



足立区

地域経済活性化基本計画改定に向けた

調査結果報告書

『産業実態』『就労・消費』『創業・起業』

令和8(2026)年2月

足立区
産業経済部
産業政策課

目次

第1章 調査について	1
1 産業実態調査	3
(1) 調査実施の目的	3
(2) 実施概要	3
2 就労・消費意識調査	4
(1) 調査実施の目的	4
(2) 実施概要	4
3 創業・起業意識調査	5
(1) 調査実施の目的	5
(2) 実施概要	5
4 図表の見方および分析に関する注意事項	6
第2章 各調査の結果	9
1 産業実態調査の結果	11
問1 各社の基礎情報について	13
(1) 事業所の所在地	13
(2) 経営形態	14
(3) 主な業種	16
(4) 創業年数	17
(5) 従業員数と雇用形態の内訳	18
(6) 経営者の年代	23
問2 売上・利益の状況について	25
(1) 直近の事業年度の売上	25
(2) 売り上げに占める下請け、孫請け等の構成比率	27
(3) 前年度と比較した直近の事業年度の売上高	29
(4) 売上増加の理由	31
(5) 売上減少の原因	33
(6) 前年度と比較した直近の事業年度の営業利益	35
(7) 利益増加の理由	37
(8) 利益減少の理由	38
(9) コストが増えた理由	40
問3 中長期的な経営方針について	42
(1) 中長期的な経営方針	42
(2) 「現状維持」を中長期的な経営方針とする理由	44
(3) 事業の拡大・拡充、成長に向けて必要だと思う行政等の支援	46

問4	人材の状況について	48
	(1) 正社員・非正社員の人材の状況	48
	(2) 現在不足している職種	55
	(3) 人手不足が発生した理由	57
	(4) 離職が多い層	59
	(5) 離職が発生・増加した理由	60
	(6) 人手不足が経営に与えた影響	61
	(7) 人手不足が発生しなかった理由	63
問5	採用の状況について	65
	(1) 採用の状況	65
	(2) 正社員の採用で主に力を入れている層	73
	(3) 正社員採用に効果的だった方法	75
	(4) 非正社員採用に効果的だった方法	77
	(5) 採用を行う上での課題	79
問6	人材育成の取り組み状況について	81
	(1) 人材育成の取り組み状況	81
	(2) 人材育成の取り組みの効果	83
	(3) 人材育成の課題	85
	(4) 人材育成に取り組めていない理由	87
問7	賃上げ実施状況について	89
	(1) 賃上げ実施状況	89
	(2) 賃上げを行った理由	97
	(3) 賃上げを行ったことの効果	99
	(4) 賃上げを行わなかった理由	101
問8	労働環境の改善内容について	103
	(1) 労働環境の改善内容	103
	(2) 人手不足の解消に効果があったもの	105
	(3) 労働環境の改善が出来ていない理由	107
問9	後継者・事業の承継について	109
	(1) 経営者（代表者）退任意向年齢	109
	(2) 事業の後継者の決定状況	112
	(3) 事業承継の準備の進捗状況	114
	(4) 事業承継の不安や課題	116
問10	デジタル活用の状況について	118
	(1) 基本的なWEB活用の状況	118
	(2) 基本的なWEB活用を行っていない理由	122
	(3) デジタル活用状況	123
	(4) 実践しているデジタル活用の内容	125
	(5) デジタル活用上の課題や不安	127

問11	ECサイトの活用について	129
	(1) ECサイトの活用	129
	(2) 商品を販売、掲載しているECサイト	131
	(3) ECサイトの販売売れ行き	132
	(4) ECサイトを現在利用していない理由	133
問12	キャッシュレス決済への対応について	135
	(1) キャッシュレス決済への対応状況	135
	(2) 売上全体に占めるキャッシュレス決済の割合	137
	(3) キャッシュレス決済を導入している効果	139
	(4) キャッシュレス決済を導入した後の課題	141
	(5) キャッシュレス決済を導入していない、または撤退した理由	143
問13	カスタマーハラスメントについて	145
	(1) カスタマーハラスメントに類する事案について経営者または従業員が経験した内容	145
	(2) カスタマーハラスメントに類する事案によって受けた影響	147
	(3) カスタマーハラスメントに類する事案への対策状況	148
	(4) 対策できていない理由	150
問14	SDGsの取り組み状況について	151
	(1) SDGsの取り組み状況	151
	(2) SDGsの取り組みとして行っているもの	153
	(3) SDGsの取り組みの効果	154
	(4) 今後SDGsの取り組みとして実施したいこと（自由記述）	155
問15	足立区産業施策への要望について	156
	(1) 足立区が実施する産業施策への要望や意見（自由記述）	156
2	就労・消費意識調査の結果	159
問1	調査対象者の属性について	161
	(1) 性別	161
	(2) 年代	161
	(3) 居住地域	162
	(4) 居住年数	162
	(5) 同居の家族構成	163
	(6) 職業	163
	(7) 通勤・通学先	164
問2	就労に対する考え方	165
	(1) 現在の転職や求職活動の状況	165
	(2) 希望の職種	166
	(3) 就労先を選択する際に重視すること	167
	(4) 利用している求職方法	168
	(5) 転職、就職先として区内事業所の検討	169
	(6) 検討する理由	170

(7) 検討しない理由	171
(8) 離職、離職するほどの理由	172
(9) 賃上げの状況	174
問3 インターネットショッピングの考え方について	175
(1) 商品・サービスを購入する頻度	175
(2) 主に利用するサイト	176
(3) インターネットショッピングで主に購入するもの	177
(4) インターネットショッピングを利用する理由	178
(5) インターネットショッピングで区内事業者の商品やサービスを購入した経験	179
(6) 購入した企業の商品・サービス	180
(7) インターネットショッピングで区内事業者の商品やサービスを購入した経緯	181
(8) インターネットショッピングを利用しない理由	182
問4 キャッシュレス決済の利用について	183
(1) キャッシュレス決済手段の日常的な利用	183
(2) キャッシュレス決済を日常的に利用する理由	184
(3) 利用しているキャッシュレス決済手段	185
(4) キャッシュレス決済を日常的に利用しない理由	186
(5) キャッシュレス決済対応の有無によるお店選び	187
(6) キャッシュレス対応のお店を選ぶ理由	188
(7) 現金払いのお店を選ぶ理由	189
3 創業・起業意識調査の結果	191
1 事前スクリーニング調査聴取項目	193
(1) 性別	193
(2) 年代	193
(3) 居住場所	194
(4) 起業・創業・独立経験	194
(5) 起業・創業・独立への興味	195
2 本調査聴取項目	196
(1) 職業	196
(2) 主な通勤・通学先	198
(3) 同居の家族構成	200
(4) 居住年数	202
(5) 起業・創業・独立経験	204
(6) 起業・創業・独立した年齢	205
(7) 起業・創業・独立した業種	206
(8) 起業・創業・独立後の現在の状況	208
(9) 廃業（事業終了）の理由	213
(10) 起業・創業・独立した理由	214
(11) オフィスや店舗、仕事場所として主に利用している（利用した）場所	216

(12) 事業成功のために準備期や起業直後で重要なこと	218
(13) 起業・創業・独立のための資金調達方法	220
(14) 資金調達にあたって感じた困難	221
(15) 起業・創業・独立したい、または興味のある業種	223
(16) 起業・創業・独立をしようと思う理由	225
(17) 起業・創業・独立の障壁	227
(18) 起業・創業・独立のきっかけ	229
(19) 起業、創業、独立先の地域	231
(20) 起業、創業、独立先の地域を選んだ理由	233
(21) 足立区の起業・創業支援事業で知っている事業	235
(22) 足立区の起業・創業支援事業のうち活用の経験や希望のあるもの	237
(23) 効果を感じられない足立区の起業・創業支援事業	239
(24) 他市区と比較した足立区の起業・創業支援事業	241
(25) 他市区と比べて充実している点	243
(26) 他市区と比べて不足している点	244

資料編 使用した調査票	245
1 産業実態調査	247
2 就労・消費意識調査	263
3 創業・起業意識調査	271

第1章 調査について

1 産業実態調査

(1) 調査実施の目的

本調査は、足立区内事業者が置かれている状況や課題を把握し、事業の成長を後押しする施策を「足立区地域経済活性化基本計画」に反映し、実行していくことを目的に実施した。

(2) 実施概要

- ① 調査地域 足立区全域
- ② 調査対象 足立区内事業者
- ③ 抽出方法 総務省事業所母集団データベース（令和5年次フレーム）を用い、特定業種（複合サービス事業）を除外したうえで、従業員規模2種（「4人以下」「5人以上」）及び業種16種を層として、各層の構成比に応じて層化無作為抽出を行った。
- ④ 調査方法 郵送配布－郵送/WEB併用回収
- ⑤ 調査実施期間 令和7年7月15日（火曜）～8月22日（金曜）の39日間
※ 8月末まで届いたものを有効扱いとした
- ⑥ 標本数および回収数・回収率

標本数		回収数		回収率 (%)	
従業員 5人以上	930	紙	208	紙	6.9
		WEB	153	WEB	5.1
従業員 4人以下	2,070	紙	569	紙	19.0
		WEB	197	WEB	6.6
合計	3,000	合計	1,127	合計	37.6

- ⑦ 調査実施主体 足立区 産業経済部 産業政策課
- ⑧ 調査実施機関 株式会社サーベイリサーチセンター 世論・計画部

2 就労・消費意識調査

(1) 調査実施の目的

本調査は、区民の消費行動や就労に対する考え方を把握し、消費や区内産業を盛り上げる施策を「足立区地域経済活性化基本計画」に反映し、実行していくことを目的に実施した。

(2) 実施概要

- 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を用い、性別及び年代の構成比に応じて層化無作為抽出を行った。
- ④ 調査方法 郵送配布－郵送/WEB併用回収
- ⑤ 調査実施期間 令和7年7月15日（火曜）～8月22日（金曜）の39日間
※ 8月末まで届いたものを有効扱いとした
- ⑥ 標本数および回収数・回収率

標本数	回収数		回収率（%）	
	2,000	紙	595	紙
WEB		358	WEB	17.9
合計		953	合計	47.7

- ⑦ 調査実施主体 足立区 産業経済部 産業政策課
- ⑧ 調査実施機関 株式会社サーベイリサーチセンター 世論・計画部

3 創業・起業意識調査

(1) 調査実施の目的

本調査は、足立区及び足立区近郊に居住する人の創業・起業に対する考えを把握し、より一層、新しいことを始めたいとお考えの方に、足立区を選んでいただけるような支援策を「足立区地域経済活性化基本計画」の中に反映させることを目的に実施した。

(2) 実施概要

① 調査地域	足立区及び足立区周辺の市区 東京都：足立区、葛飾区、荒川区、北区、墨田区 埼玉県：越谷市、草加市、八潮市、三郷市 千葉県：柏市、流山市、松戸市
② 調査対象	調査地域内に在住の満20歳～69歳で、 下記(ア)～(ウ)の対象条件のいずれかを満たす人 (ア)「最近10年以内に自身で起業(創業・独立)の経験がある」 (イ)「最近10年以内に自身で起業(創業・独立)の検討や準備をした」 (ウ)「自身での起業(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、および有効回答者を抽出
④ 総配信数(スクリーニング調査)	約5,100サンプル(調査地域の20～69歳に配信)
⑤ 標本数および回収数(本調査)	1,000サンプル
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7年7月17日(木曜)～7月28日(月曜) ※ 予定の1,000サンプルに到達したため終了
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	株式会社サーベイリサーチセンター 世論・計画部

4 図表の見方および分析に関する注意事項

- (1) 本文、表、グラフなどに使われる「n」は、各設問に対する回答者数である。
- (2) 百分率(%)の計算は、小数第2位を四捨五入し、小数第1位まで表示した。従って、単数回答(1つだけ選ぶ問)においても、四捨五入の影響で、%の合計が100%にならない場合がある。
- (3) 複数回答可(2つ以上選んでよい問)においては、%の合計が100%を超える場合がある。
- (4) 本文、表、グラフは、表示の都合上、調査票の選択肢等の文言を一部簡略化している場合がある。
- (5) 回答者数が30未満の場合、比率が上下しやすいため、傾向を見るにとどめ、本文中では触れていない場合がある。
- (6) 図表内の分析で使用している「業種」は、調査票では以下のとおり記載している。なお、以下を含め回答がなかった業種は図表内では省略している。

報告書内の表記	調査票内の表記
製造業	金属製品製造業、プラスチック製品製造業、印刷業など
情報通信業	情報サービス業、映像情報制作業など
学術研究・専門技術サービス業	士業・経営コンサルタント業、デザイン業、広告業など
生活関連サービス業	理容・美容業、旅行業、冠婚葬祭業など
娯楽業	スポーツ娯楽提供業、遊技場など
教育	学習塾など
医療・福祉	医療業、介護事業など

- (7) 表において、排他選択肢は網掛けの順位対象としていない(排他選択肢: 選択肢の中からいくつかを選ぶ質問で、他の選択肢とは同時に選ぶことができない排他的な関係にあるもの)。

※ 各表下に注釈あり。

- (8) 3種の調査ごとの分析軸に使用した項目は以下のとおりである。

① 産業実態調査

従業員数別
業種別

② 就労・消費意識調査

性別
性・年代別

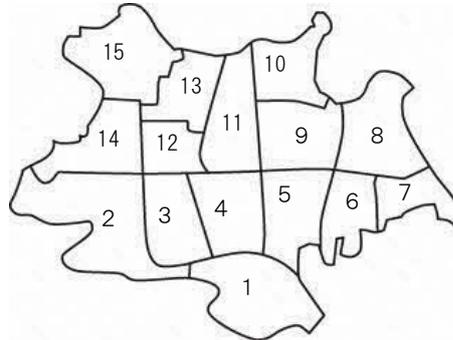
※ 各年代の基数が少ないため、20歳代以下・30歳代、40歳代・50歳代、60歳代・70歳以上で区分している。

③ 起業・創業意識調査

性別
性・年代別

※ 各年代の基数が少ないため、20歳代・30歳代、40歳代・50歳代、60歳代で区分している。
居住地域別

- (9) 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。
- (10) 本報告書内で使用されている所在地（産業実態調査）、居住地（就労・消費意識調査）の区分は以下のとおりである。



所在地・居住地一町丁目対応表

地域名	地区町丁目名
第1地域	千住関屋町、千住曙町、千住東一丁目～二丁目、千住旭町、柳原一丁目～二丁目、日ノ出町、千住橋戸町、千住河原町、千住仲町、千住緑町一丁目～三丁目、千住宮元町、千住中居町、千住龍田町、千住桜木一丁目～二丁目、千住一丁目～五丁目、千住大川町、千住寿町、千住元町、千住柳町
第2地域	小台一丁目～二丁目、宮城一丁目～二丁目、新田一丁目～三丁目、鹿浜一丁目、堀之内一丁目～二丁目、椿一丁目、江北一丁目～五丁目、扇二丁目
第3地域	西新井本町一丁目～五丁目、扇一丁目、扇三丁目、興野一丁目～二丁目、本木一丁目～二丁目、本木東町、本木西町、本木南町、本木北町
第4地域	西新井栄町一丁目～三丁目、関原一丁目～三丁目、梅田一丁目～八丁目、梅島一丁目～三丁目
第5地域	足立一丁目～四丁目、西綾瀬一丁目～四丁目、中央本町一丁目～五丁目、弘道一丁目～二丁目、青井一丁目～六丁目
第6地域	加平一丁目、綾瀬一丁目～七丁目、東綾瀬一丁目～三丁目、谷中一丁目～二丁目
第7地域	東和一丁目～五丁目、中川一丁目～五丁目
第8地域	大谷田一丁目～五丁目、佐野一丁目～二丁目、辰沼一丁目～二丁目、六木一丁目～四丁目、神明一丁目～三丁目、神明南一丁目～二丁目、北加平町、加平二丁目～三丁目、谷中三丁目～五丁目
第9地域	西加平一丁目～二丁目、六町一丁目～四丁目、一ツ家一丁目～四丁目、保塚町、東六月町、平野一丁目～三丁目、保木間一丁目～二丁目、南花畑一丁目～三丁目、東保木間一丁目～二丁目
第10地域	花畑一丁目～八丁目、南花畑四丁目～五丁目、保木間三丁目～五丁目
第11地域	西保木間一丁目～四丁目、竹の塚一丁目～七丁目、六月一丁目～三丁目、島根一丁目～四丁目、栗原一丁目～二丁目
第12地域	西新井一丁目～七丁目、栗原三丁目～四丁目
第13地域	西伊興町、西伊興一丁目～四丁目、伊興一丁目～五丁目、西竹の塚一丁目～二丁目、東伊興一丁目～四丁目、伊興本町一丁目～二丁目
第14地域	谷在家一丁目～三丁目、鹿浜二丁目～八丁目、椿二丁目、江北六丁目～七丁目、加賀一丁目～二丁目、皿沼一丁目～三丁目
第15地域	舎人一丁目～六丁目、入谷一丁目～九丁目、古千谷一丁目～二丁目、古千谷本町一丁目～四丁目、入谷町、舎人町、舎人公園

第2章 各調査の結果

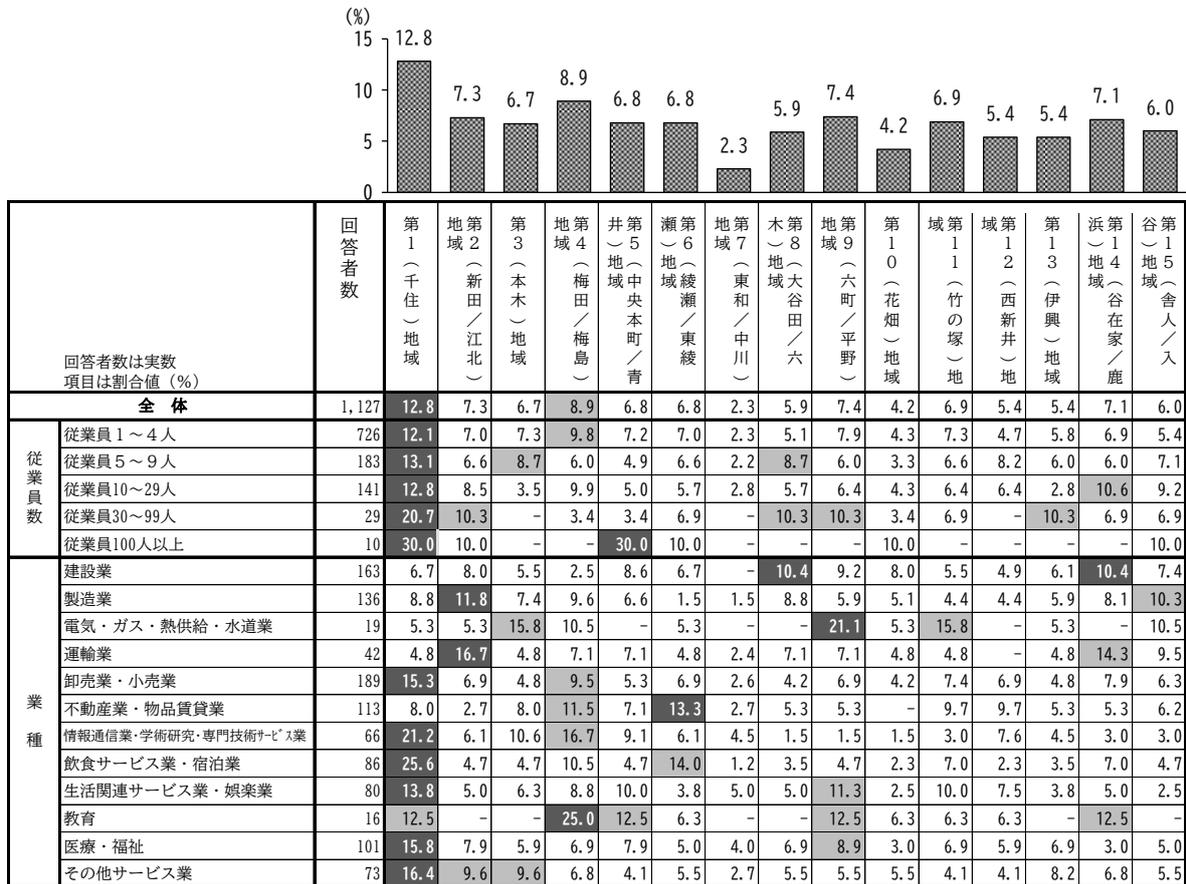
1 産業実態調査の結果

問1 各社の基礎情報について

(1) 事業所の所在地

問1 - (1) 事業所の所在地について (町名・丁目記述式)

● 回収のあった事業所の所在地では、第1地域が12.8%で最も高い。



事業所の所在地は、「第1 (千住) 地域」が12.8%で最も高く、次いで「第4 (梅田/梅島) 地域」が8.9%、「第9 (六町/平野) 地域」が7.4%の順で続いている。

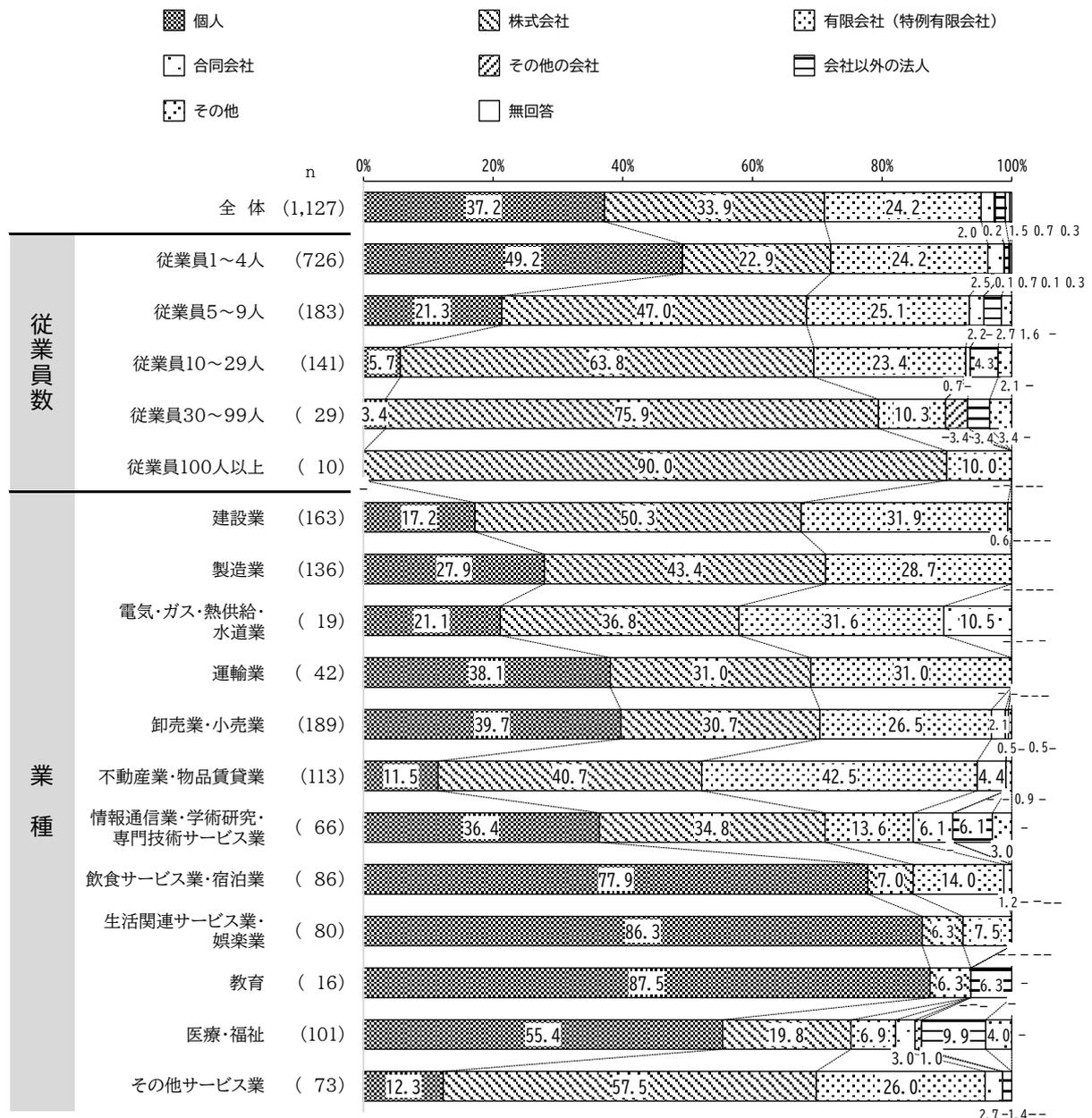
従業員数別にみると、いずれの人数でも「第1 (千住) 地域」が1割超で最も高く、次いで1~4人では「第4 (梅田/梅島) 地域」(9.8%)、5~9人では「第3 (本木) 地域」と「第8 (大谷田/六木)」(ともに8.7%)、10~29人では「第14 (谷在家/鹿浜) 地域」(10.6%)となっている。

業種別にみると、「第1 (千住) 地域」は、飲食サービス業・宿泊業 (25.6%)、情報通信業、学術研究・専門技術サービス業 (21.2%) で2割台、その他サービス業、医療・福祉、卸売業・小売業、生活関連サービス業・娯楽業などで1割を超え、それぞれ最も高くなっている。

(2) 経営形態

問1 - (2) 貴社の経営形態として、該当するものに○をつけてください。(単数回答)

● 回収のあった事業所の経営形態では、個人が37.2%で最も高い。



全体では、「個人」が37.2%で最も高く、次いで「株式会社」(33.9%)、「有限会社 (特例有限会社)」(24.2%)となっており、この3種の形態で95.3%を占めている。

従業員数別にみると、1~4人では「個人」が49.2%と半数近くを占めているが、5~9人では47.0%、10~29人では63.8%と「株式会社」がそれぞれ最も高くなっており、「個人」は従業員数が少ないほど、「株式会社」は従業員数が増えるほど割合が高まる傾向となっている。

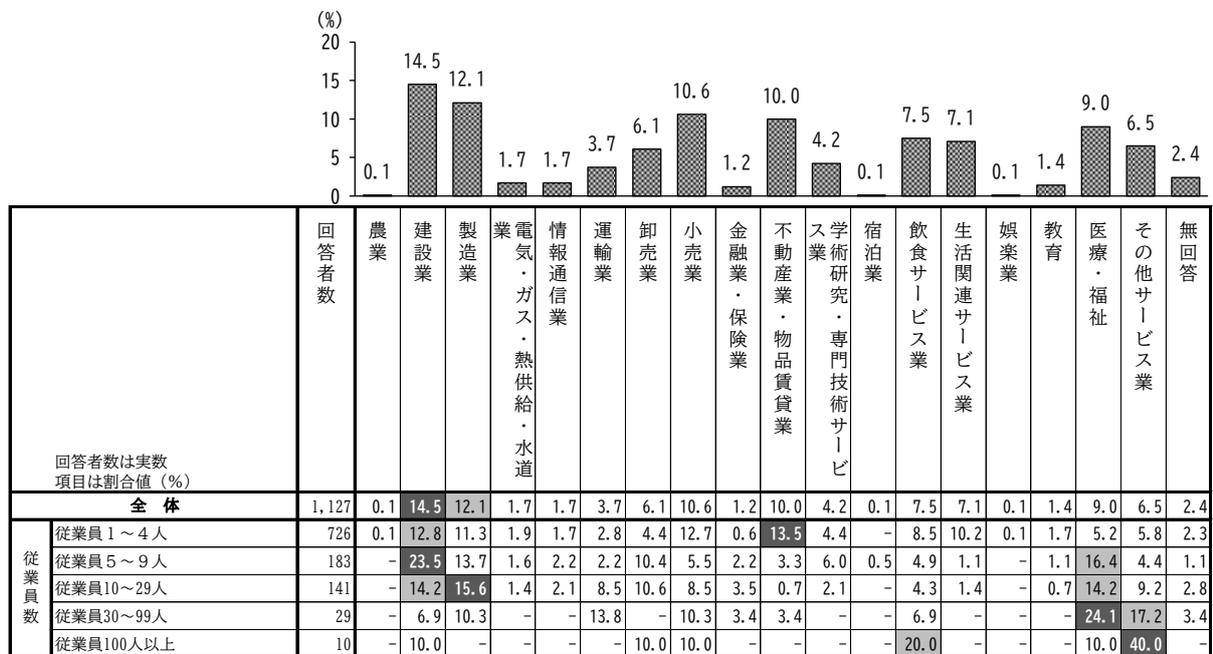
業種別にみると、生活関連サービス業・娯楽業では「個人」が86.3%と最も高く、飲食サービス業・宿泊業（77.9%）、医療・福祉（55.4%）など、個人事業主の割合が高い業種が目立つ。一方、その他サービス業では「株式会社」（57.5%）、建設業（50.3%）が5割台でそれぞれ最も高く、製造業でも43.4%となっている。また、不動産業・物品賃貸業では「有限会社」が42.5%と最も高く、他業種とは異なる傾向となっている。

第2章 各調査の結果

(3) 主な業種

問1 - (3) 貴社の主な業種として、該当するものに○をつけてください。(単数回答)

● 「建設業」が14.5%で最も高く、次いで「製造業」が12.1%で高い。



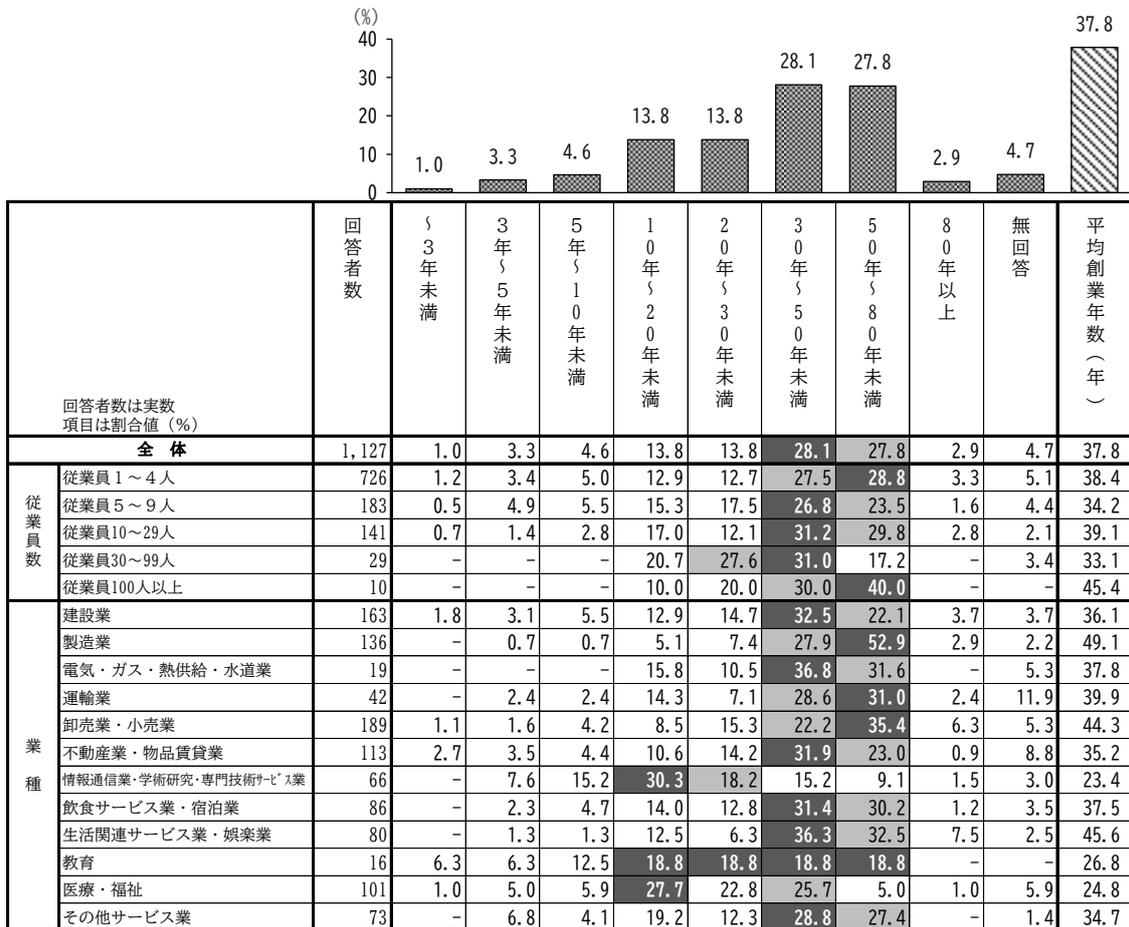
全体では、「建設業」が14.5%で最も高く、「製造業」（12.1%）、「小売業」（10.6%）、「不動産業・物品賃貸業」（10.0%）、「医療・福祉」（9.0%）となっており、これら5つの業種で比較的高い割合を示している。

従業員数別にみると、1~4人では「不動産業・物品賃貸業」が13.5%で最も高く、次いで「建設業」（12.8%）となっている。5~9人では「建設業」が23.5%と最も高く、次いで「医療・福祉」（16.4%）となっている。10~29人では「製造業」が15.6%と最も高く、次いで「建設業」「医療・福祉」（ともに14.2%）となっている。

(4) 創業年数

問1 - (4) 貴社の創業年数をご記入ください (2025年3月現在の数字)。(実数値回答)

● 平均創業年数は37.8年。「30年～50年未満」が28.1%で最も高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「無回答」を除く）

全体では、創業年数の平均は37.8年となっている。「30年～50年未満」が28.1%で最も高く、次いで「50年～80年未満」(27.8%)となっており、この2つで55.9%と過半数を占めている。創業「～3年未満」は1.0%、「3年～5年未満」は3.3%と、比較的新しい事業所は少ない傾向にある。

従業員数別にみると、平均は「10～29人」は39.1年で最も長く、「1～4人」は38.4年、「5～9人」は34.2年となっている。1～4人、5～9人、10～29人では「30年～50年未満」と「50年～80年未満」に2～3割台となっている。

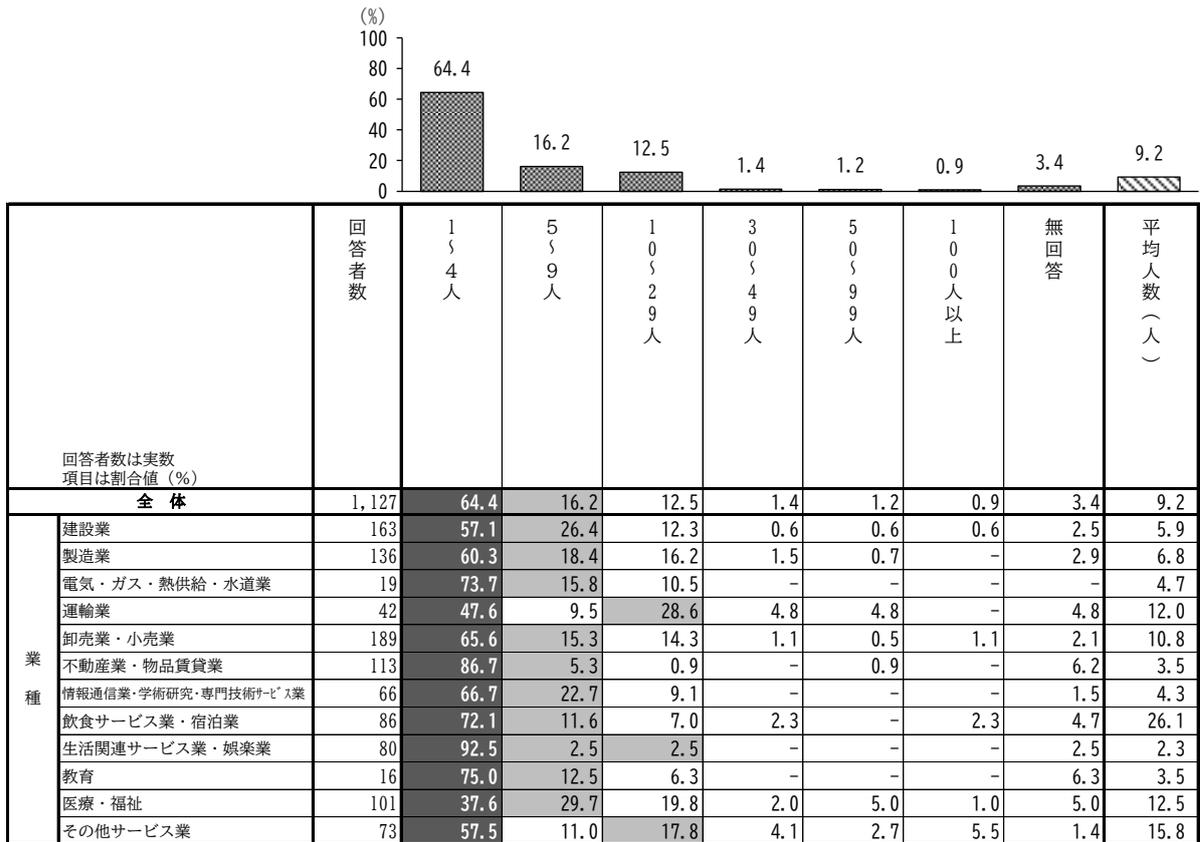
業種別にみると、平均は製造業の49.1年で最も長く、次いで、生活関連サービス業・娯楽業(45.6年)、卸売業・小売業(44.3年)となっている。一方、情報通信業・学術研究・専門技術サービス業は23.4年、医療・福祉は24.8年と比較的短い。製造業では「50年～80年未満」が52.9%と過半数を占め、他の業種に比べて高い。情報通信業・学術研究・専門技術サービス業では「10年～20年未満」が30.3%と最も高く、比較的新しい事業所が多い傾向にある。

(5) 従業員数と雇用形態の内訳

問1 - (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。
（実数値回答）

従業員数（合計）

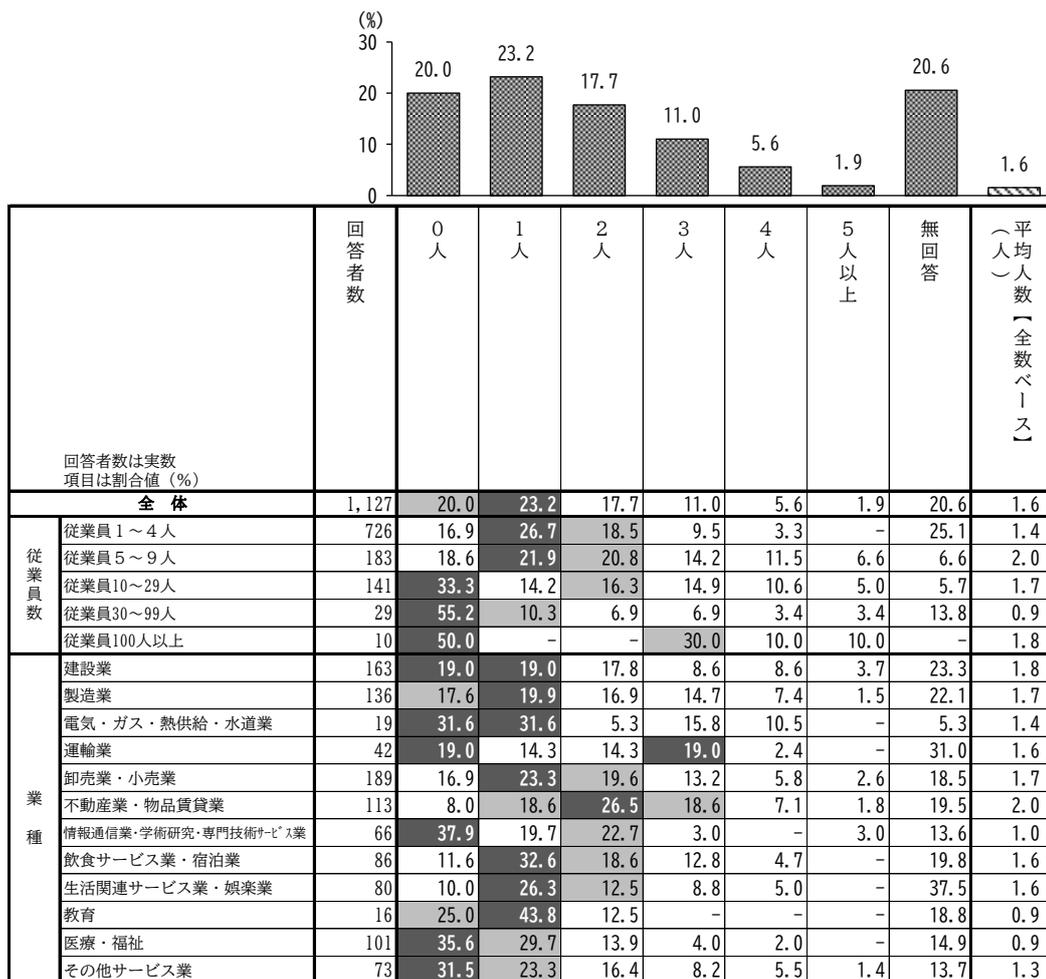
● 平均従業員数は9.2人。「1～4人」が64.4%で最も高い。



全体では、従業員数の平均は9.2人となっている。「1～4人」が64.4%と最も高く、次いで「5～9人」（16.2%）、「10～29人」（12.5%）の順で続いている。一方で、「30～49人」、「50～99人」、「100人以上」はいずれも2%以下となっている。

業種別にみると、平均は飲食サービス業・宿泊業が26.1人で最も高く、その他サービス業（15.8人）、医療・福祉（12.5人）、運輸業（12.0人）、卸売業・小売業（10.8人）で10人以上となっている。一方、生活関連サービス業・娯楽業は2.3人、不動産業・物品賃貸業は3.5人と少ない。

従業員数のうち「家族従業員」



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「無回答」を除く）

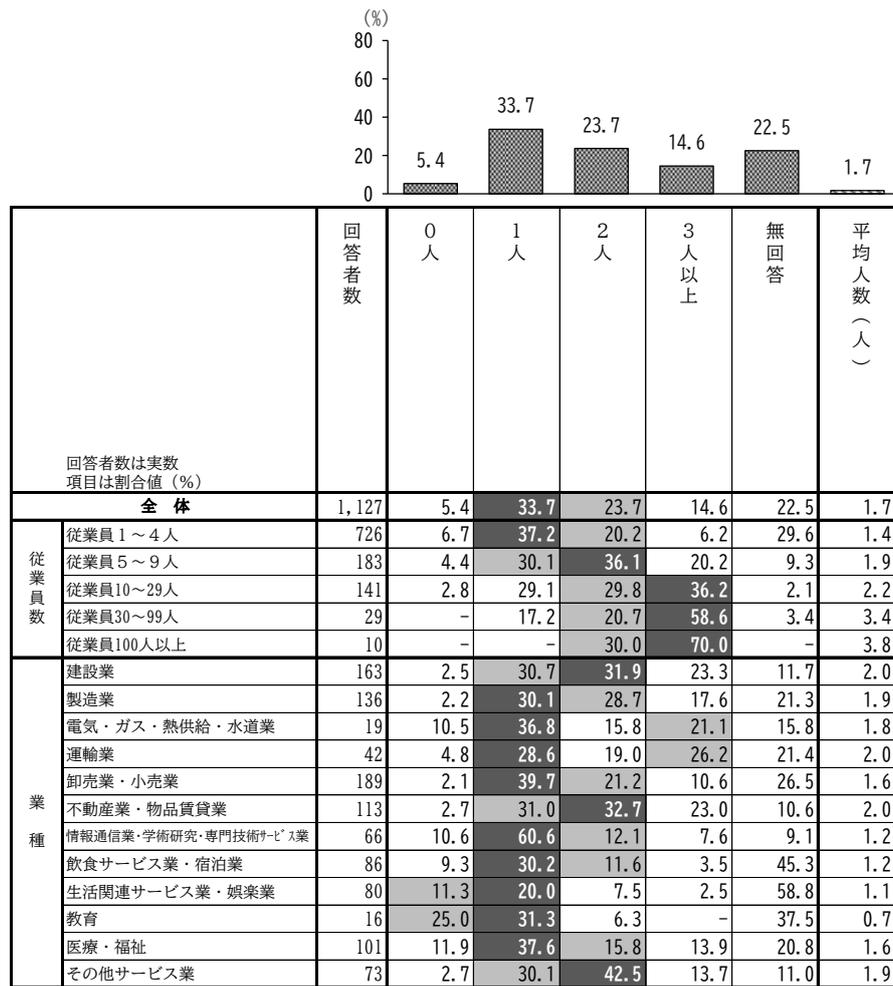
全体では、家族従業員数の平均は1.6人となっている。「1人」が23.2%で最も高く、次いで「0人」(20.0%)、「2人」(17.7%)の順で続いている。

従業員数別にみると、平均は5~9人が2.0人で最も多く、10~29人(1.7人)、1~4人(1.4人)となっている。1~4人では「1人」が26.7%で最も高く、次いで「2人」(18.5%)となっている。5~9人では「1人」が21.9%で最も高く、次いで「2人」(20.8%)、「3人」が14.2%となっている。10~29人では9人以下とはやや異なり、「0人」が33.3%で最も高く、他の従業員人数別よりも高い。次いで「2人」(16.3%)、「3人」(14.9%)、「1人」(14.2%)となっている。

業種別にみると、平均は不動産業・物品賃貸業の平均が2.0人で最も多く、次いで建設業(1.8人)、製造業と卸売業・小売業(ともに1.7人)となっている。一方、医療・福祉は0.9人、情報通信業・学術研究・専門技術サービス業は1.0人と少ない。ほとんどの業種では「0人」あるいは「1人」に集中しているが、不動産業・物品賃貸業では「2人」が26.5%と最も高い。

第2章 各調査の結果

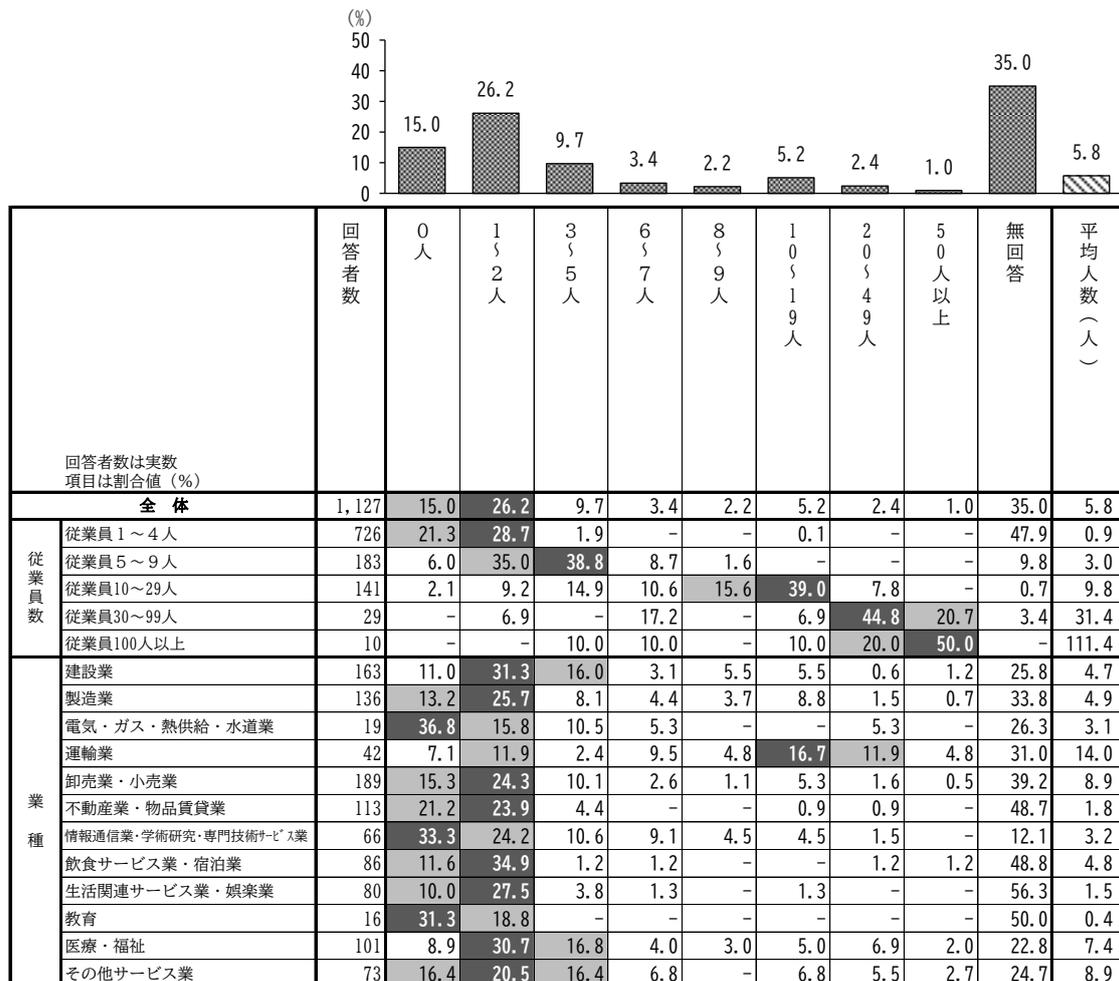
従業員数 内訳（役員）



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「無回答」を除く）

全体では、役員数の平均は1.7人となっている。「1人」が33.7%で最も高く、次いで「2人」(23.7%)、「3人以上」(14.6%)となっている。

従業員数 内訳（正社員）



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「無回答」を除く）

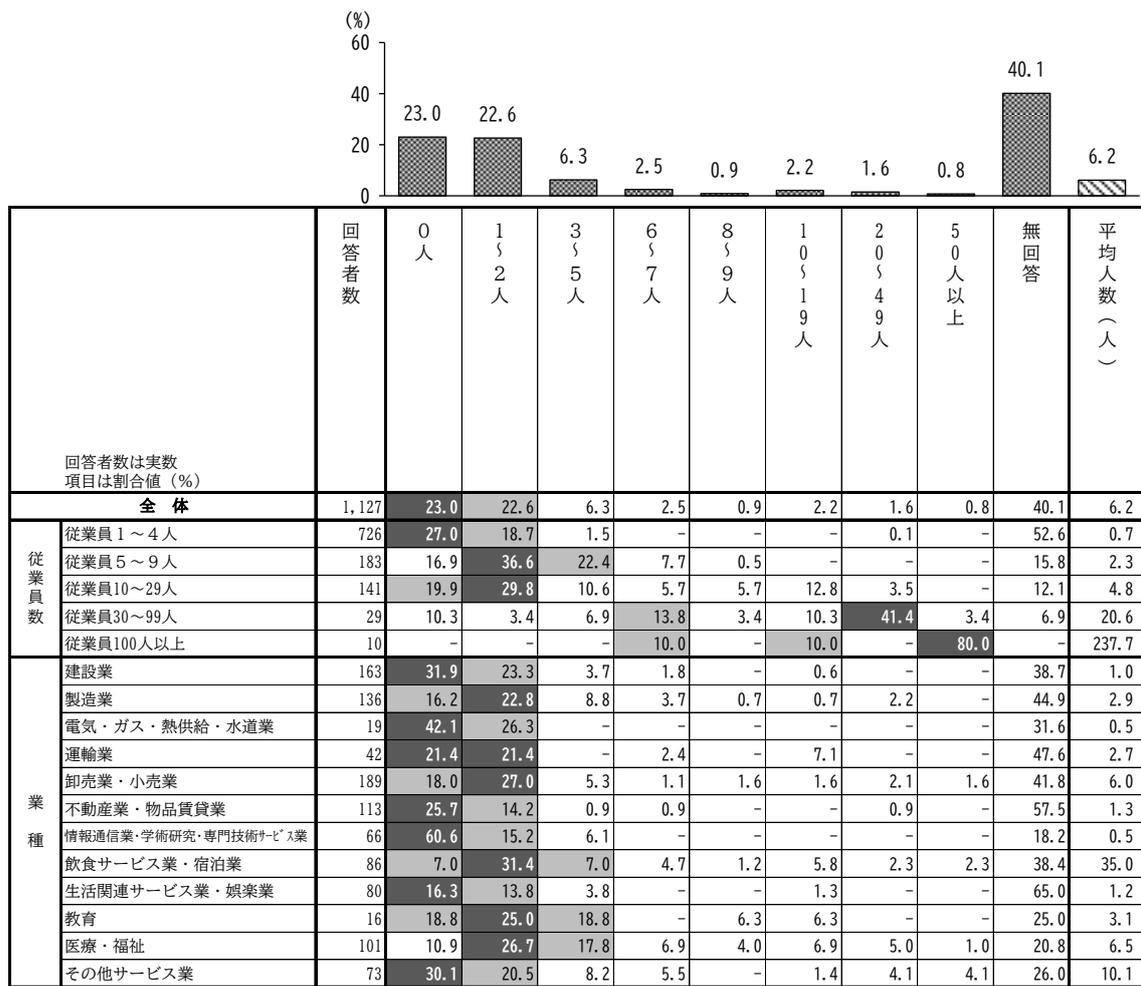
全体では、正社員数の平均は 5.8 人となっている。「1～2人」が 26.2%で最も高く、次いで「0人」(15.0%)、「3～5人」(9.7%)となっている。「10～19人」、「20～49人」、「50人以上」はそれぞれ1割以下で、正社員数が多い事業所は少ない。

従業員数別にみると、1～4人の平均は 0.9 人と少なく、正社員「0人」の事業所が 21.3%となっている。5～9人の平均は 3.0 人となり、「3～5人」が 38.8%で最も高くなる。10～29人の平均は 9.8 人となっており、従業員数が増えるほど正社員数も増加する傾向がみられる。

業種別にみると、運輸業の平均が 14.0 人で最も多く、次いで卸売業・小売業とその他サービス業がそれぞれ 8.9 人となっている。一方、生活関連サービス業・娯楽業は 1.5 人、不動産業・物品賃貸業は 1.8 人と少ない。運輸業では「10～19人」が 16.7%、「20～49人」が 11.9%と、比較的大きな規模の事業所が多いことがうかがえる。医療・福祉では「0人」が 8.9%と他業種に比べて低く、正社員を雇用している割合が高い。

第2章 各調査の結果

従業員数 内訳（パート等の非正規雇用）



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「無回答」を除く）

全体では、非正規雇用の平均は 6.2 人となっている。非正規雇用「0人」が 23.0%で最も高く、次いで「1～2人」(22.6%)となっている。「3～5人」～「50人以上」はいずれも1割以下で、非正規雇用が多い事業所は少ない。

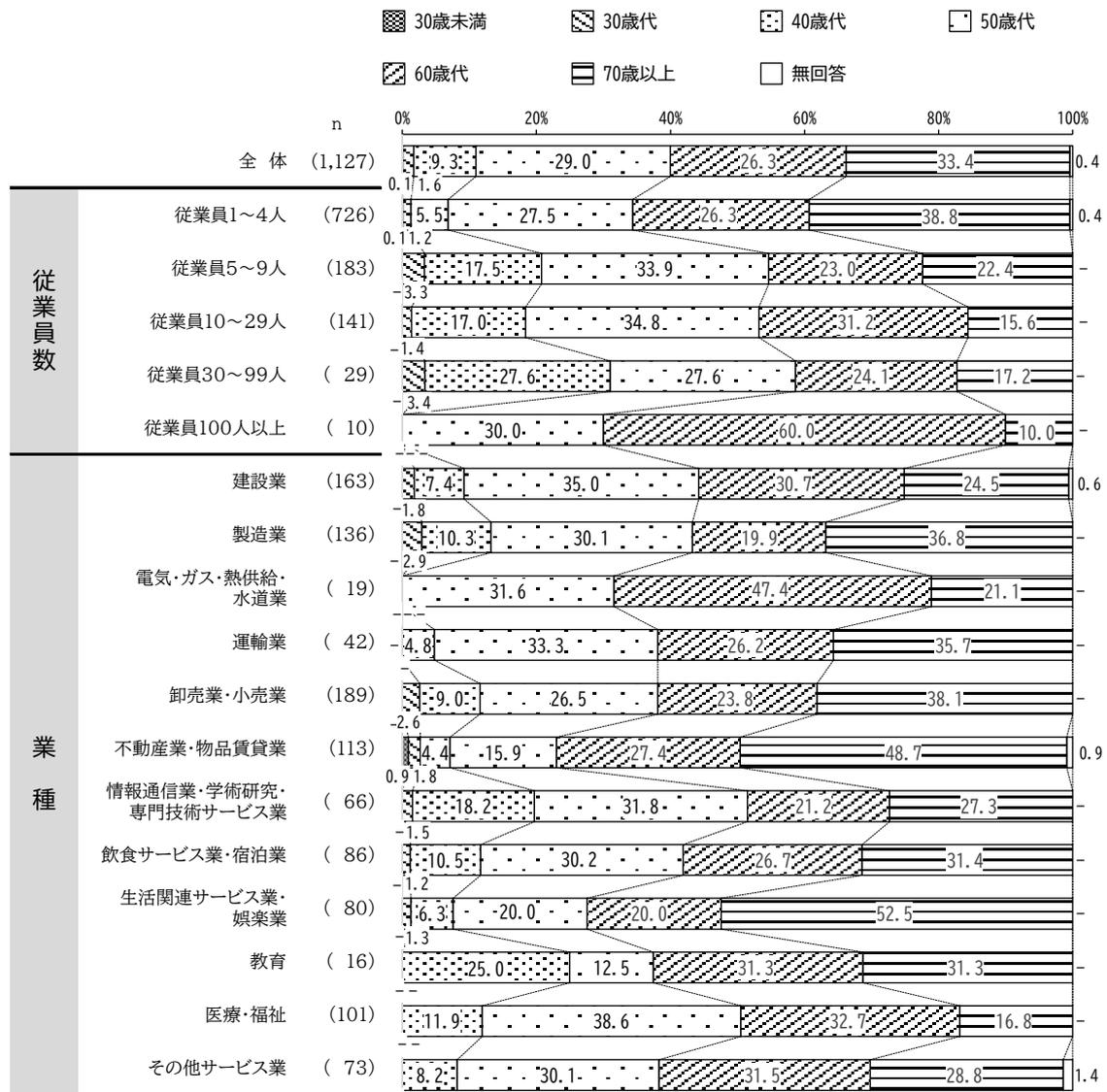
従業員数別にみると、1～4人の平均は 0.7 人と少なく、非正規雇用「0人」の事業所が 27.0%を占めている。「5～9人」の平均は 2.3 人で、「1～2人」が 36.6%で最も高くなっている。10～29人の平均は 4.8 人となっており、従業員数が増えるほど非正規雇用が増加する傾向がみられる。

業種別にみると、飲食サービス業・宿泊業の平均が 35.0 人と特に高く、次いで、その他サービス業が 10.1 人、医療・福祉が 6.5 人となっている。一方、情報通信業・学術研究・専門技術サービス業は 0.5 人、建設業は 1.0 人と少ない。飲食サービス業・宿泊業では非正規雇用が「0人」の事業所が 7.0%と他業種に比べて低く、非正規雇用への依存度が高い傾向がみられる。情報通信業・学術研究・専門技術サービス業では「0人」が 60.6%と他の業種と比較して高く、正社員中心の雇用形態となっている。

(6) 経営者の年代

問1 - (6) 経営者(代表者)の年代として、該当するものに○をつけてください。(単数回答)

● 経営者(代表者)の年代は「70歳以上」が33.4%で最も高く、次いで「50歳代」(29.0%)。



全体では、「70歳以上」が33.4%で最も高く、次いで、「50歳代」(29.0%)、「60歳代」(26.3%)となっており、50歳以上の経営者が88.7%を占めている。一方、「40歳代」以下の年代ではいずれも1割以下となっており、若い経営者は少ない傾向にある。

従業員数別にみると、1~4人では「70歳以上」が38.8%で最も高く、次いで「50歳代」(27.5%)となっている。5~9人では「50歳代」が33.9%で最も高く、次いで「60歳代」(23.0%)となっている。10~29人以上でも「50歳代」(34.8%)が最も高く、従業員数が増えるほど経営者の年齢が若くなる傾向がみられる。

第2章 各調査の結果

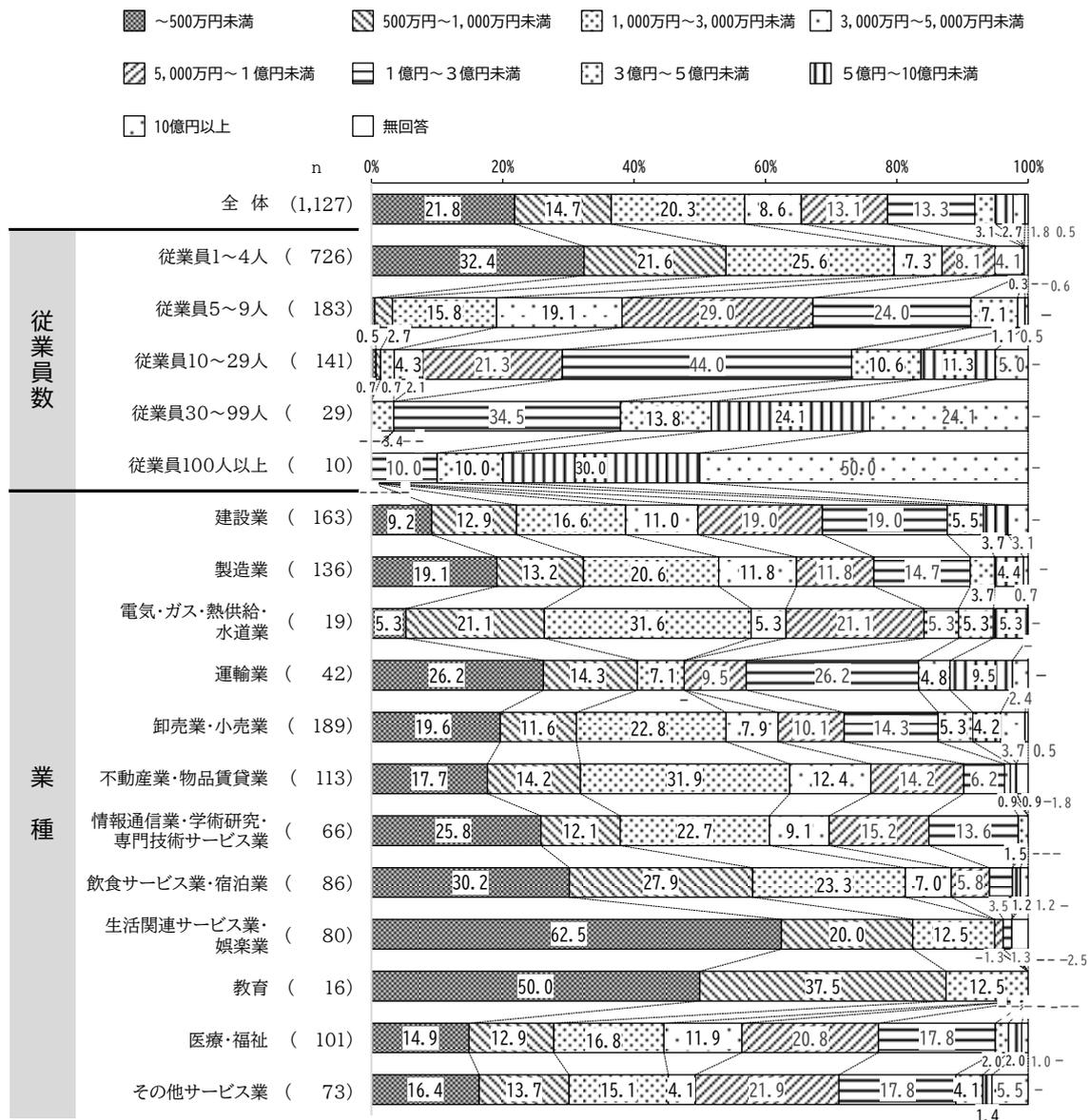
業種別にみると、「70歳以上」は、生活関連サービス業・娯楽業で52.5%と半数を超え、不動産業・物品賃貸業（48.7%）、卸売業・小売業（38.1%）、製造業（36.8%）、運輸業（35.7%）となっており、それぞれの業種で最も高い。一方、医療・福祉では「50歳代」が38.6%で最も高く、「60歳代」が32.7%となっており、他業種に比べて経営者の年齢が若い傾向にある。情報通信業・学術研究・専門技術サービス業でも「50歳代」が31.8%で最も高く、40歳代も18.2%と他業種と比較して高い。建設業では「50歳代」が35.0%で最も高く、「60歳代」が30.7%となっている。

問2 売上・利益の状況について

(1) 直近の事業年度の売上

問2 - (1) 直近の事業年度（1年間）の売上として、該当するものに○をつけてください。
（単数回答）

● 直近1年間の売上では「～500万円未満」が21.8%で最も高い。



全体では、「～500万円未満」が21.8%で最も高く、次いで「1,000万円～3,000万円未満」(20.3%)、「500万円～1,000万円未満」(14.7%)となっている。「1億円～3億円未満」は13.3%、「5,000万円～1億円未満」は13.1%となっており、売上規模は幅広く分散している。「10億円以上」の事業所は1.8%と少ない。

第2章 各調査の結果

従業員数別にみると、1～4人では「～500万円未満」が32.4%で最も高く、次いで「1,000万円～3,000万円未満」(25.6%)となっている。5～9人では「5,000万円～1億円未満」が29.0%で最も高く、次いで「1億円～3億円未満」(24.0%)となっている。10～29人では「1億円～3億円未満」が44.0%と最も高く、次いで「5,000万円～1億円未満」(21.3%)となっている。

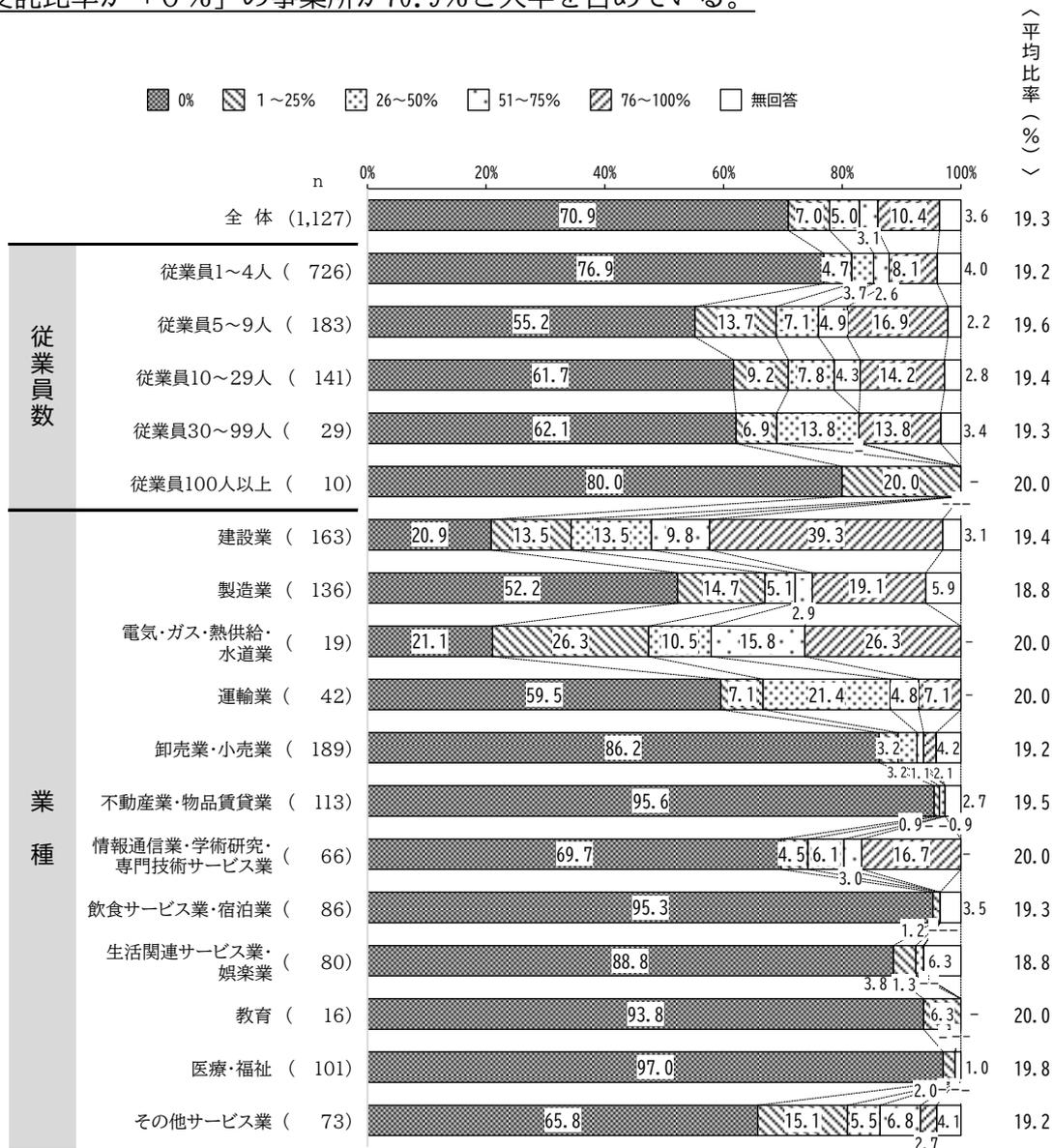
業種別にみると、生活関連サービス業・娯楽業では「～500万円未満」が62.5%と特に高く、次いで「500万円～1,000万円未満」(20.0%)となっている。一方、建設業では「5,000万円～1億円未満」と「1億円～3億円未満」がともに19.0%となっており、比較的売上規模が大きい。運輸業では「～500万円未満」と「1億円～3億円未満」がともに26.2%で最も高くなっており、二極化の傾向がみられる。医療・福祉では「5,000万円～1億円未満」が20.8%で最も高くなっている。

(2) 売りに上げに占める下請け、孫請け等の構成比率

問2 - (2) 貴社の売上のうち、下請け、孫請け等の案件の売りに上げ構成比率は、何%程度ですか。(実数値回答)

※ 令和7年の調査実施時は法律改正前だった為、受託ではなく「下請け」という表現をしている

● 受託比率が「0%」の事業所が70.9%と大半を占めている。



全体では、受託比率が「0%」の事業所が70.9%と大半を占めている。「1~25%」が7.0%、「76~100%」が10.4%となっており、受託依存度が高い事業所と全く受託を行っていない事業所に二極化している傾向がみられる。

従業員数別にみると、1~4人では「0%」が76.9%と最も高い。5~9人では「0%」が55.2%と半数を占めるが、他の人数と比べると「1~25%」(13.7%)、「51~75%」(4.9%)、「76~100%」(16.9%)が高くなっている。

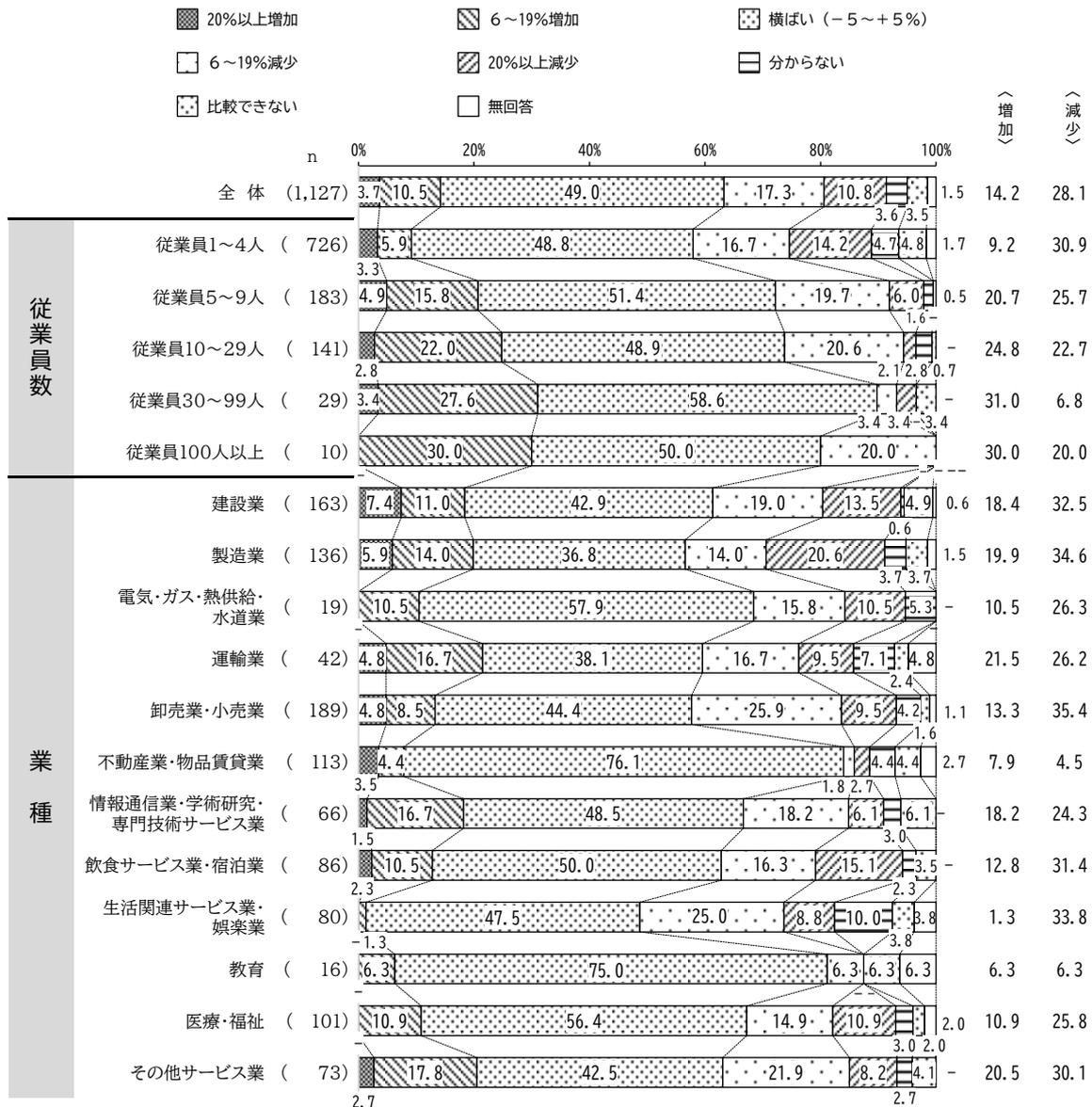
第2章 各調査の結果

業種別にみると、「0%」は医療・福祉（97.0%）、不動産業・物品賃貸業（95.6%）、飲食サービス業・宿泊業（95.3%）が9割台、生活関連サービス業・娯楽業（88.8%）、卸売業・小売業（86.2%）が8割台と、受託を行っていない事業所が大半を占めている。一方、建設業では「76～100%」が39.3%と最も高く、「0%」は20.9%となっており、受託依存度が高い業種であることがわかる。また、製造業でも「76～100%」（19.1%）、情報通信業・学術研究・専門技術サービス業（16.7%）と他の業種と比較して高くなっている。

(3) 前年度と比較した直近の事業年度の売上高

問2 - (3) 直近の事業年度の年間売上高について、その前年度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。(単数回答)

● 年間売上高(前年度比較)は「横ばい(±5%)」が49.0%と約半数、〈減少〉が〈増加〉の約2倍。



全体では、「横ばい(±5%)」が49.0%と約半数を占めている。「6~19%減少」は17.3%、「20%以上減少」は10.8%となっており、〈減少〉傾向の事業所は合わせて28.1%となっている。一方、「6~19%増加」は10.5%、「20%以上増加」は3.7%となっており、〈増加〉傾向の事業所は合わせて14.2%となっており、〈減少〉が〈増加〉を13.9ポイント上回っている。

第2章 各調査の結果

従業員数別にみると、1～4人では「横ばい（±5%）」が48.8%、＜減少＞が30.9%、＜増加＞が9.2%となっており、＜減少＞が＜増加＞を21.7ポイント上回っている。5～9人では「横ばい（±5%）」が51.4%、＜減少＞が25.7%、＜増加＞が20.7%となっており、従業員数が増えるほど＜増加＞の割合は高くなる傾向がみられる。

業種別にみると、不動産業・物品賃貸業では「横ばい（±5%）」が76.1%と他の業種と比較して特に高い。

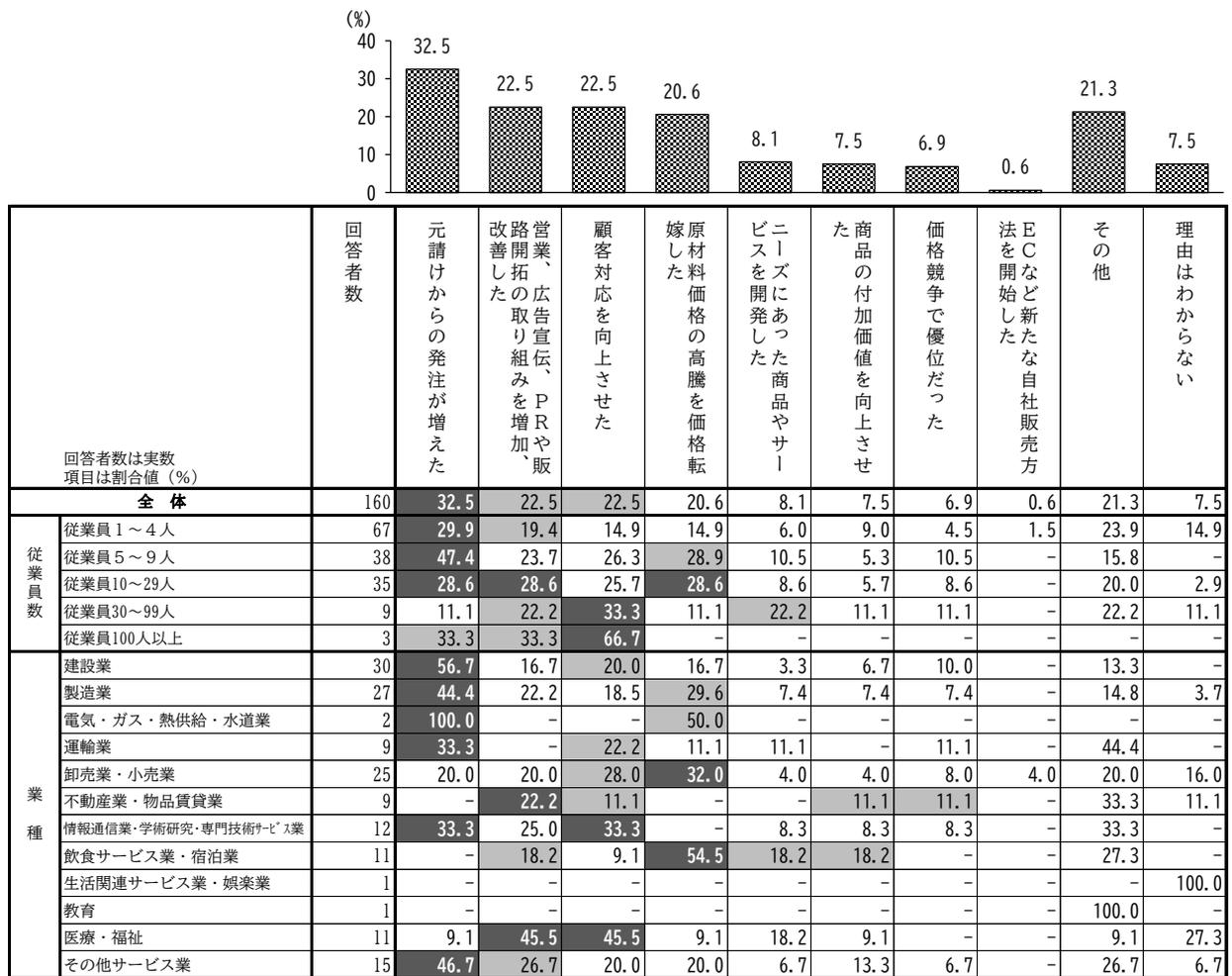
卸売業・小売業では＜減少＞が35.4%と業種間を通じて最も高く、製造業（34.6%）、生活関連サービス業・娯楽業（33.8%）、建設業（32.5%）、飲食サービス業・宿泊業（31.4%）、その他サービス業（30.1%）で3割台と高い。運輸業、その他サービス業、＜増加＞が2割前後と比較的高い。＜増加＞と＜減少＞の差を見ると、不動産業・物品賃貸業を除く業種では＜減少＞が＜増加＞を上回っており、特に生活関連サービス業・娯楽業で32.5ポイント、卸売業・小売業で22.1ポイントと大きな差がみられる。

(4) 売上増加の理由

【(3)で「1 20%以上増加」、「2 6～19%増加」と回答した方のみ】
 問2－(4) 売上増加の理由として、あてはまるもの全てに○をつけてください。
 (複数回答可)

※ 令和7年の調査実施時は法律改正前だった為、受託ではなく「元請け」という表現をしている

● 売上増加の理由では「元請けからの発注が増えた」が32.5%で最も高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「理由はわからない」を除く）

全体では、「元請けからの発注が増えた」が32.5%で最も高く、次いで「営業、広告宣伝、PRや販路開拓の取り組みを増加、改善した」と「顧客対応を向上させた」（ともに22.5%）、「原材料価格の高騰を価格転嫁した」（20.6%）の順で続いている。

従業員数別にみると、1～4人、5～9人、10～29人では、いずれも「元請けからの発注が増えた」が最も高く、特に5～9人では47.4%と高くなっている。10～29人は「元請けからの発注が増えた」（28.6%）と同水準で「営業、広告宣伝、PRや販路開拓の取り組みを増加、改善した」と「原材料価格の高騰を価格転嫁した」もあげられている。

第2章 各調査の結果

業種別にみると、回答数が少ないため、図表を参考とするが、建設業では「元請けからの発注が増えた」が56.7%と高く、次いで「顧客対応を向上させた」(20.0%)となっている。

[その他] 34件

項目	件数
顧客・需要の回復と拡大	14
外部環境・一時的要因	11
事業体制・営業戦略の強化	5
価格改定・コスト変動	4

※ 複数項目にまたがる意見はそれぞれにカウントし、無記入は除く

[顧客・需要の回復と拡大] (代表意見抜粋)

- ・インバウンド（訪日外国人旅行者）の増加
- ・コロナから開放され、接待が増した
- ・紹介案件が増えた

[外部環境・一時的要因] (代表意見抜粋)

- ・大きな案件を扱った
- ・同業の廃業により得意先が増えた
- ・たまたま受注が増加

[事業体制・営業戦略の強化] (代表意見抜粋)

- ・店舗数増加
- ・営業社員を採用した

[価格改定・コスト変動] (代表意見抜粋)

- ・部品価格が上昇したため
- ・人件費の上昇（客先からの賃上げ）

(5) 売上減少の原因

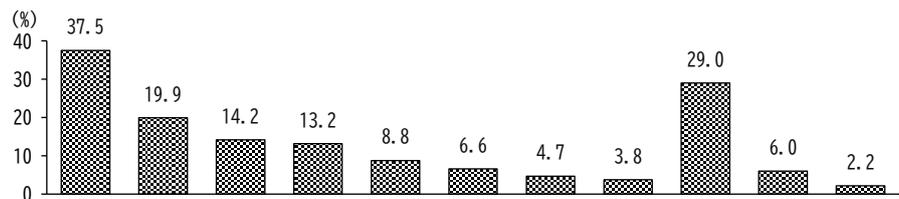
【(3)で「4 6～19%減少」、「5 20%以上減少」と回答した方のみ】

問2 - (5) 売上減少の原因として、あてはまるもの全てに○をつけてください。

(複数回答可)

※ 令和7年の調査実施時は法律改正前だった為、受託ではなく「元請け」という表現をしている

● 売上減少の原因では「元請けからの発注が減少したため」が37.5%で最も高い。



		回答者数	元請けからの発注が減少したため	人手が不足したため	価格競争に勝てなかったため	営業、広告宣伝、PRが不足したため	ビジネスに提供できなかった商品やサービス	顧客満足度が下がったため	キャッチレス決済に対応していないため	ECサイトを活用していないため	その他	原因はわからない	無回答
回答者数は実数 項目は割合値 (%)													
全体		317	37.5	19.9	14.2	13.2	8.8	6.6	4.7	3.8	29.0	6.0	2.2
従業員数	従業員1～4人	224	34.8	15.6	14.3	14.7	6.7	7.1	4.9	4.0	30.4	7.1	2.7
	従業員5～9人	47	51.1	23.4	10.6	8.5	17.0	4.3	4.3	4.3	21.3	6.4	2.1
	従業員10～29人	32	46.9	37.5	15.6	6.3	9.4	-	-	-	25.0	-	-
	従業員30～99人	2	-	50.0	-	-	-	-	-	-	50.0	-	-
	従業員100人以上	2	-	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	-	-	-	-
業種	建設業	53	64.2	35.8	13.2	15.1	1.9	1.9	-	5.7	22.6	3.8	-
	製造業	47	80.9	6.4	4.3	2.1	4.3	2.1	2.1	2.1	17.0	-	2.1
	電気・ガス・熱供給・水道業	5	80.0	20.0	-	40.0	-	-	-	-	20.0	-	-
	運輸業	11	45.5	45.5	9.1	-	9.1	-	-	9.1	27.3	9.1	-
	卸売業・小売業	67	22.4	4.5	34.3	22.4	14.9	11.9	10.4	7.5	34.3	1.5	-
	不動産業・物品賃貸業	5	-	-	-	-	20.0	-	-	-	60.0	20.0	-
	情報通信業・学術研究・専門技術サービス業	16	56.3	12.5	18.8	18.8	12.5	-	-	6.3	25.0	-	-
	飲食サービス業・宿泊業	27	-	40.7	7.4	11.1	14.8	14.8	18.5	3.7	29.6	18.5	3.7
	生活関連サービス業・娯楽業	27	7.4	18.5	14.8	11.1	3.7	22.2	7.4	-	40.7	3.7	7.4
	教育	1	-	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-
	医療・福祉	26	3.8	19.2	-	11.5	7.7	-	-	-	42.3	26.9	-
	その他サービス業	22	27.3	36.4	13.6	13.6	9.1	4.5	-	-	22.7	-	9.1

注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「原因はわからない」、「無回答」を除く）

全体では、「元請けからの発注が減少したため」が37.5%で最も高く、次いで「人手が不足したため」(19.9%)、「価格競争に勝てなかったため」(14.2%)の順で続いている。

従業員数別にみると、1～4人、5～9人、10～29人ではいずれも「元請けからの発注が減少したため」が最も高く、特に5～9人では51.1%と半数を超えている。また、いずれも「人手が不足したため」が続いてあげられており、従業員数が増えるほど割合が高い傾向がみられ、10～29人では37.5%となっている。

第2章 各調査の結果

業種別にみると、「元請けからの発注が減少したため」は製造業で80.9%と特に高く、建設業でも64.2%と高い。建設業では次いで「人手が不足したため」が35.8%となっている。卸売業・小売業では「価格競争に勝てなかったため」が34.3%で最も高く、次いで「元請けからの発注が減少したため」と「営業、広告宣伝、PRが不足したため」（ともに22.4%）となっており、他業種とは異なる傾向を示している。

[その他] 92件

項目	件数
経営者・事業主の個人的要因	29
物価高騰・コストと単価の影響	19
競合の台頭と市場環境の変化	16
顧客側の要因（属性・行動の変化）	13
社会情勢・制度・規制の影響	11
事業環境の物理的・自然要因	6

※ 複数項目にまたがる意見はそれぞれにカウントし、無記入は除く

[経営者・事業主の個人的要因]（代表意見抜粋）

- ・事業主の体調不良
- ・営業時間、日数を単縮した

[物価高騰・コストと単価の影響]（代表意見抜粋）

- ・物価高に対し商品の値上げが出来なかった
- ・材料費高騰、物価高により工事がストップした

[競合の台頭と市場環境の変化]（代表意見抜粋）

- ・顧客高齢による喪失と、近隣に多店舗開店による顧客の流失
- ・ネット通販や大手の台頭

[顧客側の要因（属性・行動の変化）]（代表意見抜粋）

- ・客の年齢構成変化

[社会情勢・制度・規制の影響]（代表意見抜粋）

- ・インボイス制度
- ・コロナの影響

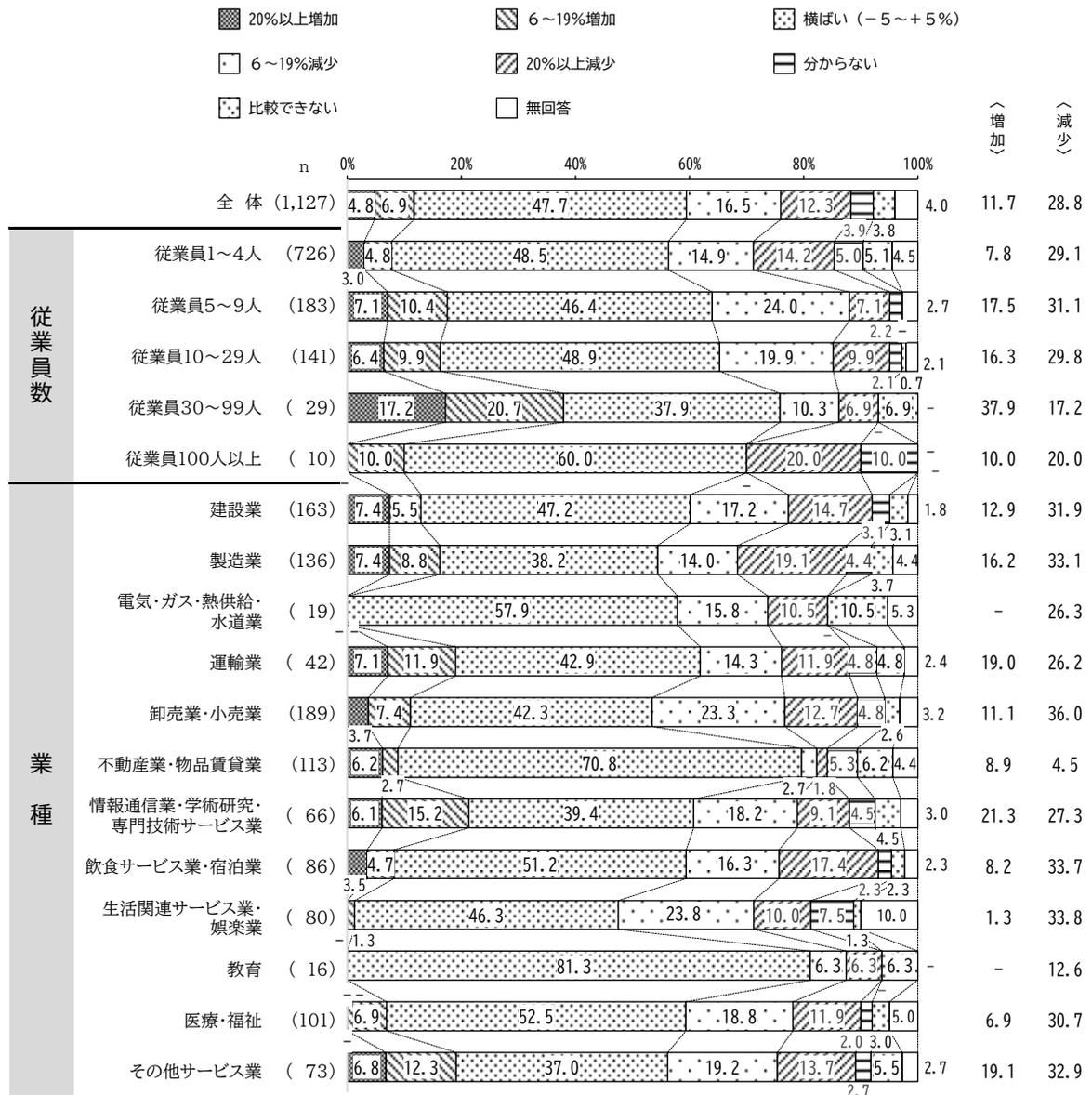
[事業環境の物理的・自然要因]（代表意見抜粋）

- ・海水温上昇による資源減少

(6) 前年度と比較した直近の事業年度の営業利益

問2 - (6) 直近の事業年度の年間営業利益について、その前年度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。(単数回答)

● 年間営業利益(前年度比較)は「横ばい(±5%)」が47.7%と最も高く、〈減少〉が〈増加〉の2倍以上。



全体では、「横ばい(±5%)」が47.7%となっている。「6~19%減少」が16.5%、「20%以上減少」が12.3%となっており、〈減少〉傾向の事業所が合わせて28.8%となっている。一方、「6~19%増加」が6.9%、「20%以上増加」が4.8%となっており、〈増加〉傾向の事業所は合わせて11.7%となっている。売上高の前年度比較と比べると、〈減少〉の割合がやや高く、〈増加〉が低い。

第2章 各調査の結果

従業員数別にみると、1～4人では「横ばい（±5%）」が48.5%、＜減少＞が29.1%、＜増加＞が7.8%となっている。5～9人では「横ばい（±5%）」が46.4%、＜増加＞が17.5%に、10～29人では「横ばい（±5%）」が48.9%、＜増加＞が16.3%となっており、比較的従業員数が多いほうが＜増加＞の割合が高い傾向がみられる。

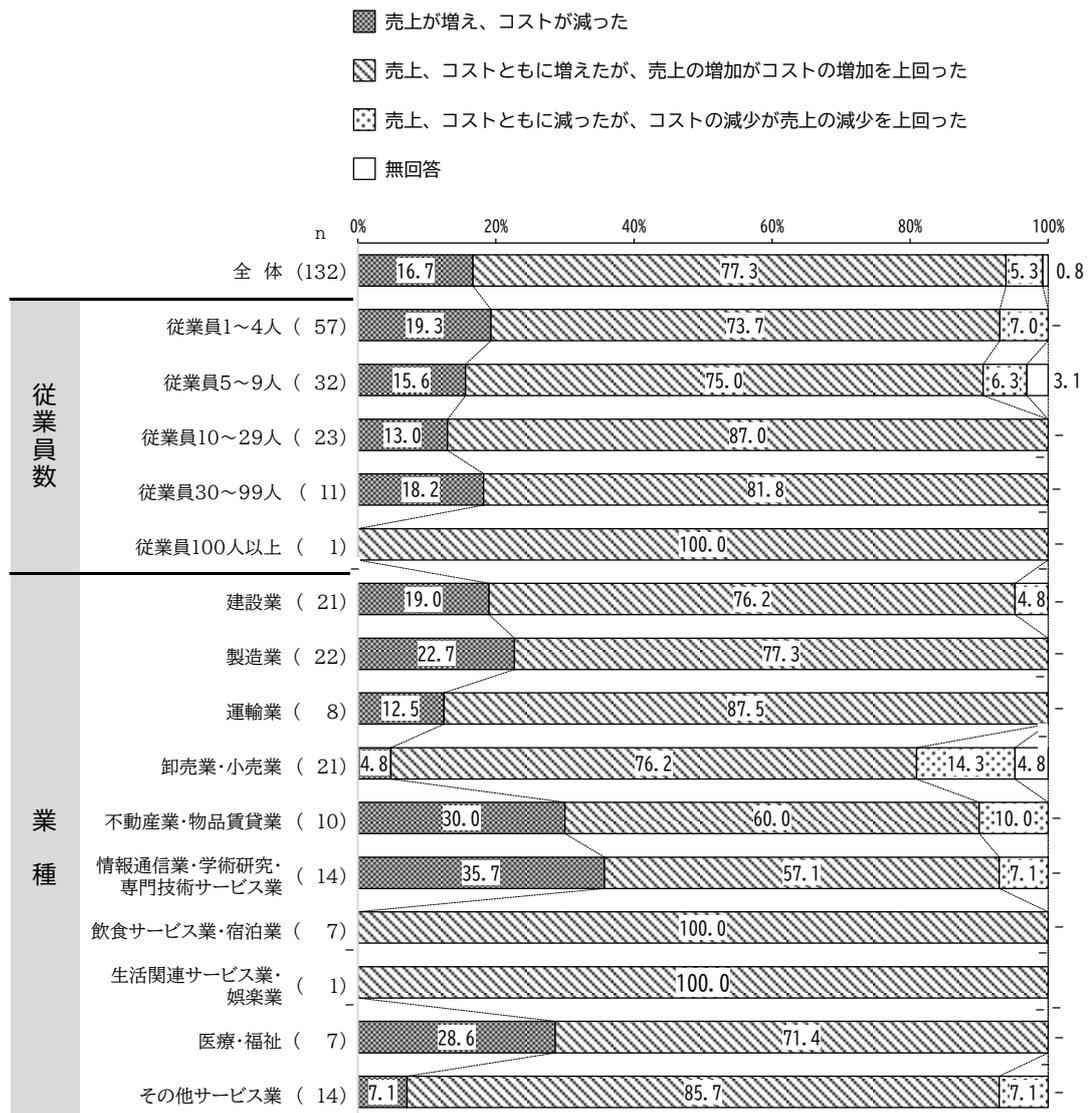
業種別にみると、不動産業・物品賃貸業では「横ばい（±5%）」が70.8%と特に高くなっている。卸売業・小売業では＜減少＞が36.0%と最も高い。製造業、生活関連サービス業・娯楽業、飲食サービス業・宿泊業、その他サービス業、建設業、医療・福祉でも3割台となっている。一方、＜増加＞は情報通信業・学術研究・専門技術サービス業で21.3%と＜減少＞を上回らないものの、他の業種と比較して最も高い。不動産業・物品賃貸業では値は小さいものの＜増加＞（8.9%）が＜減少＞（4.5%）を唯一上回っている。また、＜増加＞と＜減少＞の差をみると、生活関連サービス業・娯楽業で32.5ポイント、飲食サービス業・宿泊業、卸売業・小売業、医療・福祉で23ポイント以上の大きな差がみられる。

(7) 利益増加の理由

【問2-(6)で「1 20%以上増加」、「2 6~19%増加」に回答した方のみ】

問2-(7)利益増加の理由として、該当するものにつけてください。(単数回答)

● 利益増加の理由では「売上、コストともに増えたが、売上の増加がコストの増加を上回った」が77.3%と大半を占める。



「電気・ガス・熱供給・水道業」、「教育」は回答者がいないため図表を省略している

全体では、「売上、コストともに増えたが、売上の増加がコストの増加を上回った」が77.3%と大半を占めている。「売上が増え、コストが減った」は16.7%、「売上、コストともに減ったが、コストの減少が売上の減少を上回った」が5.3%となっている。

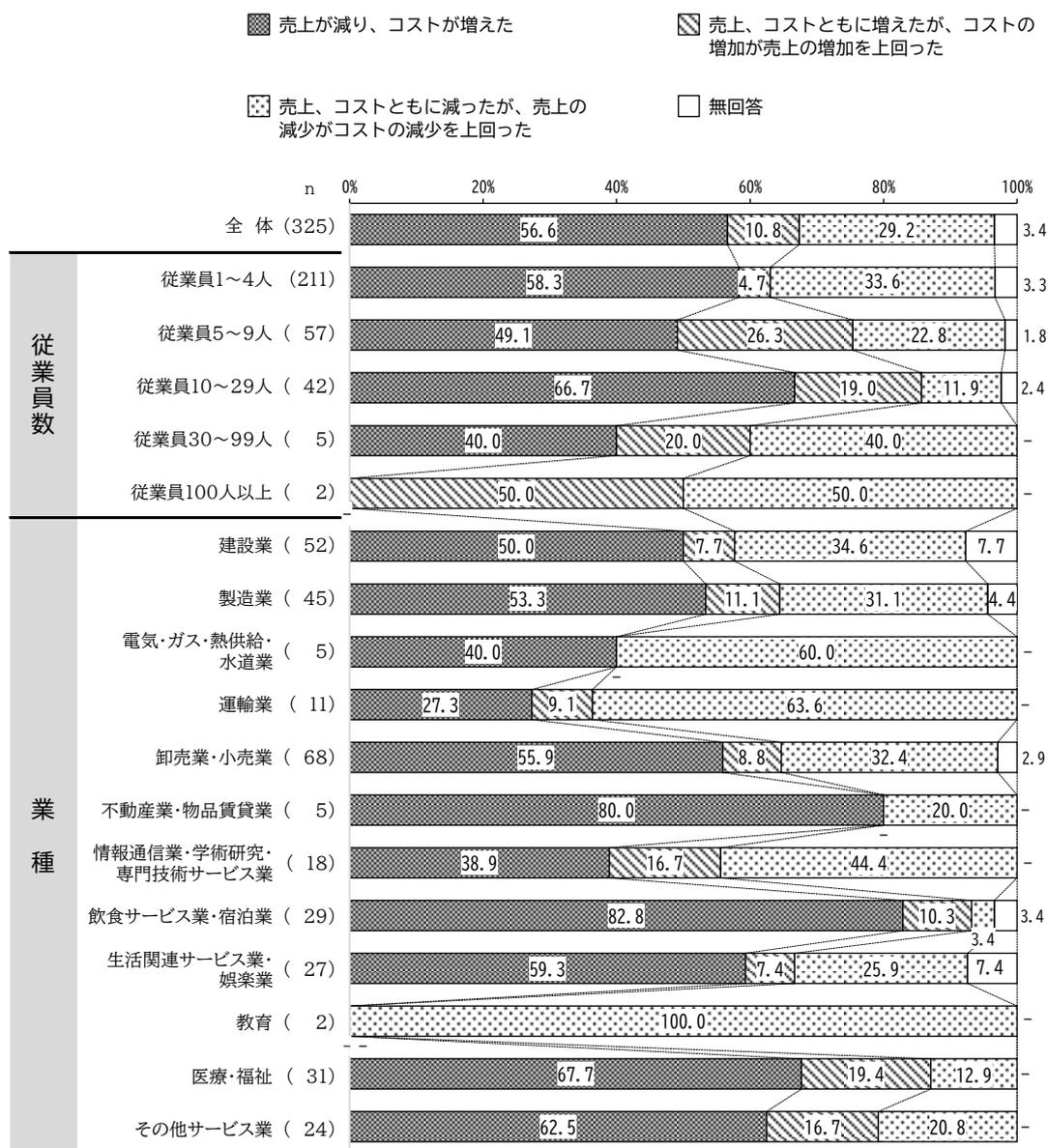
従業員数別にみると、1~4人では「売上が増え、コストが減った」(19.3%)が他より高い。

(8) 利益減少の理由

【問2-(6)で「4 6~19%減少」、「5 20%以上減少」に回答した方のみ】

問2-(8) 利益減少の理由として、該当するものにつけてください。(単数回答)

● 利益減少の理由は「売上が減り、コストが増えた」が56.6%と過半数を占めている。



全体では、「売上が減り、コストが増えた」が56.6%と過半数を占めている。「売上、コストともに減ったが、売上の減少がコストの減少を上回った」が29.2%、「売上、コストともに増えたが、コストの増加が売上の増加を上回った」が10.8%となっている。

従業員数別にみると、1~4人では「売上が減り、コストが増えた」が58.3%で最も高く、次いで「売上、コストともに減ったが、売上の減少がコストの減少を上回った」が33.6%となっ

いる。5～9人では「売上が減り、コストが増えた」が49.1%、10～29人では66.7%となっている。一方、5～9人では「売上、コストともに増えたが、コストの増加が売上の増加を上回った」が26.3%と他の従業員数と比較して高い。

業種別にみると、「売上が減り、コストが増えた」はいずれも5割以上で、医療・福祉では67.7%と高い。

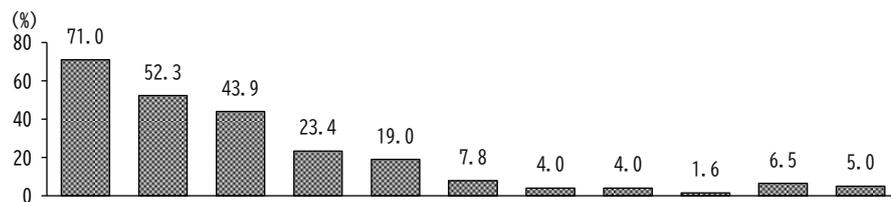
(9) コストが増えた理由

【問2-(7)で「2 売上、コストともに増えたが、売上の増加がコストの増加を上回った」、または問2-(8)で「1 売上が減り、コストが増えた」、「2 売上、コストともに増えたが、コストの増加が売上の増加を上回った」のいずれかに回答した方のみ】

問2-(9) コストが増えた理由として、あてはまるもの全てに○をつけてください。

(複数回答可)

● コストが増えた理由は「資材・原材料があがった」が71.0%で最も高い。



	回答者数	資材・原材料があがった	人件費があがった	エネルギーコストがあがった	運送費(商品の配送、梱包資材費等)があがった	設備の更新(投資)、修繕等を行った	賃借料(店舗、オフィスの賃借料)があがった	デジタル活用に投資した	宣伝広告費を強化した	ECなどの販売チャネルのコストが増えた	その他	無回答	
全体	321	71.0	52.3	43.9	23.4	19.0	7.8	4.0	4.0	1.6	6.5	5.0	
従業員数	従業員1~4人	175	75.4	29.7	43.4	18.9	13.7	7.4	2.3	0.6	8.6	5.7	
	従業員5~9人	67	71.6	79.1	43.3	29.9	25.4	7.5	7.5	6.0	4.5	4.5	
	従業員10~29人	56	60.7	85.7	51.8	30.4	19.6	10.7	7.1	14.3	3.6	1.8	
	従業員30~99人	12	58.3	75.0	41.7	25.0	41.7	-	-	-	8.3	8.3	16.7
	従業員100人以上	2	-	100.0	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-
業種	建設業	46	84.8	56.5	43.5	21.7	6.5	4.3	4.3	2.2	10.9	-	
	製造業	46	87.0	47.8	41.3	45.7	23.9	6.5	-	2.2	4.3	2.2	
	電気・ガス・熱供給・水道業	2	50.0	50.0	-	-	-	-	-	-	-	50.0	
	運輸業	11	27.3	72.7	72.7	-	36.4	9.1	-	9.1	-	-	
	卸売業・小売業	60	78.3	40.0	36.7	31.7	16.7	5.0	-	5.0	3.3	8.3	8.3
	不動産業・物品賃貸業	10	-	30.0	20.0	-	40.0	30.0	10.0	-	-	10.0	-
	情報通信業・学術研究・専門技術サービス業	18	33.3	72.2	33.3	11.1	5.6	5.6	-	11.1	5.6	16.7	5.6
	飲食サービス業・宿泊業	34	88.2	50.0	61.8	11.8	14.7	11.8	-	2.9	5.9	-	2.9
	生活関連サービス業・娯楽業	19	73.7	15.8	47.4	5.3	15.8	10.5	5.3	-	-	5.3	10.5
	医療・福祉	32	78.1	71.9	53.1	12.5	40.6	12.5	25.0	3.1	-	-	3.1
その他サービス業	31	58.1	67.7	41.9	35.5	19.4	3.2	-	6.5	-	12.9	3.2	

注：濃い網は1位、薄い網は2位(「その他」、「無回答」を除く)

全体では、「資材・原材料があがった」が71.0%で最も高く、次いで「人件費があがった」(52.3%)、「エネルギーコストがあがった」(43.9%)となっており、この3つがコスト増加の主要因となっている。

従業員数別にみると、1~4人では「資材・原材料があがった」が75.4%で最も高く、次いで「エネルギーコストがあがった」が43.4%となっている。5~9人では「人件費があがった」が79.1%で最も高く、次いで「資材・原材料があがった」が71.6%となっており、従業員数が増え

るほど人件費の影響が大きくなる傾向がみられる。10～29人では「人件費があがった」が85.7%と更に高くなる。

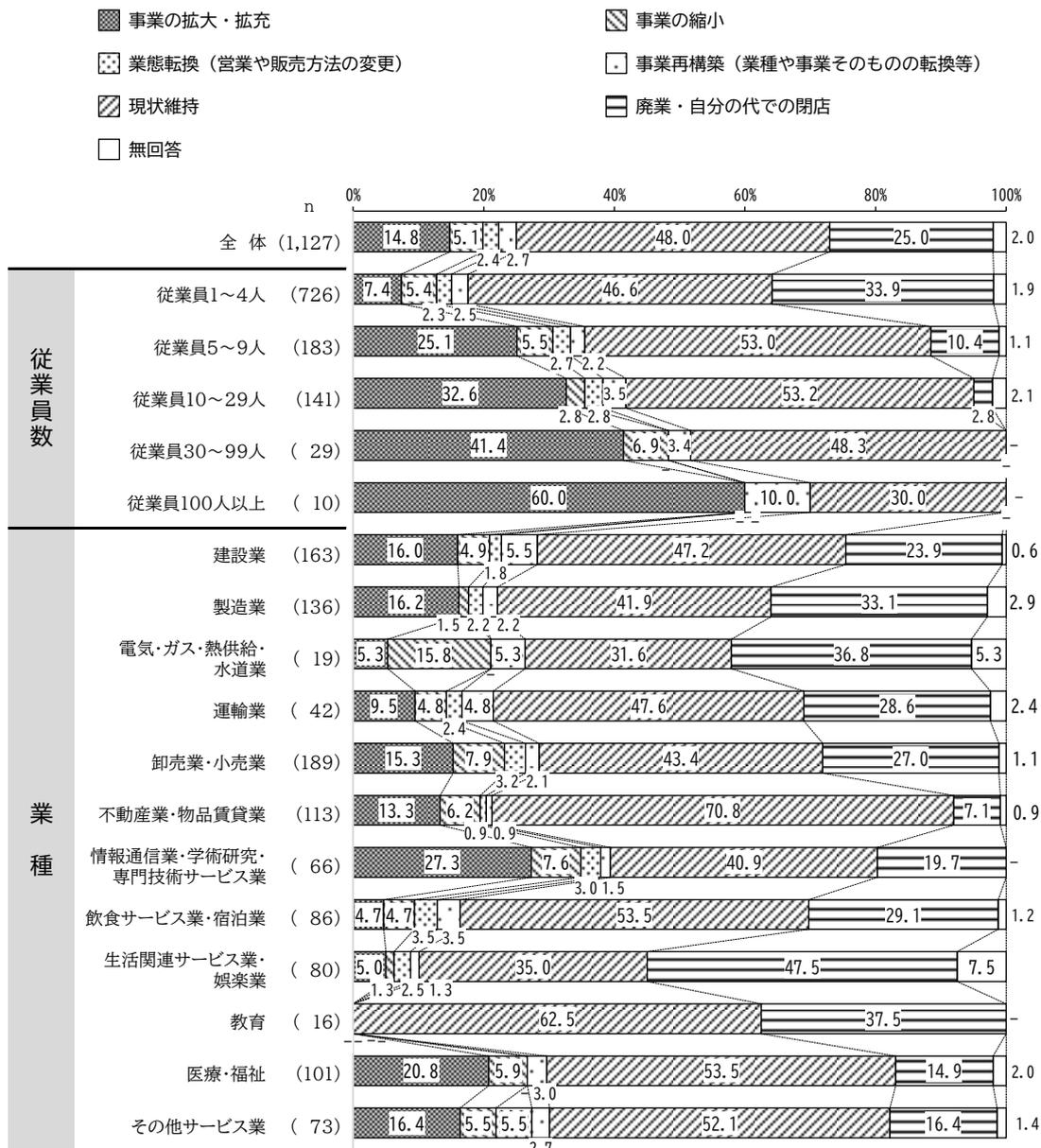
業種別にみると、「資材・原材料があがった」は建設業が84.8%、製造業が87.0%、卸売業・小売業が78.3%、飲食サービス業・宿泊業が88.2%、医療・福祉が78.1%で7割以上で最も高くなっている。その他では、飲食サービス業・宿泊業は「エネルギーコストがあがった」が61.8%で他の業種よりも高い。「人件費があがった」は医療・福祉が71.9%と他の業種よりも高い。

問3 中長期的な経営方針について

(1) 中長期的な経営方針

問3 - (1) 貴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。(単数回答)

● 中長期的な経営方針は「現状維持」が48.0%と約半数を占めている。



全体では、「現状維持」が48.0%と約半数を占めている。「廃業・自分の代での閉店」が25.0%、「事業の拡大・拡充」が14.8%となっている。

従業員数別にみると、1～4人では「現状維持」が46.6%で最も高く、次いで「廃業・自分の代での閉店」が33.9%となっている。5～9人では「現状維持」が53.0%で最も高いが、「事業の拡大・拡充」が25.1%と高くなり、「廃業・自分の代での閉店」は10.4%に低下する。10～29人では「事業の拡大・拡充」が32.6%と更に高くなり、従業員数が多いほうが事業拡大志向も強くなる傾向がみられる。

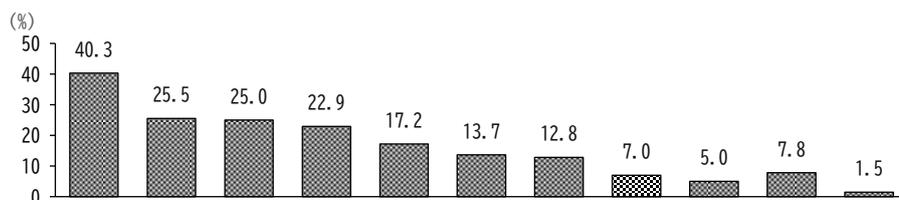
業種別にみると、生活関連サービス業・娯楽業では「廃業・自分の代での閉店」が47.5%と他の業種と比較して高くなっている。不動産業・物品賃貸業では「現状維持」が70.8%と特に高く、飲食サービス業・宿泊業、医療・福祉、その他サービス業でも5割台となっており、現状維持志向が強い業種であることがわかる。情報通信業・学術研究・専門技術サービス業では「事業の拡大・拡充」が27.3%と他業種に比べて高く、医療・福祉でも20.8%となっている。

(2)「現状維持」を中長期的な経営方針とする理由

【問3 - (1)で「5 現状維持」と回答した方のみ】

問3 - (2) 中長期的な経営方針を現状維持と考えている理由として、あてはまるもの全てに○をつけてください。(複数回答可)

● 経営方針を「現状維持」とする理由では「人手が足りず現状維持が精一杯」が40.3%で最も高い。



業種	従業員数	回答者数	理由 (割合%)										
			人手が足りず現状維持が精一杯	市場の拡大が見込めない	物価高で先が見通せない	成長させる必要を感じない	成長を目指す資金がない	業績が悪化してきている	成長を指すリスクを回避したい	何に取り組みが良いかわからない	感染症や災害などに対応してきたことで疲弊した	その他	無回答
全体		541	40.3	25.5	25.0	22.9	17.2	13.7	12.8	7.0	5.0	7.8	1.5
従業員数	従業員1～4人	338	27.5	23.1	22.8	28.7	18.9	13.9	13.9	9.2	3.8	9.5	1.8
	従業員5～9人	97	56.7	29.9	26.8	19.6	13.4	13.4	13.4	3.1	6.2	4.1	1.0
	従業員10～29人	75	64.0	30.7	28.0	6.7	13.3	14.7	10.7	4.0	9.3	6.7	-
	従業員30～99人	14	92.9	28.6	28.6	-	14.3	21.4	-	-	7.1	-	7.1
	従業員100人以上	3	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
業種	建設業	77	64.9	19.5	20.8	11.7	14.3	10.4	19.5	9.1	3.9	6.5	2.6
	製造業	57	42.1	50.9	29.8	17.5	19.3	19.3	12.3	7.0	3.5	10.5	-
	電気・ガス・熱供給・水道業	6	66.7	50.0	33.3	16.7	-	-	-	-	-	-	-
	運輸業	20	50.0	15.0	20.0	10.0	20.0	10.0	5.0	5.0	-	15.0	5.0
	卸売業・小売業	82	40.2	37.8	30.5	12.2	14.6	17.1	11.0	6.1	4.9	7.3	1.2
	不動産業・物品賃貸業	80	10.0	7.5	10.0	51.3	16.3	1.3	21.3	8.8	-	8.8	1.3
	情報通信業・学術研究・専門技術サービス業	27	44.4	14.8	3.7	37.0	14.8	14.8	3.7	3.7	-	-	-
	飲食サービス業・宿泊業	46	45.7	6.5	65.2	28.3	32.6	13.0	6.5	13.0	10.9	4.3	-
	生活関連サービス業・娯楽業	28	21.4	21.4	21.4	21.4	21.4	25.0	10.7	3.6	3.6	21.4	3.6
	教育	10	10.0	50.0	10.0	30.0	10.0	-	20.0	10.0	-	-	-
	医療・福祉	54	53.7	31.5	31.5	16.7	20.4	24.1	9.3	7.4	20.4	5.6	-
その他サービス業	38	36.8	23.7	10.5	18.4	5.3	13.2	13.2	2.6	2.6	5.3	2.6	

注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「無回答」を除く）

全体では、「人手が足りず現状維持が精一杯」が40.3%で最も高く、次いで「市場の拡大が見込めない」(25.5%)、「物価高で先が見通せない」(25.0%)、「成長させる必要を感じない」(22.9%)と続いている。

従業員数別にみると、1～4人では「成長させる必要を感じない」が28.7%で最も高く、次いで「人手が足りず現状維持が精一杯」が27.5%となっている。「人手が足りず現状維持が精一杯」は5～9人(56.7%)、10～29人(64.0%)と人数が多いほうが人手不足が現状維持の要因とする割合が高い。

業種別にみると、建設業、医療・福祉、卸売業・小売業、その他サービス業では「人手が足りず現状維持が精一杯」が3割以上で最も高く、特に建設業では64.9%と特に高い。飲食サービス業・宿泊業は「物価高で先が見通せない」が65.2%と他の業種と比較して高く、次いで「人手が足りず現状維持が精一杯」(45.7%)となっている。不動産業・物品賃貸業では「成長させる必要を感じない」が51.3%で最も高くなっている。

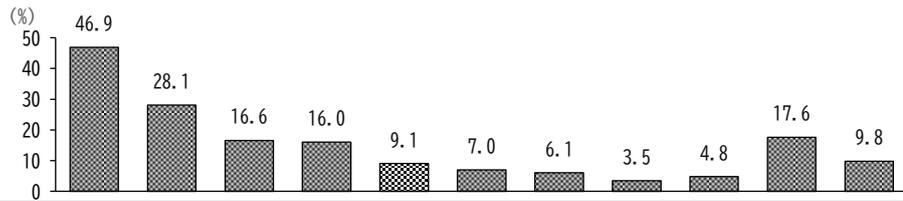
第2章 各調査の結果

(3) 事業の拡大・拡充、成長に向けて必要だと思う行政等の支援

問3 - (3) 事業の拡大・拡充、成長に向けて必要だと思う行政等の支援として、あてはまるもの全てに○をつけてください。(複数回答可)

※ アンケート調査票には、区で実施している具体的な支援事業「①足立区内の事業者が知っておきたい補助金5選」、「②足立区内の中小企業支援」を参照できる2次元バーコードを掲載していた。

● 必要だと思う行政等の支援では「設備投資（購入・更新・修理等）のための融資や補助金」が46.9%で最も高い。



業種	回答者数	金 理 設 備	人 手	売 上	め の	保 経	支 経	共 中	異 リ	そ の	支 援	無 回
		等 投 資	不 足	増 や	デ ジ	営 等	営 (改	有 小	業 種	他	援 は	答
回答者数は実数 項目は割合値 (%)		の た	に 対	販 路	タ ル	に 関	善)	企 業	と の		不 要	
全 体		購 入・更	応 す	開 拓	技 術	す る	計 画	の 事	交 流			
		新・修	る 支	の 支	を 活	相 談	の 立	業 拡	カ			
		助	援	の 支	用 す	先 の	案 の	大 事	ン			
				た	る た	確	の	例 の	パ			
				ら	は			の 共	ニ			
				の	ら			有	ー			
				の	を				イ			
				の	す				ン			
				の	る				ガ			
				の	た				ン			
				の	め				パ			
				の	の				ニ			
				の	た				ー			
				の	め				イ			
				の	の				ン			
				の	す				ガ			
				の	る				ン			
				の	た				パ			
				の	め				ニ			
				の	の				ー			
				の	た				ン			
				の	め				ガ			
				の	の				ン			
				の	す				パ			
				の	る				ニ			
				の	た				ー			
				の	め				ン			
				の	の				ガ			
				の	た				ン			
				の	め				パ			
				の	の				ニ			
				の	す				ー			
				の	る				ン			
				の	た				ガ			
				の	の				ン			
				の	す				パ			
				の	る				ニ			
				の	た				ー			
				の	め				ン			
				の	の				ガ			
				の	た				ン			
				の	め				パ			
				の	の				ニ			
				の	す				ー			
				の	る				ン			
				の	た				ガ			
				の	の				ン			
				の	す				パ			
				の	る				ニ			
				の	た				ー			
				の	め				ン			
				の	の				ガ			
				の	た				ン			
				の	め				パ			
				の	の				ニ			
				の	す				ー			
				の	る				ン			
				の	た				ガ			
				の	の				ン			
				の	す				パ			
				の	る				ニ			
				の	た				ー			
				の	め				ン			
				の	の				ガ			
				の	た				ン			
				の	め				パ			
				の	の				ニ			
				の	す				ー			
				の	る				ン			
				の	た				ガ			
				の	の				ン			
				の	す				パ			
				の	る				ニ			
				の	た				ー			
				の	め				ン			
				の	の				ガ			
				の	た				ン			
				の	め				パ			
				の	の				ニ			
				の	す				ー			
				の	る				ン			
				の	た				ガ			
				の	の				ン			
				の	す				パ			
				の	る				ニ			
				の	た				ー			
				の	め				ン			
				の	の				ガ			
				の	た				ン			
				の	め				パ			
				の	の				ニ			
				の	す				ー			
				の	る				ン			
				の	た				ガ			
				の	の				ン			
				の	す				パ			
				の	る				ニ			
				の	た				ー			
				の	め				ン			
				の	の				ガ			
				の	た				ン			
				の	め				パ			
				の	の				ニ			
				の	す				ー			
				の	る				ン			
				の	た				ガ			
				の	の				ン			
				の	す				パ			
				の	る				ニ			
				の	た				ー			
				の	め				ン			
				の	の				ガ			
				の	た				ン			
				の	め				パ			
				の	の				ニ			
				の	す				ー			
				の	る				ン			
				の	た				ガ			
				の	の				ン			
				の	す				パ			
				の	る				ニ			
				の	た				ー			
				の	め				ン			
				の	の				ガ			
				の	た				ン			
				の	め				パ			
				の	の				ニ			
				の	す				ー			
				の	る				ン			
				の	た				ガ			
				の	の				ン			
				の	す				パ			
				の	る				ニ			
				の	た				ー			
				の	め				ン			
				の	の				ガ			
				の	た				ン			
				の	め				パ			
				の	の				ニ			
				の	す				ー			
				の	る				ン			
				の	た				ガ			
				の	の				ン			
				の	す				パ			
				の	る				ニ			
				の	た				ー			

従業員数別にみると、1～4人、5～9人、10～29人では、「設備投資（購入・更新・修理等）のための融資や補助金」が4割以上で最も高く、次いで「人手不足に対応する支援」となっており、1～4人では15.8%であるが、5人以上では4割以上となっている。設備投資も人手不足も従業員数人数が増えるほどニーズが高まる傾向がみられる。一方、「支援は不要」は1～4人が23.7%と高いが、5人以上では1割以下となり、人数が増えるほど支援の必要性を感じる傾向がみられる。

業種別にみると、建設業、運輸業では「人手不足に対応する支援」がそれぞれ50.3%、47.6%で最も高くなっている。それ以外の業種では、「設備投資（購入・更新・修理等）のための融資や補助金」が3割以上で最も高く、特に医療・福祉で62.4%、製造業で55.9%、飲食サービス業・宿泊業で54.7%と高い。建設業、製造業、運輸業、飲食サービス業・宿泊業、医療・福祉・その他サービス業は設備投資と人手不足のどちらも上位にあげているが、卸売業・小売業、情報通信業・学術研究・専門技術サービス業では設備投資に続き、「売上増や販路開拓の支援」が2割台、生活関連サービス業・娯楽業では11.3%で続いている。また、不動産業・物品賃貸業では設備投資に続き「デジタル技術を活用するための支援」（21.2%）が続くなど、業種によってニーズの違いがみられる。一方、「支援は不要」は不動産業・物品賃貸業で26.5%、飲食サービス業・宿泊業（20.9%）、その他サービス業（20.5%）、情報通信業・学術研究・専門技術サービス業（19.7%）が2割前後となっている。

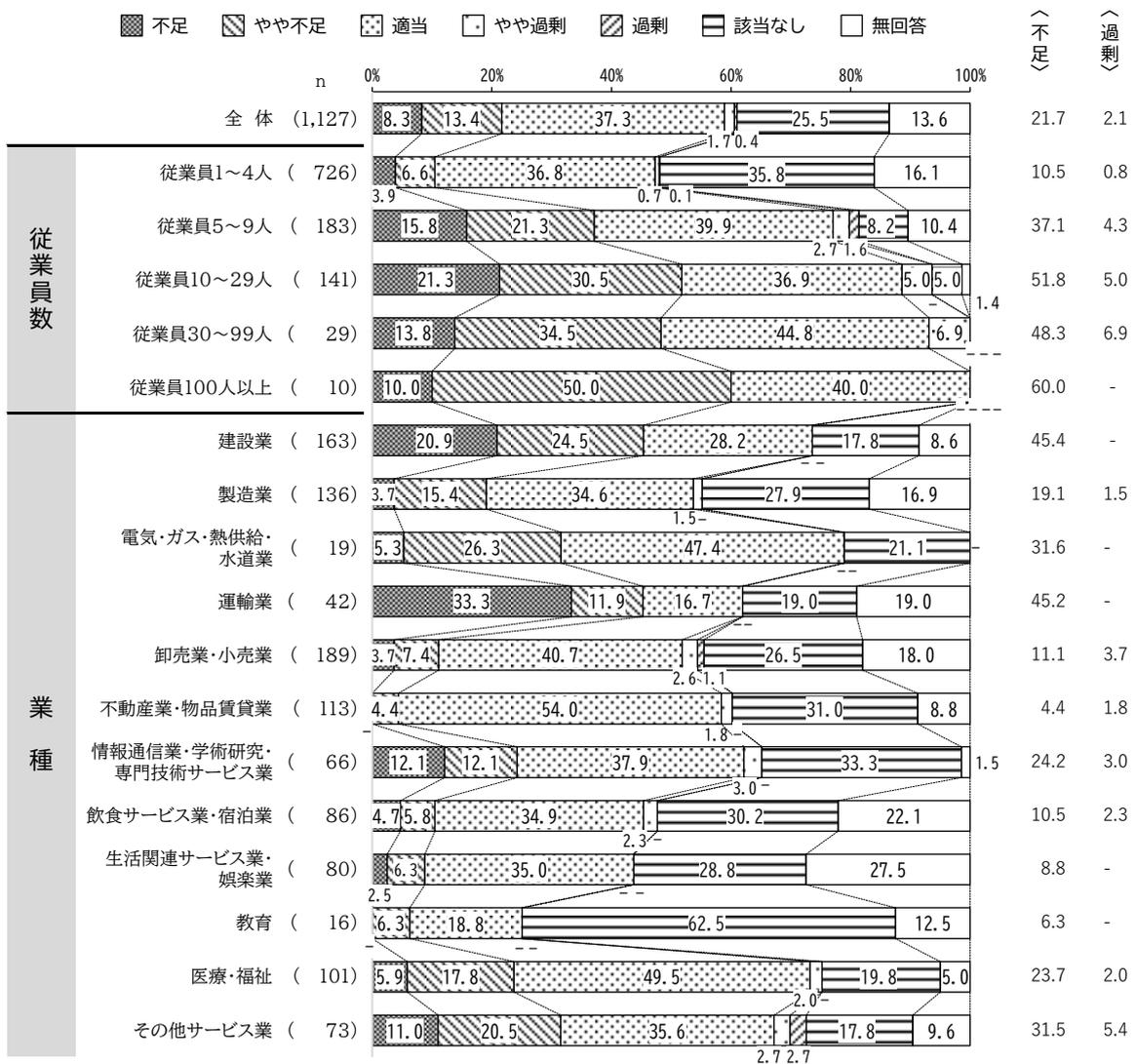
問4 人材の状況について

(1) 正社員・非正社員の人材の状況

問4 - (1) 2024年度、2025年度両方における、正社員・非正社員の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。(年度ごとの単数回答)

正社員 (2024年度の状況)

● 正社員の過不足状況(2024年度時点)は「**適当**」が37.3%で最も高く、2割強が「**不足**」。



全体では、「適当」は37.3%となっている。「不足」が8.3%、「やや不足」が13.4%となっており、<不足>傾向にある事業所は合わせて21.7%となっている。「やや過剰」は1.7%、「過剰」は0.4%で、<過剰>傾向にある事業所は2.1%と少ない。

従業員数別にみると、「適当」は1~4人(36.8%)、5~9人(39.9%)、10~29人(36.9%)が3割台で最も高くなっている。<不足>は1~4人では10.5%にとどまるが、5~9人で

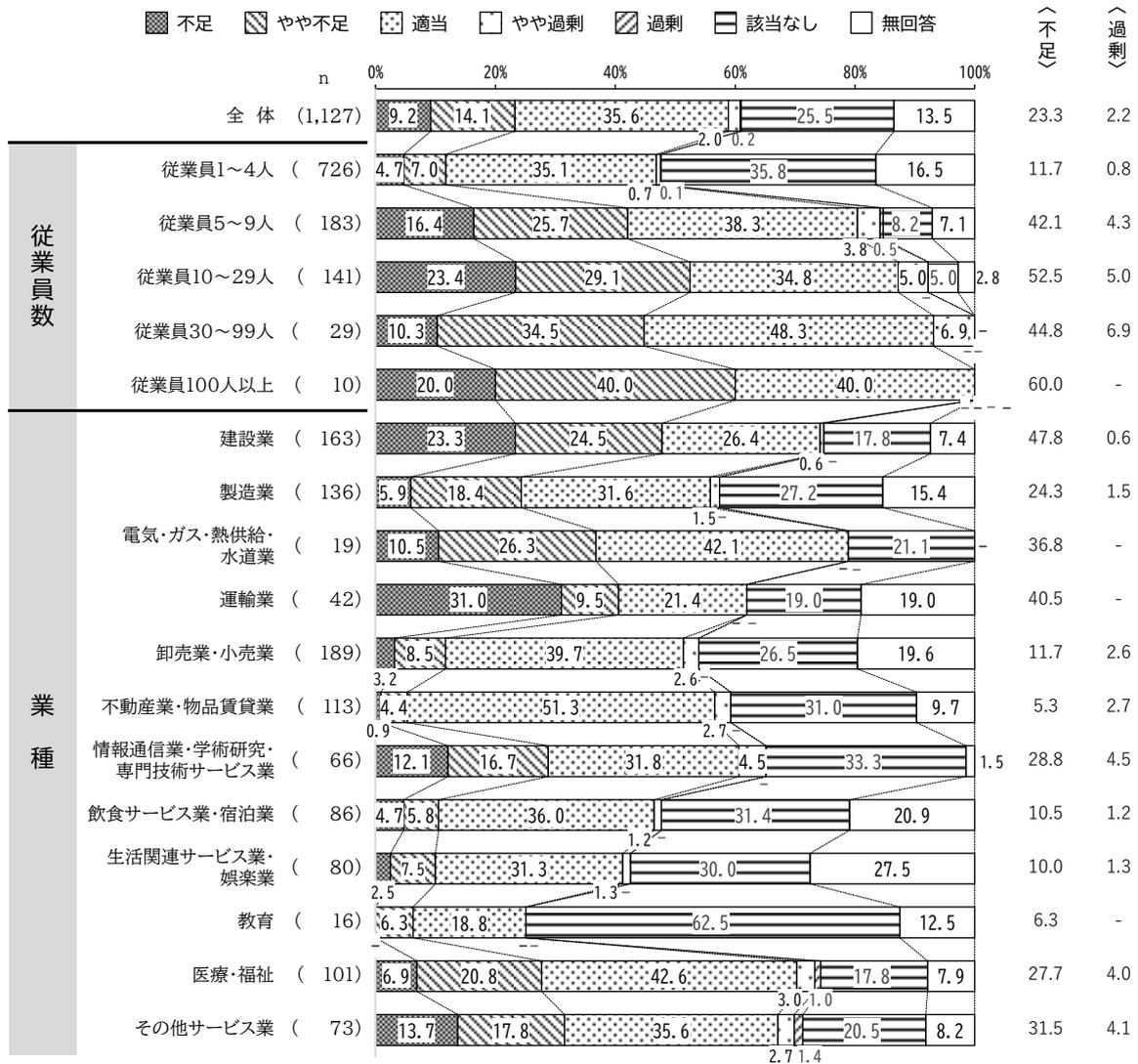
37.1%、10～29人では51.8%と過半数を占めるなど、従業員数が増えるほど人手不足が深刻になる傾向がみられる。

業種別にみると、運輸業では「不足」が33.3%と特に高く、「やや不足」(11.9%)と合わせた<不足>は45.2%と最も高い。この他、<不足>は建設業でも45.4%、その他のサービス業で31.5%と人材不足が深刻な事業所が多い。一方、不動産業・物品賃貸業では「適当」が54.0%と過半数を占め、「該当なし」も31.0%となっており、人手不足の問題は比較的小さい。

第2章 各調査の結果

正社員（2025年度の状況）

● 正社員の過不足状況(2025年度時点)は「適当」が35.6%で最も高く、〈不足〉が23.3%で全体の約1/4を占める。



全体では、「適当」が35.6%で最も高くなっている。「不足」は9.2%、「やや不足」は14.1%となっており、〈不足〉傾向にある事業所は合わせて23.3%となっている。2024年度時点と比較すると、〈不足〉傾向にある事業所の割合が1.6ポイント増加しており、人手不足が悪化している。

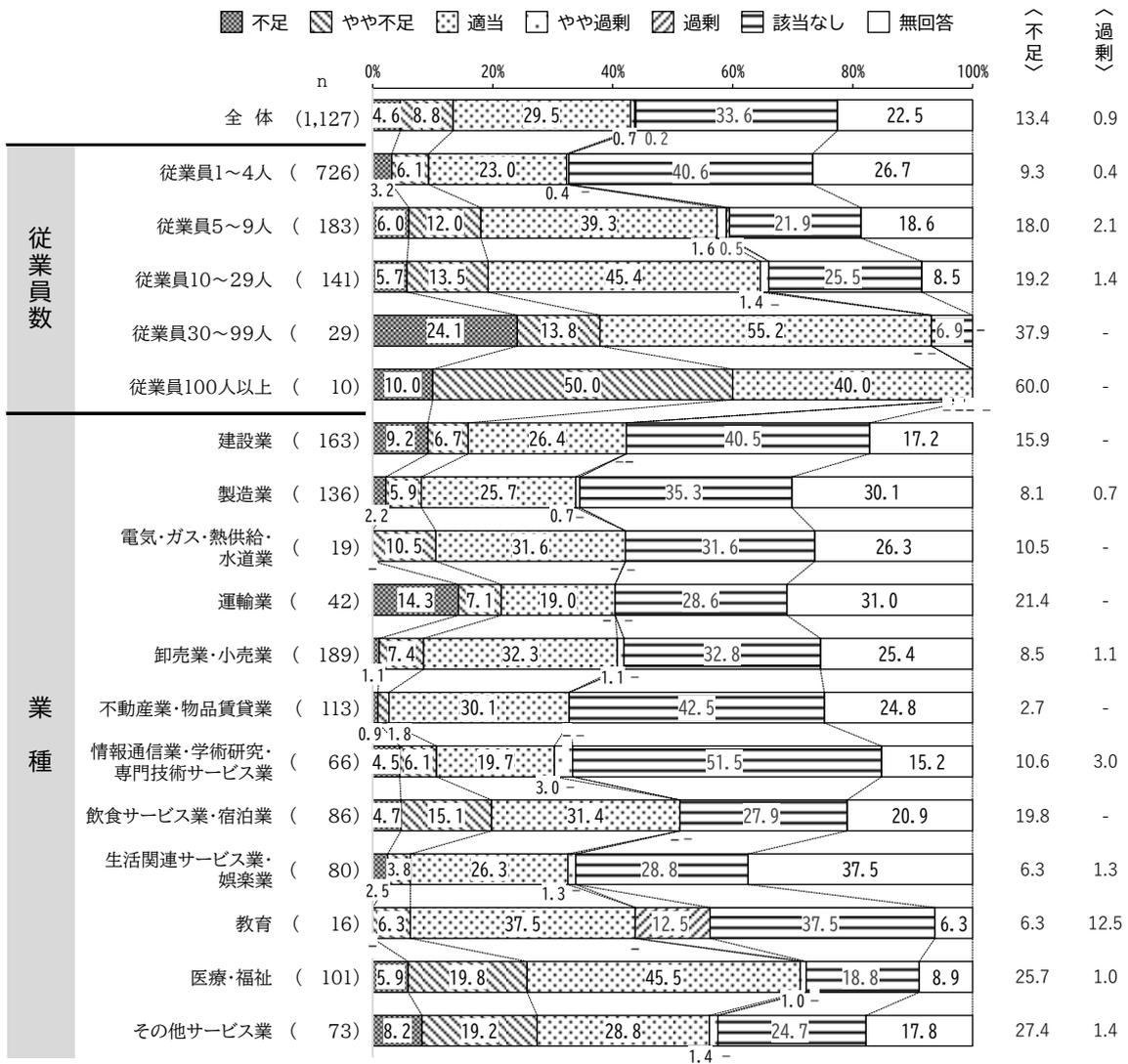
従業員数別にみると、「適当」は1~4人(35.1%)、5~9人(38.3%)、10~29人(34.8%)が3割台で最も高くなっている。〈不足〉は従業員数が増えるほど増加し人手不足が深刻になる傾向がみられ、1~4人では11.7%にとどまるが、5~9人で42.1%、10~29人では52.5%と過半数を占める。10~29人では〈不足〉が2024年度時点(51.8%)からやや増加している。

業種別にみると、建設業、運輸業以外の業種では、「適当」が3割以上で最も高く、特に不動産業・物品賃貸業で51.3%、医療・福祉で42.6%となっている。運輸業では「不足」が31.0%と最も高く、「やや不足」(9.5%)と合わせた<不足>は40.5%となっている。建設業でも<不足>は47.8%と高く、2024年度時点(45.4%)から更に悪化している。

第2章 各調査の結果

非正社員（2024年度の状況）

● 非正社員の過不足状況(2024年度時点)は「**適当**」が29.5%で最も高い。



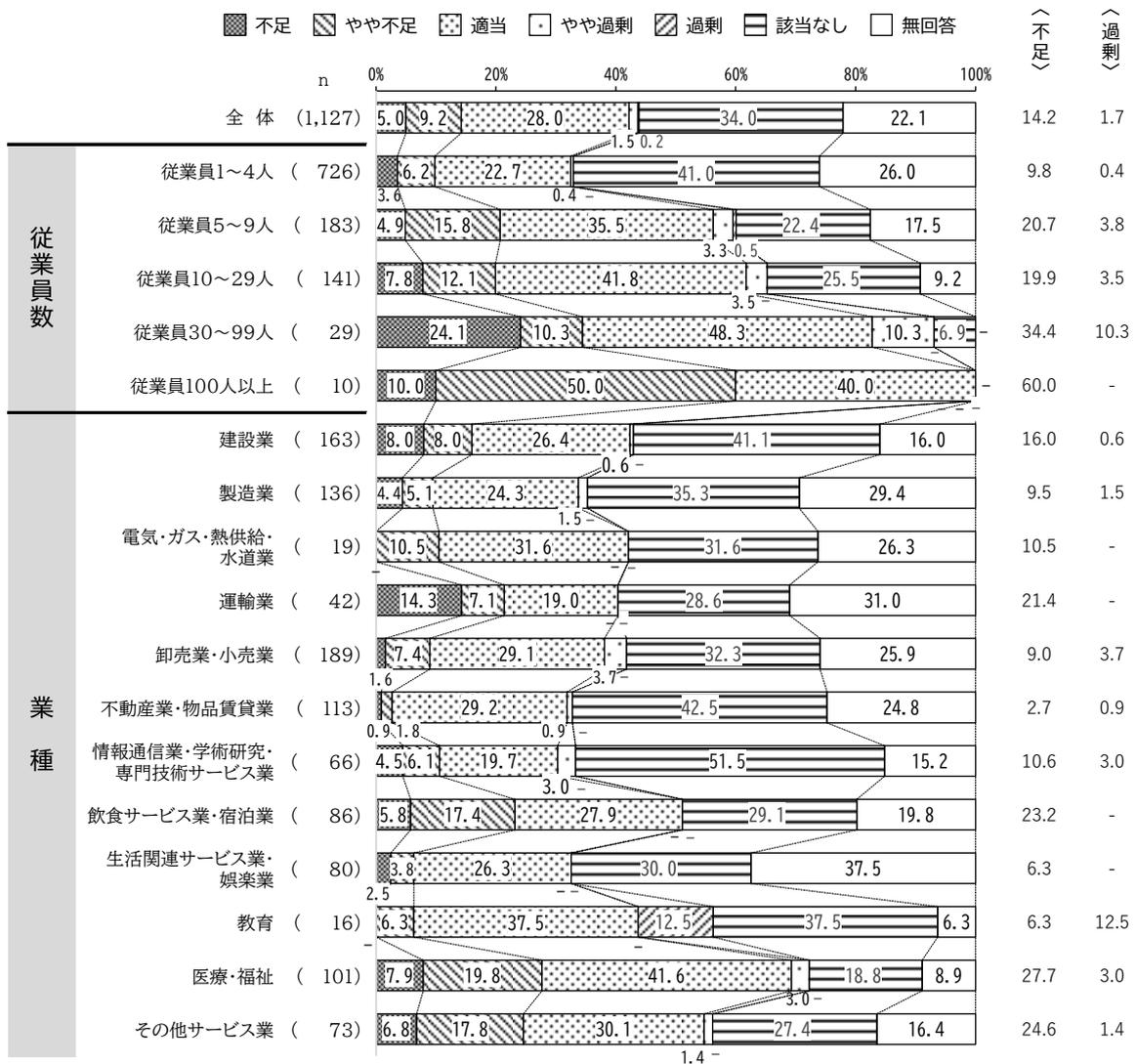
全体では、「**適当**」が29.5%となっている。「**不足**」が4.6%で、「**やや不足**」(8.8%)と合わせた<不足>傾向にある事業所は合わせて13.4%となっている。正社員と比較すると、「**該当なし**」(33.6%)の割合が高いせいか、<不足>の割合は低い。

従業員数別にみると、「**適当**」は1~4人(23.0%)、5~9人(39.3%)、10~29人(45.4%)となっている。<不足>は1~4人(9.3%)、5~9人(18.0%)、10~29人(19.2%)となっており、従業員数が増えるほど「**適当**」の割合が増える一方で、<不足>もあわせて増える傾向がみられる。

業種別にみると、<不足>はその他サービス業(27.4%)、医療・福祉(25.7%)と比較的高く、運輸業(21.4%)、飲食サービス業・宿泊業(19.8%)で2割前後となっている。一方、情報通信業・学術研究・専門技術サービス業では「**該当なし**」が51.5%、不動産業・物品賃貸業(42.5%)、建設業(40.5%)で非正社員を雇用していない事業所が多い。

非正社員（2025年度の状況）

● 非正社員の過不足状況(2025年度時点)は「**適当**」が28.0%で最も高い。



全体では、「**適当**」が28.0%となっている。「**不足**」は5.0%で、「**やや不足**」(9.2%)と合わせた<不足>傾向にある事業所は14.2%となっている。2024年度時点(13.4%)と比較すると、不足傾向にある事業所の割合が0.8ポイント増加しており、やや悪化している。また、該当なしは「34.0%」となっている。

従業員数別にみると、「**適当**」は1~4人(22.7%)、5~9人(35.5%)、10~29人(41.8%)となっている。<不足>は1~4人(9.8%)、5~9人(20.7%)、10~29人(19.9%)となっており、従業員数が増えるほど「**適当**」の割合が増える一方で、<不足>もあわせて増える傾向がみられる。一方、「**該当なし**」は1~4人では41.0%と高いが、5~9人(22.4%)、10~29人(25.5%)では2割台に減少している。

第2章 各調査の結果

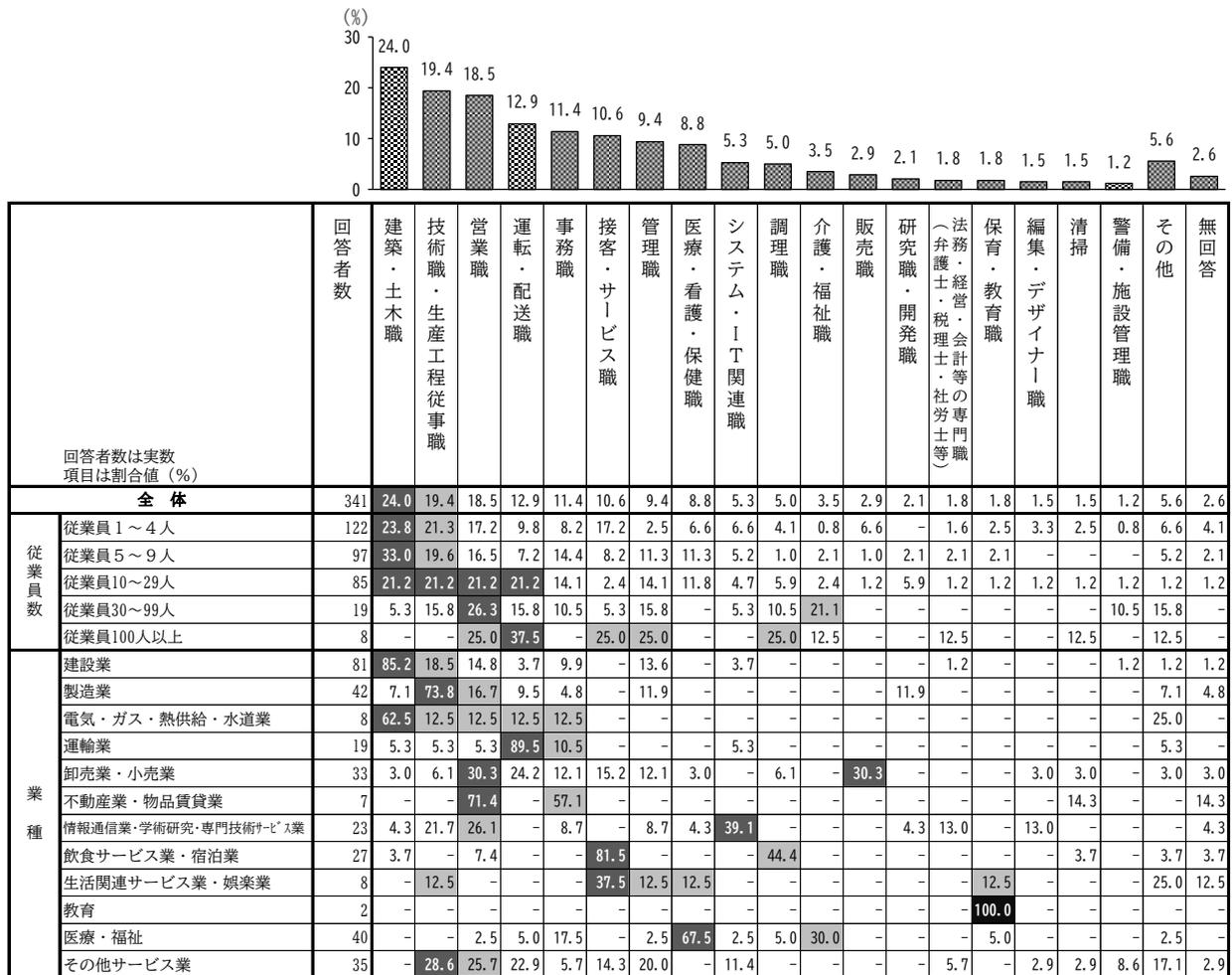
業種別にみると、医療・福祉では<不足>は27.7%と最も高く、その他サービス業（24.6%）、飲食サービス業・宿泊業（23.2%）、運輸業（21.4%）となっている。2024年度時点と比較すると、飲食サービス業・宿泊業（19.8%）で<不足>の割合（23.2%）がやや増加している。

(2) 現在不足している職種

【問4 - (1) の2024年度時点、2025年度現在の正社員・非正社員の状況のいずれかで、「1 不足」または「2 やや不足」に回答した方のみ】

問4 - (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。
(複数選択可)

● 現在不足している職種では「建築・土木職」が24.0%で最も高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「無回答」を除く）

全体では、「建築・土木職」が24.0%で最も高く、次いで「技術職・生産工程従事職」（19.4%）、「営業職」（18.5%）の順で続いている。

従業員数別にみると、1~4人では「建築・土木職」が23.8%で最も高く、「技術職・生産工程従事職」（21.3%）が続いている。5~9人でも「建築・土木職」が33.0%と最も高く、次いで「技術職・生産工程従事職」（19.6%）が続いている。10~29人では「建築・土木職」、「技術職・生産工程従事職」、「営業職」、「運転・配送職」がそれぞれ21.2%と、複数の職種で不足がみられる。

第2章 各調査の結果

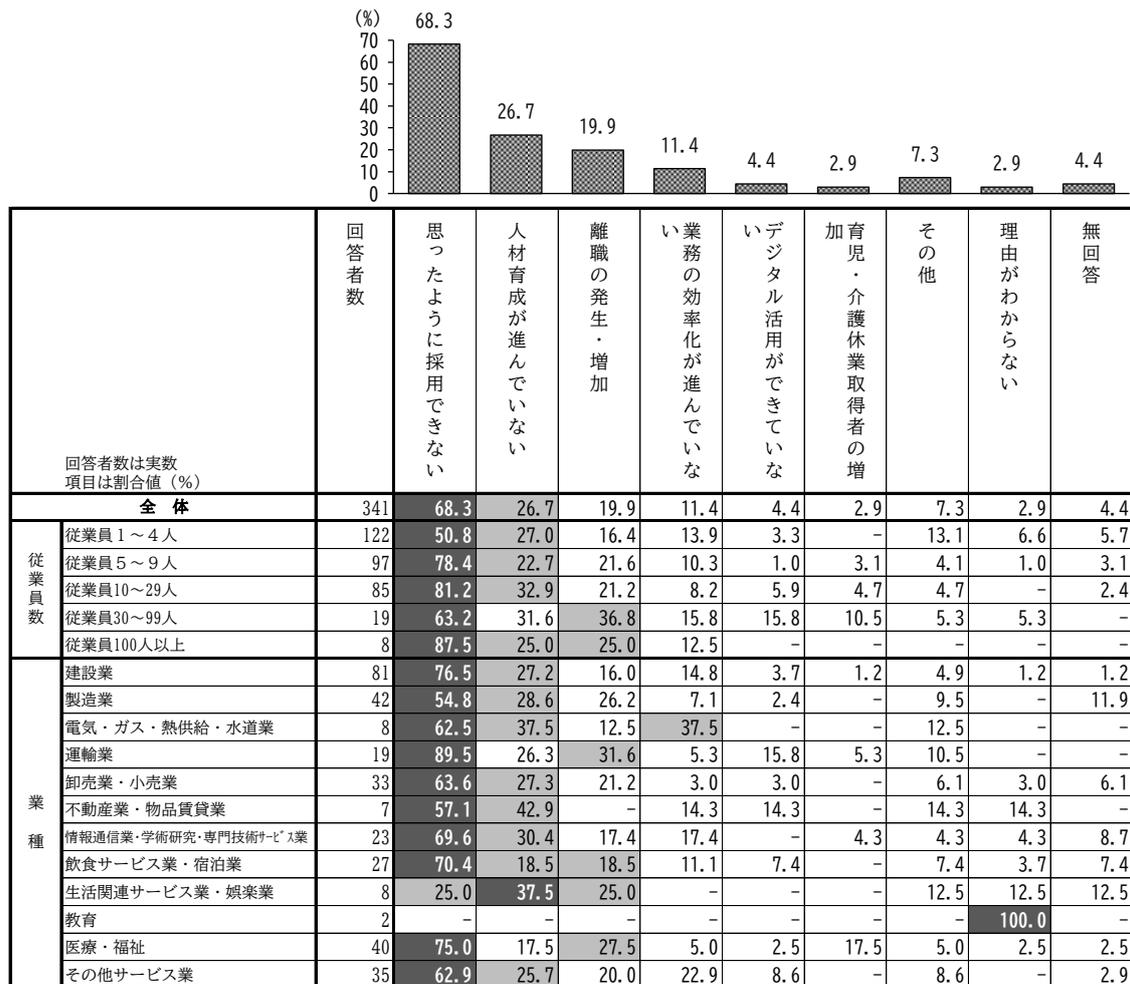
業種別にみると、建設業では「建築・土木職」が85.2%と特に高く、次いで「技術職・生産工程従事職」(18.5%)、「営業職」(14.8%)となっている。製造業では「技術職・生産工程従事職」が73.8%と特に高く、次いで「営業職」(16.7%)となっている。卸売業・小売業では「営業職」と「販売職」(ともに30.3%)が最も高く、次いで「運転・配送職」(24.2%)となっている。医療・福祉では「医療・看護・保健職」が67.5%で特に高く、次いで「介護・福祉職」(30.0%)となっている。その他サービス業では、「技術職・生産工程従事者」が28.6%で最も高く、「営業職」(25.7%)となるなど、業種に即した職種が不足している様子がうかがえる。

(3) 人手不足が発生した理由

【問4 - (1) の2024年度時点、2025年度現在の正社員・非正社員の状況のいずれかで、「1 不足」または「2 やや不足」に回答した方のみ】

問4 - (3) 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。
(複数回答可)

● 人手不足が発生した理由では「思ったように採用できない」が68.3%で最も高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「理由がわからない」、「無回答」を除く）

全体では、「思ったように採用できない」が68.3%と最も高く、次いで「人材育成が進んでいない」(26.7%)、「離職の発生・増加」(19.9%)の順で続いている。

従業員数別にみると、「思ったように採用できない」は1～4人では50.8%であるが、5～9人で78.4%、10～29人で81.2%となっている。「人材育成が進んでいない」は1～4人(27.0%)、5～9人(22.7%)が2割台、10～19人で32.9%となるなど、従業員数が増えるほど採用難と人材育成の課題が深刻になる傾向がみられる。

第2章 各調査の結果

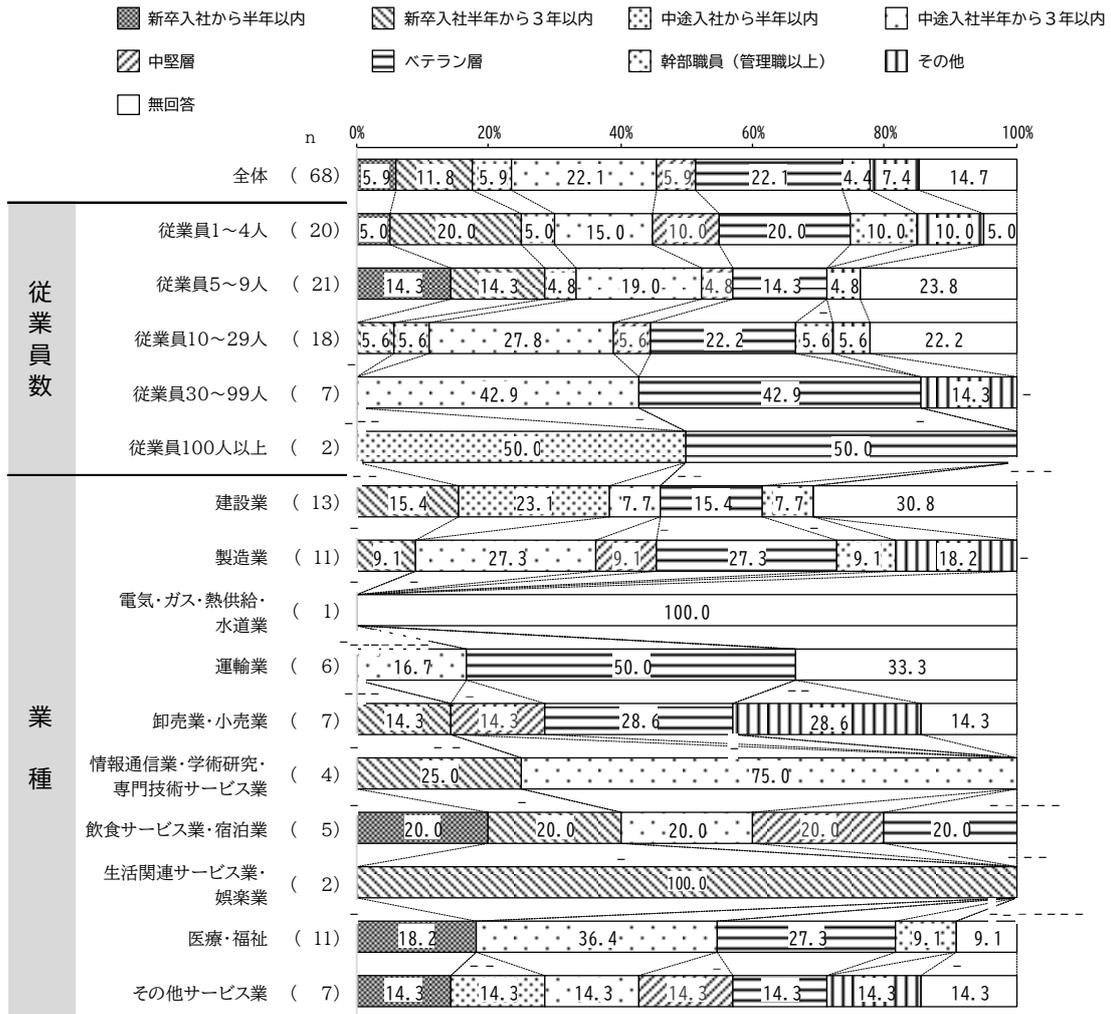
業種別にみると、いずれの業種も「思ったように採用できない」が最も高く、建設業（76.5%）、医療・福祉（75.0%）、卸売業・小売業（63.6%）、その他サービス業（62.9%）、製造業（54.8%）となっている。また、「人材育成が進んでいない」では製造業が28.6%と他の業種よりも高く、「離職の発生・増加」では医療・福祉が27.5%と他の業種よりも高くなっている。

(4) 離職が多い層

【問4-(3)で、「4 離職の発生・増加」に回答した方のみ】

問4-(3-1) 離職が多い層として最もあてはまるものに○をつけてください。(単数回答)

● 離職が多い層としては「中途入社半年から3年以内」と「ベテラン層」がともに22.1%で最も高い。



「不動産業・物品賃貸業」、「教育」は回答者がいないため、図表から省略している

全体では、「中途入社半年から3年以内」と「ベテラン層」がともに22.1%で最も高く、「新卒入社半年から3年以内」(11.8%)の順で続いている。

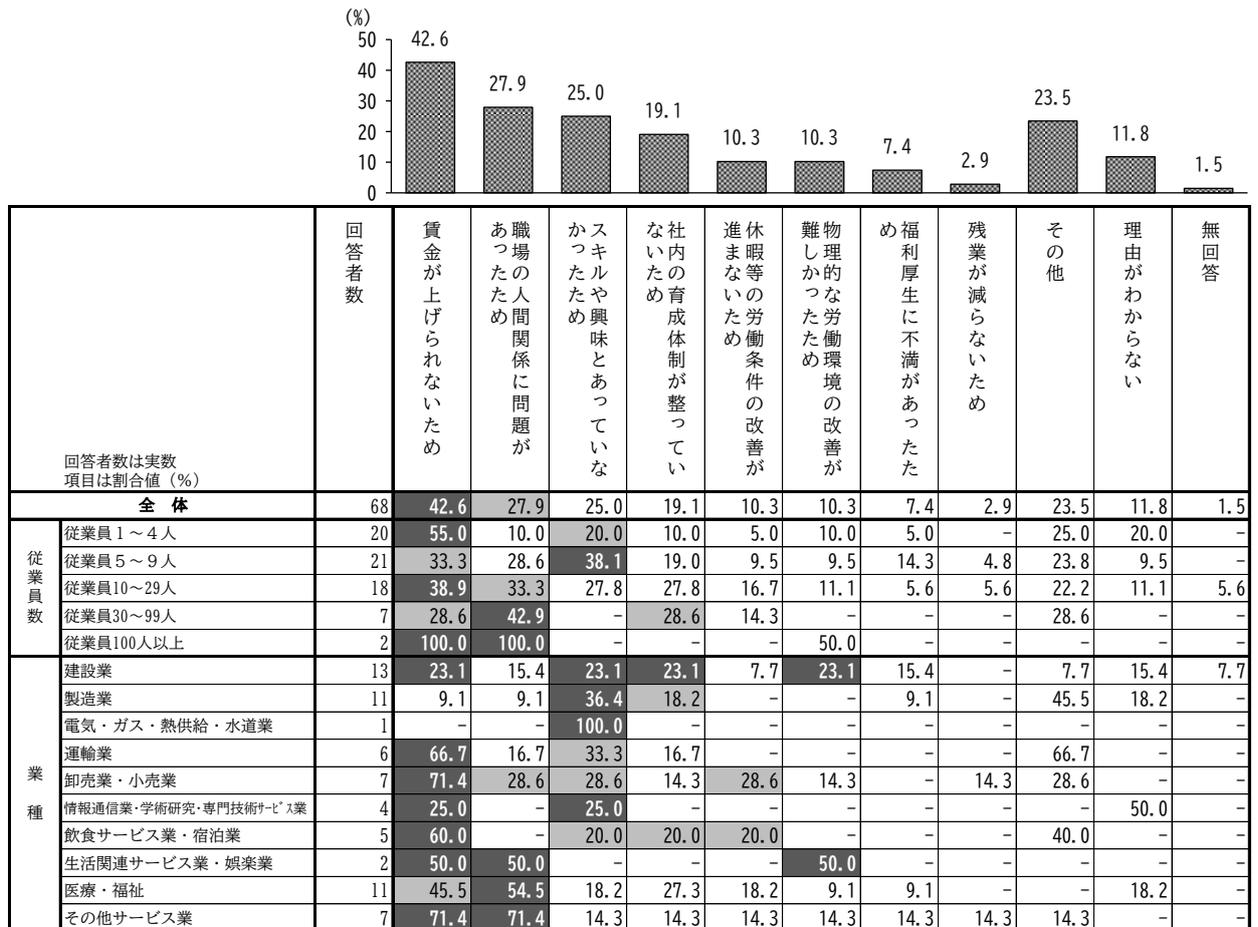
従業員数別、業種別は、回答者数が少ないため、図表を参考とする。

(5) 離職が発生・増加した理由

【問4 - (3) で、「4 離職の発生・増加」に回答した方のみ】

問4 - (3-2) 貴社が考える離職が発生または増加した理由としてあてはまるものに○をつけてください。(複数回答可)

● 離職が発生または増加した理由では「賃金が上げられないため」が42.6%で最も高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「理由がわからない」、「無回答」を除く）
 ※ 「不動産業・物品賃貸業」、「教育」は回答者がいないため、図表から省略している

全体では、「賃金が上げられないため」が42.6%で最も高く、次いで「職場の人間関係に問題があったため」が27.9%、「スキルや興味とあっていなかったため」が25.0%となっている。

従業員数別、業種別は、回答者が少ないため、図表を参考とする。

[その他] 16件

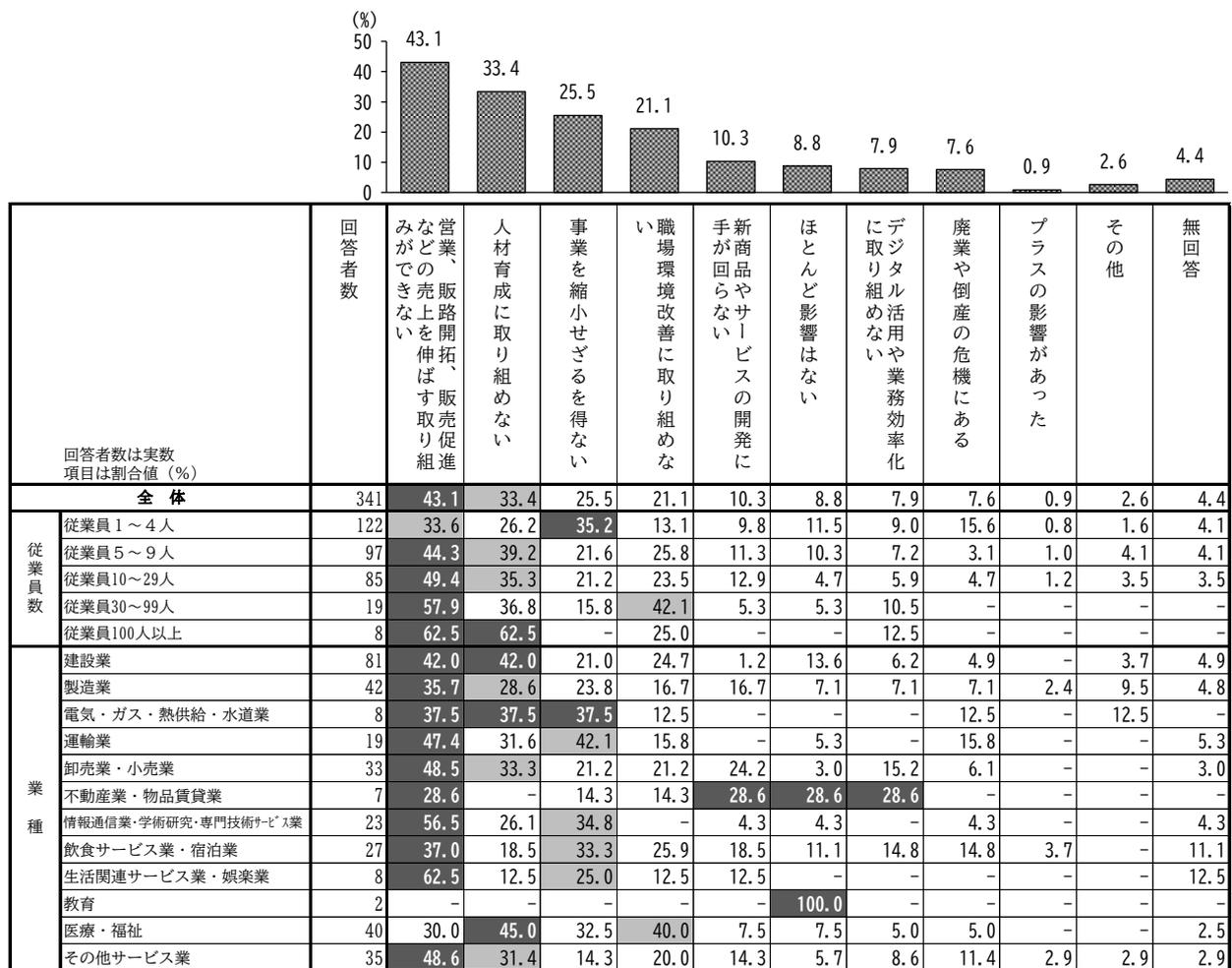
高齢（6件）、病気（5件）、定年（3件）、賃金を下げた（1件）。

(6) 人手不足が経営に与えた影響

【問4 - (1) の2024年度時点、2025年度現在の正社員・非正社員の状況のいずれかで、「1 不足」または「2 やや不足」に回答した方のみ】

問4 - (4) 人手不足が貴社の経営に与えた影響について、あてはまるものに○をつけてください。(複数回答可)

● 人手不足が与えた影響としては「営業、販路開拓、販売促進などの売上を伸ばす取り組みができない」が43.1%で最も高い。



全体では、「営業、販路開拓、販売促進などの売上を伸ばす取り組みができない」が43.1%で最も高く、次いで「人材育成に取り組めない」(33.4%)、「事業を縮小せざるを得ない」(25.5%)の順で続いている。

従業員数別にみると、1~4人では「事業を縮小せざるを得ない」が35.2%で最も高く、次いで「営業、販路開拓、販売促進などの売上を伸ばす取り組みができない」(33.6%)となっている。「営業、販路開拓、販売促進などの売上を伸ばす取り組みができない」は5~9人(44.3%)、10~19人(49.4%)で最も高く、「人材育成に取り組めない」は5~9人(39.2%)、10~29人

第2章 各調査の結果

(35.3%)とそれぞれ続いており、従業員数が多いほうが営業活動や人材育成への影響が大きい傾向がみられる。

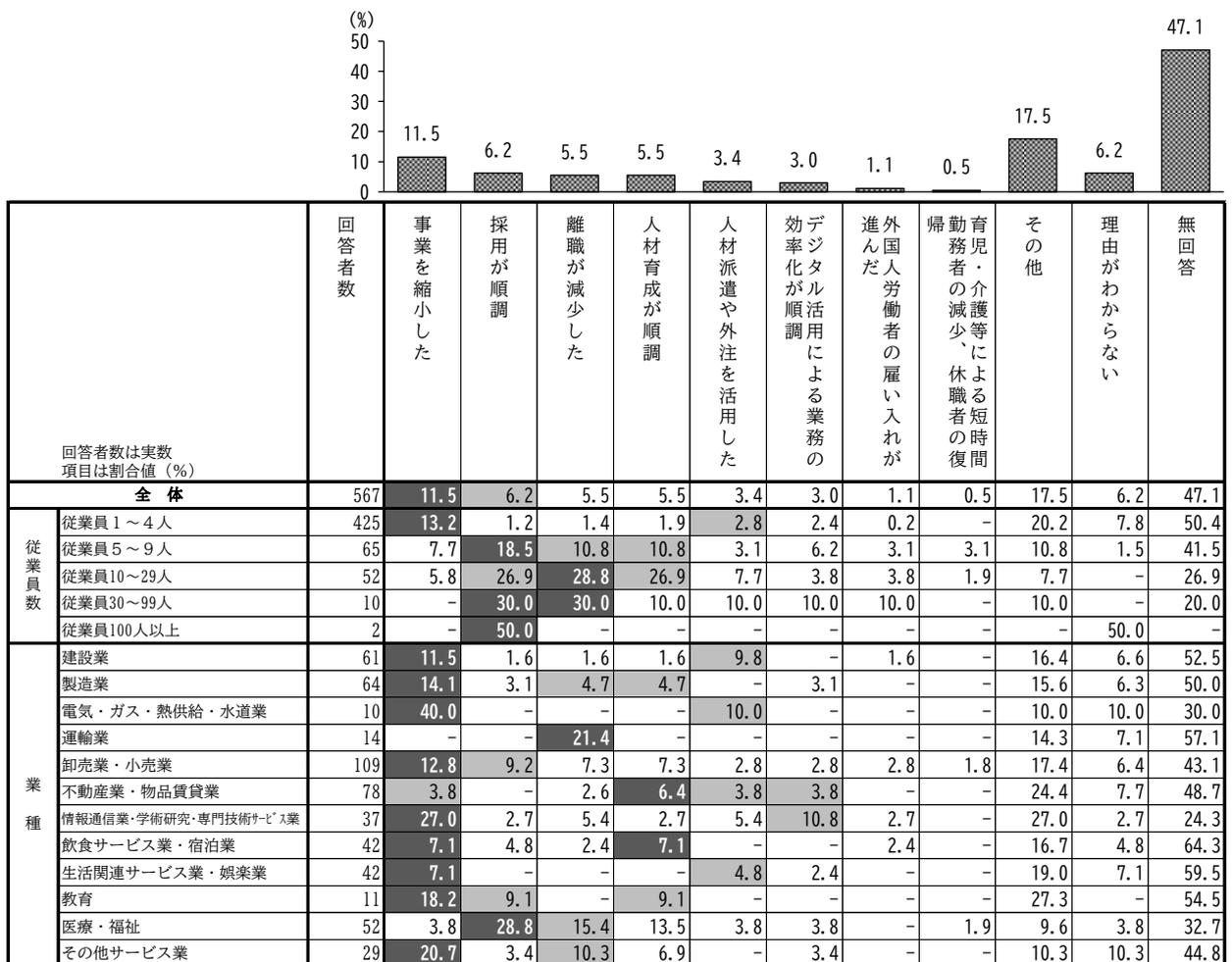
業種別にみると、医療・福祉を除く業種で、「営業、販路開拓、販売促進などの売上を伸ばす取り組みができない」が3割以上で最も高く、その他サービス業、卸売業・小売業では5割近くとなっており、建設業（42.0%）では同率で「人材育成に取り組めない」も1番の影響にあげられている。医療・福祉では「人材育成に取り組めない」が45.0%で最も高く、次いで「職場環境改善に取り組めない」（40.0%）が他の業種と比較して高くなっている。

(7) 人手不足が発生しなかった理由

【問4 - (1) の2024年度時点、2025年度現在の正社員・非正社員の状況のいずれかで「1 不足」、「2 やや不足」に1つも○がつかなかった方のみ】

問4 - (5) 人手不足が発生しなかった理由として、あてはまるものに○をつけてください。
(複数回答可)

- 人手不足が発生しなかった理由としては「事業を縮小した」が11.5%で最も高く、次いで「採用が順調」(6.2%)が高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「理由がわからない」、「無回答」を除く）

全体では、「事業を縮小した」が11.5%で最も高く、次いで「採用が順調」(6.2%)、「離職が減少した」「人材育成が順調」(ともに5.5%)の順で続いている。

従業員数別にみると、1~4人では、「事業を縮小した」が13.2%で最も高く、従業員数が多いほど割合は少なくなる。5~9人では、「採用が順調」が18.5%で、10~29人では「離職が減少した」が28.8%で最も高く、従業員数が増えるほど採用や離職減少による理由が明確になる傾向がみられる。

第2章 各調査の結果

業種別にみると、医療・福祉では「採用が順調」が28.8%で最も高く、次いで「離職が減少した」が15.4%となっている。情報通信業・学術研究・専門技術サービス業では「事業を縮小した」が27.0%で最も高く、次いで「デジタル活用による業務の効率化が順調」(10.8%)となっている。

[その他] 99件

項目	件数
現状人員の充足と定着	44
家族・個人経営による少人数体制	33
仕事量自体が減少	12
運営上の工夫や外部リソースの活用	10

※ 複数項目にまたがる意見はそれぞれにカウントし、無記入は除く

[現状人員の充足と定着] (代表意見抜粋)

- ・仕事量に見合った人数
- ・人手は足りている
- ・業務量に見合った人数でやっている
- ・辞める人がいない
- ・売上が横ばいで現状で足りている

[家族・個人経営による少人数体制] (代表意見抜粋)

- ・家族だけで十分
- ・夫と2人で経営してるので
- ・人手をそれほど必要としていない
- ・長男を採用した

[仕事量自体が減少] (代表意見抜粋)

- ・小売の売上、来客ともに減少した
- ・仕事の依頼が減った
- ・仕事が減り、作業員も離れていった

[運営上の工夫や外部リソースの活用] (代表意見抜粋)

- ・事業の内製化→外注化へ
- ・知人や紹介などで賄えている
- ・業務効率化を進めた

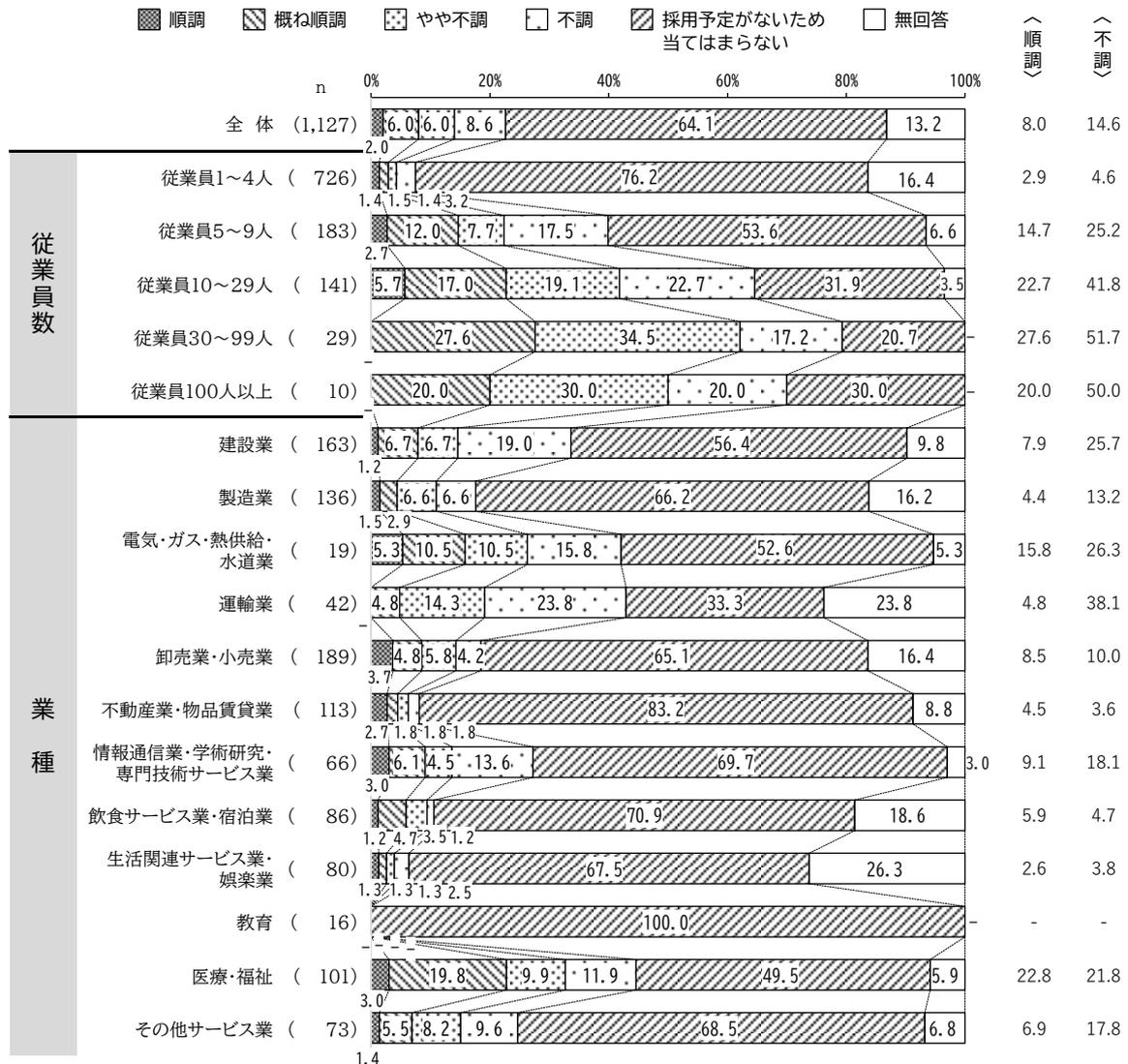
問5 採用の状況について

(1) 採用の状況

問5 - (1) 2024年度、2025年度両方における、正社員・非正社員の採用の状況について、それぞれ該当する番号に○をつけてください。(年度ごとの単数回答)

正社員 (2024年度の状況)

● 採用状況(2024年度)は、〈順調〉が8.0%の一方で、〈不調〉は14.6%。



全体では、「採用予定がないため当てはまらない」が64.1%と最も高い（ここでは2024年度の状況のため、正確には“採用予定がなかったため当てはまらない”となる）。「順調」は2.0%で、「概ね順調」(6.0%)と合わせた〈順調〉傾向を示す事業者は8.0%、「やや不調」(6.0%)と「不調」(8.6%)と合わせた〈不調〉傾向を示す事業者は14.6%となっており、〈不調〉のほうが高い。

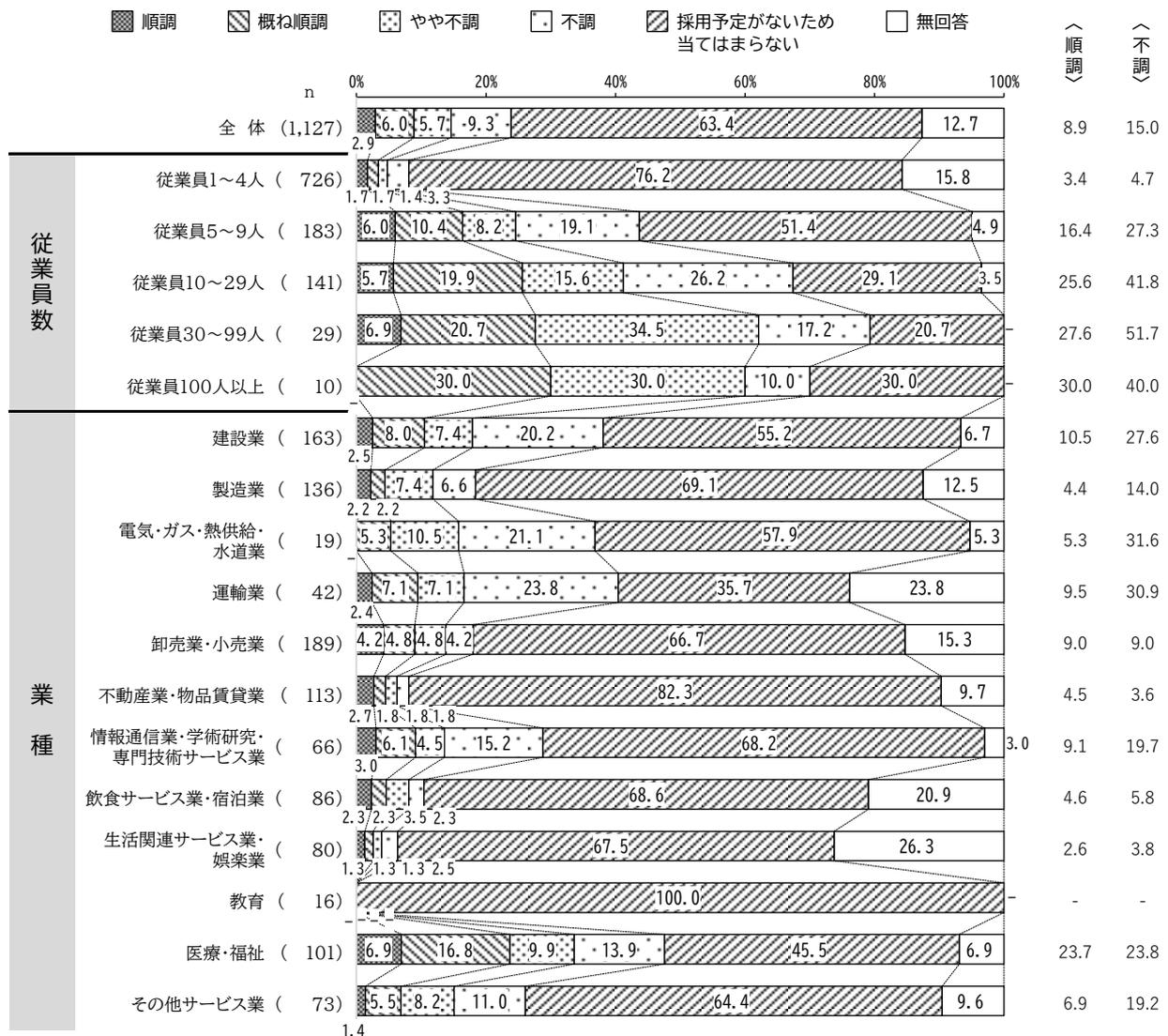
第2章 各調査の結果

従業員数別にみると、1～4人では「採用予定がないため当てはまらない」が76.2%を占めており、5～9人では53.6%、10～29人では31.9%と従業員数が増えるほど割合は低くなる。＜順調＞、＜不調＞はいずれも1～4人では1割以下にとどまるが、10～29人では＜順調＞は22.7%、＜不調＞は41.8%で、従業員数が増えるほど採用活動は＜不調＞の方が高くなる傾向が強くみられる。

業種別にみると、運輸業では「不調」が23.8%と高く、「やや不調」が14.3%となっており、＜不調＞は38.1%と他の業種と比較して最も厳しい状況にある。建設業でも＜不調＞が25.7%と高い。医療・福祉では「概ね順調」が19.8%で比較的高く、＜順調＞では22.8%となっている。一方、不動産業・物品賃貸業では「採用予定がないため当てはまらない」が83.2%と最も高く、採用活動を行っていない事業所が大半を占めている。

正社員（2025年度の状況）

● 採用状況(2025年度)は〈順調〉が8.9%の一方で、〈不調〉が15.0%。



全体では、「採用予定がないため当てはまらない」が63.4%と最も高い。「順調」は2.9%で、「概ね順調」と合わせた〈順調〉傾向は8.9%、「不調」(9.3%)と「やや不調」(5.7%)を合わせた〈不調〉は15.0%であった。

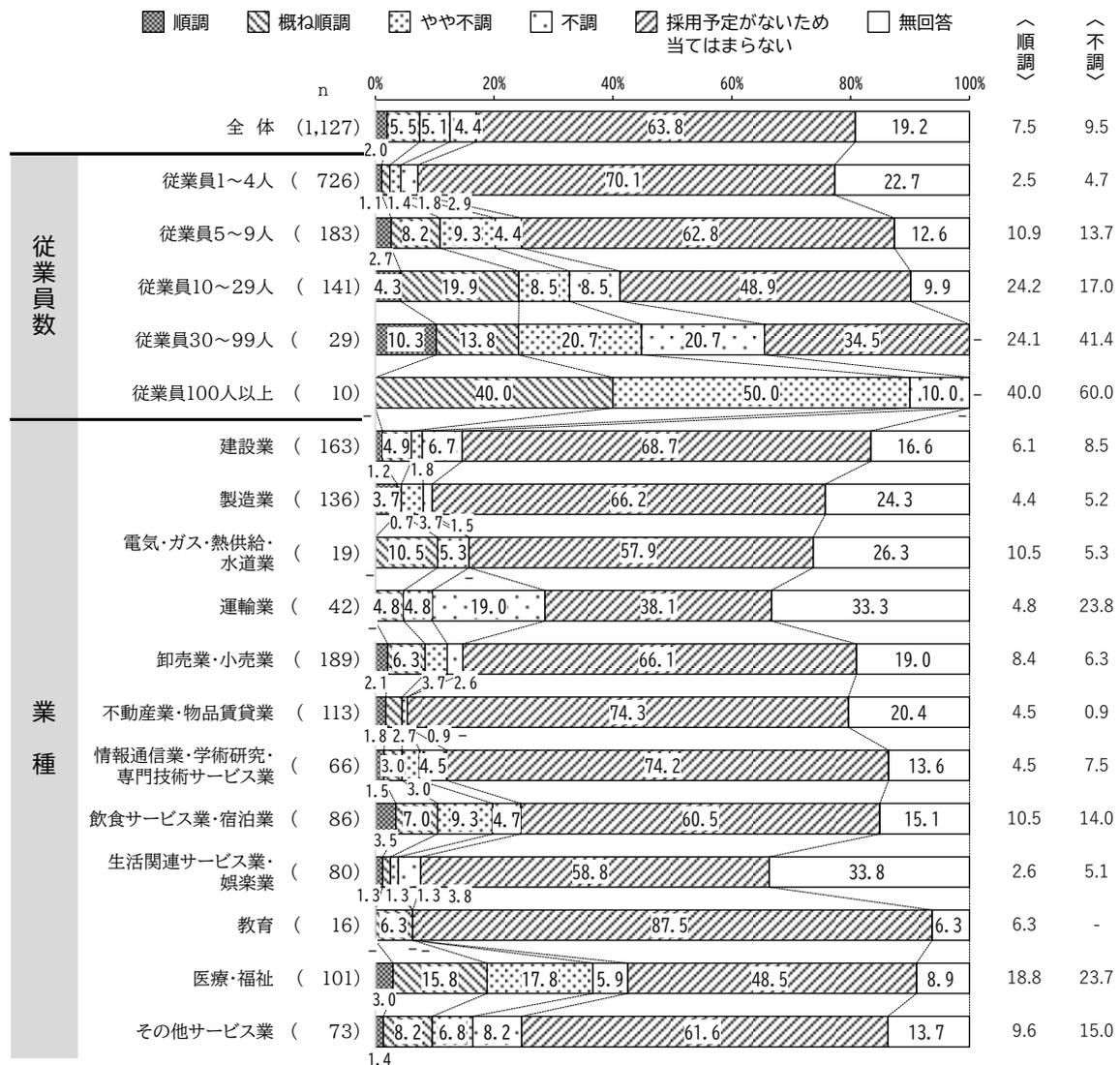
従業員数別にみると、1~4人では「採用予定がないため当てはまらない」が76.2%を占め、5~9人では51.4%、10~29人では29.1%と従業員数が増えるほど低くなる傾向がみられる。〈順調〉、〈不調〉はいずれも1~4人では1割以下にとどまるが、10~29人では〈順調〉は25.6%、〈不調〉は41.8%で、従業員数が増えるほど〈順調〉〈不調〉ともに高くなり、〈不調〉が〈順調〉を大きく上回る傾向がみられる。

第2章 各調査の結果

業種別にみると、運輸業では「不調」が23.8%と最も高く、「やや不調」が7.1%となっており、<不調>が30.9%と2024年度よりはやや減少したが、依然として厳しい状況にある。建設業でも「不調」が20.2%と高く<不調>も27.6%となっている。医療・福祉では「概ね順調」が16.8%で他の業種より高く、「順調」（6.9%）と合わせた<順調>は23.7%となっている。

非正社員（2024年度の状況）

● 採用状況（2024年度）は「採用予定がないため当てはまらない」（63.8%）が最も高い。



全体では、「採用予定がないため当てはまらない」が63.8%と最も高い（ここでは2024年度の状況のため、正確には“採用予定がなかったため当てはまらない”となる）。＜順調＞は7.5%、＜不調＞は9.5%になっている。正社員の採用状況とほぼ同様の傾向を示している。

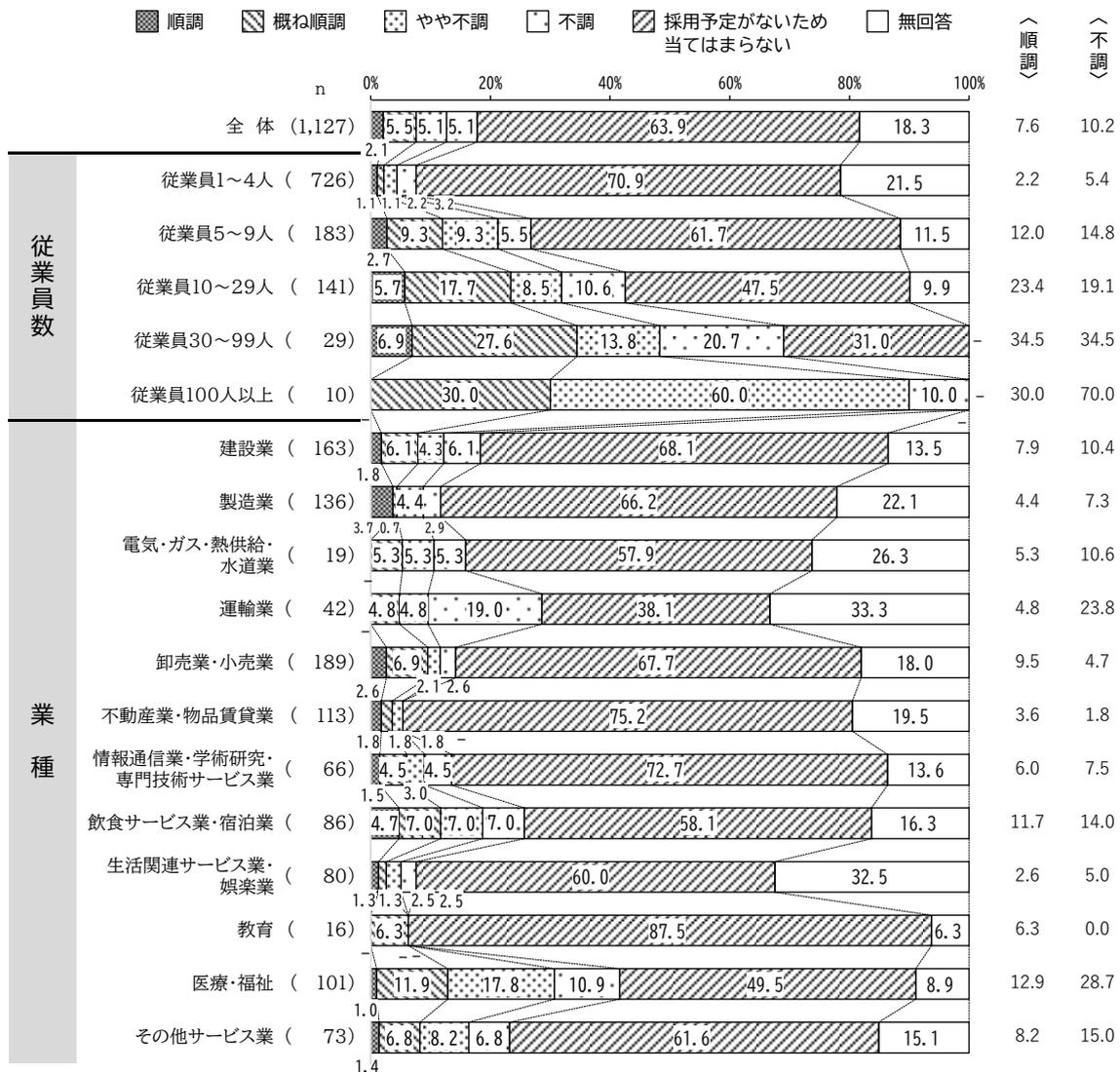
従業員数別にみると、1～4人では「採用予定がないため当てはまらない」が70.1%を占め、5～9人では62.8%、10～29人では48.9%と従業員数が増えるほど割合は低くなる。＜順調＞、＜不調＞はいずれも1～4人では1割以下にとどまるが、10～29人では＜順調＞が24.2%、＜不調＞が17.0%で、従業員数が増えるほど採用活動は＜順調＞となっている。

第2章 各調査の結果

業種別にみると、運輸業では「不調」が19.0%と最も高く、「やや不調」が4.8%となっており、<不調>は23.8%と正社員同様に厳しい状況にある。医療・福祉では<不調>が23.7%と運輸業に次いで高いが、一方で「概ね順調」が15.8%と他の業種より高くなっている。また、「採用予定がないため当てはまらない」は不動産業・物品賃貸業（74.3%）、情報通信業・学術研究・専門技術サービス業（74.2%）が7割台と高くなっている。

非正社員（2025年度の状況）

● 採用状況(2025年度)は「採用予定がないため当てはまらない」(63.9%)が最も高い。



全体では、「採用予定がないため当てはまらない」が63.9%と最も高くなっている。「順調」は2.1%で、「概ね順調」(5.5%)を合わせた<順調>は7.6%、「やや不調」と「不調」がそれぞれ5.1%で、合わせた<不調>は10.2%となっており、2024年度時点と比較するとほぼ同様の傾向を示している。

従業員数別にみると、1~4人では「採用予定がないため当てはまらない」が70.9%を占め、5~9人では61.7%、10~29人では47.5%と従業員数が増えるほど割合は低くなる。<順調>、<不調>はいずれも1~4人では1割以下にとどまるが、10~29人では<順調>が23.4%、<不調>が19.1%で、従業員数が増えるほど採用活動は<順調>となるが、<不調>も高くなる傾向が強くなる。

第2章 各調査の結果

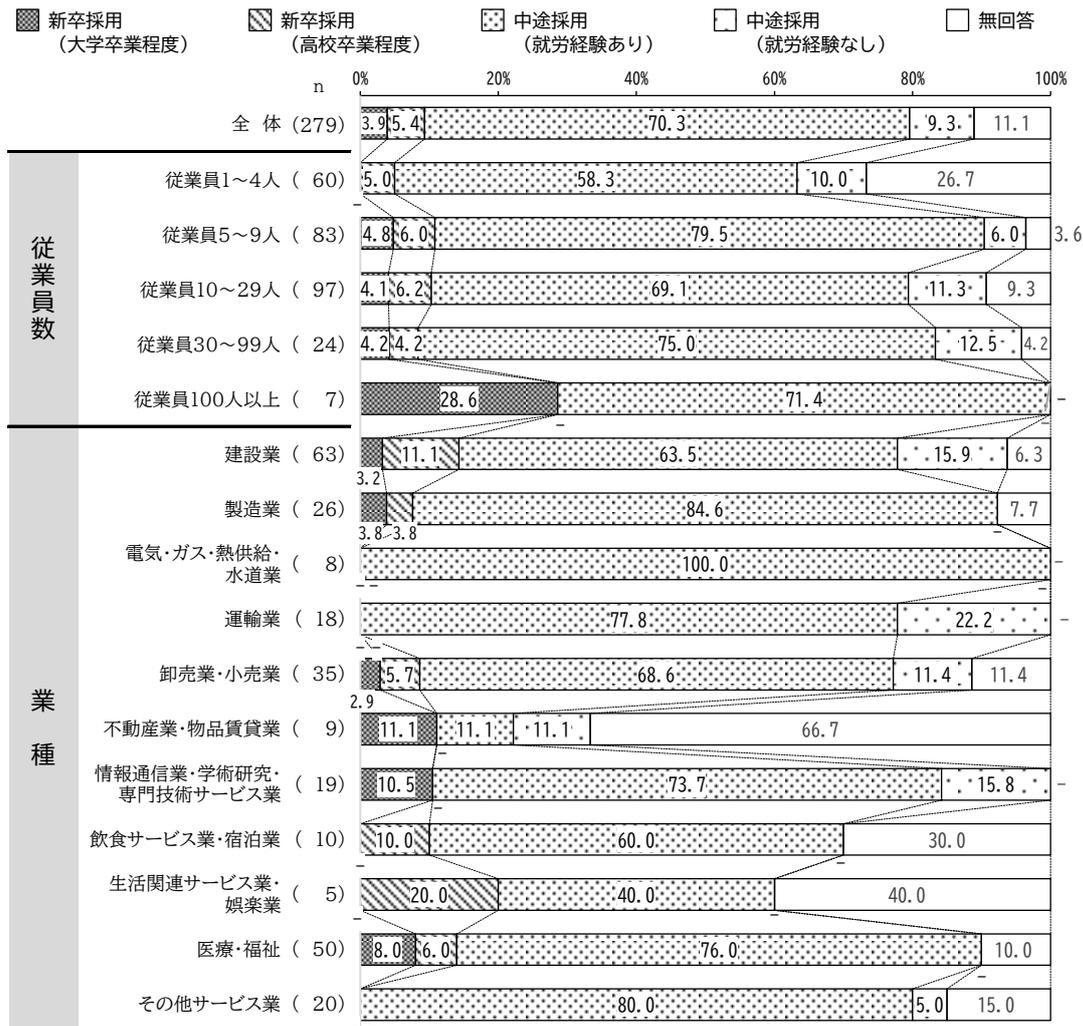
業種別にみると、運輸業では「やや不調」が19.0%と最も高く、「不調」(4.8%)と合わせた<不調>は23.8%と2024年時点と同率であり、依然厳しい状況にある。医療・福祉では<不調>が28.7%と最も高く、2024年度時点と比較してやや悪化している。

(2) 正社員の採用で主に力を入れている層

【問5 - (1) の正社員の採用2024年度、2025年度で「1」～「4」(順調～不調)に回答した方のみ】

問5 - (2) 正社員の採用で、主に力を入れているものに○をつけてください。
(単数回答)

● 正社員の採用で力を入れている層は「中途採用(就労経験あり)」が70.3%で最も高い。



全体では、「中途採用(就労経験あり)」が70.3%を占めており、次いで「中途採用(就労経験なし)」(9.3%)、「新卒採用(高校卒業程度)」(5.4%)、「新卒採用(大学卒業程度)」(3.9%)となっている。中途採用は79.6%と高いが、新卒採用は9.3%にとどまっている。

従業員数別にみると、「中途採用(就労経験あり)」はいずれの従業員数でも5割以上で最も高く、特に5~9人で79.5%、10~19人で69.1%となっており、中途採用への依存度が高いことがわかる。

第2章 各調査の結果

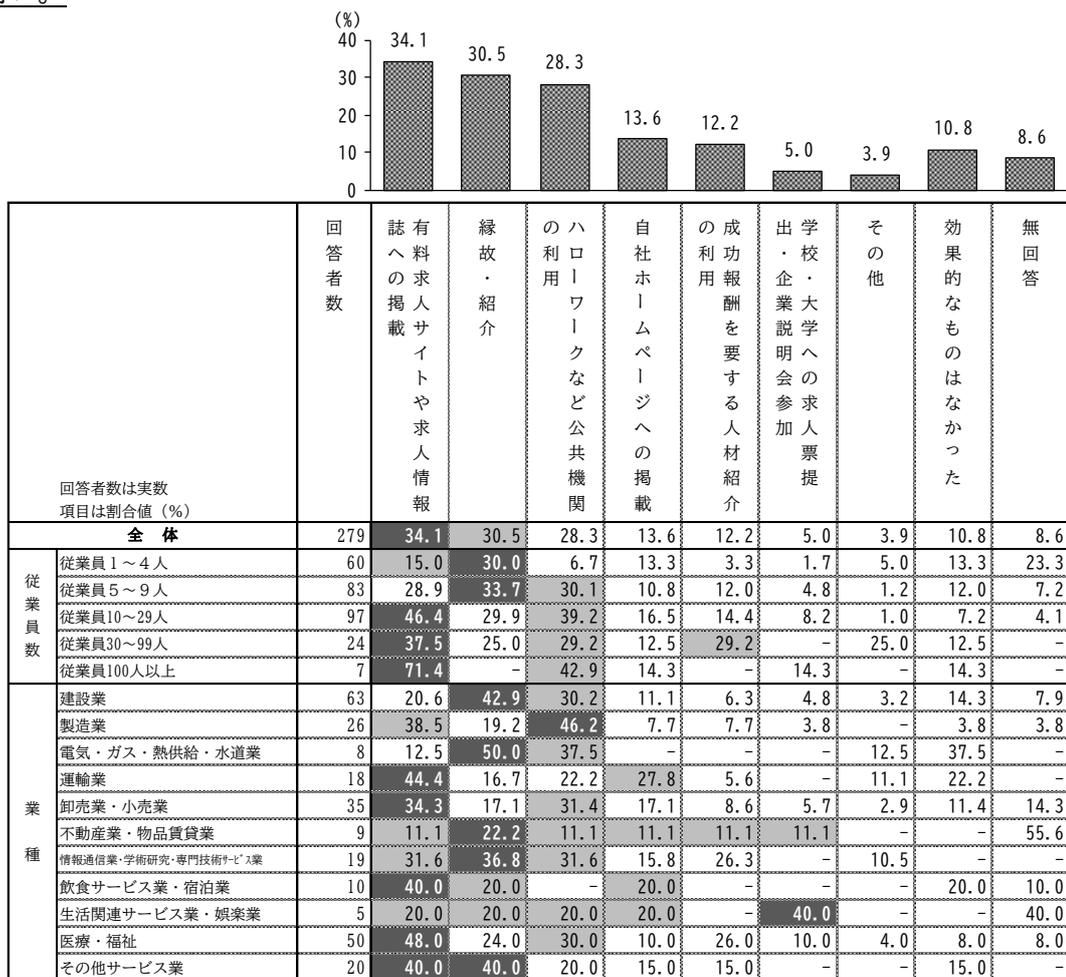
業種別にみると、ほとんどの業種で「中途採用（就労経験あり）」が最も高く、6割以上を占めており、医療・福祉では76.0%と特に高くなっている。一方で、建設業では「新卒採用（高校卒業程度）」（11.1%）、「中途採用（就労経験なし）」（15.9%）が他の業種よりも高くなっている。

(3) 正社員採用に効果的だった方法

【問5 - (1) の正社員の採用2024年度、2025年度で「1」～「4」(順調～不調)に回答した方のみ】

問5 - (3) 正社員採用に効果的だった方法として、あてはまるものに○をつけてください。
(複数回答可)

● 正社員採用で効果的だった方法では「有料求人サイトや求人情報誌への掲載」が34.1%で最も高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「効果的なものはなかった」、「無回答」を除く）
※「教育」は回答者がいないため、図表から省略している

全体では、「有料求人サイトや求人情報誌への掲載」が34.1%で最も高く、次いで「縁故・紹介」(30.5%)、「ハローワークなど公共機関の利用」(28.3%)の順で続いている。また、「効果的なものはなかった」は10.8%となっている。

従業員数別にみると、「縁故・紹介」は1～4人(30.0%)、5～9人(33.7%)で最も高くなっている。10～29人では「有料求人サイトや求人情報誌への掲載」が46.4%、「ハローワークなど公共機関の利用」が39.2%となっており、どちらも従業員数が増えるほど効果が高まる傾向がみられる。

第2章 各調査の結果

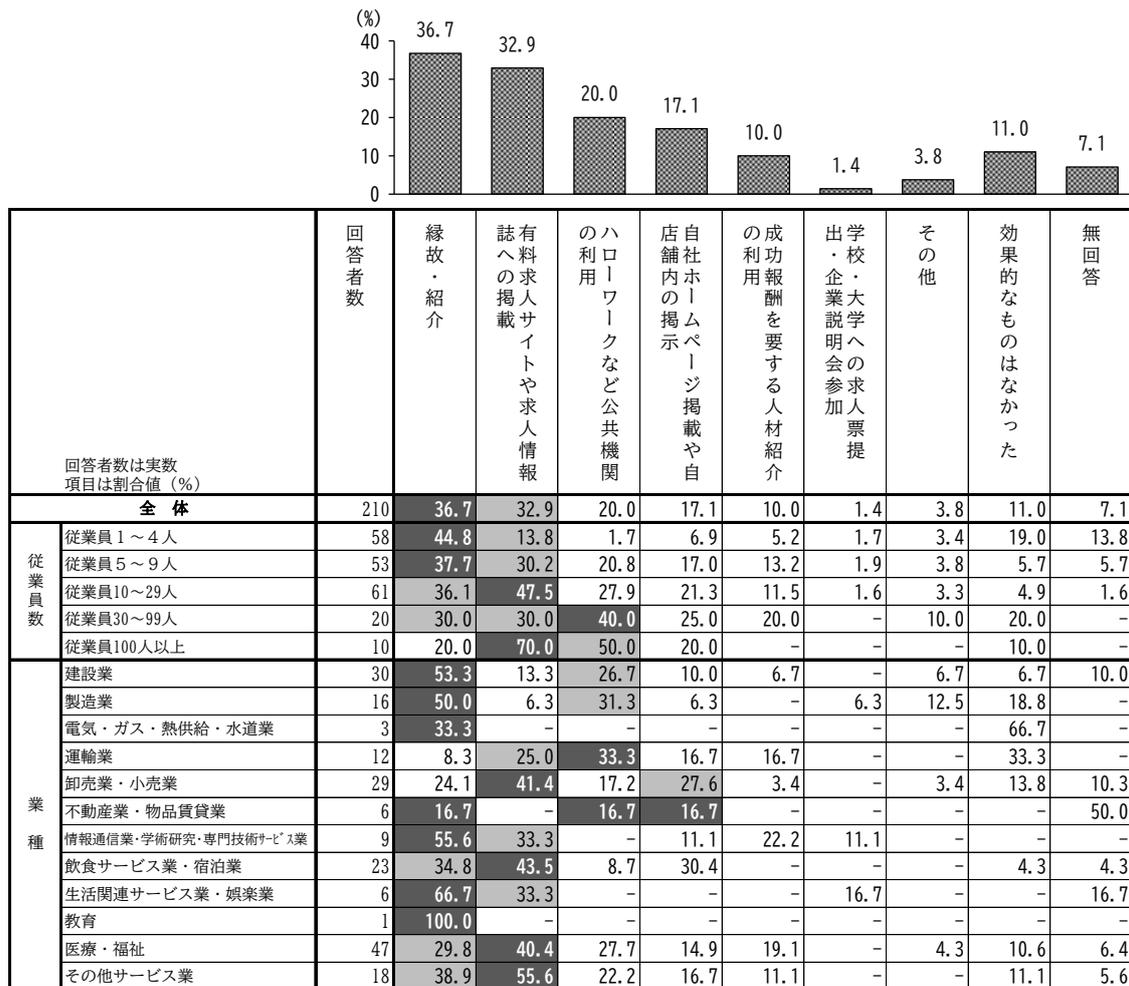
業種別にみると、建設業では「縁故・紹介」が42.9%で最も高く、次いで「ハローワークなど公共機関の利用」(30.2%)となっている。医療・福祉では「有料求人サイトや求人情報誌への掲載」が48.0%で最も高く、次いで「ハローワークなど公共機関の利用」(30.0%)となっている。

(4) 非正社員採用に効果的だった方法

【問5 - (1) の非正社員の採用2024年度、2025年度で「1」～「4」(順調～不調) に回答した方のみ】

問5 - (4) 非正社員採用に効果的だった方法として、あてはまるものに○をつけてください。(複数回答可)

● 非正社員採用で効果的だった方法では「縁故・紹介」が36.7%で最も高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「効果的なものはなかった」、「無回答」を除く）

全体では、「縁故・紹介」が36.7%で最も高く、次いで「有料求人サイトや求人情報誌への掲載」(32.9%)、「ハローワークなど公共機関の利用」(20.0%)の順で続いている。正社員の採用と比較すると、「縁故・紹介」の割合が高く、「ハローワークなど公共機関の利用」の割合が低い傾向がみられる。また、「効果的なものはなかった」は11.0%となっている。

従業員数別にみると、「縁故・紹介」は1～4人(44.8%)、5～9人(37.7%)で最も高くなっている。10～29人では「有料求人サイトや求人情報誌への掲載」が47.5%で最も高く、従業員数が増えるほど有料の求人媒体の効果が高まる傾向がみられる。「ハローワークなど公共機関の

第2章 各調査の結果

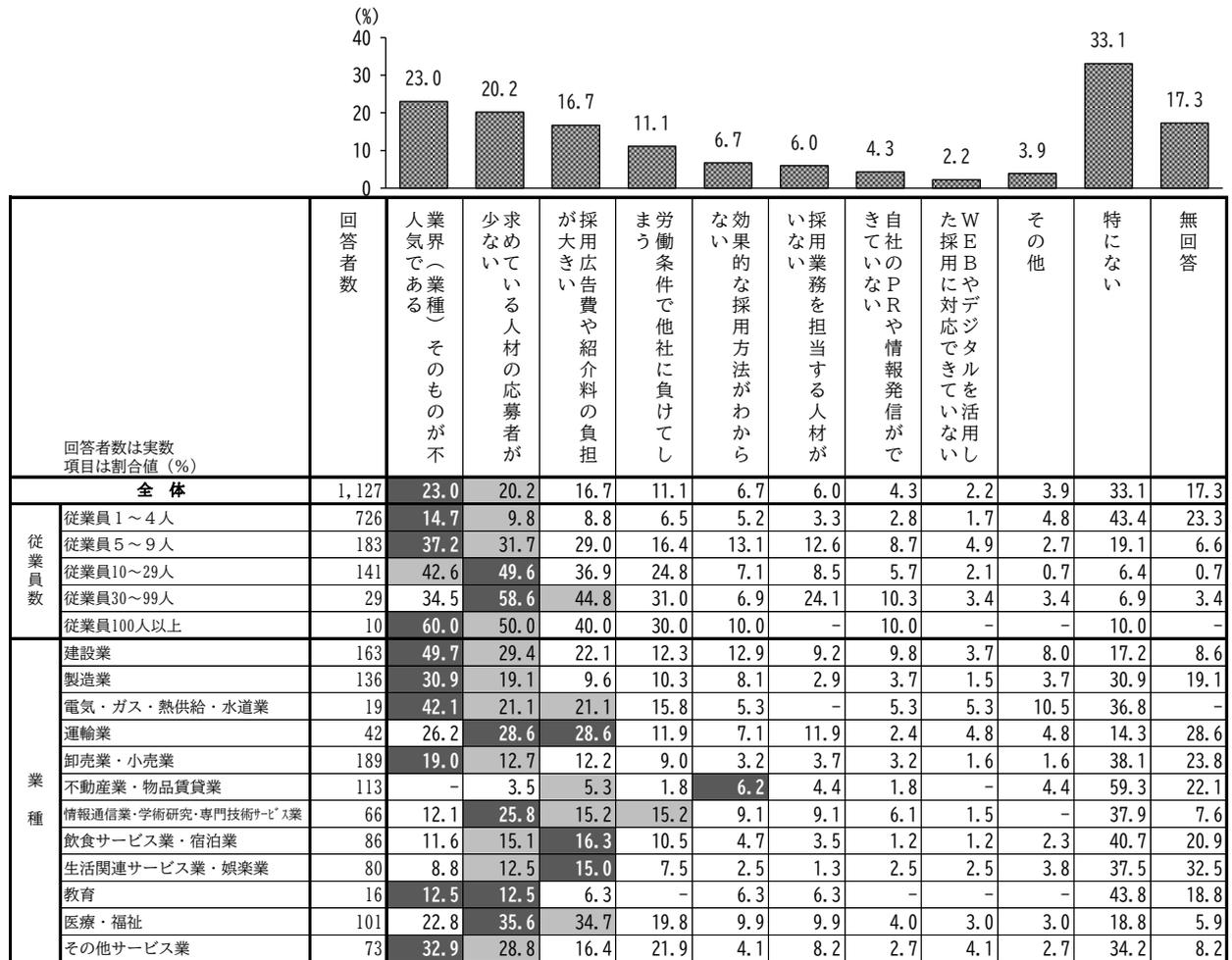
利用」は1～4人で1.7%であるが、それ以上の人数では2割以上になるなど、従業員数が増えるほど公共機関の利用の効果も高まる傾向がみられる。

業種別にみると、建設業では「縁故・紹介」が53.3%と最も高く、「ハローワークなど公共機関の利用」(26.7%)が続いている。医療・福祉では「有料求人サイトや求人情報誌への掲載」が40.4%で最も高く、次いで「縁故・紹介」が29.8%、「ハローワークなど公共機関の利用」が27.7%となっている。

(5) 採用を行う上での課題

問5 - (5) 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。(複数回答可)

● 採用で感じる課題では「業界（業種）そのものが不人気である」が23.0%で最も高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「特にない」、「無回答」を除く）

全体では、「業界（業種）そのものが不人気である」が23.0%で最も高く、次いで「求めている人材の応募者が少ない」が20.2%、「採用広告費や紹介料の負担が大きい」が16.7%、「労働条件で他社に負けてしまう」が11.1%となっている。なお、「特にない」は33.1%となっている。

従業員数別にみると、1～4人では「業界（業種）そのものが不人気である」が14.7%で最も多いが、それ以外は1割以下となっており、「特にない」が43.4%と他の従業員数別より高い。5～9人以上では「業界（業種）そのものが不人気である」と「求めている人材の応募者が少ない」は3割以上、「採用広告費や紹介料の負担が大きい」は2割以上になるなど、従業員数が増えるほど採用の課題が深刻になる傾向が顕著である。

第2章 各調査の結果

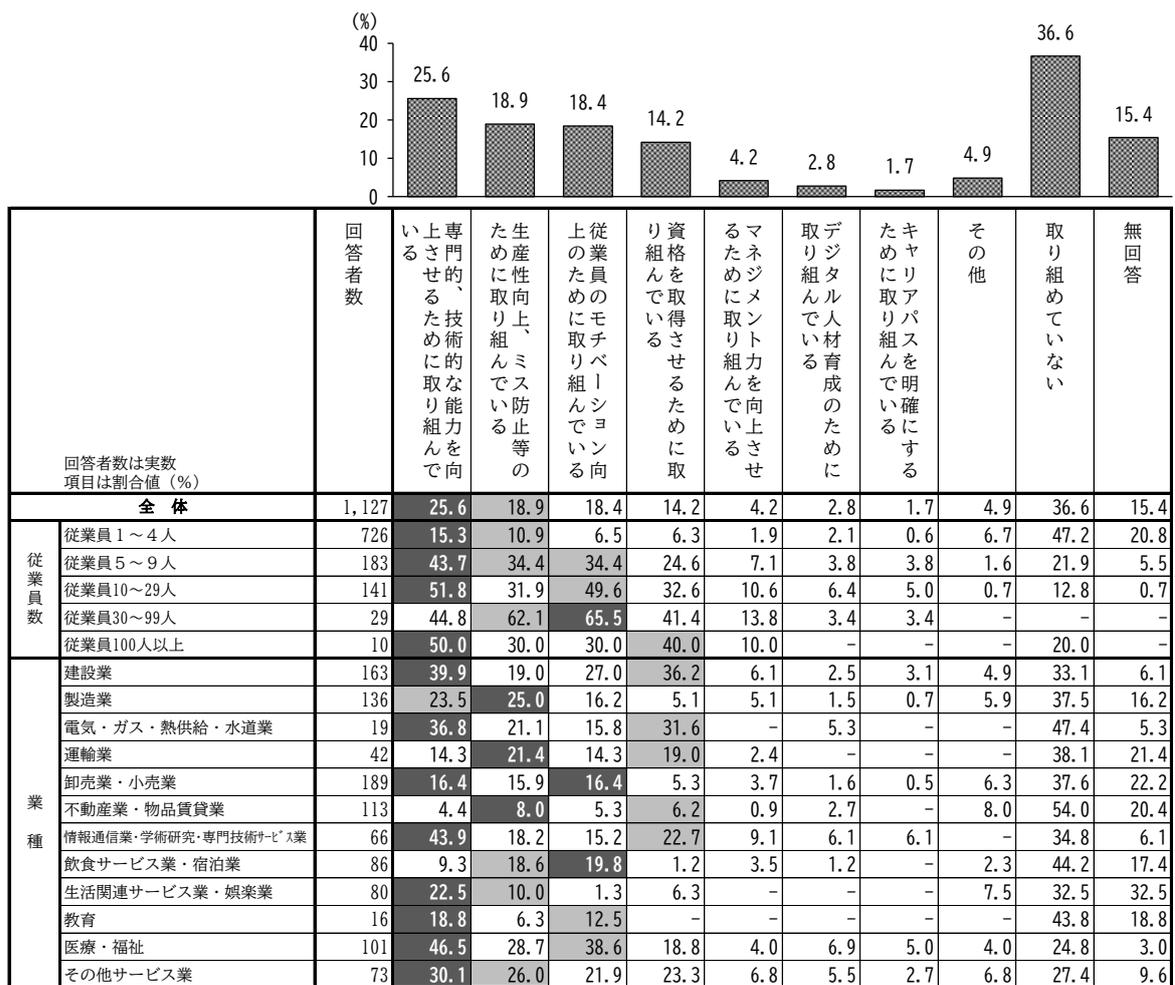
業種別にみると、建設業では「業界（業種）そのものが不人気である」が49.7%と約半数となっており、次いで「求めている人材の応募者が少ない」（29.4%）となるなど業界の不人気さが採用の大きな障壁となっており、これはその他サービス業（32.9%）や製造業（30.9%）でも高い。医療・福祉では「求めている人材の応募者が少ない」が35.6%で最も高く、次いで「採用広告費や紹介料の負担が大きい」（34.7%）となっている。運輸業では「求めている人材の応募者が少ない」と「採用広告費や紹介料の負担が大きい」がともに28.6%で最も高く、次いで「業界（業種）そのものが不人気である」（26.2%）となっている。

問6 人材育成の取り組み状況について

(1) 人材育成の取り組み状況

問6 - (1) 貴社の人材育成の取り組み状況について、あてはまるものに○をつけてください。
(複数回答可)

- 人材育成の取り組み状況では「専門的、技術的な能力を向上させるために取り組んでいる」が25.6%の一方で、「取り組めていない」は36.6%。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「取り組めていない」、「無回答」を除く）

全体では、「専門的、技術的な能力を向上させるために取り組んでいる」が25.6%で最も高く、次いで「生産性向上、ミス防止等のために取り組んでいる」(18.9%)、「従業員のモチベーション向上のために取り組んでいる」(18.4%)、「資格を取得させるために取り組んでいる」(14.2%)と続いている。一方、「取り組めていない」は36.6%となっている。

従業員数別にみると、1~4人では「取り組めていない」が47.2%と高いが、従業員数が増えるほど割合は低くなり、取り組みをしているすべての項目で、従業員数が増えるほど人材育成に取り組みが活発になる傾向がみられる。特に「専門的、技術的な能力を向上させるために取り組

第2章 各調査の結果

んでいる」では5～9人で4割以上、「生産性向上、ミス防止等のために取り組んでいる」「従業員のモチベーション向上のために取り組んでいる」がともに3割以上となっている。

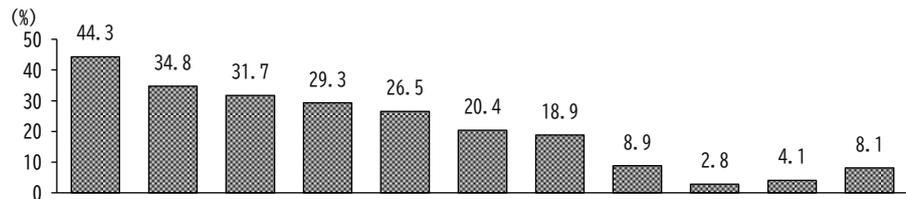
業種別にみると、医療・福祉では「専門的、技術的な能力を向上させるために取り組んでいる」が46.5%で最も高く、次いで「従業員のモチベーション向上のために取り組んでいる」(38.6%)、「生産性向上、ミス防止等のために取り組んでいる」(28.7%)といずれも他の業種より高く、人材育成の取り組みに積極的な様子が見える。建設業では「専門的、技術的な能力を向上させるために取り組んでいる」が39.9%が最も多いが、「資格を取得させるために取り組んでいる」も36.2%と資格取得を重視している。一方、不動産業・物品賃貸業では「取り組めていない」が54.0%と最も高く、取り組みのある項目はいずれも1割以下となっている。

(2) 人材育成の取り組みの効果

【問6 - (1) で、「1」～「8」(取り組んでいる)に回答した方のみ】

問6 - (2) 人材育成の取り組みの効果として、あてはまるものに○をつけてください。
(複数回答可)

● 人材育成の取り組み効果では「人材の定着」が44.3%で最も高い。



	回答者数	人材の定着	従業員のモチベーション向上	顧客満足度の向上	資格取得・専門スキル向上	生産性向上	長時間労働の改善	仕事の受注、事業の拡大	デジタル化の促進	その他	特に効果はない	無回答	
全体	540	44.3	34.8	31.7	29.3	26.5	20.4	18.9	8.9	2.8	4.1	8.1	
従業員数	従業員1～4人	232	25.0	20.3	27.6	24.6	18.1	12.1	14.2	6.9	4.3	6.0	16.4
	従業員5～9人	133	54.9	45.9	33.1	31.6	34.6	24.8	19.5	12.8	1.5	4.5	1.5
	従業員10～29人	122	66.4	48.4	36.9	31.1	33.6	30.3	25.4	9.8	0.8	1.6	3.3
	従業員30～99人	29	62.1	41.4	34.5	44.8	31.0	31.0	24.1	6.9	-	-	-
	従業員100人以上	8	50.0	50.0	37.5	25.0	25.0	25.0	37.5	12.5	-	-	-
業種	建設業	99	44.4	37.4	29.3	52.5	28.3	25.3	22.2	9.1	4.0	7.1	6.1
	製造業	63	36.5	30.2	23.8	7.9	54.0	25.4	31.7	4.8	1.6	7.9	9.5
	電気・ガス・熱供給・水道業	9	22.2	33.3	22.2	44.4	33.3	44.4	44.4	-	-	-	-
	運輸業	17	64.7	35.3	29.4	29.4	11.8	35.3	17.6	-	-	-	5.9
	卸売業・小売業	76	53.9	34.2	35.5	7.9	26.3	19.7	25.0	3.9	1.3	1.3	17.1
	不動産業・物品賃貸業	29	13.8	20.7	13.8	24.1	3.4	13.8	3.4	13.8	13.8	6.9	13.8
	情報通信業・学術研究・専門技術サービス業	39	41.0	30.8	46.2	53.8	33.3	7.7	33.3	15.4	-	-	-
	飲食サービス業・宿泊業	33	39.4	57.6	48.5	3.0	27.3	21.2	6.1	3.0	3.0	3.0	6.1
	生活関連サービス業・娯楽業	28	21.4	10.7	50.0	28.6	10.7	3.6	7.1	3.6	3.6	-	17.9
	教育	6	50.0	50.0	33.3	-	-	-	-	16.7	-	-	-
	医療・福祉	73	65.8	49.3	27.4	30.1	21.9	20.5	5.5	11.0	2.7	4.1	2.7
その他サービス業	46	39.1	21.7	28.3	39.1	17.4	19.6	13.0	8.7	2.2	6.5	4.3	

注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「特に効果はない」、「無回答」を除く）

全体では、「人材の定着」が44.3%で最も高く、次いで「従業員のモチベーション向上」(34.8%)、「顧客満足度の向上」(31.7%)の順で続いている。

従業員数別にみると、1～4人では「顧客満足度の向上」、「人材の定着」、「資格取得・専門スキル向上」、「従業員のモチベーション向上」が2割台となっており、いずれも従業員数が増えるほど人材の定着効果が高まる傾向がみられる。特に「人材の定着」では5～9人以上で5割以上、「従業員のモチベーション向上」では4割台となっている。

第2章 各調査の結果

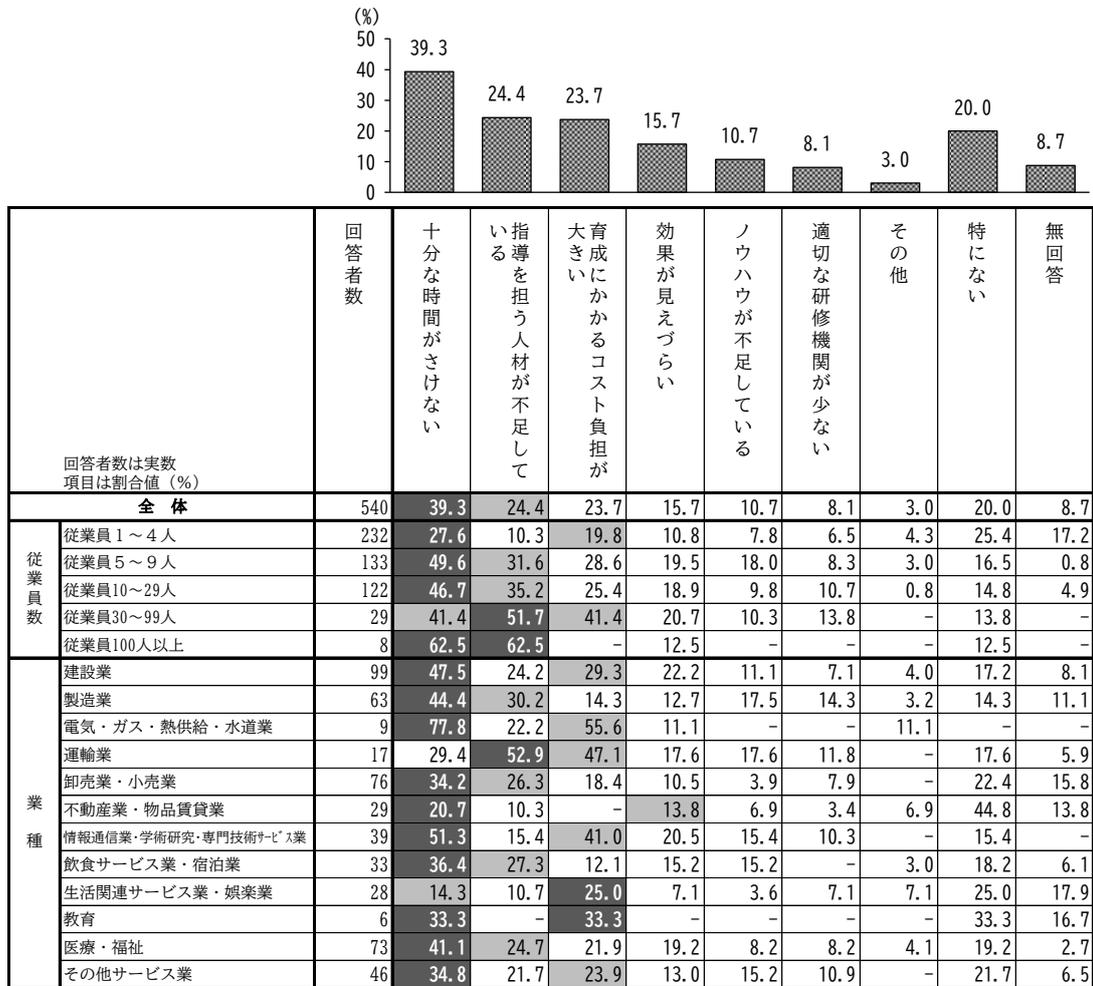
業種別にみると、医療・福祉では「人材の定着」が65.8%と最も高く、次いで「従業員のモチベーション向上」(49.3%)となっている。製造業では「生産性向上」が54.0%で最も高く、次いで「人材の定着」(36.5%)、「仕事の受注、事業の拡大」(31.7%)、「従業員のモチベーション向上」(30.2%)となっている。情報通信業・学術研究・専門技術サービス業と建設業では「資格取得・専門スキル向上」が5割台で他の業種より高く、飲食サービス業・宿泊業では「従業員のモチベーション向上」が57.6%で他の業種より高くなっており、資格取得による効果や従業員の労働意欲につながる効果が高くなっている。

(3) 人材育成の課題

【問6-(1)で、「1」～「8」(取り組んでいる)に回答した方のみ】

問6-(3) 人材育成の課題として、あてはまるものに○をつけてください。(複数回答可)

● 人材育成の課題としては「十分な時間がさけない」が39.3%で最も高い。



全体では、「十分な時間がさけない」が39.3%で最も高く、次いで「指導を担う人材が不足している」(24.4%)、「育成にかかるコスト負担が大きい」(23.7%)の順で続いている。

従業員数別にみると、1～4人では「十分な時間がさけない」が27.6%で最も高く、5～9人以上で4割台となっている。1～4人ではこの他、「指導を担う人材が不足している」が10.3%だが、5～9人以上で3割台、「育成にかかるコスト負担が大きい」は19.8%であるが、5～9人以上では2割台となるなど、従業員数が増えるほど課題の割合が高くなっている。一方、「特にない」は1～4人で25.4%であるが、従業員数が増えるほど割合は低くなる。

第2章 各調査の結果

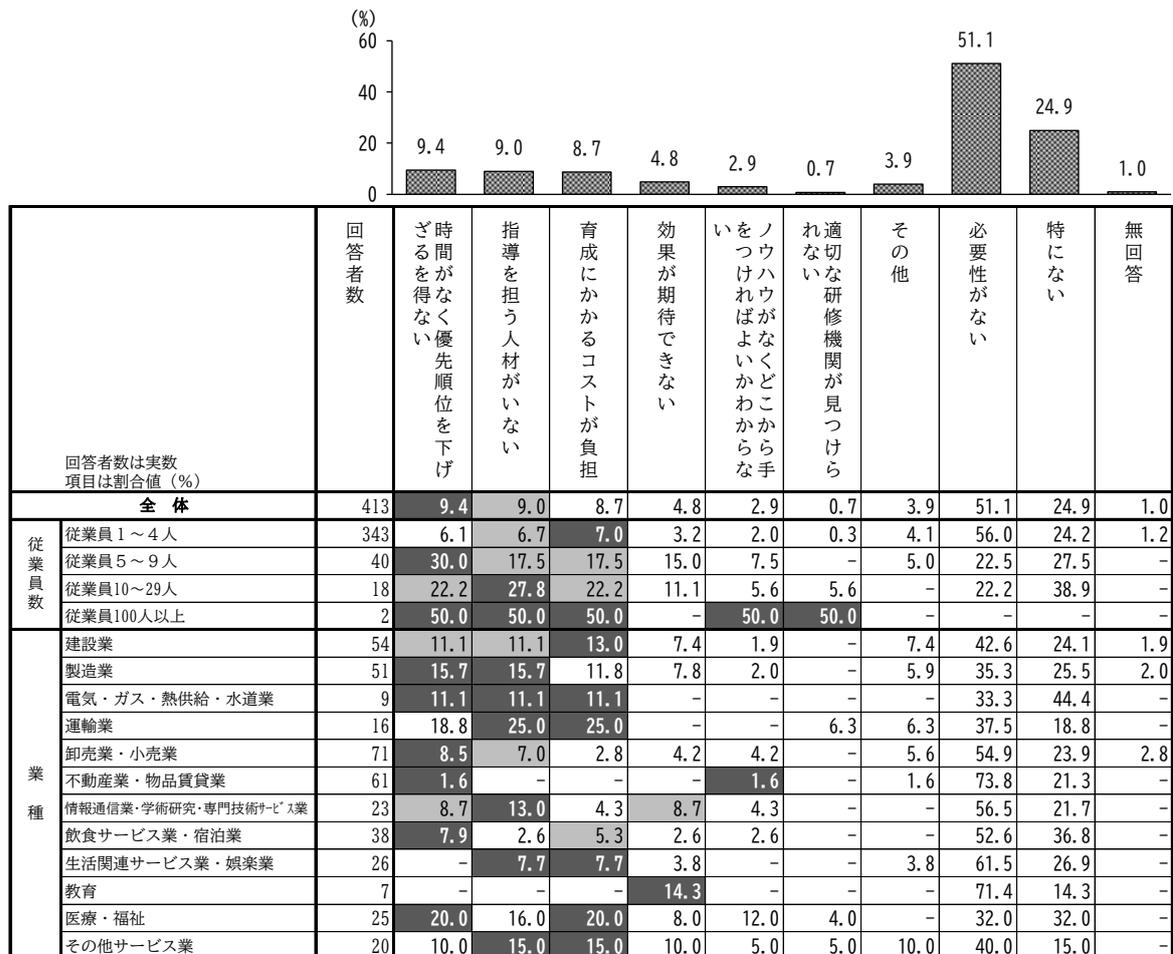
業種別にみると、「十分な時間がさげない」はいずれの業種でも最も高く、特に情報通信業・学術研究・専門技術サービス業では51.3%、建設業、製造業、医療・福祉でも4割台となっている。情報通信業・学術研究・専門技術サービス業では「育成にかかるコスト負担が大きい」が41.0%で他の業種より高くなっている。

(4) 人材育成に取り組めていない理由

【問6 - (1) で、「9 取り組めていない」に回答した方のみ】

問6 - (4) 人材育成に取り組め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。
(複数回答可)

● 人材育成に取り組めていない理由としては「必要性がない」が51.1%で最も高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「必要性がない」、「特にない」、「無回答」を除く）

※ 従業員30~99人は回答者がいないため、図表から省略している

全体では、人材育成に取り組めていないとした理由は、「必要性がない」が51.1%と半数以上で、「特にない」が24.9%となっており、明確な理由がある事業者は24.0%となっている。明確な理由としては、「時間がなく優先順位を下げざるを得ない」(9.4%)、「指導を担う人材がいない」(9.0%)、「育成にかかるコストが負担」(8.7%) などとなっている。

従業員数別にみると、1~4人では「必要性がない」が56.0%と半数以上、「特にない」が24.2%で明確な理由は全体で2割未満となっている。5~9人では「時間がなく優先順位を下げざるを得ない」が30.0%で最も高く、次いで「指導を担う人材がいない」と「育成にかかるコストが負担」がともに17.5%となっており、従業員数が増えるほど必要性は認識しているものの、時間、人材、コスト不足が課題となっている。

第2章 各調査の結果

業種別にみると、不動産業・物品賃貸業では「必要性がない」が73.8%を占め、卸売業・小売業、飲食サービス業・宿泊業でも5割台となっている。製造業では「時間がなく優先順位を下げざるを得ない」、「指導を担う人材がない」がともに15.7%で最も高く、次いで「育成にかかるコストが負担」(11.8%)と他の業種と比較して制約による影響がやや大きい。

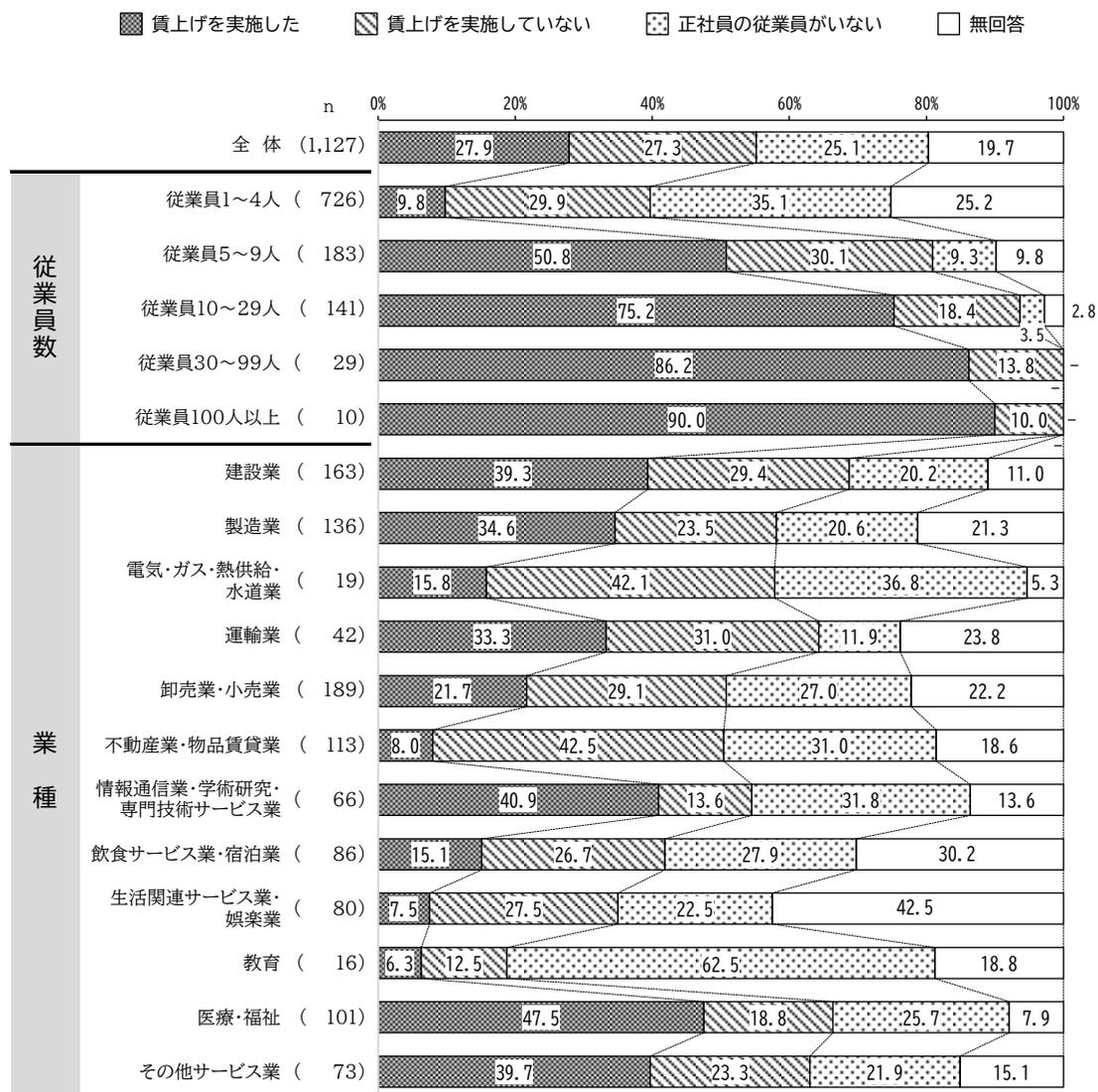
問7 賃上げ実施状況について

(1) 賃上げ実施状況

問7-(1) 直近3年間の賃上げ実施状況について、正社員、非正社員のそれぞれで当てはまるものに○をつけてください。(年度ごとの単数回答)

正社員 (2023年度⇒2024年度)

● 正社員の賃上げ実施状況(2024年度)は「賃上げを実施した」が27.9%で最も高い。



全体では、「賃上げを実施した」が27.9%、「賃上げを実施していない」が27.3%、「正社員の従業員がいない」が25.1%となっている。賃上げを実施した事業所と実施していない事業所はほぼ2分している。

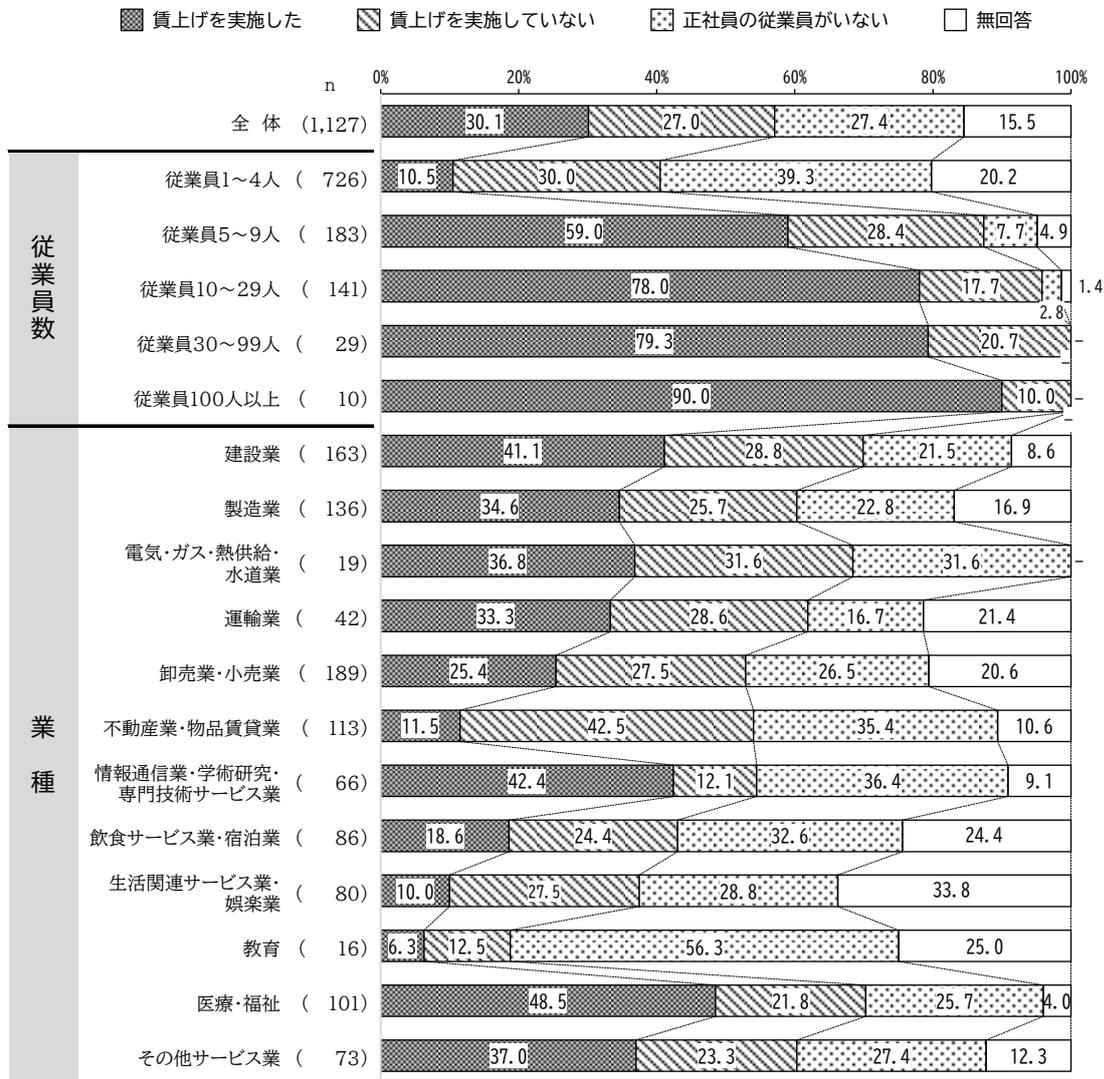
第2章 各調査の結果

従業員数別にみると、「賃上げを実施した」は、従業員数が増えるほど割合が高まる傾向がみられ、1～4人では9.8%であるが、5～9人で50.8%、10～29人で75.2%と高い割合で伸びている。「賃上げを実施していない」は1～4人で「賃上げを実施した」を20.1ポイント上回っている。一方、5～9人・10～29人では「賃上げを実施した」が「賃上げを実施していない」を上回っている。

業種別にみると、医療・福祉では「賃上げを実施した」が47.5%で最も高い。「賃上げを実施した」は情報通信業・学術研究・専門技術サービス業（40.9%）、その他サービス業（39.7%）、建設業（39.3%）でも4割前後となっている。一方、不動産業・物品賃貸業では「賃上げを実施していない」が42.5%で最も高くなっており、「賃上げを実施した」は8.0%と他業種と比較して低い。この他、「賃上げを実施した」は生活関連サービス業・娯楽業では7.5%と最も低い。

正社員（2024年度⇒2025年度）

● 正社員の賃上げ実施状況(2025年度)は「賃上げを実施した」が30.1%で最も高い。



全体では、「賃上げを実施した」が30.1%、「賃上げを実施していない」が27.0%、「正社員の従業員がいない」が27.4%となっている。2024年度と比較すると、「賃上げを実施した」の割合が2.2ポイント増加しており、賃上げの動きがやや進んでいる。

従業員数別にみると、従業員数が増えるほど賃上げを実施した割合が高まる傾向がみられ、1~4人では10.5%であるが、5~9人で59.0%、10~29人で78.0%と2024年度よりやや高い割合となっている。一方、「賃上げを実施していない」は1~4人で30.0%と唯一「賃上げを実施した」を19.5ポイント上回っている。

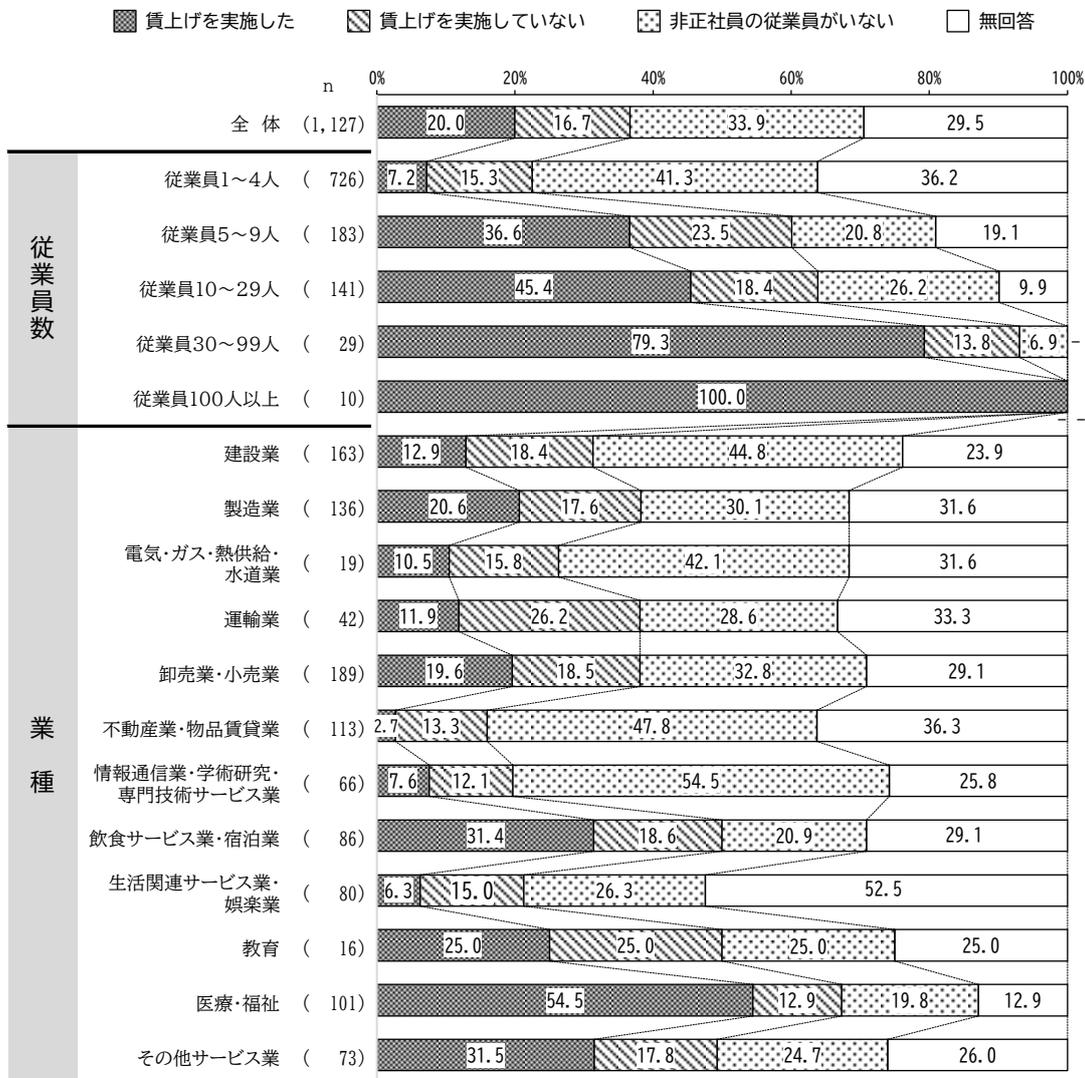
業種別にみると、医療・福祉では「賃上げを実施した」が48.5%で最も高く、2024年度の47.5%とほぼ同水準となっている。「賃上げを実施した」は情報通信業・学術研究・専門技術サー

第2章 各調査の結果

ビス業（42.4%）、建設業（41.1%）でも4割台となっている。一方、不動産業・物品賃貸業では「賃上げを実施していない」が42.5%で最も高く、「賃上げを実施した」は11.5%と2024年度から依然として低い。この他、「賃上げを実施した」は生活関連サービス業・娯楽業では10.0%と最も低く、こちらも2024年度から依然として低い。

非正社員（2023年度⇒2024年度）

● 非正社員の賃上げ実施状況(2024年度)は「非正社員の従業員がいない」が33.9%で最も高く、次いで「賃上げを実施した」が20.0%で高い。



全体では、「非正社員の従業員がいない」が33.9%、「賃上げを実施した」が20.0%、「賃上げを実施していない」が16.7%となっている。正社員の賃上げ状況と比較すると、「賃上げを実施した」の割合が低く、「非正社員の従業員がいない」の割合が高い。

従業員数別にみると、従業員数が増えるほど賃上げを実施した割合が高まる傾向がみられ、1~4人では7.2%であるが、5~9人で36.6%、10~29人で45.4%となっている。一方、「賃上げを実施していない」は1~4人で15.3%と唯一「賃上げを実施した」を8.1ポイント上回っている。

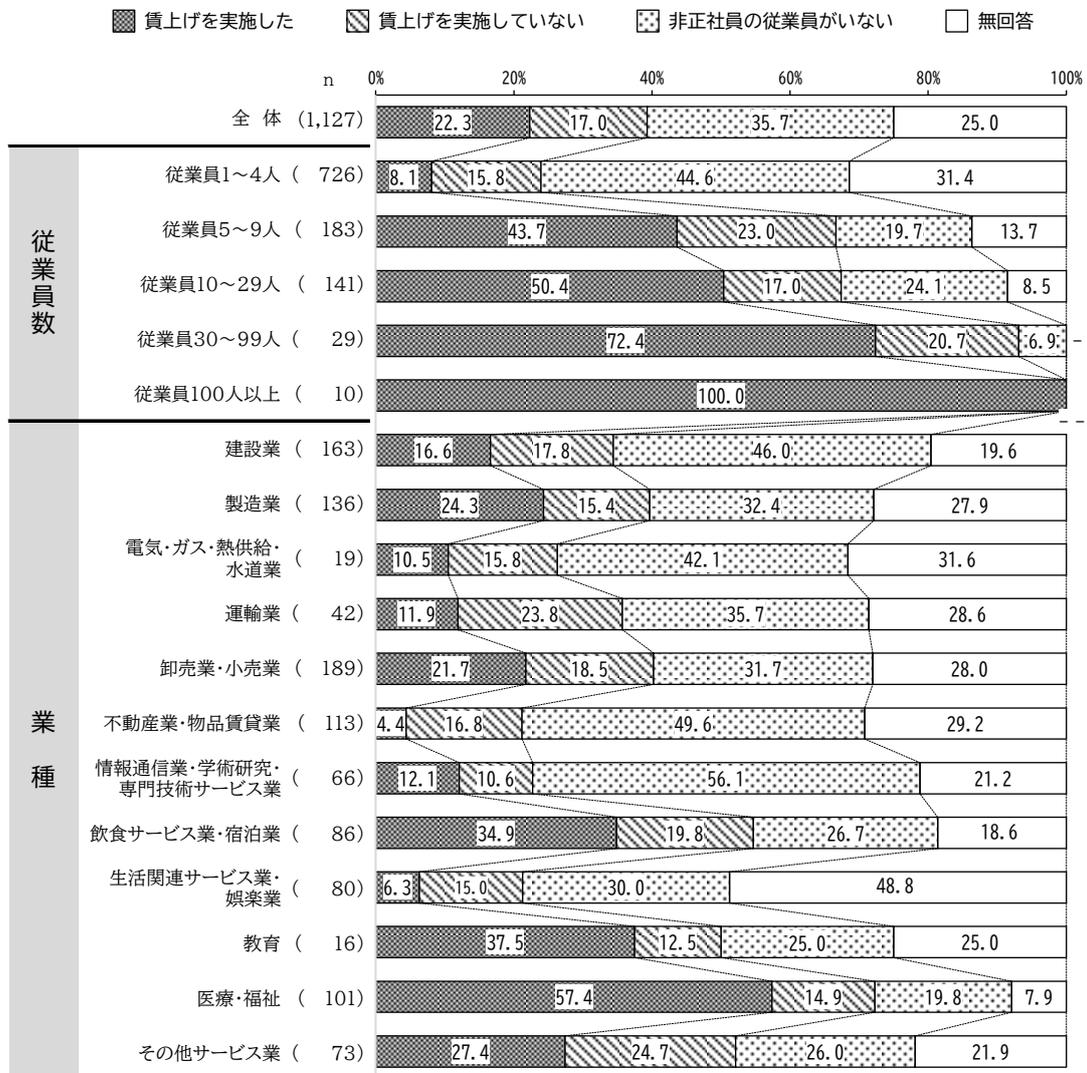
業種別にみると、医療・福祉では「賃上げを実施した」が54.5%と半数以上で、その他サービス業（31.5%）、飲食サービス業・宿泊業（31.4%）でも3割台となっている。一方、不動産業・物品賃貸業では「非正社員の従業員がいない」が47.8%で最も高く、「賃上げを実施した」が

第2章 各調査の結果

2.7%、「賃上げを実施していない」が13.3%とそれぞれ他の業種と比較して最も低い。情報通信業・学術研究・専門技術サービス業でも「非正社員の従業員がいない」が54.5%と半数以上で、賃上げ実施（7.6%）、未実施（12.1%）ともに低くなっている。

非正社員（2024年度⇒2025年度）

● 非正社員の賃上げ実施状況(2025年度)は「非正社員の従業員がいない」が35.7%で最も高く、次いで「賃上げを実施した」が22.3%で高い。



全体では、「非正社員の従業員がいない」が35.7%、「賃上げを実施した」が22.3%、「賃上げを実施していない」が17.0%となっている。2024年度と比較すると、「賃上げを実施した」の割合が2.3ポイント増加しており、賃上げの動きがやや進んでいる。

従業員数別にみると、従業員数が増えるほど賃上げを実施した割合が高まる傾向がみられ、1~4人では8.1%であるが、5~9人で43.7%、10~29人で50.4%と2024年度よりやや高い割合で伸びている。一方、「賃上げを実施していない」は1~4人で15.8%と唯一「賃上げを実施した」を7.7ポイント上回っている。2024年度と比較するといずれの規模でも賃上げを実施した割合が増加している。

第2章 各調査の結果

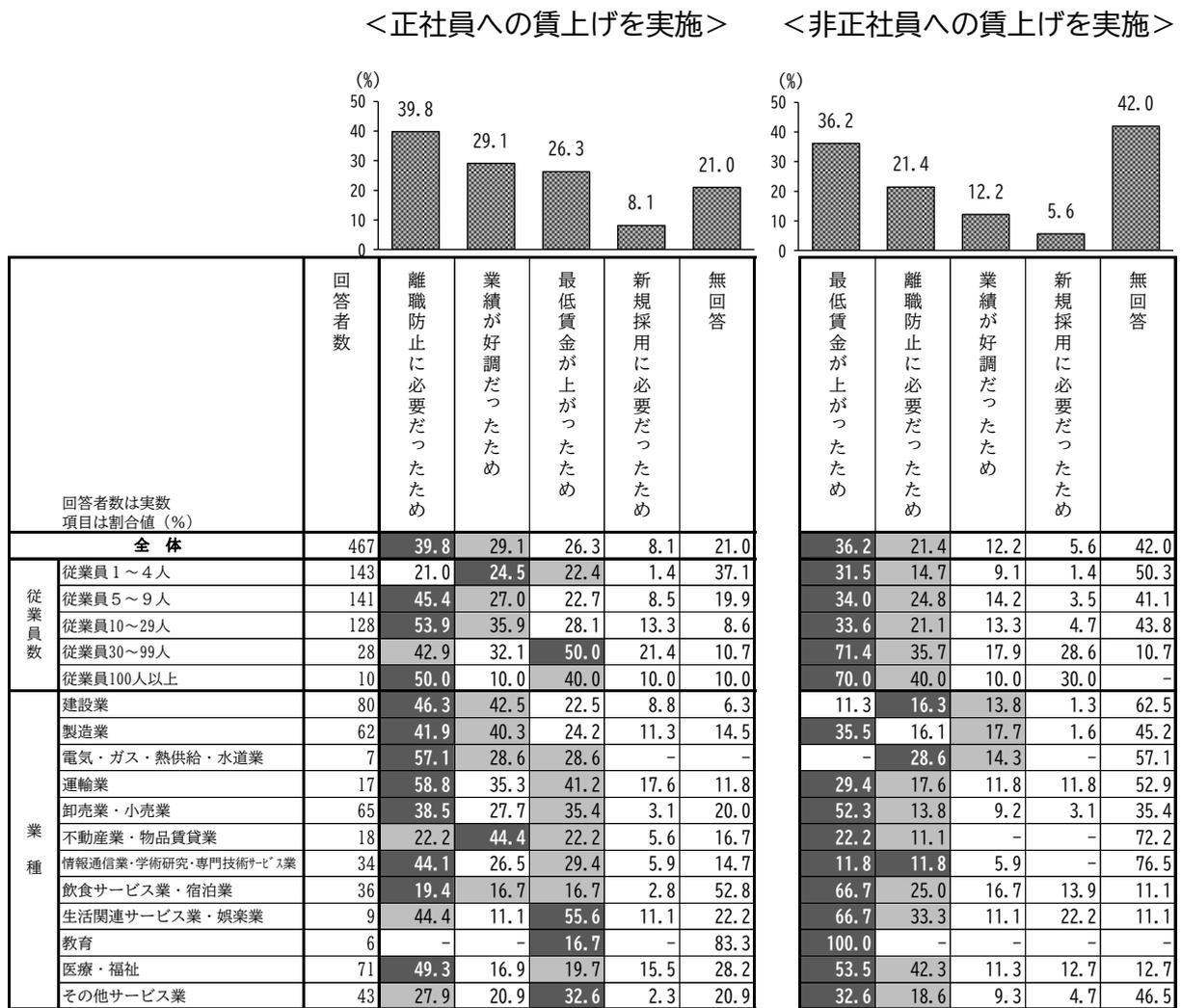
業種別にみると、医療・福祉では「賃上げを実施した」が57.4%と、2024年度（54.5%）から増加している。飲食サービス業・宿泊業でも「賃上げを実施した」が34.9%で最も高く、2024年度（31.4%）から増加している。一方、不動産業・物品賃貸業では「非正社員の従業員がいない」が49.6%で最も高く、「賃上げを実施していない」が16.8%、「賃上げを実施した」は4.4%と2024年度から依然として低くなっている。

(2) 賃上げを行った理由

【問7-(1)のいずれかで「1 賃上げを実施した」に回答した方】

問7-(2) 賃上げを行った理由として、正社員、非正社員それぞれにあてはまるものに○をつけてください。(複数回答可)

● 賃上げを行った理由では、正社員は「離職防止に必要だったため」(39.8%)、非正社員では「最低賃金が上がったため」(36.2%)が最も高い。



正社員の理由

全体では、「離職防止に必要だったため」が39.8%で最も高く、次いで「業績が好調だったため」(29.1%)、「最低賃金が上がったため」(26.3%)となっており、離職防止と業績好調が賃上げの主な理由となっている。

第2章 各調査の結果

従業員数別にみると、1～4人は「業績が好調だったため」が24.5%で最も高く、次いで「最低賃金が上がったため」(22.4%)、「離職防止に必要だったため」(21.0%)となっている。一方で、5～9人は「離職防止に必要だったため」が45.4%で最も高く、次いで「業績が好調だったため」が27.0%で続いており、10～29人でも「離職防止に必要だったため」が53.9%で最も高く、次いで「業績が好調だったため」が35.9%となっている。

業種別にみると、建設業と製造業では「離職防止に必要だったから」が4割台で最も高く、次いで「業績が好調だったため」も4割台で続いている。「離職防止に必要だったから」は医療・福祉、情報通信業・学術研究・専門サービス業でも4割台となっている。また、その他サービス業では「最低賃金が上がったため」が32.6%で最も高く、次いで「離職防止に必要だったため」(27.9%)となっている。

非正社員の理由

全体では、「最低賃金が上がったため」が36.2%で最も高く、次いで「離職防止に必要だったため」が21.4%、「業績が好調だったため」が12.2%となっている。正社員の賃上げ理由と比較すると、「最低賃金が上がったため」の割合が高く、「業績が好調だったため」と「離職防止に必要だったため」の割合が低い。

従業員数別にみると、「最低賃金が上がったため」はいずれの従業員数でも3割台でそれぞれ最も高くなっている。次いで「離職防止に必要だったため」は1～4人で14.7%、5～9人(24.8%)、10～29人(21.1%)で2割台となっている。

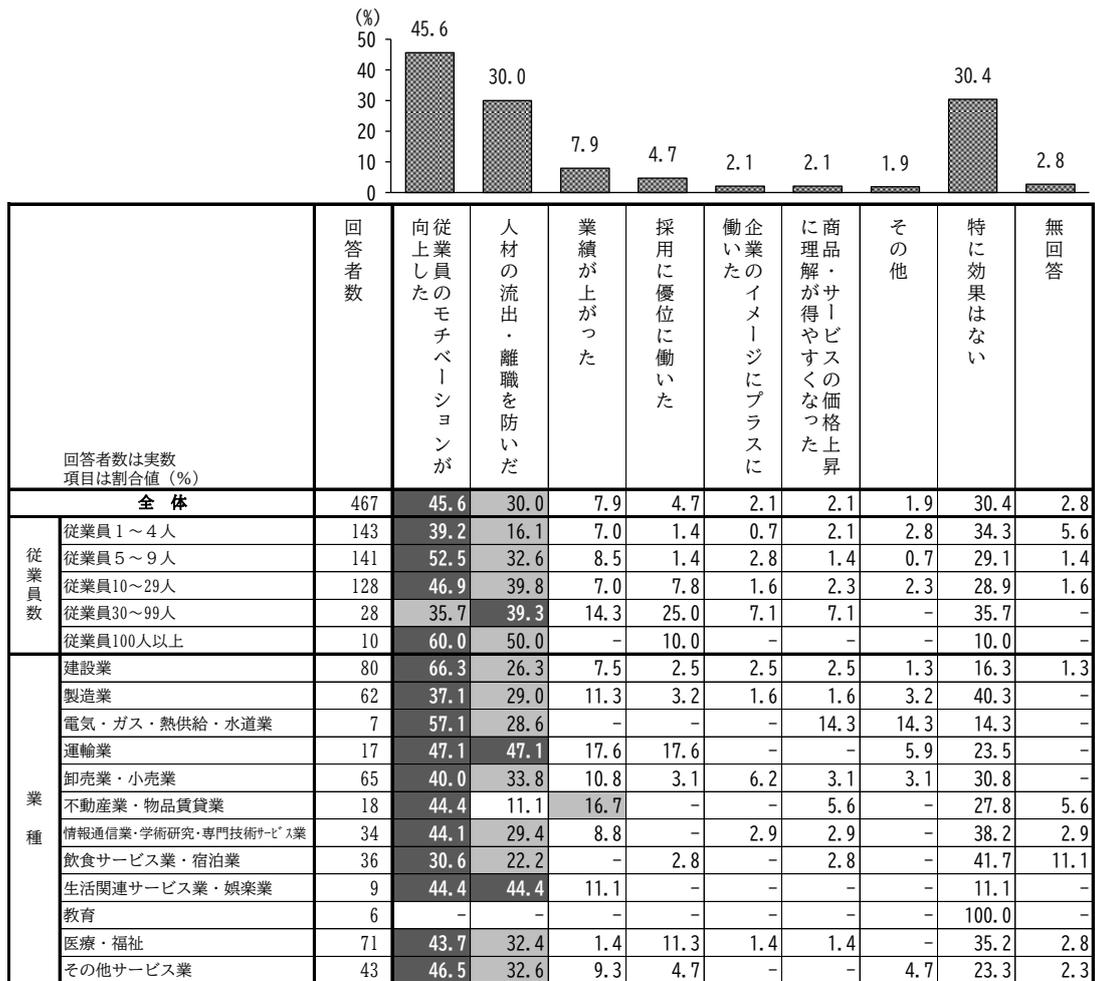
業種別にみると、飲食サービス業・宿泊業では「最低賃金が上がったため」が66.7%で最も高く、次いで「離職防止に必要だったため」が25.0%となっている。医療・福祉では「最低賃金が上がったため」が53.5%で最も高く、次いで「離職防止に必要だったため」が42.3%となっている。卸売業・小売業でも「最低賃金が上がったため」が52.3%で最も高い。建設業では「最低賃金が上がったため」が11.3%と他の業種と比較して最も低くなっている。

(3) 賃上げを行ったことの効果

【問7-(1)のいずれかで「1 賃上げを実施した」に回答した方】

問7-(3) その賃上げを行ったことの効果として、あてはまるものに○をつけてください。
(複数回答可)

● 賃上げを行った効果では「従業員のモチベーションが向上した」が45.6%で最も高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「特に効果はない」、「無回答」を除く）

全体では、「従業員のモチベーションが向上した」が45.6%で最も高く、次いで「人材の流出・離職を防いだ」（30.0%）の2項目が効果の主軸となっている。なお、「特に効果はない」は30.4%となっている。賃上げによる効果はモチベーション向上が中心であり、約3割の事業所では効果を実感していない。

従業員数別にみると、1~4人では「従業員のモチベーションが向上した」が39.2%で最も高い。5~9人では「従業員のモチベーションが向上した」が52.5%と最も高く、次いで「人材の流出・離職を防いだ」（32.6%）となっている。10~29人では「従業員のモチベーションが向上した」が46.9%で最も高く、次いで「人材の流出・離職を防いだ」が39.8%となっており、従業員

第2章 各調査の結果

数が増えるほど離職防止の効果を感じている割合が高まる傾向がみられる。

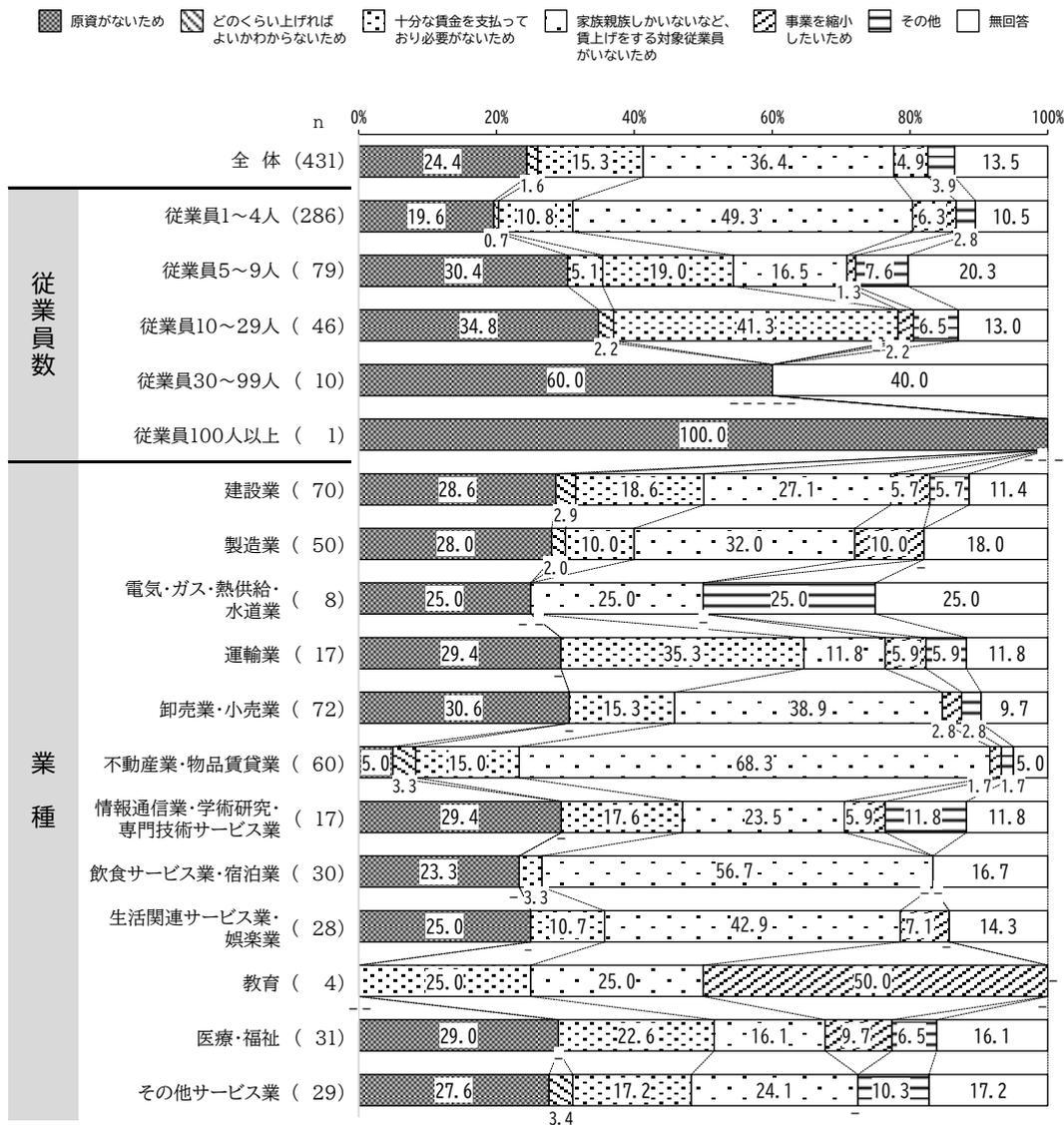
業種別にみると、建設業では「従業員のモチベーションが向上した」が66.3%と最も高く、次いで「人材の流出・離職を防いだ」が26.3%となっている。医療・福祉とその他サービス業では「従業員のモチベーションが向上した」（医療・福祉：43.7%、その他サービス業：46.5%）が最も高く、次いで「人材の流出・離職を防いだ」（医療・福祉：32.4%、その他サービス業：32.6%）となっている。飲食サービス業・宿泊業では「特に効果はない」が41.7%で最も高く、製造業でも40.3%となっている。

(4) 賃上げを行わなかった理由

【問7-(1)のいずれかで、「2 賃上げは実施していない」に回答した方】

問7-(4) 賃上げを行わなかった理由として、あてはまるものに○をつけてください。
(単数回答)

● 賃上げを行わなかった理由では「家族親族しかいないなど、賃上げをする対象従業員がいないため」が36.4%で最も高い。



全体では、「家族親族しかいないなど、賃上げをする対象従業員がいないため」が36.4%で最も高く、次いで「原資がないため」(24.4%)、「十分な賃金を支払っており必要がないため」(15.3%)の順で続いている。

従業員数別にみると、1~4人では「家族親族しかいないなど、賃上げをする対象従業員がいないため」が49.3%となっており、次いで「原資がないため」(19.6%)となっている。5~9人

第2章 各調査の結果

では「原資がないため」が30.4%で最も高く、次いで「十分な賃金を支払っており必要がないため」(19.0%)、「家族親族しかいないなど、賃上げをする対象従業員がいないため」(16.5%)となっている。10~29人では「十分な賃金を支払っており必要がないため」が41.3%で最も高く、次いで「原資がないため」(34.8%)となっており、従業員数が増えるほど賃金水準への自信がある一方で、原資不足が課題となっている。

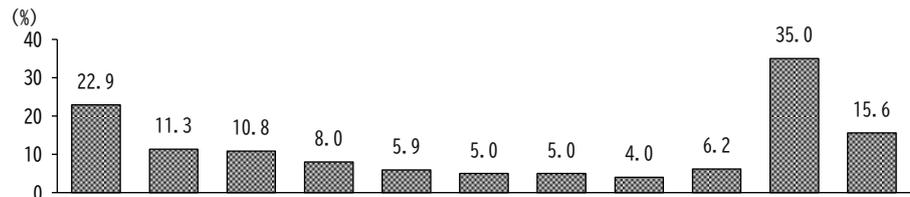
業種別にみると、不動産業・物品賃貸業では「家族親族しかいないなど、賃上げをする対象従業員がいないため」が68.3%と最も高く、他の業種よりも高い。「家族親族しかいないなど、賃上げをする対象従業員がいないため」は飲食サービス業・宿泊業でも56.7%となっている。一方、「原資がないため」を最大の理由とするのは医療・福祉(29.0%)、建設業(28.6%)となっており、次いで「家族親族しかいないなど、賃上げをする対象従業員がいないため」は建設業(27.1%)、医療・福祉では「十分な賃金を支払っており必要がないため」(22.6%)となっている。

問8 労働環境の改善内容について

(1) 労働環境の改善内容

問8 - (1) 直近3年間で行った、労働環境の改善内容について、あてはまるものに○をつけてください。(複数回答可)

● 労働環境の改善内容は「出来ていない」が35.0%で最も高い。



		回答者数	時間外労働を削減した	新たな設備やシステムを導入した	等々の物理的な環境を整備した	すくすくした	た健康経営の取り組みを始め	多様な人材を受け入れた	イテレワークやフレックスタ	たハラスメント対策を強化し	その他	出来ていない	無回答
回答者数は実数 項目は割合値 (%)													
全体		1,127	22.9	11.3	10.8	8.0	5.9	5.0	5.0	4.0	6.2	35.0	15.6
従業員数	従業員1~4人	726	12.9	6.7	5.9	2.6	4.0	1.4	2.6	0.7	7.0	44.5	20.5
	従業員5~9人	183	39.3	18.0	22.4	15.8	8.7	9.3	11.5	7.1	4.4	20.8	5.5
	従業員10~29人	141	46.8	19.9	21.3	19.1	10.6	13.5	7.1	8.5	5.0	16.3	1.4
	従業員30~99人	29	55.2	41.4	17.2	31.0	17.2	17.2	13.8	37.9	-	3.4	-
	従業員100人以上	10	70.0	20.0	10.0	20.0	10.0	20.0	10.0	30.0	-	-	-
業種	建設業	163	31.3	9.8	9.2	5.5	8.6	7.4	5.5	4.3	9.8	37.4	5.5
	製造業	136	25.0	10.3	18.4	6.6	5.9	5.1	2.2	1.5	5.9	30.1	18.4
	電気・ガス・熱供給・水道業	19	42.1	10.5	-	10.5	5.3	-	10.5	-	5.3	47.4	-
	運輸業	42	31.0	9.5	2.4	4.8	7.1	-	-	9.5	-	31.0	21.4
	卸売業・小売業	189	21.7	10.6	9.0	6.3	6.9	6.3	3.2	2.1	4.8	37.0	21.7
	不動産業・物品賃貸業	113	9.7	8.0	7.1	2.7	5.3	0.9	2.7	1.8	11.5	46.0	16.8
	情報通信業・学術研究・専門技術サービス業	66	19.7	19.7	3.0	7.6	6.1	9.1	24.2	6.1	3.0	33.3	10.6
	飲食サービス業・宿泊業	86	14.0	8.1	17.4	4.7	4.7	5.8	-	3.5	3.5	36.0	17.4
	生活関連サービス業・娯楽業	80	12.5	7.5	8.8	5.0	3.8	-	1.3	1.3	3.8	37.5	32.5
	教育	16	12.5	-	12.5	-	6.3	-	-	6.3	6.3	50.0	18.8
	医療・福祉	101	28.7	19.8	14.9	25.7	4.0	5.0	4.0	11.9	4.0	29.7	4.0
	その他サービス業	73	31.5	13.7	9.6	11.0	5.5	5.5	8.2	5.5	11.0	21.9	9.6

注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「出来ていない」、「無回答」を除く）

全体では、「出来ていない」とする事業者が35.0%と高くなっている。改善のある中では、「時間外労働を削減した」が22.9%で最も高く、次いで「新たな設備やシステムを導入した」(11.3%)、「トイレや更衣室、エアコン等の物理的な環境を整備した」(10.8%)の順で続いている。

従業員数別にみると、「出来ていない」は1~4人で44.5%と高いが、従業員が増えるほど減少する。改善のある中では、1~4人で「時間外労働を削減した」が12.9%で最も高くなっている。5~9人では「時間外労働を削減した」が39.3%で最も高く、次いで「トイレや更衣室、エアコン等の物理的な環境を整備した」(22.4%)となっている。10~29人では「時間外労働を削減した」

第2章 各調査の結果

が46.8%で最も高く、次いで「トイレや更衣室、エアコン等の物理的な環境を整備した」(21.3%)、「新たな設備やシステムを導入した」(19.9%)となっており、従業員数が増えるほど労働環境の改善が進んでいる傾向がみられる。

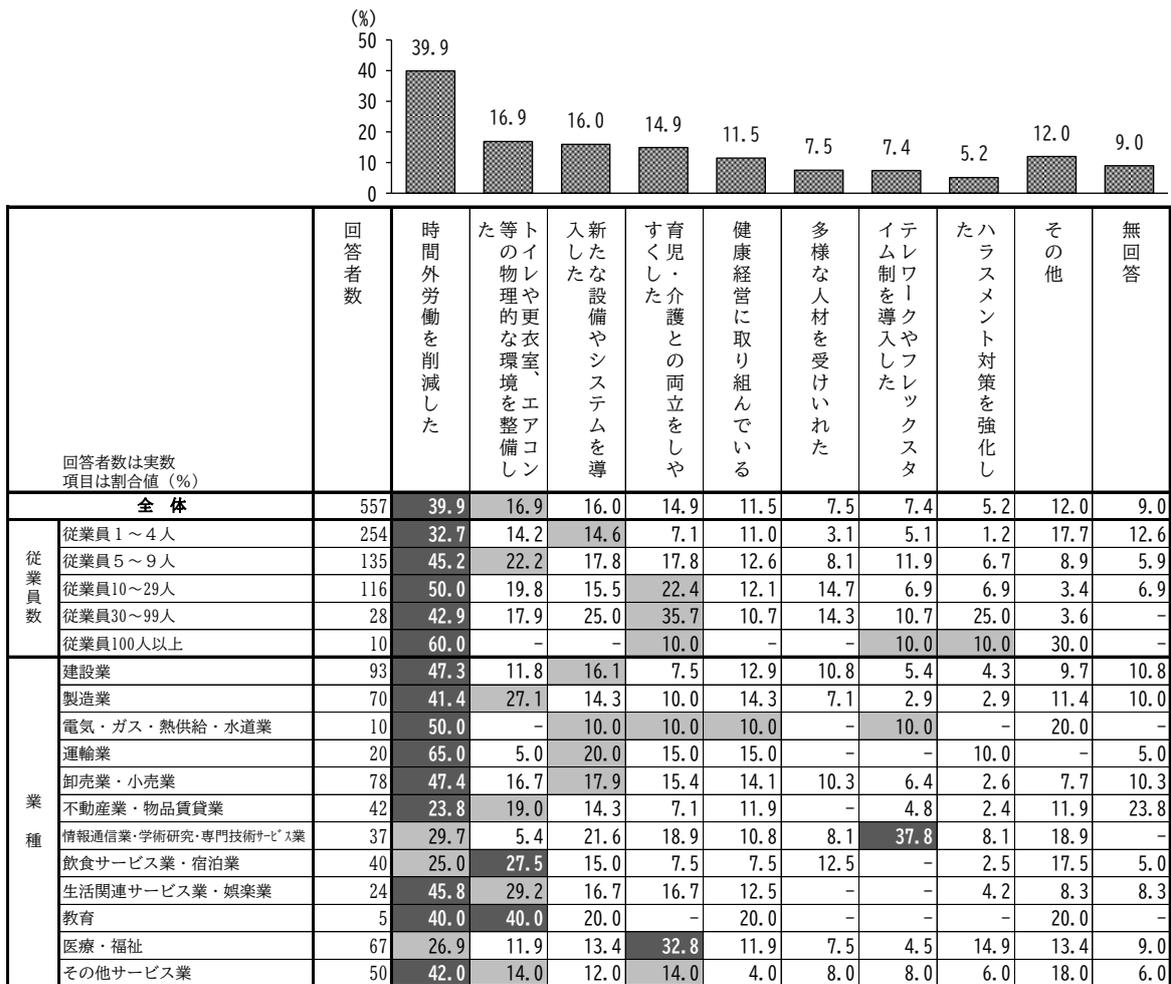
業種別にみると、不動産業・物品賃貸業では「出来ていない」が46.0%と他の業種と比較して高いが、それ以外の業種でも3割台が多くなっている。改善のある中では、「時間外労働を削減した」は建設業(31.3%)、その他サービス業(31.5%)、運輸業(31.0%)、医療・福祉(28.7%)で3割前後と高くなっており、医療・福祉では「育児・介護との両立をやすくした」も25.7%と育児・介護との両立支援に積極的である。情報通信業・学術研究・専門技術サービス業では「テレワークやフレックスタイム制を導入した」が24.2%で他業種と比較して高い。

(2) 人手不足の解消に効果があったもの

【問8 - (1) で「1」～「9」(改善をした) に回答した方のみ】

問8 - (2) (1) の取り組みの中で、人材の定着など、人手不足の解消(または悪化の防止)に効果があったと感じるものに○をつけてください。(複数回答可)

● 労働環境の改善で人手不足解消に効果を感じたものでは「時間外労働を削減した」が39.9%で最も高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「無回答」を除く）

全体では、「時間外労働を削減した」が39.9%で最も高く、次いで「トイレや更衣室、エアコン等の物理的な環境を整備した」(16.9%)、「新たな設備やシステムを導入した」(16.0%)の順で続いている。

従業員数別にみると、1～4人では「時間外労働を削減した」が32.7%で最も高く、次いで「新たな設備やシステムを導入した」(14.6%)、「トイレや更衣室、エアコン等の物理的な環境を整備した」(14.2%)となっている。5～9人では「時間外労働を削減した」が45.2%で最も高く、次いで「トイレや更衣室、エアコン等の物理的な環境を整備した」(22.2%)となっている。10～

第2章 各調査の結果

29人では「時間外労働を削減した」が50.0%と半数で、次いで「育児・介護との両立をしやすいとした」(22.4%)、「トイレや更衣室、エアコン等の物理的な環境を整備した」(19.8%)となっており、従業員数が増えるほど時間外労働削減の効果を感じている割合が高まる傾向がみられる。

業種別にみると、他の業種と比べて、製造業は「健康経営に取り組んでいる」(14.3%)が高く、卸売業・小売業は「時間外労働を削減した」(47.4%)が高く、情報通信業・学術研究・専門技術サービス業は「新たな設備やシステムを導入した」(21.6%)、「テレワークやフレックスタイム制を導入した」(37.8%)が高く、飲食サービス業・宿泊業は「トイレや更衣室、エアコン等の物理的な環境を整備した」(27.5%)、「多様な人材を受け入れた」(12.5%)が高く、医療・福祉は「育児・介護との両立をしやすいとした」(32.8%)、「ハラスメント対策を強化した」(14.9%)が高くなっている。

[その他] 67件

項目	件数
特に感じるものはない	43
仕事のノルマを減らした	4
手当の支給	2
就業時間を短縮した	2
作業マニュアル等の作成	2

※ 無記入は除く

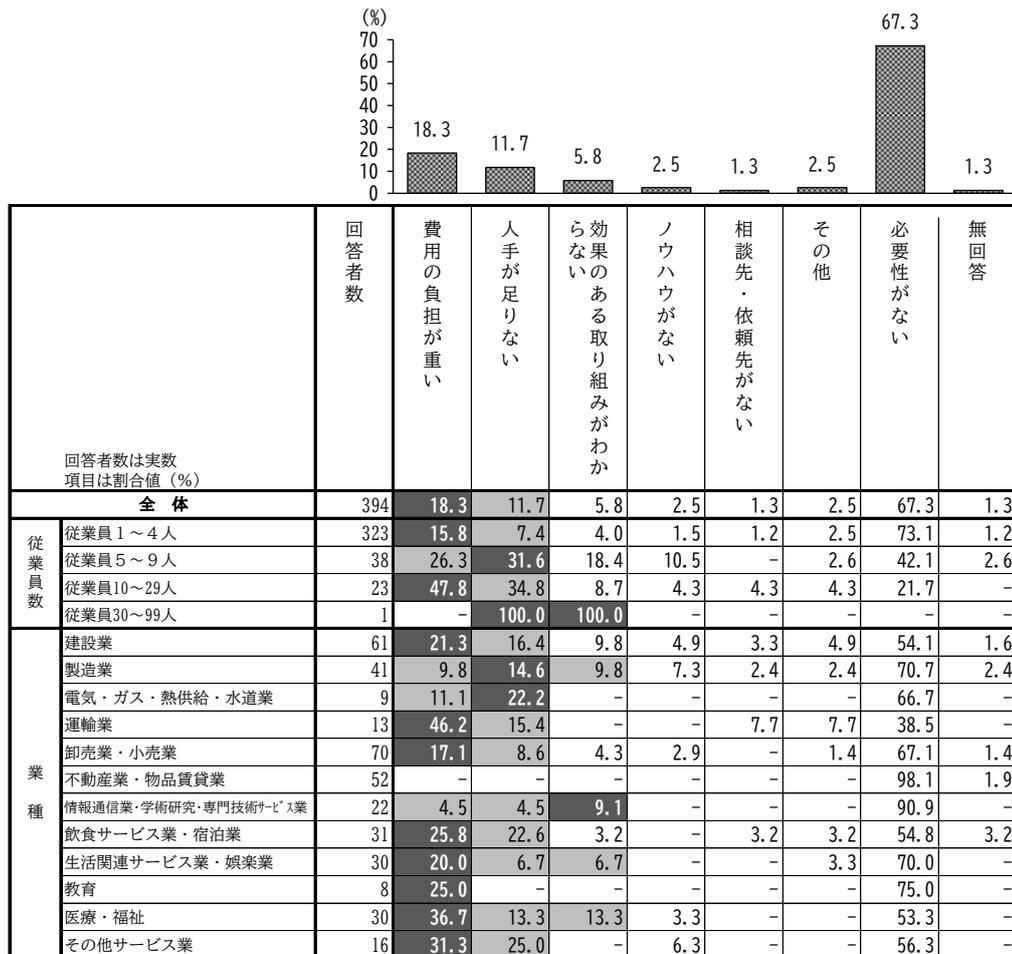
(3) 労働環境の改善が出来ていない理由

【問8 - (1) で、「10 出来ていない」に回答した方のみ】

問8 - (3) 出来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。

(複数回答可)

● 労働環境の改善が出来ていない理由では「必要性がない」が67.3%で最も高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「必要性がない」、「無回答」を除く）

※ 従業員100人以上は回答者がいないため、図表は省略している

全体では、「費用の負担が重い」が18.3%で高く、次いで「人手が足りない」(11.7%)、「効果のある取り組みがわからない」(5.8%)の順で続いている。一方で、「必要性がない」は67.3%となっている。

従業員数別にみると、1～4人では「費用の負担が重い」が15.8%で最も高く、5～9人では「人手が足りない」が31.6%で最も高く、次いで「費用の負担が重い」(26.3%)となっており、従業員数が増えると改善の必要性は認識しているものの、人手不足や費用負担が課題となっている。なお、1～4人では「必要性がない」が73.1%と高いが、従業員数が増えるにつれ減少する傾向がみられる。

第2章 各調査の結果

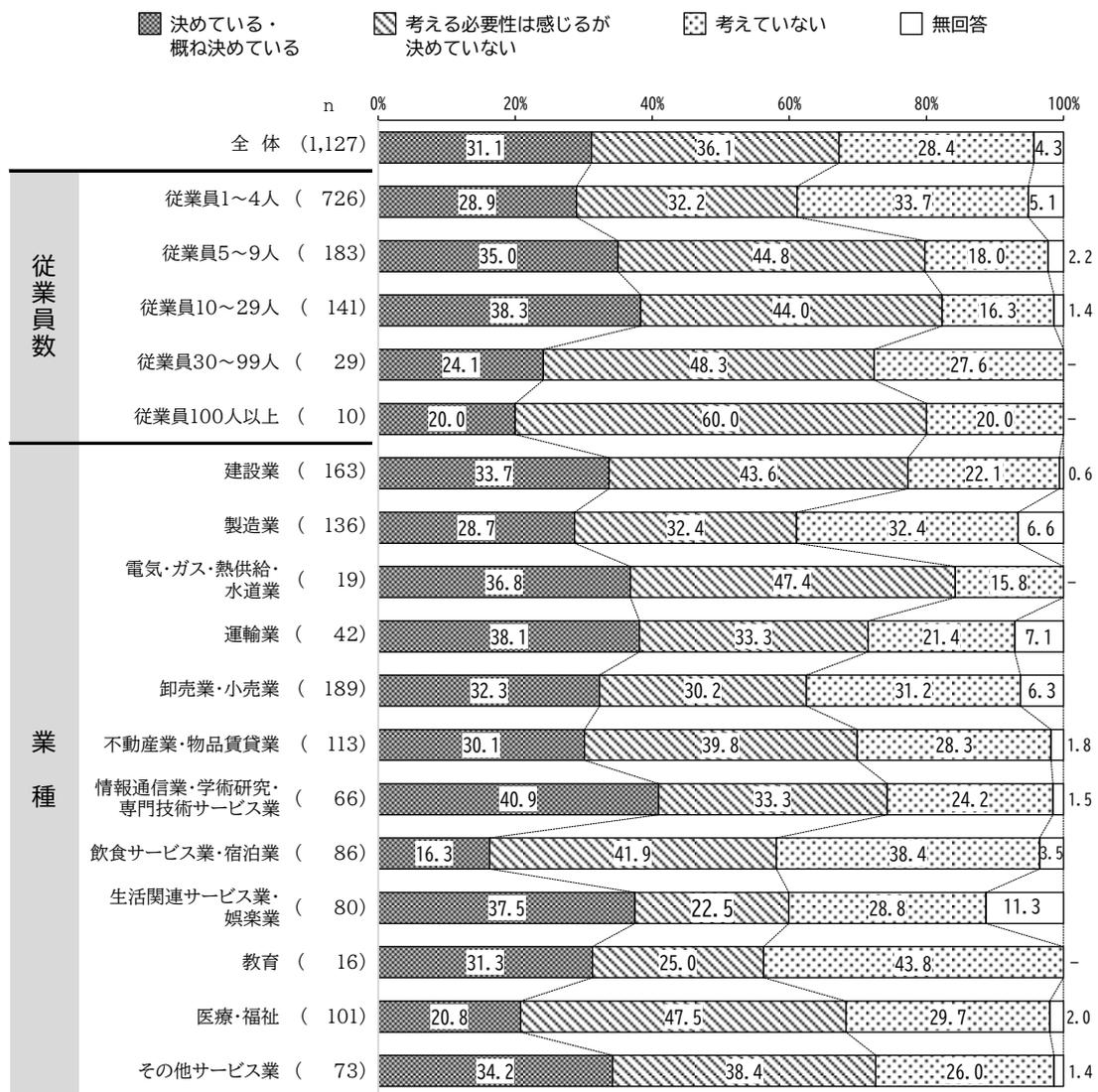
業種別にみると、医療・福祉では「費用の負担が重い」が36.7%で他の業種よりも高くなっている。飲食サービス業・宿泊業では「費用の負担が重い」が25.8%で最も高く、次いで「人手が足りない」(22.6%)となっている。一方、「必要性がない」はいずれも5割以上と高いが、不動産業・物品賃貸業では98.1%とほぼすべての事業所を占めている。

問9 後継者・事業の承継について

(1) 経営者（代表者）退任意向年齢

問9－(1) あなたは、経営者（代表者）として、何歳まで続けるか決めていますか。
(単数回答)

● 自身が経営から外れる時期について「考える必要性を感じるが決めていない」が36.1%で最も高い。



全体では、「決めている・概ね決めている」が31.1%、「考える必要性を感じるが決めていない」が36.1%、「考えていない」が28.4%となっている。引退年齢を決めている事業所は約3割にとどまり、約7割の事業所では引退年齢が未定または考えていない状況となっている。

従業員数別にみると、1～4人では「決めている・概ね決めている」は28.9%であるが、5～9人(35.0%)、10～29人(38.3%)と3割台となっている。「考える必要性を感じるが決めてい

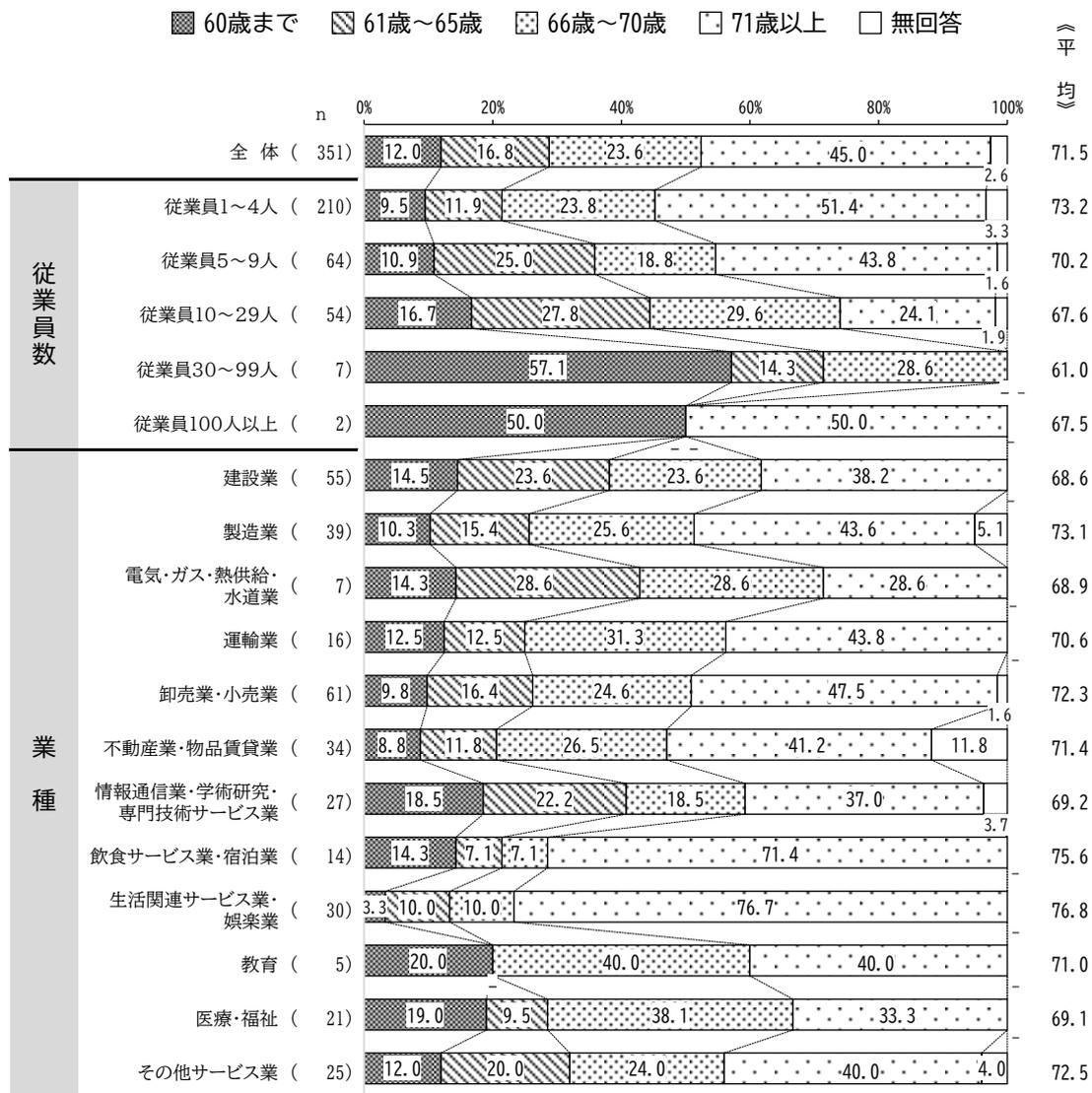
第2章 各調査の結果

ない」は1～4人で32.2%であるが、5～9人(44.8%)、10～29人(44.0%)で4割台となっている。一方、「考えていない」は1～4人で33.7%であるが、5～9人(18.0%)、10～19人(16.3%)では1割台へと減少していることから、従業員数が増えるほど引退年齢について考えている割合が高まる傾向がみられる。

業種別にみると、医療・福祉では「考える必要性を感じるが決めていない」が47.5%と高い。情報通信業・学術研究・専門技術サービス業では「決めている・概ね決めている」が40.9%で最も高い。一方、飲食サービス業・宿泊業は「考える必要性を感じるが決めていない」が41.9%で最も高いが、「考えていない」も38.4%と高い。

引退希望年齢（「1 決めている・概ね決めている」の回答者）

● 希望する引退年齢としては「71歳以上」が45.0%で最も高く、平均は71.5歳。



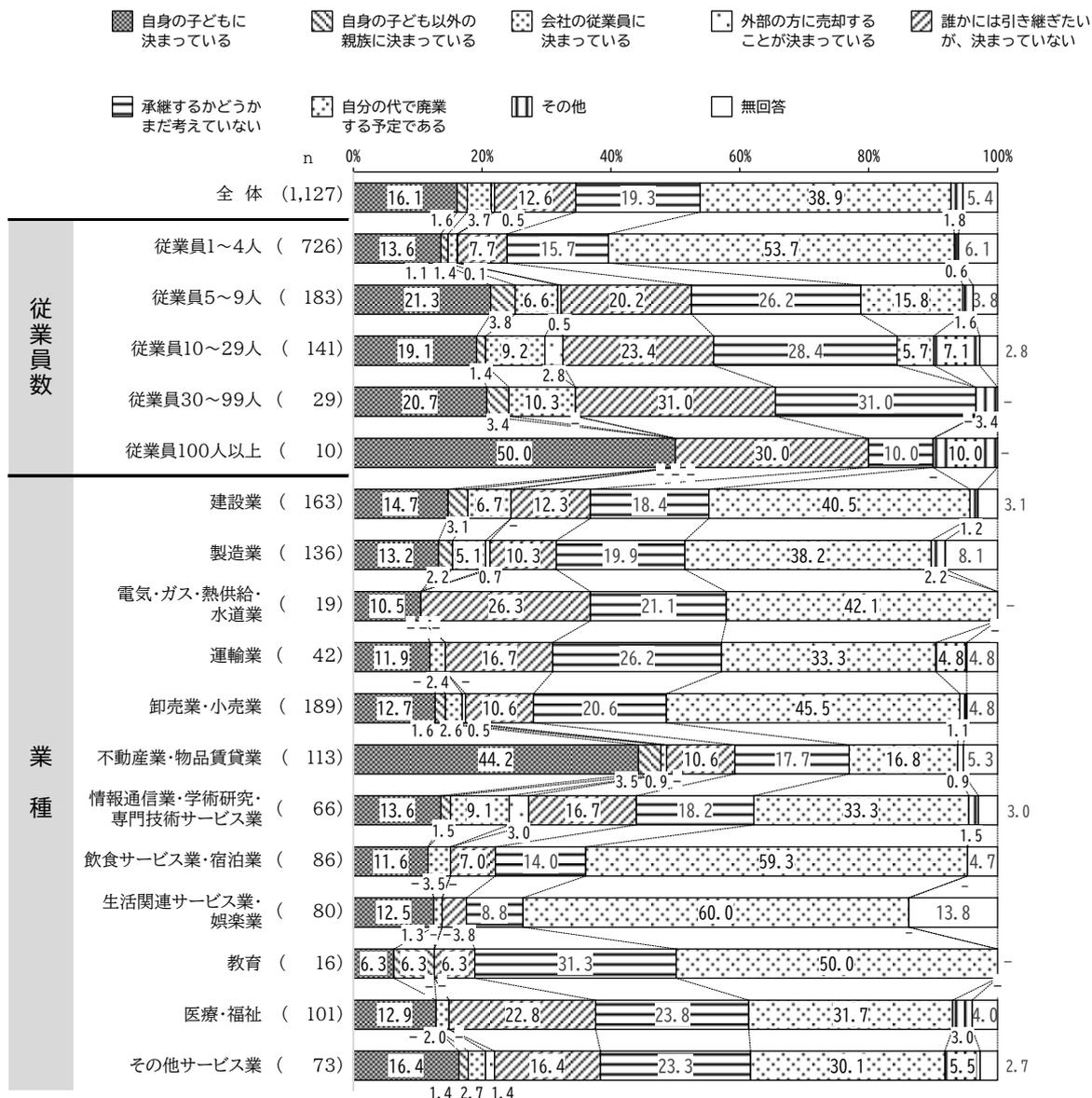
全体では、平均71.5歳となっている。「71歳以上」が45.0%で最も高く、「66～70歳」（23.6%）、「61～65歳」（16.8%）、「60歳まで」（12.0%）と年齢が高くなるほど割合が高い。

業種別にみると、平均年齢は、生活関連サービス業・娯楽業が76.8歳で最も高く、製造業（73.1歳）、卸売業・小売業（72.3歳）、不動産業・物品賃貸業（71.4歳）でも70歳代となっている。いずれの業種でも「71歳以上」が3割以上で最も高くなっており、特に生活関連サービス業・娯楽業では76.7%を占める。建設業では「60歳まで」が14.5%、不動産業・物品賃貸業では「66～70歳」が26.5%で他業種に比べそれぞれ最も高くなっている。

(2) 事業の後継者の決定状況

問9 – (2) 事業の後継者の決定状況について、あてはまるものに○をつけてください。
(単数回答)

● 後継者の状況については、「自分の代で廃業する予定である」が38.9%で最も高い。



全体では、「自分の代で廃業する予定である」が38.9%で最も高く、次いで「承継するかどうかわからない」(19.3%)、「自身の子どもに決まっている」(16.1%)、「誰かには引き継ぎたいが、決まっていない」(12.6%)となっている。事業承継が決定している事業所(「外部の方に売却することが決まっている」を含む)は21.9%となっている。

従業員数別にみると、1~4人では「自分の代で廃業する予定である」が53.7%と高いが、従業員数が増えるほど廃業予定は減少し、10~29人では1割未満となっている。1~4人では「誰

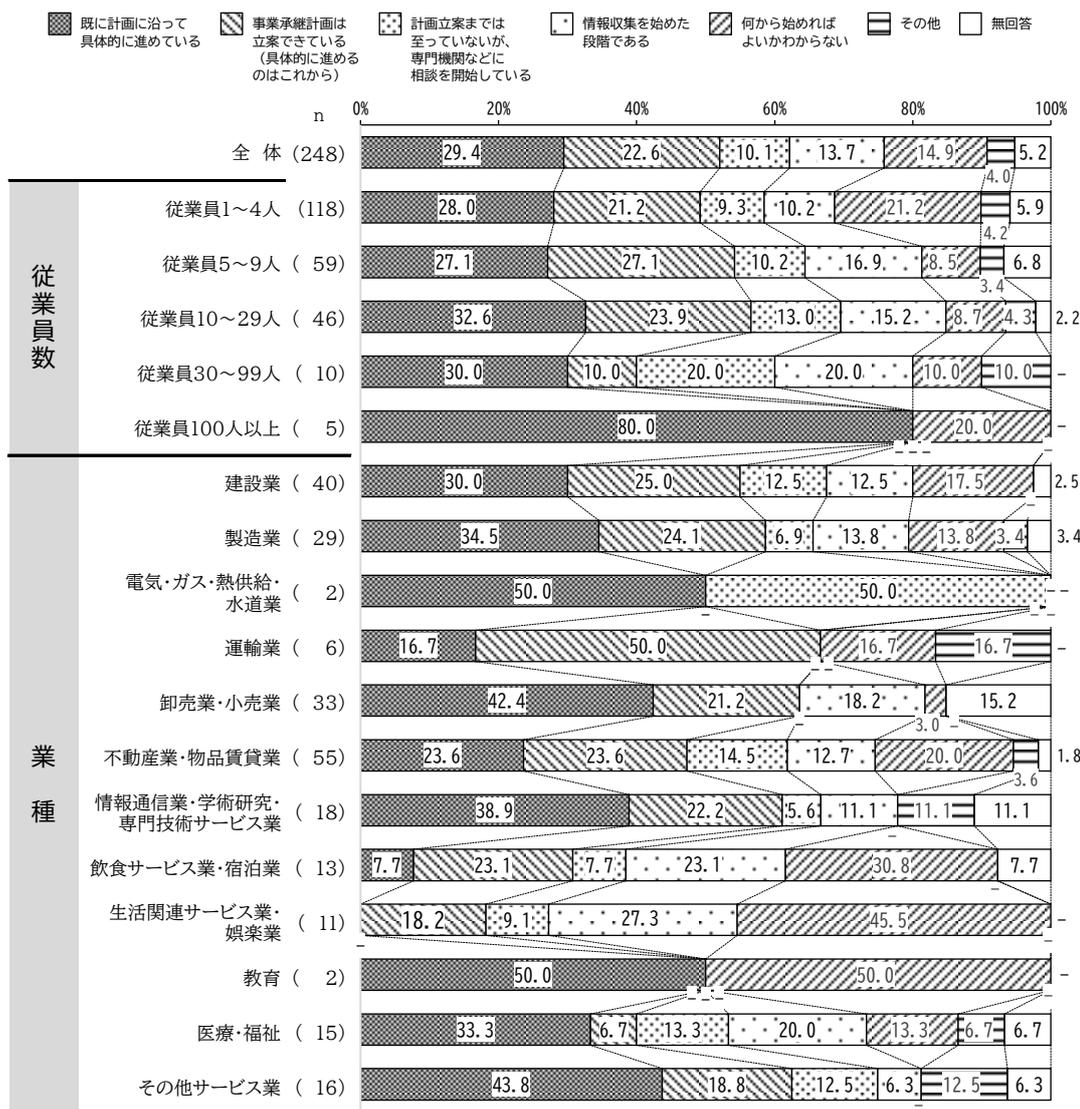
かに引き継ぎたいが、決まっていない」は7.7%、「承継するかどうかまだ考えていない」は15.7%となっており、5～9人、10～29人では2割台へと増加している。事業承継が決定している事業所は5～9人（32.2%）、10～29人（32.5%）で3割台となっている。

業種別にみると、不動産業・物品賃貸業を除く業種で「自分の代で廃業する予定である」が最も高く、生活関連サービス業・娯楽業で60.0%と最も高くなっており、飲食サービス業・宿泊業でも59.3%で半数以上となっている。一方、不動産業・物品賃貸業では「自身の子どもに決まっている」が44.2%で最も高く、次いで「承継するかどうかまだ考えていない」（17.7%）、「自分の代で廃業する予定である」（16.8%）となっており、他業種とは異なる傾向を示している。

(3) 事業承継の準備の進捗状況

【問9－(2)で「1」～「4」(決まっている)に回答した方のみ】
 問9－(3) 事業承継の準備の進捗状況について、あてはまるものに○をつけてください。
 (単数回答)

● 事業承継の準備状況としては、「既に計画に沿って具体的に進めている」が29.4%で最も高い。



全体では、「既に計画に沿って具体的に進めている」が29.4%で最も高く、次いで「事業承継計画は立案できている(具体的に進めるのはこれから)」(22.6%)となっている。これら計画に沿って進めている、または計画を立案している事業所は合わせて52.0%と半数以上となっている。

従業員数別にみると、1~4人では「既に計画に沿って具体的に進めている」が28.0%で最も高く、次いで、「事業承継計画は立案できている(具体的に進めるのはこれから)」と「何から始めればよいかわからない」(ともに21.2%)となっている。5~9人では「既に計画に沿って具体

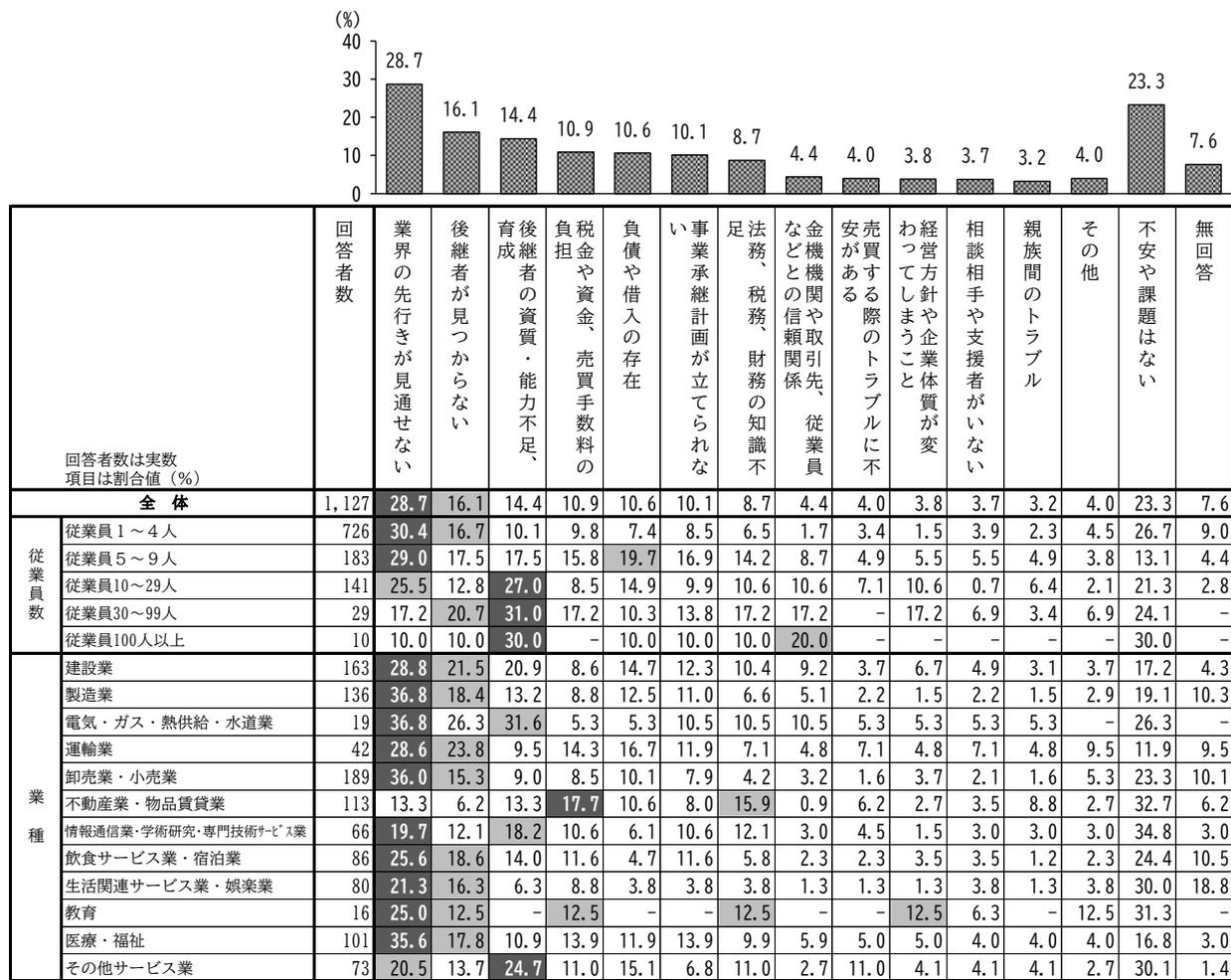
的に進めている」と「事業承継計画は立案できている（具体的に進めるのはこれから）」がそれぞれ27.1%で高い。10～29人では「既に計画に沿って具体的に進めている」が32.6%で最も高く、次いで「事業承継計画は立案できている（具体的に進めるのはこれから）」が23.9%となっている。

業種別にみると、卸売業・小売業では「既に計画に沿って具体的に進めている」が42.4%で最も高く、次いで「事業承継計画は立案できている（具体的に進めるのはこれから）」が21.2%となっている。「既に計画に沿って具体的に進めている」と「事業承継計画は立案できている（具体的に進めるのはこれから）」の合計が半数以上となっているのは、卸売業・小売業（63.6%）、建設業（55.0%）である。

(4) 事業承継の不安や課題

問9 - (4) 事業承継の不安や課題として、あてはまるものに○をつけてください。
(単数回答)

● 事業承継の不安や課題では「業界の先行きが見通せない」が28.7%で最も高い。



		回答者数	業界の先行きが見通せない	後継者が見つからない	後継者の資質・能力不足、育成	税金や資金、売入手数料の負担	負債や借入の存在	事業承継計画が立てられない	法務、税務、財務の知識不足	金機関や取引先、従業員などの信頼関係	安がある	売買する際のトラブルに不安がある	経営方針や企業体質が変わってしまうこと	相談相手や支援者がいない	親族間のトラブル	その他	不安や課題はない	無回答
全体		1,127	28.7	16.1	14.4	10.9	10.6	10.1	8.7	4.4	4.0	3.8	3.7	3.2	4.0	23.3	7.6	
従業員数	従業員1～4人	726	30.4	16.7	10.1	9.8	7.4	8.5	6.5	1.7	3.4	1.5	3.9	2.3	4.5	26.7	9.0	
	従業員5～9人	183	29.0	17.5	17.5	15.8	19.7	16.9	14.2	8.7	4.9	5.5	5.5	4.9	3.8	13.1	4.4	
	従業員10～29人	141	25.5	12.8	27.0	8.5	14.9	9.9	10.6	10.6	7.1	10.6	0.7	6.4	2.1	21.3	2.8	
	従業員30～99人	29	17.2	20.7	31.0	17.2	10.3	13.8	17.2	17.2	-	17.2	6.9	3.4	6.9	24.1	-	
	従業員100人以上	10	10.0	10.0	30.0	-	10.0	10.0	10.0	20.0	-	-	-	-	-	30.0	-	
業種	建設業	163	28.8	21.5	20.9	8.6	14.7	12.3	10.4	9.2	3.7	6.7	4.9	3.1	3.7	17.2	4.3	
	製造業	136	36.8	18.4	13.2	8.8	12.5	11.0	6.6	5.1	2.2	1.5	2.2	1.5	2.9	19.1	10.3	
	電気・ガス・熱供給・水道業	19	36.8	26.3	31.6	5.3	5.3	10.5	10.5	10.5	5.3	5.3	5.3	5.3	-	26.3	-	
	運輸業	42	28.6	23.8	9.5	14.3	16.7	11.9	7.1	4.8	7.1	4.8	7.1	4.8	9.5	11.9	9.5	
	卸売業・小売業	189	36.0	15.3	9.0	8.5	10.1	7.9	4.2	3.2	1.6	3.7	2.1	1.6	5.3	23.3	10.1	
	不動産業・物品賃貸業	113	13.3	6.2	13.3	17.7	10.6	8.0	15.9	0.9	6.2	2.7	3.5	8.8	2.7	32.7	6.2	
	情報通信業・学術研究・専門技術サービス業	66	19.7	12.1	18.2	10.6	6.1	10.6	12.1	3.0	4.5	1.5	3.0	3.0	3.0	34.8	3.0	
	飲食サービス業・宿泊業	86	25.6	18.6	14.0	11.6	4.7	11.6	5.8	2.3	2.3	3.5	3.5	1.2	2.3	24.4	10.5	
	生活関連サービス業・娯楽業	80	21.3	16.3	6.3	8.8	3.8	3.8	3.8	1.3	1.3	1.3	3.8	1.3	3.8	30.0	18.8	
	教育	16	25.0	12.5	-	12.5	-	-	12.5	-	-	12.5	6.3	-	12.5	31.3	-	
	医療・福祉	101	35.6	17.8	10.9	13.9	11.9	13.9	9.9	5.9	5.0	5.0	4.0	4.0	4.0	16.8	3.0	
	その他サービス業	73	20.5	13.7	24.7	11.0	15.1	6.8	11.0	2.7	11.0	4.1	4.1	4.1	2.7	30.1	1.4	

注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「不安や課題はない」、「無回答」を除く）

全体では、「業界の先行きが見通せない」が28.7%で最も高く、次いで「後継者が見つからない」(16.1%)、「後継者の資質・能力不足、育成」(14.4%)の順で続いている。一方で、「不安や課題はない」は23.3%となっている。

従業員数別にみると、1～4人では「業界の先行きが見通せない」が30.4%で最も高く、次いで「後継者が見つからない」(16.7%)となっている。5～9人では「業界の先行きが見通せない」が29.0%で最も高く、次いで「負債や借入の存在」(19.7%)、「後継者が見つからない」と「後継者の資質・能力不足、育成」(ともに17.5%)となっている。10～29人では「後継者の資質・能力不足、育成」が27.0%で最も高く、次いで「業界の先行きが見通せない」(25.5%)となっており、従業員数が増えるほど後継者の育成が課題となる傾向がみられる。

業種別にみると、「業界の先行きが見通せない」は不動産業・物品賃貸業とその他サービス業以外の業種で最も高く、特に製造業（36.8%）、卸売業・小売業（36.0%）、医療・福祉（35.6%）で3割台と高くなっている。不動産業・物品賃貸業では「税金や資金、売買手数料の負担」（17.7%）が、その他のサービス業では「後継者の資質・能力不足、育成」（24.7%）がそれぞれ最も高く、他の業種とは異なる傾向を示している。一方、「不安や課題はない」は情報通信業・学術研究・専門技術サービス業（34.8%）と不動産業・物品賃貸業（32.7%）、その他サービス業（30.1%）、生活関連サービス業・娯楽業（30.0%）で3割台と高く、他業種と比較して事業承継の不安が少ない傾向がみられる。

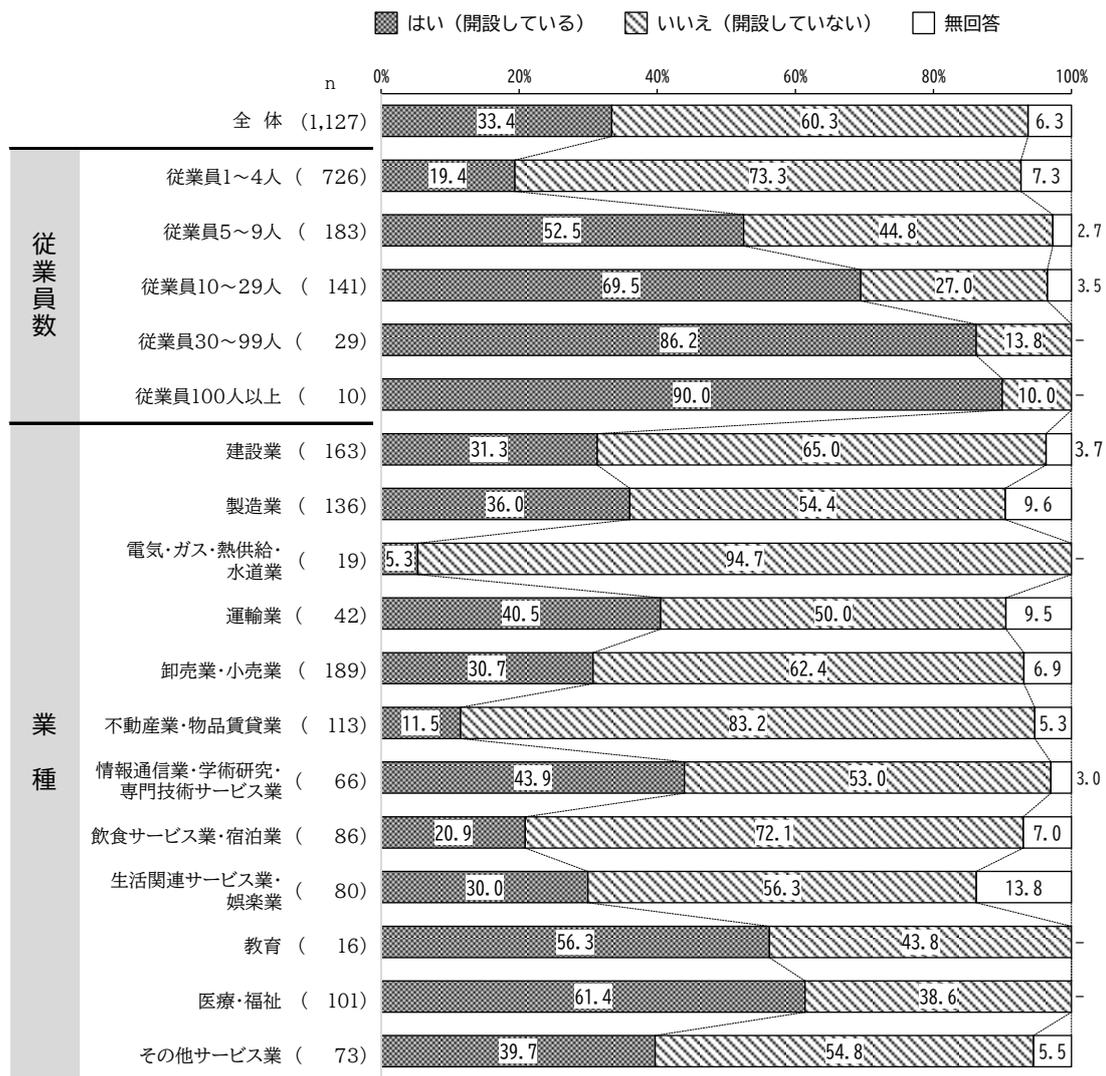
問10 デジタル活用の状況について

(1) 基本的なWEB活用の状況

問10- (1) ①~③の取り組み内容について、それぞれあてはまるものに○をつけてください。
(単数回答)

①自社・自店舗のWEBページを開設している

● WEBページの開設状況は「いいえ (開設していない)」が60.3%。



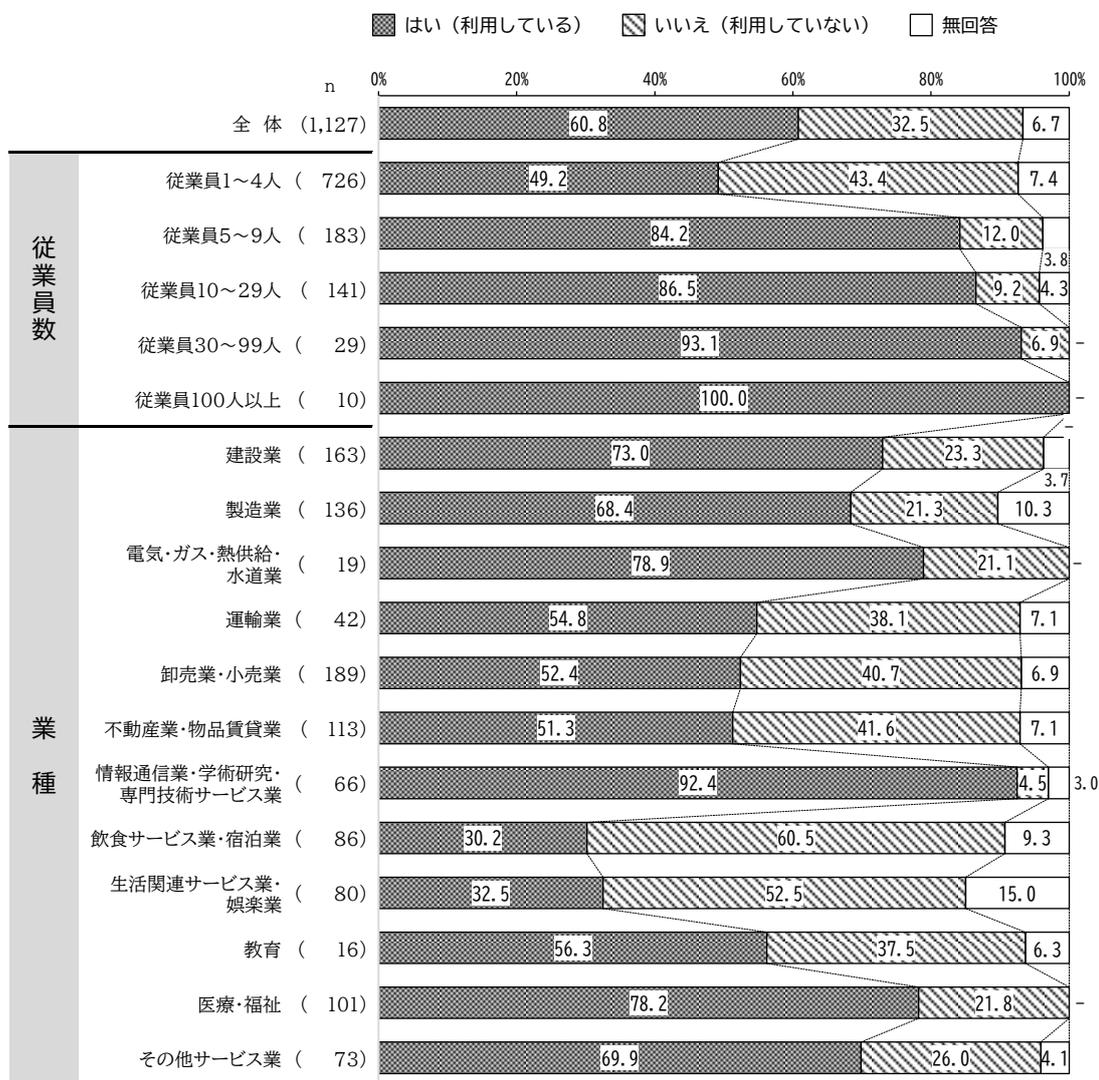
全体では、「はい (開設している)」が33.4%、「いいえ (開設していない)」が60.3%となっている。

従業員数別にみると、「はい (開設している)」は1~4人で19.4%であるが、5~9人 (52.5%)、10~29人 (69.5%) と、従業員数が増えるほどWEBページを開設している割合が高まる傾向となっている。

業種別にみると、「いいえ（開設していない）」は医療・福祉を除く業種で「はい（開設している）」を上回っており、特に不動産業・物品賃貸業で83.2%と他の業種と比較して最も高く、建設業でも65.0%、その他サービス業（54.8%）、情報通信業・学術研究・専門技術サービス業（53.0%）、運輸業（50.0%）でも半数以上となっている。「はい（開設している）」は医療・福祉で61.4%と他の業種と比較して最も高く、情報通信業・学術研究・専門技術サービス業（43.9%）、運輸業（40.5%）でも4割台となっている。

②外部との連絡にEメールを利用している

● Eメールの利用状況は「はい（利用している）」が60.8%。



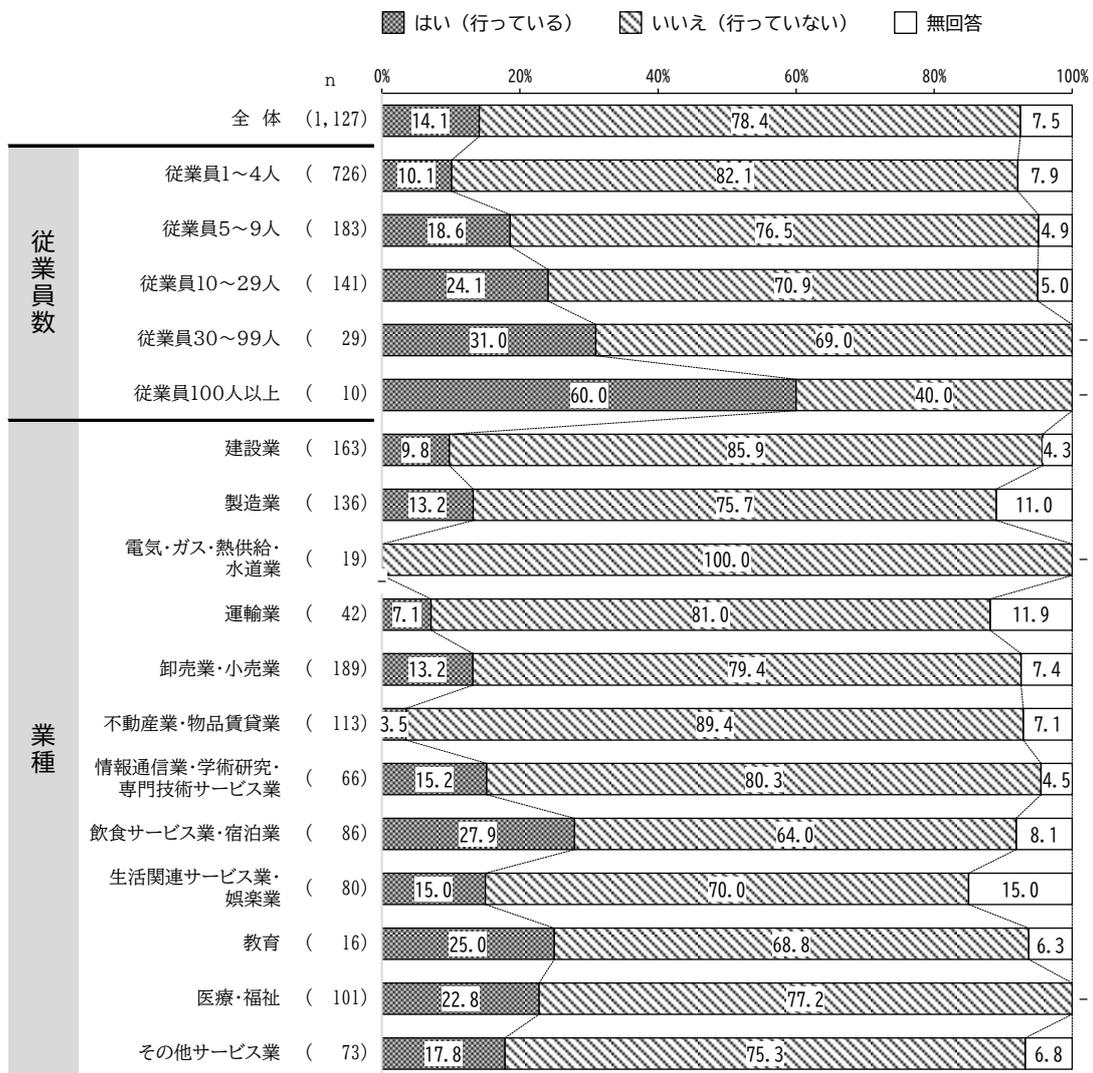
全体では、「はい（利用している）」が60.8%、「いいえ（利用していない）」が32.5%となっている。

従業員数別にみると、「はい（利用している）」は1～4人で49.2%であるが、5～9人（84.2%）、10～29人（86.5%）で8割以上と高くなっている。

業種別にみると、「はい（利用している）」は飲食サービス業・宿泊業、生活関連サービス業・娯楽業を除く業種で「いいえ（利用していない）」を上回っており、特に情報通信業・学術研究・専門技術サービス業で92.4%と他業種と比較して最も高く、医療・福祉（78.2%）、建設業（73.0%）、その他サービス業（69.9%）、製造業（68.4%）で6割以上と高くなっている。飲食サービス業・宿泊業では「いいえ（利用していない）」が60.5%と他の業種より高く、生活関連サービス業・娯楽業でも52.5%となっており、Eメール利用率が低い。

③ SNS（インスタグラム等）による情報発信を行っている

● SNSによる情報発信は「いいえ（行っていない）」が78.4%。



全体では、「はい（行っている）」が14.1%、「いいえ（行っていない）」が78.4%となっている。

従業員数別にみると、「はい（行っている）」は1~4人で10.1%であるが、5~9人で18.6%、10~29人で24.1%と、従業員数が増えるほどSNS活用率が高まる傾向がみられる

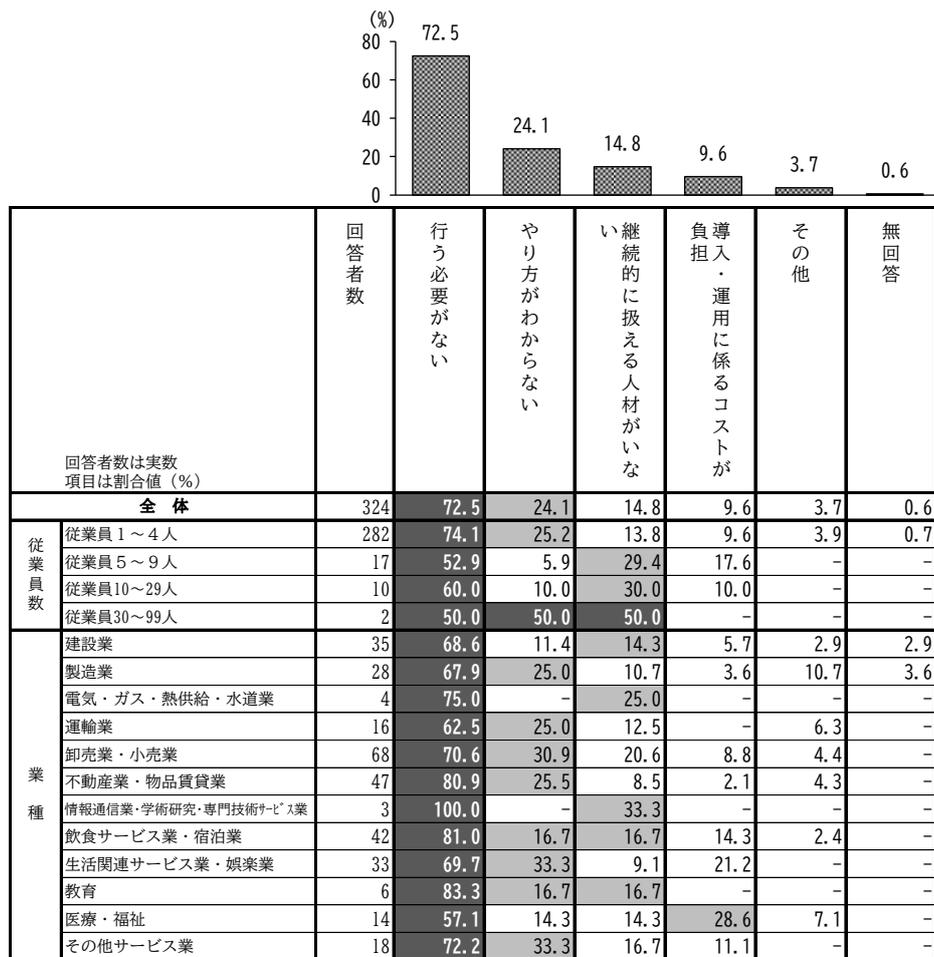
業種別にみると、「はい（行っている）」は飲食サービス業・宿泊業が27.9%で他の業種と比較して最も高く、医療・福祉で22.8%となっている。一方、不動産業・物品賃貸業では「いいえ」が89.4%と、SNS活用率が極めて低い。

(2) 基本的なWEB活用を行っていない理由

【問10-(1)で①~③全て「2 いいえ」に回答した方のみ】

問10-(2) いずれも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。
(複数回答可)

● 基本的なWEB活用を行っていない理由は「行う必要がない」が72.5%で最も高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「無回答」を除く）

注：「従業員100人以上」は回答者がいないため、図表から省略している。

全体では、「行う必要がない」が72.5%と最も高く、次いで「やり方がわからない」(24.1%)、「継続的に扱える人材がない」(14.8%)の順で続いている。

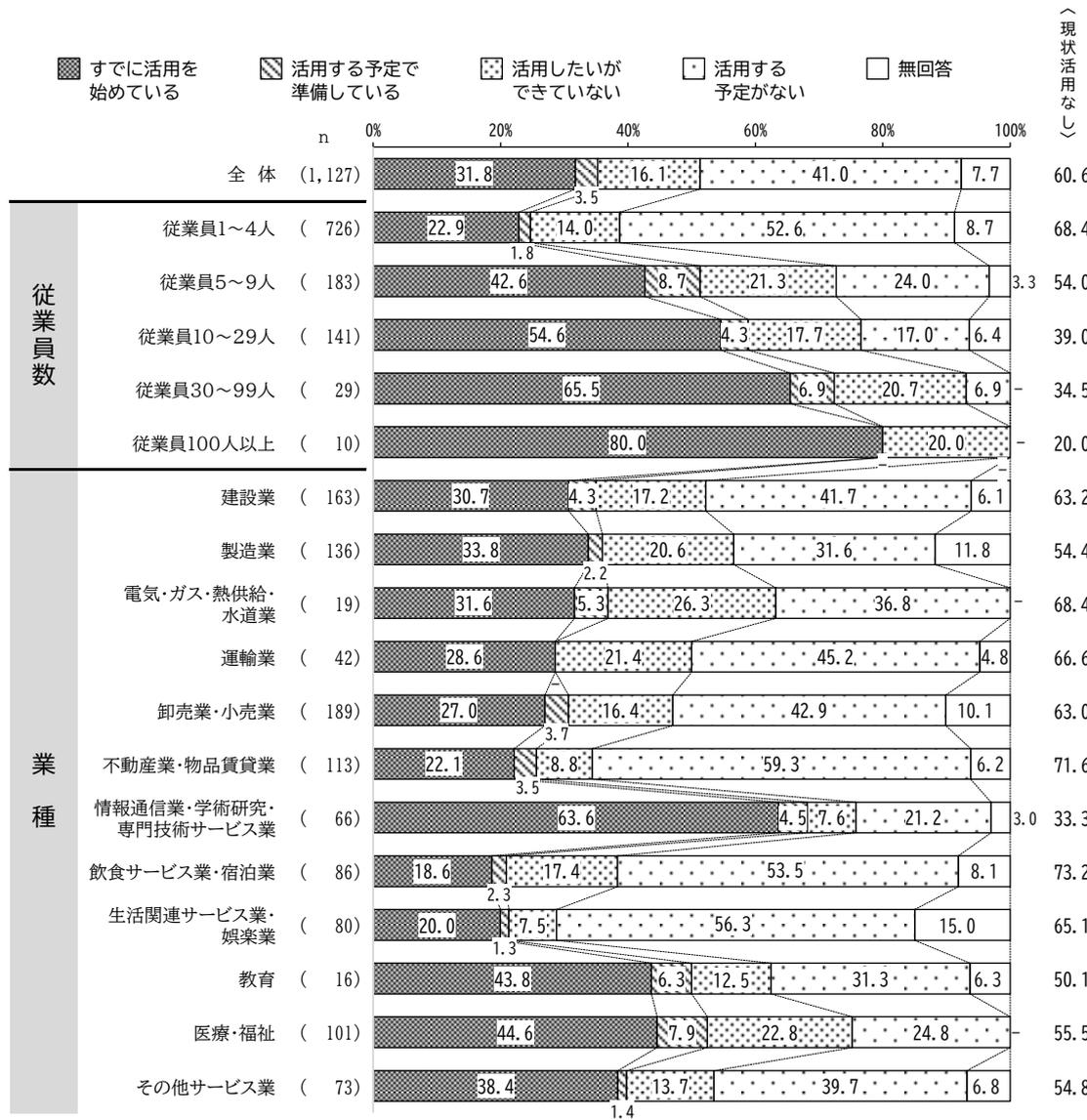
従業員数別にみると、1~4人では「行う必要がない」が74.1%、次いで「やり方がわからない」が25.2%となっている。

業種別にみると、いずれの業種でも「行う必要がない」が最も高く、特に飲食サービス業・宿泊業(81.0%)、不動産業・物品賃貸業(80.9%)が8割台で高い。また、生活関連サービス業・娯楽業は「やり方がわからない」(33.3%)、「導入・運用に係るコストが負担」(21.2%)が他の業種よりも高い。

(3) デジタル活用状況

問10- (3) 貴社のデジタル活用状況について、該当するものに○をつけてください。
(単数回答)

● デジタル活用状況は「活用する予定がない」が41.0%で最も高い。一方で「すでに活用を始めている」は31.8%である。



全体では、「すでに活用を始めている」は31.8%となっている。「活用する予定で準備をしている」が3.5%、「活用したいができていない」は16.1%、「活用する予定がない」は41.0%となっており、合わせた<現状活用なし>は60.6%となっている。

従業員数別にみると、「すでに活用を始めている」は1~4人で22.9%であるが、5~9人が42.6%、10~29人が54.6%と過半数を占めるなど、従業員数が増えるほどデジタル活用が進んでいる。「活用する予定がない」は1~4人は52.6%であるが、5~9人では24.0%、10~29人では

第2章 各調査の結果

17.0%、「活用する予定で準備している」、「活用したいができていない」と合わせた<現状活用なし>は1～4人が68.4%、5～9人が54.0%、10～29人が39.0%と従業員数が増えるほどいずれも減少傾向となっている。

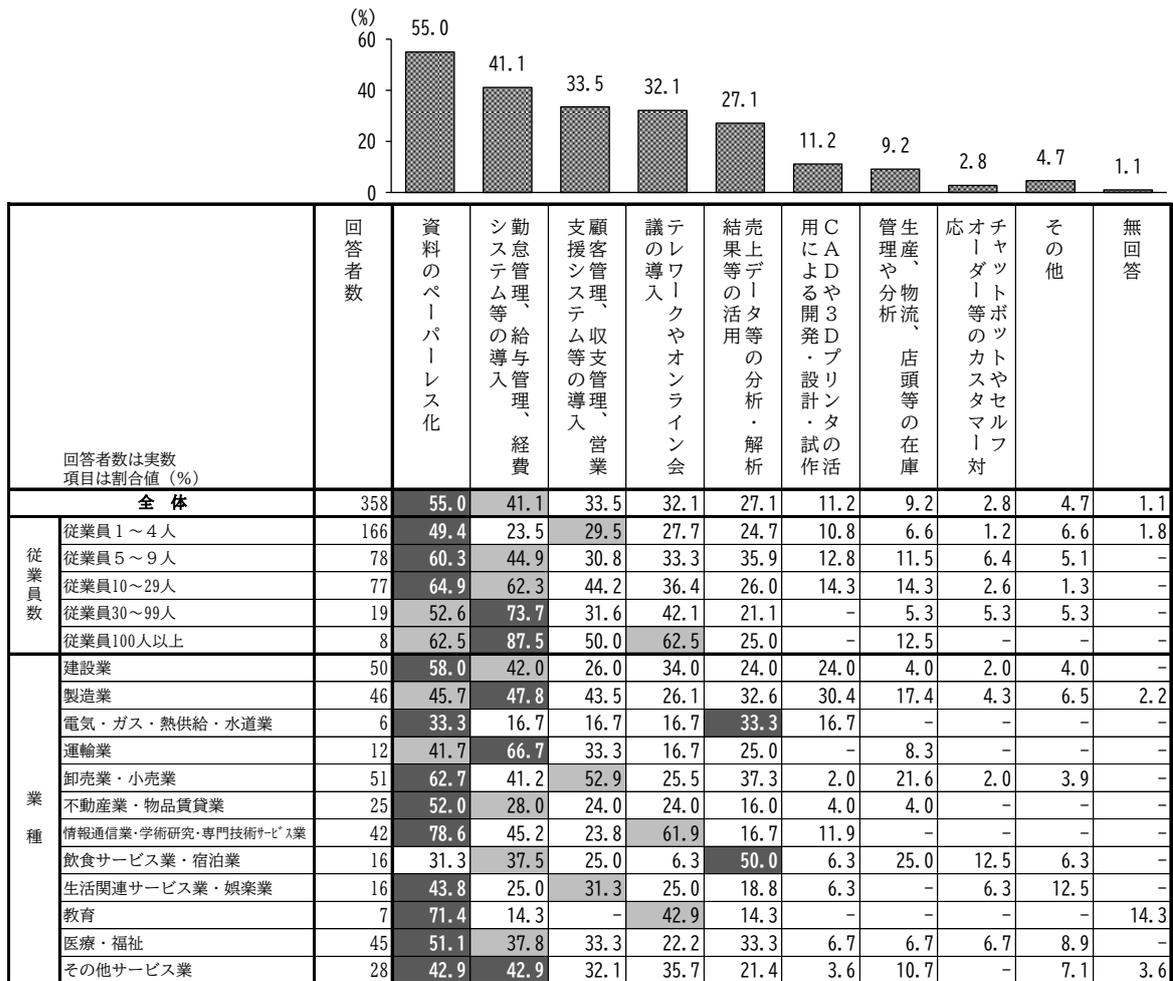
業種別にみると、情報通信業・学術研究・専門技術サービス業では「すでに活用を始めている」が63.6%と他の業種と比較して特に高く、医療・福祉でも「すでに活用を始めている」が44.6%と高い。一方、不動産業・物品賃貸業では「活用する予定がない」が59.3%と最も高く、「すでに活用を始めている」は22.1%にとどまっている。「活用する予定がない」は生活関連サービス業・娯楽業（56.3%）、飲食サービス業・宿泊業（53.5%）で半数以上となっている。

(4) 実践しているデジタル活用の内容

【問10- (3) で「1 すでに活用を始めている」に回答した方のみ】

問10- (4) 貴社で実践しているデジタル活用の内容として、あてはまるもの全てに○をつけてください。(複数回答可)

● 実践しているデジタル活用では「資料のペーパーレス化」が55.0%で最も高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「無回答」を除く）

全体では、「資料のペーパーレス化」が55.0%で最も高く、次いで「勤怠管理、給与管理、経費システム等の導入」(41.1%)、「顧客管理、収支管理、営業支援システム等の導入」(33.5%)の順で続いている。

従業員数別にみると、「資料のペーパーレス化」は1～4人が49.4%で、5～9人(60.3%)、10～29人(64.9%)が6割台となっている。「勤怠管理、給与管理、経費システム等の導入」は1～4人で23.5%であるが、5～9人で44.9%、10～29人で62.3%、「顧客管理、収支管理、営業支援システム等の導入」は1～4人で29.5%、5～9人で30.8%であるが、10～29人で44.2%と、システムについては従業員数が増えるほど導入が進んでいる傾向がみられる。

第2章 各調査の結果

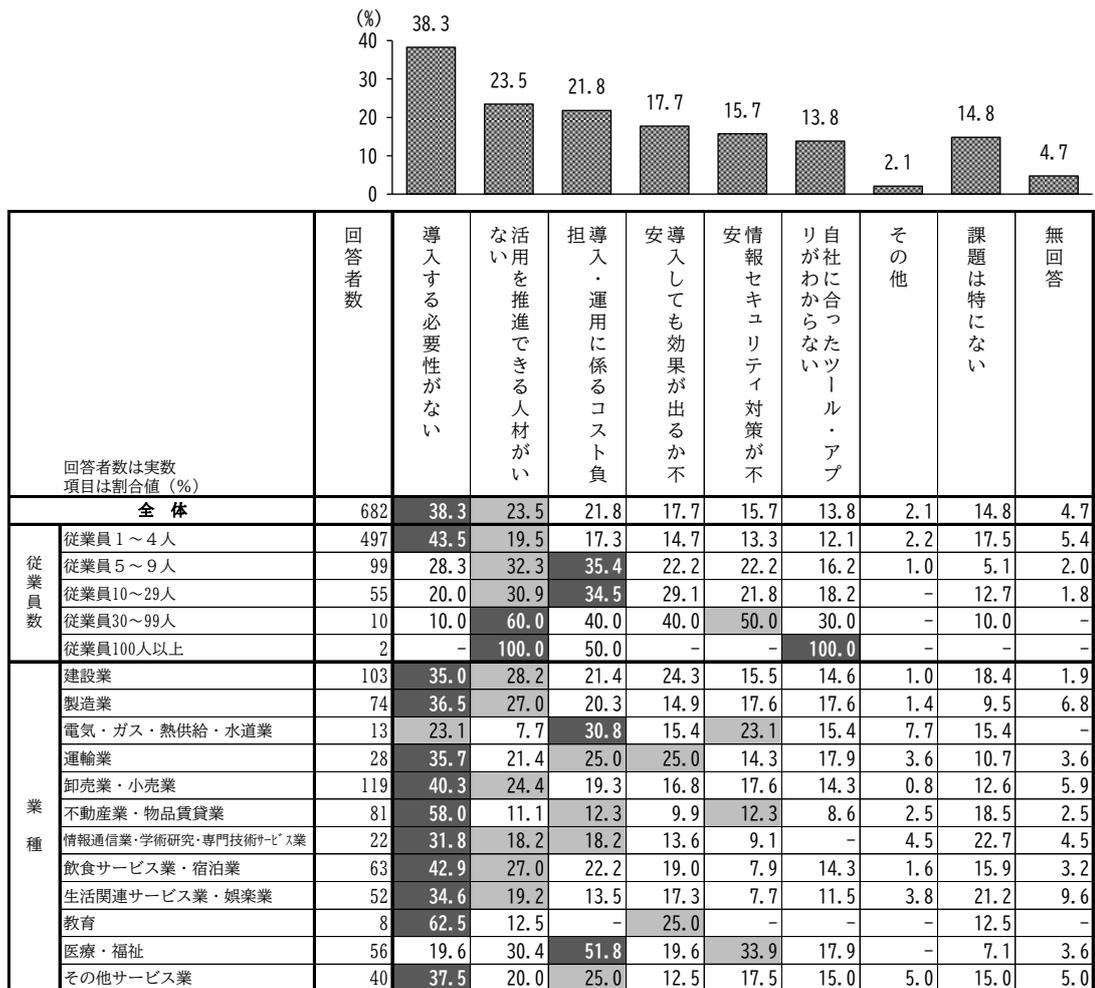
業種別にみると、「資料のペーパーレス化」は製造業（45.7%）を除いて、いずれの業種も半数以上で、特に情報通信業・学術研究・専門技術サービス業では78.6%と高く、「テレワークやオンライン会議の導入」も61.9%で続くなど、他業種に比べてテレワーク等の活用が進んでいる。製造業では「勤怠管理、給与管理、経費システム等の導入」が47.8%で最も高い。製造業では「CADや3Dプリンタの活用による開発・設計・試作」も30.4%と他業種と比較して高い。

(5) デジタル活用上の課題や不安

【問10- (3) で「2」～「4」(現状では未活用) に回答した方のみ】

問10- (5) デジタル活用における貴社の課題や不安として、あてはまるものに○をつけてください。(複数回答可)

● デジタル活用における課題では「導入する必要性がない」が38.3%で最も高く、次いで「活用を推進できる人材がいない」が23.5%で高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「課題は特にならない」、「無回答」を除く）

全体では、「導入する必要性がない」が38.3%で最も高く、次いで「活用を推進できる人材がいない」(23.5%)、「導入・運用に係るコスト負担」(21.8%)の順で続いている。

従業員数別にみると、1～4人では「導入する必要性がない」が43.5%で最も高く、次いで「活用を推進できる人材がいない」(19.5%)、「導入・運用に係るコスト負担」(17.3%)となっている。5～9人、10～19人では「導入・運用に係るコスト負担」がそれぞれ35.4%、34.5%で最も高く、次いで「活用を推進できる人材がいない」(5～9人：32.3%、10～29人：30.9%)となっており、従業員数が増えるほど人材不足とコスト負担が課題となる傾向がみられる。

第2章 各調査の結果

業種別にみると、医療・福祉を除く業種で、「導入する必要性がない」が最も高く、特に不動産業・物品賃貸業では58.0%と他の業種と比較して最も高くなっている。一方、医療・福祉では「導入・運用に係るコスト負担」が51.8%で最も高く、次いで「情報セキュリティ対策が不安」(33.9%)、「活用を推進できる人材がない」(30.4%)となるなど、他業種と比較してコスト負担とセキュリティへの不安が大きい。

問11 ECサイトの活用について

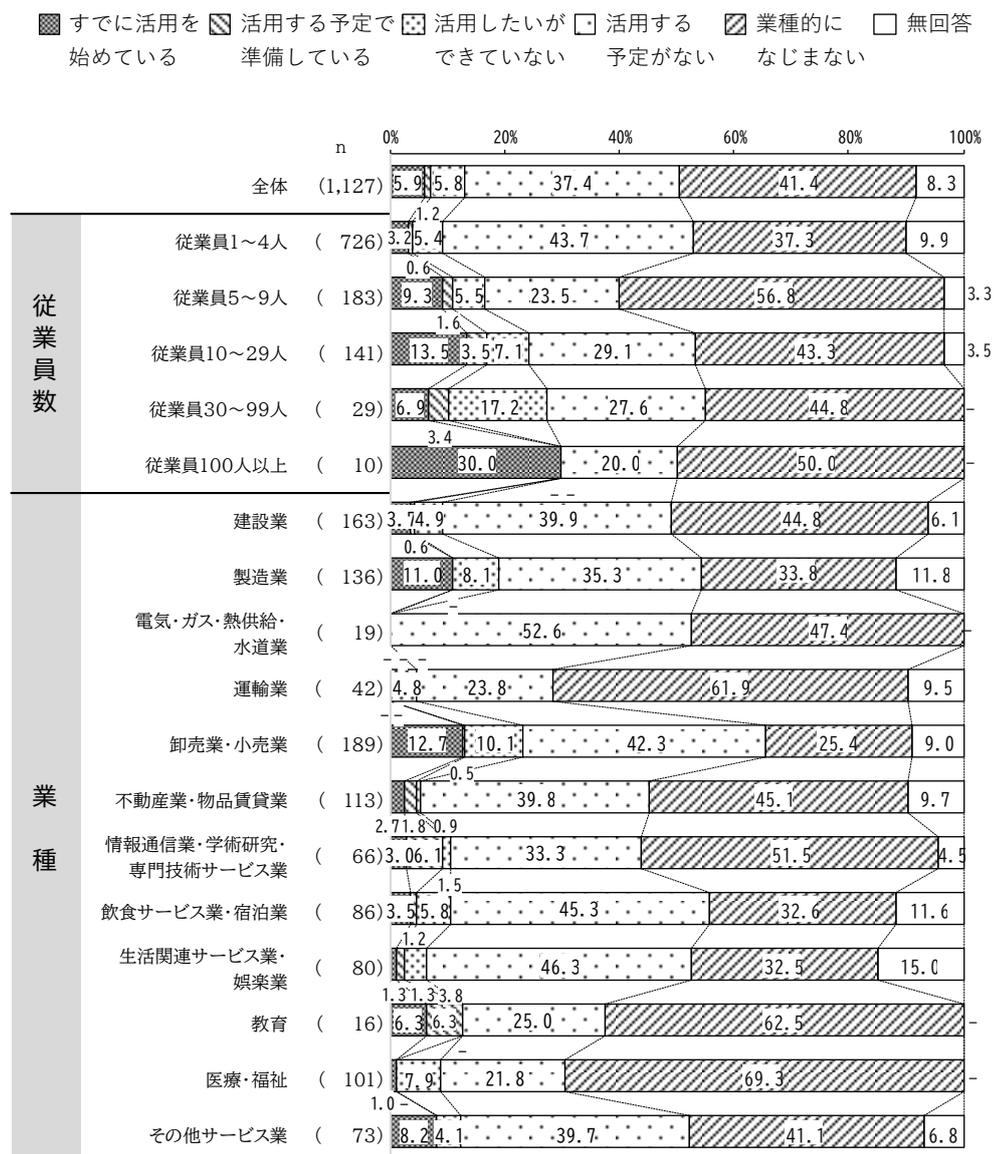
(1) ECサイトの活用

問11- (1) 貴社のECサイトの活用について、該当するものに○をつけてください。

(単数回答)

※ ECサイトとは、商品やサービスを、インターネット上で販売するウェブサイトのことで、オンラインストアやインターネット通販などとも呼ばれます。

● ECサイトの活用では「活用する予定がない」が37.4%。



全体では、「すでに活用を始めている」が5.9%、「活用する予定で準備をしている」が1.2%となっている。「活用したいができていない」は5.8%、「活用する予定がない」は37.4%、「業種的になじまない」は41.4%である。

第2章 各調査の結果

従業員数別にみると、「すでに活用を始めている」は1～4人で3.2%にとどまるが、5～9人では9.3%、10～29人では13.5%と、従業員数が増えるほどECサイト活用が進んでいる。「活用する予定はない」は1～4人で43.7%と高いが、5～9人では23.5%、10～29人では29.1%となっている。

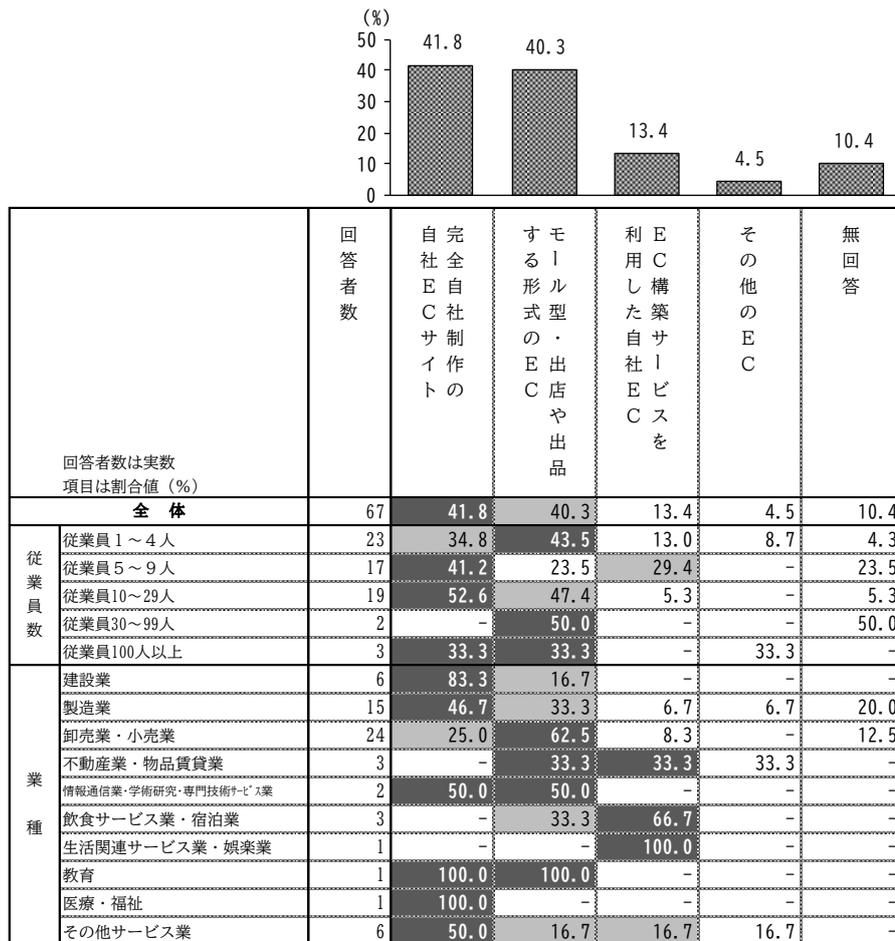
業種別にみると、卸売業・小売業では「すでに活用を始めている」が12.7%と他の業種と比較して最も高く、製造業でも11.0%と、この2業種は他業種に比べてECサイト活用率が高い。一方、その業種柄、「業種的になじまない」は医療・福祉（69.3%）、運輸業（61.9%）で高くなっている。「活用する予定がない」は、生活関連サービス業・娯楽業（46.3%）、飲食サービス業・宿泊業（45.3%）、卸売業・小売業（42.3%）が4割台となっている。

(2) 商品を販売、掲載しているECサイト

【問11- (1) で「1すでに活用を始めている」に回答した方のみ】

問11- (2) 貴社の商品を販売、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。(複数回答可)

● 使用しているECサイトでは「完全自社制作の自社ECサイト」が41.8%で最も高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他のEC」、「無回答」を除く）

※ 「電気・ガス・熱供給・水道業」、「運輸業」は回答者がいないため、図表を省略している

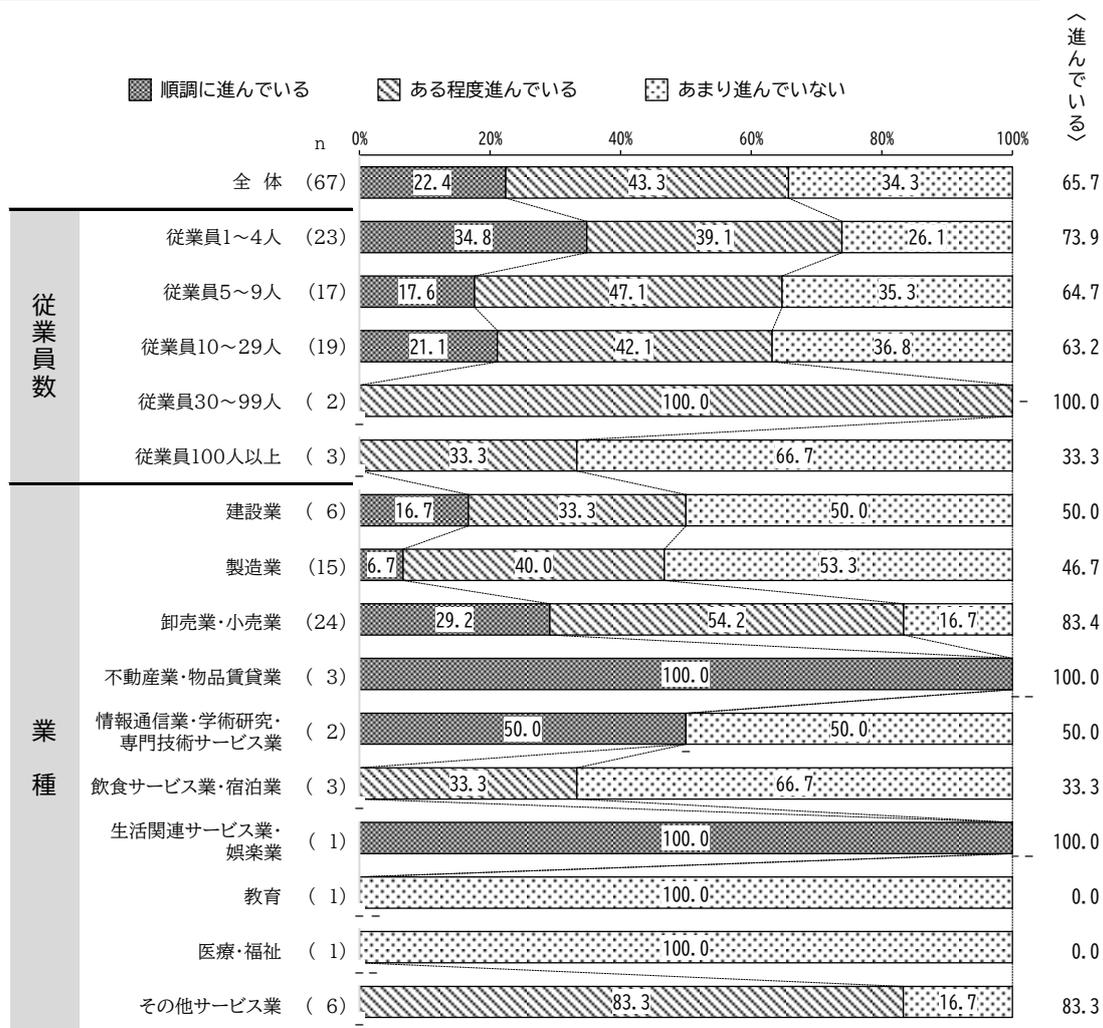
全体では、「完全自社制作の自社ECサイト」(41.8%)で最も高く、次いで「モール型・出店や出品する形式のEC」(40.3%)となっており、自社制作とモール型がほぼ同程度で活用されている。「EC構築サービスを利用した自社EC」は13.4%と低い。

従業員数別、業種別は回答者数が少ないため、図表を参考とする。

(3) ECサイトの販売売れ行き

【問11- (1) で「1 すでに活用を始めている」に回答した方のみ】
 問11- (3) ECサイトでの販売の売れ行きとして、該当するものに○をつけてください。
 (単数回答)

● ECサイトでの販売の売れ行きは、「ある程度進んでいる」が43.3%で最も高い。



「電気・ガス・熱供給・水道業」、「運輸業」は回答者がいないため、図表から省略している

全体では、「順調に進んでいる」が22.4%、「ある程度進んでいる」が43.3%で、合わせた「進んでいる」は65.7%と約3分の2を占めている。一方、「あまり進んでいない」は34.3%となっている。

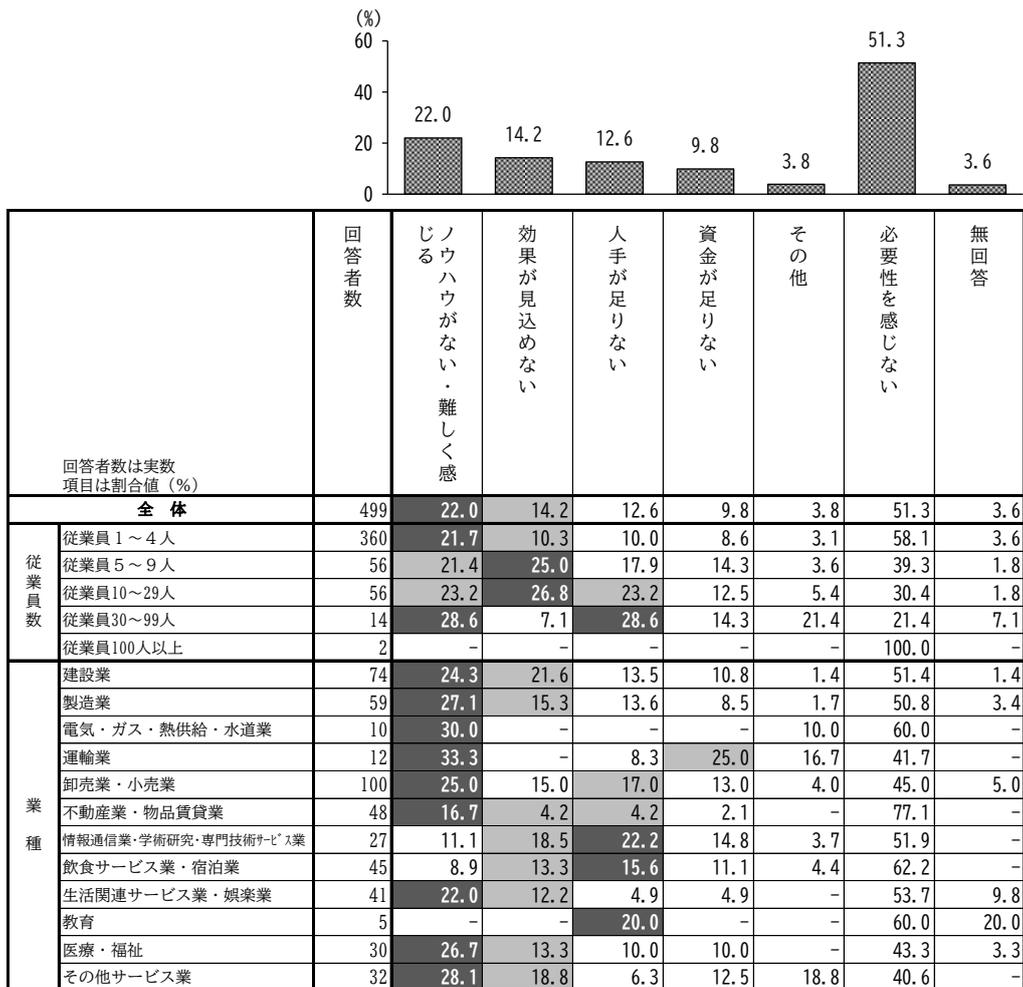
従業員数別、業種別は回答者数が少ないため、図表を参考とする。

(4) ECサイトを現在利用していない理由

【問11- (1) で「2」～「4」(利用していない) に回答した方のみ】

問11- (4) 現在利用し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。
(複数回答可)

- ECサイトを利用していない理由では「ノウハウがない・難しく感じる」が22.0%で最も高い。一方で、「必要性を感じない」は51.3%と過半数。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「必要性を感じない」、「無回答」を除く）

全体では、「ノウハウがない・難しく感じる」が22.0%で高く、次いで「効果が見込めない」(14.2%)、「人手が足りない」(12.6%)の順で続いている。一方で、「必要性を感じない」は51.3%と半数以上を占めている。

従業員数別にみると、1～4人では「ノウハウがない・難しく感じる」が21.7%となっている。5～9人では「効果が見込めない」が25.0%、「ノウハウがない・難しく感じる」も21.4%と高くなっている。10～29人では「効果が見込めない」が26.8%、「人手が足りない」と「ノウハウがない・難しく感じる」がともに23.2%となっており、従業員数が増えるほど人手不足や効果への不

第2章 各調査の結果

安が課題となる傾向がみられる。「必要性を感じない」は1～4人で58.1%と半数以上で高いが、従業員数が増えると半数以下へと減少している。

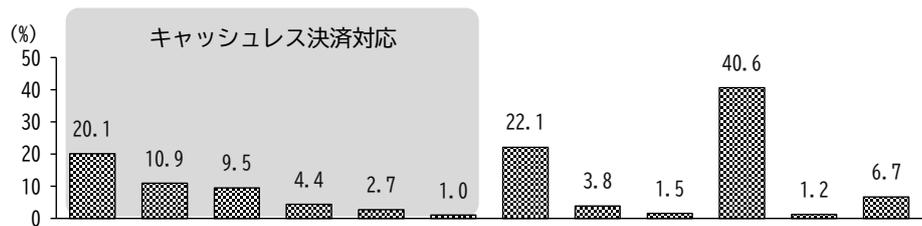
業種別にみると、「ノウハウがない・難しく感じる」はその他サービス業、製造業、医療・福祉、卸売業・小売業、建設業で2割台となっており、ノウハウ不足をあげる業種が多くみられる。「必要性を感じない」は不動産業・物品賃貸業で77.1%と他業種と比較して最も高く、飲食サービス業・宿泊業でも62.2%となっている。

問12 キャッシュレス決済への対応について

(1) キャッシュレス決済への対応状況

問12- (1) 貴社のキャッシュレス決済への対応について、あてはまるもの全てに○をつけてください。(複数回答可)

- 対応しているキャッシュレス決済では「クレジットカードに対応」が20.1%で最も高い。一方で、「導入する予定がない」が22.1%。



		回答者数	クレジットカードに対応	バーコード・二次元コード決済に対応	電子マネー（交通系・流通系）に対応	デビットカードに対応	プリペイドカードに対応	その他に対応	導入する予定がない	導入したいがまだ一つもしていない	導入したが取りやめた	業態として該当しない	その他	無回答
全体		1,127	20.1	10.9	9.5	4.4	2.7	1.0	22.1	3.8	1.5	40.6	1.2	6.7
従業員数	従業員1～4人	726	15.4	9.4	7.7	3.3	1.8	1.0	25.8	3.7	1.9	39.7	1.1	8.1
	従業員5～9人	183	26.8	12.0	10.4	2.7	1.6	1.1	16.4	4.9	1.1	42.1	1.6	3.3
	従業員10～29人	141	34.0	14.9	13.5	8.5	6.4	0.7	14.9	1.4	-	44.7	0.7	2.1
	従業員30～99人	29	34.5	13.8	24.1	17.2	10.3	-	3.4	10.3	-	51.7	-	-
	従業員100人以上	10	30.0	40.0	20.0	20.0	-	-	30.0	-	10.0	10.0	10.0	-
業種	建設業	163	16.6	3.7	6.1	1.8	3.1	1.2	16.6	2.5	1.2	57.1	-	3.7
	製造業	136	10.3	4.4	2.9	0.7	-	0.7	11.0	1.5	0.7	60.3	0.7	13.2
	電気・ガス・熱供給・水道業	19	-	-	5.3	-	-	-	15.8	5.3	5.3	68.4	-	-
	運輸業	42	50.0	26.2	31.0	26.2	7.1	2.4	-	-	2.4	45.2	-	2.4
	卸売業・小売業	189	26.5	21.7	19.0	9.5	6.9	1.1	25.4	3.2	1.1	25.9	1.6	7.9
	不動産業・物品賃貸業	113	8.8	-	0.9	0.9	-	0.9	20.4	2.7	0.9	60.2	-	6.2
	情報通信業・学術研究・専門技術サービス業	66	15.2	3.0	6.1	1.5	1.5	1.5	19.7	4.5	1.5	51.5	4.5	3.0
	飲食サービス業・宿泊業	86	32.6	25.6	11.6	7.0	2.3	2.3	37.2	2.3	4.7	3.5	2.3	4.7
	生活関連サービス業・娯楽業	80	22.5	18.8	16.3	3.8	2.5	-	40.0	6.3	2.5	7.5	-	13.8
	教育	16	12.5	-	-	-	6.3	-	25.0	6.3	-	43.8	6.3	-
	医療・福祉	101	26.7	10.9	9.9	3.0	2.0	-	31.7	10.9	2.0	27.7	-	-
その他サービス業	73	11.0	4.1	2.7	1.4	1.4	1.4	23.3	4.1	-	47.9	4.1	6.8	

注：濃い網は1位、薄い網は2位（「導入する予定がない」、「導入したいがまだ一つもしていない」、「導入したが取りやめた」、「業態として該当しない」、「その他」、「無回答」を除く）

全体では、キャッシュレス決済に対応しているケースでは、「クレジットカードに対応」が20.1%で最も高く、次いで「バーコード・二次元コード決済に対応」(10.9%)、「電子マネー（交通系・流通系）に対応」(9.5%)となっている。一方、「業態として該当しない」が40.6%、「導入する予定がない」が22.1%となっており、キャッシュレス決済を導入している事業所はまだ多くない様子がうかがえる。

第2章 各調査の結果

従業員数別にみると、キャッシュレス決済に対応しているケースでは、「クレジットカードに対応」は1～4人が15.4%、5～9人が26.8%、10～29人が34.0%、「バーコード・二次元コード決済に対応」は1～4人が9.4%、5～9人が12.0%、10～29人が14.9%となるなど、従業員数が増えるほどキャッシュレス決済の導入率が高まる傾向がみられる。

業種別にみると、運輸業では「クレジットカードに対応」が50.0%と最も高く、次いで「電子マネー（交通系・流通系）に対応」（31.0%）、「バーコード・二次元コード決済に対応」「デビットカードに対応」（ともに26.2%）となっており、他業種に比べてキャッシュレス決済の導入率が高い。飲食サービス業・宿泊業では「クレジットカードに対応」が32.6%、「バーコード・二次元コード決済に対応」が25.6%と高くなっている。一方、「導入する予定はない」は生活関連サービス業・娯楽業で40.0%と他の産業と比較して最も高く、飲食サービス業・宿泊業（37.2%）、医療・福祉（31.7%）でも3割台となっている。「業態として該当しない」は製造業で60.3%と高く、建設業（57.1%）、情報通信業・学術研究・専門技術サービス業（51.5%）でも半数以上となっている。

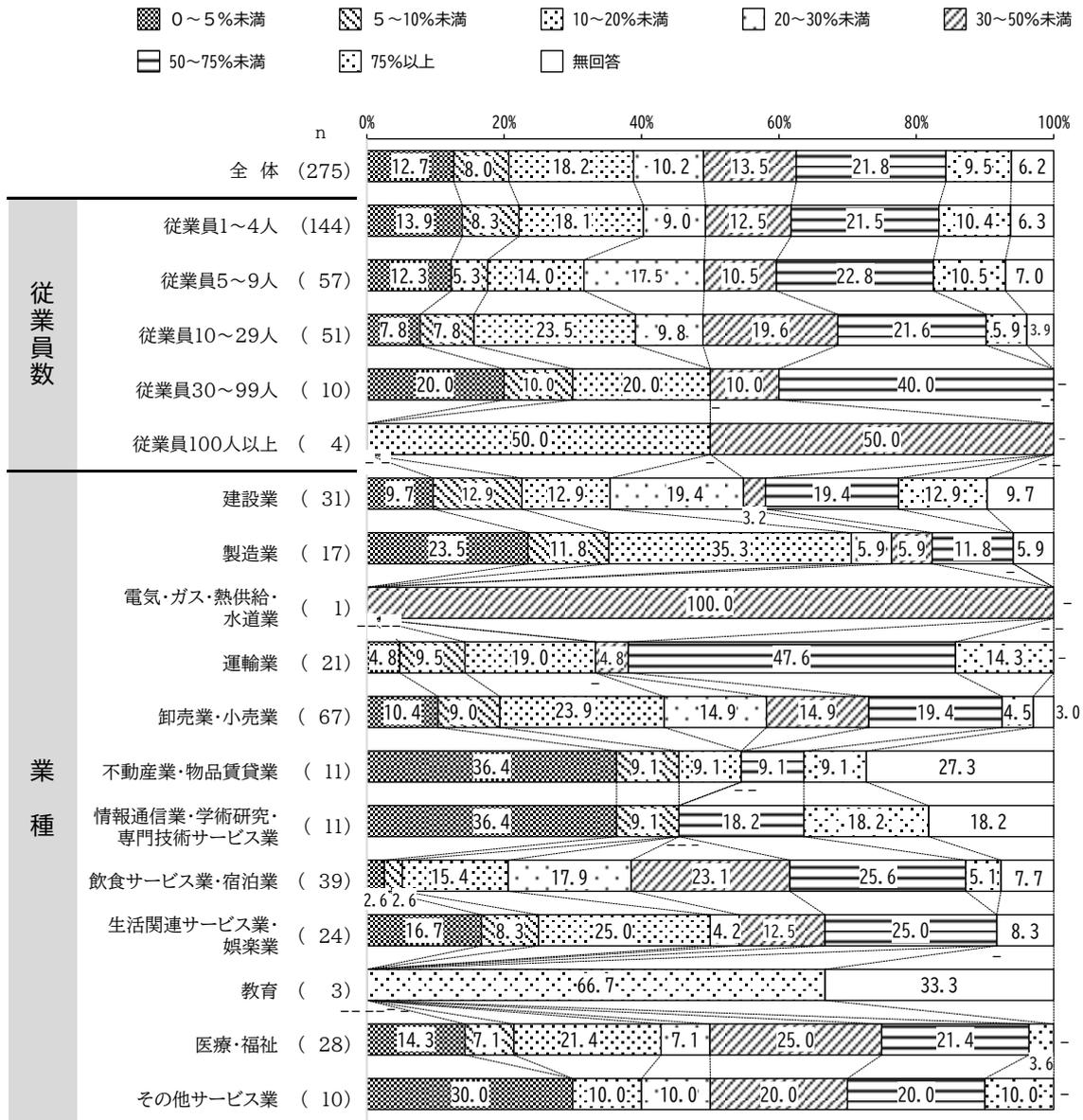
(2) 売上全体に占めるキャッシュレス決済の割合

【問12- (1) で「1」～「6」(キャッシュレス決済に対応) を選択した方のみ】

問12- (2) 売上全体に占めるキャッシュレス決済の割合についてお答えください。

(実数値回答)

● 売上に占めるキャッシュレス決済の割合は「50～75%未満」が21.8%で最も高い。



第2章 各調査の結果

全体では、「0～5%未満」が12.7%、「5～10%未満」が8.0%、「10～20%未満」が18.2%、「20～30%未満」が10.2%、「30～50%未満」が13.5%、「50～75%未満」が21.8%、「75%以上」が9.5%となっており、キャッシュレス決済の割合は事業所によって大きく異なっている。

従業員数別にみると、比較的大きな比率を占める「50～75%未満」は1～4人で21.5%、5～9人が22.8%で最も高く、次いで1～4人では「10～20%未満」が18.1%、5～9人では「20～30%未満」が17.5%となっている。10～29人では「10～20%未満」が23.5%で最も高く、次いで「50～75%未満」が21.6%となっている。

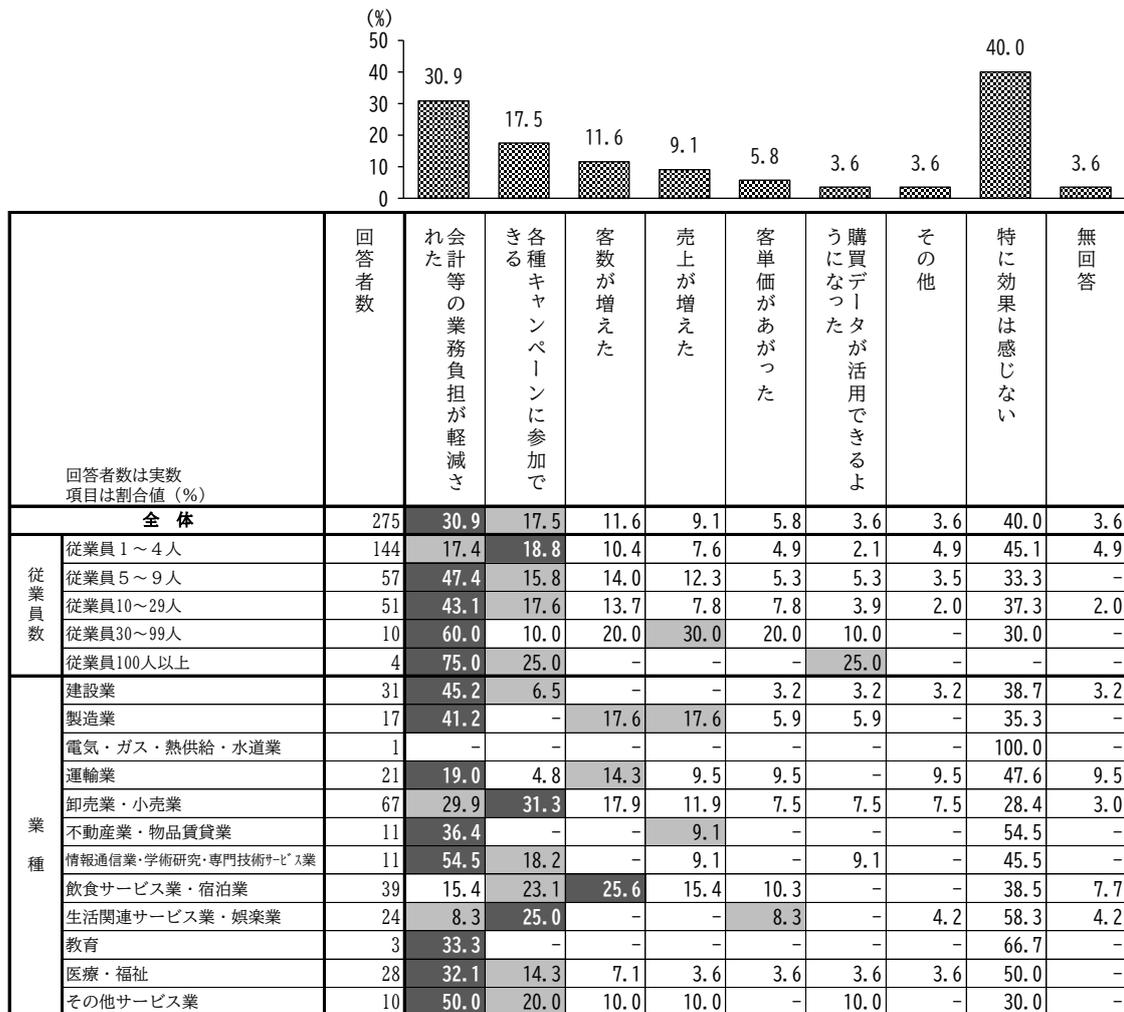
業種別にみると、飲食サービス業・宿泊業では「50～75%未満」が25.6%、次いで「30～50%未満」が23.1%とそれぞれ他の業種と比較して最も高くなっている。卸売業・小売業では「10～20%未満」が23.9%、次いで「50～75%未満」が19.4%、建設業では「20～30%未満」と「50～75%未満」がともに19.4%となっており、各業種でキャッシュレス決済の割合が異なっている。

(3) キャッシュレス決済を導入している効果

【問12- (1) で「1」～「6」(キャッシュレス決済に対応) に回答した方のみ】

問12- (3) キャッシュレス決済を導入している効果について、あてはまるもの全てに○をつけてください。(複数回答可)

● キャッシュレス決済導入の効果では「会計等の業務負担が軽減された」が30.9%で最も高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「特に効果は感じない」、「無回答」を除く）

全体では、「会計等の業務負担が軽減された」が30.9%で高く、次いで「各種キャンペーンに参加できる」(17.5%)、「客数が増えた」(11.6%)の順で続いている。一方、「特に効果は感じない」が40.0%と比較的高くなっている。

従業員数別にみると、1～4人では「会計等の業務負担が軽減された」が17.4%であるが、5～9人(47.4%)、10～29人(43.1%)で4割台となっている。「各種キャンペーンに参加できる」は1～4人が18.8%、5～9人(15.8%)、10～29人(17.6%)となっている。「特に効果は感じ

第2章 各調査の結果

ない」は1～4人が45.1%で他の従業員数より高く、それ以上の従業員数では3割台となっている。

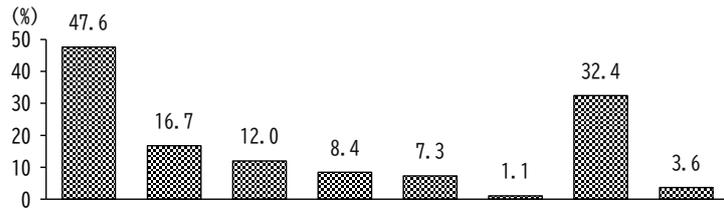
業種別にみると、建設業では「会計等の業務負担が軽減された」が45.2%、卸売業・小売業では「各種キャンペーンに参加できる」が31.3%、飲食サービス業・宿泊業では「客数が増えた」が25.6%とそれぞれ他の業種と比較して最も高く、業種によって効果の違いもみられる。「特に効果は感じない」は建設業（38.7%）、飲食サービス業・宿泊業（38.5%）、卸売業・小売業（28.4%）で全体より低くなっている。

(4) キャッシュレス決済を導入した後の課題

【問12- (1) で「1」～「6」(キャッシュレス決済に対応) に回答した方のみ】

問12- (4) キャッシュレス決済を導入した後の課題について、あてはまるもの全てに○をつけてください。(複数回答可)

● キャッシュレス決済導入後の課題では「手数料が利益を圧迫している」が47.6%で最も高い。



		回答者数	手数料が利益を圧迫している	現金との混在で業務が煩雑になった	利用者が思ったほど多くない	仕組みを理解し使いこなすのが大変	システム障害やトラブルが多い	その他	特に課題はない	無回答
全体		275	47.6	16.7	12.0	8.4	7.3	1.1	32.4	3.6
従業員数	従業員1～4人	144	47.9	12.5	13.9	6.9	6.9	2.1	32.6	4.2
	従業員5～9人	57	47.4	22.8	5.3	5.3	3.5	-	36.8	3.5
	従業員10～29人	51	47.1	15.7	7.8	13.7	7.8	-	31.4	2.0
	従業員30～99人	10	30.0	20.0	30.0	-	10.0	-	30.0	-
	従業員100人以上	4	75.0	25.0	-	25.0	25.0	-	25.0	-
業種	建設業	31	19.4	3.2	9.7	6.5	-	3.2	54.8	9.7
	製造業	17	23.5	23.5	5.9	5.9	5.9	-	58.8	-
	電気・ガス・熱供給・水道業	1	-	-	-	-	-	-	100.0	-
	運輸業	21	52.4	9.5	9.5	9.5	9.5	-	38.1	-
	卸売業・小売業	67	58.2	4.5	9.0	13.4	10.4	-	23.9	3.0
	不動産業・物品賃貸業	11	9.1	18.2	9.1	-	18.2	9.1	54.5	9.1
	情報通信業・学術研究・専門技術サービス業	11	18.2	27.3	9.1	9.1	-	-	63.6	-
	飲食サービス業・宿泊業	39	64.1	23.1	7.7	10.3	10.3	2.6	23.1	5.1
	生活関連サービス業・娯楽業	24	66.7	16.7	37.5	4.2	4.2	-	8.3	4.2
	教育	3	66.7	-	-	-	-	-	33.3	-
	医療・福祉	28	42.9	42.9	14.3	3.6	3.6	-	25.0	-
その他サービス業	10	60.0	20.0	30.0	-	-	-	20.0	-	

注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「特に課題はない」、「無回答」を除く）

全体では、「手数料が利益を圧迫している」が47.6%と最も高く、次いで「現金との混在で業務が煩雑になった」(16.7%)、「利用者が思ったほど多くない」(12.0%)となっており、手数料負担が最大の課題となっている。なお、「特に課題はない」が32.4%となっている。

従業員数別にみると、「手数料が利益を圧迫している」はいずれの従業員数でも最も高く、1～4人(47.9%)、5～9人(47.4%)、10～29人(47.1%)で4割台となっている。1～4人では次いで「利用者が思ったほど多くない」(13.9%)、5～9人、10～29人では次いで「現金との混在で業務が煩雑になった」(5～9人：22.8%、10～29人：15.7%)となっている。

第2章 各調査の結果

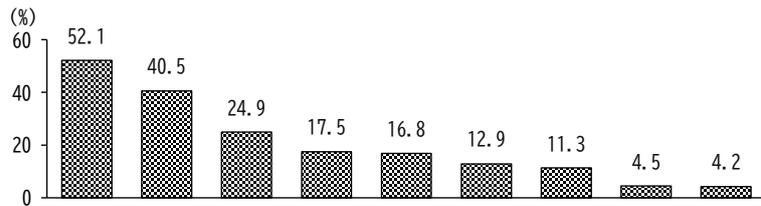
業種別にみると、飲食サービス業・宿泊業では「手数料が利益を圧迫している」が64.1%と他の業種と比較して最も高く、次いで「現金との混在で業務が煩雑になった」(23.1%)となっている。卸売業・小売業でも「手数料が利益を圧迫している」が58.2%と半数以上となっている。

(5) キャッシュレス決済を導入していない、または撤退した理由

【問12- (1) で「7」～「9」(導入していない) に回答した方のみ】

問12- (5) キャッシュレス決済を導入していない、または撤退した理由について、あてはまるもの全てに○をつけてください。(複数回答可)

● キャッシュレス決済未導入/撤退の理由では「顧客ニーズや必要性を感じない」が52.1%で最も高く、次いで「手数料が負担」が40.5%が高い。



	回答者数	理由									
		顧客ニーズや必要性を感じない	手数料が負担	導入コストが負担	システムトラブルに対応できない	入金までに時間がかかる	仕組みを理解するのが負担	担当する人手不足	その他	無回答	
全体	309	52.1	40.5	24.9	17.5	16.8	12.9	11.3	4.5	4.2	
従業員数	従業員1～4人	228	49.6	42.1	25.4	18.9	19.7	15.8	11.0	4.4	3.5
	従業員5～9人	41	51.2	48.8	24.4	14.6	9.8	4.9	4.9	4.9	7.3
	従業員10～29人	23	82.6	17.4	21.7	13.0	4.3	-	13.0	8.7	-
	従業員30～99人	4	25.0	25.0	25.0	-	-	-	50.0	-	-
	従業員100人以上	4	50.0	25.0	-	-	-	-	25.0	-	-
業種	建設業	33	72.7	15.2	12.1	3.0	3.0	18.2	6.1	6.1	3.0
	製造業	18	72.2	22.2	16.7	22.2	-	5.6	5.6	-	11.1
	電気・ガス・熱供給・水道業	5	60.0	20.0	40.0	20.0	20.0	-	-	-	-
	運輸業	1	-	100.0	-	-	-	-	-	100.0	-
	卸売業・小売業	56	58.9	33.9	19.6	21.4	21.4	10.7	7.1	1.8	5.4
	不動産業・物品賃貸業	27	63.0	29.6	7.4	11.1	3.7	7.4	7.4	-	-
	情報通信業・学術研究・専門技術サービス業	17	58.8	35.3	23.5	11.8	-	23.5	11.8	-	-
	飲食サービス業・宿泊業	38	39.5	60.5	28.9	31.6	42.1	18.4	23.7	10.5	2.6
	生活関連サービス業・娯楽業	39	41.0	51.3	33.3	20.5	25.6	12.8	5.1	7.7	10.3
	教育	5	80.0	40.0	40.0	-	-	-	20.0	-	-
	医療・福祉	45	33.3	64.4	42.2	17.8	15.6	11.1	11.1	2.2	2.2
	その他サービス業	20	45.0	30.0	15.0	5.0	15.0	15.0	20.0	10.0	-

注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「無回答」を除く）

全体では、「顧客ニーズや必要性を感じない」が52.1%と半数以上となっており、次いで「手数料が負担」(40.5%)、「導入コストが負担」(24.9%)の順で続いている。

従業員数別にみると、「顧客ニーズや必要性を感じない」は1～4人(49.6%)、5～9人(51.2%)で5割前後となっている。続く「手数料が負担」は1～4人が42.1%、5～9人が48.8%、「導入コストが負担」は1～4人(25.4%)、5～9人(24.4%)となっており、従業員数による大きな違いはみられない。

第2章 各調査の結果

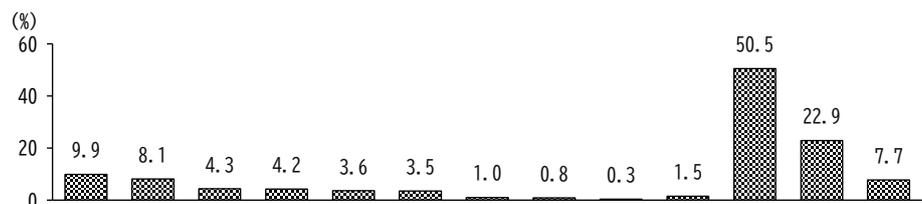
業種別にみると、建設業では「顧客ニーズや必要性を感じない」が72.7%と最も高く、次いで「仕組みを理解するのが負担」(18.2%)となっている。医療・福祉では「手数料が負担」が64.4%で最も高く、次いで「導入コストが負担」が42.2%で他の業種と比較して最も高く、「顧客ニーズや必要性を感じない」が33.3%となっており、他業種に比べてコスト負担が大きな課題となっている。飲食サービス業・宿泊業でも「手数料が負担」が60.5%と高く、次いで「入金までに時間がかかる」が42.1%と他の業種と比較して高く、「顧客ニーズや必要性を感じない」が39.5%となっている。

問13 カスタマーハラスメントについて

(1) カスタマーハラスメントに類する事案について経営者または従業員が経験した内容

問13- (1) 直近3年で、カスタマーハラスメントに類する事案について、経営者または従業員が経験した内容として、あてはまるもの全てに○をつけてください。(複数回答可)

● カスタマーハラスメントに類する事案については「経験はない」が50.5%で最も高く、次いで「業態として該当しない」が22.9%が高い。



	回答者数	理不尽な要望を繰り返し求める	大きな怒鳴り声をあげる、侮辱的発言、人格の否定や名誉を棄損する発言	長時間電話を続ける	長時間にわたり従業員を拘束する、居座りする	権威を振りかざし要求を通そうとする	威嚇・脅迫	SNSやインターネットで誹謗中傷する	体を触る、付きまとう、執拗に誘う	殴る、蹴る、物を投げつける等の暴力	詳細を言わず店舗外に呼びつける	その他	経験はない	業態として該当しない	無回答	
		回答者数は実数 項目は割合値 (%)														
全体	1,127	9.9	8.1	4.3	4.2	3.6	3.5	1.0	0.8	0.3	1.5	50.5	22.9	7.7		
従業員数	従業員1~4人	726	6.1	4.8	2.5	2.3	2.1	1.8	0.6	0.3	0.1	1.7	52.1	25.2	9.1	
	従業員5~9人	183	13.7	12.6	6.6	4.9	3.3	4.4	0.5	-	0.5	1.1	55.2	18.6	3.8	
	従業員10~29人	141	18.4	12.8	7.1	9.9	7.1	7.8	2.8	2.8	-	1.4	47.5	19.1	2.1	
	従業員30~99人	29	27.6	34.5	13.8	10.3	20.7	13.8	6.9	6.9	3.4	3.4	27.6	13.8	-	
	従業員100人以上	10	40.0	20.0	30.0	10.0	20.0	10.0	-	-	-	-	40.0	20.0	-	
業種	建設業	163	7.4	7.4	1.8	4.3	2.5	0.6	-	0.6	-	1.8	54.6	27.6	2.5	
	製造業	136	2.9	1.5	-	2.9	-	-	-	-	-	0.7	52.9	30.1	10.3	
	電気・ガス・熱供給・水道業	19	10.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	63.2	26.3	-	
	運輸業	42	4.8	7.1	-	2.4	4.8	2.4	-	-	-	-	4.8	50.0	21.4	7.1
	卸売業・小売業	189	10.1	9.0	7.4	2.1	3.7	2.6	1.1	1.6	0.5	1.6	54.0	21.2	7.4	
	不動産業・物品賃貸業	113	8.0	5.3	3.5	2.7	3.5	2.7	0.9	-	-	0.9	42.5	37.2	8.0	
	情報通信業・学術研究・専門技術サービス業	66	12.1	6.1	3.0	4.5	4.5	-	-	-	-	1.5	47.0	28.8	4.5	
	飲食サービス業・宿泊業	86	10.5	15.1	8.1	3.5	7.0	10.5	2.3	-	1.2	1.2	46.5	10.5	12.8	
	生活関連サービス業・娯楽業	80	5.0	3.8	1.3	1.3	2.5	5.0	1.3	-	-	3.8	60.0	8.8	18.8	
	教育	16	6.3	6.3	-	6.3	6.3	6.3	-	-	-	-	68.8	25.0	-	
	医療・福祉	101	25.7	17.8	10.9	12.9	6.9	13.9	4.0	3.0	-	2.0	45.5	8.9	1.0	
	その他サービス業	73	11.0	8.2	4.1	5.5	2.7	1.4	1.4	-	1.4	-	50.7	24.7	5.5	

注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「経験はない」、「業態として該当しない」、「無回答」を除く）

全体では、「経験はない」が50.5%で、「業態として該当しない」が22.9%となっている。これらから無回答も除いた経験ありは18.9%となっている。経験のあるものは、いずれも1割未満で、「理不尽な要望を繰り返し求める」が9.9%、「大きな怒鳴り声をあげる、侮辱的発言、人格の否定や名誉を棄損する発言」が8.1%となっている。

従業員数別にみると、経験のあるものでは、「理不尽な要望を繰り返し求める」は1~4人で6.1%、5~9人(13.7%)、10~29人(18.4%)と従業員数が増えるほど割合が高くなっている。「大きな怒鳴り声をあげる、侮辱的発言、人格の否定や名誉を棄損する発言」は1~4人で4.8%

第2章 各調査の結果

であるが、5～9人（12.6%）、10～29人（12.8%）で1割台となっている。

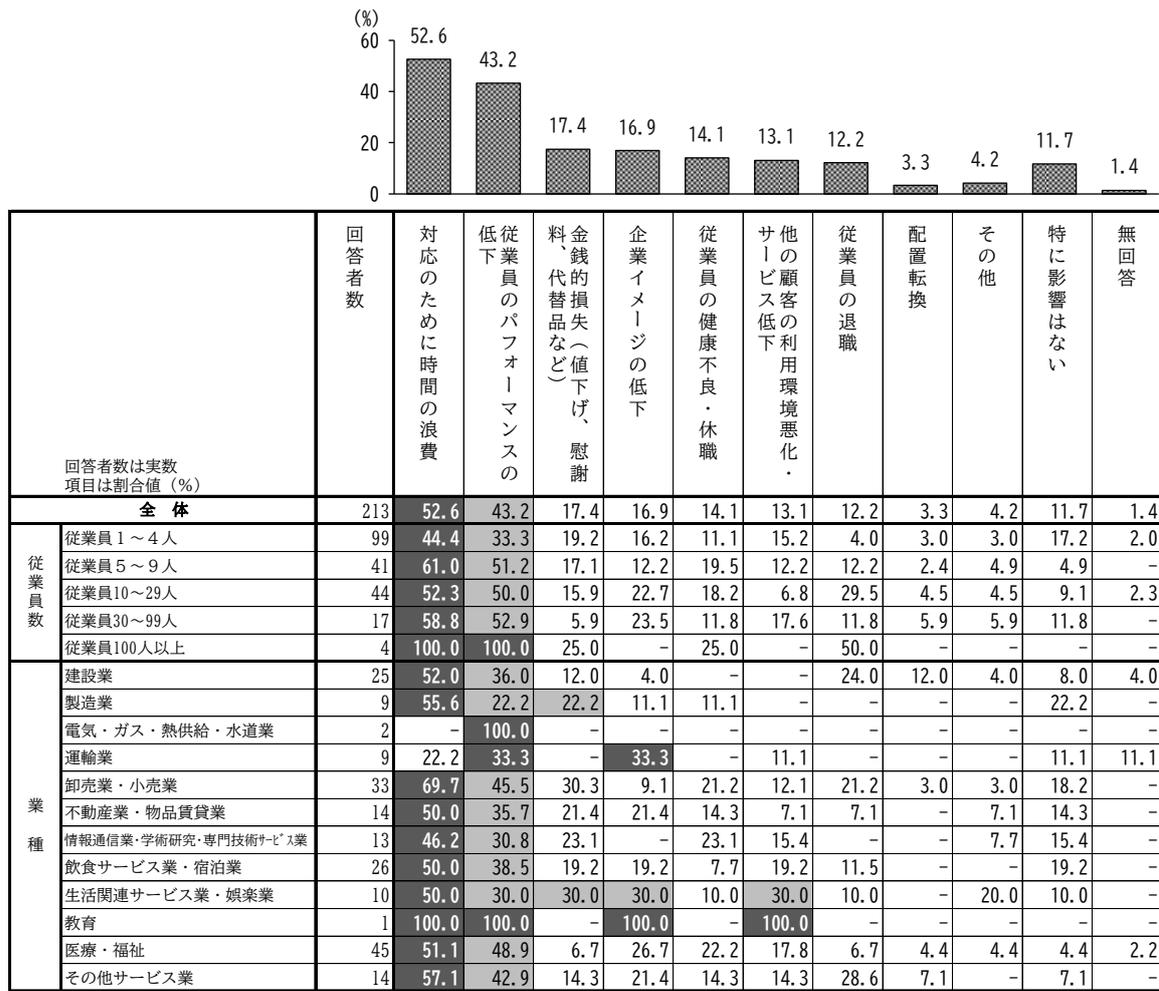
業種別にみると、医療・福祉では「理不尽な要望を繰り返し求める」は25.7%で他の業種と比較して最も高く、次いで「大きな怒鳴り声をあげる、侮辱的発言、人格の否定や名誉を棄損する発言」（17.8%）、「SNSやインターネットで誹謗中傷する」が13.9%、「権威を振りかざし要求を通そうとする」（12.9%）、「長時間にわたり従業員を拘束する、居座りをする、長時間電話を続ける」（10.9%）が1割以上で、他業種に比べてカスタマーハラスメントの経験率が高い。飲食サービス業・宿泊業でも「大きな怒鳴り声をあげる、侮辱的発言、人格の否定や名誉を棄損する発言」が15.1%、「理不尽な要望を繰り返し求める」「SNSやインターネットで誹謗中傷する」がともに10.5%と高い。一方、製造業では「経験はない」が52.9%と過半数を占め、「業態として該当しない」も30.1%と高く、カスタマーハラスメントの経験が少ない。

(2) カスタマーハラスメントに類する事案によって受けた影響

【問13- (1) で「1」～「10」(何らかの経験がある)に回答した方のみ】

問13- (2) カスタマーハラスメントに類する事案によって受けた影響として、あてはまるもの全てに○をつけてください。(複数回答可)

● カスタマーハラスメントに類する事案によって受けた影響では「対応のために時間の浪費」が52.6%で最も高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位(「その他」、「特に影響はない」、「無回答」を除く)

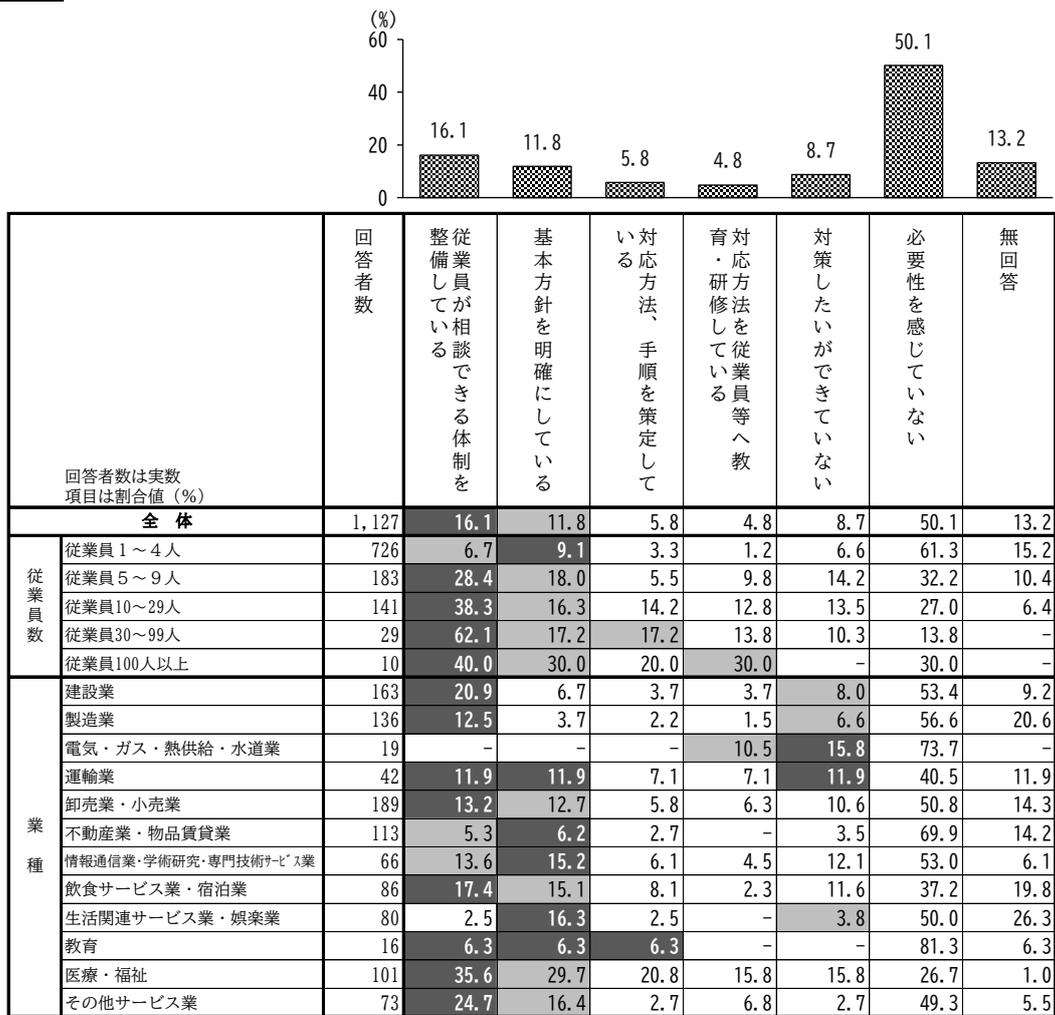
全体では、「対応のために時間の浪費」が52.6%で最も高く、次いで「従業員のパフォーマンスの低下」(43.2%)、「金銭的損失(値下げ、慰謝料、代替品など)」(17.4%)、「企業イメージの低下」(16.9%)となっている。時間の浪費と従業員のパフォーマンス低下が主な影響となっている。

業種別にみると、卸売業・小売業では「対応のために時間の浪費」が69.7%で最も高く、次いで「従業員のパフォーマンスの低下」(45.5%)、「金銭的損失(値下げ、慰謝料、代替品など)」(30.3%)の順となっており、医療・福祉では「対応のために時間の浪費」が51.1%で最も高く、次いで「従業員のパフォーマンスの低下」(48.9%)、「企業イメージの低下」(26.7%)、「従業員の健康不良・休職」(22.2%)と、影響の大きい項目が全体と比較して複数に及んでいる。

(3) カスタマーハラスメントに類する事案への対策状況

問13- (3) 貴社のカスタマーハラスメントに類する事案への対策状況として、あてはまるもの全てに○をつけてください。(複数回答可)

● カスタマーハラスメントに類する事案への対策状況は「必要性を感じていない」が50.1%で最も高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「必要性を感じていない」、「無回答」を除く）

全体では、「必要性を感じていない」は50.1%で、これと「対策したいができていない」(8.7%)と無回答(13.2%)を除いた〈対策をしている〉事業者は合計で28.0%にとどまっている。対策状況としては、「従業員が相談できる体制を整備している」が16.1%で最も高く、これに「基本方針を明確にしている」(11.8%)が続いている。

従業員数別にみると、「従業員が相談できる体制を整備している」は1~4人が6.7%と低いが、従業員数が増えるほど増加し、5~9人が(28.4%)、10~29人が(38.3%)となっている。それ以外の対策状況の項目でも従業員数が多いほど対策を講じている割合が高まる傾向がみられる。

1～4人では「必要性を感じていない」は61.3%と半数以上と高いが、従業員数が増えるほど割合は低くなっている。

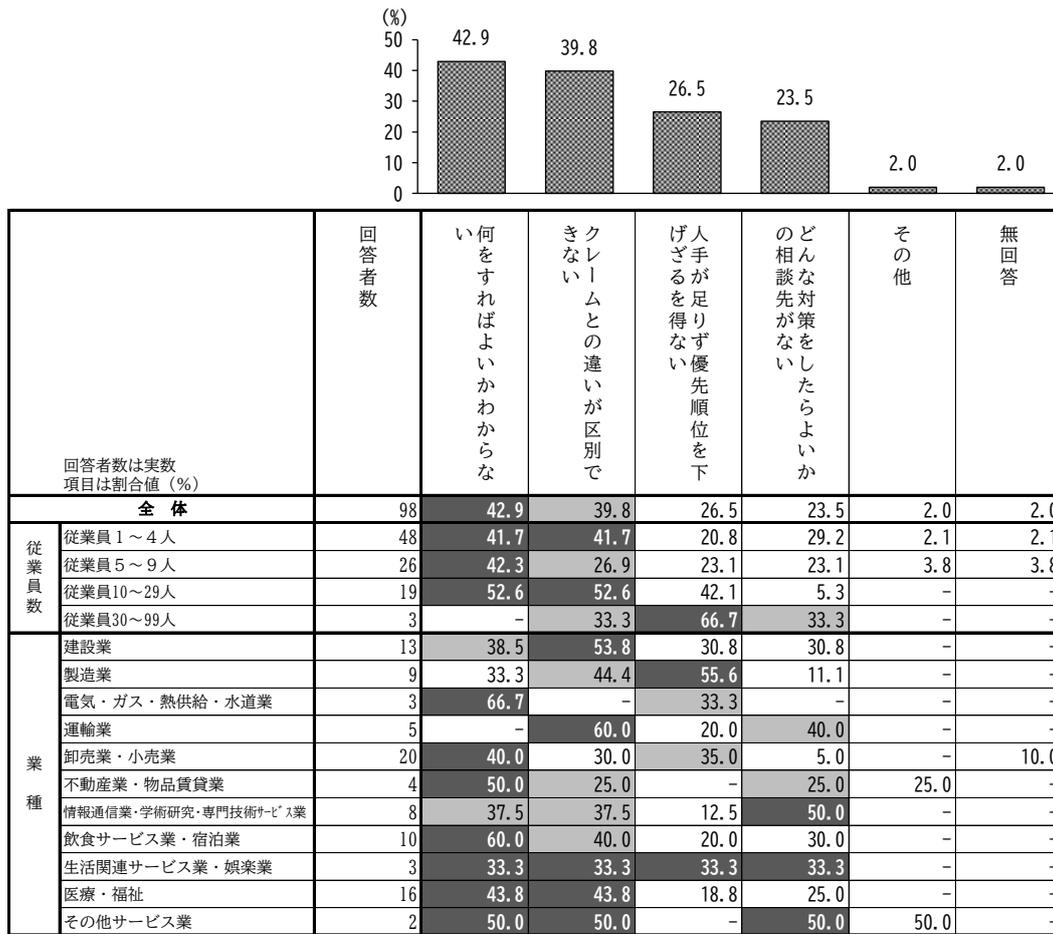
業種別にみると、医療・福祉では「従業員が相談できる体制を整備している」が35.6%で最も高く、次いで「基本方針を明確にしている」(29.7%)、「対応方法、手順を策定している」(20.8%)となるなど、他業種に比べて対策が進んでいる。その他サービス業でも「従業員が相談できる体制を整備している」が24.7%、「基本方針を明確にしている」が16.4%と比較的高い。一方、「必要性を感じていない」は不動産業・物品賃貸業で69.9%を占めている。

(4) 対策できていない理由

【問13- (3) で「5 対策したいができていない」に回答した方のみ】

問13- (4) 対策できていない理由として、あてはまるもの全てに○をつけてください。
(複数回答可)

- カスタマーハラスメントに類する事案への対策が出来ていない理由は「何をすればよいかかわからない」が42.9%で最も高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「無回答」を除く）

※ 「従業員100人以上」、「教育」は回答者がいないため、図表から省略している。

全体では、「何をすればよいかかわからない」が42.9%で最も高く、次いで「クレームとの違いが区別できない」(39.8%)、「人手が足りず優先順位を下げざるを得ない」(26.5%)、「どんな対策をしたらよいかの相談先がない」(23.5%)となっている。

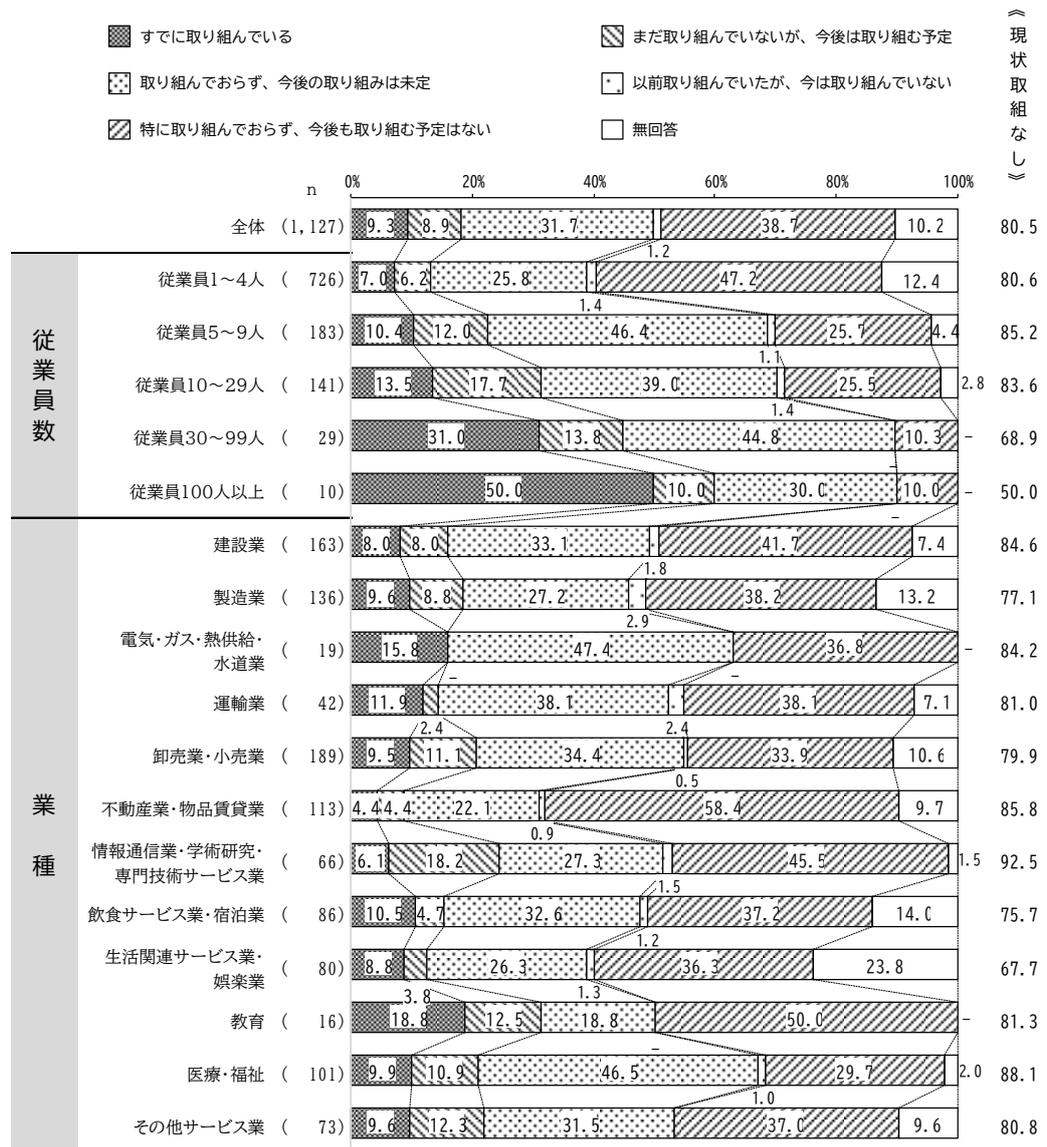
従業員数別にみると、1~4人では「何をすればよいかかわからない」と「クレームとの違いが区別できない」がともに41.7%で最も高くなっている。次いで「どんな対策をしたらよいかの相談先がない」が29.2%、「人手が足りず優先順位を下げざるを得ない」(20.8%)となっている。

問14 SDGsの取り組み状況について

(1) SDGsの取り組み状況

問14- (1) SDGsの取り組み状況として該当するものに○をつけてください。(単数回答)

- SDGsの取り組み状況は「特に取り組んでおらず、今後も取り組む予定はない」が38.7%で最も高い。



全体では、「すでに取り組んでいる」は9.3%となっており、SDGsに取り組んでいる事業所は1割未満にとどまっている。一方で、「まだ取り組んでいないが、今後は取り組む予定」(8.9%)、「取り組んでおらず、今後の取り組みは未定」(31.7%)、「以前取り組んでいたが、今は取り組んでいない」(1.2%)、「特に取り組んでおらず、今後も取り組む予定はない」(38.7%)で、これらをあわせた<現状取組なし>は80.5%を占めている。

第2章 各調査の結果

従業員数別にみると、1～4人では「特に取り組んでおらず、今後も取り組む予定はない」が47.2%と高く、5～9人（25.7%）、10～29人（25.5%）では2割台へと減少するが、＜現状取組なし＞ではいずれも8割台を占めている。一方、「すでに取り組んでいる」と「まだ取り組んでいないが、今後は取り組む予定」は1～4人では1割未満であるが、5～9人、10～29人では1割台となっており、従業員数が増えるほどSDGsへの関心が高くなる傾向がみられる。

業種別にみると、不動産業・物品賃貸業では「特に取り組んでおらず、今後も取り組む予定はない」が58.4%と最も高く、他の業種に比べて唯一半数以上となっている。＜現状取組なし＞では情報通信業・学術研究・専門技術サービス業が92.5%を占め、生活関連サービス業・娯楽業（67.7%）を除いてそれ以外のほとんどの業種で7割以上となっている。一方、「すでに取り組んでいる」は運輸業（11.9%）と飲食サービス業・娯楽業（10.5%）で10%を超えて他の業種よりも高くなっている。「まだ取り組んでいないが、今後は取り組む予定」は情報通信業・学術研究・専門技術サービス業が18.2%となっている。

(2) SDGsの取り組みとして行っているもの

【問14- (1) で「1 すでに取り組んでいる」に回答した方のみ】

問14- (2) SDGsの取り組みとして行っているものを、下記に記述してください。

(自由記述)

[件数] 101件

記述内容をSDGs 17のゴールごとに集計

SDGs 17のゴール	件数
1 貧困をなくそう	2
2 飢餓をゼロに	0
3 すべての人に健康と福祉を	5
4 質の高い教育をみんなに	0
5 ジェンダー平等を実現しよう	10
6 安全な水とトイレを世界中に	4
7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに	24
8 働きがいも経済成長も	7
9 産業と技術革新の基盤を作ろう	5
10 人や国の不平等をなくそう	6
11 住み続けられるまちづくりを	7
12 つくる責任、つかう責任	76
13 気候変動に具体的な対策を	10
14 海の豊かさを守ろう	0
15 陸の豊かさも守ろう	1
16 平和と公正をすべての人に	1
17 パートナリーシップで目標を達成しよう	2

※ 複数項目にまたがる意見は、それぞれにカウントしている

《代表意見抜粋》

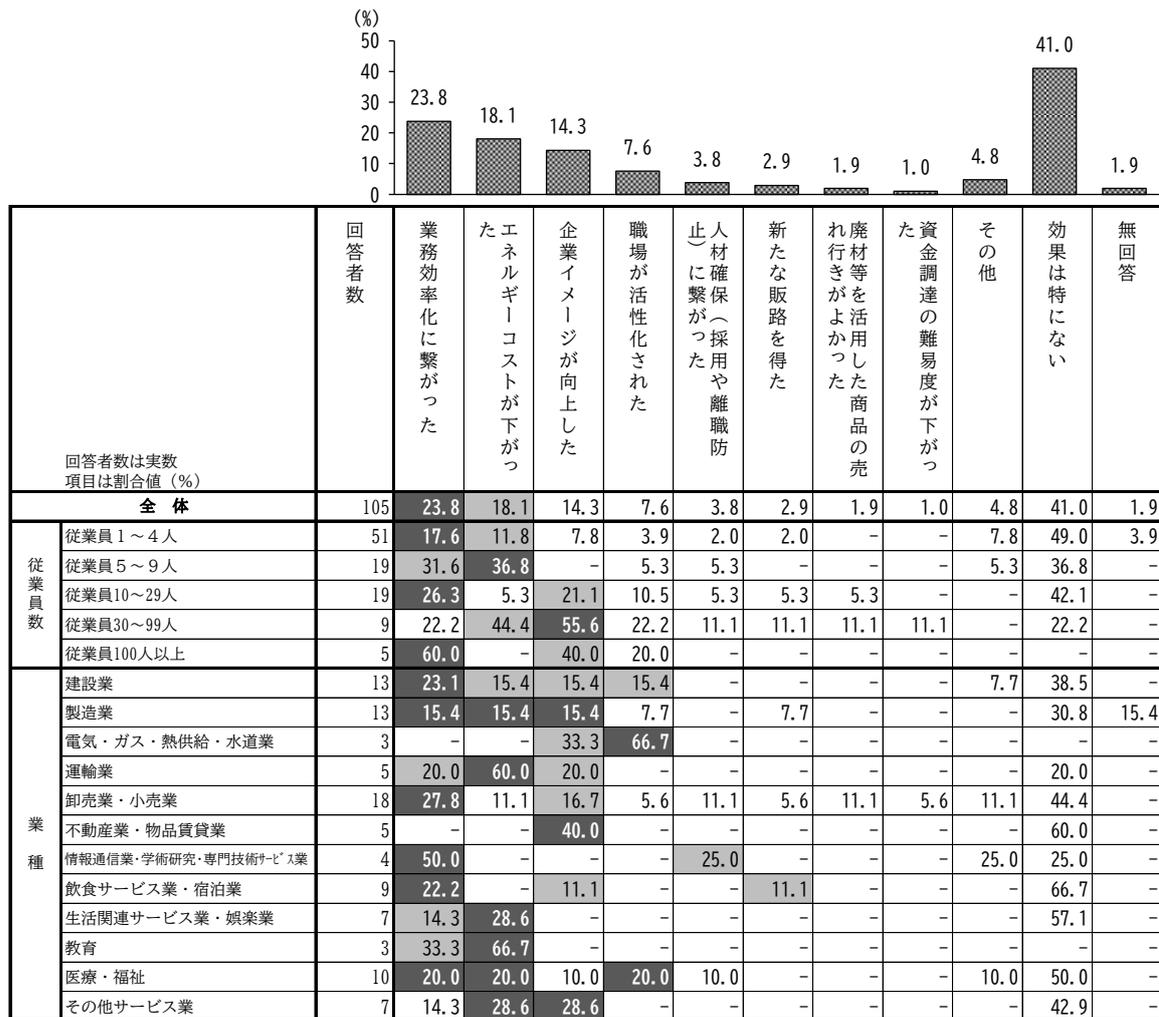
- ・フェアトレードの品を購入している [1 貧困をなくそう]
- ・早めに医療機関への受診を促すようにしている [3 すべての人に健康と福祉を]
- ・ジェンダーレス採用 [5 ジェンダー平等を実現しよう]
- ・照明のLED化 [7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに]
- ・完全週休二日制度を採用した [8 働きがいも経済成長も]
- ・ウォーターサーバーを導入し、ペットボトルの削減 [12 つくる責任、つかう責任]

(3) SDGsの取り組みの効果

【問14- (1) で「1 すでに取り組んでいる」に回答した方のみ】

問14- (3) SDGsの取り組みの効果として、あてはまるもの全てに○をつけてください。
(複数回答可)

● SDGsの取り組み効果は「業務効率化に繋がった」が23.8%で最も高い。一方、「効果は特
にない」が41.0%であった。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「効果は特にない」、「無回答」を除く）

全体では、効果があったものとしては「業務効率化に繋がった」が23.8%で最も高く、次いで「エネルギーコストが下がった」(18.1%)、「企業イメージが向上した」(14.3%)となっている。他の設問では人材不足等の課題がみられたが、「人材確保（採用や離職防止）に繋がった」は3.8%と低くなっている。一方、「効果は特にない」が41.0%となっている。

従業員数別にみると、1～4人では「効果は特にない」が49.0%と約半数を占め、次いで「業務効率化に繋がった」が17.6%、「エネルギーコストが下がった」が11.8%となっている。

(4) 今後SDGsの取り組みとして実施したいこと（自由記述）

問14- (4) 今後SDGsの取り組みとして実施したいことを、下記に記述してください。

[件数] 106件

記述内容をSDGs 17のゴールごとに集計

SDGs 17のゴール	件数
1 貧困をなくそう	2
2 飢餓をゼロに	2
3 すべての人に健康と福祉を	5
4 質の高い教育をみんなに	2
5 ジェンダー平等を実現しよう	3
6 安全な水とトイレを世界中に	6
7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに	18
8 働きがいも経済成長も	7
9 産業と技術革新の基盤を作ろう	5
10 人や国の不平等をなくそう	3
11 住み続けられるまちづくりを	9
12 つくる責任、つかう責任	54
13 気候変動に具体的な対策を	13
14 海の豊かさを守ろう	2
15 陸の豊かさも守ろう	0
16 平和と公正をすべての人に	1
17 パートナーシップで目標を達成しよう	3

※ 複数項目にまたがる意見は、それぞれにカウントしている

《代表意見抜粋》

- ・地域の機関と協働してフードドライブ [1 貧困をなくそう] [2 飢餓をゼロに]
- ・子ども食堂の実施 [1 貧困をなくそう] [2 飢餓をゼロに]
- ・節水や洗剤の使用を少なくする [6 安全な水とトイレを世界中に]
- ・JIS及びJAS製品を使っていく [9 産業と技術革新の基盤をつくろう]
- ・外国人材との共存共栄で社会貢献したい [10 人や国の不平等をなくそう]
- ・環境に配慮した製品選択 [12 つくる責任、つかう責任]

問15 足立区産業施策への要望について

(1) 足立区が実施する産業施策への要望や意見（自由記述）

問15－(1) 足立区が実施する産業施策への要望やご意見がありましたら自由に記述してください。

[件数] 178 件

項目	件数
助成金・補助金・融資制度の拡充と継続	46
小規模事業者・個人事業主への重点支援	16
情報周知・セミナー・相談体制の強化	15
ビジネスマッチング・地域経済の活性化	15
人材確保・育成・雇用支援	11
キャッシュレス決済・商品券事業への改善要望	11
建物・インフラ・環境対策支援	11
申請手続きの簡素化と利用ハードルの緩和	10
事業承継・創業支援	7
高齢者支援・健康維持・福祉等	7
物価高騰・経営環境変化への対応	5
外国人材の受け入れと共生	3
その他	19

※ 複数項目にまたがる意見は、それぞれにカウントしている

[助成金・補助金・融資制度の拡充と継続]（代表意見抜粋）

- ・かなり手厚い産業施策を実施いただいていると感じています。
- ・小規模企業への融資に取り組んで欲しい。特に資金繰り及び設備投資資金。

[小規模事業者・個人事業主への重点支援]（代表意見抜粋）

- ・できれば大企業優遇より、もう少し中小企業に光をあててほしい。
- ・個人事業主、小規模事業者への支援を引き続きお願いいたします。

[情報周知・セミナー・相談体制の強化]（代表意見抜粋）

- ・補助金取得の手助けをしてほしい。
- ・SNS活用セミナーなど開催して頂きたいです。

[ビジネスマッチング・地域経済の活性化] (代表意見抜粋)

- ・今、近所では空き家が増えてきています。移住や定住支援をして、他地域から人材流入を促進してほしい。
- ・外注加工業者候補を探す際の区内企業リストの拡充。
- ・B to Bビジネスにおける繋ぐ役割を果たして頂けますと助かります。

[人材確保・育成・雇用支援] (代表意見抜粋)

- ・人材採用の助成金を拡充して頂けたら幸いです。
- ・高齢者雇用や定年撤廃に対する補助金や助成金の拡充、拡大をお願いしたいです。

[キャッシュレス決済・商品券事業への改善要望] (代表意見抜粋)

- ・キャッシュレス決済は良いと思うのですが、手数料で数千円とられるのは高すぎます。
- ・レシートキャンペーンもキャッシュレス決済のキャンペーンもとても効果を実感しています。

[建物・インフラ・環境対策支援] (代表意見抜粋)

- ・区道の無電柱化の促進。
- ・次世代のためにこれからもこの地で働けるよう土地を手放すことなくリフォームなどをできるような策があれば良いと思います。

[申請手続きの簡素化と利用ハードルの緩和] (代表意見抜粋)

- ・補助金や支援のハードルが高く、申請方法ももう少しわかりやすくできると助かります。
- ・各種の手続きが煩雑で 手数料がかかりすぎで上手く利用出来ない。

[事業承継・創業支援] (代表意見抜粋)

- ・伝統工芸や芸術などに力を入れて伝統工芸を守る後継者育成の環境や補助をして欲しい。
- ・創業支援施設利用期間終了後、同条件での受入れ施設が創設されることにより、継続発展できる企業が増えるのではないかと考えられます。

[高齢者支援・健康維持・福祉等] (代表意見抜粋)

- ・高齢者の健康維持に対する施策に力を入れて欲しい。医療機関へのアクセス、訪問治療、投薬の補助など。

[物価高騰・経営環境変化への対応] (代表意見抜粋)

- ・様々な物品、原材料の価格高騰が続いているものの、家族のみで事業を続ける私どもの店では商品への価格転嫁は非常に難しい状況にあります。景気も不安定な現状では設備投資もままなりません。

[外国人材の受け入れと共生] (代表意見抜粋)

- ・外国人材との共存共栄を促す施策を検討していただきたい。

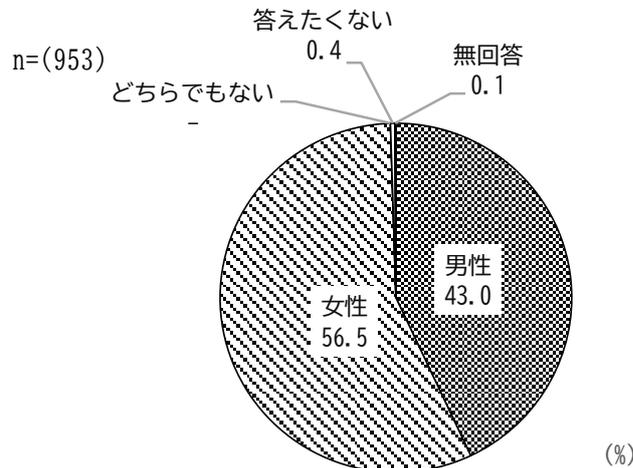
2 就労・消費意識調査の結果

問1 調査対象者の属性について

(1) 性別

問1 - (1) あなたの性別は、次のどれにあたりますか。(単数回答)

● 回答者のうち、「男性」は43.0%、「女性」は56.5%。

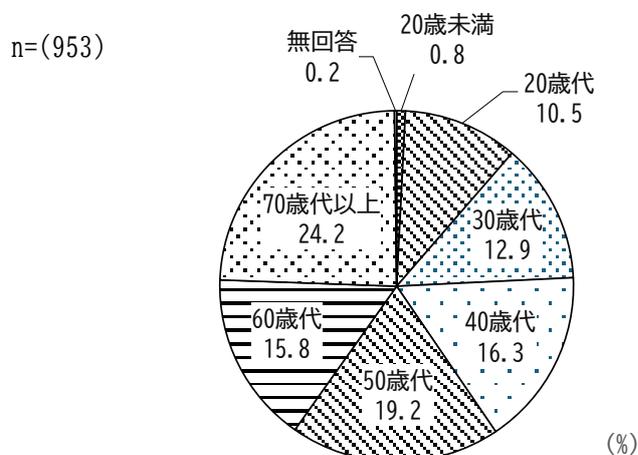


回答者のうち、「男性」は43.0%、「女性」は56.5%と、女性が男性より13.5ポイント高くなっている。

(2) 年代

問1 - (2) あなたの年代は、どれにあたりますか。(単数回答)

● 回答者の年代では「70歳代以上」が24.2%で最も高く、次いで「50歳代」(19.2%)。

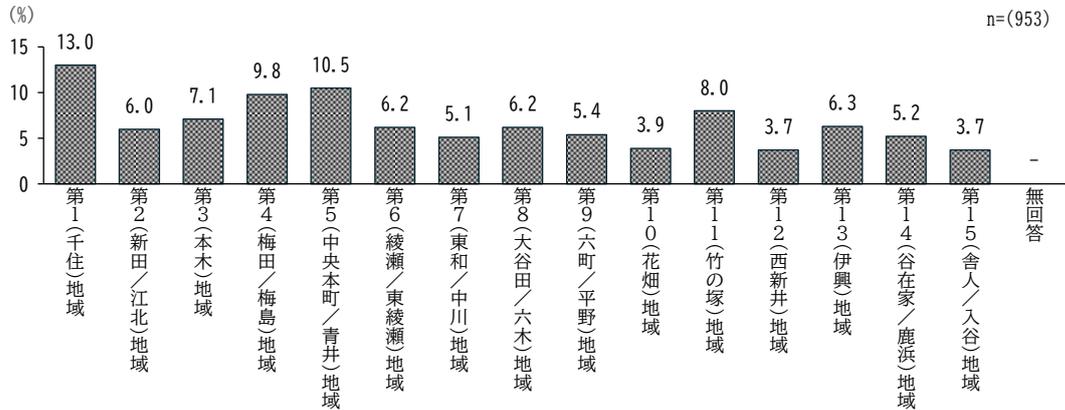


年代は、「70歳代以上」が24.2%で最も高く、次いで「50歳代」(19.2%)、40歳代(16.3%)となっている。一方、20歳代は10.5%、30歳代は12.9%となっている。

(3) 居住地域

問1 - (3) あなたの現在のお住まいの「町名」及び「丁目」をご記入ください。
(単数回答)

● 回答者のお住まいの地域では「第1（千住）地域」が13.0%で最も高い。

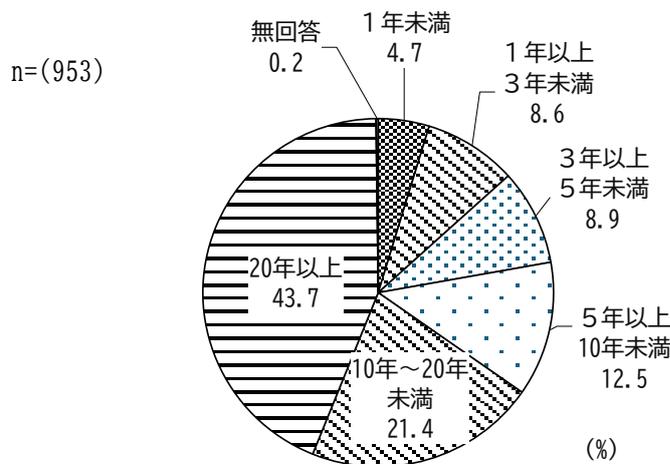


居住地域は、「第1（千住）地域」が13.0%で最も高く、次いで「第5（中央本町／青井）地域」（10.5%）、「第4（梅田／梅島）地域」（9.8%）の順で続いている。

(4) 居住年数

問1 - (4) あなたが現在のところにお住まいになってから、延べ何年になりますか。
(単数回答)

● 現在のところへの居住年数は「20年以上」が43.7%と最も高い。

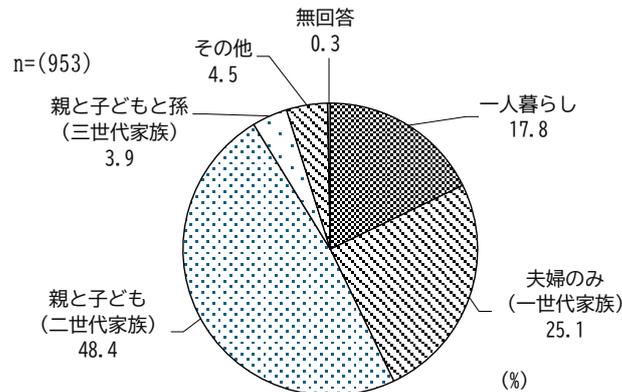


居住年数は、「20年以上」が43.7%と最も高く、これに「10年以上20年未満」（21.4%）が続き、〈10年以上〉の居住者は65.1%となっている。

(5) 同居の家族構成

問1 - (5) 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。
(単数回答)

● 同居の家族構成は、「親と子ども（二世世代家族）」が48.4%と最も高い。

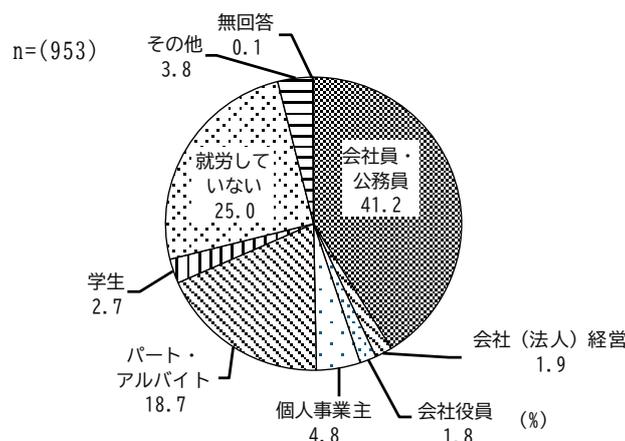


家族構成は、「親と子ども（二世世代家族）」が48.4%と最も高く、次いで「夫婦のみ（一世世代家族）」(25.1%)、「一人暮らし」(17.8%)の順で続いている。

(6) 職業

問1 - (6) あなたのご職業について、次のうち最もあてはまるものは何ですか。
(単数回答)

● 回答者の職業は、「会社員・公務員」が41.2%と最も高い。

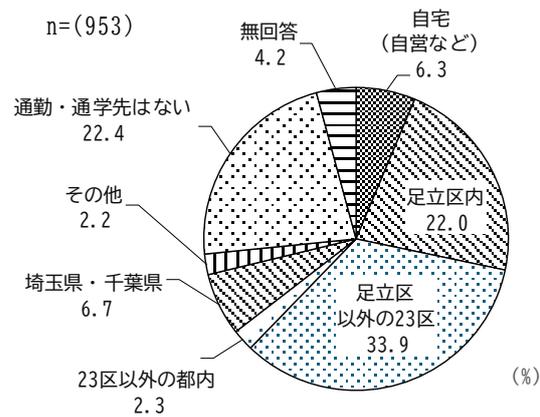


回答者の職業は、「会社員・公務員」が41.2%と最も高く、これに「パート・アルバイト」(18.7%)が続いている。一方、「就労していない」は25.0%となっている。

(7) 通勤・通学先

問1 - (7) あなたの主な通勤・通学先は、次のどれにあたりますか。(単数回答)

● 主な通勤・通学先は、「足立区以外の23区」が33.9%で最も高い。



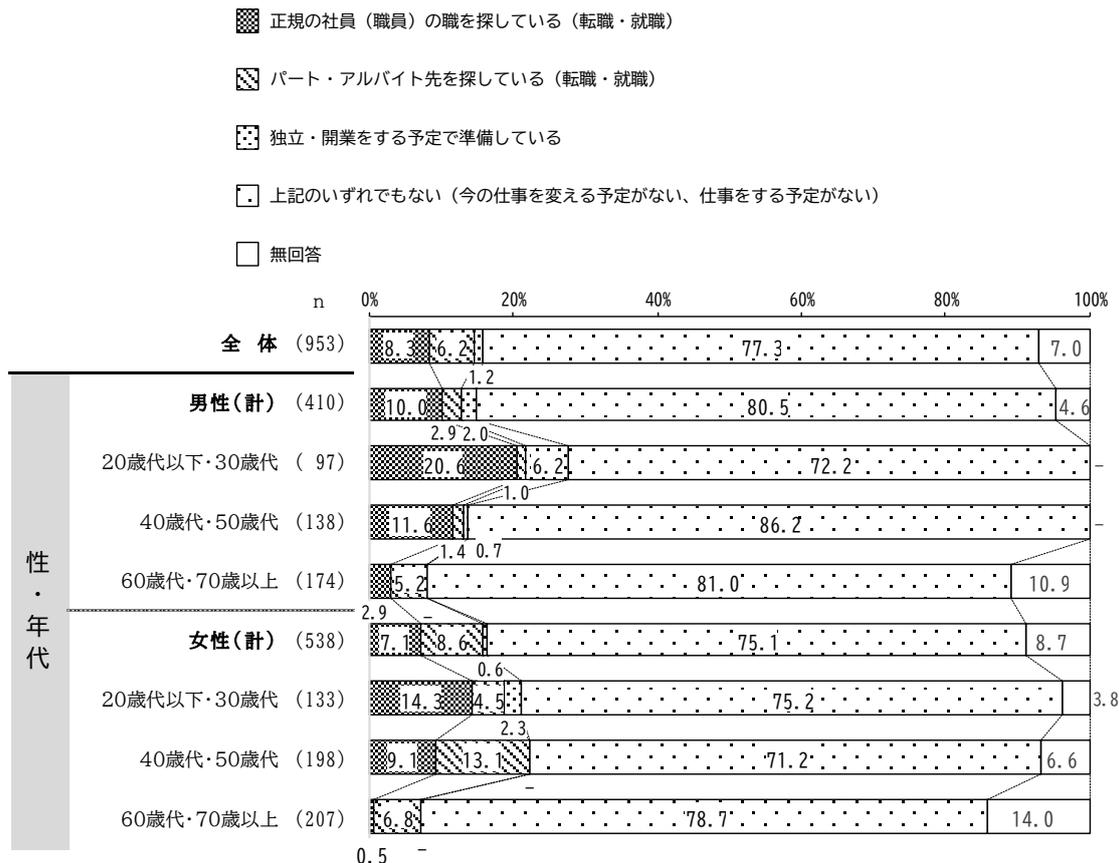
主な通勤・通学先は、「足立区以外の23区」が33.9%で最も高く、次いで「足立区内」(22.0%)、「埼玉県・千葉県」(6.7%)の順が続いている。

問2 就労に対する考え方

(1) 現在の転職や求職活動の状況

問2 - (1) 現在の転職や求職活動等（パート・アルバイトを含む）の状況として、該当するものに○をつけてください。現在就労しているか否かは問いません。（単数回答）

- 現在の就職・転職意向は「今の仕事を変える予定がない、仕事をする予定がない」が77.3%で最も高い。



全体では、「今の仕事を変える予定がない、仕事をする予定がない」が77.3%で最も高くなっている。「正規の社員（職員）の職を探している（転職・就職）」（8.3%）、「パート・アルバイト先を探している（転職・就職）」（6.2%）は1割未満となっている。

性別にみると、「今の仕事を変える予定がない、仕事をする予定がない」（男性：80.5%、女性：75.1%）が最も高くなっている。

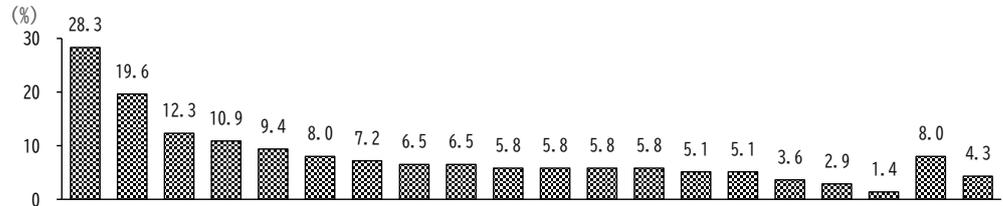
性・年代別にみると、「正規の社員（職員）の職を探している（転職・就職）」は20歳代以下・30歳代では男性が20.6%、女性が14.3%と他の年代よりも高くなっているが、年代が上がるにつれて減少している。女性の40歳代・50歳代では「パート・アルバイト先を探している（転職・就職）」が13.1%で他の年代より高くなっている。

(2) 希望の職種

【問2-(1)で「1」、「2」(仕事を探している)に回答した方のみ】

問2-(2) 希望の職種としてあてはまるものすべてに○をつけてください。(複数回答可)

● 希望の職種は「事務職」が28.3%で最も高い。



		回答者数	事務職	接客・サービス職	販売職	営業職	技術職・生産工程従事職	医療・看護・保健職	清掃職	システム・IT関連職	介護・福祉職	管理職	編集・デザイナー職	調理職	運転・配送職	保育・教育職	警備・施設管理職	建築・土木職	研究職・開発職	法務・経営・会計等の専門職 (弁護士・税理士・社労士等)	その他	無回答
回答者数は実数 項目は割合値(%)																						
全体		138	28.3	19.6	12.3	10.9	9.4	8.0	7.2	6.5	6.5	5.8	5.8	5.8	5.8	5.1	5.1	3.6	2.9	1.4	8.0	4.3
性・年代	男性(計)	53	11.3	3.8	7.5	18.9	20.8	3.8	11.3	13.2	5.7	11.3	9.4	5.7	11.3	1.9	13.2	3.8	5.7	1.9	9.4	3.8
	20歳代以下・30歳代	21	19.0	4.8	14.3	33.3	23.8	4.8	-	19.0	4.8	19.0	19.0	9.5	4.8	4.8	4.8	-	14.3	4.8	4.8	4.8
	40歳代・50歳代	18	5.6	5.6	5.6	16.7	22.2	5.6	16.7	11.1	5.6	5.6	5.6	-	11.1	-	11.1	5.6	-	-	11.1	-
	60歳代・70歳以上	14	7.1	-	-	-	14.3	-	21.4	7.1	7.1	7.1	-	7.1	21.4	-	28.6	7.1	-	-	14.3	7.1
	女性(計)	84	39.3	29.8	15.5	6.0	2.4	10.7	4.8	2.4	7.1	2.4	3.6	6.0	2.4	7.1	-	3.6	1.2	1.2	6.0	4.8
	20歳代以下・30歳代	25	52.0	24.0	16.0	12.0	-	12.0	4.0	4.0	8.0	4.0	12.0	4.0	-	-	-	4.0	-	4.0	8.0	-
	40歳代・50歳代	44	45.5	31.8	13.6	4.5	4.5	13.6	2.3	2.3	4.5	2.3	-	2.3	2.3	11.4	-	4.5	2.3	-	6.8	4.5
	60歳代・70歳以上	15	-	33.3	20.0	-	-	-	13.3	-	13.3	-	-	20.0	6.7	6.7	-	-	-	-	-	-

注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「無回答」を除く）

全体では、「事務職」が28.3%で最も高く、次いで「接客・サービス職」(19.6%)、「販売職」(12.3%)、「営業職」(10.9%)と、事務系・サービス系職種への希望が高くなっている。

性別にみると、男性では「技術職・生産工程従事職」(20.8%)が最も高く、次いで「営業職」(18.9%)となっている。女性では「事務職」(39.3%)が最も高く、次いで「接客・サービス職」(29.8%)となっている。

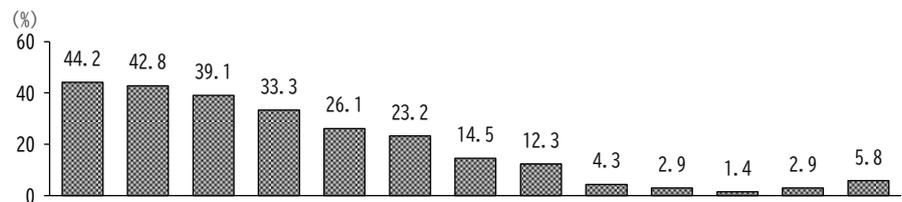
(3) 就労先を選択する際に重視すること

【問2 - (1) で「1」、「2」(仕事を探している) に回答した方のみ】

問2 - (3) 就労先を選択する際に重視することとしてあてはまるものに○をつけてください。

(3つまで複数回答可)

● 就労先の選択で重視することは「休み・勤務日数・時間の融通が利くこと」が44.2%で最も高い。



		回答者数	休み・勤務日数・時間の融通が利くこと	給与が良いこと	就労場所が通いやすいこと	職場の雰囲気が良いこと	安定した雇用であること	やりがいがあり、仕事を通して成長できること	賞与があること	経験・スキルが活かせること	育成・教育体制が整っていること	オフィス環境が良いこと(ハード面)	知名度のある、イメージが良い企業であること	その他	無回答
回答者数は実数 項目は割合値 (%)															
全体		138	44.2	42.8	39.1	33.3	26.1	23.2	14.5	12.3	4.3	2.9	1.4	2.9	5.8
性・年代	男性(計)	53	30.2	37.7	32.1	32.1	26.4	30.2	11.3	26.4	7.5	-	1.9	3.8	5.7
	20歳代以下・30歳代	21	23.8	52.4	28.6	47.6	9.5	47.6	19.0	14.3	19.0	-	4.8	4.8	-
	40歳代・50歳代	18	27.8	38.9	33.3	22.2	55.6	22.2	11.1	38.9	-	-	-	-	5.6
	60歳代・70歳以上	14	42.9	14.3	35.7	21.4	14.3	14.3	-	28.6	-	-	-	7.1	14.3
	女性(計)	84	53.6	46.4	44.0	34.5	26.2	19.0	16.7	3.6	2.4	4.8	1.2	2.4	4.8
	20歳代以下・30歳代	25	52.0	56.0	36.0	32.0	24.0	28.0	32.0	-	4.0	-	4.0	-	-
	40歳代・50歳代	44	52.3	47.7	38.6	40.9	29.5	13.6	13.6	2.3	2.3	9.1	-	2.3	4.5
60歳代・70歳以上	15	60.0	26.7	73.3	20.0	20.0	20.0	-	13.3	-	-	-	6.7	13.3	

注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「無回答」を除く）

全体では、「休み・勤務日数・時間の融通が利くこと」(44.2%)と「給与が良いこと」(42.8%)が4割台で高くなっている。これに「就労場所が通いやすいこと」(39.1%)、「職場の雰囲気が良いこと」(33.3%)が3割台で続いている。

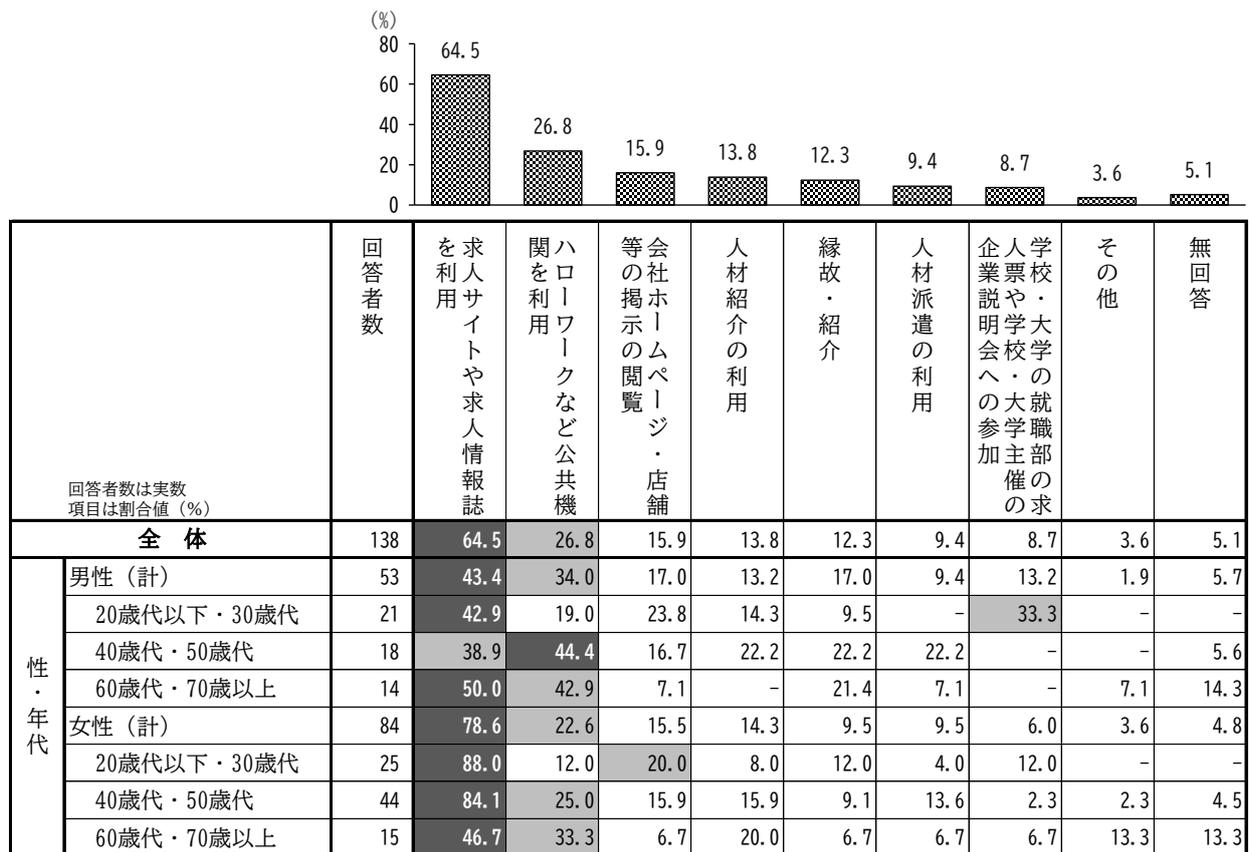
性別にみると、「給与が良いこと」は男性で1位、女性で2位となっている。男性では「就労場所が通いやすいこと」と「職場の雰囲気が良いこと」が32.1%で続いている。女性では「休み・勤務日数・時間の融通が利くこと」が53.6%で最も高くなっている。

(4) 利用している求職方法

【問2 - (1) で「1」、「2」(仕事を探している) に回答した方のみ】

問2 - (4) 利用している求職方法として、あてはまるものすべてに○をつけてください。
(複数回答可)

● 利用する求職方法は「求人サイトや求人情報誌を利用」が64.5%で最も高い。



		回答者数	求人サイトや求人情報誌を利用	ハローワークなど公共機関を利用	会社ホームページ・店舗等の掲示の閲覧	人材紹介の利用	縁故・紹介	人材派遣の利用	企業票や学校・大学の就職部への参加	その他	無回答
全体		138	64.5	26.8	15.9	13.8	12.3	9.4	8.7	3.6	5.1
性・年代	男性 (計)	53	43.4	34.0	17.0	13.2	17.0	9.4	13.2	1.9	5.7
	20歳代以下・30歳代	21	42.9	19.0	23.8	14.3	9.5	-	33.3	-	-
	40歳代・50歳代	18	38.9	44.4	16.7	22.2	22.2	22.2	-	-	5.6
	60歳代・70歳以上	14	50.0	42.9	7.1	-	21.4	7.1	-	7.1	14.3
	女性 (計)	84	78.6	22.6	15.5	14.3	9.5	9.5	6.0	3.6	4.8
	20歳代以下・30歳代	25	88.0	12.0	20.0	8.0	12.0	4.0	12.0	-	-
	40歳代・50歳代	44	84.1	25.0	15.9	15.9	9.1	13.6	2.3	2.3	4.5
60歳代・70歳以上	15	46.7	33.3	6.7	20.0	6.7	6.7	6.7	13.3	13.3	

注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「無回答」を除く）

全体では、「求人サイトや求人情報誌を利用」が64.5%で最も高く、次いで「ハローワークなど公共機関を利用」(26.8%)、「会社ホームページ・店舗等の掲示の閲覧」(15.9%)の順で続いている。

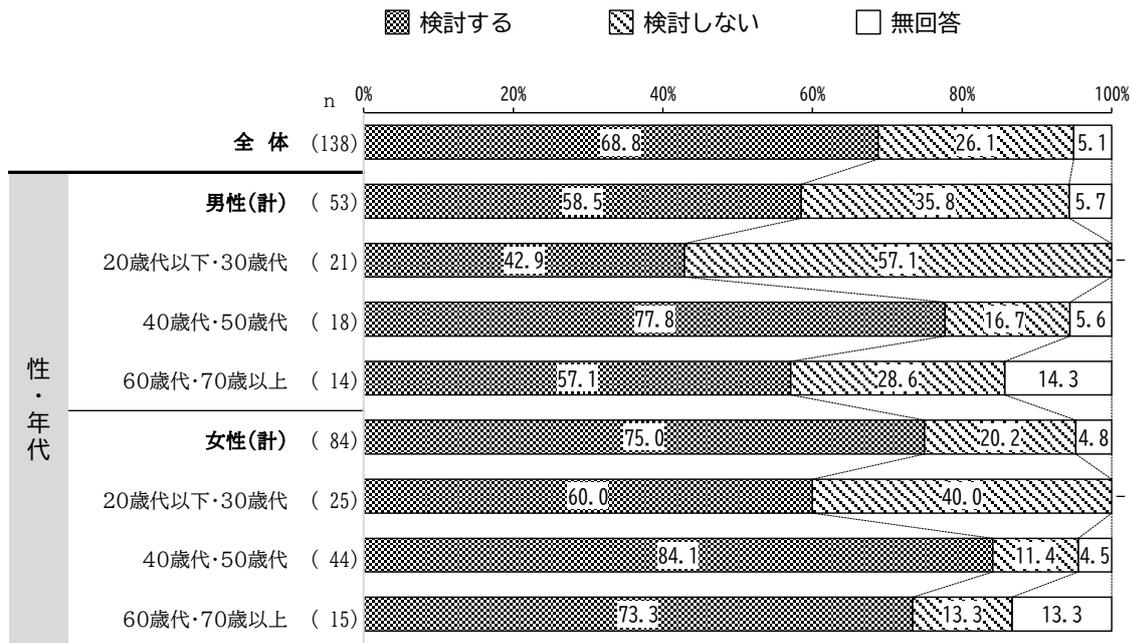
性別でみると、「求人サイトや求人情報誌の利用」が男性で43.4%、女性で78.6%と最も高く、これに「ハローワークなど公共機関を利用」(男性：34.0%、女性：22.6%)が続いている。

(5) 転職、就職先として区内事業者の検討

【問2-(1)で「1」、「2」(仕事を探している)に回答した方のみ】

問2-(5) 転職、就職にあたって足立区内の事業者を就労先として検討しますか、それとも検討しませんか。(単数回答)

● 就労先として区内事業者を検討するかについては「検討する」が68.8%。



全体では、「検討する」は68.8%、「検討しない」は26.1%となっており、区内事業所を就労先として検討する人のほうが多くなっている。

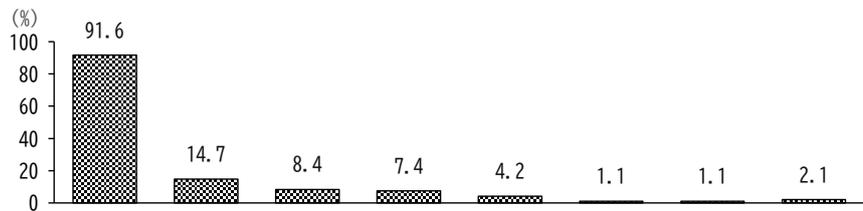
性別にみると、女性では「検討する」が75.0%と男性の58.5%よりも、16.5ポイント高くなっている。

(6) 検討する理由

【問2 - (5) で「1 検討する」に回答した方のみ】

問2 - (5 - 1) 検討する理由はなんですか。(複数回答可)

● 区内事業者を就労先として検討する理由は「通勤に便利のため」が91.6%で最も高い。



		回答者数	通勤に便利のため	給与等の条件が良いため	アットホームで働きやすい環境のため	区内産業に貢献したいため	ビジネスや事業内容に共感できるため	好きな商品やサービスを扱っているため	知り合っているが経営または就労しているため	その他
回答者数は実数 項目は割合値 (%)										
全体		95	91.6	14.7	8.4	7.4	4.2	1.1	1.1	2.1
性・年代	男性 (計)	31	87.1	19.4	6.5	6.5	9.7	3.2	3.2	-
	20歳代以下・30歳代	9	100.0	22.2	-	-	11.1	11.1	-	-
	40歳代・50歳代	14	85.7	21.4	-	7.1	7.1	-	7.1	-
	60歳代・70歳以上	8	75.0	12.5	25.0	12.5	12.5	-	-	-
	女性 (計)	63	93.7	12.7	9.5	7.9	1.6	-	-	3.2
	20歳代以下・30歳代	15	93.3	6.7	-	-	-	-	-	6.7
	40歳代・50歳代	37	91.9	10.8	8.1	8.1	2.7	-	-	2.7
60歳代・70歳以上	11	100.0	27.3	27.3	18.2	-	-	-	-	

注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」を除く）

全体では、「通勤に便利のため」が91.6%と特に高く、次いで「給与等の条件が良いため」(14.7%)、「アットホームで働きやすい環境のため」(8.4%)の順で続いている。

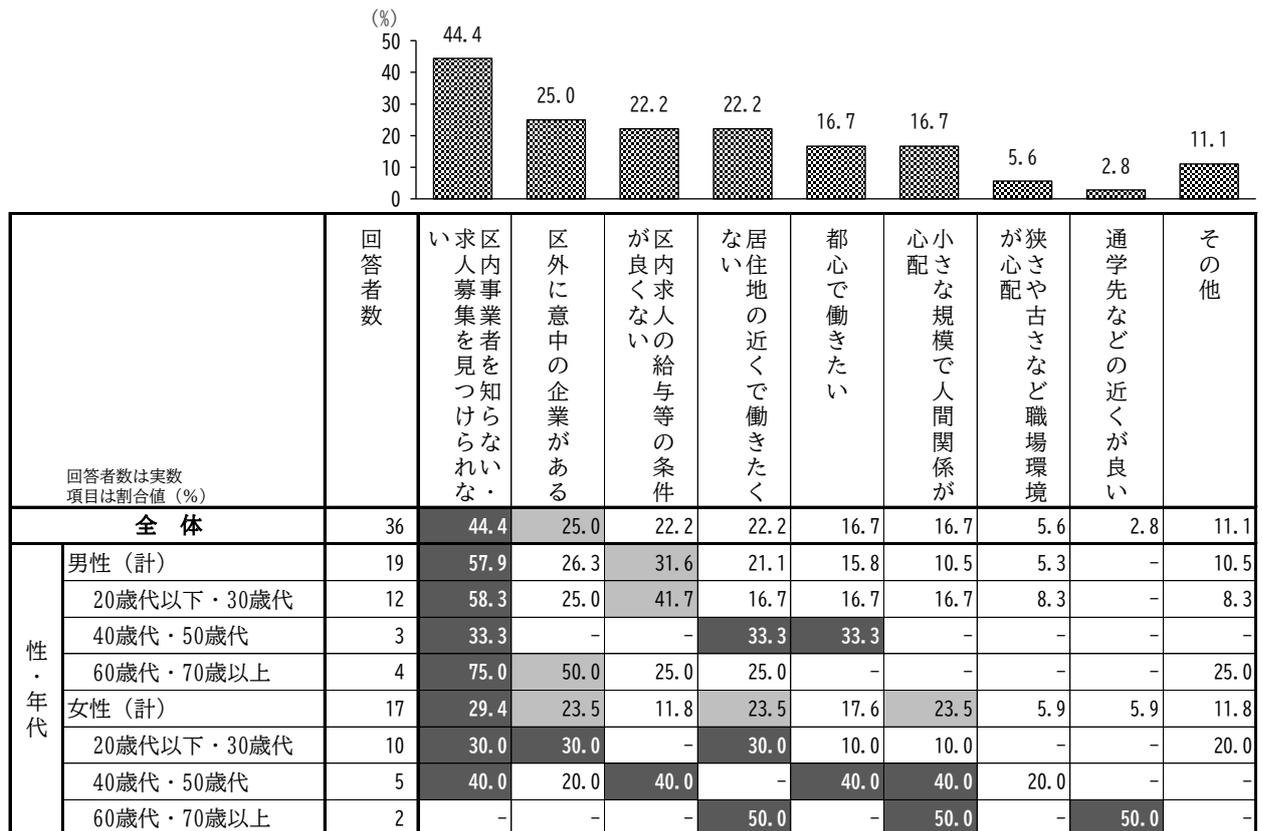
性別にみると、「通勤に便利のため」は男性が87.1%、女性では93.7%で最も高くなっている。

(7) 検討しない理由

【問2 - (5) で「2 検討しない」に回答した方のみ】

問2 - (5 - 2) 検討しない理由はなんですか。(複数回答可)

- 区内事業者を就労先として検討しない理由は「区内事業者を知らない・求人募集を見つけられない」が44.4%で最も高い。



全体では、「区内事業者を知らない・求人募集を見つけられない」44.4%で最も高く、次いで「区外に意中の企業がある」(25.0%)、「区内求人給与等条件が良くない」「居住地の近くで働きたくない」(ともに22.2%)の順で続いている。

性別、性・年代別は回答者数が少ないため、図表を参考とする。

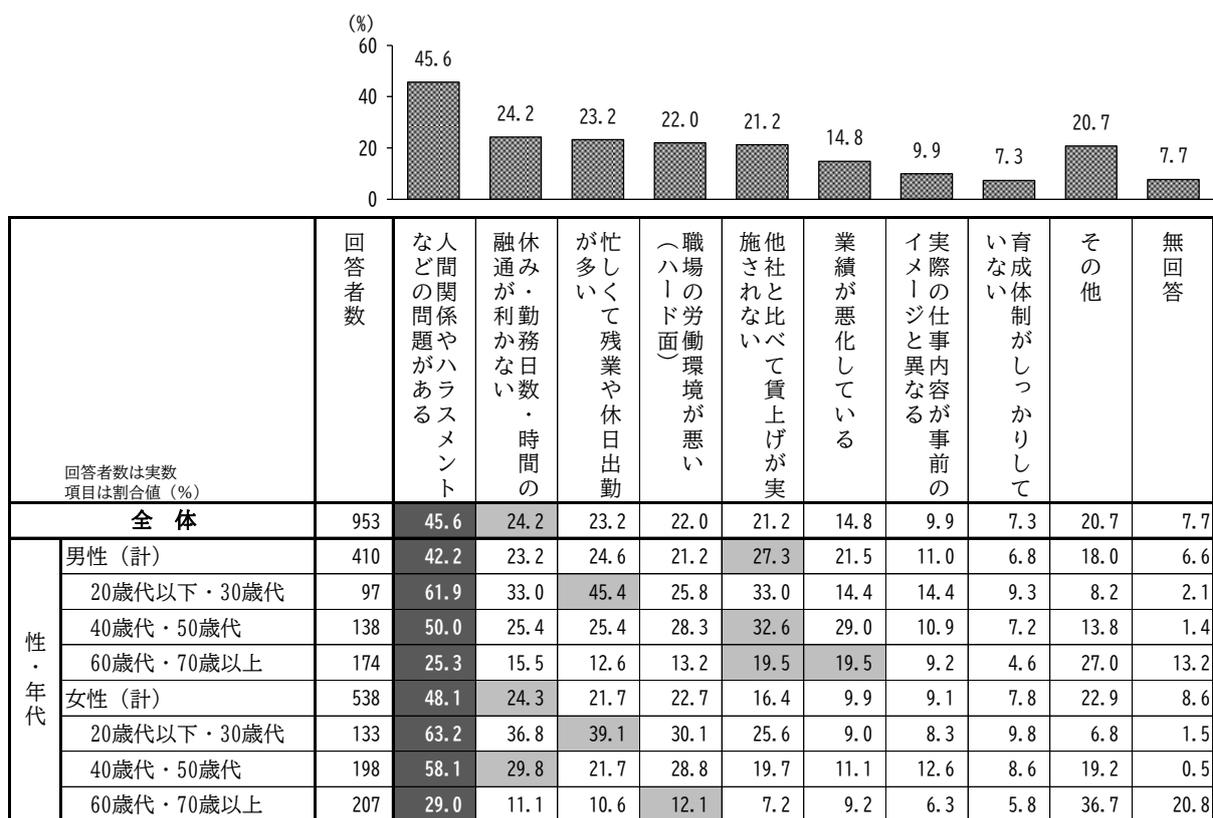
[その他] 4件

東京都外で生活したい、足立区で働きたい場所がない、引っ越しを検討中 等。

(8) 離職、離職するほどの理由

問2 - (6) 離職経験のある方はその理由を、まだ離職経験のない方は離職するほどの理由になると考えられることとして、あてはまるものに○をつけてください。
(3つまで複数回答可)

● 離職の理由となるものでは「人間関係やハラスメントなどの問題がある」が45.6%で最も高い。



全体では、「人間関係やハラスメントなどの問題がある」が45.6%で最も高く、次いで「休み・勤務日数・時間の融通が利かない」(24.2%)、「忙しくて残業や休日出勤が多い」(23.2%)の順で続いている。

性別にみると、「人間関係やハラスメントなどの問題がある」は男性が42.2%、女性が48.1%とともに最も高くなっている。

性・年代別にみると、いずれの年代でも「人間関係やハラスメントなどの問題がある」が最も高くなっている。他の年代別に比べて、「休み・勤務日数・時間の融通が利かない」は女性の20歳代以下・30歳代(36.8%)で高く、「忙しくて残業や休日出勤が多い」は男性の20歳代以下・30歳代(45.4%)で高い。

[その他] 197件

項目	件数
定年や健康上の理由	65
新たな挑戦・労働条件	44
ライフイベント・家庭の事情	43
会社・事業主の都合	22
特になし	29

※ 複数項目にまたがる意見はそれぞれにカウントし、無記入は除く

[定年や健康上の理由] (代表意見抜粋)

- ・定年退職。
- ・病気の為、離職するしかなかった。
- ・高齢だから。
- ・業務がきつすぎて、自分の健康を維持できない。

[新たな挑戦・労働条件] (代表意見抜粋)

- ・自分で会社を設立するため。
- ・新たに挑戦したい仕事があった。
- ・やりたいこと(留学など)があった。
- ・スキルアップが見込めない。
- ・一箇所の職場で長く働きたくない。
- ・給料が下がった。
- ・責任者が不在で、仕事を丸投げされるため。
- ・勝手に有給を消化されていたため。

[ライフイベント・家庭の事情] (代表意見抜粋)

- ・出産、子育てのため。
- ・親の介護の為。
- ・結婚を期に、夫の仕事の手伝いをするため、離職した。
- ・パートナーの転職により。
- ・主人の扶養の範囲内で働きたかったが、賃金UPで社会保険と厚生年金に加入することになったので、辞めざるを得なかった。
- ・現在より良い給与の仕事と出会えた。

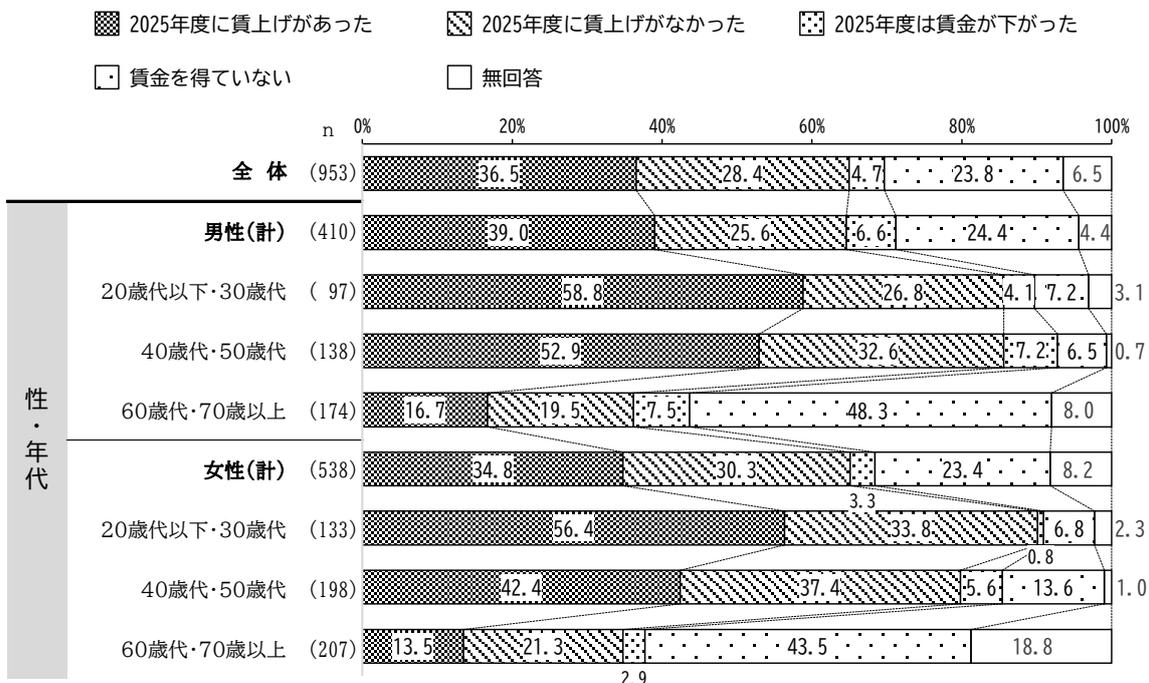
[会社・事業主の都合] (代表意見抜粋)

- ・お店がなくなった。
- ・会社が倒産。
- ・会社自体が移転になり、通勤が困難になった。

(9) 賃上げの状況

問2 - (7) 賃上げの状況について、あてはまるものに○をつけてください。(単数回答)

● 賃上げの状況は「2025年度に賃上げがあった」が36.5%で最も高い。



全体では、「2025年度に賃上げがあった」が36.5%、「2025年度に賃上げがなかった」が28.4%、「2025年度に賃金が下がった」が4.7%であった。賃上げがあった人は4割弱となっている。

性別にみると、「2025年度に賃上げがあった」は男性が39.0%、女性が34.8%と、男性が女性よりも4.2ポイント高くなっている。

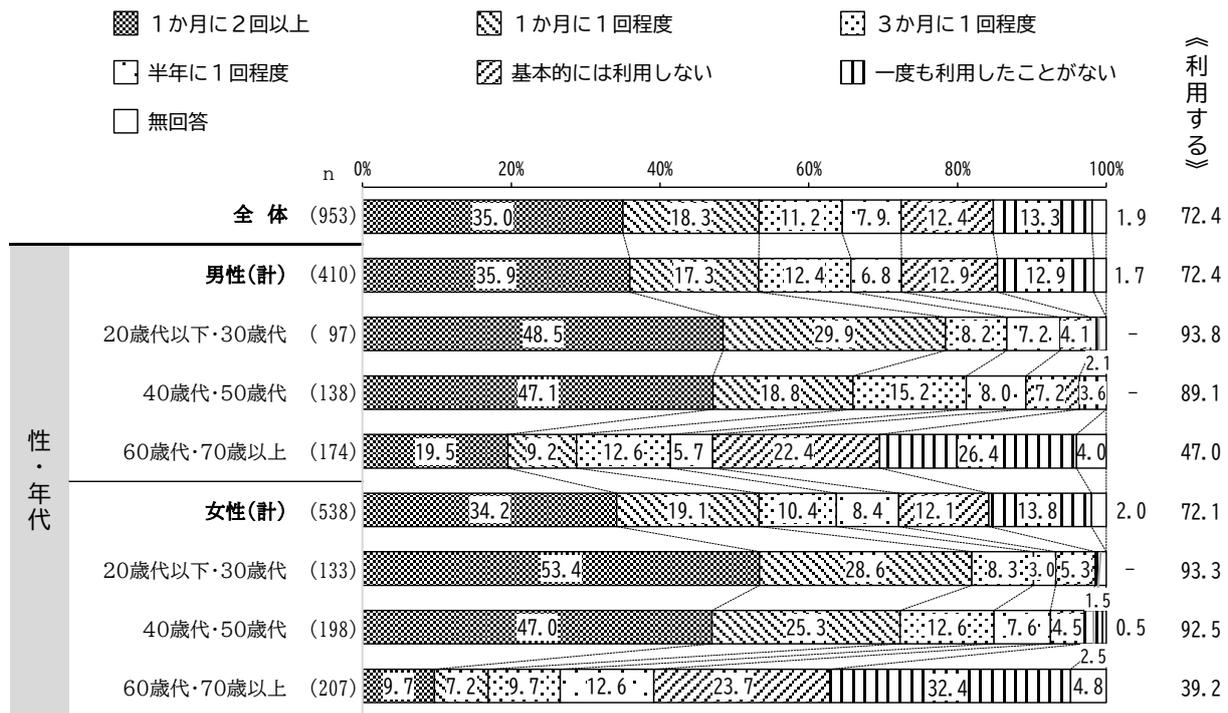
性・年代別にみると、「2025年度に賃上げがあった」は特に20歳代以下・30歳代男性では58.8%、40歳代・50歳代では52.9%、女性の20歳代以下・30歳代で56.4%と半数以上となっている。一方で、「2025年度に賃上げがなかった」は男女ともに40歳代・50歳代、女性の20歳代以下・30歳代で3割台と高くなっている。

問3 インターネットショッピングの考え方について

(1) 商品・サービスを購入する頻度

問3- (1) インターネットを利用して商品・サービスを購入する頻度として、最も近いもの1つに○をつけてください。(単数回答)

● 半年に1回以上インターネットを利用して商品・サービスを購入する《利用する》は72.4%。



全体では、半年に1回以上インターネットを利用して商品・サービスを購入する《利用する》は72.4%となっており、うち「1か月に2回以上」が35.0%と高くなっている。

性別にみると、《利用する》は男女ともに7割台で、「1か月に2回以上」が男女とも35%前後で最も高くなっている。

性・年代別にみると、特に男女ともに20歳代以下・30歳代では《利用する》は男性93.8%、女性93.3%と非常に高い利用率となっている。一方で、男女とも60歳代・70歳以上での利用は3～4割台と低くなっており、若年層ほど利用頻度が高く、年代が上がるにつれて利用率が減少する傾向がみられる。

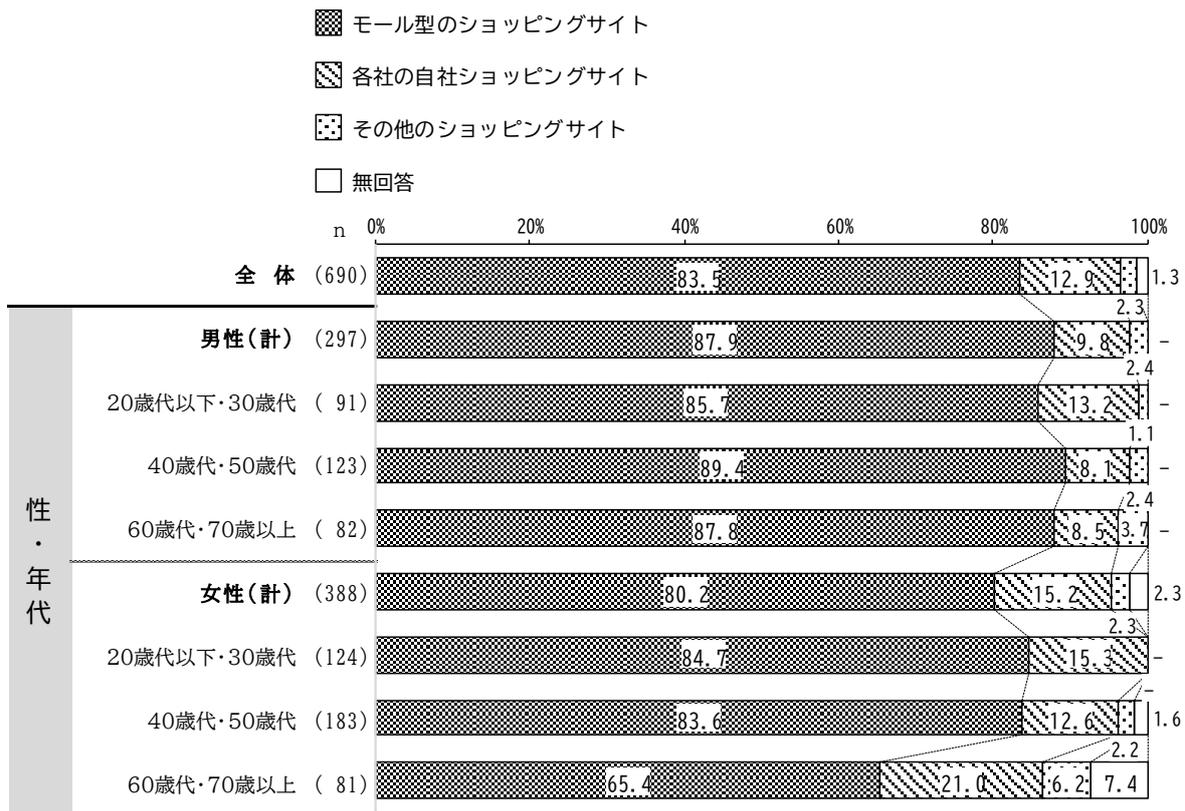
(2) 主に利用するサイト

【問3 - (1) で「1」～「4」(利用する) に回答した方のみ】

問3 - (2) 主に利用するサイトとして最もあてはまるものに○をつけてください。

(単数回答)

● 主な利用するサイトは「モール型のショッピングサイト」が83.5%で最も高い。



全体では「モール型のショッピングサイト」が83.5%で最も高く、これに「各社の自社ショッピングサイト」(12.9%)が続いている。利用サイトはモール型サイトが主流となっている。

性別にみると、「モール型のショッピングサイト」男性が87.9%、女性が80.2%と、男性が女性より7.7ポイント高くなっている。

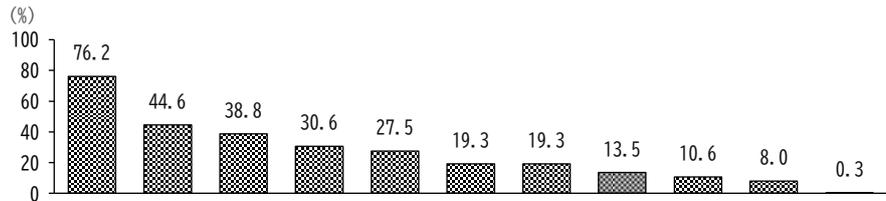
性・年代別にみると、男女いずれの年代も「モール型のショッピングサイト」は8割台と高くなっているが、女性の60歳代・70歳以上は65.4%と他年代より低く、一方で「各社の自社ショッピングサイト」が21.0%と高くなっている。

(3) インターネットショッピングで主に購入するもの

【問3 - (1) で「1」～「4」(利用する) に回答した方のみ】

問3 - (3) インターネットショッピングで主に購入するものとして、あてはまるものすべてに○をつけてください。(複数回答可)

● インターネットショッピングで主に購入するものは「衣類・靴・鞆・ファッション小物・雑貨」が76.2%で最も高い。



回答者数		小物・靴・鞆・ファッション雑貨	食品・お菓子・飲料	書籍・映像・音楽ソフト (電子書籍や音楽配信等含む)	医薬品・医薬部外品・化粧品	電化製品 (テレビ・スマホ・PC等)	スポーツ・アウトドア用品	家具・インテリア	玩具・育児用品	お酒	その他	無回答	
回答者数は実数 項目は割合値 (%)													
全体		690	76.2	44.6	38.8	30.6	27.5	19.3	19.3	13.5	10.6	8.0	0.3
性・年代	男性 (計)	297	70.0	45.5	42.8	23.9	39.7	27.3	17.5	14.1	11.1	9.8	-
	20歳代以下・30歳代	91	70.3	48.4	41.8	16.5	39.6	20.9	18.7	18.7	6.6	3.3	-
	40歳代・50歳代	123	65.9	42.3	46.3	23.6	34.1	26.8	17.1	13.8	12.2	11.4	-
	60歳代・70歳以上	82	75.6	47.6	39.0	31.7	47.6	35.4	17.1	9.8	14.6	14.6	-
	女性 (計)	388	80.7	44.3	36.1	35.8	18.3	13.4	20.4	12.6	10.3	6.4	0.5
	20歳代以下・30歳代	124	85.5	37.9	36.3	39.5	12.1	8.1	25.8	21.0	6.5	5.6	-
	40歳代・50歳代	183	85.2	47.0	38.3	35.0	21.9	20.8	20.8	9.8	13.7	7.7	1.1
60歳代・70歳以上	81	63.0	48.1	30.9	32.1	19.8	4.9	11.1	6.2	8.6	4.9	-	

注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「無回答」を除く）

全体では、「衣類・靴・鞆・ファッション小物・雑貨」が76.2%で最も高く、次いで「食品・お菓子・飲料」(44.6%)、「書籍・映像・音楽ソフト (電子書籍や音楽配信等含む)」(38.8%) の順で続いている。

性別にみると、「衣類・靴・鞆・ファッション小物・雑貨」は男性が70.0%、女性が80.7%と、女性が男性より10.7ポイント高くなっている。

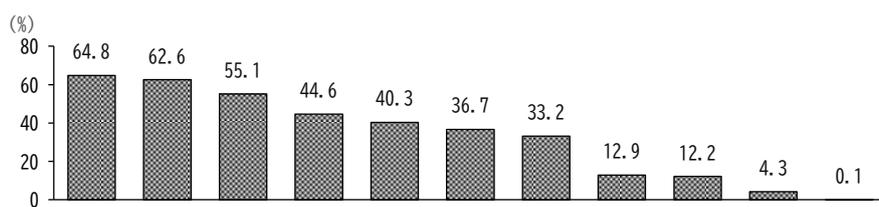
性・年代別にみると、他の年代別に比べて、男性の40歳代・50歳代は「書籍・映像・音楽ソフト (電子書籍や音楽配信等含む)」(46.3%) が4割台と高く、女性の20歳代以下・30歳代は「衣類・靴・鞆・ファッション小物・雑貨」(85.5%)、「医薬品・医薬部外品・化粧品」(39.5%)、「家具・インテリア」(25.8%)、「玩具・育児用品」(21.0%) が高い。

(4) インターネットショッピングを利用する理由

【問3 - (1) で「1」～「4」(利用する) に回答した方のみ】

問3 - (4) インターネットショッピングを利用する理由として、あてはまるものすべてに○をつけてください。(複数回答可)

● インターネットショッピングを利用する理由は「時間を選ばず買い物ができる」が64.8%で最も高い。



		回答者数	時間を選ばず買い物ができる	実店舗に行く・商品を探す時間を節約できる	持ち帰りが大変なものも気軽に買える	ショッピングを参照して買いたい物ができる	商品数やサービスの種類が多い、カラーやサイズバリエーションが豊富	ポイントが付く	申し込み、支払いがしやすい	ネット上には見つけられない商品がある	購入履歴から欲しい物を提示してくれる	対面での接客が省略できる	その他	無回答
全体		690	64.8	62.6	55.1	44.6	40.3	36.7	33.2	12.9	12.2	4.3	0.1	
性・年代	男性(計)	297	65.7	65.0	50.8	44.4	43.4	35.4	32.7	15.8	12.1	4.0	-	
	20歳代以下・30歳代	91	56.0	64.8	51.6	44.0	34.1	31.9	36.3	8.8	14.3	2.2	-	
	40歳代・50歳代	123	74.8	69.1	51.2	44.7	43.1	39.0	28.5	17.1	13.0	4.9	-	
	60歳代・70歳以上	82	62.2	59.8	50.0	43.9	54.9	32.9	34.1	20.7	7.3	4.9	-	
	女性(計)	388	64.2	60.6	58.5	44.8	37.9	37.4	33.2	10.8	12.1	4.6	0.3	
	20歳代以下・30歳代	124	63.7	67.7	58.1	54.0	43.5	39.5	39.5	14.5	25.0	2.4	-	
	40歳代・50歳代	183	71.0	57.4	59.6	45.4	39.9	42.6	33.3	8.2	7.1	6.6	0.5	
60歳代・70歳以上	81	49.4	56.8	56.8	29.6	24.7	22.2	23.5	11.1	3.7	3.7	-		

注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「無回答」を除く）

全体では、「時間を選ばず買い物ができる」(64.8%)が最も高く、次いで「実店舗に行く・商品を探す時間を節約できる」(62.6%)、「持ち帰りが大変なものも気軽に買える」(55.1%)の順で続いている。

性別にみると、男女ともに「時間を選ばず買い物ができる」(男性：65.7%、女性：64.2%)が最も高く、次いで「実店舗に行く・商品を探す時間を節約できる」(男性：65.0%、女性：60.6%)、「持ち帰りが大変なものも気軽に買える」(男性：50.8%、女性：58.5%)の順で続いている。

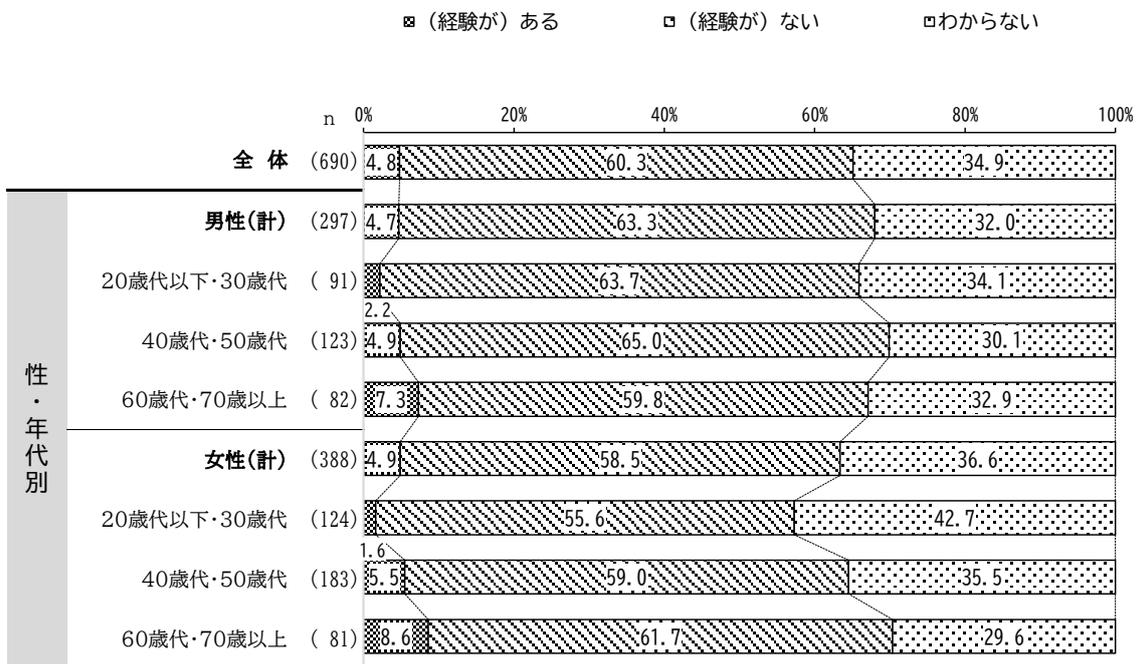
性・年代別にみると、他の年代に比べて、男性の40歳代・50歳代では「時間を選ばず買い物ができる」(74.8%)、「実店舗に行く・商品を探す時間を節約できる」(69.1%)が高い。

(5) インターネットショッピングで区内事業者の商品やサービスを購入した経験

【問3 - (1) で「1」～「4」(利用する) に回答した方のみ】

問3 - (5) インターネットショッピングで、区内事業者の商品やサービスを購入した経験がありますか。(単数回答)

● インターネットショッピングで区内事業者から購入した経験は「ある」が4.8%、「ない」が60.3%。



全体では、「ある」は4.8%、経験が「ない」が60.3%となっている。購入した商品やサービスがあっても、それが区内事業者のものであるかどうか「わからない」は34.9%となっている。

性別で見ると、「(経験が) ない」は男性が63.3%、女性が58.5%と、男性が女性よりも4.8ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、他の年代別に比べて、女性の60歳代・70歳以上では「(経験が) ある」が8.6%と高くなっている。

(6) 購入した企業の商品・サービス

【問3 - (5) で「1 ある」に回答した方のみ】

問3 - (5-1) どのような企業の、どのような商品・サービスを購入したかご記入ください。
(自由記述)

◇企業（企業名等）

(ネット) スーパー	6
靴店	3
飲食店 (ファミレス等)	3
ネット通販	2
商業施設	1
ドラッグストア	1
ファミレス	1
リサイクルショップ	1
家具店	1
合計	19

◇商品・サービス

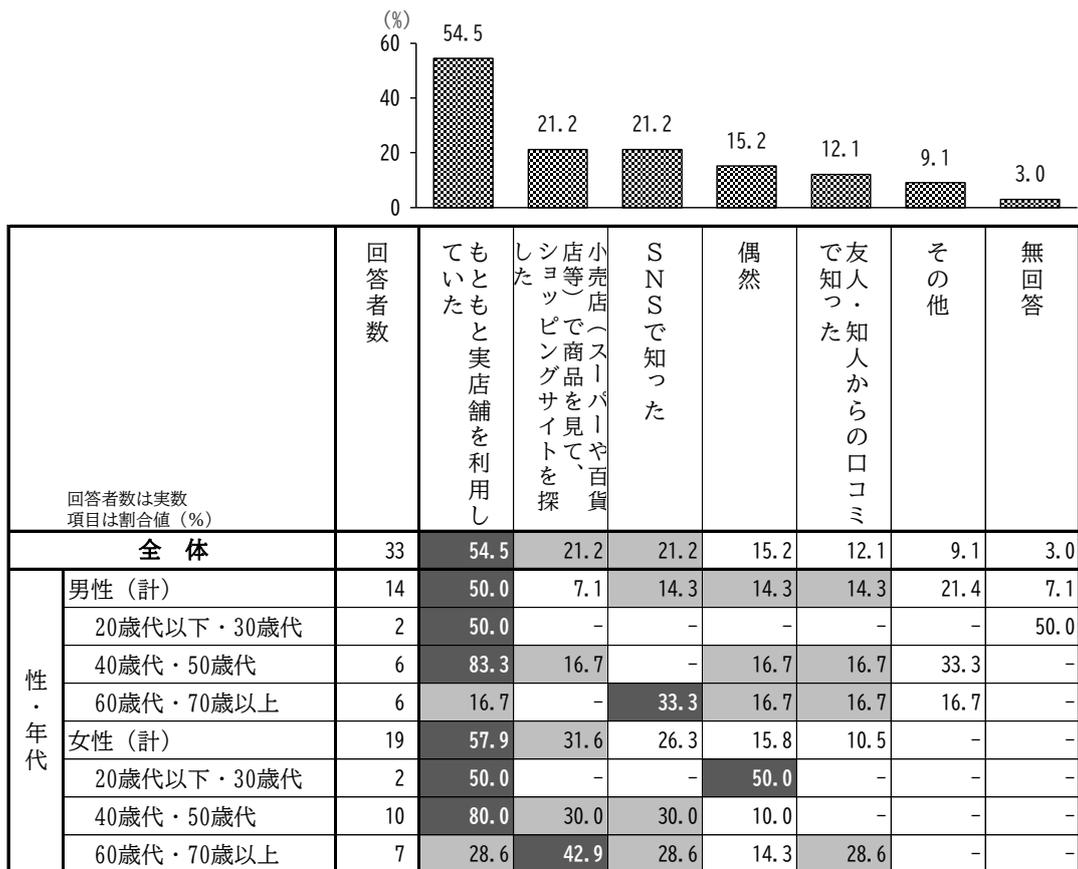
飲食物 (食品、菓子、飲料)	8
衣料品・服飾雑貨 (バッグ、ランドセル、財布、洋服・作業着)	6
家具・寝具 (テーブル、椅子、カーテン、寝具)	2
化粧品	2
宅配サービス	2
日用品・日用雑貨	2
予約・取り置きサービス	2
ダイビング用品 (シュノーケル)	1
家電	1
カード決済機器	1
合計	27

(7) インターネットショッピングで区内事業者の商品やサービスを購入した経緯

【問3-(5)で「1 ある」に回答した方のみ】

問3-(5-2) インターネットショッピングで、区内事業者の商品やサービスを購入した経緯として、あてはまるものすべてに○をつけてください。(複数回答可)

- インターネットショッピングで区内事業者の商品やサービスを購入した経緯は「もともと実店舗を利用していた」が54.5%で最も高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「無回答」を除く）

全体では、「もともと実店舗を利用していた」が54.5%で最も高く、次いで「小売店（スーパーや百貨店等）で商品を見て、ショッピングサイトを探した」、「SNSで知った」（ともに21.2%）となっている。

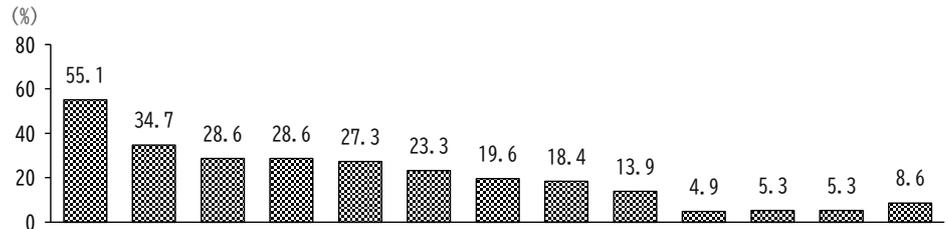
性別、性・年代別は回答者数が少ないため、図表を参考とする。

(8) インターネットショッピングを利用しない理由

【問3-(1)で「5 基本的には利用しない」、「6 一度も利用したことがない」に回答した方のみ】

問3-(6) インターネットショッピングを利用しない理由として、あてはまるものすべてに○をつけてください。(複数回答可)

● インターネットショッピングを利用しない理由は「商品を直接確認したい」が55.1%で最も高い。



		回答者数	商品を直接確認したい	インターネットを利用しない	決済手段のセキュリティが不安	店舗に買いたい物にいくのが楽しい	登録が面倒	ショッピングサイトへのアクセスが難しい	商品情報の信頼性が低い	注文方法がわかりにくい	送料負担がある	商品が探せない、選べない	その他	特に理由はない	無回答
全体		245	55.1	34.7	28.6	28.6	27.3	23.3	19.6	18.4	13.9	4.9	5.3	5.3	8.6
性・年代	男性(計)	106	52.8	35.8	28.3	21.7	26.4	23.6	21.7	24.5	15.1	5.7	3.8	8.5	5.7
	20歳代以下・30歳代	6	50.0	16.7	16.7	33.3	33.3	16.7	33.3	16.7	16.7	-	-	16.7	-
	40歳代・50歳代	15	60.0	26.7	46.7	26.7	40.0	26.7	26.7	33.3	20.0	-	-	6.7	-
	60歳代・70歳以上	85	51.8	38.8	25.9	20.0	23.5	23.5	20.0	23.5	14.1	7.1	4.7	8.2	7.1
	女性(計)	139	56.8	33.8	28.8	33.8	28.1	23.0	18.0	13.7	12.9	4.3	6.5	2.9	10.8
	20歳代以下・30歳代	9	77.8	11.1	55.6	44.4	44.4	22.2	11.1	-	11.1	-	-	-	-
	40歳代・50歳代	14	78.6	7.1	78.6	14.3	64.3	21.4	42.9	28.6	42.9	-	-	-	7.1
60歳代・70歳以上	116	52.6	38.8	20.7	35.3	22.4	23.3	15.5	12.9	9.5	5.2	7.8	3.4	12.1	

注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「特に理由はない」、「無回答」を除く）

全体では、「商品を直接確認したい」が55.1%で最も高く、次いで「インターネットを利用しない」(34.7%)、「決済手段のセキュリティが不安」(28.6%)の順で続いている。

性別にみると、男女とも「商品を直接確認したい」(男性：52.8%、女性：56.8%)が半数以上で最も高く、「インターネットを利用しない」(男性：35.8%、女性：33.8%)が続いている。「注文方法がわかりにくい」は男性(24.5%)が女性(13.7%)より10.8ポイント高くなっている。

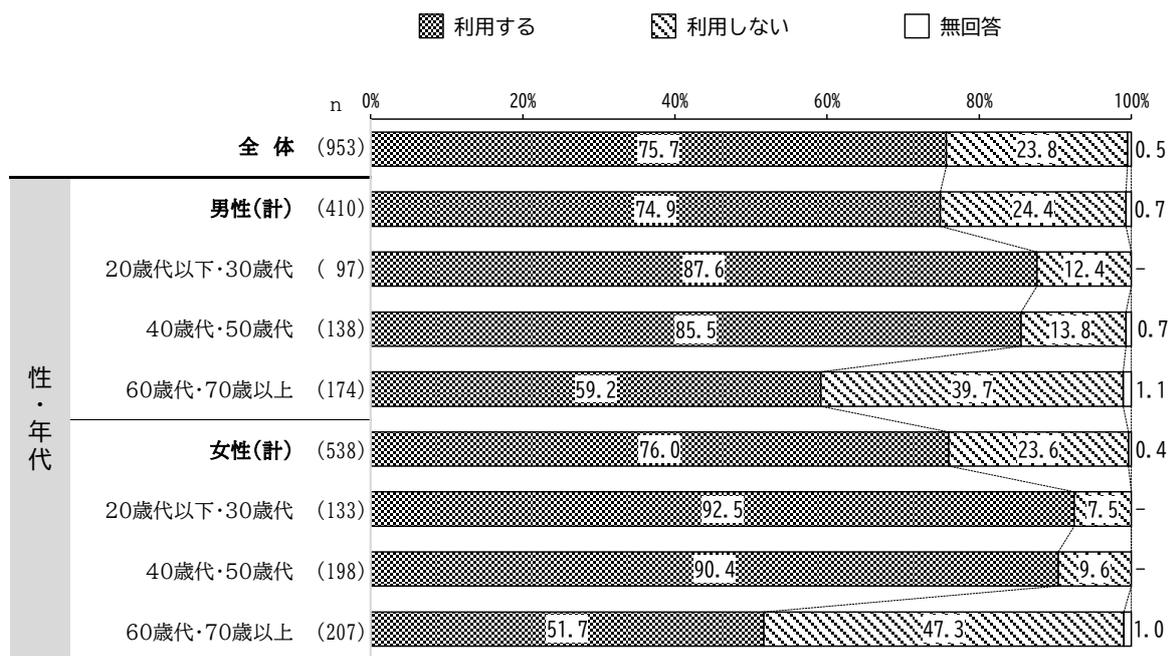
性・年代別にみると、女性の60歳代・70歳以上は「商品を直接確認したい」(52.6%)が最も高く、次いで「インターネットを利用しない」(38.8%)が高い。

問4 キャッシュレス決済の利用について

(1) キャッシュレス決済手段の日常的な利用

問4-(1) あなたは、クレジットカードやスマートフォンなどのキャッシュレス決済手段を日常的に利用しますか。(単数回答)

● キャッシュレス決済の日常利用は「利用する」が75.7%。



全体では、「利用する」は75.7%、「利用しない」は23.8%となっている。

性別にみると、男女ともに「利用する」が7割台と高く、傾向に違いは見られない。

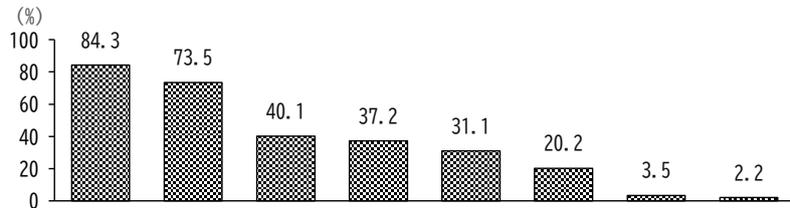
性・年代別にみると、男性の20歳代以下・30歳代と40歳代・50歳代では「利用する」がともに8割台。女性の20歳代以下・30歳代と40歳代・50歳代では「利用する」が9割台となっている。一方で、60歳代・70歳以上になると男女とも5割台へと減少している。若年層ほどキャッシュレスの利用率が高く、高齢層では現金志向といった傾向がみられる。

(2) キャッシュレス決済を日常的に利用する理由

【問4 - (1) で「1 利用する」に回答した方のみ】

問4 - (2) その理由は何ですか。(複数回答可)

● キャッシュレス決済を利用する理由は「支払いがスムーズ」が84.3%で最も高い。



		回答者数	支払いがスムーズ	ポイントが貯まる	キャッシュレス決済対応の店が増えた	財布がかさばらない	購入、支払いのデータが残る	キャッシュレスの方がお金の管理がしやすい	その他	無回答
回答者数は実数 項目は割合値 (%)										
全体		721	84.3	73.5	40.1	37.2	31.1	20.2	3.5	2.2
性・年代	男性 (計)	307	84.7	70.4	44.6	42.3	30.9	20.2	2.0	1.6
	20歳代以下・30歳代	85	91.8	69.4	41.2	52.9	35.3	22.4	1.2	-
	40歳代・50歳代	118	87.3	76.3	46.6	41.5	26.3	17.8	2.5	-
	60歳代・70歳以上	103	75.7	64.1	44.7	34.0	33.0	21.4	1.9	4.9
	女性 (計)	409	83.9	75.6	36.7	32.8	31.3	20.5	4.6	2.7
	20歳代以下・30歳代	123	95.9	78.9	38.2	46.3	40.7	33.3	4.1	-
	40歳代・50歳代	179	83.8	78.8	39.1	31.3	26.8	13.4	4.5	2.8
60歳代・70歳以上	107	70.1	66.4	30.8	19.6	28.0	17.8	5.6	5.6	

注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「無回答」を除く）

全体では、「支払いがスムーズ」84.3%で最も高く、次いで「ポイントが貯まる」(73.5%)、「キャッシュレス決済対応の店が増えた」(40.1%)の順で続いている。

性別にみると、男女ともに「支払いがスムーズ」が最も高く、「ポイントが貯まる」が続いている。「キャッシュレス決済対応の店が増えた」は男性では4割台、女性では3割台となっている。

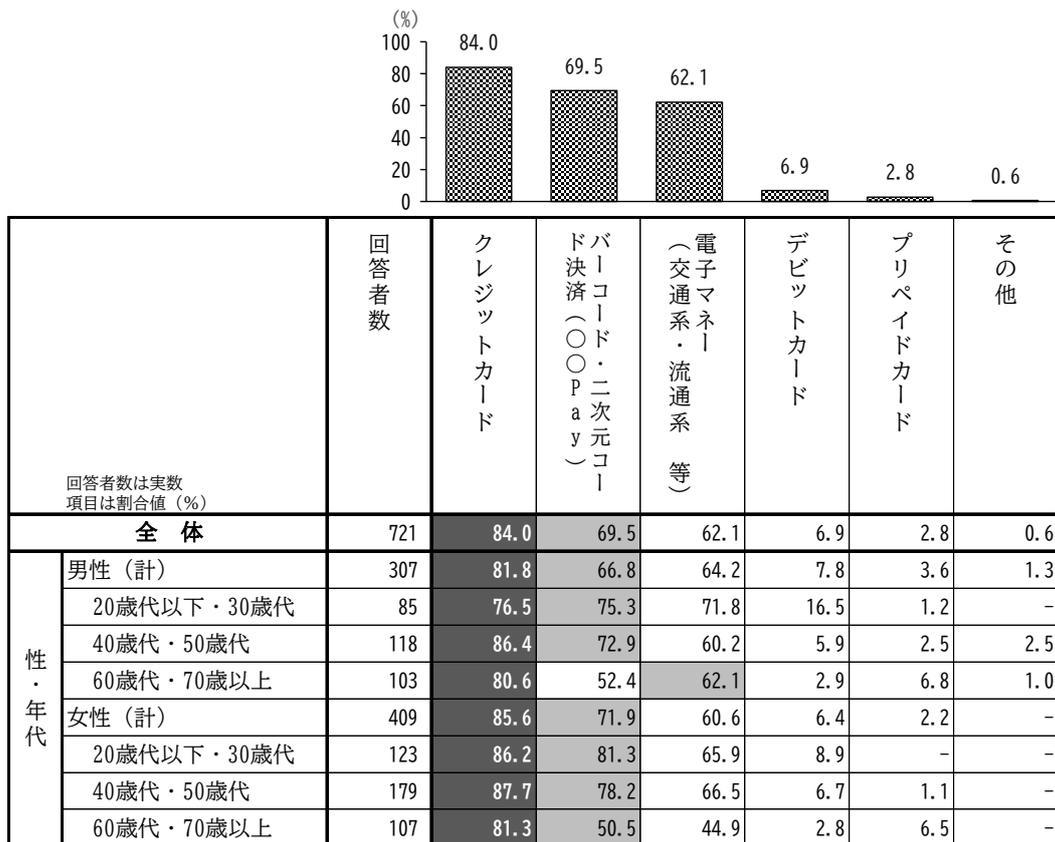
性・年代別にみると、他の年代別に比べて、男性の40歳代・50歳代は「キャッシュレス決済対応の店が増えた」が46.6%で高く、女性の20歳代以下・30歳代は「支払いがスムーズ」(95.9%)、「ポイントが貯まる」(78.9%)、「購入、支払いのデータが残る」(40.7%)、「キャッシュレスの方がお金の管理がしやすい」(33.3%)が高い。

(3) 利用しているキャッシュレス決済手段

【問4-(1)で「1 利用する」に回答した方のみ】

問4-(3) あなたが利用しているキャッシュレス決済手段は何ですか。
(3つまで複数回答可)

● キャッシュレス決済の種類は「クレジットカード」が84.0%で最も高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」を除く）

全体では、「クレジットカード」が84.0%で最も高く、次いで「バーコード・二次元コード決済 (〇〇Pay)」(69.5%)、「電子マネー (交通系・流通系 等)」(62.1%) が6割台で続き、「デビットカード」や「プリペイドカード」は1割未満にとどまっており、決済手段はクレジットカード、コード決済、電子マネーが主流となっている。

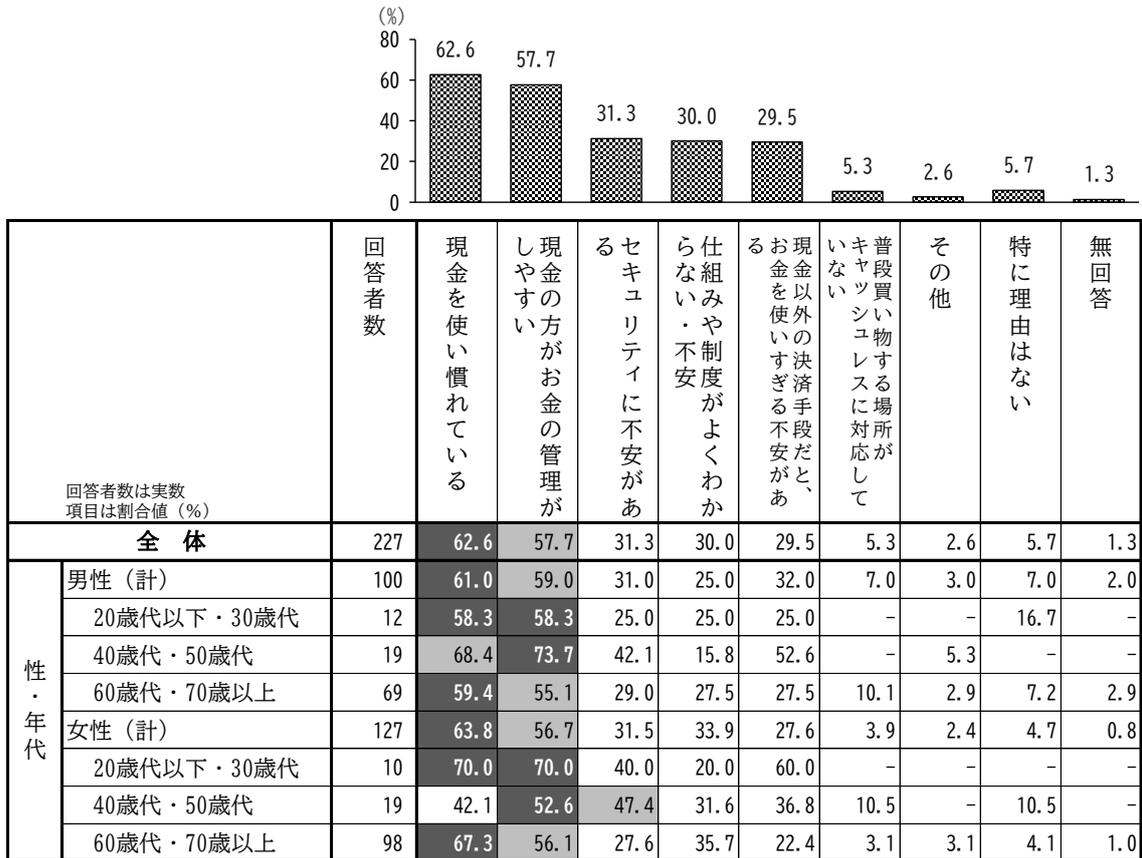
性・年代別にみると、性別による大きな差はみられず、また各年代でも全体と同様に3種の決済方法が主流となっている。

(4) キャッシュレス決済を日常的に利用しない理由

【問4－(1)で「2 利用しない」に回答した方のみ】

問4－(4) その理由は何ですか。(複数回答可)

● キャッシュレス決済を利用しない理由は「現金を使い慣れている」が62.6%で最も高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「特に理由はない」、「無回答」を除く）

全体では、「現金を使い慣れている」が62.6%で最も高く、次いで「現金の方がお金の管理がしやすい」(57.7%)、「セキュリティに不安がある」(31.3%)の順で続いている。キャッシュレス決済を利用しない理由は、現金への慣れと管理のしやすさが主流となっている。

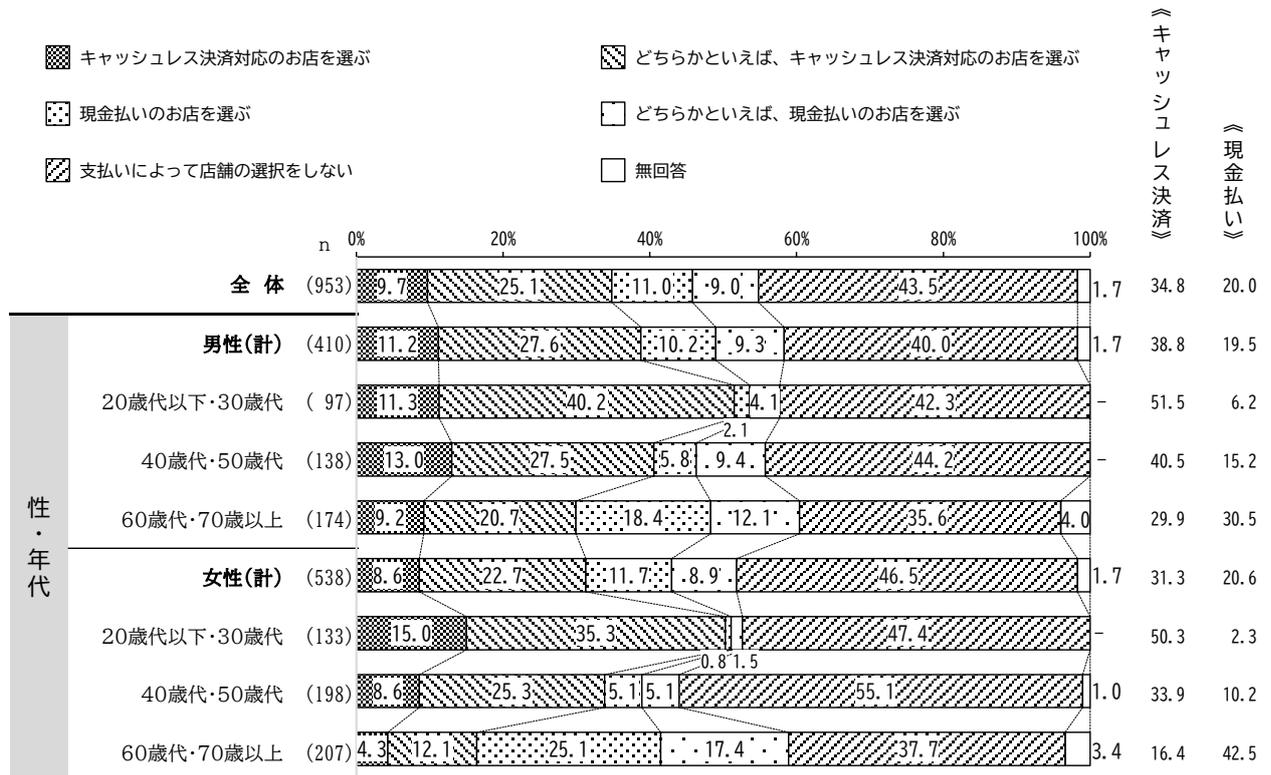
性別にみると、「現金を使い慣れている」(男性：61.0%、女性：63.8%)が最も高く、「現金の方がお金の管理がしやすい」(男性：59.0%、女性56.7%)が続き、性別による違いはみられない。

性・年代別にみると、60歳代・70歳以上の理由は、男女ともに「現金を使い慣れている」、「現金の方がお金の管理がしやすい」が上位を占めている。

(5) キャッシュレス決済対応の有無によるお店選び

問4 - (5) 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。(単数回答)

● お店の選び方について《キャッシュレス決済》のお店を選ぶが34.8%、《現金払い》のお店を選ぶが20.0%。



全体では、「キャッシュレス対応のお店を選ぶ」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」をあわせた《キャッシュレス決済》が34.8%、「どちらかといえば、現金払いのお店を選ぶ」と「現金払いのお店を選ぶ」をあわせた《現金払い》が20.0%となっており、キャッシュレス対応のお店を選ぶ人が多い。また、お店選びに際しては、「支払いによって店舗の選択をしない」が43.5%となっている。

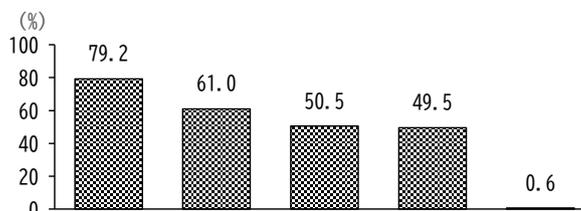
性別にみると、《キャッシュレス決済》では男性が38.8%、女性が31.3%で、男性が女性より7.5ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、20歳代以下・30歳代では《キャッシュレス決済》が男性51.5%、女性50.3%と高いが、男女とも年代が高くなるにつれて減少し、60歳代・70歳以上では男性では《キャッシュレス決済》と《現金払い》が同水準、女性では《現金払い》が42.5%と《キャッシュレス決済》を26.1ポイント上回っている。

(6) キャッシュレス対応のお店を選ぶ理由

【問4－(5)で「1」、「2」(キャッシュレス決済対応店を選択)に回答した方のみ】
 問4－(6)その理由は何ですか。(複数回答可)

● キャッシュレス決済対応のお店を選ぶ理由は「支払いがスムーズ」が79.2%で最も高い。



		回答者数	支払いがスムーズ	ポイントを貯めたい	キャッシュレスが習慣となった	現金を持ち歩かない	その他
回答者数は実数 項目は割合値 (%)							
全体		331	79.2	61.0	50.5	49.5	0.6
性・年代	男性 (計)	159	81.1	56.0	52.2	47.8	0.6
	20歳代以下・30歳代	50	76.0	44.0	62.0	54.0	-
	40歳代・50歳代	56	83.9	62.5	46.4	50.0	1.8
	60歳代・70歳以上	52	84.6	59.6	48.1	38.5	-
	女性 (計)	168	77.4	64.9	49.4	51.8	0.6
	20歳代以下・30歳代	67	73.1	58.2	49.3	62.7	1.5
	40歳代・50歳代	67	82.1	68.7	53.7	49.3	-
60歳代・70歳以上	34	76.5	70.6	41.2	35.3	-	

注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」を除く）

全体では、「支払いがスムーズ」79.2%で最も高く、次いで「ポイントを貯めたい」が61.0%、「キャッシュレスが習慣となった」(50.5%)、「現金を持ち歩かない」(49.5%)が5割前後となっており、キャッシュレス決済のお店を選ぶ理由はさまざまとなっている。

性別にみると、「支払いがスムーズ」(男性：81.1%、女性77.4%)は男性が女性より3.7ポイント高く、「ポイントを貯めたい」(男性：56.0%、女性：64.9%)は女性が男性より8.9ポイント高くなっている。

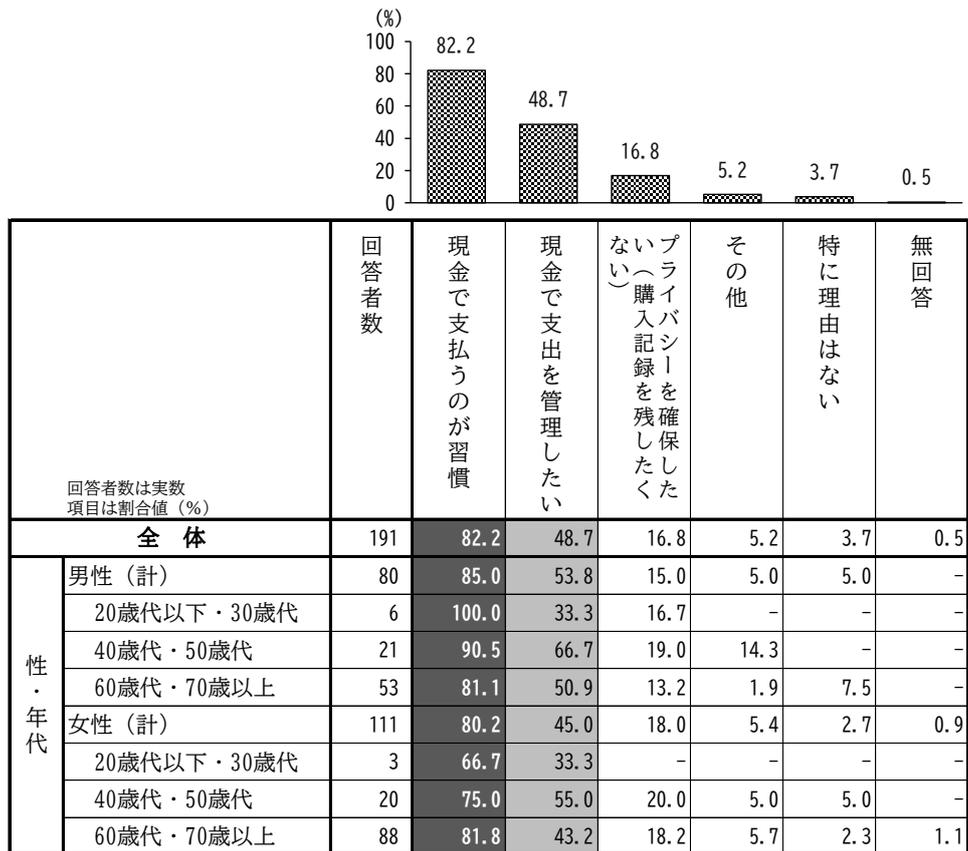
性・年代別にみると、いずれの年代でも「支払いがスムーズ」が7割以上あげられている。「ポイントを貯めたい」は20歳代以下・30歳代を除き、次いで高くなっているが、男性20歳代以下・30歳代では「キャッシュレスが習慣となった」(62.0%)、女性20歳代以下・30歳代では「現金を持ち歩かない」(62.7%)が6割台で他の年代より高くなっている。

(7) 現金払いのお店を選ぶ理由

【問4 - (5) で「3」、「4」(現金対応店を選択)に回答した方のみ】

問4 - (7) その理由は何ですか。(複数回答可)

● 現金払いのお店を選ぶ理由は「現金で支払うのが習慣」が82.2%で最も高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「特に理由はない」、「無回答」を除く）

全体では、「現金で支払うのが習慣」が82.2%で特に高く、これに「現金で支出を管理したい」(48.7%)で続いており、現金払いのお店を選ぶ理由は、習慣と支出管理が主となっている。

性別にみると、全体と同様に「現金で支払うのが習慣」、「現金で支出を管理したい」の2項目が上位にあげられ、性差による大きな違いはみられない。

性・年代別にみると、60歳代・70歳以上で男女とも全体と同様の結果となっている。

3 創業・起業意識調査の結果

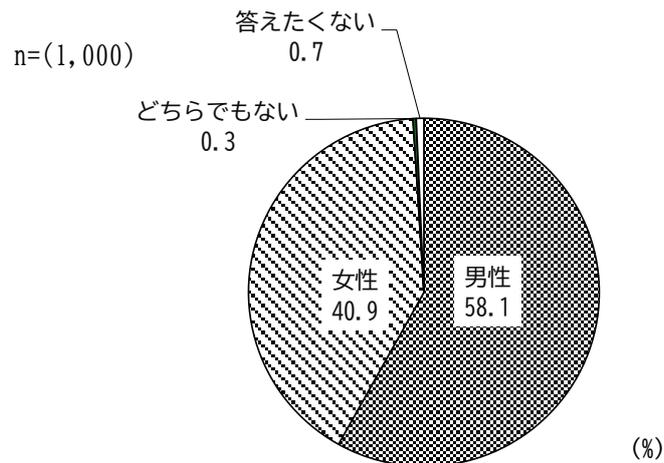
1 事前スクリーニング調査聴取項目

※登録モニターの中から起業の経験や興味がある人に絞るための質問

(1) 性別

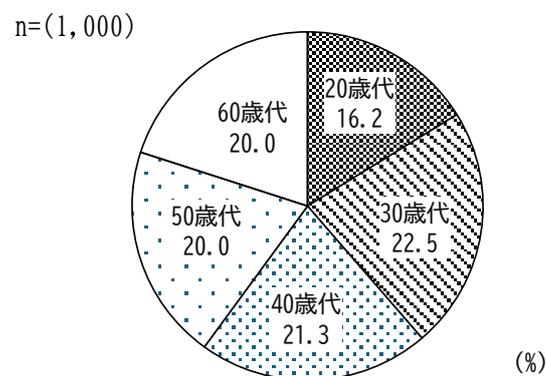
Q1 あなたの性別はどちらですか。(単数回答)

● 「男性」が58.1%、「女性」が40.9%。



(2) 年代

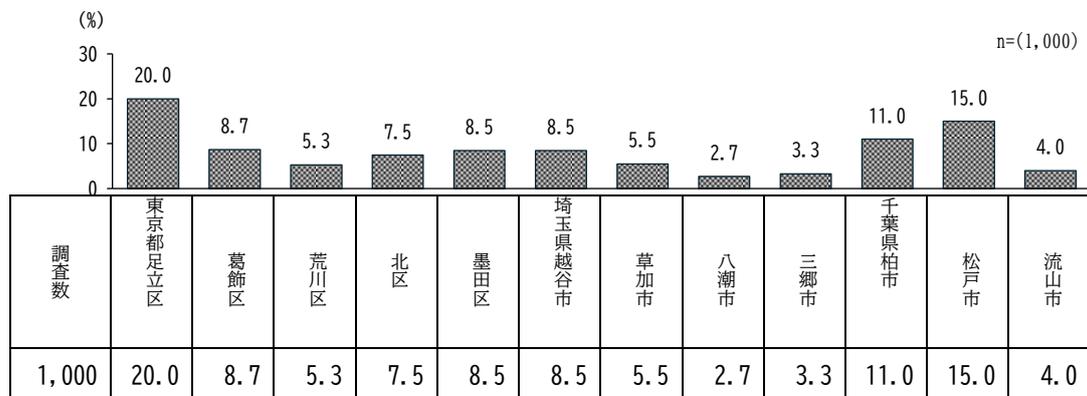
Q2 あなたの年代はどれにあたりますか。(単数回答)



第2章 各調査の結果

(3) 居住場所

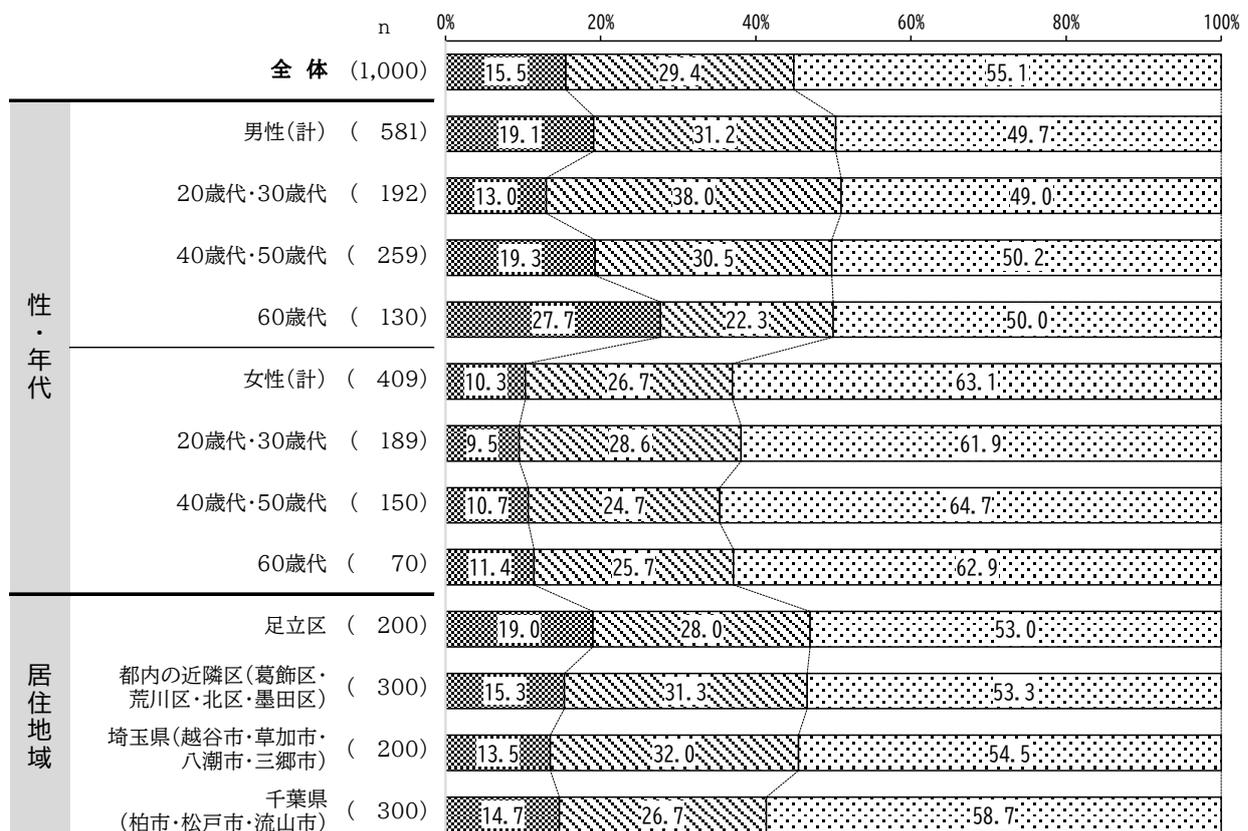
Q3 あなたのお住まいの場所はどれにあたりますか。(単数回答)



(4) 起業・創業・独立経験

Q4 あなたは、最近10年くらいの間に、起業・創業・独立をした経験をお持ちですか。(単数回答)

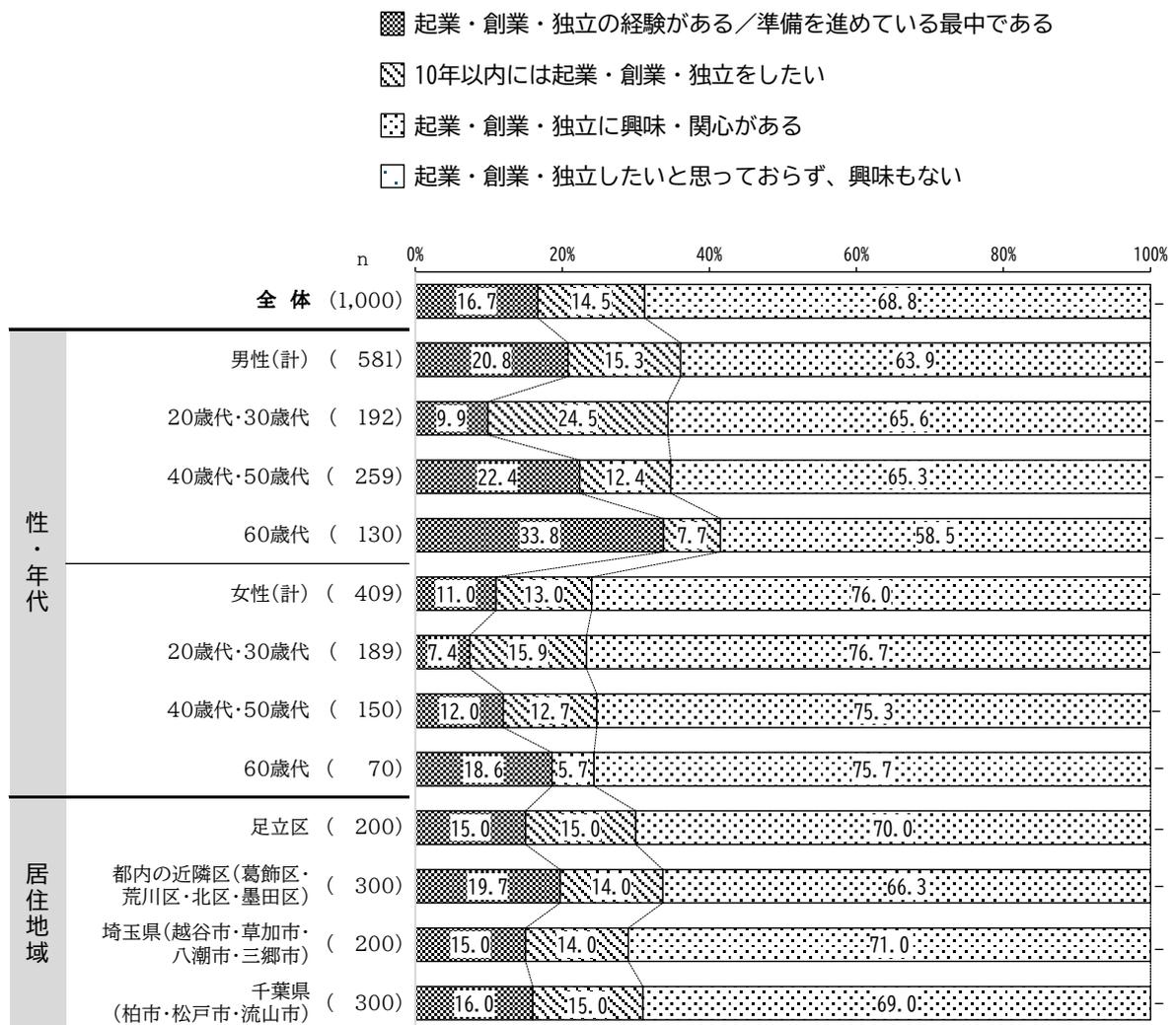
- 最近10年くらいの間に起業・創業・独立をした
- ▨ 最近10年くらいの間に起業・創業・独立の検討や準備をしたが、実際にはしなかった
- ▤ 最近10年くらいの間に起業・創業・独立を考えたことはない



(5) 起業・創業・独立への興味

Q5 あなたは、起業・創業・独立に少しでも興味がありますか。(単数回答)

- ※ 学校卒業後や早期退職・定年退職後の起業・創業・独立も含めてお考えください。
- ※ 2回目や2件目も含めてください。

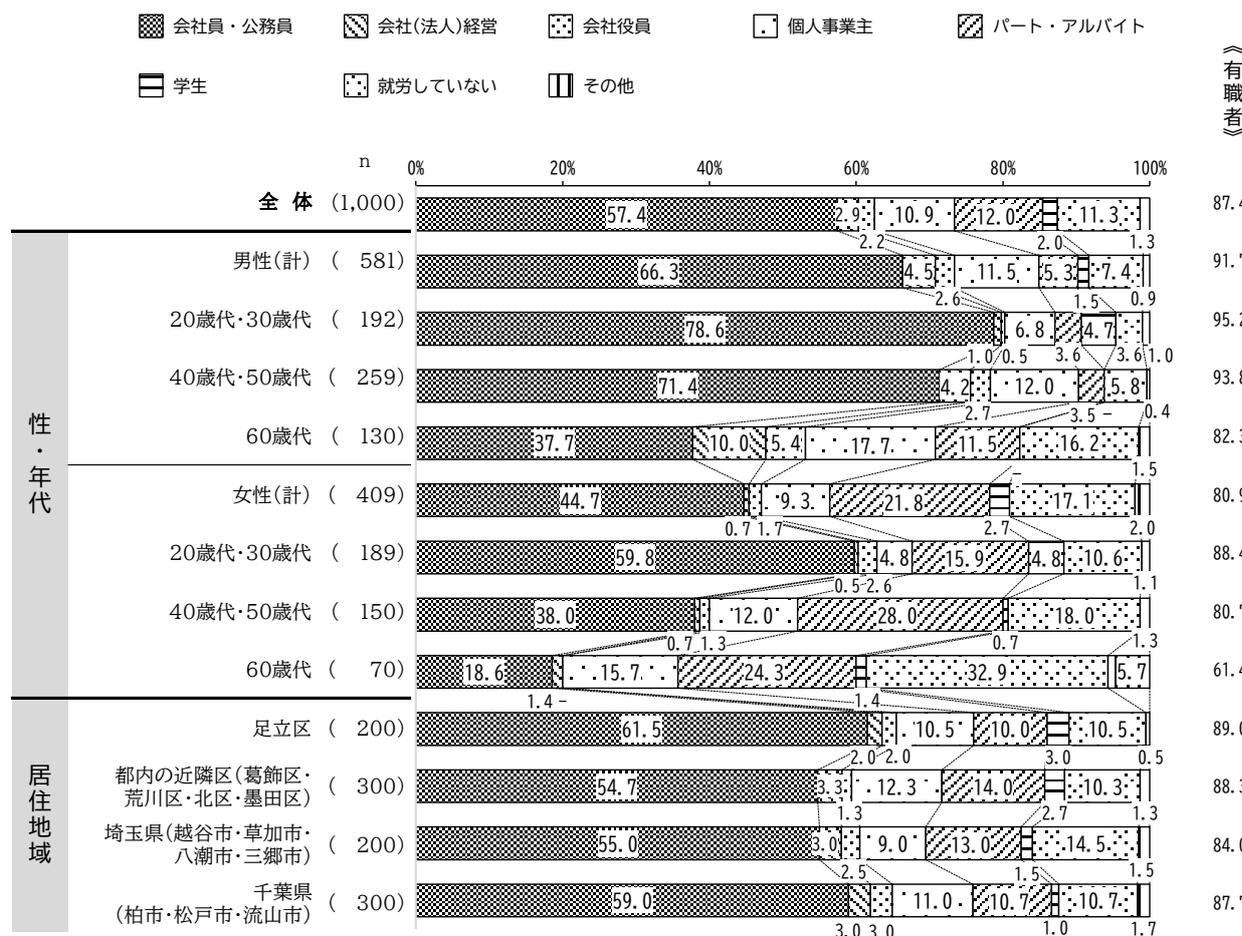


2 本調査聴取項目

(1) 職業

問1 あなたの現在のご職業は、次のどれにあたりますか。(単数回答)

● 職業は「会社員・公務員」が57.4%で最も高い。



全体では、「会社員・公務員」が57.4%と最も高く、次いで「パート・アルバイト」(12.0%)、「就労していない」(11.3%)の順で続いている。

性別にみると、「会社員・公務員」は、男性が66.3%で、女性(44.7%)より21.6ポイント高くなっている。一方、「パート・アルバイト」は女性が21.8%で、男性の5.3%と比較して女性が16.5ポイント高くなっている。また、「就労していない」も女性が17.1%で、男性(7.4%)より9.7ポイント高くなっている。

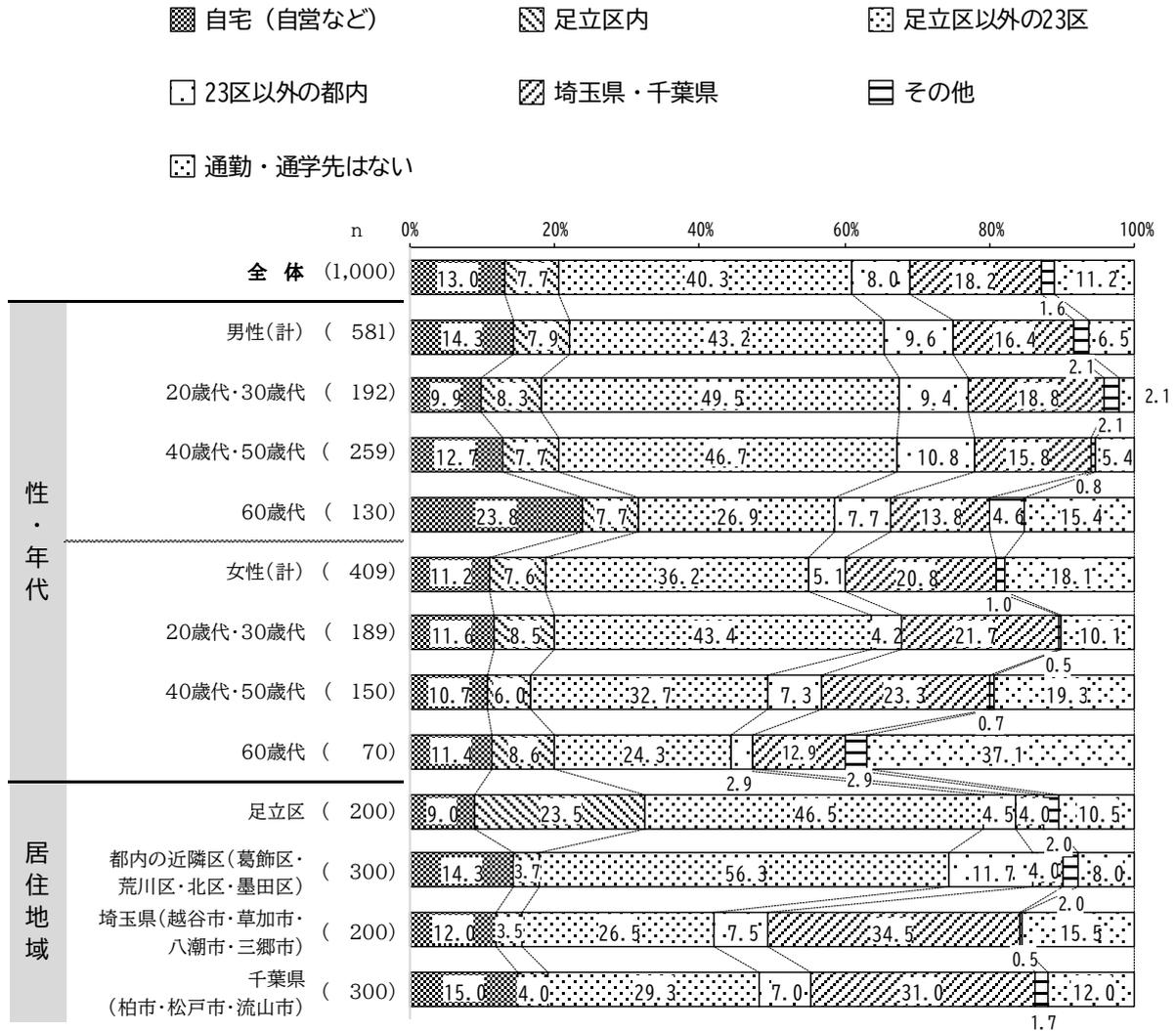
性・年代別にみると、「会社員・公務員」の割合は、男性の20歳代・30歳代が78.6%で最も高く、女性の60歳代が18.6%で最も低い。「パート・アルバイト」は女性の40歳代・50歳代が28.0%と最も高く、次いで60歳代が24.3%となっている。

居住地域別にみると、「会社員・公務員」の割合は、いずれも半数以上で、「足立区」(61.5%)と千葉県(柏市・松戸市・流山市)(59.0%)で6割前後となっている。「パート・アルバイト」は都内の近隣区(葛飾区・荒川区・北区・墨田区)が14.0%で最も高く、足立区が10.0%と最も低い。地域間で大きな差はみられない。

(2) 主な通勤・通学先

問2 あなたの主な通勤・通学先はどちらですか。(単数回答)

● 主な通勤・通学先は「足立区以外の23区」が40.3%で最も高い。



全体では、「足立区以外の23区」で40.3%と最も高く、次いで「埼玉県・千葉県」(18.2%)、「自宅(自営など)」(13.0%)の順が続いている。

性別にみると、「足立区以外の23区」の割合は、男性が43.2%と、女性(36.2%)より7.0ポイント高くなっている。一方、「埼玉県・千葉県」の割合は女性が20.8%で、男性(16.4%)より4.4ポイント高い結果となっている。

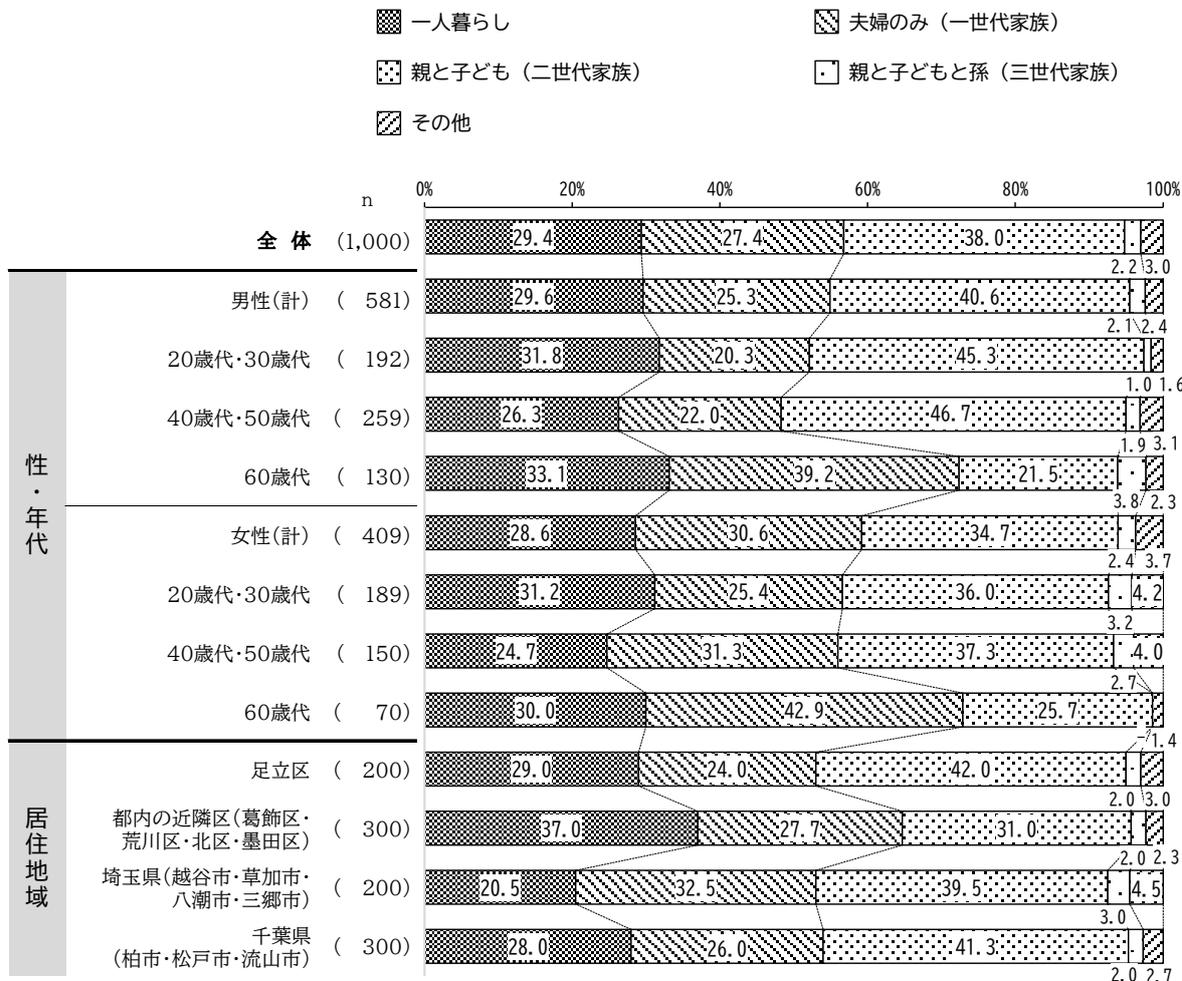
性・年代別にみると、「足立区以外の23区」の割合は、男性の20歳代・30歳代が49.5%と最も高く、次いで男性の40歳代・50歳代(46.7%)、女性の20歳代・30歳代(43.4%)が4割台と高くなっている。「自宅(自営など)」の割合は、男性の60歳代が23.8%で最も高い。

居住地域別にみると、他の地域別に比べて都内の近隣区（葛飾区・荒川区・北区・墨田区）は「足立区以外の23区」（56.3%）と「23区以外の都内」（11.7%）が高く、千葉県（柏市・松戸市・流山市）は「自宅（自営など）」が15.0%で高くなっている。

(3) 同居の家族構成

問3 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。
(単数回答)

● 同居の家族構成は「親と子ども（二世世代家族）」が38.0%で最も高い。



全体では、「親と子ども（二世世代家族）」が38.0%で最も高く、次いで「一人暮らし」（29.4%）、「夫婦のみ（一世代家族）」（27.4%）の順で続いている。

性別にみると、男性は女性に比べて「一人暮らし」（29.6%）、「親と子ども（二世世代家族）」（40.6%）が高くなっている。

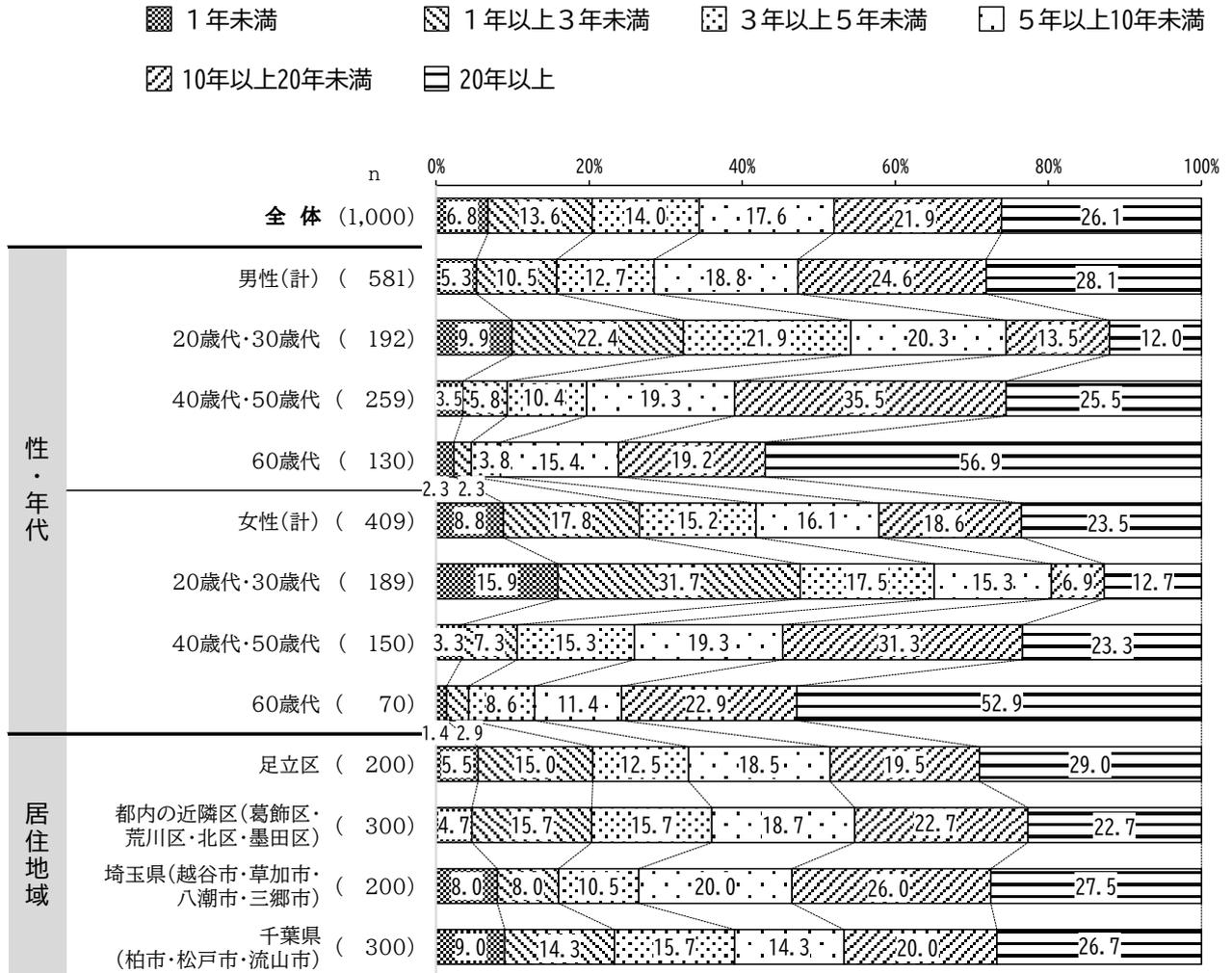
性・年代別にみると、他の性・年代別に比べて男性の40歳代・50歳代は「親と子ども（二世世代家族）」が46.7%で最も高く、男性の60歳代は「一人暮らし」（33.1%）と「親と子どもと孫（三世世代家族）」（3.8%）が高く、女性の60歳代は「夫婦のみ（一世代家族）」（42.9%）が最も高くなっている。

居住地域別にみると、「親と子ども（二世代家族）」は「足立区」が42.0%で最も高くなっている。一方、他の地域別に比べて、埼玉県（越谷市・草加市・八潮市・三郷市）は「夫婦のみ（一世代家族）」が32.5%、「親と子どもと孫（三世代家族）」が3.0%で高くなっている。

(4) 居住年数

問4 あなたが現在のところにお住まいになってから、延べ何年になりますか。(単数回答)

● 現在住んでいる場所の居住期間は「20年以上」が26.1%で最も高い。



全体では、居住期間は「20年以上」が26.1%で最も高く、次いで「10年以上20年未満」(21.9%)、「5年以上10年未満」(17.6%)の順が続いている。

性別にみると、「1年未満」「1年以上3年未満」「3年以上5年未満」では女性が男性より高く、「5年以上10年未満」「10年以上20年未満」「20年以上」では男性が女性より高い傾向がみられる。

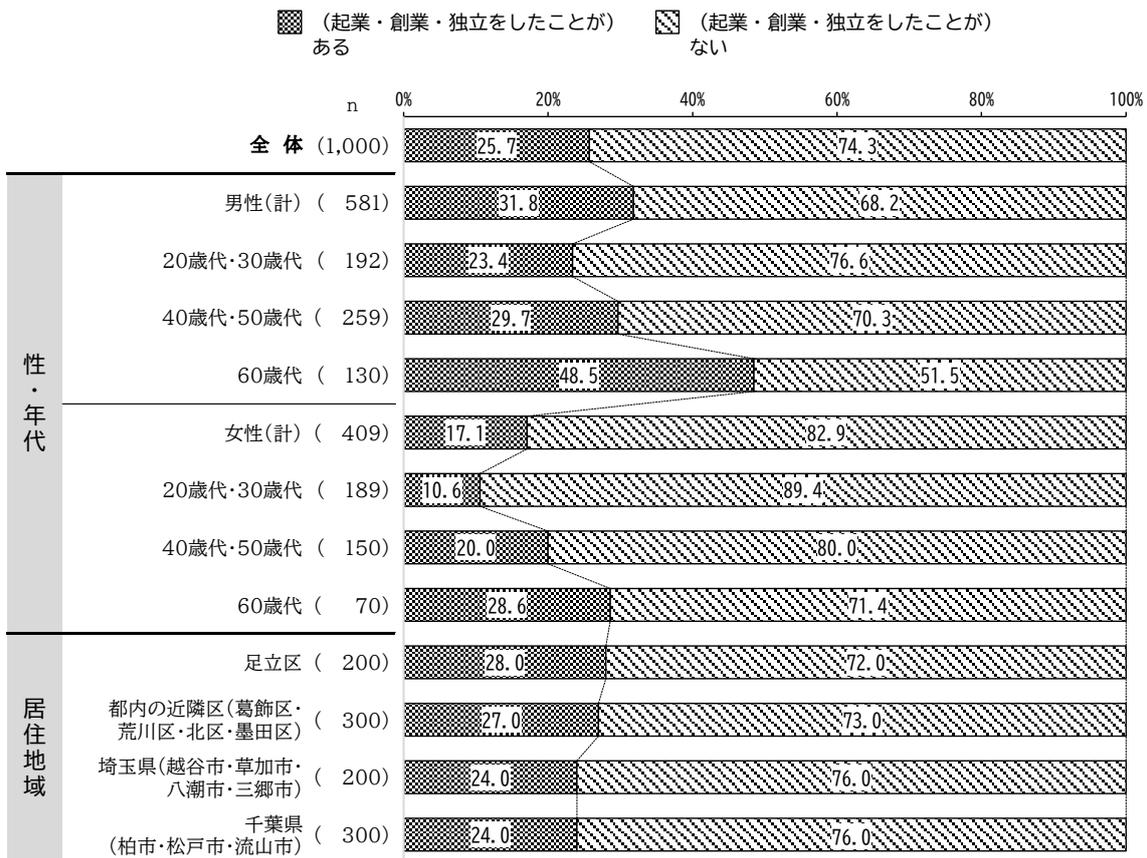
性・年代別にみると、他の性・年代別と比べて、女性の20歳代・30歳代は「1年未満」(15.9%)と「1年以上3年未満」(31.7%)が高く、男性の20歳代・30歳代は「3年以上5年未満」(21.9%)と「5年以上10年未満」(20.3%)が高くなっている。また、男性の60歳代は「20年以上」が56.9%で最も高くなっている。

居住地域別にみると、「20年以上」の割合は足立区が29.0%で最も高くなっている。「5年以上10年未満」、「10年以上20年未満」は埼玉県（越谷市・草加市・八潮市・三郷市）が高くなっている。

(5) 起業・創業・独立経験

問5 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。
(単数回答)

● 「(起業・創業・独立をしたことが) ある」は25.7%。



全体では、「(起業・創業・独立をしたことが) ある」は25.7%、「(起業・創業・独立をしたことが) ない」は74.3%となっている。

性別にみると、「ある」の割合は男性が31.8%で、女性(17.1%)より14.7ポイント高い。

性・年代別にみると、「ある」の割合が最も高いのは男性の60歳代で48.5%と半数近くに達している。次いで男性の40歳代・50歳代が29.7%となっている。女性では60歳代が28.6%で最も高く、最も低いのは女性の20歳代・30歳代の10.6%となっている。

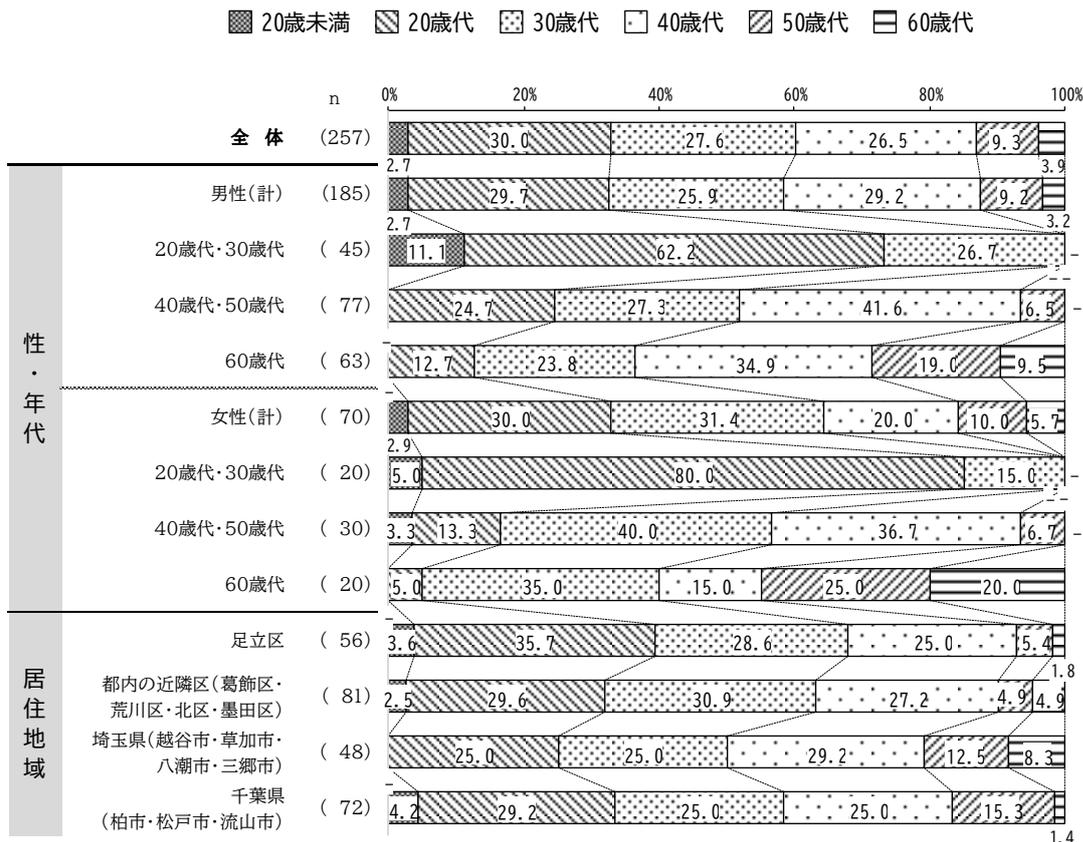
居住地域別にみると、「ある」の割合は「足立区」が28.0%で最も高く、次いで「都内の近隣区(葛飾区・荒川区・北区・墨田区)」が27.0%となっている。地域間で大きな差はみられない。

(6) 起業・創業・独立した年齢

【問5で「1 ある」と回答した方に】

問6 あなたは、何歳の時に起業・創業・独立しましたか。(単数回答)
 複数回の経験がある方は、直近のものでご回答ください。

● 起業・創業・独立時の年齢は「20歳代」が30.0%で最も高い。



全体では、「20歳代」が30.0%で最も高く、次いで「30歳代」(27.6%)、「40歳代」(26.5%)となっており、40歳代までの起業が8割以上を占めている。

性別にみると、女性は「20歳未満」(2.9%)、「20歳代」(30.0%)、「30歳代」(31.4%)、「50歳代」(10.0%)、「60歳代」(5.7%)が男性よりも高くなっている。

性・年代別にみると、男性の20歳代・30歳代で62.2%と最も高くなっている。

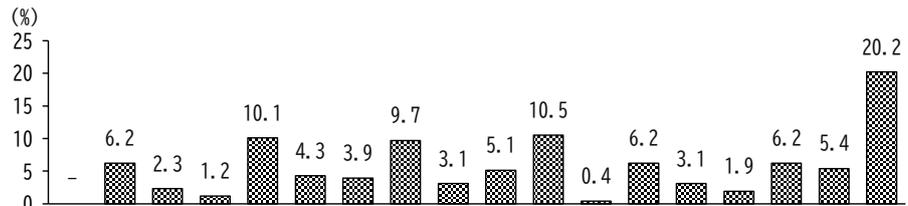
居住地域別にみると、「20歳代」で起業した割合は足立区が35.7%で最も高くなっている。他の地域別に比べて、都内の近隣区(葛飾区・荒川区・北区・墨田区)は「30歳代」が30.9%で最も高くなっている。

(7) 起業・創業・独立した業種

【問5で「1 ある」と回答した方に】

問7 あなたが起業・創業・独立したのは、どのような業種ですか。(単数回答)
複数回の経験がある方は、直近のものでご回答ください。

● 起業・創業・独立した業種は「その他サービス業」が20.2%で最も高い。



		回答者数	農業	建設業	製造業	電気・ガス・熱供給・水道業	情報通信業	運輸業	卸売業	小売業	金融業・保険業	不動産業・物品賃貸業	学術研究・専門技術サービス業	宿泊業	飲食サービス業	生活関連サービス業	娯楽業	教育	医療・福祉	その他サービス業
全体		257	-	6.2	2.3	1.2	10.1	4.3	3.9	9.7	3.1	5.1	10.5	0.4	6.2	3.1	1.9	6.2	5.4	20.2
性・年代	男性(計)	185	-	8.1	2.7	1.6	9.7	5.9	4.9	9.2	4.3	6.5	8.1	-	6.5	2.2	2.2	3.8	4.9	19.5
	20歳代・30歳代	45	-	11.1	-	2.2	11.1	6.7	2.2	8.9	4.4	4.4	6.7	-	4.4	2.2	6.7	6.7	4.4	17.8
	40歳代・50歳代	77	-	7.8	1.3	2.6	13.0	7.8	5.2	10.4	2.6	6.5	6.5	-	7.8	3.9	1.3	2.6	5.2	15.6
	60歳代	63	-	6.3	6.3	-	4.8	3.2	6.3	7.9	6.3	7.9	11.1	-	6.3	-	-	3.2	4.8	25.4
	女性(計)	70	-	1.4	1.4	-	11.4	-	1.4	11.4	-	1.4	17.1	1.4	5.7	5.7	-	12.9	5.7	22.9
	20歳代・30歳代	20	-	5.0	5.0	-	5.0	-	5.0	15.0	-	-	5.0	5.0	15.0	5.0	-	5.0	15.0	15.0
	40歳代・50歳代	30	-	-	-	-	23.3	-	-	10.0	-	-	26.7	-	-	3.3	-	10.0	3.3	23.3
60歳代	20	-	-	-	-	-	-	-	10.0	-	5.0	15.0	-	5.0	10.0	-	25.0	-	30.0	
居住地域	足立区	56	-	7.1	5.4	-	14.3	5.4	5.4	14.3	3.6	1.8	7.1	1.8	7.1	-	-	3.6	8.9	14.3
	都内の近隣区(葛飾区・荒川区・北区・墨田区)	81	-	6.2	-	-	16.0	1.2	7.4	4.9	1.2	6.2	13.6	-	4.9	6.2	2.5	4.9	6.2	18.5
	埼玉県(越谷市・草加市・八潮市・三郷市)	48	-	8.3	6.3	4.2	4.2	4.2	-	18.8	6.3	6.3	6.3	-	6.3	2.1	-	4.2	2.1	20.8
	千葉県(柏市・松戸市・流山市)	72	-	4.2	-	1.4	4.2	6.9	1.4	5.6	2.8	5.6	12.5	-	6.9	2.8	4.2	11.1	4.2	26.4

注：濃い網は1位、薄い網は2位

全体では、「その他サービス業」が20.2%で最も高く、次いで「学術研究・専門技術サービス業」(10.5%)、「情報通信業」(10.1%)の順で続いている。

性別にみると、「その他サービス業」は女性が22.9%で、男性(19.5%)より3.4ポイント高くなっている。「学術研究・専門技術サービス業」は女性が17.1%で、男性(8.1%)より9.0ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、女性の40歳代・50歳代では「学術研究・専門技術サービス」が26.7%で最も高い。

居住地域別にみると、「飲食サービス業」(7.1%)、「医療・福祉」(8.9%)は、足立区が他の地域別よりも高くなっている。

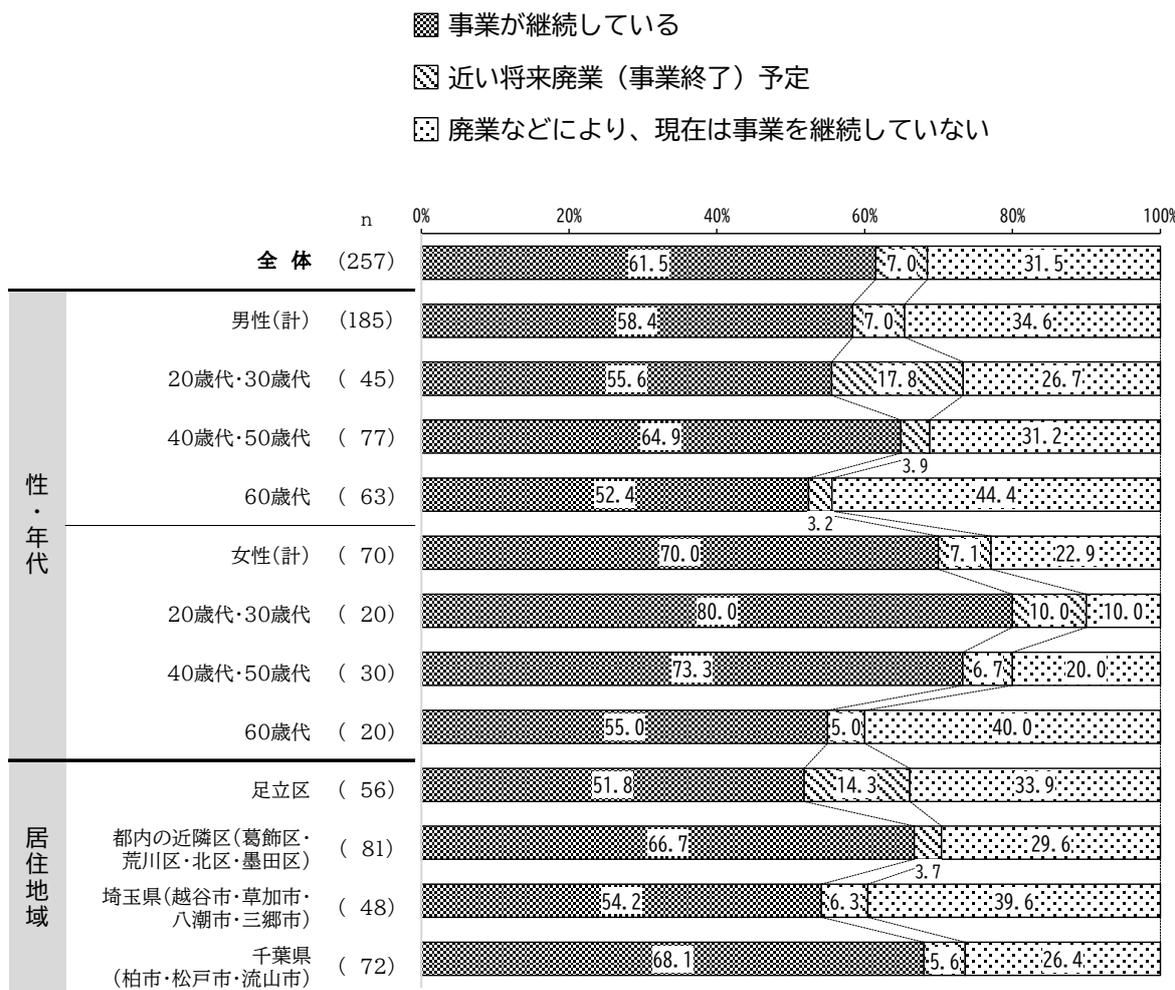
他の地域別にみると、埼玉県(越谷市・草加市・八潮市・三郷市)は「建設業」(8.3%)、「製造業」(6.3%)、「電気・ガス・熱供給・水道業」(4.2%)、「小売業」(18.8%)、「金融業・保険業」(6.3%)、「不動産業・物品賃貸業」(6.3%)で高くなっている。

(8) 起業・創業・独立後の現在の状況

【問5で「1 ある」と回答した方に】

問8 あなたが、起業・創業・独立した後の、現在の状況はいかがですか。(単数回答)
 複数回の経験がある方は、直近のものでご回答ください。

● 起業・創業・独立した事業は「事業が継続している」が61.5%で最も高い。



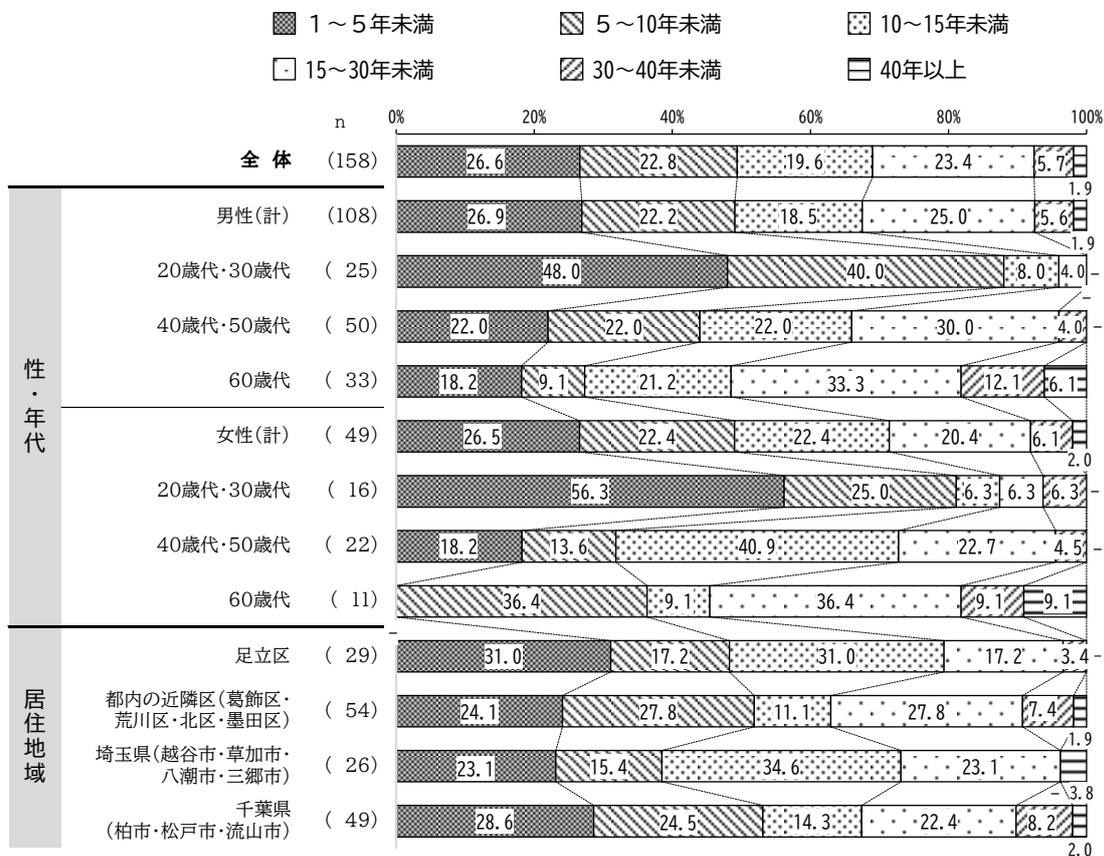
全体では、事業が「継続している」が61.5%となっている。「近い将来廃業(事業終了)予定」が7.0%、「廃業などにより、現在は事業を継続していない」が31.5%となっている。

性別にみると、「継続している」は女性が70.0%で、男性(58.4%)より11.6ポイント高くなっている。

居住地域別にみると、「継続している」は千葉県（柏市・松戸市・流山市）が68.1%で最も高く、これに都内の近隣区（葛飾区・荒川区・北区・墨田区）（66.7%）で続いている。「廃業などにより、現在は事業を継続していない」は埼玉県（越谷市・草加市・八潮市・三郷市）が39.6%で高くなっている。

「1 事業が継続している」と回答した方（創業からの年数を実数値回答）

● 継続中の事業の期間は「1～5年未満」が26.6%で最も高い。



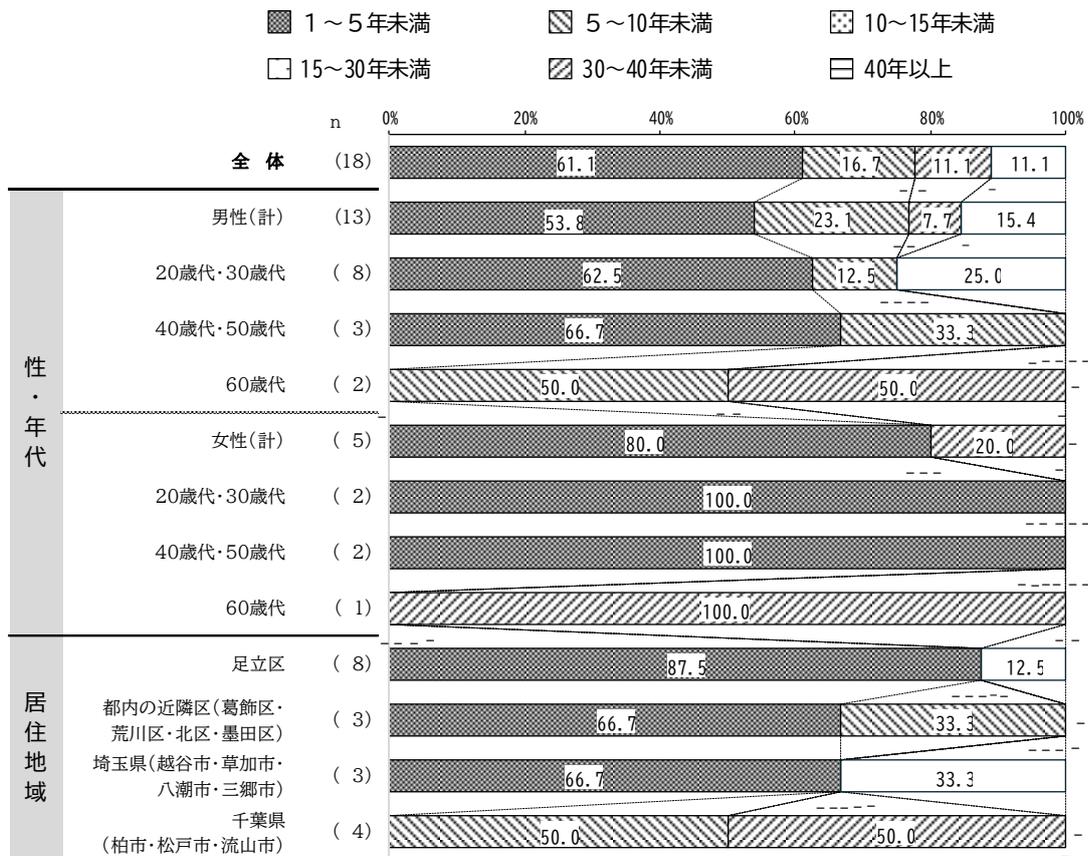
全体では、継続中の事業の期間は、「1～5年未満」が26.6%で最も高く、次いで「15～30年未満」(23.4%)、「5～10年未満」(22.8%)の順で続いている。

性別にみると、「15～30年未満」は男性が25.0%で、女性(20.4%)より男性のほうが4.6ポイント高くなっている。一方、「1～5年未満」は女性が26.5%で、男性(26.9%)とほぼ同水準となっている。

性・年代別にみると、男性の40歳代・50歳代は「15～30年未満」が30.0%で最も高い。

居住地別にみると、他の地域別に比べて、都内の近隣区(葛飾区・荒川区・北区・墨田区)は「5～10年未満」(27.8%)、「15～30年未満」(27.8%)が高くなっている。

「2 近い将来廃業（事業終了）予定」と回答した方（創業からの年数を実数値回答）

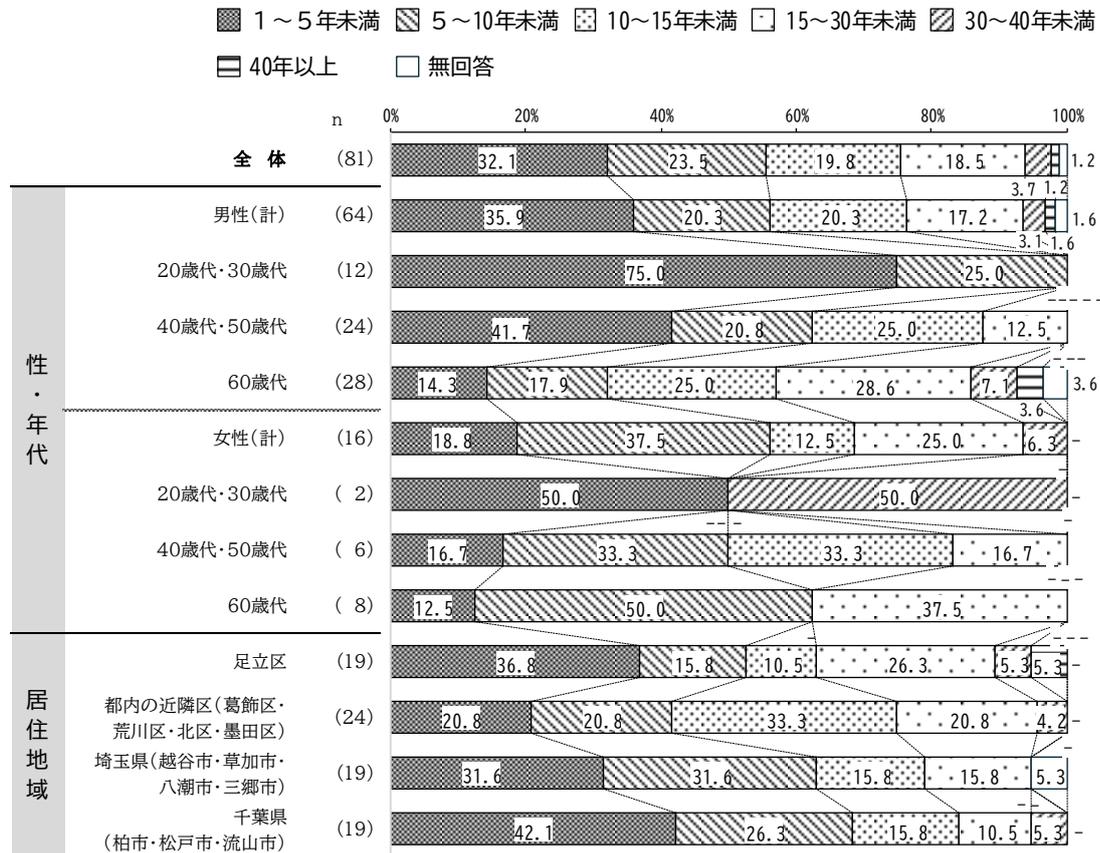


全体、性別、性・年代別、居住地域別は回答者数が少ないため、図表を参考とする。

第2章 各調査の結果

「3 廃業などにより、現在は事業を継続していない」と回答した方（創業から終了するまでの年数を実数値回答）

● 既に廃業した事業の期間は「1～5年未満」が32.1%で最も高い。



全体では、既に廃業した事業の期間は「1～5年未満」が32.1%で最も高く、次いで「5～10年未満」(23.5%)、「10～15年未満」(19.8%)の順が続いている。

性別にみると、男性は「1～5年未満」が35.9%で最も高くなっている。

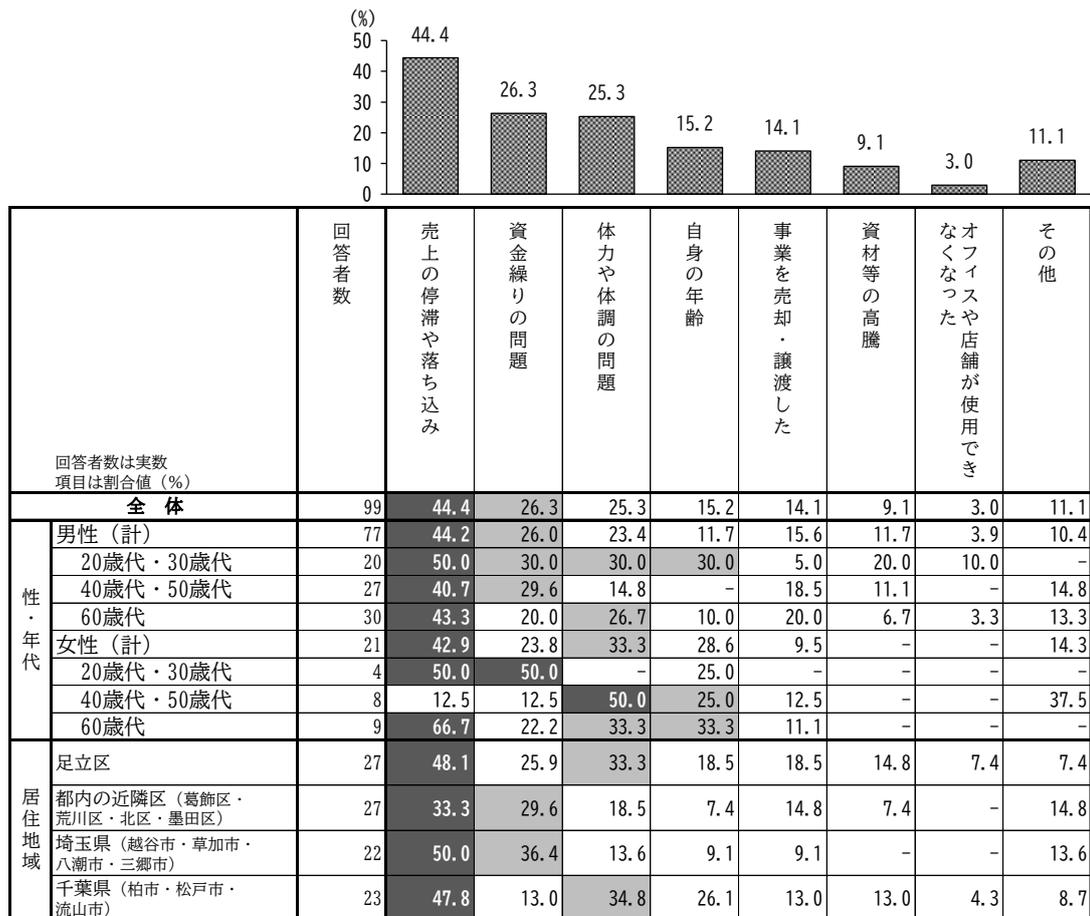
性・年代別、居住地別は回答者数が少ないため、図表を参考とする。

(9) 廃業（事業終了）の理由

【問8で「2 近い将来廃業（事業終了）予定」「3 廃業などにより、現在は事業を継続していない」と回答した方に】

問9 廃業（事業終了）をした、またはする理由はどんなことですか。（複数回答可）

● 事業を終了した理由では「売上の停滞や落ち込み」が44.4%で最も高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「無回答」を除く）

全体では、「売上の停滞や落ち込み」が44.4%で最も高く、次いで「資金繰りの問題」（26.3%）、「体力や体調の問題」（25.3%）の順で続いている。

性別にみると、男性は「売上の停滞や落ち込み」が44.2%で最も高く、次いで「資金繰りの問題」（26.0%）、「体力や体調の問題」（23.4%）の順で続いている。

性・年代別、居住地別は回答者数が少ないため、図表を参考とする。

[その他] 11件

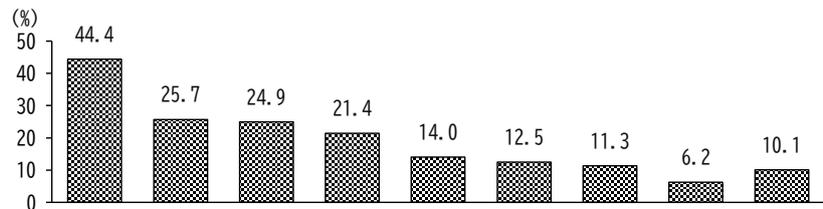
新型コロナの影響（3件）、企業への就職のため（3件）等。

(10) 起業・創業・独立した理由

【問5で「1 ある」と回答した方に】

問10 あなたが起業・創業・独立した理由はなんですか。(複数回答可)

● 起業・創業・独立した理由では「専門性を活かした働き方ができる」が44.4%で最も高い。



		回答者数	専門性を活かした働き方ができる	自分のアイデアを形にしたい	一般サラリーマンよりも高額所得が得られる	既存の仕事や環境に不満がある	育児・介護、収入など働く環境のバランスが取れる	市場にない新しい商品・サービスを提供したい	社会課題の解決に貢献できる	その他	特に理由はない
回答者数は実数 項目は割合値 (%)											
全体		257	44.4	25.7	24.9	21.4	14.0	12.5	11.3	6.2	10.1
性・年代	男性 (計)	185	41.1	24.3	30.3	23.2	10.8	12.4	10.8	6.5	11.4
	20歳代・30歳代	45	40.0	15.6	31.1	33.3	24.4	13.3	8.9	6.7	8.9
	40歳代・50歳代	77	37.7	22.1	28.6	16.9	10.4	9.1	10.4	5.2	15.6
	60歳代	63	46.0	33.3	31.7	23.8	1.6	15.9	12.7	7.9	7.9
	女性 (計)	70	52.9	28.6	11.4	15.7	22.9	12.9	11.4	5.7	7.1
	20歳代・30歳代	20	40.0	20.0	15.0	20.0	30.0	10.0	15.0	10.0	-
	40歳代・50歳代	30	60.0	33.3	16.7	16.7	16.7	13.3	13.3	-	13.3
60歳代	20	55.0	30.0	-	10.0	25.0	15.0	5.0	10.0	5.0	
居住地域	足立区	56	44.6	26.8	32.1	26.8	10.7	16.1	14.3	5.4	1.8
	都内の近隣区 (葛飾区・荒川区・北区・墨田区)	81	46.9	25.9	28.4	18.5	22.2	11.1	11.1	6.2	11.1
	埼玉県 (越谷市・草加市・八潮市・三郷市)	48	41.7	25.0	10.4	22.9	10.4	14.6	12.5	-	16.7
	千葉県 (柏市・松戸市・流山市)	72	43.1	25.0	25.0	19.4	9.7	9.7	8.3	11.1	11.1

注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「特に理由はない」を除く）

全体では、「専門性を活かした働き方ができる」が44.4%で最も高く、次いで「自分のアイデアを形にしたい」(25.7%)、「一般サラリーマンよりも高額所得が得られる」(24.9%)の順が続いている。

性別にみると、女性は「専門性を活かした働き方ができる」(52.9%)、「自分のアイデアを形にしたい」(28.6%)、「育児・介護、収入など働く環境のバランスが取れる」(22.9%)、「市場にない新しい商品・サービスを提供したい」(12.9%)、「社会課題の解決に貢献できる」(11.4%)が、男性よりも高くなっている。

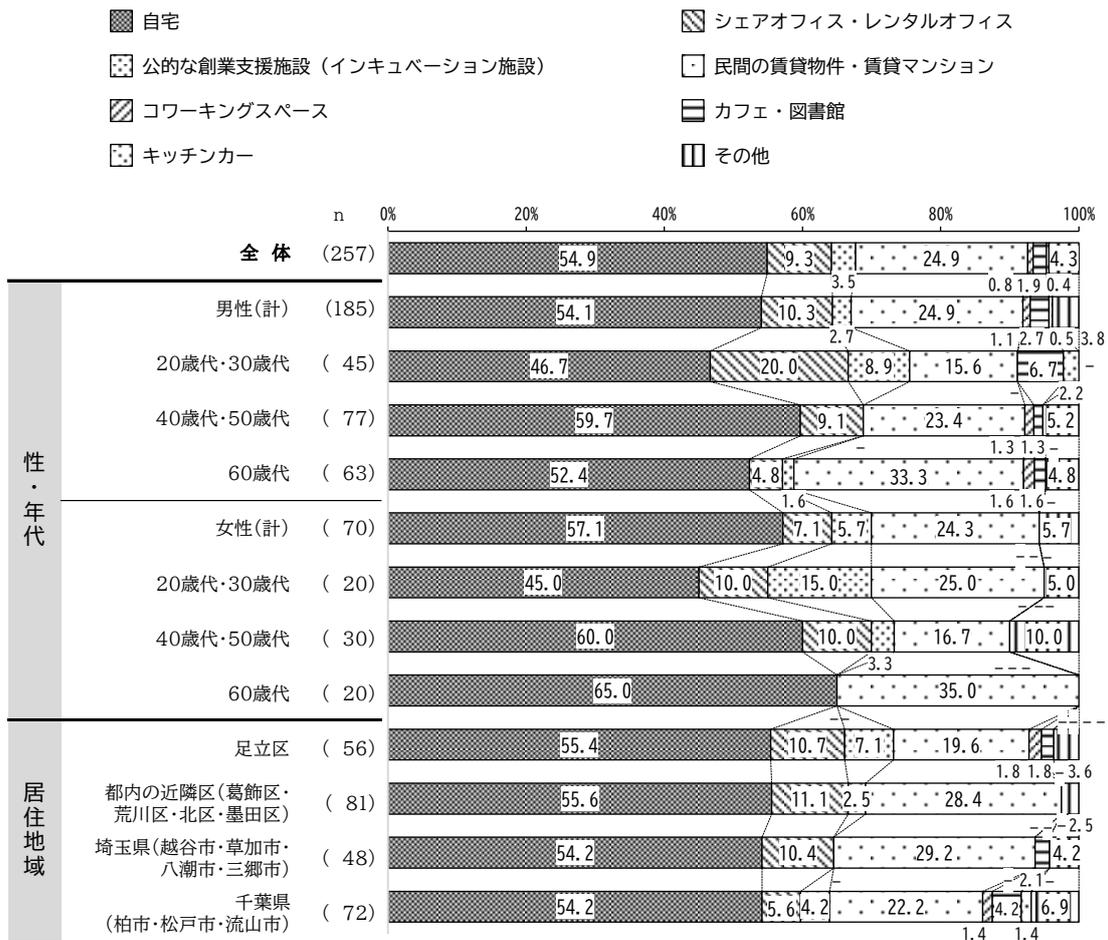
居住地域別にみると、他の地域別に比べて、都内の近隣区（葛飾区・荒川区・北区・墨田区）は「専門性を活かした働き方ができる」（46.9%）と「育児・介護、収入など働く環境のバランスが取れる」（22.2%）が高く、足立区は「自分のアイデアを形にしたい」（26.8%）、「一般サラリーマンよりも高額な所得が得られる」（32.1%）、「既存の仕事や環境に不満がある」（26.8%）、「市場にない新しい商品・サービスを提供したい」（16.1%）、「社会課題の解決に貢献できる」（14.3%）が、高くなっている。

(11) オフィスや店舗、仕事場所として主に利用している（利用した）場所

【問5で「1 ある」と回答した方に】

問11 あなたが起業・創業・独立した際にオフィスや店舗、仕事場所として主に利用している（利用した）のはどのような場所ですか。（単数回答）

● 主に利用している（利用した）場所として最も回答数が多かったのは「自宅」が54.9%で過半数。



全体では、事業場所として最も回答数が多かったのは「自宅」で54.9%と半数以上となっており、次いで「民間の賃貸物件・賃貸マンション」が24.9%、「シェアオフィス・レンタルオフィス」が9.3%の順で続いている。

性別にみると、「自宅」の割合は女性が57.1%に対し男性が54.1%とほぼ同水準である。「民間の賃貸物件・賃貸マンション」についても、男性が24.9%で女性が24.3%と同水準であった。

性・年代別にみると、「自宅」の割合は女性の40歳代・50歳代が60.0%で最も高くなっている。「シェアオフィス・レンタルオフィス」は男性の20歳代・30歳代が20.0%で高くなっている。

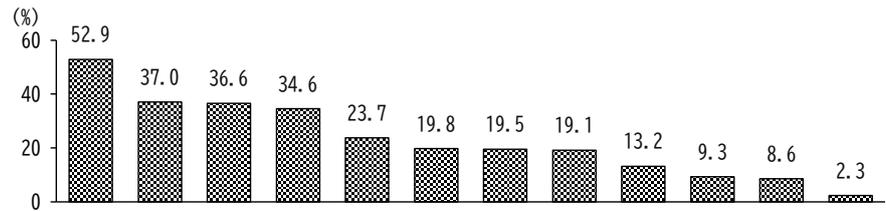
居住地域別にみると、他の地域別に比べて、足立区は「公的な創業支援施設（インキュベーション施設）」（7.1%）、「コワーキングスペース」（1.8%）が高く、都内の近隣区（葛飾区・荒川区・北区・墨田区）は「自宅」（55.6%）、「シェアオフィス・レンタルオフィス」（11.1%）が高くなっている。「民間の賃貸物件・賃貸マンション」は、埼玉県（越谷市・草加市・八潮市・三郷市）が29.2%で高くなっている。

(12) 事業成功のために準備期や起業直後で重要なこと

【問5で「1 ある」と回答した方に】

問12 起業・創業・独立した事業を成功させるために、準備期や起業直後において重要と思われることはどんなことですか。(複数回答可)

● 事業を成功させる重要な要素は「身の丈にあった規模で始めること」が52.9%で最も高い。



		回答者数	身の丈にあった規模で始めること	しっかりとした事業計画を立てること	軌道に乗るまでの運転資金を確保すること	独自のアイデアがあること	計画的に売上を増やすこと	オフィス・仕事場を確保すること	資金調達先を確保すること	相談相手や先輩起業家とのネットワークを持つこと	自身に適した起業地域の選定すること	行政の支援を把握、活用すること	従業員の確保すること	その他
回答者数は実数 項目は割合値 (%)														
全体		257	52.9	37.0	36.6	34.6	23.7	19.8	19.5	19.1	13.2	9.3	8.6	2.3
性・年代	男性 (計)	185	49.7	37.8	36.8	34.1	23.2	18.4	20.5	17.8	13.0	7.6	9.7	2.7
	20歳代・30歳代	45	26.7	22.2	31.1	24.4	15.6	26.7	15.6	20.0	11.1	13.3	4.4	2.2
	40歳代・50歳代	77	54.5	39.0	33.8	32.5	26.0	13.0	22.1	15.6	11.7	5.2	9.1	2.6
	60歳代	63	60.3	47.6	44.4	42.9	25.4	19.0	22.2	19.0	15.9	6.3	14.3	3.2
	女性 (計)	70	60.0	34.3	35.7	34.3	25.7	24.3	15.7	20.0	14.3	14.3	5.7	1.4
	20歳代・30歳代	20	55.0	35.0	20.0	40.0	20.0	25.0	20.0	20.0	10.0	20.0	5.0	-
居住地	40歳代・50歳代	30	53.3	30.0	36.7	36.7	26.7	20.0	6.7	23.3	13.3	16.7	3.3	3.3
	60歳代	20	75.0	40.0	50.0	25.0	30.0	30.0	25.0	15.0	20.0	5.0	10.0	-
	足立区	56	55.4	44.6	37.5	39.3	19.6	21.4	19.6	19.6	14.3	10.7	8.9	1.8
	都内の近隣区 (葛飾区・荒川区・北区・墨田区)	81	54.3	34.6	37.0	29.6	24.7	21.0	22.2	25.9	14.8	6.2	11.1	-
埼玉県 (越谷市・草加市・八潮市・三郷市)	48	58.3	43.8	31.3	33.3	25.0	20.8	22.9	10.4	12.5	10.4	4.2	2.1	
千葉県 (柏市・松戸市・流山市)	72	45.8	29.2	38.9	37.5	25.0	16.7	13.9	16.7	11.1	11.1	8.3	5.6	

注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」を除く）

全体では、「身の丈にあった規模で始めること」で52.9%と半数以上となっている。次いで「しっかりとした事業計画を立てること」が37.0%、「軌道に乗るまでの運転資金を確保すること」が36.6%の順で続いている。

性別にみると、「身の丈にあった規模で始めること」は女性が60.0%に対し男性が49.7%と、女性が10.3ポイント高くなっている。また、「行政の支援を把握、活用すること」は男性が7.6%で女性が14.3%で、女性の方が6.7ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、他の性・年代別に比べて、男性の60歳代は「しっかりとした事業計画を立てること」(47.6%)と「事業やサービスについて、独自のアイデアがあること」(42.9%)が高くなっている。

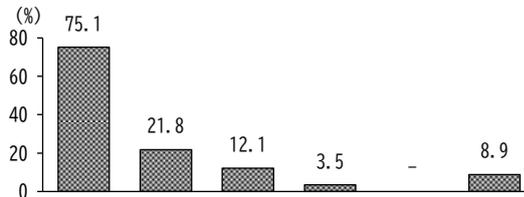
居住地域別にみると、他の地域別に比べて、足立区は「しっかりとした事業計画を立てること」(44.6%)、「事業やサービスについて、独自のアイデアがあること」(39.3%)、「オフィス・仕事場所を確保すること」(21.4%)が高く、埼玉県(越谷市・草加市・八潮市・三郷市)は「身の丈にあった規模で始めること」(58.3%)、「資金調達先を確保すること」(22.9%)が高く、千葉県(柏市・松戸市・流山市)は「軌道に乗るまでの運転資金を確保すること」(38.9%)、「行政の支援を把握、活用すること」(11.1%)が高くなっている。

(13) 起業・創業・独立のための資金調達方法

【問5で「1 ある」と回答した方に】

問13 起業・創業・独立にあたり、どのように資金調達をしましたか。(複数回答可)

● 資金調達の方法では「自己資金」が75.1%で最も高い。



		回答者数	自己資金	金融機関からの借入	親族・知人からの援助・借入	投資家からの出資	その他	初期費用はかからなかった
回答者数は実数 項目は割合値 (%)								
全体		257	75.1	21.8	12.1	3.5	-	8.9
性・年代別	男性 (計)	185	75.7	25.4	12.4	3.8	-	7.6
	20歳代・30歳代	45	60.0	35.6	22.2	8.9	-	13.3
	40歳代・50歳代	77	83.1	18.2	9.1	-	-	2.6
	60歳代	63	77.8	27.0	9.5	4.8	-	9.5
	女性 (計)	70	72.9	12.9	11.4	2.9	-	12.9
	20歳代・30歳代	20	50.0	35.0	25.0	-	-	10.0
居住地別	40歳代・50歳代	30	76.7	6.7	3.3	6.7	-	16.7
	60歳代	20	90.0	-	10.0	-	-	10.0
	足立区	56	76.8	33.9	17.9	5.4	-	3.6
	都内の近隣区 (葛飾区・荒川区・北区・墨田区)	81	82.7	16.0	11.1	4.9	-	6.2
埼玉県 (越谷市・草加市・八潮市・三郷市)	48	70.8	25.0	12.5	2.1	-	8.3	
千葉県 (柏市・松戸市・流山市)	72	68.1	16.7	8.3	1.4	-	16.7	

注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「初期費用はかからなかった」を除く）

全体では、「自己資金」が75.1%と4分の3を占めている。次いで「金融機関からの借入」が21.8%、「親族・知人からの援助・借入」が12.1%の順となっている。

性別にみると、「自己資金」の割合は男性が75.7%に対し女性が72.9%とほぼ同水準である。「金融機関からの借入」は男性が25.4%に対し女性が12.9%と、男性が12.5ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、男性の20歳代30歳代は「金融機関からの借入」(35.6%)と「投資家からの出資」(8.9%)が他よりも高くなっている。

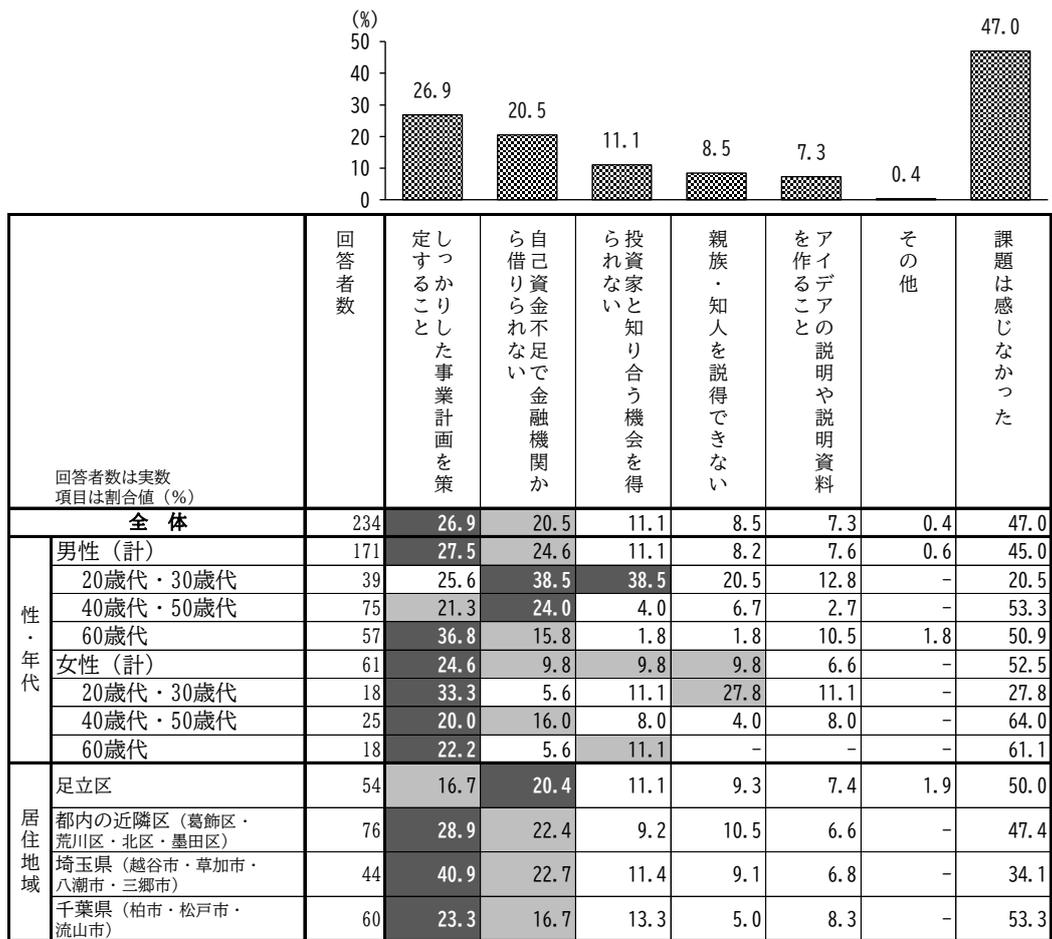
居住地域別にみると、他の地域別に比べて、足立区は「金融機関からの借入」(33.9%)、「親族・知人からの援助・借入」(17.9%)、「投資家からの出資」(5.4%)が高くなっている。

(14) 資金調達にあたって感じた困難

【問13で「1」～「5」（資金調達をした）と回答した方に】

問14 資金調達にあたり、困難に感じたことはどのようなことですか。（複数回答可）

● 資金調達で困難に感じたことは「しっかりした事業計画を策定すること」が26.9%で最も高い。



全体では、資金調達で苦労した点として最も回答数が多かったのは「しっかりした事業計画を策定すること」が26.9%で最も高く、次いで「自己資金不足で金融機関から借りられない」（20.5%）、「投資家と知り合う機会を得られない」（11.1%）の順で続いている。一方、「課題は感じなかった」は47.0%であった。

性別にみると、「しっかりした事業計画を策定すること」は男性が27.5%に対し女性が24.6%と男性が2.9ポイント高く、「自己資金不足で金融機関から借りられない」は男性が24.6%に対し女性が9.8%と、男性が14.8ポイント高くなっている。

第2章 各調査の結果

性・年代別にみると、「しっかりした事業計画の策定すること」の割合は男性の60歳代が36.8%で最も高くなっている。他の性・年代別に比べて、男性の20歳代・30歳代は「自己資金不足で金融機関から借りられない」(38.5%)と「投資家と知り合う機会を得られない」(38.5%)と「アイデアの説明や説明資料を作ること」(12.8%)が高くなっている。

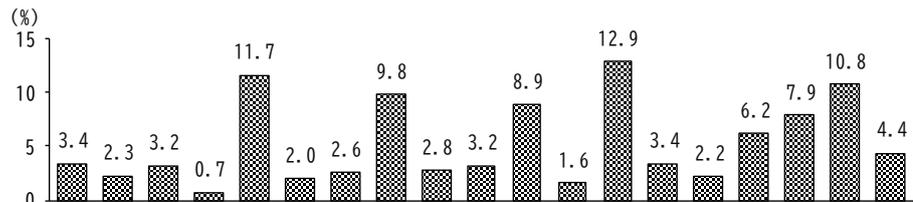
居住地域別にみると、他の地域別に比べて、都内の近隣区(葛飾区・荒川区・北区・墨田区)は「親族・知人を説得できない」(10.5%)が高く、埼玉県(越谷市・草加市・八潮市・三郷市)は「しっかりした事業計画の策定すること」(40.9%)、「自己資金不足で金融機関から借りられない」(22.7%)が高く、千葉県(柏市・松戸市・流山市)は「投資家と知り合う機会を得られない」(13.3%)と「アイデアの説明や説明資料を作ること」(8.3%)が高くなっている。

(15) 起業・創業・独立したい、または興味のある業種

【問5で「2 ない」と回答した方に】

問15 あなたが起業・創業・独立したい、または興味があるのは、どのような業種ですか。
(単数回答)

● 興味がある業種では「飲食サービス業」が12.9%で最も高い。



		回答者数	農業	建設業	製造業	水道業	電気・ガス・熱供給・情報通信業	運輸業	卸売業	小売業	金融業・保険業	不動産業・物品賃貸業	サービス業	学術研究・専門技術	宿泊業	飲食サービス業	生活関連サービス業	娯楽業	教育	医療・福祉	その他サービス業	それ以外	
回答者数は実数 項目は割合値 (%)																							
全体		743	3.4	2.3	3.2	0.7	11.7	2.0	2.6	9.8	2.8	3.2	8.9	1.6	1.6	12.9	3.4	2.2	6.2	7.9	10.8	4.4	
性・年代	男性 (計)	396	4.5	2.8	5.3	1.0	16.2	3.5	3.3	7.8	3.0	4.8	8.6	1.3	1.3	9.6	1.0	2.5	5.3	4.3	12.1	3.0	
	20歳代・30歳代	147	7.5	3.4	6.1	1.4	16.3	2.0	2.7	6.1	4.1	2.7	8.2	0.7	0.7	5.4	2.0	2.7	4.1	6.8	15.0	2.7	
	40歳代・50歳代	182	3.8	2.7	5.5	0.5	16.5	3.8	3.8	8.2	2.7	6.0	7.1	1.1	1.1	13.2	0.5	1.1	4.9	3.8	10.4	3.8	
	60歳代	67	-	1.5	3.0	1.5	14.9	6.0	3.0	10.4	1.5	6.0	13.4	3.0	3.0	9.0	-	6.0	9.0	-	10.4	1.5	
	女性 (計)	339	1.8	1.8	0.9	0.3	6.5	0.3	1.5	12.1	2.7	1.5	9.1	1.8	1.8	16.8	6.2	1.8	7.4	12.4	9.1	6.2	
	20歳代・30歳代	169	3.0	2.4	1.2	0.6	7.7	-	2.4	5.9	1.8	1.8	8.9	1.8	1.8	13.6	8.3	3.6	8.9	13.6	10.7	4.1	
40歳代・50歳代	120	0.8	0.8	-	-	6.7	0.8	0.8	21.7	3.3	-	10.0	2.5	2.5	19.2	3.3	-	6.7	8.3	6.7	8.3		
60歳代	50	-	2.0	2.0	-	2.0	-	-	10.0	4.0	4.0	8.0	-	-	22.0	6.0	-	4.0	18.0	10.0	8.0		
居住地	足立区	144	2.8	3.5	2.8	0.7	18.1	2.8	4.2	7.6	2.8	1.4	9.7	2.8	2.8	9.0	4.2	2.1	4.9	6.9	8.3	5.6	
	都内の近隣区 (葛飾区・荒川区・北区・墨田区)	219	1.4	2.3	4.6	1.4	11.0	0.5	1.8	11.0	3.2	4.6	11.0	1.4	1.4	16.0	3.2	1.4	6.4	6.4	9.6	3.2	
	埼玉県 (越谷市・草加市・八潮市・三郷市)	152	4.6	1.3	0.7	-	10.5	3.9	3.9	11.8	2.6	2.6	5.9	1.3	1.3	13.8	6.6	0.7	7.2	5.9	11.2	5.3	
	千葉県 (柏市・松戸市・流山市)	228	4.8	2.2	3.9	0.4	9.2	1.8	1.3	8.8	2.6	3.5	8.3	1.3	1.3	11.8	0.9	3.9	6.1	11.4	13.2	4.4	

注：濃い網は1位、薄い網は2位、「それ以外」を除く

全体では、「飲食サービス業」で12.9%と最も高く、次いで「情報通信業」が11.7%、「その他サービス業」が10.8%の順で続いている。

性別にみると、「飲食サービス業」は女性が16.8%に対し男性が9.6%と、女性が高い。「情報通信業」は男性が16.2%に対し女性が6.5%と、男性が高くなっている。

性・年代別にみると、「飲食サービス業」は女性の60歳代が22.0%で最も高くなっている。「情報通信業」の割合は男性の40歳代・50歳代が16.5%で最も高い。男性の20歳代・30歳代も16.3%で同様に高い。

第2章 各調査の結果

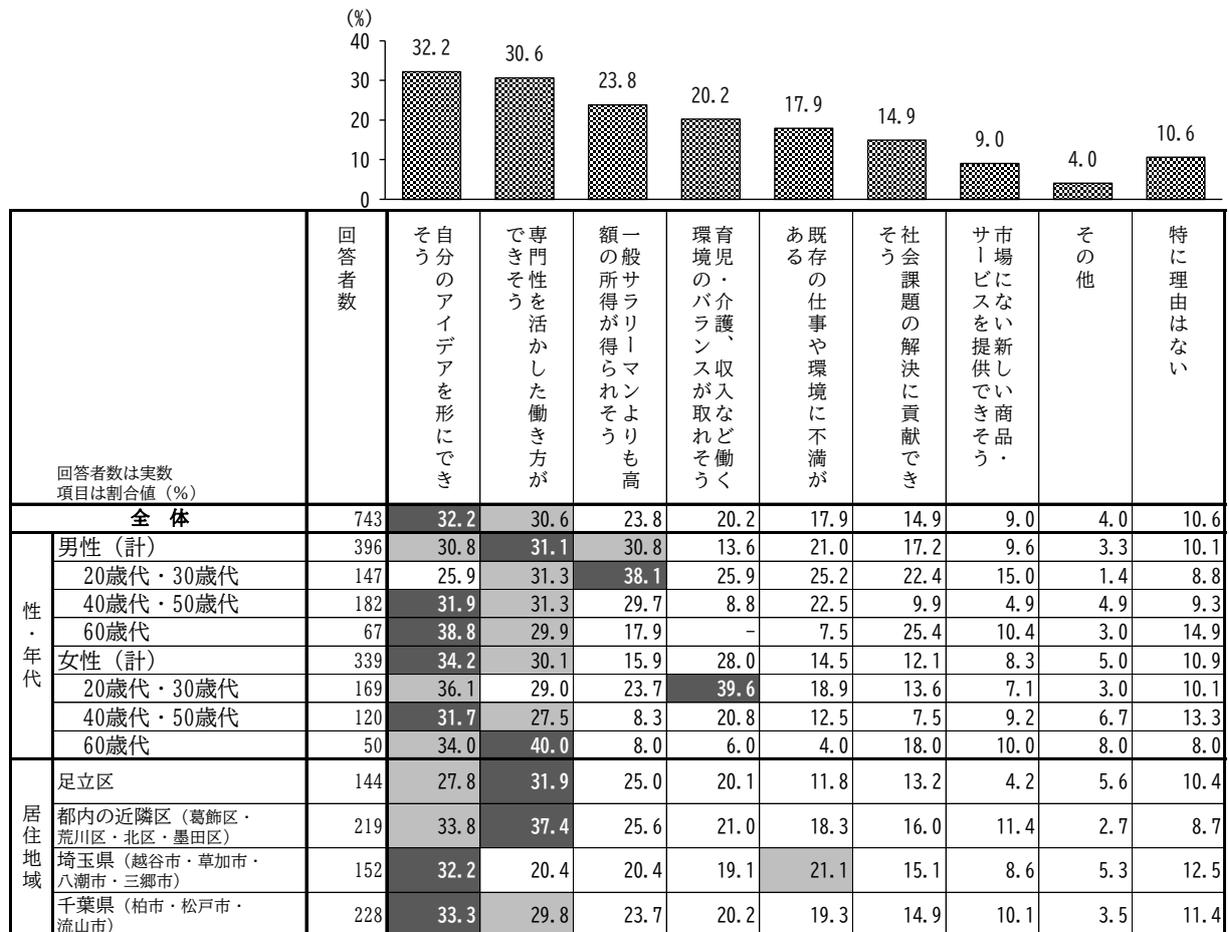
居住地域別にみると、「情報通信業」の割合は足立区が18.1%で最も高く、「飲食サービス業」は「都内の近隣区（葛飾区・荒川区・北区・墨田区）」が16.0%で高い。

(16) 起業・創業・独立をしようと思う理由

【問5で「2 ない」と回答した方に】

問16 起業・創業・独立をしようと思う理由として次の中からあてはまるものを選んでください。(複数回答可)

● 起業・創業・独立をしようと思う理由では「自分のアイデアを形にできそう」が32.2%で最も高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「特に理由はない」を除く）

全体では、「自分のアイデアを形にできそう」が32.2%で最も高く、次いで「専門性を活かした働き方ができそう」が30.6%、「一般サラリーマンよりも高額な所得が得られそう」が23.8%の順で続いている。

性別にみると、女性は「育児・介護、収入など働く環境のバランスが取れそう」(28.0%)と「自分のアイデアを形にできそう」(34.2%)が、男性よりも高くなっている。

第2章 各調査の結果

性・年代別にみると、「一般サラリーマンよりも高額の所得が得られそう」の割合は男性の20歳代・30歳代が38.1%で最も高い。他の性・年代別と比べて、男性の60歳代は「自分のアイデアを形にできそう」（38.8%）が最も高く、女性の60歳代は「専門性を活かした働き方ができそう」（40.0%）が最も高い。

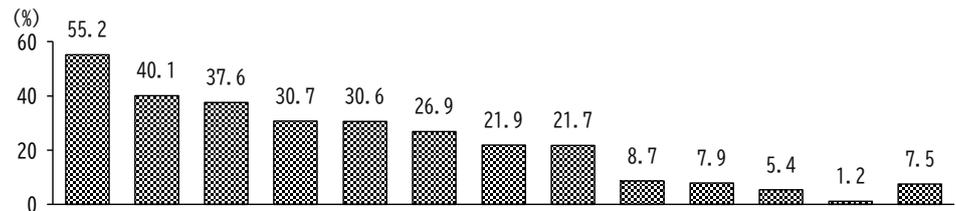
居住地域別にみると、「専門性を活かした働き方ができそう」は都内の近隣区（葛飾区・荒川区・北区・墨田区）が37.4%で最も高くなっている。一方で、他の地域別に比べて、埼玉県（越谷市・草加市・八潮市・三郷市）は「既存の仕事や環境に不満がある」が21.1%と高くなっている。

(17) 起業・創業・独立の障壁

【問5で「2 ない」と回答した方に】

問17 起業・創業・独立するにあたって、障壁となっていること、またはなりそうなことは、
 どんなことですか。(複数回答可)

● 起業・創業・独立での障壁は「十分な収入を得られるか不安」が55.2%で最も高い



	回答者数	十分な収入を得られるか不安	起業のノウハウが全体的にない	失敗するリスクに覚悟ができない	創業前に自己資金が確保できない	資金調達ができない	事業計画を立てられない	ネット相手や先輩起業家との	独自のアイデアがない	オフィスの店舗が見つからない	従業員が確保できない	家族を説得できない	その他	特になし	
		割合 (%)	割合 (%)	割合 (%)	割合 (%)	割合 (%)	割合 (%)	割合 (%)	割合 (%)	割合 (%)	割合 (%)	割合 (%)	割合 (%)	割合 (%)	
全体	743	55.2	40.1	37.6	30.7	30.6	26.9	21.9	21.7	8.7	7.9	5.4	1.2	7.5	
性別・年代	男性(計)	396	50.5	34.1	34.6	29.3	29.0	25.5	18.9	20.7	9.8	9.8	8.1	1.8	8.3
	20歳代・30歳代	147	57.1	38.1	36.1	27.9	30.6	28.6	24.5	26.5	12.2	11.6	9.5	0.7	5.4
	40歳代・50歳代	182	52.2	31.9	33.5	30.2	29.1	24.7	15.4	18.1	7.7	8.8	7.7	2.7	10.4
	60歳代	67	31.3	31.3	34.3	29.9	25.4	20.9	16.4	14.9	10.4	9.0	6.0	1.5	9.0
	女性(計)	339	61.1	47.5	41.3	32.4	31.9	28.9	26.0	23.3	7.4	5.3	2.4	0.6	6.2
	20歳代・30歳代	169	70.4	55.0	44.4	39.6	35.5	32.5	28.4	26.0	9.5	8.9	3.0	0.0	4.7
	40歳代・50歳代	120	57.5	40.0	38.3	27.5	31.7	26.7	22.5	24.2	5.0	0.8	1.7	0.8	5.8
60歳代	50	38.0	40.0	38.0	20.0	20.0	22.0	26.0	12.0	6.0	4.0	2.0	2.0	12.0	
居住地	足立区	144	50.0	33.3	32.6	25.7	24.3	21.5	16.0	20.1	8.3	6.3	1.4	1.4	9.0
	都内の近隣区(葛飾区・荒川区・北区・墨田区)	219	54.3	39.7	36.5	32.4	32.9	28.3	23.7	18.3	11.0	7.8	5.9	0.5	4.1
	埼玉県(越谷市・草加市・八潮市・三郷市)	152	55.9	44.7	34.9	30.9	27.0	27.6	21.1	24.3	3.9	5.3	4.6	1.3	6.6
	千葉県(柏市・松戸市・流山市)	228	58.8	41.7	43.4	32.0	34.6	28.5	24.6	24.1	10.1	11.0	7.9	1.8	10.5

注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」、「特になし」を除く）

全体では、「十分な収入を得られるか不安」で55.2%と半数を超えている。次いで「起業のノウハウが全体的にない」(40.1%)、「失敗するリスクに覚悟ができない」(37.6%)の順が続いている。

性別にみると、「十分な収入を得られるか不安」は女性が61.1%に対し男性が50.5%と、女性が10.6ポイント高い。「起業のノウハウが全体的にない」も女性が47.5%に対し男性が34.1%と、女性が13.4ポイント高くなっている。

第2章 各調査の結果

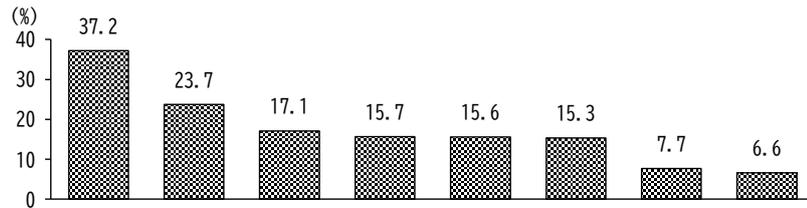
性・年代別にみると、他の性・年代別に比べて、男性20歳代・30歳代は「独自のアイデアに不安がある、アイデアがない」(26.5%)、「オフィス・店舗が見つけれない」(12.2%)、「従業員が確保できない」(11.6%)、「家族を説得できない」(9.5%)が高くなっている。一方、それ以外の多くの項目では女性の20歳代・30歳代が高くなっている。

居住地域別にみると、他の地域別に比べて、千葉県(柏市・松戸市・流山市)は「十分な収入が得られるか不安」(58.8%)、「失敗するリスクに覚悟ができない」(43.4%)、「資金調達ができない」(34.6%)、「事業計画を立てられない」(28.5%)、「相談相手や先輩起業家とのネットワークがない」(24.6%)、「従業員が確保できない」(11.0%)、「家族を説得できない」(7.9%)が高くなっている。一方で足立区は、他の地域よりも「障壁」として挙がる最も高いものはなかった。

(18) 起業・創業・独立のきっかけ

問18 あなたが、ご自身の起業・創業・独立を考えた、または興味を持ったきっかけは何ですか。(複数回答可)

● 起業・創業・独立を考えたきっかけは「現在の仕事と自分のやりたいことのギャップ」が37.2%で最も高い。



		回答者数	現在の仕事と自分のやりたいことのギャップ	現在の勤め先の見通し不安	家庭環境の変化や転機（離婚、介護、育児など）	親族で自営業をやっている身近な人から刺激	著名な起業家や周囲の起業家の発言や行動に刺激	退職（定年退職も含む）	学校のキャリア教育	その他
全体		1,000	37.2	23.7	17.1	15.7	15.6	15.3	7.7	6.6
性・年代	男性（計）	581	39.1	27.5	11.5	15.1	16.7	16.4	9.0	5.3
	20歳代・30歳代	192	37.5	32.8	14.1	19.8	17.2	6.3	19.3	3.6
	40歳代・50歳代	259	42.1	31.3	12.4	13.1	18.9	14.7	3.9	4.6
	60歳代	130	35.4	12.3	6.2	12.3	11.5	34.6	3.8	9.2
	女性（計）	409	35.0	17.8	25.2	16.6	13.9	13.7	5.9	8.3
	20歳代・30歳代	189	36.5	21.7	25.9	22.8	18.5	5.3	7.4	4.8
	40歳代・50歳代	150	36.7	18.0	26.7	14.0	10.7	13.3	4.0	10.7
60歳代	70	27.1	7.1	20.0	5.7	8.6	37.1	5.7	12.9	
居住地域	足立区	200	34.5	21.5	12.5	20.0	15.5	14.0	10.0	6.0
	都内の近隣区（葛飾区・荒川区・北区・墨田区）	300	38.7	24.0	16.0	14.0	17.0	16.3	9.7	5.7
	埼玉県（越谷市・草加市・八潮市・三郷市）	200	38.0	26.0	18.5	17.0	14.5	18.0	4.0	4.5
	千葉県（柏市・松戸市・流山市）	300	37.0	23.3	20.3	13.7	15.0	13.3	6.7	9.3

注：濃い網は1位、薄い網は2位（「その他」を除く）

全体では、「現在の仕事と自分のやりたいことのギャップ」で37.2%と最も高く、次いで「現在の勤め先の見通し不安」（23.7%）、「家庭環境の変化や転機（離婚、介護、育児など）」（17.1%）の順で続いている。

性別にみると、「現在の仕事と自分のやりたいことのギャップ」は男性が39.1%に対し女性が35.0%と男性が4.1ポイント高い。「現在の勤め先の見通し不安」は男性が27.5%に対し女性が17.8%と、男性が9.7ポイント高い。一方、「家庭環境の変化や転機（離婚、介護、育児など）」は女性が25.2%に対し男性が11.5%と、女性が13.7ポイント高い。

第2章 各調査の結果

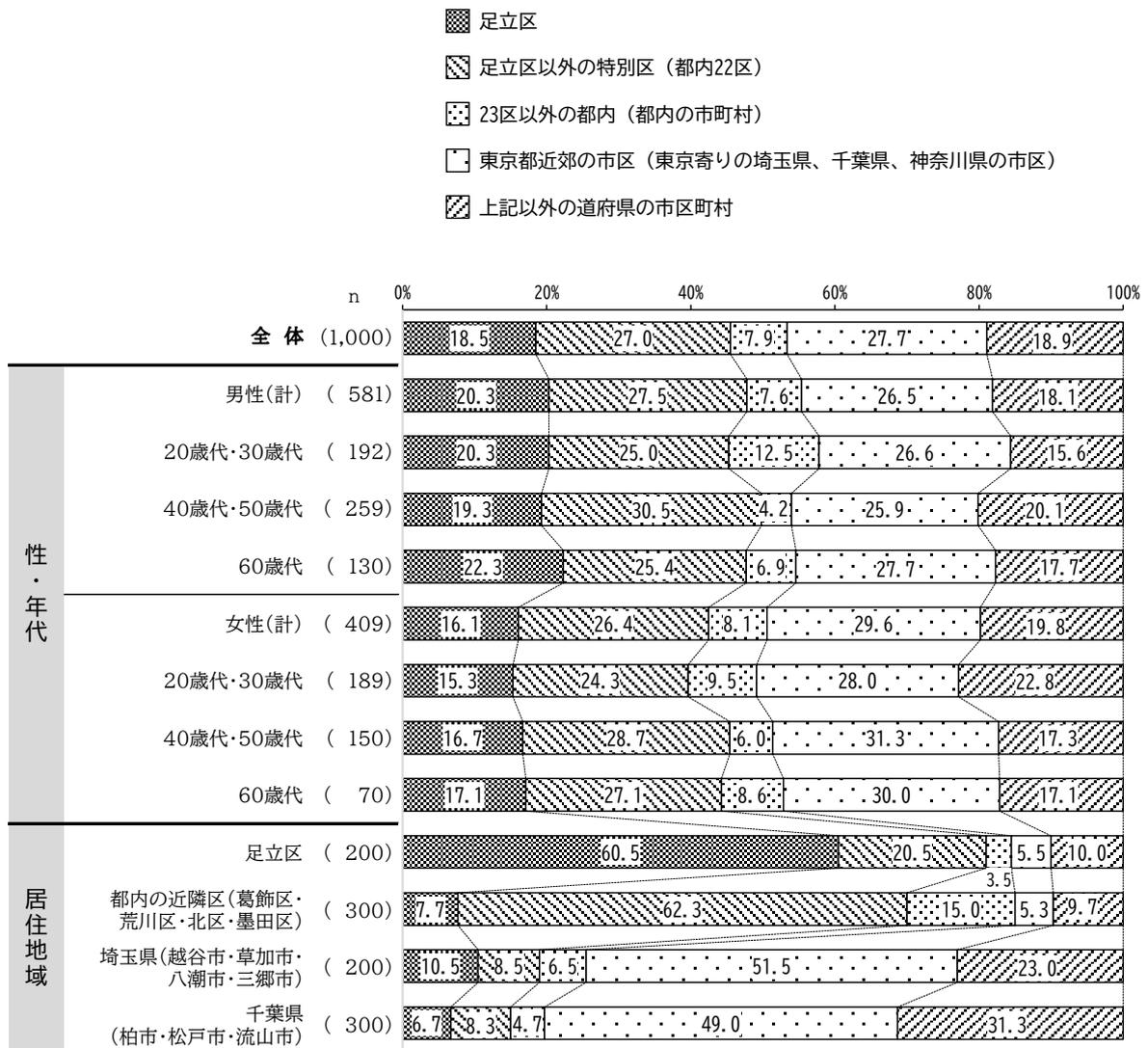
性・年代別にみると、「現在の仕事と自分のやりたいことのギャップ」の割合は男性の40歳代・50歳代が42.1%で最も高くなっている。「家庭環境の変化や転機（離婚、介護、育児など）」は女性の40歳代・50歳代が26.7%で他よりも高くなっている。

居住地域別にみると、他の地域別に比べて、足立区は「親族で自営業をやっている身近な人から刺激」（20.0%）と「学校のキャリア教育」（10.0%）が高く、埼玉県（越谷市・草加市・八潮市・三郷市）は「現在の勤め先の見通し不安」（26.0%）と「退職（定年退職も含む）」（18.0%）が高く、千葉県（柏市・松戸市・流山市）は「家庭環境の変化や転機（離婚、介護、育児など）」（20.3%）が高くなっている。

(19) 起業、創業、独立先の地域

問19 あなたが、ご自身の起業、創業、独立先として、実際に選んだ、もしくは、考えている地域はどこですか。(単数回答)
 複数回の経験がある方は、直近のものでご回答ください。

● 起業・創業・独立先の地域は「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）」が27.7%で最も高い。



全体では、「東京都近郊の市区（東京寄りの埼玉県、千葉県、神奈川県）」が27.7%で最も高く、次いで「足立区以外の特別区（都内22区）」(27.0%)、「上記以外の道府県の市区町村」(18.9%)の順が続いている。「足立区」は18.5%となっている。

性別にみると、男性は「足立区」(20.3%)と「足立区以外の特別区（都内22区）」(27.5%)が女性よりも高くなっている。

第2章 各調査の結果

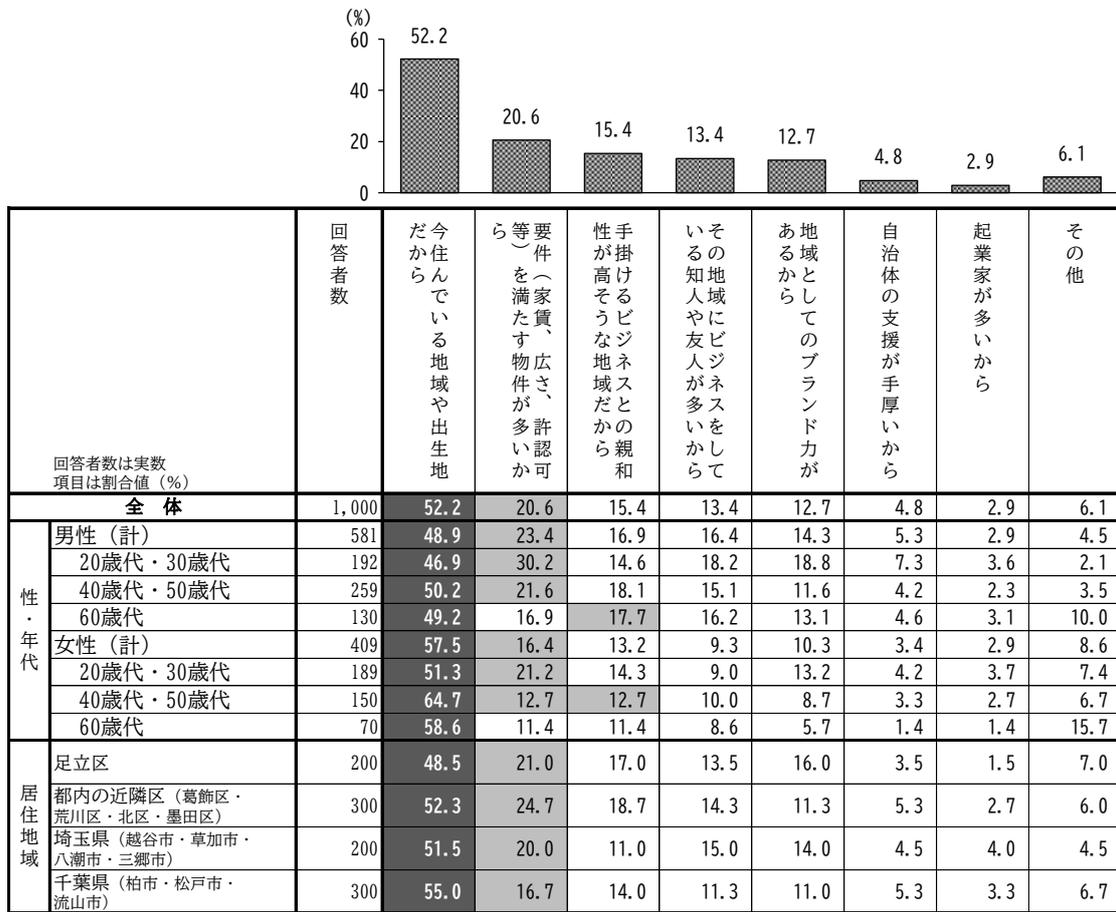
性・年代別にみると、「足立区以外の特別区（都内22区）」の割合は男性の40歳代・50歳代が30.5%で最も高く、3割を超えている。「東京都近郊の市区（東京寄りの埼玉県、千葉県、神奈川県市区）」は女性の40歳代・50歳代が31.3%で最も高い。

居住地域別にみると、他の地域別に比べて、足立区は「足立区」（60.5%）が最も高く、都内の近隣区（葛飾区・荒川区・北区・墨田区）は「足立区以外の特別区（都内22区）」（62.3%）と「23区以外の都内（都内の市町村）」（15.0%）が高く、埼玉県（越谷市・草加市・八潮市・三郷市）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）」（51.5%）が高く、千葉県（柏市・松戸市・流山市）は「上記以外の道府県の市区町村」（31.3%）が高くなっている。

(20) 起業、創業、独立先の地域を選んだ理由

問20 あなたが、起業、創業、独立先として、選んだ、もしくは、考えている地域について、その地域を選んだ理由はなんですか。(複数回答可)

● その地域を選んだ理由は「今住んでいる地域や出生地だから」が52.2%で最も高い。



全体では、「今住んでいる地域や出生地だから」で52.2%と過半数を占めている。次いで「要件(家賃、広さ、許認可等)を満たす物件が多いから」(20.6%)、「手掛けるビジネスとの親和性が高そうな地域だから」(15.4%)の順で続いている。

性別にみると、「今住んでいる地域や出生地だから」は女性が57.5%に対し男性が48.9%と、女性が8.6ポイント高く、女性の方が居住地・出生地での起業を重視する傾向がみられる。「要件(家賃、広さ、許認可等)を満たす物件が多いから」は男性が23.4%に対し女性が16.4%と、男性が7.0ポイント女性よりも高くなっている。

性・年代別にみると、「今住んでいる地域や出生地だから」の割合は女性の40歳代・50歳代が64.7%で最も高く、6割を超えている。「要件を満たす物件が多いから」は男性の20歳代・30歳代

第2章 各調査の結果

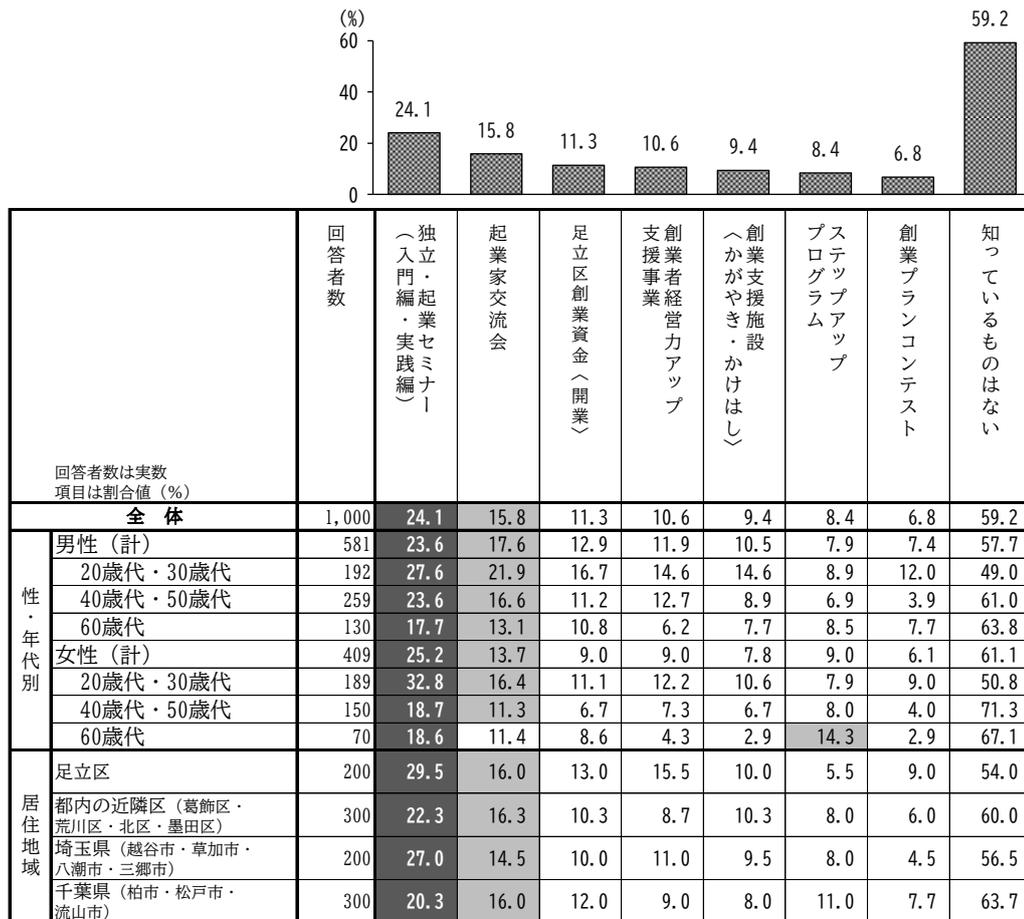
が30.2%で他よりも高くなっている。

居住地域別にみると、他の地域別に比べて、足立区は「地域としてのブランド力があるから」(16.0%)が高く、埼玉県(越谷市・草加市・八潮市・三郷市)は「その地域にビジネスをしている知人や友人が多いから」(15.0%)、「起業家が多いから」(4.0%)が高く、千葉県(柏市・松戸市・流山市)は「今住んでいる地域や出生地だから」(55.0%)が高くなっている。

(21) 足立区の起業・創業支援事業で知っている事業

問21 足立区の起業・創業を支援する事業のうち、あなたご存じのものはどれですか。
(複数回答可)

● 足立区の起業・創業支援事業のうち認知度が高いものは「独立・起業セミナー（入門編・実践編）」が24.1%で最も高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「知っているものはない」を除く）

全体では、「独立・起業セミナー（入門編・実践編）」が24.1%で最も高く、次いで「起業家交流会」（15.8%）、「足立区創業資金（開業）」（11.3%）の順で続いている。一方「知っているものはない」は59.2%となっている。

性別にみると、「独立・起業セミナー（入門編・実践編）」は女性が25.2%に対し男性が23.6%と、ほぼ同水準である。「起業家交流会」は男性が17.6%に対し女性が13.7%と、男性が3.9ポイント高い。

性・年代別にみると、「独立・起業セミナー（入門編・実践編）」の割合は女性の20歳代・30歳代が32.8%で高く、3分の1近くとなっている。男性では20歳代・30歳代が27.6%で高くなってい

第2章 各調査の結果

る。「起業家交流会」は男性の20歳代・30歳代が21.9%で最も高く、2割を超えている。

居住地域別にみると、他の地域別に比べて、足立区は「独立・起業セミナー（入門編・実践編）」（29.5%）、「足立区創業資金（開業）」（13.0%）、「創業者経営力アップ支援事業」（15.5%）、「創業プランコンテスト」（9.0%）が高くなっている。

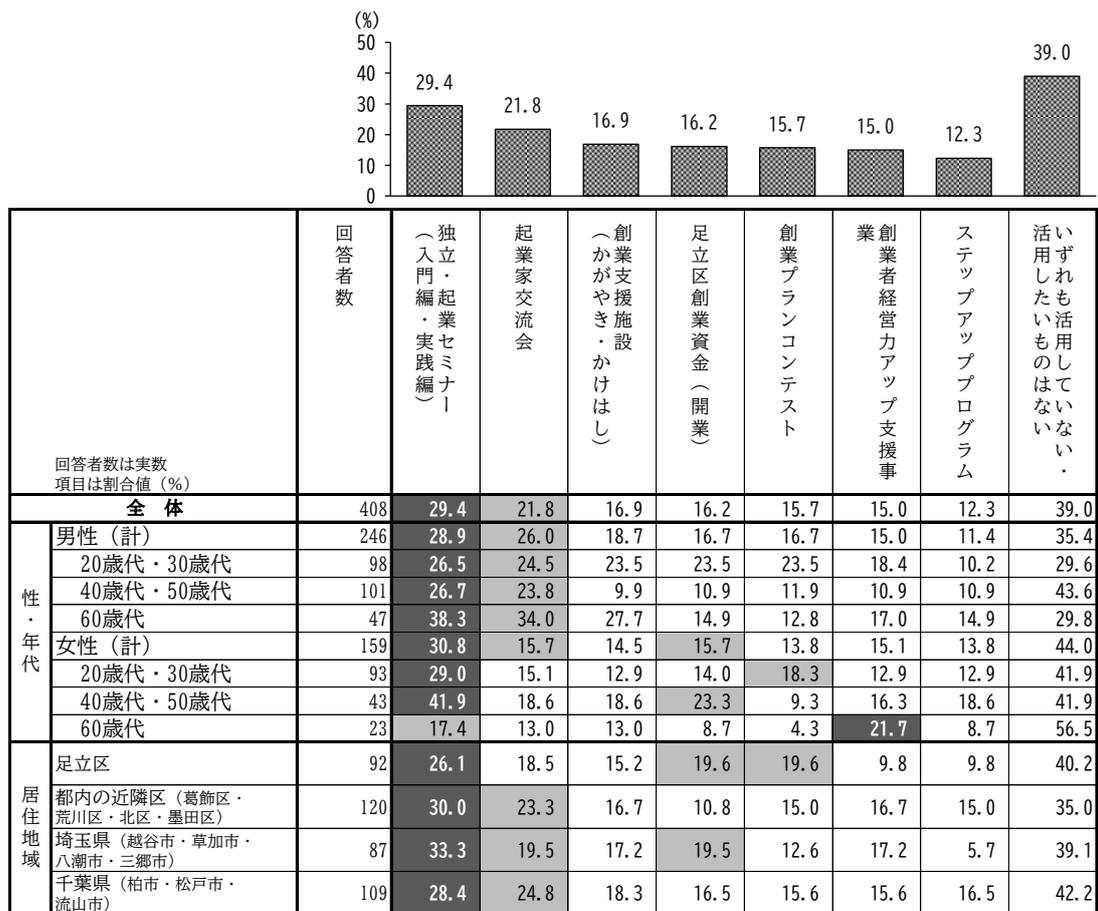
※ 「独立・起業セミナー（入門編・実践編）」は、報告書作成日現在、「独立・起業セミナー（入門編・事業計画策定編）」に名称変更している。

(22) 足立区の起業・創業支援事業のうち活用の経験や希望のあるもの

【問21で「1」～「7」（いずれかを知っている）と回答した方に】

問22 問21で示した足立区の起業・創業を支援する事業のうち、活用したことがある、または活用したいものはありますか。（複数回答可）

- 足立区の起業・創業支援事業のうち活用した/したいものは「独立・起業セミナー（入門編・実践編）」が29.4%で最も高い。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「いずれも活用していない・活用したいものはない」を除く）

全体では、「独立・起業セミナー（入門編・実践編）」で29.4%と3割近くを占めている。次いで「起業家交流会」（21.8%）、「創業支援施設（かがやき・かけはし）」（16.9%）の順が続いている。一方で、「いずれも活用していない・活用したいものはない」が39.0%となっている。

性別にみると、男性は「創業支援施設（かがやき・かけはし）」（18.7%）、「起業家交流会」（26.0%）、「創業プランコンテスト」（16.7%）、「足立区創業資金（開業）」（16.7%）が女性よりも高くなっている。

性別・年代別にみると、「独立・起業セミナー（入門編・実践編）」の割合は女性の40歳代・50歳

第2章 各調査の結果

代が41.9%で最も高く、4割台となっている。「起業家交流会」は男性の60歳代が34.0%で他よりも高くなっている。

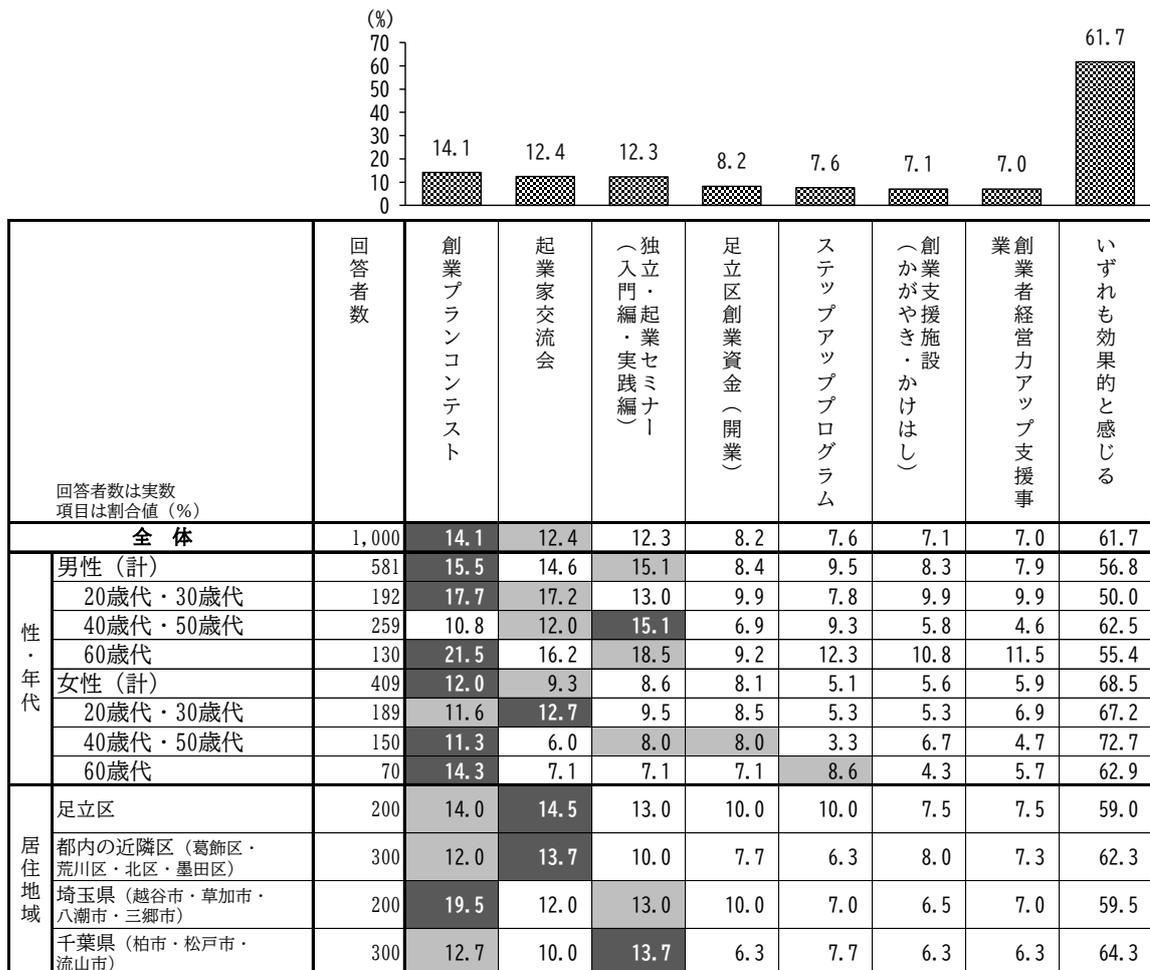
居住地域別にみると、他の地域別に比べて、足立区は「足立区創業資金（開業）」（19.6%）と「創業プランコンテスト」（19.6%）が高く、埼玉県（越谷市・草加市・八潮市・三郷市）は「独立・起業セミナー（入門編・実践編）」（33.3%）が高くなっている。

※ 「独立・起業セミナー（入門編・実践編）」は、報告書作成日現在、「独立・起業セミナー（入門編・事業計画策定編）」に名称変更している。

(23) 効果を感じられない足立区の起業・創業支援事業

問23 問21で示した足立区の起業・創業を支援する事業のうち、「あまり効果的ではない（なさそう）」と感じるものはありますか。（複数回答可）

● 足立区の起業・創業支援事業のうち「あまり効果的ではない（なさそう）」と感じるものは「創業プランコンテスト」が14.1%。「いずれも効果的と感じる」が61.7%。



注：濃い網は1位、薄い網は2位（「いずれも効果的と感じる」を除く）

全体では、「創業プランコンテスト」が14.1%となっている。次いで「起業家交流会」が12.4%、「独立・起業セミナー（入門編・実践編）」が12.3%の順で続いている。一方で「いずれも効果的と感じる」は61.7%と半数以上を占めている。

性別にみると、「いずれも効果的と感じる」は女性が68.5%、男性が56.8%と女性が11.7ポイント高くなっている。それ以外の、効果的ではないと考える支援事業は全て男性が女性よりも高くなっている。

第2章 各調査の結果

性・年代別にみると、「創業プランコンテスト」の割合は男性の60歳代が21.5%で最も高く、2割を超えている。「独立・起業セミナー（入門編・実践編）」も男性の60歳代が18.5%で高くなっている。

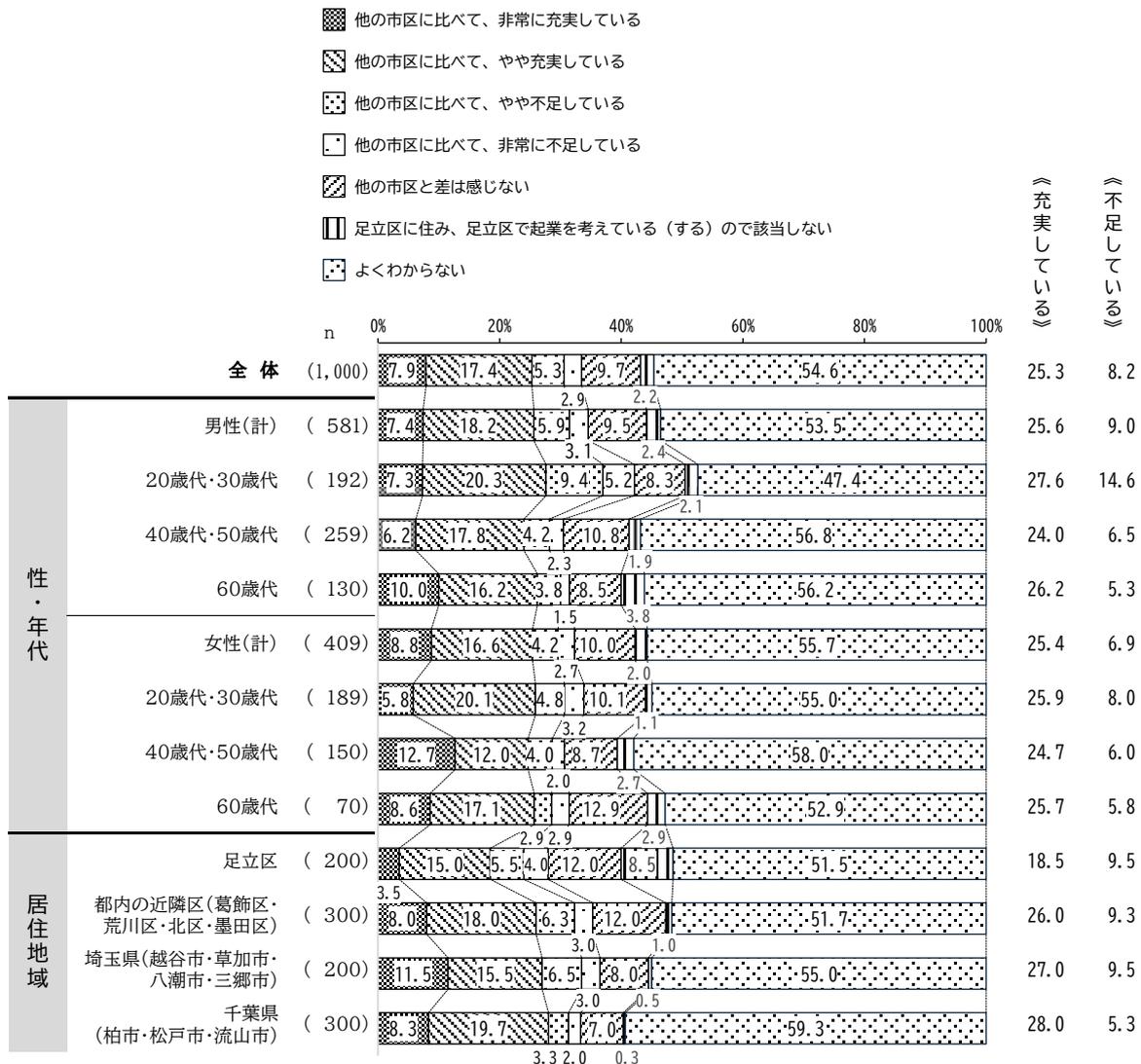
居住地域別にみると、他の地域別に比べて、足立区は「起業家交流会」（14.5%）、「足立区創業資金（開業）」（10.0%）、「ステップアッププログラム」（10.0%）、「創業者経営力アップ支援事業」（7.5%）が高い。

※ 「独立・起業セミナー（入門編・実践編）」は、報告書作成日現在、「独立・起業セミナー（入門編・事業計画策定編）」に名称変更している。

(24) 他市区と比較した足立区の起業・創業支援事業

問24 問21で示した足立区の起業・創業の支援について、あなたがお住まいの市区、または起業をお考えの市区の支援と比較して、どのように感じになりますか。(単数回答)

● 足立区の起業・創業支援事業を他自治体と比較すると《充実している》が25.3%。一方で「よくわからない」が54.6%。



全体では、「非常に充実している」が7.9%で、「やや充実している」(17.4%)を合わせた《充実している》は25.3%となっている。一方、「やや不足している」(5.3%)と「非常に不足している」(2.9%)を合わせた《不足している》は8.2%となっている。「よくわからない」は54.6%となっている。

性別にみると、《充実している》は女性が25.4%に対し男性が25.6%とほぼ同水準である。《「不足している》は男性が9.0%に対し女性が6.9%と、男性の方が2.1ポイント高い。

第2章 各調査の結果

性・年代別にみると、《充実している》は男性の20歳代・30歳代が27.6%で最も高くなっている。《不足している》の割合は男性の20歳代・30歳代が14.6%で最も高くなっている。

居住地域別にみると、《充実している》は千葉県（柏市・松戸市・流山市）が28.0%で最も高い。《不足している》は足立区と埼玉県（越谷市・草加市・八潮市・三郷市）がともに9.5%と他よりも高くなっている。

(25) 他市区と比べて充実している点

【問24で「1」、「2」（充実している）と回答した方に】

問25 足立区がどんな点で、どのように充実していると感じるか、具体的に記述してください。

項目	件数
支援メニューの豊富さと網羅性	73
セミナー・教育・交流の場の提供	25
行政の積極的な姿勢と発信力	24
立地条件と地域環境の魅力	23
伴走型支援と相談しやすい体制	20
資金援助・コスト面での手厚いサポート	18
特になし	81

※ 複数項目にまたがる意見は、それぞれにカウントしている

[支援メニューの豊富さと網羅性] (代表意見抜粋)

- ・ 入門から専門にかけて、プランニングから事業サイクルの実践まで、サポートが得られる。
- ・ 支援制度が整っていると感じた。
- ・ 起業・創業に対する意欲、対策が複数あるため。

[セミナー・教育・交流の場の提供] (代表意見抜粋)

- ・ 色んな講座を受けられる制度があるところ。
- ・ 色々なセミナーなど、起業したい人のためになりそうなことをやっている。

[行政の積極的な姿勢と発信力] (代表意見抜粋)

- ・ 区が率先しておこなっている、と感じる。
- ・ 足立区の発信力があり魅力的である。小さな企業も誘致していると感じる。

[立地条件と地域環境の魅力] (代表意見抜粋)

- ・ 都心に近い地の利を活かしている。
- ・ 人口が多いので、多くの人と関われる。

[伴走型支援と相談しやすい体制] (代表意見抜粋)

- ・ 起業の仕方から定着までしっかりサポートがつく体制になっている。
- ・ 足立区は親身に相談に乗ってくれそう。

[資金援助・コスト面での手厚いサポート] (代表意見抜粋)

- ・ 資金援助やノウハウの提供、物件補助などやっているところ。
- ・ 足立区は助成金を始め起業支援が他と比べて手厚いと、起業した友人から聞いた。

(26) 他市区と比べて不足している点

【問24で「3」、「4」（不足している）と回答した方に】

問26 足立区がどんな点で、どのように不足していると感じるか、具体的に記述してください。

項目	件数
情報発信および周知活動の不足	13
資金援助・制度の充実度と制約	12
区のブランドイメージ	12
立地・インフラ・利便性の課題	11
特になし	34

※ 複数項目にまたがる意見は、それぞれにカウントしている

[情報発信および周知活動の不足]（代表意見抜粋）

- ・情報が足りない。
- ・あまり情報が発信されていないと思う。
- ・認知度が低いし、具体的に何しているか分からない。

[資金援助・制度の充実度と制約]（代表意見抜粋）

- ・不足していると感じる。
- ・足立区に金融に特化した施設がない。
- ・足立区は、人・金・もので、他の区市より不足している。

[区のブランドイメージ]（代表意見抜粋）

- ・足立区のイメージが良くない。
- ・起業精神が旺盛な人が少ない。
- ・魅力が少ない。

[立地・インフラ・利便性の課題]（代表意見抜粋）

- ・道路整備、通信インフラが不足。
- ・区役所や税務署が、遠くて不便。
- ・土地に余裕がない。

資料編 使用した調査票

事業所調査票

足立区産業実態調査アンケート

ご協力をお願い

日頃より、足立区の産業経済行政に格別のご協力を賜り、心より感謝申し上げます。

足立区では、皆様が感じている経営上の課題や、様々な取り組みの障壁となっている要因、新たな課題への対応状況等についてお聞きするアンケート調査を実施することとなりました。

アンケートの目的は、皆様の真のニーズに応え、事業の成長を後押しする施策を「足立区地域経済活性化基本計画」に反映させて、実行していくことにあります。

皆様方におかれましては、大変ご多忙とは存じますが、調査の趣旨をご理解いただき、アンケート回答にご協力をいただきたくお願い申し上げます。

なお、本調査は統計法の規定に基づき、総務省「事業所母集団データベース（令和5年次フレーム）」情報から無作為抽出し、ご協力をお願いしております。ご回答内容につきましては、全て統計的に処理し、個別企業の回答内容や情報がわかる形式で公表することはありませんので、率直に回答いただけますと幸いです。どうぞよろしくお願いいたします。

令和7年7月

足立区長 近藤 やよい

ご回答にあたって

- 1 回答の最後に、ご協力いただいた方への謝礼（抽選）のご案内がございますので、最後までご回答にご協力をお願いいたします。
- 2 貴社の経営実態等を理解されている方がご回答ください。
- 3 お手数ですが、その他にあてはまる場合や自由記述欄は、なるべく具体的にご回答ください。
- 4 ご不明な点がございましたら、下記の担当までお問い合わせください。

【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

電話：03（3880）5464（平日のみ：午前9時～午後5時）

【調査委託先】 株式会社サーベイサーチセンター

【回答方法】 2種類ございます。どちらかでご回答ください。

インターネットで回答
※別紙「インターネット回答
のご案内」参照

・パソコン、タブレットなどで下記のURLにアクセスし、**8月22日（金）**
までに、ご回答ください。

https://

ID : ●●●●●●●●

パスワード : ●●●●●●●●

紙で回答
(裏面の調査票に
直接記入し、郵送)

<ご記入にあたってのお願い>

① 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。

② ご記入いただきました調査票は、同封の返信用封筒（切手不要）にて、

8月22日（金）までに、ご投函くださいますようお願いいたします。

問1 貴社のことについて

(1) 事業所の所在地について「町名」及び「丁目」を口にご記入ください。

(例)「中央本町1丁目」の場合 口に「中央本町」と「1」と記入

町名		丁目		丁目	
----	--	----	--	----	--

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

1 個人	4 合同会社	7 その他
2 株式会社	5 その他の会社	()
3 有限会社 (特例有限会社)	6 会社以外の法人	

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

1 農業	11 学術研究・専門技術サービス業 (士業・経営コンサルタント業、デザイン業、広告業など)
2 建設業	12 宿泊業
3 製造業 (金属製品製造業、プラスチック製品製造業、印刷業など)	13 飲食サービス業
4 電気・ガス・熱供給・水道業	14 生活関連サービス業 (理容・美容業、旅行業、冠婚葬祭業など)
5 情報通信業 (情報サービス業、映像情報制作業など)	15 娯楽業 (スポーツ施設提供業、遊戯場など)
6 運輸業	16 教育 (学習塾など)
7 卸売業	17 医療・福祉 (医療業、介護事業など)
8 小売業	18 その他サービス業 (廃棄物処理業、職業紹介・労働者派遣業、建物サービス業、警備業など、他に分類されないもの)
9 金融業・保険業	
10 不動産業・物品賃貸業	

(4) 貴社の創業年数をご記入ください (2025年3月現在の数字)。

	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 (数字を記入ください)。

従業員数	合計	_____人	➡	内訳	役員	_____人
	そのうち家族は	_____人			正社員	_____人
			パート等の非正規雇用		_____人	

(6) 経営者 (代表者) 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	5 60歳代
2 30歳代	4 50歳代	6 70歳以上

問2 売上・利益の状況について

(1) 直近の事業年度（1年間）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 ~500万円未満	6 1億円～3億円未満
2 500万円～1,000万円未満	7 3億円～5億円未満
3 1,000万円～3,000万円未満	8 5億円～10億円未満
4 3,000万円～5,000万円未満	9 10億円以上
5 5,000万円～1億円未満	

(2) 貴社の売上のうち、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。案件がないまたは該当しない場合には「0」を記入）。

%程度

(3) 直近の事業年度の年間売上高について、その前年度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 20%以上増加	3 横ばい (-5～+5%)	4 6～19%減少	6 分からない
2 6～19%増加		5 20%以上減少	7 比較できない

→ 問2 (5) へ

→(4) 【(3) で「1 20%以上増加」、「2 6～19%増加」と回答した方のみ】

売上増加の理由として、あてはまるもの全てに○をつけてください（○はいくつでも）。

1 営業、広告宣伝、PRや販路開拓の取り組みを増加、改善した	6 EC*など新たな自社販売方法を開始した
2 ニーズにあった商品やサービスを開発した	7 原材料価格の高騰を価格転嫁した
3 元請けからの発注が増えた	8 商品の付加価値を向上させた
4 価格競争で優位だった	9 その他 ()
5 顧客対応を向上させた	10 理由はわからない

(5) 【(3) で「4 6～19%減少」、「5 20%以上減少」と回答した方のみ】

売上減少の原因として、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 営業、広告宣伝、PRが不足したため	6 ECサイト*を活用していないため
2 ニーズにあった商品やサービスを提供できなかったため	7 キャッシュレス決済に対応していないため
3 元請けからの発注が減少したため	8 人手が不足したため
4 価格競争に勝てなかったため	9 その他 ()
5 顧客満足度が下がったため	10 原因はわからない

※ EC（サイト）とは、商品やサービスを、インターネット上で販売するウェブサイトのことで、オンラインストアやインターネット通販などとも呼ばれます。

(6) 【**全ての方に**】

直近の事業年度の年間営業利益について、その前年度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 20%以上増加	3 横ばい (-5~+5%)	4 6~19%減少	6 分からない
2 6~19%増加		5 20%以上減少	7 比較できない

→ 問2 (8) へ

→ (7) 【(6) で「1 20%以上増加」、「2 6~19%増加」に回答した方のみ】

利益増加の理由として、該当するものに○をつけてください（○は1つのみ）。

1 売上が増え、コストが減った
2 売上、コストともに増えたが、売上の増加がコストの増加を上回った
3 売上、コストともに減ったが、コストの減少が売上の減少を上回った

(8) 【(6) で「4 6~19%減少」、「5 20%以上減少」に回答した方のみ】

利益減少の理由として、該当するものに○をつけてください（○は1つのみ）。

1 売上が減り、コストが増えた
2 売上、コストともに増えたが、コストの増加が売上の増加を上回った
3 売上、コストともに減ったが、売上の減少がコストの減少を上回った

→ (9) 【(7) で「2」、または(8) で「1」、「2」のいずれかに回答した方のみ】

コストが増えた理由として、あてはまるもの全てに○をつけてください（○はいくつでも）。

1 資材・原材料があがった	6 宣伝広告費を強化した
2 エネルギーコストがあがった	7 ECなどの販売チャネルのコストが増えた
3 人件費があがった	8 賃借料（店舗、オフィス等の賃借料）があがった
4 設備の更新（投資）、修繕等を行った	9 運送費（商品の配送、梱包資材費等）があがった
5 デジタル活用に投資した	10 その他（ ）

問3 中長期的な経営方針について

(1) 貴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	4 事業再構築（業種や事業そのものの転換等）
2 事業の縮小	5 現状維持
3 業態転換（営業や販売方法の変更）	6 廃業・自分の代での閉店

問3 (2) へ

▶(2) 【(1)で「5 現状維持」と回答した方のみ】

中長期的な経営方針を現状維持と考えている理由として、あてはまるもの全てに○をつけてください（○はいくつでも）。

1 人手が足りず現状維持が精一杯	7 感染症や災害などに対応してきたことで疲弊した
2 成長を目指す資金がない	8 何に取り組めば良いかわからない
3 業績が悪化してきている	9 成長させる必要を感じない
4 成長を目指すリスクを回避したい	10 その他
5 市場の拡大が見込めない	()
6 物価高で先が見通せない	

(3) 【全ての方に】

事業の拡大・拡充、成長に向けて必要だと思う行政等の支援として、あてはまるもの全てに○をつけてください（○はいくつでも）。

※回答の際には、区で実施している具体的な支援事業について、下記の2次元バーコードからご参照ください。

- ① 足立区内の事業者が知っておきたい補助金5選



- ② 足立区内の中小企業支援



1 人手不足に対応する支援	6 中小企業の事業拡大事例の共有
2 デジタル技術を活用するための支援	7 リーディングカンパニーや異業種との交流
3 設備投資（購入・更新・修理等）のための融資や補助金	8 経営等に関する相談先の確保
4 売上増や販路開拓の支援	9 その他
5 経営（改善）計画の立案の支援	10 支援は不要
	()

問4 人材の状況について

(1) 2024年度、2025年度両方における、正社員・非正社員の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）。

		不足	やや不足	適当	やや過剰	過剰	該当なし
1. 正社員	2024年度 時点の状況	1	2	3	4	5	6
	2025年度 現在	1	2	3	4	5	6
2. 非正社員	2024年度 時点の状況	1	2	3	4	5	6
	2025年度 現在	1	2	3	4	5	6



※ 正社員、非正社員ともに、一つも「不足」や「やや不足」を選んでいない方は7ページの(5)へ

問4 (2) ~ (4) へ

▶(2) 【(1) のいずれかの行で、「1 不足」または「2 やや不足」に回答した方のみ】
 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)。

1 管理職	7 介護・福祉職	14 調理職
2 研究職・開発職	8 保育・教育職	15 建築・土木職
3 技術職・生産工程従事職	9 編集・デザイナー職	16 警備・施設管理職
4 システム・IT関連職	10 事務職	17 運転・配送職
5 法務・経営・会計等の専門職 (弁護士・税理士・社労士等)	11 営業職	18 清掃
6 医療・看護・保健職	12 販売職	19 その他
	13 接客・サービス職	()

▶(3) 【(1) のいずれかの行で、「1 不足」または「2 やや不足」に回答した方のみ】
 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)。

1 思ったように採用できない	5 業務の効率化が進んでいない
2 人材育成が進んでいない	6 デジタル活用ができていない
3 育児・介護休業取得者の増加	7 その他 ()
4 離職の発生・増加	8 理由がわからない

▶(3-1) 【(3) で、「4 離職の発生・増加」に回答した方のみ】
 離職が多い層として最もあてはまるものに○をつけてください (○は1つだけ)。

1 新卒入社から半年以内	5 中堅層
2 新卒入社半年から3年以内	6 ベテラン層
3 中途入社から半年以内	7 幹部職員 (管理職以上)
4 中途入社半年から3年以内	8 その他 ()

▶(3-2) 【(3) で、「4 離職の発生・増加」に回答した方のみ】
 貴社が考える離職が発生または増加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)。

1 スキルや興味とあっていなかったため	6 福利厚生に不満があったため
2 社内の育成体制が整っていないため	7 物理的な労働環境の改善が難しかったため
3 賃金が上げられないため	8 職場の人間関係に問題があったため
4 休暇等の労働条件の改善が進まないため	9 その他 ()
5 残業が減らないため	10 理由がわからない

問4 (4) へ

▶(4) 【(1) のいずれかの行で、「1 不足」または「2 やや不足」に回答した方のみ】

人手不足が貴社の経営に与えた影響について、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

1 営業、販路開拓、販売促進などの売上を伸ばす取り組みができない	7 廃業や倒産の危機にある
2 新商品やサービスの開発に手が回らない	8 ほとんど影響はない
3 デジタル活用や業務効率化に取り組めない	9 プラスの影響があった (内容:)
4 人材育成に取り組めない	10 その他 ()
5 職場環境改善に取り組めない	
6 事業を縮小せざるを得ない	

(5) 【(1) で「1 不足」、「2 やや不足」に1つも○がつかなかった方のみ】

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

1 採用が順調	6 人材派遣や外注を活用した
2 外国人労働者の雇い入れが進んだ	7 デジタル活用による業務の効率化が順調
3 離職が減少した	8 事業を縮小した
4 育児・介護等による短時間勤務者の減少、 休職者の復帰	9 その他 ()
5 人材育成が順調	10 理由がわからない

問5 採用の状況について

(1) 2024年度、2025年度両方における、正社員・非正社員の採用の状況について、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)。

		順調	概ね順調	やや不調	不調	採用予定がないため当てはまらない
1. 正社員	2024年度の状況	1	2	3	4	5
	2025年度の状況	1	2	3	4	5
2. 非正社員	2024年度の状況	1	2	3	4	5
	2025年度の状況	1	2	3	4	5

▶ 問5 (4) へ

▶(2) 【(1) の正社員の採用いずれかの年で「1」～「4」(順調～不調)に回答した方のみ】

正社員の採用で、主に力を入れているものに○をつけてください (○は1つのみ)。

1 新卒採用 (大学卒業程度)	2 新卒採用 (高校卒業程度)	3 中途採用 (就労経験あり)	4 中途採用 (就労経験なし)
--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

問5 (3) へ

▶(3) 【(1) の正社員の採用いずれかの年で「1」～「4」(順調～不調)に回答した方のみ】
正社員採用に効果的だった方法として、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の利用	5 成功報酬を要する人材紹介の利用
2 学校・大学への求人票提出・企業説明会参加	6 縁故・紹介
3 自社ホームページへの掲載	7 その他()
4 有料求人サイトや求人情報誌への掲載	8 効果的なものはなかった

(4) 【(1) の非正社員の採用いずれかの年で「1」～「4」(順調～不調)に回答した方のみ】
非正社員採用に効果的だった方法として、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の利用	5 成功報酬を要する人材紹介の利用
2 学校・大学への求人票提出・企業説明会参加	6 縁故・紹介
3 自社ホームページ掲載や自店舗内の掲示	7 その他()
4 有料求人サイトや求人情報誌への掲載	8 効果的なものはなかった

(5) 【全ての方に】
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	6 業界(業種)そのものが不人気である
2 効果的な採用方法がわからない	7 求めている人材の応募者が少ない
3 採用広告費や紹介料の負担が大きい	8 WEBやデジタルを活用した採用に対応できていない
4 労働条件で他社に負けてしまう	9 その他()
5 自社のPRや情報発信ができていない	10 特にない

※(5)について、具体的なエピソードがありましたら記入してください。

問6 人材育成の取り組み状況について

(1) 貴社の人材育成の取り組み状況について、あてはまるものに○をつけてください(○はいくつでも)。

1 生産性向上、ミス防止等のために取り組んでいる	6 デジタル人材育成のために取り組んでいる
2 専門的、技術的な能力を向上させるために取り組んでいる	7 マネジメント力を向上させるために取り組んでいる
3 資格を取得させるために取り組んでいる	8 その他()
4 従業員のモチベーション向上のために取り組んでいる	9 取り組めていない
5 キャリアパスを明確にするために取り組んでいる	

→ 問6(4)へ

問6(2)、(3)へ

▶(2) 【(1) で、「1」～「8」(取り組んでいる)に回答した方のみ】

人材育成の取り組みの効果として、あてはまるものに○をつけてください(○はいくつでも)。

1 人材の定着	6 顧客満足度の向上
2 生産性向上	7 従業員のモチベーション向上
3 長時間労働の改善	8 デジタル化の促進
4 資格取得・専門スキル向上	9 その他 ()
5 仕事の受注、事業の拡大	10 特に効果はない

▶(3) 【(1) で、「1」～「8」(取り組んでいる)に回答した方のみ】

人材育成の課題として、あてはまるものに○をつけてください(○はいくつでも)。

1 指導を担う人材が不足している	5 育成にかかるコスト負担が大きい
2 十分な時間がさけない	6 効果が見えづらい
3 ノウハウが不足している	7 その他 ()
4 適切な研修機関が少ない	8 特にない

(4) 【(1) で、「9 取り組めていない」に回答した方のみ】

人材育成に取り組め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)。

1 指導を担う人材がいない	5 育成にかかるコストが負担
2 時間がなく優先順位を下げざるを得ない	6 効果が期待できない
3 ノウハウがなくどこから手をつければよいかわからない	7 その他 ()
4 適切な研修機関が見つけれない	8 必要性がない
	9 特にない

※(4)について、具体的なエピソードがありましたら記入してください。

問7 賃上げ実施状況について

(1) 直近3年間の賃上げ実施状況について、正社員、非正社員のそれぞれで当てはまるものに○をつけてください(○は各1つずつ)。

	2023年度→2024年度	2024年度→2025年度
1. 正社員	1 賃上げを実施した 2 賃上げを実施していない 3 正社員の従業員がいない	1 賃上げを実施した 2 賃上げを実施していない 3 正社員の従業員がいない
2. 非正社員	1 賃上げを実施した 2 賃上げを実施していない 3 非正社員の従業員がいない	1 賃上げを実施した 2 賃上げを実施していない 3 非正社員の従業員がいない

※一つでも「1 賃上げを実施した」を選んだ方は問7(2)、(3)へ
 ※一つでも「2 賃上げを実施していない」を選んだ方は問7(4)へ

(2) 【(1) のいずれかで「1 賃上げを実施した」に回答した方】

賃上げを行った理由として、正社員、非正社員それぞれにあてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

<1. 正社員への賃上げを実施した方>

- 1 業績が好調だったため
- 2 離職防止に必要だったため
- 3 新規採用に必要だったため
- 4 最低賃金が上がったため

<2. 非正社員への賃上げを実施した方>

- 1 業績が好調だったため
- 2 離職防止に必要だったため
- 3 新規採用に必要だったため
- 4 最低賃金が上がったため

(3) 【(1) のいずれかで「1 賃上げを実施した」に回答した方】

その賃上げを行ったことの効果として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

- | | |
|--------------------|---------------------------|
| 1 従業員のモチベーションが向上した | 5 企業のイメージにプラスに働いた |
| 2 人材の流出・離職を防いだ | 6 商品・サービスの価格上昇に理解が得やすくなった |
| 3 採用に優位に働いた | 7 その他 () |
| 4 業績が上がった | 8 特に効果はない |

(4) 【(1) のいずれかで、「2 賃上げは実施していない」に回答した方】

賃上げを行わなかった理由として、あてはまるものに○をつけてください (○は1つだけ)。

- | | |
|-----------------------|---------------------------------|
| 1 原資がないため | 4 家族親族しかいないなど、賃上げをする対象従業員が少ないため |
| 2 どのくらい上げればよいかわからないため | 5 事業を縮小したいため |
| 3 十分な賃金を支払っており必要がないため | 6 その他 () |

問8 労働環境の改善内容について

(1) 直近3年間で行った、労働環境の改善内容について、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

- | | |
|--------------------|-----------------------------|
| 1 育児・介護との両立をしやすくした | 7 テレワークやフレックスタイム制を導入した |
| 2 時間外労働を削減した | 8 トイレや更衣室、エアコン等の物理的な環境を整備した |
| 3 多様な人材を受け入れた | 9 その他 () |
| 4 健康経営の取り組みを始めた | 10 出来ていない → 問8 (3) へ |
| 5 新たな設備やシステムを導入した | |
| 6 ハラスメント対策を強化した | |

→(2) 【(1) で「1」～「9」(改善をした)に回答した方のみ】

(1) の取り組みの中で、人材の定着など、人手不足の解消 (または悪化の防止) に効果があったと感じるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

- | | |
|--------------------|-----------------------------|
| 1 育児・介護との両立をしやすくした | 6 ハラスメント対策を強化した |
| 2 時間外労働を削減した | 7 テレワークやフレックスタイム制を導入した |
| 3 多様な人材を受け入れた | 8 トイレや更衣室、エアコン等の物理的な環境を整備した |
| 4 健康経営に取り組んでいる | 9 その他 () |
| 5 新たな設備やシステムを導入した | |

(3) 【(1) で、「10 出来ていない」に回答した方のみ】

出来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)。

- | | |
|-------------------|--------------|
| 1 人手が足りない | 4 ノウハウがない |
| 2 費用の負担が重い | 5 相談先・依頼先がない |
| 3 効果のある取り組みがわからない | 6 その他 () |
| | 7 必要性がない |

問9 後継者・事業の承継について

(1) あなたは、経営者 (代表者) として、何歳まで続けるか決めていますか (○は1つだけ)。

- | | | |
|--------------------|---|-----------------------------------|
| 1 決めている・概ね決めている | ⇒ | <input type="text" value="歳くらい"/> |
| 2 考える必要性は感じるが決めている | | |
| 3 考えていない | | |

(2) 事業の後継者の決定状況について、あてはまるものに○をつけてください (○は1つだけ)。

- | | |
|----------------------|-----------------------|
| 1 自身の子どもに決まっている | 5 誰かには引き継ぎたいが、決まっていない |
| 2 自身の子ども以外の親族に決まっている | 6 承継するかどうかまだ考えていない |
| 3 会社の従業員に決まっている | 7 自分の代で廃業する予定である |
| 4 外部の方に売却することが決まっている | 8 その他 () |

▶(3) 【(2) で「1」～「4」(決まっている)に回答した方のみ】

事業承継の準備の進捗状況について、あてはまるものに○をつけてください (○は1つだけ)。

- | | |
|-----------------------------------|-------------------|
| 1 既に計画に沿って具体的に進めている | 4 情報収集を始めた段階である |
| 2 事業承継計画は立案できている (具体的に進めるのはこれから) | 5 何から始めればよいかわからない |
| 3 計画立案までは至っていないが、専門機関などに相談を開始している | 6 その他 () |

(4) 【全ての方に】

事業承継の不安や課題として、あてはまるものに○をつけてください (○はいくつでも)。

- | | |
|------------------------|---------------------|
| 1 事業承継計画が立てられない | 8 税金や資金、売買手数料の負担 |
| 2 親族間のトラブル | 9 負債や借入の存在 |
| 3 後継者の資質・能力不足、育成 | 10 売買する際のトラブルに不安がある |
| 4 後継者が見つからない | 11 業界の先行きが見通せない |
| 5 法務、税務、財務の知識不足 | 12 相談相手や支援者がいない |
| 6 金融機関や取引先、従業員などとの信頼関係 | 13 その他 () |
| 7 経営方針や企業体質が変わってしまうこと | 14 不安や課題はない |

※ (4) について、具体的なエピソードがありましたら記入してください。

問10 デジタル活用の状況について

(1) 下記の取り組み内容について、それぞれあてはまるものに○をつけてください (○は各1つだけ)。

①自社・自店舗のWEBページを開設している	1 はい	2 いいえ
②外部との連絡にEメールを利用している	1 はい	2 いいえ
③SNS (インスタグラム等) による情報発信を行っている	1 はい	2 いいえ

(2) 【(1) で ①~③ 全て「2 いいえ」に回答した方のみ】

いずれも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)。

1 やり方がわからない	4 行う必要がない
2 継続的に扱える人材がない	5 その他
3 導入・運用に係るコストが負担	()

(3) 【全ての方に】

貴社のデジタル活用状況について、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

1 すでに活用を始めている	2 活用する予定で準備している	3 活用したいができていない	4 活用する予定がない
---------------	-----------------	----------------	-------------

▶ 問10 (5) へ

▶(4) 【(3) で「1 すでに活用を始めている」に回答した方のみ】

貴社で実践しているデジタル活用内容として、あてはまるもの全てに○をつけてください (○はいくつでも)。

1 資料のペーパーレス化	6 チャットボットやセルフオーダー等の顧客対応
2 テレワークやオンライン会議の導入	7 生産、物流、店頭等の在庫管理や分析
3 勤怠管理、給与管理、経費システム等の導入	8 売上データ等の分析・解析結果等の活用
4 顧客管理、収支管理、営業支援システム等の導入	9 その他
5 CADや3Dプリンタの活用による開発・設計・試作	()

※デジタル活用の課題などがあれば、具体的なエピソードをお書きください。

(5) 【(3) で「2」~「4」(現状では未活用)に回答した方のみ】

デジタル活用における貴社の課題や不安として、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	5 活用を推進できる人材がない
2 導入・運用に係るコスト負担	6 導入する必要性がない
3 導入しても効果が出るか不安	7 その他 ()
4 自社に合ったツール・アプリがわからない	8 課題は特にない

問11 ECサイトの活用について

※ ECサイトとは、商品やサービスを、インターネット上で販売するウェブサイトのことで、オンラインストアやインターネット通販などとも呼ばれます。

(1) 貴社のECサイトの活用について、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

- | | | |
|---------------|-----------------|-------------|
| 1 すでに活用を始めている | 2 活用する予定で準備している | 4 活用する予定がない |
| | 3 活用したいができていない | 5 業種的になじまない |

▶(4) へ

▶(2) 【(1) で「1 すでに活用を始めている」に回答した方のみ】

貴社の商品を販売、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 モール型・出店や出品する形式のEC) | 3 EC構築サービスを利用した自社EC |
| 2 完全自社制作の自社ECサイト | 4 その他のEC
() |

▶(3) 【(1) で「1 すでに活用を始めている」に回答した方のみ】

ECサイトでの販売の売れ行きとして、該当するものに○をつけてください (○は1つだけ)。

- | | | |
|------------|-------------|-------------|
| 1 順調に進んでいる | 2 ある程度進んでいる | 3 あまり進んでいない |
|------------|-------------|-------------|

※売れ行きの理由や課題について、自由にお書きください。

(4) 【(1) で「2」～「4」に回答した方のみ】

現在利用し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)。

- | | |
|------------------|------------|
| 1 人手が足りない | 5 その他 |
| 2 資金が足りない | () |
| 3 効果が見込めない | 6 必要性を感じない |
| 4 ノウハウがない・難しく感じる | |

問12 キャッシュレス決済への対応について

(1) 貴社のキャッシュレス決済への対応について、あてはまるもの全てに○をつけてください。

- | | |
|-----------------------|--------------------|
| 1 クレジットカードに対応 | 7 導入したいがまだ一つもしていない |
| 2 デビットカードに対応 | 8 導入する予定がない |
| 3 バーコード・二次元コード決済に対応 | 9 導入したが取りやめた |
| 4 電子マネー (交通系・流通系) に対応 | 10 業態として該当しない |
| 5 プリペイドカードに対応 | 11 その他 |
| 6 その他 () に対応 | () |

問12 (5) へ

▶(2) 【(1) で「1」～「6」(キャッシュレス決済に対応) を選択した方のみ】

売上全体に占めるキャッシュレス決済の割合についてお答えください。

約	%
---	---

問12 (3)、(4) へ

▶(3) 【(1)で「1」～「6」(キャッシュレス決済に対応)に回答した方のみ】

キャッシュレス決済を導入している効果について、あてはまるもの全てに○をつけてください。

- | | |
|------------------|---------------------|
| 1 会計等の業務負担が軽減された | 5 購買データが活用できるようになった |
| 2 売上が増えた | 6 各種キャンペーンに参加できる |
| 3 客数が増えた | 7 その他 () |
| 4 客単価があがった | 8 特に効果は感じない |

▶(4) 【(1)で「1」～「6」(キャッシュレス決済に対応)に回答した方のみ】

キャッシュレス決済を導入した後の課題について、あてはまるもの全てに○をつけてください。

- | | |
|--------------------|-----------------|
| 1 仕組みを理解し使いこなすのが大変 | 5 利用者が思ったほど多くない |
| 2 手数料が利益を圧迫している | 6 その他 () |
| 3 システム障害やトラブルが多い | 7 特に課題はない |
| 4 現金との混在で業務が煩雑になった | |

(5) 【(1)で「7」、「8」、「9」(導入していない)に回答した方のみ】

キャッシュレス決済を導入していない、または撤退した理由について、あてはまるもの全てに○をつけてください。

- | | |
|----------------|-------------------|
| 1 仕組みを理解するのが負担 | 5 入金までに時間がかかる |
| 2 担当する人手不足 | 6 システムトラブルに対応できない |
| 3 導入コストが負担 | 7 顧客ニーズや必要性を感じない |
| 4 手数料が負担 | 8 その他 () |

問13 カスタマーハラスメントについて

(1) 直近3年で、カスタマーハラスメントに類する事案について、経営者または従業員が経験した内容として、あてはまるもの全てに○をつけてください (○はいくつでも)。

- | | |
|---|----------------------|
| 1 長時間にわたり従業員を拘束する、居座りを
をする、長時間電話を続ける | 6 権威を振りかざし要求を通そうとする |
| 2 理不尽な要望を繰り返し求める | 7 詳細を言わず店舗外に呼びつける |
| 3 大きな怒鳴り声をあげる、侮辱的発言、
人格の否定や名誉を棄損する発言 | 8 SNSやインターネットで誹謗中傷する |
| 4 殴る、蹴る、物を投げつける等の暴力 | 9 体を触る、付きまとう、執拗に誘う |
| 5 威嚇・脅迫 | 10 その他 () |
| | 11 経験はない |
| | 12 業態として該当しない |

▶(2) 【(1)で「1」～「10」(何らかの経験がある)に回答した方のみ】

カスタマーハラスメントに類する事案によって受けた影響として、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 従業員のパフォーマンスの低下 | 6 金銭的損失 (値下げ、慰謝料、代替品など) |
| 2 従業員の健康不良・休職 | 7 企業イメージの低下 |
| 3 配置転換 | 8 他の顧客の利用環境悪化・サービス低下 |
| 4 従業員の退職 | 9 その他 () |
| 5 対応のために時間の浪費 | 10 特に影響はない |

(3) 【全ての方に】

貴社のカスタマーハラスメントに類する事案への対策状況として、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 基本方針を明確にしている	4 対応方法を従業員等へ教育・研修している
2 従業員が相談できる体制を整備している	5 対策したいができていない
3 対応方法、手順を策定している	6 必要性を感じていない

(4) 【(3)で「5 対策したいができていない」に回答した方のみ】

対策できていない理由として、あてはまるもの全てに○をつけてください（○はいくつでも）。

1 人手が足りず優先順位を下げざるを得ない	4 クレームとの違いが区別できない
2 何をすればよいかわからない	5 その他（ ）
3 どんな対策をしたらよいかの相談先がない	

➤ 国や都のマニュアル、ガイドラインなどのリンクを掲載しますので、参考にしてください。

厚生労働省カスタマーハラスメント
対策企業マニュアル



東京都カスタマー・ハラスメントの
防止に関する指針（ガイドライン）



東京都カスタマーハラスメント
防止対策の奨励金等の情報



問14 SDGsの取り組み状況について

- SDGs（持続可能な開発目標）とは、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標。「働きがいも経済成長も」「ジェンダー平等を実現しよう」などの17のゴールと、169のターゲットから構成されています。
- 足立区では、ともにSDGsの取り組みを実践する企業や団体を「あだちSDGsパートナー」として登録し、官民一体となってSDGsを推進しています。
- 右記のWEBページに、廃材の利用やエネルギーの効率化、ペーパーレス推進、多様性の推進など、区内事業者の取り組み事例がございますので、ご参照ください。



あだちSDGs
パートナー
のWEBページ

(1) SDGsの取り組み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 すでに取り組んでいる	4 以前取り組んでいたが、今は取り組んでいない
2 まだ取り組んでいないが、今後は取り組む予定	5 特に取り組んでおらず、今後も取り組む予定はない
3 取り組んでおらず、今後の取り組みは未定	

(2) 【(1)で「1 すでに取り組んでいる」に回答した方のみ】

SDGsの取り組みとして行っているものを、下記に記述してください（複数可）。

区民調査票

足立区就労・消費意識調査アンケート

ご協力をお願い

日頃より足立区政の運営に格別のご協力を賜り、心より感謝申し上げます。

足立区では、区民の皆様の就職・転職に関する考え方や消費行動をお聞きするアンケート調査を実施することとなりました。

アンケートの目的は、**区民の皆様の消費や区内産業を盛り上げる施策を検討し、「足立区地域経済活性化基本計画」に反映させて、実行していく**ことです。

皆様方におかれましては、大変ご多忙とは存じますが、調査の趣旨をご理解いただき、ご回答をいただきたくお願い申し上げます。

なお、本調査は、住民基本台帳から無作為抽出によりに選定し、ご協力をお願いしております。ご回答結果につきましては、全て統計的に処理し、個人が特定される形式で公表することはありませんので、安心してご回答いただけますと幸いです。どうぞよろしくお願いいたします。

令和7年7月

足立区長 近藤 やよい

ご回答にあたって

- 1 回答の最後に、ご協力いただいた方への謝礼（抽選）のご案内がございますので、最後までご回答にご協力をお願いいたします。
- 2 回答は、あて名のご本人がご記入くださるようお願いいたします。ご本人がお一人で回答することが難しい場合は、ご家族など、身近な方がご本人の意思を確認しながら、代理でご回答いただいても構いません。
- 3 お手数ですが、その他にあてはまる場合や自由記述欄は、なるべく具体的にご回答ください。
- 4 ご不明な点がございましたら、下記の担当までお問い合わせください。

【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

電話：03（3880）5464（平日のみ：午前9時～午後5時）

【調査委託先】 株式会社サーベイリサーチセンター

【回答方法】 2種類ございます。どちらかでご回答ください。

インターネットで回答

※別紙「インターネット回答のご案内」参照

・パソコン、タブレットなどで下記のURLにアクセスし、**8月22日（金）**

までに、ご回答ください。

https://

ID : ●●●●●●●●

パスワード : ●●●●●●●●

紙で回答

（裏面の調査票に直接記入し、郵送）

<ご記入にあたってのお願い>

① 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。

② ご記入いただきました調査票は、同封の返信用封筒（切手不要）にて、

8月22日（金）までに、ご投函くださいますようお願いいたします。

問1 あなたご自身についてお伺いします

(1) あなたの性別は、次のどれにあたりますか (○は1つ)。

- | | | | |
|------|------|-----------|----------|
| 1 男性 | 2 女性 | 3 どちらでもない | 4 答えたくない |
|------|------|-----------|----------|

(2) あなたの年代は、どれにあたりますか (○は1つ)。

- | | | | |
|---------|--------|--------|----------|
| 1 20歳未満 | 3 30歳代 | 5 50歳代 | 7 70歳代以上 |
| 2 20歳代 | 4 40歳代 | 6 60歳代 | |

(3) あなたの現在のお住まいの「町名」及び「丁目」を口にご記入ください。

(例)「中央本町1丁目」の場合 に「中央本町」と「1」と記入

町名		丁目	
----	--	----	--

(4) あなたが現在のところにお住まいになってから、延べ何年になりますか (○は1つ)。

- | | |
|------------|--------------|
| 1 1年未満 | 4 5年以上10年未満 |
| 2 1年以上3年未満 | 5 10年以上20年未満 |
| 3 3年以上5年未満 | 6 20年以上 |

(5) 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 (○は1つ)。

- | | |
|-----------------|-------------------|
| 1 一人暮らし | 4 親と子どもと孫 (三世代家族) |
| 2 夫婦のみ (一世代家族) | 5 その他 |
| 3 親と子ども (二世代家族) | () |

(6) あなたのご職業について、次のうち最もあてはまるものは何ですか (○は1つ)。

- | | |
|--------------|-------------|
| 1 会社員・公務員 | 5 パート・アルバイト |
| 2 会社 (法人) 経営 | 6 学生 |
| 3 会社役員 | 7 就労していない |
| 4 個人事業主 | 8 その他 () |

(7) あなたの主な通勤・通学先は、次のどれにあたりますか (○は1つ)。

- | | |
|-------------|-------------|
| 1 自宅 (自営など) | 5 埼玉県・千葉県 |
| 2 足立区内 | 6 その他 () |
| 3 足立区以外の23区 | 7 通勤・通学先はない |
| 4 1～3以外の都内 | |

問2 就労に対する考え方についてお伺いします

問2は、現在お仕事をされている方も、されていない方もご回答ください。

(1) 現在の転職や求職活動等（パート・アルバイトを含む）の状況として、該当するものに○をつけてください（○は1つのみ）。現在就労しているか否かは問いません。

- | | |
|--|----------|
| 1 正規の社員（職員）の職を探している（転職・就職） | → 問2（6）へ |
| 2 パート・アルバイト先を探している（転職・就職） | |
| 3 独立・開業をする予定で準備している | |
| 4 1～3のいずれでもない（今のお仕事を変える予定のない方や、お仕事をする予定のない方など） | |

▶(2) 【(1)で「1」、「2」(仕事を探している)に回答した方のみ】

希望の職種としてあてはまるものすべてに○をつけてください（○はいくつでも）。

- | | |
|-----------------------------------|-------------|
| 1 管理職 | 10 事務職 |
| 2 研究職・開発職 | 11 営業職 |
| 3 技術職・生産工程従事職 | 12 販売職 |
| 4 システム・IT関連職 | 13 接客・サービス職 |
| 5 法務・経営・会計等の専門職（弁護士・
税理士・社労士等） | 14 調理職 |
| 6 医療・看護・保健職 | 15 建築・土木職 |
| 7 介護・福祉職 | 16 警備・施設管理職 |
| 8 保育・教育職 | 17 運転・配送職 |
| 9 編集・デザイナー職 | 18 清掃職 |
| | 19 その他 |
| | () |

▶(3) 【(1)で「1」、「2」(仕事を探している)に回答した方のみ】

就労先を選択する際に重視することとしてあてはまるものに○をつけてください（○は3つまで）。

- | |
|----------------------------|
| 1 給与が良いこと（月給・時給 _____ 円以上） |
| 2 賞与があること（支給月数 _____ か月以上） |
| 3 安定した雇用であること |
| 4 やりがいがあり、仕事を通して成長できること |
| 5 知名度のある、イメージが良い企業であること |
| 6 オフィス環境が良いこと（ハード面） |
| 7 職場の雰囲気が良いこと |
| 8 経験・スキルが活かせること |
| 9 育成・教育体制が整っていること |
| 10 就労場所が通いやすいこと |
| 11 休み・勤務日数・時間の融通が利くこと |
| 12 その他 () |

(4) 【(1) で「1」、「2」(仕事を探している) に回答した方のみ】

利用している求職方法として、あてはまるものすべてに○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
2	学校・大学の就職部の求人票や学校・大学主催の企業説明会への参加
3	会社ホームページ・店舗等の掲示の閲覧
4	求人サイトや求人情報誌を利用
5	人材紹介の利用
6	人材派遣の利用
7	縁故・紹介
8	その他 ()

(5) 【(1) で「1」、「2」(仕事を探している) に回答した方のみ】

転職、就職にあたって足立区内の事業者を就労先として検討しますか、それとも検討しませんか (○は1つのみ)。

1 検討する	2 検討しない	→ (5-2) へ
--------	---------	-----------

→ (5-1) 【(5) で「1 検討する」に回答した方のみ】

検討する理由はなんですか (○はいくつでも)。

1	給与等の条件が良いため	5	ビジョンや事業内容に共感できるため
2	通勤に便利のため	6	区内産業に貢献したいため
3	好きな商品やサービスを扱っているため	7	アットホームで働きやすい環境なため
4	知り合いが経営または就労しているため	8	その他 ()

(5-2) 【(5) で「2 検討しない」に回答した方のみ】

検討しない理由はなんですか (○はいくつでも)。

1	区内事業者を知らない・求人募集を見つけられない	5	居住地の近くで働きたくない
2	区内求人の給与等の条件が良くない	6	通学先などの近くが良い
3	都心で働きたい	7	狭さや古さなど職場環境が心配
4	区外に意中の企業がある	8	小さな規模で人間関係が心配
		9	その他 ()

(6) 【全ての方に】

離職経験のある方はその理由を、まだ離職経験のない方は離職するほどの理由になると考えられることとして、あてはまるものに○をつけてください (○は3つまで)。

1	業績が悪化している
2	忙しくて残業や休日出勤が多い
3	人間関係やハラスメントなどの問題がある
4	育成体制がしっかりしていない
5	他社と比べて賃上げが実施されない
6	職場の労働環境が悪い (ハード面)
7	休み・勤務日数・時間の融通が利かない
8	実際の仕事内容が事前のイメージと異なる
9	その他 ()

(7) 【全ての方に】

賃上げの状況について、あてはまるものに○をつけてください (○は1つのみ)。

- | | |
|-------------------|------------------|
| 1 2025年度に賃上げがあった | 3 2025年度は賃金が下がった |
| 2 2025年度は賃上げがなかった | 4 賃金を得ていない |

問3 インターネットショッピングの考え方についてお伺いします

(1) インターネットを利用して商品・サービスを購入する頻度として、最も近いもの1つに○をつけてください (○は1つ)。

- | | |
|------------|----------------|
| 1 1か月に2回以上 | 4 半年に1回程度 |
| 2 1か月に1回程度 | 5 基本的には利用しない |
| 3 3か月に1回程度 | 6 一度も利用したことがない |

→ 7ページの(6)へ

→(2) 【(1)で「1」～「4」(利用する)に回答した方のみ】

主に利用するサイトとして最もあてはまるものに○をつけてください (○は1つ)。

- | |
|---------------------|
| 1 モール型のショッピングサイト |
| 2 各社の自社ショッピングサイト |
| 3 その他のショッピングサイト () |

→(3) 【(1)で「1」～「4」(利用する)に回答した方のみ】

インターネットショッピングで主に購入するものとして、あてはまるものすべてに○をつけてください (○はいくつでも)。

- | |
|------------------------------|
| 1 衣類・靴・鞆・ファッション小物・雑貨 |
| 2 スポーツ・アウトドア用品 |
| 3 電化製品 (テレビ・スマホ・PC等) |
| 4 書籍・映像・音楽ソフト (電子書籍や音楽配信等含む) |
| 5 食品・お菓子・飲料 |
| 6 お酒 |
| 7 家具・インテリア |
| 8 玩具・育児用品 |
| 9 医薬品・医薬部外品・化粧品 |
| 10 その他 () |

問3 (4)、(5)へ

▶(4) 【(1)で「1」～「4」(利用する)に回答した方のみ】

インターネットショッピングを利用する理由として、あてはまるものすべてに○をつけてください (○はいくつでも)。

- | | |
|----|--|
| 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 |
| 2 | 商品数やサービスの種類が多い、カラーやサイズバリエーションが豊富 |
| 3 | ネット上にしか見つけられない商品がある・ネットでしか申込、支払いができないサービスがある |
| 4 | 実店舗に行く・商品を探す時間を節約できる |
| 5 | 対面での接客が省略できる |
| 6 | 購入履歴から欲しい物を提示してくれる |
| 7 | 時間を選ばず買い物ができる |
| 8 | 持ち帰りが大変なものも気軽に買える |
| 9 | ポイントが付く |
| 10 | その他 () |

▶(5) 【(1)で「1」～「4」(利用する)に回答した方のみ】

インターネットショッピングで、区内事業者の商品やサービスを購入した経験がありますか (○印は1つ)。

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

▶(5-1) 【(5)で「1 あり」に回答した方のみ】

どのような企業の、どのような商品・サービスを購入したかご記入ください (いくつでも)。

どのような企業 (企業名等)	どのような商品・サービス

▶(5-2) 【(5)で「1 あり」に回答した方のみ】

インターネットショッピングで、区内事業者の商品やサービスを購入した経緯として、あてはまるものすべてに○をつけてください (○はいくつでも)。

- | | |
|---|--------------------------------------|
| 1 | もともと実店舗を利用していた |
| 2 | 友人・知人からの口コミで知った |
| 3 | 小売店 (スーパーや百貨店等) で商品を見て、ショッピングサイトを探した |
| 4 | SNSで知った |
| 5 | 偶然 |
| 6 | その他 () |

(6) 【(1) で「5 基本的には利用しない」、「6 一度も利用したことがない」に回答した方のみ】

インターネットショッピングを利用しない理由として、あてはまるものすべてに○をつけてください (○はいくつでも)。

- | | |
|------------------|--------------------|
| 1 商品を直接確認したい | 7 決済手段のセキュリティが不安 |
| 2 注文方法がわかりにくい | 8 ショッピングサイトへの登録が面倒 |
| 3 商品情報の信頼性が低い | 9 商品が探せない、選べない |
| 4 送料負担がある | 10 店舗に買い物に行くのが楽しみ |
| 5 なじみの店舗の方が買いやすい | 11 その他 () |
| 6 インターネットを利用しない | 12 特に理由はない |

問4 キャッシュレス決済の利用についてお伺いします

(1) あなたは、クレジットカードやスマートフォンなどのキャッシュレス決済手段を日常的に利用しますか (○は1つ)。

- | | | |
|--------|---------|--------|
| 1 利用する | 2 利用しない | →(4) へ |
|--------|---------|--------|

▶(2) 【(1) で「1 利用する」に回答した方のみ】

その理由は何ですか (○はいくつでも)。

- | | |
|---------------------|------------------------|
| 1 ポイントが貯まる | 5 購入、支払いのデータが残る |
| 2 支払いがスムーズ | 6 キャッシュレスの方がお金の管理がしやすい |
| 3 財布がかさばらない | 7 その他 () |
| 4 キャッシュレス決済対応の店が増えた | |

▶(3) 【(1) で「1 利用する」に回答した方のみ】

あなたが利用しているキャッシュレス決済手段は何ですか (○は3つまで)。

- | | |
|--------------------------------|---------------------|
| 1 クレジットカード | 4 電子マネー (交通系・流通系 等) |
| 2 デビットカード | 5 プリペイドカード |
| 3 バーコード・二次元コード決済
(例: ○○Pay) | 6 その他 () |

(4) 【(1) で「2 利用しない」に回答した方のみ】

その理由は何ですか (○はいくつでも)。

- | | |
|-----------------------------|--|
| 1 現金を使い慣れている | |
| 2 現金の方がお金の管理がしやすい | |
| 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 | |
| 4 セキュリティに不安がある | |
| 5 普段買い物する場所がキャッシュレスに対応していない | |
| 6 仕組みや制度がよくわからない・不安 | |
| 7 その他 () | |
| 8 特に理由はない | |

足立区創業・起業意識調査アンケート

「スクリーニング調査」

※登録モニターの中から起業の経験や興味がある人に絞るための質問

Q 1 あなたの性別はどちらですか（○印は1つ）。

- | | | | |
|------|------|-----------|----------|
| 1 男性 | 2 女性 | 3 どちらでもない | 4 答えたくない |
|------|------|-----------|----------|

Q 2 あなたの年代はどれにあたりますか（○印は1つ）。

- | | | |
|--------|--------|--------|
| 1 20歳代 | 3 40歳代 | 5 60歳代 |
| 2 30歳代 | 4 50歳代 | |

Q 3 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 | 6 埼玉県越谷市 | 10 千葉県柏市 |
| 2 東京都葛飾区 | 7 埼玉県草加市 | 11 千葉県松戸市 |
| 3 東京都荒川区 | 8 埼玉県八潮市 | 12 千葉県流山市 |
| 4 東京都北区 | 9 埼玉県三郷市 | |
| 5 東京都墨田区 | | |

Q 4 あなたは、最近10年くらいの間に、起業・創業・独立をした経験をお持ちですか（○印は1つ）。

- | |
|---|
| 1 最近10年くらいの間に起業・創業・独立をした |
| 2 最近10年くらいの間に起業・創業・独立の検討や準備をしたが、実際にはしなかった |
| 3 最近10年くらいの間に、起業・創業・独立を考えたことはない |

Q 5 あなたは、起業・創業・独立に少しでも興味がありますか（○印は1つ）。

※学校卒業後や早期退職・定年退職後の起業・創業・独立も含めてお考えください。

※2回目や2件目も含めてください。

- | |
|--------------------------------|
| 1 起業・創業・独立の経験がある/準備を進めている最中である |
| 2 10年以内には起業・創業・独立をしたい |
| 3 起業・創業・独立に興味・関心がある |
| 4 起業・創業・独立したいと思っておらず、興味もない |

対象となった方への本調査

※「スクリーニング調査」において、Q4で①～②、またはQ5で①～③が本調査の対象

初めに、あなたご自身についてお伺いします

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 会社員・公務員	4 個人事業主	7 就労していない
2 会社（法人）経営	5 パート・アルバイト	8 その他
3 会社役員	6 学生	()

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）	5 埼玉県・千葉県
2 足立区内	6 その他（ ）
3 足立区以外の23区	7 通勤・通学先はない
4 1～3以外の都内	

問3 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	3 親と子ども（二世家族）	5 その他（ ）
2 夫婦のみ（一世家族）	4 親と子どもと孫（三世家族）	

問4 あなたが現在のところにお住まいになってから、延べ何年になりますか（○印は1つ）。

1 1年未満	3 3年以上5年未満	5 10年以上20年未満
2 1年以上3年未満	4 5年以上10年未満	6 20年以上

創業・起業に関する意識についてお伺いします

問5 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	⇒ 問6へ	2 ない	⇒ 問15へ
------	-------	------	--------

問6 （問5で「1」と回答した方に）

あなたは、何歳の時に起業・創業・独立しましたか（○印は1つ）。
複数回の経験がある方は、直近のものでご回答ください。

1 20歳未満	3 30歳代	5 50歳代
2 20歳代	4 40歳代	6 60歳代

問7 （引き続き、問5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、直近のものでご回答ください。

1 農業	11 学術研究・専門技術サービス業（土業・経営コンサルタント業、デザイン業、広告業など）
2 建設業	12 宿泊業
3 製造業（金属製品製造業、プラスチック製品製造業、印刷業など）	13 飲食サービス業
4 電気・ガス・熱供給・水道業	14 生活関連サービス業（理容・美容業、旅行業、冠婚葬祭業など）
5 情報通信業（情報サービス業、映像情報制作業）	15 娯楽業（スポーツ施設提供業、遊戯場など）
6 運輸業	16 教育（学習塾など）
7 卸売業	17 医療・福祉（医療業、介護事業など）
8 小売業	18 その他サービス業（廃棄物処理業、職業紹介・労働者派遣業、建物サービス業、警備業など他に分類されないもの）
9 金融業・保険業	
10 不動産業・物品賃貸業	

※起業・創業・独立した事業内容を具体的に記入してください。

問 8 (引き続き、問5で「1」と回答した方に)
あなたが、起業・創業・独立した後の、現在の状況はいかがですか
 (○印は1つ、該当するカッコ内に数字を記入)。
複数回の経験がある方は、直近のものでご回答ください。

- | | | |
|-----------------------------|-----------------------------------|--|
| 1 事業が継続している
(創業 _____年目) | 2 近い将来廃業(事業終了) 予定
(創業 _____年目) | 3 廃業などにより、現在は事業を継続していない
(創業 ____年で終了) |
|-----------------------------|-----------------------------------|--|

問 9 (問8で「2」～「3」と回答した方に)
廃業(事業終了)をした、またはする理由はどんなことですか(○印はいくつでも)。

- | | |
|--------------|---------------------|
| 1 自身の年齢 | 5 資材等の高騰 |
| 2 体力や体調の問題 | 6 オフィスや店舗が使用できなくなった |
| 3 資金繰りの問題 | 7 事業を売却・譲渡した |
| 4 売上の停滞や落ち込み | 8 その他
() |

問 10 (問5で「1」と回答した方に)
あなたが起業・創業・独立した理由はなんですか(○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る |
| 2 専門性を活かした働き方ができる |
| 3 育児・介護、収入など働く環境のバランスが取れる |
| 4 既存の仕事や環境に不満がある |
| 5 社会課題の解決に貢献できる |
| 6 市場にない新しい商品・サービスを提供したい |
| 7 自分のアイデアを形にしたい |
| 8 その他 () |
| 9 特に理由はない |

問 11 (引き続き、問5で「1」と回答した方に)
あなたが起業・創業・独立した際にオフィスや店舗、仕事場所として主に利用している(利用した)のはどのような場所ですか(○印は1つ)。

- | | |
|--------------------------|--------------|
| 1 自宅 | 5 コワーキングスペース |
| 2 シェアオフィス・レンタルオフィス | 6 カフェ・図書館 |
| 3 公的な創業支援施設(インキュベーション施設) | 7 キッチンカー |
| 4 民間の賃貸物件・賃貸マンション | 8 その他 () |

問 12 (引き続き、問5で「1」と回答した方に)

起業・創業・独立した事業を成功させるために、準備期や起業直後において重要と思われることはどんなことですか (○印はいくつでも)。

- | | |
|----------------------------|---------------------|
| 1 事業やサービスについて、独自のアイデアがあること | 7 自身に適した起業地域の選定すること |
| 2 しっかりとした事業計画を立てること | 8 オフィス・仕事場所を確保すること |
| 3 軌道に乗るまでの運転資金を確保すること | 9 従業員の確保すること |
| 4 資金調達先を確保すること | 10 行政の支援を把握、活用すること |
| 5 身の丈にあった規模で始めること | 11 計画的に売上を増やすこと |
| 6 相談相手や先輩起業家とのネットワークを持つこと | 12 その他 () |

問 13 (引き続き、問5で「1」と回答した方に)

起業・創業・独立にあたり、どのように資金調達をしましたか (○印はいくつでも)。

- | | |
|-----------------|----------------|
| 1 自己資金 | 5 その他 () |
| 2 親族・知人からの援助・借入 | |
| 3 金融機関からの借入 | 6 初期費用はかからなかった |
| 4 投資家からの出資 | |

問 14 (問13で「1～5」と回答した方に)

資金調達にあたり、困難に感じたことはどのようなことですか (○印はいくつでも)。

- | | |
|-----------------------|---------------------|
| 1 自己資金不足で金融機関から借りられない | 5 アイデアの説明や説明資料を作ること |
| 2 親族・知人を説得できない | 6 その他 () |
| 3 投資家と知り合う機会を得られない | 7 課題は感じなかった |
| 4 しっかりした事業計画を策定すること | |

※問15～17は、問5で「2」と回答した方（起業・創業・独立の経験がない方）にのみ、お伺いします。

問15 （問5で「2」と回答した方に）

あなたが起業・創業・独立したい、または興味があるのは、どのような業種ですか（○印は1つ）。

1 農業	11 学術研究・専門技術サービス業（土業・経営コンサルタント業、デザイン業、広告業など）
2 建設業	12 宿泊業
3 製造業（金属製品製造業、プラスチック製品製造業、印刷業など）	13 飲食サービス業
4 電気・ガス・熱供給・水道業	14 生活関連サービス業（理容・美容業、旅行業、冠婚葬祭業など）
5 情報通信業（情報サービス業、映像情報制作業）	15 娯楽業（スポーツ施設提供業、遊戯場など）
6 運輸業	16 教育（学習塾など）
7 卸売業	17 医療・福祉（医療業、介護事業など）
8 小売業	18 その他サービス業（廃棄物処理業、職業紹介・労働者派遣業、建物サービス業、警備業など他に分類されないもの）
9 金融業・保険業	19 上記の業種に当てはめることが難しい場合は、こちらに記入してください。
10 不動産業・物品賃貸業	()

問16 （引き続き、問5で「2」と回答した方に）

起業・創業・独立をしようと思う理由として次の中からあてはまるものを選んでください（○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	
2 専門性を活かした働き方ができそう	
3 育児・介護、収入など働く環境のバランスが取れそう	
4 既存の仕事や環境に不満がある	
5 社会課題の解決に貢献できそう	
6 市場にない新しい商品・サービスを提供できそう	
7 自分のアイデアを形にできそう	
8 その他（	）
9 特に理由はない	

問 17 (引き続き、問5で「2」と回答した方に)

起業・創業・独立するにあたって、障壁となっていること、またはなりそうなことは、
 どんなことですか (○印はいくつでも)。

- | | |
|-------------------------|--------------------|
| 1 独自のアイデアに不安がある、アイデアがない | 7 起業のノウハウが全体的にない |
| 2 事業計画を立てられない | 8 オフィス・店舗が見つからない |
| 3 創業前に自己資金が確保できない | 9 従業員が確保できない |
| 4 十分な収入を得られるか不安 | 10 失敗するリスクに覚悟ができない |
| 5 資金調達ができない | 11 家族を説得できない |
| 6 相談相手や先輩起業家とのネットワークがない | 12 その他 () |
| | 13 特になし |

※問18からは、全ての方にお伺いします。

問 18 (全ての方)

あなたが、ご自身の起業・創業・独立を考えた、または興味を持ったきっかけは何ですか (○印はいくつでも)。

- | |
|---------------------------|
| 1 著名な起業家や周囲の起業家の発言や行動に刺激 |
| 2 親族で自営業をやっている身近な人から刺激 |
| 3 学校のキャリア教育 |
| 4 現在の勤め先の見通し不安 |
| 5 現在の仕事と自分のやりたいことのギャップ |
| 6 家庭環境の変化や転機 (離婚、介護、育児など) |
| 7 退職 (定年退職も含む) |
| 8 その他 () |

問 19 (全ての方)

あなたが、ご自身の起業、創業、独立先として、実際に選んだ、もしくは、考えている地域はどこですか (○印は1つ)。

複数回の経験がある方は、直近のものでご回答ください。

- | | |
|---------------------|------------------------------------|
| 1 足立区 | 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) |
| 2 足立区以外の特別区 (都内22区) | |
| 3 23区以外の都内 (都内の市町村) | 5 上記以外の道府県の市区町村 |

問 20 (全ての方)

あなたが、起業、創業、独立先として、選んだ、もしくは、考えている地域について、その地域を選んだ理由はなんですか (○印はいくつでも)。

1	今住んでいる地域や出生地だから	5	手掛けるビジネスとの親和性が高そうな地域だから
2	その地域にビジネスをしている知人や友人が多いから	6	起業家が多いから
3	地域としてのブランド力があるから	7	自治体の支援が手厚いから
4	要件 (家賃、広さ、許認可等) を満たす物件が多いから	8	その他 ()

問 21 (全ての方)

足立区の起業・創業を支援する事業のうち、あなたがお存じのものはどれですか (○印はいくつでも)。

1	起業のノウハウが知りたい	独立・起業セミナー (入門編・実践編) 未創業者などを対象に、経営者としての基盤確立等を目的としたセミナーを実施	
2	入居施設が欲しい	創業支援施設 (かがやき・かけはし) 東京芸術センターなどで低廉な賃料で事務所を提供し、経営相談などによる支援を実施	
3	ネットワーク形成したい	起業家交流会 創業間もない不安定な時期の交流の場として、創業者や先輩起業家との交流会を実施	
4	表彰や補助を受けたい	創業プランコンテスト 優秀なビジネスプランを募集、審査の上表彰し、事業の実施状況により補助金を交付	
5	家賃補助を受けたい	創業者経営力アップ支援事業 創業経営相談員による定期的な支援及び賃料の補助	
6	創業資金の融資を受けたい	足立区創業資金 (開業) 創業前から創業後5年未満の方を対象にした融資	
7	伴走支援を受けたい	ステップアッププログラム 創業5年未満の方などを対象に、不安定な時期をメンターがサポートする伴走型セミナー	
8	知っているものはない		

問 22 (問 21 で「1」～「7」と回答した方に)

問 21 で示した足立区の起業・創業を支援する事業のうち、活用したことがある、または活用したいものはありますか (○印はいくつでも)。

- | | |
|-----------------------|--------------------------|
| 1 独立・起業セミナー (入門編・実践編) | 5 創業者経営力アップ支援事業 |
| 2 創業支援施設 (かがやき・かけはし) | 6 足立区創業資金 (開業) |
| 3 起業家交流会 | 7 ステップアッププログラム |
| 4 創業プランコンテスト | 8 いずれも活用していない・活用したいものはない |

問 23 (全ての方)

問 21 で示した足立区の起業・創業を支援する事業のうち、「あまり効果的ではない (なさそう)」と感じるものはありますか (○印はいくつでも)。

- | | |
|-----------------------|-----------------|
| 1 独立・起業セミナー (入門編・実践編) | 5 創業者経営力アップ支援事業 |
| 2 創業支援施設 (かがやき・かけはし) | 6 足立区創業資金 (開業) |
| 3 起業家交流会 | 7 ステップアッププログラム |
| 4 創業プランコンテスト | 8 いずれも効果的と感じる |

問 24 (全ての方)

問 21 で示した足立区の起業・創業の支援について、あなたがお住まいの市区、または起業をお考えの市区の支援と比較して、どのようにお感じになりますか (○印は1つ)。

- | | | |
|----------------------|----------------------|------------------------------------|
| 1 他の市区に比べて、非常に充実している | 3 他の市区に比べて、やや不足している | 5 他の市区と差は感じない |
| 2 他の市区に比べて、やや充実している | 4 他の市区に比べて、非常に不足している | 6 足立区に住み、足立区で起業を考えている (する) ので該当しない |
| | | 7 よくわからない |

問26へ

問 25 (問 24 で「1」「2」と回答した方に)

どんな点で、どのように充実していると感じるか、具体的に記述してください。

問 26 (問 24 で「3」「4」と回答した方に)
どんな点で、どのように不足していると感じるか、具体的に記述してください。

足立区地域経済活性化基本計画改定に向けた
《産業実態》《就労・消費》《創業・起業》

調査結果報告書

発行年月 令和8年2月
発行 足立区
編集 足立区産業経済部産業政策課
〒120-8510 足立区中央本町一丁目17番1号
電話 03-3880-5464

