

3 商業・サービス業事業者向けアンケート調査

3.1 調査の概要

(1) 調査項目

①店舗、事業所属性

事業所名、住所、連絡先、経営形態、業種、資本金、従業者数、採用者数、土地・建物の所有形態、経営者の自宅の場所、事業所面積、経営者年代、後継者の有無、駐車場の所有、改装予定、主な定休日、営業時間、所属団体

②顧客について

主要顧客の所在地、固定客・フリー客比率、顧客年代、顧客タイプ、店舗・事業所を利用する理由

③経営状況について

昨年度売上、3年前と比べた昨年度売上・営業利益の増減、最近の業績とその理由、今後3年間の景況予測、現在の困りごと、今後の経営方針

④立地環境について

創業場所、区内立地時期、足立区立地のメリットとデメリット、移転の可能性

⑤商店街について

地域・店舗イベントによる売上高影響、商店街会員、商業地域の活性化、商業地域全体の問題点、商業地域全体の発展に必要なこと、望ましい街の姿

⑥採用状況や雇用環境について

採用状況、従業者が就職を決めた理由、女性の活躍推進対策、高齢者・障がい者雇用、若年者採用実績と考え方、ワーク・ライフ・バランスの進捗状況と進んでいない場合の理由、ワーク・ライフ・バランスに取り組んでいくための課題

⑦資金調達等について

資金調達先、主な資金調達先との関係、制度融資等利用の有無とその理由

⑧個別事業課題について

個別の事業課題についてのこれまでの取組経験・今後の取組意向、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会による売上影響、取組み意向、行政等への支援要望、区の施策に関する情報の取得方法、情報発信の希望等

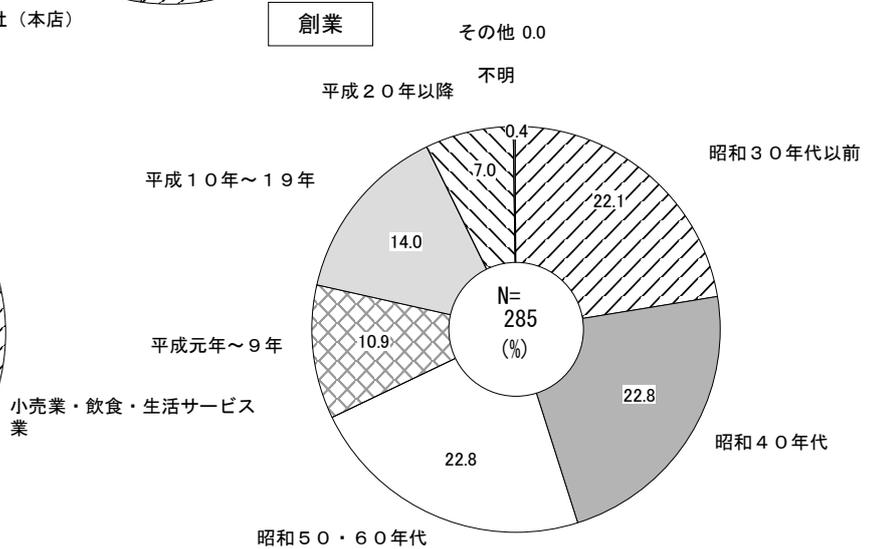
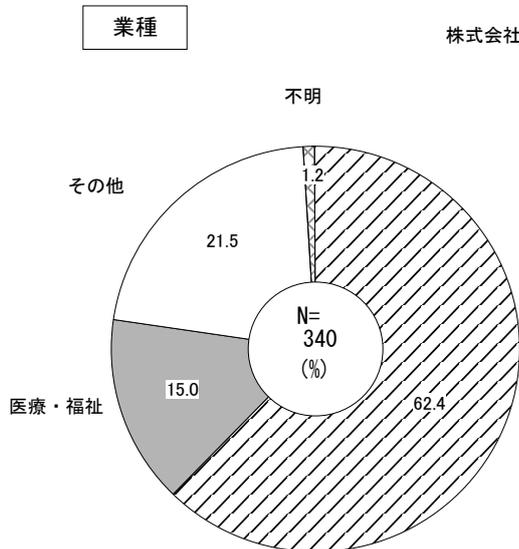
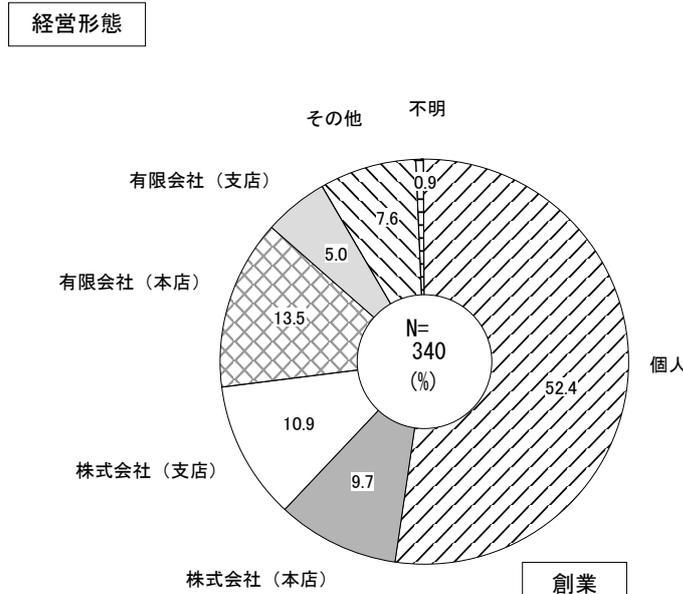
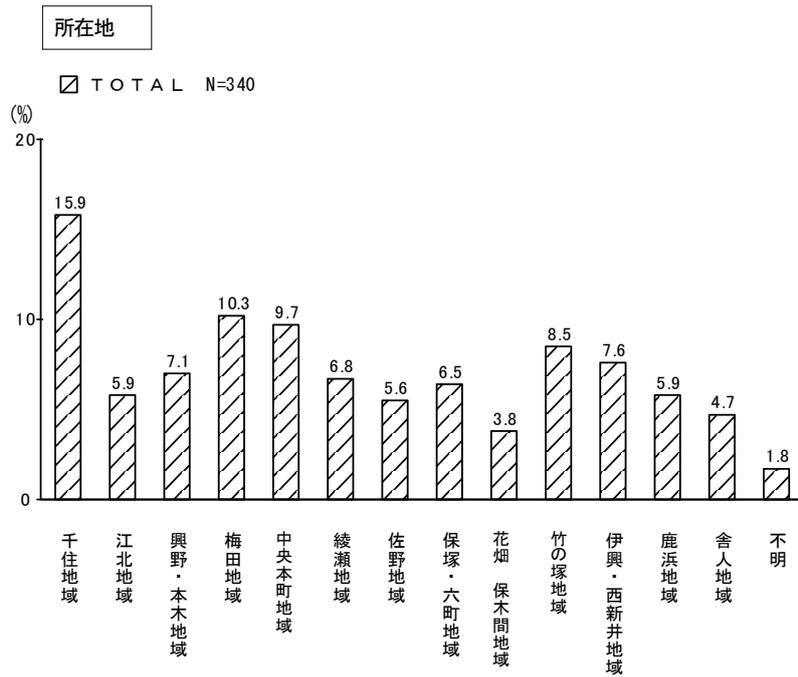
(2) 調査仕様

- ①調査地域 足立区
- ②調査対象 区内の商業、サービス業事業者
- ③標本数 1,500サンプル
- ④抽出方法 経済センサスデータから抽出
- ⑤調査方法 郵送配布・回収法
- ⑥調査期間 平成29年4月6日(木)から4月26日(水)

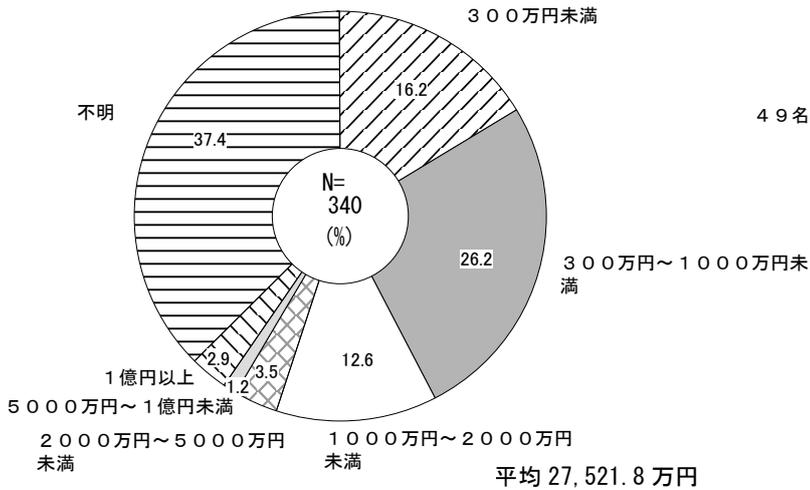
(3) 回収数・回収率

340サンプル(22.7%)

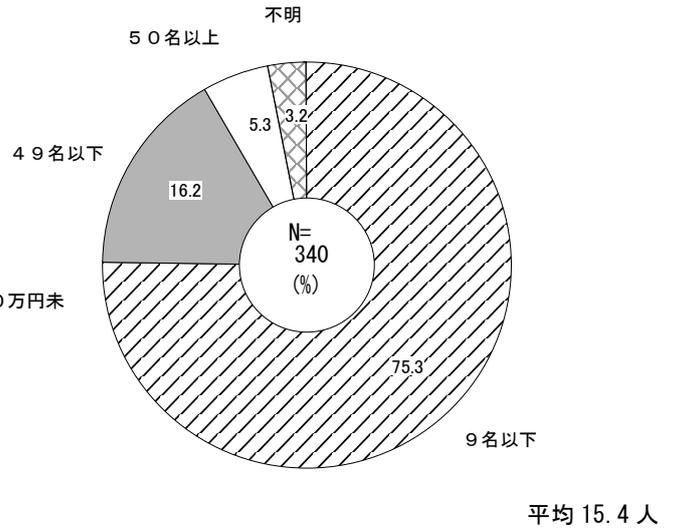
(4) 基本属性



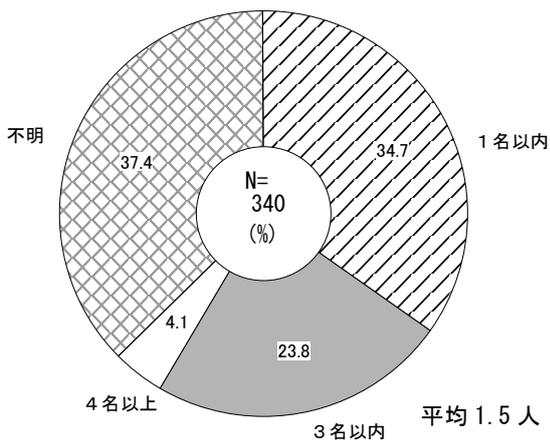
資本金



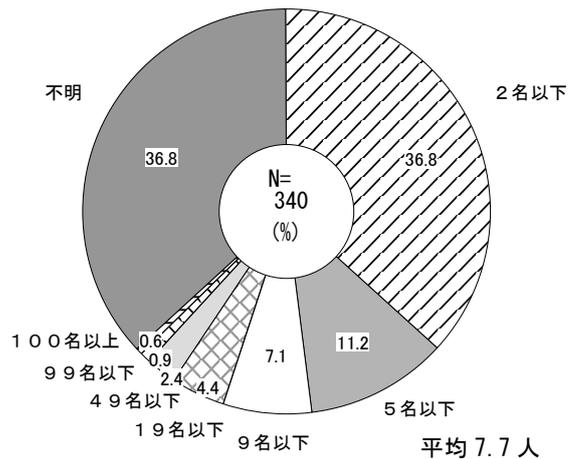
従業員数



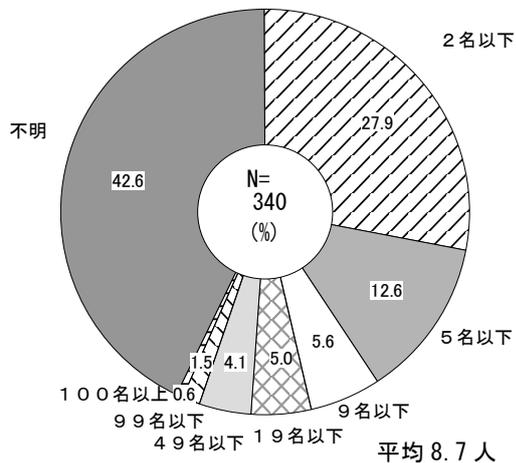
従業員・家族



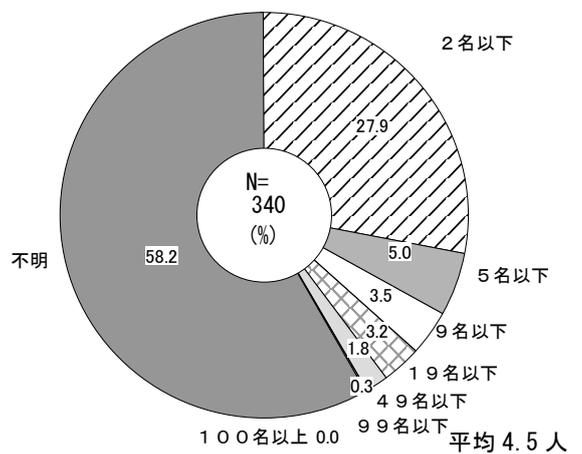
従業員・女性



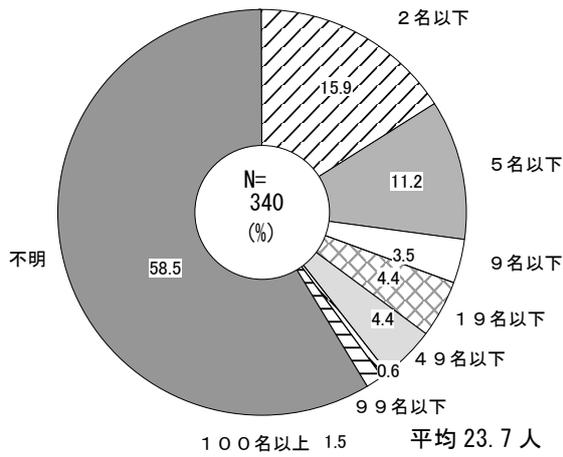
正社員・合計



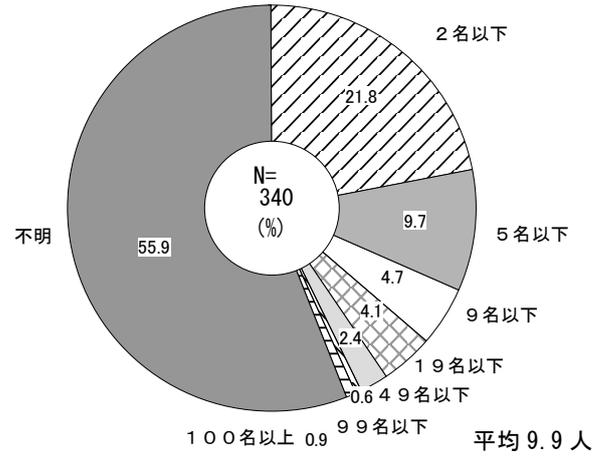
正社員・女性



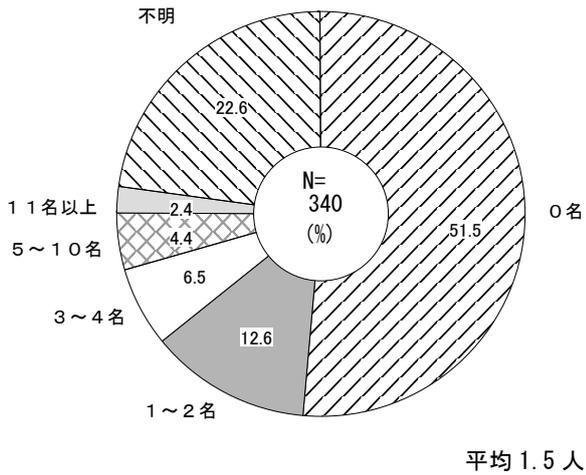
従業員数内パート・アルバイト・派遣・全体



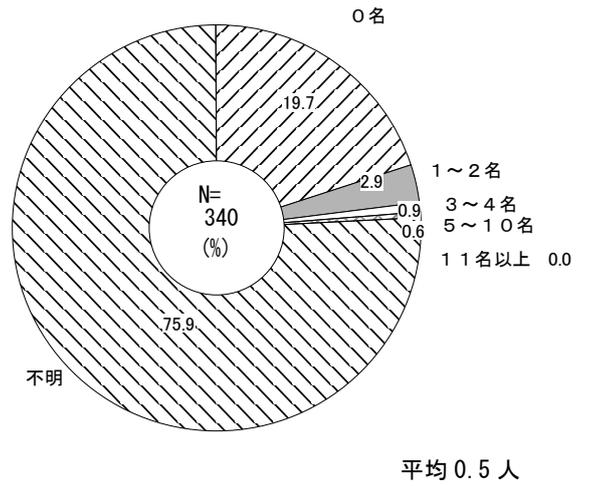
従業員数内パート・アルバイト・派遣・女性



採用者数合計

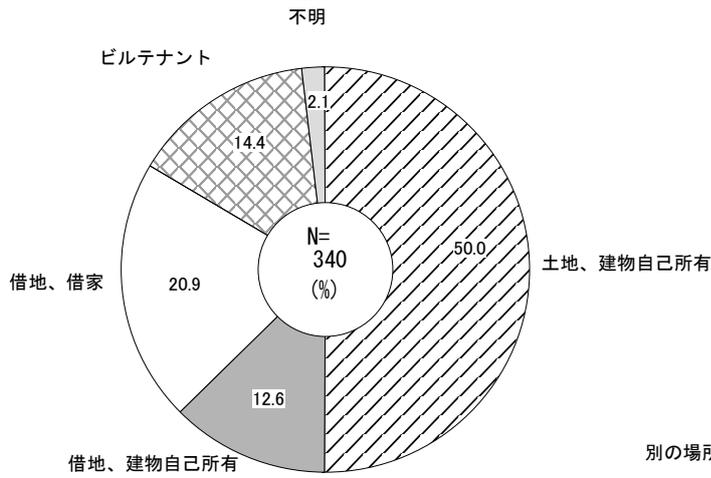


新卒採用者数

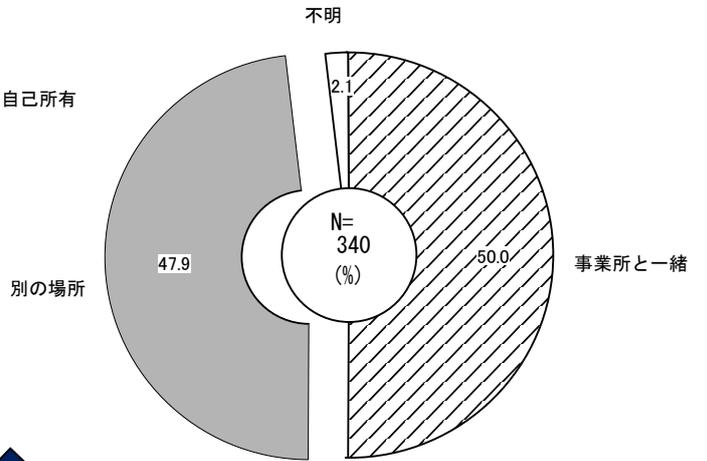


【男性平均：1.5人（内新卒平均0.2人）／女性平均：2.3人（内新卒平均0.4人）】

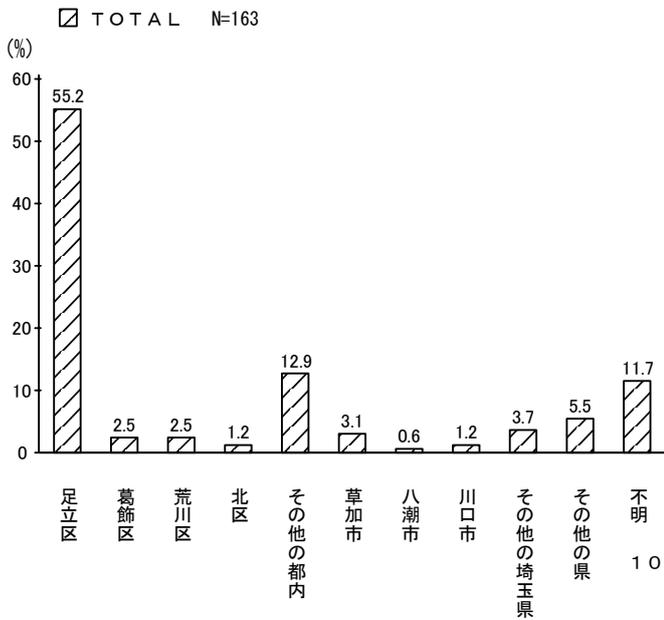
土地、建物所有形態



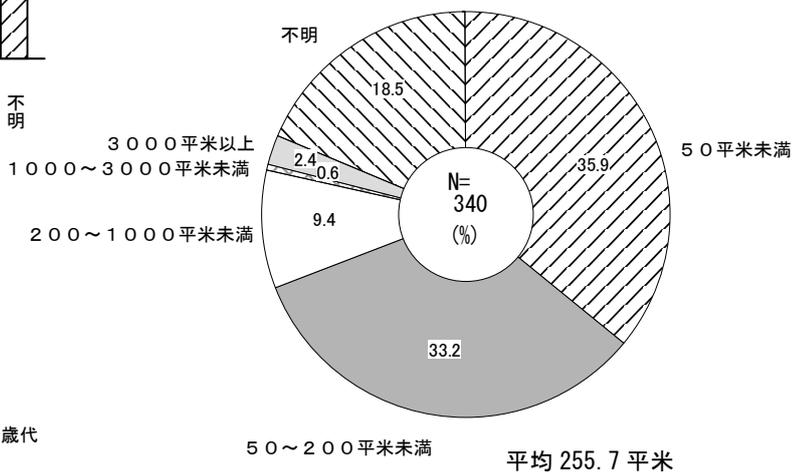
経営者等の自宅



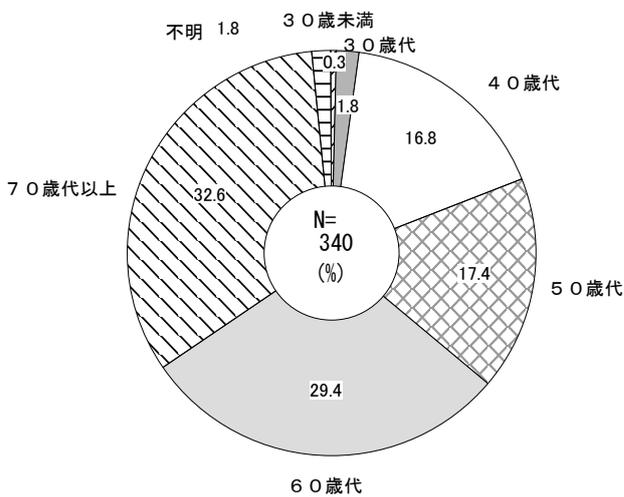
経営者等の自宅の場所



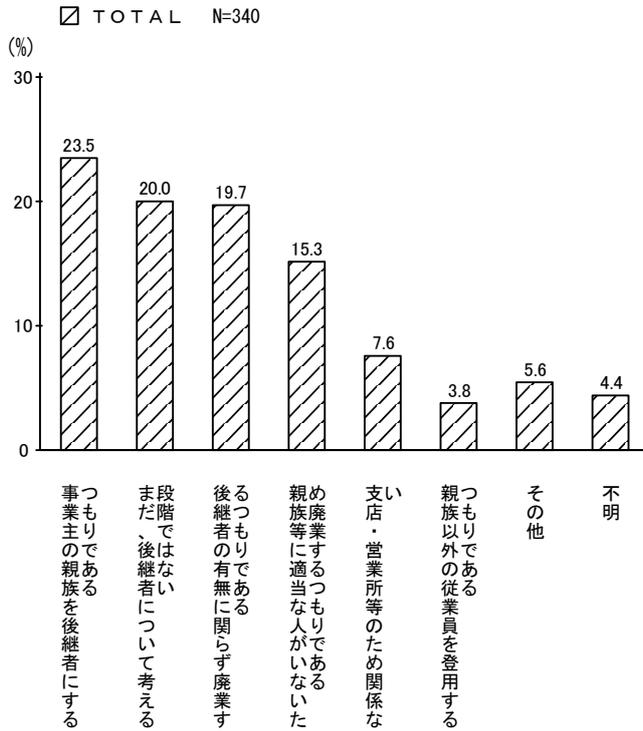
事業所面積



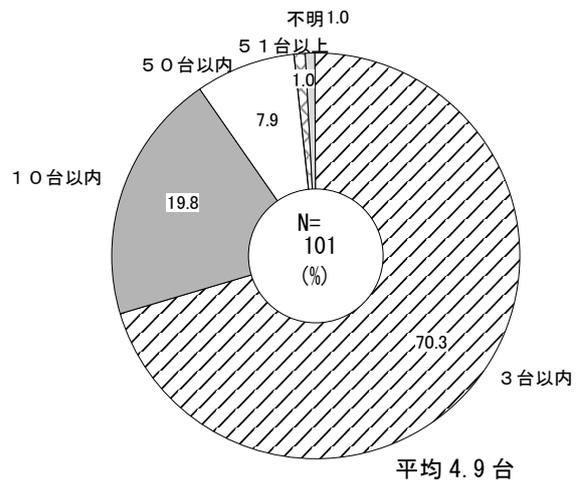
経営者年代



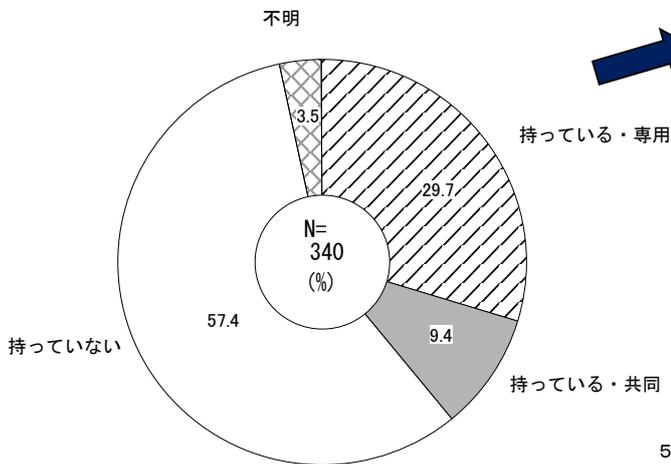
後継者について



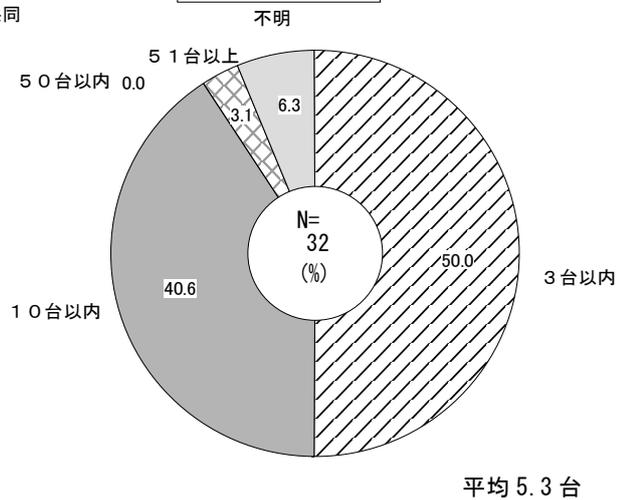
専用駐車台数

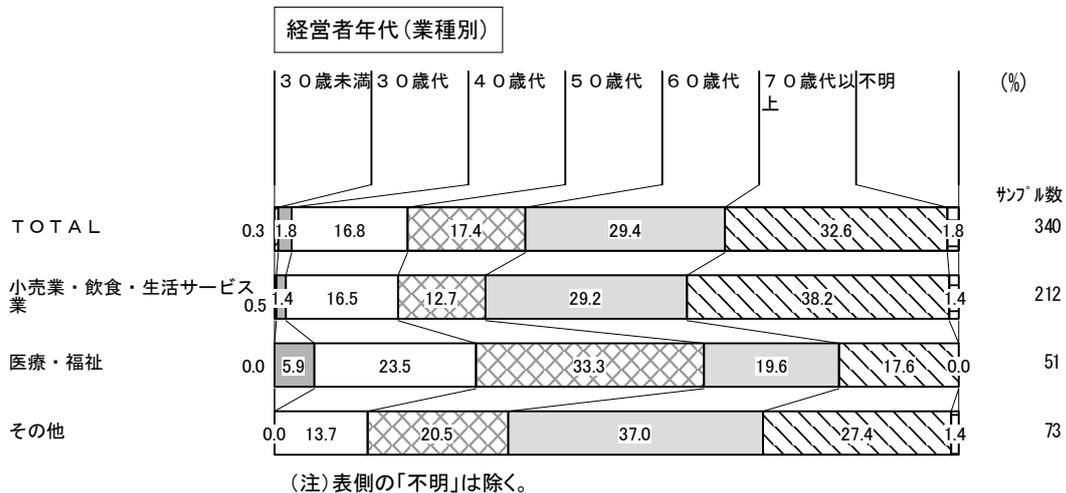
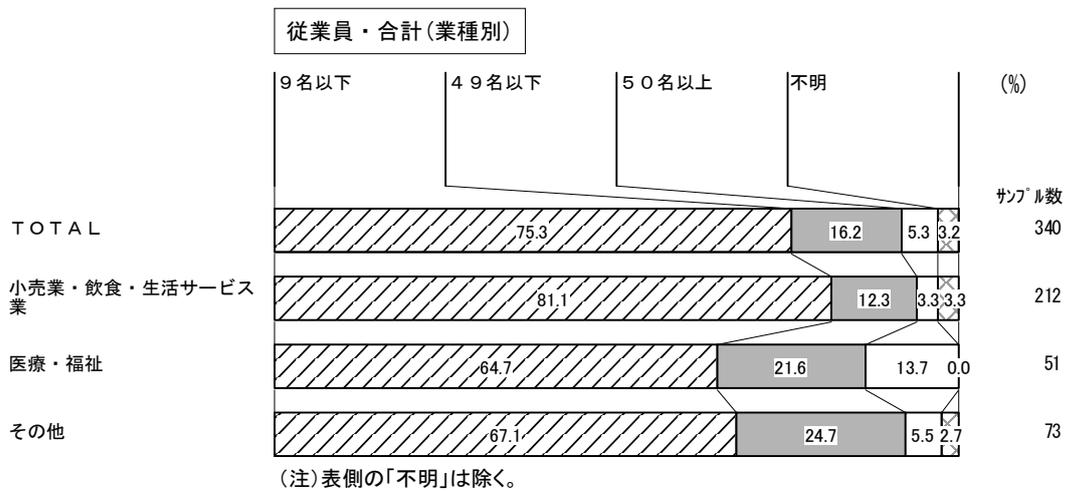


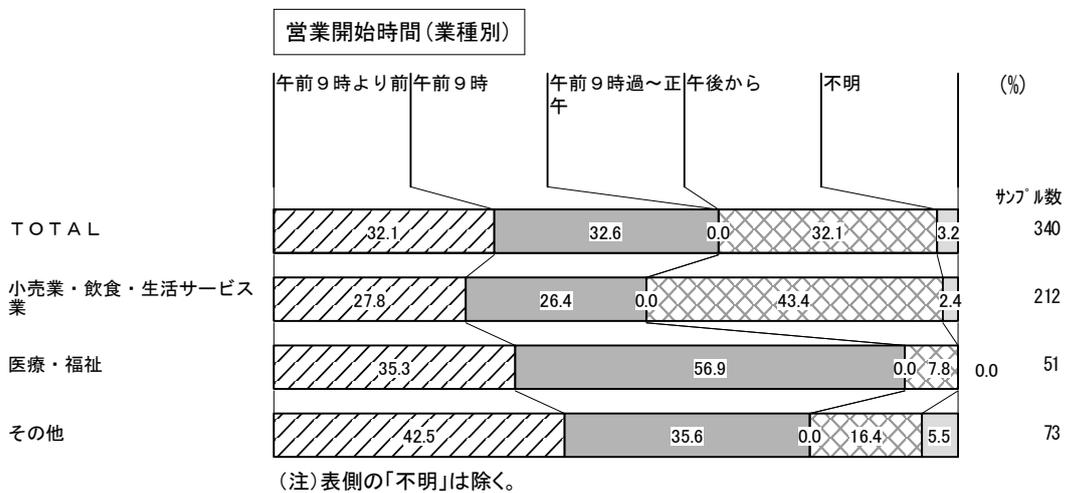
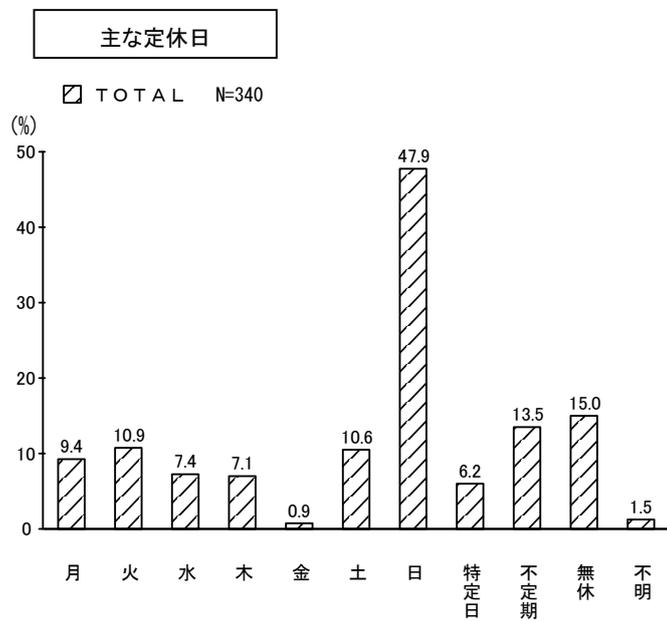
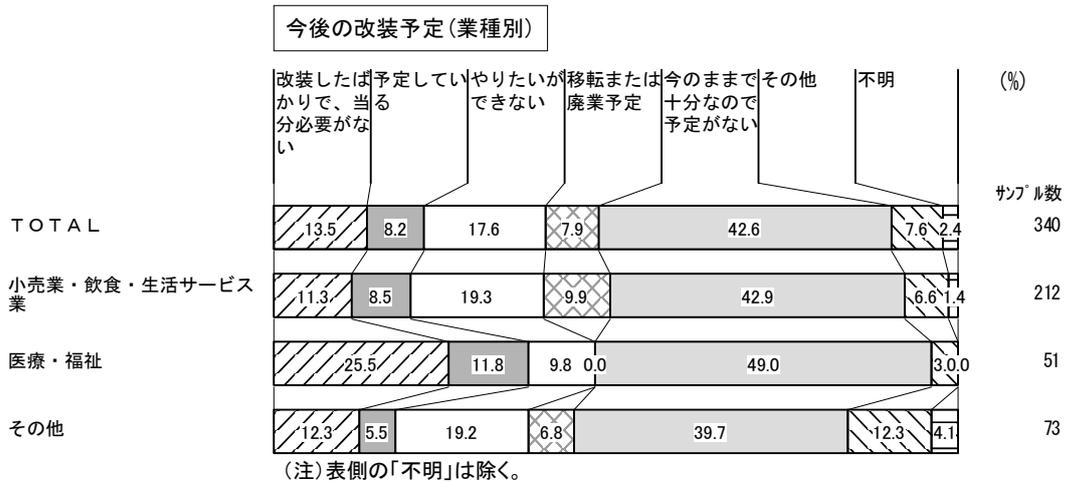
駐車場の有無



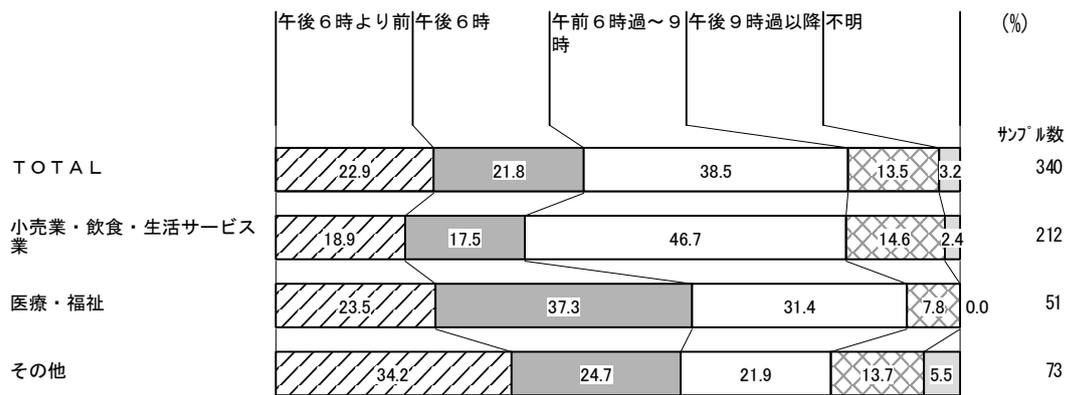
共用駐車台数





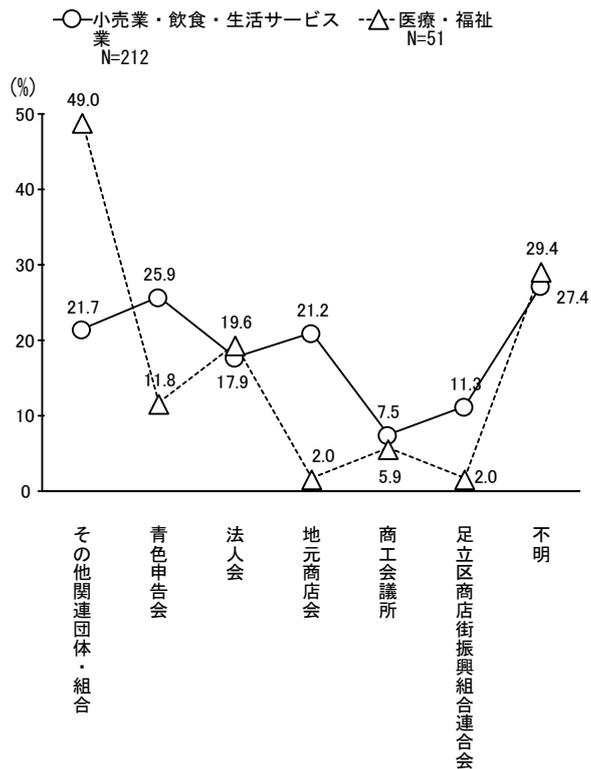


営業終了時間(業種別)



(注)表側の「不明」は除く。

所属団体(業種比較)



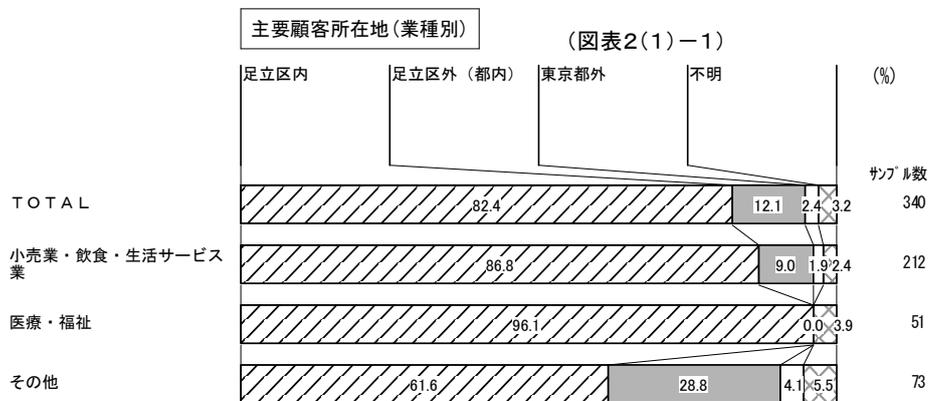
3.2 調査結果の概要

(1) 顧客について

問2(1) 主要顧客の所在地(○は1つだけ)。

主要顧客の所在地については、「足立区内」が82.4%、「足立区外(都内)」が12.1%、「東京都外」が2.4%となっており、区内が8割以上を占め多くなっている(図表2(1)-1)。

業種別に見ると、「医療・福祉」については、「足立区内」が95.0%を越えており、「小売業・飲食・生活サービス業」においても85.0%以上になっている。

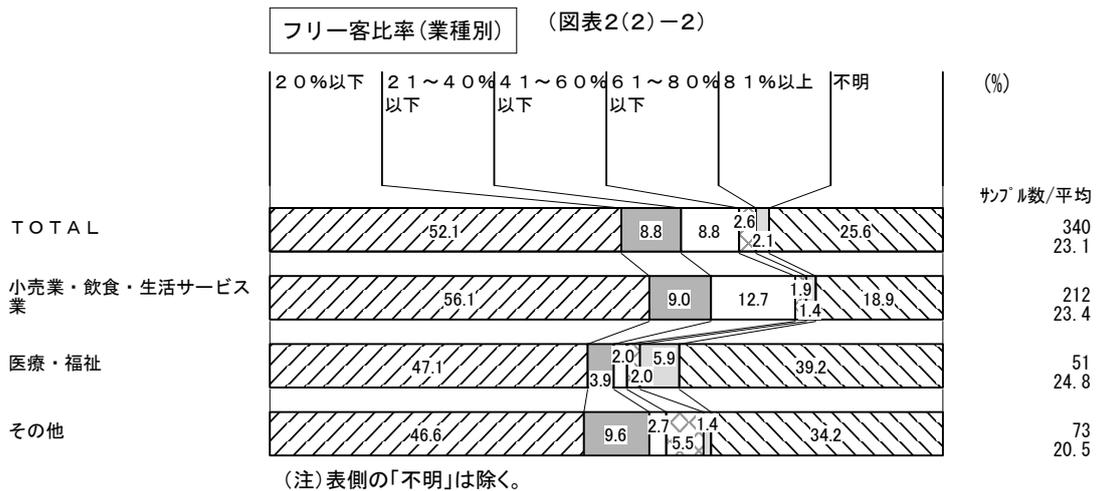
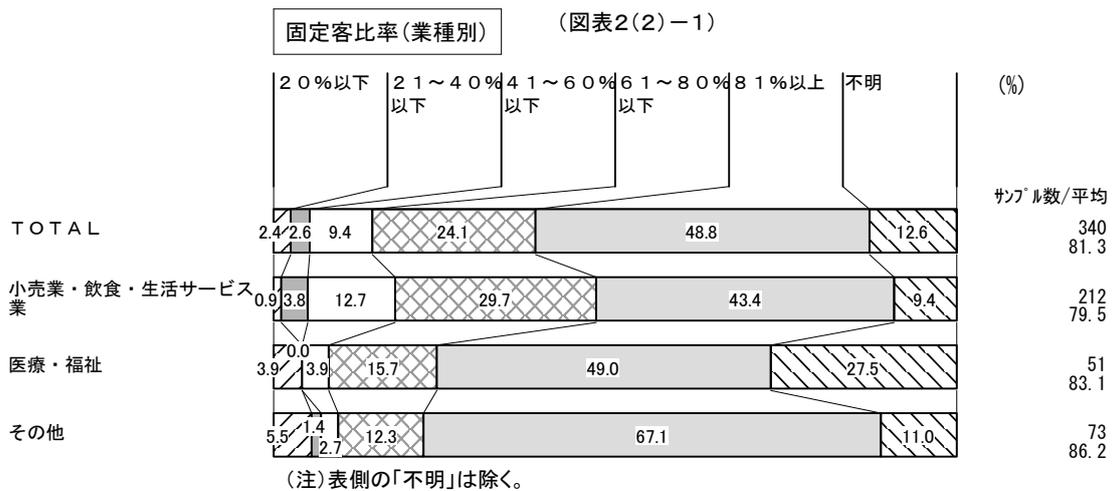


(注)表側の「不明」は除く。

問2(2) お客様のうち、固定客の比率はどれ位ですか(カッコ内に数字をご記入ください)。

顧客構成を把握するため、固定客の比率について聞いたところ、平均81.3%、フリー客は23.1%となっており、およそ80:20となっている。固定客について業種別に見ると、医療・福祉では平均が8割を超えて多くなっている(図表2(2)-1)。

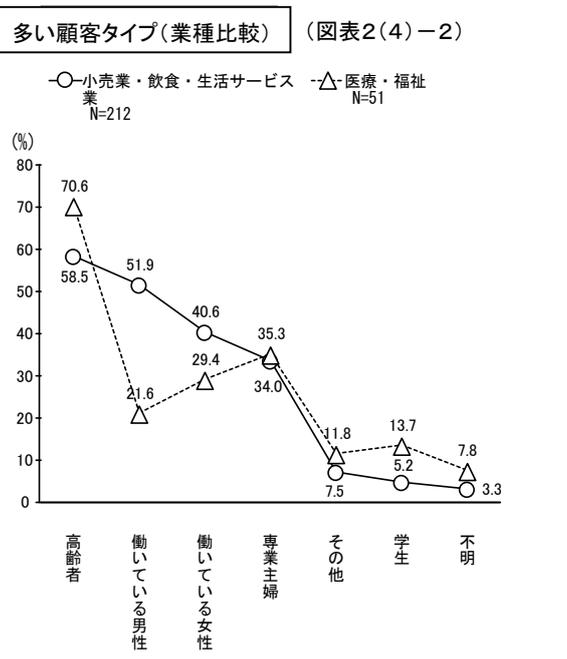
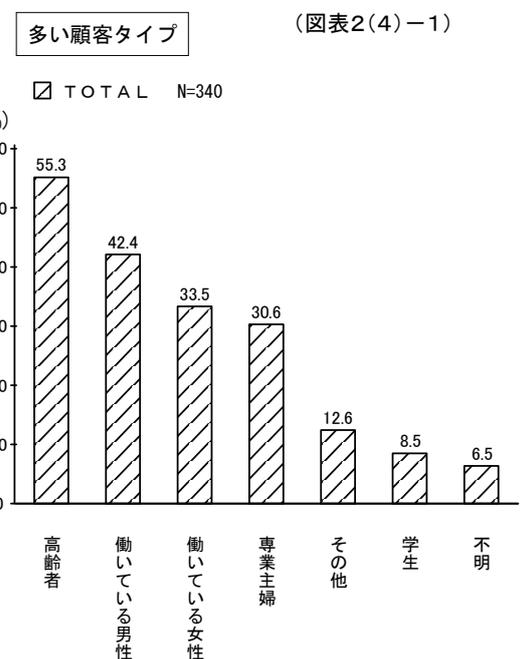
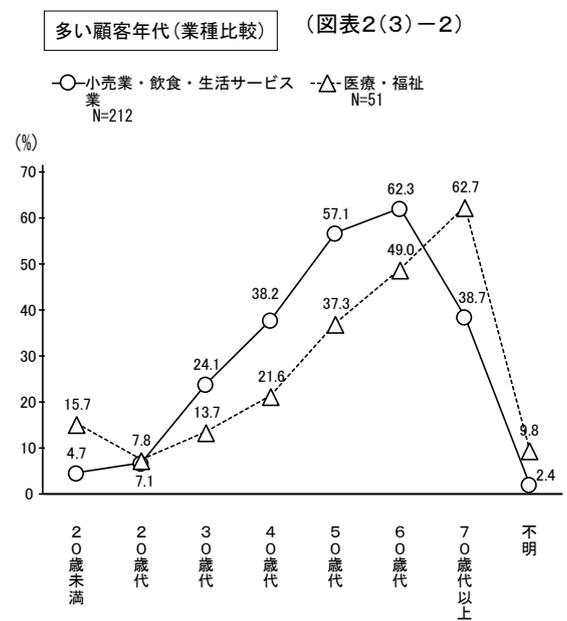
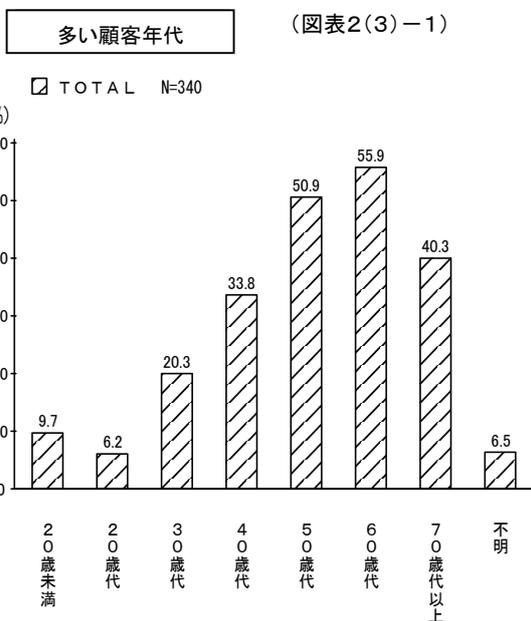
フリー客について業種別に見ると、小売業・飲食・生活サービス業、医療・福祉共に平均が20%を超えている(図表2(2)-2)。



- 問2(3) どの年代のお客が多いですか(○は3つまで)。
 問2(4) どのようなタイプのお客が多いですか。(○は3つまで)

多い顧客の年代について聞いたところ、「60歳代」が多く、続いて「50歳代」、「70歳代」となっており(図表2(3)-1)、また多い顧客のタイプについて聞いたところ、「高齢者」が最も多く、続いて「働いている男性」、「働いている女性」となっており(図表2(4)-1)、足立区の商業・サービス等の業種は、高齢者等の地域の生活によって支えられている側面と足立区で働いている人等によって支えられている側面がある。

顧客年代や顧客タイプを業種別に見ると、小売業・飲食・生活サービス業では年代は50~60歳代で、顧客タイプは、「高齢者」、「働いている男性」が多くなっているが、医療・福祉では「70歳代以上」で「高齢者」が多くなっている(図表2(3)-2、図表2(4)-2)。

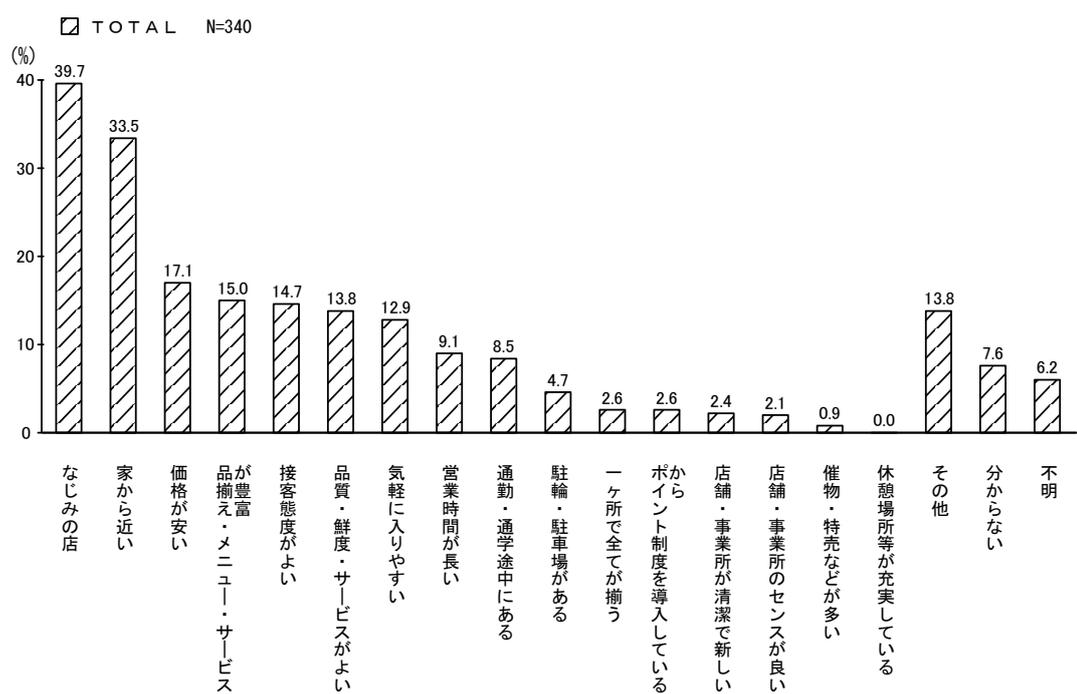


問2(5) お客様があなたの店舗・事業所を利用してくれると思われる理由をお聞かせください (〇は3つまで)。

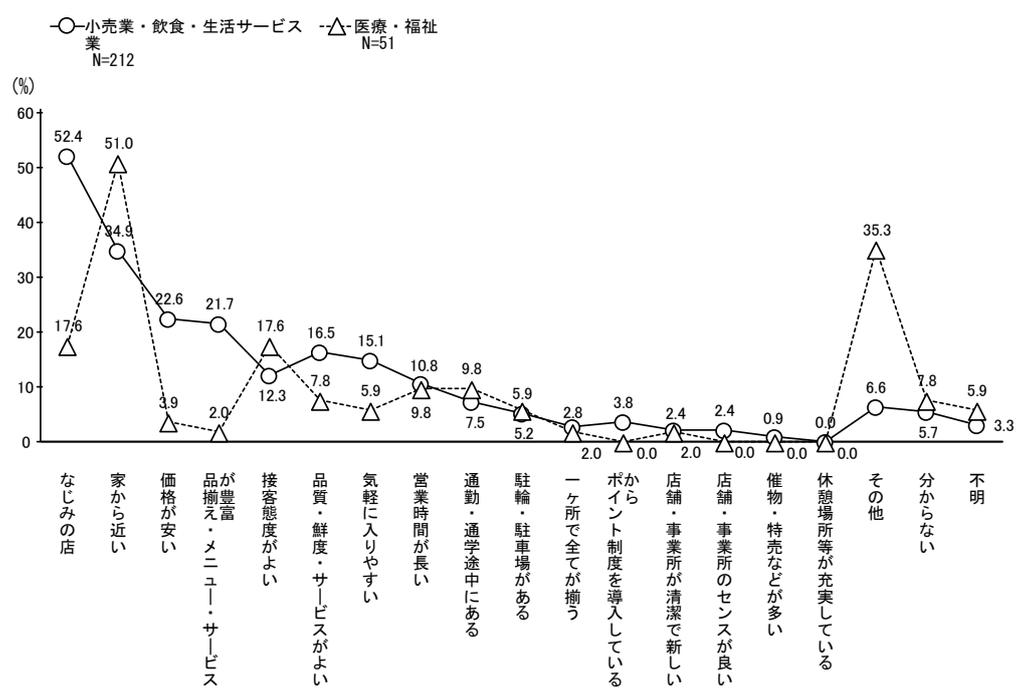
顧客が自分の店舗・事業所を利用してくれる理由について見てみると、「なじみの店」が最も多くなっており、続いて「家から近い」、「価格が安い」となっている (図表2(5)-1)。

業種別に見ると、小売業・飲食・生活サービス業では「なじみの店」、「家から近い」、医療・福祉では「家から近い」などが多くなっている (図表2(5)-2)。

顧客利用理由想定 (図表2(5)-1)



顧客利用理由想定(業種比較) (図表2(5)-2)



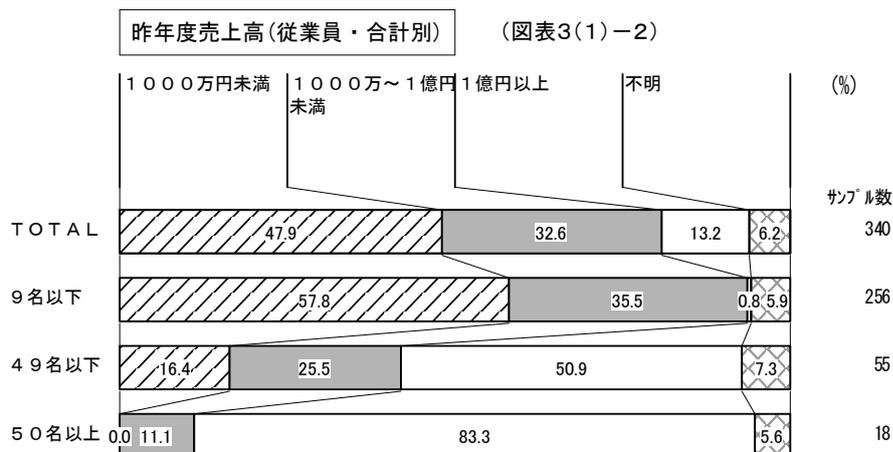
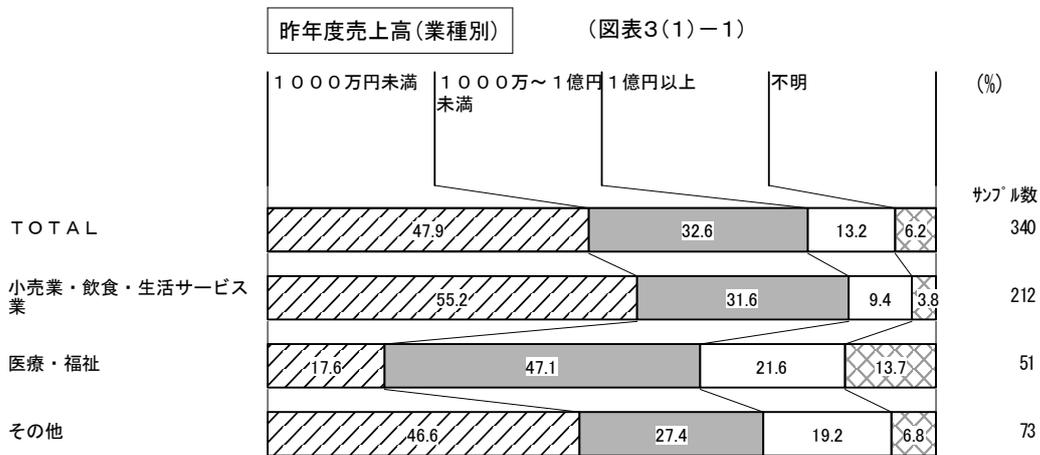
(2) 経営状況について

問3 (1) 昨年度売上高をお答えください (○は1つだけ)。

経営状況を聞くため、はじめに昨年度売上高について聞いたところ、「1,000万円未満」が45%以上を超えて多くなっている (図表3(1)-1)。

業種別に見ると、小売業・飲食・生活サービス業では特に「1,000万円未満」が55%を越えて多くなっており、医療・福祉では特に「1,000万～1億円未満」が45%以上で多くなっている (図表3(1)-1)。

従業員・合計別に見ると、全体的に従業員規模に比例して売上高も増加している (図表3(1)-2)。



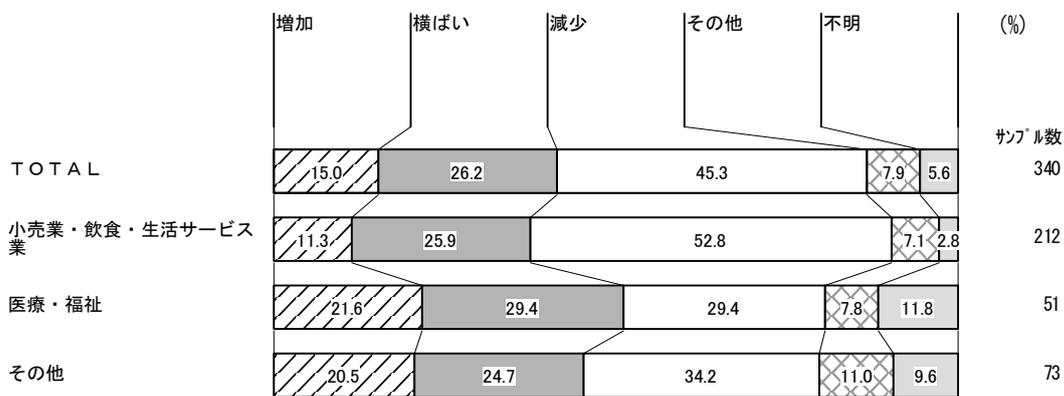
問3(2) 3年前と比較して昨年度の売上高の増減をお答えください(○は1つだけ)。
 問3(3) 3年前と比較して昨年度の営業利益の増減をお答えください(○は1つだけ)。

3年前と比較した前年度売上高、前年度営業利益の増減について見てみると、「減少」が共に45.3%で最も多く、続いて「横ばい」がそれぞれ26.2%、27.6%などとなっている(図表3(2)-1、図表3(3)-1)。

業種別に見ると、小売業・飲食・生活サービス業では「減少」が52.8%と最も多く、医療・福祉においても「横ばい」と「減少」が29.4%を占めている(図表3(2)-1)。

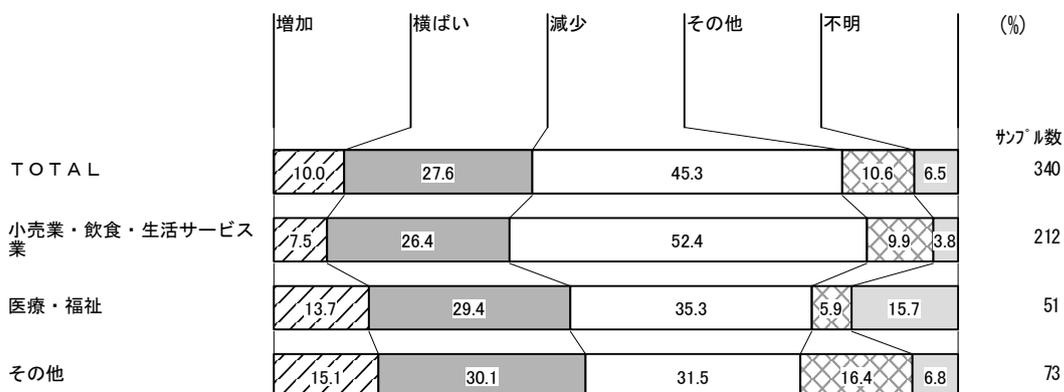
3年前と比較した前年度営業利益の増減について業種別に見ると、いずれの業種でも「減少」が多くなっている(図表3(3)-1)。

3年前と比較した売上高の増減(業種別) (図表3(2)-1)



(注)表側の「不明」は除く。

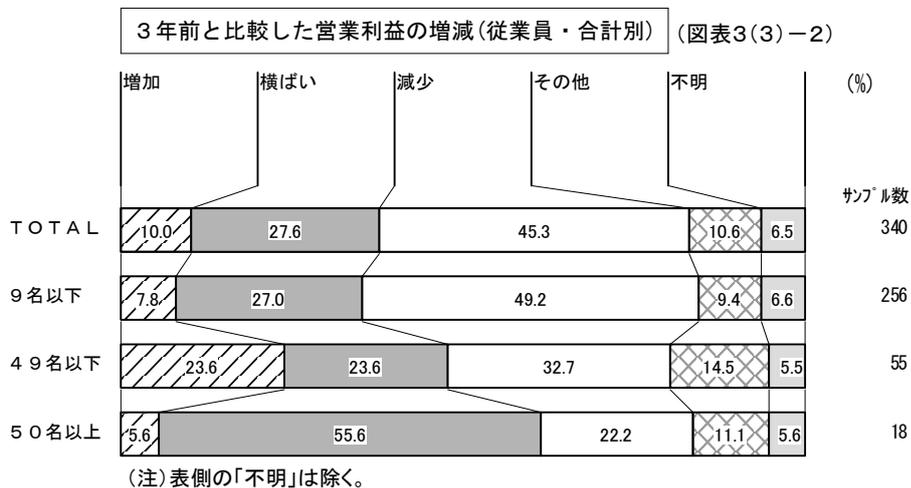
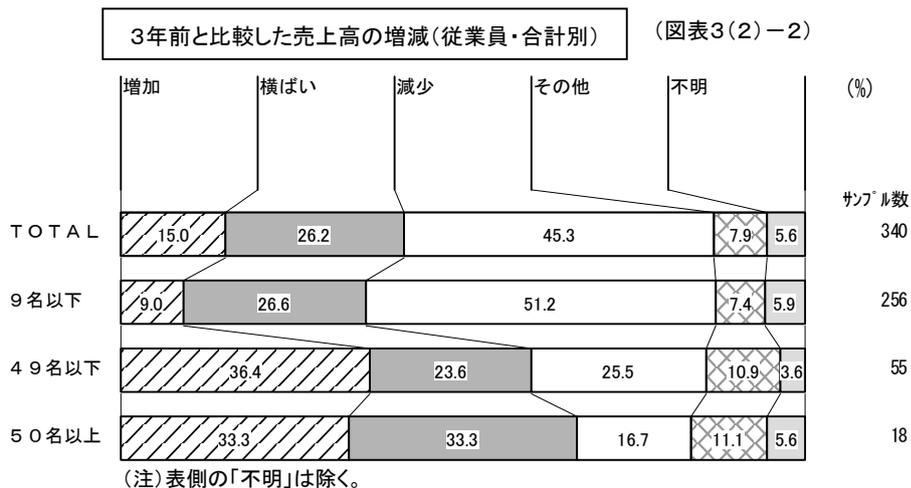
3年前と比較した営業利益の増減(業種別) (図表3(3)-1)



(注)表側の「不明」は除く。

3年前と比較した前年度売上高の増減について従業員・合計別に見ると、全体的に「減少」が最も多くなっているが、従業員規模が大きいところは「増加」が多い傾向が見られる（図表3（2）－2）。

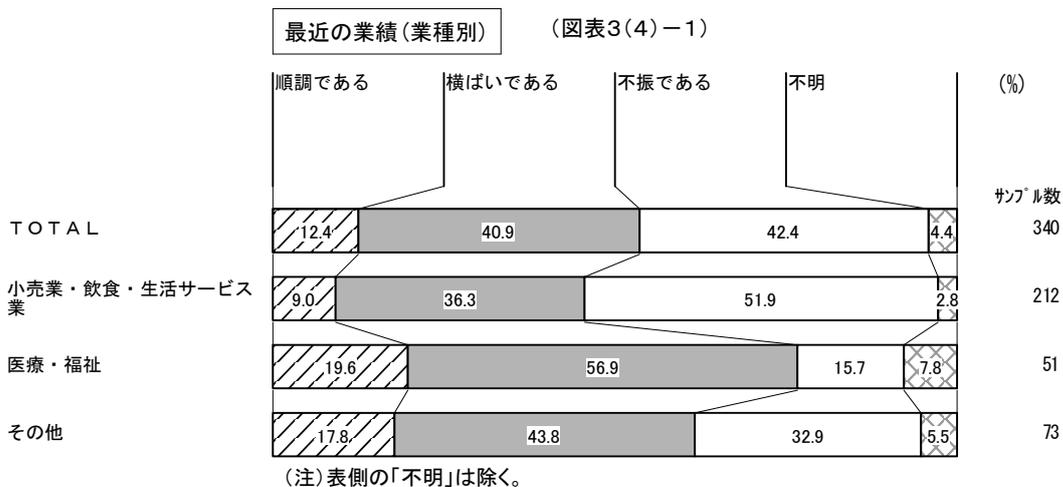
3年前と比較した前年度営業利益の増減について従業員・合計別に見ると、やはり全体的に「減少」が最も多くなっているが、従業員規模が49名以下のところは「増加」、9名以下の小さいところでは「減少」が多くなっている（図表3（3）－2）。



- 問3(4) 最近の店舗・事業所の業績はどうか(○は1つだけ)。
 問3(4-1) 順調である理由は何ですか。(○は3つまで)
 問3(4-2) 不振である理由は何ですか。(○は3つまで)

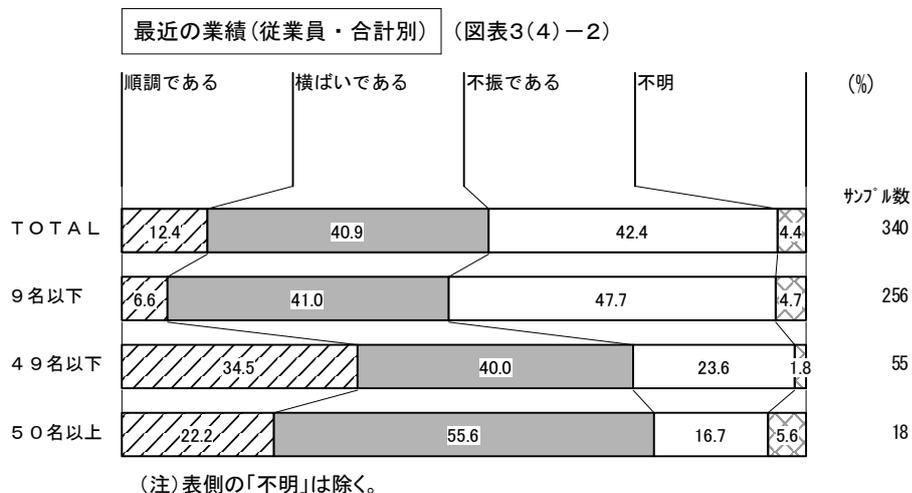
最近の業績について聞いたところ、全体的には「不振である」及び「横ばいである」が共に4割を超えており、「順調である」は12.4%となっている。

業種別に見ると、小売業・飲食・生活サービス業で「不振である」が5割を超えて最も多いが、医療・福祉では「横ばいである」が多くなっている(図表3(4)-1)。

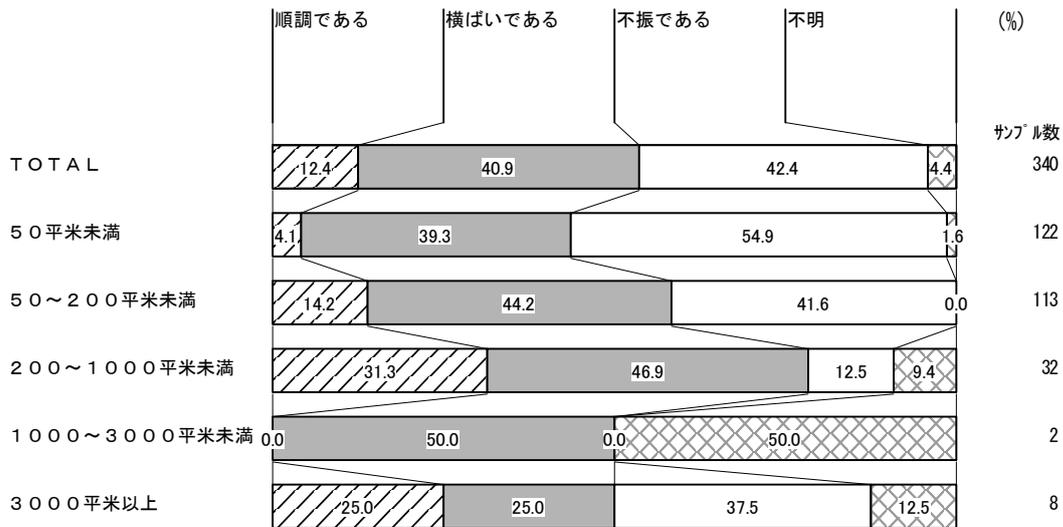


従業員・合計別に見ると、9名以下の規模が小さいところでは「不振である」が多く、49名以下では「順調である」が多くなっている(図表3(4)-2)。

事業所面積別に見ると、規模が小さいところでは「不振である」が多い傾向にある(図表3(4)-3)。



最近の業績(事業所面積別) (図表3(4)-3)



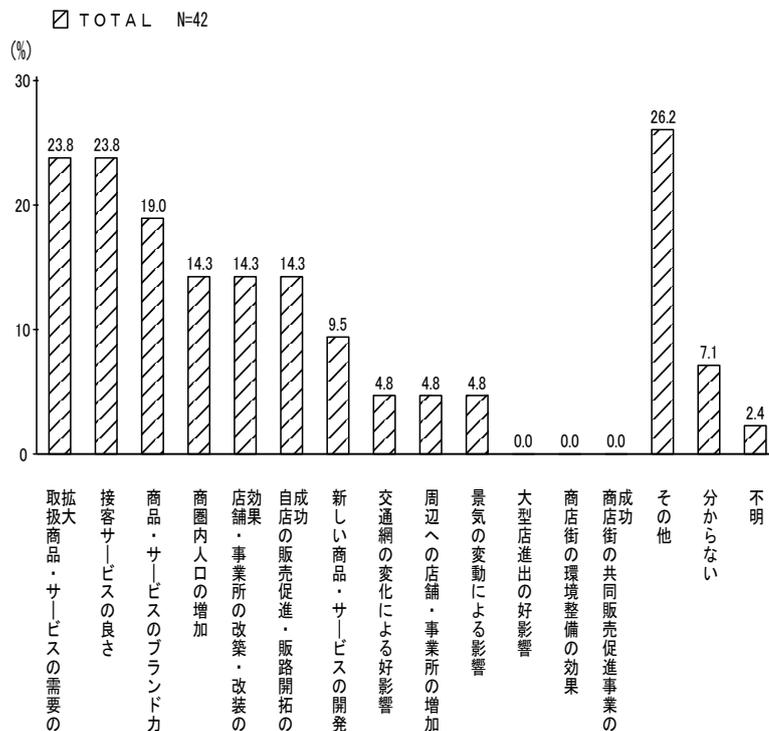
(注) 表側の「不明」は除く。

最近の業績について『順調』と回答したところにその理由を聞いたところ、「その他」が26.2%で最も多く、続いて「取扱商品・サービスの需要の拡大」及び「接客サービスの良さ」が23.8%となっている(図表3(4-1)-1)。

『不振』と回答したところにその理由を聞いたところ、「景気の変動による影響」が52.1%で最も多くなっている(図表3(4-2)-1)。

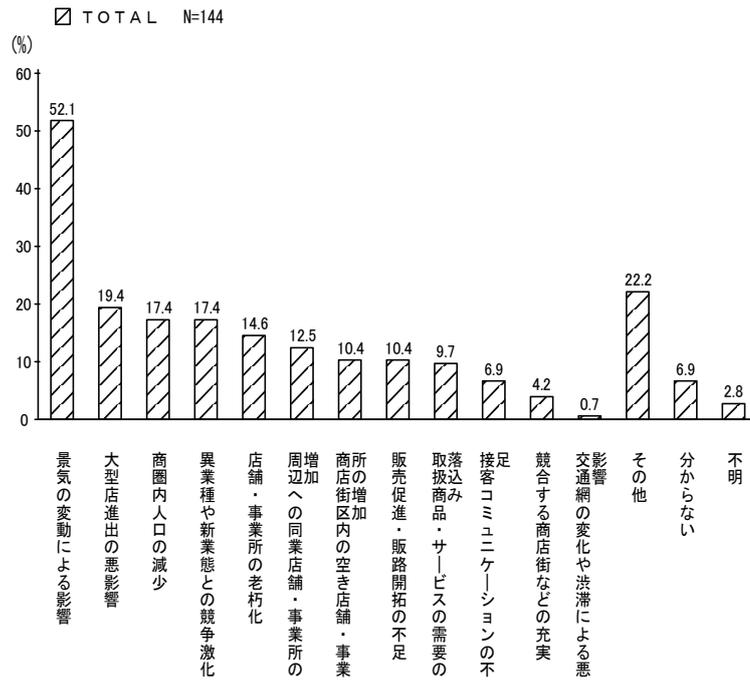
順調である理由

(図表3(4-1)-1)



順調でない理由

(図表3(4-2)-1)

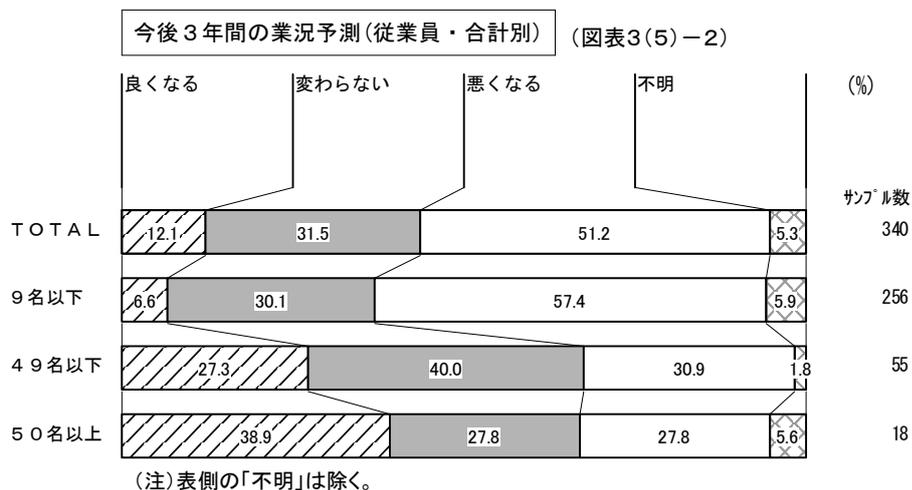
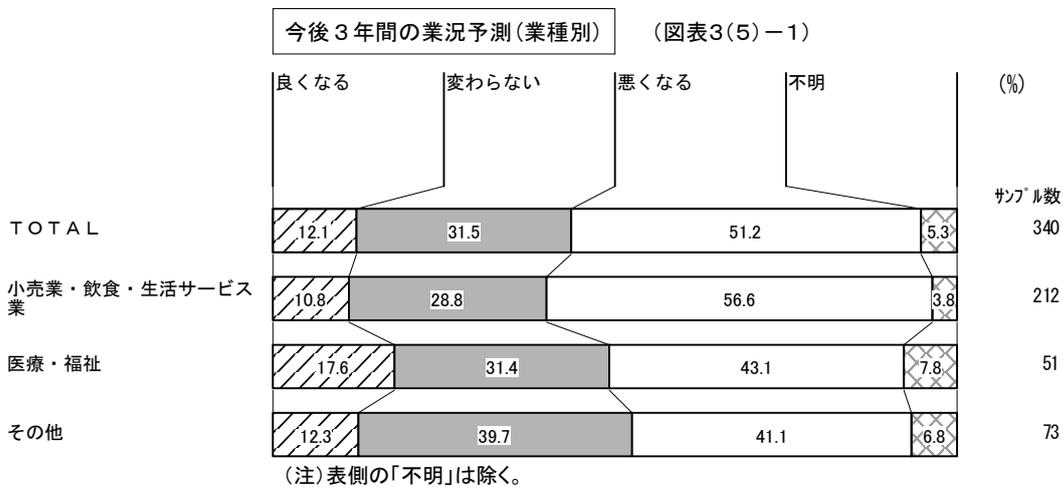


問3(5) 今後3年間を考えたとき、御社の景況はどのように推移してゆくと予想しますか(○は各指標について1つだけ)。

今後3年間の業況予想について見て見ると、「悪くなる」が51.2%を占めて最も多く、続いて「変わらない」が31.5%となっている(図表3(5)-1)。

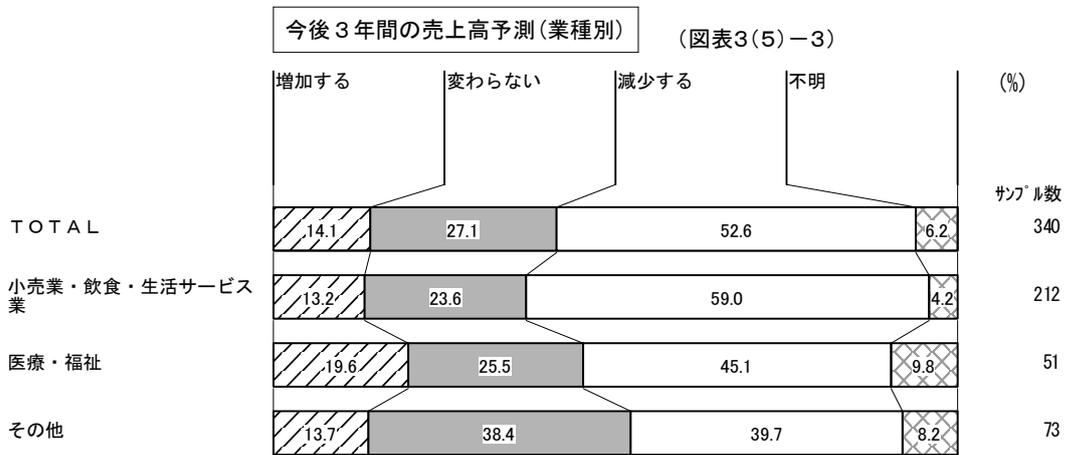
業種別に見てみると、いずれの業種でも「悪くなる」が多くなっているが、医療・福祉では「良くなる」が多少多くなっている(図表3(5)-1)。

従業員・合計別に見ると、全体的には従業員規模が増加するに従って業況予想は向上している(図表3(5)-2)。

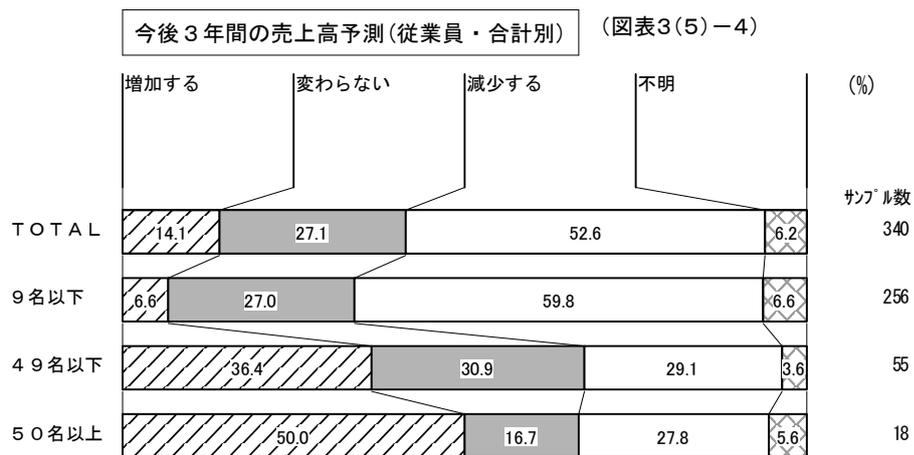


今後3年間の売上高予想について業種別に見てみると、いずれの業種でも「減少する」が多くなっている（図表3（5）－3）。

今後3年間の売上高予想について従業員・合計別に見ると、全体的には従業員規模が増加するに従って売上高予想は向上している（図表3（5）－4）。



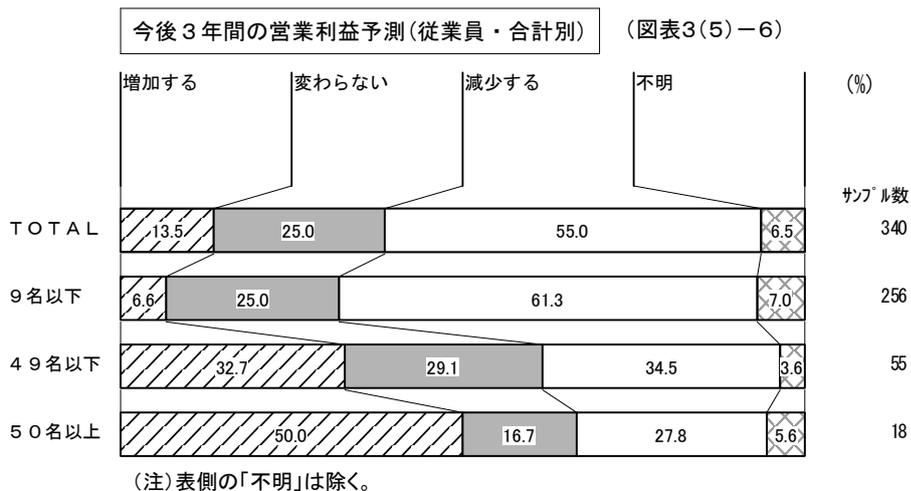
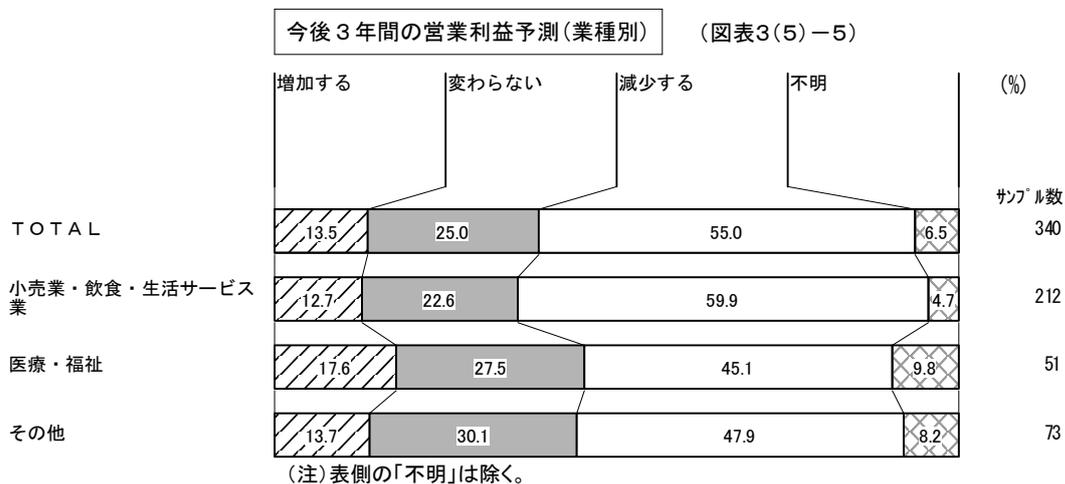
(注)表側の「不明」は除く。



(注)表側の「不明」は除く。

今後3年間の営業利益予想について業種別に見てみると、小売業・飲食・生活サービス業では「減少する」が59.9%を占めており、医療・福祉でも「減少する」が45.1%を占めている（図表3（5）－5）。

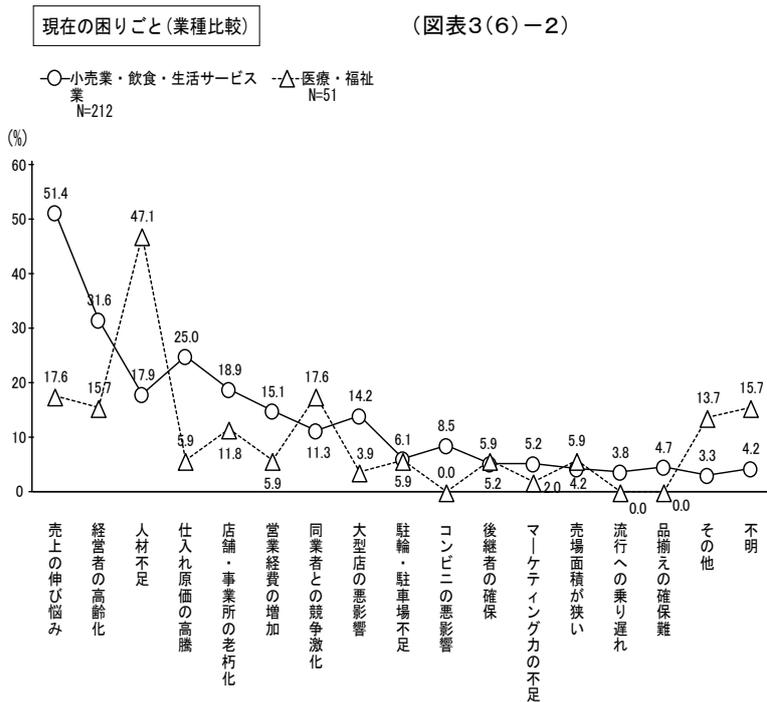
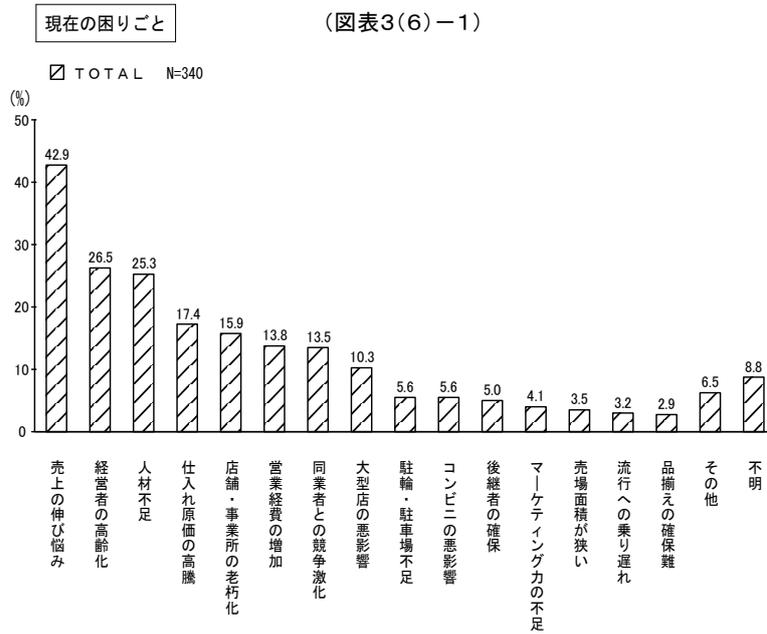
今後3年間の営業利益予想について従業員・合計別に見ると、全体的には従業員規模が増加するに従って営業利益予想は向上している（図表3（5）－6）。



問3(6) 現在あなたの店舗・事業所が困っている問題点をお聞かせください(○は3つまで)。

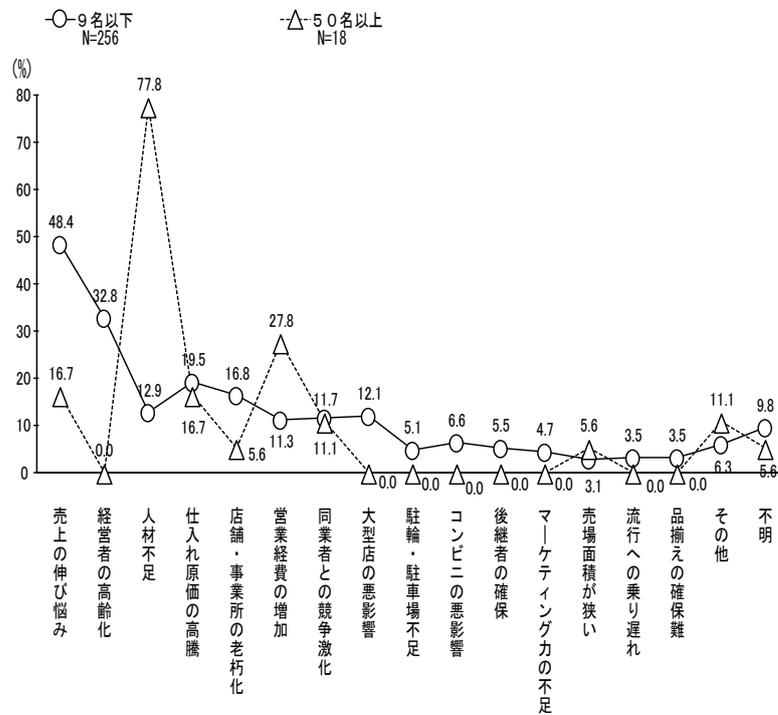
現在、店舗・事業所で困っていることについて見てみると、「売上の伸び悩み」が42.9%で最も多くなっており、続いて「経営者の高齢化」が26.5%、「人材不足」が25.3%となっている(図表3(6)-1)。

業種比較を行うと、小売業・飲食・生活サービス業で「売上の伸び悩み」が最も多くなっているが、医療・福祉では「人材不足」などが多くなっている(図表3(6)-2)。



従業員数が「9名以下」と「50名以上」とで比較すると、「9名以下」では「売上の伸び悩み」や「経営者の高齢化」が多くなっており、「50名以上」は「人材不足」と「営業経費の増加」などが多くなっている（図表3（6）－3）。

現在の困りごと(従業員・合計比較) (図表3(6)－3)

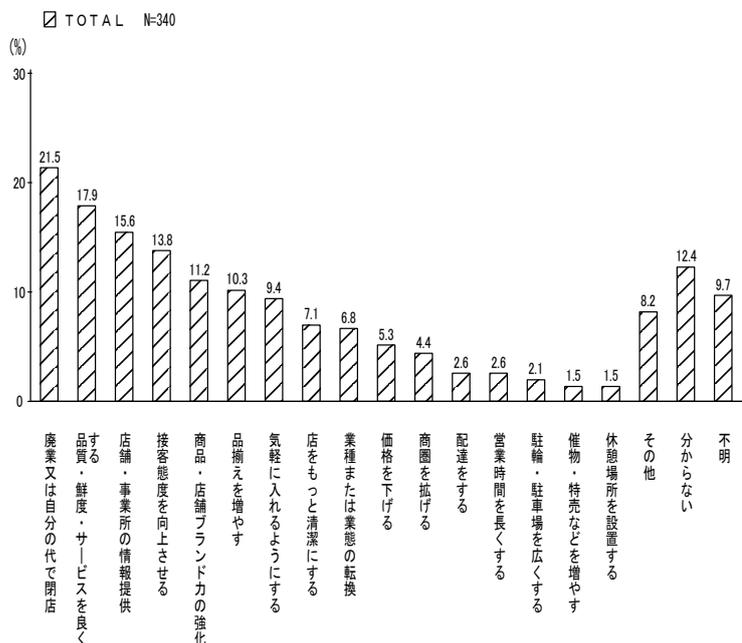


問3(7) これからの経営方針をお聞かせください(○は3つまで)。

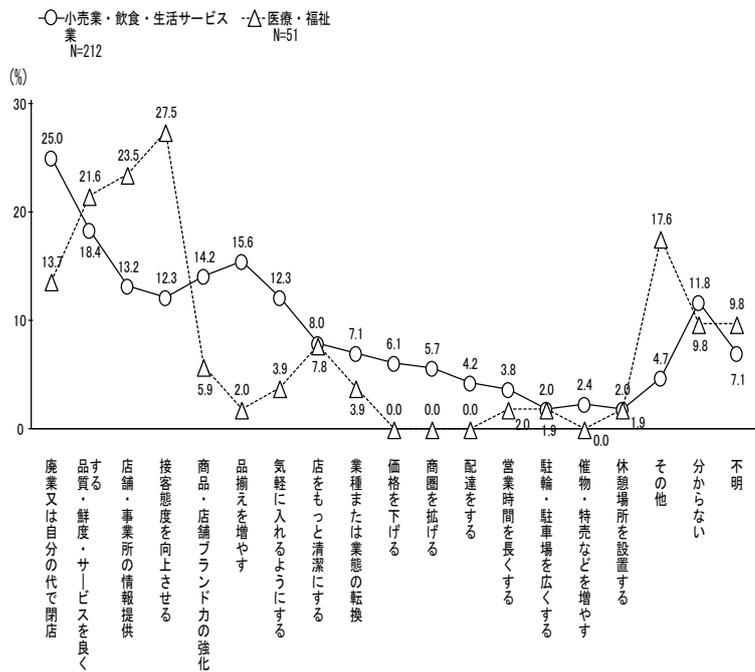
これからの経営方針について見てみると、「廃業又は自分の代で閉店」が21.5%で最も多くなっており、続いて「品質・鮮度・サービスを良くする」が17.9%、「店舗・事業所の情報提供」が15.6%などとなっている。(図表3(7)-1)。

小売業・飲食・生活サービス業と医療・福祉で業種比較を行うと、小売業・飲食・生活サービス業では「廃業又は自分の代で閉店」などが多くなっているが、医療・福祉では「接客態度を向上させる」、「店舗・事業所の情報提供」、「品質・鮮度・サービスを良くする」などが多くなっている(図表3(7)-2)。

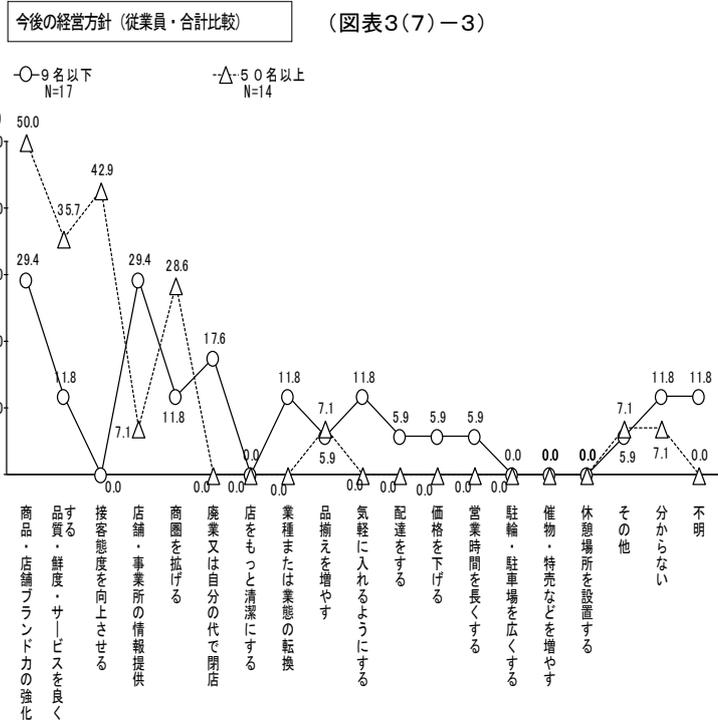
今後の経営方針 (図表3(7)-1)



今後の経営方針(業種比較) (図表3(7)-2)



従業員数が「9名以下」と「50名以上」とで比較すると、「9名以下」では「商品・店舗ブランド力の強化」及び「店舗・事業所の情報提供」が最も多くなっているが、続いて「廃業又は自分の代で閉店」が3番目に多くなっている。「50名以上」は「商品・店舗ブランド力の強化」と「接客態度を向上させる」などが多くなっている（図表3（7）－3）。

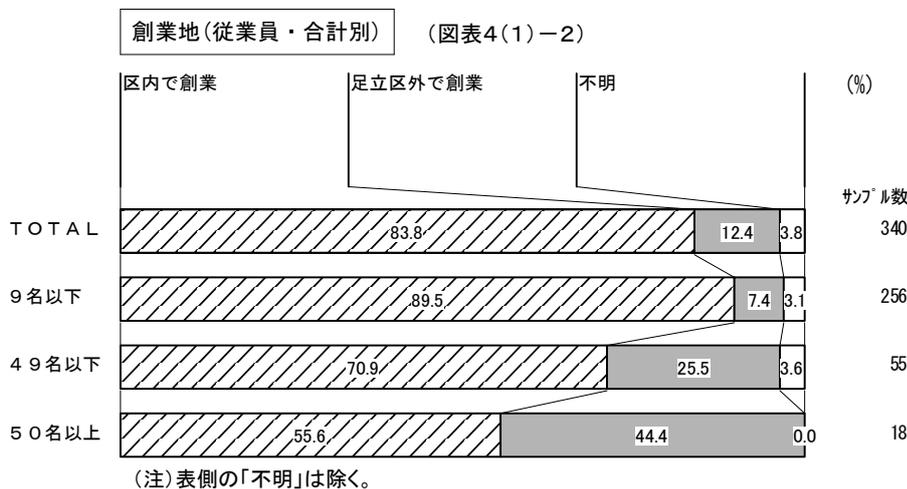
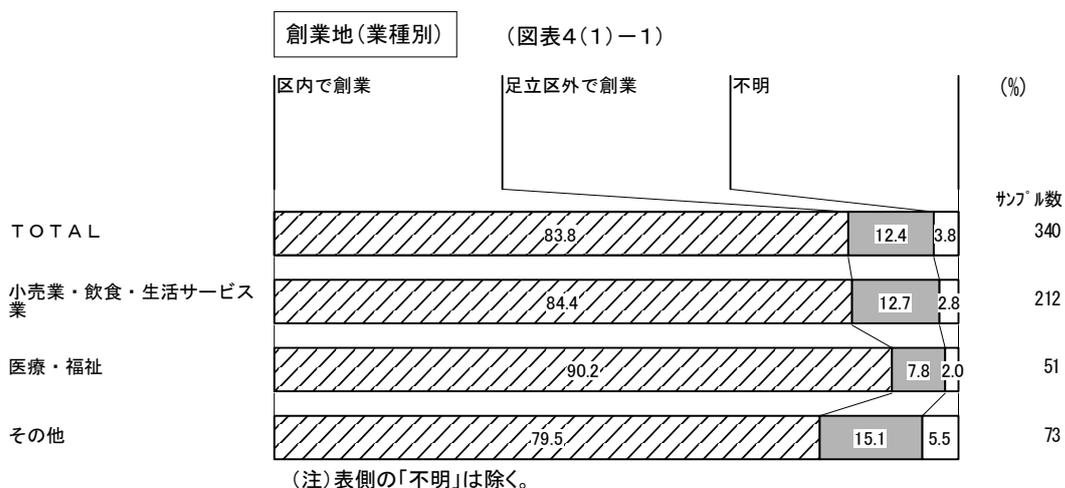


(3) 立地環境について

問4(1) 創業は足立区内ですか(○は1つだけ)。

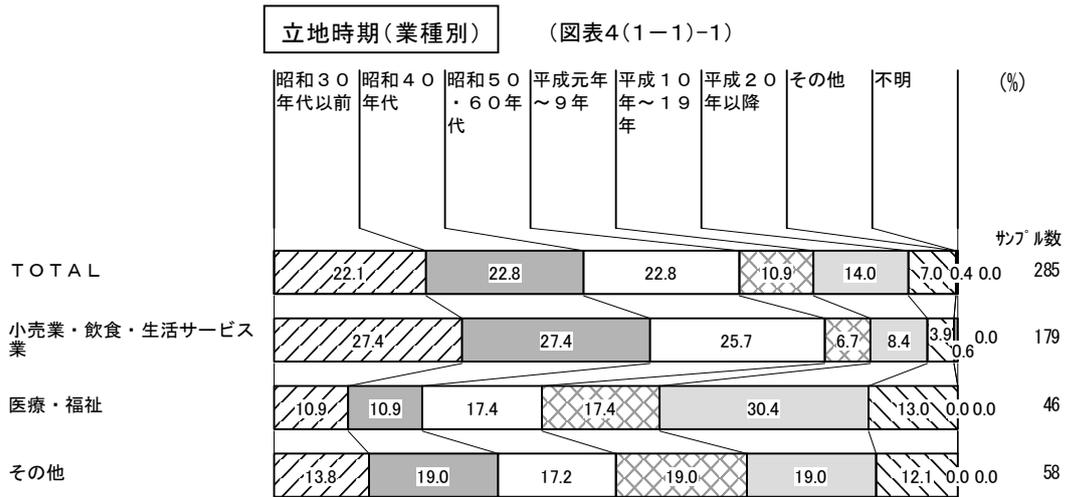
創業場所について聞いたところ、「区内で創業」が83.8%を占めている(図表4(1)-1)。

業種別、従業員・合計別で見ると、いずれの場合でも「区内で創業」が多くなっているが、従業員・合計別で「50名以上」については「足立区外で創業」も44.4%を占めている(図表4(1)-2)。



問4(1-1) いつ頃から足立区内に立地していますか(○は1つだけ)。

足立区内での立地時期について見ると、全体的には昭和期までに立地していた事業者が多い。業種別に見ると、医療・福祉では「平成10年～19年」が3割を超えて最も多くなっている(図表4(1-1)-1)。

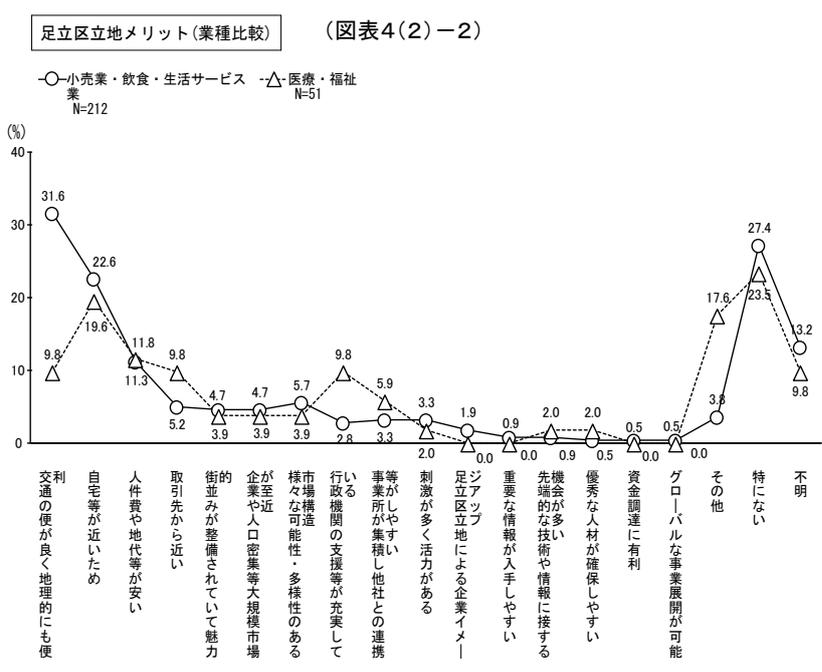
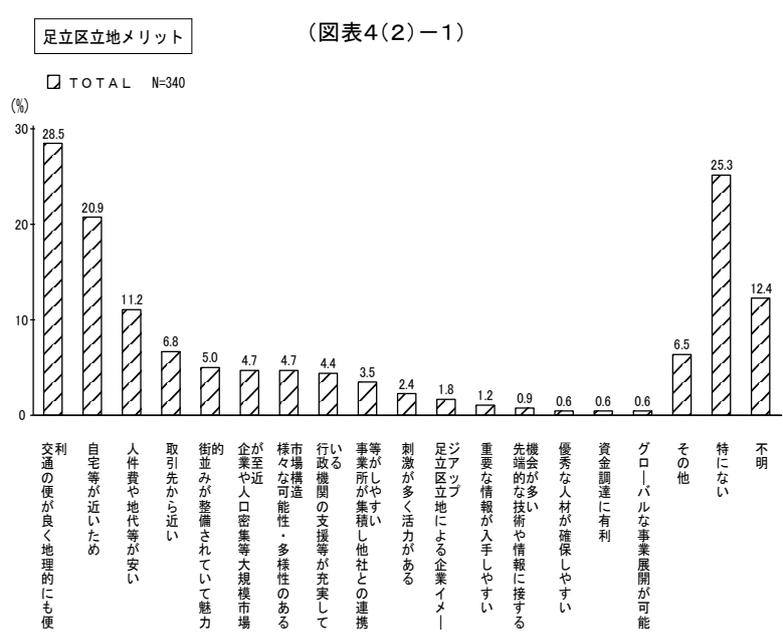


(注)表側の「不明」は除く。

問4(2) 足立区環境や立地するメリットはどのようなものですか(○は3つまで)。

足立区に立地するメリットは「交通の便が良く地理的にも便利」が28.5%と最も高くなっており、次いで「特にない」が25.3%、「自宅等が近いため」が20.9%となっている(図表4(2)-1)。

業種比較を見ると、小売業・飲食・生活サービス業は「交通の便が良く地理的にも便利」が最も多くなっているが、医療・福祉では「特にない」、「自宅等が近いため」が多くなっている。(図表4(2)-2)。

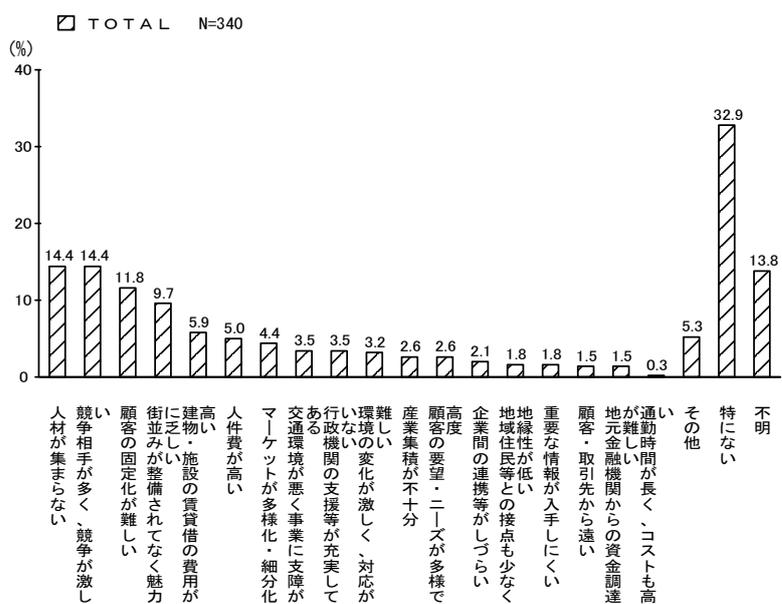


問4(3) 足立区立地するデメリットはどのようなものですか(〇は3つまで)。

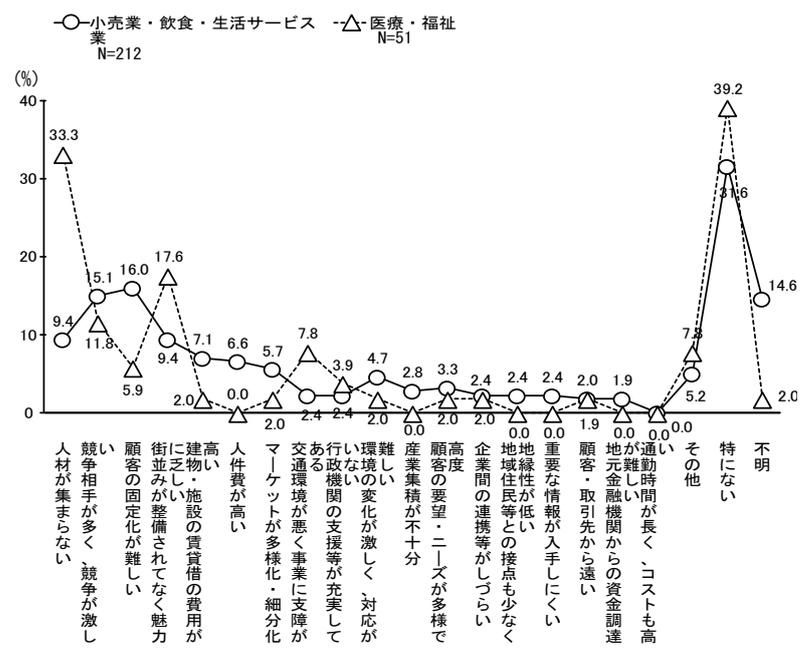
足立区立地するデメリットは「特にない」が32.9%と最も多く、次いで「人材が集まらない」、
「競争相手が多く、競争が激しい」が14.4%となっている(図表4(3)-1)。

業種比較を行うと、いずれの業種でも「特にない」が多くなっているが、医療・福祉では「人材
が集まらない」が33.3%になっている(図表4(3)-2)。

足立区立地デメリット (図表4(3)-1)



足立区立地デメリット(業種比較) (図表4(3)-2)

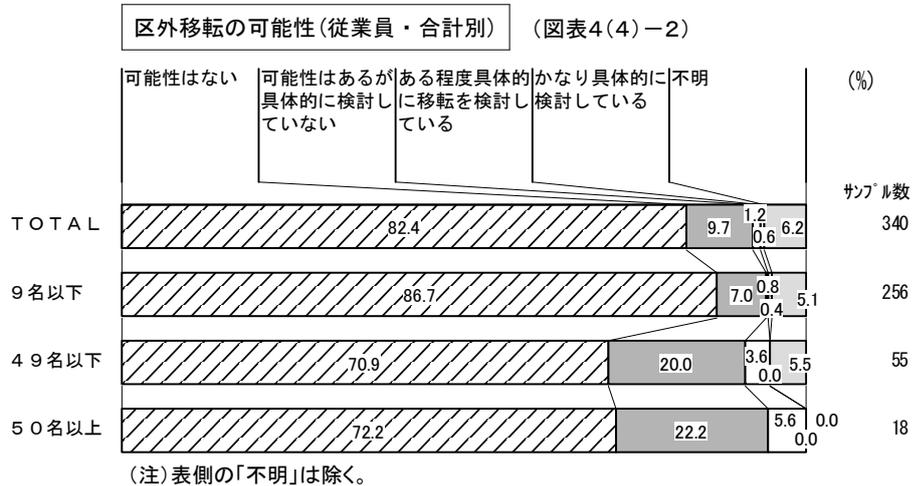
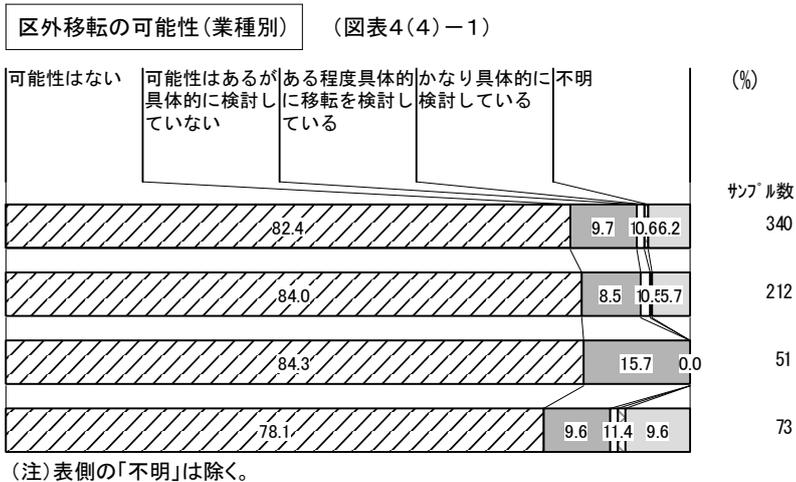


問4(4) 御社では区外への事業所移転の可能性はありますか。(〇は1つだけ)

区外への事業所移転の可能性について聞いたところ、「可能性はない」が82.4%で最も多くなっており、続いて「可能性はあるが具体的に検討していない」が9.7%となっている。

業種別に見ると、いずれの業種でも「可能性はない」が最も多くなっているが、医療・福祉では「可能性はあるが具体的に検討していない」が15.7%で多少多くなっている(図表4(4)-1)。

従業員・合計別に見ると、全体的には「可能性はない」が最も多くなっているが、50名以上では「可能性はあるが具体的に検討していない」が22.2%と他の規模と比べて多くなっている(図表4(4)-2)。

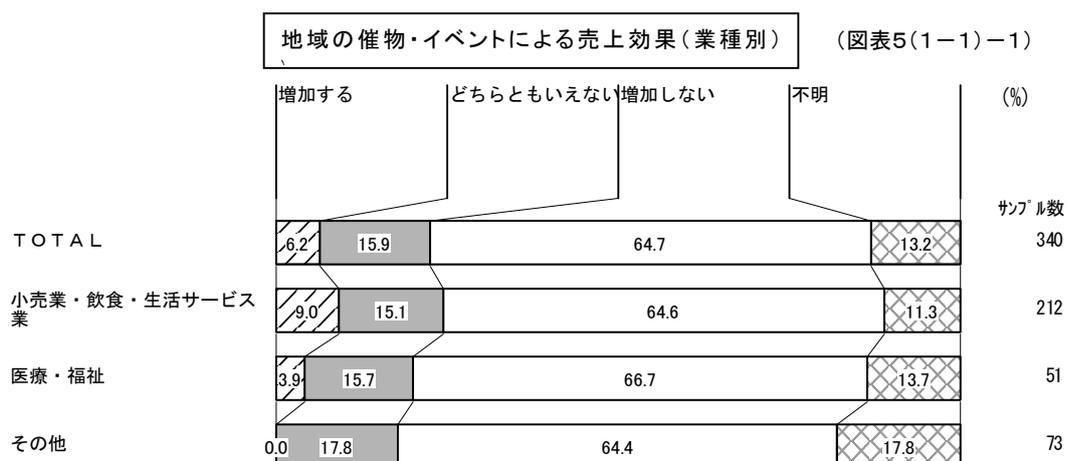


(4) 商店街等について

問5 (1-1) 店舗・事業所が立地する地域で展開される催物・イベント（歳末セール、祭り等）で、あなたの店舗・事業所の売上高は増加しますか。（○は1つだけ）

店舗・事業所が立地する地域の催物・イベントによる売上効果に関しては、「増加しない」が64.7%で最も多く、続いて「どちらともいえない」が15.9%となっている（図表5 (1-1) - 1）。

業種別に見ると、いずれの業種も「増加しない」が多くなっているが小売業・飲食・生活サービス業では「増加する」が9.0%となっている（図表5 (1-1) - 1）。

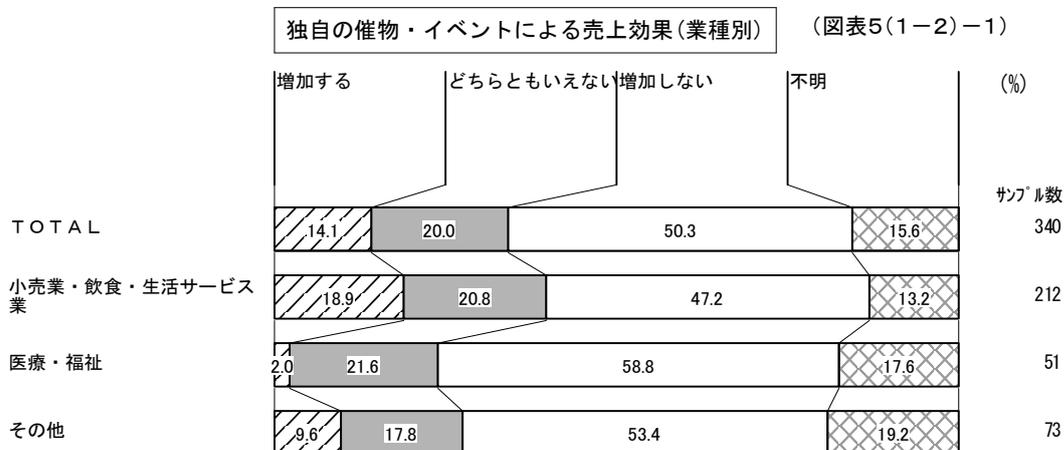


(注)表側の「不明」は除く。

問5 (1-2) 店舗・事業所が独自に展開する催物・イベント（セール、キャンペーン等）で、あなたの店舗・事業所の売上高は増加しますか（○は1つだけ）

店舗・事業所が独自に展開する催物・イベントによる売上効果に関しては、「増加しない」が50.3%で最も多く、続いて「どちらともいえない」が20.0%となっている（図表5 (1-2) - 1）。

業種別に見ると、いずれの業種も「増加しない」が多くなっているが小売業・飲食・生活サービス業では「増加する」が18.9%とやや高くなっている（図表5 (1-2) - 1）。

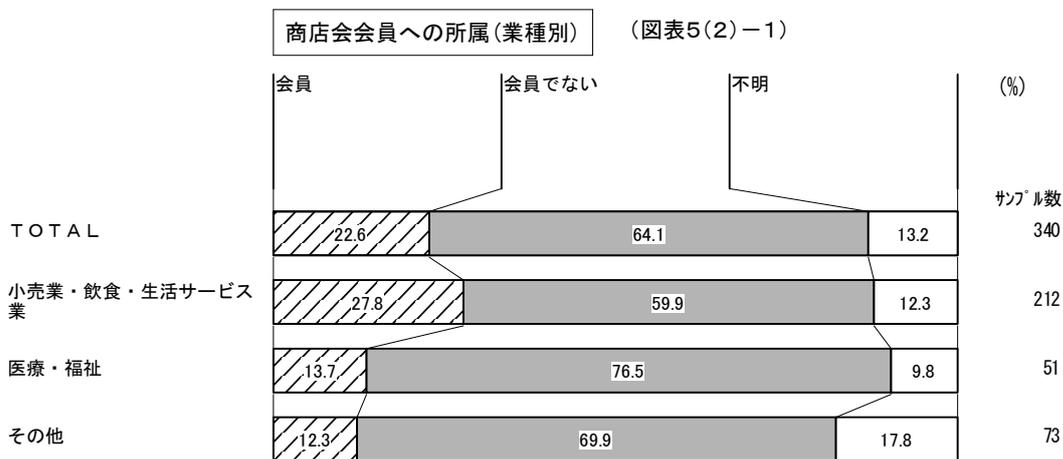


(注)表側の「不明」は除く。

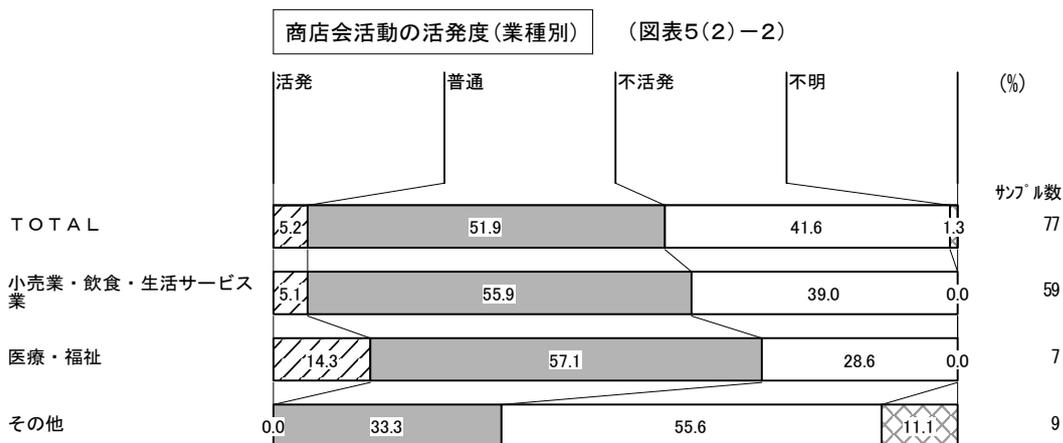
問5(2) 地域の商店会等には会員として参加していますか(○は1つだけ)

商店街への参加について聞いたところ、「会員である」は22.6%、「会員でない」は64.1%という結果となった(図表5(2)-1)。また商店街活動の活発度では、「普通」が51.9%であるが、「不活発」が41.6%で「活発」の5.2%を上回っている(図表5(2)-2)。また会員としての参加度合いは、「普通」が49.4%、続いて「不活発」が37.7%となっている(図表5(2)-3)。

業種別に商店街会員かどうかを見ると、いずれの業種も「会員でない」が多いが、小売業・飲食・生活サービス業で「会員である」が27.8%と医療・福祉と比較して多くなっている(図表5(2)-1)。活発度について業種別に見ると、医療・福祉では「活発」が14.3%と、小売業・飲食・生活サービス業よりもやや高くなっている(図表5(2)-2)。商店会活動への参加度合いは、小売業・飲食・生活サービス業では「普通」が最も多くなっているが、医療・福祉では「不活発」が最も多くなっている(図表5(2)-3)。

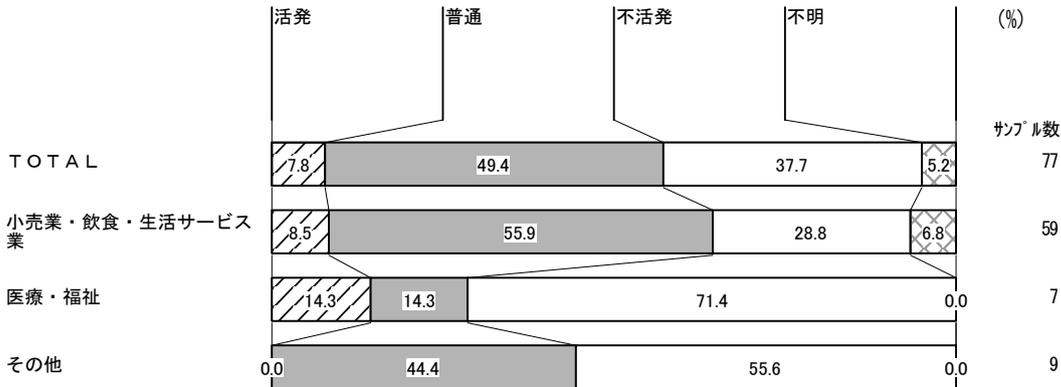


(注)表側の「不明」は除く。



(注)表側の「不明」は除く。

商店会活動への参加(業種別) (図表5(2)-3)

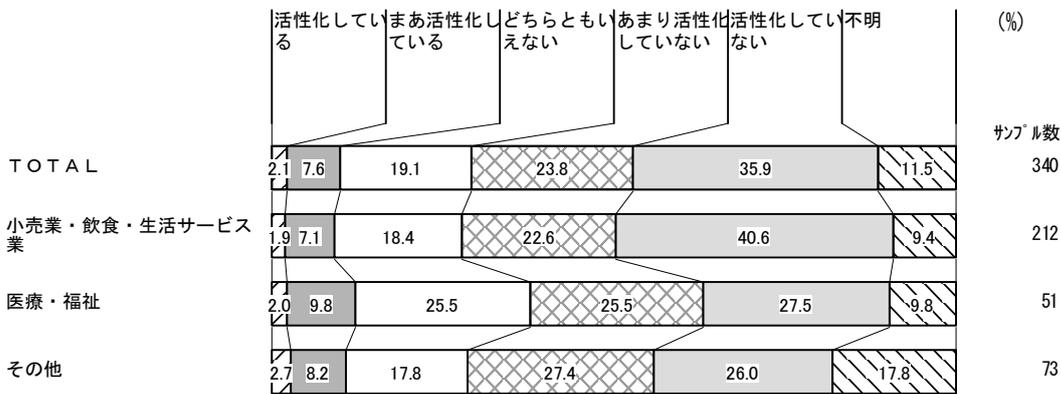


(注)表側の「不明」は除く。

問5(3) 店舗・事業所が立地している、又は周辺の商業地域は活性化していますか(○は1つだけ)

周辺商業地域の活性化度について見ると、「活性化していない」が35.9%と最も多くなっており、次いで「あまり活性化していない」が23.8%となっている。「活性化している」はわずか2.1%に留まる結果となった(図表5(3))。

商業地の活性化度(業種別) (図表5(3))

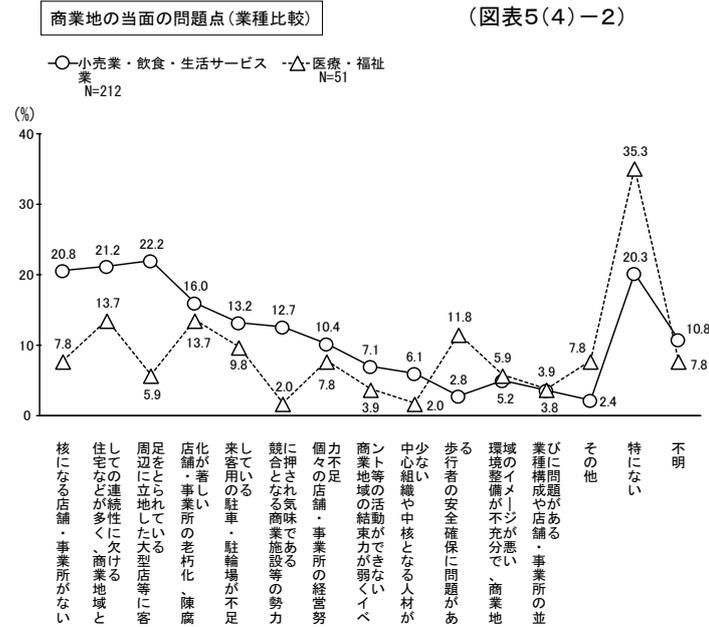
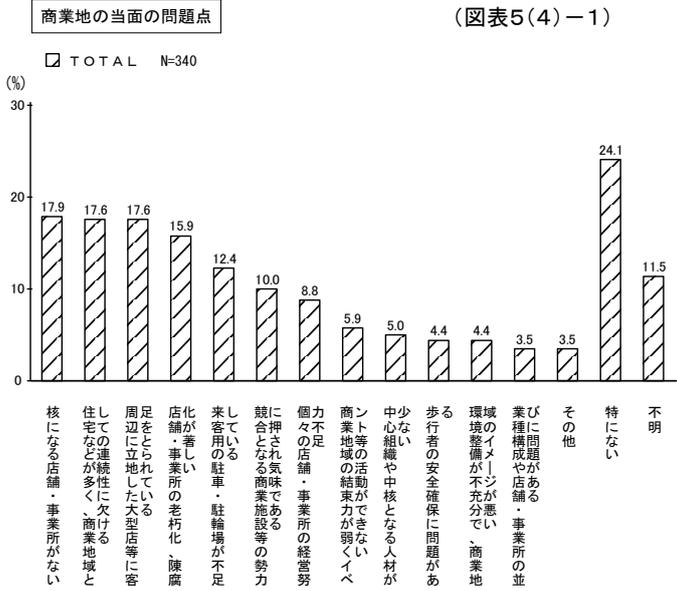


(注)表側の「不明」は除く。

問5(4) 店舗・事業所が立地している、または周辺の商業地域全体における当面の問題点は、次のうちどれですか(○は3つまで)

周辺商業地域全体の問題点は、「特にない」が24.1%と最も多く、次いで「核になる店舗・事業所がない」が17.9%、「住宅などが多く、商業地域としての連続性に欠ける」、「周辺に立地した大型店等に客足をとられている」が17.6%となっている(図表5(4)-1)。

業種別に見ると、小売業・飲食・生活サービス業では「周辺に立地した大型店等に客足をとられている」が最も多く、続いて「住宅などが多く、商業地域としての連続性に欠ける」となっているが、医療・福祉では「特にない」が最も多くなっている(図表5(4)-2)。

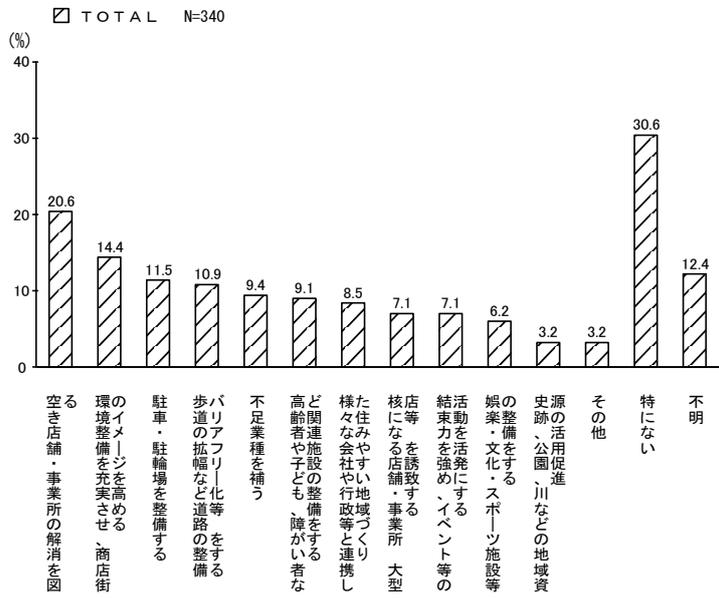


問5(5) 店舗・事業所が立地している、または周辺の商業地域全体の発展のために必要と思うことは、次のうちどれですか(○は3つまで)

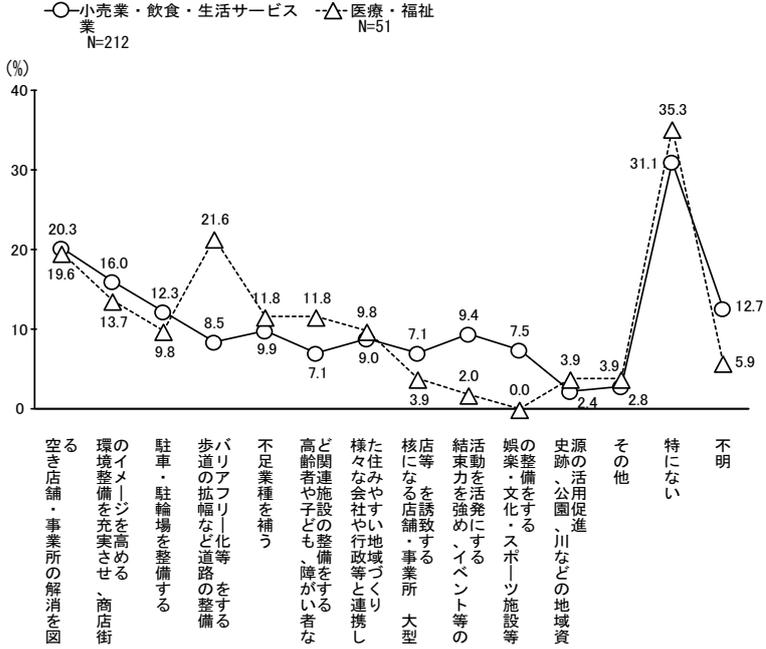
周辺商業地域全体の発展のために必要なことは「特にない」が30.6%と最も多く、次いで「空き店舗・事業所の解消を図る」が20.6%、「環境整備を充実させ、商店街のイメージを高める」が14.4%となっている(図表5(5)-1)。

業種別に見ると、いずれの業種も「特にない」が最も多くなっているものの、小売業・飲食・生活サービス業では「空き店舗・事業所の解消を図る」が多く、医療・福祉では「歩道の拡幅など道路の整備バリアフリー化等をする」が多くなっている(図表5(5)-2)。

商業地全体の発展へ必要なこと (図表5(5)-1)



商業地全体の発展へ必要なこと(業種比較) (図表5(5)-2)

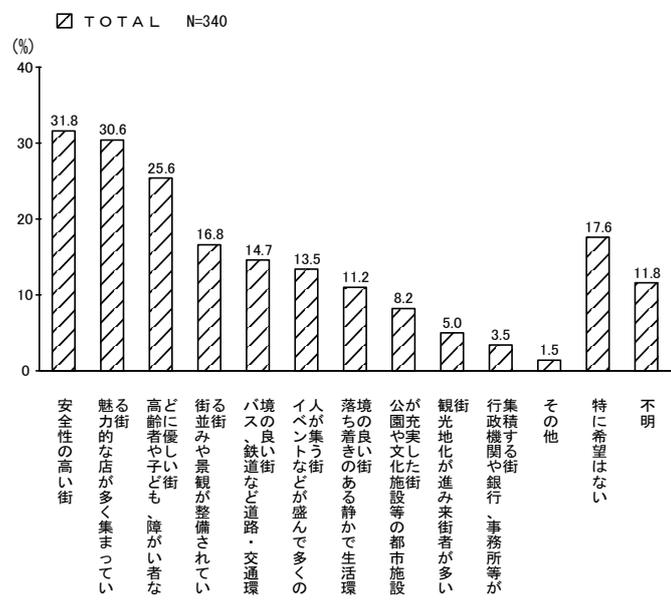


問5(6) 将来、店舗・事業所が立地している、または周辺の商業地域全体はどのような街になって欲しいですか (〇は3つまで)

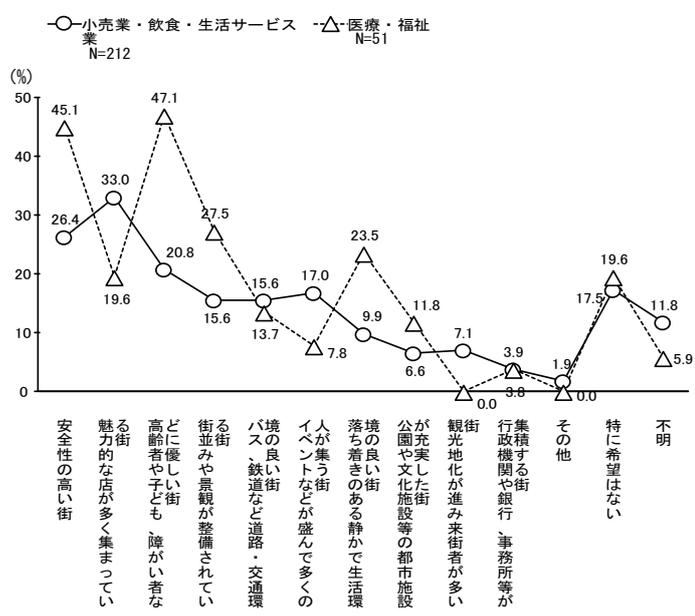
ありたいまちの姿は、「安全性の高い街」が31.8%で最も多くなっており、続いて「魅力的な店が多く集まっている街」が30.6%、「高齢者や子ども、障がい者などに優しい街」が25.6%などとなっている(図表5(6)-1)。

業種別に見ると、小売業・飲食・生活サービス業では「魅力的な店が多く集まっている街」が多く、医療・福祉では「高齢者や子ども、障がい者などに優しい街」が最も多く、続いて「安全性の高い街」となっている(図表5(6)-2)。

ありたいまちの姿 (図表5(6)-1)



ありたいまちの姿(業種比較) (図表5(6)-2)



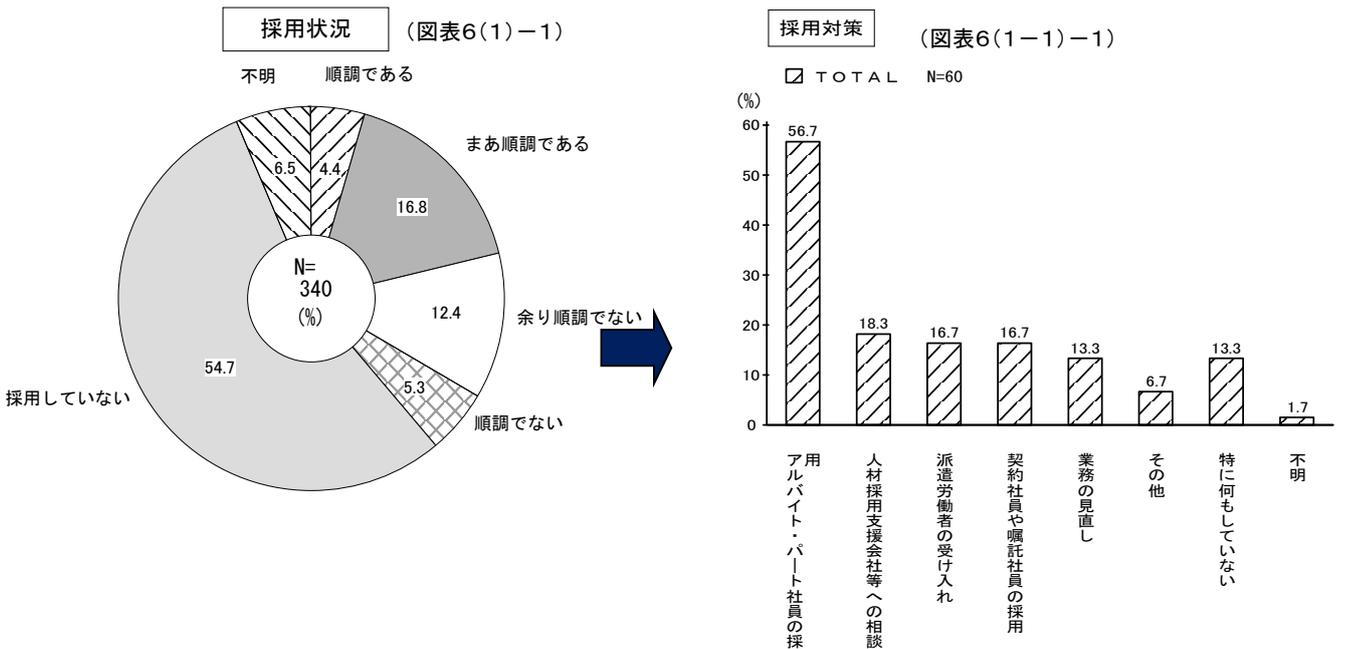
(5) 採用状況や雇用環境等について

問6(1) 御社の従業員の採用状況はいかがですか。(○は1つだけ)
 問6(1-1) [前問で 余り順調でない、順調でない と回答した方] どのような対応を取っていますか。(○はいくつでも)

従業員の採用状況について聞いたところ、「採用していない」が54.7%、続いて「まあ順調である」が16.8%、「余り順調でない」が12.4%などとなっている(図表6(1)-1)。

採用状況が『余り順調でない』または『順調でない』と回答した事業者に対して対策を聞いたところ、「アルバイト・パート社員の採用」が56.7%で最も多く、続いて「人材採用支援会社等への相談」が18.3%などとなっている(図表6(1-1)-1)。

業種別に見ると、小売業・飲食・生活サービス業では「採用していない」が64.2%で多く、医療・福祉では「まあ順調である」が29.4%と多くなっている(図表6(1)-2)。

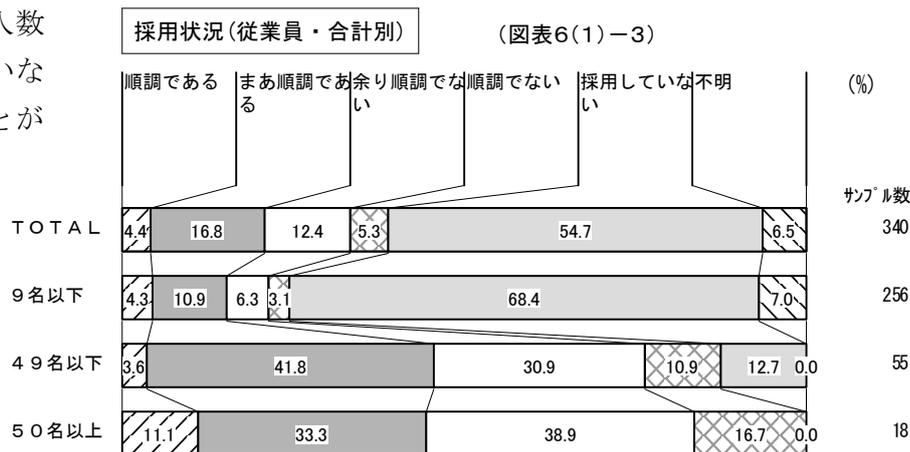


採用状況(業種別) (図表6(1)-2)

業種	順調である (%)	まあ順調である (%)	余り順調でない (%)	順調でない (%)	採用していない (%)	不明 (%)	サンプル数
TOTAL	4.4	16.8	12.4	5.3	54.7	6.5	340
小売業・飲食・生活サービス業	2.4	13.7	10.4	2.8	64.2	6.6	212
医療・福祉	15.7	29.4	15.7	13.7	23.5	2.0	51
その他	2.7	17.8	16.4	6.8	49.3	6.8	73

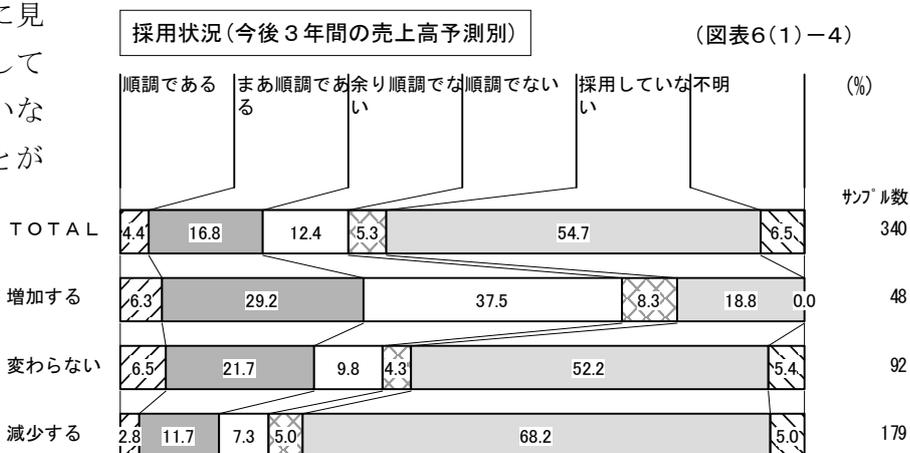
(注) 表側の「不明」は除く。

従業員・合計別に見ると、人数が少ない企業ほど「採用していない」割合が多くなっていることが分かる（図表6（1）－3）。



(注)表側の「不明」は除く。

今後3年間の売上高予測別に見ると、予測の良し悪しに比例して採用状況について「採用していない」割合が多くなっていることが分かる（図表6（1）－4）。



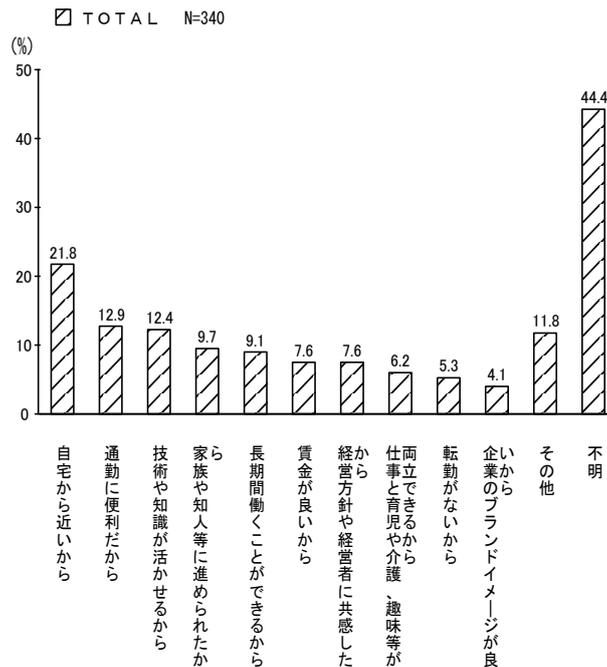
(注)表側の「不明」は除く。

問6(2) 御社の従業員が御社に就職を決めた理由をどのようにお考えですか。(〇はいくつでも)

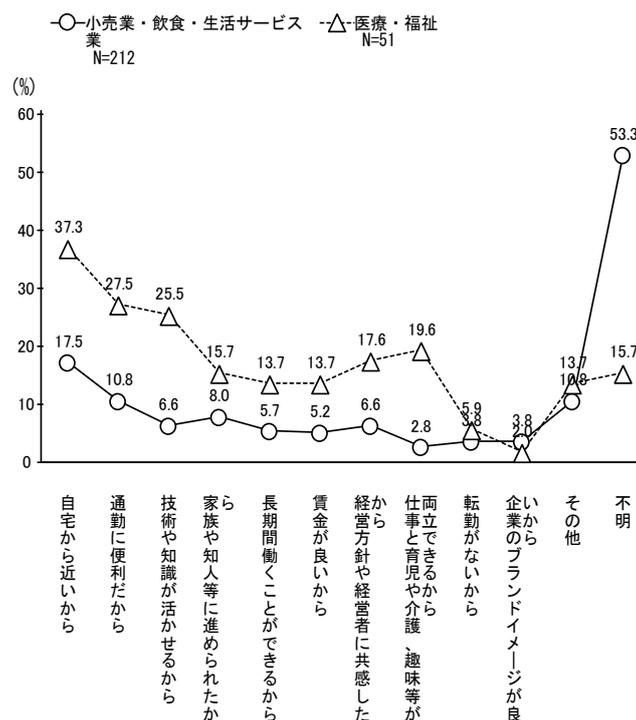
従業員が自社に就職を決めた理由について聞いたところ、「自宅から近い」が21.8%で多く、続いて「通勤に便利だから」が12.9%となっている(図表6(2)-1)。

業種比較を行うと、いずれの業種でも「自宅から近いから」が多くなっている。(図表6(2)-2)。

従業員が就職を決めた理由想定 (図表6(2)-1)



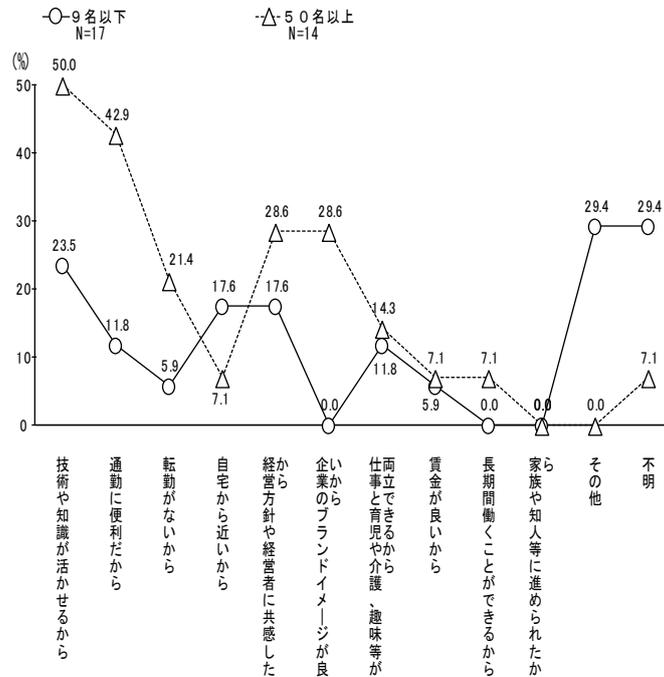
従業員が就職を決めた理由想定(業種比較) (図表6(2)-2)



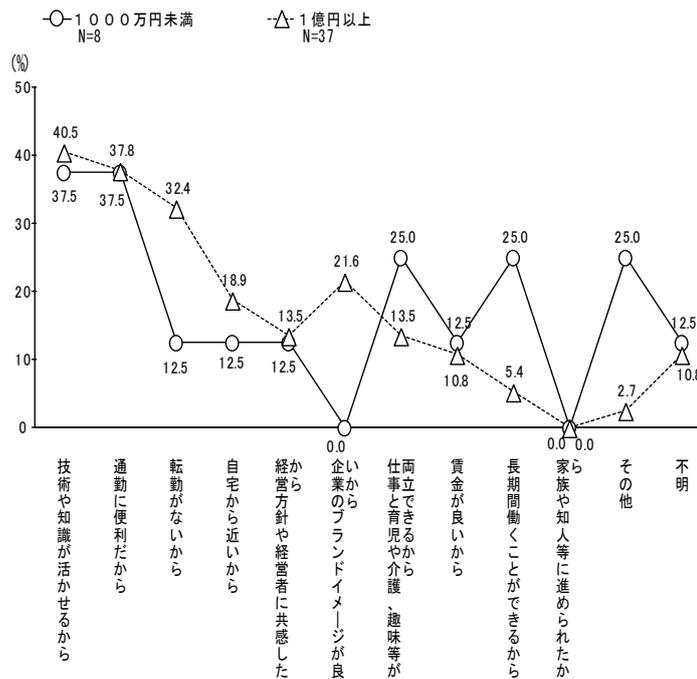
従業員・合計で比較すると「50名以上」では「技術や知識が活かせるから」や「通勤に便利だから」が多くなっているが、「9名以下」は「その他」や「不明」が多くなっている（図表6（2）－3）。

また、前年度売上高で見ると、いずれも「技術や知識が活かせるから」や「通勤に便利だから」が多くなっている（図表6（2）－4）。

従業員が就職を決めた理由想定（従業員・合計比較）（図表6(2)－3）



従業員が就職を決めた理由想定（前年度売上高比較）（図表6(2)－4）



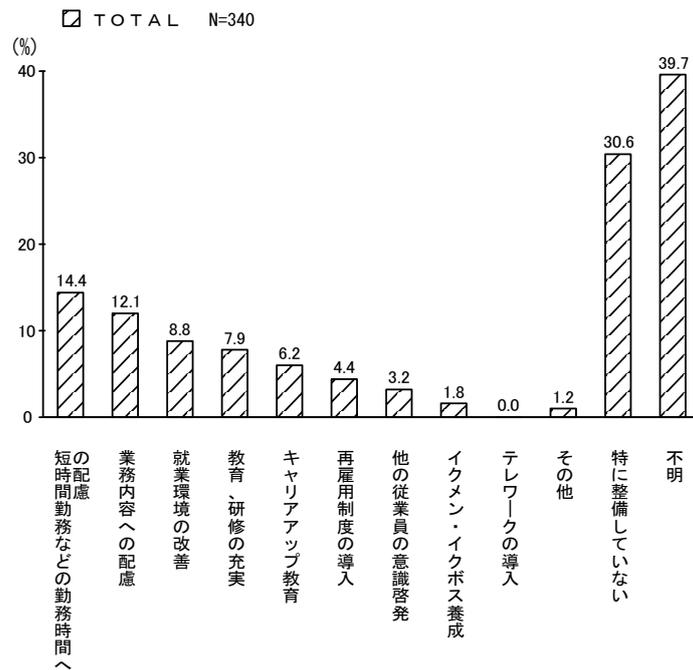
問6(3) 御社では、女性の活躍推進のためにどのような対策を講じていますか。(〇はいくつでも)

女性の活躍推進のために実施している施策について聞いたところ、「特に整備していない」が30.6%で最も多く、続いて「短時間勤務などの勤務時間への配慮」が14.4%などとなっている(図表6(3)-1)。

業種比較を行うと、小売業・飲食・生活サービス業では「特に整備していない」が多く、医療・福祉では「短時間勤務などの勤務時間への配慮」や「業務内容への配慮」が多くなっている(図表6(3)-2)。

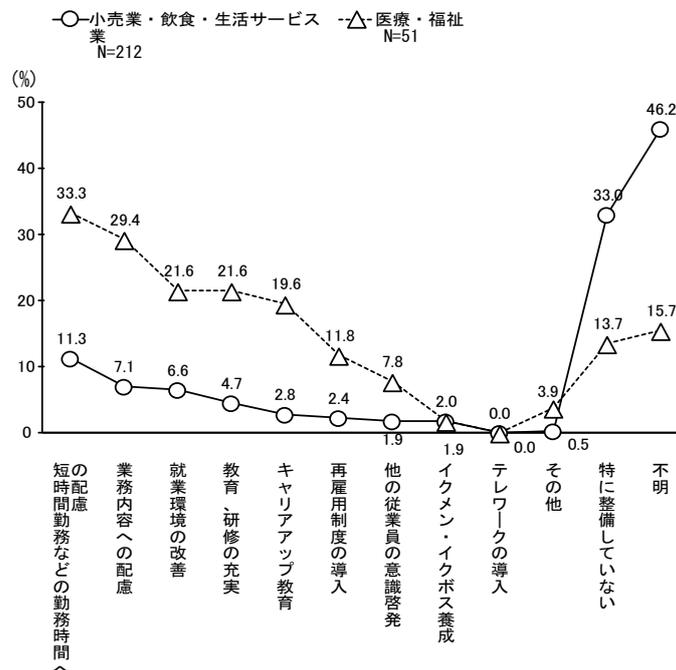
実施している女性の活躍推進策

(図表6(3)-1)



実施している女性の活躍推進策(業種比較)

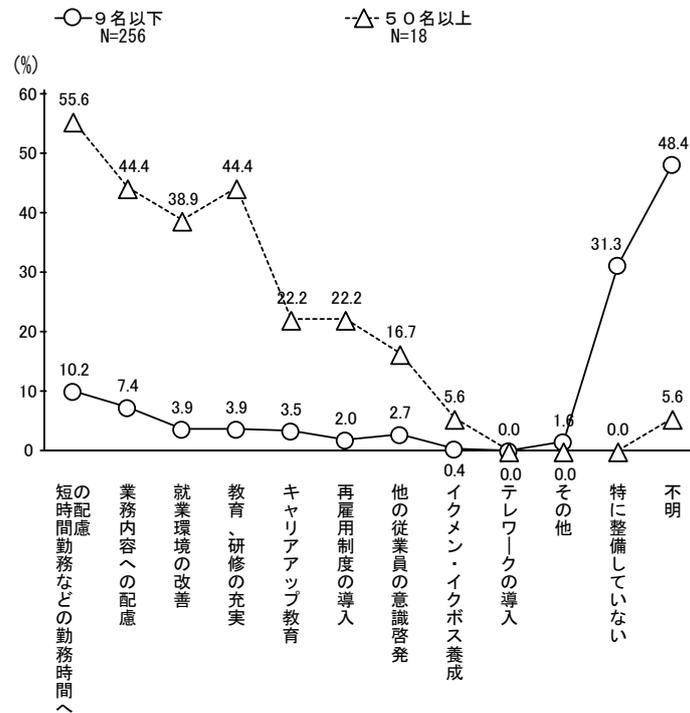
(図表6(3)-2)



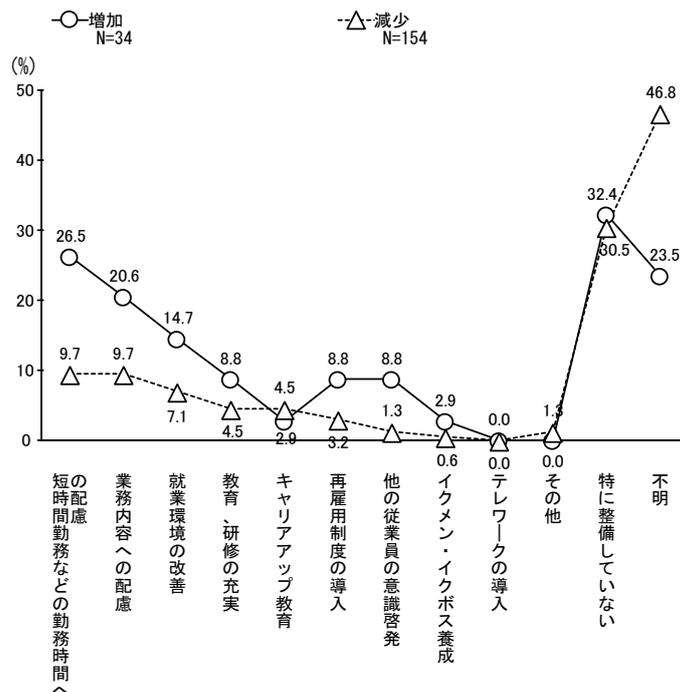
女性の活躍推進のために実施している施策について従業員数が「9名以下」と「50名以上」とで比較すると、「50名以上」は「短時間勤務などの勤務時間への配慮」が55.6%と多い一方、「9名以下」は「不明」が48.4%と多い（図表6（3）－3）。

3年前と比較した営業利益の増減比較をすると、いずれも「特に整備していない」が多くなっている（図表6（3）－4）。

実施している女性の活躍推進策(従業員・合計比較) (図表6(3)-3)



実施している女性の活躍推進策(3年前と比較した営業利益の増減比較) (図表6(3)-4)



問6(4) 御社では、高齢者雇用のためにどのような対策を講じていますか。(○はいくつでも)

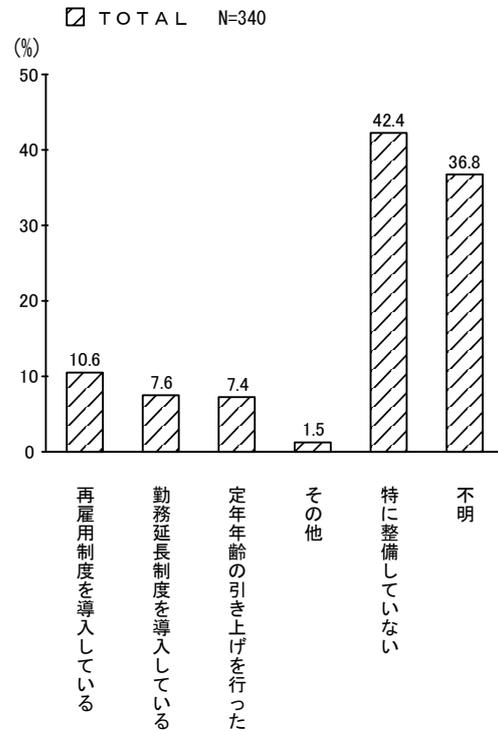
高齢者雇用施策について、「特に整備していない」が42.4%で最も多く、続いて「不明」が36.8%などとなっている(図表6(4)-1)。

業種比較を行うと、いずれの業種でも「特に整備していない」が最も多いが、医療・福祉では「再雇用制度を導入している」が27.5%でやや多くなっている(図表6(4)-2)。

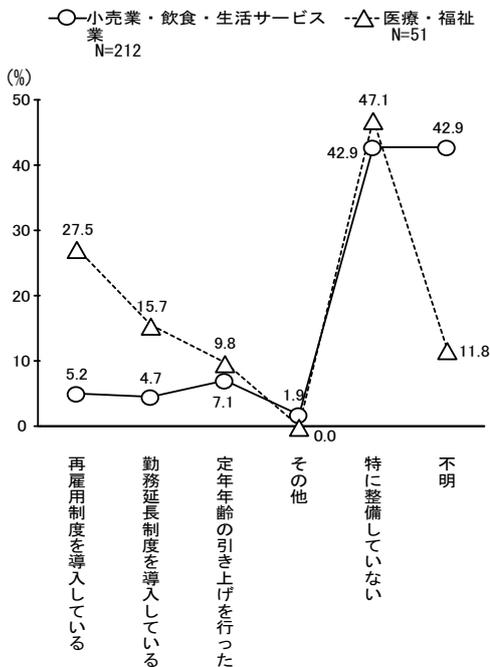
従業員数が「9名以下」と「50名以上」とで比較すると、「50名以上」は「再雇用制度を導入している」が55.6%で多い一方、「9名以下」は「特に整備していない」が45.3%と多い(図表6(4)-3)。

実施している高齢者雇用策

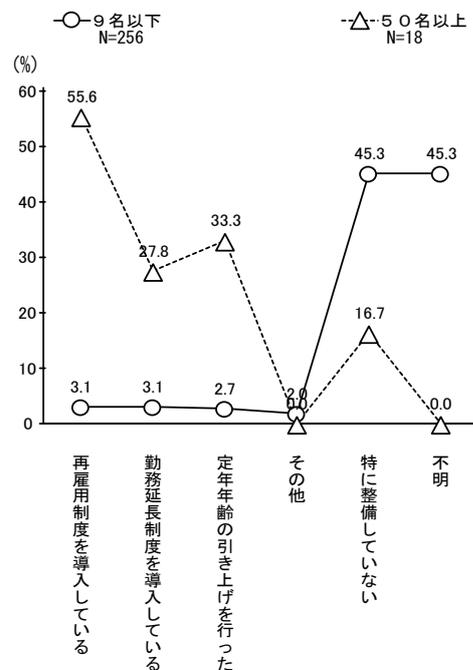
(図表6(4)-1)



実施している高齢者雇用策(業種比較) (図表6(4)-2)

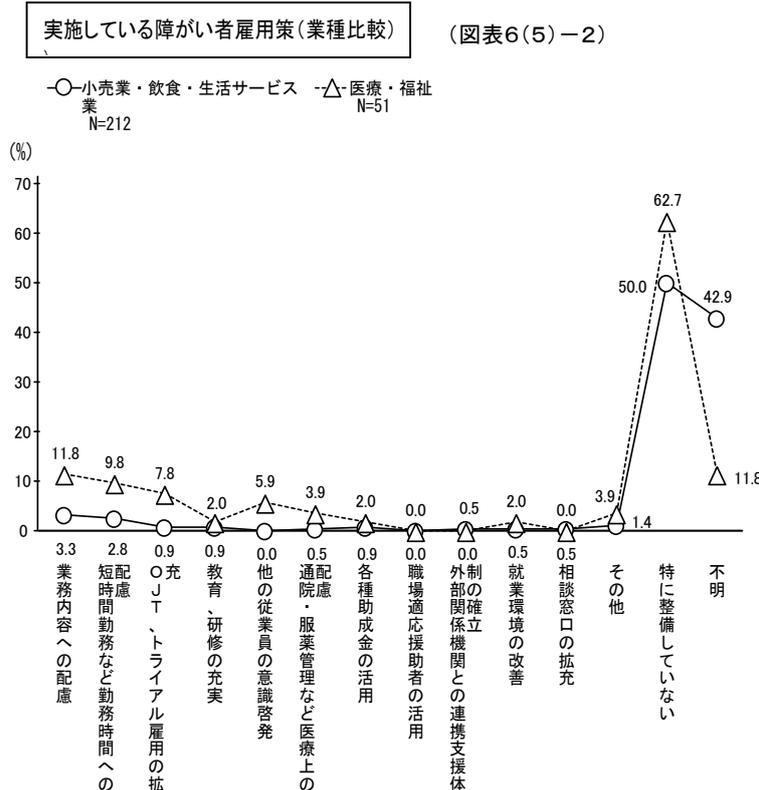
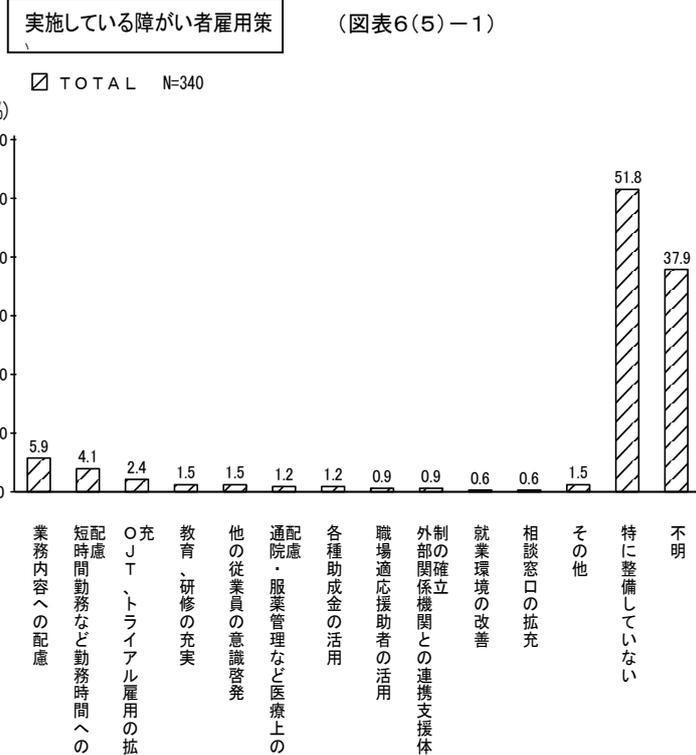


実施している高齢者雇用策(従業員・合計比較) (図表6(4)-3)

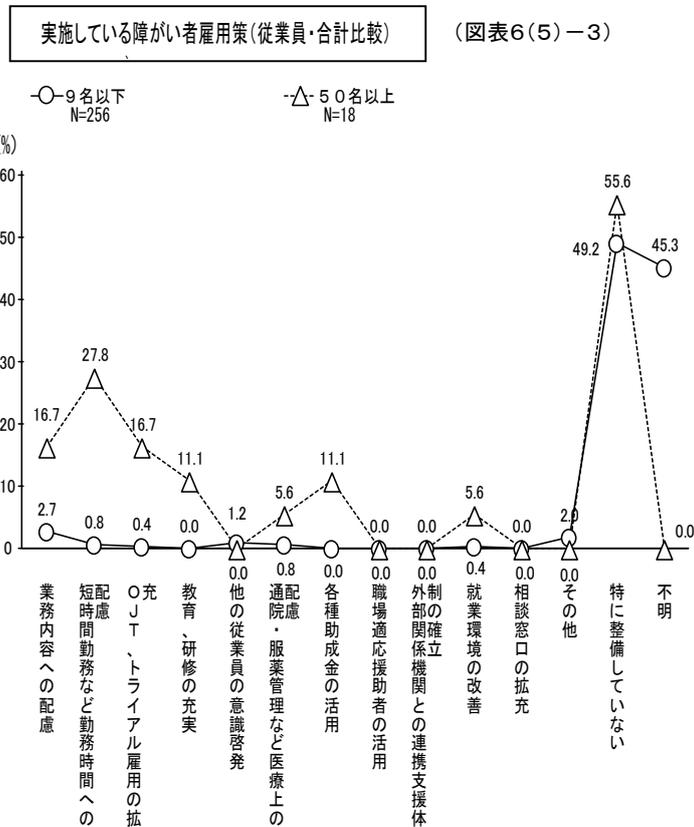


問6(5) 御社では、障がい者雇用のためにどのような対策を講じていますか。(〇はいくつでも)

障がい者雇用施策について聞いたところ、「特に整備していない」が51.8%で圧倒的に多く(図表6(5)-1)、業種比較でも、いずれの業種でも「特に整備していない」が最も多くなっている。(図表6(5)-2)。



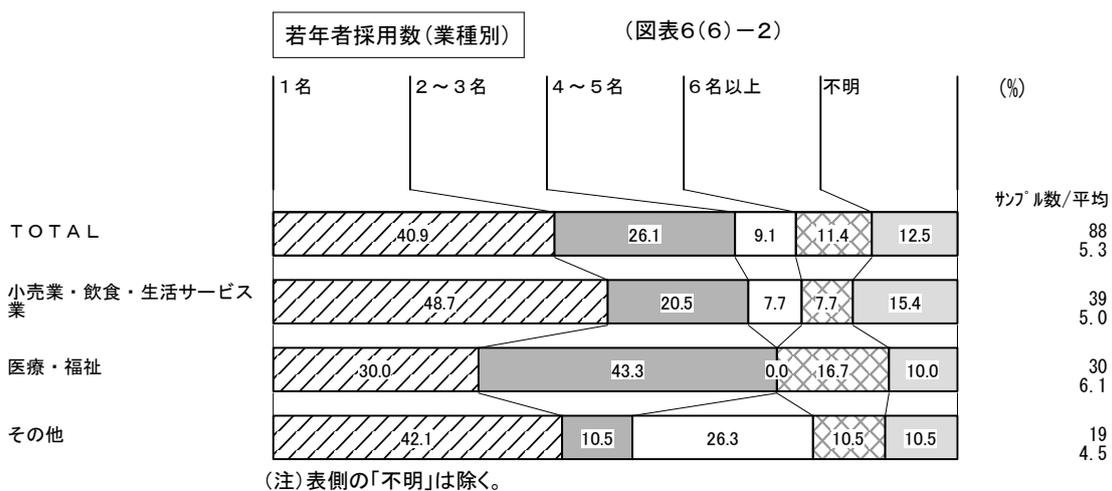
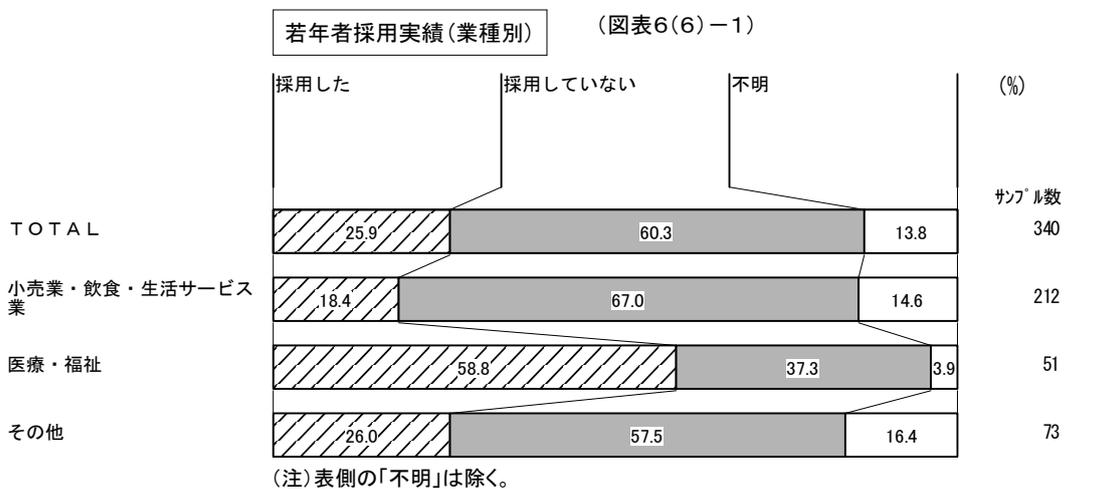
従業員数が「9名以下」と「50名以上」とで比較すると、いずれも「特に整備していない」が最も多くなっているが、「50名以上」は「短時間勤務などへ勤務時間への配慮」が27.8%でやや多くなっている（図表6（5）－3）。



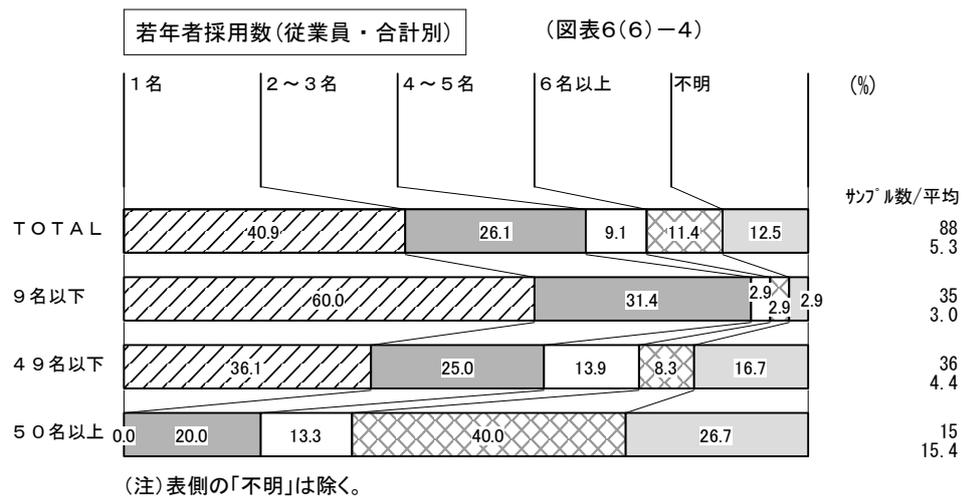
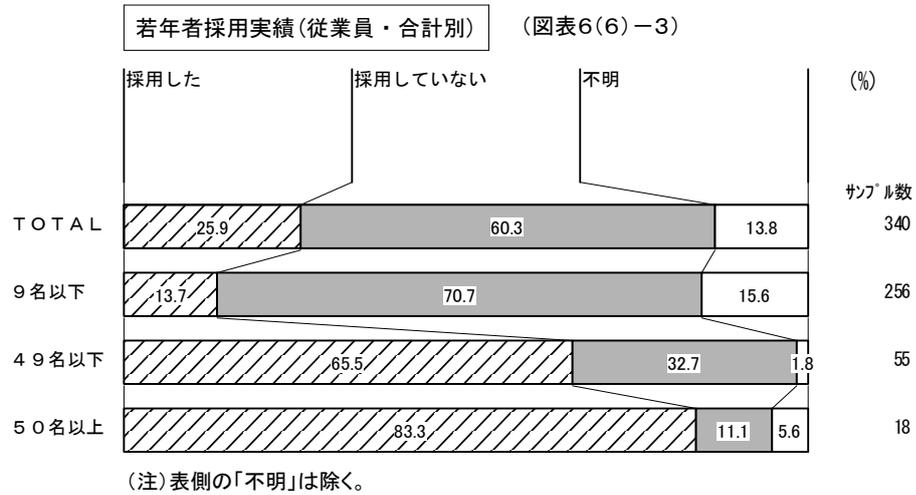
問6(6) 過去5年間に、新卒・中途を問わず、若年者(35歳未満)を採用した実績がありますか。
(○は1つだけ)

過去5年間の若年者(35歳未満)採用実績について聞いたところ、「採用した」は25.9%、「採用していない」は60.3%となっている(図表6(6)-1)。採用した事業者の採用者数平均は5.3人となっている(図表6(6)-2)。

業種別に見てみると、小売業・飲食・生活サービス業では67.0%が「採用していない」となっており平均5.0名、医療・福祉では58.8%が「採用した」と回答しており、平均6.1名採用している(図表6(6)-1)、(図表6(6)-2)。



過去5年間の若年者（35歳未満）採用実績について従業員・合計別に見ると、全体的には従業員規模が増加するに従って「採用した」の割合は増加している（図表6（6）-3）。若年者採用数別に見て見ると、従業員規模が大きいところでの採用が顕著になっている（図表6（6）-4）。

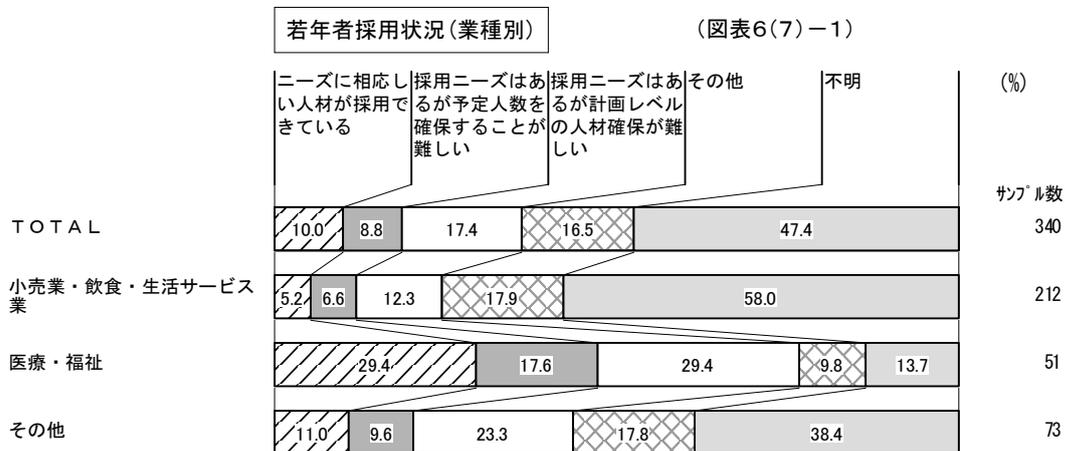


問6(7) 若年者(35歳未満)の採用に関する現在の御社の状況はいかがですか。(〇は1つだけ)

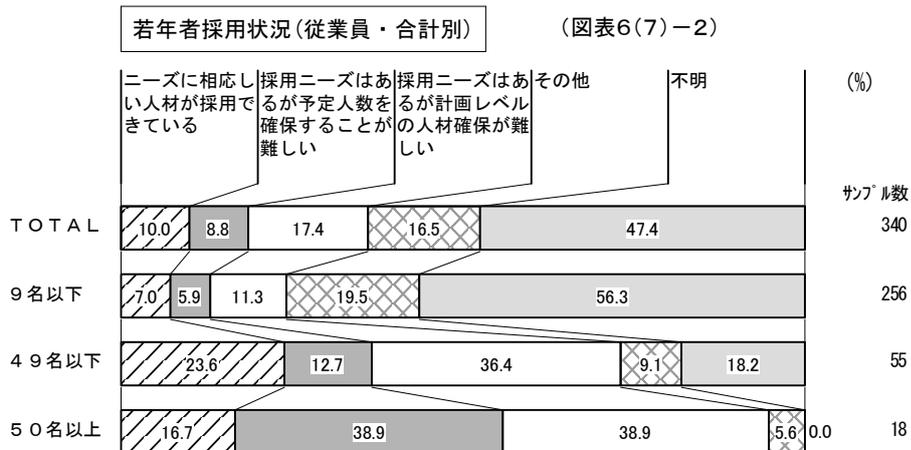
過去5年間の若年者(35歳未満)採用実績がある事業所に採用状況を聞いたところ、「採用ニーズはあるが計画レベルの人材確保が難しい」が17.4%となっており、事業者側が欲する若年者と実際の若年求職者のギャップの存在が伺える。

業種別に見ると、小売業・飲食・生活サービス業では「採用ニーズはあるが計画レベルの人材確保が難しい」が多くなっているが、医療・福祉では「ニーズに相応しい人材が採用できている」及び「採用ニーズはあるが計画レベルの人材確保が難しい」が共に29.4%で多くなっている(図表6(7)-1)。

従業員・合計別に見ると、49名以下では「採用ニーズはあるが計画レベルの人材確保が難しい」の割合が大きくなっている(図表6(7)-2)。



(注)表側の「不明」は除く。

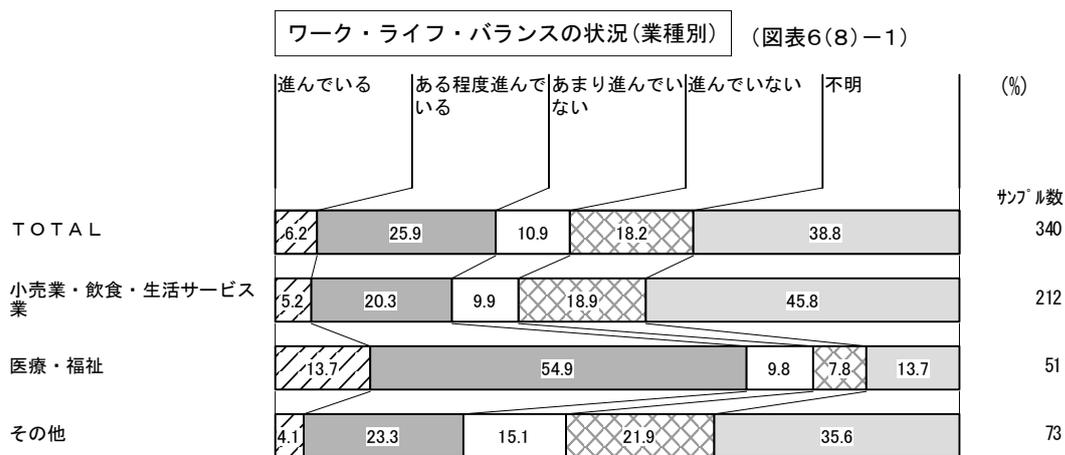


(注)表側の「不明」は除く。

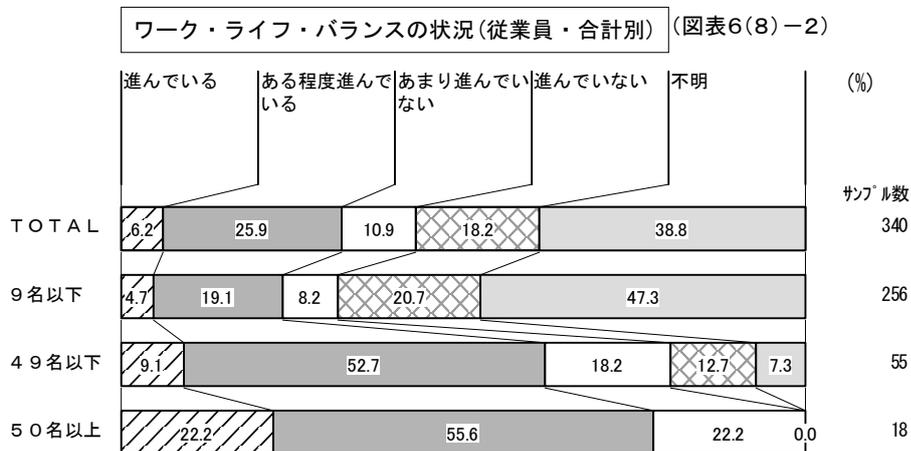
問6(8) 御社はワーク・ライフ・バランスが進んでいると思いますか。(〇は1つだけ)

ワーク・ライフ・バランスの状況について聞いたところ、全体では「不明」を除くと「ある程度進んでいる」が25.9%と最も多く、業種別に見ると医療・福祉では「進んでいる」と「ある程度進んでいる」の合計が約7割を占め多くなっている(図表6(8)-1)。

従業員・合計別で見ると、従業員数の多さに比例してワーク・ライフ・バランスの状況が良くなっている。(図表6(8)-2)。

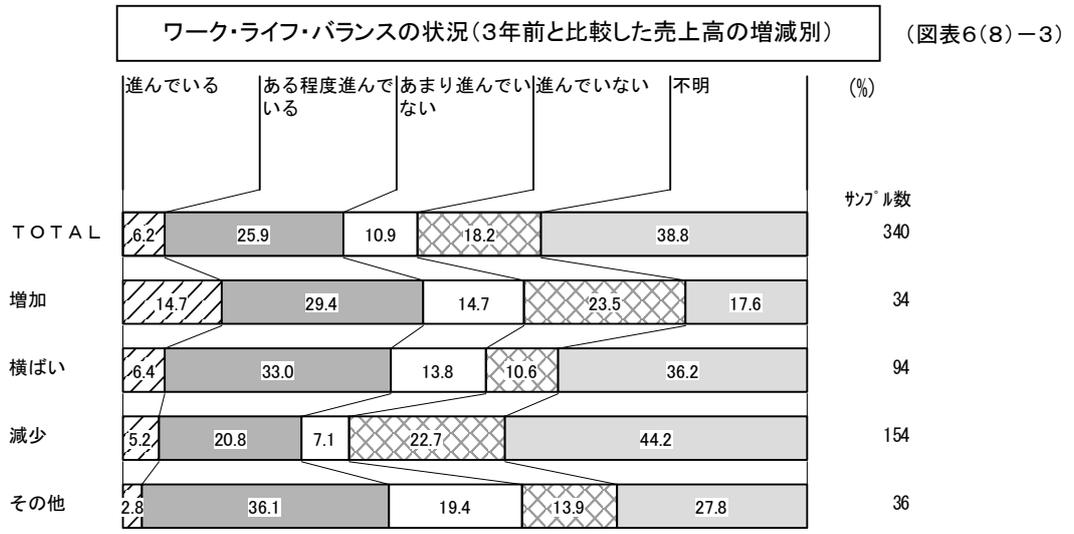


(注)表側の「不明」は除く。



(注)表側の「不明」は除く。

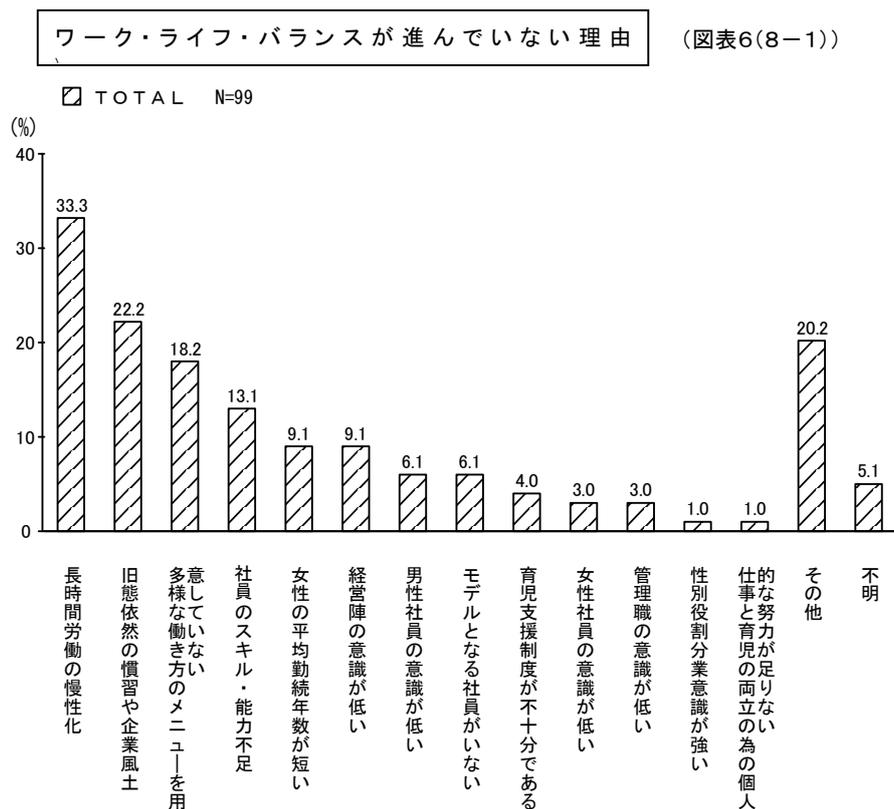
前年度売上高別で見ると、売上高が高くなるにつれ、進み度合いが良くなっている（図表6（8）－3）。



(注) 表側の「不明」は除く。

問6(8-1) ワーク・ライフ・バランスが進んでいないと思う理由。(〇はいくつでも)

ワーク・ライフ・バランスの進捗について『あまり進んでいない』または『進んでいない』と回答した事業者に対してその理由を聞いたところ、「長時間労働の慢性化」が33.3%で最も高く、続いて「旧態依然の慣習や企業風土」が22.2%、「多様な働き方のメニューを用意していない」が18.2%などとなっている(図表6(8-1))。

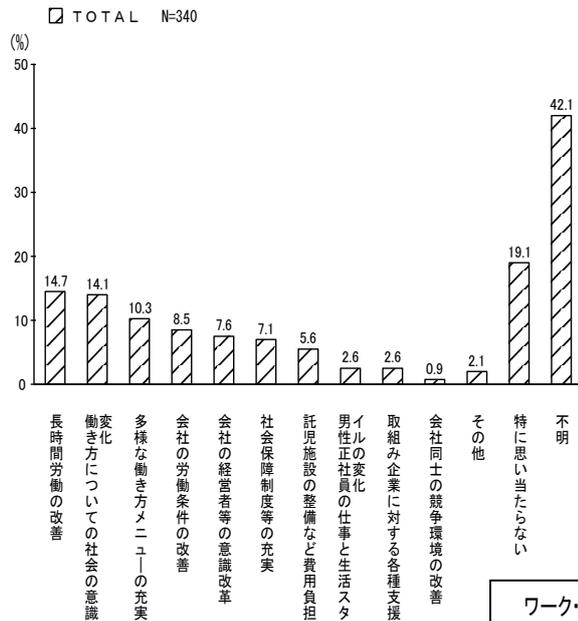


問6(9) ワーク・ライフ・バランスに取り組む上でどのような課題がありますか。(〇はいくつでも)

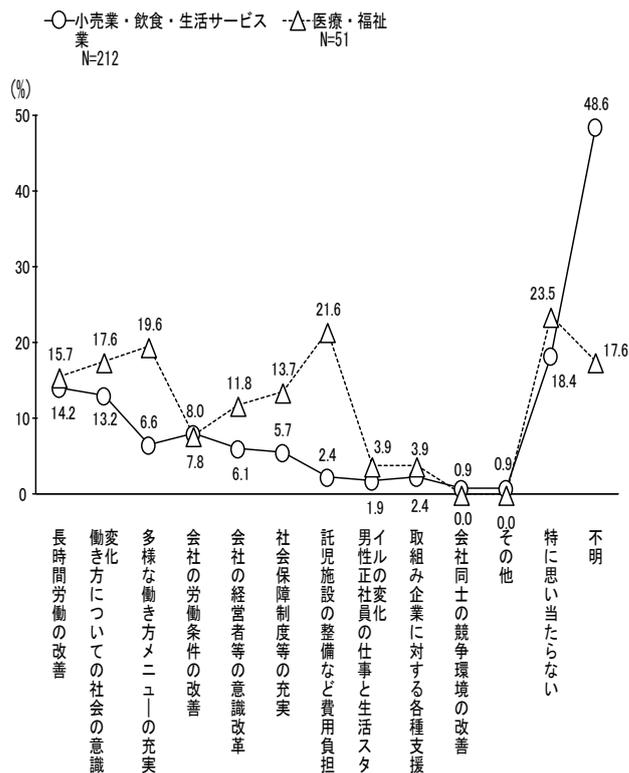
ワーク・ライフ・バランスに取り組む上で課題について聞いたところ、「不明(無回答)」を除いて「特に思い当たらない」が19.1%で最も多くなっており、続いて「長時間労働の改善」が14.7%などとなっている(図表6(9)-1)。

業種比較を行うと、いずれの業種も「特に思い当たらない」が多くなっているが、医療・福祉では「託児施設の整備など費用負担」が最も多くなっている(図表6(9)-2)。

ワーク・ライフ・バランスに取り組む上で課題 (図表6(9)-1)



ワーク・ライフ・バランスに取り組む上で課題(業種比較) (図表6(9)-2)

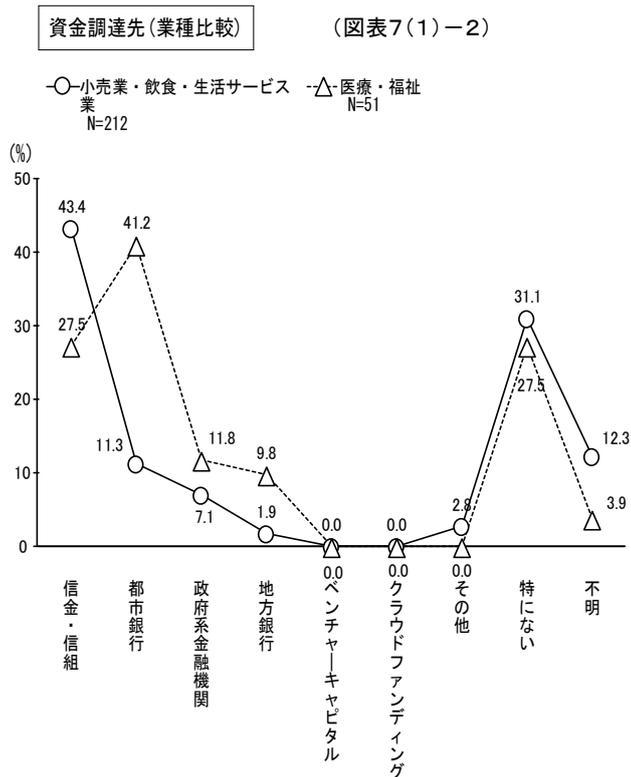
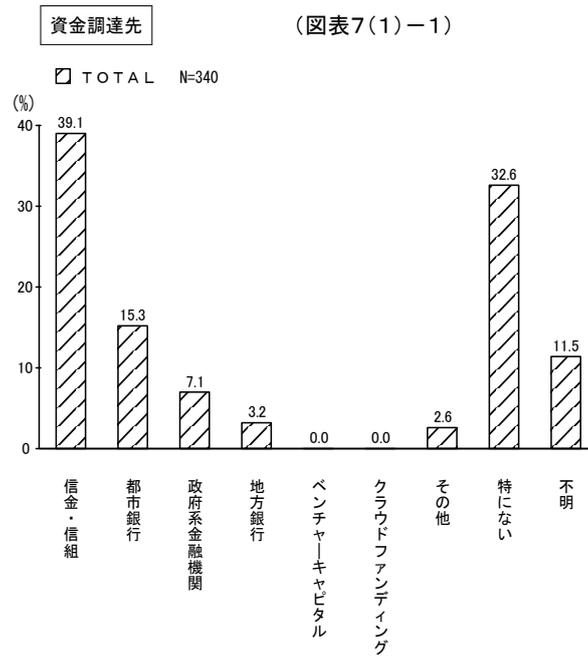


(6) 資金調達等について

問7(1) 資金調達の際の調達先は、どのような機関ですか。(○はいくつでも)

資金調達先について聞いたところ、「信金・信組」が39.1%で最も多く、続いて「特にない」が32.6%などとなっている(図表7(1)-1)。

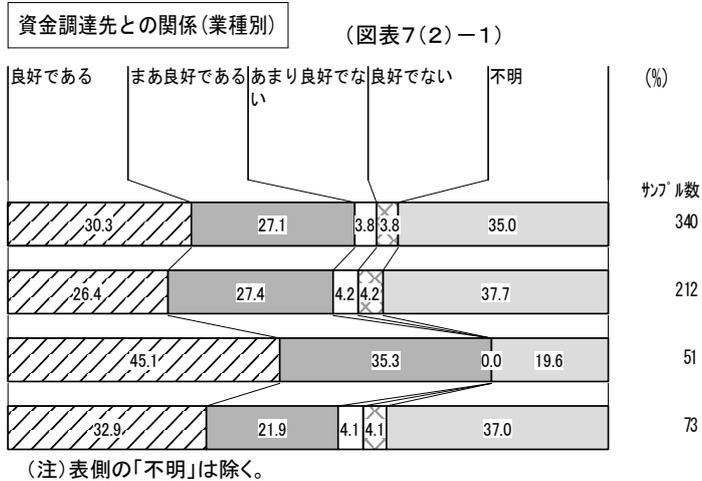
業種比較を行うと、小売業・飲食・生活サービス業は「信金・信組」が多く、医療・福祉は「都市銀行」が多くなっている(図表7(1)-2)。



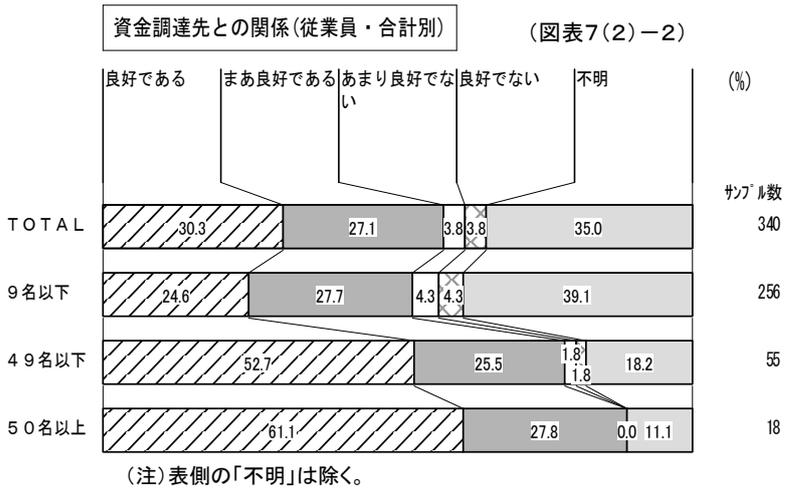
問7(2) 主な資金調達先との関係は良好ですか。(〇は1つだけ)

主な資金調達先との関係について聞いたところ、全体的には「良好である」、「まあ良好である」の回答が多く、それぞれ約3割を占めている。

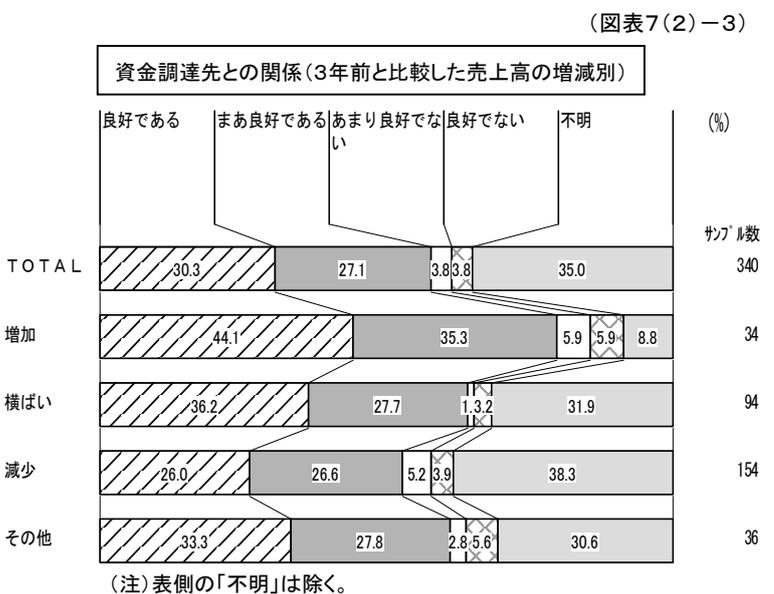
業種別に見ると、いずれの業種でも比較的良好な関係であることが伺える(図表7(2)-1)。



従業員・合計別に見ると、概ね良好だが、従業員規模が小さくなってくると、「あまり良好でない」も多少多くなっている。なお、従業員規模の小さいところでは「不明(無回答)」が多くなっている(図表7(2)-2)。



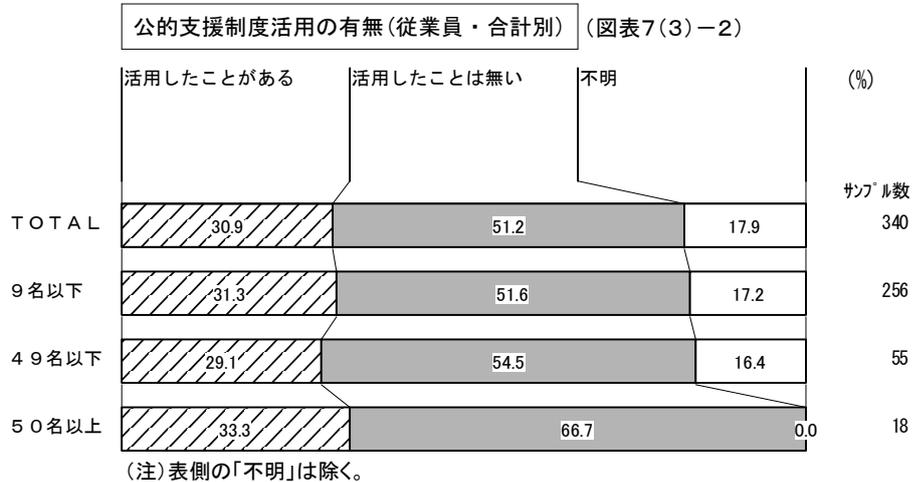
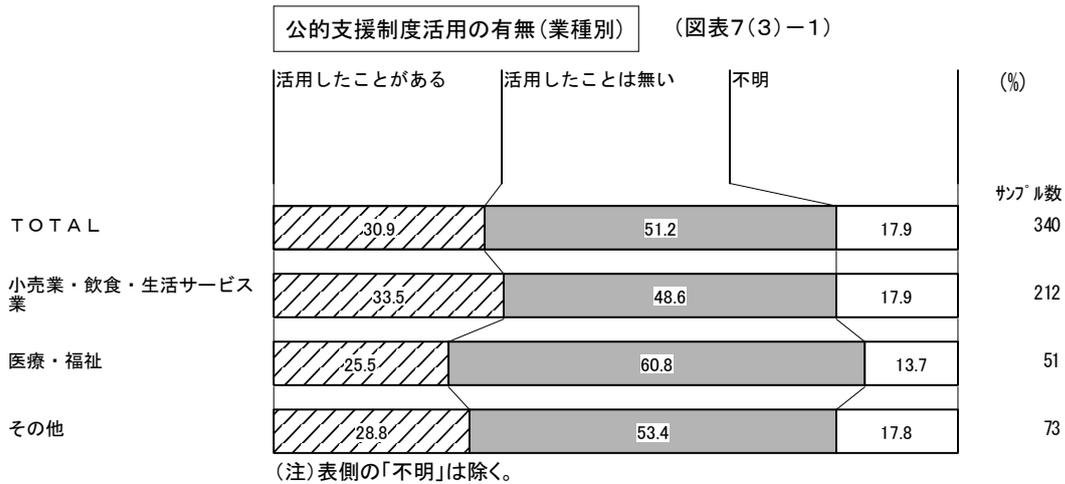
3年前と比較した売上高の増減別に見ると、売上高に比例して良好な関係となっている(図表7(2)-3)。



問7(3) 制度融資や補助金など、公的機関が提供する資金調達の支援制度を活用されたことがありますか。(〇は1つだけ)

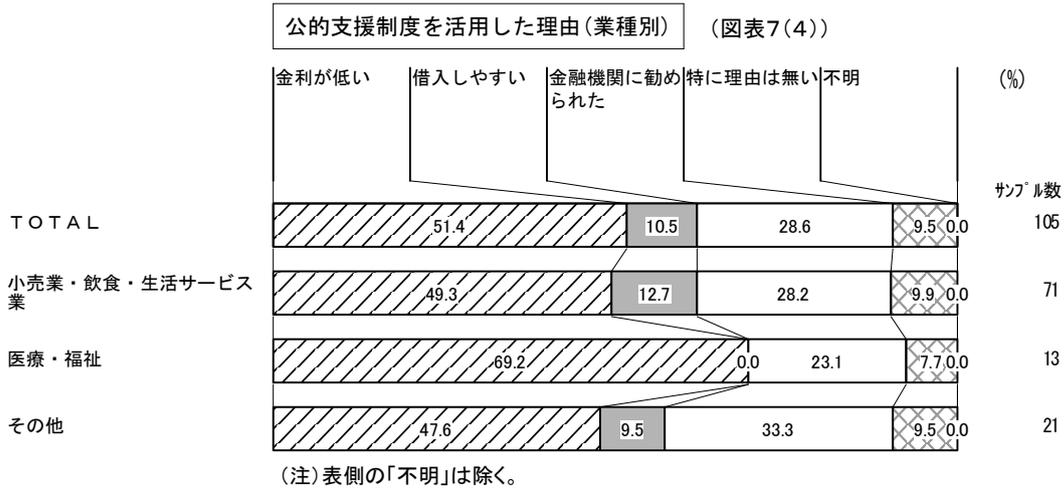
公的機関が提供する資金調達支援制度の活用経験は、「活用したことがある」は30.9%で、「活用したことは無い」は51.2%となっており、業種別に見ると、医療・福祉では「活用したことが無い」が6割を超えている(図表7(3)-1)。

従業員・合計で見ると、人数に応じてそれほど大きな変化はない(図表7(3)-2)。



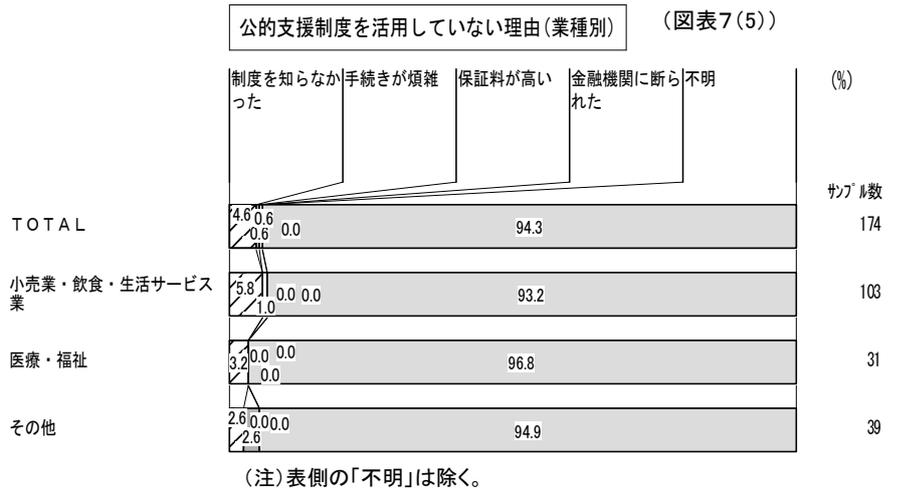
問7(4) 支援制度の活用理由。(〇は1つだけ)

支援制度を活用したことがある事業者の活用の理由は、「金利が低い」が51.4%で最も多く、続いて「金融機関に勧められた」が28.6%となっており、業種別に見ると、いずれも「金利が低い」が最も多くなっており、続いて「金融機関に勧められた」となっているが、小売業・飲食・生活サービス業では「借入しやすい」が12.7%を占めている(図表7(4))。



問7(5) 支援制度を活用しない理由。(〇は1つだけ)

支援制度を活用したことがない事業者の理由は、「不明」が94.3%で最も多く、続いて「制度を知らなかった」が4.6%となっており、業種別に見ると、小売業・飲食・生活サービス業では「制度を知らなかった」が5.8%を占めている(図表7(5))。



(7) 個別事業課題について

問8 下記の各事業課題について、それぞれ現在の取組み経験(1)、今後の取組み意向(2)をお答えください。

地域産業振興等の関連で、最近重要になっている事業課題について、これまでの取組み状況を聞いたところ、多くの項目において取組みを現在「していない」が多くなっている。「中堅従業員向け人材育成・能力開発」、「地域内の同業種企業による連携」は、約15%程度の事業者が取組んでいるが、産学連携、観光振興などを中心に取組みをしていないが多くなっている(図表8(1)-1)。

事業課題に対する取組み・現在 (図表8(1)-1)

	している	していない	不明	(%)
中堅従業員向け人材育成・能力開発	15.3	48.5	36.2	340
地域内の同業種企業による連携	14.4	50.0	35.6	340
若手従業員向け人材育成・能力開発	13.8	50.0	36.2	340
ICTを活用した宣伝PR	11.2	53.2	35.6	340
事業承継の推進	10.9	52.6	36.5	340
地域内外の異業種企業による連携	10.0	53.8	36.2	340
環境活動の推進	10.0	53.8	36.2	340
知的財産の創造・保護・活用	9.4	53.5	37.1	340
ICTを活用した業務改善・改革	8.8	55.3	35.9	340
製品等のデザイン力の向上	8.8	55.0	36.2	340
ICTを活用した販路開拓	8.2	56.8	35.0	340
地域資源を活用した事業・ビジネス展開	2.6	61.2	36.2	340
ロボット・IoT・AIの活用	2.6	60.9	36.5	340
観光関連事業・ビジネスの推進	2.1	62.4	35.6	340
産学連携による研究開発	1.8	62.6	35.6	340
産学連携による事業化推進	1.8	62.1	36.2	340

業種別に見ると、小売業・飲食・生活サービス業では、多くの項目において、事業課題に対する取組みを現在「していない」が多くなっている。その中でも「製品等のデザイン力の向上」、「中堅従業員向け人材育成・能力開発」は取組みをしているが約9.0%となっている。(図表8(1)-2)。

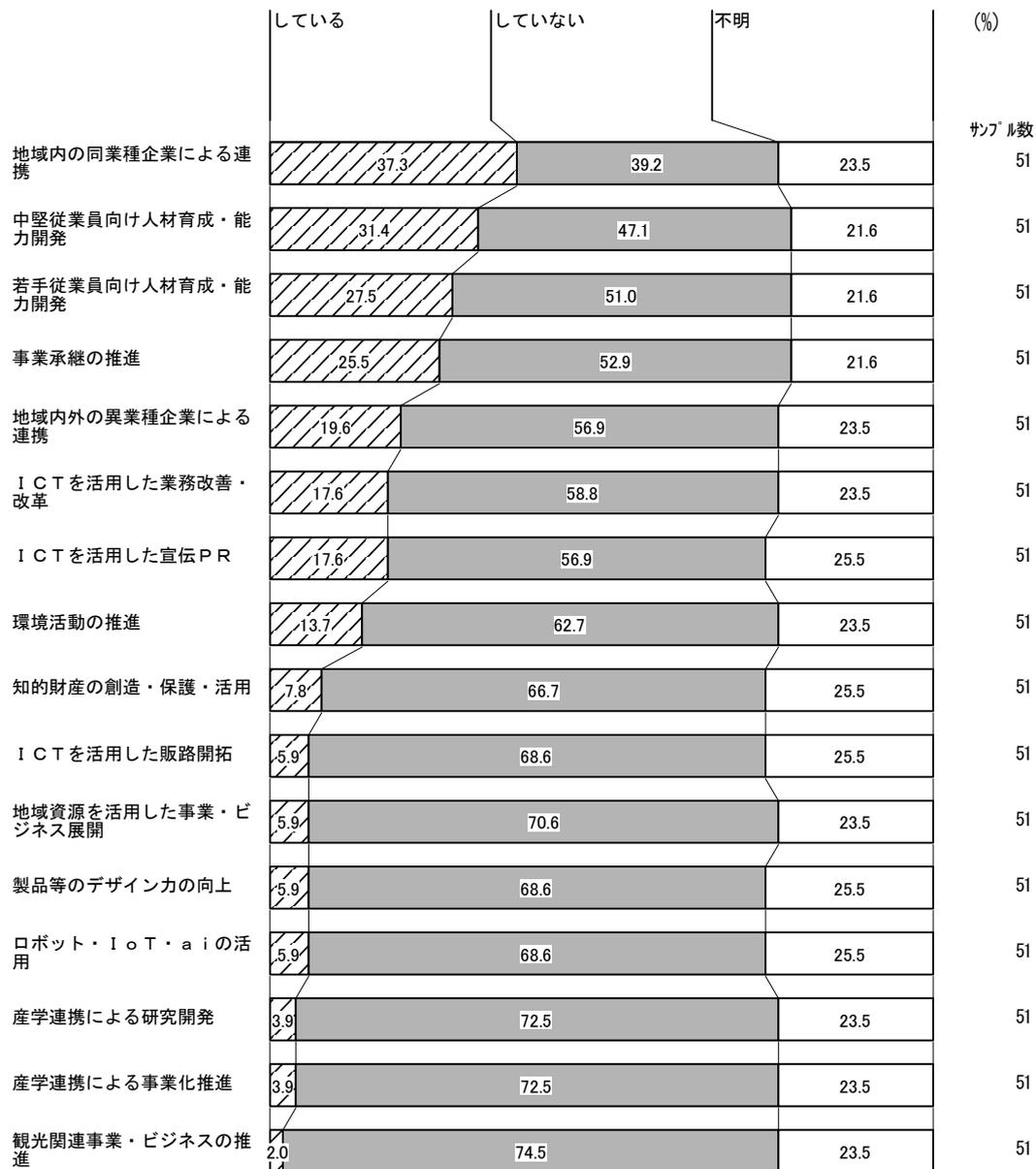
事業課題に対する取組み・現在(小売業・飲食・生活サービス業) (図表8(1)-2)

	している	していない	不明	(%)	サンプル数
製品等のデザイン力の向上	9.4	49.5	41.0		212
中堅従業員向け人材育成・能力開発	9.0	49.5	41.5		212
地域内の同業種企業による連携	8.5	50.9	40.6		212
I C Tを活用した販路開拓	7.5	53.8	38.7		212
若手従業員向け人材育成・能力開発	7.5	50.9	41.5		212
知的財産の創造・保護・活用	7.5	50.9	41.5		212
I C Tを活用した宣伝P R	6.6	53.8	39.6		212
事業承継の推進	6.1	52.4	41.5		212
I C Tを活用した業務改善・改革	5.7	53.8	40.6		212
環境活動の推進	5.7	53.3	41.0		212
地域内外の異業種企業による連携	5.2	53.8	41.0		212
観光関連事業・ビジネスの推進	1.9	57.5	40.6		212
ロボット・I o T・a iの活用	1.4	57.5	41.0		212
産学連携による研究開発	0.5	59.4	40.1		212
産学連携による事業化推進	0.5	58.5	41.0		212
地域資源を活用した事業・ビジネス展開	0.5	58.5	41.0		212

医療・福祉では、事業課題に対する取組みが比較的なされており、「地域内の同業種企業による連携」が37.3%と最も多く、続いて「中堅従業員向け人材育成・能力開発」が31.4%となっている（図表8（1）－3）。

事業課題に対する取組み・現在(医療・福祉)

(図表8(1)-3)



各事業課題について、今後の取組み意向を聞いたところ、「高くない」が多く、続いて、「普通」となっており、事業課題に対する取組み・今後の意向で際立ったものは見られなかった。(図表8(2)-1)。

事業課題に対する取組み・今後の意向 (図表8(2)-1)

	高い	普通	高くない	不明	(%)	サンプル数
若手従業員向け人材育成・能力開発	9.4	17.4	28.2	45.0		340
中堅従業員向け人材育成・能力開発	8.8	18.5	27.6	45.0		340
地域内の同業種企業による連携	7.1	19.1	30.0	43.8		340
製品等のデザイン力の向上	6.8	17.1	32.1	44.1		340
事業承継の推進	6.5	21.2	27.6	44.7		340
ICTを活用した宣伝PR	6.2	16.8	31.5	45.6		340
ICTを活用した業務改善・改革	5.3	17.9	31.5	45.3		340
地域内外の異業種企業による連携	4.7	18.5	31.2	45.6		340
知的財産の創造・保護・活用	4.7	19.4	30.6	45.3		340
ICTを活用した販路開拓	4.4	17.9	32.6	45.0		340
環境活動の推進	4.4	22.4	27.6	45.6		340
ロボット・IoT・AIの活用	4.1	13.8	36.8	45.3		340
地域資源を活用した事業・ビジネス展開	2.9	14.1	37.1	45.9		340
産学連携による研究開発	2.1	14.1	37.9	45.9		340
産学連携による事業化推進	1.5	15.0	37.4	46.2		340
観光関連事業・ビジネスの推進	1.5	13.2	40.6	44.7		340

業種別に見ると、小売業・飲食・生活サービス業では、多くの項目において、今後の意向としては多くの項目で「高くない」が多くなっており、事業課題に対する取組み、今後の意向で際立ったものは見られなかった（図表8（2）-2）。

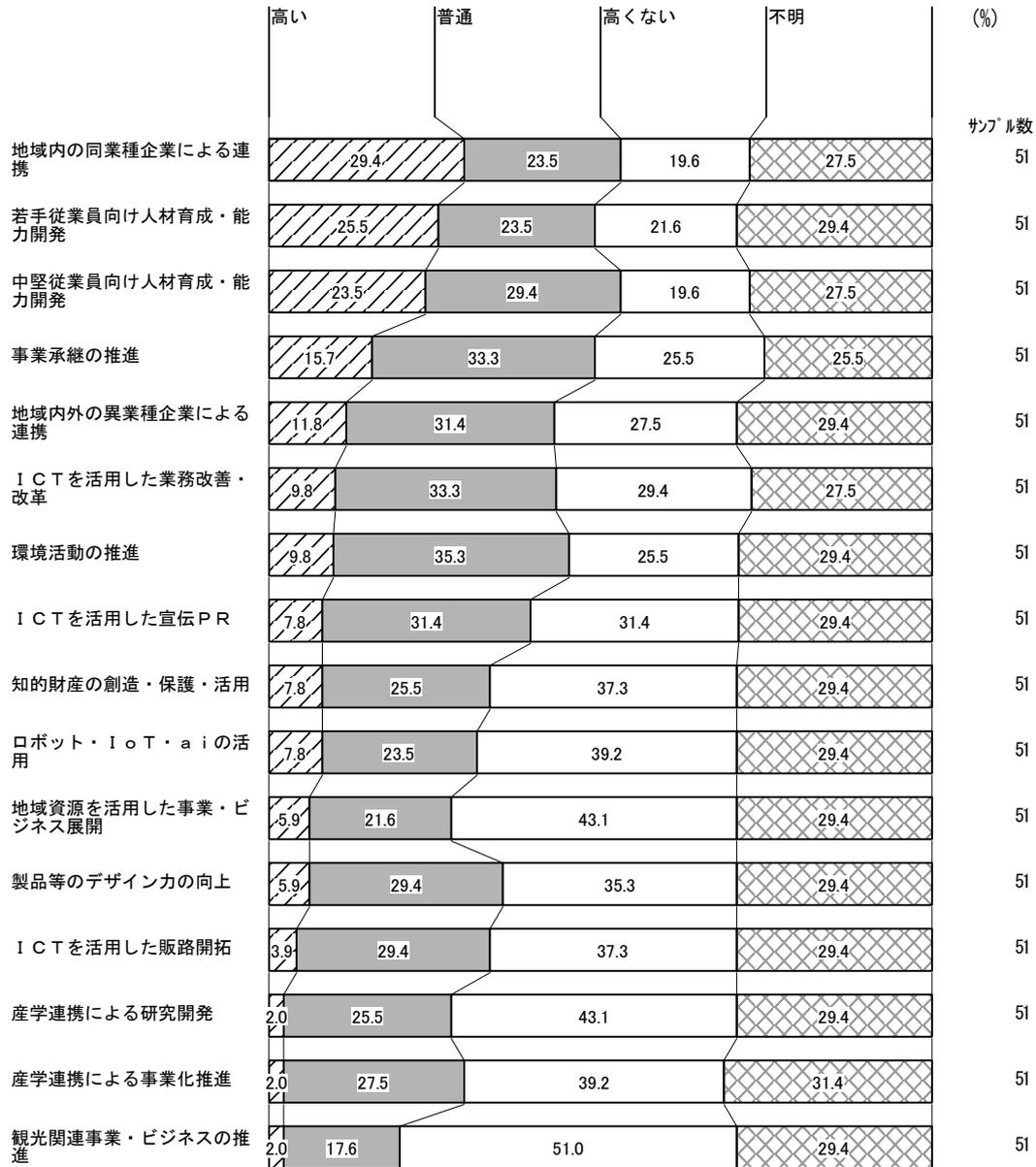
事業課題に対する取組み・今後の意向(小売業・飲食・生活サービス業) (図表8(2)-2)

	高い	普通	高くない	不明	(%)	サンプル数
製品等のデザインカの向上	7.1	13.7	29.7	49.5		212
若手従業員向け人材育成・能力開発	5.2	15.1	28.8	50.9		212
中堅従業員向け人材育成・能力開発	4.7	15.6	28.3	51.4		212
I C Tを活用した販路開拓	4.2	14.6	30.7	50.5		212
事業承継の推進	4.2	17.9	27.4	50.5		212
I C Tを活用した宣伝P R	3.8	13.7	31.1	51.4		212
I C Tを活用した業務改善・改革	2.8	15.1	30.7	51.4		212
環境活動の推進	2.8	18.9	27.4	50.9		212
知的財産の創造・保護・活用	2.8	16.5	30.2	50.5		212
地域内の同業種企業による連携	1.9	17.0	31.6	49.5		212
地域内外の異業種企業による連携	1.9	15.1	31.6	51.4		212
観光関連事業・ビジネスの推進	0.9	11.3	37.7	50.0		212
地域資源を活用した事業・ビジネス展開	0.9	11.3	36.3	51.4		212
ロボット・I o T・a iの活用	0.9	12.3	35.8	50.9		212
産学連携による研究開発	0.5	11.8	36.3	51.4		212
産学連携による事業化推進	0.0	11.8	36.8	51.4		212

医療・福祉では、事業課題に対する今後の意向は比較的高く、「地域内の同業種企業による連携」、
「若手従業員向け人材育成・能力開発」が高くなっている（図表8（2）－3）。

事業課題に対する取組み・今後の意向(医療・福祉)

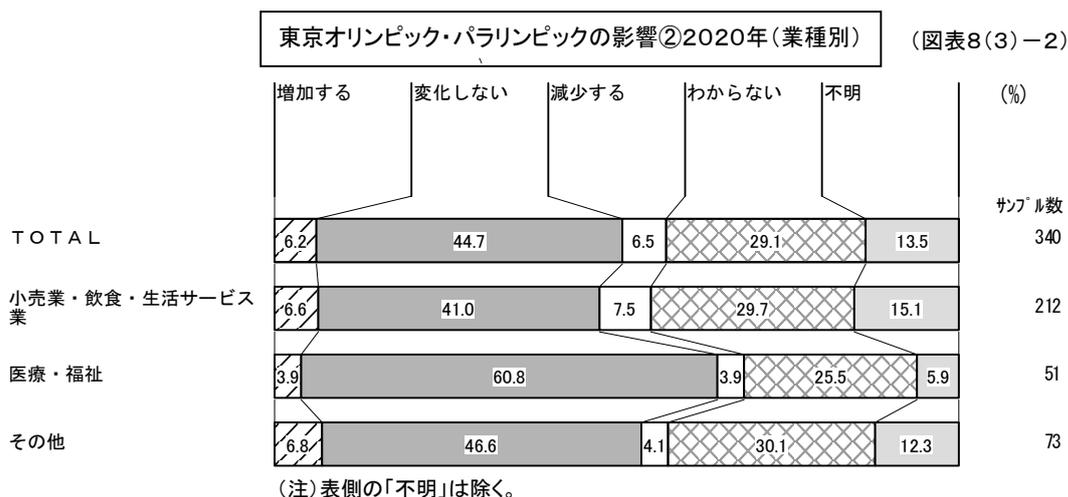
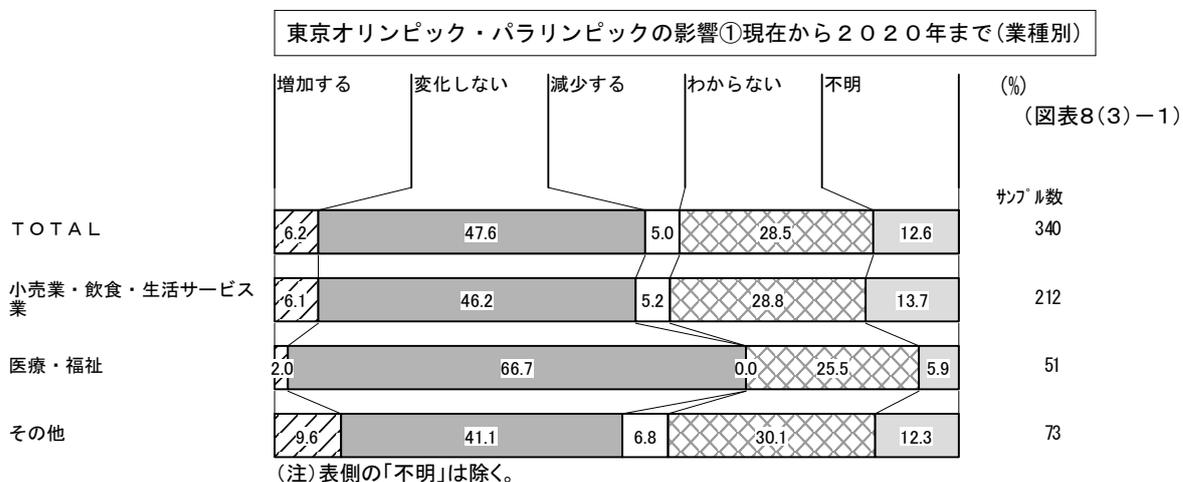
(図表8(2)-3)



問 8 (3) 東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の開催により、御社の売上に影響があると考えていますか (○は各項ひとつ)。

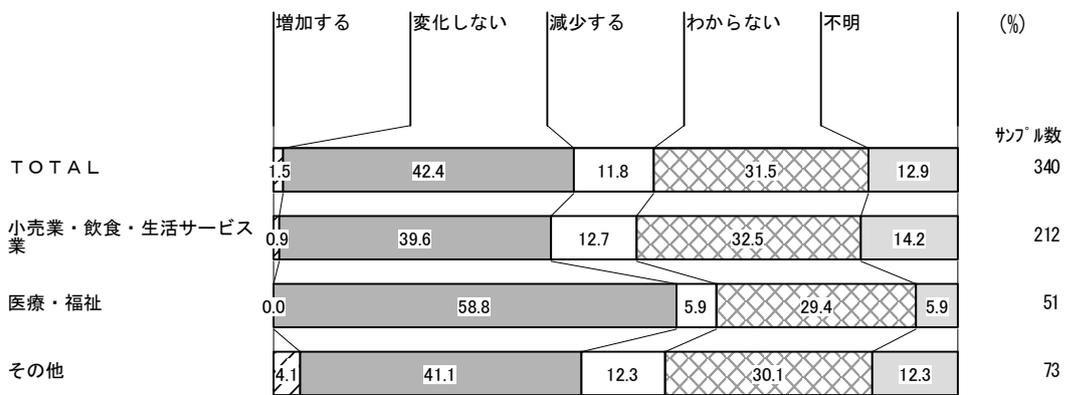
東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の開催前後の売上影響を聞いたところ、現在から 2020 年の開催までの期間では、「増加する」が 6.2%、「変化しない」が 47.6%、「減少する」が 5.0%、「わからない」が 28.5%となっている (図表 8 (3) - 1)。開催期間中では、「増加する」が 6.2%、「変化しない」が 44.7%、「減少する」が 6.5%となっている (図表 8 (3) - 2)。2021 年から 2023 年までの開催後 3 年間では、「増加する」は 1.5%、「変化しない」が 42.4%、「減少する」が 11.8%となっている (図表 8 (3) - 3)。

2020 年の開催までの期間について業種別に見ると、いずれの業種も「変化しない」が多くなっている。(図表 8 (3) - 1)。



東京オリンピック・パラリンピックの影響③開催後3年間(業種別)

(図表8(3)-3)

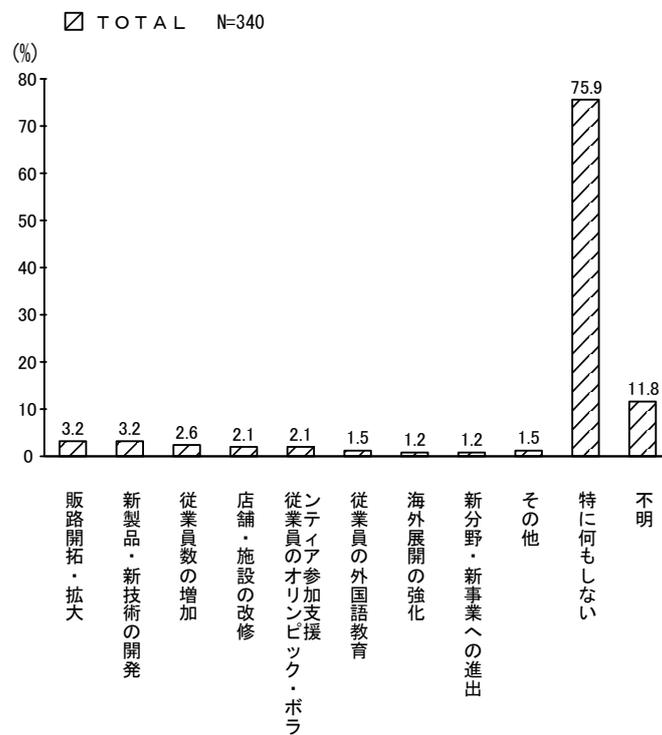


(注)表側の「不明」は除く。

問 8 (4) 東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の開催に向けて、御社ではどのような取組
 みをすることを考えていますか (〇は3つまで)。

東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会に向け、自社での取組みについて聞いたところ、「特に何もしない」が 75.9%と最も多く、「不明」を除くと「販路開拓・拡大」、「新製品・新技術の開発」が 3.2%となっている (図表 8 (4))。

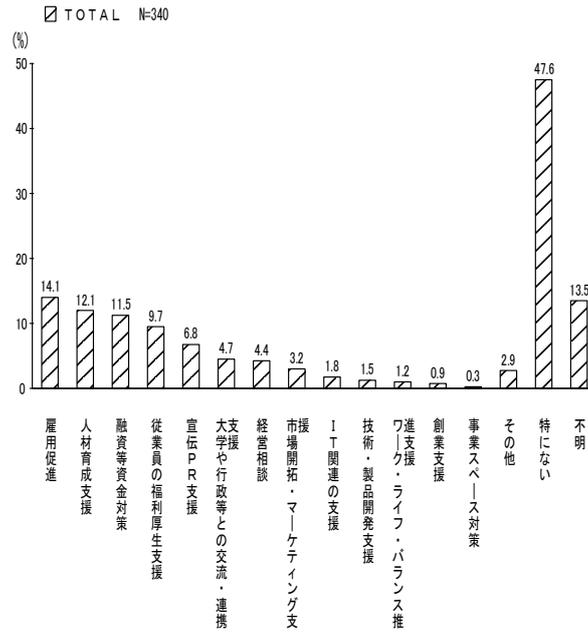
東京オリンピック・パラリンピック開催に向けた取組み (図表8(4))



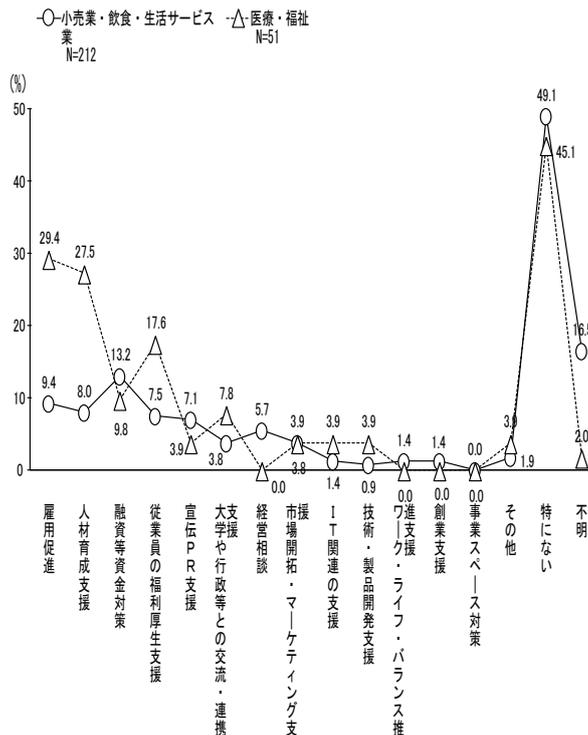
問8(5) 今後、区等に対してどのような支援を望みますか(○は3つまで)

区等への支援要望については、「特にない」が47.6%で最も多く、「不明」を除くと「雇用促進」が14.1%、「人材育成支援」が12.1%などとなっており(図表8(5)-1)、業種別に見ると、いずれの業種でも「特にない」が最も多くなっているが、医療・福祉では「雇用促進」をはじめ「人材育成支援」などが多くなっている(図表8(5)-2)。

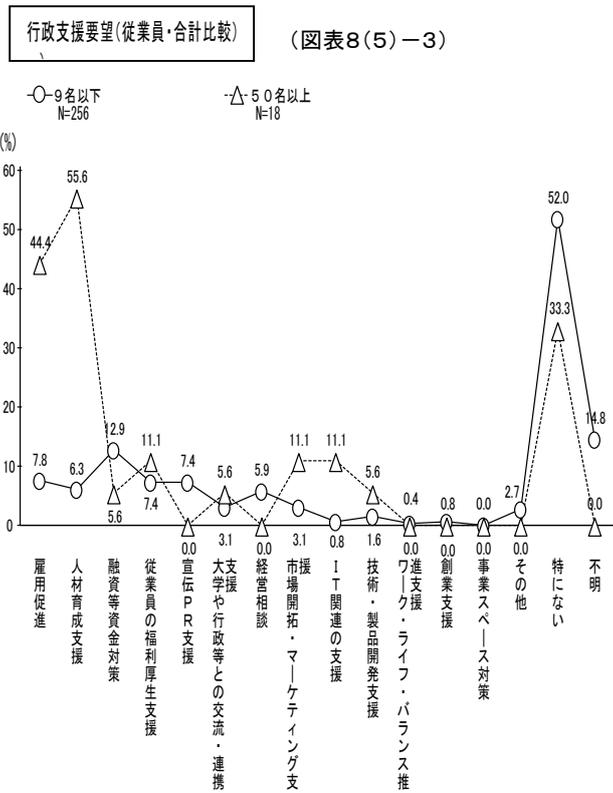
行政支援要望 (図表8(5)-1)



行政支援要望(業種比較) (図表8(5)-2)



従業員・合計別に見ると、9名以下では「特にない」が多くなっているが、50名以上になると「人材育成支援」や「雇用促進」等が多くなっている（図表8（5）－3）。

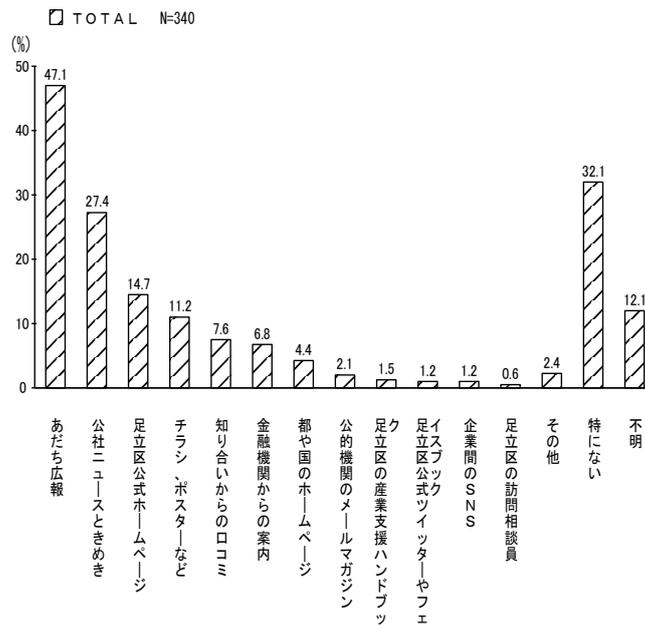


問 8 (6) 現在、区や東京都などでは企業・事業者向けセミナーの実施や経営に関する補助等、様々な施策を講じています。これらの施策について、現在どのような媒体を通じて情報を取得していますか (〇はいくつでも)。

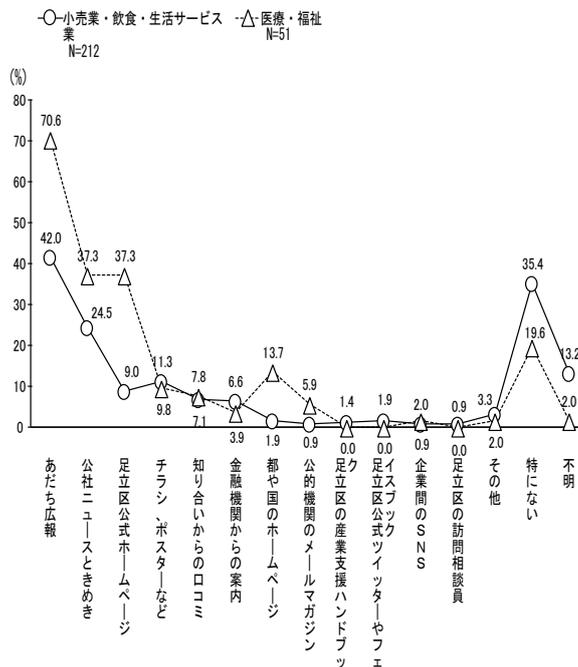
区や東京都などで実施されている施策についての情報把握手段は、「あだち広報」が最も多くなっている (図表 8 (6) - 1)。

業種別に見ると、いずれの業種も「あだち広報」が高くなっており、特に医療・福祉では「あだち広報」が 70.6%と高くなっている (図表 8 (6) - 2)。

現在の事業者向け施策情報入手先 (図表 8(6)-1)



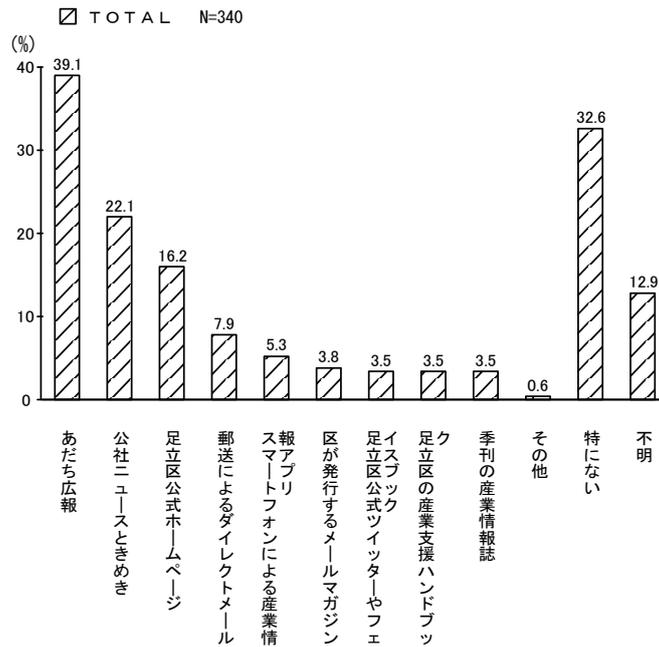
現在の事業者向け施策情報入手先(業種比較) (図表 8(6)-2)



問8(7) 今後、区が実施する各種施策について、どのような媒体による情報発信を希望しますか(○は3つまで)。

区が実施する各種施策の情報発信希望については、「あだち広報」が39.1%で最も多く、続いて「特にない」が32.6%、「公社ニュースときめき」が22.1%などとなっており(図表8(7)-1)、業種別に見ると、小売業・飲食・生活サービス業では「あだち広報」や「特にない」が多いのに対し、福祉・医療では、「あだち広報」、「足立区公式ホームページ」が多くなっている(図表8(7)-2)。

希望する情報媒体 (図表8(7)-1)



希望する情報媒体(業種比較) (図表8(7)-2)

