令和3年度
荒川区新型コロナウイルス感染症の影響
に係る実態調査
実施報告書

令和4年3月

荒　川　区

目　次

Ⅰ. 荒川区新型コロナウイルス感染症の影響に係る実態調査の実施概要 5
1　事業の目的／内容 5
(1)　事業の目的 5
(2)　事業の内容 5
2　調査対象事業者／調査実施事業者／調査回答事業者数 6
3　主な調査内容 9
Ⅱ. 経営支援事業の実施結果 11
1　経営相談・助言の内容及び件数 11
2　経営相談・助言の実施事例 12
Ⅲ. 調査対象事業者等 14
1　調査対象事業者 14
(1)　対象数 14
2　調査実施事業者 14
(1)　実施数 14
(2)　業種 16
(3)　業種別地区分布 17
(4)　地区別業種分布 18
3　調査回答事業者 19
(1)　回答数 19
(2)　業種 22
(3)　業種別地区分布 23
(4)　地区別業種分布 24
Ⅳ. 基本情報調査票の集計結果 25
1　経営環境 25
(1)　代表者の年齢 25
(2)　経営組織 26
(3)　経営形態 27
(4)　事務所建物保有形態 28
(5)　資本金 29
(6)　営業年数 30
(7)　区内団体の加盟状況 31
(8)　ホームページの有無 32
2　従業員 33
(1)　従業員数 33

(2)　従業員の平均年齢 34
(3)　従業員の女性比率 35
3　業績 36
(1)　直前期の売上高 36
(2)　直前期の借入金 37
Ⅴ. 調査票の集計結果 38
1　業績 38
(1)　今年度の決算見通し 38
(2)　新型コロナウイルス感染症の売上高への影響 39
(3)　今年度の売上高の変動要因の調査方法 40
(4)　今年度の売上高の増減 41
(5)　新型コロナウイルス感染症を要因とした今年度の売上高の変動の度合い 42
(6)　新型コロナウイルス感染症拡大前の年度と比較した今年度の売上高の増減 43
(7)　新型コロナウイルス感染症拡大前の年度と比較して増減した取引先 44
(8)　新型コロナウイルス感染症拡大前の年度と比較して増加した消費者の年齢層 45
(9)　新型コロナウイルス感染症拡大前の年度と比較して減少した消費者の年齢層 46
(10)　5年前と比較した売上高の変化 47
(11)　5年前と比較して「売上高が増加した事業者」の外部要因 48
(12)　5年前と比較して「売上高が増加した事業者」の内部要因 49
(13)　5年前と比較して「売上高が増加した事業者」の取引先の増減 50
(14)　5年前と比較して「売上高が横ばい・減少した事業者」の外部要因 51
(15)　5年前と比較して「売上高が横ばい・減少した事業者」の内部要因 52
(16)　5年前と比較して「売上高が横ばい・減少した事業者」の取引先の増減 53
2　取引先 54
(1)　主要な取引先（販売側） 54
(2)　海外／輸出業者との取引の有無 55
(3)　消費者との取引の有無 56
(4)　消費者の年齢層 57
3　新型コロナウイルス感染症に対する経営の取り組み 58
(1)　新型コロナウイルス感染症による将来の業績への影響 58
(2)　新型コロナウイルス感染症に対する経営の取り組み 59
(3)　新型コロナウイルス感染症に対する経営の取り組み（一定の成果があるもの） 60
(4)　新型コロナウイルス感染症に対する経営の取り組みで一定の成果があった割合 61
4　経営課題 62
(1)　今後（5 年後までに）取り組みたい経営課題への対応 62
(2)　新たな分野の経営課題の認知度 63

(3)　すでに取り組んでいる新たな分野の経営課題 64
(4)　今後（5 年後までに）取り組みたい新たな分野の経営課題 65
5　営業戦略 66
(1)　販売促進の方法 66
(2)　販売促進の取り組みで重要な事項 67
(3)　販売促進の取り組みの課題 68
6　借入金 69
(1)　借入金の有無 69
(2)　借入先 70
(3)　利用している借入支援制度 71
(4)　新型コロナウイルス感染症に関連した借入支援制度の利用 72
(5)　現在、借入金に関して検討している内容 73
(6)　現在の金融機関の融資姿勢 74
7　事業方針 75
(1)　今後（5年後まで）の区内事業所の事業方針 75
(2)　今後（5年後まで）の廃業の理由 76
8　事業承継 77
(1)　今後（5年後まで）の事業承継、経営権移転の予定 77
(2)　事業承継の相談相手 78
(3)　事業承継の際に苦労する（苦労した）点 79
(4)　後継者に必要な点 80
(5)　後継者に必要な素養の望ましい習得方法 81
9　荒川区の企業／商業支援施策に対する意見 82
(1)　企業／商業支援施策の認知度 82
(2)　知っている企業支援施策 83
(3)　知っている商業支援施策 85
(4)　企業／商業支援施策の期待度 87
(5)　期待する企業支援施策 88
(6)　期待する商業支援施策 90
Ⅵ.　関連性分析 92
1　当期利益との関連性 92
(1)　代表者年齢と当期利益 92
2　売上高推移との関連性（新型コロナウイルス感染症の影響が小さい事業者） 97
(1)　代表者年齢と売上高推移 97
(2)　営業年数と売上高推移 98
(3)　直近売上高規模と売上高推移 99

(4)　ホームページの有無と売上高推移 100
(5)　顧客（販売先）の属性と売上高推移 101
(6)　今後の事業方針と売上高推移 102
(7)　事業承継と売上高推移 103
(8)　企業／商業支援施策の認知度と売上高推移 104
(9)　企業／商業支援施策の期待度と売上高推移 105
Ⅶ. 調査結果に基づく企業振興施策の今後の方針 106
1　事業・業態転換や設備投資に対する支援 106
2　デジタル化（DX）に対する支援 106
3　個別の相談支援等による経営基盤強化に対する支援 107
Ⅷ. 参考資料 108
1　周知・ＰＲ 108
(1)　はがきによる事前通知 108
(2)　広報誌による周知 108
(3)　荒川区のホームページによる周知 109
(4)　東京商工会議所荒川支部からの通知文書 110
2　調査票 111
(1)　基本情報調査票 111
(2)　調査票 113

Ⅰ．荒川区新型コロナウイルス感染症の影響に係る実態調査の実施概要

1　事業の目的／内容

(1) 事業の目的

区内建設業及び商業・サービス業への訪問アンケート調査を実施し、区内中小企業等の経営実態を把握するとともに、調査結果を今後の企業・商業支援施策の策定に活用し、地域経済の活性化を図ることを目的として、事業を実施しました。

(2) 事業の内容

中小事業者への経営診断や助言を専門とする「中小企業診断士」が調査員として個別訪問を行いました。

① 事業者への周知
対象事業者に対して、事前にはがきを郵送し、調査実施の周知及び調査機関・問い合わせ先の案内を実施しました。

② 調査事務局の設置
荒川区産業経済部経営支援課が実施元となり、一般社団法人荒川区中小企業経営協会（荒川区西日暮里５－１４－３サンキエームビル５０１）が調査を受託しました。一般社団法人荒川区中小企業経営協会は調査事務局（港区虎ノ門４－３－１城山トラストタワー２７階の株式会社ＦＴカーボン内）を設置した上で、電話及びメールによって、事業者からのお問い合わせの対応を実施しました。

③ 調査員による個別訪問の実施
中小事業者への経営診断や助言を専門とする「中小企業診断士」３４名が調査員として、中小事業者に個別訪問しました。調査票の回収・集計といった受動的な聞き取り調査だけではなく、個別訪問の機会を利用した区施策の情報提供や経営相談の実施等能動的な経営支援も併せて実施しました。また、今年度は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大を受けて、調査票の郵送回答も受け付けました。

④ 調査実施期間
令和３年６月１日から１０月３１日まで
（本中間報告の調査実施期間：令和３年６月１日～７月３１日）

⑤ 調査時の配布資料
- 調査票
- 区の企業・商業支援策資料

2　調査対象事業者／調査実施事業者／調査回答事業者数

① 令和元年度経済センサス基礎調査のデータに基づいて、調査対象事業者数（無作為抽出前）を４，０９２件としました。

- 建設業　　６２７件
- 卸売業　　６８３件
- 小売業　　１，０１６件
- 飲食業　　７１１件
- サービス業　１，０５５件

② ①の調査対象事業者を３４．６％の割合で無作為抽出し、調査対象事業者数（無作為抽出後）を１，４１６件としました。

③ ②の調査対象事業者に対して、調査の周知はがきを郵送し、周知はがき不達等の事業者を除いた調査実施事業者数は１，３１２件となりました。

- 建設業　　２０８件
- 卸売業　　２２４件
- 小売業　　３２４件
- 飲食業　　２２７件
- サービス業　　３２９件

大分類		中分類		調査対象件数	調査実施件数
D	建設業	6	総合工事業	179	58
		7	職別工事業（設備工事業を除く）	261	79
		8	設備工事業	187	71
G	情報通信業	39	情報サービス業	85	25
		40	インターネット附随サービス業	14	2
		41	映像・音声・文字情報制作業	38	15
I	卸売業、小売業（卸売業）	50	各種商品卸売業	2	1
		51	繊維・衣服等卸売業	87	22
		52	飲食料品卸売業	86	25
		53	建築材料，鉱物・金属材料等卸売業	185	59
		54	機械器具卸売業	130	54
		55	その他の卸売業	193	63
I	卸売業、小売業（小売業）	56	各種商品小売業	1	1
		57	織物・衣服・身の回り品小売業	148	55
		58	飲食料品小売業	364	108
		59	機械器具小売業	97	32
		60	その他の小売業	350	114
		61	無店舗小売業	56	14
K	不動産業、物品賃貸業	68	不動産取引業	97	33
M	宿泊業、飲食サービス業	75	宿泊業　※風営法適用業種除く	27	9
		76	飲食店　※風営法適用業種除く	711	227
		77	持ち帰り・配達飲食サービス業	20	5
N	生活関連サービス業、娯楽業	78	洗濯・理容・美容・浴場業	405	125
		79	その他の生活関連サービス業	62	23
		80	娯楽業　※風営法適用業種除く	25	9
O	教育、学習支援業	82	その他の教育，学習支援業	115	36
P	医療、福祉	83	療術業、歯科技工所	122	33
R	サービス業（他に分類されないもの）	89	自動車整備業	45	14

	調査対象件数	調査実施件数
建設業	627	208
卸売業	683	224
小売業	1,016	324
飲食業	711	227
サービス業	1,055	329
コロナ影響調査合計	4,092	1,312

④ ③の調査実施事業者に対して、中小企業診断士による訪問調査を行い、「基本情報調査票」の調査回答事業者数は７１５件（うち郵送回収９６件）、「調査票」の調査回答事業者数は６５６件（うち郵送回収９１件）となりました。

（基本情報調査票）

- 建設業　　８９件（うち郵送回収１６件）
- 卸売業　　１１３件（うち郵送回収２３件）
- 小売業　　２１８件（うち郵送回収１６件）
- 飲食業　　１３０件（うち郵送回収１５件）
- サービス業　　１６５件（うち郵送回収２６件）

（調査票）

- 建設業　　７６件（うち郵送回収１６件）
- 卸売業　　１０９件（うち郵送回収２１件）
- 小売業　　１９５件（うち郵送回収１５件）
- 飲食業　　１２５件（うち郵送回収１５件）
- サービス業　　１５１件（うち郵送回収２４件）

⑤ 回収率（対　調査実施事業者数）

③の調査実施事業者に対する「基本情報調査票」回収率は５４．５％、「調査票」の回収率は５０．０％となりました。

（基本情報調査票）

- 建設業　　４２．８％
- 卸売業　　５０．４％
- 小売業　　６７．３％
- 飲食業　　５７．３％
- サービス業　　５０．２％

（調査票）

- 建設業　　３６．５％
- 卸売業　　４８．７％
- 小売業　　６０．２％
- 飲食業　　５５．１％
- サービス業　　４５．９％

⑥ 回収率（対　営業が確認できた事業者数）

③の調査実施事業者のうち、営業が確認できた事業者数は１，０２９件でした。営業が確認できた事業者からの「基本情報調査票」の回収率は６９．

５％、「調査票」の回収率は６３．８％となりました。

（基本情報調査票）

- 建設業　　５８．６％
- 卸売業　　６６．１％
- 小売業　　７７．０％
- 飲食業　　８０．２％
- サービス業　　６３．２％

（調査票）

- 建設業　　５０．０％
- 卸売業　　６３．７％
- 小売業　　６８．９％
- 飲食業　　７７．２％
- サービス業　　５７．９％

⑦　郵送回収率

郵送で回答した事業者数は９６件でした。郵送回収率は、③の調査実施事業者に対して７．３％、④の調査回答事業者数に対して１３．４％となりました。

（対　調査実施事業者数）

- 建設業　　７．７％
- 卸売業　　１０．３％
- 小売業　　４．９％
- 飲食業　　６．６％
- サービス業　　７．９％

（対　調査回答事業者数）

- 建設業　　１８．０％
- 卸売業　　２０．４％
- 小売業　　７．３％
- 飲食業　　１１．５％
- サービス業　　１５．８％

3　主な調査内容

① 事業者の基本情報（業種、経営形態、業歴・業績、従業員数等）
② 経営環境（新型コロナウイルス感染症の影響含む）
③ 経営課題（新型コロナウイルス感染症への対策、ＤＸ等の新たな経営課題含む）
④ 営業戦略
⑤ 借入金の状況
⑥ 今後の事業方針、事業承継
⑦ 区の企業／商業振興施策に対する意見

【本実施報告書の利用上の注意点】

・調査結果にある構成比は、小数点以下第１位を四捨五入しているため、構成比を合計しても１００％にならない場合があります。

Ⅱ. 経営支援事業の実施結果

1　経営相談・助言の内容及び件数

建設業、商業及びサービス業の事業者から相談があった内容及び件数は、以下のとおりです。

相談分野	件数	構成比	具体的内容
①資金調達	１８	３０％	融資、補助金
②経営関係	１１	１８％	経営悪化、事業承継
③生産性向上・業務効率化	８	１３％	商品管理
④デジタル技術の活用	７	１２％	ホームページ、ＳＮＳ
⑤販路開拓、販売促進	６	１０％	広告宣伝、商品ＰＲ
⑥人事関係	２	３％	人材採用・育成、福利厚生
⑦同業・異業種連携	１	２％	同業・異業種連携
⑧製品／商品開発	１	２％	新メニュー開発
⑨新分野進出	１	２％	市場調査、事業計画策定
⑩税務、経理	０	０％	会計処理
⑪その他	５	８％	
相談件数　合計	６０	１００％	

2　経営相談・助言の実施事例

事業者からのご相談に対して、個別訪問した調査員が以下のとおり助言を行いました。

さらに詳しくご相談をされたい場合は、区役所本庁舎６階に設置している「新型コロナウイルス感染症に関する中小企業等相談窓口」をお気軽にご利用いただくようお伝えしました。

事業者からの相談内容	調査員の助言内容
【販路開拓・販売促進】 輸入商品の販売先を拡大したい。	荒川区の支援施策「ＬＡＮＰコーディネータ」「にぎわいコーディネータ」を説明しました。
【販路開拓・販売促進】 通信販売の拡大が見込めるために業容を拡大したい。	荒川区の支援施策「商業・サービス業経営力向上支援事業補助金」「高度特定分野専門家派遣事業」について説明しました。
【生産性向上・業務効率化】 テレワークの促進のための支援策について教えてほしい。	荒川区の支援施策「新型コロナウイルス感染症拡大防止対策設備投資等支援事業」について説明しました。
【生産性向上・業務効率化】 販売ＷＥＢを再構築したい。	荒川区の支援施策「商業・サービス業経営力向上支援事業補助金」「高度特定分野専門家派遣事業」について説明しました。
【経営関係】 事業承継を検討している。業績好調のため、関心のある企業はあるが、どのようにすればよいか。	荒川区の支援施策「事業承継訪問相談」を説明しました。
【経営関係】 事業承継を進めたいが、承継人が注意すべきポイントはあるか。	事業承継のパンフレットを配付し、説明しました。

【経営関係】 取引先が高齢のため廃業する。そこで、当社が事業を引き継ぎたいと考えているが、アドバイスがほしい。	東京都の経営革新計画の様式などを利用して、リスクの洗い出しなどを行って、新事業を展開することを勧めた。また、荒川区の補助金や事業再構築補助金などの活用を提案した。
【資金調達】 売上減少に対する支援策について教えてほしい。	国の支援策である月次支援金の概要を説明しました。
【資金調達】 設備が老朽化しているため、設備更新の資金を調達したい。	荒川区の支援施策「商業・サービス業経営力向上支援事業補助金」について説明しました。
【資金調達】 店舗内換気設備を導入したい。	荒川区の支援施策「新型コロナウイルス感染症拡大防止対策設備投資等支援事業」について説明しました。
【資金調達】 国の補助金の要件（業務効率化）には該当しない場合でも、荒川区の補助金を受けることができるか、教えてほしい。	荒川区の支援施策「商業・サービス業経営力向上支援事業補助金」について説明しました。
【資金調達】 ガラケーからスマホへの切り替えの補助金はありますか。	残念ながらご希望にお応えできる補助金はありませんが、コロナ対策として、テレワーク用のタブレットを導入する場合は対象となることを説明しました。
【デジタル技術の活用】 ホームページの作成を支援してほしい。	荒川区の支援施策「高度特定分野専門家派遣事業」について説明しました。
【デジタル技術の活用】 既存の顧客管理システムを更新したい。	荒川区の支援施策「商業・サービス業経営力向上支援事業補助金」について説明しました。

Ⅲ. 調査対象事業者等

1　調査対象事業者

(1) 対象数

① 令和元年度経済センサス基礎調査のデータに基づいて、調査対象事業者数（無作為抽出前）は４，０９２件としました。

- 建設業　　６２７件
- 卸売業　　６８３件
- 小売業　　１，０１６件
- 飲食業　　７１１件
- サービス業　１，０５５件

② ①の調査対象事業者を３４．６％の割合で無作為抽出し、調査対象事業者数（無作為抽出後）を１，４１６件としました。

2　調査実施事業者

(1) 実施数

はがき不達等の事業者を除いた調査実施事業者数は１，３１２件となりました。

- 建設業　　２０８件
- 卸売業　　２２４件
- 小売業　　３２４件
- 飲食業　　２２７件
- サービス業　　３２９件

（注）調査対象外とした事業者

① 支社・支所・支店

② 非営利団体

③ 風俗営業法適用事業者

- バー、キャバレー、ナイトクラブ[小分類７６６]
- マージャンクラブ［小分類８０Ｊ］
- パチンコホール［小分類８０Ｋ］
- ゲームセンター［小分類８０Ｌ］
- 旅館、ホテル［小分類７５１］

④ 以下のサービス業

- 不動産賃貸業・管理業［中分類６９］
- 物品賃貸業［中分類７０］

・　学術研究、専門・技術サービス業［大分類Ｌ］
・　学校教育［中分類８１］
・　病院［小分類８３１］、一般診療所［小分類８３２］、歯科診療所［小分類８３３］、助産・看護業［小分類８３４］
・　複合サービス事業［大分類Ｑ］
・　廃棄物処理業［中分類８８］、機械等修理業［中分類９０］、職業紹介・労働者派遣業［中分類９１］、その他の事業サービス業［中分類９２］、政治・経済・文化団体［中分類９３］、宗教［中分類９４］、その他のサービス業［中分類９５］

※小分類は、日本標準産業分類の分類項目に基づいています。

⑤　中小企業基本法の次の定義（資本金と常用従業員数の両方）に該当する事業者

・　小売業　　資本金５,０００万円超 かつ 常用従業員数５０人超
・　サービス業　資本金５,０００万円超 かつ 常用従業員数１００人超
・　製造業その他　資本金３億円超 かつ 常用従業員数３００人超

⑥　はがきが到達しない事業者

⑦　事務局に対して調査辞退を申し出た事業者

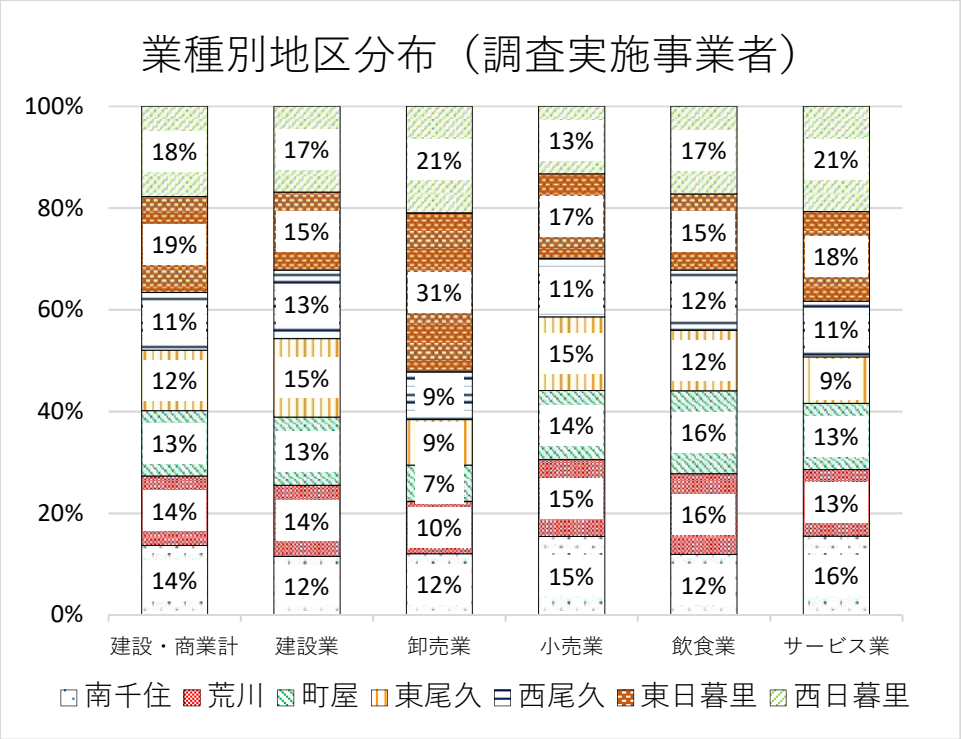
(2) 業種

大分類		中分類		調査対象件数	調査実施件数
D	建設業	6	総合工事業	179	58
		7	職別工事業（設備工事業を除く）	261	79
		8	設備工事業	187	71
G	情報通信業	39	情報サービス業	85	25
		40	インターネット附随サービス業	14	2
		41	映像・音声・文字情報制作業	38	15
I	卸売業、小売業（卸売業）	50	各種商品卸売業	2	1
		51	繊維・衣服等卸売業	87	22
		52	飲食料品卸売業	86	25
		53	建築材料，鉱物・金属材料等卸売業	185	59
		54	機械器具卸売業	130	54
		55	その他の卸売業	193	63
I	卸売業、小売業（小売業）	56	各種商品小売業	1	1
		57	織物・衣服・身の回り品小売業	148	55
		58	飲食料品小売業	364	108
		59	機械器具小売業	97	32
		60	その他の小売業	350	114
		61	無店舗小売業	56	14
K	不動産業、物品賃貸業	68	不動産取引業	97	33
M	宿泊業、飲食サービス業	75	宿泊業　※風営法適用業種除く	27	9
		76	飲食店　※風営法適用業種除く	711	227
		77	持ち帰り・配達飲食サービス業	20	5
N	生活関連サービス業、娯楽業	78	洗濯・理容・美容・浴場業	405	125
		79	その他の生活関連サービス業	62	23
		80	娯楽業　※風営法適用業種除く	25	9
O	教育、学習支援業	82	その他の教育，学習支援業	115	36
P	医療、福祉	83	療術業、歯科技工所	122	33
R	サービス業（他に分類されないもの）	89	自動車整備業	45	14

	調査対象件数	調査実施件数
建設業	627	208
卸売業	683	224
小売業	1,016	324
飲食業	711	227
サービス業	1,055	329
コロナ影響調査合計	4,092	1,312

○「飲食店」、「洗濯・理容・美容・浴場業」「その他の小売業」の順で多くなっています。

(3) 業種別地区分布



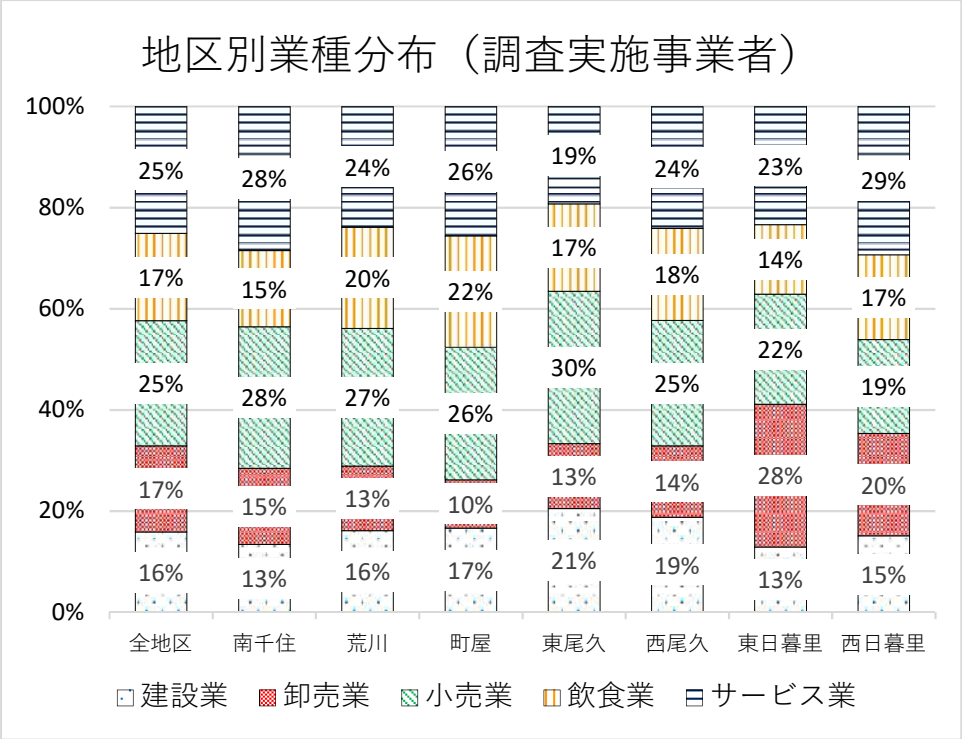
業種別地区分布（調査実施事業者）	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
南千住	179	14%	24	12%	27	12%	50	15%	27	12%	51	16%
荒川	180	14%	29	14%	23	10%	49	15%	36	16%	43	13%
町屋	168	13%	28	13%	16	7%	44	14%	37	16%	43	13%
東尾久	156	12%	32	15%	20	9%	47	15%	27	12%	30	9%
西尾久	149	11%	28	13%	21	9%	37	11%	27	12%	36	11%
東日暮里	248	19%	32	15%	70	31%	54	17%	34	15%	58	18%
西日暮里	232	18%	35	17%	47	21%	43	13%	39	17%	68	21%
合計	1,312	100%	208	100%	224	100%	324	100%	227	100%	329	100%

○全業種の調査実施事業者の地区の割合は、「東日暮里」が１９％、「西日暮里」が１８％と多く、「西尾久」が１１％と少なくなっています。

○各業種において、調査実施事業者数の割合が最も多い地区は以下のとおりとなります。

- 建設業・・・西日暮里
- 卸売業・・・東日暮里
- 小売業・・・東日暮里
- 飲食業・・・西日暮里
- サービス業・・・西日暮里

(4) 地区別業種分布



地区別業種分布（調査実施事業者）	全地区		南千住		荒川		町屋		東尾久		西尾久		東日暮里		西日暮里	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
建設業	208	16%	24	13%	29	16%	28	17%	32	21%	28	19%	32	13%	35	15%
卸売業	224	17%	27	15%	23	13%	16	10%	20	13%	21	14%	70	28%	47	20%
小売業	324	25%	50	28%	49	27%	44	26%	47	30%	37	25%	54	22%	43	19%
飲食業	227	17%	27	15%	36	20%	37	22%	27	17%	27	18%	34	14%	39	17%
サービス業	329	25%	51	28%	43	24%	43	26%	30	19%	36	24%	58	23%	68	29%
合計	1,312	100%	179	100%	180	100%	168	100%	156	100%	149	100%	248	100%	232	100%

○全地区の調査実施事業者の業種の割合は、「小売業」及び「サービス業」が２５％と多く、「建設業」が１６％と少なくなっています。

○各地区において、他地区に比べて、当該業種の割合が多い業種（全地区の当該業種の割合に比べて、当該地区の当該業種の割合が３ポイント以上大きい業種）は以下のとおりとなります。

- 南千住・・・小売業、サービス業
- 荒川・・・なし
- 町屋・・・飲食業
- 東尾久・・・建設業、小売業
- 西尾久・・・建設業
- 東日暮里・・・卸売業
- 西日暮里・・・卸売業、サービス業

3　調査回答事業者

(1) 回答数

- 調査実施事業者に対して、中小企業診断士による訪問調査を行い、「基本情報調査票」の調査回答事業者数は７１５件、「調査票」の調査回答事業者数は６５６件となりました。

（基本情報調査票）

- 建設業　　８９件（うち郵送回収１６件）
- 卸売業　　１１３件（うち郵送回収２３件）
- 小売業　　２１８件（うち郵送回収１６件）
- 飲食業　　１３０件（うち郵送回収１５件）
- サービス業　　１６５件（うち郵送回収２６件）

（調査票）

- 建設業　　７６件（うち郵送回収１６件）
- 卸売業　　１０９件（うち郵送回収２１件）
- 小売業　　１９５件（うち郵送回収１５件）
- 飲食業　　１２５件（うち郵送回収１５件）
- サービス業　　１５１件（うち郵送回収２４件）

- 郵送回収率は、調査実施事業者に対して７．３％、調査回答事業者数に対して１３．４％となりました。

（調査実施事業者に対する郵送回収率）

- 建設業　　７．７％
- 卸売業　　１０．３％
- 小売業　　４．９％
- 飲食業　　６．６％
- サービス業　　７．９％

（調査回答事業者に対する郵送回収率）

- 建設業　　１８．０％
- 卸売業　　２０．４％
- 小売業　　７．３％
- 飲食業　　１１．５％
- サービス業　　１５．８％

- 営業が確認できた事業者数は１，０２９件でした。
  営業が確認できた事業者からの「基本情報調査票」の回収率は６９．５％、「調査票」の回収率は６３．８％となりました。

（営業が確認できた事業者）

- 建設業　　１５２件
- 卸売業　　１７１件
- 小売業　　２８３件
- 飲食業　　１６２件
- サービス業　　２６１件

（営業が確認できた事業者に対する「基本情報調査票」の回収率）

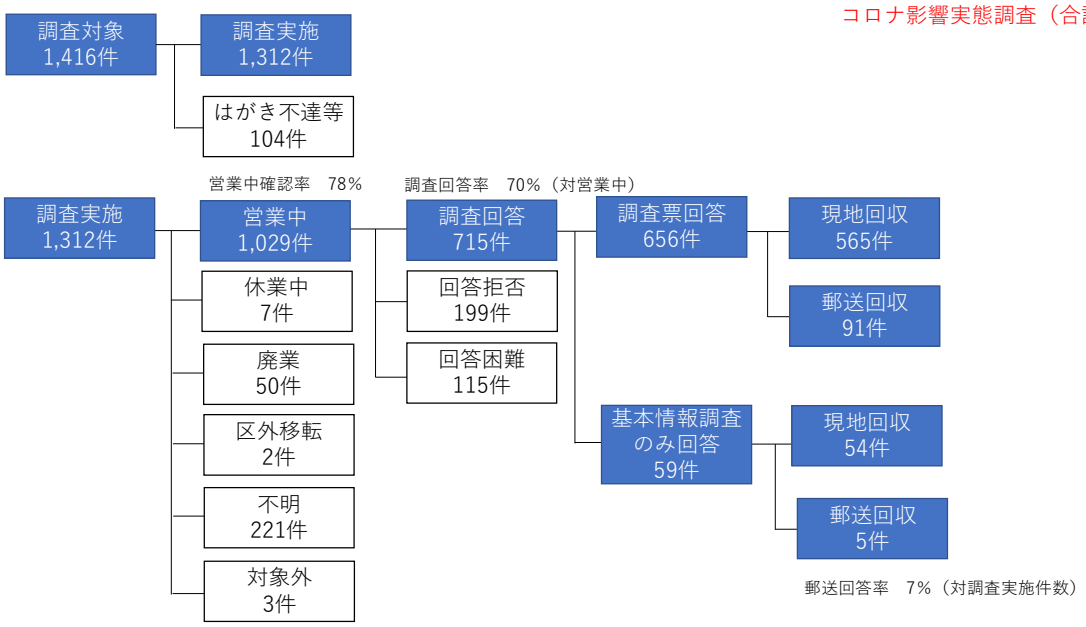
- 建設業　　５８．６％
- 卸売業　　６６．１％
- 小売業　　７７．０％
- 飲食業　　８０．２％
- サービス業　　６３．２％

（営業が確認できた事業者に対する「調査票」の回収率）

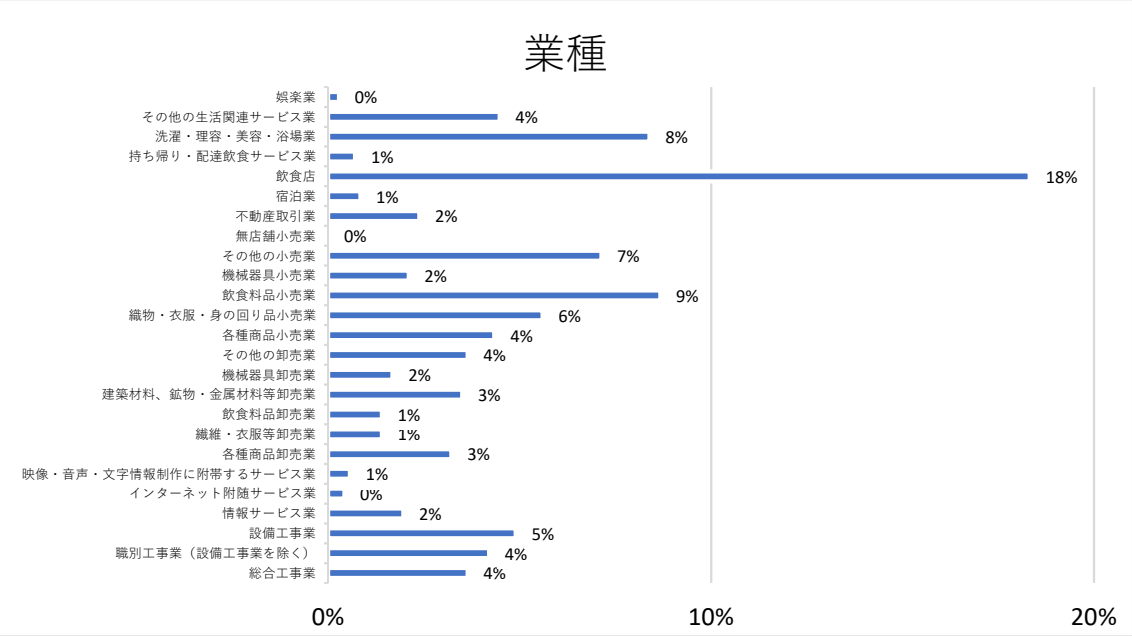
- 建設業　　５０．０％
- 卸売業　　６３．７％
- 小売業　　６８．９％
- 飲食業　　７７．２％
- サービス業　　５７．９％

● 令和元年度経済センサス基礎調査以降に廃業あるいは移転したことが確認できた事業者数は１４６件（うち、はがき不達９４件、訪問調査の際に判明５２件）でした。調査対象事業者数に対して、廃業あるいは移転が確認できた事業者の割合は１０．３％でした。

コロナ影響実態調査（合計）



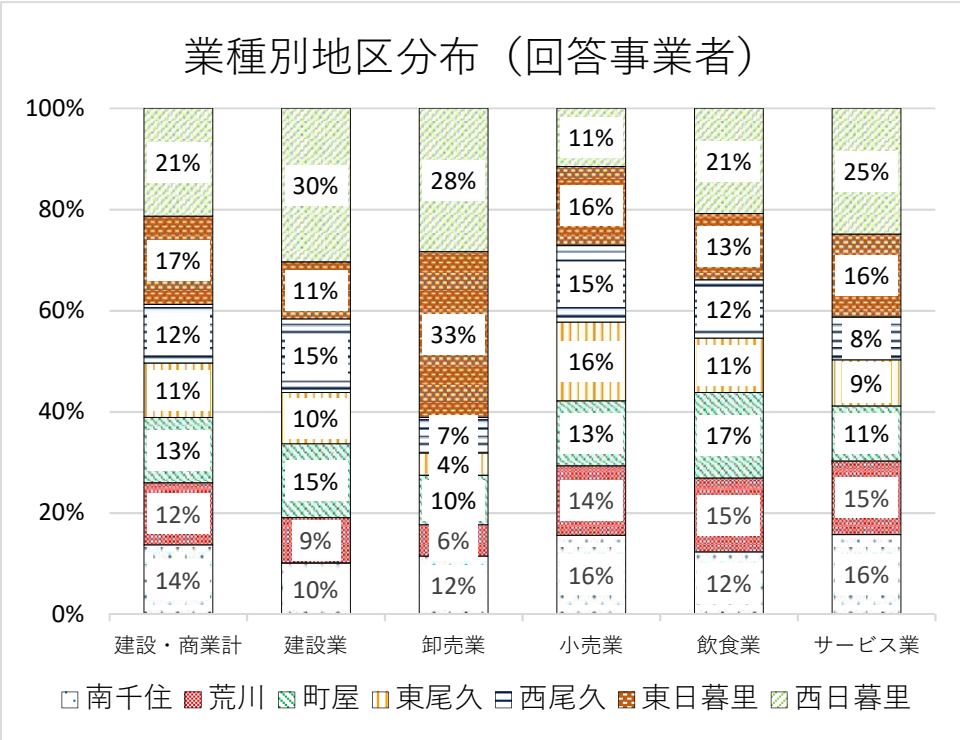
(2) 業種



業種	建設・商業計	
	件数	割合
総合工事業	26	4%
職別工事業（設備工事業を除く）	30	4%
設備工事業	35	5%
情報サービス業	14	2%
インターネット附随サービス業	3	0%
映像・音声・文字情報制作に附帯するサービス業	4	1%
各種商品卸売業	23	3%
繊維・衣服等卸売業	10	1%
飲食料品卸売業	10	1%
建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	25	3%
機械器具卸売業	12	2%
その他の卸売業	26	4%
各種商品小売業	31	4%
織物・衣服・身の回り品小売業	40	6%
飲食料品小売業	62	9%
機械器具小売業	15	2%
その他の小売業	51	7%
無店舗小売業	0	0%
不動産取引業	17	2%
宿泊業	6	1%
飲食店	131	18%
持ち帰り・配達飲食サービス業	5	1%
洗濯・理容・美容・浴場業	60	8%
その他の生活関連サービス業	32	4%
娯楽業	2	0%
その他の教育・学習支援業	14	2%
療術業・歯科技工所	19	3%
自動車整備業	12	2%
その他	0	0%
無回答	0	0%
合計	715	100%

○「飲食店」が１８％、「飲食料品小売業」が９％、「洗濯・理容・美容・浴場業」が８％の順で多くなっています。

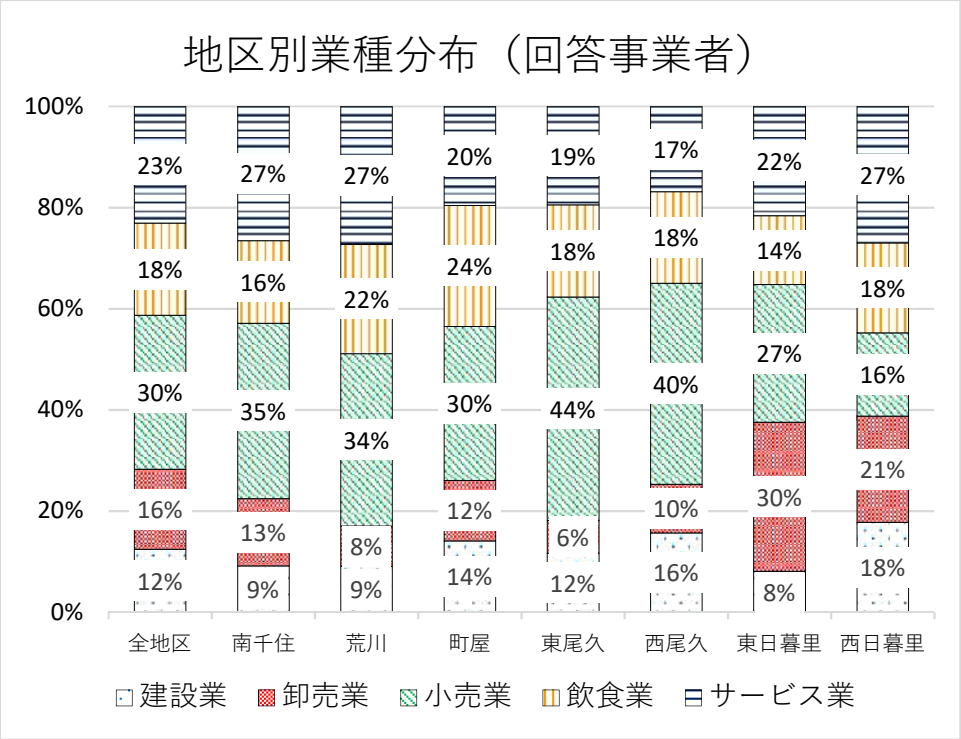
(3) 業種別地区分布



業種別地区分布（回答事業者）	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
南千住	98	14%	9	10%	13	12%	34	16%	16	12%	26	16%
荒川	88	12%	8	9%	7	6%	30	14%	19	15%	24	15%
町屋	92	13%	13	15%	11	10%	28	13%	22	17%	18	11%
東尾久	77	11%	9	10%	5	4%	34	16%	14	11%	15	9%
西尾久	83	12%	13	15%	8	7%	33	15%	15	12%	14	8%
東日暮里	125	17%	10	11%	37	33%	34	16%	17	13%	27	16%
西日暮里	152	21%	27	30%	32	28%	25	11%	27	21%	41	25%
合計	715	100%	89	100%	113	100%	218	100%	130	100%	165	100%

○全業種の調査回答事業者の地区の割合は、「西日暮里」が２１％、「東日暮里」が１７％と多く、「東尾久」が１１％と少なくなっています。

(4) 地区別業種分布



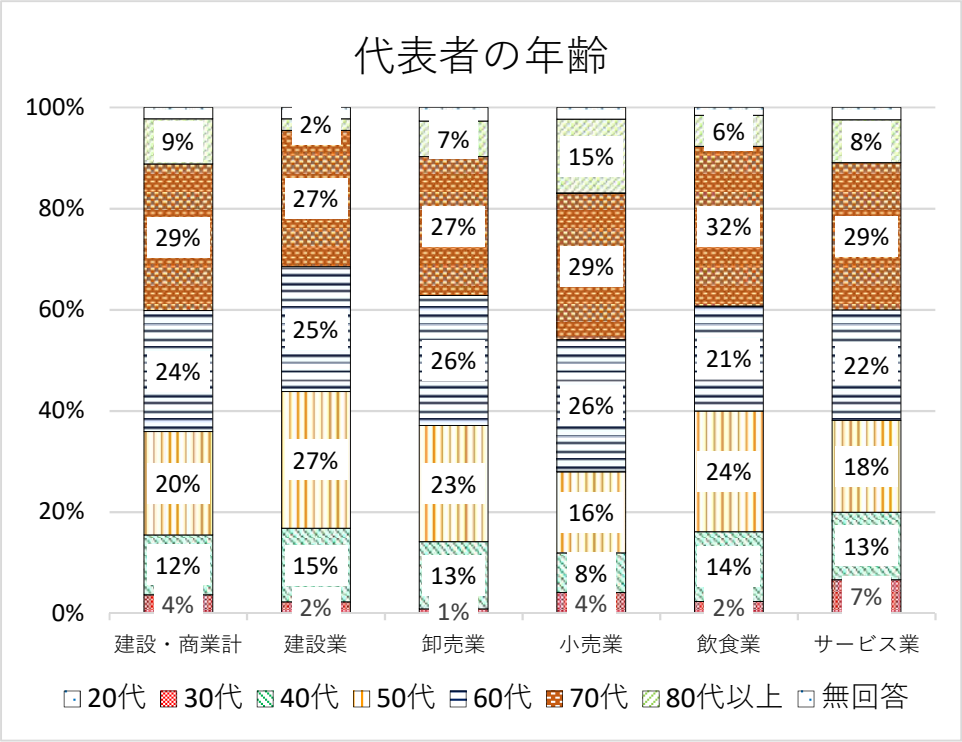
地区別業種分布（回答事業者）	全地区		南千住		荒川		町屋		東尾久		西尾久		東日暮里		西日暮里	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
建設業	89	12%	9	9%	8	9%	13	14%	9	12%	13	16%	10	8%	27	18%
卸売業	113	16%	13	13%	7	8%	11	12%	5	6%	8	10%	37	30%	32	21%
小売業	218	30%	34	35%	30	34%	28	30%	34	44%	33	40%	34	27%	25	16%
飲食業	130	18%	16	16%	19	22%	22	24%	14	18%	15	18%	17	14%	27	18%
サービス業	165	23%	26	27%	24	27%	18	20%	15	19%	14	17%	27	22%	41	27%
合計	715	100%	98	100%	88	100%	92	100%	77	100%	83	100%	125	100%	152	100%

○全地区の調査回答事業者の業種の割合は、「小売業」が３０％、「サービス業」が２３％と多く、「建設業」が１２％と少なくなっています。

Ⅳ. 基本情報調査票の集計結果

1　経営環境

(1) 代表者の年齢

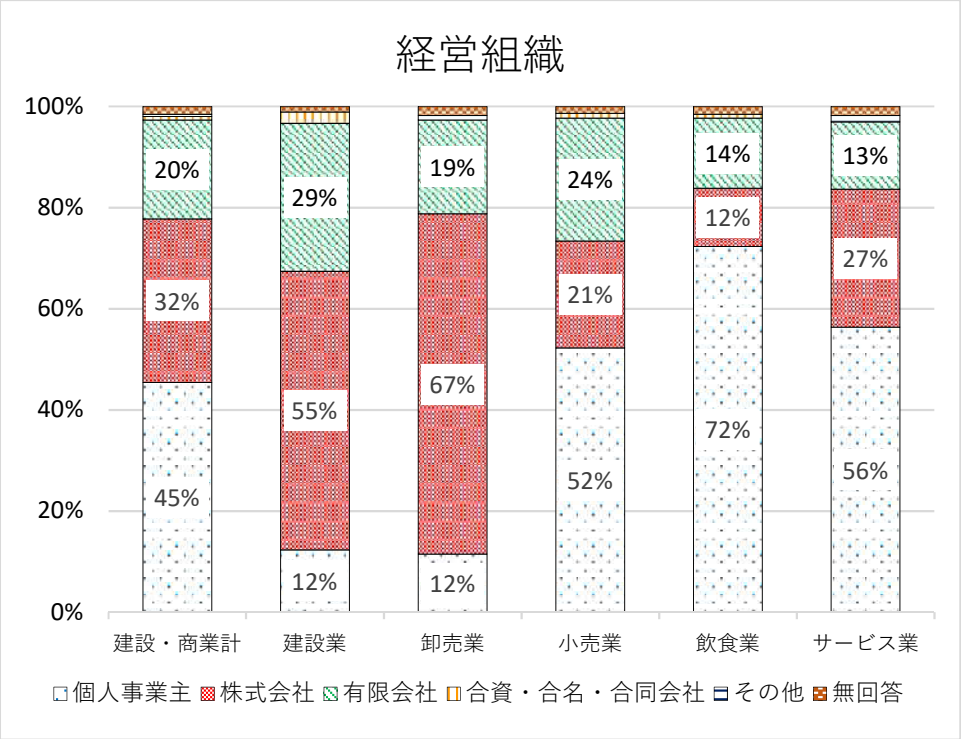


代表者の年齢	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
20代	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
30代	26	4%	2	2%	1	1%	9	4%	3	2%	11	7%
40代	85	12%	13	15%	15	13%	17	8%	18	14%	22	13%
50代	146	20%	24	27%	26	23%	35	16%	31	24%	30	18%
60代	171	24%	22	25%	29	26%	57	26%	27	21%	36	22%
70代	207	29%	24	27%	31	27%	63	29%	41	32%	48	29%
80代以上	64	9%	2	2%	8	7%	32	15%	8	6%	14	8%
無回答	16	2%	2	2%	3	3%	5	2%	2	2%	4	2%
合計	715	100%	89	100%	113	100%	218	100%	130	100%	165	100%

○代表者の年齢「７０代」が２９％と最も多くなっています。「６０代以上」が６２％となっています。

○他業種に比べて、小売業は「６０代以上」が多く、サービス業は「３０代」が多くなっています。

(2) 経営組織

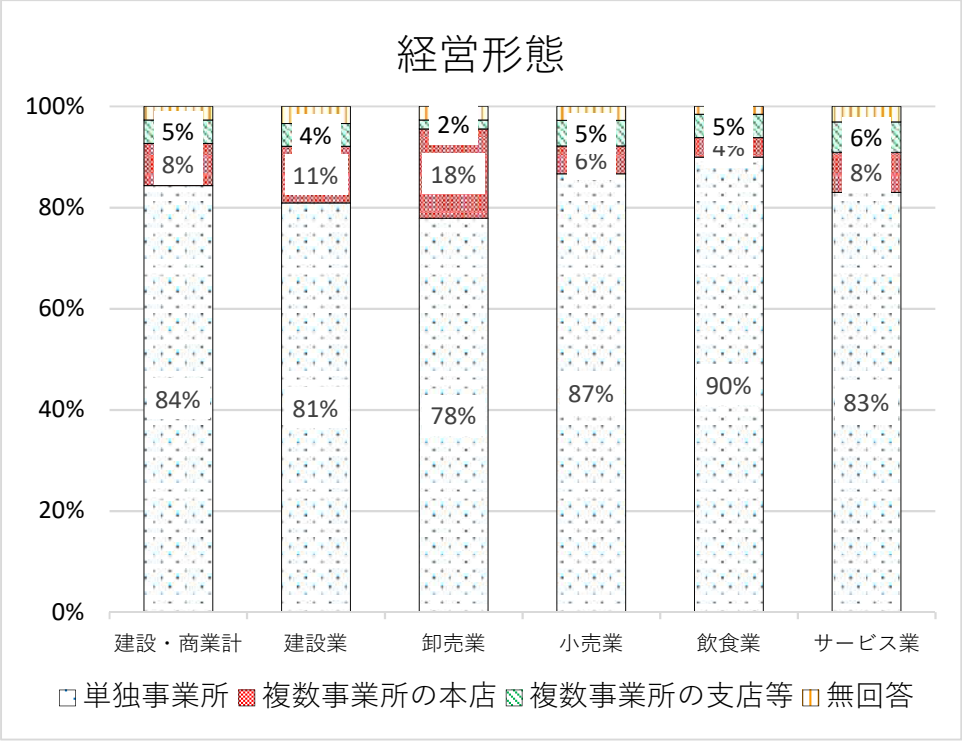


経営組織	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
個人事業主	325	45%	11	12%	13	12%	114	52%	94	72%	93	56%
株式会社	231	32%	49	55%	76	67%	46	21%	15	12%	45	27%
有限会社	140	20%	26	29%	21	19%	53	24%	18	14%	22	13%
合資・合名・合同会社	5	1%	2	2%	0	0%	2	1%	1	1%	0	0%
その他	3	0%	0	0%	1	1%	0	0%	0	0%	2	1%
無回答	11	2%	1	1%	2	2%	3	1%	2	2%	3	2%
合計	715	100%	89	100%	113	100%	218	100%	130	100%	165	100%

○「個人事業主」が４５％と最も多くなっています。次いで、「株式会社」が３２％となっています。

○他業種に比べて、建設業及び卸売業は「株式会社」が多く、飲食業及びサービス業は「個人事業主」が多くなっています

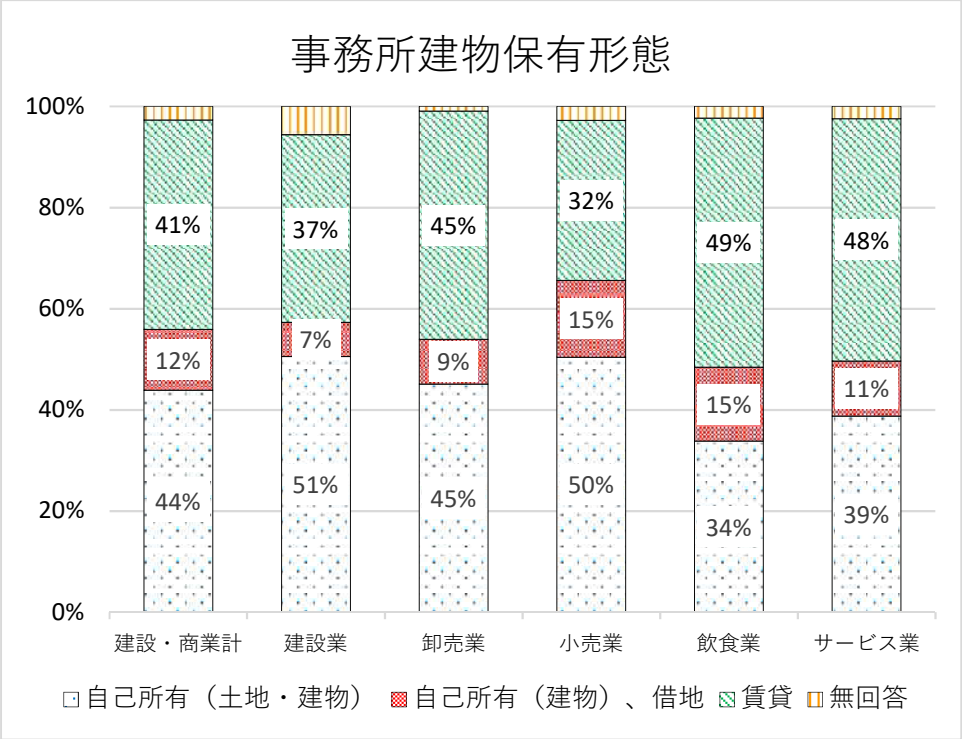
(3) 経営形態



経営形態	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
単独事業所	603	84%	72	81%	88	78%	189	87%	117	90%	137	83%
複数事業所の本店	60	8%	10	11%	20	18%	12	6%	5	4%	13	8%
複数事業所の支店等	33	5%	4	4%	2	2%	11	5%	6	5%	10	6%
無回答	19	3%	3	3%	3	3%	6	3%	2	2%	5	3%
合計	715	100%	89	100%	113	100%	218	100%	130	100%	165	100%

○「単独事業所」が８４％と最も多くなっています。

(4) 事務所建物保有形態



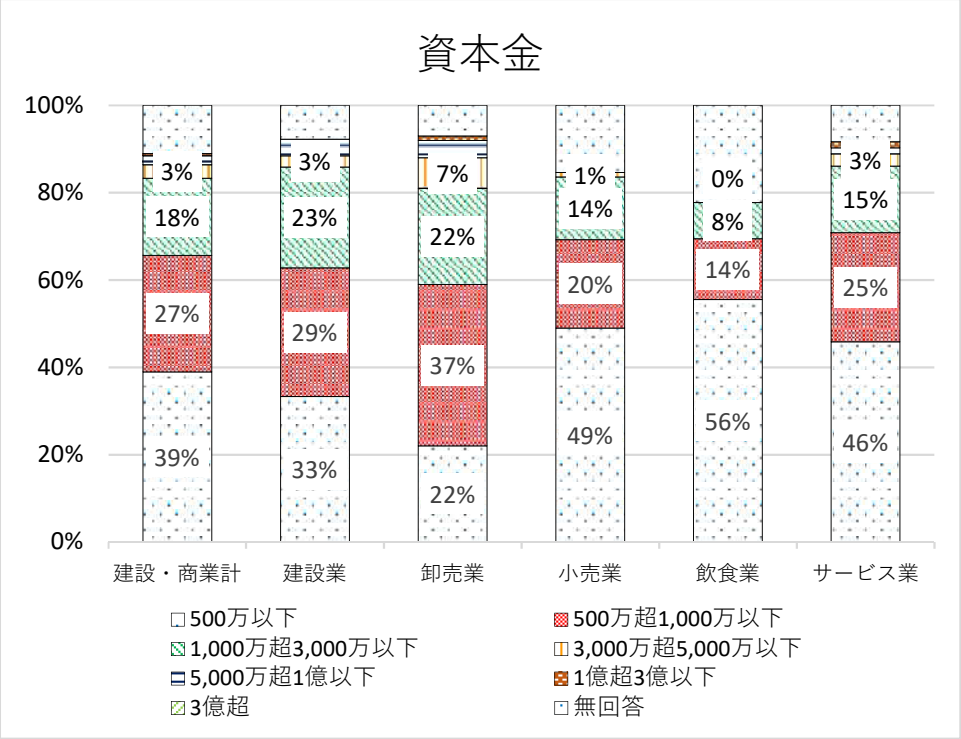
事務所建物保有形態	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
自己所有（土地・建物）	314	44%	45	51%	51	45%	110	50%	44	34%	64	39%
自己所有（建物）、借地	86	12%	6	7%	10	9%	33	15%	19	15%	18	11%
賃貸	296	41%	33	37%	51	45%	69	32%	64	49%	79	48%
無回答	19	3%	5	6%	1	1%	6	3%	3	2%	4	2%
合計	715	100%	89	100%	113	100%	218	100%	130	100%	165	100%

○「自己所有（土地、建物）」が４４％と最も多くなっています。「賃貸」が４１％となっています。

○他業種に比べて、建設業は「自己所有（土地、建物）」が多く、飲食業及びサービス業は「賃貸」が多くなっています。

(5) 資本金

- 法人のみ回答

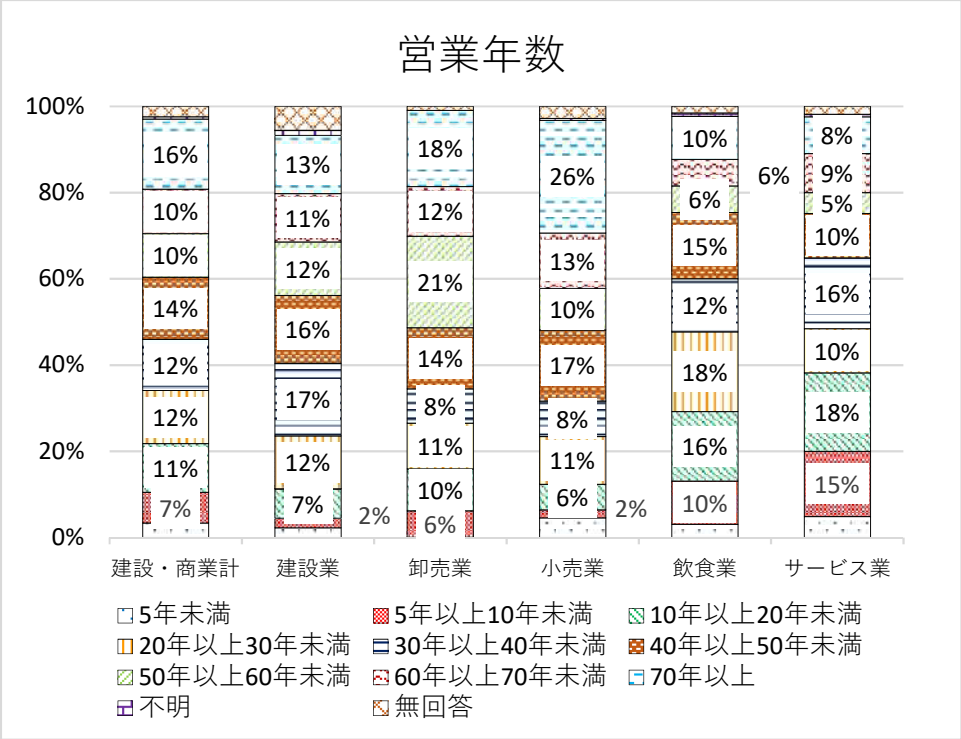


資本金	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
500万以下	152	39%	26	33%	22	22%	51	49%	20	56%	33	46%
500万超1,000万以下	104	27%	23	29%	37	37%	21	20%	5	14%	18	25%
1,000万超3,000万以下	69	18%	18	23%	22	22%	15	14%	3	8%	11	15%
3,000万超5,000万以下	12	3%	2	3%	7	7%	1	1%	0	0%	2	3%
5,000万超1億以下	8	2%	3	4%	4	4%	0	0%	0	0%	1	1%
1億超3億以下	2	1%	0	0%	1	1%	0	0%	0	0%	1	1%
3億超	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
無回答	43	11%	6	8%	7	7%	16	15%	8	22%	6	8%
合計	390	100%	78	100%	100	100%	104	100%	36	100%	72	100%

○資本金「５００万以下」が３９％と最も多くなっています。「１，０００万円」が６６％となっています。

○他業種に比べて、卸売業は「５００万超」が多く、小売業及び飲食業は「５００万以下」が多くなっています。

(6) 営業年数

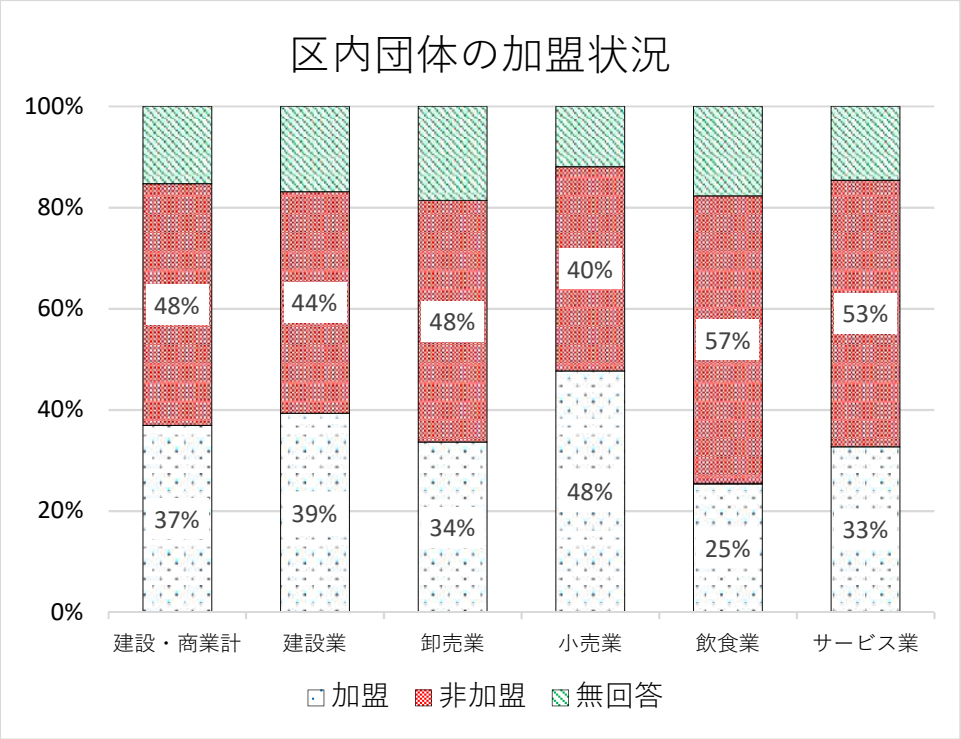


営業年数	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
5年未満	24	3%	2	2%	0	0%	10	5%	4	3%	8	5%
5年以上10年未満	51	7%	2	2%	7	6%	4	2%	13	10%	25	15%
10年以上20年未満	81	11%	6	7%	11	10%	13	6%	21	16%	30	18%
20年以上30年未満	88	12%	11	12%	12	11%	24	11%	24	18%	17	10%
30年以上40年未満	85	12%	15	17%	9	8%	18	8%	16	12%	27	16%
40年以上50年未満	103	14%	14	16%	16	14%	36	17%	20	15%	17	10%
50年以上60年未満	72	10%	11	12%	24	21%	21	10%	8	6%	8	5%
60年以上70年未満	74	10%	10	11%	13	12%	28	13%	8	6%	15	9%
70年以上	116	16%	12	13%	20	18%	57	26%	13	10%	14	8%
不明	4	1%	1	1%	0	0%	1	0%	1	1%	1	1%
無回答	17	2%	5	6%	1	1%	6	3%	2	2%	3	2%
合計	715	100%	89	100%	113	100%	218	100%	130	100%	165	100%

○営業年数「４０年以上５０年未満」が１４％と最も多くなっています。「３０年以上」が６３％となっています。

○他業種に比べて、卸売業及び小売業は「３０年以上」が多く、サービス業「１０年未満」が多くなっています。

(7) 区内団体の加盟状況

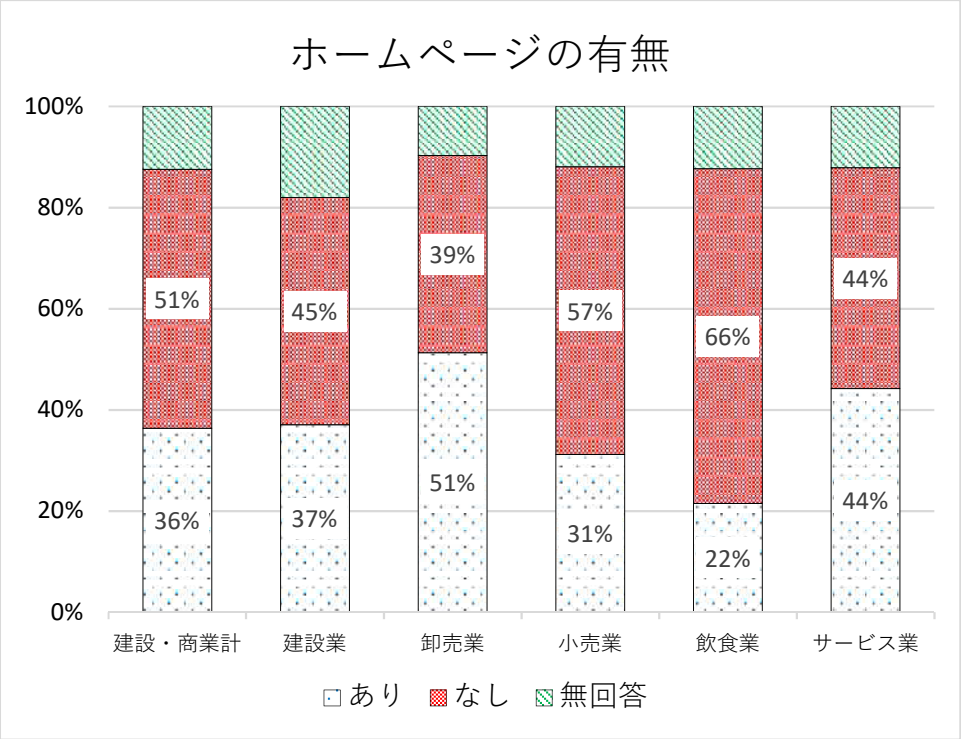


区内団体の加盟状況	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
加盟	264	37%	35	39%	38	34%	104	48%	33	25%	54	33%
非加盟	342	48%	39	44%	54	48%	88	40%	74	57%	87	53%
無回答	109	15%	15	17%	21	19%	26	12%	23	18%	24	15%
合計	715	100%	89	100%	113	100%	218	100%	130	100%	165	100%

○「区内団体に加盟している」が３７％となっています。

○他業種に比べて、小売業は「区内団体に加盟している」が多く、飲食業は少なくなっています。

(8) ホームページの有無



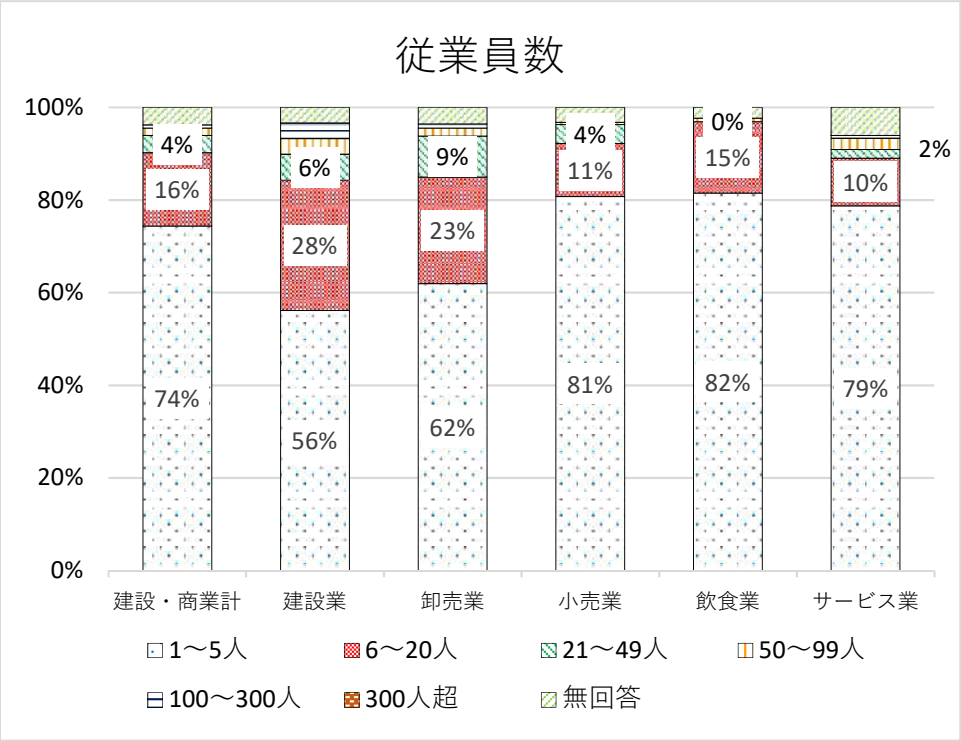
ホームページの有無	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
あり	260	36%	33	37%	58	51%	68	31%	28	22%	73	44%
なし	366	51%	40	45%	44	39%	124	57%	86	66%	72	44%
無回答	89	12%	16	18%	11	10%	26	12%	16	12%	20	12%
合計	715	100%	89	100%	113	100%	218	100%	130	100%	165	100%

○「ホームページがある」が３６％となっています。

○他業種に比べて、卸売業は「ホームページがある」が多く、飲食業は少なくなっています。

2　従業員

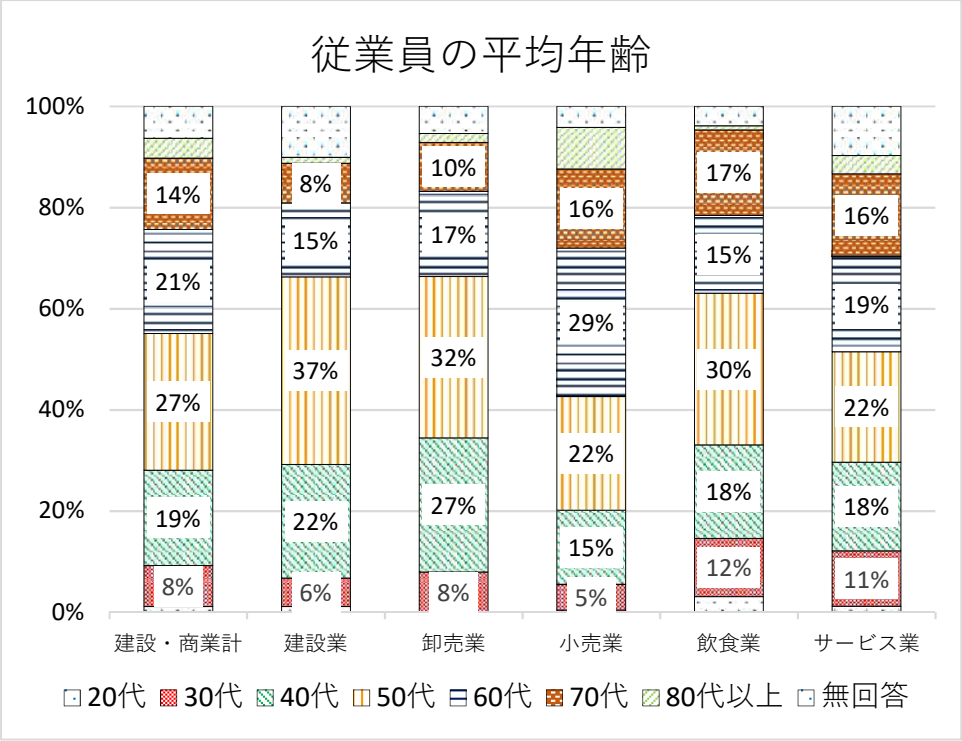
(1) 従業員数



従業員数	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
1～5人	532	74%	50	56%	70	62%	176	81%	106	82%	130	79%
6～20人	113	16%	25	28%	26	23%	25	11%	20	15%	17	10%
21～49人	27	4%	5	6%	10	9%	9	4%	0	0%	3	2%
50～99人	11	2%	3	3%	2	2%	1	0%	1	1%	4	2%
100～300人	5	1%	3	3%	1	1%	0	0%	0	0%	1	1%
300人超	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
無回答	27	4%	3	3%	4	4%	7	3%	3	2%	10	6%
合計	715	100%	89	100%	113	100%	218	100%	130	100%	165	100%

○従業員数「１～５人」が７４％と最も多くなっています。
○他業種に比べて、建設業及び卸売業は、「６人以上」が多くなっています。

(2) 従業員の平均年齢

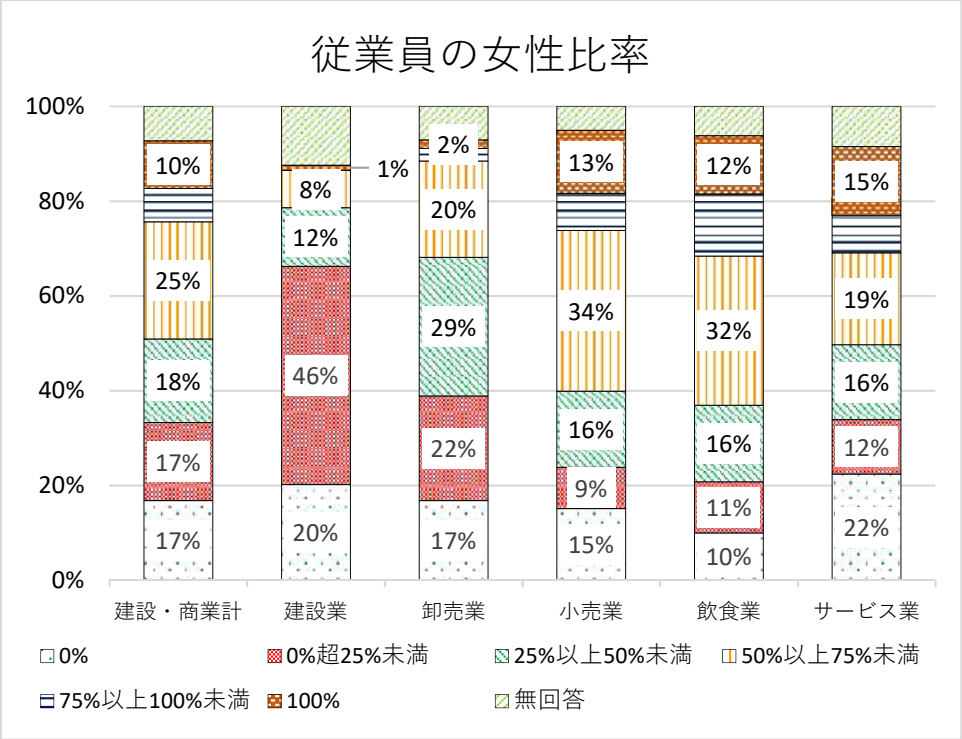


従業員の平均年齢	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
20代	8	1%	1	1%	0	0%	1	0%	4	3%	2	1%
30代	58	8%	5	6%	9	8%	11	5%	15	12%	18	11%
40代	135	19%	20	22%	30	27%	32	15%	24	18%	29	18%
50代	193	27%	33	37%	36	32%	49	22%	39	30%	36	22%
60代	147	21%	13	15%	19	17%	64	29%	20	15%	31	19%
70代	101	14%	7	8%	11	10%	34	16%	22	17%	27	16%
80代以上	28	4%	1	1%	2	2%	18	8%	1	1%	6	4%
無回答	45	6%	9	10%	6	5%	9	4%	5	4%	16	10%
合計	715	100%	89	100%	113	100%	218	100%	130	100%	165	100%

○従業員の平均年齢「５０代」が２７％と最も多くなっています。「６０代以上」が３９％となっています。

○他業種に比べて、小売業は「６０代以上」が多く、建設業は少なくなっています。

(3) 従業員の女性比率

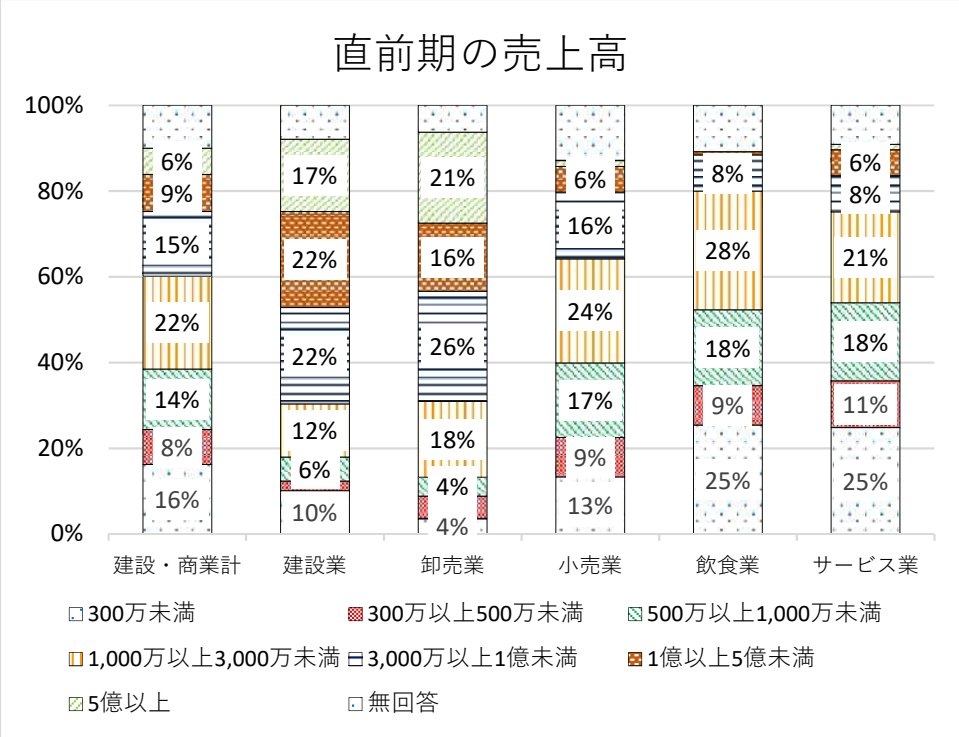


従業員の女性比率	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
0%	120	17%	18	20%	19	17%	33	15%	13	10%	37	22%
0%超25%未満	118	17%	41	46%	25	22%	19	9%	14	11%	19	12%
25%以上50%未満	126	18%	11	12%	33	29%	35	16%	21	16%	26	16%
50%以上75%未満	177	25%	7	8%	23	20%	74	34%	41	32%	32	19%
75%以上100%未満	50	7%	0	0%	3	3%	17	8%	17	13%	13	8%
100%	72	10%	1	1%	2	2%	29	13%	16	12%	24	15%
無回答	52	7%	11	12%	8	7%	11	5%	8	6%	14	8%
合計	715	100%	89	100%	113	100%	218	100%	130	100%	165	100%

○従業員の女性比率「５０％超７５％未満」が２５％と最も多くなっています。
　「５０％未満」が５１％となっています。
○他業種に比べて、建設業及び卸売業は「５０％未満」が多く、小売業及び飲食業は「５０％以上」が多くなっています。

3　業績

(1) 直前期の売上高

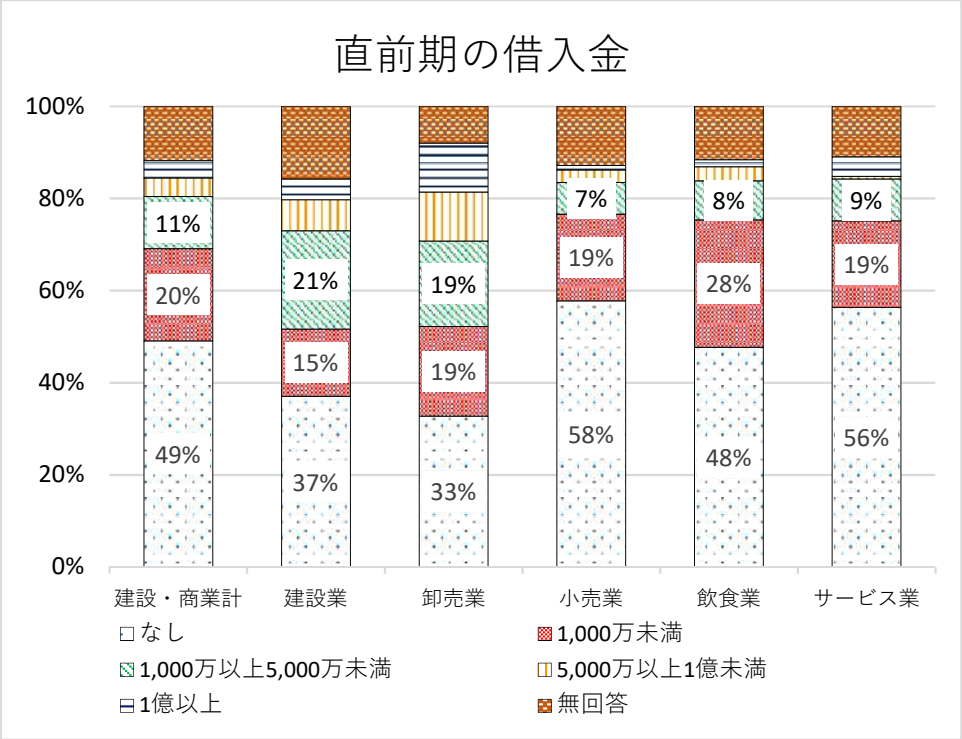


直前期の売上高	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
300万未満	116	16%	9	10%	4	4%	29	13%	33	25%	41	25%
300万以上500万未満	58	8%	2	2%	6	5%	20	9%	12	9%	18	11%
500万以上1,000万未満	101	14%	5	6%	5	4%	38	17%	23	18%	30	18%
1,000万以上3,000万未満	155	22%	11	12%	20	18%	53	24%	36	28%	35	21%
3,000万以上1億未満	108	15%	20	22%	29	26%	34	16%	11	8%	14	8%
1億以上5億未満	62	9%	20	22%	18	16%	13	6%	1	1%	10	6%
5億以上	44	6%	15	17%	24	21%	3	1%	0	0%	2	1%
無回答	71	10%	7	8%	7	6%	28	13%	14	11%	15	9%
合計	715	100%	89	100%	113	100%	218	100%	130	100%	165	100%

○直前期の売上高「１，０００万以上３，０００万未満」が２２％と最も多くなっています。「３，０００万未満」が６０％となっています。

○他業種に比べて、建設業及び卸売業は「３，０００万以上」が多く、飲食業及びサービス業は「３，０００万未満」が多くなっています。

(2) 直前期の借入金



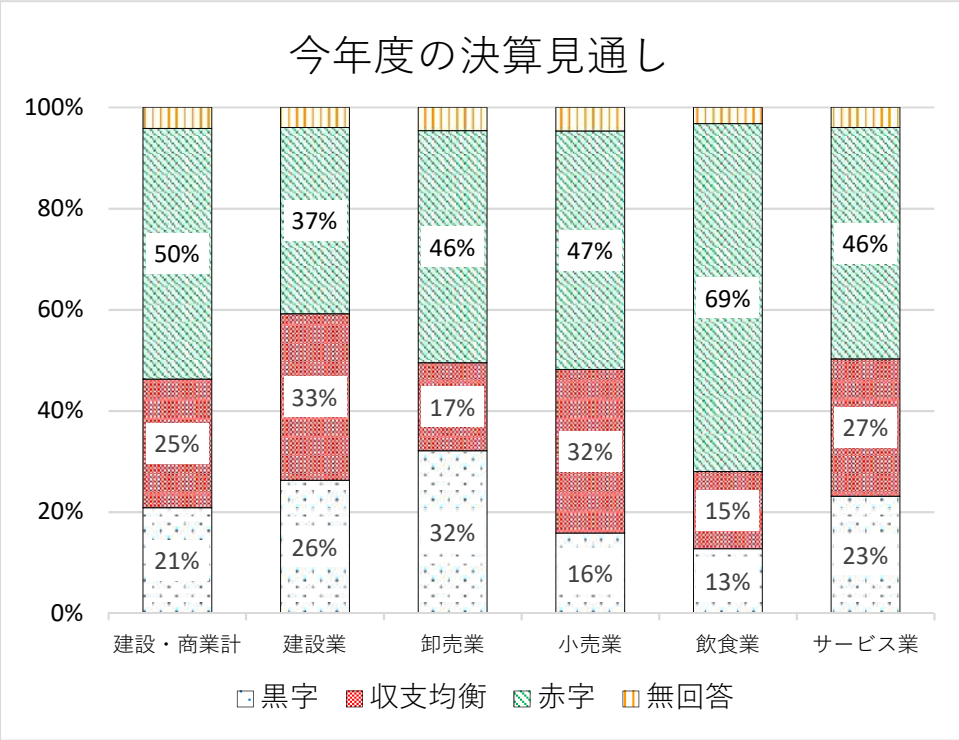
直前期の借入金	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
なし	351	49%	33	37%	37	33%	126	58%	62	48%	93	56%
1,000万未満	143	20%	13	15%	22	19%	41	19%	36	28%	31	19%
1,000万以上5,000万未満	81	11%	19	21%	21	19%	15	7%	11	8%	15	9%
5,000万以上1億未満	29	4%	6	7%	12	11%	6	3%	4	3%	1	1%
1億以上	27	4%	4	4%	12	11%	2	1%	2	2%	7	4%
無回答	84	12%	14	16%	9	8%	28	13%	15	12%	18	11%
合計	715	100%	89	100%	113	100%	218	100%	130	100%	165	100%

○「借入金がある」が３９％、「借入金がない」が４９％となっています。
○他業種に比べて、卸売業は「借入金がある」が多く、小売業は「借入金がない」が多くなっています。

Ⅴ. 調査票の集計結果

1　業績

(1) 今年度の決算見通し



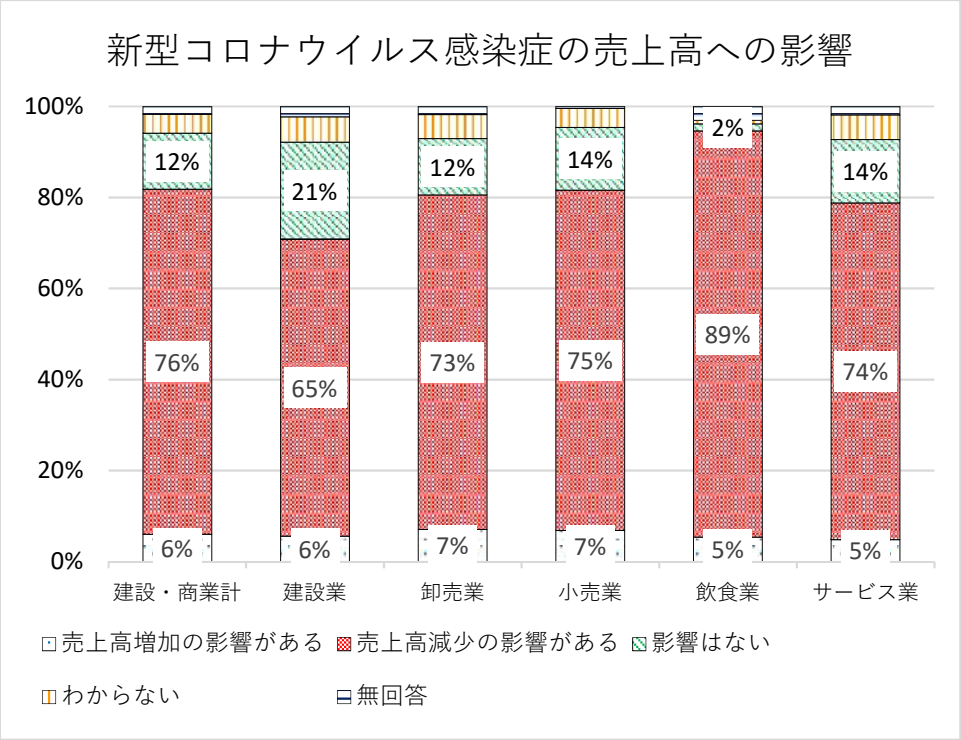
今年度の決算見通し	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
黒字	137	21%	20	26%	35	32%	31	16%	16	13%	35	23%
収支均衡	167	25%	25	33%	19	17%	63	32%	19	15%	41	27%
赤字	325	50%	28	37%	50	46%	92	47%	86	69%	69	46%
無回答	27	4%	3	4%	5	5%	9	5%	4	3%	6	4%
合計	656	100%	76	100%	109	100%	195	100%	125	100%	151	100%

○今年度の決算見通し「赤字」が５０％、「黒字」が２１％となっています。
○他業種に比べて、飲食業は「赤字」が多くなっています。
○他業種に比べて、卸売業は「黒字」が多くなっています。

(2) 新型コロナウイルス感染症の売上高への影響

- 基本情報調査票の回答

（注）調査票に回答していない事業者を含みます



新型コロナウイルス感染症の売上高への影響	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
売上高増加の影響がある	43	6%	5	6%	8	7%	15	7%	7	5%	8	5%
売上高減少の影響がある	542	76%	58	65%	83	73%	163	75%	116	89%	122	74%
影響はない	88	12%	19	21%	14	12%	30	14%	2	2%	23	14%
わからない	30	4%	5	6%	6	5%	9	4%	1	1%	9	5%
無回答	12	2%	2	2%	2	2%	1	0%	4	3%	3	2%
合計	715	100%	89	100%	113	100%	218	100%	130	100%	165	100%

○新型コロナウイルス感染症による「売上高減少の影響がある」が７６％となっています。

○他業種に比べて、飲食業は「売上高減少の影響がある」が多くなっています。

(3) 今年度の売上高の変動要因の調査方法

今年度の売上高については、新型コロナウイルス感染症の影響が大きく、悪影響を与えている場合が多い（前ページ(2)参照）が、その影響度については大きく異なると考えられるため、「新型コロナウイルス感染症拡大前の年度」と比較した「今年度」の売上高の変動の度合いに応じて、異なる方法で調査を行いました。

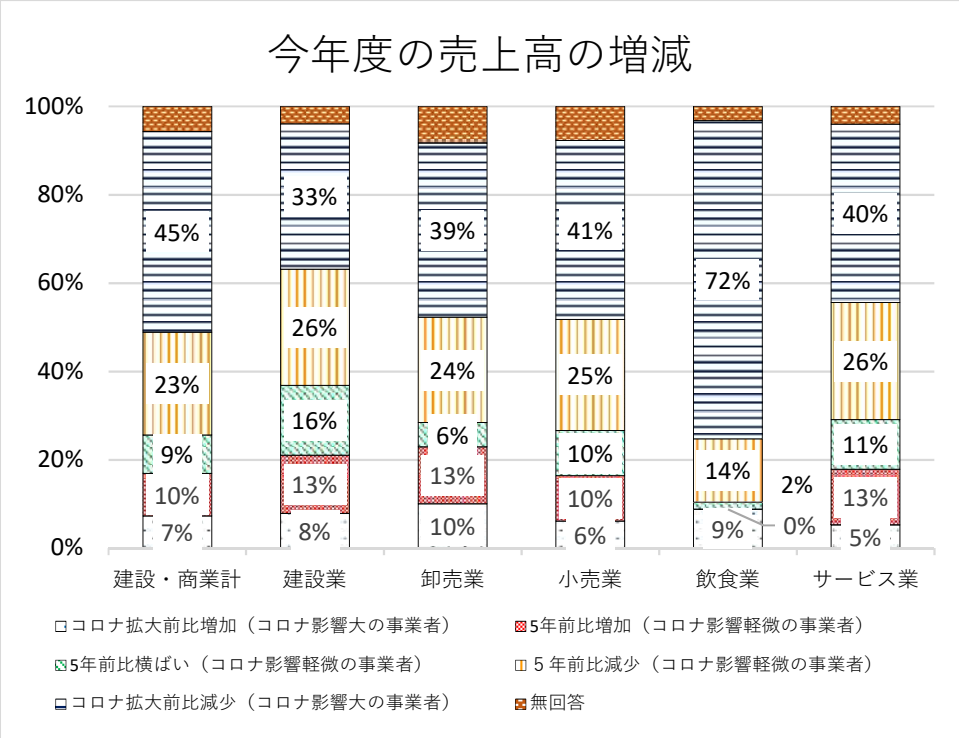
① 新型コロナウイルス感染症拡大前の年度と比較して、新型コロナウイルス感染症を要因とした今年度の売上高の変動の度合いが「２０％以上増減」した事業者

- 今年度の売上高に対する「新型コロナウイルス感染症拡大」の影響は大きいと推定しました。
- 調査した項目
  - 「新型コロナウイルス感染症拡大前の年度」と比較した、「今年度」の売上高の変動の度合い
  - 「新型コロナウイルス感染症拡大前の年度」と比較して、増減した取引先
  - 【消費者が増減している場合のみ】増減した消費者の顧客年齢層

② 新型コロナウイルス感染症拡大前の年度と比較して、新型コロナウイルス感染症を要因とした今年度の売上高の変動の度合いが「２０％未満増減」した事業者

- 今年度の売上高に対する「新型コロナウイルス感染症拡大」の影響は比較的軽微であると推定しました。５年前と比較して、売上高の変動状況を調査し、新型コロナウイルス感染症以外の売上高の変動要因を調査しました。
- 調査した項目
  - 「新型コロナウイルス感染症拡大前の年度」と比較した、「今年度」の売上高の変動の度合い
  - 「５年前」と比較した、「今年度」の売上高の変動の度合い
  - 「５年前」と比較して、売上高が増減した内部要因及び外部要因
  - 「５年前」と比較して、増減した取引先

(4) 今年度の売上高の増減



今年度の売上高の増減	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
コロナ拡大前年度比増加（コロナ影響大の事業者）	48	7%	6	8%	11	10%	12	6%	11	9%	8	5%
5年前比増加（コロナ影響軽微の事業者）	63	10%	10	13%	14	13%	20	10%	0	0%	19	13%
5年前比横ばい（コロナ影響軽微の事業者）	57	9%	12	16%	6	6%	20	10%	2	2%	17	11%
５年前比減少（コロナ影響軽微の事業者）	153	23%	20	26%	26	24%	49	25%	18	14%	40	26%
コロナ拡大前年度比減少（コロナ影響大の事業者）	298	45%	25	33%	43	39%	79	41%	90	72%	61	40%
無回答	37	6%	3	4%	9	8%	15	8%	4	3%	6	4%
計	656	100%	76	100%	109	100%	195	100%	125	100%	151	100%

○新型コロナウイルス感染症を要因とした今年度の売上高が「感染症拡大前の年度比」で「２０％以上減少」が４５％と最も多くなっています。今年度の売上高が「感染症拡大前の年度比」で「２０％未満の変動」、かつ、「５年前比」で「減少」は２３％となっています。

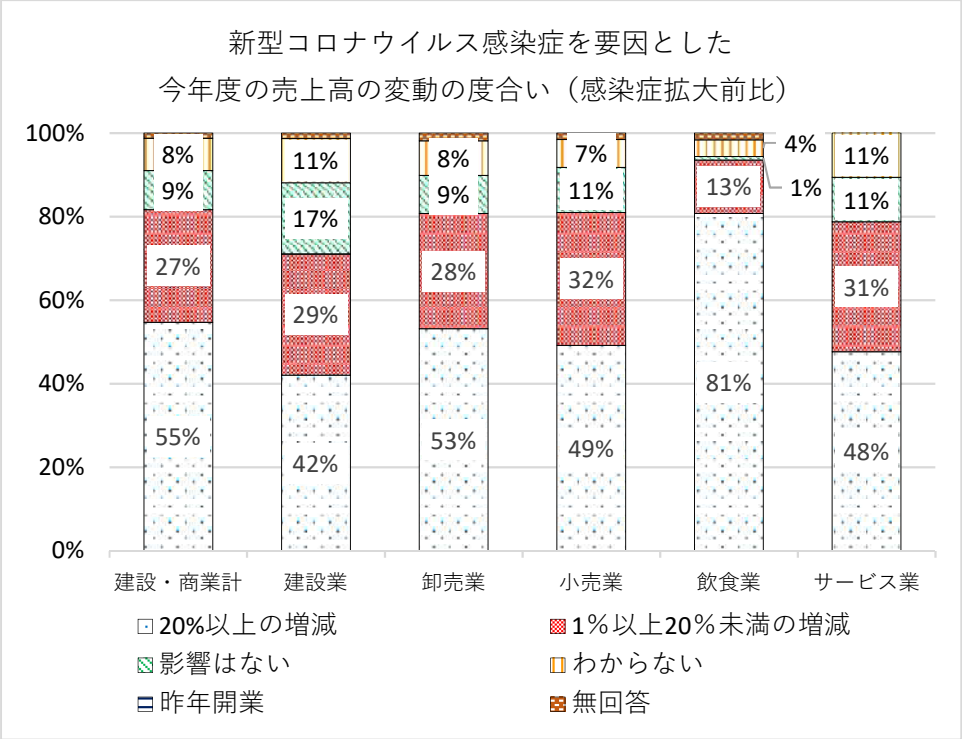
○売上高が「減少」は、合わせて６９％となります。

○今年度の売上高が「感染症拡大前の年度比」で「２０％以上増加」が７％となっています。今年度の売上高が「感染症拡大前の年度比」で「２０％未満の変動」、かつ、「５年前比」で「増加」する事業者は１０％となっています。

○売上高が「増加」は、合わせて１７％となります。

○他業種に比べて、飲食業は「減少」が多くなっており、建設業及び卸売業は「増加」が多くなっています。

(5) 新型コロナウイルス感染症を要因とした今年度の売上高の変動の度合い



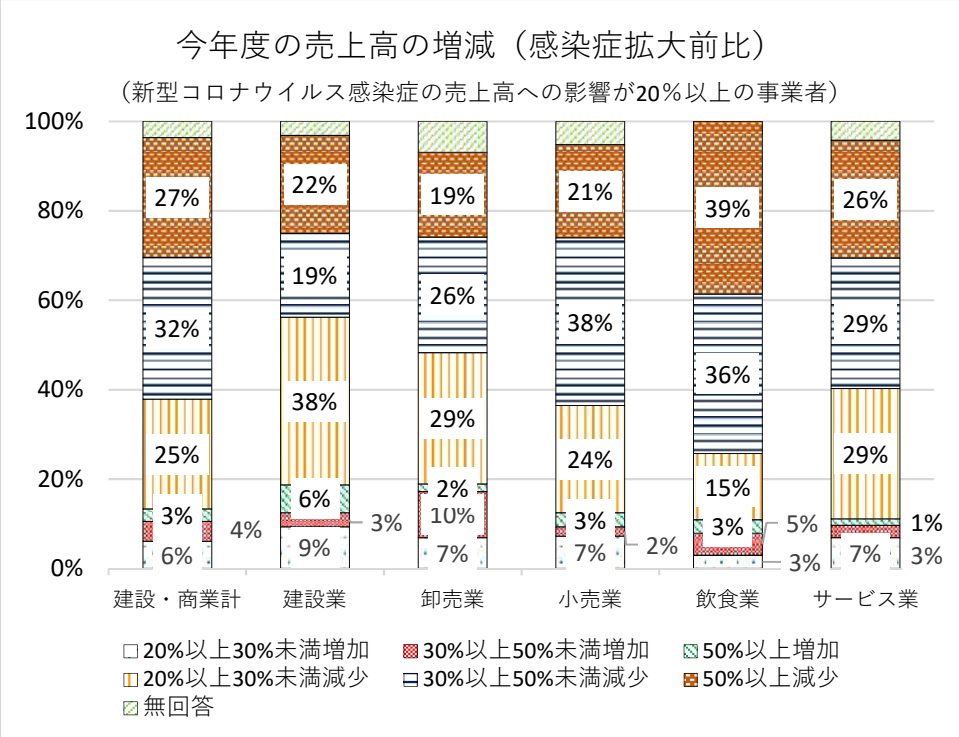
新型コロナウイルス感染症を要因とした今年度の売上高の変動の度合い	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
20%以上の増減	359	55%	32	42%	58	53%	96	49%	101	81%	72	48%
1%以上20%未満の増減	177	27%	22	29%	30	28%	62	32%	16	13%	47	31%
影響はない	61	9%	13	17%	10	9%	21	11%	1	1%	16	11%
わからない	51	8%	8	11%	9	8%	13	7%	5	4%	16	11%
昨年開業	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
無回答	8	1%	1	1%	2	2%	3	2%	2	2%	0	0%
合計	656	100%	76	100%	109	100%	195	100%	125	100%	151	100%

○新型コロナウイルス感染症を要因とした今年度の売上高の変動の度合い（感染症拡大前の年度比）が「２０％以上の増減」が５５％と最も多くなっています。「１％以上の増減」は８２％となっています。

○他業種に比べて、飲食業は「２０％以上の増減」が多くなっており、建設業は「２０％以上の増減」が少なくなっています。

(6) 新型コロナウイルス感染症拡大前の年度と比較した今年度の売上高の増減

- 新型コロナウイルス感染症を要因とした今年度の売上高の変動の度合いが「２０％以上の増減」の事業者のみ回答



新型コロナウイルス感染症拡大前の年度と比較した今年度の売上高の増減	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
20%以上30%未満増加	22	6%	3	9%	4	7%	7	7%	3	3%	5	7%
30%以上50%未満増加	16	4%	1	3%	6	10%	2	2%	5	5%	2	3%
50%以上増加	10	3%	2	6%	1	2%	3	3%	3	3%	1	1%
20%以上30%未満減少	88	25%	12	38%	17	29%	23	24%	15	15%	21	29%
30%以上50%未満減少	114	32%	6	19%	15	26%	36	38%	36	36%	21	29%
50%以上減少	96	27%	7	22%	11	19%	20	21%	39	39%	19	26%
無回答	13	4%	1	3%	4	7%	5	5%	0	0%	3	4%
20%以上の売上増減事業者計	359	100%	32	100%	58	100%	96	100%	101	100%	72	100%

○新型コロナウイルス感染症を要因とした今年度の売上高の変動の度合いが「２０％以上」のうち、売上高の増減が「３０％以上５０％未満減少」が３２％と最も多くなっています。「５０％以上減少」が２７％となっており、全回答者の１５％に相当します。

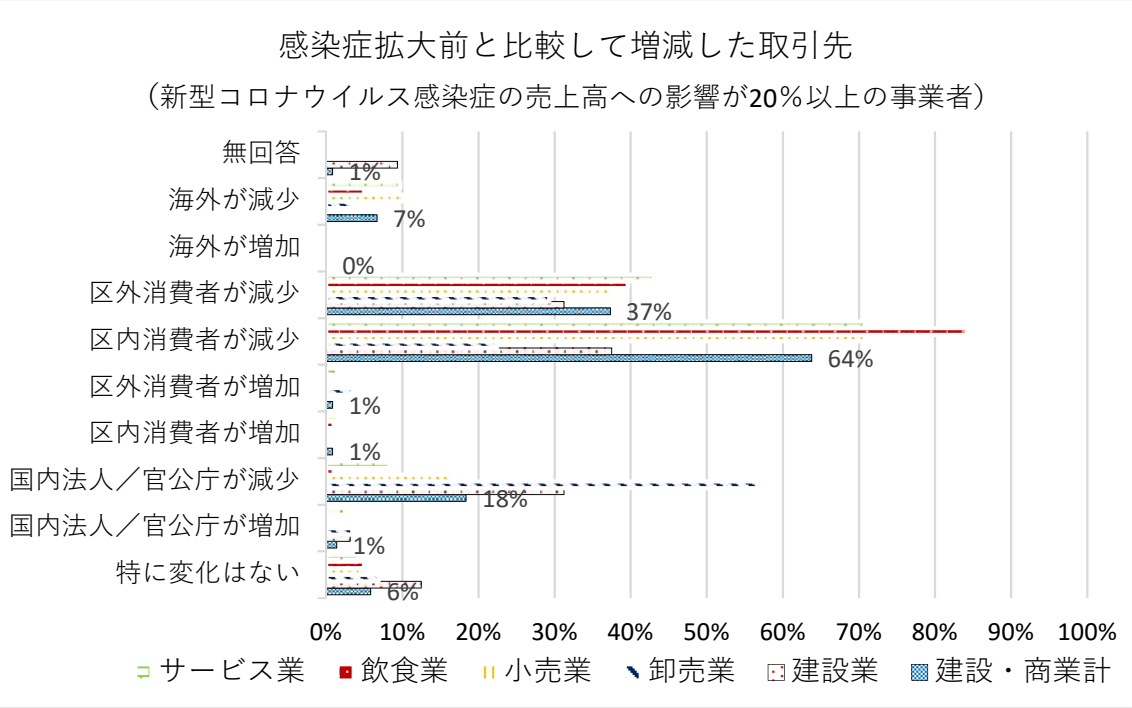
○「２０％以上減少（感染症拡大前年度比）」は、合わせて８３％となります。全回答者の４５％に相当します。

○「２０％以上増加（感染症拡大前年度比）」は、合わせて１３％となります。全回答者の７％に相当します。

○他業種に比べて、飲食業は「５０％以上減少」が多くなっており、建設業及び卸売業は「２０％以上増加」が多くなっています。

(7) 新型コロナウイルス感染症拡大前の年度と比較して増減した取引先

- 新型コロナウイルス感染症を要因とした今年度の売上高の変動の度合いが「２０％以上の増減」の事業者のみ回答



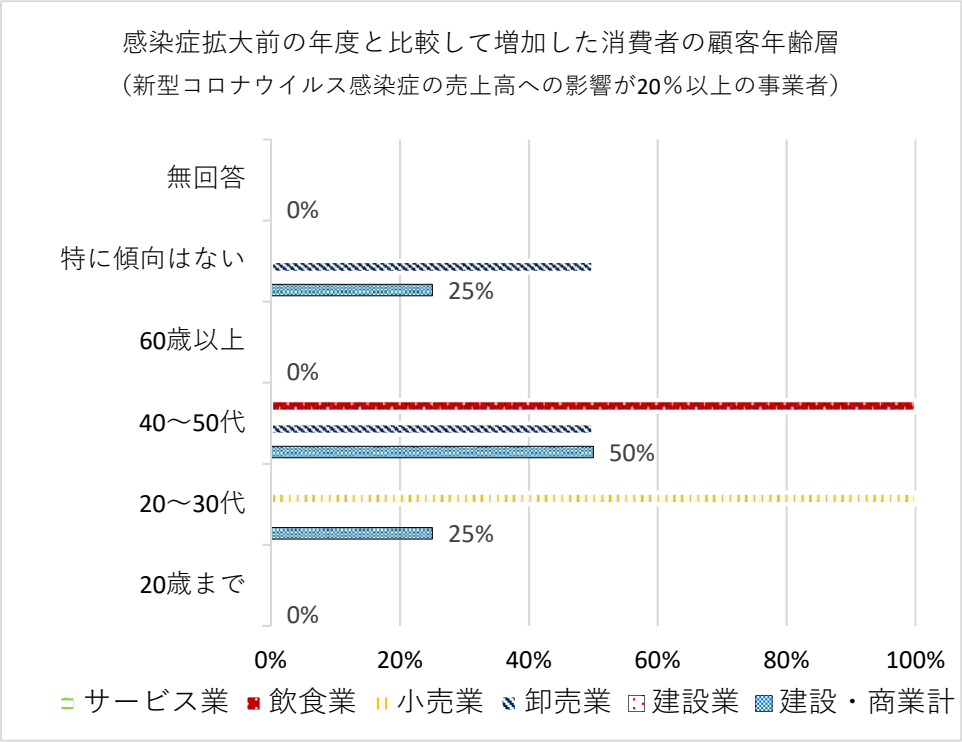
新型コロナウイルス感染症拡大前の年度と比較して増減した取引先	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
特に変化はない	21	6%	4	13%	4	7%	5	5%	5	5%	3	4%
国内法人／官公庁が増加	5	1%	1	3%	2	3%	0	0%	0	0%	2	3%
国内法人／官公庁が減少	66	18%	10	31%	33	57%	16	17%	1	1%	6	8%
区内消費者が増加	3	1%	0	0%	0	0%	1	1%	1	1%	1	1%
区外消費者が増加	3	1%	0	0%	2	3%	0	0%	0	0%	1	1%
区内消費者が減少	229	64%	12	38%	13	22%	68	71%	85	84%	51	71%
区外消費者が減少	134	37%	10	31%	17	29%	36	38%	40	40%	31	43%
海外が増加	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
海外が減少	24	7%	0	0%	2	3%	10	10%	5	5%	7	10%
無回答	3	1%	3	9%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
20%以上の売上増減事業者計	359		32		58		96		101		72	

○新型コロナウイルス感染症を要因とした今年度の売上高の変動の度合いが「２０％以上」のうち、「区内消費者が減少」が６４％と最も多くなっています。区内及び区外の「消費者が減少」した事業者は７３％となります。

○他業種に比べて、小売業、飲食業及びサービス業は、「消費者が減少」した事業者が多くなっており、建設業及び卸売業は、「国内法人／官公庁が減少」した事業者が多くなっています。

(8) 新型コロナウイルス感染症拡大前の年度と比較して増加した消費者の年齢層

- 新型コロナウイルス感染症を要因とした今年度の売上高の変動の度合いが「２０％以上の増減」の事業者のみ回答
- 複数回答可

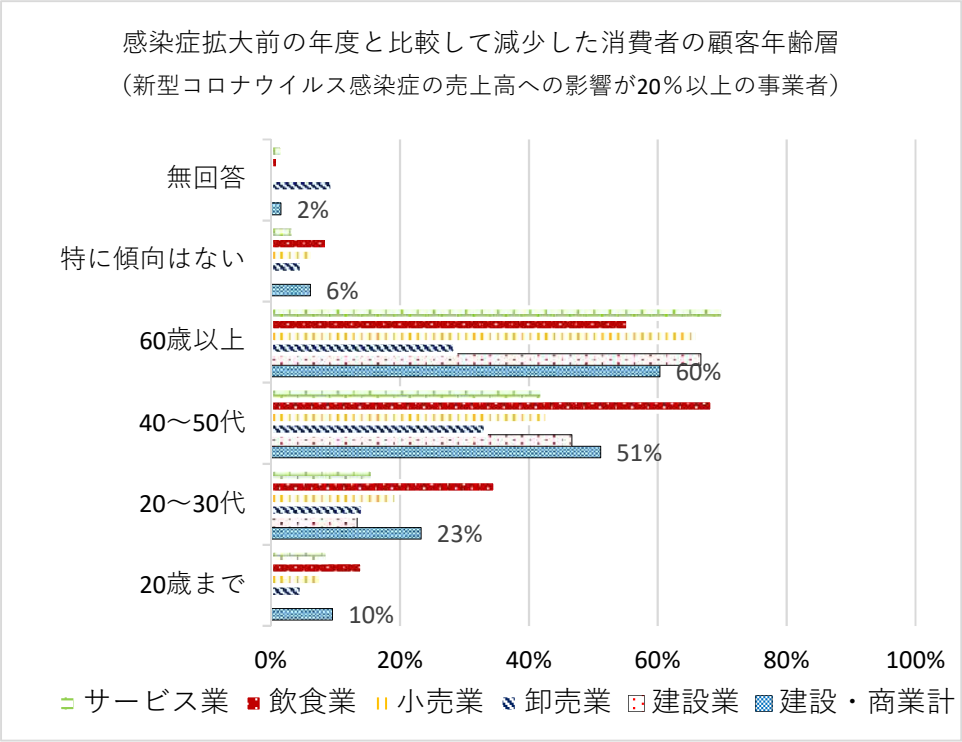


新型コロナウイルス感染症拡大前の年度と比較して増加した消費者の顧客年齢層	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
20歳まで	0	0%	0	#DIV/0!	0	0%	0	0%	0	0%	0	#DIV/0!
20～30代	1	25%	0	#DIV/0!	0	0%	1	100%	0	0%	0	#DIV/0!
40～50代	2	50%	0	#DIV/0!	1	50%	0	0%	1	100%	0	#DIV/0!
60歳以上	0	0%	0	#DIV/0!	0	0%	0	0%	0	0%	0	#DIV/0!
特に傾向はない	1	25%	0	#DIV/0!	1	50%	0	0%	0	0%	0	#DIV/0!
無回答	0	0%	0	#DIV/0!	0	0%	0	0%	0	0%	0	#DIV/0!
20%以上の売上増減かつ消費者増加事業者計	4		0		2		1		1		0	

○新型コロナウイルス感染症を要因とした今年度の売上高の変動の度合いが「２０％以上」の事業者のうち、「消費者が増加」した事業者は４件です。

(9) 新型コロナウイルス感染症拡大前の年度と比較して減少した消費者の年齢層

- 新型コロナウイルス感染症を要因とした今年度の売上高の変動の度合いが「２０％以上の増減」の事業者のみ回答
- 複数回答可



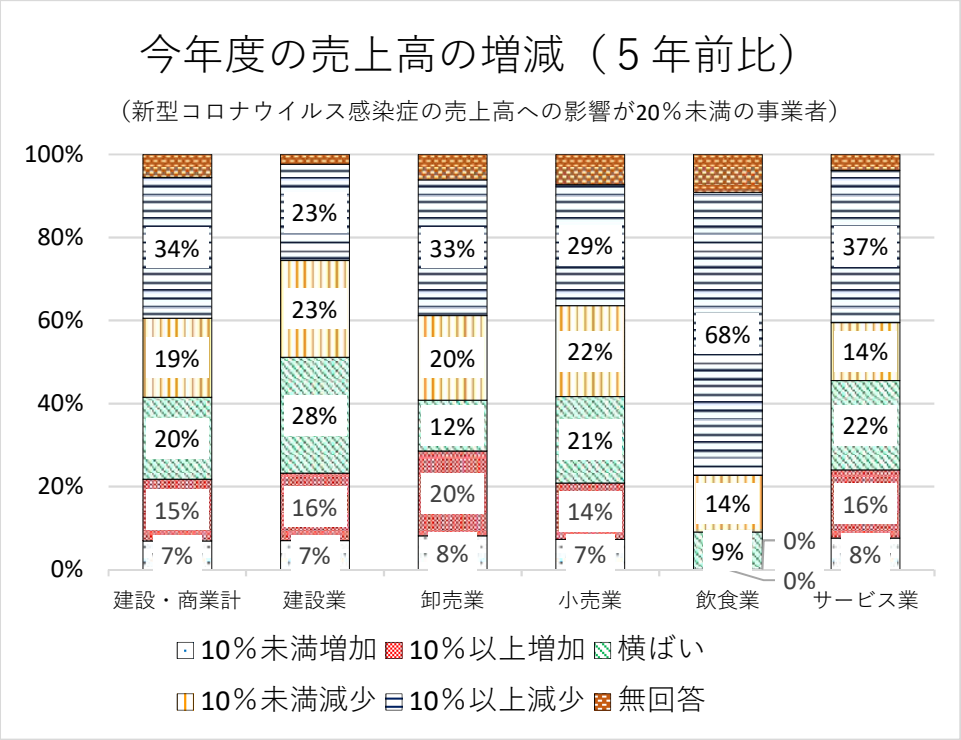
新型コロナウイルス感染症拡大前の年度と比較して減少した消費者の顧客年齢層	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
20歳まで	25	10%	0	0%	1	5%	6	8%	13	14%	5	9%
20～30代	61	23%	2	13%	3	14%	15	19%	32	35%	9	16%
40～50代	134	51%	7	47%	7	33%	33	43%	63	68%	24	42%
60歳以上	158	60%	10	67%	6	29%	51	66%	51	55%	40	70%
特に傾向はない	16	6%	0	0%	1	5%	5	6%	8	9%	2	4%
無回答	4	2%	0	0%	2	10%	0	0%	1	1%	1	2%
20%以上の売上増減かつ消費者減少事業者計	262		15		21		77		92		57	

○新型コロナウイルス感染症を要因とした今年度の売上高の変動の度合いが「２０％以上」の事業者のうち、「６０歳以上の消費者が減少」が６０％と最も多くなっています。次いで、「４０～５０代の消費者が減少」が５１％となっています。

○他業種に比べて、建設業、小売業及びサービス業は、「６０歳以上の消費者が減少」が多くなっており、飲食業は、「２０～３０代及び４０～５０代の消費者が減少」が多くなっています。

(10)　５年前と比較した売上高の変化

- 新型コロナウイルス感染症を要因とした今年度の売上高の変動の度合いが「２０％未満の増減」の事業者のみ回答



５年前と比較した今年度の売上高の増減	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
10％未満増加	20	7%	3	7%	4	8%	7	7%	0	0%	6	8%
10％以上増加	43	15%	7	16%	10	20%	13	14%	0	0%	13	16%
横ばい	57	20%	12	28%	6	12%	20	21%	2	9%	17	22%
10％未満減少	55	19%	10	23%	10	20%	21	22%	3	14%	11	14%
10％以上減少	98	34%	10	23%	16	33%	28	29%	15	68%	29	37%
無回答	16	6%	1	2%	3	6%	7	7%	2	9%	3	4%
20%未満の売上増減事業者計	289	100%	43	100%	49	100%	96	100%	22	100%	79	100%

○今年度の売上高の変動の度合い（５年前比）が「１０％以上減少」が３４％と最も多くなっています。

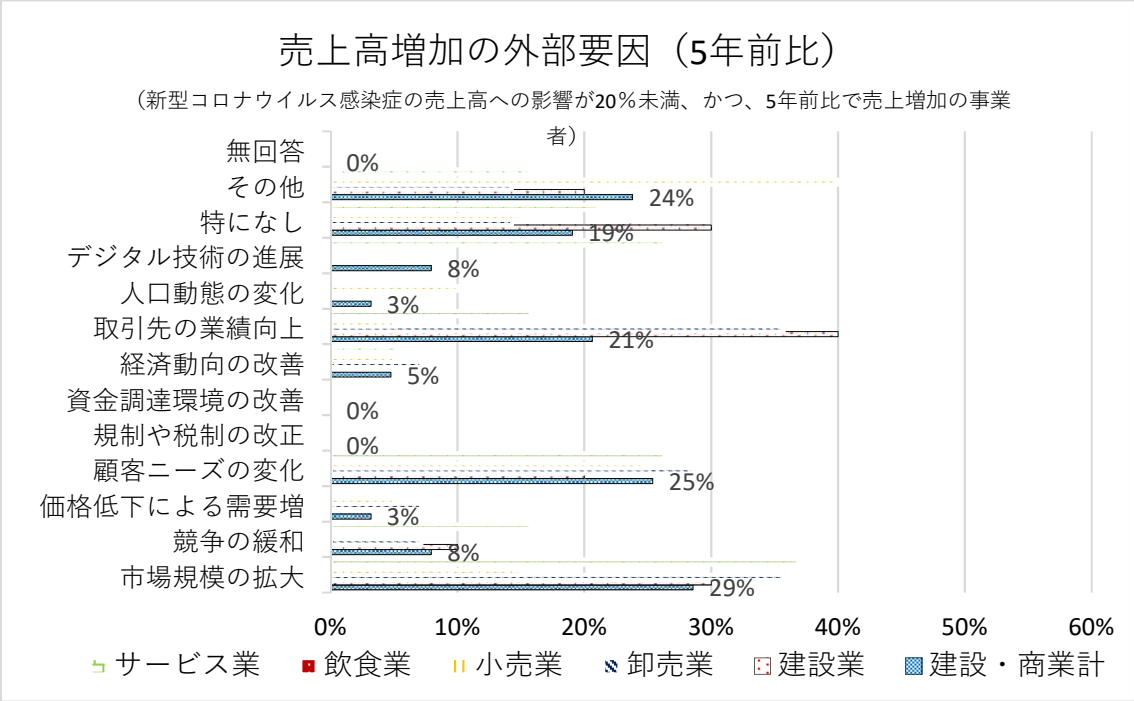
○「売上高が減少（５年前比)」は、合わせて５３％となります。全回答者の２３％に相当します。

○「売上高が増加（５年前比)」は、合わせて２２％となります。全回答者の１０％に相当します。

○他業種に比べて、飲食業は「売上高が減少」が多くなっており、卸売業は「売上高が増加」が多くなっています。

(11)　５年前と比較して「売上高が増加した事業者」の外部要因

- 新型コロナウイルス感染症を要因とした今年度の売上高の変動の度合いが「２０％未満の増減」の事業者、かつ、５年前と比較して「売上高が増加した事業者」のみ回答
- 複数回答可

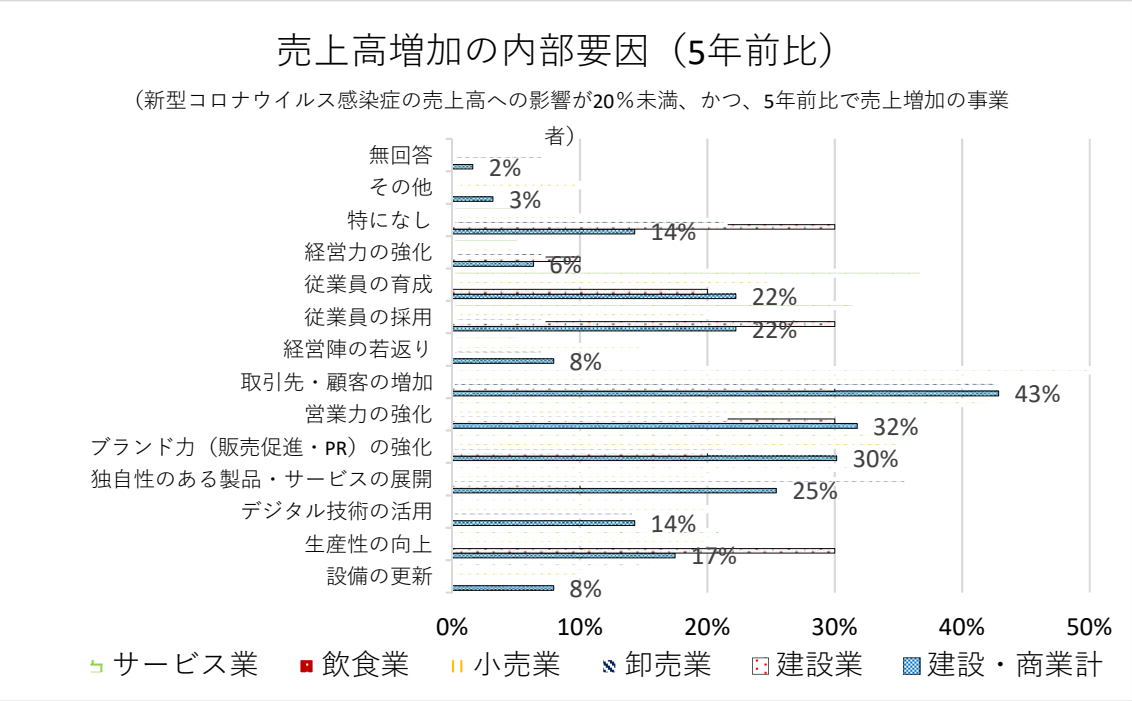


「売上高増加」の外部要因	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
市場規模の拡大	18	29%	3	30%	5	36%	3	15%	0	#DIV/0!	7	37%
競争の緩和	5	8%	1	10%	1	7%	0	0%	0	#DIV/0!	3	16%
価格低下による需要増	2	3%	0	0%	1	7%	1	5%	0	#DIV/0!	0	0%
顧客ニーズの変化	16	25%	2	20%	4	29%	5	25%	0	#DIV/0!	5	26%
規制や税制の改正	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	#DIV/0!	0	0%
資金調達環境の改善	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	#DIV/0!	0	0%
経済動向の改善	3	5%	0	0%	1	7%	1	5%	0	#DIV/0!	1	5%
取引先の業績向上	13	21%	4	40%	5	36%	1	5%	0	#DIV/0!	3	16%
人口動態の変化	2	3%	0	0%	0	0%	2	10%	0	#DIV/0!	0	0%
デジタル技術の進展	5	8%	0	0%	0	0%	0	0%	0	#DIV/0!	5	26%
特になし	12	19%	3	30%	2	14%	3	15%	0	#DIV/0!	4	21%
その他	15	24%	2	20%	2	14%	8	40%	0	#DIV/0!	3	16%
無回答	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	#DIV/0!	0	0%
売上高増加事業者合計	63		10		14		20		0		19	

○売上高増加の外部要因は、「市場規模の拡大」が２９％と最も多くなっています。次いで、「顧客ニーズの変化」が２５％、「その他」が２４％となっています。

(12)　５年前と比較して「売上高が増加した事業者」の内部要因

- 新型コロナウイルス感染症を要因とした今年度の売上高の変動の度合いが「２０％未満の増減」の事業者、かつ、５年前と比較して「売上高が増加した事業者」のみ回答
- 複数回答可

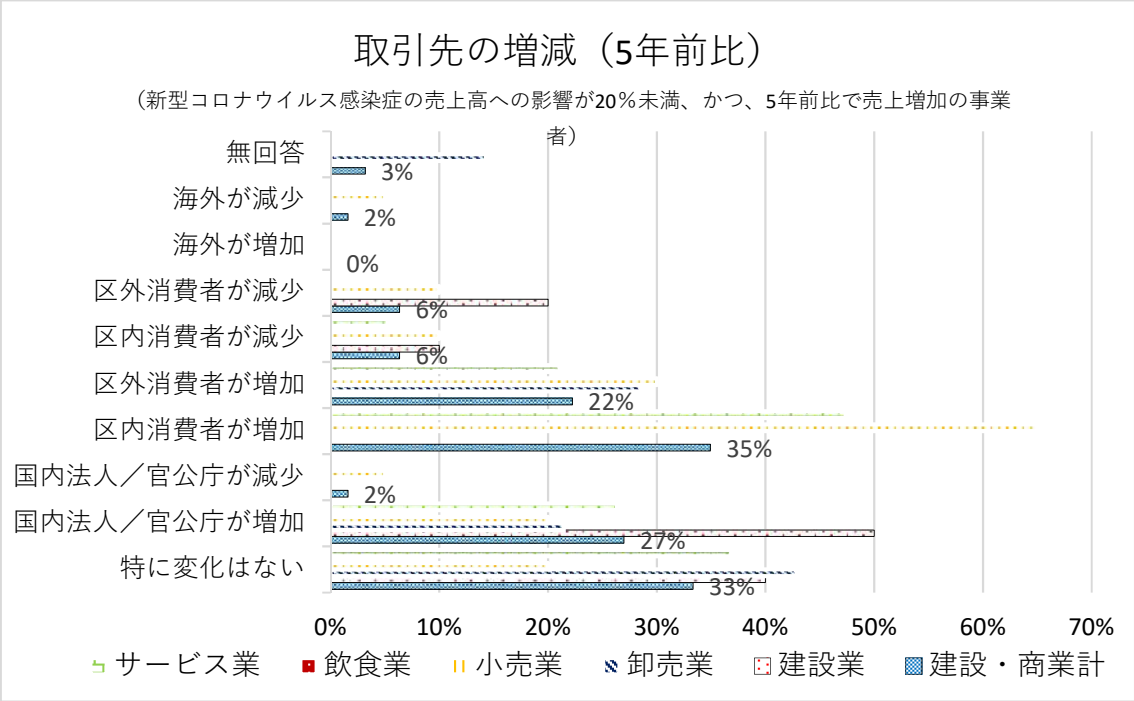


「売上高増加」の内部要因	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
設備の更新	5	8%	0	0%	0	0%	2	10%	0	#DIV/0!	3	16%
生産性の向上	11	17%	3	30%	0	0%	4	20%	0	#DIV/0!	4	21%
デジタル技術の活用	9	14%	0	0%	2	14%	4	20%	0	#DIV/0!	3	16%
独自性のある製品・サービスの展開	16	25%	1	10%	5	36%	4	20%	0	#DIV/0!	6	32%
ブランド力（販売促進・PR）の強化	19	30%	2	20%	3	21%	7	35%	0	#DIV/0!	7	37%
営業力の強化	20	32%	3	30%	3	21%	6	30%	0	#DIV/0!	8	42%
取引先・顧客の増加	27	43%	3	30%	6	43%	8	40%	0	#DIV/0!	10	53%
経営陣の若返り	5	8%	0	0%	1	7%	3	15%	0	#DIV/0!	1	5%
従業員の採用	14	22%	3	30%	1	7%	4	20%	0	#DIV/0!	6	32%
従業員の育成	14	22%	2	20%	0	0%	5	25%	0	#DIV/0!	7	37%
経営力の強化	4	6%	1	10%	1	7%	1	5%	0	#DIV/0!	1	5%
特になし	9	14%	3	30%	3	21%	2	10%	0	#DIV/0!	1	5%
その他	2	3%	0	0%	0	0%	2	10%	0	#DIV/0!	0	0%
無回答	1	2%	0	0%	1	7%	0	0%	0	#DIV/0!	0	0%
売上高増加事業者合計	63		10		14		20		0		19	

○売上高増加の内部要因は、「取引先・顧客の増加」が４３％と最も多くなっています。次いで、「ブランド力（販売促進・PR）の強化」が３０％、「独自性のある製品・サービスの展開」が２５％となっています。

(13)　５年前と比較して「売上高が増加した事業者」の取引先の増減

- 新型コロナウイルス感染症を要因とした今年度の売上高の変動の度合いが「２０％未満の増減」の事業者、かつ、５年前と比較して「売上高が増加した事業者」のみ回答
- 複数回答可

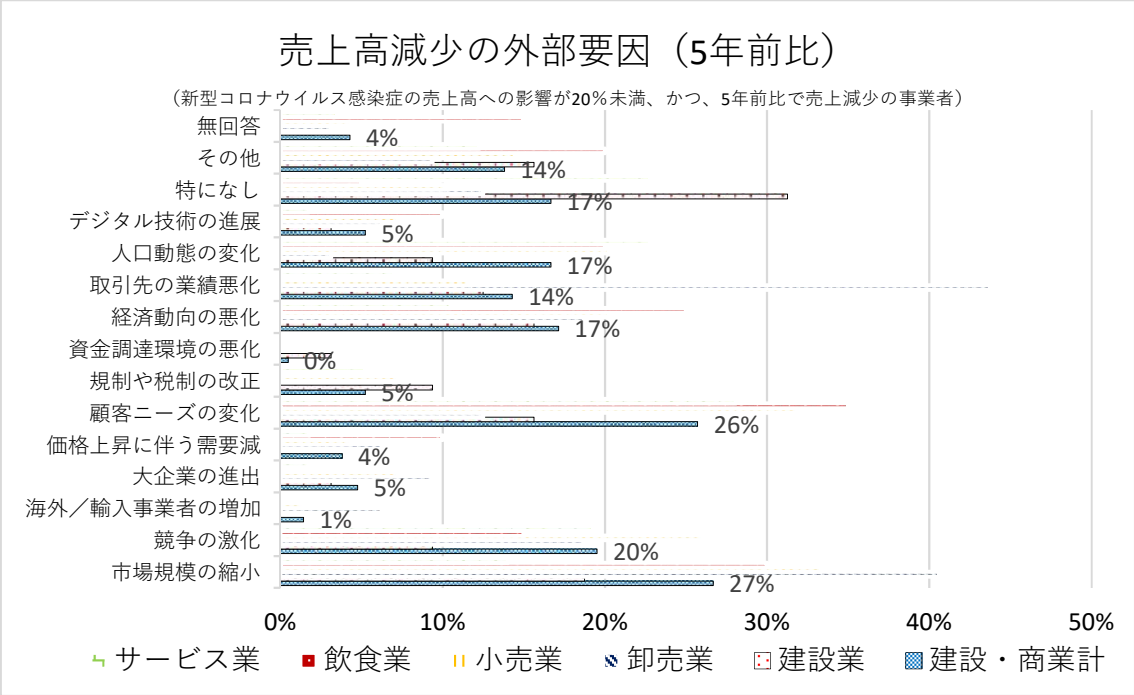


5年前と比較して増減した取引先	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
特に変化はない	21	33%	4	40%	6	43%	4	20%	0	#DIV/0!	7	37%
国内法人／官公庁が増加	17	27%	5	50%	3	21%	4	20%	0	#DIV/0!	5	26%
国内法人／官公庁が減少	1	2%	0	0%	0	0%	1	5%	0	#DIV/0!	0	0%
区内消費者が増加	22	35%	0	0%	0	0%	13	65%	0	#DIV/0!	9	47%
区外消費者が増加	14	22%	0	0%	4	29%	6	30%	0	#DIV/0!	4	21%
区内消費者が減少	4	6%	1	10%	0	0%	2	10%	0	#DIV/0!	1	5%
区外消費者が減少	4	6%	2	20%	0	0%	2	10%	0	#DIV/0!	0	0%
海外が増加	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	#DIV/0!	0	0%
海外が減少	1	2%	0	0%	0	0%	1	5%	0	#DIV/0!	0	0%
無回答	2	3%	0	0%	2	14%	0	0%	0	#DIV/0!	0	0%
売上高増加事業者合計	63		10		14		20		0		19	

○売上高が増加した事業者の取引先については、「区内消費者が増加」が３５％と最も多くなっています。次いで、「特に変化はない」が３３％、「国内法人／官公庁が増加」が２７％となっています。

(14)　５年前と比較して「売上高が横ばい・減少した事業者」の外部要因

- 新型コロナウイルス感染症を要因とした今年度の売上高の変動の度合いが「２０％未満の増減」の事業者、かつ、５年前と比較して「売上高が減少した事業者」のみ回答
- 複数回答可

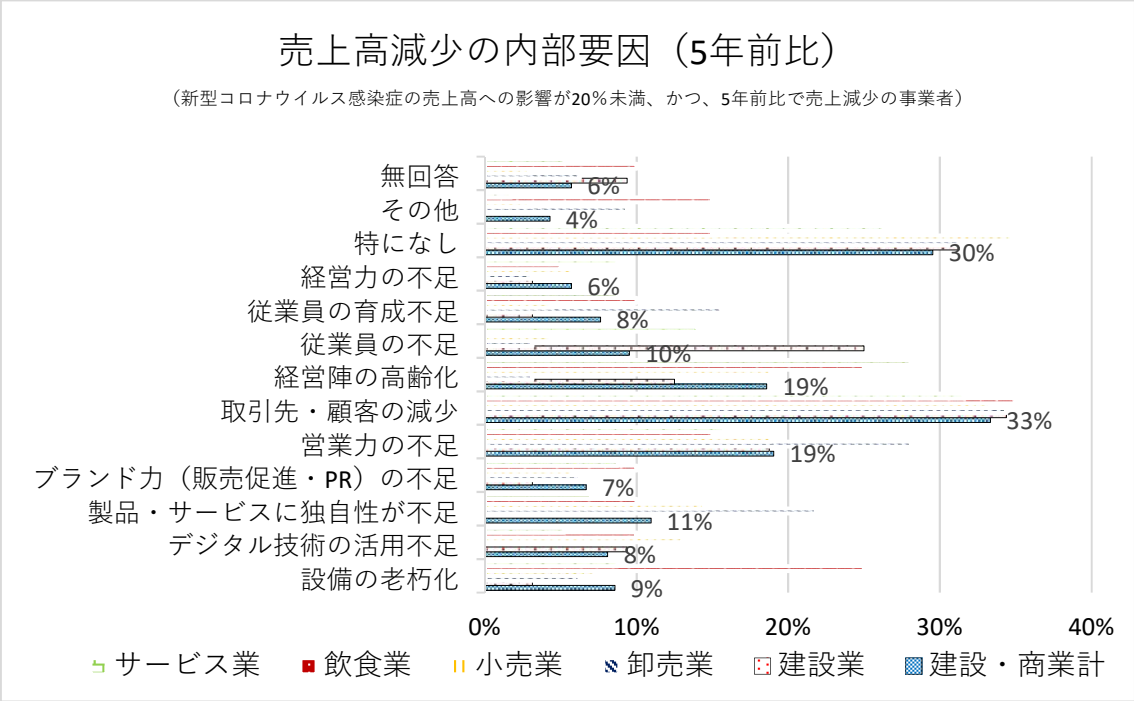


「売上高横ばい・減少」の外部要因	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
市場規模の縮小	56	27%	6	19%	13	41%	23	33%	6	30%	8	14%
競争の激化	41	20%	3	9%	6	19%	18	26%	3	15%	11	19%
海外／輸入事業者の増加	3	1%	0	0%	2	6%	1	1%	0	0%	0	0%
大企業の進出	10	5%	1	3%	3	9%	5	7%	0	0%	1	2%
価格上昇に伴う需要減	8	4%	0	0%	2	6%	3	4%	2	10%	1	2%
顧客ニーズの変化	54	26%	5	16%	4	13%	22	32%	7	35%	16	28%
規制や税制の改正	11	5%	3	9%	0	0%	5	7%	0	0%	3	5%
資金調達環境の悪化	1	0%	1	3%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
経済動向の悪化	36	17%	5	16%	6	19%	14	20%	5	25%	6	11%
取引先の業績悪化	30	14%	4	13%	14	44%	8	12%	0	0%	4	7%
人口動態の変化	35	17%	3	9%	1	3%	14	20%	4	20%	13	23%
デジタル技術の進展	11	5%	1	3%	2	6%	5	7%	2	10%	1	2%
特になし	35	17%	10	31%	4	13%	7	10%	1	5%	13	23%
その他	29	14%	5	16%	3	9%	10	14%	4	20%	7	12%
無回答	9	4%	0	0%	1	3%	3	4%	3	15%	2	4%
売上高横ばい・減少事業者合計	210		32		32		69		20		57	

○売上高減少の外部要因は、「市場規模の縮小」が２７％と最も多くなっています。次いで、「顧客ニーズの変化」が２６％、「競争の激化」が２０％となっています。

(15)　５年前と比較して「売上高が横ばい・減少した事業者」の内部要因

- 新型コロナウイルス感染症を要因とした今年度の売上高の変動の度合いが「２０％未満の増減」の事業者、かつ、５年前と比較して「売上高が減少した事業者」のみ回答
- 複数回答可

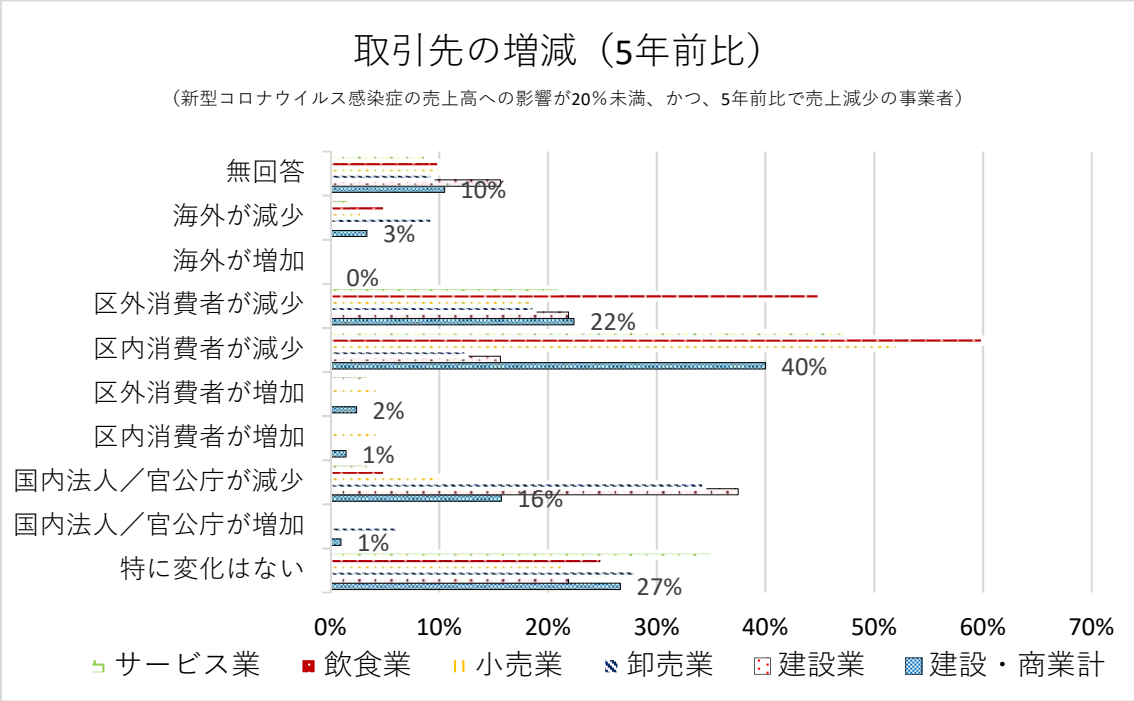


「売上高横ばい・減少」の内部要因	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
設備の老朽化	18	9%	1	3%	2	6%	5	7%	5	25%	5	9%
デジタル技術の活用不足	17	8%	3	9%	0	0%	9	13%	2	10%	3	5%
製品・サービスに独自性が不足	23	11%	0	0%	7	22%	10	14%	2	10%	4	7%
ブランド力（販売促進・PR）の不足	14	7%	1	3%	2	6%	4	6%	2	10%	5	9%
営業力の不足	40	19%	6	19%	9	28%	13	19%	3	15%	9	16%
取引先・顧客の減少	70	33%	11	34%	11	34%	23	33%	7	35%	18	32%
経営陣の高齢化	39	19%	4	13%	1	3%	13	19%	5	25%	16	28%
従業員の不足	20	10%	8	25%	1	3%	3	4%	0	0%	8	14%
従業員の育成不足	16	8%	1	3%	5	16%	3	4%	2	10%	5	9%
経営力の不足	12	6%	1	3%	1	3%	4	6%	1	5%	5	9%
特になし	62	30%	10	31%	10	31%	24	35%	3	15%	15	26%
その他	9	4%	0	0%	3	9%	2	3%	3	15%	1	2%
無回答	12	6%	3	9%	2	6%	2	3%	2	10%	3	5%
売上高横ばい・減少事業者合計	210		32		32		69		20		57	

○売上高減少の内部要因は、「取引先・顧客の減少」が３３％と最も多くなっています。次いで、「特になし」が３０％、「営業力の不足」が１９％となっています。

(16)　５年前と比較して「売上高が横ばい・減少した事業者」の取引先の増減

- 新型コロナウイルス感染症を要因とした今年度の売上高の変動の度合いが「２０％未満の増減」の事業者、かつ、５年前と比較して「売上高が減少した事業者」のみ回答
- 複数回答可

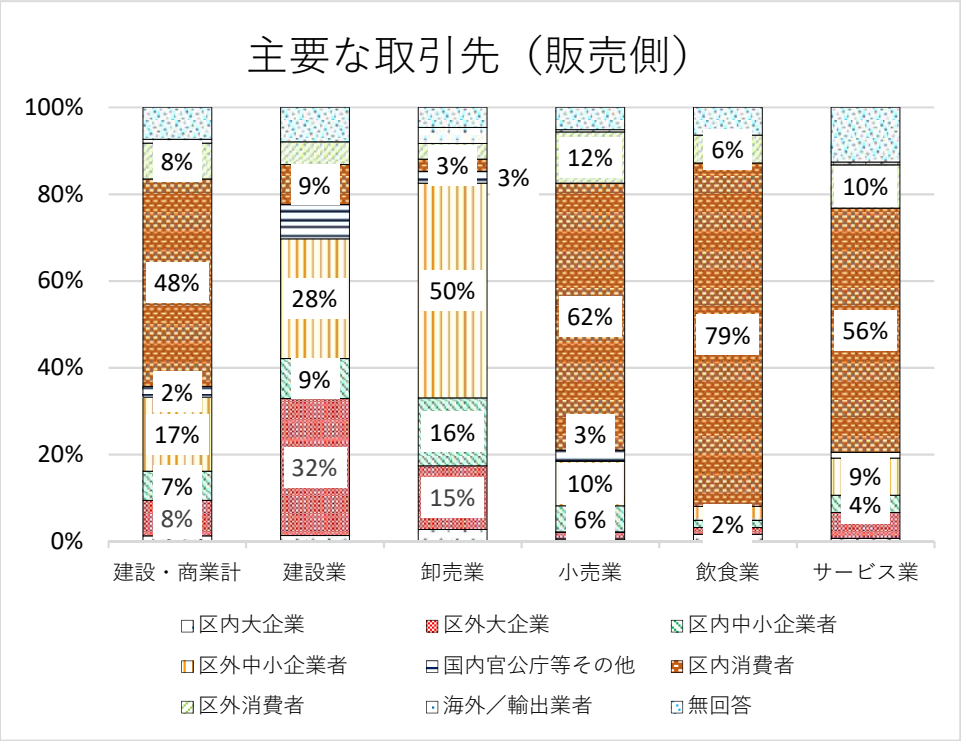


5年前と比較して増減した取引先	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
特に変化はない	56	27%	7	22%	9	28%	15	22%	5	25%	20	35%
国内法人／官公庁が増加	2	1%	0	0%	2	6%	0	0%	0	0%	0	0%
国内法人／官公庁が減少	33	16%	12	38%	11	34%	7	10%	1	5%	2	4%
区内消費者が増加	3	1%	0	0%	0	0%	3	4%	0	0%	0	0%
区外消費者が増加	5	2%	0	0%	0	0%	3	4%	0	0%	2	4%
区内消費者が減少	84	40%	5	16%	4	13%	36	52%	12	60%	27	47%
区外消費者が減少	47	22%	7	22%	6	19%	13	19%	9	45%	12	21%
海外が増加	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
海外が減少	7	3%	0	0%	3	9%	2	3%	1	5%	1	2%
無回答	22	10%	5	16%	3	9%	7	10%	2	10%	5	9%
売上高横ばい・減少事業者合計	210		32		32		69		20		57	

○売上高が減少した事業者の取引先については、「区内消費者が減少」が４０％と最も多くなっています。次いで、「特に変化はない」が２７％、「区外消費者が減少」が２２％となっています。

2　取引先

(1) 主要な取引先（販売側）

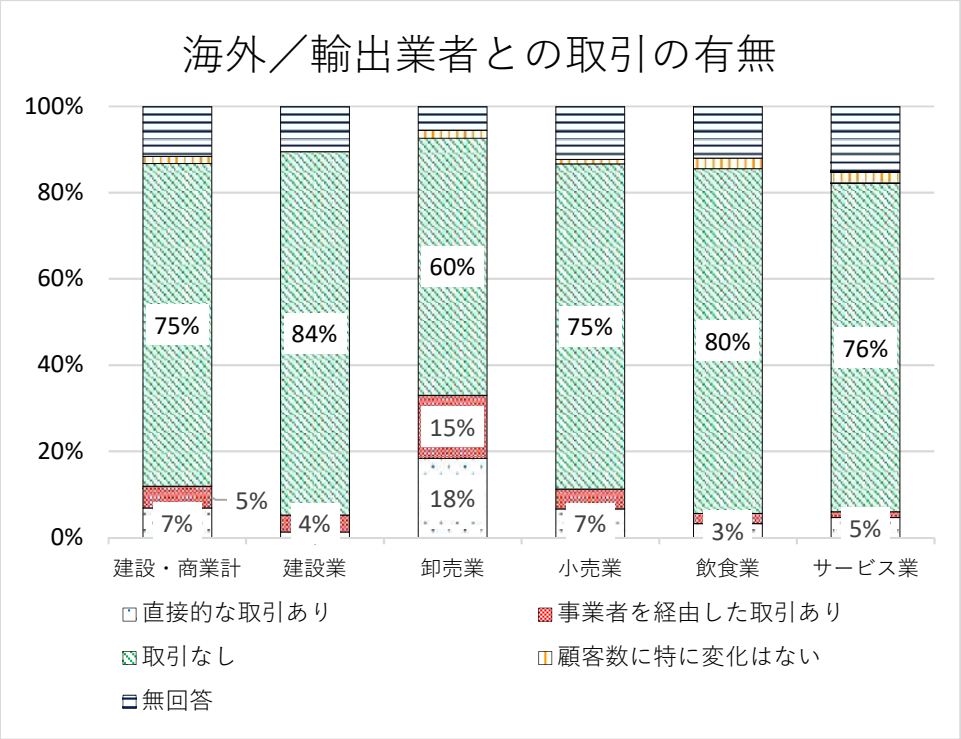


主要な取引先（販売側）	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
区内大企業	8	1%	1	1%	3	3%	1	1%	2	2%	1	1%
区外大企業	54	8%	24	32%	16	15%	3	2%	2	2%	9	6%
区内中小企業者	44	7%	7	9%	17	16%	12	6%	2	2%	6	4%
区外中小企業者	112	17%	21	28%	54	50%	20	10%	4	3%	13	9%
国内官公庁等その他	16	2%	6	8%	3	3%	5	3%	0	0%	2	1%
区内消費者	314	48%	7	9%	3	3%	120	62%	99	79%	85	56%
区外消費者	54	8%	4	5%	4	4%	23	12%	8	6%	15	10%
海外／輸出業者	6	1%	0	0%	4	4%	1	1%	0	0%	1	1%
無回答	48	7%	6	8%	5	5%	10	5%	8	6%	19	13%
合計	656	100%	76	100%	109	100%	195	100%	125	100%	151	100%

○主要な取引先（販売側）は、「区内消費者」が４８％と最も多くなっています。次いで、「区外中小企業者」が１７％、「区外大企業」「区外消費者」が８％となっています。

○他業種に比べて、建設業は「区外大企業」が多く、卸売業は「区外中小企業」が多く、小売業、飲食業及びサービス業は、「区内消費者」が多くなっています。

(2) 海外／輸出業者との取引の有無

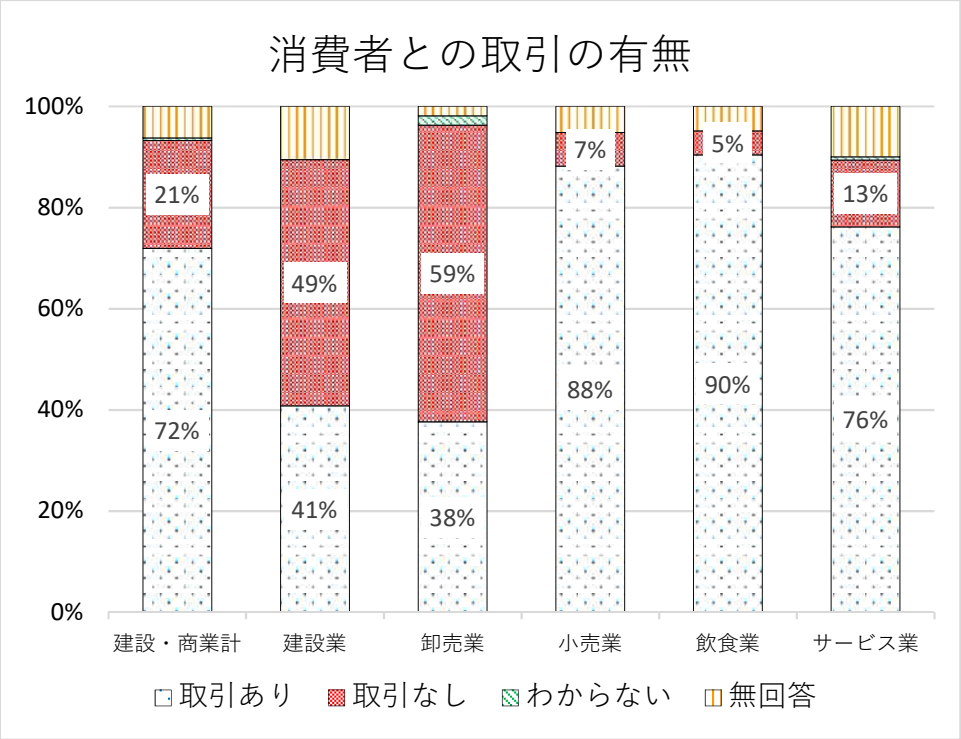


海外／輸出業者との取引の有無	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
直接的な取引あり	45	7%	1	1%	20	18%	13	7%	4	3%	7	5%
事業者を経由した取引あり	33	5%	3	4%	16	15%	9	5%	3	2%	2	1%
取引なし	491	75%	64	84%	65	60%	147	75%	100	80%	115	76%
わからない	11	2%	0	0%	2	2%	2	1%	3	2%	4	3%
無回答	76	12%	8	11%	6	6%	24	12%	15	12%	23	15%
合計	656	100%	76	100%	109	100%	195	100%	125	100%		100%

○海外・輸出業者との「取引なし」が７５％、「取引あり」が１２％となっています。

○他業種に比べて、卸売業は「取引あり」が多くなっています。

(3) 消費者との取引の有無

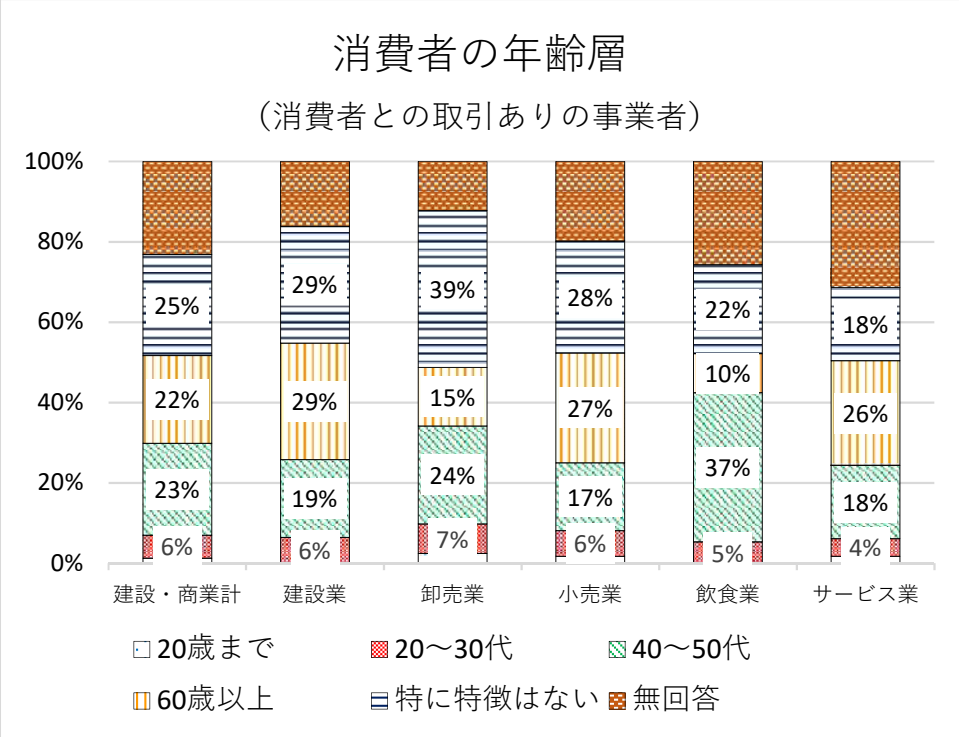


消費者との取引の有無	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
取引あり	472	72%	31	41%	41	38%	172	88%	113	90%	115	76%
取引なし	140	21%	37	49%	64	59%	13	7%	6	5%	20	13%
わからない	3	0%	0	0%	2	2%	0	0%	0	0%	1	1%
無回答	41	6%	8	11%	2	2%	10	5%	6	5%	15	10%
合計	656	100%	76	100%	109	100%	195	100%	125	100%	151	100%

○消費者との「取引あり」が７２％、「取引なし」が２１％となっています。
○他業種に比べて、小売業、飲食業及びサービス業は、「取引あり」が多くなっており、建設業及び卸売業は「取引なし」が多くなっています。

(4) 消費者の年齢層

- 「消費者との取引がある」事業者のみ回答



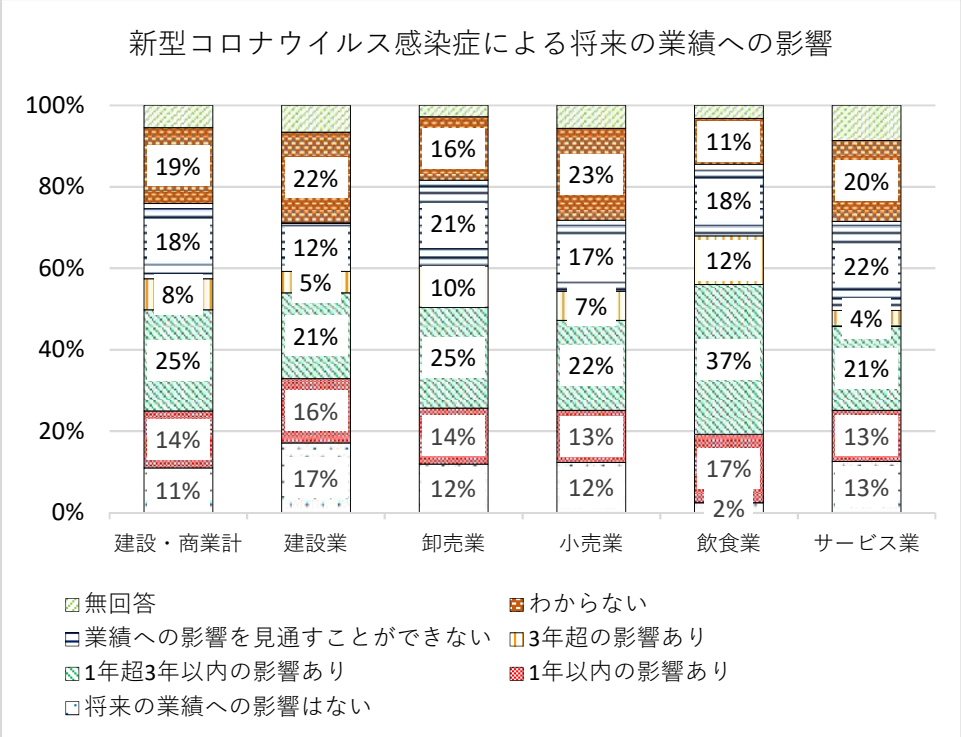
消費者の年齢層	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
20歳まで	6	1%	0	0%	1	2%	3	2%	0	0%	2	2%
20～30代	27	6%	2	6%	3	7%	11	6%	6	5%	5	4%
40～50代	108	23%	6	19%	10	24%	29	17%	42	37%	21	18%
60歳以上	103	22%	9	29%	6	15%	47	27%	11	10%	30	26%
特に特徴はない	119	25%	9	29%	16	39%	48	28%	25	22%	21	18%
無回答	109	23%	5	16%	5	12%	34	20%	29	26%	36	31%
消費者との取引あり計	472	100%	31	100%	41	100%	172	100%	113	100%	115	100%

○消費者の年齢層に「特徴がない」が２５％と最も多くなっています。次いで、「４０～５０代」が２３％、「６０歳以上」が２２％となっています。

○他業種に比べて、建設業、小売業及びサービス業は「６０歳以上」が多くなっており、飲食業は、「４０～５０代」が多くなっています。

3　新型コロナウイルス感染症に対する経営の取り組み

(1) 新型コロナウイルス感染症による将来の業績への影響



新型コロナウイルス感染症による将来の業績への影響	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
将来の業績への影響はない	72	11%	13	17%	13	12%	24	12%	3	2%	19	13%
1年以内の影響あり	92	14%	12	16%	15	14%	25	13%	21	17%	19	13%
1年超3年以内の影響あり	163	25%	16	21%	27	25%	43	22%	46	37%	31	21%
3年超の影響あり	50	8%	4	5%	11	10%	14	7%	15	12%	6	4%
業績への影響を見通すことができない	121	18%	9	12%	23	21%	34	17%	22	18%	33	22%
わからない	122	19%	17	22%	17	16%	44	23%	14	11%	30	20%
無回答	36	5%	5	7%	3	3%	11	6%	4	3%	13	9%
合計	1,600	100%	138	100%	191	100%	539	100%	351	100%	381	100%

○新型コロナウイルス感染症による将来の業績への影響について、「１年超３年以内の影響あり」が２５％と最も多くなっています。次いで、「わからない」が１９％、「業績への影響を見通すことができない」が１８％となっています。

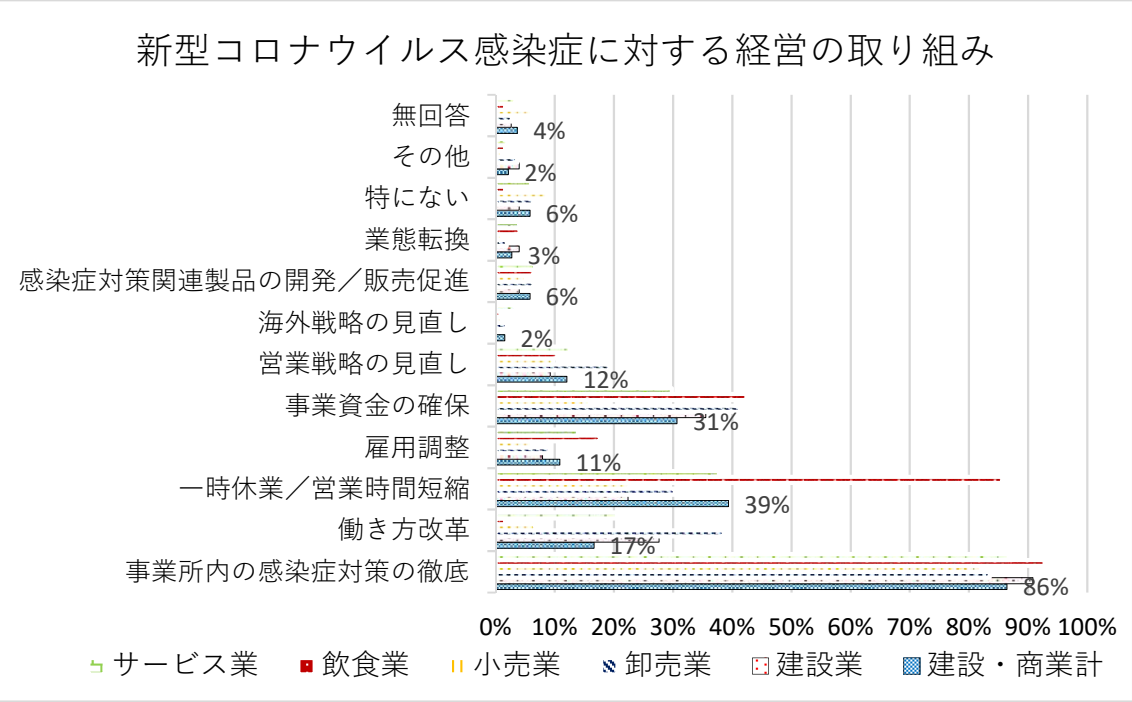
○「将来の業績への影響あり」の事業者は、合わせて４６％となります。

○「業績への影響を見通すことができない」又は「わからない」の事業者は、合わせて３７％となります。

○他業種に比べて、飲食業は、「将来の業績への影響あり」が多くなっています。

(2) 新型コロナウイルス感染症に対する経営の取り組み

- 複数回答可

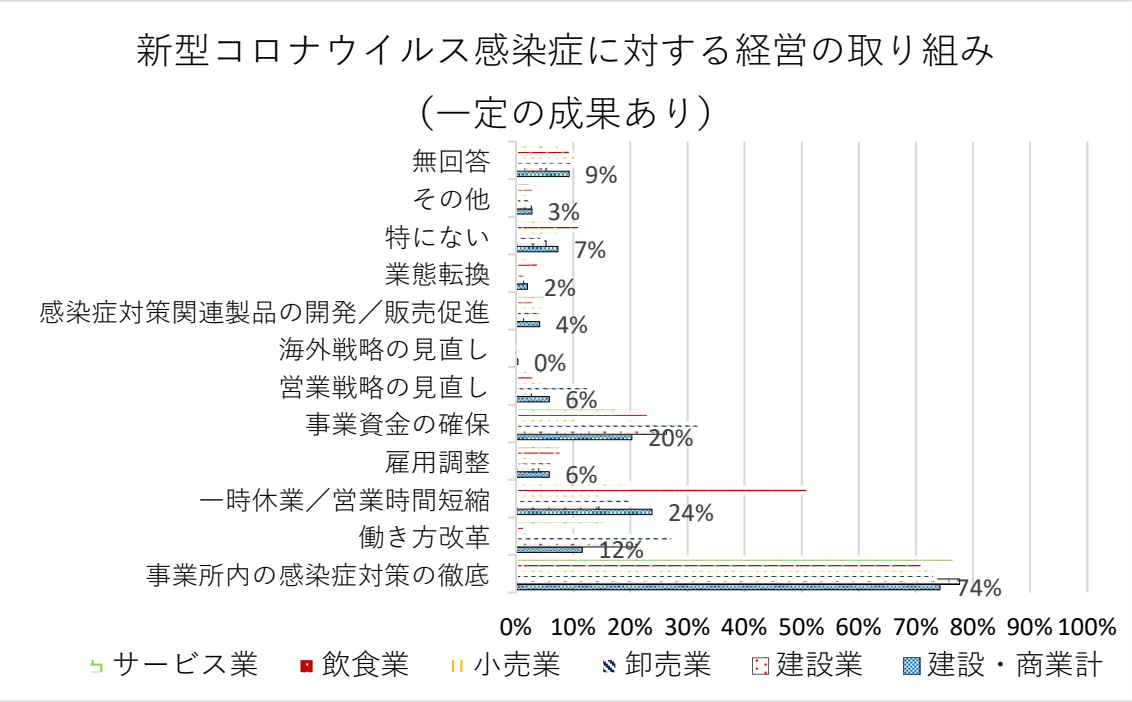


新型コロナウイルス感染症に対する経営の取り組み	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
事業所内の感染症対策の徹底	567	86%	69	91%	91	83%	160	82%	116	93%	131	87%
働き方改革	109	17%	21	28%	42	39%	13	7%	2	2%	31	21%
一時休業／営業時間短縮	258	39%	17	22%	33	30%	44	23%	107	86%	57	38%
雇用調整	71	11%	6	8%	10	9%	12	6%	22	18%	21	14%
事業資金の確保	201	31%	27	36%	45	41%	31	16%	53	42%	45	30%
営業戦略の見直し	79	12%	7	9%	21	19%	19	10%	13	10%	19	13%
海外戦略の見直し	10	2%	0	0%	2	2%	2	1%	1	1%	5	3%
感染症対策関連製品の開発／販売促進	38	6%	3	4%	7	6%	10	5%	8	6%	10	7%
業態転換	18	3%	3	4%	2	2%	2	1%	5	4%	6	4%
特にない	38	6%	3	4%	7	6%	17	9%	2	2%	9	6%
その他	14	2%	3	4%	4	4%	2	1%	2	2%	3	2%
無回答	24	4%	2	3%	3	3%	12	6%	2	2%	5	3%
回答者計	656		76		109		195		125		151	

○新型コロナウイルス感染症に対する経営の取り組みは、「事業所内の感染症対策の徹底」が８６％と最も多くなっています。次いで、「一時休業／営業時間短縮」が３９％、「事業資金の確保」が３１％となっています。

(3) 新型コロナウイルス感染症に対する経営の取り組み（一定の成果があるもの）

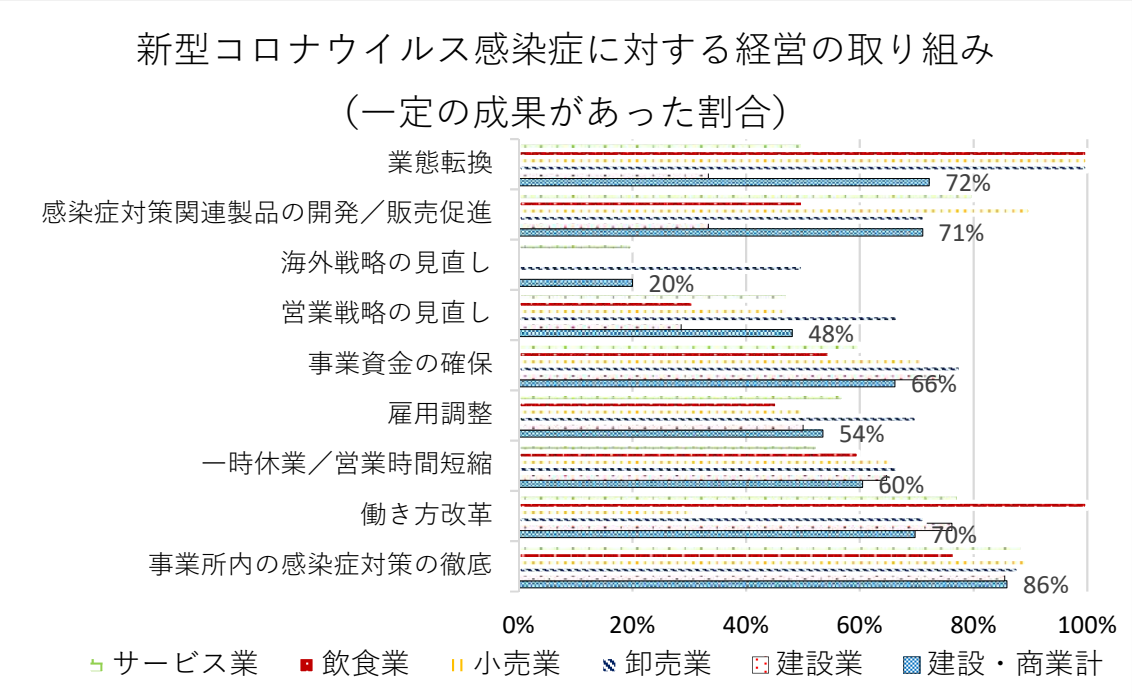
- 複数回答可



新型コロナウイルス感染症に対する経営の取り組み（一定の成果あり）	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
事業所内の感染症対策の徹底	487	74%	59	78%	80	73%	143	73%	89	71%	116	77%
働き方改革	76	12%	16	21%	30	28%	4	2%	2	2%	24	16%
一時休業／営業時間短縮	156	24%	11	14%	22	20%	29	15%	64	51%	30	20%
雇用調整	38	6%	3	4%	7	6%	6	3%	10	8%	12	8%
事業資金の確保	133	20%	20	26%	35	32%	22	11%	29	23%	27	18%
営業戦略の見直し	38	6%	2	3%	14	13%	9	5%	4	3%	9	6%
海外戦略の見直し	2	0%	0	0%	1	1%	0	0%	0	0%	1	1%
感染症対策関連製品の開発／販売促進	27	4%	1	1%	5	5%	9	5%	4	3%	8	5%
業態転換	13	2%	1	1%	2	2%	2	1%	5	4%	3	2%
特にない	48	7%	4	5%	5	5%	15	8%	14	11%	10	7%
その他	18	3%	2	3%	3	3%	5	3%	4	3%	4	3%
無回答	61	9%	4	5%	11	10%	22	11%	12	10%	12	8%
回答者計	656		76		109		195		125		151	

○新型コロナウイルス感染症に対する経営の取り組みのうち、一定の効果があった取り組みは、「事業所内の感染症対策の徹底」が７４％と最も多くなっています。次いで、「一時休業／営業時間短縮」が２４％、「事業資金の確保」が２０％となっています。

(4) 新型コロナウイルス感染症に対する経営の取り組みで一定の成果があった割合



新型コロナウイルス感染症に対する経営の取り組み（成果があった割合）	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	取組件数	有成果率	取組件数	有成果率	取組件数	有成果率	取組件数	有成果率	取組件数	有成果率	取組件数	有成果率
事業所内の感染症対策の徹底	567	86%	69	86%	91	88%	160	89%	116	77%	131	89%
働き方改革	109	70%	21	76%	42	71%	13	31%	2	100%	31	77%
一時休業／営業時間短縮	258	60%	17	65%	33	67%	44	66%	107	60%	57	53%
雇用調整	71	54%	6	50%	10	70%	12	50%	22	45%	21	57%
事業資金の確保	201	66%	27	74%	45	78%	31	71%	53	55%	45	60%
営業戦略の見直し	79	48%	7	29%	21	67%	19	47%	13	31%	19	47%
海外戦略の見直し	10	20%	0	#DIV/0!	2	50%	2	0%	1	0%	5	20%
感染症対策関連製品の開発／販売促進	38	71%	3	33%	7	71%	10	90%	8	50%	10	80%
業態転換	18	72%	3	33%	2	100%	2	100%	5	100%	6	50%

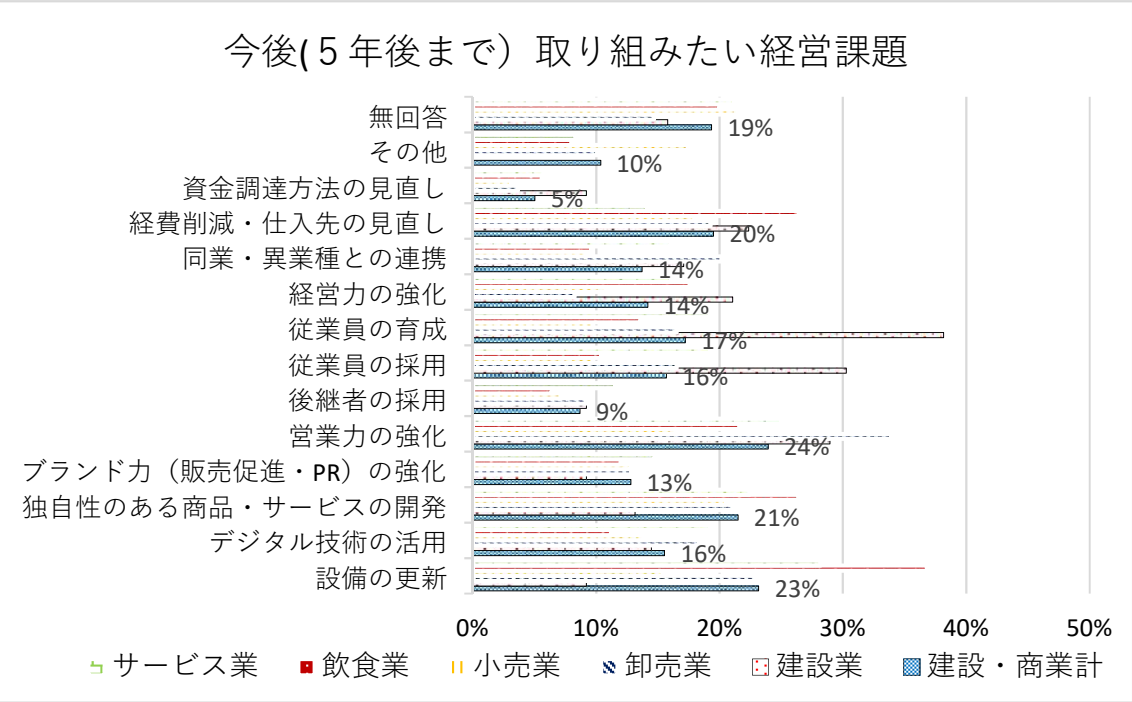
○新型コロナウイルス感染症に対する経営の取り組みのうち、一定の成果があった取り組みの割合は、「事業所内の感染症対策の徹底」が８６％と最も高くなっています。次いで、「業態転換」が７２％、「感染症対策関連製品の開発／販売促進」が７１％となっています。

○この他、取り組んだ事業者数が多い取り組みのうち、「働き方改革」が７０％と高くなっており、「一時休業／営業時間短縮」が６０％と低くなっています。

4　経営課題

(1) 今後（5 年後までに）取り組みたい経営課題への対応

- 複数回答可

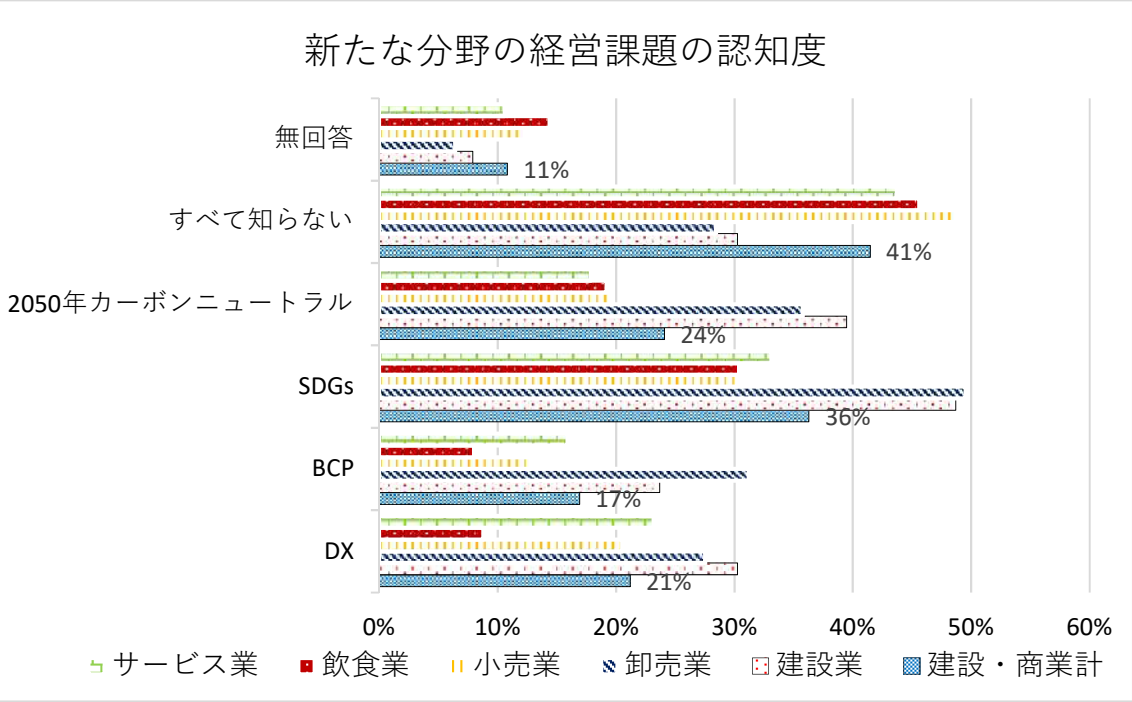


今後(５年後まで)	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
取り組みたい経営課題	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
設備の更新	152	23%	7	9%	25	23%	30	15%	46	37%	44	28%
デジタル技術の活用	102	16%	11	14%	20	18%	27	14%	14	11%	30	19%
独自性のある商品・サービスの開発	141	21%	10	13%	23	21%	40	21%	33	26%	35	22%
ブランド力（販売促進・PR）の強化	84	13%	7	9%	14	13%	25	13%	15	12%	23	15%
営業力の強化	157	24%	22	29%	37	34%	32	16%	27	22%	39	25%
後継者の採用	57	9%	7	9%	10	9%	14	7%	8	6%	18	12%
従業員の採用	103	16%	23	30%	18	17%	19	10%	13	10%	30	19%
従業員の育成	113	17%	29	38%	18	17%	19	10%	17	14%	30	19%
経営力の強化	93	14%	16	21%	9	8%	21	11%	22	18%	25	16%
同業・異業種との連携	90	14%	13	17%	22	20%	18	9%	12	10%	25	16%
経費削減・仕入先の見直し	128	20%	17	22%	21	19%	35	18%	33	26%	22	14%
資金調達方法の見直し	33	5%	7	9%	4	4%	6	3%	7	6%	9	6%
その他	68	10%	0	0%	11	10%	34	17%	10	8%	13	8%
無回答	127	19%	12	16%	16	15%	42	22%	25	20%	32	21%
回答者計	656		76		109		195		125		151	

○今後（５年後までに）取り組みたい経営課題として、「営業力の強化」が２４％で最も多くなっています。次いで、「設備の更新」が２３％、「独自性のある商品・サービスの開発」が２１％となっています。

(2) 新たな分野の経営課題の認知度

- 複数回答可

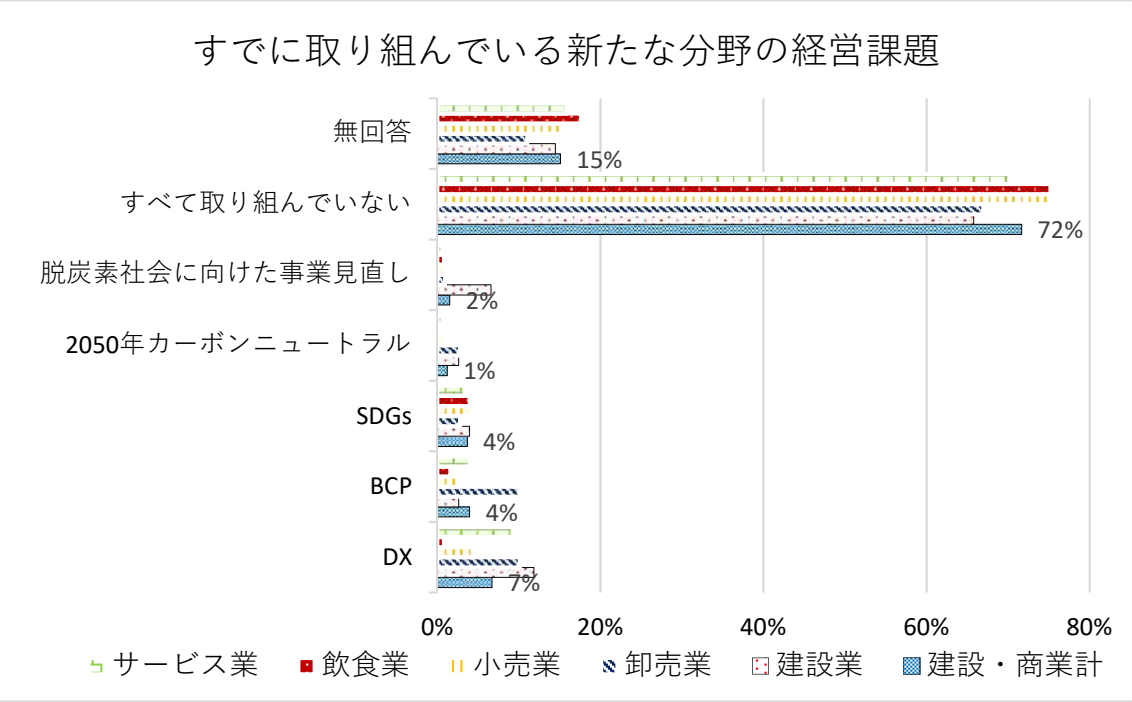


新たな経営課題の認知度	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
DX	139	21%	23	30%	30	28%	40	21%	11	9%	35	23%
BCP	111	17%	18	24%	34	31%	25	13%	10	8%	24	16%
SDGs	238	36%	37	49%	54	50%	59	30%	38	30%	50	33%
2050年カーボンニュートラル	158	24%	30	39%	39	36%	38	19%	24	19%	27	18%
すべて知らない	272	41%	23	30%	31	28%	95	49%	57	46%	66	44%
無回答	71	11%	6	8%	7	6%	24	12%	18	14%	16	11%
回答者計	656		76		109		195		125		151	

○新たな分野の経営課題について、「すべて知らない」が４１％となっています。
○「ＳＤＧｓ」の認知度が３６％で最も高くなっています。次いで、「２０５０年カーボンニュートラル」が２４％、「ＤＸ」が２１％となっています。

(3) すでに取り組んでいる新たな分野の経営課題

- 複数回答可



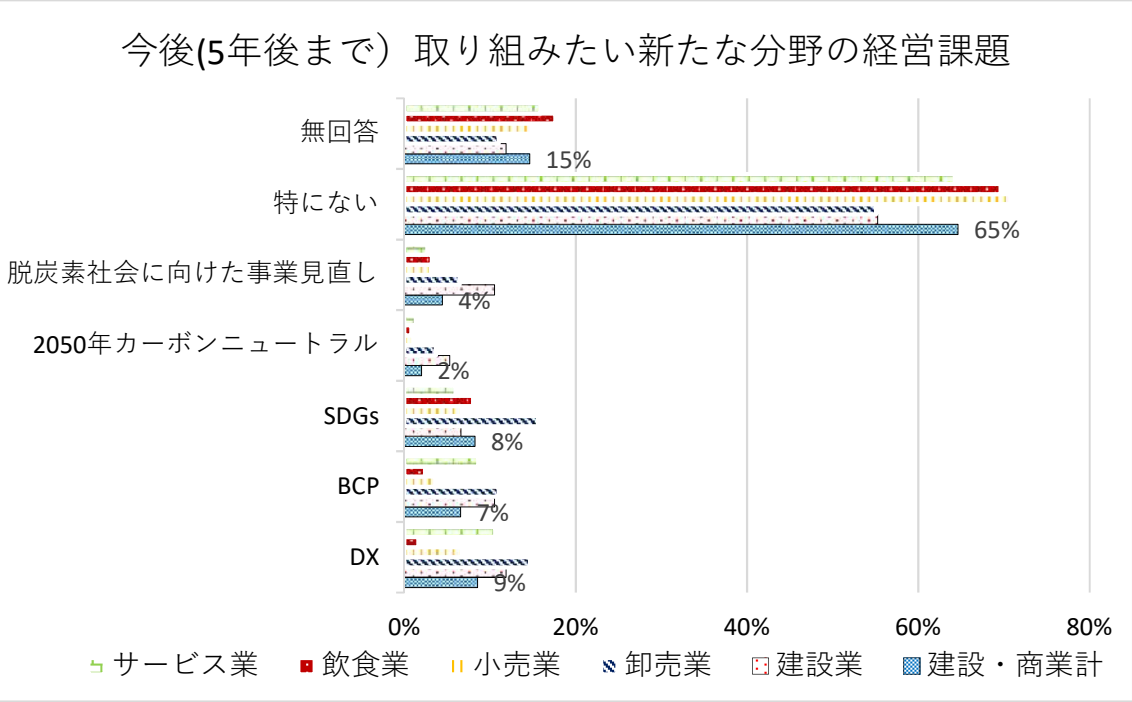
すでに取り組んでいる新たな経営課題	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
DX	44	7%	9	12%	11	10%	9	5%	1	1%	14	9%
BCP	26	4%	2	3%	11	10%	5	3%	2	2%	6	4%
SDGs	24	4%	3	4%	3	3%	8	4%	5	4%	5	3%
2050年カーボンニュートラル	8	1%	2	3%	3	3%	2	1%	0	0%	1	1%
脱炭素社会に向けた事業見直し	10	2%	5	7%	1	1%	2	1%	1	1%	1	1%
すべて取り組んでいない	470	72%	50	66%	73	67%	147	75%	94	75%	106	70%
無回答	99	15%	11	14%	12	11%	30	15%	22	18%	24	16%
回答者計	656		76		109		195		125		151	

○新たな分野の経営課題について、「すべて取り組んでいない」が７２％となっています。

○すでに取り組んでいる新たな分野の経営課題は、「ＤＸ」が７％、「ＢＣＰ」及び「ＳＤＧｓ」が４％となっています。

(4) 今後（5 年後までに）取り組みたい新たな分野の経営課題

- 複数回答可



今後(5年後まで)	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
取り組みたい新たな経営課題	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
DX	56	9%	9	12%	16	15%	13	7%	2	2%	16	11%
BCP	43	7%	8	11%	12	11%	7	4%	3	2%	13	9%
SDGs	54	8%	5	7%	17	16%	13	7%	10	8%	9	6%
2050年カーボンニュートラル	13	2%	4	5%	4	4%	2	1%	1	1%	2	1%
脱炭素社会に向けた事業見直し	29	4%	8	11%	7	6%	6	3%	4	3%	4	3%
特にない	424	65%	42	55%	60	55%	138	71%	87	70%	97	64%
無回答	96	15%	9	12%	12	11%	29	15%	22	18%	24	16%
回答者計	656		76		109		195		125		151	

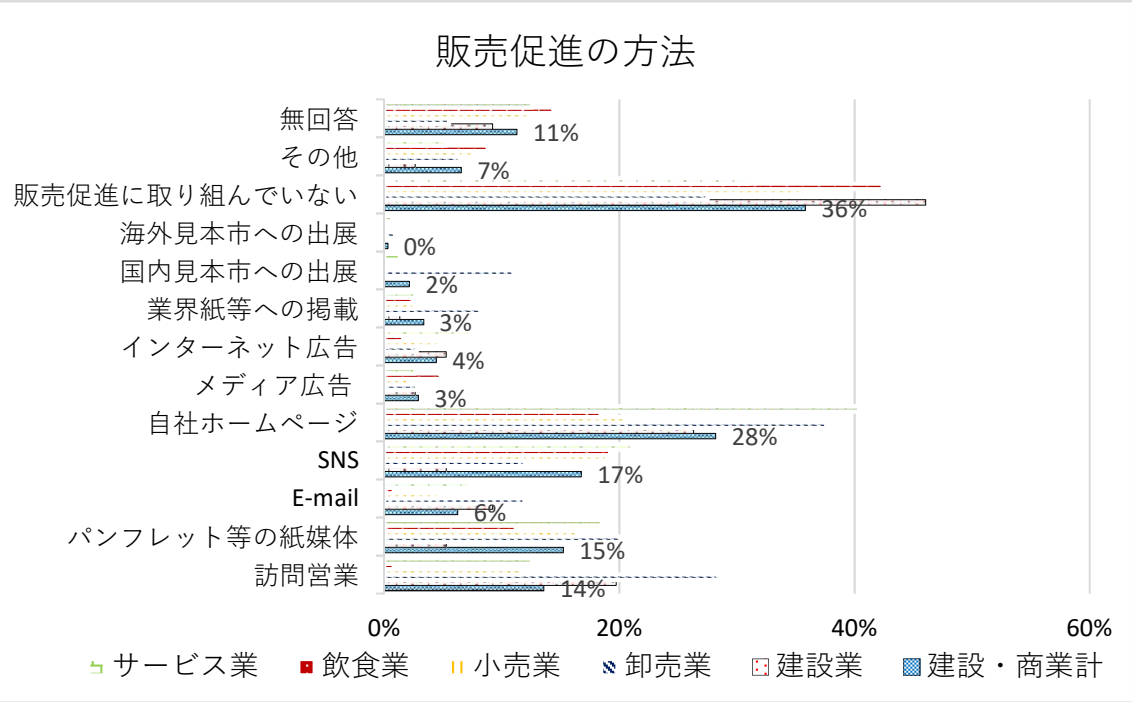
○今後（5 年まで）取り組みたい新たな分野の経営課題について、「特にない」が６５％となっています。

○今後（5 年まで）取り組みたい新たな分野の経営課題は、「ＤＸ」が９％、「ＳＤＧｓ」が８％、「ＢＣＰ」が７％となっています。

5　営業戦略

(1) 販売促進の方法

- 複数回答可

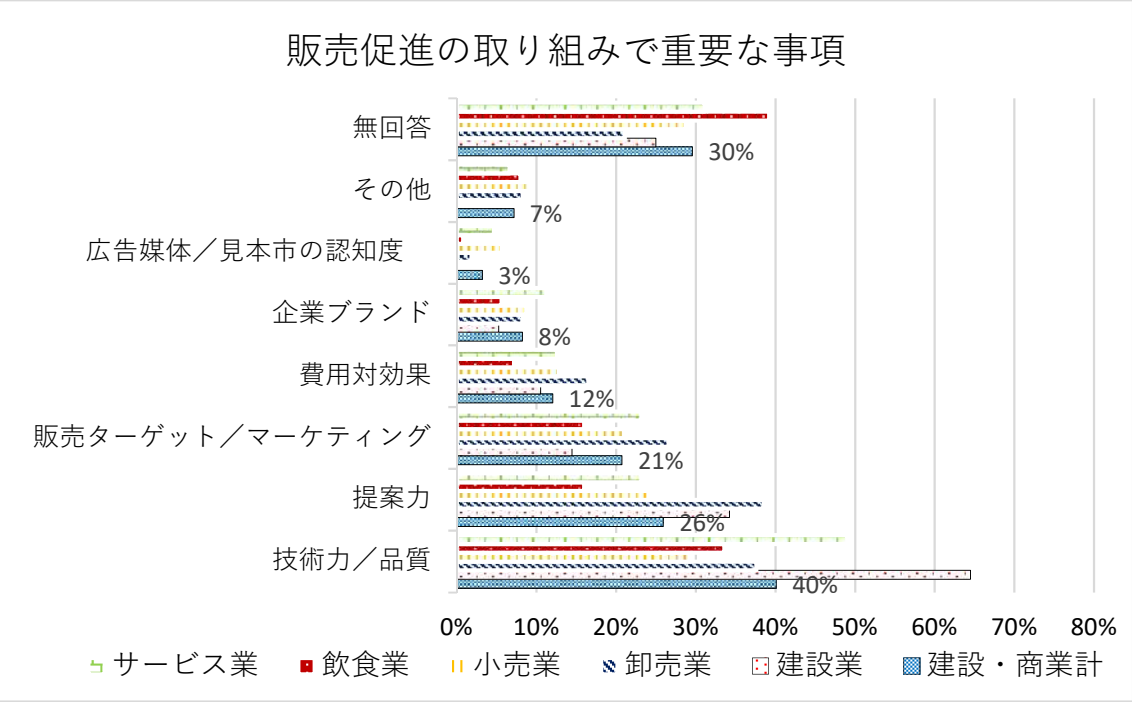


販売促進の方法	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
訪問営業	89	14%	15	20%	31	28%	23	12%	1	1%	19	13%
パンフレット等の紙媒体	100	15%	4	5%	22	20%	32	16%	14	11%	28	19%
E-mail	41	6%	7	9%	13	12%	9	5%	1	1%	11	7%
SNS	110	17%	4	5%	13	12%	37	19%	24	19%	32	21%
自社ホームページ	185	28%	20	26%	41	38%	40	21%	23	18%	61	40%
メディア広告	19	3%	2	3%	3	3%	4	2%	6	5%	4	3%
インターネット広告	29	4%	4	5%	3	3%	9	5%	2	2%	11	7%
業界紙等への掲載	22	3%	1	1%	9	8%	5	3%	3	2%	4	3%
国内見本市への出展	14	2%	0	0%	12	11%	0	0%	0	0%	2	1%
海外見本市への出展	2	0%	0	0%	1	1%	0	0%	0	0%	1	1%
販売促進に取り組んでいない	235	36%	35	46%	30	28%	70	36%	53	42%	47	31%
その他	43	7%	2	3%	7	6%	15	8%	11	9%	8	5%
無回答	74	11%	7	9%	6	6%	24	12%	18	14%	19	13%
回答者計	656		76		109		195		125		151	

○販売促進の方法について、「販売促進に取り組んでいない」が３６％で最も多くなっています。次いで、「自社ホームページ」が２８％、「ＳＮＳ」が１７％となっています。

(2) 販売促進の取り組みで重要な事項

- 複数回答可

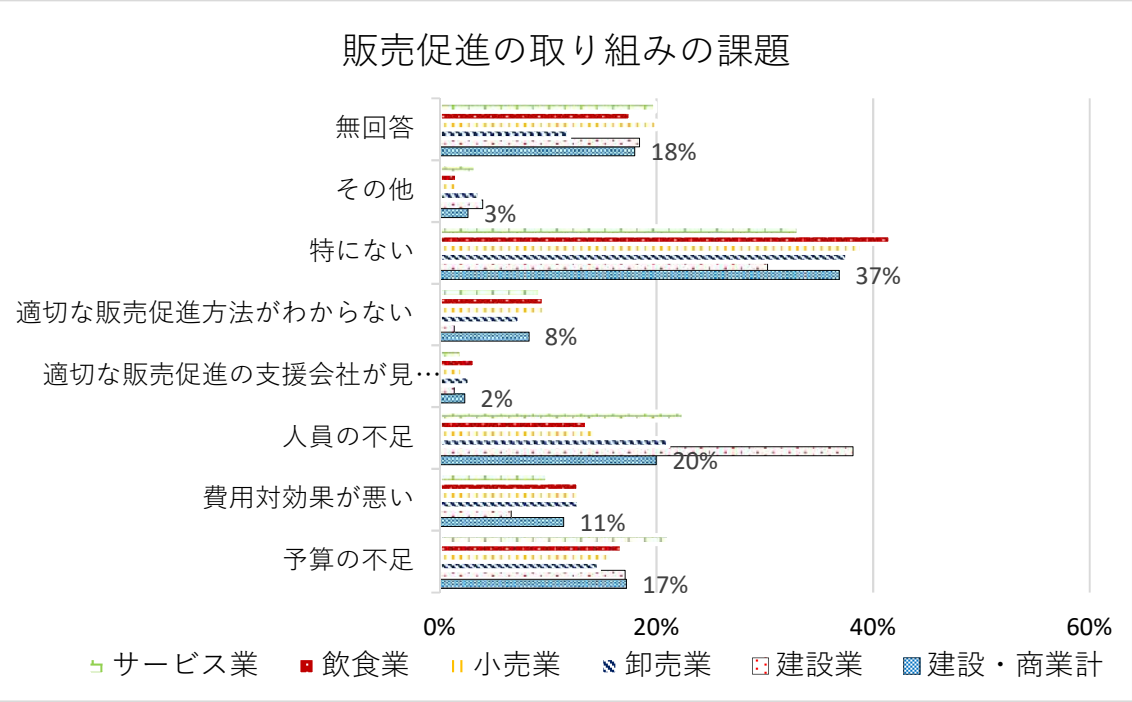


販売促進の取り組みで重要な事項	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
技術力／品質	263	40%	49	64%	41	38%	57	29%	42	34%	74	49%
提案力	170	26%	26	34%	42	39%	47	24%	20	16%	35	23%
販売ターゲット／マーケティング	136	21%	11	14%	29	27%	41	21%	20	16%	35	23%
費用対効果	79	12%	8	11%	18	17%	25	13%	9	7%	19	13%
企業ブランド	54	8%	4	5%	9	8%	17	9%	7	6%	17	11%
広告媒体／見本市の認知度	21	3%	0	0%	2	2%	11	6%	1	1%	7	5%
その他	47	7%	0	0%	9	8%	18	9%	10	8%	10	7%
無回答	194	30%	19	25%	23	21%	56	29%	49	39%	47	31%
回答者計	656		76		109		195		125		151	

○販売促進の取り組みで重要な事項については、「技術力／品質」が４０％で最も多くなっています。次いで、「提案力」が２６％、「販売ターゲット／マーケティング」が２１％となっています。

(3) 販売促進の取り組みの課題

- 複数回答可

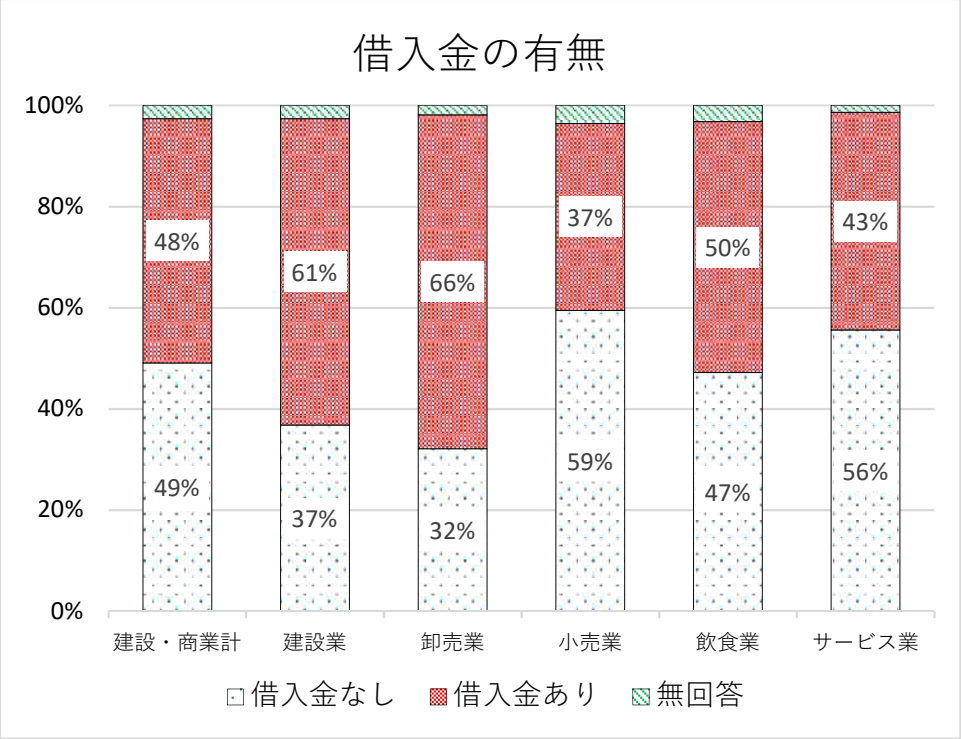


販売促進の取り組みの課題	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
予算の不足	113	17%	13	17%	16	15%	31	16%	21	17%	32	21%
費用対効果が悪い	75	11%	5	7%	14	13%	25	13%	16	13%	15	10%
人員の不足	131	20%	29	38%	23	21%	28	14%	17	14%	34	23%
適切な販売促進の支援会社が見つからない	15	2%	1	1%	3	3%	4	2%	4	3%	3	2%
適切な販売促進方法がわからない	54	8%	1	1%	8	7%	19	10%	12	10%	14	9%
特にない	242	37%	23	30%	41	38%	76	39%	52	42%	50	33%
その他	17	3%	3	4%	4	4%	3	2%	2	2%	5	3%
無回答	118	18%	14	18%	13	12%	39	20%	22	18%	30	20%
回答者計	656		76		109		195		125		151	

○販売促進の取り組みの課題については、「特にない」が３７％で最も多くなっています。次いで、「人員の不足」が２０％、「予算の不足」が１７％となっています。

6　借入金

(1) 借入金の有無



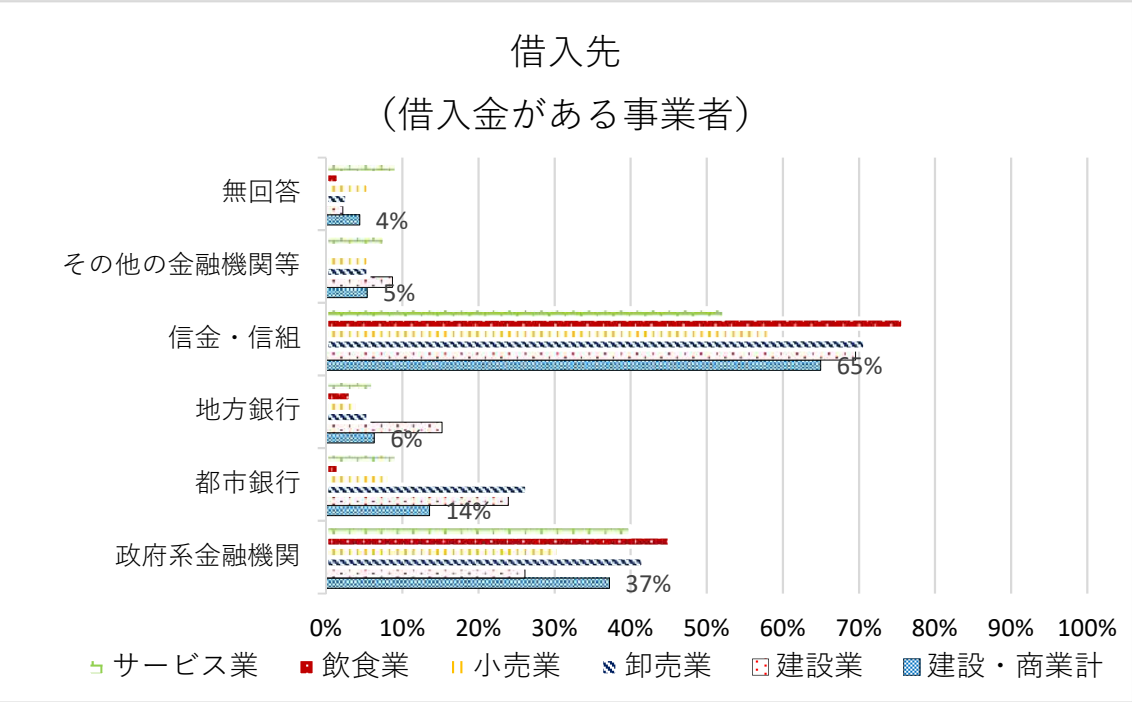
借入金の有無	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
借入金なし	322	49%	28	37%	35	32%	116	59%	59	47%	84	56%
借入金あり	317	48%	46	61%	72	66%	72	37%	62	50%	65	43%
無回答	17	3%	2	3%	2	2%	7	4%	4	3%	2	1%
合計	656	100%	76	100%	109	100%	195	100%	125	100%	151	100%

○「借入金あり」が４８％、「借入金なし」が４９％となっています。

○他業種に比べて、建設業及び卸売業は「借入金あり」が多くなっており、小売業は「借入金なし」が多くなっています。

(2) 借入先

- 「借入金がある」事業者のみ回答
- 複数回答可

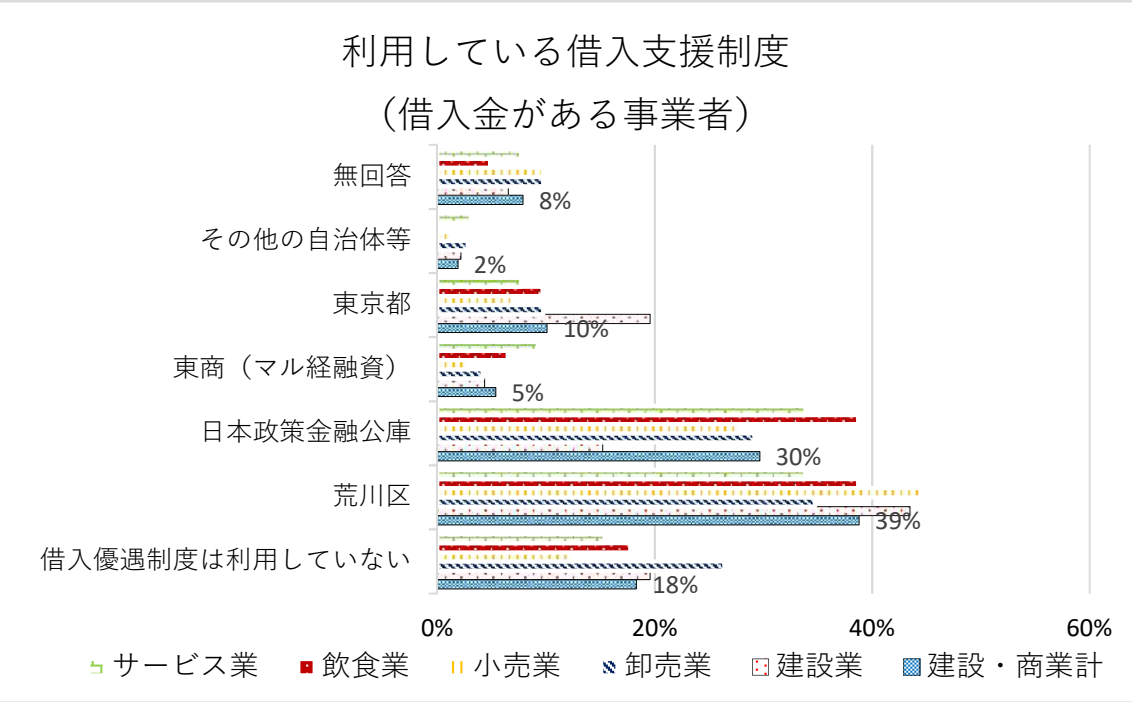


借入先	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
政府系金融機関	118	37%	12	26%	30	42%	22	31%	28	45%	26	40%
都市銀行	43	14%	11	24%	19	26%	6	8%	1	2%	6	9%
地方銀行	20	6%	7	15%	4	6%	3	4%	2	3%	4	6%
信金・信組	206	65%	32	70%	51	71%	42	58%	47	76%	34	52%
その他の金融機関等	17	5%	4	9%	4	6%	4	6%	0	0%	5	8%
無回答	14	4%	1	2%	2	3%	4	6%	1	2%	6	9%
借入金のある回答者計	317		46		72		72		62		65	

○借入先は「信金・信組」が６５％と最も多くなっています。次いで、「政府系金融機関」が３７％、「都市銀行」が１４％となっています。

(3) 利用している借入支援制度

- 「借入金がある」事業者のみ回答
- 複数回答可



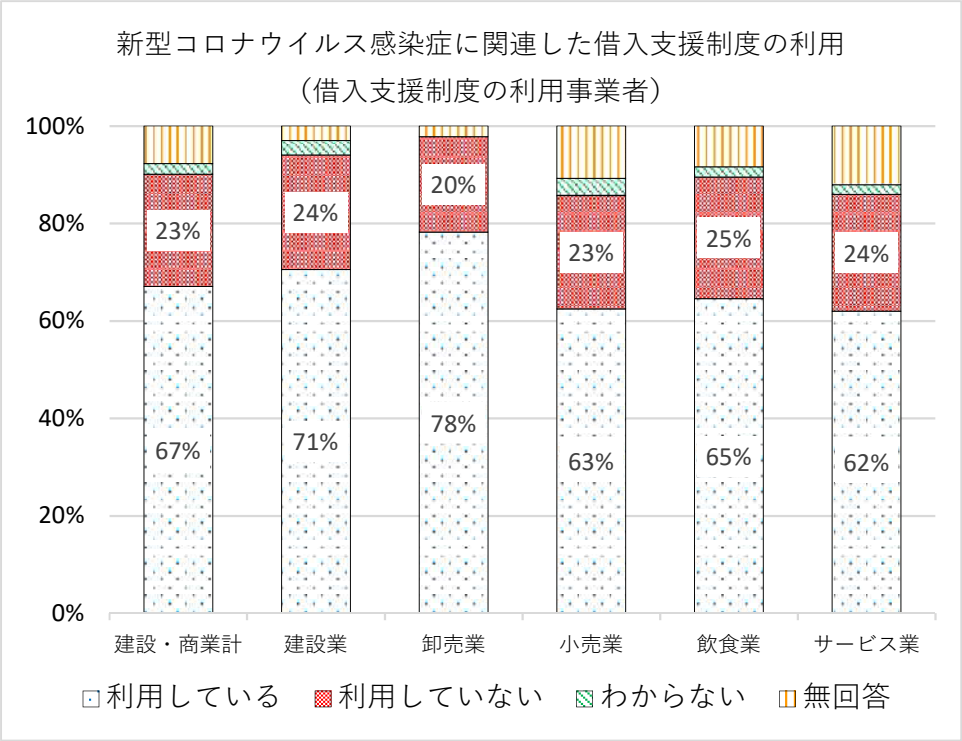
利用している借入支援制度	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
借入優遇制度は利用していない	58	18%	9	20%	19	26%	9	13%	11	18%	10	15%
荒川区	123	39%	20	43%	25	35%	32	44%	24	39%	22	34%
日本政策金融公庫	94	30%	7	15%	21	29%	20	28%	24	39%	22	34%
東商（マル経融資）	17	5%	2	4%	3	4%	2	3%	4	6%	6	9%
東京都	32	10%	9	20%	7	10%	5	7%	6	10%	5	8%
その他の自治体等	6	2%	1	2%	2	3%	1	1%	0	0%	2	3%
無回答	25	8%	3	7%	7	10%	7	10%	3	5%	5	8%
借入金のある回答者計	317		46		72		72		62		65	

○利用している借入支援制度は「荒川区」が３９％と最も多くなっています。次いで、「日本政策金融公庫」が３０％、「東京都」が１０％となっています。

○借入金がある事業者のうち、「借入優遇制度を利用している」事業者は、合わせて７４％となります。

(4) 新型コロナウイルス感染症に関連した借入支援制度の利用

- 「借入金があり」かつ「借入支援制度を利用している」事業者のみ回答

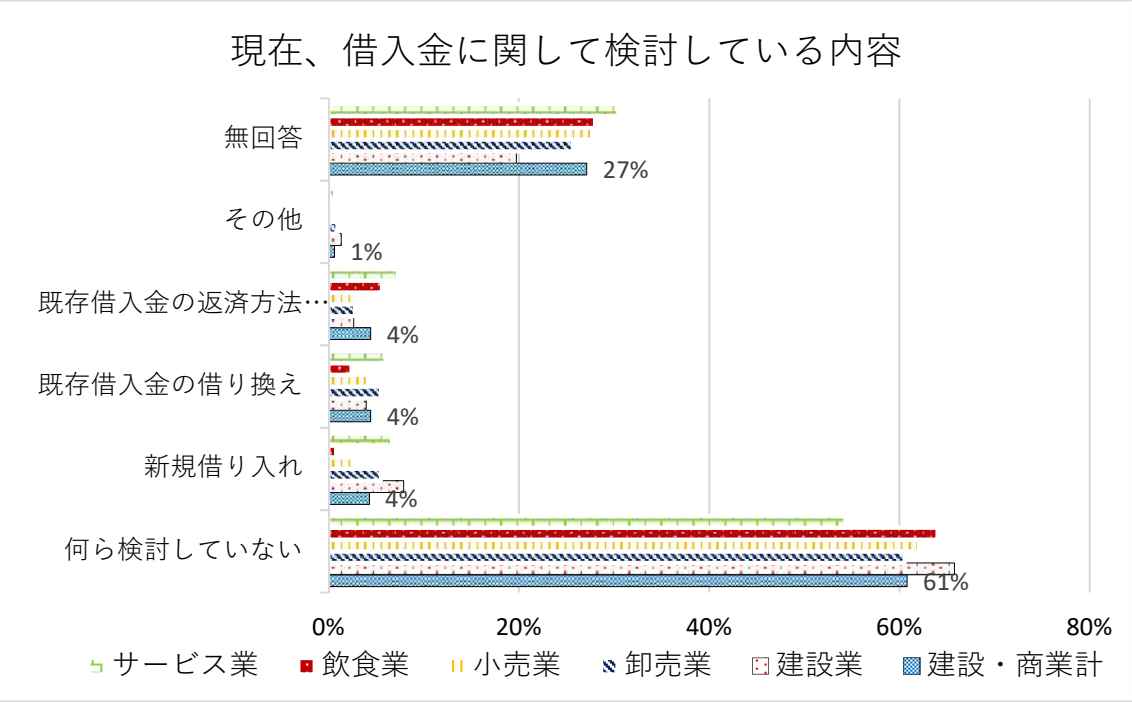


新型コロナウイルス感染症に関連した借入支援制度の利用	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
利用している	157	67%	24	71%	36	78%	35	63%	31	65%	31	62%
利用していない	54	23%	8	24%	9	20%	13	23%	12	25%	12	24%
わからない	5	2%	1	3%	0	0%	2	4%	1	2%	1	2%
無回答	18	8%	1	3%	1	2%	6	11%	4	8%	6	12%
借入支援制度を利用している回答者計	234	100%	34	100%	46	100%	56	100%	48	100%	50	100%

○新型コロナウイルス感染症に関連した借入支援制度を「利用している」が６７％、「利用していない」が２３％となっています。

(5) 現在、借入金に関して検討している内容

- 複数回答可

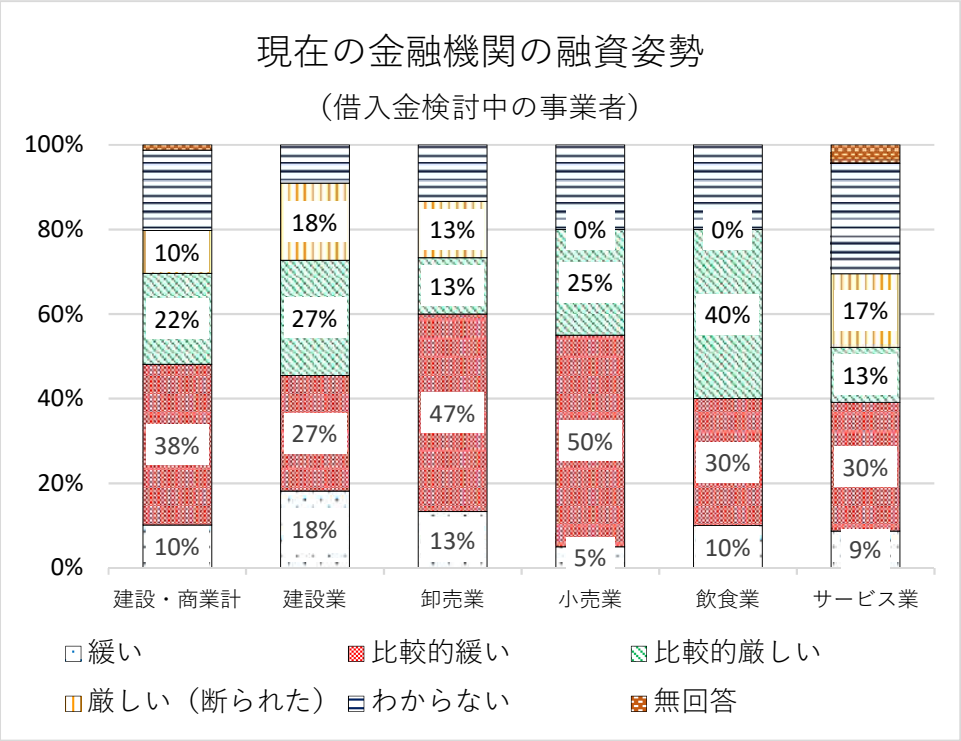


現在、借入金に関して検討している内容	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
何ら検討していない	399	61%	50	66%	66	61%	121	62%	80	64%	82	54%
新規借り入れ	28	4%	6	8%	6	6%	5	3%	1	1%	10	7%
既存借入金の借り換え	29	4%	3	4%	6	6%	8	4%	3	2%	9	6%
既存借入金の返済方法の見直し	29	4%	2	3%	3	3%	6	3%	7	6%	11	7%
その他	4	1%	1	1%	1	1%	1	1%	0	0%	1	1%
無回答	178	27%	15	20%	28	26%	54	28%	35	28%	46	30%
回答者計	656		76		109		195		125		151	

〇現在、借入金に関して「何ら検討していない」が６１％となっています。
〇現在、借入金に関して「検討している」事業者は、合わせて１２％となります。

(6) 現在の金融機関の融資姿勢

- 「現在、借入金に関して何らか検討している」と回答した事業者のみ

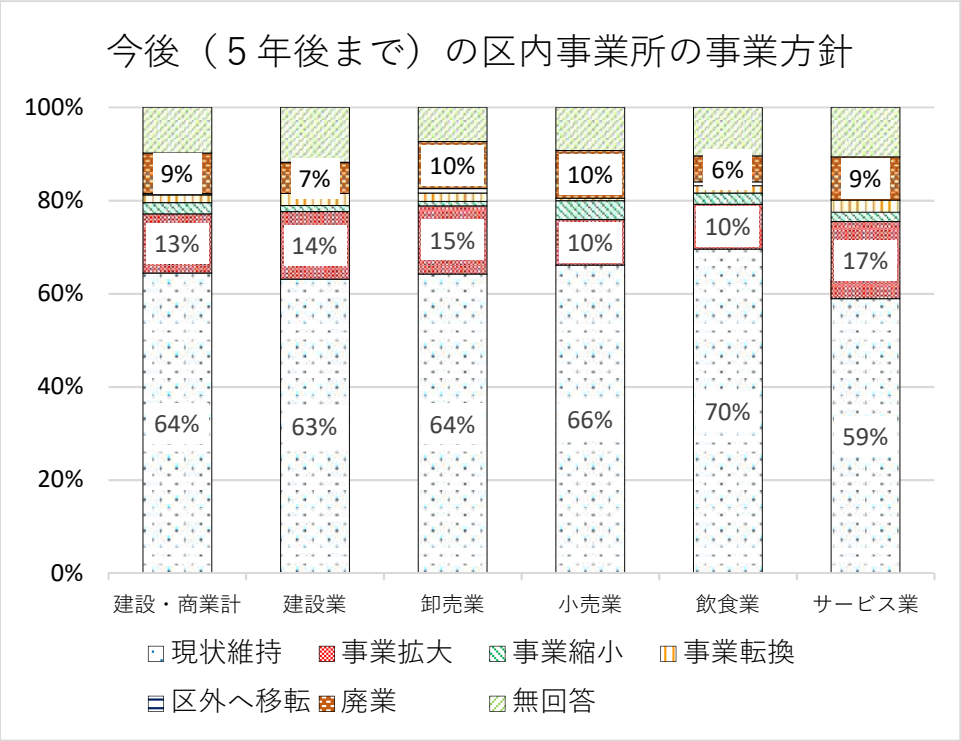


現在の金融機関の融資姿勢（借入検討中の回答者のみ）	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
緩い	8	10%	2	18%	2	13%	1	5%	1	10%	2	9%
比較的緩い	30	38%	3	27%	7	47%	10	50%	3	30%	7	30%
比較的厳しい	17	22%	3	27%	2	13%	5	25%	4	40%	3	13%
厳しい（断られた）	8	10%	2	18%	2	13%	0	0%	0	0%	4	17%
わからない	15	19%	1	9%	2	13%	4	20%	2	20%	6	26%
無回答	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	4%
借入を検討している回答者計	79	100%	11	100%	15	100%	20	100%	10	100%	23	100%

○現在の金融機関の融資姿勢は「比較的緩い」が３８％と最も多くなっています。
○現在の金融機関の融資姿勢が「緩い」と回答した事業者は、合わせて４８％となります。

7　事業方針

(1) 今後(5年後まで)の区内事業所の事業方針



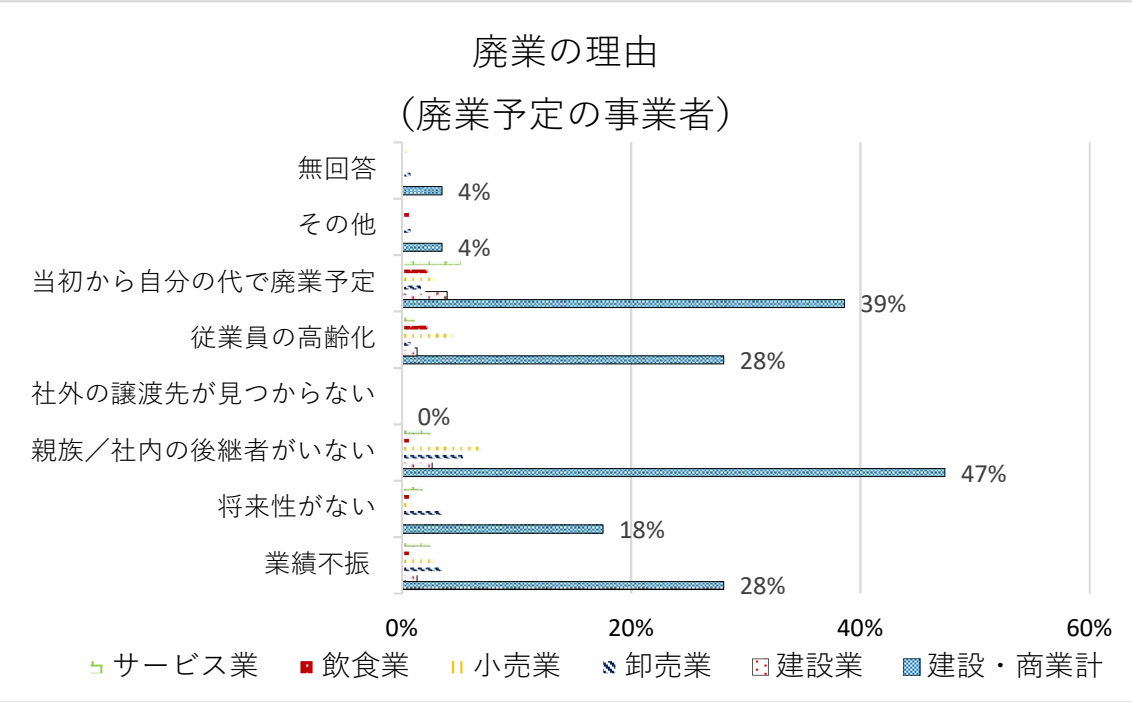
今後（５年後まで）の区内事業所の事業方針	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
現状維持	423	64%	48	63%	70	64%	129	66%	87	70%	89	59%
事業拡大	83	13%	11	14%	16	15%	19	10%	12	10%	25	17%
事業縮小	16	2%	1	1%	1	1%	8	4%	3	2%	3	2%
事業転換	11	2%	2	3%	2	2%	1	1%	2	2%	4	3%
区外へ移転	2	0%	0	0%	1	1%	0	0%	1	1%	0	0%
廃業	57	9%	5	7%	11	10%	20	10%	7	6%	14	9%
無回答	64	10%	9	12%	8	7%	18	9%	13	10%	16	11%
合計	656	100%	76	100%	109	100%	195	100%	125	100%	151	100%

○今後（５年後まで）の区内事業所の事業方針については、「現状維持」が６４％と最も多くなっています。次いで、「事業拡大」が１３％、「廃業」が９％となっています。

○他業種に比べて、サービス業は「事業拡大」が多くなっています。

(2) 今後（5年後まで）の廃業の理由

- 今後（５年後までに）廃業予定の事業者のみ回答
- 複数回答可



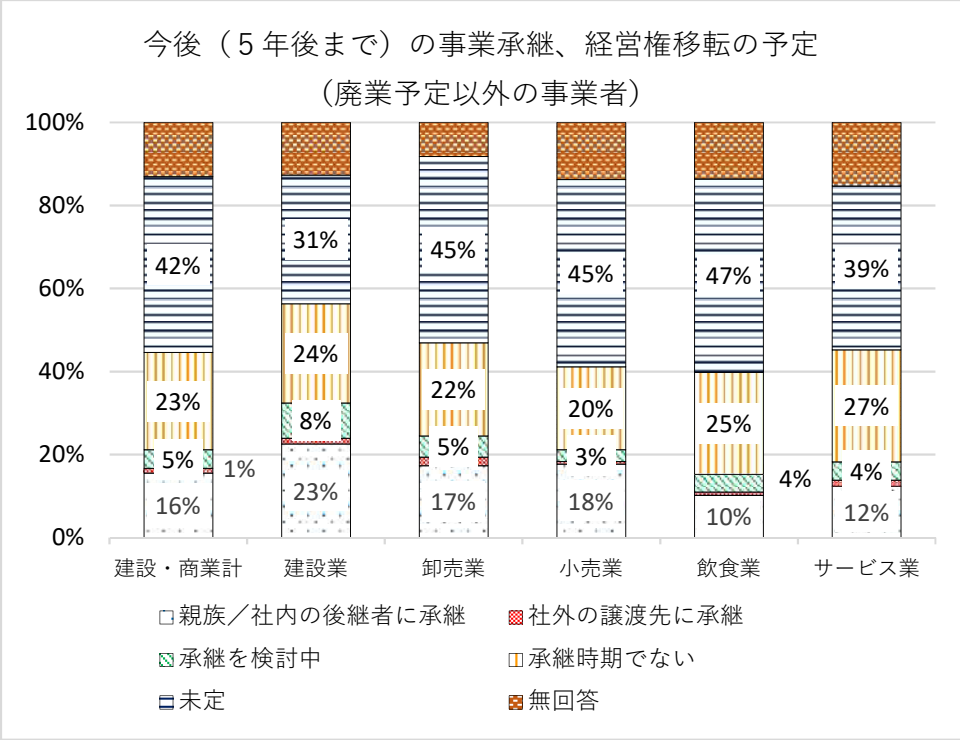
廃業の理由（廃業の回答者のみ）	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
業績不振	16	29%	1	20%	4	36%	6	32%	1	14%	4	29%
将来性がない	10	18%	0	0%	4	36%	2	11%	1	14%	3	21%
親族／社内の後継者がいない	26	46%	2	40%	6	55%	13	68%	1	14%	4	29%
社外の譲渡先が見つからない	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
従業員の高齢化	15	27%	1	20%	1	9%	8	42%	3	43%	2	14%
当初から自分の代で廃業予定	22	39%	3	60%	2	18%	6	32%	3	43%	8	57%
その他	2	4%	0	0%	1	9%	0	0%	1	14%	0	0%
無回答	2	4%	0	0%	1	9%	0	0%	0	0%	1	7%
廃業回答者計	56		5		11		19		7		14	

○今後（５年後まで）の廃業予定の理由は、「親族／社内の後継者がいない」が４７％と最も多くなっています。次いで、「当初から自分の代で廃業予定」が３９％、「業績不振」「従業員の高齢化」が２８％となっています。

8　事業承継

(1) 今後(5年後まで)の事業承継、経営権移転の予定

● 今後（５年後までに）廃業予定以外の事業者のみ回答



今後（５年後まで）の事業承継、経営権移転の予定	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
親族／社内の後継者に承継	93	16%	16	23%	17	17%	31	18%	12	10%	17	12%
社外の譲渡先に承継	7	1%	1	1%	2	2%	1	1%	1	1%	2	1%
承継を検討中	27	5%	6	8%	5	5%	5	3%	5	4%	6	4%
承継時期でない	140	23%	17	24%	22	22%	35	20%	29	25%	37	27%
未定	254	42%	22	31%	44	45%	79	45%	55	47%	54	39%
無回答	78	13%	9	13%	8	8%	24	14%	16	14%	21	15%
廃業除く回答者計	599	100%	71	100%	98	100%	175	100%	118	100%	137	100%

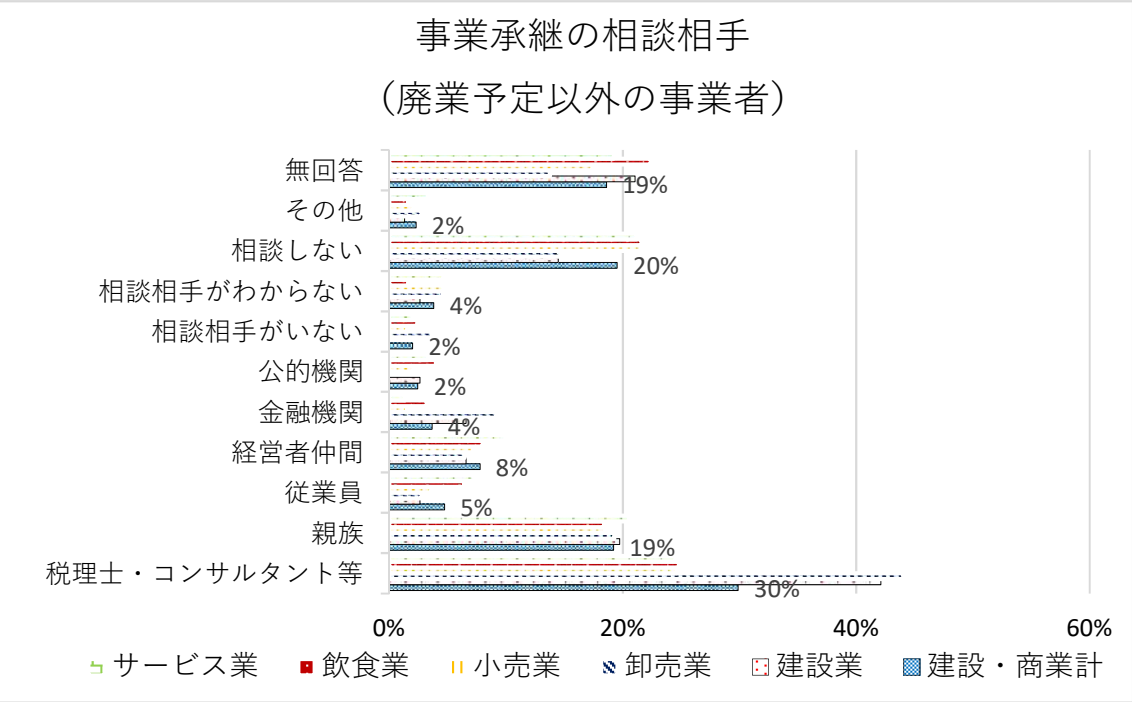
○今後（５年後まで）の事業承継、経営権移転の予定は、「未定」が４２％と最も多くなっています。次いで、「承継時期でない」が２３％、「親族／社内の後継者に承継」が１６％となっています。

○「親族／社内の後継者あるいは社外の譲渡先に承継予定」「承継を検討中」の事業者は、合わせて２１％となります。これは、回答者の１９％に相当します。

○他業種に比べて、建設業は「承継予定」「承継を検討中」が多くなっています。

(2) 事業承継の相談相手

- 今後（５年後までに）廃業予定以外の事業者のみ回答
- 複数回答可

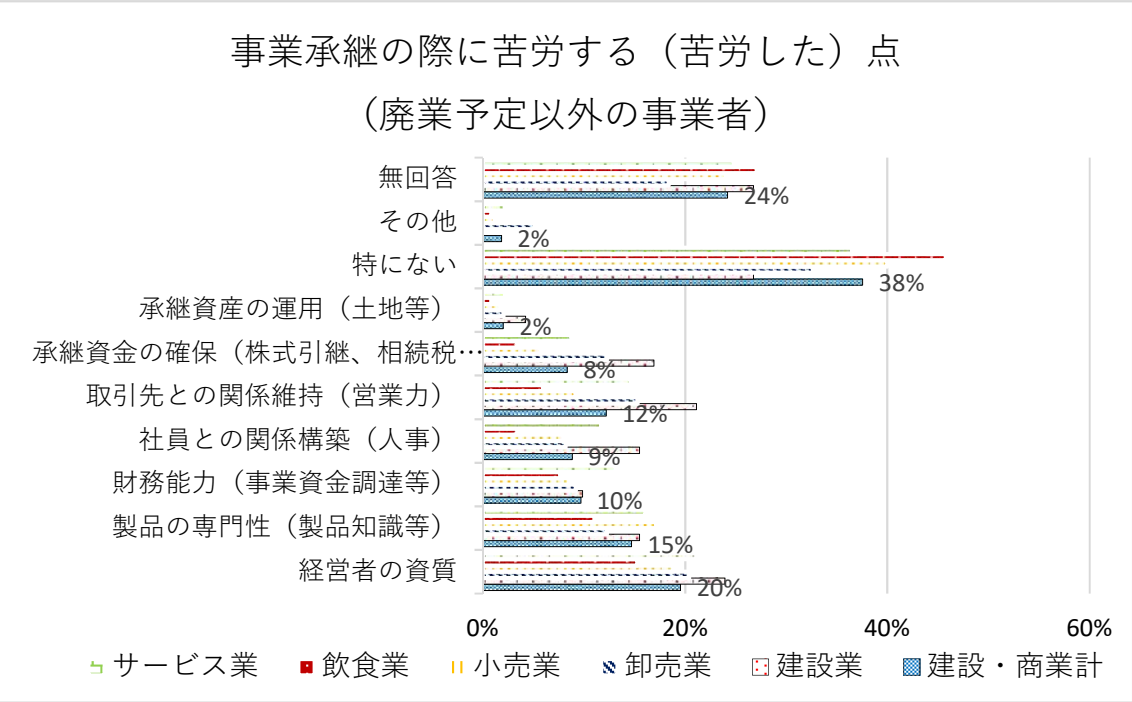


事業承継の相談相手	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
税理士・コンサルタント等	196	30%	32	42%	48	44%	48	25%	31	25%	37	25%
親族	126	19%	15	20%	21	19%	36	18%	23	18%	31	21%
従業員	31	5%	2	3%	3	3%	7	4%	8	6%	11	7%
経営者仲間	51	8%	5	7%	7	6%	14	7%	10	8%	15	10%
金融機関	24	4%	5	7%	10	9%	3	2%	4	3%	2	1%
公的機関	16	2%	2	3%	0	0%	4	2%	5	4%	5	3%
相談相手がいない	13	2%	0	0%	4	4%	3	2%	3	2%	3	2%
相談相手がわからない	25	4%	2	3%	5	5%	9	5%	2	2%	7	5%
相談しない	128	20%	11	14%	16	15%	42	22%	27	22%	32	21%
その他	15	2%	1	1%	3	3%	4	2%	2	2%	5	3%
無回答	122	19%	16	21%	15	14%	34	17%	28	22%	29	19%
廃業除く回答者計	599		71		98		175		118		137	

○事業承継の相談相手は、「税理士・コンサルタント等」が３０％と最も多くなっています。次いで、「相談しない」が２０％、「親族」が１９％となっています。

(3) 事業承継の際に苦労する（苦労した）点

- 今後（５年後までに）廃業予定以外の事業者のみ回答
- 複数回答可

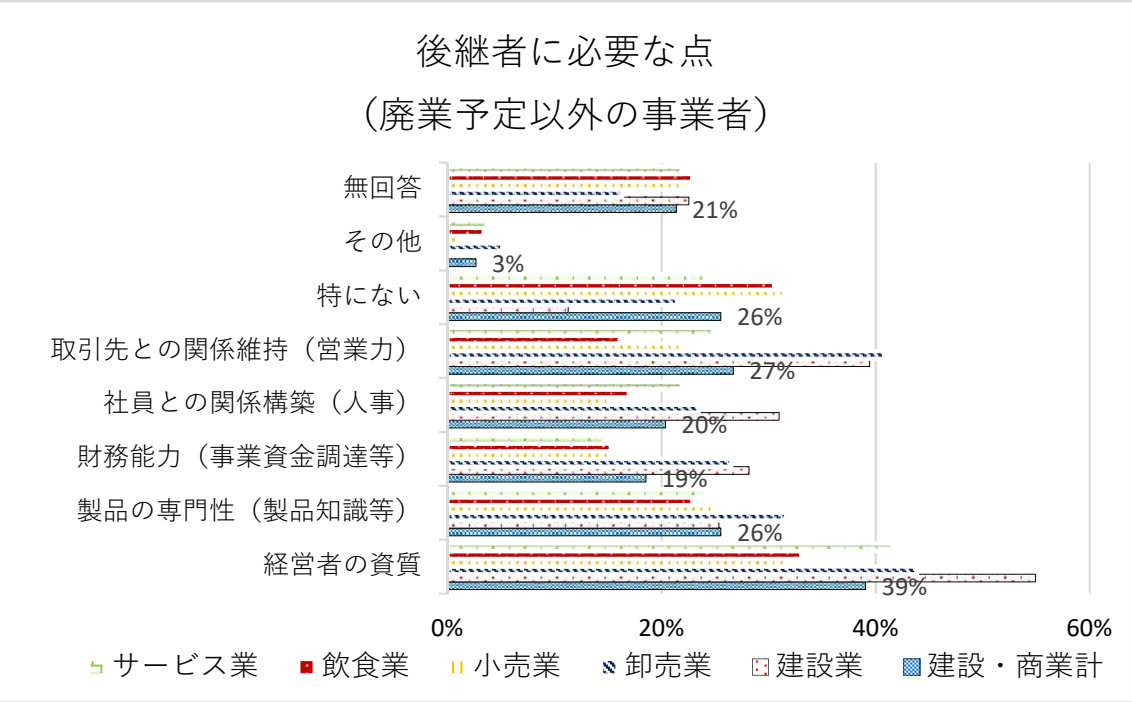


事業承継の際に苦労する（苦労した）点	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
経営者の資質	117	20%	17	24%	20	20%	33	19%	18	15%	29	21%
製品の専門性（製品知識等）	88	15%	11	15%	12	12%	30	17%	13	11%	22	16%
財務能力（事業資金調達等）	58	10%	7	10%	9	9%	15	9%	9	8%	18	13%
社員との関係構築（人事）	53	9%	11	15%	8	8%	14	8%	4	3%	16	12%
取引先との関係維持（営業力）	73	12%	15	21%	15	15%	16	9%	7	6%	20	15%
承継資金の確保（株式引継、相続税等）	50	8%	12	17%	12	12%	10	6%	4	3%	12	9%
承継資産の運用（土地等）	12	2%	3	4%	2	2%	3	2%	1	1%	3	2%
特にない	225	38%	19	27%	32	33%	70	40%	54	46%	50	36%
その他	11	2%	0	0%	5	5%	2	1%	1	1%	3	2%
無回答	145	24%	19	27%	18	18%	42	24%	32	27%	34	25%
廃業除く回答者計	599		71		98		175		118		137	

○事業承継の際に苦労する（苦労した）点は、「特にない」が３８％と最も多くなっています。次いで、「経営者の資質」が２０％、「製品の専門性（製品知識等）」が１５％となっています。

(4) 後継者に必要な点

- 今後（５年後までに）廃業予定以外の事業者のみ回答
- 複数回答可

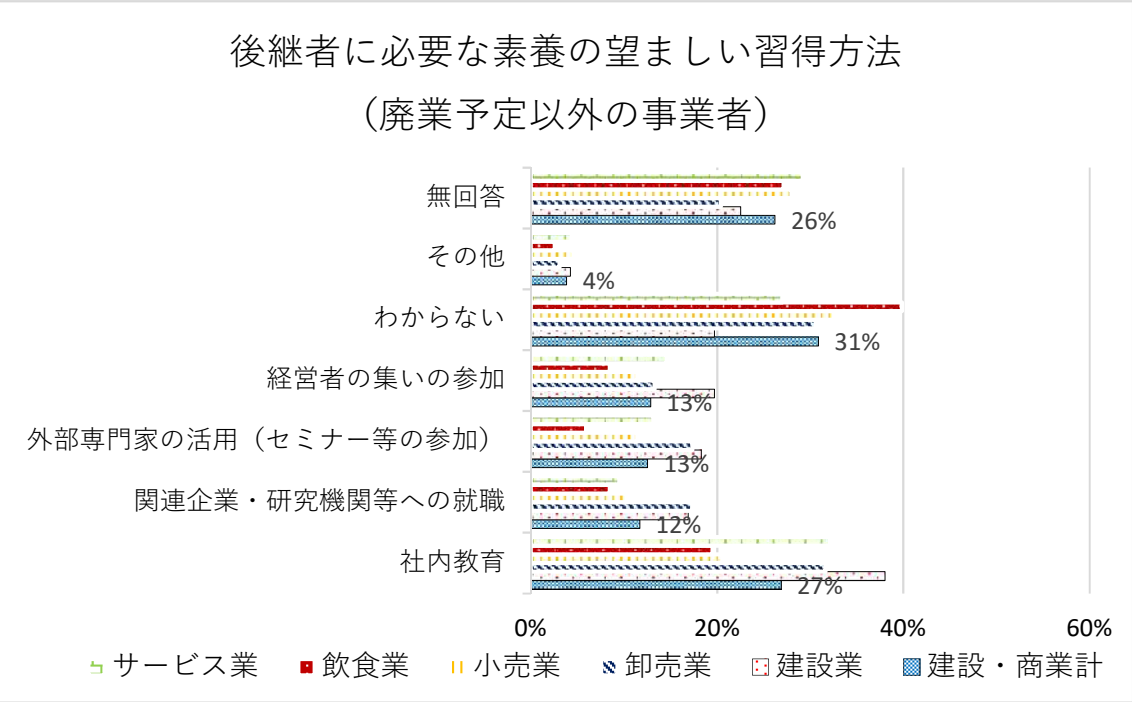


後継者に必要な点	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
経営者の資質	234	39%	39	55%	43	44%	56	32%	39	33%	57	42%
製品の専門性（製品知識等）	153	26%	18	25%	31	32%	44	25%	27	23%	33	24%
財務能力（事業資金調達等）	111	19%	20	28%	26	27%	27	15%	18	15%	20	15%
社員との関係構築（人事）	122	20%	22	31%	23	23%	27	15%	20	17%	30	22%
取引先との関係維持（営業力）	160	27%	28	39%	40	41%	39	22%	19	16%	34	25%
特にない	153	26%	8	11%	21	21%	55	31%	36	31%	33	24%
その他	16	3%	0	0%	5	5%	2	1%	4	3%	5	4%
無回答	128	21%	16	23%	16	16%	39	22%	27	23%	30	22%
廃業除く回答者計	599		71		98		175		118		137	

○後継者に必要な点は、「経営者の資質」が３９％と最も多くなっています。次いで、「取引先との関係維持（営業力）」が２７％、「製品の専門性（製品知識等）」「特にない」が２６％となっています。

(5) 後継者に必要な素養の望ましい習得方法

- 今後（５年後までに）廃業予定以外の事業者のみ回答
- 複数回答可

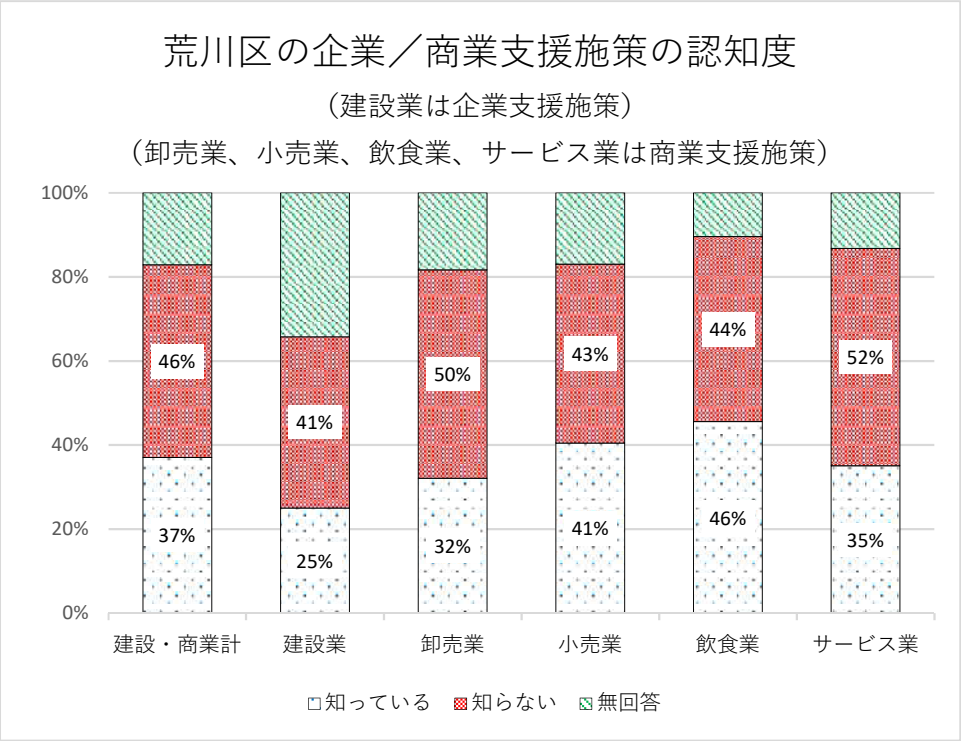


後継者に必要な素養の望ましい習得方法	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
社内教育	161	27%	27	38%	31	32%	36	21%	23	19%	44	32%
関連企業・研究機関等への就職	70	12%	12	17%	17	17%	18	10%	10	8%	13	9%
外部専門家の活用（セミナー等の参加）	75	13%	13	18%	17	17%	20	11%	7	6%	18	13%
経営者の集いの参加	77	13%	14	20%	13	13%	20	11%	10	8%	20	15%
わからない	185	31%	14	20%	30	31%	57	33%	47	40%	37	27%
その他	23	4%	3	4%	3	3%	8	5%	3	3%	6	4%
無回答	157	26%	16	23%	20	20%	49	28%	32	27%	40	29%
廃業除く回答者計	599		71		98		175		118		137	

○後継者に必要な素養の望ましい習得方法は、「わからない」が３１％と最も多くなっています。次いで、「社内教育」が２７％、「経営者の集いの参加」が１３％となっています。

9　荒川区の企業／商業支援施策に対する意見

(1) 企業／商業支援施策の認知度



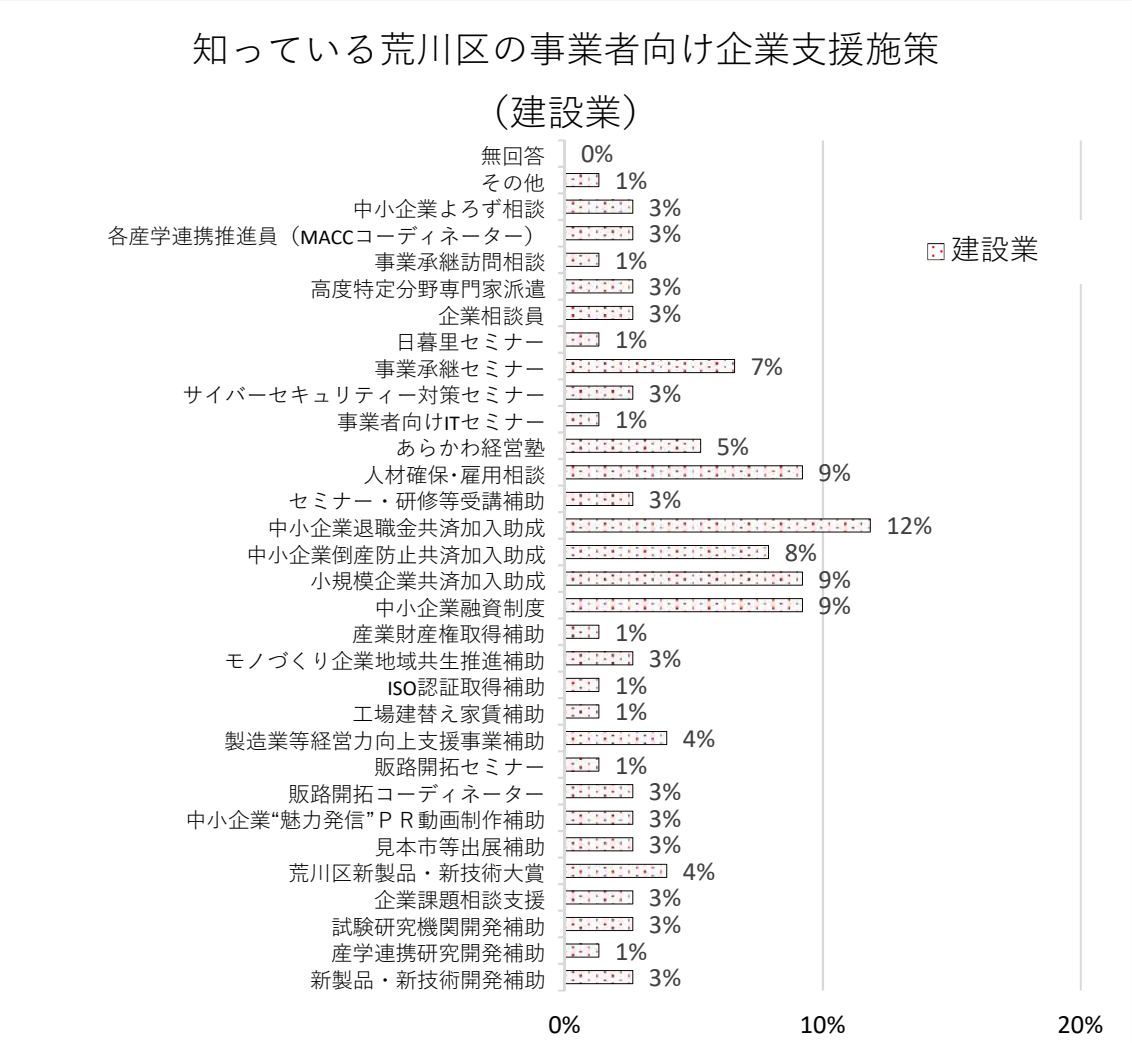
荒川区の事業者向け企業／商業振興施策の認知度	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
知っている	243	37%	19	25%	35	32%	79	41%	57	46%	53	35%
知らない	301	46%	31	41%	54	50%	83	43%	55	44%	78	52%
無回答	112	17%	26	34%	20	18%	33	17%	13	10%	20	13%
合計	656	100%	76	100%	109	100%	195	100%	125	100%	151	100%

○荒川区の企業／商業支援施策について、「知っている」が３７％、「知らない」が４６％となっています。

○他業種に比べて、小売業及び飲食業は「知っている」が多くなっており、サービス業は「知らない」が多くなっています。

(2) 知っている企業支援施策

- 建設業のみ回答
- 複数回答可

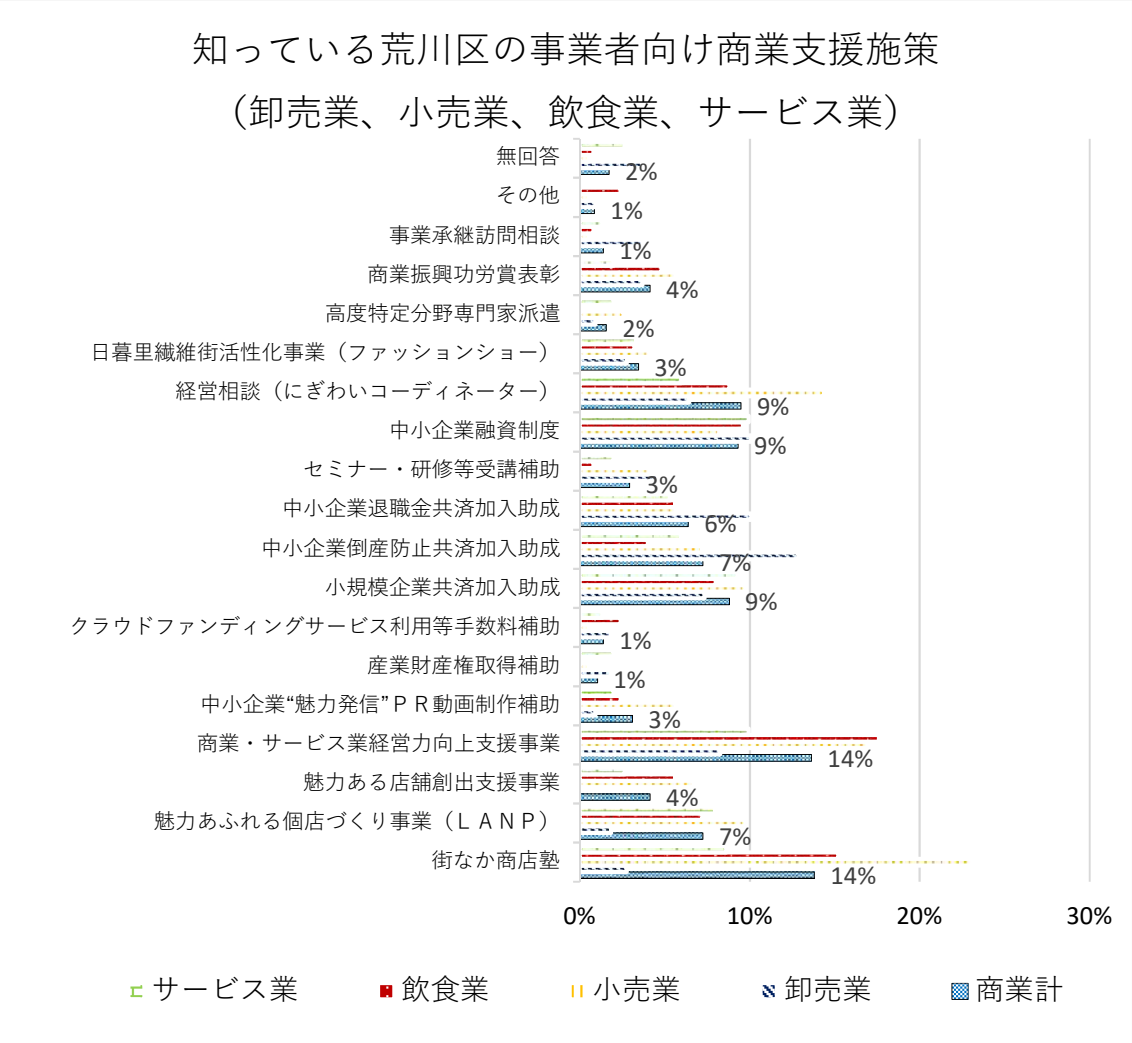


知っている荒川区の事業者向け企業支援施策	建設業	
	件数	割合
新製品・新技術開発補助	2	3%
産学連携研究開発補助	1	1%
試験研究機関開発補助	2	3%
企業課題相談支援	2	3%
荒川区新製品・新技術大賞	3	4%
見本市等出展補助	2	3%
中小企業“魅力発信”ＰＲ動画制作補助	2	3%
販路開拓コーディネーター	2	3%
販路開拓セミナー	1	1%
製造業等経営力向上支援事業補助	3	4%
工場建替え家賃補助	1	1%
ISO認証取得補助	1	1%
モノづくり企業地域共生推進補助	2	3%
産業財産権取得補助	1	1%
中小企業融資制度	7	9%
小規模企業共済加入助成	7	9%
中小企業倒産防止共済加入助成	6	8%
中小企業退職金共済加入助成	9	12%
セミナー・研修等受講補助	2	3%
人材確保･雇用相談	7	9%
あらかわ経営塾	4	5%
事業者向けITセミナー	1	1%
サイバーセキュリティー対策セミナー	2	3%
事業承継セミナー	5	7%
日暮里セミナー	1	1%
企業相談員	2	3%
高度特定分野専門家派遣	2	3%
事業承継訪問相談	1	1%
各産学連携推進員（MACCコーディネーター）	2	3%
中小企業よろず相談	2	3%
その他	1	1%
無回答	0	0%
回答者計	76	

○荒川区の企業支援施策で知っている施策は、「中小企業退職金共済加入助成」が１２％と最も多くなっています。次いで、「中小企業融資制度」「小規模企業共済加入助成」「人材確保･雇用相談」が９％となっています。

(3) 知っている商業支援施策

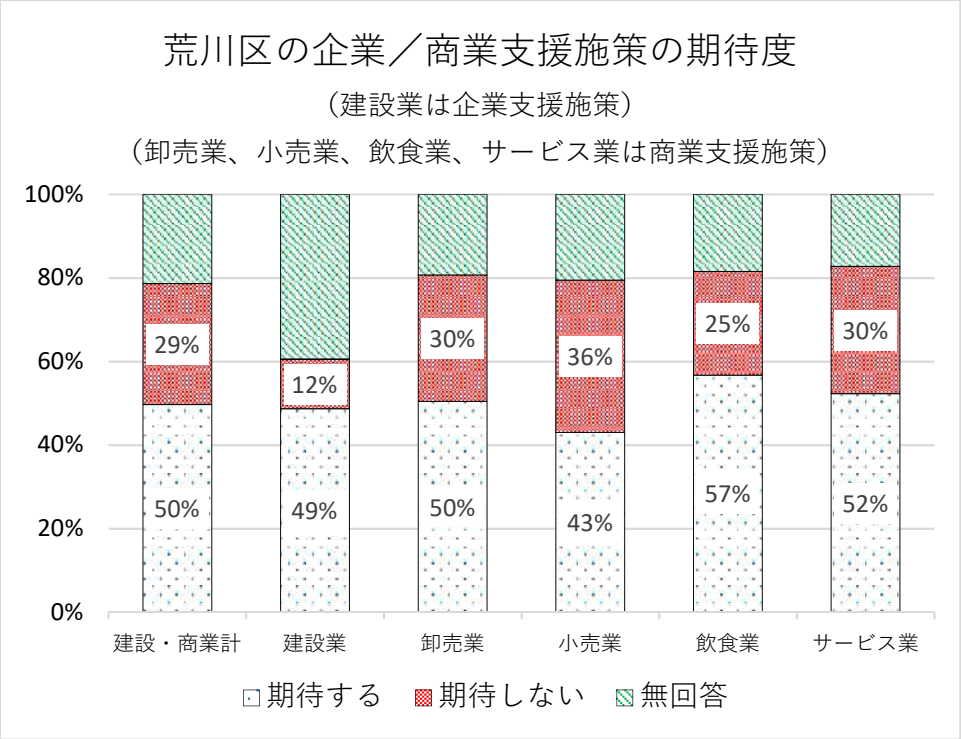
- 卸売業、小売業、飲食業、サービス業のみ回答
- 複数回答可



知っている荒川区の事業者向け商業振興施策	商業計		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
街なか商店塾	80	14%	3	3%	45	23%	19	15%	13	9%
魅力あふれる個店づくり事業（ＬＡＮＰ）	42	7%	2	2%	19	10%	9	7%	12	8%
魅力ある店舗創出支援事業	24	4%	0	0%	13	7%	7	6%	4	3%
商業・サービス業経営力向上支援事業	79	14%	9	8%	33	17%	22	18%	15	10%
中小企業“魅力発信”ＰＲ動画制作補助	18	3%	1	1%	11	6%	3	2%	3	2%
産業財産権取得補助	6	1%	2	2%	1	1%	0	0%	3	2%
クラウドファンディングサービス利用等手数料補助	8	1%	2	2%	1	1%	3	2%	2	1%
小規模企業共済加入助成	51	9%	8	7%	19	10%	10	8%	14	9%
中小企業倒産防止共済加入助成	42	7%	14	13%	14	7%	5	4%	9	6%
中小企業退職金共済加入助成	37	6%	11	10%	11	6%	7	6%	8	5%
セミナー・研修等受講補助	17	3%	5	5%	8	4%	1	1%	3	2%
中小企業融資制度	54	9%	11	10%	16	8%	12	10%	15	10%
経営相談（にぎわいコーディネーター）	55	9%	7	6%	28	14%	11	9%	9	6%
日暮里繊維街活性化事業（ファッションショー）	20	3%	3	3%	8	4%	4	3%	5	3%
高度特定分野専門家派遣	9	2%	1	1%	5	3%	0	0%	3	2%
商業振興功労賞表彰	24	4%	4	4%	11	6%	6	5%	3	2%
事業承継訪問相談	8	1%	4	4%	1	1%	1	1%	2	1%
その他	5	1%	1	1%	1	1%	3	2%	0	0%
無回答	10	2%	4	4%	1	1%	1	1%	4	3%
商業回答者計	580		109		195		125		151	

○荒川区の商業支援施策で知っている施策は、「街なか商店塾」が１４％と最も多くなっています。次いで、「商業・サービス業経営力向上支援事業」が１４％、「経営相談（にぎわいコーディネーター）」が９％となっています。

(4) 企業／商業支援施策の期待度



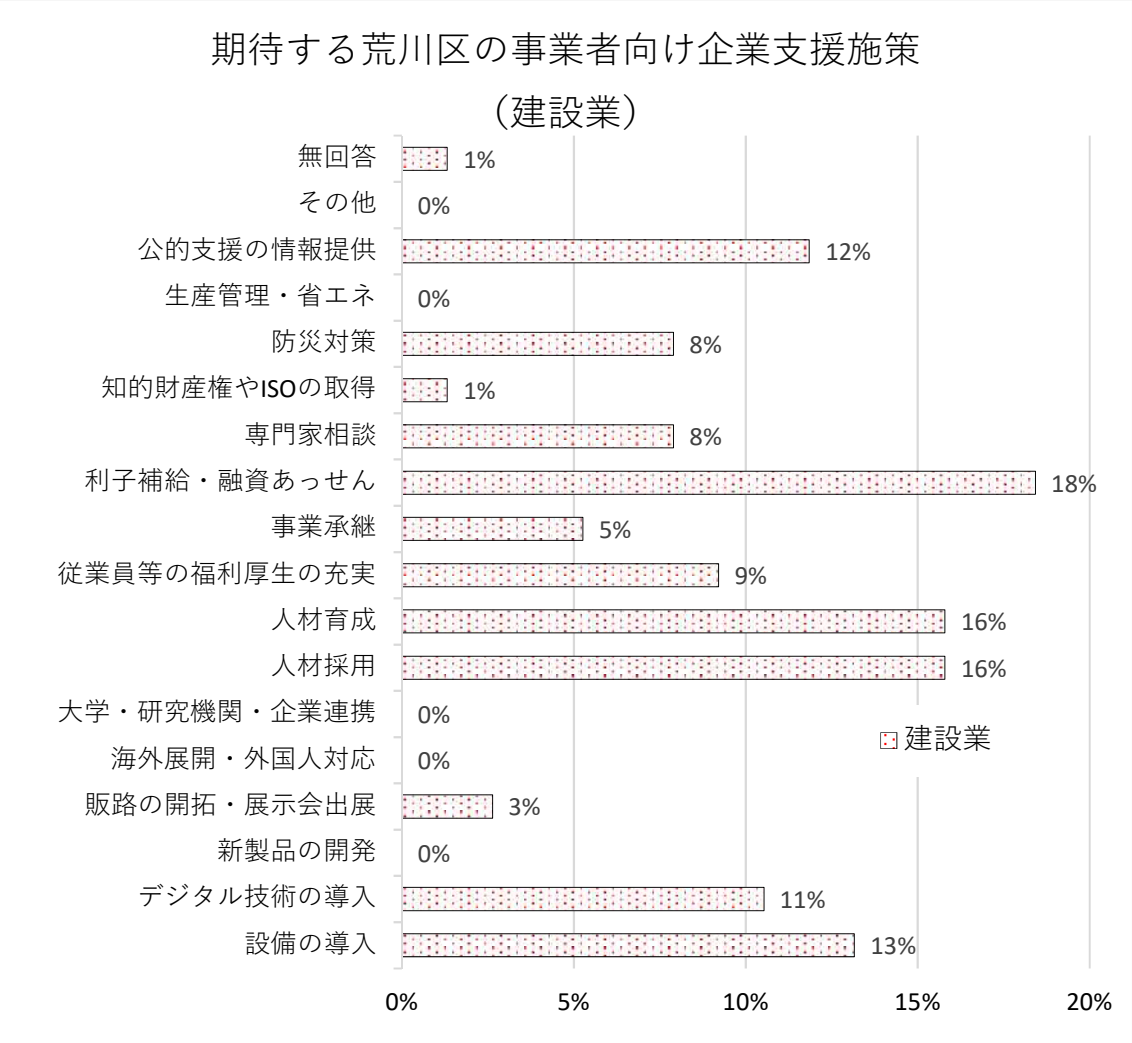
荒川区の事業者向け企業／商業振興施策の期待度	建設・商業計		建設業		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
期待する	326	50%	37	49%	55	50%	84	43%	71	57%	79	52%
期待しない	190	29%	9	12%	33	30%	71	36%	31	25%	46	30%
無回答	140	21%	30	39%	21	19%	40	21%	23	18%	26	17%
合計	656	100%	76	100%	109	100%	195	100%	125	100%	151	100%

○荒川区の企業／商業支援施策について、「期待する」が５０％、「期待しない」が２９％となっています。

○他業種に比べて、飲食業は「期待する」が多くなっており、小売業は「期待しない」が多くなっています。

(5) 期待する企業支援施策

- 建設業のみ回答
- 複数回答可

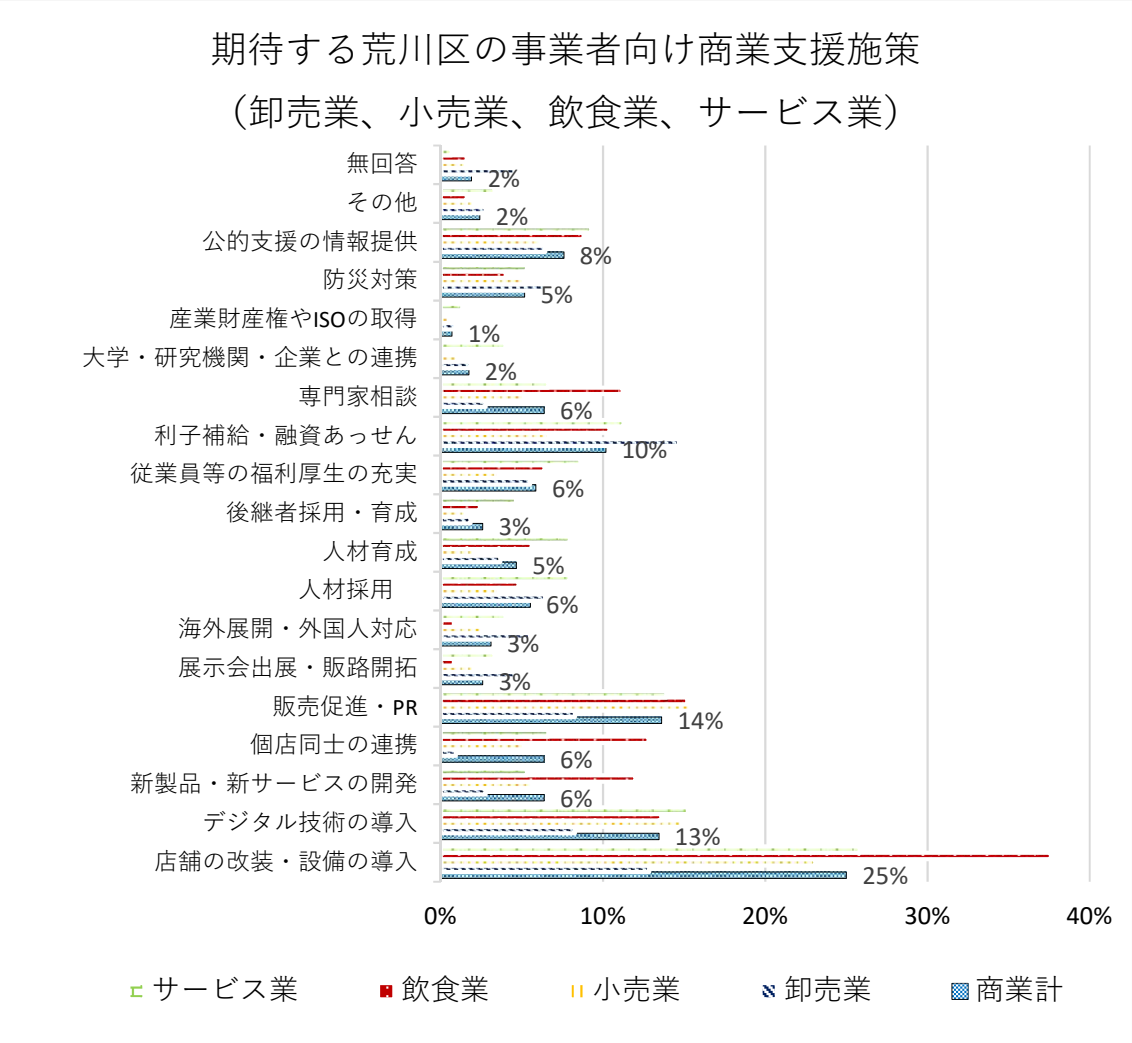


期待する荒川区の事業者向け企業支援施策	建設業	
	件数	割合
設備の導入	10	13%
デジタル技術の導入	8	11%
新製品の開発	0	0%
販路の開拓・展示会出展	2	3%
海外展開・外国人対応	0	0%
大学・研究機関・企業連携	0	0%
人材採用	12	16%
人材育成	12	16%
従業員等の福利厚生の充実	7	9%
事業承継	4	5%
利子補給・融資あっせん	14	18%
専門家相談	6	8%
知的財産権やISOの取得	1	1%
防災対策	6	8%
生産管理・省エネ	0	0%
公的支援の情報提供	9	12%
その他	0	0%
無回答	1	1%
建設業回答者計	76	

○荒川区の企業支援施策で期待する施策は、「利子補給・融資あっせん」が１８％と最も多くなっています。次いで、「人材採用」「人材育成」が１６％となっています。

(6) 期待する商業支援施策

- 卸売業、小売業、飲食業、サービス業のみ回答
- 複数回答可



期待する荒川区の事業者向け商業振興施策	商業計		卸売業		小売業		飲食業		サービス業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
店舗の改装・設備の導入	145	25%	14	13%	45	23%	47	38%	39	26%
デジタル技術の導入	78	13%	9	8%	29	15%	17	14%	23	15%
新製品・新サービスの開発	37	6%	3	3%	11	6%	15	12%	8	5%
個店同士の連携	37	6%	1	1%	10	5%	16	13%	10	7%
販売促進・PR	79	14%	9	8%	30	15%	19	15%	21	14%
展示会出展・販路開拓	15	3%	5	5%	4	2%	1	1%	5	3%
海外展開・外国人対応	18	3%	6	6%	5	3%	1	1%	6	4%
人材採用	32	6%	7	6%	7	4%	6	5%	12	8%
人材育成	27	5%	4	4%	4	2%	7	6%	12	8%
後継者採用・育成	15	3%	2	2%	3	2%	3	2%	7	5%
従業員等の福利厚生の充実	34	6%	6	6%	7	4%	8	6%	13	9%
利子補給・融資あっせん	59	10%	16	15%	13	7%	13	10%	17	11%
専門家相談	37	6%	3	3%	10	5%	14	11%	10	7%
大学・研究機関・企業との連携	10	2%	2	2%	2	1%	0	0%	6	4%
産業財産権やISOの取得	4	1%	1	1%	1	1%	0	0%	2	1%
防災対策	30	5%	7	6%	10	5%	5	4%	8	5%
公的支援の情報提供	44	8%	7	6%	12	6%	11	9%	14	9%
その他	14	2%	3	3%	4	2%	2	2%	5	3%
無回答	11	2%	5	5%	3	2%	2	2%	1	1%
商業回答者計	580		109		195		125		151	

○荒川区の商業支援施策で期待する施策は、「店舗の改装・設備の導入」が２５％と最も多くなっています。次いで、「販売促進・PR」が１４％、「デジタル技術の導入」が１３％となっています。

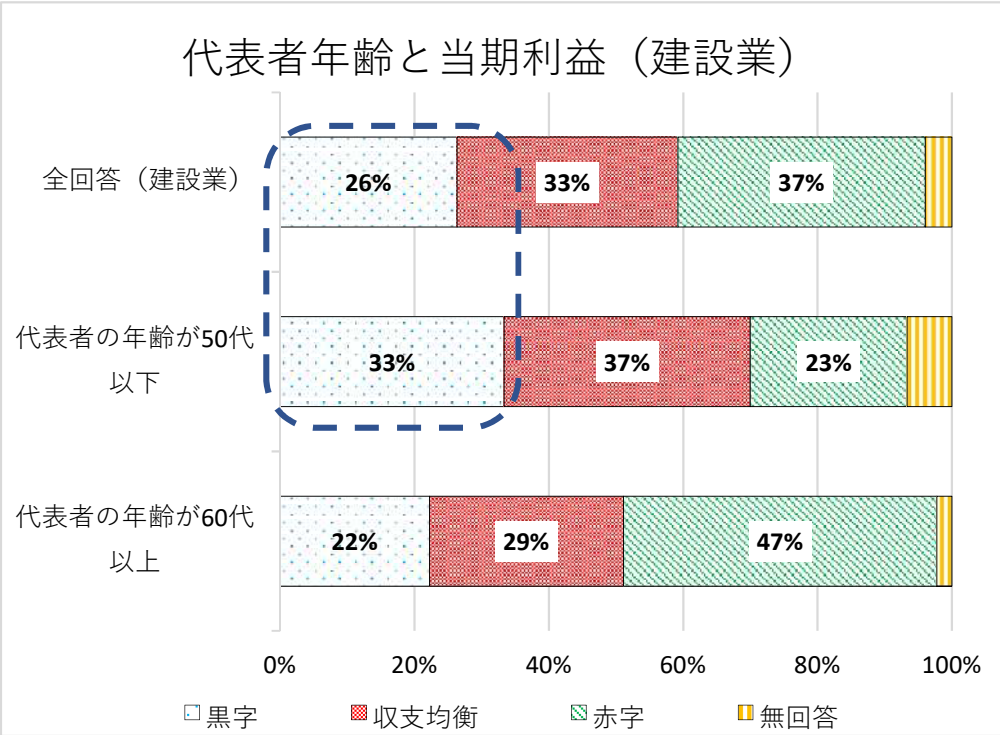
Ⅵ. 関連性分析

基本情報調査票と調査票（アンケート）の調査結果をクロス集計し、関連性が抽出された項目は、以下のとおりです。

1　当期利益との関連性

(1) 代表者年齢と当期利益

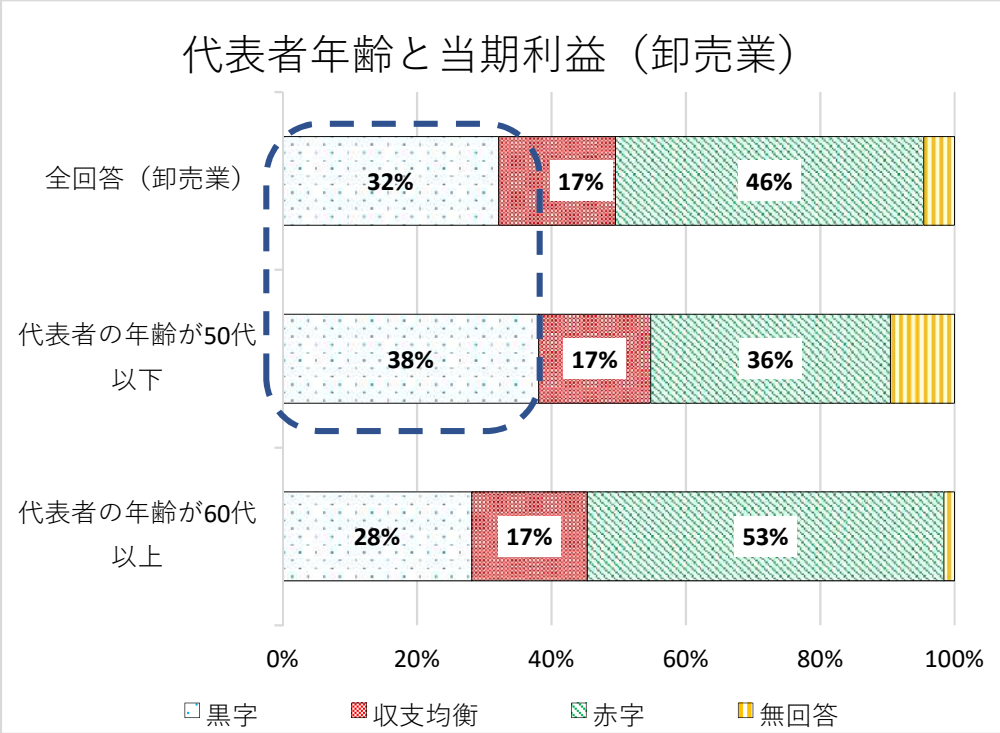
①　建設業



	総数	当期黒字		当期収支均衡		当期赤字		無回答	
	件数	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
全回答（建設業）	76	20	26%	25	33%	28	37%	3	4%
代表者の年齢が50代以下	30	10	33%	11	37%	7	23%	2	7%
代表者の年齢が60代以上	45	10	22%	13	29%	21	47%	1	2%
無回答	1	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%

○建設業の代表者の年齢が「５０代以下」は、「６０代以上」と比較して「黒字」の割合が、全回答に比べて多くなっています。

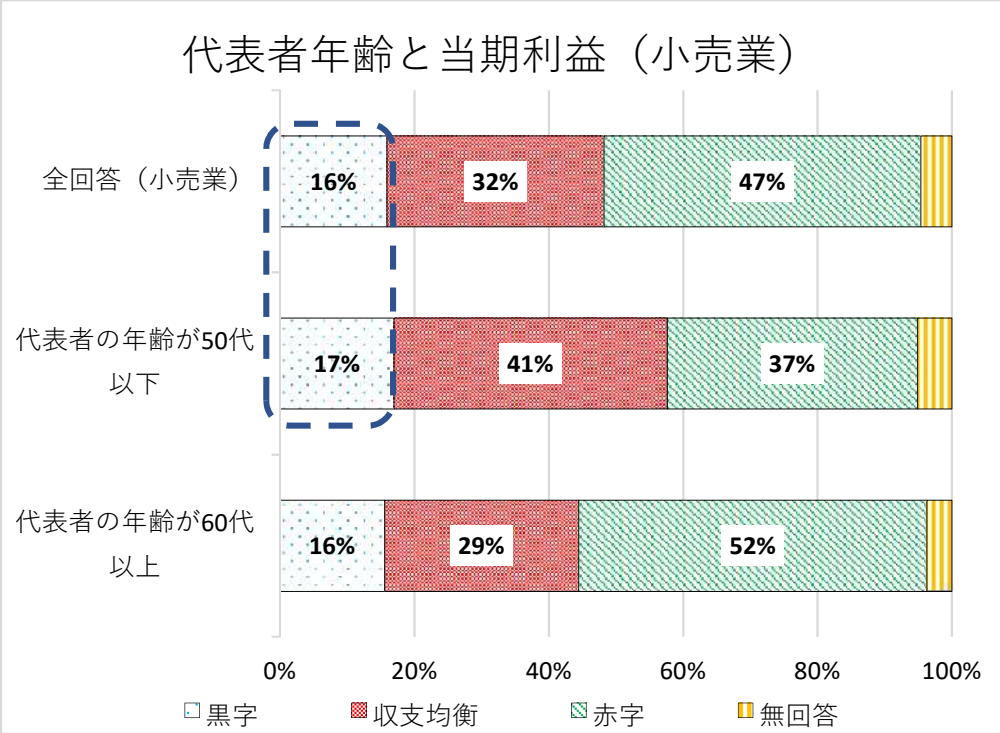
② 卸売業



	総数	当期黒字		当期収支均衡		当期赤字		無回答	
	件数	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
全回答（卸売業）	109	35	32%	19	17%	50	46%	5	5%
代表者の年齢が50代以下	42	16	38%	7	17%	15	36%	4	10%
代表者の年齢が60代以上	64	18	28%	11	17%	34	53%	1	2%
無回答	3	1	33%	1	33%	1	33%	0	0%

○卸売業の代表者の年齢が「５０代以下」は、「６０代以上」と比較して「黒字」の割合が、全回答に比べて多くなっています。

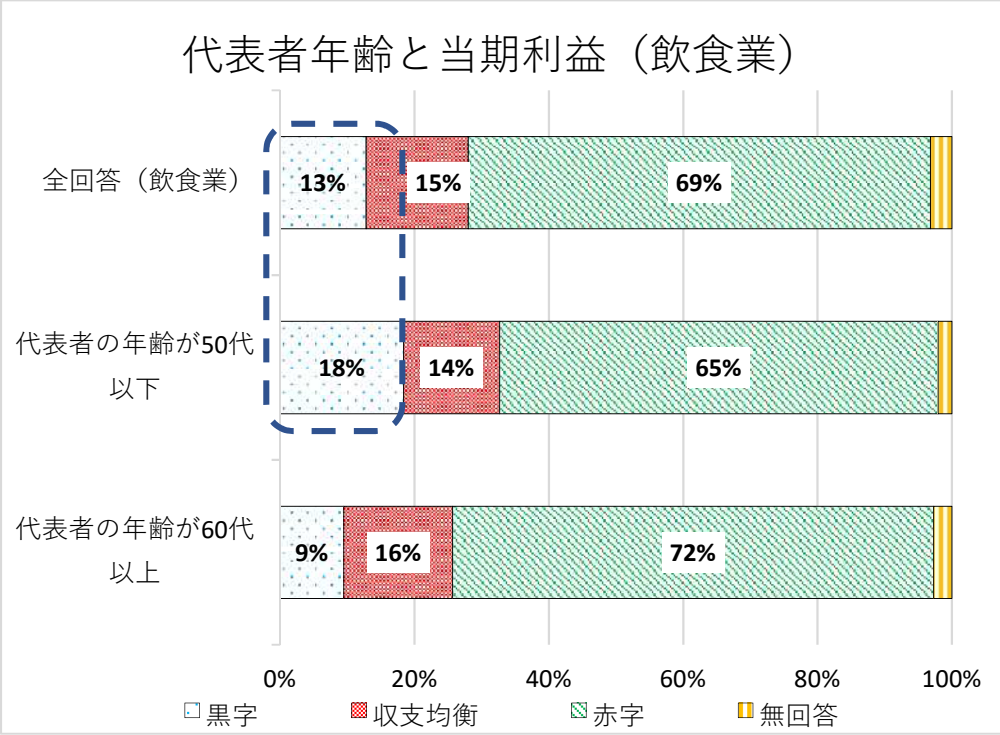
③　小売業



	総数	当期黒字		当期収支均衡		当期赤字		無回答	
	件数	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
全回答（小売業）	195	31	16%	63	32%	92	47%	9	5%
代表者の年齢が50代以下	59	10	17%	24	41%	22	37%	3	5%
代表者の年齢が60代以上	135	21	16%	39	29%	70	52%	5	4%
無回答	1	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%

○小売業の代表者の年齢が「５０代以下」は、「６０代以上」と比較して「黒字」の割合が、全回答に比べて多くなっていますが、大きな差異はありません。

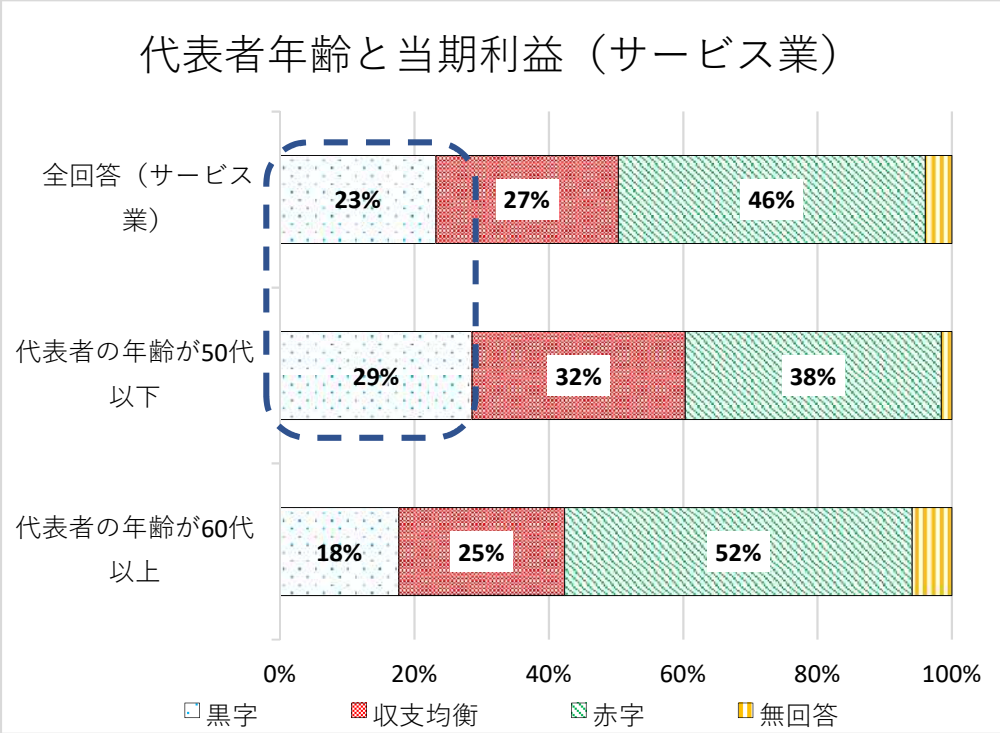
④　飲食業



	総数	当期黒字		当期収支均衡		当期赤字		無回答	
	件数	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
全回答（飲食業）	125	16	13%	19	15%	86	69%	4	3%
代表者の年齢が50代以下	49	9	18%	7	14%	32	65%	1	2%
代表者の年齢が60代以上	74	7	9%	12	16%	53	72%	2	3%
無回答	2	0	0%	0	0%	1	50%	1	50%

○飲食業の代表者の年齢が「５０代以下」は、「６０代以上」と比較して「黒字」の割合が、全回答に比べて多くなっています。

⑤　サービス業



	総数	当期黒字		当期収支均衡		当期赤字		無回答	
	件数	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
全回答（サービス業）	151	35	23%	41	27%	69	46%	6	4%
代表者の年齢が50代以下	63	18	29%	20	32%	24	38%	1	2%
代表者の年齢が60代以上	85	15	18%	21	25%	44	52%	5	6%
無回答	3	2	67%	0	0%	1	33%	0	0%

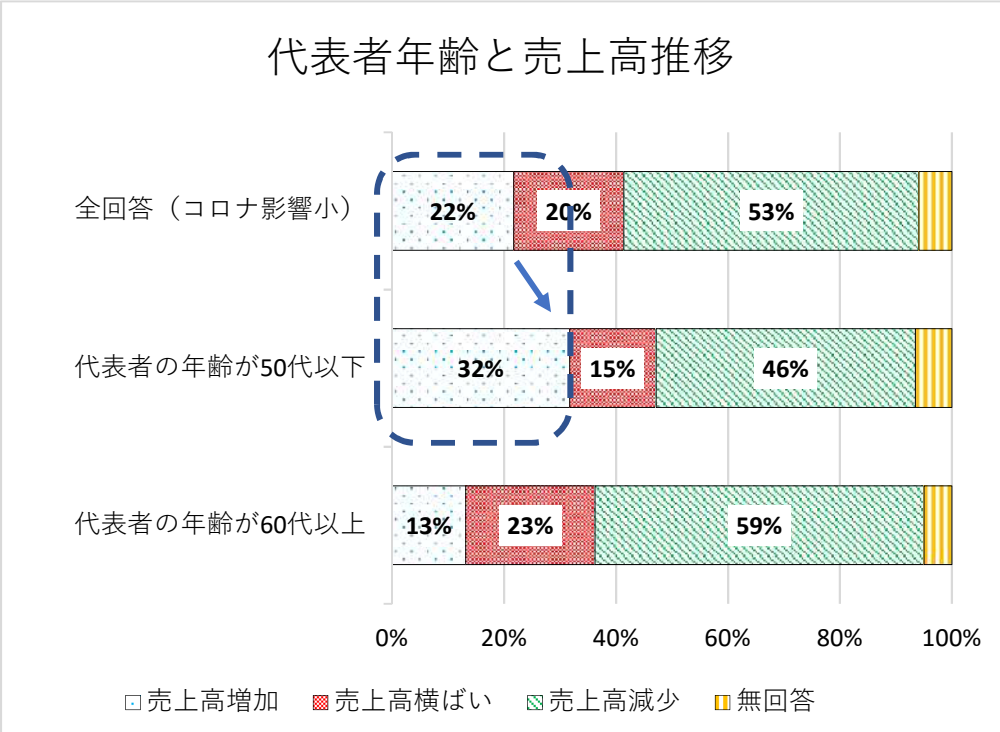
○サービス業の代表者の年齢が「５０代以下」は、「６０代以上」と比較して「黒字」の割合が、全回答に比べて多くなっています。

2　売上高推移との関連性（新型コロナウイルス感染症の影響が小さい事業者）

新型コロナウイルス感染症の影響が小さい事業者（今年度売上高見通しの変動の度合いが２０％未満の事業者）について、売上高の推移（５年前と比較した今年度の売上高見通しの増減）と関連ある項目を抽出しました。

全回答とは、本調査の対象の建設業、卸売業、小売業、飲食業、サービス業の回答者となります。

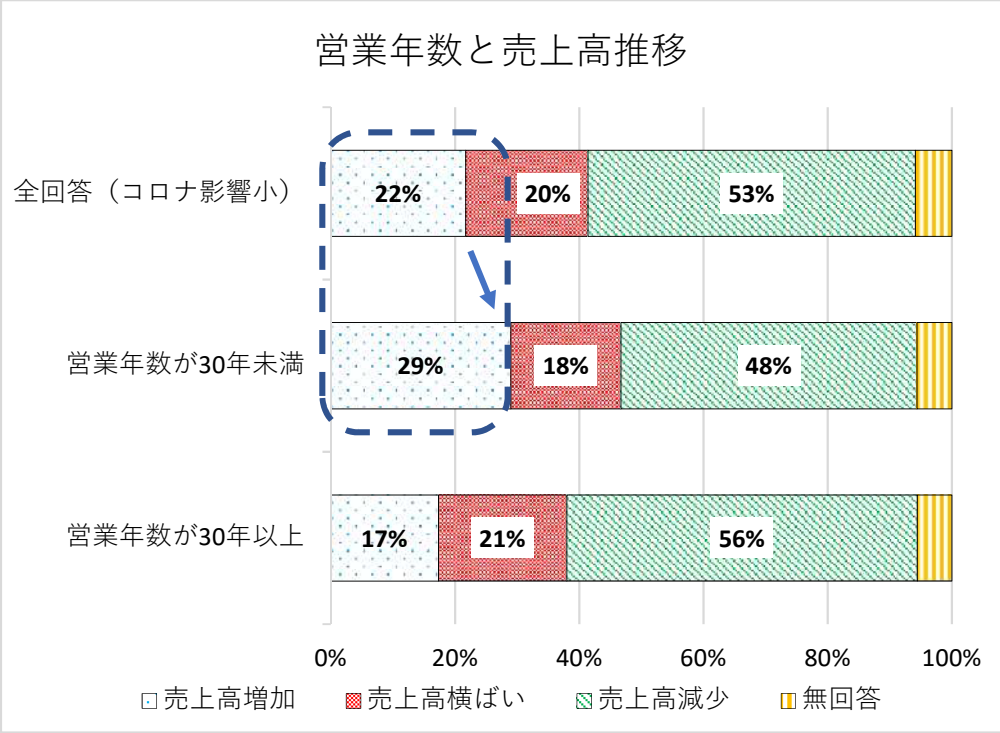
(1) 代表者年齢と売上高推移



	総数	売上高増加		売上高横ばい		売上高減少		無回答	
	件数	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
全回答（コロナ影響小）	290	63	22%	57	20%	153	53%	17	6%
代表者の年齢が50代以下	123	39	32%	19	15%	57	46%	8	7%
代表者の年齢が60代以上	160	21	13%	37	23%	94	59%	8	5%
無回答	7	3	43%	1	14%	2	29%	1	14%

○代表者の年齢が「５０代以下」は、今年度の売上高見通しが５年前と比較して「増加」している割合が、全回答に比べて多くなっています。

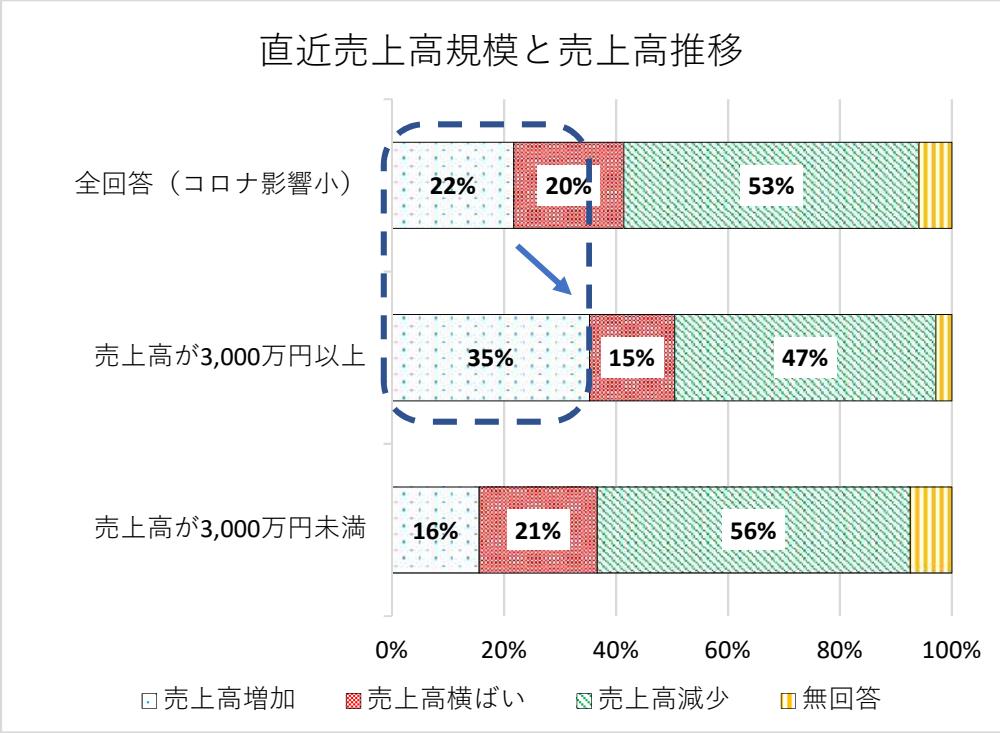
(2) 営業年数と売上高推移



	総数	売上高増加		売上高横ばい		売上高減少		無回答	
	件数	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
全回答（コロナ影響小）	290	63	22%	57	20%	153	53%	17	6%
営業年数が30年未満	107	31	29%	19	18%	51	48%	6	6%
営業年数が30年以上	179	31	17%	37	21%	101	56%	10	6%
無回答	4	1	25%	1	25%	1	25%	1	25%

○営業年数が「３０年未満」は、今年度の売上高見通しが５年前と比較して「増加」している割合が、全回答に比べて多くなっています。

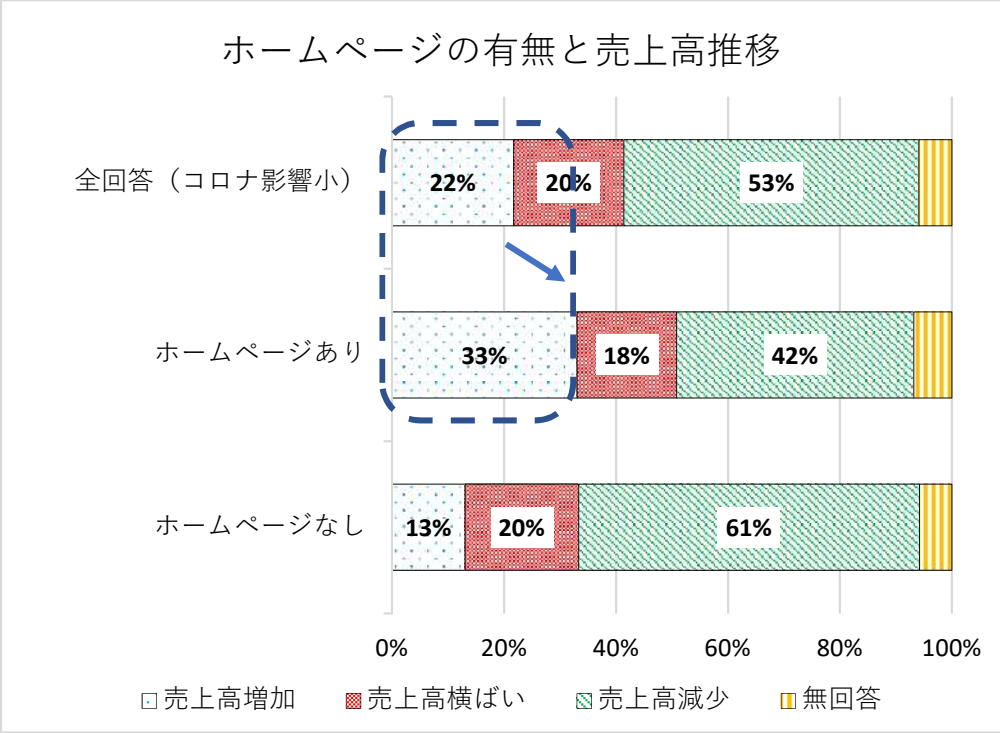
(3) 直近売上高規模と売上高推移



	総数	売上高増加		売上高横ばい		売上高減少		無回答	
	件数	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
全回答（コロナ影響小）	290	63	22%	57	20%	153	53%	17	6%
売上高が3,000万円以上	105	37	35%	16	15%	49	47%	3	3%
売上高が3,000万円未満	161	25	16%	34	21%	90	56%	12	7%
無回答	24	1	4%	7	29%	14	58%	2	8%

○直近売上高が「３，０００万円以上」は、今年度の売上高見通しが５年前と比較して「増加」している割合が、全回答に比べて多くなっています。

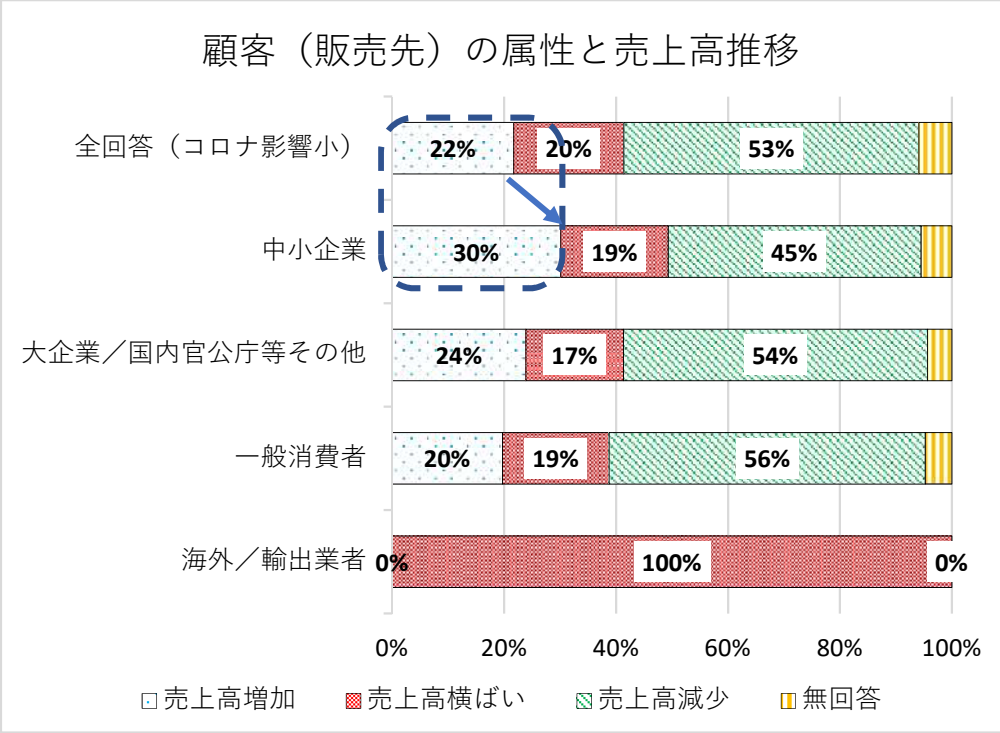
(4) ホームページの有無と売上高推移



	総数	売上高増加		売上高横ばい		売上高減少		無回答	
	件数	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
全回答（コロナ影響小）	290	63	22%	57	20%	153	53%	17	6%
ホームページあり	118	39	33%	21	18%	50	42%	8	7%
ホームページなし	138	18	13%	28	20%	84	61%	8	6%
無回答	34	6	18%	8	24%	19	56%	1	3%

○「ホームページあり」は、今年度の売上高見通しが５年前と比較して「増加」している割合が、全回答に比べて多くなっています。

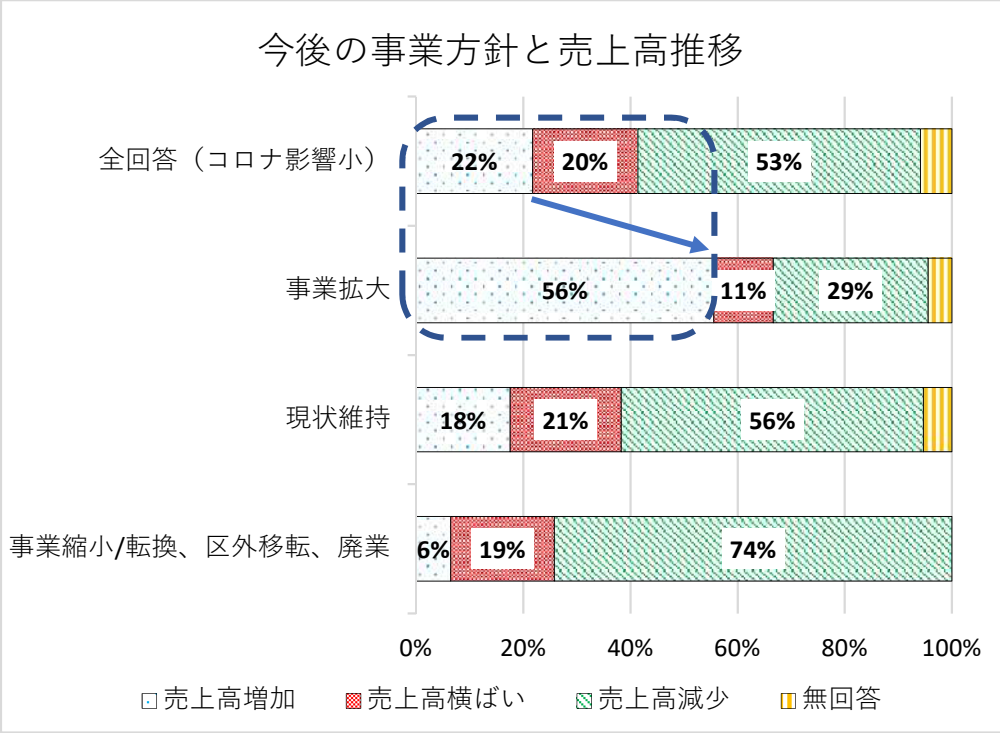
(5) 顧客（販売先）の属性と売上高推移



	総数	売上高増加		売上高横ばい		売上高減少		無回答	
	件数	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
全回答（コロナ影響小）	290	63	22%	57	20%	153	53%	17	6%
中小企業	73	22	30%	14	19%	33	45%	4	5%
大企業／国内官公庁等その他	46	11	24%	8	17%	25	54%	2	4%
一般消費者	147	29	20%	28	19%	83	56%	7	5%
海外／輸出業者	2	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%
無回答	22	1	5%	5	23%	12	55%	4	18%

○顧客（販売先）の属性が「中小企業」は、今年度の売上高見通しが５年前と比較して「増加」している割合が、全回答に比べて多くなっています。

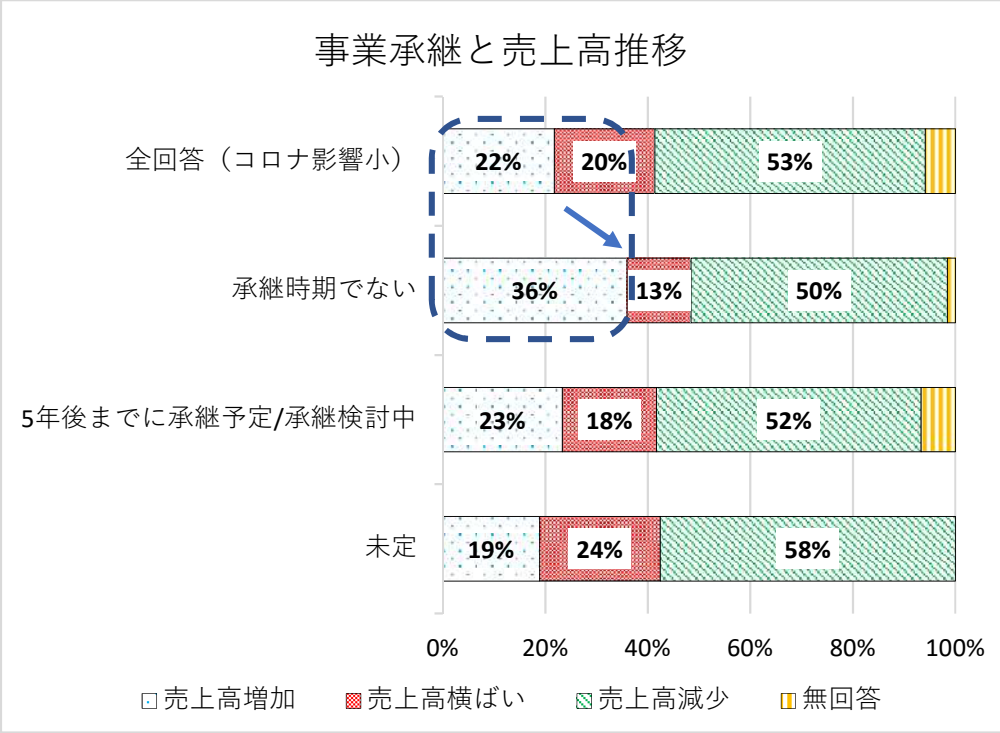
(6) 今後の事業方針と売上高推移



	総数	売上高増加		売上高横ばい		売上高減少		無回答	
	件数	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
全回答（コロナ影響小）	290	63	22%	57	20%	153	53%	17	6%
事業拡大	45	25	56%	5	11%	13	29%	2	4%
現状維持	188	33	18%	39	21%	106	56%	10	5%
事業縮小/転換、区外移転、廃業	31	2	6%	6	19%	23	74%	0	0%
無回答	26	3	12%	7	27%	11	42%	5	19%

○今後の事業方針が「事業拡大」は、今年度の売上高見通しが５年前と比較して「増加」している割合が、全回答に比べて多くなっています。

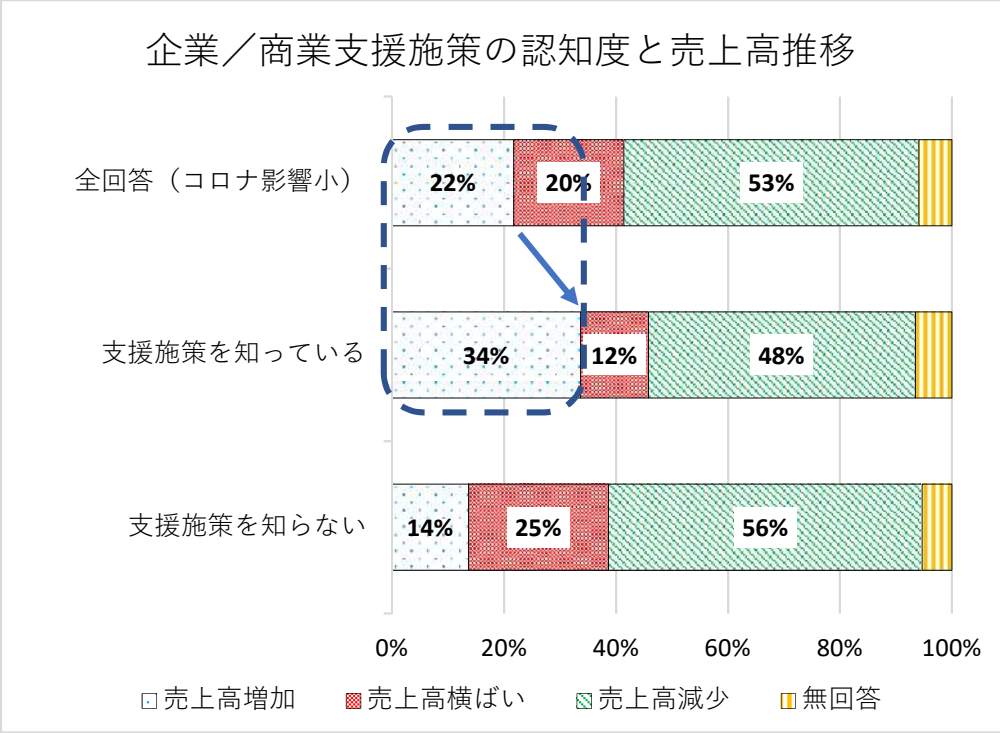
(7) 事業承継と売上高推移



	総数	売上高増加		売上高横ばい		売上高減少		無回答	
	件数	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
全回答（コロナ影響小）	290	63	22%	57	20%	153	53%	17	6%
承継時期でない	64	23	36%	8	13%	32	50%	1	2%
5年後までに承継予定/承継検討中	60	14	23%	11	18%	31	52%	4	7%
未定	106	20	19%	25	24%	61	58%	0	0%
無回答	60	6	10%	13	22%	29	48%	12	20%

○「承継時期ではない」は、今年度の売上高見通しが５年前と比較して「増加」している割合が、全回答に比べて多くなっています。

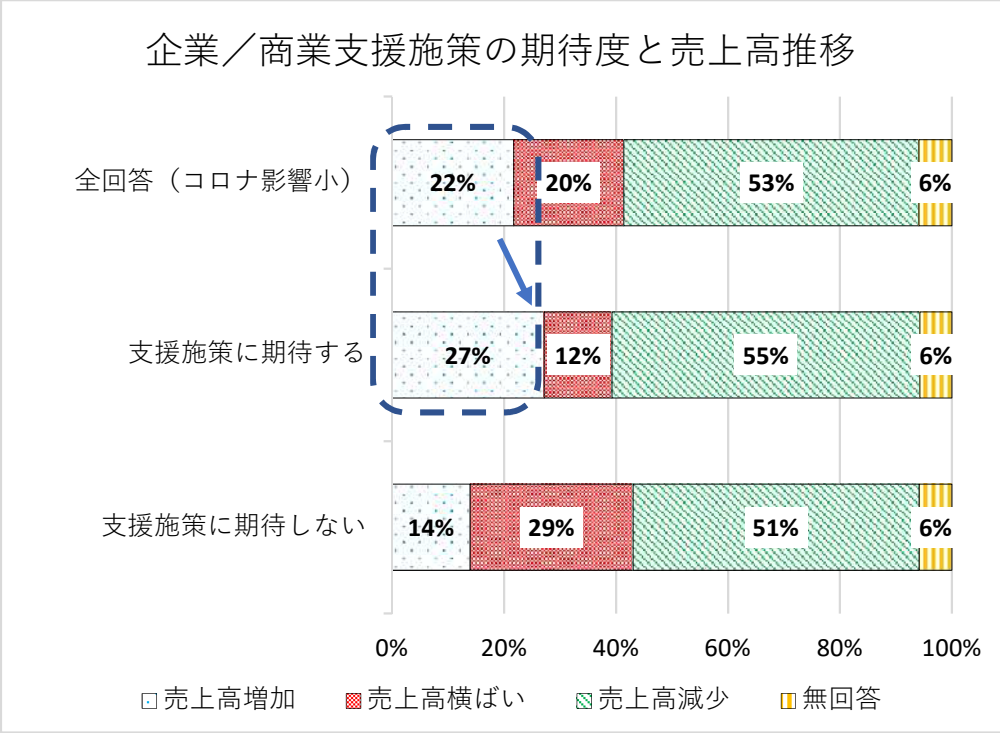
(8) 企業／商業支援施策の認知度と売上高推移



	総数	売上高増加		売上高横ばい		売上高減少		無回答	
	件数	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
全回答（コロナ影響小）	290	63	22%	57	20%	153	53%	17	6%
支援施策を知っている	107	36	34%	13	12%	51	48%	7	7%
支援施策を知らない	132	18	14%	33	25%	74	56%	7	5%
無回答	51	9	18%	11	22%	28	55%	3	6%

○「荒川区の企業支援施策あるいは商業振興施策を知っている」は、今年度の売上高見通しが５年前と比較して「増加」している割合が、全回答に比べて多くなっています。

(9) 企業／商業支援施策の期待度と売上高推移



	総数	売上高増加		売上高横ばい		売上高減少		無回答	
	件数	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
全回答（コロナ影響小）	290	63	22%	57	20%	153	53%	17	6%
支援施策に期待する	140	38	27%	17	12%	77	55%	8	6%
支援施策に期待しない	86	12	14%	25	29%	44	51%	5	6%
無回答	64	13	20%	15	23%	32	50%	4	6%

○「荒川区の企業支援施策あるいは商業振興施策に期待している」は、今年度の売上高見通しが５年前と比較して「増加」している割合が、全回答に比べて多くなっています。

Ⅶ. 調査結果に基づく企業振興施策の今後の方針

調査結果を踏まえた、企業支援施策／商業振興施策の今後の方針は、以下のとおりです。

1　事業・業態転換や設備投資に対する支援

新型コロナウイルス感染症に対する経営の取り組みのうち、一定の成果があった取組として、「業態転換」の割合が多くなっています。

新型コロナウイルス感染症の影響により、社会構造や区内事業者を取り巻く環境は大きく変化しており、今後はその変化に対応するための事業・業態転換に積極的に取り組んでいく必要があります。

また、今後（５年後までに）取り組みたい経営課題への対応として、「設備の更新」が多いほか、期待する区の企業/商業振興施策についても、「店舗の改装・設備の導入」が上位を占めており、区内事業者の設備投資に対する関心は高まっています。

このため区では、新たな補助事業の実施により、区内事業者の事業・業態転換や必要な設備投資に対する支援を充実していきます。

【根拠となる調査結果】

Ⅴ 調査票の集計結果

３．新型コロナウイルス感染症に対する経営の取り組み

（４）新型コロナウイルス感染症に対する経営の取り組みで一定の成果があった割合

４．経営課題

（１）今後（５年後までに）取り組みたい経営課題への対応

９．荒川区の企業／商業支援施策に対する意見

（５）期待する企業支援施策

（６）期待する商業振興施策

2　デジタル化（DX）に対する支援

「ホームページがある」事業者は、新型コロナウイルス感染症の影響を受けず、売上高が増加している割合が多くなっています。

新型コロナウイルス感染拡大に伴う外出自粛等により、インターネット販売やデジタルを活用した商取引が増加しており、今後も更なるデジタル化の進展が見込まれるなか、区内事業者においては、デジタル技術を活用した新たな販売

手法や販路拡大等に積極的に取り組んでいく必要があります。
　また、期待する区の企業/商業振興施策として、「デジタル技術の導入」が多く、区内事業者においてデジタル技術の活用に対する関心は高まっています。
　このため区では、デジタル専門家による相談体制の充実や新たな補助事業の実施により、区内事業者のデジタル化を支援していきます。

【根拠となる調査結果】
　Ⅴ 調査票の集計結果
　　９．荒川区の企業／商業支援施策に対する意見
　　（５）期待する企業支援施策
　　（６）期待する商業振興施策
　Ⅵ 関連性分析
　　２．売上高推移との関連性（新型コロナウイルス感染症の影響が小さい事業者）
　　（４）ホームページの有無と売上高推移

3　個別の相談支援等による経営基盤強化に対する支援

　今後５年後までの区内事業所の事業方針を「現状維持」とする事業者の割合が多くなっており、このことから多くの事業者が既存事業継続の意向を有していると考えられます。
　新型コロナウイルス感染症の影響等により、経営環境がこれまで以上に大きく変化することが予想される中、既存事業継続のためには経営基盤を強化しレジリエンスを高める必要があります。
　このため区では、中小企業診断士等の資格を有する専門家による個別の相談支援、融資あっせん制度等により、事業者の経営基盤強化に向けた支援を引き続き実施していきます。

【根拠となる調査結果】
　Ⅴ 調査票の集計結果
　　７．事業方針
　　（１）今後（５年後まで）の区内事業所の事業方針

Ⅷ. 参考資料

1　周知・ＰＲ

(1) はがきによる事前通知

令和３年５月

区内事業者の皆様へ

荒川区 新型コロナウイルス感染症
の影響に係る実態調査 ご協力のお願い

日頃より荒川区の産業振興にご協力いただきありがとうございます。この度、荒川区では産業施策に生かすため、感染拡大の影響について、区内の事業者に対し緊急実態調査を実施いたします。

今後（６月上旬～１０月）、中小企業診断士の資格を有する調査員（ＰＣＲ検査実施済み）が伺います。調査票にご回答いただくとともに、貴社の経営相談等にも応じます。ぜひこの機会をご利用ください。

なお、本調査結果を他の目的に使用したり、事業者の個別内容を公表することは一切ありません。

ご多忙のところ誠に恐縮ではございますが、ご協力をお願い申し上げます。

《調査機関･問い合わせ先》
一般社団法人　荒川区中小企業経営協会
荒川区新型コロナウイルス感染症の影響に係る
実態調査事務局 担当:富士
港区虎ノ門 4-3-1 城山トラストタワー
電話:03-5404-8910(10:00-17:30 土日祝除く)
Mail: info_arakawa@ftcarbon.co.jp
《実施元》
荒川区 産業経済部 経営支援課 経営支援係

(2) 広報誌による周知

①あらかわ区報　５月２１日号

経営実態調査にご協力を

今後の施策に生かすため、事業者の経営実態調査を行います。

区が委託した調査員が訪問し、聞き取り調査を行いますので、ご協力をお願いします。

日10月15日(金)まで　対区内製造業・道路貨物運送業の事業者、区内建設業・卸売業・小売業・サービス業のうち無作為抽出された事業者

問経営支援課経営支援係

☎内線４５９

②あらかわ産業ナビ　５月３１日号

モノづくりセンサス等の実態調査にご協力ください

区では今後の産業施策に生かすことを目的に、区内の中小企業者の経営実態調査を実施します。中小企業診断士の資格を有する調査員が、対象の事業所に伺いますので、調査票へのご回答にご協力ください。貴社の経営相談等も実施しますので、ぜひこの機会をご利用ください。

なお、本調査結果を他の目的に使用したり、企業の個別内容を公表することは一切ありません。ご多忙のところ誠に恐縮ですが、ご協力をお願いいたします。

※荒川区モノづくりセンサスは、区内製造業等を対象に4年に一度実施している実態調査です。今回は、モノづくりセンサスの実施に併せて、区内中小企業者の新型コロナウイルス感染症の影響について幅広く実態を把握するための調査も行います。

【調査対象】

①荒川区モノづくりセンサス

荒川区内の製造業、道路貨物運送業のすべての事業者

②新型コロナウイルス感染症の影響に係る実態調査

荒川区内の建設業、卸売業、小売業、サービス業のうち無作為抽出された事業者

【調査期間】

令和3年6月上旬から10月中旬

【調査方法】

調査員が事業所を訪問し、調査票の質問事項について、聞き取りを通じてご回答いただきます。経営に関するご相談にもお応えしますので、お気軽にご相談ください。

【調査機関・問合せ先】

一般社団法人 荒川区中小企業経営協会　荒川区モノづくりセンサス事務局　担当：富士

港区虎ノ門4-3-1城山トラストタワー　[Tel] 03-5404-8910 (10:00-17:30土日祝除く)

【実施元】

経営支援課経営支援係

(3) 荒川区のホームページによる周知

荒川区

更新日：2021年5月12日

令和3年度荒川区モノづくりセンサス

区では今後の産業施策に活かすことを目的に、区内の中小企業者の経営実態調査を実施します。中小企業診断士の資格を有する調査員が、対象の事業所を訪問しますので、調査票のご回答にご協力ください。経営相談等にも応じますので、ぜひこの機会をご利用ください。

なお、本調査結果を他の目的に使用したり、企業の個別内容を公表することは一切ありません。ご多忙のところ誠に恐縮ではございますが、ご協力をお願い申し上げます。

※注釈　荒川区モノづくりセンサスは区内製造業等を対象に4年に一度実施しています。今回は、荒川区モノづくりセンサスの実施に併せて、区内中小企業者の新型コロナウイルス感染症の影響について幅広く実態を把握するための調査も行います。

調査対象

荒川区モノづくりセンサス

区内の製造業、道路貨物運送業のすべての事業者

新型コロナウイルス感染症の影響に係る実態調査

区内の建設業、卸売業、小売業、サービス業のうち無作為抽出された事業者

実施期間

令和3年6月上旬から令和3年10月15日まで

実施方法

調査員が事業所を訪問し、調査票の質問事項について、聞き取りを通じてご回答いただきます。

経営に関するご相談にもお応えしますので、お気軽にご相談ください。

調査機関・問い合わせ先

一般社団法人　荒川区中小企業経営協会
荒川区モノづくりセンサス事務局　担当：富士
港区虎ノ門4-3-1城山トラストタワー
電話：03-5404-8910（午前10時から午後5時30分まで。土曜・日曜・祝日を除く。）

実施元

荒川区産業経済部経営支援課経営支援係

お問い合わせ

産業経済部経営支援課経営支援係
〒116-8501荒川区荒川二丁目2番3号（本庁舎6階）
電話番号：03-3802-3111（内線：459）

(4) 東京商工会議所荒川支部からの通知文書

挑みつづける、変わらぬ意志で。
東京商工会議所 荒川支部

荒川区からのお知らせをお送りします。

令和３年６月吉日

東京商工会議所 荒川支部
関係分科会　会員各位

荒川区産業経済部
経営支援課長　石﨑　正剛

荒川区モノづくりセンサス及び新型コロナウイルス感染症の影響に係る実態調査
への協力依頼について

貴社、ますますご健勝のこととお喜び申し上げます。日頃より、荒川区の産業振興にご協力いただき、誠にありがとうございます。

この度、荒川区では、区内の中小企業者の実態を把握し、今後の施策に生かすために、「荒川区モノづくりセンサス（製造業等実態調査）」「新型コロナウイルス感染症の影響に係る実態調査（商業・サービス業等実態調査）」を実施する運びとなりました。

つきましては、下記のとおり調査員が貴社を訪問した際は、ご協力くださいますようお願い申し上げます。

なお本調査結果を、上記目的以外に使用したり、企業の個別内容を公表することは一切ありませんので、併せて申し添えいたします。

記

1　調査対象
■荒川区モノづくりセンサス
荒川区内の製造業、道路貨物運送業のすべての事業者
■新型コロナウイルス感染症の影響に係る実態調査
荒川区内の建設業、卸売業、小売業、サービス業のうち無作為抽出された事業者

2　調査期間
令和３年６月上旬から１０月中旬

3　調査方法
調査員が事業所を訪問し、調査票の質問事項について、聞き取りを通じてご回答いただきます。

4　調査機関
一般社団法人 荒川区中小企業経営協会

5　その他
今回の調査の特徴として、「中小企業診断士」の資格を有する者が調査員として伺います。
調査の一環として、貴社の経営課題等をお聞きいたしますが、必要に応じて、調査員が簡単な相談はその場で応じ、また区の支援策を紹介するなどを通じて、経営のアドバイスを行います。調査にご回答いただくとともに、是非ご活用ください。

【問合せ先】
調査機関：一般社団法人　荒川区中小企業経営協会
荒川区モノづくりセンサス調査事務局
荒川区新型コロナウイルス感染症の影響に係る実態調査事務局
担当　富士
電　　話：03-5404-8910（10：00-17：30　土日祝除く）
実 施 元：荒川区産業経済部経営支援課

2　調査票

(1) 基本情報調査票

－令和３年度荒川区新型コロナウイルス感染症の影響に係る実態調査－

基本情報調査

法人名		（かな　　）
店名		（かな　　）
代表者名		
代表者の年齢		①20 代 ②30 代 ③40 代 ④50 代 ⑤60 代 ⑥70 代 ⑦80 代以上
経営組織		①個人事業主 ②株式会社 ③有限会社 ④合資・合名・合同会社 ⑤その他
経営形態		①単独事業所 ②複数事業所の本社 ③複数事業所の支店/営業所/フランチャイズ
事業所建物保有形態		①自己所有（土地・建物両方）　②自己所有（建物のみ：借地）　③賃貸
資本金(法人の場合)		①500 万以下　②500 万超 1,000 万以下　③1,000 万超 3,000 万以下 ④3,000 万超 5,000 万以下　⑤5,000 万超 1 億以下　⑥1 億超 3 億以下　⑦3 億超
営業年数		①5 年未満　②5 年以上 10 年未満　③10 年以上 20 年未満　④20 年以上 30 年未満 ⑤30 年以上 40 年未満　⑥40 年以上 50 年未満　⑦50 年以上 60 年未満 ⑧60 年以上 70 年未満　⑨70 年以上　⑩不明
従業員 （代表者・役員・非正規含む）	従業員数	①1～5 人　②6～20 人　③21～49 人　④50～99 人　⑤100～300 人　⑥300 人超
	平均年齢	①20 代　②30 代　③40 代　④50 代　⑤60 代　⑥70 代　⑦80 代以上
	女性比率	①0%　②0%超 25%未満　③25%以上 50%未満　④50%以上 75%未満 ⑤75%以上 100%未満　⑥100%
業種 ※経済センサス調査中分類		①総合工事業　②職別工事業（設備工事業を除く）　③設備工事業　④情報サービス業　⑤インターネット附随サービス業　⑥映像・音声・文字情報制作に附帯するサービス業　⑦各種商品卸売業　⑧繊維・衣服等卸売業　⑨飲食料品卸売業 ⑩建築材料、鉱物・金属材料等卸売業　⑪機械器具卸売業　⑫その他の卸売業 ⑬各種商品小売業　⑭織物・衣服・身の回り品小売業　⑮飲食料品小売業 ⑯機械器具小売業　⑰その他の小売業　⑱無店舗小売業　⑲不動産取引業 ⑳宿泊業　㉑飲食店　㉒持ち帰り・配達飲食サービス業　㉓洗濯・理容・美容・浴場業　㉔その他の生活関連サービス業　㉕娯楽業　㉖その他の教育・学習支援業 ㉗療術業・歯科技工所　㉘自動車整備業　㉙その他（　　）
主な事業内容		
直前期の売上高		①300 万未満　②300 万以上 500 万未満　③500 万以上 1,000 万未満　④1,000 万以上 3,000 万未満　⑤3,000 万以上 1 億未満　⑥1 億以上 5 億未満　⑦5 億以上
新型コロナウイルス感染症の影響		①売上高増加の影響がある　②売上高減少の影響がある　③影響はない ④わからない
直前期の借入金		①なし　②1,000 万以下　③1,000 万超 5,000 万以下　④5,000 万超 1 億以下 ⑤1 億超　⑥無回答
区内加盟団体	①加盟（団体名　　） ②非加盟	ホームページ　①あり　②なし
回答者	氏名　　役職	

○調査員の記入欄

調査員番号		事業所番号		訪問日	

回答状況	①あり（基本情報と調査票）②あり（基本情報のみ）③拒否　④困難（担当者・責任者不在）⑤困難（営業所等） ⑥不在（移転・閉店含む）⑦企業名変更（新企業名：　　）　⑧対象外（大企業、商業以外） ⑨郵送（基本情報と調査票）⑩郵送（基本情報のみ）
営業状態	①営業中　②休業中　③廃業　④区外移転　⑤不明　⑥対象外

訪問支援相談内容

分野（相談内容を選択）	具体的な相談内容
①販路開拓、販売促進 ②同業・異業種連携 （産学連携等） ③製品／商品開発 ④新分野進出 （市場調査、海外展開等） ⑤生産性向上・業務効率化 （製品／商品管理等） ⑥人事関係 （人材採用・育成等） ⑦経営関係 （事業承継、廃業等） ⑧資金調達 （融資、補助金等） ⑨税務、経理 ⑩デジタル技術の活用 （ホームページ作成、受発注管理等）	
⑪その他	

(2) 調査票

－令和３年度荒川区新型コロナウイルス感染症の影響に係る実態調査－

事業所番号：

用語説明

・生産性とは、労働力一人あたりの付加価値額や総利益率の程度のこと
・経営力とは、ノウハウの見える化、社内データの整理、社外専門家の活用等の取組み

１．貴事業所の経営状況について

（問１）**今年度の決算見通し**について、一つご回答ください。

１．黒字　　２．収支均衡　　３．赤字

（問２）**新型コロナウイルス感染症の感染拡大**を要因とした**今年度売上高見通しの変動の度合い**（新型コロナウイルス感染症「拡大前」の年度と比較）について、一つご回答ください。

１．20%以上の増減（→問 3.4.）
２．1%以上 20%未満の増減　３．影響はない　４．わからない（2.3.4 の回答者→問７．）
５．昨年開業（→問 14.）

（問３～問４は、問２で「1. 20%以上の増減（ｺﾛﾅｳｲﾙｽ拡大前比）」の回答者のみ回答）

（問３）**新型コロナウイルス感染症「拡大前」の年度**と比較して、**今年度の売上高見通しの増減**について、一つご回答ください。

１．20%以上 30%未満増加　２．30%以上 50%未満増加　３．50%以上増加
４．20%以上 30%未満減少　５．30%以上 50%未満減少　６．50%以上減少

（問４）**新型コロナウイルス感染症「拡大前」の年度**と比較して、**増加／減少した取引先**について、**すべて**ご回答ください。

１．特に変化はない
２．「国内法人／官公庁」が増加（→問.14）　３．「国内法人／官公庁」が減少（→問 14.）
４．「区内一般消費者」が増加（→問 5.）　５．「区外一般消費者」が増加（→問 5.）
６．「区内一般消費者」が減少（→問 6.）　７．「区外一般消費者」が減少（→問 6.）
８．「海外」が増加（→問 14.）　９．「海外」が減少（→問 14.）

（問５は、問４で「4. 5. 区内/区外一般消費者が増加」（ｺﾛﾅｳｲﾙｽ拡大前比）の回答者のみ回答）

（問５）**新型コロナウイルス感染症「拡大前」の年度**と比較して、**大きく（20%以上）増加した顧客年齢層**について、**すべて**ご回答ください。

１．20 歳まで　２．20～30 代　３．40～50 代　４．60 歳以上　５．特に傾向はない

（問６は、問４で「6. 7. 区内/区外一般消費者が減少」（ｺﾛﾅｳｲﾙｽ拡大前比）の回答者のみ回答）

（問６）**新型コロナウイルス感染症「拡大前」の年度**と比較して、**大きく（20%以上）減少した顧客年齢層**について、**すべて**ご回答ください。

１．20 歳まで　２．20～30 代　３．40～50 代　４．60 歳以上　５．特に傾向はない

（問 5,6 の回答者→問 14.）

問７へ

1

問 14 へ

事業所番号：

（問７は、問２で「2. 1%以上 20%未満の増減」「3. 影響はない」「4. わからない」（ｺﾛﾅｳｲﾙｽ拡大前比）の回答者のみ回答）

（問７）**５年前**と比較して、**今年度の売上高の増減**について、一つご回答ください。

1．10%未満増加　2．10%以上増加（1.2.の回答者→問 8.9.10.）
3．横ばい（3.の回答者→問 11.12.13.）
4．10%未満減少　5．10%以上減少（4.5.の回答者→問 11.12.13.）

（問８～問 10 は、問７で「1. 2. 売上増加」（５年前比）の回答者のみ回答）

（問８）**「売上増加」の外部要因をすべて**ご回答ください。

1．市場規模の拡大　2．競争の緩和　3．価格低下による需要増　4．顧客ニーズの変化
5．規制や税制の改正　6．資金調達環境の改善　7．経済動向の改善
8．取引先の業績向上　9．人口動態の変化（少子高齢化等）　10．デジタル技術の進展
11．特になし　12．その他（　　）

（問９）**「売上増加」の内部要因をすべて**ご回答ください。

1．設備の更新　2．生産性(注)の向上　3．デジタル技術の活用
4．独自性のある商品・サービスの展開　5．ブランド力（販売促進・PR）の強化
6．営業力の強化　7．取引先・顧客の増加　8．経営陣の若返り　9．従業員の採用
10．従業員の育成　11．経営力(注)の強化
12．特になし　13．その他（　　）

（問 10）**５年前**と比較して、**増加／減少した取引先**について、**すべて**ご回答ください。

1．特に変化はない
2．「国内法人／官公庁」が増加　3．「国内法人／官公庁」が減少
4．「区内一般消費者」が増加　5．「区外一般消費者」が増加
6．「区内一般消費者」が減少　7．「区外一般消費者」が減少
8．「海外」が増加　9．「海外」が減少（問 10 の回答者→問 14.）

（問 11～問 13 は、問７で「3. 売上横ばい」「4. 5. 売上減少」（５年前比）の回答者のみ回答）

（問 11）**「売上横ばい・減少」の外部要因をすべて**ご回答ください。

1．市場規模の縮小　2．競争の激化　3．海外／輸入事業者の増加
4．大企業の進出　5．価格上昇に伴う需要減　6．顧客ニーズの変化
7．規制や税制の改正　8．資金調達環境の悪化　9．経済動向の悪化
10．取引先の業績悪化　11．人口動態の変化（少子高齢化等）　12．デジタル技術の進展
13．特になし　14．その他（　　）

（問 12）**「売上横ばい・減少」の内部要因をすべて**ご回答ください。

1．設備の老朽化　2．デジタル技術の活用不足　3．商品・サービスの独自性が不足
4．ブランド力（販売促進・PR）の不足　5．営業力の不足　6．取引先・顧客の減少
7．経営陣の高齢化　8．従業員の不足　9．従業員の育成不足　10．経営力(注)の不足
11．特になし　12．その他（　　）

問 14 へ

事業所番号：

（問 13）５年前と比較して、増加／減少した取引先について、すべてご回答ください。

1．特に変化はない
2．「国内法人／官公庁」が増加　3．「国内法人／官公庁」が減少
4．「区内一般消費者」が増加　5．「区外一般消費者」が増加
6．「区内一般消費者」が減少　7．「区外一般消費者」が減少
8．「海外」が増加　9．「海外」が減少

２．貴事業所の取引先について

（問 14）主要な取引先（販売側）の属性について、一つご回答ください。

1．「区内」大企業　2．「区外」大企業
3．「区内」中小企業者　4．「区外」中小企業者　5．国内官公庁等その他
6．「区内」一般消費者　7．「区外」一般消費者　8．海外／輸出業者

（問 15）海外／輸出業者との取引の有無について、一つご回答ください。

1．直接的な取引あり（ネット販売含む）　2．国内事業者を経由した取引あり
3．取引なし　4．わからない

（問 16）一般消費者との直接的な取引（ネット販売含む）の有無について、一つご回答ください。

1．取引あり（→問 17.）　2．取引なし（→問 18.）　3．わからない（→問 18.）

（問 17）（問 16 で「1. 取引あり」の回答者のみ回答）主要な顧客年齢層について、一つご回答ください。

1．20 歳まで　2．20～30 代　3．40～50 代　4．60 歳以上　5．特に特徴はない

３．貴事業所の経営課題（新型コロナウイルス感染症）について

（問 18）新型コロナウイルス感染症の「将来」の業績への影響について一つご回答ください。

1．将来の業績への影響はない　2．1 年以内の影響あり　3．1 年超 3 年以内の影響あり
4．3 年超の影響あり　5．業績への影響を見通すことができない　6．わからない

（問19）新型コロナウイルス感染症に対する経営の取り組みについてすべてご回答ください。

1．事業所内の感染症対策の徹底（マスク着用等）
2．働き方改革（リモートワーク／時差通勤等）
3．一時休業／営業時間短縮　4．雇用調整
5．事業資金の確保（各種給付金、特別貸付の利用等）
6．営業戦略の見直し（オンライン商談、ネット販売強化等）　7．海外戦略の見直し
8．感染症対策関連商品・サービスの開発／販売促進
9．業態転換（8．感染症対策関連商品・サービスの開発の場合を除く）
10．特にない　11．その他（　　）

事業所番号：

（問 20）「貴社が取り組んでいる」新型コロナウイルス感染症に対する経営の取り組みのうち、「一定の成果が出ている（効果があった）」取り組みについてすべてご回答ください。

1．事業所内の感染症対策の徹底（マスク着用等）
2．働き方改革（リモートワーク／時差通勤等）
3．一時休業／営業時間短縮　　4．雇用調整
5．事業資金の確保（各種給付金、特別貸付の利用等）
6．営業戦略の見直し（オンライン商談、ネット販売強化等）　　7．海外戦略の見直し
8．感染症対策関連商品・サービスの開発／販売促進
9．業態転換（8．感染症対策関連商品・サービスの開発の場合を除く）
10. いずれも成果が出ていない　11. その他（　　）

4．貴事業所の経営課題（新型コロナウイルス感染症を除く）について

（問 21）今後（5 年後まで）取り組みたい経営課題についてすべてご回答ください。

1．設備の更新　2．デジタル技術の活用　3．独自性のある商品・サービスの開発
4．ブランド力（販売促進・PR）の強化　5．営業力の強化　6．後継者の採用
7．従業員の採用　8．従業員の育成　9．経営力(注)の強化　10. 同業・異業種との連携
11. 経費削減・仕入先の見直し　12. 資金調達方法の見直し
13. その他（　　）

（問 22）ご存知の新たな経営課題についてすべてご回答ください。

1．DX（デジタルトランスフォーメーション）　2．BCP（事業継続計画）
3．SDGs（持続可能な開発目標）　4．2050 年カーボンニュートラル
5．すべて知らない

（問 23）すでに取り組んでいる新たな経営課題についてすべてご回答ください。

1．DX の推進　2．BCP の策定　3．SDGs の取組の参加表明
4．2050 年カーボンニュートラル目標の設定　5．脱炭素社会に向けた事業見直し
6．すべて取り組んでいない

（問 24）すでに取り組んでいる新たな経営課題の具体的内容をご回答ください。

（問 25）今後（5 年後まで）取り組みたい新たな経営課題についてすべてご回答ください。

1．DX の推進　2．BCP の策定　3．SDGs の取組の参加表明
4．2050 年カーボンニュートラル目標の設定　5．脱炭素社会に向けた事業見直し
6．特にない

事業所番号：

用語説明

・DX とは、単なるデジタル技術の導入にとどまらず、デジタル技術やデータを活用して、社会環境の変化に対応した製品やサービス、業務プロセス、組織等へと変革していくこと（例：業務管理ソフトを活用して、営業方法や在庫管理を抜本的に変革）

・BCP とは、企業が自然災害等の緊急事態に遭遇した場合に、事業の継続あるいは早期復旧を可能とするために、平時に行うべき活動や緊急時の事業継続のための方法や手段を事前に取り決めておく計画のこと

・SDGs とは、国連が、持続可能な経済・社会づくりのために、貧困、エネルギー、気候変動など 17 の地球が抱える問題解決のために達成すべき 2030 年までの目標を設定したもの。賛同する企業は、各分野に関する自社の目標を表明している

・2050 年カーボンニュートラルとは、2050 年までに、温室効果ガスの排出を全体としてゼロにする日本政府の目標。脱炭素社会の実現に向けた産業構造や社会経済の変革が予想されるため、企業は温暖化対策の目標の他、新たなグリーンビジネスの戦略を表明している

５．貴事業所の販売促進の取り組みについて

（問 26）取り組んでいる販売促進の方法についてすべてご回答ください。

１．訪問営業　２．パンフレット等の紙媒体　３．E-mail　４．SNS
５．自社ホームページ　６．メディア広告　７．インターネット広告
８．業界紙等への掲載　９．国内展示会への出展　10．海外展示会への出展
11．販売促進に取り組んでいない　12．その他（　　）

（問 27）販売促進の取り組みで重要な事項についてすべてご回答ください。

１．技術力／品質　２．提案力　３．販売ターゲット／マーケティング　４．費用対効果
５．企業ブランド　６．広告媒体／展示会の認知度　７．その他（　　）

（問 28）販売促進の取り組みの課題ににについてすべてご回答ください。

１．予算の不足　２．費用対効果が悪い　３．人員の不足
４．適切な販売促進の支援会社が見つからない　５．適切な販売促進方法がわからない
６．特にない　７．その他（　　）

６．貴事業所の借入金・資金繰りについて

（問 29）借入金の有無について一つご回答ください。

１．なし（→問 33.）　２．あり（→問 30.31.）

（問 30）（問 29 で「2. 借入金がある」回答者のみ）借入先についてすべてご回答ください。

１．政府系金融機関（日本政策金融公庫等）　２．都市銀行　３．地方銀行
４．信金・信組　５．その他の金融機関等

（問 31）（問 29 で「2. 借入金がある」回答者のみ）利用している借入支援制度（制度融資、利子補給等）についてすべてご回答ください。

１．借入優遇制度は利用していない（→問 33.）
２．荒川区　３．日本政策金融公庫　４．東商（マル経融資）　５．東京都
６．その他の自治体等　（→2.3.4.5.6.の回答者→問 32.）

事業所番号：

（問 32）（問 31 で「2. 3. 4. 5. 6. 借入支援制度を利用している」回答者のみ）新型コロナウイルス感染症に関連した借入支援制度（拡充措置を含む）を利用していますか。

1．利用している　2．利用していない（通常枠の融資）　3．わからない

（問 33）現在、借入金に関して検討している内容についてすべてご回答ください。

1．借入金に関して何ら検討していない（→問 35.）
2．新規借り入れ　3．既存借入金の借り換え　4．既存借入金の返済方法の見直し
5．その他（　　）（→2.3.4.5.の回答者→問 34.）

（問 34）（問 33 で「2. 3. 4. 5. 借入金に関して検討している」回答者のみ）貴事業所が感じる金融機関の融資姿勢について一つご回答ください。

1．緩い　2．比較的緩い　3．比較的厳しい　4．厳しい（断られた）　5．わからない

7．貴事業所の今後の事業方針について

（問 35）今後（５年後まで）の「区内事業所」の事業方針について一つご回答ください。

1．現状維持　2．事業拡大　3．事業縮小　4．事業転換　5．区外へ移転
6．廃業（→問 36）　（→1.～5.の回答者→問 37.）

（問 36）（問 35 で「6. 廃業」の回答者のみ）廃業の理由についてすべてご回答ください。

1．業績不振　2．将来性がない　3．親族／社内の後継者がいない
4．社外の譲渡先が見つからない　5．従業員の高齢化
6．当初から自分の代で廃業予定　7．その他（　　）
（問 36 の回答者→（卸売／小売／飲食／サービス業）問 42.（建設業）問 45.）

（問 37）今後（５年後まで）の事業承継、経営権移転の予定を一つご回答ください。

1．親族／社内の後継者に承継　2．社外の譲渡先に承継　3．承継を検討中
4．承継時期でない　5.未定

（問 38）事業承継の相談相手をすべてご回答ください。

1．税理士・コンサルタント等　2．親族　3．従業員　4．経営者仲間　5．金融機関
6．公的機関　7．相談相手がいない　8．相談相手がわからない　9．相談しない
10．その他（　　）

（問 39）事業承継の際に苦労する（苦労した）点をすべてご回答ください。

1．経営者の資質　2．商品・サービスの専門性（知識等）　3．財務能力（資金調達等）
4．社員との関係構築（人事）　5．取引先との関係維持（営業力）
6．承継資金の確保（株式引継、相続税等）　7．承継資産の運用（土地等）
8．特にない　9．その他（　　）

（問 40）後継者に必要な点をすべてご回答ください。

1．経営者の資質　2．商品・サービスの専門性（知識等）　3．財務能力（資金調達等）
4．社員との関係構築（人事）　5．取引先との関係維持（営業力）
6．特にない　7．その他（　　）

事業所番号：

（問 41）後継者に必要な素養の望ましい習得方法をすべてご回答ください。

１．社内教育　２．関連企業・研究機関等への就職
３．外部専門家の活用（セミナー等の参加）　４．経営者の集いの参加
５．わからない　６．その他（　　）

卸売／小売／飲食／サービス業の回答者　→　問 42～44 を回答
建設業の回答者　→　問 45～47 を回答

８．（卸売／小売／飲食／サービス業の回答者のみ）荒川区の商業振興施策について

（問 42）ご存知の事業者向け支援施策の有無及びご存知の施策をすべてご回答ください。

１．荒川区の事業者向け支援施策を知っている **（→3.～20.のご存知の施策をご回答）**
２．荒川区の事業者向け支援施策を全く知らない

【販売促進、商品・サービスの開発支援】
３．街なか商店塾　４．魅力あふれる個店づくり事業（ＬＡＮＰ）
【補助金・融資あっせん】
５．魅力ある店舗創出支援事業　６．商業・サービス業経営力向上支援事業
７．中小企業“魅力発信”ＰＲ動画制作補助　８．産業財産権取得補助
９．クラウドファンディングサービス利用等手数料補助
10．小規模企業共済加入助成　11．中小企業倒産防止共済加入助成
12．中小企業退職金共済加入助成　13．セミナー・研修等受講補助　14．中小企業融資制度
【経営相談等】
15．経営相談（にぎわいコーディネーター）　16．日暮里繊維街活性化事業（ファッションショー）
17．高度特定分野専門家派遣　18．商業振興功労賞表彰　19．事業承継訪問相談
【その他】20．その他（　　）

（問 43）事業者向け支援施策に対する期待の有無及び期待する施策をすべてご回答ください。

１．荒川区の事業者向け支援に期待する **（→3.～20.の期待する施策をご回答）**
２．荒川区の事業者向け支援に期待していない

３．店舗の改装・設備の導入　４．デジタル技術の導入　５．新製品・新サービスの開発
６．個店同士の連携　７．販売促進・PR　８．展示会出展・販路開拓
９．海外展開・外国人対応　10．人材採用　11．人材育成　12．後継者採用・育成
13．従業員等の福利厚生の充実　14．利子補給・融資あっせん　15．専門家相談
16．大学・研究機関・企業との連携　17．産業財産権や ISO の取得　18．防災対策
19．公的支援の情報提供　20．その他（　　）

（問 44）事業者向け支援施策についてのご意見・ご要望をお聞かせください。

ご質問は以上です。ご協力ありがとうございました。

事業所番号：

９．（建設業の回答者のみ）荒川区の企業支援施策について

（問 45）ご存知の事業者向け支援施策の有無及びご存知の施策をすべてご回答ください。

１．荒川区の事業者向け支援施策を知っている **（→3.～33.のご存知の施策をご回答）**
２．荒川区の事業者向け支援施策を全く知らない

【新製品・新技術開発】
３．新製品・新技術開発補助　４．産学連携研究開発補助
５．試験研究機関開発補助　６．企業課題相談支援　７．荒川区新製品・新技術大賞
【販路開拓】
８．見本市等出展補助　９．中小企業“魅力発信”ＰＲ動画制作補助
10．販路開拓コーディネーター　11．販路開拓セミナー
【経営基盤強化】
12．製造業等経営力向上支援事業補助　13．工場建替え家賃補助　14．ISO 認証取得補助
15．モノづくり企業地域共生推進補助　16．産業財産権取得補助　17．中小企業融資制度
18．小規模企業共済加入助成　19．中小企業倒産防止共済加入助成
【人材育成･確保】20．中小企業退職金共済加入助成　21．セミナー・研修等受講補助
22．人材確保･雇用相談　23．あらかわ経営塾　24．事業者向け IT セミナー
25．サイバーセキュリティー対策セミナー　26．事業承継セミナー　27．日暮里セミナー
【経営相談等】28．企業相談員　29．高度特定分野専門家派遣　30．事業承継訪問相談
31．各産学連携推進員（MACC コーディネーター）　32．中小企業よろず相談
【その他】33．その他（　　）

（問 46）事業者向け支援施策に対する期待の有無及び期待する施策をすべてご回答ください。

１．荒川区の事業者向け支援に期待する **（→3.～19.の期待する施策をご回答）**
２．荒川区の事業者向け支援に期待していない

３．設備の導入　４．デジタル技術の導入　５．新製品の開発
６．販路の開拓・展示会出展　７．海外展開・外国人対応　８．大学・研究機関・企業連携
９．人材採用　10．人材育成　11．従業員等の福利厚生の充実　12．事業承継
13．利子補給・融資あっせん　14．専門家相談　15．知的財産権や ISO の取得
16．防災対策　17．生産管理・省エネ　18．公的支援の情報提供
19．その他（　　）

（問 47）事業者向け支援施策についてのご意見・ご要望をお聞かせください。

ご質問は以上です。ご協力ありがとうございました。

令和４年３月発行　　登録番号（０３）０１１９

令和３年度荒川区新型コロナウイルス感染症の影響に係る実態調査
実施報告書

編集・発行　荒川区産業経済部経営支援課
〒１１６－８５０１　荒川区荒川２－２－３
電話　０３－３８０２－３１１１（代表）

制　　作　一般社団法人荒川区中小企業経営協会
〒１１６－００１３　荒川区西日暮里５－１４－３
サンキエームビル５０１
電話　０３－３８０５－５８７１（代表）