

令和3年度 第二回 足立区経済活性化会議 次 第

令和4年1月26日（水）15:30～
「Cisco Webex Meetings」によるWeb会議

1 審議事項

- (1) 地域経済活性化基本計画の中間見直し部会の部会員選任について
- (2) 地域経済活性化基本計画のアンケート調査結果および中間見直しについて

2 報告事項

- (1) 産業経済部の新規事業および今後の展開について

資料

- | | | |
|---|--------------------|-----|
| 1 | 委員名簿 | 資料1 |
| 2 | 審議事項資料 | 資料2 |
| 3 | 報告事項資料 | 資料3 |
| 4 | 「足立区地域経済活性化基本計画」冊子 | 資料4 |

足立区経済活性化会議 委員名簿

(区分・五十音順)

資料 1

委員任期:令和2年12月17日～令和4年12月16日

No.	区分	団体等	肩書	氏名
1	学識経験者	流通経済大学	経済学部 教授	池村 恵一
2		文教大学	経営学部 教授	鈴木 誠
3	事業者	株式会社リ・パブリック	共同代表	市川 文子
4		株式会社しまや出版	代表取締役	小早川 真樹
5		足立荒川職業協会	会長	鈴木 又右衛門
6		足立区工業会連合会	会長	瀬田 章弘
7		TOKYO町工場HUB	代表・プロデューサー	古川 拓
8		株式会社安心堂	代表取締役	丸山 有子
9		足立区しんきん協議会	代表世話人	森田 善信
10		足立区商店街振興組合連合会	後任の選出を打診中	
11		一般社団法人 西新井青色申告会	相談役	大和 猛
12	区 民	足立区消費者友の会	会長	瀧野 静江

令和 3 年度 第二回 足立区経済活性化会議

【審議事項】

経済活性化会議審議資料

令和4年1月26日

件名	足立区経済活性化会議の部会設置と部会員選任について																
所管部課	産業経済部 産業政策課																
内容	<p>足立区地域経済活性化基本計画中間見直しに向け、少人数（5人程度）による詳細な検討とご意見を頂きたいため、新たな部会を設置する。</p> <p>1 専門部会の設置について</p> <p>計画策定当初に設置された第一専門部会、第二専門部会、第三専門部会、第四専門部会に加え、新たに中間見直し専門部会を設置し、下案を少人数でフレキシブルに検討する。</p> <p>今回の中間見直しにおいては、中間見直し専門部会のみ、専門部会としての活動を行い、他専門部会については、計画の改定時に活動を行う予定である。</p> <p>2 計画中間見直し専門部会、部会員について</p> <p>(1) 委員の選任について</p> <p>下記委員に、専門部会の委員を依頼する。</p> <table border="1" data-bbox="379 1120 1449 1366"> <tr> <td>足立荒川職業協会</td> <td>会長</td> <td>鈴木 又右衛門</td> </tr> <tr> <td>足立区工業会連合会</td> <td>会長</td> <td>瀬田 章弘</td> </tr> <tr> <td>TOKYO 町工場 HUB</td> <td>代表・プロデューサー</td> <td>古川 拓</td> </tr> <tr> <td>株式会社安心堂</td> <td>代表取締役</td> <td>丸山 有子</td> </tr> <tr> <td>一般社団法人西新井青色申告会</td> <td>相談役</td> <td>大和 猛</td> </tr> </table> <p>(2) 選任理由</p> <p>計画の下案をご検討いただきたくため、区内で事業を営まれている方や、区内経済の実態に詳しい方を、5名まで選ばせていただきました。</p> <p>3 本会議との連携について</p> <p>部会での検討内容やご意見の結果は、とりまとめた上で本会議でも審議する。</p>		足立荒川職業協会	会長	鈴木 又右衛門	足立区工業会連合会	会長	瀬田 章弘	TOKYO 町工場 HUB	代表・プロデューサー	古川 拓	株式会社安心堂	代表取締役	丸山 有子	一般社団法人西新井青色申告会	相談役	大和 猛
足立荒川職業協会	会長	鈴木 又右衛門															
足立区工業会連合会	会長	瀬田 章弘															
TOKYO 町工場 HUB	代表・プロデューサー	古川 拓															
株式会社安心堂	代表取締役	丸山 有子															
一般社団法人西新井青色申告会	相談役	大和 猛															
問題点 今後の方針																	

経済活性化会議審議資料

令和4年1月26日

件名	アンケート調査結果を受けた、地域経済活性化基本計画中間見直しについて																				
所管部課	産業経済部 産業政策課																				
内容	<p>足立区地域経済活性化基本計画の中間見直しにあたり、区民及び区内事業者の方を対象に実施した各種調査の速報値を報告する。</p> <p>1 調査の概要</p> <p>(1) 調査の目的</p> <p>ア 創業・起業に関する意識調査（オンライン） 足立区で創業する人を増やすために、区内を走る鉄道沿線に住む、創業・起業関心層に対して、アンケートを実施。</p> <p>イ 区民アンケート調査（郵送） 区民の消費意識及び、シニアの就労の意識を確認し、計画及び施策に反映する。</p> <p>ウ 事業者（小規模・中規模以上）アンケート調査（郵送） 区内事業者の事業実態、現状の経営課題、今後の事業展望を把握し、施策の検討材料とする。</p> <p>(2) 調査期間</p> <p>ア オンライン調査 令和3年8月11日（水）から8月20日（金）</p> <p>イ 郵送調査 令和3年7月15日（木）から8月3日（火）</p> <p>(3) 調査対象および回収率</p> <table border="1" data-bbox="411 1272 1445 1771"> <thead> <tr> <th>調査対象</th> <th>発送数</th> <th>回収数</th> <th>回収率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>足立区及び近隣自治体※1に居住する創業・起業に関心がある方</td> <td>予備調査 10,000件 本調査(想定) 1,000件</td> <td>1201件</td> <td>120% ※2</td> </tr> <tr> <td>区民</td> <td>2,000件</td> <td>890件</td> <td>44.5%</td> </tr> <tr> <td>小規模事業者（従業員4人以下）</td> <td>1,500件</td> <td>470件</td> <td>31.3%</td> </tr> <tr> <td>中規模以上事業者（従業員5人以上）</td> <td>1,500件</td> <td>429件</td> <td>28.6%</td> </tr> </tbody> </table> <p>※1 近隣自治体（柏市、葛飾区、越谷市、草加市、流山市、松戸市、八潮市、三郷市、吉川市）</p> <p>※2 予備調査にて創業・起業に関心がある方を抽出し、本調査を実施。 この調査の回収率＝実本調査回収数÷調査開始前本調査回収想定数</p>	調査対象	発送数	回収数	回収率	足立区及び近隣自治体※1に居住する創業・起業に関心がある方	予備調査 10,000件 本調査(想定) 1,000件	1201件	120% ※2	区民	2,000件	890件	44.5%	小規模事業者（従業員4人以下）	1,500件	470件	31.3%	中規模以上事業者（従業員5人以上）	1,500件	429件	28.6%
調査対象	発送数	回収数	回収率																		
足立区及び近隣自治体※1に居住する創業・起業に関心がある方	予備調査 10,000件 本調査(想定) 1,000件	1201件	120% ※2																		
区民	2,000件	890件	44.5%																		
小規模事業者（従業員4人以下）	1,500件	470件	31.3%																		
中規模以上事業者（従業員5人以上）	1,500件	429件	28.6%																		

	<p>2 調査結果概要</p> <p>(1) 調査結果概要 【別紙1 調査結果報告書概要版（校正中）】をご覧ください。本報告書については、ホームページへの掲載を予定しています。</p> <p>(2) 調査結果所感 中長期的な経営方針について、5割の事業者が「現状維持」と回答していたり、インターネットの活用における課題について、小規模事業者の3割が「わからない・必要性を感じない」と回答するなど、区内事業者の現状を把握することができた。こうした状況を踏まえた計画づくりをしていく必要がある。</p> <p>3 調査結果を踏まえた、地域経済活性化計画の課題設定について</p> <p>現行計画3ページから20ページにかけて記載している、「区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況」について、様々な統計、調査資料や、区が行ったアンケート調査結果を踏まえ、課題の設定を大幅に見直すこととし、ここから計画改定作業を開始する。課題設定については下記資料参照をご覧ください。 【別紙2 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況（案）】 【別紙3 「現況と課題」 課題設定見直し案一覧】</p> <p>4 地域経済活性化基本計画中間見直しスケジュール</p> <p>(1) 中間見直し時期の変更について 下記の理由により、中間見直しの時期を変更し、令和4年度での中間見直しを目指す。 【理由1】新型コロナウイルス感染症拡大の影響の長期化 【理由2】アンケート結果を受けて、課題設定の見直しを行ったため</p> <p>(2) 中間見直しスケジュール（予定）</p> <p>令和4年 5月 中間見直し専門部会開催（柱と施策体系の検討） 令和4年 6月 全体会開催（柱と施策体系） 令和4年 8月 全体会開催（計画案の検討） 令和4年 9月 パブリックコメント実施 令和4年 11月 全体会開催（計画答申）</p>
<p>問題点 今後の方針</p>	<p>各種調査結果の詳細については、まとまり次第足立区公式ホームページで公開する。</p>

概要版

別紙 1

地域経済活性化基本計画改定等に向けた

調査結果報告書

<校正中>

2021

《産業実態》《消費・就労》《起業・創業》



産業経済部
産業政策課

本報告書に掲載している設問内容及び結果概要

＜足立区産業実態等アンケート調査＞（区内小規模事業者向け&中規模以上事業者向け）

設問内容	結果概要
	<p>【全】＝アンケートに回答した全事業者 【中】＝中規模以上事業者（足立区内にある従業員数5人以上の事業所）※ 【小】＝小規模事業者（足立区内にある従業員数4人以下の事業所）※</p>
経営者の年代	<ul style="list-style-type: none"> ・【小】の4割が、経営者の年齢は「70歳以上」であると回答。
中長期的な経営方針	<ul style="list-style-type: none"> ・【全】の5割が、中長期的な経営方針について、「現状維持」と回答。 ・【小】の3割が、中長期的な経営方針として、「廃業・閉店」と回答。
感染症拡大や売上減少への対策	<ul style="list-style-type: none"> ・【小】の6割、【中】の4割弱が、感染症拡大や売上減少への対策として、「講じた対策はなし」と回答。
2020年の年間売上高の対前年増減比較	<ul style="list-style-type: none"> ・【全】の6割が、2019年と比較して、「売上が減少した」と回答。 ・【小】の3割が、2019年と比較した売り上げについて、「30%以上減少」したと回答。
2021年の自社の業況見通し	<ul style="list-style-type: none"> ・【小】の6割以上、【中】の5割以上が、2021年の自社の業況について、「悪い」と回答。
新型コロナウイルス感染拡大期間中に活用した補助金	<ul style="list-style-type: none"> ・【小】の5割、【中】の4割が、活用した補助金について、「持続化給付金」をあげている。 ・【全】の3割が、利用した補助金は「なし」と回答。
商材の付加価値向上、差別化の取り組みに関する方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・【小】の1割以上、【中】の2割以上が、商品の付加価値向上等の取組について、「特定のターゲットを対象に、価格以外の点で差別化した製品・サービスを提供する」と回答。
インターネットの活用状況	<ul style="list-style-type: none"> ・【小】の3割、【中】の5割が、インターネットの活用状況について、「活用している」と回答。
インターネット活用における課題	<ul style="list-style-type: none"> ・【小】の3割弱が、インターネット活用における課題について、「わからない・必要性を感じない」と回答。 ・【中】の2割が、インターネット活用における課題について、「安全対策不安」「人材不足」「コスト負担」と回答。
インターネット活用についての相談先	<ul style="list-style-type: none"> ・【小】の4割弱が、インターネット活用の相談先について、「相談先がない、わからない」と回答。 ・【中】の2割以上が、インターネット活用の相談先について、「取引があるIT関連会社」「ITツール販売、運用会社」と回答。

（※）区独自に＜中規模以上＞と＜小規模＞を区分しており、中小企業基本法が定義する事業者区分とは異なっている

<消費・就労に関する意識調査> (区民向け)

設問内容	結果概要
キャッシュレス決済利用経験	<ul style="list-style-type: none"> 区民の9割弱が、キャッシュレス決済の利用経験について、「利用経験有」と回答。 70歳以上の区民に限ってみると、5割の方が、「利用経験有」と回答。
キャッシュレス決済利用理由	<ul style="list-style-type: none"> キャッシュレス決済を利用する区民の7割が、その理由について、「支払いがスムーズ」、「ポイントが貯まる」をあげた。
キャッシュレス決済非利用理由	<ul style="list-style-type: none"> キャッシュレス決済を利用しない区民の6割が、その理由について、「現金の方がお金の管理をしやすい」、「現金を使い慣れている」をあげた。
よく利用しているキャッシュレス決済手段	<ul style="list-style-type: none"> よく利用しているキャッシュレス決済手段について、「クレジットカード」との回答が最も多く、次いで「電子マネー」との回答が多くなっている。
キャッシュレス決済対応の有無によるお店選びへの影響	<ul style="list-style-type: none"> 区民の6割が、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、「あまり気にしていない」と回答。
キャッシュレス決済対応店を選ぶ理由	<ul style="list-style-type: none"> キャッシュレス決済対応店を選ぶ理由について、「支払いがスムーズ」との回答が最も多く、次いで「ポイントを貯めたい」との回答が多くなっている。
キャッシュレス決済対応店を選ばない理由	<ul style="list-style-type: none"> キャッシュレス決済対応店を選ばない理由として、「支払い方法を気にしていない」との回答が最も多く、次いで「現金で払いたい」との回答が多くなっている。

<起業・創業に対する意識WEB調査> (足立区及び近隣市区在住の起業・創業意向者対象)

設問内容	結果概要
最も有力な起業・創業・独立先の地域	<ul style="list-style-type: none"> 最も有力な起業・創業・独立先として、「東京都近隣3県の市区」が最も多く、「足立区」との回答は2割近くとなっている。
起業・創業の実行・検討時の懸念事項	<ul style="list-style-type: none"> 起業・創業の実行・検討時の懸念事項として、「自己資金の不足」、「失敗した際のリスク」との回答が多くなっている。

足立区産業実態等アンケート調査 (中規模以上事業者&小規模事業者 中小別分析版)

主要項目結果報告_概要版

1 調査の目的

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

2 事業者調査の実施概要

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

3 その他の留意事項

本稿は、本調査結果の主要事項の一部を抜粋掲載した《概要版》であり、本調査結果の全容については、別冊の調査報告書をご覧ください。

<事業者調査 主要項目の結果の概要>

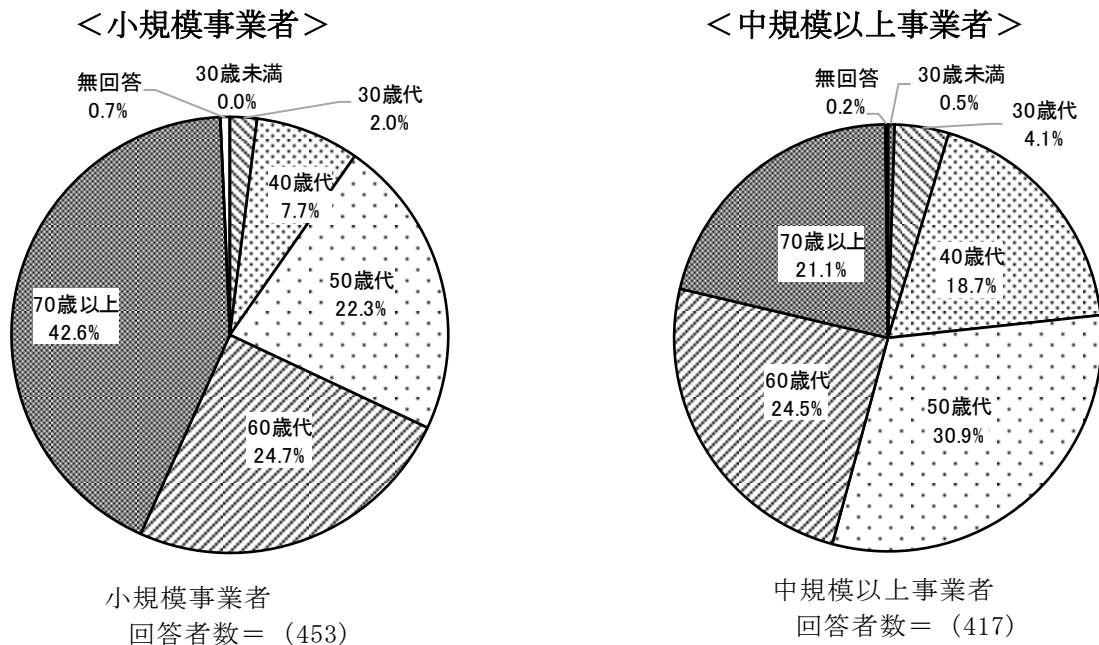
I 各社の基礎情報について

I-1 経営者の年代 (問1-(7))

- 小規模事業者では「70歳以上」が4割強を占め、経営者の年齢層が高い。

経営者の年代を従業員の規模別にみると、<小規模事業者>では「70歳以上」(42.6%)が4割強を占めて最も多く、これに「60歳代」(24.7%)と「50歳代」(22.3%)が続いており、50歳代以上が全体のほぼ9割を占めている。

一方、<中規模以上事業者>では「50歳代」(30.9%)が3割強で最も多く、以下「60歳代」(24.5%)、「70歳以上」(21.1%)、「40歳代」(18.7%)の順で続いている。

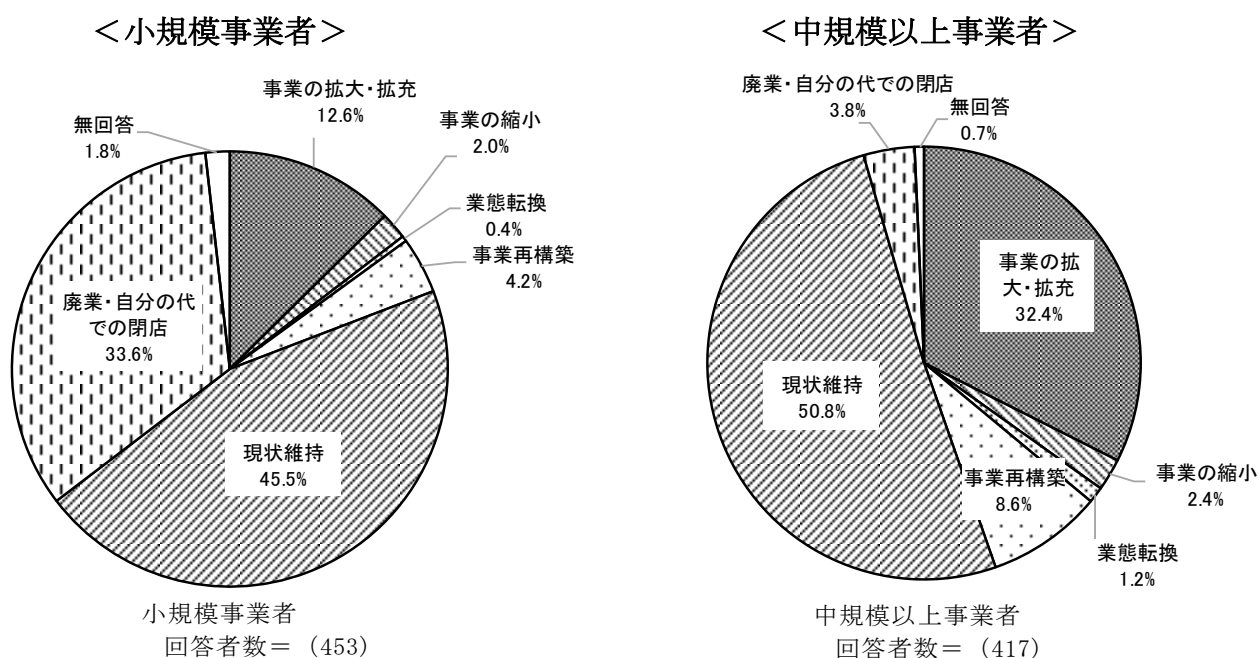


I-2 中長期的な経営方針（問1-(8)）

- 小規模事業者、中規模事業者ともに「現状維持」が約半数と最も多く、小規模事業者では「廃業・閉店」が3割台半ばに達する。

中長期的な経営方針を小中の規模別にみると、＜小規模事業者＞では「現状維持」(45.5%)が4割台半ばで最も多いものの、「廃業・自分の代での閉店」(33.6%)も3割台半ばで続いて多く、3番目に多い「事業の拡大・拡充」(12.6%)は1割強となっている。

一方＜中規模以上事業者＞では「現状維持」(50.8%)が5割強で最も多いが、「事業の拡大・拡充」(32.4%)が3割強、「事業再構築」(8.6%)が1割弱で続き、「廃業・自分の代での閉店」(3.8%)は僅かにとどまっている。



II 新型コロナウイルス感染症拡大の影響による経営状況について

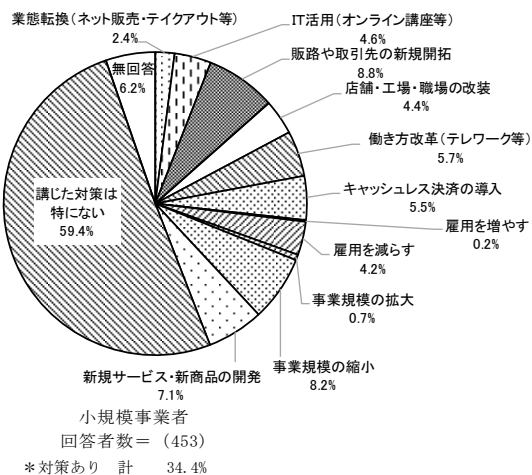
II-1 新型コロナウイルスの感染拡大や売上減少に対して、講じた対策 (問2-(3)/複数回答設問)

■ 「講じた対策は特にない」が、小規模事業者で6割弱、中規模以上事業者で3割台半ば。

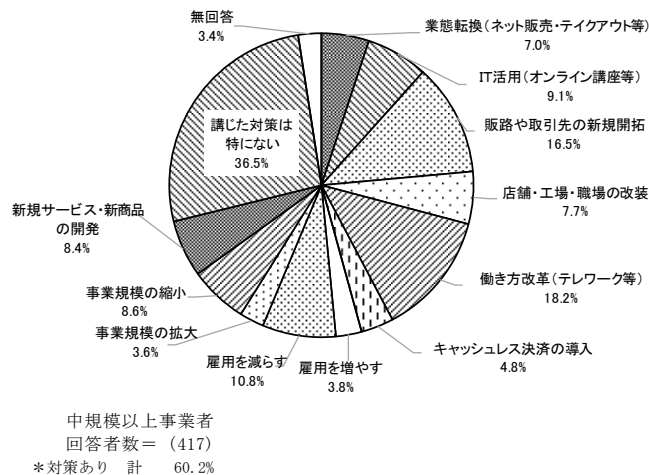
新型コロナウイルスの感染拡大や売上減少に対しては、＜小規模事業者＞では「講じた対策は特にない」(59.4%)が6割弱を占めて多く、具体的な対策項目を回答した事業所の合計は3割台半ば(34.4%)にとどまっている。講じられた対策の中では「販路や取引先の新規開拓」(8.8%)と「事業規模の縮小」(8.2%)の2項目がともに1割弱で高めとなっている。

一方＜中規模以上事業者＞では「講じた対策は特にない」(36.5%)が3割台半ばで最も多いものの、具体的な対策項目を回答した事業所の合計は6割に達しており、小規模事業者と比較して対策がすすんでいることが伺える。講じられた対策の中では「働き方改革(テレワーク等)」(18.2%)と「販路や取引先の新規開拓」(16.5%)の2項目がともに1割台後半と高くなっている。

＜小規模事業者＞



＜中規模以上事業者＞



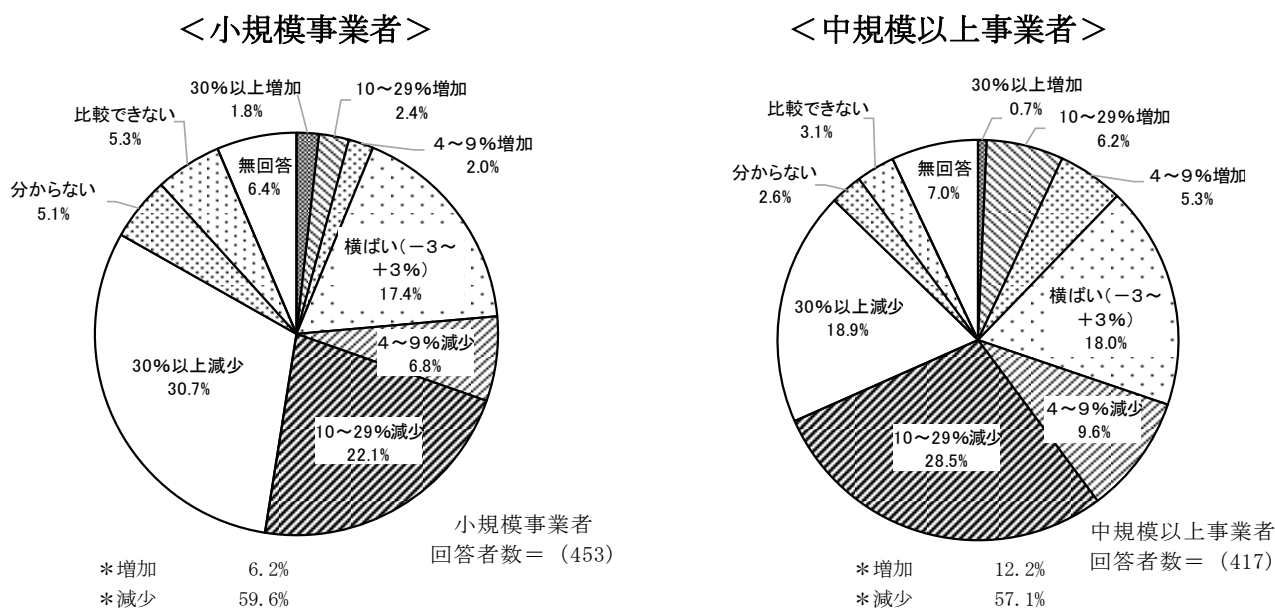
＜注：この設問は複数回答設問であり、各選択肢の合計比率は100.0%を超えている＞

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

- 売上が減少した事業者が6割近くを占め、小規模事業者では「30%以上減少」と回答した事業者が3割強に達する。

2020年(1~12月)の年間売上高の対前年増減比較の回答結果を小中の規模別にみると、<小規模事業者>では「30%以上減少」(30.7%)が3割強で最も多く、中規模事業者と比較して1割ほど多くなっている。これに「10~29%減少」(22.1%)が2割強で続いており、この2項目に「4~9%減少」(6.8%)を合わせて、売上げが減少した事業者を算出すると、ほぼ6割(59.6%)となっている。

一方<中規模以上事業者>では「10~29%減少」(28.5%)が3割弱で最も多く、これに「30%以上減少」(18.9%)が2割弱で続き、この2項目に「4~9%減少」(9.6%)を合わせて、売上げが減少した事業者を算出すると、6割弱(57.1%)となっている。

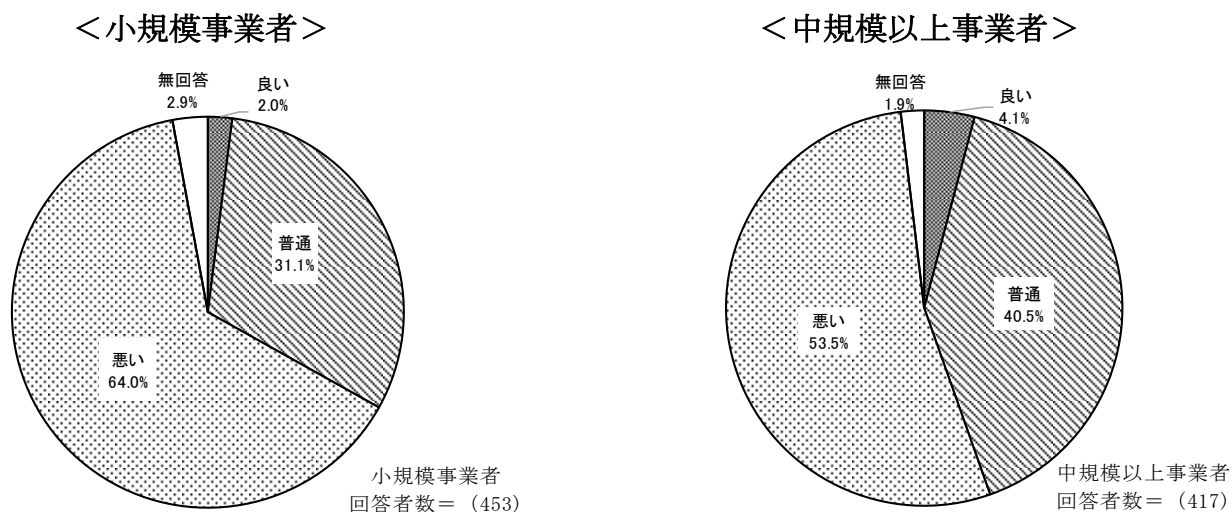


II-3 2021年(1~12月)の自社の業況見通し(問2-(9))

- 「悪い」が小規模事業者で6割台半ば、中規模以上事業者で5割台半ばを占め「良い」はともに僅か。

2021年(1~12月)の自社の業況見通しの結果を小中の規模別にみると、<小規模事業者>では「悪い」(64.0%)が6割台半ばを占めて最も多く、これに「普通」(31.1%)が3割強で続き、「良い」(2.0%)という回答は僅かとなっている。

一方<中規模以上事業者>では「悪い」(53.5%)が5割台半ばで最も多く、「普通」(40.5%)が4割強で続いているが、「良い」(4.1%)という回答は僅かとなっている。



Ⅲ 資金調達について

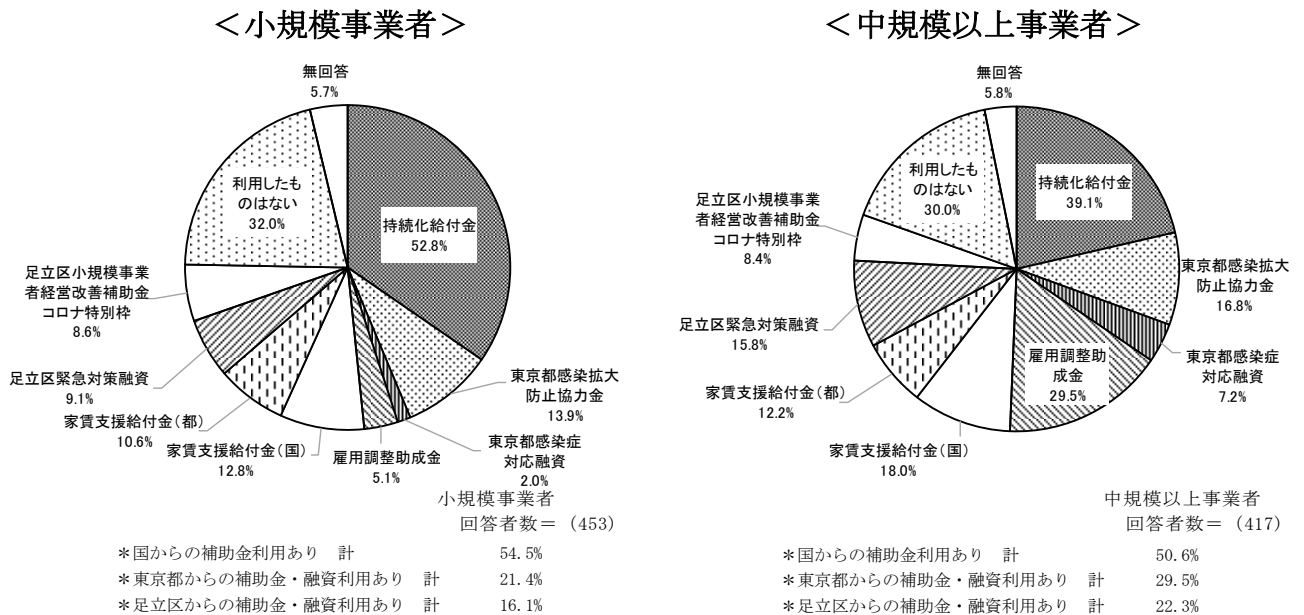
Ⅲ-1 新型コロナウイルス感染拡大期間中に活用した補助金

(問3-(7)/複数回答設問)

- 「持続化給付金」が小規模事業者で5割強、中規模以上事業者で4割弱と最上位ながら、「利用なし」が小規模、中規模以上ともに3割程度みられる。

新型コロナウイルス感染拡大期間中に活用した補助金を聞いた結果を従業員規模別にみると、<小規模事業者>では「利用したものはない」(32.0%)が3割を超えているものの、「持続化給付金」(52.8%)が5割強で最も高く、これに「東京都感染拡大防止協力金」(13.9%)、「家賃支援給付金(国)」(12.8%)、「家賃支援給付金(都)」(10.6%)の3項目が1割台前半で続いている。

一方<中規模以上事業者>では「利用したものはない」(30.0%)が3割あるものの、「持続化給付金」(39.1%)が4割弱で最も高く、これに「雇用調整助成金」(29.5%)がほぼ3割で続き、以下「家賃支援給付金(国)」(18.0%)、「東京都感染拡大防止協力金」(16.8%)、「足立区緊急対策融資」(15.8%)の3項目が1割台後半となっている。



<注：この設問は複数回答設問であり、各選択肢の合計比率は100.0%を超えている>

IV 商品（商材）の付加価値向上について

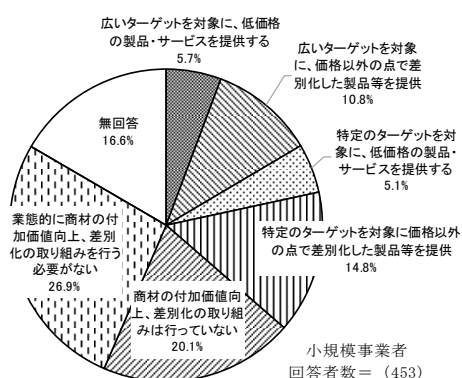
IV-1 商材の付加価値向上、差別化の取り組みに関する方向性（問5-(1)）

- 「特定のターゲットを対象に、価格以外の点で差別化した製品・サービスを提供する」が 小規模事業者で1割台半ば、中規模以上事業者で2割台半ば。

自社の商材の付加価値向上、差別化の取り組みに関する方向性は、＜小規模事業者＞では「業態的に商材の付加価値向上、差別化の取り組みを行う必要がない」（26.9%）が3割弱、「商材の付加価値向上、差別化の取り組みは行っていない」（20.1%）がほぼ2割とそれぞれ多いものの、方向性を示す回答の中では、「特定のターゲットを対象に、価格以外の点で差別化した製品・サービスを提供する」（14.8%）が1割台半ばで最も多くなっている。

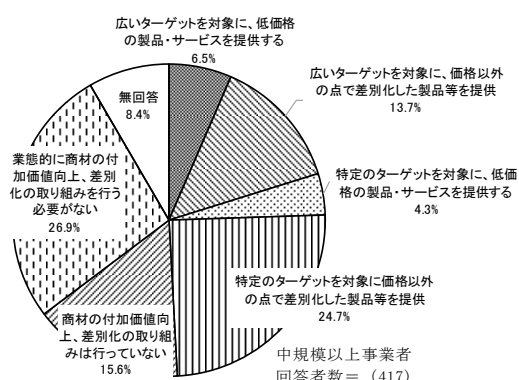
一方＜中規模以上事業者＞では「業態的に商材の付加価値向上、差別化の取り組みを行う必要がない」（26.9%）が3割弱で多いものの、次に多いのは、「特定のターゲットを対象に、価格以外の点で差別化した製品・サービスを提供する」（24.7%）が2割台半ばで多くなっている。

＜小規模事業者＞



* 取り組みあり 計	36.4%
* 広いターゲット 計	16.6%
* 特定のターゲット 計	19.9%
* 低価格で提供 計	10.8%
* 価格以外で差別化 計	25.6%

＜中規模以上事業者＞



* 取り組みあり 計	49.2%
* 広いターゲット 計	20.1%
* 特定のターゲット 計	29.0%
* 低価格で提供 計	10.8%
* 価格以外で差別化 計	38.4%

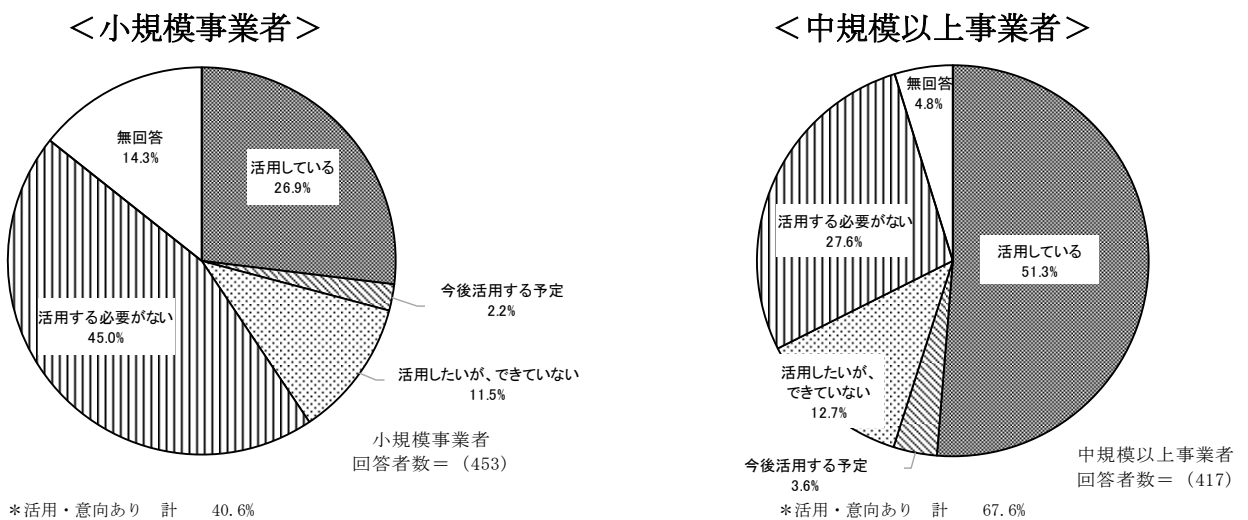
V インターネットの利用（業務のデジタル化）について

V-1 インターネット活用状況（問8-(1)）

- 「活用している」は小規模事業者で3割弱、中規模以上事業者で5割強。小規模事業者では「活用する必要がない」が4割台半ばで、「活用したいができていない」が1割強。

インターネットの活用状況は、＜小規模事業者＞では「活用する必要がない」（45.0%）が4割台半ばで、次点で3割弱の「活用している」（26.9%）を上回って最も多くなっており、以下「活用したいができていない」（11.5%）、「今後活用する予定」（2.2%）の順となっている。

一方＜中規模以上事業者＞では「活用している」（51.3%）が5割強を占めて最も多く、これに「活用する必要がない」（27.6%）が3割弱で続き、以下「活用したいができていない」（12.7%）、「今後活用する予定」（3.6%）の順となっている。

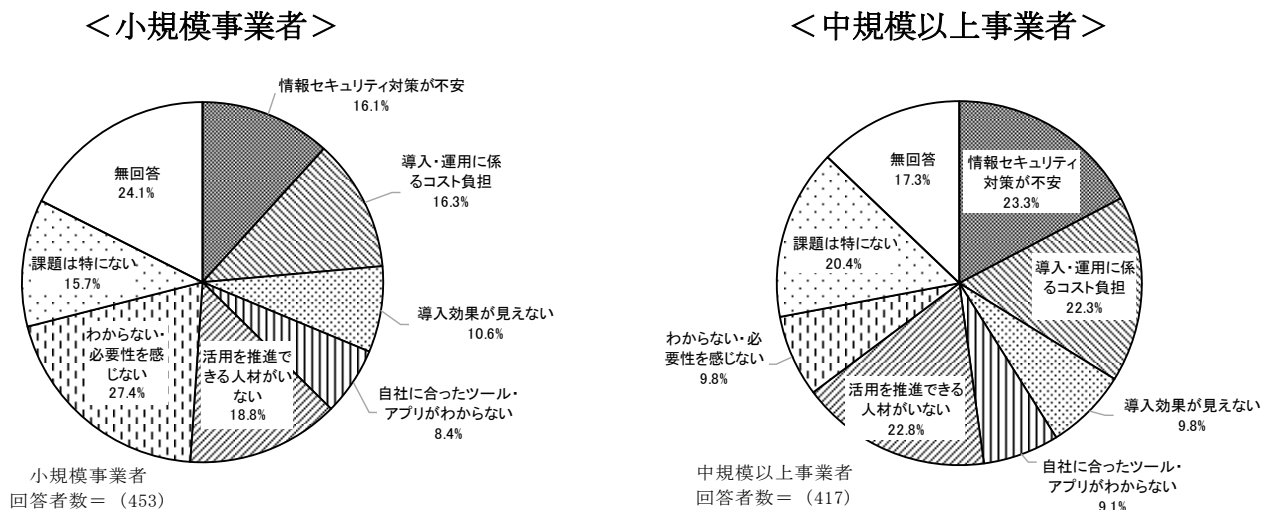


V-2 インターネットの活用における課題（問8-(4)/複数回答設問）

- 小規模事業者では「わからない・必要性を感じない」が3割弱で最多。中規模以上事業者では『安全対策不安』『人材不在』『コスト負担』が各2割強で上位。

インターネットの活用における課題は、＜小規模事業者＞では「わからない・必要性を感じない」(27.4%)が3割弱で最も高く、これに「活用を推進できる人材がいない」(18.8%)、「導入・運用に係るコスト負担」(16.3%)、「情報セキュリティ対策が不安」(16.1%)、「課題は特にない」(15.7%)の4項目が1割台後半で並んで続く結果となっている。

一方＜中規模以上事業者＞では「情報セキュリティ対策が不安」(23.3%)、「活用を推進できる人材がいない」(22.8%)、「導入・運用に係るコスト負担」(22.3%)の3項目が2割台前半の僅差で並んで上位にあり、これに「課題は特にない」(20.4%)がほぼ2割で続く結果となっている。



＜注：この設問は複数回答設問であり、各選択肢の合計比率は100.0%を超えている＞

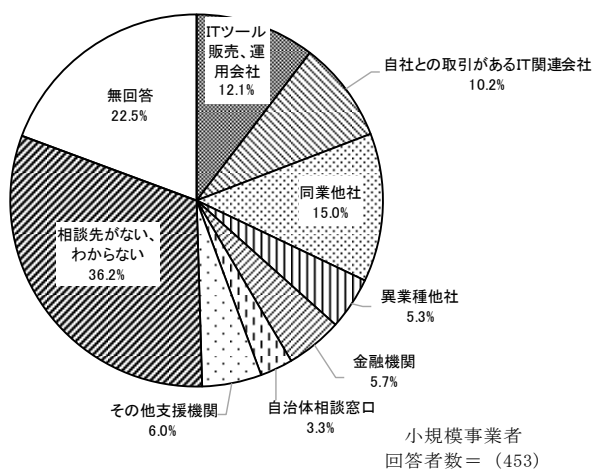
V-3 インターネットの活用についての相談先（問8-(5)/複数回答設問）

- 小規模事業者では「相談先がない、わからない」が3割台半ばで最多。中規模以上事業者では「取引があるIT関連会社」と「ITツール販売、運用会社」が2割台半ばで上位。

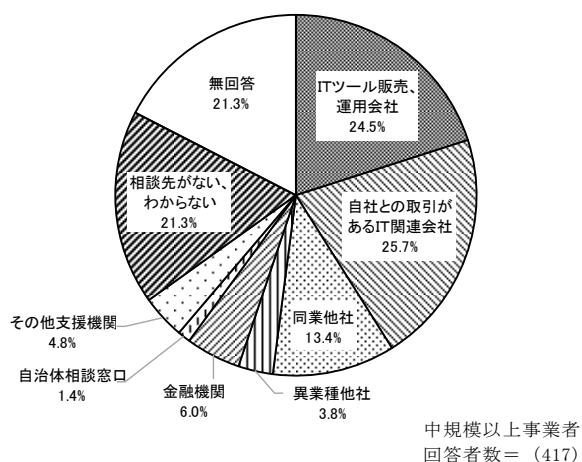
インターネットの活用についての相談相手は、＜小規模事業者＞では「相談先がない、わからない」（36.2%）が3割台半ばで最も高く、「無回答」（22.5%）も2割を超えているが、具体的な相談先としては「同業他社」（15.0%）、「ITツール販売、運用会社」（12.1%）、「自社との取引があるIT関連会社」（10.2%）の3項目が1割～1割台半ばとなっている。

一方＜中規模以上事業者＞では「自社との取引があるIT関連会社」（25.7%）と「ITツール販売、運用会社」（24.5%）の2項目がともに2割台半ばで、「相談先がない、わからない」や「無回答」（各21.3%）を上回って上位にあり、これらに「同業他社」（13.4%）が続く結果となっている。

＜小規模事業者＞



＜中規模以上事業者＞



＜注：この設問は複数回答設問であり、各選択肢の合計比率は100.0%を超えている＞

消費・就労に関する意識調査（区民向け）

主要項目結果報告_概要版

1 調査の目的

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

2 区民向け意識調査の実施概要

(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より単純無作為抽出
(4) 標本数	2,000サンプル
(5) 調査方法	郵送配布郵送回収法
(6) 調査実施期間	令和3年7月16日（金）～8月10日（火）
(7) 回収数（率）	887人（44.4%）
(8) 調査実施主体	足立区 産業経済部 産業政策課
(9) 調査実施機関	(株)マーケティング・サービス

3 その他の留意事項

本稿は、本調査結果の主要事項の一部を抜粋掲載した《概要版》であり、本調査結果の全容については、別冊の調査報告書をご覧ください。

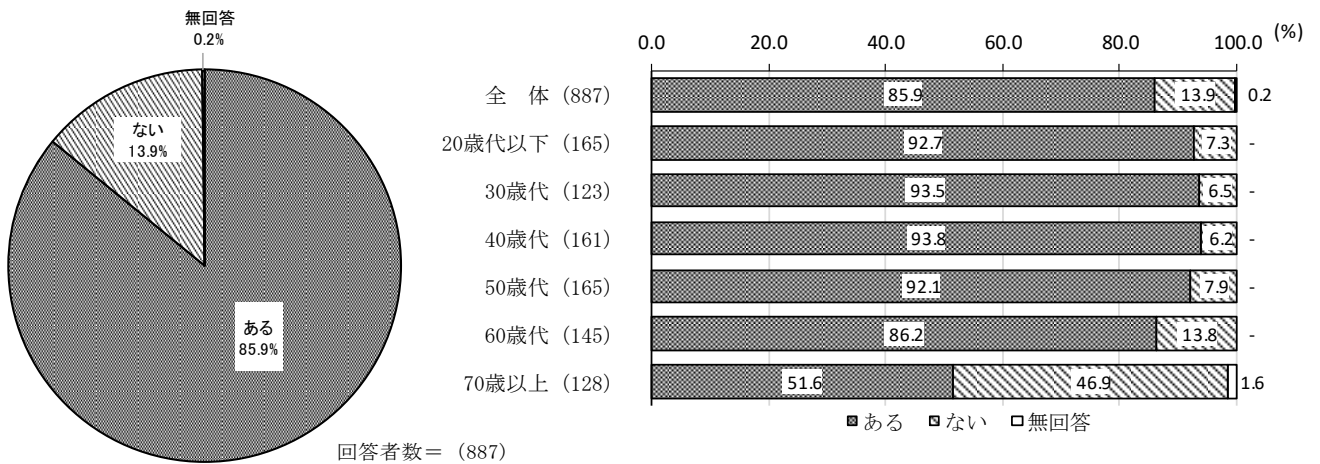
<区民向け意識調査 主要項目の概要>

I キャッシュレス決済の利用について

I-1 キャッシュレス決済手段の利用経験（問19）

■ 利用経験率は8割以上だが、70歳以上に限ってみると5割程度にとどまっている。

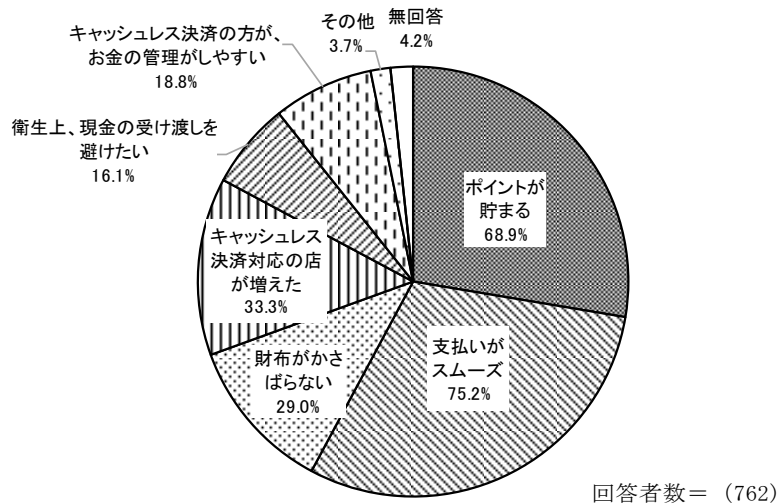
キャッシュレス決済手段の利用経験は、「ある」（85.9%）が8割台半ばを占めて多く、1割台半ばの「ない」（13.9%）を大きく上回っているが、年齢別にみると70歳以上は「ない」（46.9%）が約半数を占めている。



I-2 キャッシュレス決済手段の利用理由（問20-1/複数回答設問）

■ 「支払いがスムーズ」と「ポイントが貯まる」の2項目が7割前後で上位。

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

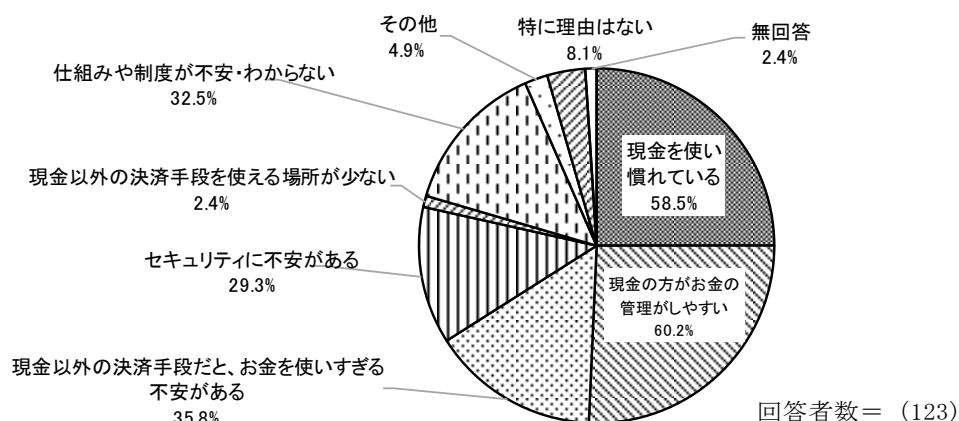


<注：この設問は複数回答設問であり、各選択肢の合計比率は100.0%を超えている>

I-3 キャッシュレス決済手段非利用の理由（問20-2/複数回答設問）

- 「現金の方がお金の管理がしやすい」と「現金を使い慣れている」の2項目が6割前後で上位。

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



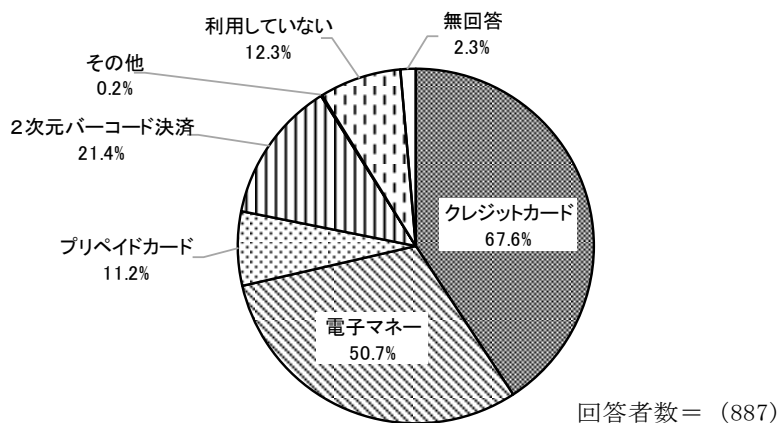
<注：この設問は複数回答設問であり、各選択肢の合計比率は100.0%を超えている>

I-4 よく利用しているキャッシュレス決済手段

（問21/回答は3つまでの複数回答設問）

- 「クレジットカード」が7割弱、「電子マネー」が5割強で上位。

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

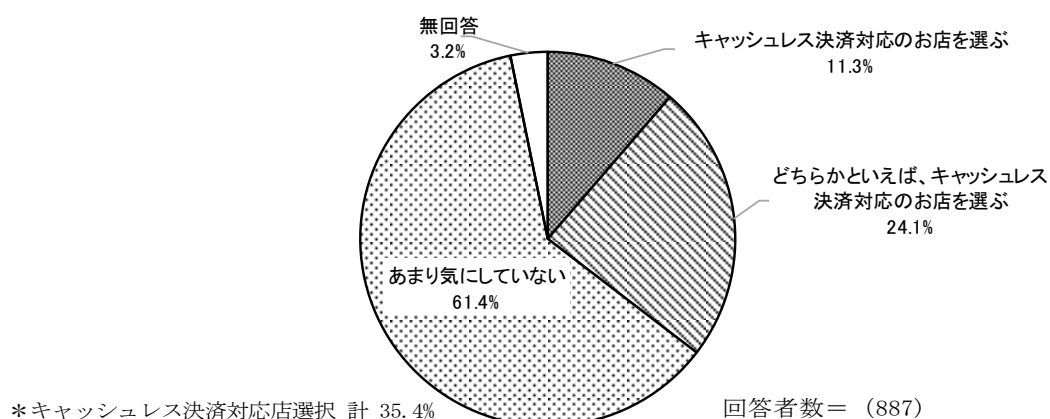


<注：この設問は複数回答設問であり、各選択肢の合計比率は100.0%を超えている>

I-5 キャッシュレス決済対応の有無によるお店選びへの影響（問22）

- 「あまり気にしていない」が6割強で、「決済対応のお店を選ぶ」「どちらかといえば対応のお店を選ぶ」を大きく上回る。

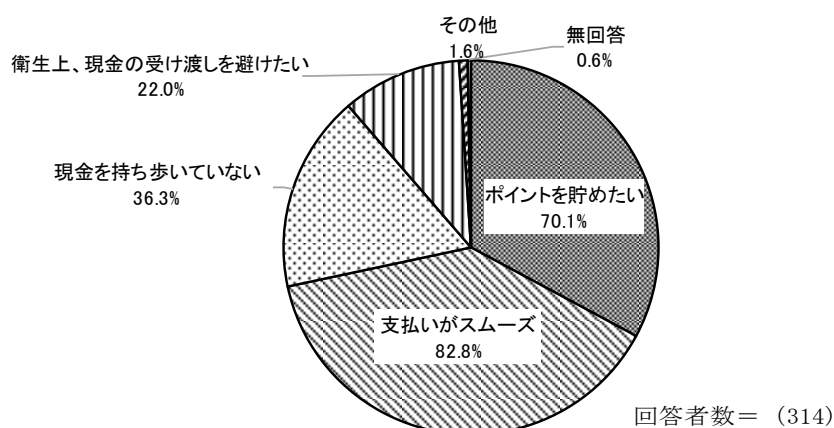
全対象者に聴いた、キャッシュレス決済対応の有無によるお店選びへの影響については、「あまり気にしていない」（61.4%）が6割強を占めて多く、「キャッシュレス決済対応のお店を選ぶ」（11.3%）と「どちらかといえば、キャッシュレス決済対応のお店を選ぶ」（24.1%）を合わせると3割台半ば（35.4%）となっている。



I-6 キャッシュレス決済対応店を選ぶ理由（問23-1/複数回答設問）

- 「支払いがスムーズ」が8割強で最多、「ポイントを貯めたい」がほぼ7割で続き上位。

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

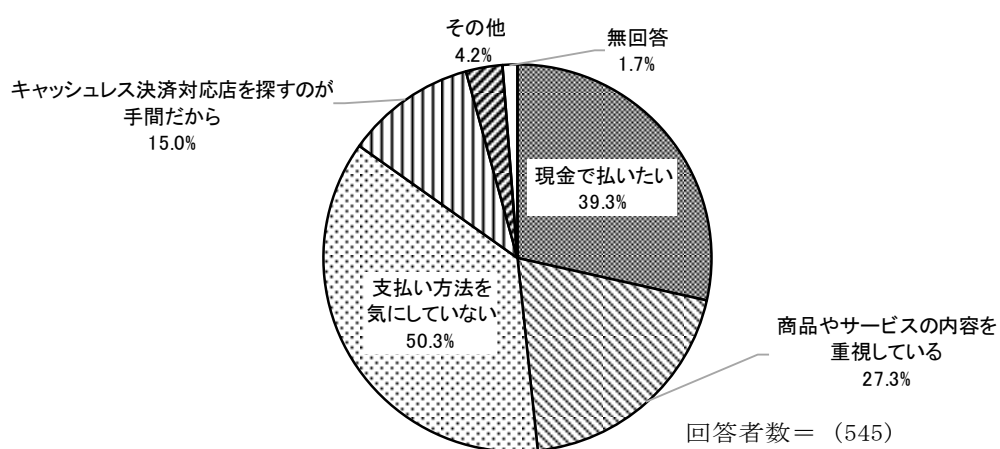


<注：この設問は複数回答設問であり、各選択肢の合計比率は100.0%を超えている>

I-7 キャッシュレス決済対応店を選ばない理由（問23-2/複数回答設問）

- 「支払い方法を気にしていない」がほぼ5割で最多、「現金で払いたい」が4割弱で次点。

キャッシュレス決済対応の有無によるお店選びへの影響について“あまり気にしていない”と答えた人にキャッシュレス決済対応店を選ばない理由を聞いた結果は、「支払い方法を気にしていない」（50.3%）がほぼ5割で最も高く、これに「現金で払いたい」（39.3%）、「商品やサービスの内容を重視している」（27.3%）などが続いている。



<注：この設問は複数回答設問であり、各選択肢の合計比率は100.0%を超えている>

起業・創業に対する意識WEB調査

主要項目結果報告_概要版

1 調査の目的

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

2 起業WEB調査の実施概要

- | | |
|------------------|---|
| (1) 調査地域 | 足立区 及び足立区周辺の指定9市区
(足立区、葛飾区、越谷市、草加市、柏市、流山市、松戸市、八潮市、三郷市、吉川市) |
| (2) 調査対象 | 調査地域内に居住の20歳～69歳で、下記①～③の対象条件のいずれかを満たす人

① 「最近10年以内に自身で起業（創業・独立）の経験がある」
② 「今後10年以内に自身で起業（創業・独立）の計画・意向がある」
③ 「自分の起業（創業・独立）について興味・関心がある」 |
| (3) 調査対象者の抽出 | 大手WEB調査機関が保有しているインターネット調査モニターの中から、スクリーニング調査により、条件該当者&有効回答者を抽出 |
| (4) スクリーニング調査配信数 | 約86,000サンプル（調査地域の20～69歳の全数配信） |
| (5) 回収目標標本概数 | 1,000サンプル+ α |
| (6) 調査方法 | インターネット調査（スクリーニング調査～本調査） |
| (7) 調査実施期間 | 令和3年8月11日（水）～8月17日（火） |
| (8) 有効回収数 | 1,201人 |
| (9) 調査実施主体 | 足立区 産業経済部 産業政策課 |
| (10) 調査実施管理機関 | (株)マーケティング・サービス |

3 その他の留意事項

本稿は、本調査結果の主要事項の一部を抜粋掲載した《概要版》であり、本調査結果の全容については、別冊の調査報告書をご覧ください。

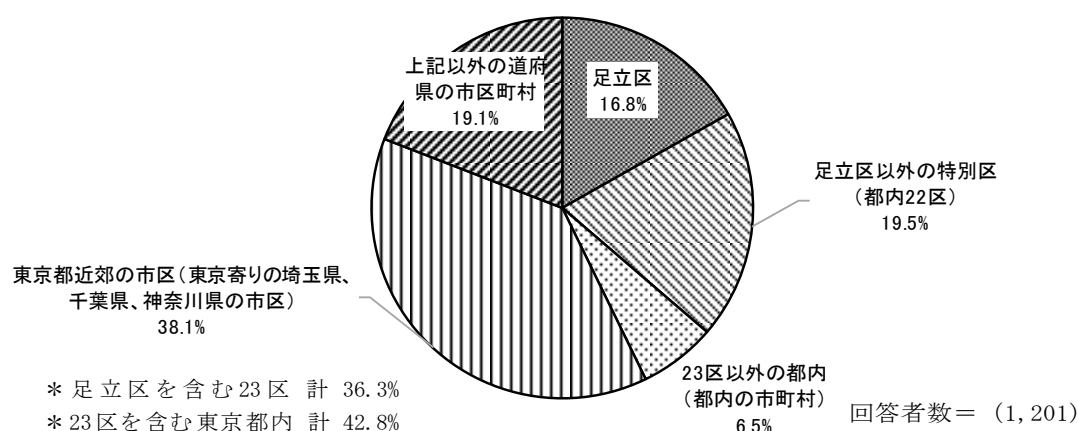
＜起業 WEB 調査 主要項目の概要＞

I 自身の起業・創業・独立について

I-1 最も有力な自身の起業・創業・独立先の地域（問15）

- 「足立区」は2割弱で、「東京都隣接3県の市区」が4割弱で最多。

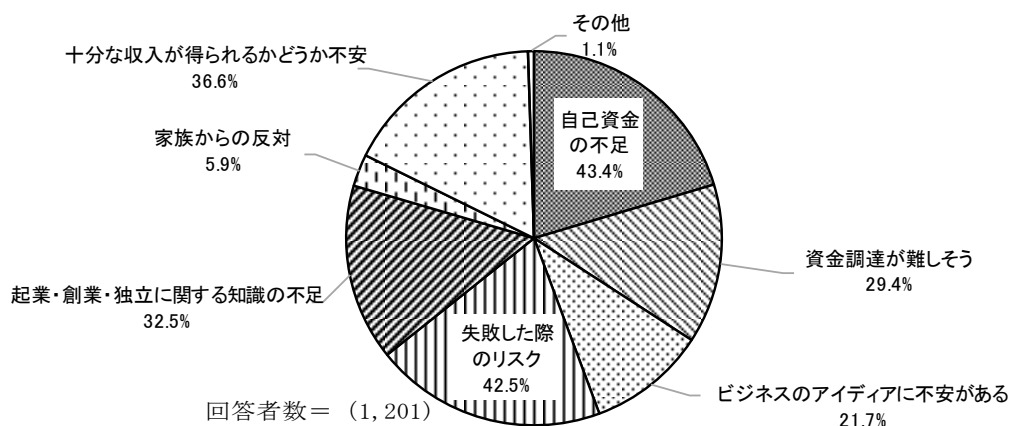
最も有力な自身の起業・創業・独立先の地域を選んでもらった結果をみると、「東京都近郊の市区（東京寄りの埼玉県、千葉県、神奈川県市区）」（38.1%）が4割弱で最も多く、これに「足立区以外の特別区（都内23区）」（19.5%）と「上記以外の道府県の市区町村」（19.1%）が2割近くで並んで続き、以下「足立区」（16.8%）、「23区以外の都内（都内の市町村）」（6.5%）の順となっている。



I-2 起業・創業の実行・検討時の懸念事項（問17/回答は3つまでの複数回答設問）

- 「自己資金の不足」と「失敗した際のリスク」が4割台前半で並んで上位。

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



＜注：この設問は複数回答設問であり、各選択肢の合計比率は100.0%を超えている＞

*本書の発行元・お問合せ先

足立区産業政策課 産業経済協創担当 (担当：海老原 TEL：03-3380-5464)

第2章 地域経済活性化に係る現状と課題

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

2020年度（令和2年度）の日本経済は、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、企業収益や雇用環境など厳しい状況が続いている。個人消費は持ち直しているものの、変異を繰り返す感染症の影響が続いており、原材料価格の高騰、商品、材料等の国際的な物流の滞り等も含めて、注視していく必要がある。

都内経済は、個人消費、産業活動、雇用情勢等、感染症の影響を受けて弱い動きとなっている。

このような状況の下、区は今後とも、小規模事業者（※2）が約8割を占める区内事業者を支えるとともに、地域経済の好循環を生み出すため、社会経済環境の変化に応じた確かつ迅速な取り組みを行っていく必要があります。

そのため、本章では、以下の8つの「動き」から社会経済環境の変化と区の現況を整理しました。

- （1）人口の動向・労働生産性の比較
- （2）景況と雇用情勢
- （3）事業環境の変化への対応
- （4）技術の進展と活用状況
- （5）消費動向
- （6）起業・創業の現状
- （7）まちづくり、地域づくりの動向
- （8）観光需要の動向

なお、現況の整理は、2021年7月に実施したアンケート調査や各種統計データ等の分析結果をもとに、行ないました（図表4）。

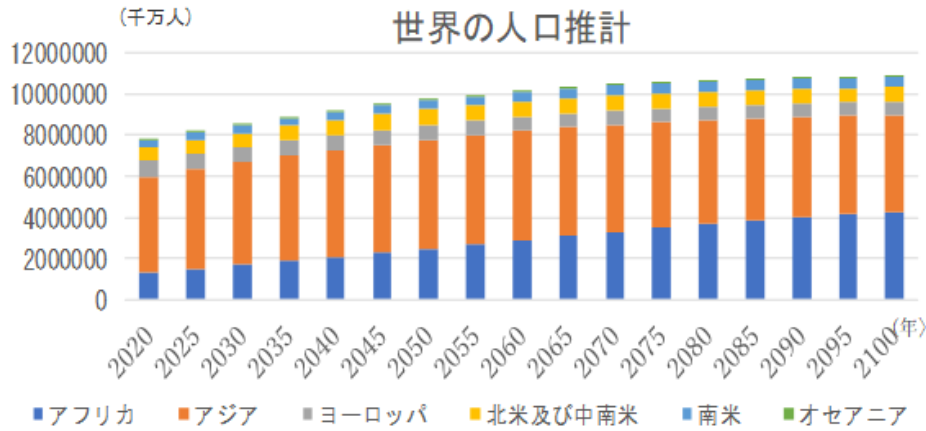
図表 4 : 中間見直しに際し独自に実施した調査・分析

<p>起業・創業に対する意識 WEB 調査</p>	<p>【調査地域】 足立区及び足立区周辺の指定 9 市区（足立区、葛飾区、越谷市、草加市、柏市、流山市、松戸市、八潮市、三郷市、吉川市）に居住する 20 歳～69 歳</p> <p>【調査対象】 下記①～③の対象条件のいずれかを満たす人 ①「最近 10 年以内に自身で起業（創業・独立）の経験がある」 ②「今後 10 年以内に自身で起業（創業・独立）の計画・意向がある」 ③「自分の起業（創業・独立）について興味・関心がある」</p> <p>【調査対象者の抽出】 大手 WEB 調査機関が保有しているインターネット調査モニターの中から、スクリーニング調査により、条件該当者 & 有効回答者を抽出</p> <p>【スクリーニング調査配信数】 約 86,000 サンプル（調査地域の 20～69 歳の全数配信）</p> <p>【回収目標標本概数】 1,000 サンプル + α</p> <p>【有効回収数】 1,201 件</p>
<p>足立区産業実態等アンケート調査①</p>	<p>従業員 4 人以下の区内事業者 1,500 サンプル (453 件 30.2%)</p>
<p>足立区産業実態等アンケート調査②</p>	<p>従業員 5 人以上の区内事業者 1,500 サンプル (417 件 27.8%)</p>
<p>消費・就労に関する意識調査</p>	<p>足立区に居住する 18 歳以上の男女個人 2,000 サンプル (887 人 44.4%)</p>
<p>各種統計データ等の収集、分析</p>	<p>国勢調査、経済センサス等、中小企業白書等</p>

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

(1)人口動向・労働生産性の比較

- ・世界の人口はアフリカを中心に増加し、2019年の77億人から2100年には109億人になる見込み



国連 World Population Prospects 2019 より

- ・日本の人口は、2008年(平成20年)をピークに減少しており、人口減少スピードは加速度的に高まる見込み。推計では、2060年の総人口は、現在の約72.5%に相当する9,284万人にまで減少。

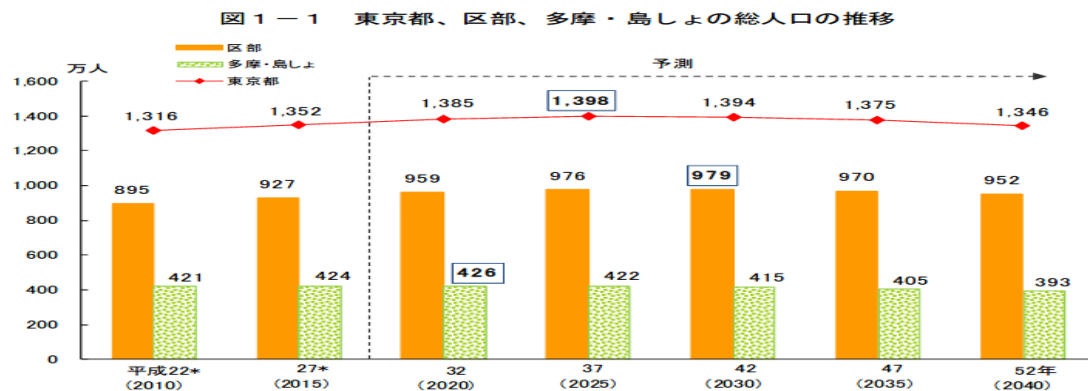
国の人口推移と今後の予測



日本の将来推計人口より

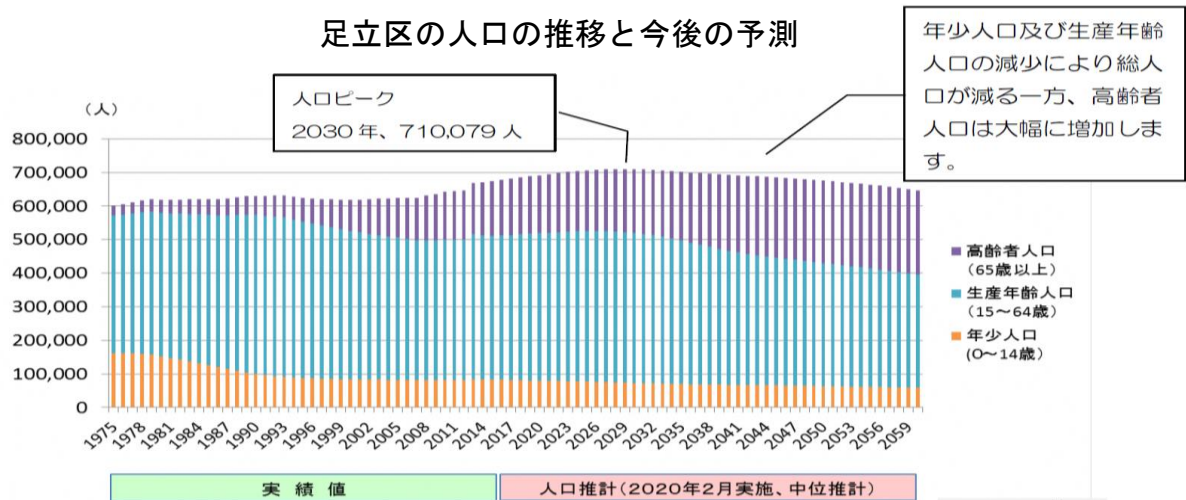
- ・東京都の総人口は、2027年に1398万人でピークを迎え、以後減少する見込み

東京都の総人口の推移 (推計)



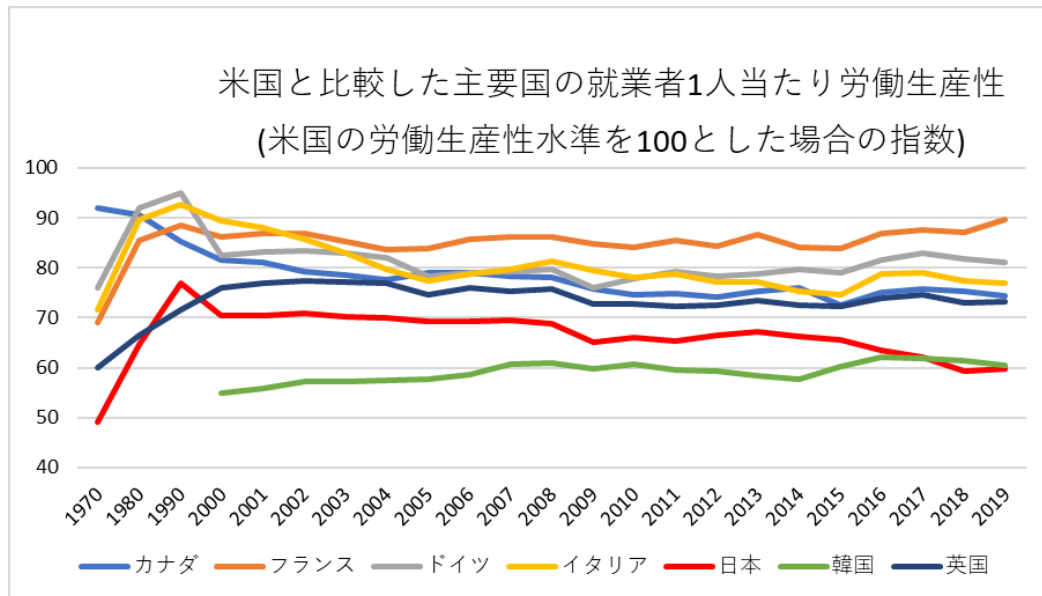
東京都 東京都区市町村別人口の予測より

- ・ 足立区の人口は2030年をピークに減少していく見込み



足立区人口ビジョン総合戦略より

- ・ 日本の1人当たり労働生産性は、81,183ドル。OECD加盟37カ国中26位で減少傾向にある



公益財団法人日本生産性本部 労働生産性の国際比較より

- 【課題1】** 人口減少及び労働生産性の低下は、日本の経済力低下につながるため、国内市場は縮小していく可能性が高い。
- 【課題2】** 世界の人口は増加し、労働生産性も上昇しているため、グローバル社会における、日本の競争力低下が顕著となっていく可能性が高い。

2025年度までの課題

国内市場だけでなく、海外市場に注目し、売上拡大に取り組む事業者を増やしていくことが重要である。

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

(2) 景況と雇用情勢

2020年の年間売上高の対前年増減比較

- ・売上高の対前年比で減少している区内事業者が半数を占めている。

		回答者数	30%以上増加	10%~29%増加	4%~9%増加	横ばい(-3%~+3%)	4%~9%減少	10%~29%減少	30%以上減少
	小規模・中規模以上事業者調査	100.0	1.3	4.3	3.6	17.7	8.2	25.2	25.1
	合算	870	11	37	31	154	71	219	218
【別調査種】	小規模事業者調査	100.0	1.8	2.4	2.0	17.4	6.8	22.1	30.7
		453	8	11	9	79	31	100	139
【別調査種】	中規模以上事業者調査	100.0	0.7	6.2	5.3	18.0	9.6	28.5	18.9
		417	3	26	22	75	40	119	79

足立区産業実態等アンケート調査より

新型コロナウイルスの影響を受けて調達した資金に関する

返済期間や返済方法等の変更希望有無

- ・新型コロナウイルスの影響を受けて融資を受けた事業者のうち、返済期間や返済方法の変更意向がある事業者は25%であった。
- ・上記の理由としては、売り上げの回復が遅れていることが最も大きな要因であった。

	回答者数	希望している	検討している	そうした希望はない	わからない	無回答
小規模・中規模以上事業者調査	100.0	9.7	15.5	54.1	15.2	5.5
合算	362	35	56	196	55	20

足立区産業実態等アンケート調査より

調達した資金の返済期間や返済方法等の変更希望理由

	回答者数	売上の回復が遅	買掛金の支払い	滞り金の回収が	資金繰りの把握	営業前からの影響	その他
小規模・中規模以上事業者調査	100.0	83.5	1.1	4.4	11.0	14.3	8.8
合算	91	76	1	4	10	13	8

足立区産業実態等アンケート調査より

【課題3】 売上の回復、向上に苦心する事業者が多い。

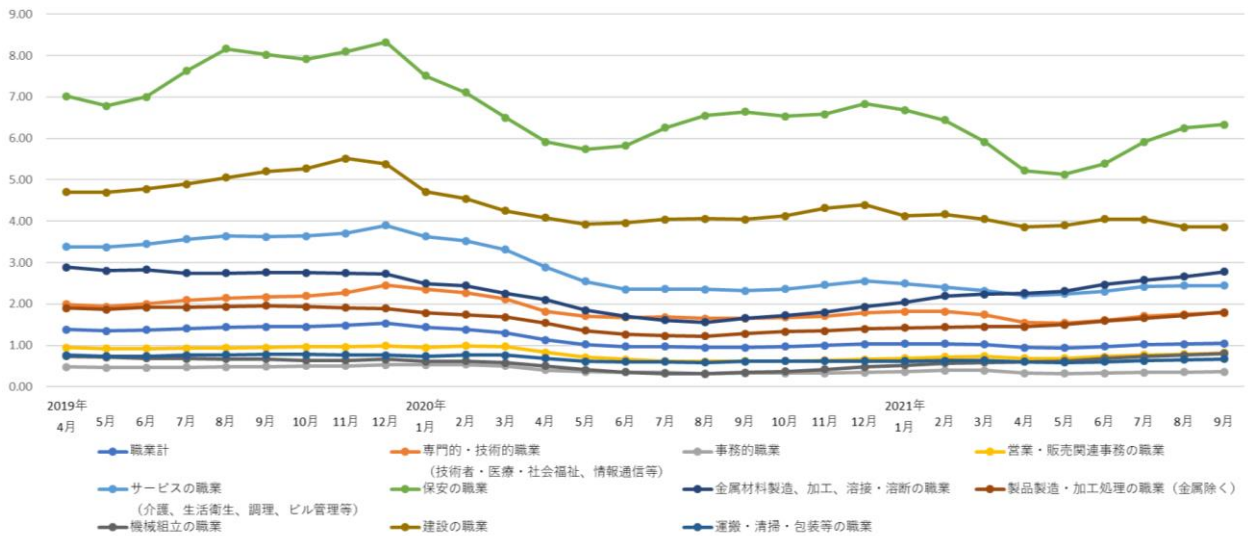
2025年度までの課題

売上の回復、向上につながる、取り組みを支援し、成功例を示していくことで、新たな取組に挑戦する事業者を増やしていくことが重要である。

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

- ・有効求人倍率が高い業種は、求人が多くでていることを意味し、人手不足な状況と考えられる。全業種の平均に比して、保安業、建設業、サービスの職業の数値が高くなっている。

有効求人倍率の推移



厚生労働省 一般職業紹介状況（職業安定業務統計）より作成

2021年現在の人材の状況 正社員

- ・区内事業者の人材の状況については、適当な状況の事業者が最も多く、次いでやや不足している事業者が多くなっている。

	総数	大いに不足	やや不足	適当	やや過剰	大いに過剰	該当なし	無回答
回答者数	417	22	130	184	26	8	18	29
	100.0%	5.3%	31.2%	44.1%	6.2%	1.9%	4.3%	7.0%

足立区産業実態等アンケート調査より

収入（8万円／月以上）を伴う仕事をしたいと思う年齢の上限

- ・働く側の意識として、収入を伴う仕事をしたいと思う年齢の上限を聞いたところ働けるなからいつまでもとの回答が最多となっており、65歳を超えても働きたいと考える人が全体の半分以上となった。

	総数	ぐら5い歳まで	ぐら7い歳まで	ぐら7い歳まで	働けるもならい	歳6未満か60	無回答
回答者数	887	171	123	44	335	168	46
	100.0%	19.3%	13.9%	5.0%	37.8%	18.9%	5.2%

足立区消費・就労に関する意識調査より

【課題4】 依然として、人手不足が多くの事業者の課題となっている。

2025年度までの課題

人手不足の解消を画一的な取り組みで解消することは難しいため、就労意欲が旺盛な高齢人材の活用、業務効率化等、課題を有する事業者に応じた支援を行っていく必要がある。

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

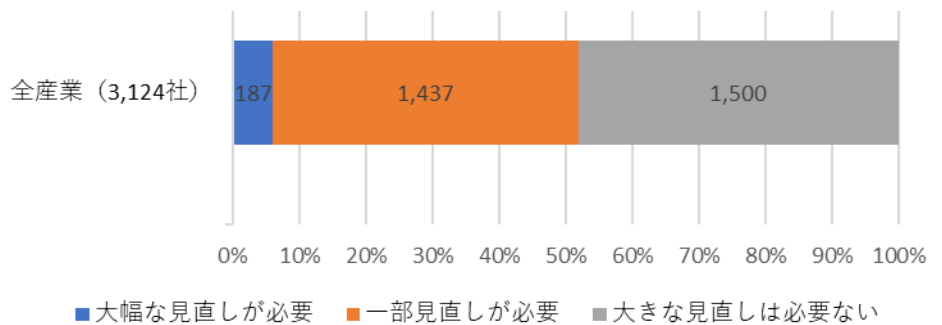
(3) 事業環境の大きな変化への対応

- ・ 自然災害や感染症の世界的な蔓延等、事業環境に大きな影響を与える事象が、たびたび起こっており、今後も様々な転機を迎えることが予想される

	経済に影響を及ぼした出来事
2008年	リーマンショック
2009年	新型インフルエンザ感染拡大
2011年	東日本大震災
2016年	熊本地震
2019年	台風19号
2020年	新型コロナウイルス感染拡大

新型コロナウイルス感染拡大を契機とした、事業の見直しの必要性

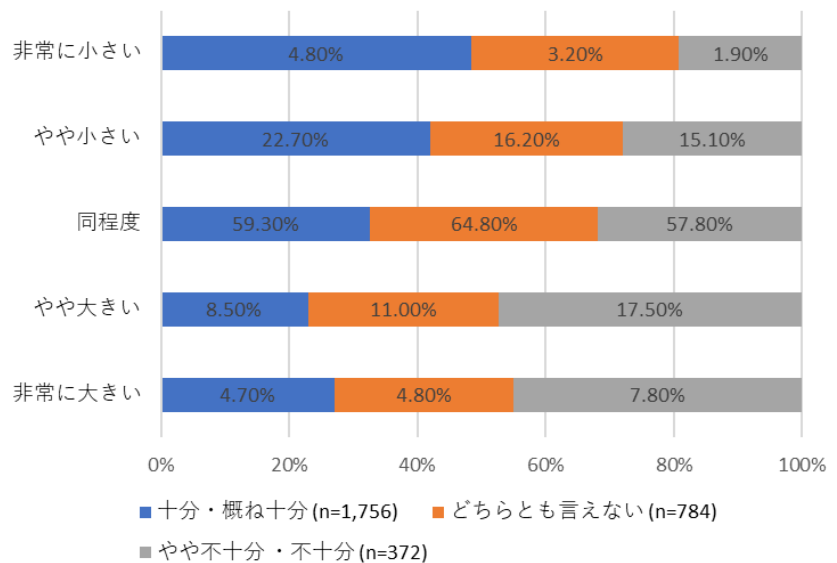
- ・ 刻々と変化する事業環境に合わせ、事業内容や職場環境を見直す必要性を感じる事業者も多い。



企業行動に関する意識調査結果 (中堅企業) 2021年6月 日本政策金融公庫より作成

感染症流行前における経営計画の見直し状況別に見た同業他社と比べた感染症の影響

- ・ 感染症拡大前に経営計画の見直しを行っていた企業は、感染症の影響が同業他社に比べて少ない傾向にある。



資料：(株)東京商工リサーチ「中小企業の財務・経営及び事業承継に関するアンケート」

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

中長期的な経営方針

- ・中長期的な経営方針については、区内事業者の約半数が「現状維持」と回答しており、事業の拡大・拡充と回答した事業者を大きく上回っている。

回答者数	事業の拡大・拡充	事業の縮小	業態転換	事業再構築	現状維持	廃業・閉店の	無回答
870	192	19	7	55	418	168	11
100.0%	22.1%	2.2%	0.8%	6.3%	48.0%	19.3%	1.3%

新型コロナウイルスの感染拡大や売上減少に対して、講じた対策

- ・新型コロナウイルスの感染拡大や売上減少に対して講じた対策については、「講じた対策は特になし」との回答が最多となっている。

回答総数	講じた対策は特になし	何らかの対策を講じた（販路開拓・働き方改革など）	無回答
870	421	407	42
100%	48.4%	46.8%	4.8%

販路開拓の実施状況

- ・売上回復、向上の取組である販路開拓に関しては、実施していない事業者が多く、その理由の中には、「何をすればよいかわからない」といった、課題が明確でない回答も多くあった。

回答者数	実施している	実施していないが	実施していない	業態的に該当しない	無回答
870	132	109	262	285	82
100.0%	15.2%	12.5%	30.1%	32.8%	9.4%

販路開拓を実施しない理由（複数回答）

回答者数	人手が足りない	魅力的な品・サービスがない	資金が足りない	効果が見込めない	何かをわすれらばよい	必要性がない	その他	無回答
262	68	21	34	57	43	92	24	3
100.0%	26.0%	8.0%	13.0%	21.8%	16.4%	35.1%	9.2%	1.1%

産業実態等アンケート調査より

【課題5】 予測可能なものから予測不可能なものまで、今後も事業環境は大きく変化していくことが見込まれ、事業を継続していくためには、変化に対応する力をつけることが、重要である。

2025年度までの課題

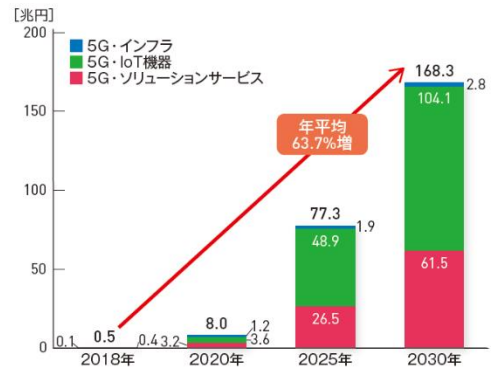
現状維持を志向する事業者や、コロナ禍にあって販路拡大等、何らかの対策を講じていない事業者が多い現状を鑑み、変化への対応の重要性を認識し、行動を起こす事業者を増やしていく必要がある。

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

(4) 技術の進展と活用促進

- ・回線速度が飛躍的に向上する「5G」のインフラ整備が進むと、様々な新規サービスが生まれる可能性があり、こうした分野の市場拡大が期待されている
- ・そのほか、世の中のサービスや制度を大きく変える可能性を秘めた、新たな技術(ブロックチェーン、VR等)が、日々研究、活用されている。

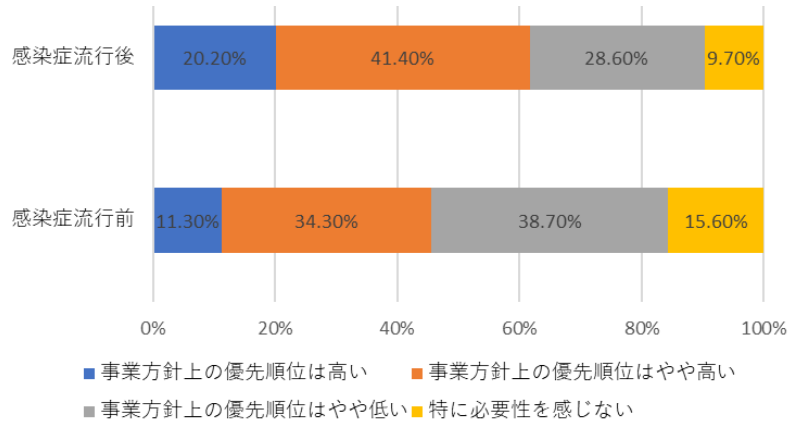
5G市場の世界需要額見通し



『注目分野に関する動向調査 2019』一般社団法人電子情報技術産業協会 (JEITA) より

- ・事業環境の不確実性が高まっている昨今においては、イノベーションを生み出すだけでなく、事業継続を担保する意味でも、デジタル活用の重要性は高まっており、感染症の拡大は事業者の意識変化に繋がっている。

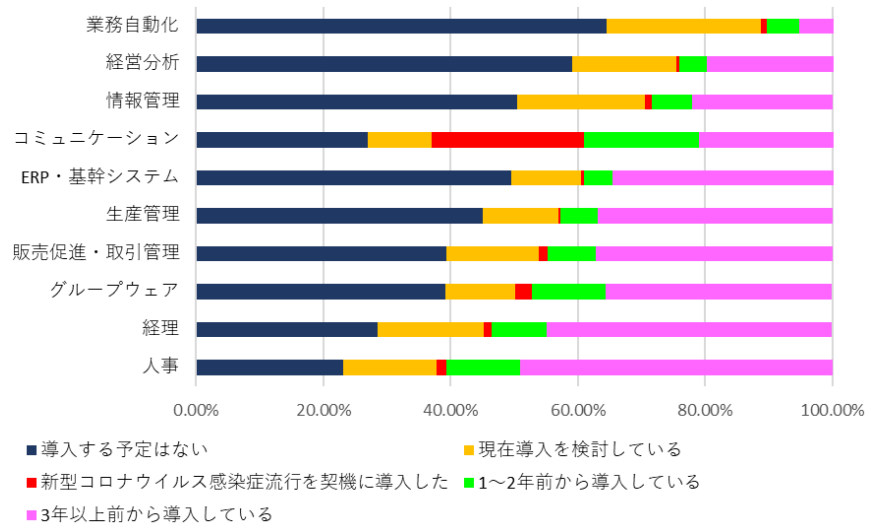
デジタル化に対する優先度の変化 (全産業)



中小企業白書 2021年度版より

- ・ITツールの導入は、業務の自動化や経営分析等で遅れている。

ITツール・システムの導入状況

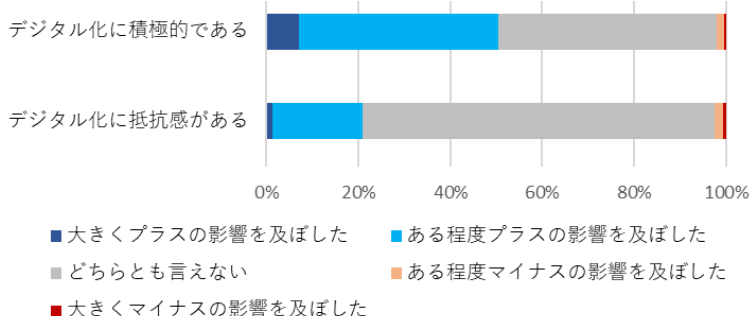


中小企業白書 2021年度版より

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況
新型コロナウイルス感染拡大下における

デジタル化による業績への影響について

- ・従業員、経営者の双方がデジタル導入の必要性を認識し、積極的であることが、業績への効果を高める傾向にある



中小企業白書2021年度版より

- ・区内事業者のインターネット活用状況は、特に小規模事業者では3割に満たず、業種業態によって必要性に違いはあるものの、低い状況となっている。

区内事業者のインターネット活用状況

	回答者数	活用している	今後活用する予定	活用したいが、できない	活用する必要がない	無回答
総数	870	336	25	105	319	85
	100.0%	38.6%	2.9%	12.1%	36.7%	9.8%
小規模事業者	453	122	10	52	204	65
	100.0%	26.9%	2.2%	11.5%	45.0%	14.3%
中規模以上事業者	417	214	15	53	115	20
	100.0%	51.3%	3.6%	12.7%	27.6%	4.8%

足立区産業実態等アンケート調査より

- ・インターネット活用の課題をみると、中規模事業者と比較して、小規模事業者の「わからない・必要性を感じない」との回答割合が高くなっている。

区内事業者のインターネット活用の課題

	回答者数	情報セキュリティ不安	導入コスト・運用負担に係	導入効果が見え	自社・社員のスキル不足	人材を推し進めない	必要性を感じない	課題は特にな	無回答
総数	870	170	167	89	76	180	165	156	181
	100.0%	19.5%	19.2%	10.2%	8.7%	20.7%	19.0%	17.9%	20.8%
小規模事業者	453	73	74	48	38	85	124	71	109
	100.0%	16.1%	16.3%	10.6%	8.4%	18.8%	27.4%	15.7%	24.1%
中規模以上事業者	417	97	93	41	38	95	41	85	72
	100.0%	23.3%	22.3%	9.8%	9.1%	22.8%	9.8%	20.4%	17.3%

足立区産業実態等アンケート調査より

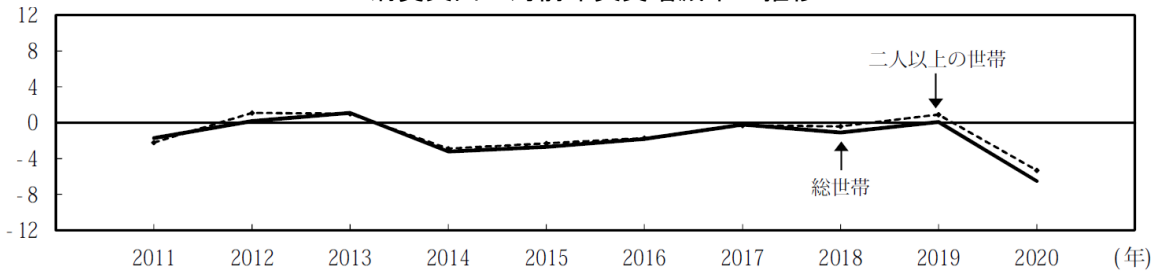
【課題6】 中小企業のインターネット活用状況は十分ではなく、課題意識の有無も大きく二分している。
2025年度までの課題

業種業態による違いはあるが、インターネット活用の重要性は日増しに高まっており、課題感を有する企業の課題解決支援と、課題感のない企業に対する活用促進が重要である。

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

(5) 消費動向

消費支出の対前年実質増減率の推移



消費支出	2011年	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
総世帯	-1.7	0.2	1.1	-3.2	-2.7	-1.8	-0.2	-1.1	0.1	-6.5
二人以上の世帯	-2.2	1.1	1.0	-2.9	-2.3	-1.7	-0.3	-0.4	0.9	-5.3

注 2018年及び2019年は変動調整値。変動調整値の詳細は統計局ホームページに掲載している。

総務省「家計調査報告書」より

物販系分野の BtoC-EC 市場規模及び

EC 化率の経年推移（市場規模の単位：億円）

- ・ 2020年の消費支出の対前年実質増減率は、大幅に減少している一方インターネットを介した消費は増加傾向が続いており、2020年は大幅に増加している。

※BtoC-EC 市場規模＝企業と消費者間 EC による取引金額

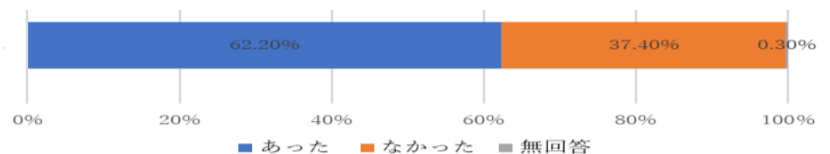
※BtoC の商取引市場規模を分母、BtoC-EC の市場規模を分子として EC 化率を算出



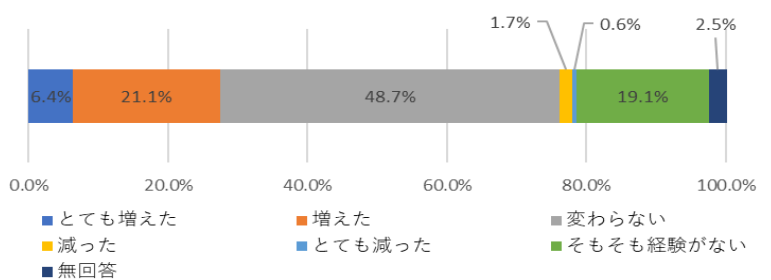
電子商取引に関する市場調査（経済産業省委託調査）より

- ・インターネットショッピング利用経験は6割を超え、利用頻度が増えている人も27.5%に達している。

インターネットショッピング利用有無
(2021年6月時点)



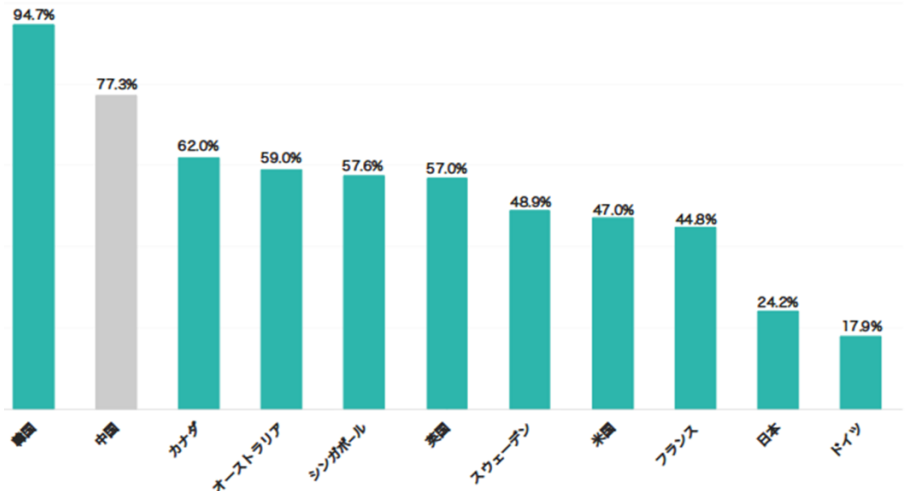
インターネットショッピング利用頻度
(2020年6月と2021年6月の比較)



1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

世界主要国におけるキャッシュレス決済状況

- ・2018年のキャッシュレス決済比率の国際比較において、日本のキャッシュレス決済比率は24.2%であり、欧米諸国と比べると依然として低い水準にある。



世界銀行「Household final consumption expenditure (2018年 (2021/2/17版))」より

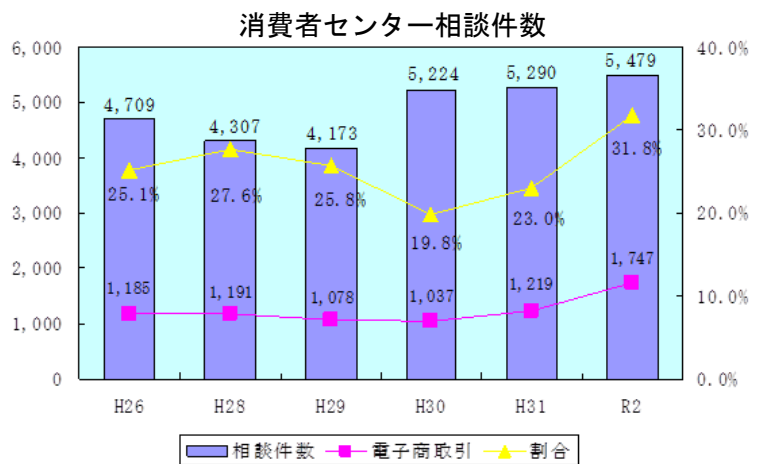
- ・キャッシュレス決済の利用経験について、80%以上の方が「ある」と回答しているが、年代別にみると70歳代の利用経験が約50%となっており、突出して低くなっている。

キャッシュレス決済の利用経験

	全 体		20歳代以下		30歳代		40歳代		50歳代		60歳代		70歳以上	
回答者数	887		165		123		161		165		145		128	
ある	762	85.9%	153	92.7%	115	93.5%	151	93.8%	152	92.1%	125	86.2%	66	51.6%
ない	123	13.9%	12	7.3%	8	6.5%	10	6.2%	13	7.9%	20	13.8%	60	46.9%

足立区消費・就労に関するアンケート調査より

- ・消費者センターの相談件数のうち電子商取引に関する相談割合も増加傾向にある。



【課題7】 インターネットを介した消費及びキャッシュレス決済は、今後も拡大していくことが見込まれるため、事業者及び消費者は、そのことを踏まえた対応が、求められる。

2025年度までの課題

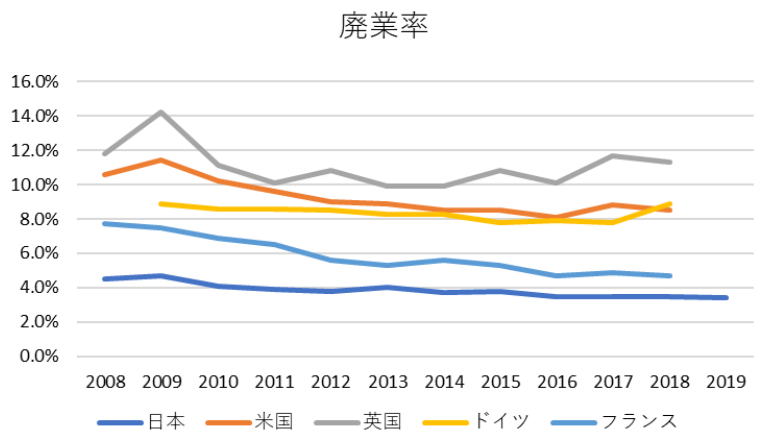
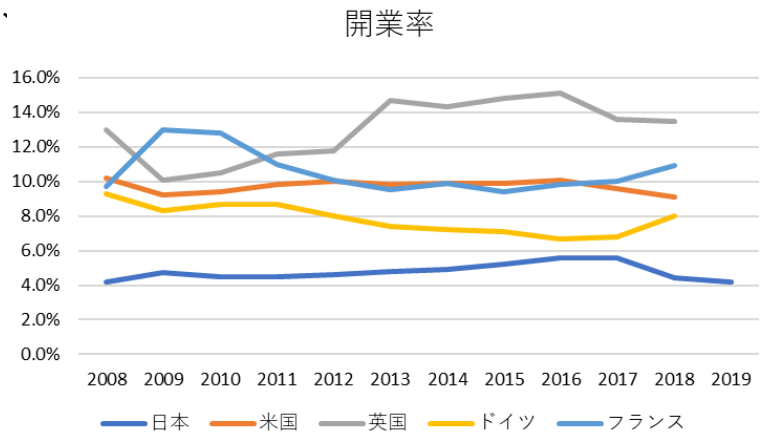
インターネットの活用ができていない事業者が、上記のような消費動向に対応していくことは難しいため、インターネット活用支援を幅広く実施していく必要がある。

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

(6) 起業・創業の現状

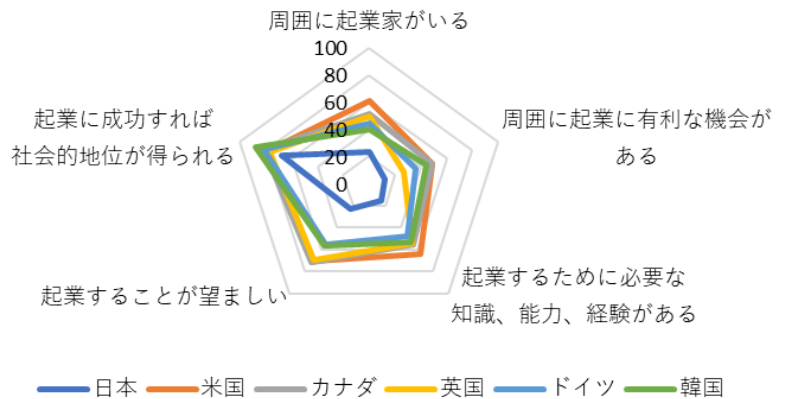
- ・ 2021年度版中小企業白書によれば、我が国の開業率、廃業率ともに、国際的に相当程度低水準であることが示されている。

開廃業率の国際比較



- ・ 起業意識に関しても、日本は他国と比べて低く、潜在的な起業家も少ないことが推測される。

起業意識の国際比較

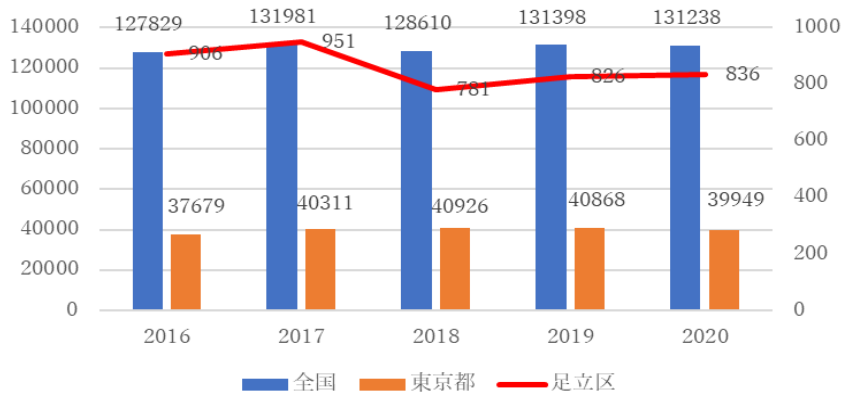


出典：みずほ情報総研株式会社「平成30年創業・起業支援事業（起業家精神に関する調査）」

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

新設法人数推移

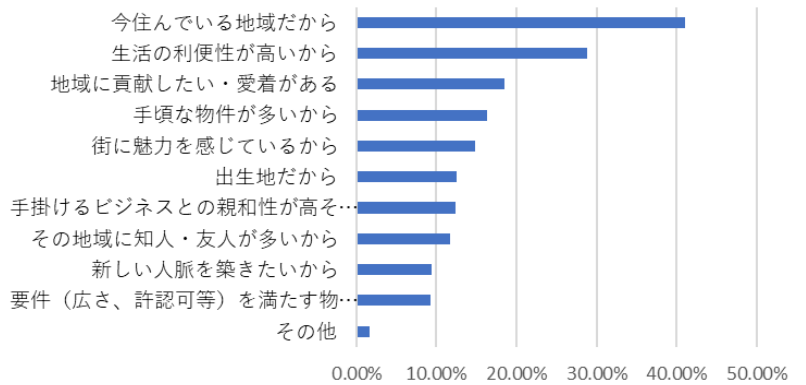
- 直近の新設法人数は、国、都ともに減少しているなか、足立区は微増となっている。



出典：民間調査会社調べ

- 足立、葛飾及び千葉、埼玉の近隣市の起業・創業に関心がある人々を対象に行ったアンケートによれば、居住地が起業・創業する地域として有力な候補となっている。

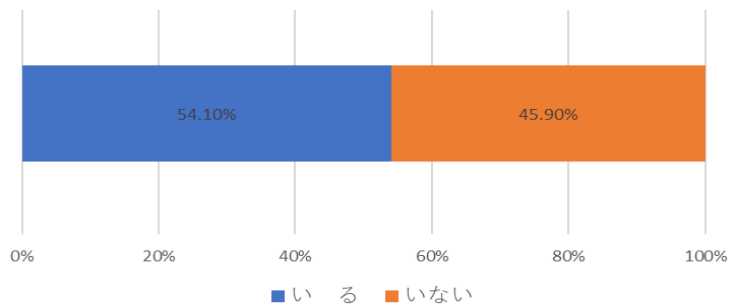
起業、創業、独立先（地域）を選ぶ理由



足立区産業実態等アンケート調査より

- 起業家精神に関する調査の数値よりも、起業・創業に関心がある人々を対象に行ったアンケートの方が、身近に起業・独立・開業をした人がある割合が優位に高くなっている。

起業・独立・開業した人が身近にいる人の割合



足立区産業実態等アンケート調査より

【課題8】 区内創業者を増やしていくために、区内在住の起業関心層にアプローチしていくことが重要である。

2025年度の課題

区内での起業意向が高いと考えられる、区内在住起業関心層を支援していくことが、起業家及び潜在的な起業家を増やしていくことにつながる。

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

(7) まちづくり、地域づくりの動向

国は、少子高齢化の進展に的確に対応し、人口減少に歯止めをかけるとともに、東京圏への人口の過度な集中を是正し、それぞれの地域で住みよい環境を確保して将来にわたって活力ある日本社会を維持していくために、「まち・ひと・しごと創生法」を制定しました。これに基づき、国は「まち・ひと・しごと創生総合戦略」、地方は「地方版総合戦略」を各々策定し、各地域の実情に即し

綾瀬エリアデザイン、SDG
S 未来都市計画の内容に合わせて記載をしていきます

また、都市計画マスタープランでは道路・鉄道などで拠点間ネットワークを強化し、交通アクセス環境を高めるなど、交通・交流拠点の整備による魅力あるまちづくりを計画しています（図表23）。

図表23：複合型拠点と道路・交通網の形成図

綾瀬エリアデザイン、SDGS
未来都市計画の内容に合わせた記載をしていきます

出

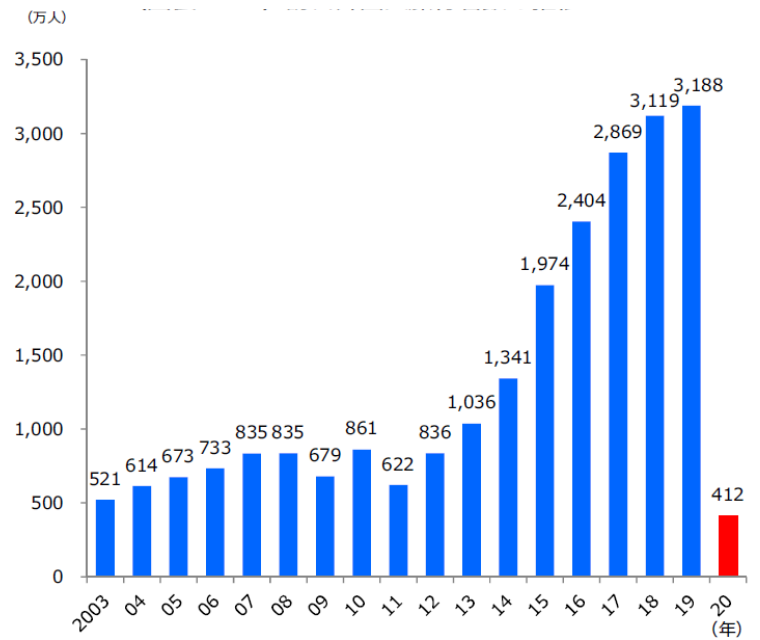
し
参

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況

(8) 観光需要の動向

- ・訪日外国人旅行者数令和2年の訪日外国人旅行者数は、新型コロナウイルス感染症の影響により2月以降大きく減少し、対前年比87.1%減の412万人となった。また国籍・地域別では、中国が107万人と最も多く、台湾69万人、韓国49万人となった。
- ・令和2年の訪日外国人旅行消費額は、2020年4-6月期、7-9月期、10-12月期の調査が中止となったが、1-3月期の調査結果により試算すると7,446億円となった。

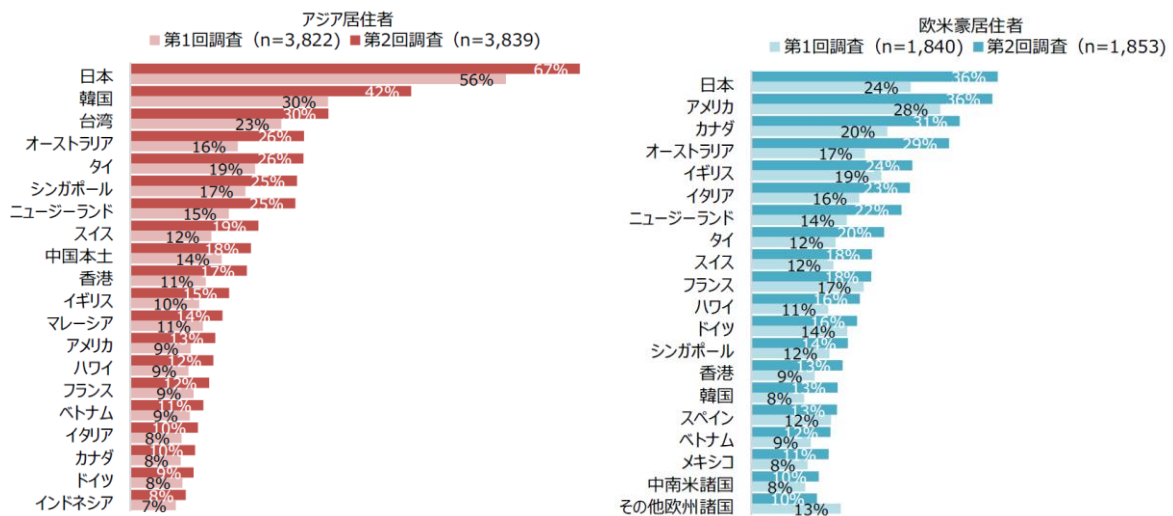
訪日外国人の推移



令和3年度観光白書より

- ・国籍・地域別では、中国2,536億円（構成比34.1%）、台湾1,084億円（同14.6%）、香港576億円（同7.7%）、米国456億円（同6.1%）、韓国429億円（同5.8%）の順で多くこれら上位5カ国・地域で全体の68.2%を占めた。
- ・株式会社日本政策投資銀行及び公益財団法人日本交通公社が実施した、アジア、欧米豪訪日外国人旅行者の意識調査によれば、「新型コロナが収束し、平常状態に戻った時、また海外旅行をしたいか」との設問に、「思う」または「どちらかといえばそう思う」と回答した人の割合が8割を超えており、次に海外旅行をしたい国と地域（複数回答）としては、日本の人気が高かった。

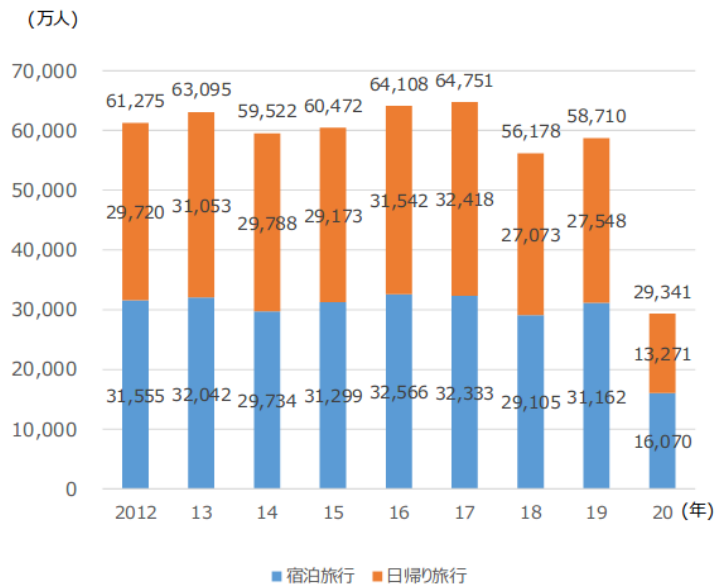
次に海外旅行をしたい国と地域（複数回答）



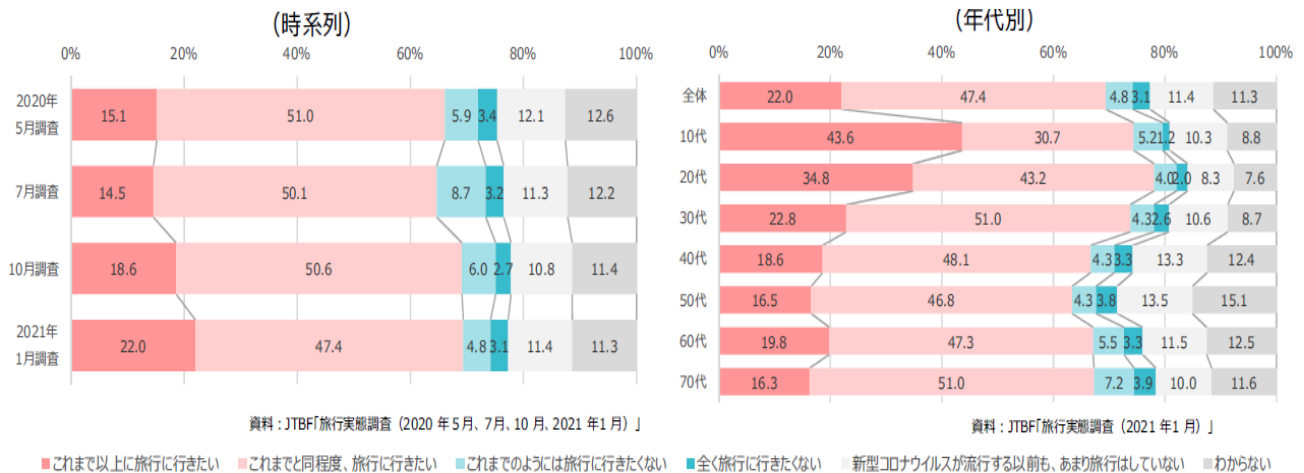
アジア、欧米豪訪日外国人旅行者の意識調査より

1 区を取り巻く社会経済環境の変化と区の現況
日本人国内宿泊旅行延べ人数

- ・2020年の日本人の国内宿泊旅行延べ人数は1億6,070万人（前年比48.4%減）、日帰り旅行延べ人数は1億3,271万人（前年比51.8%減）となった。
- ・コロナ終息後の旅行意向として、2020年7月以降、「これまで以上に旅行に行きたい」との回答割合が増加しており、特に若い世代でそうした意向が強くなっている。



新型コロナウイルス収束後の旅行以降



出典：いずれも令和3年度観光白書

【課題9】 訪日外国人、国内宿泊延べ人数ともに、コロナ禍の影響を受けて大きく落ち込んでいるが、旅行、観光需要自体は健在であり、感染症と共存するための取り組みや、感染症収束後に向けた準備が重要である。

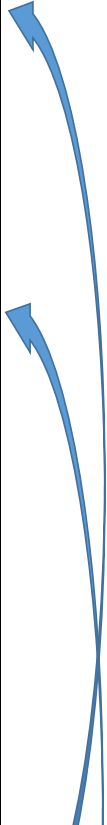
2025年度までの課題

SDGsの取組や、飲食業や農業との連携等、区の魅力を育み、磨き、創っていくことが重要である。

地域経済活性化基本計画 「現況と課題」 課題設定見直し案一覧

別紙3

現況	見直し主旨	見直し案 関連要素 【区】=区実施アンケート 赤字は追加要素	見直し案 課題	柱
人口の動向 労働生産性の比較	日本経済の市場規模縮小を念頭に置いて各種施策を考えていく必要がある	世界の人口はアフリカを中心に増え続けていく	【課題】 人口減少、労働生産性の低下は日本の経済力低下につながるため、国内市場は縮小していく可能性が高い。 世界の人口は増加し、労働生産性も上昇しているため、グローバル社会における、日本の競争力低下が顕著となっていく可能性が高い。 【2025年度までの課題】 国内市場だけでなく、海外市場にも目を向け、売上拡大に取り組む事業者を増やしていくことが重要である	<input type="checkbox"/> 売上を上げる仕組みづくり ※新たに柱として追加予定 多くの事業者の課題は売上の伸び悩みや減少に起因しており、売り上げを上げていくための仕組みづくりを支援していきます
		日本の人口は2060年には9,300万弱まで減少する見込み		
		東京都の人口は2027年以降減少していく見込み		
		足立区の人口は2030年以降減少していく見込み		
		国際比較での労働生産性低下		
景況と雇用情勢	感染症拡大の影響を加味した景況と、雇用情勢を見ていく必要がある。	【区】 感染症拡大の影響下における売上の減少	【課題】 売上の回復、向上に苦心する事業者が多い 【2025年度までの課題】 売上の回復、向上につながる、取り組みを支援し、成功例を示していくことで、新たな取組に挑戦する事業者を増やしていくことが重要である。	<input type="checkbox"/> 就労促進と雇用の安定 人材確保が経営課題となっている事業者を支援します。
		【区】 売上回復の遅れをが資金返済計画変更意向に繋がっている		
		有効求人倍率の推移		
		【区】 2021年現在の状況 正社員		
		【区】 収入（8万円/月以上）を伴う仕事を働けるかぎりしたいという区民が多く、高齢期の就労意欲は旺盛		
事業環境の変化への対応	様々な変化に対応する力をつけしていくことが重要である。	事業環境が大きく変化する転機が、今後も訪れる可能性が高い	【課題】 今後も断続的に起こる事業環境の大きな変化に、対応していく力が重要である。 【2025年度までの取組の方向性】 現状維持を志向する事業者や、コロナ禍にあって何ら対策を講じていない事業者が多い現状を鑑み、変化への対応の重要性を認識し、行動を起こす事業者を増やしていく必要がある。	<input type="checkbox"/> 事業者の経営力強化 経営基盤の強化や様々な課題に対する対策の実施を支援していくことで、事業環境の変化への対応力を引き上げていきます 事業者の意欲を引き上げる視点を、記載内容に盛り込んでいく予定。
		感染症拡大の影響が甚大かつ長期化		
		事業環境に合わせて経営計画を見直す事業者も多い		
		感染症拡大前から経営計画の見直している事業者は、感染症の影響が比較的少ない		
		【区】 中長期の経営方針として半数の事業者が「現状維持」と回答した		
		【区】 コロナ禍の売上減少対策について約半数の事業者が「特にない」と		
技術の進展と活用状況	加速度的に進化する様々な技術に対応していくことが必要である。	5Gの浸透や新技術の登場により、新たな市場が拡大していく可能性がある	【課題】 中小企業のインターネット活用は十分ではなく、課題意識の有無も大きく二分している。 【2025年度までの取組の方向性】 業種業態による違いはあるが、課題感を有する企業の課題解決支援と、課題感のない企業に対する活用促進が重要である。	
		デジタル化の優先度に対する事業者の意識は変化している		
		国内事業者のITツールの導入は、業務の自動化や経営分析等で遅れている		
		デジタル導入の必要性認識、積極性がコロナ禍の業績にも影響している		
		【区】 区内事業者のうち小規模事業者のインターネット活用状況は3割に満たない		
		【区】 インターネット活用の課題として、小規模事業者の「わからない・必要性を感じない」との回答割合が高くなっている		



地域経済活性化基本計画 「現況と課題」 課題設定見直し案一覧

別紙3

現況	見直し主旨	見直し案 関連要素 【区】=区実施アンケート 赤字は追加要素	見直し案 課題	柱
消費動向	コロナ禍を経て変化していく消費行動の大きな流れを踏まえて事業活動を行う必要がある。	消費支出対前年実質増減率の減少	【課題】 インターネットを介した消費は今後も拡大していくため、事業者はそのことを踏まえた対応が求められる。 【2025年度までの課題】 インターネットショッピングへの対応に必要なホームページの作成やECモール等への出展を支援していくが必要である。	売上を上げる仕組みづくりへ
		インターネットを介した消費は増加傾向		
		【区】 区民のインターネットショッピング利用状況は6割超、利用頻度増が3割弱		
		【区】 インターネットショッピング利用が増えた理由は、利便性の高さや感染症対策		
		【区】 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、比べたいが最多		
		消費者相談全体に占めるインターネットショッピング関連相談割合が増加傾向	【課題】 インターネットを介した消費に関する消費者相談が今後も増加していく可能性が高い	□豊かで安全な消費生活の実現 様々な関係機関との連携により消費者教育を進めることで、消費者被害の未然防止を図り、豊かで安全な区民の消費生活を実現します。
		世界主要国におけるキャッシュレス決済状況において、日本は低水準	【課題】 キャッシュレス決済の利用率は今後も高まっていく可能性が高いが、事業者側の対応が遅れている。	事業者の経営力強化へ
		【区】 キャッシュレス決済利用経験率8割（年齢別）	【2025年度までの課題】 特に70歳以上の区民や、事業者側のキャッシュレス決済利用を促進していく必要がある。	
起業・創業の現状	起業・創業に関心が高い人々の意向を踏まえた、施策を行う必要がある	他国と比較した開業率・廃業率の低さ	【課題】 新たなビジネスの登場は、経済の活力となり、今後も起業者を増やしていくことは重要である。 【2025年度までの課題】 区内で起業・起業者を増やしていくために、区内在住の起業・創業関係者にアプローチをしていく必要がある。	□起業・創業の促進 区内での起業意向が高いと考えられる、区内在住起業関係者を支援し、起業・起業家及び潜在的な起業・起業家を増やしていきます。
		他国と比較した起業意識の低さ		
		新設法人数は横ばいから減少傾向		
		【区】 創業希望者が創業する地域としては、居住地が有力な候補になる		
		【区】 身近に創業したことがある人がいるか否かは、起業創業への関心の有無と有意な相関関係がある		
まちづくり・地域づくり	他の計画と連動した施策展開が必要である	にぎわう地域とそうではない地域の二極化	・都市計画マスタープランやエリアデザインと連動した施策を展開し、地域経済の発展を促し活力ある街づくりを進めていくことが重要	□防れたくなるまちづくり
		エリアデザインとシティプロモーション		
		交通アクセス環境を高める動き		
		SDGs、綾瀬エリアデザイン（農業）の動きを盛り込む		
観光需要の動向	将来的な旅行需要の回復を念頭においた準備が重要である	訪日外国人の急激な減少	【課題】 訪日外国人、国内宿泊延べ人数共に、感染症の拡大によって大きな影響を受けているが、旅行、観光需要自体は健在である。 【2025年度までの課題】 SDGsの取り組みに絡め、人を呼び込んでいくことを検討する	多様な主体と連携して、区の魅力を育み、磨き、創ることで、まちのにぎわいを高めます。
		世界の訪日経験者に聞いたところ、コロナ後に8割以上の方が海外旅行意向がある		
		国内宿泊者数の急激な減少		
		コロナ収束後の国内旅行意向は、徐々に強まっている。		
都市農業の保全		具体的な内容については、本計画の下位計画である都市農業振興プランに記載する		

令和 3 年度 第二回 足立区経済活性化会議

【報告事項】

経済活性化会議報告資料

令和4年1月26日

件名	産業実態等アンケート調査結果を踏まえた次年度の施策展開について																																						
所管部課	産業経済部 産業政策課 企業経営支援課																																						
内容	<p>産業実態等アンケート調査から見えてきた、事業者のインターネット活用や、様々な困りごとに対する今後の施策展開について、現時点での検討状況を報告する。</p> <p>1 インターネットの活用について (1) アンケート調査から見えてきた課題 インターネットの活用について、活用したいができていないと回答した事業者は、全体の12.1%おり、「相談先がない」「人材の不足」「導入、運用コスト」等の課題を抱えていることが明らかとなった。</p> <div data-bbox="387 779 1452 1400"> <p>「インターネットを活用したいができていない」と答えた事業者の相談先</p> <table border="1"> <caption>「インターネットを活用したいができていない」と答えた事業者の相談先</caption> <thead> <tr> <th>相談先</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>相談先がない・わからない</td> <td>45.7%</td> </tr> <tr> <td>ITツール販売、運用会社</td> <td>21%</td> </tr> <tr> <td>同業他社</td> <td>16.2%</td> </tr> <tr> <td>金融機関</td> <td>12.4%</td> </tr> <tr> <td>自社との取引があるIT関連会社</td> <td>11.4%</td> </tr> <tr> <td>自治体相談窓口</td> <td>7.6%</td> </tr> <tr> <td>その他支援機関</td> <td>6.7%</td> </tr> <tr> <td>異業種他社</td> <td>4.8%</td> </tr> <tr> <td>無回答</td> <td>3.8%</td> </tr> </tbody> </table> <p>複数回答可の設問であり、回答割合は合計100%を超える。</p> <p>➡ 「インターネットを活用したいができていない」と回答した事業者は、活用できている事業者に比して「相談先がない・わからない」との回答比率が特に高くなっている。</p> </div> <div data-bbox="387 1422 1452 2049"> <p>「インターネットを活用したいができていない」と答えた事業者の課題</p> <table border="1"> <caption>「インターネットを活用したいができていない」と答えた事業者の課題</caption> <thead> <tr> <th>課題</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>活用を推進できる人材がない</td> <td>52.4%</td> </tr> <tr> <td>導入・運用に係るコスト負担</td> <td>44.8%</td> </tr> <tr> <td>自社に合ったツール・アプリがわからない</td> <td>29.5%</td> </tr> <tr> <td>導入効果が見えない</td> <td>24.8%</td> </tr> <tr> <td>情報セキュリティ対策が不安</td> <td>21.0%</td> </tr> <tr> <td>わからない・必要性を感じない</td> <td>8.6%</td> </tr> <tr> <td>課題は特にない</td> <td>1.9%</td> </tr> <tr> <td>無回答</td> <td>4%</td> </tr> </tbody> </table> <p>複数回答可の設問であり、回答割合は合計100%を超える。</p> <p>➡ 「インターネットを活用したいができていない」と回答した事業者は、活用できていると回答した事業者に比して、「活用する人材がない」「導入・運用に係るコスト負担」の回答率が特に高くなっている。</p> </div>	相談先	割合	相談先がない・わからない	45.7%	ITツール販売、運用会社	21%	同業他社	16.2%	金融機関	12.4%	自社との取引があるIT関連会社	11.4%	自治体相談窓口	7.6%	その他支援機関	6.7%	異業種他社	4.8%	無回答	3.8%	課題	割合	活用を推進できる人材がない	52.4%	導入・運用に係るコスト負担	44.8%	自社に合ったツール・アプリがわからない	29.5%	導入効果が見えない	24.8%	情報セキュリティ対策が不安	21.0%	わからない・必要性を感じない	8.6%	課題は特にない	1.9%	無回答	4%
相談先	割合																																						
相談先がない・わからない	45.7%																																						
ITツール販売、運用会社	21%																																						
同業他社	16.2%																																						
金融機関	12.4%																																						
自社との取引があるIT関連会社	11.4%																																						
自治体相談窓口	7.6%																																						
その他支援機関	6.7%																																						
異業種他社	4.8%																																						
無回答	3.8%																																						
課題	割合																																						
活用を推進できる人材がない	52.4%																																						
導入・運用に係るコスト負担	44.8%																																						
自社に合ったツール・アプリがわからない	29.5%																																						
導入効果が見えない	24.8%																																						
情報セキュリティ対策が不安	21.0%																																						
わからない・必要性を感じない	8.6%																																						
課題は特にない	1.9%																																						
無回答	4%																																						

(2) 今後の施策について

ア インターネット活用の相談先、人材不足対策について
区内事業者の相談に応じるアドバイザーを新たに設置する方向で検討中。

イ 導入、運用コスト負担対策について
インターネット活用の入り口である、ホームページ作成や更新を支援する補助金の創設を検討中。

2 事業者の様々な困りごとへの対応について

(1) アンケート調査から見えてきた課題

ア 様々な相談について

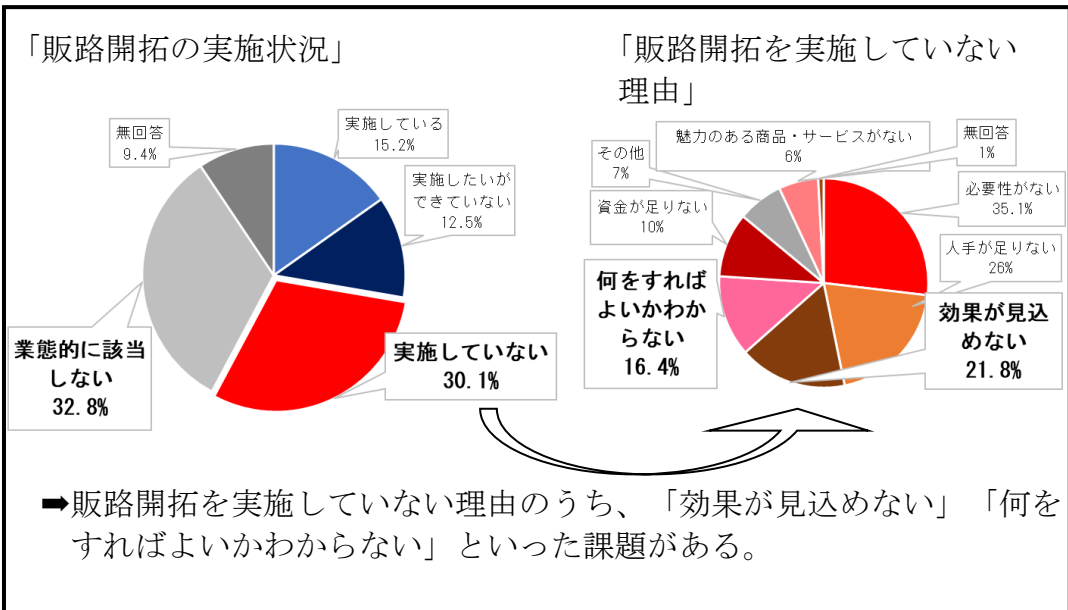
様々な各設問に対して、「相談先がない」「何をしたいかわからない」との回答が一定数あり、様々な課題に対する相談先の必要性が明らかとなった。

「相談先がわからない」「何をすればよいかわからない」との回答があった設問一覧

設問	回答率
新型コロナウイルス感染症拡大期間中に各種補助金を活用しなかった理由	7% (19/270)
商材の付加価値向上、差別化の取り組みを行っていない理由	13.5% (21/156)
電子商取引を活用していない理由	12.1% (21/174)

イ 販路開拓に関する課題

「実施していない」「業態的に該当しない」と回答した事業者が多く、販路拡大に対して丁寧に事業者の実情を把握し、助言する機能の必要性が明らかとなった。



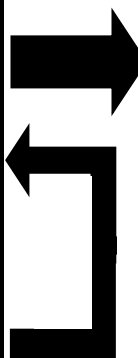
(2) 関係機関や事業者へのヒアリングから見えてきた課題
 事業者や支援機関によっても異なるものの、各種補助金等についてご意見をいただいております、様々な事業者に寄り添う相談支援が必要である。

- ・ 国や都の支援策を「知らない、分からない」「どう申請してよいか分からない」事業者が非常に多いと感じる。このような事業者への寄り添い支援が必要ではないか（中小企業診断士協会）。
- ・ 補助制度などは人からの情報というのが多い。あまり調べたりもしていない（区内事業者）。

(3) 今後の施策について
 相談対応について

従来の相談業務に加え、何をしたいかわからない、課題はあるが対策できていない事業者等、下記図のような対象に対して、「(仮称)事業者なんでも相談員」を新設する方向で検討中している。

対象事業者	相談対応
チャレンジ意欲が高い事業者	●MC相談 マッチングクリエイター (MC) が事業者を直接訪問して、経営相談や有益な情報提供などを行う
課題への対策に取り組もうとしている事業者	
課題はあるが対策できていない事業者	◎(仮称)事業者なんでも相談員【新規】 <ul style="list-style-type: none"> ・ 商売や生活に関して事業者が抱える身近な多種多様な困り事に対応 ・ 相談を通じて課題解決を図り適切な支援メニューに繋ぐ ・ アウトリーチや伴走支援により事業者に寄り添い支援していく
課題がわかenらな、課題はあるが対策がわかenらな事業者	
商売や生活に様々な悩みを抱えている事業者	



販路拡大支援事業など
 さりなる支援策の活用

◎(仮称)事業者なんでも相談員・・・中小企業相談業務の経験を有し、相談者（中小企業）への訪問が可能なる者を募集予定。

問題点
 今後の方針

相談体制について、対象事業者との接点の持ち方、課題を抽出するためのヒアリング方法、現状の相談体制とのすみ分け等、体制構築に係る課題の検討を行っていく。