

挑みつづける、変わらぬ意志で。



2030年代に向けた企業と東京の 成長に関する調査について

2022年2月24日
東京の将来を考える懇談会

目的

2030年代に向けた企業の成長を軸に、コロナ禍における企業の取り組み・行動と経営理念・行動指針との関係、企業の成長に関する意向、首都・東京への期待などから企業の成長の実態を把握・分析するために実施した。

期間

2022年1月12日～21日

対象

東京23区内の企業**9705**社
(WEB: 4656件、FAX: 5049件)

項目

1. コロナ禍を乗り越えるための取り組み
2. コロナ禍への対応と企業の成長における経営理念・行動指針との関係性
3. 2030年代に向けた企業の成長に関する意向
4. 立地する地域、東京都、東商への期待

方法

WEB、FAX

回答状況について

1523社 (回答率**15.7%**)
(WEB: 1384件、FAX: 139件)

<業種構成>

製造業 : **388**社 (**25.5%**)
建設業 : **198**社 (**13.0%**)
卸売業 : **254**社 (**16.7%**)
小売業 : **79**社 (**5.2%**)
サービス業 : **604**社 (**39.7%**)

<従業員規模構成>

20人以下 : **626**社 (**41.1%**)
21人以上50人以下 : **336**社 (**22.1%**)
51人以上100人以下 : **208**社 (**13.7%**)
101人以上300人以下 : **192**社 (**12.6%**)
301人以上1000人以下 : **94**社 (**6.2%**)
1001人以上 : **67**社 (**4.4%**)

設問意図

- ・コロナ禍という危機に際し、企業が重視した行動、新分野進出や人材・設備への投資など未来の成長に向けた取り組みと経営理念・行動指針の関係を明らかにし、企業の成長の背景にある考えや行動、要因を把握する。
- ・東京で活動する企業がどのような要素を成長としてとらえ、何に注力して成長を実現しようとしているのか、スピードや規模など成長に関する意向、企業が目指す姿などの実態を把握する。
- ・2030年代を見据えて、企業の立地する地域への期待を把握し、都市に求められる役割、機能を分析する。

設問項目

I. コロナ禍を乗り越えるための企業の取り組み

1. コロナ禍による経営への影響
2. コロナ禍を乗り越えるために注力した取り組み
3. 企業が重視した行動

II. 経営理念・行動指針が果たした役割

1. 経営理念・行動指針の明文化
2. 経営理念・行動指針に含まれる項目
3. 経営理念・行動指針が果たした役割

※経営理念は社訓、家訓、ビジョン、ミッション等と定義し調査票に記載している。

III. 2030年代を見据えた企業の成長意向

1. 2030年代に向けて、企業が目指す姿（4類型）
2. 企業が考える成長の要素
3. 成長の実現のために企業が注力する取り組み
4. 2030年代に向けた企業の成長に関する意向
5. 【中小企業のみ】企業規模に関する意向
6. 【中小企業のみ】中小企業にとどまりたい理由

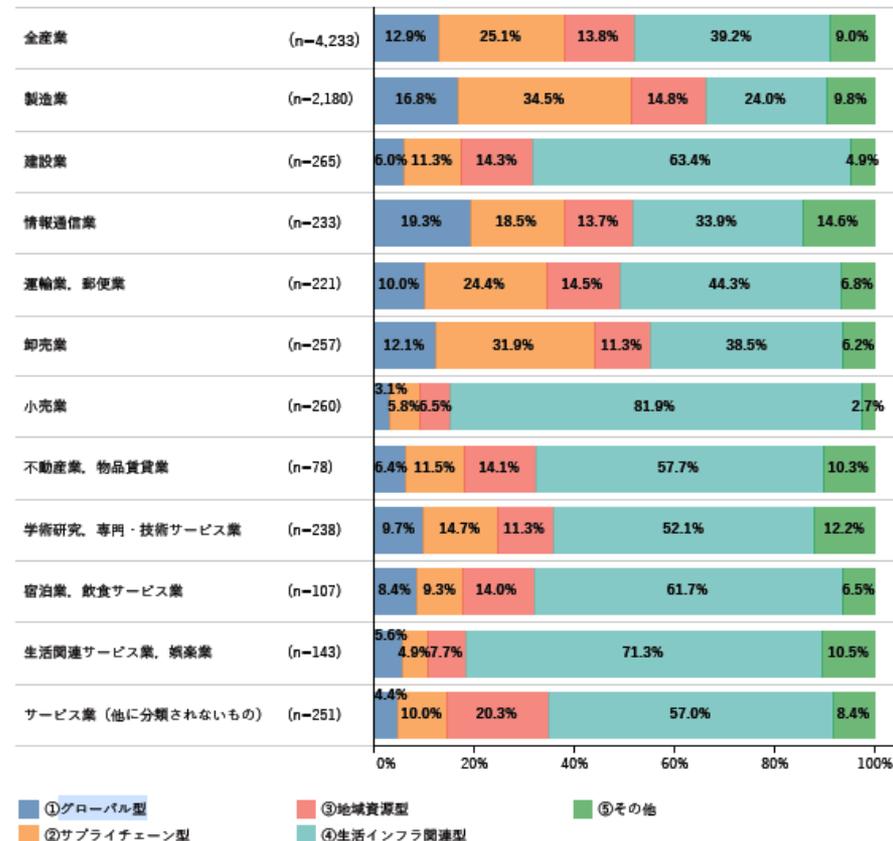
IV. 企業における地域や行政、東商への期待

1. 2030年代に向けた立地する地域への期待
2. 東京都に期待する行動、役割
3. 東京商工会議所に期待する行動、役割

【参考】中小企業の4つの類型

	グローバル型	サプライチェーン型	地域資源型	生活インフラ関連型
概要	地域に拠点を残しつつ、製品・サービスを海外に輸出する、若しくは、海外で生産・提供する、又は、国内で外国人の消費を取り込む事業者	国内外で使用・消費される製品・サービスについて、それらの原材料・部品調達、生産、流通、販売など、サプライチェーンの一部を担う事業者	地域の資源(農林水産物、鉱工業品、技術、食文化、自然景観、観光資源等)を活用して、製品・サービスの生産・提供を行う事業者	主に地域住民を対象として、日常生活に関わる製品・サービスの生産・提供を行う事業者
目標例	輸出額 利益率等	売上額 取引先数等	観光客向け売上額 地域の雇用者数等	住民向けサービス向上 財務強化等
支援例	設備投資 新技術・商品開発 海外展開	設備投資 共同研究・開発	販路開拓 新商品開発 ブランディング	経営基盤の強化 IT導入 新サービス開発
事業者例	海外数十カ国に輸出する国産シェアトップの医療機器を有するメーカー(愛知県) 	航空宇宙事業で高精度の部品を製造するメーカー(茨城県) 	地元の伝統文化や自然をアドベンチャー・ツーリズムとして提供する宿泊業者(北海道) 	イベントを企画し、観光客誘致の取り組みを進める鉄道会社(和歌山県)  デザイン:水戸岡鋭治

経済産業省「地域未来牽引企業ハンドブック」

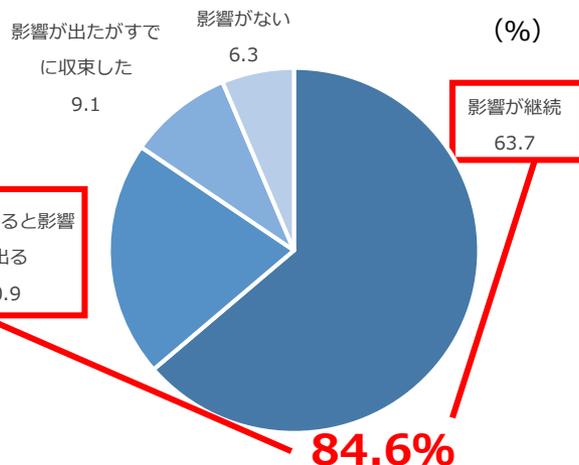


中小企業白書2020

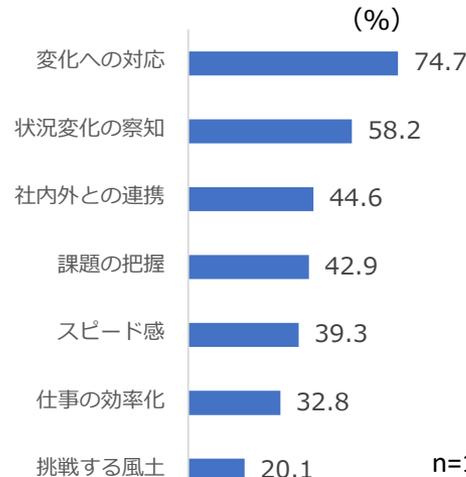
・白書では、中小企業を「**グローバル**」「**サプライチェーン**」「**地域資源**」「**生活インフラ関連**」と4つに分類し、それぞれの類型に沿った目標例を提示。

3. コロナ禍による経営への影響と企業の取り組み・行動

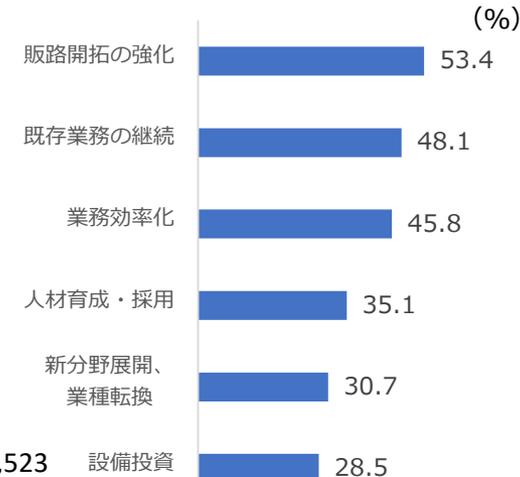
【問1】 コロナ禍による企業への影響



【問3】 コロナ禍で企業が重視した行動



【問2-1】 コロナ禍に企業が注力した取り組み



- ・ コロナ禍による経営への影響は「継続」と「長期化すると影響」をあわせると8割を超える。
- ・ 7割を超える企業が「変化への対応」を、6割近い企業が「状況変化の察知」を、4割を超える企業が「社内外との連携」、「課題の把握」を、4割近い企業が「スピード感」などの行動を重視。
- ・ コロナ禍を乗り越える取り組みでは、「既存業務の継続」、「業務効率化」に注力する一方、5割を超える企業が「販路開拓の強化」に取り組んだほか、3割前後が、「人材育成・採用」、「新分野展開・業種転換」、「設備投資」など未来の成長に向けた取り組みを展開。
- ▶ コロナ禍の影響が長引き、事業環境が大きく動く中、企業は生き残りをかけ、状況変化の察知とともに課題を把握し、迅速に変化していくことを重視。既存業務の継続だけでなく、新たな分野への取り組みにも注力した。

4. 企業の声（重視した行動）

変化への対応

- コロナ禍を受け業務変更など迅速に対応したが、影響が長引く中、何が正解なのかわからない時期があった。飲食業のマイナスを物販で補填しており、現状を維持しながら進むべき道を模索したい。（製造業）
- コロナ禍を経営変革、課題解決の機会ととらえ、変革に向けた取り組みを加速している。（卸売業）
- 顧客の変化を把握し、付加価値の高い仕事に挑戦することで、受注に結びつけることができる。（建設業）
- コロナ禍で情勢が大きく変わり、過去の成功体験が通用しないと感じた。自らの手で直接情報を掴み、対応することが重要と痛感した。（サービス業、飲食・宿泊業）

テレワーク

- 製造部門はテレワークがしづらく、営業部門は休業対応が難しいなど、全社一律の対応が難しくそれぞれの現場の特性を踏まえて対応した。（製造業）
- テレワークを推進するため、通信環境の調査から機器の配備、恒常化に備えた仕事の見直しなどに重点を置きワークフローもアプリを導入。デジタル化を推進し印刷費や光熱費の削減にもつながった。（製造業）
- テレワークを推進したため事務所をほとんど使用しなくなった。思い切って事務所を移転し新しい事業に挑戦した。（サービス業・その他サービス業）

スピード感

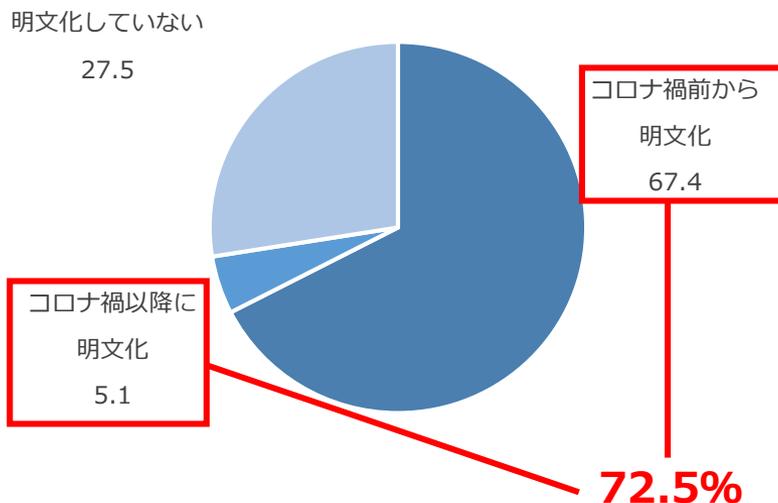
- 世界情勢の変化が激しく、日本への影響がすぐに生じるため、いかに迅速に対応するかが重要。（建設業）
- 経営陣がリーダーシップを持ってスピーディーに行動することで、従業員や顧客の安心感につなげることができた。（サービス業、情報通信業）
- BCPの観点からも社会・環境の変化の察知と対応スピードを向上させるため、デジタル化をさらに推進し、働き方改革につなげることができた。（建設業）
- 意見を言ったもの勝ちだが、まず発言し行動に移すことを第一に迅速な経営に努めた。（サービス業・その他サービス業）
- 初めて直面することが多く、社員が動揺しないよう速やかに方針を出すことを重視した。（サービス業・その他サービス業）

コミュニケーション・関係構築、挑戦

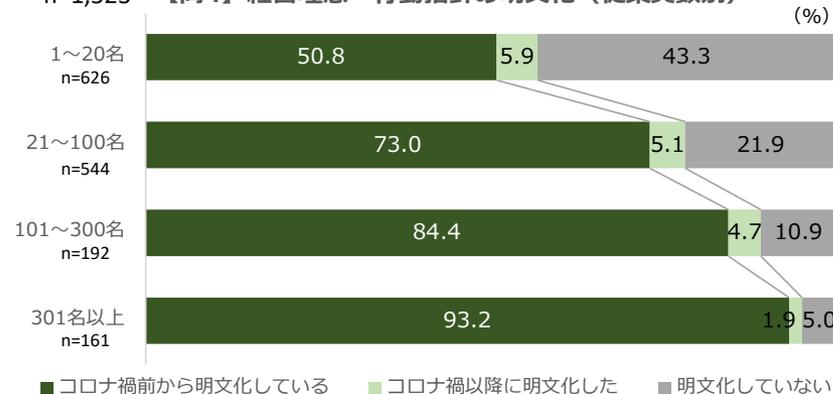
- コロナ禍でコミュニケーションの重要性を実感している。社員それぞれが思い込みや自分中心の考えを改め丁寧な対応することで信頼が生まれ、その先にある効率化につながると思う。（サービス業・その他サービス業）
- 他人ごとではなく、自分たちの会社として生き残るために「出来ることを全員でやる」ことを意識し取り組んだ。（サービス業・その他サービス業）

5. 経営理念・行動指針の明文化の状況と果たした役割

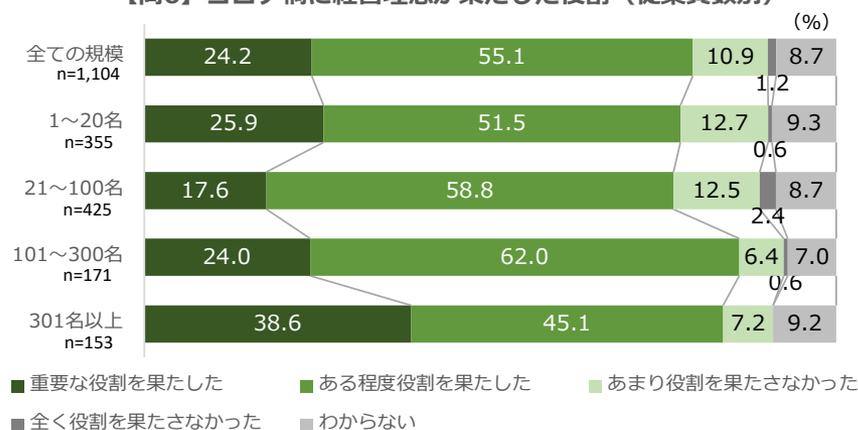
【問4】経営理念や行動指針の明文化の状況 (%)



n=1,523 【問4】経営理念・行動指針の明文化（従業員数別） (%)



【問6】コロナ禍に経営理念が果たした役割（従業員数別） (%)



・経営理念・行動指針は「コロナ禍以前」と「以降」をあわせると約7割が明文化している。301名以上では9割超が明文化している一方、20名以下は5割超にとどまる。

・コロナ禍において、経営理念・行動指針は「重要な」と「ある程度」を含めると8割近くが役割を果たしたと回答。

経営理念・行動指針の明文化

- 経営理念の必要性を痛感。経営者の独断ではなく、社員の総意で決め共有するため、社内プロジェクトチーム主導で決定した。（卸売業）
- コロナ禍以前より、さらに経営理念を明確にわかりやすくする必要性を感じている。（製造業）
- コロナ禍を受け、従業員の意識を一層高めるため、経営理念、社訓をブラッシュアップし、スピード感を持ち前に進める力をさらに発揮できるようにした。（製造業）

経営理念・行動指針の浸透と定着

- 経営理念はただ唱和するものではなく、全従業員が自身の心と頭で理解し行動に移さなければ意味がない。経営陣の日頃の行動や言動が経営理念と異なれば理念は浸透せず飾りになってしまう。特に中小企業・小規模企業では経営者が理念に即した日々の言動・行動が大切な要素だと感じている。（製造業）
- 経営理念を社員が理解していなかったことがコロナ禍で明確になった。経営理念を社員が理解し行動に移せるかが、今後の小規模企業の課題だと思う。（製造業）
- 経営環境が大きく変化する中、変化への対応と同時に変えてはならない経営理念や価値観をより強く社員と共有する必要性を感じている。（サービス業・運輸業）
- 経営理念の明文化は当然で、定期的に全社に周知・確認し、定着させることが重要。行動するときのバイブルとなる。（サービス業）

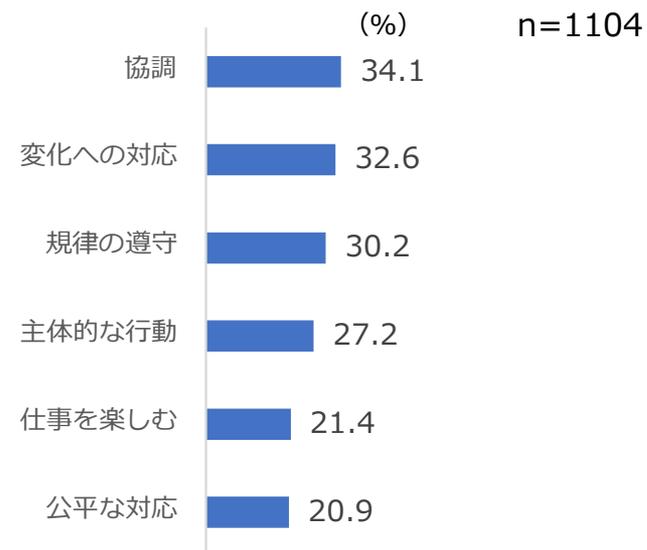
経営理念・行動指針が果たした役割

- 「経営理念にそぐわないことはやらない」が基本的考え方。採用時には経営理念に共感しているメンバーを採用のポイントとし、新規や既存事業の方向を転換する際は、どのようなかたちで経営理念に沿っているのかを説明している。（製造業）
- 東商から経営支援を受けた際に、経営課題を明らかにしつつ、経営理念や行動指針を策定した。コロナ禍でバタバタせずに判断ができたのは支援のおかげ。今後の進むべき道がはっきりし、ぶれない対応ができた。（卸売業）
- 経営理念は歩むべき道の大きな指針と捉え、常に振り返りながら帆を進めている。不確実性が高まる現在、経営思考の前提となっていることを実感した。（卸売業）
- 経営理念と行動指針が非常に重要。これらを軸に判断することで、右往左往せずかつ冷静に状況を把握し、柔軟な対応ができたと考えている。（サービス業・その他サービス業）
- 経営理念があると原点に戻れるようになるだけでなく、未来志向の行動にもつなげることができる。（サービス業・その他サービス業）
- 先が見えず日々判断の変更の必要性を求められる緊張感の中で、経営理念がなければ社員の不安を煽ることになった。判断を変えたときこそ、理由を明確に説明することで全員が納得し同じ方向へ進むことができる。理論的に説明するための役割を経営理念・行動指針が果たした。（製造業）

【問5】 経営理念に含まれる要素 (複数回答・上位6項目)

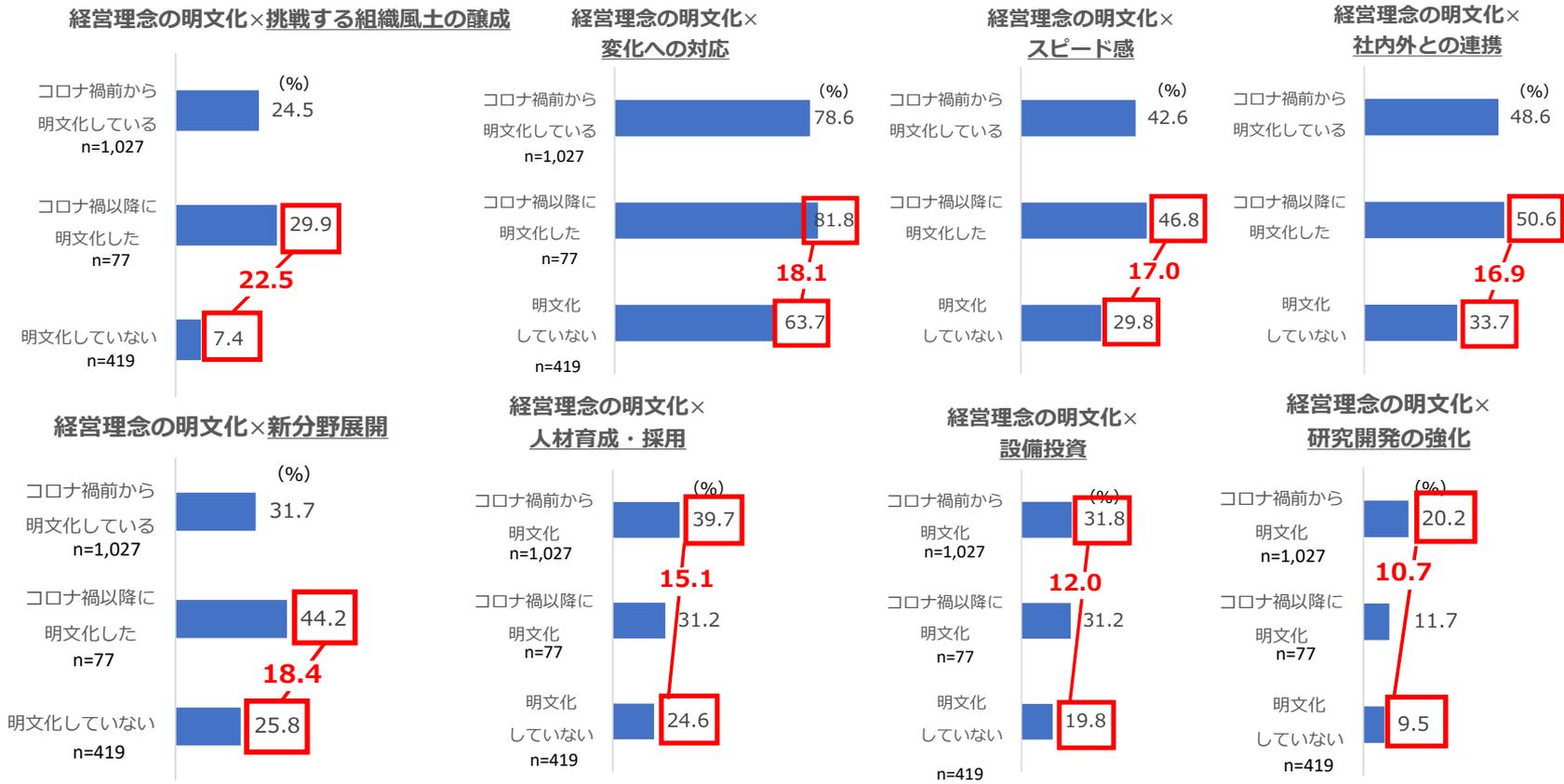


【問5】 行動指針に含まれる要素 (複数回答・上位6項目)



- ・ 経営理念 (社訓、家訓、ビジョン、ミッション) に含まれる項目では、「顧客満足度」が8割を超え、次いで「従業員満足度」、「地域貢献」が6割を超え、「信頼、信用」が5割を超えた。
- ・ 行動指針に含まれる要素では、「協調」、「変化への対応」、「規律の遵守」が3割を超え、「主体的な行動」、「仕事を楽しむ」、「公平な対応」が2割を超えた。

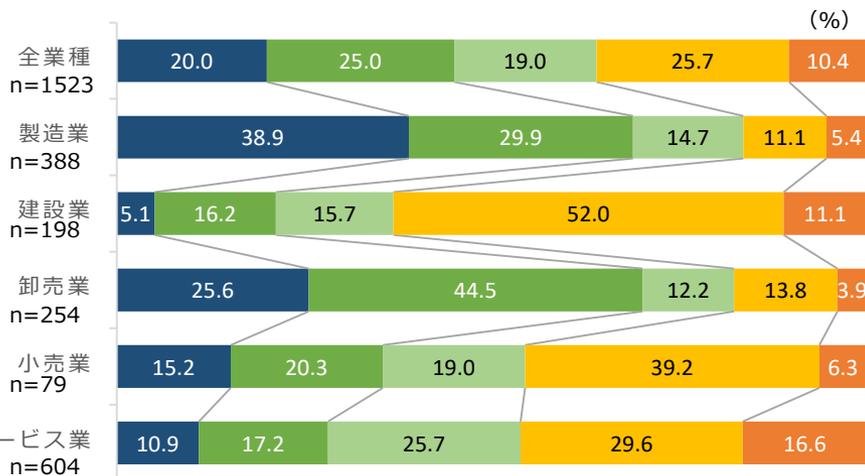
8. 経営理念・行動指針の明文化と企業の行動・取り組み



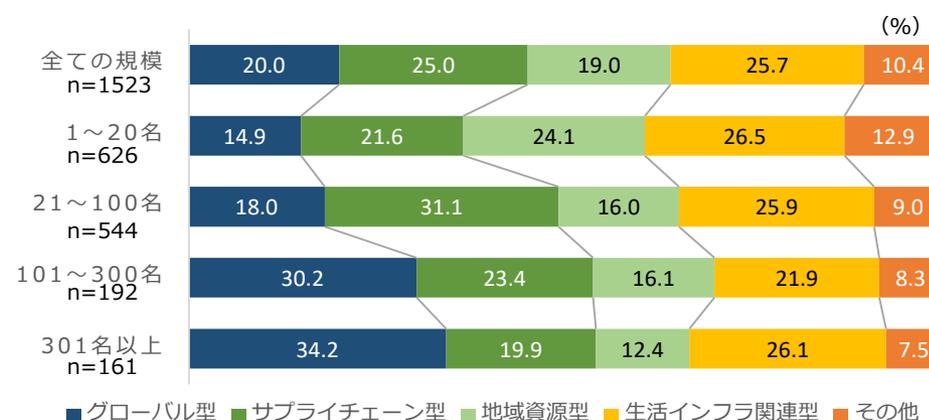
- ・ 経営理念や行動指針の明文化の有無とコロナ禍において企業が重視した行動では、「コロナ以降に明文化」と「明文化していない」を比較すると、「**挑戦する組織風土**」、「**変化への対応**」、「**スピード感**」において、明文化しているが**15**ポイント超上回っている。
 - ・ 明文化の有無と取り組みでは、「**新分野展開**」、「**人材育成・採用**」、「**設備投資**」など未来の成長に向けた取り組みで、明文化しているが**10**ポイント超上回っている。
- ▶ 経営理念などが**変化への対応**、**スピード**、**挑戦**などの行動、**未来への成長**に向けた取り組みに影響を与える。

9. 2030年代に目指す姿（4つの類型）

【問7】 2030年代に目指す類型（業種別） n=1,523



【問7】 2030年代に目指す類型（従業員数別） n=1,523



■ グローバル型 ■ サプライチェーン型 ■ 地域資源型 ■ 生活インフラ関連型 ■ その他

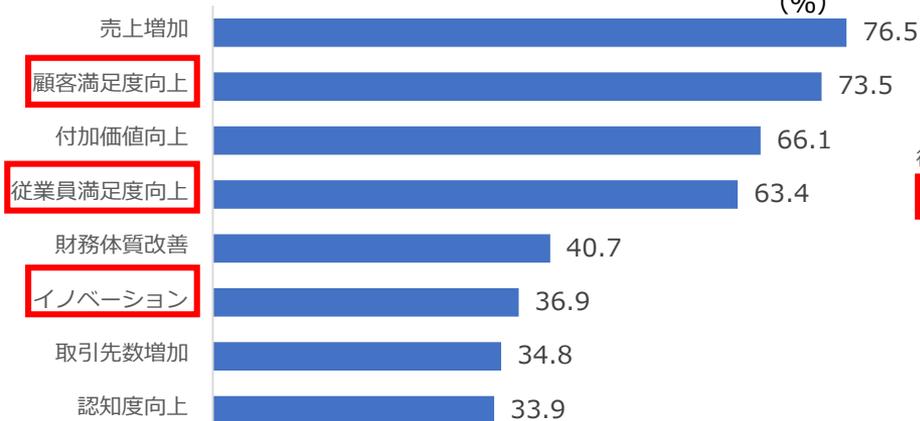
- ・「**グローバル型**」は製造業で4割近く、「**地域資源型**」はサービス業で2割を超え、「**サプライチェーン型**」は卸売業で4割超、「**生活インフラ関連型**」が建設業で5割を超え、小売業で4割近く、サービス業で3割近くとなった。
- ・従業員規模別では、101～300名、301人以上で「**グローバル型**」が3割を超え、「**サプライチェーン型**」は21～100名で3割超え、「**生活関連インフラ関連型**」は全ての区分で2割を超え、「**地域資源型**」は20名以下で2割を超えた。

10. 2030年代を見据えて企業が考える成長の要素

【問8】企業が考える“成長”の要素

n=1,523

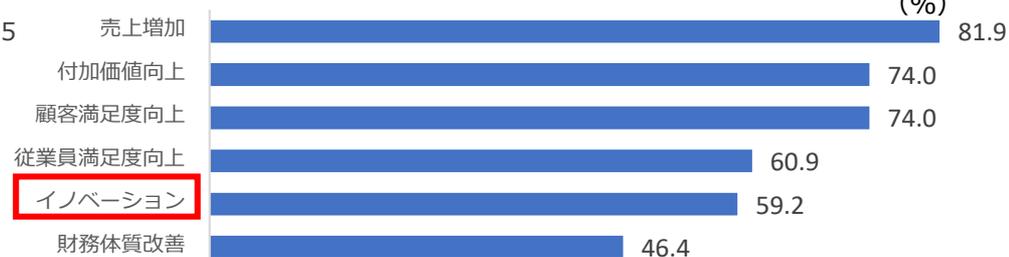
(%)



【問8】グローバル型

n=304

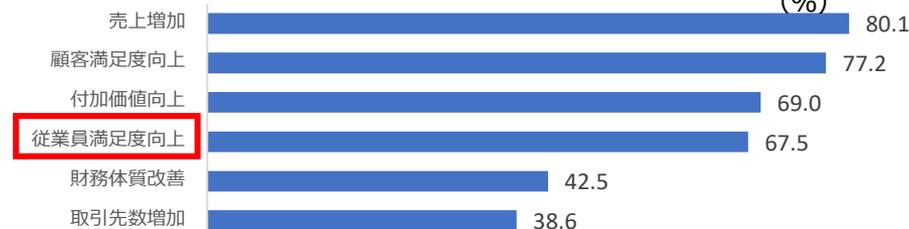
(%)



【問8】サプライチェーン型

n=381

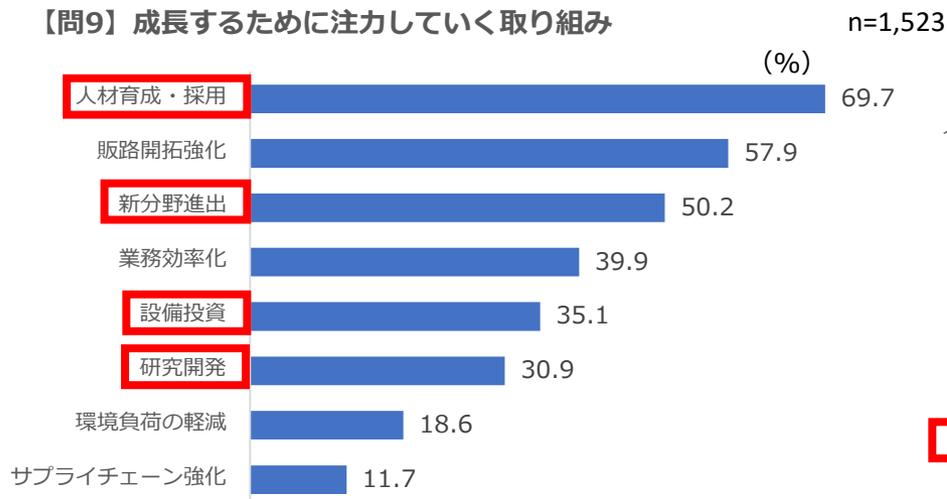
(%)



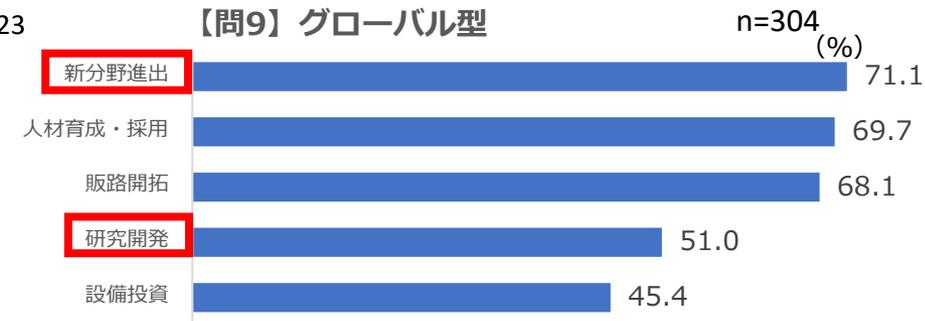
- 企業が考える成長の要素では、「売上増加」が7割超、「付加価値向上」が6割超、「財務体質改善」が4割超となった一方、「顧客満足度向上」が7割超、「従業員満足度向上」が6割超、「イノベーション」が3割超などの非財務的指標も上位に挙げられている。
- 「グローバル型」では「イノベーション」が6割近くで全類型で最も高く、「サプライチェーン型」で「従業員満足度」が7割近くで最も高くなった。
- ▶ 企業は売上増や付加価値向上、財務体質改善だけでなく、非財務的指標である顧客や従業員などステークホルダーの満足度向上やイノベーション創出なども含め成長を幅広くとらえている。

11. 2030年代の成長に向けて注力する取り組み

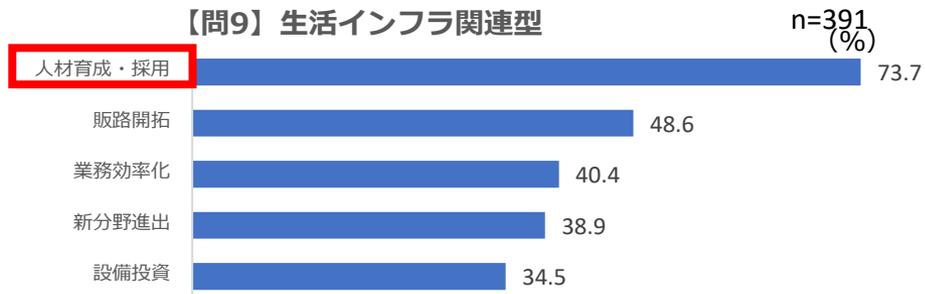
【問9】成長するために注力していく取り組み



【問9】グローバル型



【問9】生活インフラ関連型



- ・ 2030年代の成長に向けて注力していく取り組みでは、「人材育成・採用」が7割近く、「販路開拓強化」が6割近く、「新分野進出」が5割を超えた。
 - ・ 「グローバル型」で「新分野進出」が7割超、「研究開発」が5割超でいずれも全類型で最も高く、「生活インフラ関連型」で「人材育成・採用」が7割超と全類型で最も高かった。
- ▶ コロナ禍における取り組みでは、既存業務の継続、業務効率化といった守りの取り組みがメインであったが、人材育成・採用、新分野進出など未来の成長に向けた取り組みが上位になった。コロナ禍では、経営理念・行動指針が行動や取り組みに影響を与えており、実行に向けては、経営理念などのさらなる定着が必要。

人材育成

- 技術を社内で継承できる「人材育成型企業」としての足がかりを作りたい。（サービス業・その他サービス業）
- 新規分野の事業を軌道に乗せること。そして、将来を見据えた人事・組織戦略として、人材育成体系をつくり明文化したい。（卸売業）
- 若い人材が生き生きと仕事ができる会社にし、従業員の所得向上を図るべく、社員教育と採用、評価方法を大きく変更している。（建設業）
- 従業員が自らの時間、ライフサイクルを楽しむ事ができる職場環境を創りたい。（サービス業・運輸業）
- 時代に則した役務を提供できるよう、人材育成に努め、安全な社会の実現に貢献する。顧客より感謝される会社になりたい。（サービス業・情報通信業）
- 人材確保や食材調達の上昇圧力から、今後当社のような手作りを基本とした店舗展開には限界が生じる。現状の規模を維持しつつ質的向上を目指し、同時に従業員の満足度を高めて行きたい。（サービス業・飲食・宿泊業）
- 商品開発にこだわり、スタッフの専門性を極めてお客様からの信頼を勝ち取り成長へと繋げる。（小売業）

新製品、新サービス、新事業展開

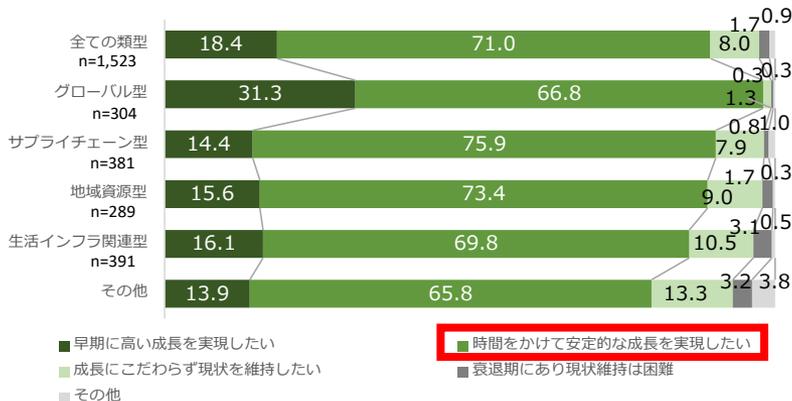
- 東京ならではのものづくりをテーマとして当社は事業構造を改革し、収益構造の改革も遂行してきた。町工場自らが新たな市場を創出して行く「市場創出拠点」であるベンチャーラボを開設、ものづくりを「核」に町工場だから成しえる新事業の創出を進めている。（製造業）
- 既存事業からの枝分かれした新市場、サービスを提供していく。（建設業）
- 伸びると想定している新事業を、想定通り成長させ、既存事業の成長とマッチする会社全般の成長に繋がりたい。（卸売業）
- 現業の根幹事業を、時代に合ったツールを使用した営業体制で行っていく。また、その周辺事業領域の対応が出来るよう事業範囲を拡大していく。（卸売業）

ブランド

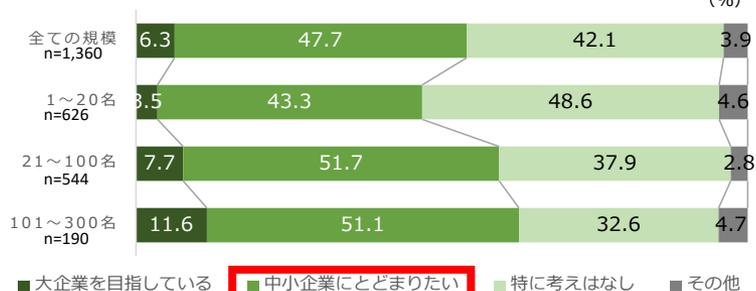
- 今までしてきたことを成長させて形にしていきたい。良いものを製造しているのにブランドが認知されていないので、社会にどのように伝えていくかが課題。（製造業）
- 自社製品の社会的な認知度を高め、売上高、収益の拡大を図っていきたい。（製造業）
- 顧客の信頼に応える企業を目指したい。従業員の満足度、やりがい、誇りを高め、取引先、地域にとっても必要な企業を目指す。（サービス業・飲食・宿泊業）

13. 成長に関する意向、中小企業にとどまりたい理由

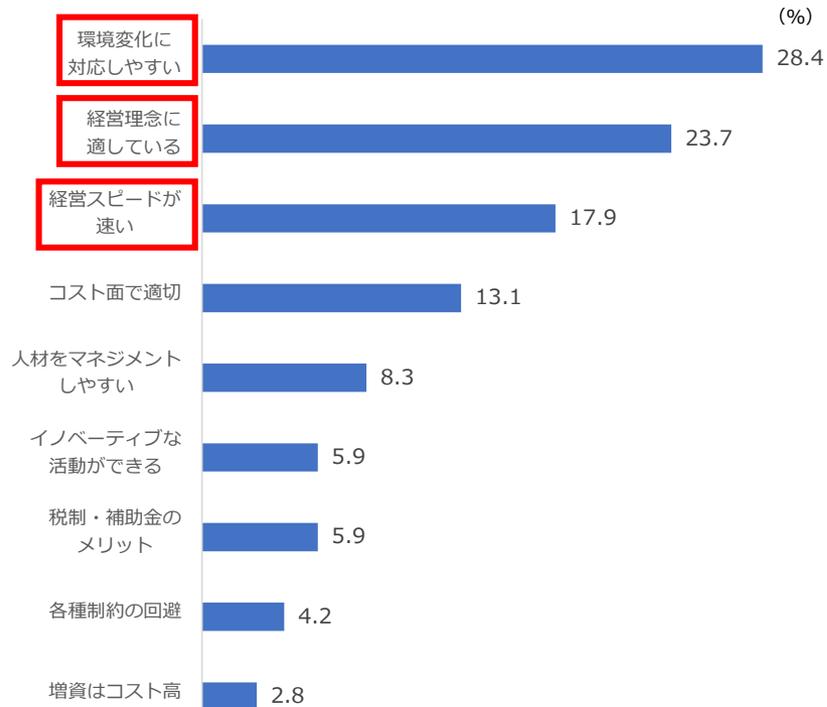
【問10】2030年代に向けた成長に関する意向（類型別） (%)



【問11】規模に関する意向（従業員数別） (%)



【問12】中小企業にとどまりたい理由（複数回答） n=649 (%)



- 成長に関する意向では、「時間をかけて安定的に成長」が7割を超えた。
- 規模に関する意向では、「中小企業にとどまりたい」が最も高い一方、「特に考えなし」が4割を超えた。「特になし」と回答した企業から、大企業になることが前提ではない、規模の大きさではなく地域貢献を目指したいなどの声が聞かれた。「中小企業にとどまりたい」の理由では、「環境変化への対応」が3割近く、「経営理念に適している」が2割超え、「経営スピードが速い」が2割近くとなった。
- ▶不確実性が高いからこそ、規模拡大ではなく、環境変化への対応、スピード感、自社らしさを発揮できる規模を志向している。

企業規模に関する意向

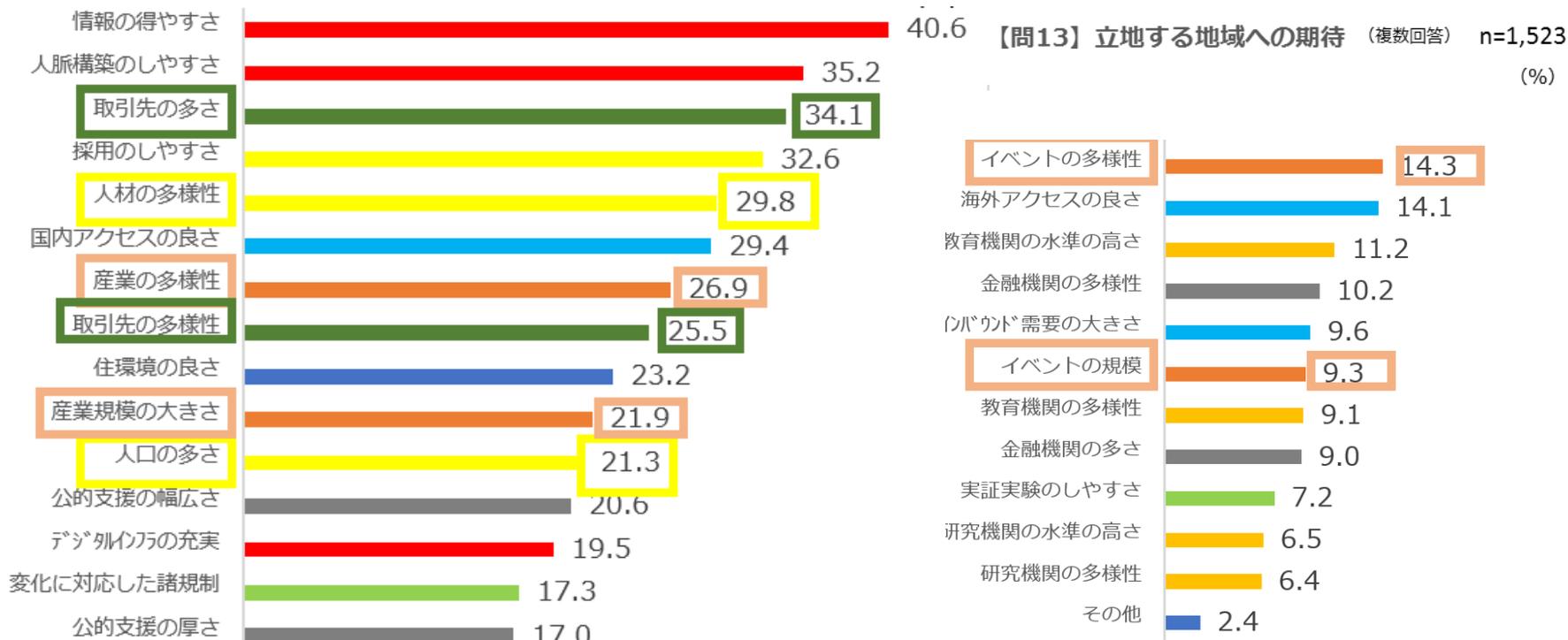
- 大企業になることが前提ではない。「中小企業にとどまりたい」という選択肢には少々疑問を感じる。（製造業）
- 規模の大きさを目指すのではなく、地域に貢献することで衰退産業の中小企業の模範になるような成長をしていきたい。ブランド力向上、産学連携を通じた新商品開発や健康への効果など、スピード感を持って取り組んでいきたい（卸売業）
- 消毒薬などの衛生用品を製造・販売する当社では、いざというときに供給体制を整えておく必要がある。上場すると、株主の意向をはじめとする制約が生じ、当社が思い描く社会貢献が出来ない可能性がある。独自展開するために、中小企業の良いところを伸ばしたい。（製造業）
- 当初、規模の拡大を目指したが、現在は持ちうる当社の長所にさらに磨きをかけ、他の追随を許さぬ、個性豊かな、質の高い会社を目指している。（サービス業・飲食・宿泊業）
- 事業規模の拡大やシェア拡大ばかりが成長とは考えていない。品質向上、顧客満足度向上、従業員満足度向上が目指すべき企業の成長。そのために日々考え努力している。結果、売上増加につながれば言うことはない。（製造業）
- 今は適切な規模より小さいため、その規模に向けて成長、拡大をめざす。（サービス業・情報通信業）
- 規模にこだわらず、利益を確保して景気変動に対応できる企業にしたい。（建設業）

- 少子高齢化が進む中、顧客・働き手から選ばれる企業となる必要がある。売上などの規模拡大ではなく、企業価値を高めることが重要だ。企業価値は規模ではなく、社員が働きがいを感じ、共感してくれるお客様を獲得し増やすこと。ここを目指して取り組みたい。（卸売業、製造業）
- 零細企業ながら社会からの希求に応えながらの成長したい。（製造業）
- 業種的、後継者など考えると大きく発展することは難しいが、小さくても必要とされる会社、強い会社でありたい。（卸売業）
- 百貨店ではなく専門店。小さいながらもその道のプロ集団を目指す。（サービス業・情報通信業）

ニッチ、オンリーワン

- オンリーワンと付加価値の向上、当社を軸にしたお客様の輪の拡大と質の向上。（小売業）
- 当社の主力は自動車産業の中でもアフターマーケット分野。海外需要もあるが、国内の隙間市場を狙っている。自動車は日本の基幹産業のため、ニッチとは言え中小企業でも計算できる大きな売上・利益がある。自動車だけではなく他業界でも隙間はまだまだ転がっているから狙っていきたい。（製造業）

15. 2030年代を見据えた、立地する地域への期待



・立地する地域への期待では、「情報の得やすさ」が4割を超え、「人脈構築のしやすさ」、「取引先の多さ」、「採用のしやすさ」が3割を超えている。

・カテゴリ内で規模と多様性を比較すると、人材面では「人材の多様性」が「人口の多さ」を8.5ポイント、産業面とイベント面では「多様性」と「規模」で5.0ポイント上回っている。

▶東京の企業は都市に「情報が集まり行き交う」ことを期待。国内外からのアクセスが良く、産業やイベントが多様だからこそ、多くの様々な人材が集まり、人脈構築のしやすさに繋がり情報が集積していく。

16. 企業の声（立地する地域への期待）

多様性

- 東京は人も多く、地域ごとに課題は異なる。それぞれの地域と特徴にあった施策を期待したい。（製造業）
- ヒトや企業など多種多様な面が東京の魅力。（製造業）
- オンライン商談も前提とし、販売先、仕入先のいずれとも交流しやすい都市になってほしい。（卸売業）

情報の得やすさ

- 経済規模の大きさから、新規事業等を行うための情報および人材が揃っており、ベンチャー企業が発展しやすい。（卸売業）
- 日本の中心地であり、特に情報量が多量、多様にあり、発信がスピーディーであること。（製造業）

交通の利便性、災害対策

- 住宅地と通勤経路を兼ね合わせたエリアで、独自性や存在感を出しながら親しめる地域。（サービス業・情報通信業）
- 出張が多い仕事のため、引き続き国内外へのアクセスのしやすさを維持・向上してほしい。（サービス業・情報通信業）
- 地震や水害、ハザードマップ等の災害に問題ない地域。交通インフラが整っている地域。住環境、ビジネス環境が良い地域にしていくことを期待。本社がある千代田区が現在ベスト。30年代に向けて更なる発展を期待。（製造業）

人が集まる地域

- インバウンド需要や企業数・情報量の規模による経済拡大を期待。テレワークやITの強化による地方圏の人口増・活性化も期待。（建設業）
- 企業間のコラボレーションの機会の多さ、しやすさ、スピードが魅力。（サービス業・その他サービス業）
- 観光と産業、住民が一体となり、外観光客にとっては面白く、地域住民にとっては活気のある地域であり続けたい。（サービス業・不動産業）

イノベーション、ダイナミズム

- 企業を取り巻く環境が過去に例がないスピードで変わっていく中で、これに対応できるシステムの構築が出来る地域でなければ企業立地は難しい。（卸売業）
- 街の歴史、風土、地域住民とともに進化したい。新たなイノベーションや多様性・インクルードの創造に挑戦していきたい。（サービス業・その他サービス業）
- 新しいサービスが生まれるダイナミズムと、持っている文化を大切にしつつ、育む環境。（製造業）

地域性、地域の活性化

- 地域の特性を活かし、地域ならではの産業構造を創造すべき。（サービス業・その他サービス業）
- 地域活性化は弊社のような地元密着型の企業には重要であると考えます。（サービス業・不動産業）

東商に期待する行動

(複数回答・上位11項目) n=1,523



東京都に期待する行動

(複数回答・上位11項目)



- ・東商に期待する行動では、「変化への対応」が5割を超え、「接点強化」、「スピード感」、「新しい価値の創出」が4割を超えた。
- ・東京都に期待する行動では、「変化への柔軟な対応」、「スピード感」が6割を超え、「状況把握」が4割超、「わかりやすい説明」、「課題の明確化」、「新しい価値の創出」、「接点強化」が3割を超えた。

【東商】地域経済の牽引

- 商工業者の意見集約機関として、機動的に動いていただきたい。（卸売業）
- 新たな時代に向け存在意義を見出すべく積極的に挑戦してほしい。また、変化に柔軟にかつPDCAを実行し意義ある組織として地域企業・住民に貢献してほしい。（建設業）
- 日本の最先端をいく経済団体として存在感を示してほしい。（卸売業）
- 渋沢精神を引き継ぎ先頭に立って東京の商工業を引っ張ってほしい。（サービス業・その他のサービス業）

【東商】スピード

- 中小企業の目先の課題解決に加え、その先に発生するであろう課題や問題を先回りして支援してほしい。（卸売業）
- いち早くワクチン職域接種の機会を提供いただいたことに感謝したい。（建設業）

【東商】接点強化

- これまで以上に中小企業の問題点の把握に努めてほしい。（卸売業）
- フラットに地域団体と接点を持つ仕組み作りを考えてほしい。渋沢栄一 の精神を体現するため、理念だけでなく行動を期待。（サービス業・その他のサービス業）

【東京都】産業振興

- 民間の自由な経済活動を阻害することなく、なるべく小さい政府・自治体を目指していただきたい。（サービス業・不動産業）
- 基本的に民間は自力で成長するもの。東京都には、側面的な支援を効率的に行ってほしい。（サービス業・運輸業）
- 既得権益構造を見直し、新しい発想やチャレンジが生まれるよう、挑戦する企業を手厚く支援してほしい。各種補助金制度について、挑戦者の自由度を重んじ、伴走するよう取り組んでほしい。（サービス業・その他のサービス業）

【東京都】接点強化

- 地域の変化に気付いてほしい。例えば用途地域の件など、時代の流れの中で数十年前に決めた事柄が未だ原則ルールになっている。（サービス業・情報通信業）
- 机上の空論ではなく現状を的確に把握し、必要な対策を企業に速やかに提供してほしい。（サービス業・運輸業）

【東京都】スピード

- 世界の主要国、成長企業はこれまでにないスピード感をもって変化し成長を目指している。東京の利点を活かしつつ、スピード感をもって世界に対してプラットフォームを提供することを期待する。（製造業）
- 従来の枠にとらわれない柔軟なスピード感のある対応でないと企業のスピードと合わない。（サービス業・その他のサービス業）

挑みつづける、変わらぬ意志で。

