

2024年度 中野区区内事業所 アンケート報告書

2025年9月1日公表

中野区区内事業所アンケート調査の実施概要

■調査目的

中野区・東京商工会議所中野支部・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、中野区内の事業所の活動状況や経営環境、直面している経営課題等を継続的に把握、実態に即した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ことを目的とする。

■調査項目

- ①事業概要について
- ②売上・収益状況について
- ③人材の状況について
- ④直面する経営課題や取組等について
- ⑤政策や事業環境の整備について など

■調査期間

2024年12月20日～2025年2月11日

■回答件数

517件

中野区区内事業所アンケート調査実施・作成方針

1. 調査実施方針

- ①中野区の商工事業所の経営改善に資する情報の提供
- ②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
- ③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

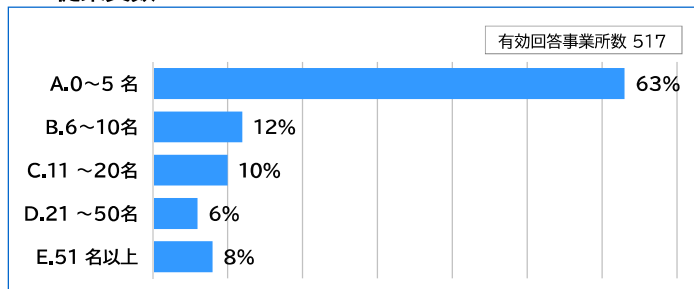
- ①業種のクロス集計にて分析
- ②母集団(N値)からみた、顕著な傾向を分析
⇒テーマ毎に課題抽出
- ③複数選択回答の母数は、有効回答事業所数とする

<回答業種>

業 種	事業所数	割合
A. 製造業	36	7%
B. 卸売業	44	9%
C. 小売業	93	18%
D. 建設業	57	11%
E. 貨物運輸業	8	2%
F. 旅客運送業	7	1%
G. 情報通信業(システム開発・通信・コンテンツ等)	31	6%
H. 不動産賃貸・売買業	39	8%
I. 飲食業	74	14%
J. 理美容業	17	3%
K. サービス業(ジム運営・撮影所・広告代理店等)	40	8%
L. サービス業(コンサルティング・士業等)	37	7%
M. 医療・福祉業	30	6%
N. その他	4	1%
全 体	517	100%

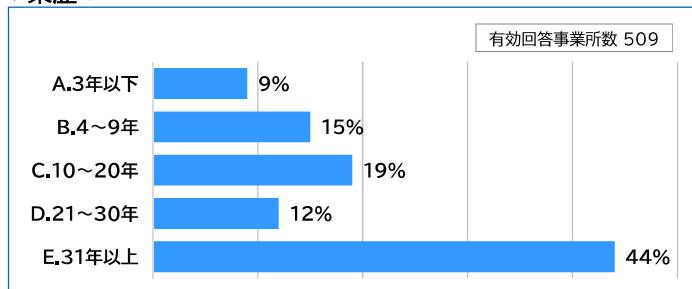
※その他の事例
組合、連合会、金融機関等

< 従業員数 >



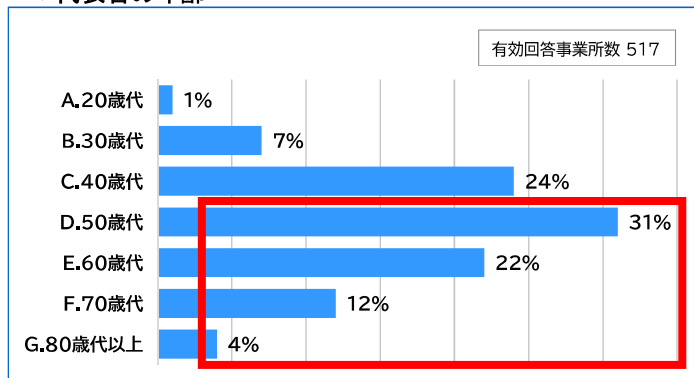
○「5名以下」との回答が最も多く全体の63%であり、小規模事業者の回答が半数以上を占める

< 業歴 >



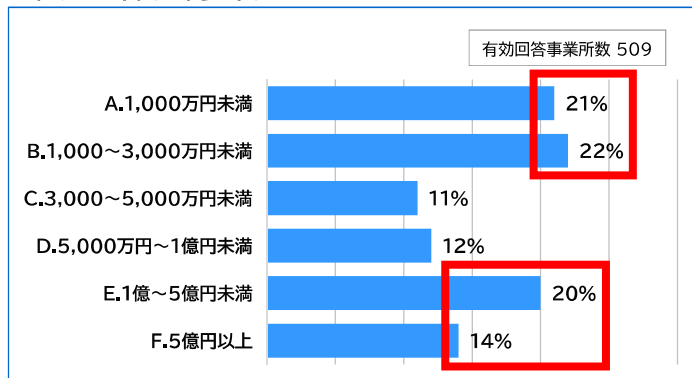
○「業歴31年以上」との回答が最も多く全体の44%、「3年以下」との回答が9%と最も少なかった

< 代表者の年齢 >



○「50歳代」との回答が最も多く31%、50歳代以上が全体の69%を占めている

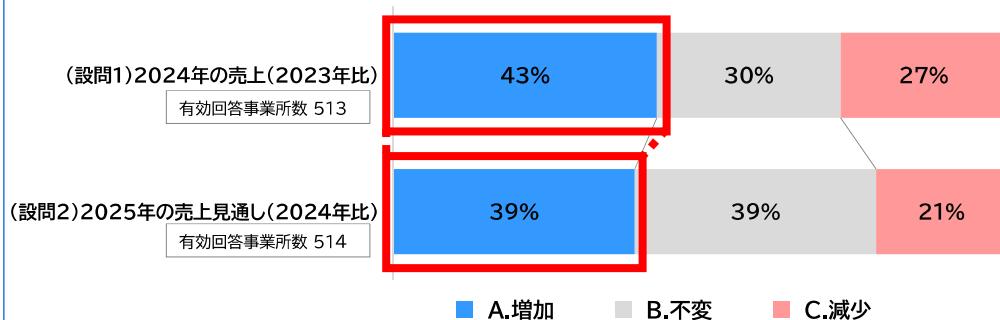
< 直近一年間の売上高 >



○「3,000万円未満」が全体の43%を占め、1億円以上が全体の34%を占めている

②③事業に関する売上、利益について

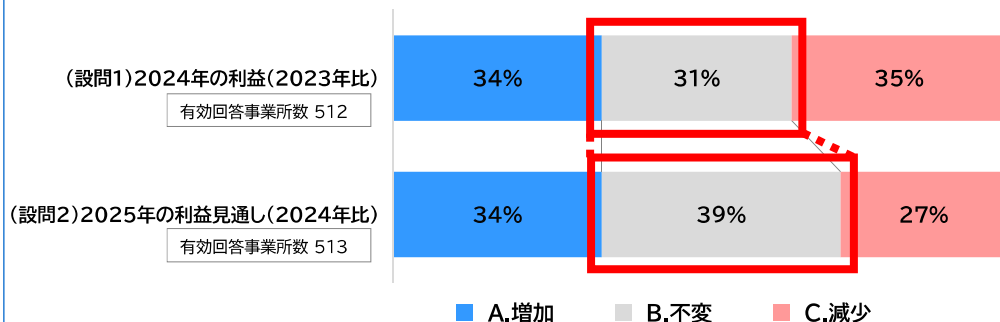
売上について



○ 2024年の売上について2023年と比較すると、減少が27%、不変が30%である一方、増加は43%である

○ 2025年の売上見通しについて、増加は39%と前年より4%減少しているため、売上の増加について慎重な姿勢がうかがえる

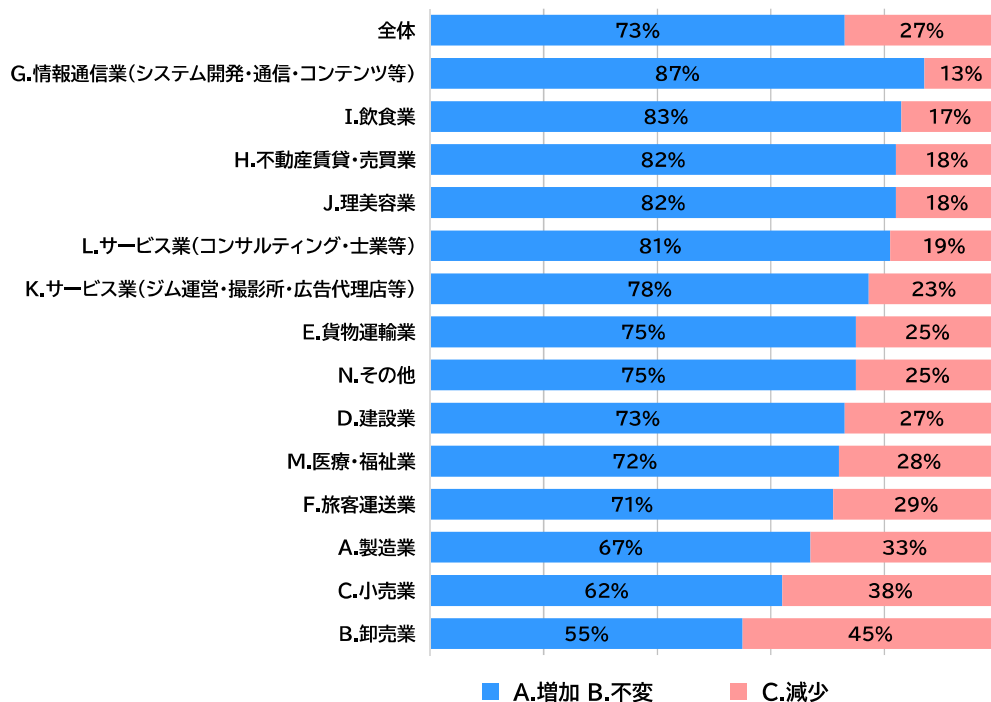
利益について



○ 2024年の利益について2023年と比較すると、増加は減少より1%下回った34%であり、不変も31%である

○ 2025年の利益見通しについて2024年と比較すると、減少が8%減少するものの、不変が8%増加し、増加は変動していないため、利益の増加について慎重な姿勢がうかがえる

(設問1)2024年の売上(2023年比)



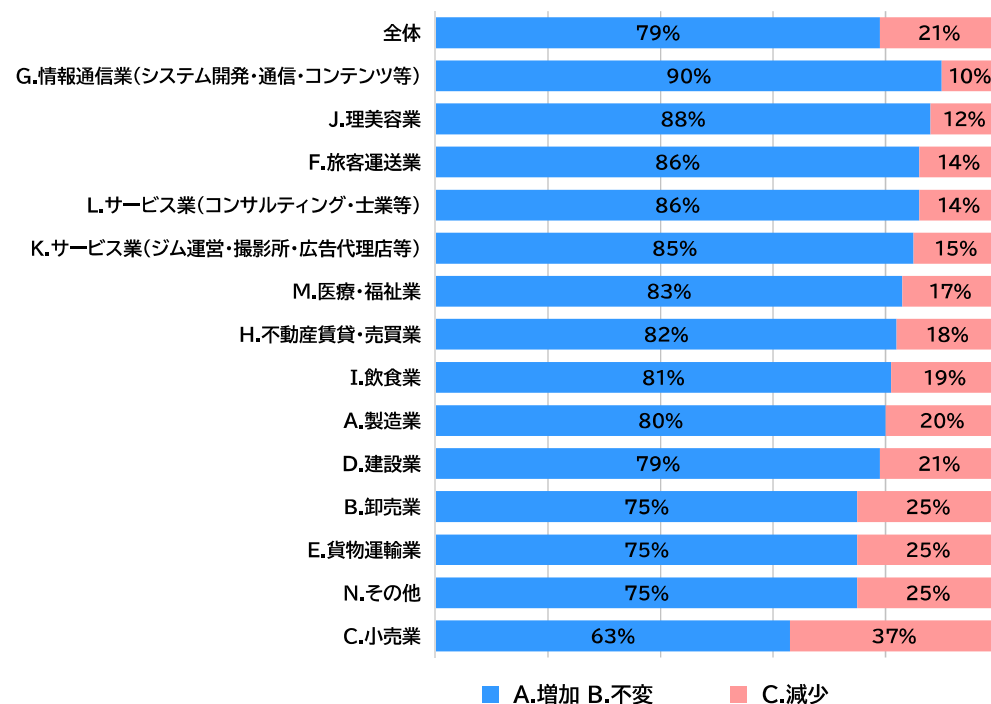
○ 2024年の売上を2023年と比較し、増加または不変と回答した割合は全体の73%である

○ 売上は増加または不変との回答が全体平均を上回ったのは
・情報通信業87%
・飲食業83%
・不動産賃貸・売買業82%
・理美容業82%
・サービス業(コンサルティング等)81%
・サービス業(ジム運営・撮影所等)78%
・貨物運輸業75%

○ 一方、売上は減少との回答が全体平均を上回ったのは
・卸売業45%
・小売業38%
・製造業33%
・旅客運送業29%
・医療・福祉業28%

○ 2024年の売上が2023年と比較して回復感が見られる業種がある一方で、減少の割合が30%を超える業種もあり、業種間の格差が見られる

(設問2)2025年の売上見通し(2024年比)



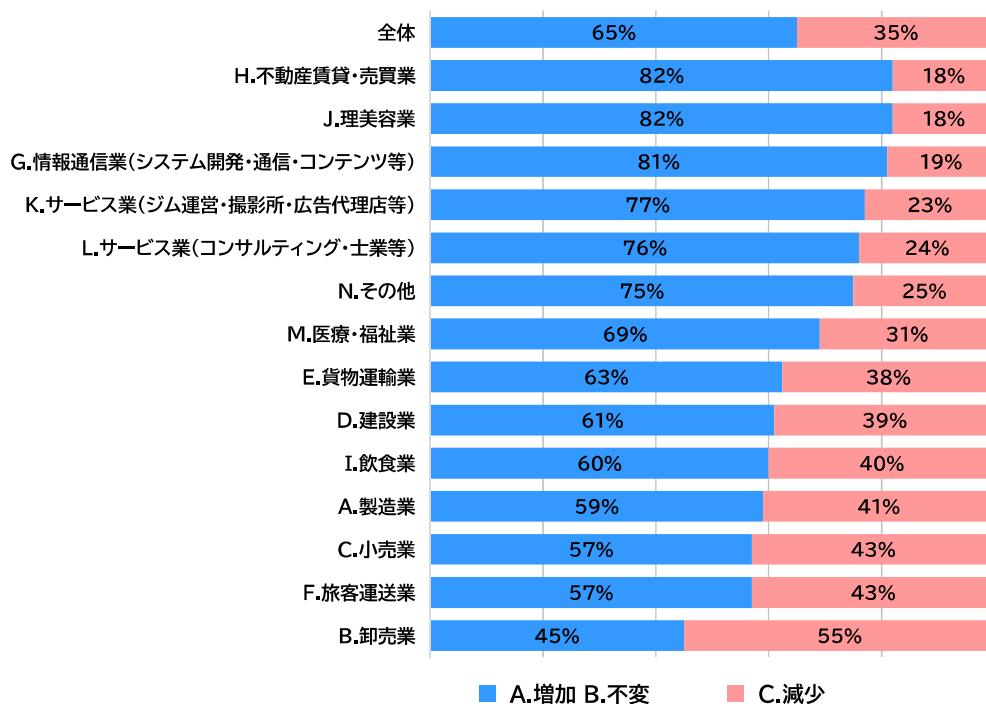
○ 2025年の売上見通しを2024年と比較し、増加または不変と回答した割合は全体の79%である

○ 売上見通しが増加または不変との回答が全体平均を上回ったのは
・情報通信業90%
・理美容業88%
・旅客運送業86%
・サービス業(コンサルティング等)86%
・サービス業(ジム運営・撮影所等)85%
・医療・福祉業83%
・不動産賃貸・売買業82%
・飲食業81%
・製造業80%

○ 一方、売上見通しが減少との回答が全体平均を上回ったのは
・小売業37%
・卸売業25%
・貨物運輸業25%

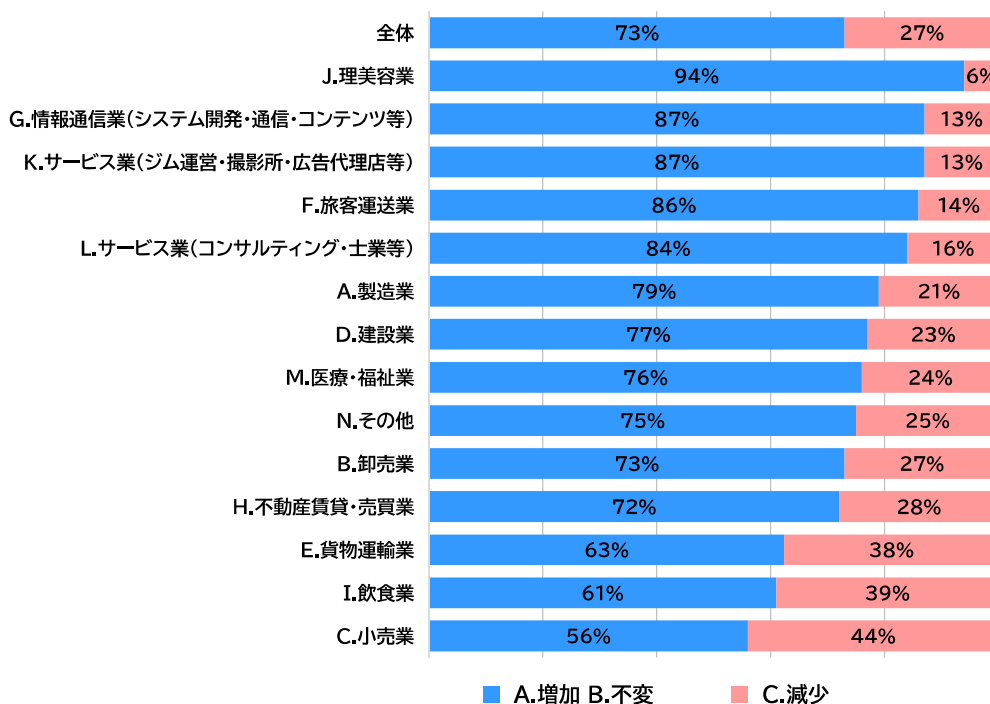
○ 2025年の売上見通しが2024年と比較して回復感が見られる業種がある一方で、減少の割合が30%超の業種もあり、業種間の格差が見られる

(設問1)2024年の利益(2023年比)



- 2024年の利益を2023年と比較し、増加または不変と回答した割合は全体の65%である
- 利益が増加または不変との回答が全体平均を上回ったのは
 - ・不動産賃貸・売買業82%
 - ・理美容業82%
 - ・情報通信業81%
 - ・サービス業(ジム運営・撮影所等)77%
 - ・サービス業(コンサルティング等)76%
 - ・その他75%
 - ・医療・福祉業69%
- 一方、利益が減少との回答が全体平均を上回ったのは
 - ・卸売業55%
 - ・旅客運送業43%
 - ・小売業43%
 - ・製造業41%
 - ・飲食業40%
 - ・建設業39%
 - ・貨物運輸業38%
- 2024年の収益が2023年と比較して回復感が見られる業種がある一方で、減少の割合が40%を超える業種もあり、業種間の格差が見られる

(設問2)2025年の利益見通し(2024年比)

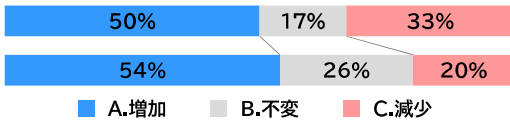


- 2025年の利益見通しを2024年と比較し、増加または不変と回答した割合は全体の73%である
- 利益見通しが増加または不変との回答が全体平均を上回ったのは
 - ・理美容業94%
 - ・情報通信業87%
 - ・サービス業(ジム運営・撮影所等)87%
 - ・旅客運送業86%
 - ・サービス業(コンサルティング等)84%
 - ・製造業79%
 - ・建設業77%
 - ・医療・福祉業76%
 - ・その他75%
- 一方、利益見通しが減少との回答が全体平均を上回ったのは
 - ・小売業44%
 - ・飲食業39%
 - ・貨物運輸業38%
 - ・不動産賃貸・売買業28%
- 2025年の利益見通しは2024年と比較して回復感が見られる業種がある一方で、減少の割合が40%超の業種もあり、業種間の格差が見られる

売上

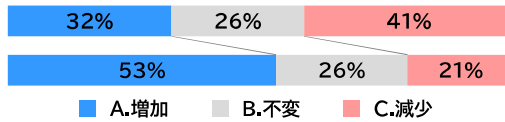
利益

A. 製造業



■ A.増加 ■ B.不変 ■ C.減少

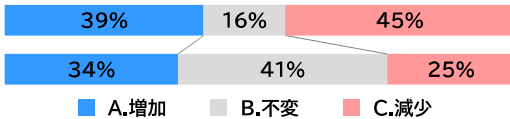
A. 製造業



■ A.増加 ■ B.不変 ■ C.減少

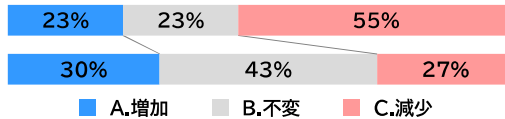
- 2025年の売上見通しは、減少▲13%、増加+4%であり、減少見通しが減っている
- 2025年の利益見通しは、増加+21%、減少▲20%であり、増加見通しが増えている

B. 卸売業



■ A.増加 ■ B.不変 ■ C.減少

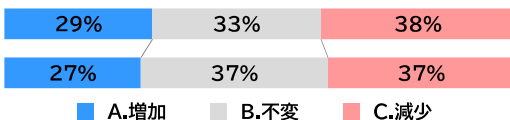
B. 卸売業



■ A.増加 ■ B.不変 ■ C.減少

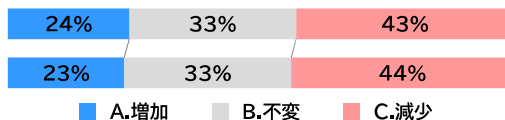
- 2025年の売上見通しは、不変+25%、減少▲20%であり、減少見通しが減っている
- 2025年の利益見通しは、減少▲28%、不変+20%であり、減少見通しが減っている

C. 小売業



■ A.増加 ■ B.不変 ■ C.減少

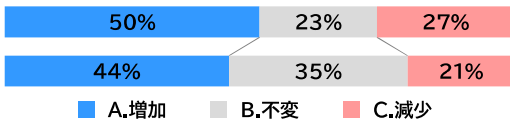
C. 小売業



■ A.増加 ■ B.不変 ■ C.減少

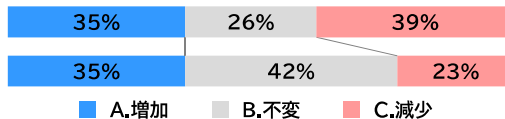
- 2025年の売上見通しは、不変+4%、増加▲2%と、横ばい傾向にある
- 2025年の利益見通しは、減少+1%、増加▲1%と、横ばい傾向にある

D. 建設業



■ A.増加 ■ B.不変 ■ C.減少

D. 建設業



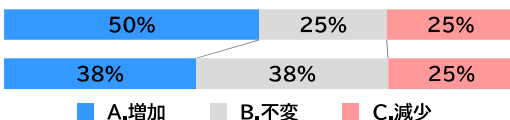
■ A.増加 ■ B.不変 ■ C.減少

- 2025年の売上見通しは、不変+12%、増加・減少▲6%
- 2025年の利益見通しは、不変+16%、減少▲16%であり、減少見通しが減っている

売上

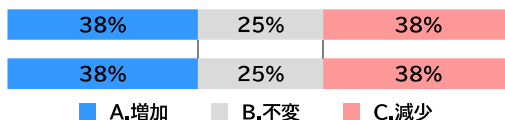
利益

E. 貨物運輸業



■ A.増加 ■ B.不変 ■ C.減少

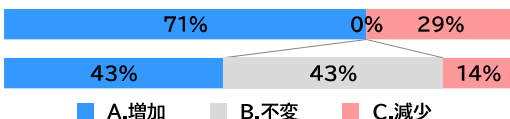
E. 貨物運輸業



■ A.増加 ■ B.不変 ■ C.減少

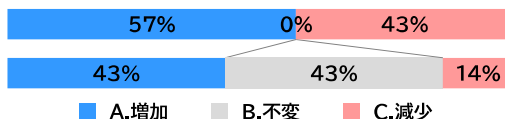
- 2025年の売上見通しは、増加▲12%、不変+13%であり、増加見通しが減っている
- 2025年の利益見通しは、増加・不変・減少いずれも変動していないため、横ばい傾向にある

F. 旅客運送業



■ A.増加 ■ B.不変 ■ C.減少

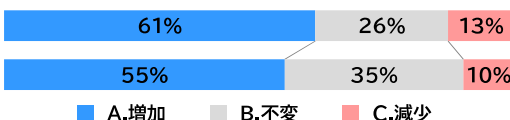
F. 旅客運送業



■ A.増加 ■ B.不変 ■ C.減少

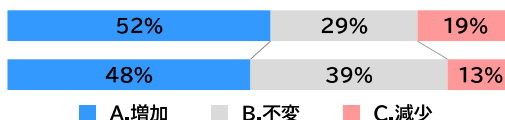
- 2025年の売上見通しは、不変+43%、減少▲29%であり、減少見通しが減っている
- 2025年の利益見通しは、不変+43%、減少▲29%であり、減少見通しが減っている

G. 情報通信業(システム開発・通信・コンテンツ等)



■ A.増加 ■ B.不変 ■ C.減少

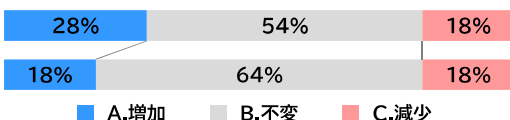
G. 情報通信業(システム開発・通信・コンテンツ等)



■ A.増加 ■ B.不変 ■ C.減少

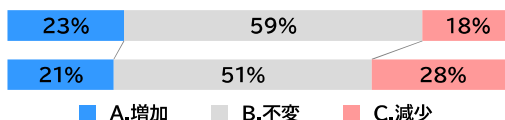
- 2025年の売上見通しは、不変+9%、増加▲6%となっており、横ばい傾向にある
- 2025年の利益見通しは、不変+10%、減少▲6%と、横ばい傾向にある

H. 不動産賃貸・売買業



■ A.増加 ■ B.不変 ■ C.減少

H. 不動産賃貸・売買業



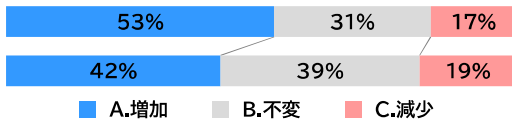
■ A.増加 ■ B.不変 ■ C.減少

- 2025年の売上見通しは、不変+10%、増加▲10%と、横ばい傾向にある
- 2025年の利益見通しは、減少+10%、不変▲8%となっており、減少見通しが増えている

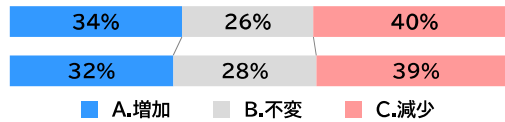
売上

利益

I. 飲食業

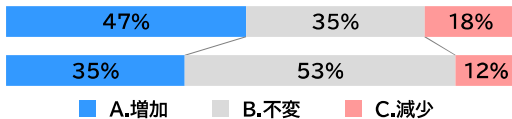


I. 飲食業

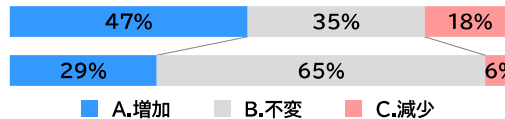


- 2025年の売上見通しは、増加▲11%、不変+8%となっており、増加見通しが減っている
- 2025年の利益見通しは、不変+2%、増加▲2%となっており、横ばい傾向にある

J. 理美容業

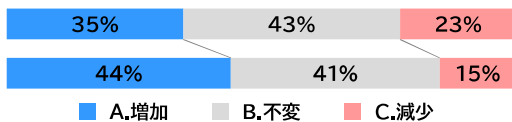


J. 理美容業

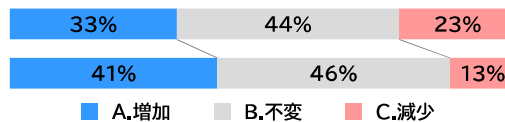


- 2025年の売上見通しは、不変+18%、増加▲12%と、増加見通しが減っている
- 2025年の利益見通しは、不変+30%、増加▲18%となっている

K. サービス業(ジム運営・撮影所・広告代理店等)

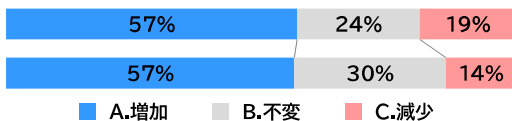


K. サービス業(ジム運営・撮影所・広告代理店等)

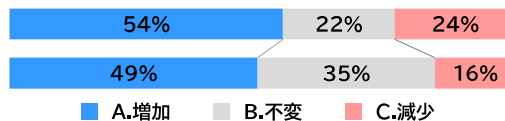


- 2025年の売上見通しは、増加+9%、減少▲8%の順であり、増加見通しが増えている
- 2025年の利益見通しは、減少▲10%、増加+8%の順で変動しており、減少見通しが減っている

L. サービス業(コンサルティング・士業等)



L. サービス業(コンサルティング・士業等)

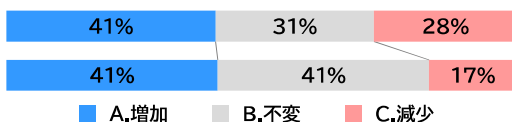


- 2025年の売上見通しは、不変+6%、減少▲5%と、横ばい傾向にある
- 2025年の利益見通しは、不変+13%、減少▲8%となっている

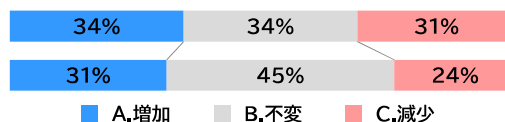
売上

利益

M. 医療・福祉業

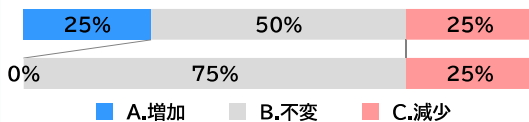


M. 医療・福祉業

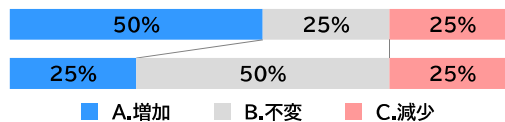


- 2025年の売上見通しは、減少▲11%、不変+10%と、減少見通しが減っている
- 2025年の利益見通しは、不変+11%、減少▲7%と、減少見通しが減っている

N. その他



N. その他



- 2025年の売上見通しは、不変+25%、増加▲25%の順で変動しており、横ばい傾向にある
- 2025年の利益見通しは、不変+25%、増加▲25%と、横ばい傾向にある

【売上増加】

<内部環境起因>

- 値上げ、価格転嫁、適正価格販売の実施(製造業、小売業、飲食業、理美容業)
- 大型案件獲得(製造業、建設業、情報通信業、不動産賃貸・売買業)
- 新商品(サービス)好調、商品差別化・付加価値付与成功(製造業、小売業、サービス業(ジム運営・撮影所等)、サービス業(コンサルティング業等))
- 増店、増員、事業拡大(卸売業、建設業、情報通信業、飲食業、理美容業)
- 新規顧客開拓・販路拡大(卸売業、小売業、情報通信業、不動産賃貸・売買業、飲食業、サービス業(ジム運営・撮影所等)、サービス業(コンサルティング業等))
- アプリ導入による顧客増加(旅客運送業)
- 定期購入・ストック売上の増加(小売業、情報通信業)
- 業務改善・経営改善(飲食業、理美容業)
- リピート客の増加(理美容業、サービス業(コンサルティング業等))
- 口コミ、オンラインマーケティングによる認知度の向上(サービス業(コンサルティング業等)、医療・福祉業)

<外部環境起因>

- 取引先好調、引き合い増加(製造業、建設業、情報通信業、サービス業(コンサルティング業等))
- コロナ禍からの回復(卸売業、小売業、情報通信業、飲食業、サービス業(ジム運営・撮影所等))
- 円安下における海外輸出案件の増加(卸売業)
- 業界注目度の高まり(小売業)
- インバウンド需要の高まり(小売業)
- テレワーク廃止・抑制に伴う来客数の増加(飲食業)
- 健康志向の高まり(サービス業(ジム運営・撮影所等))
- 競合の減少(サービス業(コンサルティング業等))

【利益増加】※売上増加と同じ理由は除く

<内部環境起因>

- 値上げ、価格転嫁、適正価格販売の実施(製造業、小売業、飲食業、理美容業)
- 割引率見直し(理美容業)

【売上不変】

- 景況感によらず消費者需要が一定で安定した経営基盤を確立している(小売業、不動産賃貸・売買業)
- 安定した取引先がいる(建設業)
- 事業環境に変化がない(小売業、飲食業)
- 固定客がいる(理美容業)
- 定員の上限に達している(不動産賃貸・売買業、医療・福祉業)
- 人員増加ができず追加の案件を請けることができない(建設業、情報通信業)
- 失注した仕事もあるが新規受注できた仕事もあった(サービス業(コンサルティング業等))

【利益不変】※売上不変と同じ理由は除く

- 資材関係の仕入値が増加したものの、公示価格の値上げで調整できており大きな変化が見られなかった(建設業)
- 賃料の値上げをしたが、修繕費や人件費なども値上がりしており、利益は変わらない(不動産賃貸・売買業)
- 割引率見直し(理美容業)

【売上減少】

<内部環境起因>

- ☐ 顧客開拓ができていない(情報通信業)
- ☐ 入院に伴う休業(飲食業)
- ☐ 人手不足(卸売業、旅客運送業)
- ☐ 回答者高齢化による業務縮小(理美容業、サービス業(コンサルティング業))

<外部環境起因>

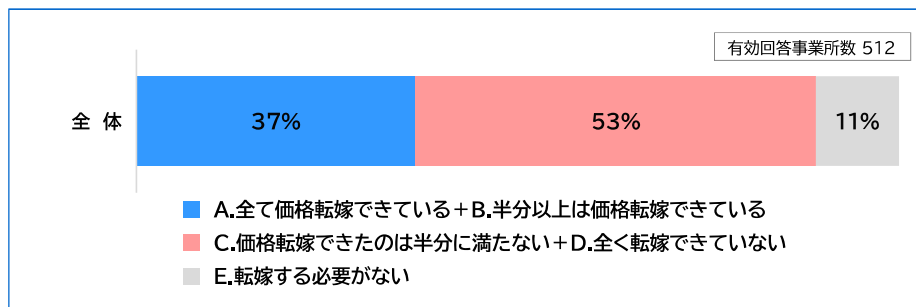
- ☐ 取引先、顧客の減少(製造業、小売業)
- ☐ インバウンド客の減少、品選びのシビア化(小売業)
- ☐ 取引数の減少(製造業、卸売業、サービス業(ジム運営・撮影所等))
- ☐ 公共工事の減少(製造業)
- ☐ 取引先プロジェクトの凍結(卸売業)経費高騰による取引先スケジュールの遅延(建設業)
- ☐ 顧客高齢化(飲食業)
- ☐ 単価・報酬の低下(サービス業(コンサルティング業)、医療・福祉業)
- ☐ 消費低迷、価格ダウンによる商流の変化(卸売業)
- ☐ ウクライナ情勢による輸入商品の激減(卸売業)
- ☐ ペーパーレス化による古紙回収量の減少(卸売業)
- ☐ 景気が悪い、商品高騰による買い控えの発生(小売業)
- ☐ 物価高のため十分な仕入れができない(小売業)
- ☐ TVショッピング、インターネット販売の普及による価格競争の激化(小売業)
- ☐ コロナ後の生活スタイルの変化に伴う顧客の変化(小売業、飲食業、医療・福祉業)

【利益減少】※売上増加と同じ理由は除く

- ☐ 原材料、仕入れ値、人件費、固定費高騰、価格転嫁ができていない(製造業、卸売業、小売業、建設業、飲食業)
- ☐ 不良部品の廃棄(製造業)
- ☐ コロナ特別融資の支払が始まってその支払いがきつい(卸売業)
- ☐ 円安による仕入れ価格の高騰(卸売業)
- ☐ 輸送コストの増加(卸売業)
- ☐ 外注費の増加(建設業)
- ☐ 求人コストの増加(飲食業)

④価格転嫁の状況について、お伺いします。

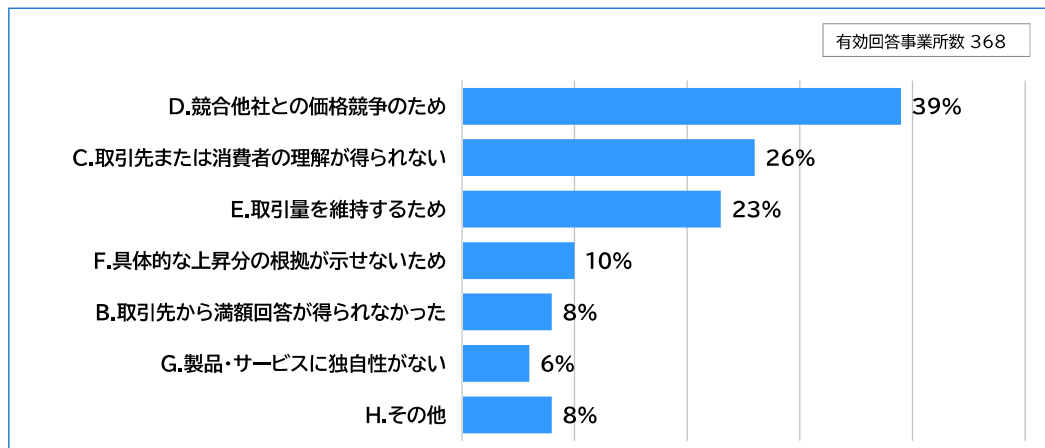
(設問1) エネルギーや仕入価格など、コスト上昇分の価格転嫁についてご回答ください。



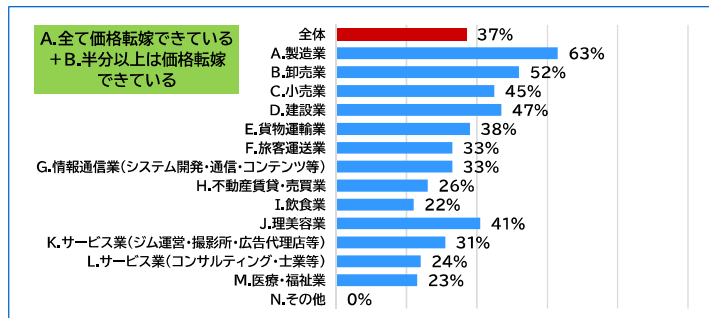
○ 価格転嫁について、全て転嫁できている + 半分以上は転嫁できているが37%、価格転嫁できたのは半分に満たない + 全く転嫁できないが53%、転嫁の必要はないが11%であり、半数を超える事業所が価格転嫁ができていない

◆価格転嫁できていない理由

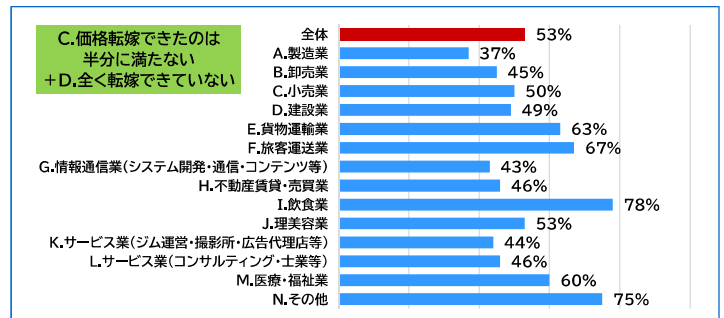
※「B. 半分以上は価格転嫁できている」「C. 価格転嫁できたのは半分に満たない」「D. 全く転嫁できていない」回答事業者)



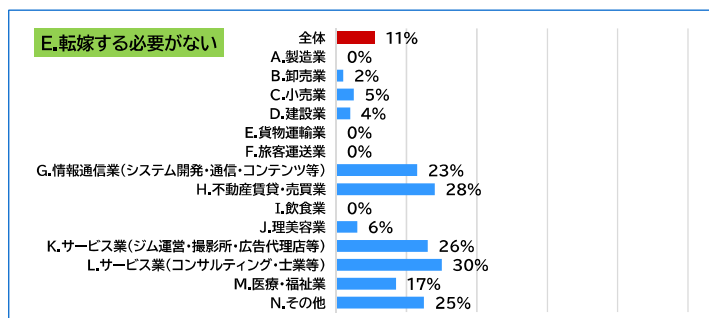
○ 価格転嫁をできない理由について、競合他社との価格競争のためが39%と最も高く、次いで取引先または消費者の理解が得られない26%、取引量を維持するため23%の順に高い



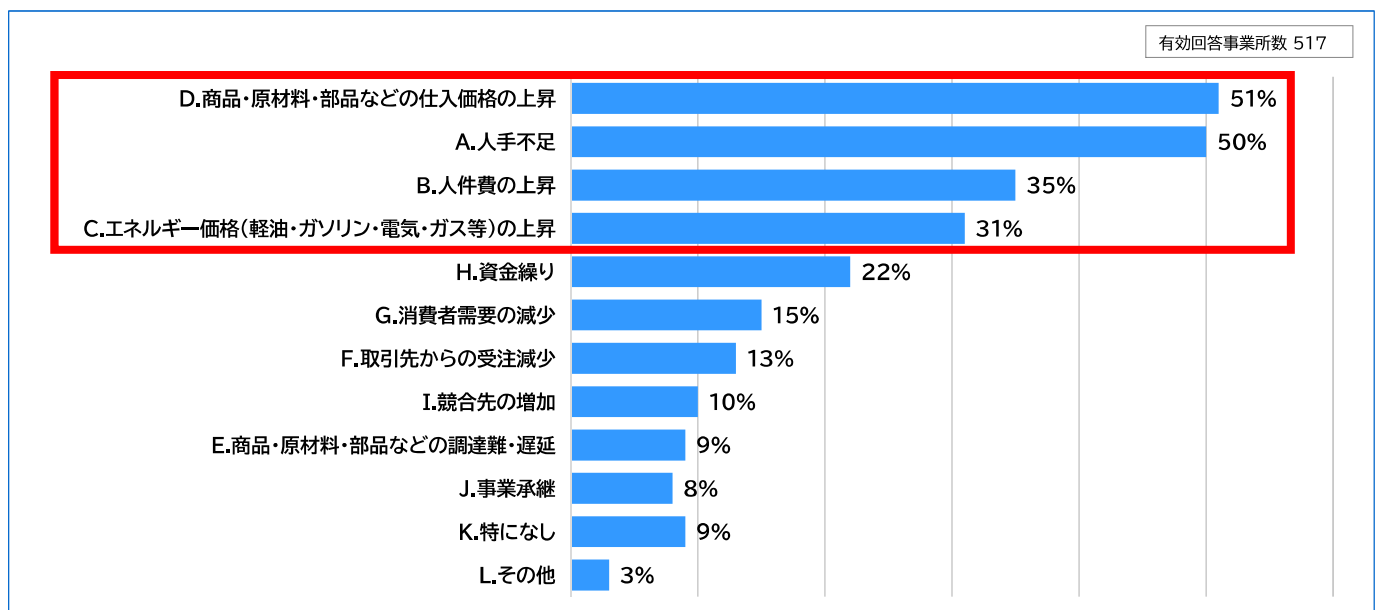
○ 価格転嫁ができているとの回答は、製造業が63%と最も高く、次いで卸売業52%、建設業47%の順に高い。業種の傾向から主な売り先が法人の場合(理美容業を除く)、価格転嫁ができている傾向にあることがうかがえる



○ 価格転嫁ができていないとの回答は、飲食業が78%と最も高く、次いで旅客運送業67%、貨物運輸業63%、医療・福祉業60%の順に高い。業種の傾向から主な売り先が個人の場合、価格転嫁ができていない傾向にあることがうかがえる



○ 転嫁する必要がないとの回答は、サービス業(コンサルティング業等)が30%と最も高く、次いで不動産賃貸・売買業28%、サービス業(ジム運営・撮影所等)26%の順に高い。

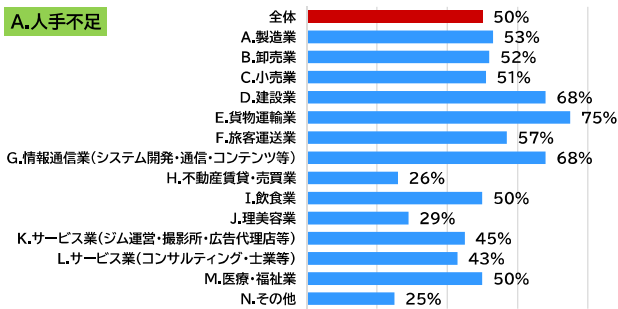


○ 商品・原材料・部品などの仕入価格の上昇51%、人手不足50%、人件費の上昇35%、エネルギー価格の上昇31%となっている

○ コスト面、人材面の課題が上位を占めており、物価高騰、賃上げ、働き方改革に伴う人手不足など、外部環境の変化への対応が大きな課題となっていることがうかがえる

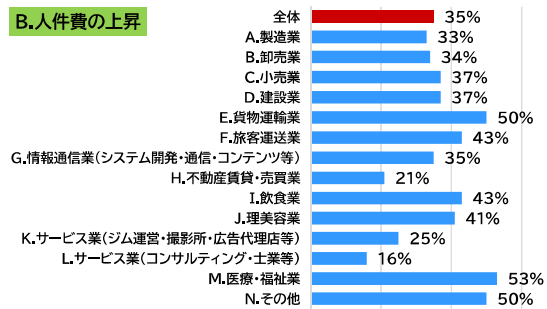
⑤直面している経営課題や取組等について、お伺いします
(設問1) 直面している経営課題・事業への影響等について、ご回答ください。(複数回答可)

A.人手不足

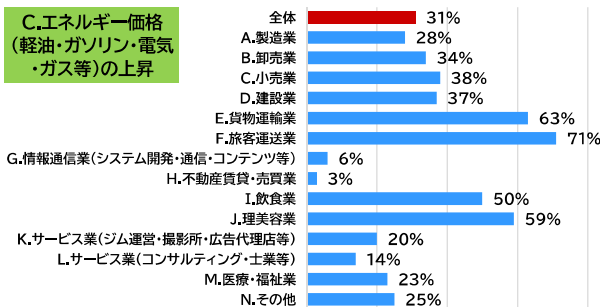


- 人手不足との回答は全体で50%、業種別では、貨物運輸業75%、建設業・情報通信業68%と高くなっている
- 上記の業種は前年度と比較して5ポイント以上増加しており、人手不足感が強い。

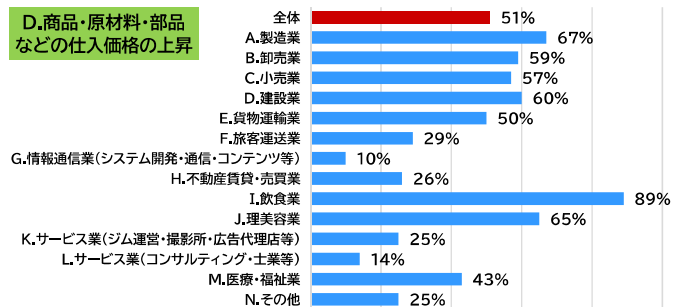
B.人件費の上昇



- 人件費の上昇との回答は全体で35%、業種別では、医療・福祉業53%、貨物運輸業50%と高くなっている
- 貨物運輸業、医療・福祉業、旅客運送業については、**働き方改革関連法の時間外労働の上限規制の対象業種である影響**がうかがえる

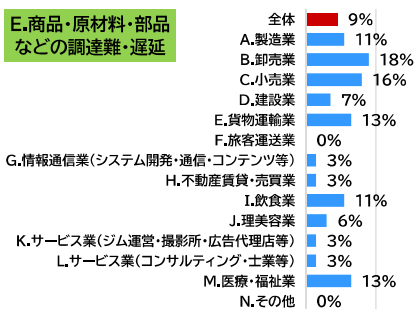
C.エネルギー価格
(軽油・ガソリン・電気・ガス等)の上昇

- エネルギー価格の上昇との回答は全体で31%、業種別では、旅客運送業71%、貨物運輸業63%と突出、理美容業、飲食業が50%以上となっている
- 貨物運輸業、旅客運送業は燃油代の高騰が直接的に影響しており、**飲食業、理美容業において光熱費が利益の悪化要因となっている**ことがうかがえる

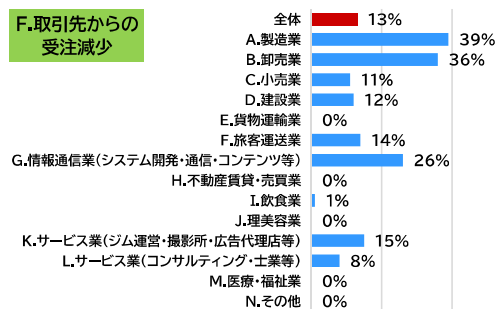
D.商品・原材料・部品
などの仕入価格の上昇

- 仕入価格の上昇との回答は全体で51%、業種別では、飲食業89%と突出している
- 経営課題の回答として最も多くの割合を占めており、**物価の高騰による影響が多くの業種に波及している**ことがうかがえる

⑤直面している経営課題や取組等について、お伺いします
(設問1) 直面している経営課題・事業への影響等について、ご回答ください。(複数回答可)

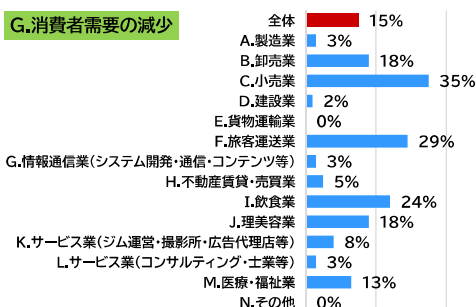
E.商品・原材料・部品
などの調達難・遅延

- 商品・原材料・部品などの調達難・遅延との回答は全体で9%、業種別に見ると大きく突出した業種は見られない
- **新型コロナの影響に端を発するサプライチェーンの混乱は一段落している**ことがうかがえる

F.取引先からの
受注減少

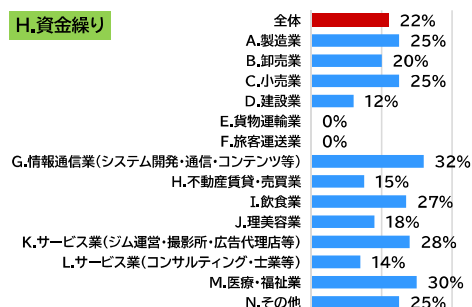
- 取引先からの受注減少との回答は全体で13%、業種別では製造業39%、卸売業36%が突出し、次いで情報通信業26%となっている
- 物価高を背景としたコスト上昇が続くなかで、**発注先の見直しや発注量の削減を通じたコスト削減の動きがある**ことがうかがえる

G.消費者需要の減少

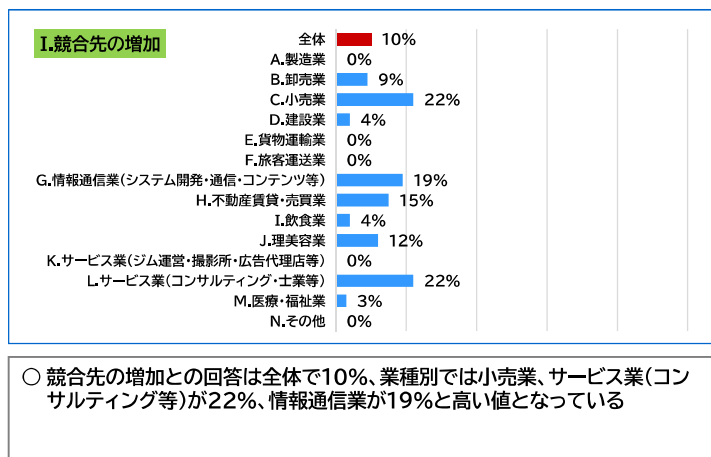


- 消費者需要の減少との回答は全体で15%、業種別では小売業35%、旅客運送業29%、飲食業24%となっている

H.資金繰り

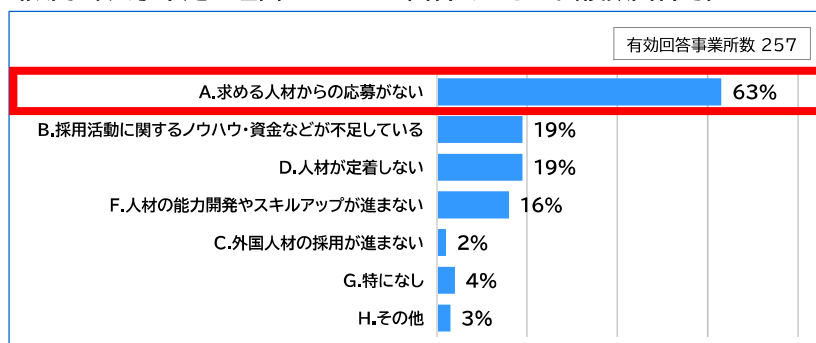


- 資金繰りとの回答は全体で22%、業種別でも20%前後となっており、業種による傾向は見られない

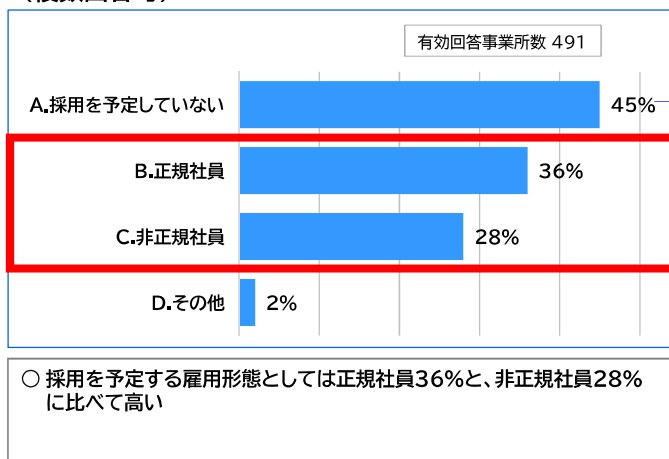


⑤直面している経営課題や取組等について、お伺いします。

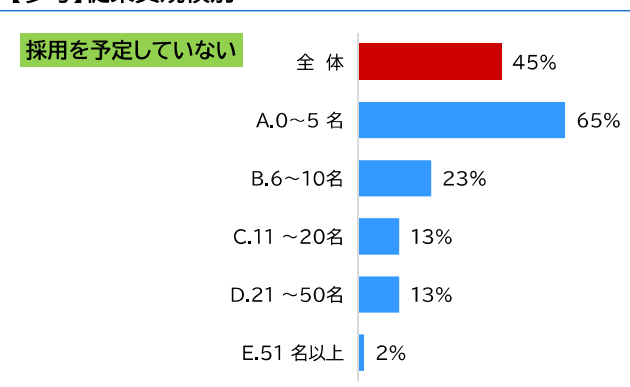
(設問2) 人手不足の理由についてご回答ください。(複数回答可)



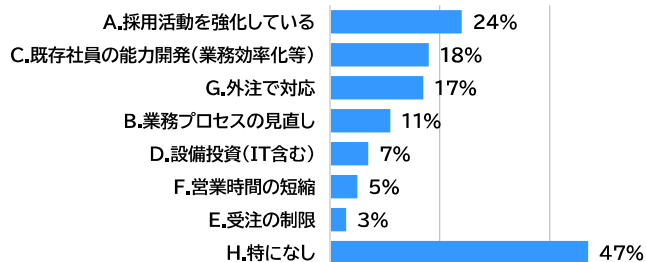
○ 人手不足については求める人材からの応募がないとの理由が最も多く63%、次いで採用活動に関するノウハウ・資金などが不足している19%、人材が定着しない19%となっている

○ 人材採用を行っている事業所では、**マッチングに課題がある**ことがうかがえる(設問3) どのような雇用形態での採用を考えていますか。
(複数回答可)

【参考】従業員規模別

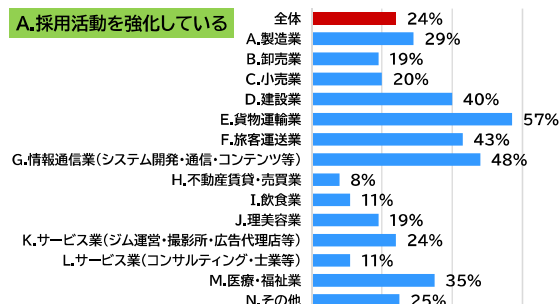


有効回答事業所数 489



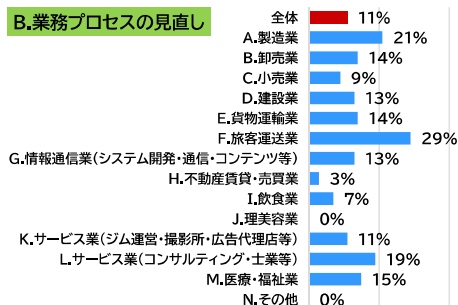
- 人手不足への対策は採用活動の強化が24%で最も多く、次いで既存社員の能力開発18%、外注に対応17%となっている
- 採用活動による人手不足解消のほか、既存社員の能力開発を通じた業務対応力強化に取り組んでいることがうかがえる

A.採用活動を強化している



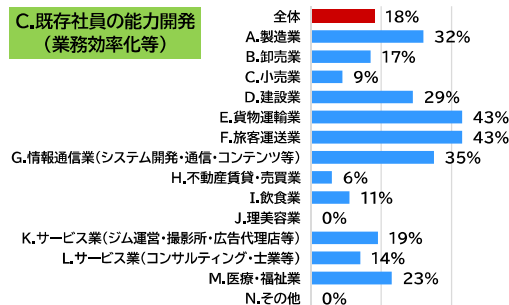
- 採用活動を強化しているとの回答は全体で24%、業種別では貨物運輸業57%、次いで情報通信業、旅客運送業、建設業が40%以上となっている
- 貨物運輸業では業務量が増加するなかで、人材不足が深刻化していることがうかがえる

B.業務プロセスの見直し



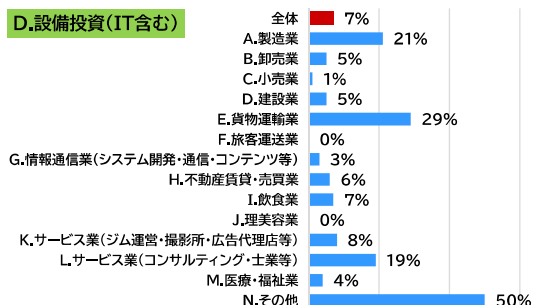
- 業務プロセスの見直しとの回答は全体で11%、業種別では旅客運送業が29%と最多となっている

C.既存社員の能力開発(業務効率化等)



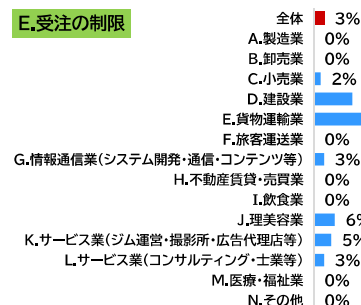
- 既存社員の能力開発との回答は全体で18%、業種別では貨物運輸業、旅客運送業43%次いで情報通信業、製造業30%超となっている
- 採用活動を強化している業種では、既存社員の能力開発も有効な対策として実施されていることがうかがえる

D.設備投資(IT含む)



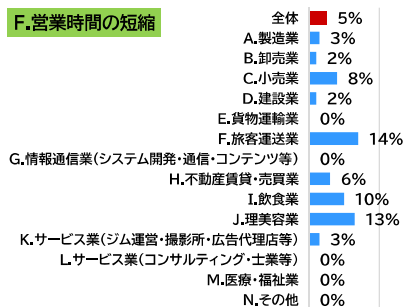
- 設備投資との回答は全体で7%、業種別では貨物運輸業29%、製造業21%となっている

E.受注の制限



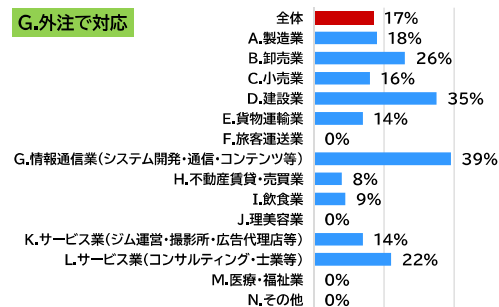
- 受注の制限との回答は全体で3%、業種別では貨物運輸業14%、建設業11%となっている
- 貨物運輸業、建設業では、需要はあるものの人材が確保できず、売上拡大の阻害要因となっていることがうかがえる

F.営業時間の短縮



- 営業時間の短縮との回答は全体で5%、業種別では旅客運送業14%、理美容業13%、飲食業10%となっている
- BtoCの業種では、収益性が低下する時間帯の営業を取りやめることで人手不足対応を図っていることがうかがえる

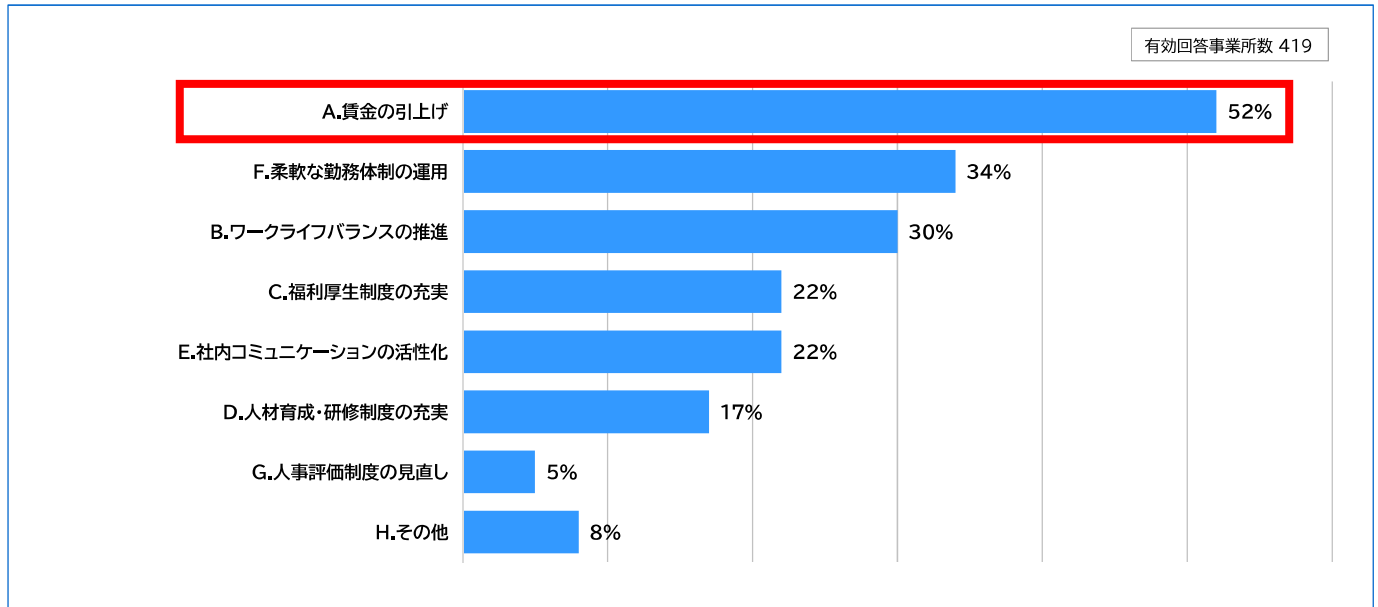
G.外注に対応



- 外注に対応との回答は全体で17%、業種別では情報通信業39%、建設業35%となっている
- 業務の切り分けが可能な業種では外注による業務量の分散を図っていることがうかがえる

⑤直面している経営課題や取組等について、お伺いします。
(設問5) 定着率向上のために取り組んでいることについて、ご回答ください。(複数回答可)

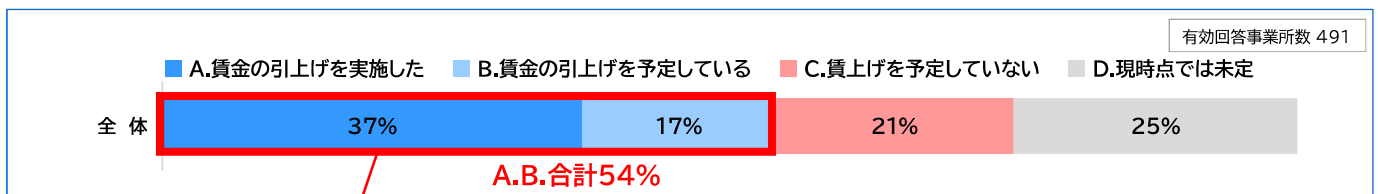
27



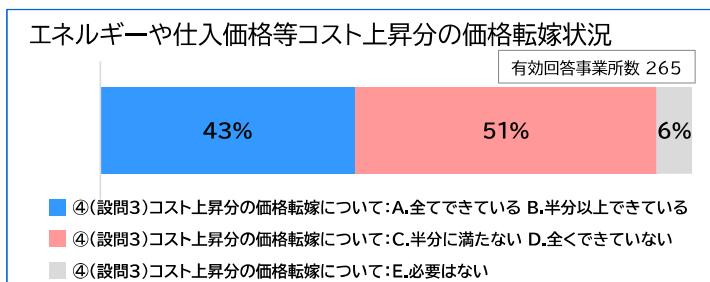
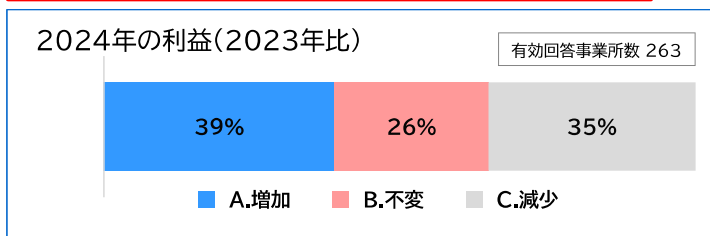
○ 人材定着率向上の取り組みとして、賃金の引上げ52%が最も高く、次いで柔軟な勤務体制の運用34%、ワークライフバランスの推進30%となっている

⑤直面している経営課題や取組等について、お伺いします。
(設問6) 賃上げの動向について、ご回答ください。

28

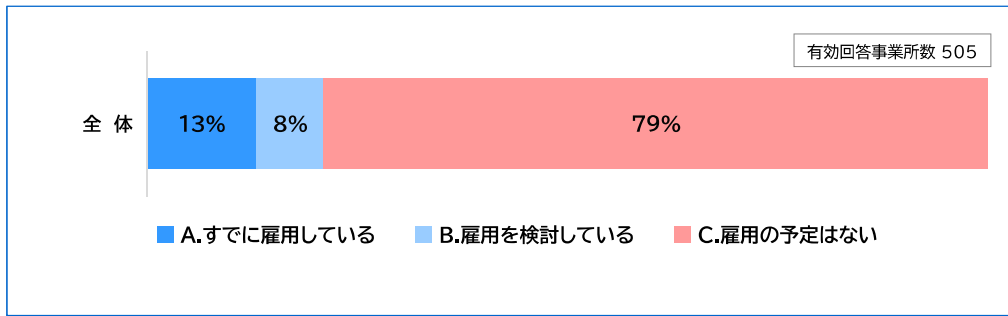


賃金の引き上げを実施した、実施を予定している事業所



○ 賃金の引き上げを実施した、または予定している事業所の割合は合計で54%となっており、賃上げに取り組む事業所が過半数となった。
○ 賃金の引き上げに取り組む事業所のうち、2024年の利益が増加と回答した事業所は39%、コスト上昇分の価格転嫁が半分以上できている事業所が43%にとどまっている。物価高騰や地域別最低賃金の上昇、他社の賃上げ動向など外部環境の変化に伴い、防衛的賃上げとなっていることがうかがえる。

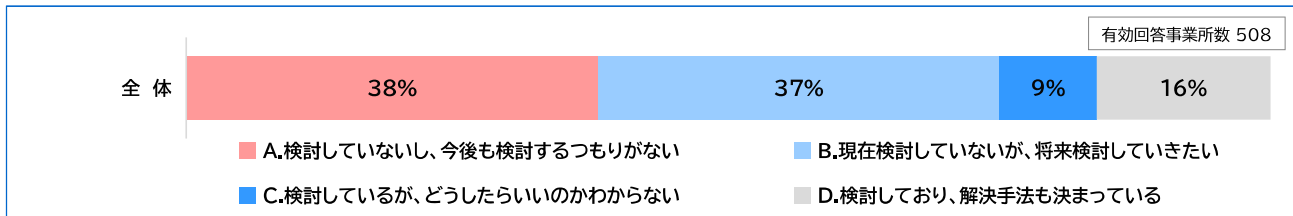
⑤直面している経営課題や取組等について、お伺いします。
(設問7) 外国人材の雇用について、ご回答ください。



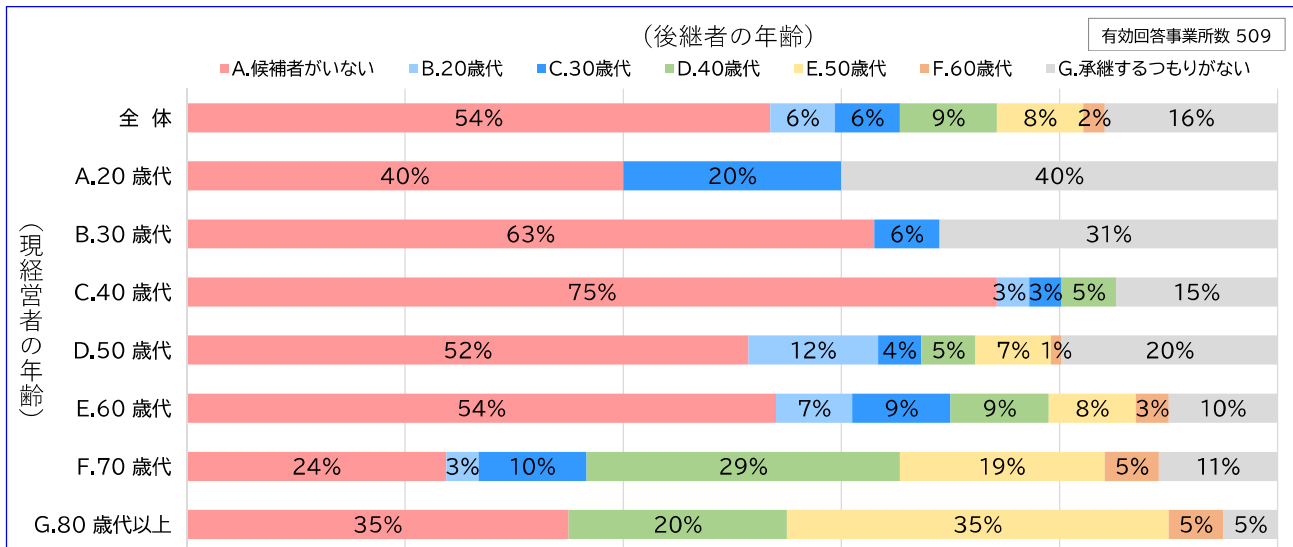
○ 外国人材の雇用について、すでに雇用している、または雇用を検討している事業所は合計で21%、雇用の予定はないとの回答は79%となっている

○ 人手不足が大きな課題となっているものの、外国人材の雇用には踏み込めない事業所が多くあることがうかがえる

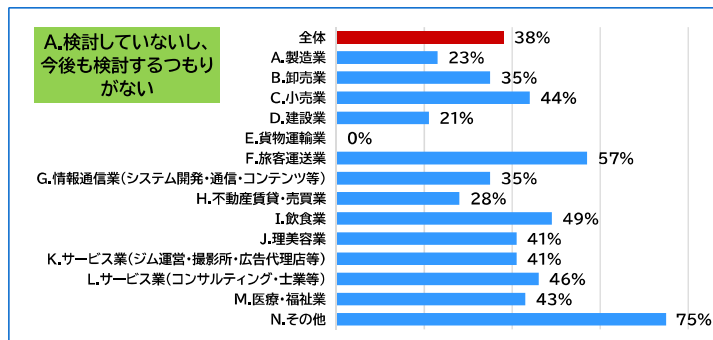
⑤直面している経営課題や取組等について、お伺いします。
(設問8) 事業承継にかかる課題や解決手法の検討状況について、ご回答ください。



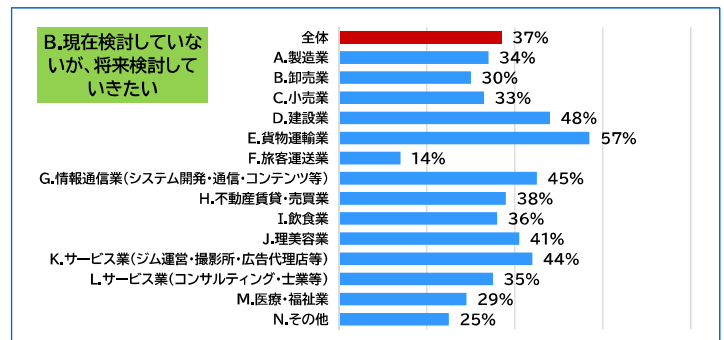
【参考:現経営者の年齢別】①(設問6)後継者の年齢をお答えください。



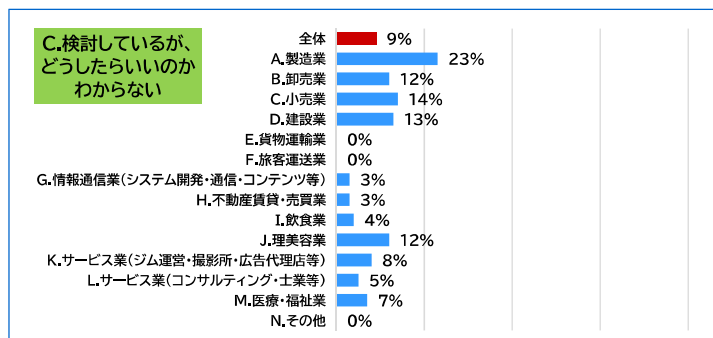
○ 事業承継の検討状況について、「検討していないし今後も検討するつもりがない」との回答が38%と最も多く、「検討しており解決手法も決まっている」との回答は16%にとどまる。
○ 【参考】後継者の「候補者がいない」との回答が54%と最も多く、「承継するつもりがない」との回答も16%となっている。現経営者の年齢別にみると、世代が上がるほど後継者が決まっている割合が増えるが、候補者がいないとの回答も一定割合見られる(80歳代以上35%、70歳代24%)。



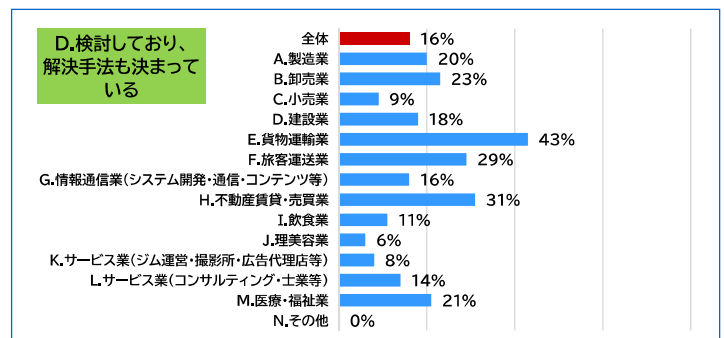
○ 検討していないし、今後も検討するつもりがないとの回答は全体で38%、業種別では旅客運送業57%、次いで飲食業49%となっている



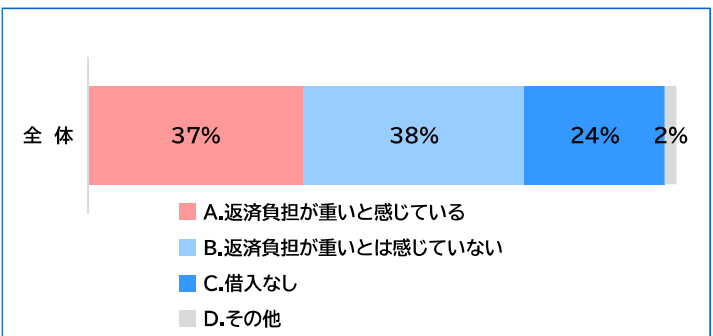
○ 現在検討していないが、将来検討していきたいとの回答は全体で37%、業種別では貨物運輸業57%、建設業48%、情報通信業45%となっている



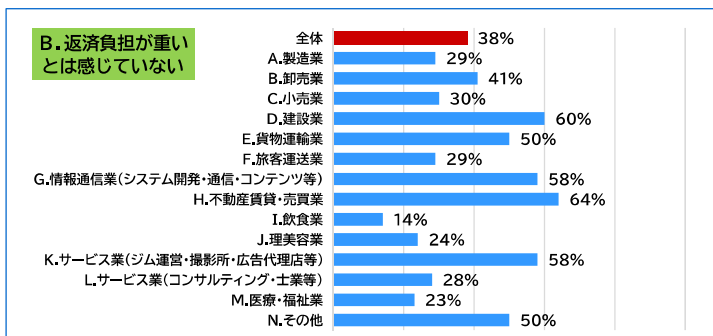
○ 検討しているが、どうしたらいいのかわからないとの回答は全体で9%、業種別では製造業23%となっている



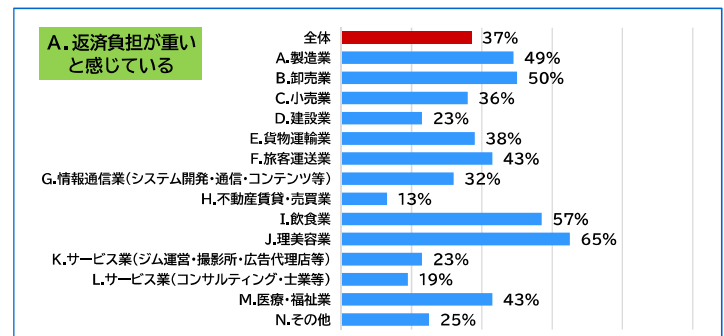
○ 検討しており、解決手法も決まっているとの回答は全体で16%、業種別では貨物運輸業43%、不動産賃貸・売買業31%、旅客運送業29%となっている



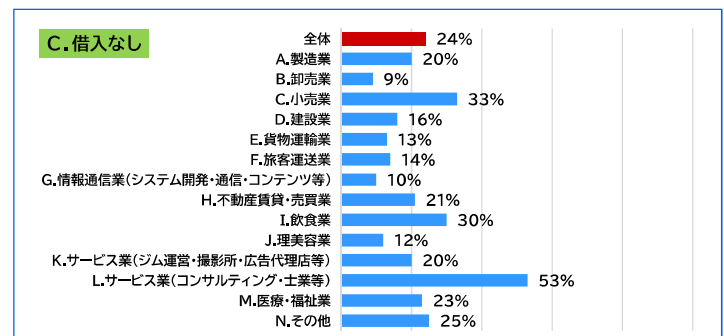
○ 現在・今後の資金繰りについて、全体としては「返済負担が重いと感じている」と回答した事業所が37%、「返済負担が重いと感じていない」が38%と拮抗している。また、「借入なし」は24%と一定数存在している



○ 「返済負担が重いと感じていない」と回答した事業所は全体では38%であるが、業種別に見ると、不動産賃貸・売買業64%が最も高く、次いで建設業60%、情報通信業・サービス業(ジム運営・撮影所等)58%が高い。これらの業種は売上の安定性や利益率の違いなどが影響していることがうかがえる



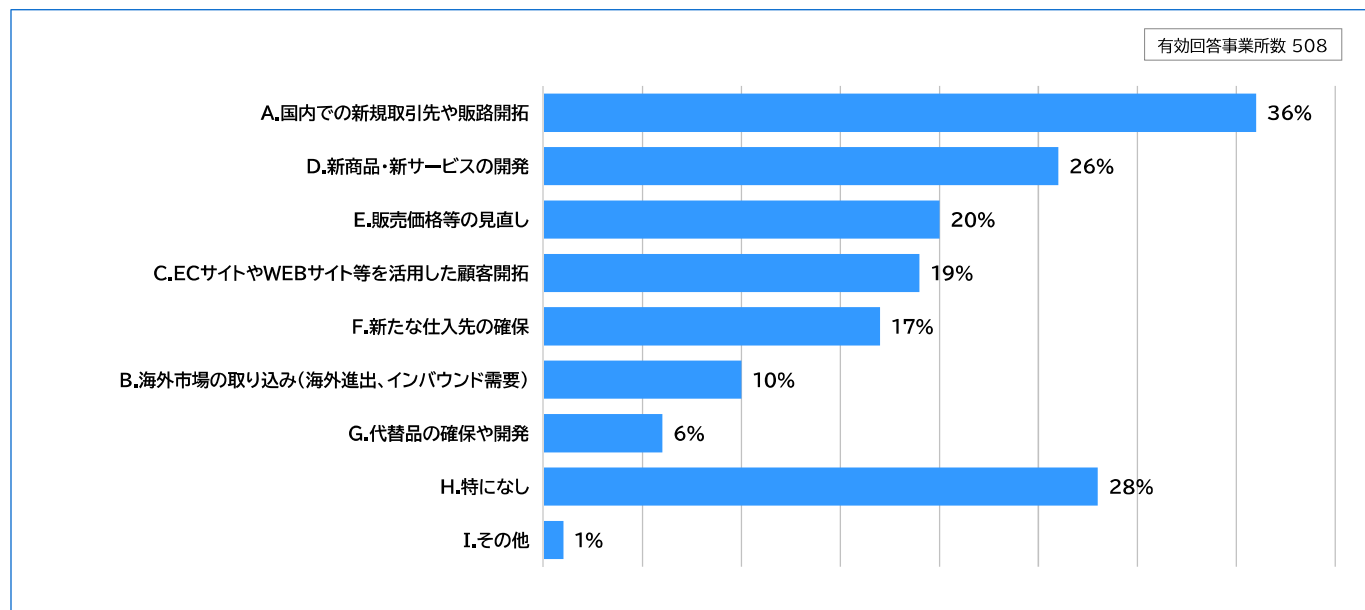
○ 「返済負担が重いと感じている」と回答した事業所は全体では37%であるが、業種別に見ると、理美容業65%が最も高く、次いで飲食業57%、卸売業50%の順となっている。理美容業や飲食業は固定費負担が大きいことがうかがえる



○ 「借入なし」と回答した事業所は全体では24%であるが、業種別に見ると、サービス業(コンサルティング・士業等)53%が最も高く、小売業33%、飲食業30%となっている。コンサル業は人件費中心のビジネスモデルのため、設備投資の必要が少なく、自己資金で運営できる企業が多いことがうかがえる

⑦直面している経営課題や事業への影響等に向けた、新たな取り組みについてご回答ください。
(設問1) 販路・仕入・商品面等(複数選択可)

33

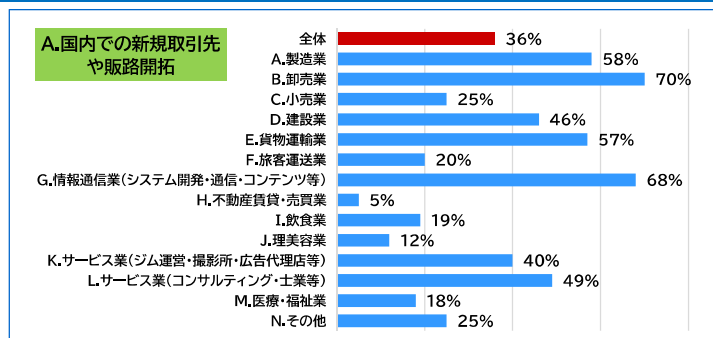


○国内での新規取引先や販路開拓が36%と最も高く、次いで新商品・新サービスの開発26%、販売価格等の見直し20%、ECサイトやWEBサイト等を活用した顧客開拓19%となっている。販路拡大や価格戦略の見直しに取り組む企業が多い一方、「特になし」と回答した割合も28%と高く、留意が必要である

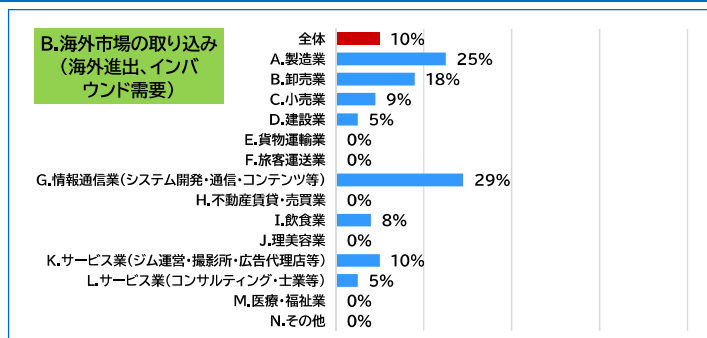
業種別

⑦直面している経営課題や事業への影響等に向けた、新たな取り組みについてご回答ください。
(設問1) 販路・仕入・商品面等

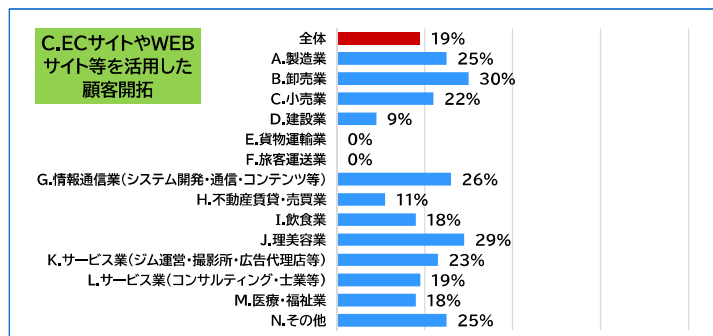
34



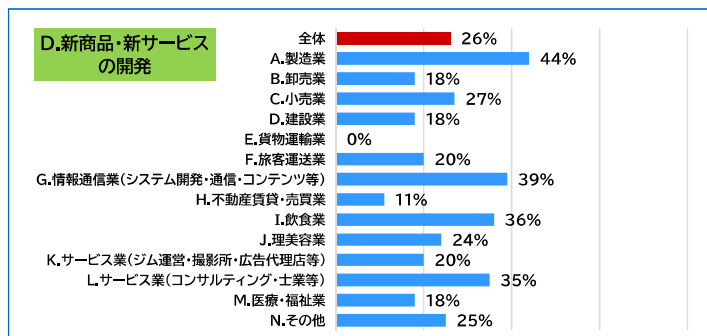
○国内での新規取引先や販路開拓と回答した事業所は全体では36%であるなか、業種別に見ると、卸売業70%が最も高く、次いで情報通信業68%、製造業58%、貨物運輸業57%、建設業46%の順となっている



○海外市場の取り込み(海外進出、インバウンド需要)と回答した事業所は全体では10%であるなか、業種別に見ると、情報通信業29%が最も高く、次いで製造業25%、卸売業18%の順となっている

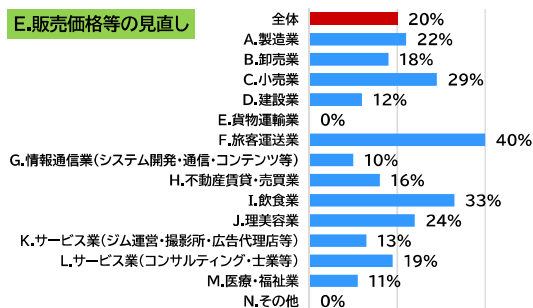


○ECサイトやWEBサイト等を活用した顧客開拓と回答した事業所は全体では19%であるなか、業種別に見ると、卸売業30%が最も高く、次いで理美容業29%、情報通信業26%、製造業25%、小売業22%の順となっている



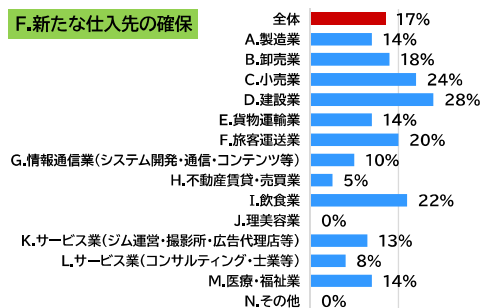
○新商品・新サービスの開発と回答した事業所は全体では26%であるなか、業種別に見ると、製造業44%が最も高く、次いで情報通信業39%、飲食業36%、サービス業(コンサル業等)35%、小売業27%の順となっている

E.販売価格等の見直し



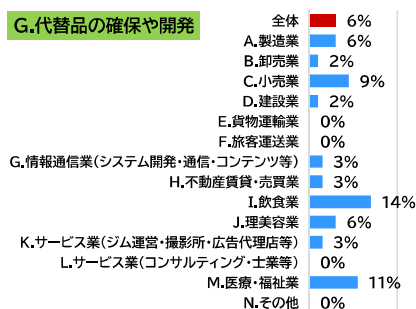
○販売価格等の見直しと回答した事業所は全体では20%であるなか、業種別に見ると、旅客運送業40%が最も高く、次いで飲食業33%、小売業29%、理美容業24%、製造業22%の順となっている

F.新たな仕入先の確保

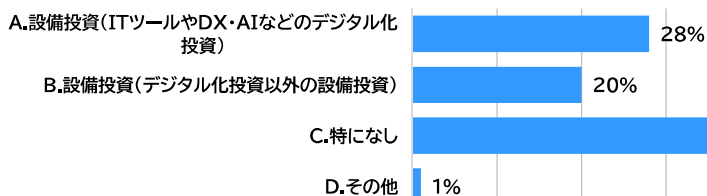


○新たな仕入先の確保と回答した事業所は全体では17%であるなか、業種別に見ると、建設業28%が最も高く、次いで小売業24%、飲食業22%、旅客運送業20%、卸売業18%の順となっている

G.代替品の確保や開発



○代替品の確保や開発と回答した事業所は全体では6%であるなか、業種別に見ると、飲食業14%が最も高く、次いで医療・福祉業11%、小売業9%、となっている

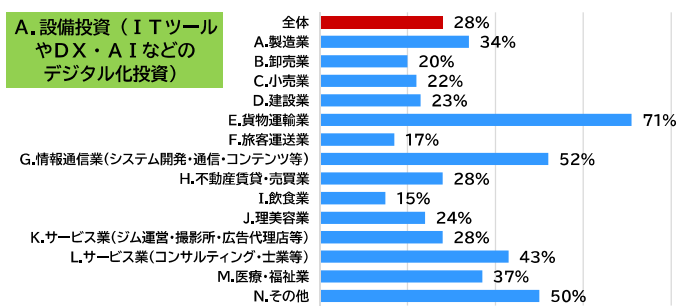
⑦直面している経営課題や事業への影響等に向けた、新たな取り組みについてご回答ください。
(設問2) 設備投資(複数選択可)

有効回答事業所数 506

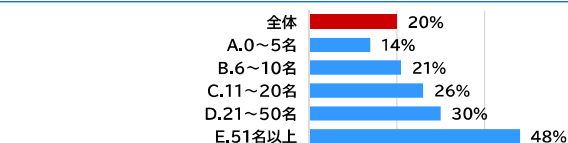
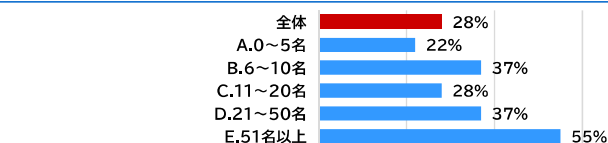
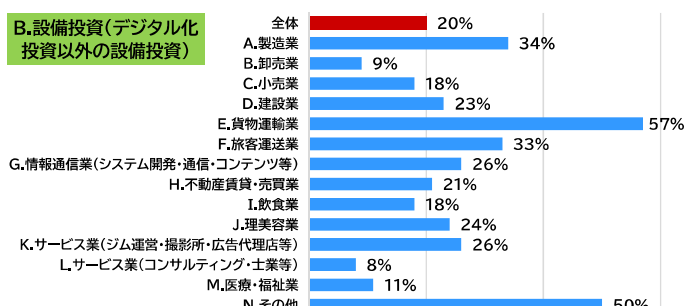
○「デジタル化投資」28%、「デジタル化投資以外の設備投資」20%であり、デジタル化投資がデジタル化投資以外の設備投資を上回っている

○一方、「特になし」と回答した事業所が59%と最も高く、多くの企業が設備投資を検討していない状況が見られる。デジタル化投資が一定の関心を集める一方、慎重な投資判断をする企業も多いことがうかがえる

A.設備投資(ITツールやDX・AIなどのデジタル化投資)



B.設備投資(デジタル化投資以外の設備投資)



○デジタル化投資と回答した事業所は全体では28%であるなか、業種別に見ると、貨物運輸業71%が最も高く、次いで情報通信業52%、サービス業(ジム運営・撮影所等)43%、医療・福祉業37%、製造業34%となっている

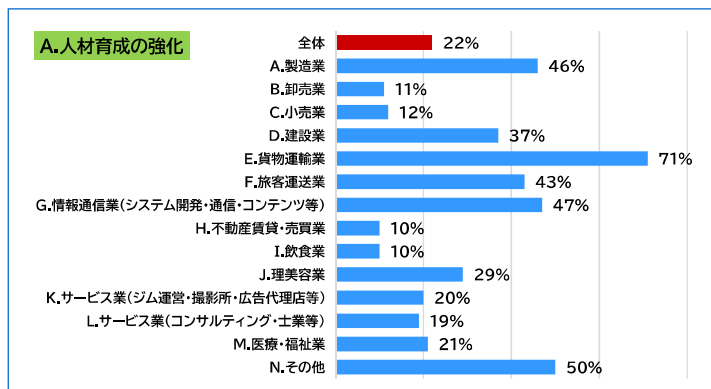
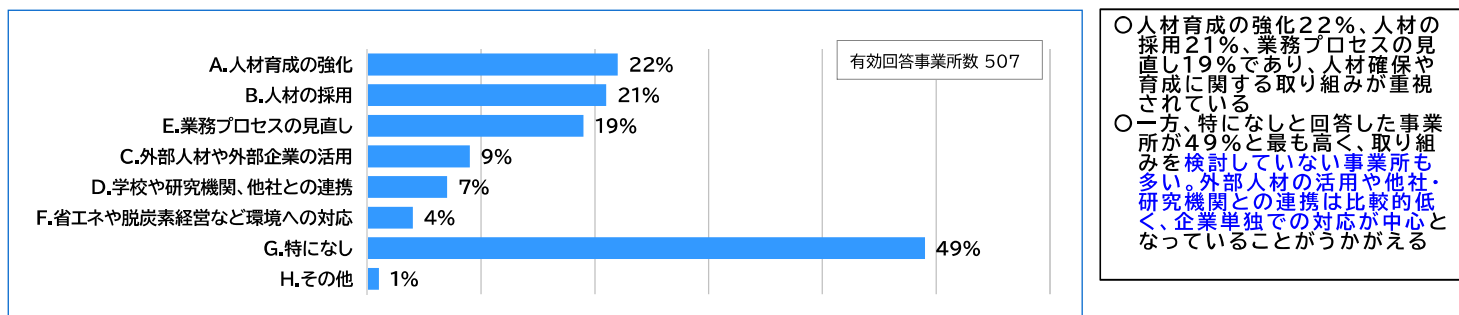
○企業規模別では、従業員51名以上の企業が55%と最も高く、規模が大きいほどデジタル化への投資が進む傾向が見られる

○デジタル化投資以外の設備投資と回答した事業所は全体では20%であるなか、業種別に見ると、貨物運輸業57%が最も高く、次いで製造業34%、旅客運送業33%、情報通信業・サービス業(コンサルティング等)26%となっている

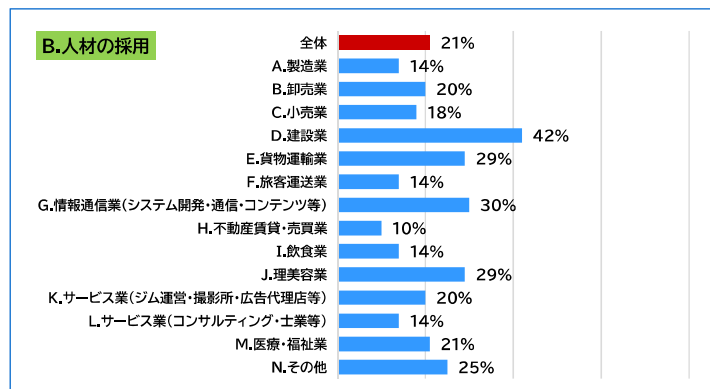
○企業規模別では、従業員51名以上の企業が48%と最も高く、規模が大きいほど設備投資を積極的に行う傾向が見られる

⑦直面している経営課題や事業への影響等に向けた、新たな取り組みについてご回答ください。
(設問3) 社内体制や業務内容の見直し、専門家や外部企業の活用等(複数選択可)

37



○人材育成の強化と回答した事業所は全体では22%であるなか、業種別に見ると、貨物運輸業71%が最も高く、次いで情報通信業47%、製造業46%、旅客運送業43%、建設業37%となっている

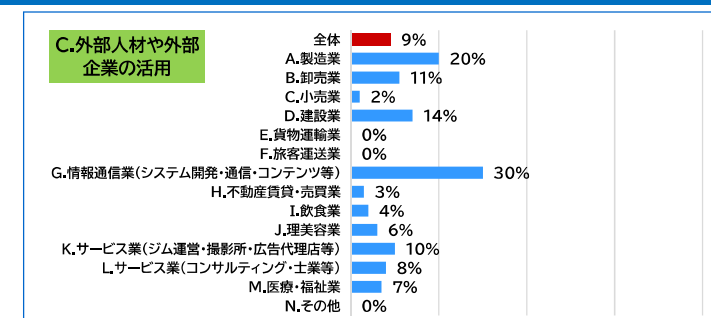


○人材の採用と回答した事業所は全体では21%であるなか、業種別に見ると、建設業42%が最も高く、次いで情報通信業30%、貨物運輸業・理美容業29%、となっている

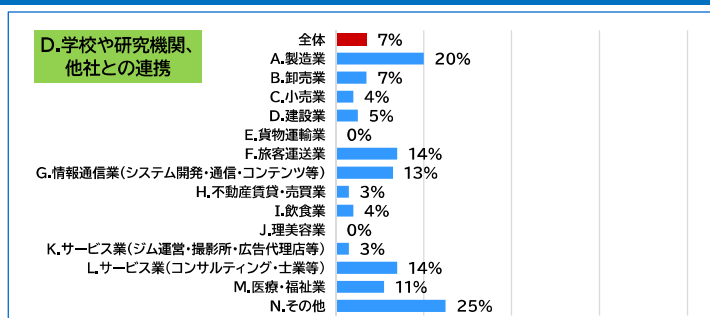
業種別

⑦直面している経営課題や事業への影響等に向けた、新たな取り組みについてご回答ください。
(設問3) 社内体制や業務内容の見直し、専門家や外部企業の活用等

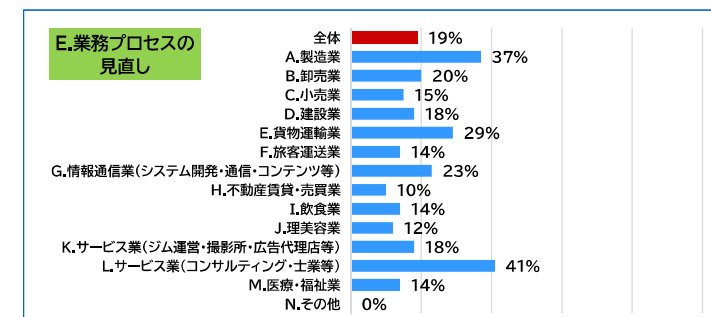
38



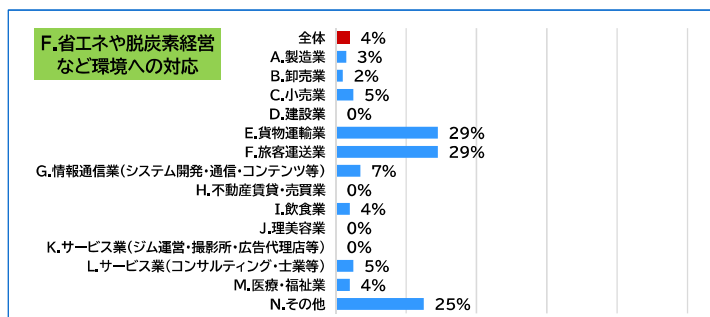
○外部人材や外部企業の活用と回答した事業所は全体では9%であるなか、業種別に見ると、情報通信業30%が最も高く、次いで製造業20%、建設業14%、卸売業11%となっている。
○一方、貨物運輸業や旅客運送業では0%と低く、業界特性上、外部人材の活用が難しい状況がうかがえる



○学校や研究機関・他社との連携と回答した事業所は全体では7%であるなか、業種別に見ると、製造業20%が最も高く、次いで旅客運送業・サービス業(コンサルティング等)14%、情報通信業13%となっている。
○一方、理美容業や貨物運輸業は0%と低く、業種によって外部連携の必要性に差があることがうかがえる



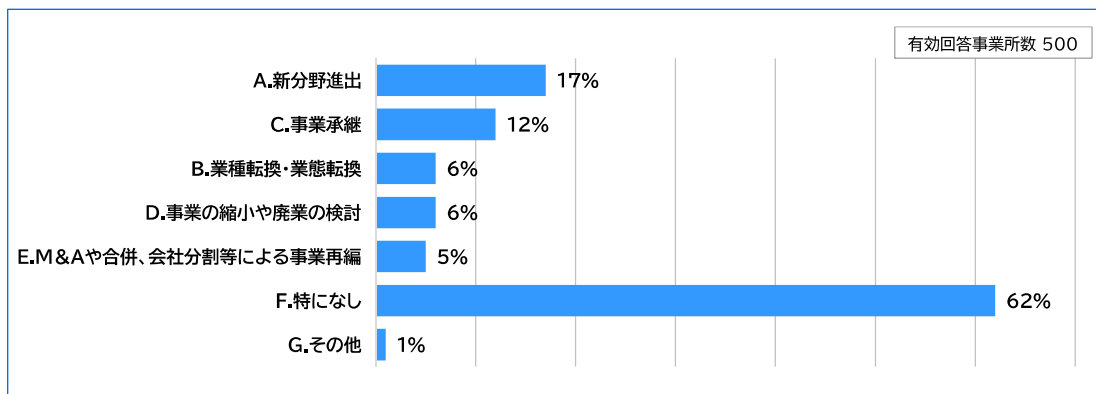
○業務プロセスの見直しと回答した事業所は全体では19%であるなか、業種別に見ると、サービス業(コンサルティング等)が41%で最も高く、次いで製造業37%、貨物運輸業29%、情報通信業23%、卸売業20%となっている。
○一方、飲食業や理美容業は14%と低く、業務の標準化やデジタル化の導入が遅れている可能性がある



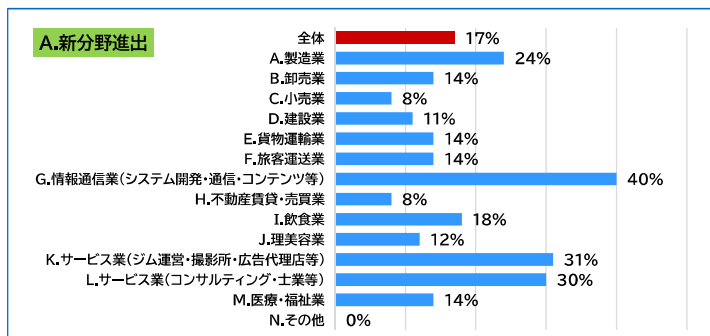
○省エネや脱炭素経営など環境への対応と回答した事業所は全体では4%であるなか、業種別に見ると、貨物運輸業・旅客運送業が29%で最も高い。
○一方、理美容業や建設業は0%と低く、環境対策の優先度が低い業種も見られる

⑦直面している経営課題や事業への影響等に向けた、新たな取り組みについてご回答ください。
(設問4) 事業の再検討、事業再編等(複数選択可)

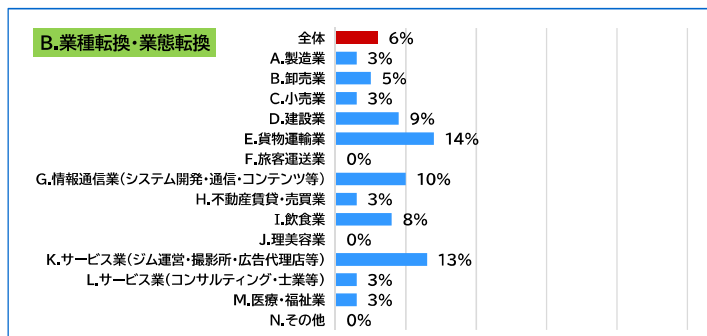
39



○特になしと回答した事業所が62%と最も高く、多くの企業が現状維持を選択している状況が見られる。特に、事業の転換や再編に取り組む企業は少なく、慎重な経営判断がうかがえる
○新分野進出17%、事業承継12%となっている



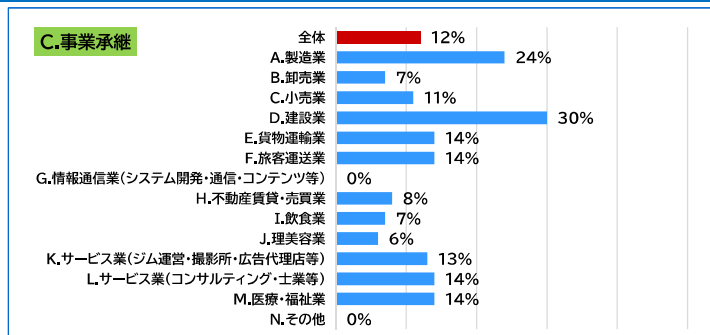
○新分野進出と回答した事業所は全体では17%であるなか、業種別に見ると、情報通信業40%が最も高く、次いでサービス業(ジム運営・撮影所等)31%、サービス業(コンサルティング等)30%、製造業24%となっている



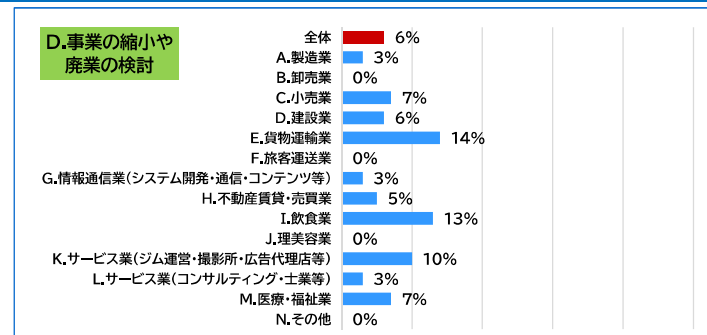
○業種転換・業態転換と回答した事業所は全体では6%であるなか、業種別に見ると、貨物運輸業14%が最も高く、次いでサービス業(ジム運営・撮影所等)13%、情報通信業10%となっている

業種別 ⑦直面している経営課題や事業への影響等に向けた、新たな取り組みについてご回答ください。
(設問4) 事業の再検討、事業再編等

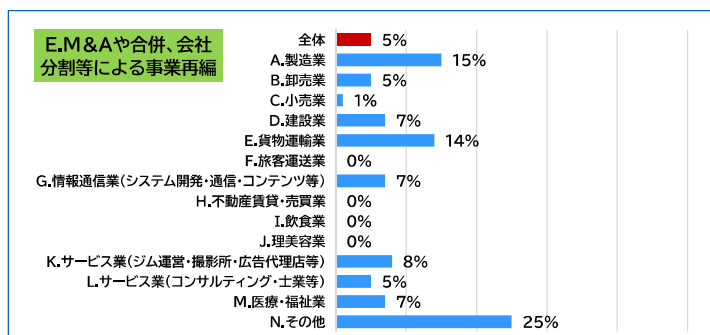
40



○事業承継と回答した事業所は全体では12%であるなか、業種別に見ると、建設業30%が最も高く、次いで製造業24%となっている

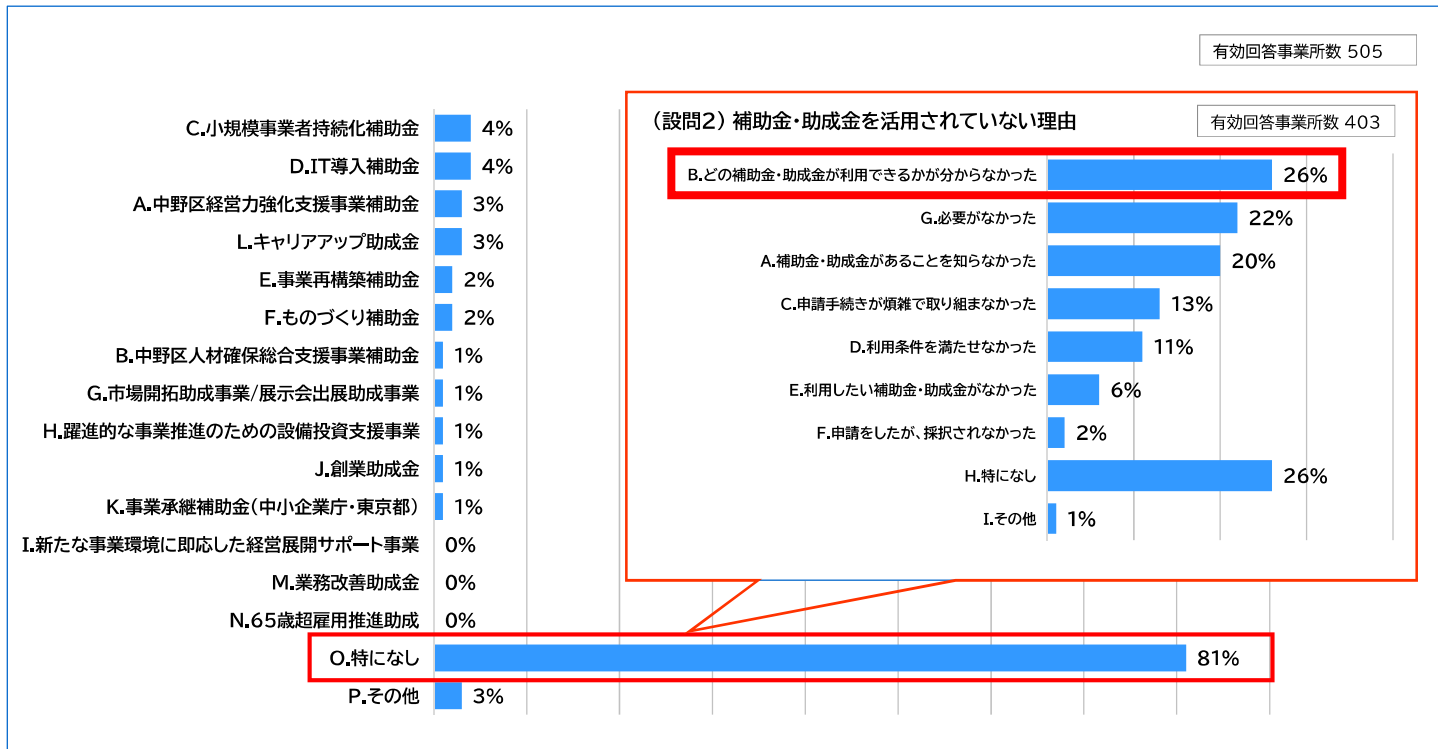


○事業の縮小や廃業の検討と回答した事業所は全体では6%であるなか、業種別に見ると、貨物運輸業14%が最も高く、次いで飲食業13%、サービス業(ジム運営・撮影所等)10%の順となっている



○M&Aや合併、会社分割等による事業再編と回答した事業所は全体では5%であるなか、業種別に見ると、製造業が15%で最も高く、次いで貨物運輸業14%、サービス業(ジム運営・撮影所等)8%となっている

(設問1) 2024年に活用した補助金・助成金

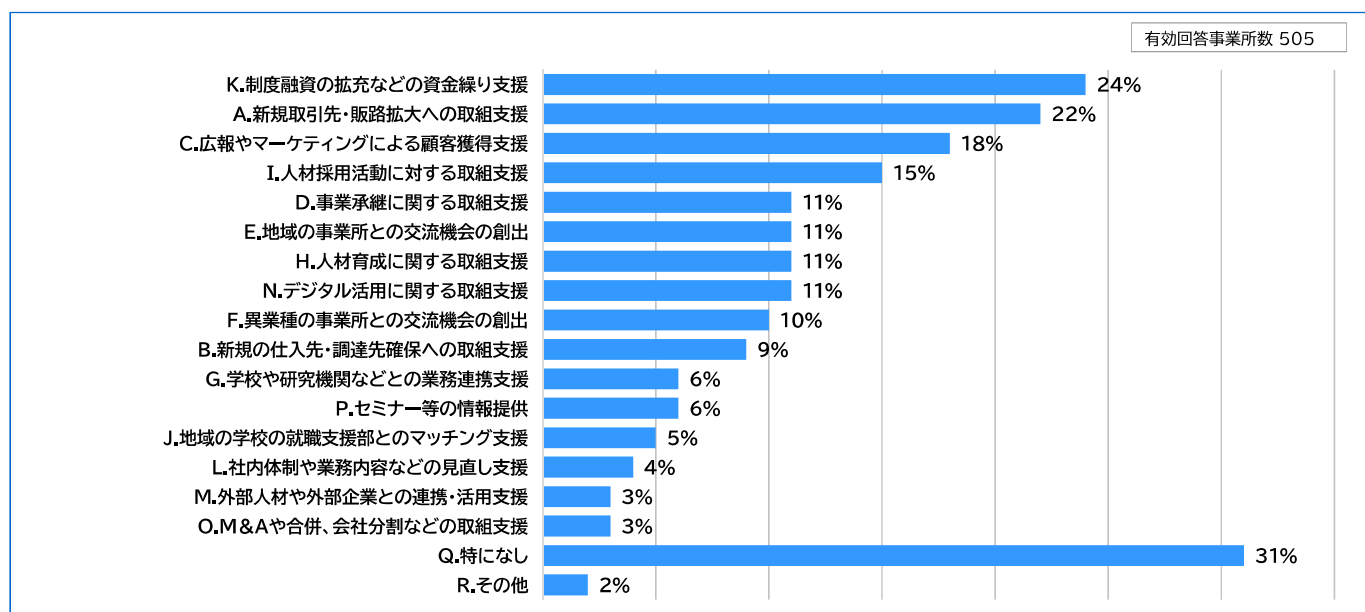


○2024年に活用した補助金・助成金について、「特になし」と回答した事業所が最も高く81%、次いで「小規模事業者持続化補助金」と「IT導入補助金」が4%、「中野区経営力強化支援事業補助金」3%、「キャリアアップ助成金」3%の順となっている。

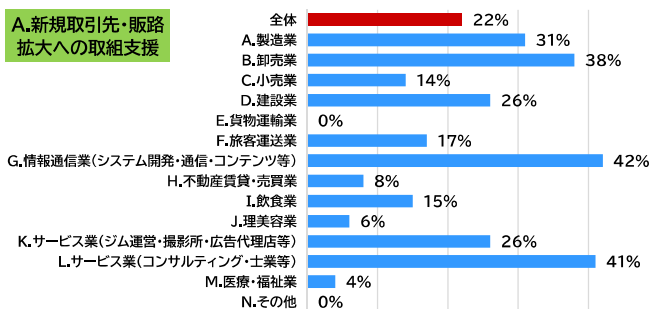
○補助金・助成金を活用しなかった理由について、「どの補助金・助成金を利用できるかわからなかった」と回答した事業所が26%と最も高く、次いで「必要がなかった」22%、「補助金・助成金があることを知らなかった」20%、「申請手続きが煩雑で取り組まなかった」13%の順となっている。**制度の認知不足や申請の手間が活用を阻害する要因となっている**と想定される。

⑨中野区の政策・事業環境の整備について、お伺いします。

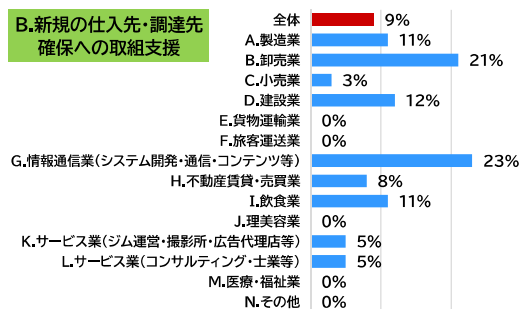
(設問1) 事業所継続・競争力強化のため、どのような中野区の支援が必要と思われますか(複数回答可)



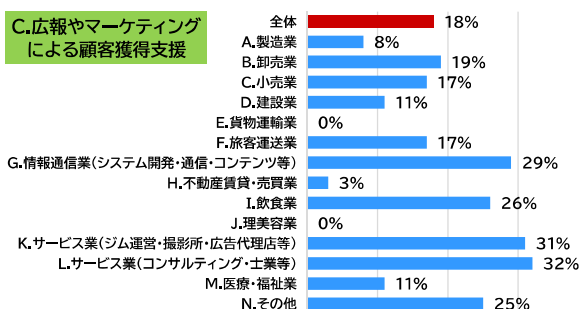
○特になしが31%と最も高く、制度融資の拡充など資金繰り支援24%、新規取引先・販路拡大への取組支援22%、広報やマーケティングによる顧客獲得支援18%、人材採用活動に対する取組支援15%となっている。**特になしと答える事業所が多いことについて区の支援に関する認知が十分ではないことがうかがえる。**一方、必要と思われる回答からは売上・利益向上に関する直接的な支援が求められる傾向がうかがえる。

A.新規取引先・販路
拡大への取組支援

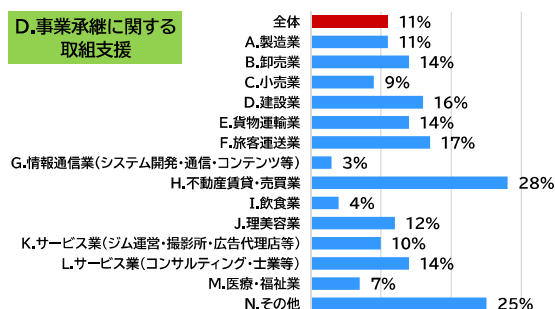
○ 新規取引先・販路拡大への取組支援と回答した事業所は全体では22%であるなか、業種別では情報通信業42%が最も高く、次いでサービス業(コンサルティング等)41%、卸売業38%、製造業31%となっている

B.新規の仕入れ先・調達先
確保への取組支援

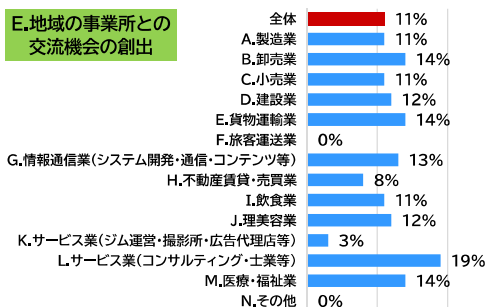
○ 新規の仕入れ先・調達先確保への取組支援と回答した事業所は全体では9%である中、情報通信業23%が最も高く、次いで卸売業21%、建設業12%、飲食業並びに製造業11%となっている

C.広報やマーケティング
による顧客獲得支援

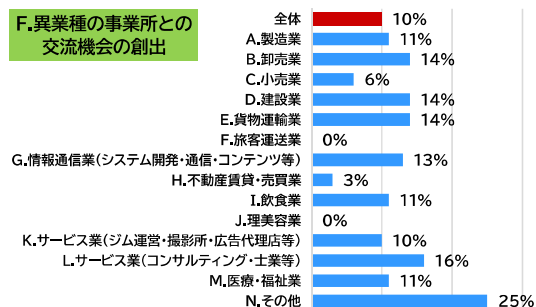
○ 広告やマーケティングによる顧客獲得支援と回答した事業所は全体では18%であるなか、業種別ではサービス業(コンサルティング等)32%が最も高く、次いでサービス業(ジム運営・撮影所等)31%、情報通信業29%となっている

D.事業承継に関する
取組支援

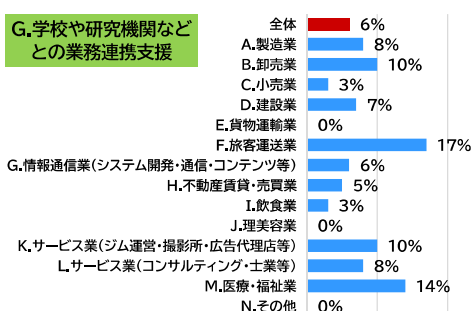
○ 「事業承継に関する取組支援」と回答した事業所は全体では11%であるなか、業種別では不動産賃貸・売買業28%と最も高く、次いで旅客運送業17%、建設業16%となっている

E.地域の事業所との
交流機会の創出

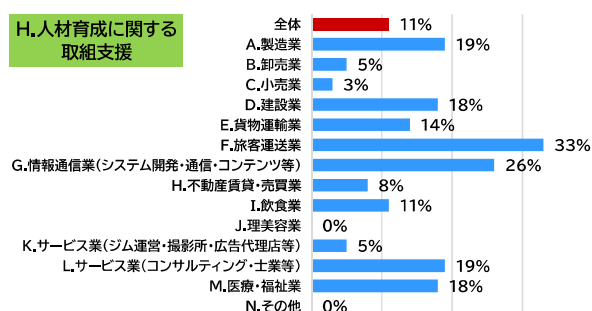
○ 地域の事業所との交流機会の創出支援と回答した事業所は全体では11%であるなか、業種別ではサービス業(コンサルティング等)19%が最も高く、次いで卸売業、貨物運輸業並びに医療・福祉業14%、情報通信業13%となっている

F.異業種の事業所との
交流機会の創出

○ 異業種の事業所との交流機会の創出と回答した事業所は全体では10%であるなか、業種別ではサービス業(コンサルティング等)16%、卸売業、建設業並びに貨物運輸業14%が高い

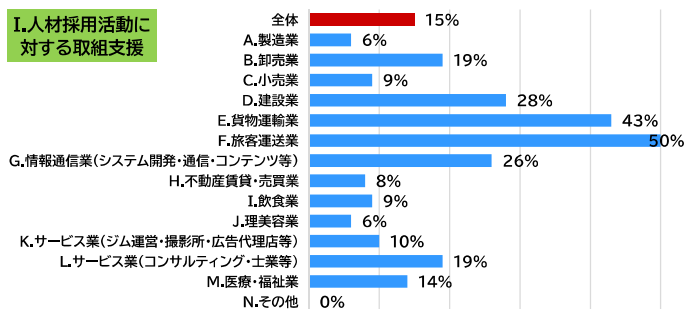
G.学校や研究機関など
との業務連携支援

○ 学校や研究機関などとの業務連携支援と回答した事業所は全体では6%であるなか、業種別では旅客運送業17%が最も高く、次いで医療・福祉業14%、卸売業並びにサービス業(ジム運営・撮影所等)10%となっている

H.人材育成に関する
取組支援

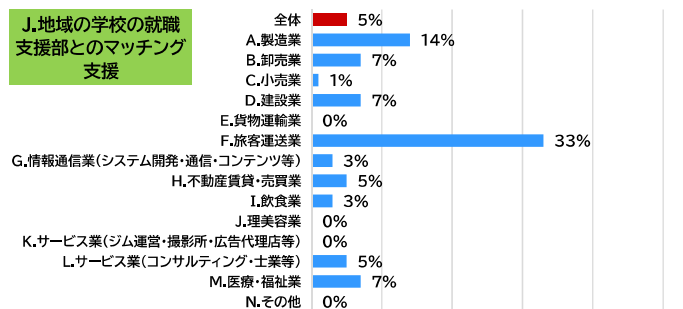
○ 人材育成に関する取組支援と回答した事業所は全体では11%であるなか、業種別では旅客運送業33%が最も高く、次いで情報通信業26%、製造業並びにサービス業(コンサルティング等)19%となっている

I.人材採用活動に対する取組支援



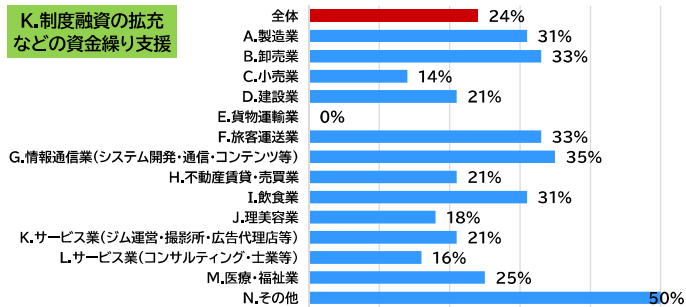
○ 人材採用活動に対する取組支援と回答した事業所は全体では15%であるなか、業種別では旅客運送業50%が最も高く、次いで貨物運輸業43%、建設業28%となっている

J.地域の学校の就職支援部とのマッチング支援



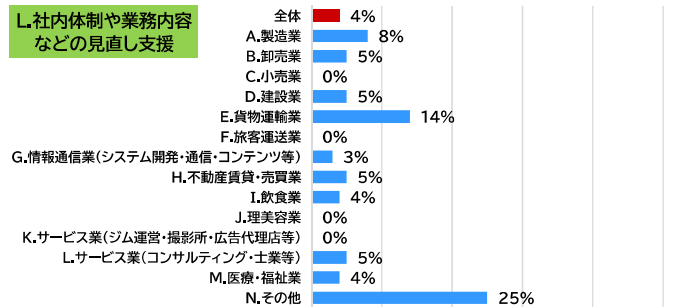
○ 地域の学校の就職支援部とのマッチング支援と回答した事業所は全体では5%であるなか、業種別では旅客運送業33%が最も高く、次いで製造業14%、卸売業、建設業並びに医療・福祉業7%となっている

K.制度融資の拡充などの資金繰り支援



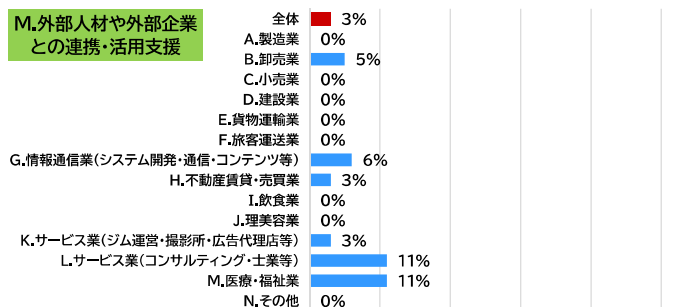
○ 制度融資の拡充などの資金繰り支援と回答した事業所は全体では24%であるなか、業種別では情報通信業35%が最も高く、次いで卸売業並びに旅客運送業33%、建設業並びに飲食業31%となっている

L.社内体制や業務内容などの見直し支援



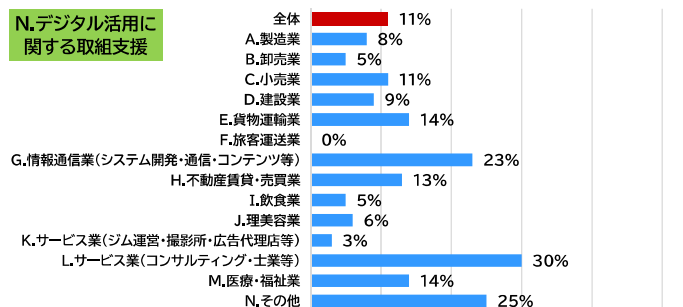
○ 社内体制や業務内容などの見直し支援と回答した事業所は全体では4%であるなか、業種別では貨物運輸業14%が最も高く、次いで製造業8%、卸売業、建設業、不動産賃貸・売買業、サービス業(コンサルティング等)5%となっている

M.外部人材や外部企業との連携・活用支援



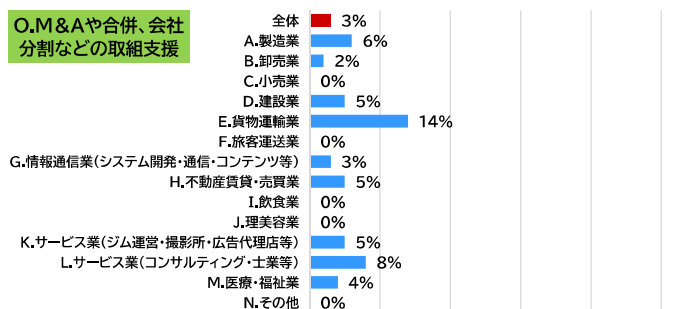
○ 外部人材や外部企業との連携・活用支援と回答した事業所は全体では3%と少ないなか、業種別ではサービス業(コンサルティング等)並びに医療・福祉業11%が最も高く、次いで情報通信業6%、卸売業5%となっている

N.デジタル活用に関する取組支援



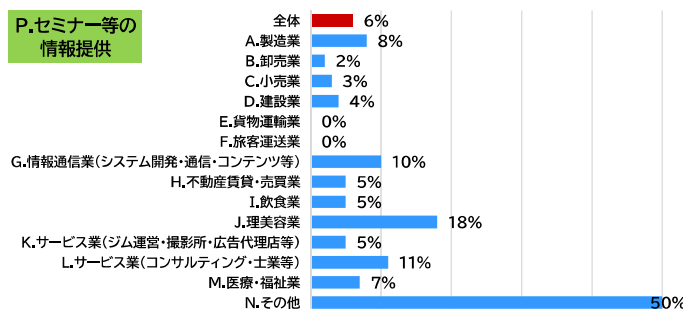
○ デジタル活用に関する取組支援と回答した事業所は全体では11%であるなか、業種別ではサービス業(コンサルティング等)30%が最も高く、次いで情報通信業23%、貨物運輸業並びに医療福祉業14%となっている

O.M&Aや合併、会社分割などの取組支援



○ M&Aや合併、会社分割などの取組支援と回答した事業所は全体では3%と少ない中、業種別ではサービス業(コンサルティング等)8%、製造業6%となっている

P.セミナー等の情報提供

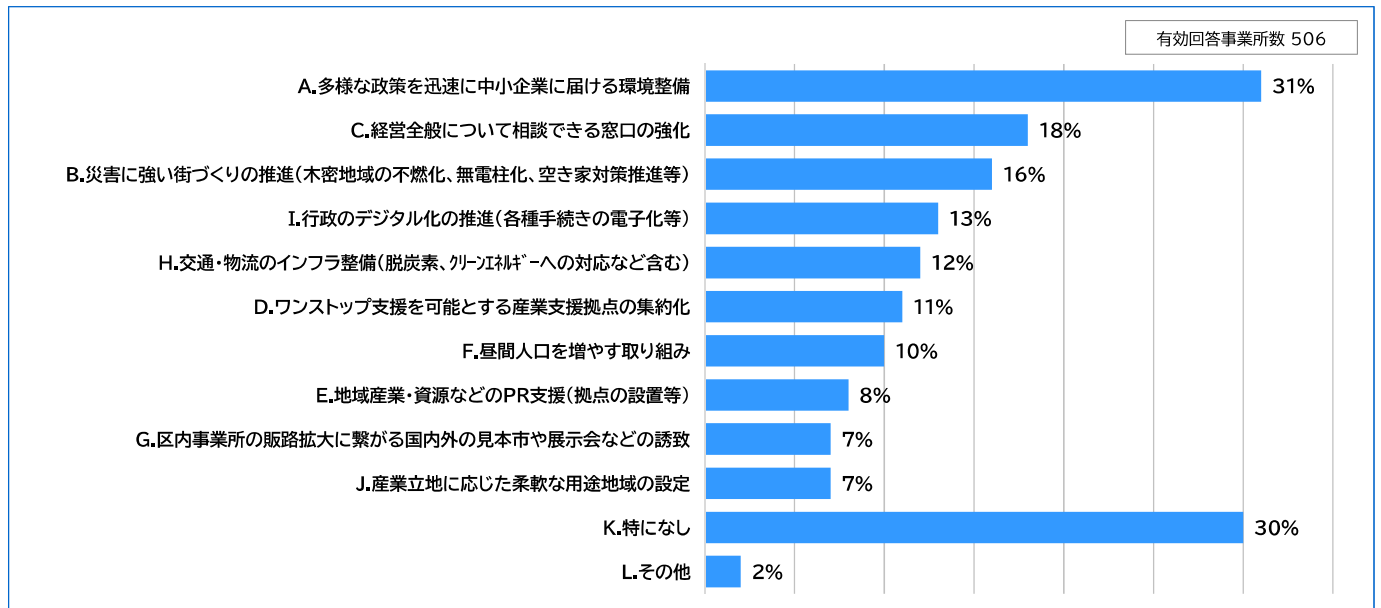


○ セミナー等の情報提供と回答した事業所は全体では6%であるなか、業種別では理美容業18%が最も高く、次いでサービス業(コンサルティング等)11%、情報通信業10%となっている

⑨中野区の政策・事業環境の整備について、お伺いします。

(設問2) 事業所継続・競争力強化のため、中野区について、どのような事業環境整備が必要と思われますか(複数回答可)

47



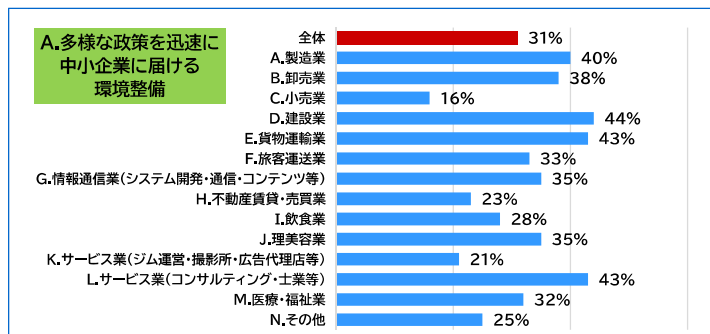
○ 多様な政策を迅速に中小企業に届ける環境整備が31%と最も高く、次いで特になし30%、経営全般について相談できる窓口の強化18%、災害に強い街づくりの推進16%となっている

業種別

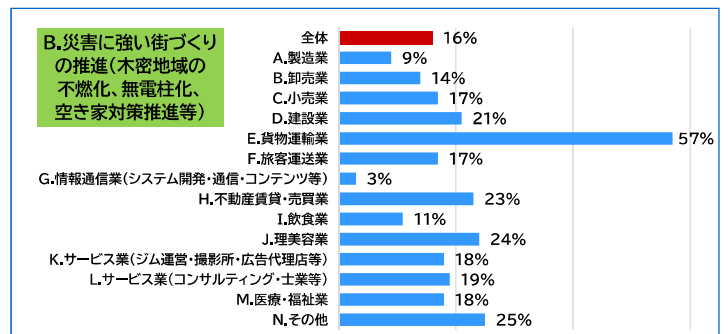
⑨中野区の政策・事業環境の整備について、お伺いします。

(設問2) 事業所継続・競争力強化のため、中野区について、どのような事業環境整備が必要と思われますか

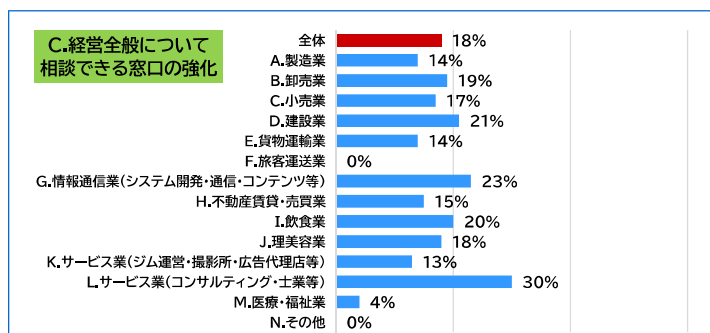
48



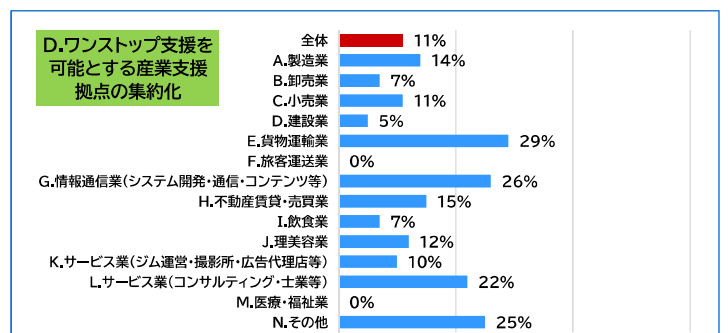
○ 多様な政策を迅速に中小企業に届ける環境整備と回答した事業所は全体では31%であるなか、業種別では建設業40%が最も高く、次いで貨物運送業並びにサービス業(コンサルティング等)43%、製造業40%となっている



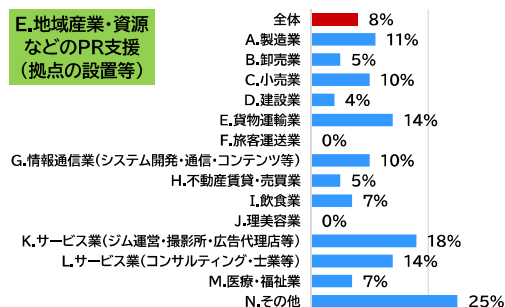
○ 災害に強い街づくりの推進と回答した事業所は全体では16%であるなか、業種別では貨物運輸業57%が最も高く、次いで理美容業24%、不動産賃貸・売買業23%となっている



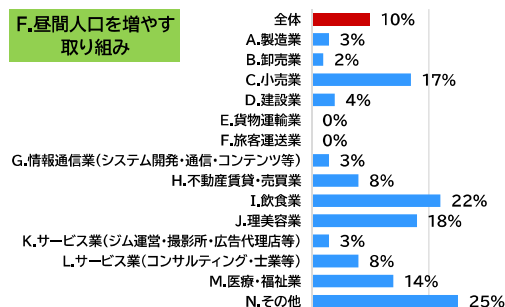
○ 経営全般について相談できる窓口の強化と回答した事業所は全体では18%であるなか、業種別ではサービス業(コンサルティング等)30%が最も高く、次いで情報通信業23%、建設業21%となっている



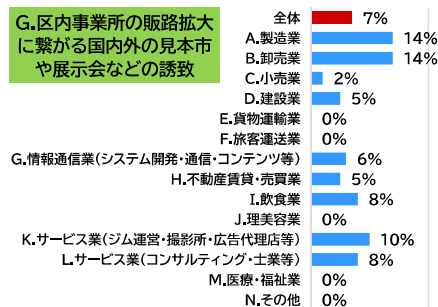
○ ワンストップ支援を可能とする産業支援拠点の集約化と回答した事業所は全体では11%であるなか、業種別では貨物運輸業29%が最も高く、次いで情報通信業26%、サービス業(コンサルティング等)22%となっている

E.地域産業・資源
などのPR支援
(拠点の設置等)

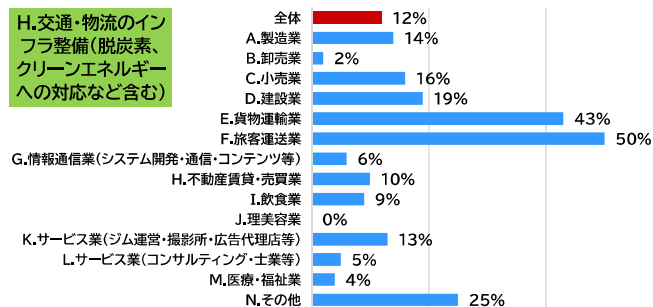
○ 地域産業・資源などのPR支援と回答した事業所は全体では8%であるなか、業種別ではサービス業(ジム運営・撮影所等)18%が最も高く、次いで貨物運輸業並びにサービス業(コンサルティング等)14%、製造業11%となっている

F.昼間人口を増やす
取り組み

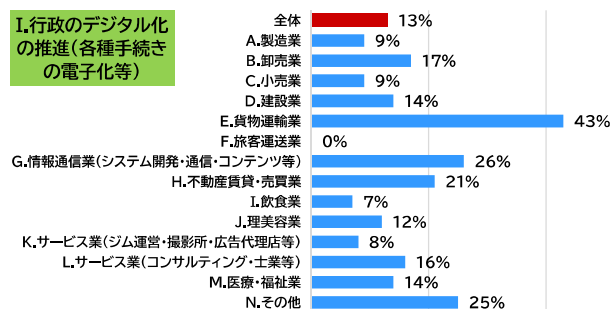
○ 昼間人口を増やす取り組みと回答した事業所は全体では10%であるなか、業種別では飲食業22%が最も高く、次いで理美容業18%、小売業10%となっている

G.区内事業所の販路拡大
に繋がる国内外の見本市
や展示会などの誘致

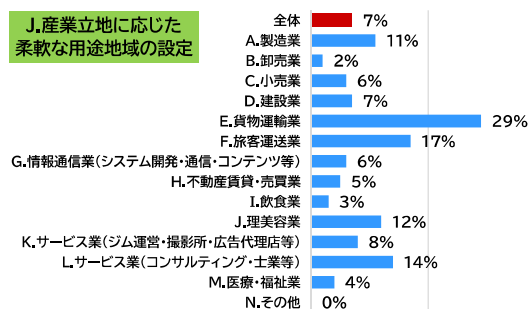
○ 区内事業所の販路拡大につながる国内外の見本市や展示会などの誘致と回答した事業所は全体では7%であるなか、業種別では製造業並びに卸売14%が最も高く、次いでサービス等(ジム運営・撮影所等)10%、サービス業(コンサルティング等)8%となっている

H.交通・物流のイン
フラ整備(脱炭素、
クリーンエネルギー
への対応など含む)

○ 交通・物流のインフラ整備と回答した事業所は全体では12%であるなか、業種別では旅客運送業50%が最も高く、次いで貨物運輸業43%、建設業19%となっている

I.行政のデジタル化
の推進(各種手続き
の電子化等)

○ 行政のデジタル化の推進と回答した事業所は全体では貨物運輸業43%であるなか、業種別では情報通信業26%が最も高く、次いで不動産賃貸・売買業21%、卸売業17%の順に高い

J.産業立地に応じた
柔軟な用途地域の設定

○ 産業立地に応じた柔軟な用途地域の設定と回答した事業所は全体では7%であるなか、業種別では貨物運輸業29%が最も高く、次いで旅客運送業17%、サービス業(コンサルティング等)14%となっている

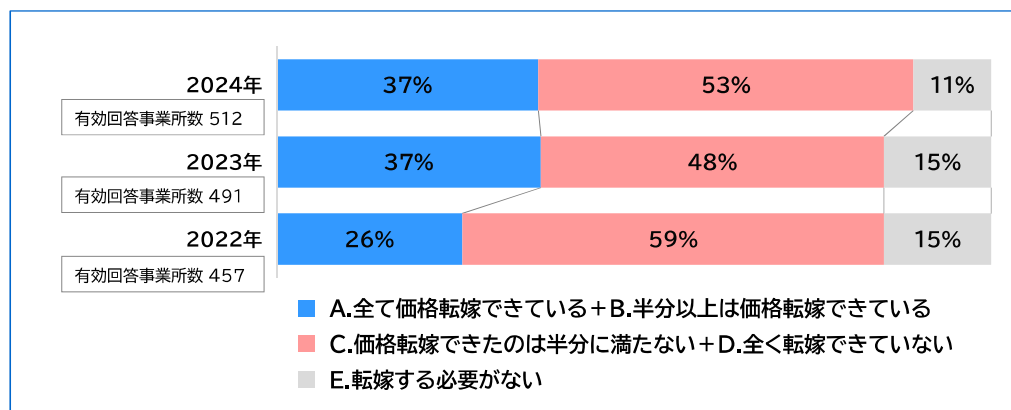
- ナカペイについて
 - ・ 顧客目線でナカペイがあまりにも使いづらい。PayPayや楽天ペイくらいわかりやすいUIで作り直すべき(小売業)
 - ・ ナカペイをユーザスキャンだけでなく、ストアスキャンできるようにして、エアレジ、エアペイと連携できるようにしてほしい(小売業)
 - ・ ナカペイの手数料無料の継続を希望します(小売業)
 - ・ ナカペイ導入により経済活性化が見て取れました(飲食業)
 - ・ ナカペイなどで、小規模店舗でお得に使えるイベントを行って欲しい(その他)
- 補助金・助成金について
 - ・ 補助金や助成金の対象が簡単に分かりやすく手続きも簡単に出来るようにして欲しい(小売業)
 - ・ 多種多様な助成金を分かりやすく 説明、広報、申請支援する 専用サイトを作り(既にあるのかも知れませんが) 区のHPからとべるようにしてほしい(小売業)
 - ・ 他の区に比べて使える補助金の種類が少ないように感じます(飲食業)
 - ・ 助成金の制度があるならすぐにでも利用したい。事業を継続していきたいので(飲食業)
 - ・ 少額でも良いので、事業拡大に向けた助成制度の充実(サービス業(コンサルティング業等))
- 融資について
 - ・ 融資制度を充実してほしいです(飲食業)
 - ・ 融資の補給利子についてがかなり分かりにくいので、もっと簡素化してほしい(小売業)
 - ・ 新たな融資制度などを拡張してほしい(小売業)
- 商店街支援について
 - ・ 高齢化が進んでいるため人材の育成ができずにいる。商店街を活発にする若い力が必要不可欠だと思うが、若い人達が商店会に加入しない等、年齢の壁が超えられていない。世代交代なのか、協力なのか見極める必要があると思う(サービス業(コンサルティング等))
 - ・ 商店街に加盟する店舗が増える政策をお願いします(サービス業(コンサルティング等))
 - ・ 空き地を活用した2~3台の駐車場が多いが、もう少し広くて駐車しやすい(しかも買い物をするれば30分駐車料金が無料)駐車場が商店街にあると集客につながると思う(小売業)
 - ・ 空き店舗に新規事業の募集・資金援助(その他)
- その他支援について
 - ・ 大学や研究所との交流機会を積極的に活用したい(医療・福祉業)
 - ・ 中野区に人口が集まるような魅力のある街作りを期待しています(不動産賃貸・売買業)

推移表

2022年度～2024年度

④価格転嫁の状況について、お伺いします。
(設問1) エネルギーや仕入価格など、コスト上昇分の価格転嫁についてご回答ください。

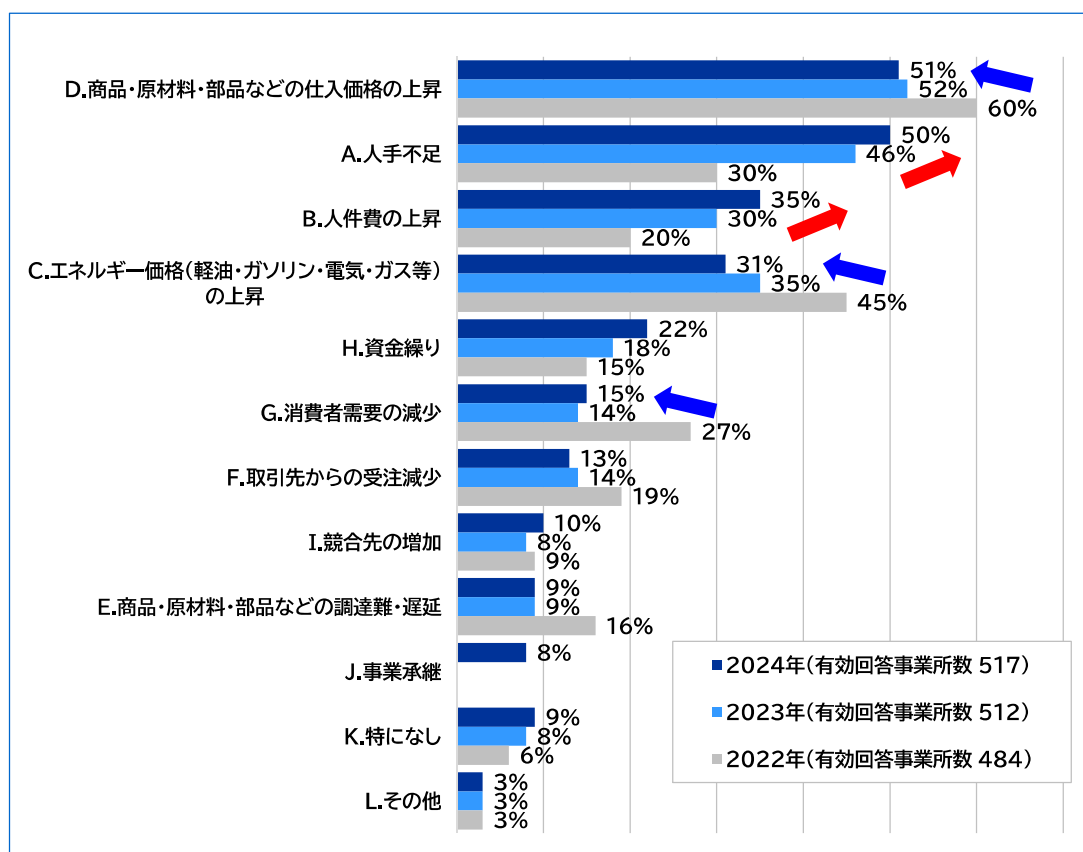
53



- 2022年から2023年にかけては価格転嫁ができているとの回答が11ポイント増えている。コロナの緊急事態宣言解除後、長引く円安や原材料・エネルギー価格の高騰の中で、道なかばではあるが、価格転嫁への取り組みが進んでいることがうかがえる
- 一方、2023年から2024年は価格転嫁ができているとの回答が5ポイント増えている。仕入れ価格の高騰や人件費の高騰が価格に反映できていない回答者が増えている様子がうかがえる

⑤直面する経営課題や取組等について、お伺いします。
(設問1) 直面している経営課題・事業への影響等について、ご回答ください。(複数回答可)

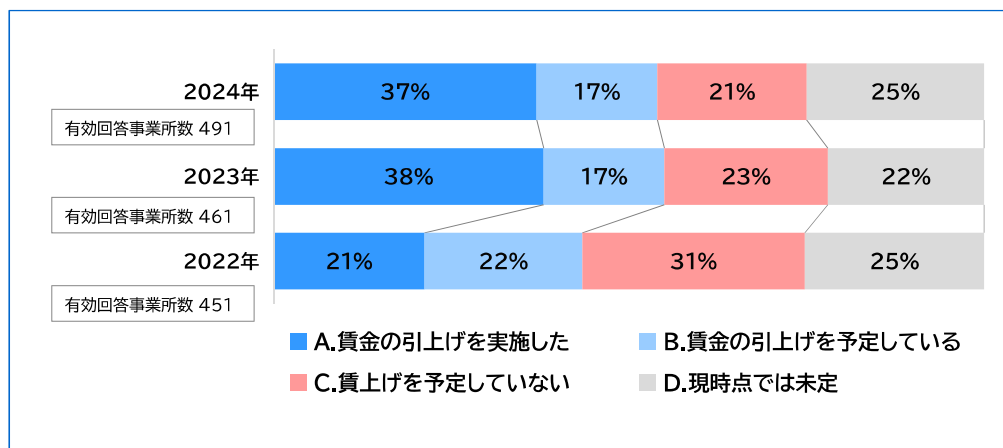
54



- 直近となる2024年度では、仕入価格の上昇、人手不足、人件費の上昇、エネルギー価格の上昇、の4課題が上位を占めている
- 2022年度から2024年度までの3年間の推移を見ると、コスト面である、仕入価格の上昇、エネルギー価格の上昇が減少する一方で、人材面である人手不足、人件費の上昇の割合が増加している。物価高、コスト高は事業の前提となり事業計画に織り込まれつつあるなかで、課題が人材面へとシフトしていることがうかがえる
- 消費者需要の減少との回答が2022年度は27%に対し、2024年度は15%に減少している。新型コロナウイルスの影響から脱し、消費需要が戻っていることがうかがえる

⑤直面する経営課題や取組等について、お伺いします。
(設問6) 賃上げの動向について、ご回答ください。

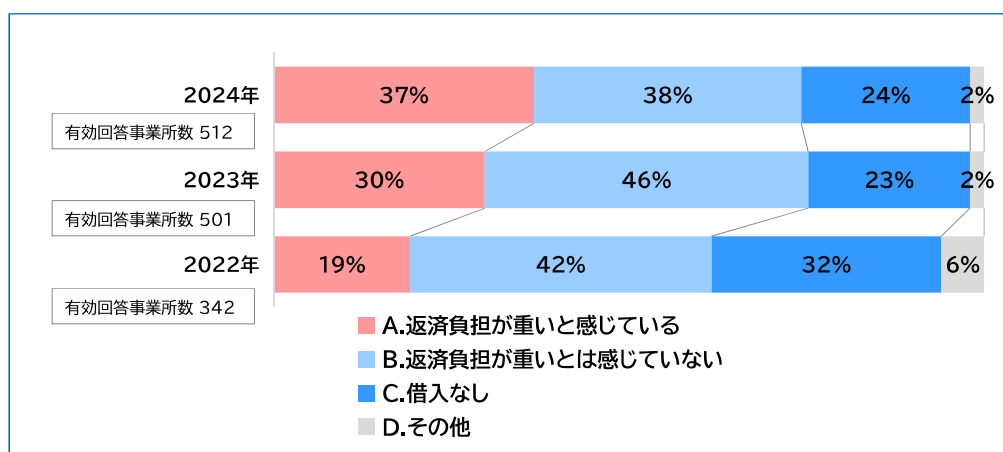
55



○ 賃金の引き上げを実施した事業所は2023年度以降で30%台後半へと大幅に増加しており、**新型コロナウイルスの影響が弱まり事業活動が活発化するなかで、人材確保のために賃上げに取り組む事業所が増加したことがうかがえる**

⑥資金繰り状況についてお伺いします。
(設問1) 現在・今後の資金繰りについて、ご回答ください。

56



○ 「返済負担が重いと感じている」と回答した割合は2022年の19%から2023年は30%、2024年は37%へと増加傾向にある

○ 一方、「返済負担が重いとは感じていない」は2022年42%から2024年38%に減少し、「借入なし」の割合も32%から24%へと低下している

○ 全体的に返済負担を感じる事業者が増加している