

2 0 2 1

地域経済活性化基本計画改定等に向けた

調査結果報告書

《産業実態》《消費・就労》《起業・創業》



産業経済部
産業政策課

< 目次 >

<本報告書について>	1
全体結果要約編.....	3
足立区産業実態等アンケート調査（中規模以上&小規模事業者 合算版）	5
問1 各社の基礎情報について.....	7
問2 新型コロナウイルス感染症拡大の影響による経営状況について	8
問3 資金調達について.....	9
問4 設備投資について.....	10
問5 商品（商材）の付加価値向上について	11
問6 販路拡大に関する取り組みについて	13
問7 ECサイトの活用について.....	14
問8 インターネットの利用（業務のデジタル化）について.....	15
問9 採用について	16
問10 人材の状況について.....	17
問11 雇用調整について.....	18
問12 テレワークについて.....	19

消費・就労に関する意識調査（区民向け）	21
I 調査対象者の属性について.....	23
II オンライン消費の状況等について.....	24
III 実店舗での買い物の状況について.....	26
IV キャッシュレス決済の利用について.....	27
V 就労に対する考え方について.....	29
起業・創業に対する意識WEB調査.....	31
I 事前スクリーニング調査聴取項目	33
II インターネット本調査聴取項目	34
・職業、勤務・通学先、施設の利用経験等	34
・起業・創業のイメージ、身近な起業・創業経験者の有無や自身での経験等 .	34
・自身での起業・創業等の経験有無と経験者が起業等を考えた年代や業種等 .	35
・初めて自身の起業等を考えた年代と想定している業種、事業内容等	35
・自身の起業等についての、相談相手、きっかけ等	36
・最も有力な自身の起業・創業・独立先の地域とその選択理由	36
・起業・創業の実行・検討時の懸念事項	36

全体結果詳細編	37
---------------	----

足立区産業実態等アンケート調査（中規模以上&小規模事業者 合算版） ..	39
--------------------------------------	----

1 調査の目的	41
2 事業者調査の実施概要.....	41

<調査結果（小規模と中規模以上の両事業者合算集計）の詳細>	42
------------------------------------	----

問1 各社の基礎情報について.....	42
---------------------	----

問1－（1）事業所所在地	42
問1－（2）経営形態	43
問1－（3）主な業種	44
問1－（4）創業年数	45
問1－（5）従業員数と雇用形態の内訳	46
問1－（6－1）2021年1年間の採用者数	51
問1－（6－2）【うち新卒採用者】	52
問1－（7）経営者の年代	53
問1－（8）中長期的な経営方針	54
問1－（9）シェアトップ（ニッチトップ）商品、製品等の有無、 その対象市場と商品名.....	55
問1－（10）大手企業等からの下請け、孫請け等の案件の売り上げ構成比率 .	56

問2 新型コロナウイルス感染症拡大の影響による経営状況について.....	57
--------------------------------------	----

問2－（1）令和2年4月以降、新型コロナウイルスにより、 売上に一番影響があった月.....	57
問2－（2）一番売上に影響があった月の前年同月比	59
問2－（3）新型コロナウイルスの感染拡大や 売上減少に対して、講じた対策.....	60
問2－（4）2020年度の売上【中小合算版】	62
問2－（5）2020年（1～12月）の年間売上高の対前年増減比較	64
問2－（6）2020年（1～12月）の年間営業利益の 2019年以前との増減比較.....	65
問2－（7）年間売上高または年間営業利益が増加した理由	66
問2－（8）販売費や一般管理費のうち、負担感が強い費目	67

問 2 - (9) 2021年(1~12月)の自社の業況見通し	68
問 3 資金調達について	69
問 3 - (1) 普段の主な資金調達先	69
問 3 - (2) 新型コロナウイルスの影響を主な理由として行った資金調達先	70
問 3 - (3) 新型コロナウイルスの影響を受けて調達した 資金の返済開始予定時期	72
問 3 - (4) 新型コロナウイルスの影響を受けて調達した資金の主な使い道	73
問 3 - (5) 新型コロナウイルスの影響を受けて調達した資金に関する、 返済期間や返済方法等の変更希望有無	74
問 3 - (6) 調達した資金の返済期間や返済方法等の変更希望理由	75
問 3 - (7) 新型コロナウイルス感染拡大期間中に活用した補助金	76
問 3 - (8) 補助金等の主な使い道	78
問 3 - (9) 補助金等を利用しなかった理由	79
問 4 設備投資について	80
問 4 - (1) 設備投資の実施予定有無 (2021年4月~2022年3月の間)	80
問 4 - (2) 設備投資の内容	81
問 4 - (3) 設備投資を行わない理由	82
問 5 商品(商材)の付加価値向上について	83
問 5 - (1) 商材の付加価値向上、差別化の取り組みに関する方向性	83
問 5 - (2) 主な製品・サービスを価格以外で差別化する際に重視する要素	85
問 5 - (3) 差別化に向けて取り組んでいるもの	87
問 5 - (4) 差別化にあたって直面している課題	88
問 5 - (5) 差別化に向けた具体的な取組の業績(売上高)への影響	89
問 5 - (6) 商材の付加価値向上、差別化の取り組み非実施理由	91
問 6 販路拡大に関する取り組みについて	93
問 6 - (1) 販路開拓の実施状況	93
問 6 - (2) 販路開拓の進捗状況	94
問 6 - (3) 販路開拓が進んでいる理由	95
問 6 - (4) 販路開拓が進んでいない理由	96
問 6 - (5) 販路拡大に向けた具体的な取組の業績(売上高)への影響	97
問 6 - (6) 販路開拓を実施していない理由	99

問7	ECサイトの活用について.....	100
問7-	(1) 商品を販売、掲載しているECサイト.....	100
問7-	(2) ECサイトでの販売の進捗状況.....	101
問7-	(3) ECサイトでの販売が進んでいる理由.....	102
問7-	(4) ECサイトでの販売が進んでいない理由.....	103
問7-	(5) ECサイトでの販売を行わない理由.....	104
問8	インターネットの利用（業務のデジタル化）について.....	105
問8-	(1) インターネット活用状況.....	105
問8-	(2) 実践しているインターネット活用（業務のデジタル化）内容..	106
問8-	(3) 今後取り組みたい、インターネット活用 （業務のデジタル化）内容.....	107
問8-	(4) インターネットの活用における課題.....	109
問8-	(5) インターネットの活用についての相談先.....	110
問9	採用について.....	111
問9-	(1) 過去3年の採用数の変化.....	111
問9-	(2) 今後の採用数の見通し.....	112
問9-	(3) 通常実施している主な採用方法.....	113
問9-	(4) 採用を行う上での課題.....	114
問10	人材の状況について.....	115
問10-	(1) 2019年時点と2021年現在の人材の状況について.....	115
問10-	(2) 現在不足している職種.....	119
問10-	(3) 人手不足を緩和するために行った取り組み.....	120
問10-	(4) 人手不足が発生した理由.....	121
問10-	(5) 人手不足が経営に与えた影響.....	122
問11	雇用調整について.....	123
問11-	(1) 雇用調整助成金の利用有無.....	123
問11-	(2) 雇用調整助成金の申請理由.....	124
問11-	(3) 雇用調整助成金を申請するうえでの1番のネック項目.....	125
問11-	(4) 足立区実施の雇用調整助成金活用促進事業の利用状況.....	126
問11-	(5) 雇用調整助成金を利用していない1番の理由.....	127

問12	テレワークについて.....	128
問12-	(1) テレワークの導入有無.....	128
問12-	(2) 導入・検討しているテレワークの主な導入形態.....	129
問12-	(3) テレワークを認めている部門・職種.....	130
問12-	(4) テレワークを利用している従業員の割合.....	131
問12-	(5) 今後のテレワークの継続・拡大意向状況.....	132
問12-	(6) テレワークの導入目的.....	133
問12-	(7) テレワークの導入効果状況.....	134
問12-	(8) テレワークを現在行っていない理由.....	135
問12-	(9) テレワークを導入しない・導入できない理由.....	136
消費・就労に関する意識調査（区民向け）.....		137
1	調査の目的.....	139
2	調査の概要.....	139
I	調査対象者の属性について.....	140
問1	性別.....	140
問2	年代 I.....	140
問1×問2	性・年代別 II.....	141
問3	居住地.....	141
問4	住居形態.....	142
問5	現住所居住年数.....	142
問6	同居家族構成.....	143
問7	職業.....	143
問8	通勤・通学先.....	144
II	オンライン消費の状況等について.....	145
問9	先月（令和3年6月）のインターネットショッピング利用経験.....	145
問10-1	インターネットショッピングでの主な購入品目.....	146
問10-2	インターネットショッピング非利用理由.....	147
問11	最近のインターネットショッピング利用頻度の 2019年以前との増減比較.....	148
問12-1	インターネットショッピング利用頻度の増加理由.....	149
問12-2	インターネットショッピング利用頻度の減少理由.....	150
問13	インターネットショッピングの今後の利用増減見込み.....	151
問14-1	利用増加見込み理由.....	152
問14-2	利用減少見込み理由.....	153

Ⅲ 実店舗での買い物の状況について	154
問15 直近1か月の実店舗での買い物の頻度.....	154
問16 2021年6月の実店舗買い物頻度の対前年同月比較.....	155
問17 実店舗で普段購入するもの.....	156
問18 利用・訪れたいお店の特徴.....	157
Ⅳ キャッシュレス決済の利用について	158
問19 キャッシュレス決済手段の利用経験.....	158
問20-1 キャッシュレス決済手段の利用理由.....	159
問20-2 キャッシュレス決済手段非利用の理由.....	160
問21 よく利用しているキャッシュレス決済手段.....	161
問22 キャッシュレス決済対応の有無によるお店選びへの影響.....	162
問23-1 キャッシュレス決済対応店を選ぶ理由.....	163
問23-2 キャッシュレス決済対応店を選ばない理由.....	164
Ⅴ 就労に対する考え方について	165
問24 収入(8万円/月以上)を伴う仕事をしたいと思う年齢の上限.....	165
問25-1 61歳以降も就労を希望する理由.....	166
問25-2 61歳以降の就労を希望しない理由.....	167
問26 61歳以降も仕事をする場合に希望する就労形態.....	168
問27 61歳以降も仕事をする場合に重視する条件.....	169
問28 今後就労するうえで、活かしたいスキル・経験・経歴.....	170
起業・創業に対する意識WEB調査	171
1 調査の目的.....	173
2 調査の概要.....	173
I 事前スクリーニング調査聴取項目	174
PQ1 性別.....	174
PQ2 年代.....	174
PQ1×2 性・年代別.....	175
PQ3 居住地域.....	175
PQ4 最近10年間の起業・創業・独立の経験の状況.....	176
PQ5 近い将来の起業・創業・独立への気持ち.....	177
P1 起業・創業の経験&意向レベルパターン.....	178

II インターネット本調査聴取項目.....	180
問1 職 業.....	180
問2 通勤・通学先.....	181
問3 仕事で利用経験のある施設.....	182
問4 今後、仕事で利用意向のある施設.....	183
問5 起業・創業の印象・イメージ.....	184
問6 身近な親族・友人に起業・独立・開業した人の有無.....	185
問7 自身での起業・創業・独立の経験有無.....	186
問8 初めて自身の起業・創業・独立を考えた年代.....	187
問9 自身で起業・創業・独立した業種（最新のケース）.....	188
問10 初めて自身の起業・創業・独立を考えた年代.....	189
問11 自身の起業・創業・独立で想定している業種.....	190
問12 自身の起業・創業・独立後に考えている事業内容.....	191
問13 自身の起業・創業・独立についての相談相手.....	192
問14 自身の起業・創業・独立を考えたきっかけ.....	193
問15 最も有力な自身の起業・創業・独立先の地域.....	194
問16 最も有力な自身の起業・創業・独立先の地域の選択理由.....	195
問17 起業・創業の実行・検討時の懸念事項.....	196
使用した調査票.....	197
足立区産業実態等アンケート調査.....	199
小規模&中規模以上両事業者合算版.....	201
中規模以上事業者の方向け.....	217
小規模事業者の方向け.....	233
消費・就労に関する意識調査.....	245
起業・創業に対する意識WEB調査.....	255
< 事前スクリーニング票 >.....	257
< WEB本調査 質問文 >.....	258

<本報告書について>

本報告書は、2021（令和3）年7月～8月に、足立区 産業経済部 産業政策課を調査主体として実施された、区内の中規模以上及び小規模の事業者対象の「足立区産業実態等アンケート調査」、区民対象の「消費・就労に関する意識調査」、足立区周辺市区在住の起業・創業・独立の経験者・意向者・関心者が対象の「起業・創業に対する意識WEB調査」のそれぞれの調査結果を、3種の調査ごとに1冊にまとめた報告書である。

なお、事業者の従業員数規模に応じて、中規模以上事業者と小規模事業者に分けて調査を実施した「足立区産業実態等アンケート調査」の結果をまとめるに当たっては、中規模以上事業者と小規模事業者の各回答を合算した<中小合算版>の集計結果をベースに調査結果の分析～報告を行っている。

3種の調査それぞれの調査結果の分析に当たっては、全体結果以外に、各調査別に下記の分析軸を設定して、そのクロス集計結果を元に、結果表示やコメント付けを行っている。

(1) 3種の調査ごとに分析軸に採用した項目は以下のとおりである。

足立区産業実態等アンケート調査<中小合算版>

中規模以上事業者&小規模事業者合算（問1～問8）

中規模以上事業者のみ（問9～問12）

調査種（事業者規模）別……………（2カテゴリー） ※問1～8までの
中小合算分のみ

従業員数別……………（6カテゴリー）

業種別……………（11カテゴリー）

消費・就労に関する意識調査（区民向け）

性・年代Ⅱ別……………（8カテゴリー）

起業・創業に対する意識WEB調査

性別……………（2カテゴリー）

年代別……………（5カテゴリー）

居住地域別……………（8カテゴリー）

※なお、上記の各カテゴリー数は、別冊の「集計表」では掲載している「上記以外のクロス集計軸」や一部の「その他」や「小計」などの掲載を割愛しておりますので、ご注意ください。

- (2) 回答の比率(%) はすべて百分比で表し、小数点第2位を四捨五入した。そのため、百分比の合計が100%に満たない、または上回ることがある。
- (3) 事業者対象の「足立区産業実態等アンケート調査<中小合算版>」の間1-(2)の〈経営形態〉における『株式会社 計』のように、「株式会社(本店)」と「株式会社(支店)」等の2つ以上の選択肢を合わせた項目の比率を表記する場合、その比率は、それぞれの選択肢の実数値を合計して、比率を再計算したものを使用している。
- (4) 複数回答の設問は、各選択肢を1つだけでなく、2つ以上選択するため、各選択肢の合計数字が100%を超える場合がある。
- (5) グラフ・数表上及び分析コメントの選択肢表記は、場合によって語句を簡略してある。
- (6) 業種別や性・年代別などのクロス分析の場合、分析軸の「その他」や「無回答」を掲載していないため、層別の合計が調査回答者全員の人数より少なくなることがある。
- (7) クロス集計において、回答対象者の属性ごとのサンプル数が30を下回る場合は、誤差が大きくなるため、参考値としての掲載にとどめ、分析コメントでは言及していないことや、クロス集計結果の掲載自体を割愛している場合がある。

※なお、3種の各調査の調査目的、設計、調査方法、回収結果などについては、本報告書内に掲載された3種各調査の全体詳細結果報告編の巻頭ページにある(各種調査別の)「1 調査の目的」と「2 調査の概要」をご参照ください。

全体結果要約編

足立区産業実態等アンケート調査
(中規模以上&小規模事業者 合算版)

足立区産業実態等アンケート調査 (中規模以上&小規模事業者 合算版) 全体結果要約編

問1 各社の基礎情報について

中規模以上事業者調査の回答と小規模事業者調査の回答を合算した870事業者の経営形態は、「株式会社」が4割強、「個人」が3割強、「有限会社」が2割。中規模以上事業者では「株式会社」がほぼ6割で中心ながら、小規模事業者では「個人」が5割強。

主な業種は、「製造業」が2割弱で最も多く、以下「小売業」、「医療・福祉」、「生活関連サービス業」、「飲食サービス業」、「建設業」、「卸売業」の6業種が1割前後で続き上位となっている。

創業年数は、「30～50年未満」が3割弱で多く、その平均は中小ともに約37年程度。

従業員数は、半数近くの事業所が「1～4人」ながら、平均従業員数は中小合算で22.7人、小規模で5.8人、中規模以上で41.1人となっている。

従業員のうちの【正社員】の平均人数は、小規模が4.4人、中規模以上が20.6人。【パート等】の平均人数は、小規模が2.8人、中規模が15.1人。なお、従業員の中に【家族従業員】がいる割合は、小規模で約6割、中規模以上で約5割。

2021年に従業員の採用があった事業所は全体の3割弱で、小規模では1割強で、中規模以上では4割台半ば。

経営者の年代は、「70歳以上」が3割強で最も多く、「50歳代」と「60歳代」がともに2割台半ばながら、小規模では「70歳以上」が4割強で高齢者の割合が高い。

中長期的な経営方針では、「現状維持」が5割弱で最多ながら、「廃業・自分の代での閉店」も全体で2割弱みられ、小規模に限ると3割台半ばに達している。

大手企業からの下請け、孫請け等の案件の売り上げ比率があるとした事業者は、小規模で2割強、中規模以上でほぼ3割、業種別では建設業や運輸業、製造業で高めの傾向。

問2 新型コロナウイルス感染症拡大の影響による経営状況について

新型コロナウイルス感染症拡大の影響で売り上げに影響のあった年月をあげた事業者の割合は、小規模で7割弱、中規模以上で8割弱となっており、一番影響のあった年月の前年同月比の売上では、「3～5割程度減少」とする事業者が中小ともに4割台前半で並んで最も多く、「9割以上減少」も中小ともに1割を超えている。なお、減少率が高めな回答は業種別の飲食サービス・宿泊業で特に多くなっている。

新型コロナウイルスの感染拡大や売上減少に対して講じた対策を聞いた結果は、「講じた対策は特にない」が5割弱を占めて多く、中でも小規模ではほぼ6割に達するものの、講じられた対策の中では「販路や取引先の新規開拓」と「働き方改革（テレワーク等）」の2項目がともに1割強と高く、この傾向は中規模以上事業者でより強くなっている。

2020年度の売上額については、規模別の違いもみられ、小規模では「～3,000万円未満」が7割弱を占めて多いが、中規模以上では「1億円以上～3億円未満」と「5,000万～1億円未満」がともに2割強で並んで上位にある。

2020年（1～12月）の年間売上高の対前年増減比較の結果は、「10～29%減少」と「30%以上減少」がともに2割台半ばで並んで最上位にあり、これらに「横ばい（-3～+3%）」が2割弱で続いて上位で、売上『増加 計』は合わせても1割弱となっている。なお、「30%以上減少」は、5割弱に達する飲食サービス業・宿泊業を筆頭に、従業員数の少ない小規模事業者、運輸業などで高い。

販売費や一般管理費のうち、負担感が強い費目を3つまであげてもらった結果は、「給与・手当」が6割強で最も高く、「税金に関する費用（租税公課、法人税・所得税等）」が5割弱で続き上位となっており、「給与・手当」をあげる割合は中規模以上事業者、従業員数5人以上の各層、業種別の医療・福祉でそれぞれ高くなっている。

2021年（1～12月）の自社の業況見通しでは、「悪い」が6割弱を占めて最も多く、これに「普通」が3割台半ばで続き、「良い」と答えた事業者は3%と少ない。なお、「悪い」は業種別の飲食サービス・宿泊業で8割台半ばと特に高くなっている。

問3 資金調達について

普段の主な資金調達先では、「信金・信組」が4割強で最も高く、次いで「特になし」が3割台半ばで続き、「都市銀行」がほぼ1割となっているが、「政府系金融機関」と「地方銀行」はともに1割未満となっており、「都市銀行」と「地方銀行」は従業員数100人以上で3割台半ばと2割強とそれぞれ高くなっている。

新型コロナウイルスの影響を主な理由として行った資金調達先については、「借入れをしていない」が5割強で高く、『資金調達あり 計』は4割強となっているが、具体的な借入れ先では、「信金・信組」が3割弱で最も高く、「政府系金融機関」が1割台半ばで続くが、「都市銀行」と「地方銀行」は5%未満にとどまる。なお、『資金調達あり 計』は中規模以上事業者、業種別の建設業、運輸業などで5割台半ば以上と高くなっている。

新型コロナウイルスの影響による『資金調達あり』の事業所の資金の主な使い道（単数回答）では、「運転資金」がほぼ7割を占めて圧倒的に多く、返済開始時期では「すでに始まっている」と回答した事業者が2/3を占めて多いが、返済期間や返済方法等の変更を希望、検討している事業者は合わせても2割台半ば程度。

新型コロナウイルス感染拡大期間中に活用した補助金については、「利用したものはない」が3割を超えているものの、「持続化給付金」が4割台半ばで最も高く、これに「雇用調整助成金」、「東京都感染拡大防止協力金」、「家賃支援給付金（国）」の3種の補助金がそれぞれ1割台半ば程度で並んで上位にあり、「足立区緊急対策融資」は1割強、「足立区小規模事業者経営改善補助金コロナ特別枠」は1割弱となっている。なお、規模別では「持続化給付金」は小規模事業者の方が約14ポイント高く、「雇用調整助成金」は中規模以上事業者の方が約24ポイント高くなっている。

なお、これら補助金の主な使い道では、「運転資金」が7割強で最も高く、これに「従業員の賃金」がほぼ4割で続いて上位となっており、「従業員の賃金」は中規模以上事業者や従業員数30人以上の各層、飲食サービス業・宿泊業で概ね5割台半ば以上と高くなっており、中でも飲食サービス業・宿泊業では「感染予防備品・消耗品等費用」、「家賃の支払い等」、「税金等の支払い」など多くの項目にわたって相対的に高いのが目立つ結果となっている。

一方、これら補助金を利用しなかった事業者の非利用理由では、「支給基準に該当しなかったため」が4割台半ばで最も高く、これに「特に理由はない」と「補助金等を必要としていなかったため」がそれぞれ2割強で並んで上位となっている。

問4 設備投資について

2021年4月～2022年3月の間の設備投資の実施予定について聞いた結果は、「予定していない」が5割強と半数を超えて多い。一方、「前年に実施した」と「予定している」はそれぞれほぼ1割で、これらに7%の「実施を検討中」を合わせた『実施済、予定あり、検討中 計』は3割弱となっており、「予定している」は従業員数100人以上と業種別の教育でそれぞれ2割台半ば以上と高く、従業員数30～99人と業種別の運輸業でもそれぞれ2割以上で高めとなっている。

今年度中の設備投資に対して『実施済、予定あり、検討中』と回答した事業者が予定している設備投資の内容は、「設備の代替」が5割強で最も高く、これに「既存設備の維持・補修」が4割弱で続き上位となっており、「設備の代替」は従業員30～99人、運輸業、飲食サービス業・宿泊業で、「既存設備の維持・補修」は飲食サービス業・宿泊業と医療・福祉などで、それぞれ高くなっている。

今年度中の設備投資に対して「予定していない」と回答した事業者の設備投資を行わない理由をみると、「先行きが見通せない」が5割強で最も高く、これに「現状で設備は適正水準である」が3割台半ばで続き、以下「投資に見合う収益を確保できない」が3割弱、「手持ち現金が少ない」が2割強、「借り入れ負担が大きい」が2割弱の順で並び上位となっており、「先行きが見通せない」は運輸業と製造業で、「現状で設備は適正水準である」は情報通信業・学術研究・専門技術サービス業、医療・福祉、不動産業・物品賃貸業などで、それぞれ高くなっている。

問5 商品（商材）の付加価値向上について

全事業者に自社の商材の付加価値向上、差別化の取り組みに関する方向性を聞いた結果は、「業態的に取り組みを行う必要がない」が3割弱、「取り組みは行っていない」が2割弱とそれぞれ多いものの、方向性を示す回答の中では、「特定のターゲットを対象に、価格以外の点で差別化した製品・サービスを提供する」がほぼ2割で最も多く、「広いターゲットを対象に、価格以外の点で差別化した製品・サービスを提供する」が1割強で続き、『価格以外の点で差別化した製品・サービスを提供 計』が3割強で、1割強にとどまる『低価格の製品・サービスを提供 計』を約21ポイント上回って多くなっている。

「特定のターゲットを対象に、価格以外の点で差別化した製品・サービスを提供する」は、従業員数30～99人と100人以上の両層、業種別の情報通信業・学術研究・専門技術サービス業と教育で高くなっており、これらの各層では『価格以外で差別化 計』や『特定のターゲット計』でも高い傾向が明確にみられる。

自社商材の付加価値向上、差別化の取り組みを実施している事業者370社に、価格以外で差別化する際に重視する要素を3つまで選んでもらった結果は、「品質、独自性」が6割強で最も高く、これに「接客時・アフターサービスでの顧客要望への柔軟な対応力」が4割弱、「提案力・営業力」が3割で続いて上位となっており、「品質、独自性」は製造業と情報通信業・学術研究・専門技術サービス業で、「接客時・アフターサービスでの顧客要望への柔軟な対応力」と「顧客との地理的隣接性（立地の良さ）」は生活関連サービス業と医療・福祉で、それぞれ高くなっている。

取り組みを実施している事業者に、差別化に向けて取り組んでいるものを選んでもらった結果は、「製品・サービスの高機能化」が3割強で最も高く、これに「類似のない新製品・サービスの開発」が2割台半ば、「営業・販売・サービス体制の増強」、「取扱製品・サービスの多様化」、「特定顧客向けの製品・サービスの開発」の3項目が2割前後で並び上位となっており、「製品・サービスの高機能化」は医療・福祉で、「類似のない新製品・サービスの開発」は製造業で、「営業・販売・サービス体制の増強」は運輸業で、それぞれ高くなっている。

取り組みを実施している事業者に、差別化にあたって直面している課題を選んでもらった結果は、「スキルや知識を有する人材の不足」が4割強で最も高く、「人員数の不足」が3割弱で続いて上位となっている。

問5 商品（商材）の付加価値向上について（続き）

取り組みを実施している事業者に、差別化に向けた具体的な取組の業績（売上高）への影響を【販売単価】で聞いた結果は、「影響なし」が5割台半ばで最も多いものの、「上昇につながった」が2割台半ばで、1割未満にとどまる「低下につながった」を約18ポイント上回って多くなっており、「上昇につながった」は中規模以上事業者や製造業で高めの傾向がみられる。一方、「影響なし」は情報通信業・学術研究・専門技術サービス業と医療・福祉などで高くなっている。

一方、自社商材の付加価値向上、差別化の取り組みを実施していないと回答した事業者156社の取り組み非実施の理由では、「必要性を感じない」が3割台半ばで最も高いが、次いで「効果が見込めない」が2割台半ばで続き、以下「人手が足りない」と「資金が足りない」がともに1割台半ばで続き上位となっており、「効果が見込めない」は製造業で、「人手が足りない」は飲食サービス業・宿泊業と建設業で、それぞれ高くなっている。

問6 販路拡大に関する取り組みについて

全事業者に販路開拓の実施状況を聞いた結果は、「業態的に該当しない」が3割強で最も多く、「実施していない」がほぼ3割で続いている。一方、「実施している」は1割台半ばにとどまり、これに1割強の「実施したいが出来ていない」を加えた販路開拓の『実施意向あり 計』は3割弱となっている。

この結果を属性別にみると、「実施している」は5割弱の従業員100人以上と4割弱の従業員30～99人で高く、一方「業態的に該当しない」は業種別の医療・福祉と教育でともに5割台と高くなっている。

販路開拓意向のある事業者にその進捗状況を聞いた結果は、「あまり進んでいない」が6割弱を占めて最も多く、これに「ある程度進んでいる」が4割弱で続き、「順調に進んでいる」は3%となっている。

販路開拓が「(順調に+ある程度) 進んでいる」と回答した事業者101社に、その理由を聞いた結果は、「商品の機能性が高い」が4割台半ばで最も高く、以下「他社との連携」「広告宣伝活動」「価格競争力」の3項目が2割台で続いており、販路拡大に向けた具体的な取組の業績(売上高)への【販売単価】の影響では「影響なし」が5割強で最多ながら、「上昇につながった」が4割弱みられ、【販売数量】では「増加につながった」が5割台半ばを占めて、3割弱の「影響なし」を大きく上回っている。

一方、販路開拓が「あまり進んでいない」と回答した事業者139社に、進んでいない理由を聞いた結果では「人手不足」が5割弱で最も高く、これに「広告宣伝活動があまりできていない」が3割強、「価格競争力が弱い」が2割台半ばで続いて上位となっている。

なお、販路開拓を「実施していない」と回答した事業者262社の販路開拓の非実施理由では「必要性がない」が3割台半ばで最も高いが、「人手が足りない」が2割台半ば、「効果が見込めない」が2割強で続き上位となっており、属性別では「人手が足りない」は運輸業と飲食サービス業・宿泊業で、「効果が見込めない」は医療・福祉で、それぞれ高くなっている。

問7 ECサイトの活用について

全事業者に、商品を販売、掲載しているECサイトを質問した結果は、「業態的にECサイトでの販売はなじまない」が5割強で最も高く、これに「ECサイトでの販売は行っておらず、今後行う予定はない」と「無回答」が2割弱で並んで続き、これらに「現在ECサイトでの販売は行っていないが、将来的に取り組みたい」が6%で続き、具体的なECサイトをあげた回答は、最も高めな「自社ECサイト」でも3%台にとどまり、具体的な利用ECサイトの『現活用あり 計』は7%にとどまる。なお、『現活用あり 計』の割合は、従業員なしと100人以上、卸売業・小売業でそれぞれ1割台半ばと高めの傾向がみられる。

ECサイトを現活用している事業者62社に聞いたECサイト販売の進捗状況は、「あまり進んでいない」と「ある程度進んでいる」が4割前後で並んで上位にあり、「順調に進んでいる」は1割台半ばで、『(順調に+ある程度) 進んでいる 計』は5割台半ばとなるが、業種別の卸売業・小売業では7割強と高くなっている。

ECサイトでの販売が『(順調に+ある程度) 進んでいる』と答えた事業者34社にその理由を聞いた結果は、「新規客の流入が一定程度ある」と「リピート率が高い」がともに5割以上で並び上位となっている。

一方、ECサイト販売が「あまり進んでいない」と答えた事業者25社にその理由を聞いた結果は、「新規客の流入が少ない」が8割と特に高く、「商品の魅力を伝えきれていない」が5割弱で続き上位となっている。

なお、「ECサイト現非活用で今後も活用予定なし」か「ECサイト活用の経験はあるが、現在は行っていない」と答えた事業者174社のその理由では、「必要性を感じない」が4割台半ばで最も高く、これに「ECサイトに掲載できる商品がない」が3割弱で続き、以下「効果が見込めない」と「ノウハウがない・難しく感じる」がともに2割弱で並んで上位となっている。

問8 インターネットの利用（業務のデジタル化）について

全事業者に、インターネットの活用状況を聞いた結果は、「活用している」が4割弱で最も多いが、「活用する必要がない」も同じ4割弱で続いて次点となっており、以下「活用したいが、できていない」が1割強、「今後活用する予定」が3%の順となっている。

「活用している」は、7割台半ばの従業員100人以上を筆頭に、従業員数が5人以上の各層で従業員数が増えるにしたがってその割合も高まる傾向がみられ、5割強の中規模以上事業者が3割弱の小規模事業者を大きく上回っている。

インターネットを「活用している」事業者336社に、実践活用（業務のデジタル化）内容を聞いた結果は、「場所を選ばず仕事ができる環境の整備」と「業務システムの導入による効率化」がそれぞれ5割強で並んで最も高くなっており、これらに「資材・必要物品等の調達分野におけるインターネット活用」と「HP、SNS（インスタグラム等）、メルマガ等を活用した情報発信・受信」の2項目がそれぞれ3割台半ばのほぼ同率で並んで上位となっている。

この結果を業種別にみると、「場所を選ばず仕事ができる環境の整備」は不動産業・物品賃貸業、運輸業、情報通信業・学術研究・専門技術サービス業で、「業務システムの導入による効率化」は運輸業、不動産業・物品賃貸業、建設業で、それぞれ高くなっている。

インターネットを「今後活用する予定」か「活用したいが、できていない」と答えた事業者130社の、今後のインターネット活用（業務のデジタル化）意向の内容は、「業務システムの導入による効率化」と「HP、SNS（インスタグラム等）、メルマガ等を活用した情報発信・受信」の2項目が3割台半ば～4割弱で並び上位となっている。

全事業者にインターネットの活用における自社の課題を聞いた結果は、「活用を推進できる人材がない」、「情報セキュリティ対策が不安」、「導入・運用に係るコスト負担」の具体的な課題3項目に加えて、「わからない・必要性を感じない」、「課題は特にない」、「無回答」なども2割前後で並び、多くの項目の比率が拮抗している。

次に、全事業者にインターネットの活用の相談相手を聞いた結果は、「相談先がない、わからない」が3割弱で最も高く、具体的な相談先としては、「ITツール販売、運用会社」、「自社との取引があるIT関連会社」、「同業他社」の3項目が1割台半ば～2割弱で高めとなっており、「相談先がない、わからない」は業種別の飲食サービス業・宿泊業で4割強と高くなっている。

【以降の間9～間12は、＜中規模以上事業者＞のみへの質問となっているため、以下の要約コメントは＜中規模以上事業者＞調査（回答417社）の結果である】

問9 採用について

＜中規模以上事業者調査＞の回答事業者の過去3年の採用数の変化についてみると、「変化なし」が3割台半ばで最も多く、これに「採用はしていない」と「減少傾向」がともに2割強で並んで続き、「増加傾向」は2割弱でこれらに次いで最も少なめとなっている。なお、この結果を業種別にみると、「増加傾向」は不動産業・物品賃貸業と生活関連サービス業・娯楽業で、「減少傾向」は運輸業と飲食サービス業・宿泊業で、それぞれ高くなっている。

中規模以上事業者の今後の採用数の見通しでは、「変化なし」が3割弱で最も多いものの、これに「採用の予定はない」が2割台半ば、「まだ決まっていない」が2割強と比較的小差で続き、以下「増加傾向」が2割弱、「減少傾向」が1割未満の順となっており、「増加傾向」は不動産業・物品賃貸業と運輸業で3割を超えて高めとなっている。

次に、通常的主要採用方法を聞いた結果は、「就職サイトへの求人掲載」と「ハローワークなど公共機関を利用」の2項目が4割台後半で並んで最上位を競っており、以下「縁故・紹介」が3割弱、「自社ホームページへの掲載」が2割強で続いて上位となっており、業種別では、「就職サイトへの求人掲載」は運輸業と医療・福祉で、「ハローワークなど公共機関を利用」は製造業で、「縁故・紹介」は教育と建設業で、それぞれ高くなっている。

さらに、採用を行う上で課題に感じていることでは、「応募者が集まらない」が4割弱で最も高く、「人件費の確保が困難」が2割強で続いて上位となっており、業種別にみると、「応募者が集まらない」は建設業と生活関連サービス業・娯楽業で、「人件費の確保が困難」は教育と飲食サービス業・宿泊業で、それぞれ高くなっている。

問10 人材の状況について

【2019年時点・正社員】の人材状況では、「適当」が5割弱で最多ながら、次いで「やや不足」が3割弱と多く、これに「大いに不足」を合わせた『不足計』は3割台半ばとなっているが、『過剰計』は5%台にとどまる。

続いて、【2019年時点・非正社員】の状況は、「適当」が4割台半ばで最も多く、次いで「やや不足」が1割台半ばで、これに「大いに不足」を合わせた『不足計』は2割弱となっており、『過剰計』は4%台にとどまるが、「該当なし」や「無回答」がそれぞれ1割台半ば程度で多めとなっている。

次に、【2021年現在・正社員】の人材状況をみると、「適当」が4割台半ばで最多ながら、次いで「やや不足」が3割強と多く、これに「大いに不足」を合わせた『不足計』は3割台半ばとなっているが、『過剰計』は1割弱となっている。

続いて、【2021年現在・非正社員】の状況は、「適当」が4割台半ばで最も多く、『不足計』は2割弱となっているが、『過剰計』6%台で、「該当なし」と「無回答」がそれぞれ1割台半ば程度で多めとなっている。

「正社員か非正社員」のいずれか、及び「2019年時点か2021年現在」のいずれかで、『人材の不足あり』と回答した中規模以上の事業者222社に、現在不足している職種を聞いた結果は、「技術職」が5割強で最も高く、これに「営業職」が2割台半ば、「販売・接客」と「労務職」がともに2割弱で続き上位で、この結果を業種別にみると、「技術職」は製造業、建設業、医療・福祉で、「営業職」は卸売業・小売業で、「販売・接客」は飲食サービス業・宿泊業と卸売業・小売業で、「労務職」は運輸業と建設業で、それぞれ高くなっており、業種ごとに異なった傾向がみられる。

引き続き、『人材の不足あり』の事業者に対して、人手不足緩和のために行った取り組みを聞いた結果は、「賃金の上昇」が4割台半ばで最も高く、これに「労働条件の改善」が3割強、「業務効率化」と「応募条件の緩和」がともに2割台半ばの順で続き上位となっており、人手不足が発生した理由では、「思ったような人材が採用できない」が5割台半ばで最も高く、これに「求人の応募が少ない」が5割弱、「採用した人材が定着しない」がほぼ3割で続いて上位にあり、人手不足が経営に与えた影響については、「ある程度の影響を及ぼしている」がほぼ6割を占めて最も多く、以下「あまり影響はなかった」が3割弱、「大きな影響を及ぼした」が1割弱の構成となっており、『影響あり計』はほぼ2/3の割合となっている。

問11 雇用調整について

中規模以上事業者の雇用調整助成金の利用状況は、「利用していない」が6割台半ばを占めて最も多く、「利用した」は3割強となっているが、この結果を業種別にみると、「利用した」は製造業、生活関連サービス業・娯楽業、運輸業で高いのに対し、「利用していない」は情報通信業・学術研究・専門技術サービス業と医療・福祉で高くなっている。

雇用助成金を「利用した」「今後利用する予定だ」と答えた中規模以上事業者134社の申請理由をみると、「解雇等をせずに円滑な雇用維持が可能」が8割弱と他の項目を大きく上回って高く、これに「社会保険労務士などの専門家の勧め」と「要件緩和により使い勝手が良くなった」の2項目が2割台で続いて上位となっており、申請する際の1番のネック項目を聞いた結果では、「手続きが煩雑（書類や記入事項の多さ等）」が4割強で最も多く、以下「支給額だけでは雇用維持には不十分」が2割台半ば、「手続きに時間がかかる」が2割弱、「社会保険労務士などの専門家に支払う手数料が高い」が1割台半ばの順となっており、次いで、足立区実施の雇用調整助成金活用促進事業の利用状況では、「その事業を知らなかった」が5割強を占めて最も多くなっており、これに「事業のことを知ってはいたが、利用していない」が2割強で続き、「利用した」は2割弱となっている。

一方、雇用調整助成金を「利用していない」と答えた事業者265社に、利用していない1番の理由を聞いた結果は、「雇用調整助成金の支給要件となるような休業を従業員にさせていない」が5割台半ばを占めて多く、「売上高などの減少程度が要件に達しない」が2割台半ばで続いており、この結果を業種別にみると、「支給要件となるような休業をさせていない」は運輸業で、「売上高などの減少程度が要件に達しない」は情報通信業・学術研究・専門技術サービス業と生活関連サービス業・娯楽業で、それぞれ高くなっている。

問12 テレワークについて

中規模以上事業者のテレワークの導入状況は、「導入していないし、導入する予定もない」が7割強を占めて多く、「導入している」は1割台半ばにとどまり、「今後導入する予定がある」と「新たに導入することを検討している」もともに1～2%と少数で、これらを合わせた『導入&予定・検討あり 計』は2割弱となっている。

テレワークの『導入&予定・検討あり』とした中規模以上事業者71社の主な導入形態をみると、「在宅勤務」が9割弱で最も高く、「モバイルワーク」が2割強、「サテライトオフィス勤務」がほぼ1割の順で続いている。また、テレワークを認めている部門・職種では、「事務職」が5割弱で最も高く、これに「管理職」と「営業」が2割台前半、「全部門・全職種」と「専門・技術職」が1割台後半で続き上位となっている。

引き続き、テレワークの『導入&予定・検討あり』と答えた事業者の、テレワーク利用の従業員の割合をみると、「5%未満」が4割弱で最も多く、これに「5-10%未満」が2割台半ば、「10-30%未満」が2割弱の順で続き、『30%未満 計』が全体の8割以上を占めており、今後のテレワークの継続・拡大意向状況では、「継続したいが、拡大は考えていない」と「どちらでもない」がともに4割弱で並んで最多を競い、「継続・拡大したい」は1割台半ばとなっている。なお、これら事業者のテレワークの導入目的では、「感染症対策」が8割強で最も高く、「働き方改革（時間外勤務削減など）」が3割台半ばで続き上位で、テレワークの導入効果については、「どちらともいえない」が4割強で最も多いものの、「効果があった」が4割弱で続き、これに3%の「非常に効果があった」を加えた『効果あり 計』は4割強で、1割強にとどまる『効果なし 計』を約28ポイント上回って多くなっている。

一方、テレワークの『導入&予定なし』と答えた中規模以上事業者300社の非導入理由は、「業態的に導入が難しい」が6割弱で最も高く、これに「テレワーク可能な業務がない」が5割で続き、この2項目への反応が高いが、「テレワーク可能な業務がない」は業種別の教育と生活関連サービス業・娯楽業で高くなっている。

消費・就労に関する意識調査
(区民向け)

消費・就労に関する意識調査（区民向け）

全体結果要約編

I 調査対象者の属性について

性別は、「女性」が5割台半ばを占めて、4割台半ばの「男性」より多く、年代は、各年代ともに1割台半ば～2割弱でほぼ均等に並ぶ構成で、性・年代6層別の構成は、40歳代と50歳代を合わせた「女性中年代層」が2割を超えて最も多く、以下、「女性高年代層」と「女性若年代層」がともに2割弱で続き、男性層は、「男性中年代層」と「男性若年代層」がともに1割台半ば、「男性高年代層」が1割強の順となっている。

住居形態では、「持ち家（一戸建）」が4割弱で最も多く、これに「借家（アパート・マンション等）」が3割台半ば、「持ち家（マンション）」が2割強で続いて上位にとなっている。

居住年数では、「20年以上」が3割台半ばで最も多く、「10年以上20年未満」が2割強、「5年以上10年未満」が1割台半ばの順で続き、『5年未満 計』は合わせても3割弱にとどまる。

同居家族構成は、「親と子ども（二世代家族）」がほぼ半数と最多で、「夫婦のみ（一世代家族）」が2割台半ば、「一人暮らし」が2割弱で続いて上位となっている。

回答者の職業は、「会社員・公務員」が4割強で最も多く、「パート・アルバイト」と「無職（年金等で生計含む）」が1割台後半で続いて上位で、『有職者 計』が7割強を占めている。

全対象者に聞いた通勤・通学先では、「足立区内」が2割強で最も多く、「足立区/上野・秋葉原・東京・神田・有楽町方面以外の都内」が2割弱、「東京・神田・有楽町方面」が1割強で続き上位だが、「通勤・通学先はない」も2割弱となっている。

II オンライン消費の状況等について

令和3年6月（1カ月間）のインターネットショッピングの利用有無では、「あった」が6割強を占めて、4割弱の「なかった」を約25ポイント上回って多くなっており、「あった」の利用経験率に、男女の性別の差はみられないが、性・年代別では、女性若年層と男性若年層でともに8割台と高く、男性中年層と女性中年層も7割台前半に達しているのに対して、男性高齢層と女性高齢層はともに2割台にとどまり、男女ともに、中年層と高齢層の差を中心に、大きな年代差がみられる。

令和3年6月中のインターネットショッピング利用者552人の主な購入品目をみると、「衣類・靴・ファッション小物」が5割台半ばで最も高く、これに「食品・飲料」が4割台半ば、「書籍・映像・音楽ソフト」が4割、「電化製品」が3割弱で続き上位となっており、これらを性・年代別にみると、「衣類・靴・ファッション小物」は7割弱の女性中年層で、「食品・飲料」は5割台半ばの女性高齢層で、「書籍・映像・音楽ソフト」は5割強の男性若年層で、「電化製品」はともに4割台の男性の若年層と中年層で、「スポーツ・アウトドア用品」はともに3割台の男性の高齢層と中年層で、それぞれ高くなっている。

一方、令和3年6月中のインターネットショッピング利用がなかった332人の非利用理由をみると、「商品を直接確認したり、見比べたい」が4割強で最も高く、これに「実店舗での買い物が好き」と「インターネットショッピングの注文方法がわかりにくい」がともに3割弱で続き上位となっており、性・年代別では、「商品を直接確認したり、見比べたい」と「実店舗での買い物が好き」は女性中年代層で、「インターネットショッピングの注文方法がわかりにくい」は女性高齢層で、「すぐに商品を手に入れたい」は男女の若年層で、それぞれ相対的に高くなっている。

全対象者に最近のインターネットショッピング利用頻度の2019年以前との増減比較を聞いた結果は、「変わらない」が5割弱を占めて最多ながら、2割強の「増えた」に「とても増えた」を加えた『増えた 計』は3割弱で、2%台の『減った 計』を大きく上回っているが、「そもそも経験がない」という回答も2割弱みられ、この結果を性・年代別にみると、『増えた 計』は4割台の女性若年層を筆頭に、女性中年層や男性若年層で高い一方、「変わらない」は6割強の男性若年層を筆頭に、男性中年層や女性若年層で高く、「そもそも経験がない」は5割台半ばの男性高齢層と4割台半ばの女性高齢層で高くなっており、高齢層と他の年代層との差が目立つ項目となっている。

II オンライン消費の状況等について（続き）

2019年以前より最近のインターネットショッピングの利用頻度が増えた244人の増加理由では、「実店舗に行く・商品を探す時間を節約できる」が6割強で最も高く、「持ち帰りが大変なものも気軽に買える」が6割弱で続き、以下、「外出を控えている（感染症対策）」が5割強、「商品数が多い」が4割弱の順で続いて上位となっており、性・年代別では「外出を控えている（感染症対策）」が女性中年層で6割強と高いのを除くと、目立った違いはみられない。

次に、全対象者に今後のインターネットショッピングの利用増減見込みを聞いた結果をみると、「変わらない見込み」がほぼ7割を占めて最も多いものの、2割台半ばの「増える見込み」が、1%台の「減る見込み」を約24ポイント上回って多くなっており、性・年代別でも目立って大きな差はみられないが、「増える見込み」は3割台半ばの女性若年層で、「変わらない見込み」は7割台半ばの女性高齢層で、それぞれ最も高くなっている。

前問で今後のインターネットショッピングが『増える見込み』と回答した227人の増加見込み理由では、「時間を選ばずに利用できる」が8割強で最も高く、これに「荷物を持たなくて済む」と「時間が節約できる」がともに6割前後で続いて上位となっており、「感染症対策になる」も5割弱あげられているが、性・年代別にみても、サンプル数が20名と少なめな女性高齢層で「時間が節約できる」が4割と低めにとどまる一方で「感染症対策になる」が7割台半ばで高いのを除くと、大きな差はみられない結果となっている。

Ⅲ 実店舗での買い物の状況について

直近1か月の実店舗での買い物の頻度では、「週1回程度」が3割強で最も多く、以下「3日に1回」が3割弱、「2日に1回」と「毎日」が2割～2割弱で続く結果で、性別では、「3日に1回」は女性が3割強、男性が2割強で女性の方が約12ポイント高く、逆に「週1回程度」は3割台半ばの男性の方が3割弱の女性より約7ポイント高めとなっている。

2021年6月の実店舗での買い物頻度の対前年同月比較を聞いた結果は、「変わらない」が6割強を占めて最も多いものの、2割台半ばの「減った」が、ほぼ1割の「増えた」を約16ポイント上回って多くなっているが、性・年代別にみると、「増えた」はほぼ2割の女性若年層で、「減った」はともに3割強の女性の中年層と高齢層で、「変わらない」は7割強の男性高齢層で、それぞれ高めとなっている。

全対象者に実店舗で普段購入するものを聞いた結果は、「食料・飲料」が9割強と極めて高く、これに「衣類・靴・ファッション小物」が4割台半ば、「医薬品・医薬部外品」が4割弱、「お酒」が3割強で続いて上位となっており、性別でみると、「衣類・靴・ファッション小物」と「医薬品・医薬部外品」はともに女性の方が男性より約14～15ポイント高く、逆に「お酒」は男性の方が女性より約16ポイント高くなっており、これら3品目で男女間の差が大きくなっている。

次に、利用・訪れたいお店の特徴を聞いた結果をみると、「安い商品・サービスが多い」と「便利な場所にある」の2項目がともに5割台半ばで高くなっており、これらに「商品・サービスの品質が高い」が5割弱、「商品・サービスの安全性が高い」が3割弱、「お店の雰囲気が良い」と「店主、店員の人柄が良い」が2割前後で続いて上位となっており、これらの結果に大きな性別の差はみられないが、性・年代別にみると、「商品・サービスの安全性が高い」と「便利な場所にある」は女性高齢層で相対的に高く、「商品・サービスの品質が高い」は男性の中年層と若年層でそれぞれ相対的に高くなっている。

IV キャッシュレス決済の利用について

キャッシュレス決済手段の利用経験は、「ある」が8割台半ばを占めて多く、1割台半ばの「ない」を大きく上回っており、性・年代別にみた「ある」の比率は、女性中年層と男性若年層で9割台半ばと高い一方、女性高齢層と男性高齢層で7割前後と男女の高齢層で揃って低くなっている。

キャッシュレス決済手段の利用経験者762人の利用理由では、「支払いがスムーズ」が7割台半ばで最も高く、「ポイントが貯まる」が7割弱で続き、この2項目の高さが目立つ結果で、これらに「キャッシュレス決済対応の店が増えた」と「財布がかさばらない」が3割前後で続いており、性別では「ポイントが貯まる」と「衛生上、現金の受け渡しは避けたい」は女性の方が、「財布がかさばらない」と「支払いがスムーズ」は男性の方が、それぞれ10ポイント前後高くなっている。なお、性・年代別では、「支払いがスムーズ」と「財布がかさばらない」はともに男性若年層で、「ポイントが貯まる」は女性中年層で、「キャッシュレス決済の方が、お金の管理がしやすい」は女性若年層で、それぞれ相対的に高くなっている。

一方、キャッシュレス決済手段非利用者123人の非利用理由をみると、「現金の方がお金の管理がしやすい」と「現金を使い慣れている」の2項目が6割前後で並んで高く、これらに「現金以外の決済手段だと、お金を使いすぎる不安がある」が3割台半ば、「仕組みや制度が不安・わからない」と「セキュリティに不安がある」が3割前後で続き上位となっているが、性別では「現金の方がお金の管理がしやすい」が女性の方が約12ポイント高いのを除くと、男女別に目立って大きな差はみられない。

全対象者に、よく利用しているキャッシュレス決済手段を聞いた結果は、「クレジットカード」が7割弱で最も高く、これに「電子マネー」が5割強で続いて上位となっており、「利用していない」は1割強となっている。この結果に大きな男女別の差はみられないが、性・年代別にみると、「クレジットカード」は女性中年層で、「電子マネー」は男性若年層で、「2次元バーコード決済」は女性若年層で、それぞれ最も高く、「利用していない」は男女の高齢層で高くなっているが、男女の高齢層は「プリペイドカード」では若年層や中年層を上回る高めの比率となっている。

IV キャッシュレス決済の利用について（続き）

全対象者に聞いたキャッシュレス決済対応の有無によるお店選びへの影響については、「あまり気にしていない」が6割強を占めて多く、1割強の「キャッシュレス決済対応のお店を選ぶ」と2割台半ばの「どちらかといえば、キャッシュレス決済対応のお店を選ぶ」を合わせた『キャッシュレス決済対応店選択 計』は3割台半ばとなっており、性別や性・年代別で目立って大きな差はみられない。

前問で“（どちらかといえば）キャッシュレス決済対応のお店を選ぶ”と回答した314人のその理由をみると、「支払いがスムーズ」が8割強で最も高く、「ポイントを貯めたい」がほぼ7割で続いてこの2項目が上位となっており、性・年代別では、「支払いがスムーズ」は男性中年層で、「ポイントを貯めたい」は女性中年層で、「現金を持ち歩いていない」は女性若年層で、「衛生上、現金の受け渡しを避けたい」は女性高齢層で、それぞれ最も高くなっている。

一方、キャッシュレス決済対応店の選択で“あまり気にしていない”と答えた545人に対応店を選ばない理由を聞いた結果は、「支払い方法を気にしていない」がほぼ5割で最も高く、これに「現金で払いたい」が4割弱、「商品やサービスの内容を重視している」が3割弱で続いており、性・年代別にみると、「支払い方法を気にしていない」は6割強の男性若年層を筆頭に、ともに6割弱の男性中年層や女性若年層でも高めとなっている。一方「現金で払いたい」は5割台半ば～6割強の男女の高齢層で、「商品やサービスの内容を重視している」はともに3割強の男女の中年層で、「キャッシュレス決済対応店を探すのが手間だから」はともに2割台半ば程度の男女の若年層で、それぞれ相対的に高めとなっている。

V 就労に対する考え方について

収入（8万円／月以上）を伴う仕事をしたいと思う上限年齢を聞いた結果は、「働けるならいつまでも」が4割弱で最も多く、これに「65歳ぐらいまで」と「60歳か60歳未満」がともに2割弱で並んで続き、「65歳ぐらいまで」から「働けるならいつまでも」を合わせた『61歳以降も就労希望 計』は7割台半ばで、約4人に3人が60歳代以降も働きたいと考えており、『61歳以降も就労希望 計』は8割強の男性の方が女性より約10ポイント高く、性・年代別では、男女の中年層と男性高齢層で8割を超えて高めな一方、女性の高齢層と若年層で6割台半ばと低くなっている。

前問で就労の上限年齢を“65歳ぐらいまで～働けるならいつまでも”と回答した673人の61歳以降も就労を希望する理由をみると、「生活費を得たい」が7割弱で最も高く、以下「自由に使えるお金が欲しい」が6割弱、「健康によい」がほぼ4割、「生きがい得られる」と「不測の事態への備え」がともに3割強で続いて上位となっており、最上位の「生活費を得たい」では男女別の差はないものの、次点の「自由に使えるお金が欲しい」は女性の方が約12ポイント高くなっている。

一方、前問で就労の上限年齢を“60歳か60歳未満”とした168人の61歳以降の就労を希望しない理由をみると、「なるべく早く仕事を辞めたい」が5割台半ばで最も高く、「趣味に時間をあてたい」が5割弱で続き、この上位2項目はともに男性の方が女性より約20ポイント前後も高く、男女別に大きな差がみられる。

次に、全対象者に61歳以降も仕事をする場合に希望する就労形態を聞いた結果は、「定期雇用のパートタイム（短時間勤務など）の社員・職員、アルバイトスタッフ」が4割弱で最も多く、これに「自営業・個人事業主・フリーランス（家族従業者を含む）」と「フルタイムの社員・職員」の2項目が2割弱で並んで続いて上位で、最も高い『定期雇用のパートタイム』は5割弱の女性の方が男性より20ポイント以上高く性別の差が大きいですが、逆に『フルタイムの社員等』と『自営業・個人事業主等』の2項目は男性の方がそれぞれ14ポイント前後高くなっている。

全対象者に61歳以降も仕事をする場合の重視条件を聞いた結果は、「就労場所が通いやすいこと」と「勤務日数・時間の融通が利くこと」の2項目がともに5割台の小差で並び、「体力的な負担が軽い仕事であること」が4割で続いて上位となっているが、性別では「経験・スキルが活かせること」でほぼ4割の男性の方が女性より約15ポイント高いのを除くと大きな性別の差はみられず、性・年代別では、「就労場所が通いやすいこと」を筆頭に女性中年層が他層を上回って最も高い項目が多い中、「経験・スキルが活かせること」は男性中年層が5割を超えて特に高くなっている。

起業・創業に対する意識WEB調査

起業・創業に対する意識WEB調査

全体結果要約編

I 事前スクリーニング調査聴取項目

本調査対象者1,201名の性別は、「男性」が7割弱、「女性」が3割強で、年代は、「40歳代」が3割弱で最も多く、以下「50歳代」が2割台半ば、「30歳代」が2割強、「60歳代」が1割台半ば、「20歳代」が1割強の順で続く構成で、40歳代を中核とした山型分布の年代構成となっている。なお、性・年代別の構成は、「男性40歳代」と「男性50歳代」がそれぞれ2割前後で多く、これに「男性60歳代」と「男性30歳代」が1割台前半で続くが、全体での割合が3割強の女性では、最も多い「女性30歳代」でも1割は超えていない。

対象者の居住地は、「足立区」が2割台半ばで最多で、「松戸市」、「葛飾区」、「柏市」の3地域が1割台半ばで続き、都県別の構成比は『足立区+葛飾区 計』が4割弱、『千葉県3市計』が3割台半ば、『埼玉県5市 計』が3割弱となっている。

本調査対象者の最近10年間の起業等の経験状況は、「最近10年位の間、自身での起業・創業・独立を考えたことはない」が5割弱を占めて最も多く、次いで「実際に起業・創業・独立した経験はないが、今後10年間以内には、起業・創業・独立したいと考えている」が3割強で続き上位となっている。一方、6%の「最近3年間以内」、5%の「最近6年間以内」、11%の「最近10年間位以内」の3層を合わせた『最近10年以内の起業・創業・独立経験者 計』は2割強となっている。

次に、本調査対象者の近い将来の起業等への気持ちをみると、「具体的な予定などはないが、自分の起業・創業・独立には、興味・関心を持っている」が5割強を占めて最も多く、「まだ何も決まっていないが、今後10年位の間には起業・創業・独立したいと思っている」が1割台半ばで続き上位となっている。一方、それぞれ1割弱の「既に起業等の準備を進めている」に「この1～2年以内の起業等を計画中」と「この3～5年以内の起業等を計画中」の計3層を合わせた『5年以内の起業等を計画中 計』は2割台半ばで、その割合は2割弱の女性より3割弱の男性の方が約10ポイント高くなっている。

なお、「起業等の経験の状況」と「近い将来の起業等への気持ち」及び「自身での起業等の経験有無」への回答の組み合わせから作成した「P1 起業・創業の経験&意向レベルパターン」の分布は、6%の11年以上前に起業等経験者を含めた【起業・創業経験者 計】が3割弱、【今後（10年以内）の起業・創業意向者 計】がほぼ4割、【自身の起業・創業に興味・関心あり】が5割強の構成となっている。

（なお、この3層には複数の層に反応している重複者も含まれるため、合わせると100.0%を超えることに留意）

II インターネット本調査聴取項目

・職業、勤務・通学先、施設の利用経験等

対象者の職業は、「会社員・公務員」が6割弱で最も多く、これに「自営業」が1割台半ば、「パート・アルバイト」が1割強で続き上位となっており、『有職者』が全体の9割弱を占めて中核となっているが、性別では、「会社員・公務員」、「自営業」、「有職者」などは男性の方が高いが、「パート・アルバイト」と「主婦（夫）・家事手伝い」などは女性の方が高く、年代別では、「会社員・公務員」は30歳代を頂点とした山型分布の傾向がみられ、「自営業」は60歳代を筆頭に年代が高まるにつれてその割合も高まり、「無職」は60歳代で高めだが、これらを除くと目立って大きな年代別の差はみられない。

全対象者に聞いた通勤・通学先の結果は、「足立区、東京・神田・有楽町方面、上野・秋葉原方面以外の都内」が2割台半ばで最も多く、これに「埼玉県・千葉県」が2割強、「東京・神田・有楽町方面」が2割弱で上位となっており、参考までに算出した『*足立区内に居住or通勤・通学先あり 計』の割合は2割台半ばとなっている。

仕事で利用経験のある施設は、「ひとつもない」が8割弱を占めて多いものの、中では「サテライトオフィス」が1割台半ばで最も高く、これに「コワーキングスペース」が1割弱で続いており、今後の仕事での利用意向をみても「ひとつもない」が5割を超えて多いものの、中では「サテライトオフィス」の利用意向が3割強で最も高く、これに「コワーキングスペース」が2割台半ば、「創業支援施設」が1割台半ば、「シェアキッチン」が1割弱の順で続いている。

・起業・創業のイメージ、身近な起業・創業経験者の有無や自身での経験等

対象者の起業・創業の印象・イメージは、「収入が不安定」が5割台半ばで最も高く、これに「専門性を活かした働き方ができそう」が4割台半ば、「ライフワーク的なテーマを追求できそう」がほぼ3割、「失敗したときの再就職がむずかしそう」と「一般サラリーマンより高額の所得が得られそう」がともに2割台で続き上位となっているが、これらに2割弱で続く「育児・介護、収入など働く環境のバランスが取れそう」は男女別の差が大きく、4割弱の女性が1割強の男性を大きく上回っている。

身近な親族・友人に起業・独立・開業した人の有無では、「いる」が5割台半ばで、4割台半ばの「いない」を上回っており、属性別に大きな差はみられない。

・自身での起業・創業等の経験有無と経験者が起業等を考えた年代や業種等

自身での起業・創業・独立の経験有無を聞いた結果をみると、「ある」と回答した『自身での起業等経験者』という人が3割弱となっており、その割合は、性別では3割強の男性の方が女性より約15ポイント高く、年代別ではある程度当然のことながら4割台半ばの60歳代を筆頭に、年代が高くなるにつれてその割合も高まる年代別の差がみられる。

『自身での起業等経験者』339人に、初めて自身の起業・創業・独立を考えた年代を聞いた結果は、「30歳代」と「20歳代」がともに3割弱で並んで上位にあり、以下「40歳代」が2割強、「50歳代」が1割台半ばで続いており、年代別にみると、各年代ともに自分の現在の年代と10年前の年代をあげる割合がそれぞれ高めとなっているが、「20歳代」をあげる割合は、4割弱の女性の方が男性より12ポイント高くなっている。また、自身で起業・創業・独立した業種（最新のケース）を聞いた結果は、予め選択肢を用意した業種の中では「サービス業」が2割台半ばで最も多く、次いで「IT関連業」が1割台半ばで続くが、2割強の「その他」の具体的内容では“建設業”や“不動産業”などが多めの傾向がみられる。

・初めて自身の起業等を考えた年代と想定している業種、事業内容等

全対象者に聞いた初めて自身の起業等を考えた年代の結果をみると、「30歳代」がほぼ3割で最も多く、次いで「20歳代」と「40歳代」がともに2割台半ばで並んで上位となっており、前出の起業等経験者での回答傾向と同様に、各年代ともに自分の現在の年代と10年前の年代をあげる割合がそれぞれ高めとなっており、性別では「20歳代」をあげる割合が4割弱の女性の方が2割弱の男性より約18ポイント高く男女別の差が大きくなっている。また、起業等で想定している業種をみると、「まだ決めていない」が3割弱を占めて多いものの、予め選択肢を用意した業種の中では「サービス業」、「専門サービス業」、「飲食業」、「IT関連業」の4業種がそれぞれ1割強で並んで上位となっており、1割弱の「その他」の具体的内容としては、“建設業”や“不動産業”、“教育関係”などが多めの傾向がみられる。

自身の起業・創業・独立後に考えている事業内容を複数回答で聞いた結果は、「インターネット上で完結する事業」と「インターネット上での取り引き、接客、作業が多い事業」がともに3割近くで並んで高く、この最上位2項目に「事務的な作業以外では、インターネットを活用しない事業」と「様々なデータを活用する事業」がともに2割台半ばで並んで続いて上位となっている。

・自身の起業等についての、相談相手、きっかけ等

自身の起業・創業・独立についての相談相手を聞いた結果は、「誰にも相談しない」が4割強で最も高いが、具体的な相談相手では「家族」と「知人・友人」が3割強から3割台半ばで高く、年代別では、「友人・知人」が20歳代で4割台半ばと高く、そのほか「家族」が30歳代で、「誰にも相談しない」が50歳代で、それぞれ高めとなっているのを除くと、年代別に目立って大きな差はみられない。

自身の起業・創業・独立を考えたきっかけでは、「現在の勤め先の見通し不安、現在の仕事と自分のやりたいことのギャップ」と「元々関心が高かった」の2項目がともに3割台半ばで並んで最上位を競っており、次いで「経済的に成功したかった」がほぼ2割、「家庭環境の変化や転機（離婚、介護、育児など）」と「退職（定年退職も含む）」がともに1割台半ばで並んで上位となっており、性別では「家庭環境の変化や転機（離婚、介護、育児など）」で女性の方が、「退職（定年退職も含む）」で男性の方がそれぞれ高めなのを除くと、属性別に目立って大きな差はみられない。

・最も有力な自身の起業・創業・独立先の地域とその選択理由

最も有力な自身の起業・創業・独立先の地域を選んでもらった結果は、「東京都近郊の市区（東京寄りの埼玉県、千葉県、神奈川県市区）」が4割弱で最も多く、これに「足立区以外の特別区（都内22区）」と「上記以外の道府県の市区町村」、「足立区」の3地域がそれぞれほぼ2割～2割弱で続き、それぞれの対象者が自分の住む地域を中心に選んでいる傾向が明確にみられる。なお、「足立区」との回答については、区内居住者の半数以上が選んでいるが、それに続くのは草加市居住者となっている。

前問で選んだ最も有力な自身の起業・創業・独立先の地域の選択理由をみると、「今住んでいる地域だから」が4割強で最も高く、これに「生活の利便性が高いから」が3割弱で続き、以下「地域に貢献したい・愛着がある」が2割弱、「手頃な物件が多いから」と「街に魅力を感じているから」がともに1割台半ばで並んで上位となっており、属性別にみても目立って大きな差はみられない。

・起業・創業の実行・検討時の懸念事項

自身の起業・創業の実行・検討時の懸念事項を3つまで選んでもらった結果は、「自己資金の不足」と「失敗した際のリスク」がともに4割台前半で並んで最上位にあり、「十分な収入が得られるかどうか不安」が3割台半ば、「起業・創業・独立に関する知識の不足」と「資金調達が難しそう」が3割前後で続いて上位になっており、属性別にみても目立って大きな差はみられない。

全体結果詳細編

足立区産業実態等アンケート調査
(中規模以上&小規模事業者 合算版)

足立区産業実態等アンケート調査 (中規模以上&小規模事業者 合算版) 全体詳細結果報告編

1 調査の目的

本調査は、令和2年より世界的に流行した、新型コロナウイルス感染症が事業者に大きな影響を及ぼす中で、区内事業者が置かれている状況や課題を把握し、平成28年に策定した経済活性化計画の中間見直しや、今後の区内における産業経済の発展や区内事業者に対する施策に反映させることを目的としている。

2 事業者調査の実施概要

- | | |
|--------------------------|--|
| (1) 調査地域 (2種調査共通) | 足立区全域 |
| (2) 調査対象 <中規模以上事業者> | 足立区内にある従業員数5人以上の事業所(※) |
| <小規模事業者> | 足立区内にある従業員数4人以下の事業所(※) |
| | (※)区独自に<中規模以上>と<小規模>を区分しており、中小企業基本法が定義する事業者区分とは異なっている |
| (3) 調査対象者の抽出
(2種調査共通) | 足立区の事業所母集団データベース(令和元年度経済センサス基礎調査)より、特定業種(金融業等)を除外して、基礎調査への回答従業員数(※)別に<中規模以上事業者>と<小規模事業者>をそれぞれ無作為抽出 |
| | (※)従業員数については、経済センサス調査時の回答従業員数に準じて<中規模以上>と<小規模>に区分した |
| (4) 標本数 <中規模以上事業者> | 1,500サンプル |
| <小規模事業者> | 1,500サンプル |
| (5) 調査方法 (2種調査共通) | 郵送配布郵送回収法 |
| (6) 調査実施期間 (2種調査共通) | 令和3年7月15日(木)～8月11日(水) |
| (7) 回収数(率) <中規模以上事業者> | 417事業者 (27.8%) |
| <小規模事業者> | 453事業者 (30.2%) |
| <小～中規模合算> | 870事業者 (29.0%) |
| (8) 調査実施主体 (2種調査共通) | 足立区 産業経済部 産業政策課 |
| (9) 調査実施機関 (2種調査共通) | (株)マーケティング・サービス |

<調査結果（小規模と中規模以上の両事業者合算集計）の詳細>

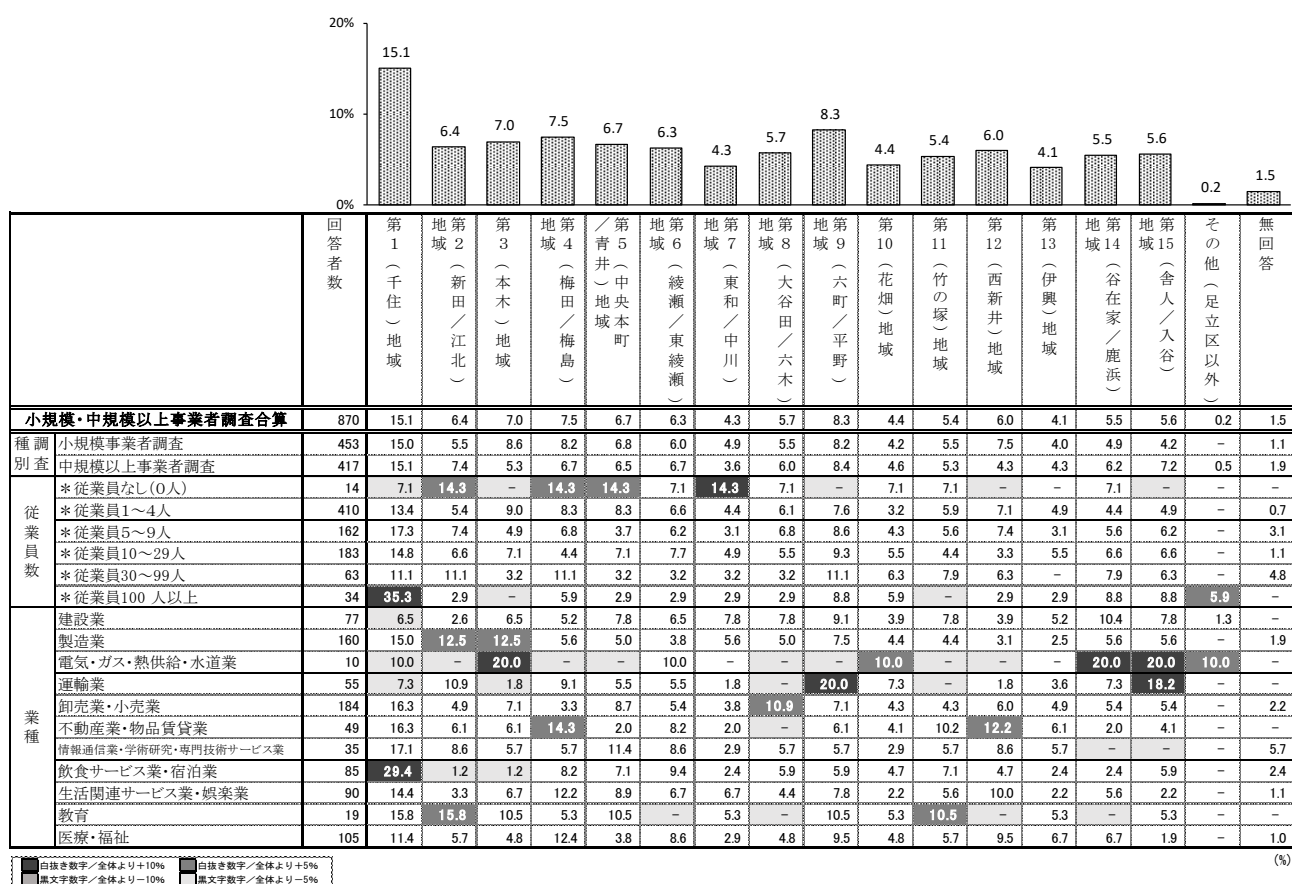
※ただし、問9～問12は<小規模事業者調査>では設問がないので、

<中規模以上事業者調査>（n=417）の結果のみで作成していることに留意。

問1 各社の基礎情報について

問1-（1）事業所所在地（自由記述の事業所の住所町丁名を事後処理）

■ 千住の各町丁を含む「第1（千住）地域」が1割台半ばで最も多い。

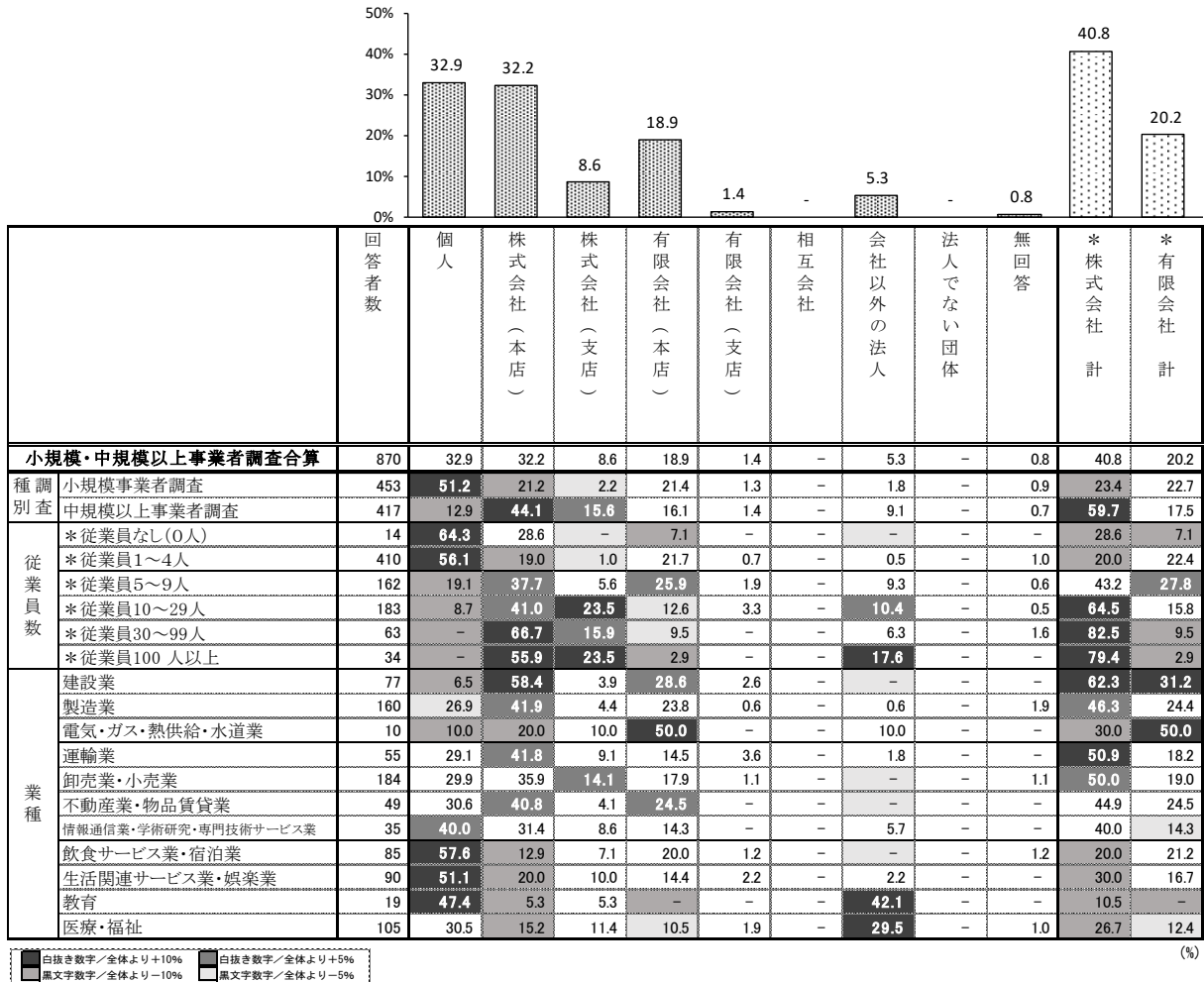


中規模以上事業者調査の回答（n=417）と小規模事業者調査の回答（n=453）を合算した870事業者の事業所の所在地を、足立区の15地域別にみると、「第1（千住）地域」（15.1%）が1割台半ばで最も多く、以下「第9（六町/平野）地域」（8.3%）、「第4（梅田/梅島）地域」（7.5%）、「第3（本木）地域」（7.0%）、「第5（中央本町/青井）地域」（6.7%）などが1割弱で並んで続き、上位となっている。

この結果を属性別にみると、調査種別にはほとんど差がみられないが、千住の各町丁からなる「第1（千住）地域」の割合は、従業員数100人以上（35.3%）と業種別の飲食サービス・宿泊業（29.4%）で高くなっている。

問1－(2) 経営形態 (単数回答)

■ 「株式会社(計)」が4割強、「個人」が3割強、「有限会社(計)」が2割。



合算した870事業者の経営形態をみると、「個人」(32.9%)と「株式会社(本店)」(32.2%)がそれぞれ3割強で並んで最上位を競っており、これらに「有限会社(本店)」(18.9%)が2割弱で続いて上位となっている。

なお、それぞれの(本店)と(支店)を合わせると、『株式会社計』(40.8%)は4割強、『有限会社計』(20.2%)はほぼ2割となっている。

この結果を属性別にみると、「個人」は、小規模事業者(51.2%)、従業員なし(64.3%)、従業員1~4人(56.1%)、業種別の飲食サービス・宿泊業(57.6%)、生活関連サービス業・娯楽業(51.1%)、教育(47.4%)で、それぞれ高くなっている。

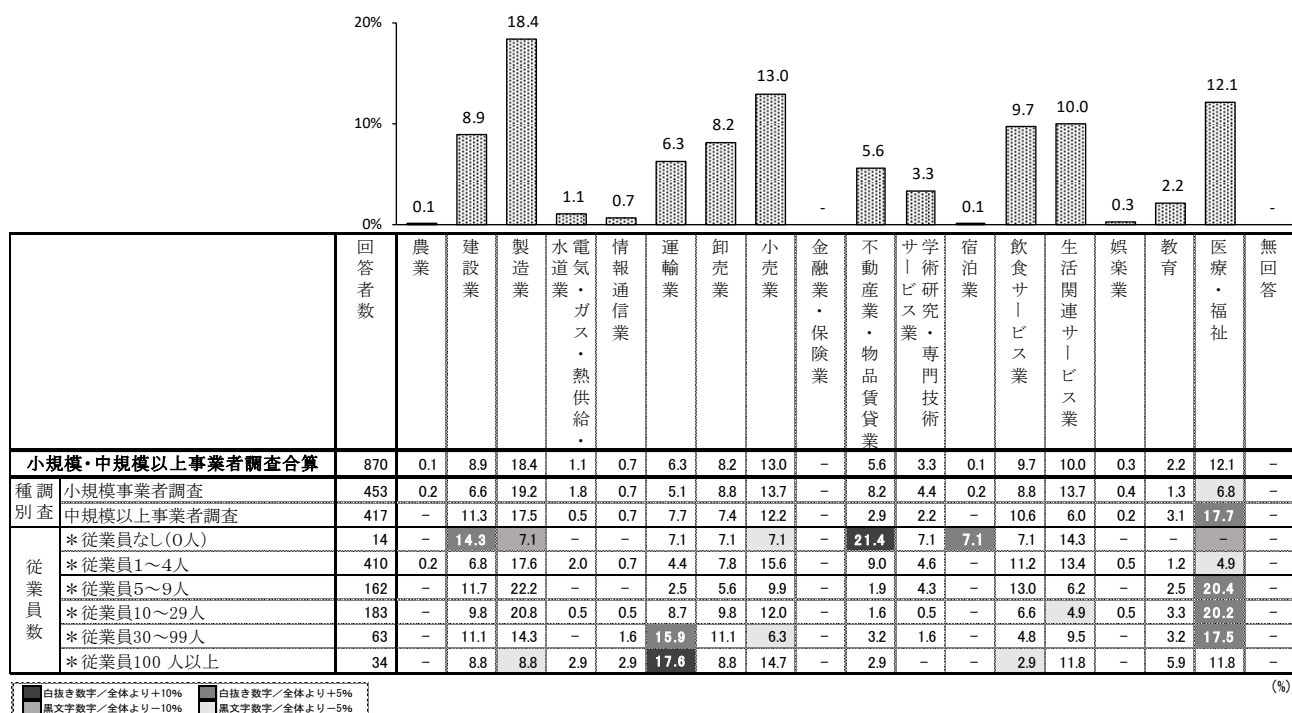
一方、『株式会社計』は、中規模以上事業者(59.7%)、従業員数別の33~99人(82.5%)、100人以上(79.4%)、10~29人(64.5%)、業種別の建設業(62.3%)、運輸業(50.9%)、卸売業・小売業(50.0%)で、それぞれ高くなっている。

また、「会社以外の法人」は、従業員数100人以上(17.6%)、業種別の教育(42.1%)と医療・福祉(29.5%)でそれぞれ高く、『有限会社 計』は業種別の建設業(31.2%)と電気・ガス・熱供給・水道業(50.0%)で高くなっている。

(上記の一部の属性別区分では、サンプル数の少ないものも含まれていることに留意。)

問1 - (3) 主な業種 (単数回答)

■ 「製造業」が2割弱で最多。「小売業」と「医療福祉」が1割強で続く。

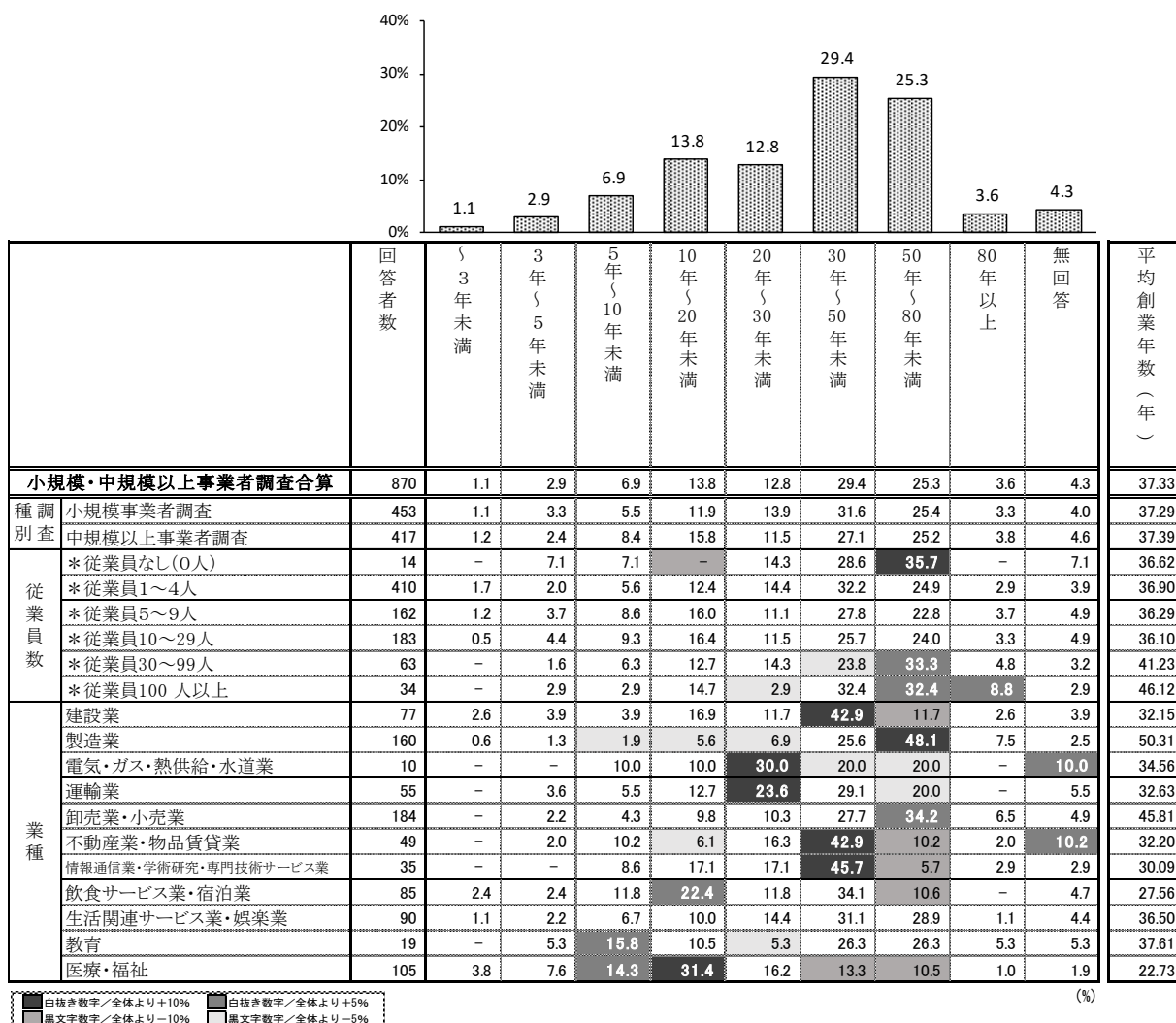


870事業者の主な業種への回答結果をみると、「製造業」(18.4%)が2割弱で最も多く、以下「小売業」(13.0%)、「医療・福祉」(12.1%)、「生活関連サービス業」(10.0%)、「飲食サービス業」(9.7%)、「建設業」(8.9%)、「卸売業」(8.2%)の6業種が1割前後で続き、上位となっている。

この結果を属性別にみると、調査種別では「医療・福祉」が中規模以上事業者(17.7%)で高めなことを除くと大きな差はみられないが、従業員数別では、「不動産業・物品賃貸業」が従業員数なし(21.4%)で、「運輸業」が100人以上(17.6%)や30~99人(15.9%)で、それぞれ高くなっている。

問1 - (4) 創業年数 (実数値回答)

■ 「30年～50年未満」が3割弱で最多で、平均創業年数は中小ともに約37年程度。



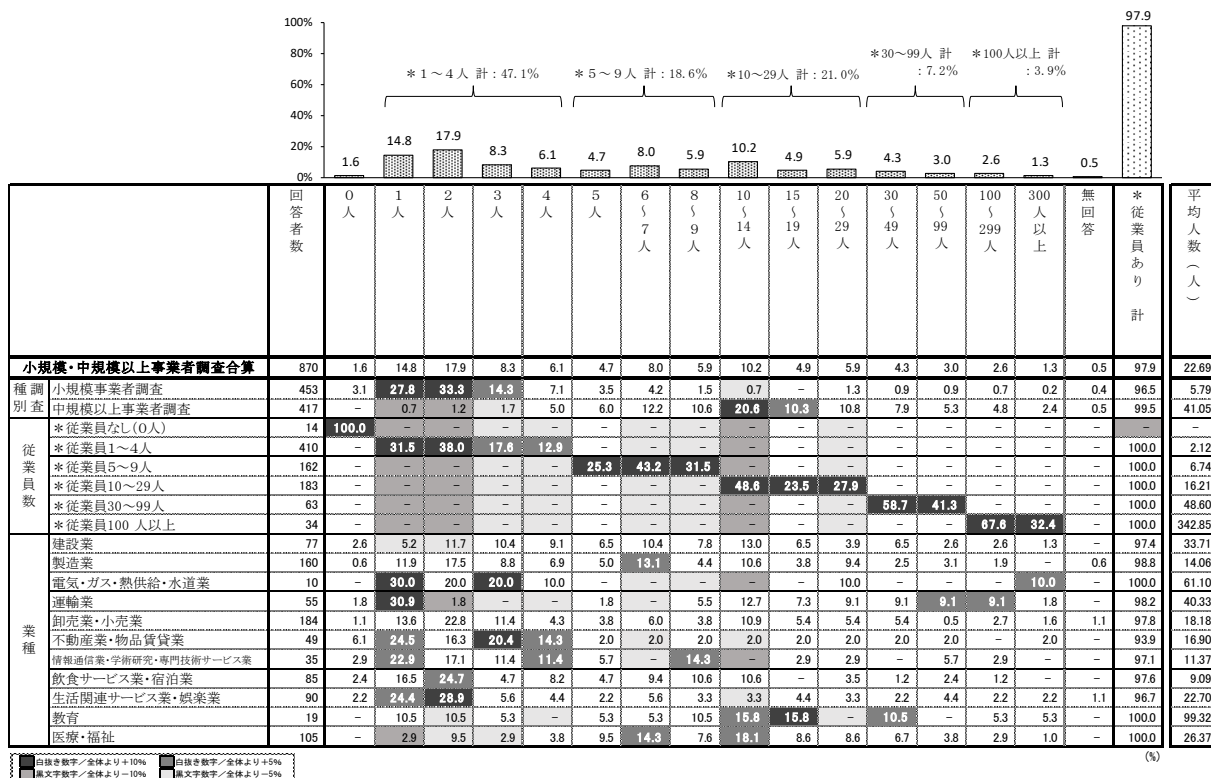
創業年数の結果をみると、「30年～50年未満」(29.4%)が3割弱で最も多く、次いで「50年～80年未満」(25.3%)が2割台半ばで、以下「10年～20年未満」(13.8%)と「20年～30年未満」(12.8%)がそれぞれ1割台前半で続き上位となっており、実数平均で算出した平均創業年数は37.33年となっている。

平均創業年数の結果を属性別にみると、調査種別ではそれぞれ37年台で違いはみられず、従業員数別では100人以上(平均46.12年)や30～99人(平均41.23年)でやや長めの傾向がみられ、業種別では製造業(平均50.31年)や卸売業・小売業(平均45.81年)で長めな一方、医療・福祉(平均22.73年)で短めの傾向がみられる。

問1 - (5) 従業員数と雇用形態の内訳

【従業員数】 (実数値回答)

■ 平均従業員数は約22.7人ながら、半数近くの事業所が『*従業員1～4人』。



全事業者の従業員数の詳細分布をみると、「2人」(17.9%)が2割強で最も多く、以下「1人」(14.8%)、「10~14人」(10.2%)、「3人」(8.3%)、「6~7人」(8.0%)の順で続いて、実数平均で算出した平均従業員数は22.69人となっている。

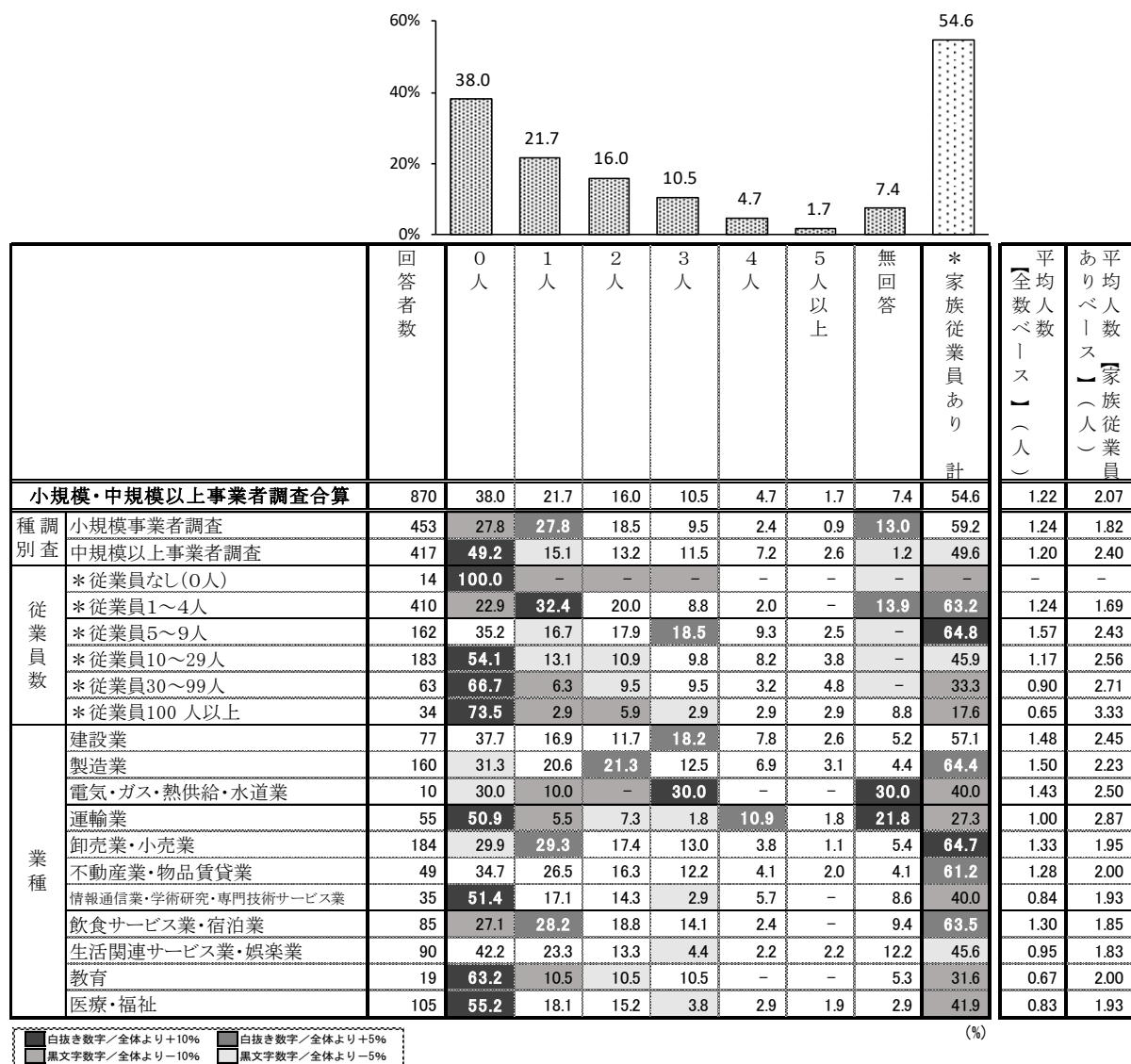
なお、従業員数の回答人数分布を6区分にまとめた結果は、『*従業員なし(0人)』が1.6%、『*従業員1~4人』が47.1%、『*従業員5~9人』が18.6%、『*従業員10~29人』が21.0%、『*従業員30~99人』が7.2%、『*従業員100人以上』が3.9%となっており、『*従業員1~4人』が全体の半数近くを占めて多くなっている。

調査種別にみると、小規模事業者は、「2人」(33.3%)が3割強を占めて最も多く、『1~3人計』(75.5%)が3/4を占めるのに対し、中規模以上事業者は、「10~14人」(20.6%)の2割強を筆頭に、『6~29人計』(64.5%)がほぼ2/3を占めており、平均従業員数では小規模事業者の平均5.79人に対して中規模以上事業者は平均41.05人で、両者には約7倍の開きがみられる。

この結果を平均従業員数で業種別にみると、教育(平均99.32人)を筆頭に、電気・ガス・熱供給・水道業(平均61.10人)、運輸業(平均40.33人)が多めとなっている。

【従業員数 うち家族人数】 (実数値回答)

■ 半数以上の事業所に『家族従業員』がいて、全数ベースでの平均は約1.2人。

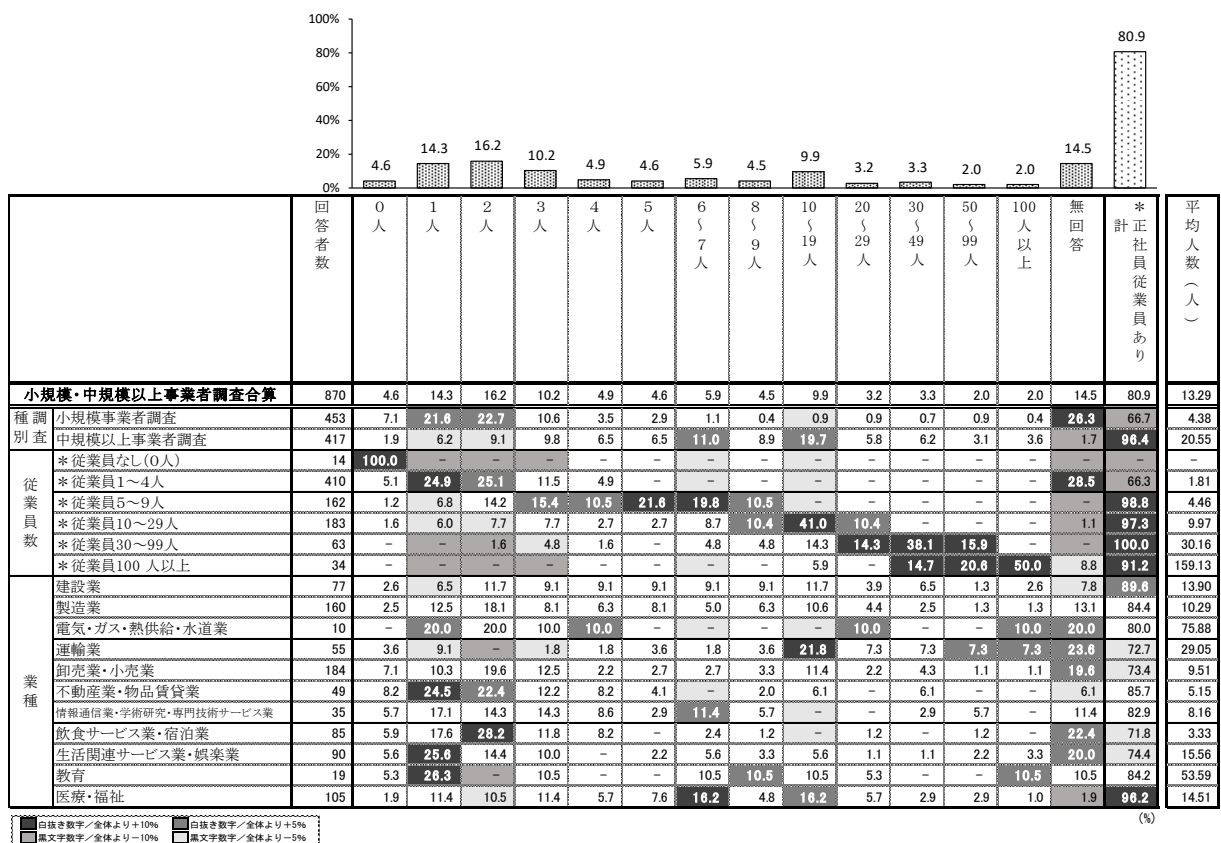


従業員数に含まれる家族従業員数の詳細な回答分布を全数ベースで見ると、家族従業員のいない「0人」(38.0%)が4割弱を占めて多く、『家族従業員あり計』(54.6%)は合わせて5割台半ばとなっているが、その内訳人数では「1人」(21.7%)が2割強、「2人」(16.0%)が1割台半ば、「3人」(10.5%)が1割強で上位となっており、「0人」を含めた全数ベースでの平均家族従業員数は1.22人となっている。

この結果を属性別にみると、『家族従業員あり 計』の割合は、調査種別では小規模事業者（59.2%）が6割弱で中規模以上事業者（49.6%）を約10ポイント上回って高く、従業員数別では5～9人（64.8%）や1～4人（63.2%）で6割台と高く、業種別では卸売業・小売業（64.7%）、飲食サービス業・宿泊業（63.5%）、不動産業・物品賃貸業（61.2%）などで高くなっているが、これらの割合が高めな属性の平均家族従業員数をみると、いずれも1.2～1.6人程度の範囲内に収まっている。

【従業員数 内訳（正社員）】 （実数値回答）

■ 正社員数の平均人数は、小規模が約4.4人、中規模以上が約20.6人。



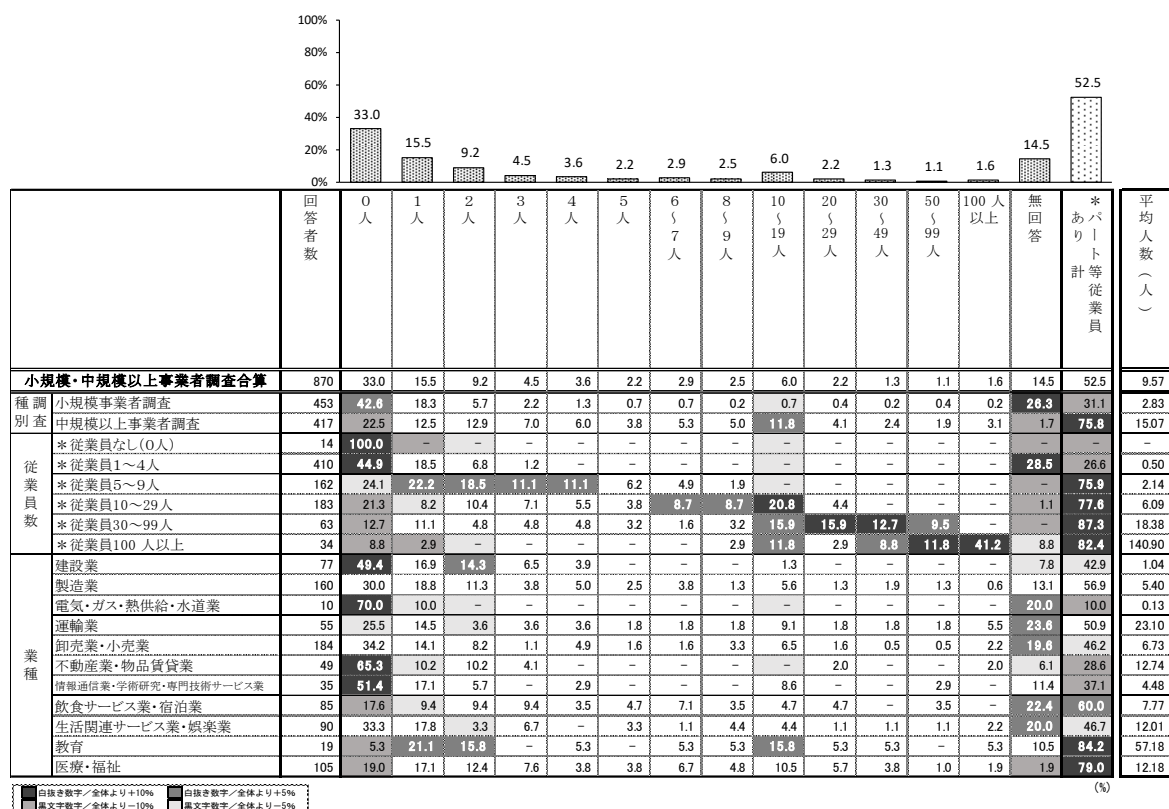
全従業員数に占める正社員数の詳細な回答分布を全数ベースで見ると、「2人」（16.2%）と「1人」（14.3%）がともに1割台半ばで並んで多く、これらに「3人」（10.2%）と「10～19人」（9.9%）がともに1割前後で並んで上位となっており、「0人（正社員なし）」（4.6%）を含めた全数ベースでの正社員の平均人数は13.29人となっている。

この結果を調査種別にみると、小規模事業者は、「2人」(22.7%)と「1人」(21.6%)がともに2割強と多いが、「無回答」(26.3%)も2割台半ばと多く、『正社員あり 計』(66.7%)は7割弱となっているのに対し、中規模以上事業者は、「10~19人」(19.7%)のほぼ2割を筆頭に、これに「6~7人」(11.0%)、「3人」(9.8%)、「2人」(9.1%)、「8~9人」(8.9%)などが1割前後で続き、『正社員あり 計』(96.4%)は9割台半ばとなっており、平均正社員従業員数では小規模事業者の平均4.38人に対して中規模以上事業者は平均20.55人で、両者の間には5倍近い開きがみられる。

この結果を平均正社員従業員数で業種別にみると、電気・ガス・熱供給・水道業(平均75.88人)や教育(平均53.59人)で多めな一方、飲食サービス業・宿泊業(平均3.33人)や不動産業・物品賃貸業(平均5.15人)で少なめとなっている。

【従業員数 内訳 (パート等)】 (実数値回答)

■ パート従業員のいる事業所は全体の5割強で、
小規模では3割強、中規模以上では7割台半ば。



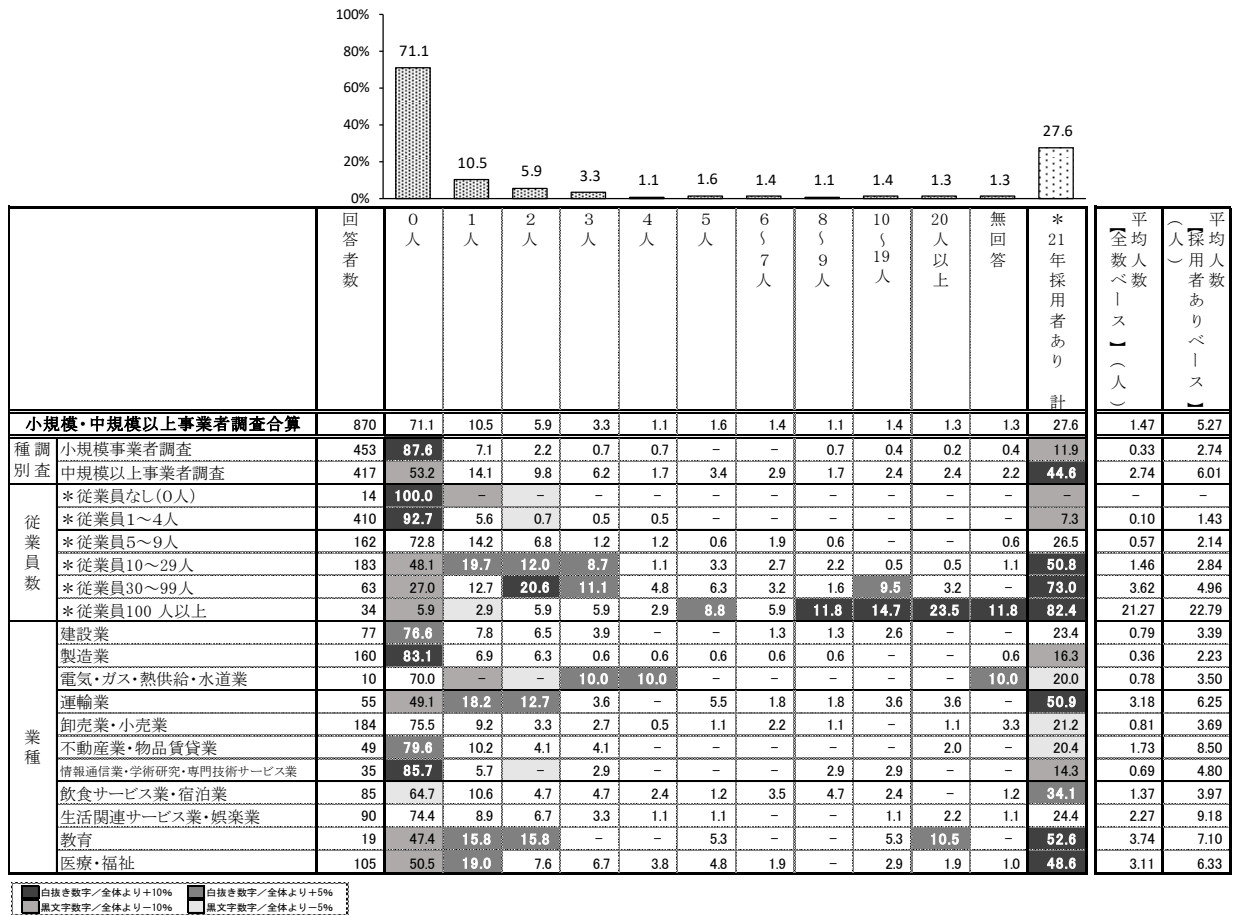
全従業員数に占めるパート等の人数の詳細な回答分布を全数ベースで見ると、「0人」(33.0%)が3割強を占めて最も多く、『パート等従業員あり 計』(52.5%)は合わせて5割強となっているが、その内訳人数では「1人」(15.5%)が1割台半ばで最も多く、これに「2人」(9.2%)が1割弱で続いて上位となっており、「0人(パート等なし)」を含めた全数ベースでのパート等の平均人数は9.57人となっている。

この結果を調査種別にみると、小規模事業者は、「1人」(18.3%)が2割弱で最も多く、これに「2人」(5.7%)が続くが、「無回答」(26.3%)も2割台半ばと多く、『パート等あり 計』(31.1%)は3割強となっているのに対し、中規模以上事業者は、「2人」(12.9%)と「1人」(12.5%)に次いで「10~19人」(11.8%)も1割強と多く、『パート等あり 計』(75.8%)は7割台半ばとなっており、平均パート等従業員数では小規模事業者の平均2.83人に対して、中規模以上事業者は平均15.07人で、両者の間には約5.3倍の開きがみられる。

この結果を平均パート等従業員数で業種別にみると、教育(平均57.18人)や運輸業(平均23.10人)で多めな一方、電気・ガス・熱供給・水道業(平均0.13人)や建設業(平均1.04人)で少なめとなっている。

問1－(6－1) 2021年1年間の採用者数 (実数値回答)

■ 2021年に採用のあった事業所は全体で3割弱、
 小規模では1割強、中規模以上では4割台半ば。



2021年1年間の採用者数を聞いた結果を全数ベースで見ると、「採用者なし」を示す「0人」(71.1%)が7割強を占めて多く、『2021年採用者あり計』(27.6%)は3割弱となっており、その内訳人数では「1人」(10.5%)が1割強で最も多く、「2人」(5.9%)が続いて上位となっており、全数ベースでみた平均採用者数は1.47人となっている。

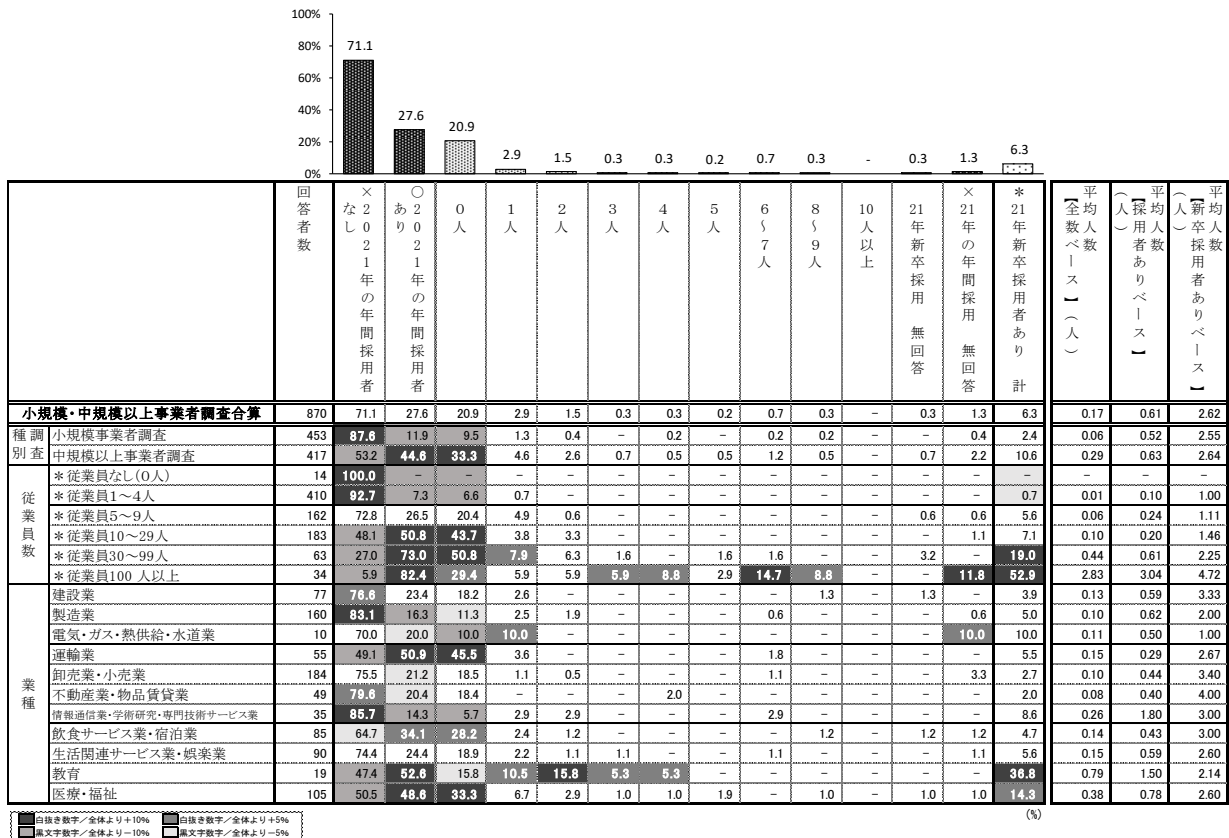
なお、この平均採用者数を、2021年に採用があったと答えた事業者ベース(n=240)で見ると5.27人となる。

この結果を属性別にみると、『2021年採用者あり計』の割合は、小規模事業者(11.9%)が1割強、中規模以上事業者(44.6%)が4割台半ばと差がみられ、従業員数別では100人以上(82.4%)を筆頭に従業員数が増えるほどその割合も高まる傾向が顕著にみられ、業種別では教育(52.6%)、運輸業(50.9%)、医療・福祉(48.6%)の3業種でそれぞれ5割前後と高くなっている。

問1 - (6-2) 【うち新卒採用者】 (実数値回答)

■ 2021年に新卒採用者のあった事業所は全体で6%、

小規模では2%、中規模以上では11%。



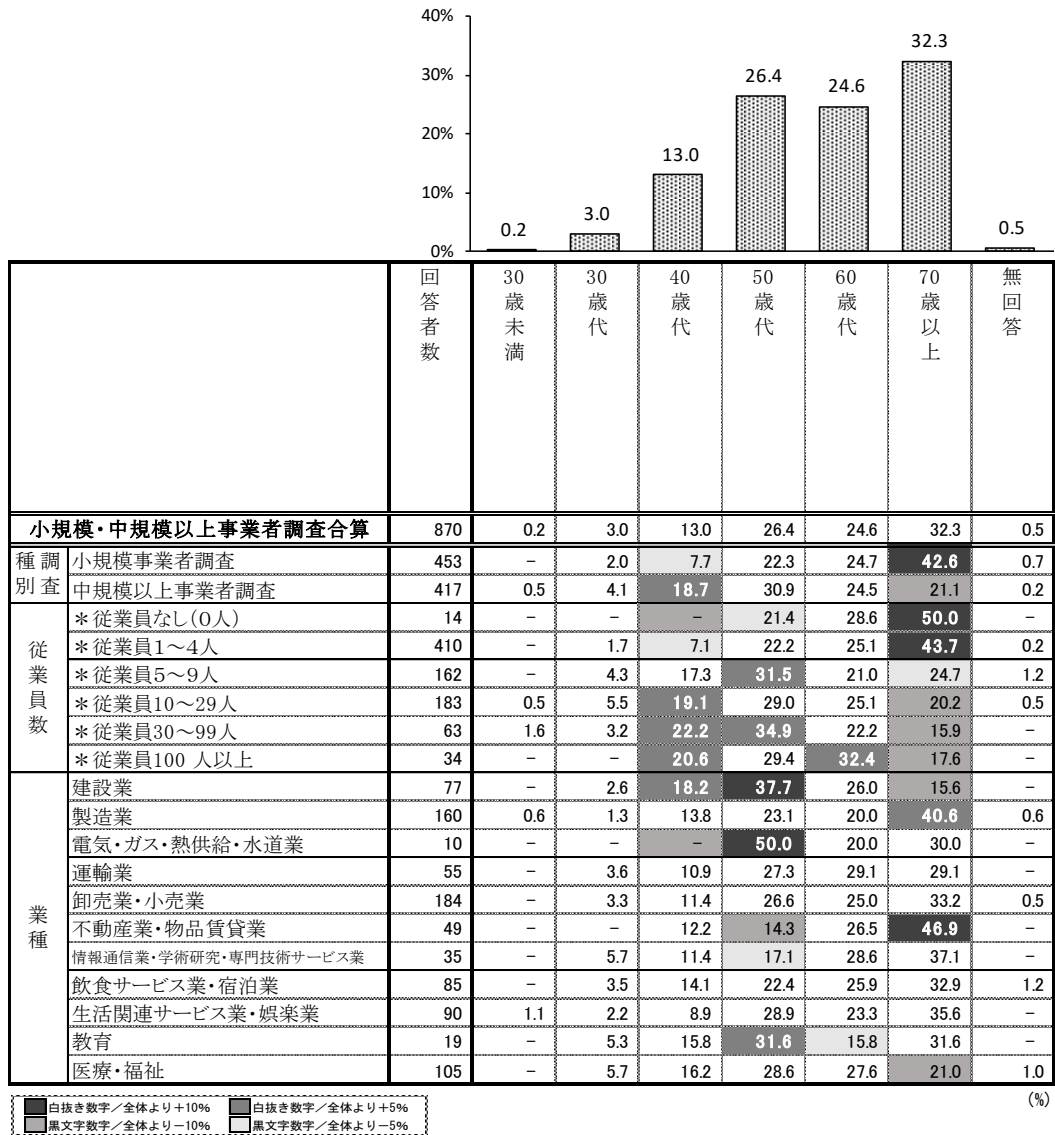
2021年1年間の新卒採用者数を聞いた結果を「2021年採用者なし」(71.1%)を含めた全数ベースでみると、「2021年の年間採用者あり」(27.6%)の中で「2021年採用者の中に新卒採用者なし」を示す「0人」(20.9%)が2割強を占めて多く、新卒採用者内訳人数では「1人」(2.9%)と「2人」(1.5%)が1%を超えているのを除くと、「3人」以上はいずれも1%に届かない。

なお、全数ベースでみた平均新卒の採用者数は0.17人となっている。

この結果を属性別にみると、『21年新卒採用者あり 計』の割合は、小規模事業者(2.4%)が2%台にとどまるのに対し、中規模以上事業者(10.6%)は1割強で、従業員数別では100人以上(52.9%)を筆頭に、従業員数が増えるほどその割合も高まる傾向が顕著にみられ、業種別では教育(36.8%)で4割弱と高くなっている。

問1－(7) 経営者の年代 (単数回答)

■ 「70歳以上」が3割強で最も多く、「50歳代」と「60歳代」がともに2割台半ば。

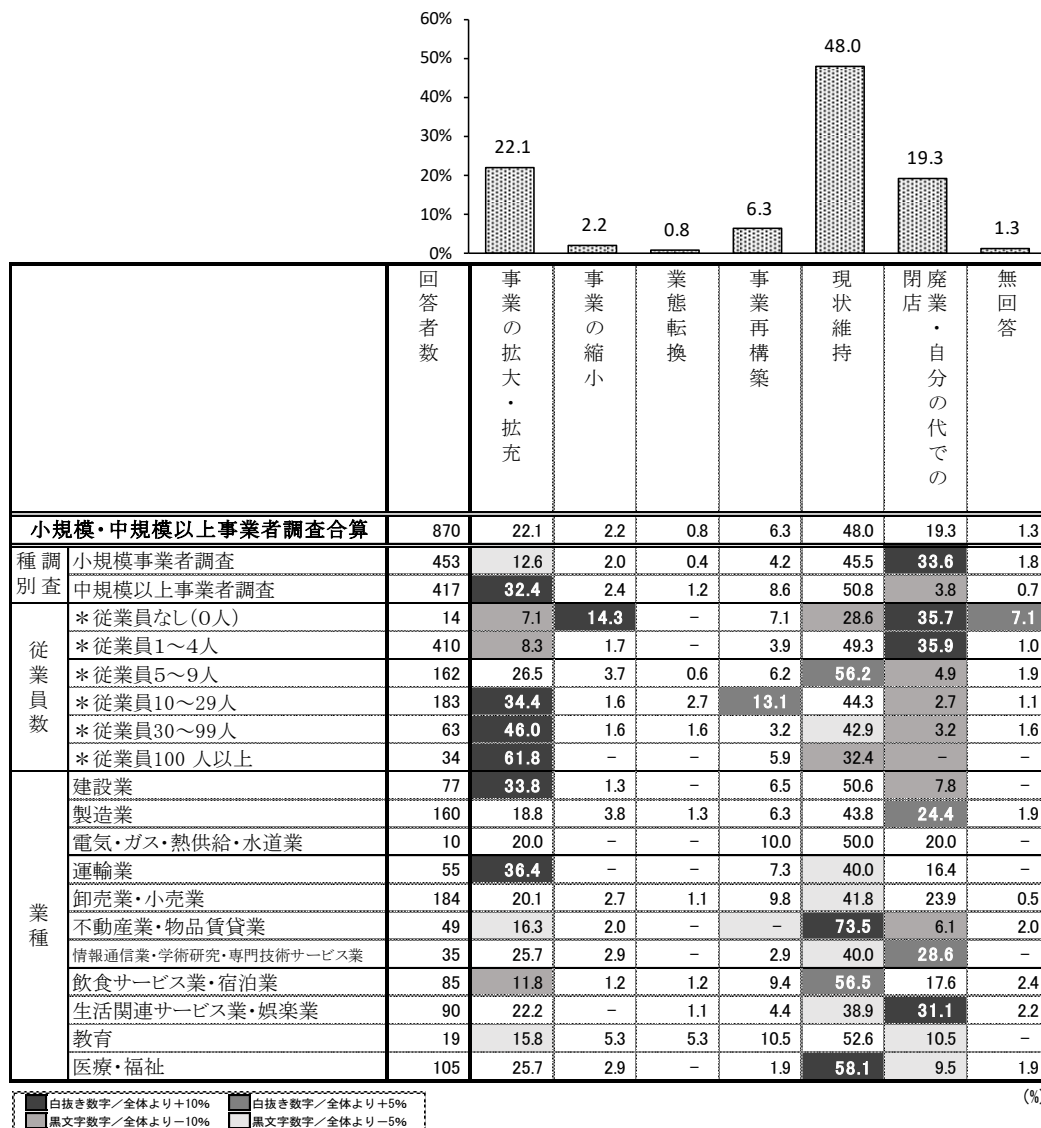


経営者の年代は、「70歳以上」(32.3%)が3割強で最も多く、これに「50歳代」(26.4%)と「60歳代」(24.6%)がともに2割台半ばで並んで続き上位となっている。

この結果を属性別にみると、「70歳以上」の割合は、小規模事業者(42.6%)、従業員数別の従業員なし(50.0%)や1～4人(43.7%)、業種別の不動産業・物品賃貸業(46.9%)などで高いのに対し、中規模以上事業者や従業員数5人以上の各事業者などでは、「50歳代」を中核とした山型分布の傾向となっている事業者が多い傾向がみられる。一方、業種別では目立った特定傾向はみられない。

問1－(8) 中長期的な経営方針 (単数回答)

■ 「現状維持」が5割弱で最多ながら、「廃業・自分の代での閉店」も2割弱。



中長期的な経営方針を聞いた結果は、「現状維持」(48.0%)が5割弱で最も多く、これに「事業の拡大・拡充」(22.1%)と「廃業・自分の代での閉店」(19.3%)がそれぞれ2割前後で続いて上位となっている。

この結果を属性別にみると、「現状維持」は業種別の不動産業・物品賃貸業(73.5%)や医療・福祉(58.1%)などで高いのを除くと、調査種別や従業員数別で目立った大きな差はみられない。「事業の拡大・拡充」は中規模以上事業者(32.4%)や従業員数100人以上(61.8%)を筆頭に従業員数が10人以上の各層で高く、業種別では運輸業(36.4%)と建設業(33.8%)で高くなっている。一方、「廃業・自分の代で閉店」は小規模事業者(33.6%)や従業員数別のなし(35.7%)と1～4人(35.9%)、業種別の生活関連サービス業・娯楽業(31.1%)などで高くなっている。

問1－(9) シェアトップ (ニッチトップ) 商品、製品等の有無、その対象市場と商品名
(自由記述回答)

■ シェアトップ商品・製品が「ある」と回答した事業者は、14事業者とわずか。



自社の中にシェアトップの商品、製品の有無を聞いた結果、「ある」(1.6%)と回答した事業者は全870事業者中14事業者と少数にとどまり、「ない」(91.6%)が9割を超えて大勢を占めている。

「ある」と回答した14事業者の業種別内訳をみると、製造業が7事業者(製造業全160事業者の4.4%に相当)、卸売業・小売業が7事業者(卸売業・小売業全184事業者の3.8%に相当)となっている。

問1－(10) 大手企業等からの下請け、孫請け等の案件の売り上げ構成比率
(実数値回答)

■ “下請け・孫請けなし(0%)”が半数近くを占めて多数。

「無回答」も1/4で “下請け・孫請け案件あり”の割合は2割台半ば。



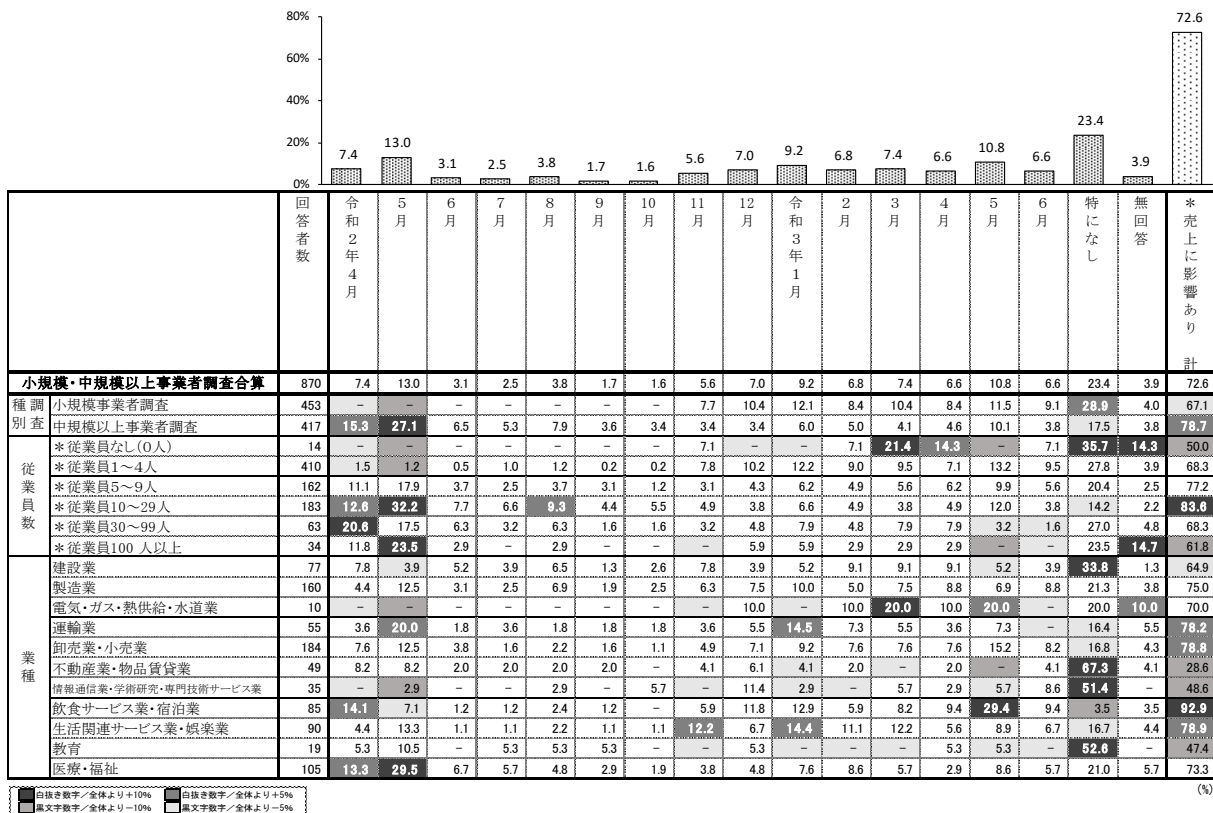
大手企業等からの下請け、孫請け等の案件の売り上げ構成比率を実数回答で聞いた結果は、「無回答」(25.4%)が2割台半ばと多いものの、具体的な回答では、“下請け・孫請けなし”を示す「0%」(48.6%)が5割弱を占めて多く、次いで多い「76~100%」(25.4%)を大きく上回り、その平均比率は22.66%となっている。

この結果を属性別にみると、「76~100%」の割合が高いのは建設業(44.2%)、電気・ガス・熱供給・水道業(40.0%/サンプル数がn=10に留意)、運輸業(29.1%)。製造業(27.5%)などとなっており、平均比率では建設業(平均58.19%)が最も高く、以下、電気・ガス・熱供給・水道業(平均53.33%)>運輸業(平均47.05%)>製造業(平均39.31%)の順となっている。一方、平均比率が低いのは教育(平均0.0%/ただし無回答も多い)、飲食サービス・宿泊業(平均0.09%)などとなっている。

問2 新型コロナウイルス感染症拡大の影響による経営状況について

問2-(1) 令和2年4月以降、新型コロナウイルスにより、売上に一番影響があった月
(単数回答指示から複数回答も許容し集計)

■ 『売上に影響した月』をあげた割合は、小規模が67%、中規模以上が79%。



新型コロナウイルス感染症拡大の影響による経営状況の回答結果をみると、<中規模以上の事業者（選択肢：令和2年4月～令和3年6月＋特になし）>と<小規模事業者（選択肢：令和2年11月～令和3年6月＋特になし）>で提示選択肢に違いがあることに留意が必要ながら、両者の結果を合算した<合算版>の回答分布をみると、「特になし」(23.4%)が2割強で最も多いものの、売りに一番影響のあった年月としては、「令和2年5月」(13.0%)が1割強で最も多く、これに「令和3年5月」(10.8%)と「令和3年1月」(9.2%)が1割前後、「令和2年4月」「令和3年3月」(各7.4%)、「令和2年12月」(7.0%)、「令和3年2月」(6.8%)が7%前後で続き上位となっている。

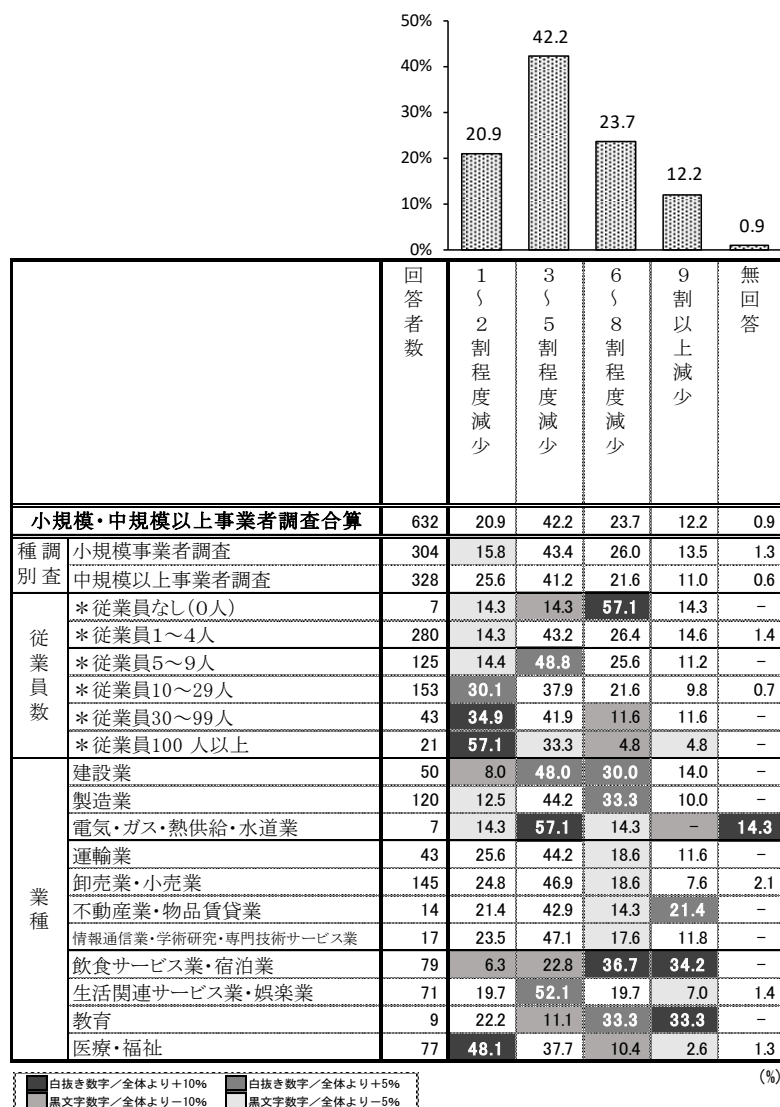
この結果を調査種別にみると、小規模事業者では、3割弱で最も多い「特になし」(28.9%)を除くと、「令和3年1月」(12.1%)、「令和3年5月」(11.5%)、「令和2年12月」と「令和3年3月」(各10.4%)などがそれぞれ1割を超えて多めとなっているが、最も少ない「令和2年11月」(7.7%)も1割弱で月別に目立って大きな差はみられない。一方、中規模以上事業者では、「特になし」(17.5%)は2割弱で、「令和2年5月」(27.1%)が3割弱で最も多く、これに「令和2年4月」(15.3%)が1割台半ば、「令和3年5月」(10.1%)がほぼ1割で続いて上位となっているが、他の年月はいずれも1割未満で分散している。

なお、提示選択肢が異なることから単純な比較はできないが、参考までに回答に具体的な年月をあげた『売上に影響あり 計』の割合は、小規模事業者(67.1%)に比べて中規模以上事業者(78.7%)の方が約12ポイント高くなっている。

この結果を中小合算で属性別にみると、『売上に影響あり 計』の割合は、従業員数10~29人(83.6%)や業種別の飲食サービス・宿泊業(92.9%)で高く、生活関連サービス・娯楽業(78.9%)や卸売業・小売業(78.8%)、運輸業(78.2%)などでも高めとなっている。

問2-(2)【問2-(1)で「売上に影響があった年月を回答した事業者 (n=632) ベース】
一番売上に影響があった月の前年同月比 (単数回答)

■ 「3~5割程度減少」が4割強で最多ながら、『6割以上減少(計)』も3割台半ば。



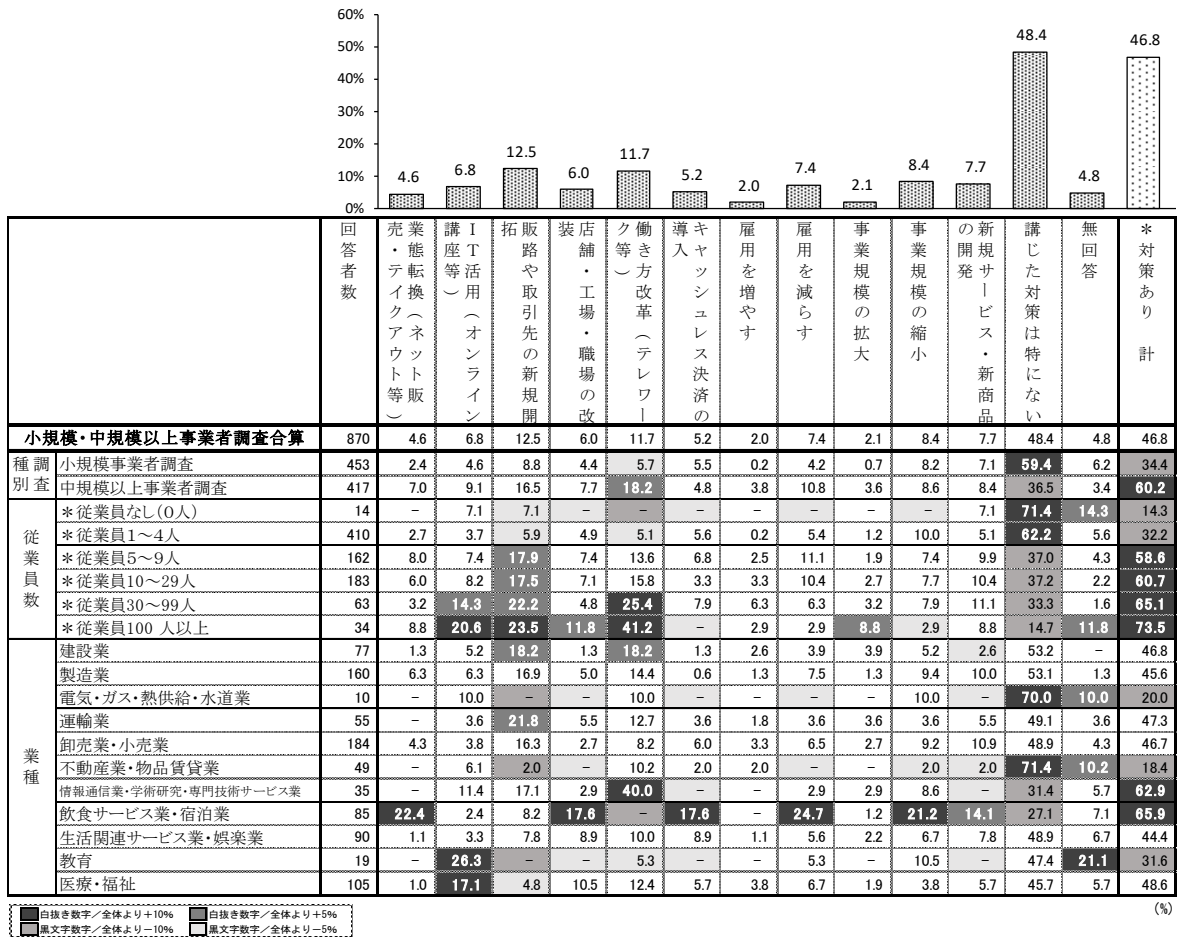
問2で売上に一番影響のあった具体的な年月を回答した事業者 (n=632) に、前年同月比の売上減の程度を聞いた結果は、「3~5割程度減少」(42.2%)が4割強で最も多く、以下「6~8割程度減少」(23.7%)が2割台半ば、「1~2割程度減少」(20.9%)が2割強、「9割以上減少」(12.2%)が1割強の順で続いている。

この結果を属性別にみると、業種別の飲食サービス業・宿泊業で「9割以上減少」(34.2%)と「6~8割程度減少」(36.7%)がともにとても高いのが目立ち、一方「1~2割程度減少」は従業員数100人以上(57.1%)と30~99人(34.9%)、業種別の医療・福祉(48.1%)で高くなっている。

(なお、サンプル数がn=10以下の属性については、コメントを割愛していることに留意)

問2 - (3) 新型コロナウイルスの感染拡大や売上減少に対して、講じた対策
(複数回答)

■ 「講じた対策は特にならない」が5割弱を占めて多く、
小規模事業者では6割近くに達している。



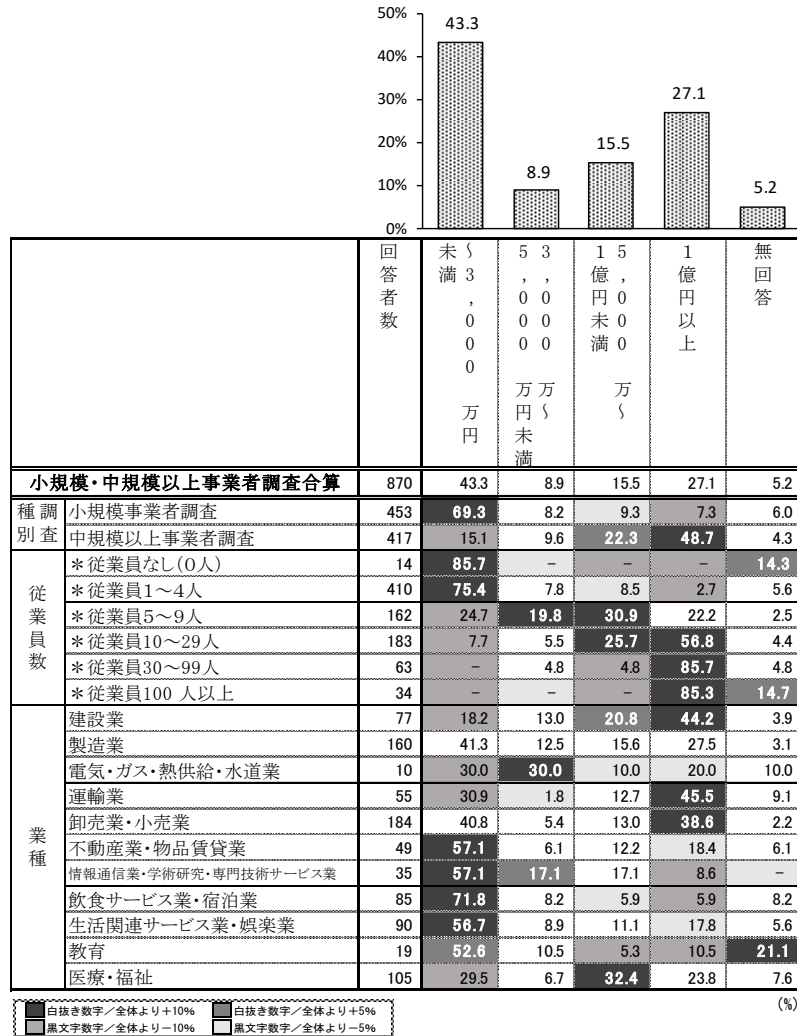
新型コロナウイルスの感染拡大や売上減少に対して、講じた対策を全事業者に聞いた結果をみると、「講じた対策は特にならない」(48.4%)が5割弱を占めて多くなっているが、講じられた対策の中では「販路や取引先の新規開拓」(12.5%)と「働き方改革(テレワーク等)」(11.7%)の2項目がともに1割強と高くなっており、以下、1割弱で「事業規模の縮小」(8.4%)、「新規サービス・新商品の開発」(7.7%)、「雇用を減らす」(7.4%)などが続いて上位となっている。

この結果を調査種別にみると、「講じた対策は特にない」は小規模事業者（59.4%）が6割弱で、3割台半ばの中規模以上事業者（36.5%）より約23ポイント高く、小規模事業者での具体的対策は上位の「販路や取引先の新規開拓」（8.8%）と「事業規模の縮小」（8.2%）などでも1割未満となっている。一方、中規模以上事業者の具体的対策では「働き方改革（テレワーク等）」（18.2%）と「販路や取引先の新規開拓」（16.5%）の2項目が1割台後半で高く、これらに「雇用を減らす」（10.8%）と「I T活用（オンライン講座等）」（9.1%）が1割前後で続いて上位となっている。

この結果を中小合算での他の属性別にみると、「働き方改革（テレワーク等）」は従業員数100人以上（41.2%）や30～99人（25.4%）、業種別の情報通信業・学術研究・専門技術サービス業（40.0%）で高くなっており、従業員数100人以上の事業者では「販路や取引先の新規開拓」（23.5%）やI T活用（オンライン講座等）」（20.6%）も高くなっている。また、飲食サービス業・宿泊業では「雇用を減らす」（24.7%）、「業態転換（ネット販売、テイクアウト等）」（22.4%）、「事業規模の縮小」（21.2%）、「店舗・工場・職場の改装」「キャッシュレス決済の導入」（各17.6%）など多くの項目で相対的に比率が高いのが目立つ結果となっている。

問2-(4) 2020年度の売上【中小合算版】 (単数回答)

■ 中小合算では「～3,000万円未満」が4割強を占めて多く、「1億円以上」は3割弱。



2020年度の売上額について、提示選択肢の異なる「小規模事業者」と「中規模以上事業者」の回答結果を、「小規模」の選択肢に合わせた「合算版」でみると、「～3,000万円未満」(43.3%)が4割強で最も多く、これに「1億円以上」(27.1%)が3割弱で続き、以下「5,000万～1億円未満」(15.5%)、「3,000万～5,000万円未満」(8.9%)の順となっている。

なお、事業者規模別の提示選択肢への反応は、それぞれ以下の通りとなっている。

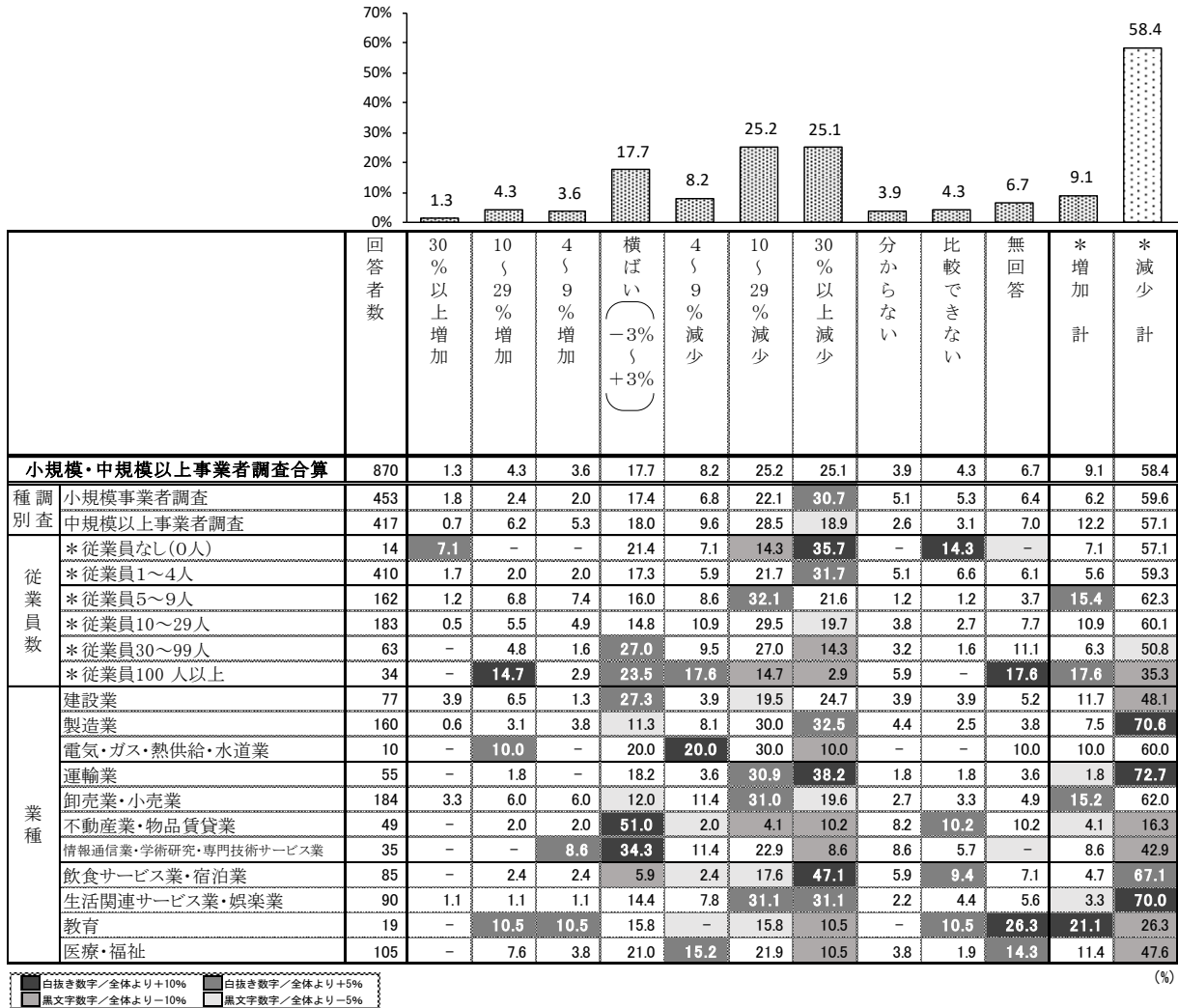
<小規模事業者 (n=453) >		<中規模事業者 (n=417) >	
1	～3,000万円未満 (69.3%)	1	～3,000万円満 (15.1%)
2	3,000万～5,000万円未満 (8.2%)	2	3,000万～5,000万円未満 (9.6%)
3	5,000万～1億円未満 (9.3%)	3	5,000万～1億円未満 (22.3%)
4	1億円以上～ (7.3%)	4	1億円以上～3億円未満 (22.8%)
5	無回答 (6.0%)	5	3億円以上～5億円未満 (6.2%)
		6	5億円以上～10億円未満 (9.6%)
		7	10億円以上 (10.1%)
		8	無回答 (4.3%)

この結果を調査種別にみると、小規模事業者では「～3,000万円未満」(69.3%)が7割弱を占めて多く、他の「3,000万～5,000万円未満」(8.2%)、「5,000万～1億円未満」(9.3%)、「1億円以上」(7.3%)はいずれも1割弱にとどまっている。一方、中規模以上事業者では「1億円以上～3億円未満」(22.8%)と「5,000万～1億円未満」(22.3%)がともに2割強で並んで上位にあり、以下「～3,000万円未満」(15.1%)、「10億円以上」(10.1%)の順で続いている。

この結果を中小合算での他の属性別にみると、「～3,000万円未満」は従業員数別のなし(85.7%)や1～4人(75.4%)、業種別の飲食サービス業・宿泊業(71.8%)を筆頭に不動産業・物品賃貸業、情報通信業・学術研究・専門技術サービス業(各57.1%)、生活関連サービス業・娯楽業(56.7%)などで高く、一方、「1億円以上」は従業員数の30～99人(85.7%)、100人以上(85.3%)で特に高く、業種別の運輸業(45.5%)、建設業(44.2%)、卸売業・小売業(38.6%)でも高くなっている。

問2 - (5) 2020年(1~12月)の年間売上高の対前年増減比較 (単数回答)

■ 「30%以上減少」と「10~29%減少」がともに2割台半ばで並んで上位。



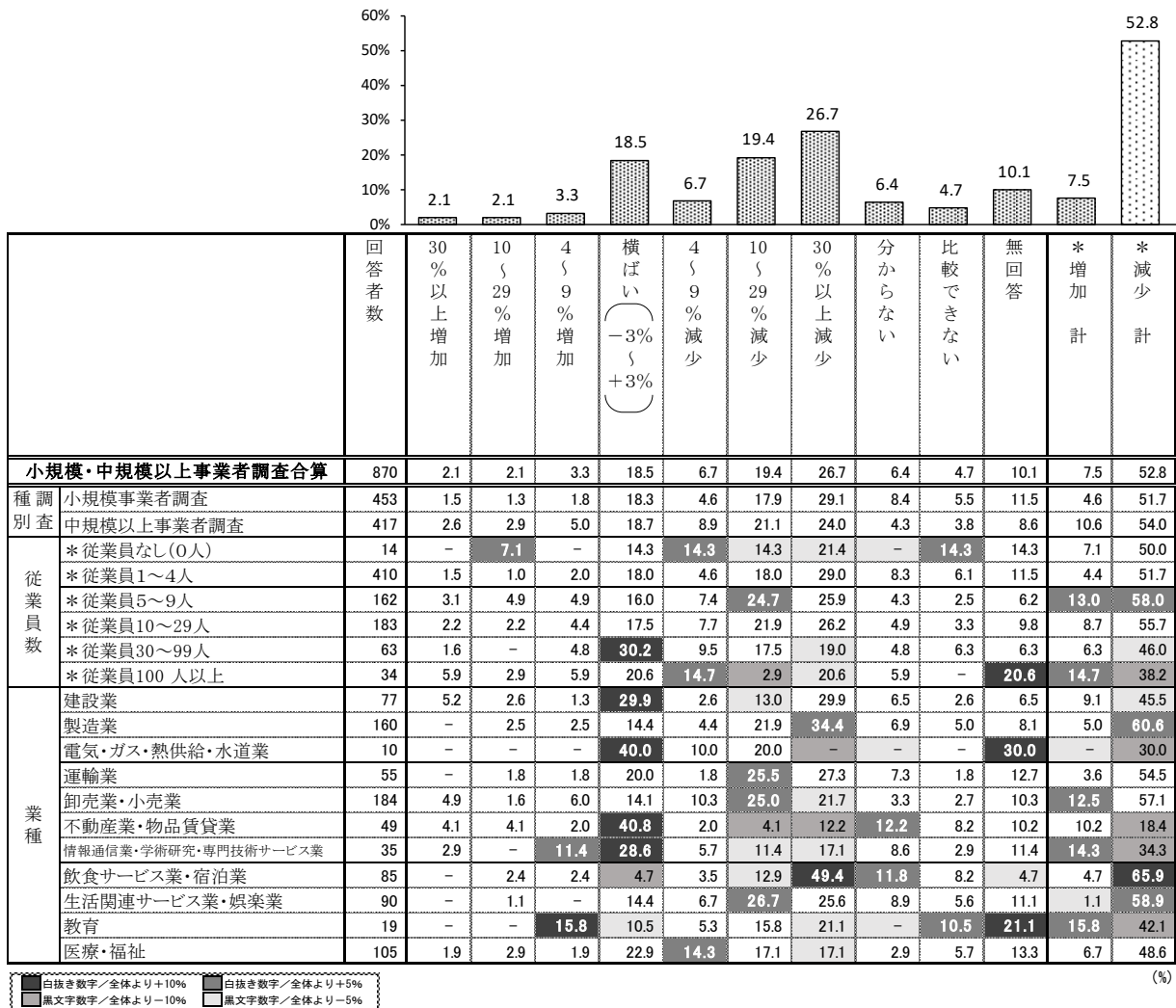
2020年(1~12月)の年間売上高の対前年増減比較の回答結果をみると、「10~29%減少」(25.2%)と「30%以上減少」(25.1%)の2項目がともに2割台半ばでほとんど並んで最上位にあり、これらに「横ばい(-3~+3%)」(17.7%)が2割弱で続いて上位となっている。

一方、「30%以上増加」(1.3%)、「10~29%増加」(4.3%)、「4~9%増加」(3.6%)の3項目を合わせた売上『増加計』(9.1%)は1割弱となっている。

この結果を属性別にみると、「30%以上減少」は小規模事業者(30.7%)、従業員数別のなし(35.7%)と1~4人(31.7%)、業種別の飲食サービス業・宿泊業(47.1%)、運輸業(38.2%)などで高くなっている。一方「横ばい(-3~+3%)」は業種別の不動産業・物品賃貸業(51.0%)と情報通信業・学術研究・専門技術サービス業(34.3%)で高くなっている。

問2-(6) 2020年(1~12月)の年間営業利益の2019年以前との増減比較
(単数回答)

■ 「30%以上減少」が3割弱で最も多く、
「10~29%減少」と「横ばい」がともに2割弱で続いている。



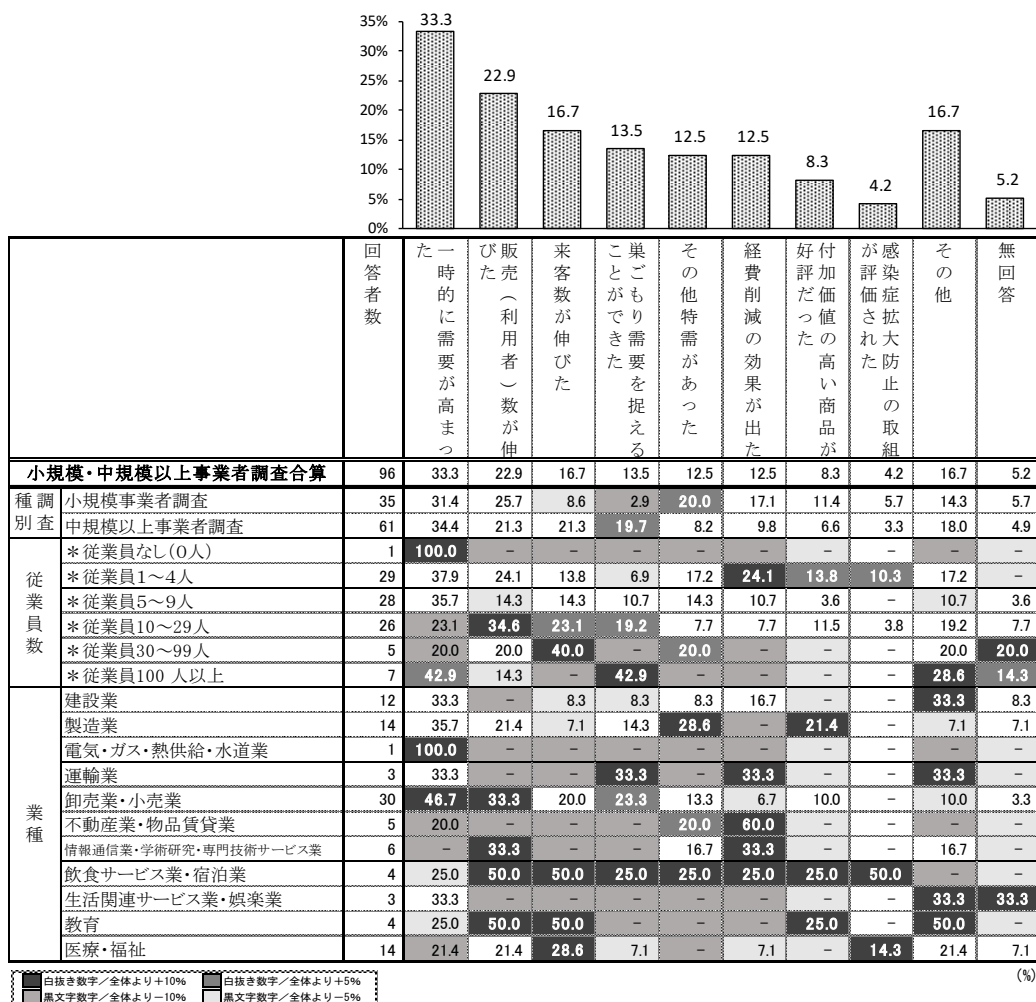
2020年(1~12月)の年間営業利益の2019年以前との増減比較の回答結果をみると、「30%以上減少」(26.7%)が3割弱で最も多く、これに「10~29%減少」(19.4%)と「横ばい(-3~+3%)」(18.5%)がともに2割弱で続いて上位。

一方、「30%以上増加」(2.1%)、「10~29%増加」(2.1%)、「4~9%増加」(3.3%)の3項目を合わせた利益『増加計』(7.5%)は1割弱となっている。

この結果を調査種別と従業員数別にみても、従業員数30~99人で「横ばい(-3~+3%)」(30.2%)が高い以外は目立った違いはみられないが、業種別では飲食サービス業・宿泊業で「30%以上減少」(49.4%)と利益『減少計』(65.9%)がそれぞれ高いのが目立っている。

問2-(7)【問2-(5)か(6)で「1」～「3」に回答した
「年間売上高または年間営業利益増加事業者（n=96）ベース」
年間売上高または年間営業利益が増加した理由（複数回答）

■ 「一時的に需要が高まった」が3割強で増加理由のトップ。

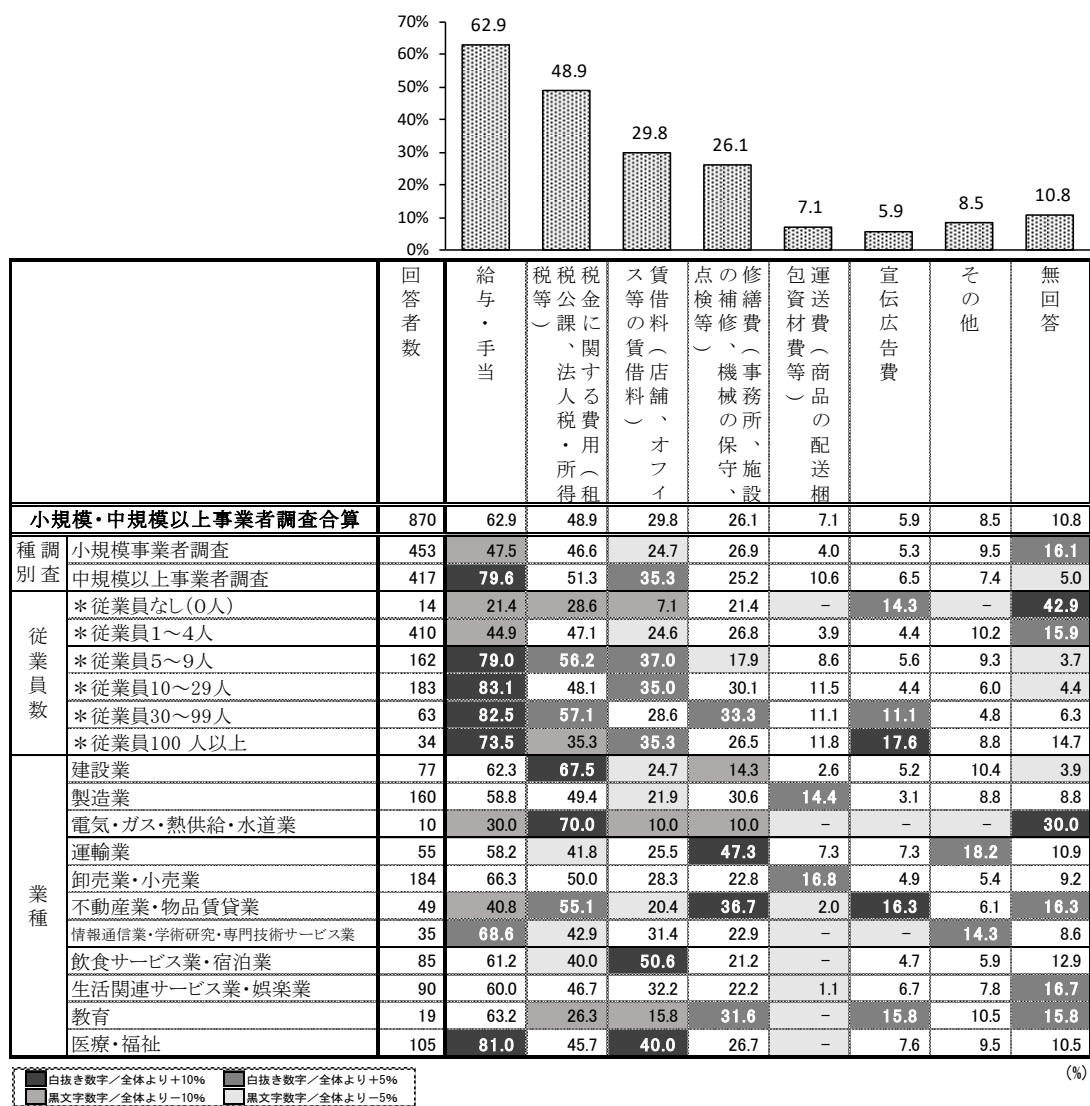


【問2-(5)か(6)】で年間の売上額か営業利益が増加したと回答した事業者（n=96）に増加した理由を聞いた結果は、「一時的に需要が高まった」（33.3%）が3割強で最も高く、次いで「販売（利用者）数が伸びた」（22.9%）が2割強、「来客数が伸びた」と「その他」（各16.7%）が2割弱で並んで続き上位となっている。

この結果を属性別にみると、サンプル数がn=20以下の属性のコメントは控えるが、調査種別では小規模事業者で「その他特需があった」（20.0%）が、中規模以上事業者で「巣ごもり需要を捉えることができた」（19.7%）が、それぞれ相対的に高くなっている。従業員数別では1～4人で「経費削減の効果が出た」（24.1%）が、10～29人で「販売（利用者）数が伸びた」（34.6%）が、業種別の卸売業・小売業で「一時的に需要が高まった」（46.7%）と「販売（利用者）数が伸びた」（33.3%）が、それぞれ高くなっている。

問2 - (8) 販売費や一般管理費のうち、負担感が強い費目 (3つまでの制限回答)

■ 「給与・手当」が6割強で最も高く、「税金に関する費用」が5割弱で続き上位。

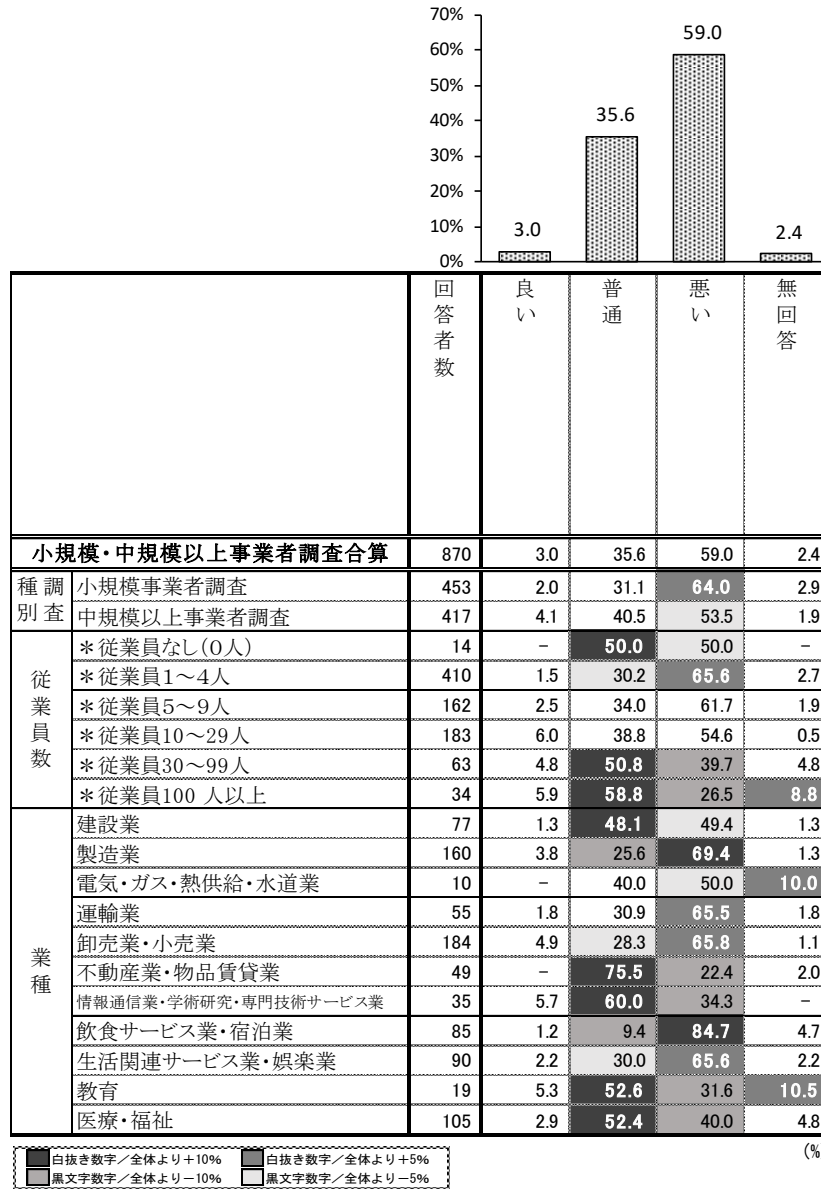


販売費や一般管理費のうち、負担感が強い費目を3つまであげてもらった結果は、「給与・手当」(62.9%)が6割強で最も高く、「税金に関する費用(租税公課、法人税・所得税等)」(48.9%)が5割弱で続き、以下「賃借料(店舗、オフィス等の賃借料)」(29.8%)がほぼ3割、「修繕費(事務所の補修、機械の保守、点検等)」(26.1%)が2割台半ばの順で上位となっている。

この結果を属性別にみると、「給与・手当」は中規模以上事業者(79.6%)、従業員数5人以上の各層(73.5%~83.1%)、業種別の医療・福祉(81.0%)でそれぞれ高くなっており、他の項目では、「税金に関する費用」が建設業(67.5%)で、「賃借料」が飲食サービス業・宿泊業(50.6%)と医療・福祉(40.0%)で、「修繕費」が運輸業(47.3%)と不動産業・物品賃貸業(36.7%)で、それぞれ高くなっている。

問2－(9) 2021年(1～12月)の自社の業況見通し (単数回答)

■ 「悪い」が6割弱を占めて、「普通」が3割台半ばで、「良い」は3%と少数。



2021年(1～12月)の自社の業況見通しでは、「悪い」(59.0%)が6割弱を占めて最も多く、これに「普通」(35.6%)が3割台半ばで続き、「良い」(3.0%)と答えた事業者は少数となっている。

この結果を属性別にみると、「悪い」は、業種別の飲食サービス・宿泊業(84.7%)と製造業(69.4%)を中核に、小規模事業者(64.0%)、従業員数1～4人(65.6%)、業種別の卸売業・小売業、生活関連サービス業・娯楽業、運輸業(各65.5%～65.8%)などでも高めとなっているが、従業員数100人以上(26.5%)と不動産業・物品賃貸業(22.4%)ではともに2割台と低くなっている。

問3 資金調達について

問3 - (1) 普段の主な資金調達先 (複数回答)

※当初の「単数回答」から「複数回答許容」に変更

■ 「信金・信組」が4割強で最も高いが、「特になし」も3割台半ば。

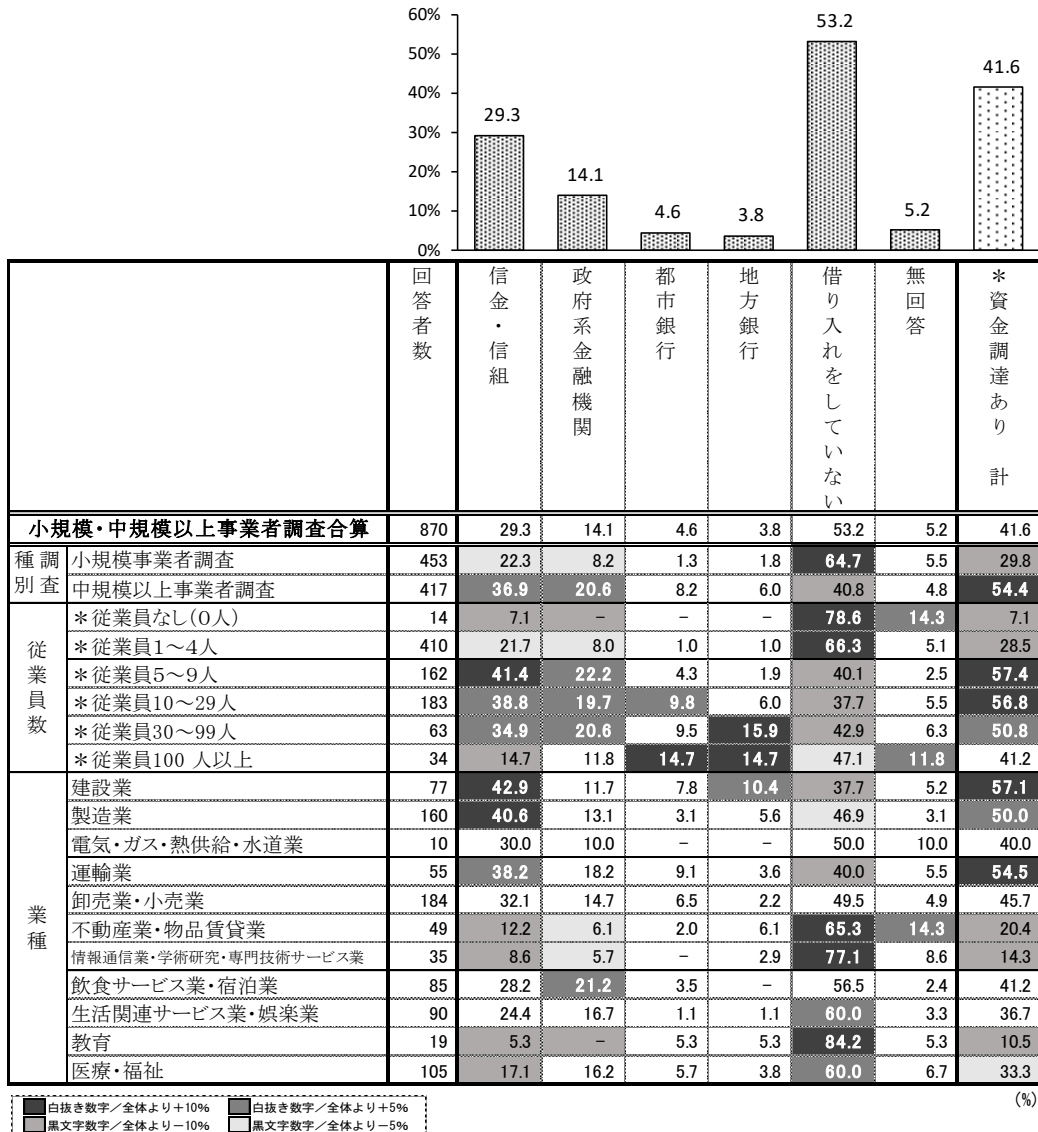


普段の主な資金調達先を聞いた結果は、「信金・信組」(41.8%)が4割強に達して最も高く、次いで「特になし」(33.7%)が3割台半ばで続いており、以下「都市銀行」(10.1%)がほぼ1割、「政府系金融機関」(7.7%)、「地方銀行」(6.1%)の順となっている。

この結果を属性別にみると、「信金・信組」は従業員数5~9人(56.2%)と建設業(64.9%)で高く、「特になし」は小規模事業者(46.6%)、従業員数1~4人(49.0%)、業種別の教育(68.4%)、情報通信業・学術研究・専門技術サービス業(60.0%)、生活関連サービス業・娯楽業(46.7%)でそれぞれ高くなっている。また、「都市銀行」と「地方銀行」は従業員数100人以上(35.3%/20.6%)でそれぞれ高くなっている。

問3－(2) 新型コロナウイルスの影響を主な理由として行った資金調達先
(複数回答)

■ 「借り入れをしていない」が5割強を占めるが、
借入先のトップは3割弱の「信金・信組」。



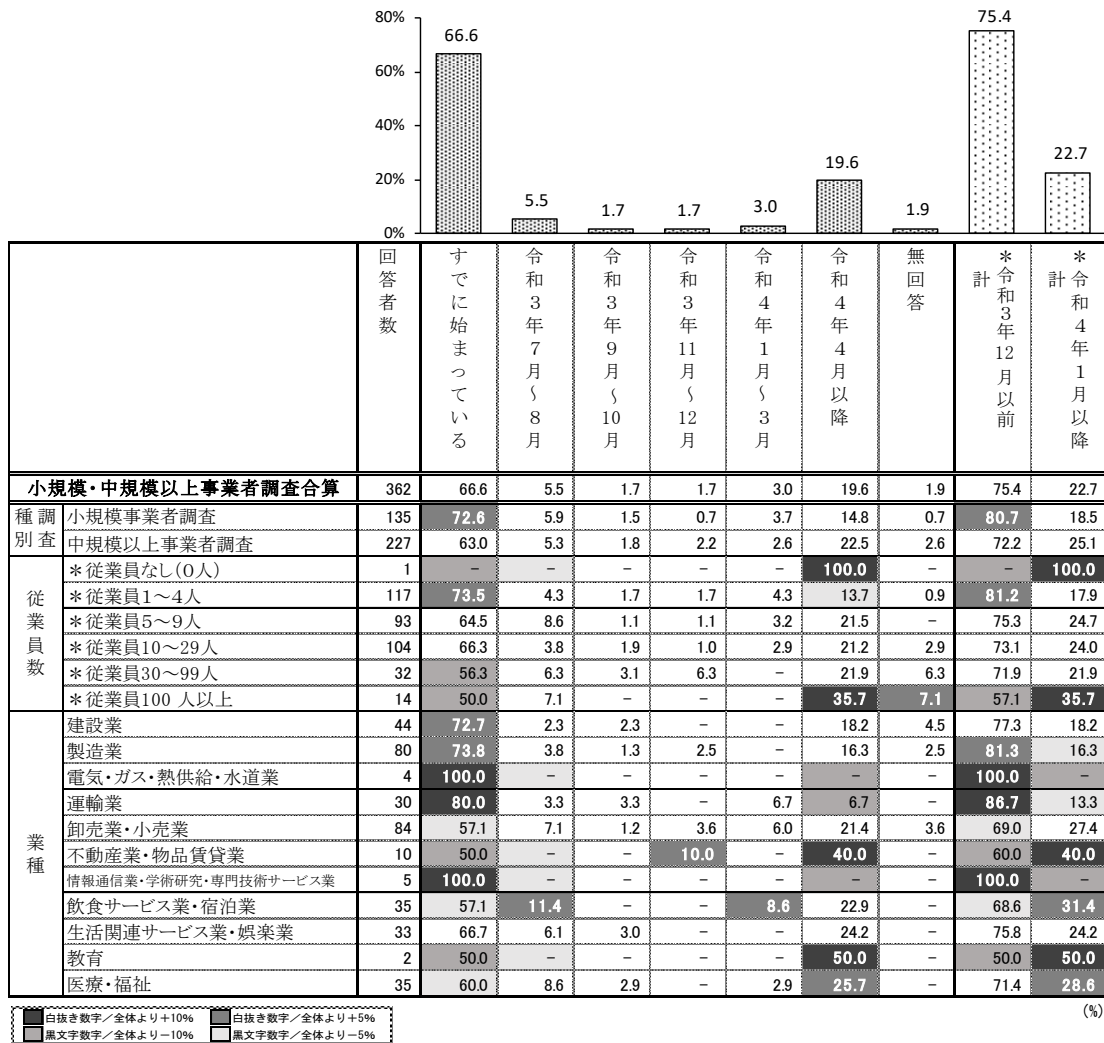
新型コロナウイルスの影響を主な理由として行った資金調達先を聞いた結果は、「借り入れをしていない」(53.2%)が5割強と半数を超えて高くなっているが、具体的な借り入れ先としては、「信金・信組」(29.3%)が3割弱で最も高く、「政府系金融機関」(14.1%)が1割台半ばで続き、以下「都市銀行」(4.6%)、「地方銀行」(3.8%)の順となっている。

この結果を属性別にみると、「借入れをしていない」は小規模事業者（64.7%）、従業員数別のなし（78.6%）や1～4人（66.3%）、業種別の教育（84.2%）、情報通信業・学術研究・専門技術サービス業（77.1%）、不動産業・物品賃貸業（65.3%）などでそれぞれ高くなっている。

一方、全体で4割強の『資金調達あり 計』（41.6%）は中規模以上事業者（54.4%）、従業員数別の5～9人（57.4%）、10～29人（56.8%）、業種別の建設業（57.1%）、運輸業（54.5%）などで高く、中でも「信金・信組」は従業員数5～9人（41.4%）や業種別の建設業（42.9%）と製造業（40.6%）で高くなっている。

問3-(3) 【問3-(2)で「1」～「4」のいずれかに回答した「新型コロナウイルスの影響による資金調達を行った事業者 (n=362) ベース」】
 新型コロナウイルスの影響を受けて調達した資金の返済開始予定時期
 (単数回答)

■ 借入れをした事業者の2/3が、返済は「すでに始まっている」と回答。



【問3-(2)】で金融機関から新型コロナウイルスの影響による資金調達を行ったと回答した事業者 (n=362) に、新型コロナウイルスの影響を受けて調達した資金の返済開始予定時期を聞いた結果は、「すでに始まっている」(66.6%) が2/3に相当する6割台半ばを占めて最も多く、これに「令和4年4月以降」(19.6%) がほぼ2割で続くが、これらに次ぐ「令和3年7月～8月」(5.5%) 以外の時期をあげた事業者は少ない。

この結果を属性別にみると、サンプル数がn=10以下の属性のコメントは割愛するが、「すでに始まっている」は小規模事業者(72.6%)、従業員数1～4人(73.5%)、業種別の運輸業(80.0%)、製造業(73.8%)、建設業(72.7%)などで高め。

問3-(4)【問3-(2)で「1」～「4」のいずれかに回答した「新型コロナウイルスの影響による資金調達を行った事業者 (n=362) ベース】
 新型コロナウイルスの影響を受けて調達した資金の主な使い道
 (単数回答)

■ 「運転資金」がほぼ7割を占めて圧倒的に多い。

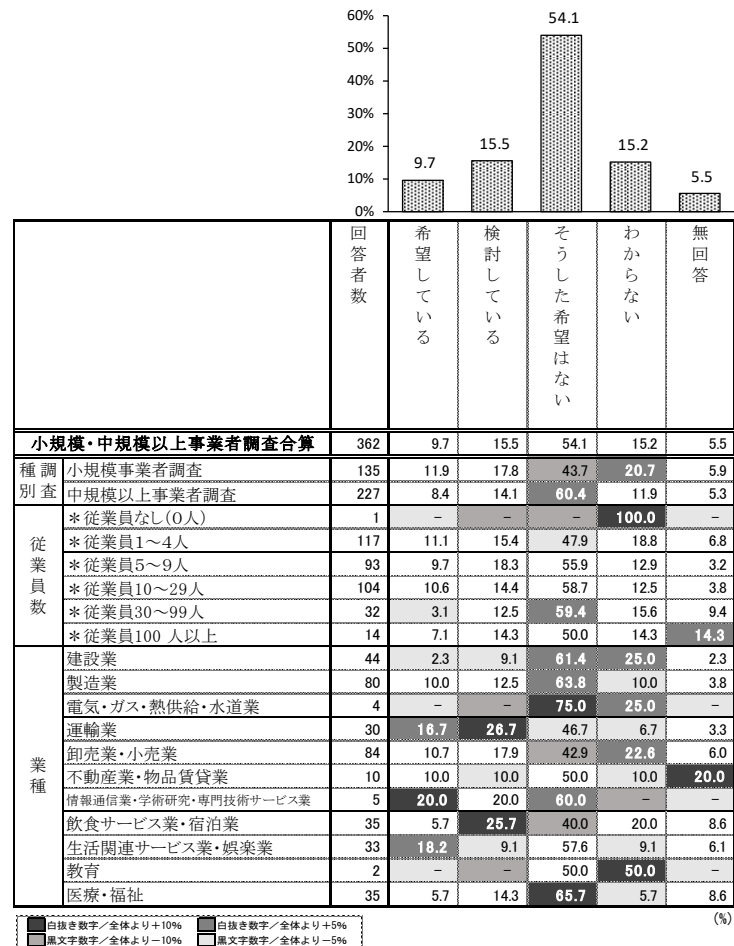


【問3-(2)】で金融機関から新型コロナウイルスの影響による資金調達を行ったと回答した事業者 (n=362) に、新型コロナウイルスの影響を受けて調達した資金の主な使い道を単数回答で聞いた結果は、「運転資金」(69.6%) がほぼ7割を占めて圧倒的に多く、次点の「将来のための蓄え」(7.7%) 等の他項目を大きく上回っている。

この結果を属性別にみると、サンプル数がn=10以下の属性のコメントは割愛するが、「運転資金」が従業員数30~99人(75.0%)、業種別の運輸業、製造業、卸売業・小売業(各76.2%~76.7%)などで高めなのを除くと、大きな差はみられない。

問3-(5)【問3-(2)で「1」～「4」のいずれかに回答した「新型コロナウイルスの影響による資金調達を行った事業者（n=362）ベース」】
 新型コロナウイルスの影響を受けて調達した資金に関する、返済期間や返済方法等の変更希望有無（単数回答）

■ 『希望なし』が5割台半ばと多いが、『希望あり』が1割、『検討中』が1割台半ば。



【問3-(2)】で金融機関から新型コロナウイルスの影響による資金調達を行ったと回答した事業者（n=362）に、新型コロナウイルスの影響を受けて調達した資金の返済期間や返済方法の変更希望について聞いた結果は、「そうした希望はない」（54.1%）が5割台半ばで最も多くなっているが、一方で「検討している」（15.5%）が1割台半ば、「希望している」（9.7%）がほぼ1割となっており、この両者を合わせた『変更希望あり計』（25.1%）は2割台半ばとなる。

この結果を属性別にみると、サンプル数がn=10以下の属性のコメントは割愛するが、「希望している」は生活関連サービス業・娯楽業（18.2%）と運輸業（16.7%）で、「検討している」は運輸業（26.7%）と飲食サービス業・宿泊業（25.7%）で、「そうした希望はない」は医療・福祉（65.7%）で、それぞれ高めの傾向となっている。

問3-(6)【問3-(5)で「1」か「2」に回答した
「返済期間や方法に変更希望がある事業者 (n=91) ベース」
調達した資金の返済期間や返済方法等の変更希望理由 (複数回答)

■ 変更希望理由では「売上の回復が遅れている」が8割台半ばと圧倒的に高い。

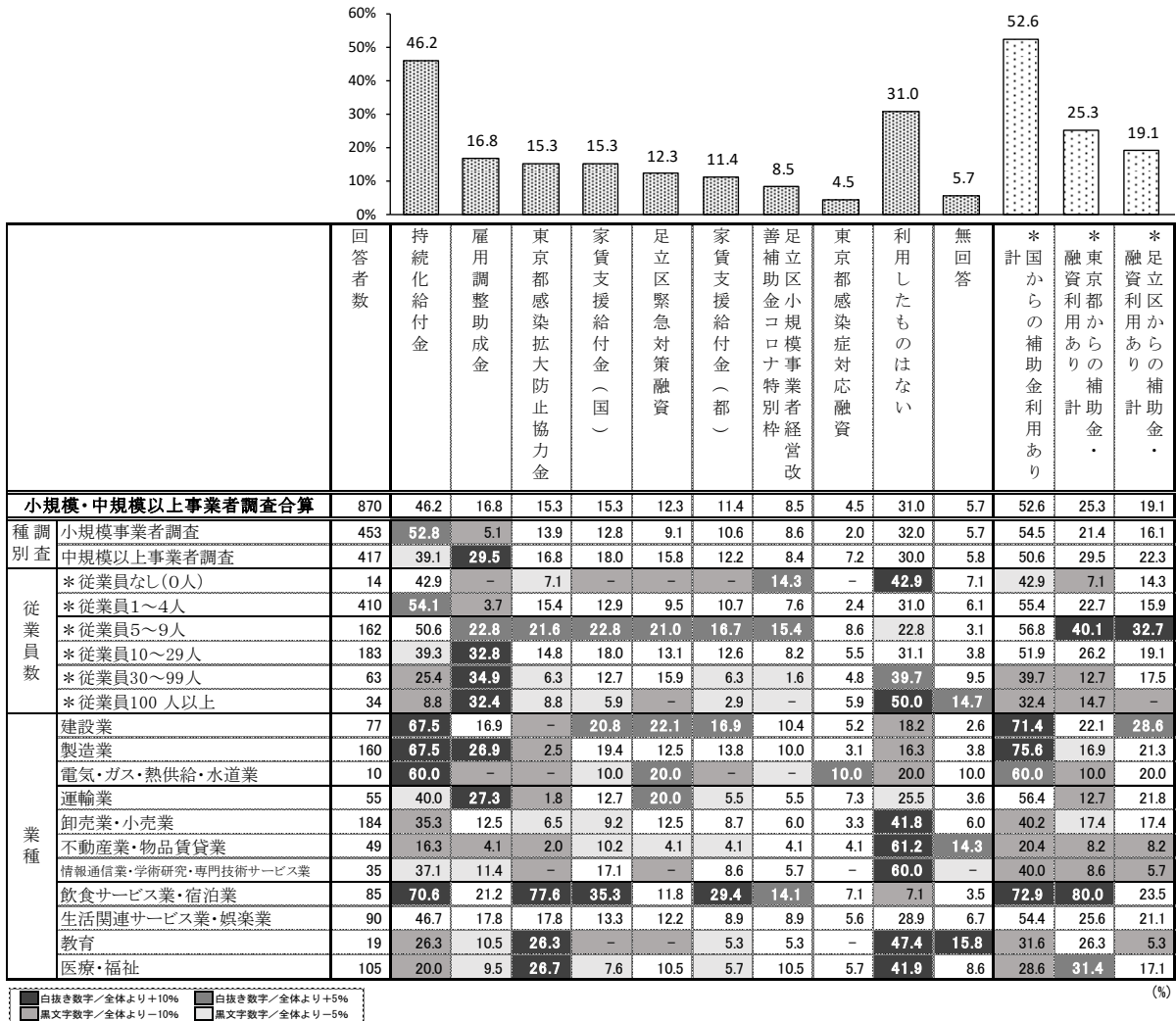


【問3-(5)】で「返済期間や方法に変更希望あり」と回答した事業者 (n=91) に、調達した資金の返済期間や返済方法等の変更希望理由を複数回答で聞いた結果は、「売上の回復が遅れている」(83.5%)が8割台半ばに達して高く、次点以下の「感染症の影響が出る前から、経営が厳しかった」(14.3%)や「資金繰りの把握に問題がある」(11.0%)などを大きく引き離している。

この結果を属性別にみると、小規模事業者で「感染症の影響が出る前から、経営が厳しかった」(20.0%)が高めなのを除くと、調査種別に目立った差はみられず、従業員数や業種による差異はサンプル数が少ない層が多いことからコメントは割愛する。

問3 - (7) 新型コロナウイルス感染拡大期間中に活用した補助金 (複数回答)

■ 「持続化給付金」が4割台半ばで最も高いが、「利用したものはなし」も3割強。



全事業者 (n=870) に対して、新型コロナウイルス感染拡大期間中に活用した補助金を聞いた結果は、「利用したものはなし」(31.0%) が3割を超えているものの、「持続化給付金」(46.2%) が4割台半ばで最も高く、これに「雇用調整助成金」(16.8%)、「東京都感染拡大防止協力金」と「家賃支援給付金(国)」(各15.3%) の3種の補助金がそれぞれ1割台半ば程度で並んで上位となっている。

なお、「足立区緊急対策融資」(12.3%) は1割強、「足立区小規模事業者経営改善補助金コロナ特別枠」(8.5%) は1割弱となっている。

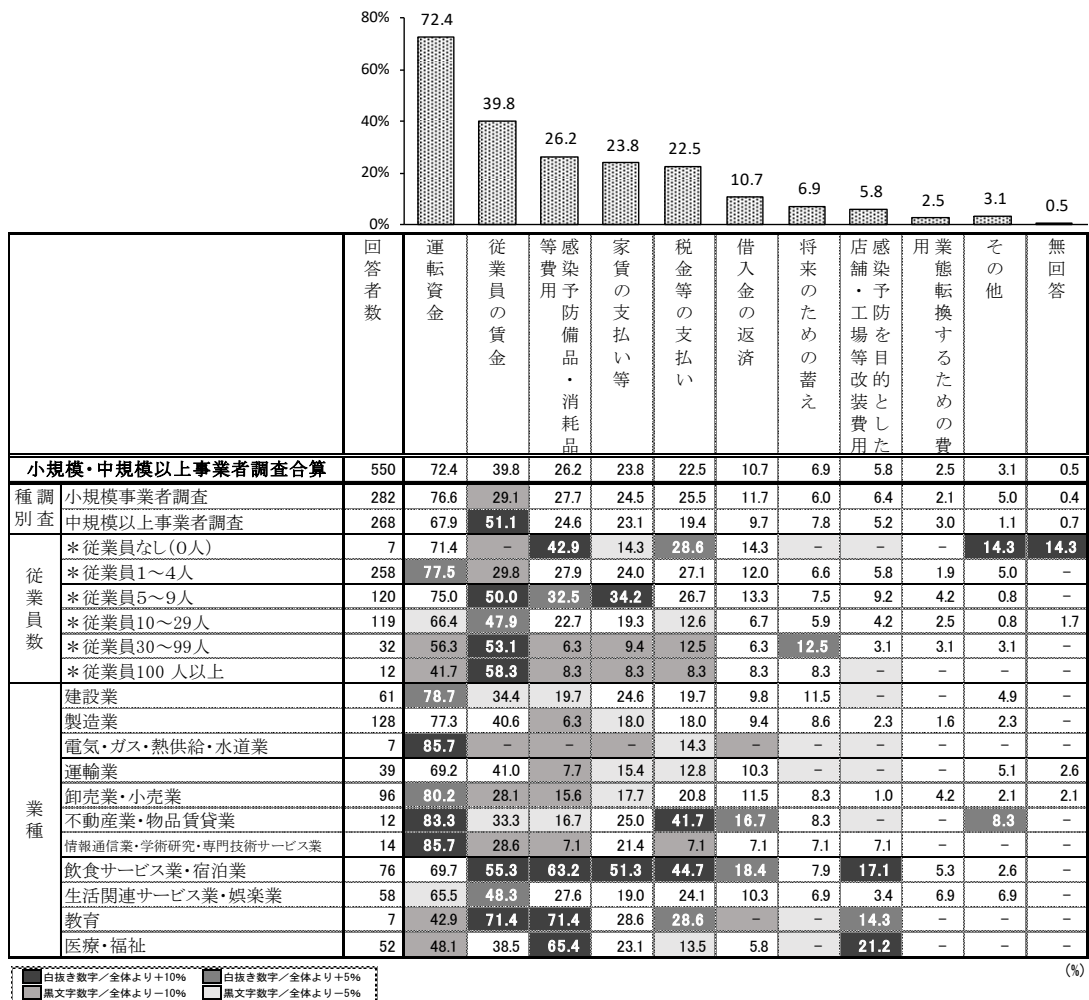
この結果を調査種別にみると、「持続化給付金」は小規模事業者(52.8%)の方が約14ポイント高く、「雇用調整助成金」は中規模以上事業者(29.5%)の方が約24ポイント高いのを除くと、大きな差はみられない。

次に従業員数別にみると、「雇用調整助成金」は従業員数10人以上の各層（32.4%～34.9%）で高く、併せて100人以上では「利用したものはない」（50.0%）も高い。

業種別では、「持続化給付金」は飲食サービス業（70.6%）、建設業、製造業（各67.5%）などで、「雇用調整助成金」は運輸業（27.3%）と製造業（26.9%）で、「東京都感染拡大防止協力金」は8割弱と飛びぬけて高い飲食サービス業・宿泊業（77.6%）を筆頭に医療・福祉（26.7%）教育（26.3%）で、それぞれ高くなっているが、飲食サービス業・宿泊業は併せて「家賃支援給付金（国）」（35.3%）と「家賃支援給付金（都）」（29.4%）も高くなっている。一方「利用したものはない」は6割台の不動産業・物品賃貸業（61.2%）と情報通信業・学術研究・専門技術サービス業（60.0%）を中心に、教育（47.4%）や卸売業・小売業と医療・福祉（各41.8%～41.9%）でも高くなっている。

問3-(8)【問3-(7)で「1」～「8」のいずれかに回答した
「補助金利用事業者 (n=550) ベース」
補助金等の主な使い道 (複数回答)

■ 「運転資金」が7割強で最も高く、「従業員の賃金」がほぼ4割で次点。

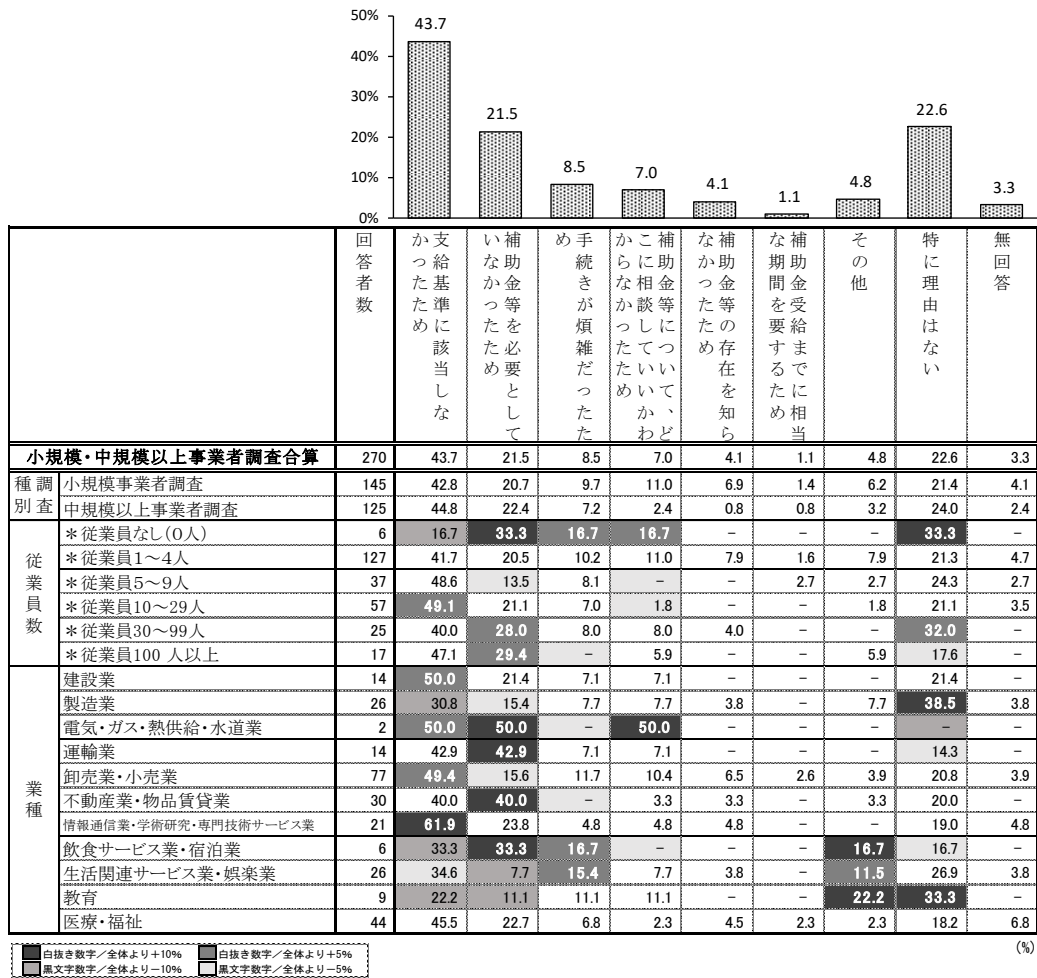


【問3-(7)】でいずれかの補助金を利用したと回答した事業者 (n=550) に、補助金等の主な使い道を複数回答で聞いた結果をみると、「運転資金」(72.4%)が7割強で最も高く、これに「従業員の賃金」(39.8%)がほぼ4割で続き、以下「感染予防備品・消耗品等費用」(26.2%)、「家賃の支払い等」(23.8%)、「税金等の支払い」(22.5%)の3項目が2割台で並んで上位となっている。

この結果を層別にみると、一部の属性でサンプル数が少ない層があることに留意が必要ながら、「従業員の賃金」は中規模以上事業者(51.1%)や従業員数30人以上の両層(53.1%/58.3%)、飲食サービス業・宿泊業(55.3%)で高くなっており、中でも飲食サービス業・宿泊業は「感染予防備品・消耗品等費用」(63.2%)、「家賃の支払い等」(51.3%)、「税金等の支払い」(44.7%)など多くの項目にわたって高いのが目立つ結果となっている。

問3-(9)【問3-(7)で「9」と回答した
「補助金非利用事業者（n=270）ベース】
補助金等を利用しなかった理由（複数回答）

■ 『支給基準に該当せず』が4割台半ばで最も高いが、
『理由なし』と『必要なし』も各2割強。



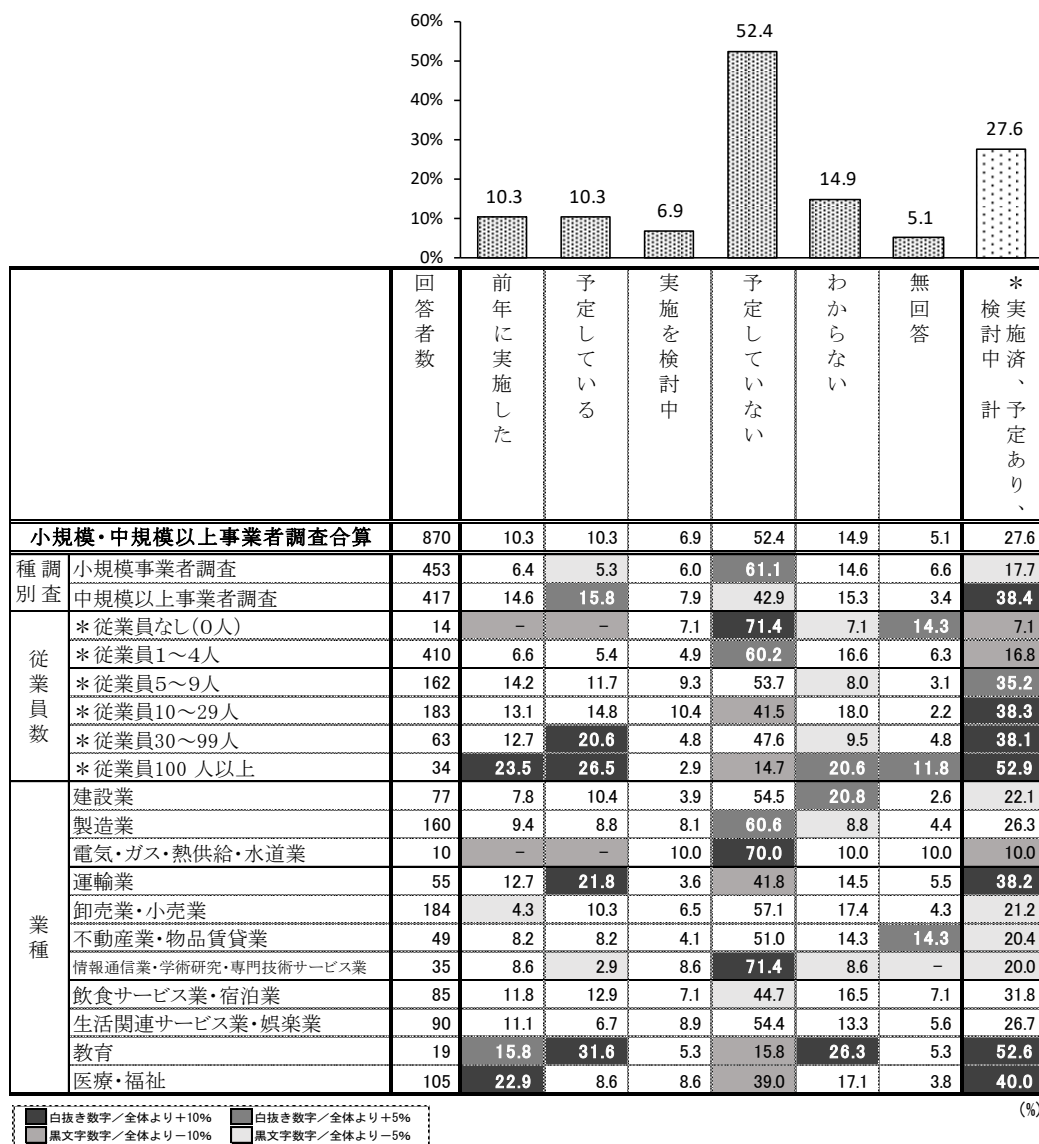
【問3-(7)】で補助金を利用しなかったと回答した事業者（n=270）に、補助金等を利用しなかった理由を聞いた結果は、「支給基準に該当しなかったため」（43.7%）が4割台半ばで最も高く、これに「特に理由はない」（22.6%）と「補助金等を必要としていなかったため」（21.5%）がそれぞれ2割強で並んで上位となっており、それ以外の「手続きが煩雑だったため」（8.5%）や「補助金等について、どこに相談していいかわからなかったため」（7.0%）などはいずれも1割未満にとどまっている。

この結果を属性別にみると、一部の属性でサンプル数が少ない層があることに留意が必要ながら、「支給基準に該当しなかったため」は情報通信業・学術研究・専門技術サービス業（61.9%）で、「補助金等を必要としていなかったため」は運輸業（42.9%）や不動産業・物品賃貸業（40.0%）で、それぞれ高くなっている。

問4 設備投資について

問4－(1) 設備投資の実施予定有無（2021年4月～2022年3月の間） （単数回答）

■ 「予定していない」が5割強で、『実施済、予定あり、検討中 計』は3割弱。



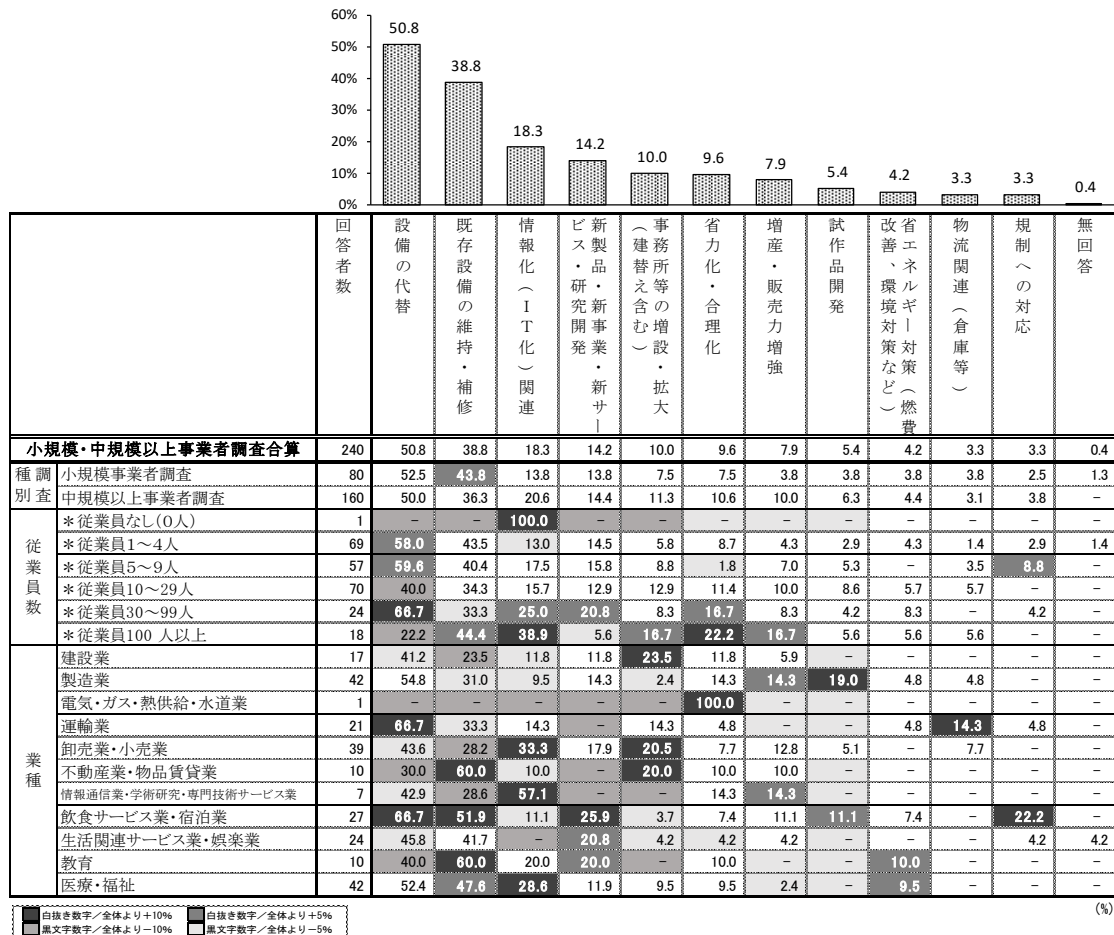
2021年4月～2022年3月の間の設備投資の実施予定について聞いた結果は、「予定していない」(52.4%)が5割強と半数を超えて多いが、「前年に実施した」と「予定している」(各10.3%)がそれぞれほぼ1割で並び、これらに「実施を検討中」(6.9%)を合わせた『実施済、予定あり、検討中 計』(27.6%)は3割弱。

この結果を属性別にみると、「前年に実施した」は従業員100人以上(23.5%)と業種別の医療・福祉(22.9%)で、「予定している」は従業員数100人以上(26.5%)と30～99人(20.6%)、業種別の教育(31.6%)と運輸業(21.8%)で、それぞれ高くなっており、『実施済、予定あり、検討中 計』は従業員数100人以上(52.9%)と業種別の教育(52.6%)でともに5割を超えて特に高くなっている。

問4-(2)【問4-(1)で「1」～「3」に回答した

「設備投資実施済、実施予定または検討中の事業者(n=240)ベース」
 設備投資の内容 (複数回答)

■ 「設備の代替」が5割強で最も高く、「既存設備の維持・補修」が4割弱で続き上位。



【問4-(1)】で今年度中の設備投資に対して『実施済、予定あり、検討中』と回答した事業者(n=240)に、設備投資の内容を聞いた結果は、「設備の代替」(50.8%)が5割強で最も高く、これに「既存設備の維持・補修」(38.8%)が4割弱で続き、以下「情報化(I T化)関連」(18.3%)、「新製品・新事業・新サービス・研究開発」(14.2%)、「事務所等の増設・拡大(建替え含む)」(10.0%)などが1割以上で上位となっている。

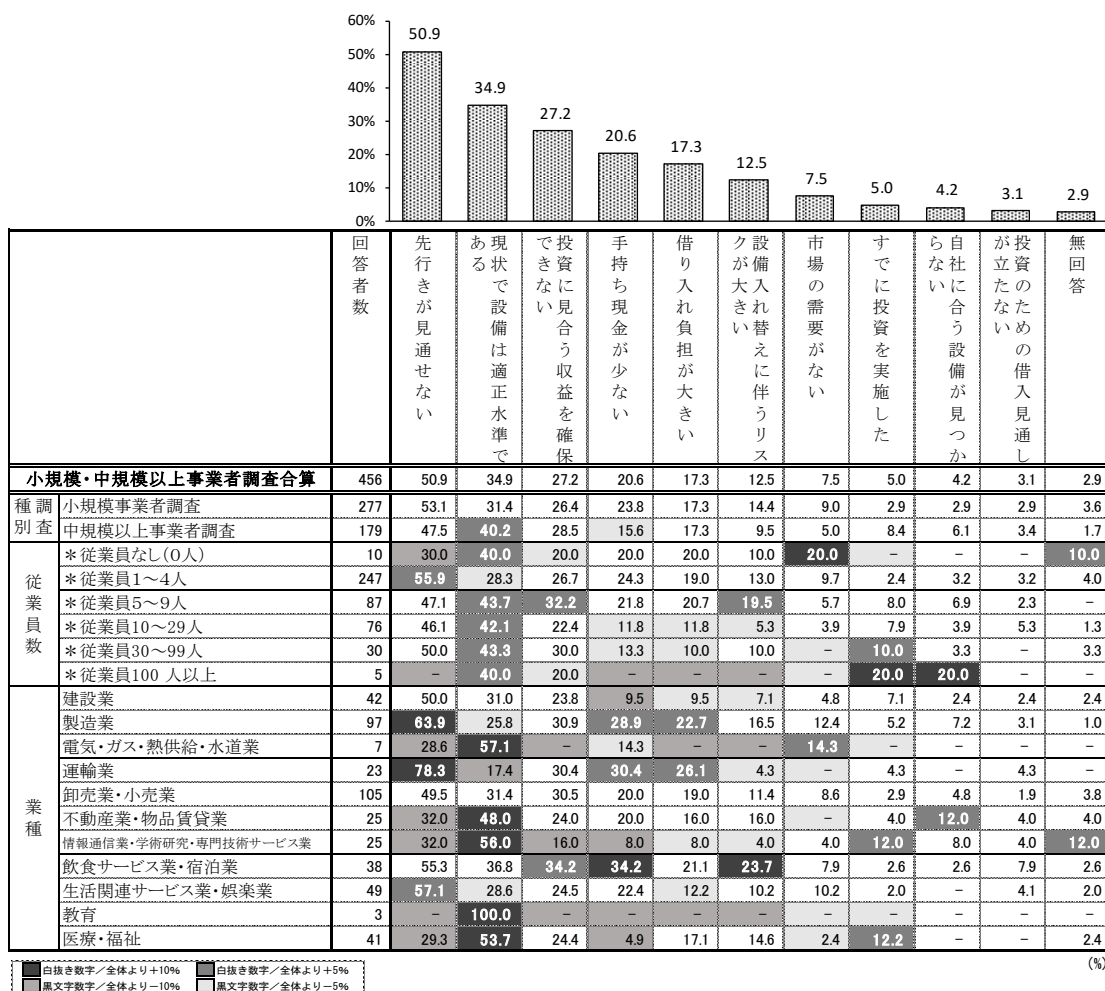
この結果を属性別にみると、一部の属性でサンプル数が少ない層があることに留意が必要ながら、「設備の代替」は従業員30~99人、運輸業、飲食サービス業・宿泊業(各66.7%)で、「既存設備の維持・補修」は飲食サービス業・宿泊業(51.9%)と医療・福祉(47.6%)などで、「情報化(I T化)関連」は従業員数100人以上(38.9%)、卸売業・小売業(33.3%)と医療・福祉(28.6%)などで、それぞれ高くなっている。

問4-(3)【問4-(1)で「4」と回答した

「設備投資非実施事業者 (n=456) ベース】

設備投資を行わない理由 (複数回答)

■ 「先行きが見通せない」が5割強で最も高く、『現状で適正水準』が3割台で次点。



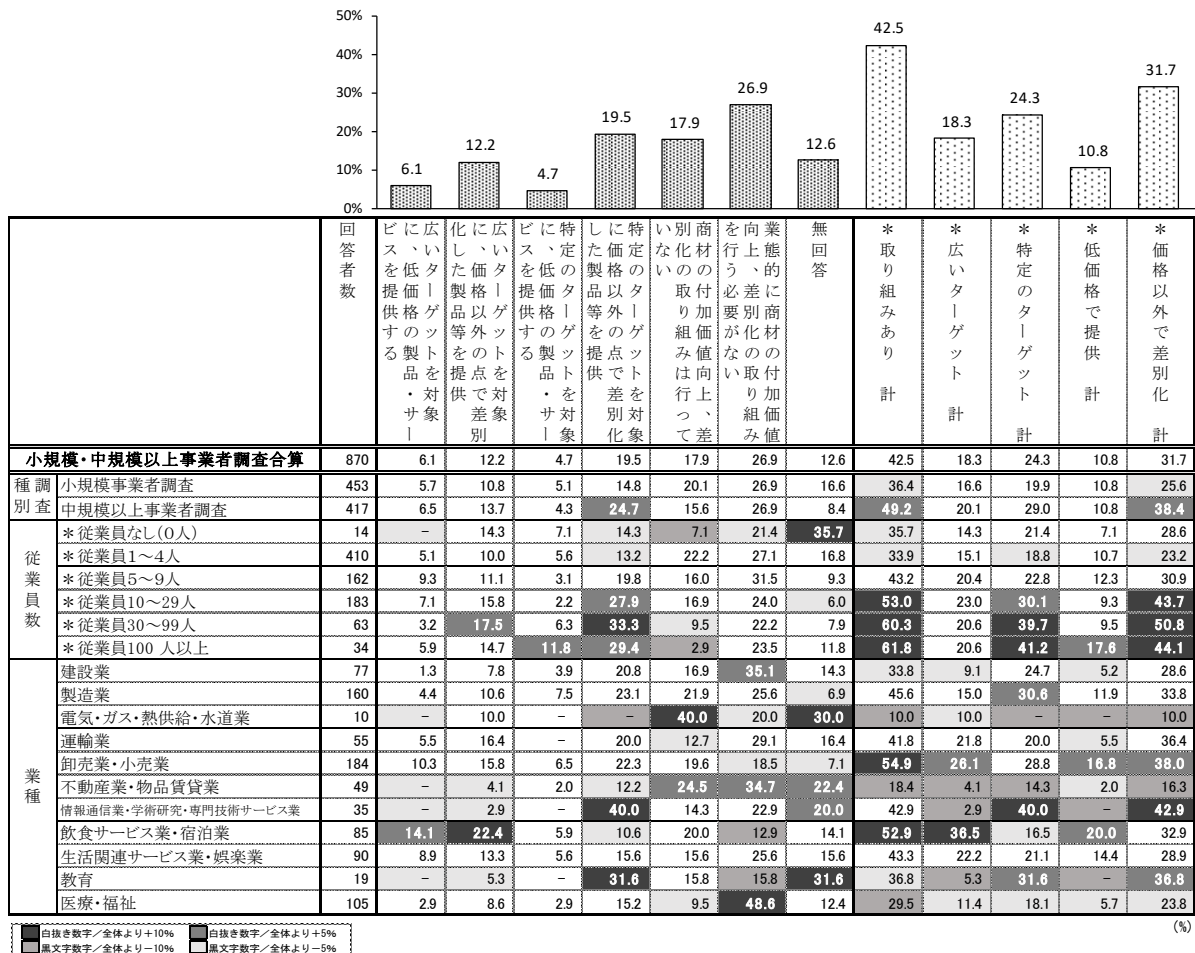
【問4-(1)】で今年度中の設備投資に対して「予定していない」と回答した事業者 (n=456) に、設備投資を行わない理由を聞いた結果は、「先行きが見通せない」(50.9%) が5割強で最も高く、これに「現状で設備は適正水準である」(34.9%) が3割台半ばで続き、以下「投資に見合う収益を確保できない」(27.2%)、「手持ち現金が少ない」(20.6%)、「借り入れ負担が大きい」(17.3%) などの順で並び上位となっている。

この結果を属性別にみると、一部の属性でサンプル数が少ない層があることに留意が必要ながら、「先行きが見通せない」は運輸業 (78.3%) と製造業 (63.9%) で、「現状で設備は適正水準である」は情報通信業・学術研究・専門技術サービス業 (56.0%)、医療・福祉 (53.7%)、不動産業・物品賃貸業 (48.0%) など、それぞれ高くなっている。

問5 商品（商材）の付加価値向上について

問5 - (1) 商材の付加価値向上、差別化の取り組みに関する方向性（単数回答）

■ 『価格以外の点で差別化した製品・サービスを提供 計』が3割強。

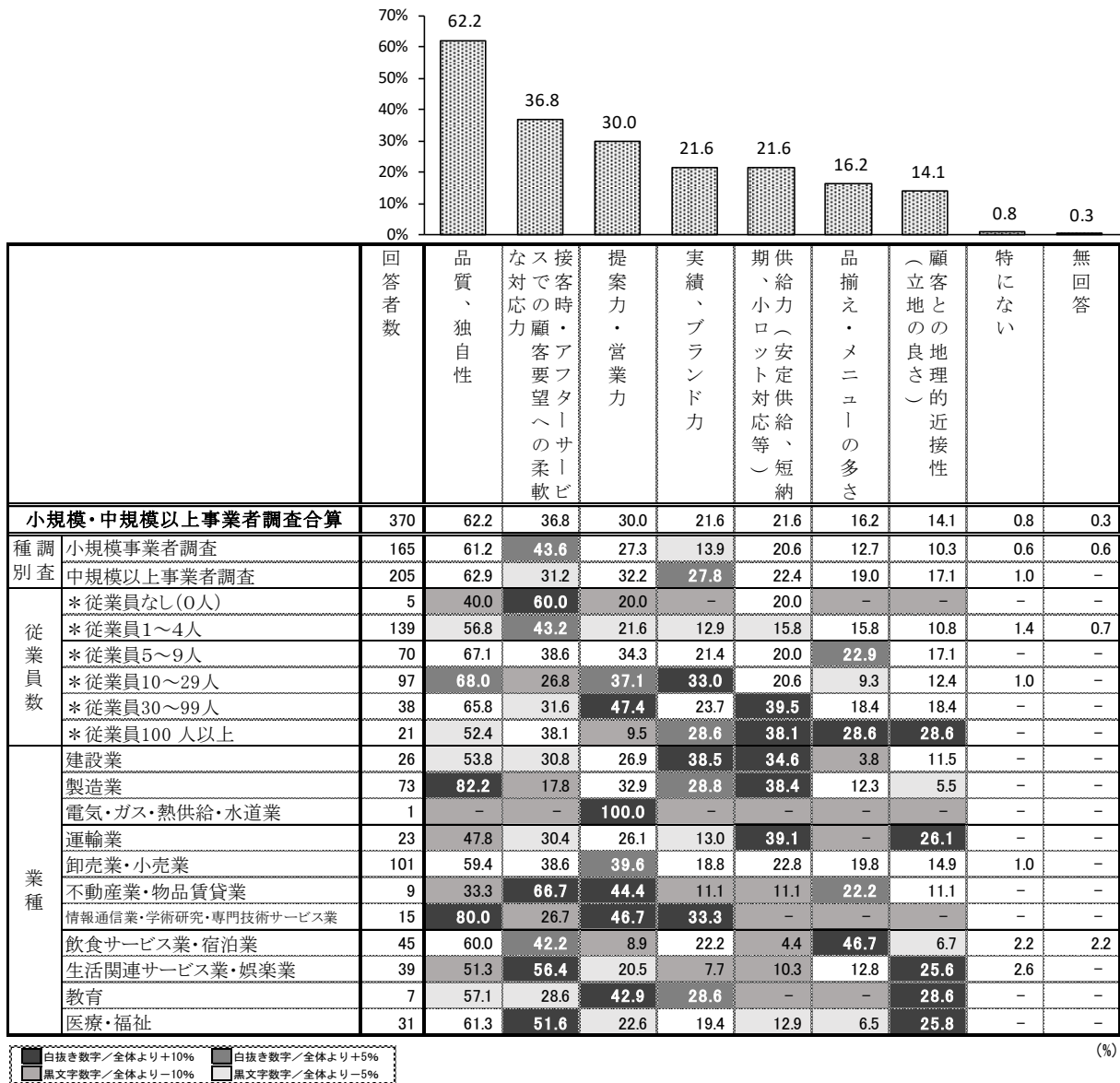


全事業者（n=870）に、自社の商材の付加価値向上、差別化の取り組みに関する方向性を聞いた結果をみると、「業態的に商材の付加価値向上、差別化の取り組みを行う必要がない」（26.9%）が3割弱、「商材の付加価値向上、差別化の取り組みは行っていない」（17.9%）が2割弱とそれぞれ多いものの、方向性を示す回答の中では、「特定のターゲットを対象に、価格以外の点で差別化した製品・サービスを提供する」（19.5%）がほぼ2割で最も多く、「広いターゲットを対象に、価格以外の点で差別化した製品・サービスを提供する」（12.2%）が1割強で続き、『価格以外の点で差別化した製品・サービスを提供 計』（31.7%）が3割強で、1割強にとどまる『低価格の製品・サービスを提供 計』（10.8%）を20.9ポイント上回って多くなっている。

この結果を属性別にみると、「特定のターゲットを対象に、価格以外の点で差別化した製品・サービスを提供する」は従業員数30～99人(33.3%)と100人以上(29.4%)、業種別の情報通信業・学術研究・専門技術サービス業(40.0%)と教育(31.6%)で高くなっており、これらの各層では『価格以外で差別化 計』や『特定のターゲット 計』でも高い傾向が明確にみられる。一方「業態的に商材の付加価値向上、差別化の取り組みを行う必要がない」は5割弱と特に高い医療福祉(48.6%)を筆頭に、建設業(35.1%)や不動産業・物品賃貸業(34.7%)でも高めとなっている。

問5-(2)【問5-(1)で「1」～「4」に回答した「商材の付加価値向上、差別化の取り組み実施事業者（n=370）ベース】
 主な製品・サービスを価格以外で差別化する際に重視する要素
 （3つまでの制限回答）

■ 「品質、独自性」が6割強で最も高く、『要望への柔軟な対応力』が4割弱で続く。

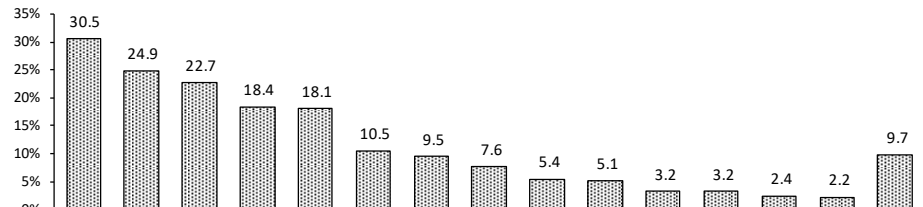


【問5-(1)】で、自社商材の付加価値向上、差別化の取り組みを実施していると回答した事業者（n=370）に、自社の主な製品・サービスを価格以外で差別化する際に重視する要素を3つまで選んでもらった結果をみると、「品質、独自性」（62.2%）が6割強で最も高く、これに「接客時・アフターサービスでの顧客要望への柔軟な対応力」（36.8%）が4割弱、「提案力・営業力」（30.0%）が3割、「実績、ブランド力」と「供給力（安定供給、短納期、小ロット対応等）」（各21.6%）がそれぞれ2割強で続いて上位となっている。

この結果を業種別にみると、一部の属性でサンプル数が少ない層があることに留意が必要ながら、「品質、独自性」は製造業（82.2%）と情報通信業・学術研究・専門技術サービス業（80.0%）で、「接客時・アフターサービスでの顧客要望への柔軟な対応力」と「顧客との地理的隣接性（立地の良さ）」は生活関連サービス業（56.4%/25.6%）と医療・福祉（51.6%/25.8%）で、それぞれ高くなっている。

問5 - (3) 【問5 - (1) で「1」～「4」に回答した「商材の付加価値向上、差別化の取り組み実施事業者（n=370）ベース】
差別化に向けて取り組んでいるもの（複数回答）

■ 「製品・サービスの高機能化」が3割強で最も高いが、他の4項目も2割前後。



	回答者数	製品・サービスの高機能化	類似のない新製品・サービスの開発	営業・販売・サービス体制の増強	取扱製品・サービスの多様化	特定顧客向けの製品・サービスの開発	広告・プロモーション強化	用途・デザイン・操作性で差別化された製品の開発	ネット販売の導入	付帯製品・サービスの開発	新規設備投資・更新投資の強化	出張販売の導入	新規出店・事業所開設	活用	AI・IoT技術の導入	特定地域向けの製品・サービスの開発（ローカライズ）	無回答
小規模・中規模以上事業者調査合算	370	30.5	24.9	22.7	18.4	18.1	10.5	9.5	7.6	5.4	5.1	3.2	3.2	2.4	2.2	9.7	
種別																	
小規模事業者調査	165	30.3	26.7	16.4	18.2	20.6	9.7	9.1	7.9	7.9	2.4	5.5	2.4	-	3.0	13.3	
中規模以上事業者調査	205	30.7	23.4	27.8	18.5	16.1	11.2	9.8	7.3	3.4	7.3	1.5	3.9	4.4	1.5	6.8	
従業員数																	
*従業員なし(0人)	5	40.0	40.0	-	-	-	40.0	-	20.0	40.0	-	-	-	-	-	-	
*従業員1~4人	139	25.9	27.3	14.4	18.0	20.1	7.2	7.2	7.2	5.8	2.9	3.6	2.2	0.7	3.6	17.3	
*従業員5~9人	70	28.6	27.1	24.3	24.3	18.6	14.3	12.9	10.0	4.3	7.1	2.9	2.9	1.4	2.9	7.1	
*従業員10~29人	97	34.0	21.6	34.0	12.4	15.5	8.2	12.4	6.2	4.1	5.2	1.0	3.1	3.1	-	4.1	
*従業員30~99人	38	31.6	26.3	18.4	23.7	21.1	21.1	7.9	5.3	5.3	7.9	5.3	5.3	2.6	-	5.3	
*従業員100人以上	21	47.6	9.5	33.3	23.8	14.3	4.8	4.8	9.5	4.8	9.5	9.5	9.5	14.3	4.8	4.8	
業種																	
建設業	26	38.5	19.2	19.2	19.2	7.7	11.5	11.5	7.7	7.7	-	-	-	3.8	-	7.7	
製造業	73	32.9	38.4	12.3	16.4	30.1	11.0	19.2	12.3	4.1	9.6	4.1	-	2.7	2.7	4.1	
電気・ガス・熱供給・水道業	1	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
運輸業	23	30.4	4.3	34.8	4.3	4.3	4.3	4.3	-	8.7	13.0	-	4.3	-	4.3	17.4	
卸売業・小売業	101	25.7	28.7	31.7	24.8	15.8	8.9	11.9	7.9	4.0	3.0	3.0	3.0	-	2.0	9.9	
不動産業・物品賃貸業	9	22.2	33.3	44.4	33.3	-	11.1	11.1	-	11.1	-	11.1	-	-	-	-	
情報通信業・学術研究・専門技術サービス業	15	13.3	13.3	13.3	20.0	60.0	-	6.7	-	6.7	6.7	-	-	-	-	13.3	
飲食サービス業・宿泊業	45	24.4	22.2	22.2	15.6	13.3	22.2	-	15.6	2.2	6.7	2.2	8.9	2.2	2.2	24.4	
生活関連サービス業・娯楽業	39	38.5	23.1	28.2	12.8	15.4	2.6	2.6	5.1	12.8	2.6	7.7	2.6	-	2.6	5.1	
教育	7	42.9	14.3	14.3	42.9	14.3	42.9	-	-	-	-	-	-	42.9	-	14.3	
医療・福祉	31	41.9	12.9	6.5	9.7	12.9	9.7	6.5	-	3.2	3.2	3.2	9.7	6.5	3.2	3.2	

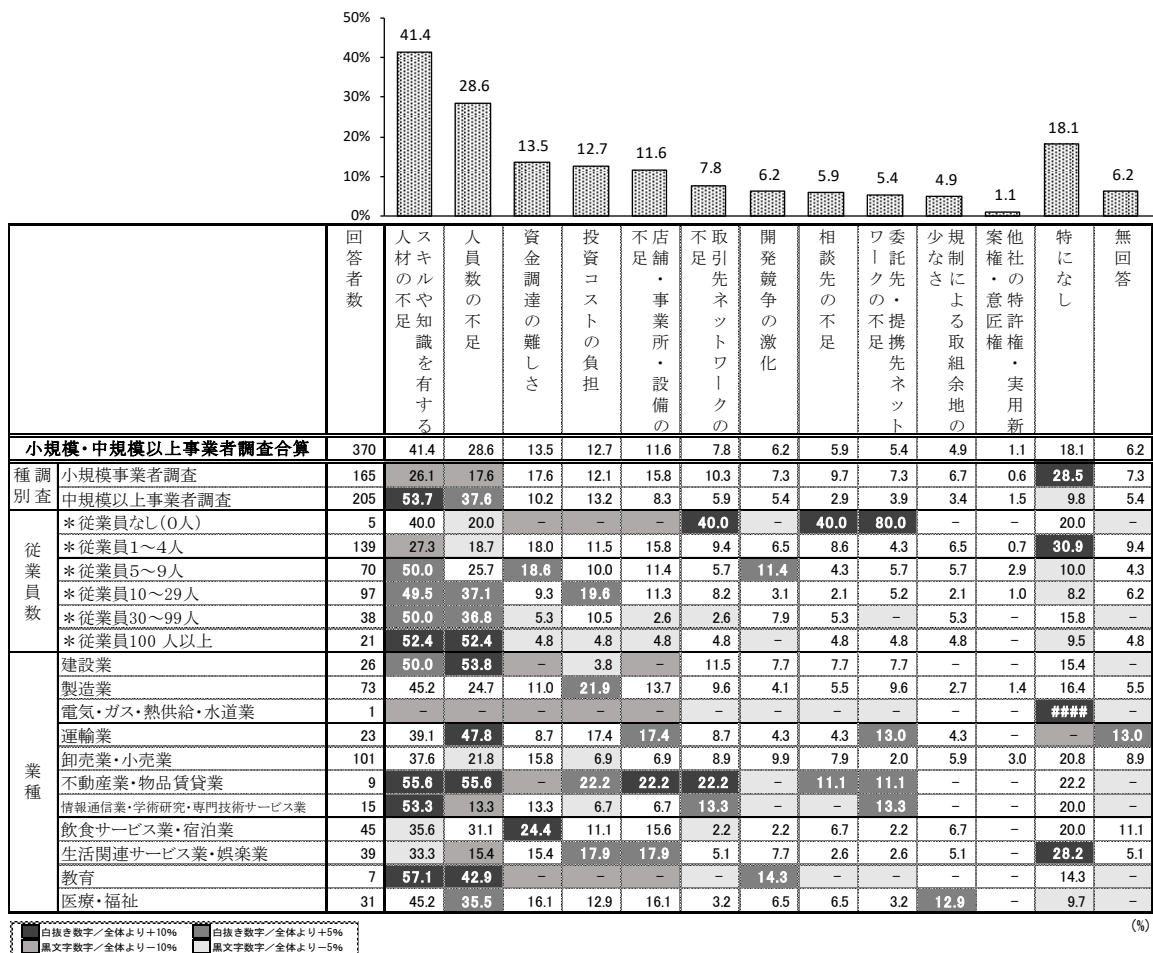
■ 白抜き数字/全体より+10% ■ 白抜き数字/全体より+5%
■ 黒文字数字/全体より-10% ■ 黒文字数字/全体より-5%

【問5-(1)】で取り組みを実施していると回答した事業者（n=370）に、差別化に向けて取り組んでいるものを選んでもらった結果は、「製品・サービスの高機能化」（30.5%）が3割強で最も高く、これに「類似のない新製品・サービスの開発」（24.9%）が2割台半ば、「営業・販売・サービス体制の増強」（22.7%）、「取扱製品・サービスの多様化」（18.4%）、「特定顧客向けの製品・サービスの開発」（18.1%）の3項目が2割前後で並び上位となっている。

この結果を業種別にみると、一部の属性でサンプル数が少ない層があることに留意が必要ながら、「製品・サービスの高機能化」は医療・福祉（41.9%）で、「類似のない新製品・サービスの開発」は製造業（38.4%）で、「営業・販売・サービス体制の増強」は運輸業（34.8%）で、それぞれ高くなっている。

問5 - (4) 【問5 - (1) で「1」～「4」に回答した「商材の付加価値向上、差別化の取り組み実施事業者（n=370）ベース】
差別化にあたって直面している課題（複数回答）

■ 「スキルや知識を有する人材の不足」が4割強で最も高く、
「人員数の不足」が3割弱で続き上位。



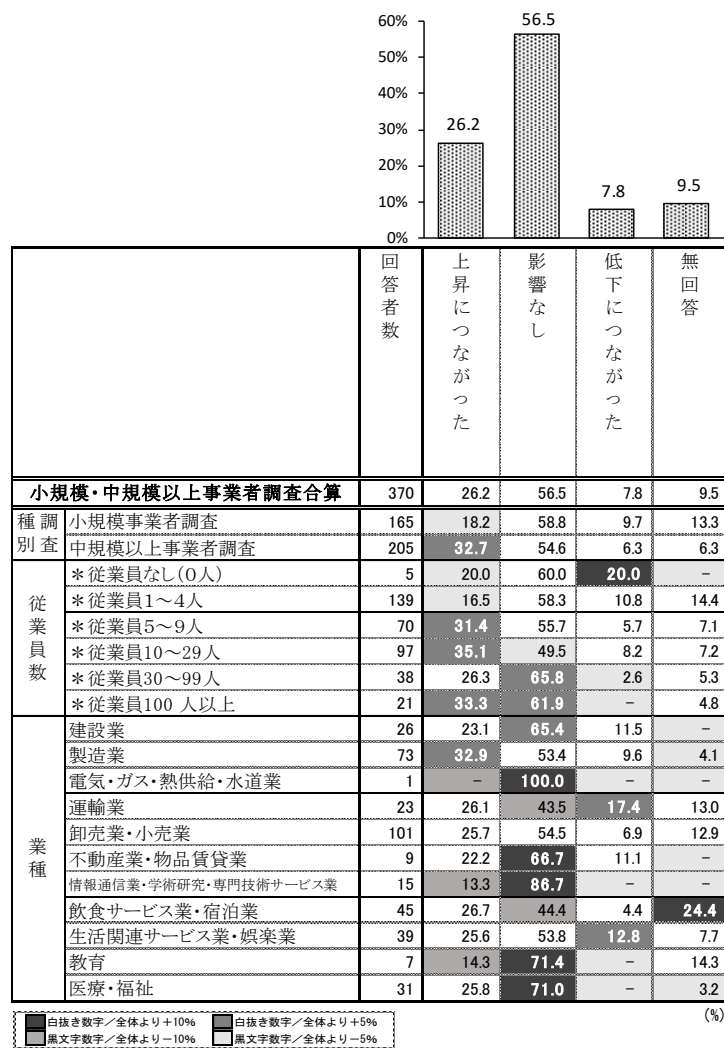
【問5-(1)】で取り組みを実施していると回答した事業者（n=370）に、差別化にあたって直面している課題を選んでもらった結果は、「特になし」（18.1%）が2割弱あるものの、「スキルや知識を有する人材の不足」（41.4%）が4割強で最も高く、「人員数の不足」（28.6%）が3割弱で続いて上位となっている。

この結果を業種別にみると、一部の属性でサンプル数が少ない層があることに留意が必要ながら、「スキルや知識を有する人材の不足」は中規模以上事業者（53.7%）、従業員100人以上（52.4%）、情報通信業・学術研究・専門技術サービス業（53.3%）などで、「人員数の不足」は従業員100人以上（52.4%）、運輸業（47.8%）、建設業（53.8%）などで、「資金調達の難しさ」は飲食サービス業・宿泊業（24.4%）で、それぞれ高くなっている。

問5－(5)【問5－(1)で「1」～「4」に回答した「商材の付加価値向上、差別化の取り組み実施事業者（n＝370）ベース】
差別化に向けた具体的な取組の業績(売上高)への影響

【販売単価】（単数回答）

■ 「影響なし」が5割台半ばで最多ながら、「上昇につながった」も2割台半ば。

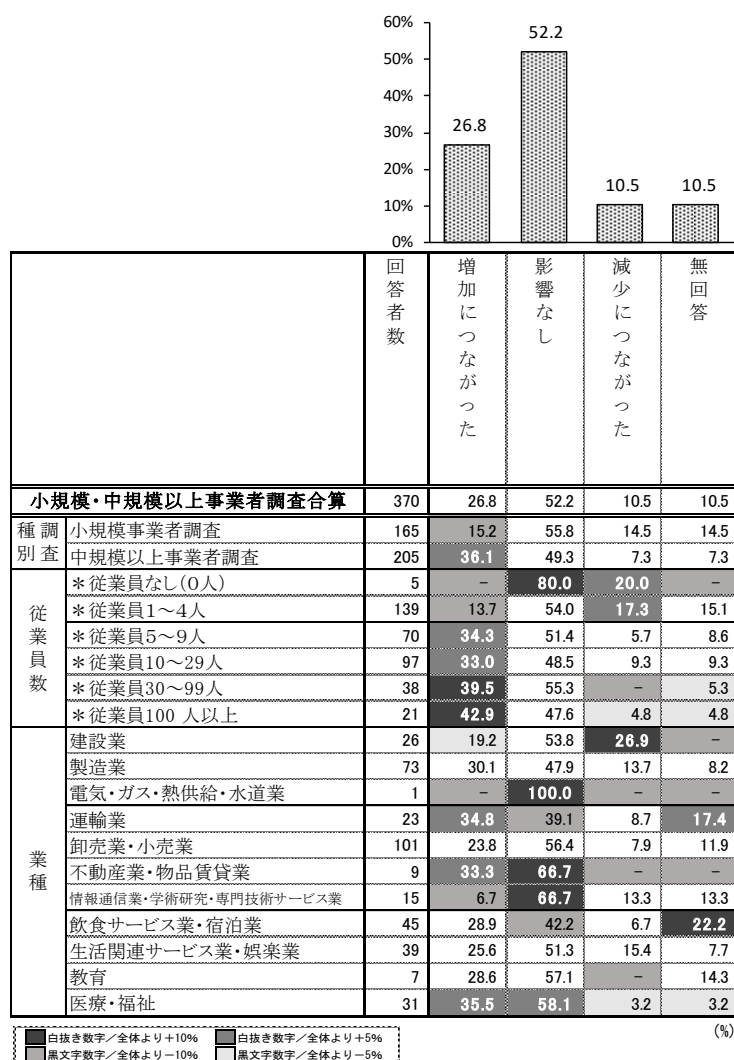


【問5-(1)】で、自社商材の付加価値向上、差別化の取り組みを実施していると回答した事業者（n＝370）に、差別化に向けた具体的な取組の業績(売上高)への影響を【販売単価】で聞いた結果は、「影響なし」（56.5%）が5割台半ばで最も多いものの、「上昇につながった」（26.2%）が2割台半ばで、1割未満にとどまる「低下につながった」（7.8%）を18.4ポイント上回って多くなっている。

この結果を属性別にみると、一部の属性でサンプル数が少ない層があることに留意が必要ながら、「上昇につながった」は中規模以上事業者（32.7%）、従業員10～29人（35.1%）、従業員100人以上（33.3%）、製造業（32.9%）で、それぞれ高めの傾向がみられる。一方、「影響なし」は情報通信業・学術研究・専門技術サービス業（86.7%）と医療・福祉（71.0%）などで高くなっている。

【販売数量】（単数回答）

■ 「影響なし」が5割強で最多ながら、「増加につながった」も3割弱。

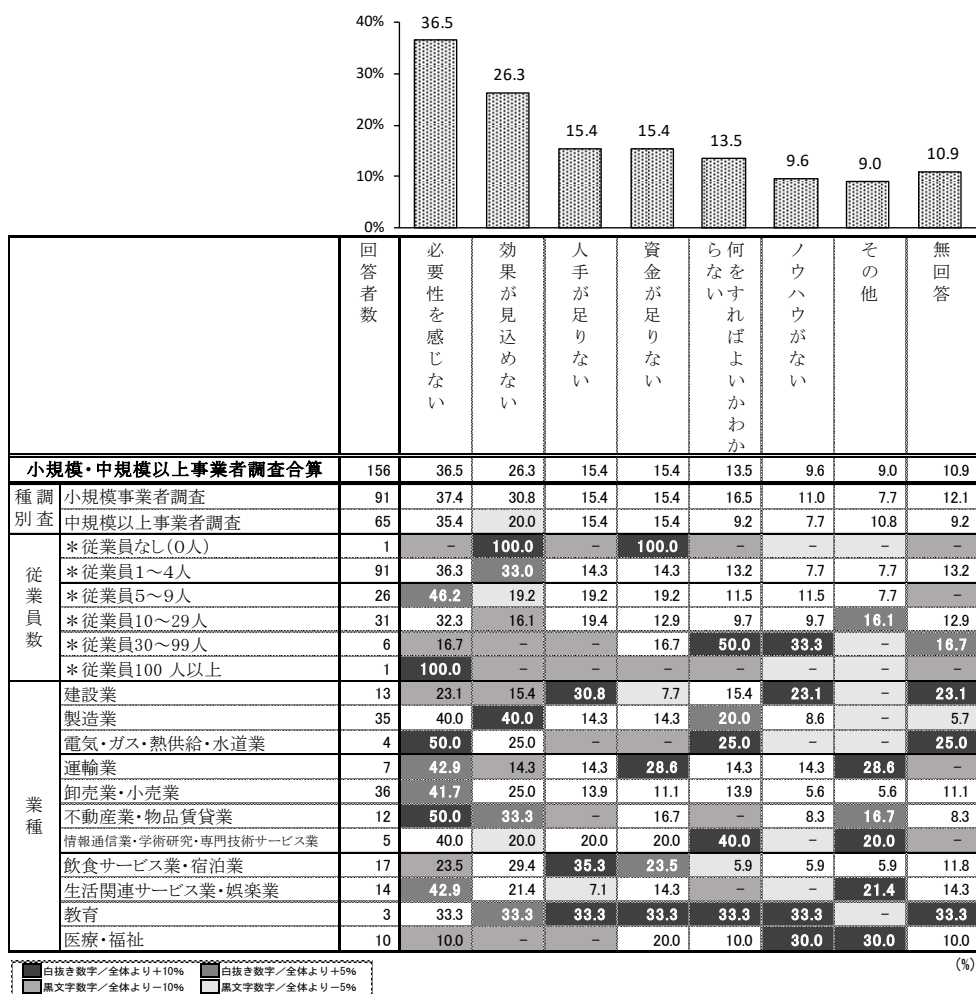


同様に、差別化に向けた具体的な取組の業績(売上高)への影響を【販売数量】で聞いた結果は、「影響なし」（52.2%）が5割強で最も多いものの「増加につながった」（26.8%）が3割弱で、1割強にとどまる「減少につながった」（10.5%）を16.3ポイント上回って多くなっている。

この結果を属性別にみると、一部の属性でサンプル数が少ない層があることに留意が必要ながら、「増加につながった」は従業員100人以上（42.9%）と30～99人（39.5%）で高く、中規模以上事業者（36.1%）、医療・福祉（35.5%）、運輸業（34.8%）などでも高めとなっている。

問5－（6）【問5－（1）で「5」と回答した「商材の付加価値向上、差別化の取り組み非実施事業者（n＝156）ベース】
 商材の付加価値向上、差別化の取り組み非実施理由（複数回答）

■ 「必要性を感じない」が3割台半ばで最多ながら、
 「効果が見込めない」が2割台半ばで続く。



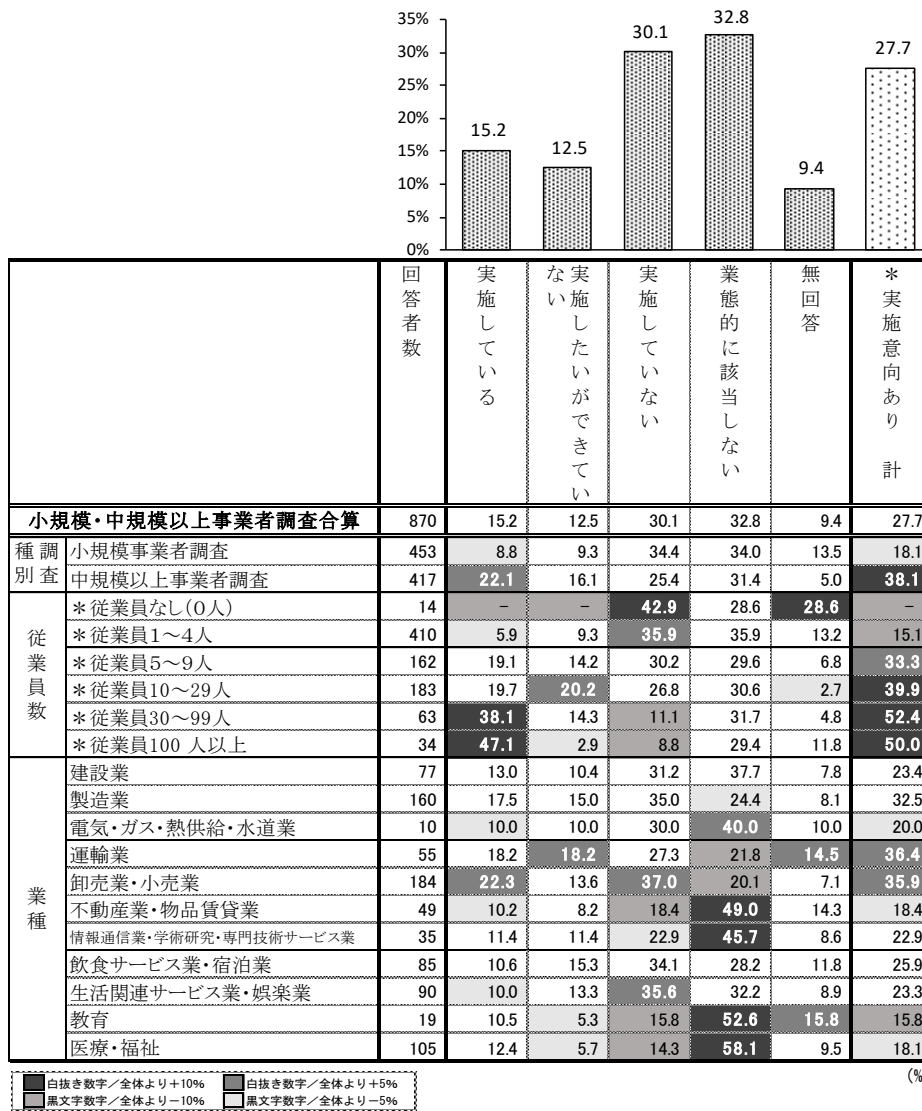
【問5-(1)】で、自社商材の付加価値向上、差別化の取り組みを実施していないと回答した事業者（n=156）に、差別化への取り組みを実施しない理由を聞いた結果は、「必要性を感じない」（36.5%）が3割台半ばで最も高いが、次いで「効果が見込めない」（26.3%）が2割台半ばで続き、以下「人手が足りない」と「資金が足りない」（各15.4%）、「何をすればよいかわからない」（13.5%）、「ノウハウがない」（9.6%）の順となっている。

この結果を属性別にみると、一部の属性でサンプル数が少ない層があることに留意が必要ながら、「効果が見込めない」は製造業（40.0%）で、「人手が足りない」は飲食サービス業・宿泊業（35.3%）と建設業（30.8%）で、「ノウハウがない」は医療・福祉（30.0%）と建設業（23.1%）で、それぞれ高くなっている。

問6 販路拡大に関する取り組みについて

問6－(1) 販路開拓の実施状況 (単数回答)

■ 「実施している」は1割台半ばで、販路開拓の『実施意向あり計』でみても3割弱。



全事業者（n=870）に対して、販路開拓の実施状況を聞いた結果をみると、「業態的に該当しない」（32.8%）が3割強で最も多く、「実施していない」（30.1%）がほぼ3割で続いており、「実施している」（15.2%）は1割台半ばにとどまっており、これに「実施したいができていない」（12.5%）を加えた販路開拓の『実施意向あり計』（27.7%）は3割弱となっている。

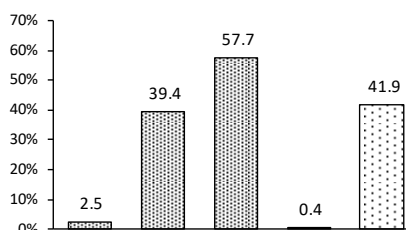
この結果を属性別にみると、「実施している」は従業員100人以上（47.1%）と30～99人（38.1%）で高く、中規模以上事業者（22.1%）と卸売業・小売業（22.3%）でも高めとなっている。一方「業態的に該当しない」は業種別の医療・福祉（58.1%）、教育（52.6%）、不動産業・物品賃貸業（49.0%）、情報通信業・学術研究・専門技術サービス業（45.7%）でそれぞれ高くなっている。

問6－(2)【問6－(1)で「1」か「2」に回答した

「販路開拓の実施意向あり事業者（n=241）ベース】

販路開拓の進捗状況（単数回答）

■ 「ある程度進んでいる」は4割弱で、「順調に進んでいる」は2%台と少数。



		回答者数	順調に進んでいる	ある程度進んでいる	あまり進んでいない	無回答	*進んでいる計
小規模・中規模以上事業者調査合算		241	2.5	39.4	57.7	0.4	41.9
種別	小規模事業者調査	82	3.7	30.5	65.9	-	34.1
	中規模以上事業者調査	159	1.9	44.0	53.5	0.6	45.9
従業員数	*従業員なし(0人)	-	-	-	-	-	-
	*従業員1～4人	62	3.2	24.2	72.6	-	27.4
	*従業員5～9人	54	1.9	42.6	53.7	1.9	44.4
	*従業員10～29人	73	4.1	35.6	60.3	-	39.7
	*従業員30～99人	33	-	54.5	45.5	-	54.5
	*従業員100人以上	17	-	76.5	23.5	-	76.5
業種	建設業	18	-	27.8	72.2	-	27.8
	製造業	52	3.8	44.2	51.9	-	48.1
	電気・ガス・熱供給・水道業	2	-	50.0	50.0	-	50.0
	運輸業	20	-	35.0	65.0	-	35.0
	卸売業・小売業	66	3.0	43.9	53.0	-	47.0
	不動産業・物品賃貸業	9	-	33.3	66.7	-	33.3
	情報通信業・学術研究・専門技術サービス業	8	-	25.0	75.0	-	25.0
	飲食サービス業・宿泊業	22	-	40.9	59.1	-	40.9
	生活関連サービス業・娯楽業	21	4.8	23.8	66.7	4.8	28.6
	教育	3	33.3	33.3	33.3	-	66.7
	医療・福祉	19	-	52.6	47.4	-	52.6

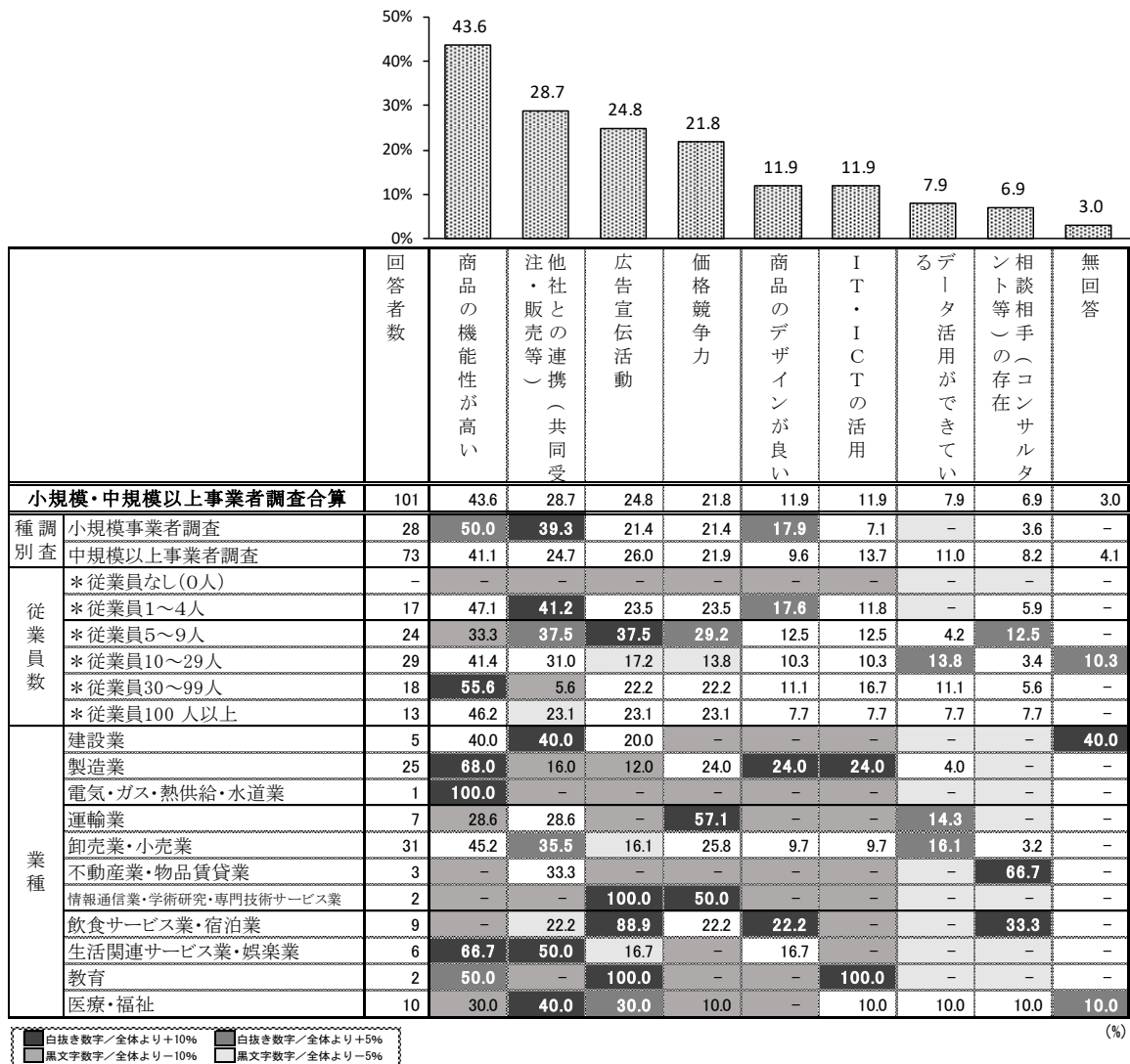
(%)
 ■ 白抜き数字/全体より+10% ■ 白抜き数字/全体より+5%
 ■ 黒文字数字/全体より-10% ■ 黒文字数字/全体より-5%

【問6-(1)】の販路開拓の実施状況で「実施している」か「実施したいができていない」と回答した販路開拓意向のある事業者（n=241）に、その進捗状況を聞いた結果は、「あまり進んでいない」（57.7%）が6割弱を占めて最も多く、これに「ある程度進んでいる」（39.4%）が4割弱で続き「順調に進んでいる」（2.5%）は少数にとどまる。

この結果を属性別にみると、一部の属性でサンプル数が少ない層があることに留意が必要ながら、「ある程度進んでいる」は従業員100人以上（76.5%）と30～99人（54.5%）、業種別の医療・福祉（52.6%）でそれぞれ高く、一方「あまり進んでいない」は従業員1～4人（72.6%）や業種別の建設業（72.2%）などで高くなっている。

問6－(3)【問6－(2)で「1」か「2」に回答した
「販路開拓が進んでいる事業者（n＝101）ベース」
販路開拓が進んでいる理由（複数回答）

■ 「商品の機能性が高い」が4割台半ばで最も高く、「他社との連携」が3割弱で次点。



【問6－(2)】の販路開拓の実施進捗状況で「(順調に+ある程度) 進んでいる」と回答した事業者（n＝101）に、販路開拓が進んでいる理由を聞いた結果では、「商品の機能性が高い」（43.6%）が4割台半ばで最も高く、以下「他社との連携（共同受注・販売等）」（28.7%）、「広告宣伝活動」（24.8%）、「価格競争力」（21.8%）の3項目が2割台で続き上位となっている。

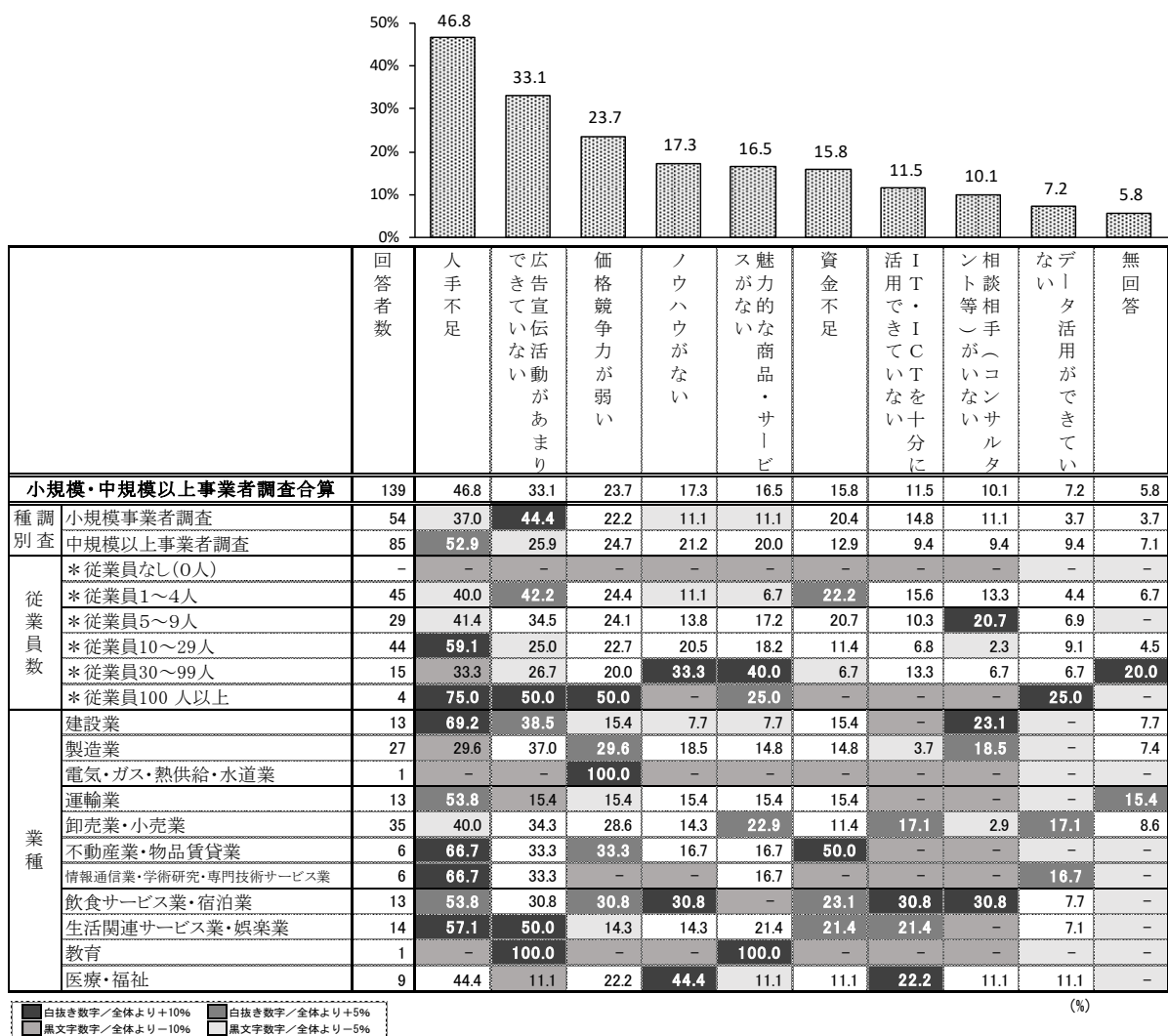
この結果を属性別にみると、一部の属性でサンプル数が少ない層があることに留意が必要ながら、「商品の機能性が高い」は従業員30～99人（55.6%）と製造業（68.0%）で、「他社との連携（共同受注・販売等）」は小規模事業者（39.3%）と従業員1～4人（41.2%）で、それぞれ高くなっている。

問6 - (4) 【問6 - (2) で「3」と回答した

「販路開拓が進んでいない事業者 (n=139) ベース」

販路開拓が進んでいない理由 (複数回答)

■ 「人手不足」が5割弱で最も高く、「広告宣伝活動があまりできていない」が3割強で次点。



【問6-(2)】の販路開拓の実施進捗状況で「あまり進んでいない」と回答した事業者 (n=139) に、販路開拓が進んでいない理由を聞いた結果では、「人手不足」(46.8%) が5割弱で最も高く、これに「広告宣伝活動があまりできていない」(33.1%) が3割強、「価格競争力が弱い」(23.7%) が2割台半ばで続いて上位となっている。

この結果を属性別にみると、一部の属性でサンプル数が少ない層があることに留意が必要ながら、「人手不足」は従業員10~29人 (59.1%)、建設業 (69.2%)、生活関連サービス業・娯楽業 (57.1%) などが高くなっている。

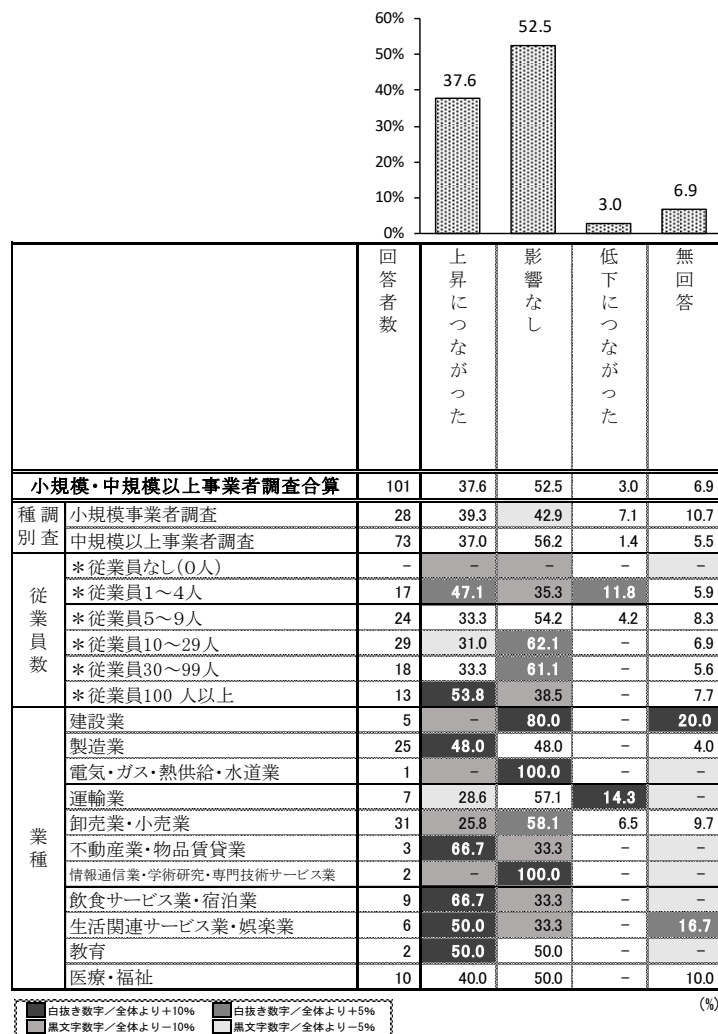
問6- (5) 【問6- (2) で「1」か「2」に回答した

「販路開拓が進んでいる事業者 (n=101) ベース」

販路拡大に向けた具体的な取組の業績 (売上高) への影響

【販売単価】 (単数回答)

■ 「影響なし」が5割強で最多ながら、「上昇につながった」も4割弱。

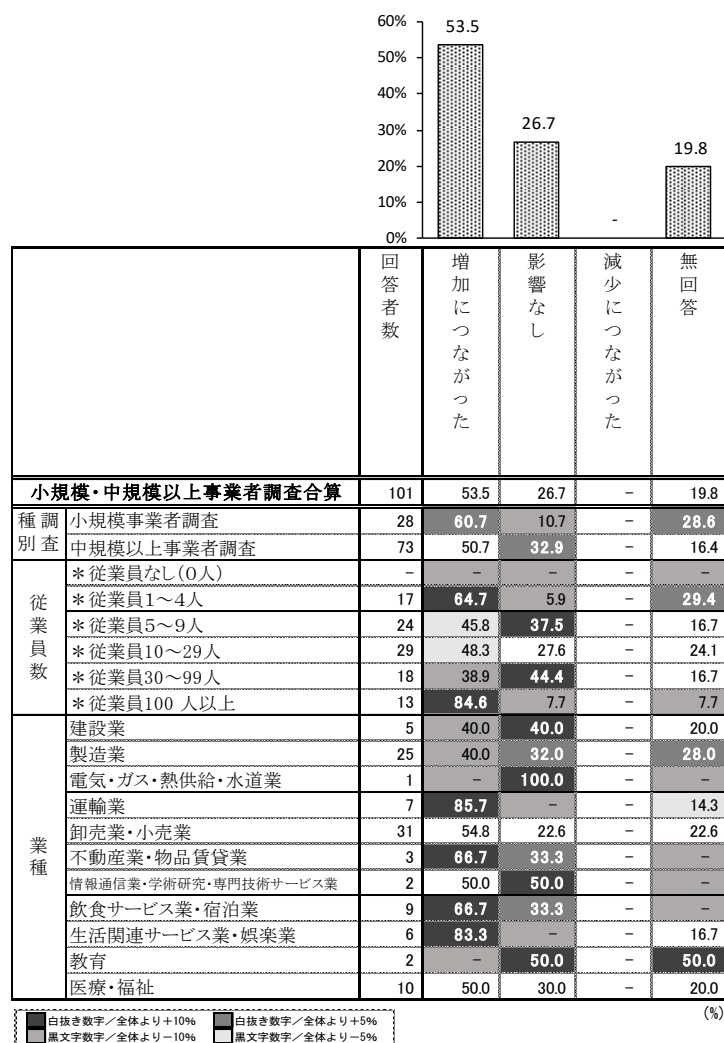


【問6- (3)】で、販路開拓の進捗が「(順調に+ある程度) 進んでいる」と回答した事業者 (n=101) に、販路拡大に向けた具体的な取組の業績 (売上高) への影響を【販売単価】で聞いた結果は、「影響なし」(52.5%) が5割強で最も多いものの、「上昇につながった」(37.6%) が4割弱で、少数にとどまる「低下につながった」(3.0%) を34.6ポイント上回って多くなっている。

この結果を属性別にみると、一部の属性でサンプル数が少ない層があることに留意が必要ながら、「上昇につながった」は従業員100人以上 (53.8%) や業種別の製造業 (48.0%) などで高くなっている。

【販売数量】 (単数回答)

■ 「増加につながった」が5割台半ばに達して、「減少につながった」は皆無。



同様に、販路拡大に向けた具体的な取組の業績(売上高)への影響を【販売数量】で聞いた結果は、「増加につながった」(53.5%)が5割台半ばを占めて、3割弱の「影響なし」(26.7%)や反応なしの「減少につながった」(0.0%)を大きく上回っている。

この結果を属性別にみると、一部の属性でサンプル数が少ない層があることに留意が必要ながら、「増加につながった」は従業員数の100人以上(84.6%)と1~4人(64.7%)でそれぞれ高くなっている。

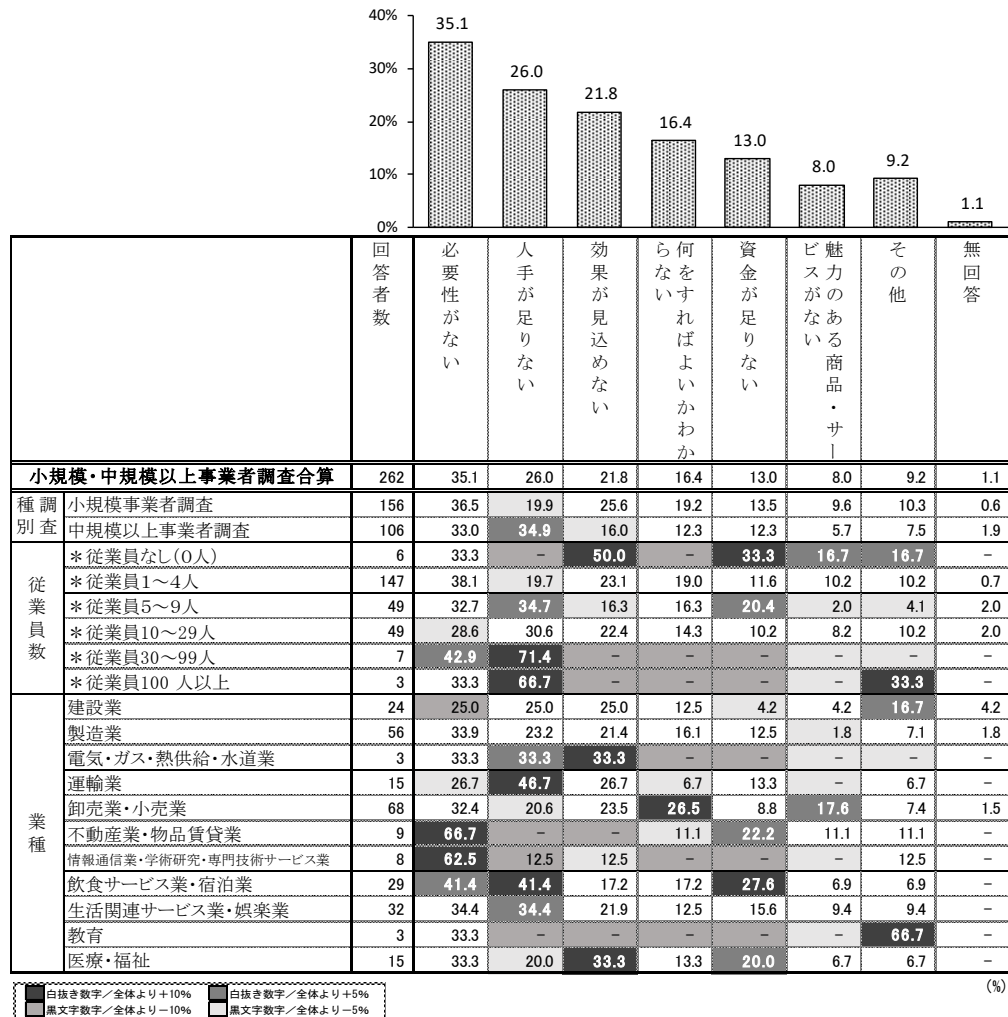
問6－(6)【問6－(1)で「3」と回答した

「販路開拓の非実施事業者（n＝262）ベース」

販路開拓を実施していない理由（複数回答）

■ 「必要性がない」が3割台半ばで最も高いが、

「人手が足りない」が2割台半ばで続いて次点。



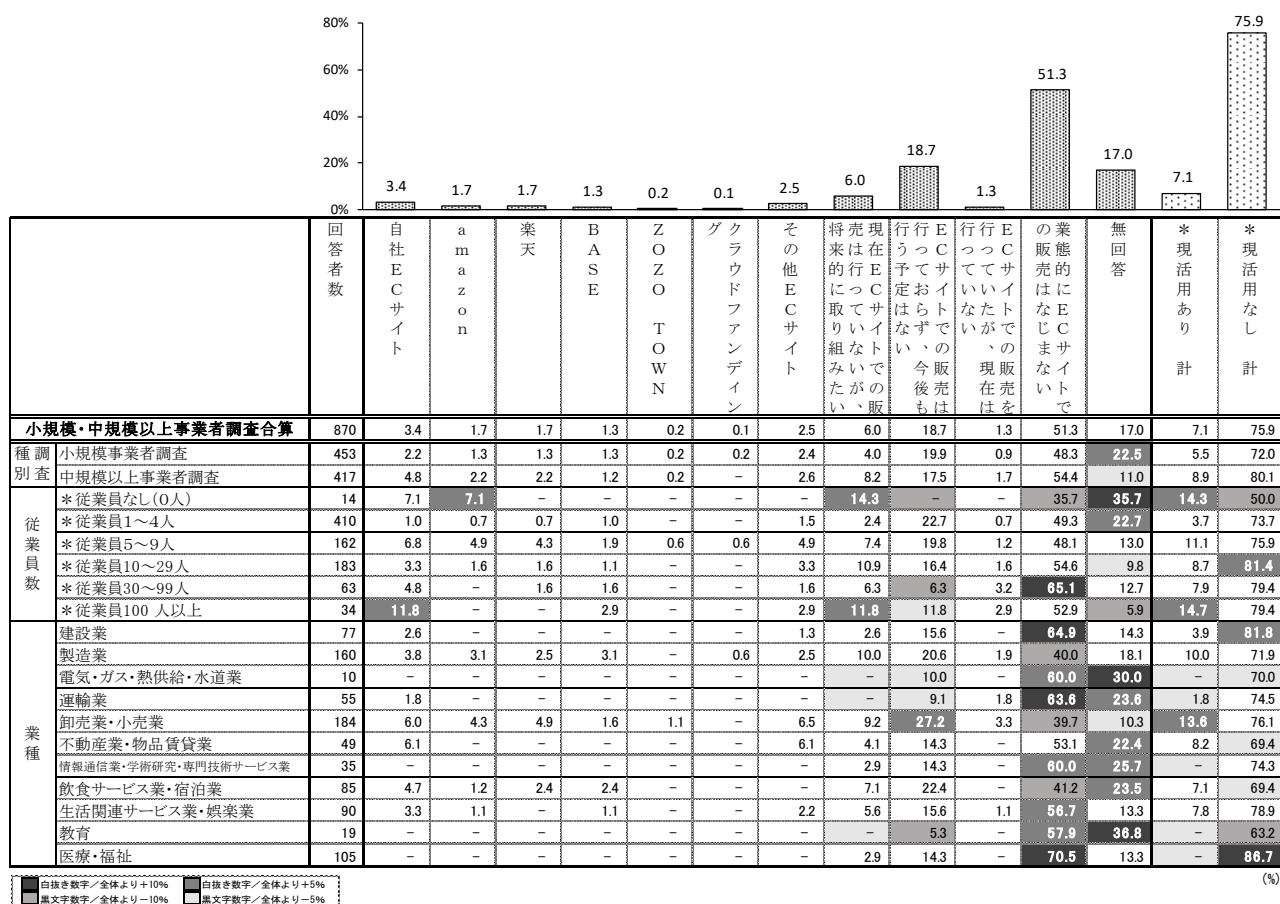
【問6－(1)】の販路開拓の実施状況で「実施していない」と回答した事業者（n＝262）に、販路開拓を実施していない理由を聞いた結果は、「必要性がない」（35.1%）が3割台半ばで最も高いが、次いで「人手が足りない」（26.0%）が2割台半ばで続き、以下「効果が見込めない」（21.8%）、「何をすればよいかわからない」（16.4%）、「資金が足りない」（13.0%）、「魅力のある商品・サービスがない」（8.0%）の順となっている。

この結果を属性別にみると、一部の属性でサンプル数が少ない層があることに留意が必要ながら、「人手が足りない」は運輸業（46.7%）と飲食サービス業・宿泊業（41.4%）で、「効果が見込めない」は医療・福祉（33.3%）で、それぞれ高い。

問7 ECサイトの活用について

問7- (1) 商品を販売、掲載しているECサイト (複数回答)

■ 『具体的な利用ECサイトあり 計』は7%にとどまり、
「業態的にECサイトでの販売はなじまない」が5割強で高い。

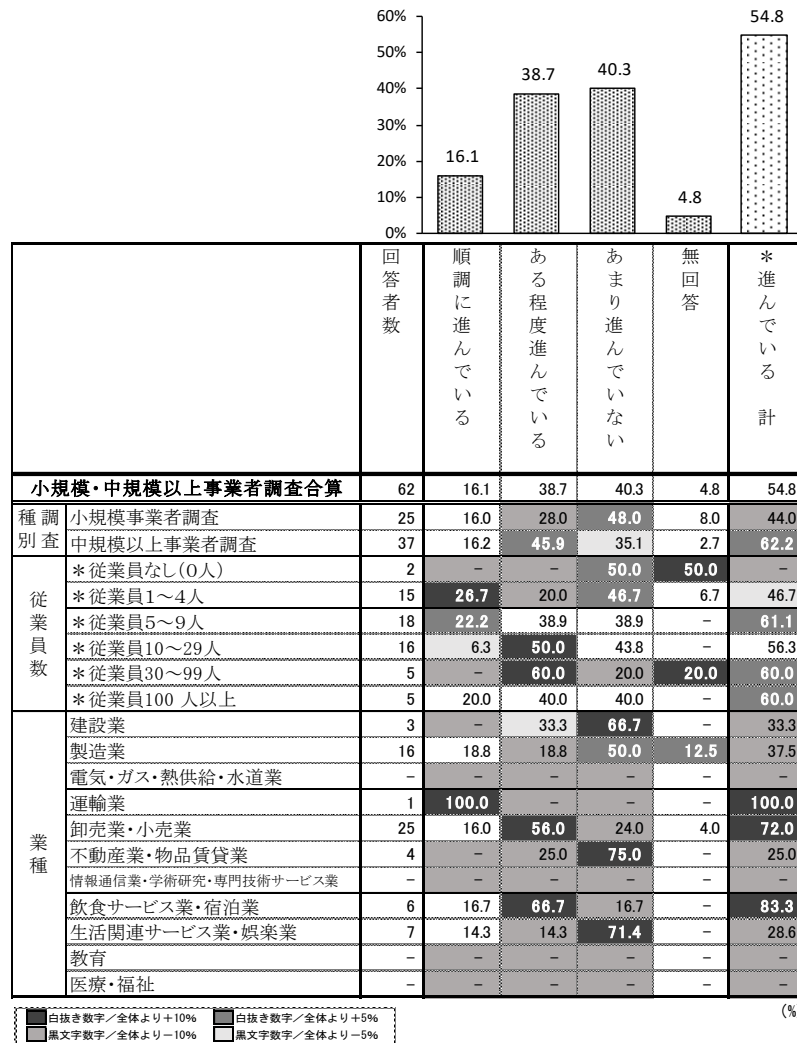


全事業者 (n=870) に、商品を販売、掲載しているECサイトを聞いた結果をみると、「業態的にECサイトでの販売はなじまない」(51.3%)が半数を超える5割強に達して最も高くなっており、これに「ECサイトでの販売は行っておらず、今後行う予定はない」(18.7%)が2割弱で続き、「無回答」(17.0%)も多くなっているが、これらに「現在ECサイトでの販売は行っていないが、将来的に取り組みたい」(6.0%)が続き、具体的なECサイトをあげた回答は、最も高めな「自社ECサイト」(3.4%)でも3%台にとどまり、具体的な利用ECサイト『現活用あり 計』(7.1%)は1割未満にとどまる。

この結果を属性別にみると、具体的な利用ECサイト『現活用あり 計』は従業員なし(14.3%)と100人以上(14.7%)、業種別の卸売業・小売業(13.6%)で高めの傾向で、一方の『業態的になじまない』は従業員30~99人(65.1%)、業種別の医療・福祉(70.5%)、建設業(64.9%)、運輸業(63.6%)で高くなっている。

問7-(2)【問7-(1)で「1」～「7」のいずれかに回答した
「ECサイトの現活用あり事業者(n=62)ベース」
ECサイトでの販売の進捗状況 (単数回答)

■ 「順調に進んでいる」は1割台半ばで、
4割弱の「ある程度進んでいる」と合わせて5割台半ば。



【問7-(1)】で具体的なECサイトを現活用していると答えた事業者(n=62)に、ECサイトでの販売の進捗状況を聞いた結果は、「あまり進んでいない」(40.3%)がほぼ4割で最も多く、これに「ある程度進んでいる」(38.7%)が4割弱で続くが、「順調に進んでいる」(16.1%)は1割台半ばとなっている。

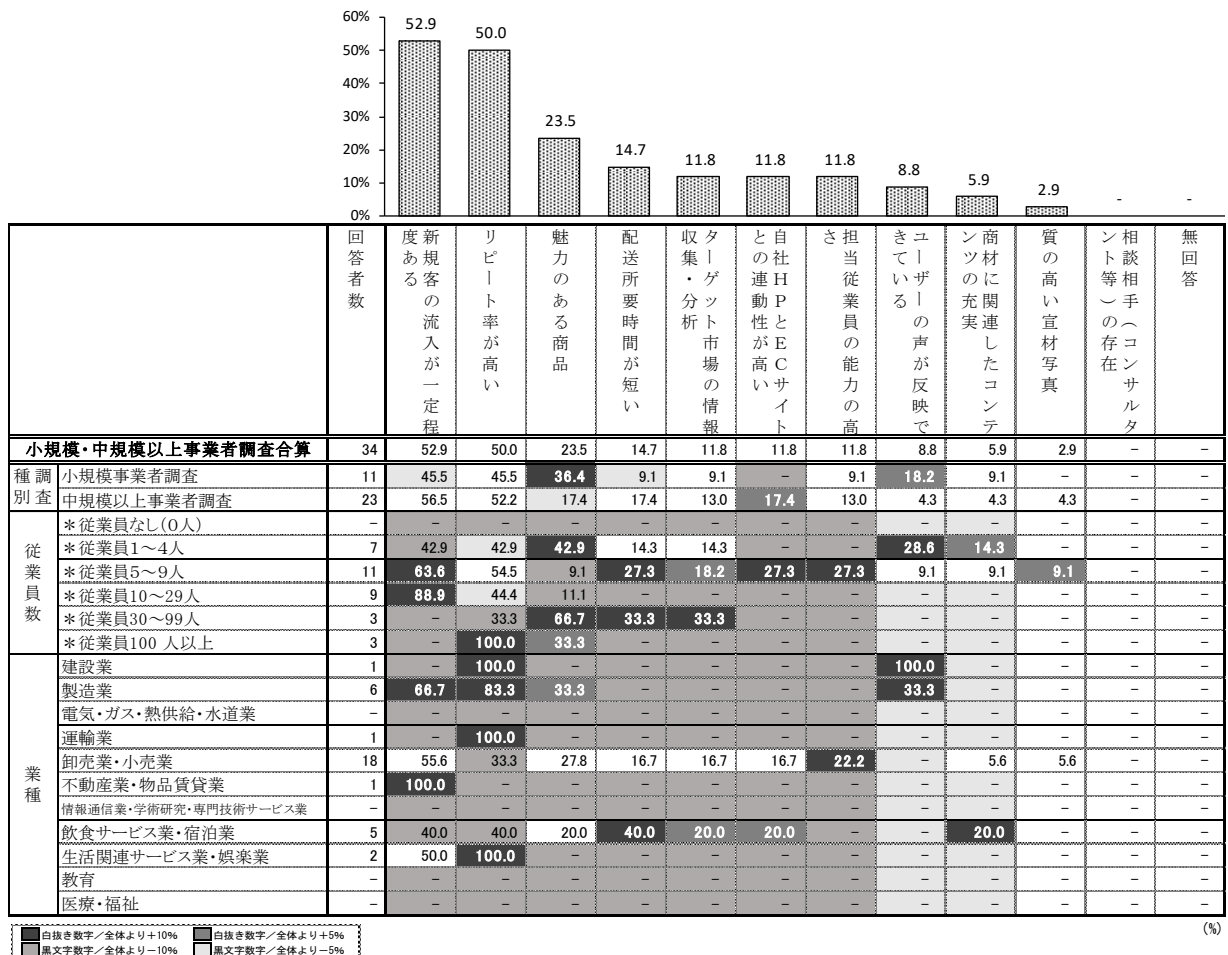
この結果を属性別にみると、一部の属性でサンプル数が少ない層があることに留意が必要ながら、「順調に進んでいる」は従業員1~4人(26.7%)で、「ある程度進んでいる」は従業員10~29人(50.0%)と卸売業・小売業(56.0%)で、それぞれ高くなっており、この両者を合わせた『進んでいる計』は卸売業・小売業(72.0%)で高くなっている。

問7-(3)【問7-(2)で「1」か「2」に回答した

「ECサイトでの販売が進んでいる事業者 (n=34) ベース】

ECサイトでの販売が進んでいる理由 (複数回答)

■ 「新規客の流入が一定程度ある」と「リピート率が高い」が5割を超えて高い。



【問7-(2)】で現活用しているECサイトでの販売が「(順調に+ある程度)進んでいる」と答えた事業者 (n=34) に、ECサイトでの販売が進んでいる理由を聞いた結果は、「新規客の流入が一定程度ある」(52.9%)が5割強で最も高く、これに「リピート率が高い」(50.0%)が5割で続き、この2項目への反応が高いが、以下「魅力のある商品」(23.5%)、「配送所要時間が短い」(14.7%)などが続き上位となっている。

(サンプル数が34事業者と少ないことに留意)

サンプル数がいずれの属性も少なめなことから、属性別のコメントは割愛する。

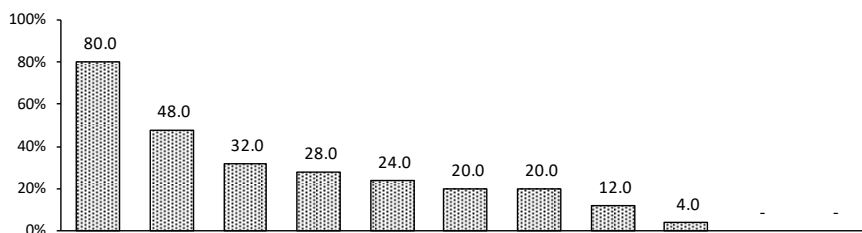
問7-(4)【問7-(2)で「3」と回答した

「ECサイトでの販売が進んでいない事業者 (n=25) ベース」】

ECサイトでの販売が進んでいない理由 (複数回答)

■ 「新規客の流入が少ない」が8割と高く、

「商品の魅力を伝えきれていない」が5割弱で続く。



	回答者数	新規客の流入が少ない	商品の魅力を伝えきれていない	ターゲットが絞り切れていない	自社HPとECサイトの連動性が悪い	商品に関連したコンテンツが不足している	リピート率が低い	宣材写真の質の低さ	ユーザーの声が反映できていない	相談相手(コンサルタント等)の不在	配送所要時間が長い	無回答
小規模・中規模以上事業者調査合算	25	80.0	48.0	32.0	28.0	24.0	20.0	20.0	12.0	4.0	-	-
種別												
小規模事業者調査	12	75.0	66.7	33.3	33.3	33.3	16.7	25.0	16.7	8.3	-	-
中規模以上事業者調査	13	84.6	30.8	30.8	23.1	15.4	23.1	15.4	7.7	-	-	-
従業員数												
*従業員なし(0人)	1	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
*従業員1~4人	7	71.4	57.1	28.6	14.3	42.9	28.6	28.6	28.6	14.3	-	-
*従業員5~9人	7	71.4	57.1	28.6	42.9	28.6	-	14.3	14.3	-	-	-
*従業員10~29人	7	100.0	28.6	42.9	28.6	14.3	42.9	28.6	-	-	-	-
*従業員30~99人	1	100.0	100.0	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-
*従業員100人以上	2	50.0	50.0	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-
業種												
建設業	2	100.0	100.0	-	-	50.0	-	-	-	-	-	-
製造業	8	62.5	50.0	37.5	50.0	37.5	12.5	50.0	-	-	-	-
電気・ガス・熱供給・水道業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
運輸業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
卸売業・小売業	6	66.7	16.7	33.3	-	-	33.3	-	-	16.7	-	-
不動産業・物品賃貸業	3	100.0	33.3	-	-	33.3	-	-	33.3	-	-	-
情報通信業・学術研究・専門技術サービス業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
飲食サービス業・宿泊業	1	100.0	100.0	-	-	-	100.0	100.0	-	-	-	-
生活関連サービス業・娯楽業	5	100.0	60.0	60.0	60.0	20.0	20.0	-	40.0	-	-	-
教育	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
医療・福祉	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

■ 白抜き数字/全体より+10% ■ 白抜き数字/全体より+5%
 ■ 黒文字数字/全体より-10% ■ 黒文字数字/全体より-5%

(%)

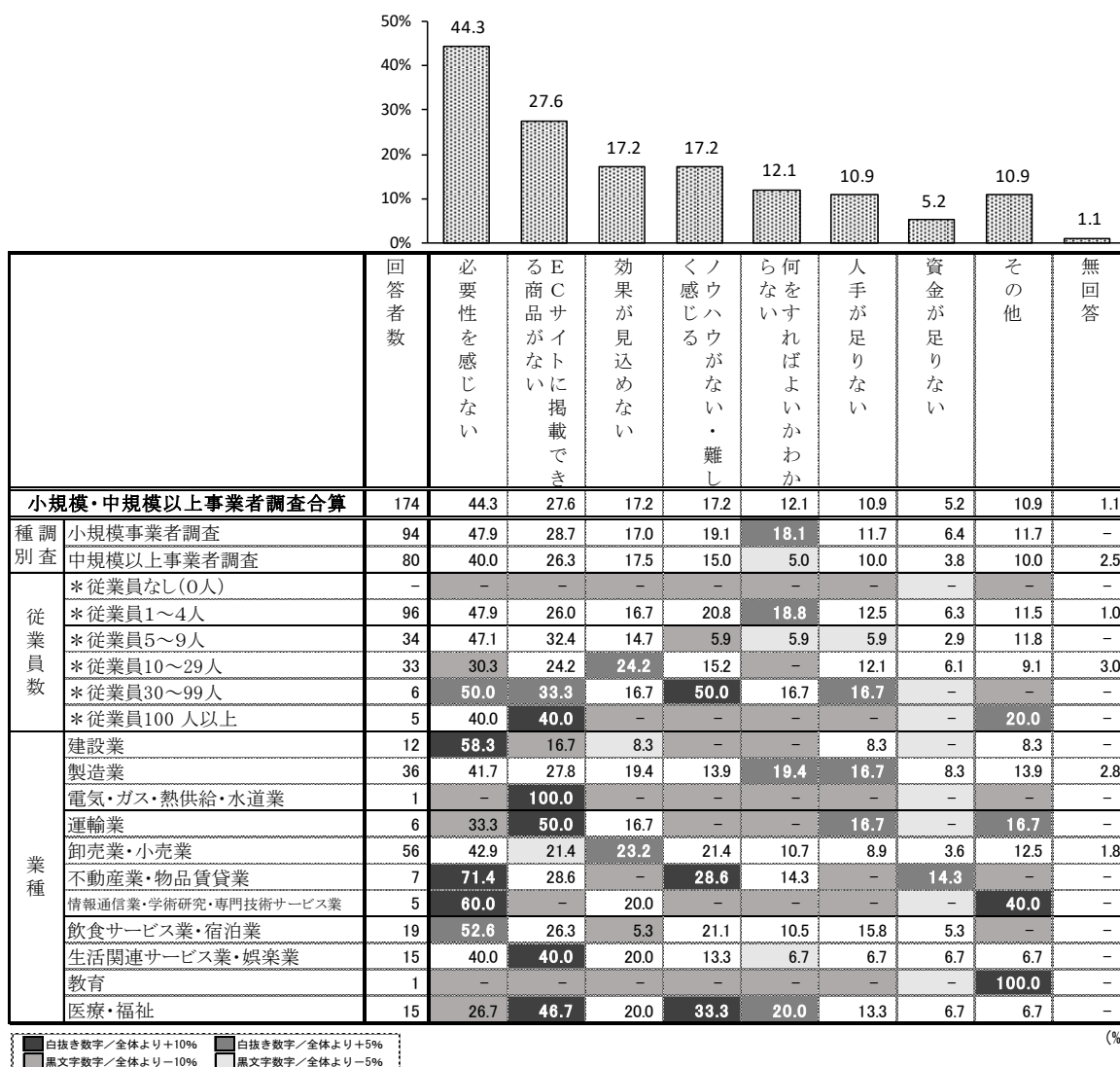
【問7-(2)】で現活用しているECサイトでの販売が「あまり進んでいない」と答えた事業者 (n=25) に、ECサイトでの販売が進んでいない理由を聞いた結果は、「新規客の流入が少ない」(80.0%)が8割に達して特に高く、これに「商品の魅力を伝えきれていない」(48.0%)が5割弱、「ターゲットが絞り切れていない」(32.0%)が3割強で続くなどして上位となっている。

(サンプル数が25事業者と少ないことに留意)

サンプル数がいずれの属性も少なめなことから、属性別のコメントは割愛する。

問7-(5)【問7-(1)で「9」か「10」に回答した
「ECサイトでの販売非実施事業社 (n=174) ベース」
ECサイトでの販売を行わない理由 (複数回答)

■ 「必要性を感じない」が4割台半ばで最も高いが、
「ECサイトに掲載できる商品がない」が3割弱で続く。



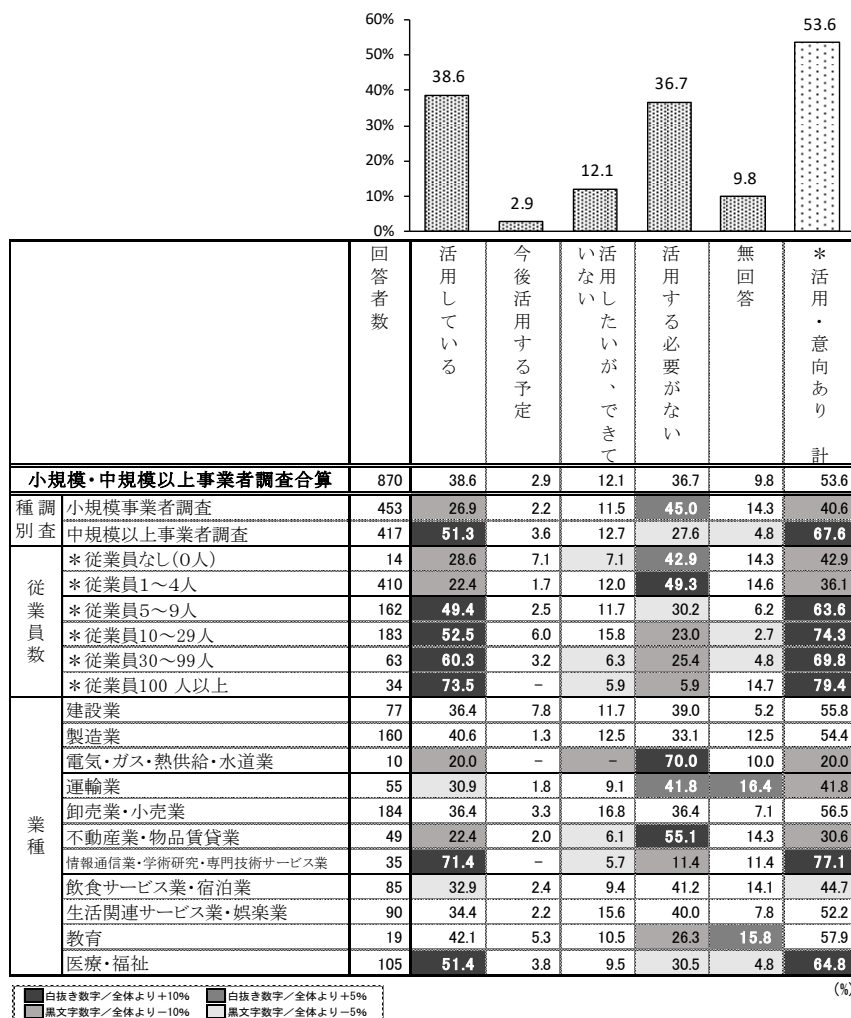
【問7-(1)】で「ECサイト現非活用で今後も活用予定なし」か「ECサイト活用の経験はあるが、現在は行っていない」と答えた事業者 (n=174) に、その理由を聞いた結果は、「必要性を感じない」(44.3%) が4割台半ばで最も高く、これに「ECサイトに掲載できる商品がない」(27.6%) が3割弱で続き、以下「効果が見込めない」と「ノウハウがない・難しく感じる」(各17.2%) がともに2割弱で並んで上位となっている。

サンプル数が少なめなくつかの属性を除くと、目立って大きな差はあまりみられないので、属性別のコメントは割愛する。

問8 インターネットの利用（業務のデジタル化）について

問8－（1）インターネット活用状況（単数回答）

■ 「活用している」と「活用する必要がない」がともに4割弱で並んで拮抗。

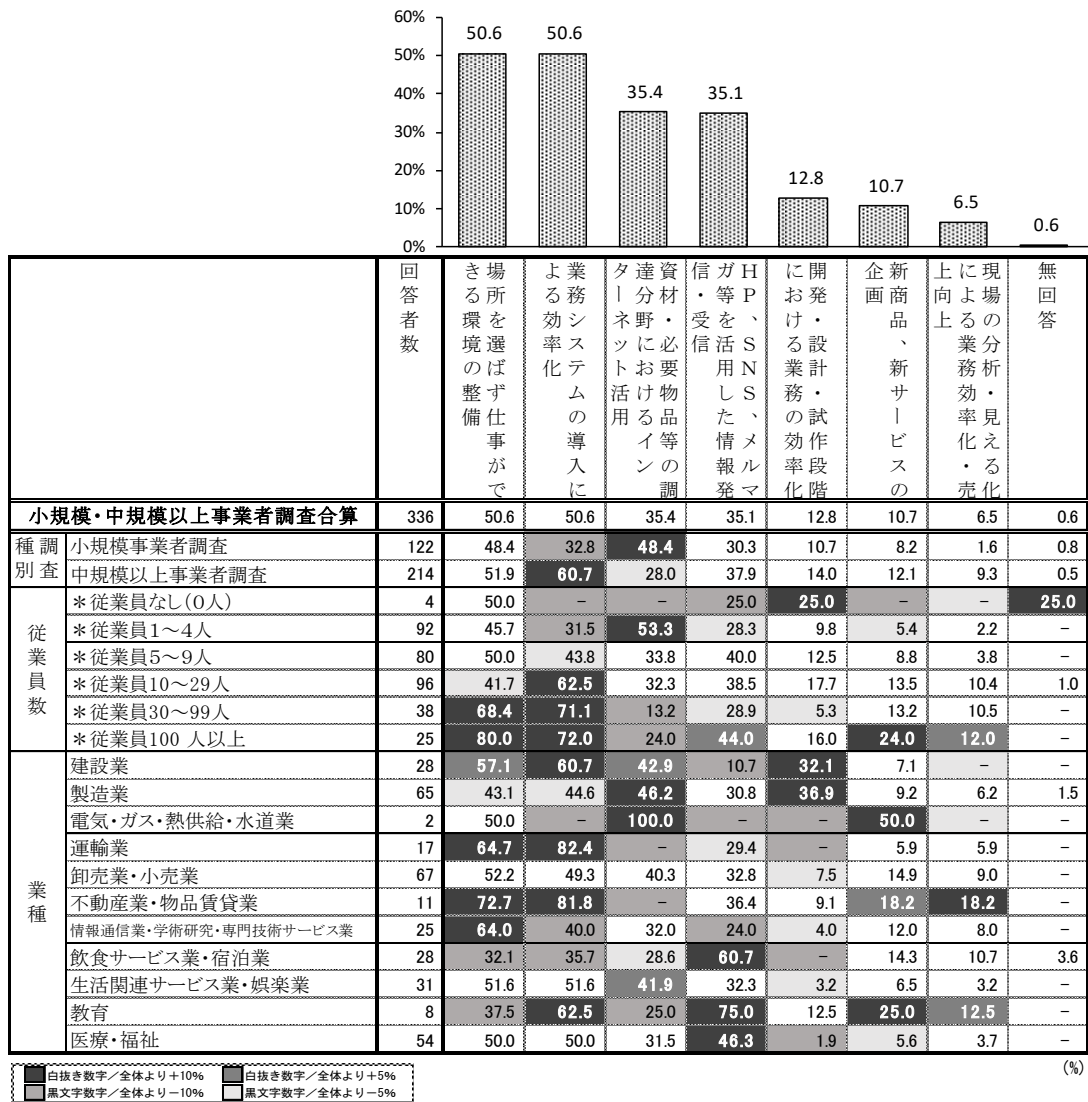


全事業者（n=870）に、インターネットの活用状況を聞いた結果は、「活用している」（38.6%）が4割弱で最も多いが、これに「活用する必要がない」（36.7%）が同じ4割弱で続いて次点となっており、以下「活用したいが、できていない」（12.1%）、「今後活用する予定」（2.9%）の順となっている。

この結果を属性別にみると、「活用している」は従業員100人以上（73.5%）を筆頭に、従業員数が5人以上の各層（49.4%～73.5%）で従業員数が増えるにしたがってその割合も高まる傾向がみられ、中規模以上事業者（51.3%）が小規模事業者（26.9%）を大きく上回っており、業種別では情報通信業・学術研究・専門技術サービス業（71.4%）と医療・福祉（51.4%）で高くなっている。一方、「活用する必要がない」は従業員1～4人（49.3%）を中心に小規模事業者（45.0%）で高めとなっており、業種別では電気・ガス・熱供給・水道業（70.0%）と不動産業・物品賃貸業（55.1%）で高くなっている。

問8-(2)【問8-(1)で「1」と回答した
「インターネット活用事業者 (n=336) ベース」
実践しているインターネット活用 (業務のデジタル化) 内容
(複数回答)

■ 『『仕事場所を選ばない環境の整備』と『システム導入による業務効率化』がともに5割強で並んで上位。

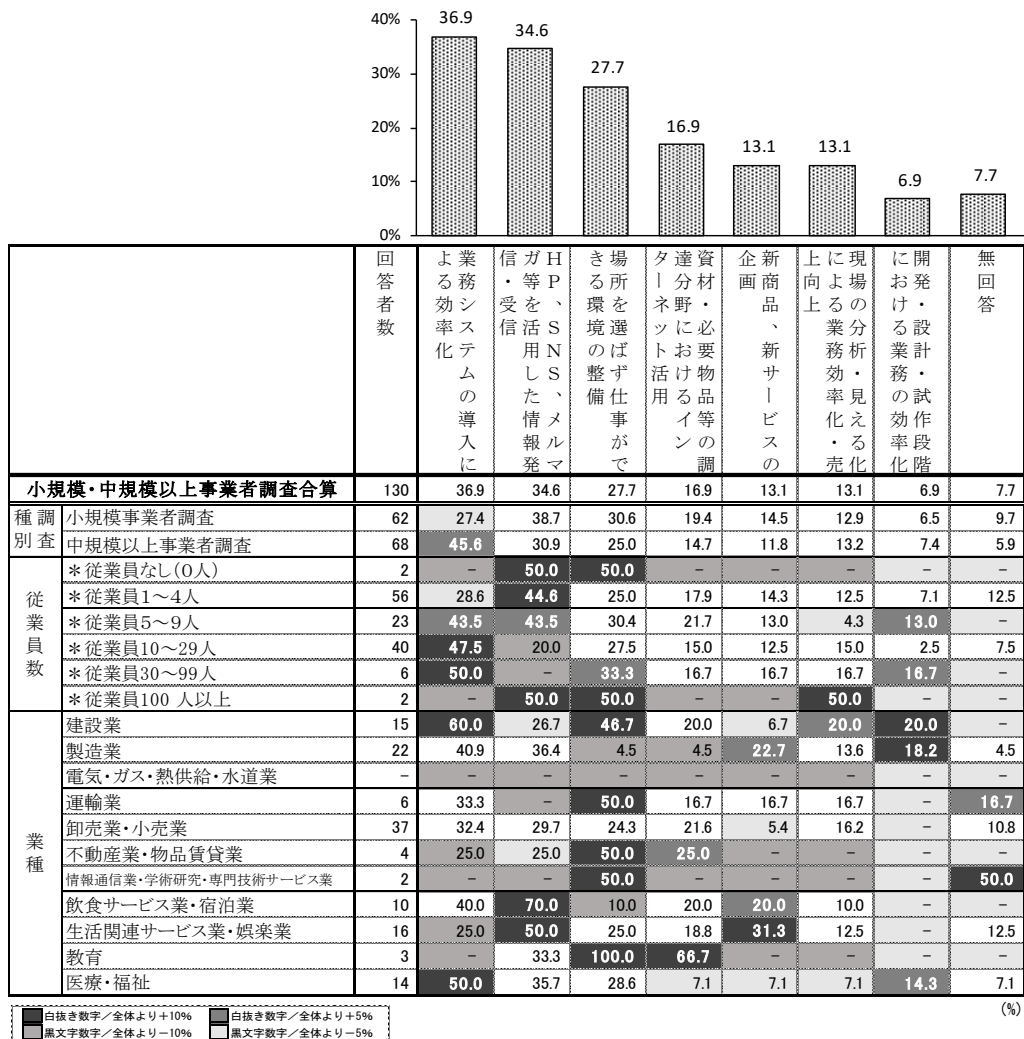


【問8-(1)】でインターネットを「活用している」と答えた事業者 (n=336) に、実践しているインターネット活用 (業務のデジタル化) 内容を複数回答で聞いた結果は、「場所を選ばず仕事ができる環境の整備」と「業務システムの導入による効率化」(各50.6%) がそれぞれ5割強で並んで最も高くなっており、これらに「資材・必要物品等の調達分野におけるインターネット活用」(35.4%)と「HP、SNS (Instagram等)、メルマガ等を活用した情報発信・受信」(35.1%)の2項目がそれぞれ3割台半ばのほぼ同率で並んで上位となっている。

この結果を属性別にみると、一部の属性でサンプル数が少ない層があることに留意が必要ながら、「場所を選ばず仕事ができる環境の整備」は従業員100人以上（80.0%）と30～99人（68.4%）、不動産業・物品賃貸業（72.7%）、運輸業（64.7%）、情報通信業・学術研究・専門技術サービス業（64.0%）で、「業務システムの導入による効率化」は従業員10人以上の各層（62.5%～72.0%）と運輸業（82.4%）、不動産業・物品賃貸業（81.8%）、建設業（60.7%）で、それぞれ高くなっている。

問8－（3）【問8－（1）で「2」もしくは「3」と回答した
「インターネット活用意向ありの事業者（n=130）ベース】
今後取り組みたい、インターネット活用（業務のデジタル化）内容
（複数回答）

■ 『システム導入による業務効率化』と
『HPやSNS等を活用した情報発信・受信』の2項目が3割台で上位。

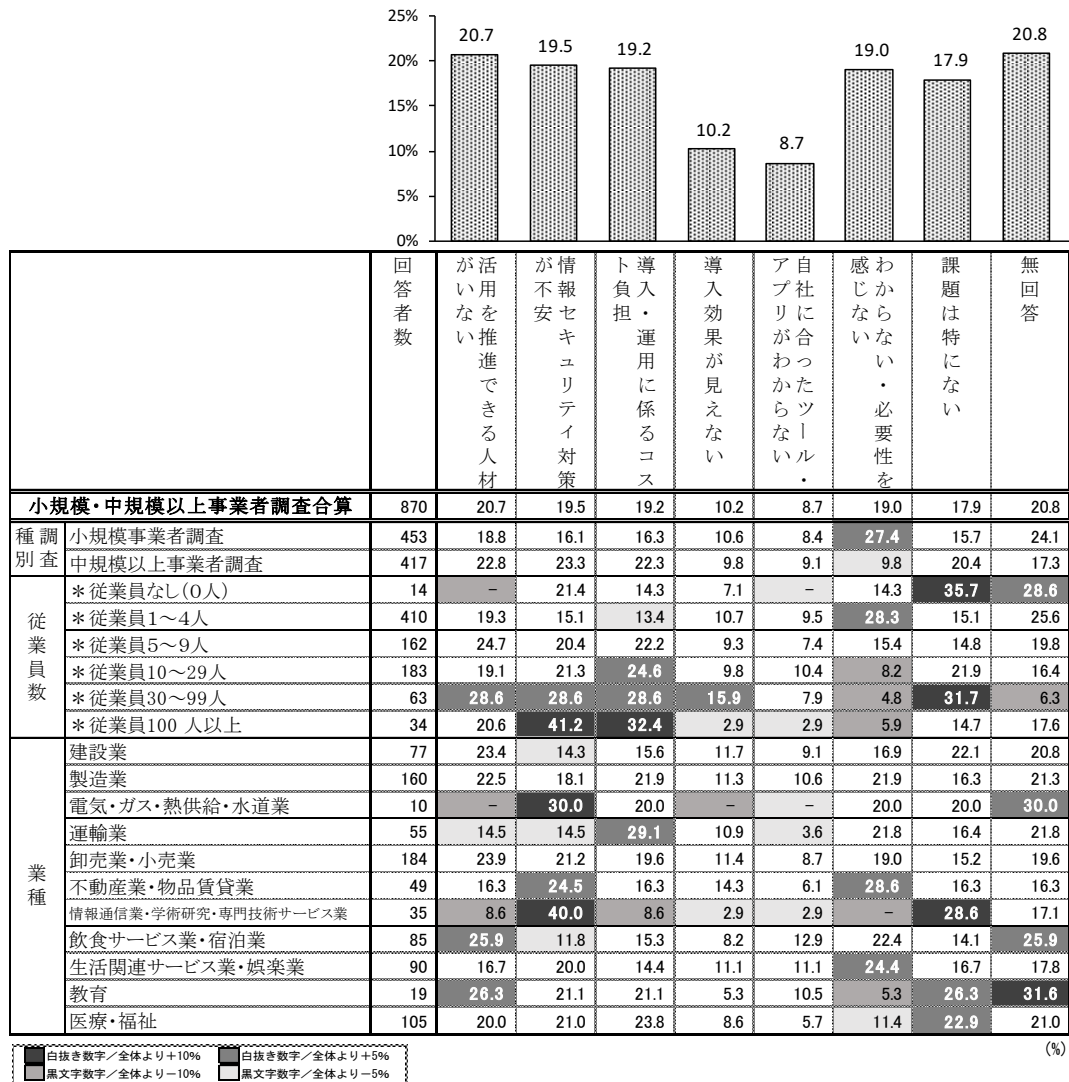


【問8-(1)】でインターネットを「今後活用する予定」か「活用したいが、できていない」と答えた事業者（n=130）に、今後取り組みたい、インターネット活用（業務のデジタル化）の内容を聞いた結果は、「業務システムの導入による効率化」（36.9%）が4割弱で最も高く、これに「HP、SNS（インスタグラム等）、メルマガ等を活用した情報発信・受信」（34.6%）が3割台半ば、「場所を選ばず仕事ができる環境の整備」（27.7%）が3割弱で続いて上位となっている。

この結果を属性別にみると、一部の属性でサンプル数が少ない層があることに留意が必要ながら、「業務システムの導入による効率化」は従業員10～29人（47.5%）、建設業（60.0%）、医療・福祉（50.0%）で、「HP、SNS（インスタグラム等）、メルマガ等を活用した情報発信・受信」は従業員1～4人（44.6%）、飲食サービス業・宿泊業（70.0%）、生活関連サービス業・娯楽業（50.0%）で、それぞれ高くなっている。

問8 - (4) インターネットの活用における課題 (複数回答)

■ 『人材不足』『情報セキュリティ』『コスト負担』の3項目が各2割前後で上位。

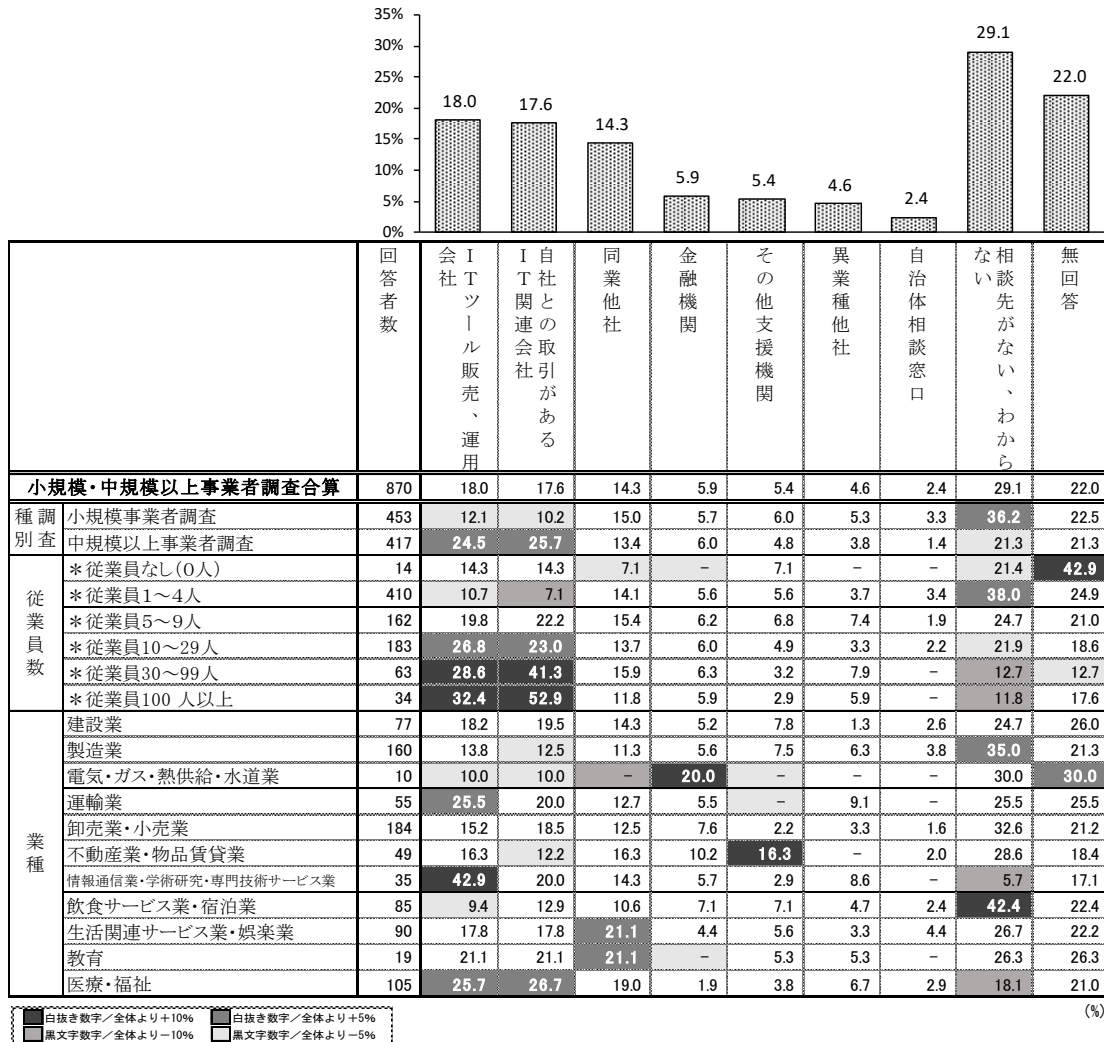


全事業者 (n=870) に、インターネットの活用における自社の課題を聞いた結果は、「活用を推進できる人材がない」(20.7%)、「情報セキュリティ対策が不安」(19.5%)、「導入・運用に係るコスト負担」(19.2%)の具体的な課題3項目に加えて、「わからない・必要性を感じない」(19.0%)、「課題は特にない」(17.9%)、「無回答」(20.8%)なども2割前後で並び、多くの項目の比率が拮抗している。

この結果を属性別にみると、「情報セキュリティ対策が不安」は従業員100人以上(41.2%)、業種別の情報通信業・学術研究・専門技術サービス業(40.0%)などで高く、従業員100人以上では「導入・運用に係るコスト負担」(32.4%)も高くなっている。

問8 - (5) インターネットの活用についての相談先 (複数回答)

■ 「相談先がない、わからない」が3割弱で最も高く、「無回答」も2割強。



全事業者 (n=870) に、インターネットの活用についての相談相手を聞いた結果は、「無回答」(22.0%) も多いものの、「相談先がない、わからない」(29.1%) が3割弱で最も高く、具体的な相談先としては、「ITツール販売、運用会社」(18.0%)、「自社との取引があるIT関連会社」(17.6%)、「同業他社」(14.3%) の3項目が1割台半ば~2割弱で高めとなっているが、「自治体相談窓口」(2.4%) などは少数にとどまっている。

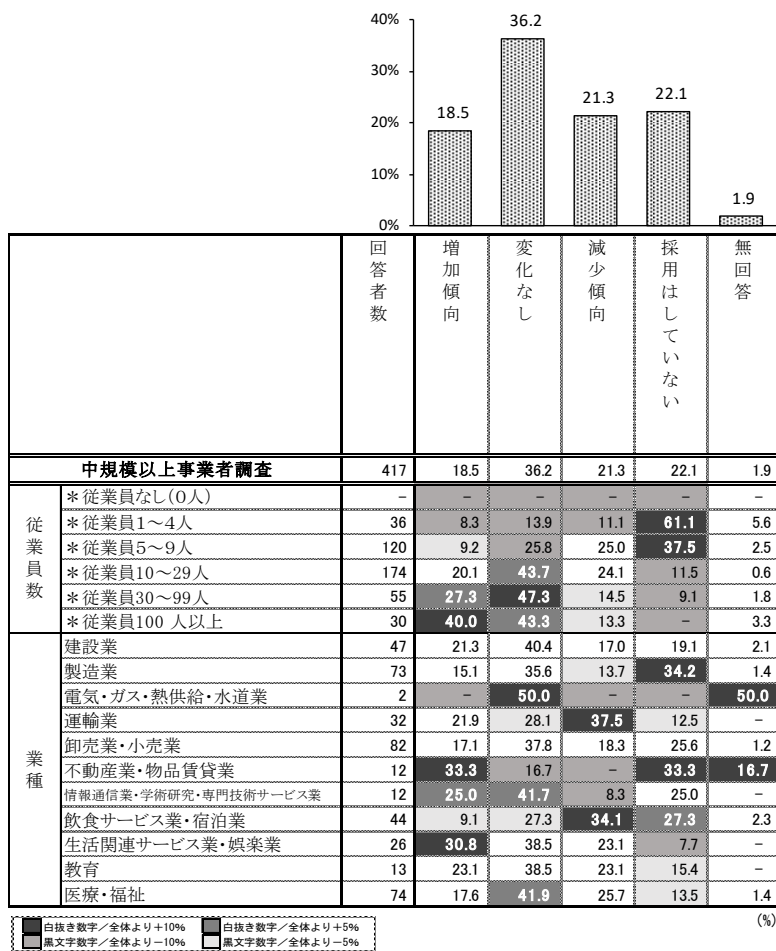
この結果を属性別にみると、「相談先がない、わからない」は業種別の飲食サービス業・宿泊業(42.4%) で高く、小規模事業者(36.2%) や製造業(35.0%) などでも高めとなっている。一方「ITツール販売、運用会社」と「自社との取引があるIT関連会社」の2項目は従業員100人以上(32.4%/52.9%) と30~99人(28.6%/41.3%) でそれぞれ高く、「ITツール販売、運用会社」は情報通信業・学術研究・専門技術サービス業(42.9%) で特に高くなっている。

【問9～問12は、＜中規模事業者＞のみの質問で、＜小規模事業者＞は問8で調査終了となっており、以下のコメントは＜中規模以上事業者＞調査（n=417）の全体結果である】

問9 採用について

問9－（1）過去3年の採用数の変化（単数回答）

■ 「変化なし」が3割台半ばで最多も、
『採用なし』『減少』『増加』の3項目もそれぞれ2割前後。

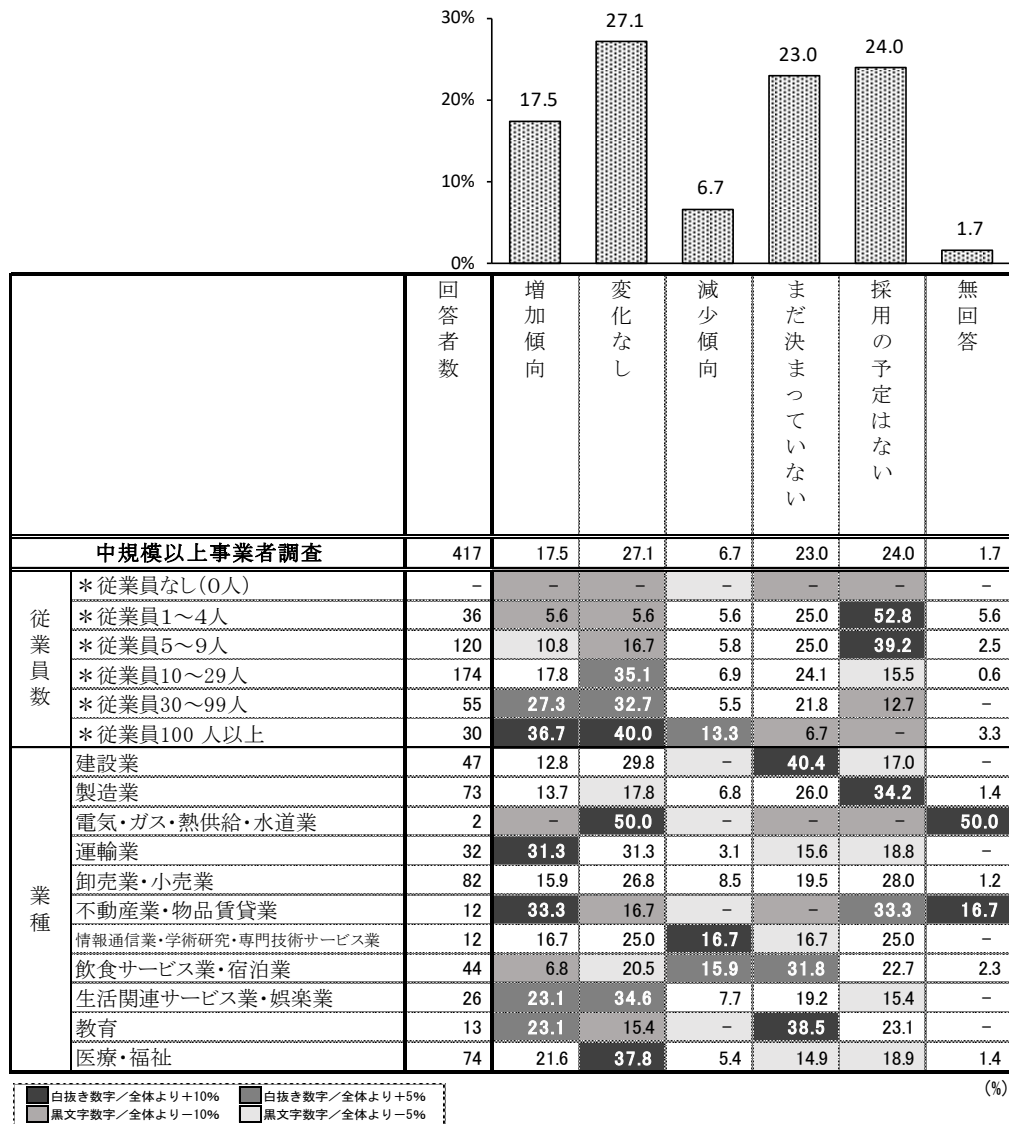


＜中規模以上事業者調査＞の回答事業者（n=417）の過去3年の採用数の変化についての回答結果をみると、「変化なし」（36.2%）が3割台半ばで最も多く、これに「採用はしていない」（22.1%）と「減少傾向」（21.3%）がともに2割強で並んで続き、「増加傾向」（18.5%）は2割弱でこれらに次いで最も少なめとなっている。

この結果を属性別にみると、「増加傾向」は従業員100人以上（40.0%）、不動産業・物品賃貸業（33.3%）、生活関連サービス業・娯楽業（30.8%）で、「減少傾向」は運輸業（37.5%）と飲食サービス業・宿泊業（34.1%）で、「採用していない」は従業員1～4人（61.1%）を筆頭に従業員5～9人（37.5%）、製造業（34.2%）と不動産業・物品賃貸業（33.3%）で、それぞれ高くなっている。

問9－(2) 今後の採用数の見通し (単数回答)

■ 「変化なし」が3割弱で最多も、『増加』が2割弱で、1割未満の『減少』を上回る。



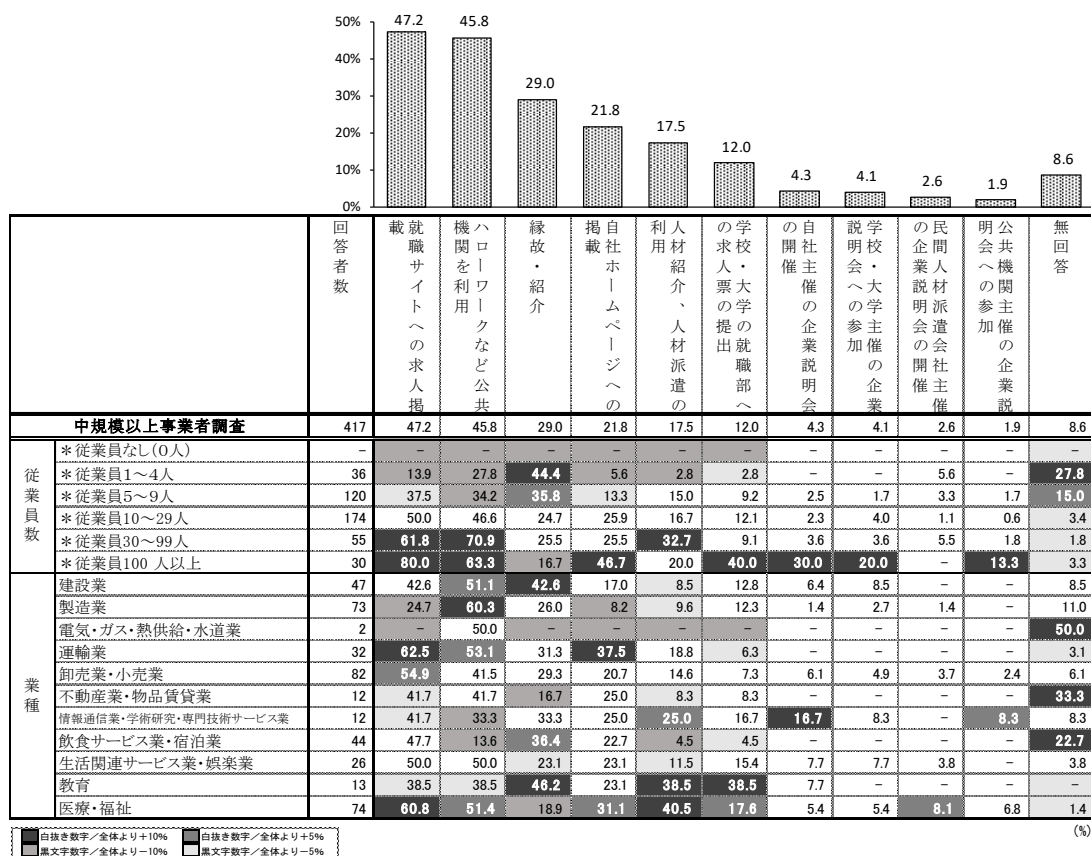
中規模以上事業者 (n=417) の今後の採用数の見通しの回答結果をみると、「変化なし」(27.1%) が3割弱で最も多いものの、これに「採用の予定はない」(24.0%) が2割台半ば、「まだ決まっていない」(23.0%) が2割強と比較的小差で続き、以下「増加傾向」(17.5%) が2割弱、「減少傾向」(6.7%) が1割未満で続く構成となっている。

この結果を属性別にみると、「採用の予定はない」は従業員数別の1～4人(52.8%)と5～9人(39.2%)、製造業(34.2%)で、「変化なし」は100人以上(40.0%)、医療福祉(37.8%)で、「増加傾向」は100人以上(36.7%)、不動産業・物品賃貸業(33.3%)、運輸業(31.3%)で、それぞれ高くなっている。

問9－(3) 通常実施している主な採用方法 (複数回答)

■ 「就職サイトへの求人掲載」と「ハローワークなど公共機関を利用」が

ともに4割台後半で並んで上位。

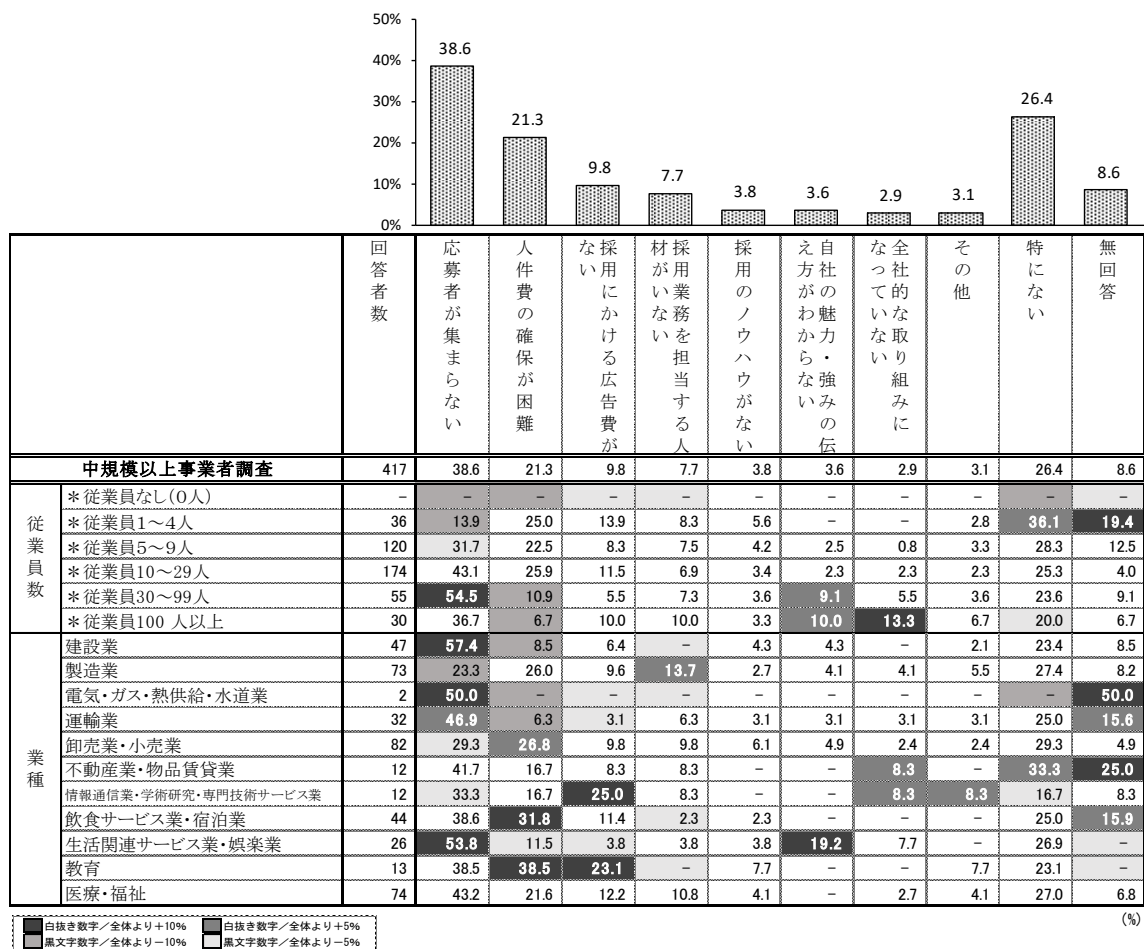


中規模以上事業者 (n=417) に通常の主な採用方法を複数回答で聞いた結果は、「就職サイトへの求人掲載」(47.2%)と「ハローワークなど公共機関を利用」(45.8%)の2項目がともに4割台後半で並んで最上位を競っており、これらに「縁故・紹介」(29.0%)が3割弱、「自社ホームページへの掲載」(21.8%)が2割強、「人材紹介、人材派遣の利用」(17.5%)などが続いて上位となっている。

この結果を属性別にみると、「就職サイトへの求人掲載」は従業員100人以上(80.0%)と30~99人(61.8%)、業種別の運輸業(62.5%)と医療・福祉(60.8%)で、「ハローワークなど公共機関を利用」は従業員30~99人(70.9%)と100人以上(63.3%)、業種別の製造業(60.3%)で、「縁故・紹介」は従業員1~4人(44.4%)、業種別の教育(46.2%)と建設業(42.6%)で、それぞれ高くなっている。なお、従業員100人以上の大規模事業者では「自社ホームページへの掲載」(46.7%)や「学校・大学の就職部への求人票の提出」(40.0%)など全体では中位から下位にとどまる項目への反応も相対的に高くなっている。

問9－(4) 採用を行う上での課題 (複数回答)

■ 「応募者が集まらない」が4割弱で最も高く、
「人件費の確保が困難」が2割強で次点。



中規模以上事業者 (n=417) に採用を行う上で課題に感じていることを聞いた結果は、「応募者が集まらない」(38.6%)が4割弱で最も高く、これに「人件費の確保が困難」(21.3%)が2割強で続いて上位となっているが、「特にない」(26.4%)も2割台半ばと多くなっている。

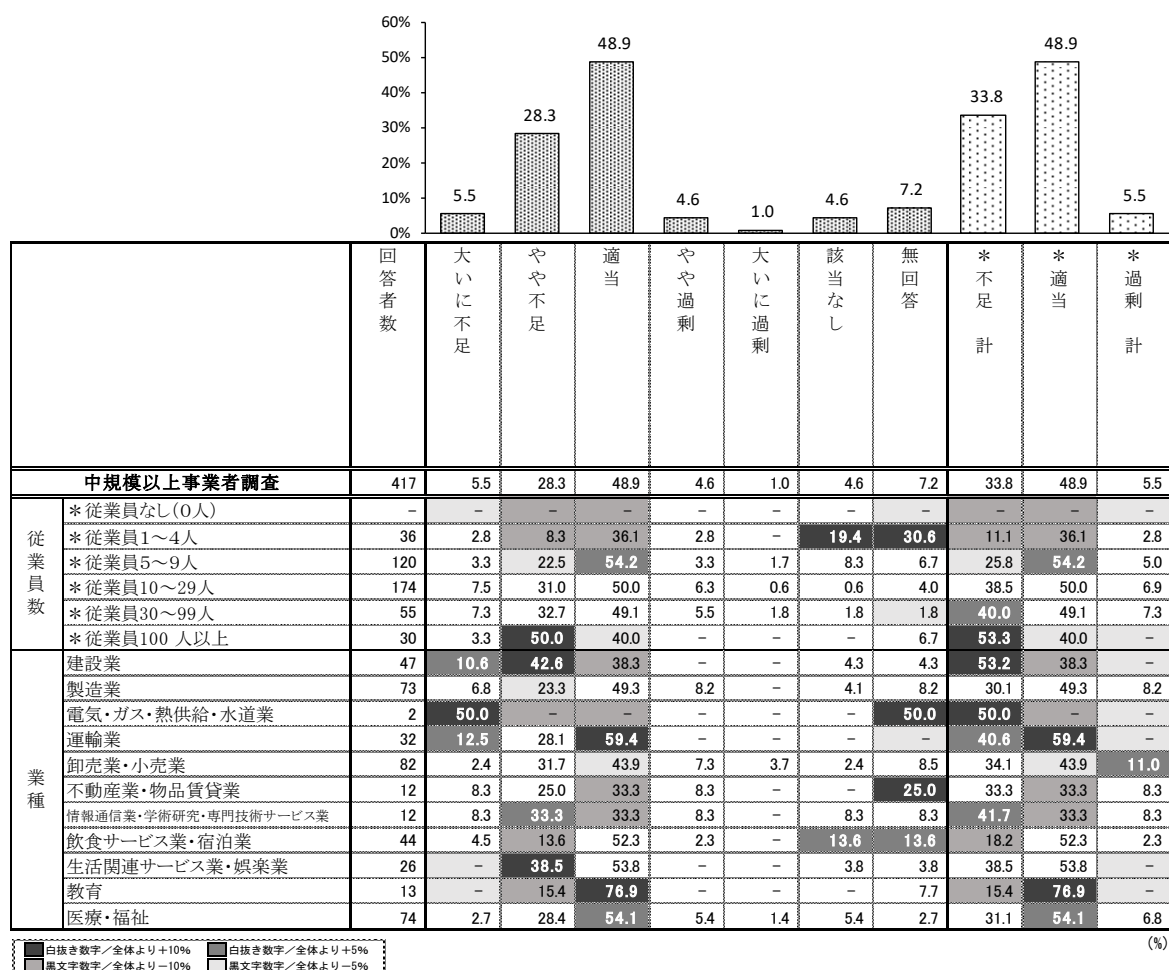
この結果を属性別にみると、「応募者が集まらない」は従業員30~99人(54.5%)、業種別の建設業(57.4%)と生活関連サービス業・娯楽業(53.8%)で、「人件費の確保が困難」は業種別の教育(38.5%)と飲食サービス業・宿泊業(31.8%)で、それぞれ高くなっている。

問10 人材の状況について

問10- (1) 2019年時点と2021年現在の人材の状況について

(1-1) 2019年時点の状況 正社員 (単数回答)

■ 「**適当**」が5割弱で最多も、『**不足計**』が3割台半ばとなっている。



中規模以上事業者 (n=417) に【2019年時点・正社員】の人材状況を聞いた結果は、「**適当**」(48.9%)が5割弱で最も多いものの、次いで「**やや不足**」(28.3%)が3割弱と多く、これに「**大いに不足**」(5.5%)を合わせた『**不足計**』(33.8%)は3割台半ばとなっている。

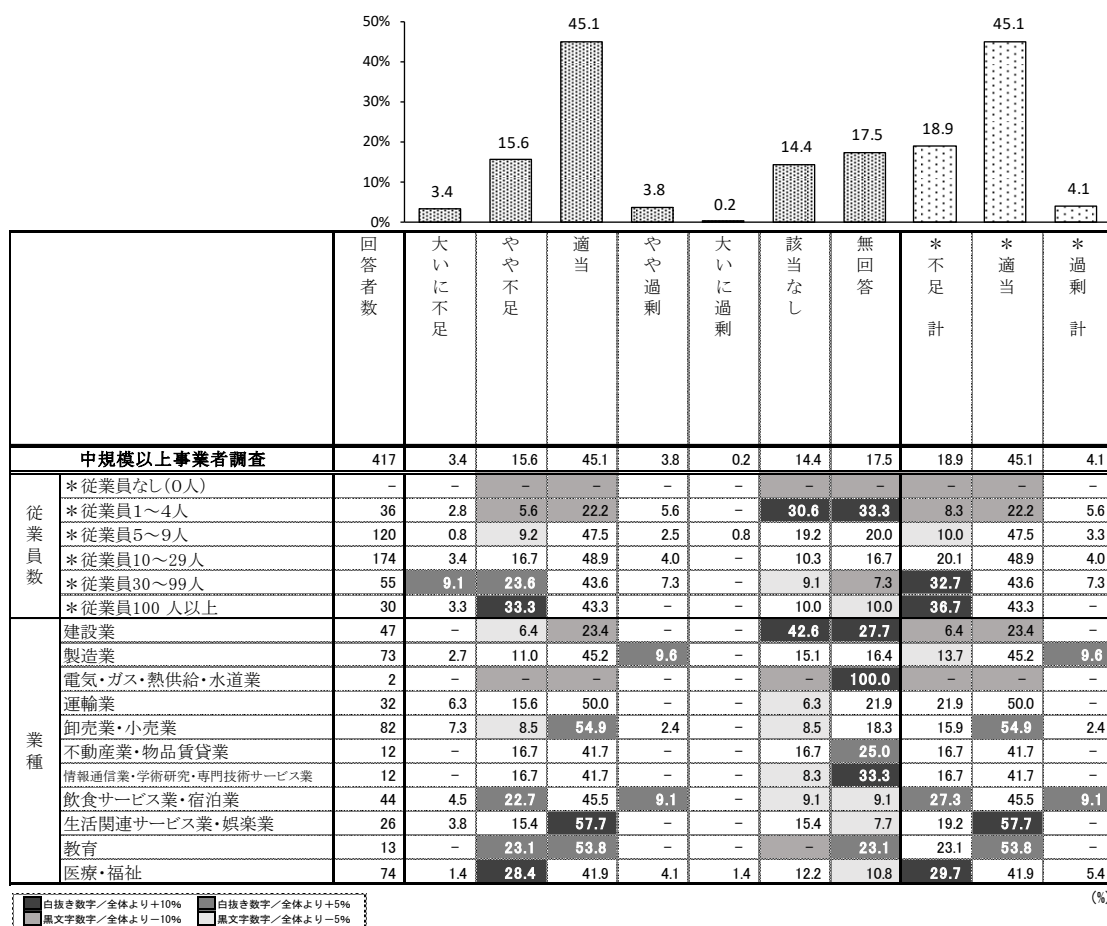
なお「**やや過剰**」(4.6%)と「**大いに過剰**」(1.0%)を合わせた『**過剰計**」(5.5%)は1割未満にとどまる。

この結果を属性別にみると、「**適当**」は業種別の教育(76.9%)と運輸業(59.4%)で、「**やや不足**」は従業員100人以上(50.0%)、業種別の建設業(42.6%)と生活関連サービス業・娯楽業(38.5%)で、それぞれ高くなっている。

(1-2) 2019年時点の状況 非正社員 (単数回答)

■ 「**適当**」が4割台半ばで最多も、『**不足計**』が2割弱。

一方「**該当なし**」や「**無回答**」も多め。

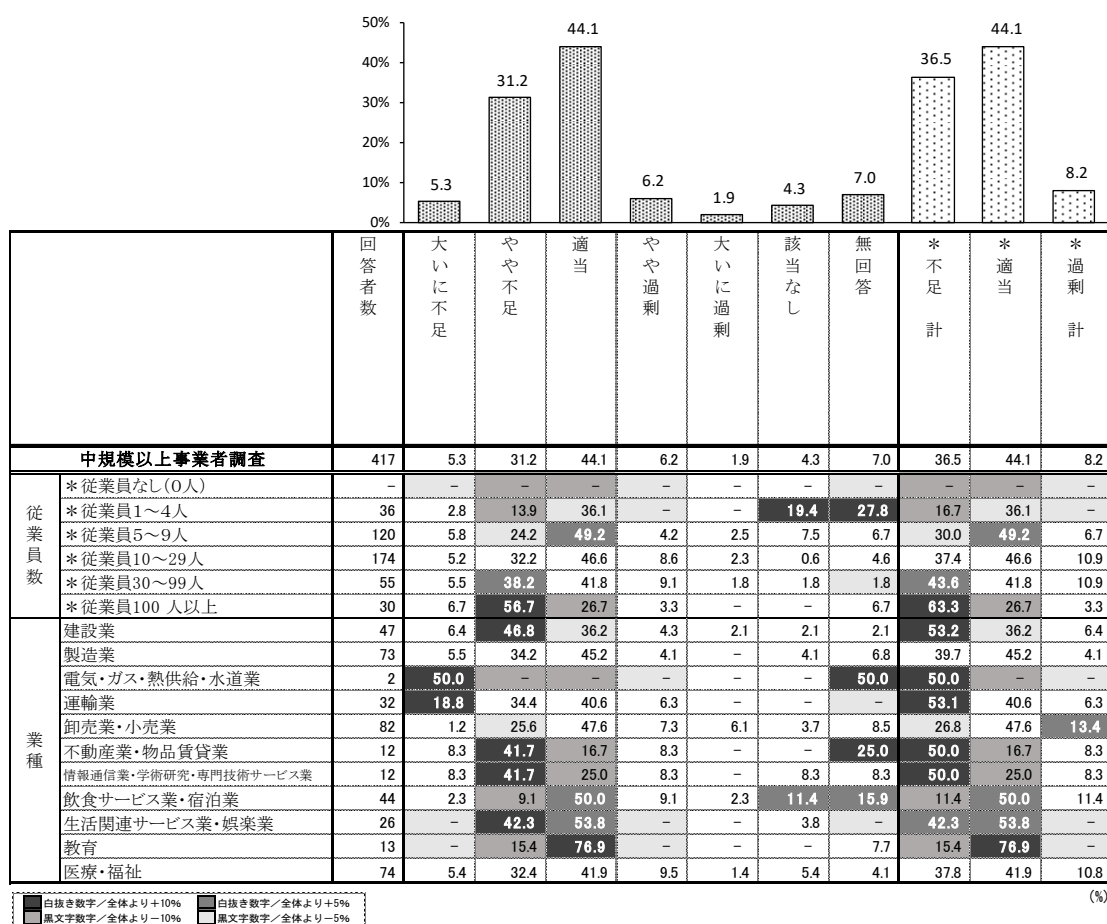


続いて、【2019年時点・非正社員】の結果は、「適当」(45.1%)が4割台半ばで最も多く、次いで「やや不足」(15.6%)が1割台半ばで、これに「大いに不足」(3.4%)を合わせた『不足計』(18.9%)は2割弱となっている。なお『過剰計』(4.1%)は1割未満にとどまるが、「該当なし」(14.4%)や「無回答」(17.5%)も多い。

この結果を属性別にみると、「適当」は業種別の生活関連サービス業・娯楽業(57.7%)で、「やや不足」は従業員100人以上(33.3%)と業種別の医療・福祉(28.4%)で、「該当なし」は従業員1~4人(30.6%)と業種別の建設業(42.6%)で、それぞれ高くなっている。

(1-3) 2021年現在の状況 正社員 (単数回答)

■ 「適当」が4割半ばで最多も、『不足計』が3割台半ば。一方『過剰計』は1割弱。



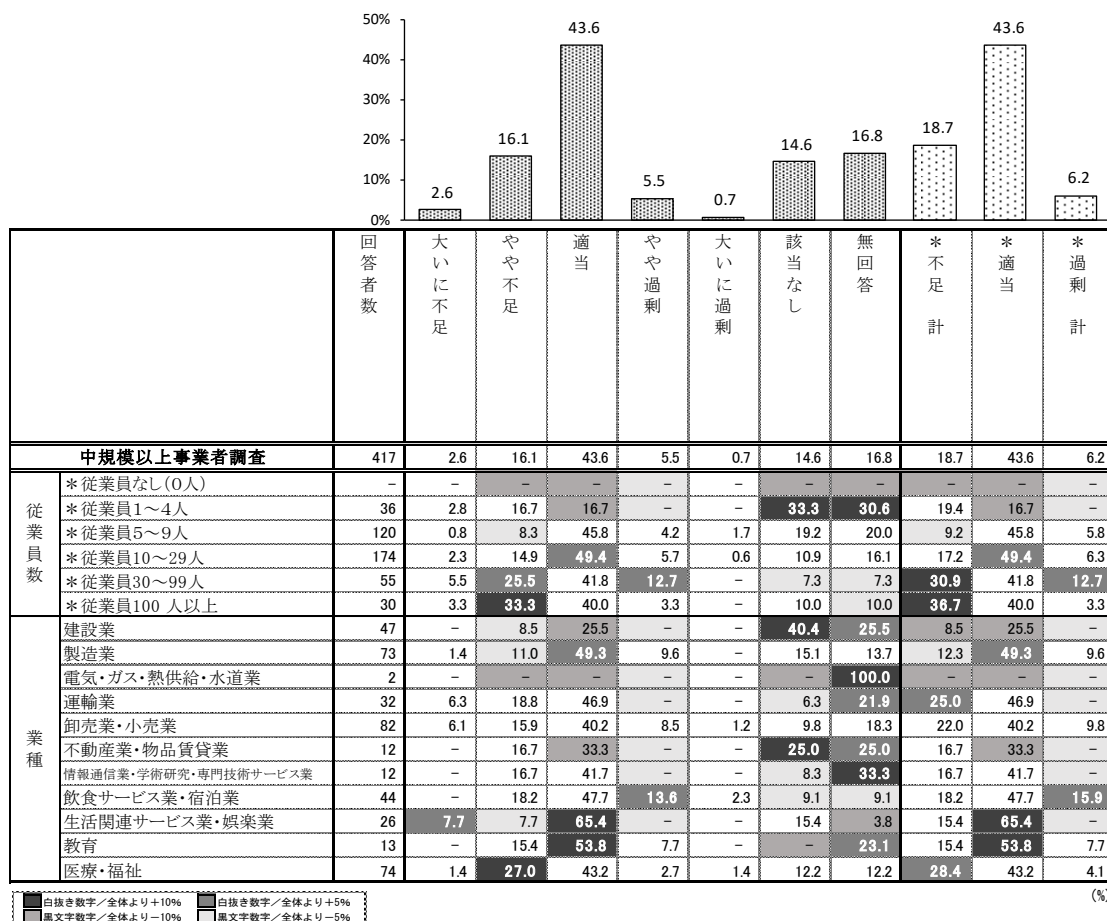
次に、【2021年現在・正社員】の人材状況の回答結果をみると、「適当」(44.1%)が4割台半ばで最も多いものの、次いで「やや不足」(31.2%)が3割強と多く、これに「大いに不足」(5.3%)を合わせた『不足計』(36.5%)は3割台半ばとなっている。

なお「やや過剰」(6.2%)と「大いに過剰」(1.9%)を合わせた『過剰計』(8.2%)は1割弱となっている。

この結果を属性別にみると、「適当」は業種別の教育(76.9%)で、「やや不足」は従業員100人以上(56.7%)と業種別の建設業(46.8%)、生活関連サービス業・娯楽業(42.3%)などで、「大いに不足」は業種別の運輸業(18.8%)で、それぞれ高くなっている。

(1-4) 2021年現在の状況 非正社員 (単数回答)

■ 「**適当**」が4割台半ばで最多も、『**不足計**』が2割弱。
 一方「**該当なし**」や「**回答**」も多め。



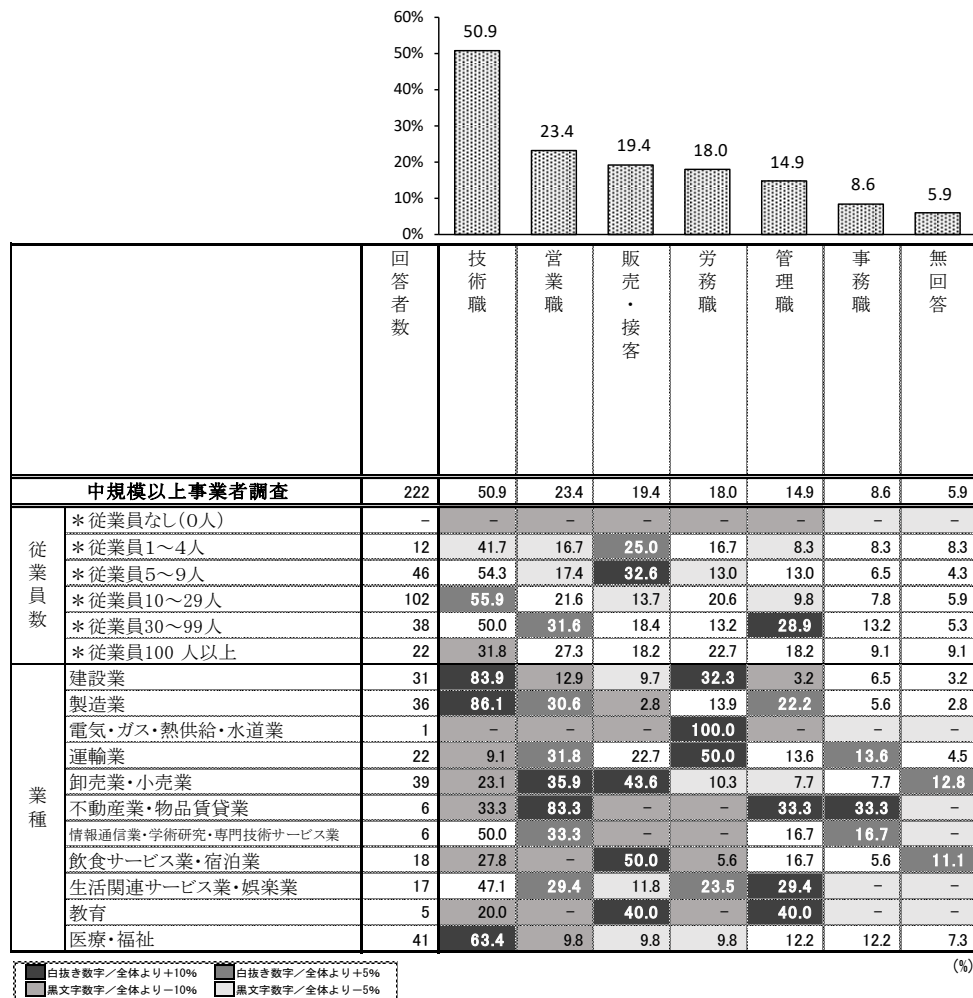
続いて、【2021年現在・非正社員】の人材状況の結果をみると、「**適当**」(43.6%)が4割台半ばで最も多く、次いで「**やや不足**」(16.1%)が1割台半ばで、これに「**大いに不足**」(2.6%)を合わせた『**不足計**』(18.7%)は2割弱となっている。

なお「**やや過剰**」(5.5%)と「**大いに過剰**」(0.7%)を合わせた『**過剰計**』(6.2%)は1割未満にとどまるが、「**該当なし**」(14.6%)や「**無回答**」(16.8%)も多くなっている。

この結果を属性別にみると、「**適当**」は業種別の生活関連サービス業・娯楽業(65.4%)と教育(53.8%)で、「**やや不足**」は従業員100人以上(33.3%)と業種別の医療・福祉(27.0%)で、「**該当なし**」は従業員1~4人(33.3%)、業種別の建設業(40.4%)と不動産業・物品賃貸業(25.0%)で、それぞれ高くなっている。

問10- (2) 【問10- (1) のいずれかで「1」か「2」と回答した
「人材不足あり事業者 (n=222) ベース】
現在不足している職種 (複数回答)

■ 「技術職」が5割強で最も高く、「営業職」が2割台半ばで続き次点。

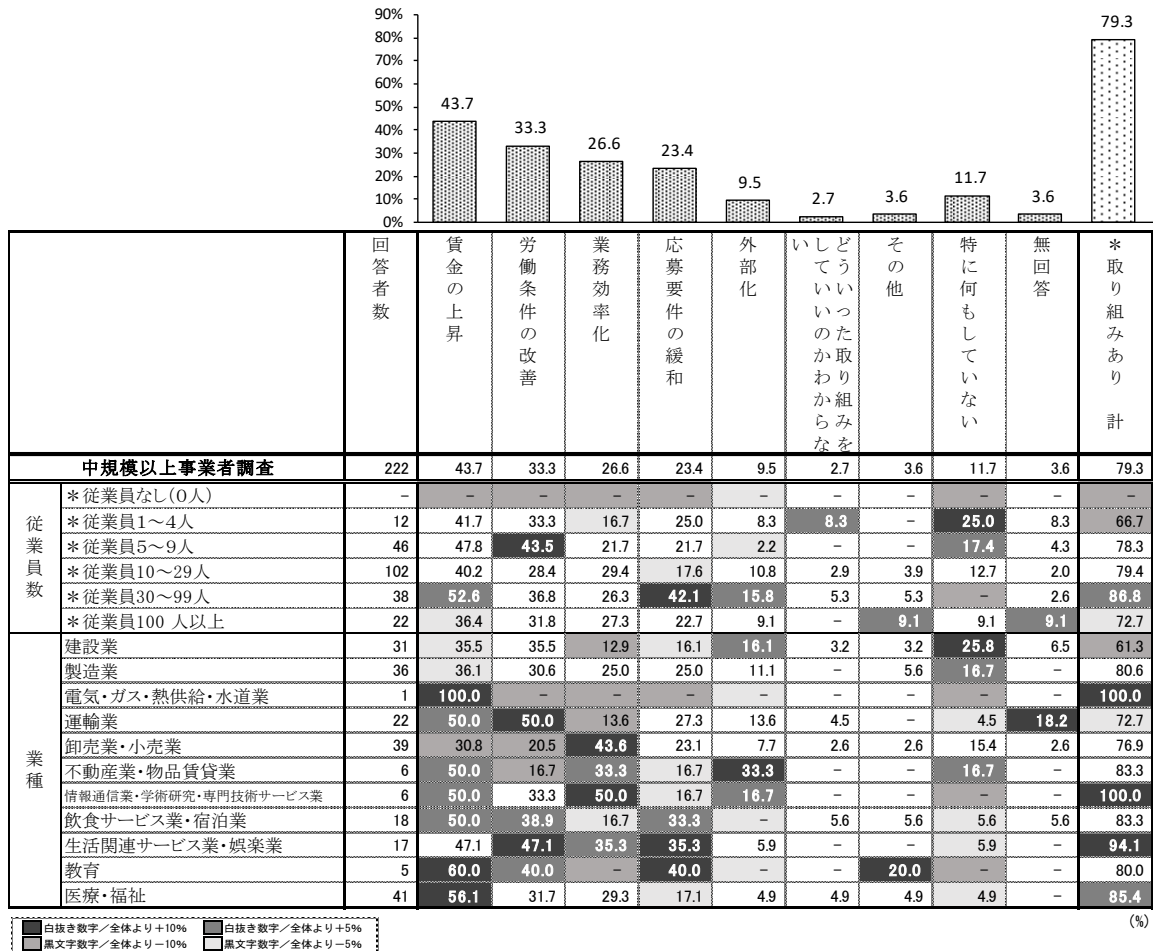


「正社員か非正社員」のいずれか、及び「2019年時点か2021年現在」のいずれかで、『人材の不足あり』と回答した中規模以上の事業者 (n=222) に、現在不足している職種を聞いた結果は、「技術職」(50.9%) が5割強で最も高く、これに「営業職」(23.4%) が2割台半ば、「販売・接客」(19.4%) と「労務職」(18.0%) がともに2割弱で続き上位となっている。

この結果を属性別にみると、一部の属性でサンプル数が少ない層があることに留意が必要ながら、「技術職」は製造業(86.1%)、建設業(83.9%)、医療・福祉(63.4%)で、「営業職」は卸売業・小売業(35.9%)で、「販売・接客」は従業員5~9人(32.6%)、飲食サービス業・宿泊業(50.0%)と卸売業・小売業(43.6%)で、「労務職」は運輸業(50.0%)と建設業(32.3%)で、それぞれ高くなっており、業種ごとに異なった傾向がみられる。

問10- (3) 【問10- (1) のいずれかで「1」か「2」と回答した
「人材不足あり事業者 (n=222) ベース」
人手不足を緩和するために行った取り組み (複数回答)

■ 「賃金の上昇」が4割台半ばで最も高く、「労働条件の改善」が3割強で続く。

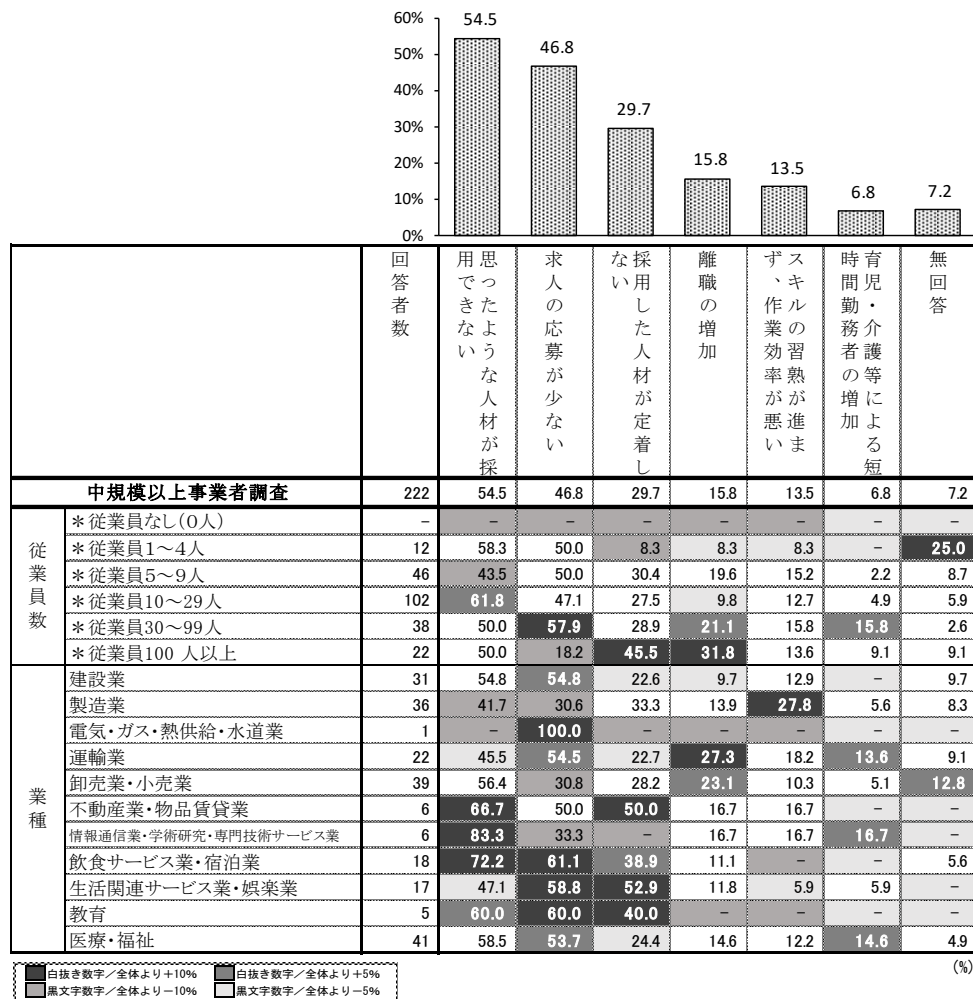


【問10-(1)】で『人材の不足あり』と回答した事業者 (n=222) に、人手不足を緩和するために行った取り組みを聞いた結果は、「賃金の上昇」(43.7%)が4割台半ばで最も高く、これに「労働条件の改善」(33.3%)が3割強、「業務効率化」(26.6%)と「応募条件の緩和」(23.4%)がともに2割台半ばの順で続き上位となっている。

この結果を属性別にみると、一部の属性でサンプル数が少ない層があることに留意が必要ながら、「賃金の上昇」は従業員5~9人(43.5%)と医療・福祉(56.1%)で、「労働条件の改善」は運輸業(50.0%)と生活関連サービス業・娯楽業(47.1%)で、「業務効率化」は卸売業・小売業(43.6%)で、「応募条件の緩和」は従業員30~99人(42.1%)と生活関連サービス業・娯楽業(35.3%)で、それぞれ高くなっている。

問10- (4) 【問10- (1) のいずれかで「1」か「2」と回答した
「人材不足あり事業者 (n=222) ベース」
人手不足が発生した理由 (複数回答)

■ 5割台半ばの「思ったような人材が採用できない」に、
「求人への応募が少ない」が5割弱で続いて、この2項目が上位。

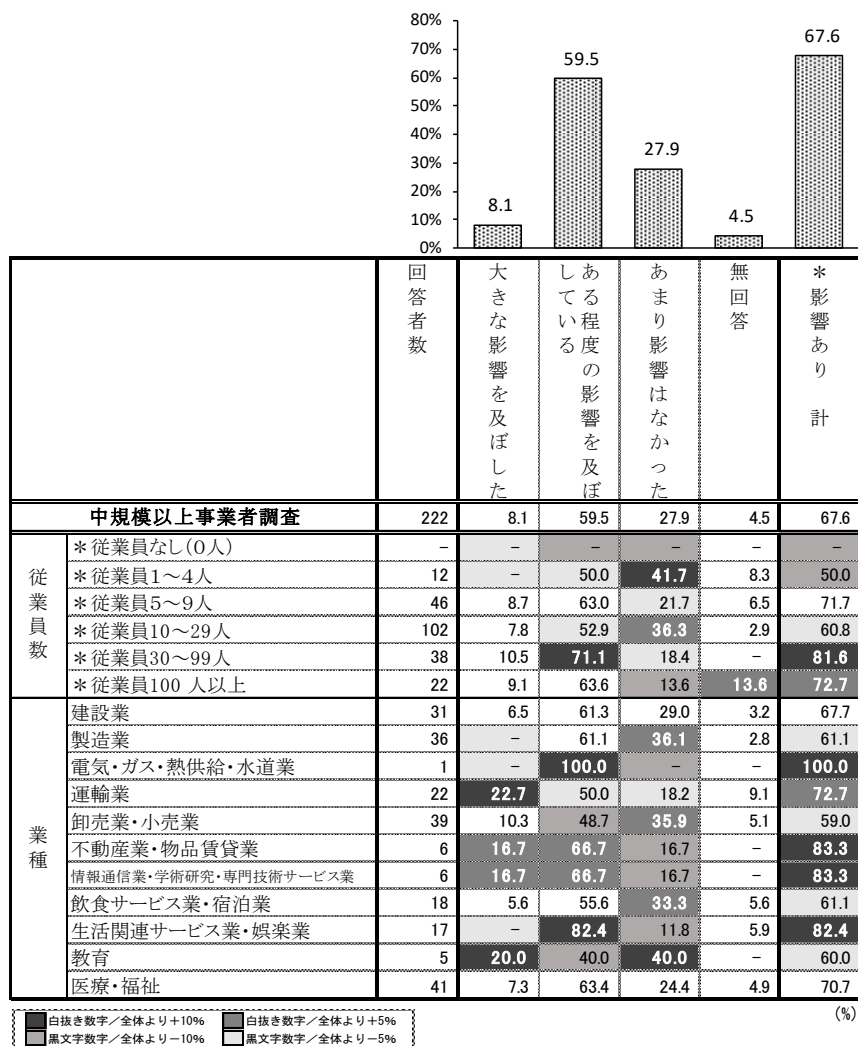


【問10-(1)】で『人材の不足あり』と回答した事業者 (n=222) に、人手不足が発生した理由を聞いた結果は、「思ったような人材が採用できない」(54.5%)が5割台半ばで最も高く、これに「求人への応募が少ない」(46.8%)が5割弱、「採用した人材が定着しない」(29.7%)がほぼ3割で続いて上位となっている。

この結果を属性別にみると、一部の属性でサンプル数が少ない層があることに留意が必要ながら、「思ったような人材が採用できない」は飲食サービス業・宿泊業(72.2%)で、「求人への応募が少ない」は従業員30~99人(57.9%)、飲食サービス業・宿泊業(61.1%)と生活関連サービス業・娯楽業(58.8%)で、「採用した人材が定着しない」は従業員100人以上(45.5%)と生活関連サービス業・娯楽業(52.9%)で、それぞれ高くなっている。

問10- (5) 【問10- (1) のいずれかで「1」か「2」と回答した
「人材不足あり事業者 (n=222) ベース」
人手不足が経営に与えた影響 (単数回答)

■ ほぼ6割の「ある程度の影響を及ぼしている」を中心に『影響あり 計』が7割弱。



【問10- (1)】で『人材の不足あり』と回答した事業者 (n=222) に、人手不足が経営に与えた影響について聞いた結果は、「ある程度の影響を及ぼしている」(59.5%) がほぼ6割を占めて最も多く、以下「あまり影響はなかった」(27.9%) が3割弱、「大きな影響を及ぼした」(8.1%) が1割弱の構成となっており、『影響あり 計』(67.6%) はほぼ2/3の割合となっている。

この結果を属性別にみると、一部の属性でサンプル数が少ない層があることに留意が必要ながら、「ある程度の影響を及ぼしている」は従業員30~99人(71.1%)と生活関連サービス業・娯楽業(82.4%)で、「大きな影響を及ぼした」は運輸業(22.7%)で、それぞれ高くなっている一方、「あまり影響はなかった」は従業員1~4人の事業者(41.7%)で高くなっている。

問11 雇用調整について

問11－（1）雇用調整助成金の利用有無（単数回答）

■ 「利用していない」が6割台半ばで、「利用した」は3割強。

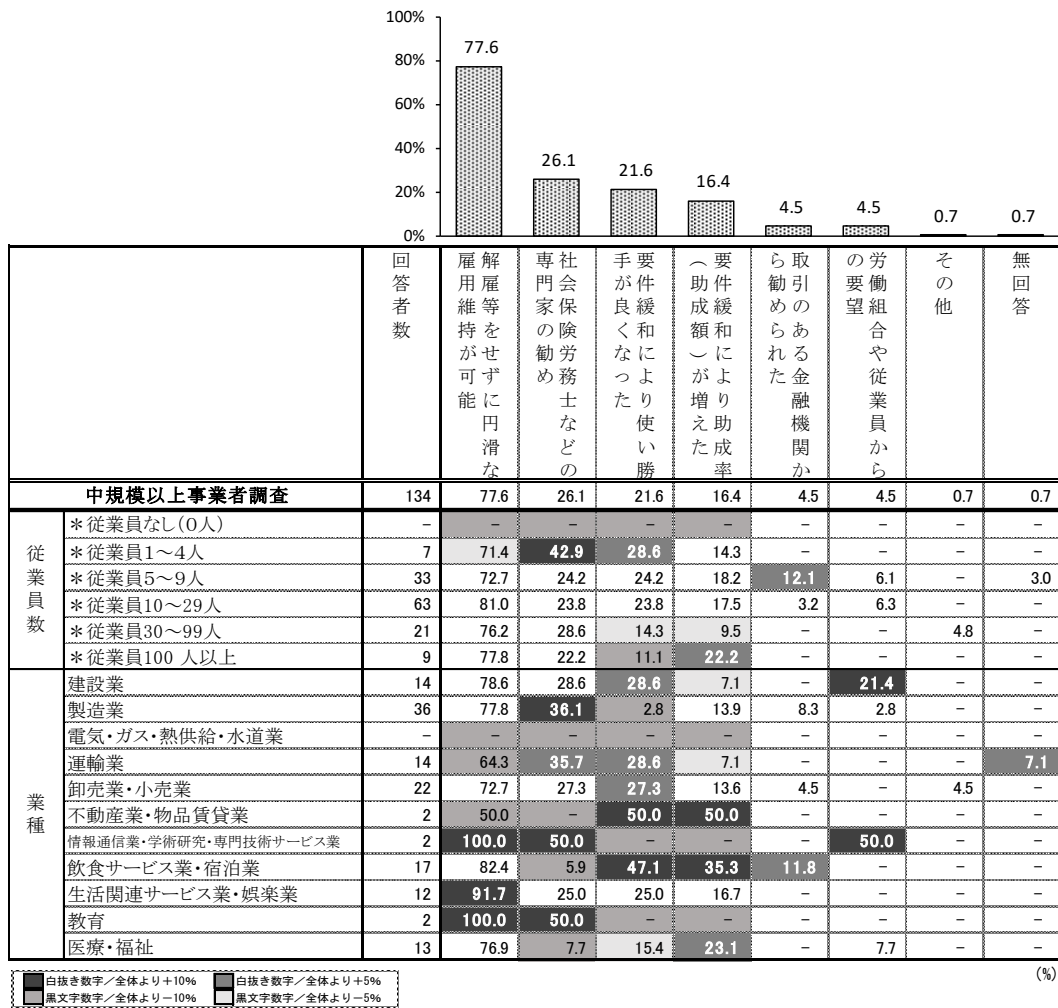


中規模以上事業者（n=417）に雇用調整助成金の利用有無を聞いた結果は、「利用していない」（63.5%）が6割台半ばを占めて最も多く、「利用した」（31.4%）が3割強となっているが、「今後利用する予定だ」（0.7%）は極めて少数にとどまっている。

この結果を属性別にみると、「利用した」は製造業（47.9%）、生活関連サービス業・娯楽業（46.2%）、運輸業（43.8%）で高いのに対し、「利用していない」は情報通信業・学術研究・専門技術サービス業（83.3%）と医療・福祉（79.7%）で高くなっている。

問11- (2) 【問11- (1) で「1」か「2」に回答した
「雇用調整助成金利用・意向あり事業者 (n=134) ベース」】
雇用調整助成金の申請理由 (複数回答)

■ 「解雇等をせずに円滑な雇用維持が可能」が8割弱に達して圧倒的に高い。



【問11- (1)】で雇用助成金を「利用した」「今後利用する予定だ」と答えた中規模以上事業者 (n=134) に、その申請理由を聞いた結果は、「解雇等をせずに円滑な雇用維持が可能」(77.6%) が8割弱と他の項目を大きく上回って高く、これに「社会保険労務士などの専門家の勧め」(26.1%) と「要件緩和により使い勝手が良くなった」(21.6%) の2項目が2割台で続いて上位となっている。

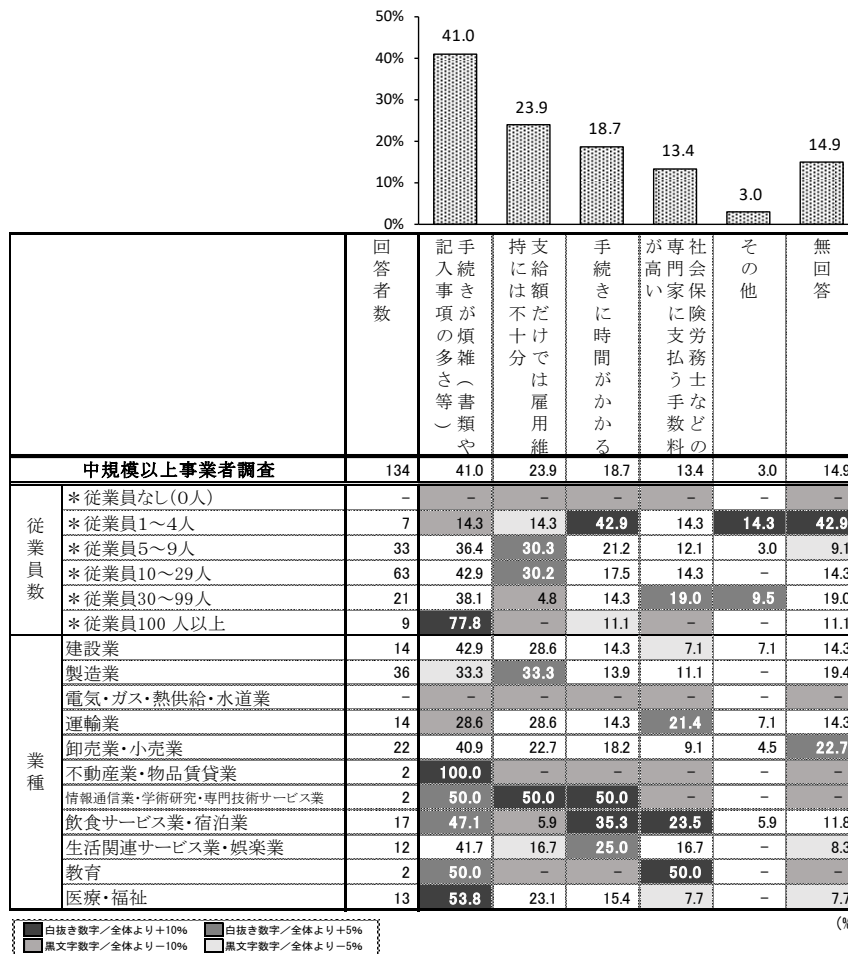
この結果を属性別にみると、一部の属性でサンプル数が少ない層があることに留意が必要な上に、一部の項目で生活関連サービス業・娯楽業や飲食サービス業・宿泊業、製造業などが高いのを除くと、一定数のサンプル数がある属性別に目立って大きな違いはみられない結果となっている。

問11- (3) 【問11- (1) で「1」か「2」に回答した

「雇用調整助成金利用・意向あり事業者 (n=134) ベース」
雇用調整助成金を申請するうえでの1番のネック項目 (複数回答)

※当初の「単数回答」から「複数回答許容」に変更

■ 「手続きが煩雑」が4割強で最も高く、
「支給額だけでは雇用維持には不十分」が2割台半ばで次点。



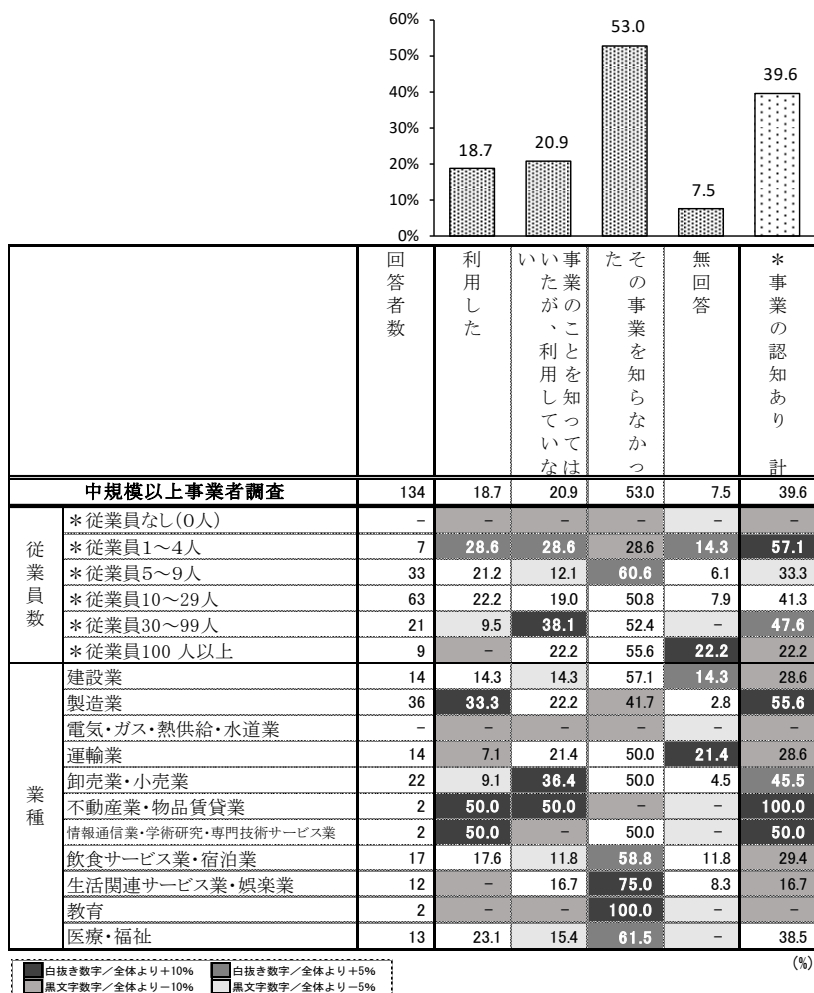
【問11-(1)】で雇用調整助成金を利用及び利用予定と答えた中規模以上事業者 (n=134) に、雇用調整助成金を申請するうえでの1番のネック項目を聞いた結果は、「手続きが煩雑 (書類や記入事項の多さ等)」(41.0%) が4割強で最も多く、以下「支給額だけでは雇用維持には不十分」(23.9%) が2割台半ば、「手続きに時間がかかる」(18.7%) が2割弱、「社会保険労務士などの専門家に支払う手数料が高い」(13.4%) が1割台半ばの順で続いている。

この結果を属性別にみると、一部の属性でサンプル数が少ない層があることに留意が必要な上に、一部の項目で医療・福祉や飲食サービス業・宿泊業が高いのを除くと、一定数のサンプル数がある属性別に目立って大きな違いはみられない結果となっている。

問11- (4) 【問11- (1) で「1」か「2」に回答した

「雇用調整助成金利用・意向あり事業者 (n = 134) ベース」
 足立区実施の雇用調整助成金活用促進事業の利用状況 (単数回答)

■ 「利用した」は2割弱で、「その事業を知らなかった」が5割強を占めて多い。



【問11-(1)】で雇用調整助成金を利用及び利用予定と答えた中規模以上事業者 (n = 134) に、足立区実施の雇用調整助成金活用促進事業の利用状況を聞いた結果は、「その事業を知らなかった」(53.0%)が5割強を占めて最も多くなっており、これに「事業のことを知ってはいたが、利用していない」(20.9%)が2割強で続き、「利用した」(18.7%)は2割弱となっている。

この結果を属性別にみると、一部の属性でサンプル数が少ない層があることに留意が必要ながら、「その事業を知らなかった」が生活関連サービス業・娯楽業(75.0%)で、「事業のことを知ってはいたが、利用していない」が従業員30~99人(38.1%)と卸売業・小売業(36.4%)で、「利用した」が製造業(33.3%)で、それぞれ高くなっているのを除くと、一定数のサンプル数がある属性別に目立って大きな違いはみられない結果となっている。

問11- (5) 【問11- (1) で「3」と回答した

「雇用調整助成金利用なし事業者 (n=265) ベース」

雇用調整助成金を利用していない1番の理由 (単数回答)

■ 『従業員に支給要件となるような休業をさせていない』が5割台半ばを占めて多い。



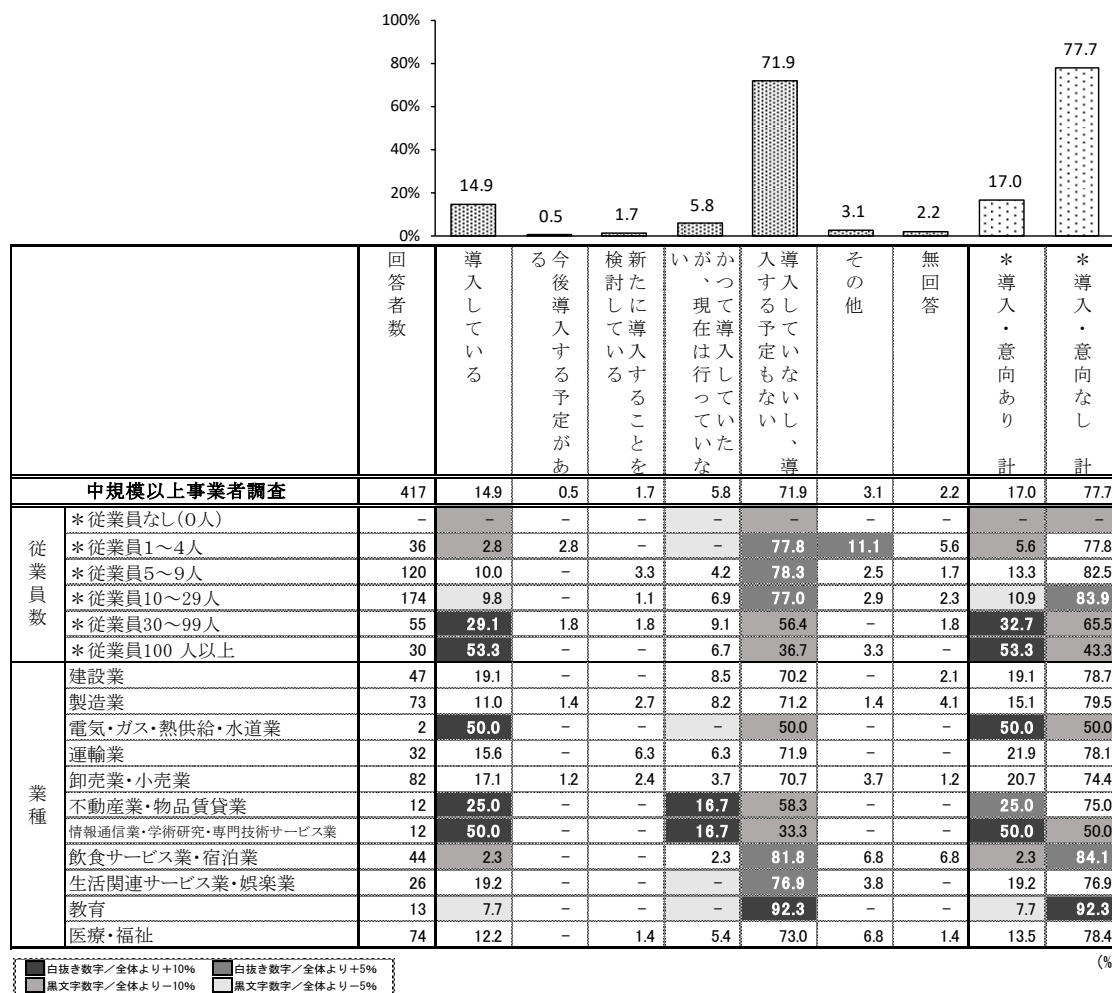
【問11-(1)】で雇用調整助成金を「利用していない」と答えた事業者 (n=265) に、利用していない1番の理由を聞いた結果は、「雇用調整助成金の支給要件となるような休業を従業員にさせていない」(56.2%)が5割台半ばを占めて多く、これに「売上高などの減少程度が要件に達しない」(23.4%)が2割台半ばで続いている。

この結果を属性別にみると、一部の属性でサンプル数が少ないことに留意が必要ながら、「支給要件となるような休業をさせていない」は運輸業(66.7%)で、「売上高などの減少程度が要件に達しない」は従業員100人以上(38.9%)と30~99人(34.4%)、業種別の情報通信業・学術研究・専門技術サービス業(40.0%)と生活関連サービス業・娯楽業(38.5%)で、「申請手続きが煩雑」は飲食サービス業・宿泊業(25.0%)と製造業(20.0%)などで、それぞれ高くなっている。

問12 テレワークについて

問12- (1) テレワークの導入有無 (単数回答)

■ 「導入している」は1割台半ばで、『導入なしで、予定もない』が7割強を占める。



中規模以上事業者 (n=417) にテレワークの導入有無を聞いた結果は、「導入していないし、導入する予定もない」(71.9%)が7割強を占めて多く、これに続く「導入している」(14.9%)は1割台半ばで、この「導入している」に「今後導入する予定がある」(0.5%)と「新たに導入することを検討している」(1.7%)を合わせた『導入&予定・検討あり計』(17.0%)は2割弱となっている。

この結果を属性別にみると、「導入している」は従業員100人以上(53.3%)と情報通信業・学術研究・専門技術サービス業(50.0%)で特に高く、加えて従業員30~99人(29.1%)と不動産業・物品賃貸業(25.0%)でも高くなっている。一方「導入していないし、導入する予定もない」は教育(92.3%)で最も高くなっている。

問12- (2) 【問12- (1) で「1」～「3」に回答した
「テレワークの導入・意向あり事業者 (n=71) ベース】
導入・検討しているテレワークの主な導入形態 (複数回答)

■ 「在宅勤務」が9割弱と高く、「モバイルワーク」が2割強、
「サテライトオフィス勤務」が1割。

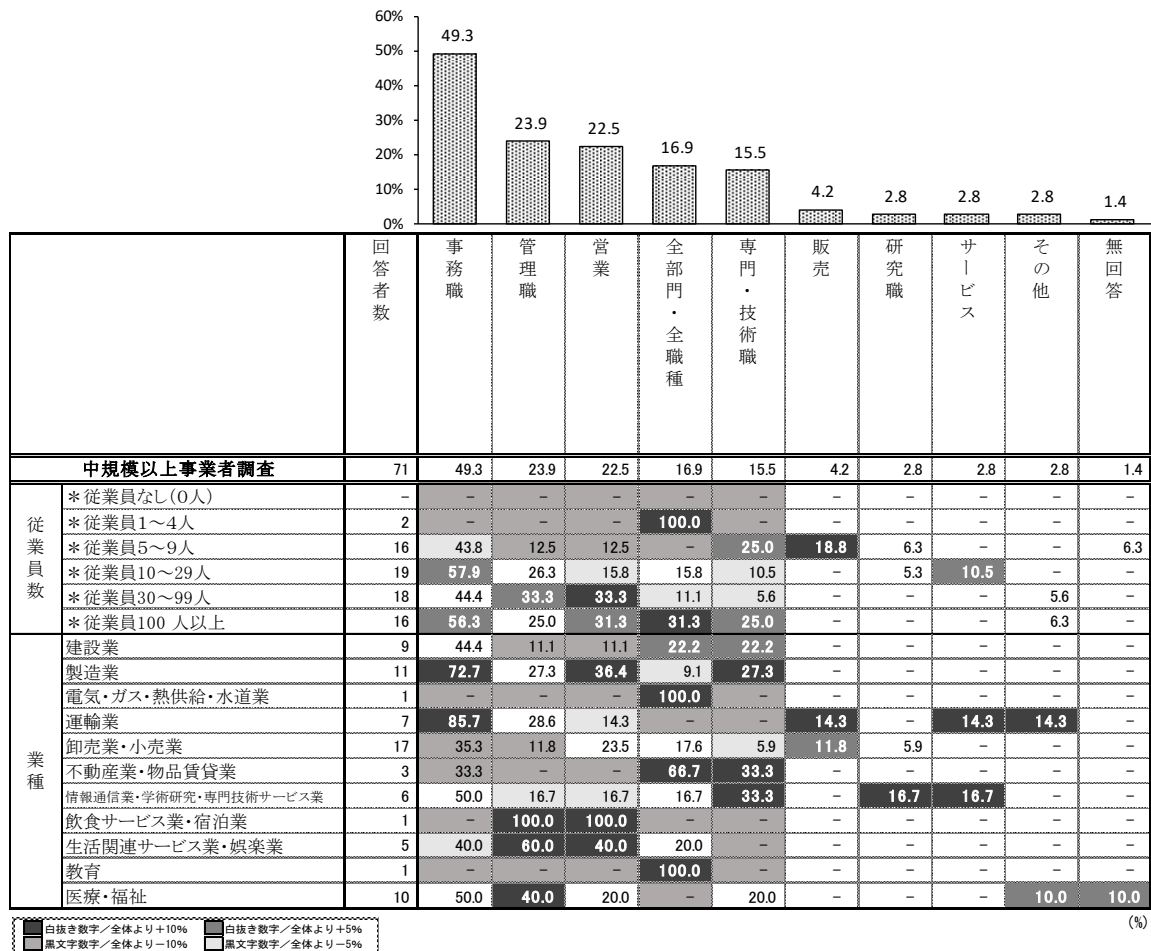


【問12-(1)】でテレワークの『導入&予定・検討あり』と答えた中規模以上事業者 (n=71) に、導入・検討しているテレワークの主な導入形態を複数回答で聞いた結果は、「在宅勤務」(87.3%)が9割弱で最も高く、以下やや離れて「モバイルワーク」(22.5%)が2割強、「サテライトオフィス勤務」(9.9%)がほぼ1割の順で続いている。

この結果を従業員数別にみると、「在宅勤務」は100人以上(100.0%)で、「モバイルワーク」は30~99人(33.3%)で、それぞれ高くなっているが、業種別ではサンプル数が少ない層が多いことから、業種別のコメントは割愛する。

問12- (3) 【問12- (1) で「1」～「3」に回答した
「テレワークの導入・意向あり事業者 (n=71) ベース】
テレワークを認めている部門・職種 (複数回答)

■ 「事務職」が5割弱で最も高く、「管理職」と「営業」がともに2割台前半で続く。

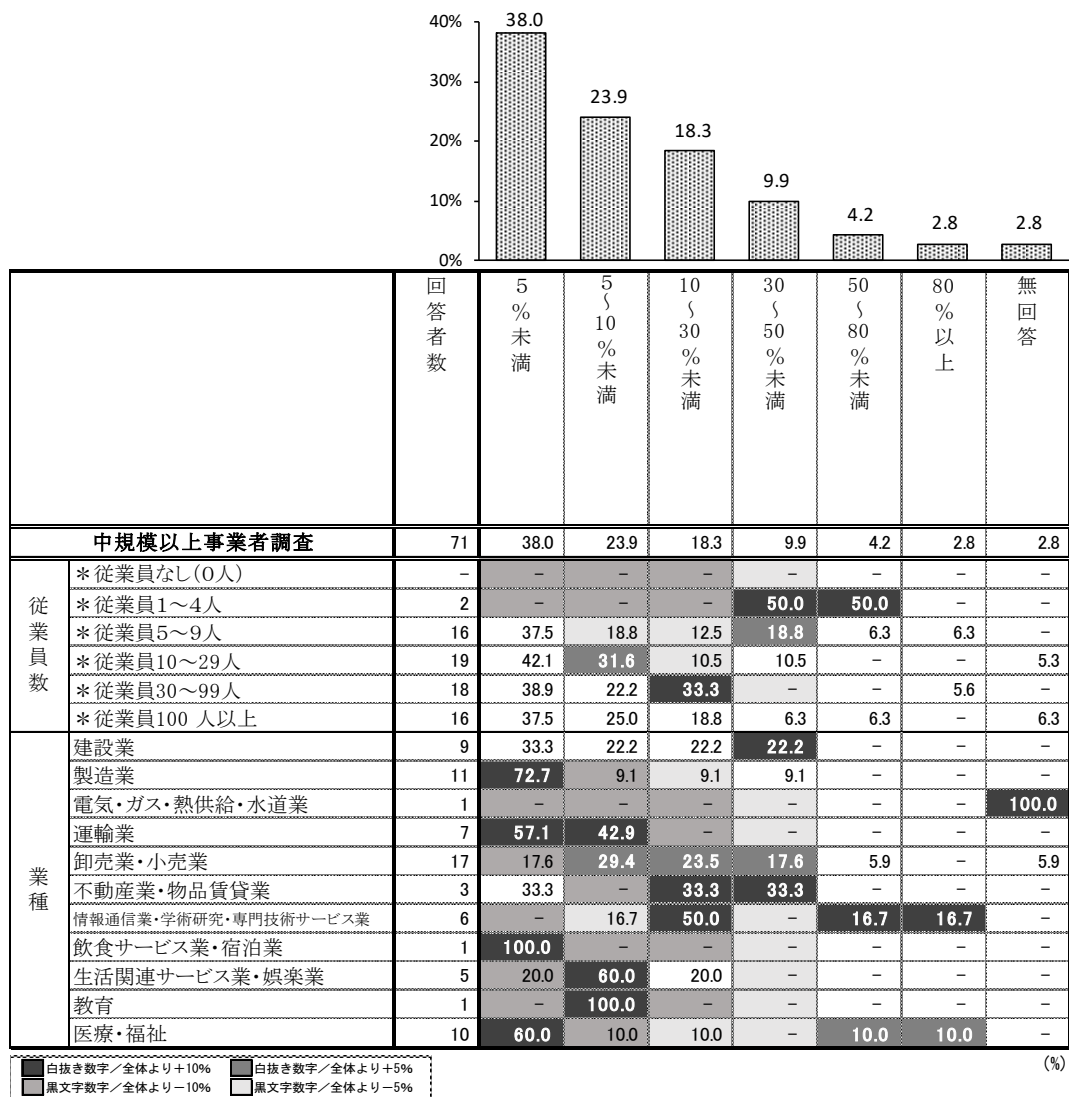


【問12-(1)】でテレワークの『導入&予定・検討あり』と答えた中規模以上事業者(n=71)に、テレワークを認めている部門・職種を聞いた結果は、「事務職」(49.3%)が5割弱で最も高く、これに「管理職」(23.9%)と「営業」(22.5%)が2割台前半、「全部門・全職種」(16.9%)と「専門・技術職」(15.5%)が1割台後半で続き上位となっている。

この結果を従業員数別にみると、「全部門・全職種」は100人以上(31.3%)で、「営業」は30~99人(33.3%)で、「販売」は5~9人(18.8%)で、それぞれ高くなっているが、業種別ではサンプル数が少ない層が多いことから、業種別のコメントは割愛する。

問12- (4) 【問12- (1) で「1」～「3」に回答した
「テレワークの導入・意向あり事業者 (n=71) ベース】
テレワークを利用している従業員の割合 (単数回答)

■ 「5%未満」が4割弱で最多で、『30%未満 計』が全体の8割を占める。

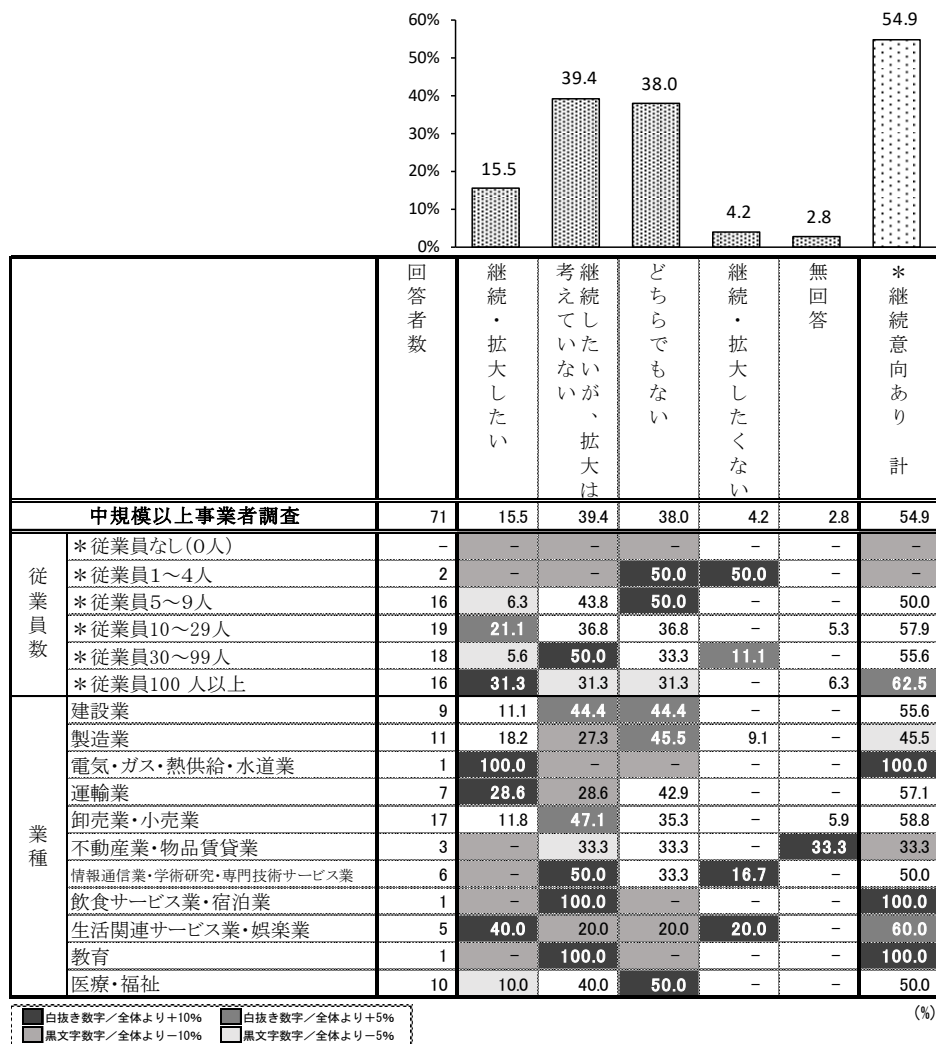


【問12-(1)】でテレワークの『導入&予定・検討あり』と答えた中規模以上事業者 (n=71) に、テレワークを利用している従業員の割合を聞いた結果は、「5%未満」(38.0%) が4割弱で最も多く、これに「5-10%未満」(23.9%) が2割台半ば、以下「10-30%未満」(18.3%)、「30-50%未満」(9.9%)、「50-80%未満」(4.2%)、「80%以上」(2.8%) の順で続き、『30%未満 計』(80.3%) が全体の8割以上を占める結果となっている。

この結果を従業員数別にみると、「10~30%未満」が30~99人 (33.3%) で高いのを除くと、目立った違いはみられず、業種別ではサンプル数が少ない層が多いことから、業種別のコメントは割愛する。

問12- (5) 【問12- (1) で「1」～「3」に回答した
「テレワークの導入・意向あり事業者 (n=71) ベース】
今後のテレワークの継続・拡大意向状況 (単数回答)

■ 「継続・拡大したい」は1割台半ばで、
「継続したいが、拡大は考えていない」が4割弱。

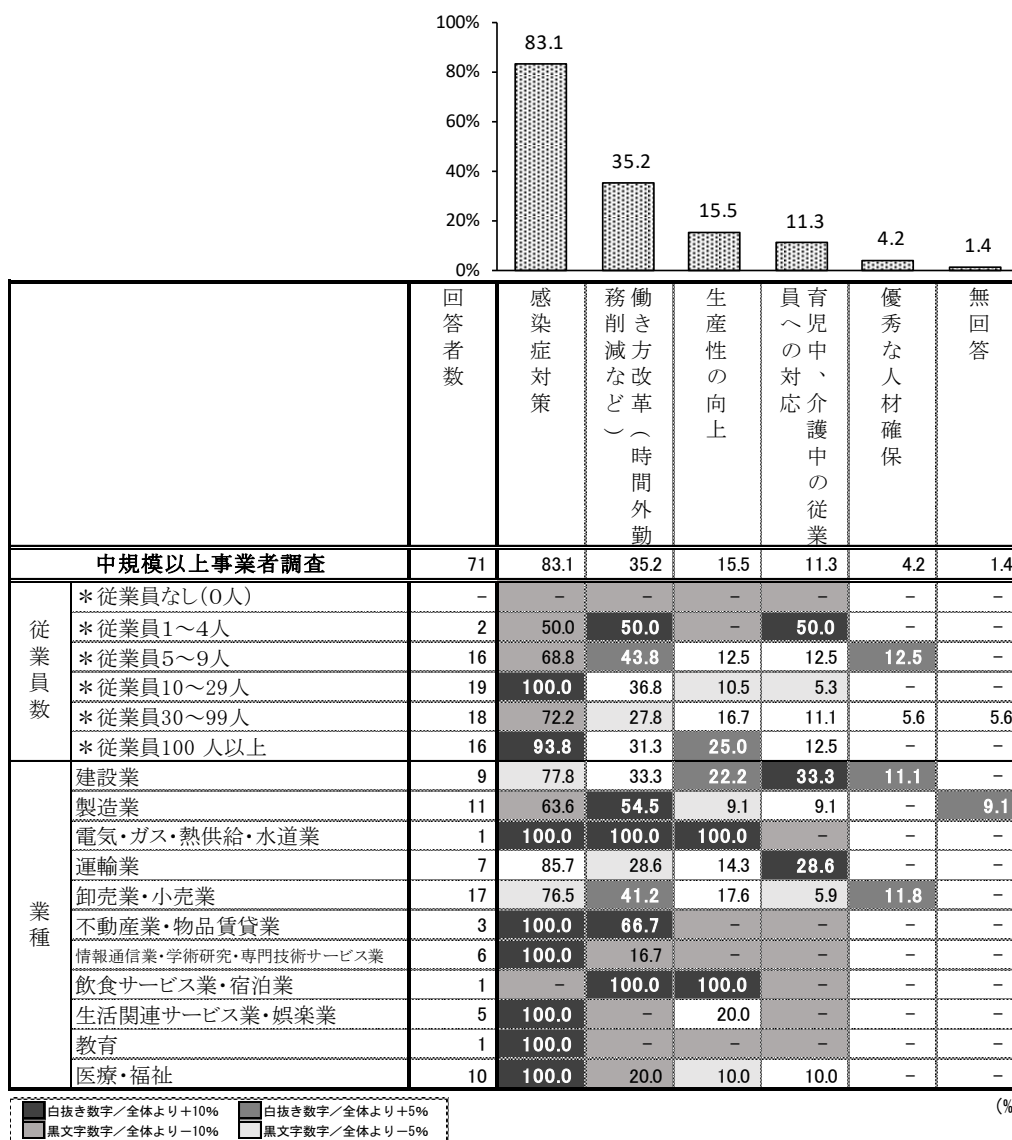


【問12-(1)】でテレワークの『導入&予定・検討あり』と答えた中規模以上事業者 (n=71) に、今後のテレワークの継続・拡大意向状況を聞いた結果は、「継続したいが、拡大は考えていない」(39.4%)と「どちらでもない」(38.0%)がともに4割弱で並んで最多を競っており、これらに「継続・拡大したい」(15.5%)が1割台半ば、「継続・拡大したくない」(4.2%)が1割未満の結果となっている。

この結果を従業員数別にみると、「継続・拡大したい」は100人以上(31.3%)で、「継続したいが、拡大は考えていない」は30~99人(50.0%)で、「どちらでもない」は5~9人(50.0%)で、それぞれ高くなっているが、業種別ではサンプル数が少ない層が多いことから、業種別のコメントは割愛する。

問12- (6) 【問12- (1) で「1」～「3」に回答した
「テレワークの導入・意向あり事業者 (n=71) ベース】
テレワークの導入目的 (複数回答)

■ 「感染症対策」が8割強で最も高く、「働き方改革」が3割台半ばで次点。

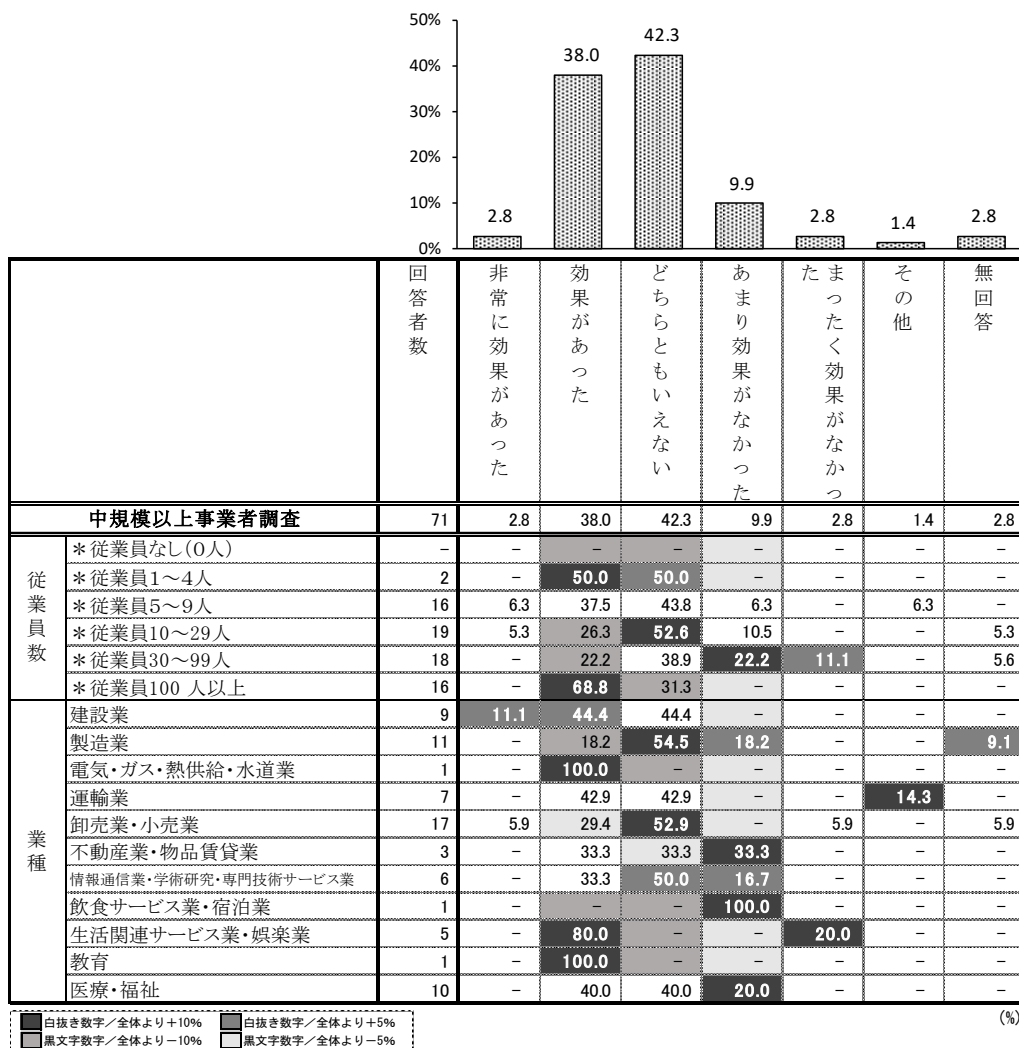


【問12-(1)】でテレワークの『導入&予定・検討あり』と答えた中規模以上事業者 (n=71) に、テレワークの導入目的を聞いた結果は、「感染症対策」(83.1%) が8割強で最も高く、やや離れて「働き方改革 (時間外勤務削減など)」(35.2%) が3割台半ばで続き、以下「生産性の向上」(15.5%)、「育児中、介護中の従業員への対応」(11.3%)、「優秀な人材確保」(4.2%) の順となっている。

この結果を従業員数別にみると、「感染症対策」が10~29人 (100.0%) と100人以上 (93.8%) で高いのを除くと、目立って大きな差はみられず、業種別ではサンプル数が少ない層が多いことから、業種別のコメントは割愛する。

問12- (7) 【問12- (1) で「1」～「3」に回答した
「テレワークの導入・意向あり事業者 (n=71) ベース】
テレワークの導入効果状況 (単数回答)

■ 『効果あり 計』と「どちらともいえない」がともに4割強で拮抗。



【問12-(1)】でテレワークの『導入&予定・検討あり』と答えた中規模以上事業者 (n=71) に、テレワークの導入効果状況を聞いた結果は、「どちらともいえない」(42.3%) が4割強で最も多いものの、「効果があった」(38.0%) が4割弱で続き、これに「非常に効果があった」(2.8%) を加えた『効果あり 計』(40.8%) が4割強で、1割強にとどまる『効果なし 計』(12.7%) を28.1ポイント上回って多くなっている。

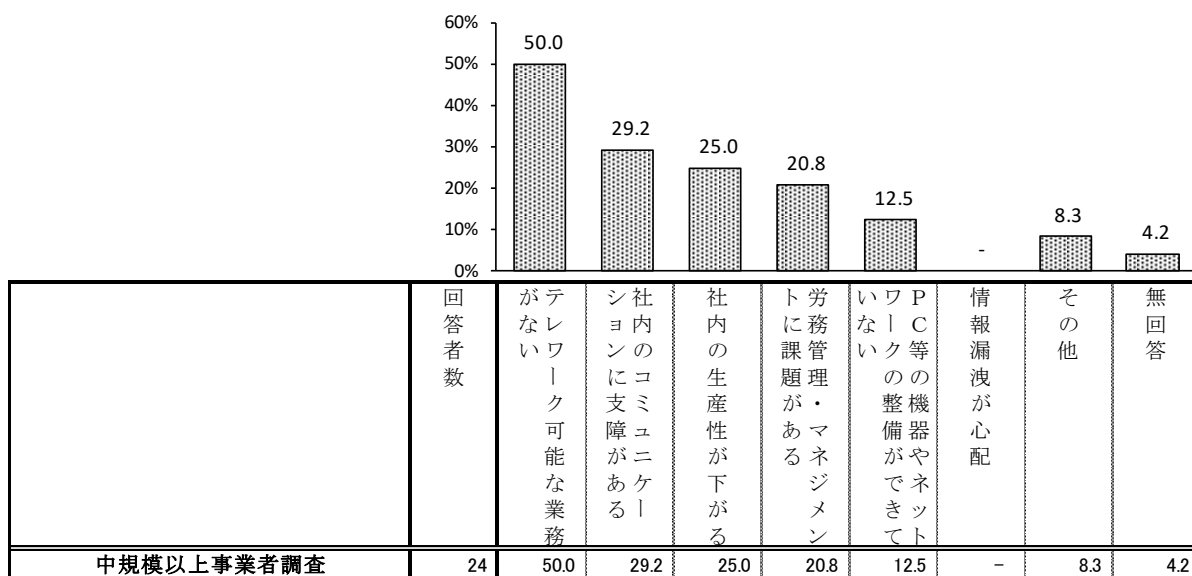
この結果を従業員数別にみると、「効果があった」は100人以上 (68.8%) で、「どちらともいえない」は10～29人 (52.6%) で、「あまり効果がなかった」は30～99人 (22.2%) で、それぞれ高くなっているが、業種別ではサンプル数が少ない層が多いことから、業種別のコメントは割愛する。

問12- (8) 【問12- (1) で「4」と回答した

「テレワークを現在はおこなっていない事業者 (n = 24) ベース」

テレワークを現在行っていない理由 (複数回答)

■ 「テレワーク可能な業務がない」が5割で最も高い。



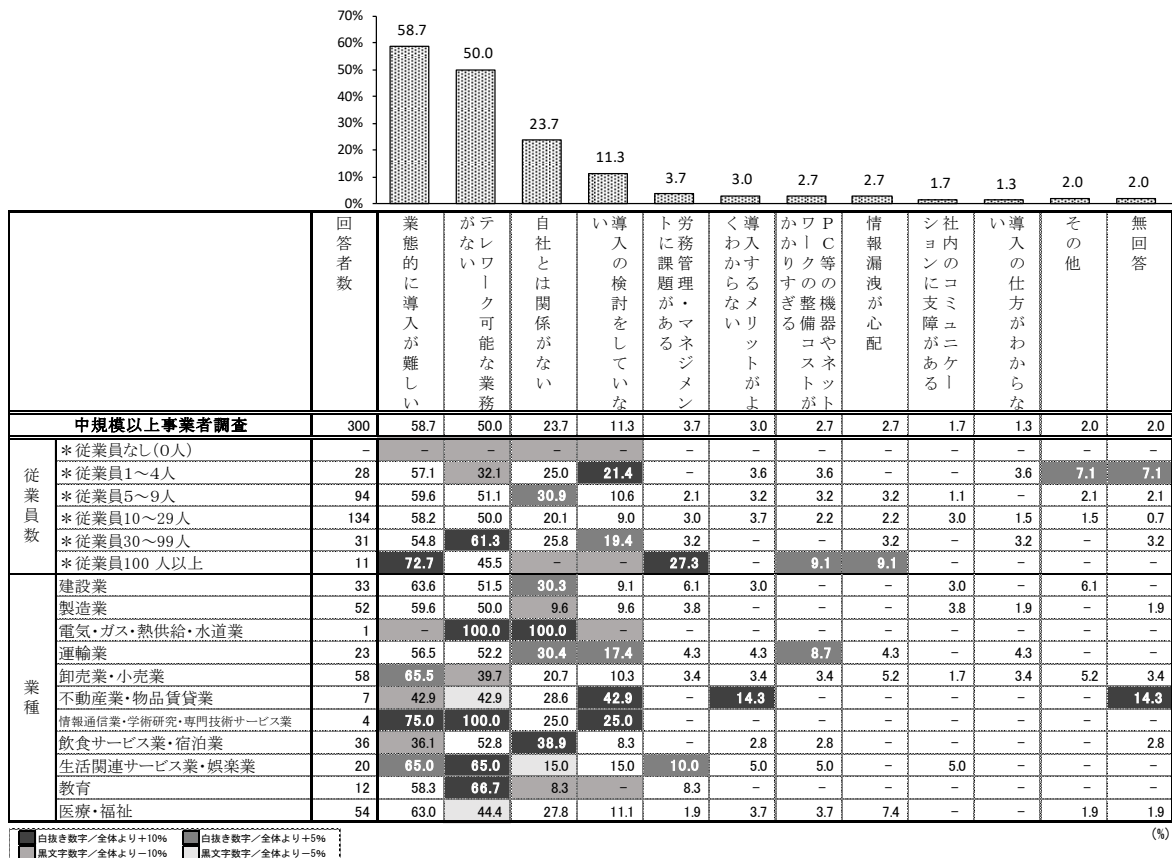
【問12-(1)】でテレワークを『かつて導入&現在非実施』と答えた中規模以上事業者 (n = 24) に、テレワークを現在行っていない理由を聞いた結果は、「テレワーク可能な業務がない」(50.0%) が5割で最も高く、これに「社内のコミュニケーションに支障がある」(29.2%)、「社内の生産性が下がる」(25.0%)、「労務管理・マネジメントに課題がある」(20.8%) の3項目が2割台で続き上位となっている。
(サンプル数が n = 24 と少ないことに留意)

この設問は、該当設問で回答事業者数が全体でも24サンプルと少数にとどまることから、属性別のデータ掲載とコメントは割愛する。

問12- (9) 【問12- (1) で「5」と回答した
「テレワーク導入意向なし事業者 (n=300) ベース」
テレワークを導入しない・導入できない理由 (複数回答)

■ 6割弱の「業態的に導入が難しい」と

5割の「テレワーク可能な業務がない」の2項目が上位。



【問12-(1)】でテレワークの『導入&予定なし』と答えた中規模以上事業者 (n=300) に、その理由を聞いた結果は、「業態的に導入が難しい」(58.7%) が6割弱で最も高く、これに「テレワーク可能な業務がない」(50.0%) が5割で続き、この2項目への反応が高い。

この結果を従業員数別にみると、「業態的に導入が難しい」と「労務管理・マネジメントに課題がある」は100人以上 (72.7%/27.3%) で、「テレワーク可能な業務がない」は30~99人 (61.3%) で、「導入の検討をしていない」は1~4人 (21.4%) で、それぞれ高い。一方、業種別では、サンプル数に留意が必要なながら、「テレワーク可能な業務がない」が教育 (66.7%) と生活関連サービス業・娯楽業 (65.0%) で、「自社とは関係がない」が飲食サービス業・宿泊業 (38.9%) で、それぞれ高いのを除くと、一定数のサンプル数がある業種別で目立って大きな差はみられない。

消費・就労に関する意識調査
(区民向け)

消費・就労に関する意識調査（区民向け）

全体詳細結果報告編

1 調査の目的

本調査は、令和2年より世界的に流行した、新型コロナウイルス感染症が区民生活にも大きな影響を及ぼす中で、区民の消費行動や就労に対する考え方を把握し、平成28年に策定した経済活性化計画の中間見直しや、今後の区内における産業経済の発展や区内事業者に対する施策に反映させることを目的としている。

2 調査の概要

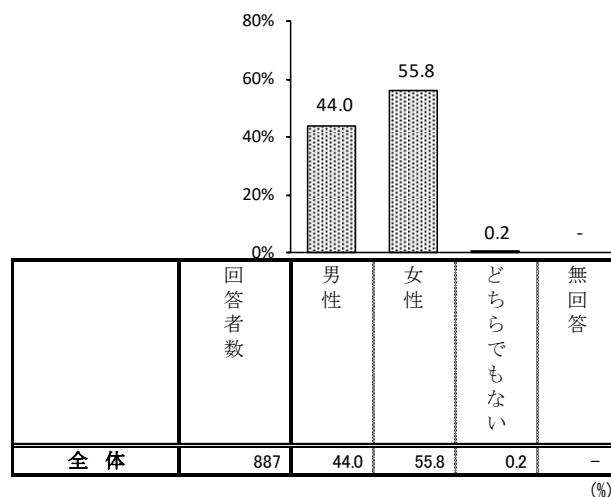
- | | |
|--------------|-----------------------|
| (1) 調査地域 | 足立区全域 |
| (2) 調査対象 | 足立区在住の満18歳以上の個人 |
| (3) 調査対象者の抽出 | 足立区住民基本台帳より単純無作為抽出 |
| (4) 標本数 | 2,000サンプル |
| (5) 調査方法 | 郵送配布郵送回収法 |
| (6) 調査実施期間 | 令和3年7月16日（金）～8月10日（火） |
| (7) 回収数（率） | 887人（44.4%） |
| (8) 調査実施主体 | 足立区 産業経済部 産業政策課 |
| (9) 調査実施機関 | (株)マーケティング・サービス |

＜調査結果（全体集計/n=887）の詳細＞

I 調査対象者の属性について

問1 性別（単数回答）

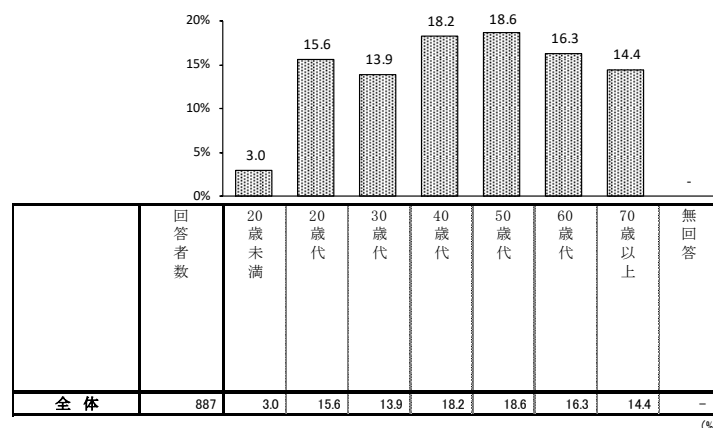
■ 性別は、女性が5割台半ばで、4割台半ばの男性より多い構成。



性別は、女性（55.8%）が5割台半ばを占めて、4割台半ばの男性（44.0%）より多くなっている。なお、「どちらでもない」（0.2%）も少数ながらみられる。

問2 年代 I（単数回答）

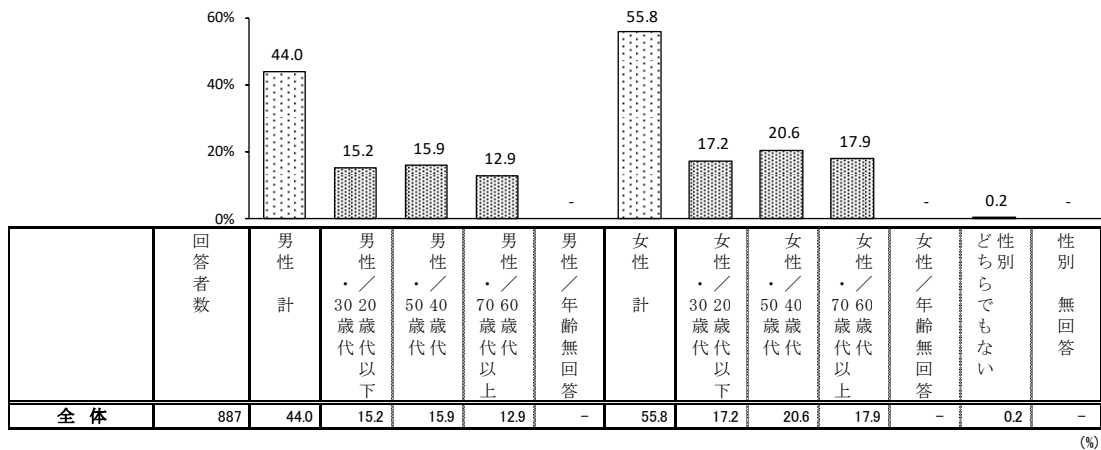
■ 年代は、各年代が1割台半ばから2割弱で、概ね均等に並ぶ構成。



回答者の年代は、20歳未満（3.0%）を含む20歳代以下（18.6%）や50歳代（18.6%）、40歳代（18.2%）などがそれぞれ2割弱でやや多めながら、各年代ともに1割台半ば～2割弱で並ぶ構成。

問1×問2 性・年代別 II (単数回答)

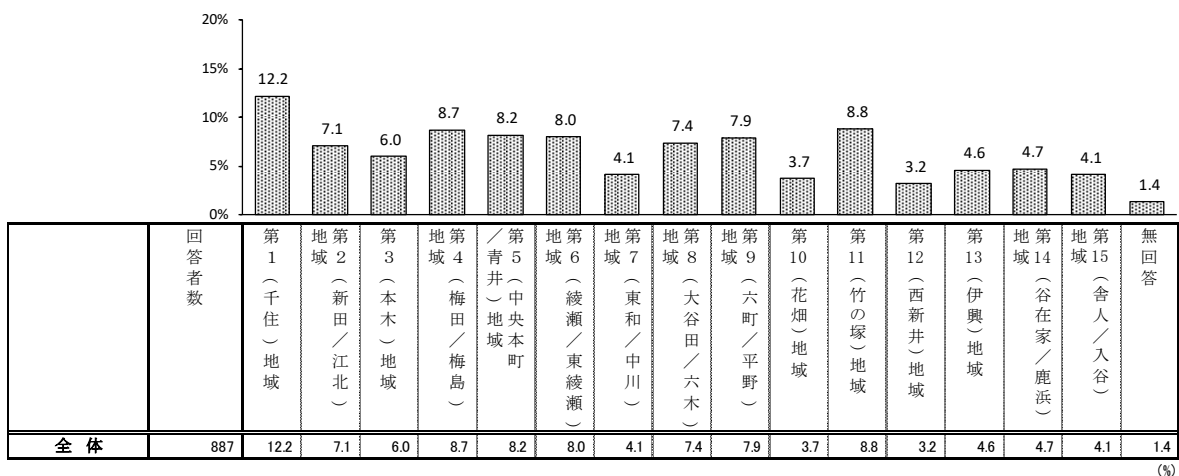
■ 性・年代別6層では、女性の40歳代と50歳代を合わせた「女性中年代層」が2割超で最多。



男女をそれぞれ3年代層に分けた性・年代別の分布では、40歳代と50歳代を合わせた女性中年代層(20.6%)が2割を超えて最も多く、以下、女性高年代層(17.9%)、女性若年代層(17.2%)と女性の他2層が続き、男性層は、男性中年代層(15.9%)、男性若年代層(15.2%)、男性高年代層(12.9%)の順となっている。

問3 居住地域 (単数回答)

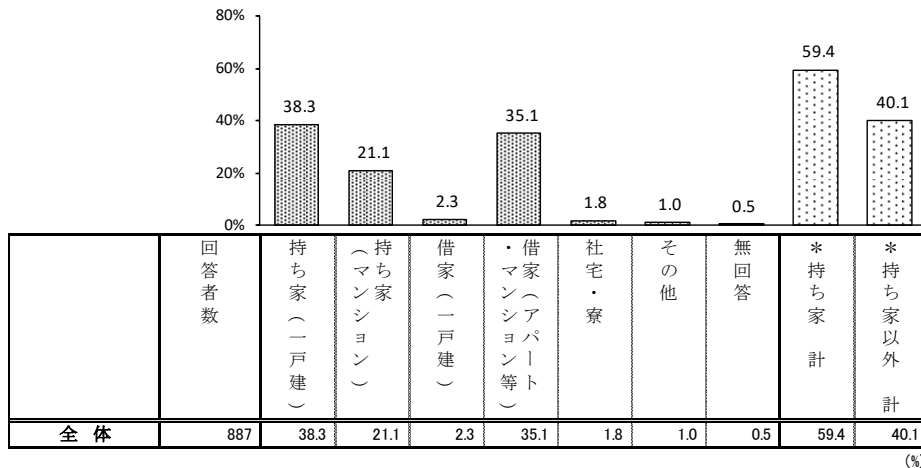
■ 居住地域区分では、千住の各町丁を含む「第1(千住)地域」が1割強で最も多い。



回答者の居住町丁名を足立区の15地域区分別にみると、千住の各町丁を含む「第1(千住)地域」(12.2%)が1割を超えて最も多く、以下、「第11(竹の塚)地域」(8.8%)、「第4(梅田/梅島)地域」(8.7%)などが続いて上位。

問4 住居形態 (単数回答)

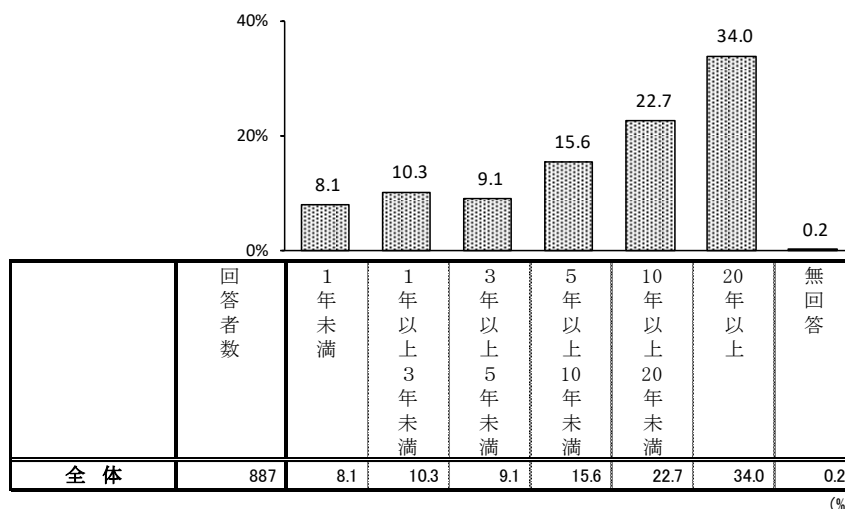
■ 「持ち家(一戸建)」が4割弱で最多。



住居形態の結果は、持ち家(一戸建)(38.3%)が4割弱で最も多く、これに借家(アパート・マンション等)(35.1%)が3割台半ば、持ち家(マンション)(21.1%)が2割強で続き、上位となっている。

問5 現住所居住年数 (単数回答)

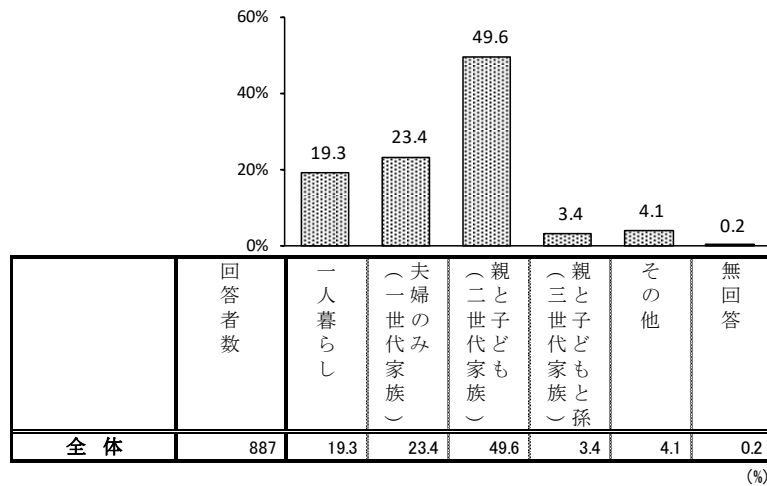
■ 「20年以上」が3割台半ばで最も多く、『5年未満計』は3割弱。



現住居の居住年数は、20年以上(34.0%)が3割台半ばで最も多く、以下、10年以上20年未満(22.7%)、5年以上10年未満(15.6%)の順で続き、「5年未満計」(27.5%)は合わせても3割弱にとどまる。

問6 同居家族構成 (単数回答)

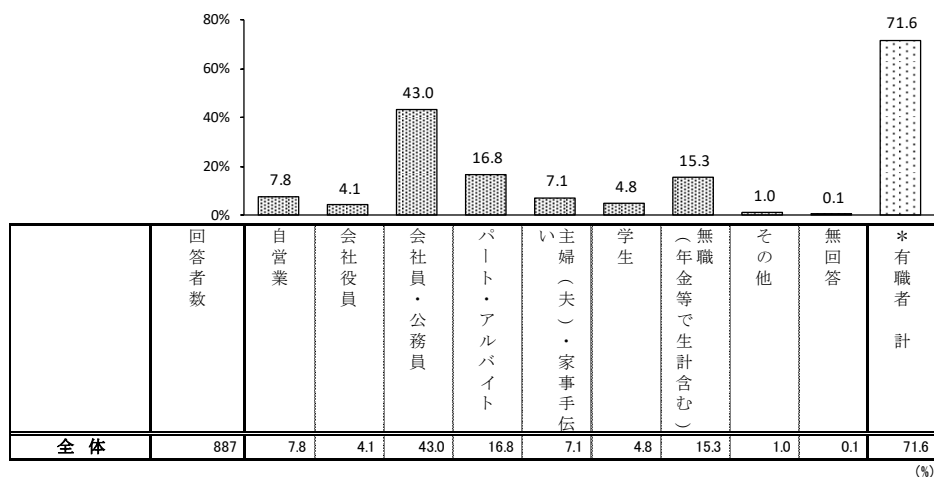
■ 「親と子ども (二世世代家族)」がほぼ半数を占めて最多。



同居家族構成を聞いた結果は、親と子ども (二世世代家族) (49.6%) がほぼ半数を占めて最も多く、夫婦のみ (一世世代家族) (23.4%) が2割台半ば、一人暮らし (19.3%) が2割弱で続いて上位となっている。

問7 職業 (単数回答)

■ 「会社員・公務員」が4割強で最も多く、7割強が『有職者』。

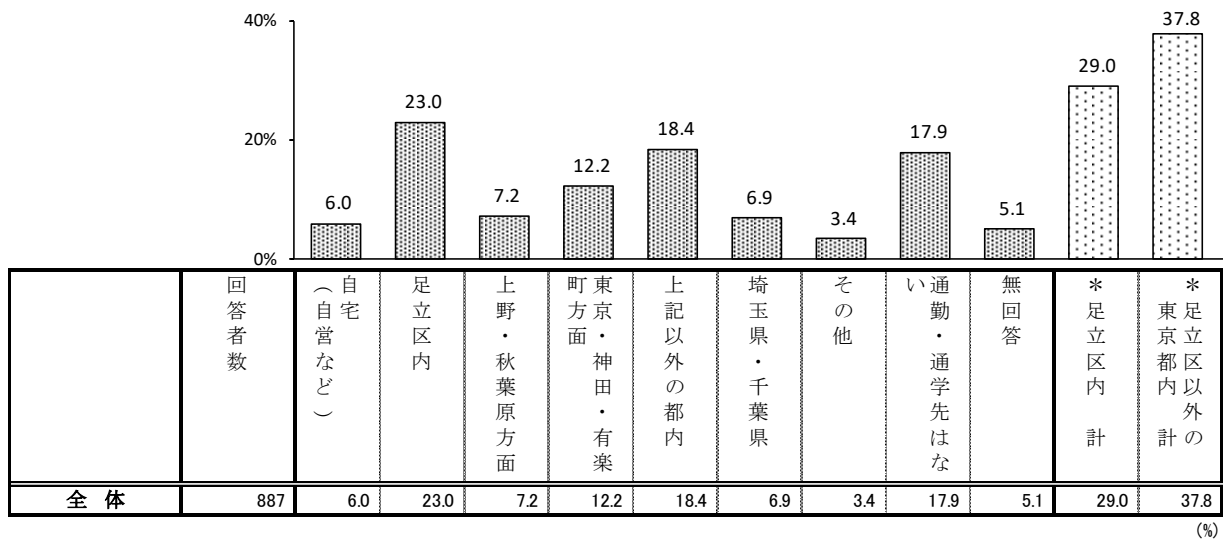


回答者の職業は、会社員・公務員 (43.0%) が4割強で最も多く、パート・アルバイト (16.8%) と無職 (年金等で生計含む) (15.3%) が1割台後半で続いて上位となっている。

なお、「有職者 計」(71.6%) が7割強を占めている。

問8 通勤・通学先 (単数回答)

■ 「自宅」を含む『足立区内』が3割弱。一方「通勤・通学先はない」は2割弱。



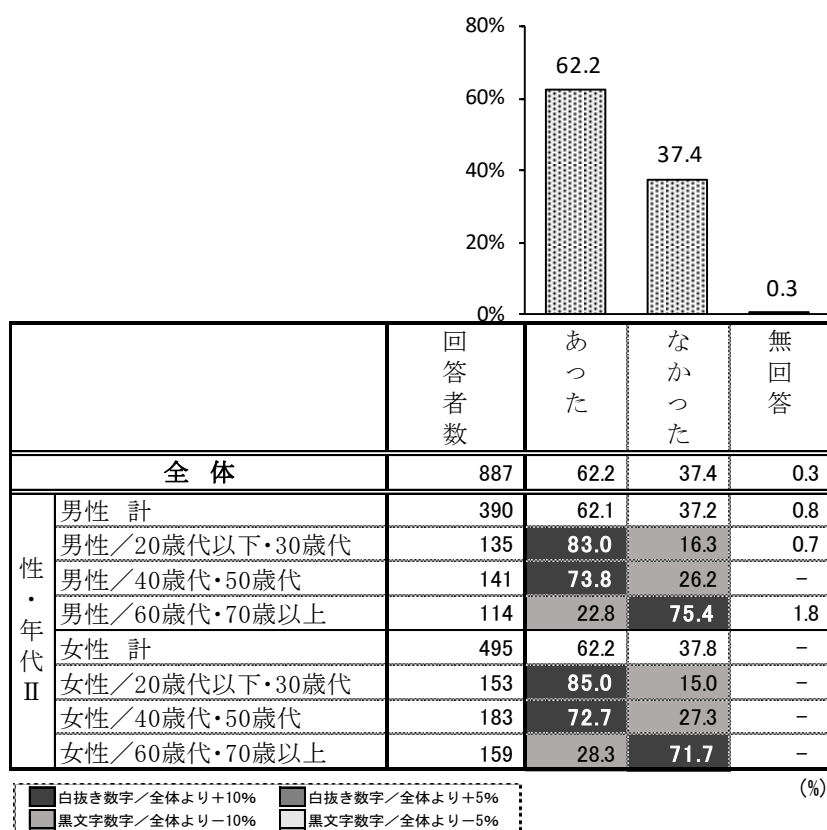
回答者の通勤・通学先を全対象者に聞いた結果は、足立区内（23.0%）が2割強で最も多く、足立区/上野・秋葉原・東京・神田・有楽町方面以外の都内（18.4%）と東京・神田・有楽町方面（12.2%）が1割台で続き上位となっている。

一方、通勤・通学先はない（17.9%）も2割弱となっている。

II オンライン消費の状況等について

問9 先月（令和3年6月）のインターネットショッピング利用経験（単数回答）

■ 利用経験率は、男女ともに6割強ながら、
若年層男女で8割台、高齢層男女では2割台。

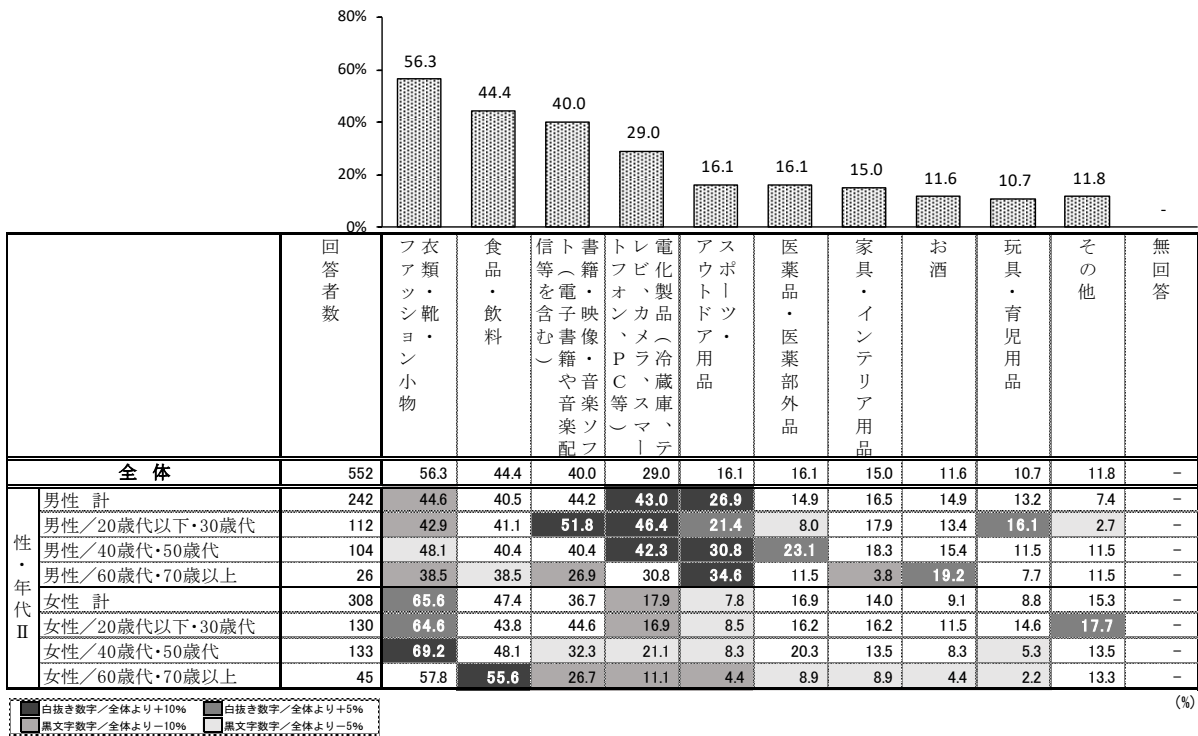


令和3年6月の1カ月間のインターネットショッピングの利用有無では、「あった」(62.2%)が6割強を占めて、「なかった」(37.4%)を24.8ポイント上回って多くなっている。

性別にみても、「あった」の割合に男女別の差(男性62.1%、女性62.2%)はみられないが、性・年代別にみると、「あった」の割合は、女性若年層(85.0%)と男性若年層(83.0%)でともに8割台と高く、男性中年層(73.8%)と女性中年層(72.7%)も7割台に達しているのに対して、男性高齢層(22.8%)と女性高齢層(28.3%)はともに2割台にとどまり、男女ともに、中年層と高齢層の差を中心に、大きな年代差がみられる結果となっている。

問10-1 【「インターネットショッピング利用経験者（n=552）ベース」】
インターネットショッピングでの主な購入品目（複数回答）

■ 「衣類・靴・ファッション小物」が5割台半ばで最も高く、女性では6割台半ば。



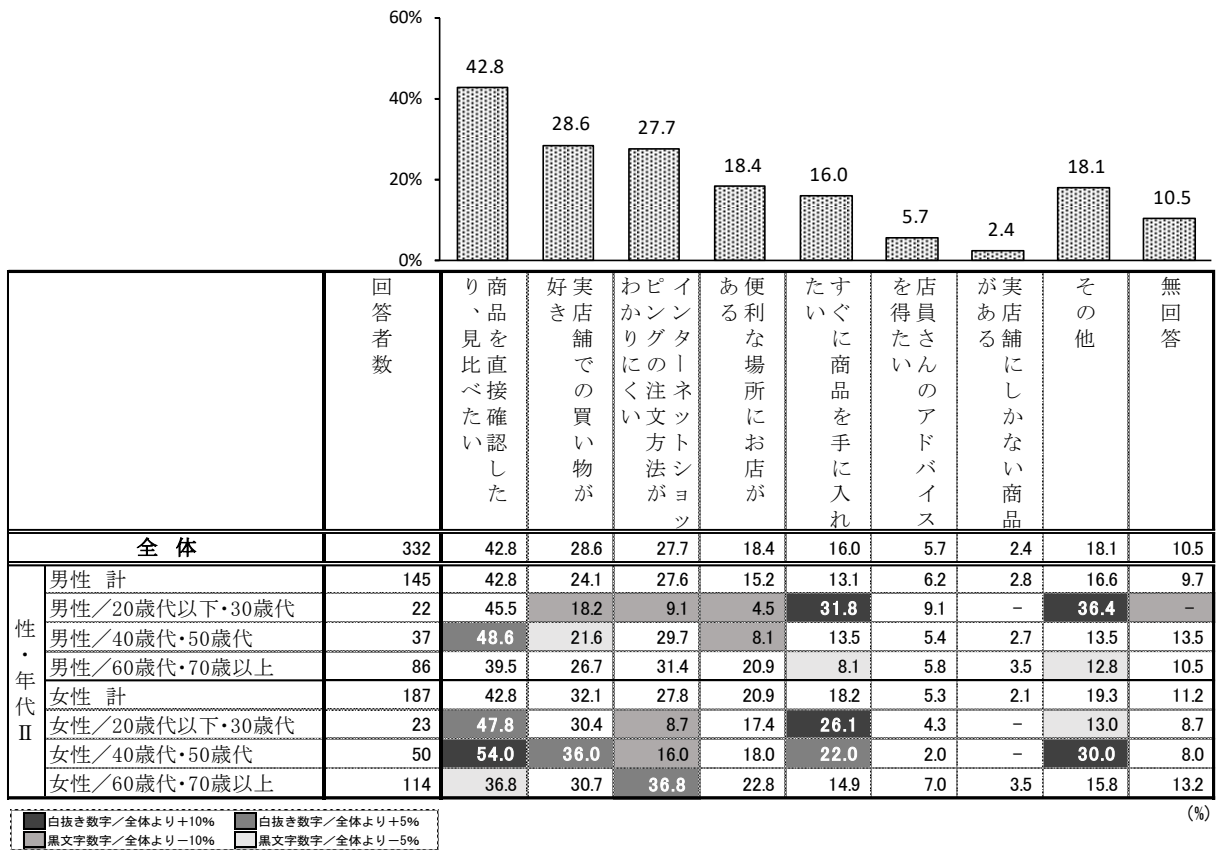
令和3年6月中にインターネットショッピングの利用があった人（n=552）に主な購入品目を聞いた結果は、「衣類・靴・ファッション小物」（56.3%）が5割台半ばで最も高く、これに「食品・飲料」（44.4%）、「書籍・映像・音楽ソフト」（40.0%）、「電化製品」（29.0%）などが続き上位となっている。

性別にみると、「衣類・靴・ファッション小物」は女性（65.6%）の方が男性（44.6%）より21.0ポイント高いが、「電化製品」は男性（43.0%）の方が女性（17.9%）より25.1ポイント高く、「スポーツ・アウトドア用品」も男性（26.9%）の方が女性（7.8%）より19.1ポイント高く、これら3品目で男女別の差が大きくなっている。

性・年代別にみると、「衣類・靴・ファッション小物」は女性中年層（69.2%）で、「食品・飲料」は女性高齢層（55.6%）で、「書籍・映像・音楽ソフト」は男性若年層（51.8%）で、「電化製品」は男性の若年層（46.4%）と中年層（42.3%）で、「スポーツ・アウトドア用品」は男性の高齢層（34.6%）と中年層（30.8%）で、それぞれ高くなっている。

問10-2 【「インターネットショッピング非利用者（n=332）ベース」】
インターネットショッピング非利用理由（複数回答）

■ 「商品を直接確認したり、見比べたい」が4割強で最も高い。



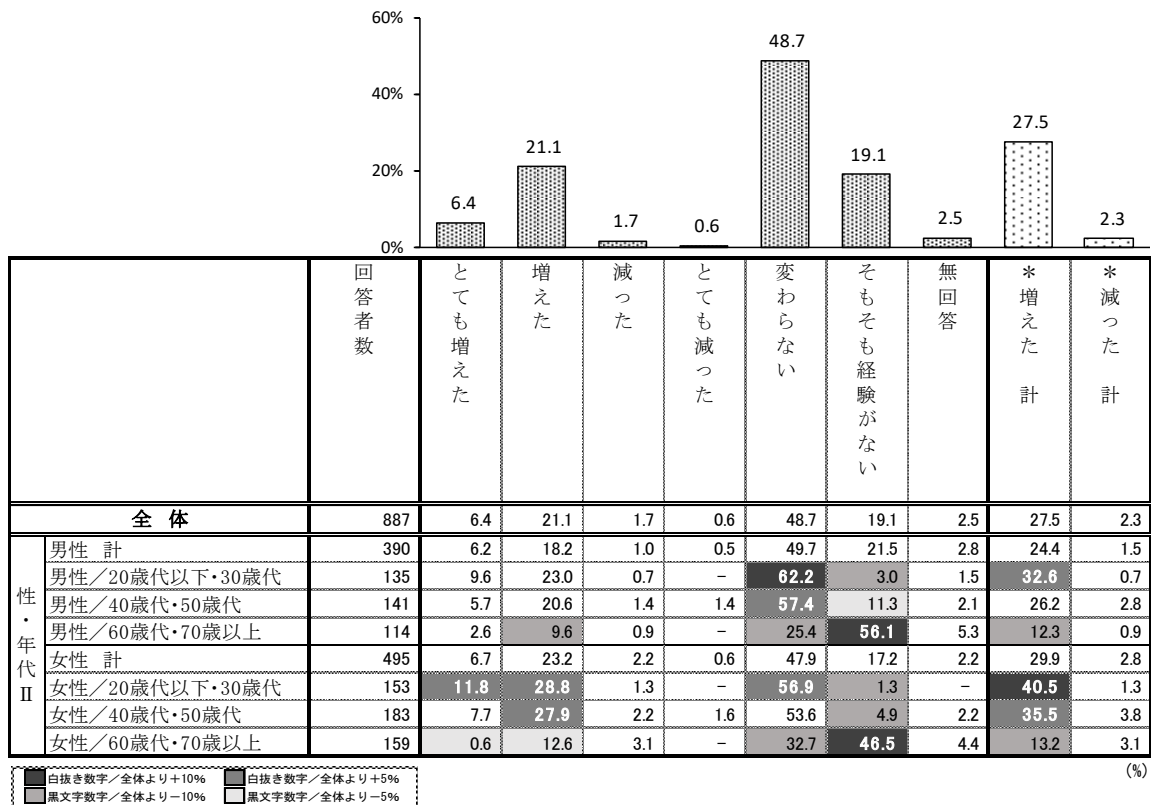
令和3年6月中にインターネットショッピングの利用がなかった人（n=332）に、その非利用理由を聞いた結果は、「商品を直接確認したり、見比べたい」（42.8%）が4割強で最も高く、これに「実店舗での買い物が好き」（28.6%）と「インターネットショッピングの注文方法がわかりにくい」（27.7%）が3割弱で続き上位となっている。

性別にみると、女性の方が8.0ポイント高めな「実店舗での買い物が好き」を除くと大きな男女別の差はみられないが、性・年代別にみると、「商品を直接確認したり、見比べたい」と「実店舗での買い物が好き」は女性中年代層（54.0%/36.0%）で、「インターネットショッピングの注文方法がわかりにくい」は女性高齢層（36.8%）で、「すぐに商品を手に入れたい」は男女の若年代層（31.8%/26.1%）で、それぞれ高くなっている。

問11 最近のインターネットショッピング利用頻度の2019年以前との増減比較

(単数回答)

■ 「変わらない」が半数弱で最多ながら、『増えた計』も3割弱で女性が高め。



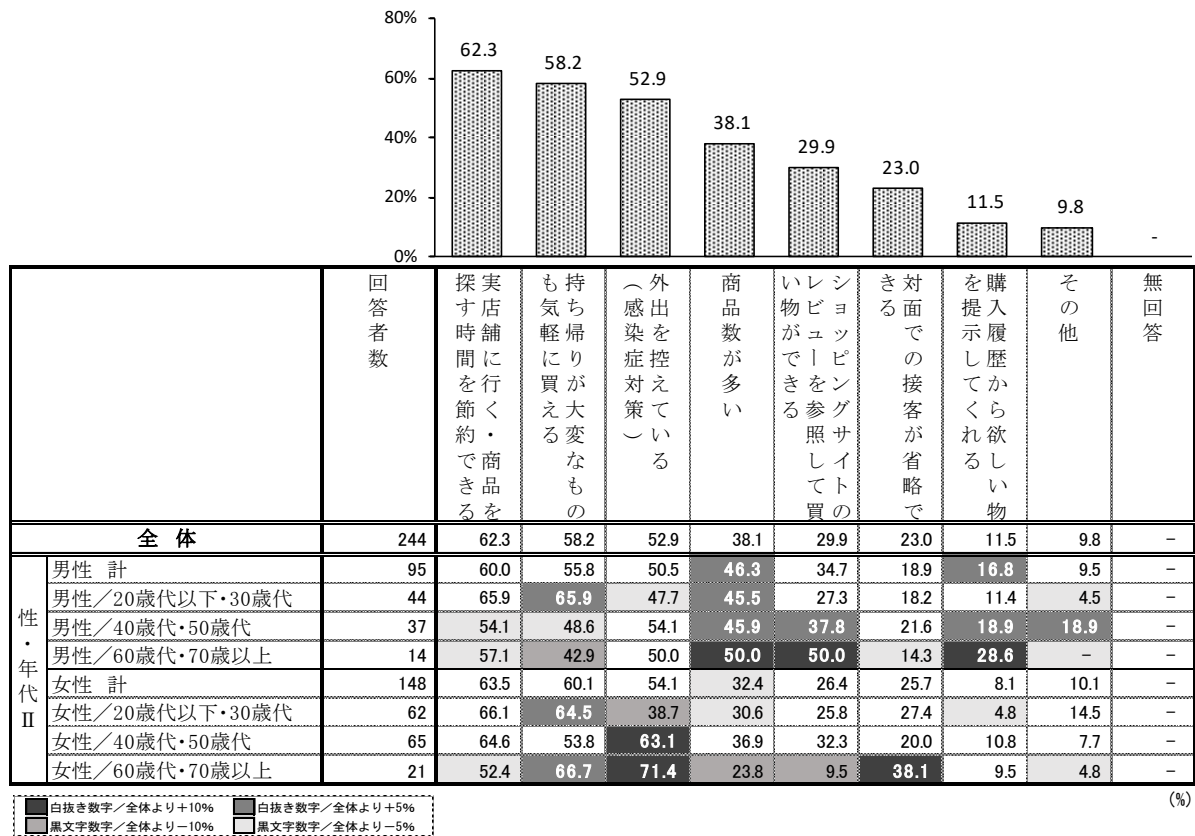
最近のインターネットショッピング利用頻度の2019年以前との増減比較を、全対象者に聞いた結果は、「変わらない」(48.7%)が5割弱を占めて最も多いものの、2割強の「増えた」(21.1%)に「とても増えた」(6.4%)を加えた『増えた計』(27.5%)は3割弱となっており、2%台の『減った計』(2.3%)を大きく上回っている。一方、「そもそも経験がない」(19.1%)という回答も2割弱となっている。

性別にみると、「増えた」(女性23.2%>男性18.2%/5.0P差)と『増えた計』(女性29.9%>男性24.4%/5.5P差)で女性の方がやや高めなことを除くと、大きな差はみられない。

性・年代別にみると、『増えた計』は4割台の女性若年層(40.5%)を筆頭に、女性中年層(35.5%)や男性若年層(32.6%)で高くなっている。一方、「変わらない」は6割強の男性若年層(62.2%)を筆頭に、男性中年層(57.4%)や女性若年層(56.9%)で高く、「そもそも経験がない」は5割台半ばの男性高齢層(56.1%)を筆頭に女性高齢層(46.5%)でも高くなっており、高齢層と他の年代層との差が目立つ項目となっている。

問12-1 【問11で「1」か「2」と答えた「利用頻度増加者（n=244）ベース」】
インターネットショッピング利用頻度の増加理由（複数回答）

■ 『時間の節約ができる』と『持ち帰り不要で気軽』の2項目が6割前後で上位。



2019年以前に比べて最近のインターネットショッピングの利用頻度が増えた人（n=244）の増加理由では、「実店舗に行く・商品を探す時間を節約できる」（62.3%）が6割強で最も高く、「持ち帰りが大変なものも気軽に買える」（58.2%）が6割弱で続き、以下、「外出を控えている（感染症対策）」（52.9%）、「商品数が多い」（38.1%）などが上位となっている。

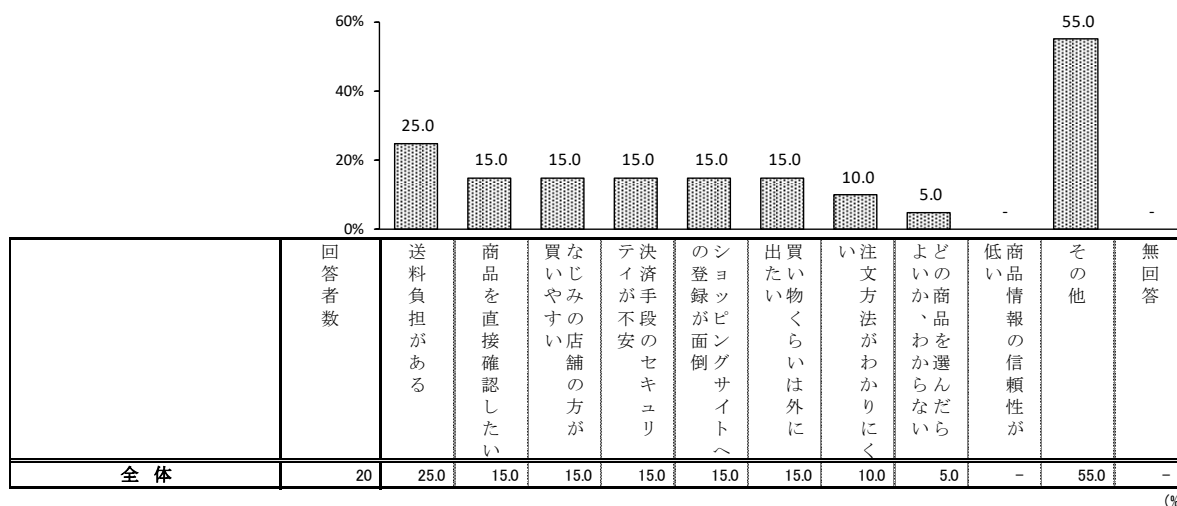
性別にみると、「商品数が多い」（男性46.3%>女性32.4%/13.9P差）で男性の方が10ポイント以上高いのを除くと、男女間で大きな差がみられる項目はなしとなっている。

性・年代別にみると、「外出を控えている（感染症対策）」が女性中年層（63.1%）で高いのを除くと、目立った違いはみられない。

（一部の項目で男女の高齢層が他の性・年代層と差がある項目もみられるが、高齢層は男女ともにサンプル数が少ないため、コメントは割愛している。）

問12-2 【問11で「3」か「4」と答えた「利用頻度減少者（n=20）ベース」】
インターネットショッピング利用頻度の減少理由（複数回答）

■ 「その他」では“必要なものがない”“収入減で買い物控え”などの回答が多い。



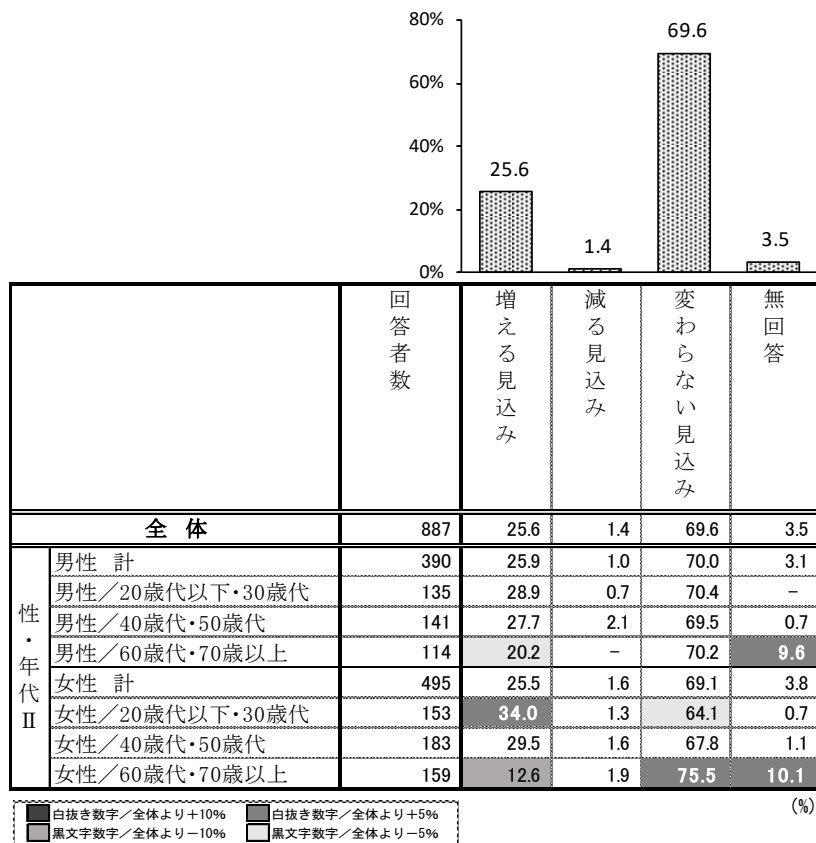
2019年以前に比べて最近のインターネットショッピングの利用頻度が減った人（n=20）の減少理由では、“必要なものがない”“収入減で買い物を控えている”などの回答を中心とした「その他」（55.0%）が最も高いが、それ以外では「送料負担がある」（25.0%）が最も高く、特に集中する回答はみられない。

（回答サンプル数が20名と少ないことに留意）

この設問は回答サンプル数が全体で20名と少ないので、性別や性・年代別の情報の掲載は割愛している。

問13 インターネットショッピングの今後の利用増減見込み (単数回答)

■ 『変わらない』が約7割で最多ながら、
若年女性を筆頭に『増えそう』も全体で2割台半ば。

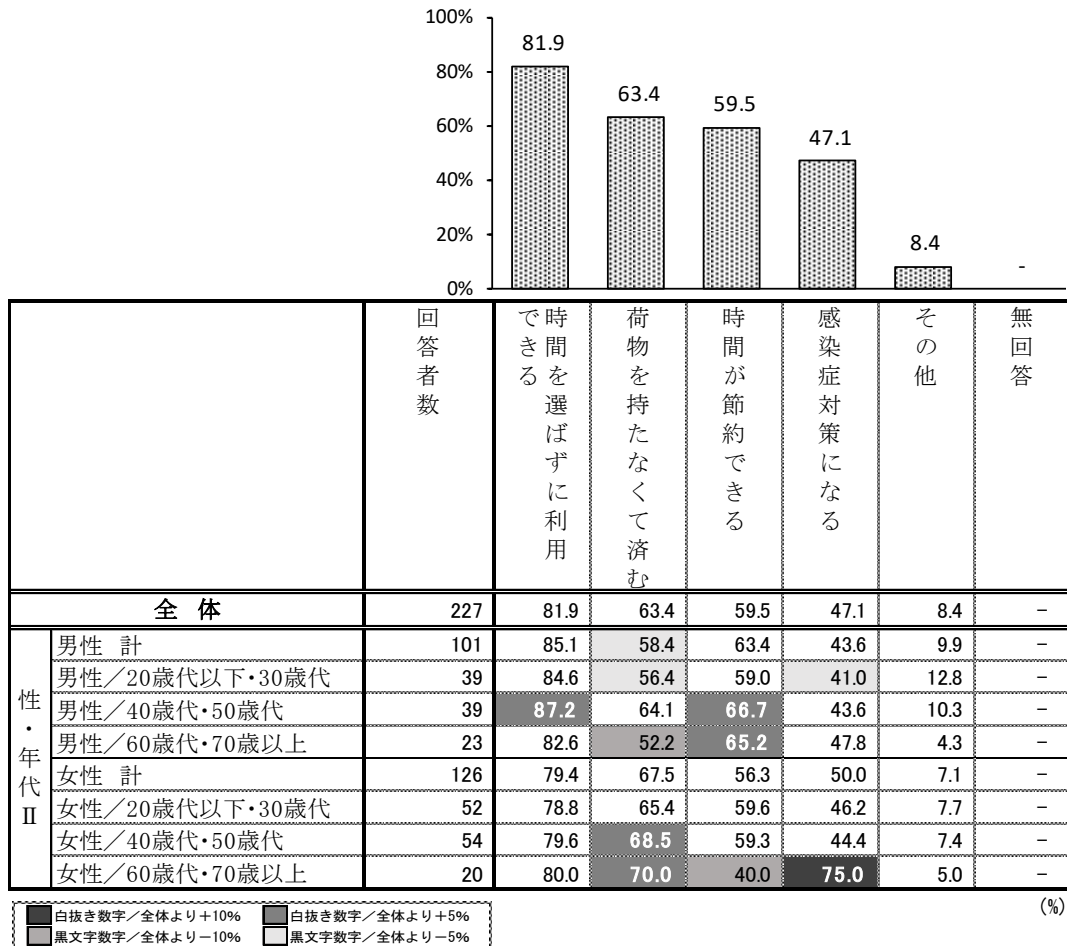


今後のインターネットショッピングの利用増減見込みを、全対象者に聞いた結果は、「変わらない見込み」(69.6%)がほぼ7割を占めて最も多いものの、2割台半ばの「増える見込み」(25.6%)が、1%台の「減る見込み」(1.4%)を24.2ポイント上回って多くなっている。

性別では男女間にほとんど差がみられず、性・年代別でも目立って大きな差はみられないが、「増える見込み」は女性若年層(34.0%)で、「変わらない見込み」は女性高齢層(75.5%)で、それぞれ最も高くなっている。

問14-1 【問13で「1」と答えた「利用増加見込み者（n=227）ベース】
利用増加見込み理由（複数回答）

■ 『時間を選ばない』『荷物持ちが不要』『時間が節約できる』などが上位。



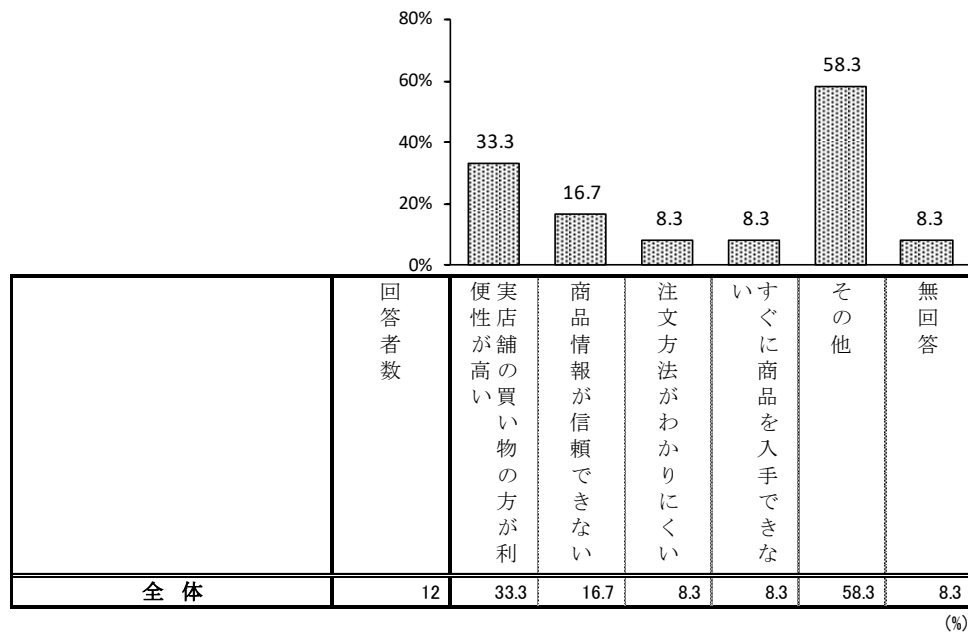
問13で『増える見込み』と回答した人（n=227）の増加見込み理由では、「時間を選ばずに利用できる」（81.9%）が8割強で最も高く、これに「荷物を持たなくて済む」（63.4%）と「時間が節約できる」（59.5%）が6割前後で続いて上位となっており、「感染症対策になる」（47.1%）も5割近くあげられている。

性別にみると、女性の方が9.1ポイント高い「荷物を持たなくて済む」（女性67.5% > 男性58.4%）で男女間の差が最も大きくなっている。

性・年代別にみても、サンプル数が20名と少なめな女性高齢層で「時間が節約できる」（40.0%）が低めにとどまる一方で「感染症対策になる」（75.0%）が高いのを除くと、大きな差はみられない結果となっている。

問14-2 【問13で「2」と答えた「利用減少見込み者（n=12）ベース」】
 利用減少見込み理由（複数回答）

■ サンプル数が少ないが、「その他」以外では
「実店舗の買い物の方が利便性が高い」が上位。



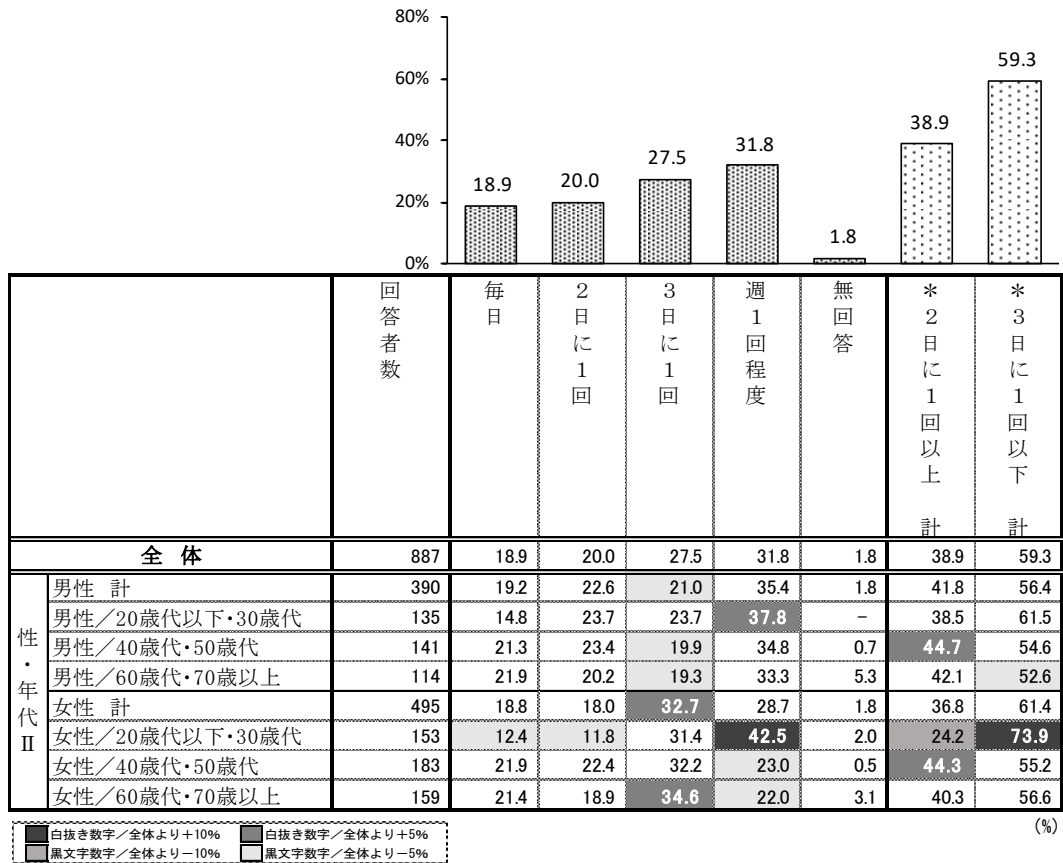
問13で『減る見込み』と回答した人の減少見込み理由では、回答者数が12名と少ないものの、用意された選択肢の中では「実店舗の買い物の方が利便性が高い」（33.3%）が最も高い。

この設問は回答サンプル数が全体で12名と少ないので、性別や性・年代別の情報の掲載は割愛している。

Ⅲ 実店舗での買い物の状況について

問15 直近1か月の実店舗での買い物の頻度 (単数回答)

■ 「週に1回程度」が3割強で最多。「毎日」と「2日に1回」はともに2割程度。



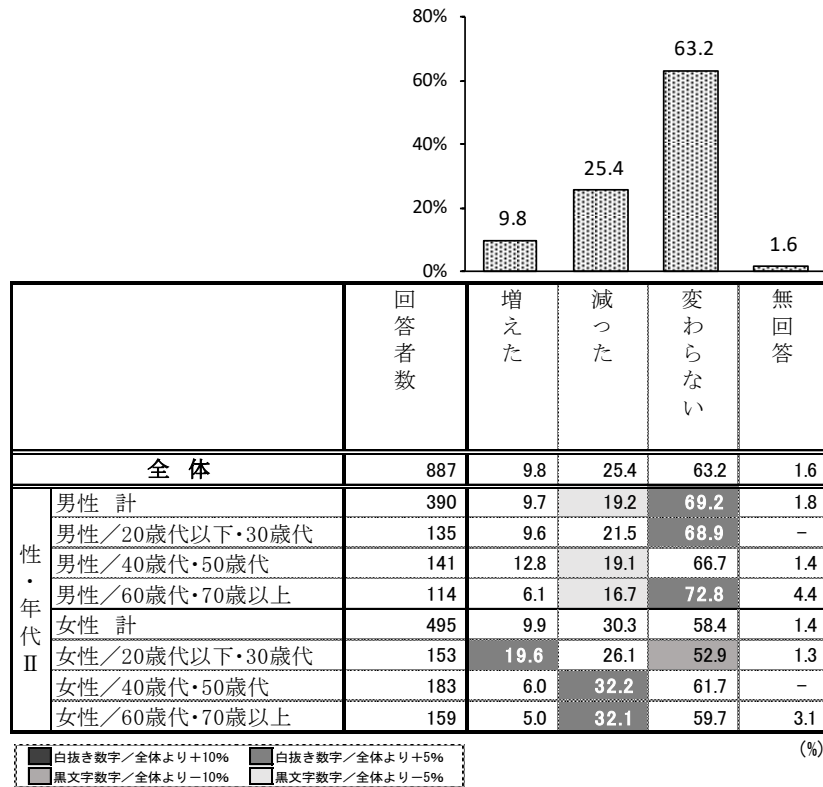
直近1か月の実店舗での買い物の頻度では、「週1回程度」(31.8%)が3割強で最も多く、以下「3日に1回」(27.5%)が3割弱、「2日に1回」(20.0%)と「毎日」(18.9%)が2割～2割弱で続く結果。

性別にみると、「3日に1回」(女性32.7%>男性21.0%/11.7P差)は女性の方が高く、「週1回程度」(男性35.4%>女性28.7%/6.7P差)は男性の方が高めとなっている。

性・年代別にみると、「週に1回程度」は女性若年層(42.5%)で4割強と高く、男性若年層(37.8%)でも高めとなっているが、それ以外で性・年代別に目立って高い項目はみられない。

問16 2021年6月の実店舗買い物頻度の対前年同月比較 (単数回答)

■ 「変わらない」が6割強で最多。「減った」が2割台半ばで、「増えた」は1割。



2021年6月の実店舗での買い物頻度の対前年同月比較の結果は、「変わらない」(63.2%)が6割強を占めて最も多いものの、2割台半ばの「減った」(25.4%)が、ほぼ1割の「増えた」(9.8%)を15.6ポイント上回って多くなっている。

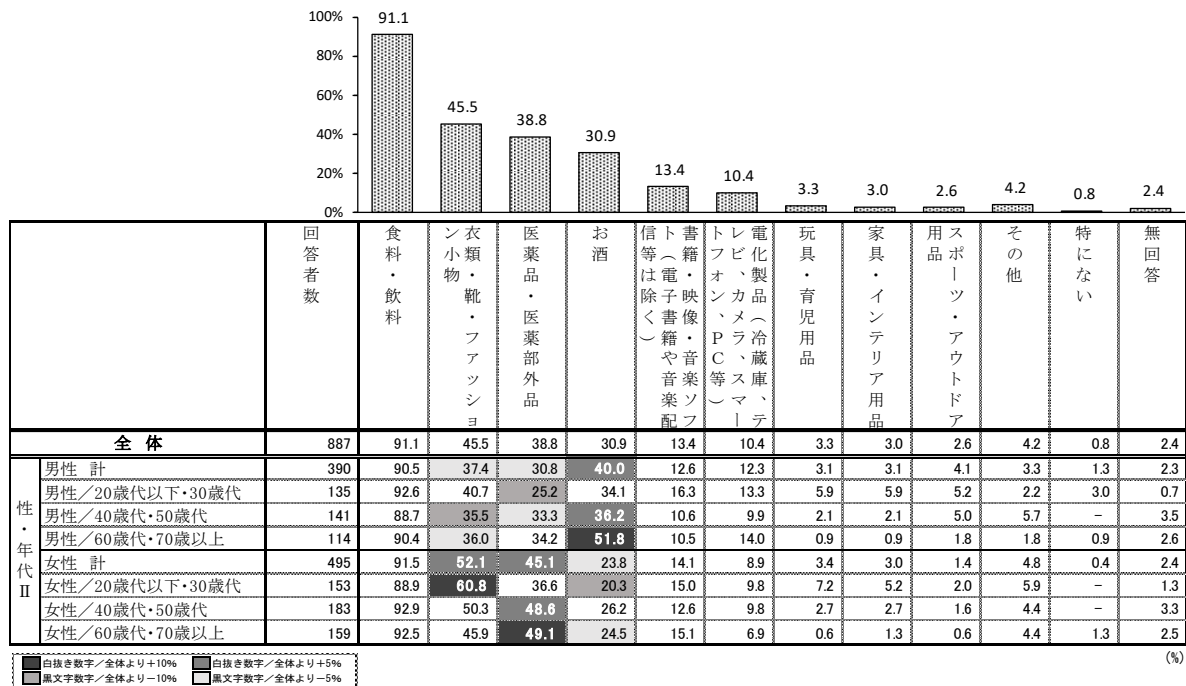
性別にみると、「減った」(女性30.3%>男性19.2%)は女性の方が11.1ポイント高く、逆に「変わらない」(男性69.2%>女性58.4%)は男性の方が10.8ポイント高くなっているが、「増えた」(男性9.7%≒女性9.9%)に男女間の差はみられない。

性・年代別にみると、「増えた」は女性若年層(19.6%)で高く、「減った」は女性の中年層(32.2%)と高齢層(32.1%)で、「変わらない」は男性高齢層(72.8%)で、それぞれ高めとなっている。

問17 実店舗で普段購入するもの（5つまでの制限回答）

（※当初「3つまでの制限回答」だったものを「5つまで」許容して集計）

■ 「食料・飲料」が9割超と高く、「衣類・靴・ファッション小物」が4割台半ばで次点。



実店舗で普段購入するものを全対象者に聞いた結果は、「食料・飲料」（91.1%）が9割強と極めて高く、これに「衣類・靴・ファッション小物」（45.5%）が4割台半ば、「医薬品・医薬部外品」（38.8%）が4割弱、「お酒」（30.9%）が3割強で続いて上位となっている。

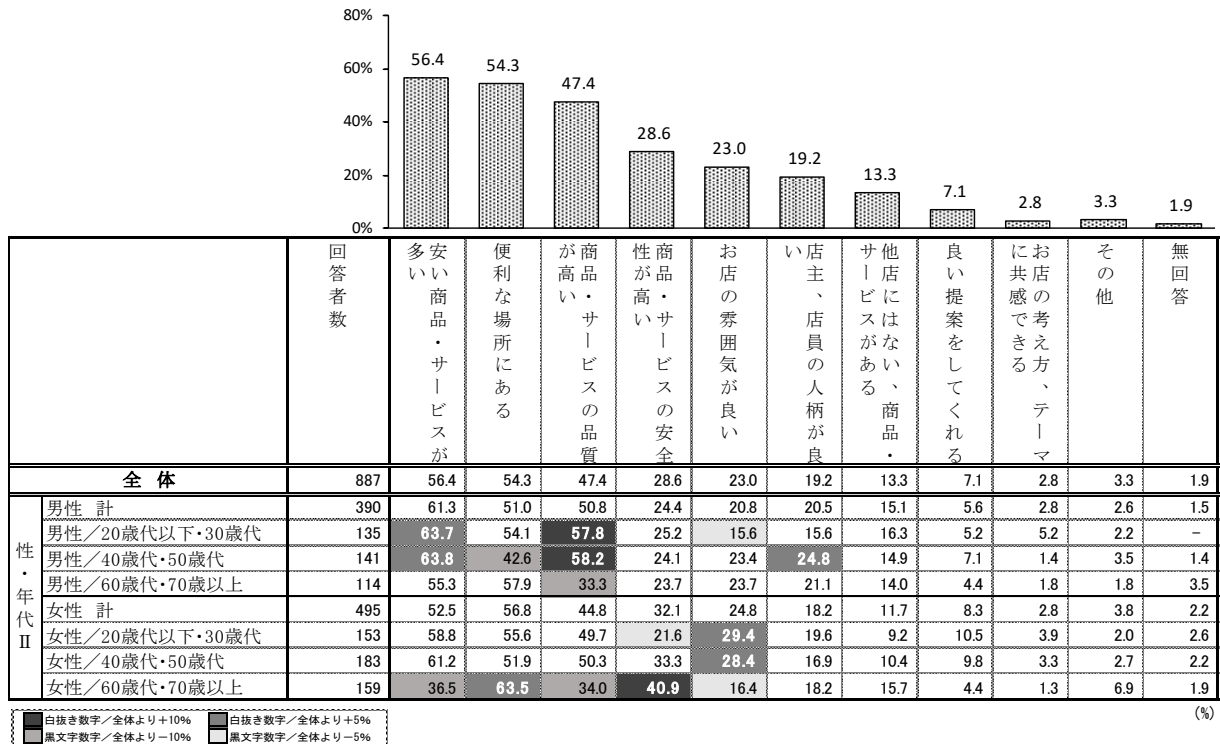
性別で見ると、「衣類・靴・ファッション小物」（女性52.1%＞男性37.4%/14.7P差）と「医薬品・医薬部外品」（女性45.1%＞男性30.8%/14.3P差）は女性の方が高く、「お酒」（男性40.0%＞女性23.8%/16.2P差）は男性の方が高くなっており、これら3品目で男女間の差が大きくなっている。

性・年代別で見ると、「衣類・靴・ファッション小物」は女性若年層（女性60.8%）で、「医薬品・医薬部外品」は女性の高齢層（49.1%）と中年層（48.6%）で、「お酒」は男性高齢層（51.8%）で、それぞれ高くなっている。

問18 利用・訪れたいお店の特徴 (5つまでの制限回答)

(※当初「3つまでの制限回答」だったものを「5つまで」許容して集計)

■ 「安い商品・サービスが多い」と「便利な場所にある」が5割台半ばで並んで上位。



利用・訪れたいお店の特徴を聞いた結果は、「安い商品・サービスが多い」(56.4%)と「便利な場所にある」(54.3%)の2項目がともに5割台半ばで高くなっており、これらに「商品・サービスの品質が高い」(47.4%)、「商品・サービスの安全性が高い」(28.6%)、「お店の雰囲気が良い」(23.0%)、「店主、店員の人が良い」(19.2%)などが続いて上位となっている。

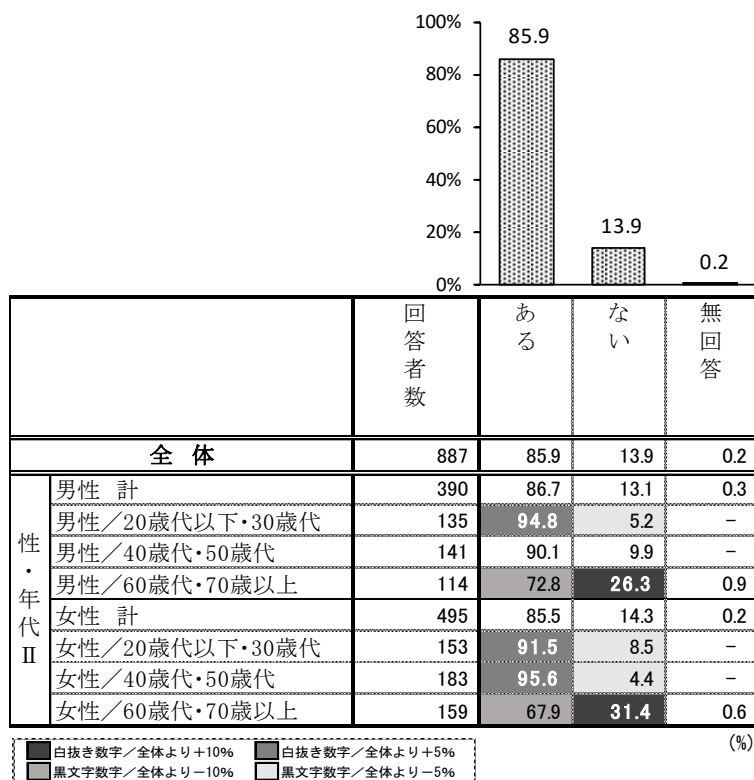
性別にみると、「安い商品・サービスが多い」(男性61.3%>女性52.5%/8.8P差)と「商品・サービスの品質が高い」(男性50.8%>女性44.8%/6.0P差)はともに男性の方が高めで、「商品・サービスの安全性が高い」(女性32.1%>男性24.4%/7.7P差)と「便利な場所にある」(女性56.8%>男性51.0%/5.8P差)はともに女性の方が高めとなっているが、10Pを超えるような大きな男女間の差はみられない。

性・年代別にみると、「商品・サービスの安全性が高い」と「便利な場所にある」が女性高齢層(40.9%/63.5%)で高く、「商品・サービスの品質が高い」が男性の中年層(58.2%)と若年層(57.8%)で高くなっている。

IV キャッシュレス決済の利用について

問19 キャッシュレス決済手段の利用経験 (単数回答)

■ 利用経験率は男女ともに8割台半ばと高いが、
高齢層の男女では7割前後にとどまる。



キャッシュレス決済手段の利用経験は、「ある」(85.9%)が8割台半ばを占めて多く、1割台半ばの「ない」(13.9%)を大きく上回っている。

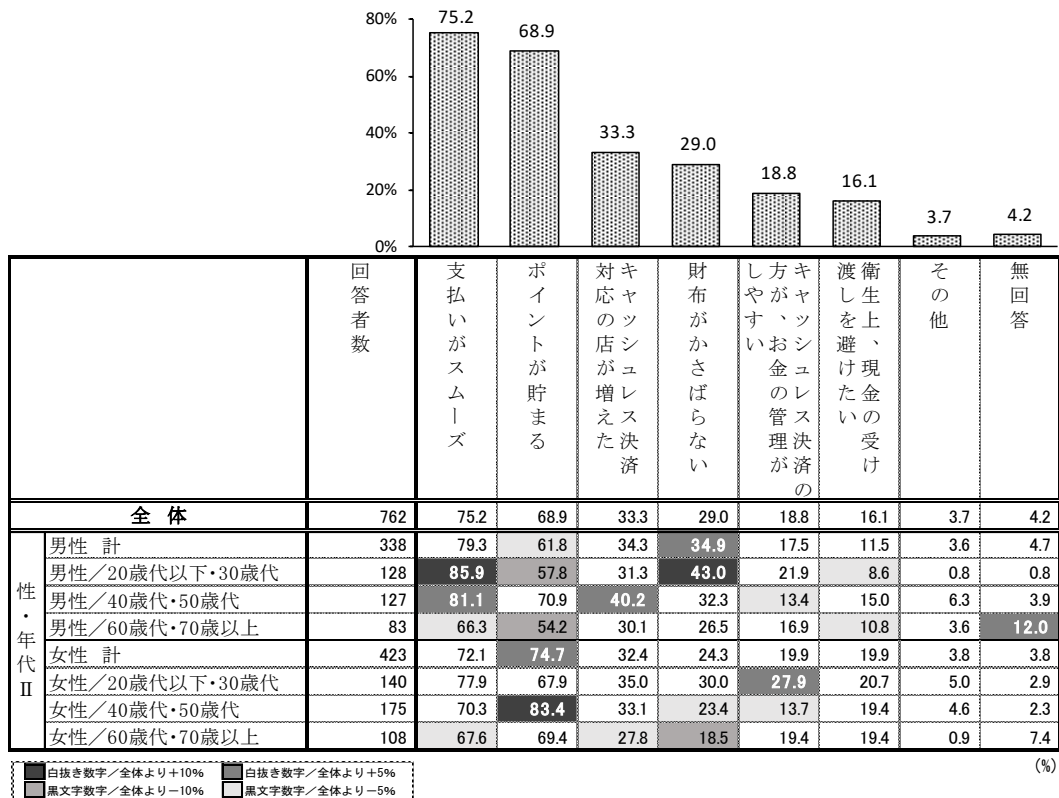
性別にみても、「ある」(男性86.7%≒女性85.5%)の比率にほとんど差はみられない。

性・年代別にみると、「ある」の比率は、女性中年層(95.6%)と男性若年層(94.8%)で9割台半ばと高い一方、女性高齢層(67.9%)と男性高齢層(72.8%)で7割前後と男女の高齢層で揃って低くなっている。

問20-1 【問19で「1」と答えた

「キャッシュレス決済手段利用経験者（n=762）ベース」
 キャッシュレス決済手段の利用理由（複数回答）

■ 「支払いがスムーズ」が7割台半ばで最も高く、
 「ポイントが貯まる」が7割弱で次点。



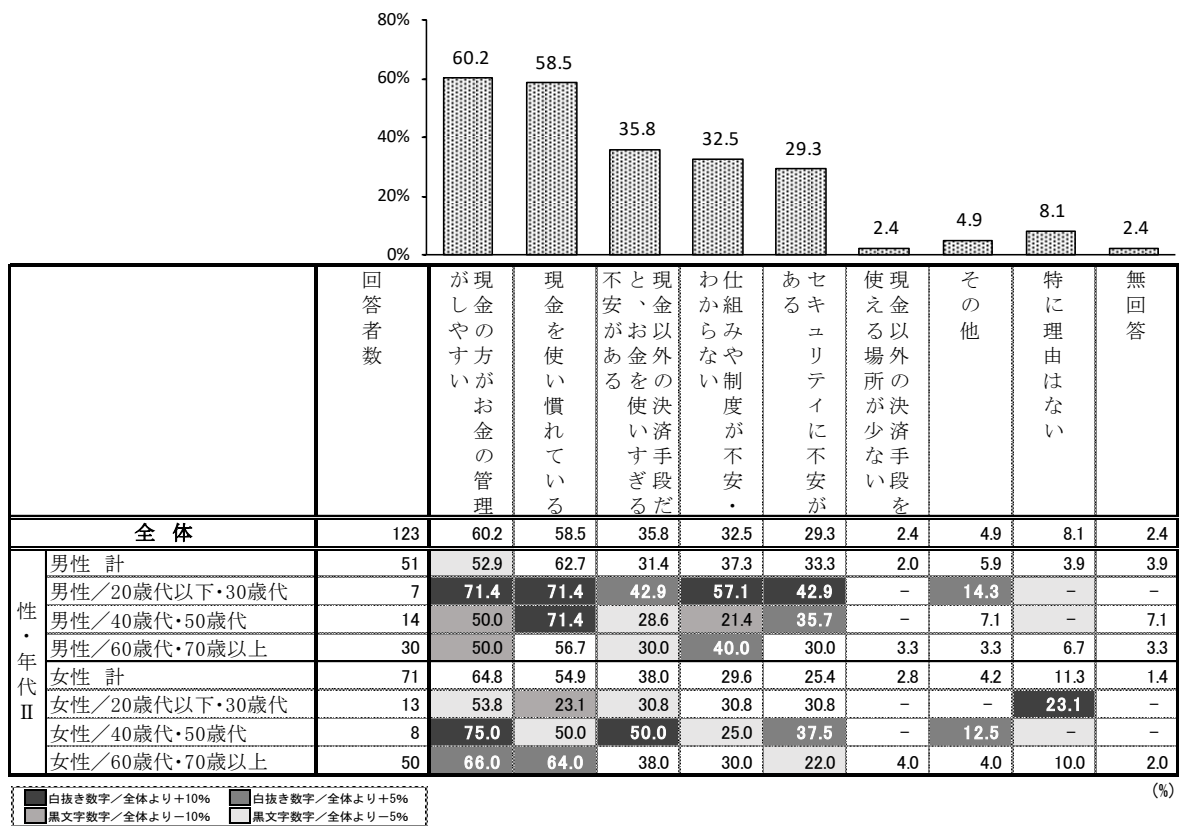
キャッシュレス決済手段の利用経験者（n=762）の利用理由では、「支払いがスムーズ」（75.2%）が7割台半ばで最も高く、「ポイントが貯まる」（68.9%）が7割弱で続き、この2項目の高さが目立つ結果で、これらに「キャッシュレス決済対応の店が増えた」（33.3%）、「財布がかさばらない」（29.0%）などが続いている。

性別にみると、「ポイントが貯まる」（女性74.7%>男性61.8%/12.9P差）と「衛生上、現金の受け渡しは避けたい」（女性19.9%>男性11.5%/8.4P差）は女性の方が高く、一方「財布がかさばらない」（男性34.9%>女性24.3%/10.6P差）と「支払いがスムーズ」（男性79.3%>女性72.1%/7.2P差）は男性の方が高くなっている。

性・年代別にみると、「支払いがスムーズ」と「財布がかさばらない」はともに男性若年層（85.9%/43.0%）で、「ポイントが貯まる」は女性中年層（83.4%）で、「キャッシュレス決済の方が、お金の管理がしやすい」は女性若年層（27.9%）で、それぞれ高くなっている。

問20-2 【問19で「2」と答えた「キャッシュレス決済手段非利用者 (n=123) ベース」】
 キャッシュレス決済手段非利用の理由 (複数回答)

■ 現金の方が『管理がしやすい』と『使い慣れている』が6割前後で並んで上位。



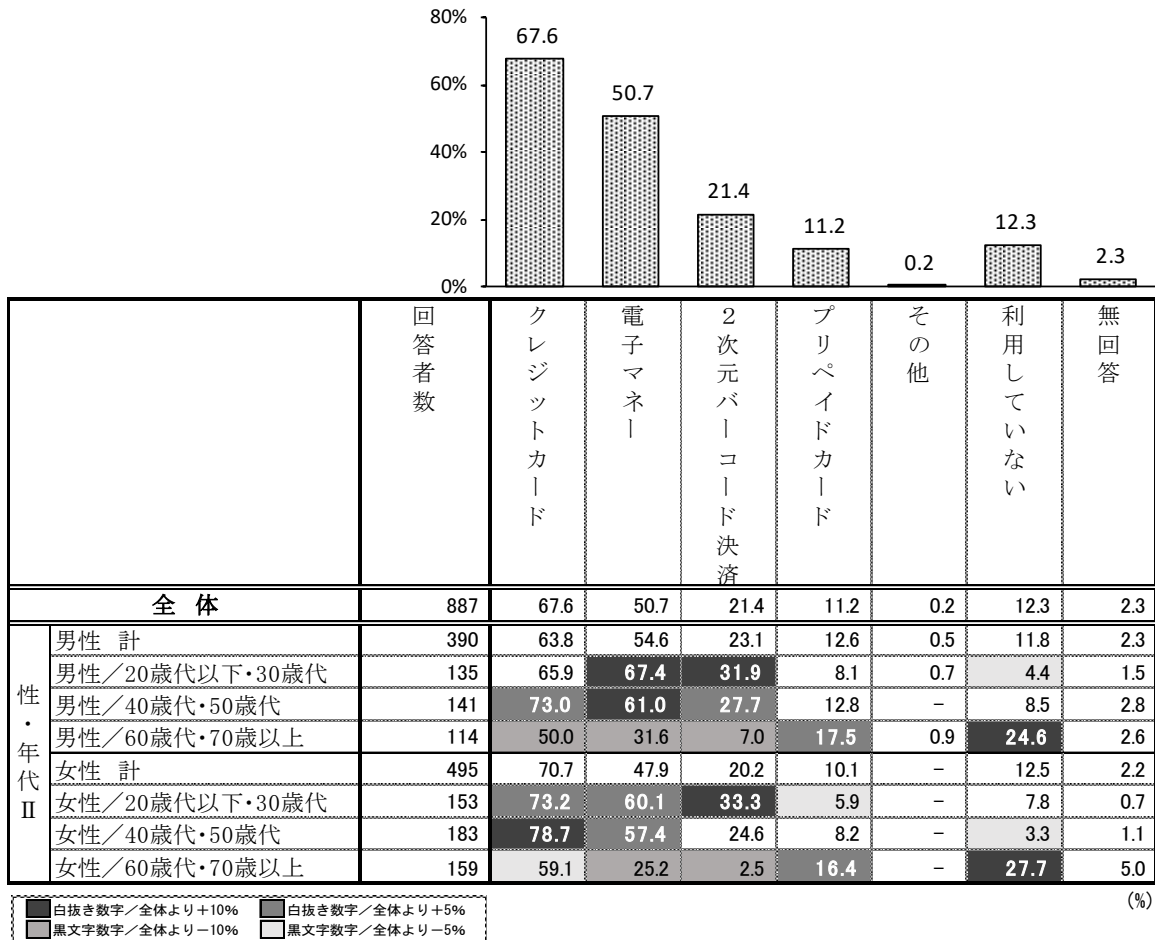
キャッシュレス決済手段非利用者 (n=123) の非利用理由では、「現金の方がお金の管理がしやすい」(60.2%)と「現金を使い慣れている」(58.5%)の2項目が6割前後で並んで高く、これらに「現金以外の決済手段だと、お金を使いすぎる不安がある」(35.8%)、「仕組みや制度が不安・わからない」(32.5%)、「セキュリティに不安がある」(29.3%)の3項目が続き上位となっている。

性別にみると、いくつかの項目で5ポイントを超える性差がみられるが、最も男女別の差が大きいのは、女性の方が高い「現金の方がお金の管理がしやすい」(女性64.8%>男性52.9%/11.9P差)となっている。

性・年代別では、それぞれの層のサンプル数が少ないため、コメントは割愛する。

問21 よく利用しているキャッシュレス決済手段 (3つまでの制限回答)

■ 「クレジットカード」が7割弱で最も高く、「電子マネー」が5割強で続く。



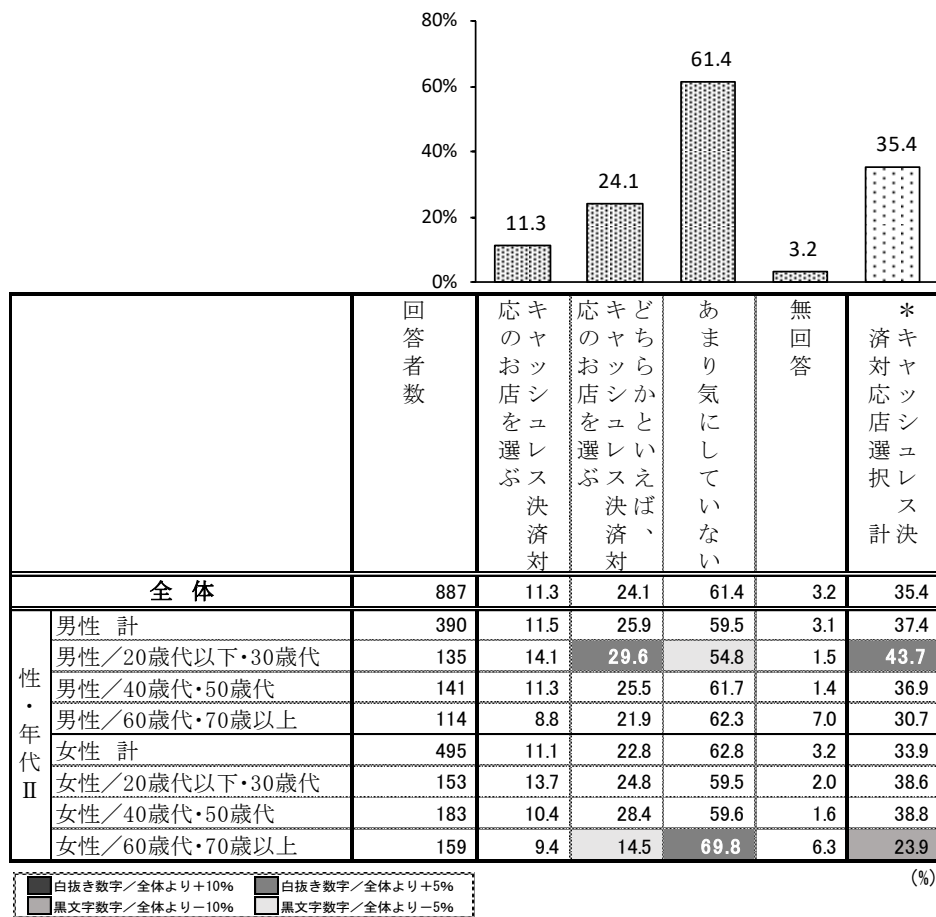
全対象者に、よく利用しているキャッシュレス決済手段を聞いた結果は、「クレジットカード」(67.6%)が7割弱で最も高く、これに「電子マネー」(50.7%)が5割強で続いて上位となっている。一方「利用していない」(12.3%)は1割強となっている。

性別にみると、「クレジットカード」(女性70.7%>男性63.8%/6.9P差)は女性の方が、「電子マネー」(男性54.6%>女性47.9%/6.7P差)は男性の方が、それぞれ高めとなっているが、各項目ともに大きな差はみられない。

性・年代別にみると、「クレジットカード」は女性中年層(78.7%)で、「電子マネー」は男性若年層(67.4%)で、「2次元バーコード決済」は女性若年層(33.3%)で、それぞれ最も高くなっている。一方「利用していない」は男女の高齢層(24.6%/27.7%)で高くなっているが、男女の高齢層は「プリペイドカード」(17.5%/16.4%)では若年層や中年層を上回る高めの比率となっている。

問22 キャッシュレス決済対応の有無によるお店選びへの影響 (単数回答)

■ 『キャッシュレス決済対応店選択 計』は3割台半ばで、
「あまり気にしていない」が6割強を占めて多くなっている。



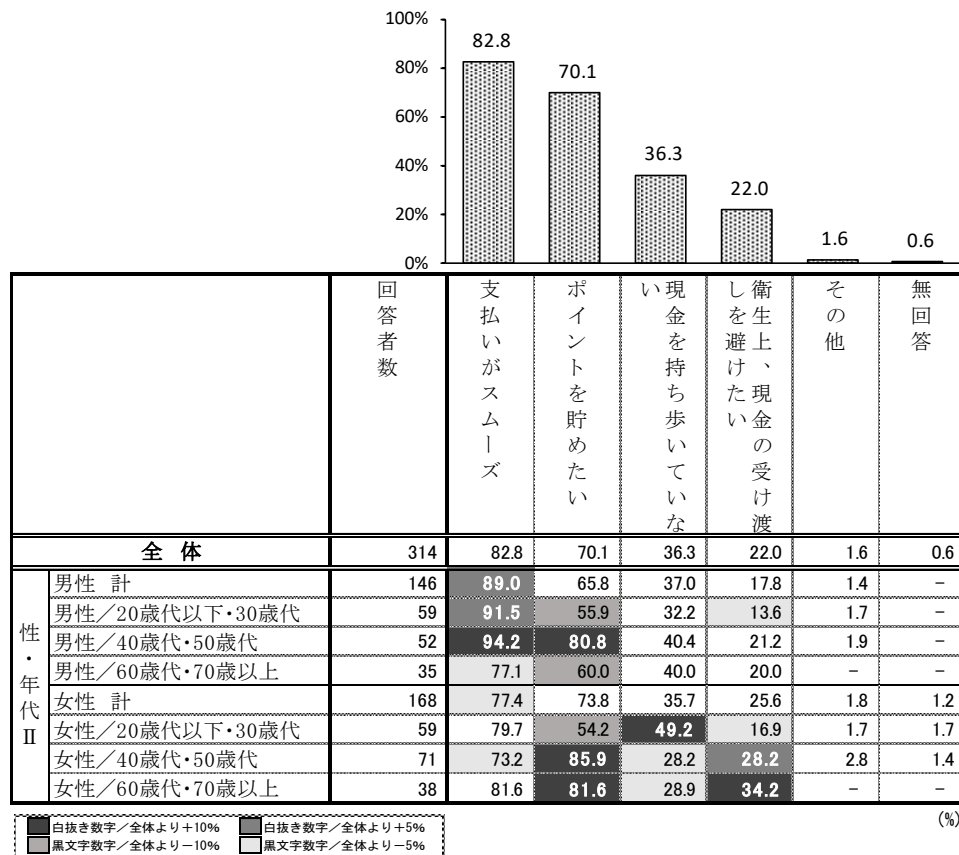
全対象者に聞いた、キャッシュレス決済対応の有無によるお店選びへの影響については、「あまり気にしていない」(61.4%)が6割強を占めて多く、「キャッシュレス決済対応のお店を選ぶ」(11.3%)と「どちらかといえば、キャッシュレス決済対応のお店を選ぶ」(24.1%)を合わせた『キャッシュレス決済対応店選択 計』(35.4%)は3割台半ばとなっている。

性別にみても大きな男女別の差はみられず、性・年代別にみても目立って大きな差はみられないが、その中では、『キャッシュレス決済対応店選択 計』は男性若年層(43.7%)で、「あまり気にしていない」は女性高齢層(69.8%)で、それぞれ高めとなっている。

問23-1 【問22で「1」か「2」と答えた

「キャッシュレス決済対応店選択者（n=314）ベース」
 キャッシュレス決済対応店を選ぶ理由（複数回答）

■ 「支払いがスムーズ」が8割強。「ポイントを貯めたい」が7割で続いて上位。



問22で“（どちらかといえば）キャッシュレス決済対応のお店を選ぶ”と回答した人（n=314）に、その理由を聞いた結果は、「支払いがスムーズ」（82.8%）が8割強で最も高く、「ポイントを貯めたい」（70.1%）がほぼ7割で続いて、この2項目が上位となっている。

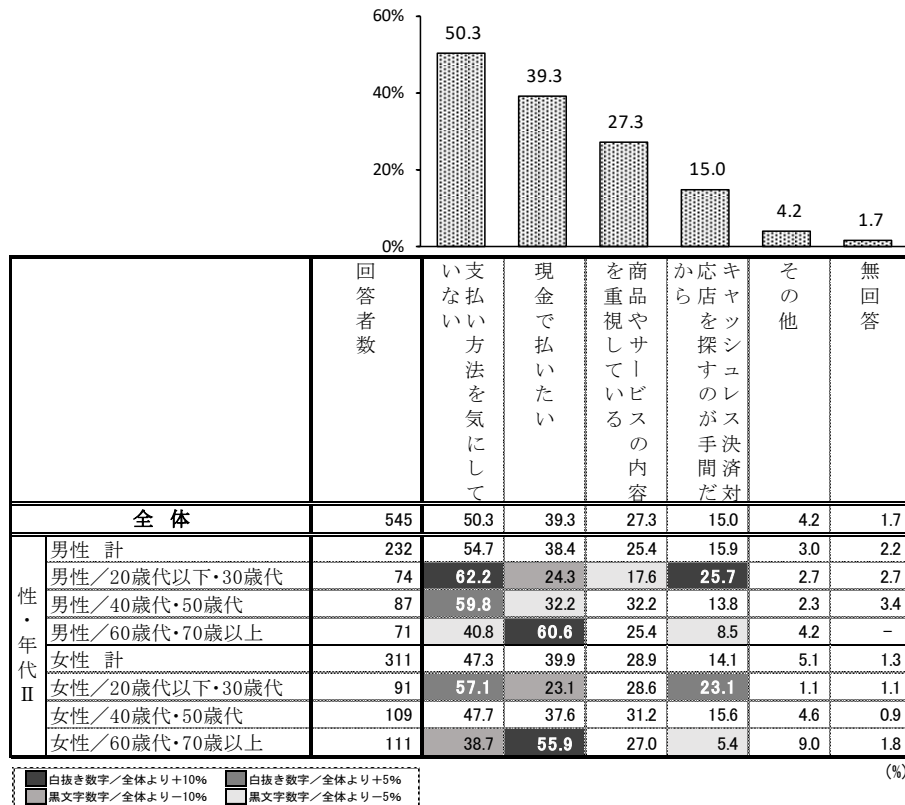
性別にみると、「支払いがスムーズ」（男性89.0%＞女性77.4%/11.6P差）は男性の方が高く、「ポイントを貯めたい」（女性73.8%＞男性65.8%/8.0P差）と「衛生上、現金の受け渡しを避けたい」（女性25.6%＞男性17.8%/7.8P差）の2項目は女性の方が高めとなっている。

性・年代別にみると、「支払いがスムーズ」は男性中年層（94.2%）で、「ポイントを貯めたい」は女性中年層（85.9%）で、「現金を持ち歩いていない」は女性若年層（49.2%）で、「衛生上、現金の受け渡しを避けたい」は女性高齢層（34.2%）で、それぞれ最も高くなっている。

問23-2 【問22で「3」と答えた

「キャッシュレス決済対応店非選択者（n=545）ベース」
 キャッシュレス決済対応店を選ばない理由（複数回答）

■ 「支払い方法を気にしていない」がほぼ5割で最も高く、
 「現金で払いたい」が4割弱で続く。



問22で“あまり気にしていない”と答えた人（n=545）にキャッシュレス決済対応店を選ばない理由を聞いた結果は、「支払い方法を気にしていない」（50.3%）がほぼ5割で最も高く、これに「現金で払いたい」（39.3%）、「商品やサービスの内容を重視している」（27.3%）などが続いている。

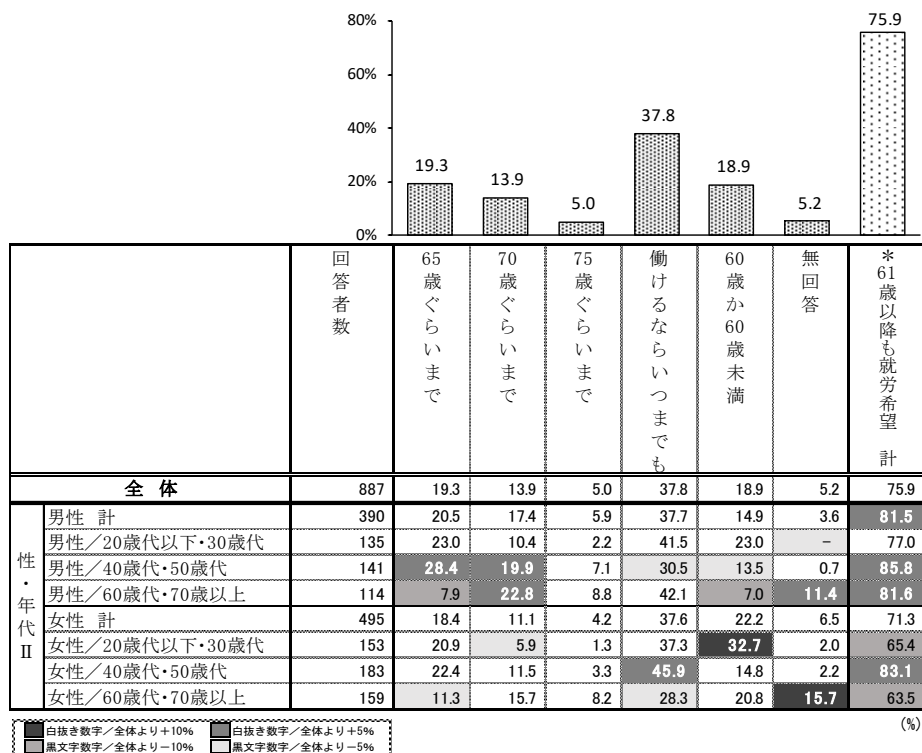
性別にみると、「支払い方法を気にしていない」（男性54.7%＞女性47.3%/7.4P差）で男性の方が高めなのを除くと、大きな男女別の差はみられない。

性・年代別にみると、「支払い方法を気にしていない」は6割強の男性若年層（62.2%）を筆頭に、男性中年層（59.8%）や女性若年層（57.1%）でも高めとなっている。一方「現金で払いたい」は男女の高齢層（60.6%/55.9%）で高く、「商品やサービスの内容を重視している」は男女の中年層（32.2%/31.2%）で、「キャッシュレス決済対応店を探すのが手間だから」は男女の若年層（25.7%/23.1%）で、それぞれ高めとなっている。

V 就労に対する考え方について

問24 収入（8万円／月以上）を伴う仕事をしたいと思う年齢の上限（単数回答）

■ 「働けるならいつまでも」が4割弱で最多で、
『61歳以降も就労希望 計』は7割台半ば。



収入（8万円／月以上）を伴う仕事をしたいと思う上限年齢を聞いた結果は、「働けるならいつまでも」（37.8%）が4割弱で最も多く、これに「65歳ぐらいまで」（19.3%）と「60歳か60歳未満」（18.9%）がともに2割弱で並んで続き、「65歳ぐらいまで」から「働けるならいつまでも」を合わせた『61歳以降も就労希望 計』（75.9%）は7割台半ばで、約4人に3人が60歳代以降も働きたいと考えている。

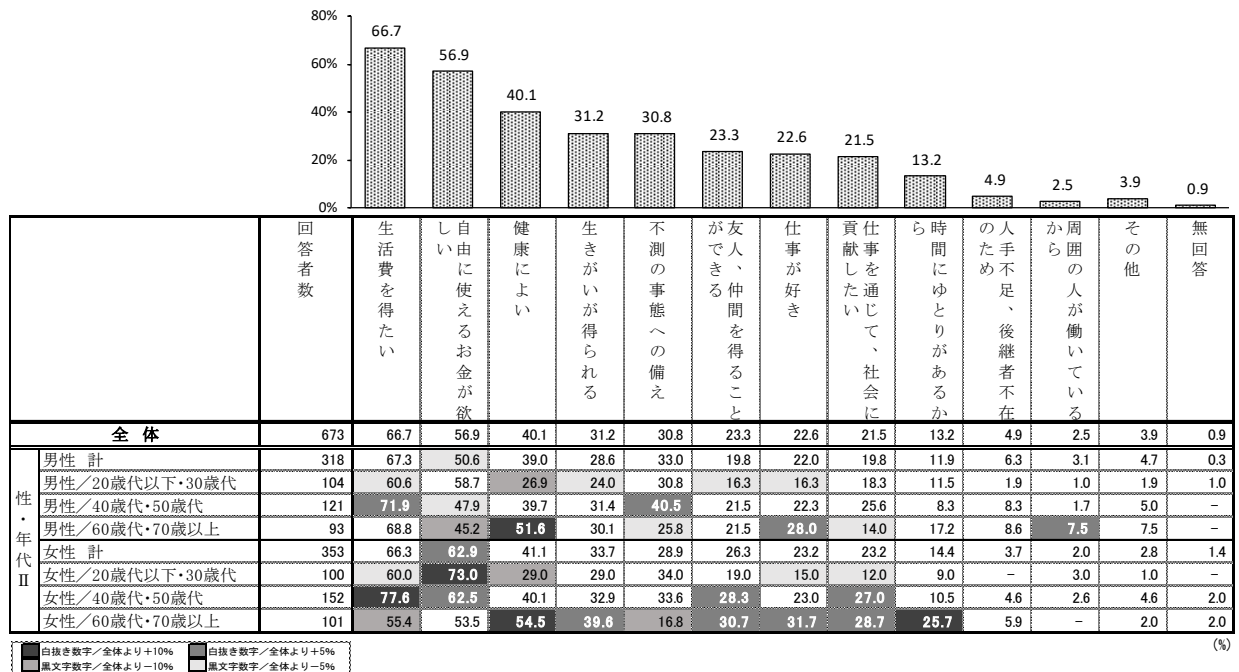
性別にみると、『61歳以降も就労希望 計』（男性81.5%＞女性71.3%/10.2P差）は男性の方が約10ポイント高くなっており、女性は「60歳か60歳未満」（女性22.2%＞男性14.9%/7.3P差）が高めとなっている。

性・年代別にみると、『61歳以降も就労希望 計』は、男女の中年層（85.8%/83.1%）と男性高齢層（81.6%）でそれぞれ8割を超えて高めな一方、女性の高齢層（63.5%）と若年層（65.4%）でそれぞれ6割台半ばと低くなっている。

なお、「働けるならいつまでも」は女性中年層（45.9%）で、「65歳ぐらいまで」は男性中年層（28.4%）で、「70歳ぐらいまで」と「75歳ぐらいまで」はともに男性高齢層（22.8%/8.8%）で、「60歳か60歳未満まで」は女性若年層（32.7%）で、それぞれ最も高くなっている。

問25-1 【問24で「1」～「4」と答えた「60歳以降も就労希望者（n=673）ベース】
61歳以降も就労を希望する理由（複数回答）

■ 「生活費を得たい」が7割弱で最も高く、
「自由に使えるお金が欲しい」が6割弱で次点。



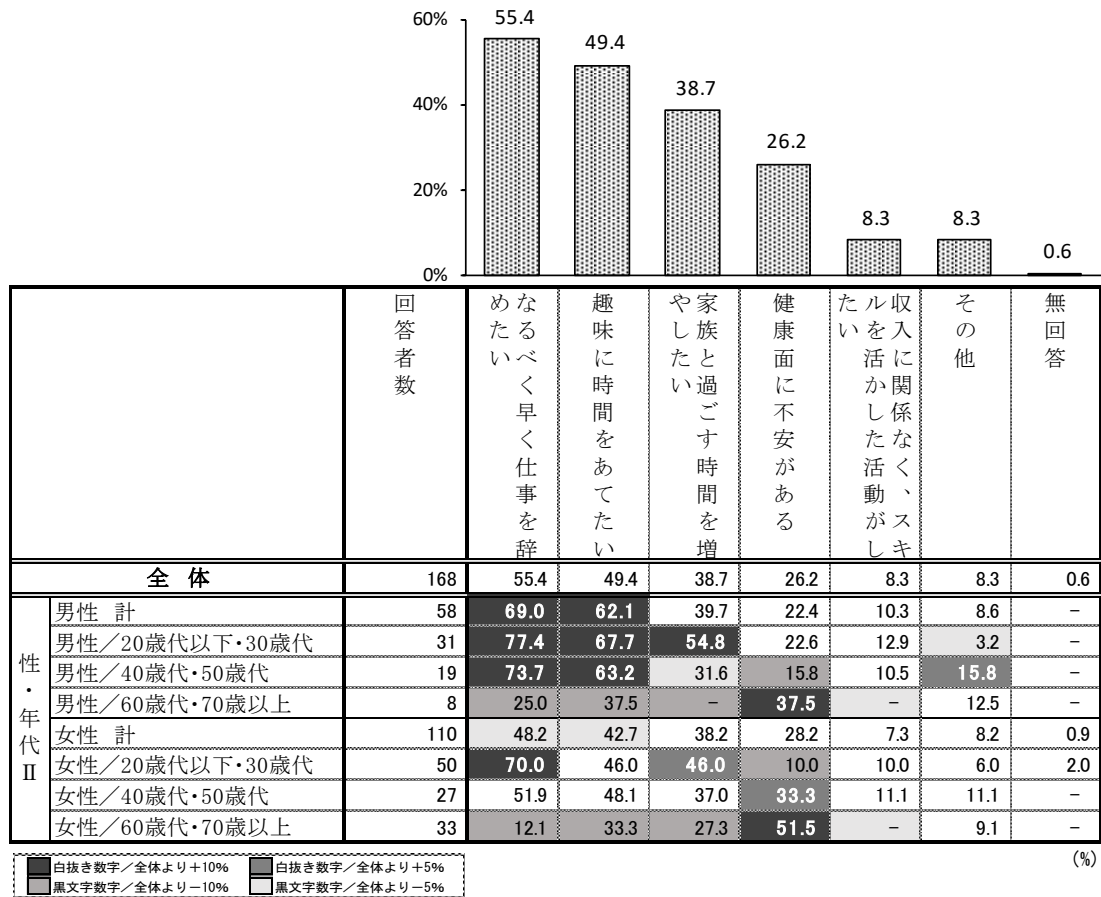
問24で就労の上限年齢を“65歳ぐらいまで～働けるならいつまでも”と回答した人（n=673）に、61歳以降も就労を希望する理由を聞いた結果をみると、「生活費を得たい」（66.7%）が7割弱で最も高く、次いで「自由に使えるお金が欲しい」（56.9%）が6割弱となっており、以下「健康によい」（40.1%）、「生きがい得られる」（31.2%）、「不測の事態への備え」（30.8%）などが続いて上位となっている。

性別にみると「自由に使えるお金が欲しい」（女性62.9%＞男性50.6%/12.3P差）で女性の方が高く、「友人、仲間を得ることができる」（女性26.3%＞男性19.8%/6.5P差）と「生きがい得られる」（女性33.7%＞男性28.6%/5.1P差）の2項目も女性の方が高めになっているのを除くと、大きな男女差はみられず、最上位の「生活費を得たい」（男性67.3%≒女性66.3%）は男女がほぼ並ぶ結果となっている。

性・年代別にみると、「生活費を得たい」は女性中年層（77.6%）で、「自由に使えるお金が欲しい」は女性若年層（73.0%）で、「健康によい」と「生きがい得られる」はともに女性高齢層（54.5%/39.6%）で、「不測の事態への備え」は男性中年層（40.5%）で、それぞれ最も高くなっている。

問25-2 【問24で「5」と答えた「60歳以下での就労引退希望者（n=168）ベース】
61歳以降の就労を希望しない理由（複数回答）

■ 「なるべく早く仕事を辞めたい」が5割台半ばで最も高く、
「趣味に時間をあてたい」が5割弱で続いて次点。



問24で就労の上限年齢を“60歳か60歳未満”とした人（n=168）の、61歳以降の就労を希望しない理由では、「なるべく早く仕事を辞めたい」（55.4%）が5割台半ばで最も高く、「趣味に時間をあてたい」（49.4%）が5割弱で続き上位にある。

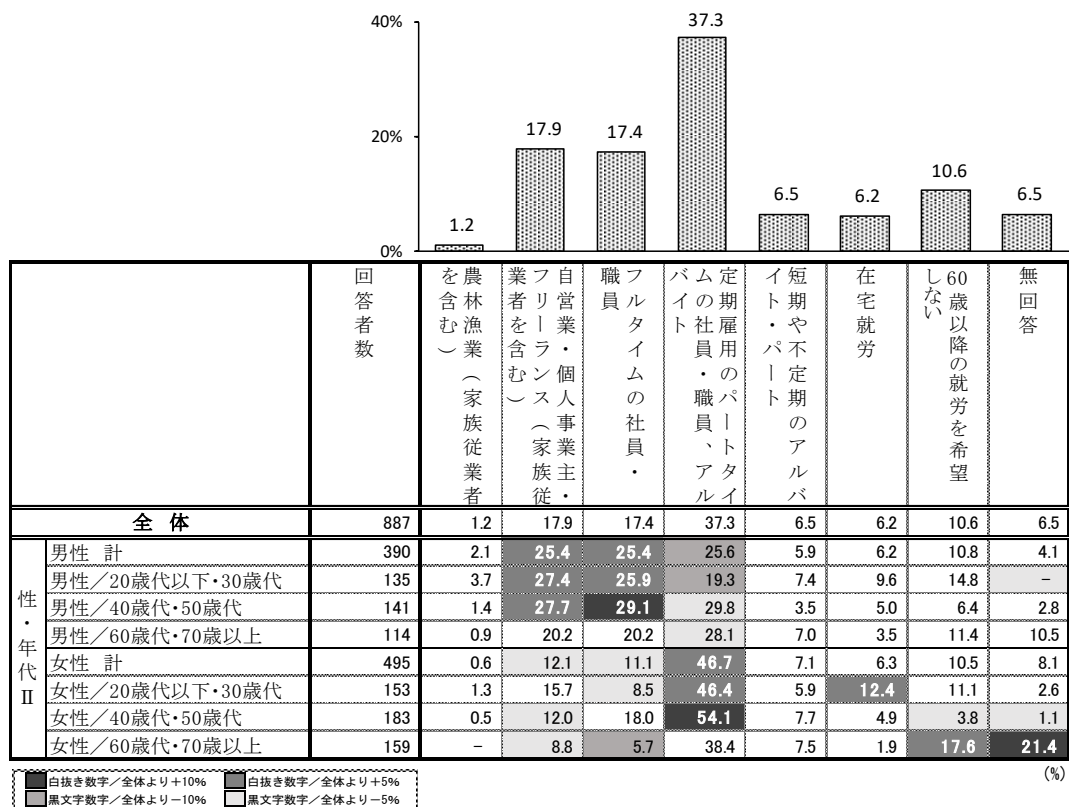
性別にみると、「なるべく早く仕事を辞めたい」（男性69.0%＞女性48.2%/20.8P差）と「趣味に時間をあてたい」（男性62.1%＞女性42.7%/19.4P差）の上位2項目で大きな差がみられ、いずれも男性の方が女性を大きく上回っている。

性・年代別にみると、いずれもサンプル数がやや少なめな点に留意が必要なが、「なるべく早く仕事を辞めたい」、「趣味に時間をあてたい」、「家族と過ごす時間を増やしたい」の3項目はいずれも男性若年層（77.4%/67.7%/54.8%）が最も高く、「健康面に不安がある」は女性高齢層（51.5%）で最も高くなっている。

問26 61歳以降も仕事をする場合に希望する就労形態（複数回答）

（※全数ベース/※当初は単数回答も複数回答許容で集計）

■ “定期雇用のパートタイム（短時間勤務など）”が4割弱で最も多い。



全対象者に、61歳以降も仕事をする場合に希望する就労形態を聞いた結果は、「定期雇用のパートタイム（短時間勤務など）の社員・職員、アルバイトスタッフ」（37.3%）が4割弱で最も多く、これに「自営業・個人事業主・フリーランス（家族従業者を含む）」（17.9%）と「フルタイムの社員・職員」（17.4%）の2項目が2割弱でほぼ並んで続いて上位となっている。一方「60歳以降の就労を希望しない」（10.6%）は1割強となっている。

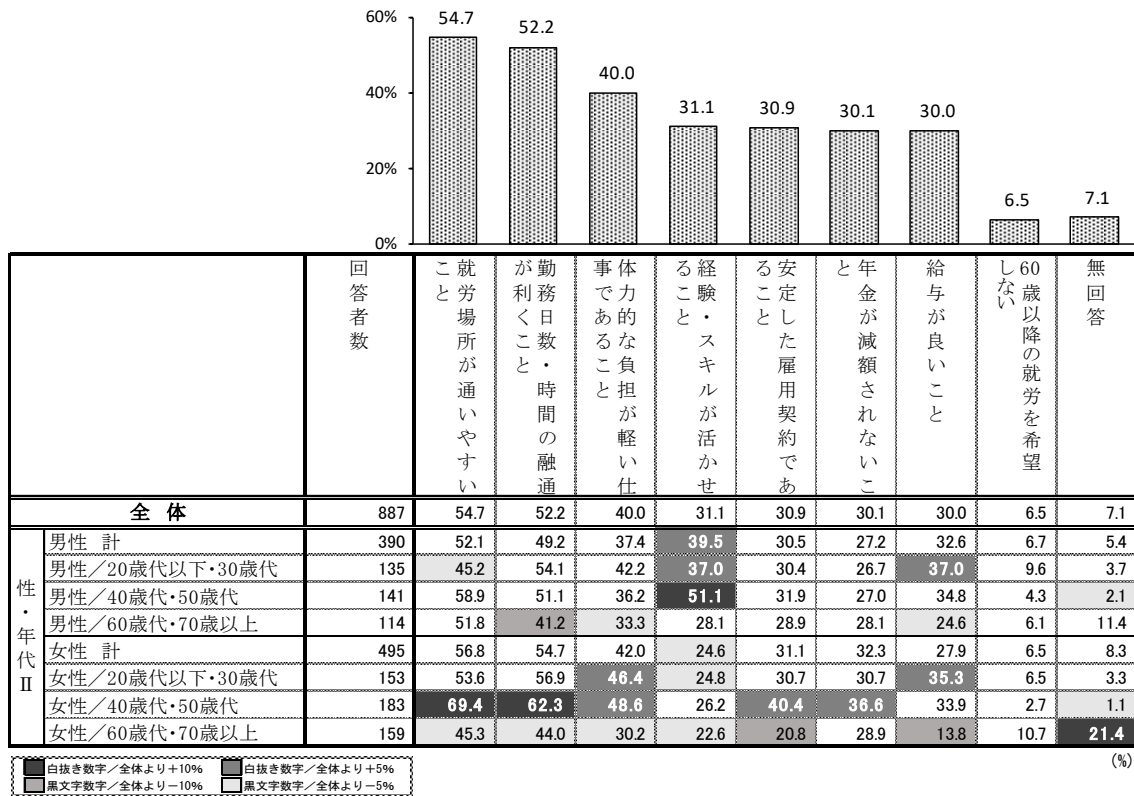
性別にみると、最も高い『定期雇用のパートタイム』（女性46.7%＞男性25.6%/21.1P差）は女性の方が20ポイント以上高く差が大きくなっている。逆に『フルタイムの社員等』（男性25.4%＞女性11.1%/14.3P差）と『自営業・個人事業主等』（男性25.4%＞女性12.1%/13.3P差）の2項目は男性の方が高くなっているが、『60歳以降の就労希望なし』（男性10.8%≒女性10.5%）には男女別の差がみられない。

性・年代別にみると、『定期雇用のパートタイム』は女性の中年層（54.1%）と若年層（46.4%）で、『自営業・個人事業主等』は男性の中年層（27.7%）と若年層（27.4%）で、『フルタイムの社員等』は男性中年層（29.1%）で、それぞれ高くなっている。

問27 61歳以降も仕事をする場合に重視する条件 (全数ベース/複数回答)

■ 「就労場所が通いやすいこと」と

「勤務日数・時間の融通が利くこと」が5割台前半で上位。



全対象者に、61歳以降も仕事をする場合に重視する条件について聞いた結果は、「就労場所が通いやすいこと」(54.7%)と「勤務日数・時間の融通が利くこと」(52.2%)の2項目が5割台半ばから5割強の小差で並び、これらに「体力的な負担が軽い仕事であること」(40.0%)が4割で続いて上位となっているが、「60歳以降の就労を希望しない」(6.5%)を除く他の4項目もそれぞれ3割程度で並ぶ結果となっている。

性別にみると、「経験・スキルが活かせること」(男性39.5%>女性24.6%/14.9P差)で男性の方が15ポイント程度高く性差が大きくなっているのを除くと、目立って大きな男女別の差はみられない。

性・年代別にみると、「就労場所が通いやすいこと」(69.4%)を筆頭に女性中年層が他層を上回って最も高くなっている項目が多い中で、「経験・スキルが活かせること」は男性中年層(51.1%)が5割を超えて特に高くなっている。

問28 今後就労するうえで、活かしたいスキル・経験・経歴 （自由回答のまとめ）

■ 『これまでの職務経験で得たスキル・経歴を活かしたい』という声が多い。

最後に「今後就労するうえで、活かしたいスキル・経験・経歴」を自由記述形式で聞いた結果をみると、質問意図に沿った具体的な回答を寄せたのは、全対象者（887名）の14.9%に相当する132名で、その内容を【スキル・経験・経歴タイプ別】にまとめた結果は、『これまでの職務経験で得たスキル・経歴』（計82件）が最も多く、『保有している資格や免許の活用』（計38件）、『自分の特技や得意分野の技術・経験の活用』（計29件）などが多く、他に『人生体験で学んだスキル』（8件）、『学業で学んだスキル』（6件）などもあげられている。

また、活用したいとするスキルや経験等の記述内容を【業種・業務のジャンル別】にまとめた結果は、『P Cスキル・I T関連技術』（20件）、『医療・福祉・介護』（17件）、『教育・保育』（14件）、『飲食・接客サービス』（13件）、『マーケティング・コンサル』（13件）、『語学』（10件）などが多くなっている。

（上記のまとめは、各自の回答内容が、複数のタイプやジャンルにわたっている場合もあるので、件数を積算すると回答者の人数を上回る場合があることに留意。）

起業・創業に対する意識WEB調査

起業・創業に対する意識WEB調査 全体詳細結果報告編

1 調査の目的

本調査は、令和2年より世界的に流行した、新型コロナウイルス感染症が多くの人々の就労、居住に対する意識にも大きな影響を与える中で、足立区及び足立区近郊に居住する人のうち、起業・創業に関心がある方々の、起業・創業に対する考えを把握し、平成28年に策定した経済活性化計画の中間見直しや、今後の区内における産業経済の発展や創業支援事業に関する施策に反映させることを目的としている。

2 調査の概要

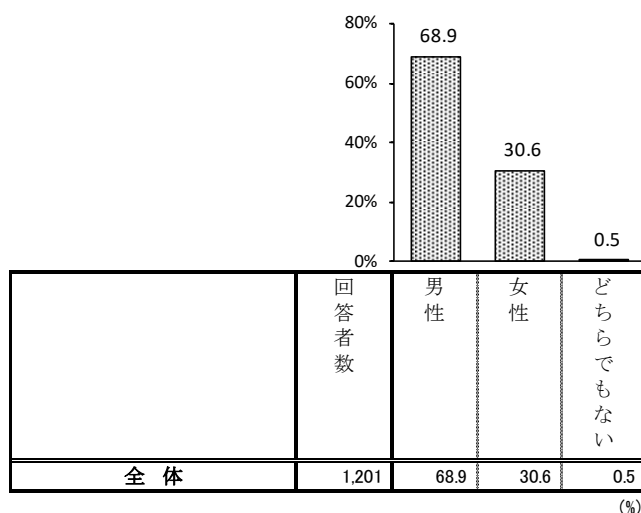
- | | |
|------------------|---|
| (1) 調査地域 | 足立区及び足立区周辺の指定9市区
(足立区、葛飾区、越谷市、草加市、柏市、流山市、
松戸市、八潮市、三郷市、吉川市) |
| (2) 調査対象 | 調査地域内に居住の20歳～69歳で、
下記①～③の対象条件のいずれかを満たす人
① 「最近10年以内に自身で起業（創業・独立）の経験がある」
② 「今後10年以内に自身で起業（創業・独立）の計画・意向がある」
③ 「自分の起業（創業・独立）について興味・関心がある」 |
| (3) 調査対象者の抽出 | 大手WEB調査機関が保有しているインターネット調査モニターの中から、スクリーニング調査により、条件該当者&有効回答者を抽出 |
| (4) スクリーニング調査配信数 | 約86,000サンプル
(調査地域の20～69歳の全数配信) |
| (5) 標本数 | 1,000サンプル+ α |
| (6) 調査方法 | インターネット調査（スクリーニング調査～本調査） |
| (7) 調査実施期間 | 令和3年8月11日（水）～8月17日（火） |
| (8) 回収数 | 1,201人 |
| (9) 調査実施主体 | 足立区 産業経済部 産業政策課 |
| (10) 調査実施機関 | (株)マーケティング・サービス |

＜WEB調査の全体結果＞

I 事前スクリーニング調査聴取項目

PQ1 性別（単数回答）

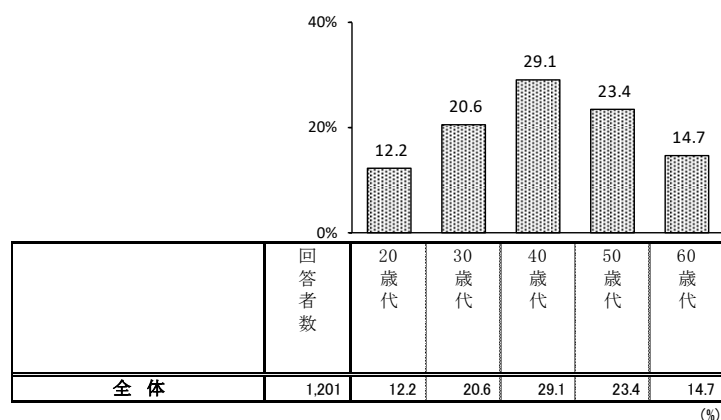
■ 対象者の男女比は、ほぼ7：3で、男性の方が高い構成。



本調査対象者1,201名の性別をみると、「男性」(68.9%)が7割弱、「女性」(30.6%)が3割強で、「どちらでもない」(0.5%)という回答は計6名にとどまる。

PQ2 年代（単数回答）

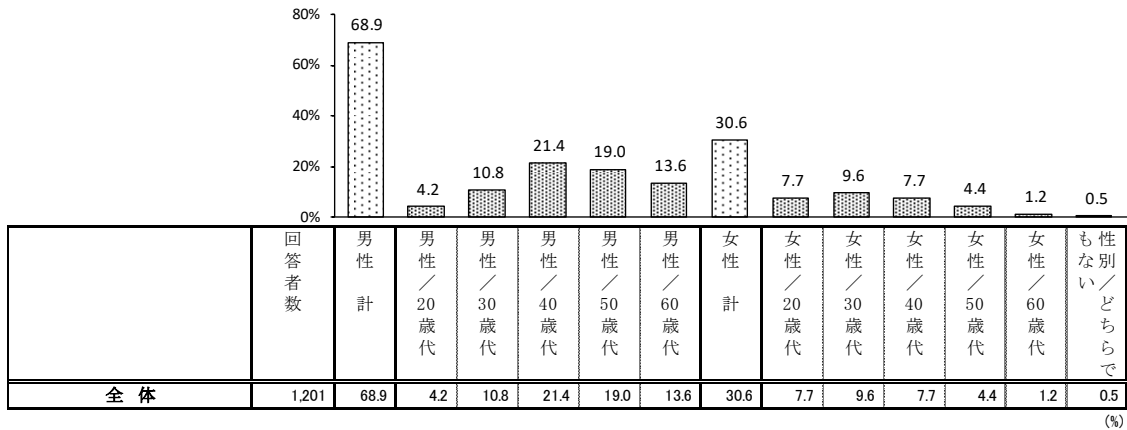
■ 対象者の年代構成は、3割弱の「40歳代」を中心とした山型分布。



対象者の年代は、「40歳代」(29.1%)が3割弱で最も多く、以下、「50歳代」(23.4%)が2割台半ば、「30歳代」(20.6%)が2割強、「60歳代」(14.7%)が1割台半ば、「20歳代」(12.2%)が1割強の順で続く構成で、40歳代を中核とした山型分布の年代構成となっている。

PQ1×2 性・年代別 (単数回答)

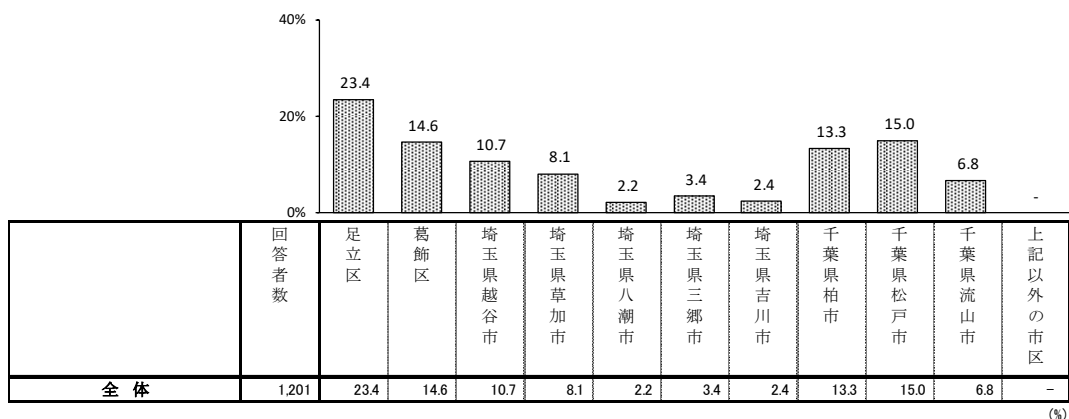
■ 「男性40歳代」と「男性50歳代」がそれぞれ2割前後で構成比が高め。



対象者の性・年代別の構成は、「男性40歳代」(21.4%)と「男性50歳代」(19.0%)がそれぞれ2割前後で多く、これに「男性60歳代」(13.6%)と「男性30歳代」(10.8%)が1割前半で続くが、全体での割合が3割強の女性では、最も多い「女性30歳代」(9.6%)でも1割は超えていない。

PQ3 居住地 (単数回答)

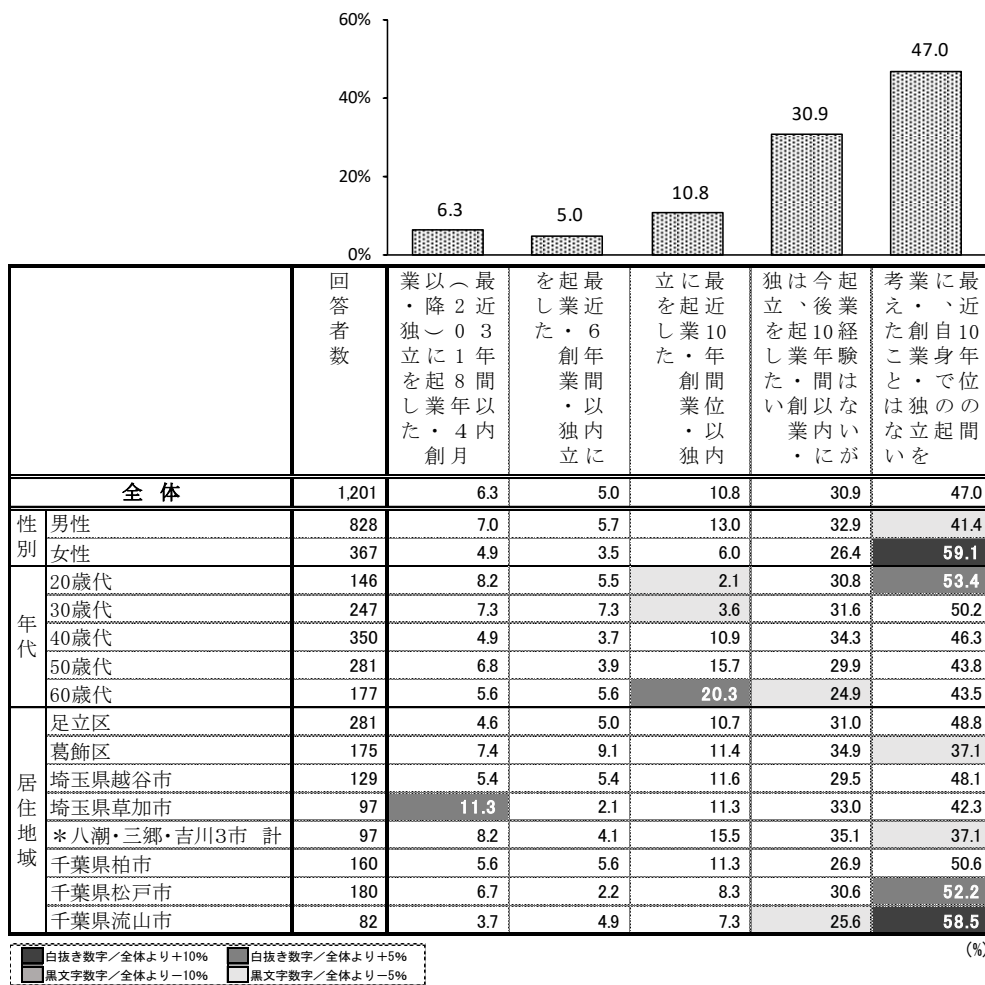
■ 2割台半ばの「足立区」を含む『足立区+葛飾区 計』が4割弱、
『千葉県3市計』が3割台半ば、『埼玉県5市 計』が3割弱の構成。



対象者の居住地をみると、「足立区」(23.4%)が2割台半ばで最も多く、これに「松戸市」(15.0%)、「葛飾区」(14.6%)、「柏市」(13.3%)が1割台半ばで続き、都県別の構成比は『足立区+葛飾区 計』(38.0%)が4割弱、『千葉県3市計』(35.1%)が3割台半ば、『埼玉県5市 計』(26.9%)が3割弱となっている。

PQ 4 最近10年間の起業・創業・独立の経験の状況 (単数回答)

■ 『最近10年以内の起業・創業・独立経験者 計』は2割強、
『10年間以内には起業・創業・独立したい』が3割強。



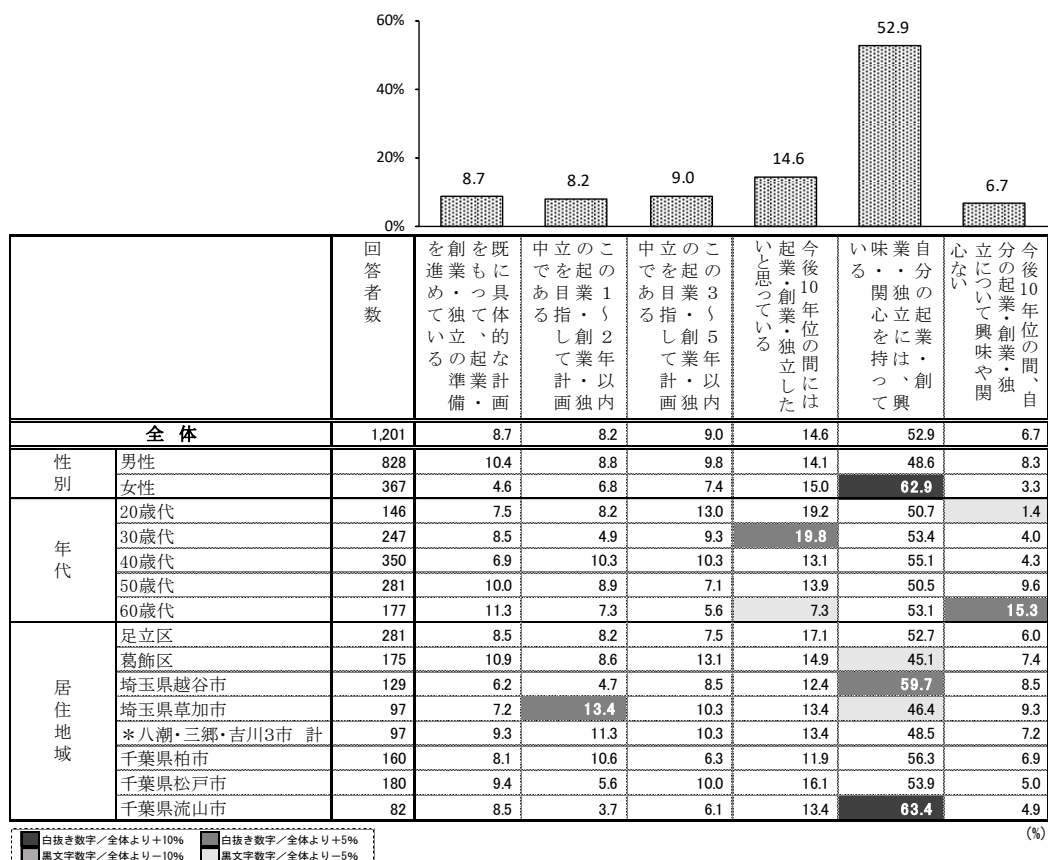
本調査の対象となった1,201名の最近10年間の起業等の経験状況は、「最近10年位の間、自身での起業・創業・独立を考えたことはない」(47.0%)が5割弱を占めて最も多く、次いで「実際に起業・創業・独立した経験はないが、今後10年間以内には、起業・創業・独立したいと考えている」(30.9%)が3割強で続き上位となっている。

一方、「最近3年間以内(2018年4月以降)」(6.3%)、「最近6年間以内(2015年4月～2018年3月)」(5.0%)、「最近10年間位以内(2011年3月～2015年3月)」(10.8%)の3層を合わせた『最近10年以内の起業・創業・独立経験者 計』(22.1%)は2割強となっている。

この結果を属性別にみると、『最近10年以内の起業・創業・独立経験者 計』（22.1% /全体）の割合は、性別では女性（14.4%）より男性（25.7%）で高く、年代別では60歳代（31.6%）を筆頭に年代が高いほどその割合も高まり、居住地域別では葛飾区（28.0%）や八潮・三郷・吉川3市計（27.8%）で高めの傾向がみられる。

PQ5 近い将来の起業・創業・独立への気持ち （単数回答）

■ 『具体的な予定はないが、自分の起業等には興味・関心あり』が5割強で最多。



本調査の対象となった1,201名の近い将来の起業等への気持ちをみると、「具体的な予定などはないが、自分の起業・創業・独立には、興味・関心を持っている」（52.9%）が5割強を占めて最も多く、「まだ何も決まっていないが、今後10年位の間には起業・創業・独立したいと思っている」（14.6%）が1割台半ばで続き上位となっている。

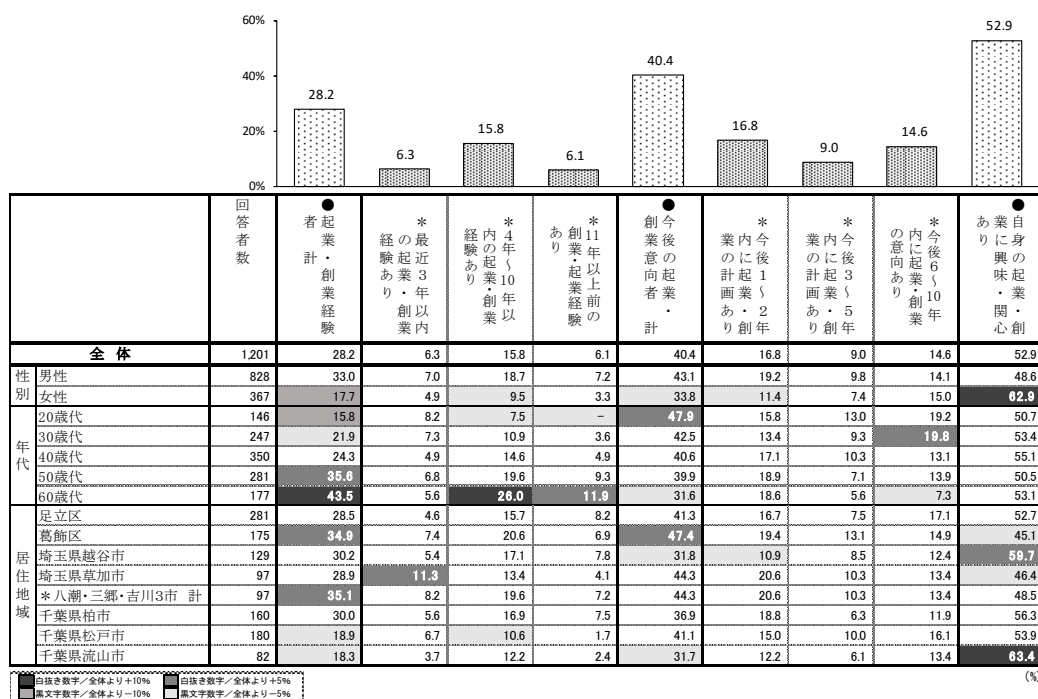
一方、それぞれ1割弱の「既に起業等の準備を進めている」（8.7%）に「この1～2年以内の起業等を計画中」（8.2%）と「この3～5年以内の起業等を計画中」（9.0%）の計3層を合わせた『5年以内の起業等を計画中 計』（25.8%）は2割台半ばとなっている。

なお、最近10年以内の起業等経験者が反応者となる「今後10年位の間、起業等の意向はなく、自分の起業等には興味や関心もない」（6.7%）は1割未満。

この結果を属性別にみると、『5年以内の起業等を計画中 計』（25.8%/全体）の割合は、性別では女性（18.8%）より男性（29.0%）の方が10.2ポイント高く、年代別では20歳代（28.8%）と40歳代（27.4%）でやや高めながら大きな年代差はみられず、居住地域別では葛飾区（32.6%）や草加市（30.9%）、八潮・三郷・吉川3市計（30.9%）で高めの傾向がみられるが、足立区（24.2%）は全体をやや下回っている。

P 1 起業・創業の経験&意向レベルパターン（複数回答処理）

■ 『起業・創業経験者 計』が3割弱、
『10年以内の起業・創業意向者 計』がほぼ4割。



PQ 4 の「最近10年間の起業等の経験の状況」とPQ 5 の「近い将来の起業等への気持ち」への回答及び問 7 の「自身での企業等の経験有無」への回答の組み合わせから作成した対象者1,201名の「P 1 起業・創業の経験&意向レベルパターン」の結果をみると、「11年以上前に起業等の経験あり」（6.1%）を含めた『●起業・創業経験者 計』（28.2%）が3割弱、『●今後（10年以内）の起業・創業意向者 計』（40.4%）がほぼ4割、『●自身の起業・創業に興味・関心あり』（52.9%）が5割強となっている。

（なお、この3層には複数の層に反応している重複者も含まれるため、合わせると100.0%を超えることに留意）

この結果を属性別にみると、『●起業・創業経験者 計』(28.2%/全体)の割合は、3割強の男性(33.0%)が2割弱の女性(17.7%)を15.3ポイント上回って男女別の差が大きく、年代別でも4割台半ばの60歳代(43.5%)を筆頭に年代が高まるにつれて割合も高まる年代差が明確にみられる。なお、居住地域別では八潮・三郷・吉川3市計(35.1%)と葛飾区(34.9%)でともに3割台半ばと高い一方で、流山市(18.3%)と松戸市(18.9%)ではともに2割弱にとどまり地域差がみられる結果となっている。

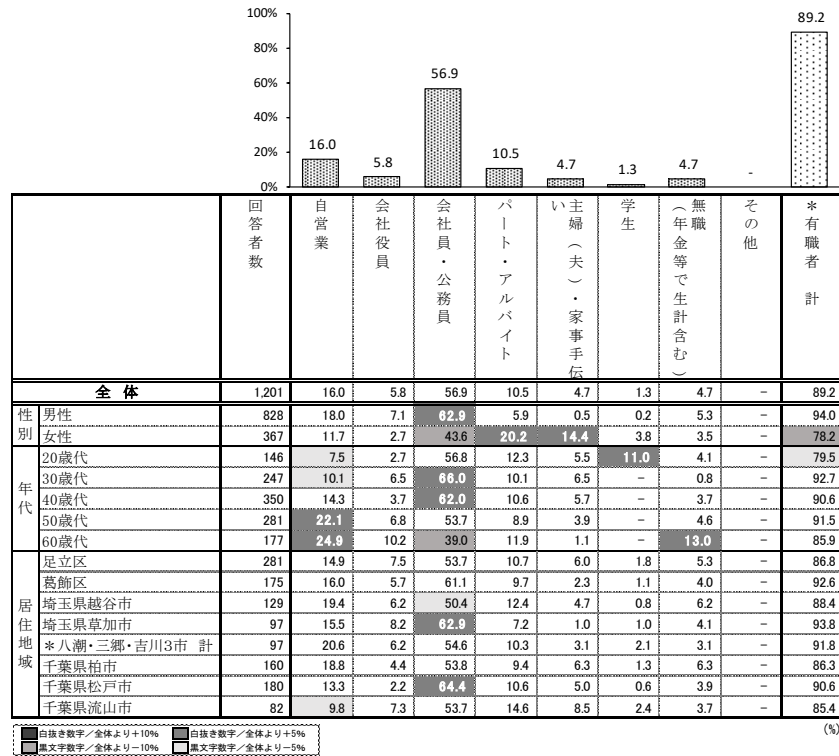
次に『●今後(10年以内)の起業・創業意向者 計』(40.4%/全体)の結果を属性別にみると、性別では男性(43.1%)の方が女性(33.8%)より9.3ポイント高く、年代別では5割弱の20歳代(47.9%)を筆頭に年代が若い層ほど割合が高まる年代別傾向が明確で、居住地域別では葛飾区(47.4%)と八潮・三郷・吉川3市計(44.3%)でそれぞれ高めとなっている。

なお『●自身の起業・創業に興味・関心あり』(52.9%/全体)では、6割強の女性(62.9%)が男性(48.6%)を14.3ポイント上回っており、大きな年代差はみられないものの、居住地域別では流山市(63.4%)や越谷市(59.7%)などで高くなっている。

II インターネット本調査聴取項目

問1 職業 (単数回答)

■ 6割弱の「会社員・公務員」を中核に『有職者』が9割弱を占めている。



本調査対象者1,201名の職業をみると、「会社員・公務員」(56.9%)が6割弱で最も多く、これに「自営業」(16.0%)が1割台半ば、「パート・アルバイト」(10.5%)が1割強で続き上位となっており、『有職者』(89.2%)が9割弱を占めて中核となっている。

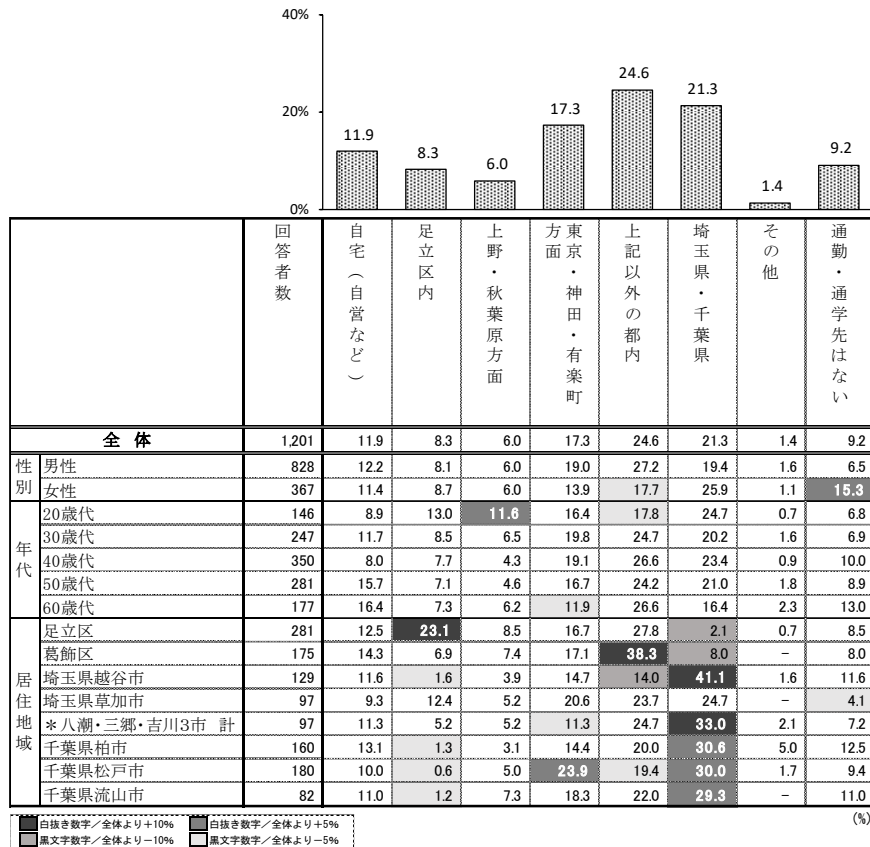
これを性別でみると、「会社員・公務員」(男性62.9%>女性43.6%)、「自営業」(男性18.0%>女性11.7%)、『有職者』(男性94.0%>78.2%)などは男性の方が高いが、「パート・アルバイト」(女性20.2%>男性5.9%)と「主婦(夫)・家事手伝い」(女性14.4%>男性0.5%)などは女性の方が高くなっている。

年代別でみると、「会社員・公務員」は30歳代(66.0%)を頂点とした山型分布の傾向がみられ、「自営業」は60歳代(24.9%)を筆頭に年代が高まるにつれてその割合も高まり、「無職」は60歳代(13.0%)で高めだが、これらを除くと目立って大きな年代差はみられない。

居住地域別でみると、「会社員・公務員」は松戸市(64.4%)と草加市(62.9%)で、「自営業」は八潮・三郷・吉川3市計(20.6%)と「越谷市」(19.4%)で、「パート・アルバイト」は「流山市」(14.6%)で、それぞれやや高めとなっているが、これらを除くと目立って大きな差はみられない。

問2 通勤・通学先 (単数回答)

■ 2割の『足立区内 計』を含めて『東京都内 計』が7割弱を占めて中核。



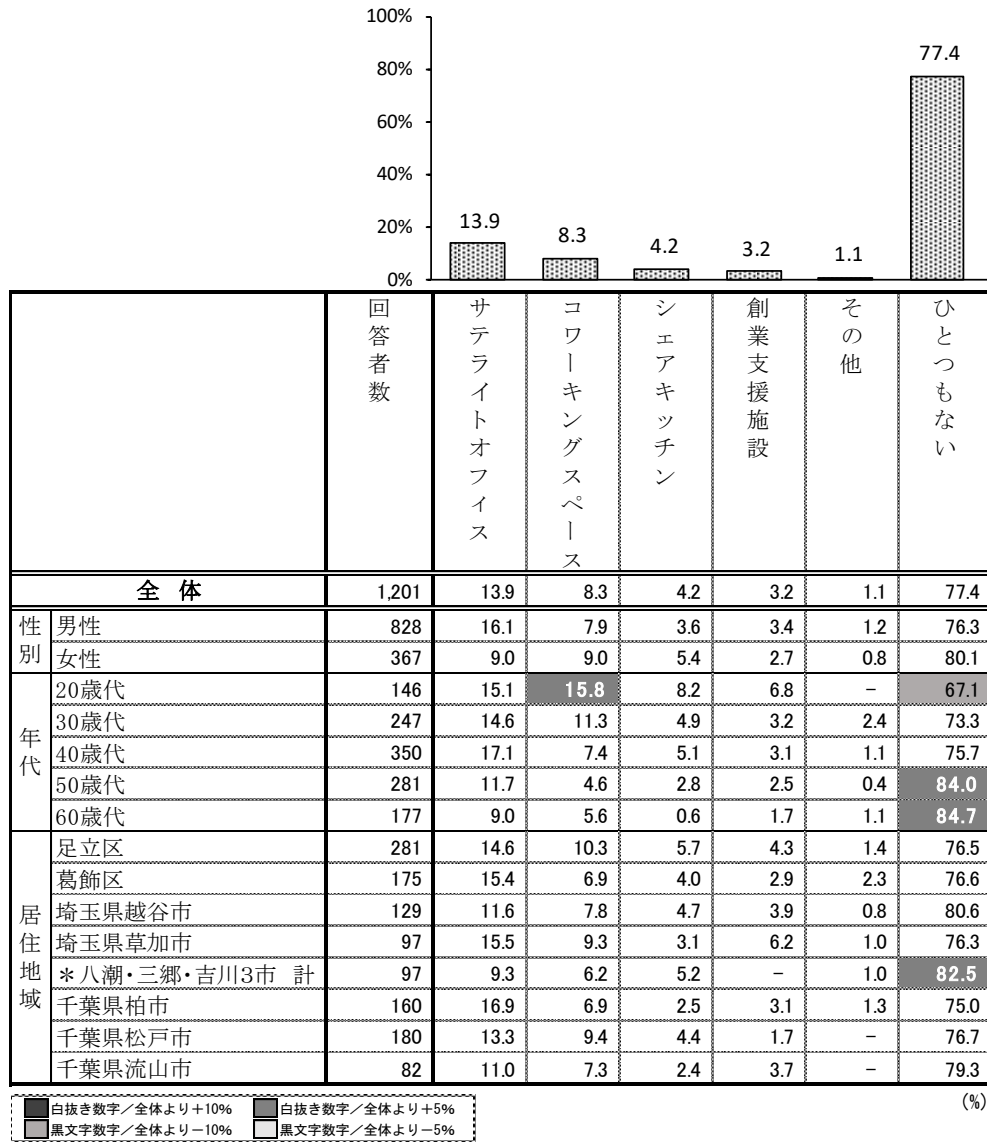
全対象者(n=1,201)に聞いた通勤・通学先の結果は、「上記以外の都内」(24.6%)が2割台半ばで最も多く、これに「埼玉県・千葉県」(21.3%)が2割強で続き、以下「東京・神田・有楽町方面」(17.3%)、「自宅(自営など)」(11.9%)、「足立区内」(8.3%)、「上野・秋葉原方面」(6.0%)の順となっている。一方「通勤・通学先がない」(9.2%)は1割弱となっている。

なお、上記の結果から参考までに算出した『*足立区内に居住or通勤・通学先あり 計』(26.3%)の割合は2割台半ばである。

この結果を属性別にみると、「上記以外の都内」は、男性(27.2%)の方が9.5ポイント高く、年代別では40歳代と60歳代(各26.6%)でやや高く、居住地域別では葛飾区(38.3%)で特に高くなっている。一方「埼玉県・千葉県」は、女性(25.9%)の方が6.5ポイント高めで、当然のことながら居住地域別では埼玉県や千葉県の各調査対象市で高めとなっている。なお通勤・通学先に「足立区」をあげた人の割合は、足立区(23.1%)に次いで草加市(12.4%)で相対的に高めとなっている。

問3 仕事で利用経験のある施設 (複数回答)

■ 「サテライトオフィス」が1割台半ばで最も高いが、「ひとつもない」が8割弱。

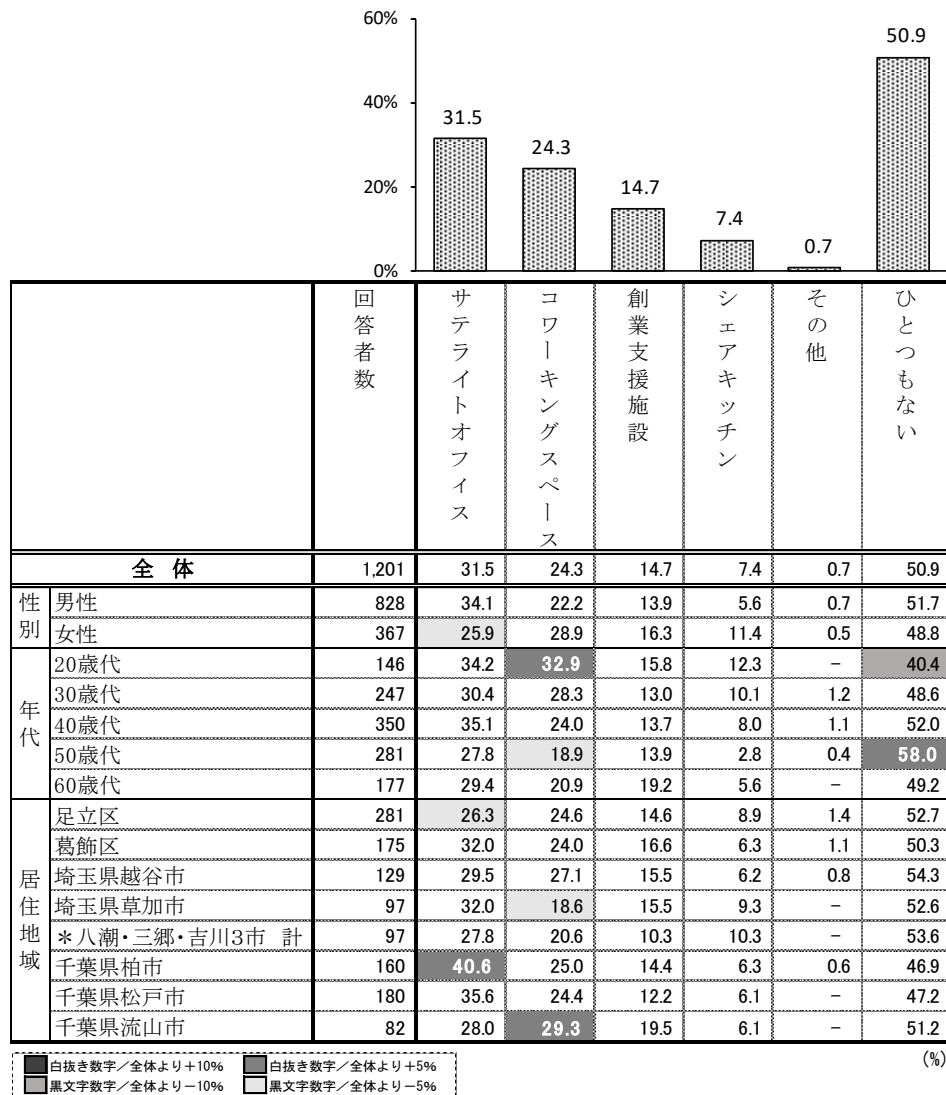


仕事で利用経験のある施設を聞いた結果は、「ひとつもない」(77.4%)が8割弱を占めて多いものの、中では「サテライトオフィス」(13.9%)が1割台半ばで最も高く、これに「コワーキングスペース」(8.3%)が1割弱で続いている。

この結果を属性別にみると、「ひとつもない」が、年代別の60歳代(84.7%)と50歳代(84.0%)で、居住地域別の八潮・三郷・吉川3市計(82.5%)で、それぞれ高めなのを除くと、属性別に目立った違いはみられない。

問4 今後、仕事で利用意向のある施設 (複数回答)

■ 「サテライトオフィス」が3割強、「コワーキングスペース」が2割台半ば。

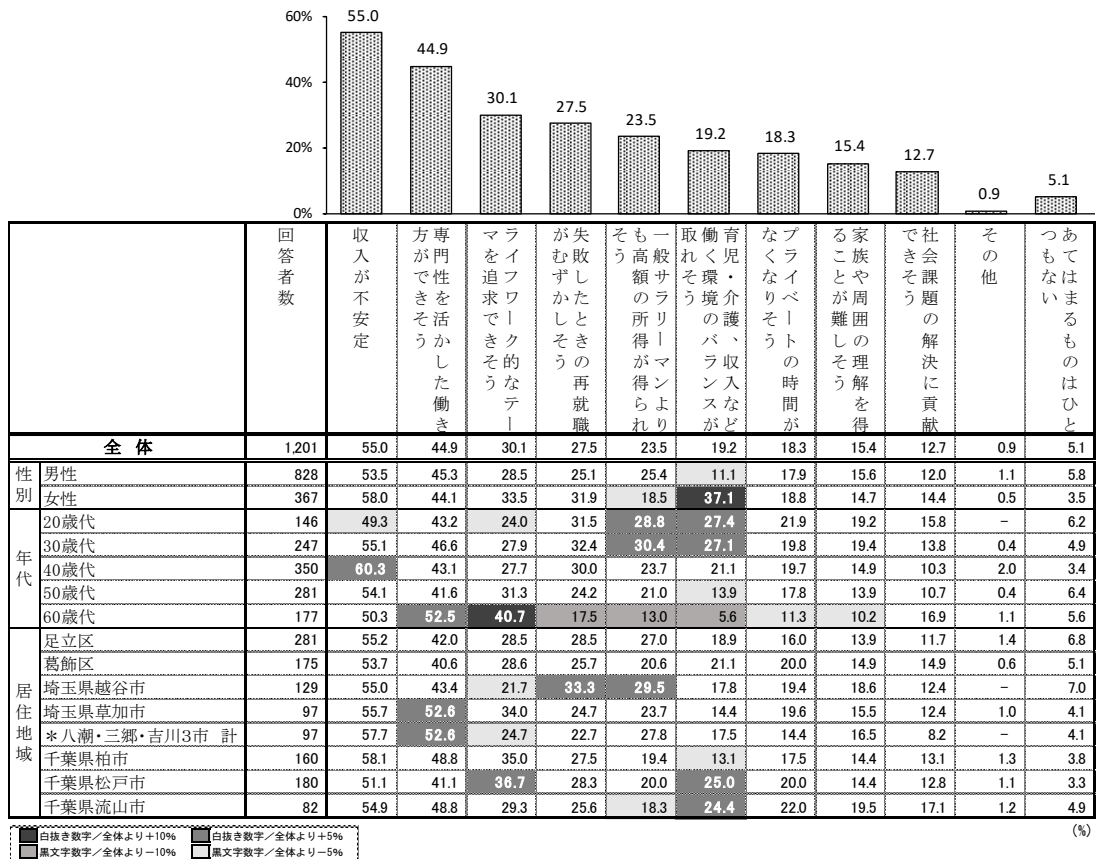


今後、仕事で利用意向のある施設を聞いた結果も、「ひとつもない」(50.9%)が5割を超えて多いものの、中では「サテライトオフィス」(31.5%)が3割強で最も高く、これに「コワーキングスペース」(24.3%)が2割台半ば、「創業支援施設」(14.7%)が1割台半ば、「シェアキッチン」(7.4%)が1割弱の順で続いている。

この結果を属性別にみると、「サテライトオフィス」が地域別の柏市(40.6%)で高めなこと、「コワーキングスペース」が年代別の20歳代(32.9%)と地域別の流山市(29.3%)で高めなこと、「ひとつもない」が年代別の20歳代(40.4%)で低い一方50歳代(58.0%)で高めなこと、などを除くと属性別に目立った違いはみられない。

問5 起業・創業の印象・イメージ (複数回答)

■ 「収入が不安定」が5割台半ばで最も高いが、
 「専門性を活かした働き方ができそう」が4割台半ばで続いて次点。

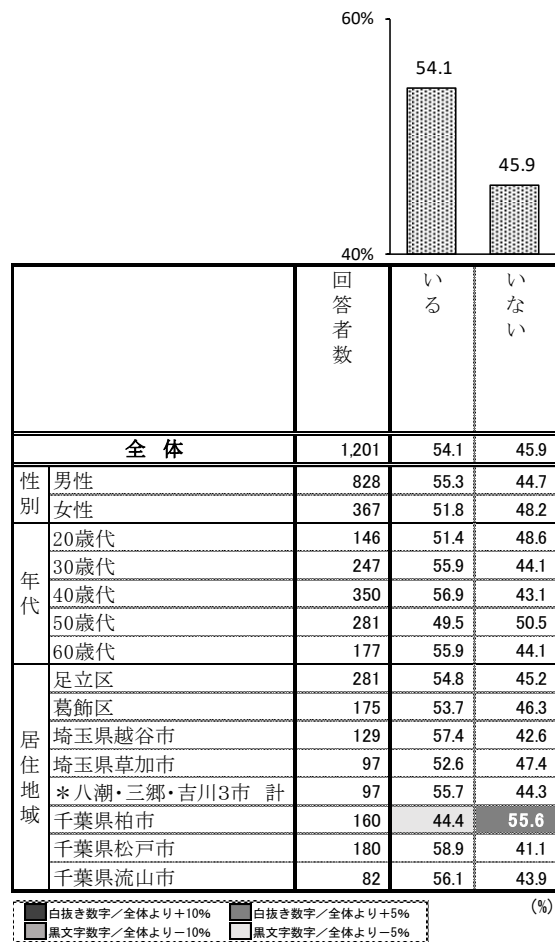


起業・創業の印象・イメージを聞いた結果は、「収入が不安定」(55.0%)が5割台半ばで最も高く、次いで「専門性を活かした働き方ができそう」(44.9%)が4割台半ばで、以下「ライフワーク的なテーマを追求できそう」(30.1%)、「失敗したときの再就職がむずかしそう」(27.5%)、「一般サラリーマンより高額な所得が得られそう」(23.5%)などが続き上位となっている。

この結果を属性別にみると、「収入が不安定」は年代別の40歳代(60.3%)で高めとなっており、「ライフワーク的なテーマを追求できそう」と「専門性を活かした働き方ができそう」は60歳代(40.7%/52.5%)で高めとなっている。また、女性で高く性差の大きい「育児・介護、収入など働く環境のバランスが取れそう」(女性37.1% > 男性11.1%/26.0P差)は年代別では20歳代(27.4%)と30歳代(27.1%)で高めとなっている。

問6 身近な親族・友人に起業・独立・開業した人の有無 (単数回答)

■ 「いる」が5割台半ばで、4割台半ばの「いない」を上回っている。

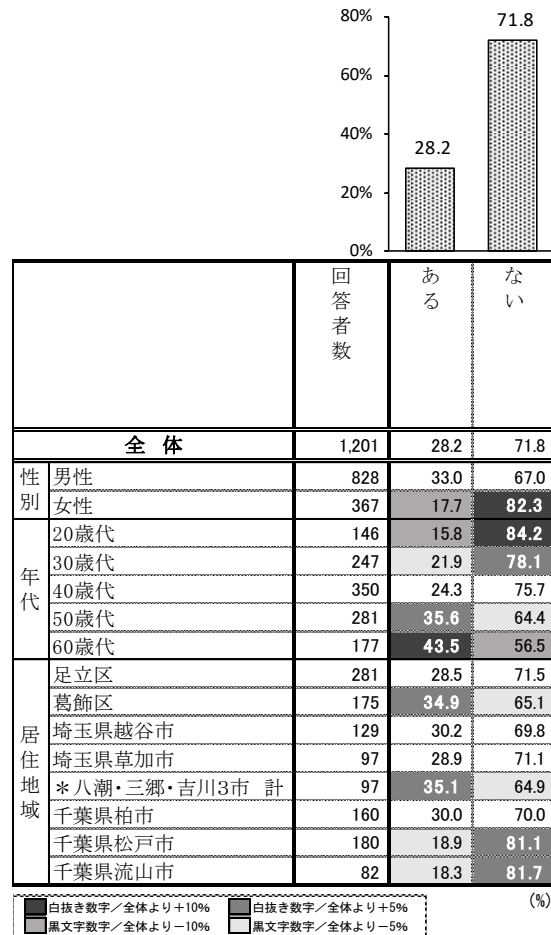


身近な親族・友人に起業・独立・開業した人の有無では、「いる」(54.1%)が5割台半ばで、4割台半ばの「いない」(45.9%)を上回っている。

この結果を属性別にみても、目立って大きな差はみられないが、「いる」の割合は、性別では女性(51.3%)より男性(55.3%)の方がやや高く、年代別では50歳代(49.5%)で、居住地域別では柏市(44.4%)で、それぞれやや低めとなっている。

問7 自身での起業・創業・独立の経験有無 (単数回答)

■ 『自身での起業等経験者』は3割弱で、女性より男性で、高年代層ほど、高め。

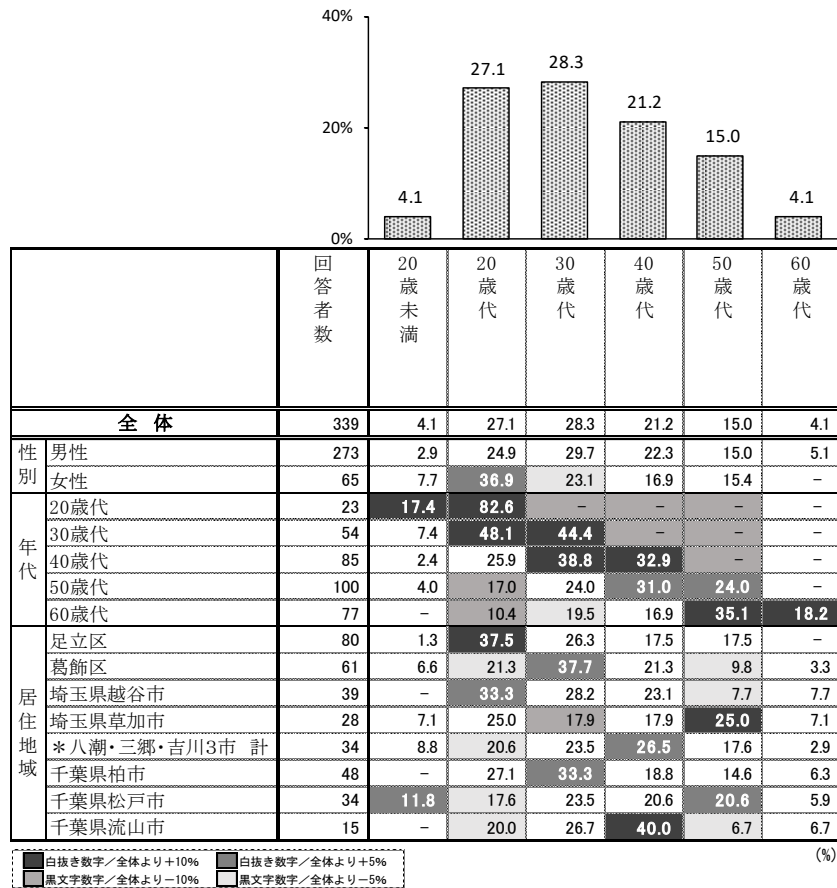


自身での起業・創業・独立の経験有無を聞いた結果をみると、「ある」(28.2%)と回答した『自身での起業等経験者』という人が3割弱となっている。

この結果を属性別にみると、「ある」の割合は、性別では女性(17.7%)より男性(33.0%)の方が15.3ポイント高く、年代別ではある程度当然のことながら60歳代(43.5%)を筆頭に、年代が高くなるにつれてその割合も高まる結果となっている。

問8 【問7＝①の「自身での起業・創業・独立の経験者」(n=339) ベース】
初めて自身の起業・創業・独立を考えた年代 (単数回答)

■ 「30歳代」と「20歳代」がともに3割弱で並んで上位。



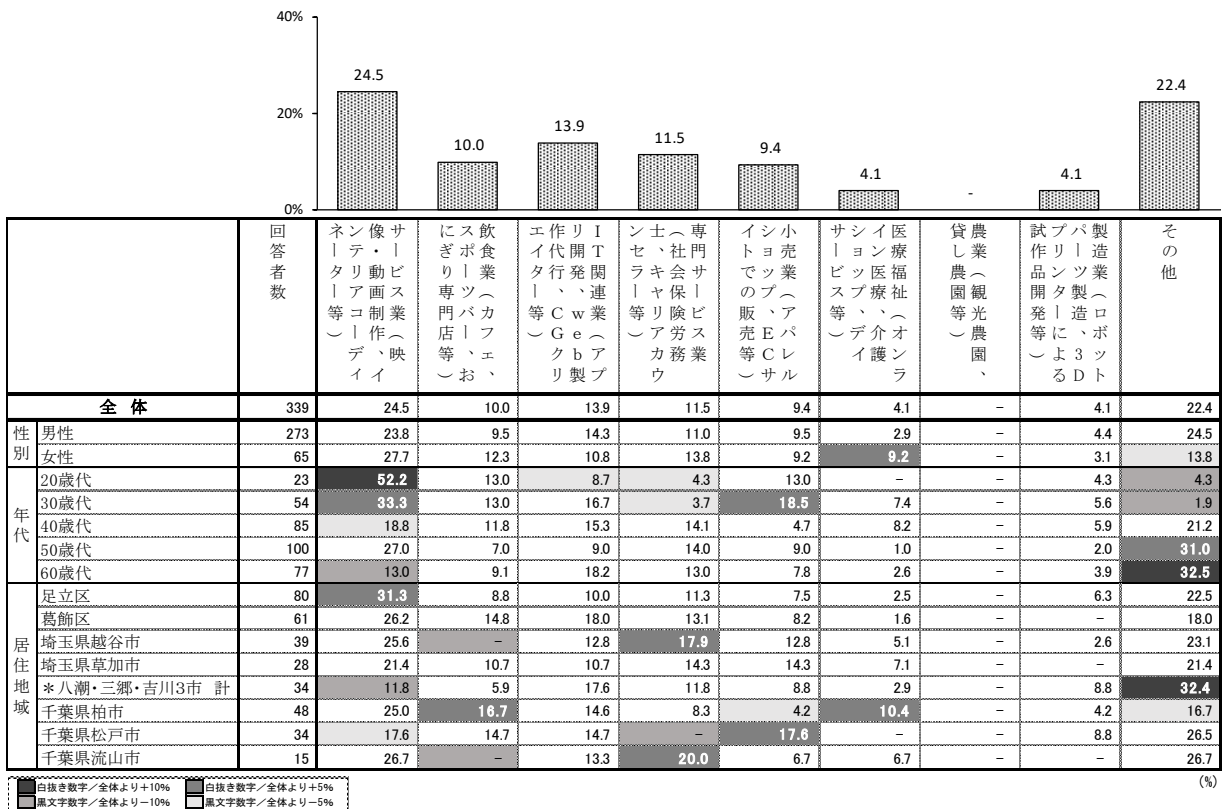
『自身での起業等経験者』という人 (n=339) に、初めて自身の起業・創業・独立を考えた年代を聞いた結果は、「30歳代」(28.3%)と「20歳代」(27.1%)がともに3割弱で上位にあり、以下「40歳代」(21.2%)が2割強、「50歳代」(15.0%)が1割台半ば、「20歳未満」と「60歳代」(各4.1%)がともに4%台の順となっている。

この結果を年代別にみると、一部サンプル数の少ない年代があり留意が必要なものの、各年代ともに、自分の現在の年代と10年前の年代をあげる割合がそれぞれ高めとなっている。

なお、性別では、「20歳代」をあげる割合が男性(24.9%)より女性(36.9%)の方が12.0ポイント高くなっている。

問9 【問7=①の「自身での起業・創業・独立の経験者」(n=339) ベース】
自身で起業・創業・独立した業種(最新のケース) (単数回答)

■ 「サービス業」が2割台半ばで最も多く、「その他」や「IT関連業」が続く。
「その他」では“建設業”や“不動産業”などが多めの傾向。



『自身での起業等経験者』(n=339)に、自身で起業・創業・独立した業種(最新のケース)を聞いた結果は、予め選択肢を用意した業種の中では「サービス業」(24.5%)が2割台半ばで最も多く、次いで「IT関連業」(13.9%)が1割台半ば、以下「専門サービス業」(11.5%)、「飲食業」(10.0%)、「小売業」(9.4%)の3業種がそれぞれ1割前後で続く構成となっている。

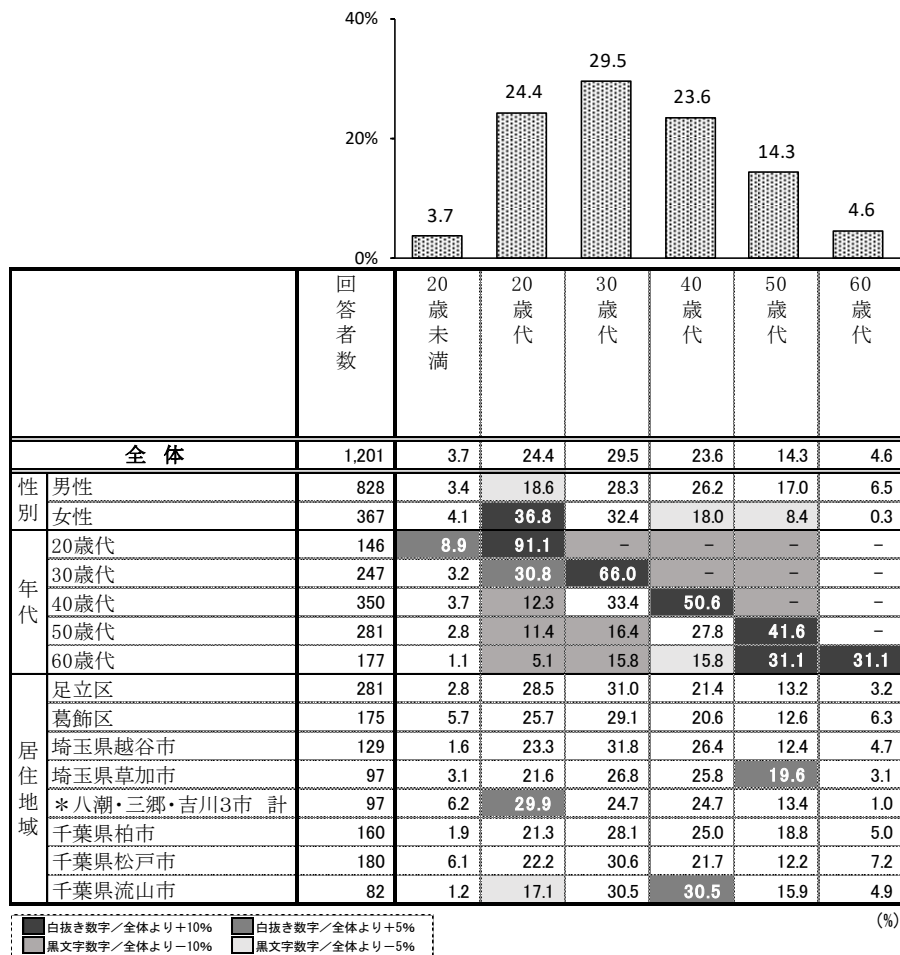
一方、2割強の「その他」(22.4%)の具体的内容としては、様々な業種があげられているものの、“建設業”や“不動産業”などが多めの傾向がみられる。

この結果を属性別にみると、性別では「医療福祉」(女性9.2%>男性2.9%)が女性の方が高めの傾向であることを除くと大きな差はみられないが、年代別では「サービス業」は20歳代(52.2%)を筆頭に若年層ほど高めの傾向がみられるのに対して「その他」は60歳代(32.5%)を筆頭に逆に高齢層ほど高めの傾向がみられ、この2項目で年代差がみられる結果となっている。

問10 初めて自身の起業・創業・独立を考えた年代 (単数回答)

(全数ベース/問8回答者はその回答を当てはめ)

■ 「30歳代」が3割、「20歳代」と「40歳代」が2割台半ばで並んで上位。



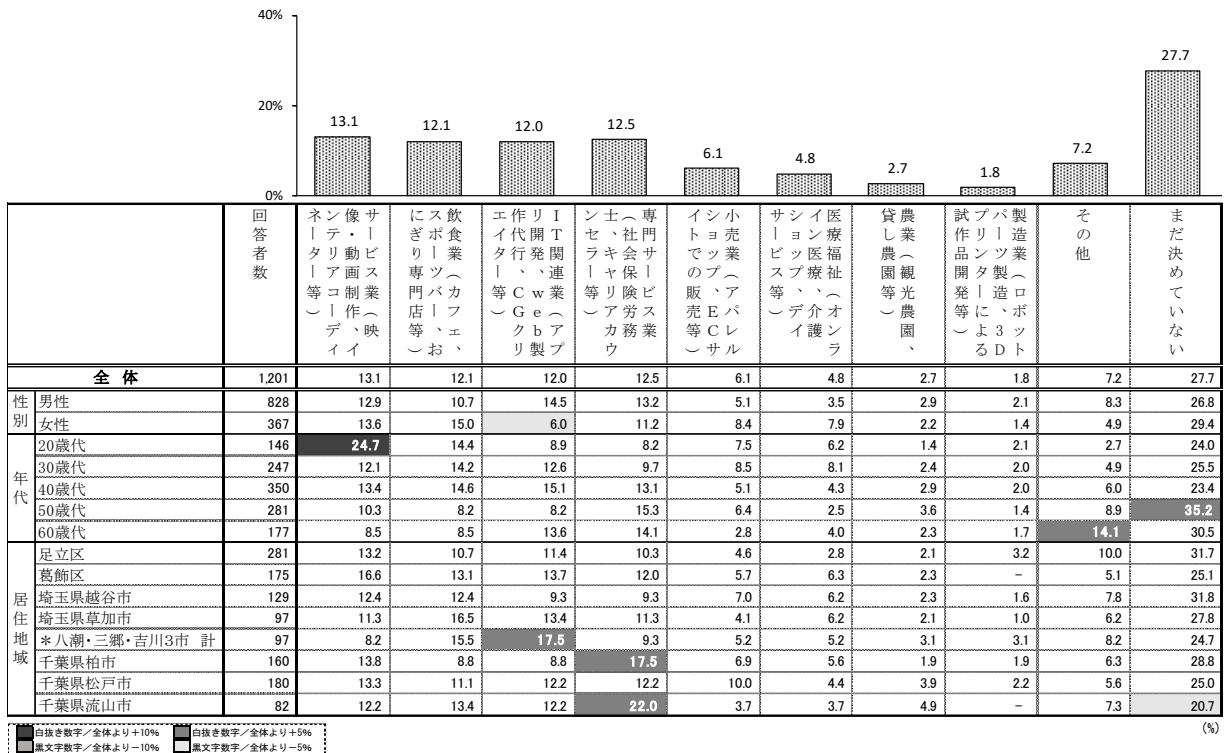
全対象者 (n=1,201) に聞いた、初めて自身の起業・創業・独立を考えた年代の結果をみると、「30歳代」(29.5%) がほぼ3割で最も多く、次いで「20歳代」(24.4%) と「40歳代」(23.6%) がともに2割台半ばで並んで上位にあり、以下「50歳代」(14.3%) が1割台半ば、「60歳代」(4.6%) と「20歳未満」(3.7%) とが4%前後で続く順となっている。

この結果を年代別にみると、前出の問8の回答傾向と同様に、各年代ともに、自分の現在の年代と10年前の年代をあげる割合がそれぞれ高めとなっている。

なお、性別では、「20歳代」をあげる割合が男性(18.6%)より女性(36.8%)の方が18.2ポイント高く、男女間の差が大きくなっている。

問11 自身の起業・創業・独立で想定している業種 (単数回答)

■ 「サービス業」「専門サービス業」「飲食業」「IT関連業」の4業種が1割強で並び上位ながら、「まだ決めていない」も3割弱。



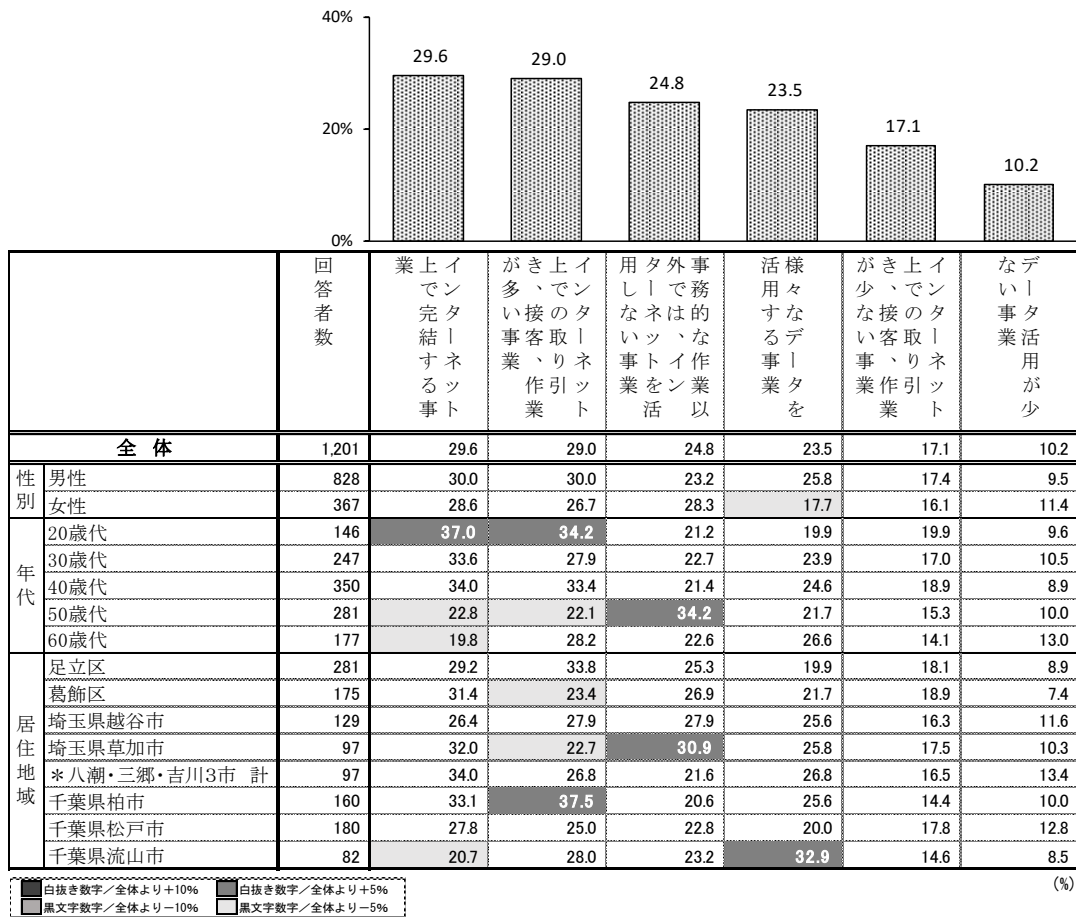
全対象者 (n=1,201) に、自身の起業・創業・独立で想定している業種を聞いた結果をみると、「まだ決めていない」(27.7%) が3割弱を占めて多いものの、予め選択肢を用意した業種の中では「サービス業」(13.1%)、「専門サービス業」(12.5%)、「飲食業」(12.1%)、「IT関連業」(12.0%) の4業種がそれぞれ1割強で並び上位となっている。

一方、1割弱の「その他」(7.2%) の具体的内容としては、様々な業種があげられているものの、“建設業”や“不動産業”、“教育関係”などが多めの傾向がみられる。

この結果を属性別にみると、年代別に20歳代で「サービス業」(24.7%) が高く、50歳代で「まだ決めていない」(35.2%) が、60歳代で「その他」(14.1%) が、それぞれ高めとなっているのを除くと、目立って大きな差はみられない。

問12 自身の起業・創業・独立後に考えている事業内容 (複数回答)

■ 『ネット上で完結』と『ネット上が中心』の事業がともにほぼ3割程度で上位。

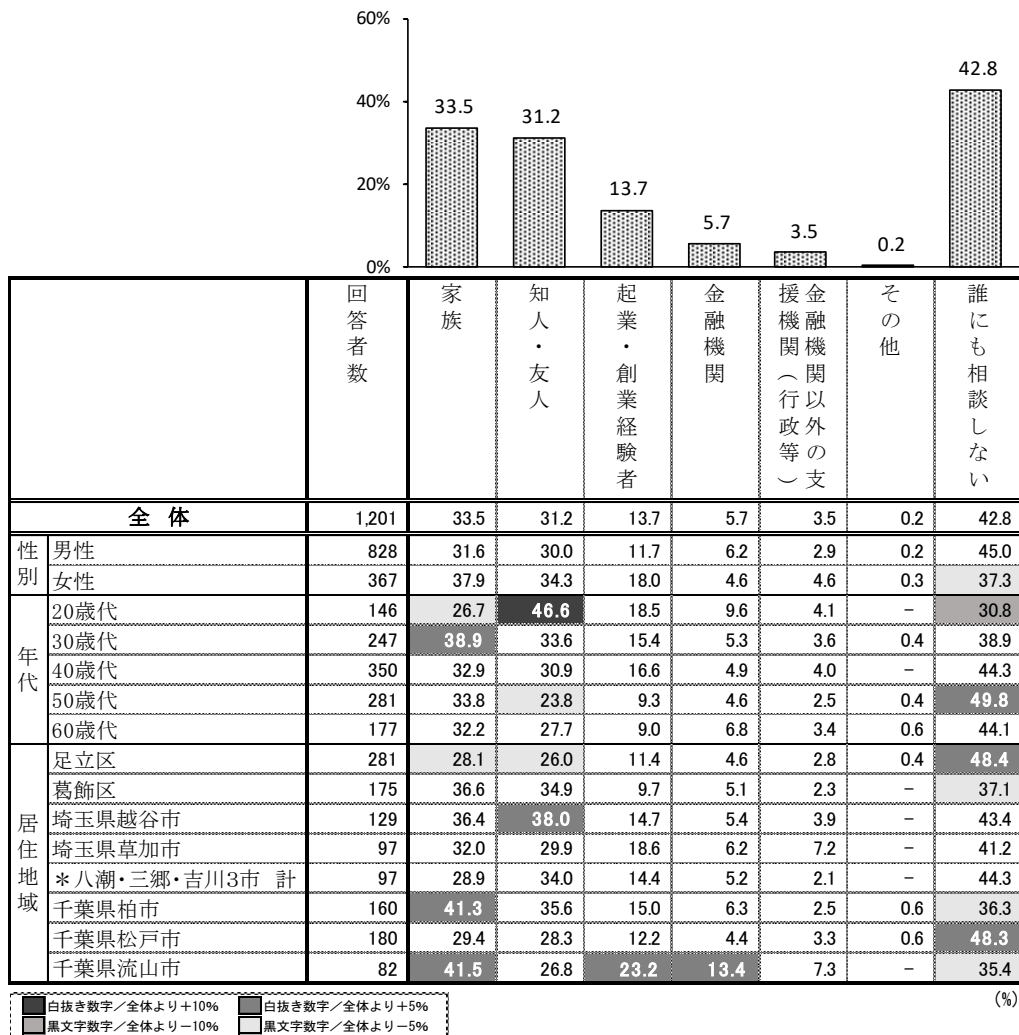


自身の起業・創業・独立後に考えている事業内容を複数回答で聞いた結果は、「インターネット上で完結する事業」(29.6%)と「インターネット上での取り引き、接客、作業が多い事業」(29.0%)がともに3割近くで並んで高く、この最上位2項目に「事務的な作業以外では、インターネットを活用しない事業」(24.8%)と「様々なデータを活用する事業」(23.5%)がともに2割台半ばで並んで続き上位となっている。

この結果を属性別にみると、性別では「様々なデータを活用する事業」(男性25.8%>女性17.7%)でやや差がみられるのを除くと大きな差はみられず、年代別では「インターネット上で完結する事業」と「インターネット上での取り引き、接客、作業が多い事業」の上位2項目が20歳代(37.0%/34.2%)で高めで、逆にこの上位2項目が低めな50歳代で「事務的な作業以外では、インターネットを活用しない事業」(34.2%)が高めとなっているのを除くと大きな差はみられない。

問13 自身の起業・創業・独立についての相談相手 (複数回答)

■ 「家族」と「友人・知人」が3割台前半で並んで上位ながら、
「誰にも相談しない」が4割強で最多。

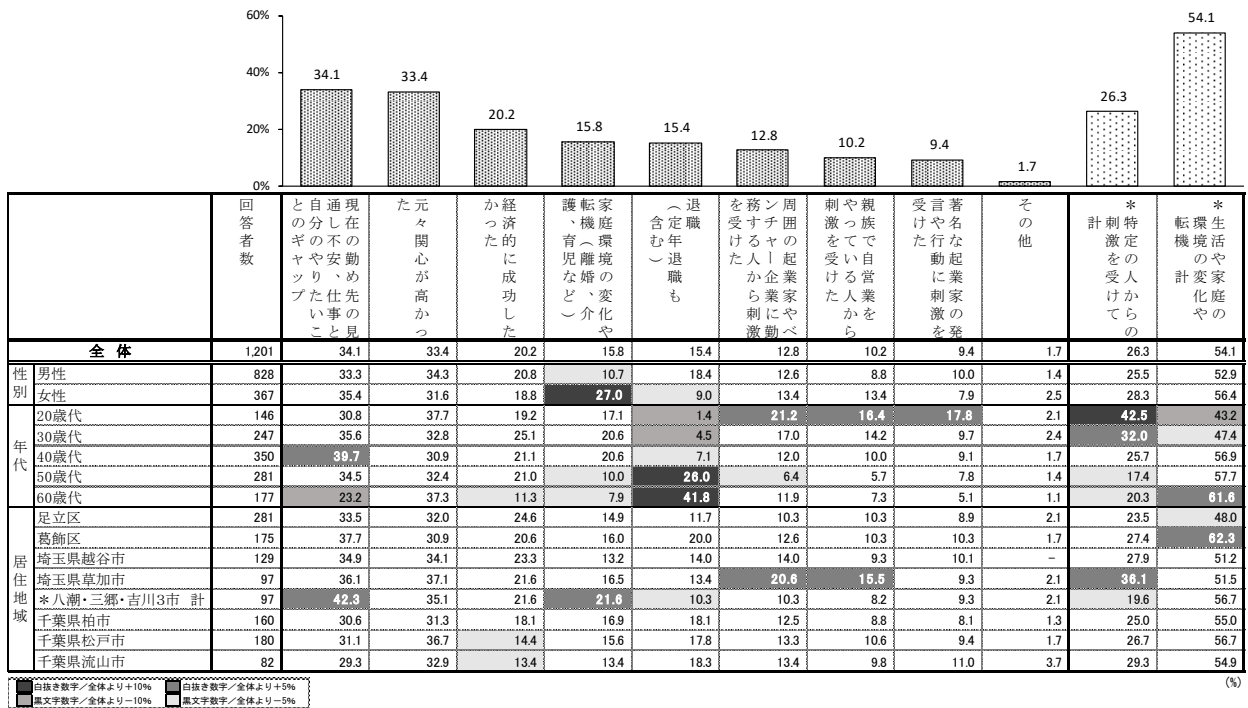


自身の起業・創業・独立についての相談相手を聞いた結果は、「誰にも相談しない」(42.8%)が4割強で最も高いが、具体的な相談相手では「家族」(33.5%)と「知人・友人」(31.2%)が3割強から3割台半ばで高くなっており、以下「起業・創業経験者」(13.7%)、「金融機関」(5.7%)、「金融機関以外の支援機関(行政等)」(3.5%)の順となっている。

この結果を属性別にみると、年代別で、「友人・知人」が20歳代(46.6%)で高く、「家族」が30歳代(38.9%)で、「誰にも相談しない」が50歳代(49.8%)で、それぞれ高めとなっているのを除くと大きな差はみられない。

問14 自身の起業・創業・独立を考えたきっかけ (複数回答)

■ 『現業への見通し不安・やりたいことのギャップ』と『従来からの起業等への高関心』が3割台前半で並んで最上位。



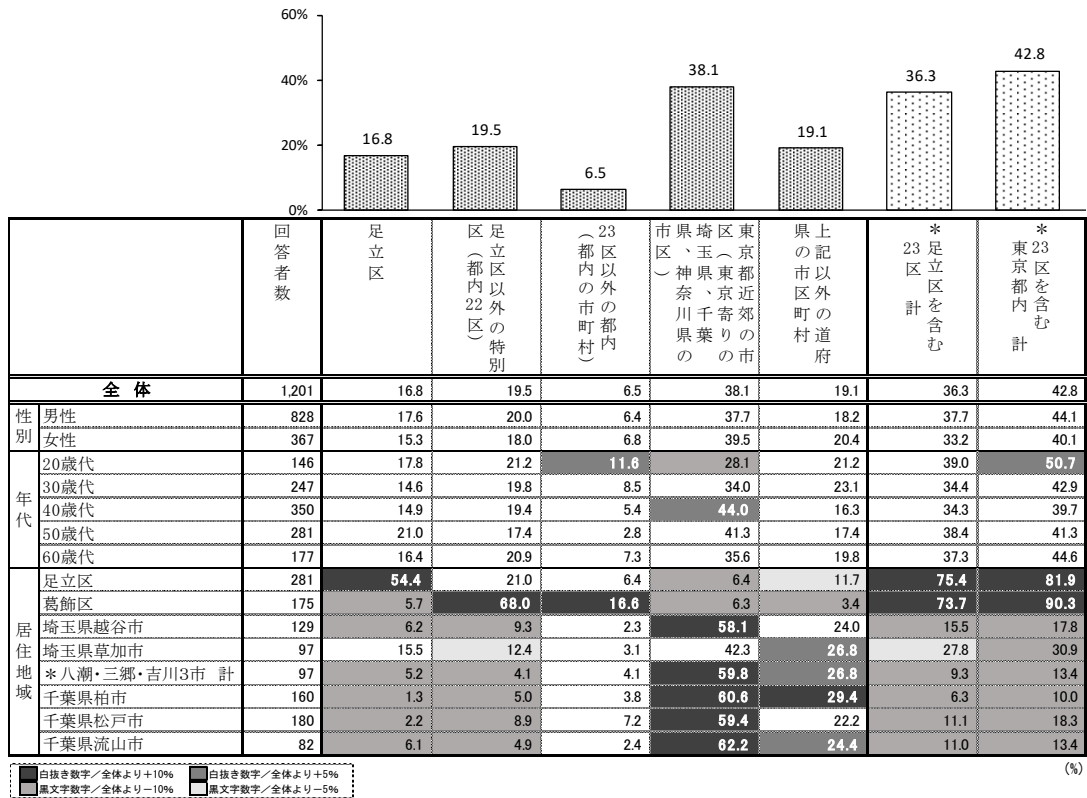
自身の起業・創業・独立を考えたきっかけを聞いた結果をみると、「現在の勤め先の見通し不安、現在の仕事と自分のやりたいことのギャップ」(34.1%)と「元々関心が高かった」(33.4%)の2項目がともに3割台半ばで並んで最上位を競っており、次いで「経済的に成功したかった」(20.2%)がほぼ2割で続き、以下「家庭環境の変化や転機(離婚、介護、育児など)」(15.8%)と「退職(定年退職も含む)」(15.4%)がともに1割台半ばで並んで上位となっている。

この結果を性別にみると、「家庭環境の変化や転機(離婚、介護、育児など)」(女性27.0%>男性10.7%)で女性の方が、「退職(定年退職も含む)」(男性18.4%>女性9.0%)で男性の方が、それぞれ高めとなっているのを除くと大きな差はみられない。

次に年代別にみると、最上位の「現在の勤め先の見通し不安、現在の仕事と自分のやりたいことのギャップ」は40歳代(39.7%)で、中位の「退職(定年退職も含む)」は60歳代と50歳代(41.8%/26.0%)で、下位にある3項目のいずれかへの反応を合わせた『特定の人からの刺激を受けて計』は20歳代(42.5%)で、それぞれ高くなっている。

問15 最も有力な自身の起業・創業・独立先の地域 (単数回答)

■ 現在自分の住んでいる地域をあげる人が多く、「足立区」は2割弱で、「東京都隣接3県の市区」が4割弱で最多。



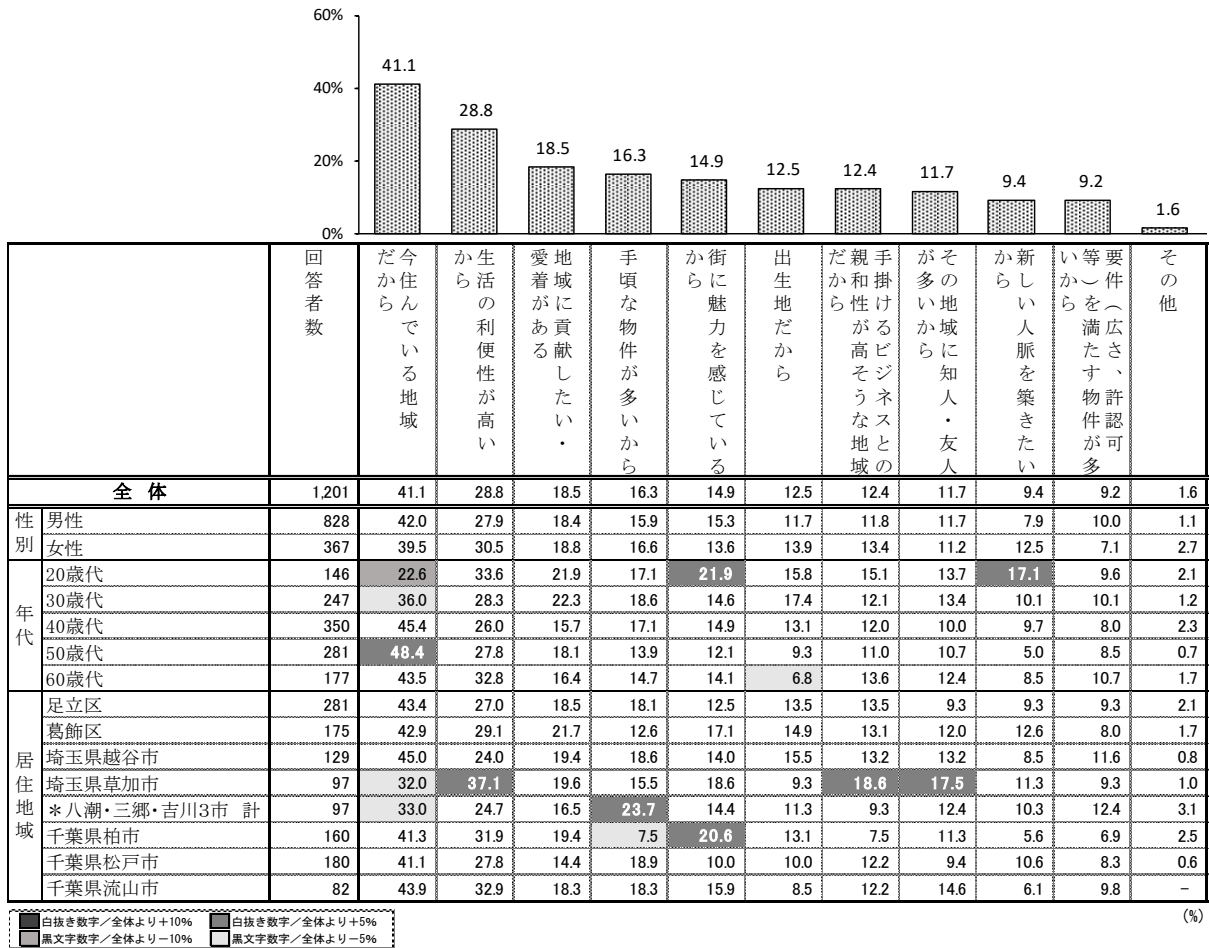
最も有力な自身の起業・創業・独立先の地域を選んでもらった結果をみると、「東京都近郊の市区（東京寄りの埼玉県、千葉県、神奈川県）」（38.1%）が4割弱で最も多く、これに「足立区以外の特別区（都内22区）」（19.5%）と「上記以外の道府県の市区町村」（19.1%）が2割近くで並んで続き、以下「足立区」（16.8%）、「23区以外の都内（都内の市町村）」（6.5%）の順となっている。

この結果を性別や年代別にみると、性別では目立った差はみられず、年代別でも「23区以外の都内（都内の市町村）」と『23区を含む東京都内計』が20歳代（11.6%/50.7%）で、「東京都近郊の市区（東京寄りの埼玉県、千葉県、神奈川県）」が40歳代（44.0%）で、それぞれ高めとなっているのを除くと大きな差はみられない。

一方、この結果を居住地域別にみると、ある程度当然とはいえ大きな差が目立ち、それぞれの対象者が自分の住む地域を中心に選んでいる傾向が明確にみられる結果となっている。なお、「足立区」は区内居住者の半数以上（54.4%）が選んでいるが、それに続くのは草加市居住者（15.5%）となっている。

問16 最も有力な自身の起業・創業・独立先の地域の選択理由 (複数回答)

■ 「今住んでいる地域」が4割強で最も高く、「生活の利便性が高い」が3割弱。

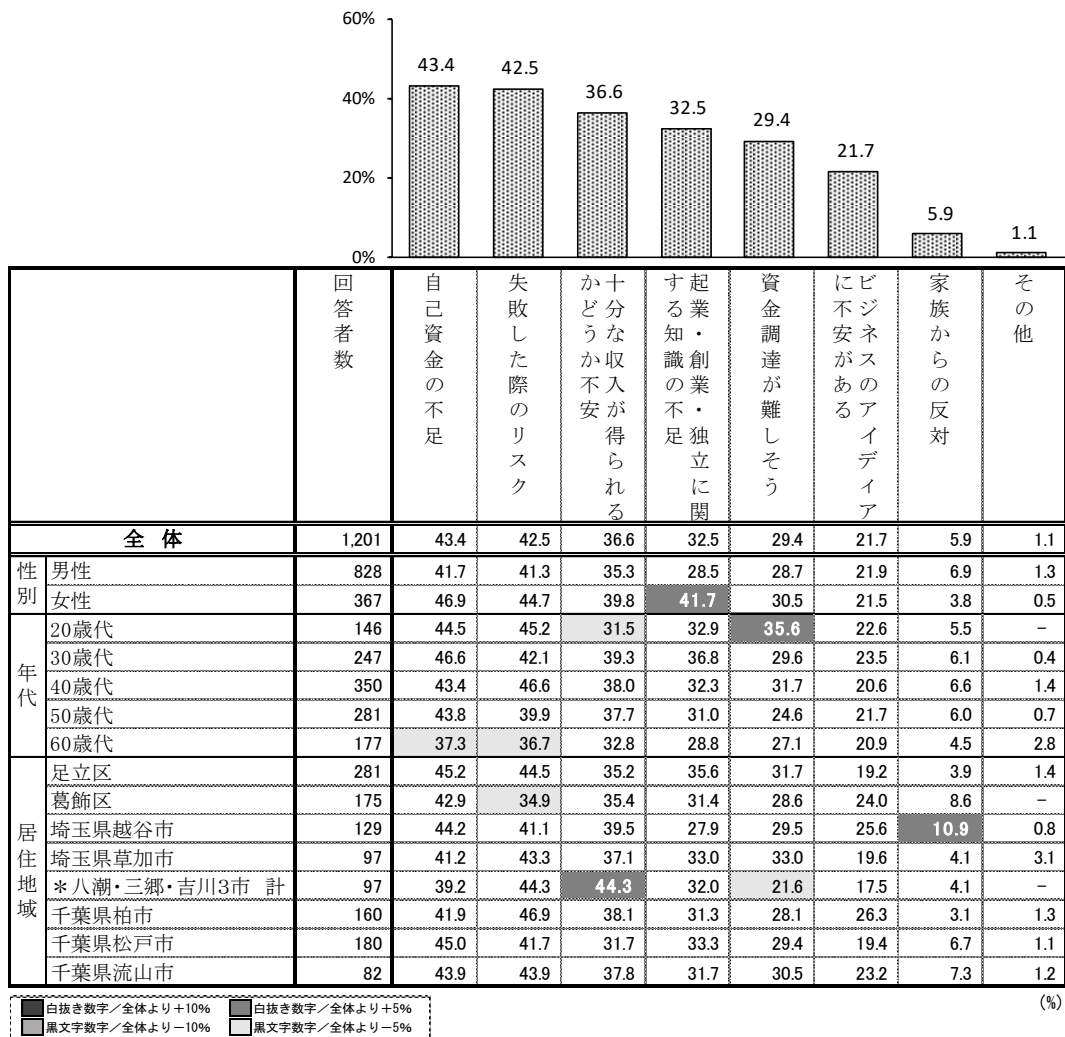


問15で選んだ最も有力な自身の起業・創業・独立先の地域の選択理由の結果をみると、「今住んでいる地域だから」(41.1%)が4割強で最も高く、これに「生活の利便性が高いから」(28.8%)が3割弱で続き、以下「地域に貢献したい・愛着がある」(18.5%)、「手頃な物件が多いから」(16.3%)、「街に魅力を感じているから」(14.9%)の3項目が1割台半ばから2割弱で並んで上位となっている。

この結果を属性別にみると、性別では大きな差はみられず、年代別で「今住んでいる地域だから」が50歳代(48.4%)で、「街に魅力を感じているから」と「新しい人脈を築きたいから」が20歳代(21.9%/17.1%)で、居住地別で「生活の利便性が高いから」などが草加市(37.1%)で、それぞれ高めとなっているのを除くと目立って大きな差はみられない。

問17 起業・創業の実行・検討時の懸念事項 (3つまでの制限回答)

■ 「自己資金の不足」と「失敗した際のリスク」が4割台前半で並んで上位。



自身の起業・創業の実行・検討時の懸念事項を3つまで選んでもらった結果をみると、「自己資金の不足」(43.4%)と「失敗した際のリスク」(42.5%)が4割台前半で並んで最上位を競っており、これらに「十分な収入が得られるかどうか不安」(36.6%)が3割台半ば、「起業・創業・独立に関する知識の不足」(32.5%)と「資金調達が難しそう」(29.4%)が3割前後で続いて上位になっている。

この結果を属性別にみると、性別では「起業・創業・独立に関する知識の不足」が女性(41.7%)で、年代別では「資金調達が難しそう」が20歳代(35.6%)で、それぞれ高めとなっているのを除くと大きな差はみられない。

使用した調査票

足立区産業実態等アンケート調査

- ・ 小規模&中規模以上両事業者合算版
- ・ 中規模以上事業者の方向け
- ・ 小規模事業者の方向け

※ 調査票内の集計母数について

特にサンプル数表記のない設問は、「小規模事業者（回答者数453）」と「中規模以上事業者（回答者417）」を合算した全数ベース（回答者数870）で集計しており、母数の記載を割愛した。また、問9～問12は「中規模以上事業者（回答者417）」のみに質問していることに留意。なお、該当者のみに質問する一部の該当設問については、設問ごとに回答者数を表記した。

足立区産業実態等アンケート調査

（小規模 & 中規模以上両事業者合算版：
n=870）

No : _____

調査ご協力のお願い

○本調査は、足立区が実施するアンケート調査です。事業所母集団データベース(令和元年度経済センサス基礎調査)より、アンケートを送付する事業者を抽出させていただきました。

○本調査から得られた情報は、事業者の皆様インターネット活用を後押しする施策等の検討や、「地域経済活性化基本計画」改定のための重要な情報としてのみ活用させていただきます。ご多忙のこととは存じますが、区内産業発展のため、何卒ご協力の程よろしくお願いたします。

○ご記入いただいた調査票は、同封の返信用封筒(切手不要)に入れて **8月3日(火)** までに、ポストに投函してくださるよう、お願いたします。

令和3年7月

足立区長 近藤やよい

ご記入にあたってのお願い

- 1 御社の経営実態等を理解されている方がご回答ください。
- 2 回答は、あてはまる番号を選んで、番号に○印をつけてください。
- 3 「1つだけ」「3つまで」など回答数が限られている質問では、もっともよくあてはまるとお考えになる回答を指定の数以内で選び、番号に○印をつけてください。
- 4 「その他」にあてはまる場合は、お手数ですが（ ）内に、なるべく具体的にその内容をご回答ください。
- 5 ご記入がすべて終わりましたら、記入もれや回答間違いがないか、ご面倒でももう一度お確かめください。

お問い合わせ先

足立区産業政策課 産業経済協創担当 （担当：海老原 建石）

（平日 午前9:00～午後5:00）

TEL : 03-3880-5464 FAX : 03-3880-5605

なお、本調査の回収・集計・分析は(株)マーケティング・サービスに委託しています。

※支店・営業所等の場合は、可能な範囲で「支店・営業所等におけるデータ等」をご記入ください。

問1 御社のことについておたずねします。

(1) 事業所名、所在地等ご記入ください。

事業所所在地									
第1地域	15.1%	第5地域	6.7	第9地域	8.3	第13地域	4.1	無回答	1.5
第2地域	6.4	第6地域	6.3	第10地域	4.4	第14地域	5.5		
第3地域	7.0	第7地域	4.3	第11地域	5.4	第15地域	5.6		
第4地域	7.5	第8地域	5.7	第12地域	6.0	その他	0.2		

(2) 御社の経営形態として、該当するものに○をしてください (○は1つだけ)。

1 個人	32.9%	2 株式会社(本店)	32.2	3 株式会社(支店)	8.6
4 有限会社(本店)	18.9	5 有限会社(支店)	1.4	6 相互会社	-
7 会社以外の法人	5.3	8 法人でない団体	-	無回答	0.8

(3) 御社の主な業種として、該当するものに○をしてください (○は1つだけ)。

1 農業	0.1%	10 不動産業・物品賃貸業	5.6
2 建設業	8.9	11 学術研究・専門技術サービス業	3.3
3 製造業	18.4	12 宿泊業	0.1
4 電気・ガス・熱供給・水道業	1.1	13 飲食サービス業	9.7
5 情報通信業	0.7	14 生活関連サービス業	10.0
6 運輸業	6.3	15 娯楽業	0.3
7 卸売業	8.2	16 教育	2.2
8 小売業	13.0	17 医療・福祉	12.1
9 金融業・保険業	-	無回答	-

(4) 御社の創業年数をご記入ください (2021年3月現在の数字をご記入ください)。

平均年数	37.33 年
------	---------

(5) 従業員の数 (あなた自身も含めて) と雇用形態の内訳をご記入ください (数字をご記入ください)。

従業員数	平均人数 22.69 人 (うち家族は 1.22 人)	内訳	平均人数 正社員 13.29 人 パート等 9.57 人
------	--------------------------------	----	------------------------------------

(6) 2021年1年間の採用者数をご記入ください (数字をご記入ください)。

採用者数	平均 1.47 人 (うち新卒は 平均 0.17 人)
------	-----------------------------

(7) 経営者の年代として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

1	30歳未満	0.2%	3	40歳代	13.0	5	60歳代	24.6	無回答	0.5
2	30歳代	3.0	4	50歳代	26.4	6	70歳以上	32.3		

(8) 御社の中長期的な経営方針として、最もあてはまるもの1つに○をつけてください (○は1つだけ)。

1	事業の拡大・拡充	22.1%	4	事業再構築	6.3
2	事業の縮小	2.2	5	現状維持	48.0
3	業態転換	0.8	6	廃業・自分の代での閉店	19.3
				無回答	1.3

(9) 御社の中に、シェアトップ (ニッチトップ) 商品、製品等がありますか。

ある場合は、対象市場とその商品名をお答えください (ない場合は「×:ない」に○印)。

ある	1.6%	ない	91.6	無回答	6.8
※シェアトップの商品・製品がある事業所の【商品名】【商品概要】【対象市場の国内外シェア】は、別途書き抜きで対応。					

(10) 御社の売上のうち、大手企業等からの下請け、孫請け等の案件の売り上げ構成比率は何%程度ですか (数字をご記入ください)。

平均 22.66% 程度

問2 御社の経営状況 (新型コロナウイルス感染症拡大の影響) についておたずねします。

【小規模事業者】

(1) 令和2年11月以降、新型コロナウイルスにより、売上に一番影響があった月として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

回答者数 453

※下記%は、「複数回答」も許容したデータを掲載

1	令和2年11月	7.7%	2	12月	10.4	3	令和3年1月	12.1	4	2月	8.4
5	3月	10.4	6	4月	8.4	7	5月	11.5	8	令和3年6月	9.1
9	特になし	28.9		無回答	4.0						

次ページの (2) にご回答ください

【中規模事業者】

(1) 令和2年4月以降、新型コロナウイルスにより、売上に一番影響があった月として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

回答者数 417

※下記%は、「複数回答」も許容したデータを掲載

1	4月	15.3%	2	5月	27.1	3	6月	6.5	4	7月	5.3	5	8月	7.9
6	9月	3.6	7	10月	3.4	8	11月	3.4	9	12月	3.4	10	令和3年1月	6.0
11	2月	5.0	12	3月	4.1	13	4月	4.6	14	5月	10.1	15	6月	3.8
16	特になし	17.5		無回答	3.8									

次ページの (2) にご回答ください

【小規模・中規模以上事業者調査合算】

(1) 令和2年4月以降（注：小規模は令和2年11月以降）、新型コロナウイルスにより、売上に一番影響があった月として、該当するものに○をつけてください（○は1つだけ）。

※下記%は、「複数回答」も許容したデータを掲載

1	4月	7.4%	2	5月	13.0	3	6月	3.1	4	7月	2.5	5	8月	3.8
6	9月	1.7	7	10月	1.6	8	11月	5.6	9	12月	7.0	10	令和3年1月	9.2
11	2月	6.8	12	3月	7.4	13	4月	6.6	14	5月	10.8	15	6月	6.6
16	特になし	23.4		無回答	3.9									

(2) [(1) で「1」～「8」（小規模事業者）または「1」～「15」（中規模事業者）のいずれかに回答した方に]

一番売上に影響があった月の前年同月比として、該当するものに○をつけてください（○は1つだけ）。

回答者数 632

1	1～2割程度減少	20.9%	3	6～8割程度減少	23.7	無回答	0.9
2	3～5割程度減少	42.2	4	9割以上減少	12.2		

(3) 新型コロナウイルスの感染拡大や売上減少に対して、どのような対策を講じましたか。あてはまるもの全てに○をつけてください（○はいくつでも）。

1	業態転換（ネット販売・テイクアウト等）	4.6%	7	雇用を増やす	2.0
2	IT活用（オンライン講座等）	6.8	8	雇用を減らす	7.4
3	販路や取引先の新規開拓	12.5	9	事業規模の拡大	2.1
4	店舗・工場・職場の改装	6.0	10	事業規模の縮小	8.4
5	働き方改革（テレワーク等）	11.7	11	新規サービス・新商品の開発	7.7
6	キャッシュレス決済の導入	5.2	12	講じた対策は特になし	48.4
				無回答	4.8

(4) 2020年度の売上として、該当するものに○をつけてください（○は1つだけ）。

【小規模事業者】

回答者数 453

1	～3,000万円未満	69.3%	4	1億円以上	7.3
2	3,000万～5,000万円未満	8.2		無回答	6.0
3	5,000万～1億円未満	9.3			

【中規模事業者】

回答者数 417

1	～3,000万円未満	15.1%	5	3億円以上～5億円未満	6.2
2	3,000万～5,000万円未満	9.6	6	5億円以上～10億円未満	9.6
3	5,000万～1億円未満	22.3	7	10億円以上	10.1
4	1億円以上～3億円未満	22.8		無回答	4.3

【小規模・中規模以上事業者調査合算】

1	～3,000万円未満	43.3%	4	1億円以上	27.1
2	3,000万～5,000万円未満	8.9		無回答	5.2
3	5,000万～1億円未満	15.5			

(5) 2020年(1~12月)の年間売上高について、2019年(1~12月)と比較した増減として、該当するものに○をつけてください(○は1つだけ)。

1	30%以上増加	1.3%	6	10~29%減少	25.2
2	10~29%増加	4.3	7	30%以上減少	25.1
3	4~9%増加	3.6	8	分からない	3.9
4	横ばい(-3~+3%)	17.7	9	比較できない	4.3
5	4~9%減少	8.2		無回答	6.7

(6) 2020年(1~12月)の年間営業利益について、2019年(1~12月)以前と比較した増減として、該当するものに○をつけてください(○は1つだけ)。

1	30%以上増加	2.1%	6	10~29%減少	19.4
2	10~29%増加	2.1	7	30%以上減少	26.7
3	4~9%増加	3.3	8	分からない	6.4
4	横ばい(-3%~+3%)	18.5	9	比較できない	4.7
5	4~9%減少	6.7		無回答	10.1

(7) [(5) か (6) のいずれかで「1」~「3」に回答した方に]
その理由として、あてはまるもの全てに○をつけてください(○はいくつでも)。

回答者数 96

1	一時的に需要が高まった	33.3%	6	巣ごもり需要を捉えることができた	13.5
2	感染症拡大防止の取組が評価された	4.2	7	その他特需があった	12.5
3	付加価値の高い商品が好評だった	8.3	8	経費削減の効果が出た	12.5
4	来客数が伸びた	16.7	9	その他	16.7
5	販売(利用者)数が伸びた	22.9		無回答	5.2

(8) 御社の販売費及び一般管理費(商品の製造・販売にかかった費用のうち、販売活動に必要な費用や管理にかかる費用)のうち、負担感が強い費目としてあてはまるものを上位3つまで選び○をつけてください(○は3つまで)。

1	給与・手当	62.9%
2	税金に関する費用(租税公課、法人税・所得税等)	48.9
3	宣伝広告費	5.9
4	修繕費(事務所、施設の補修、機械の保守、点検等)	26.1
5	賃借料(店舗、オフィス等の賃借料)	29.8
6	運送費(商品の配送梱包資材費等)	7.1
7	その他	8.5
	無回答	10.8

(9) 2021年(1~12月)の自社の業況見通しについて、該当するものに○をつけてください(○は1つだけ)。

1	良い	3.0%	2	普通	35.6	3	悪い	59.0	無回答	2.4
---	----	------	---	----	------	---	----	------	-----	-----

問3 御社の資金調達についておたずねします。

- (1) 普段の主な資金調達先として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。
 ※下記の%は、当初の「単数回答」から「複数回答」も許容したデータを掲載

1	都市銀行	10.1%	5	ベンチャーキャピタル	-
2	地方銀行	6.1	6	クラウドファンディング	0.1
3	信金・信組	41.8	7	特になし	33.7
4	政府系金融機関	7.7		無回答	3.6

- (2) 新型コロナウイルスの影響を主な理由として行った資金調達先について、あてはまるもの全てに○をつけてください (○はいくつでも)。

1	都市銀行	4.6%	5	借り入れをしていない	53.2
2	地方銀行	3.8		無回答	5.2
3	信金・信組	29.3			
4	政府系金融機関	14.1			

- (3) [(2) で「1」～「4」のいずれかに回答した方に]
 新型コロナウイルスの影響を受けて調達した資金の返済開始予定として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。 回答者数 362

1	すでに始まっている	66.6%	4	令和3年11月～12月	1.7	無回答	1.9
2	令和3年7月～8月	5.5	5	令和4年1月～3月	3.0		
3	令和3年9月～10月	1.7	6	令和4年4月以降	19.6		

- (4) [(2) で「1」～「4」のいずれかに回答した方に]
 新型コロナウイルスの影響を受けて調達した資金の主な使い道として、最も該当するもの1つに○をつけてください (○は1つだけ)。 回答者数 362

1	運転資金	69.6%	6	業態転換するための費用	1.9
2	家賃の支払い等	2.5	7	感染予防備品・消耗品等費用	1.4
3	従業員の賃金	5.0	8	将来のための蓄え	7.7
4	借入金の返済	2.8	9	感染予防を目的とした店舗・工場等改装費用	0.3
5	税金等の支払い	0.8	10	その他	1.1
				無回答	6.9

引き続き、次ページの (5) にご回答ください

(5) [(2) で「1」～「4」のいずれかに回答した方に]

新型コロナウイルスの影響を受けて調達した資金に関する、返済期間や返済方法等の変更希望として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。 回答者数 362

1 希望している	9.7%	3 そうした希望はない	54.1	無回答	5.5
2 検討している	15.5	4 わからない	15.2		

(6) [(5) で「1」か「2」に回答した方に]

その理由として、あてはまるもの全てに○をしてください (○はいくつでも)。 回答者数 91

1 売上の回復が遅れている	83.5%	5 感染症の影響が出る前から、経営が厳しかった	14.3
2 買掛金の支払いが滞っている	1.1	6 その他	8.8
3 売掛金の回収が滞っている	4.4	無回答	-
4 資金繰りの把握に問題がある	11.0		

[(7) はすべての方にお伺いします]

(7) 新型コロナウイルス感染拡大期間中に**活用した補助金**として、あてはまるもの全てに○をつけてください (○はいくつでも)。

1 持続化給付金	46.2%	6 家賃支援給付金 (都)	11.4
2 東京都感染拡大防止協力金	15.3	7 足立区緊急対策融資	12.3
3 東京都感染症対応融資	4.5	8 足立区小規模事業者経営改善補助金コロナ特別枠	8.5
4 雇用調整助成金	16.8	9 利用したものはなし	31.0
5 家賃支援給付金 (国)	15.3	無回答	5.7

(9)へ

(8) [(7) で「1」～「8」のいずれかに回答した方に]

補助金等の**主な使い道**として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 550

1 運転資金	72.4%	6 業態転換するための費用	2.5
2 家賃の支払い等	23.8	7 感染予防備品・消耗品等費用	26.2
3 従業員の賃金	39.8	8 将来のための蓄え	6.9
4 借入金の返済	10.7	9 感染予防を目的とした店舗・工場等改装費用	5.8
5 税金等の支払い	22.5	10 その他	3.1
		無回答	0.5

(9) [(7) で「9」と回答した方に]

その理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 270

1 支給基準に該当しなかったため	43.7%	7 その他	4.8
2 手続きが煩雑だったため	8.5	8 特に理由はない	22.6
3 補助金等を必要としていなかったため	21.5	無回答	3.3
4 補助金等の存在を知らなかったため	4.1		
5 補助金等について、どこに相談していいかわらなかったため	7.0		
6 補助金受給までに相当な期間を要するため	1.1		

問4 御社の設備投資についておたずねします。

(1) 設備投資の実施予定有無（2021年4月～2022年3月の間）として、該当するものに○をつけてください（○は1つだけ）。

1 前年に実施した	10.3%	3 実施を検討中	6.9	5 わからない	14.9
2 予定している	10.3	4 予定していない	52.4	無回答	5.1

(2) [(1)で「1」～「3」に回答した方に]
 予定している設備投資の内容として、あてはまるものに○をつけてください（○はいくつでも）。

回答者数 240

1 設備の代替	50.8%
2 既存設備の維持・補修	38.8
3 情報化（IT化）関連	18.3
4 省力化・合理化	9.6
5 増産・販売力増強	7.9
6 事務所等の増設・拡大（建替え含む）	10.0
7 新製品・新事業・新サービス・研究開発	14.2
8 物流関連（倉庫等）	3.3
9 省エネルギー対策 （燃費改善、環境対策など）	4.2
10 試作品開発	5.4
11 規制への対応	3.3
無回答	0.4

(3) [(1)で「4」と回答した方に]
 設備投資を行わない理由として、あてはまるものに○をつけてください（○はいくつでも）。

回答者数 456

1 先行きが見通せない	50.9%
2 現状で設備は適正水準である	34.9
3 投資に見合う収益を確保できない	27.2
4 借入れ負担が大きい	17.3
5 手持ち現金が少ない	20.6
6 すでに投資を実施した	5.0
7 自社に合う設備が見つからない	4.2
8 市場の需要がない	7.5
9 投資のための借入見通しが立たない	3.1
10 設備入れ替えに伴うリスクが大きい	12.5
無回答	2.9

問5 御社の商品（商材）の付加価値向上についておたずねします。

(1) 御社の商材の付加価値向上、差別化の取り組みに関する方向性について、最も該当するもの1つに○をつけてください（○は1つだけ）。

1 広いターゲットを対象に、低価格の製品・サービスを提供する	6.1%
2 広いターゲットを対象に、価格以外の点で差別化した製品・サービスを提供する	12.2
3 特定のターゲットを対象に、低価格の製品・サービスを提供する	4.7
4 特定のターゲットを対象に、価格以外の点で差別化した製品・サービスを提供する	19.5
5 商材の付加価値向上、差別化の取り組みは行っていない	17.9
6 業態的に商材の付加価値向上、差別化の取り組みを行う必要がない	26.9
無回答	12.6

(2) [(1)で「1」～「4」に回答した方に]
 御社の主な製品・サービスを、価格以外の点で差別化する際に重視する要素について、該当するもの上位3つまでに○をつけてください（○は3つまで）。

回答者数 370

1 品質、独自性	62.2%	6 提案力・営業力	30.0
2 品揃え・メニューの多さ	16.2	7 接客時・アフターサービスでの顧客要望への柔軟な対応力	36.8
3 実績、ブランド力	21.6	8 特になし	0.8
4 顧客との地理的近接性（立地の良さ）	14.1	無回答	0.3
5 供給力 （安定供給、短納期、小ロット対応等）	21.6		

(3) [引き続き、(1)で「1」～「4」に回答した方に]

差別化に向けた取組として、御社で取り組まれた、または取り組んでいるものとして、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。 回答者数 370

1	製品・サービスの高機能化	30.5%	8	広告・プロモーション強化	10.5
2	類似のない新製品・サービスの開発	24.9	9	出張販売の導入	3.2
3	用途・デザイン・操作性で差別化された製品の開発	9.5	10	ネット販売の導入	7.6
4	付帯製品・サービスの開発	5.4	11	新規出店・事業所開設	3.2
5	特定地域向けの製品・サービスの開発 (ローカライズ)	2.2	12	新規設備投資・更新投資の強化	5.1
6	特定顧客向けの製品・サービスの開発	18.1	13	AI・IoT技術の導入・活用	2.4
7	取扱製品・サービスの多様化	18.4	14	営業・販売・サービス体制の増強	22.7
				無回答	9.7

(4) [引き続き、(1)で「1」～「4」に回答した方に]

差別化にあたって直面した/直面している課題について、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。 回答者数 370

1	人員数の不足	28.6%	7	委託先・提携先ネットワークの不足	5.4
2	スキルや知識を有する人材の不足	41.4	8	取引先ネットワークの不足	7.8
3	店舗・事業所・設備の不足	11.6	9	他社の特許権・実用新案権・意匠権	1.1
4	資金調達の難しさ	13.5	10	開発競争の激化	6.2
5	投資コストの負担	12.7	11	規制による取組余地の少なさ	4.9
6	相談先の不足	5.9	12	特になし	18.1
				無回答	6.2

(5) [引き続き、(1)で「1」～「4」に回答した方に]

差別化に向けた具体的な取組の業績(売上高)への影響について、それぞれ該当するものに○をつけてください (○は【販売単価】と【販売数量】それぞれ1つずつ)。 回答者数 370

【販売単価】	
1	上昇につながった 26.2%
2	影響なし 56.5
3	低下につながった 7.8
	無回答 9.5

【販売数量】	
1	増加につながった 26.8%
2	影響なし 52.2
3	減少につながった 10.5
	無回答 10.5

(6) [(1)で「5」と回答した方に]

その理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。 回答者数 156

1	人手が足りない	15.4%	5	何をすればよいかわからない	13.5
2	ノウハウがない	9.6	6	必要性を感じない	36.5
3	資金が足りない	15.4	7	その他	9.0
4	効果が見込めない	26.3		無回答	10.9

問6 御社の販路拡大に関する取り組みについておたずねします。

(1) 販路開拓の実施状況として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

1 実施している	15.2%	3 実施していない	30.1%	無回答	9.4%
2 実施したいができていない	12.5%	4 業態的に該当しない	32.8%		

(6)へ進んでください

(2) [(1)で「1」か「2」に回答した方に]

販路開拓の進捗状況として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

回答者数 241

1 順調に進んでいる	2.5%	3 あまり進んでいない	57.7%
2 ある程度進んでいる	39.4%	無回答	0.4%

(3) [(2)で「1」か「2」に回答した方に]

その理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 101

1 商品のデザインが良い	11.9%
2 商品の機能性が高い	43.6%
3 他社との連携 (共同受注・販売等)	28.7%
4 広告宣伝活動	24.8%
5 IT・ICTの活用	11.9%
6 価格競争力	21.8%
7 相談相手 (コンサルタント等) の存在	6.9%
8 データ活用ができていない	7.9%
無回答	3.0%

(4) [(2)で「3」と回答した方に]

その理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 139

1 価格競争力が弱い	23.7%
2 広告宣伝活動があまりできていない	33.1%
3 人手不足	46.8%
4 魅力的な商品・サービスがない	16.5%
5 ノウハウがない	17.3%
6 資金不足	15.8%
7 IT・ICTを十分に活用できていない	11.5%
8 相談相手 (コンサルタント等) がいない	10.1%
9 データ活用ができていない	7.2%
無回答	5.8%

(5) [(2)で「1」か「2」に回答した方に]

販路拡大に向けた具体的な取組の業績 (売上高) への影響として、それぞれ該当するものに○をつけてください (○は【販売単価】と【販売数量】それぞれ1つずつ)。

回答者数 101

【販売単価】	
1 上昇につながった	37.6%
2 影響なし	52.5%
3 低下につながった	3.0%
無回答	6.9%

【販売数量】	
1 増加につながった	53.5%
2 影響なし	26.7%
3 減少につながった	-
無回答	19.8%

(6) [(1)で「3」と回答した方に]

その理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 262

1 人手が足りない	26.0%	5 何をすればよいかわからない	16.4%
2 魅力のある商品・サービスがない	8.0%	6 必要性がない	35.1%
3 資金が足りない	13.0%	7 その他	9.2%
4 効果が見込めない	21.8%	無回答	1.1%

問7 ECサイトの活用についておたずねします。

(1) 商品を販売、掲載しているECサイトとして、あてはまるもの全てに○をつけてください (○はいくつでも)。

1	amazon	1.7%	8	現在ECサイトでの販売は行っていないが、将来的に取り組みたい	6.0
2	楽天	1.7	9	ECサイトでの販売は行っておらず、今後行う予定はない	18.7
3	BASE	1.3	10	ECサイトでの販売を行っていたが、現在は行っていない	1.3
4	ZOZO TOWN	0.2	11	業態的にECサイトでの販売はなじまない	51.3
5	クラウドファンディング	0.1		無回答	17.0
6	自社ECサイト	3.4			
7	その他ECサイト	2.5			

(2) [(1)で「1」～「7」のいずれかに回答した方に]

ECサイトでの販売の進捗状況として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

回答者数 62

1	順調に進んでいる	16.1%	3	あまり進んでいない	40.3
2	ある程度進んでいる	38.7		無回答	4.8

(3) [(2)で「1」か「2」に回答した方に]

その理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 34

1	新規客の流入が一定程度ある	52.9%
2	リピート率が高い	50.0
3	魅力のある商品	23.5
4	ターゲット市場の情報収集・分析	11.8
5	商材に関連したコンテンツの充実	5.9
6	質の高い宣材写真	2.9
7	自社HPとECサイトとの連動性が高い	11.8
8	担当従業員の能力の高さ	11.8
9	ユーザーの声が反映できている	8.8
10	配送所要時間が短い	14.7
11	相談相手 (コンサルタント等) の存在	-
	無回答	-

(4) [(2)で「3」と回答した方に]

その理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 25

1	新規客の流入が少ない	80.0%
2	リピート率が低い	20.0
3	商品の魅力を伝えきれていない	48.0
4	ターゲットが絞り切れていない	32.0
5	商材に関連したコンテンツが不足している	24.0
6	宣材写真の質の低さ	20.0
7	自社HPとECサイトとの連動性が悪い	28.0
8	ユーザーの声が反映できていない	12.0
9	配送所要時間が長い	-
10	相談相手 (コンサルタント等) の不在	4.0
	無回答	-

(5) [(1)で「9」か「10」に回答した方に]

その理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 174

1	人手が足りない	10.9%	5	何をすればよいかわからない	12.1
2	ECサイトに掲載できる商品がない	27.6	6	ノウハウがない・難しく感じる	17.2
3	資金が足りない	5.2	7	必要性を感じない	44.3
4	効果が見込めない	17.2	8	その他	10.9
				無回答	1.1

問8 インターネットの利用(業務のデジタル化)についておたずねします。

(1) 御社のインターネット活用状況について、該当するものに○をつけてください(○は1つだけ)。

1 活用している	38.6%	2 今後活用する予定	2.9	4 活用する必要がない	36.7
		3 活用したいが、できていない	12.1	無回答	9.8

(2) [(1)で「1」と回答した方に]

御社で実践しているインターネット活用(業務のデジタル化)内容として、あてはまるもの全てに○をつけてください(○はいくつでも)。 回答者数 336

1 場所を選ばず仕事ができる環境の整備(例:スマホ・タブレット端末を配布し、外出先や自宅でもメールを見られるようにする、オンライン会議の導入等)	50.6%
2 業務システムの導入による効率化(勤怠管理、給与管理、顧客管理、収支管理システム)	50.6
3 新商品、新サービスの企画(例:売上データの分析・解析結果等の活用)	10.7
4 開発・設計・試作段階における業務の効率化(例:CADや3Dプリンタの活用)	12.8
5 (生産、物流、店頭等)現場の分析・見える化による業務効率化・売上向上(POSデータ活用等)	6.5
6 HP、SNS(インスタグラム等)、メルマガ等を活用した情報発信・受信	35.1
7 資材・必要物品等の調達分野におけるインターネット活用	35.4
無回答	0.6

(3) [(1)で「2」もしくは「3」と回答した方に]

今後取り組みたい、インターネット活用(業務のデジタル化)内容として、あてはまるもの全てに○をつけてください(○はいくつでも)。 回答者数 130

1 場所を選ばず仕事ができる環境の整備(例:スマホ・タブレット端末を配布し、外出先や自宅でもメールを見られるようにする、オンライン会議の導入等)	27.7%
2 業務システムの導入による効率化(勤怠管理、給与管理、顧客管理、収支管理システム)	36.9
3 新商品、新サービスの企画(例:売上データの分析・解析結果等の活用)	13.1
4 開発・設計・試作段階における業務の効率化(例:CADや3Dプリンタの活用)	6.9
5 (生産、物流、店頭等)現場の分析・見える化による業務効率化・売上向上(POSデータ活用等)	13.1
6 HP、SNS(インスタグラム等)、メルマガ等を活用した情報発信・受信	34.6
7 資材・必要物品等の調達分野におけるインターネット活用	16.9
無回答	7.7

(4) インターネットの活用における御社の課題として、あてはまるものに○をつけてください(○はいくつでも)。

1 情報セキュリティ対策が不安	19.5%	5 活用を推進できる人材がない	20.7
2 導入・運用に係るコスト負担	19.2	6 わからない・必要性を感じない	19.0
3 導入効果が見えない	10.2	7 課題は特になし	17.9
4 自社に合ったツール・アプリがわからない	8.7	無回答	20.8

(5) インターネットの活用について相談する相手として、あてはまるものに○をつけてください(○はいくつでも)。

1 ITツール販売、運用会社	18.0%	5 金融機関	5.9	無回答	22.0
2 自社との取引があるIT関連会社	17.6	6 自治体相談窓口	2.4		
3 同業他社	14.3	7 その他支援機関	5.4		
4 異業種他社	4.6	8 相談先がない、わからない	29.1		

※問9以降については、中規模事業者（回答者数 417）のみの調査結果となります。

問9. 採用についておたずねします。

(1) 過去3年の採用数の変化について、該当するものに○をつけてください（○は1つだけ）。

1 増加傾向	18.5%	3 減少傾向	21.3	無回答	1.9
2 変化なし	36.2	4 採用はしていない	22.1		

(2) 今後の採用数の見通しについて、該当するものに○をつけてください（○は1つだけ）。

1 増加傾向	17.5%	3 減少傾向	6.7	5 採用の予定はない	24.0
2 変化なし	27.1	4 まだ決まっていない	23.0	無回答	1.7

(3) 通常実施している主な採用方法として、あてはまるものに○をつけてください（○はいくつでも）。

1 ハローワークなど公共機関を利用	45.8%	6 自社主催の企業説明会の開催	4.3
2 公共機関主催の企業説明会への参加	1.9	7 就職サイトへの求人掲載	47.2
3 学校・大学の就職部への求人票の提出	12.0	8 民間人材派遣会社主催の企業説明会の開催	2.6
4 学校・大学主催の企業説明会への参加	4.1	9 人材紹介、人材派遣の利用	17.5
5 自社ホームページへの掲載	21.8	10 縁故・紹介	29.0
		無回答	8.6

(4) 採用を行う上で、課題に感じていることとして、あてはまるものに○をつけてください（○はいくつでも）。

1 採用業務を担当する人材がいない	7.7%	6 自社の魅力・強みの伝え方がわからない	3.6
2 採用にかかる広告費がない	9.8	7 応募者が集まらない	38.6
3 人件費の確保が困難	21.3	8 その他	3.1
4 採用のノウハウがない	3.8	9 特になし	26.4
5 全社的な取り組みになっていない	2.9	無回答	8.6

問10. 人材の状況についておたずねします。

(1) 人材の状況について、それぞれ該当する番号に○をつけてください（○は各行1つずつ）。

		大いに不足	やや不足	適当	やや過剰	大いに過剰	該当なし	無回答
2019年 時点の状況	正社員	5.5%	28.3	48.9	4.6	1.0	4.6	7.2
	非正社員	3.4	15.6	45.1	3.8	0.2	14.4	17.5
2021年 現在	正社員	5.3	31.2	44.1	6.2	1.9	4.3	7.0
	非正社員	2.6	16.1	43.6	5.5	0.7	14.6	16.8

※以下の問10の(2)～(5)は、[(1)のいずれかの行で「1 大いに不足」か「2 やや不足」に○をつけた方]にお伺いします。 それ以外の方は次ページの間11へ進んでください。

(2) 現在不足している職種として、あてはまるものに○をつけてください（○はいくつでも）。

回答者数 222

1 管理職	14.9%	4 営業職	23.4	無回答	5.9
2 技術職	50.9	5 販売・接客	19.4		
3 事務職	8.6	6 労務職	18.0		

(3) 人手不足を緩和するために行った取り組みとして、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 222

1 賃金の上昇	43.7%	5 外部化	9.5
2 労働条件の改善	33.3	6 どういった取り組みをしているのかわからない	2.7
3 応募要件の緩和	23.4	7 その他	3.6
4 業務効率化	26.6	8 特に何もしていない	11.7
		無回答	3.6

(4) 人手不足が発生した理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 222

1 思ったような人材が採用できない	54.5%	4 育児・介護等による短時間勤務者の増加	6.8
2 求人の応募が少ない	46.8	5 採用した人材が定着しない	29.7
3 離職の増加	15.8	6 スキルの習熟が進まず、作業効率が悪い	13.5
		無回答	7.2

(5) 人手不足が御社の経営に与えた影響について、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

回答者数 222

1 大きな影響を及ぼした	8.1%	3 あまり影響はなかった	27.9
2 ある程度の影響を及ぼしている	59.5	無回答	4.5

問 1 1. 雇用調整について

(1) 雇用調整助成金を利用しましたか。該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

1 利用した	31.4%	3 利用していない	63.5
2 今後利用する予定だ	0.7	無回答	4.3

次ページの (5) へ進んでください

(2) [(1) で「1」か「2」に回答した方に]

雇用調整助成金の申請理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 134

1 解雇等をせずに円滑な雇用維持が可能	77.6%	5 取引のある金融機関から勧められた	4.5
2 要件緩和により助成率 (助成額) が増えた	16.4	6 労働組合や従業員からの要望	4.5
3 要件緩和により使い勝手が良くなった	21.6	7 その他	0.7
4 社会保険労務士などの専門家の勧め	26.1	無回答	0.7

(3) [(1) で「1」か「2」に回答した方に]

雇用調整助成金を申請するうえで1番のネックになっていることとして、最も該当するもの1つに○をつけてください (○は1つだけ)。

回答者数 134

※下記の%データは、当初の「単数回答」から「複数回答」も許容したデータを掲載

1 手続きが煩雑 (書類や記入事項の多さ等)	41.0%	4 社会保険労務士などの専門家に支払う手数料が高い	13.4
2 手続きに時間がかかる	18.7	5 その他	3.0
3 支給額だけでは雇用維持には不十分	23.9	無回答	14.9

(4) [(1) で「1」か「2」に回答した方に]

足立区で実施した、雇用調整助成金活用促進事業※について、該当するものに○をつけてください
(○は1つだけ)。 ※雇用調整助成金・緊急雇用安定助成金の申請に係る社会保険労務士の事務手数料を助成

回答者数 134

1	利用した	18.7%	3	その事業を知らなかった	53.0
2	事業のことを知ってはいたが、利用していない	20.9		無回答	7.5

(5) [(1) で「3」と回答した方に]

雇用調整助成金を利用していない1番の理由として、該当するもの1つに○をつけてください
(○は1つだけ)。

回答者数 265

1	雇用調整助成金の支給要件となるような休業を従業員にさせていない	56.2%	無回答	6.0
2	売上高などの減少程度が要件に達しない	23.4		
3	申請手続きが煩雑	8.7		
4	その他	5.7		

問12 テレワークについておたずねします。

(1) テレワークを導入されていますか。該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

1	導入している	14.9%	4	かつて導入していたが、現在は行っていない	5.8
2	今後導入する予定がある	0.5		→次ページの(8)へ	
3	新たに導入することを検討している	1.7	5	導入していないし、導入する予定もない	71.9
				→次ページの(9)へ	
			6	その他	3.1
				無回答	2.2

(2) [(1) で「1」～「3」に回答した方に]

導入・検討しているテレワークの主な導入形態として、あてはまるものに○をつけてください
(○はいくつでも)。

回答者数 71

1	在宅勤務	87.3%	4	その他	4.2
2	モバイルワーク	22.5		無回答	2.8
3	サテライトオフィス勤務	9.9			

(3) [(1) で「1」～「3」に回答した方に]

テレワークを認めている部門・職種として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 71

1	全部門・全職種	16.9%	6	研究職	2.8
2	管理職	23.9	7	販売	4.2
3	事務職	49.3	8	サービス	2.8
4	営業	22.5	9	その他	2.8
5	専門・技術職	15.5		無回答	1.4

(4) [(1) で「1」～「3」に回答した方に]

テレワークを利用している従業員の割合として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

回答者数 71

1	5%未満	38.0%	4	30-50%未満	9.9	無回答	2.8
2	5-10%未満	23.9	5	50-80%未満	4.2		
3	10-30%未満	18.3	6	80%以上	2.8		

(5) [(1) で「1」～「3」に回答した方に]

今後のテレワークの継続・拡大意向として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

回答者数 71

1	継続・拡大したい	15.5%	3	どちらでもない	38.0
2	継続したいが、拡大は考えていない	39.4	4	継続・拡大したくない	4.2
				無回答	2.8

(6) [(1) で「1」～「3」に回答した方に]

テレワークの導入目的として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 71

1	感染症対策	83.1%	4	育児中、介護中の従業員への対応	11.3
2	生産性の向上	15.5	5	働き方改革 (時間外勤務削減など)	35.2
3	優秀な人材確保	4.2		無回答	1.4

(7) [(1) で「1」～「3」に回答した方に]

テレワークの導入効果として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

回答者数 71

1	非常に効果があった	2.8%	4	あまり効果がなかった	9.9
2	効果があった	38.0	5	まったく効果がなかった	2.8
3	どちらともいえない	42.3	6	その他	1.4
				無回答	2.8

(8) [(1) で「4」と回答した方に]

テレワークを現在行っていない理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 24

1	PC等の機器やネットワークの整備ができていない	12.5%	4	社内のコミュニケーションに支障がある	29.2
2	社内の生産性が下がる	25.0	5	情報漏洩が心配	-
3	テレワーク可能な業務がない	50.0	6	労務管理・マネジメントに課題がある	20.8
			7	その他	8.3
				無回答	4.2

(9) [(1) で「5」と回答した方に]

テレワークを導入しない・導入できない理由として、あてはまるものに○をつけてください

(○はいくつでも)。

回答者数 300

1	導入するメリットがよくわからない	3.0%	7	テレワーク可能な業務がない	50.0
2	導入の仕方がわからない	1.3	8	社内のコミュニケーションに支障がある	1.7
3	業態的に導入が難しい	58.7	9	情報漏洩が心配	2.7
4	導入の検討をしていない	11.3	10	労務管理・マネジメントに課題がある	3.7
5	自社とは関係がない	23.7	11	その他	2.0
6	PC等の機器やネットワークの整備コストがかかりすぎる	2.7		無回答	2.0

質問は以上となります。ご協力いただきありがとうございました。
 お手数ですが、ご記入もれがないかもう一度ご確認いただいた上で、
 同封の返信用封筒 (切手不要) に入れて、ポストにご投函ください。

※ 調査票内の集計母数について

特にサンプル数表記のない設問は、全数ベース（回答者数417）で集計しており、母数の記載を割愛した。一部の該当設問については、設問ごとに回答者数を表記した。

足立区産業実態等アンケート調査 (中規模以上事業者の方向け：n=417)

No: _____

調査ご協力をお願い

- 本調査は、足立区が実施するアンケート調査です。事業所母集団データベース(令和元年度経済センサス基礎調査)より、アンケートを送付する事業者を抽出させていただきました。
- 本調査から得られた情報は、事業者の皆様のインターネット活用を後押しする施策等の検討や、「地域経済活性化基本計画」改定のための重要な情報としてのみ活用させていただきます。ご多忙のこととは存じますが、区内産業発展のため、何卒ご協力の程よろしくお願いいたします。
- ご記入いただいた調査票は、同封の返信用封筒(切手不要)に入れて **8月3日(火)** までに、ポストに投函してくださるよう、お願いいたします。

令和3年7月

足立区長 近藤やよい

ご記入にあたってのお願い

- 1 御社の経営実態等を理解されている方がご回答ください。
- 2 回答は、あてはまる番号を選んで、番号に○印をつけてください。
- 3 「1つだけ」「3つまで」など回答数が限られている質問では、もっともよくあてはまるとお考えになる回答を指定の数以内で選び、番号に○印をつけてください。
- 4 「その他」にあてはまる場合は、お手数ですが（ ）内に、なるべく具体的にその内容をご回答ください。
- 5 ご記入がすべて終わりましたら、記入もれや回答間違いがないか、ご面倒でももう一度お確かめください。

お問い合わせ先

足立区産業政策課 産業経済協創担当 (担当：海老原 建石)

(平日 午前9:00～午後5:00)

TEL : 03-3880-5464 FAX : 03-3880-5605

なお、本調査の回収・集計・分析は(株)マーケティング・サービスに委託しています。

※支店・営業所等の場合は、可能な範囲で「支店・営業所等におけるデータ等」をご記入ください。

問1 御社のことについておたずねします。

(1) 事業所名、所在地等ご記入ください。

事業所所在地									
第1地域	15.1%	第5地域	6.5	第9地域	8.4	第13地域	4.3	無回答	1.9
第2地域	7.4	第6地域	6.7	第10地域	4.6	第14地域	6.2		
第3地域	5.3	第7地域	3.6	第11地域	5.3	第15地域	7.2		
第4地域	6.7	第8地域	6.0	第12地域	4.3	その他	0.5		

(2) 御社の経営形態として、該当するものに○をしてください (○は1つだけ)。

1 個人	12.9%	2 株式会社(本店)	44.1	3 株式会社(支店)	15.6
4 有限会社(本店)	16.1	5 有限会社(支店)	1.4	6 相互会社	-
7 会社以外の法人	9.1	8 法人でない団体	-	無回答	0.7

(3) 御社の主な業種として、該当するものに○をしてください (○は1つだけ)。

1 農業	-	10 不動産業・物品賃貸業	2.9
2 建設業	11.3%	11 学術研究・専門技術サービス業	2.2
3 製造業	17.5	12 宿泊業	-
4 電気・ガス・熱供給・水道業	0.5	13 飲食サービス業	10.6
5 情報通信業	0.7	14 生活関連サービス業	6.0
6 運輸業	7.7	15 娯楽業	0.2
7 卸売業	7.4	16 教育	3.1
8 小売業	12.2	17 医療・福祉	17.7
9 金融業・保険業	-	無回答	-

(4) 御社の創業年数をご記入ください (2021年3月現在の数字をご記入ください)。

平均年数	37.39 年
------	---------

(5) 従業員の数 (あなた自身も含めて) と雇用形態の内訳をご記入ください (数字をご記入ください)。

従業員数	平均人数 41.05 人 (うち家族は 1.20 人)	内訳	平均人数 正社員 20.55 人 パート等 15.07 人
------	--------------------------------	----	-------------------------------------

(6) 2021年1年間の採用者数をご記入ください (数字をご記入ください)。

採用者数	平均 2.74 人 (うち新卒は 平均 0.29 人)
------	-----------------------------

(7) 経営者の年代として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

1	30歳未満	0.5%	3	40歳代	18.7	5	60歳代	24.5	無回答	0.2
2	30歳代	4.1	4	50歳代	30.9	6	70歳以上	21.1		

(8) 御社の中長期的な経営方針として、最もあてはまるもの1つに○をつけてください (○は1つだけ)。

1	事業の拡大・拡充	32.4%	4	事業再構築	8.6
2	事業の縮小	2.4	5	現状維持	50.8
3	業態転換	1.2	6	廃業・自分の代での閉店	3.8
				無回答	0.7

(9) 御社の中に、シェアトップ (ニッチトップ) 商品、製品等がありますか。

ある場合は、対象市場とその商品名をお答えください (ない場合は「×:ない」に○印)。

ある	1.0%	ない	92.3	無回答	6.7
※シェアトップの商品・製品がある事業所の【商品名】【商品概要】【対象市場の国内外シェア】は、別途書き抜きで対応。					

(10) 御社の売上のうち、大手企業等からの下請け、孫請け等の案件の売り上げ構成比率は何%程度ですか (数字をご記入ください)。

平均	24.89%	程度
----	--------	----

問2 御社の経営状況 (新型コロナウイルス感染症拡大の影響) についておたずねします。

(1) 令和2年4月以降、新型コロナウイルスにより、売上に一番影響があった月として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。※下記%は、「複数回答」も許容したデータを掲載

1	4月	15.3%	2	5月	27.1	3	6月	6.5	4	7月	5.3	5	8月	7.9
6	9月	3.6	7	10月	3.4	8	11月	3.4	9	12月	3.4	10	令和3年1月	6.0
11	2月	5.0	12	3月	4.1	13	4月	4.6	14	5月	10.1	15	6月	3.8
16	特になし	17.5		無回答	3.8									

(2) [(1) で「1」～「15」のいずれかに回答した方に]

一番売上に影響があった月の前年同月比として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

回答者数 328

1	1~2割程度減少	25.6%	3	6~8割程度減少	21.6	無回答	0.6
2	3~5割程度減少	41.2	4	9割以上減少	11.0		

(3) 新型コロナウイルスの感染拡大や売上減少に対して、どのような対策を講じましたか。あてはまるもの全てに○をつけてください (○はいくつでも)。

1	業態転換 (ネット販売・テイクアウト等)	7.0%	7	雇用を増やす	3.8
2	IT活用 (オンライン講座等)	9.1	8	雇用を減らす	10.8
3	販路や取引先の新規開拓	16.5	9	事業規模の拡大	3.6
4	店舗・工場・職場の改装	7.7	10	事業規模の縮小	8.6
5	働き方改革 (テレワーク等)	18.2	11	新規サービス・新商品の開発	8.4
6	キャッシュレス決済の導入	4.8	12	講じた対策は特になし	36.5
				無回答	3.4

(4) 2020年度の売上として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

1	～3,000万円未満	15.1%	5	3億円以上～5億円未満	6.2
2	3,000万～5,000万円未満	9.6	6	5億円以上～10億円未満	9.6
3	5,000万～1億円未満	22.3	7	10億円以上	10.1
4	1億円以上～3億円未満	22.8		無回答	4.3

(5) 2020年(1～12月)の年間売上高について、2019年(1～12月)と比較した増減として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

1	30%以上増加	0.7%	6	10～29%減少	28.5
2	10～29%増加	6.2	7	30%以上減少	18.9
3	4～9%増加	5.3	8	分からない	2.6
4	横ばい(－3～＋3%)	18.0	9	比較できない	3.1
5	4～9%減少	9.6		無回答	7.0

(6) 2020年(1～12月)の年間営業利益について、2019年(1～12月)以前と比較した増減として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

1	30%以上増加	2.6%	6	10～29%減少	21.1
2	10～29%増加	2.9	7	30%以上減少	24.0
3	4～9%増加	5.0	8	分からない	4.3
4	横ばい(－3%～＋3%)	18.7	9	比較できない	3.8
5	4～9%減少	8.9		無回答	8.6

(7) [(5) か (6) のいずれかで「1」～「3」に回答した方に]
その理由として、あてはまるもの全てに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 61

1	一時的に需要が高まった	34.4%	6	単ごもり需要を捉えることができた	19.7
2	感染症拡大防止の取組が評価された	3.3	7	その他特需があった	8.2
3	付加価値の高い商品が好評だった	6.6	8	経費削減の効果が出た	9.8
4	来客数が伸びた	21.3	9	その他	18.0
5	販売(利用者)数が伸びた	21.3		無回答	4.9

(8) 御社の販売費及び一般管理費(商品の製造・販売にかかった費用のうち、販売活動に必要な費用や管理にかかる費用)のうち、負担感が強い費目としてあてはまるものを上位3つまで選び○をつけてください (○は3つまで)。

1	給与・手当	79.6%
2	税金に関する費用(租税公課、法人税・所得税等)	51.3
3	宣伝広告費	6.5
4	修繕費(事務所、施設の補修、機械の保守、点検等)	25.2
5	賃借料(店舗、オフィス等の賃借料)	35.3
6	運送費(商品の配送梱包資材費等)	10.6
7	その他	7.4
	無回答	5.0

(9) 2021年(1~12月)の自社の業況見通しについて、該当するものに○をつけてください(○は1つだけ)。

1 良い 4.1%	2 普通 40.5	3 悪い 53.5	無回答 1.9
------------	------------	------------	---------

問3 御社の資金調達についておたずねします。

(2) 普段の主な資金調達先として、該当するものに○をつけてください(○は1つだけ)。

※下記の%は、当初の「単数回答」から「複数回答」も許容したデータを掲載

1 都市銀行 16.1%	5 ベンチャーキャピタル -
2 地方銀行 8.9	6 クラウドファンディング 0.2
3 信金・信組 47.0	7 特になし 19.7
4 政府系金融機関 8.9	無回答 4.3

(2) 新型コロナウイルスの影響を主な理由として行った資金調達先について、あてはまるもの全てに○をつけてください(○はいくつでも)。

1 都市銀行 8.2%	5 借入れをしていない 40.8
2 地方銀行 6.0	無回答 4.8
3 信金・信組 36.9	
4 政府系金融機関 20.6	

(3) [(2)で「1」~「4」のいずれかに回答した方に]

新型コロナウイルスの影響を受けて調達した資金の返済開始予定として、該当するものに○をつけてください(○は1つだけ)。 回答者数 227

1 すでに始まっている 63.0%	4 令和3年11月~12月 2.2	無回答 2.6
2 令和3年7月~8月 5.3	5 令和4年1月~3月 2.6	
3 令和3年9月~10月 1.8	6 令和4年4月以降 22.5	

(4) [(2)で「1」~「4」のいずれかに回答した方に]

新型コロナウイルスの影響を受けて調達した資金の主な使い道として、最も該当するもの1つに○をつけてください(○は1つだけ)。 回答者数 227

1 運転資金 68.7%	6 業態転換するための費用 1.3
2 家賃の支払い等 2.2	7 感染予防備品・消耗品等費用 0.9
3 従業員の賃金 6.2	8 将来のための蓄え 9.7
4 借入金の返済 0.9	9 感染予防を目的とした店舗・工場等改装費用 0.4
5 税金等の支払い 0.9	10 その他 0.4
	無回答 8.4

引き続き、次ページの(5)にご回答ください

(5) [(2) で「1」～「4」のいずれかに回答した方に]

新型コロナウイルスの影響を受けて調達した資金に関する、返済期間や返済方法等の変更希望として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。 回答者数 227

1 希望している	8.4%	3 そうした希望はない	60.4	無回答	5.3
2 検討している	14.1	4 わからない	11.9		

(6) [(5) で「1」か「2」に回答した方に]

その理由として、あてはまるもの全てに○をしてください (○はいくつでも)。 回答者数 51

1 売上の回復が遅れている	84.3%	5 感染症の影響が出る前から、 経営が厳しかった	9.8
2 買掛金の支払いが滞っている	2.0	6 その他	7.8
3 売掛金の回収が滞っている	3.9	無回答	-
4 資金繰りの把握に問題がある	9.8		

〔(7) はすべての方にお伺いします 〕

(7) 新型コロナウイルス感染拡大期間中に**活用した補助金**として、あてはまるもの全てに○をつけてください (○はいくつでも)。

1 持続化給付金	39.1%	6 家賃支援給付金 (都)	12.2
2 東京都感染拡大防止協力金	16.8	7 足立区緊急対策融資	15.8
3 東京都感染症対応融資	7.2	8 足立区小規模事業者 経営改善補助金コロナ特別枠	8.4
4 雇用調整助成金	29.5	9 利用したものはなし	30.0
5 家賃支援給付金 (国)	18.0	無回答	5.8

(8) [(7) で「1」～「8」のいずれかに回答した方に]

補助金等の**主な使い道**として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 268

1 運転資金	67.9%	6 業態転換するための費用	3.0
2 家賃の支払い等	23.1	7 感染予防備品・消耗品等費用	24.6
3 従業員の賃金	51.1	8 将来のための蓄え	7.8
4 借入金の返済	9.7	9 感染予防を目的とした店舗・工場等改装費用	5.2
5 税金等の支払い	19.4	10 その他	1.1
		無回答	0.7

(9) [(7) で「9」と回答した方に]

その理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 125

1 支給基準に該当しなかったため	44.8%	7 その他	3.2
2 手続きが煩雑だったため	7.2	8 特に理由はない	24.0
3 補助金等を必要としていなかったため	22.4	無回答	2.4
4 補助金等の存在を知らなかったため	0.8		
5 補助金等について、どこに相談していいかわらなかったため	2.4		
6 補助金受給までに相当な期間を要するため	0.8		

問4 御社の設備投資についておたずねします。

(1) 設備投資の実施予定有無（2021年4月～2022年3月の間）として、該当するものに○をつけてください（○は1つだけ）。

1 前年に実施した	14.6%	3 実施を検討中	7.9	5 わからない	15.3
2 予定している	15.8	4 予定していない	42.9	無回答	3.4

(2) [(1) で「1」～「3」に回答した方に]
 予定している設備投資の内容として、あてはまるものに○をつけてください（○はいくつでも）。

回答者数 160

1 設備の代替	50.0%
2 既存設備の維持・補修	36.3
3 情報化（IT化）関連	20.6
4 省力化・合理化	10.6
5 増産・販売力増強	10.0
6 事務所等の増設・拡大（建替え含む）	11.3
7 新製品・新事業・新サービス・研究開発	14.4
8 物流関連（倉庫等）	3.1
9 省エネルギー対策 （燃費改善、環境対策など）	4.4
10 試作品開発	6.3
11 規制への対応	3.8
無回答	-

(3) [(1) で「4」と回答した方に]
 設備投資を行わない理由として、あてはまるものに○をつけてください（○はいくつでも）。

回答者数 179

1 先行きが見通せない	47.5%
2 現状で設備は適正水準である	40.2
3 投資に見合う収益を確保できない	28.5
4 借り入れ負担が大きい	17.3
5 手持ち現金が少ない	15.6
6 すでに投資を実施した	8.4
7 自社に合う設備が見つからない	6.1
8 市場の需要がない	5.0
9 投資のための借入見通しが立たない	3.4
10 設備入れ替えに伴うリスクが大きい	9.5
無回答	1.7

問5 御社の商品（商材）の付加価値向上についておたずねします。

(1) 御社の商材の付加価値向上、差別化の取り組みに関する方向性について、最も該当するもの1つに○をつけてください（○は1つだけ）。

1 広いターゲットを対象に、低価格の製品・サービスを提供する	6.5%
2 広いターゲットを対象に、価格以外の点で差別化した製品・サービスを提供する	13.7
3 特定のターゲットを対象に、低価格の製品・サービスを提供する	4.3
4 特定のターゲットを対象に、価格以外の点で差別化した製品・サービスを提供する	24.7
5 商材の付加価値向上、差別化の取り組みは行っていない	15.6
6 業態的に商材の付加価値向上、差別化の取り組みを行う必要がない	26.9
無回答	8.4

(2) [(1) で「1」～「4」に回答した方に]
 御社の主な製品・サービスを、価格以外の点で差別化する際に重視する要素について、該当するもの上位3つまでに○をつけてください（○は3つまで）。

回答者数 205

1 品質、独自性	62.9%	6 提案力・営業力	32.2
2 品揃え・メニューの多さ	19.0	7 接客時・アフターサービスでの顧客要望への柔軟な対応力	31.2
3 実績、ブランド力	27.8	8 特にない	1.0
4 顧客との地理的近接性（立地の良さ）	17.1	無回答	-
5 供給力 （安定供給、短納期、小ロット対応等）	22.4		

(3) [引き続き、(1)で「1」～「4」に回答した方に]

差別化に向けた取組として、御社で取り組まれた、または取り組んでいるものとして、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 205

1	製品・サービスの高機能化	30.7%	8	広告・プロモーション強化	11.2
2	類似のない新製品・サービスの開発	23.4	9	出張販売の導入	1.5
3	用途・デザイン・操作性で差別化された製品の開発	9.8	10	ネット販売の導入	7.3
4	付帯製品・サービスの開発	3.4	11	新規出店・事業所開設	3.9
5	特定地域向けの製品・サービスの開発 (ローカライズ)	1.5	12	新規設備投資・更新投資の強化	7.3
6	特定顧客向けの製品・サービスの開発	16.1	13	AI・IoT技術の導入・活用	4.4
7	取扱製品・サービスの多様化	18.5	14	営業・販売・サービス体制の増強	27.8
				無回答	6.8

(4) [引き続き、(1)で「1」～「4」に回答した方に]

差別化にあたって直面した/直面している課題について、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 205

1	人員数の不足	37.6%	7	委託先・提携先ネットワークの不足	3.9
2	スキルや知識を有する人材の不足	53.7	8	取引先ネットワークの不足	5.9
3	店舗・事業所・設備の不足	8.3	9	他社の特許権・実用新案権・意匠権	1.5
4	資金調達の難しさ	10.2	10	開発競争の激化	5.4
5	投資コストの負担	13.2	11	規制による取組余地の少なさ	3.4
6	相談先の不足	2.9	12	特になし	9.8
				無回答	5.4

(5) [引き続き、(1)で「1」～「4」に回答した方に]

差別化に向けた具体的な取組の業績(売上高)への影響について、それぞれ該当するものに○をつけてください (○は【販売単価】と【販売数量】それぞれ1つずつ)。

回答者数 205

【販売単価】			【販売数量】		
1	上昇につながった	32.7%	1	増加につながった	36.1%
2	影響なし	54.6	2	影響なし	49.3
3	低下につながった	6.3	3	減少につながった	7.3
	無回答	6.3		無回答	7.3

(6) [(1)で「5」と回答した方に]

その理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 65

1	人手が足りない	15.4%	5	何をすればよいかわからない	9.2
2	ノウハウがない	7.7	6	必要性を感じない	35.4
3	資金が足りない	15.4	7	その他	10.8
4	効果が見込めない	20.0		無回答	9.2

問6 御社の販路拡大に関する取り組みについておたずねします。

(1) 販路開拓の実施状況として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

1 実施している	22.1%	3 実施していない	25.4	無回答	5.0
2 実施したいができていない	16.1	4 業態的に該当しない	31.4		

(6)へ進んでください

(2) [(1)で「1」か「2」に回答した方に]

販路開拓の進捗状況として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

回答者数 159

1 順調に進んでいる	1.9%	3 あまり進んでいない	53.5		
2 ある程度進んでいる	44.0	無回答	0.6		

(3) [(2)で「1」か「2」に回答した方に]

その理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 73

1 商品のデザインが良い	9.6%
2 商品の機能性が高い	41.1
3 他社との連携 (共同受注・販売等)	24.7
4 広告宣伝活動	26.0
5 IT・ICTの活用	13.7
6 価格競争力	21.9
7 相談相手 (コンサルタント等) の存在	8.2
8 データ活用ができていない	11.0
無回答	4.1

(4) [(2)で「3」と回答した方に]

その理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 85

1 価格競争力が弱い	24.7%
2 広告宣伝活動があまりできていない	25.9
3 人手不足	52.9
4 魅力的な商品・サービスがない	20.0
5 ノウハウがない	21.2
6 資金不足	12.9
7 IT・ICTを十分に活用できていない	9.4
8 相談相手 (コンサルタント等) がいない	9.4
9 データ活用ができていない	9.4
無回答	7.1

(5) [(2)で「1」か「2」に回答した方に]

販路拡大に向けた具体的な取組の業績 (売上高) への影響として、それぞれ該当するものに○をつけてください (○は【販売単価】と【販売数量】それぞれ1つずつ)。

回答者数 73

【販売単価】	
1 上昇につながった	37.0%
2 影響なし	56.2
3 低下につながった	1.4
無回答	5.5

【販売数量】	
1 増加につながった	50.7%
2 影響なし	32.9
3 減少につながった	-
無回答	16.4

(6) [(1)で「3」と回答した方に]

その理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 106

1 人手が足りない	34.9%	5 何をすればよいかわからない	12.3
2 魅力のある商品・サービスがない	5.7	6 必要性がない	33.0
3 資金が足りない	12.3	7 その他	7.5
4 効果が見込めない	16.0	無回答	1.9

問7 ECサイトの活用についておたずねします。

(1) 商品を販売、掲載しているECサイトとして、あてはまるもの全てに○をつけてください (○はいくつでも)。

1	amazon	2.2%	8	現在ECサイトでの販売は行っていないが、将来的に取り組みたい	8.2
2	楽天	2.2	9	ECサイトでの販売は行っておらず、今後行う予定はない	17.5
3	BASE	1.2	10	ECサイトでの販売を行っていたが、現在は行っていない	1.7
4	ZOZO TOWN	0.2	11	業態的にECサイトでの販売はなじまない	54.4
5	クラウドファンディング	—		無回答	11.0
6	自社ECサイト	4.8			
7	その他ECサイト	2.6			

(2) [(1)で「1」～「7」のいずれかに回答した方に]

ECサイトでの販売の進捗状況として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

回答者数 37

1	順調に進んでいる	16.2%	3	あまり進んでいない	35.1
2	ある程度進んでいる	45.9		無回答	2.7

(3) [(2)で「1」か「2」に回答した方に]

その理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 23

1	新規客の流入が一定程度ある	56.5%
2	リピート率が高い	52.2
3	魅力のある商品	17.4
4	ターゲット市場の情報収集・分析	13.0
5	商材に関連したコンテンツの充実	4.3
6	質の高い宣材写真	4.3
7	自社HPとECサイトとの連動性が高い	17.4
8	担当従業員の能力の高さ	13.0
9	ユーザーの声が反映できている	4.3
10	配送所要時間が短い	17.4
11	相談相手 (コンサルタント等) の存在	—
	無回答	—

(4) [(2)で「3」と回答した方に]

その理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 13

1	新規客の流入が少ない	84.6%
2	リピート率が低い	23.1
3	商品の魅力を伝えきれていない	30.8
4	ターゲットが絞り切れていない	30.8
5	商材に関連したコンテンツが不足している	15.4
6	宣材写真の質の低さ	15.4
7	自社HPとECサイトとの連動性が悪い	23.1
8	ユーザーの声が反映できていない	7.7
9	配送所要時間が長い	—
10	相談相手 (コンサルタント等) の不在	—
	無回答	—

(5) [(1)で「9」か「10」に回答した方に]

その理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 80

1	人手が足りない	10.0%	5	何をすればよいかわからない	5.0
2	ECサイトに掲載できる商品がない	26.3	6	ノウハウがない・難しく感じる	15.0
3	資金が足りない	3.8	7	必要性を感じない	40.0
4	効果が見込めない	17.5	8	その他	10.0
				無回答	2.5

問8 インターネットの利用(業務のデジタル化)についておたずねします。

(1) 御社のインターネット活用状況について、該当するものに○をつけてください(○は1つだけ)。

1 活用している	51.3%	2 今後活用する予定	3.6	4 活用する必要がない	27.6
		3 活用したいが、できていない	12.7	無回答	4.8

(2) [(1)で「1」と回答した方に]

御社で実践しているインターネット活用(業務のデジタル化)内容として、あてはまるもの全てに○をつけてください(○はいくつでも)。 回答者数 214

1 場所を選ばず仕事ができる環境の整備(例:スマホ・タブレット端末を配布し、外出先や自宅でもメールを見られるようにする、オンライン会議の導入等)	51.9%
2 業務システムの導入による効率化(勤怠管理、給与管理、顧客管理、収支管理システム)	60.7
3 新商品、新サービスの企画(例:売上データの分析・解析結果等の活用)	12.1
4 開発・設計・試作段階における業務の効率化(例:CADや3Dプリンタの活用)	14.0
5 (生産、物流、店頭等)現場の分析・見える化による業務効率化・売上向上(POSデータ活用等)	9.3
6 HP、SNS(インスタグラム等)、メルマガ等を活用した情報発信・受信	37.9
7 資材・必要物品等の調達分野におけるインターネット活用	28.0
無回答	0.5

(3) [(1)で「2」もしくは「3」と回答した方に]

今後取り組みたい、インターネット活用(業務のデジタル化)内容として、あてはまるもの全てに○をつけてください(○はいくつでも)。 回答者数 68

1 場所を選ばず仕事ができる環境の整備(例:スマホ・タブレット端末を配布し、外出先や自宅でもメールを見られるようにする、オンライン会議の導入等)	25.0%
2 業務システムの導入による効率化(勤怠管理、給与管理、顧客管理、収支管理システム)	45.6
3 新商品、新サービスの企画(例:売上データの分析・解析結果等の活用)	11.8
4 開発・設計・試作段階における業務の効率化(例:CADや3Dプリンタの活用)	7.4
5 (生産、物流、店頭等)現場の分析・見える化による業務効率化・売上向上(POSデータ活用等)	13.2
6 HP、SNS(インスタグラム等)、メルマガ等を活用した情報発信・受信	30.9
7 資材・必要物品等の調達分野におけるインターネット活用	14.7
無回答	5.9

(4) インターネットの活用における御社の課題として、あてはまるものに○をつけてください(○はいくつでも)。

1 情報セキュリティ対策が不安	23.3%	5 活用を推進できる人材がない	22.8
2 導入・運用に係るコスト負担	22.3	6 わからない・必要性を感じない	9.8
3 導入効果が見えない	9.8	7 課題は特にない	20.4
4 自社に合ったツール・アプリがわからない	9.1	無回答	17.3

(5) インターネットの活用について相談する相手として、あてはまるものに○をつけてください(○はいくつでも)。

1 ITツール販売、運用会社	24.5%	5 金融機関	6.0	無回答	21.3
2 自社との取引があるIT関連会社	25.7	6 自治体相談窓口	1.4		
3 同業他社	13.4	7 その他支援機関	4.8		
4 異業種他社	3.8	8 相談先がない、わからない	21.3		

問9. 採用についておたずねします。

(1) 過去3年の採用数の変化について、該当するものに○をつけてください(○は1つだけ)。

1 増加傾向	18.5%	3 減少傾向	21.3	無回答	1.9
2 変化なし	36.2	4 採用はしていない	22.1		

(2) 今後の採用数の見通しについて、該当するものに○をつけてください(○は1つだけ)。

1 増加傾向	17.5%	3 減少傾向	6.7	5 採用の予定はない	24.0
2 変化なし	27.1	4 まだ決まっていない	23.0	無回答	1.7

(3) 通常実施している主な採用方法として、あてはまるものに○をつけてください(○はいくつでも)。

1 ハローワークなど公共機関を利用	45.8%	6 自社主催の企業説明会の開催	4.3
2 公共機関主催の企業説明会への参加	1.9	7 就職サイトへの求人掲載	47.2
3 学校・大学の就職部への求人票の提出	12.0	8 民間人材派遣会社主催の企業説明会の開催	2.6
4 学校・大学主催の企業説明会への参加	4.1	9 人材紹介、人材派遣の利用	17.5
5 自社ホームページへの掲載	21.8	10 縁故・紹介	29.0
		無回答	8.6

(4) 採用を行う上で、課題に感じていることとして、あてはまるものに○をつけてください(○はいくつでも)。

1 採用業務を担当する人材がない	7.7%	6 自社の魅力・強みの伝え方がわからない	3.6
2 採用にかかる広告費がない	9.8	7 応募者が集まらない	38.6
3 人件費の確保が困難	21.3	8 その他	3.1
4 採用のノウハウがない	3.8	9 特になし	26.4
5 全社的な取り組みになっていない	2.9	無回答	8.6

問10. 人材の状況についておたずねします。

(1) 人材の状況について、それぞれ該当する番号に○をつけてください(○は各行1つずつ)。

		大いに不足	やや不足	適当	やや過剰	大いに過剰	該当なし	無回答
2019年 時点の状況	正社員	5.5%	28.3	48.9	4.6	1.0	4.6	7.2
	非正社員	3.4	15.6	45.1	3.8	0.2	14.4	17.5
2021年 現在	正社員	5.3	31.2	44.1	6.2	1.9	4.3	7.0
	非正社員	2.6	16.1	43.6	5.5	0.7	14.6	16.8

※以下の問10の(2)～(5)は、[(1)のいずれかの行で「1 大いに不足」か「2 やや不足」に○をつけた方]にお伺いします。 それ以外の方は次ページの間11へ進んでください。

(2) 現在不足している職種として、あてはまるものに○をつけてください(○はいくつでも)。

回答者数 222

1 管理職	14.9%	4 営業職	23.4	無回答	5.9
2 技術職	50.9	5 販売・接客	19.4		
3 事務職	8.6	6 労務職	18.0		

(3) 人手不足を緩和するために行った取り組みとして、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 222

1 賃金の上昇	43.7%	5 外部化	9.5
2 労働条件の改善	33.3	6 どういった取り組みをしているのかわからない	2.7
3 応募要件の緩和	23.4	7 その他	3.6
4 業務効率化	26.6	8 特に何もしていない	11.7
		無回答	3.6

(4) 人手不足が発生した理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 222

1 思ったような人材が採用できない	54.5%	4 育児・介護等による短時間勤務者の増加	6.8
2 求人の応募が少ない	46.8	5 採用した人材が定着しない	29.7
3 離職の増加	15.8	6 スキルの習熟が進まず、作業効率が悪い	13.5
		無回答	7.2

(5) 人手不足が御社の経営に与えた影響について、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

回答者数 222

1 大きな影響を及ぼした	8.1%	3 あまり影響はなかった	27.9
2 ある程度の影響を及ぼしている	59.5	無回答	4.5

問 1 1. 雇用調整について

(2) 雇用調整助成金を利用しましたか。該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

1 利用した	31.4%	3 利用していない	63.5
2 今後利用する予定だ	0.7	無回答	4.3

次ページの (5) へ進んでください

(2) [(1) で「1」か「2」に回答した方に]

雇用調整助成金の申請理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 134

1 解雇等をせずに円滑な雇用維持が可能	77.6%	5 取引のある金融機関から勧められた	4.5
2 要件緩和により助成率 (助成額) が増えた	16.4	6 労働組合や従業員からの要望	4.5
3 要件緩和により使い勝手が良くなった	21.6	7 その他	0.7
4 社会保険労務士などの専門家の勧め	26.1	無回答	0.7

(3) [(1) で「1」か「2」に回答した方に]

雇用調整助成金を申請するうえで1番のネックになっていることとして、最も該当するもの1つに○をつけてください (○は1つだけ)。

回答者数 134

※下記の%データは、当初の「単数回答」から「複数回答」も許容したデータを掲載

1 手続きが煩雑 (書類や記入事項の多さ等)	41.0%	4 社会保険労務士などの専門家に支払う手数料が高い	13.4
2 手続きに時間がかかる	18.7	5 その他	3.0
3 支給額だけでは雇用維持には不十分	23.9	無回答	14.9

(4) [(1) で「1」か「2」に回答した方に]

足立区で実施した、雇用調整助成金活用促進事業※について、該当するものに○をつけてください
(○は1つだけ)。 ※雇用調整助成金・緊急雇用安定助成金の申請に係る社会保険労務士の事務手数料を助成

回答者数 134

1	利用した	18.7%	3	その事業を知らなかった	53.0
2	事業のことを知ってはいたが、利用していない	20.9		無回答	7.5

(5) [(1) で「3」と回答した方に]

雇用調整助成金を利用していない1番の理由として、該当するもの1つに○をつけてください
(○は1つだけ)。

回答者数 265

1	雇用調整助成金の支給要件となるような休業を従業員にさせていない	56.2%	無回答	6.0
2	売上高などの減少程度が要件に達しない	23.4		
3	申請手続きが煩雑	8.7		
4	その他	5.7		

問12 テレワークについておたずねします。

(1) テレワークを導入されていますか。該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

1	導入している	14.9%	4	かつて導入していたが、現在は行っていない	5.8
2	今後導入する予定がある	0.5		→次ページの(8)へ	
3	新たに導入することを検討している	1.7	5	導入していないし、導入する予定もない	71.9
				→次ページの(9)へ	
			6	その他	3.1
				無回答	2.2

(2) [(1) で「1」～「3」に回答した方に]

導入・検討しているテレワークの主な導入形態として、あてはまるものに○をつけてください
(○はいくつでも)。

回答者数 71

1	在宅勤務	87.3%	4	その他	4.2
2	モバイルワーク	22.5		無回答	2.8
3	サテライトオフィス勤務	9.9			

(3) [(1) で「1」～「3」に回答した方に]

テレワークを認めている部門・職種として、あてはまるものに○をつけてください
(○はいくつでも)。

回答者数 71

1	全部門・全職種	16.9%	6	研究職	2.8
2	管理職	23.9	7	販売	4.2
3	事務職	49.3	8	サービス	2.8
4	営業	22.5	9	その他	2.8
5	専門・技術職	15.5		無回答	1.4

(4) [(1) で「1」～「3」に回答した方に]

テレワークを利用している従業員の割合として、該当するものに○をつけてください
(○は1つだけ)。

回答者数 71

1	5%未満	38.0%	4	30-50%未満	9.9	無回答	2.8
2	5-10%未満	23.9	5	50-80%未満	4.2		
3	10-30%未満	18.3	6	80%以上	2.8		

(5) [(1) で「1」～「3」に回答した方に]

今後のテレワークの継続・拡大意向として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

回答者数 71

1	継続・拡大したい	15.5%	3	どちらでもない	38.0
2	継続したいが、拡大は考えていない	39.4	4	継続・拡大したくない	4.2
				無回答	2.8

(6) [(1) で「1」～「3」に回答した方に]

テレワークの導入目的として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 71

1	感染症対策	83.1%	4	育児中、介護中の従業員への対応	11.3
2	生産性の向上	15.5	5	働き方改革 (時間外勤務削減など)	35.2
3	優秀な人材確保	4.2		無回答	1.4

(7) [(1) で「1」～「3」に回答した方に]

テレワークの導入効果として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

回答者数 71

1	非常に効果があった	2.8%	4	あまり効果がなかった	9.9
2	効果があった	38.0	5	まったく効果がなかった	2.8
3	どちらともいえない	42.3	6	その他	1.4
				無回答	2.8

(8) [(1) で「4」と回答した方に]

テレワークを現在行っていない理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 24

1	PC等の機器やネットワークの整備ができていない	12.5%	4	社内のコミュニケーションに支障がある	29.2
2	社内の生産性が下がる	25.0	5	情報漏洩が心配	-
3	テレワーク可能な業務がない	50.0	6	労務管理・マネジメントに課題がある	20.8
			7	その他	8.3
				無回答	4.2

(9) [(1) で「5」と回答した方に]

テレワークを導入しない・導入できない理由として、あてはまるものに○をつけてください

(○はいくつでも)。

回答者数 300

1	導入するメリットがよくわからない	3.0%	7	テレワーク可能な業務がない	50.0
2	導入の仕方がわからない	1.3	8	社内のコミュニケーションに支障がある	1.7
3	業態的に導入が難しい	58.7	9	情報漏洩が心配	2.7
4	導入の検討をしていない	11.3	10	労務管理・マネジメントに課題がある	3.7
5	自社とは関係がない	23.7	11	その他	2.0
6	PC等の機器やネットワークの整備コストがかかりすぎる	2.7		無回答	2.0

質問は以上となります。ご協力いただきありがとうございました。
 お手数ですが、ご記入もれがないかもう一度ご確認いただいた上で、
 同封の返信用封筒 (切手不要) に入れて、ポストにご投函ください。

※ 調査票内の集計母数について

特にサンプル数表記のない設問は、全数ベース（回答者数453）で集計しており、母数の記載を割愛した。一部の該当設問については、設問ごとに回答者数を表記した。

足立区産業実態等アンケート調査 （小規模事業者の方向け：n=453）

No : _____

調査ご協力のお願い

- 本調査は、足立区が実施するアンケート調査です。事業所母集団データベース（令和元年度経済センサス基礎調査）より、アンケートを送付する事業者を抽出させていただきました。
- 本調査から得られた情報は、事業者の皆様インターネット活用を後押しする施策等の検討や、「地域経済活性化基本計画」改定のための重要な情報としてのみ活用させていただきます。ご多忙のこととは存じますが、区内産業発展のため、何卒ご協力の程よろしくお願いいたします。
- ご記入いただいた調査票は、同封の返信用封筒（切手不要）に入れて8月3日（火）までに、ポストに投函してくださるよう、お願いいたします。

令和3年7月

足立区長 近藤やよい

ご記入にあたってのお願い

- 1 御社の経営実態等を理解されている方がご回答ください。
- 2 回答は、あてはまる番号を選んで、番号に○印をつけてください。
- 3 「1つだけ」「3つまで」など回答数が限られている質問では、もっともよくあてはまるとお考えになる回答を指定の数以内で選び、番号に○印をつけてください。
- 4 「その他」にあてはまる場合は、お手数ですが（ ）内に、なるべく具体的にその内容をご回答ください。
- 5 ご記入がすべて終わりましたら、記入もれや回答間違いがないか、ご面倒でももう一度お確かめください。

お問い合わせ先

足立区産業政策課 産業経済協創担当 （担当：海老原 建石）

（平日 午前9:00～午後5:00）

TEL : 03-3880-5464 FAX : 03-3880-5605

なお、本調査の回収・集計・分析は(株)マーケティング・サービスに委託しています。

※支店・営業所等の場合は、可能な範囲で「支店・営業所等におけるデータ等」をご記入ください。

問1 御社のことについておたずねします。

(1) 事業所名、所在地等ご記入ください。

事業所所在地									
第1地域	15.0%	第5地域	6.8	第9地域	8.2	第13地域	4.0	無回答	1.1
第2地域	5.5	第6地域	6.0	第10地域	4.2	第14地域	4.9		
第3地域	8.6	第7地域	4.9	第11地域	5.5	第15地域	4.2		
第4地域	8.2	第8地域	5.5	第12地域	7.5	その他	-		

(2) 御社の経営形態として、該当するものに○をしてください (○は1つだけ)。

1 個人	51.2%	2 株式会社(本店)	21.2	3 株式会社(支店)	2.2
4 有限会社(本店)	21.4	5 有限会社(支店)	1.3	6 相互会社	-
7 会社以外の法人	1.8	8 法人でない団体	-	無回答	0.9

(3) 御社の主な業種として、該当するものに○をしてください (○は1つだけ)。

1 農業	0.2%	10 不動産業・物品賃貸業	8.2
2 建設業	6.6	11 学術研究・専門技術サービス業	4.4
3 製造業	19.2	12 宿泊業	0.2
4 電気・ガス・熱供給・水道業	1.8	13 飲食サービス業	8.8
5 情報通信業	0.7	14 生活関連サービス業	13.7
6 運輸業	5.1	15 娯楽業	0.4
7 卸売業	8.8	16 教育	1.3
8 小売業	13.7	17 医療・福祉	6.8
9 金融業・保険業	-	無回答	-

(4) 御社の創業年数をご記入ください (2021年3月現在の数字をご記入ください)。

平均年数	37.29 年
------	---------

(5) 従業員の数(あなた自身も含めて)と雇用形態の内訳をご記入ください (数字をご記入ください)。

従業員数	平均人数 5.79 人 (うち家族は 1.24 人)	内訳	平均人数 正社員 4.38 人 パート等 2.83 人
------	-------------------------------	----	-----------------------------------

(6) 2021年1年間の採用者数をご記入ください (数字をご記入ください)。

採用者数	平均 0.33 人 (うち新卒は 平均 0.06 人)
------	-----------------------------

(7) 経営者の年代として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

1	30歳未満	-	3	40歳代	7.7	5	60歳代	24.7	無回答	0.7
2	30歳代	2.0%	4	50歳代	22.3	6	70歳以上	42.6		

(8) 御社の中長期的な経営方針として、最もあてはまるもの1つに○をつけてください (○は1つだけ)。

1	事業の拡大・拡充	12.6%	4	事業再構築	4.2
2	事業の縮小	2.0	5	現状維持	45.5
3	業態転換	0.4	6	廃業・自分の代での閉店	33.6
				無回答	1.8

(9) 御社の中に、シェアトップ (ニッチトップ) 商品、製品等がありますか。

ある場合は、対象市場とその商品名をお答えください (ない場合は「×:ない」に○印)。

ある	2.2%	ない	90.9	無回答	6.8
※シェアトップの商品・製品がある事業所の【商品名】【商品概要】【対象市場の国内外シェア】は、別途書き抜きで対応。					

(10) 御社の売上のうち、大手企業等からの下請け、孫請け等の案件の売り上げ構成比率は何%程度ですか (数字をご記入ください)。

平均 20.58% 程度

問2 御社の経営状況 (新型コロナウイルス感染症拡大の影響) についておたずねします。

(1) 令和2年11月以降、新型コロナウイルスにより、売上に一番影響があった月として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。※下記%は、「複数回答」も許容したデータを掲載

1	令和2年11月	7.7%	2	12月	10.4	3	令和3年1月	12.1	4	2月	8.4
5	3月	10.4	6	4月	8.4	7	5月	11.5	8	令和3年6月	9.1
9	特になし	28.9		無回答	4.0						

(2) [(1) で「1」～「8」のいずれかに回答した方に]

一番売上に影響があった月の前年同月比として、該当するものに○をつけてください

(○は1つだけ)。

回答者数 304

1	1~2割程度減少	15.8%	3	6~8割程度減少	26.0	無回答	1.3
2	3~5割程度減少	43.4	4	9割以上減少	13.5		

(3) 新型コロナウイルスの感染拡大や売上減少に対して、どのような対策を講じましたか。あてはまるもの全てに○をつけてください (○はいくつでも)。

1	業態転換 (ネット販売・テイクアウト等)	2.4%	7	雇用を増やす	0.2
2	IT活用 (オンライン講座等)	4.6	8	雇用を減らす	4.2
3	販路や取引先の新規開拓	8.8	9	事業規模の拡大	0.7
4	店舗・工場・職場の改装	4.4	10	事業規模の縮小	8.2
5	働き方改革 (テレワーク等)	5.7	11	新規サービス・新商品の開発	7.1
6	キャッシュレス決済の導入	5.5	12	講じた対策は特になし	59.4
				無回答	6.2

(4) 2020年度の売上として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

1	～3,000万円未満	69.3%	4	1億円以上	7.3
2	3,000万～5,000万円未満	8.2		無回答	6.0
3	5,000万～1億円未満	9.3			

(5) 2020年(1～12月)の年間売上高について、2019年(1～12月)と比較した増減として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

1	30%以上増加	1.8%	6	10～29%減少	22.1
2	10～29%増加	2.4	7	30%以上減少	30.7
3	4～9%増加	2.0	8	分からない	5.1
4	横ばい(‑3～+3%)	17.4	9	比較できない	5.3
5	4～9%減少	6.8		無回答	6.4

(6) 2020年(1～12月)の年間営業利益について、2019年(1～12月)以前と比較した増減として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

1	30%以上増加	1.5%	6	10～29%減少	17.9
2	10～29%増加	1.3	7	30%以上減少	29.1
3	4～9%増加	1.8	8	分からない	8.4
4	横ばい(‑3～+3%)	18.3	9	比較できない	5.5
5	4～9%減少	4.6		無回答	11.5

(7) [(5) か (6) のいずれかで「1」～「3」に回答した方に]
その理由として、あてはまるもの全てに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 35

1	一時的に需要が高まった	31.4%	6	巣ごもり需要を捉えることができた	2.9
2	感染症拡大防止の取組が評価された	5.7	7	その他特需があった	20.0
3	付加価値の高い商品が好評だった	11.4	8	経費削減の効果が出た	17.1
4	来客数が伸びた	8.6	9	その他	14.3
5	販売(利用者)数が伸びた	25.7		無回答	5.7

(8) 御社の販売費及び一般管理費(商品の製造・販売にかかった費用のうち、販売活動に必要な費用や管理にかかる費用)のうち、負担感が強い費目としてあてはまるものを上位3つまで選び○をつけてください (○は3つまで)。

1	給与・手当	47.5%
2	税金に関する費用(租税公課、法人税・所得税等)	46.6
3	宣伝広告費	5.3
4	修繕費(事務所、施設の補修、機械の保守、点検等)	26.9
5	賃借料(店舗、オフィス等の賃借料)	24.7
6	運送費(商品の配送梱包資材費等)	4.0
7	その他	9.5
	無回答	16.1

(9) 2021年(1~12月)の自社の業況見通しについて、該当するものに○をつけてください(○は1つだけ)。

1	良い	2.0%	2	普通	31.1	3	悪い	64.0	無回答	2.9
---	----	------	---	----	------	---	----	------	-----	-----

問3 御社の資金調達についておたずねします。

(1) 普段の主な資金調達先として、該当するものに○をつけてください(○は1つだけ)。

※下記の%は、当初の「単数回答」から「複数回答」も許容したデータを掲載

1	都市銀行	4.6%	5	ベンチャーキャピタル	-
2	地方銀行	3.5	6	クラウドファンディング	-
3	信金・信組	37.1	7	特になし	46.6
4	政府系金融機関	6.6	無回答		2.9

(2) 新型コロナウイルスの影響を主な理由として行った資金調達先について、あてはまるもの全てに○をつけてください(○はいくつでも)。

1	都市銀行	1.3%	5	借り入れをしていない	64.7
2	地方銀行	1.8	無回答		5.5
3	信金・信組	22.3			
4	政府系金融機関	8.2			

(3) [(2)で「1」~「4」のいずれかに回答した方に]

新型コロナウイルスの影響を受けて調達した資金の返済開始予定として、該当するものに○をつけてください(○は1つだけ)。 回答者数 135

1	すでに始まっている	72.6%	4	令和3年11月~12月	0.7	無回答	0.7
2	令和3年7月~8月	5.9	5	令和4年1月~3月	3.7		
3	令和3年9月~10月	1.5	6	令和4年4月以降	14.8		

(4) [(2)で「1」~「4」のいずれかに回答した方に]

新型コロナウイルスの影響を受けて調達した資金の主な使い道として、最も該当するもの1つに○をつけてください(○は1つだけ)。 回答者数 135

1	運転資金	71.1%	6	業態転換するための費用	3.0
2	家賃の支払い等	3.0	7	感染予防備品・消耗品等費用	2.2
3	従業員の賃金	3.0	8	将来のための蓄え	4.4
4	借入金の返済	5.9	9	感染予防を目的とした店舗・工場等改装費用	-
5	税金等の支払い	0.7	10	その他	2.2
			無回答		4.4

(5) [(2)で「1」~「4」のいずれかに回答した方に]

新型コロナウイルスの影響を受けて調達した資金に関する、返済期間や返済方法等の変更希望として、該当するものに○をつけてください(○は1つだけ)。 回答者数 135

1	希望している	11.9%	3	そうした希望はない	43.7	無回答	5.9
2	検討している	17.8	4	わからない	20.7		

次ページの(6)にご回答ください

(6) [(5) で「1」か「2」に回答した方に]
その理由として、あてはまるもの全てに○をしてください (○はいくつでも)。

回答者数 40

1	売上の回復が遅れている	82.5%	5	感染症の影響が出る前から、 経営が厳しかった	20.0
2	買掛金の支払いが滞っている	-	6	その他	10.0
3	売掛金の回収が滞っている	5.0		無回答	-
4	資金繰りの把握に問題がある	12.5			

〔(7) はすべての方にお伺いします〕

(7) 新型コロナウイルス感染拡大期間中に**活用した補助金**として、あてはまるもの全てに○をつけてください (○はいくつでも)。

1	持続化給付金	52.8%	6	家賃支援給付金 (都)	10.6
2	東京都感染拡大防止協力金	13.9	7	足立区緊急対策融資	9.1
3	東京都感染症対応融資	2.0	8	足立区小規模事業者 経営改善補助金コロナ特別枠	8.6
4	雇用調整助成金	5.1	9	利用したものはなし	32.0
5	家賃支援給付金 (国)	12.8		無回答	5.7

(9)へ

(8) [(7) で「1」～「8」のいずれかに回答した方に]

補助金等の**主な使い道**として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 282

1	運転資金	76.6%	6	業態転換するための費用	2.1
2	家賃の支払い等	24.5	7	感染予防備品・消耗品等費用	27.7
3	従業員の賃金	29.1	8	将来のための蓄え	6.0
4	借入金の返済	11.7	9	感染予防を目的とした店舗・工場等改装費用	6.4
5	税金等の支払い	25.5	10	その他	5.0
				無回答	0.4

(9) [(7) で「9」と回答した方に]

その理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 145

1	支給基準に該当しなかったため	42.8%	7	その他	6.2
2	手続きが煩雑だったため	9.7	8	特に理由はない	21.4
3	補助金等を必要としていなかったため	20.7		無回答	4.1
4	補助金等の存在を知らなかったため	6.9			
5	補助金等について、どこに相談していいかわらなかったため	11.0			
6	補助金受給までに相当な期間を要するため	1.4			

問4 御社の設備投資についておたずねします。

(1) 設備投資の実施予定有無（2021年4月～2022年3月の間）として、該当するものに○をつけてください（○は1つだけ）。

1 前年に実施した	6.4%	3 実施を検討中	6.0	5 わからない	14.6
2 予定している	5.3	4 予定していない	61.1	無回答	6.6

(2) [(1) で「1」～「3」に回答した方に]
 予定している設備投資の内容として、あてはまるものに○をつけてください（○はいくつでも）。

回答者数 80

1 設備の代替	52.5%
2 既存設備の維持・補修	43.8
3 情報化（IT化）関連	13.8
4 省力化・合理化	7.5
5 増産・販売力増強	3.8
6 事務所等の増設・拡大（建替え含む）	7.5
7 新製品・新事業・新サービス・研究開発	13.8
8 物流関連（倉庫等）	3.8
9 省エネルギー対策 （燃費改善、環境対策など）	3.8
10 試作品開発	3.8
11 規制への対応	2.5
無回答	1.3

(3) [(1) で「4」と回答した方に]
 設備投資を行わない理由として、あてはまるものに○をつけてください（○はいくつでも）。

回答者数 277

1 先行きが見通せない	53.1%
2 現状で設備は適正水準である	31.4
3 投資に見合う収益を確保できない	26.4
4 借入れ負担が大きい	17.3
5 手持ち現金が少ない	23.8
6 すでに投資を実施した	2.9
7 自社に合う設備が見つからない	2.9
8 市場の需要がない	9.0
9 投資のための借入見通しが立たない	2.9
10 設備入れ替えに伴うリスクが大きい	14.4
無回答	3.6

問5 御社の商品（商材）の付加価値向上についておたずねします。

(1) 御社の商材の付加価値向上、差別化の取り組みに関する方向性について、最も該当するもの1つに○をつけてください（○は1つだけ）。

1 広いターゲットを対象に、低価格の製品・サービスを提供する	5.7%	
2 広いターゲットを対象に、価格以外の点で差別化した製品・サービスを提供する	10.8	
3 特定のターゲットを対象に、低価格の製品・サービスを提供する	5.1	
4 特定のターゲットを対象に、価格以外の点で差別化した製品・サービスを提供する	14.8	
5 商材の付加価値向上、差別化の取り組みは行っていない	20.1	→ 次ページ
6 業態的に商材の付加価値向上、差別化の取り組みを行う必要がない	26.9	(6)へ
無回答	16.6	

(2) [(1) で「1」～「4」に回答した方に]
 御社の主な製品・サービスを、価格以外の点で差別化する際に重視する要素について、該当するもの上位3つまでに○をつけてください（○は3つまで）。

回答者数 165

1 品質、独自性	61.2%	6 提案力・営業力	27.3
2 品揃え・メニューの多さ	12.7	7 接客時・アフターサービスでの 顧客要望への柔軟な対応力	43.6
3 実績、ブランド力	13.9	8 特にない	0.6
4 顧客との地理的近接性（立地の良さ）	10.3	無回答	0.6
5 供給力 （安定供給、短納期、小ロット対応等）	20.6		

(3) [引き続き、(1)で「1」～「4」に回答した方に]

差別化に向けた取組として、御社で取り組まれた、または取り組んでいるものとして、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。 回答者数 165

1	製品・サービスの高機能化	30.3%	8	広告・プロモーション強化	9.7
2	類似のない新製品・サービスの開発	26.7	9	出張販売の導入	5.5
3	用途・デザイン・操作性で差別化された製品の開発	9.1	10	ネット販売の導入	7.9
4	付帯製品・サービスの開発	7.9	11	新規出店・事業所開設	2.4
5	特定地域向けの製品・サービスの開発 (ローカライズ)	3.0	12	新規設備投資・更新投資の強化	2.4
6	特定顧客向けの製品・サービスの開発	20.6	13	AI・IoT 技術の導入・活用	-
7	取扱製品・サービスの多様化	18.2	14	営業・販売・サービス体制の増強	16.4
				無回答	13.3

(4) [引き続き、(1)で「1」～「4」に回答した方に]

差別化にあたって直面した/直面している課題について、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。 回答者数 165

1	人員数の不足	17.6%	7	委託先・提携先ネットワークの不足	7.3
2	スキルや知識を有する人材の不足	26.1	8	取引先ネットワークの不足	10.3
3	店舗・事業所・設備の不足	15.8	9	他社の特許権・実用新案権・意匠権	0.6
4	資金調達の難しさ	17.6	10	開発競争の激化	7.3
5	投資コストの負担	12.1	11	規制による取組余地の少なさ	6.7
6	相談先の不足	9.7	12	特になし	28.5
				無回答	7.3

(5) [引き続き、(1)で「1」～「4」に回答した方に]

差別化に向けた具体的な取組の業績(売上高)への影響について、それぞれ該当するものに○をつけてください (○は【販売単価】と【販売数量】それぞれ1つずつ)。 回答者数 165

【販売単価】	
1	上昇につながった 18.2%
2	影響なし 58.8
3	低下につながった 9.7
	無回答 13.3

【販売数量】	
1	増加につながった 15.2%
2	影響なし 55.8
3	減少につながった 14.5
	無回答 14.5

(6) [(1)で「5」と回答した方に]

その理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。 回答者数 91

1	人手が足りない	15.4%	5	何をすればよいかわからない	16.5
2	ノウハウがない	11.0	6	必要性を感じない	37.4
3	資金が足りない	15.4	7	その他	7.7
4	効果が見込めない	30.8		無回答	12.1

問6 御社の販路拡大に関する取り組みについておたずねします。

(1) 販路開拓の実施状況として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

1 実施している	8.8%	3 実施していない	34.4	無回答	13.5
2 実施したいができていない	9.3	4 業態的に該当しない	34.0		

(6) へ進んでください

(2) [(1) で「1」か「2」に回答した方に]

販路開拓の進捗状況として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

回答者数 82

1 順調に進んでいる	3.7%	3 あまり進んでいない	65.9	無回答	-
2 ある程度進んでいる	30.5				

(3) [(2) で「1」か「2」に回答した方に]

その理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。 回答者数 28

(4) [(2) で「3」と回答した方に]

その理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。 回答者数 54

1 商品のデザインが良い	17.9%
2 商品の機能性が高い	50.0
3 他社との連携 (共同受注・販売等)	39.3
4 広告宣伝活動	21.4
5 IT・ICTの活用	7.1
6 価格競争力	21.4
7 相談相手 (コンサルタント等) の存在	3.6
8 データ活用ができていない	-
無回答	-

1 価格競争力が弱い	22.2%
2 広告宣伝活動があまりできていない	44.4
3 人手不足	37.0
4 魅力的な商品・サービスがない	11.1
5 ノウハウがない	11.1
6 資金不足	20.4
7 IT・ICTを十分に活用できていない	14.8
8 相談相手 (コンサルタント等) がいない	11.1
9 データ活用ができていない	3.7
無回答	3.7

(5) [(2) で「1」か「2」に回答した方に]

販路拡大に向けた具体的な取組の業績 (売上高) への影響として、それぞれ該当するものに○をつけてください (○は【販売単価】と【販売数量】それぞれ1つずつ)。 回答者数 28

【販売単価】	
1 上昇につながった	39.3%
2 影響なし	42.9
3 低下につながった	7.1
無回答	10.7

【販売数量】	
1 増加につながった	60.7%
2 影響なし	10.7
3 減少につながった	-
無回答	28.6

(6) [(1) で「3」と回答した方に]

その理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

回答者数 156

1 人手が足りない	19.9%	5 何をすればよいかわからない	19.2
2 魅力のある商品・サービスがない	9.6	6 必要性がない	36.5
3 資金が足りない	13.5	7 その他	10.3
4 効果が見込めない	25.6	無回答	0.6

問7 ECサイトの活用についておたずねします。

- (1) 商品を販売、掲載しているECサイトとして、あてはまるもの全てに○をつけてください (○はいくつでも)。

1	amazon	1.3%	8	現在ECサイトでの販売は行っていないが、将来的に取り組みたい	4.0
2	楽天	1.3	9	ECサイトでの販売は行っておらず、今後行う予定はない	19.9
3	BASE	1.3	10	ECサイトでの販売を行っていたが、現在は行っていない	0.9
4	ZOZO TOWN	0.2	11	業態的にECサイトでの販売はなじまない	48.3
5	クラウドファンディング	0.2		無回答	22.5
6	自社ECサイト	2.2			
7	その他ECサイト	2.4			

- (2) [(1)で「1」～「7」のいずれかに回答した方に]
ECサイトでの販売の進捗状況として、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

回答者数 25

1	順調に進んでいる	16.0%	3	あまり進んでいない	48.0
2	ある程度進んでいる	28.0		無回答	8.0

- (3) [(2)で「1」か「2」に回答した方に]
その理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。 回答者数 11

1	新規客の流入が一定程度ある	45.5%
2	リピート率が高い	45.5
3	魅力のある商品	36.4
4	ターゲット市場の情報収集・分析	9.1
5	商材に関連したコンテンツの充実	9.1
6	質の高い宣材写真	-
7	自社HPとECサイトとの連動性が高い	-
8	担当従業員の能力の高さ	9.1
9	ユーザーの声が反映できている	18.2
10	配送所要時間が短い	9.1
11	相談相手(コンサルタント等)の存在	-
	無回答	-

- (4) [(2)で「3」と回答した方に]
その理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。 回答者数 12

1	新規客の流入が少ない	75.0%
2	リピート率が低い	16.7
3	商品の魅力を伝えきれていない	66.7
4	ターゲットが絞り切れていない	33.3
5	商材に関連したコンテンツが不足している	33.3
6	宣材写真の質の低さ	25.0
7	自社HPとECサイトとの連動性が悪い	33.3
8	ユーザーの声が反映できていない	16.7
9	配送所要時間が長い	-
10	相談相手(コンサルタント等)の不在	8.3
	無回答	-

- (5) [(1)で「9」か「10」に回答した方に]
その理由として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。 回答者数 94

1	人手が足りない	11.7%	5	何をすればよいかわからない	18.1
2	ECサイトに掲載できる商品がない	28.7	6	ノウハウがない・難しく感じる	19.1
3	資金が足りない	6.4	7	必要性を感じない	47.9
4	効果が見込めない	17.0	8	その他	11.7
				無回答	-

問8 インターネットの利用(業務のデジタル化)についておたずねします。

(1) 御社のインターネット活用状況について、該当するものに○をつけてください(○は1つだけ)。

1 活用している 26.9%	2 今後活用する予定 2.2	4 活用する必要がない 45.0
	3 活用したいが、できていない 11.5	無回答 14.3

(2) [(1)で「1」と回答した方に]

御社で実践しているインターネット活用(業務のデジタル化)内容として、あてはまるもの全てに○をつけてください(○はいくつでも)。 回答者数 122

1 場所を選ばず仕事ができる環境の整備(例:スマホ・タブレット端末を配布し、外出先や自宅でもメールを見られるようにする、オンライン会議の導入等)	48.4%
2 業務システムの導入による効率化(勤怠管理、給与管理、顧客管理、収支管理システム)	32.8
3 新商品、新サービスの企画(例:売上データの分析・解析結果等の活用)	8.2
4 開発・設計・試作段階における業務の効率化(例:CADや3Dプリンタの活用)	10.7
5 (生産、物流、店頭等)現場の分析・見える化による業務効率化・売上向上(POSデータ活用等)	1.6
6 HP、SNS(インスタグラム等)、メルマガ等を活用した情報発信・受信	30.3
7 資材・必要物品等の調達分野におけるインターネット活用	48.4
無回答	0.8

(3) [(1)で「2」もしくは「3」と回答した方に]

今後取り組みたい、インターネット活用(業務のデジタル化)内容として、あてはまるもの全てに○をつけてください(○はいくつでも)。 回答者数 62

1 場所を選ばず仕事ができる環境の整備(例:スマホ・タブレット端末を配布し、外出先や自宅でもメールを見られるようにする、オンライン会議の導入等)	30.6%
2 業務システムの導入による効率化(勤怠管理、給与管理、顧客管理、収支管理システム)	27.4
3 新商品、新サービスの企画(例:売上データの分析・解析結果等の活用)	14.5
4 開発・設計・試作段階における業務の効率化(例:CADや3Dプリンタの活用)	6.5
5 (生産、物流、店頭等)現場の分析・見える化による業務効率化・売上向上(POSデータ活用等)	12.9
6 HP、SNS(インスタグラム等)、メルマガ等を活用した情報発信・受信	38.7
7 資材・必要物品等の調達分野におけるインターネット活用	19.4
無回答	9.7

[(4)と次ページの(5)はすべての方にお伺いします]

(4) インターネットの活用における御社の課題として、あてはまるものに○をつけてください(○はいくつでも)。

1 情報セキュリティ対策が不安 16.1%	5 活用を推進できる人材がいない 18.8
2 導入・運用に係るコスト負担 16.3	6 わからない・必要性を感じない 27.4
3 導入効果が見えない 10.6	7 課題は特にない 15.7
4 自社に合ったツール・アプリがわからない 8.4	無回答 24.1

(5) インターネットの活用について相談する相手として、あてはまるものに○をつけてください
(○はいくつでも)。

1	I Tツール販売、運用会社	12.1%	5	金融機関	5.7	無回答	22.5
2	自社との取引がある I T関連会社	10.2	6	自治体相談窓口	3.3		
3	同業他社	15.0	7	その他支援機関	6.0		
4	異業種他社	5.3	8	相談先がない、わからない	36.2		

質問は以上となります。ご協力いただきありがとうございました。
お手数ですが、ご記入もれがないかももう一度ご確認ください上で、
同封の返信用封筒（切手不要）に入れて、ポストにご投函ください。

消費・就労に関する意識調査

※ 調査票内の集計母数について

特にサンプル数表記のない設問は、全数ベース（回答者数887）で集計しており、母数の記載を割愛した。一部の該当設問については、設問ごとに回答者数を表記した。

消費・就労に関する意識調査 （区民の方向け：n=887）

調査ご協力をお願い

○本調査は、足立区が実施するアンケート調査です。

○消費、就労に関する皆様のお考えを伺い、消費喚起、就労雇用施策を検討します。また、「足立区地域経済活性化基本計画」の中間見直しに際し、調査結果を盛り込んでいく予定です。

○本調査の対象は住民基本台帳から機械処理による無作為抽出で選定させていただきました。お答えいただいた内容は統計的に処理され、個人が特定されることはありませんので、安心してご回答ください。

○ご記入いただいた調査票は、同封の返信用封筒（切手不要）に入れて、

8月3日（火）までに郵便ポストへ投函してください。

お手数をお掛けいたしますが、ご協力のほど、何卒よろしくお願い申し上げます。

令和3年7月

足立区長 近藤やよい

ご記入にあたってのお願い

- 1 あて名のご本人がご回答くださいますようお願いいたします。
- 2 回答は、あてはまる番号を選び、その番号を○印で囲んでください。
- 3 「1つだけ」「3つまで」など回答数が限られている質問では、あなたももっともよくあてはまるとお考えになる回答を指定の数以内で選び、その番号に○印をつけてください。
- 4 「その他」にあてはまる場合は、お手数ですが（ ）内に、なるべく具体的にその内容をご記入ください。
- 5 ご記入がすべて終わりましたら、記入もれや回答間違いがないか、ご面倒でも もう一度お確かめください。

お問い合わせ先

足立区産業政策課 産業経済協創担当 （担当：海老原 建石）

（平日 午前9:00～午後5:00）

TEL：03-3880-5464 FAX：03-3880-5605

なお、本調査の回収・集計・分析は(株)マーケティング・サービスに委託しています。

はじめに、あなたご自身についてお伺いします

問1 あなたの性別は、次のどれにあたりますか（○印は1つ）。

1 男性	44.0%	2 女性	55.8	3 どちらでもない	0.2	無回答	-
------	-------	------	------	-----------	-----	-----	---

問2 あなたの年代は、どれにあたりますか（○印は1つ）。

1	20歳未満	3.0%	4	40歳代	18.2	7	70歳代以上	14.4
2	20歳代	15.6	5	50歳代	18.6	無回答		-
3	30歳代	13.9	6	60歳代	16.3			

問3 あなたのお住まいはどこですか（「町名」及び「丁目」を□にお書きください）。

※下記データは、回答の町名を足立区の15地域別に区分した結果を掲載

第1地域	12.2%	第6地域	8.0	第11地域	8.8	無回答	1.4
第2地域	7.1	第7地域	4.1	第12地域	3.2		
第3地域	6.0	第8地域	7.4	第13地域	4.6		
第4地域	8.7	第9地域	7.9	第14地域	4.7		
第5地域	8.2	第10地域	3.7	第15地域	4.1		

問4 あなたのお住まいの形態は、次のどれにあたりますか（○印は1つ）。

1	持ち家（一戸建）	38.3%	4	借家（アパート・マンション等）	35.1	無回答	0.5
2	持ち家（マンション）	21.1	5	社宅・寮	1.8		
3	借家（一戸建）	2.3	6	その他	1.0		

問5 あなたが現在のところにお住まいになってから、何年になりますか（○印は1つ）。

1	1年未満	8.1%	4	5年以上10年未満	15.6	無回答	0.2
2	1年以上3年未満	10.3	5	10年以上20年未満	22.7		
3	3年以上5年未満	9.1	6	20年以上	34.0		

問6 あなたが現在一緒にお住まいのご家族の構成は、次のどれにあたりますか（○印は1つ）。

1	一人暮らし	19.3%	3	親と子ども（二世世代家族）	49.6	5	その他	4.1
2	夫婦のみ（一世世代家族）	23.4	4	親と子どもと孫（三世世代家族）	3.4	無回答		0.2

問7 あなたのご職業は、次のどれにあたりますか（○印は1つ）。

1	自営業	7.8%	4	パート・アルバイト	16.8	7	無職（年金等で生計含む）	15.3
2	会社役員	4.1	5	主婦（夫）・家事手伝い	7.1	8	その他	1.0
3	会社員・公務員	43.0	6	学生	4.8	無回答		0.1

問8 あなたの主な通勤・通学先は、次のどれにあたりますか（○印は1つ）。

1	自宅（自営など）	6.0%	4	東京・神田・有楽町方面	12.2	7	その他	3.4
2	足立区内	23.0	5	1～4以外の都内	18.4	8	通勤・通学先はない	17.9
3	上野・秋葉原方面	7.2	6	埼玉県・千葉県	6.9	無回答		5.1

オンライン消費の状況等についてお伺いします

問 9 あなたは、先月1か月間(令和3年6月1日～30日)に、インターネットを利用して商品・サービスを購入したことがありますか(○印は1つ)。

1 あった 62.2%	2 なかった 37.4	無回答 0.3
-------------	-------------	---------

問 10-1 主にどのようなものを購入しましたか(○印はいくつでも)。

回答者数 552

1 衣類・靴・ファッション小物	56.3%
2 スポーツ・アウトドア用品	16.1
3 電化製品(冷蔵庫、テレビ、カメラ、スマートフォン、PC等)	29.0
4 書籍・映像・音楽ソフト (電子書籍や音楽配信等を含む)	40.0
5 食品・飲料	44.4
6 お酒	11.6
7 家具・インテリア用品	15.0
8 玩具・育児用品	10.7
9 医薬品・医薬部外品	16.1
10 その他	11.8
無回答	-

問10-2 その理由は何ですか(○印はいくつでも)。

回答者数 332

1 商品を直接確認したり、見比べたい	42.8%
2 店員さんのアドバイスを得たい	5.7
3 すぐに商品を手に入れたい	16.0
4 実店舗での買い物が好き	28.6
5 便利な場所にお店がある	18.4
6 インターネットショッピングの 注文方法がわかりにくい	27.7
7 実店舗にしかない商品がある	2.4
8 その他	18.1
無回答	10.5

問 11 最近のあなたのインターネットショッピングの利用頻度は、コロナ感染症が拡大する前の2019年以前と比較してどう変わりましたか(○印は1つ)。

1 とても増えた 6.4%	3 減った 1.7	5 変わらない 48.7
2 増えた 21.1	4 とても減った 0.6	6 そもそも経験がない 19.1
		無回答 2.5

問 12-1 増えた理由は何ですか(○印はいくつでも)。

回答者数 244

1 ショッピングサイトのレビューを参照して買い物ができる	29.9%
2 商品数が多い	38.1
3 実店舗に行く・商品を探す時間を節約できる	62.3
4 対面での接客が省略できる	23.0
5 購入履歴から欲しい物を提示してくれる	11.5
6 持ち帰りが大変なものも気軽に買える	58.2
7 外出を控えている(感染症対策)	52.9
8 その他	9.8
無回答	-

問12-2 減った理由は何ですか(○印はいくつでも)。

回答者数 20

1 商品を直接確認したい	15.0%
2 注文方法がわかりにくい	10.0
3 商品情報の信頼性が低い	-
4 送料負担がある	25.0
5 なじみの店舗の方が買いやすい	15.0
6 決済手段のセキュリティが不安	15.0
7 ショッピングサイトへの登録が面倒	15.0
8 どの商品を選んだらよいか、わからない	5.0
9 買い物くらいは外に出たい	15.0
10 その他	55.0
無回答	-

問13 インターネットショッピングの利用について、あなたの今後の利用見込みを教えてください（○印は1つ）。

1 増える見込み	25.6%	2 減る見込み	1.4	3 変わらない見込み	69.6	無回答	3.5
----------	-------	---------	-----	------------	------	-----	-----

問14-1 その理由は何ですか（○印はいくつでも）。

回答者数 227

1 時間を選ばずに利用できる	81.9%
2 感染症対策になる	47.1
3 時間が節約できる	59.5
4 荷物を持たなくて済む	63.4
5 その他	8.4
無回答	-

問14-2 その理由は何ですか（○印はいくつでも）。

回答者数 12

1 商品情報が信頼できない	16.7%
2 注文方法がわかりにくい	8.3
3 すぐに商品を手に入れない	8.3
4 実店舗の買い物の方が利便性が高い	33.3
5 その他	58.3
無回答	8.3

実店舗での買い物の状況についてお伺いします

問15 実店舗での買い物の頻度（直近1か月のうち）として、あてはまるものを選んでください（○印は1つ）。

1 毎日	18.9%	3 3日に1回	27.5	無回答	1.8
2 2日に1回	20.0	4 週1回程度	31.8		

問16 2020年6月と比較した、2021年6月の実店舗での買い物頻度として、あてはまるものを選んでください（○印は1つ）。

1 増えた	9.8%	2 減った	25.4	3 変わらない	63.2	無回答	1.6
-------	------	-------	------	---------	------	-----	-----

問17 実店舗で普段購入するものとして、あてはまるものを選んでください（○印は上位3つまで）。※下記%は当初の3LAから5LAまで許容した結果を掲載

1 衣類・靴・ファッション小物	45.5%	6 お酒	30.9
2 スポーツ・アウトドア用品	2.6	7 家具・インテリア用品	3.0
3 電化製品（冷蔵庫、テレビ、カメラ、スマートフォン、PC等）	10.4	8 玩具・育児用品	3.3
4 書籍・映像・音楽ソフト（電子書籍や音楽配信等は除く）	13.4	9 医薬品・医薬部外品	38.8
5 食料・飲料	91.1	10 その他	4.2
		11 特になし	0.8
		無回答	2.4

問18 利用したい、訪れたいと思うお店の特徴として、あてはまるものを選んでください（○印は上位3つまで）。※下記%は当初の3LAから5LAまで許容した結果を掲載

1 安い商品・サービスが多い	56.4%	6 良い提案をしてくれる	7.1
2 商品・サービスの品質が高い	47.4	7 店主、店員の人柄が良い	19.2
3 商品・サービスの安全性が高い	28.6	8 お店の雰囲気が良い	23.0
4 他店にはない、商品・サービスがある	13.3	9 便利な場所にある	54.3
5 お店の考え方、テーマに共感できる	2.8	10 その他	3.3
		無回答	1.9

キャッシュレス決済の利用についてお伺いします

問19 あなたは、クレジットカードやスマートフォン、電子マネー、プリペイドカードなどのキャッシュレス決済手段を利用したことがありますか（〇印は1つ）。

1 ある 85.9%	2 ない 13.9	無回答 0.2
------------	-----------	---------

問20-1 その理由は何ですか
（〇印はいくつでも）。

回答者数 762

1 ポイントが貯まる	68.9%
2 支払いがスムーズ	75.2
3 財布がかさばらない	29.0
4 キャッシュレス決済対応の店が増えた	33.3
5 衛生上、現金の受け渡しを避けたい	16.1
6 キャッシュレス決済の方が、 お金の管理がしやすい	18.8
7 その他	3.7
無回答	4.2

問20-2 その理由は何ですか
（〇印はいくつでも）。

回答者数 123

1 現金を使い慣れている	58.5%
2 現金の方がお金の管理がしやすい	60.2
3 現金以外の決済手段だと、 お金を使いすぎる不安がある	35.8
4 セキュリティに不安がある	29.3
5 現金以外の決済手段を使える場所が少ない	2.4
6 仕組みや制度が不安・わからない	32.5
7 その他	4.9
8 特に理由はない	8.1
無回答	2.4

問21 あなたがよく利用しているキャッシュレス決済手段は何ですか（〇印は3つまで）。

1 クレジットカード 67.6%	4 2次元バーコード決済 21.4	無回答 2.3
2 電子マネー 50.7	5 その他 0.2	
3 プリペイドカード 11.2	6 利用していない 12.3	

問22 キャッシュレス決済対応の有無によるお店選びについて、あなたにあてはまるものを選んでください（〇印は1つ）。

1 キャッシュレス決済対応のお店を選ぶ	11.3%	3 あまり気にしていない	61.4
2 どちらかといえば、キャッシュレス決済対応のお店を選ぶ	24.1	無回答	3.2

問23-1 その理由は何ですか
（〇印はいくつでも）。

回答者数 314

1 ポイントを貯めたい	70.1%
2 支払いがスムーズ	82.8
3 現金を持ち歩いていない	36.3
4 衛生上、現金の受け渡しを避けたい	22.0
5 その他	1.6
無回答	0.6

問23-2 その理由は何ですか
（〇印はいくつでも）。

回答者数 545

1 現金で払いたい	39.3%
2 商品やサービスの内容を重視している	27.3
3 支払い方法を気にしていない	50.3
4 キャッシュレス決済対応店を 探すのが手間だから	15.0
5 その他	4.2
無回答	1.7

ここからは、就労に対する考え方についてお伺いします

問24 あなたは、何歳ごろまで収入（8万円／月以上）を伴う仕事をしたいですか（○印は1つ）。

1 65歳ぐらいまで	19.3%	3 75歳ぐらいまで	5.0	5 60歳か60歳未満	18.9
2 70歳ぐらいまで	13.9	4 働けるならいつまでも	37.8	無回答	5.2

問25-1 その理由は何ですか（○印はいくつでも）。

回答者数 673

1 仕事が好き	22.6%
2 生きがいが得られる	31.2
3 生活費を得たい	66.7
4 自由に使えるお金が欲しい	56.9
5 不測の事態への備え	30.8
6 健康によい	40.1
7 友人、仲間を得ることができる	23.3
8 仕事を通じて、社会に貢献したい	21.5
9 人手不足、後継者不在のため	4.9
10 周囲の人が働いているから	2.5
11 時間にゆとりがあるから	13.2
12 その他	3.9
無回答	0.9

問25-2 その理由は何ですか（○印はいくつでも）。

回答者数 168

1 なるべく早く仕事を辞めたい	55.4%
2 趣味に時間をあてたい	49.4
3 収入に関係なく、スキルを活かした活動がしたい	8.3
4 家族と過ごす時間を増やしたい	38.7
5 健康面に不安がある	26.2
6 その他	8.3
無回答	0.6

問26 あなたが60歳以降も収入（8万円／月以上）を伴う仕事をする場合、あなたはどのような形態での就労を1番に希望しますか（○印は1つ）。

※下記の%は、当初の単数回答から複数回答も許容したデータを掲載

1 農林漁業（家族従業者を含む）	1.2%
2 自営業・個人事業主・フリーランス（家族従業者を含む）	17.9
3 フルタイムの社員・職員	17.4
4 定期雇用のパートタイム（短時間勤務など）の社員・職員、アルバイトスタッフ	37.3
5 短期や不定期のアルバイト・パート	6.5
6 在宅就労	6.2
7 60歳以降の就労を希望しない	10.6
無回答	6.5

問27 60歳以降も収入（8万円／月以上）を伴う仕事をする場合、どのような条件を重視しますか（○印はいくつでも）。

1 就労場所が通いやすいこと	54.7%	5 給与が良いこと	30.0
2 勤務日数・時間の融通が利くこと	52.2	6 安定した雇用契約であること	30.9
3 経験・スキルを活かせること	31.1	7 年金が減額されないこと	30.1
4 体力的な負担が軽い仕事であること	40.0	8 60歳以降の就労を希望しない	6.5
		無回答	7.1

問28 あなたが、今後就労するうえで、活かしたいスキル・経験・経歴などがありましたらご記入ください。

自由記載

質問は以上となります。ご協力いただきありがとうございました。
お手数ですが、ご記入もれがないかもう一度ご確認ください上で、
同封の返信用封筒（切手不要）に入れて、ポストにご投函ください。

起業・創業に対する意識WEB調査

※ 調査票内の集計母数について

特にサンプル数表記のない設問は、スクリーニング調査を経て、本調査の対象となった対象条件該当者の全数ベース（回答者数1,201）で集計しており、母数の記載を割愛した。一部の該当設問については、設問ごとに回答者数を表記した。

起業・創業に対する意識WEB調査

TOTAL表

（最終確定版：n = 1201）

<事前スクリーニング票>

※ グレー地の選択肢は、WEB本調査の対象外を想定している選択肢項目となる

※このTOTAL表では、事前票も「本調査」に進んだn=1,201のデータのみ掲載

PQ1 あなたの性別はどちらですか（○印は1つ）。

1 男性	68.9%	2 女性	30.6	3 どちらでもない	0.5
------	-------	------	------	-----------	-----

PQ2 あなたの年代はどれにあたりますか（○印は1つ）。

1 20歳未満	-	3 30歳代	20.6	5 50歳代	23.4	7 70歳代	-
2 20歳代	12.2%	4 40歳代	29.1	6 60歳代	14.7	8 80歳代以上	-

PQ3 あなたのお住まいの場所はどれにあたりますか（○印は1つ）。

※PQ3を質問する前に「居住都道府県」を聴取する質問を追加挿入して、呈示選択肢を調整

1 足立区	23.4%	6 埼玉県越谷市	10.7	12 千葉県柏市	13.3
2 葛飾区	14.6	7 埼玉県草加市	8.1	13 千葉県松戸市	15.0
3 北区	-	8 埼玉県八潮市	2.2	14 千葉県流山市	6.8
4 荒川区	-	9 埼玉県三郷市	3.4	15 上記以外の千葉県	-
5 上記以外の東京都	-	10 埼玉県吉川市	2.4	16 その他	-
		11 上記以外の埼玉県	-		

PQ4 あなたは、最近10年間くらい（東日本大震災以降）の間に、起業・創業・独立をした経験をお持ちですか（○印は1つ）。

※ここでいう「起業・創業・独立」には、『副業』が認められている場合は、現業を続けながらの『副業としての「起業・創業・独立」』も含めてお考えください。

1 最近3年間以内（2018年4月以降）に起業・創業・独立をした	6.3%
2 最近6年間以内（2015年4月～2018年3月）に起業・創業・独立をした	5.0
3 最近10年間位以内（2011年3月～2015年3月）に起業・創業・独立をした	10.8
4 実際に起業・創業・独立した経験はないが、今後10年間以内には、起業・創業・独立をしたいと考えている	30.9
5 最近10年位の間、自身での起業・創業・独立を考えたことはない。	47.0

PQ5 あなたは、現在、近い将来（今後10年間位以内）に、ご自身で起業・創業・独立したいという気持ちをお持ちですか（○印は1つ）。

※ここでいう「起業・創業・独立」には、学校卒業後や現在のお勤めの早期退職・定年退職後の「起業・創業・独立」も含めていただき、更に、現在のお勤め先で『副業』が認められている場合には、『副業としての「起業・創業・独立」』も含めてお考えください。

1	既に具体的な計画をもって、起業・創業・独立の準備を進めている最中である	8.7%
2	まだ具体的ではないが、この1～2年以内の起業・創業・独立を目指して計画中である	8.2
3	まだ具体的ではないが、この3～5年以内の起業・創業・独立を目指して計画中である	9.0
4	まだ何も決まっていないが、今後10年位の間には起業・創業・独立したいと思っている	14.6
5	具体的な予定などはないが、自分の起業・創業・独立には、興味・関心を持っている	52.9
6	今後10年位の間、起業・創業・独立をしたいとは思っていないし、自分の起業・創業・独立については、興味や関心もない	6.7

※<スクリーニング調査>において、PQ4で①～③の経験者及び④の意向者で、更にPQ5で①～④の意向者に、⑤の興味・関心者を含めた層を本調査対象条件者とする

※本調査対象外は「PQ4=⑤ & PQ5=⑥」のみとなる

※PQ5において、「6 今後10年位の間、起業・創業・独立したいとは思っていないし、自分の起業・創業・独立については、興味や関心もない」と回答して、本調査に進む対象者は、PQ4で①～③②回答した「最近10年間位以内の起業・創業・独立の経験者」のみとなる

<WEB本調査 質問文>

調査ご協力をお願い

○本調査は、足立区が実施するアンケート調査です。

○本調査は、足立区及び足立区周辺の市区にお住いの、起業や創業のご経験やご意向及び興味・関心をお持ちの20歳以上の男女のみなさんを対象に、起業・創業に関するご意見を伺い、この内容をもとに支援施設のあり方や新しい支援策の検討を行います。また、「足立区地域経済活性化基本計画」の中間見直しに際し、調査結果を反映してまいります。

○みなさんにお答えいただいた内容は統計的に処理され、個人が特定されることはありませんので、安心してご回答ください。

調査実施主体：足立区産業政策課 産業経済協創担当

初めに、あなたご自身についてお伺いします

PQ1 あなたの性別はどちらですか（○印は1つ）。

1 男性	68.9%	2 女性	30.6	3 どちらでもない	0.5
------	-------	------	------	-----------	-----

PQ2 あなたの年代はどれにあたりますか（○印は1つ）。

1 20歳未満	対象外	3 30歳代	20.6	5 50歳代	23.4	7 70歳代	対象外
2 20歳代	12.2%	4 40歳代	29.1	6 60歳代	14.7	8 80歳代以上	対象外

PQ3 あなたのお住まいの場所はどれにあたりますか（○印は1つ）。

1 足立区	23.4%	6 埼玉県越谷市	10.7	12 千葉県柏市	13.3
2 葛飾区	14.6	7 埼玉県草加市	8.1	13 千葉県松戸市	15.0
3 北区	対象外	8 埼玉県八潮市	2.2	14 千葉県流山市	6.8
4 荒川区	対象外	9 埼玉県三郷市	3.4	15 上記以外の千葉県	対象外
5 上記以外の東京都	対象外	10 埼玉県吉川市	2.4	16 その他	対象外
		11 上記以外の埼玉県	対象外		

※上記PQ1～3のデータは、スクリーニング調査の結果を流用予定で本調査での聴取なし

※上記データは、本調査の対象となったサンプルのスクリーニング調査の結果を再掲

問1 あなたの現在のご職業は、次のどれにあたりますか（○印は1つ）。

1 自営業	16.0%	4 パート・アルバイト	10.5	7 無職（年金等で生計含む）	4.7
2 会社役員	5.8	5 主婦(夫)・家事手伝い	4.7	8 その他	-
3 会社員・公務員	56.9	6 学生	1.3		

問2 あなたの主な通勤・通学先はどちらですか（○印は1つ）。

1 自宅（自営など）	11.9%	4 東京・神田・有楽町方面	17.3	7 その他	1.4
2 足立区内	8.3	5 上記以外の都内	24.6	8 通勤・通学先はない	9.2
3 上野・秋葉原方面	6.0	6 埼玉県・千葉県	21.3		

問3 あなたがこれまでにお仕事で利用したことがある施設として、次の中であてはまるものはどれですか（○印はいくつでも）。

1 サテライトオフィス	13.9%	4 コワーキングスペース	8.3
2 シェアキッチン	4.2	5 その他	1.1
3 創業支援施設	3.2	6 ひとつもない	77.4

問4 これまでの利用経験の有無に関わらず、あなたが、今後（も）お仕事で利用したい施設として、あてはまるものはどれですか（○印はいくつでも）。

1 サテライトオフィス	31.5%	4 コワーキングスペース	24.3
2 シェアキッチン	7.4	5 その他	0.7
3 創業支援施設	14.7	6 ひとつもない	50.9

起業・創業に関する意識についてお伺いします

問5 あなたが持つ起業・創業の印象として、次の中からあてはまるものをえらんでください（○印はいくつでも）。

1	一般サラリーマンよりも高額の所得が得られそう	23.5%
2	専門性を活かした働き方ができそう	44.9
3	育児・介護、収入など働く環境のバランスが取れそう	19.2
4	社会課題の解決に貢献できそう	12.7
5	ライフワーク的なテーマを追求できそう	30.1
6	収入が不安定	55.0
7	家族や周囲の理解を得ることが難しそう	15.4
8	失敗したときの再就職がむずかしそう	27.5
9	プライベートの時間がなくなりそう	18.3
10	その他	0.9
11	あてはまるものはひとつもない	5.1

問6 あなたの身近にいる親族・友人に、起業・独立・開業をした人はいますか（○印は1つ）。

1	いる	54.1%	2	いない	45.9
---	----	-------	---	-----	------

問7 あなたは、これまでに、ご自身で実際に起業・創業・独立をしたことがありますか（○印は1つ）。

1	ある	28.2%	2	ない	71.8 ⇒ 次ページ問10へ
---	----	-------	---	----	-----------------

問8 （問7で「1」と回答した方に）

あなたにとって、初めて、起業・創業・独立が選択肢の一つになったのは、何歳の時ですか（○印は1つ）。 回答者数 339

1	20歳未満	4.1%	3	30歳代	28.3	5	50歳代	15.0
2	20歳代	27.1	4	40歳代	21.2	6	60歳代	4.1

問9 （引き続き、問7で「1」と回答した方に）

あなたが起業・創業・独立したのは、どのような業種ですか（○印は1つ）。

※複数回の経験がある方は、最も直近のケースでお答えください。 回答者数 339

1	サービス業	（映像・動画制作、インテリアコーディネーター、民泊、ドローン事業 等）	24.5%
2	飲食業	（カフェ、スポーツバー、おにぎり専門店 等）	10.0
3	IT関連業	（アプリ開発、web 制作代行、CG クリエイター 等）	13.9
4	専門サービス業	（社会保険労務士、キャリアカウンセラー、義肢装具士 等）	11.5
5	小売業	（アパレルショップ、EC サイトでの販売、コーヒー豆販売 等）	9.4
6	医療福祉	（オンライン医療、介護ショップ、デイサービス 等）	4.1
7	農業	（観光農園、貸し農園 等）	-
8	製造業	（ロボットパーツ製造、3D プリンターによる試作品開発 等）	4.1
9	その他		22.4

※ 問10からは、すべての方に、これまでと今後のご自身の起業・創業・独立についてお伺いします。

問10 あなたにとって、初めて、起業・創業・独立が選択肢の一つになったのは、何歳の時ですか（○印は1つ）。

1	20歳未満	3.7%	3	30歳代	29.5	5	50歳代	14.3
2	20歳代	24.4	4	40歳代	23.6	6	60歳代	4.6

問11 あなたが、今後のご自身の起業・創業・独立で主に想定している業種（あるいは、最近に実際に起業・創業・独立した業種）は、どのような業種ですか（○印は1つ）。

1	サービス業	（映像・動画制作、インテリアコーディネーター、民泊、ドローン事業 等）	13.1%
2	飲食業	（カフェ、スポーツバー、おにぎり専門店 等）	12.1
3	IT関連業	（アプリ開発、web制作代行、CGクリエイター 等）	12.0
4	専門サービス業	（社会保険労務士、キャリアカウンセラー、義肢装具士 等）	12.5
5	小売業	（アパレルショップ、ECサイトでの販売、コーヒー豆販売 等）	6.1
6	医療福祉	（オンライン医療、介護ショップ、デイサービス 等）	4.8
7	農業	（観光農園、貸し農園 等）	2.7
8	製造業	（ロボットパーツ製造、3Dプリンターによる試作品開発 等）	1.8
9	その他		7.2
10	まだ決めていない		27.7

問12 あなたが現在考えている起業・創業・独立後の事業内容として、あてはまるものはどれですか（○印はいくつでも）。

1	インターネット上で完結する事業	29.6%
2	インターネット上での取り引き、接客、作業が多い事業	29.0
3	インターネット上での取り引き、接客、作業が少ない事業	17.1
4	様々なデータを活用する事業	23.5
5	データ活用が少ない事業	10.2
6	事務的な作業以外では、インターネットを活用しない事業	24.8

問13 あなたは、ご自身の起業・創業・独立について、既に誰かに相談しましたか、あるいは、今後誰かに相談するつもりですか（○印はいくつでも）。

1	家族	33.5%	3	金融機関	5.7	5	起業・創業経験者	13.7
2	知人・友人	31.2	4	金融機関以外の 支援機関（行政等）	3.5	6	その他	0.2
						7	誰にも相談しない	42.8

問14 あなたが、ご自身の起業・創業・独立を考えたきっかけは何ですか（○印はいくつでも）。

1 著名な起業家の発言や行動に刺激を受けた	9.4%
2 周囲の起業家やベンチャー企業に勤務する人から刺激を受けた	12.8
3 親族で自営業をやっている人から刺激を受けた	10.2
4 現在の勤め先の見通し不安、現在の仕事と自分のやりたいことのギャップ	34.1
5 家庭環境の変化や転機（離婚、介護、育児など）	15.8
6 退職（定年退職も含む）	15.4
7 元々関心が高かった	33.4
8 経済的に成功したかった	20.2
9 その他	1.7

問15 あなたが、ご自身の起業、創業、独立先として、最も有力と考えている（もしくは、実際に選んだ）地域はどこですか（○印は1つ）。

1 足立区	16.8%	4 東京都近郊の市区（東京寄りの 埼玉県、千葉県、神奈川県 の市区）	38.1
2 足立区以外の特別区（都内22区）	19.5	5 上記以外の道府県の市区町村	19.1
3 23区以外の都内（都内の市町村）	6.5		

問16 あなたが、起業、創業、独立先として、最も有力と考えている（もしくは、実際に選んだ）地域について、その地域を選んだ理由はなんですか（○印はいくつでも）。

1 地域に貢献したい・愛着がある	18.5%	7 街に魅力を感じているから	14.9
2 今住んでいる地域だから	41.1	8 手頃な物件が多いから	16.3
3 出生地だから	12.5	9 要件（広さ、許認可等）を 満たす物件が多いから	9.2
4 その地域に知人・友人が多いから	11.7	10 手掛けるビジネスとの 親和性が高そうな地域だから	12.4
5 新しい人脈を築きたいから	9.4	11 その他	1.6
6 生活の利便性が高いから	28.8		

問17 起業・創業を実際にした際に、また検討する際の懸念事項として、あてはまるものはなんですか（○印は3つまで）。

1 自己資金の不足	43.4%	5 起業・創業・独立に関する知識の不足	32.5
2 資金調達が難しそう	29.4	6 家族からの反対	5.9
3 ビジネスのアイデアに不安がある	21.7	7 十分な収入が得られるかどうか不安	36.6
4 失敗した際のリスク	42.5	8 その他	1.1

質問は以上です。ご協力いただき、誠にありがとうございました。

地域経済活性化基本計画改定等に向けた各種調査2021 《産業実態》 《消費・就労》 《起業・創業》 調査結果報告書

2022年2月発行

発行 足立区

編集 足立区 産業経済部 産業政策課
東京都足立区中央本町1-17-1
電話 03-3880-5464 (直通)

実施 (株) マーケティング・サービス
東京都中野区中央1-13-8
電話 03-3363-3111 (代表)

*本書の発行元・お問合せ先

足立区 産業経済部 産業政策課 産業経済協創担当

T E L : 03-3880-5464