.2	8.7
	医療業	103	11.7	58.3	20.4	3.9	0.0	1.0	4.9
	社会福祉・介護事業	25	4.0	24.0	20.0	32.0	8.0	12.0	0.0
その他サービス業	108	14.8	63.9	9.3	1.9	0.9	0.9	8.3	
その他	114	8.8	77.2	2.6	0.9	0.0	0.0	10.5	
無回答	30	13.3	56.7	6.7	0.0	0.0	0.0	23.3	

■ 構成比の上位3位

代表者の年齢

- 代表者の年齢は、「50 歳代」(26.9%) が最も高く、「60 歳代」(25.0%)、「70 歳代」(24.9%) の順で続き、『50 歳・60 歳代』(51.9%) は5割強を占める。
- 業種別にみると、他の業種に比べて「情報通信業」は「40 歳代」(29.6%) が高い。「金融業、保険業」は「70 歳代」(62.5%) が6割強を占める。
- 従業者規模別にみると、「1～4人」は『70 歳代～』(38.6%) が4割近い。「1～4人」を除くすべての従業者規模で「50 歳代」が最も高い。他の従業者規模に比べて「10～19人」は「40 歳代」(20.6%) が高い。
- 今後の主な事業展開別にみると、「事業の拡大」は「50 歳代」(35.7%) が3割台半ばである。他の事業展開に比べて「業種を転換」は「40 歳代」(26.1%) が、「譲渡・売却・統合 (M&A)」は「50 歳代」(46.7%) が高い。「廃業の予定」は『70 歳代～』(70.9%) が約7割を占める。



代表者の年齢(業種別、従業者規模別、今後の主な事業展開別)

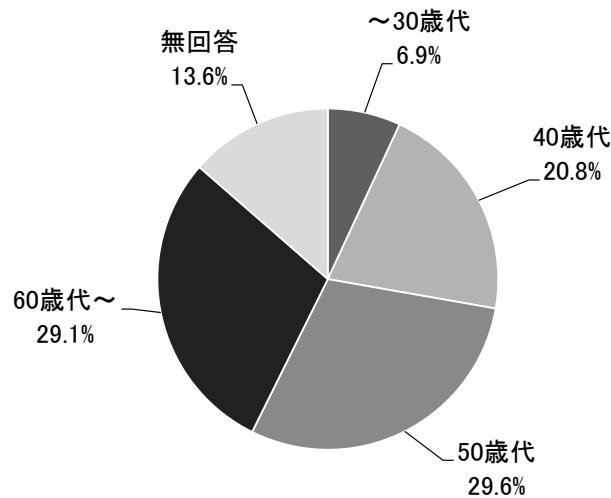
			(%)						
		合計(n)	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳代	無回答
全体		1,603	1.4	11.4	26.9	25.0	24.9	10.3	0.2
業種別	建設業	267	1.1	14.6	37.5	20.2	21.7	4.9	0.0
	製造業	79	0.0	7.6	22.8	24.1	26.6	19.0	0.0
	情報通信業	27	0.0	29.6	22.2	29.6	14.8	3.7	0.0
	運輸業	44	0.0	4.5	29.5	18.2	40.9	6.8	0.0
	卸売業	76	2.6	15.8	26.3	15.8	28.9	10.5	0.0
	小売業	176	0.0	7.4	22.7	26.1	29.0	14.2	0.6
	金融業、保険業	8	0.0	12.5	0.0	25.0	62.5	0.0	0.0
	不動産業、物品賃貸業	211	0.9	8.5	18.0	28.4	28.9	14.7	0.5
	学術研究、専門・技術サービス業	90	2.2	5.6	33.3	32.2	18.9	7.8	0.0
	宿泊業、飲食サービス業	112	0.9	17.0	26.8	20.5	24.1	10.7	0.0
	生活関連サービス業、娯楽業	87	4.6	9.2	32.2	17.2	27.6	9.2	0.0
	教育、学習支援業	46	0.0	10.9	34.8	32.6	19.6	2.2	0.0
	医療業	103	3.9	18.4	30.1	29.1	14.6	3.9	0.0
	社会福祉・介護事業	25	4.0	12.0	40.0	20.0	16.0	4.0	4.0
	その他サービス業	108	1.9	8.3	24.1	35.2	22.2	8.3	0.0
	その他	114	0.0	9.6	18.4	25.4	26.3	20.2	0.0
無回答	30	3.3	13.3	13.3	26.7	30.0	13.3	0.0	
従業者規模別	1~4人	1,114	1.2	9.2	25.4	25.6	27.3	11.3	0.1
	5~9人	221	2.7	16.7	29.9	26.7	16.7	6.8	0.5
	10~19人	107	1.9	20.6	34.6	18.7	13.1	11.2	0.0
	20~29人	44	0.0	18.2	34.1	27.3	18.2	2.3	0.0
	30人以上	63	1.6	14.3	39.7	19.0	25.4	0.0	0.0
	無回答	54	0.0	7.4	9.3	24.1	37.0	20.4	1.9
別 今後の主な事業展開	現状維持	1,053	1.0	11.0	28.6	26.0	24.2	8.9	0.2
	事業の拡大	196	3.6	24.5	35.7	20.4	12.2	3.6	0.0
	事業の縮小	97	1.0	2.1	22.7	30.9	22.7	19.6	1.0
	業種を転換	23	0.0	26.1	34.8	8.7	21.7	8.7	0.0
	譲渡・売却・統合(M&A)	15	0.0	6.7	46.7	20.0	20.0	6.7	0.0
	廃業の予定	96	0.0	2.1	6.3	20.8	49.0	21.9	0.0
	その他	25	4.0	4.0	12.0	44.0	24.0	12.0	0.0
	無回答	98	2.0	6.1	14.3	21.4	37.8	18.4	0.0

■ 構成比の上位3位

従業員の平均年齢

- 従業員の平均年齢は、「50 歳代」(29.6%) が最も高く、「60 歳代～」(29.1%)、「40 歳代」(20.8%) の順で続き、『50 歳代～』(58.7%) は6割近くを占める。
- 業種別にみると、「製造業」、「小売業」、「金融業、保険業」、「不動産業、物品賃貸業」、「宿泊業、飲食サービス業」、「その他サービス業」は「60 歳代～」が最も高い。「情報通信業」は「40 歳代」(40.7%) が約4割である。「情報通信業」を除くすべての業種で『50 歳代～』が5割以上を占める。

従業員の平均年齢



n=1,603

従業員の平均年齢(業種別)

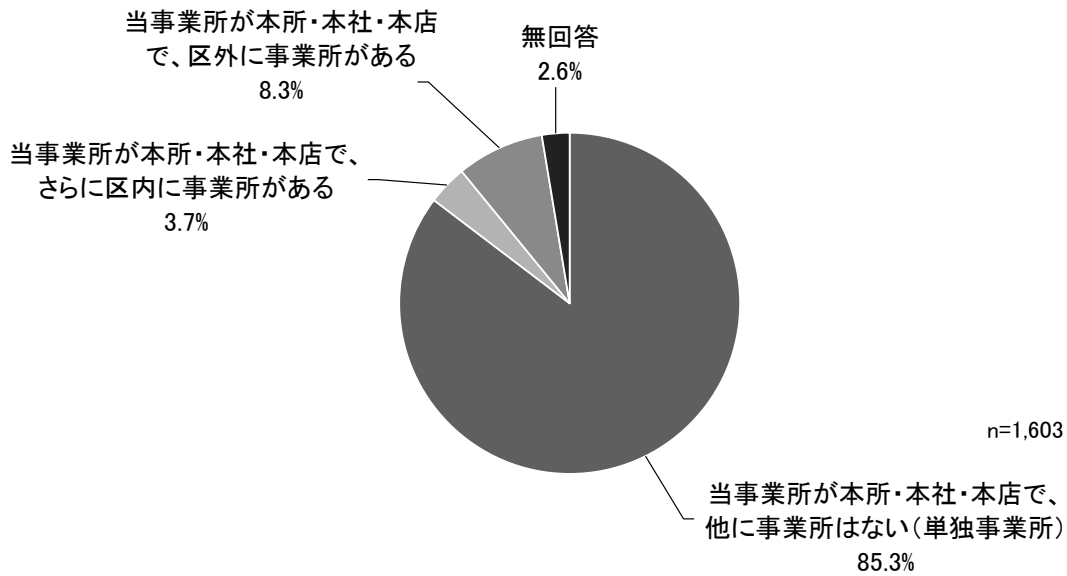
		合計(n)	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	無回答
全体		1,603	6.9	20.8	29.6	29.1	13.6
業種別	建設業	267	6.4	32.6	33.0	18.7	9.4
	製造業	79	0.0	25.3	27.8	34.2	12.7
	情報通信業	27	14.8	40.7	14.8	29.6	0.0
	運輸業	44	2.3	13.6	31.8	18.2	34.1
	卸売業	76	2.6	31.6	35.5	27.6	2.6
	小売業	176	4.5	14.2	27.8	36.9	16.5
	金融業、保険業	8	12.5	25.0	12.5	37.5	12.5
	不動産業、物品賃貸業	211	4.7	11.8	24.2	44.5	14.7
	学術研究、専門・技術サービス業	90	7.8	17.8	36.7	31.1	6.7
	宿泊業、飲食サービス業	112	16.1	16.1	22.3	27.7	17.9
	生活関連サービス業、娯楽業	87	6.9	11.5	32.2	28.7	20.7
	教育、学習支援業	46	17.4	15.2	28.3	21.7	17.4
	医療業	103	11.7	30.1	35.0	15.5	7.8
	社会福祉・介護事業	25	16.0	16.0	44.0	16.0	8.0
	その他サービス業	108	6.5	23.1	26.9	32.4	11.1
	その他	114	3.5	15.8	32.5	30.7	17.5
無回答	30	6.7	16.7	20.0	20.0	36.7	

■ 構成比が最も高い

他事業所の有無

- 他事業所の有無は、「当事業所が本所・本社・本店で、他に事業所はない(単独事業所)」(85.3%)が最も高く、「当事業所が本所・本社・本店で、区外に事業所がある」(8.3%)、「当事業所が本所・本社・本店で、さらに区内に事業所がある」(3.7%)の順である。
- 業種別にみると、すべての業種で「当事業所が本所・本社・本店で、他に事業所はない(単独事業所)」が最も高い。他の業種に比べて「製造業」は「当事業所が本所・本社・本店で、区外に事業所がある」(22.8%)が、「社会福祉・介護事業」は「当事業所が本所・本社・本店で、さらに区内に事業所がある」(24.0%)が高い。

他事業所の有無



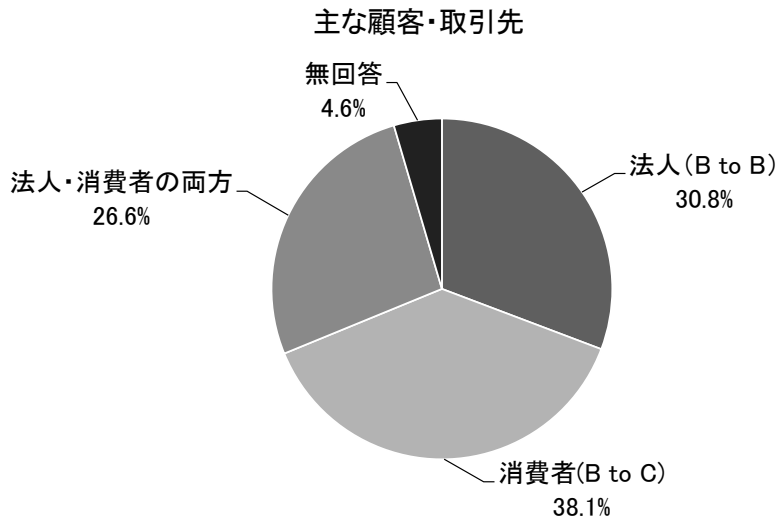
他事業所の有無(業種別)

		合計(n)	(%)				
			い 本 店 単 独 事 業 所 に 本 所 は 社 な い	本 事 業 所 が 本 所 に 本 社 ・ 本 店 ・ 他 の 事 業 所 が あ る	本 事 業 所 が 本 所 ・ 本 社 ・ 本 店 で 、 区 外 に 事 業 所 が あ る	本 事 業 所 が 本 所 ・ 本 社 ・ 本 店 で 、 さ ら に 区 内 に 事 業 所 が あ る	無 回 答
全体		1,603	85.3	3.7	8.3	2.6	
業 種 別	建設業	267	82.4	3.7	12.7	1.1	
	製造業	79	69.6	3.8	22.8	3.8	
	情報通信業	27	92.6	0.0	7.4	0.0	
	運輸業	44	81.8	0.0	11.4	6.8	
	卸売業	76	76.3	5.3	18.4	0.0	
	小売業	176	83.0	4.5	5.7	6.8	
	金融業、保険業	8	100.0	0.0	0.0	0.0	
	不動産業、物品賃貸業	211	93.4	2.4	2.8	1.4	
	学術研究、専門・技術サービス業	90	90.0	0.0	8.9	1.1	
	宿泊業、飲食サービス業	112	89.3	4.5	3.6	2.7	
	生活関連サービス業、娯楽業	87	90.8	3.4	3.4	2.3	
	教育、学習支援業	46	84.8	8.7	6.5	0.0	
	医療業	103	96.1	2.9	1.0	0.0	
	社会福祉・介護事業	25	48.0	24.0	20.0	8.0	
	その他サービス業	108	84.3	4.6	7.4	3.7	
	その他	114	86.0	2.6	7.9	3.5	
無回答	30	80.0	3.3	10.0	6.7		

■ 構成比が最も高い

主な顧客・取引先

- 主な顧客・取引先は、「消費者 (B to C)」(38.1%) が最も高く、「法人 (B to B)」(30.8%)、「法人・消費者の両方」(26.6%) の順である。
- 業種別にみると、他の業種に比べて「情報通信業」は「法人 (B to B)」(96.3%) が、「金融業, 保険業」は「法人・消費者の両方」(75.0%) が高い。「小売業」、「宿泊業, 飲食サービス業」、「生活関連サービス業, 娯楽業」、「教育, 学習支援業」、「医療業」、「社会福祉・介護事業」は「消費者 (B to C)」が6割以上を占める。
- 今後の主な事業展開別にみると、「事業の拡大」と「譲渡・売却・統合 (M&A)」は「法人 (B to B)」が4割以上である。「業種を転換」は「法人・消費者の両方」(52.2%) が最も高い。



n=1,603

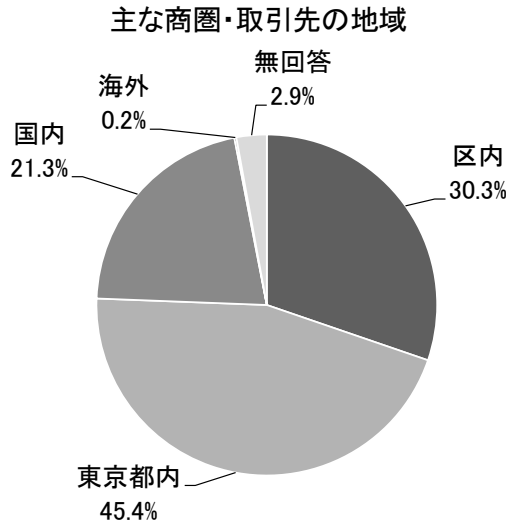
主な顧客・取引先(業種別、今後の主な事業展開別)

		合計(n)	法人 (B to B)	消費者 (B to C)	法人・消費者 の両方・消費者	無回答
全体		1,603	30.8	38.1	26.6	4.6
業種別	建設業	267	52.8	5.2	40.4	1.5
	製造業	79	59.5	15.2	22.8	2.5
	情報通信業	27	96.3	0.0	3.7	0.0
	運輸業	44	43.2	27.3	22.7	6.8
	卸売業	76	64.5	5.3	27.6	2.6
	小売業	176	8.0	63.1	23.3	5.7
	金融業, 保険業	8	0.0	12.5	75.0	12.5
	不動産業, 物品賃貸業	211	17.5	30.3	50.2	1.9
	学術研究, 専門・技術サービス業	90	56.7	20.0	21.1	2.2
	宿泊業, 飲食サービス業	112	1.8	79.5	11.6	7.1
	生活関連サービス業, 娯楽業	87	3.4	79.3	8.0	9.2
	教育, 学習支援業	46	8.7	82.6	2.2	6.5
	医療業	103	1.9	85.4	4.9	7.8
	社会福祉・介護事業	25	0.0	76.0	24.0	0.0
	その他サービス業	108	43.5	27.8	25.0	3.7
その他	114	38.6	28.1	24.6	8.8	
無回答	30	23.3	30.0	33.3	13.3	
今後の主な事業展開	現状維持	1,053	30.4	40.6	25.5	3.5
	事業の拡大	196	44.4	24.0	31.6	0.0
	事業の縮小	97	21.6	38.1	34.0	6.2
	業種を転換	23	39.1	4.3	52.2	4.3
	譲渡・売却・統合(M&A)	15	46.7	26.7	20.0	6.7
	廃業の予定	96	22.9	40.6	26.0	10.4
	その他	25	36.0	44.0	16.0	4.0
無回答	98	18.4	44.9	19.4	17.3	

構成比が最も高い

主な商圈・取引先の地域

- 主な商圈・取引先の地域は、「東京都内」(45.4%) が最も高く、「区内」(30.3%)、「国内」(21.3%) の順で続く。
- 業種別にみると、「建設業」と「運輸業」は「東京都内」が7割以上、「製造業」と「卸売業」は「国内」が5割以上を占める。「小売業」、「宿泊業, 飲食サービス業」、「生活関連サービス業, 娯楽業」、「教育, 学習支援業」、「医療業」、「社会福祉・介護事業」は「区内」が最も高い。
- 今後の主な事業展開別にみると、他の事業展開に比べて「業種を転換」は「国内」(43.5%) が高い。「譲渡・売却・統合(M&A)」と「廃業の予定」は「東京都内」が5割以上を占める。



n=1,603

主な商圈・取引先の地域(業種別、今後の主な事業展開別)

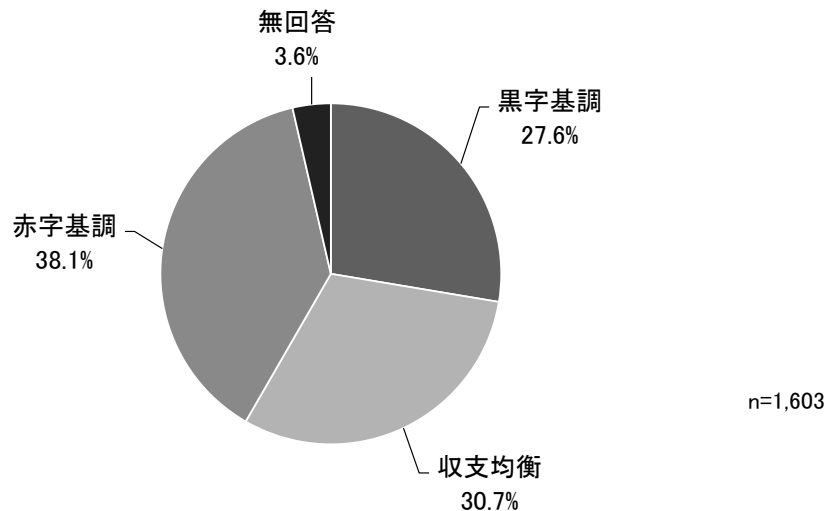
		合計(n)	区内	東京都内	国内	海外	無回答
全体		1,603	30.3	45.4	21.3	0.2	2.9
業種別	建設業	267	4.9	70.8	23.2	0.0	1.1
	製造業	79	10.1	32.9	50.6	0.0	6.3
	情報通信業	27	14.8	55.6	25.9	0.0	3.7
	運輸業	44	4.5	75.0	20.5	0.0	0.0
	卸売業	76	6.6	34.2	52.6	0.0	6.6
	小売業	176	48.9	27.8	18.2	0.6	4.5
	金融業, 保険業	8	12.5	50.0	37.5	0.0	0.0
	不動産業, 物品賃貸業	211	37.0	46.9	14.2	0.0	1.9
	学術研究, 専門・技術サービス業	90	14.4	44.4	40.0	0.0	1.1
	宿泊業, 飲食サービス業	112	60.7	33.0	2.7	0.0	3.6
	生活関連サービス業, 娯楽業	87	46.0	41.4	11.5	0.0	1.1
	教育, 学習支援業	46	71.7	15.2	8.7	0.0	4.3
	医療業	103	51.5	39.8	8.7	0.0	0.0
	社会福祉・介護事業	25	60.0	40.0	0.0	0.0	0.0
	その他サービス業	108	25.9	45.4	25.9	0.9	1.9
	その他	114	27.2	48.2	17.5	0.0	7.0
	無回答	30	23.3	36.7	30.0	3.3	6.7
別今後の主な事業展開	現状維持	1,053	31.3	46.7	19.3	0.2	2.5
	事業の拡大	196	20.4	38.3	38.3	0.0	3.1
	事業の縮小	97	35.1	39.2	24.7	0.0	1.0
	業種を転換	23	13.0	39.1	43.5	0.0	4.3
	譲渡・売却・統合(M&A)	15	13.3	53.3	33.3	0.0	0.0
	廃業の予定	96	29.2	51.0	16.7	1.0	2.1
	その他	25	40.0	40.0	8.0	0.0	12.0
	無回答	98	38.8	46.9	7.1	0.0	7.1

■ 構成比が最も高い

直近決算の経営状況

- 直近決算の経営状況は、「赤字基調」(38.1%) が最も高く、「収支均衡」(30.7%)、「黒字基調」(27.6%) の順である。「黒字基調」と「収支均衡」を合わせた『収支均衡以上』(58.3%) は6割近くを占める。
- 業種別にみると、「建設業」、「不動産業、物品賃貸業」、「学術研究、専門・技術サービス業」、「医療業」、「社会福祉・介護事業」は「黒字基調」が最も高い。他の業種に比べて「製造業」と「小売業」は「赤字基調」が高い。
- 従業者規模別にみると、「1～4人」は「赤字基調」(43.6%) が最も高い。『29人以下』では従業者規模が大きくなるほど「黒字基調」が高くなる傾向がみられ、「30人以上」は「黒字基調」(54.0%) が5割台半ば近くを占める。
- 今後の主な事業展開別にみると、「現状維持」は「収支均衡」(34.2%) が、「事業の拡大」は「黒字基調」(43.9%) が最も高い。

直近決算の経営状況



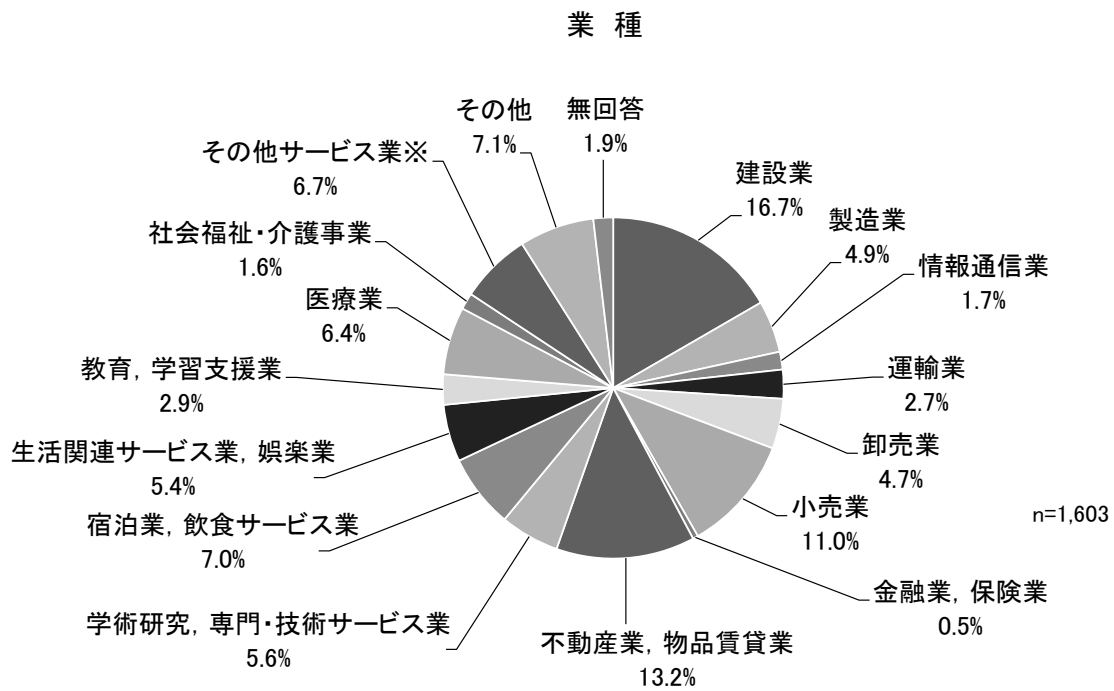
直近決算の経営状況(業種別、従業者規模別、今後の主な事業展開別)

			(%)			
		合計(n)	黒字 基調	収支 均衡	赤字 基調	無回 答
全体		1,603	27.6	30.7	38.1	3.6
業 種 別	建設業	267	37.1	25.8	34.1	3.0
	製造業	79	24.1	22.8	50.6	2.5
	情報通信業	27	29.6	33.3	37.0	0.0
	運輸業	44	25.0	25.0	45.5	4.5
	卸売業	76	27.6	28.9	40.8	2.6
	小売業	176	15.9	31.8	50.6	1.7
	金融業、保険業	8	12.5	37.5	37.5	12.5
	不動産業、物品賃貸業	211	37.9	34.1	24.2	3.8
	学術研究、専門・技術サービス業	90	35.6	31.1	32.2	1.1
	宿泊業、飲食サービス業	112	19.6	29.5	43.8	7.1
	生活関連サービス業、娯楽業	87	11.5	35.6	49.4	3.4
	教育、学習支援業	46	26.1	39.1	30.4	4.3
	医療業	103	41.7	27.2	30.1	1.0
	社会福祉・介護事業	25	36.0	36.0	12.0	16.0
	その他サービス業	108	20.4	38.0	38.9	2.8
	その他	114	19.3	28.9	43.9	7.9
無回答	30	13.3	36.7	46.7	3.3	
従 業 者 規 模 別	1~4人	1,114	21.8	31.0	43.6	3.6
	5~9人	221	36.7	33.0	29.0	1.4
	10~19人	107	46.7	29.0	23.4	0.9
	20~29人	44	56.8	27.3	11.4	4.5
	30人以上	63	54.0	28.6	14.3	3.2
	無回答	54	18.5	24.1	38.9	18.5
別 今 後 の 主 な 事 業 展 開	現状維持	1,053	29.1	34.2	33.0	3.8
	事業の拡大	196	43.9	23.0	32.1	1.0
	事業の縮小	97	16.5	23.7	59.8	0.0
	業種を転換	23	13.0	17.4	69.6	0.0
	譲渡・売却・統合(M&A)	15	0.0	26.7	73.3	0.0
	廃業の予定	96	5.2	26.0	64.6	4.2
	その他	25	24.0	32.0	44.0	0.0
無回答	98	21.4	23.5	42.9	12.2	

■ 構成比が最も高い

問1 貴事業所の業種は、次のどれに該当しますか。(最も年間売上高の多いもの1つに○)

● 業種は、「建設業」(16.7%)が最も高く、「不動産業, 物品賃貸業」(13.2%)、「小売業」(11.0%)の順で続く。



※廃棄物処理業、自動車整備業、機械等修理業、職業紹介・労働者派遣業、その他の事業サービス業

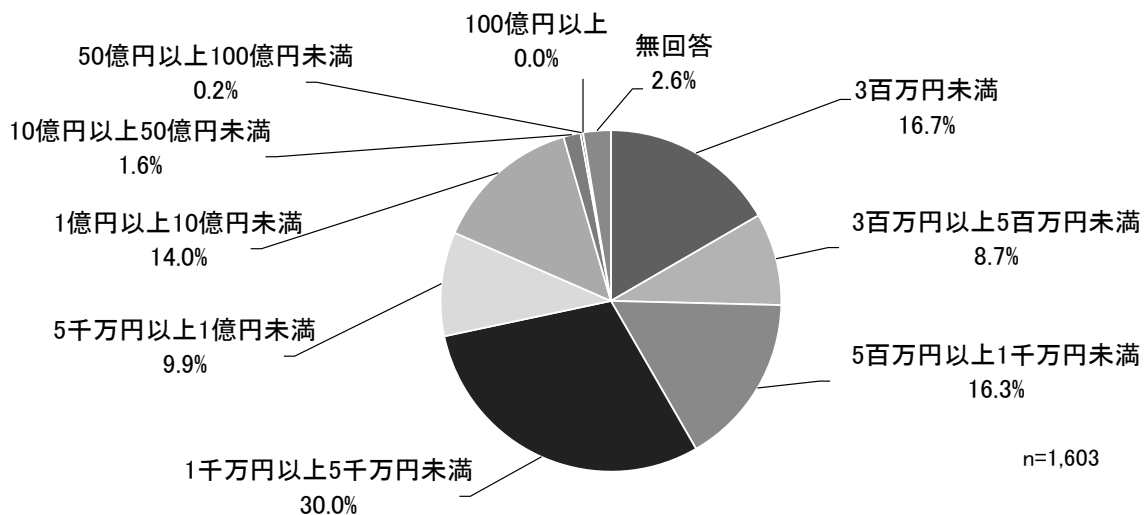
【ヒアリング調査結果】

- 当社の主な顧客は、近隣に所在する事業者である。営業活動の対象を遠方まで広げず、「地域」に根付きながら、顧客の要望に沿ったサービスを提供している。そうした地域に寄り添ったサービスであることが最大の強みであり、今後も地域との関係性を保ちながら、サービスを充実させたいと考えている。(その他サービス業、5～9人)
- 生産性を向上させるために、伝票の処理方法等、日常の細かい業務の見直しから始めた。さらに、社内の部署間の連携を図り、忙しい時には相互にサポートできるよう、全員体制に組織を変えていった。(小売業、30人以上)
- 個人からのリフォーム工事とゼネコンからの下請け工事の受注だけでは、経営が不安定となるため、事業の多角化を進めている。具体的には、「不動産業」への参入に向けて、資格取得に取り組んでいる。(建設業、5～9人)
- 集客のためには地道な店舗の営業が大事だと思っている。「生ビール1杯 50円」、「サワー1杯 50円」等のキャンペーンを打てば集客できるが、その効果は一時的でしかない。当店は年配の顧客が多いことから丁寧な接客を心がけ、特産品等を使った特色あるメニューの開発に取り組む等、継続して利用してもらうための工夫を行っている。(飲食サービス業、5～9人)
- 17年前から顧客や関係者に対して、メールマガジンを発行しており、現在も、毎月3,000社程度を対象に送付している。また、年に数回、展示会にも出展しており、最終的には1回の出展で数社とのコネクションができています。(製造業、10～19人)

問3 貴事業所の直近決算の年間売上高は、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

- 直近決算の年間売上高は、「1千万円以上5千万円未満」(30.0%)が最も高く、「3百万円未満」(16.7%)、「5百万円以上1千万円未満」(16.3%)の順で続く。
- 業種別にみると、「運輸業」、「生活関連サービス業、娯楽業」、「教育、学習支援業」は『5百万円未満』が4割以上である。他の業種に比べて「卸売業」は『1億円以上』(46.0%)が高い。
- 従業者規模別にみると、「1～4人」は『1千万円未満』(55.1%)が5割台半ばを占める。他の従業者規模に比べて「5～9人」は「1千万円以上5千万円未満」(36.2%)と「5千万円以上1億円未満」(22.6%)が高い。従業者規模が大きくなるほど『1億円以上』が高くなる傾向がみられる。
- 今後の主な事業展開別にみると、「廃業の予定」を除くすべての事業展開で「1千万円以上5千万円未満」が最も高い。「事業の拡大」と「譲渡・売却・統合(M&A)」は「1億円以上10億円未満」が2割台半ば超えである。「廃業の予定」は「3百万円未満」(51.0%)が最も高い。

直近決算の年間売上高



直近決算の年間売上高(業種別、従業者規模別、今後の主な事業展開別)

(%)

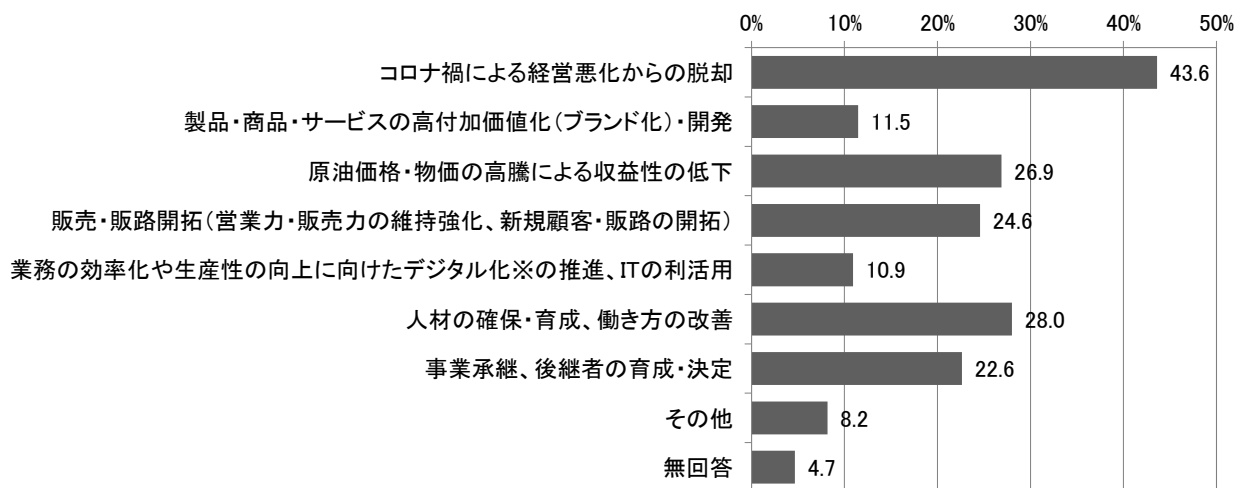
		合計(n)	3 百 万 円 未 満	5 3 百 万 円 未 満 上	1 5 千 万 円 未 満 上	5 1 千 万 円 未 満 上	1 5 億 円 未 満 上	1 0 億 円 未 満 上	5 0 億 円 未 満 上	1 5 0 億 円 未 満 上	1 0 0 億 円 未 満 上	無 回 答
全体		1,603	16.7	8.7	16.3	30.0	9.9	14.0	1.6	0.2	0.0	2.6
業 種 別	建設業	267	4.5	3.4	10.5	31.8	16.1	29.6	3.0	0.0	0.0	1.1
	製造業	79	19.0	8.9	11.4	21.5	7.6	26.6	2.5	1.3	0.0	1.3
	情報通信業	27	11.1	7.4	11.1	40.7	14.8	14.8	0.0	0.0	0.0	0.0
	運輸業	44	31.8	15.9	4.5	6.8	11.4	15.9	9.1	0.0	0.0	4.5
	卸売業	76	3.9	2.6	9.2	25.0	13.2	34.2	7.9	3.9	0.0	0.0
	小売業	176	18.8	9.7	19.3	28.4	6.3	11.4	1.1	0.0	0.0	5.1
	金融業、保険業	8	0.0	37.5	12.5	37.5	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	不動産業、物品賃貸業	211	10.0	10.0	18.5	42.7	9.0	7.1	0.9	0.0	0.0	1.9
	学術研究、専門・技術サービス業	90	20.0	7.8	24.4	32.2	10.0	3.3	1.1	0.0	0.0	1.1
	宿泊業、飲食サービス業	112	23.2	7.1	27.7	30.4	3.6	4.5	0.0	0.0	0.0	3.6
	生活関連サービス業、娯楽業	87	34.5	19.5	20.7	14.9	3.4	3.4	0.0	0.0	0.0	3.4
	教育、学習支援業	46	30.4	13.0	17.4	17.4	0.0	19.6	0.0	0.0	0.0	2.2
	医療業	103	11.7	6.8	14.6	39.8	15.5	7.8	0.0	0.0	0.0	3.9
	社会福祉・介護事業	25	8.0	4.0	8.0	36.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	4.0
	その他サービス業	108	22.2	8.3	14.8	31.5	10.2	10.2	0.9	0.0	0.0	1.9
	その他	114	27.2	13.2	20.2	25.4	6.1	4.4	0.0	0.0	0.0	3.5
	無回答	30	30.0	6.7	10.0	20.0	13.3	10.0	0.0	0.0	0.0	10.0
従 業 者 規 模 別	1~4人	1,114	22.1	11.6	21.4	32.9	6.9	2.8	0.0	0.0	0.0	2.4
	5~9人	221	1.8	1.8	5.9	36.2	22.6	29.0	0.5	0.5	0.0	1.8
	10~19人	107	0.0	0.9	3.7	15.0	15.0	58.9	2.8	0.0	0.0	3.7
	20~29人	44	0.0	0.0	0.0	11.4	13.6	65.9	4.5	0.0	0.0	4.5
	30人以上	63	0.0	0.0	0.0	3.2	7.9	52.4	31.7	4.8	0.0	0.0
	無回答	54	31.5	11.1	11.1	22.2	7.4	7.4	0.0	0.0	0.0	9.3
別 今 後 の 主 な 事 業 展 開	現状維持	1,053	13.4	8.7	18.0	31.6	10.1	14.6	1.1	0.1	0.0	2.3
	事業の拡大	196	6.6	4.1	10.2	28.6	14.8	26.0	6.1	1.5	0.0	2.0
	事業の縮小	97	22.7	9.3	18.6	32.0	5.2	10.3	1.0	0.0	0.0	1.0
	業種を転換	23	30.4	0.0	8.7	39.1	13.0	8.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	譲渡・売却・統合(M&A)	15	20.0	20.0	0.0	33.3	0.0	26.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	廃業の予定	96	51.0	14.6	11.5	20.8	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0
	その他	25	20.0	12.0	16.0	32.0	16.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.0
無回答	98	27.6	11.2	16.3	19.4	10.2	3.1	1.0	0.0	0.0	11.2	

構成比の上位3位

問4 現在の経営上の課題は、次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの3つまでに○)

- 経営上の課題は、「コロナ禍による経営悪化からの脱却」(43.6%)が最も高く、「人材の確保・育成、働き方の改善」(28.0%)、「原油価格・物価の高騰による収益性の低下」(26.9%)の順で続く。
- 業種別にみると、「生活関連サービス業、娯楽業」は「コロナ禍による経営悪化からの脱却」(72.4%)が7割強を占める。「運輸業」と「宿泊業、飲食サービス業」は「原油価格・物価の高騰による収益性の低下」が5割以上を占める。「卸売業」と「学術研究、専門・技術サービス業」は「販売・販路開拓(営業力・販売力の維持強化、新規顧客・販路の開拓)」が、「不動産業、物品賃貸業」は「事業承継、後継者の育成・決定」(40.3%)が最も高い。他の業種に比べて「社会福祉・介護事業」は「業務の効率化や生産性の向上に向けたデジタル化の推進、ITの利活用」(36.0%)と「人材の確保・育成、働き方の改善」(92.0%)が高い。
- 従業員規模別にみると、「1～4人」は「コロナ禍による経営悪化からの脱却」(47.1%)が最も高い。「1～4人」を除くすべての従業員規模で「人材の確保・育成、働き方の改善」が最も高い。従業員規模が大きくなるほど「原油価格・物価の高騰による収益性の低下」が高くなる傾向がみられる。
- 今後の主な事業展開別にみると、「事業の拡大」は「人材の確保・育成、働き方の改善」(53.1%)が、「譲渡・売却・統合(M&A)」は「販売・販路開拓(営業力・販売力の維持強化、新規顧客・販路の開拓)」(53.3%)が最も高い。「廃業の予定」は「コロナ禍による経営悪化からの脱却」(62.5%)が6割強を占める。

経営上の課題



n=1,603

※アナログデータをデジタルデータに変換・活用し、業務の効率化を図ることや、経営に新しい価値を生み出すこと

経営上の課題(業種別、従業員規模別、今後の主な事業展開別)

(%)

		合計(n)	からの脱却	コロナ禍による経営悪化	高付加価値化(サービスのブランド)	製品・商品・サービスの価値化	原油価格・物価の高騰による収益性の低下	新規顧客・販路の開拓	販売・販路開拓(営業力・顧客力の維持強化)	業務の効率化や生産性の向上に向けたデジタル化の推進、ITの活用	人材の確保・育成、働き方の改善	事業承継・後継者の育成・決定	その他	無回答
全体		1,603	43.6	11.5	26.9	24.6	10.9	28.0	22.6	8.2	4.7			
業種別	建設業	267	34.1	3.7	42.7	20.2	10.5	52.8	30.0	4.5	2.2			
	製造業	79	40.5	15.2	35.4	29.1	10.1	19.0	27.8	11.4	3.8			
	情報通信業	27	37.0	22.2	0.0	37.0	3.7	44.4	18.5	3.7	3.7			
	運輸業	44	63.6	4.5	56.8	11.4	4.5	40.9	4.5	4.5	4.5			
	卸売業	76	38.2	18.4	34.2	44.7	10.5	28.9	18.4	9.2	2.6			
	小売業	176	49.4	15.9	32.4	34.7	8.5	15.9	14.8	6.8	8.0			
	金融業、保険業	8	37.5	0.0	12.5	25.0	12.5	25.0	0.0	12.5	0.0			
	不動産業、物品賃貸業	211	21.8	8.1	13.7	14.7	10.4	10.9	40.3	15.2	7.1			
	学術研究、専門・技術サービス業	90	38.9	26.7	8.9	42.2	16.7	21.1	24.4	7.8	0.0			
	宿泊業、飲食サービス業	112	63.4	11.6	50.9	18.8	4.5	19.6	8.9	4.5	6.3			
	生活関連サービス業、娯楽業	87	72.4	10.3	21.8	23.0	5.7	12.6	11.5	4.6	2.3			
	教育、学習支援業	46	43.5	13.0	6.5	26.1	17.4	37.0	17.4	10.9	6.5			
	医療業	103	57.3	10.7	17.5	19.4	20.4	40.8	15.5	4.9	1.9			
	社会福祉・介護事業	25	28.0	0.0	8.0	24.0	36.0	92.0	24.0	0.0	4.0			
	その他サービス業	108	52.8	13.0	15.7	25.0	10.2	25.0	21.3	10.2	1.9			
	その他	114	40.4	10.5	20.2	21.9	10.5	17.5	21.9	14.0	10.5			
無回答	30	50.0	20.0	13.3	16.7	13.3	23.3	30.0	6.7	10.0				
従業員規模別	1~4人	1,114	47.1	11.6	25.9	25.0	8.1	15.4	22.1	9.9	4.8			
	5~9人	221	38.0	13.1	26.7	24.4	17.2	46.2	25.8	5.9	2.3			
	10~19人	107	30.8	6.5	29.0	25.2	20.6	69.2	24.3	5.6	4.7			
	20~29人	44	18.2	13.6	31.8	31.8	18.2	84.1	18.2	0.0	4.5			
	30人以上	63	34.9	12.7	33.3	22.2	23.8	82.5	19.0	1.6	3.2			
	無回答	54	50.0	9.3	33.3	11.1	3.7	24.1	25.9	1.9	14.8			
今後の主な事業展開	現状維持	1,053	42.5	11.0	29.7	22.5	10.8	27.0	24.5	7.2	3.5			
	事業の拡大	196	37.8	20.9	17.9	44.4	19.4	53.1	17.9	2.6	2.0			
	事業の縮小	97	59.8	4.1	21.6	29.9	9.3	20.6	23.7	10.3	5.2			
	業種を転換	23	52.2	17.4	26.1	26.1	17.4	26.1	21.7	8.7	4.3			
	譲渡・売却・統合(M&A)	15	33.3	20.0	13.3	53.3	13.3	13.3	20.0	20.0	0.0			
	廃業の予定	96	62.5	4.2	27.1	12.5	2.1	9.4	19.8	17.7	4.2			
	その他	25	36.0	12.0	32.0	12.0	8.0	20.0	20.0	20.0	0.0			
無回答	98	33.7	9.2	20.4	12.2	4.1	19.4	15.3	13.3	24.5				

構成比の上位3位

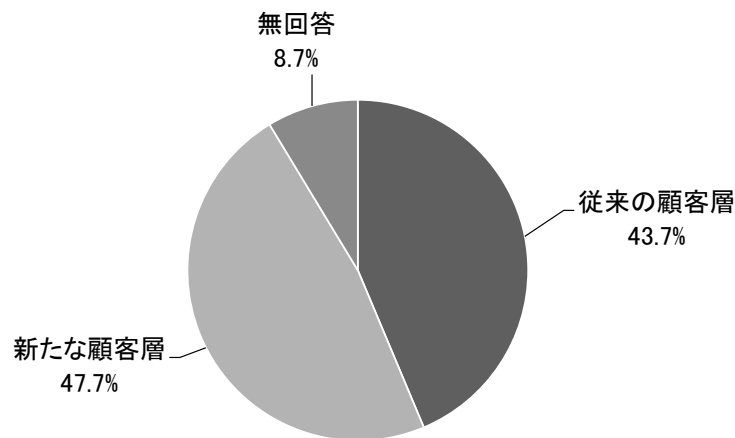
(2) 販売・販路拡大

問5 今後、拡大したい販売先・取引先は、次のどれに該当しますか。

①顧客層（当てはまる方に○）

- 拡大したい販売先・取引先の顧客層は、「新たな顧客層」（47.7%）が4割台半ばを超え、「従来の顧客層」（43.7%）が4割台半ば近くである。
- 業種別にみると、他の業種に比べて「情報通信業」は「従来の顧客層」（55.6%）が、「社会福祉・介護事業」は「新たな顧客層」（56.0%）が高い。
- 今後の主な事業展開別にみると、「事業の拡大」と「業種を転換」は「新たな顧客層」が7割以上を占める。

拡大したい販売先・取引先の顧客層



拡大したい販売先・取引先の顧客層（業種別、今後の主な事業展開別）

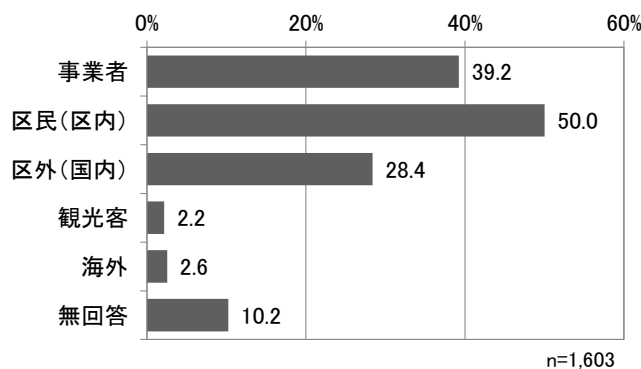
		合計 (n)	顧客層の (%)	顧客層の (%)	無回答 (%)
全体		1,603	43.7	47.7	8.7
業種別	建設業	267	46.1	44.9	9.0
	製造業	79	44.3	48.1	7.6
	情報通信業	27	55.6	44.4	0.0
	運輸業	44	50.0	38.6	11.4
	卸売業	76	44.7	52.6	2.6
	小売業	176	38.1	51.1	10.8
	金融業、保険業	8	50.0	50.0	0.0
	不動産業、物品賃貸業	211	47.4	42.7	10.0
	学術研究、専門・技術サービス業	90	38.9	55.6	5.6
	宿泊業、飲食サービス業	112	38.4	52.7	8.9
	生活関連サービス業、娯楽業	87	49.4	46.0	4.6
	教育、学習支援業	46	41.3	52.2	6.5
	医療業	103	44.7	48.5	6.8
	社会福祉・介護事業	25	44.0	56.0	0.0
	その他サービス業	108	41.7	50.9	7.4
	その他	114	39.5	41.2	19.3
	無回答	30	43.3	46.7	10.0
別今後の主な事業展開	現状維持	1,053	47.4	45.1	7.5
	事業の拡大	196	21.4	75.0	3.6
	事業の縮小	97	51.5	40.2	8.2
	業種を転換	23	26.1	73.9	0.0
	譲渡・売却・統合 (M&A)	15	26.7	66.7	6.7
	廃業の予定	96	52.1	31.3	16.7
	その他	25	56.0	36.0	8.0
無回答	98	35.7	37.8	26.5	

■ 構成比が最も高い

②ターゲット（当てはまるものすべてに○）

- 拡大したい販売先・取引先のターゲットは、「区民（区内）」（50.0%）が最も高く、「事業者」（39.2%）、「区外（国内）」（28.4%）の順で続く。
- 業種別にみると、他の業種に比べて「情報通信業」は「事業者」（96.3%）と「海外」（7.4%）が、「運輸業」は「観光客」（20.5%）が、「不動産業、物品賃貸業」は「区外（国内）」（39.3%）が、「医療業」は「区民（区内）」（90.3%）が高い。
- 今後の主な事業展開別にみると、「事業の拡大」、「業種を転換」、「譲渡・売却・統合（M&A）」は「事業者」が最も高い。他の事業展開に比べて「業種を転換」は「事業者」（65.2%）、「区外（国内）」（52.2%）、「海外」（8.7%）が高い。

拡大したい販売先・取引先のターゲット



拡大したい販売先・取引先のターゲット(業種別、今後の主な事業展開別)

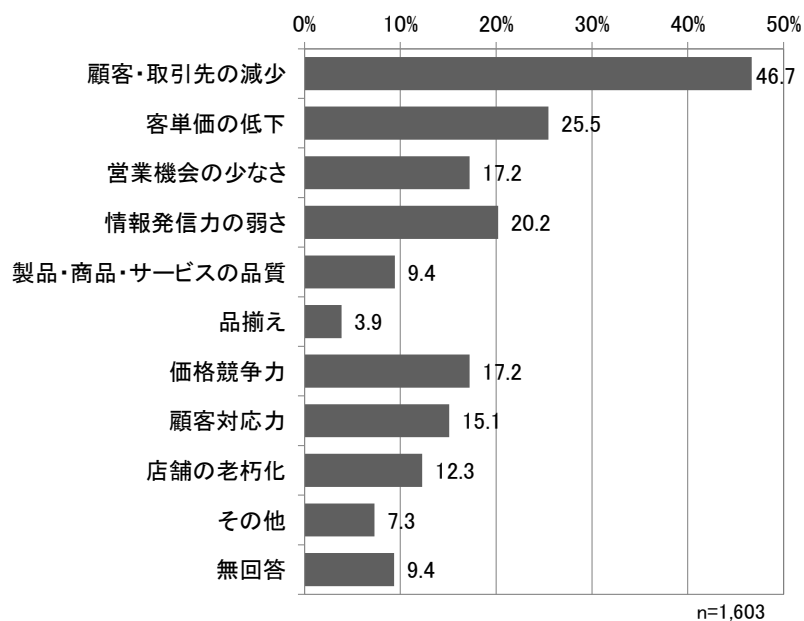
		合計(n)	事業者	区民(区内)	区外(国内)	観光客	海外	無回答
全体		1,603	39.2	50.0	28.4	2.2	2.6	10.2
業種別	建設業	267	64.8	29.6	26.2	0.0	0.4	10.1
	製造業	79	65.8	20.3	29.1	5.1	5.1	11.4
	情報通信業	27	96.3	11.1	29.6	3.7	7.4	0.0
	運輸業	44	47.7	34.1	29.5	20.5	2.3	15.9
	卸売業	76	71.1	10.5	28.9	1.3	6.6	6.6
	小売業	176	20.5	68.8	24.4	1.7	2.8	10.8
	金融業、保険業	8	25.0	62.5	25.0	0.0	0.0	0.0
	不動産業、物品賃貸業	211	31.8	49.3	39.3	0.5	1.4	14.7
	学術研究、専門・技術サービス業	90	60.0	34.4	28.9	0.0	3.3	6.7
	宿泊業、飲食サービス業	112	10.7	80.4	25.9	7.1	2.7	6.3
	生活関連サービス業、娯楽業	87	9.2	80.5	29.9	2.3	4.6	6.9
	教育、学習支援業	46	10.9	82.6	19.6	0.0	4.3	4.3
	医療業	103	2.9	90.3	27.2	1.0	0.0	6.8
	社会福祉・介護事業	25	20.0	88.0	28.0	4.0	4.0	0.0
	その他サービス業	108	51.9	44.4	28.7	1.9	2.8	5.6
	その他	114	42.1	38.6	22.8	0.9	0.9	24.6
無回答	30	23.3	50.0	30.0	3.3	10.0	13.3	
今後の主な事業展開	現状維持	1,053	38.7	52.8	26.7	1.7	1.9	8.5
	事業の拡大	196	57.7	40.3	45.9	3.6	6.6	1.5
	事業の縮小	97	30.9	57.7	30.9	2.1	2.1	10.3
	業種を転換	23	65.2	30.4	52.2	4.3	8.7	4.3
	譲渡・売却・統合(M&A)	15	53.3	40.0	40.0	0.0	0.0	0.0
	廃業の予定	96	25.0	43.8	13.5	6.3	3.1	22.9
	その他	25	32.0	52.0	20.0	0.0	0.0	16.0
	無回答	98	23.5	43.9	18.4	1.0	1.0	34.7

■ 構成比が最も高い

問6 販売・販路の拡大における課題は、次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの3つまでに○)

- 販売・販路の拡大における課題は、「顧客・取引先の減少」(46.7%)が最も高く、「客単価の低下」(25.5%)、「情報発信力の弱さ」(20.2%)の順で続く。
- 業種別にみると、「社会福祉・介護事業」を除くすべての業種で「顧客・取引先の減少」が最も高い。他の業種に比べて「卸売業」は「営業機会の少なさ」(35.5%)と「価格競争力」(31.6%)が、「小売業」は「客単価の低下」(35.2%)と「品揃え」(20.5%)が高い。「生活関連サービス業、娯楽業」は「店舗の老朽化」(33.3%)が3割台半ば近くである。
- 従業者規模別にみると、すべての従業者規模で「顧客・取引先の減少」が最も高く、「1～4人」は「顧客・取引先の減少」(49.5%)が5割弱である。『29人以下』では従業者規模が小さくなるほど「店舗の老朽化」が高くなる傾向がみられる。他の従業者規模に比べて「30人以上」は「価格競争力」(30.2%)と「顧客対応力」(30.2%)が高い。
- 今後の主な事業展開別にみると、すべての事業展開で「顧客・取引先の減少」が最も高い。他の事業展開に比べて「事業の拡大」は「情報発信力の弱さ」(31.6%)、「価格競争力」(26.5%)、「顧客対応力」(21.4%)が高い。
- 拡大したい販売先・取引先別にみると、「海外」を除くすべての販売先・取引先で「顧客・取引先の減少」が最も高い。他の販売先・取引先に比べて「海外」は「営業機会の少なさ」(36.6%)と「情報発信力の弱さ」(43.9%)が高い。

販売・販路の拡大における課題



販売・販路の拡大における課題

(業種別、従業者規模別、今後の主な事業展開別、拡大したい販売先・取引先別)

(%)

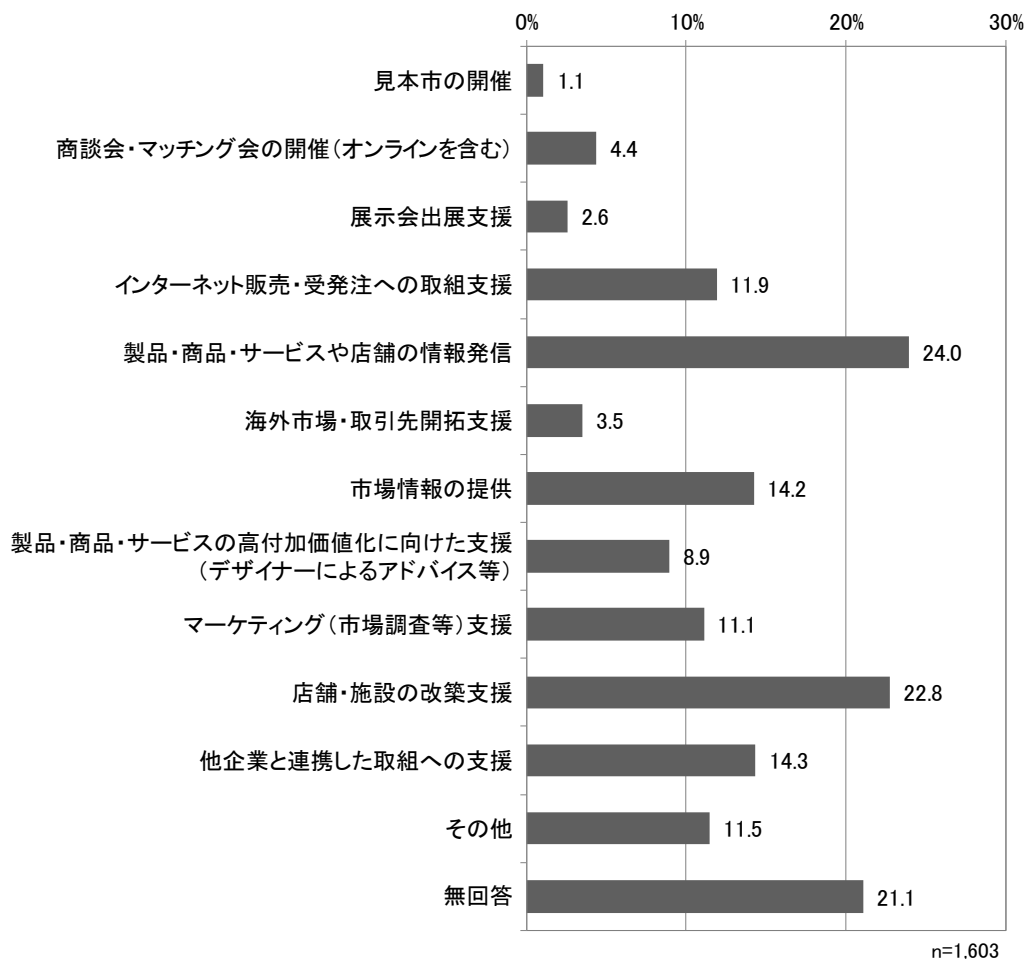
		合計(n)	顧客・取引先の減少	客単価の低下	営業機会の少なさ	情報発信力の弱さ	製品・商品の品質	品揃え	価格競争力	顧客対応力	店舗の老朽化	その他	無回答
全体		1,603	46.7	25.5	17.2	20.2	9.4	3.9	17.2	15.1	12.3	7.3	9.4
業種別	建設業	267	45.7	31.1	17.6	14.2	6.7	0.4	29.2	16.9	1.9	6.0	11.2
	製造業	79	43.0	17.7	29.1	21.5	11.4	1.3	21.5	11.4	7.6	7.6	11.4
	情報通信業	27	44.4	7.4	29.6	25.9	11.1	7.4	11.1	25.9	0.0	7.4	0.0
	運輸業	44	50.0	27.3	22.7	9.1	6.8	2.3	18.2	18.2	0.0	4.5	15.9
	卸売業	76	55.3	27.6	35.5	25.0	11.8	9.2	31.6	15.8	3.9	6.6	0.0
	小売業	176	61.9	35.2	10.2	18.8	3.4	20.5	19.9	10.2	14.2	4.5	7.4
	金融業、保険業	8	62.5	0.0	12.5	0.0	0.0	12.5	12.5	12.5	0.0	12.5	12.5
	不動産業、物品賃貸業	211	30.3	20.4	11.8	19.9	8.5	1.4	13.7	11.4	22.3	10.0	11.8
	学術研究、専門・技術サービス業	90	41.1	23.3	33.3	24.4	14.4	2.2	7.8	16.7	3.3	4.4	4.4
	宿泊業、飲食サービス業	112	51.8	34.8	8.0	18.8	8.0	1.8	17.0	20.5	21.4	2.7	8.9
	生活関連サービス業、娯楽業	87	52.9	29.9	11.5	23.0	9.2	0.0	16.1	8.0	33.3	8.0	6.9
	教育、学習支援業	46	54.3	4.3	13.0	39.1	21.7	0.0	8.7	17.4	13.0	6.5	6.5
	医療業	103	45.6	16.5	4.9	36.9	17.5	1.9	3.9	23.3	19.4	9.7	11.7
	社会福祉・介護事業	25	28.0	24.0	20.0	36.0	0.0	0.0	12.0	36.0	16.0	24.0	0.0
	その他サービス業	108	46.3	24.1	22.2	11.1	12.0	0.9	17.6	18.5	9.3	5.6	5.6
	その他	114	47.4	25.4	17.5	16.7	9.6	1.8	7.9	9.6	9.6	12.3	17.5
無回答	30	46.7	16.7	26.7	16.7	10.0	3.3	6.7	3.3	13.3	10.0	13.3	
従業者規模別	1~4人	1,114	49.5	25.1	18.2	19.7	7.2	4.3	14.9	11.7	13.0	6.9	10.3
	5~9人	221	42.5	28.1	9.0	22.6	14.9	2.3	21.7	21.3	11.3	7.7	5.9
	10~19人	107	37.4	22.4	20.6	24.3	19.6	3.7	21.5	29.0	11.2	7.5	6.5
	20~29人	44	38.6	25.0	22.7	15.9	4.5	2.3	29.5	22.7	6.8	11.4	13.6
	30人以上	63	31.7	27.0	14.3	22.2	17.5	3.2	30.2	30.2	7.9	7.9	3.2
	無回答	54	48.1	25.9	22.2	14.8	7.4	3.7	13.0	9.3	13.0	9.3	13.0
今後の主な事業展開別	現状維持	1,053	45.5	25.9	14.7	19.7	9.4	4.4	17.5	15.6	12.4	7.1	8.4
	事業の拡大	196	38.8	23.0	29.1	31.6	17.9	3.1	26.5	21.4	10.7	7.1	4.1
	事業の縮小	97	63.9	30.9	15.5	17.5	3.1	1.0	19.6	16.5	17.5	5.2	8.2
	業種を転換	23	56.5	26.1	43.5	30.4	4.3	4.3	13.0	13.0	4.3	4.3	0.0
	譲渡・売却・統合(M&A)	15	53.3	6.7	53.3	20.0	20.0	6.7	6.7	13.3	13.3	6.7	0.0
	廃業の予定	96	62.5	24.0	15.6	10.4	2.1	4.2	11.5	9.4	17.7	8.3	12.5
	その他	25	48.0	40.0	8.0	8.0	4.0	0.0	4.0	0.0	4.0	28.0	8.0
	無回答	98	38.8	20.4	14.3	16.3	7.1	3.1	5.1	6.1	7.1	6.1	32.7
拡大したい販売先・取引先別	事業者	629	46.9	28.5	27.3	20.2	10.5	2.7	22.7	17.5	5.4	7.6	2.9
	区民(区内)	802	52.7	28.9	12.7	23.6	9.1	5.6	16.0	17.3	17.7	6.7	5.0
	区外(国内)	455	46.6	29.9	21.8	25.3	13.4	4.2	18.5	16.0	10.3	5.9	4.2
	観光客	35	54.3	20.0	34.3	28.6	2.9	2.9	20.0	22.9	11.4	2.9	2.9
	海外	41	41.5	19.5	36.6	43.9	12.2	2.4	17.1	19.5	9.8	7.3	4.9
	無回答	164	20.7	9.1	6.1	6.1	2.4	0.0	6.1	2.4	7.9	8.5	57.9

構成比の上位3位

問7 販売・販路の拡大に向けて必要な支援策は、次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの3つまでに○)

- 販売・販路の拡大に向けて必要な支援策は、「製品・商品・サービスや店舗の情報発信」(24.0%)が最も高く、「店舗・施設の改築支援」(22.8%)、「他企業と連携した取組への支援」(14.3%)の順で続く。
- 業種別にみると、「小売業」は「製品・商品・サービスや店舗の情報発信」(40.3%)が約4割である。「建設業」、「情報通信業」、「学术研究, 専門・技術サービス業」、「社会福祉・介護事業」は「他企業と連携した取組への支援」が最も高い。他の業種に比べて「宿泊業, 飲食サービス業」は「店舗・施設の改築支援」(47.3%)が高い。
- 拡大したい販売先・取引先別にみると、「事業者」は「他企業と連携した取組への支援」(23.8%)が最も高い。「区民(区内)」は「製品・商品・サービスや店舗の情報発信」(31.4%)と「店舗・施設の改築支援」(31.9%)が3割強である。他の販売先・取引先に比べて「観光客」は「インターネット販売・受発注への取組支援」(25.7%)、「市場情報の提供」(22.9%)、「マーケティング(市場調査等)支援」(22.9%)が高い。

販売・販路の拡大に向けて必要な支援策



販売・販路の拡大に向けて必要な支援策(業種別、拡大したい販売先・取引先別)

(%)

		合計(n)	見本市の開催	商談会・マッチング会の開催 (オンラインを含む)	展示会・出展支援	インターネット販売・受発注への取組支援	製品・商品・サービスの店舗の情報発信	海外市場・取引先開拓支援	市場情報の提供	製品・商品・サービスの高付加価値化に向けた支援(デザイン等)	マーケティング(市場調査等)支援	店舗・施設の改築支援	他企業と連携した取組への支援	その他	無回答
全体		1,603	1.1	4.4	2.6	11.9	24.0	3.5	14.2	8.9	11.1	22.8	14.3	11.5	21.1
業種別	建設業	267	1.5	4.9	1.5	10.5	16.5	3.7	19.5	6.0	9.0	11.6	25.8	10.1	25.8
	製造業	79	3.8	15.2	7.6	19.0	27.8	6.3	12.7	8.9	8.9	11.4	15.2	10.1	16.5
	情報通信業	27	0.0	14.8	0.0	22.2	3.7	11.1	18.5	3.7	25.9	3.7	37.0	25.9	3.7
	運輸業	44	0.0	4.5	0.0	9.1	6.8	2.3	18.2	9.1	6.8	2.3	15.9	11.4	43.2
	卸売業	76	1.3	6.6	14.5	22.4	31.6	13.2	14.5	13.2	10.5	15.8	13.2	7.9	13.2
	小売業	176	1.1	2.3	4.0	13.1	40.3	1.1	13.1	9.7	9.1	24.4	6.3	9.1	21.0
	金融業、保険業	8	0.0	0.0	0.0	12.5	37.5	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	12.5	12.5	12.5
	不動産業、物品賃貸業	211	0.5	5.2	0.5	10.0	13.7	1.9	18.5	2.8	11.8	32.7	7.1	13.3	21.3
	学術研究、専門・技術サービス業	90	0.0	6.7	6.7	10.0	23.3	7.8	12.2	16.7	13.3	10.0	23.3	10.0	14.4
	宿泊業、飲食サービス業	112	0.0	0.9	0.0	7.1	32.1	0.9	11.6	10.7	9.8	47.3	8.0	12.5	19.6
	生活関連サービス業、娯楽業	87	0.0	1.1	0.0	9.2	37.9	0.0	8.0	11.5	13.8	36.8	4.6	11.5	18.4
	教育、学習支援業	46	0.0	4.3	0.0	10.9	21.7	2.2	26.1	15.2	23.9	30.4	8.7	10.9	15.2
	医療業	103	0.0	0.0	1.0	8.7	30.1	1.0	8.7	14.6	11.7	41.7	12.6	11.7	19.4
	社会福祉・介護事業	25	0.0	0.0	0.0	4.0	20.0	0.0	8.0	4.0	16.0	24.0	32.0	28.0	16.0
	その他サービス業	108	1.9	3.7	1.9	20.4	23.1	5.6	10.2	7.4	14.8	16.7	15.7	10.2	17.6
	その他	114	2.6	4.4	1.8	9.6	19.3	2.6	7.9	7.9	8.8	16.7	14.9	13.2	29.8
無回答	30	3.3	0.0	3.3	10.0	13.3	6.7	16.7	16.7	0.0	16.7	6.7	10.0	26.7	
別売拡大した取引先	事業者	629	1.6	7.5	3.2	13.7	22.4	5.9	18.8	9.1	12.2	14.6	23.8	12.2	15.6
	区民(区内)	802	1.0	2.7	2.0	11.2	31.4	1.4	14.1	9.5	12.8	31.9	10.6	12.3	15.5
	区外(国内)	455	1.1	5.3	4.2	18.7	31.0	4.6	15.6	13.6	17.4	23.3	17.1	8.6	11.0
	観光客	35	2.9	5.7	5.7	25.7	22.9	5.7	22.9	5.7	22.9	25.7	20.0	14.3	11.4
	海外	41	7.3	9.8	9.8	22.0	22.0	41.5	9.8	24.4	22.0	9.8	19.5	19.5	2.4
無回答	164	0.0	0.0	0.0	4.3	4.3	0.6	3.0	1.2	0.6	11.0	4.9	6.7	72.0	

■ 構成比の上位3位

【ヒアリング調査結果】

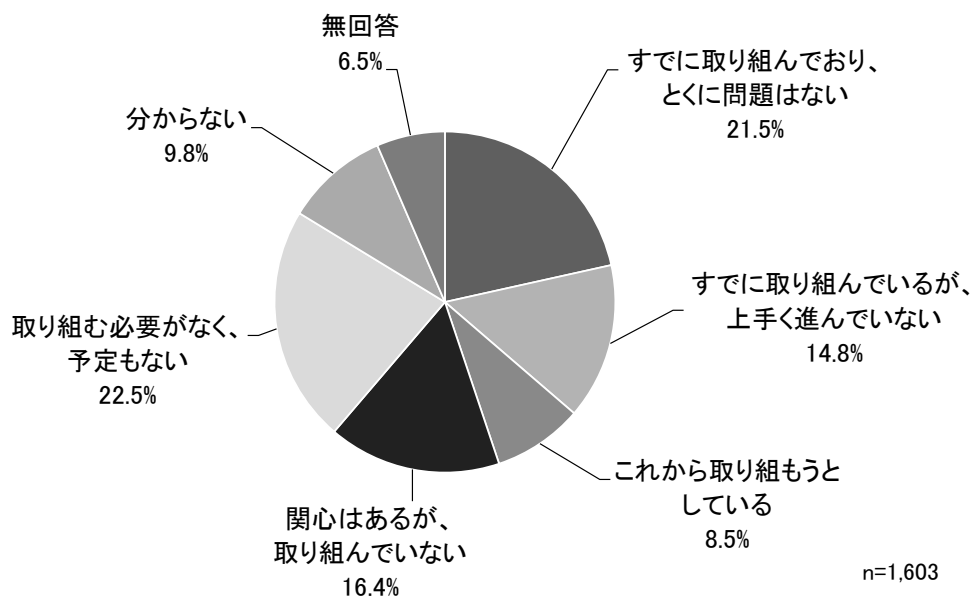
- 販売・販路開拓に向けたWeb 広告について関心を持っているが、どの程度の効果があるのかわからないこと、契約すべき事業者の見極めもできないことから取り組んでいない。以前、新聞広告に掲載したことがあるが、あまり効果がなかった。専門的な観点からアドバイスをしてもらえるとよい。(小売業、30人以上)
- 当店の顧客は高齢者が多いため、今後、新たな販路開拓に向けて若者にも働きかけたい。しかし、当店のよう価格ではなくアフターケア等の付随サービスを売りにした営業方針で若者に訴求できるのかわからない。若者をターゲットとした場合のマーケティングや情報発信の支援があるとよい。(小売業、1~4人)
- PayPay のポイント還元キャンペーンは顧客からの評価が高い。定期的に開催していただきたい。(生活関連サービス業、1~4人)

(3) デジタル化への取組

問8 デジタル化への取組状況は、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

- デジタル化への取組状況は、「取り組む必要がなく、予定もない」(22.5%) が最も高く、「すでに取り組んでおり、とくに問題はない」(21.5%)、「関心はあるが、取り組んでいない」(16.4%) の順で続く。「すでに取り組んでおり、とくに問題はない」と「すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない」を合わせた『すでに取り組んでいる』(36.3%) は3割台半ば超えである。
- 業種別にみると、「情報通信業」は『すでに取り組んでいる』(77.8%) が7割台半ば超えである。他の業種に比べて「宿泊業, 飲食サービス業」は「関心はあるが、取り組んでいない」(25.9%) と「取り組む必要がなく、予定もない」(35.7%) が高い。「金融業, 保険業」と「社会福祉・介護事業」は「すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない」が最も高い。
- 従業者規模別にみると、「1～4人」は「取り組む必要がなく、予定もない」(26.9%) が最も高い。『29人以下』では従業者規模が小さくなるほど『すでに取り組んでいる』が低くなる傾向がみられる。
- 今後の主な事業展開別にみると、「事業の拡大」は『すでに取り組んでいる』(60.7%) が約6割を占める。「事業の縮小」と「譲渡・売却・統合(M&A)」は「すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない」が最も高い。
- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響別にみると、他の影響に比べて「プラスの影響」は「すでに取り組んでおり、とくに問題はない」(27.8%)、「すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない」(19.4%)、「これから取り組もうとしている」(11.1%) が高い。

デジタル化への取組状況



デジタル化への取組状況

(業種別、従業者規模別、今後の主な事業展開別、新型コロナウイルス感染症拡大の影響別)

		合計(n)	とすでに問題はない	すでに進んでいないが、	これから取り組もうとしている	関心はあるが、取り組んでいない	取り組む必要がなく、予定もない	分からない	無回答
全体		1,603	21.5	14.8	8.5	16.4	22.5	9.8	6.5
業種別	建設業	267	16.9	18.0	11.6	20.6	17.6	10.1	5.2
	製造業	79	21.5	16.5	10.1	17.7	17.7	7.6	8.9
	情報通信業	27	74.1	3.7	3.7	3.7	11.1	3.7	0.0
	運輸業	44	18.2	15.9	11.4	11.4	15.9	13.6	13.6
	卸売業	76	23.7	17.1	15.8	14.5	14.5	11.8	2.6
	小売業	176	18.8	14.2	4.5	16.5	27.3	9.1	9.7
	金融業、保険業	8	25.0	25.0	0.0	25.0	12.5	12.5	0.0
	不動産業、物品賃貸業	211	17.1	8.5	8.5	16.1	32.7	10.0	7.1
	学術研究、専門・技術サービス業	90	46.7	15.6	7.8	7.8	11.1	7.8	3.3
	宿泊業、飲食サービス業	112	8.9	7.1	7.1	25.9	35.7	11.6	3.6
	生活関連サービス業、娯楽業	87	14.9	16.1	5.7	18.4	28.7	13.8	2.3
	教育、学習支援業	46	26.1	19.6	8.7	13.0	19.6	8.7	4.3
	医療業	103	27.2	19.4	10.7	16.5	10.7	8.7	6.8
	社会福祉・介護事業	25	16.0	40.0	16.0	16.0	8.0	0.0	4.0
	その他サービス業	108	27.8	11.1	9.3	13.0	26.9	5.6	6.5
	その他	114	19.3	16.7	1.8	11.4	26.3	12.3	12.3
無回答	30	16.7	13.3	10.0	20.0	13.3	16.7	10.0	
従業者規模別	1～4人	1,114	20.2	12.6	6.1	16.5	26.9	11.0	6.6
	5～9人	221	25.8	19.5	12.2	15.4	17.6	6.3	3.2
	10～19人	107	25.2	26.2	19.6	17.8	0.0	6.5	4.7
	20～29人	44	31.8	20.5	13.6	13.6	9.1	4.5	6.8
	30人以上	63	27.0	22.2	20.6	19.0	1.6	1.6	7.9
	無回答	54	9.3	5.6	3.7	14.8	29.6	18.5	18.5
今後の主な事業展開	現状維持	1,053	22.5	12.7	8.6	17.6	22.8	10.4	5.3
	事業の拡大	196	32.1	28.6	14.3	14.8	5.1	3.1	2.0
	事業の縮小	97	10.3	23.7	5.2	19.6	22.7	13.4	5.2
	業種を転換	23	30.4	17.4	13.0	17.4	4.3	13.0	4.3
	譲渡・売却・統合(M&A)	15	13.3	26.7	13.3	13.3	13.3	13.3	6.7
	廃業の予定	96	8.3	5.2	1.0	16.7	54.2	7.3	7.3
	その他	25	24.0	8.0	4.0	24.0	28.0	4.0	8.0
	無回答	98	12.2	9.2	6.1	2.0	26.5	15.3	28.6
拡大の影響別	マイナスの影響	935	22.6	17.0	9.3	19.0	20.0	8.0	4.1
	プラスの影響	36	27.8	19.4	11.1	11.1	16.7	5.6	8.3
	影響はない	367	25.1	13.6	8.4	13.6	27.2	7.4	4.6
	分からない	191	12.6	8.9	4.7	13.1	28.3	24.1	8.4
	無回答	74	10.8	5.4	8.1	8.1	17.6	9.5	40.5

■ 構成比の上位3位

【ヒアリング調査結果】

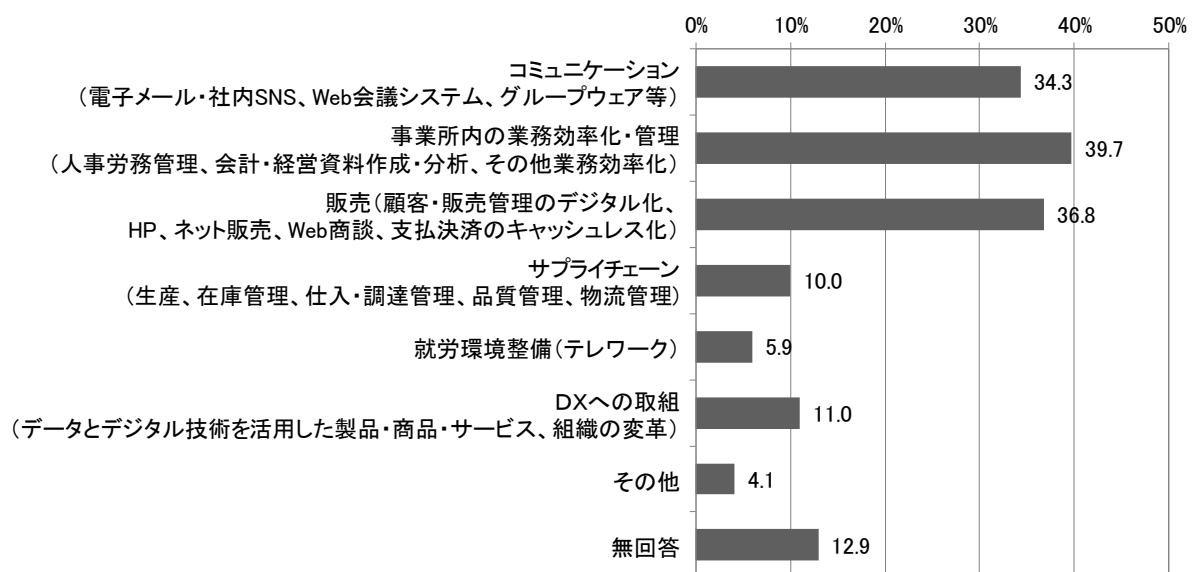
- デジタル化への取組として、顧客情報や会計等の情報の一元管理が可能なシステムの導入を始めている。既存のシステムでは、EXCELベースで集計した幾つかのデータを個別に集約する必要があるが、新しく導入したシステムでは、これらの作業を全て一括してできるようになるため、業務の効率化を期待している。(製造業、10～19人)
- デジタル化を無理に進めなくても問題なく仕事を回せるという理由から、同業者にはアナログな会社がまだ多い。(製造業、1～4人)

問8で「すでに取り組んでおり、とくに問題はない」、「すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない」、「これから取り組もうとしている」、「関心はあるが、取り組んでいない」と回答された方にお聞きします。

問8-1 今後、重点的に取り組んでいきたいデジタル化は、次のどれに該当しますか。(当てはまるものすべてに○)

- 今後、重点的に取り組んでいきたいデジタル化は、「事業所内の業務効率化・管理（人事労務管理、会計・経営資料作成・分析、その他業務効率化）」（39.7%）が最も高く、「販売（顧客・販売管理のデジタル化、HP、ネット販売、Web商談、支払決済のキャッシュレス化）」（36.8%）、「コミュニケーション（電子メール・社内SNS、Web会議システム、グループウェア等）」（34.3%）の順で続く。
- 業種別にみると、「建設業」は「事業所内の業務効率化・管理」（53.1%）が5割台半ば近くを占める。他の業種に比べて「小売業」は「販売」（64.2%）が、「社会福祉・介護事業」は「コミュニケーション」（63.6%）が高い。「製造業」、「卸売業」、「宿泊業、飲食サービス業」は「サプライチェーン（生産、在庫管理、仕入・調達管理、品質管理、物流管理）」が2割以上である。
- 従業員規模別にみると、「1～4人」を除くすべての従業員規模で「事業所内の業務効率化・管理」が最も高い。『29人以下』では従業員規模が小さくなるほど「販売」が高くなる傾向が見られ、「1～4人」は「販売」（38.1%）が最も高い。他の従業員規模に比べて「20～29人」は「コミュニケーション」（42.9%）、「事業所内の業務効率化・管理」（60.0%）、「就労環境整備（テレワーク）」（17.1%）が、「30人以上」は「DXへの取組（データとデジタル技術を活用した製品・商品・サービス、組織の変革）」（23.2%）が高い。
- デジタル化への取組状況別にみると、「すでに取り組んでおり、とくに問題はない」は「コミュニケーション」（40.9%）が最も高い。他の取組状況に比べて「これから取り組もうとしている」は「事業所内の業務効率化・管理」（59.9%）が高い。「すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない」と「関心はあるが、取り組んでいない」は「販売」が最も高い。

今後、重点的に取り組んでいきたいデジタル化



n=982

今後、重点的に取り組んでいきたいデジタル化(業種別、従業者規模別、デジタル化への取組状況別)

		(%)												
		合計(n)	社内コミュニケーション等	社内SNS、ウェビナー等	折衝、管理、業務効率化	業務所内の業務効率化	談話、H P、決済のキャッシュレス化	販売(顧客・販売管理のデジタル)	流管理)	サブライチエーション(生産、在庫管理、物)	就労環境整備(テレワーク)	DXへ活用した製品・商品・サービス	その他	無回答
全体		982	34.3	39.7	36.8	10.0	5.9	11.0	4.1	12.9				
業種別	建設業	179	40.8	53.1	22.3	13.4	6.7	10.1	3.9	7.8				
	製造業	52	40.4	26.9	40.4	21.2	3.8	7.7	3.8	13.5				
	情報通信業	23	47.8	26.1	34.8	8.7	30.4	17.4	0.0	8.7				
	運輸業	25	36.0	36.0	40.0	4.0	4.0	16.0	0.0	4.0				
	卸売業	54	24.1	31.5	46.3	24.1	3.7	16.7	5.6	9.3				
	小売業	95	18.9	34.7	64.2	13.7	1.1	3.2	2.1	12.6				
	金融業、保険業	6	33.3	16.7	50.0	0.0	16.7	0.0	16.7	0.0				
	不動産業、物品賃貸業	106	35.8	46.2	18.9	1.9	4.7	4.7	6.6	19.8				
	学術研究、専門・技術サービス業	70	34.3	45.7	32.9	4.3	8.6	22.9	7.1	8.6				
	宿泊業、飲食サービス業	55	25.5	32.7	56.4	21.8	1.8	9.1	1.8	14.5				
	生活関連サービス業、娯楽業	48	33.3	31.3	56.3	8.3	0.0	8.3	2.1	12.5				
	教育、学習支援業	31	45.2	35.5	38.7	6.5	3.2	16.1	0.0	19.4				
	医療業	76	32.9	42.1	38.2	5.3	3.9	14.5	5.3	11.8				
	社会福祉・介護事業	22	63.6	50.0	22.7	0.0	27.3	9.1	0.0	13.6				
	その他サービス業	66	30.3	31.8	37.9	6.1	9.1	15.2	4.5	19.7				
	その他	56	32.1	33.9	26.8	0.0	5.4	10.7	7.1	19.6				
無回答	18	38.9	38.9	33.3	16.7	5.6	11.1	0.0	16.7					
従業者規模別	1~4人	617	32.3	32.6	38.1	7.3	4.2	10.0	4.2	14.3				
	5~9人	161	39.8	46.0	37.3	15.5	5.6	12.4	5.0	8.7				
	10~19人	95	34.7	57.9	33.7	17.9	11.6	11.6	4.2	9.5				
	20~29人	35	42.9	60.0	17.1	11.4	17.1	5.7	2.9	17.1				
	30人以上	56	35.7	58.9	37.5	12.5	8.9	23.2	1.8	8.9				
	無回答	18	33.3	33.3	38.9	0.0	5.6	0.0	0.0	27.8				
取組状況別	すでに取り組んでおり、とくに問題はない	345	40.9	35.7	29.0	7.0	6.7	12.2	4.9	10.7				
	すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない	237	34.6	41.4	49.8	13.5	8.0	12.7	4.2	11.8				
	これから取組もうとしている	137	32.1	59.9	34.3	13.9	1.5	12.4	2.2	8.8				
	関心はあるが、取り組んでいない	263	26.6	33.1	36.5	8.7	5.3	7.2	3.8	19.0				

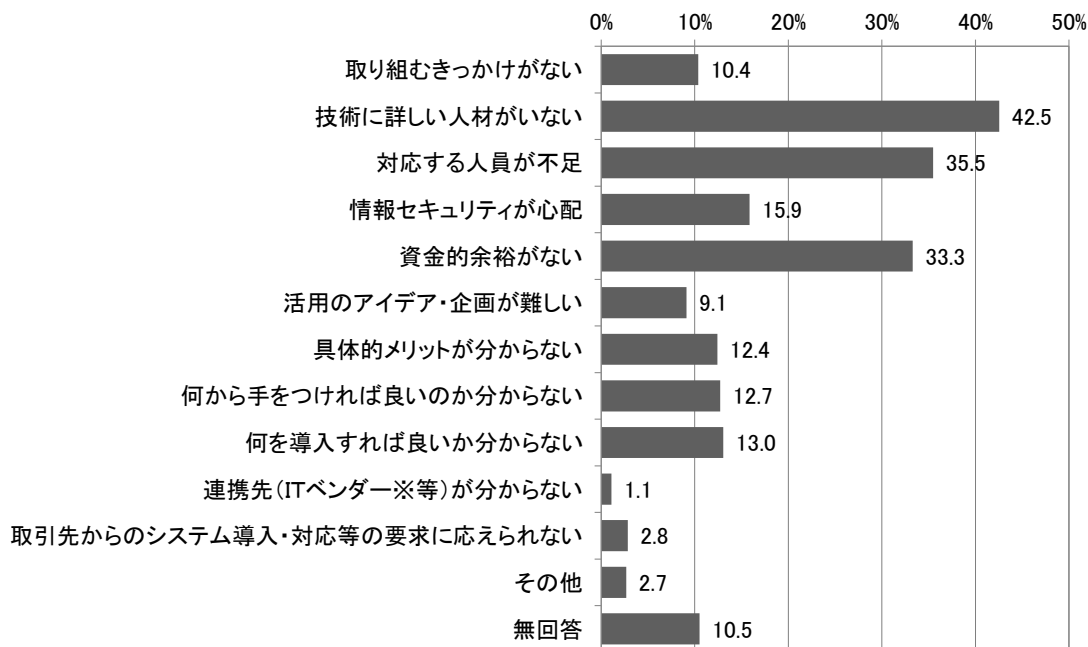
■ 構成比の上位3位

問8で「すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない」、「これから取り組もうとしている」、「関心はあるが、取り組んでいない」と回答された方にお聞きします。

問8-2 デジタル化に取り組むに当たっての課題は、次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの3つまでに○)

- デジタル化に取り組むに当たっての課題は、「技術に詳しい人材がない」(42.5%) が最も高く、「対応する人員が不足」(35.5%)、「資金的余裕がない」(33.3%) の順で続く。
- 業種別にみると、「建設業」、「運輸業」、「学術研究, 専門・技術サービス業」、「教育, 学習支援業」、「医療業」、「社会福祉・介護事業」は「技術に詳しい人材がない」が5割以上を占める。他の業種に比べて「小売業」は「活用のアイデア・企画が難しい」(24.2%) が、「医療業」と「社会福祉・介護事業」は「情報セキュリティが心配」が高い。
- 従業員規模別にみると、すべての従業員規模で「技術に詳しい人材がない」が4割以上、「1～4人」を除くすべての従業員規模で「対応する人員が不足」が4割以上である。『19人以下』は「資金的余裕がない」が3割以上である。他の従業員規模に比べて「1～4人」は「取り組むきっかけがない」(12.0%) と「何から手をつければ良いのか分からない」(14.8%) が高い。『29人以下』では従業員規模が大きくなるほど「取引先からのシステム導入・対応等の要求に応えられない」が高くなる傾向がみられる。
- デジタル化への取組状況別にみると、すべての取組状況で「技術に詳しい人材がない」が最も高い。他の取組状況に比べて「関心はあるが、取り組んでいない」は「具体的メリットが分からない」(17.1%)、「何から手をつければ良いのか分からない」(17.5%)、「何を導入すれば良いか分からない」(14.8%) が高い。

デジタル化に取り組むに当たっての課題



n=637

※IT 製品・サービスを販売する企業

デジタル化に取り組むに当たっての課題(業種別、従業員規模別、デジタル化への取組状況別)

(%)

		合計(n)	ない	技術に詳しい人材が	対応する人員が不足	情報セキュリティが	資金的余裕がない	画が難しい	活用のアイデア・企業が	具体的メリットが分からない	良いのかわからない	何から手をつけられない	何を導入すれば良いかわからない	何を導入すれば良いかわからない	データ等(ICTベンダー)が分からない	導入・対応等の要	取引先からのシステム	その他	無回答
全体		637	10.4	42.5	35.5	15.9	33.3	9.1	12.4	12.7	13.0	1.1	2.8	2.7	10.5				
業種別	建設業	134	10.4	57.5	47.0	11.2	29.1	4.5	12.7	11.2	14.2	0.0	3.7	0.7	8.2				
	製造業	35	11.4	31.4	40.0	8.6	42.9	17.1	14.3	5.7	14.3	0.0	5.7	2.9	11.4				
	情報通信業	3	66.7	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0				
	運輸業	17	5.9	58.8	41.2	23.5	23.5	0.0	11.8	17.6	11.8	0.0	0.0	5.9	5.9				
	卸売業	36	11.1	27.8	44.4	11.1	38.9	5.6	16.7	8.3	8.3	5.6	8.3	5.6	8.3				
	小売業	62	16.1	37.1	37.1	19.4	37.1	24.2	16.1	12.9	17.7	1.6	0.0	1.6	3.2				
	金融業、保険業	4	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	25.0	25.0				
	不動産業、物品賃貸業	70	14.3	27.1	30.0	27.1	20.0	1.4	11.4	15.7	11.4	1.4	1.4	2.9	20.0				
	学術研究、専門・技術サービス業	28	10.7	53.6	25.0	10.7	32.1	7.1	7.1	14.3	14.3	0.0	0.0	7.1	3.6				
	宿泊業、飲食サービス業	45	13.3	40.0	26.7	15.6	33.3	6.7	15.6	15.6	22.2	0.0	4.4	0.0	13.3				
	生活関連サービス業、娯楽業	35	8.6	37.1	28.6	11.4	45.7	14.3	11.4	20.0	8.6	0.0	0.0	0.0	5.7				
	教育、学習支援業	19	5.3	57.9	42.1	15.8	36.8	10.5	5.3	10.5	5.3	0.0	0.0	10.5	15.8				
	医療業	48	4.2	52.1	29.2	33.3	35.4	12.5	12.5	14.6	2.1	2.1	4.2	4.2	8.3				
	社会福祉・介護事業	18	0.0	55.6	44.4	33.3	38.9	11.1	0.0	5.6	5.6	0.0	0.0	0.0	16.7				
	その他サービス業	36	13.9	16.7	19.4	2.8	33.3	11.1	8.3	13.9	22.2	0.0	0.0	5.6	19.4				
	その他	34	2.9	52.9	29.4	8.8	32.4	8.8	17.6	17.6	14.7	0.0	2.9	0.0	11.8				
無回答	13	0.0	30.8	38.5	7.7	61.5	7.7	15.4	0.0	15.4	15.4	7.7	0.0	7.7					
従業員規模別	1~4人	392	12.0	40.6	27.3	15.3	34.7	10.2	12.8	14.8	12.5	1.0	1.8	2.0	10.5				
	5~9人	104	10.6	42.3	44.2	19.2	34.6	5.8	12.5	9.6	11.5	0.0	2.9	5.8	8.7				
	10~19人	68	4.4	48.5	52.9	17.6	35.3	11.8	8.8	8.8	19.1	2.9	4.4	2.9	5.9				
	20~29人	21	9.5	47.6	42.9	23.8	28.6	9.5	14.3	9.5	4.8	0.0	14.3	0.0	19.0				
	30人以上	39	2.6	51.3	64.1	7.7	20.5	2.6	5.1	12.8	17.9	2.6	0.0	2.6	12.8				
	無回答	13	15.4	38.5	23.1	7.7	15.4	7.7	38.5	0.0	7.7	0.0	15.4	0.0	30.8				
デジタル化への取組状況別	すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない	237	3.4	45.6	37.1	16.9	36.7	17.7	7.6	7.2	10.1	2.1	3.4	4.2	9.3				
	これから取組もうとしている	137	8.8	39.4	39.4	20.4	30.7	5.1	11.7	13.1	14.6	0.0	2.2	0.7	8.8				
	関心はあるが、取り組んでいない	263	17.5	41.4	31.9	12.5	31.6	3.4	17.1	17.5	14.8	0.8	2.7	2.3	12.5				

■ 構成比の上位3位

【ヒアリング調査結果】

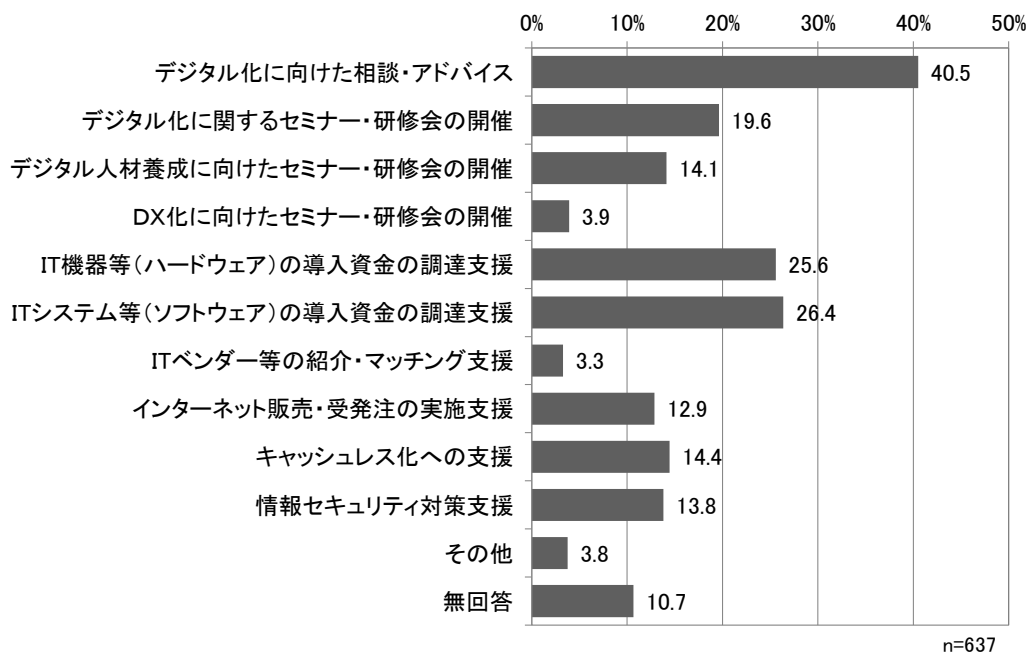
- デジタル化に取り組んでいるが、社内には活用に消極的な社員もいるので、社内に行き渡らせられない点が課題である。(建設業、5~9人)
- デジタル化への取組に関心はあるが、当社の規模では専属人材を配置することは困難である。(小売業、30人以上)
- 会計帳簿等のデータ化は専用ソフト等もあり、特に問題はない。今後は、購買層の分析等のマーケティングに係る分析に加え、ネット広告等を活用した宣伝活動も行っていく必要がある。(生活関連サービス業、1~4人)

問8で「すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない」、「これから取り組もうとしている」、「関心はあるが、取り組んでいない」と回答された方にお聞きします。

問8-3 デジタル化に向けて必要な支援策は次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの3つまでに○)

- デジタル化に向けて必要な支援策は、「デジタル化に向けた相談・アドバイス」(40.5%)が最も高く、「ITシステム等(ソフトウェア)の導入資金の調達支援」(26.4%)、「IT機器等(ハードウェア)の導入資金の調達支援」(25.6%)の順で続く。
- 業種別にみると、「運輸業」は「デジタル化に向けた相談・アドバイス」(70.6%)が約7割を占める。他の業種に比べて「卸売業」は「IT機器等(ハードウェア)の導入資金の調達支援」(44.4%)、「ITシステム等(ソフトウェア)の導入資金の調達支援」(47.2%)、「ITベンダー等の紹介・マッチング支援」(8.3%)、「情報セキュリティ対策支援」(22.2%)が高い。「宿泊業、飲食サービス業」は「キャッシュレス化への支援」(46.7%)が最も高い。
- デジタル化への取組状況別にみると、すべての取組状況で「デジタル化に向けた相談・アドバイス」が最も高い。他の取組状況に比べて「すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない」は、「デジタル化に関するセミナー・研修会の開催」(20.3%)、「デジタル人材養成に向けたセミナー・研修会の開催」(19.0%)、「ITシステム等(ソフトウェア)の導入資金の調達支援」(30.8%)、「ITベンダー等の紹介・マッチング支援」(4.2%)、「インターネット販売・受発注の実施支援」(17.7%)が高い。「これから取り組もうとしている」は「デジタル化に向けた相談・アドバイス」(43.8%)が4割台半ば近くを占める。

デジタル化に向けて必要な支援策



デジタル化に向けて必要な支援策(業種別、デジタル化への取組状況別)

		(%)													
		合計(n)	相談・アル化に アドバイスした	デジタル化に 関係する	デジタル化に 関係する	デジタル化に 関係する	デジタル化に 関係する	デジタル化に 関係する	デジタル化に 関係する	デジタル化に 関係する	デジタル化に 関係する	デジタル化に 関係する	デジタル化に 関係する	その他	無回答
全体		637	40.5	19.6	14.1	3.9	25.6	26.4	3.3	12.9	14.4	13.8	3.8	10.7	
業 種 別	建設業	134	51.5	24.6	18.7	5.2	20.9	25.4	2.2	9.0	4.5	13.4	3.0	8.2	
	製造業	35	48.6	11.4	20.0	2.9	31.4	31.4	5.7	25.7	2.9	8.6	0.0	11.4	
	情報通信業	3	33.3	33.3	0.0	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	運輸業	17	70.6	29.4	11.8	0.0	11.8	11.8	0.0	11.8	23.5	17.6	0.0	0.0	
	卸売業	36	33.3	5.6	11.1	2.8	44.4	47.2	8.3	19.4	0.0	22.2	2.8	5.6	
	小売業	62	50.0	16.1	8.1	3.2	17.7	17.7	3.2	21.0	24.2	11.3	0.0	8.1	
	金融業、保険業	4	25.0	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	25.0	
	不動産業、物品賃貸業	70	25.7	30.0	15.7	1.4	21.4	22.9	2.9	8.6	4.3	15.7	8.6	14.3	
	学術研究、専門・技術サービス業	28	14.3	21.4	21.4	14.3	25.0	32.1	7.1	7.1	17.9	14.3	3.6	3.6	
	宿泊業、飲食サービス業	45	40.0	15.6	2.2	2.2	24.4	22.2	4.4	15.6	46.7	20.0	0.0	13.3	
	生活関連サービス業、娯楽業	35	20.0	17.1	5.7	0.0	34.3	28.6	0.0	17.1	20.0	8.6	8.6	14.3	
	教育、学習支援業	19	47.4	31.6	10.5	5.3	36.8	21.1	0.0	15.8	15.8	15.8	0.0	10.5	
	医療業	48	29.2	22.9	8.3	0.0	37.5	35.4	6.3	6.3	27.1	18.8	4.2	12.5	
	社会福祉・介護事業	18	44.4	16.7	44.4	0.0	33.3	27.8	0.0	11.1	11.1	16.7	0.0	5.6	
	その他サービス業	36	41.7	13.9	19.4	13.9	27.8	22.2	2.8	5.6	13.9	5.6	11.1	11.1	
	その他	34	55.9	5.9	14.7	5.9	17.6	26.5	2.9	11.8	17.6	11.8	5.9	17.6	
無回答	13	23.1	7.7	0.0	0.0	15.4	30.8	0.0	30.8	7.7	7.7	0.0	30.8		
況 へ の ジ タ ル 化 取 組 状 況	すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない	237	39.2	20.3	19.0	3.4	28.3	30.8	4.2	17.7	13.9	14.8	4.2	6.8	
	これから取組もうとしている	137	43.8	19.0	13.1	4.4	28.5	27.7	2.2	10.9	9.5	15.3	2.9	9.5	
	関心はあるが、取り組んでいない	263	39.9	19.4	10.3	4.2	21.7	21.7	3.0	9.5	17.5	12.2	3.8	14.8	

構成比の上位3位

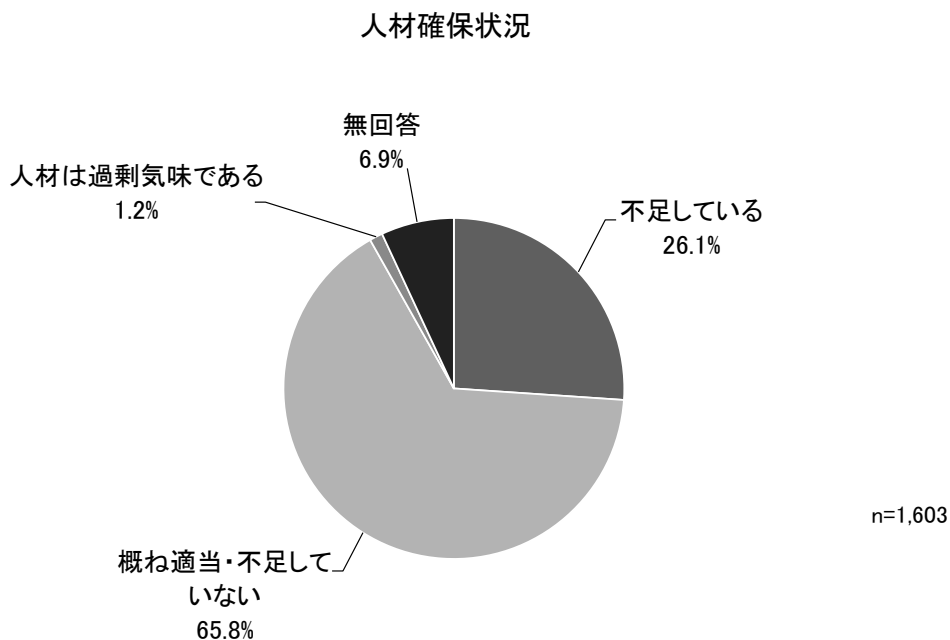
【ヒアリング調査結果】

- 中小企業の経営者にとっては、デジタル化に投資した結果、どの程度の効果があるのか分からないと導入に踏み切れない。デジタル化に取り組む目的、費用対効果、経営にどのように活かすか等を、経営者が学んだり、アドバイスを受けることができる場があるとよい。(小売業、30人以上)
- デジタル化については、経営者も社員も苦手意識を持っており、知識も不足している。初歩的なことから学ぶことができる場があるとよい。(その他サービス業、5~9人)

(4) 人材の確保・育成

問9 貴事業所の人材確保状況は、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

- 人材確保状況は、「概ね適当・不足していない」(65.8%)が最も高く、「不足している」(26.1%)、「人材は過剰気味である」(1.2%)の順である。
- 業種別にみると、「建設業」と「社会福祉・介護事業」は「不足している」が最も高い。
- 従業者規模別にみると、「1～4人」は「概ね適当・不足していない」(74.6%)が7割台半ば近くを占める。従業者規模が大きくなるほど「不足している」が高くなる傾向がみられ、「30人以上」は「不足している」(68.3%)が7割近くを占める。
- 今後の主な事業展開別にみると、「事業の拡大」は「不足している」(50.5%)が最も高い。
- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響別にみると、他の影響に比べて「プラスの影響」は「不足している」(38.9%)が高い。
- 過去3年間の採用者雇用継続状況別にみると、「100%」と「採用していない」を除くすべての雇用継続状況で「不足している」が最も高い。



人材確保状況

(業種別、従業者規模別、今後の主な事業展開別、新型コロナウイルス感染症拡大の影響別、過去3年間の採用者雇用継続状況別)

		合計(n)	不足している	概ね適当・不足していない	人材は過剰気味である	無回答
全体		1,603	26.1	65.8	1.2	6.9
業種別	建設業	267	47.9	46.4	0.4	5.2
	製造業	79	27.8	63.3	1.3	7.6
	情報通信業	27	40.7	59.3	0.0	0.0
	運輸業	44	31.8	43.2	0.0	25.0
	卸売業	76	31.6	59.2	3.9	5.3
	小売業	176	18.2	68.8	2.8	10.2
	金融業、保険業	8	25.0	62.5	0.0	12.5
	不動産業、物品賃貸業	211	9.0	81.5	1.4	8.1
	学術研究、専門・技術サービス業	90	22.2	74.4	0.0	3.3
	宿泊業、飲食サービス業	112	25.9	67.0	0.9	6.3
	生活関連サービス業、娯楽業	87	17.2	77.0	1.1	4.6
	教育、学習支援業	46	19.6	73.9	2.2	4.3
	医療業	103	27.2	71.8	0.0	1.0
	社会福祉・介護事業	25	68.0	32.0	0.0	0.0
	その他サービス業	108	23.1	70.4	0.9	5.6
その他	114	12.3	73.7	0.9	13.2	
無回答	30	30.0	56.7	6.7	6.7	
従業者規模別	1～4人	1,114	16.5	74.6	1.0	7.9
	5～9人	221	42.1	52.9	2.7	2.3
	10～19人	107	54.2	43.0	2.8	0.0
	20～29人	44	61.4	38.6	0.0	0.0
	30人以上	63	68.3	30.2	0.0	1.6
	無回答	54	24.1	44.4	0.0	31.5
今後の主な事業展開別	現状維持	1,053	23.6	70.8	0.9	4.6
	事業の拡大	196	50.5	48.0	0.5	1.0
	事業の縮小	97	27.8	61.9	3.1	7.2
	業種を転換	23	30.4	69.6	0.0	0.0
	譲渡・売却・統合(M&A)	15	40.0	46.7	0.0	13.3
	廃業の予定	96	12.5	67.7	2.1	17.7
	その他	25	16.0	76.0	4.0	4.0
無回答	98	14.3	48.0	3.1	34.7	
拡大の新型コロナウイルス感染症の影響別	マイナスの影響	935	29.8	62.6	1.6	6.0
	プラスの影響	36	38.9	58.3	2.8	0.0
	影響はない	367	22.3	73.6	0.3	3.8
	分からない	191	18.3	72.3	1.6	7.9
無回答	74	10.8	54.1	0.0	35.1	
過去3年間の採用者雇用継続状況別	50%未満	124	60.5	37.9	0.8	0.8
	50%以上70%未満	75	60.0	37.3	2.7	0.0
	70%以上80%未満	49	46.9	44.9	4.1	4.1
	80%以上90%未満	49	51.0	46.9	2.0	0.0
	90%以上100%未満	68	50.0	47.1	1.5	1.5
	100%	319	22.3	75.2	1.3	1.3
採用していない	767	17.2	78.7	1.0	3.0	
無回答	152	8.6	38.2	0.7	52.6	

■ 構成比が最も高い

【ヒアリング調査結果】

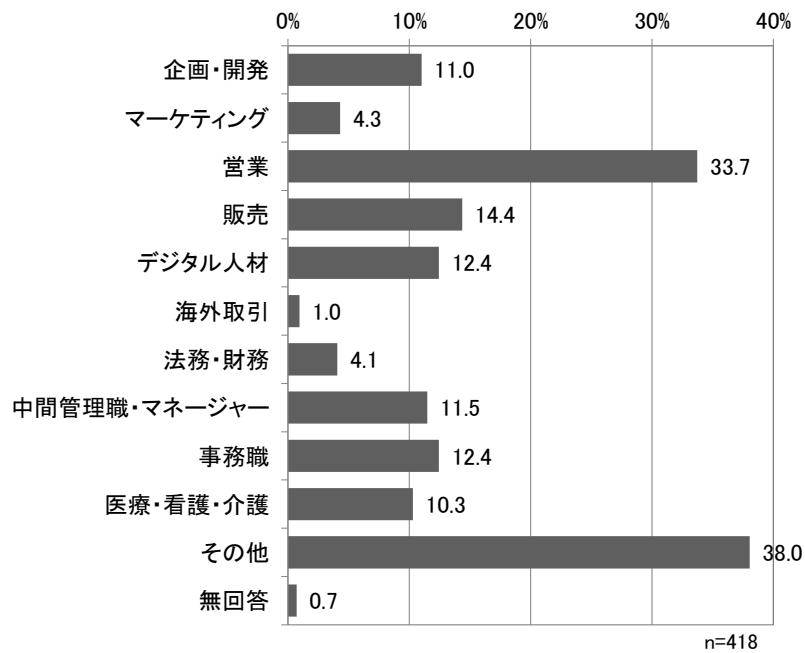
- 受注が重なったときには、生産に携わる人材を確保したいが、毎月の売上の不安定さから、継続的に人を雇用することは難しい。手が回らない時は、同業者に外注して対応している。(製造業、1～4人)

問9で「不足している」と回答された方にお聞きします。

問9-1 不足している人材の職種は、何ですか。(当てはまるものすべてに○)

- 不足している人材の職種は、「その他」(38.0%)が最も高く、「営業」(33.7%)、「販売」(14.4%)の順で続く。「その他」の回答には、「現場作業員」、「職人」、「技術者」等があった。
- 業種別にみると、他の業種に比べて「情報通信業」は「企画・開発」(54.5%)、「マーケティング」(18.2%)、「中間管理職・マネージャー」(36.4%)が、「不動産業, 物品賃貸業」は「デジタル人材」(36.8%)と「法務・財務」(26.3%)が高い。「卸売業」は「営業」(91.7%)が9割強、「小売業」は「販売」(62.5%)が6割強を占める。

不足している人材の職種



不足している人材の職種(業種別)

(%)

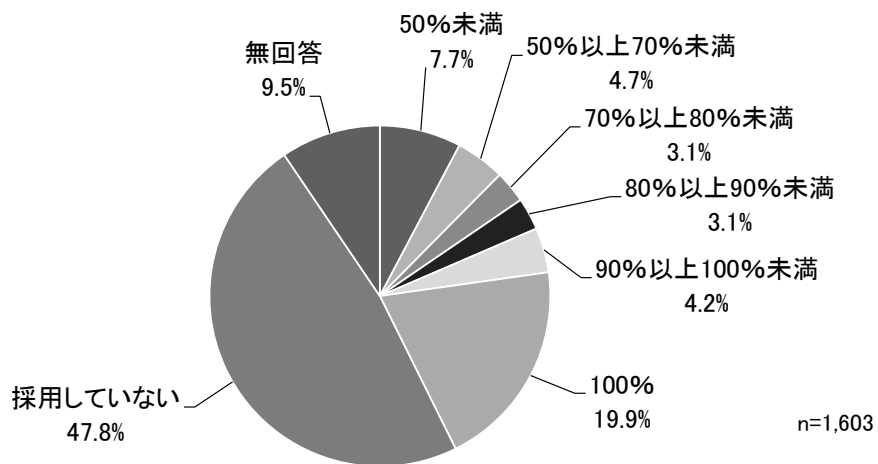
		合計(n)	企画・開発	マーケティング	営業	販売	デジタル人材	海外取引	法務・財務	中間管理職・マネージャー	事務職	医療・看護・介護	その他	無回答
全体		418	11.0	4.3	33.7	14.4	12.4	1.0	4.1	11.5	12.4	10.3	38.0	0.7
業種別	建設業	128	7.8	3.1	29.7	3.1	12.5	0.0	2.3	12.5	10.2	0.0	66.4	2.3
	製造業	22	36.4	9.1	50.0	13.6	13.6	4.5	0.0	13.6	9.1	0.0	22.7	0.0
	情報通信業	11	54.5	18.2	27.3	0.0	27.3	0.0	9.1	36.4	0.0	9.1	18.2	0.0
	運輸業	14	14.3	0.0	21.4	0.0	14.3	0.0	7.1	21.4	14.3	0.0	64.3	0.0
	卸売業	24	12.5	4.2	91.7	20.8	20.8	8.3	4.2	12.5	8.3	0.0	4.2	0.0
	小売業	32	15.6	3.1	34.4	62.5	3.1	0.0	3.1	9.4	15.6	3.1	12.5	0.0
	金融業、保険業	2	50.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	不動産業、物品賃貸業	19	5.3	10.5	47.4	5.3	36.8	0.0	26.3	10.5	26.3	0.0	10.5	0.0
	学術研究、専門・技術サービス業	20	10.0	5.0	25.0	0.0	20.0	0.0	5.0	15.0	25.0	5.0	40.0	0.0
	宿泊業、飲食サービス業	29	6.9	0.0	27.6	58.6	3.4	0.0	3.4	10.3	0.0	0.0	24.1	0.0
	生活関連サービス業、娯楽業	15	6.7	13.3	46.7	13.3	6.7	0.0	0.0	13.3	0.0	0.0	40.0	0.0
	教育、学習支援業	9	22.2	0.0	22.2	11.1	11.1	0.0	0.0	11.1	22.2	0.0	44.4	0.0
	医療業	28	7.1	3.6	7.1	3.6	14.3	0.0	3.6	0.0	14.3	89.3	3.6	0.0
	社会福祉・介護事業	17	0.0	0.0	11.8	0.0	5.9	0.0	0.0	5.9	11.8	88.2	5.9	0.0
	その他サービス業	25	0.0	4.0	24.0	12.0	0.0	0.0	4.0	0.0	16.0	0.0	64.0	0.0
	その他	14	0.0	7.1	28.6	0.0	14.3	0.0	7.1	21.4	21.4	0.0	50.0	0.0
	無回答	9	11.1	0.0	66.7	33.3	11.1	11.1	0.0	11.1	22.2	0.0	11.1	0.0

■ 構成比の上位3位

問 10 過去3年間に採用した貴事業所における従業員（パート・アルバイトを含まない）のうち、現在も雇用している従業員の割合は、次のどれに該当しますか。おおよその比率で結構です。（当てはまるもの1つに○）

- 過去3年間に採用した従業員のうち、現在も雇用している従業員の割合は、「採用していない」（47.8%）が最も高く、「100%」（19.9%）、「50%未満」（7.7%）の順で続く。
- 業種別にみると、「社会福祉・介護事業」を除くすべての業種で「採用していない」が最も高い。「社会福祉・介護事業」は「70%以上80%未満」（36.0%）が最も高い。
- 従業者規模別にみると、従業者規模が小さくなるほど「採用していない」が高くなる傾向が見られ、「1～4人」は「採用していない」（59.9%）が最も高い。一方、従業者規模が大きくなるほど『100%未満』が高くなる傾向がみられる。他の従業者規模に比べて「5～9人」は「100%」（29.9%）が高い。

過去3年間に採用した従業員のうち、現在も雇用している従業員の割合



過去3年間に採用した従業員のうち、現在も雇用している従業員の割合(業種別、従業者規模別)

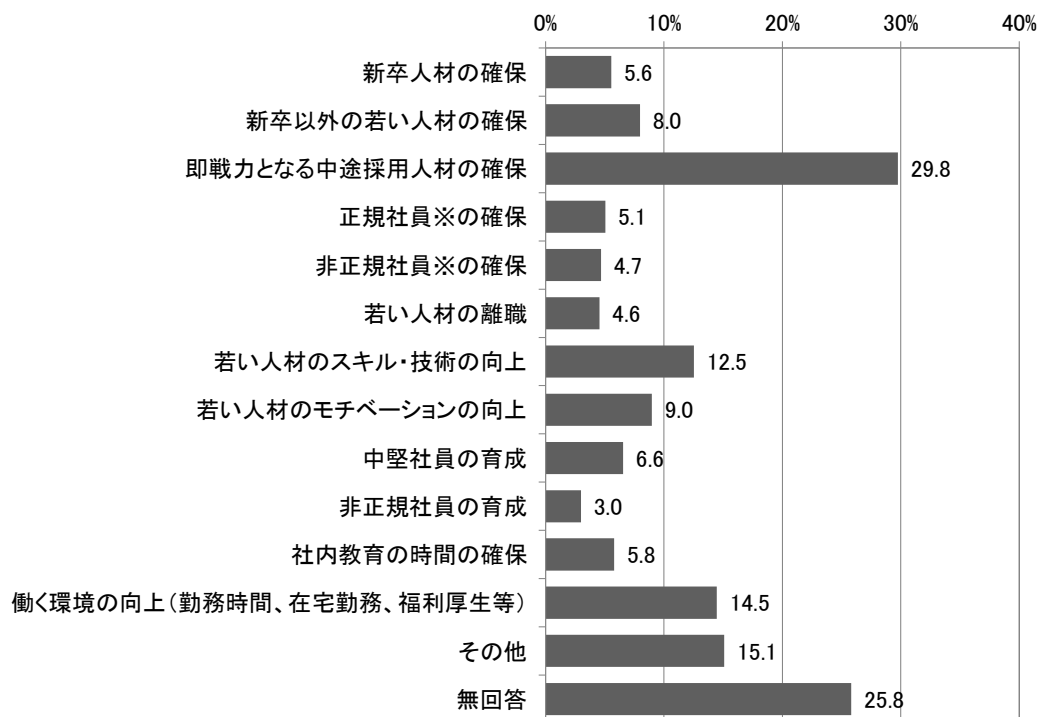
		合計(n)	50%未満	75%未満	87%未満	98%未満	19%未満	100%	採用していない	無回答
全体		1,603	7.7	4.7	3.1	3.1	4.2	19.9	47.8	9.5
業種別	建設業	267	13.9	5.6	3.0	4.5	5.6	20.6	39.0	7.9
	製造業	79	3.8	3.8	0.0	3.8	11.4	20.3	46.8	10.1
	情報通信業	27	14.8	0.0	3.7	7.4	3.7	29.6	40.7	0.0
	運輸業	44	9.1	4.5	2.3	4.5	4.5	20.5	29.5	25.0
	卸売業	76	3.9	3.9	5.3	6.6	9.2	28.9	32.9	9.2
	小売業	176	5.7	3.4	1.7	1.7	4.0	13.6	58.0	11.9
	金融業, 保険業	8	0.0	12.5	12.5	0.0	0.0	25.0	37.5	12.5
	不動産業, 物品賃貸業	211	5.7	1.4	1.4	0.5	0.9	23.7	58.8	7.6
	学術研究, 専門・技術サービス業	90	7.8	1.1	2.2	1.1	1.1	23.3	61.1	2.2
	宿泊業, 飲食サービス業	112	10.7	4.5	2.7	0.9	5.4	15.2	50.0	10.7
	生活関連サービス業, 娯楽業	87	5.7	6.9	1.1	1.1	1.1	13.8	54.0	16.1
	教育, 学習支援業	46	4.3	10.9	2.2	8.7	2.2	19.6	45.7	6.5
	医療業	103	7.8	8.7	5.8	8.7	8.7	19.4	36.9	3.9
	社会福祉・介護事業	25	16.0	16.0	36.0	12.0	4.0	8.0	8.0	0.0
その他サービス業	108	3.7	7.4	1.9	0.9	4.6	21.3	51.9	8.3	
その他	114	5.3	3.5	2.6	0.9	0.0	21.1	50.9	15.8	
無回答	30	10.0	0.0	3.3	0.0	3.3	16.7	50.0	16.7	
従業者規模別	1~4人	1,114	5.0	2.4	0.8	0.8	1.0	18.9	59.9	11.1
	5~9人	221	13.6	6.8	4.1	7.2	7.7	29.9	28.5	2.3
	10~19人	107	17.8	13.1	9.3	9.3	17.8	24.3	7.5	0.9
	20~29人	44	15.9	9.1	15.9	20.5	18.2	11.4	6.8	2.3
	30人以上	63	14.3	19.0	19.0	7.9	20.6	12.7	6.3	0.0
無回答	54	5.6	5.6	3.7	0.0	0.0	5.6	40.7	38.9	

■ 構成比の上位3位

問 11 人材の確保・育成における課題は、次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの3つまでに○)

- 人材の確保・育成における課題は、「即戦力となる中途採用人材の確保」(29.8%)が最も高く、「その他」(15.1%)、「働く環境の向上(勤務時間、在宅勤務、福利厚生等)」(14.5%)の順で続く。「その他」の回答には、「技術を伝える人がいない」、「事業の安定」、「資金不足、賃金低下」等があった。
- 業種別にみると、「建設業」と「情報通信業」は「若い人材のスキル・技術の向上」が2割強である。他の業種に比べて「社会福祉・介護事業」は「新卒以外の若い人材の確保」(28.0%)、「即戦力となる中途採用人材の確保」(56.0%)、「非正規社員の確保」(12.0%)、「中堅社員の育成」(20.0%)が高い。
- 従業員規模別にみると、すべての従業員規模で「即戦力となる中途採用人材の確保」が最も高い。従業員規模が大きくなるほど「新卒人材の確保」が高くなる傾向がみられ、『29人以下』では従業員規模が大きくなるほど「新卒以外の若い人材の確保」、「即戦力となる中途採用人材の確保」、「正規社員の確保」、「若い人材の離職」が高くなる傾向がみられる。「1～4人」を除くすべての従業員規模で「若い人材のスキル・技術の向上」が2割以上である。
- 人材確保状況別にみると、「不足している」は「即戦力となる中途採用人材の確保」(59.6%)が6割弱を占める。他の人材確保状況に比べて「概ね適当・不足していない」は「働く環境の向上(勤務時間、在宅勤務、福利厚生等)」(15.7%)が高い。

人材の確保・育成における課題



n=1,603

※正規社員：期間の定めのない雇用契約で働いている人

※非正規社員：期間を定めた雇用契約により働いている人(パート・アルバイト・派遣社員等)

人材の確保・育成における課題(業種別、従業員規模別、人材確保状況別)

		合計(n)	新卒人材の確保	の新卒以外の若い人材の確保	即戦力となる中途採用人材の確保	正規社員の確保	非正規社員の確保	若い人材の離職	技術の向上	若い人材のスキル・シヨンの向上	若い人材のモチベーションの向上	中堅社員の育成	非正規社員の育成	社内教育の時間の確保	働く環境の向上(勤務時間、在宅勤務、福利厚生等)	その他	無回答
全体		1,603	5.6	8.0	29.8	5.1	4.7	4.6	12.5	9.0	6.6	3.0	5.8	14.5	15.1	25.8	
業種別	建設業	267	10.5	15.7	47.6	9.0	4.5	9.4	21.0	14.2	6.7	3.4	3.4	11.6	6.7	15.7	
	製造業	79	11.4	6.3	35.4	6.3	2.5	5.1	19.0	10.1	2.5	1.3	5.1	12.7	12.7	25.3	
	情報通信業	27	3.7	22.2	48.1	22.2	3.7	3.7	22.2	11.1	7.4	3.7	3.7	14.8	22.2	3.7	
	運輸業	44	6.8	13.6	20.5	11.4	6.8	2.3	6.8	2.3	11.4	4.5	6.8	22.7	6.8	40.9	
	卸売業	76	5.3	11.8	40.8	3.9	2.6	10.5	10.5	13.2	18.4	1.3	9.2	9.2	11.8	14.5	
	小売業	176	0.0	4.0	18.8	2.8	2.3	7.4	8.5	6.3	4.0	5.1	14.8	18.8	18.8	36.9	
	金融業、保険業	8	12.5	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	12.5	0.0	12.5	12.5	25.0	
	不動産業、物品賃貸業	211	2.8	1.4	15.6	3.3	4.3	1.9	10.0	6.6	3.8	2.4	2.8	12.8	27.0	28.0	
	学術研究、専門・技術サービス業	90	5.6	7.8	38.9	2.2	2.2	2.2	10.0	6.7	4.4	0.0	8.9	21.1	16.7	16.7	
	宿泊業、飲食サービス業	112	3.6	3.6	19.6	0.9	6.3	7.1	9.8	9.8	3.6	3.6	3.6	15.2	16.1	33.9	
	生活関連サービス業、娯楽業	87	5.7	3.4	18.4	2.3	5.7	6.9	10.3	6.9	5.7	1.1	4.6	5.7	12.6	43.7	
	教育、学習支援業	46	13.0	4.3	23.9	6.5	8.7	2.2	13.0	4.3	10.9	4.3	17.4	15.2	15.2	13.0	
	医療業	103	7.8	9.7	34.0	7.8	8.7	1.9	12.6	9.7	5.8	3.9	14.6	25.2	5.8	20.4	
	社会福祉・介護事業	25	8.0	28.0	56.0	20.0	12.0	4.0	16.0	8.0	20.0	8.0	8.0	20.0	16.0	0.0	
その他サービス業	108	5.6	7.4	38.0	2.8	7.4	2.8	12.0	4.6	7.4	2.8	2.8	15.7	12.0	25.9		
その他	114	0.9	4.4	17.5	1.8	3.5	0.9	9.6	8.8	5.3	4.4	6.1	13.2	21.9	36.8		
無回答	30	0.0	6.7	30.0	0.0	0.0	3.3	6.7	10.0	6.7	0.0	10.0	16.7	20.0	26.7		
従業員規模別	1~4人	1,114	2.0	3.8	22.7	2.4	3.5	2.7	9.0	6.2	2.8	2.5	3.8	12.9	20.1	32.7	
	5~9人	221	9.5	16.3	42.5	10.0	6.8	7.7	20.4	13.6	11.8	4.5	10.4	21.7	5.4	5.9	
	10~19人	107	14.0	17.8	52.3	15.9	8.4	8.4	26.2	22.4	22.4	5.6	12.1	17.8	0.0	4.7	
	20~29人	44	25.0	29.5	59.1	18.2	6.8	15.9	25.0	15.9	13.6	4.5	9.1	9.1	2.3	2.3	
	30人以上	63	30.2	27.0	57.1	9.5	11.1	9.5	20.6	19.0	27.0	1.6	17.5	17.5	1.6	0.0	
	無回答	54	1.9	1.9	22.2	1.9	3.7	7.4	7.4	3.7	1.9	1.9	0.0	11.1	7.4	57.4	
状況別確保	不足している	418	12.9	20.1	59.6	13.9	8.9	9.8	20.3	14.4	10.0	4.3	6.5	14.6	4.5	6.0	
	概ね適当・不足していない	1,054	3.2	3.8	20.3	1.9	3.6	2.7	10.9	7.7	5.7	2.8	6.0	15.7	20.5	27.3	
	人材は過剰気味である	20	0.0	5.0	30.0	0.0	0.0	10.0	0.0	10.0	5.0	0.0	15.0	10.0	25.0	20.0	
	無回答	111	0.9	2.7	7.2	2.7	0.0	1.8	0.9	0.9	1.8	0.0	0.0	2.7	1.8	87.4	

構成比の上位3位

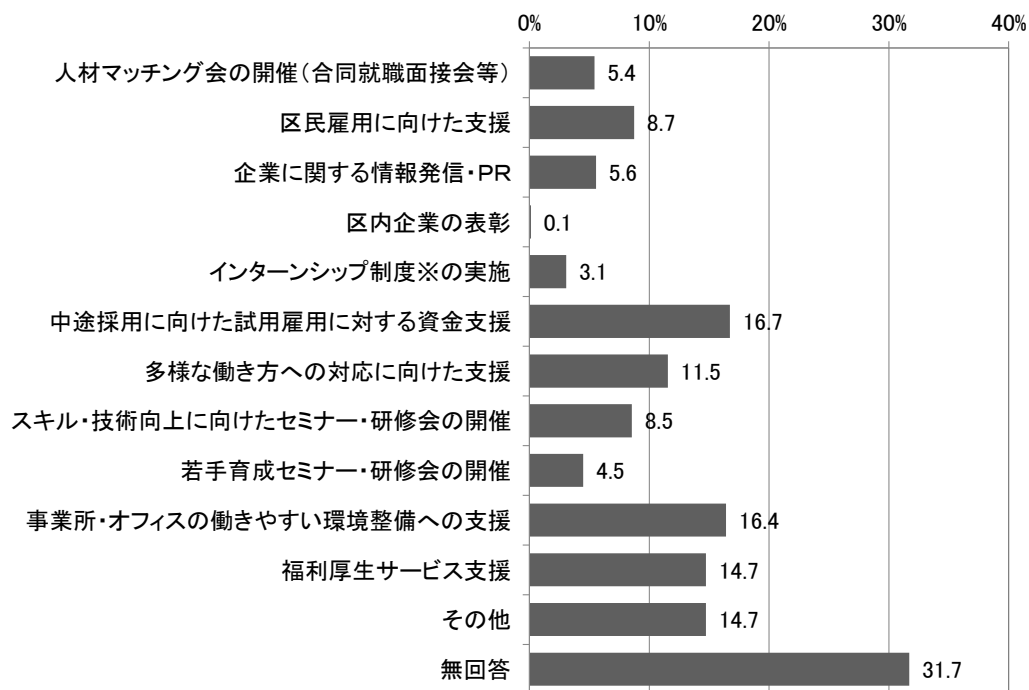
【ヒアリング調査結果】

- 新卒または第二新卒で採用し、社内で育てていければベストだが、日々の業務に追われており、社内教育に時間を割くことは難しい。(製造業、10~19人)
- スキルや腕のある人は、高い報酬を求めて大手企業や、先進技術を持っている企業を目指して転職活動をするので、中途人材の確保が難しい。(情報通信業、20~29人)
- 社内での教育体制を整えており、若手社員が新しく入ったメンバーの教育係を担当している。経験年数の浅い人間が教育係を担当することによって、業務の復習にも繋がり、ヒューマンスキルを磨く機会にもなる。(情報通信業、20~29人)
- 人材育成について、専門的知識や技術の向上は社内で行っているが、接客や社内での協働を進めていくためには、人としての能力が必要とされる。そのような個人的能力を高めていくために会社として何を行うのか考えていく必要がある。(小売業、30人以上)

問 12 人材の確保・育成に向けて必要な支援策は次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの3つまでに○)

- 人材の確保・育成に向けて必要な支援策は、「中途採用に向けた試用雇用に対する資金支援」(16.7%) が最も高く、「事業所・オフィスの働きやすい環境整備への支援」(16.4%)、「福利厚生サービス支援」(14.7%) と「その他」(14.7%) の順で続く。「その他」の回答には、「総合的な資金援助」、「練馬区に勤めに行きたいと思わせる街づくり」等があった。
- 業種別にみると、「建設業」は「中途採用に向けた試用雇用に対する資金支援」(32.2%) が3割強、「社会福祉・介護事業」は「事業所・オフィスの働きやすい環境整備への支援」(40.0%) と「福利厚生サービス支援」(40.0%) が4割である。他の業種に比べて「情報通信業」は「人材マッチング会の開催(合同就職面接会等)」(22.2%) と「インターンシップ制度の実施」(11.1%) が、「教育、学習支援業」は「企業に関する情報発信・PR」(17.4%) が高い。
- 従業者規模別にみると、『29人以下』では従業者規模が大きくなるほど「人材マッチング会の開催(合同就職面接会等)」、「区民雇用に向けた支援」、「中途採用に向けた試用雇用に対する資金支援」が高くなる傾向がみられる。「10～19人」と「30人以上」は「事業所・オフィスの働きやすい環境整備への支援」が最も高い。
- 人材確保状況別にみると、「不足している」は「中途採用に向けた試用雇用に対する資金支援」(35.6%) が最も高い。

人材の確保・育成に向けて必要な支援策



n=1,603

※学生等が実際に仕事を体験する制度のこと

人材の確保・育成に向けて必要な支援策(業種別、従業者規模別、人材確保状況別)

(%)

		合計(n)	人材マッチング会の開催(合同就職面接会)	区民雇用に向けた支援	企業に関する情報発信・PR	区内企業の表彰	インタラシップ制度の実施	中途採用に向けた試用雇用に対する資金支援	多様な働き方への対応に向けた支援	スキル・技術向上に向けたセミナー・研修会の開催	若手育成セミナー・研修会の開催	支援しやすい環境整備への働きやすさ	福利厚生サービス支援	その他	無回答
全体		1,603	5.4	8.7	5.6	0.1	3.1	16.7	11.5	8.5	4.5	16.4	14.7	14.7	31.7
業種別	建設業	267	10.9	10.9	6.7	0.7	3.0	32.2	11.2	10.9	6.7	16.5	15.4	7.1	24.7
	製造業	79	8.9	8.9	11.4	0.0	5.1	16.5	8.9	6.3	6.3	16.5	12.7	13.9	30.4
	情報通信業	27	22.2	7.4	11.1	0.0	11.1	22.2	11.1	11.1	0.0	14.8	14.8	29.6	7.4
	運輸業	44	0.0	11.4	0.0	0.0	2.3	15.9	15.9	0.0	0.0	9.1	22.7	6.8	52.3
	卸売業	76	6.6	7.9	7.9	0.0	2.6	23.7	10.5	10.5	3.9	19.7	18.4	11.8	26.3
	小売業	176	2.3	6.3	4.5	0.0	0.6	9.7	12.5	4.5	2.8	9.1	8.5	17.6	44.3
	金融業、保険業	8	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	25.0	0.0	25.0	0.0	12.5	25.0
	不動産業、物品賃貸業	211	4.3	6.2	3.8	0.0	0.9	9.0	9.0	5.2	3.3	13.7	13.3	25.1	30.8
	学術研究、専門・技術サービス業	90	1.1	7.8	5.6	0.0	4.4	23.3	18.9	12.2	5.6	21.1	16.7	15.6	18.9
	宿泊業、飲食サービス業	112	4.5	14.3	4.5	0.0	3.6	8.9	9.8	1.8	4.5	14.3	16.1	15.2	40.2
	生活関連サービス業、娯楽業	87	3.4	5.7	2.3	0.0	1.1	6.9	10.3	6.9	3.4	13.8	8.0	14.9	46.0
	教育、学習支援業	46	2.2	10.9	17.4	0.0	2.2	10.9	17.4	13.0	6.5	21.7	17.4	17.4	15.2
	医療業	103	2.9	12.6	5.8	0.0	7.8	19.4	12.6	8.7	3.9	30.1	25.2	6.8	24.3
	社会福祉・介護事業	25	8.0	32.0	4.0	0.0	0.0	20.0	20.0	36.0	20.0	40.0	40.0	12.0	4.0
	その他サービス業	108	9.3	5.6	6.5	0.0	5.6	19.4	9.3	10.2	2.8	15.7	13.0	11.1	31.5
	その他	114	0.9	3.5	1.8	0.0	1.8	7.0	11.4	14.9	4.4	12.3	12.3	18.4	43.9
無回答	30	0.0	10.0	3.3	0.0	6.7	20.0	6.7	0.0	3.3	23.3	6.7	20.0	30.0	
従業者規模別	1~4人	1,114	3.4	6.2	4.2	0.0	2.0	12.1	9.8	6.8	3.1	11.8	12.0	18.3	38.2
	5~9人	221	8.1	13.6	9.0	0.0	3.6	29.4	14.0	13.6	8.6	27.1	22.6	9.5	11.3
	10~19人	107	12.1	15.9	8.4	0.9	10.3	32.7	22.4	11.2	7.5	32.7	28.0	3.7	8.4
	20~29人	44	18.2	25.0	11.4	0.0	4.5	36.4	18.2	15.9	6.8	20.5	18.2	4.5	15.9
	30人以上	63	14.3	15.9	4.8	0.0	7.9	20.6	15.9	15.9	11.1	31.7	19.0	3.2	12.7
	無回答	54	1.9	5.6	9.3	1.9	1.9	7.4	5.6	3.7	1.9	13.0	3.7	5.6	63.0
人材確保状況別	不足している	418	13.2	16.3	10.0	0.2	6.5	35.6	16.7	12.9	8.6	23.9	18.7	6.7	12.7
	概ね適当・不足していない	1,054	2.8	6.4	4.4	0.1	1.9	10.5	10.5	7.9	3.3	15.1	14.4	19.0	33.4
	人材は過剰気味である	20	0.0	10.0	0.0	0.0	10.0	20.0	0.0	0.0	5.0	0.0	20.0	30.0	20.0
	無回答	111	1.8	2.7	0.9	0.0	0.0	3.6	3.6	0.0	0.0	3.6	1.8	1.8	89.2

構成比の上位3位

【ヒアリング調査結果】

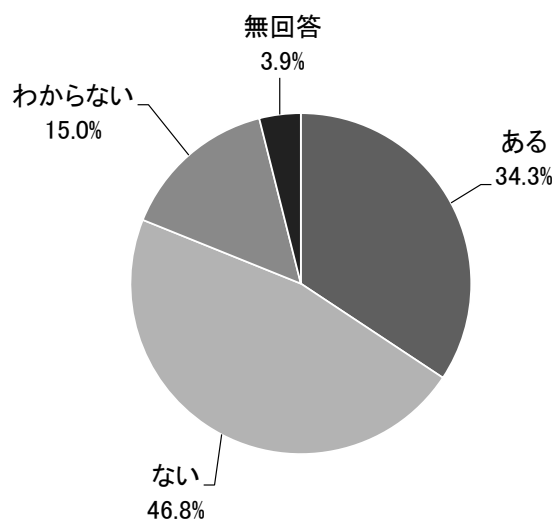
- 練馬区民で IT 産業に就職してみたい、IT 産業で頑張ってみたいという方々がいれば紹介して欲しい。また、IT 人材とのマッチング機会もあればよい。(情報通信業、20~29 人)

(5) 事業承継

問 13 事業承継について、課題はありますか。(当てはまるもの1つに○)

- 事業承継における課題の有無は、「ない」(46.8%) が最も高く、「ある」(34.3%)、「わからない」(15.0%) の順である。
- 業種別にみると、「建設業」、「情報通信業」、「社会福祉・介護事業」を除くすべての業種で「ない」が最も高い。「情報通信業」は「ある」(51.9%) が5割強を占める。
- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響別にみると、すべての影響で「ない」が最も高い。

事業承継における課題の有無



n=1,603

事業承継における課題の有無(業種別、新型コロナウイルス感染症拡大の影響別)

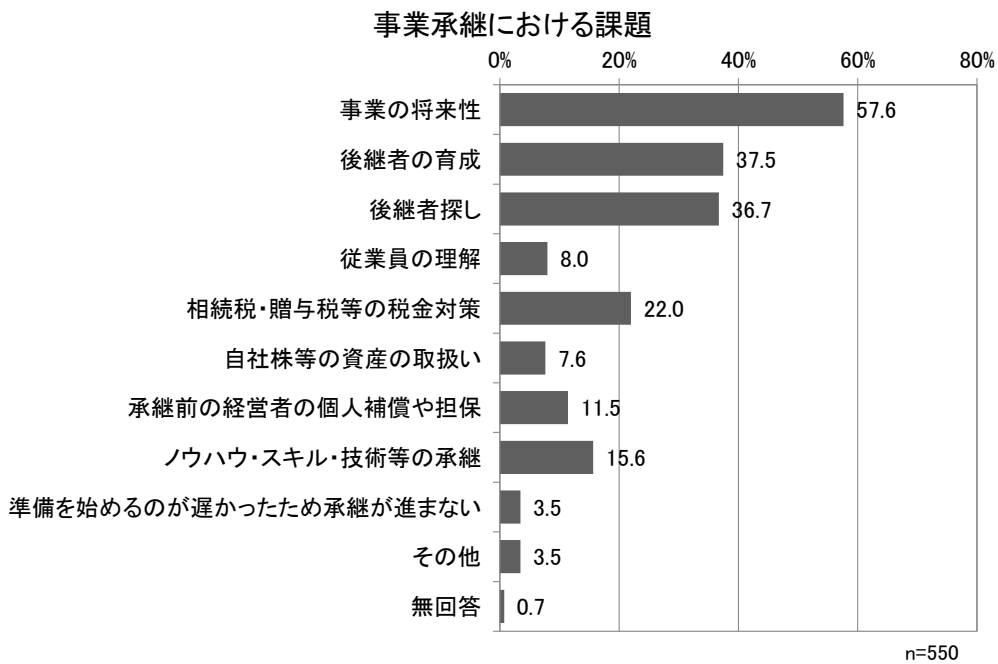
		合計(n)	ある (%)	ない (%)	わからない (%)	無回答 (%)
全体		1,603	34.3	46.8	15.0	3.9
業種別	建設業	267	39.7	38.6	17.2	4.5
	製造業	79	35.4	41.8	17.7	5.1
	情報通信業	27	51.9	37.0	11.1	0.0
	運輸業	44	36.4	38.6	11.4	13.6
	卸売業	76	43.4	46.1	7.9	2.6
	小売業	176	33.0	43.8	18.8	4.5
	金融業、保険業	8	37.5	62.5	0.0	0.0
	不動産業、物品賃貸業	211	42.7	43.1	11.4	2.8
	学術研究、専門・技術サービス業	90	28.9	56.7	14.4	0.0
	宿泊業、飲食サービス業	112	25.0	50.9	18.8	5.4
	生活関連サービス業、娯楽業	87	19.5	65.5	12.6	2.3
	教育、学習支援業	46	34.8	47.8	17.4	0.0
	医療業	103	31.1	50.5	16.5	1.9
	社会福祉・介護事業	25	48.0	36.0	16.0	0.0
	その他サービス業	108	25.9	52.8	15.7	5.6
その他	114	26.3	54.4	12.3	7.0	
無回答	30	43.3	40.0	13.3	3.3	
拡大の影響別	マイナスの影響	935	37.5	45.9	13.9	2.7
	プラスの影響	36	27.8	50.0	16.7	5.6
	影響はない	367	34.6	53.1	10.9	1.4
	分からない	191	23.0	44.5	27.2	5.2
無回答	74	24.3	31.1	16.2	28.4	

■ 構成比が最も高い

問 13 で「ある」と回答された方にお聞きします。

問 13-1 事業承継における課題は、次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの3つまでに○)

- 事業承継における課題は、「事業の将来性」(57.6%) が最も高く、「後継者の育成」(37.5%)、「後継者探し」(36.7%) の順で続く。
- 業種別にみると、他の業種に比べて「情報通信業」は「後継者の育成」(57.1%)、「後継者探し」(71.4%)、「ノウハウ・スキル・技術等の承継」(50.0%) が高い。「不動産業、物品賃貸業」は「相続税・贈与税等の税金対策」(64.4%) が最も高い。「宿泊業、飲食サービス業」と「生活関連サービス業、娯楽業」は「事業の将来性」が8割以上を占める。



事業承継における課題(業種別)

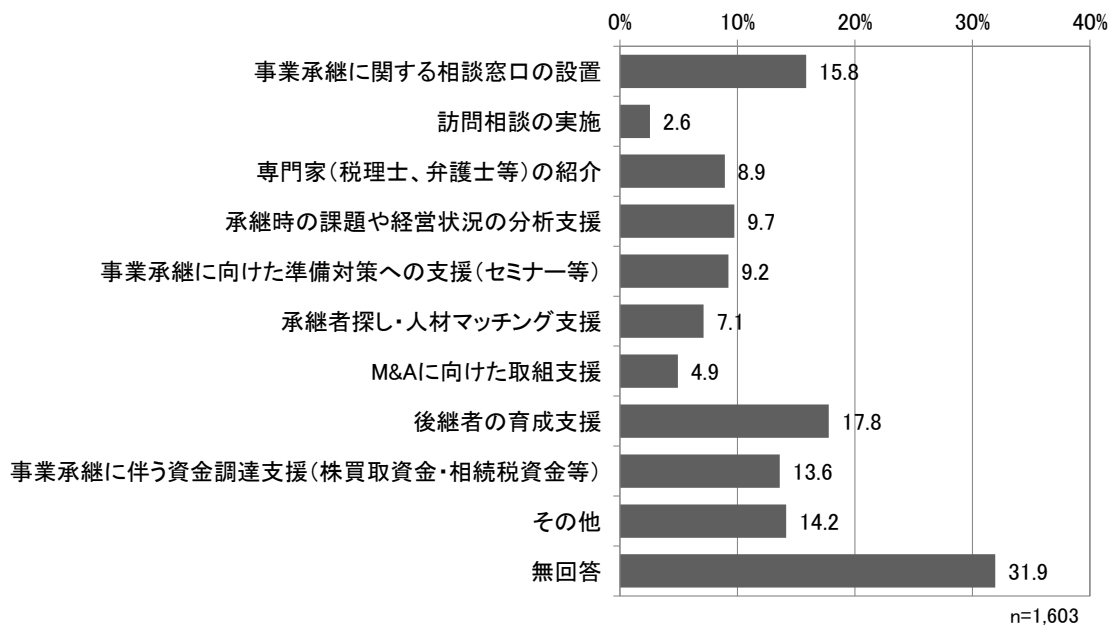
		合計(n)	事業の将来性	後継者の育成	後継者探し	従業員の理解	相続税・贈与税	の取扱い等の資産	保の個人補償や担保	承継前の経営者	ル・ノウハウ等の承継	承継が進まないための準備	その他	無回答
全体		550	57.6	37.5	36.7	8.0	22.0	7.6	11.5	15.6	3.5	3.5	0.7	
業種別	建設業	106	53.8	50.0	42.5	12.3	14.2	7.5	15.1	17.9	4.7	0.9	0.0	
	製造業	28	50.0	32.1	39.3	10.7	0.0	3.6	14.3	17.9	10.7	7.1	0.0	
	情報通信業	14	42.9	57.1	71.4	7.1	0.0	0.0	7.1	50.0	0.0	0.0	0.0	
	運輸業	16	68.8	43.8	31.3	0.0	18.8	6.3	0.0	12.5	0.0	0.0	6.3	
	卸売業	33	66.7	36.4	36.4	12.1	15.2	6.1	9.1	18.2	0.0	3.0	0.0	
	小売業	58	75.9	22.4	29.3	0.0	15.5	8.6	12.1	8.6	3.4	8.6	1.7	
	金融業、保険業	3	66.7	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	
	不動産業、物品賃貸業	90	43.3	36.7	15.6	2.2	64.4	15.6	8.9	8.9	3.3	4.4	1.1	
	学術研究、専門・技術サービス業	26	61.5	38.5	53.8	3.8	7.7	7.7	11.5	23.1	3.8	0.0	0.0	
	宿泊業、飲食サービス業	28	82.1	39.3	32.1	17.9	10.7	3.6	10.7	14.3	0.0	7.1	0.0	
	生活関連サービス業、娯楽業	17	88.2	11.8	47.1	5.9	23.5	5.9	17.6	11.8	0.0	0.0	0.0	
	教育、学習支援業	16	56.3	31.3	37.5	12.5	12.5	6.3	18.8	12.5	6.3	6.3	0.0	
	医療業	32	46.9	31.3	53.1	9.4	15.6	6.3	9.4	15.6	3.1	3.1	0.0	
	社会福祉・介護事業	12	50.0	50.0	50.0	16.7	25.0	0.0	25.0	16.7	0.0	0.0	0.0	
	その他サービス業	28	39.3	42.9	39.3	10.7	14.3	7.1	7.1	17.9	0.0	7.1	0.0	
	その他	30	66.7	33.3	40.0	3.3	20.0	3.3	3.3	23.3	6.7	0.0	0.0	
	無回答	13	53.8	38.5	30.8	15.4	15.4	7.7	23.1	7.7	0.0	0.0	7.7	

構成比の上位3位

問 14 事業承継に向けて必要な支援策は、次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの3つまでに○)

- 事業承継に向けて必要な支援策は、「後継者の育成支援」(17.8%)が最も高く、「事業承継に関する相談窓口の設置」(15.8%)、「その他」(14.2%)の順で続く。「その他」の回答には、「事業継続のための支援」等があった。
- 業種別にみると、他の業種に比べて「卸売業」は「承継時の課題や経営状況の分析支援」(18.4%)と「M&Aに向けた取組支援」(11.8%)が高い。「社会福祉・介護事業」は「後継者の育成支援」(44.0%)が4割台半ば近くである。
- 従業者規模別にみると、『5～19人』は「事業承継に関する相談窓口の設置」が最も高い。
- 事業承継における課題の有無別にみると、「ある」は「事業承継に関する相談窓口の設置」(23.8%)、「後継者の育成支援」(25.3%)、「事業承継に伴う資金調達支援(株買取資金・相続税資金等)」(21.8%)が2割以上である。

事業承継に向けて必要な支援策



事業承継に向けて必要な支援策(業種別、従業者規模別、事業承継における課題の有無別)

(96)

		合計(n)	事業承継に関する相談窓口の設置	訪問相談の実施	専門家(税理士、弁護士等)の紹介	承継時の課題や経営状況の分析支援	事業承継に向けた準備(セミナー等)	事業承継に向けた標準	マッチング支援	M&Aに向けた取組支援	後継者の育成支援	金調達支援(株買資金等)	事業承継に伴う資金	その他	無回答
全体		1,603	15.8	2.6	8.9	9.7	9.2	7.1	4.9	4.9	17.8	13.6	14.2	7.1	31.9
業種別	建設業	267	19.9	2.6	6.4	14.6	13.9	8.6	4.1	22.5	14.2	7.1	31.5		
	製造業	79	17.7	3.8	7.6	6.3	8.9	6.3	5.1	15.2	13.9	15.2	35.4		
	情報通信業	27	22.2	3.7	3.7	11.1	7.4	7.4	7.4	25.9	7.4	14.8	18.5		
	運輸業	44	18.2	0.0	9.1	11.4	6.8	4.5	4.5	15.9	9.1	11.4	40.9		
	卸売業	76	13.2	1.3	5.3	18.4	11.8	10.5	11.8	17.1	21.1	10.5	26.3		
	小売業	176	15.3	1.7	5.7	6.8	5.1	4.5	2.8	16.5	12.5	19.3	35.8		
	金融業、保険業	8	12.5	12.5	12.5	12.5	12.5	12.5	0.0	37.5	12.5	0.0	25.0		
	不動産業、物品賃貸業	211	16.6	1.4	13.3	12.8	10.4	0.9	2.8	15.6	17.1	15.6	25.6		
	学術研究、専門・技術サービス業	90	12.2	2.2	13.3	10.0	11.1	13.3	8.9	12.2	16.7	16.7	21.1		
	宿泊業、飲食サービス業	112	17.0	1.8	9.8	6.3	6.3	10.7	1.8	17.9	9.8	16.1	40.2		
	生活関連サービス業、娯楽業	87	11.5	1.1	4.6	4.6	8.0	9.2	9.2	14.9	4.6	13.8	40.2		
	教育、学習支援業	46	17.4	2.2	6.5	10.9	10.9	15.2	6.5	26.1	10.9	19.6	17.4		
	医療業	103	14.6	6.8	17.5	6.8	11.7	12.6	5.8	19.4	13.6	10.7	30.1		
	社会福祉・介護事業	25	8.0	8.0	4.0	12.0	12.0	0.0	8.0	44.0	24.0	8.0	20.0		
	その他サービス業	108	15.7	3.7	12.0	8.3	4.6	5.6	3.7	13.0	13.9	17.6	31.5		
	その他	114	14.0	1.8	5.3	4.4	5.3	3.5	3.5	13.2	11.4	19.3	43.9		
	無回答	30	6.7	3.3	13.3	3.3	10.0	3.3	10.0	16.7	16.7	13.3	36.7		
従業者規模別	1~4人	1,114	14.0	1.4	9.5	7.5	7.1	6.0	4.8	16.1	12.1	16.8	34.7		
	5~9人	221	22.6	6.8	7.7	17.2	16.3	12.2	5.0	22.2	17.6	9.5	18.1		
	10~19人	107	25.2	6.5	7.5	13.1	14.0	9.3	6.5	18.7	24.3	6.5	20.6		
	20~29人	44	13.6	4.5	6.8	15.9	20.5	4.5	6.8	29.5	6.8	9.1	31.8		
	30人以上	63	15.9	1.6	11.1	19.0	14.3	4.8	4.8	20.6	20.6	4.8	27.0		
無回答	54	9.3	0.0	3.7	3.7	0.0	9.3	3.7	20.4	3.7	9.3	59.3			
お事業承継に課題の有無別	ある	550	23.8	4.7	10.9	14.9	14.9	11.1	6.7	25.3	21.8	7.8	18.4		
	ない	750	10.5	1.3	8.5	7.9	6.4	4.4	4.4	13.3	9.3	19.9	37.3		
	わからない	240	17.9	2.1	7.9	6.3	7.1	8.3	3.8	19.2	11.7	13.8	30.0		
	無回答	63	1.6	0.0	0.0	0.0	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0	3.2	93.7		

構成比の上位3位

【ヒアリング調査結果】

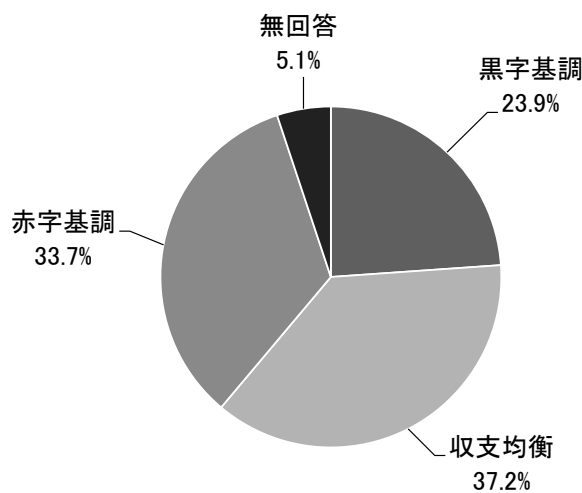
- メーカーが実施している研修会の内容は、業界内の市場動向や新技術の紹介等が中心となっている。事業承継や税制について相談できる場所を求めている。(小売業、1~4人)
- 事業譲渡は、債権の状況や不動産の契約等、確認する項目が多岐に渡っているため、広い視点で助言してくれる専門家が必要だが、見つけることが難しい。(生活関連サービス業、1~4人)

(6) 新型コロナウイルス感染症の影響

問 15 平成 29 (2017) 年度から令和元 (2019) 年度までの 3 年間 (新型コロナウイルス感染症の発生前) の経営状況はどうでしたか。(当てはまるもの 1 つに○)

- 新型コロナウイルス感染症の発生前の経営状況は、「収支均衡」(37.2%) が最も高く、「赤字基調」(33.7%)、「黒字基調」(23.9%) の順である。
- 業種別にみると、「製造業」、「小売業」、「生活関連サービス業、娯楽業」、「その他サービス業」は「赤字基調」が 4 割以上である。他の業種に比べて「情報通信業」は「黒字基調」(33.3%) が高い。

新型コロナウイルス感染症の発生前の経営状況



n=1,603

新型コロナウイルス感染症の発生前の経営状況(業種別)

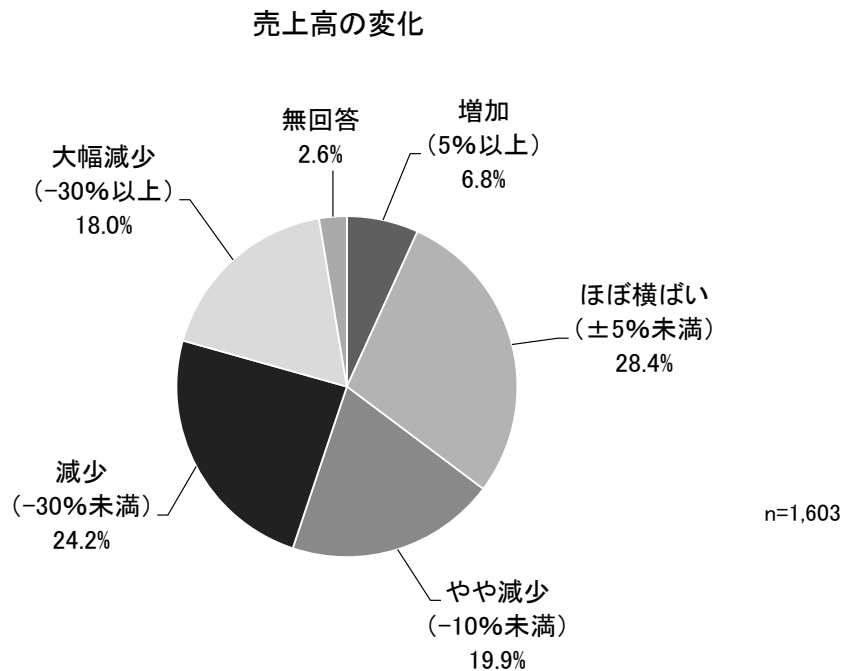
		合計(n)	黒字基調 (%)	収支均衡 (%)	赤字基調 (%)	無回答 (%)
全体		1,603	23.9	37.2	33.7	5.1
業種別	建設業	267	28.8	37.8	27.3	6.0
	製造業	79	24.1	25.3	44.3	6.3
	情報通信業	27	33.3	37.0	25.9	3.7
	運輸業	44	27.3	25.0	38.6	9.1
	卸売業	76	25.0	34.2	36.8	3.9
	小売業	176	17.0	33.0	43.2	6.8
	金融業、保険業	8	25.0	50.0	25.0	0.0
	不動産業、物品賃貸業	211	29.4	48.3	18.0	4.3
	学術研究、専門・技術サービス業	90	31.1	43.3	23.3	2.2
	宿泊業、飲食サービス業	112	18.8	38.4	38.4	4.5
	生活関連サービス業、娯楽業	87	13.8	41.4	42.5	2.3
	教育、学習支援業	46	19.6	50.0	30.4	0.0
	医療業	103	33.0	34.0	28.2	4.9
	社会福祉・介護事業	25	24.0	40.0	32.0	4.0
	その他サービス業	108	19.4	29.6	47.2	3.7
	その他	114	14.9	36.8	38.6	9.6
無回答	30	16.7	16.7	60.0	6.7	

■ 構成比が最も高い

問 16 新型コロナウイルス感染症の発生前（令和元（2019）年）と現在を比較して、次の項目はどのように変化していますか。（それぞれ当てはまるもの1つに○）

①売上高

● 新型コロナウイルス感染症の発生前と現在を比較した売上高の変化は、「ほぼ横ばい（±5%未満）」（28.4%）が最も高く、「減少（-30%未満）」（24.2%）、「やや減少（-10%未満）」（19.9%）の順で続く。「やや減少（-10%未満）」、「減少（-30%未満）」、「大幅減少（-30%以上）」を合わせた『減少』（62.1%）は6割強を占める。



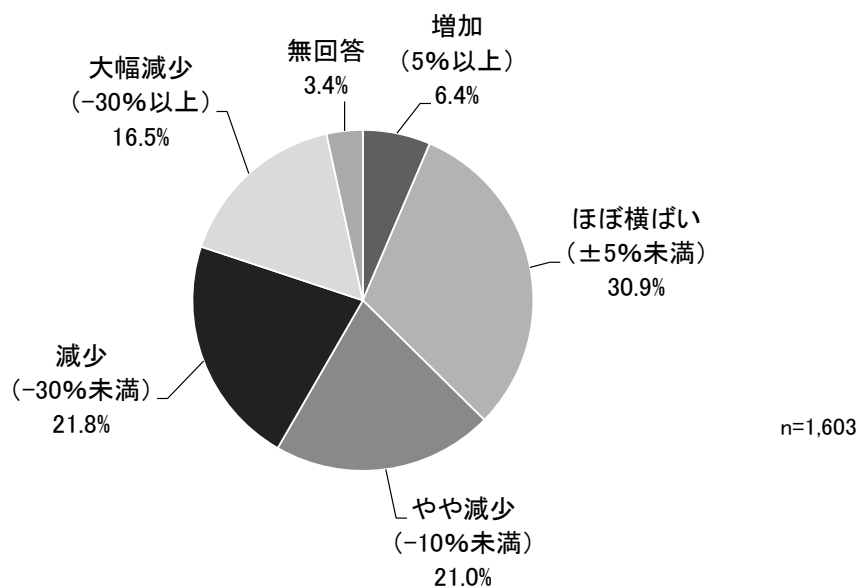
【ヒアリング調査結果】

- コロナ禍の影響として、対面での営業活動ができなかったことが大きかった。また、問屋もメーカーも、事業活動が一定期間止まってしまい、業界全体が停滞した。（建設業、5～9人）
- コロナ禍の影響により、飲食店の新規出店や店内改装が少なくなったため、飲食店の看板製作業務等が受注できなくなった。売上もピーク時の半分となったため、助成金等を活用して事業継続に努めた。（製造業、1～4人）
- コロナ禍の影響で、在宅ワークが中心となったため、社内コミュニケーションの取り方に苦労した。また、プロジェクトが中止になった時は、国の雇用調整助成金を活用して、人件費を賄い、事業を継続させることができた。（情報通信業、20～29人）

② 経常損益

- 新型コロナウイルス感染症の発生前と現在を比較した経常損益の変化は、「ほぼ横ばい（±5%未満）」(30.9%)が最も高く、「減少(-30%未満)」(21.8%)、「やや減少(-10%未満)」(21.0%)の順で続く。「やや減少(-10%未満)」、「減少(-30%未満)」、「大幅減少(-30%以上)」を合わせた『減少』(59.3%)は6割弱を占める。

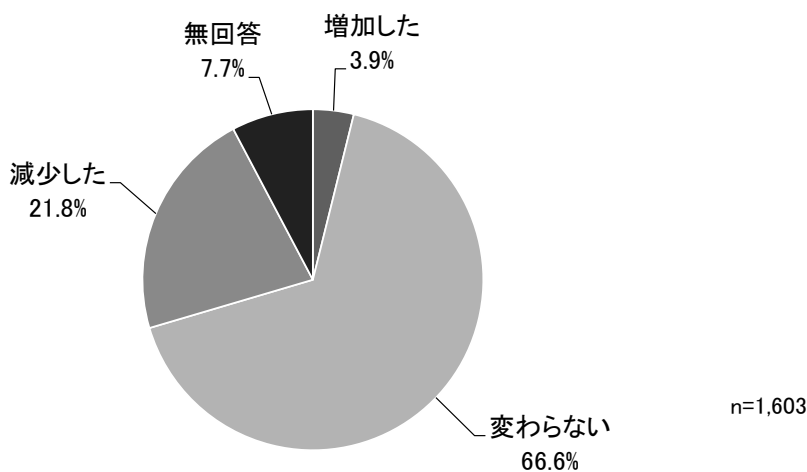
経常損益の変化



③ 仕入先数

- 新型コロナウイルス感染症の発生前と現在を比較した仕入先数の変化は、「変わらない」(66.6%)が最も高く、「減少した」(21.8%)、「増加した」(3.9%)の順である。

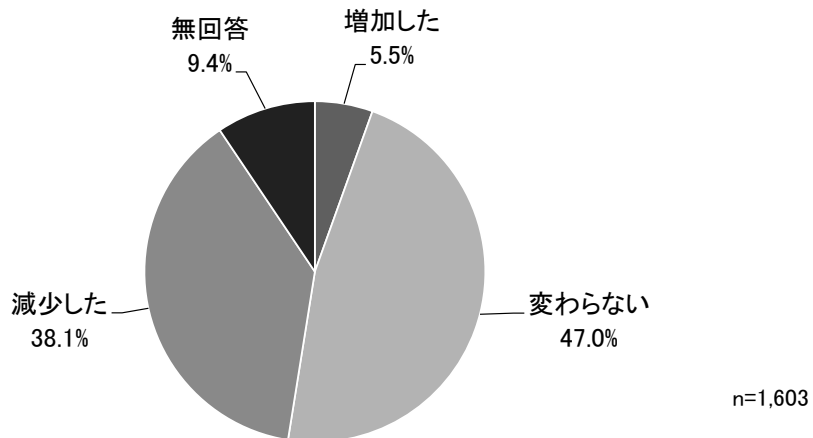
仕入先数の変化



④販売先数

- 新型コロナウイルス感染症の発生前と現在を比較した販売先数の変化は、「変わらない」(47.0%) が最も高く、「減少した」(38.1%)、「増加した」(5.5%) の順である。

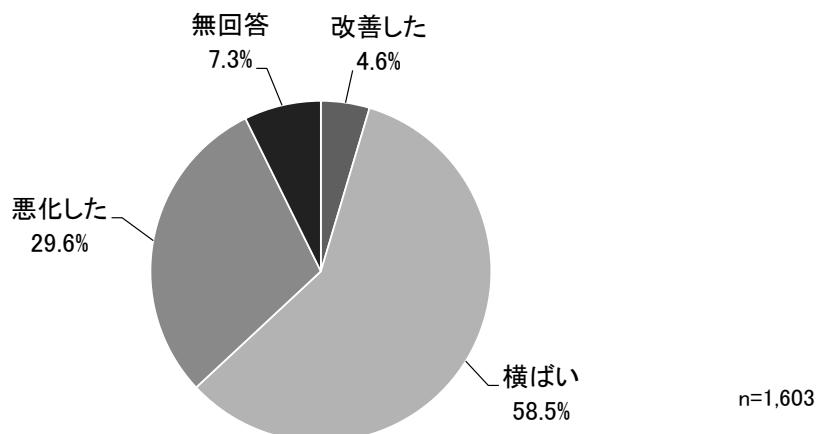
販売先数の変化



⑤資金繰り

- 新型コロナウイルス感染症の発生前と現在を比較した資金繰り状況の変化は、「横ばい」(58.5%) が最も高く、「悪化した」(29.6%)、「改善した」(4.6%) の順である。

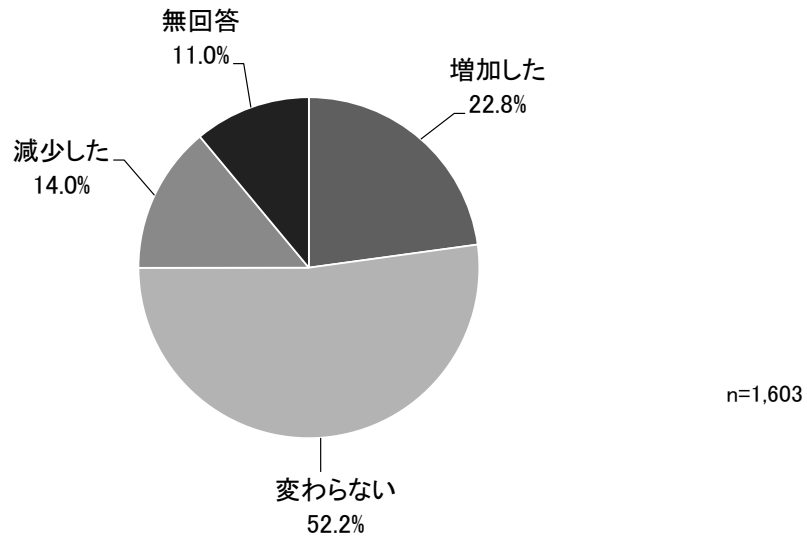
資金繰り状況の変化



⑥借入金残高

● 新型コロナウイルス感染症の発生前と現在を比較した借入金残高の変化は、「変わらない」(52.2%) が最も高く、「増加した」(22.8%)、「減少した」(14.0%) の順である。

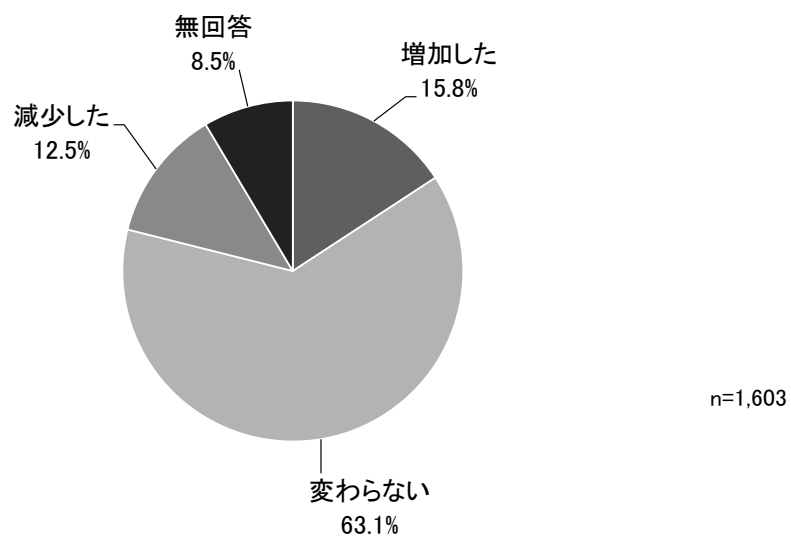
借入金残高の変化



⑦設備投資額

● 新型コロナウイルス感染症の発生前と現在を比較した設備投資額の変化は、「変わらない」(63.1%) が最も高く、「増加した」(15.8%)、「減少した」(12.5%) の順である。

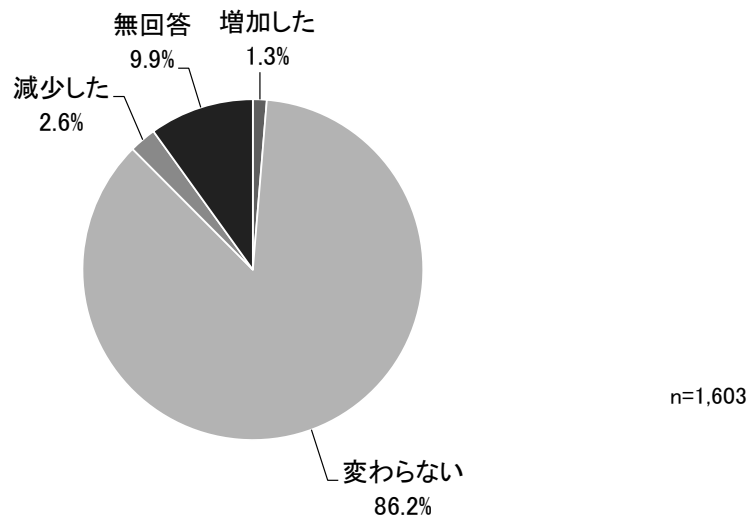
設備投資額の変化



⑧事業所数・店舗数

- 新型コロナウイルス感染症の発生前と現在を比較した事業所数・店舗数の変化は、「変わらない」(86.2%) が最も高く、「減少した」(2.6%)、「増加した」(1.3%) の順である。

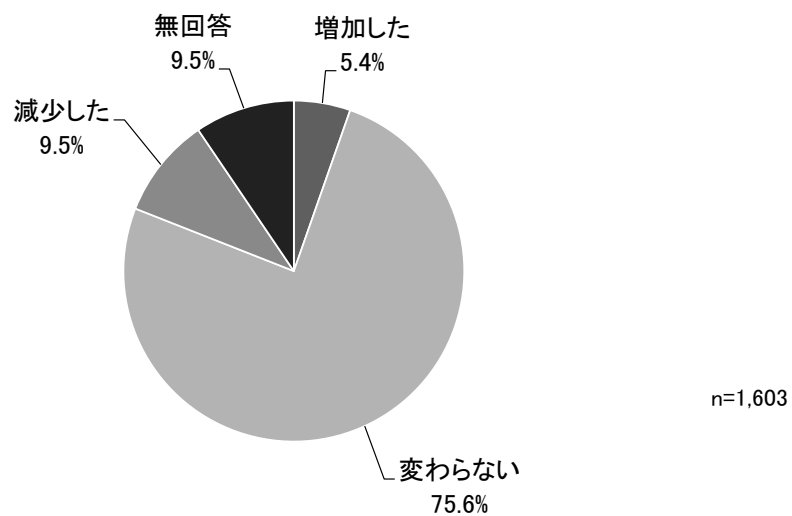
事業所数・店舗数の変化



⑨従業員数

- 新型コロナウイルス感染症の発生前と現在を比較した従業員数の変化は、「変わらない」(75.6%) が最も高く、「減少した」(9.5%)、「増加した」(5.4%) の順である。

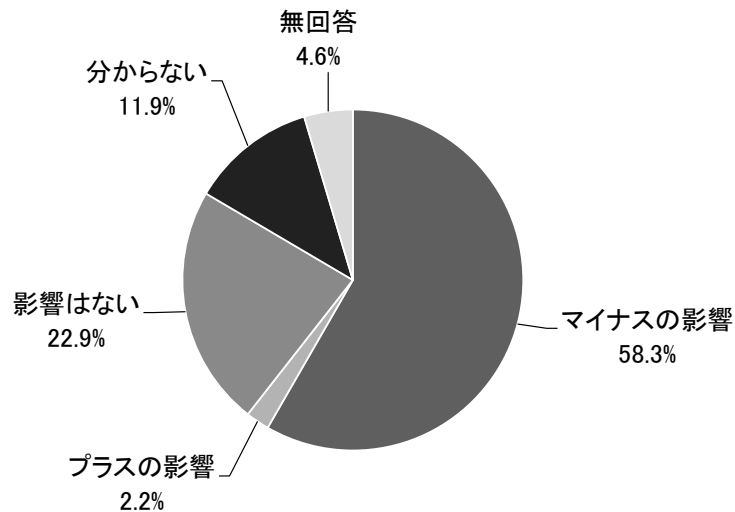
従業員数の変化



問 17 新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う、現在の経営や事業活動への影響は、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響は、「マイナスの影響」(58.3%)が最も高く、「影響はない」(22.9%)、「分からない」(11.9%)の順で続く。
- 業種別にみると、「不動産業、物品賃貸業」を除くすべての業種で「マイナスの影響」が最も高い。

新型コロナウイルス感染症拡大の影響



n=1,603

新型コロナウイルス感染症拡大の影響(業種別)

		合計(n)	マイ ナス の 影 響	プ ラ ス の 影 響	影 響 は な い	分 か ら な い	無 回 答
全体		1,603	58.3	2.2	22.9	11.9	4.6
業 種 別	建設業	267	54.3	0.0	23.2	17.2	5.2
	製造業	79	62.0	1.3	21.5	10.1	5.1
	情報通信業	27	59.3	3.7	29.6	7.4	0.0
	運輸業	44	68.2	2.3	13.6	4.5	11.4
	卸売業	76	69.7	6.6	15.8	6.6	1.3
	小売業	176	62.5	2.8	13.6	16.5	4.5
	金融業、保険業	8	50.0	0.0	25.0	12.5	12.5
	不動産業、物品賃貸業	211	27.0	0.0	53.1	14.7	5.2
	学術研究、専門・技術サービス業	90	64.4	2.2	21.1	12.2	0.0
	宿泊業、飲食サービス業	112	76.8	2.7	5.4	11.6	3.6
	生活関連サービス業、娯楽業	87	75.9	2.3	6.9	10.3	4.6
	教育、学習支援業	46	63.0	2.2	17.4	8.7	8.7
	医療業	103	65.0	6.8	19.4	5.8	2.9
	社会福祉・介護事業	25	76.0	0.0	20.0	4.0	0.0
	その他サービス業	108	64.8	3.7	22.2	4.6	4.6
その他	114	50.9	1.8	27.2	12.3	7.9	
無回答	30	60.0	6.7	16.7	13.3	3.3	

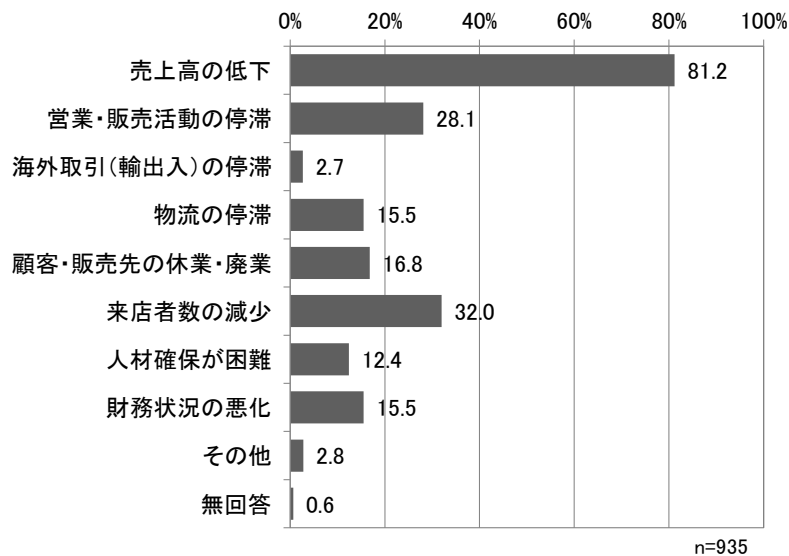
■ 構成比が最も高い

問 17 で「マイナスの影響」と回答された方にお聞きします。

問 17-1 その影響は、次のどれに該当しますか。（当てはまるものすべてに○）

- 新型コロナウイルス感染症による影響の内容は、「売上高の低下」（81.2%）が最も高く、「来店者数の減少」（32.0%）、「営業・販売活動の停滞」（28.1%）の順で続く。
- 業種別にみると、すべての業種で「売上高の低下」が最も高い。他の業種に比べて「建設業」は「物流の停滞」（38.6%）が、「卸売業」は「営業・販売活動の停滞」（56.6%）、「海外取引（輸出入）の停滞」（11.3%）、「顧客・販売先の休業・廃業」（37.7%）が高い。

新型コロナウイルス感染症による影響の内容



新型コロナウイルス感染症による影響の内容(業種別)

		合計(n)	売上高の低下	の営業停滞・販売活動	入海外取引(輸出)	物流の停滞	休業・顧客・販売先の廃業	来店者数の減少	人材確保が困難	財務状況の悪化	その他	無回答
全体		935	81.2	28.1	2.7	15.5	16.8	32.0	12.4	15.5	2.8	0.6
業種別	建設業	145	76.6	26.9	0.0	38.6	15.9	2.8	20.0	18.6	6.9	0.0
	製造業	49	85.7	30.6	4.1	10.2	36.7	4.1	10.2	16.3	4.1	0.0
	情報通信業	16	75.0	31.3	0.0	6.3	25.0	0.0	18.8	12.5	0.0	0.0
	運輸業	30	83.3	26.7	0.0	13.3	23.3	13.3	23.3	16.7	0.0	3.3
	卸売業	53	83.0	56.6	11.3	22.6	37.7	9.4	7.5	20.8	0.0	0.0
	小売業	110	80.9	32.7	6.4	19.1	21.8	49.1	6.4	12.7	2.7	0.0
	金融業、保険業	4	75.0	50.0	0.0	25.0	25.0	0.0	25.0	25.0	25.0	0.0
	不動産業、物品賃貸業	57	71.9	31.6	0.0	10.5	19.3	29.8	5.3	7.0	1.8	0.0
	学術研究、専門・技術サービス業	58	74.1	48.3	3.4	8.6	15.5	20.7	8.6	15.5	0.0	1.7
	宿泊業、飲食サービス業	86	88.4	15.1	2.3	10.5	8.1	64.0	14.0	12.8	1.2	1.2
	生活関連サービス業、娯楽業	66	86.4	22.7	1.5	3.0	9.1	60.6	7.6	9.1	1.5	3.0
	教育、学習支援業	29	89.7	27.6	0.0	0.0	3.4	51.7	17.2	13.8	6.9	0.0
	医療業	67	82.1	16.4	0.0	11.9	3.0	70.1	17.9	20.9	0.0	0.0
	社会福祉・介護事業	19	57.9	15.8	5.3	0.0	5.3	31.6	36.8	15.8	10.5	0.0
	その他サービス業	70	85.7	18.6	2.9	10.0	14.3	20.0	11.4	12.9	1.4	1.4
	その他	58	86.2	29.3	0.0	8.6	17.2	31.0	5.2	20.7	3.4	0.0
無回答	18	77.8	11.1	11.1	16.7	16.7	27.8	5.6	27.8	0.0	0.0	

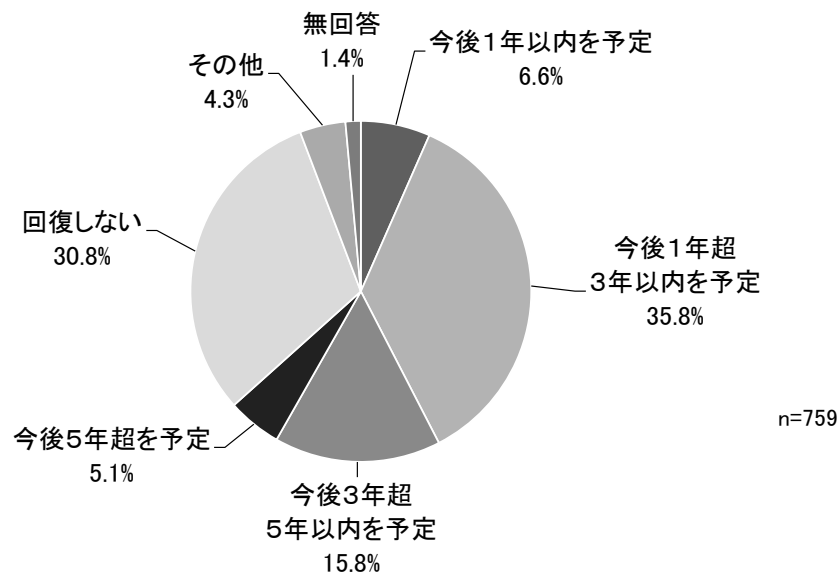
■ 構成比の上位3位

問 17-1 で「売上高の低下」と回答された方にお聞きします。

問 17-2 今後、いつまでにコロナ禍前までの売上高に回復すると想定されていますか。(当てはまるもの1つに○)

- コロナ禍前までの売上高に回復すると想定される時期は、「今後1年超3年以内を予定」(35.8%)が最も高く、「回復しない」(30.8%)、「今後3年超5年以内を予定」(15.8%)の順で続く。「今後1年以内を予定」、「今後1年超3年以内を予定」、「今後3年超5年以内を予定」を合わせた『今後5年以内を予定』(58.2%)は6割近くを占める。
- 業種別にみると、「建設業」、「情報通信業」、「社会福祉・介護事業」は『今後5年以内を予定』が7割以上を占める。「運輸業」と「小売業」は「回復しない」が4割以上、「金融業、保険業」は「回復しない」(66.7%)が6割台半ば越えを占める。
- 従業員規模別にみると、「1～4人」を除くすべての従業員規模で「今後1年超3年以内を予定」が最も高い。「1～4人」は「回復しない」(34.8%)が最も高い。他の従業員規模に比べて「20～29人」は「今後1年以内を予定」(25.0%)が高い。
- 事業等の見直し・変更別にみると、「主要事業を拡大した」は「今後1年超3年以内を予定」(66.7%)が6割台半ば超え、「新事業展開に取り組んだ」は『今後5年以内を予定』(76.9%)が7割台半ば超えを占める。他の見直し・変更に比べて「主要事業の内容を変更した」は「今後3年超5年以内を予定」(26.3%)が、「販売方法を変更した」は「今後1年以内を予定」(13.2%)が高い。

コロナ禍前までの売上高に回復すると想定される時期



コロナ禍前までの売上高に回復すると想定される時期

(業種別、従業者規模別、事業等の見直し・変更別)

		合計(n)	今後1年以内を予定	3年後1年超を予定	5年後3年超を予定	今後5年超を予定	回復しない	その他	無回答
全体		759	6.6	35.8	15.8	5.1	30.8	4.3	1.4
業種別	建設業	111	5.4	42.3	23.4	7.2	17.1	3.6	0.9
	製造業	42	4.8	40.5	16.7	0.0	28.6	9.5	0.0
	情報通信業	12	16.7	33.3	25.0	8.3	8.3	8.3	0.0
	運輸業	25	20.0	20.0	12.0	4.0	40.0	4.0	0.0
	卸売業	44	9.1	29.5	25.0	2.3	27.3	6.8	0.0
	小売業	89	1.1	28.1	11.2	9.0	41.6	5.6	3.4
	金融業、保険業	3	0.0	33.3	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0
	不動産業、物品賃貸業	41	12.2	46.3	9.8	4.9	26.8	0.0	0.0
	学術研究、専門・技術サービス業	43	2.3	44.2	14.0	4.7	27.9	4.7	2.3
	宿泊業、飲食サービス業	76	6.6	38.2	14.5	1.3	38.2	1.3	0.0
	生活関連サービス業、娯楽業	57	10.5	29.8	10.5	5.3	36.8	7.0	0.0
	教育、学習支援業	26	3.8	53.8	7.7	0.0	26.9	7.7	0.0
	医療業	55	7.3	27.3	23.6	9.1	25.5	5.5	1.8
	社会福祉・介護事業	11	27.3	36.4	9.1	0.0	18.2	9.1	0.0
	その他サービス業	60	5.0	36.7	10.0	5.0	36.7	3.3	3.3
	その他	50	4.0	30.0	18.0	6.0	36.0	0.0	6.0
	無回答	14	0.0	42.9	14.3	7.1	35.7	0.0	0.0
従業者規模別	1～4人	535	5.2	32.3	16.3	4.9	34.8	5.0	1.5
	5～9人	105	9.5	47.6	14.3	6.7	19.0	1.0	1.9
	10～19人	56	7.1	41.1	17.9	8.9	19.6	5.4	0.0
	20～29人	12	25.0	41.7	16.7	0.0	8.3	8.3	0.0
	30人以上	31	12.9	45.2	19.4	0.0	19.4	0.0	3.2
	無回答	20	5.0	35.0	0.0	5.0	50.0	5.0	0.0
別事業等の見直し・変更	主要事業を拡大した	15	0.0	66.7	0.0	13.3	6.7	13.3	0.0
	新事業展開に取り組んだ	65	9.2	49.2	18.5	7.7	12.3	3.1	0.0
	主要事業の内容を変更した	38	7.9	31.6	26.3	2.6	28.9	2.6	0.0
	顧客・客層を変更した	39	12.8	33.3	15.4	7.7	20.5	7.7	2.6
	販売方法を変更した	53	13.2	37.7	13.2	5.7	24.5	5.7	0.0
	終了・廃止した事業がある	44	6.8	38.6	11.4	6.8	34.1	0.0	2.3
	その他	37	2.7	27.0	8.1	5.4	40.5	13.5	2.7
	特段変えていない	483	6.0	36.0	17.0	4.3	31.9	3.9	0.8
	無回答	46	8.7	23.9	10.9	4.3	41.3	2.2	8.7

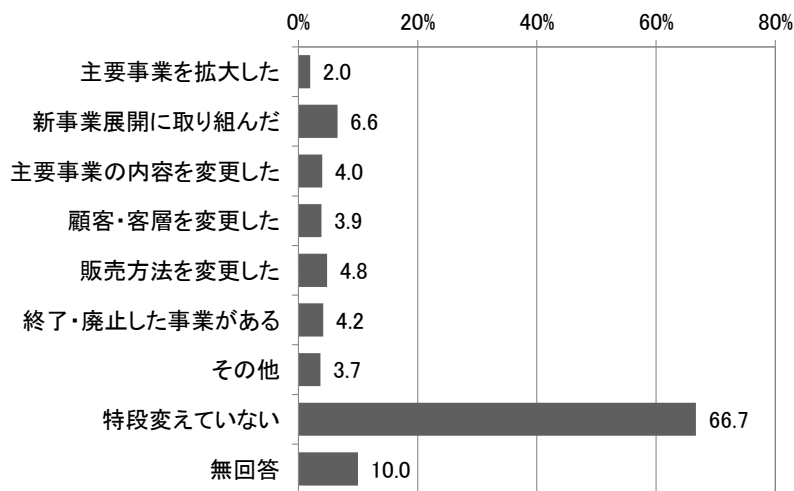
■ 構成比の上位3位

(7) ウィズコロナ・アフターコロナを見据えた今後の事業展開

問 18 コロナ禍等の事業環境の変化に対応するため、事業等を見直し・変更しましたか。(当てはまるものすべてに○)

- 事業等の見直し・変更は、「特段変えていない」(66.7%) が最も高く、「新事業展開に取り組んだ」(6.6%)、「販売方法を変更した」(4.8%) の順で続く。
- 業種別にみると、すべての業種で「特段変えていない」が5割以上を占める。他の業種に比べて「宿泊業, 飲食サービス業」は「販売方法を変更した」(12.5%) が、「社会福祉・介護事業」は「主要事業を拡大した」(8.0%) と「新事業展開に取り組んだ」(20.0%) が高い。

事業等の見直し・変更



n=1,603

事業等の見直し・変更(業種別)

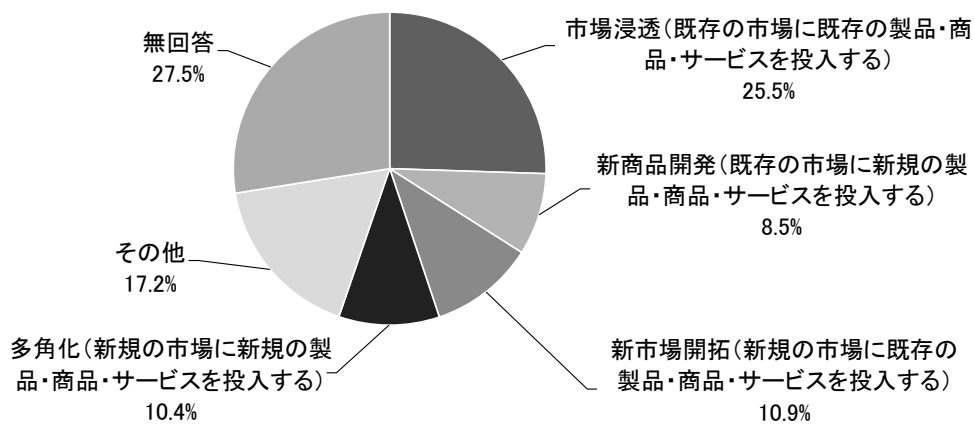
		合計(n)	拡大した主要事業	新事業展開に取り組んだ	主要事業の内容を変更した	顧客・客層を変更した	販売方法を変更した	終了・廃止した事業がある	その他	特段変えていない	無回答
全体		1,603	2.0	6.6	4.0	3.9	4.8	4.2	3.7	66.7	10.0
業種別	建設業	267	2.2	4.5	4.5	3.0	2.2	1.5	1.5	75.3	9.0
	製造業	79	1.3	8.9	2.5	0.0	3.8	7.6	1.3	73.4	8.9
	情報通信業	27	3.7	11.1	0.0	3.7	0.0	3.7	3.7	70.4	3.7
	運輸業	44	2.3	2.3	9.1	4.5	4.5	9.1	2.3	52.3	20.5
	卸売業	76	2.6	14.5	5.3	7.9	7.9	9.2	2.6	57.9	5.3
	小売業	176	0.6	4.0	1.7	4.5	8.5	6.8	8.5	61.4	7.4
	金融業, 保険業	8	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	12.5	12.5	62.5	0.0
	不動産業, 物品賃貸業	211	0.5	0.9	3.3	0.5	2.4	1.4	3.8	77.7	11.4
	学術研究, 専門・技術サービス業	90	1.1	8.9	7.8	6.7	3.3	3.3	1.1	72.2	4.4
	宿泊業, 飲食サービス業	112	4.5	8.9	7.1	6.3	12.5	0.9	3.6	60.7	9.8
	生活関連サービス業, 娯楽業	87	1.1	6.9	1.1	2.3	6.9	5.7	4.6	64.4	10.3
	教育, 学習支援業	46	4.3	13.0	4.3	8.7	6.5	2.2	8.7	56.5	10.9
	医療業	103	2.9	9.7	9.7	6.8	5.8	2.9	5.8	57.3	5.8
	社会福祉・介護事業	25	8.0	20.0	0.0	4.0	4.0	0.0	12.0	52.0	8.0
	その他サービス業	108	0.0	4.6	0.9	5.6	2.8	5.6	1.9	69.4	12.0
その他	114	4.4	7.0	1.8	0.9	0.0	2.6	1.8	62.3	21.9	
無回答	30	0.0	10.0	3.3	6.7	13.3	23.3	0.0	46.7	10.0	

構成比の上位3位

問 19 ウィズコロナ・アフターコロナを見据えた主な事業方針は、次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの1つに○)

- ウィズコロナ・アフターコロナを見据えた主な事業方針は、「市場浸透（既存の市場に既存の製品・商品・サービスを投入する）」(25.5%) が最も高く、「その他」(17.2%)、「新市場開拓（新規の市場に既存の製品・商品・サービスを投入する）」(10.9%) の順で続く。「その他」の回答には、「お客様を大切にする事を心がける」、「顧客を増やす」、「どうしたらよいかわからない」等があった。
- 業種別にみると、「金融業、保険業」、「不動産業、物品賃貸業」、「その他」を除くすべての業種で「市場浸透（既存の市場に既存の製品・商品・サービスを投入する）」が最も高い。他の業種に比べて「卸売業」は「新商品開発（既存の市場に新規の製品・商品・サービスを投入する）」(22.4%) が、「社会福祉・介護事業」は「多角化（新規の市場に新規の製品・商品・サービスを投入する）」(16.0%) が高い。

ウィズコロナ・アフターコロナを見据えた主な事業方針



n=1,603

ウィズコロナ・アフターコロナを見据えた主な事業方針(業種別)

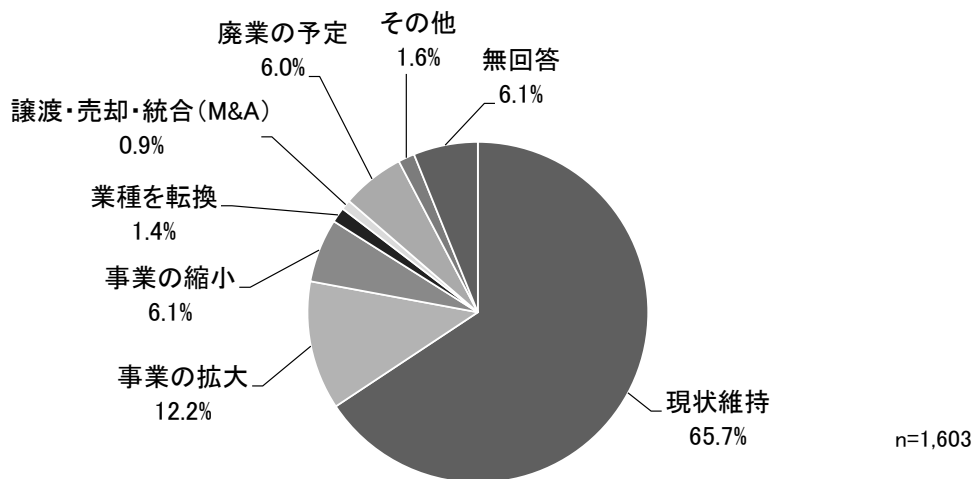
		合計(n)	市場浸透(既存の市場に既存の製品・商品・サービスを投入する)	新商品開発(既存の市場に新規の製品・商品・サービスを投入する)	新市場開拓(新規の市場に既存の製品・商品・サービスを投入する)	多角化(新規の市場に新規の製品・商品・サービスを投入する)	その他	無回答
全体		1,603	25.5	8.5	10.9	10.4	17.2	27.5
業種別	建設業	267	28.5	3.4	9.7	13.9	15.7	28.8
	製造業	79	27.8	12.7	11.4	8.9	17.7	21.5
	情報通信業	27	29.6	14.8	22.2	0.0	22.2	11.1
	運輸業	44	13.6	6.8	9.1	9.1	11.4	50.0
	卸売業	76	31.6	22.4	19.7	7.9	7.9	10.5
	小売業	176	27.3	9.1	8.5	10.2	15.9	29.0
	金融業、保険業	8	12.5	12.5	25.0	12.5	12.5	25.0
	不動産業、物品賃貸業	211	19.0	3.3	10.0	11.8	26.5	29.4
	学術研究、専門・技術サービス業	90	24.4	15.6	24.4	11.1	12.2	12.2
	宿泊業、飲食サービス業	112	29.5	12.5	4.5	7.1	17.9	28.6
	生活関連サービス業、娯楽業	87	26.4	6.9	10.3	11.5	14.9	29.9
	教育、学習支援業	46	23.9	19.6	6.5	8.7	15.2	26.1
	医療業	103	33.0	8.7	9.7	8.7	18.4	21.4
	社会福祉・介護事業	25	24.0	0.0	12.0	16.0	20.0	28.0
	その他サービス業	108	27.8	7.4	10.2	11.1	15.7	27.8
	その他	114	18.4	5.3	9.6	7.0	19.3	40.4
無回答	30	13.3	10.0	6.7	13.3	13.3	43.3	

■ 構成比が最も高い

問 20 今後の主な事業展開について、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

- 今後の主な事業展開は、「現状維持」(65.7%) が最も高く、「事業の拡大」(12.2%)、「事業の縮小」(6.1%) の順で続く。
- 業種別にみると、すべての業種で「現状維持」が最も高く、「宿泊業, 飲食サービス業」は「現状維持」(80.4%) が約8割を占める。「情報通信業」と「社会福祉・介護事業」は「事業の拡大」が3割以上、「卸売業」と「学術研究, 専門・技術サービス業」は「事業の拡大」が2割強である。他の業種に比べて「運輸業」は「廃業の予定」(20.5%) が高い。
- 従業者規模別にみると、すべての従業者規模で「現状維持」が最も高く、『5人以上』では従業者規模が小さくなるほど「現状維持」が高くなる傾向がみられる。一方、従業者規模が大きくなるほど「事業の拡大」が高くなる傾向がみられる。
- 企業形態別にみると、すべての企業形態で「現状維持」が最も高い。「個人事業者」は「現状維持」(69.5%)、「事業の縮小」(6.9%)、「廃業の予定」(8.9%) が「法人」を上回る。
- 代表者の年齢別にみると、すべての年代で「現状維持」が最も高い。代表者の年齢が低くなるほど「事業の拡大」が高くなる傾向が見られ、代表者の年齢が高くなるほど「廃業の予定」が高くなる傾向がみられる。
- 物価上昇の影響別にみると、すべての影響で「現状維持」が最も高い。他の影響に比べて「大きな影響を受けている」は「事業の縮小」(9.2%)、「業種を転換」(2.5%)、「廃業の予定」(8.8%) が、「やや影響を受けている」は「事業の拡大」(14.1%) が、「あまり影響を受けていない」は「現状維持」(72.8%) が高い。

今後の主な事業展開



今後の主な事業展開(業種別、従業者規模別、企業形態別、代表者の年齢別、物価上昇の影響別)

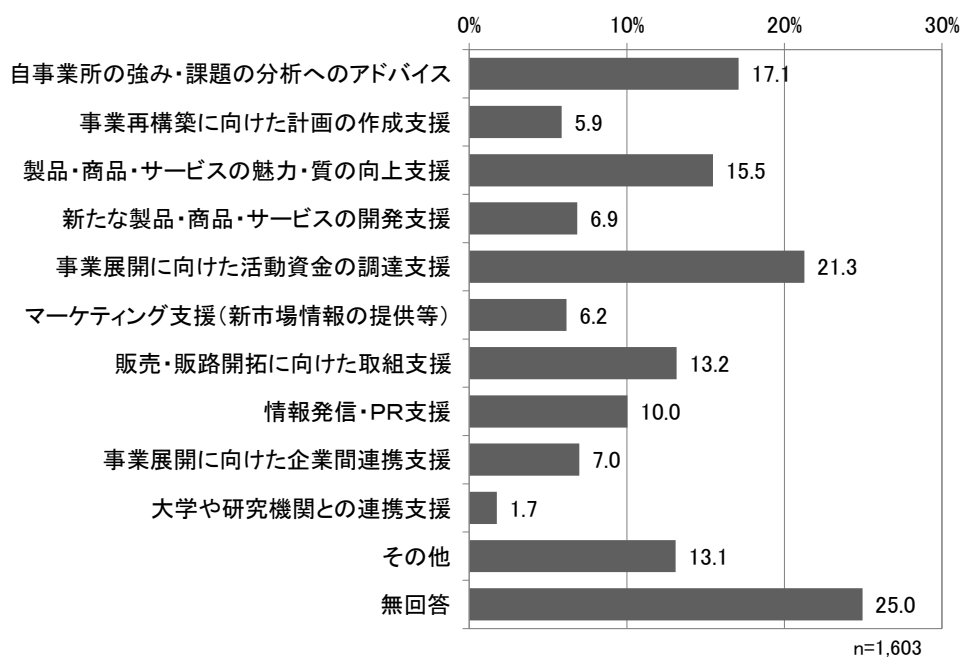
			(%)							
		合計(n)	現状維持	事業の拡大	事業の縮小	業種を転換	譲渡・売却・統合 (M & A)	廃業の予定	その他	無回答
全体		1,603	65.7	12.2	6.1	1.4	0.9	6.0	1.6	6.1
業種別	建設業	267	67.4	13.9	5.6	1.9	0.4	5.6	0.7	4.5
	製造業	79	58.2	11.4	1.3	5.1	5.1	13.9	2.5	2.5
	情報通信業	27	59.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.4
	運輸業	44	45.5	11.4	6.8	0.0	2.3	20.5	0.0	13.6
	卸売業	76	56.6	22.4	7.9	2.6	1.3	6.6	0.0	2.6
	小売業	176	64.2	8.5	10.8	0.0	0.6	8.0	1.7	6.3
	金融業、保険業	8	62.5	12.5	12.5	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0
	不動産業、物品賃貸業	211	75.8	8.1	5.7	0.5	0.0	1.4	2.8	5.7
	学術研究、専門・技術サービス業	90	58.9	21.1	10.0	4.4	1.1	1.1	1.1	2.2
	宿泊業、飲食サービス業	112	80.4	2.7	2.7	1.8	0.0	6.3	0.9	5.4
	生活関連サービス業、娯楽業	87	73.6	5.7	5.7	1.1	0.0	4.6	2.3	6.9
	教育、学習支援業	46	67.4	13.0	2.2	2.2	2.2	2.2	0.0	10.9
	医療業	103	70.9	8.7	6.8	0.0	1.0	4.9	2.9	4.9
	社会福祉・介護事業	25	60.0	32.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.0
	その他サービス業	108	58.3	16.7	7.4	0.0	2.8	7.4	2.8	4.6
	その他	114	57.9	11.4	6.1	1.8	0.0	8.8	0.9	13.2
無回答	30	50.0	16.7	0.0	3.3	0.0	10.0	3.3	16.7	
従業者規模別	1~4人	1,114	64.5	9.2	6.9	1.8	1.0	7.5	1.9	7.3
	5~9人	221	72.4	15.4	6.8	0.5	0.5	1.8	1.4	1.4
	10~19人	107	68.2	22.4	0.9	1.9	1.9	0.9	0.9	2.8
	20~29人	44	65.9	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1
	30人以上	63	61.9	33.3	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0	1.6
	無回答	54	61.1	7.4	3.7	0.0	1.9	14.8	0.0	11.1
企業形態別	個人事業者	607	69.5	4.1	6.9	0.5	0.2	8.9	1.8	8.1
	法人	983	63.5	17.2	5.5	2.0	1.4	4.2	1.4	4.8
	無回答	13	53.8	15.4	7.7	0.0	0.0	7.7	0.0	15.4
代表者の年齢別	~30歳代	22	50.0	31.8	4.5	0.0	0.0	0.0	4.5	9.1
	40歳代	182	63.7	26.4	1.1	3.3	0.5	1.1	0.5	3.3
	50歳代	431	69.8	16.2	5.1	1.9	1.6	1.4	0.7	3.2
	60歳代	401	68.3	10.0	7.5	0.5	0.7	5.0	2.7	5.2
	70歳代	399	63.9	6.0	5.5	1.3	0.8	11.8	1.5	9.3
	80歳代~	165	57.0	4.2	11.5	1.2	0.6	12.7	1.8	10.9
無回答	3	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
物価上昇の影響別	大きな影響を受けている	480	62.9	11.7	9.2	2.5	0.6	8.8	1.7	2.7
	やや影響を受けている	739	71.4	14.1	4.5	0.9	1.1	4.7	1.4	1.9
	あまり影響を受けていない	239	72.8	11.3	4.2	0.4	1.3	4.6	1.3	4.2
	まったく影響を受けていない	51	62.7	11.8	5.9	0.0	0.0	5.9	3.9	9.8
	無回答	94	18.1	3.2	7.4	3.2	1.1	5.3	2.1	59.6

■ 構成比の上位3位

問 21 今後の事業展開に向けて必要な支援策は、次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの3つまでに○)

- 今後の事業展開に向けて必要な支援策は、「事業展開に向けた活動資金の調達支援」(21.3%)が最も高く、「自事業所の強み・課題の分析へのアドバイス」(17.1%)、「製品・商品・サービスの魅力・質の向上支援」(15.5%)の順で続く。
- 業種別にみると、「卸売業」は「販売・販路開拓に向けた取組支援」(30.3%)が約3割である。他の業種に比べて「生活関連サービス業、娯楽業」は「製品・商品・サービスの魅力・質の向上支援」(21.8%)が、「社会福祉・介護事業」は「自事業所の強み・課題の分析へのアドバイス」(28.0%)と「事業展開に向けた活動資金の調達支援」(32.0%)が高い。
- 今後の主な事業展開別にみると、「譲渡・売却・統合(M&A)」、「廃業の予定」、「その他」を除くすべての事業展開で「事業展開に向けた活動資金の調達支援」が最も高い。他の事業展開に比べて「事業の拡大」は「自事業所の強み・課題の分析へのアドバイス」(20.4%)、「製品・商品・サービスの魅力・質の向上支援」(20.4%)、「マーケティング支援(新市場情報の提供等)」(13.8%)、「販売・販路開拓に向けた取組支援」(24.5%)、「情報発信・PR支援」(15.8%)が高い。「譲渡・売却・統合(M&A)」は「事業再構築に向けた計画の作成支援」(26.7%)と「事業展開に向けた企業間連携支援」(26.7%)が最も高い。
- ウィズコロナ・アフターコロナを見据えた主な事業方針別にみると、「市場浸透(既存の市場に既存の製品・商品・サービスを投入する)」は「自事業所の強み・課題の分析へのアドバイス」(29.8%)が、「新商品開発(既存の市場に新規の製品・商品・サービスを投入する)」は「製品・商品・サービスの魅力・質の向上支援」(33.1%)が最も高い。「新市場開拓(新規の市場に既存の製品・商品・サービスを投入する)」と「多角化(新規の市場に新規の製品・商品・サービスを投入する)」は「事業展開に向けた活動資金の調達支援」が3割以上である。

今後の事業展開に向けて必要な支援策



今後の事業展開に向けて必要な支援策

(業種別、今後の主な事業展開別、ウィズコロナ・アフターコロナを見据えた主な事業方針別)

(%)

		合計(n)	の 自 事 業 所 の 強 み ・ 課 題	画 事 業 再 構 築 に 向 け た 計	の 製 品 ・ 商 品 ・ サ ー ビ ス の 向 上 支 援	サ ー ビ ス の 開 発 支 援	資 金 の 調 達 支 援	等 (新 市 場 情 報 の 提 供	マ ー ケ テ ィ ン グ 支 援	販 売 ・ 販 路 開 拓 に 向 け た 取 組 支 援	情 報 発 信 ・ P R 支 援	事 業 展 開 に 向 け た 企 業 間 連 携 支 援	携 帯 支 援	大 学 や 研 究 機 関 と の 連 携	そ の 他	無 回 答
全体		1,603	17.1	5.9	15.5	6.9	21.3	6.2	13.2	10.0	7.0	1.7	13.1	25.0		
業 種 別	建設業	267	21.7	7.5	12.0	3.7	29.6	5.6	12.7	4.1	11.2	0.7	10.1	23.2		
	製造業	79	17.7	7.6	19.0	10.1	15.2	5.1	19.0	8.9	10.1	0.0	12.7	21.5		
	情報通信業	27	7.4	3.7	7.4	11.1	29.6	14.8	18.5	7.4	18.5	3.7	25.9	7.4		
	運輸業	44	18.2	9.1	6.8	4.5	20.5	2.3	6.8	4.5	22.7	0.0	9.1	34.1		
	卸売業	76	19.7	7.9	21.1	14.5	25.0	5.3	30.3	5.3	3.9	1.3	5.3	21.1		
	小売業	176	17.6	2.8	21.6	8.0	19.3	4.5	22.2	11.4	1.7	0.0	11.4	25.0		
	金融業、保険業	8	0.0	12.5	0.0	12.5	0.0	12.5	12.5	0.0	0.0	0.0	25.0	25.0		
	不動産業、物品賃貸業	211	14.2	9.0	9.5	5.2	18.0	8.5	8.5	6.6	5.2	0.5	17.5	27.5		
	学術研究、専門・技術サービス業	90	13.3	2.2	15.6	10.0	27.8	12.2	18.9	13.3	10.0	7.8	10.0	10.0		
	宿泊業、飲食サービス業	112	20.5	4.5	17.9	8.9	18.8	7.1	11.6	17.0	3.6	0.9	15.2	25.0		
	生活関連サービス業、娯楽業	87	19.5	2.3	21.8	8.0	16.1	5.7	2.3	11.5	1.1	1.1	12.6	31.0		
	教育、学習支援業	46	17.4	6.5	13.0	10.9	17.4	10.9	17.4	21.7	6.5	2.2	15.2	23.9		
	医療業	103	18.4	6.8	18.4	5.8	22.3	3.9	8.7	21.4	4.9	6.8	9.7	23.3		
	社会福祉・介護事業	25	28.0	12.0	16.0	4.0	32.0	0.0	8.0	12.0	20.0	0.0	16.0	12.0		
	その他サービス業	108	16.7	3.7	19.4	4.6	14.8	5.6	9.3	8.3	6.5	2.8	17.6	25.9		
	その他	114	9.6	3.5	14.0	4.4	19.3	3.5	7.0	10.5	6.1	2.6	16.7	36.8		
無回答	30	3.3	6.7	10.0	6.7	16.7	3.3	13.3	13.3	3.3	0.0	10.0	40.0			
別 今 後 の 主 な 事 業 展 開	現状維持	1,053	19.8	5.0	17.6	6.3	20.3	5.9	13.3	11.3	6.5	1.4	13.3	20.7		
	事業の拡大	196	20.4	11.2	20.4	13.8	39.3	13.8	24.5	15.8	12.8	3.6	6.1	5.6		
	事業の縮小	97	17.5	10.3	11.3	6.2	19.6	4.1	12.4	9.3	5.2	4.1	16.5	21.6		
	業種を転換	23	0.0	8.7	13.0	34.8	60.9	8.7	17.4	4.3	26.1	0.0	0.0	13.0		
	譲渡・売却・統合(M&A)	15	13.3	26.7	20.0	0.0	20.0	6.7	20.0	0.0	26.7	6.7	6.7	6.7		
	廃業の予定	96	5.2	3.1	3.1	2.1	9.4	2.1	3.1	1.0	3.1	0.0	25.0	51.0		
	その他	25	4.0	0.0	12.0	4.0	8.0	0.0	4.0	0.0	0.0	4.0	64.0	12.0		
	無回答	98	0.0	0.0	0.0	0.0	3.1	1.0	0.0	0.0	1.0	0.0	1.0	95.9		
業 コ ウ ロ イ 針 ナ ズ を コ 見 口 据 ナ え た ア フ タ ー 主 な 事 業 展 開	市場浸透(既存の市場に既存の製品・商品・サービスを投入する)	409	29.8	9.3	21.8	4.6	24.9	7.1	14.2	14.7	5.9	2.4	6.6	9.5		
	新商品開発(既存の市場に新規の製品・商品・サービスを投入する)	136	20.6	5.9	33.1	15.4	28.7	3.7	25.0	17.6	8.8	2.2	3.7	9.6		
	新市場開拓(新規の市場に既存の製品・商品・サービスを投入する)	174	16.7	6.3	23.0	14.4	37.9	14.9	32.2	14.4	19.0	2.9	1.1	5.2		
	多角化(新規の市場に新規の製品・商品・サービスを投入する)	167	25.7	9.6	18.6	16.8	31.7	13.2	18.0	15.6	10.2	2.4	4.8	5.4		
	その他	276	7.2	3.3	5.4	1.4	14.1	3.6	5.4	4.0	4.3	0.7	55.1	9.4		
無回答	441	7.3	2.7	6.3	2.9	9.5	1.6	4.1	3.4	3.2	0.9	3.6	68.9			

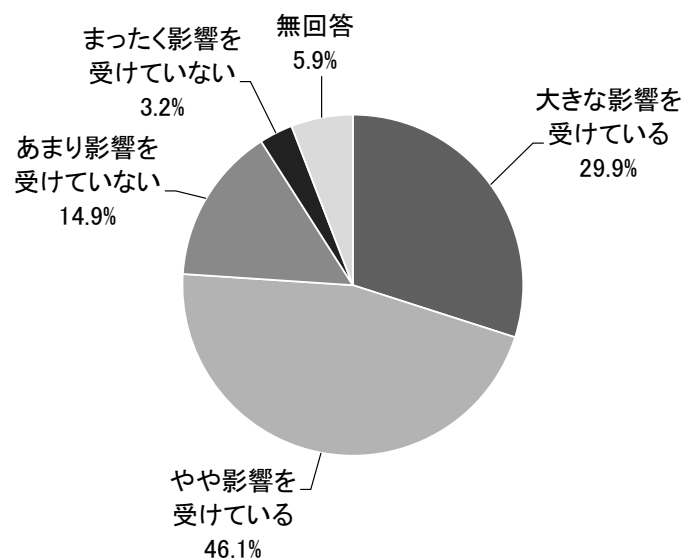
■ 構成比の上位3位

(8) 物価上昇の影響と対応

問 22 物価上昇が貴事業所に与えている影響について、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

- 物価上昇の影響は、「やや影響を受けている」(46.1%) が最も高く、「大きな影響を受けている」(29.9%)、「あまり影響を受けていない」(14.9%) の順で続く。「大きな影響を受けている」と「やや影響を受けている」を合わせた『影響を受けている』(76.0%) は7割台半ば超えを占める。
- 業種別にみると、「運輸業」と「宿泊業, 飲食サービス業」を除くすべての業種で「やや影響を受けている」が最も高い。他の業種に比べて「情報通信業」は「あまり影響を受けていない」と「まったく影響を受けていない」を合わせた『影響を受けていない』(44.4%) が高い。「宿泊業, 飲食サービス業」は『影響を受けている』(93.7%) が9割台半ば近くを占める。
- 従業者規模別にみると、すべての従業者規模で『影響を受けている』が7割以上を占める。
- 今後の主な事業展開別にみると、「事業の縮小」、「業種を転換」、「廃業の予定」は「大きな影響を受けている」が最も高い。
- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響別にみると、「マイナスの影響」は『影響を受けている』(86.8%) が8割台半ば超えを占める。他の影響に比べて「影響はない」は『影響を受けていない』(39.2%) が高い。

物価上昇の影響



n=1,603

物価上昇の影響

(業種別、従業者規模別、今後の主な事業展開別、新型コロナウイルス感染症拡大の影響別)

			(%)				
		合計(n)	受 大 き な 影 響 を 受 け て い る	受 や や 影 響 を 受 け て い る	受 あ ま り 影 響 を 受 け て い ない	受 ま つ た く 影 響 を 受 け て い ない	無 回 答
全体		1,603	29.9	46.1	14.9	3.2	5.9
業 種 別	建設業	267	35.6	55.4	4.9	0.4	3.7
	製造業	79	38.0	51.9	3.8	0.0	6.3
	情報通信業	27	3.7	51.9	29.6	14.8	0.0
	運輸業	44	47.7	29.5	9.1	0.0	13.6
	卸売業	76	36.8	47.4	10.5	1.3	3.9
	小売業	176	37.5	45.5	8.5	1.1	7.4
	金融業、保険業	8	12.5	50.0	37.5	0.0	0.0
	不動産業、物品賃貸業	211	11.8	44.5	30.8	8.5	4.3
	学術研究、専門・技術サービス業	90	12.2	51.1	28.9	2.2	5.6
	宿泊業、飲食サービス業	112	69.6	24.1	0.9	0.9	4.5
	生活関連サービス業、娯楽業	87	33.3	42.5	18.4	1.1	4.6
	教育、学習支援業	46	6.5	54.3	26.1	2.2	10.9
	医療業	103	23.3	50.5	16.5	3.9	5.8
	社会福祉・介護事業	25	28.0	44.0	20.0	4.0	4.0
	その他サービス業	108	25.0	47.2	17.6	4.6	5.6
	その他	114	21.9	43.9	16.7	8.8	8.8
無回答	30	30.0	33.3	16.7	0.0	20.0	
従 業 者 規 模 別	1～4人	1,114	29.4	43.6	16.2	3.9	6.7
	5～9人	221	27.1	53.8	12.7	2.3	4.1
	10～19人	107	29.9	57.0	11.2	0.0	1.9
	20～29人	44	25.0	50.0	15.9	2.3	6.8
	30人以上	63	44.4	41.3	12.7	0.0	1.6
	無回答	54	38.9	46.3	5.6	1.9	7.4
別 今 後 の 主 な 事 業 展 開	現状維持	1,053	28.7	50.1	16.5	3.0	1.6
	事業の拡大	196	28.6	53.1	13.8	3.1	1.5
	事業の縮小	97	45.4	34.0	10.3	3.1	7.2
	業種を転換	23	52.2	30.4	4.3	0.0	13.0
	譲渡・売却・統合(M&A)	15	20.0	53.3	20.0	0.0	6.7
	廃業の予定	96	43.8	36.5	11.5	3.1	5.2
	その他	25	32.0	40.0	12.0	8.0	8.0
	無回答	98	13.3	14.3	10.2	5.1	57.1
拡 大 ス コ ロ ナ 感 染 症 の 影 響 別	マイナスの影響	935	41.2	45.6	9.2	0.6	3.4
	プラスの影響	36	13.9	55.6	25.0	5.6	0.0
	影響はない	367	9.8	49.3	29.7	9.5	1.6
	分からない	191	24.1	51.3	17.3	2.1	5.2
無回答	74	10.8	18.9	2.7	5.4	62.2	

■ 構成比が最も高い

【ヒアリング調査結果】

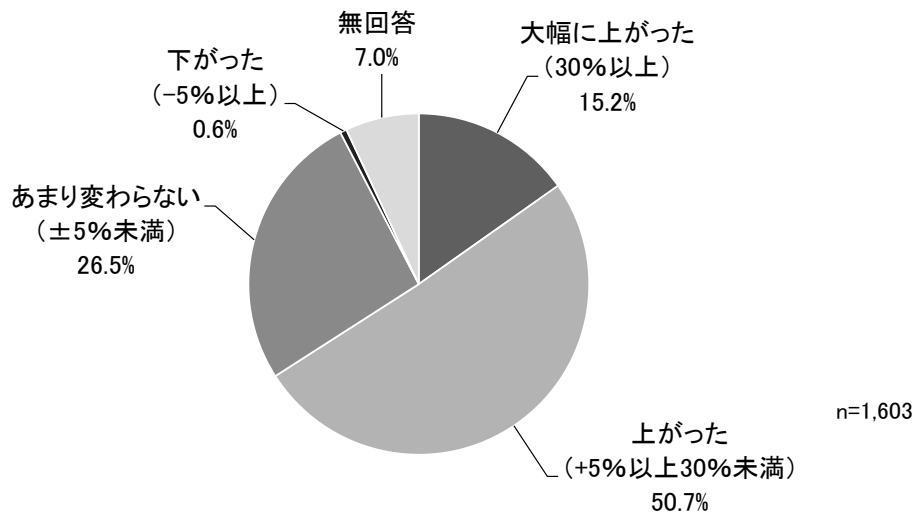
- ウッドショックの影響で、建築資材が高騰している。(建設業、1～4人)
- ウクライナ侵攻により、一時的に鋼材が高騰したが、令和4年になって落ち着いてきた。(卸売業、1～4人)
- 為替の影響もあって、仕入価格が10%以上上昇している。また、動力用冷蔵庫を使用しているため、電気料金の上昇も、大きな負担となっている。(小売業、30人以上)

問 23 前年同月（令和3（2021）年9月時）と比べて、事業に係る物価の上昇状況は、次のどれに該当しますか。（それぞれ当てはまるもの1つに○）

①仕入価格（原材料価格・部材価格等）

● 前年同月と比べた仕入価格（原材料価格・部材価格等）の上昇状況は、「上がった（+5%以上 30%未満）」（50.7%）が最も高く、「あまり変わらない（±5%未満）」（26.5%）、「大幅に上がった（30%以上）」（15.2%）の順で続く。「大幅に上がった（30%以上）」と「上がった（+5%以上 30%未満）」を合わせた『上がった』（65.9%）は6割台半ばを占める。

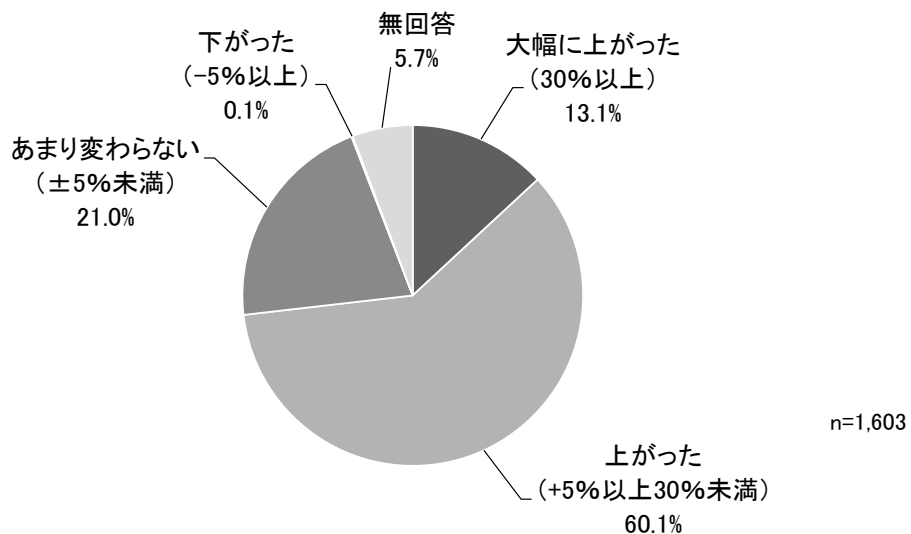
仕入価格(原材料価格・部材価格等)の上昇状況



②エネルギーコスト（光熱水費等）

● 前年同月と比べたエネルギーコスト（光熱水費等）の上昇状況は、「上がった（+5%以上 30%未満）」（60.1%）が最も高く、「あまり変わらない（±5%未満）」（21.0%）、「大幅に上がった（30%以上）」（13.1%）の順で続く。「大幅に上がった（30%以上）」と「上がった（+5%以上 30%未満）」を合わせた『上がった』（73.2%）は7割台半ば近くを占める。

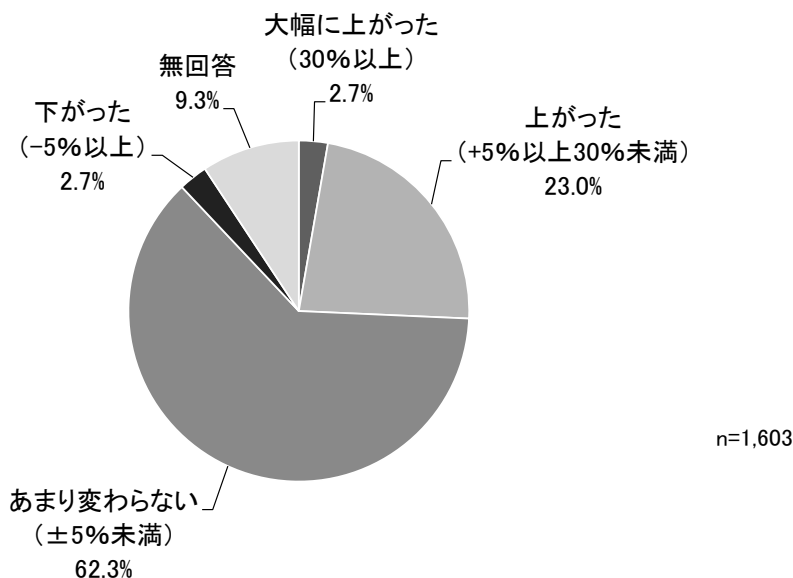
エネルギーコスト(光熱水費等)の上昇状況



③ 労務費

- 前年同月と比べた労務費の上昇状況は、「あまり変わらない（±5%未満）」（62.3%）が最も高く、「上がった（+5%以上 30%未満）」（23.0%）、「大幅に上がった（30%以上）」（2.7%）と「下がった（-5%以上）」（2.7%）の順である。

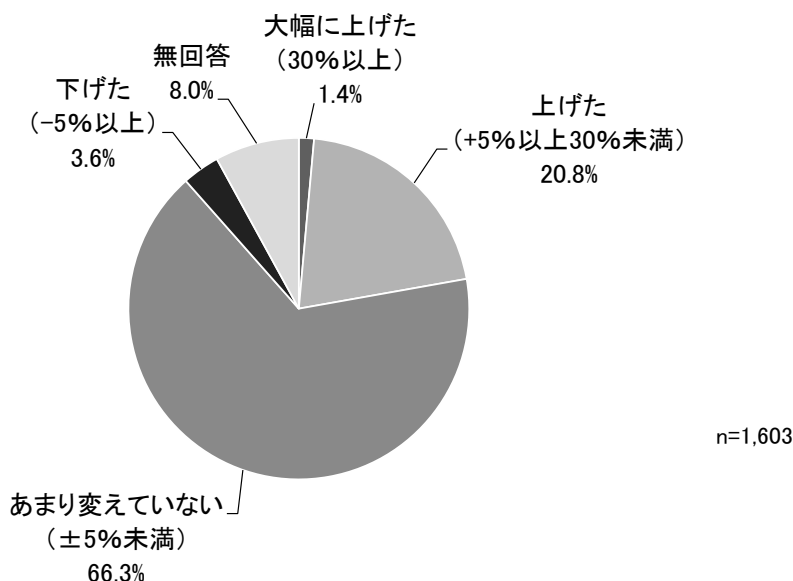
労務費の上昇状況



④ 販売価格（製品・商品・サービス単価）

- 前年同月と比べた販売価格（製品・商品・サービス単価）の上昇状況は、「あまり変えていない（±5%未満）」（66.3%）が最も高く、「上げた（+5%以上 30%未満）」（20.8%）、「下げた（-5%以上）」（3.6%）の順で続く。

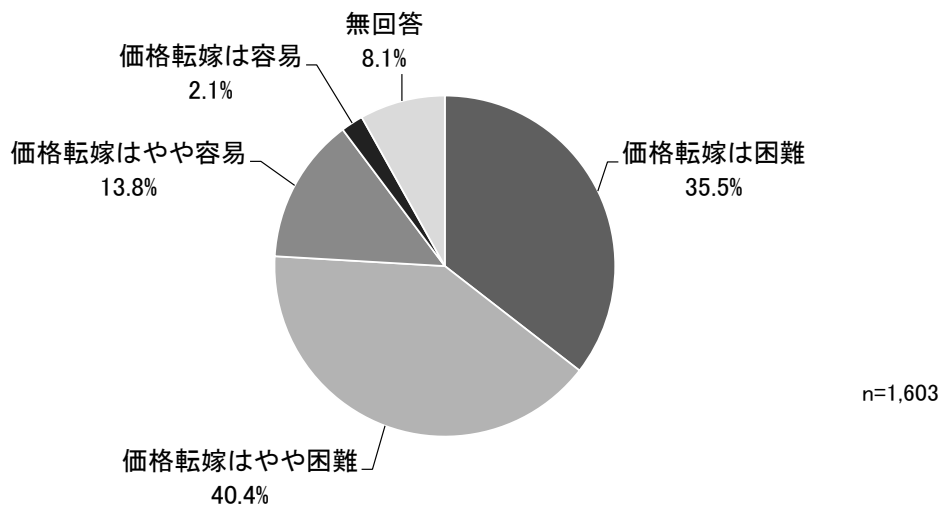
販売価格（製品・商品・サービス単価）の上昇状況



問 24 物価の上昇を製品・商品・サービスの価格に転嫁できる見通しは、次のどれに該当しますか。
 (当てはまるもの1つに○)

- 価格転嫁できる見通しは、「価格転嫁はやや困難」(40.4%)が最も高く、「価格転嫁は困難」(35.5%)、「価格転嫁はやや容易」(13.8%)の順で続く。「価格転嫁は困難」と「価格転嫁はやや困難」を合わせた『価格転嫁は困難』(75.9%)は7割台半ばを占める。
- 業種別にみると、「製造業」、「運輸業」、「卸売業」を除くすべての業種で『価格転嫁は困難』が7割以上である。他の業種に比べて「卸売業」は「価格転嫁はやや容易」と「価格転嫁は容易」を合わせた『価格転嫁は容易』(40.8%)が高い。
- 従業員規模別にみると、すべての従業員規模で「価格転嫁はやや困難」が最も高く、『価格転嫁は困難』は7割以上を占める。
- 今後の主な事業展開別にみると、「事業の縮小」と「廃業の予定」は「価格転嫁は困難」が最も高い。
- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響別にみると、「マイナスの影響」は『価格転嫁は困難』(81.8%)が8割強を占める。他の影響に比べて「プラスの影響」は『価格転嫁は容易』(36.2%)が高い。

価格転嫁できる見通し



価格転嫁できる見通し

(業種別、従業者規模別、今後の主な事業展開別、新型コロナウイルス感染症拡大の影響別)

			(%)				
		合計(n)	困難 価格 転嫁 は	やや 困難 価格 転嫁 は	やや 容易 価格 転嫁 は	容易 価格 転嫁 は	無 回 答
全体		1,603	35.5	40.4	13.8	2.1	8.1
業 種 別	建設業	267	28.1	48.3	18.4	0.7	4.5
	製造業	79	30.4	35.4	21.5	6.3	6.3
	情報通信業	27	29.6	55.6	3.7	3.7	7.4
	運輸業	44	31.8	36.4	18.2	0.0	13.6
	卸売業	76	17.1	38.2	39.5	1.3	3.9
	小売業	176	27.8	44.9	17.6	4.0	5.7
	金融業、保険業	8	75.0	0.0	12.5	0.0	12.5
	不動産業、物品賃貸業	211	45.5	32.7	4.7	0.9	16.1
	学術研究、専門・技術サービス業	90	43.3	35.6	13.3	4.4	3.3
	宿泊業、飲食サービス業	112	32.1	50.0	12.5	0.9	4.5
	生活関連サービス業、娯楽業	87	48.3	37.9	5.7	2.3	5.7
	教育、学習支援業	46	41.3	39.1	8.7	0.0	10.9
	医療業	103	46.6	38.8	5.8	1.9	6.8
	社会福祉・介護事業	25	52.0	28.0	8.0	4.0	8.0
	その他サービス業	108	31.5	39.8	17.6	2.8	8.3
	その他	114	37.7	36.8	8.8	1.8	14.9
無回答	30	33.3	40.0	10.0	3.3	13.3	
従 業 者 規 模 別	1~4人	1,114	37.3	39.3	11.8	2.5	9.1
	5~9人	221	32.6	40.3	20.8	0.9	5.4
	10~19人	107	30.8	47.7	19.6	0.0	1.9
	20~29人	44	34.1	40.9	11.4	4.5	9.1
	30人以上	63	30.2	49.2	17.5	1.6	1.6
	無回答	54	27.8	38.9	13.0	1.9	18.5
別 今 後 の 主 な 事 業 展 開	現状維持	1,053	36.6	41.8	13.8	1.9	6.0
	事業の拡大	196	27.0	50.0	17.9	1.5	3.6
	事業の縮小	97	44.3	40.2	8.2	2.1	5.2
	業種を転換	23	21.7	43.5	26.1	8.7	0.0
	譲渡・売却・統合(M&A)	15	13.3	53.3	20.0	0.0	13.3
	廃業の予定	96	49.0	20.8	15.6	3.1	11.5
	その他	25	36.0	40.0	12.0	0.0	12.0
無回答	98	25.5	23.5	7.1	4.1	39.8	
拡 大 の 影 響 別	マイナスの影響	935	39.6	42.2	11.8	1.6	4.8
	プラスの影響	36	19.4	38.9	30.6	5.6	5.6
	影響はない	367	30.0	39.8	18.5	3.3	8.4
	分からない	191	33.5	40.3	14.1	1.6	10.5
	無回答	74	24.3	21.6	8.1	2.7	43.2

■ 構成比が最も高い

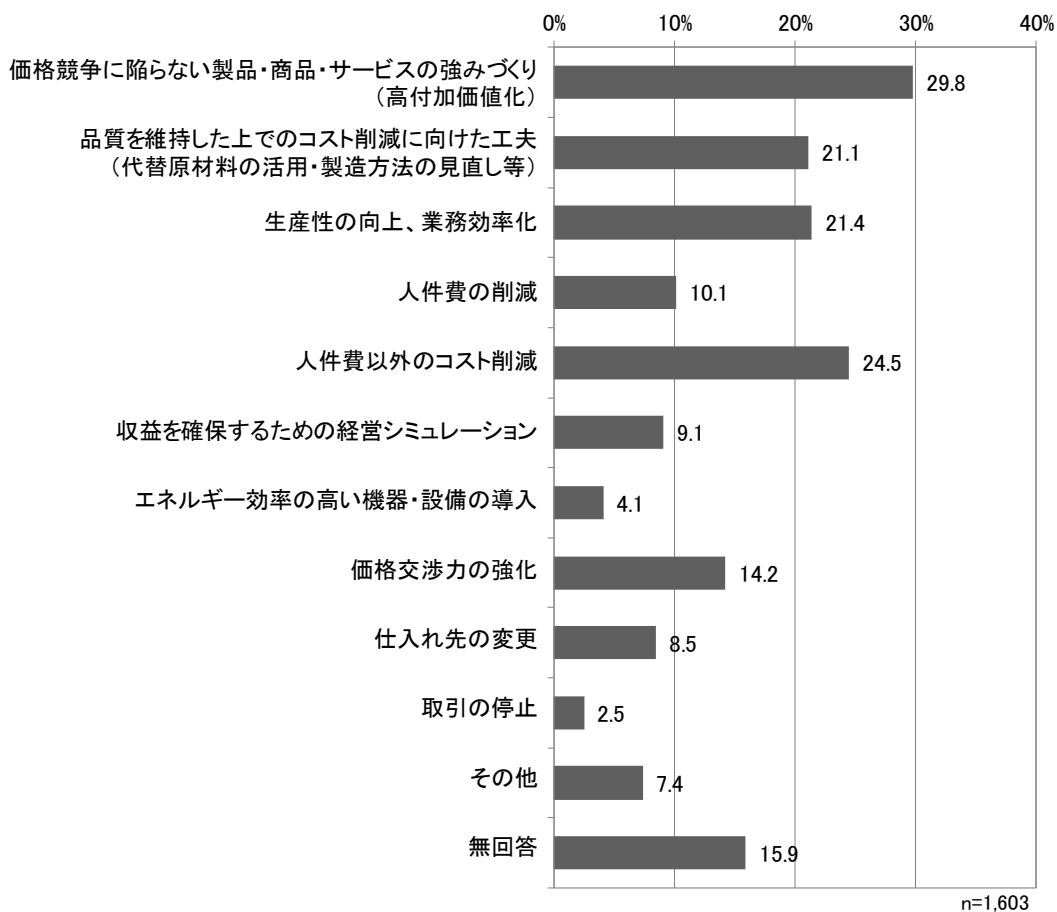
【ヒアリング調査結果】

- 工事価格は1年前の見積り時に決定しているため、施工時にウッドショックの影響等で建築資材が高騰していても、値上げすることができない。(建設業、30人以上)
- 素材の価格は上昇しているが、当社の製品は需要があるため、価格転嫁は容易である。(卸売業、1~4人)
- 価格を上げると発注してもらえないのではないかと不安に思う。新規の顧客に対しては少し価格を上げて提案することもあるが、既存の顧客に対して、価格を上げることは困難である。(学術研究・専門・技術サービス業、1~4人)
- 他の企業よりも、基本料金が安く、融通が利くことを強みとしてきた当社にとって、価格を上げることはリスクが大きい。(その他サービス業、5~9人)

問 25 価格転嫁できない場合の対応として、現在取り組んでいること、または取り組みたいことは何ですか。(最も当てはまるもの3つまでに○)

- 価格転嫁できない場合の対応は、「価格競争に陥らない製品・商品・サービスの強みづくり（高付加価値化）」（29.8%）が最も高く、「人件費以外のコスト削減」（24.5%）、「生産性の向上、業務効率化」（21.4%）の順で続く。
- 業種別にみると、「建設業」、「製造業」、「運輸業」、「不動産業、物品賃貸業」、「社会福祉・介護事業」を除くすべての業種で「価格競争に陥らない製品・商品・サービスの強みづくり（高付加価値化）」が最も高い。「建設業」、「情報通信業」、「運輸業」、「卸売業」は「価格交渉力の強化」が2割以上である。「製造業」は「生産性の向上、業務効率化」（38.0%）が最も高い。「宿泊業、飲食サービス業」は「品質を維持した上でのコスト削減に向けた工夫（代替原材料の活用・製造方法の見直し等）」（42.9%）が4割強である。他の業種に比べて「社会福祉・介護事業」は「人件費以外のコスト削減」（52.0%）が高い。
- 従業員規模別にみると、『29人以下』では従業員規模が大きくなるほど「人件費以外のコスト削減」と「収益を確保するための経営シミュレーション」が高くなる傾向が見られる。他の従業員規模に比べて「5～9人」は「価格交渉力の強化」（17.2%）と「仕入れ先の変更」（11.8%）が高い。「30人以上」は「価格競争に陥らない製品・商品・サービスの強みづくり（高付加価値化）」（44.4%）と「生産性の向上、業務効率化」（42.9%）が4割以上である。

価格転嫁できない場合の対応



価格転嫁できない場合の対応(業種別、従業者規模別)

(%)

		付加価値化)	品・サービスに 価格競争に 価格競争に 価格競争に 価格競争に	活用・製造 方法の 見直し等	品質を維持 した上で の コスト削減	生産性の 向上、 業務 効率化	人件費の 削減	人件費 以外の コスト 削減	収益を 確保 する ための 経営 シ ミュ レー シ ョ ン	エネルギー 効率の 高い 機器・ 設 備の 導入	価格交渉 力の 強化	仕入れ 先の変 更	取引の 停止	その他	無回答	
	合計(n)															
全体	1,603	29.8	21.1	21.4	10.1	24.5	9.1	4.1	14.2	8.5	2.5	7.4	15.9			
業 種 別	建設業	267	21.7	28.8	31.1	10.9	35.6	9.4	4.1	27.0	9.7	2.6	3.0	10.9		
	製造業	79	31.6	31.6	38.0	5.1	17.7	2.5	3.8	13.9	12.7	3.8	5.1	12.7		
	情報通信業	27	37.0	3.7	29.6	14.8	25.9	7.4	0.0	22.2	0.0	0.0	11.1	3.7		
	運輸業	44	13.6	2.3	25.0	9.1	34.1	4.5	18.2	22.7	2.3	4.5	4.5	27.3		
	卸売業	76	36.8	21.1	21.1	13.2	34.2	9.2	2.6	22.4	11.8	6.6	5.3	6.6		
	小売業	176	37.5	17.6	14.8	11.9	25.6	9.1	0.6	11.4	9.1	2.3	8.5	15.9		
	金融業、保険業	8	37.5	12.5	25.0	25.0	25.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0		
	不動産業、物品賃貸業	211	19.4	13.3	12.8	9.0	19.9	13.7	4.7	11.8	6.2	1.4	12.3	20.9		
	学術研究、専門・技術サービス業	90	42.2	22.2	26.7	7.8	17.8	6.7	2.2	17.8	4.4	6.7	5.6	6.7		
	宿泊業、飲食サービス業	112	42.9	42.9	12.5	7.1	21.4	8.0	3.6	3.6	18.8	0.9	3.6	15.2		
	生活関連サービス業、娯楽業	87	35.6	14.9	13.8	12.6	23.0	8.0	5.7	5.7	13.8	1.1	5.7	16.1		
	教育、学習支援業	46	50.0	8.7	23.9	6.5	23.9	15.2	6.5	2.2	2.2	0.0	10.9	15.2		
	医療業	103	30.1	21.4	15.5	9.7	24.3	9.7	8.7	4.9	7.8	2.9	9.7	19.4		
	社会福祉・介護事業	25	24.0	24.0	32.0	24.0	52.0	8.0	0.0	0.0	4.0	0.0	16.0	8.0		
	その他サービス業	108	28.7	21.3	25.9	6.5	13.9	8.3	3.7	13.9	5.6	2.8	11.1	15.7		
その他	114	21.9	14.0	17.5	13.2	16.7	9.6	3.5	13.2	5.3	0.9	7.0	28.9			
無回答	30	23.3	20.0	23.3	6.7	10.0	3.3	0.0	20.0	6.7	3.3	6.7	33.3			
従 業 者 規 模 別	1~4人	1,114	28.5	20.6	15.4	9.9	20.1	8.2	4.0	14.0	8.3	2.9	7.6	18.5		
	5~9人	221	33.5	19.0	35.3	9.0	32.6	10.9	2.3	17.2	11.8	2.7	8.1	8.6		
	10~19人	107	30.8	29.9	41.1	12.1	42.1	14.0	6.5	15.0	6.5	0.0	2.8	5.6		
	20~29人	44	29.5	20.5	29.5	15.9	45.5	15.9	6.8	15.9	2.3	0.0	6.8	13.6		
	30人以上	63	44.4	23.8	42.9	11.1	36.5	7.9	9.5	11.1	1.6	1.6	6.3	3.2		
	無回答	54	20.4	20.4	18.5	9.3	14.8	7.4	0.0	7.4	16.7	1.9	9.3	29.6		

■ 構成比が最も高い

【ヒアリング調査結果】

- 複数の事業者が、共通して使用する消耗品等を共同購入することで、コスト削減につながると考えられる。少しでも製品・サービスの価格を抑えるため、こうした消耗品の区内事業者による共同仕入れを支援する仕組みを練馬区に作って欲しい。(生活関連サービス業、1~4人)

(9) 産業振興施策への意見

練馬区の産業振興施策について、ご意見・要望などありましたら、自由にご記入ください。(一部抜粋)

【資金繰り、給付支援について】

- ・今後とも低金利の融資・利子補給は継続していただきたいです。(建設業、5～9人)
- ・事業継続のため、開発支援・ものづくり支援等の助成金を複数年受けられる仕組みがあればよいと思います。(製造業、1～4人)
- ・コロナ禍の影響により、売上が減少した商店への支援を行って欲しいです。(小売業、1～4人)
- ・倒産や廃業を防ぐため、個人事業主への資金援助、経営サポート、事業継続支援金等があればよいと思います。(小売業、1～4人)
- ・借入金返済期間の延長を望みます。(小売業、1～4人)
- ・融資枠の拡大を望みます。(小売業、1～4人)
- ・区内事業者だけを対象とした給付金があると助かります。(生活関連サービス業、娯楽業、5～9人)
- ・浴場業としては、光熱費等のコストが負担となるため、ガス代を支援して欲しいです。(生活関連サービス業、娯楽業、5～9人)
- ・ホームページの作成を対象とした助成金があればよいと思います。(社会福祉・介護事業、20～29人)
- ・設備の老朽化により費用が発生した場合の支援があればよいと思います。(その他サービス業、1～4人)
- ・コロナ禍において営業活動の制約がなされ、その影響から回復するには時間が必要です。その期間をケアする資金調達支援が必要と思います。(その他、1～4人)

【相談支援について】

- ・事業を軌道に乗せるためのアドバイスをして欲しいです。(情報通信業、5～9人)
- ・夜間も対応できる無料の相談窓口を充実させて欲しいです。(小売業、1～4人)
- ・個人事業主でも売上アップが見込めるアイデアを提案いただけるセミナー等があったら参加したいです。(医療業、1～4人)
- ・各事業所への定期訪問を増やす等、事業者へのアドバイスを充実して欲しいです。(その他サービス業、20～29人)
- ・経営コンサルタントの指導を費用負担がない形で受けたいです。(その他、1～4人)

【マッチング支援について】

- ・トラック運送事業者に対して、駐車場用地をあっせんまたは紹介して欲しいです。(運輸業、1～4人)
- ・区内事業者がそれぞれの得意分野を紹介し、情報交換等ができるマッチング会を実施して欲しいです。(不動産業、物品賃貸業、1～4人)

- ・市場調査・マーケティングリサーチに関する事業を行っていますが、地元の小さな企業や商店の手助けになるような仕事があればと思います。マッチングの機会があれば利用したいです。(学術研究, 専門・技術サービス業、1～4人)
- ・区民が利用できるデジタルサービスの開発やものづくりの支援を積極的に行い、区民サービスの向上を目的としたコンペやマッチングなどを行って欲しいです。(その他サービス業、1～4人)

【雇用支援について】

- ・区が雇用促進の場を設定して欲しいです。(教育, 学習支援業、30人以上)
- ・職員の雇用を守れる様な施策を考えて欲しいです。(医療業、5～9人)
- ・区内での雇用創出の取組をして欲しいです。(社会福祉・介護事業、1～4人)

【創業支援について】

- ・創業者が数年間利用できる施設の整備を望みます。成功した場合には区内で継続して事業ができるよう、不動産賃貸の優遇制度等を検討するとよいと思います。(小売業、1～4人)

【その他の支援について】

- ・廃業への負担を小さくする仕組みづくりや M&A の普及等に取り組んで欲しいです。(学術研究, 専門・技術サービス業、1～4人)
- ・やる気のある中小企業への支援を充実して欲しいです。(学術研究, 専門・技術サービス業、1～4人)
- ・区の入札案件は、可能な限り区内事業者を優先して欲しいです。(建設業、20～29人)
- ・区の産業振興施策を知っている人は知っている、知らない人は知らないというような事がないよう、情報発信のあり方を工夫して欲しいです。(その他サービス業、1～4人)

3 調査総括

事業所実態調査結果（アンケート調査およびヒアリング調査）の総括として、下記のとおり取りまとめた。

(1) 事業所の概要

ア 地域特性

- ・業種は、「建設業」（16.7%）が最も高く、ついで「不動産業、物品賃貸業」（13.2%）、「小売業」（11.0%）、「宿泊業、飲食サービス業」（7.0%）と続き、多様な業種で構成されている。
- ・企業形態は、「法人」（61.3%）、「個人事業者」（37.9%）となっている。
- ・平成 15 年以前の創業が 7 割強を占めており、このうち創業年が「昭和 60 年～平成 15 年」が 3 割強と最も高い。業種別では、「製造業」に創業年が古い事業者が多く、「情報通信業」で新しい事業者が多い。
- ・従業員規模は、「1～4 人」（69.5%）が最も高く、ついで「5～9 人」（13.8%）、「10～19 人」（6.7%）と続き、従業員 19 人以下の事業者が 9 割を占める。
- ・従業員の平均年齢は、「50 歳代」（29.6%）が最も高く、ついで「60 歳代～」（29.1%）、「40 歳代」（20.8%）と続き、従業員の平均年齢 50 歳代以上の事業者が 6 割近くを占める。
- ・従業員の区内居住者数は、「1～4 人」が 7 割近くを占める。
- ・他事業所の有無は、「当事業所が本所・本社・本店で、他に事業所はない（単独事業所）」が 8 割台半ばを占める。

イ 経営状況

- ・直近決算の経営状況は、「赤字基調」（38.1%）が最も高く、ついで「収支均衡」（30.7%）、「黒字基調」（27.6%）と続く。
- ・直近決算の年間売上高は、「1 千万円以上 5 千万円未満」（30.0%）が最も高く、ついで「3 百万円未満」（16.7%）、「5 百万円以上 1 千万円未満」（16.3%）と続き、売上高 5 千万円未満の事業者が 7 割強を占める。
- ・また、直近決算の年間売上高「3 百万円未満」の事業者は、「3 百万円以上」の事業者と比較して、今後の事業展開を「廃業の予定」と回答した割合が高い。
- ・経営上の課題は、「コロナ禍による経営悪化からの脱却」（43.6%）が最も高く、ついで「人材の確保・育成、働き方の改善」（28.0%）、「原油価格・物価の高騰による収益性の低下」（26.9%）と続く。営業力の強化や業務の効率化等の自社内の経営課題（内的要因）だけでなく、コロナ禍や原油価格・物価高騰といった外部環境の影響による経営課題（外的要因）も抱えていることがうかがえる。

(2) 販売・販路拡大

ア 販売先・取引先等の現況

- ・主な顧客・取引先は、「消費者（B to C）」（38.1%）が最も高く、ついで「法人（B to B）」（30.8%）、「法人・消費者の両方」（26.6%）と続く。
- ・主な商圈・取引先は、「東京都内」（45.4%）が最も高く、ついで「区内」（30.3%）、「国内」（21.3%）と続き、7割台半ばの事業者が東京都内を主な商圈としている。「製造業」および「卸売業」は、「国内」の割合が5割を超えており、商圈の広域化がみられる。
- ・拡大したい販売先・取引先のターゲットは、「区民（区内）」（50.0%）が最も高く、特に「宿泊業、飲食サービス業」、「生活関連サービス業、娯楽業」、「教育、学習支援業」、「医療業」、「社会福祉・介護事業」ではその割合が8割を超えている。
- ・今後拡大したい販売先・取引先は、「新たな顧客層」（47.7%）が「従来の顧客層」（43.7%）を上回っている。
- ・ヒアリング調査では、インターネット販売が普及し価格競争が激しくなるなか、価格競争に陥らないような商品・サービスの高付加価値化や差別化に向けた様々な取組が聞かれた。例えば、家電小売業では、「故障時にはスピーディーに出張して修理を行う等、アフターサービスを充実させることで、差別化を図っている」といった話が聞かれた。

イ 課題

- ・販売・販路の拡大における課題は、「顧客・取引先の減少」（46.7%）が最も高く、ついで「客単価の低下」（25.5%）、「情報発信力の弱さ」（20.2%）と続く。

ウ 求められる支援策

- ・販売・販路の拡大に向けて必要な支援策は、「製品・商品・サービスや店舗の情報発信」（24.0%）が最も高く、ついで「店舗・施設の改築支援」（22.8%）と続く。
- ・ヒアリング調査では、「製品・商品・サービスや店舗の情報発信」の手法として、自社のホームページや利用率の高い業界誌等の媒体を活用した情報発信の取組が聞かれる一方で、「Web 広告への掲載を検討したいが、効果が分からないためアドバイスが欲しい」といった要望もあった。
- ・「店舗・施設の改築支援」については、「宿泊業、飲食サービス業」および「医療業」の4割を超える事業者が求めており、コロナ禍による感染対策の影響がうかがえる。
- ・新規顧客の開拓に向けて、ヒアリング調査では、「エンドユーザーと直接取引をするためのマッチング機会があるとよい」、「区内の事業者間でのマッチング機会があるとよい」、「独自メニューを開発するため、農業者とのマッチング機会があるとよい」といった要望があった。

(3) デジタル化への取組

ア デジタル化の現況

- ・事業活動のデジタル化への取組状況については、「取り組む必要がなく、予定もない」(22.5%) が最も高く、ついで「すでに取り組んでおり、とくに問題はない」(21.5%)、「関心はあるが、取り組んでいない」(16.4%) と続く。
- ・「取り組む必要がなく、予定もない」と回答した割合は、従業員規模「1～4人」の事業者が最も高く、ついで従業員規模「5～9人」と続く。従業員規模が小さい事業者は、デジタル化に向けた取組の必要性等を感じていない傾向がみられる。ヒアリング調査でも、「デジタル化を無理に進めなくても問題なく仕事を回せる」といった声が聞かれた。
- ・今後、重点的に取り組んでいきたいデジタル化は、「事業所内の業務効率化・管理(人事労務管理、会計・経営資料作成・分析、その他業務効率化)」(39.7%) が最も高く、ついで「販売(顧客・販売管理のデジタル化、HP、ネット販売、Web 商談、支払決済のキャッシュレス化)」(36.8%)、「コミュニケーション(電子メール・社内 SNS、Web 会議システム、グループウェア等)」(34.3%) と続く。

イ 課題

- ・デジタル化への取り組みにおける課題は、「技術に詳しい人材がいない」(42.5%) が最も高く、ついで「対応する人員が不足」(35.5%)、「資金的余裕がない」(33.3%) と続く。ヒアリング調査でも、「デジタル対応のための専属人材を配置する余裕がない」といった意見があり、人材面や資金面に課題があることがうかがえる。
- ・また、従業員規模「1～4人」の事業者は、「5人以上」の事業者と比較して、「取り組むきっかけがない」、「何から手をつければ良いのか分からない」と回答した割合が高い。従業員規模が小さい事業者は、デジタル化を進める動機づけが弱く、理解も進んでいないことがうかがえる。
- ・デジタル化への取組状況について、「関心はあるが、取り組んでいない」と回答した事業者は、「すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない」、「これから取り組もうとしている」と回答した事業者と比較して、「具体的メリットが分からない」と回答した割合が高く、取組効果への理解が進んでいないことがうかがえる。

ウ 求められる支援策

- ・デジタル化に向けて必要な支援策は、「デジタル化に向けた相談・アドバイス」(40.5%) が最も高く、ついで「IT システム等(ソフトウェア)の導入資金の調達支援」(26.4%)、「IT 機器等(ハードウェア)の導入資金の調達支援」(25.6%) と続く。
- ・また、デジタル化への取組状況について、「すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない」と回答した事業者の約2割が、「関心はあるが、取り組んでいない」と回答した事業者の2割弱が、それぞれ「デジタル化に関するセミナー・研修会の開催」と回答しており、ヒアリング調査でも「初歩的なことから学ぶことができる場があるとよい」といった声が聞かれた。

(4) 人材の確保・育成

ア 人材確保の現況

- ・人材確保状況は、「概ね適当・不足していない」(65.8%)が「不足している」(26.1%)を大きく上回っている。
- ・従業者規模が大きくなるほど人材の不足感が高くなる傾向がみられ、従業者規模が「30人以上」の事業者は、「不足している」が7割近い。
- ・また、今後の事業展開について、「事業の拡大」と回答した事業者は、「不足している」が約5割である。
- ・不足している業種をみると、「社会福祉・介護事業」(68.0%)や「建設業」(47.9%)が高い一方で、「不動産業、物品賃貸業」(9.0%)は低く、業種により不足感が異なっている。
- ・不足している職種は、「その他」(38.0%)が最も高く、ついで「営業」(33.7%)、「販売」(14.4%)、「デジタル人材」(12.4%)、「事務職」(12.4%)と続く。「その他」の回答には、「現場作業員」、「職人」、「技術者」等があげられている。

イ 課題

- ・人材の確保・育成における課題は、「即戦力となる中途採用人材の確保」(29.8%)が最も高く、「その他」(15.1%)、「働く環境の向上(勤務時間、在宅勤務、福利厚生等)」(14.5%)、「若い人材のスキル・技術の向上」(12.5%)と続く。「その他」の回答には、「技術の承継者の不在」、「資金不足」等があげられている。
- ・ヒアリング調査では、「新卒者を教育する時間が取れない」といった意見があった一方で、経験年数が浅い社員が新入社員の教育係を担当することで、経験年数の浅い職員のヒューマンスキル向上へとつなげていく事例もあった。
- ・また、従業者規模が大きくなるほど「新卒人材の確保」と回答する割合が高くなる傾向がみられ、従業者規模「30人以上」の事業者の約3割が、従業者規模「20～29人」の事業者の2割台半ばが、それぞれ「新卒人材の確保」を課題としている。
- ・ヒアリング調査では、若い人材は大企業志向があり、中小企業においては、若い人材の確保が困難となっているといった声も聞かれた。

ウ 求められる支援策

- ・人材の確保・育成に向けて必要な支援策は、「中途採用に向けた試用雇用に対する資金支援」(16.7%)が最も高く、ついで「事業所・オフィスの働きやすい環境整備への支援」(16.4%)、「福利厚生サービス支援」(14.7%)と続く。
- ・特に「人材が不足している」と回答した事業者は、「中途採用に向けた試用雇用に対する資金支援」が3割台半ばを占める。
- ・ヒアリング調査では、人材の紹介、マッチング等の支援を希望する声が聞かれたほか、業種に限定した求人サイトの活用も効果的であるとの意見がみられた。
- ・また、従業員の人材育成に当たっては、専門的知識や技術の向上に向けた取組だけでなく、コミュニケーション能力等の社会性を高めることも必要となるとの意見もあった。

(5) 事業承継

ア 経営者の現況

- ・代表者の年齢は、「50歳代」(26.9%)が最も高く、ついで「60歳代」(25.0%)、「70歳代」(24.9%)と続き、代表者の年齢50歳代以上の事業者が8割台半ば超えを占める。また、代表者の年齢70歳代以上の事業者は3割台半ばを占めており、高齢化がうかがえる。

イ 課題

- ・事業承継における課題は、「事業の将来性」(57.6%)が最も高く、ついで「後継者の育成」(37.5%)、「後継者探し」(36.7%)と続く。「事業の将来性」が最も高いことから、経営者が事業の将来性に不安を感じて、承継後における事業の継続性に懸念を示している状況がうかがえる。

ウ 求められる支援策

- ・事業承継に向けて必要な支援策は、「後継者の育成支援」(17.8%)が最も高く、ついで「事業承継に関する相談窓口の設置」(15.8%)、「その他」(14.2%)、「事業承継に伴う資金調達支援(株買取資金・相続税資金等)」(13.6%)と続く。「その他」の回答には、「事業継続のための支援」等があげられている。
- ・ヒアリング調査でも、「事業譲渡は、確認する項目が多いため、広い視点で助言する専門家が必要である」といった意見がみられた。

(6) 新型コロナウイルス感染症の影響、物価上昇の影響、ウィズコロナ・アフターコロナを見据えた今後の事業展開

ア 新型コロナウイルス感染症の影響

- ・新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う、現在の経営や事業活動への影響は、「マイナスの影響」が6割近くを占める。
- ・「マイナスの影響」の内容は、「売上高の低下」(81.2%)が最も高く、ついで「来店者数の減少」(32.0%)、「営業・販売活動の停滞」(28.1%)と続く。
- ・新型コロナウイルス感染症の発生前(令和元(2019)年)と現在を比較した「売上高」については『減少』が6割強、「経常損益」についても『減少』が6割弱をそれぞれ占める。
- ・一方で、「仕入先数」、「販売先数」、「借入金残高」、「設備投資額」、「事業所数・店舗数」、「従業員数」は「変わらない」が最も高い。
- ・また、「資金繰り」は「横ばい」(58.5%)が最も高く、ヒアリング調査でも、「融資制度の活用により、事業継続した」といった声が聞かれた。

イ 物価上昇の影響

- ・物価上昇の影響は、「やや影響を受けている」(46.1%)が最も高く、ついで「大きな影響を受けている」(29.9%)、「あまり影響を受けていない」(14.9%)と続き、影響を受けている事業者は7割台半ば超えを占める。
- ・新型コロナウイルス感染症の影響について「マイナスの影響」と回答した事業者の8割台半ば超えが、物価上昇についても影響を受けており、双方の影響を受けて厳しい事業環境下にあることが推察される。
- ・令和3(2021)年9月時と比べた事業に係る物価の上昇状況では、「エネルギーコスト」については事業者の7割台半ば近くが、「仕入価格」については事業者の6割台半ばが、それぞれ上昇したと回答している。
- ・価格転嫁できる見通しは、「価格転嫁はやや困難」(40.4%)が最も高く、ついで「価格転嫁は困難」(35.5%)、「価格転嫁はやや容易」(13.8%)と続き、価格転嫁が困難な事業者は7割台半ばを占める。ヒアリング調査でも、「顧客への見積り時期が仕入時期よりも先行しており見積額を変更できない」といった声が聞かれた。
- ・価格転嫁できない場合の対応は、「価格競争に陥らない製品・商品・サービスの強みづくり(高付加価値化)」(29.8%)が最も高く、ついで「人件費以外のコスト削減」(24.5%)、「生産性の向上、業務効率化」(21.4%)と続く。

ウ 今後の事業展開と求められる支援策

- ・コロナ禍前までの売上高に回復すると想定される時期は、「今後1年超3年以内を予定」(35.8%)が最も高く、ついで「回復しない」(30.8%)、「今後3年超5年以内を予定」(15.8%)と続く。
- ・ウィズコロナ・アフターコロナを見据えた主な事業方針は、「市場浸透(既存の市場に既存の製品・商品・サービスを投入する)」(25.5%)が最も高く、ついで「その他」(17.2%)、「新市場開拓(新規の市場に既存の製品・商品・サービスを投入する)」(10.9%)と続く。「その他」の回答には、「顧客を増やす」、「どうしたらよいか分からない」等があげられている。

- ・ 今後の事業展開に向けて必要な支援策は、「事業展開に向けた活動資金の調達支援」(21.3%) が最も高く、ついで「自事業所の強み・課題の分析へのアドバイス」(17.1%)、「製品・商品・サービスの魅力・質の向上支援」(15.5%) と続く。
- ・ ウィズコロナ・アフターコロナを見据えた主な事業方針で最も割合が高かった「市場浸透(既存の市場に既存の製品・商品・サービスを投入する)」のなかでは、「自事業所の強み・課題の分析へのアドバイス」(29.8%) が最も高く、既存の市場への製品・商品・サービスの投入を前提とした自社の事業の分析支援を求めていることがうかがえる。

4 アンケート調査票

アンケート調査票

I 貴事業所の概要

貴事業所の概要についてご記入ください。選択肢は当てはまるもの1つに○を付けてください。

創業年	明治 ____年 大正 ____年 昭和 ____年 平成 ____年 令和 ____年
企業形態	1. 個人事業者 2. 法人（資本金 _____万円）
従業員数※1	合計 _____人（うち、パート・アルバイト人数 _____人）
上段の従業員数のうち、練馬区内居住者数	約 _____人（おおよその人数で結構です）
代表者の年齢	1. ～30歳代 2. 40歳代 3. 50歳代 4. 60歳代 5. 70歳代 6. 80歳代～
従業員の平均年齢	1. ～30歳代 2. 40歳代 3. 50歳代 4. 60歳代～
他事業所の有無	1. 当事業所が本所・本社・本店で、他に事業所はない（単独事業所） 2. 当事業所が本所・本社・本店で、さらに区内に事業所がある 3. 当事業所が本所・本社・本店で、区外に事業所がある
主な顧客・取引先	1. 法人（B to B） 2. 消費者（B to C） 3. 法人・消費者の両方
主な商圏・取引先の地域	1. 区内 2. 東京都内 3. 国内 4. 海外
直近決算の経営状況	1. 黒字基調 2. 収支均衡 3. 赤字基調

※1) 役員・個人事業主・家族従業員を含み、1年未満の雇用契約のパート・アルバイトを除く

問1 貴事業所の業種は、次のどれに該当しますか。（最も年間売上高の多いもの1つに○）

1. 建設業	2. 製造業	3. 情報通信業
4. 運輸業	5. 卸売業	6. 小売業
7. 金融業、保険業	8. 不動産業、物品賃貸業	9. 学術研究、専門・技術サービス業
10. 宿泊業、飲食サービス業	11. 生活関連サービス業、娯楽業	12. 教育、学習支援業
13. 医療業	14. 社会福祉・介護事業	15. その他サービス業※2
16. その他（ _____ ）		

※2) 「15. その他サービス業」：廃棄物処理業、自動車整備業、機械等修理業、職業紹介・労働者派遣業、その他の事業サービス業

問2 貴事業所の主たる事業概要を書いてください。また、特徴のある独自の商品・サービスがあれば、具体的に内容を書いてください。

（例）家庭電化製品を販売。地域に根差した店として商品の説明やアフターサービスを丁寧に行うよう努めており、訪問設置サービスも行っている。

問3 貴事業所の直近決算の年間売上高は、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

- | | |
|-----------------|------------------|
| 1. 3百万円未満 | 2. 3百万円以上5百万円未満 |
| 3. 5百万円以上1千万円未満 | 4. 1千万円以上5千万円未満 |
| 5. 5千万円以上1億円未満 | 6. 1億円以上10億円未満 |
| 7. 10億円以上50億円未満 | 8. 50億円以上100億円未満 |
| 9. 100億円以上 | |

問4 現在の経営上の課題は、次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの3つまでに○)

1. コロナ禍による経営悪化からの脱却
2. 製品・商品・サービスの高付加価値化（ブランド化）・開発
3. 原油価格・物価の高騰による収益性の低下
4. 販売・販路開拓（営業力・販売力の維持強化、新規顧客・販路の開拓）
5. 業務の効率化や生産性の向上に向けたデジタル化^{※3}の推進、ITの利活用
6. 人材の確保・育成、働き方の改善
7. 事業承継、後継者の育成・決定
8. その他（)

※3)アナログデータをデジタルデータに変換・活用し、業務の効率化を図ることや、経営に新しい価値を生み出すこと

II 販売・販路拡大

問5 今後、拡大したい販売先・取引先は、次のどれに該当しますか。

①顧客層 (当てはまる方に○)	1. 従来の顧客層	2. 新たな顧客層			
②ターゲット (当てはまるものすべてに○)	1. 事業者	2. 区民(区内)	3. 区外(国内)	4. 観光客	5. 海外

問6 販売・販路の拡大における課題は、次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの3つまでに○)

1. 顧客・取引先の減少
2. 客単価の低下
3. 営業機会の少なさ
4. 情報発信力の弱さ
5. 製品・商品・サービスの品質
6. 品揃え
7. 価格競争力
8. 顧客対応力
9. 店舗の老朽化
10. その他 ()

問7 販売・販路の拡大に向けて必要な支援策は、次のどれに該当しますか。

(最も当てはまるもの3つまでに○)

1. 見本市の開催
2. 商談会・マッチング会の開催（オンラインを含む）
3. 展示会出展支援
4. インターネット販売・受発注への取組支援
5. 製品・商品・サービスや店舗の情報発信
6. 海外市場・取引先開拓支援
7. 市場情報の提供
8. 製品・商品・サービスの高付加価値化に向けた支援（デザイナーによるアドバイス等）
9. マーケティング（市場調査等）支援
10. 店舗・施設の改築支援
11. 他企業と連携した取組への支援
12. その他 ()

Ⅲ デジタル化への取組

問8 デジタル化への取組状況は、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

- | | |
|------------------------|--------------------------|
| 1. すでに取り組んでおり、とくに問題はない | 2. すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない |
| 3. これから取組もうとしている | 4. 関心はあるが、取り組んでいない |
| 5. 取り組む必要がなく、予定もない | 6. 分からない |

→「5」または「6」と回答した方は、問9へお進みください

問8で「1」～「4」と回答された方にお聞きます。

問8-1 今後、重点的に取り組んでいきたいデジタル化は、次のどれに該当しますか。

(当てはまるものすべてに○)

- | |
|---|
| 1. コミュニケーション (電子メール・社内 SNS、Web 会議システム、グループウェア等) |
| 2. 事業所内の業務効率化・管理 (人事労務管理、会計・経営資料作成・分析、その他業務効率化) |
| 3. 販売 (顧客・販売管理のデジタル化、HP、ネット販売、Web 商談、支払決済のキャッシュレス化) |
| 4. サプライチェーン (生産、在庫管理、仕入・調達管理、品質管理、物流管理) |
| 5. 就労環境整備 (テレワーク) |
| 6. DXへの取組 (データとデジタル技術を活用した製品・商品・サービス、組織の変革) |
| 7. その他 () |

→問8で「1」と回答した方は、問9へお進みください

問8で「2」～「4」と回答された方にお聞きます。(以下の問8-2および問8-3をご回答ください。) ←

問8-2 デジタル化に取り組むに当たっての課題は、次のどれに該当しますか。

(最も当てはまるもの3つまでに○)

- | | |
|--------------------------------|---|
| 1. 取り組むきっかけがない | 2. 技術に詳しい人材がない |
| 3. 対応する人員が不足 | 4. 情報セキュリティが心配 |
| 5. 資金的余裕がない | 6. 活用のアイデア・企画が難しい |
| 7. 具体的メリットが分からない | 8. 何から手をつければ良いのか分からない |
| 9. 何を導入すれば良いか分からない | 10. 連携先 (ITベンダー ^{※4} 等) が分からない |
| 11. 取引先からのシステム導入・対応等の要求に応えられない | |
| 12. その他 () | |

※4) IT 製品・サービスを販売する企業

問8-3 デジタル化に向けて必要な支援策は次のどれに該当しますか。 ←

(最も当てはまるもの3つまでに○)

- | |
|---------------------------------|
| 1. デジタル化に向けた相談・アドバイス |
| 2. デジタル化に関するセミナー・研修会の開催 |
| 3. デジタル人材養成に向けたセミナー・研修会の開催 |
| 4. DX化に向けたセミナー・研修会の開催 |
| 5. IT 機器等 (ハードウェア) の導入資金の調達支援 |
| 6. IT システム等 (ソフトウェア) の導入資金の調達支援 |
| 7. IT ベンダー等の紹介・マッチング支援 |
| 8. インターネット販売・受発注の実施支援 |
| 9. キャッシュレス化への支援 |
| 10. 情報セキュリティ対策支援 |
| 11. その他 () |

IV 人材の確保・育成

問9 貴事業所の人材確保状況は、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

1. 不足している 2. 概ね適当・不足していない 3. 人材は過剰気味である

→「2」または「3」と回答した方は、問10へお進みください

問9で「1」と回答された方にお聞きます。

問9-1 不足している人材の職種は、何ですか。(当てはまるものすべてに○)

1. 企画・開発 2. マーケティング 3. 営業 4. 販売
5. デジタル人材 6. 海外取引 7. 法務・財務
8. 中間管理職・マネージャー 9. 事務職 10. 医療・看護・介護
11. その他 ()

問10 過去3年間に採用した貴事業所における従業員(パート・アルバイトを含まない)のうち、現在も雇用している従業員の割合は、次のどれに該当しますか。おおよその比率で結構です。

(当てはまるもの1つに○)

1. 50%未満 2. 50%以上 70%未満 3. 70%以上 80%未満
4. 80%以上 90%未満 5. 90%以上 100%未満 6. 100%
7. 採用していない

問11 人材の確保・育成における課題は、次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの3つまでに○)

1. 新卒人材の確保 2. 新卒以外の若い人材の確保
3. 即戦力となる中途採用人材の確保 4. 正規社員^{※5}の確保
5. 非正規社員^{※6}の確保 6. 若い人材の離職
7. 若い人材のスキル・技術の向上 8. 若い人材のモチベーションの向上
9. 中堅社員の育成 10. 非正規社員の育成
11. 社内教育の時間の確保 12. 働く環境の向上(勤務時間、在宅勤務、福利厚生等)
13. その他 ()

※5)期間の定めのない雇用契約で働いている人 ※6)期間を定めた雇用契約により働いている人(パート・アルバイト・派遣社員等)

問12 人材の確保・育成に向けて必要な支援策は次のどれに該当しますか。

(最も当てはまるもの3つまでに○)

1. 人材マッチング会の開催(合同就職面接会等) 2. 区民雇用に向けた支援
3. 企業に関する情報発信・PR 4. 区内企業の表彰
5. インターンシップ制度^{※7}の実施
6. 中途採用に向けた試用雇用に対する資金支援
7. 多様な働き方への対応に向けた支援
8. スキル・技術向上に向けたセミナー・研修会の開催
9. 若手育成セミナー・研修会の開催
10. 事業所・オフィスの働きやすい環境整備への支援
11. 福利厚生サービス支援
12. その他 ()

※7)学生等が実際に仕事を体験する制度のこと

V 事業承継

問 13 事業承継について、課題はありますか。(当てはまるもの1つに○)

- | | | |
|-------|-------|----------|
| 1. ある | 2. ない | 3. わからない |
|-------|-------|----------|

→「2」または「3」と回答した方は、問 14 へお進みください

→ 問 13 で、「1」と回答された方にお聞きます。

問 13-1 事業承継における課題は、次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの3つまでに○)

- | | |
|--------------------------|--------------------|
| 1. 事業の将来性 | 2. 後継者の育成 |
| 3. 後継者探し | 4. 従業員の理解 |
| 5. 相続税・贈与税等の税金対策 | 6. 自社株等の資産の取扱い |
| 7. 承継前の経営者の個人補償や担保 | 8. ノウハウ・スキル・技術等の承継 |
| 9. 準備を始めるのが遅かったため承継が進まない | |
| 10. その他 () | |

問 14 事業承継に向けて必要な支援策は、次のどれに該当しますか。

(最も当てはまるもの3つまでに○)

- | | |
|--------------------------------|---------------------|
| 1. 事業承継に関する相談窓口の設置 | 2. 訪問相談の実施 |
| 3. 専門家(税理士、弁護士等)の紹介 | 4. 承継時の課題や経営状況の分析支援 |
| 5. 事業承継に向けた準備対策への支援(セミナー等) | 6. 承継者探し・人材マッチング支援 |
| 7. M&Aに向けた取組支援 | 8. 後継者の育成支援 |
| 9. 事業承継に伴う資金調達支援(株買取資金・相続税資金等) | |
| 10. その他 () | |

VI 新型コロナウイルス感染症の影響

問 15 平成 29(2017)年度から令和元(2019)年度までの3年間(新型コロナウイルス感染症の発生前)の経営状況はどうでしたか。(当てはまるもの1つに○)

- | | | |
|---------|---------|---------|
| 1. 黒字基調 | 2. 収支均衡 | 3. 赤字基調 |
|---------|---------|---------|

問 16 新型コロナウイルス感染症の発生前(令和元(2019)年)と現在を比較して、次の項目はどのように変化していますか。(それぞれ当てはまるもの1つに○)

①売上高	1. 増加 (5%以上)	2. ほぼ横ばい (±5%未満)	3. やや減少 (-10%未満)	4. 減少 (-30%未満)	5. 大幅減少 (-30%以上)
②経常損益	1. 増加 (5%以上)	2. ほぼ横ばい (±5%未満)	3. やや減少 (-10%未満)	4. 減少 (-30%未満)	5. 大幅減少 (-30%以上)
③仕入先数	1. 増加した		2. 変わらない		3. 減少した
④販売先数	1. 増加した		2. 変わらない		3. 減少した
⑤資金繰り	1. 改善した		2. 横ばい		3. 悪化した
⑥借入金残高	1. 増加した		2. 変わらない		3. 減少した

⑦設備投資額	1. 増加した	2. 変わらない	3. 減少した
⑧事業所数・店舗数	1. 増加した	2. 変わらない	3. 減少した
⑨従業員数	1. 増加した	2. 変わらない	3. 減少した

問 17 新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う、現在の経営や事業活動への影響は、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

1. マイナスの影響	2. プラスの影響	3. 影響はない	4. 分からない
------------	-----------	----------	----------

→「2」～「4」と回答した方は、問18へお進みください

→ 問 17 で「1」と回答された方にお聞きます。

問 17-1 その影響は、次のどれに該当しますか。(当てはまるものすべてに○)

1. 売上高の低下	2. 営業・販売活動の停滞	3. 海外取引（輸出入）の停滞
4. 物流の停滞	5. 顧客・販売先の休業・廃業	6. 来店者数の減少
7. 人材確保が困難	8. 財務状況の悪化	
9. その他（		）

→「2」～「9」と回答した方は、問18へお進みください

→ 問17-2 問17-1で「1」と回答された方にお聞きます。今後、いつまでにコロナ禍前までの売上高に回復すると想定されていますか。(当てはまるもの1つに○)

1. 今後1年以内を予定	2. 今後1年超3年以内を予定
3. 今後3年超5年以内を予定	4. 今後5年超を予定
5. 回復しない	6. その他（
	）

Ⅶ ウィズコロナ・アフターコロナを見据えた今後の事業展開

問 18 コロナ禍等の事業環境の変化に対応するため、事業等を見直し・変更しましたか。(当てはまるものすべてに○)

1. 主要事業を拡大した	2. 新事業展開に取り組んだ	3. 主要事業の内容を変更した
4. 顧客・客層を変更した	5. 販売方法を変更した	6. 終了・廃止した事業がある
7. その他（		）
		8. 特段変えていない

→「8」と回答した方は、問19へお進みください

→ 問 18 で「1」～「7」と回答した方にお聞きます。

問 18-1 見直し・変更した内容を簡単にお書きください。

(例)建設業で、一般住宅だけでなく介護住宅リフォームの受注を始めた。業務を通じて蓄積された福祉に関する知識を活用し、経営の安定化を図るために介護ビジネスにも参入した。

問 19 ウィズコロナ・アフターコロナを見据えた主な事業方針は、次のどれに該当しますか。
(最も当てはまるもの1つに○)

- | |
|-------------------------------------|
| 1. 市場浸透 (既存の市場に既存の製品・商品・サービスを投入する) |
| 2. 新商品開発 (既存の市場に新規の製品・商品・サービスを投入する) |
| 3. 新市場開拓 (新規の市場に既存の製品・商品・サービスを投入する) |
| 4. 多角化 (新規の市場に新規の製品・商品・サービスを投入する) |
| 5. その他 () |

問 20 今後の主な事業展開について、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

- | | | |
|------------|-------------------|----------|
| 1. 現状維持 | 2. 事業の拡大 | 3. 事業の縮小 |
| 4. 業種を転換 | 5. 譲渡・売却・統合 (M&A) | 6. 廃業の予定 |
| 7. その他 () | | |

問 21 今後の事業展開に向けて必要な支援策は、次のどれに該当しますか。
(最も当てはまるもの3つまでに○)

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| 1. 自事業所の強み・課題の分析へのアドバイス | 2. 事業再構築に向けた計画の作成支援 |
| 3. 製品・商品・サービスの魅力・質の向上支援 | 4. 新たな製品・商品・サービスの開発支援 |
| 5. 事業展開に向けた活動資金の調達支援 | 6. マーケティング支援 (新市場情報の提供等) |
| 7. 販売・販路開拓に向けた取組支援 | 8. 情報発信・PR支援 |
| 9. 事業展開に向けた企業間連携支援 | 10. 大学や研究機関との連携支援 |
| 11. その他 () | |

Ⅷ 物価上昇の影響と対応

問 22 物価上昇が貴事業所に与えている影響について、次のどれに該当しますか。
(当てはまるもの1つに○)

- | | |
|-----------------|------------------|
| 1. 大きな影響を受けている | 2. やや影響を受けている |
| 3. あまり影響を受けていない | 4. まったく影響を受けていない |

問 23 前年同月(令和3(2021)年9月時)と比べて、事業に係る物価の上昇状況は、次のどれに該当しますか。(それぞれ当てはまるもの1つに○)

①仕入価格 (原材料価格・ 部材価格等)	1. 大幅に上がった (30%以上)	2. 上がった (+5%以上 30%未満)	3. あまり変わらない (±5%未満)	4. 下がった (-5%以上)
②エネルギーコ スト (光熱水費等)	1. 大幅に上がった (30%以上)	2. 上がった (+5%以上 30%未満)	3. あまり変わらない (±5%未満)	4. 下がった (-5%以上)
③労務費	1. 大幅に上がった (30%以上)	2. 上がった (+5%以上 30%未満)	3. あまり変わらない (±5%未満)	4. 下がった (-5%以上)
④販売価格 (製品・商品・ サービス単 価)	1. 大幅に上げた (30%以上)	2. 上げた (+5%以上 30%未満)	3. あまり変えていない (±5%未満)	4. 下げた (-5%以上)

問 24 物価の上昇を製品・商品・サービスの価格に転嫁できる見通しは、次のどれに該当しますか。
(当てはまるもの1つに○)

- | | |
|--------------|--------------|
| 1. 価格転嫁は困難 | 2. 価格転嫁はやや困難 |
| 3. 価格転嫁はやや容易 | 4. 価格転嫁は容易 |

問 25 価格転嫁できない場合の対応として、現在取り組んでいること、または取り組みたいことは何ですか。
(最も当てはまるもの3つまでに○)

- | |
|---|
| 1. 価格競争に陥らない製品・商品・サービスの強みづくり (高付加価値化) |
| 2. 品質を維持した上でのコスト削減に向けた工夫 (代替原材料の活用・製造方法の見直し等) |
| 3. 生産性の向上、業務効率化 |
| 4. 人件費の削減 |
| 5. 人件費以外のコスト削減 |
| 6. 収益を確保するための経営シミュレーション |
| 7. エネルギー効率の高い機器・設備の導入 |
| 8. 価格交渉力の強化 |
| 9. 仕入れ先の変更 |
| 10. 取引の停止 |
| 11. その他 () |

練馬区の産業振興施策について、ご意見・要望などありましたら、自由にご記入ください。

【 訪問ヒアリングご協力のお願い 】

今後、事業者様には個別に訪問して、さらに詳しくお話を伺いするヒアリング調査を予定しており、調査にご協力いただきたいと思います。当てはまる方に○印を付けてください。

- | | |
|------------|-----------|
| 1. 協力してもよい | 2. 協力できない |
|------------|-----------|

「1. 協力してもよい」と回答された方は、ご連絡先をお書きください。

事業所名			
所属・役職			お名前
電話番号	-	-	e-mail

以上でアンケートは終わりです。ご多忙の中、ご協力ありがとうございました。同封の返信用封筒(切手は不要)にて、令和4年9月22日(木)までにご投函ください。

なお、この調査にお答えいただいた内容は、全て統計的に処理され、事業所が特定されることはありません。また、本調査の目的にのみ活用し、個別の回答内容が公表されることもありません。

令和4年度（2022年度）
練馬区事業所実態調査
報告書

令和5年（2023年）3月
編集・発行：練馬区産業経済部経済課
東京都練馬区豊玉北6丁目12番1号
03-5984-1194（直通）