

中野区区内事業所 緊急アンケート調査報告書

東京商工会議所中野支部

中野区区内事業所緊急アンケート調査の実施概要

■区内事業所緊急アンケート

- 東京商工会議所 中野支部は、中野区・中野区商店街連合会・中野区しんきん協議会
中野中小企業診断士会と連携し、コロナ禍における区内の事業所の活動状況や、
直面している経営課題等を把握するため、アンケートを実施

中野区はアンケートに関する後援、中野区商店街連合会・中野区しんきん協議会はアンケート配布、
中野中小企業診断士会は本アンケート結果の分析について協力

- 実施期間：2020年12月20日～2021年3月2日

- アンケート内容は、

- ①新型コロナウイルス感染症に関する影響
- ②新型コロナウイルス感染症を契機に取り組んだ内容
- ③テレワークの状況
- ④事業所の利用形態
- ⑤区政への政策要望
- ⑥今後の事業展開
- ⑦事業承継
- ⑧雇用状況
- ⑨デジタル化の状況

など、幅広い項目となっており、今後は、アンケート結果をもとに、企業支援策や
産業経済政策の検討・地域活性化への取り組みなどに活用する。

- 最終回収日：2021年3月14日 回収件数：622件**

回収率：27.9%（回収件数622件／配布件数2,220件）

回収件数内訳：東京商工会議所 中野支部・中野区商店街連合会 336件

1. 調査実施方針

- ✓ 中野区の商工事業所の経営改善に資する情報の提供
- ✓ 中野区の行政の施策検討、スキーム構築に資する課題・解決策の検討
- ✓ 中野区の経済団体の支援に資する内容の検討

2. 報告書の作成方針

- ✓ 業種、売上高別のクロス集計にて分析
- ✓ 母集団（N値）からみた、顕著な傾向を分析
⇒ テーマ毎に課題抽出

3. 回答事業所の内訳

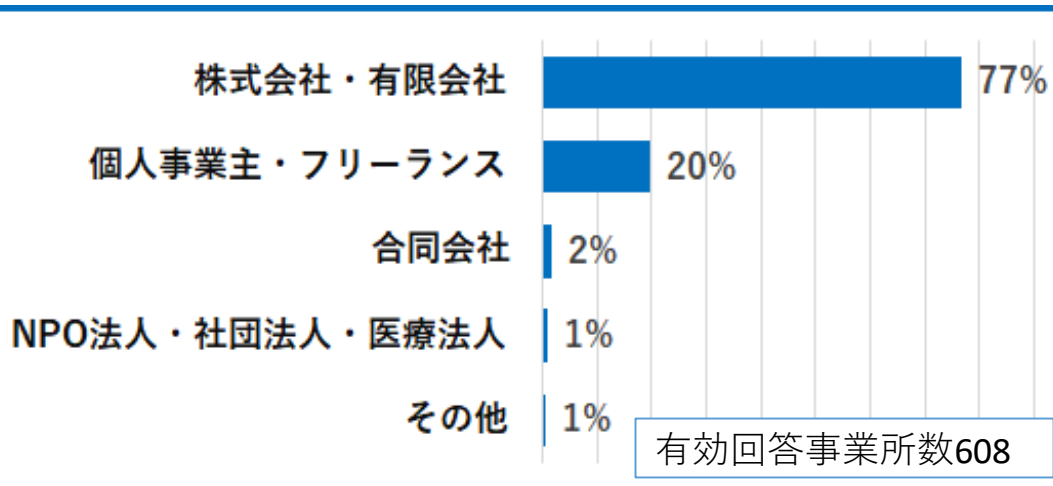
<業種別>

	製造業	卸売業	小売業	建設業	貨物運輸業	旅客運送業	情報通信業
事業所数	54	62	106	76	15	10	33
構成比	9%	10%	17%	12%	2%	2%	5%

	不動産賃貸・ 売買業	飲食業	理美容業	ジム運営・ 撮影所・コンサル等	医療・福祉業	その他	不明	合計
事業所数	76	59	16	69	22	17	7	622
構成比	12%	9%	3%	11%	4%	3%	1%	100%

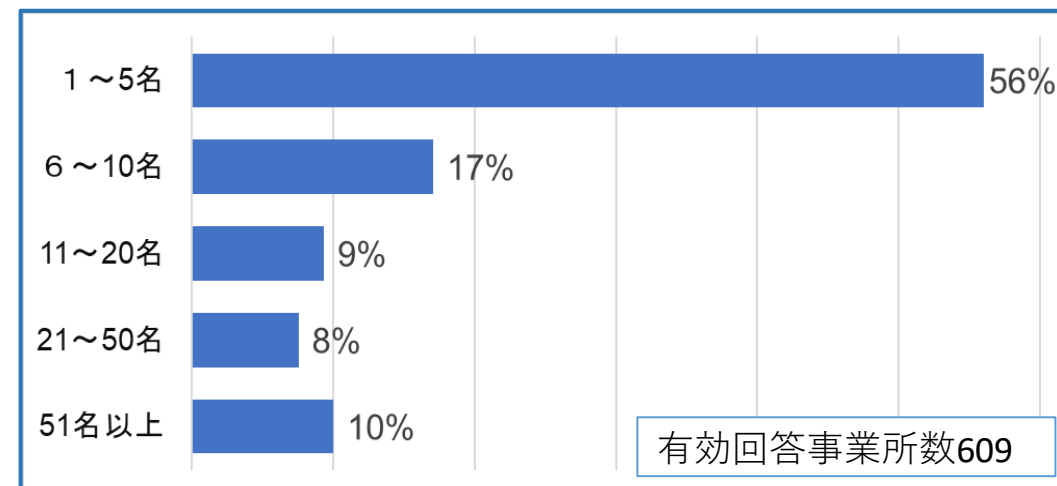
回答者の属性

<経営組織>



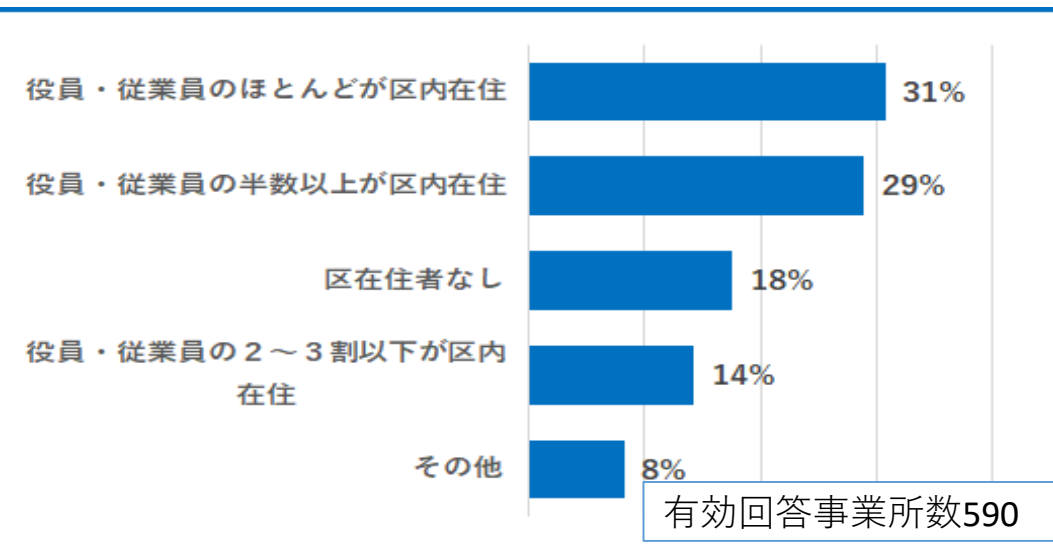
○77%が株式会社、有限会社である

<従業員数（非正規含む）>



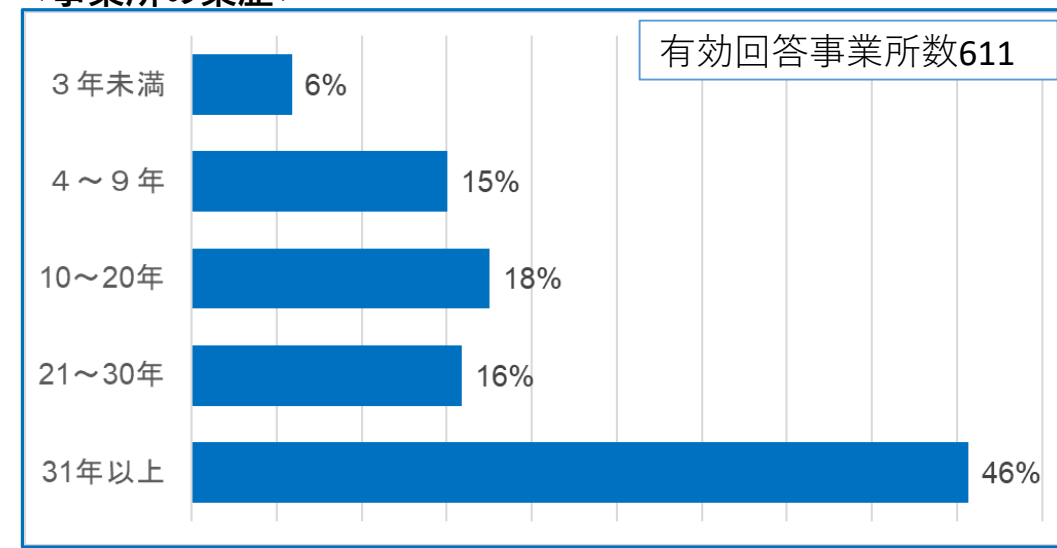
○「5名以下」と回答した事業所が全体の56%と最も多く、中野区は、小規模事業所の比率が高いと推察できる

<役員・従業員の区内在住状況>



○「中野区在住者が半数以上」と回答した事業所は60%と、比較的、住民兼役員・従業員が多いといえる

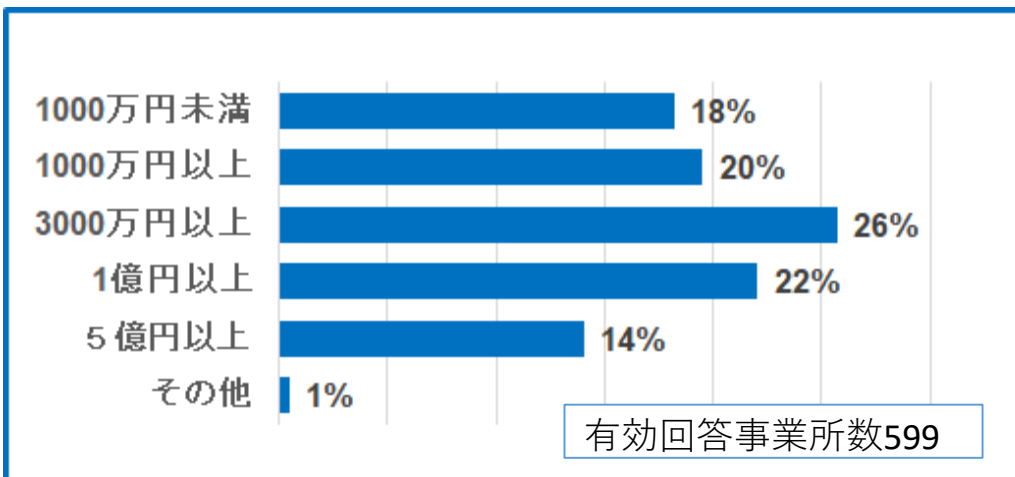
<事業所の業歴>



○「業歴31年以上」と回答した事業所は46%に上る一方、「3年未満」と回答した事業所は6%と最も少ない

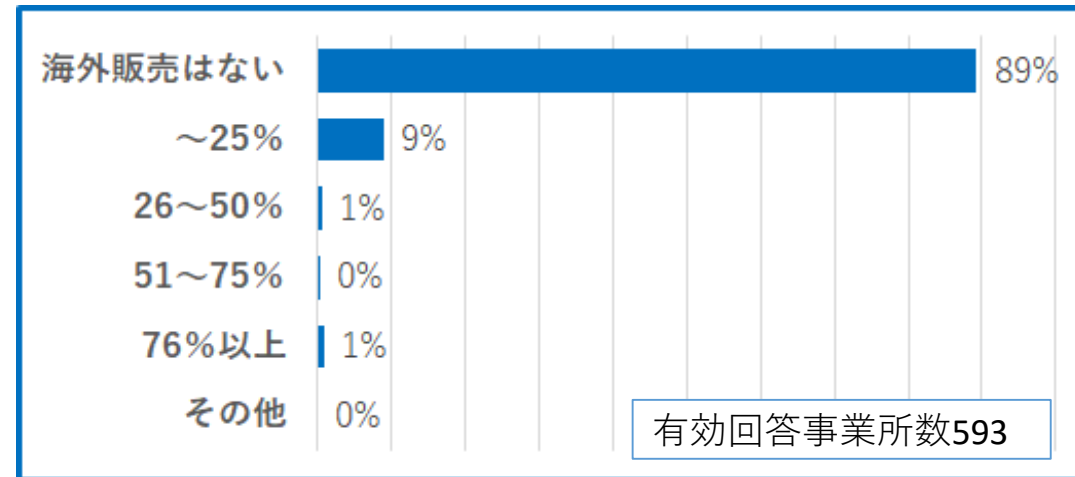
回答者の属性

<直近1年間の売上高>



○1億円未満の売上高の事業所が半数超となるが、どの区分も概ね20%前後の数値となっており、中規模から小規模事業所がまんべんなく集積している

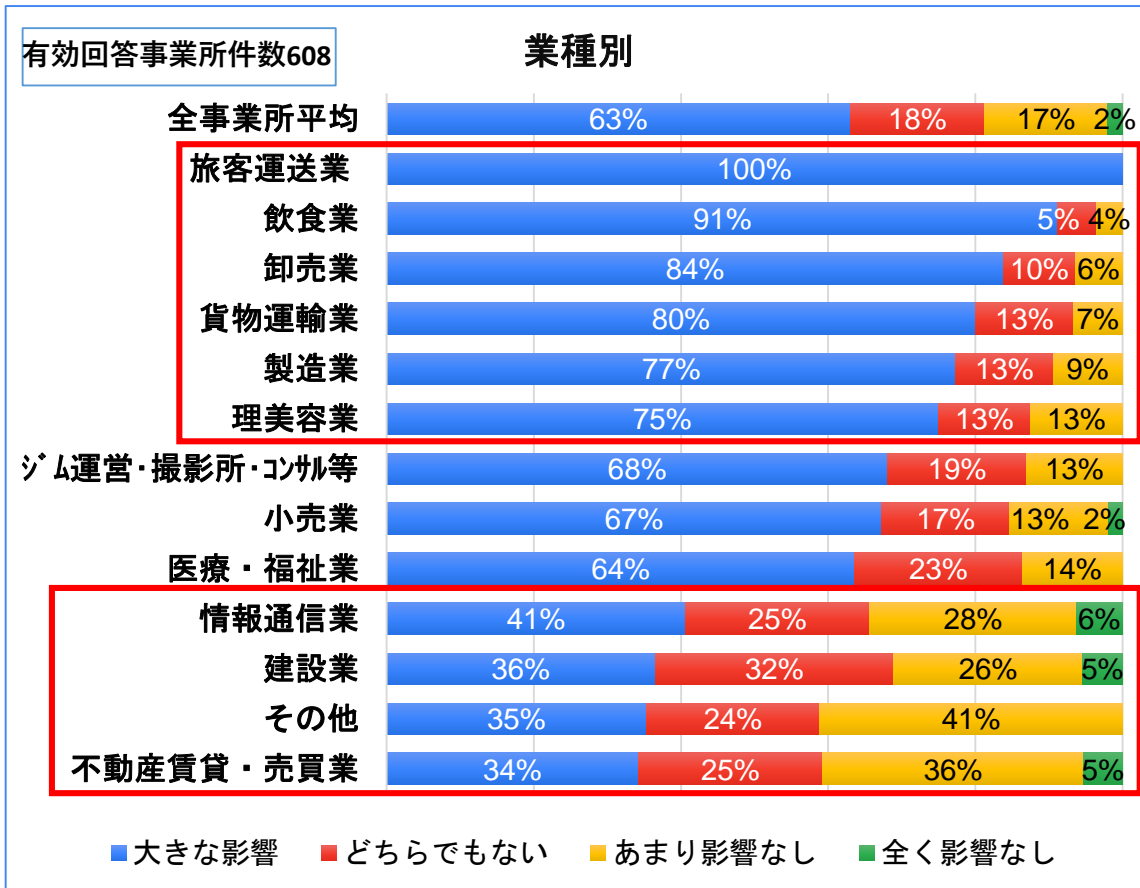
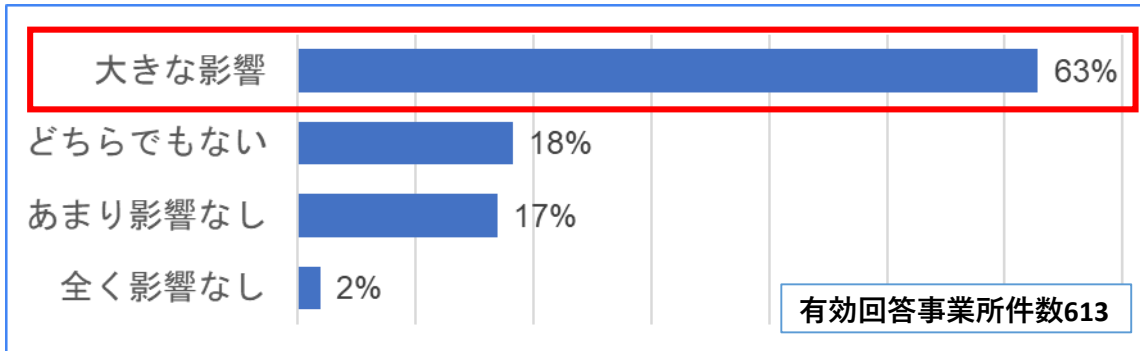
<海外販売比率 (インバウンド向け販売を除く)>



○海外に販売していない事業所が89%と大多数である

①新型コロナウイルス感染症に関する影響について

(設問1) 新型コロナウイルス感染症に関する影響について



○新型コロナウイルス感染拡大により「大きな影響を受けた」と回答した事業所は63%であった

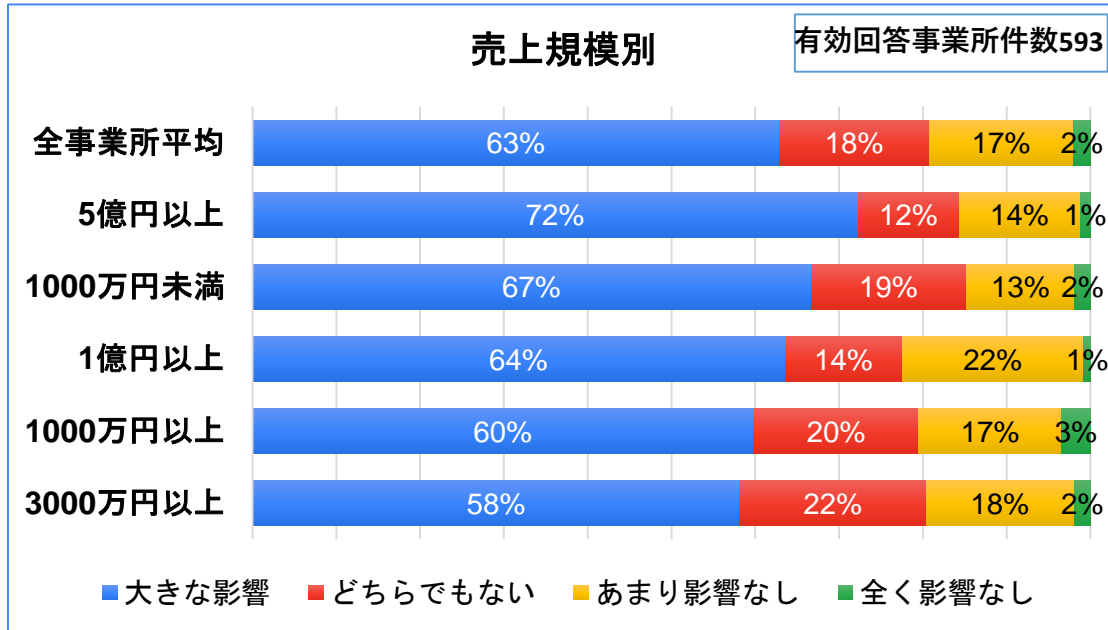
○旅客運送業、飲食業が91%以上と最も大きな影響を受けており、卸売業、貨物運輸業、製造業、理美容も70%以上で、大きな影響を受けている

○なお、ジム運営等、小売業、医療・福祉業も業種平均を上回っている

○「大きな影響を受けた」と回答した事業所が比較的少なかったのは、不動産賃貸・売買業、建設業、情報通信業で34%~41%。「あまり影響なし」「全く影響なし」の回答数もこの3つの業種は多かった

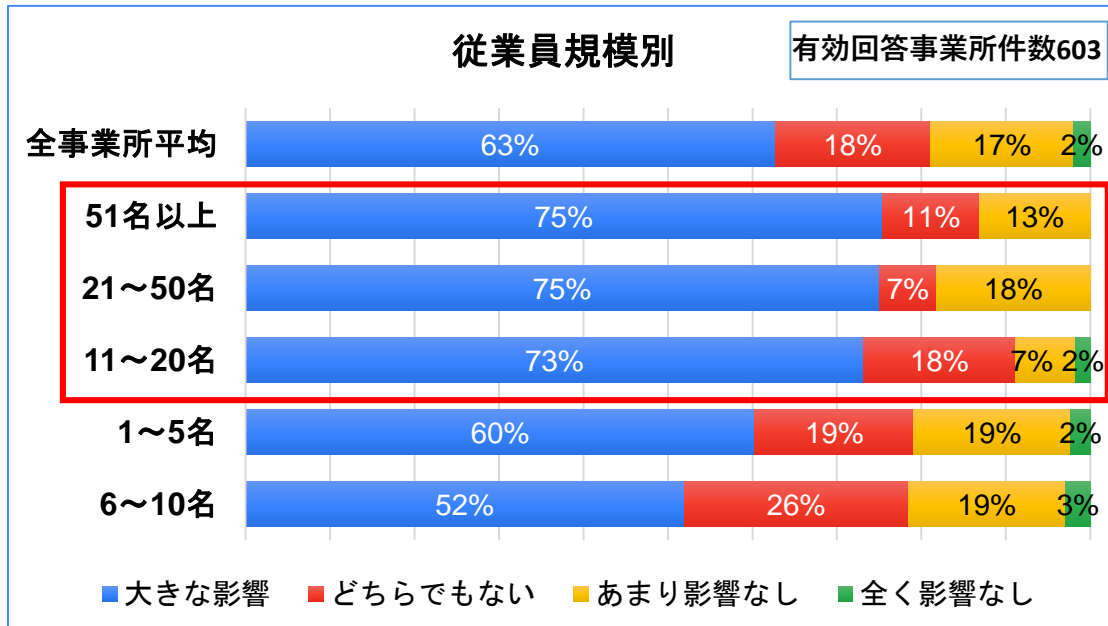
①新型コロナウイルス感染症に関する影響について

(設問1) 新型コロナウイルス感染症に関する影響について



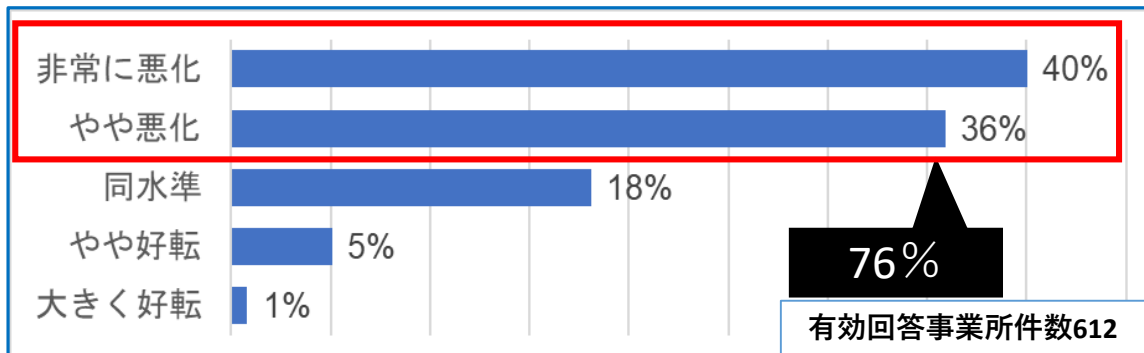
○売上規模別でみると、
新型コロナウイルス感染拡大により
「経営に大きな影響を受けた」と回答した事業所
に顕著な差異はなく、売上高規模に関わらず、
多くの事業所が影響を受けている

○従業員規模別でみると
従業員数が11名以上の規模で
「大きな影響を受けた」とする事業所が多くなっ
ている。
一方、10名以下の事業所でも50%以上が
大きな影響を受けたと回答している。
従業員規模に関わらず、多くの事業所が影響を
受けているといえる。

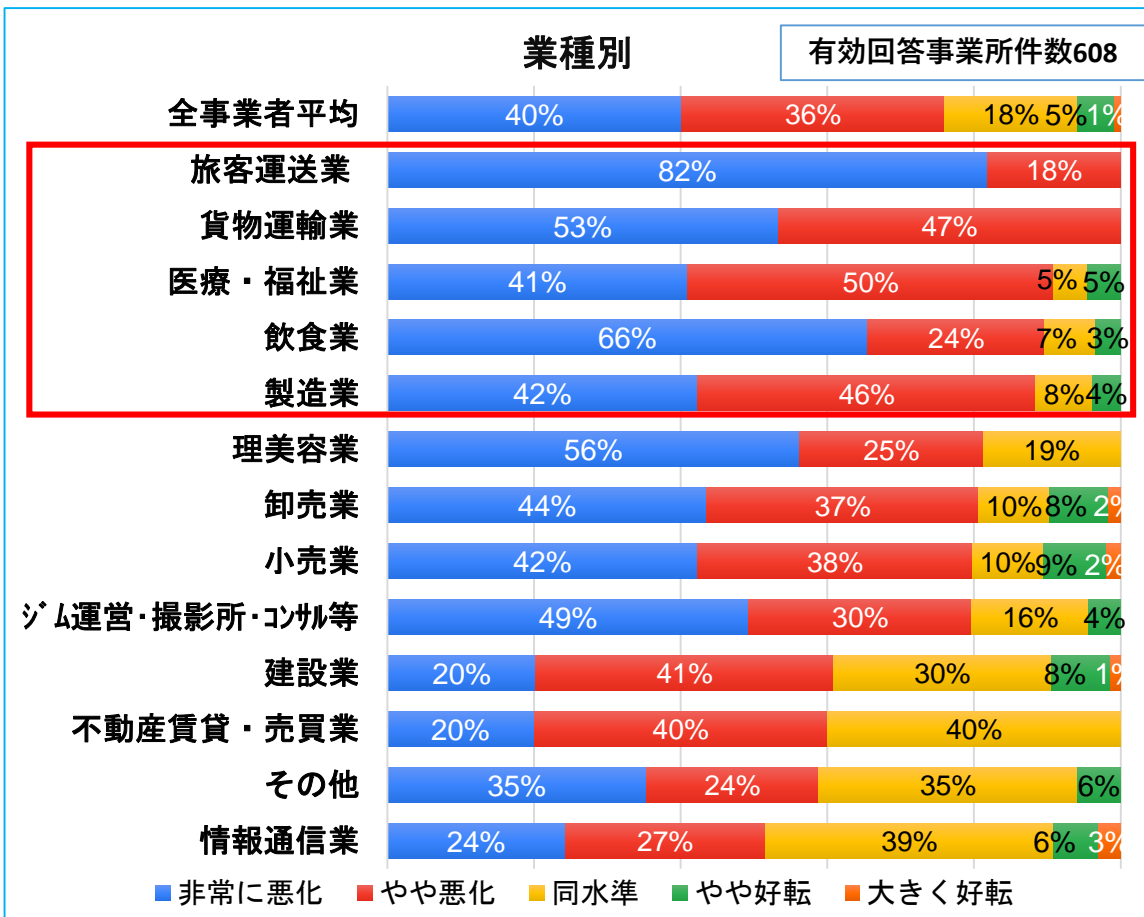


①新型コロナウイルス感染症に関する影響について

(設問2) **2020年4～9月の景況感**について、前年同期と比較して



○2020年4月～9月の景況感は、「非常に悪化」の回答数が40%、「非常に悪化」・「やや悪化」を合わせた回答数は76%であり、厳しい状態が続いていた

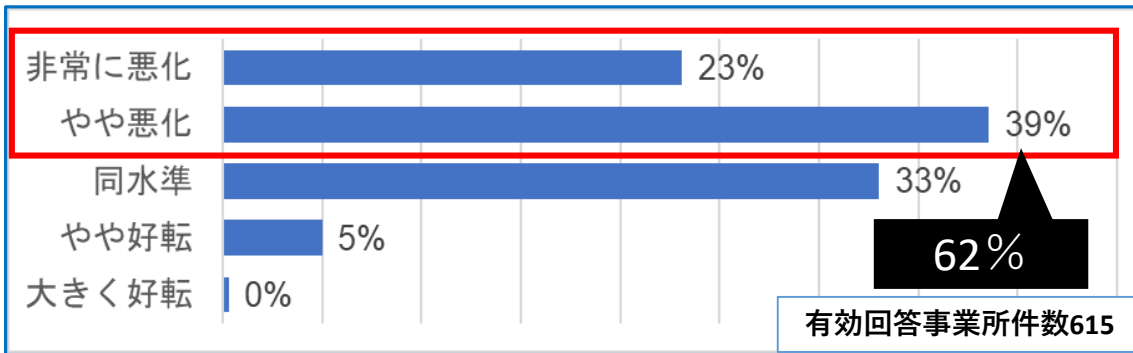


○「非常に悪化（青）」・「やや悪化（赤）」を合わせた回答数は、
 旅客運送業100%
 貨物運輸業100%
 医療・福祉業91%
 飲食業90%
 製造業88%
 の順が多い。

○なお、すべての業種で50%以上の事業所が、「悪化している」（青+赤）と回答しており、影響の大きさが現れている。

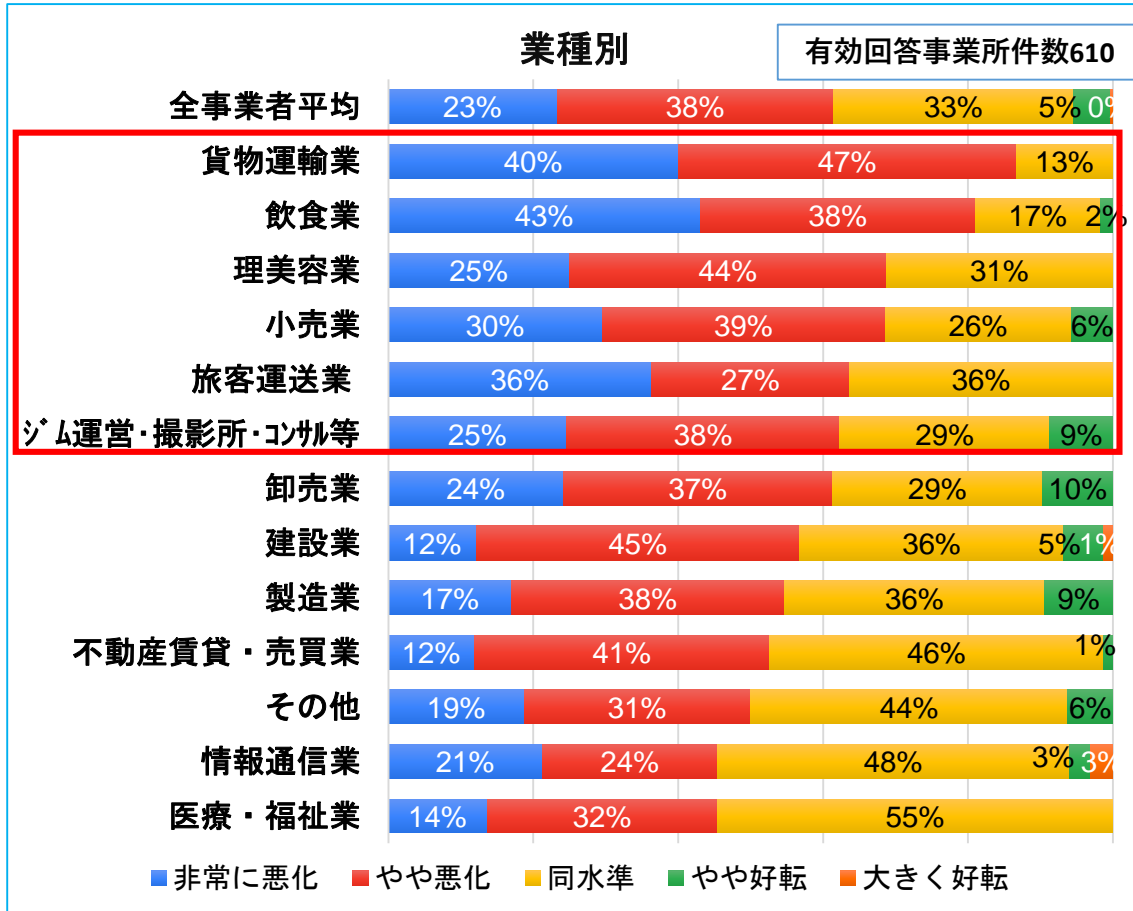
①新型コロナウイルス感染症に関する影響について

((設問3) **2021年1月以降の景況感**について、2020年10~12月と比較して



○2020年4月~9月の景況感に比べると、**2021年1月以降の景況感**は、「非常に悪化」の回答数が減って改善傾向にあるといえるが、「非常に悪化」・「やや悪化」をあわせた回答数は**62%**と半数以上であり、依然、厳しい状態が続いている

※2020年4月~9月との比較
 「非常に悪化」 40% ⇒ 23%
 「やや悪化」 36% ⇒ 39%

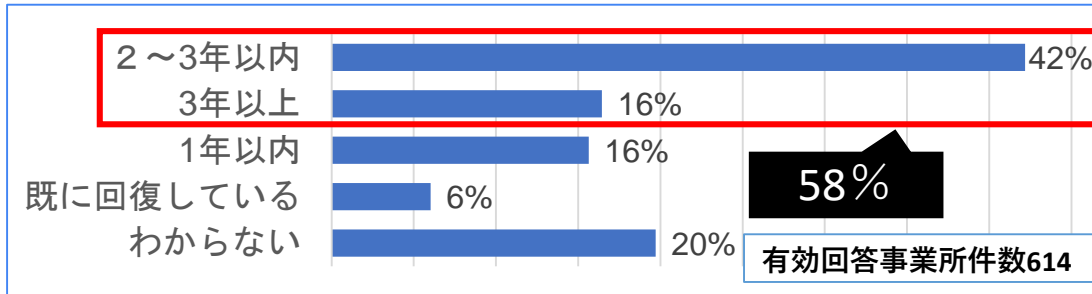


○「非常に悪化 (青)」・「やや悪化 (赤)」を合わせた回答数は、
貨物運輸業87%
飲食業81%
理美容業69%
小売業69%
旅客運輸63%
ジム運営等63%
 の順で多く、対面型の業種を中心に景況感の改善が遅れている。

○2020年4~9月に比べて改善度が大きい業種は
旅客運輸業100% ⇒ 63%
医療・福祉業91% ⇒ 46%
製造業88% ⇒ 55%である

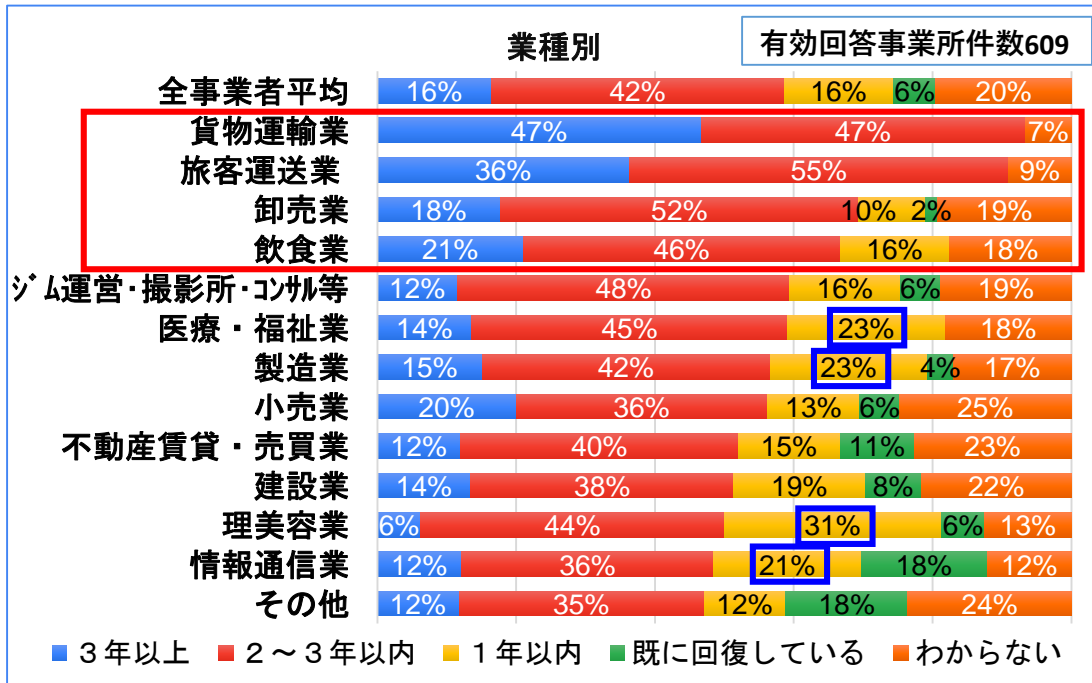
①新型コロナウイルス感染症に関する影響について

(設問4) 事業環境の回復には、どの程度の期間がかかりますか



○ 58%の事業所が、「事業環境の回復には2年以上かかる」と回答しており、影響の長期化が懸念される

○ 「わからない」と回答する事業所も20%あり、先行きの不透明さを感じている事業所も少なくない

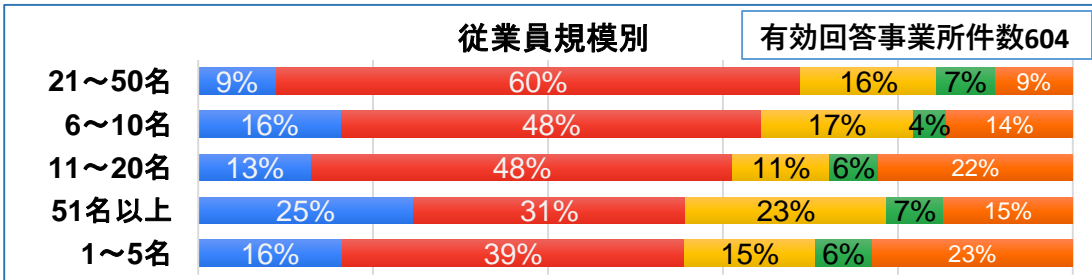


業種別にみると

○ 「2年以上かかる」（青+赤）は
 貨物運輸業94%
 旅客運送業91%
 卸売業70%
 飲食業67%の順が多い
 なお、他業種でも、約50%以上が、事業環境の回復には2年以上かかると回答しており、影響の長期化が懸念される

○ 「1年以内に回復」（黄）は
 理美容31%
 医療・福祉業23%
 製造業23%
 情報通信業21%の順が多い

○ 「既に回復している」（緑）は
 情報通信業が18%と最も多く
 「1年以内に回復」と合わせると39%となっている

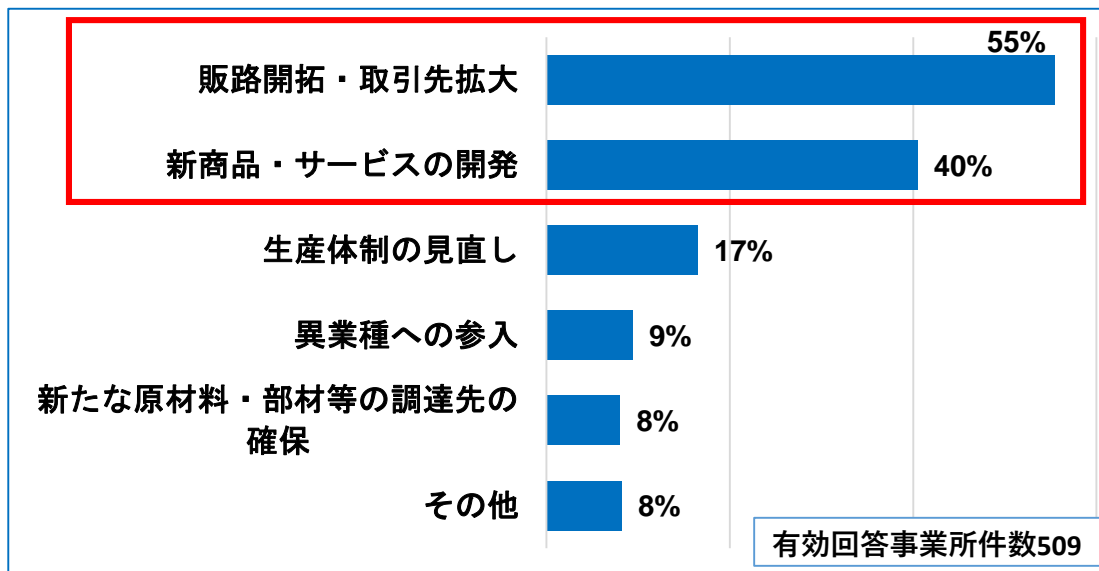


従業員規模別にみると

○ 全ての規模において50%以上の事業所が、事業環境の回復には2年以上かかると回答しており、従業員規模に関わらず、影響の長期化が懸念されている。

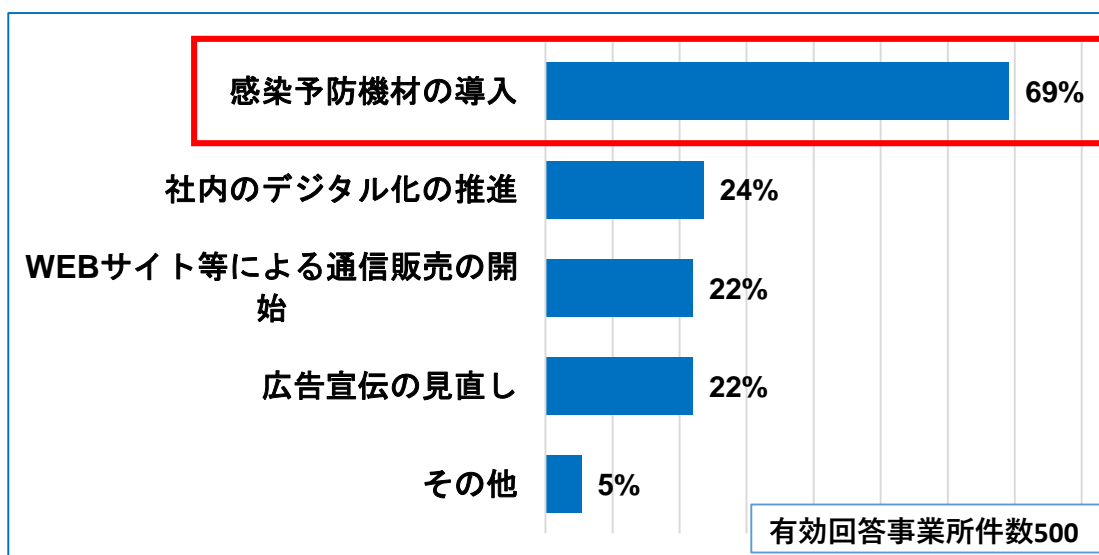
②新型コロナウイルス感染症を契機に取り組んだ内容について

(設問1) 【商品・販路・仕入・生産面】複数選択可



- 「販路開拓・取引先拡大」 (55%)、
「新商品・サービスの開発」 (40%)
の順で、回答が多い

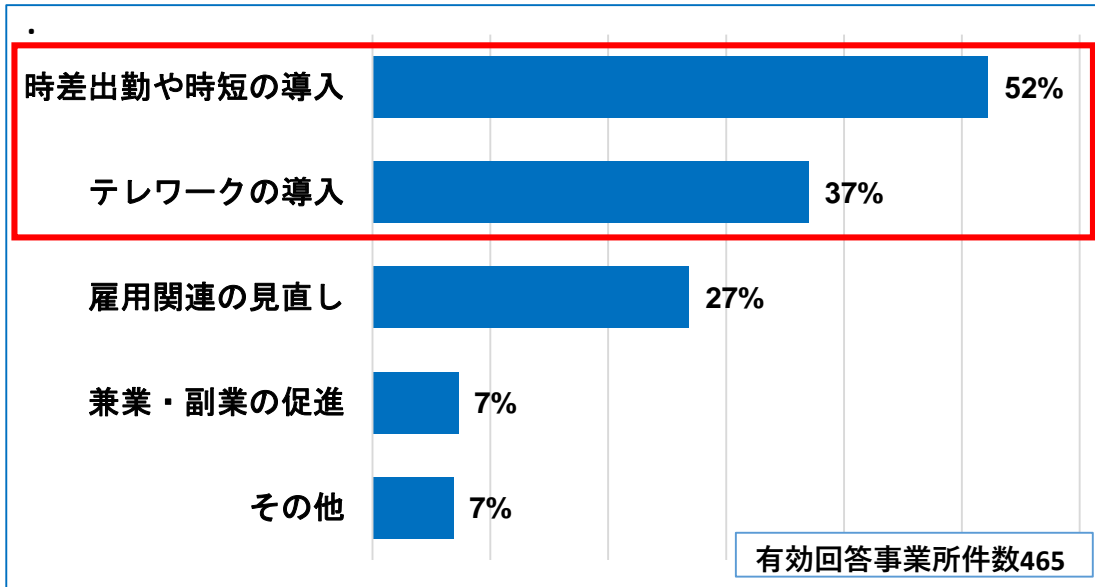
(設問2) 【非対面型ビジネスモデルへの転換】複数選択可



- 「感染予防機材を導入」が69%と最も多い。
- 「社内デジタル化の推進」や
「通信販売の開始」は20%台に留まった

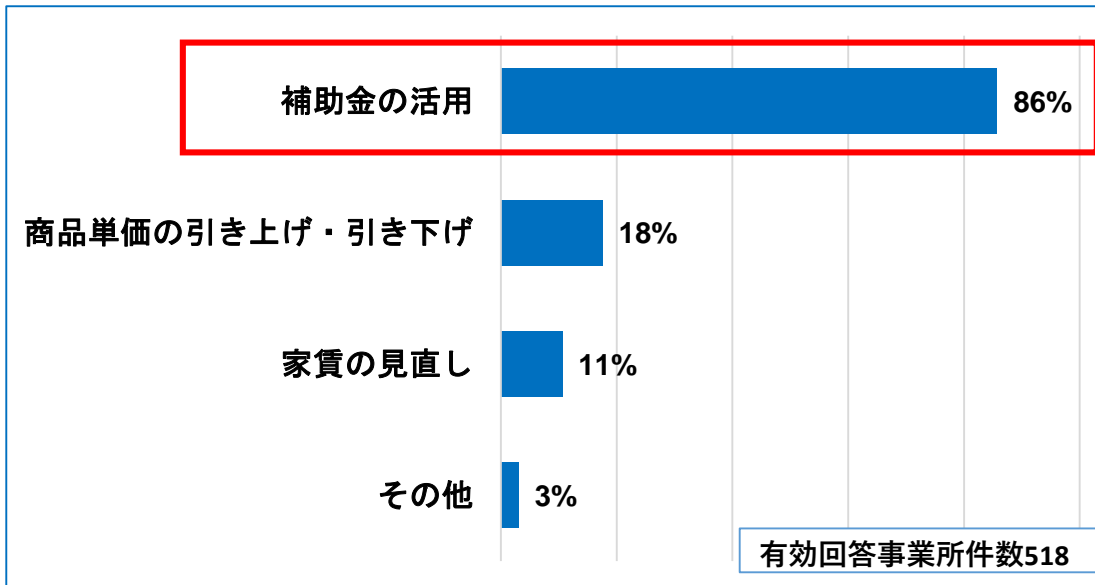
②新型コロナウイルス感染症を契機に取り組んだ内容について

(設問3) 【働き方の転換】複数選択可



○ 「時差出勤・時短勤務」を導入した事業所が52%と最も多く、次いで「テレワークの導入」(37%)となっている

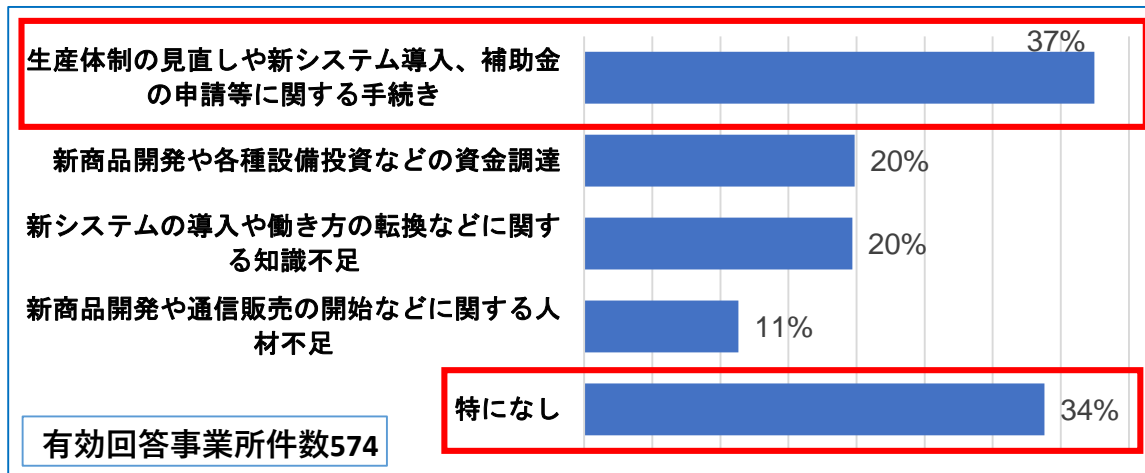
(設問4) 【価格対応・補助金の活用など】複数選択可



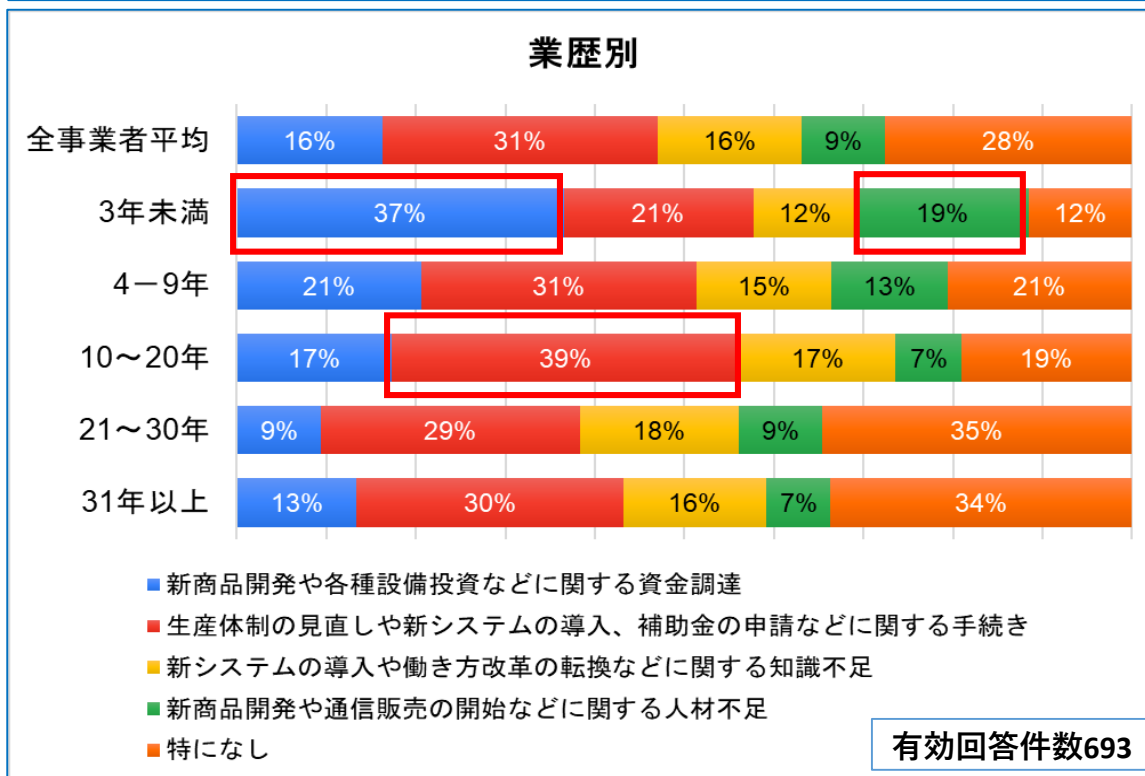
○ 「補助金の活用」が86%と最も多く、次いで、「商品単価の引き上げ・引き下げ」(18%)となっている

②新型コロナウイルス感染症を契機に取り組んだ内容について

(設問5) お取り組みの際に、どのような課題がありましたか(複数選択可)



- 「生産体制の見直しや新システム導入、補助金申請等に関する手続き」に課題があったと回答した事業所が37%と最も多く、内部体制の見直しや、補助金申請などの手続きに戸惑った様子が伺える
- また、「特になし」の回答した事業所も34%と多く、コロナ下における取組みについて、静観しているまたは打つ手が見えないといった事業所の様子が推察される

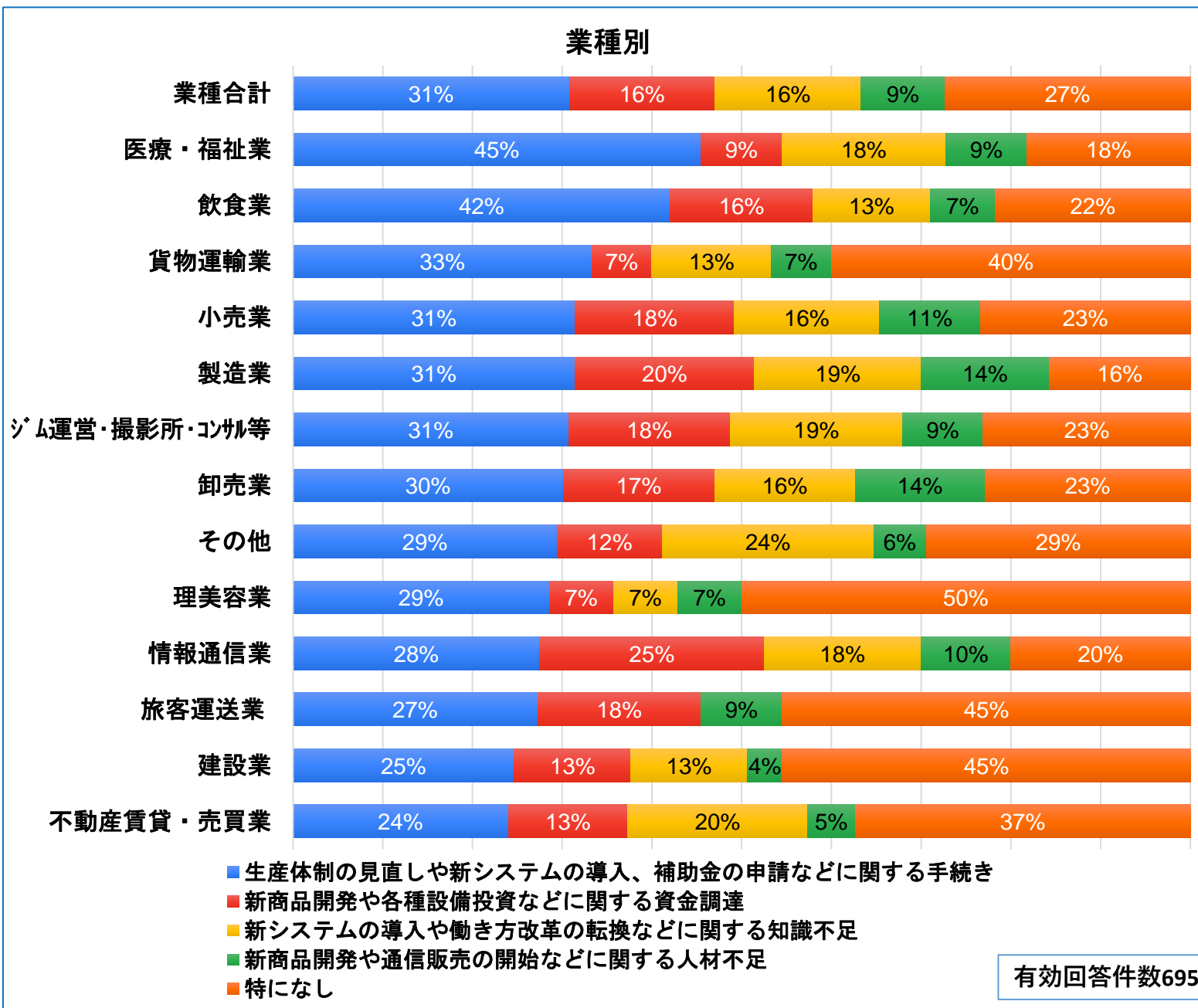


業歴別にみると、

- 「新商品開発や各種設備投資などに関する資金調達」(青)は、3年未満の創業期の事業所が37%と最も多い。
- 「新商品開発や通信販売の開始などに関する人材不足」(緑)も、3年未満の創業期の事業所が19%と最も多い。
- 「生産体制の見直しや新システム導入、補助金の申請などに関する手続き」(赤)は業歴10-20年の事業所が39%と最も多い

②新型コロナウイルス感染症を契機に取り組んだ内容について

(設問5) お取り組みの際に、どのような課題がありましたか(複数選択可)



取り組み時の課題を業種別にみると、

○「生産体制の見直しや新システム導入、補助金申請等に関する手続き」(青)は
医療・福祉業45%、飲食業42%
 の順で多い

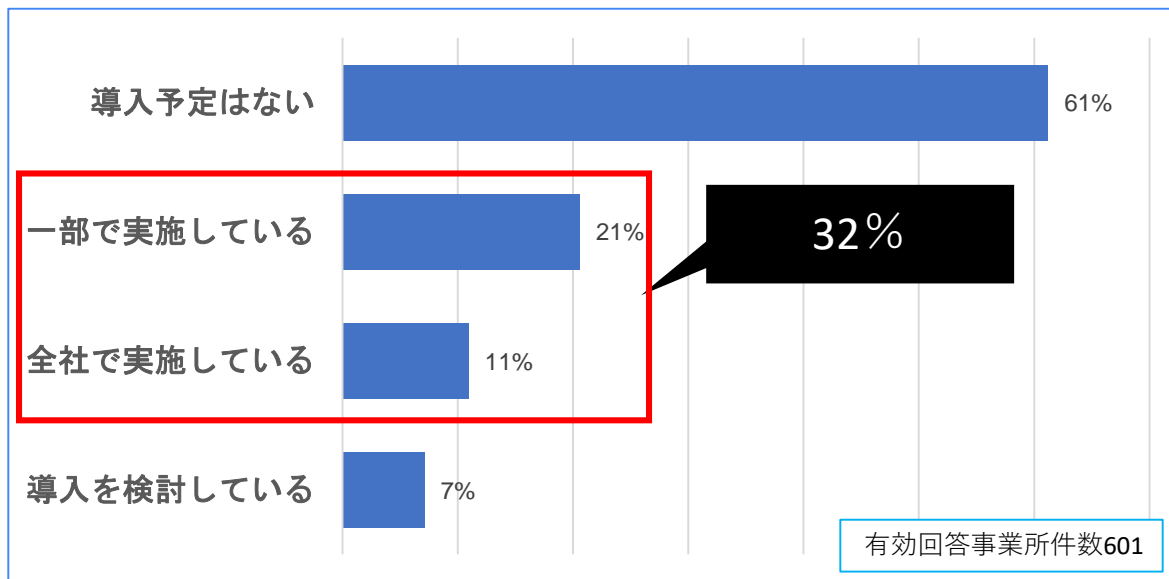
○「新商品開発や各種設備投資などに関する資金調達」(赤)は、
情報通信業25%、製造業20%
 の順で多い。

○「新システムの導入や働き方改革の転換などに関する知識不足」(黄)は
不動産賃貸・売買業20%、製造業19%、ジム運営等が19%
 の順で多い。

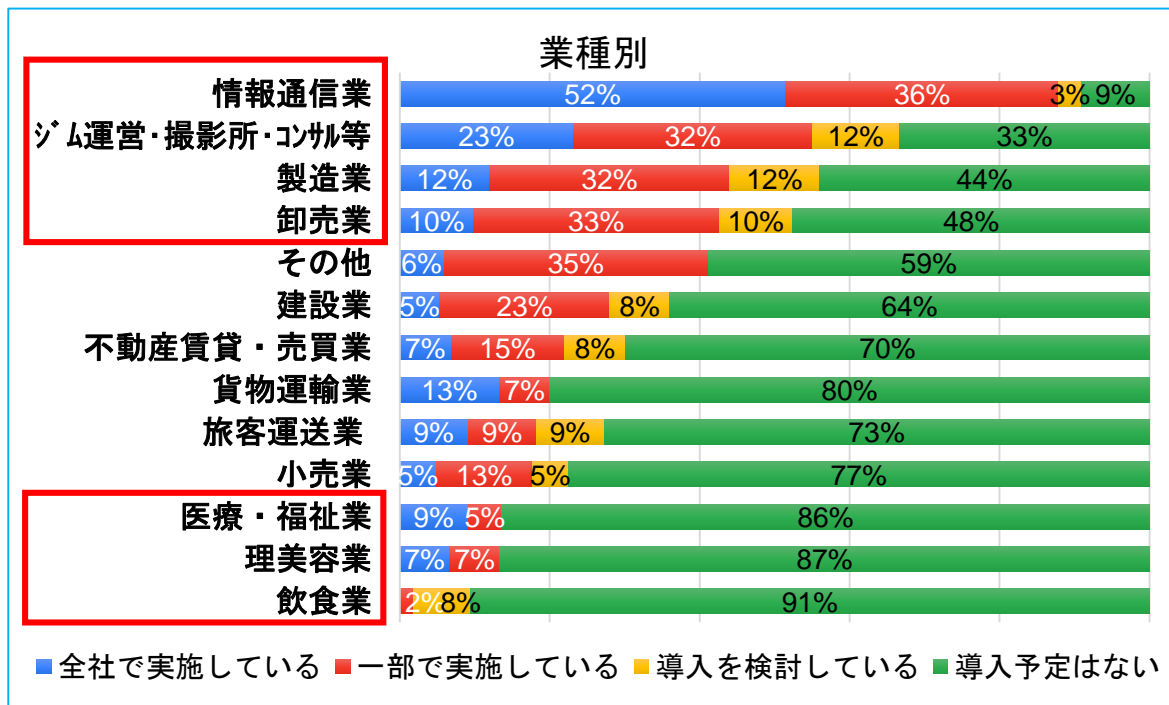
○取り組み内容については、業種別・業歴別に多様で異なる面も多く、業種・業歴に応じた対応が必要と推察される

③テレワークについて

(設問1) テレワークの実施状況をお答え下さい。



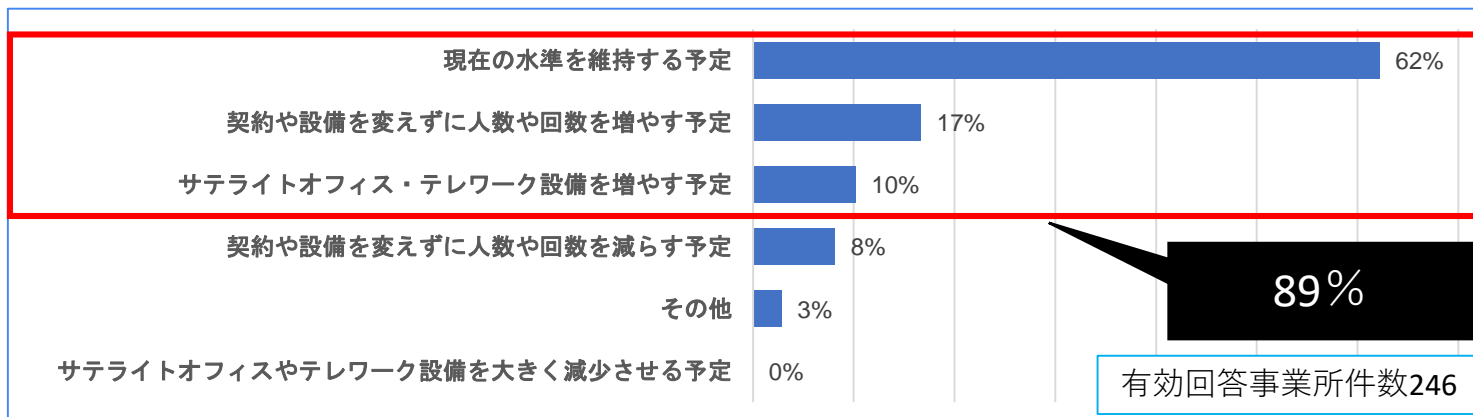
- 「現在、テレワークを実施している」と回答した事業所は32%
- ※東京商工会議所が2020年9～10月に実施した「テレワークの実施状況に関するアンケート」では、実施事業所が53.1%、うち従業員30人以下の事業所の実施率は38.1%となっている
- ※本アンケートでは、回答者の82%が、「従業員20名以下」と回答しており、小規模事業者は、テレワークではなく、時差出勤や時短勤務などで対応している実態が推察できる。



- 業種別にみると、
- 「実施している」（青+赤）と回答した事業は、情報通信業が88%、ジム運営・撮影所・コンサル等55%、製造業44%、卸売業43%の順で多い
- ジム運営等は、コンサル系の会社の回答が多かったことが想定され、最も導入が進んでいる情報通信業と合わせて、テレワークに移行しやすい業種であることが要因と推察される
- 「導入予定はない」（緑）と回答した事業所は、飲食業91%、理美容業87%、医療・福祉業86%の順で多い。
- 接客や医療の現場を抱える業種のテレワーク導入の難しさが現れている

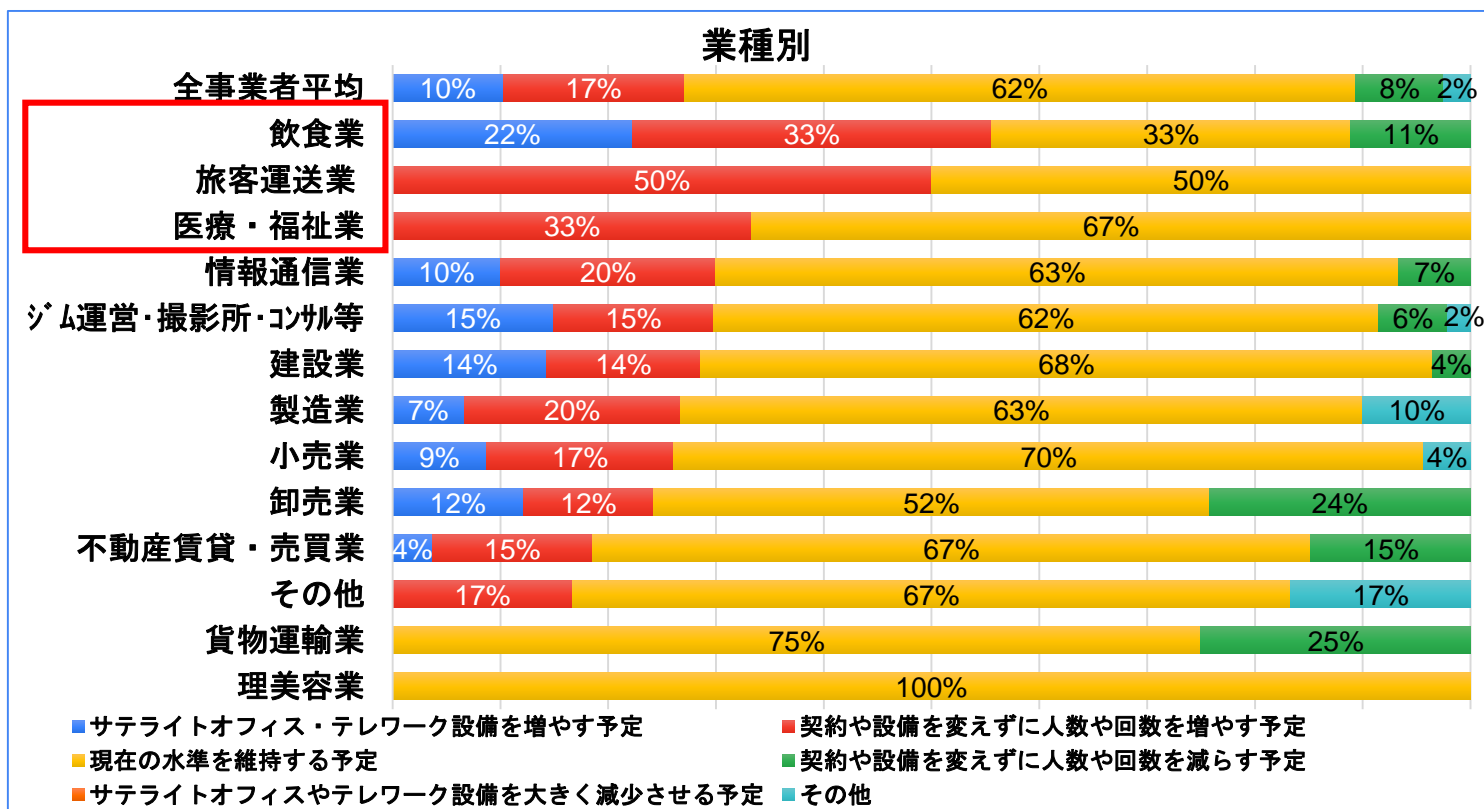
③テレワークについて

(設問1-①) 前問で、「全社で実施している」、「一部で実施している」、「導入を検討している」を選択された方にお伺いします。今後のテレワーク実施方針をお答えください。



○テレワーク実施事業所の今後の方針は、「現状維持または増やす予定」と回答した事業所が全体の89%

○感染拡大防止対策として導入した事業所はテレワークを継続しており、一定の効果を上げていることが分かる

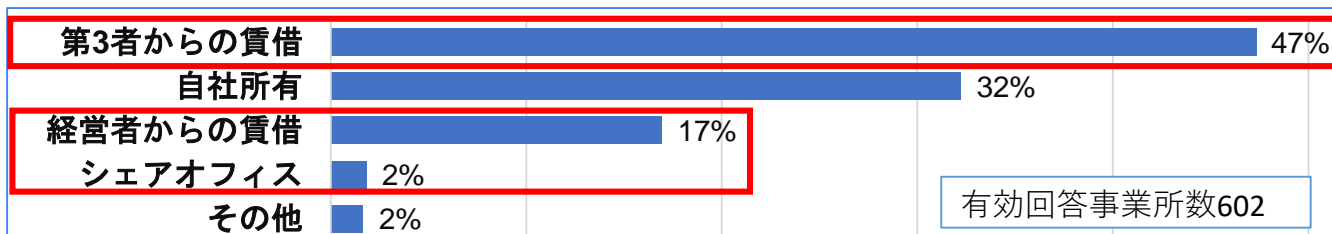


○業種別にみると「サテライトオフィス・テレワーク設備を増やす予定」（青）「契約や設備を変えずに人数や回数を増やす予定」（赤）と回答した事業所は、
飲食業が55%
旅客運送業50%
医療・福祉業33% の順である

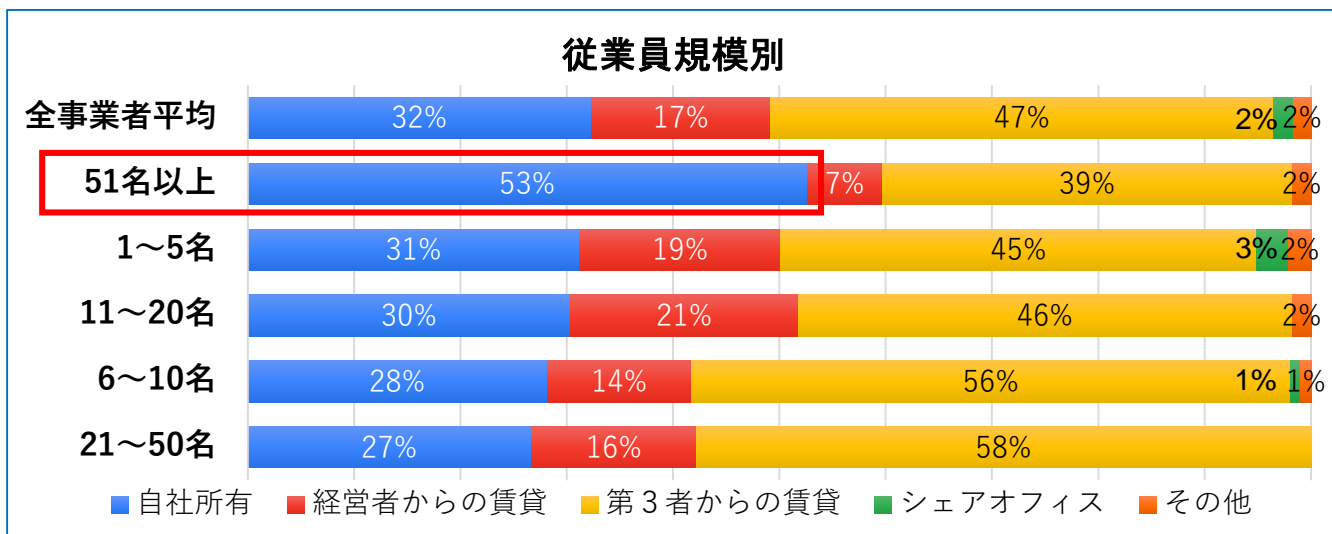
○現場があるためにテレワークが難しいと言われている飲食業や医療・福祉業も、増やす予定という回答が多いことから、テレワークの有効性は理解していると推察される。導入が遅れている事業所にテレワーク導入に向けた支援が望まれる

④事業所の利用形態について

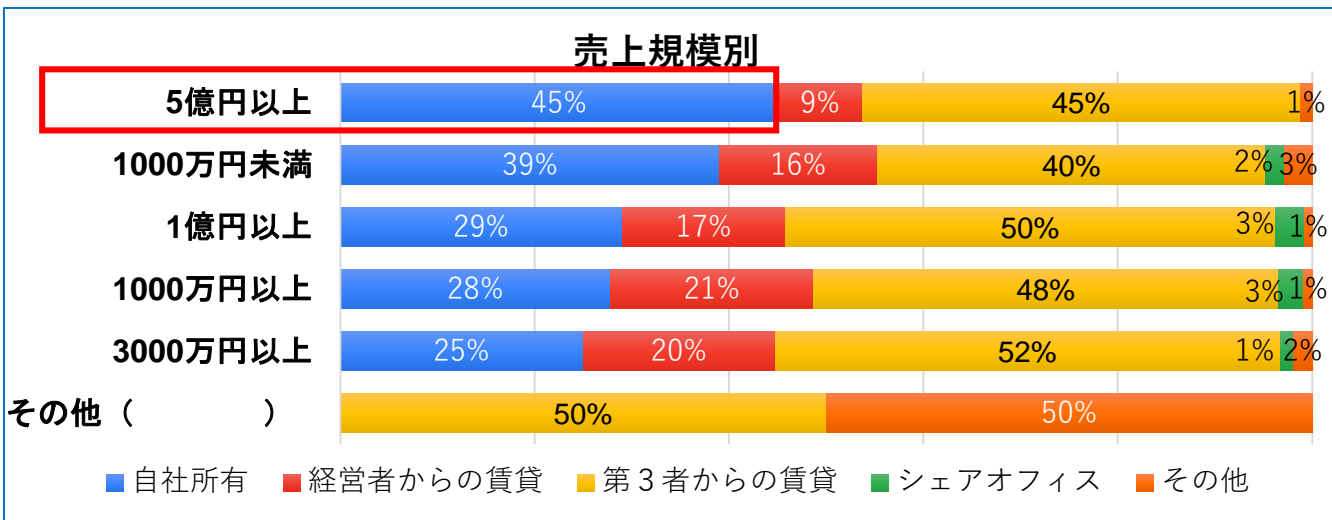
(設問1) 事業所の利用形態について



○ 経営者からの賃借47%
 第三者からの賃借17%
 シェアオフィス2%
 であり、賃借が66%を占める



○ 従業員規模別にみると
 「自社所有」(青)は、
 従業員51名以上の事業所が53%
 と高い割合となっている

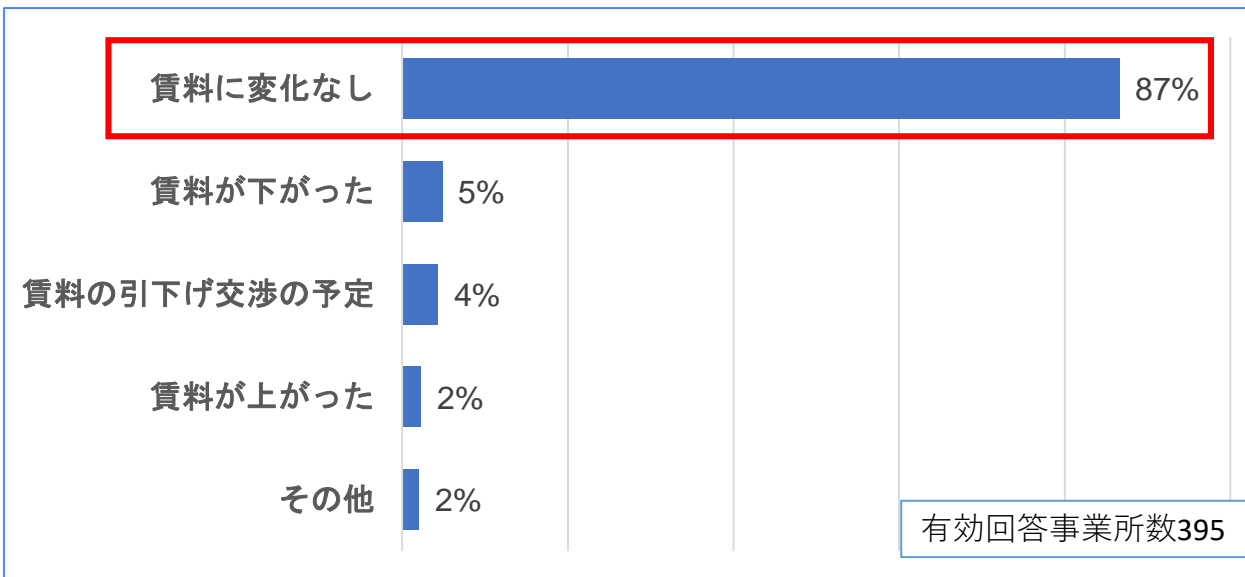


○ 売上規模別にみると
 「自社所有」(青)は、
 5億円以上の事業所が45%
 と高い割合となっている

○ 従業員数51名以上で「自社所有」の割合が高くなっていることも踏まえると、一定の事業規模を超えると事業所の「自社所有」する傾向が強くなることうかがえる

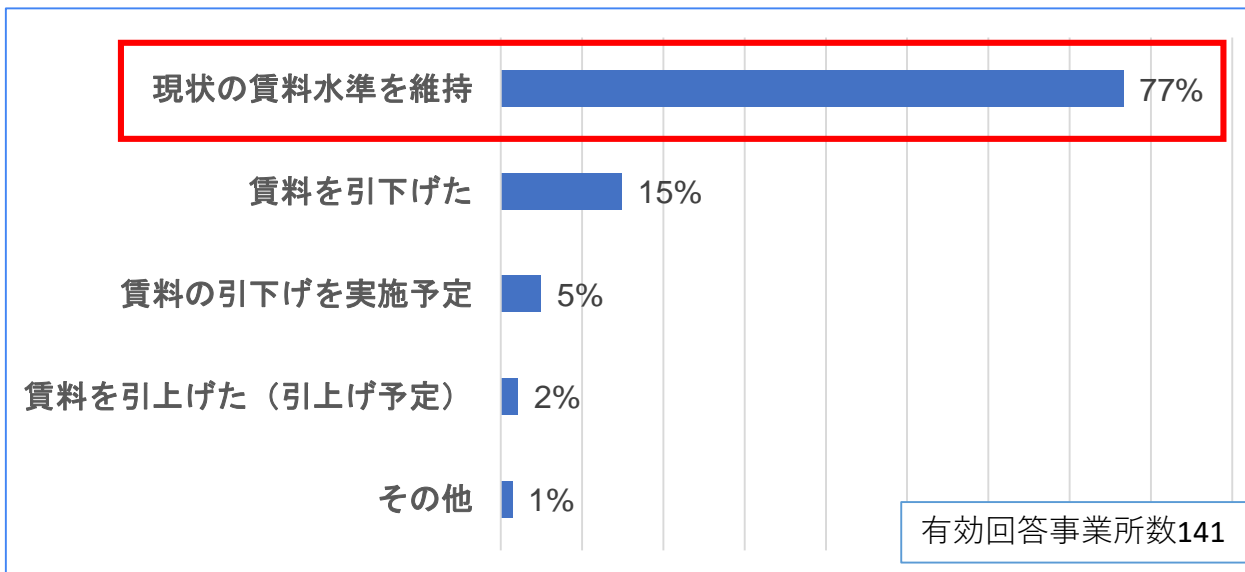
④事業所の利用形態について

(設問1-①) 前問で、「経営者からの賃借」、「第3者からの賃借」、「シェアオフィス」を選択された方にお尋ねします



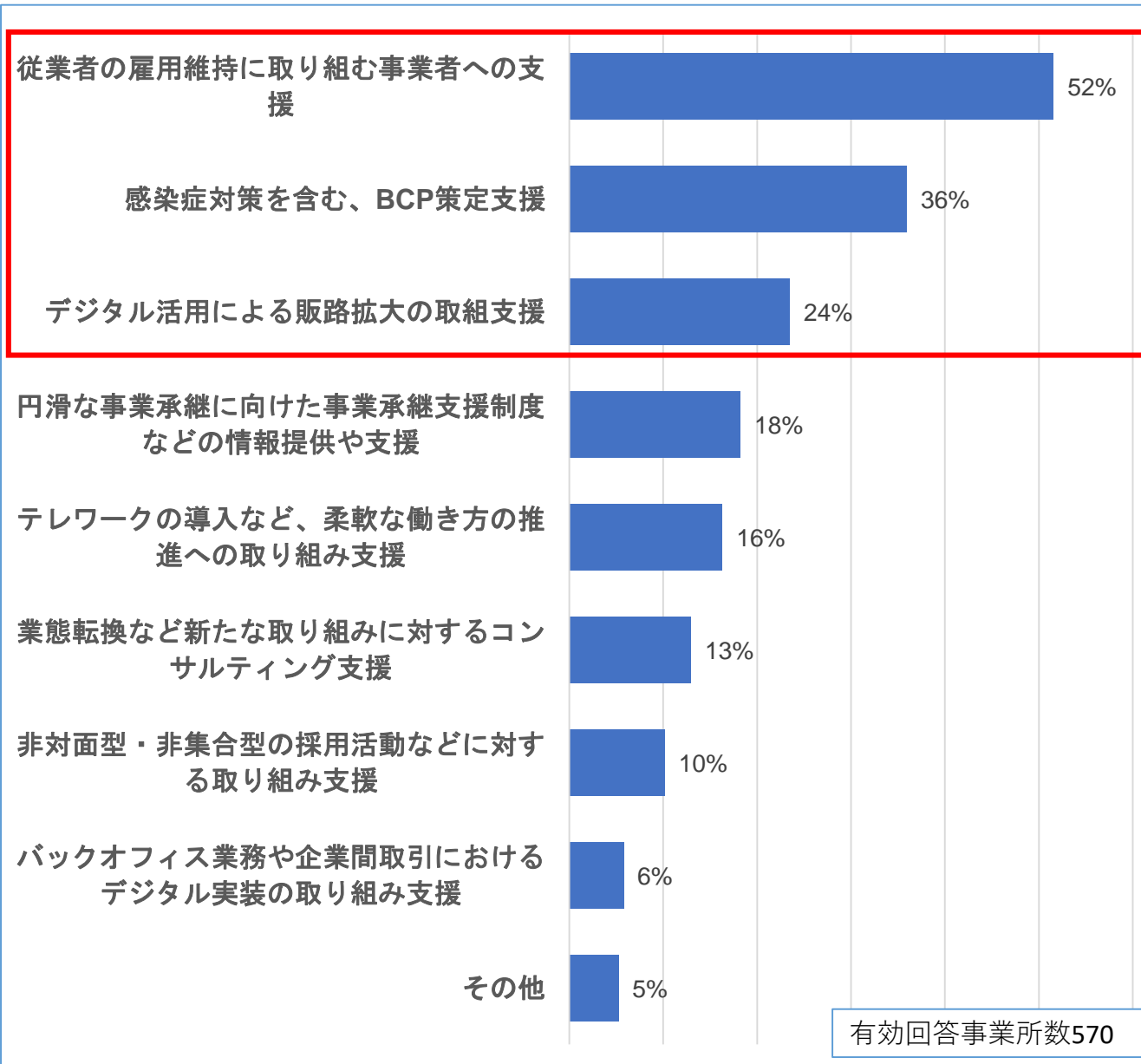
- 賃借側からみると、「賃料に変化はない」と回答した事業所は87%
- 賃貸側からみると、「賃料水準を維持」と回答した事業所は77%
また、賃料を引き下げた賃貸人も15%
- 上記より、中野区内では、大幅な賃料下落は発生していないといえる

(設問2) 不動産賃貸業をされている方にお尋ねします。所有不動産の賃料について



⑤政策・事業環境の整備について

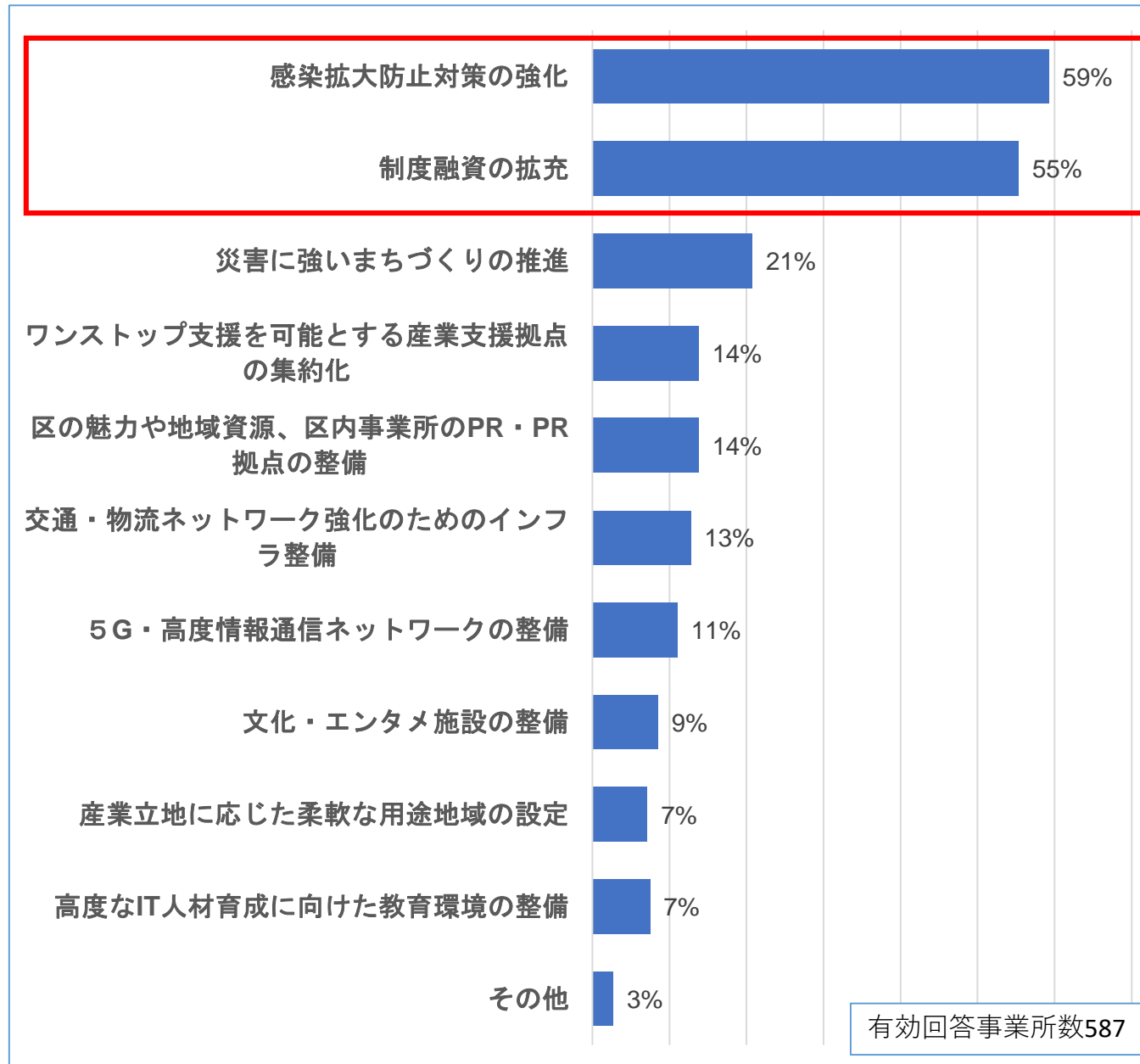
(設問1) コロナ長期化の中で、事業所の競争力を強化するために、どのような中野区の支援が必要と思われますか
(複数選択可)



- 「雇用維持に取り組む事業所への支援」が52%と最も多く次いで、「感染症等を含むBCP策定支援」が36%「デジタル活用による販路拡大取組み支援」が24%となっている
- 雇用維持のための資金繰り支援や、事業所への感染症対策支援のニーズが高いといえる

⑤政策・事業環境の整備について

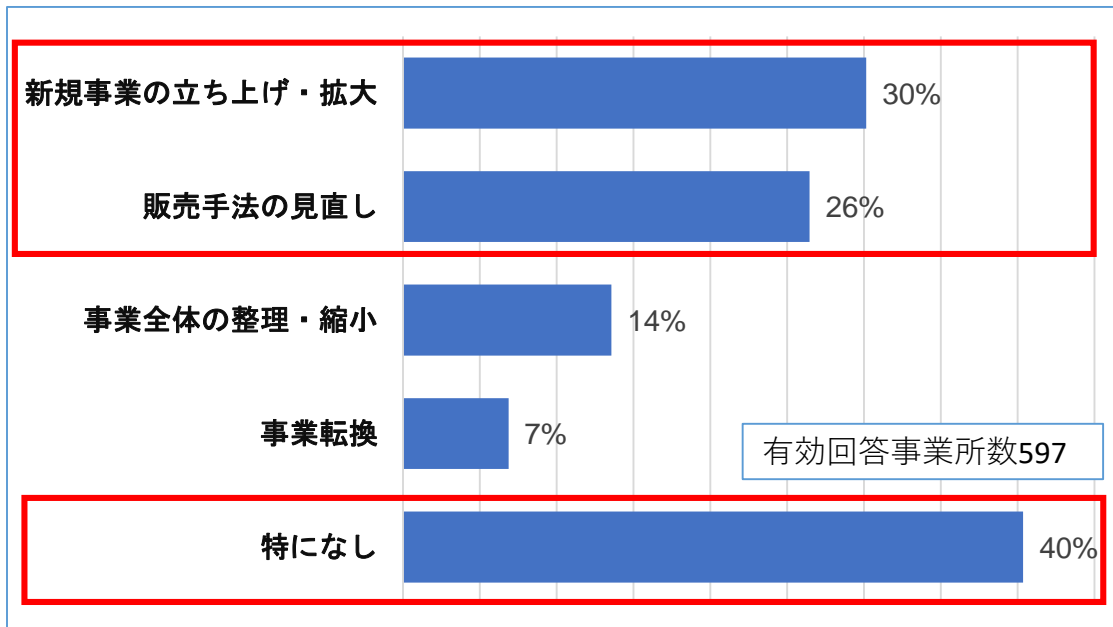
(設問2) コロナ長期化の中で、事業所の競争力を強化するため、**中野区ではどのような事業環境の整備が必要**と思われますか
(複数選択可)



- 感染拡大防止対策の強化が59%、制度融資の拡充が55%と半数以上を占めている
- 中野区は、災害対策街づくりなど、様々な課題を抱えているが、現況下では、新型コロナウイルス感染症対策を優先した事業環境の整備が求められていると推察される

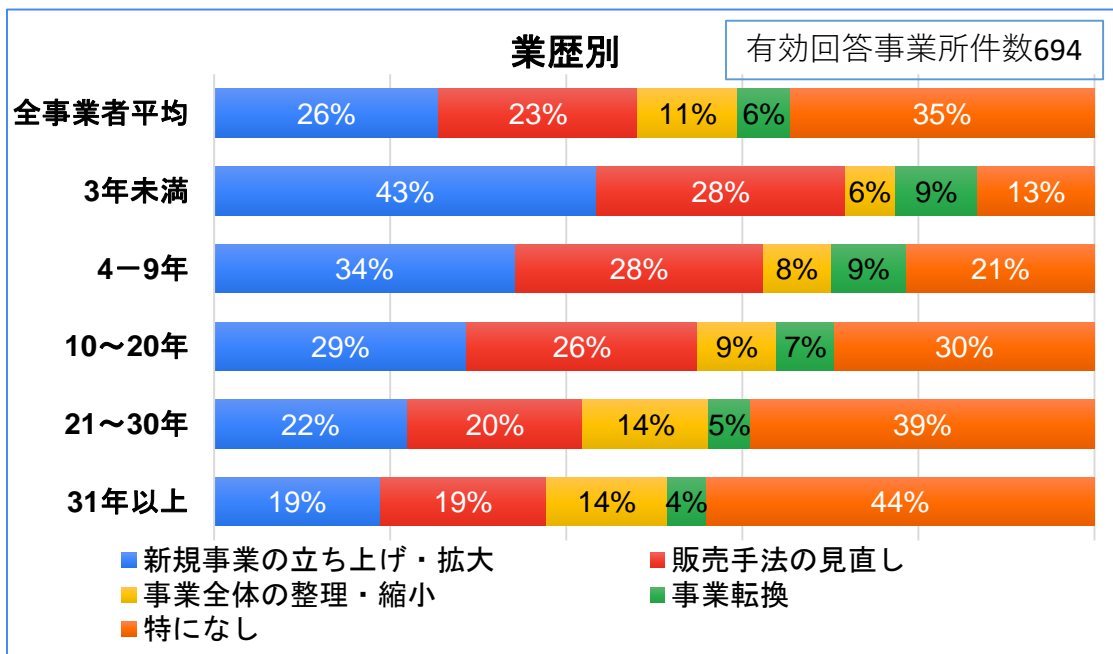
⑥今後の事業展開について

(設問1) 今後1~2年間について、どのような事業展開を考えていますか (複数選択可)



○今後の事業展開としては、
 「新規事業の立ち上げ・拡大」が30%
 「販売手法の見直し」が26%と多く、
 「事業転換」は7%にとどまっている

○また、「特になし」との回答が40%と最も多く、今後のコロナ長期化の可能性の中で、
 状況を静観しているまたは打つ手が見えないといった事業所の様子が推察される



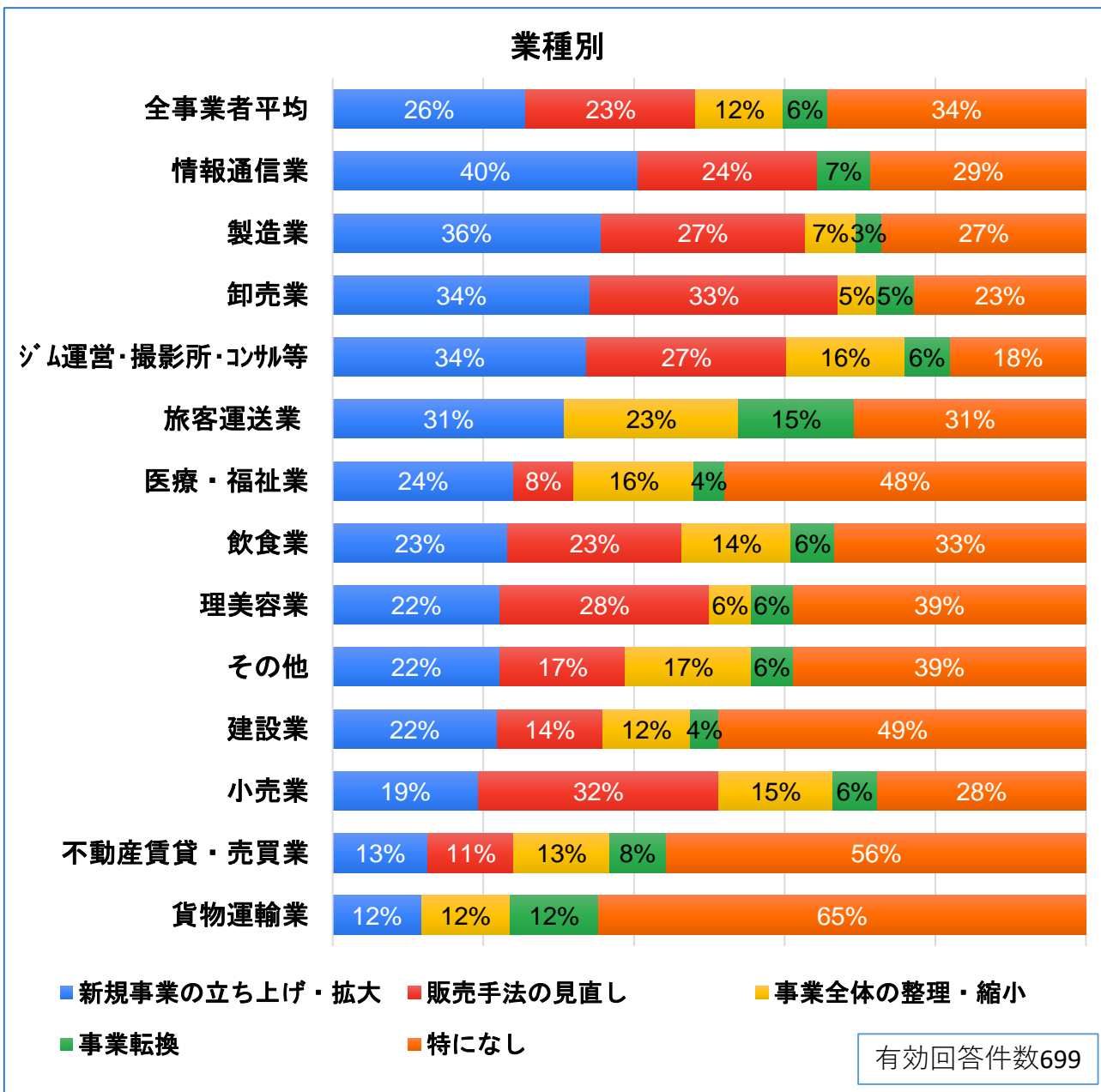
業歴別にみると、

○業歴が短いほど、
 「新規事業の立ち上げ・拡大」(青)や、
 「販売手法の見直し」(赤)
 との回答が多い。

○一方、業歴が長くなると
 「特になし」(橙)との回答が増えている。

⑥今後の事業展開について

(設問1) 今後1~2年間について、どのような事業展開を考えていますか (複数選択可)



業種別にみると

○「新規事業の立ち上げ・拡大」(青)は、
 情報通信業40%
 製造業36%
 卸売業34%
 ジム運営等34%
 の順で多い

○「販路手法の見直し」(赤)は、
 卸売業33%
 小売業32%
 理美容業28%
 ジム運営等27%
 製造業27%
 の順で多い

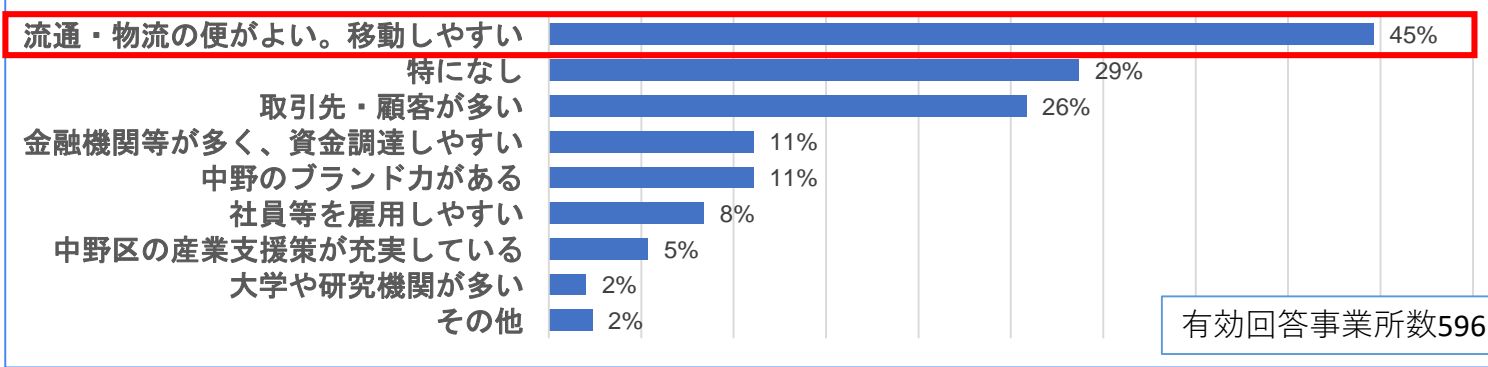
○「特になし」(橙)は、
 貨物運輸業65%
 不動産賃貸・売買業56%
 建設業49%
 医療・福祉業48%
 の順で多い

○「事業転換」(緑)は、
 旅客運送業15%
 貨物運輸業12%
 不動産賃貸・売買業8%
 の順位で多い

○今後の事業展開に対しては、事業所特性に合わせた取り組み支援や情報提供が必要と考えられる

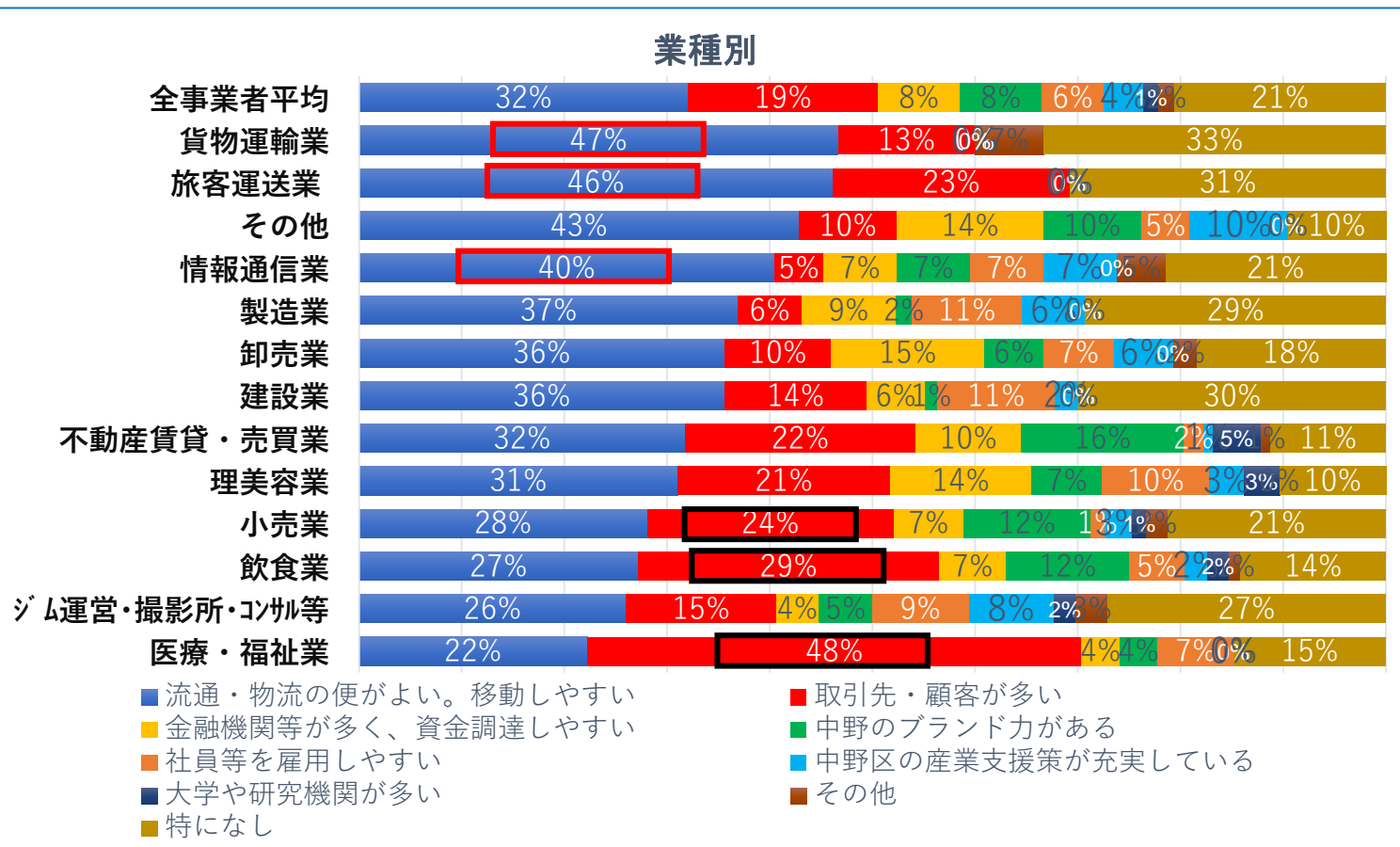
⑥今後の事業展開について

(設問2) 中野区内で事業を営む中で、どのようなメリットを感じていますか (複数選択可)



○「流通・物流の便がよい、移動しやすい」と回答した事業所は半数近くあり、立地の良さがメリットと考えている事業所が多い

○地の利をアピールした広報が有効と思われる



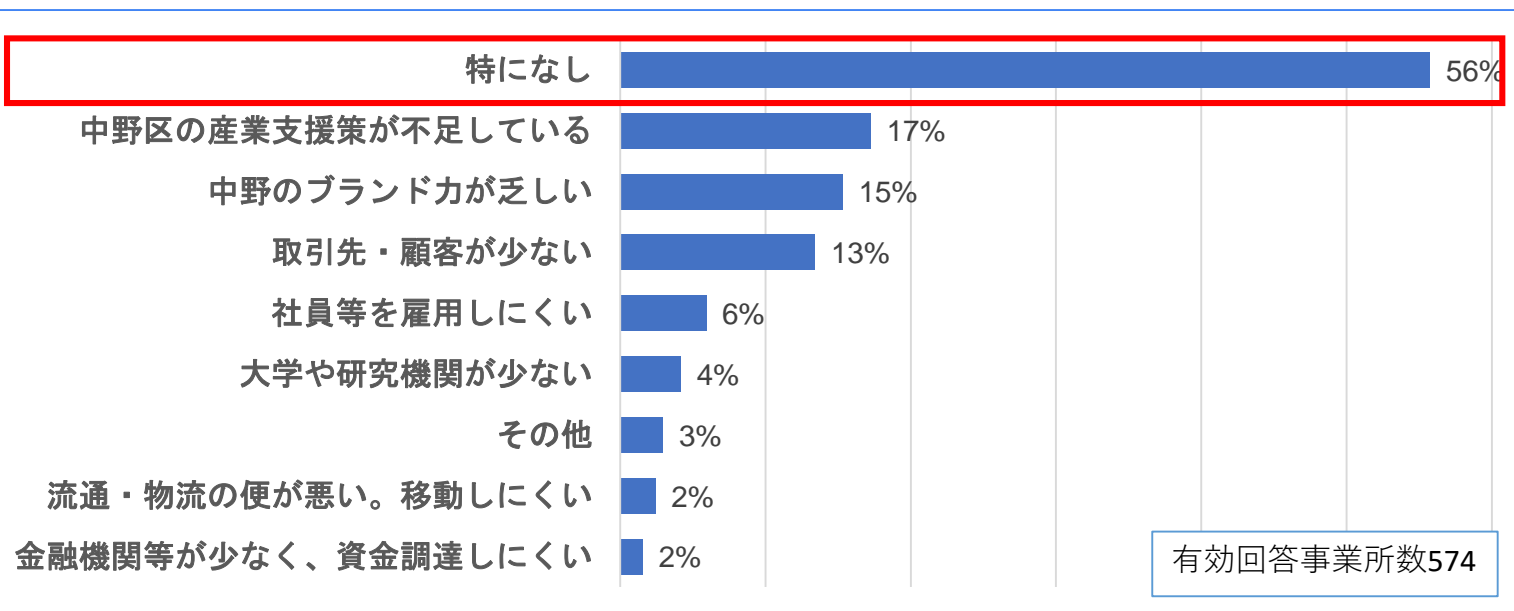
業種別にみると
○「流通・物流の便がよい」(青)は
貨物運輸業47%
旅客運送業46%
情報通信業40%
の順で多い

○「取引先・顧客が多い」(赤)は
医療・福祉業48%
飲食業29%
小売業24%
の順で多い

○「流通・物流の便がよい」(青)と「取引先・顧客が多い」(赤)を合わせた回答は、全業種平均で51%と最も多い。
また、業種別にみても、この2つを合わせた回答数をもっとも多く、中野区の強みと推察される

⑥今後の事業展開について

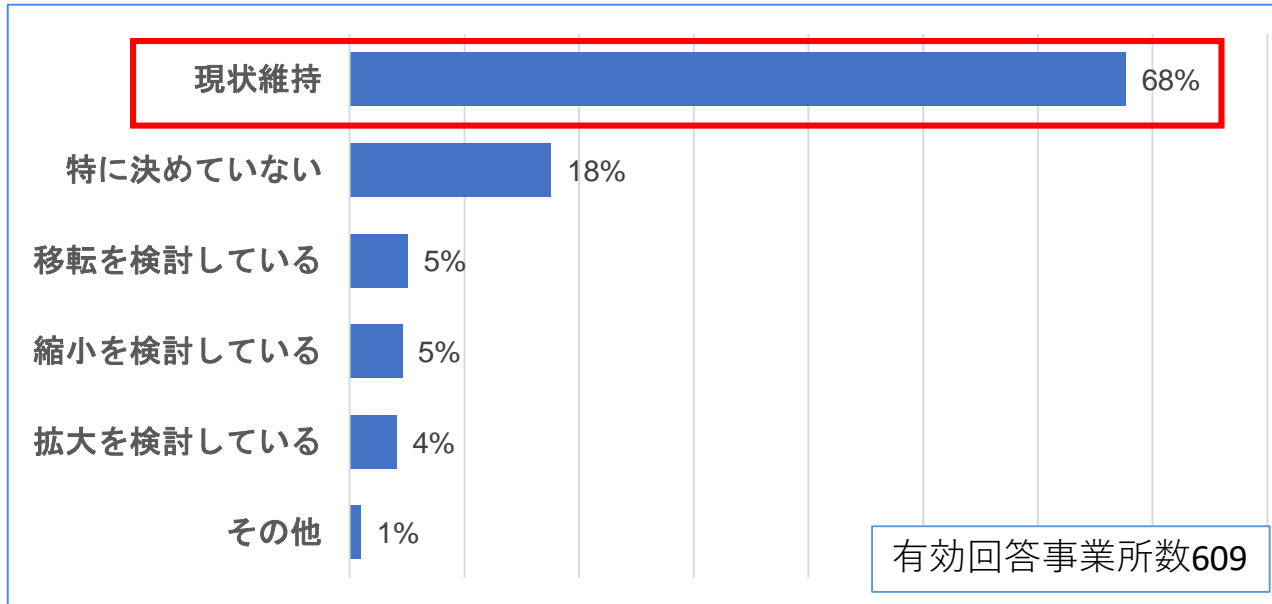
(設問3) 中野区内で事業を営む中で、どのような課題を感じていますか(複数選択可)



- 「特になし」と回答した事業所は56%であり、事業所にとって比較的満足度の高い結果になっている
- 一方、産業支援策の不足や、ブランド力が乏しいなどの声もある。今後は、これらの課題を解決することで、より魅力的な区になるとと思われる

⑥今後の事業展開について

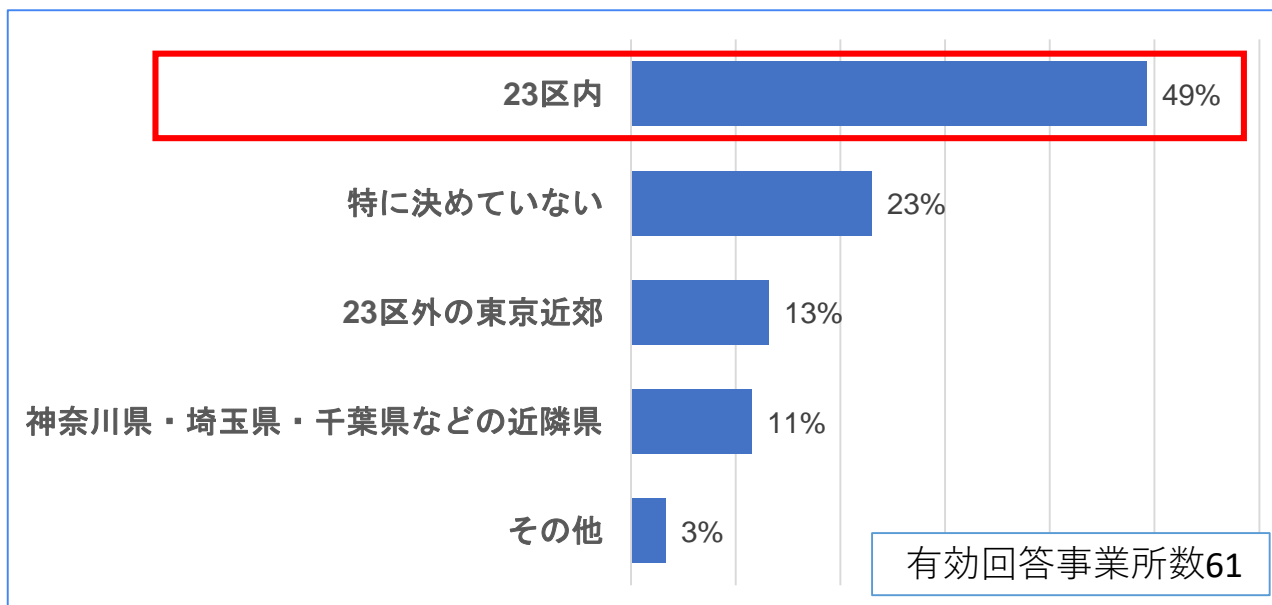
(設問4) 中野区内に立地している「事業所や営業所」について、今後、移転や縮小・拡大などを検討していますか



○「現状維持」と回答した事業所が68%と最も多く、特に決めていないと合わせると86%となる

○中野区からの事業所流出は、急速には進まないと推察できる

(設問4-①) 前問で「移転を検討している」を選択された方にお伺いします。移転を予定されている地域をお答えください。

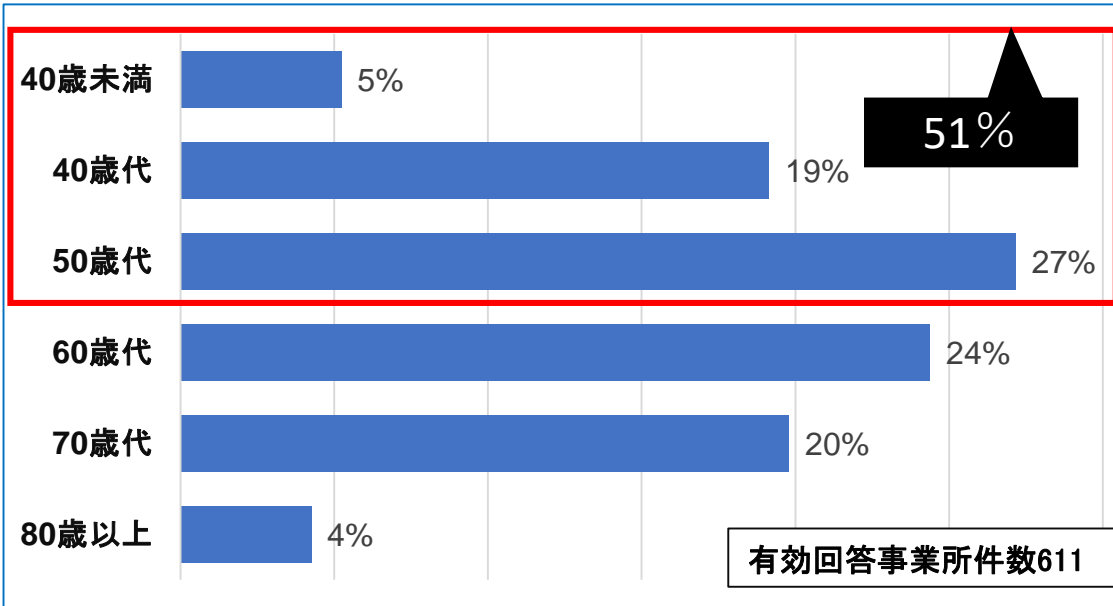


○移転をするならば23区内が最も多く、近隣3県への異動検討は11%にすぎない

○中野区の立地の良さもあり、郊外への流出は急速には進まないと推察できる

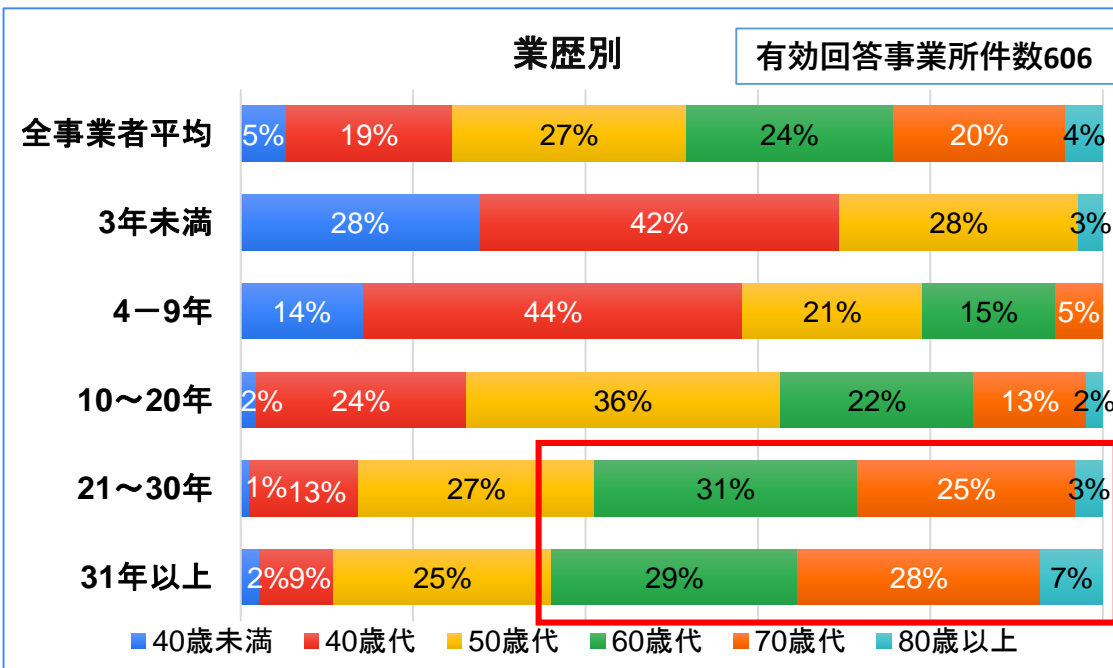
⑦事業承継について

(設問1) 代表者の方の年齢をお答えください



○50歳代以下の経営者は全体の51%と半数を占めており、比較的若い経営者が多いといえる

○一方、70歳代・80歳代も24%と、全体の1/4を占める



業歴で見ると、

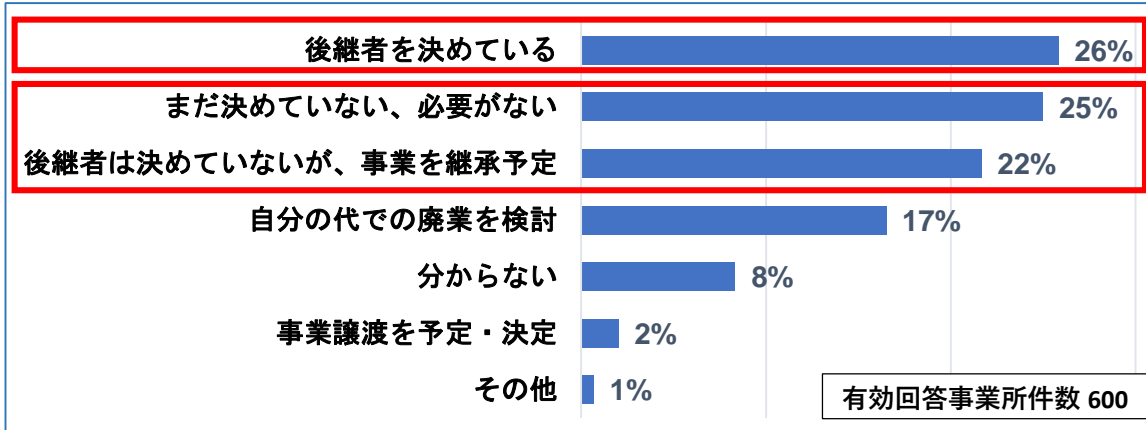
○業歴が短いほど、
40歳未満（青）
40歳代（赤） の回答が多い

○一方、業歴が長くなると
60歳代（緑）
70歳代（橙） の回答が多い

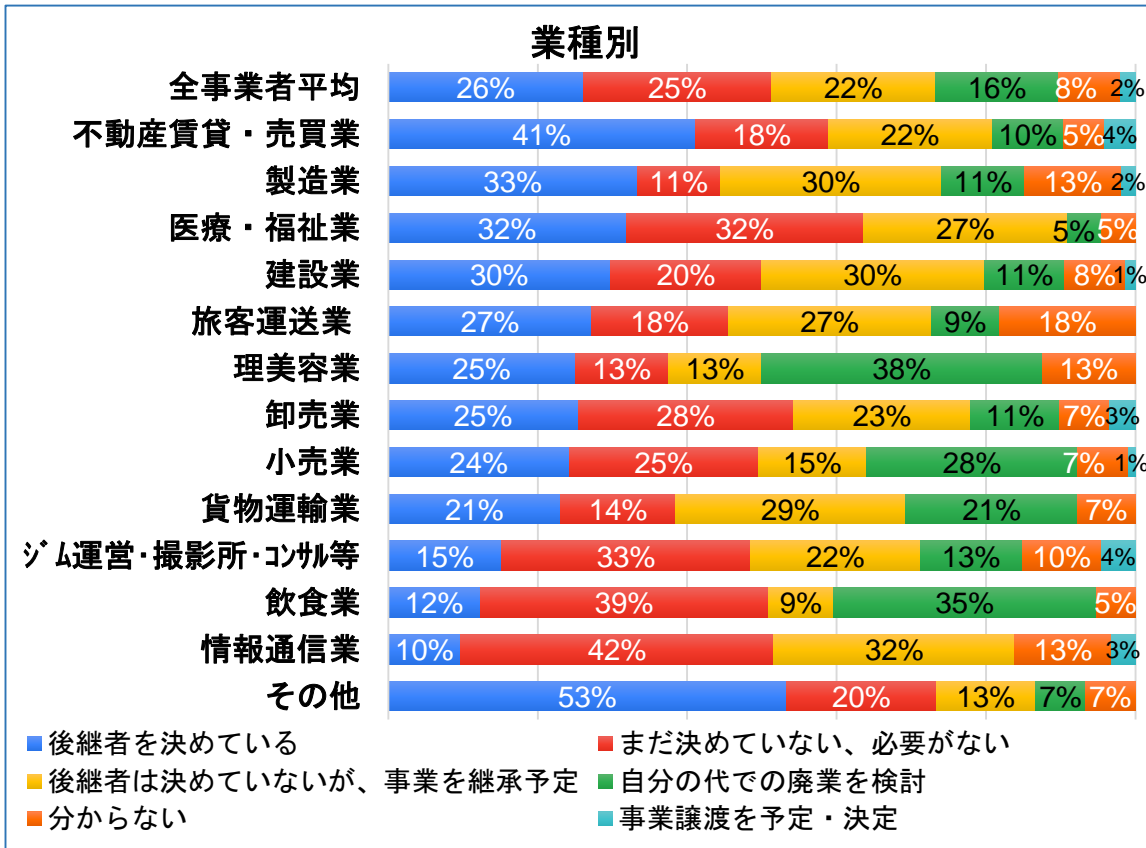
○特に「21年以上」の業歴の長い事業所は、経営者年齢は60歳以上が60%前後となっており、事業承継の必要性が高くなっていると推察される

⑦事業承継について

(設問 2) 後継者の決定状況をお答えください。



- 「後継者を決めている事業所」は26%である
- 「後継者を決めていない事業所」は合わせて47%と、半分近くになっている
- 「自分の代で廃業を検討している事業所」は17%となっている

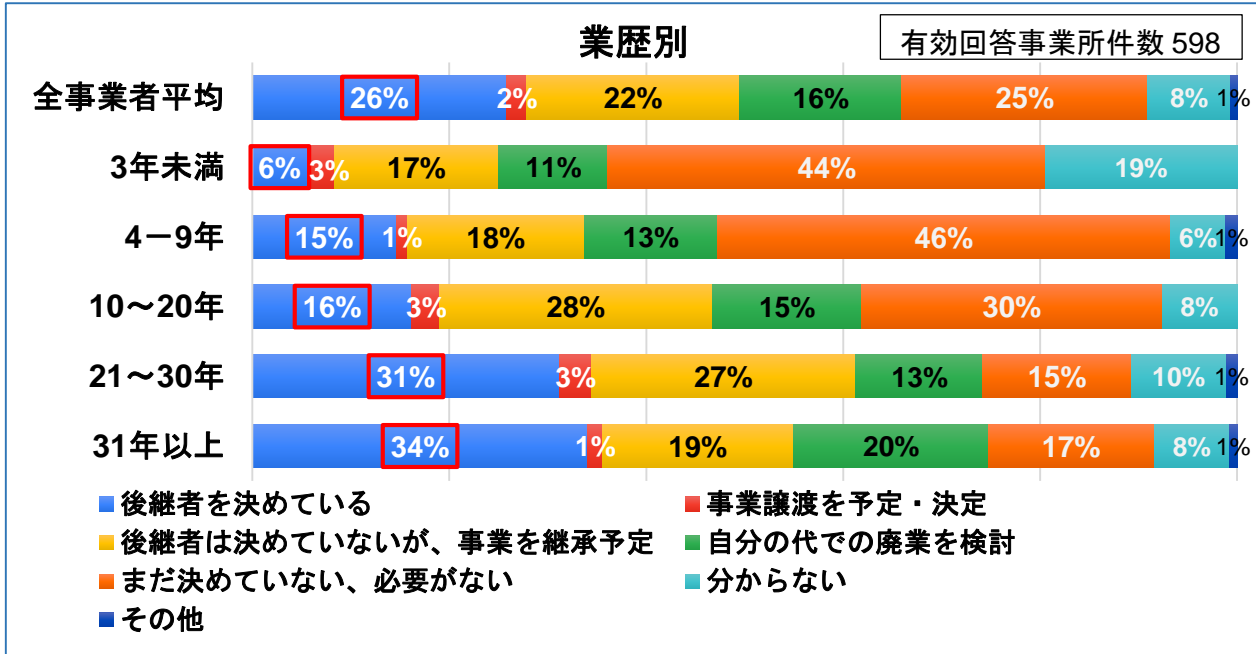


業種別でみると

- 「後継者を決めている事業所」(青)は
 不動産賃貸・売買業41%
 製造業33%、
 医療・福祉業32%
 の順で多い
- 「後継者を決めていない事業所」(赤+黄)は
 情報通信業74%
 医療・福祉業59%
 ジム運営等55%
 の順で多い
- 「自分の代で廃業を検討している事業所」(緑)は
 理美容業38%
 飲食業35%
 小売業28%
 の順で多い

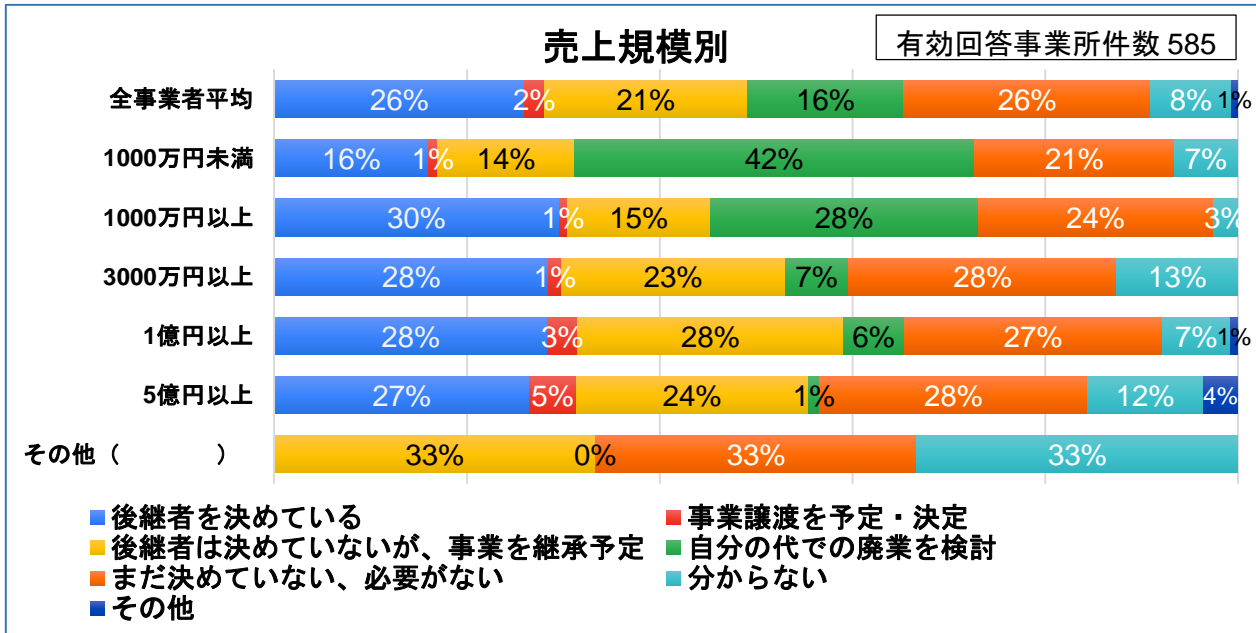
⑦事業承継について

(設問 2) 後継者の決定状況をお答えください。



業歴別にみると、

- 「後継者を決めている事業所」 (青) は **業歴21年以上の事業所**が多い
- 「後継者を決めていない事業所」 (黄+橙) は **業歴が20年以下の事業所**が多い

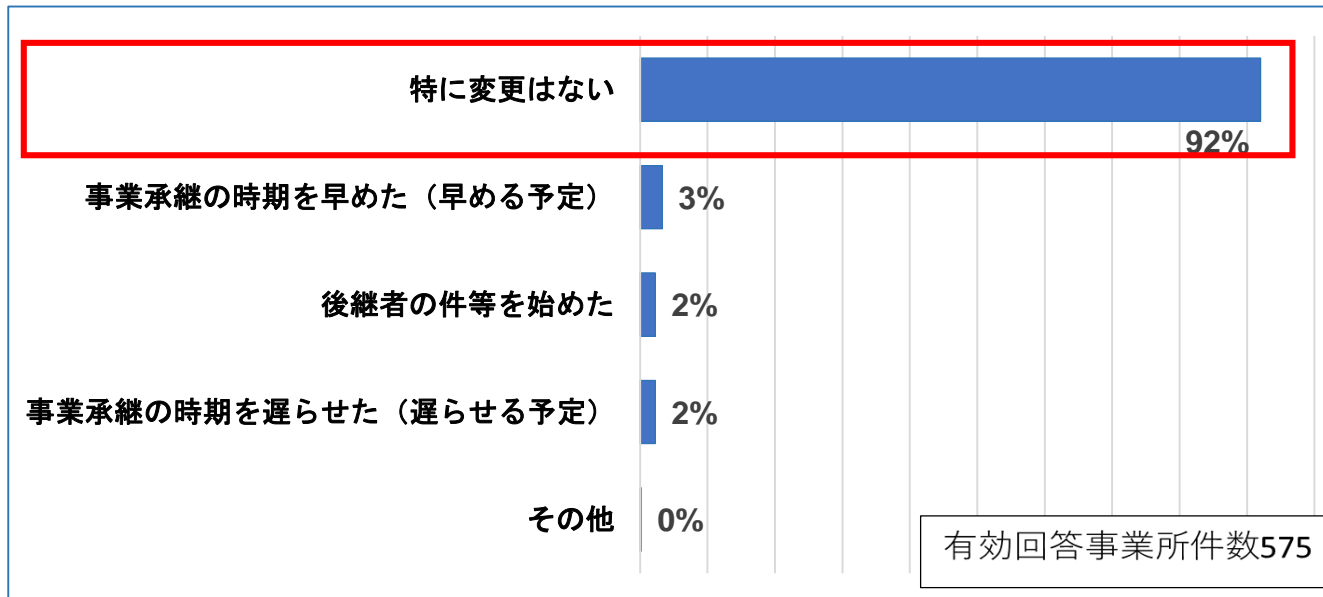


売上高別にみると、

- 「自分の代で廃業を検討している事業所」 (緑) は **1000万円未満の事業所**が多い

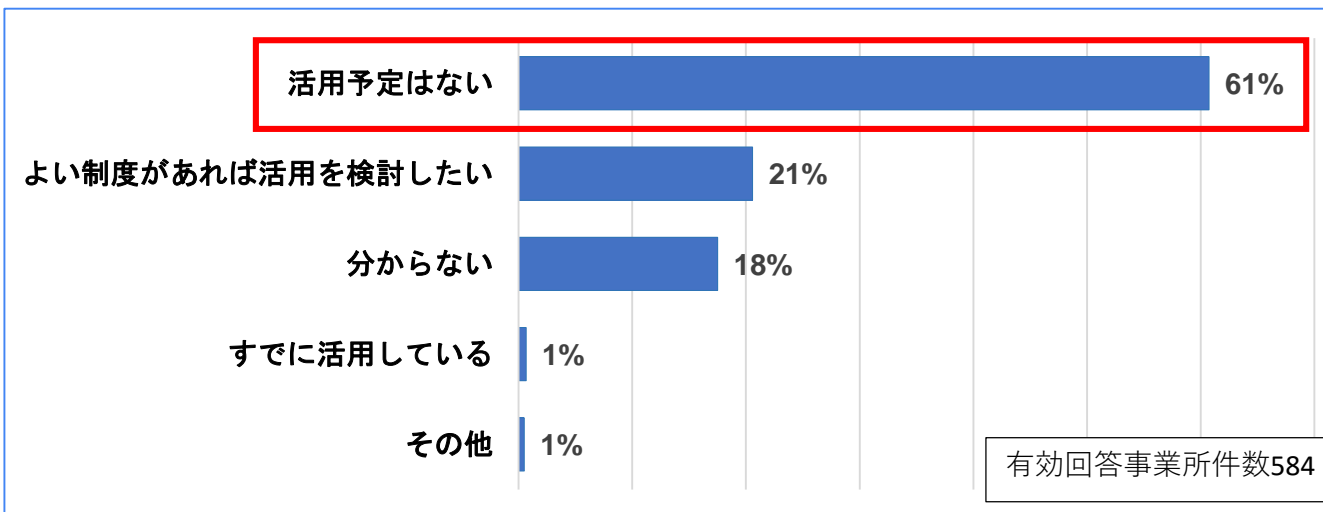
⑦事業承継について

(設問3) 新型コロナ感染拡大を受けて、事業承継に関する考え方に変更がありましたか。



○事業承継に対するコロナの影響に関しては、「考え方に特に変更がない」と回答した事業所が、業種に関係なく92%と、ほとんどであった

(設問4) 事業承継について「東京都事業引継ぎ支援センター」などの外部の相談窓口などを活用していますか。

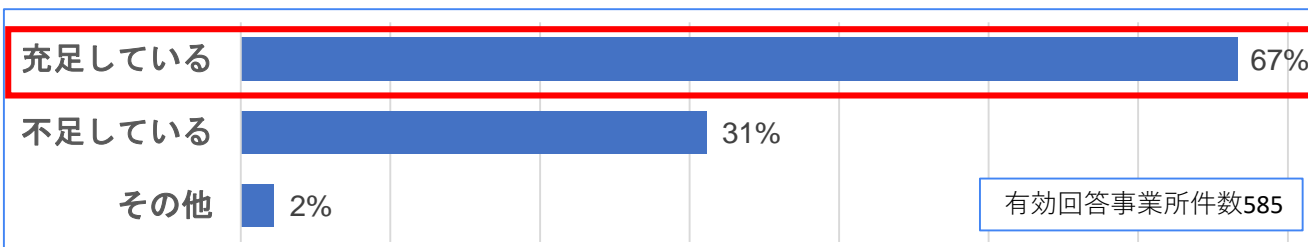


○事業承継に関して、外部の相談窓口の活用予定はないと回答した事業所は61%である

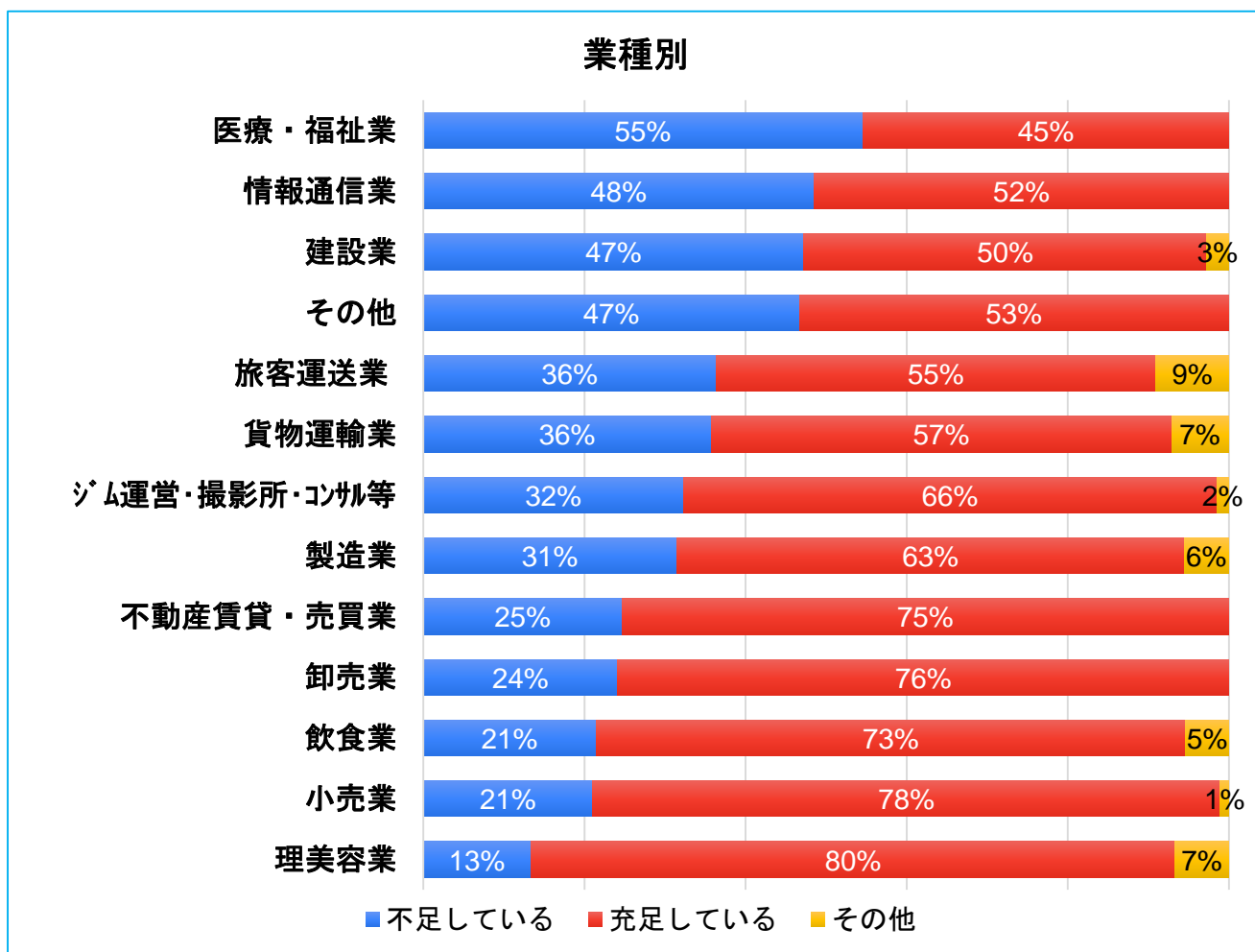
○よい制度があれば活用したいと回答した事業所も21%あり、魅力的なわかりやすい制度や支援の周知の必要性があると考えられる

⑧雇用について

(設問1) 従業員の充足状況をお答えください。



○「充足している」と回答した事業所は67%、「不足している」と回答した事業所は31%となっている



業種別にみると

○「不足している」(青)は

医療・福祉業55%
 情報通信業48%
 建設業、その他47%
 旅客運送業、貨物運輸業36%

の順で多い

医療・福祉や旅客運送業、貨物運輸業は従来からの継続的な人手不足に加え、新型コロナウイルスによる社会経済環境の変化が拍車をかけている可能性がある。

情報通信業は成長産業であるため、今後も継続する可能性がある。

建設業は、週休2日制の導入が影響している可能性がある。

○「充足している」(赤)は

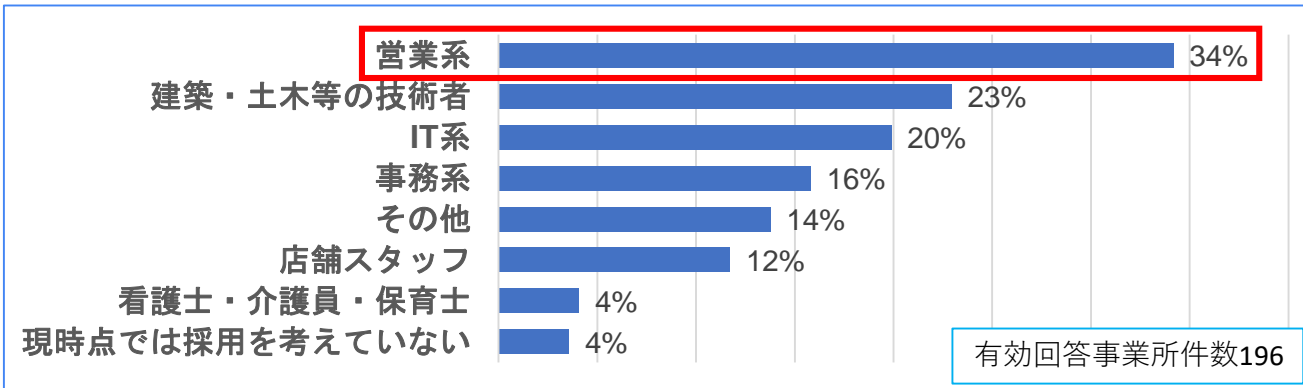
理美容業80%
 小売業78%
 卸売業76%
 不動産賃貸・売買業75%

の順で多い

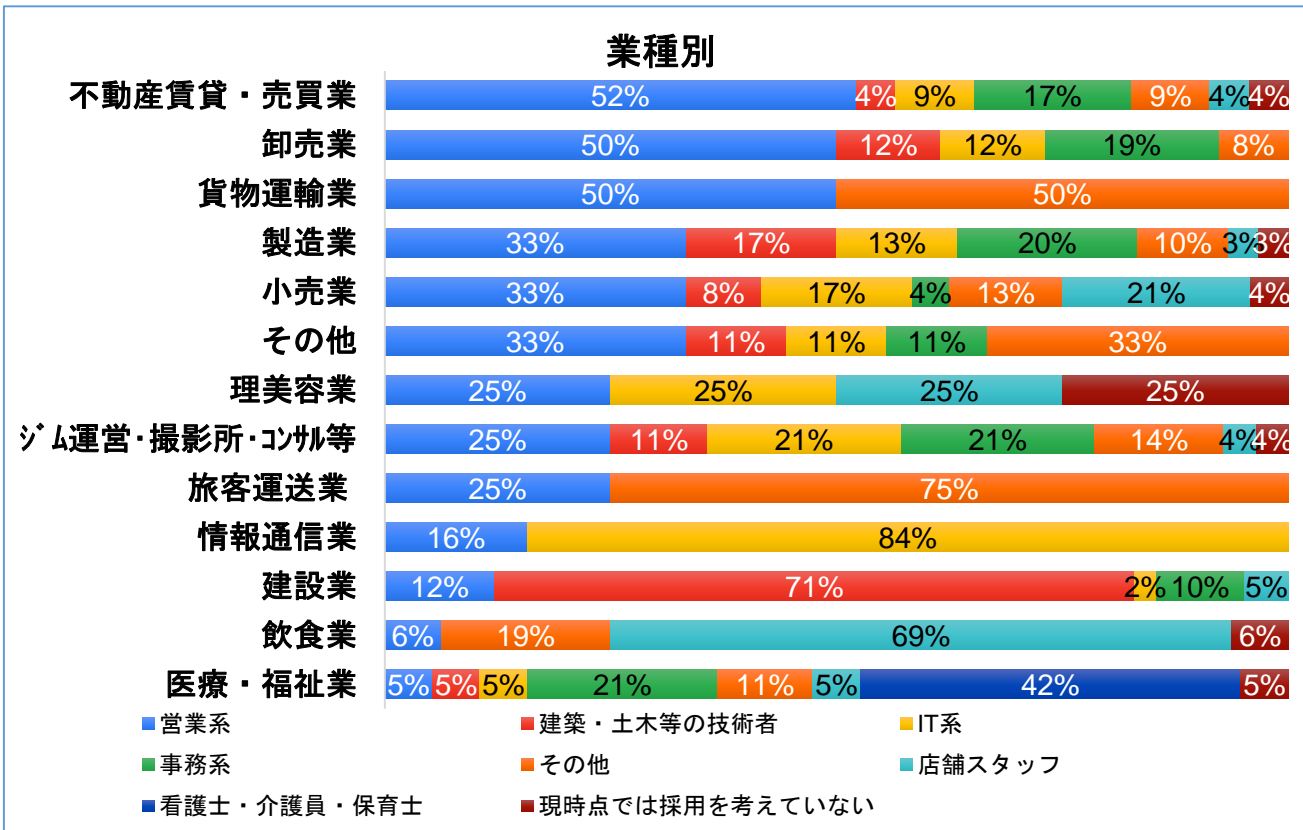
理美容業や小売業などは、緊急事態宣言や外出自粛等による来客数の減少も影響していることが推察される。

⑧雇用について

(設問1-①) 前問で「不足している」を選択した方にお尋ねします。どのような職種の方の雇用を考えていますか。
(複数選択可)



- 営業系と回答した事業所は34%
次いで、建築・土木等の技術者23%、IT系人材20%の順である。
人手不足の業界から専門職を求める声が多いと推察される。
- 一方、事務系や店舗スタッフが不足しているという声は比較的低く、今後、システム導入などによる事業所の生産性向上でこの傾向は強まると推察される。



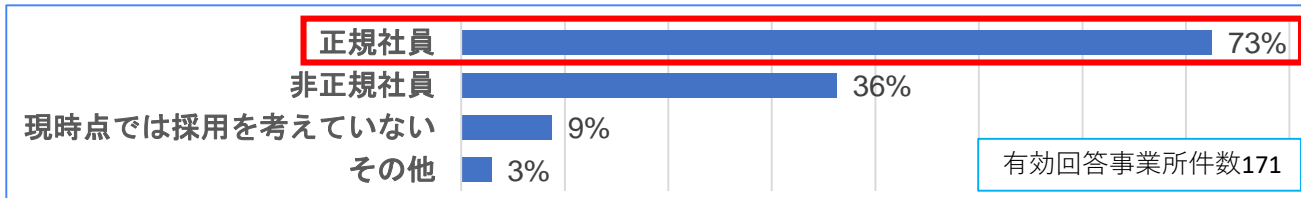
業種別にみると

- 「営業系」(青)を求めているのは、
不動産賃貸・売買業52%
卸売業50%
貨物運輸業50%
製造業33%
小売業33% の順で多い
- 「IT系」(黄)を求めているのは、
情報通信業84%
理美容業25%
ジム運営等21%、
小売業17%
製造業13% の順で多い。

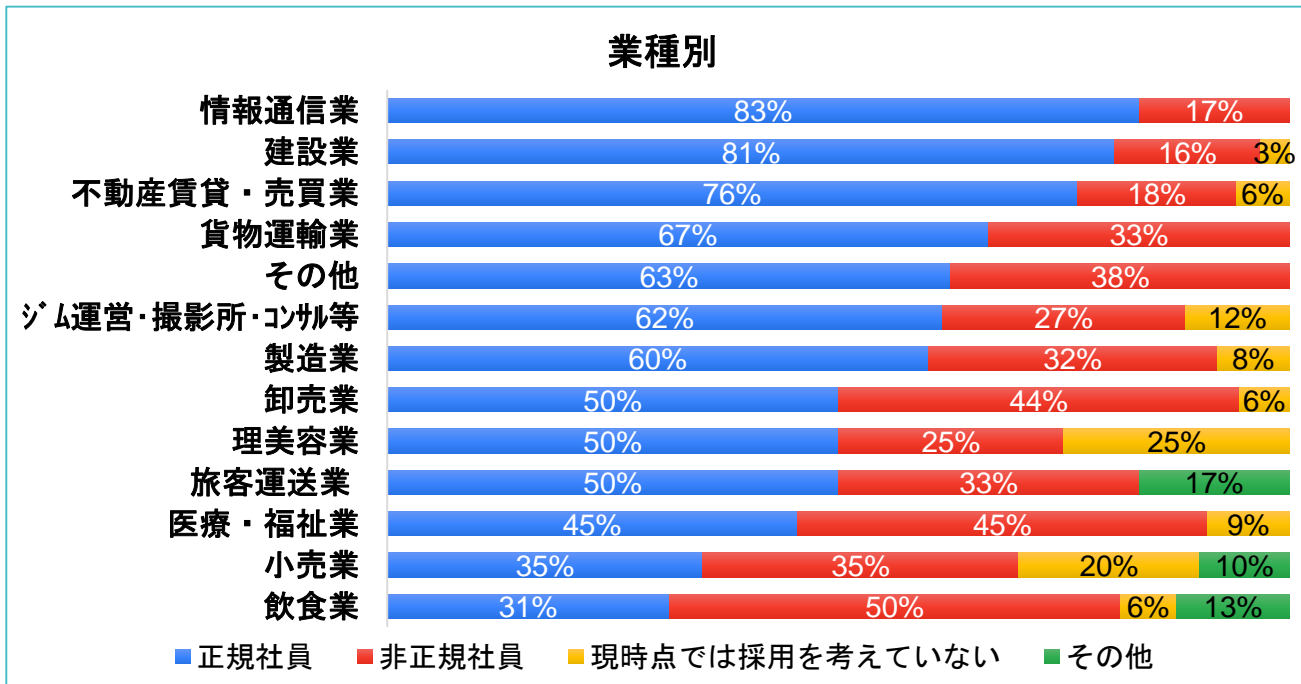
情報通信業以外の業種でも、ITを活用した効率化や生産性向上を求めていることが推察される

⑧雇用について

(設問1-②) 前問で「不足している」を選択した方にお尋ねします。どのような雇用形態での採用を考えていますか。
(複数選択可)



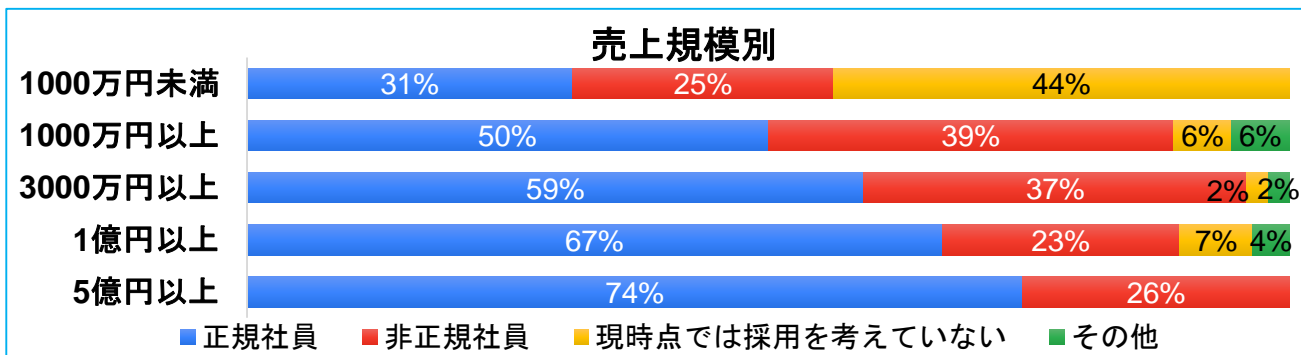
○73%の事業所が正規社員採用、
36%の事業所が非正規社員を検討と
回答している



業種別にみると
○「正規社員」(青)は
情報通信業83%
建設業81%
不動産賃貸・売買等76%
貨物運輸業67%
その他63% の順が多い

医療・福祉業を除き、設問1で「不足している」と回答した企業が正規社員を求める傾向が強い。

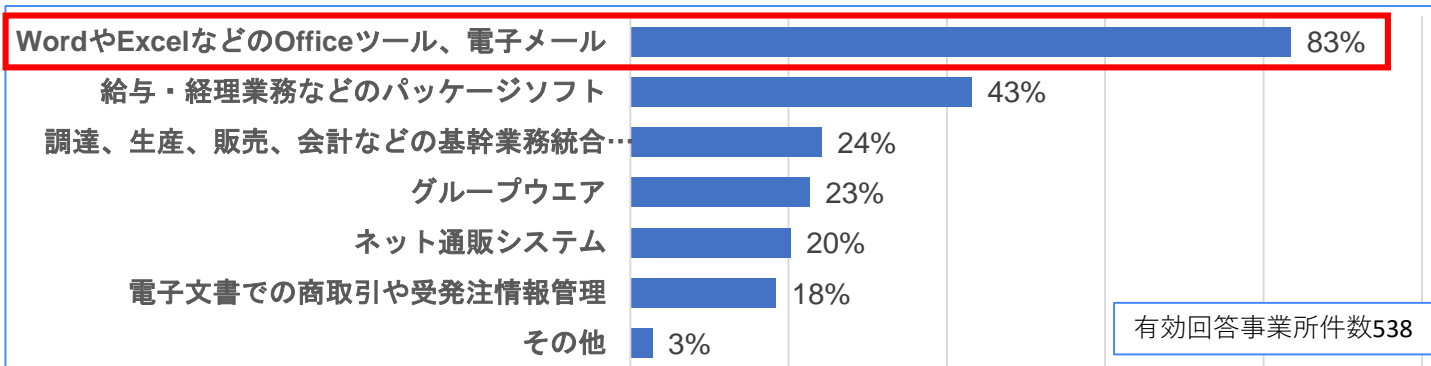
○「非正規社員」(赤)は
飲食業50%
医療・福祉業45%
卸売業44% の順が多い



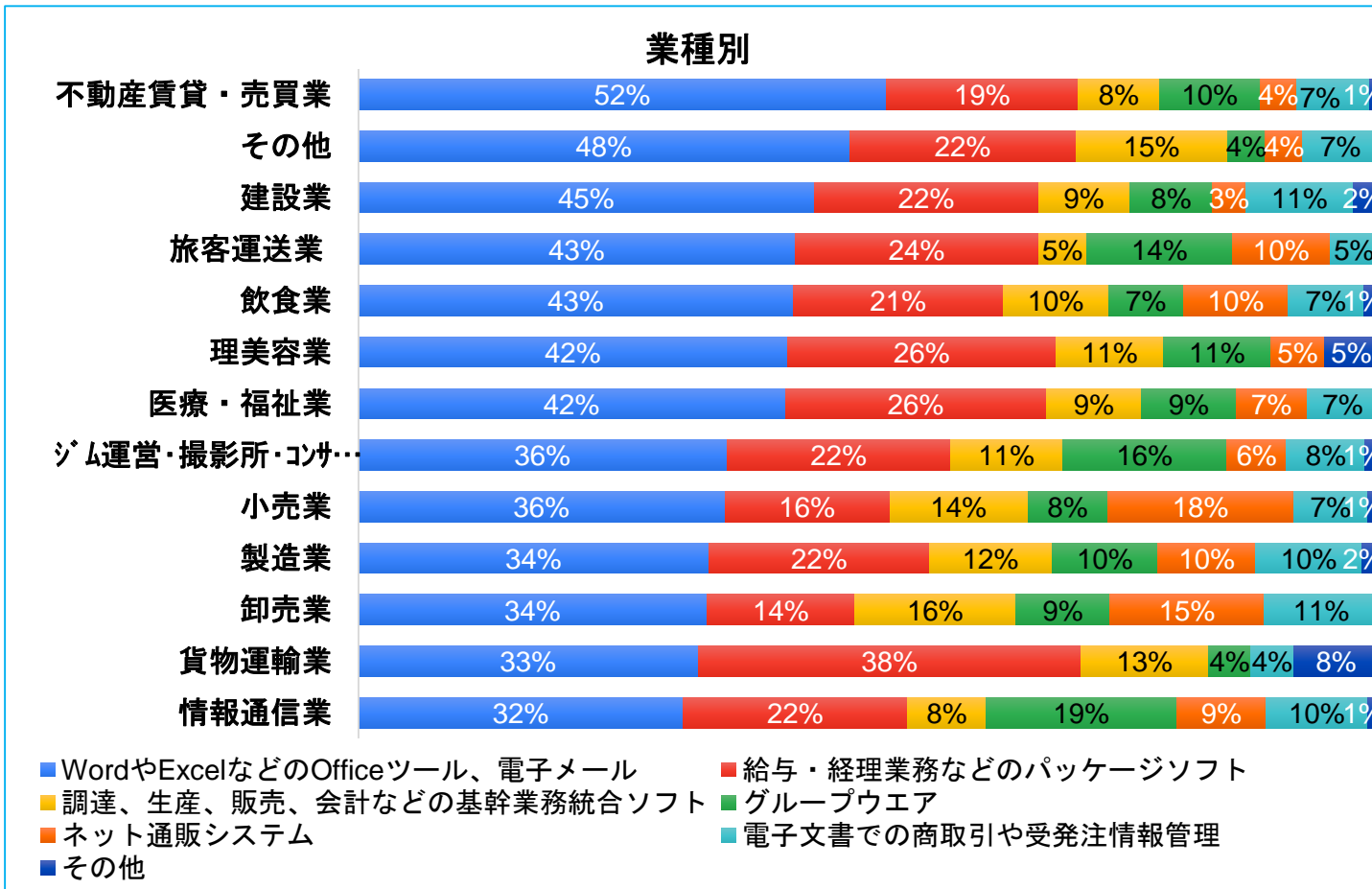
売上規模別にみると
○売上が増えるにしたがって正規社員の採用を考える割合が高くなっており、安定した事業運営ができてくると正規社員を雇用していくという実態を現している

⑨ デジタル化について

(設問1) 現在、社内でのどのようなITツール・システムを利用していますか。(複数選択可)



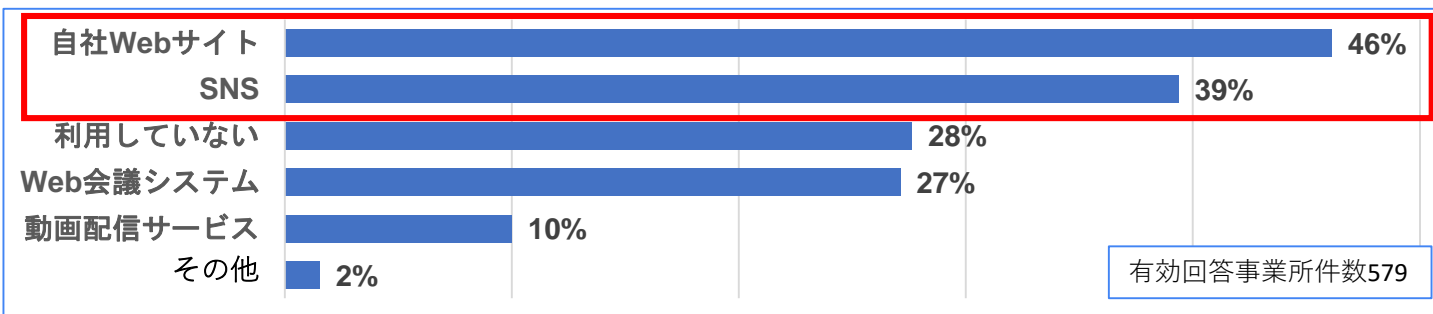
○ Officeツールと電子メールを導入している事業所は83%を占める一方、給与・経理業務などのパッケージソフトや基幹業務統合ソフトの導入比率は半数以下
 ○ 今後、生産性向上のためのITツール導入が進むと推測される



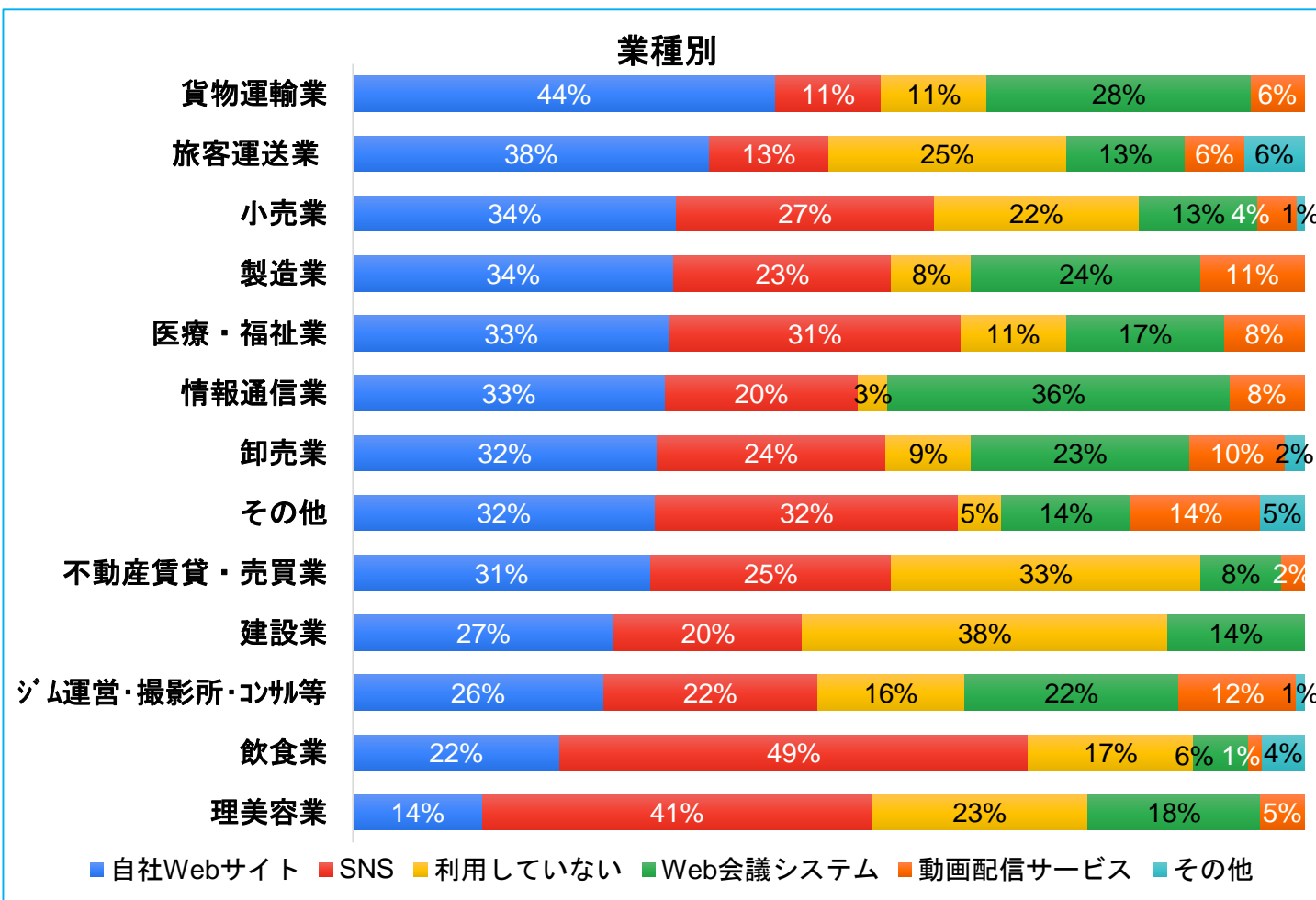
業種別にみると
 ○ 「Officeツールや電子メール」(青)は不動産賃貸・売買業52%、建設業45%の順で多い
 ○ 「グループウェア」(緑)は情報通信業19%となっており、統合されたITツールを活用していることが推察される
 ○ 「ネット通販」(橙)は、小売業18%、卸売業15%の順で多い
 ○ 「ネット通販」について、物販を行う卸売業、小売業の利用が進んでいることが分かる

⑨デジタル化について

(設問2) 現在、社内どのような情報発信・コミュニケーションツールを利用していますか。(複数選択可)



- 自社WEBサイトを利用していると回答した事業所は46%の一方 SNSを利用していると回答した事業所は39%
- 自社WEBサイト以外のSNSを活用した情報発信が進んでいる



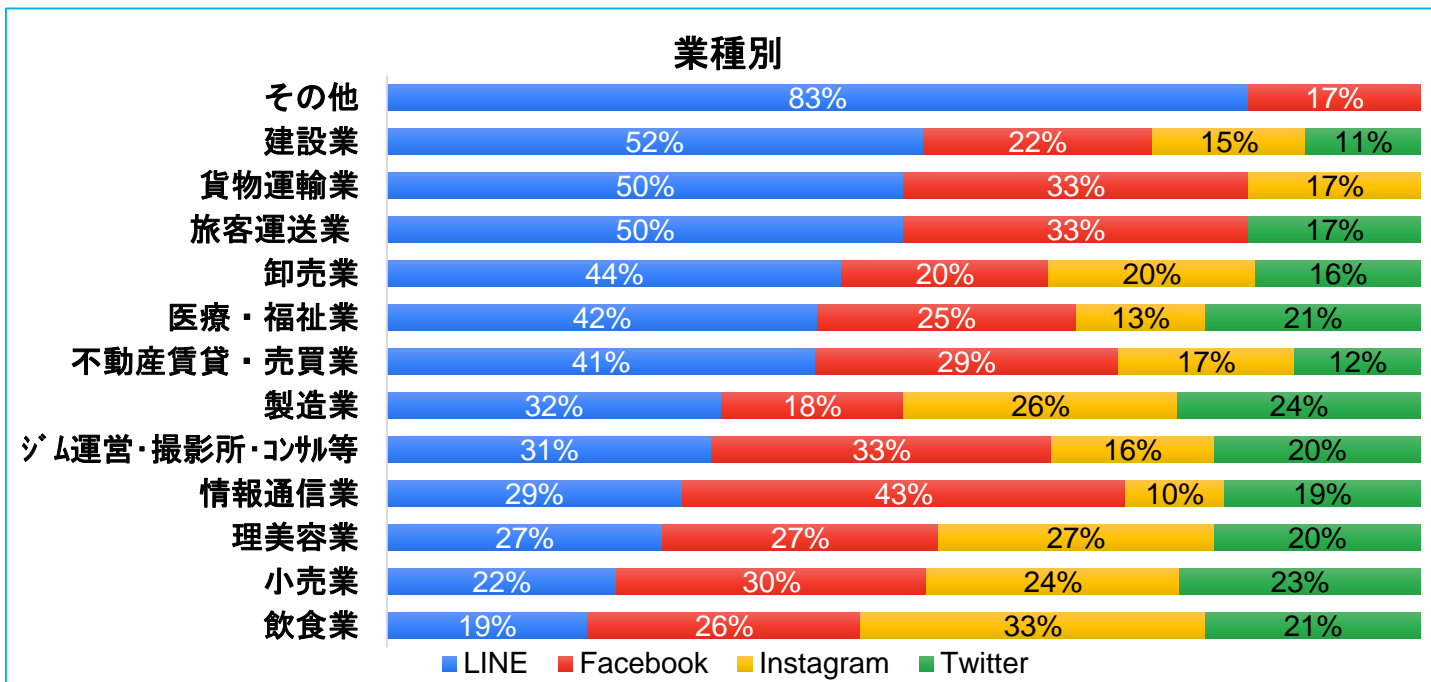
- 業種別にみると
- 「自社Webサイト」(青)は 貨物運輸業44% 旅客運送業38% 小売業34% 製造業34% の順で多い
- 「SNS」(赤)は 飲食業が49%と最も多く、InstagramやFacebook等を集客に利用していることが分かる
- 「利用していない」(黄)は 建設業38% 不動産賃貸・売買業33% 旅客運輸業25% の順で多く、建設や不動産関連の業種で情報発信ツールの導入が進んでいない
- 「Web会議システム」(緑)は、情報通信業が36%と最も多い。業況感で、「既に回復している」との回答した比率が最も多い業種であり、コロナ禍での順応性の高さが現れている

⑨ デジタル化について

(設問2-①) 「3.SNS」を選択された方にお伺いします。具体的にご活用されているSNSをお答えください。(複数選択可)



○LINEやFacebookを活用した情報発信が過半数を超えている

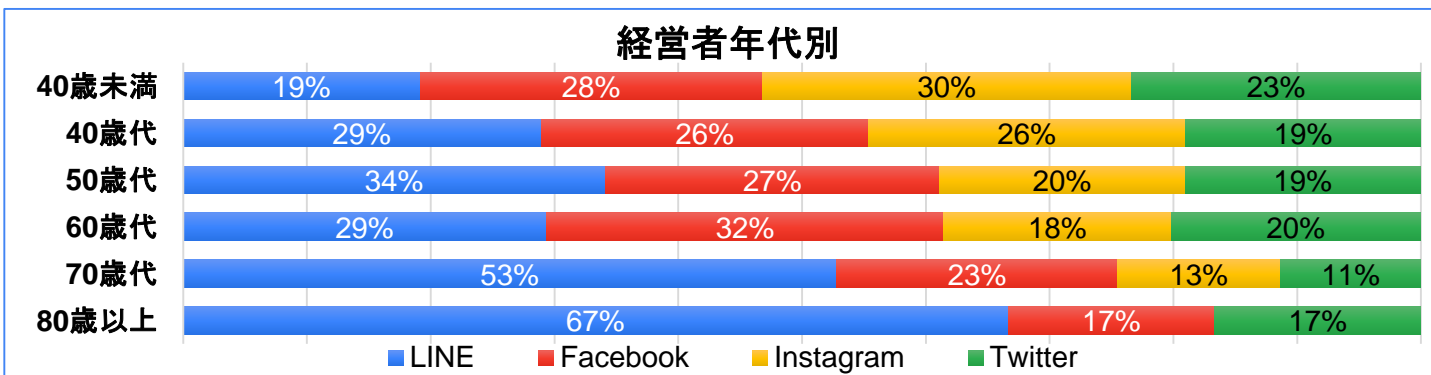


業種別にみると

○「LINE」(青)は
 その他83%
 建設業52% の順で多い
 その他には建設関連の設計業、建設設備業が多い。

○「Facebook」(赤)は、
 情報通信業43%
 不動産賃貸・売買業33%
 貨物運輸業、旅客運送業33%
 ジム運営等33% の順で多い。

○「Instagram」(黄)は、
 飲食業33%
 理美容業27%
 製造業26% の順で多い
 女性をターゲットにInstagramを活用していると推察される。



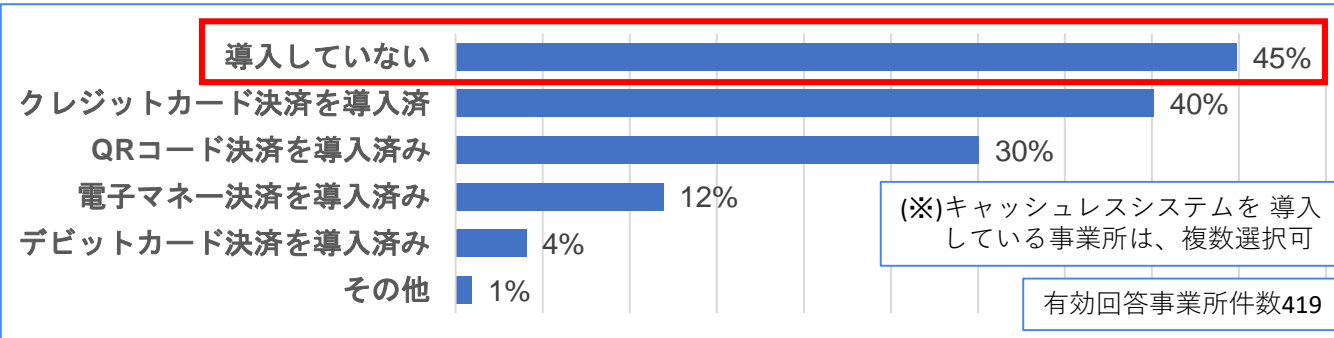
経営者の年代別にみると

○LINEは高年齢ほど活用割合が増え、Instagramは低年齢ほど活用割合が増えている

○LINEは高齢者を含む広い層、Instagramは20~30代女性、Facebookは30~40代男性と言われるユーザー層と近い結果である

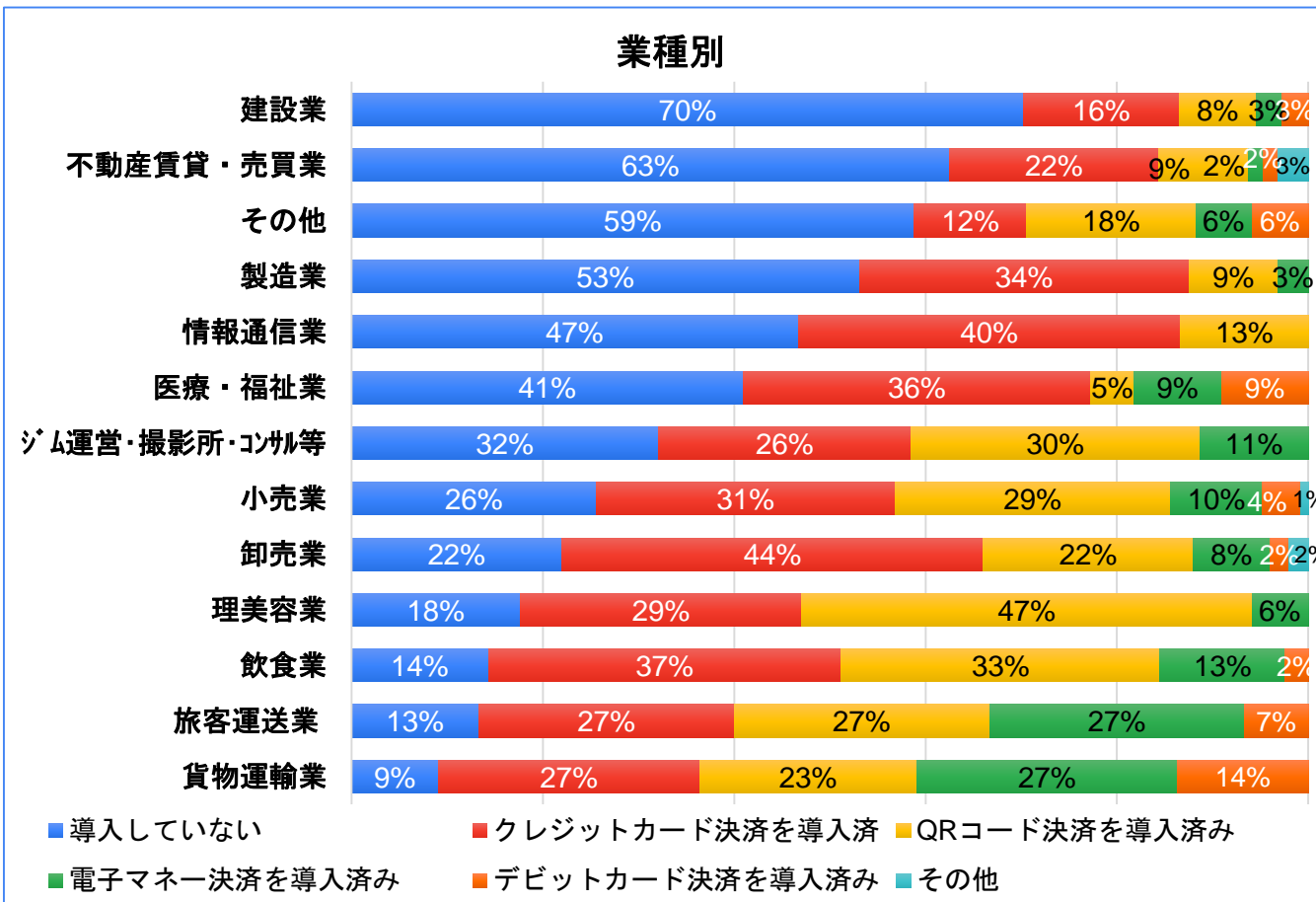
⑨デジタル化について

(設問3) 「B to C」の事業をされている方にお伺いします。キャッシュレス決済システムを導入されていますか。



○ 導入していないという回答45%から、導入済みの事業所は55%と推察される

○ 経済産業省の発表では、2019年の日本のキャッシュレス比率（民間消費支出に対するキャッシュレス決済の割合）は26.8%のため、中野区では比較的導入が進んでいると推察されるが、本アンケートの回答者は50歳以下が51%と比較的若いことが要因でもあると推察される



業種別にみると

○ 「導入していない」（青）は 建設業70%、不動産賃貸・売買業63%、製造業53% の順が多い

○ 「クレジットカード」（赤）は 卸売業44%、情報通信業40%、飲食業37%、医療・福祉業36% の順が多い

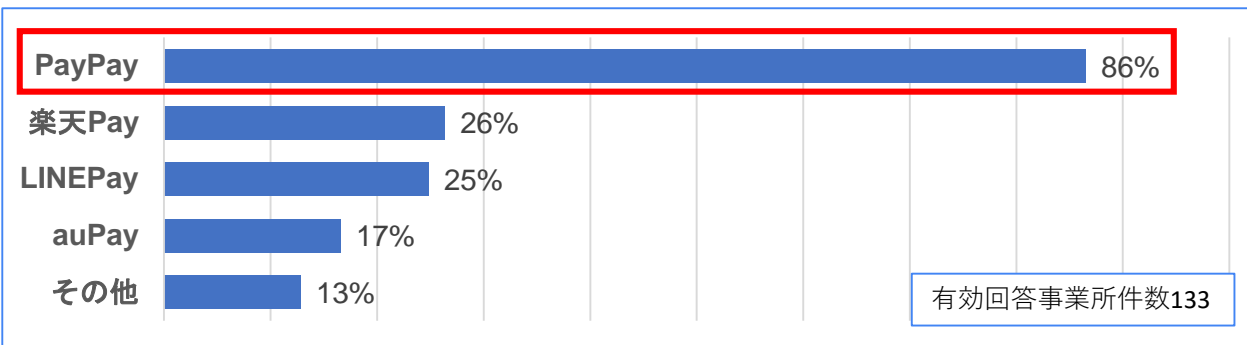
○ 「QRコード」（黄）は、理美容業47%、飲食業33%、小売業29%、旅客運送業27% の順が多い

○ 「電子マネー」（緑）は、旅客運送業と貨物運輸業が27%、飲食業13%、ジム運営等11%、の順が多い

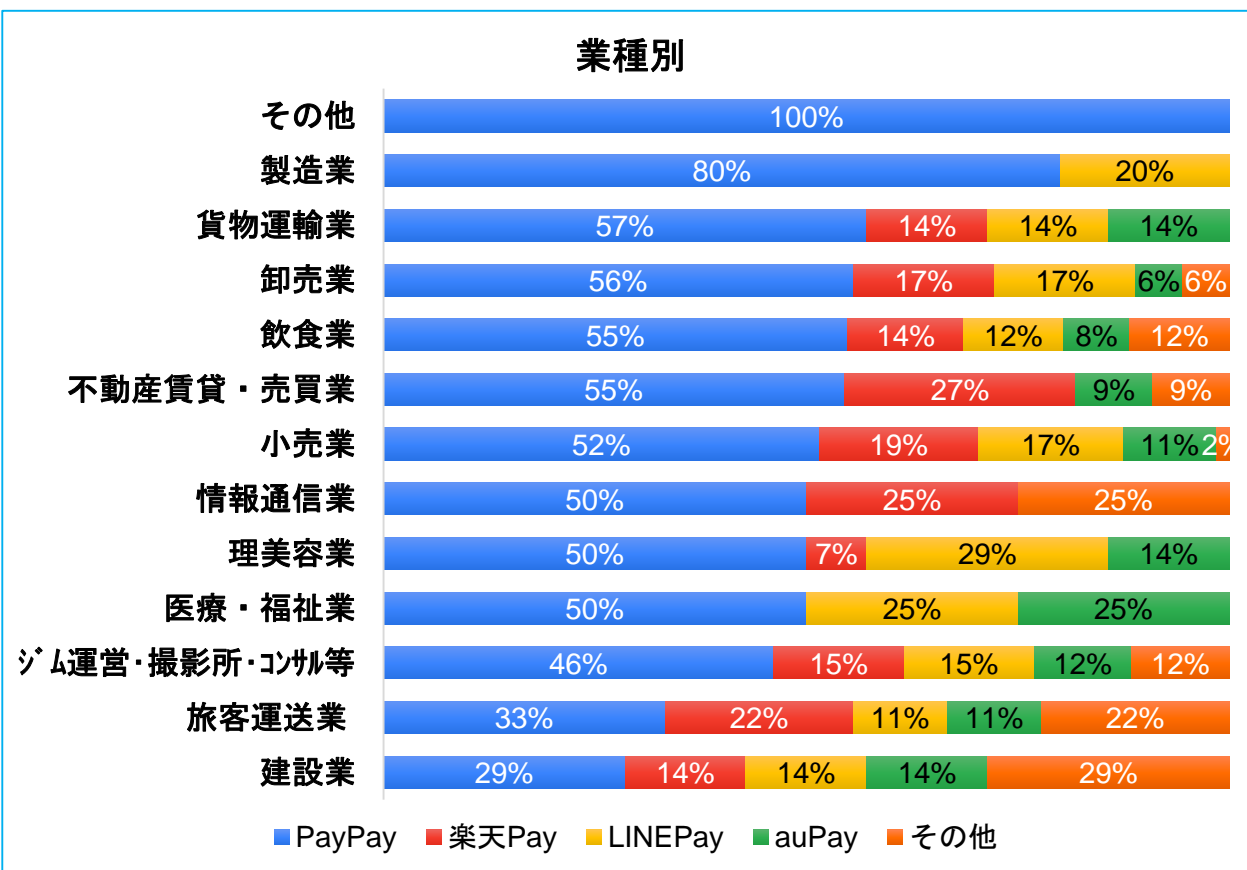
○ QRコード決済と電子マネー決済は、少額の決済が多いと言われていることから、客単価の低い事業所が多く利用していると推察される

⑨ デジタル化について

(設問3-①) 前問で「QRコード決済」を選択された方にお伺いします。
具体的に導入されている「QRコード決済」システムをお答えください。(複数回答可)



○ 導入されているQRコード決済はPayPayが86%で、2位以下の楽天Pay、LINEPayなどを大きく引き離している



業種別にみると、
○ 「PayPay」(青)は
その他100%
製造業80%
貨物運輸業57%
の順が多い

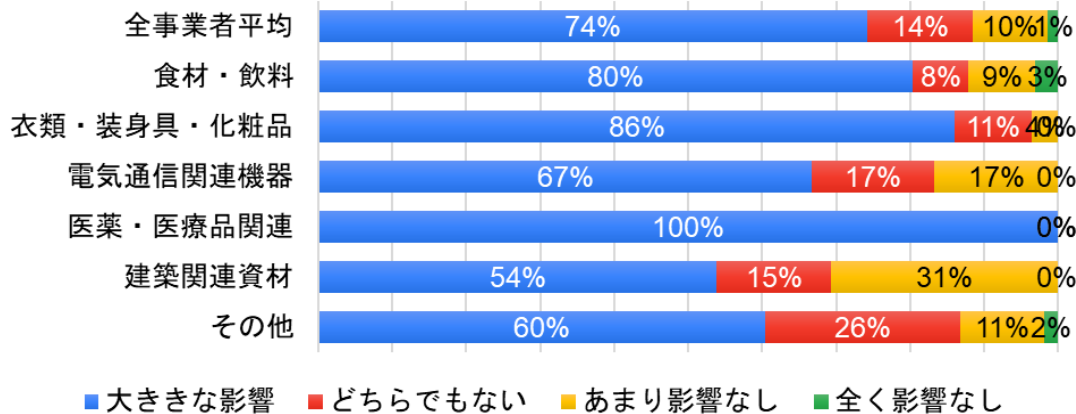
○ 全体的にみると、建設業、旅客運送業を除き、ほぼ全ての業種の約半数がPayPayを活用している

【参考】取扱商品について

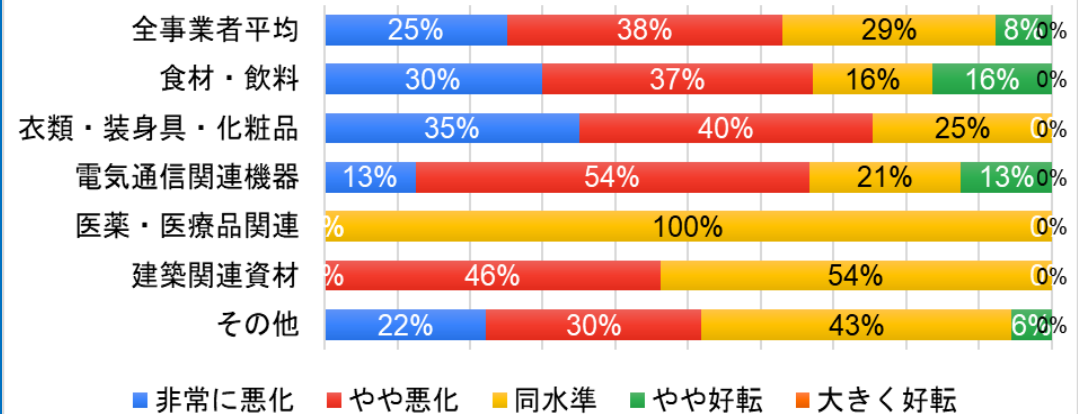
- 新型コロナウイルス感染症に関する影響について、特に、食材・飲料、衣類・装身具・化粧品、医薬・医療品取扱事業所が大きな影響を受けた。建築関連資材取扱事業所はそれほどでもなかった。
- 1月以降の景況感は、電気通信関連機器、食材・飲料、衣類・装身具・化粧品取扱事業所で景況感が悪い。医薬・医療品取扱事業所はそれ程悪化していない。
- 事業環境の回復には、衣類・装身具・化粧品、電気通信関連機器取扱事業所では回復までに2年以上かかるとの回答が多い。医薬・医療品取扱事業所は1年以上に回復するが多い。
- 新型コロナウイルス感染症を契機に取り組んだ内容については、「商品・販路・仕入・生産面」では、衣類・装身具・化粧品や食材・飲料を取扱事業所は「販路開拓・取引先拡大」に注力されており、食材・飲料や医薬・医療品関連事業所は「新商品・サービスの開発」に取り組まれている。
- 「非対面型ビジネスモデルへの転換」に関しては、どの取扱品事業所も「感染予防機材を導入」が多いが、食材・飲料、衣類・装身具・化粧品取扱事業所はWEBサイト等による通信販売(ネット通販等)の開発も積極的に手掛けている。
- 「働き方の転換」に関しては、医薬・医療品関連、建築関連資材取扱事業所でテレワークの導入が多い。
- 今後の事業展開では、「新規事業の立上げ・拡大」を実施するは電気通信関連機器、医薬・医療品関連取扱事業所で多く、「販売手法の見直し」を実施するは衣類・装身具・化粧品、電気通信関連機器取扱事業所で多く、「事業転換」を実施するは、医薬・医療品関連取扱事業所で多い。
- 雇用について、医薬・医療品関連取扱事業所では「雇用が不足している」が多く、建築関連資材取扱事業所が続く。
- 雇用したい職種では、衣類・装身具・化粧品取扱事業所では「営業系」人材を求める事業所が多い。
- 雇用形態では、正規社員を希望する事業所は電気通信関連機器、建築関連資材取扱事業所で多い。

【参考】取扱商品について（一部グラフ掲載）

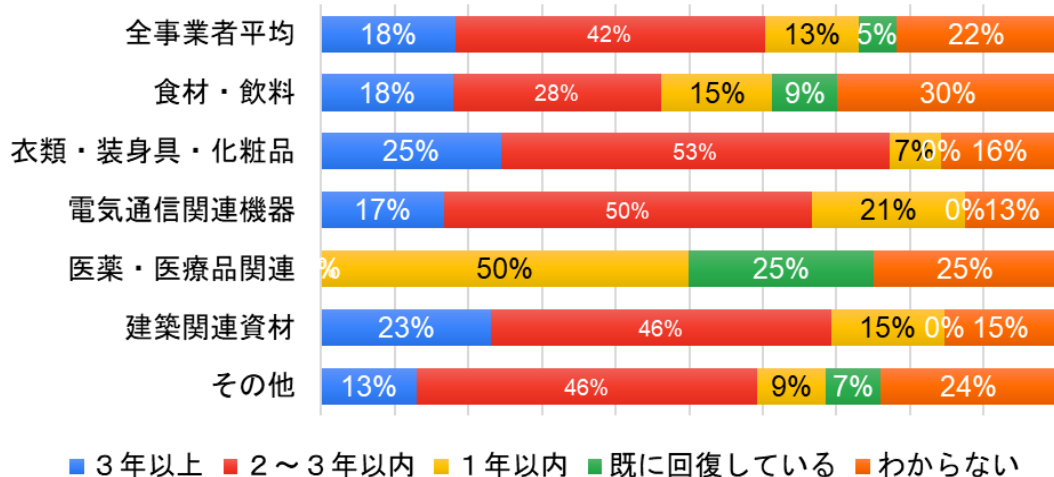
影響の程度



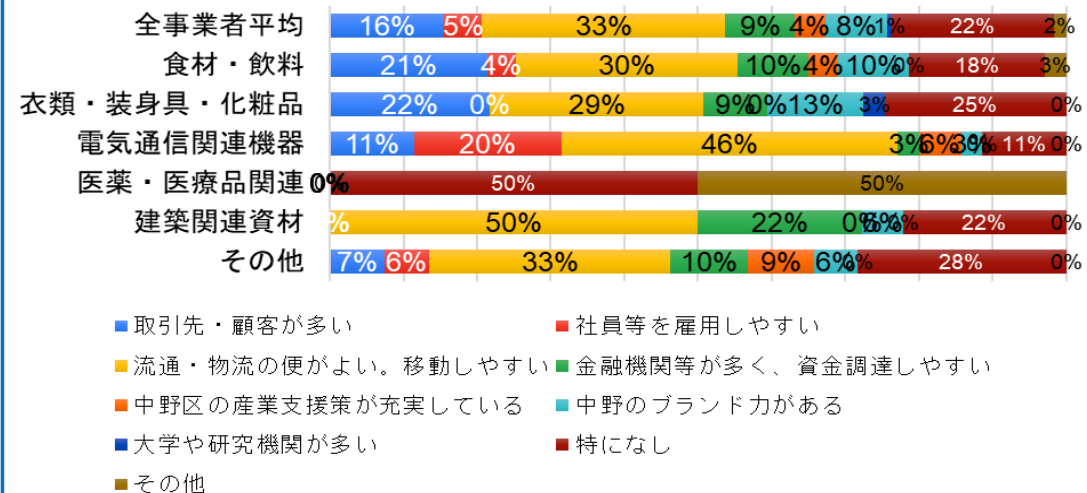
景況感1-3



回復への期間



中野区のメリット



その他の属性

◇その他の業種

- 金融・物流
- 設計
- クリーニング
- 産業廃棄物
- 測量
- 管工事業
- 建築
- 設備業

◇製造業、卸売業、小売業の取扱商品

- DIY商品
- TV・舞台美術
- コンビニエンス取り扱い全般
- プラスチック部品
- ペット用品
- ホビー
- 安全対策製品
- 印章 印刷
- 化学品
- 金物雑貨
- 健康雑貨
- 研削砥石
- 光学測定器
- 広告、印刷
- 紙器
- 事務機器
- 自転車
- 写真店
- 書籍
- 食品加工機械
- 生花
- 精密機器
- 太陽光発電機
- 電子部品
- 文具等筆記具
- 包装資材
- 包装資材の企画・デザイン

◆新型コロナウイルス感染症に対する取り組み

● 【商品・販路・仕入・生産面】

- 現状維持
- 手の打ちようがない
- 外注の見直し
- 営業時間、内容の見直し
- 事業の縮小
- 認可保育所への移行、規模の縮小
- 社員研修
- 営業時間の延長
- 労働時間延長
- 仕入れ調節、経費削減

【非対面型ビジネスモデルへの転換】

- WEB会議の活用
- オンライン営業
- 電話自動受信システムの導入
- 非対面型ビジネスモデルにはできない
- 現状への対処に労力を取られ、何も取り組めていない
- 商店街HPの開設による波及効果
- パーテーション設置
- オンラインセミナー開設
- テイクアウト
- デジタル配信への参入・非対面イベントの運営
- UberEATS、出前館での販売

【働き方の転換】

- 事務所人員を2分化して出勤
- 自宅勤務、スタッフ退社、解散
- 労働時間延長
- 旅客運送事業における感染防止
- 実作業がともなうため、上記は難しく対応できない
- 営業時間の見直し
- 都の要請に伴い、時間短縮。
- 出前を検討中
- 時短営業
- 外部研修の導入
- 現場作業以外、考えられなし
- 「密」を避ける働き方
- 人員の削減等
- 仕事の効率化促進
- お客様の予約制
- 高齢のため営業の縮小

【価格対応・補助金の活用など】

- 助成金利用
- 移転等
- ゼロ金利借入
- 商品の価格を変更しないように仕入れなどで調節
- 販売方法、工夫
- 銀行融資
- 経済融資（セーフティネット）

◆事業所の利用状況

- (設問1) 事業所の利用形態について
- 自社所有選択あり
- 親会社所有
- 親会社から賃借
- 自社物件1棟、賃貸物件2棟
- 関連会社からの賃借
- グループ会社から賃借
- 親族より賃借

- (設問1-①) 賃借されている方へ賃料の変更があったか
- 一定期間値下げされていない
- 賃料をとっていない
- 借り手から値下げの交渉はしづらいため、貸主から値下げを言いつけ出すための制度を作りたい。

◆中野区の政策、事業環境の整備

- (設問1) 事業所の競争力を強化するために必要な中野区の支援
- 資金援助
- 給付金、減税
- 直接的な助成金支援
- 補助金事業
- 助成金・補助金の拡充
- 補助金の増額
- 事業資金の支援(金利負担はなし)
- 金融支援
- 学生や低所得者への支援

- 飲食店以外の業態への給付金。国への要請。
- 公共交通維持のため減収補填
- 屋上緑化の植栽の公平性。中野区公園緑地課では主力のコケ緑化緑地面積にカウントしない
- 区民税の減税
- 取引先に関連(倒産)する事業継続支援
- もっと感染症の実態を知りたい
- 売上増加のための対策
- 顧客のニーズ・相談をつなげる窓口・ネットワーク。
- 商店や商店街への補助はあるが、企業製造業にはない。無能な区
- 自己責任、経営判断
- PCR検査
- 人材不足解消対策

◆中野区に必要な事業環境の整備

- 中野総合病院の建て替え
- 5G整備はありえない
- 補助金事業
- 区民間のコミュニケーションを広げ、深めること
- 無料PCR検査の実施
- 公共投資
- 他の区を見習った具体的な援助
- 自己責任、経営判断
- 中野区役所関係の発注は同区内の企業と取引すべき
- PCR検査を何時でも何回でも誰でも可能にする素早いワクチン接種の確立

◆中野区のメリット・課題

- (設問2) 中野区にどのようなメリットを感じていますか。
- 親会社のテナント
- 交通の便がよく、打合せ・会議がしやすい
- 住みやすさ、暮らしやすさ(通勤や居住地として)
- 地元のお客様を大切に
- 代表取締役の自宅が近い
- 地元感を強めたい特徴ある店作り
- 区内での貨物運輸業なので社員の残業が少ない
- 運送距離範囲が狭いので燃費が良い
- 商工会議所職員の質
- 区内での長年の営業
- 交通の便がよい

◆中野区内で事業を営む中で、どのような課題を感じていますか

- 駐車場が少ない、家賃高い
- 家賃が高い
- 粗大ごみ受付けてくれない
- 家賃相場が高めなため、地元雇用が少ない。駅近に事務所を構えられず従業員が通勤し辛く雇用の妨げになる
- 産官の交流が少ない
- 東中野には何も無い
- 交通の便が悪い。中野通りの地下を地下鉄が通れば便利。中野区の住人はバスに慣れているが、他区からの来人はバスに強い抵抗があると感じる。
- オフィス物件が少ない
- 家賃が高い

- 地代が高い
- 駅の再開発による通行人の減少と分断
- 若い人に対して、顧客 取引先が少ない
- 物流拠点となる賃借物件が少ない
- 災害備蓄
- 中野区内の仕事は同区内にまわして欲しい

◆今後、移転や縮小・拡大などを検討していますか

- 他区へのサテライト希望
- 八王子工場へ本社を移転
- 建物の老朽化次第
- コロナの自粛が、このまま続けば廃業
- 廃業を検討している

◆事業承継

後継者の決定状況をお答えください

- 親会社からの出向
- 指名委員会で決定予定
- 組合組織なので、理事会の選挙で決定する
- 事業承継したばかり

◆事業承継について「東京都事業引継ぎ支援センター」などの外部の相談窓口などを活用していますか

- センターの存在を知らなかった。
- メインバンクに相談中

◆雇用について

従業員の充足状況をお答えください。

- 人手が余ってる
- 過不足はある内は増やしたい
- そもそも雇ってない、家族経営
- 個人事業主

どのような職種の方の雇用を考えていますか。

- 技術系
- デザイナー
- 経営コンサルタントの先生
- スポーツインストラクター
- 有資格者
- 乗務員
- タクシー乗務員
- 運転手・作業員
- ドライバー

どのような雇用形態での採用を考えていますか。

- アルバイト
- 運転手

◆デジタル化について

社内でどのようなITツール・システムを利用していますか。

- アナログです
- プレゼン用のパワーポイント
- 2d 3d cad camの活用
- クラウドサーバー、ドロップボックス、会議ツール
- CGソフト
- 委託先のITツールを利用

どのような情報発信・コミュニケーションツールを利用しているか

- グーグル
- 商店街HP
- 食べログ
- 顧客側がSNSなどに載せてくれている、利用させていただいている
- チャットワーク・dropbox・Freshdesk・ChromeBOX・Skype

導入されている「QRコード決済」システム

- Tcoin、EPOS、d払い
- d払い
- メルペイ
- 中国系QR決済
- ナナコ
- Air Pay
- PayPayの受け取り手数料の無料期間が終了と同時に利用を停止予定
- オリガミペイ
- エポス PAY