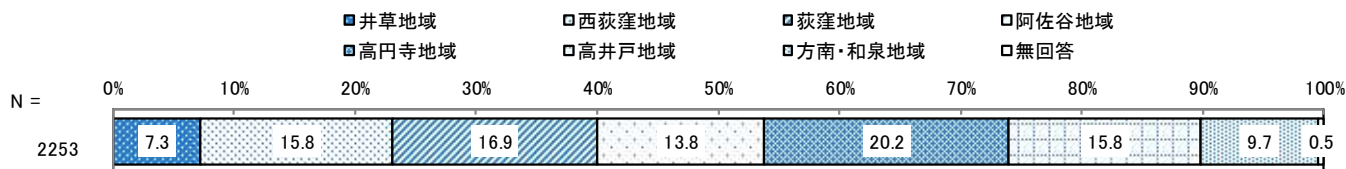


# 第3章 事業所実態調査

## 1 回答事業所情報

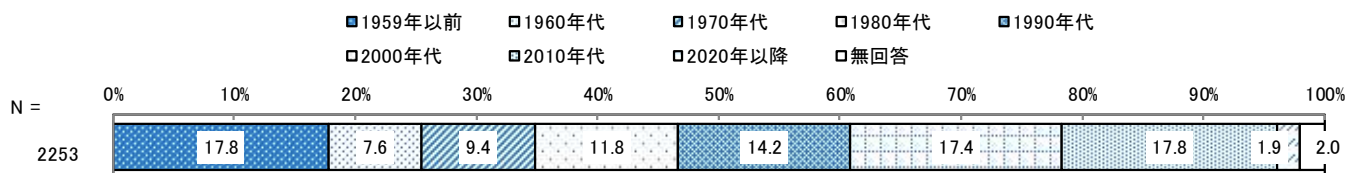
### (1) 所在地

図表2-1 所在地(SA)



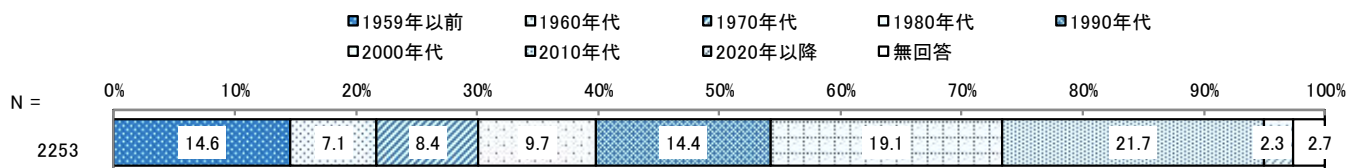
### (2) 創業年

図表2-2 創業年(SA)



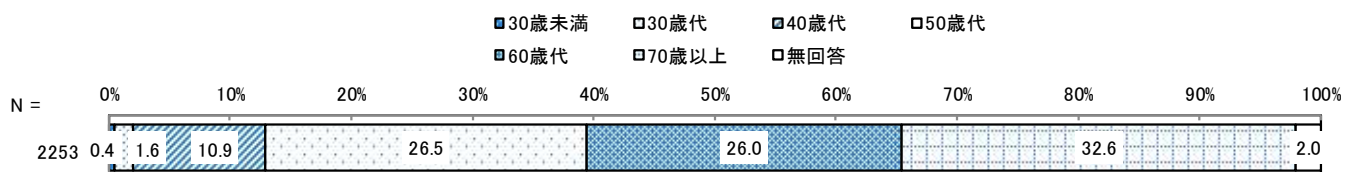
### (3) 杉並区での事業開始年

図表2-3 杉並区での事業開始年(SA)



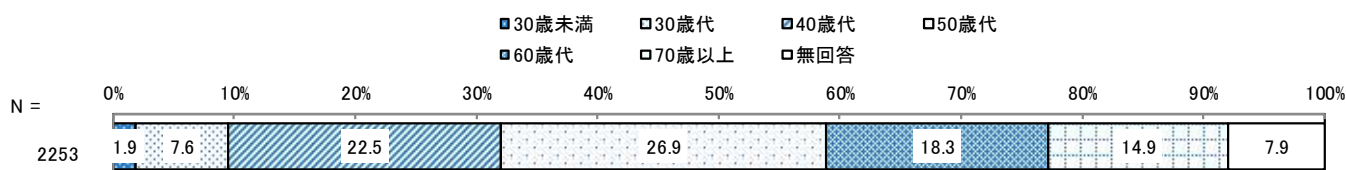
### (4) 代表者の年齢

図表2-4 代表者の年齢(SA)



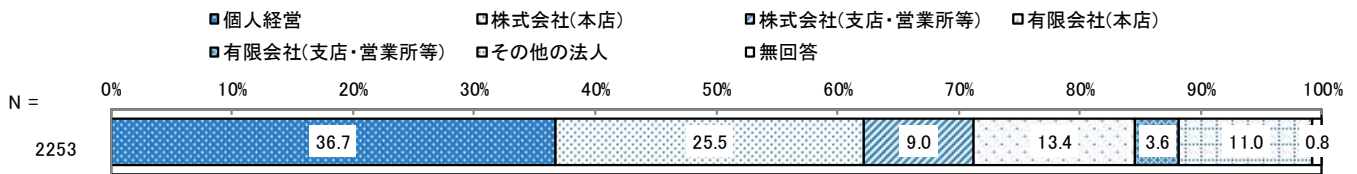
### (5) 全従業員の平均年齢

図表2-5 全従業員の平均年齢(SA)



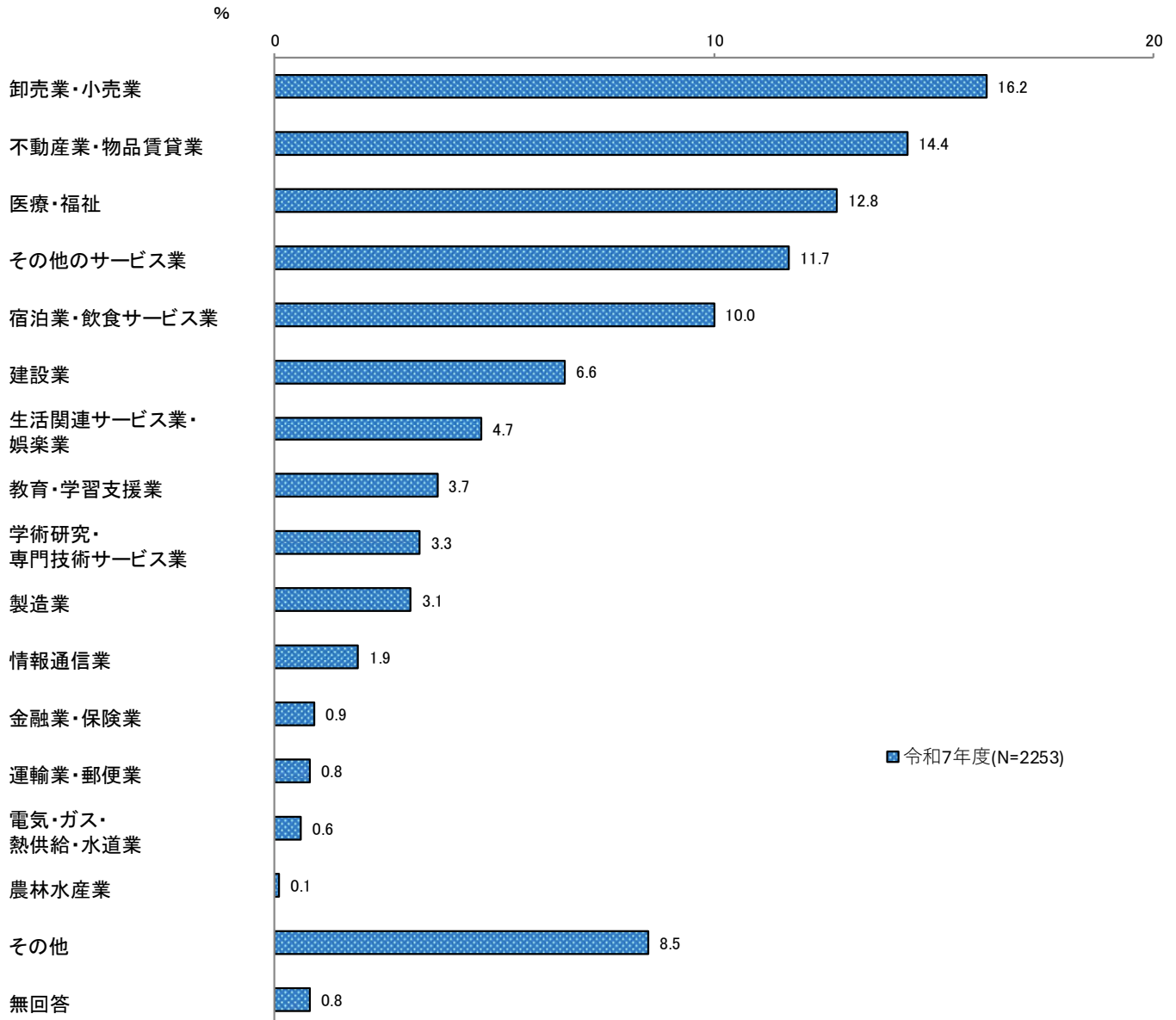
## (6) 経営形態

図表2-6 経営形態(SA)



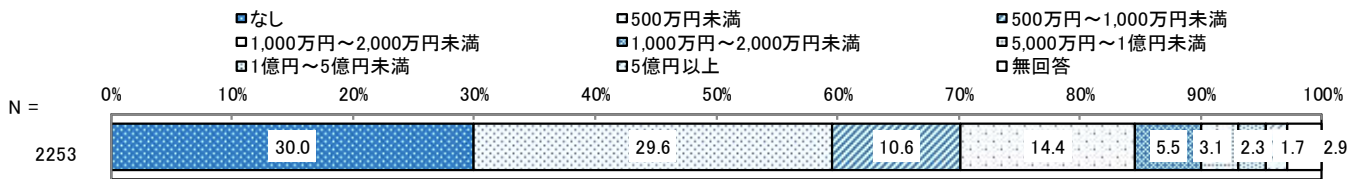
## (7) 業種

図表2-7 業種(SA)



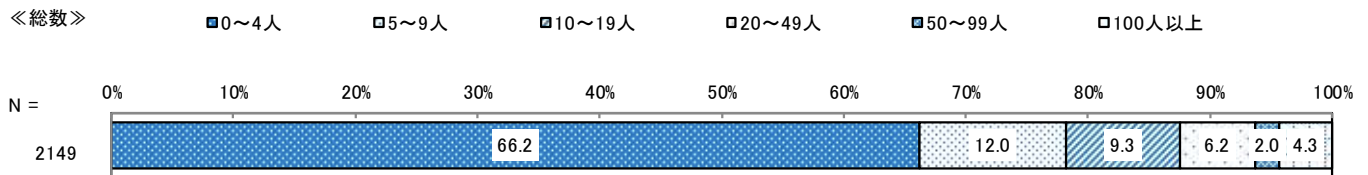
## (8) 資本金

図表2-8 資本金(SA)

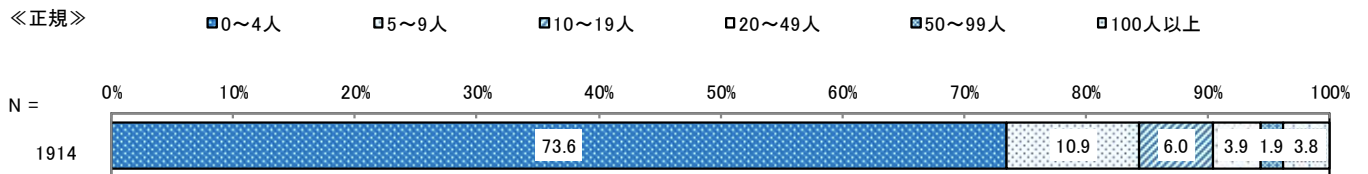


## (9) 従業員数

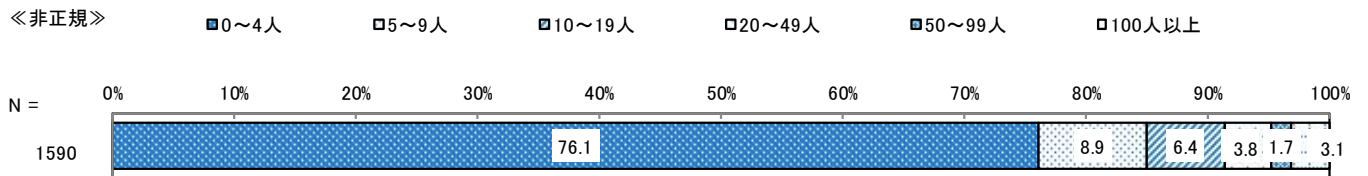
図表2-9 区別従業員数(SA)



※無回答104を除く

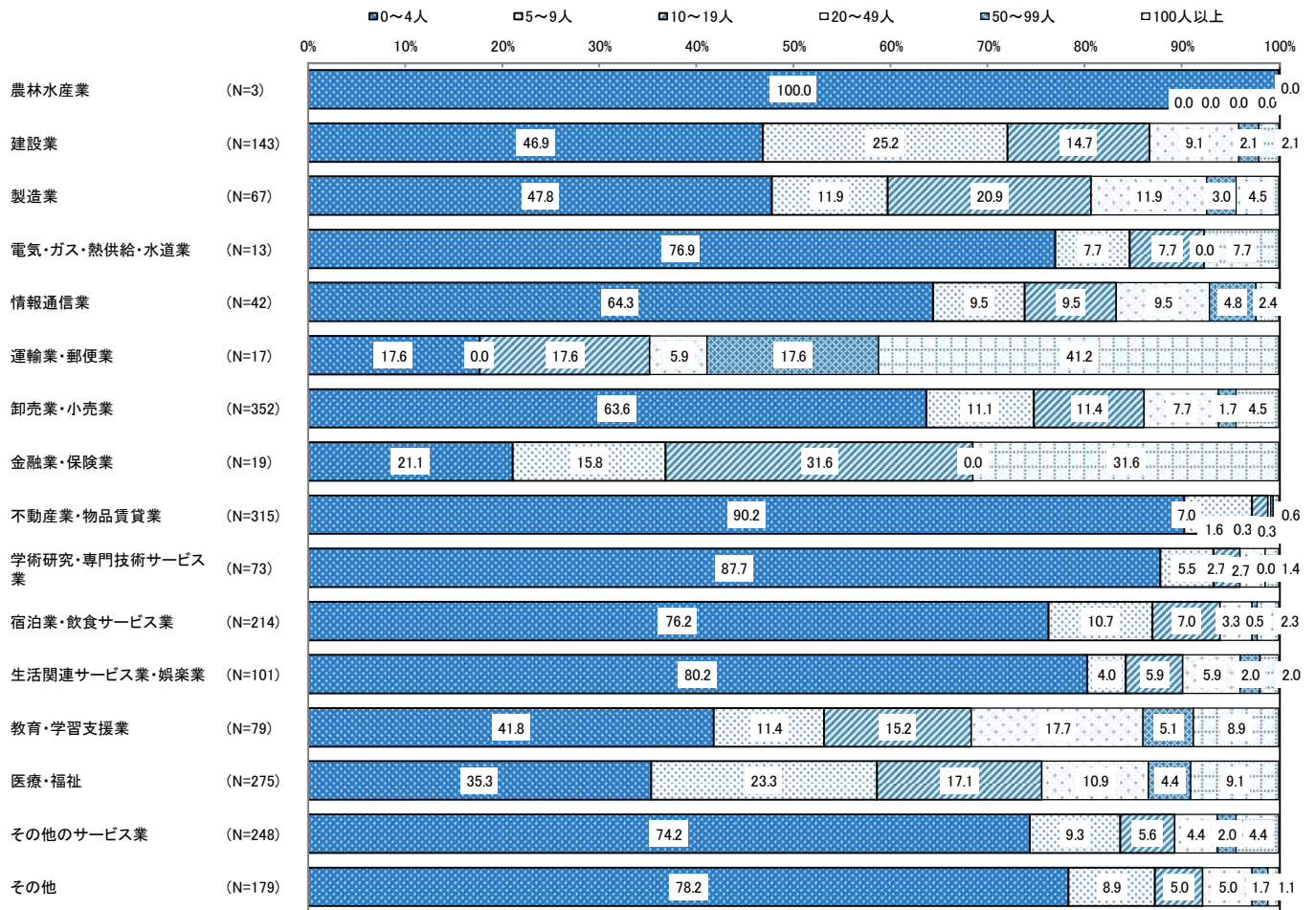


※無回答339を除く



※無回答663を除く

図表2-10 区別従業員数（業種別）



## 2 商店街

### (1) 商店会に加入している理由

問3は、商店会に加入している方がお答えください。

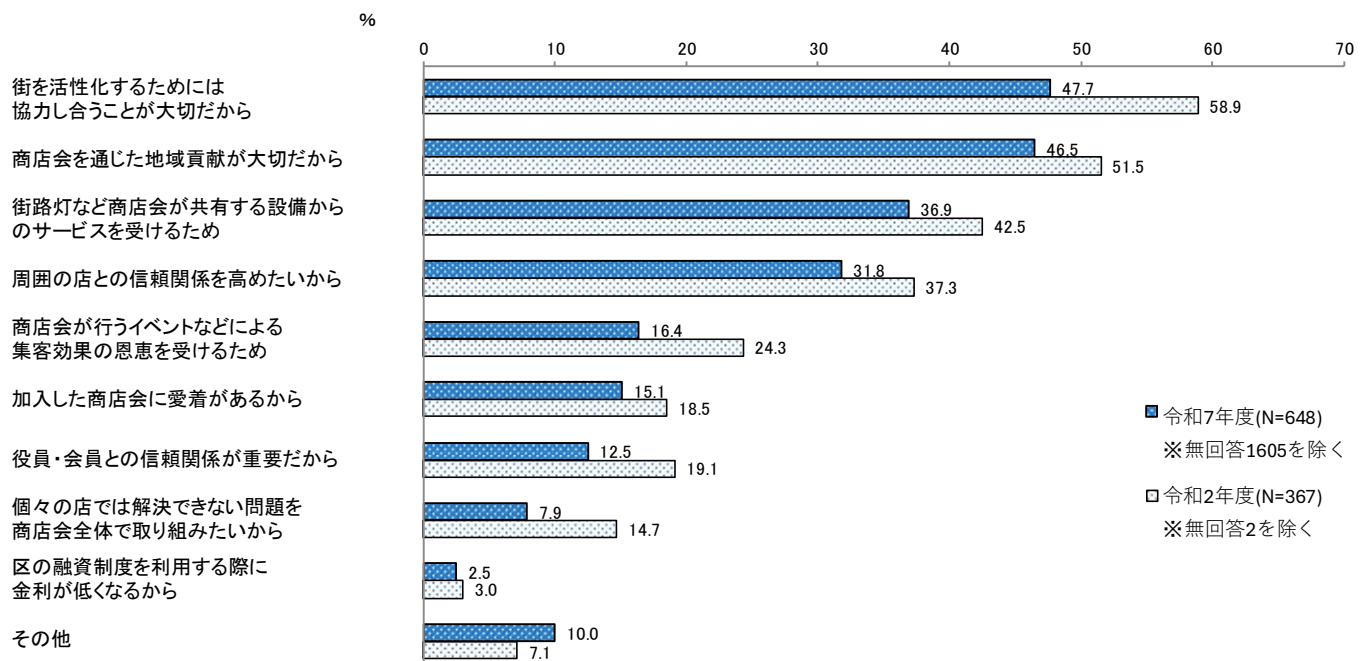
問3 商店会に加入している理由についてお答えください。(〇はいくつでも)

#### ○街の活性化や地域への貢献などを理由に商店会に加入している事業所が多い

問3あるいは問4のいずれかの設問に回答のあった事業所のうち、商店会に加入している事業所の割合は29.7%、商店会に加入していない事業所の割合は70.3%となっている。

また商店会に加入している理由については、「街を活性化するためには協力し合うことが大切だから」が47.7%と最も高く、次いで「商店会を通じた地域貢献が大切だから」が46.5%、「街路灯など商店会が共有する設備からのサービスを受けるため」が36.9%となっている。

図表2-11 商店会に加入している理由(MA)



## (2) 商店会に加入していない理由

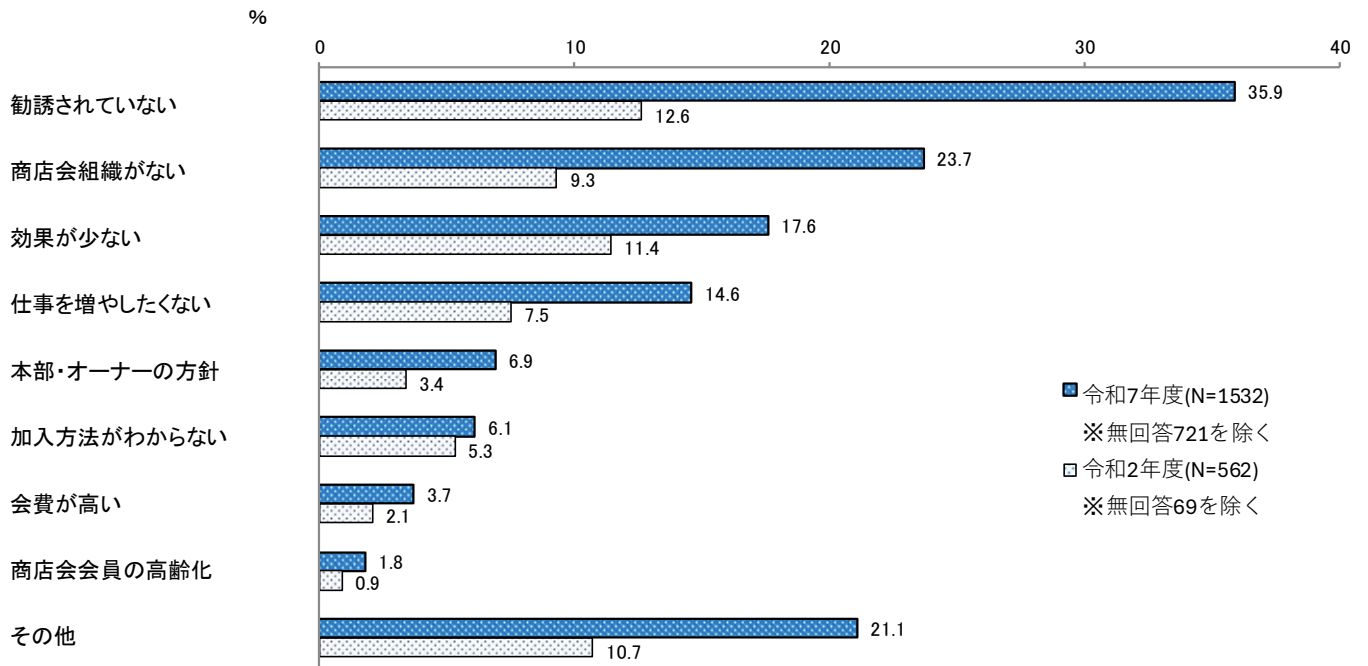
問4は、商店会に加入していない方がお答えください。

問4 商店会に加入していない理由についてお答えください。(〇はいくつでも)

### ○商店会に加入していない理由は、「勧誘されていない」が最も多い

商店会に加入していない理由について、「勧誘されていない」が35.9%と最も高く、次いで「商店会組織がない」が23.7%となっている。

図表2-12 商店会に加入していない理由(MA)



注：前回調査から変更した選択肢は以下のとおり。

- ・「そもそも商店ではない」を削除。

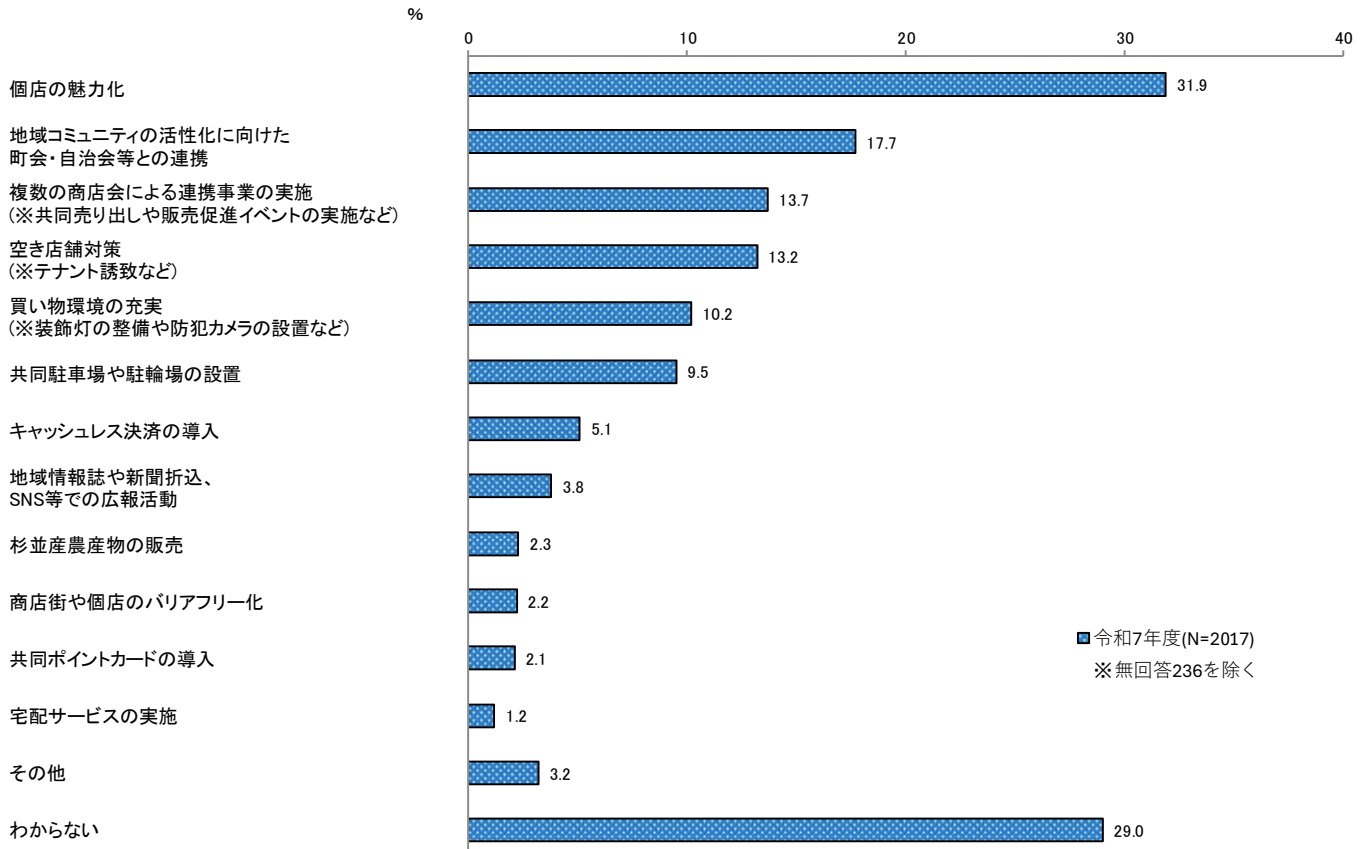
### (3) 商店街を活性化していくために必要な取組

問5 商店街を活性化していくために、今後、特に必要だと考える取組をお答えください。(○は2つまで)

#### ○商店街の活性化に向けて、個店の魅力化や町会・自治会等の連携が必要と考えている事業所が多い

商店街を活性化していくために必要な取組について、「個店の魅力化」が31.9%と最も高く、次いで「わからない」が29.0%、「地域コミュニティの活性化に向けた町会・自治会等との連携」が17.7%となっている。

図表2-13 商店街を活性化していくために必要な取組(MA)



### 3 経営状況

#### (1) 3年前と比べた「売上高」の変化

問6 3年前(2022年)と比べて、前決算期の事業所の「売上高」はどのように変化しましたか。(○は1つ)

##### ○ 3年前と比べて22.6%の事業所で売上高が増加し、33.1%の事業所で売上高が減少した

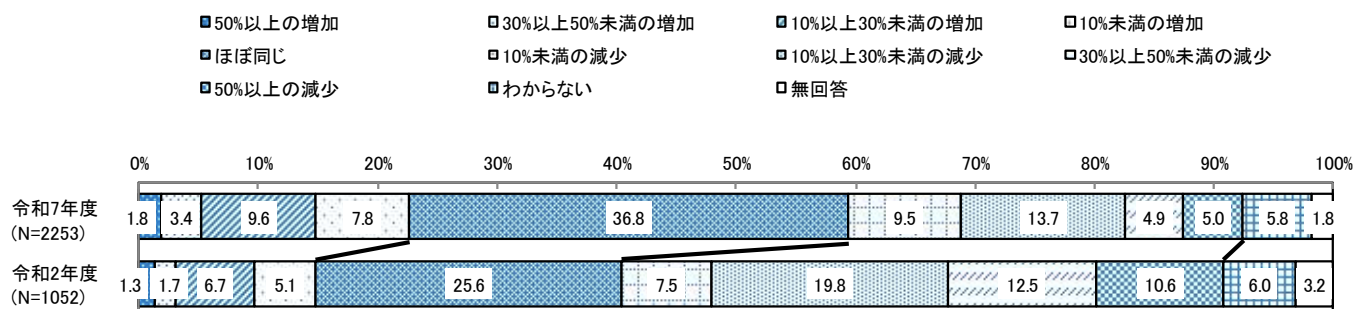
3年前と比べた「売上高」の変化について、『増加した』（「50%以上の増加」「30%以上50%未満の増加」「10%以上30%未満の増加」「10%未満の増加」の合計）と回答した事業所が22.6%、「ほぼ同じ」と回答した事業所が36.8%、『減少した』（「10%未満の減少」「10%以上30%未満の減少」「30%以上50%未満の減少」「50%以上の減少」の合計）と回答した事業所が33.1%となっている。

令和2年度の調査と比較すると、『増加した』と回答した事業所は7.8ポイント増加し、「ほぼ同じ」と回答した事業所は11.2ポイント増加している。一方で『減少した』と回答した事業所は17.3ポイント低下している。

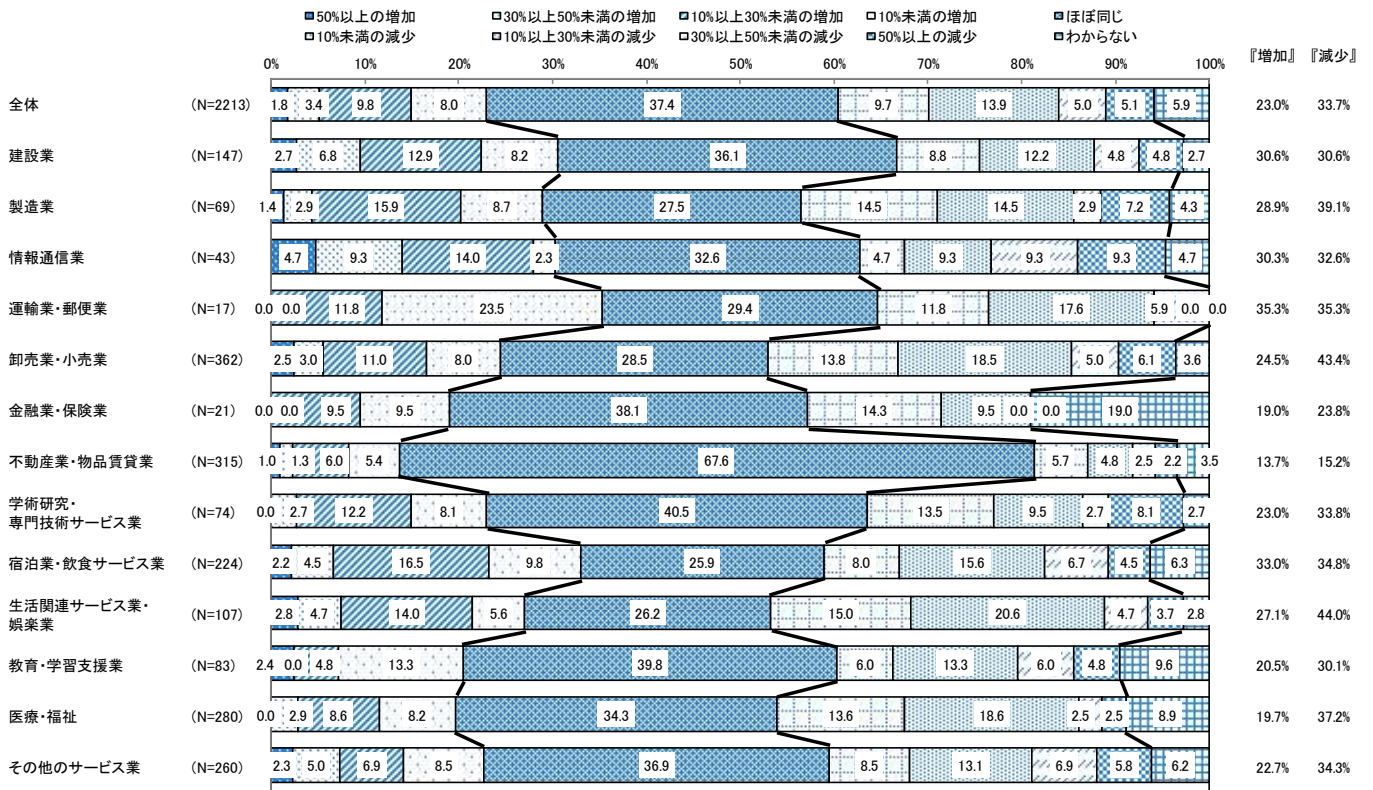
業種別にみると、「10%未満の増加」が全体に比べて10ポイント以上高い項目は、「運輸業・郵便業」（23.5%）となっている。

また「ほぼ同じ」が全体に比べて20ポイント以上高い項目は、「不動産業・物品賃貸業」（67.6%）となっている。一方で「ほぼ同じ」が全体に比べて10ポイント以上低い項目は、「宿泊業・飲食サービス業」（25.9%）、「生活関連サービス業・娯楽業」（26.2%）となっている。

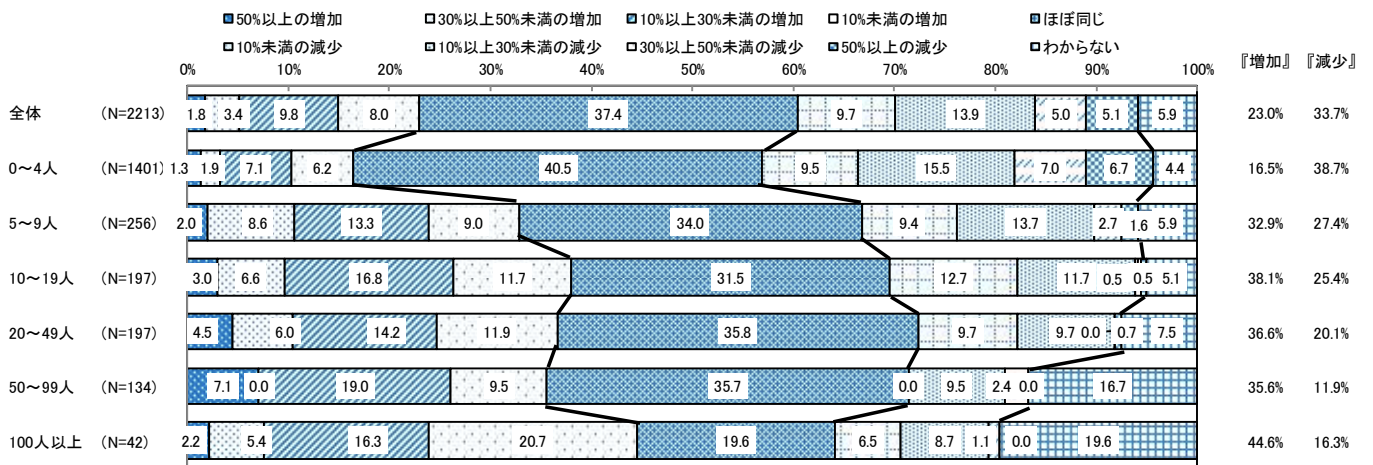
図表2-14 3年前と比べた「売上高」の変化(SA)



図表2-15 3年前と比べた「売上高」の変化（業種別）



図表2-17 3年前と比べた「売上高」の変化（従業員数別）



## (2) 過去3年間で売上を伸ばすために実施した取組

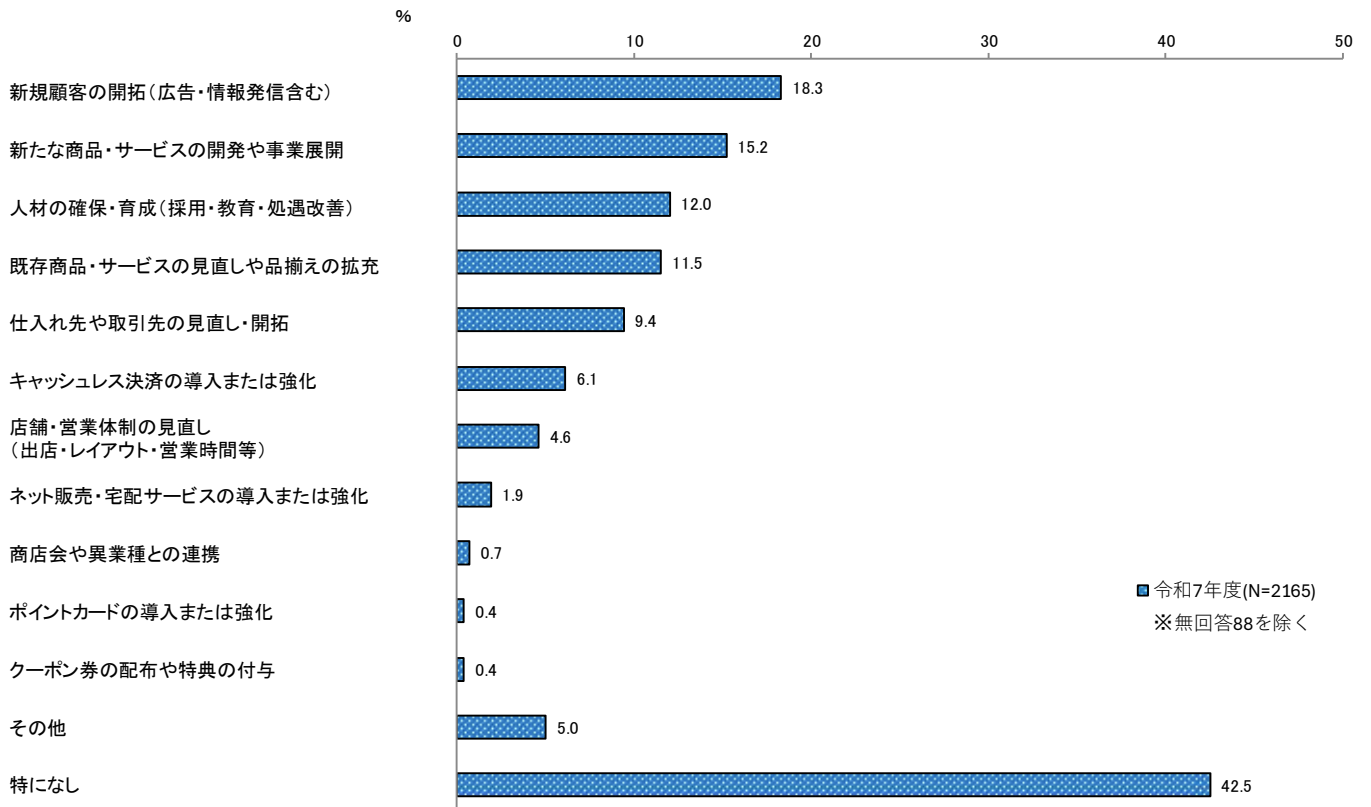
問7 過去3年間で、売上を伸ばすために優先的に実施した取組をお答えください。(〇は2つまで)  
また、よろしければ具体的な取組内容を、【取組内容】欄にご記入ください。(自由に記入)

### ○売上を伸ばすために優先的に実施した取組として、新規顧客の開拓が最も多い

過去3年間で売上を伸ばすために何らかの取組を行っている事業所は57.5%、取組を行っていない事業所は42.5%となっている。

また何らかの取組を行っている事業所が優先的に実施した内容については、「新規顧客の開拓（広告・情報発信含む）」が18.3%と最も高く、次いで「新たな商品・サービスの開発や事業展開」が15.2%、「人材の確保・育成（採用・教育・処遇改善）」が12.0%となっている。

図表2-18 過去3年間で売上を伸ばすために実施した取組(MA)



業種別にみると、「新規顧客の開拓（広告・情報発信含む）」が全体に比べて10ポイント以上高い項目は、「金融業・保険業」（28.6%）となっている。

また「新たな商品・サービスの開発や事業展開」が全体に比べて10ポイント以上高い項目は、「製造業」（27.9%）、「情報通信業」（34.1%）、「卸売業・小売業」（25.6%）となっている。

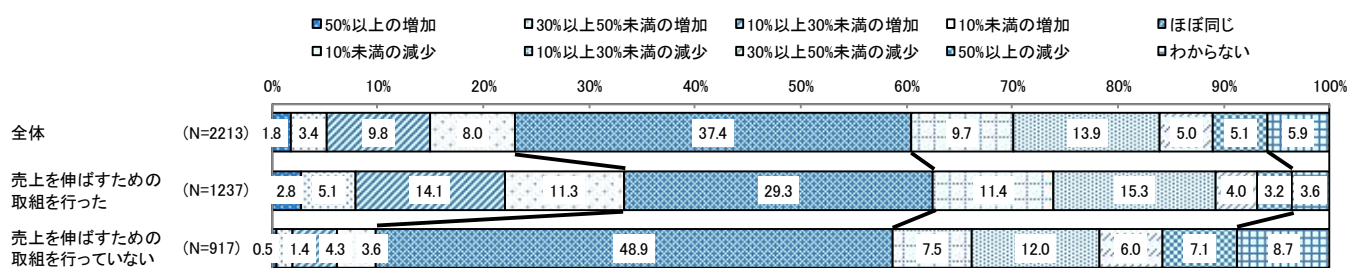
加えて「人材確保・育成」が全体に比べて10ポイント以上高い項目は、「建設業」（25.3%）、「運輸業・郵便業」（29.4%）、「医療・福祉」（23.5%）となっている。

図表2-19 過去3年間で売上を伸ばすために実施した取組（業種別）

	回答者数（N）	新たな商品・サービスの開発や事業展開	新規顧客の開拓（広告・情報発信含む）	既存商品の拡充	仕入れ先や取引先の見直し・開拓	店舗・営業体制の見直し（出店・レイアウト・営業時間等）	人材の確保・育成（採用・教育・処遇改善）	ネット販売・宅配サービスの導入または強化	キャッシュレス決済の導入または強化	ポイントカードの導入または強化	クーポン券の配布や特典の付与	商店会や異業種との連携	その他	特になし
全体	2,165	15.2	18.3	11.5	9.4	4.6	12.0	1.9	6.1	0.4	0.4	0.7	5.0	42.5
建設業	146	7.5	13.7	4.8	15.8	0.0	25.3	0.7	0.0	0.0	0.0	1.4	6.2	43.8
製造業	68	27.9	25.0	16.2	14.7	2.9	13.2	7.4	4.4	0.0	0.0	0.0	2.9	27.9
情報通信業	41	34.1	22.0	9.8	12.2	0.0	12.2	0.0	2.4	0.0	0.0	0.0	0.0	41.5
運輸業・郵便業	17	17.6	17.6	11.8	5.9	5.9	29.4	0.0	11.8	0.0	0.0	0.0	11.8	23.5
卸売業・小売業	356	25.6	20.8	22.2	16.0	6.7	7.3	5.3	11.8	1.1	0.6	0.3	1.1	25.8
金融業・保険業	21	14.3	28.6	9.5	0.0	0.0	19.0	4.8	4.8	0.0	0.0	9.5	4.8	33.3
不動産業・物品賃貸業	308	7.1	8.4	4.9	3.2	3.6	0.6	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	9.7	68.8
学術研究・専門技術サービス業	71	14.1	19.7	8.5	2.8	4.2	16.9	1.4	5.6	0.0	1.4	4.2	2.8	42.3
宿泊業・飲食サービス業	218	19.3	17.9	20.2	18.8	12.8	9.6	1.8	11.0	0.0	0.5	0.5	3.7	28.9
生活関連サービス業・娯楽業	106	19.8	26.4	19.8	4.7	8.5	12.3	3.8	11.3	0.9	0.9	0.0	2.8	25.5
教育・学習支援業	81	16.0	25.9	7.4	2.5	2.5	21.0	0.0	1.2	0.0	0.0	0.0	7.4	42.0
医療・福祉	277	9.0	23.5	6.5	8.3	4.0	23.5	1.1	9.0	0.7	0.0	0.0	5.4	36.5
その他のサービス業	255	14.1	19.6	9.4	4.3	2.4	11.8	1.2	4.3	0.4	0.0	1.2	5.9	48.2

過去3年間で売上を伸ばすために実施した取組の有無別にみると、取組を「行った」事業所では、売上高が『増加した』が33.3%、「ほぼ同じ」が29.3%、『減少した』が33.9%となっている。一方で取組を「行っていない」事業所では、売上高が『増加した』が9.8%、「ほぼ同じ」が48.9%、『減少した』が32.6%となっている。

図表2-20 3年前と比べた「売上高」の変化（取組の有無別）



3年前と比べた「売上高」の増減別にみると、「特になし」について、「売上高はほぼ同じ」事業者は全体に比べて10ポイント以上高くなっている。一方で、「売上高が『増加した』（「50%以上の増加」「30%以上50%未満の増加」「10%以上30%未満の増加」「10%未満の増加」の合計）」事業者は全体に比べて20ポイント以上低くなっている。

図表2-21 過去3年間で売上を伸ばすために実施した取組（売上高の増減別）

	回答者数（N）	新たな商品・サービスの開発や事業展開	新規顧客の開拓（広告・情報発信含む）	既存商品の拡充	仕入れ先や取引先の見直し・開拓	（店舗・営業体制の見直し（出店・レイアウト・営業時間等）	（人材の確保・育成（採用・教育・処遇改善）	ネット販売・宅配サービスの導入または強化	キャッシュレス決済の導入または強化	ポイントカードの導入または強化	クーポンの配布や特典の付与	商店会や異業種との連携	その他	特になし
全体	2,165	15.2	18.3	11.5	9.4	4.6	12.0	1.9	6.1	0.4	0.4	0.7	5.0	42.5
売上高が増加した	503	23.7	27.8	18.9	12.3	6.8	21.7	3.0	6.6	0.4	0.4	1.0	7.2	17.9
売上高はほぼ同じ	810	10.9	13.7	8.9	7.3	2.3	9.4	1.2	4.2	0.4	0.1	0.2	4.2	55.3
売上高が減少した	717	15.5	18.0	9.8	10.2	6.3	8.4	2.1	7.7	0.6	0.7	1.1	4.6	41.7

■ 具体的な取組内容（一部抜粋）

- ・ 必要資格の取得（建設業）
- ・ 展示会への出展（製造業）
- ・ 既存顧客への営業強化（情報通信業）
- ・ 乗務員の採用強化（運輸業・郵便業）
- ・ 販売価格引き上げ（卸売業・小売業）
- ・ 顧客に対するアフターサービスの充実（卸売業・小売業）
- ・ 賃貸物件のリフォーム（不動産業・物品賃貸業）
- ・ 家賃の値上げ（不動産業・物品賃貸業）
- ・ 経営者の会への参加（学術研究・専門技術サービス業）
- ・ 季節限定商品の開発（宿泊業・飲食サービス業）
- ・ 仕入先の見直し（宿泊業・飲食サービス業）
- ・ モバイルオーダーの導入（宿泊業・飲食サービス業）
- ・ 店舗リニューアル、SNS強化、キャッシュレス導入（生活関連サービス業・娯楽業）
- ・ DX化促進による効率化、それによる従業員の余力活用（教育・学習支援業）
- ・ Instagramやブログでの発信（医療・福祉）
- ・ 生成AIの導入と運用（その他のサービス業）

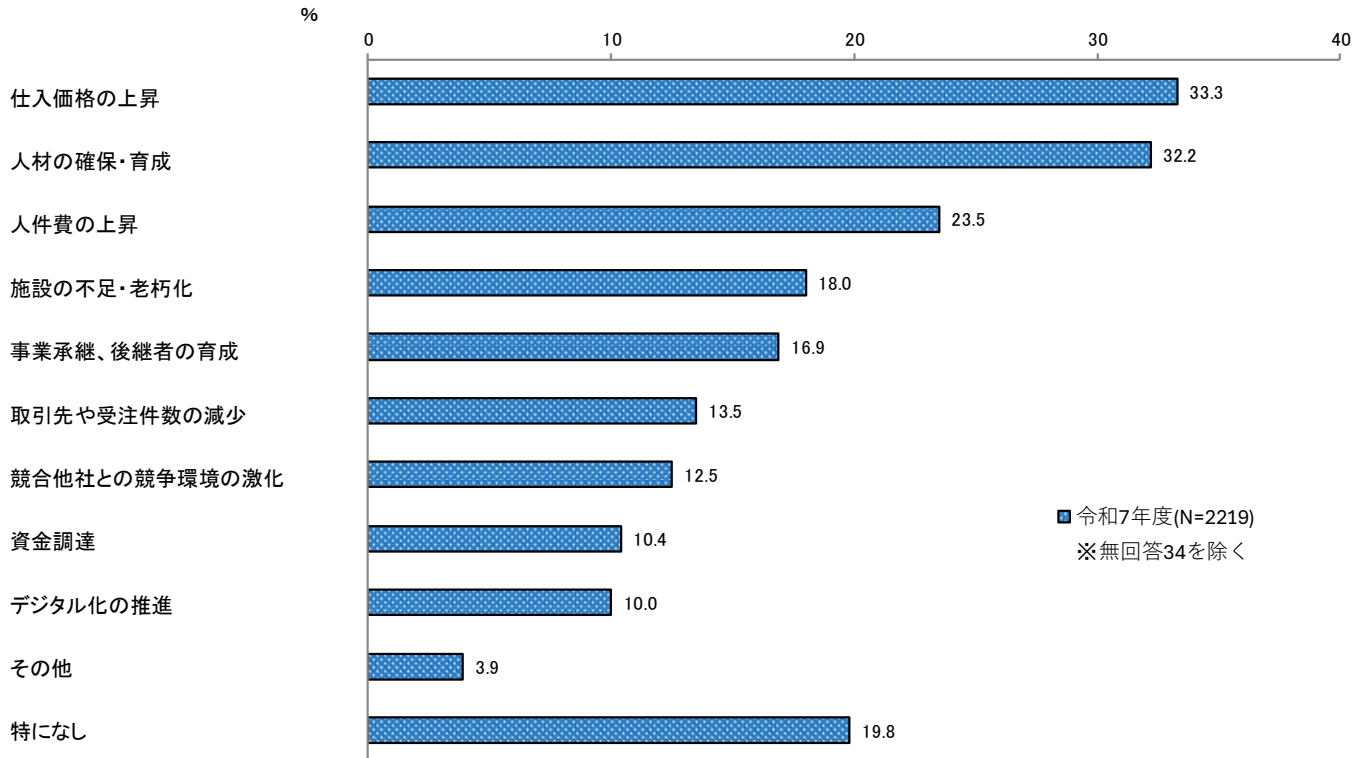
### (3) 経営上抱えている課題

問8 現在、経営上抱えている課題についてお答えください。(〇はいくつでも)

#### ○「仕入価格の上昇」や「人材の確保・育成」を経営上の課題としている事業所が多い

経営上抱えている課題について、「仕入価格の上昇」が33.3%と最も高く、次いで「人材の確保・育成」が32.2%、「人件費の上昇」が23.5%となっている。

図表2-22 経営上抱えている課題(MA)



3年前と比べた「売上高」の増減別にみると、「売上高が『増加した』（「50%以上の増加」「30%以上50%未満の増加」「10%以上30%未満の増加」「10%未満の増加」の合計）」事業所において、「人材の確保・育成」（53.3%）が全体に比べて20ポイント以上、「人件費の上昇」（34.9%）が全体に比べて10ポイント以上高くなっている一方、「特になし」が全体に比べて10ポイント以上低くなっている。

また、「売上高が『減少した』（「50%以上の減少」「30%以上50%未満の減少」「10%以上30%未満の減少」「10%未満の減少」の合計）」事業所において、「取引先や受注件数の減少」（23.5%）が全体に比べて10ポイント以上高くなっている。

図表2-23 経営上抱えている課題（売上高の増減別）

	回答者数（N）	人材の確保・育成	事業承継、後継者の育成	人件費の上昇	仕入価格の上昇	取引先や受注件数の減少	競合他社との競争環境の激化	資金調達	施設の不足・老朽化	デジタル化の推進	その他	特になし
全体	2,219	32.2	16.9	23.5	33.3	13.5	12.5	10.4	18.0	10.0	3.9	19.8
売上高が増加した	507	53.3	23.1	34.9	40.0	8.9	14.8	10.7	20.9	15.6	3.4	8.1
売上高はほぼ同じ	824	26.6	15.9	17.4	25.4	9.0	9.0	7.6	17.4	7.9	3.8	26.8
売上高が減少した	733	24.1	14.9	23.2	38.7	23.5	15.8	13.8	17.3	9.5	4.2	17.1

業種別にみると、「仕入価格の上昇」については、「宿泊業・飲食サービス業」（79.7%）が全体に比べて20ポイント以上高くなっている一方、「金融業・保険業」（0.0%）、「不動産業・物品賃貸業」（10.5%）、「教育・学習支援業」（12.5%）では全体に比べて20ポイント以上低くなっている。

また「人材の確保・育成」については、「建設業」（57.7%）、「運輸業・郵便業」（82.4%）、「医療・福祉」（54.9%）が全体に比べて20ポイント以上高くなっている一方、「不動産業・物品賃貸業」（6.0%）では全体に比べて20ポイント以上低くなっている。

図表2-24 経営上抱えている課題（業種別）

		人材の確保・育成	事業承継、後継者の育成	人件費の上昇	仕入価格の上昇	取引先や受注件数の減少	競合他社との競争環境の激化	資金調達	施設の不足・老朽化	デジタル化の推進	その他	特になし
	回答者数（N）											（%）
全体	2,219	32.2	16.9	23.5	33.3	13.5	12.5	10.4	18.0	10.0	3.9	19.8
建設業	149	57.7	19.5	32.2	43.0	19.5	15.4	18.8	6.0	16.1	1.3	13.4
製造業	70	38.6	17.1	27.1	45.7	34.3	11.4	11.4	10.0	12.9	2.9	10.0
情報通信業	43	37.2	30.2	25.6	16.3	23.3	14.0	9.3	0.0	4.7	2.3	23.3
運輸業・郵便業	17	82.4	17.6	35.3	23.5	11.8	5.9	0.0	11.8	17.6	11.8	5.9
卸売業・小売業	360	32.5	13.1	26.1	53.1	20.0	16.9	13.1	14.2	9.2	3.9	10.8
金融業・保険業	21	42.9	19.0	0.0	0.0	19.0	23.8	0.0	9.5	14.3	0.0	28.6
不動産業・物品賃貸業	315	6.0	22.2	5.4	10.5	3.5	6.0	9.8	33.0	4.8	5.1	35.2
学術研究・専門技術サービス業	74	29.7	16.2	13.5	16.2	17.6	16.2	8.1	6.8	6.8	2.7	28.4
宿泊業・飲食サービス業	222	27.5	14.9	28.8	79.7	5.0	7.2	12.2	26.6	6.8	2.7	6.8
生活関連サービス業・娯楽業	106	30.2	17.0	31.1	34.0	13.2	18.9	10.4	36.8	8.5	1.9	17.0
教育・学習支援業	80	37.5	15.0	23.8	12.5	7.5	7.5	8.8	15.0	11.3	11.3	28.8
医療・福祉	286	54.9	18.2	40.9	30.1	9.4	19.9	6.6	19.6	20.3	2.8	9.4
その他のサービス業	257	28.4	13.6	18.7	13.6	17.9	10.1	6.6	10.5	6.6	4.3	29.6

従業員数別にみると、「人材の確保・育成」と「人件費の上昇」については、「0～4人」が全体に比べて10ポイント以上低くなっている。

図表2-25 経営上抱えている課題（従業員数別）

(%)

	回答者数（N）	人材の確保・育成	事業承継、後継者の育成	人件費の上昇	仕入価格の上昇	取引先や受注件数の減少	競合他社との競争環境の激化	資金調達	施設の不足・老朽化	デジタル化の推進	その他	特になし
全体	2219	32.2	16.9	23.5	33.3	13.5	12.5	10.4	18.0	10.0	3.9	19.8
0～4人	1401	12.8	15.1	10.5	31.2	15.8	10.6	10.6	18.0	7.3	4.1	26.6
5～9人	255	61.2	23.9	44.3	41.6	11.8	14.9	9.4	13.7	14.5	2.7	9.0
10～19人	198	72.2	18.7	57.1	40.4	13.6	20.2	12.6	24.2	18.2	4.5	5.1
20～49人	132	79.5	28.0	52.3	34.8	6.1	18.2	9.8	21.2	9.8	3.8	2.3
50～99人	44	75.0	15.9	50.0	31.8	4.5	11.4	9.1	13.6	18.2	2.3	2.3
100人以上	92	73.9	8.7	39.1	22.8	6.5	16.3	5.4	17.4	18.5	3.3	9.8

## (4) 区に求める支援

問9 今後、経営課題の解決や改善のために、優先的に区に求める支援をお答えください。(〇は3つまで)

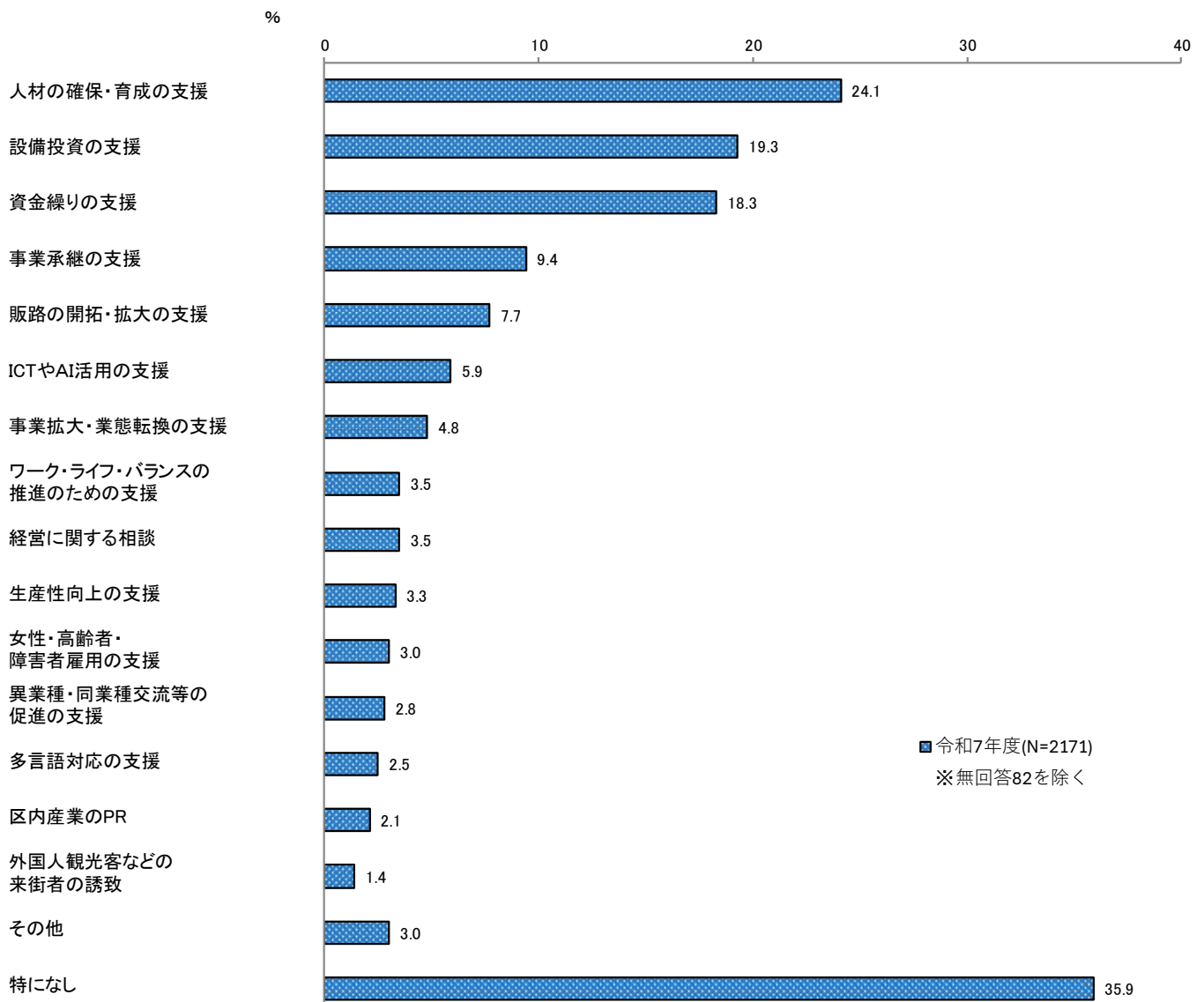
### ○人材の確保・育成や設備投資の支援を求める声が多い

区に何らかの支援を求める事業所は64.1%、特に支援を求めている事業所は35.9%となっている。

また区に求める支援の具体的な内容については、「人材の確保・育成の支援」が24.1%と最も高く、次いで「設備投資の支援」が19.3%、「資金繰りの支援」が18.3%となっている。

業種別にみると、「人材の確保・育成の支援」について、「建設業」(50.0%)、「運輸業・郵便業」(75.0%)が全体に比べて20ポイント以上高くなっている一方、「不動産業・物品賃貸業」(5.8%)では全体に比べて10ポイント以上低くなっている。

図表2-26 区に求める支援(MA)



図表2-27 区に求める支援（業種別）

	回答者数（N）	人材の確保・育成の支援	事業承継の支援	障害者・高齢者・女性・雇用者の支援	資金繰りの支援	販路の開拓・拡大の支援	生産性向上の支援	事業拡大・業態転換の支援	ワーク・ライフ・バランスの推進のための支援	設備投資の支援	ICTやAI活用の支援	経営に関する相談	異業種・同業種交流等の促進の支援	区内産業のPR	多言語対応の支援	外国人観光客などの来街者の誘致	その他	特になし
全体	2,171	24.1	9.4	3.0	18.3	7.7	3.3	4.8	3.5	19.3	5.9	3.5	2.8	2.1	2.5	1.4	3.0	35.9
建設業	142	50.0	9.9	2.1	26.1	8.5	5.6	3.5	4.9	11.3	5.6	2.8	2.8	2.8	0.0	0.0	4.2	25.4
製造業	69	27.5	10.1	1.4	21.7	5.8	7.2	5.8	2.9	20.3	7.2	2.9	0.0	1.4	0.0	0.0	2.9	31.9
情報通信業	42	26.2	21.4	2.4	21.4	14.3	2.4	14.3	0.0	14.3	11.9	7.1	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3
運輸業・郵便業	16	75.0	6.3	0.0	18.8	6.3	0.0	6.3	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	6.3	0.0	0.0	0.0	18.8
卸売業・小売業	348	24.4	6.3	2.9	21.0	17.8	4.6	6.0	4.0	14.7	5.2	2.9	0.6	2.3	3.7	5.5	2.9	30.5
金融業・保険業	20	30.0	5.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	10.0	15.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
不動産業・物品賃貸業	310	5.8	8.7	1.0	13.5	1.9	1.3	3.5	1.6	19.7	4.5	6.8	1.6	1.6	1.6	1.0	3.5	52.9
学術研究・専門技術サービス業	74	17.6	8.1	5.4	18.9	10.8	1.4	1.4	4.1	14.9	10.8	1.4	8.1	4.1	0.0	0.0	1.4	37.8
宿泊業・飲食サービス業	213	20.2	13.6	4.2	27.7	3.8	1.9	7.5	4.7	36.6	1.4	4.7	4.2	5.2	4.7	3.3	3.3	22.5
生活関連サービス業・娯楽業	104	25.0	7.7	2.9	30.8	4.8	4.8	5.8	2.9	34.6	2.9	3.8	1.9	1.9	1.9	0.0	0.0	28.8
教育・学習支援業	82	26.8	6.1	2.4	11.0	6.1	0.0	4.9	4.9	23.2	14.6	4.9	2.4	2.4	6.1	0.0	4.9	37.8
医療・福祉	281	39.5	11.4	3.9	14.6	4.3	5.7	2.1	6.4	28.5	10.0	3.2	1.8	1.8	3.6	0.0	3.2	22.4
その他のサービス業	252	21.4	9.1	4.8	13.1	11.1	2.8	6.3	2.8	7.5	5.6	2.4	5.2	0.8	2.4	0.4	2.4	44.4

## (5) 物価・原材料価格の高騰による影響

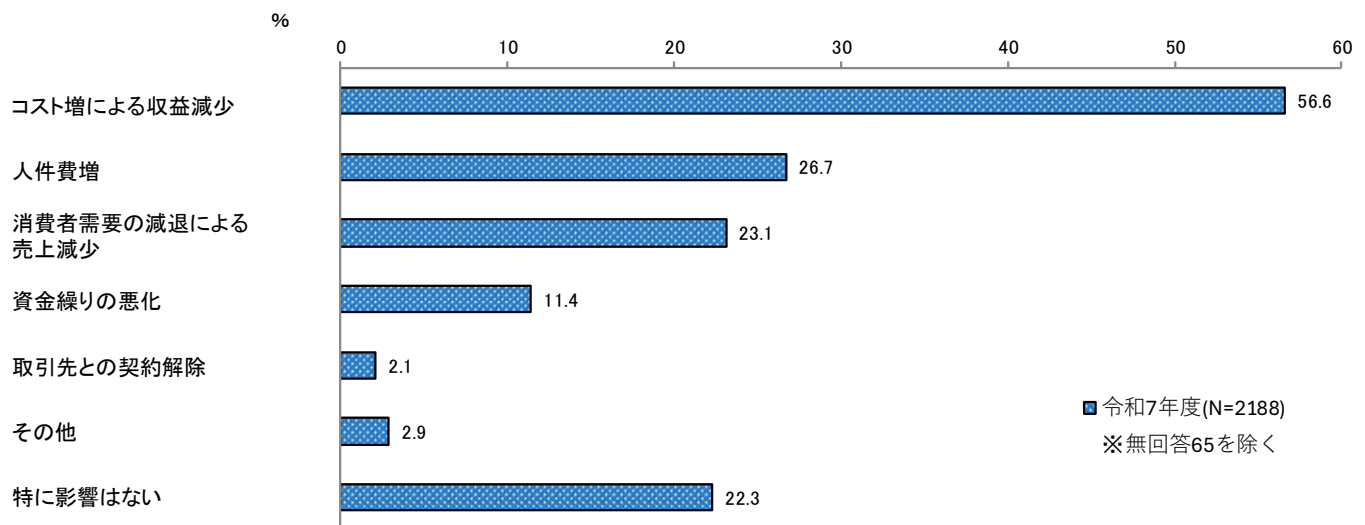
問 10 物価・原材料の価格の高騰により、どのような影響がありましたか。(○はいくつでも)

### ○半数以上の事業所で、コストの増加に伴う収益減少の影響を受けている

物価・原材料価格の高騰による影響について、何らかの影響がある事業者は、77.7%となっている。そのうち、「コスト増による収益減少」が56.6%と最も高く、次いで「人件費増」が26.7%、「消費者需要の減退による売上減少」が23.1%となっている。

業種別にみると、「コスト増による収益減少」について、「宿泊業・飲食サービス業」(83.3%)、「運輸業・郵便業」(82.4%)が全体に比べて20ポイント以上高くなっている一方、「金融業・保険業」(19.0%)、「教育・学習支援業」(33.8%)では全体に比べて20ポイント以上低くなっている。

図表2-28 物価・原材料価格の高騰による影響(MA)



図表2-29 物価・原材料価格の高騰による影響（業種別）

(%)

	回答者数 (N)	コスト増による 収益減少	消費者需要の減退による 売上減少	資金繰りの悪化	人件費増	取引先との契約解除	その他	特に影響はない
全体	2188	56.6	23.1	11.4	26.7	2.1	2.9	22.3
農林水産業	3	66.7	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3
建設業	147	64.6	12.9	16.3	41.5	0.7	1.4	17.7
製造業	70	74.3	22.9	12.9	35.7	2.9	4.3	14.3
電気・ガス・熱供給・水道業	13	53.8	46.2	15.4	15.4	7.7	0.0	7.7
情報通信業	41	56.1	9.8	7.3	41.5	4.9	0.0	26.8
運輸業・郵便業	17	82.4	11.8	5.9	58.8	0.0	0.0	5.9
卸売業・小売業	355	59.2	39.4	13.8	26.5	2.8	1.4	15.2
金融業・保険業	21	19.0	14.3	4.8	33.3	4.8	4.8	38.1
不動産業・物品賃貸業	306	45.8	5.6	8.8	4.6	0.7	3.3	43.5
学術研究・専門技術サービス業	74	51.4	12.2	12.2	23.0	4.1	1.4	29.7
宿泊業・飲食サービス業	222	83.3	47.3	17.6	29.7	1.4	1.8	3.2
生活関連サービス業・娯楽業	106	68.9	45.3	9.4	31.1	0.9	3.8	8.5
教育・学習支援業	80	33.8	11.3	12.5	28.8	2.5	7.5	31.3
医療・福祉	285	67.0	13.7	10.5	45.3	0.0	2.5	14.0
その他のサービス業	253	41.1	21.3	5.9	22.1	4.7	3.2	28.1
その他	180	37.2	15.6	9.4	15.0	3.3	6.7	37.2

## (6) 価格転嫁

### ①実施状況

問 11 価格転嫁を実施できていますか。または、今後価格転嫁を行う見込みはありますか。(○は1つ)

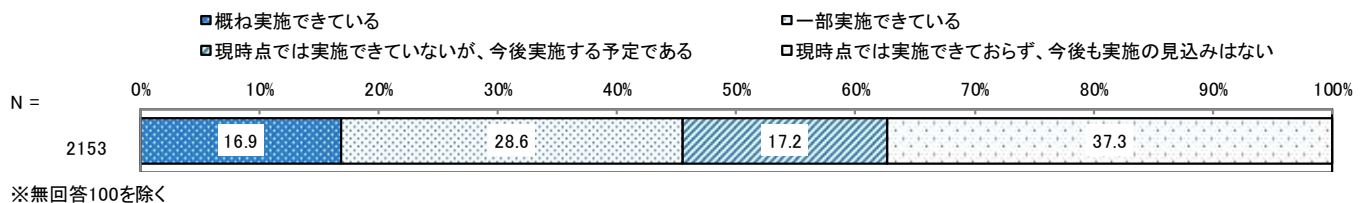
#### ○過半数の事業所が価格転嫁を『実施できていない』

価格転嫁の実施状況について、「概ね実施できている」は16.9%にすぎず、実施できているものの一部実施に留まっている事業所は28.6%となっている。一方、「現時点では実施できておらず、今後も実施の見込みはない」(37.3%)と「現時点では実施できていないが、今後実施する予定である」(17.2%)を合わせると『実施できていない』事業者は54.5%となっている。

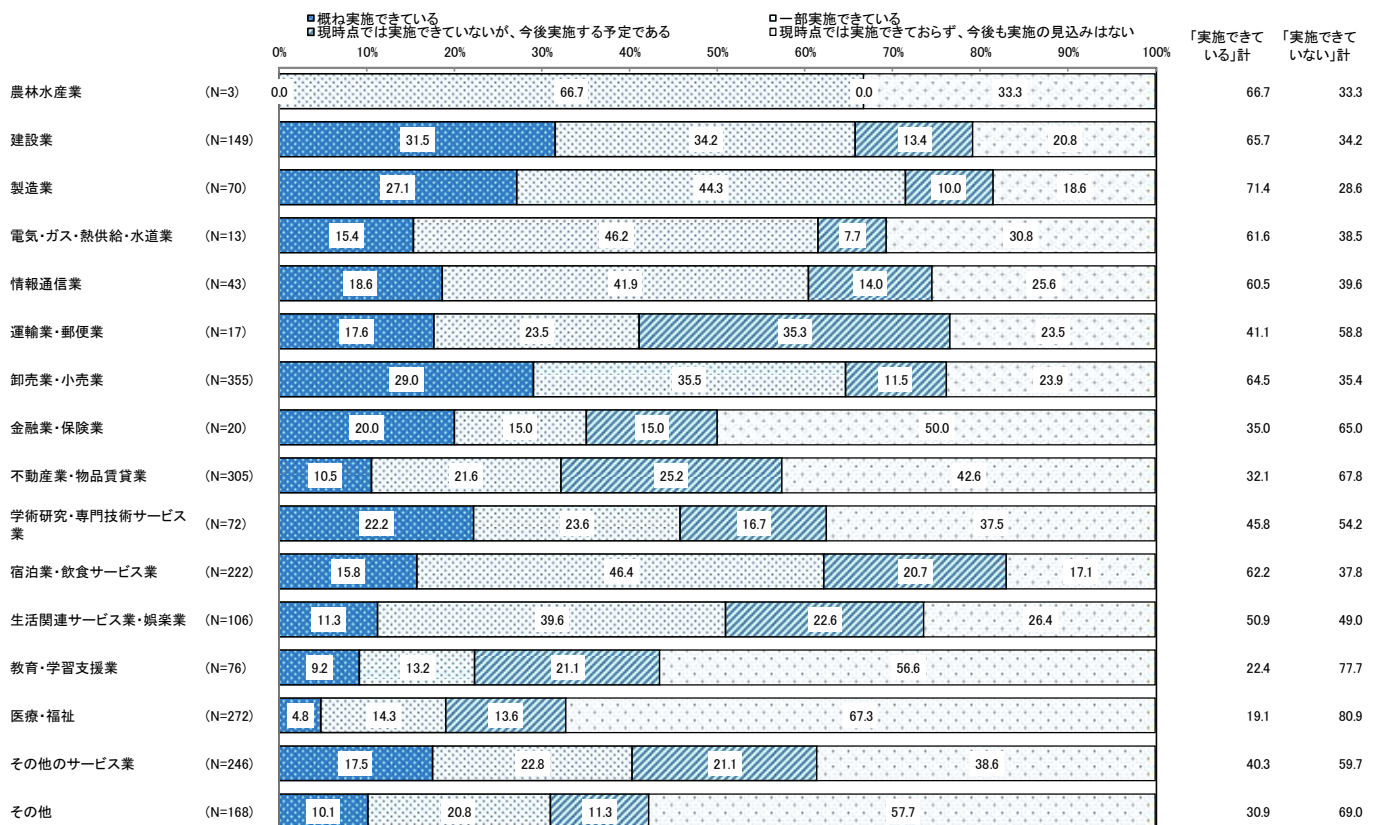
業種別にみると、「現時点では実施できておらず、今後も実施の見込みはない」について、「医療・福祉」(67.3%)が全体に比べて20ポイント以上高くなっている一方、「宿泊業・飲食サービス業」(17.1%)では全体に比べて20ポイント以上低くなっている。

事業所の従業員数別にみると、「現時点では実施できておらず、今後も実施の見込みはない」について、「0～4人」(39.5%)が全体に比べて高く、「100人以上」と比べると9ポイント以上高くなっている。

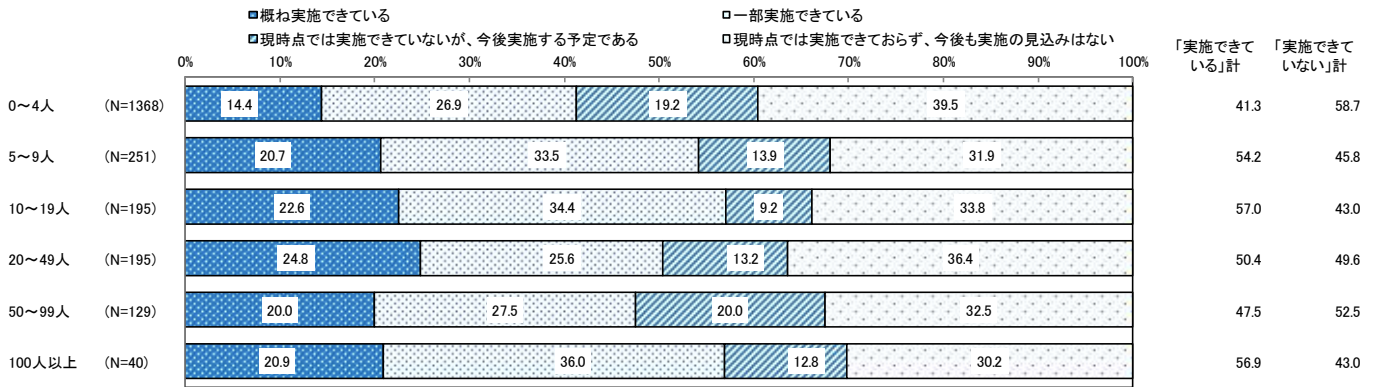
図表2-30 価格転嫁の実施状況(SA)



図表2-31 価格転嫁の実施状況(業種別)



図表2-32 価格転嫁の実施状況（従業員数別）



②実施したことでの売上の変化

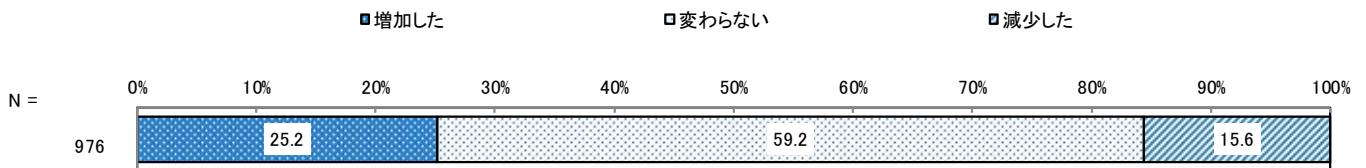
問 12 は、問 11で「1」・「2」を選んだ方がお答えください。

問 12 価格転嫁を実施したことにより、売上はどのように変化しましたか。(○は1つ)

○価格転嫁を実施した6割弱の事業所で、売上に変化はなかった

価格転嫁を実施したことでの売上の変化について、「変わらない」が59.2%と最も高く、次いで「増加した」が25.2%、「減少した」が15.6%となっている。

図表2-33 価格転嫁を実施したことでの売上の変化(SA)



※無回答3を除く

## (7) 物価・原材料価格の高騰への価格転嫁以外の対策

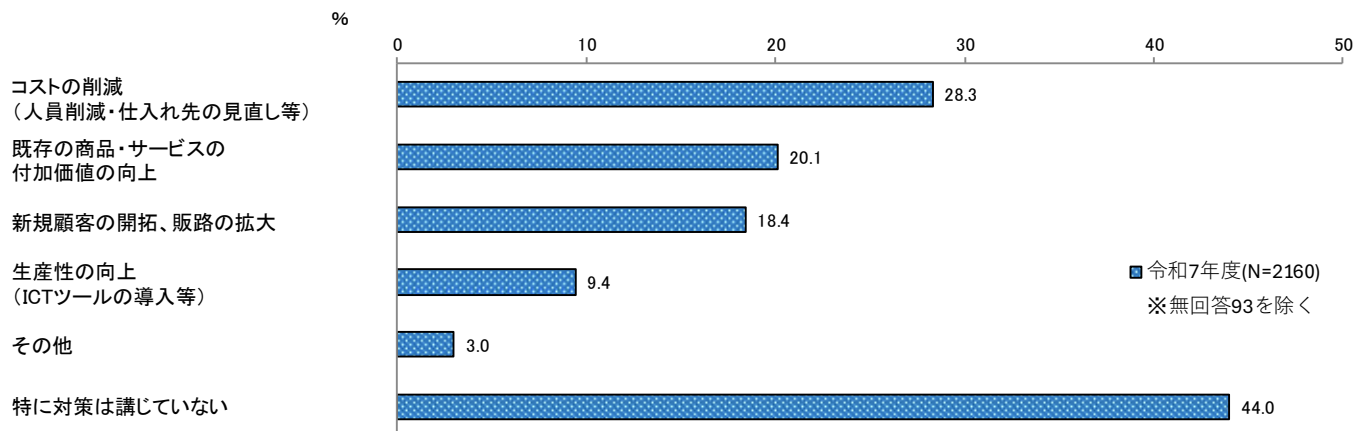
問 13 物価・原材料の価格の高騰に対し、価格転嫁以外にどのような対策を講じていますか。  
(○はいくつでも)

### ○物価・原材料の価格の高騰に対し、4割以上の事業所が価格転嫁以外の対策を講じていない

物価・原材料価格の高騰への価格転嫁以外の対策について、「特に対策は講じていない」が44.0%と最も高く、次いで「コストの削減（人員削減・仕入れ先の見直し等）」が28.3%、「既存の商品・サービスの付加価値の向上」が20.1%となっている。

業種別にみると、「特に対策は講じていない」について、「宿泊業・飲食サービス業」（27.4%）、「生活関連サービス業・娯楽業」（32.7%）、「卸売業・小売業」（32.9%）が全体に比べて10ポイント以上低くなっている一方、「不動産業・物品賃貸業」（67.6%）では全体に比べて10ポイント以上高くなっている。

図表2-35 物価・原材料価格の高騰への価格転嫁以外の対策(MA)



図表2-36 物価・原材料価格の高騰への価格転嫁以外の対策（業種別）

	回答者数(N)	コストの削減 (人員削減・ 仕入れ先の見直し等)	生産性の向上 (ICTツール)	既存の商品・サービスの 付加価値の向上	新規顧客の開拓、 販路の拡大	その他	特に対策は講じていない
全体	2160	28.3	9.4	20.1	18.4	3.0	44.0
農林水産業	3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
建設業	147	25.2	13.6	17.0	19.7	2.0	42.2
製造業	69	29.0	17.4	23.2	26.1	4.3	33.3
電気・ガス・熱供給・水道業	13	30.8	7.7	7.7	23.1	0.0	46.2
情報通信業	43	25.6	11.6	14.0	27.9	2.3	44.2
運輸業・郵便業	17	35.3	29.4	11.8	11.8	11.8	23.5
卸売業・小売業	356	34.8	10.4	31.2	21.6	2.2	32.9
金融業・保険業	19	21.1	15.8	21.1	31.6	0.0	52.6
不動産業・物品賃貸業	306	14.1	3.3	10.8	8.5	3.6	67.6
学術研究・専門技術サービス業	74	23.0	14.9	16.2	16.2	0.0	50.0
宿泊業・飲食サービス業	223	50.7	4.9	34.1	18.4	2.7	27.4
生活関連サービス業・娯楽業	104	33.7	5.8	29.8	26.9	0.0	32.7
教育・学習支援業	77	22.1	10.4	15.6	23.4	6.5	50.6
医療・福祉	276	33.0	13.4	15.6	18.5	2.9	39.5
その他のサービス業	244	21.7	10.2	18.0	18.9	2.9	46.3
その他	173	18.5	4.6	8.7	15.6	5.2	58.4

## (8) 「米国関税」による売上への影響

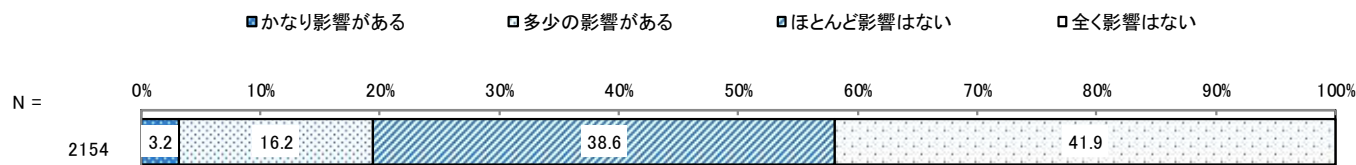
問 14 「米国関税」による売上への影響はありますか。(○は1つ)

(※本アンケートにおける「米国関税」とは、近年の米国政府による輸入品への関税措置(特定国・地域に対する追加関税や、通商政策の変更に伴う関税引き上げ等)を指します)

### ○4割強の事業所において、「米国関税」による影響は全くなかった

「米国関税」による売上への影響について、「全く影響はない」が41.9%と最も高く、次いで「ほとんど影響はない」が38.6%、「多少の影響がある」が16.2%、「かなり影響がある」が3.2%となっている。

図表2-37 「米国関税」による売上への影響(SA)



※無回答99を除く

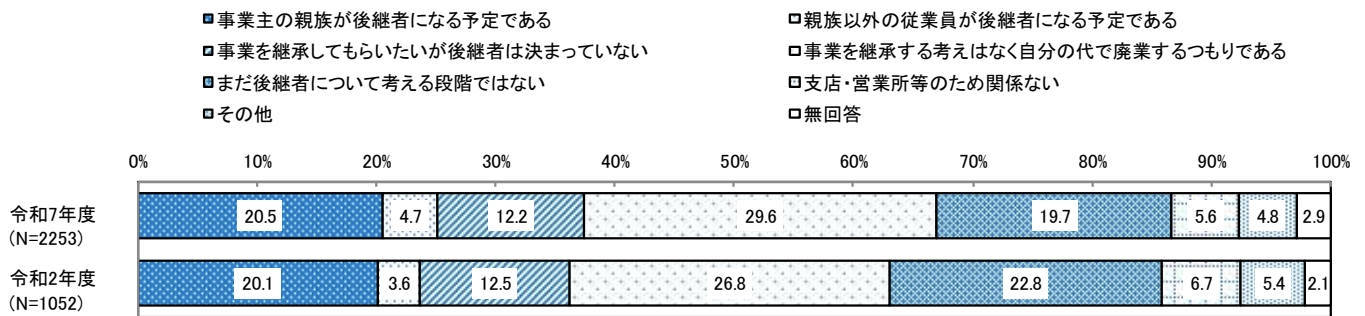
## (9) 事業承継の状況

問 15 事業承継に関して、該当する現状についてお答えください。(○は1つ)

### ○およそ3割の事業所が自分の代での廃業を検討している

事業承継の状況について、「事業を継承する考えはなく自分の代で廃業するつもりである」が29.6%と最も高く、次いで「事業主の親族が後継者になる予定である」が20.5%、「まだ後継者について考える段階ではない」が19.7%となっている。

図表2-38 事業承継の状況(SA)



## (10) 区の経営支援事業

### ① 認知状況・活用状況・有効性

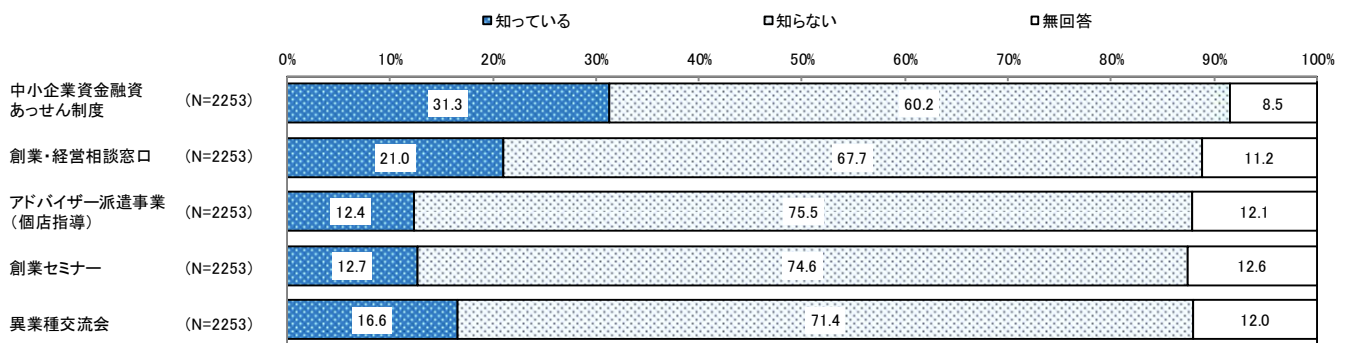
問16 区では、経営支援に関する事業を展開しています。以下の事業について、「認知状況」「活用状況」「有効性」をお答えください。(それぞれ〇は1つ)  
 なお、「活用状況」「有効性」については、「認知状況」について『知っている』と回答した項目のみお答えください。

#### ○ 「中小企業資金融資あっせん制度」のみ、3割以上の事業所に認知されている

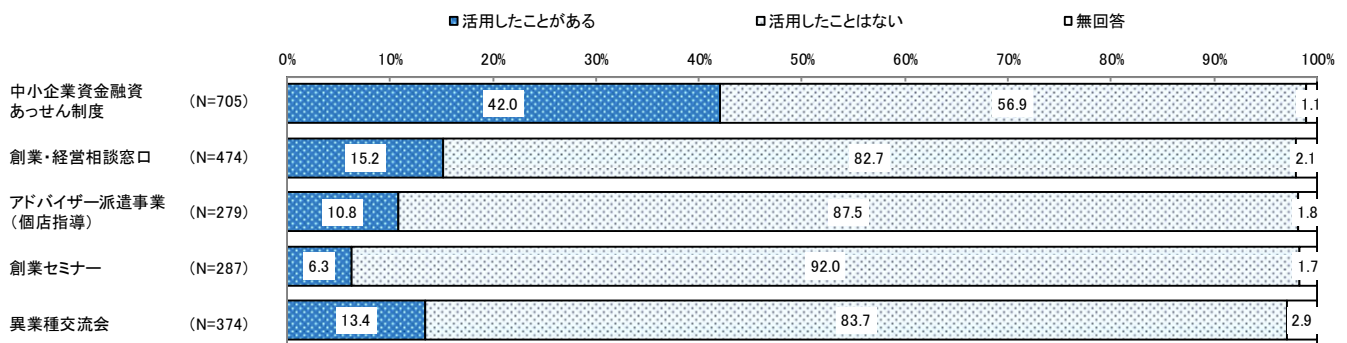
区の経営支援事業の中で、「中小企業資金融資あっせん制度」は認知状況（31.3%）、活用状況（42.0%）、有効性（58.4%）ともに最も高い。

次いで、「創業・経営相談窓口」は認知状況21.0%、活用状況15.2%、有効性34.8%となっている。その他の事業については、認知状況が1割程度と低い状況にある。

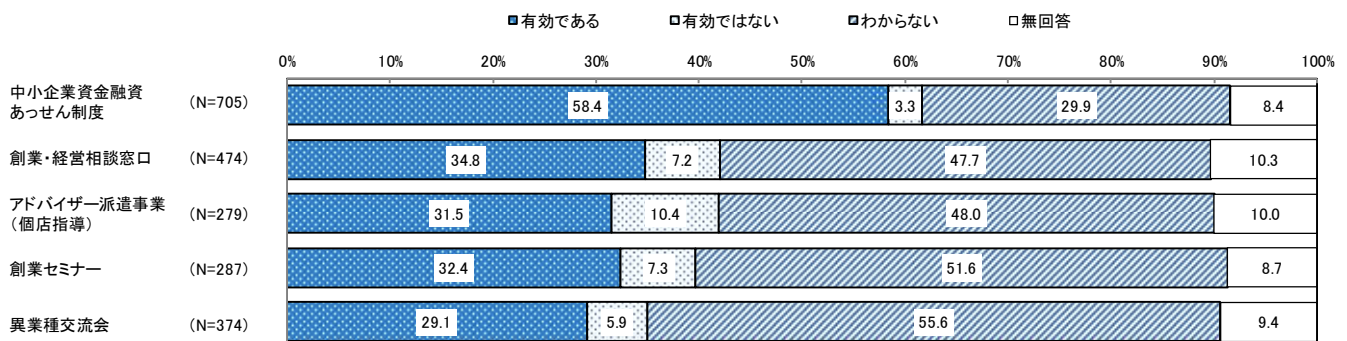
図表2-39 区の経営支援事業の認知状況(SA)



図表2-40 区の経営支援事業の活用状況(SA)



図表2-41 区の経営支援事業の有効性(SA)



②有効ではない事業の理由

問 17 は、問 16 でそれぞれ「有効ではない」を選んだ方がお答えください。

問 17 「有効ではない」を選んだ事業記号(ア)～(オ)とその理由を教えてください。

■ 事業別の具体的な「有効ではない理由」 (一部抜粋)

(ア)中小企業資金融資あっせん制度
・保有不動産のローン利率自体があがっており、それを融資で賄うことはできない (不動産業・物品賃貸業)
・基本的に借金であり、返済の目処が立たない(医療・福祉)
(イ)創業・経営相談窓口
・経営は始めてみてわかることが多いから、机上の空論になりがち(卸売業・小売業)
・現実的に有効なアドバイスはもらえなかった(宿泊業・飲食サービス業)
(ウ)アドバイザー派遣事業(個店指導)
・派遣依頼の必要性を感じない(学術研究・専門技術サービス業)
・個別業種に精通していない(生活関連サービス業・娯楽業)
(エ)創業セミナー
・参加している時間がないから(不動産業・物品賃貸業)
・業種が特殊なため(医療・福祉)
(オ)異業種交流会
・HP 作成、保険代理店、税理士などが多く営業をかけられるだけだった(卸売業・小売業)
・新たなビジネス展開は予定していないため(医療・福祉)

## 4 デジタル化

### (1) キャッシュレス決済システム

#### ①導入しているキャッシュレス決済システム

問 18 導入しているキャッシュレス決済システムについてお答えください。(〇はいくつでも)

#### ○およそ4割の事業所がキャッシュレス決済を導入している

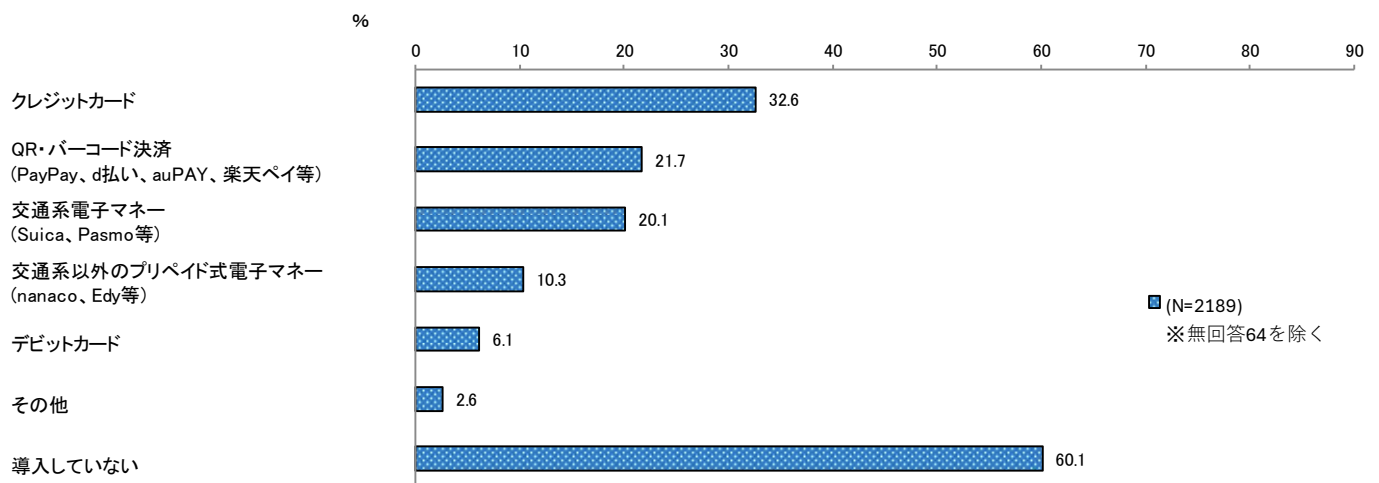
キャッシュレス決済を導入している事業者の割合は、約4割となっており、令和2年度(24.9%)と比較して約15%増加している。

導入しているキャッシュレス決済システムについては、「クレジットカード」が32.6%と最も高く、次いで「QR・バーコード決済(PayPay、d払い、auPAY、楽天ペイ等)」が21.7%となっている。

業種別にみると、「クレジットカード」については、「運輸業・郵便業」(58.8%)が全体に比べて20ポイント以上高くなっている一方、「建設業」(21.8%)、「不動産業・物品賃貸業」(14.5%)、「教育・学習支援業」(18.4%)では全体に比べて10ポイント以上低くなっている。

「QR・バーコード決済(PayPay、d払い、auPAY、楽天ペイ等)」については、「卸売業・小売業」(42.5%)、「宿泊業・飲食サービス業」(42.2%)、「生活関連サービス業・娯楽業」(41.9%)が全体に比べて20ポイント以上高くなっている一方、「情報通信業」(4.7%)、「不動産業・物品賃貸業」(5.2%)、「建設業」(6.1%)では全体に比べて20ポイント以上低くなっている。

図表2-42 導入しているキャッシュレス決済システム(MA)



図表2-43 導入しているキャッシュレス決済システム（業種別）

		(%)						
	回答者数(N)	クレジットカード	交通系電子マネー (Suica、Pasmo等)	交通系以外のプリペイド電子マネー (nanaco、Edy等)	QR・バーコード決済 (PayPay、auPAY、楽天ペイ等)	デビットカード	その他	導入していない
全体	2,189	32.6	20.1	10.3	21.7	6.1	2.6	60.1
建設業	147	21.8	15.0	2.7	6.1	1.4	2.0	71.4
製造業	70	30.0	17.1	5.7	17.1	4.3	4.3	61.4
情報通信業	43	23.3	20.9	4.7	4.7	0.0	2.3	69.8
運輸業・郵便業	17	58.8	47.1	29.4	35.3	17.6	0.0	29.4
卸売業・小売業	358	51.7	31.0	22.6	42.5	11.5	1.1	43.0
金融業・保険業	21	33.3	14.3	4.8	14.3	4.8	9.5	57.1
不動産業・物品賃貸業	310	14.5	10.0	2.3	5.2	1.6	5.8	76.5
学術研究・専門技術サービス業	74	32.4	24.3	5.4	13.5	5.4	1.4	60.8
宿泊業・飲食サービス業	223	45.3	28.7	15.7	42.2	10.8	0.4	43.0
生活関連サービス業・娯楽業	105	51.4	39.0	20.0	41.9	17.1	1.0	44.8
教育・学習支援業	76	18.4	7.9	5.3	11.8	3.9	7.9	72.4
医療・福祉	282	34.8	17.0	12.4	19.1	6.0	2.8	58.9
その他のサービス業	251	30.3	17.5	6.4	18.3	3.2	1.6	62.2

②キャッシュレス決済システムを導入しない理由

問 19は、問 18で「7」を選んだ方がお答えください。

問 19 キャッシュレス決済システムを導入しない理由をお答えください。(〇はいくつでも)

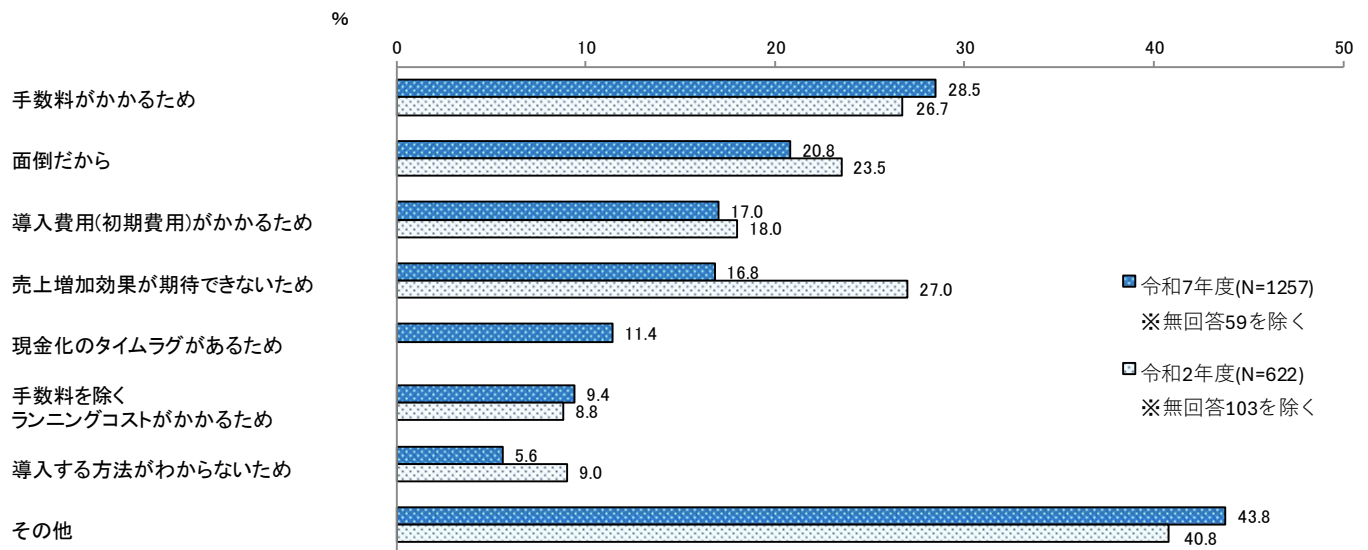
○手数料がかかること、面倒であることを理由にキャッシュレス決済システムを導入しない事業所が多

い

キャッシュレス決済システムを導入しない理由について、「手数料がかかるため」が28.5%と最も高く、次いで「面倒だから」が20.8%、「導入費用（初期費用）がかかるため」が17.0%となっている。

業種別にみると、「手数料がかかるため」については、「宿泊業・飲食サービス業」（62.5%）、「生活関連サービス業・娯楽業」（74.5%）で全体に比べて20ポイント以上高くなっている一方で、「情報通信業」（3.6%）、「金融業・保険業」（8.3%）では、全体に比べて20ポイント以上低くなっている。

図表2-44 キャッシュレス決済システムを導入しない理由(MA)



注：前回調査から変更した選択肢は以下のとおり。

- ・「現金化のタイムラグがあるため」を追加。

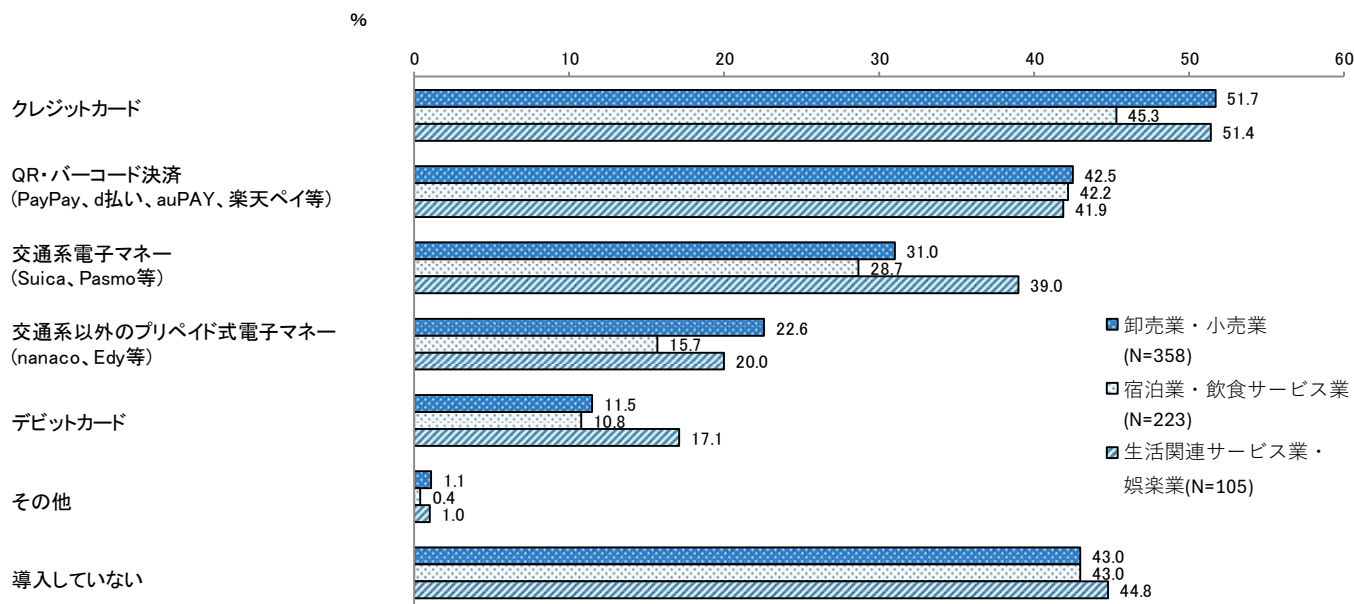
図表2-45 キャッシュレス決済システムを導入しない理由（業種別）

		導入費用（初期費用）がかかるため	手数料がかかるため	手数料を除くランニングコストがかかるため	売上増加効果が期待できないため	導入する方法がわからないため	面倒だから	現金化のタイムラグがあるため	その他	(%)
全体	1,257	17.0	28.5	9.4	16.8	5.6	20.8	11.4	43.8	
建設業	100	10.0	14.0	4.0	17.0	6.0	19.0	10.0	52.0	
製造業	43	9.3	18.6	7.0	27.9	4.7	20.9	9.3	44.2	
情報通信業	28	0.0	3.6	0.0	14.3	3.6	10.7	0.0	67.9	
運輸業・郵便業	5	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	80.0	
卸売業・小売業	149	21.5	42.3	12.1	24.2	7.4	26.8	14.8	26.2	
金融業・保険業	12	16.7	8.3	8.3	8.3	0.0	0.0	0.0	75.0	
不動産業・物品賃貸業	226	10.2	14.2	7.1	14.6	4.0	16.4	7.5	54.9	
学術研究・専門技術サービス業	45	11.1	20.0	4.4	24.4	6.7	22.2	11.1	44.4	
宿泊業・飲食サービス業	88	23.9	62.5	15.9	17.0	6.8	34.1	25.0	17.0	
生活関連サービス業・娯楽業	47	38.3	74.5	17.0	27.7	6.4	25.5	21.3	21.3	
教育・学習支援業	52	15.4	23.1	9.6	7.7	1.9	15.4	5.8	50.0	
医療・福祉	161	31.1	42.9	19.9	13.7	8.1	18.6	11.8	37.9	
その他のサービス業	150	14.7	24.0	5.3	16.0	4.7	22.7	12.7	48.7	

区民の生活に直接かかわる「卸売業・小売業」、「宿泊業・飲食サービス業」、「生活関連サービス業・娯楽業」においては、6割弱の事業所がキャッシュレス決済システムを導入している。

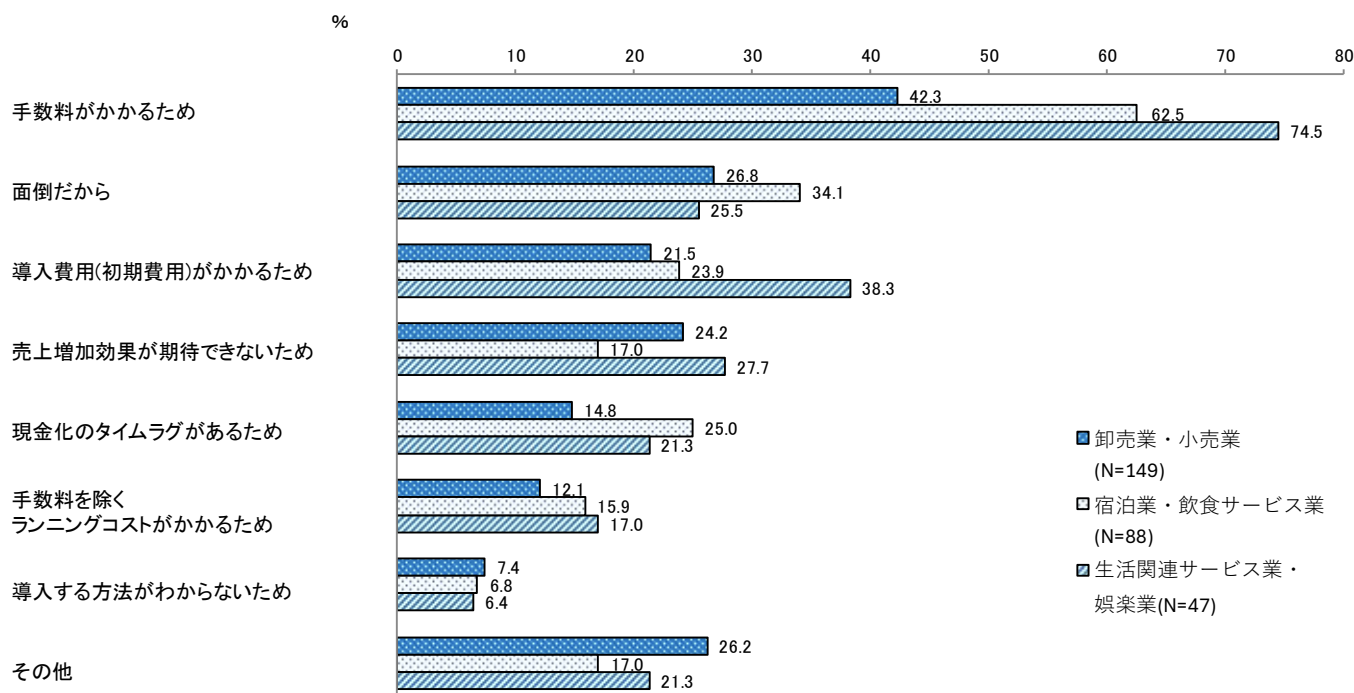
導入しているキャッシュレス決済システムは、いずれの業種も4割以上の事業所で「クレジットカード」、「QR・バーコード決済（PayPay、d払い、auPAY、楽天ペイ等）」を導入している。

図表2-46 導入しているキャッシュレス決済システム



キャッシュレス決済システムを導入しない理由としては、いずれの業種も「手数料がかかるため」が4割以上に及んでいる。特に「生活関連サービス業・娯楽業」においては、その割合が7割以上に達している。

図表2-47 キャッシュレス決済システムを導入しない理由



## (2) 今後取り組みたいデジタル化

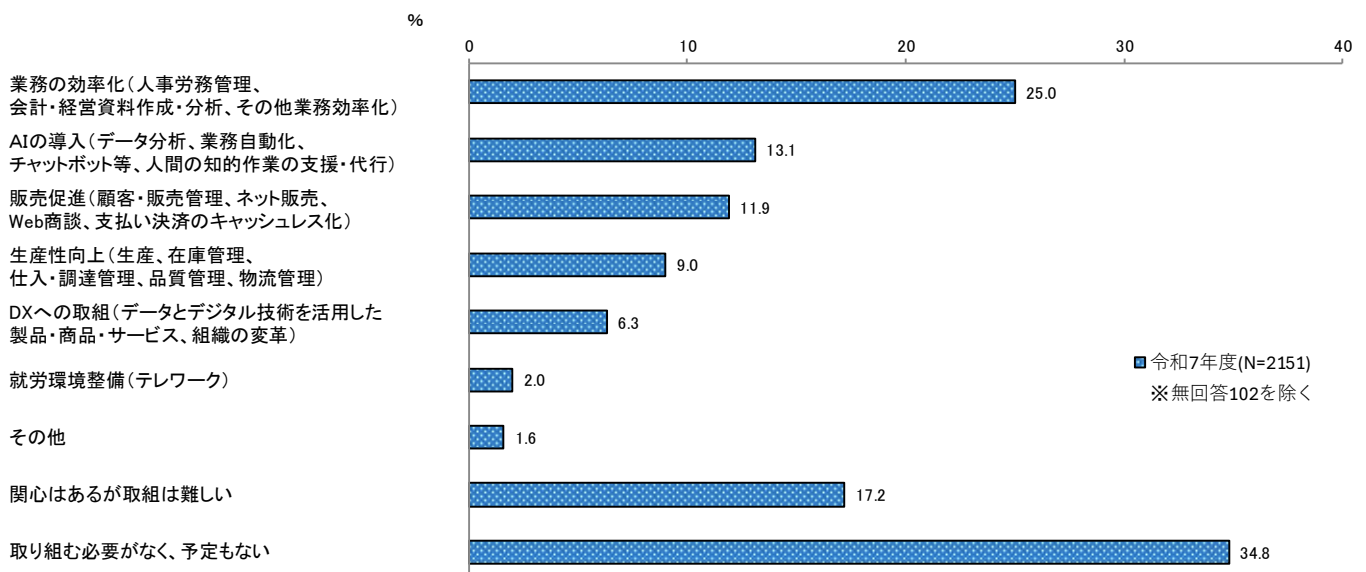
問 20 今後、重点的に取り組んでいきたい業務のデジタル化は何ですか。(〇は2つまで)

### ○「取り組む必要がなく、予定もない」と回答した事業所が34.8%に及ぶ

今後、重点的に取り組んでいきたい業務のデジタル化について、「取り組む必要がなく、予定もない」が34.8%と最も高く、次いで「業務の効率化（人事労務管理、会計・経営資料作成・分析、その他業務効率化）」が25.0%、「関心はあるが取組は難しい」が17.2%となっている。

業種別にみると、「業務の効率化」については、「運輸業・郵便業」（62.5%）、「金融業・保険業」（47.4%）で全体に比べて20ポイント以上高く、「建設業」（37.1%）、「医療・福祉」（36.7%）で全体に比べて10ポイント以上高くなっている。「AIの導入」については、「情報通信業」及び「学術研究・専門技術サービス業」（30.2%）で全体に比べて10ポイント以上高くなっている。

図表2-48 今後取り組みたいデジタル化(MA)



図表2-49 今後取り組みたいデジタル化（業種別）

(%)

	回答者数(N)	業務の効率化(人事労務管理、会計・経営資料作成・分析、その他業務効率化)	販売促進(顧客・販売管理、ネット販売、Web商談、支払い決済のキャッシュレス化)	生産性向上(生産、在庫管理、仕入・調達管理、品質管理、物流管理)	就労環境整備(テレワーク)	DXへの取組(データとデジタル技術を活用した製品・商品・サービス、組織の変革)	AIの導入(データ分析、業務自動化、チャットボット等、人間の知的作業の支援・代行)	その他	関心はあるが取組は難しい	取り組む必要がなく、予定もない
全体	2151	25.0	11.9	9.0	2.0	6.3	13.1	1.6	17.2	34.8
農林水産業	3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
建設業	143	37.1	6.3	17.5	2.8	5.6	7.7	0.0	19.6	26.6
製造業	70	20.0	22.9	28.6	0.0	10.0	15.7	1.4	12.9	24.3
電気・ガス・熱供給・水道業	12	33.3	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	41.7
情報通信業	43	25.6	11.6	7.0	14.0	9.3	30.2	2.3	2.3	34.9
運輸業・郵便業	16	62.5	12.5	12.5	6.3	31.3	0.0	0.0	18.8	0.0
卸売業・小売業	354	23.2	25.7	11.6	0.6	3.7	14.4	0.8	17.8	28.0
金融業・保険業	19	47.4	10.5	0.0	0.0	15.8	15.8	0.0	10.5	31.6
不動産業・物品賃貸業	308	22.1	4.5	3.9	1.3	3.6	8.1	2.3	12.7	52.9
学術研究・専門技術サービス業	73	27.4	9.6	5.5	4.1	9.6	30.1	2.7	12.3	24.7
宿泊業・飲食サービス業	217	17.1	14.3	10.6	0.5	2.3	4.1	0.5	22.6	44.2
生活関連サービス業・娯楽業	105	21.0	17.1	5.7	0.0	3.8	5.7	0.0	25.7	38.1
教育・学習支援業	77	29.9	10.4	2.6	2.6	7.8	18.2	1.3	10.4	39.0
医療・福祉	278	36.7	7.6	10.4	3.2	12.6	17.6	2.9	20.5	18.0
その他のサービス業	245	24.1	8.6	6.9	2.9	8.2	19.6	2.4	16.7	30.2
その他	173	12.7	5.2	4.0	2.3	3.5	9.8	2.3	16.8	52.6

《杉並区事業所ヒアリング調査からみるデジタル化》

○既存ソフトの活用は一定程度進展

- ・会計・勤怠・給与などの基本業務では導入済（建設業）

○業務効率化ニーズが強い

- ・書類作成の自動化（建設業）
- ・ソフト間連携による効率化（卸売業・小売業）

○インフラ・運用の見直し検討

- ・サーバ容量拡大、クラウド活用の検討（製造業）

○攻めのデジタル化は限定的

- ・販促目的のデジタル化ニーズ（不動産業・物品賃貸業）
- ・新たなデジタル化には慎重姿勢（その他サービス業）

### (3) デジタル化への支援

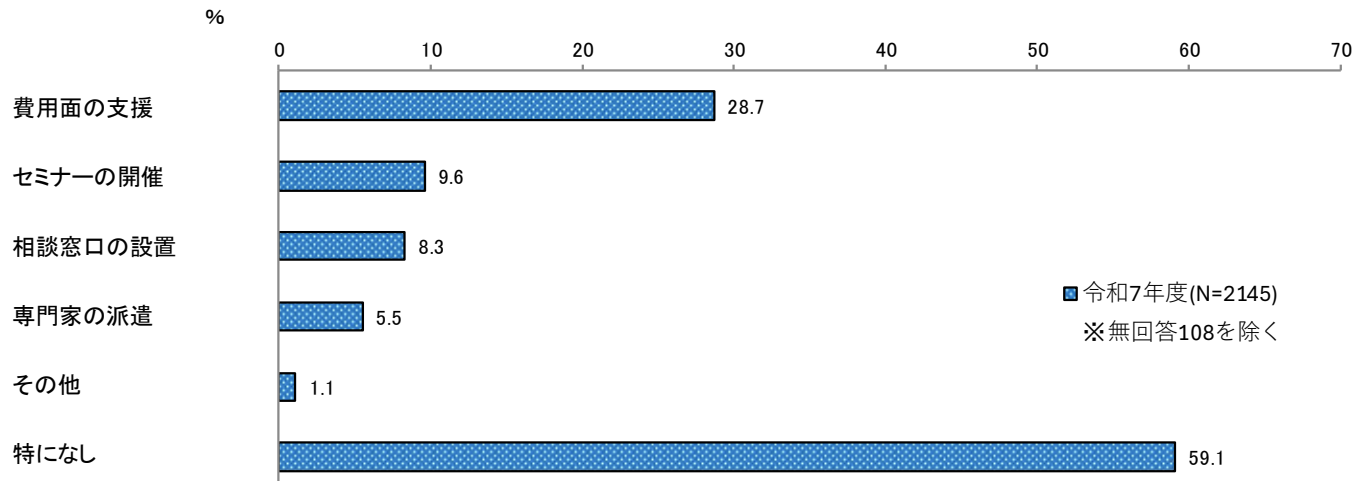
#### ①業務のデジタル化で特に区に求める支援

問 21 業務のデジタル化に関して、特に区に求める支援をお答えください。(〇は2つまで)

#### ○「費用面の支援」を求める事業所が多い

業務のデジタル化で特に区に求める支援について、「特になし」が59.1%と最も高く、次いで「費用面の支援」が28.7%、「セミナーの開催」が9.6%となっている。

図表2-50 業務のデジタル化で区に求める支援(MA)



#### ②希望する費用面での支援内容

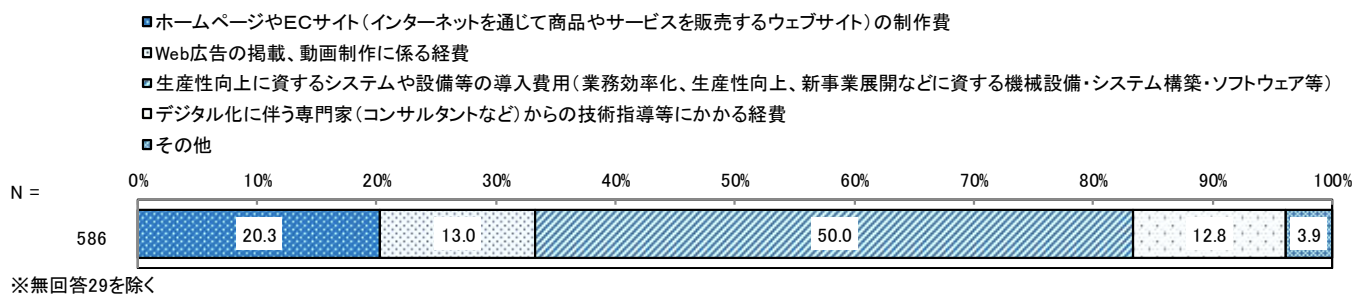
問 22 は、問 21 で「4」を選んだ方がお答えください。

問 22 業務のデジタル化に向けた費用面の支援として、どのような内容を希望しますか。(〇は1つ)

#### ○半数の事業所が、生産性向上に資するシステムや設備等の導入費用に関する支援を求めている

希望する費用面での支援内容について、「生産性向上に資するシステムや設備等の導入費用（業務効率化、生産性向上、新事業展開などに資する機械設備・システム構築・ソフトウェア等）」が50.0%と最も高く、次いで「ホームページやECサイト（インターネットを通じて商品やサービスを販売するウェブサイト）の制作費」が20.3%、「Web広告の掲載、動画制作に係る経費」が13.0%となっている。

図表2-51 希望する費用面での支援内容(MA)



## 5 環境に配慮した取組

### (1) 脱炭素への取組

#### ①脱炭素への取組内容

問 23 脱炭素に向けて、貴事業所で取り組んでいることはありますか。(〇はいくつでも)  
(本アンケートにおける「脱炭素」とは、二酸化炭素(CO2)を始めとする温室効果ガスの排出量を実質的にゼロにする取組を指します)

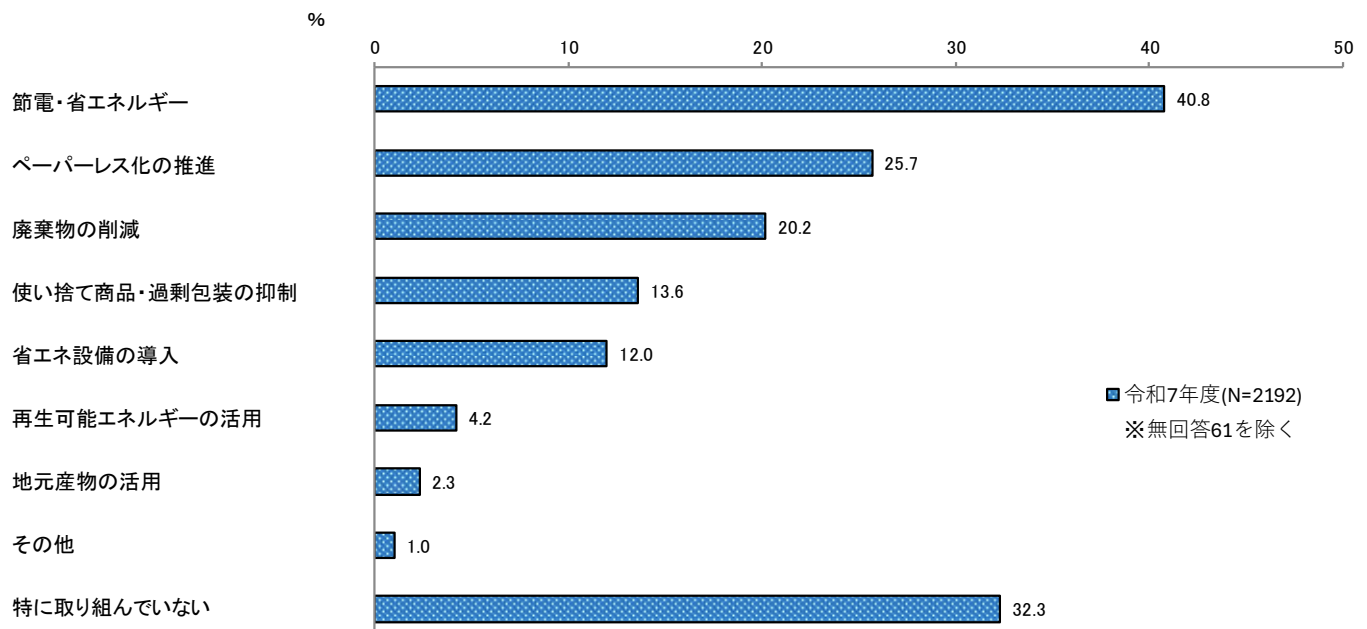
#### ○7割弱の事業所で脱炭素に向けた何らかの取組を行っている

脱炭素への取組内容について、「節電・省エネルギー」が40.8%と最も高く、「ペーパーレス化の推進」が25.7%となっているが、「特に取り組んでいない」が32.3%となっている。

なお、何らかの取組を行っている割合は67.7%となっている。

業種別にみると、「節電・省エネルギー」については、「運輸業・郵便業」(57.1%)で全体に比べて20ポイント以上高く、「金融業・保険業」(57.1%)、「生活関連サービス業」(56.6%)、「電気・ガス・熱供給・水道業」(53.8%)で全体に比べて10ポイント以上高くなっている。

図表2-52 脱炭素への取組内容(MA)



図表2-53 脱炭素への取組内容（業種別）

(%)

	回答者数（N）	節電・省エネルギー	再生可能エネルギーの活用	ペーパーレス化の推進	省エネ設備の導入	廃棄物の削減	使い捨て商品・過剰包装の抑制	地元産物の活用	その他	特に取り組んでいない
全体	2192	40.8	4.2	25.7	12.0	20.2	13.6	2.3	1.0	32.3
農林水産業	3	33.3	0.0	0.0	0.0	66.7	66.7	33.3	0.0	0.0
建設業	147	38.1	8.2	34.7	8.2	31.3	7.5	0.0	1.4	25.9
製造業	70	38.6	1.4	18.6	17.1	28.6	11.4	0.0	0.0	35.7
電気・ガス・熱供給・水道業	13	53.8	0.0	23.1	15.4	23.1	7.7	7.7	0.0	23.1
情報通信業	43	34.9	7.0	44.2	14.0	14.0	23.3	2.3	2.3	32.6
運輸業・郵便業	17	76.5	11.8	52.9	29.4	29.4	17.6	0.0	0.0	17.6
卸売業・小売業	357	38.9	5.0	26.1	9.8	24.4	24.6	1.1	0.6	30.0
金融業・保険業	21	57.1	14.3	71.4	23.8	38.1	14.3	0.0	0.0	9.5
不動産業・物品賃貸業	313	30.7	5.4	18.2	14.7	8.3	7.0	1.9	1.6	46.0
学術研究・専門技術サービス業	73	38.4	4.1	38.4	12.3	9.6	17.8	2.7	0.0	31.5
宿泊業・飲食サービス業	219	40.6	3.2	12.3	12.3	35.2	17.8	6.8	0.5	26.9
生活関連サービス業・娯楽業	106	56.6	3.8	22.6	16.0	17.0	10.4	0.9	0.0	28.3
教育・学習支援業	79	50.6	2.5	34.2	19.0	15.2	6.3	2.5	0.0	22.8
医療・福祉	284	48.6	2.8	32.7	12.3	19.7	10.6	1.1	0.7	26.4
その他のサービス業	250	38.4	2.8	26.4	8.0	12.4	9.6	3.6	1.6	36.4
その他	181	39.2	2.2	19.3	7.7	17.7	13.3	3.3	3.3	39.8

## ②脱炭素に取り組んでいない理由

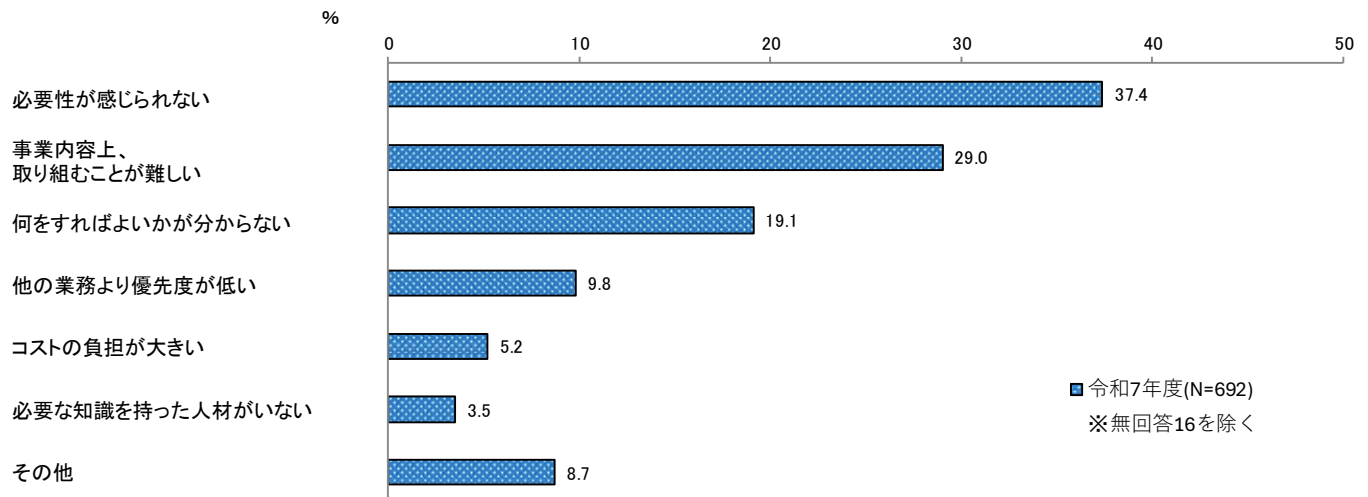
問 24は、問 23で「9」を選んだ方がお答えください。

問 24 取り組んでいない理由についてお答えください。(〇はいくつでも)

### ○脱炭素に向けた取組に関して、必要性を感じていない事業所が37.4%に及ぶ

脱炭素に取り組んでいない理由について、「必要性を感じられない」が37.4%と最も高く、次いで「事業内容上、取り組むことが難しい」が29.0%、「何をすればよいか分からない」が19.1%となっている。

図表2-54 脱炭素に取り組んでいない理由(MA)

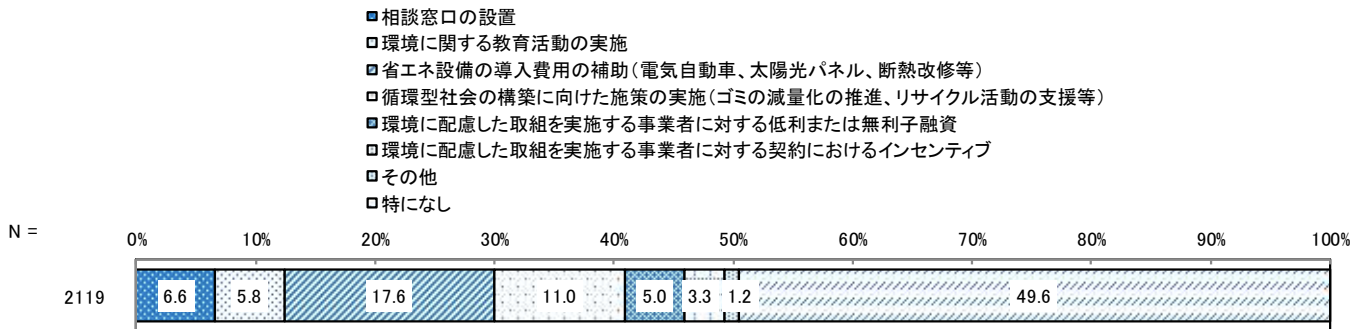


## (2) 「ゼロカーボンシティ」実現に向けて区に求める支援

問25 杉並区は、2050年までに二酸化炭素排出量を実質ゼロにする「ゼロカーボンシティ」の実現に向け、事業者にも取組の推進を求めています。この目標の実現に向け、特に区に求める支援をお答えください。(〇は1つ)

○「省エネ設備の導入費用の補助」や、「循環型社会の構築に向けた施策の実施」を求める声が多い  
 「ゼロカーボンシティ」実現に向けて特に区に求める支援について、「特になし」が49.6%と最も高く、次いで「省エネ設備の導入費用の補助（電気自動車、太陽光パネル、断熱改修等）」が17.6%、「循環型社会の構築に向けた施策の実施（ゴミの減量化の推進、リサイクル活動の支援等）」が11.0%となっている。

図表2-55 「ゼロカーボンシティ」実現に向けて区に求める支援(SA)



※無回答134を除く

## 6 雇用状況および労働環境

### (1) 採用状況と採用意向

#### ①採用状況

問 26 過去3年間(令和4年4月1日から令和7年3月31日まで)の採用状況と今後の採用意向をお答えください。(それぞれ○は1つ)

#### ○正規・非正規ともに、採用状況は変わらない事業所が最も多い

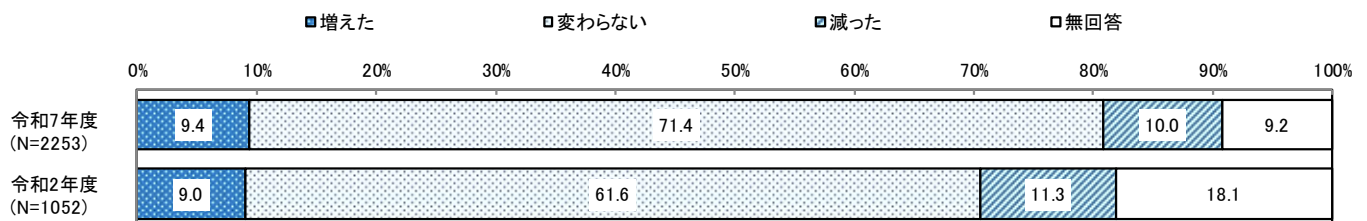
過去3年間の採用状況について、正規の職員・従業員では「変わらない」が71.4%と最も高く、次いで「減った」が10.0%、「増えた」が9.4%となっている。

また、非正規の職員・従業員では「変わらない」が64.5%と最も高く、次いで「減った」が7.9%、「増えた」が7.5%となっている。

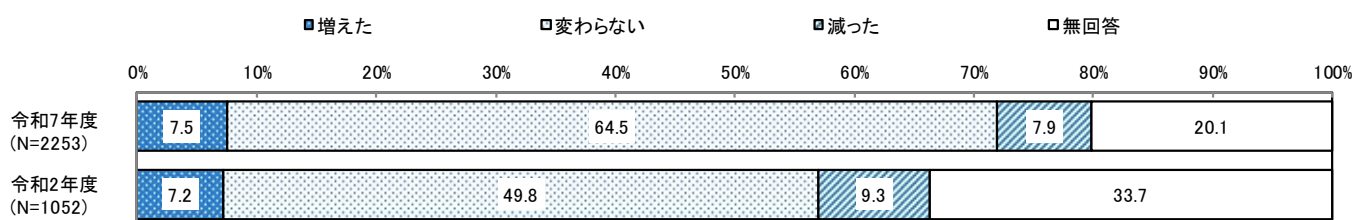
正規の職員・従業員の採用状況について業種別にみると、採用が「増えた」は、「金融業・保険業」で20.0%と高くなっている。一方、採用が「減った」は、「運輸業・郵便業」で37.5%と高くなっている。

また、非正規の職員・従業員の採用状況について業種別にみると、採用が「増えた」は、「教育・学習支援業」で21.1%と高くなっている。一方、採用が「減った」割合は、「運輸業・郵便業」で29.4%と高くなっている。

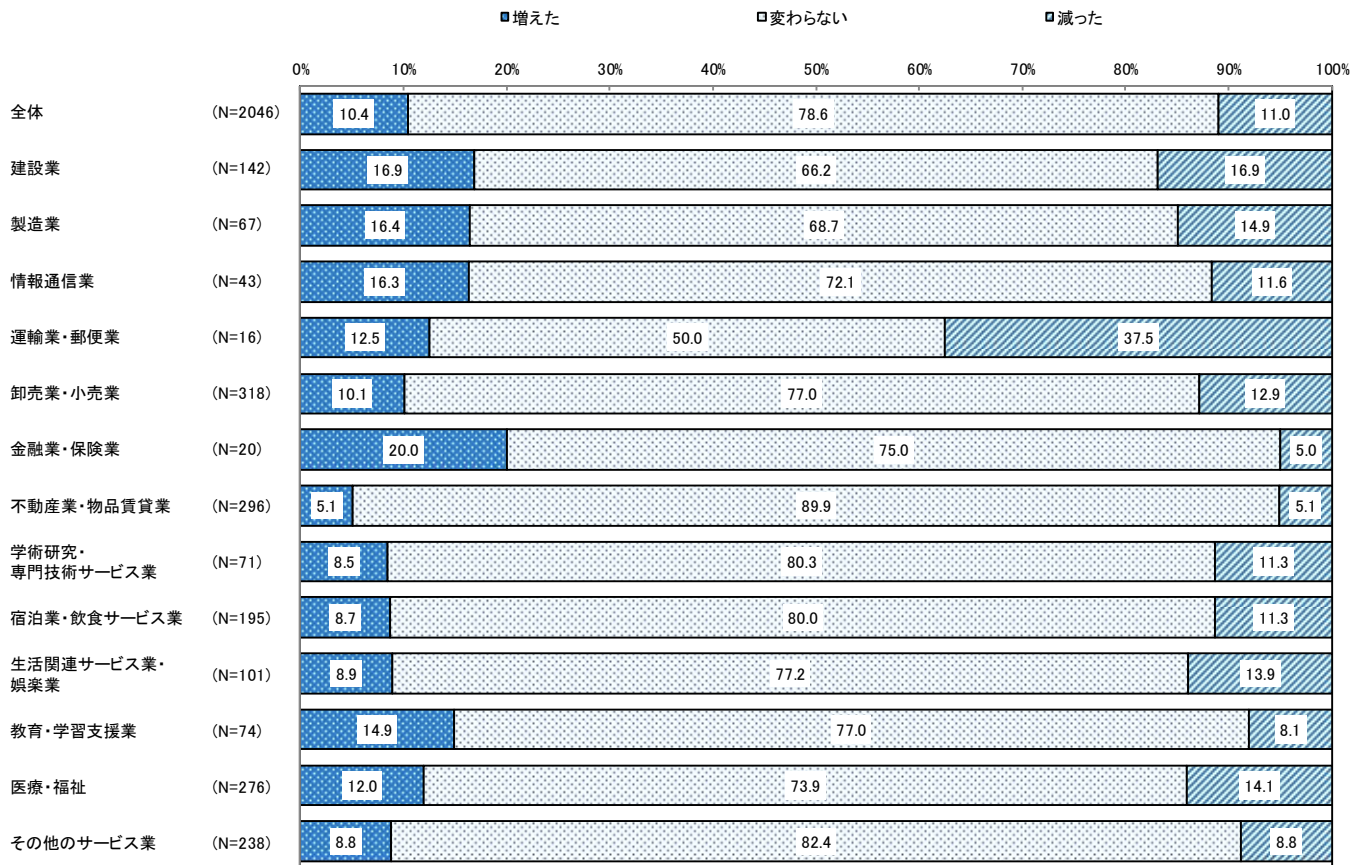
図表2-56 正規の職員・従業員の採用状況(SA)



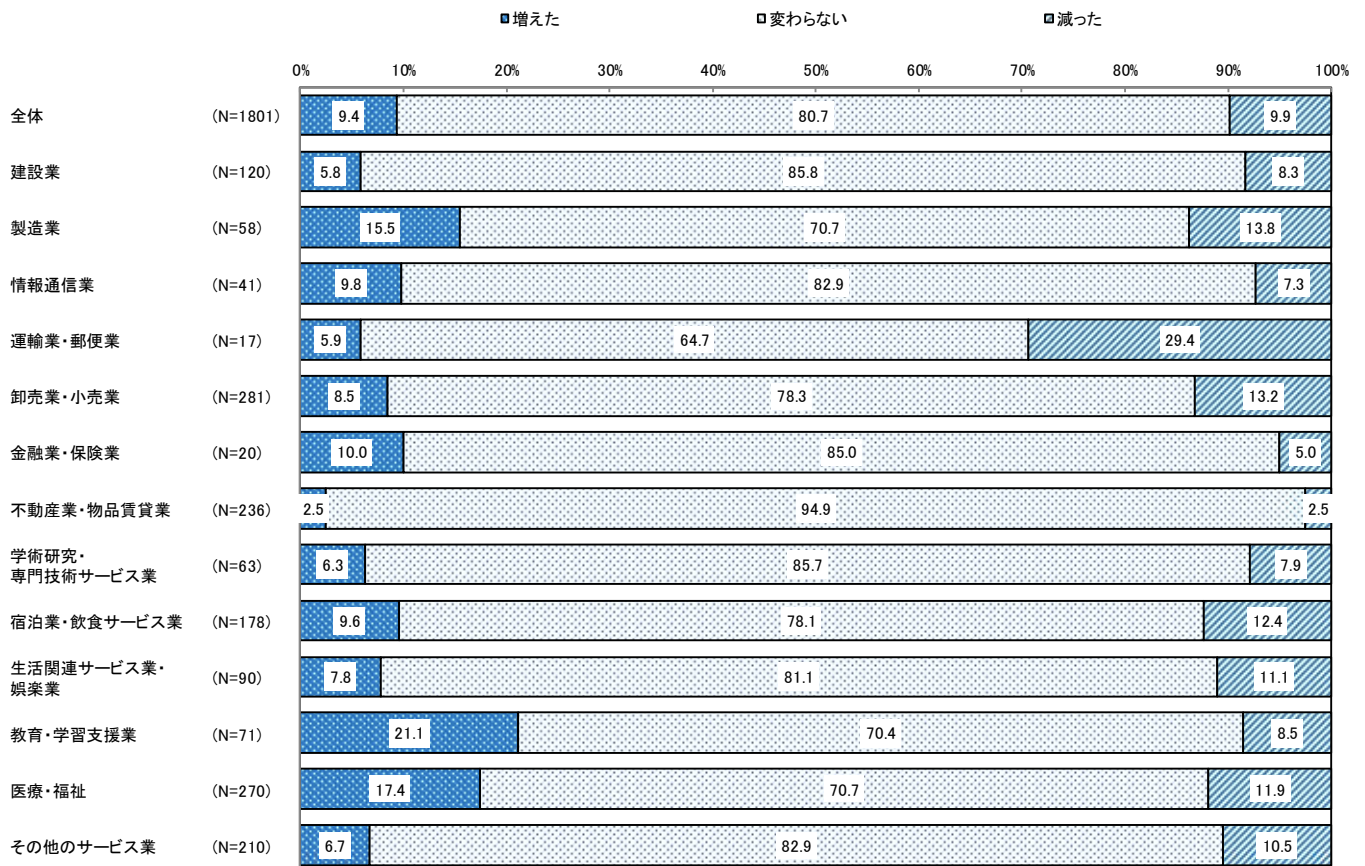
図表2-57 非正規の職員・従業員の採用状況(SA)



図表2-58 正規の職員・従業員の採用状況（業種別）



図表2-59 非正規の職員・従業員の採用状況（業種別）



②採用意向

○正規・非正規ともに、採用意向は現状維持を示した事業所が最も多い

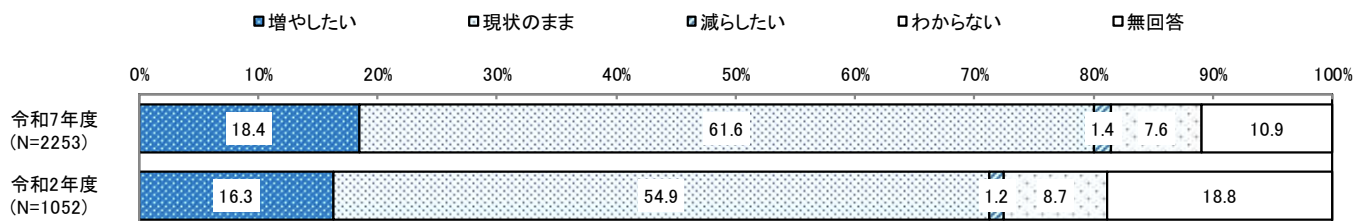
今後の採用意向について、正規の職員・従業員では「現状のまま」が61.6%と最も高く、次いで「増やしたい」が18.4%、「わからない」が7.6%となっている。

また非正規の職員・従業員では「現状のまま」が55.0%と最も高く、次いで「増やしたい」が13.1%、「わからない」が8.8%となっている。

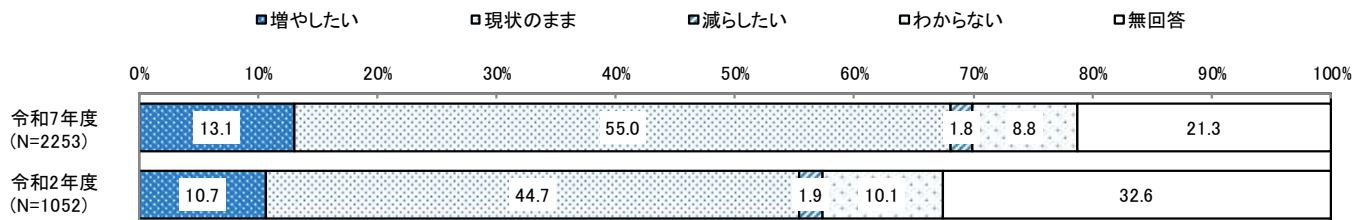
正規の職員・従業員の採用意向について業種別にみると、採用を「増やしたい」は、「運輸業・郵便業」（80.0%）、「建設業」（46.2%）で全体に比べて20ポイント以上高くなっている。

また、非正規の職員・従業員の採用意向について業種別にみると、採用を「増やしたい」は、「運輸業・郵便業」（56.3%）で全体に比べて20ポイント以上高く、「医療・福祉」（28.9%）では全体に比べて10ポイント以上高くなっている。

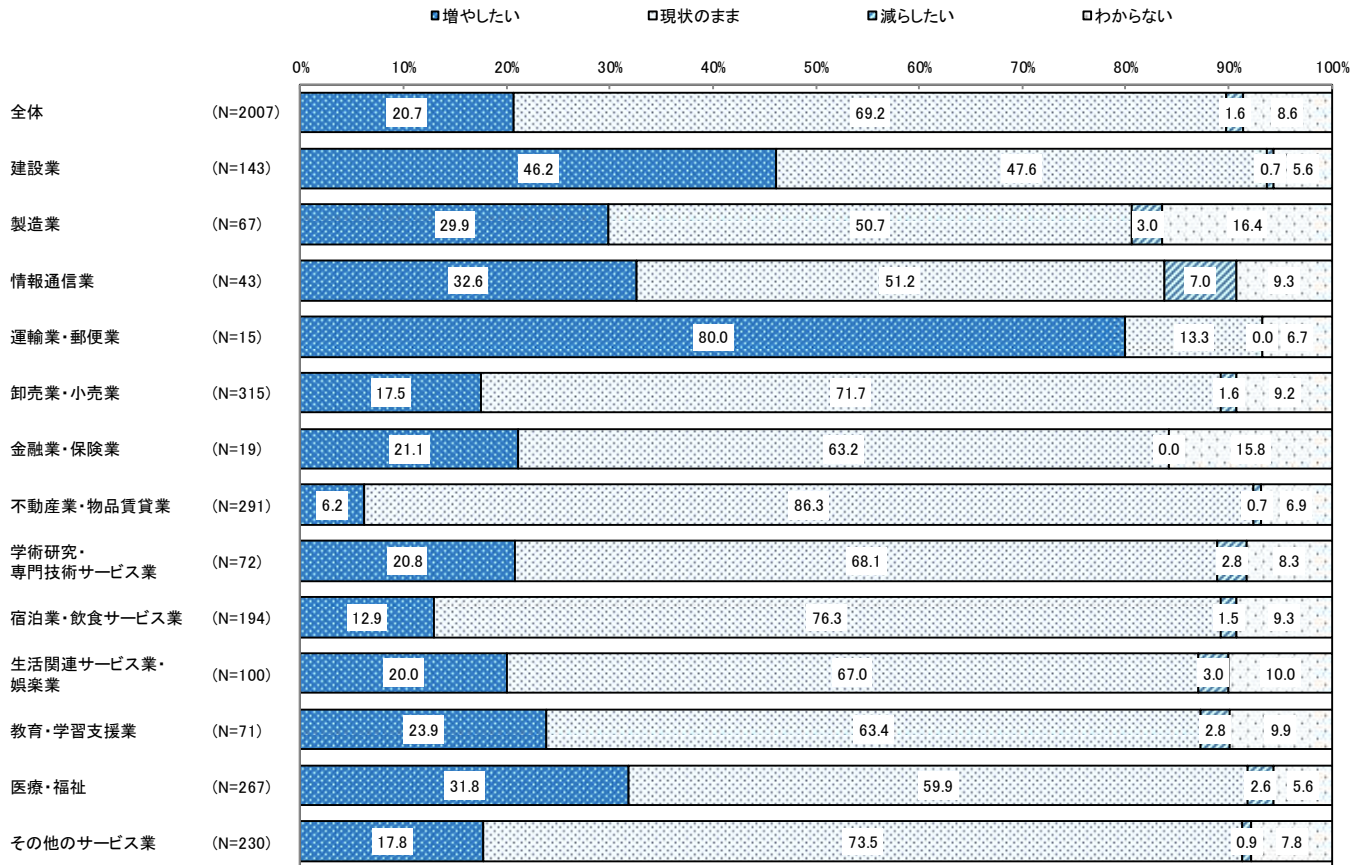
図表2-60 正規の職員・従業員の採用意向(SA)



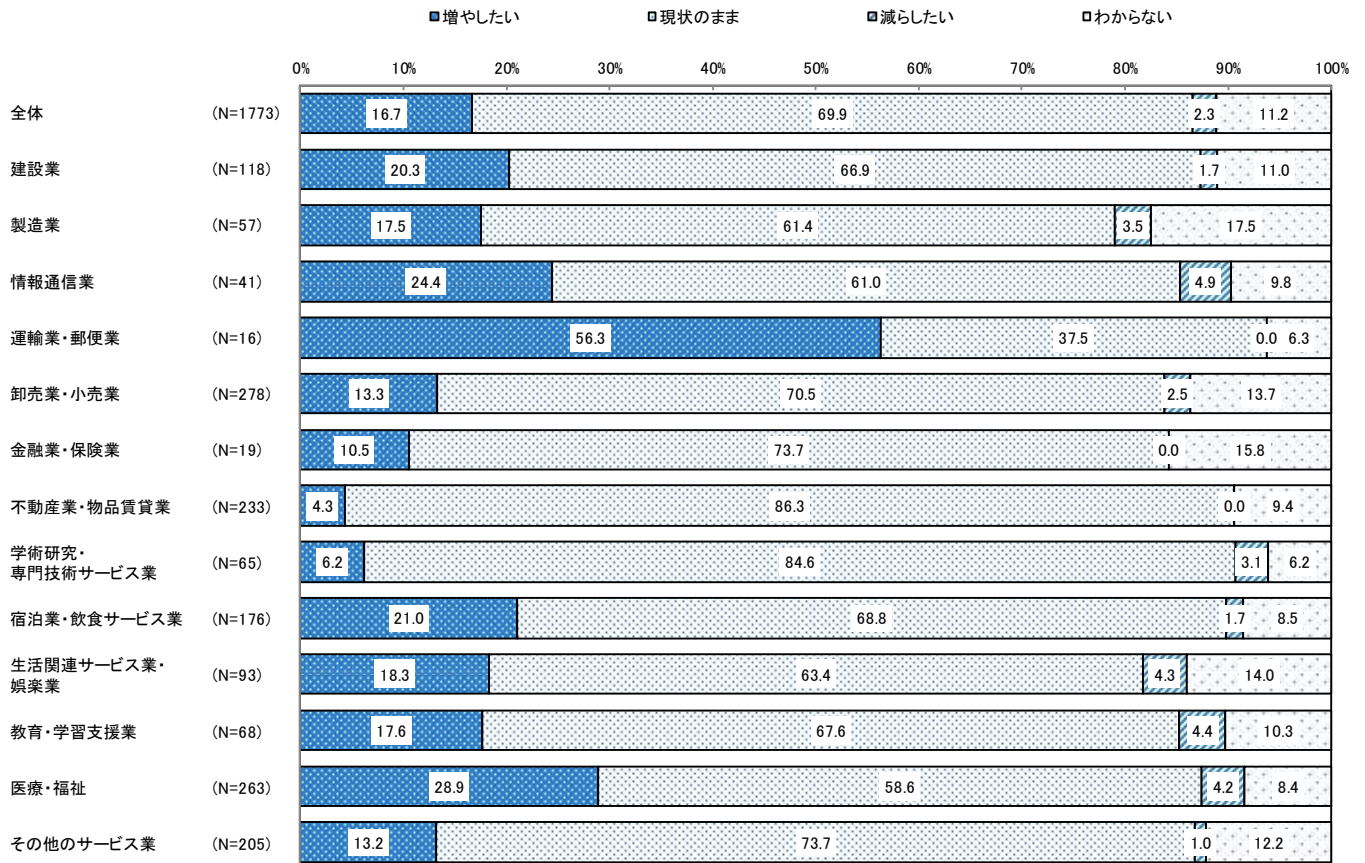
図表2-61 非正規の職員・従業員の採用意向(SA)



図表2-62 正規の職員・従業員の採用意向（業種別）



図表2-63 非正規の職員・従業員の採用意向（業種別）



## (2) 人材確保

### ①人材確保の状況

問 27 人材確保の状況についてお答えください。(○は1つ)

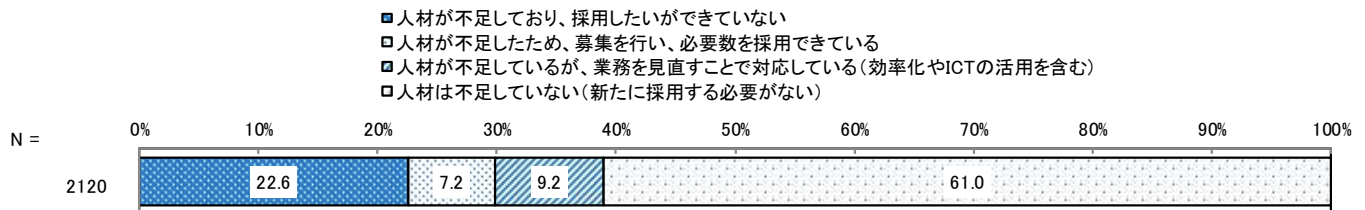
#### ○2割強の事業所で人材が不足しており、なおかつ新たな採用ができていない

人材確保の状況について、「人材は不足していない(新たに採用する必要がない)」が61.0%と最も高く、次いで「人材が不足しており、採用したいができていない」が22.6%、「人材が不足しているが、業務を見直すことで対応している(効率化やICTの活用を含む)」が9.2%となっている。

人材確保の状況を業種別にみると、「人材は不足していない(新たに採用する必要がない)」については、「不動産業・物品賃貸業」(80.0%)で全体に比べて20ポイント以上高くなっており、「人材が不足しており、採用したいができていない」については、「運輸業・郵便業」(75.0%)、「建設業」(46.5%)で全体に比べて20ポイント以上高くなっている。

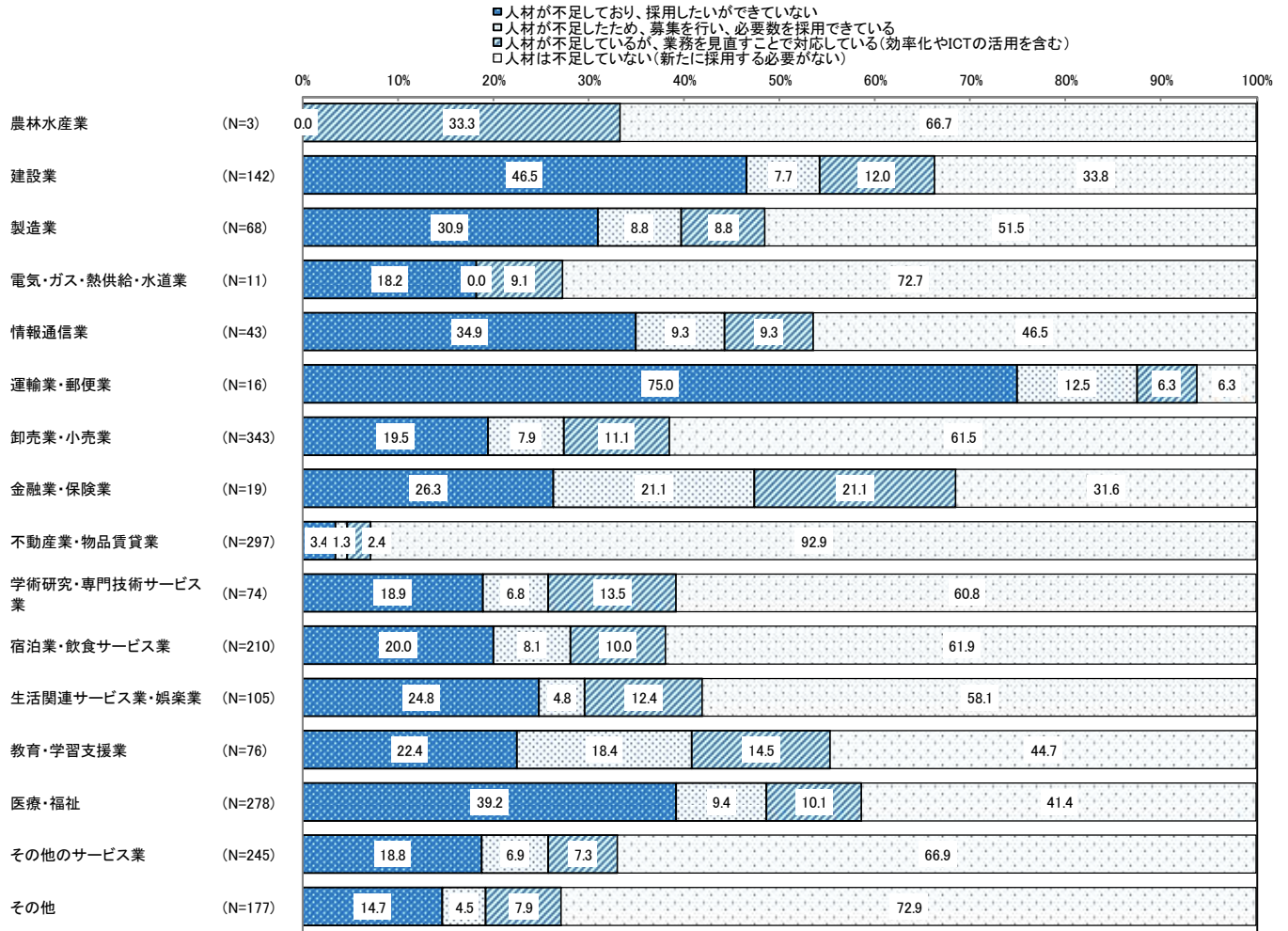
人材確保の状況を事業所の従業員数別にみると、「人材は不足していない(新たに採用する必要がない)」については、「0～4人」(81.5%)で全体に比べて20ポイント以上高くなっており、「人材が不足しており、採用したいができていない」については、『10人以上』の事業所で全体に比べて20ポイント以上高く、半数近くの事業所で採用ができていない状況となっている。

図表2-64 人材確保の状況(SA)

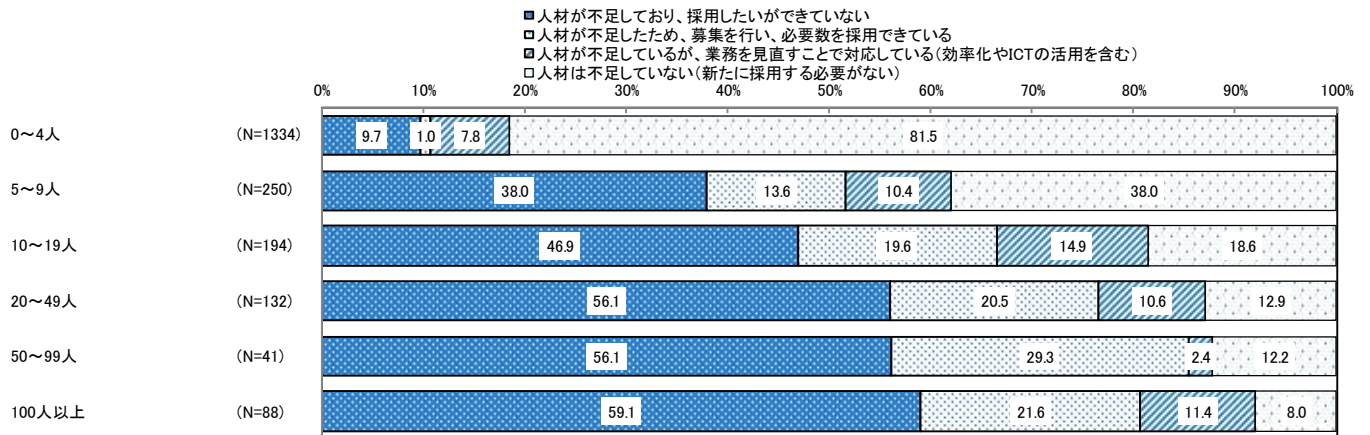


※無回答133を除く

図表2-65 人材確保の状況（業種別）



図表2-66 人材確保の状況（従業員数別）



## 《杉並区事業所ヒアリング調査からみる人材確保》

### ○採用はできても定着に課題

- ・「すぐに辞める」「1年以内離職」が課題（全般）

### ○採用チャネル・コストの課題

- ・求人媒体の使い分け、広告費負担が重い（卸売業・小売業）

### ○採用未達・母集団形成の弱さ

- ・問い合わせはあるが採用に至らないケース（不動産業・物品賃貸業）

### ○対応策の方向性

- ・賃上げによる確保（不動産業・物品賃貸業）
- ・雇用形態の柔軟化（短時間アルバイト等）（製造業）
- ・間接業務の外注活用（建設業）
- ・人材育成強化による定着・戦力化（その他サービス業）

## ②人材確保のための実施内容

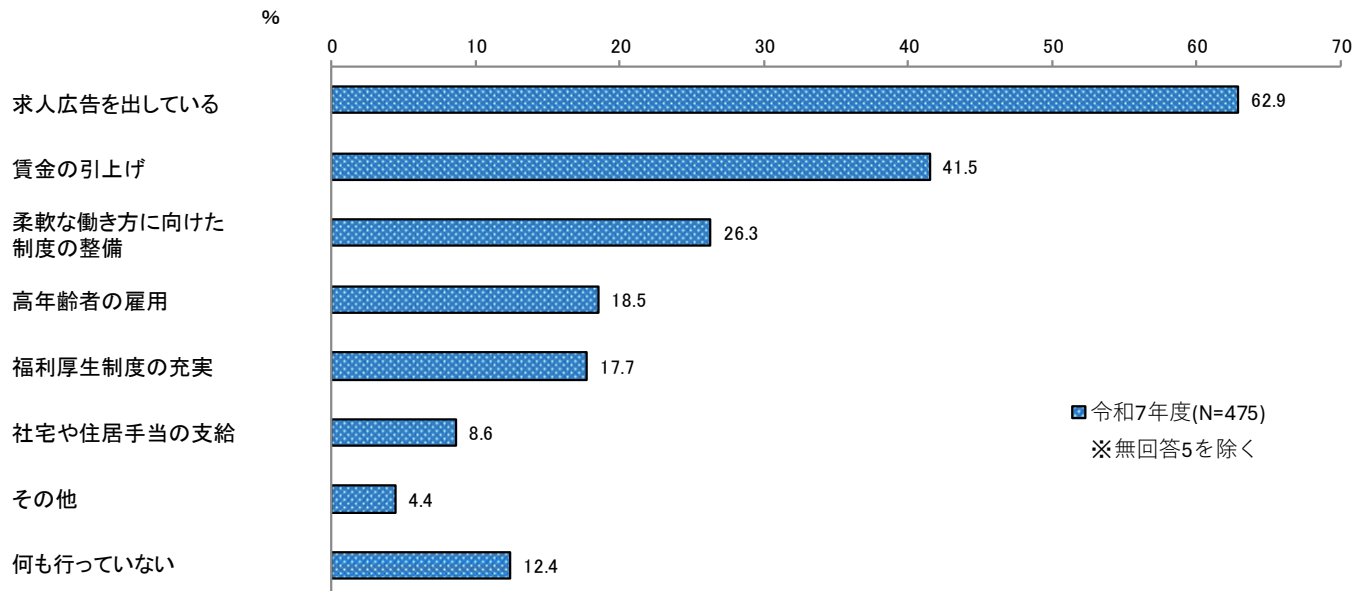
問28は、問27で「1」を選んだ方がお答えください。

問28 人材を確保するために、実施していることをお答えください。(〇はいくつでも)

### ○求人広告の掲載や、賃金の引き上げを実施している事業所が多い

人材確保のための実施内容について、「求人広告を出している」が62.9%と最も高く、次いで「賃金の引上げ」が41.5%、「柔軟な働き方に向けた制度の整備」が26.3%となっている。

図表2-67 人材確保のための実施内容(MA)



### (3) 人材募集の際に利用している媒体

問29 人材募集の際に利用している媒体をお答えください。(〇はいくつでも)

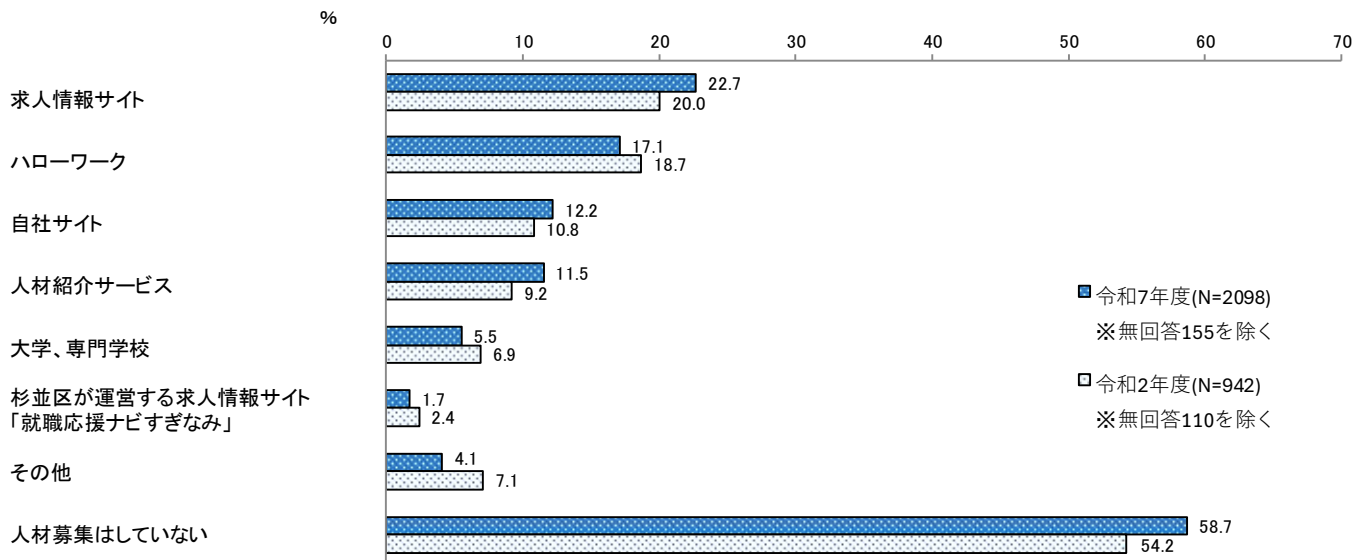
#### ○「求人情報サイト」と「ハローワーク」が多く利用されている

人材募集をしている事業所は41.3%、人材募集をしていない事業所は58.7%となっている。

また、人材募集をしている事業所が利用している具体的な媒体については、「求人情報サイト」が22.7%と最も高く、次いで「ハローワーク」が17.1%、「自社サイト」が12.2%となっている。

業種別にみると、必要な人材が確保できていない「運輸業・郵便業」については、「ハローワーク」(68.8%)、「求人情報サイト」(68.8%)、「自社サイト」(50.0%)、「人材紹介サービス」(37.5%)のいずれの項目も全体に比べて20ポイント以上高くなっている。また、「医療・福祉」については、「求人情報サイト」(49.3%)、「人材紹介サービス」(33.2%)で全体に比べて20ポイント以上高くなっている。

図表2-68 人材募集の際に利用している媒体(MA)



注：前回調査から変更した選択肢は以下のとおり。

- ・「求人媒体（紙）」を削除。
- ・「求人媒体（インターネット）」から「求人情報サイト」に変更。

図表2-69 人材募集の際に利用している媒体（業種別）

									(%)
	回答者数 (N)	ハローワーク	大学、 専門学校	求人情報 サイト	人材紹介サ ービス	自社サ イト	「杉並区が運営する求人情報サ イト 「就職応援ナビすぎなみ」	その他	人材募集はして いない
全体	2,098	17.1	5.5	22.7	11.5	12.2	1.7	4.1	58.7
建設業	142	33.8	3.5	26.8	14.1	16.2	2.8	3.5	43.0
製造業	69	31.9	4.3	27.5	10.1	11.6	5.8	1.4	46.4
情報通信業	42	23.8	19.0	28.6	14.3	16.7	2.4	4.8	50.0
運輸業・郵便業	16	68.8	6.3	68.8	37.5	50.0	0.0	6.3	0.0
卸売業・小売業	333	13.8	2.7	21.9	8.1	13.2	0.9	6.9	56.8
金融業・保険業	19	5.3	10.5	31.6	26.3	26.3	0.0	5.3	31.6
不動産業・物品賃貸業	293	3.4	0.0	4.8	2.4	1.7	0.7	0.7	90.1
学術研究・専門技術サービス業	71	14.1	8.5	15.5	14.1	9.9	2.8	4.2	60.6
宿泊業・飲食サービス業	211	4.7	0.9	19.0	4.3	10.9	0.9	7.6	66.4
生活関連サービス業・娯楽業	103	8.7	2.9	20.4	3.9	11.7	0.0	3.9	64.1
教育・学習支援業	79	17.7	15.2	35.4	22.8	25.3	2.5	8.9	40.5
医療・福祉	274	35.4	16.1	49.3	33.2	22.3	3.6	3.3	27.7
その他のサービス業	241	19.9	3.7	19.5	10.8	10.0	1.2	1.2	63.1

従業員数別にみると、「求人情報サイト」については、『10人以上』の事業所で全体に比べて20ポイント以上高くなっており、「ハローワーク」については、『20人以上』の事業所で全体に比べて20ポイント以上高くなっている。

必要な人材が確保できていない割合の高い『10人以上』の事業所では、約9割以上が人材募集をしており、「求人情報サイト」、「ハローワーク」、「自社サイト」、「人材紹介サービス」など複数の媒体を利用していることがうかがえる。

図表2-70 人材募集の際に利用している媒体（従業員数別）

		(%)							
	回答者数 (N)	ハローワーク	大学、 専門学校	求人情報 サイト	人材紹介 サービス	自社 サイト	「杉並区が 運営する求 人情報サイ ト 「就職応 援ナビすぎ なみ」	その他	人材募集 はしてい ない
全体	2,098	17.1	5.5	22.7	11.5	12.2	1.7	4.1	58.7
0～4人	1,308	5.7	1.3	6.4	2.9	3.5	0.4	2.8	83.3
5～9人	250	30.0	10.4	40.8	16.0	18.0	3.2	7.6	26.0
10～19人	195	32.3	10.8	47.2	27.2	33.3	5.6	8.2	11.3
20～49人	134	43.3	14.2	65.7	32.1	27.6	3.7	3.0	6.0
50～99人	41	63.4	17.1	63.4	46.3	41.5	4.9	9.8	7.3
100人以上	89	48.3	23.6	66.3	43.8	42.7	4.5	5.6	6.7

## (4) 外国人雇用

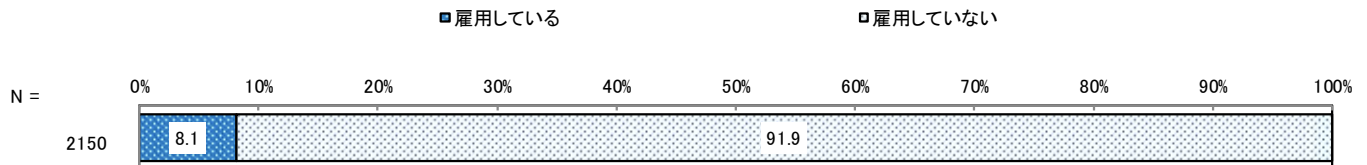
### ①外国人雇用有無

問 30 現在、外国人を雇用していますか。(○は1つ)

#### ○外国人を雇用している事業所は1割未満となっている

外国人雇用有無について、「雇用している」は8.1%、「雇用していない」は91.9%であった。

図表2-71 外国人雇用有無(SA)



※無回答103を除く

### ②外国人雇用にあたっての課題

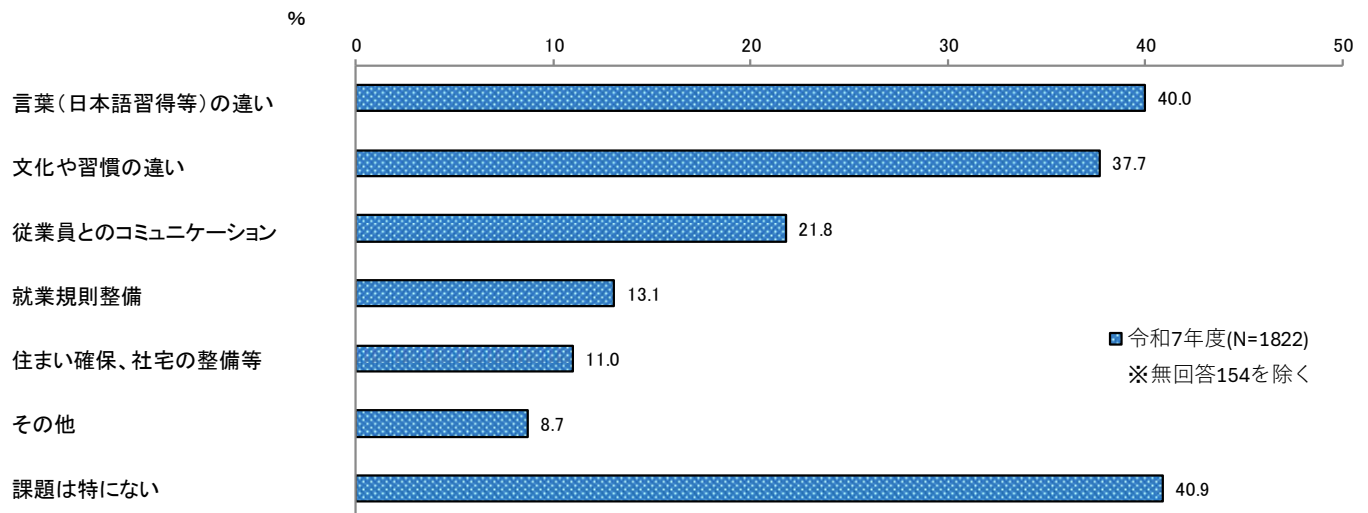
問 31 は、問 30 で「2」を選んだ方がお答えください。

問 31 外国人を雇用するにあたっての課題についてお答えください。(○はいくつでも)

#### ○言葉や文化、習慣の違いといった点が課題として挙げられている

外国人を雇用するにあたっての課題について、「課題は特にない」が40.9%と最も高く、次いで「言葉（日本語習得等）の違い」が40.0%、「文化や習慣の違い」が37.7%となっている。

図表2-72 外国人雇用にあたっての課題(MA)



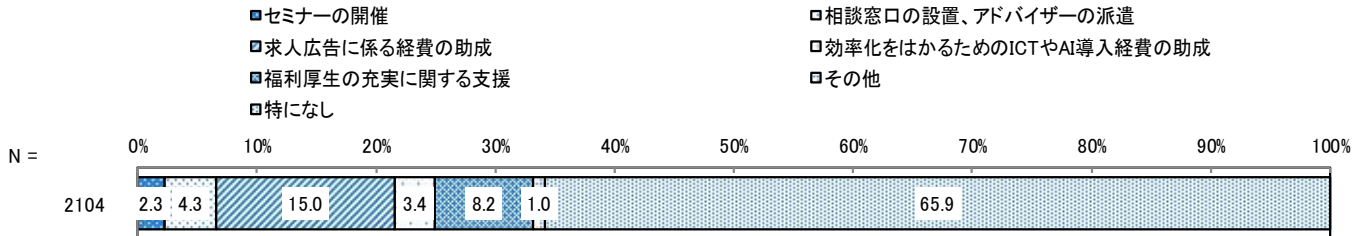
## (5) 人材確保で区に求める支援

問 32 人材確保に関して、区に求める支援をお答えください。(〇は1つ)

### ○求人広告に係る経費や、福利厚生の充実に関する支援を求める事業所が多かった

人材確保に関して区に求める支援について、「特になし」が65.9%と最も高く、次いで「求人広告に係る経費の助成」が15.0%、「福利厚生 of 充実に関する支援」が8.2%となっている。

図表2-73 人材確保で区に求める支援(SA)



※無回答149を除く

## (6) 区就労支援事業

### ① 認知状況・活用状況・有効性

問 33 区では、求職者と事業者を結び付けるための事業や就労支援に関する事業を展開しています。以下の事業について、「認知状況」「活用状況」「有効性」をお答えください。(それぞれ○は1つ)  
 なお、「活用状況」「有効性」については、「認知状況」について『知っている』と回答した項目のみお答えください。

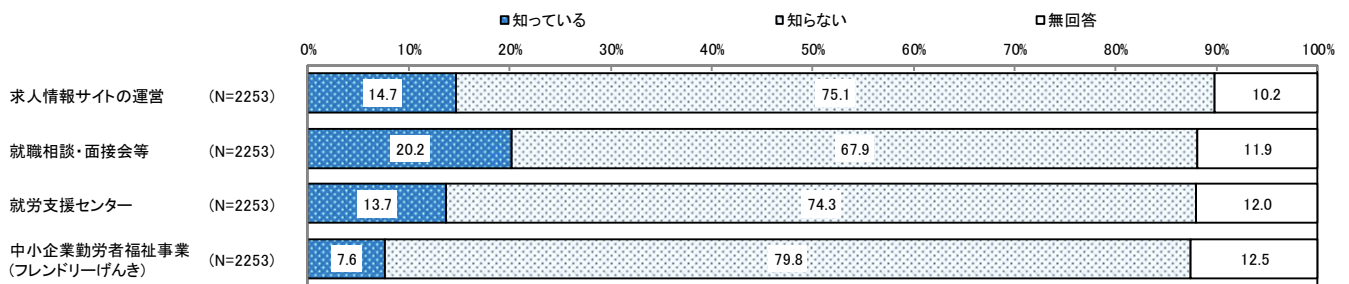
#### ○ 「就職相談・面接会等」のみ、2割以上の事業所に認知されている

区就労支援事業の認知状況について、「就職相談・面接会等」が20.2%と最も高く、次いで「求人情報サイトの運営」が14.7%、「就労支援センター」が13.7%となっている。

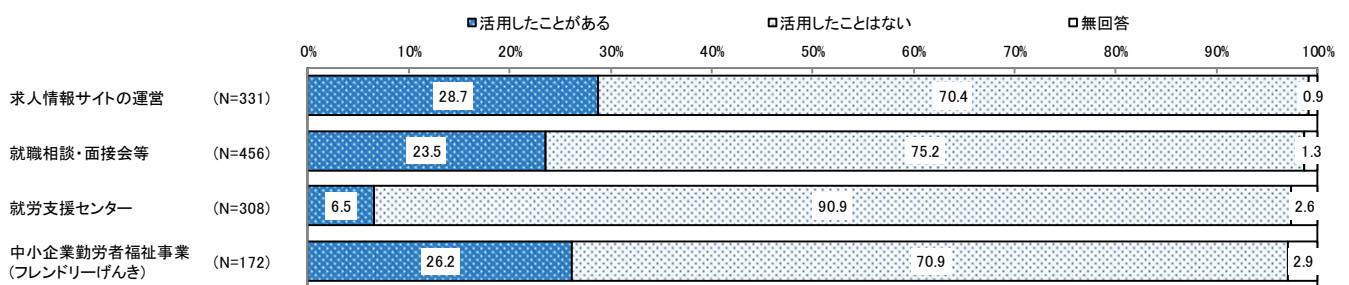
区就労支援事業の活用状況について、「求人情報サイトの運営」が28.7%と最も高く、次いで「中小企業勤労者福祉事業（フレンドリーげんき）」が26.2%、「就職相談・面接会等」が23.5%となっている。

区就労支援事業の有効性について、「中小企業勤労者福祉事業（フレンドリーげんき）」が40.1%と最も高く、次いで「就職相談・面接会等」が31.4%、「求人情報サイトの運営」が30.2%となっている。

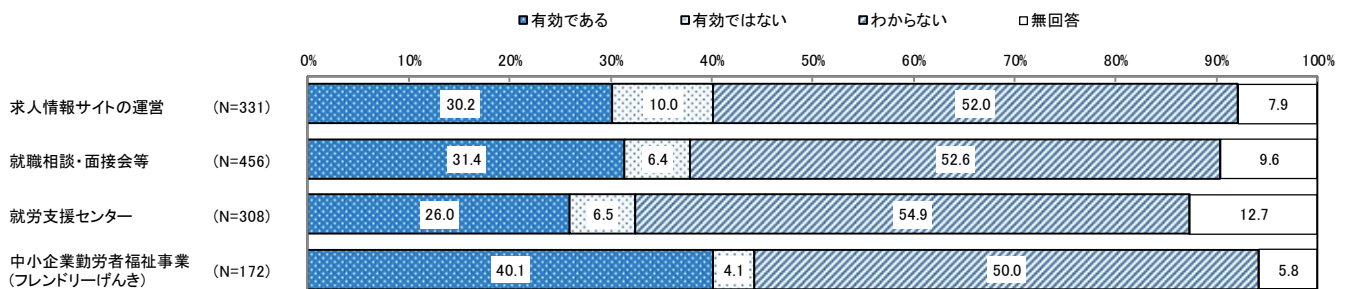
図表2-74 区就労支援事業の認知状況(SA)



図表2-75 区就労支援事業の活用状況(SA)



図表2-76 区就労支援事業の有効性(SA)



②有効ではない事業の理由

問 34 は、問 33 でそれぞれ「有効ではない」を選んだ方がお答えください。

問 34 「有効ではない」を選んだ事業記号(ア)～(工)とその理由を教えてください。

■ 事業別の具体的な「有効ではない理由」 (一部抜粋)

(ア)求人情報サイトの運営
・使用したが、応募がなかった (建設業) ・ほとんど応募がない。他媒体に見劣りしている (教育・学習支援業)
(イ)就職相談・面接会等
・採用に至らなかった (医療・福祉) ・専門的な職業のため (その他のサービス業)
(ウ)就労支援センター
・ある程度の技術を要するため、専門サイトが有効だと考えている (建設業) ・有資格者の登録がない (生活関連サービス業・娯楽業)
(エ)中小企業勤労者福祉事業(フレンドリーげんき)
・関心がない (医療・福祉)

## (7) 「ワーク・ライフ・バランス」

### ① 「ワーク・ライフ・バランス」の取組状況

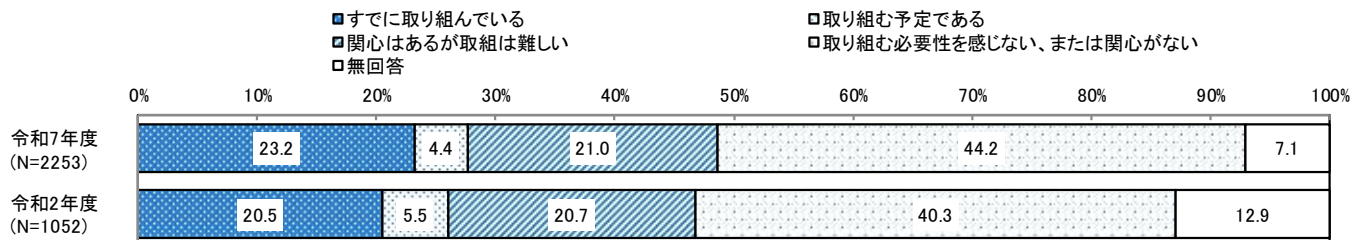
問 35 出産・育児・介護をしやすい職場環境を整えたり、労働時間を削減するなど「ワーク・ライフ・バランス」への取組状況についてお答えください。(〇は1つ)

#### ○ 「ワーク・ライフ・バランス」にすでに取り組んでいる事業所は2割強となっている

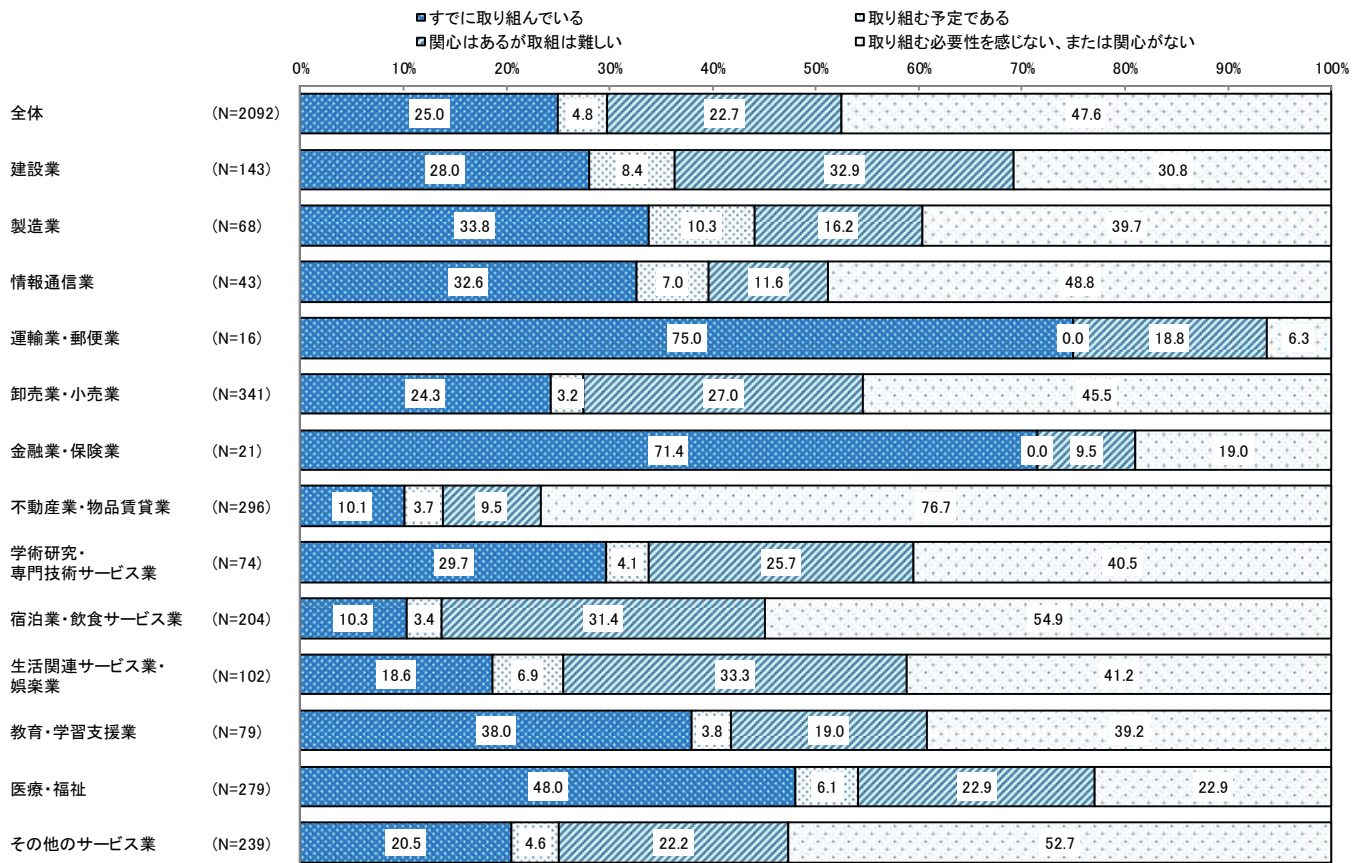
「ワーク・ライフ・バランス」の取組状況について、従業員数が少ない家族経営の事業所が多いことが影響してか（従業員数4人以下が66.2%）、「取り組む必要性を感じない、または関心がない」が44.2%と最も高く、次いで「すでに取り組んでいる」が23.2%、「関心はあるが取組は難しい」が21.0%となっている。

業種別にみると、「取り組む必要性を感じない、または関心がない」について、「不動産業・物品賃貸業」（76.7%）が全体に比べて20ポイント以上高くなっている一方で、「運輸業・郵便業」（6.3%）、「金融業・保険業」（19.0%）、「医療・福祉」（22.9%）で全体に比べて20ポイント以上低くなっている。

図表2-77 「ワーク・ライフ・バランス」の取組状況(SA)

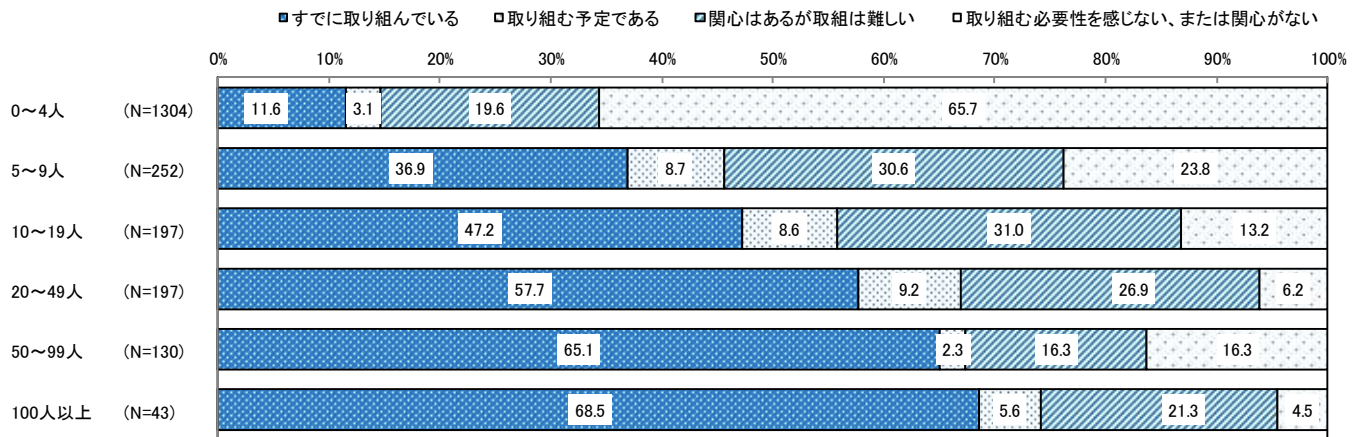


図表2-78 「ワーク・ライフ・バランス」の取組状況（業種別）



従業員数別にみると、「すでに取り組んでいる」について、『10人以上』の事業所で全体に比べて20ポイント以上高くなっている。

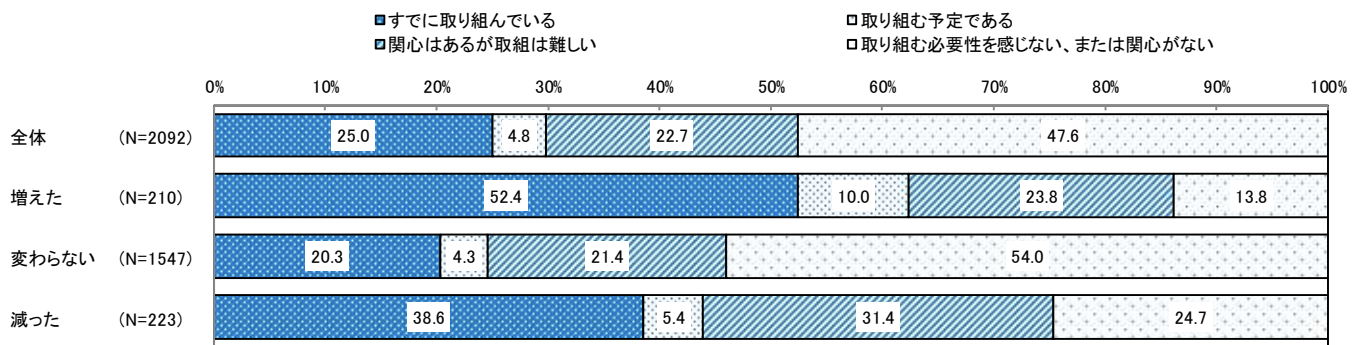
図表2-79 「ワーク・ライフ・バランス」の取組状況（従業員数別）



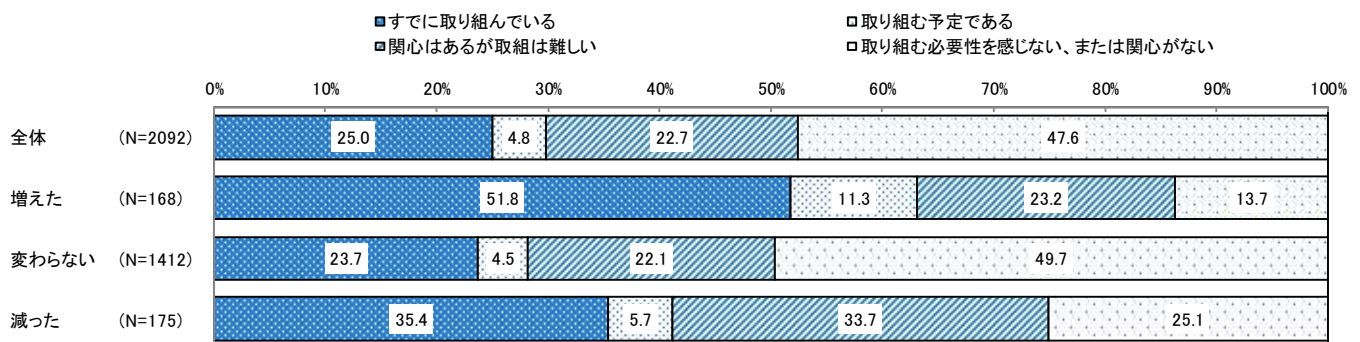
正規の職員・従業員の採用状況別にみると、採用が「増えた」事業所においては「ワーク・ライフ・バランス」の取組に「すでに取り組んでいる」割合が全体に比べて20ポイント以上高くなっている。

また、非正規の職員・従業員の採用状況においても、採用が「増えた」事業所においては「ワーク・ライフ・バランス」の取組に「すでに取り組んでいる」割合が全体に比べて20ポイント以上高くなっている。

図表2-80 「ワーク・ライフ・バランス」の取組状況（正規の職員・従業員の採用状況別）



図表2-81 「ワーク・ライフ・バランス」の取組状況（非正規の職員・従業員の採用状況別）



② 「ワーク・ライフ・バランス」の取組内容または取組予定

問 36 は、問 35 で「1」「2」のいずれかを選んだ方がお答えください。

問 36 どのような取組を行っていますか。または、行う予定ですか。(〇はいくつでも)

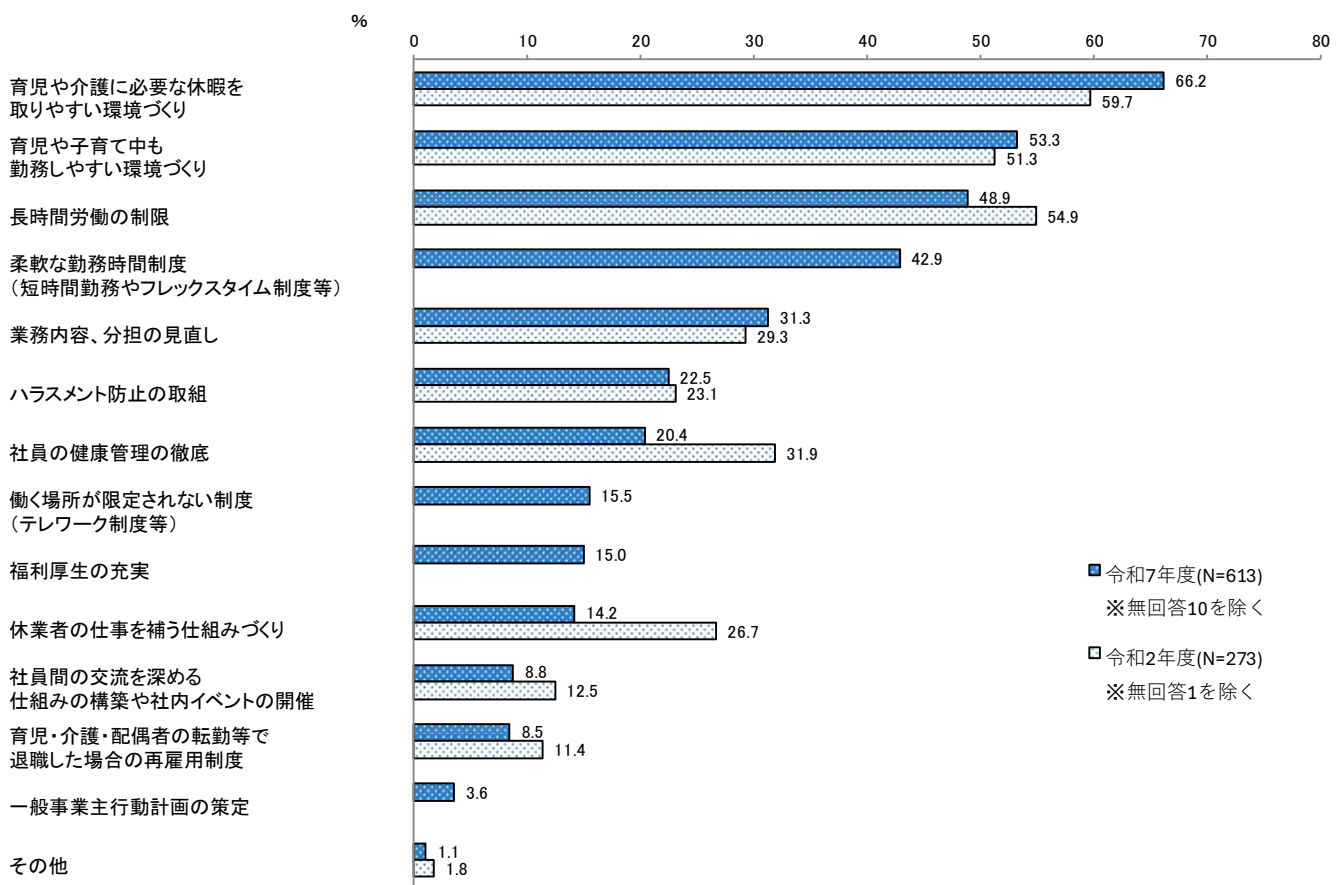
○育児や介護に関する環境づくりや長時間労働の制限を行っている、または行う予定の事業所が多い

「ワーク・ライフ・バランス」の取組内容または取組予定について、「育児や介護に必要な休暇を取りやすい環境づくり」が66.2%と最も高く、次いで「育児や子育て中も勤務しやすい環境づくり」が53.3%、「長時間労働の制限」が48.9%となっている。

従業員数別にみると、「育児や介護に必要な休暇を取りやすい環境づくり」については、従業員が『20人以上』の事業所では全体に比べて10ポイント以上高くなっている。

また、「育児や子育て中も勤務しやすい環境づくり」について、従業員が「20～49人」(65.1%)、「100人以上」(69.7%)の事業所では全体に比べて10ポイント以上高くなっている。

図表2-82 「ワーク・ライフ・バランス」の取組内容または取組予定(MA)



注：前回調査から変更した選択肢は以下のとおり。

- ・「福利厚生の充実」「一般事業主行動計画の策定」を追加。
- ・「業務軽減のための設備・用具の導入」を削除。
- ・「正社員の短時間勤務制度」「フレックスタイム制度」を「柔軟な勤務時間制度(短時間勤務やフレックスタイム制度等)」に統合。
- ・「在宅勤務制度」「サテライトオフィス勤務制度」を「働く場所以が限定されない制度(テレワーク制度等)」に統合。
- ・「セクハラ・パワハラ防止の取組」から「ハラスメント防止の取組」に変更。

図表2-83 「ワーク・ライフ・バランス」の取組内容または取組予定（従業員数別）

	回答者数（N）	長時間労働の制限	育児や介護に必要な休暇を取りやすい環境づくり	育児や子育て中でも勤務しやすい環境づくり	休業者の仕事を補う仕組みづくり	社員間の交流を深める 仕組みの構築や社内イベントの開催	育児・介護・配偶者の転勤等で退職した場合の再雇用制度	業務内容、分担の見直し	働く場所が限定されない制度 （テレワーク制度等）	柔軟な勤務時間制度 （短時間勤務やフレックスタイム制度等）	福利厚生 の 充実	社員の健康管理の徹底	ハラスメント防止の取組	一般事業主行動計画の策定	その他
全体	613	48.9	66.2	53.3	14.2	8.8	8.5	31.3	15.5	42.9	15.0	20.4	22.5	3.6	1.1
0～4人	188	46.3	51.6	39.4	11.7	3.7	3.7	28.2	20.7	43.1	8.0	13.3	9.6	1.6	1.1
5～9人	113	46.0	68.1	58.4	18.6	8.8	7.1	31.9	15.0	43.4	15.0	17.7	20.4	1.8	0.0
10～19人	109	50.5	67.0	57.8	11.0	11.0	11.0	33.9	12.8	37.6	23.9	27.5	27.5	3.7	2.8
20～49人	86	54.7	79.1	65.1	15.1	11.6	7.0	33.7	14.0	45.3	12.8	24.4	26.7	3.5	1.2
50～99人	28	32.1	82.1	60.7	17.9	7.1	10.7	28.6	14.3	42.9	17.9	21.4	32.1	0.0	0.0
100人以上	66	65.2	80.3	69.7	18.2	16.7	21.2	31.8	13.6	47.0	24.2	28.8	43.9	15.2	0.0

③ 「ワーク・ライフ・バランス」の取組の阻害要因

問37は、問35で「3」を選んだ方がお答えください。

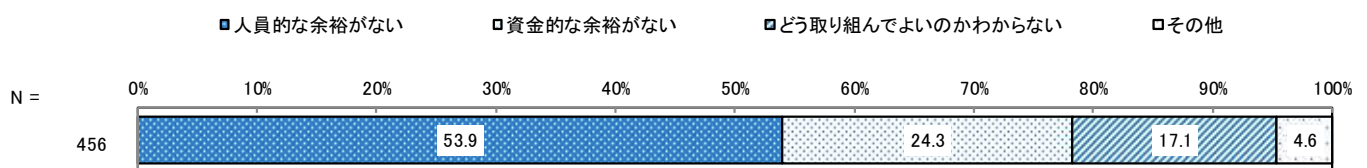
問37 「ワーク・ライフ・バランス」の取組の阻害要因について、最大の要因は何ですか。(○は1つ)

○5割以上の事業所が、「ワーク・ライフ・バランス」に取り組めていない理由として人力的な余裕の不足を挙げている

「ワーク・ライフ・バランス」の取組の阻害要因について、「人力的な余裕がない」が53.9%と最も高く、次いで「資金的な余裕がない」が24.3%、「どう取り組んでよいかわからない」が17.1%となっている。

従業員数別にみると、「人力的な余裕がない」については、従業員が「100人以上」（89.5%）の事業所で全体に比べて20ポイント以上高くなっている。

図表2-84 「ワーク・ライフ・バランス」の取組の阻害要因(SA)



※無回答18を除く

図表2-85 「ワーク・ライフ・バランス」の取組の阻害要因（従業員数別）

	回答者数 (N)	(% )			
		人力的な余裕がない	資金的な余裕がない	わどうから取り組んでよいのか	その他
全体	456	53.9	24.3	17.1	4.6
0~4人	248	44.4	31.5	19.0	5.2
5~9人	75	66.7	14.7	17.3	1.3
10~19人	56	55.4	19.6	19.6	5.4
20~49人	33	66.7	12.1	15.2	6.1
50~99人	7	71.4	14.3	0.0	14.3
100人以上	19	89.5	5.3	0.0	5.3

## 7 杉並区での創業

### (1) 杉並区での創業の理由、創業前後の課題

#### ①杉並区で事業を開始した理由

問38 杉並区で事業を開始した理由について、特に重視した点をお答えください。(〇は3つまで)

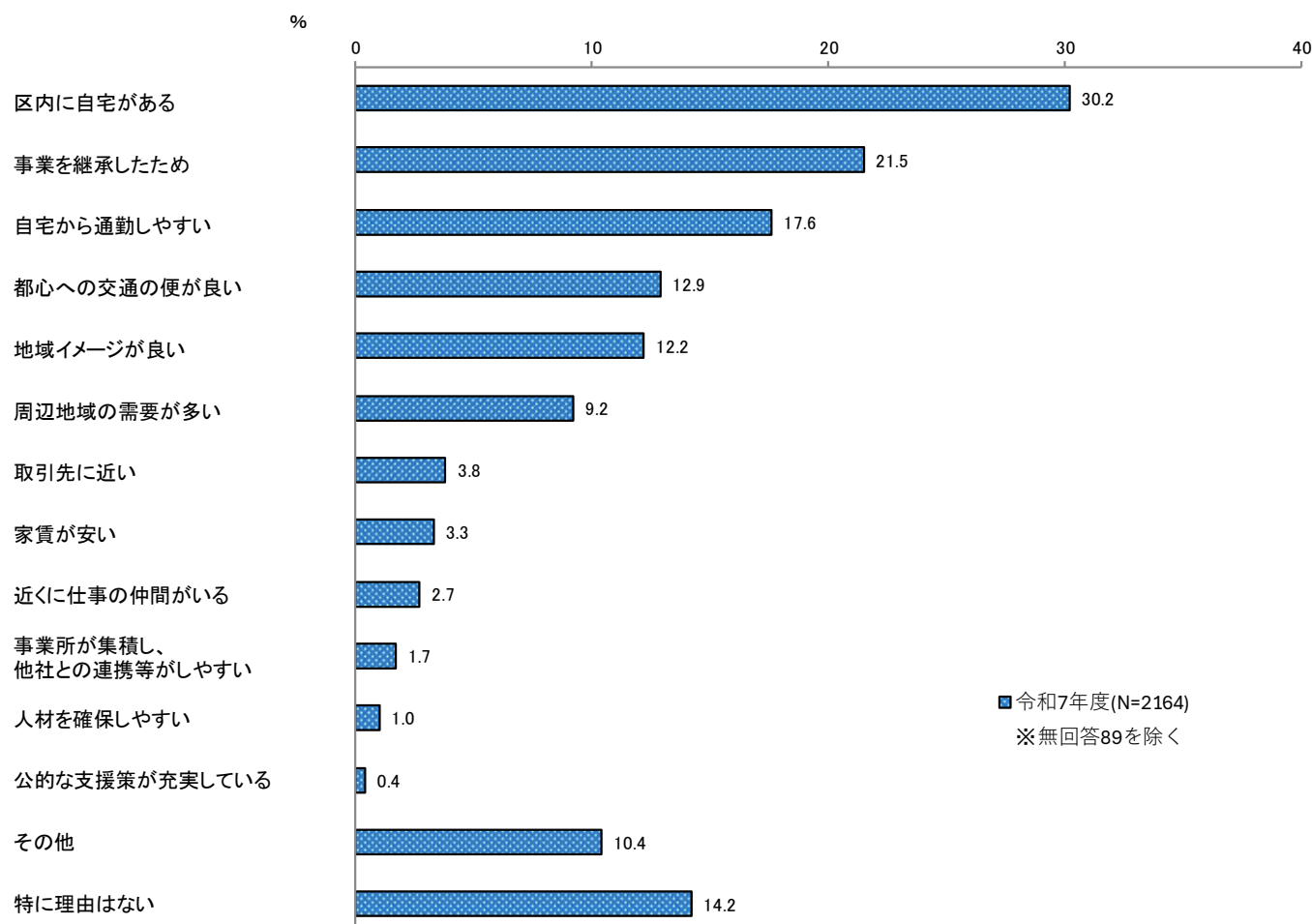
#### ○「区内に自宅がある」という理由で、杉並区で事業を開始した事業所が最も多い

杉並区で事業を開始した理由について、「区内に自宅がある」が30.2%と最も高く、次いで「事業を継承したため」が21.5%、「自宅から通勤しやすい」が17.6%となっている。

創業年代別にみると、「区内に自宅がある」については、創業『1980年代以降』の各年代において3割以上と最も高くなっている。

「自宅から通勤しやすい」については、創業『1990年代以降』増加傾向にあり、「2020年以降」に創業の事業所では全体に比べて10ポイント以上高くなっている。

図表2-86 杉並区で事業を開始した理由(MA)



図表2-87 杉並区で事業を開始した理由(創業年代別)

		(%)													
	回答者数(N)	都心への交通の便が良い	自宅から通勤しやすい	区内に自宅がある	近くに仕事の仲間がいる	取引先に近い	家賃が安い	事業所が集積し、他社との連携がしやすい	周辺地域の需要が多い	人材を確保しやすい	地域イメージが良い	公的な支援策が充実している	事業を継承したため	その他	特に理由はない
全体	2164	12.9	17.6	30.2	2.7	3.8	3.3	1.7	9.2	1.0	12.2	0.4	21.5	10.4	14.2
1959年以前	380	5.5	5.8	18.2	1.6	2.9	1.3	1.1	6.3	0.3	4.7	0.0	46.8	12.4	18.7
1960年代	162	14.8	14.2	19.8	2.5	1.9	1.9	2.5	4.9	0.6	3.7	0.0	39.5	10.5	14.2
1970年代	199	15.6	13.1	25.6	1.0	4.0	3.0	0.0	8.5	1.0	11.6	0.5	26.6	6.5	16.6
1980年代	258	15.9	22.5	34.5	2.3	6.2	3.9	1.6	6.6	0.8	10.5	0.4	19.4	12.4	10.1
1990年代	315	15.6	15.9	35.2	3.2	2.2	4.4	1.9	8.3	1.6	15.6	1.0	13.7	9.2	15.2
2000年代	375	15.5	22.9	41.1	3.5	3.5	4.0	3.2	12.0	1.1	16.3	0.3	7.2	6.9	13.1
2010年代	392	12.5	24.7	31.6	3.6	4.8	3.8	1.5	13.3	1.5	17.6	0.5	9.9	11.7	11.7
2020年以降	42	4.8	33.3	35.7	4.8	7.1	9.5	0.0	21.4	2.4	14.3	2.4	11.9	14.3	2.4

②創業前後の課題

問39 は、2010年(平成22年)以降に創業した場合、お答えください。

問39 創業時及び創業後に困ったことがある場合、ご記入ください。

■創業前後の課題（一部抜粋）

創業時
<ul style="list-style-type: none"><li>・支店（営業所）探し（建設業）</li><li>・資金調達（製造業）</li><li>・販売促進（情報通信業）</li><li>・区からの借入の審査に時間がかかった（卸売業・小売業）</li><li>・資金繰り（不動産業・物品賃貸業）</li><li>・近所トラブル（学術研究・専門技術サービス業）</li><li>・開業資金（宿泊業・飲食サービス業）</li><li>・家賃が高く、空き物件が少ない（生活関連サービス業・娯楽業）</li><li>・物件がなかなか見つからなかった（教育・学習支援業）</li><li>・競合が多い（医療・福祉）</li><li>・銀行口座開設（その他のサービス業）</li></ul>
創業後
<ul style="list-style-type: none"><li>・人手不足（建設業）</li><li>・資金調達（製造業）</li><li>・人材確保、販路開拓（情報通信業）</li><li>・近隣に同業他社の大型店ができた（卸売業・小売業）</li><li>・収入の減少（不動産業・物品賃貸業）</li><li>・顧客開拓（学術研究・専門技術サービス業）</li><li>・コロナ禍（宿泊業・飲食サービス業）</li><li>・物価高騰（宿泊業・飲食サービス業）</li><li>・広告関連（生活関連サービス業・娯楽業）</li><li>・安定した事業の運営（教育・学習支援業）</li><li>・職員の定着（医療・福祉）</li><li>・テナントが古い（その他のサービス業）</li></ul>

## 8 その他

### (1) 区の支援制度に関する情報収集方法

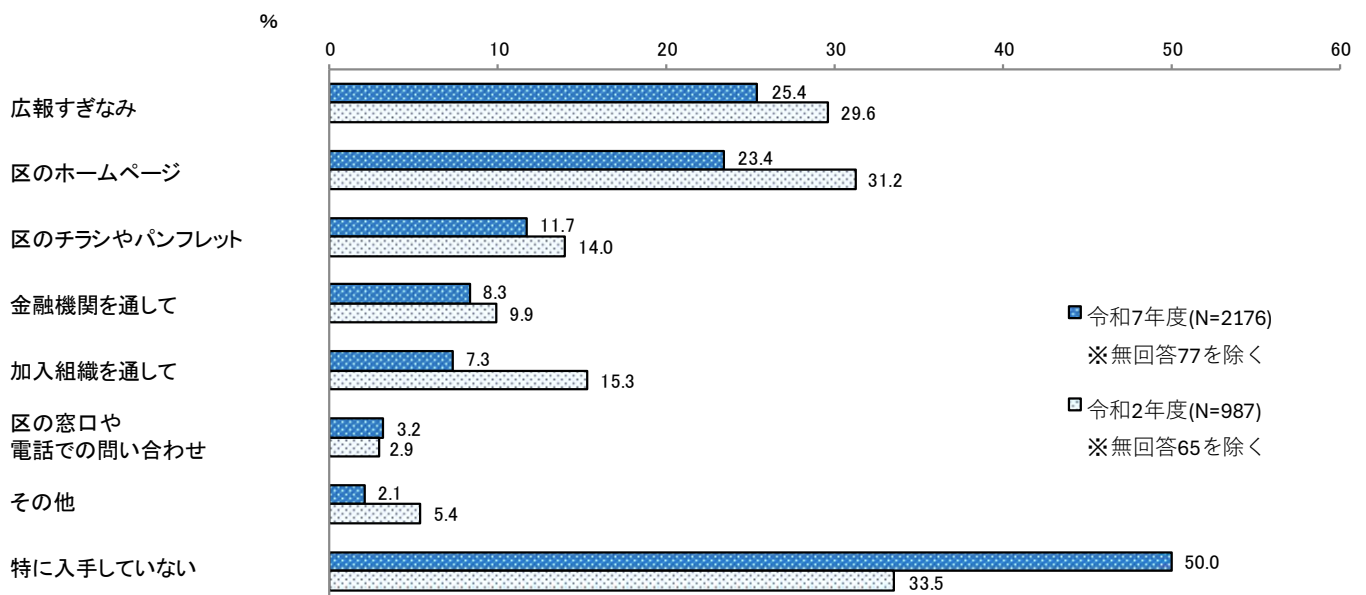
問 40 事業所に対する区の支援制度についての情報をどのようにして入手していますか。(〇はいくつでも)

#### ○支援制度情報の入手方法は「広報すぎなみ」と「区のホームページ」が多い

区の支援制度に関する情報収集について、何らかの方法で情報を入手している事業所は50.0%、「特に入手していない」事業所は50.0%となっている。

また具体的な入手方法については、「広報すぎなみ」が25.4%と最も高く、次いで「区のホームページ」が23.4%、「区のチラシやパンフレット」が11.7%となっている。

図表2-88 区の支援制度に関する情報収集方法(MA)

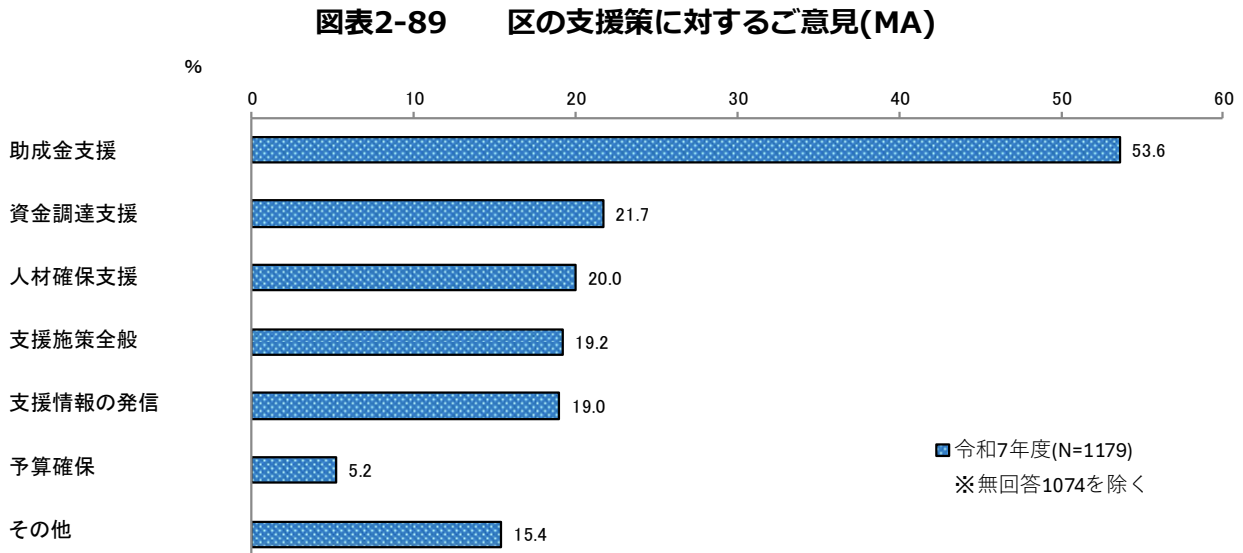


## (2) 区の支援策に対するご意見

問 41 杉並区の事業所に対する支援策についてご意見があればお答えください。  
 (<選択肢>○はいくつでも <具体的な意見>自由に記入)

### ○「助成金支援」に関するご意見が最も多い

区の支援策に対するご意見について、「助成金支援」が53.6%と最も高く、次いで「資金調達支援」が21.7%、「人材確保支援」が20.0%となっている。



### ■ 具体的なご意見 (一部抜粋)

- ・借入の際の利子補填施策の継続をお願いしたい (建設業)
- ・情報を入手しやすくしてほしい (製造業)
- ・ハローワーク以外に的確に人材を確保できるような仕組みがほしい (情報通信業)
- ・従業員が区の施設を使用してリフレッシュするための制度の充実を計ってほしい (運輸業・郵便業)
- ・手続きの多さと遅さが目立つため、デジタル化でもっと早く手軽にできれば良い (卸売業・小売業)
- ・空きテナントに関する情報発信をしてほしい (卸売業・小売業)
- ・防犯対策として、街灯の増設と防犯カメラの設置を増やしてほしい (卸売業・小売業)
- ・補助金全般についてもっと仕組みをわかりやすくし、周知も徹底してほしい (不動産業・物品賃貸業)
- ・建物の老朽化やパソコン導入に関する助成金、支援対策を進めてほしい (不動産業・物品賃貸業)
- ・どのような助成金があるかを知りたい (学術研究・専門技術サービス業)
- ・創業年数に応じた店舗の改修、修繕費用などの補助を検討してほしい (宿泊業・飲食サービス業)
- ・長く続けている事業主にも恩恵がある支援をしてほしい (生活関連サービス業・娯楽業)
- ・幼稚園に対しても、保育園と同等の子育て支援体制を確立してほしい (教育・学習支援業)
- ・助成金の手続きを簡素化してほしい (医療・福祉)
- ・介護物品の援助をしてほしい (医療・福祉)
- ・災害等に関する具体的かつ実効性の高い安全・安心対策を実施してほしい (その他のサービス業)
- ・支援施策の周知をしてほしい、また民間との連携で支援を進めてほしい (その他のサービス業)